

「ボーナスと暮らし向きに関するアンケート調査」(2019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、「2019年冬のボーナス予想」と「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：59万7,000円(前年冬比4,000円増加、同0.5%増加)

今冬のボーナス予想額は59万7,000円と、前年冬の受取額(回答者の実績)を4,000円上回った。予想伸び率は「+0.5%」で、冬のボーナスとしては、小幅ながら2年連続の「増加」予想となっている。

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」(11.2%)が「良くなった」(8.1%)を3.1%ポイント上回った。

また、今後半年間の見通しでは、引き続き「変わらない」(70.0%)が過半となるなか、「悪くなりそう」の割合が22.4%を占めるなど、生活全般に対する見方は、悪化しつつあるようにみられる。

▽ ボーナスの増減予想は、「増えそう」が14.2%(昨冬15.3%)と昨冬比1.1%ポイント低下の一方、「減りそう」が10.9%(同10.2%)と同0.7%ポイント上昇した。全体としては「増えそう」が「減りそう」を3.3%ポイント上回る結果となったが、「変わらない」が引き続き7割超を占める状況に変化は見られない。

▽ 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「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)」84.3%、「社内預金」5.2%、「ゆうちょ(貯金)」5.0%、「投信・株式」2.5%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「家具・インテリア」、3位「紳士服」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位に挙げている。

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」が14.2%（昨冬15.3%）と昨冬比1.1%ポイント低下の一方、「減りそう」が10.9%（同10.2%）と同0.7%ポイント上昇した。全体としては「増えそう」が「減りそう」を3.3%ポイント上回る結果となったが、「変わらない」が引き続き7割超を占める状況に変化はみられない。

増減予想を年齢階層別にみると、30歳未満、30歳代では「増えそう」が「減りそう」を上回り、30歳未満で「増えそう」とした割合が、31.5%と高くなっている。他方、前年冬に「増えそう」の割合が「減りそう」を上回った40歳代は、再び「減りそう」が「増えそう」を上回る結果となった。また50歳以上では、従来の調査と同様「減りそう」の割合が「増えそう」の割合を上回っており、年齢が高くなるにつれて厳しい予想となっている（図表-1）。

図表-1 ボーナスの増減予想(対前年比)

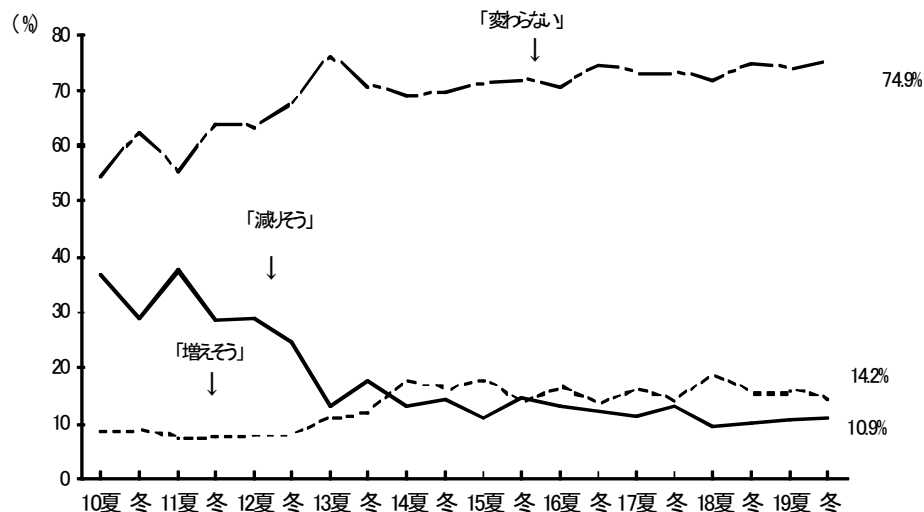
(構成比、単位:%)

		「増えそう」	「減りそう」	「変わらない」
全 体	17冬	14.0	13.2	72.8
	18冬	15.3	10.2	74.5
	19冬	14.2	10.9	74.9
30歳未満	17冬	31.0	9.7	59.3
	18冬	30.9	4.5	64.5
	19冬	31.5	6.5	62.0
30歳代	17冬	14.7	12.0	73.3
	18冬	17.4	10.7	71.8
	19冬	18.2	9.1	72.7
40歳代	17冬	10.9	12.2	76.9
	18冬	13.1	10.5	76.4
	19冬	9.1	11.2	79.7
50歳以上	17冬	6.9	17.5	75.7
	18冬	7.6	12.6	79.8
	19冬	9.6	13.6	76.8

