

「ボーナスと暮らし向きに関するアンケート調査」(2017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、「2017年冬のボーナス予想」や「暮らし向き」について、千葉銀行40か店の来店客(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。

< 調査結果概要 >

1. ボーナス予想額 : 57万5千円(前年冬比2千円減少(0.4%減少))

今冬のボーナス予想額は57万5千円で、前年冬の受取額(回答者の実績)を2千円下回るアンケート結果となった。予想伸び率は「▲0.4%」で、今回は小幅ながら「減少」予想となった。

2. 暮らし向きアンケート調査について

暮らし向き(生活全般)については、半年前より「悪くなった」(10.2%)が「良くなった」(9.6%)を0.6%ポイント上回った。今後半年間の見通しについては、「悪くなりそう」(14.9%)が「良くなりそう」(8.5%)を6.4%ポイント上回る結果となり、過去のアンケート結果と同様、今回も慎重な見方がうかがわれた。

- ▽ ボーナスの増減予想では、「増えそう」は14.0%(昨冬13.4%)で昨冬比0.6%ポイント増加。「減りそう」は13.2%(昨冬12.4%)で昨冬比0.8%ポイント増加、そして「変わらない」が72.8%(昨冬74.3%)で昨冬比1.5%ポイント減少した。全体としては、「増えそう」が「減りそう」を上回るかたちとなったが、「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・教養費」、3位「生活費の補填」で、以下「ローン等の返済」、「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)」82.1%、「ゆうちょ貯金」7.3%、「社内預金」4.4%、「投信・株式」3.2%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「不時の備え」、5位「住宅関連資金」、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」がそれぞれ1位に挙げられた。

< 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14.0%（昨冬13.4%）で昨冬比0.6%ポイント増加。「減りそう」は13.2%（同12.4%）で同0.8%ポイント増加、そして「変わらない」が72.8%（同74.3%）で同1.5%ポイント減少した。全体としては、「増えそう」が「減りそう」を上回るかたちとなったが、「変わらない」が7割超と多数を占めている。

増減予想を年齢階層別にみると、30歳未満は「増えそう」が31.0%で「減りそう」9.7%を大幅に上回っている。また、30歳代は、「増えそう」が「減りそう」を2.7%ポイント上回っているが、40歳代、50歳以上では、「減りそう」が「増えそう」を上回り、特に50歳以上は、「増えそう」6.9%で「減りそう」17.5%を10.6%ポイント大幅に下回っている。50歳以上世代の厳しさの一端がうかがわれる（図表-1）。

「変わらない」の水準は、ここ数年、70%以上で推移。全階層で多数を占めており、本アンケートでは、72.8%となった。

夏・冬のボーナス増減予想割合の推移は、（図表-2）のとおりである。

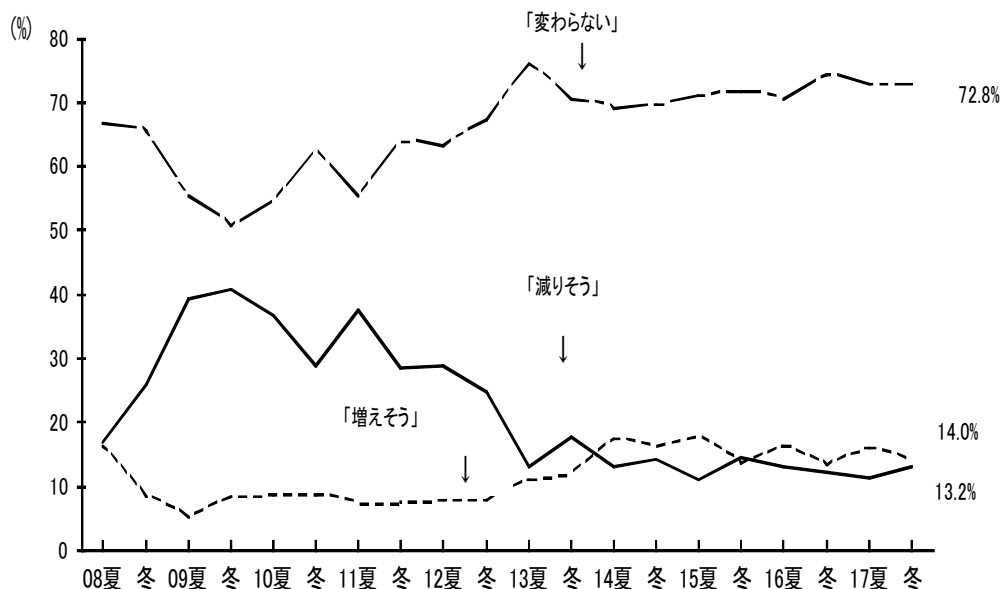
図表-1 ボーナスの増減予想(対前年比)

(構成比、単位:%)

		「増えそう」	「減りそう」	「変わらない」
全 体	15冬	13.6	14.7	71.7
	16冬	13.4	12.4	74.3
	17冬	14.0	13.2	72.8
30歳未満	15冬	31.6	9.5	58.9
	16冬	26.2	8.7	65.0
	17冬	31.0	9.7	59.3
30歳代	15冬	14.1	16.4	69.5
	16冬	16.5	9.1	74.4
	17冬	14.7	12.0	73.3
40歳代	15冬	7.6	12.3	80.1
	16冬	11.4	12.9	75.7
	17冬	10.9	12.2	76.9
50歳以上	15冬	9.7	18.4	71.9
	16冬	6.8	16.0	77.2
	17冬	6.9	17.5	75.7

