

## 「ボーナスと暮らし向きに関するアンケート調査」(2010年冬)の結果

当センターでは、2010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 >

##### **48.9万円(前年冬比、24,000円減少(△4.7%))**

今冬のボーナス予想額は48.9万円となり、前年の受取額(回答者の実績)を24,000円下回る結果となった。減少率は△4.7%で昨冬(△6.1%)よりやや改善するも、厳しさは続いている。冬のボーナスとしては、07年冬以降4季連続の前年実績割れとなった。しかし、過去ワースト2位(1位は02年冬の△6.6%)の記録であった昨冬の△6.1%に比べ、今冬は前年割れの水面下の状況下ではあるが、今夏に続き2季連続で回復の足取りを示した。

国内の景気は昨年の春先を底に下げ止まり、回復局面に入っているとされている。本調査からも、県内に限定した「ボーナスと暮らし向き調査」ではあるが、景気の底は脱し、上向きに転じた感じはうかがえる。

民間調査機関の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上回るとの発表もあるが、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は、前年実績を上回るの、まだ先という結果になっている。

#### <暮らし向き:「収入」および「消費支出」>

**直近半年間の暮らし向きは「収入」面の大幅な改善は見られないが、「消費支出」は、昨冬の調査結果に比べ拡大している。収入が伸びない中での消費支出拡大が見てとれる。**

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28.0%(昨冬32.2%)と4.2ポイントも減少し良化したが、「増えた」の回答は8.2%(昨冬9.9%)と1.7ポイント減少し、全体としては、大幅な改善に至らなかった。

一方、「消費支出」においては、「増やした」は17.8%(昨冬14.9%)と2.9ポイント増加し、「減らした」も25.6%(昨冬29.1%)と3.5ポイント減少し、ともに家計消費は拡大傾向にある。

「収入」、「消費支出」の先行き(今後半年間)の見通しは、現状より悪化を予想し、悲観的な回答となっている。

▽ボーナスの増減予想では、「減りそう」は29.0%(昨冬40.9%)と昨冬比11.9ポイント低くなり、「増えそう」も8.8%(昨冬8.4%)と前年よりやや良化し、全体としてかなり改善した。また、「変わらない」が62.2%(昨冬50.7%)と11.5ポイント増加し、「減りそう」から「変わらない」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。この順位は昨冬と同じである。

▽貯蓄の内訳をみると、「銀行預金(財形貯蓄を含む)」84.2%、「ゆうちょ貯金」7.5%、「社内預金」4.5%の順となっている。この順位は昨冬と同じである。また、この3項目で全体の96.2%(昨冬96.3%)を占めている。預貯金以外の金融商品としては投信・株式が全体の2.5%(昨冬2.7%)であり、リスクの伴う金融商品は、依然として低調である。

▽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」、「不時の備え」が同順位で上位を占めた。特に昨冬5位の「不時の備え」が3位と順位を上げた。

▽購入希望品目では、1位「テレビ」、2位「婦人服」、3位「紳士服」が上位を占めた。「テレビ」は昨冬2位から1位へ順位を上げた。その他9位冷蔵庫、(昨冬14位)、10位「乗用車」(昨冬19位)が家電エコポイント、エコカー補助金効果で順位を上げている。

## 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、「減りそう」は29.0%(昨冬40.9%)と昨冬比11.9ポイント低くなり、「増えそう」も8.8%(昨冬8.4%)と前年よりやや良化し、全体としてかなり改善した。また、「変わらない」が62.2%(昨冬50.7%)と11.5ポイント増加し、「減りそう」から「変わらない」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8.8%、「減りそう」は29.0%、「変わらない」が62.2%となった。「減りそう」(昨冬40.9%)が昨冬より11.9ポイント低くなり良化した。「増えそう」(昨冬8.4%)も僅かながら改善した。

また、「変わらない」(昨冬50.7%)は、11.5ポイント増加し、「減りそう」から「変わらない」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△20.2ポイント(昨冬△32.5ポイント)と、マイナス幅は12.3ポイント縮小し、昨冬より良化している(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14.4%と他の階層に比べて高い。しかし、3年前の07年冬(32.6%)の約半分にも満たなく、「増えそう」の実感は「30歳未満」でも、まだまだ乏しい。

「増えそう」の年齢階層別の特色として、高年齢層ほどその割合が低く「増えそう」の実感が薄い。また、今冬も「30歳代」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。