注) 不明、無回答を除いた構成比

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-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59万7,000円と、前年冬の受取額（回答者の実績）を4,000円上回った。

予想伸び率は「+0.5%」で、冬のボーナスとしては、小幅ながら2年連続の「増加」予想となっている。

年齢階層別では、50歳以上を除き増加となるなか、特に「30歳未満」の予想伸び率が6.1%と高くなっている。

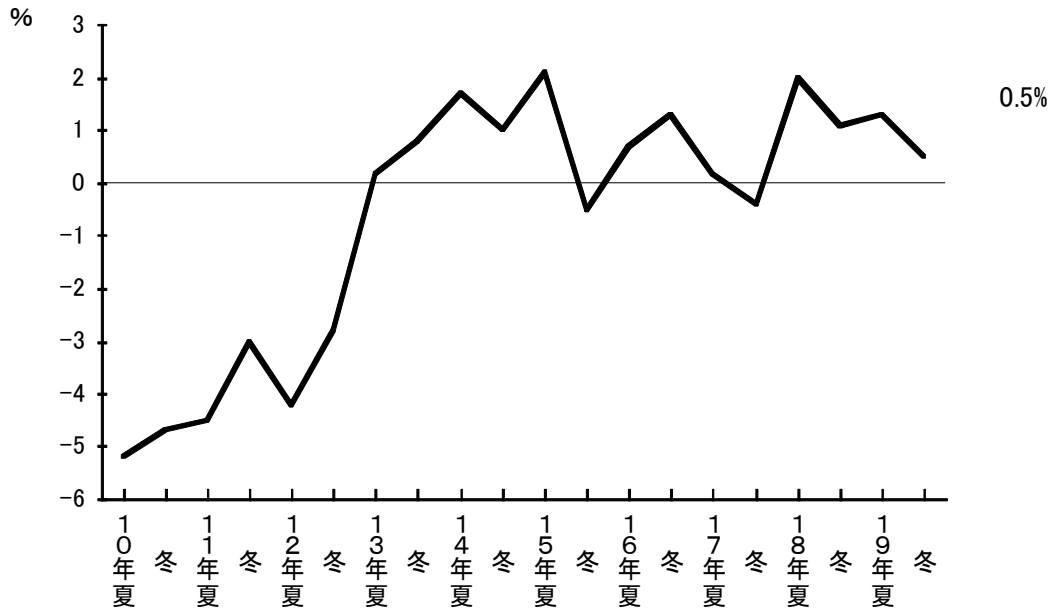
また、勤務地別でみると、予想額は都内勤務の方が県内勤務者より24万6,000円高く、予想伸び率についても、県内勤務者が▲0.3%とマイナスであるのに対し、都内勤務者は2.4%のプラスとなった（図表-3）。

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		59.7	0.5
30歳未満		47.5	6.1
30歳代		48.7	2.2
40歳代		61.8	+ 0.0
50歳以上		71.1	▲ 1.4
勤務地別	県 内	54.4	▲ 0.3
	東 京	79.0	2.4

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

ボーナスの配分は、1位「貯蓄」、2位「教育・教養費」、3位「ローン等の返済」。

ボーナスの配分予定は、1位「貯蓄」(44.2%)、2位「教育・教養費」(8.1%)、3位「ローン等の返済」(8.0%)で、以下「生活費の補填」(7.4%)、「買い物」(6.9%)、「旅行・レジャー」(6.0%)、「交際費」(1.2%)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、既婚・独身、男性・女性、年齢階層別を問わず、堅実性を重視している様子が感じられる。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。