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57万5千円と、昨冬の受取額（回答者の実績）比で2千円下回る結果となった。予想伸び率は、▲0.4%であり、昨冬（+1.3%）増加予想から「減少」予想となった。

年齢階層別では、40歳代、50歳以上で「減少」となったが、特に「30歳未満」は、予想伸び率が5.6%と高かった。

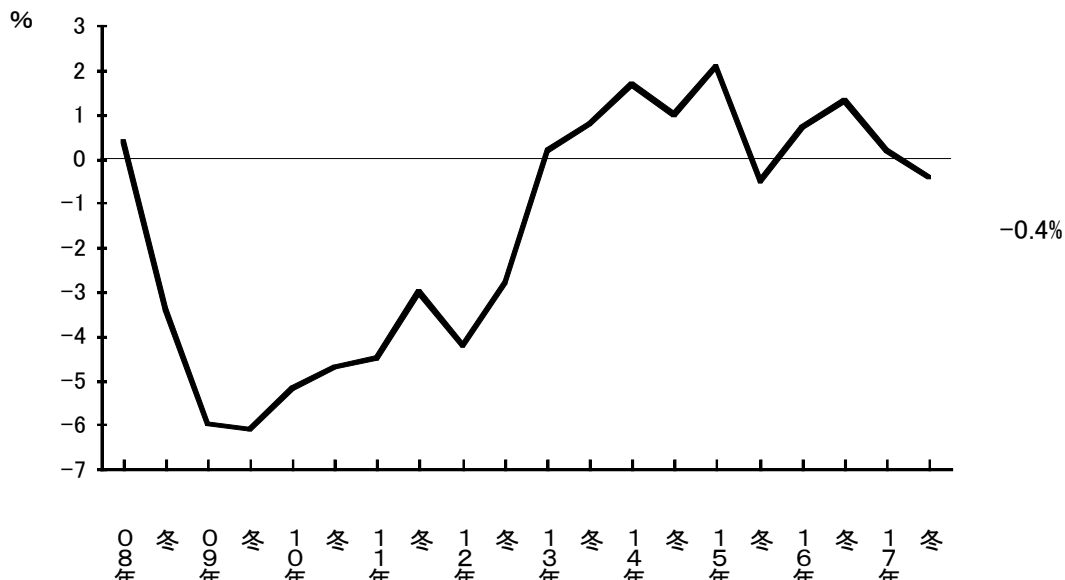
また、勤務地別で見ると、都内勤務者は県内勤務者よりも予想額が34万円高く、予想伸び率も、都内勤務者が0.5%の「増加」であるのに対し、県内勤務者は▲0.5%の「減少」であった（図表-3）。

夏・冬のボーナス予想伸び率の推移は、（図表-4）のとおりである。

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、%)
全 体		57.5	▲0.4
30歳未満		42.1	5.6
30歳代		47.5	1.1
40歳代		61.5	▲1.5
50歳以上		71.2	▲2.2
勤務地別	県 内	51.7	▲0.5
	東 京	85.7	0.5

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・教養費」、3位「生活費の補填」で、以下「ローン等の返済」、「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」(43.2%)、2位「教育・教養費」(9.7%)、3位「生活費の補填」(8.8%)で、以下「ローン等の返済」(8.3%)、「買い物」(7.5%)、「旅行・レジャー」(6.3%)、「交際費」(2.1%)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・教養費」への配分予定も従来のアンケート調査と同様上位となった。

