

「ボーナスと暮らし向きに関するアンケート調査」(2014年冬)の結果

千葉経済センター
(公益財団法人ひまわりベンチャー育成基金)

当センターでは、2014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 >

49.6万円(前年冬比、5,000円増加(+1.0%))

今冬のボーナス予想額は49.6万円であり、前年の受取額(回答者の実績)を5,000円上回る結果となった。増加率は+1.0%で、冬のボーナス予想額が前年実績比プラスになるのは昨冬に続き2年連続である。

アベノミクスによる経済効果、東日本大震災関連予算の確実な執行、2020年オリンピック・パラリンピック東京開催等に伴う経済波及効果は今後も期待できるとの見方が多い。

当センターの調査は、県内の給与所得者を対象としているが、消費税引き上げ後の物価上昇に所得増加が追いついていない等の理由により、今後の暮らし向きには全般的に慎重な姿勢が窺える。

▽ボーナスの増減予想では、「増えそう」は16.0%(昨冬11.8%)と昨冬比4.2ポイント増加、「減りそう」は14.4%(昨冬17.7%)で昨冬比3.3ポイント減少、そして「変わらない」が69.5%(昨冬70.5%)と1.0ポイント減少し、全体としては改善傾向であるが、「変わらない」がまだ多数を占めている。

▽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)」83.7%、「社内預金」6.5%、「ゆうちょ貯金」5.7%の順となっている。また、この3項目で全体の95.9%(昨冬95.7%)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3.0%(昨冬2.1%)で若干増加傾向にある。

▽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」、4位「不時の備え」、同順位の「住宅関連資金」となった。

▽ボーナスで買いたい上位5品目では、1位「婦人服」、2位「紳士服」、3位「くつ」、4位「鞆・ハンドバッグ」、5位「家具・インテリア」となった。

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16.0%(昨冬11.8%)で昨冬比4.2ポイント増加し、「減りそう」は14.4%(昨冬17.7%)で昨冬比3.3ポイント減少する。そして「変わらない」が69.5%(昨冬70.5%)と1.0ポイント減少し、全体としては改善傾向であるが、「変わらない」がまだ多数を占めている。

この冬のボーナスは、「増えそう」は16.0%、「減りそう」は14.4%、「変わらない」が69.5%となった。「増えそう」(昨冬11.8%)が昨冬より4.2ポイント増加した。「減りそう」(昨冬17.7%)は3.3ポイント減少し、また、「変わらない」(昨冬70.5%)は1.0ポイント減少した。

年齢階層別にみると、「増えそう」は「30歳未満」が27.9%と他の階層に比べて高く、続いて「30歳代」、「50歳以上」、「40歳代」となる。一方、「減りそう」では、「50歳以上」が一番高く、続いて「40歳代」、「30歳代」、「30歳未満」となっている。「減りそう」と回答した割合は「50歳以上」の世代で前年比増加したが、他の世代では減少している。

冬のボーナス増減予想割合の推移では、「増えそう」は2013年から増加傾向、「減りそう」は2010年から減少傾向にある(図表-1)(図表-2)。

図表-1 ボーナスの増減予想(対前年比)

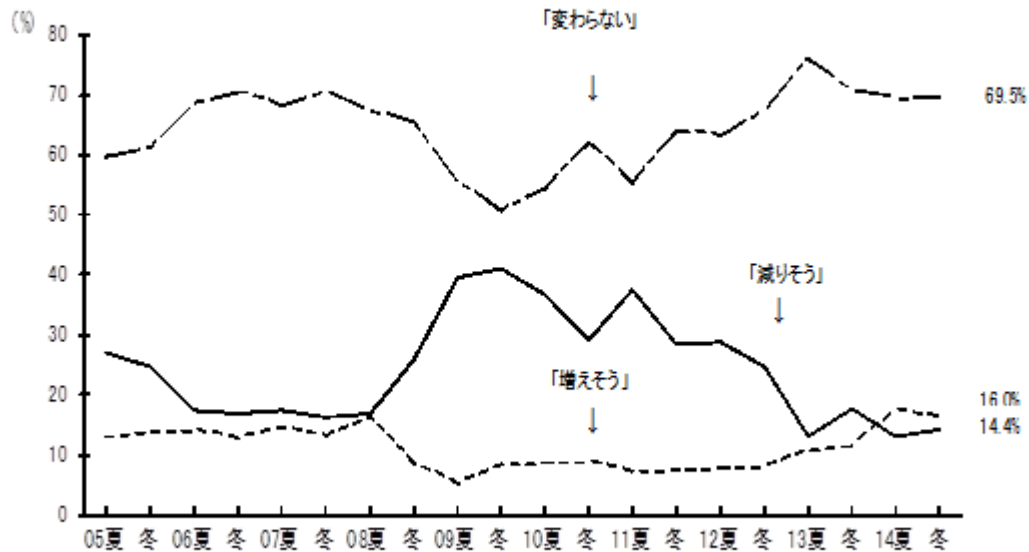
(構成比、単位:%)

