

「ボーナスと暮らし向きに関するアンケート調査」(2009年冬)の結果

当センターでは、2009年冬のボーナス予想や暮らし向きについて、千葉銀行各支店の来店客(1,000人)を対象にアンケート調査を実施し、その結果は次のとおりとなった。

概 要

< ボーナス予想額 >

53.9万円(前年冬比、35,000円減少(6.1%))

今冬のボーナス予想額は53.9万円となり、前年の受取額(回答者の実績)を35,000円下回る結果となった。減少率は6.1%で昨冬(3.4%)を上回る厳しい回答となった。冬のボーナスとしては07年冬以降3年連続の前年割れであり、先の見えない予想となっている。しかも、今冬の減少率6.1%は本調査開始(1986年夏)以来、過去ワースト2位(1位は02年冬の6.6%)の記録である。ボーナスアンケート調査で見ると、景気後退の下げ止まり感は薄く、景気回復、底入れ観は乏しい。

民間調査機関による今冬の企業のボーナス支給調査では、支給ベースで前年実績を下回ると発表しているが、県内一円の給与所得者を対象とする当センターの調査でも、同様に厳しい結果となっている。

< 暮らし向き:「収入」および「消費支出」>

暮らし向きは「収入」、「消費支出」の両面で、昨冬の調査結果よりも悪化し、生活全般に厳しさが増している。

直近半年間の暮らし向きは、「収入」において昨冬の調査に比べ、「減った」が32.2%(昨冬21.6%)と10.6ポイントも増加し、「増えた」の回答も9.9%(昨冬10.8%)と0.9ポイント減少し、ともに収入面の悪化を訴えている。

また、「消費支出」においても、「増やした」は14.9%(昨冬25.3%)と10.4ポイント減少し、「減らした」も29.1%(昨冬21.5%)と7.6ポイント増加し、ともに家計消費の抑制が続いている。「収入」、「消費支出」の先行き(今後半年間)の見通しも、現状より更なる悪化を予想し、給与所得者の厳しい現実と先行きへの不安、警戒感が見て取れる。

ボーナスの増減予想では、「増えそう」は8.4%(昨冬8.5%)と前年冬とほぼ同率であったが、「減りそう」は40.9%(昨冬26.0%)と同14.9ポイント高くなり、大幅に悪化した。また、「変わらない」が50.7%(昨冬65.5%)で、ほぼ半数に減少し、「変わらない」から「減りそう」へのシフトが見られる。

ボーナスの配分については、1位「貯蓄」、2位「ローン等の返済」、3位「教育・教養」で、以下「生活費の補填」、「買い物」、「旅行レジャー」の順である。1位「貯蓄」、2位「ローン等の返済」の順は毎年変わらないが、昨冬4位の「教育・教養」が3位と順位を上げた。

貯蓄の内訳をみると、「銀行預金(財形貯蓄を含む)」79.5%、「ゆうちょ貯金」9.0%、「社内預金」7.8%の順となっている。この3項目で全体の96.3%(昨冬94.2%)を占めている。また、今冬は「ゆうちょ貯金」が「社内預金」を上回り、2位となっている。預貯金以外の金融商品としては投信・株式が全体の2.7%(昨冬3.8%)であり、リスクの伴う金融商品は、依然として低調な結果となっている。

貯蓄の目的は、1位「老後の備え」、2位「教育資金」、3位「旅行・レジャー」が上位を占めた。昨冬4

位の「旅行・レジャー」が3位と順位を上げた。

購入希望品目では、1位「婦人服」、2位「テレビ」、3位「紳士服」が上位を占めた。この順位は昨冬と同じである。

調査結果

1 ボーナスの増減予想

ボーナスの増減予想では、「増えそう」は8.4%（昨冬8.5%）と前年とほぼ同率であったが、「減りそう」は40.9%（昨冬26.0%）と同14.9ポイント高くなり、大幅に悪化した。また、「変わらない」が50.7%（昨冬65.5%）で、ほぼ半数に減少し、「変わらない」から「減りそう」へのシフトが見られる。

この冬のボーナスは、昨冬に比べて、「増えそう」は8.4%、「減りそう」は40.9%、「変わらない」が50.7%となった。「増えそう」（昨冬8.5%）は昨冬とほぼ同率であったが、「減りそう」（昨冬26.0%）は、14.9ポイント高くなり、大幅に悪化した。

また、「変わらない」（昨冬65.5%）は、ほぼ半数となり、「変わらない」から「減りそう」へのシフトが見られる。

また、今冬の「増えそう」と「減りそう」との差（「増えそう」-「減りそう」）は32.5ポイント（昨冬17.5ポイント）と、マイナス幅は15ポイント拡大し、厳しさを増している（図表-1、図表-2）。