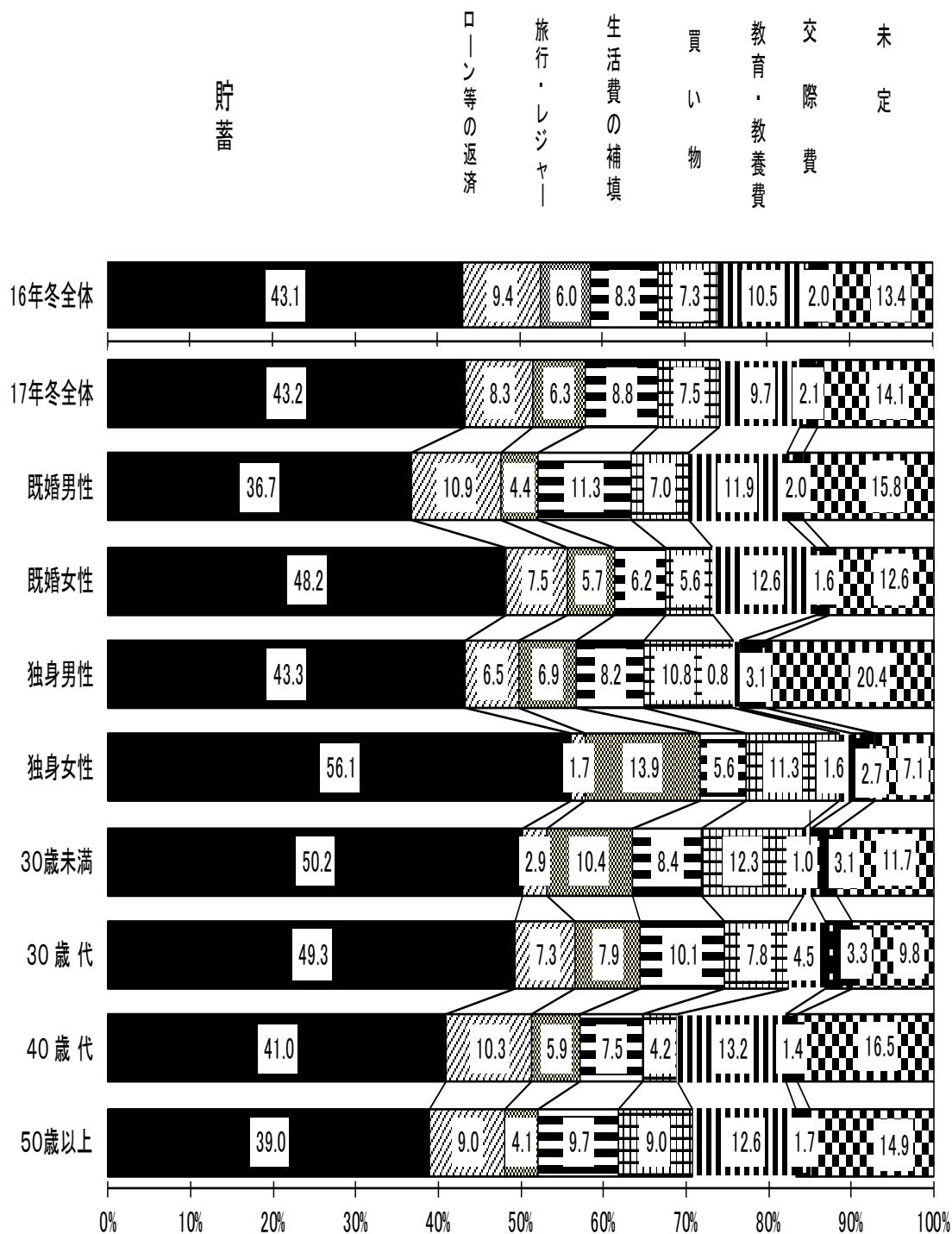
「貯蓄」に回す割合は、既婚・独身、男・女を問わず高くなっている。特に女性は、独身・既婚とも貯蓄志向が高く、独身は56.1%、既婚は48.2%を貯蓄に回すと回答している。「貯蓄」以外の項目では、独身者は既婚者に比べて「買い物」のウェイトが高く、既婚者は「教育・教養費」のウェイトが高い。

また、男性は、独身・既婚とも「生活費の補填」のウェイトが女性に比べ高く、既婚者は、「ローン等の返済」も高くなっている。既婚女性は「ローン等の返済」、独身女性は「旅行・レジャー」が高い。