		「増えそう」	「減りそう」	「変わらない」
平均	12冬	8.0	24.8	67.2
	13冬	11.8	17.7	70.5
	14冬	16.0	14.4	69.5
30歳未満	12冬	15.9	12.5	71.6
	13冬	22.4	15.9	61.7
	14冬	27.9	6.6	65.4
30歳代	12冬	9.4	25.9	64.7
	13冬	11.7	17.2	71.1
	14冬	20.0	11.9	68.1
40歳代	12冬	8.3	26.6	65.1
	13冬	10.2	20.4	69.4
	14冬	10.0	12.3	77.7
50歳以上	12冬	2.4	28.7	68.9
	13冬	7.5	16.1	76.3
	14冬	11.8	24.1	64.1

注) 不明、無回答を除いた構成比

なお、夏・冬のボーナスの増減予想割合の推移は(図表-2)の通りである。

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

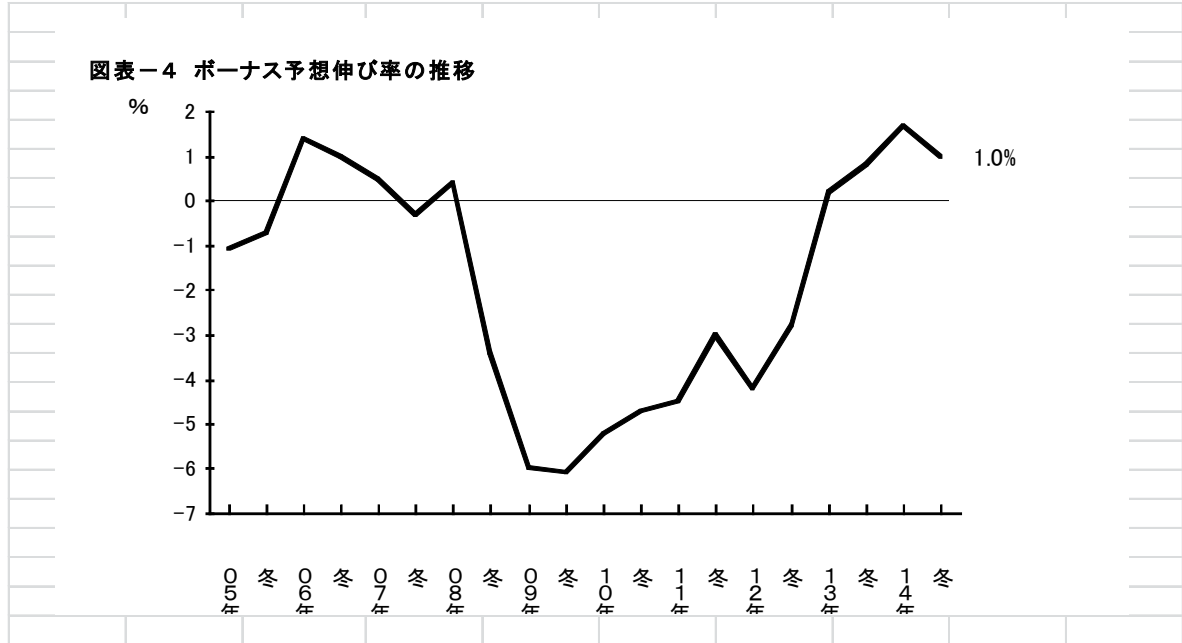
今冬のボーナス予想額は 49.6 万円となり、前年の受取額(回答者の実績)を 5,000 円上回る結果となった。増加率は 1.0%で、昨冬(0.8%)に比較して改善した。冬のボーナスとして、受取額で前年比プラスとなるのは、昨冬に続き2年連続である(図表-4)。

今冬の調査では、「50 歳以上」で前年を若干下回る受取額を予想しているが、他の年齢階層ではいずれも前年を上回る受取額を予想している。

また、勤務地別での受取予想額は、都内勤務者が 71.0 万円、県内勤務者が 45.8 万円であった(図表-3)。

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		49.6	1.0
30歳未満		37.0	6.0
30歳代		43.6	3.6
40歳代		51.3	0.4
50歳以上		59.9	△ 1.5
勤務地別	県内	45.8	0.7
	東京	71.0	4.6



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」(43.3%)、2位「ローン等の返済」(10.7%)、3位「教育・教養」(9.5%)で、以下「生活費の補填」(8.5%)、「買い物」(7.4%)、「旅行・レジャー」(6.2%)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」の配分割合は両方で受取額全体の半分以上を占めている。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ものと思われる。