年齢階層別にみると、「増えそう」は「30歳未満」が16.1%と他の階層に比べて高い。しかし、今冬は、おとし07年冬（32.6%）の約半分に減少している。比較的ボーナスの減少の影響が少なかった「30歳未満」の若年層も、悪化の度合いが顕著となってきている。

また、今冬も「40歳代」、「50歳以上」の年齢層は、「増えそう」の回答割合は低く一桁台にとどまっている。

「減りそう」では、「40歳代」、「50歳以上」の回答者の約半数が減少を予想し、悲観的な回答が目立っている。昨冬との比較でも、「減りそう」は全ての階層で、前年を上回り、悪化が進行している。

なお、ボーナス予定日は、12月上旬が58.6%、中旬23.7%、下旬8.5%、不明9.2%で、半数以上が12月上旬を予定している。

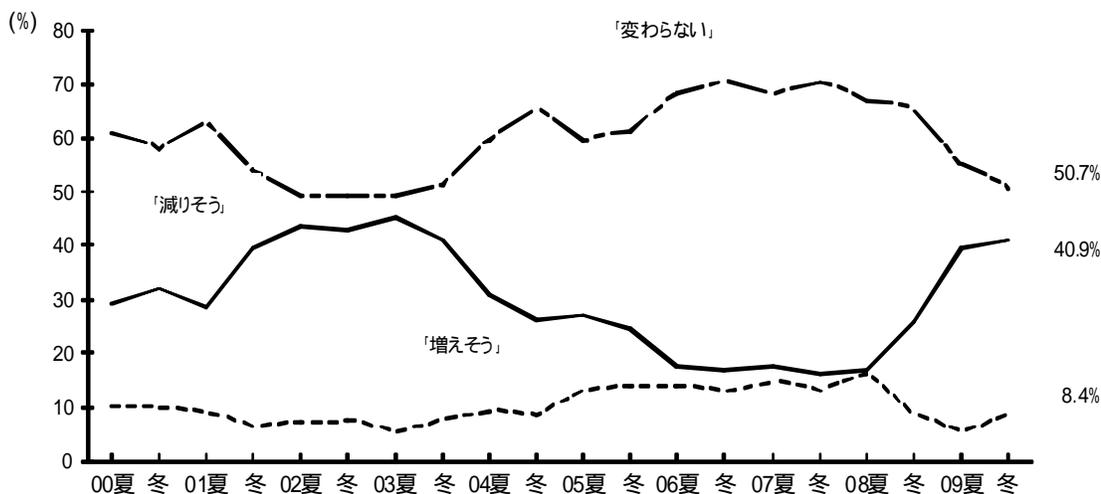
図表-1 ボーナスの増減予想(対前年比)

(構成比、単位:%)

		「増えそう」	「減りそう」	「変わらない」
平均	07冬	13.2	16.3	70.5
	08冬	8.5	26.0	65.5
	09冬	8.4	40.9	50.7
30歳未満	07冬	32.6	9.3	58.1
	08冬	20.9	16.3	62.8
	09冬	16.1	28.2	55.7
30歳代	07冬	11.8	13.0	75.2
	08冬	10.9	24.8	64.2
	09冬	10.9	36.4	52.7
40歳代	07冬	8.1	20.2	71.7
	08冬	5.6	28.7	65.6
	09冬	3.2	48.1	48.7
50歳以上	07冬	8.7	19.7	71.6
	08冬	2.3	29.3	68.4
	09冬	5.8	47.4	46.8

注)不明、無回答を除いた構成比

図表 - 2 ボーナス増減予想割合の推移



2 ボーナスの予想額

今冬のボーナス予想額は53.9万円となり、前年の受取額(回答者の実績)を35,000円下回る結果となった。減少率は6.1%で昨冬(3.4%)を上回る厳しい回答となった。

ボーナスの予想額(回答者の平均、税引き後の受取額)は53.9万円で、前年冬比35,000円の減少となった。減少率は6.1%で昨冬(3.4%)を上回る厳しい回答となった。冬のボーナスとしては07年冬以降、3年連続の前年割れであり、先の見えない予想となっている。しかも、今冬の減少率6.1%は本調査開始(1986年夏)以来、過去ワースト2位(1位は02年冬の6.6%)の記録である。ボーナスアンケート調査で見ると、景気後退の下げ止まり感は薄く、景気回復、底入れ観は乏しい。(図表 - 3, 図表 - 4)。

