

NEWS RELEASE

2021 年 10 月 20 日

SBI 生命保険株式会社

SBI インシュアランスグループ

アンケートシリーズ⑤

ポイントサービスの利用状況に関する調査を実施

～利用の多いポイントサービスでは楽天ポイント・Tポイントが2強～

SBI インシュアランスグループの事業会社 6 社は、昨年につき各社の特性に合わせたアンケート調査を実施いたしました。

SBI 生命保険株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：小野 尚）では、日常のお買い物におけるポイントサービスの利用状況に関するアンケート調査を実施いたしました。

◆ 調査サマリー

- 利用することが多いポイントサービスの第1位は楽天ポイント（68.0%）。【Q1】
 - ・ポイントの貯まりやすさを問う設問【Q2】では、楽天ポイントが首位（44.0%）。
楽天ポイントの強さの秘訣は「ポイントの貯まりやすさ」にあると言えそう。
- 利用することが多いポイントサービス、第2位はTポイント（55.5%）、第3位はPontaポイント（35.1%）。【Q1】
 - ・ポイントサービスを選ぶ上で重視するポイントを問う設問【Q3】で、「還元率の高さ（70.2%）」に次いで「対象店舗の数が多い（52.7%）」が第2位に食い込んでいることから、TポイントやPontaポイントはコンビニで利用しやすいなど、利用可能な店舗・用途が多いことが好まれていると推測される。
- 過去3年でポイントサービスを利用する機会が増えた割合は53.2%と過半。【Q5】
 - ・ポイントサービスの利用が増えた理由を問う設問【Q6】では、第1位が「スマートフォン決済が増えたため（54.2%）」、第2位が「ネットショッピングが増えたため（44.7%）」となっている。コロナ禍でスマートフォン決済やネットショッピングの利用が広がったことが、ポイントサービスの利用拡大の重要な契機になっていることが窺える。

- 今後使ってみたいサービスには「公共料金（水道光熱費等）の支払い（21.4%）」や「株式や投資信託への投資（13.6%）」がランクイン。【Q7】
- ・2020年10月5日に公表したSBIインシュアランスグループシリーズアンケート②『コロナ禍のスマートフォン決済に関する調査を実施』でも、「今後スマートフォン決済で利用したいサービス」として第3位に「行政サービスの支払関係」が食い込んでいたことから、公共サービスの支払方法の多様化を望む声が多いことが窺える。
- ・また、「株式や投資信託への投資」も13.6%が使ってみたいとしており、「現在の使い道で割合が多いもの」の8.2%からしてみると、一定の伸びしろが確認できる。このほか、「保険料の支払い」でポイントを使ってみたいとした割合は8.1%で、現行の1.9%と比較すると伸びしろが大きいことが窺えた。投資や保険など金融サービスとポイント利用には少なからず親和性があることが推察される。【Q4】【Q7】

注) 【】内はアンケート調査結果の設問番号。

◆ 調査概要

調査タイトル	あなたのライフスタイルに関するアンケート
調査期間	2021年10月7日～2021年10月8日
調査方法	インターネットリサーチ
調査対象	ポイントサービスを利用している20～60代の男女
有効回答数	1,110人

以上

<本件に関する報道関係者のお問い合わせ先>

SBI生命保険株式会社 広報担当

TEL：03-6229-0942

メール：pr@sbilife.co.jp

◆ アンケート調査結果

Q1 日常のお買い物などにおいて、利用することが多いポイントサービスはどれですか？（3つまで）

- ・利用することが多いポイントサービスの第1位は、大半の区分で最多得票の楽天ポイント（68.0%）。
- ・これに次ぐ第2位はTポイント（55.5%）で、首位の楽天ポイント同様、年齢・性別を問わず、幅広い層で利用されている結果。なお、50代男性では楽天ポイントを上回り最多となっている。
- ・一方、第3位の Ponta ポイント（35.1%）は 30-40 代男性で半数に迫る割合であるものの、年齢が高いほど利用率が下がり、60 歳以上では 2 割強という結果。また、女性利用は男性利用よりも平均で 8.3 ポイント低く、特に 30-40 代については 15 ポイントほど低い結果となった。