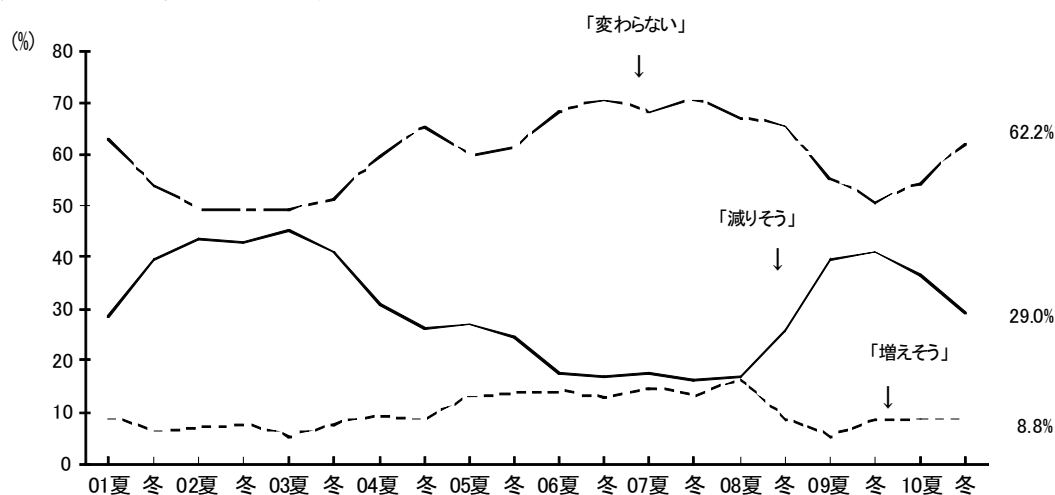
一方、「減りそう」では、全年齢層において昨冬より割合が10ポイント程度減少し、改善した。「減りそう」の年齢階層別の特色として、高年齢層ほどその割合が高く、「減りそう」の危機感が高い。

なお、ボーナス予定日は、12月上旬が52.2%、中旬25.2%、下旬11.5%、不明11.1%で、約半

	「増えそう」	「減りそう」	「変わらない」
平均 08冬	8.5	26.0	65.5
09冬	8.4	40.9	50.7
10冬	8.8	29.0	62.2
30歳未満 08冬	20.9	16.3	62.8
09冬	16.1	28.2	55.7
10冬	14.4	9.4	43.9
30歳代 08冬	10.9	24.8	64.2
09冬	10.9	36.4	52.7
10冬	8.5	26.8	64.6
40歳代 08冬	5.6	28.7	65.6
09冬	3.2	48.1	48.7
10冬	6.8	32.8	60.5
50歳以上 08冬	2.3	29.3	68.4
09冬	5.8	47.4	46.8
10冬	3.1	37.4	59.5

数が12月上旬を予定している。

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48.9万円となり、前年の受取額(回答者の実績)を24,000円下回る結果となった。減少率は△4.7%で昨冬(△6.1%)よりやや改善するも、厳しさは続いている。—

ボーナスの予想額(回答者の平均、税引き後の受取額)は48.9万円で、前年冬比24,000円の減少となった。減少率は△4.7%で昨冬(△6.1%)より改善する結果となった。冬のボーナスとしては07年冬以降、4年連続の前年割れである。国内の景気は昨年の春先を底に上昇に転じているとされているが、本調査で見ると限りでは、その実感は乏しい。しかし、今夏、今冬と2季連続でボーナス受取額が回復の足取りを示しており、景気は底を脱し、上向きに転じる兆しは感じられる(図表-3,図表-4)。

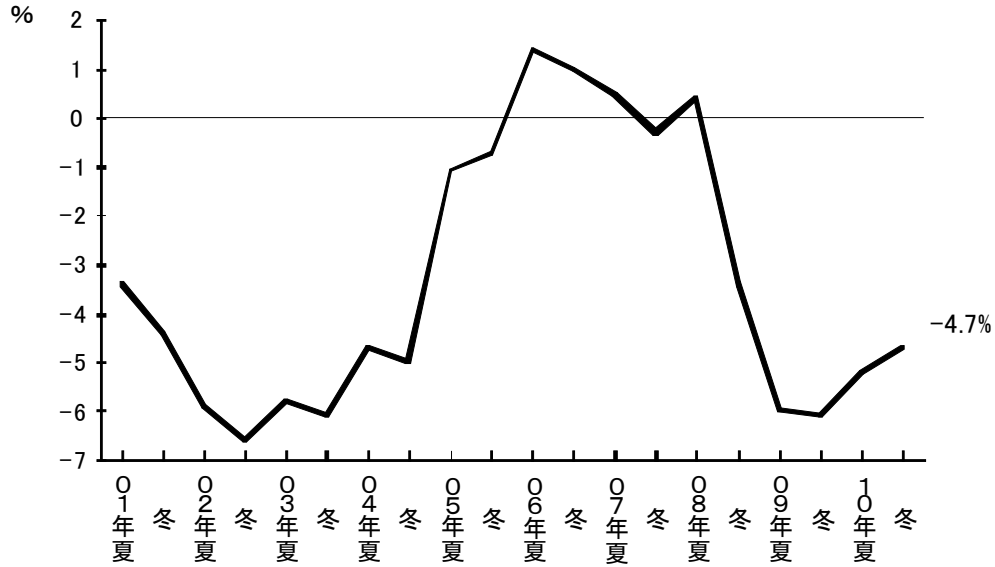
今冬の調査では年齢階層別に見ると、「30歳未満」のみが、前年を上回る受取額を予想しているが、他の年齢層では前年実績を上回ることができなかった。

