

# 「ボーナスと暮らし向きに関するアンケート調査」(2016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、「2016年冬のボーナス予想」や「暮らし向き」について、千葉銀行40ヶ店の来店客(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

### 1.ボーナス予想額：55万9千円(前年冬比、7千円増加(1.3%増加))

今冬のボーナス予想額は55万9千円で、前年冬の受取額(回答者の実績)を7千円上回るアンケート結果となった。予想伸び率は「+1.3%」であり、この3年間(6回)の夏・冬の調査では、昨冬(▲0.5%)を除くとすべて「増加」の予想であった。

### 2.暮らし向きアンケート調査について

暮らし向きの質問で、半年前より「良くなった」(9.5%)と「悪くなった」(10.3%)との差は僅かであったが、今後半年間の見通しについては「変わらない」(75.1%)を除くと「悪くなりそう」(17.6%)と「良くなりそう」(7.3%)との差が大きく、過去のアンケート結果と同様に今回も慎重な姿勢がうかがえた。

▽ボーナスの増減予想では、「増えそう」は13.4%(昨冬13.6%)で昨冬比0.2ポイント減少。「減りそう」は12.4%(昨冬14.7%)で昨冬比2.3ポイント減少、そして「変わらない」が74.3%(昨冬71.7%)で2.6ポイント増加した。全体としては「増えそう」が「減りそう」を上回ることとなったが、「変わらない」が7割超の多数を占めている。

▽ボーナスの配分については、1位「貯蓄」、2位「教育・教養」、3位「ローン等の返済」で、以下「生活費の補填」、「買い物」、「旅行・レジャー」、「交際費」の順となった。

▽貯蓄の内訳をみると、「銀行預金(財形貯蓄を含む)」83.3%、「社内預金」6.5%、「ゆうちょ貯金」5.7%、「投信・株式」3.0%の順になっている。

▽貯蓄の目的(複数回答)は、1位「老後の備え」、2位「教育資金」、3位「旅行・レジャー資金」、4位「住宅関連資金」、5位「不時の備え」、以下「車の維持管理」、「結婚資金」、「耐久消費財」の順となっている。

▽購入希望主要品目(複数回答)では、1位「婦人服」、2位「紳士服」、3位「家具・インテリア」が上位を占めた。既婚・独身を問わず男性は「紳士服」、女性は「婦人服」をそれぞれ1位にあげている。

## 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、「増えそう」は 13.4%(昨冬 13.6%)で昨冬比 0.2 ポイント減少。「減りそう」は 12.4%(昨冬 14.7%)で昨冬比 2.3 ポイント減少、そして「変わらない」が 74.3%(昨冬 71.7%)で 2.6 ポイント増加した。全体としては「増えそう」が「減りそう」を上回ることとなったが、「変わらない」が 7 割超の多数を占めている。

増減予想を年齢階層別にみると、30 歳未満は「増えそう」が昨冬に比較し減少し 26.2%であったが、「減りそう」8.7%を大幅に上回っている。30 歳代は、昨冬は、「減りそう」が「増えそう」を上回ったが、今回は、「増えそう」16.5%が「減りそう」9.1%を 7.4 ポイント上回っている。40 歳代、50 歳以上は、「減りそう」の割合が多い状況が続いている。「変わらない」は、全階層で多数を占めている(図表-1)。

なお、夏・冬のボーナス増減予想割合の推移は(図表-2)の通りである。

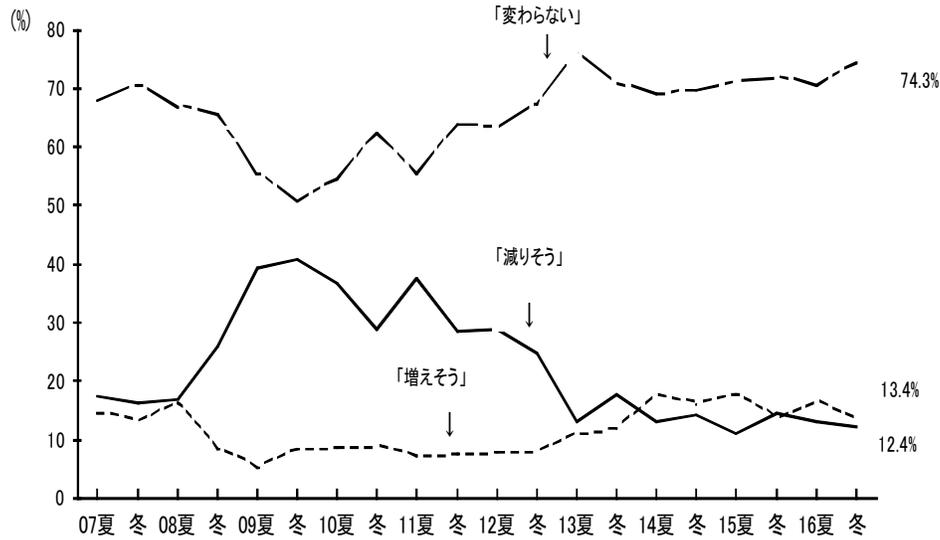
図表-1 ボーナスの増減予想(対前年比)