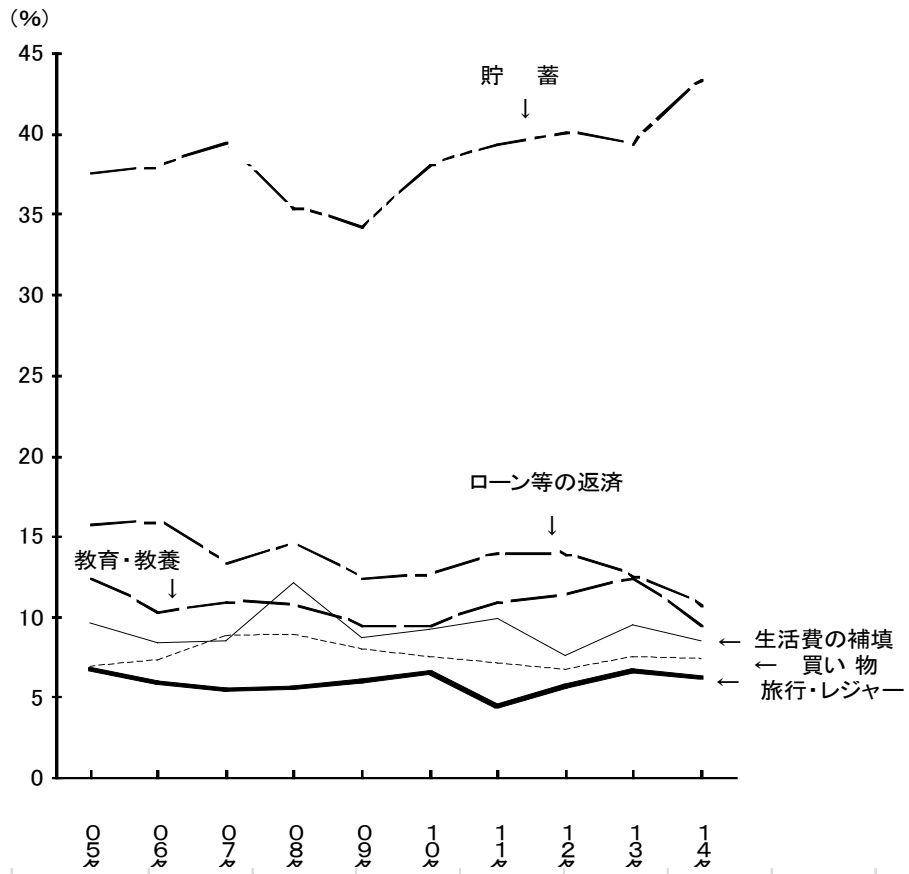
今冬の調査では、貯蓄割合が昨冬に比較して4ポイント増加しているが、他の項目は減少している。既婚・独身、男・女を問わず、まず「貯蓄」に回すと答えている。なかでも独身女性は貯蓄志向が高く51.8%を貯蓄に回すとしている。

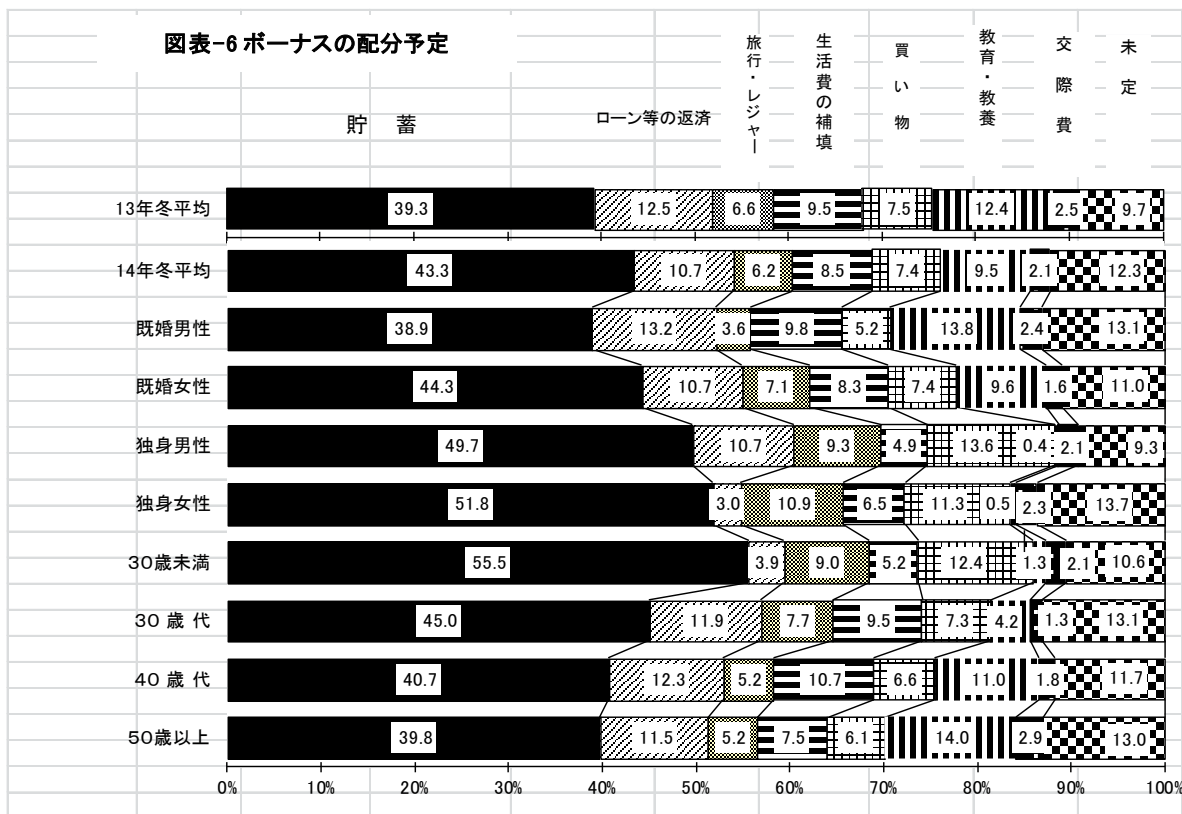
独身者は既婚者に比べて「貯蓄」が高く、次に「買い物」のウェイトが高い。既婚者は独身者に比べて「ローン等の返済」、「教育・教養」が高い割合を占め、独身・既婚それぞれの特徴を表わしている。