また、勤務地別では受取額、伸び率の両面で都内勤務者が県内勤務者より優位となっている。

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		48.9	△4.7
30歳未満		30.9	7.7
30歳代		42.7	△4.7
40歳代		53.1	△3.5
50歳以上		65.1	△9.7
勤務	県内	45.7	△5.2
地別	東京	75.1	△1.4

図表-4 ボーナス予想伸び率の推移



### 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。この順位は昨冬と同じである。—

ボーナスの配分予定は、1位「貯蓄」(38.1%)、2位「ローン等の返済」(12.7%)、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」の順位は毎季変わらず、配分割合も両方で受取額全体の半分位を占めている。従って、実質的に消費に回るボーナスは全体の半分以下になると思われる。

既婚・独身、男・女別でみると、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48.1%を貯蓄に回すとしている。

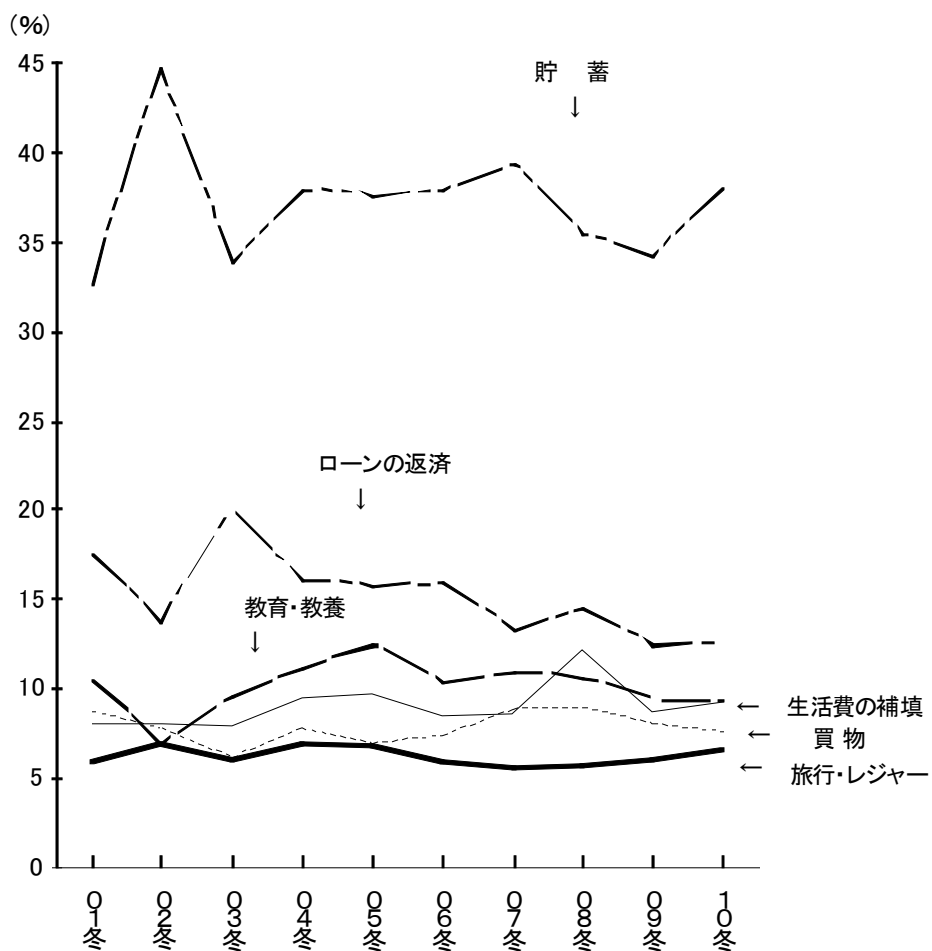
独身者は既婚者に比べて「旅行・レジャー」や、「買い物」のウェイトが高く、既婚者は独身者に比べ