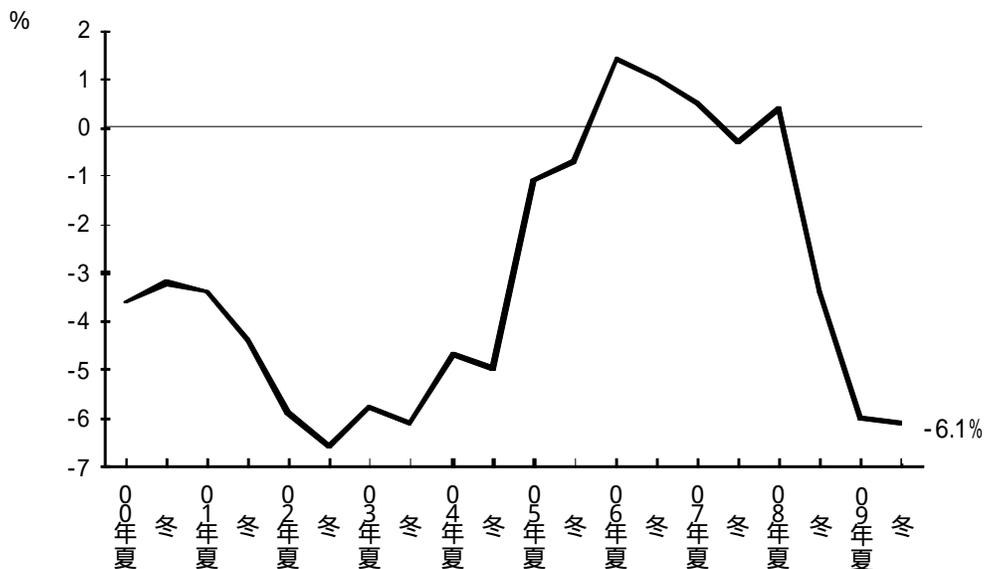
今冬の調査では年齢階層別に見ると、すべての年齢階層において昨冬実績を下回る厳しい回答となった。

昨冬も「40歳代」および「50歳以上」は前年受取額を下回ったが、今冬は更に減少幅が拡大し、厳しさを増している。

図表 - 3 ボーナス予想額・予想伸び率

		予想額 (万円)	予想伸び率 (対前年冬、%)
平均		53.9	6.1
30歳未満		35.3	1.7
30歳代		45.6	4.4
40歳代		60.7	8.6
50歳以上		72.9	6.9
勤務	県内	49.1	5.8
地別	東京	87.6	5.1

図表 - 4 ボーナス予想伸び率の推移



勤務地別では、県内勤務者も都内勤務者も受取予想額はともに昨冬を下回る結果となった。減少率も、県内勤務者、都内勤務者ともに、5%台の減少である。しかし、県内・都内による勤務地によるボーナス受取額の格差は38.5万円(昨冬24.2万円)で、その差は拡大している。

3 ボーナスの配分予定

ボーナスの配分については、1位「貯蓄」、2位「ローン等の返済」、3位「教育・教養」で、以下「生活費の補填」、「買い物」、「旅行レジャー」の順である。1位「貯蓄」、2位「ローン等の返済」の順は每期変わらないが、昨冬4位の「教育・教養」が3位と順位を上げた。

ボーナスの配分予定は、1位「貯蓄」(34.2%)、2位「ローン等の返済」(12.4%)、3位「教育・教養」(9.4%)で、以下、「生活費の補填」、「買い物」、「旅行・レジャー」の順となっている(図表 - 5,図表 - 6)。

1位「貯蓄」、2位「ローン等の返済」の順位は每期変わらず、配分割合も受取額全体の半分位を占めている。従って、実際の消費に回るボーナスは全体のうち半分以下と思われる。

昨冬との順位と比較では、昨冬4位の「教育・教養」が3位の「生活費の補填」と入れ替わりボーナスの配分の順位を上げた。

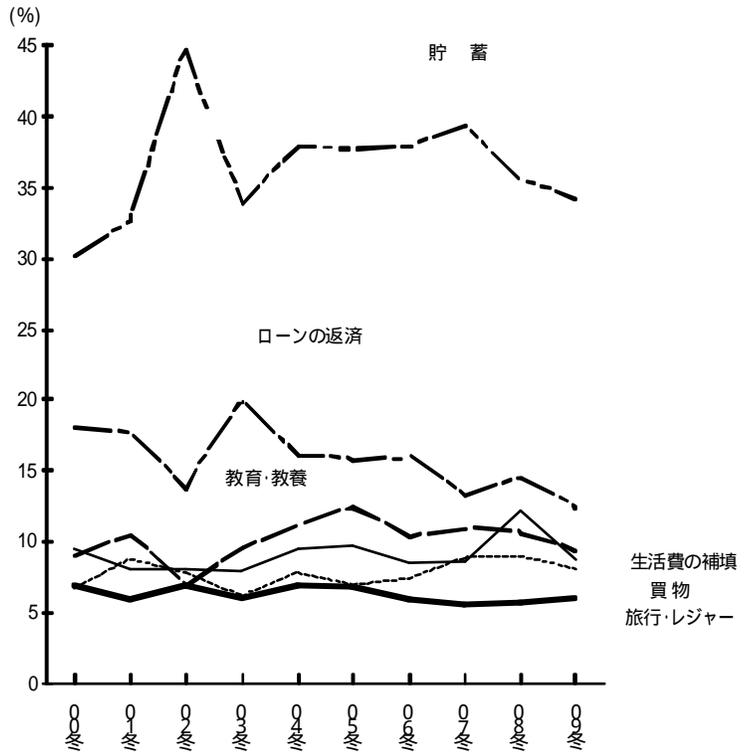
図表 - 5 ボーナスの配分予定の推移

既婚・独身、男・女別で見ると、既婚・独身、男・女を問わず、まず「貯蓄」に回すと答えている。なかでも独身女性は貯蓄志向が高く52.3%(昨冬比1.7ポイント増)を貯蓄に回している。