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歳未満は貯蓄志向が高く55.5%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」に、30歳代・40歳代では「ローン等の返済」、50歳以上は、「教育・教養」が高くなっている。

図表-5 ボーナスの配分予定の推移

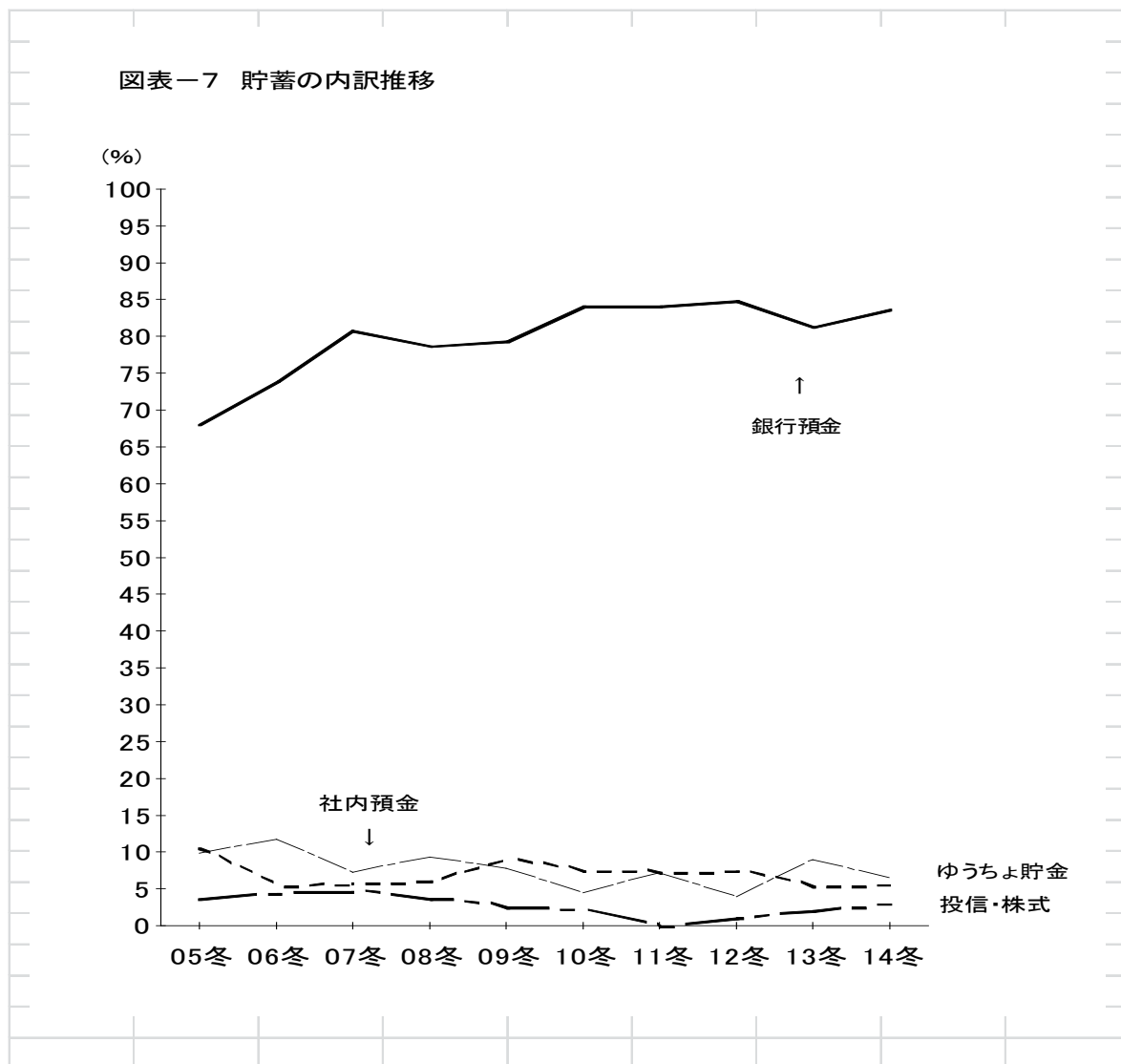




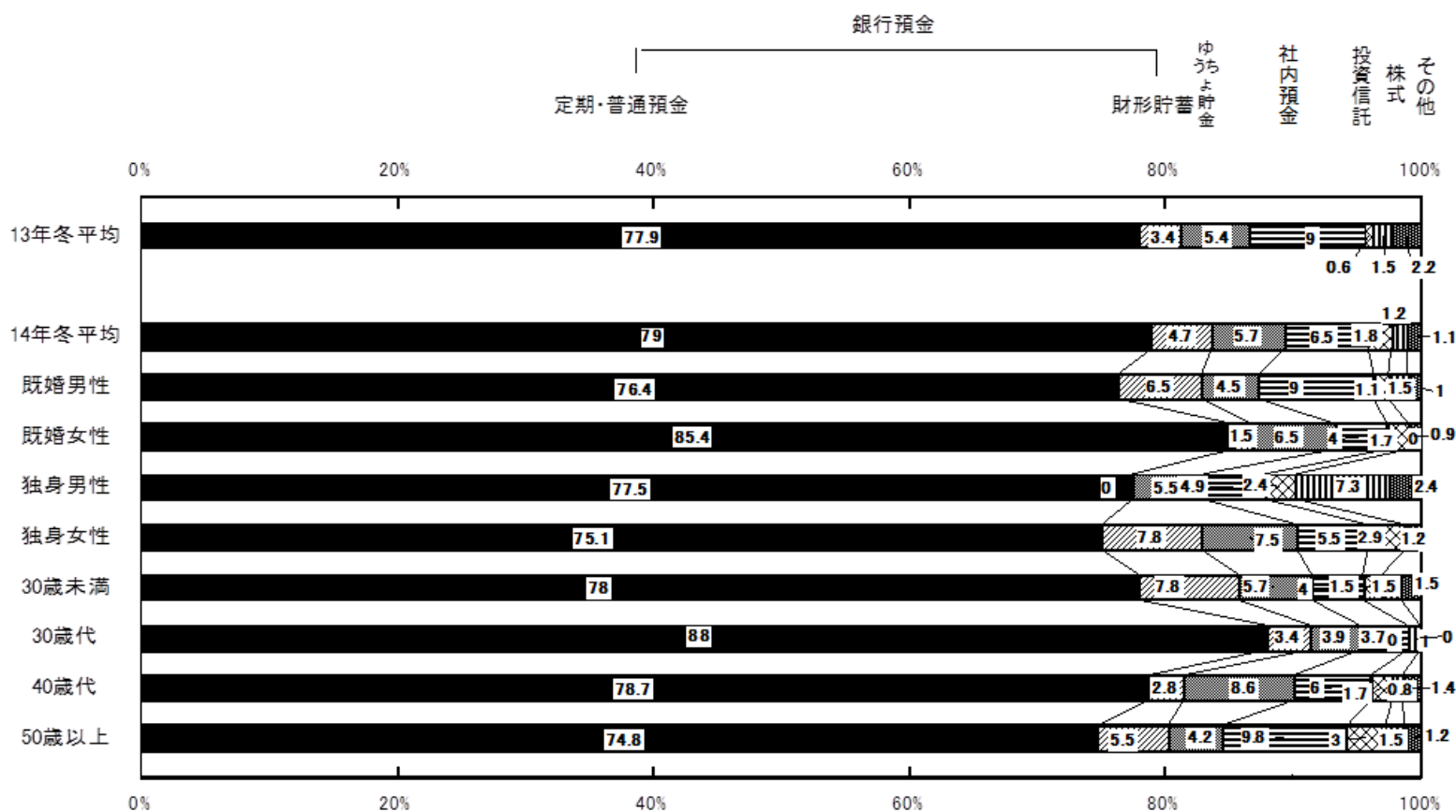
4 貯蓄の内訳

貯蓄の内訳をみると、「銀行預金(財形貯蓄を含む)」83.7%、「社内預金」6.5%、「ゆうちょ貯金」5.7%の順となっている。また、この3項目で全体の95.9%(昨冬95.7%)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3.0%(昨冬2.1%)で若干増加傾向にある(図表-7、図表-8)。

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、「社内預金」が関心を得ている。「投信・株式」についても徐々に関心が高まりつつある。年齢別でも、各年齢層で「銀行預金」が一番高い。「銀行預金」以外では、30歳未満・30歳代・40歳代で「ゆうちょ貯金」に関心があり、50歳以上では「社内預金」が支持されている。