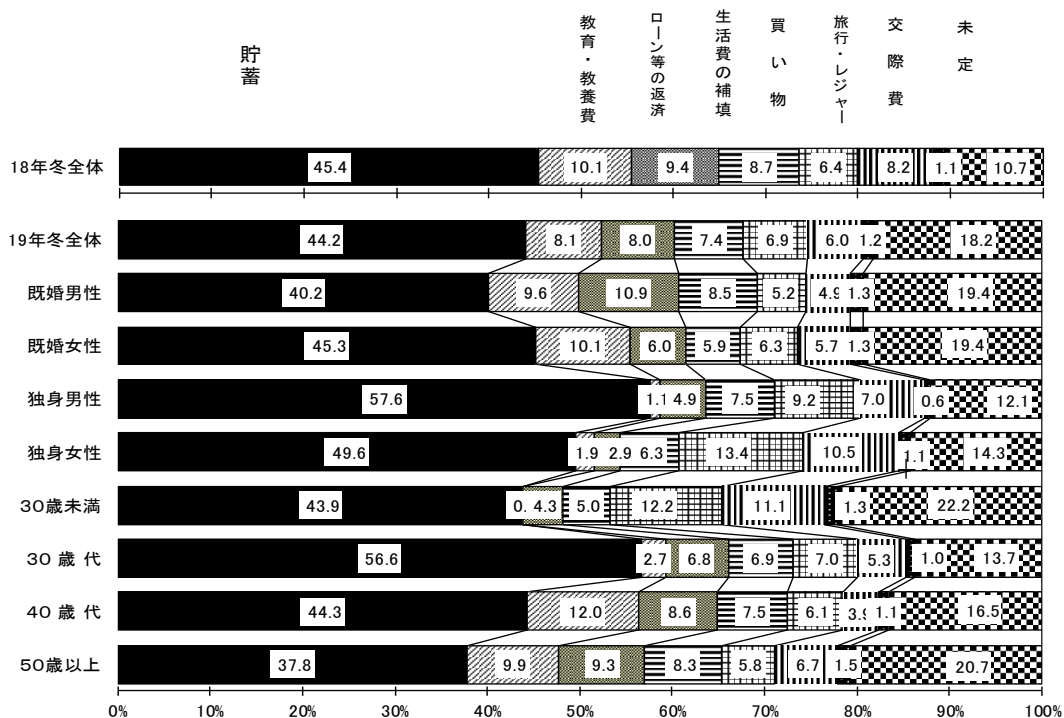
「貯蓄」については、既婚・独身別、男性・女性別で独身男性の割合が高く、57.6%となっている。また、年齢階層別では、30歳代の「貯蓄」の割合が、56.6%と高くなっている。

「貯蓄」以外の項目では、独身者は既婚者に比べて「買い物」「旅行・レジャー」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、既婚男性は、「ローン等の返済」「生活費の補填」のウェイトが高く、独身男性も「生活費の補填」が高くなっている。

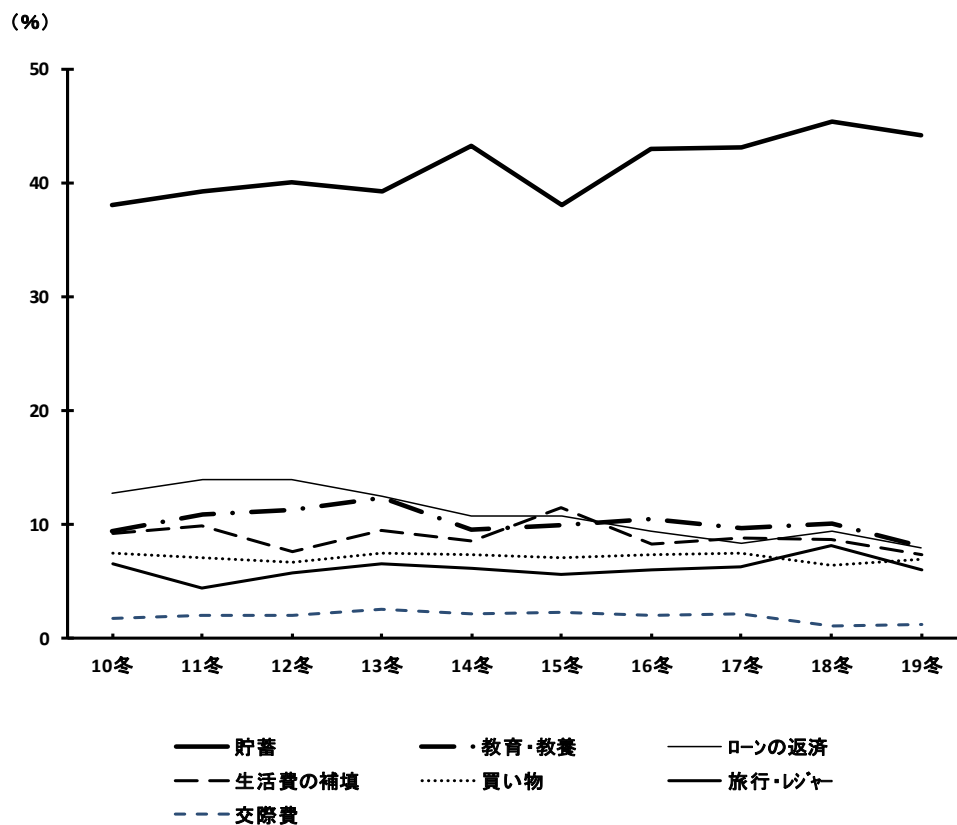
また、年齢階層別の特徴として、30歳未満は「買い物」や「旅行・レジャー」、40歳代、50歳以上は「教育・教養費」、「ローン等の返済」や「生活費の補填」への配分割合が高くなっている(図表-5)。