		回答者数	楽天ポイント	Tポイント	Pontaポイント	dポイント	WONポイント	ドラッグストアのポイント	nanacoポイント	家電量販店のポイント	交通系ポイント	航空系ポイント（マイル）	その他
全体		1,110	68.0%	55.5%	35.1%	32.3%	20.1%	17.1%	13.2%	7.3%	6.8%	2.3%	1.4%
男性	20～29 歳	111	64.9%	48.6%	40.5%	42.3%	8.1%	7.2%	9.9%	3.6%	5.4%	2.7%	1.8%
	30～39 歳	111	72.1%	55.9%	46.8%	36.0%	9.9%	9.0%	10.8%	12.6%	3.6%	3.6%	0.0%
	40～49 歳	111	71.2%	57.7%	48.6%	37.8%	4.5%	6.3%	11.7%	8.1%	8.1%	2.7%	0.0%
	50～59 歳	111	65.8%	72.1%	34.2%	27.0%	13.5%	11.7%	13.5%	11.7%	8.1%	2.7%	2.7%
	60 歳以上	111	64.0%	62.2%	26.1%	27.9%	27.9%	11.7%	21.6%	15.3%	7.2%	4.5%	3.6%
女性	20～29 歳	111	69.4%	45.9%	36.0%	39.6%	13.5%	16.2%	8.1%	4.5%	9.0%	0.9%	0.9%
	30～39 歳	111	71.2%	48.6%	30.6%	33.3%	26.1%	29.7%	7.2%	2.7%	7.2%	0.9%	0.9%
	40～49 歳	111	69.4%	60.4%	33.3%	29.7%	22.5%	27.0%	11.7%	4.5%	5.4%	1.8%	0.9%
	50～59 歳	111	64.9%	52.3%	30.6%	22.5%	37.8%	27.0%	20.7%	2.7%	7.2%	2.7%	0.0%
	60 歳以上	111	67.6%	51.4%	24.3%	26.1%	36.9%	25.2%	17.1%	7.2%	7.2%	0.9%	2.7%

Q2 利用するポイントサービスの中で最もポイントが貯まっている（貯まりやすい）ものはどれですか？
 （1つのみ）

- ・最も貯まっている（貯まりやすい）ポイントサービスは楽天ポイントの44.0%で、2位のTポイント（17.1%）を大きく引き離れた格好。利用が多いポイントサービスを問う設問【Q1】で楽天ポイントが首位であった背景には、ポイントの貯まりやすさがあり、楽天ポイントの強みと言えそう。
- ・なお、利用が多いポイントサービスで第3位となったPontaポイントは、貯まりやすさで第4位、代わりに第3位にランクインしたのはdポイント。

		回答者数	楽天ポイント	Tポイント	dポイント	Pontaポイント	WONポイント	ドラッグストアのポイント	nanacoポイント	家電量販店のポイント	航空系ポイント（マイル）	交通系ポイント	その他
全体		1,110	44.0%	17.1%	12.3%	8.6%	6.6%	4.2%	2.3%	2.1%	1.1%	1.0%	0.8%
男性	20～29歳	111	43.2%	20.7%	14.4%	8.1%	1.8%	2.7%	3.6%	1.8%	0.9%	1.8%	0.9%
	30～39歳	111	55.0%	17.1%	9.9%	10.8%	0.9%	0.9%	1.8%	2.7%	0.9%	0.0%	0.0%
	40～49歳	111	46.8%	17.1%	15.3%	9.0%	0.9%	2.7%	0.9%	3.6%	0.9%	2.7%	0.0%
	50～59歳	111	39.6%	26.1%	9.0%	9.0%	2.7%	2.7%	1.8%	5.4%	1.8%	0.9%	0.9%
	60歳以上	111	42.3%	13.5%	12.6%	9.0%	10.8%	0.9%	1.8%	3.6%	3.6%	0.9%	0.9%
女性	20～29歳	111	50.5%	17.1%	15.3%	9.0%	1.8%	1.8%	1.8%	0.9%	0.0%	0.9%	0.9%
	30～39歳	111	40.5%	11.7%	15.3%	9.0%	11.7%	8.1%	0.9%	0.9%	0.0%	0.9%	0.9%
	40～49歳	111	44.1%	15.3%	14.4%	6.3%	4.5%	9.0%	2.7%	0.9%	0.0%	1.8%	0.9%
	50～59歳	111	38.7%	11.7%	9.9%	9.9%	14.4%	7.2%	6.3%	0.0%	1.8%	0.0%	0.0%
	60歳以上	111	38.7%	20.7%	7.2%	5.4%	16.2%	6.3%	0.9%	0.9%	0.9%	0.0%	2.7%