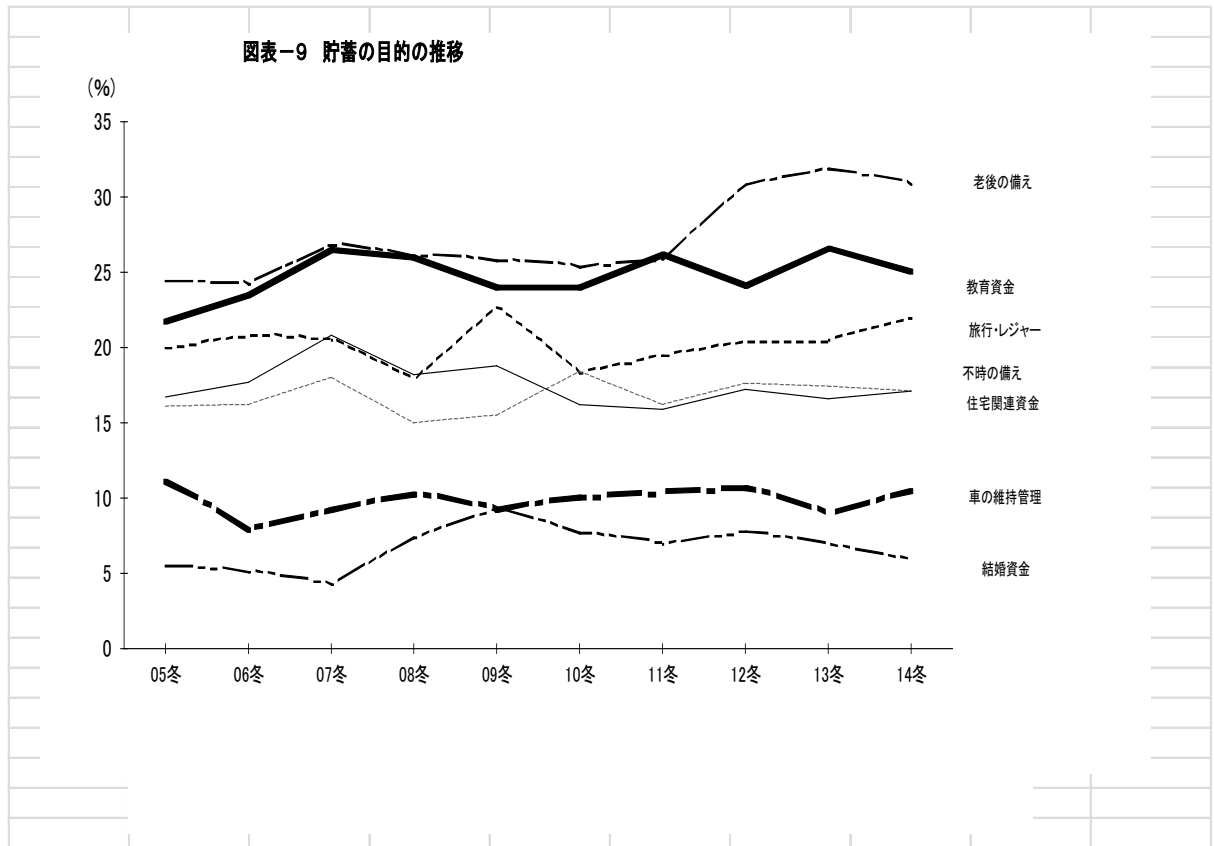
図表-8 貯蓄の内訳



5 貯蓄の目的

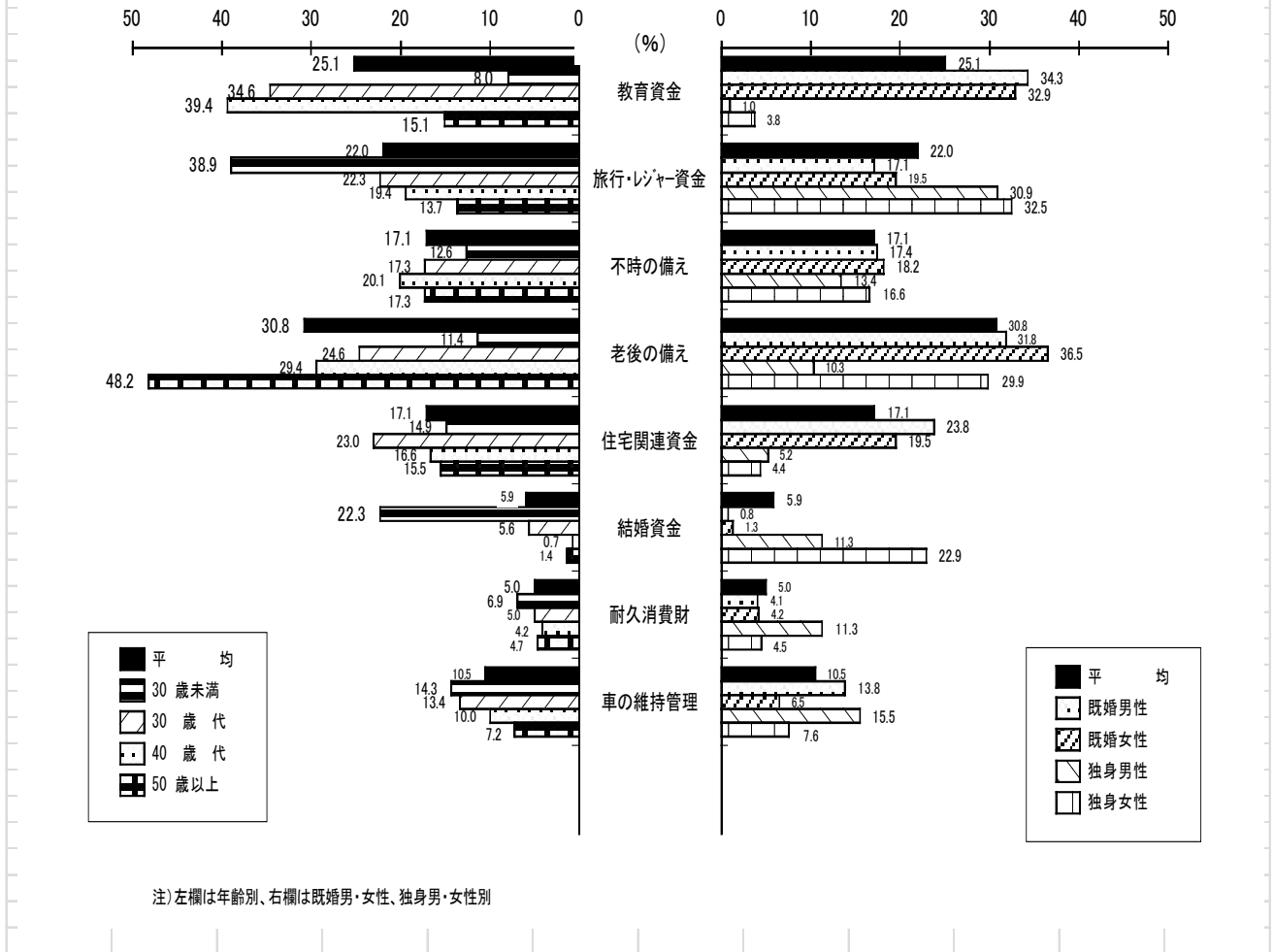
貯蓄の目的は、1位「老後の備え」、2位「教育資金」、3位「旅行・レジャー」、4位「不時の備え」、同順位の「住宅関連資金」となった。

貯蓄の目的(複数回答)は、1位「老後の備え」30.8%に続き、2位「教育資金」25.1%、3位「旅行・レジャー」22.0%、4位「不時の備え」17.1%、同順位「住宅関連資金」17.1%、6位「車の維持管理」10.5%、7位「結婚資金」5.9%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」(38.9%)、30歳代・40歳代は「教育資金」(34.6%・39.4%)、50歳以上は「老後の備え」(48.2%)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。

図表-10 貯蓄の目的(複数回答)



既婚・独身、男・女別では、既婚男性は「教育資金」(34.3%)、既婚女性は「老後の備え」(36.5%)、独身男・女性は「旅行・レジャー」(30.9%・32.5%)をそれぞれ貯蓄目的としてトップに上げている(図表-10)。

6 ボーナスで購入したい主要品目

購入希望主要品目では、1位「婦人服」、2位「紳士服」、3位「くつ」が上位を占めた。その他4位「鞆・ハンドバッグ」、5位「家具・インテリア」、6位「子供服」、7位「パソコン」、8位「化粧品」、9位「冷蔵庫」、10位「カメラ・ビデオ」となった。

