

2024年10月22日  
J.D. パワー ジャパン

**J.D. パワー 2024年共通ポイントサービス満足度調査<sup>SM</sup>**

～本年より金融系、交通系ポイントを加えた8ブランドが対象、  
総合満足度は楽天ポイントが4年連続の第1位～

CS（顧客満足度）に関する調査・コンサルティングの国際的な専門機関である株式会社 J.D. パワー ジャパン（本社：東京都港区、代表取締役社長：山本浩二、略称：J.D. パワー）は、**J.D. パワー 2024年共通ポイントサービス満足度調査<sup>SM</sup>**の結果を発表した。

本調査は共通ポイントサービスの利用実態や満足度を調べるもので、4回目となる本年は新たに JRE POINT と V ポイントを調査対象とし、dポイント、nanacoポイント、PayPayポイント、Pontaポイント、楽天ポイント、WAON POINT と合わせた8ブランドを対象に、業界横断的に調査を実施した。（英文表記アルファベット順）

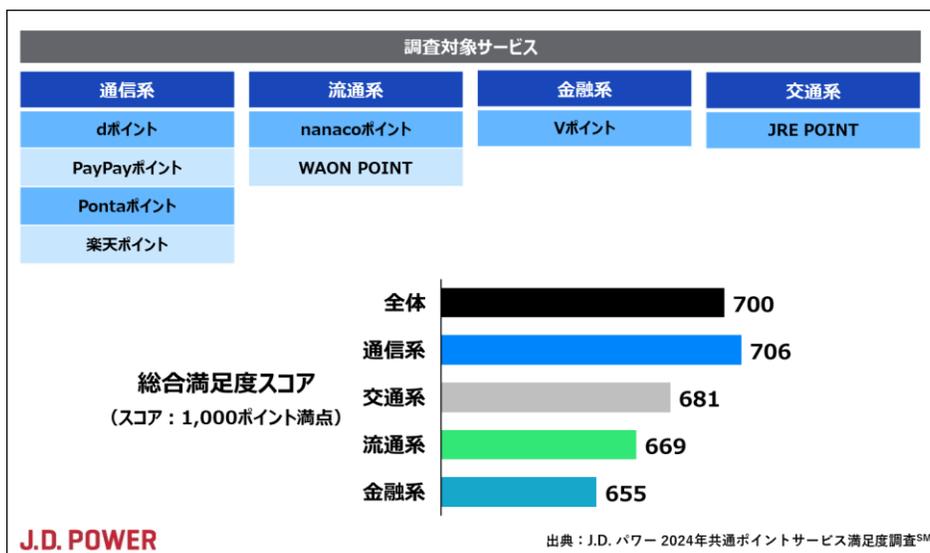
**共通ポイント市場の満足度は前年比で横ばいも、通信系での評価動向に差異あり**

本年調査の総合満足度平均は700ポイントとなり、前年調査（2023年10月発表）からの変化は見られなかった。通信系、流通系、金融系、交通系<sup>\*</sup>の4業界に分けて見ると、流通系は前年と同水準であったが、通信系ではブランドごとに評価が分かれた。一部のブランドでは評価の向上が見られる一方、停滞または低下しているブランドも見受けられた。

通信系の一部ブランドで評価が向上している要因の1つとして、携帯電話会社各社によるポイントの還元率等が上がるスマートフォンの新料金プランの導入が考えられる。これらの料金プランは系列の金融サービスや、コード決済をはじめとした決済サービスの利用によって金銭的特典や多くのポイントを獲得できるもので、その経済圏の根幹を成す共通ポイントの満足度の向上につながることがうかがえる。

<sup>\*</sup>各業界のブランドは下記の通り

- 通信系：dポイント、PayPayポイント、Pontaポイント、楽天ポイント
- 流通系：nanacoポイント、WAON POINT
- 金融系：Vポイント
- 交通系：JRE POINT