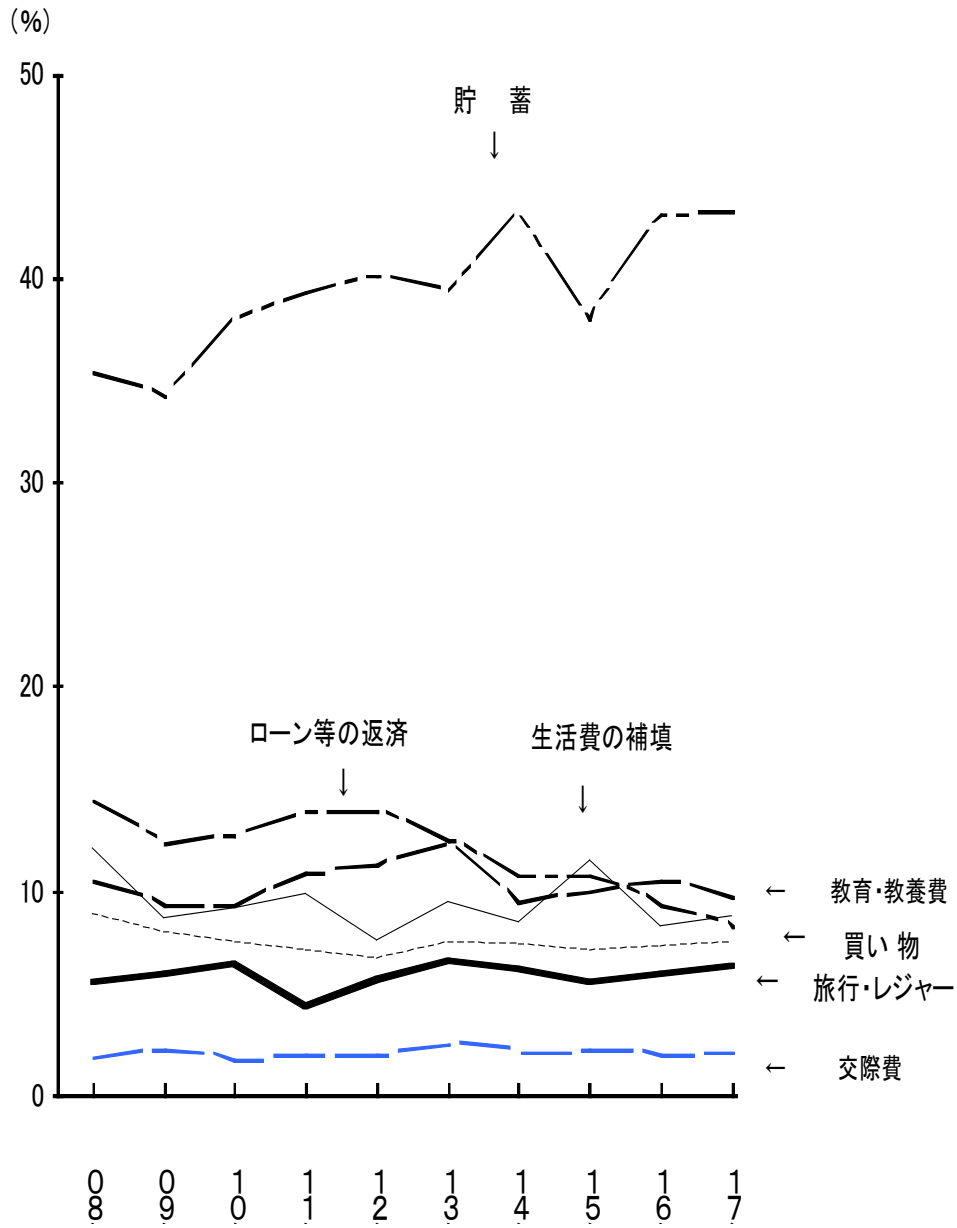
「貯蓄」は、年齢階層別でも全ての年齢層において一番の配分予定となっており、特に30歳未満(50.2%)と30歳代(49.3%)で高い。「貯蓄」以外の年齢階層による特徴としては、30歳未満は「買い物」、30歳代は「生活費の補填」、40歳代、50歳以上は「教育・教養費」、「ローン等の返済」や「生活費の補填」への配分割合が高くなっている(図表-5)。

ボーナス配分予定の推移(冬季のみの時系列推移)は、ここ数年あまり大きな変化はみられない(図表-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