ボーナスで買いたいもの(複数回答)上位は、「婦人服」(20.8%)、「紳士服」(12.8%)、「くつ」(9.1%)の順である(図表-11)。

既婚・独身、男・女別では、女性は既婚・独身を問わず「婦人服」、男は既婚・独身とも「紳士服」が1位である。この傾向は、昨冬も同様であった。

全 体				(複数回答、単位：%)			
	12冬	13冬	今冬	既 婚 男 性		既 婚 女 性	
婦 人 服	15.5	17.0	20.8	紳 士 服	18.8	婦 人 服	23.1
紳 士 服	8.8	11.1	12.8	子 供 服	11.9	子 供 服	11.4
く つ	7.5	9.5	9.1	婦 人 服	11.3	家具・インテリア	9.4
鞆・ハンドバッグ	7.4	6.3	8.9	家具・インテリア	8.6	く つ	7.5
家具・インテリア	6.4	8.8	8.8	パ ソ コ ン	5.8	鞆・ハンドバッグ	6.8
子 供 服	7.1	7.2	8.7	独 身 男 性		独 身 女 性	
パ ソ コ ン	5.9	6.9	4.8	紳 士 服	29.9	婦 人 服	50.3
化 粧 品	4.5	3.8	4.7	く つ	12.4	鞆・ハンドバッグ	25.5
冷 蔵 庫	4.1	4.5	4.0	ス ポ ー ツ 用 品	9.3	く つ	19.1
カ メ ラ ・ ビ デ オ	4.3	2.4	3.6	鞆・ハンドバッグ	8.2	化 粧 品	17.2
				乗 用 車	7.2	家具・インテリア	10.2