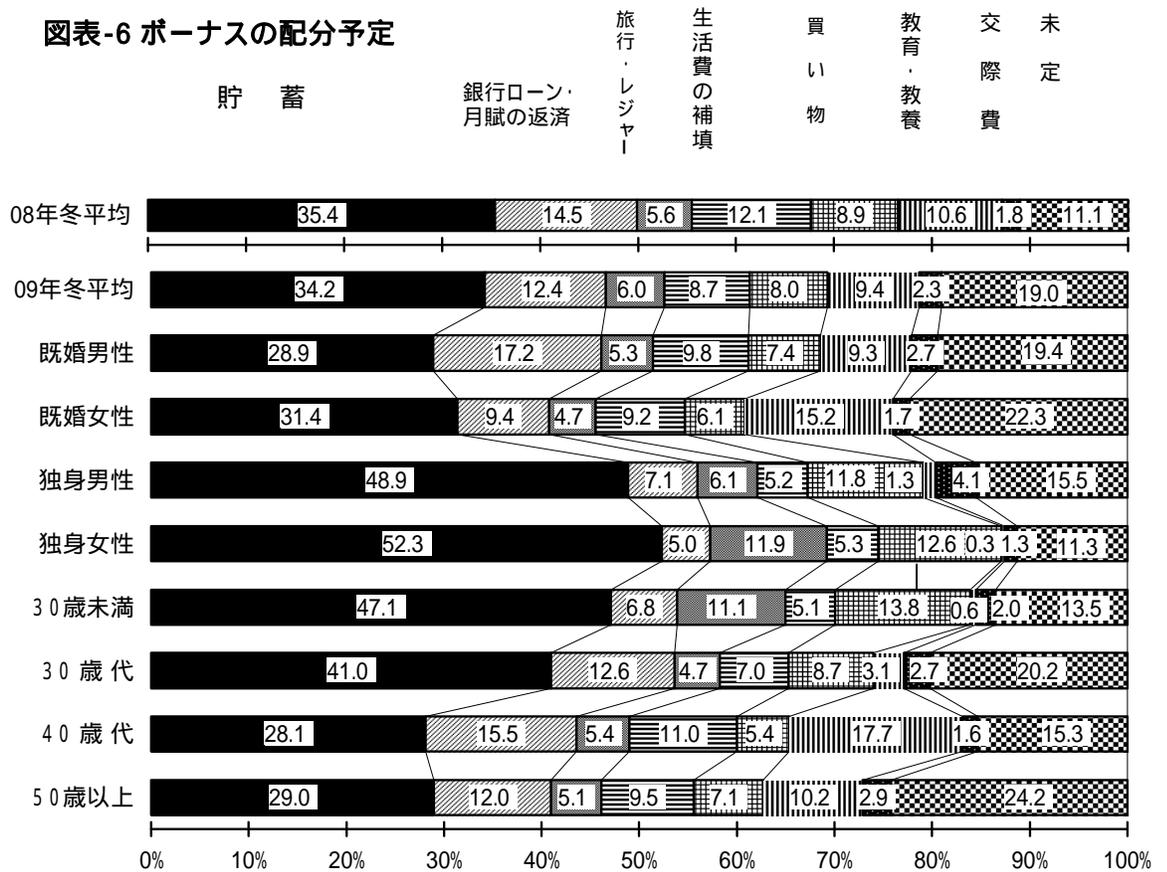
独身者は既婚者に比べて「旅行・レジャー」や、「買い物」のウェイトが高く、既婚者は独身者に比べて「ローン等の返済」、「生活費の補填」、「教育・教養」に高い割合を占め、独身・既婚それぞれの特徴を表わしている。

年齢別で見ても、全年齢層において配分の一番は「貯蓄」である。なかでも30歳未満は貯蓄志向が高く47.1%(昨冬比0.7ポイント増)を貯蓄に回すとしている。

貯蓄以外の項目では、30歳未満の年齢層が「買物」と「旅行レジャー」に、40歳代は「ローン等の返済」、「生活費の補填」、「教育・教養」に、それぞれ他の年齢層に比べ高くなっている。