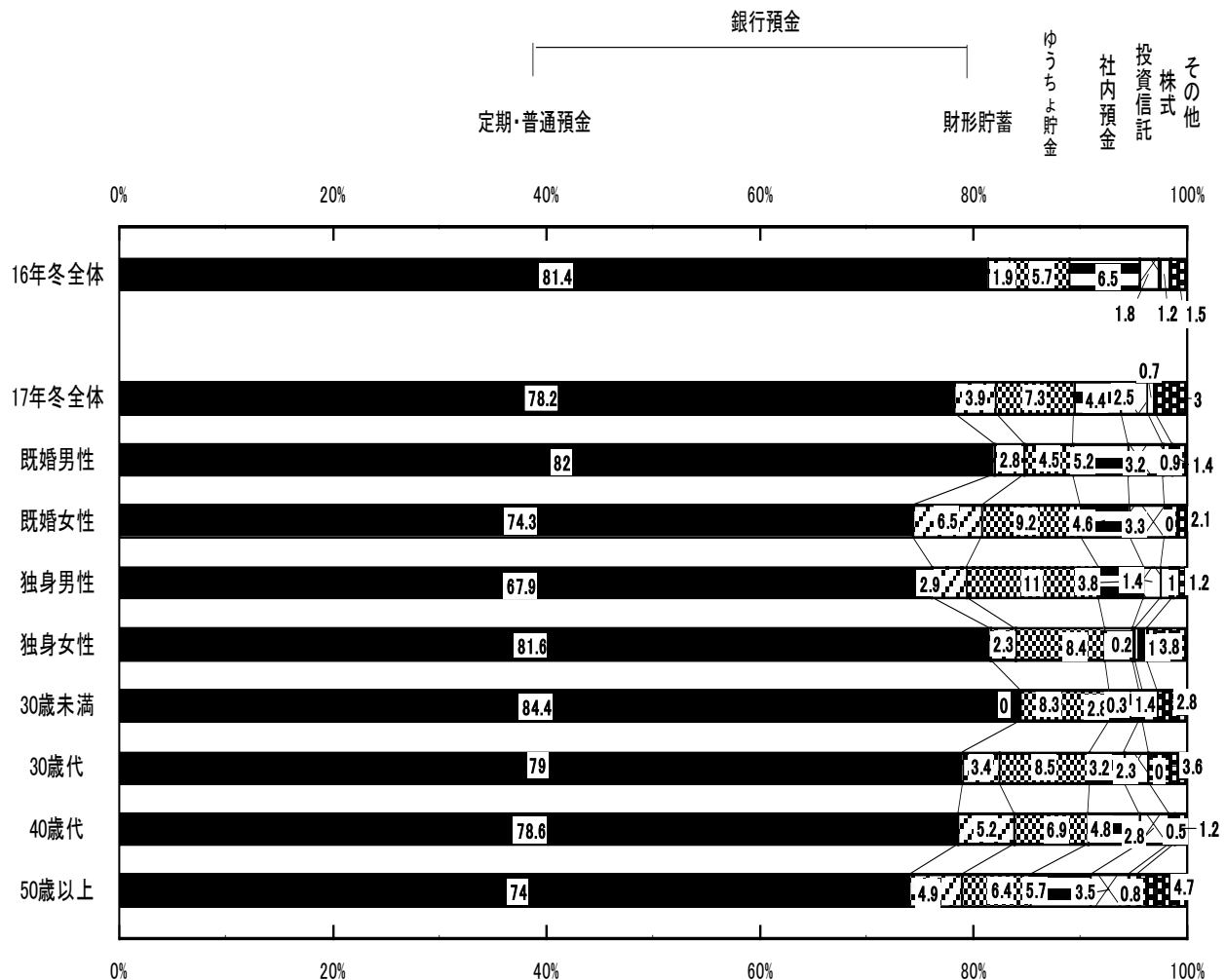
4. 貯蓄の内訳

貯蓄の内訳をみると、「銀行預金（財形貯蓄を含む）」82.1%、「ゆうちょ貯金」7.3%、「社内預金」4.4%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93.8%（昨冬95.5%）を占めている（図表-7）。

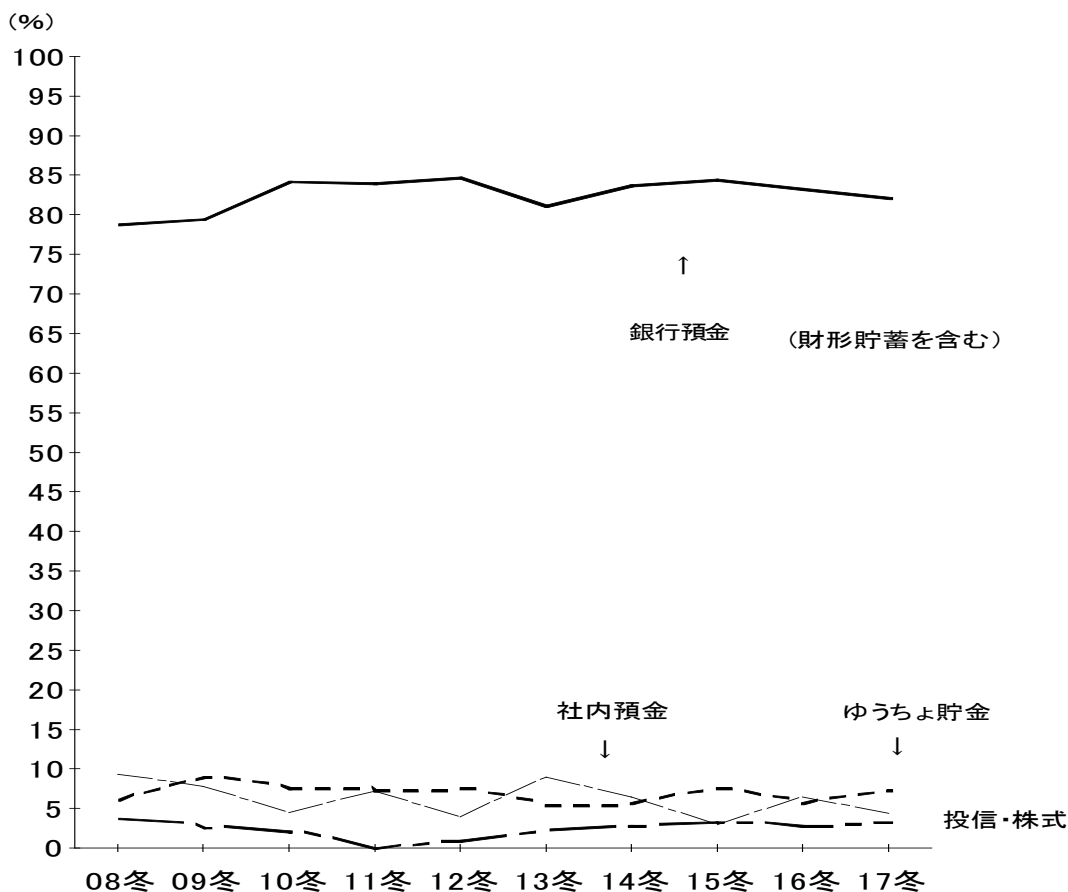
貯蓄の内訳を、既婚・独身、男・女別でも、いずれも「銀行預金（財形貯蓄を含む）」の割合が大部分を占めている。銀行預金以外では、独身男性で「ゆうちょ貯金」（11.0%）が高い割合を示す結果となっている。

貯蓄の内訳推移（冬季のみの時系列推移）は、（図表-8）のとおりである。

図表-7 貯蓄の内訳



図表一8 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「不時の備え」、「住宅関連資金」、「車の維持管理」、「結婚資金」、「耐久消費財」の順となっている。