Q3 ポイントサービスを選ぶ上で重視するものはどれですか？（3 つまで）

- ・ポイントサービスを選ぶ上で重視するものとしては、「還元率の高さ」が 70.2%で最多。次いで、「対象店舗の数が多い」が 52.7%、「ポイントキャンペーン（ポイント●倍デー等）が魅力的」が 49.5%となった。
- ・男女別で比較した場合、「還元率が高い」を選んだ割合は、男性 73.9%、女性 66.5%であったのに対し、「ポイントキャンペーン（ポイント●倍デー等）が魅力的」を選んだ割合は男性 44.3%、女性 54.6%となり、男性がシンプルに還元率を求める一方、女性はキャンペーンを好む傾向が表れた。
- ・ポイントの貯まりやすさを問う設問【Q2】では楽天ポイントが圧倒的首位である一方、利用割合を問う設問【Q1】では、T ポイントや Ponta ポイントが利用割合で楽天ポイントに迫っていた。本問の第 2 位に「対象店舗の数が多い」が食い込んでいることを見ると、ポイントサービス利用者は、利用可能な店舗・用途の多さも重視しており、T ポイント・Ponta ポイントがコンビニ利用や投資・保険料支払いなどの使い道があることを好んでいる可能性もありそう。SBI グループでも、目下、ポイントを利用した株式投資や保険料支払いが拡大している。

		回答者数	還元率が高い	対象店舗の数が多い	ポイントキャンペーン（ポイント●倍デー等）が魅力的	ポイントカード・アプリが使いやすい	他ポイントへの交換が可能	最低交換ポイント数が低い	家族・知人等へのポイント送付が可能	その他	あてはまるものがない
全体		1,110	70.2%	52.7%	49.5%	31.6%	16.4%	8.5%	3.3%	0.8%	3.2%
男性	20～29 歳	111	69.4%	45.9%	43.2%	27.9%	18.0%	7.2%	8.1%	0.9%	1.8%
	30～39 歳	111	78.4%	46.8%	45.0%	28.8%	19.8%	9.0%	9.0%	0.9%	2.7%
	40～49 歳	111	78.4%	56.8%	54.1%	21.6%	6.3%	5.4%	0.9%	0.9%	5.4%
	50～59 歳	111	75.7%	60.4%	40.5%	24.3%	16.2%	4.5%	0.9%	0.9%	4.5%
	60 歳以上	111	67.6%	62.2%	38.7%	39.6%	20.7%	9.0%	0.9%	3.6%	4.5%
女性	20～29 歳	111	66.7%	52.3%	43.2%	45.0%	17.1%	5.4%	7.2%	0.0%	0.9%
	30～39 歳	111	60.4%	58.6%	54.1%	31.5%	17.1%	7.2%	4.5%	0.0%	3.6%
	40～49 歳	111	73.0%	43.2%	57.7%	29.7%	15.3%	13.5%	0.0%	0.0%	2.7%
	50～59 歳	111	73.0%	51.4%	61.3%	36.9%	18.9%	6.3%	0.0%	0.0%	1.8%
	60 歳以上	111	59.5%	49.5%	56.8%	30.6%	14.4%	17.1%	1.8%	0.9%	4.5%

Q4 ポイントの使い道の中で割合が高いものはどれですか？（3つまで）

- ・ポイントの活用方法として最も多いのは「食料品・日用品等の購入（78.5%）」と予想通りの結果。
- ・一方、これに次ぐ第2位は「電子マネー・他ポイントへの交換（44.1%）」、第3位は「ギフト・クーポンへの引き換え（19.6%）」という結果。ポイントサービスを選ぶ上で重視するものを問う設問【Q3】で「対象店舗の数が多い」が第2位となっていることも併せて考えると、ポイントサービスの利用においては汎用性の高さが重要であることがわかる。TポイントやPontaポイントの利用の多さは、この点にも表れていると推測される。