(構成比、単位:%)

		「増えそう」	「減りそう」	「変わらない」
平均	14冬	16.0	14.4	69.5
	15冬	13.6	14.7	71.7
	16冬	13.4	12.4	74.3
30歳未満	14冬	27.9	6.6	65.4
	15冬	31.6	9.5	58.9
	16冬	26.2	8.7	65.0
30歳代	14冬	20.0	11.9	68.1
	15冬	14.1	16.4	69.5
	16冬	16.5	9.1	74.4
40歳代	14冬	10.0	12.3	77.7
	15冬	7.6	12.3	80.1
	16冬	11.4	12.9	75.7
50歳以上	14冬	11.8	24.1	64.1
	15冬	9.7	18.4	71.9
	16冬	6.8	16.0	77.2

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

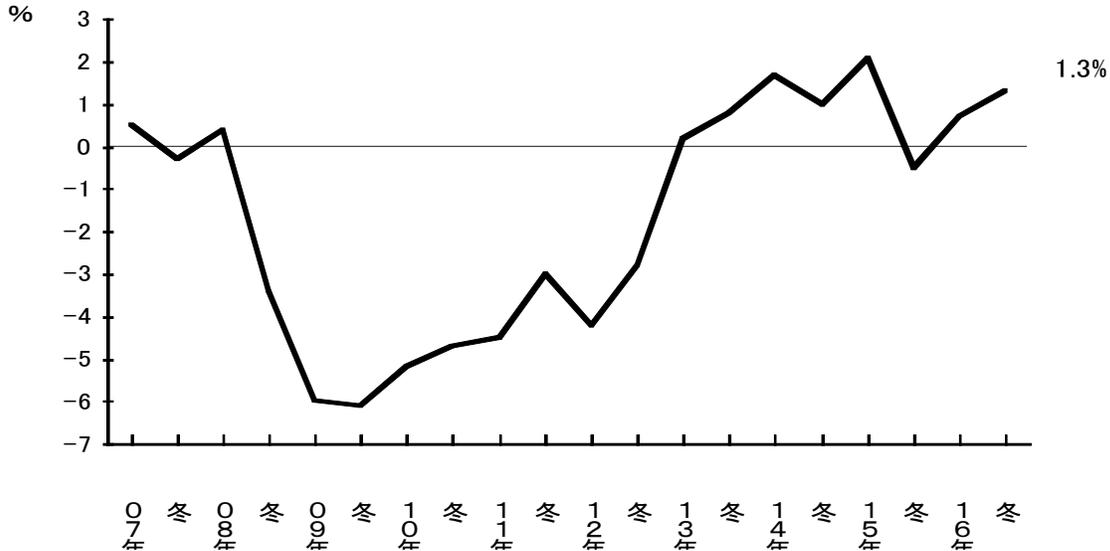
今冬ボーナス予想額は 55 万 9 千円となり、昨冬の実績(回答者の実績)比で 7 千円上回る結果となった。予想伸び率は、+1.3%であり、この3年間(6回)の夏・冬の調査では、昨冬(▲0.5%)を除くとすべて「増加」の予想であった。

特に「30 歳未満」は、予想伸び率が 10.5%と高かった。また、勤務地別で見ると、都内勤務者は県内勤務者よりも予想額が 19 万 2 千円高いが、予想伸び率は、県内勤務者が 2.0%の増加であるのに対し、都内勤務者は▲0.1%の減少であった(図表-3、4)。

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		55.9	1.3
30歳未満		39.0	10.5
30 歳 代		46.1	2.0
40 歳 代		59.3	1.0
50歳以上		68.6	▲ 1.7
勤務 地別	県 内	52.0	2.0
	東 京	71.2	▲ 0.1

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「教育・教養」、3位「ローン等の返済」で、以下「生活費の補填」、「買い物」、「旅行・レジャー」、「交際費」の順である。