図表-6 ボーナスの配分予定



4 貯蓄の内訳

貯蓄の内訳をみると、「銀行預金(財形貯蓄を含む)」79.5%、「ゆうちょ貯金」9.0%、「社内預金」7.8%、の順となっている。この3項目で全体の96.3%(昨冬94.2%)を占めている。また、今冬は「ゆうちょ貯金」が「社内預金」を上回り、2位となっている。預貯金以外の金融商品としては投信・株式が全体の2.7%(昨冬3.8%)であり、リスクの伴う金融商品は、依然として低調な結果となって

いる。

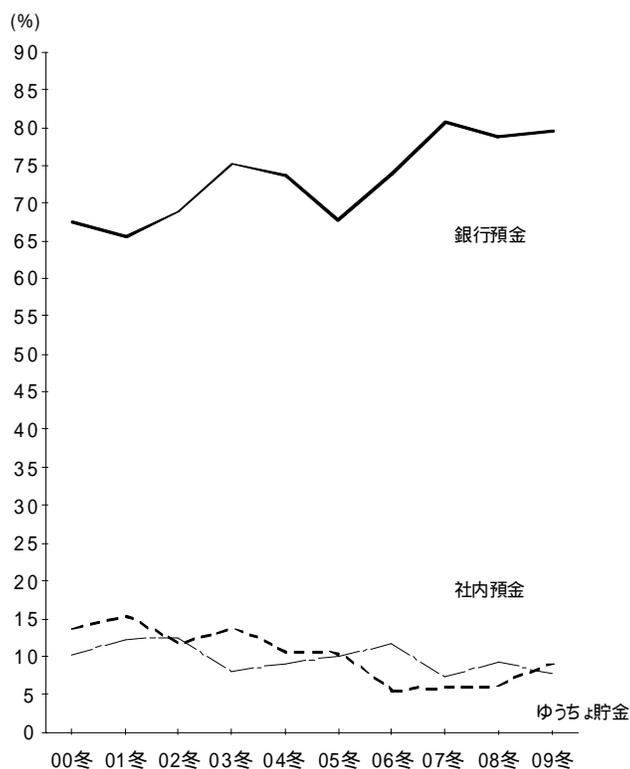
貯蓄の内訳は、「銀行預金（財形貯蓄を含む）」79.5%、「ゆうちょ貯金」9.0%、「社内預金」7.8%の順となっている。今冬は「ゆうちょ貯金」が「社内預金」を上回った。例年と変わらず、ボーナスの貯蓄は預貯金が中心で、この3項目で全体の96.3%（昨冬94.2%）を占めている（図表 - 7, 図表 - 8）。

預貯金以外の金融商品としての「投信・株式」は全体の2.7%（昨冬3.8%）とリスクの伴う金融商品は低調である。

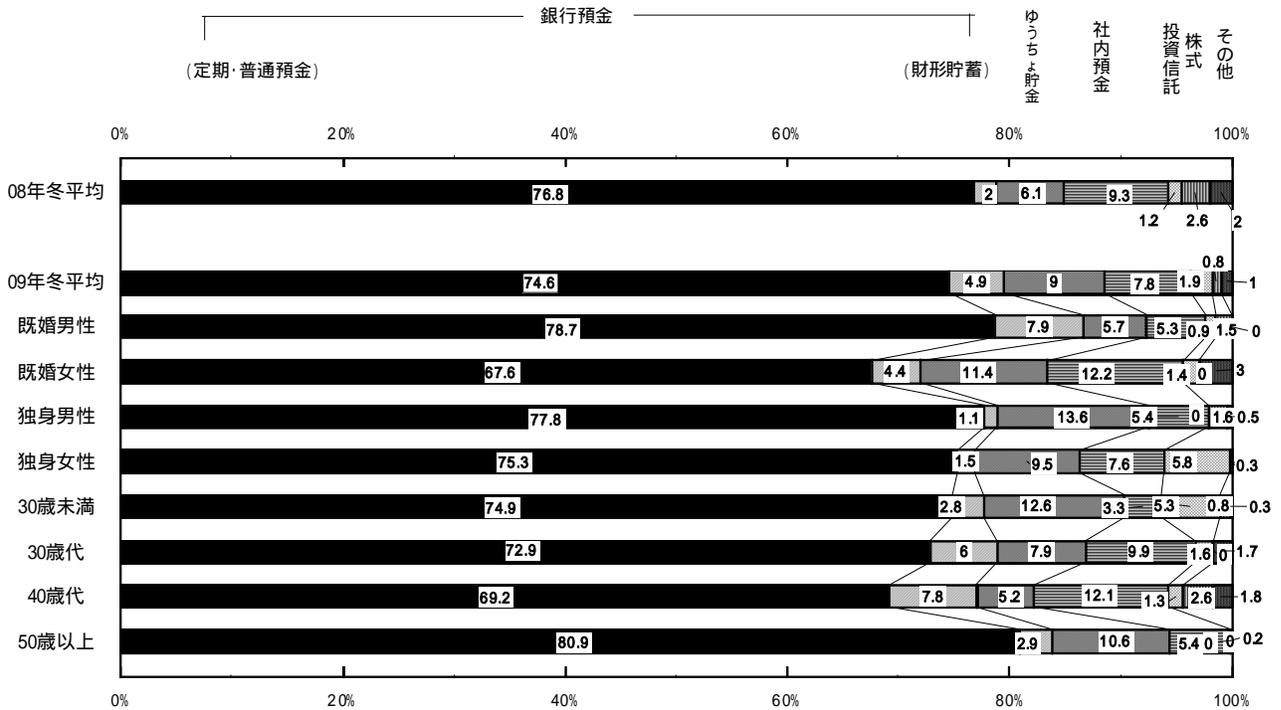
貯蓄の内訳を、既婚・独身、男・女別でも、いずれも「銀行預金」の割合が一番高い。銀行預金以外では、「ゆうちょ貯金」は独身男性（13.6%）、「社内預金」は既婚女性（12.2%）、「投信・株式」は独身女性（5.8%）が比較的高い関心を得ている。