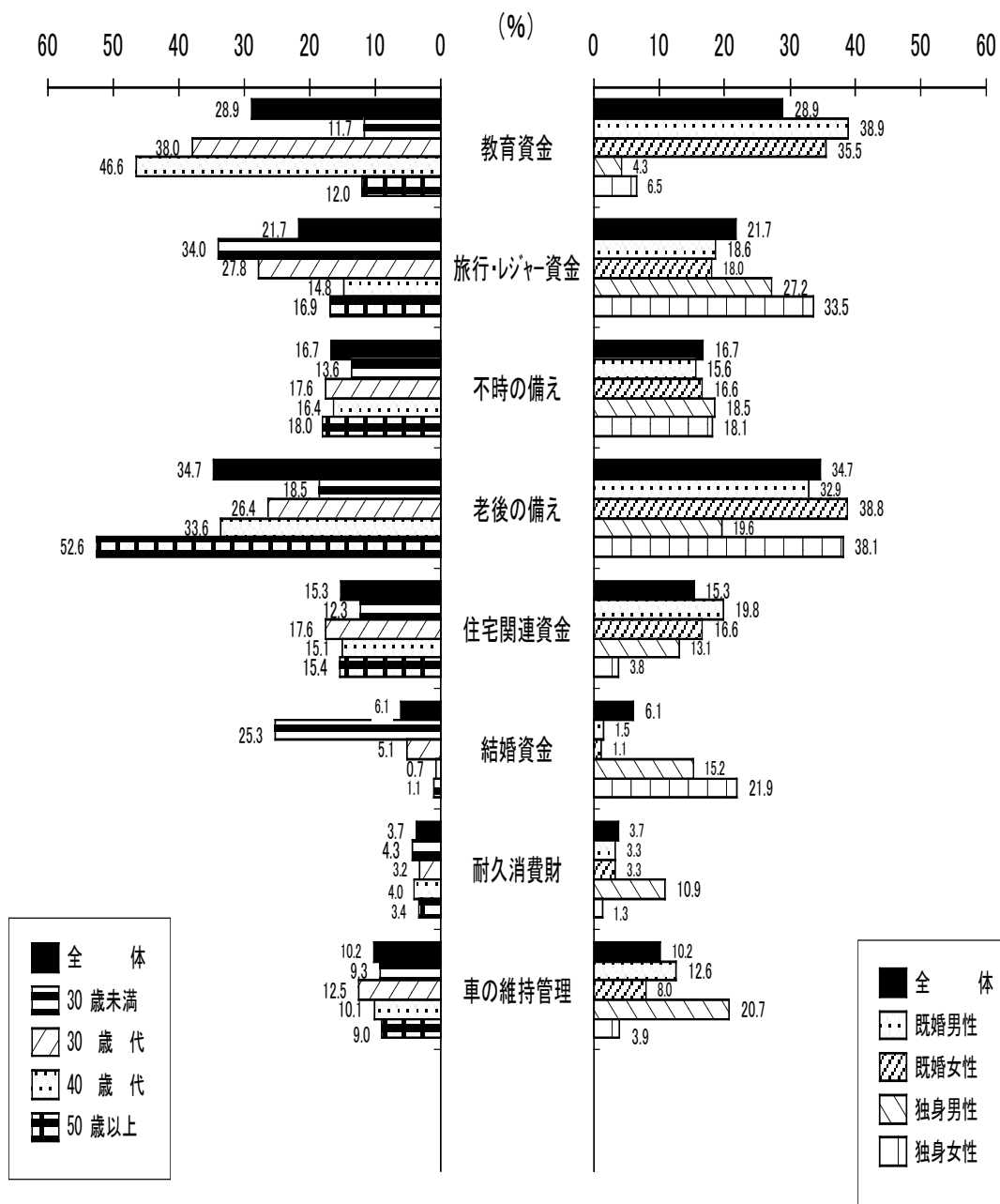
貯蓄の目的（複数回答）の全体集計では、1位「老後の備え」34.7%、2位「教育資金」28.9%、3位「旅行・レジャー資金」21.7%、4位「不時の備え」16.7%、5位「住宅関連資金」15.3%、6位「車の維持管理」10.2%、7位「結婚資金」6.1%、8位「耐久消費財」3.7%となっている（図表-9）。

年齢階層別にみると、30歳未満は「旅行・レジャー資金」（34.0%）、30歳代は「教育資金」（38.0%）、40歳代も「教育資金」（46.6%）、50歳以上は「老後の備え」（52.6%）が高く、年代別ライフステージの特徴が表われている。

既婚・独身、男・女別では、既婚男性は「教育資金」(38.9%)、既婚女性は「老後の備え」(38.8%)、独身女性も「老後の備え」(38.1%)、独身男性は「旅行・レジャー資金」(27.2%)をそれぞれトップに挙げている。