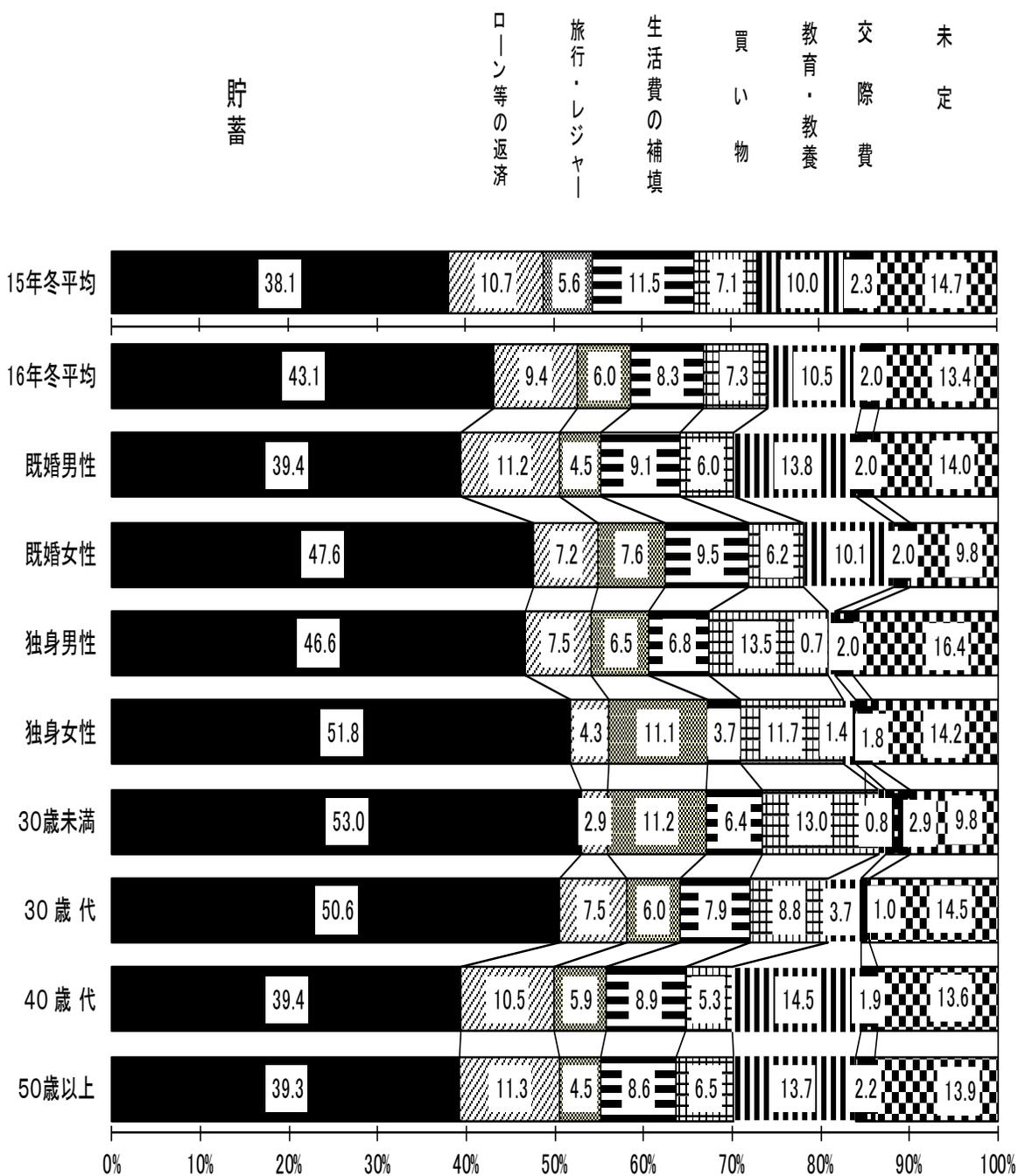
ボーナスの配分予定は、1位「貯蓄」(43.1%)、2位「教育・教養」(10.5%)、3位「ローン等の返済」(9.4%)で、以下「生活費の補填」(8.3%)、「買い物」(7.3%)、「旅行・レジャー」(6.0%)、「交際費」(2.0%)の順となっている。

「貯蓄」は、経済情勢にかかわらず常にトップにあり、堅実性の重視が感じられる。また、「教育・教養」への配分予定が従来のアンケート調査に比較し上位となった。

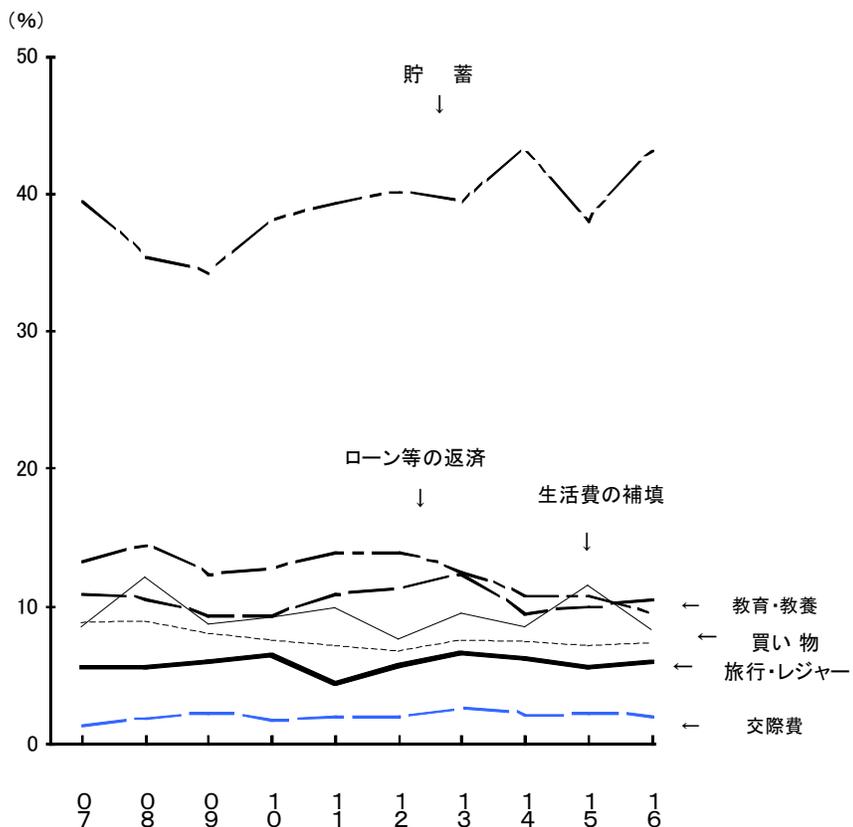
既婚・独身、男・女を問わず、「貯蓄」に回す割合が高い。特に独身者は、女性、男性とも貯蓄志向が高く、女性は51.8%、男性は46.6%を貯蓄に回すと回答している。「貯蓄」以外の項目では、独身者は既婚者に比べて「買い物」や「旅行・レジャー」のウェイトが高く、既婚者は「教育・教養」、「生活費の補填」や「ローンの返済」が高く、独身者と既婚者のそれぞれの特徴を表している。