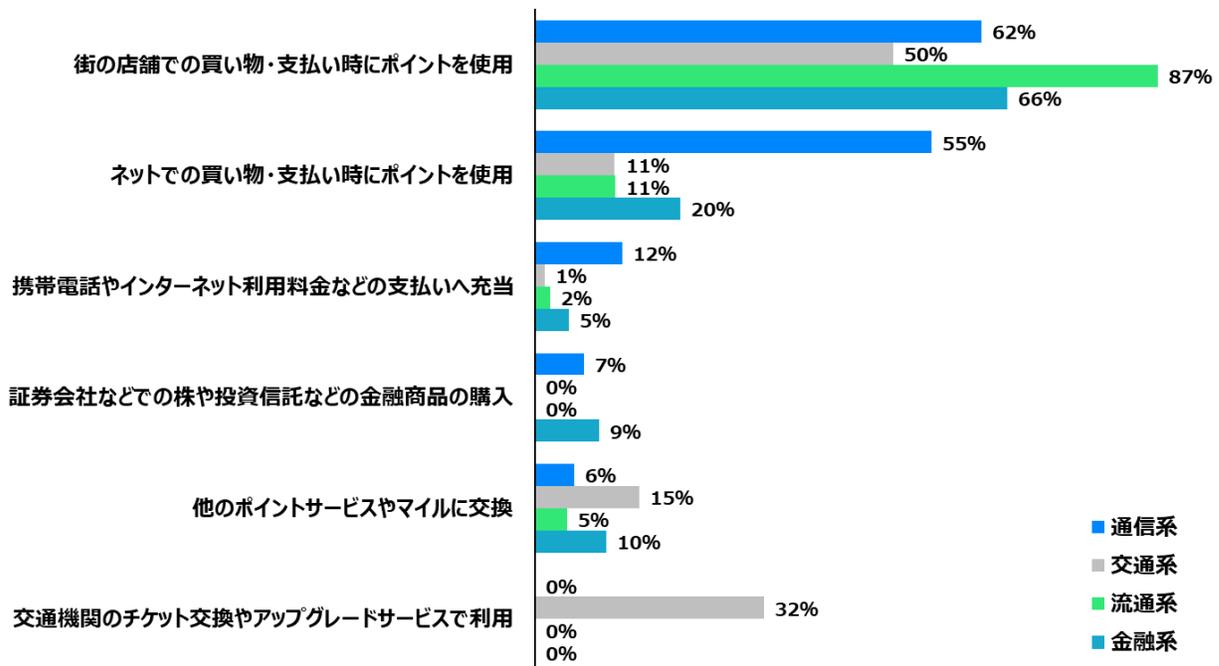
## 通信系ポイントサービスは、ポイントの使いやすさと確認のしやすさで他業界をリード

共通ポイントサービスの総合的な満足度の測定にあたって、「ポイントの貯めやすさ」、「ポイント確認のしやすさ」、「ポイントの使いやすさ」、「ホームページ／カスタマーサポート」の4つのファクターを設定している。

業界別にみて総合満足度が最も高い通信系のファクター満足度と流通系、金融系、交通系それぞれのファクター満足度を比較すると、共通して「ポイントの使いやすさ」と「ポイント確認のしやすさ」において大きな差が見られた。

通信系で「ポイントの使いやすさ」の評価が高い背景には、ユーザーにとってポイントを使いやすい環境が整っていることが挙げられる。通信系では「携帯電話やインターネット利用料金などの支払いへ充当」している割合は12%と他より高く（流通系2%、金融系5%、交通系1%）、「ネットでの買い物・支払い時にポイントを使用」している割合も55%と他より高くなっている（流通系11%、金融系20%、交通系11%）。自社経済圏でのポイント使用シーンが幅広く、ネット通販等のオンラインでの即時使用ができることも高評価につながっていると考えられる。

### 業界毎のポイント使用方法（複数回答）



\* 数値について、小数点以下は四捨五入しています

J.D. POWER

出典：J.D. パワー 2024年共通ポイントサービス満足度調査<sup>SM</sup>

また、「ポイント確認のしやすさ」の評価が高い背景には、モバイルアプリの利用率や使いやすさがあげられる。モバイルアプリでの「ポイント確認のしやすさ」は、モバイルサイトやパソコンサイトでの確認と比較して大幅に高い評価を得ている。利用率を見ると、他業界では5～6割後半であるのに対し、通信系では8割にも達している。

