

News Release

2016年10月5日
株式会社野村総合研究所

ポイント・マイレージの年間発行額は 2022年度に約1兆1,000億円に到達

～国内11業界の年間最少発行額について、2014年度の推計と 2022年度までの予測を実施～

株式会社野村総合研究所（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：此本 臣吾、以下「NRI」）は、家電量販店やクレジットカード、携帯電話など、国内11業界の主要企業*1が1年間に発行するポイント・マイレージを現金換算した「年間最少発行額（下記の注を参照、以下「最少発行額」）」について、2014年度実績の推計および2022年度までの予測を行いました。

注：推計するポイント・マイレージの発行額は、各業界で集計対象とした企業数が限られていること、また、来店キャンペーンなど購買金額にかかわらず発行されるものや特別会員向けなどの追加発行ポイントを除いているため、「年間最少発行額」としていません。

■ 2014年度の最少発行額は8,495億円、2022年度には1兆1,000億円に到達

国内11業界の主要企業が2014年度に発行したポイント・マイレージの最少発行額は、8,495億円と推計され、その3分の2はクレジットカード会社、家電量販店、携帯電話事業者により発行されているとみられます（図1、表1）。

2015年度以降、発行額は堅調に伸び続け、2022年度には1兆967億円に達する見込みです。一部の企業で売上高が減少したり、ポイント還元率*2の低減が行われたりするものの、全体としては各社でポイント付与の対象会員数やポイント適用率*3が年々高まるため、ポイント・マイレージの発行規模が拡大し続けていくものと考えられます。

■ 今後、発行規模の拡大が見込まれるのは「クレジットカード」「インターネット通販」「コンビニエンスストア」および「電力・ガス」

業界別の最少発行額の推移をみると、2014年度は「航空」や「コンビニエンスストア」といった業界の増加額が大きくなっています。これらはいずれも、各社の売上増加がその主な要因としてあげられます。

一方、2015年度から2022年度までの期間にポイント発行規模のさらなる拡大が見込まれる業界は、「クレジットカード」や「インターネット通販」、「コンビニエンスストア」です。「クレジットカード」と「インターネット通販」については、ポイント適用率や還元率に変化はないものの、全体として商取引額が今後も拡大すること、また「コンビニエンスストア」については、商取引額やポイント還元率に大きな変化は生じないが、ポイントカードを保有・利用する顧客の割合が高まっていくため、結果としてポイント適用率が大きく上昇する

ことが、それぞれ拡大の要因となります。

そのほか、電力やガスなどの業界においても、ポイント制度を導入する事業者自体の増加や、それに伴うポイント利用者の拡大によって、ポイントの発行額が増加していくことが予想されます。

NRIでは、今後もポイント・マイレージの市場動向を継続的に分析し、ビジネスを促進するポイントプログラムのあり方を提案していきます。

※1 国内 11 業界の主要企業：

国内でポイント・マイレージの発行を活発に行っている 11 業界（家電量販店、クレジットカード、携帯電話、ガソリンスタンド、航空、コンビニエンスストア、総合スーパー、インターネット通販、百貨店、ドラッグストア、外食）において、ポイントプログラムサービスを提供中かつ、売上が上位の企業。対象社数は表 1 を参照。