年齢別でも全ての年齢層において「貯蓄」が一番の配分予定となっており、特に30歳未満(53.0%)と30歳代(50.6%)は高い。「貯蓄」以外の年齢階層による特徴としては、30歳未満と30歳代は「買い物」、40歳代、50歳以上は「教育・教養」や「ローン等の返済」への配分割合が高くなっている(図表-5、6)。

図表-5 ボーナスの配分予定



図表-6 ボーナスの配分予定の推移

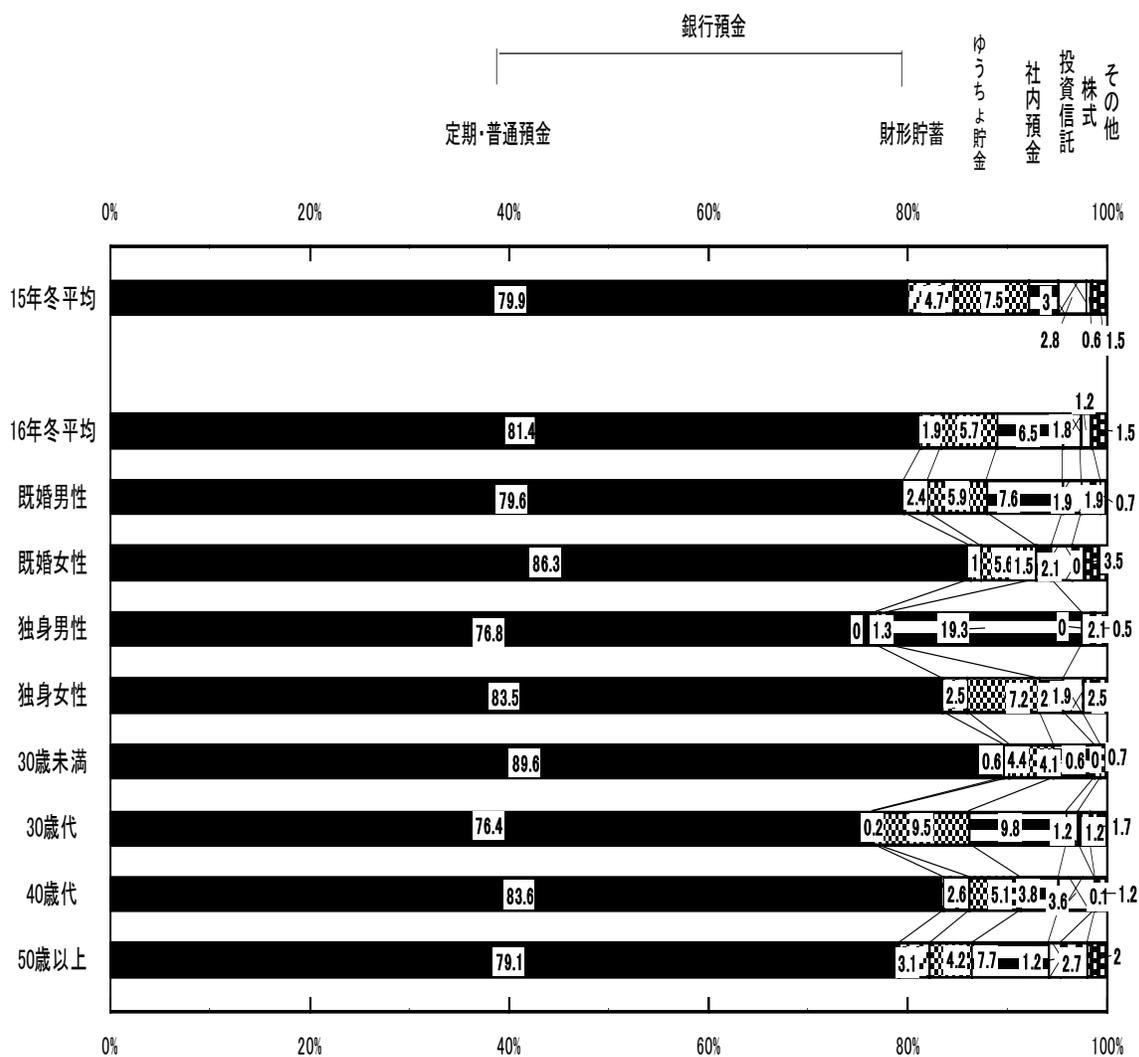


#### 4 貯蓄の内訳

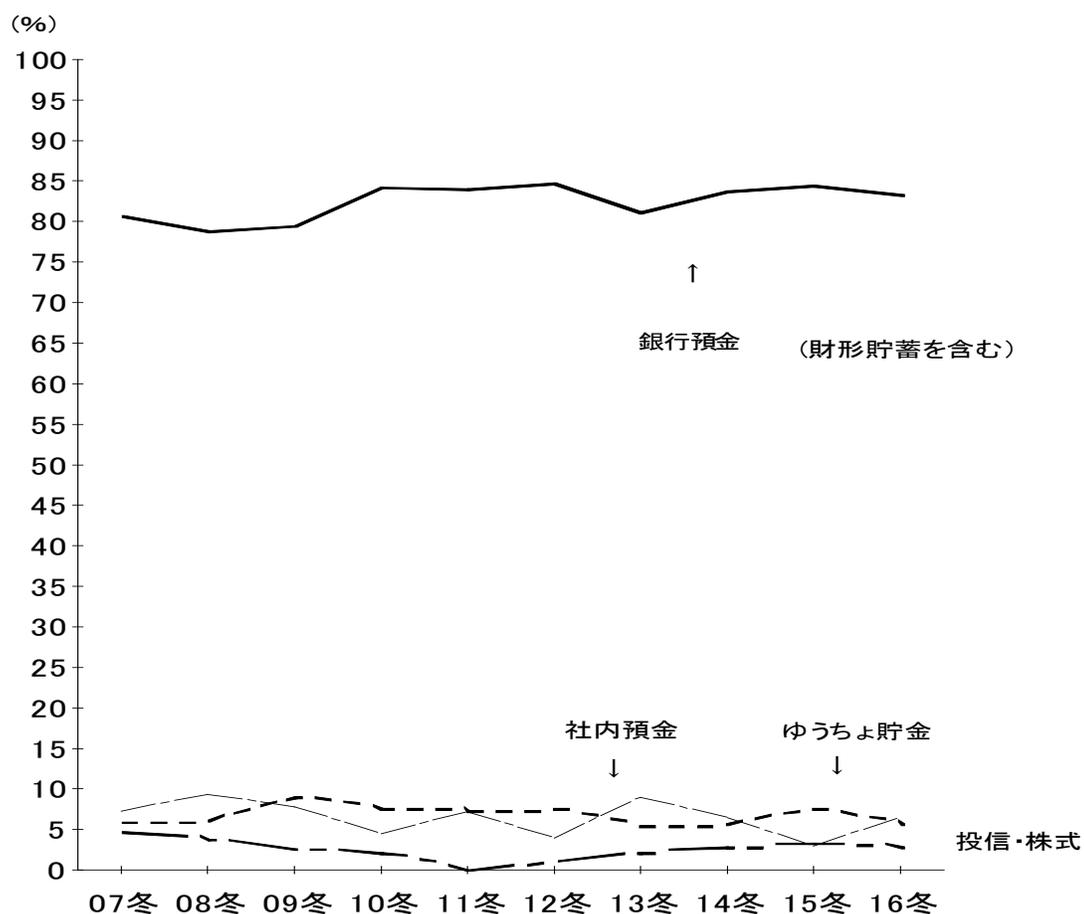
貯蓄の内訳をみると、「銀行預金(財形貯蓄を含む)」83.3%、「社内預金」6.5%、「ゆうちょ貯金」5.7%の順となっており、低金利の中でも安全性の重視が感じられる。この3項目で全体の95.5%(昨冬 95.1%)を占めている。「社内預金」の割合が増加し、「ゆうちょ貯金」が減少した(図表-7、8)。

貯蓄の内訳を、既婚・独身、男・女別でも、いずれも「銀行預金」の割合が大部分を占めている。年齢層別で見ると、30歳未満(90.2%)と40歳代(86.2%)が高い。銀行預金以外では、「社内預金」は独身男性(19.3%)、「ゆうちょ貯金」は独身女性(7.2%)が高い割合を示す結果となっている。