モバイルアプリで保有ポイント数や利用履歴などを確認する際、「見やすい」、「情報・内容がわかりやすい」、「表示されるまでのスピードが早い」というようにポジティブに感じるユーザーの割合をみても、通信系が他業界よりも高く、通信系事業者が提供する各種アプリの利便性が高いことがうかがえる。

## 自社経済圏での金融サービス利用促進が顧客満足度を高める鍵

ポイント取得方法別の総合満足度スコアを見ると、前年に続き、投資信託の運用成果に応じてポイント還元される「ポイント運用サービスの利用」が最も高く、次いで、系列の金融機関を通じた株式取引や投資信託の保有残高に応じてポイントが付与される「金融サービスの利用」によりポイントを貯めているユーザーの満足度が高い。共通ポイントサービスの満足度を向上させるには、このような金融と連携したサービス利用によってポイントを貯めるユーザーを増やす仕組み作りが重要になる。

一方で、このようなサービス利用でのポイント取得の割合は、全体で見ると前年比で横ばいの動きとなり、1割台にとどまる。しかし、一部のブランドでは前年より利用率が増加しており、金融サービスとの連携促進が上手く実施できている企業と、そうでない企業で明暗を分ける結果となった。新NISAの導入により、多くの人が投資を始め、長期的な視点で資産形成を意識する人が今後も増加していくと考えられる。自社経済圏への囲い込みに向けても、ポイントを基点とした金融サービスとの連携強化はますます重要になってくるだろう。

## J.D. パワー 2024 年共通ポイントサービス満足度 No. 1 を発表

総合満足度ランキングは下記の通り。（対象 8 ブランド）

### 第 1 位：楽天ポイント（721 ポイント）

4 年連続の総合満足度第 1 位。「ポイントの貯めやすさ」、「ポイント確認のしやすさ」、「ポイントの使いやすさ」の 3 ファクターで最高評価。

### 第 2 位：PayPay ポイント（712 ポイント）

「ホームページ／カスタマーサポート」ファクターで最高評価。

### 第 3 位：JRE POINT（681 ポイント）

### 《J.D. パワー 2024 年共通ポイントサービス満足度調査<sup>SM</sup>概要》

年に 1 回、共通ポイントサービスのユーザーを対象に、ポイントサービスの利用状況や各種経験、満足度を聴取し明らかにする調査。今回で 4 回目の実施となる。

■実施期間：2024 年 7 月下旬～8 月上旬 ■調査方法：インターネット調査

■調査対象：月に 1 回以上、共通ポイントサービスを利用している（貯めているまたは使っている）人  
（スマートフォン所有者、18～74 歳）

■調査回答者数：18,036 人

総合的な顧客満足度に影響を与えるファクターを設定し、各ファクターの詳細評価項目に関するユーザーの評価を基に 1,000 ポイント満点で総合満足度スコアを算出。総合満足度を構成するファクターは、総合満足度に対する影響度が大きい順に、「ポイントの貯めやすさ」（37%）、「ポイント確認のしやすさ」（30%）、「ポイントの使いやすさ」（28%）、「ホームページ／カスタマーサポート」（6%）となっている（カッコ内は影響度）。