年齢別でも、各年齢層で「銀行預金」の割合がトップであり、貯蓄全体の中で占める割合が70～80%台と高い。銀行預金以外では、「ゆうちょ貯金」は30歳未満（12.6%）、「社内預金」は40歳代（12.1%）から支持されている。「投信・株式」は30歳未満（6.1%）の関心が他の年齢階層に比べ高い。

図表 - 7 貯蓄の内訳推移



図表-8貯蓄の内訳

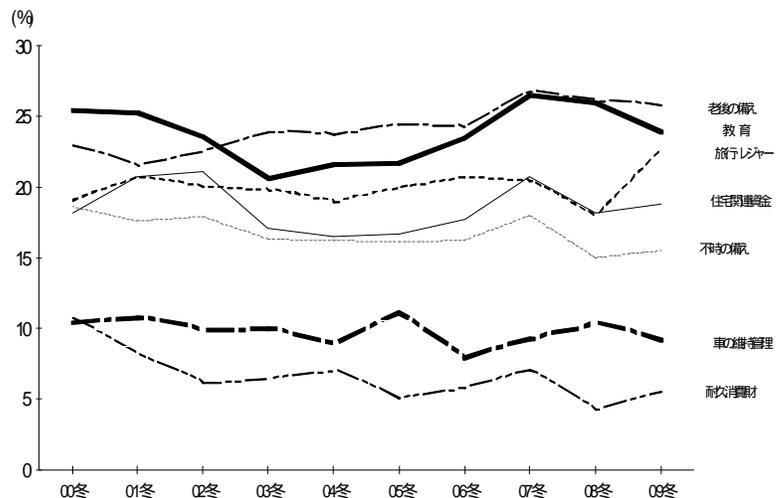


5 貯蓄の目的

貯蓄の目的は、1位「老後の備え」、2位「教育資金」、3位「旅行・レジャー」が上位を占めた。昨冬4位の「旅行・レジャー」が3位と順位を上げた。

貯蓄の目的(複数回答)は、1位「老後の備え」25.8%に続き、2位「教育資金」24.0%、3位「旅行・レジャー」22.7%となった。昨冬4位の「旅行・レジャー」が3位と順位を上げた。以下「住宅関連資金」、「不時の備え」、「車の維持管理」、「耐久消費財」の順である(図表-