		回答者数	食料品・日用品等の購入	電子マネー・他ポイントへの交換	ギフト・クーポンへの引き換え	株式や投資信託への投資	公共料金（水道光熱費等）の支払い	保険料の支払い	家族・友人等への送付	寄付	ローン支払い	あてはまるものがない	その他
全体		1,110	78.5%	44.1%	19.6%	8.2%	8.0%	1.9%	1.7%	1.3%	0.5%	2.6%	4.8%
男性	20～29 歳	111	67.6%	34.2%	18.9%	14.4%	19.8%	4.5%	2.7%	1.8%	1.8%	5.4%	8.1%
	30～39 歳	111	75.7%	41.4%	22.5%	17.1%	8.1%	1.8%	4.5%	0.9%	0.0%	1.8%	3.6%
	40～49 歳	111	73.9%	52.3%	18.9%	11.7%	4.5%	3.6%	1.8%	0.9%	0.9%	1.8%	4.5%
	50～59 歳	111	74.8%	55.9%	21.6%	5.4%	4.5%	0.0%	0.0%	2.7%	0.9%	4.5%	5.4%
	60 歳以上	111	83.8%	51.4%	25.2%	2.7%	4.5%	0.9%	0.0%	0.9%	0.0%	2.7%	5.4%
女性	20～29 歳	111	71.2%	30.6%	20.7%	15.3%	12.6%	5.4%	5.4%	0.0%	0.9%	2.7%	6.3%
	30～39 歳	111	82.0%	41.4%	20.7%	5.4%	6.3%	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	2.7%	5.4%
	40～49 歳	111	81.1%	45.0%	18.0%	6.3%	6.3%	0.0%	0.0%	0.9%	0.0%	1.8%	2.7%
	50～59 歳	111	86.5%	47.7%	15.3%	1.8%	9.9%	0.9%	0.9%	1.8%	0.0%	1.8%	2.7%
	60 歳以上	111	88.3%	41.4%	14.4%	1.8%	3.6%	0.9%	0.9%	1.8%	0.0%	0.9%	4.5%

Q5 過去3年程度で、以前よりもポイントサービスを利用する機会は増えましたか？

- ・ポイントサービスの利用が「増えた (27.3%)」「少し増えた (25.0%)」「過去3年以内にポイントサービスを利用するようになった(0.9%)」の合計が 53.2%と過半になっている一方、「少し減った(1.8%)」「減った (1.0%)」の合計がわずか 2.8%にとどまっていることから、過去3年程度で顕著に普及していることが窺える。特に、本調査では、20代女性の「増えた」が 48.6%、「少し増えた」が 18.0%となっており、若い女性層の意識の変化が表れていた。
- ・一方、年齢層が上がるほど「変わらない」の割合が多い傾向にあることから、年齢を重ねるほどポイントサービスの利用が定着していることが見て取れる。

		回答者数	増えた	少し増えた	変わらない	少し減った	減った	過去3年以内にポイントサービスを利用するようになった
全体		1,110	27.3%	25.0%	44.1%	1.8%	1.0%	0.9%
男性	20～29 歳	111	27.0%	27.9%	36.0%	6.3%	0.9%	1.8%
	30～39 歳	111	29.7%	24.3%	41.4%	0.9%	1.8%	1.8%
	40～49 歳	111	30.6%	18.9%	46.8%	1.8%	0.9%	0.9%
	50～59 歳	111	16.2%	23.4%	57.7%	0.9%	0.9%	0.9%
	60 歳以上	111	23.4%	29.7%	45.0%	0.9%	0.0%	0.9%
女性	20～29 歳	111	48.6%	18.0%	30.6%	2.7%	0.0%	0.0%
	30～39 歳	111	37.8%	22.5%	35.1%	2.7%	0.9%	0.9%
	40～49 歳	111	27.0%	27.9%	43.2%	0.0%	0.0%	1.8%
	50～59 歳	111	12.6%	30.6%	53.2%	0.9%	2.7%	0.0%
	60 歳以上	111	19.8%	26.1%	51.4%	0.9%	1.8%	0.0%

Q6 ポイントサービスの利用が増えた、または利用を開始した理由はどれですか？（3つまで）

- ・ポイントサービスの利用が増えた理由の第1位は「スマートフォン決済が増えたため（54.2%）」、第2位は「ネットショッピングが増えたため（44.7%）」となった。コロナ禍で、スマートフォン決済やネットショッピングが急速に拡大したことが、ポイントサービスの利用拡大の重要な契機になっていることが窺える。
- ・なお、第3位は「使える店舗が増えるなどポイントサービス自体が使いやすくなったため」の35.8%で、第4位「節約意識が高まったため」の30.3%をおさえる結果。本調査においては、節約意識以上に利用のしやすさや汎用性が重視されている事実が浮かび上がっている。