て「ローン等の返済」、「教育・教養」が高い割合を占め、独身・既婚それぞれの特徴を表わしている。

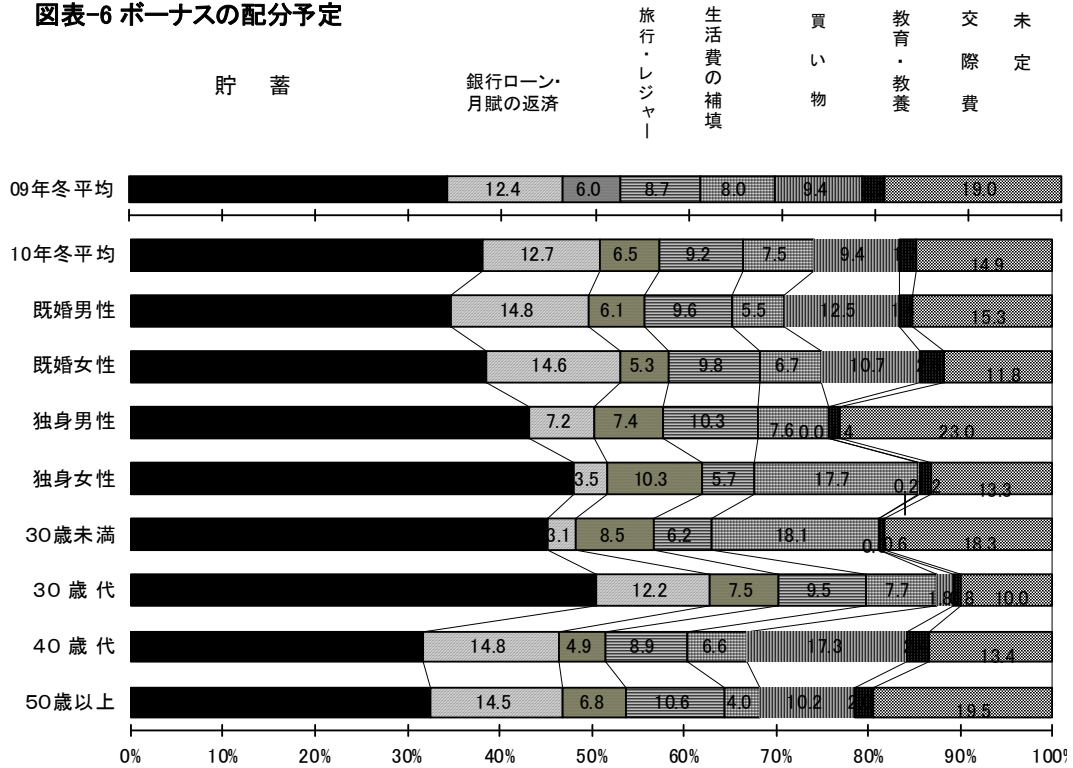
年齢別で見ても、全年齢層において配分の一番は「貯蓄」である。なかでも30歳代は貯蓄志向が高く50.5%を貯蓄に回すとしている。

貯蓄以外の項目では、30歳未満の年齢層が「買い物」と「旅行・レジャー」に、40歳代は「ローン等の返済」、「教育・教養」に、50歳以上は「生活費の補填」の割合が、それぞれ他の年齢層に比べ高くなっている。

図表-5 ボーナスの配分予定の推移



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)」84.2%、「ゆうちょ貯金」7.5%、「社内預金」4.5%の順となっている。この順位は昨冬と同じである。また、この3項目で全体の96.2%(昨冬96.3%)を占めている。預貯金以外の金融商品としては投信・株式が全体の2.5%(昨冬2.7%)であり、リスクの伴う金融商品は、依然として低調である。—

貯蓄の内訳は、「銀行預金(財形貯蓄を含む)」84.2%、「ゆうちょ貯金」7.5%、「社内預金」4.5%の順となっている。昨冬に続いて「ゆうちょ貯金」は「社内預金」を上回った。