図表-9 貯蓄の目的の推移

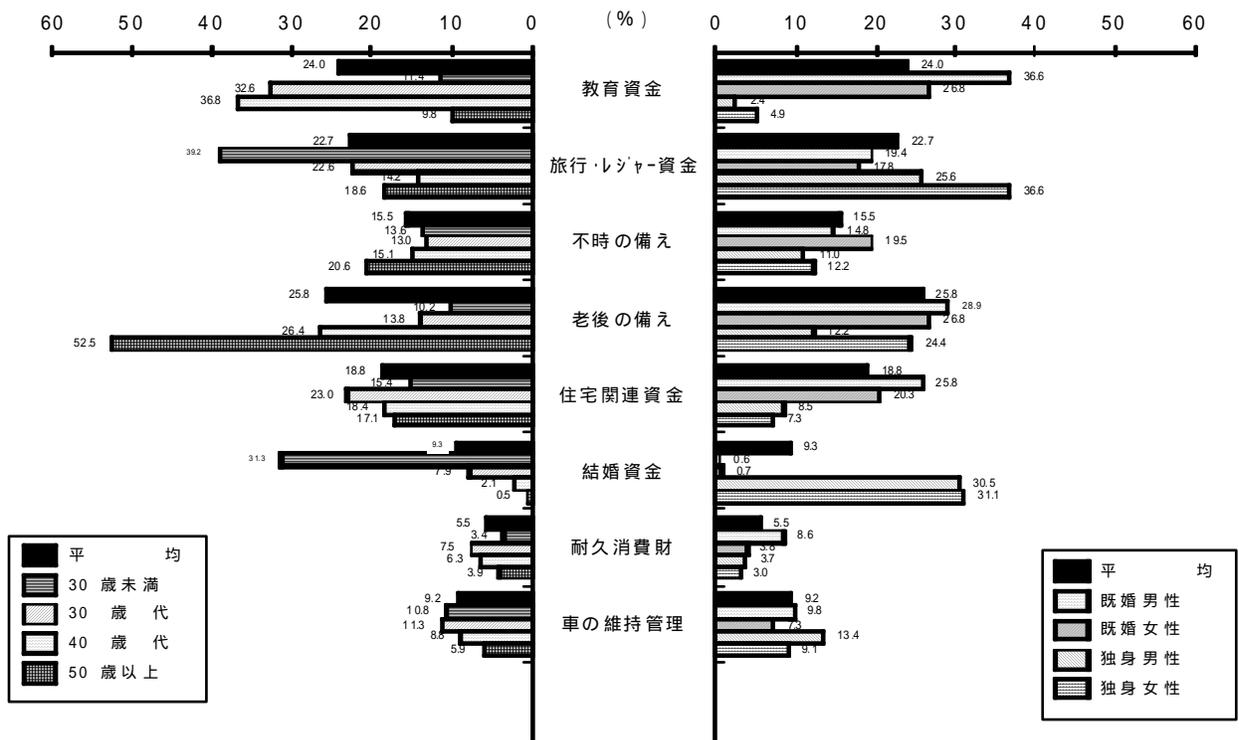


9)。

年齢別にみると、30歳未満は「旅行・レジャー」(39.2%)、「結婚資金」(31.3%)、30歳代は「住宅関連資金」(23.0%)、「車の維持管理」(11.3%)、「耐久消費財」(7.5%)、40歳代は「教育資金」(36.8%)、50歳以上は「老後の備え」(52.5%)、「不時の備え」(20.6%)が、他の年齢層に比べそれぞれ高く、各年代のライフスタイルの相違が表われている。

既婚・独身、男・女別では、既婚者は「教育資金」(男性の36.6%、女性の26.8%)、「老後の備え」(男性の28.9%、女性の26.8%)を、独身者は、「旅行・レジャー」(男性の25.6%、女性の36.6%)、「結婚資金」(男性の30.5%、女性の31.1%)を、それぞれ貯蓄目的として上位にあげており、いずれも他階層に比べ大きなウェイトを占めている(図表 - 10)。

図表 - 10 貯蓄の目的(複数回答)



注) 左欄は年齢別、右欄は既婚男・女性、独身男・女性別

6 購入希望品目

購入希望品目では、1位「婦人服」、2位「テレビ」、3位「紳士服」が上位を占めた。この順位は昨冬と同じである。

ボーナスで買いたいもの(複数回答)は、「婦人服」(15.9%)、「テレビ」(12.5%)、「紳士服」(9.0%)、の順となった(図表 - 11)。

特に「テレビ」は昨冬から2位を維持しており、2011年7月のアナログ放送終了に伴う、地上波対応の「テレビ」への買い替え需要が順調と思われる。既婚・独身、男・女別では、女性は既婚・独身を問わず、「婦人服」が1位、男性では既婚男性が「テレビ」、独身男性は「紳士服」を1位にあげている。

図表 - 11 購入希望主要品目

全 体	(複数回答、単位：%)		
	07冬	08冬	今冬
婦人服	15.3	15.3	15.9
テレビ	10.3	10.8	12.5
紳士服	11.2	9.2	9.0
靴	6.0	5.4	7.9
子供服	8.7	6.0	7.2
鞆・ハンドバッグ	5.5	6.1	6.4
家具・インテリア	9.2	5.4	6.3
パソコン	4.7	5.1	5.6
DVDレコーダー	4.6	4.9	5.2
デジタルカメラビデオ	4.4	5.8	4.4
化粧品	2.4	3.8	3.1

既婚男性		既婚女性	
テレビ	14.2	婦人服	18.1
紳士服	12.6	テレビ	12.2
子供服	11.4	子供服	8.7
婦人服	7.7	靴	7.0
パソコン	7.4	家具・インテリア	5.2

独身男性		独身女性	
紳士服	29.3	婦人服	36.0
テレビ	11.0	鞆・ハンドバッグ	17.7
カー用品	9.8	靴	17.1
靴	8.5	化粧品	11.0
パソコン	7.3	テレビ	10.4

7 暮らし向きについて

暮らし向きは「収入」、「消費支出」の両面で、昨冬の調査結果よりも悪化し、生活全般に厳しさが増している。

(1) 収入

半年前と比べ、収入が「減った」との回答割合は32.2%(昨冬21.6%)で、10.6ポイント増加し、かなり悪化している。また、「増えた」も9.9%(昨冬10.8%)で0.9ポイント減少し、収入環境は厳しさを増す回答となっている(図表 - 12)。