7 暮らし向きの実感と今後の見通しについて

(1) 収入

半年前と比べ、収入が「増えた」との回答割合は15.8%で、半年後の先行きについての「増えそう」との回答は10.9%で、4.9ポイント減少。一方「減った」は16.5%で、半年後の「減りそう」は21.2%で4.7ポイント増加する。収入については先行きを厳しく見ている。

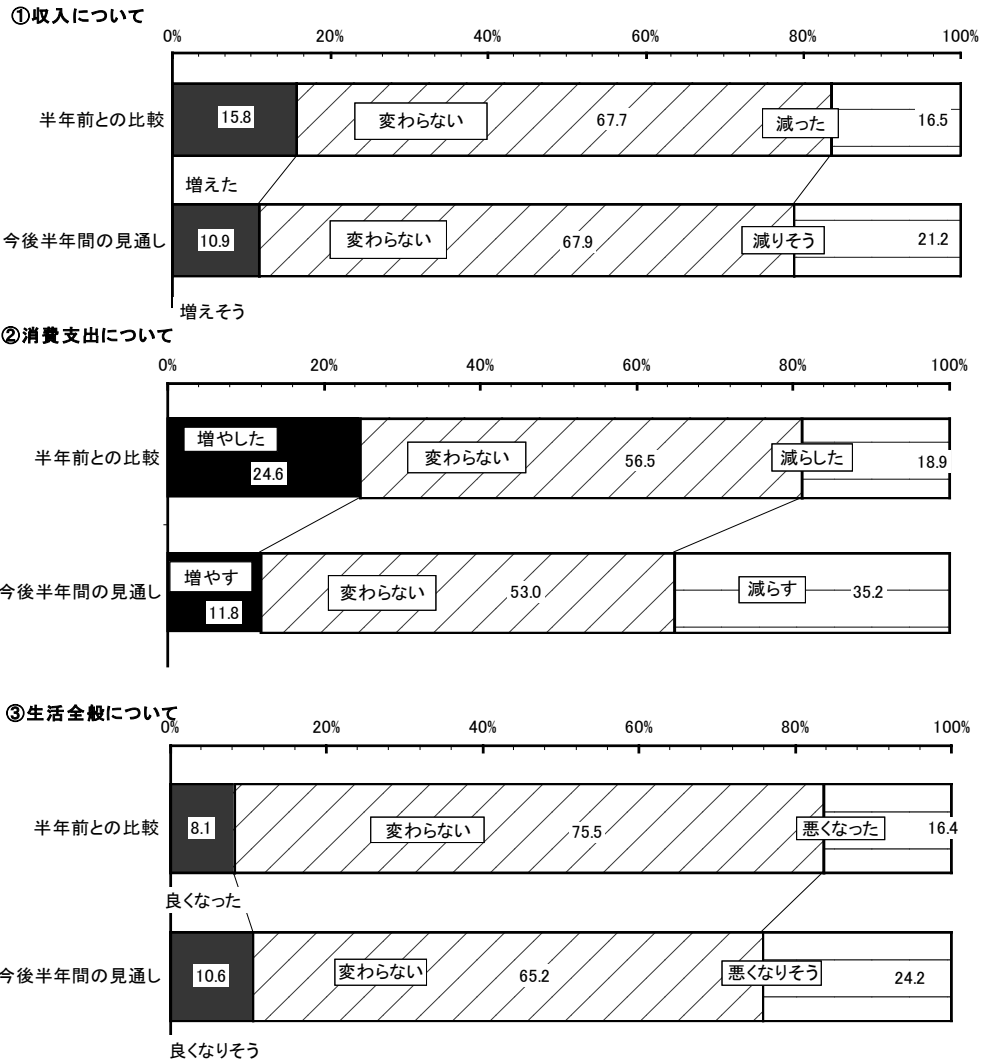
(2) 消費支出

半年前と比べ、支出を「増やした」との回答割合は24.6%で、半年後の先行きについての「増やす」との回答は11.8%で、12.8ポイント減少。一方「減らした」は18.9%で、半年後の「減らす」は35.2%で16.3ポイント増加し、家計支出は先行き縮小傾向の回答となった。

(3) 生活全般

半年前との比較では「良くなった」(8.1%)を「悪くなった」(16.4%)が8.3ポイント上回っているが、半年後の見通しは「良くなりそう」(10.6%)と「悪くなりそう」(24.2%)の差が13.6ポイントに開き、今後について不安を持つ層が約1/4近くを占めるアンケート結果となった(図表-12)。 (高橋 廣)

図表一12 暮らし向きの実感と今後の見通し



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	24	71	121	146	362
既婚女性	20	59	120	108	307
独身男性	55	18	19	5	97
独身女性	76	31	29	22	158
計	175	179	289	281	924

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	2014年10月8日～10日
③対 象 地 域	県内全域
④対 象 人 員	1,000人
⑤有効回答数	924人
有効回答率	92.4 %