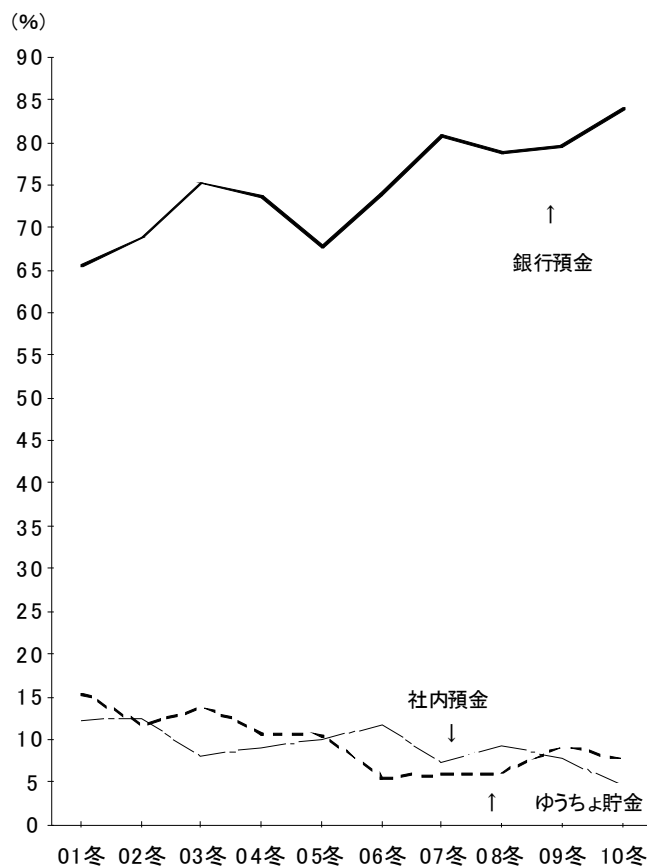
例年と変わらず、ボーナスの貯蓄は預貯金が中心で、この3項目で全体の96.2%(昨冬96.3%)を占めている(図表-7,図表-8)。

預貯金以外の金融商品としての「投信・株式」は全体の2.5%(昨冬2.7%)とリスクの伴う金融商品は低調である。

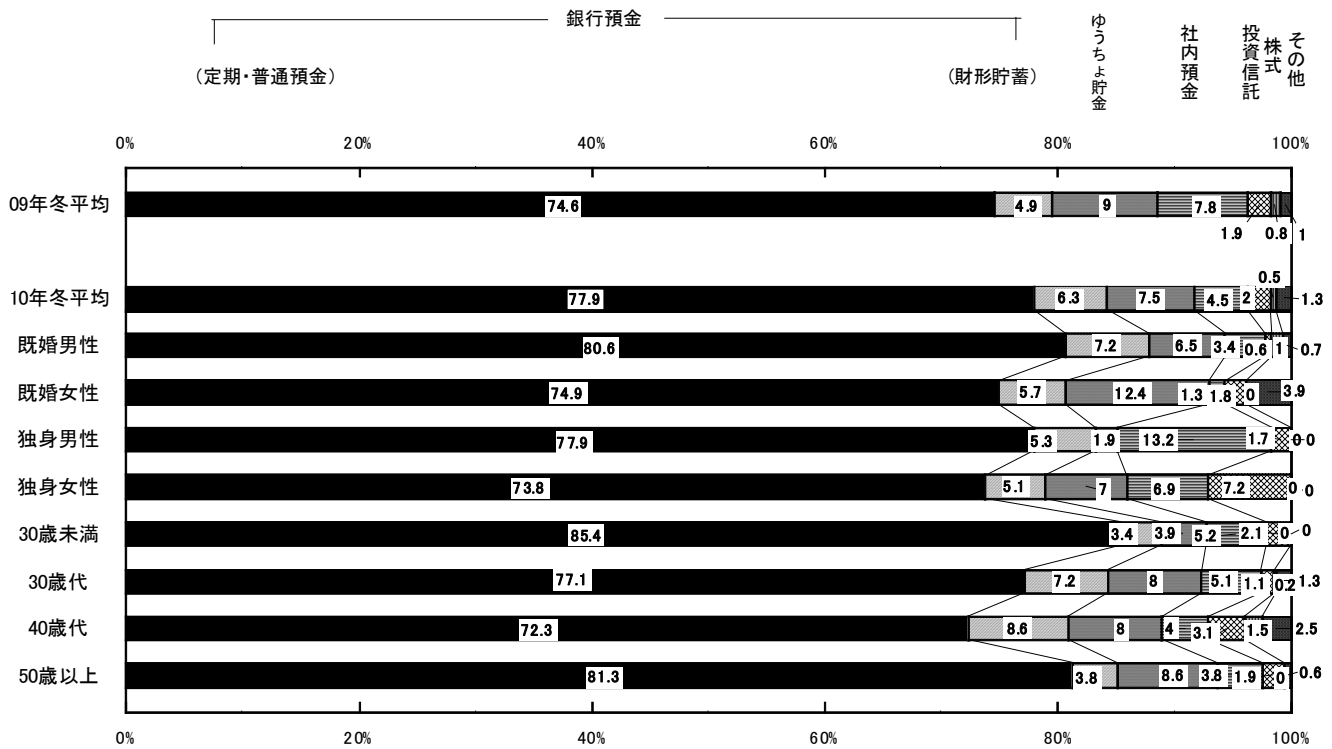
貯蓄の内訳を、既婚・独身、男・女別でも、いずれも「銀行預金」の割合が一番高い。銀行預金以外では、「ゆうちょ貯金」は既婚女性(12.4%)、「社内預金」は独身男性(13.2%)、「投信・株式」は独身女性(7.2%)が比較的高い関心を得ている。