図表-7 貯蓄の内訳



図表—8 貯蓄の内訳推移

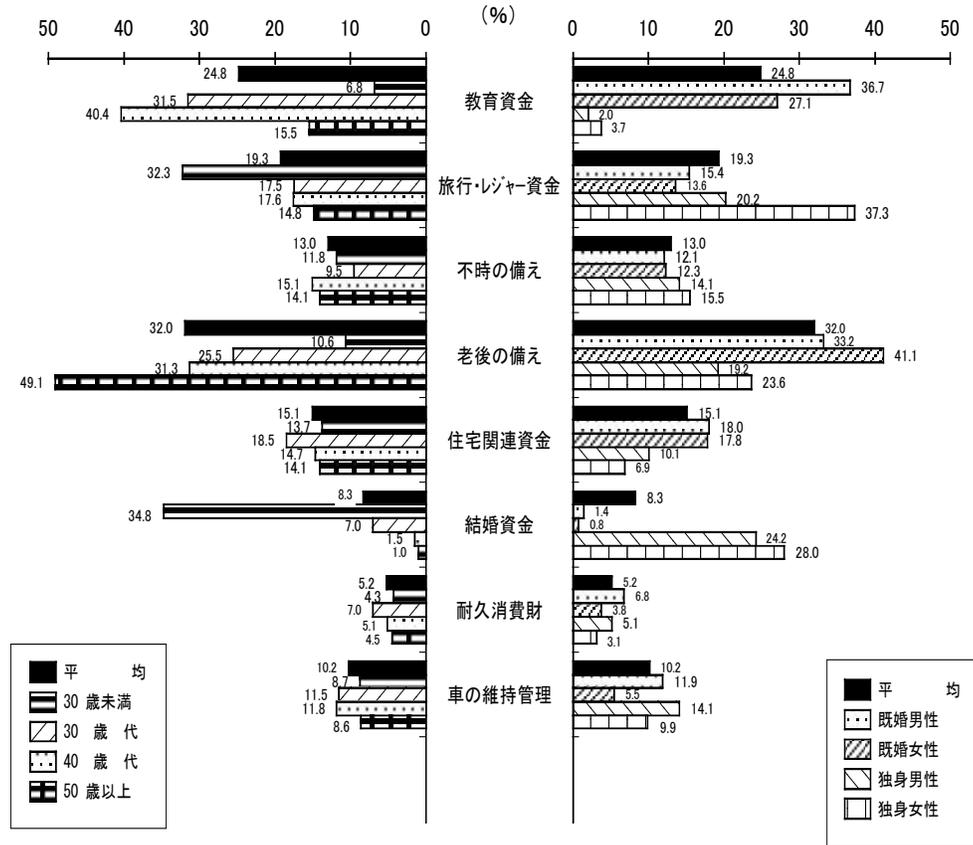


## 5 貯蓄の目的

貯蓄の目的は、1位「老後の備え」、2位「教育資金」、3位「旅行・レジャー資金」が上位であった。以下「住宅関連資金」、「不時の備え」、「車の維持管理」、「結婚資金」、「耐久消費財」の順となっている。

貯蓄の目的(複数回答)は、1位「老後の備え」32.0%、2位「教育資金」24.8%、3位「旅行・レジャー資金」19.3%、4位「住宅関連資金」15.1%、5位「不時の備え」13.0%、6位「車の維持管理」10.2%、7位「結婚資金」8.3%、8位「耐久消費財」5.2%となっている(図表-9、10)。

図表-9 貯蓄の目的(複数回答)