		回答者数	スマートフォン決済が増えたため	ネットショッピングが増えたため	使える店舗が増えるなどポイントサービス自体が使いやすくなったため	節約意識が高まったため	スマートフォンでポイント管理ができるようになったため	その他	あてはまるものがない
全体		590	54.2%	44.7%	35.8%	30.3%	28.0%	1.9%	3.1%
男性	20～29 歳	63	65.1%	36.5%	17.5%	41.3%	34.9%	3.2%	4.8%
	30～39 歳	62	54.8%	43.5%	41.9%	40.3%	24.2%	6.5%	3.2%
	40～49 歳	56	60.7%	48.2%	35.7%	19.6%	23.2%	0.0%	5.4%
	50～59 歳	45	46.7%	44.4%	42.2%	6.7%	24.4%	4.4%	6.7%
	60 歳以上	60	56.7%	43.3%	38.3%	23.3%	31.7%	1.7%	1.7%
女性	20～29 歳	74	56.8%	55.4%	25.7%	41.9%	28.4%	0.0%	2.7%
	30～39 歳	68	51.5%	48.5%	22.1%	44.1%	35.3%	0.0%	2.9%
	40～49 歳	63	54.0%	46.0%	33.3%	31.7%	22.2%	1.6%	1.6%
	50～59 歳	48	47.9%	29.2%	56.2%	16.7%	37.5%	0.0%	0.0%
	60 歳以上	51	43.1%	47.1%	58.8%	21.6%	15.7%	2.0%	2.0%

Q7 今後、ポイントの利用方法として、使ってみたい、あるいはあったら便利だと思うものはどれですか？（3つまで）

- ・今後使ってみたい、あったら便利と考えるものの上位3位までは、現在の使い道で割合が多いものを問う設問【Q4】と同様の回答。
- ・一方、第4位には「公共料金（水道光熱費等）の支払い（21.4%）」がランクイン。2020年10月5日に公表したSBIインシュアランスグループシリーズアンケート②「コロナ禍のスマートフォン決済に関する調査を実施」でも、「今後スマートフォン決済で利用したいサービス」で第3位に「行政サービスの支払関係」が食い込んでいたことから、公共サービスの支払方法の多様化を望む声が多いことが窺える。
- ・また、「株式や投資信託への投資」も13.6%が使ってみたいとしており、「現在の使い道で割合が多いもの」の8.2%からしてみると、一定の伸びしろが確認できる。このほか、「保険料の支払い」を使ってみようとした割合は8.1%で、現行の1.9%と比較すると伸びしろが大きいことが窺えた。投資や保険など金融サービスとポイント利用には少なからず親和性があることが推察される。

		回答者数	食料品・日用品等の購入	電子マネー・他ポイントへの交換	ギフト・クーポンへの引き換え	公共料金（水道光熱費等）の支払い	株式や投資信託への投資	保険料の支払い	家賃支払い	家族・友人等への送付	寄付	あてはまるものがない
全体		1,110	51.6%	47.8%	22.8%	21.4%	13.6%	8.1%	7.2%	5.9%	1.9%	11.1%
男性	20～29 歳	111	47.7%	39.6%	27.9%	23.4%	23.4%	8.1%	10.8%	1.8%	0.9%	8.1%
	30～39 歳	111	44.1%	43.2%	24.3%	24.3%	20.7%	12.6%	10.8%	8.1%	1.8%	9.9%
	40～49 歳	111	38.7%	50.5%	21.6%	13.5%	20.7%	5.4%	5.4%	8.1%	1.8%	18.0%
	50～59 歳	111	42.3%	40.5%	13.5%	19.8%	16.2%	8.1%	2.7%	2.7%	4.5%	19.8%
	60 歳以上	111	55.0%	55.0%	23.4%	18.0%	8.1%	7.2%	2.7%	4.5%	2.7%	9.9%
女性	20～29 歳	111	50.5%	42.3%	25.2%	27.0%	18.0%	11.7%	12.6%	11.7%	0.9%	6.3%
	30～39 歳	111	53.2%	54.1%	27.9%	22.5%	9.9%	9.0%	11.7%	8.1%	1.8%	7.2%
	40～49 歳	111	55.0%	48.6%	24.3%	19.8%	7.2%	6.3%	9.9%	6.3%	0.9%	9.0%
	50～59 歳	111	60.4%	49.5%	17.1%	28.8%	7.2%	10.8%	2.7%	3.6%	1.8%	12.6%
	60 歳以上	111	69.4%	55.0%	22.5%	17.1%	4.5%	1.8%	2.7%	4.5%	1.8%	9.9%