年齢別でも、各年齢層で「銀行預金」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50歳以上(8.6%)、「社内預金」は30歳未満(5.2%)、30歳代(5.1%)から支持されている。

図表-7 貯蓄の内訳推移



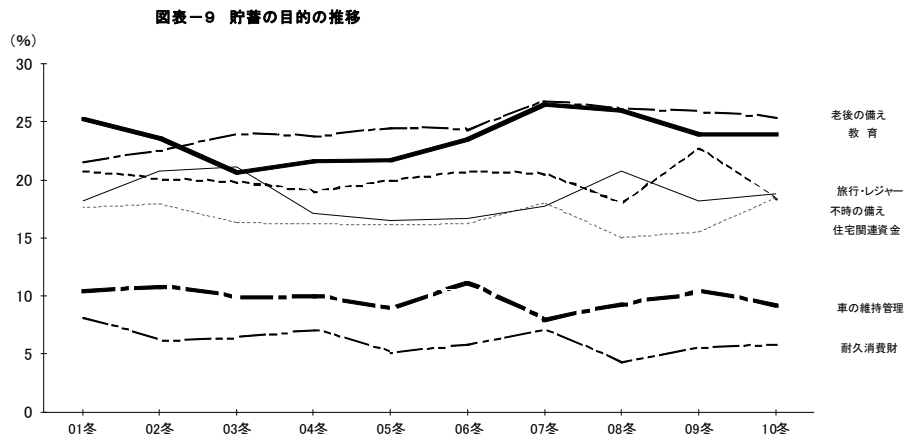
図表—8貯蓄の内訳



## 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」、「不時の備え」が同順位で上位を占めた。特に昨冬5位の「不時の備え」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」25.4%に続き、2位「教育資金」24.0%、3位「旅行・レジャー」と「不時の備え」が同順位で18.4%となった。昨冬5位の「不時の備え」が3位と順位を上げた。以下「住