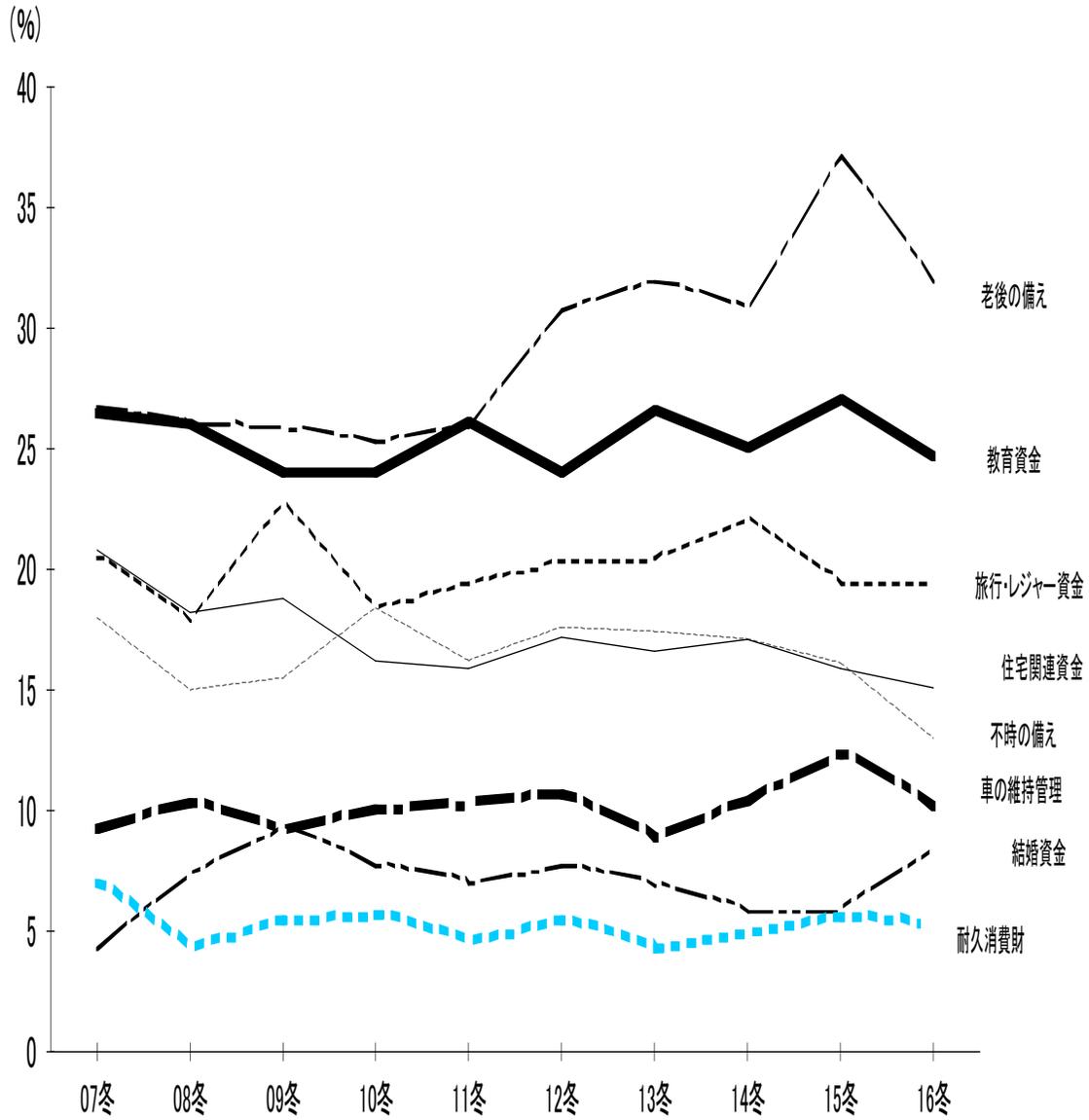


注) 左欄は年齢別、右欄は既婚男・女性、独身男・女性別

年齢別にみると、30歳未満は「結婚資金」(34.8%)と「旅行・レジャー資金」(32.3%)、30歳代は「教育資金」(31.5%)、40歳代も「教育資金」(40.4%)、50歳以上は「老後の備え」(49.1%)が高く、各年代のライフスタイルの特徴が表われている。

既婚・独身、男・女性別では、既婚男性は「教育資金」(36.7%)、既婚女性は「老後の備え」(41.1%)、独身男性は「結婚資金」(24.2%)、独身女性は「旅行・レジャー資金」(37.3%)をそれぞれトップに挙げている。

図表-10 貯蓄の目的の推移



## 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「家具・インテリア」が上位であった。既婚・独身を問わず男性は「紳士服」、女性は「婦人服」をそれぞれ1位にあげている。

ボーナスで買いたいもの(複数回答)上位は、「婦人服」(22.8%)、「紳士服」(15.7%)、「家具・インテリア」(14.1%)、以下「くつ」、「鞆・ハンドバッグ」となった(図表-11)。

図表-11 購入希望主要品目

	全 体			%	(複数回答、単位:%)			
	14冬	15冬	今冬		既 婚 男 性		既 婚 女 性	
第1位	婦人服	婦人服	婦人服	22.8%	紳士服	19.3	婦人服	26.9
第2位	紳士服	紳士服	紳士服	15.7%	家具・インテリア	17.5	子供服	17.3
第3位	くつ	鞆・ハンドバッグ	家具・インテリア	14.1%	婦人服	12.5	家具・インテリア	13.5
第4位	鞆・ハンドバッグ	子供服	くつ	13.9%	子供服	11.8	くつ	12.2
第5位	家具・インテリア	くつ	鞆・ハンドバッグ	10.6%	冷蔵庫	8.6	鞆・ハンドバッグ	11.5
第6位	子供服	家具・インテリア	子供服	10.0%				
第7位	パソコン	パソコン	パソコン	7.4%	独 身 男 性		独 身 女 性	
第8位	化粧品	化粧品	化粧品	7.3%	紳士服	43.2	婦人服	54.9
第9位	冷蔵庫	電話・携帯電話	乗用車	6.5%	アウトドア用品	12.2	くつ	32.8
第10位	カメラ・ビデオ	乗用車	冷蔵庫	6.0%	くつ	10.8	鞆・ハンドバッグ	30.3
					ゲーム機・ソフト	10.8	化粧品	21.3
					家具・インテリア	10.8	家具・インテリア	9.0

## 7 暮らし向きの実感と今後の見通しについて

### (1) 収入

半年前との比較で収入が「増えた」との回答割合は 18.0%で、今後半年間の見通しについて「増えそう」との回答は 9.6%で、8.4ポイント減少。一方「減った」は 13.3%で、今後「減りそう」は 17.4%で 4.1ポイント増加。なお、いずれについても「変わらない」が7割前後を占める。収入についてはまだ明るい見通しを持つ状況ではないことがうかがえる。