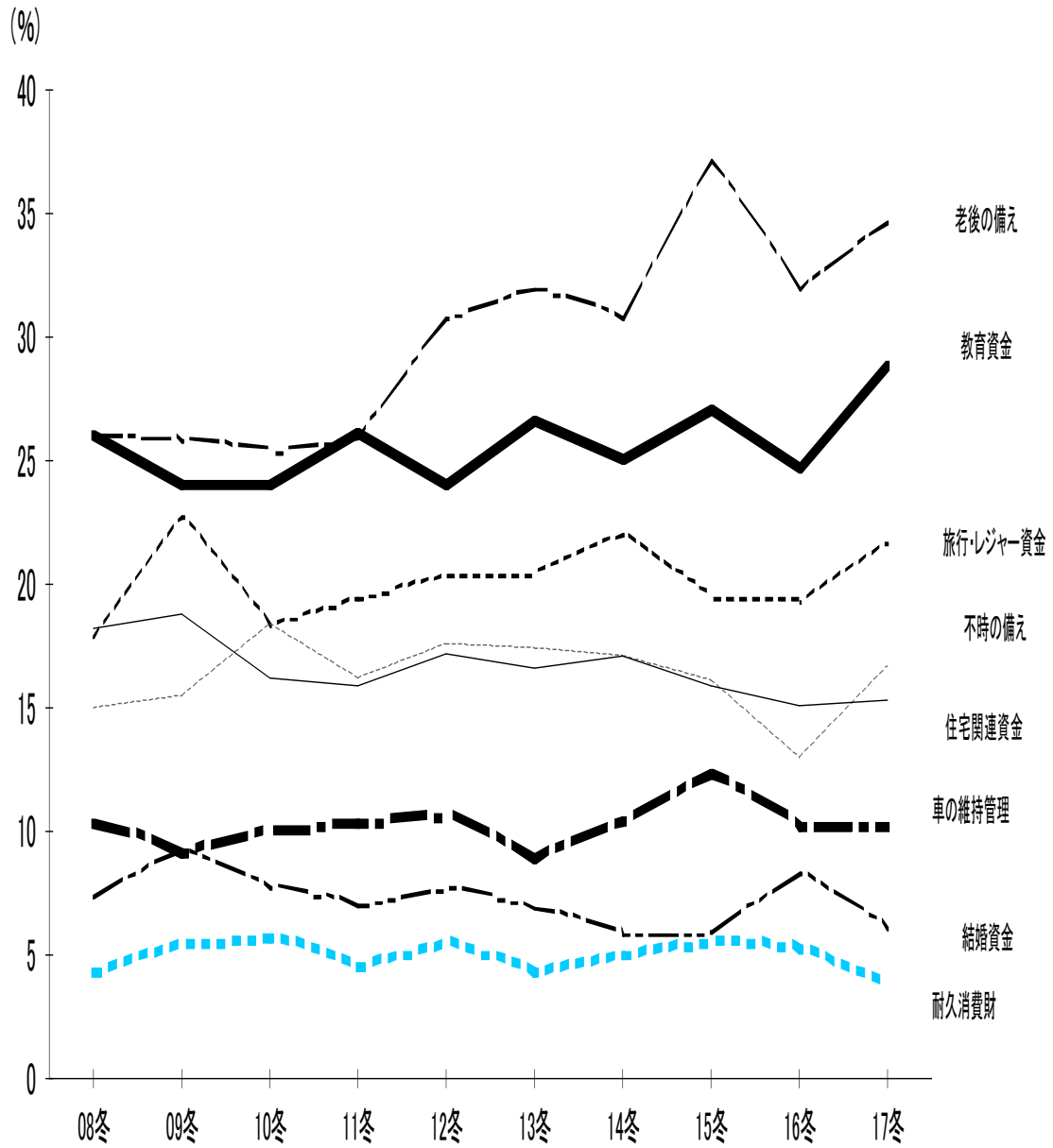
貯蓄の目的の推移(冬季のみの時系列推移)は、(図表-10)のとおりである。

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

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位に挙げている。

ボーナスで購入したい物（複数回答）の上位は、「婦人服」（27.1%）、「紳士服」（17.6%）、「家具・インテリア」（14.1%）、以下「くつ」、「子供服」となった（図表-11）。

図表-11 購入希望主要品目

	全 体			%
	15冬	16冬	今冬	
第1位	婦人服	婦人服	婦人服	27.1
第2位	紳士服	紳士服	紳士服	17.6
第3位	靴・ハンドバッグ	家具・インテリア	家具・インテリア	14.1
第4位	子供服	くつ	くつ	13.3
第5位	くつ	靴・ハンドバッグ	子供服	12.5
第6位	家具・インテリア	子供服	靴・ハンドバッグ	11.3
第7位	パソコン	パソコン	化粧品	11.0
第8位	化粧品	化粧品	冷蔵庫	7.3
第9位	電話・携帯電話	乗用車	パソコン	7.0
第10位	乗用車	冷蔵庫	掃除機	6.2

(複数回答、単位:%)

既 婚 男 性		既 婚 女 性	
紳士服	29.6	婦人服	29.7
婦人服	20.4	子供服	16.5
子供服	18.1	家具・インテリア	14.2
家具・インテリア	16.4	くつ	11.8
冷蔵庫	9.7	化粧品	11.3

独 身 男 性		独 身 女 性	
紳士服	37.0	婦人服	51.3
家具・インテリア	16.4	化粧品	28.6
くつ	13.7	くつ	27.7
テレビ	13.7	靴・ハンドバッグ	27.7
パソコン	13.7	家具・インテリア	8.4

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17.3%、一方「減った」は14.6%となった。また、今後半年間の見通しについては「増えそう」との回答が10.3%で、7.0%ポイントの減少となった。