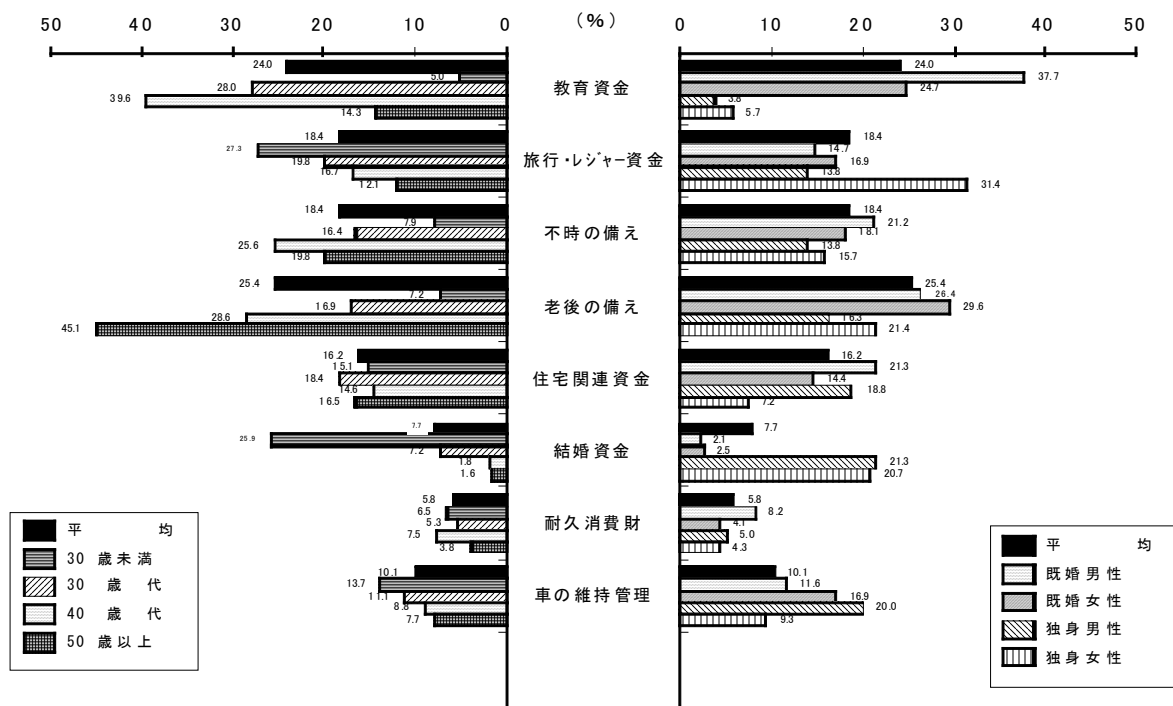


宅関連資金」、「車の維持管理」、「耐久消費財」の順である(図表-9)。

年齢別にみると、30歳未満は「旅行・レジャー」(27.3%)、「結婚資金」(25.9%)、30歳代は「住宅関連資金」(18.4%)、40歳代は「教育資金」(39.6%)、「不時の備え」(25.6%)、50歳以上は「老後の備え」(45.1%)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37.7%、女性の24.7%)、「老後の備え」(男性の26.4%、女性の29.6%)を、独身者は、「旅行・レジャー」(男性の13.8%、女性の31.4%)、「結婚資金」(男性の21.3%、女性の20.7%)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「テレビ」、2位「婦人服」、3位「紳士服」が上位を占めた。「テレビ」は昨冬2位から1位へ順位を上げた。その他9位冷蔵庫、(昨冬14位)、10位「乗用車」(昨冬19位)が

家電エコポイント、エコカー補助金効果で順位を上げている。—

ボーナスで買いたいもの(複数回答)上位は、「テレビ」(14.8%)、「婦人服」(14.3%)、「紳士服」(10.1%)の順である(図表-11)。

特に「テレビ」は昨冬2位から1位へ順位を上げた。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」への買い替えの最終需要と思われる。既婚・独身、男・女別では、女性は既婚・独身を問わず、「婦人服」を買いたいもの1位にあげている。男性では既婚男性が「テレビ」、独身男性は「紳士服」が1位である。その他の特徴的傾向として、9位冷蔵庫、(昨冬14位)、10位「乗用車」(昨冬19位)に家電エコポイント、エコカー補助金効果が見られた。

**図表-11 購入希望主要品目**

				(複数回答、単位:%)			
全 体				既 婚 男 性		既 婚 女 性	
	08冬	09冬	今冬				
テ レ ビ	10.8	12.5	14.8	テ レ ビ	18.2	婦 人 服	12.8
婦 人 服	15.3	15.9	14.3	紳 士 服	13.0	テ レ ビ	12.3
紳 士 服	9.2	9.0	10.1	婦 人 服	8.6	子 供 服	8.2
靴	5.4	7.9	7.3	子 供 服	8.2	紳 士 服	6.6
家具・インテリア	5.4	6.3	6.9	家具・インテリア	6.8	パ ソ コ ン	5.8
子供服	6.0	7.2	6.8				
パソコン	5.1	5.6	6.2	独 身 男 性		独 身 女 性	
鞆・ハンドバッグ	6.1	6.4	5.0	紳 士 服	26.3	婦 人 服	36.4
デジタルカメラ・ビデオ	5.8	4.4	4.1	家具・インテリア	16.3	靴	20.7
冷蔵庫	2.8	3.0	3.6	テ レ ビ	11.3	鞆・ハンドバッグ	16.4
乗用車	2.8	2.2	3.4	靴	10.0	テ レ ビ	14.3
				カ ー 用 品	10.0	化 粧 品	12.1

## 7 暮らし向きについて

— 直近半年間の暮らし向きは「収入」面の大幅な改善は見られないが、「消費支出」は、昨冬の調査結果に比べ拡大している。収入が伸びない中での消費支出拡大が見てとれる。—

### (1) 収入

半年前と比べ、収入が「減った」との回答割合は28.0%(昨冬32.2%)で、4.2ポイント減少し、改善しているが、「増えた」が8.2%(昨冬9.9%)で1.7ポイント減少し、収入環境の大幅な改善は見られない(図表-12)。