### (2) 消費支出

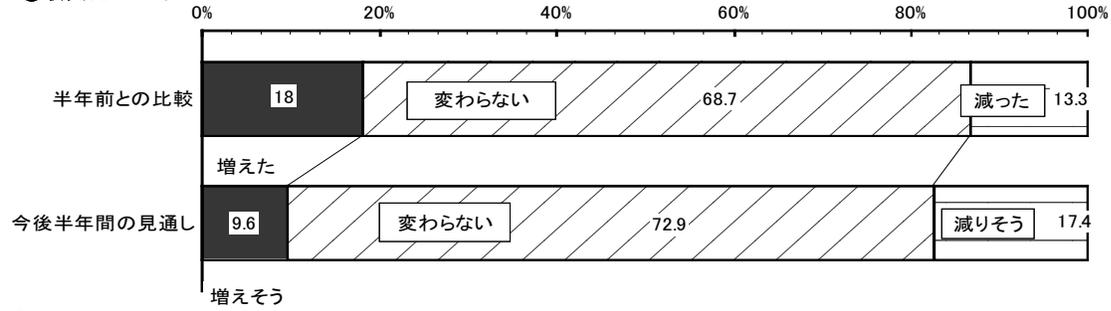
半年前との比較で支出を「増やした」との回答割合は 23.2%で、今後半年間の見通しについて「増やす」との回答は 10.1%で、13.1ポイント減少。一方「減らした」は 14.7%で、今後「減らす」は 26.6%で 11.9ポイント増加し、消費支出で先行きに関しては、慎重な姿勢がうかがえる。

### (3) 生活全般

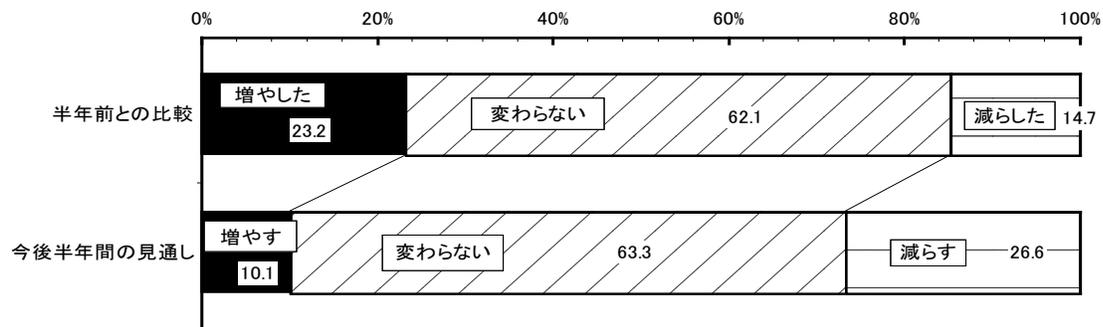
暮らし向きの質問で、半年前より「良くなった」(9.5%)と「悪くなった」(10.3%)との差は僅かであったが、今後半年間の見通しについては「変わらない」(75.1%)を除くと「悪くなりそう」(17.6%)と「良くなりそう」(7.3%)との差が大きく、過去のアンケート結果と同様に今回も慎重な姿勢がうかがえた(図表-12)。

図表-12 暮らし向きの実感と今後の見通し

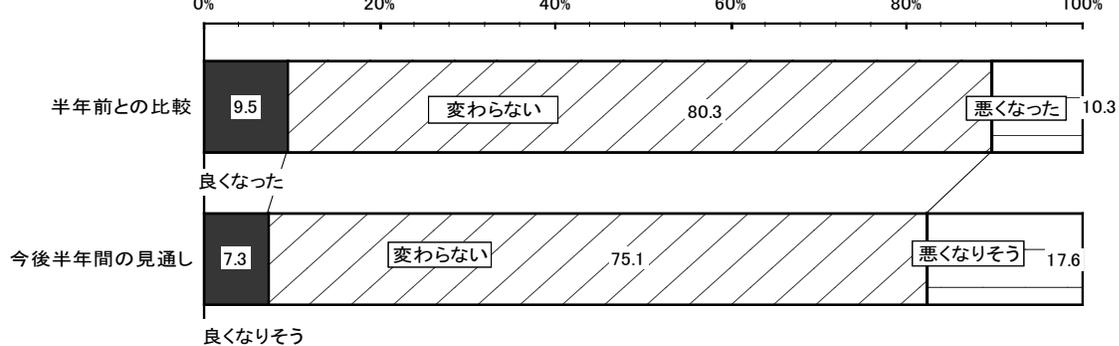
①収入について



②消費支出について



③生活全般について



### 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	89	141	182	428
既婚女性	19	48	85	84	236
独身男性	50	26	16	7	99
独身女性	76	37	30	18	161
計	161	200	272	291	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	2016年10月3日～7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 %