収入については、まだ明るい見通しが広がる状況に至っていないようにみられる。

(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23.4%で、今後半年間の見通しについて「増やす」との回答は12.8%で、10.6%ポイント減少。一方「減らした」は13.8%で、今後「減らす」は25.0%と11.2%ポイント増加した。

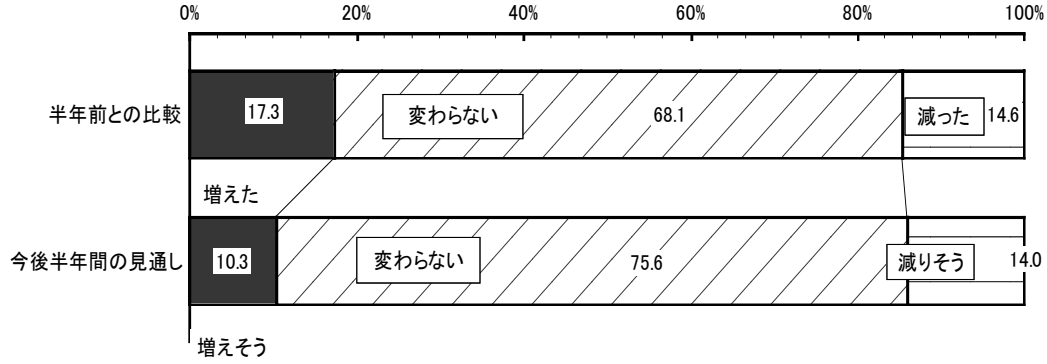
消費支出の先行きには、引き続き慎重な見方がうかがえる。

(3) 生活全般

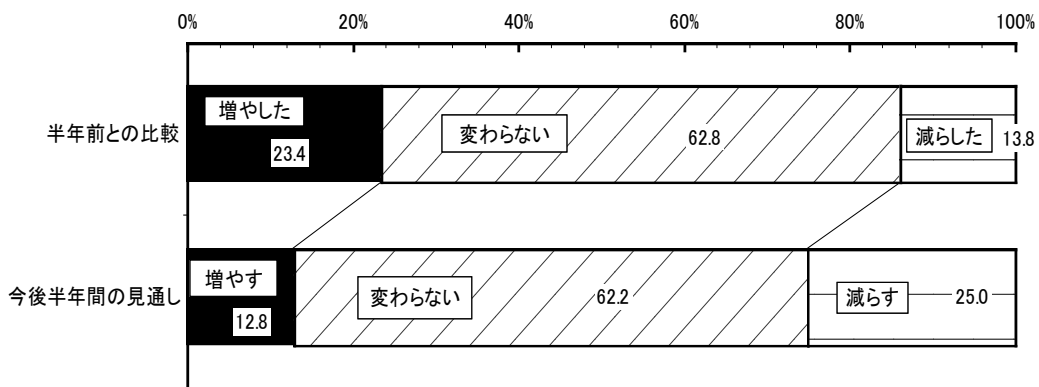
暮らし向きの質問では、半年前より「悪くなった」（10.2%）が「良くなった」（9.6%）を0.6%ポイント上回った。今後半年間の見通しについては、「悪くなりそう」（14.9%）が「良くなりそう」（8.5%）を6.4%ポイント上回る結果となり、過去のアンケート結果と同様、今回も慎重な見方がうかがえた（図表-12）。

図表-12 暮らし向きの実感と今後の見通し

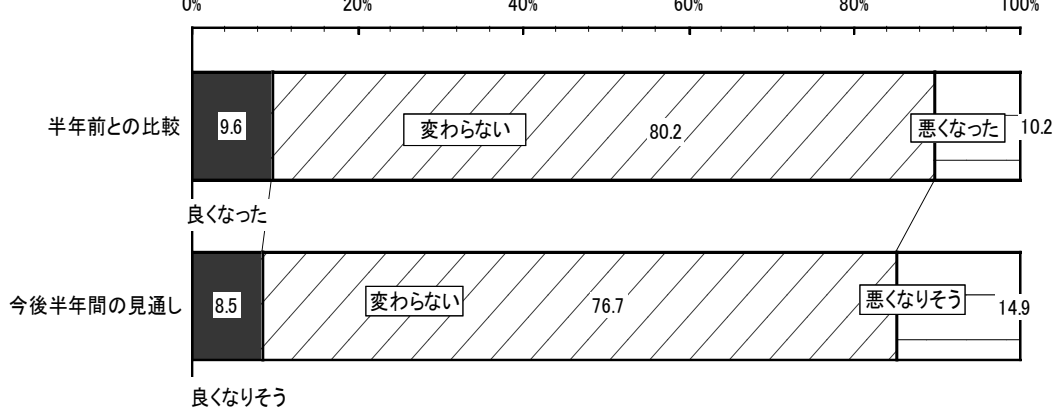
①収入について



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	25	71	112	126	334
既婚女性	21	73	149	118	361
独身男性	41	31	15	5	92
独身女性	75	41	22	17	155
計	162	216	298	266	942

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	2017年10月2日～6日
③対 象 地 域	県内全域
④対 象 人 員	1,000人
⑤有効回答数	942人
有効回答率	94.2 %