ボーナスの配分予定の推移(冬季のみの時系列推移)は、(図表-6)のとおりである。

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

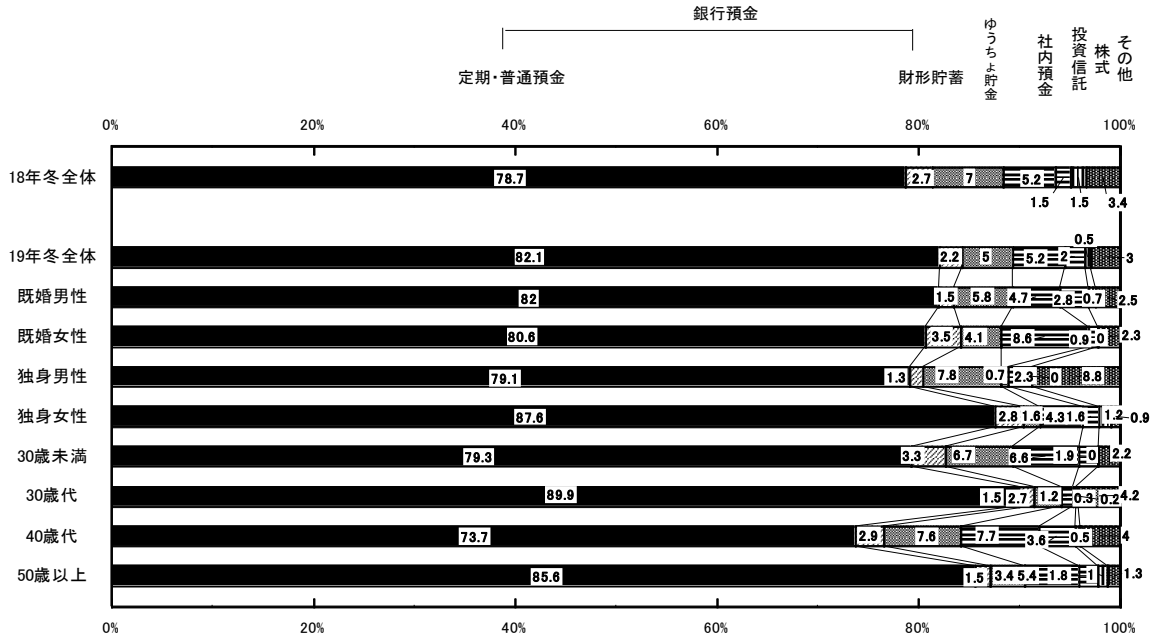
貯蓄の内訳は、「銀行預金（財形貯蓄を含む）」84.3%、「社内預金」5.2%、「ゆうちょ（貯金）」5.0%、「投信・株式」2.5%の順。

貯蓄の内訳をみると、「銀行預金（財形貯蓄を含む）」84.3%、「社内預金」5.2%、「ゆうちょ（貯金）」5.0%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94.5%（昨冬93.6%）を占めている（図表-7）。