半年後の先行きについても、「減りそう」との回答が37.7%と半年前と比較した現在の実感より5.5ポイント増、「増えそう」は4.9%と、同5.0ポイント減であり、ともに悪化を予想し、収入の改善見通しは薄い。

(2) 消費支出

半年前と比べ、支出を「減らした」との回答割合は29.1%（昨冬21.5%）で7.6ポイント増と、支出抑制の回答が増加している。一方、「増やした」は14.9%（昨冬25.3%）で、昨冬の調査より10.4ポイントも減少し、家計の厳しさが見て取れる。

半年後の先行きについても、「減らす」との回答が44.1%と半年前と比較した現在の実感より15.0ポイント増と更なる厳しい家計のやりくりを強いられている。また、「増やす」は6.5%と、同8.4ポイント減と今後の家計支出に対する強い抑制の意思がうかがえる。消費の低迷は日本経済の最大の問題のひとつであるが、消費マインドの低下が本調査でも顕著であり、今後の改善が望まれる。

(3) 生活全般

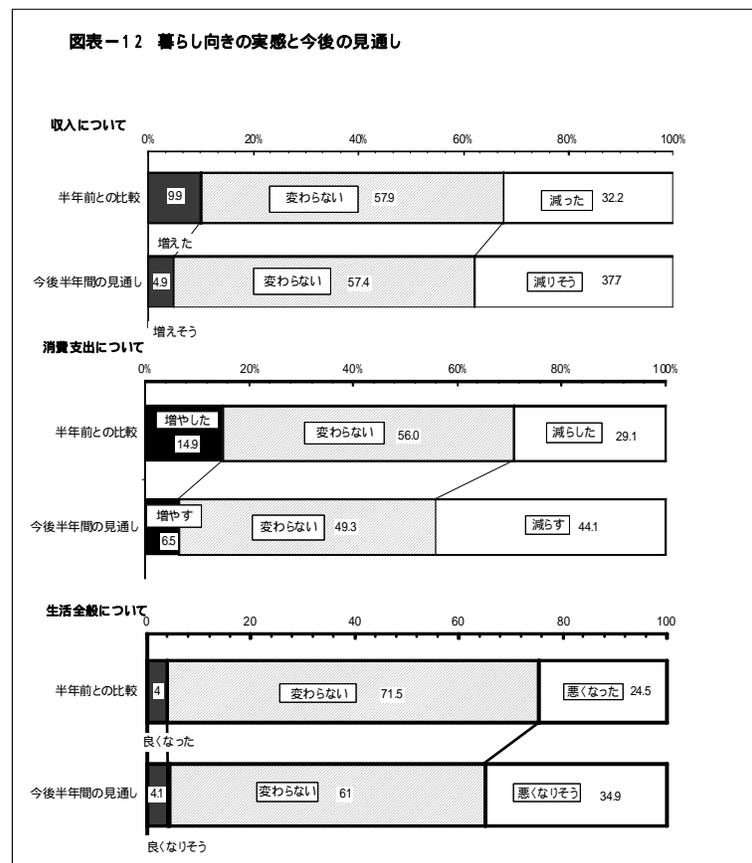
直近半年間の暮らし向きについては、「生活全般」において昨冬の調査に比べ、「良くなった」4.0%（昨冬6.6%）と2.6ポイント悪化した。一方「悪くなった」は24.5%（昨冬25.9%）で1.4ポイント改善しているものの、生活全般の暮らし向きの厳しさは変わらない。

半年後の先行きの見通しとなると「悪くなりそう」34.9%と、半年前と比較した現在の実感より10.4ポイント悪化を予想し、「良くなりそう」が4.1%で0.1ポイント増と僅かな改善にとどまっている。

「良くなった」、「良くなりそう」の回答者も全体の4%程度と低く、約3割の回答者が「悪くなりそう」と予想しており、先々に対する不安から悲観的な回答が目立っている。

総じて、「収入」の増加なくして「消費支出」の拡大、「生活全般」の改善は見込めないわけで、今後上向くであろう景気に合わせて、遅滞なく適正な給与、ボーナスの拡大が図れることを期待したい。

（坂口 修治）



回答者の構成

(人)

	30歳未満	30歳代	40歳代	50歳以上	計
既婚男性	21	93	101	110	325
既婚女性	33	75	108	71	287
独身男性	42	25	9	6	82
独身女性	80	46	21	17	164
計	176	239	239	204	858

アンケート調査実施要領

方 法	千葉銀行への来店客を対象として、ロビーにて実施
実 施 日	2009年10月14日～16日
対 象 地 域	県内全域
対 象 人 員	1,000人
有効回答数	858人
有効回答率	85.8 %