半年後の先行きについても、「減りそう」との回答が31.5%と半年前と比較した現在の実感より3.5ポイント増、「増えそう」は4.3%と、同3.9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25.6%(昨冬29.1%)で3.5ポイント減と、支出抑

制からやや解放されている。また、「増やした」についても17.8%（昨冬14.9%）で、昨冬の調査より2.9ポイントも増加し、家計支出は拡大傾向にある。

しかし、半年後の先行きについては、「減らす」との回答が38.9%と半年前と比較した現在の実感より13.3ポイント増と、家計に対する慎重な姿勢がうかがえる。また、「増やす」も8.1%と、同9.7ポイント減と今後の支出に対する強い抑制の意思が感じられる。

家計収入が伸びない中、消費支出はこの半年間拡大傾向にあるが、今後の見通しとなると、楽観的になれない状況が続いている。消費の拡大は日本経済の再生に不可欠であるが、今後いつその改善が望まれる。

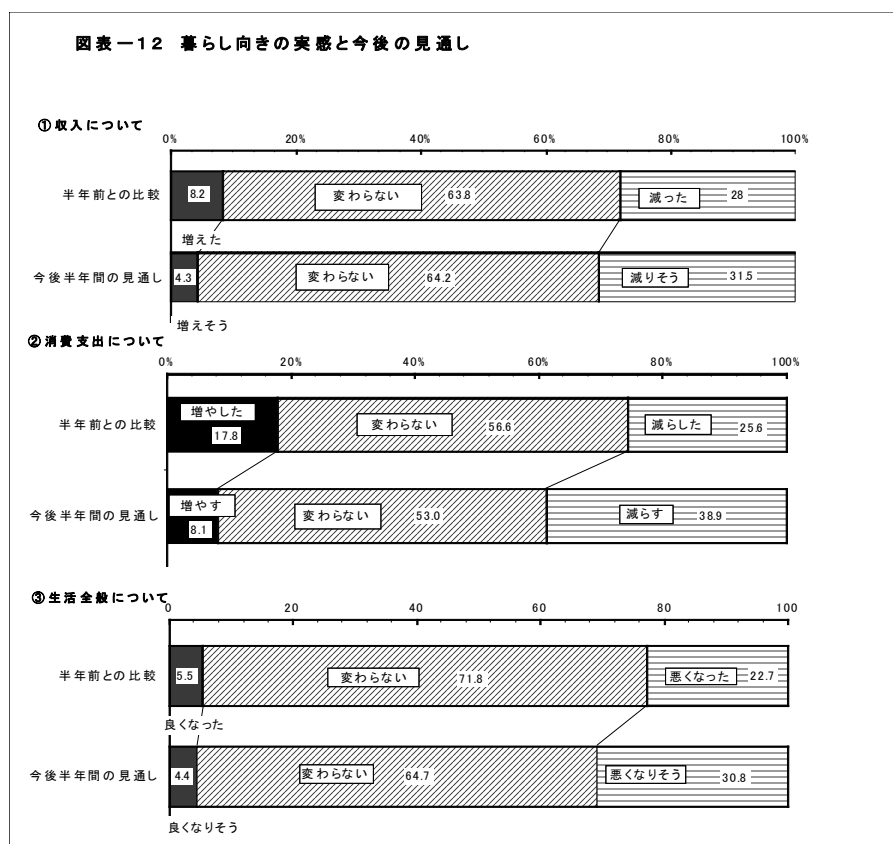
### (3) 生活全般

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」5.5%（昨冬4.0%）と1.5ポイント改善した。また「悪くなった」も、22.7%（昨冬24.5%）で1.8ポイント改善し、生活全般の暮らし向きはやや良化している。

半年後の先行きの見通しとなると「悪くなりそう」30.8%と、半年前と比較した現在の実感より8.1ポイント悪化を予想し、「良くなりそう」が4.4%で1.1ポイント減と、共に悪化を予想し、先々の生活への不安はぬぐいきれていない。

「良くなった」、「良くなりそう」の回答者も全体の4～5%台と低く、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、ボーナスを中心とした給与所得の引き上げが望まれる。（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	16	75	99	102	292
既婚女性	18	66	90	69	243
独身男性	39	28	9	4	80
独身女性	66	38	29	7	140
計	139	207	227	182	755

### アンケート調査実施要領

①方 法	千葉銀行への来店客を対象として、ロビーにて実施
②実 施 日	2010年10月13日～15日
③対 象 地 域	県内全域
④対 象 人 員	1,000人
⑤有効回答数	755人
有効回答率	75.5 %