\* J.D. パワーが調査結果を公表する全ての調査は、J.D. パワーが第三者機関として自主企画し実施したものです。

【ご注意】本紙は報道用資料です。弊社の許可なく本資料に掲載されている情報や結果を広告や販促活動に転用することを禁じます。

《本リリースに関するお問い合わせ》

株式会社 J.D. パワー ジャパン

メディア関係者様お問い合わせ：北見（コーポレート コミュニケーション）

Tel：03-6809-2996 E-mail：release@jdpa.com

調査レポート購読等お問い合わせ：野本・奥・周東（GBI 部門 通信・テクノロジーインダストリー）

Tel：03-6809-2987 E-mail：japanGBIPractice@jdpa.com

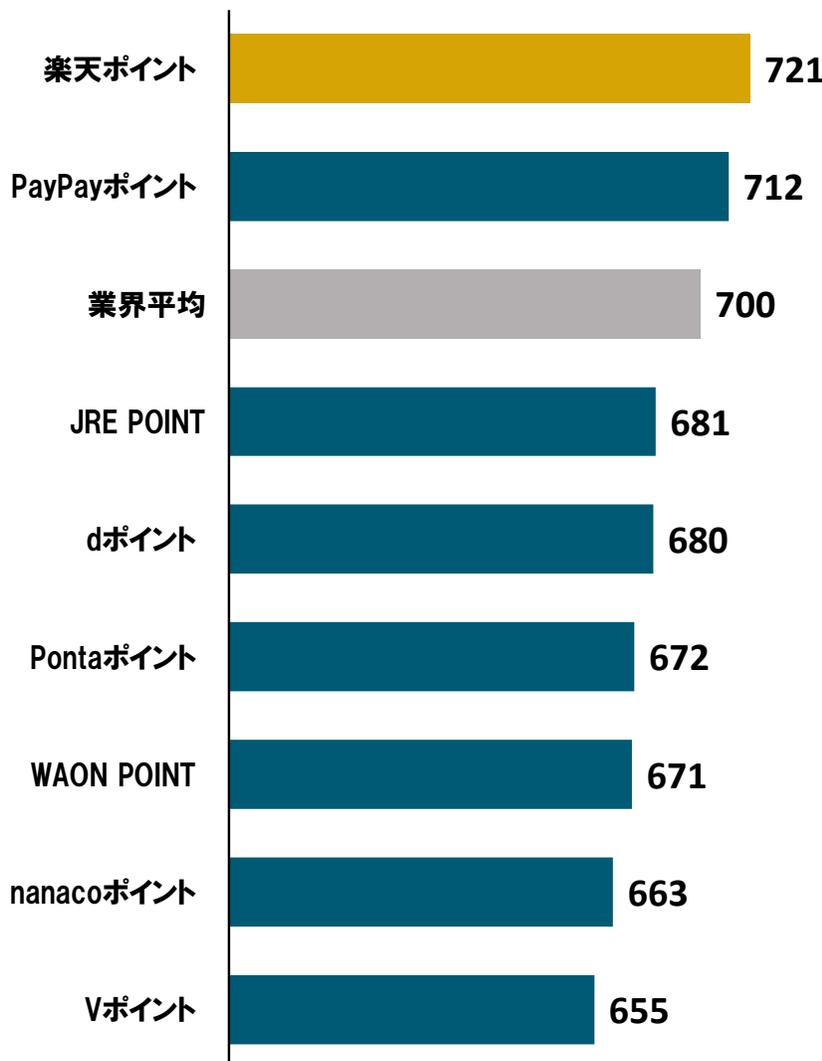
J.D. パワーについて：

米国に本社を置く J.D. パワーは消費者インサイト、アドバイザリーサービス、データと分析における国際的なマーケティングリサーチカンパニーです。ビッグデータや人工知能（AI）、アルゴリズムモデリング機能を活用して消費者行動を捉える先駆者であり、消費者に関する鋭い業界インテリジェンスを提供してきました。J.D. パワーは半世紀以上に渡って、顧客とブランド・製品に関わり続け、主要産業における世界の大手企業から、顧客対応戦略の指針として信頼されています。

J.D. パワーは、北米、ヨーロッパ、アジア太平洋にオフィスを構えています。事業内容の詳細については、<https://japan.jdpower.com/ja> をご覧ください。

# J.D. パワー 2024年共通ポイントサービス満足度調査<sup>SM</sup>

## 顧客満足度ランキング (1,000ポイント満点)



注) 回答者数等の諸条件が弊社規定条件を満たしたブランドのみ公表対象としています。

出典: J.D. パワー 2024年共通ポイントサービス満足度調査<sup>SM</sup>

本紙は報道用資料です。J.D. パワーの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。  
報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、上記出典を明記してください。