※2 ポイント還元率：

ポイントが利用者に還元される際に、その還元額が元の販売金額に占める比率。

※3 ポイント適用率：

各社の総売上のうち、ポイントカードの提示などでポイントが付与される（ポイント制度が適用される）売上の比率。

【ニュースリリースに関するお問い合わせ】

株式会社野村総合研究所 コーポレートコミュニケーション部 潘、坂
TEL：03-6270-8100 E-mail：kouhou@nri.co.jp

【本調査の担当】

株式会社野村総合研究所 ICT・メディア産業コンサルティング部 富田

【ご参考】

図 1: 国内におけるポイント・マイルの年間最少発行額の推計と予測値

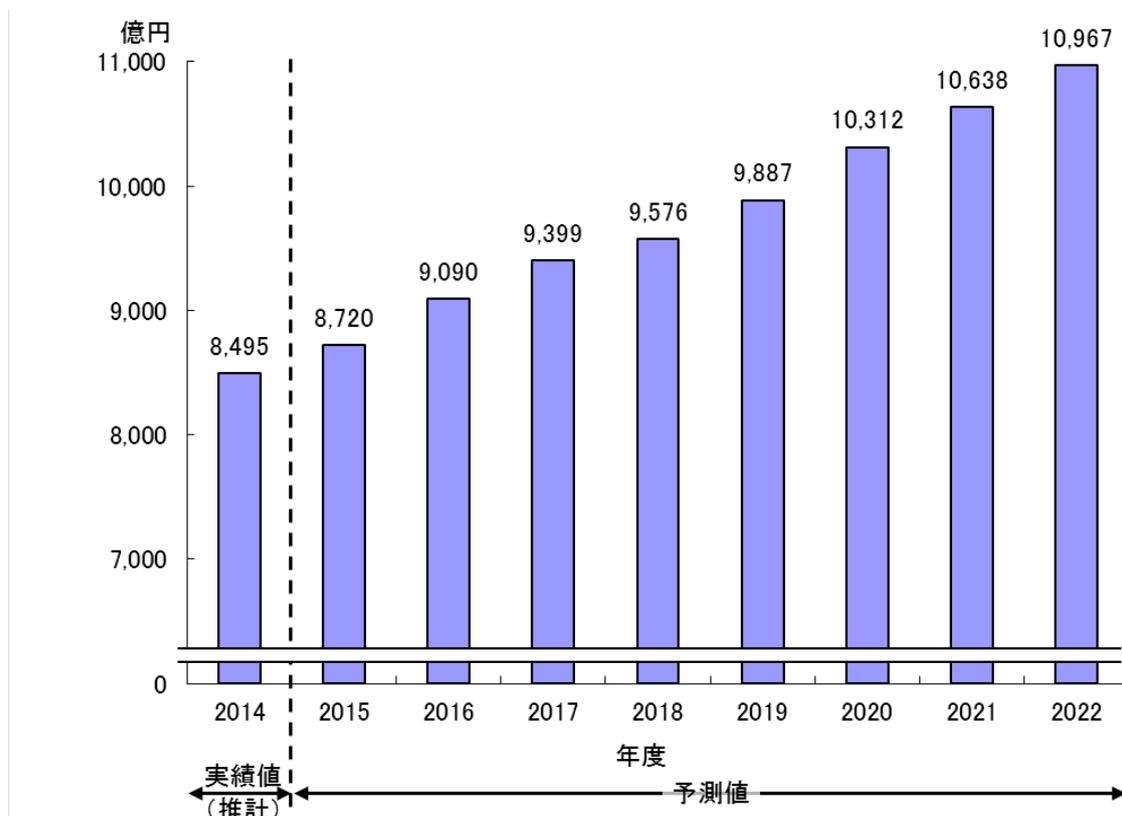


表 1: 国内 11 業界別に見た 2014 年度のポイント・マイル年間最少発行額と算出の背景

業界	ポイント付与基本指標・数値		ポイント適用率 ¹⁾	ポイント還元率 ²⁾ (%、円/マイル)	2014年度年間発行額 ³⁾ (億円)	2015～22年度年平均成長率	
	指標 (単位)	2014年度 数値					
クレジットカード (業界全体)	ショッピング取扱高 (億円)	462,663	100.0%	0.5%	2,313	6.5%	
家電量販店 (主要8社)	売上総計 (億円)	42,509	80.0%	6.4%	2,173	0.1%	
携帯電話 (主要3社)	売上総計 (億円)	98,741	100.0%	1.1%	1,079	-0.5%	
航空 (主要2社)	有償旅客マイル ⁴⁾ (億人・マイル)	835	50.0%	1.5円/マイル	626	1.0%	
ガソリン (主要3社)	売上総計 (億円)	149,822	65.0%	0.6%	604	2.1%	
コンビニエンスストア (主要4社)	売上総計 (億円)	88,193	60.0%	0.9%	473	8.0%	
総合スーパー (主要5社)	売上総計 (億円)	87,487	80.0%	0.6%	401	1.0%	
インターネット通販 (主要3社)	売上総計 (億円)	32,499	100.0%	1.0%	325	10.0%	
百貨店 (主要7社)	売上総計 (億円)	45,376	60.0%	1.0%	272	0.5%	
ドラッグストア (主要7社)	売上総計 (億円)	24,659	80.0%	1.0%	192	0.2%	
外食 (主要7社)	売上総計 (億円)	7,039	60.0%	0.8%	36	1.0%	
					合計	8,495	3.2%

- 1) **ポイント適用率の設定方法：**
NRI が 2015 年 7 月～8 月に実施した「NRI 生活者 1 万人アンケート」（有効回答数：10,316 人の訪問留置型調査）の結果や、各種公開情報を参考に 5%刻みで設定した。
- 2) **ポイント還元率の設定方法：**
各種公開情報を参考に、最も低い値などを業界基準値として採用した。航空マイルの金額換算については、1 マイルあたり 1.5 円とした。
- 3) **ポイント・マイレージ年間最少発行額の推計方法：**
ポイント・マイレージ最少発行額＝ポイント付与基本指標・数値×ポイント適用率×ポイント還元率。
- 4) **有償旅客マイル：**
有料で搭乗する旅客ごとの飛行距離の総和。