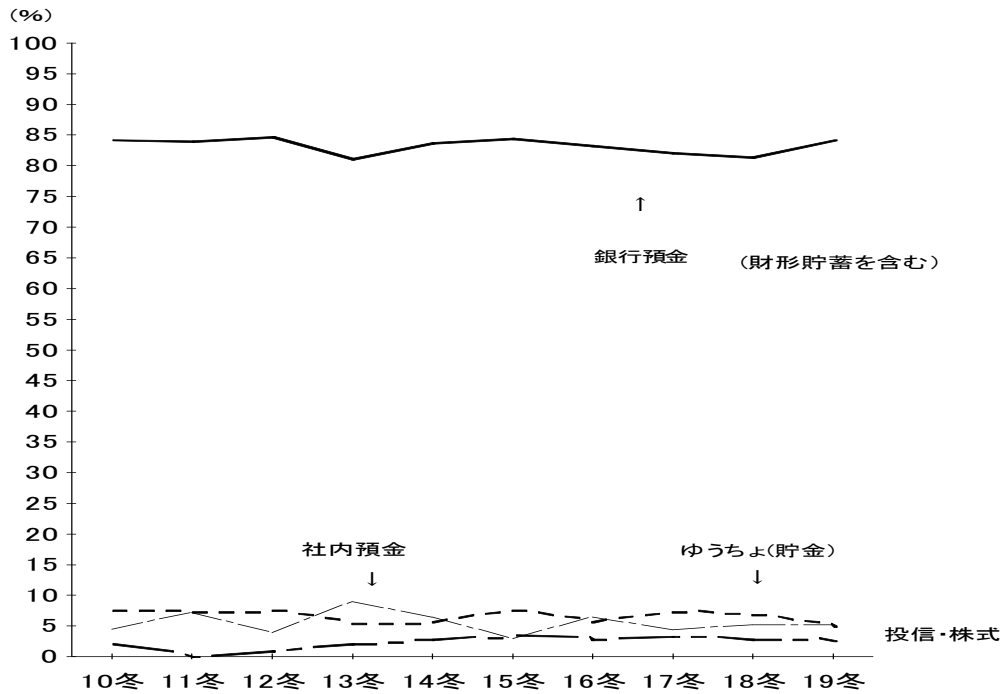
既婚・独身別、男性・女性別、年齢階層別でも、いずれも「銀行預金（財形貯蓄を含む）」の割合が大半を占めている。特に30歳代（91.4%）独身女性（90.4%）、50歳以上（87.1%）で高いのが目立つ。「銀行預金」以外では、「社内預金」と「ゆうちょ（貯金）」がほぼ同水準となっている。

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-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」。

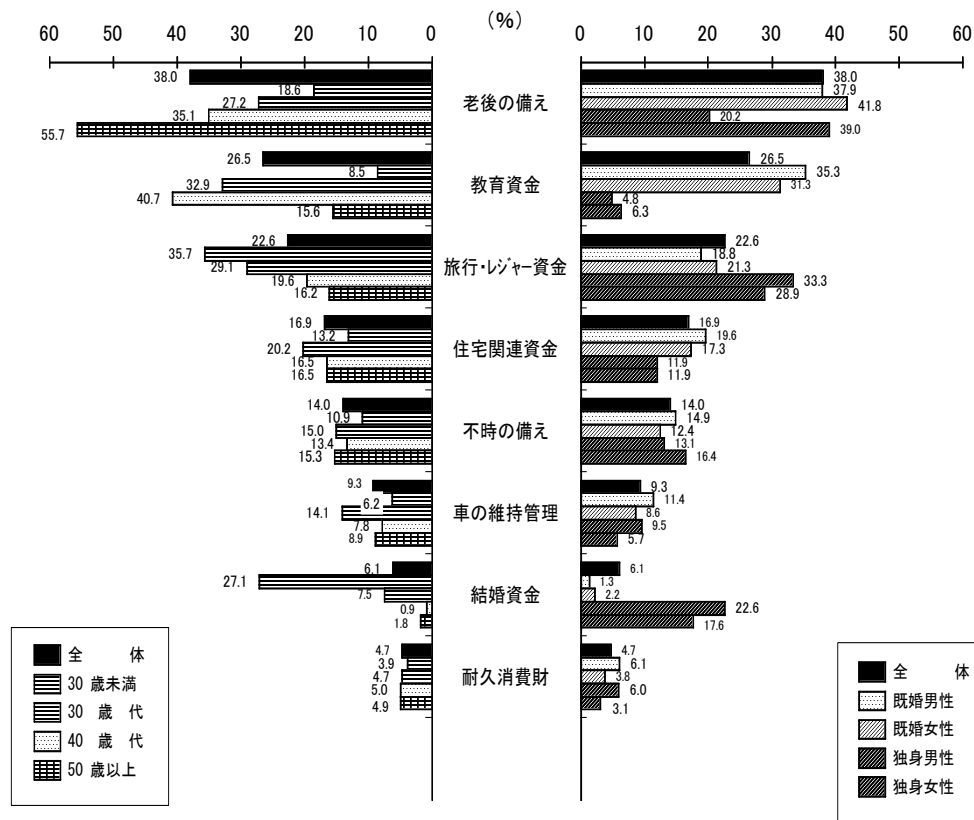
貯蓄の目的（複数回答）は、1位「老後の備え」38.0%、2位「教育資金」26.5%、3位「旅行・レジャー資金」22.6%、4位「住宅関連資金」16.9%、5位「不時の備え」14.0%で、以下「車の維持管理」9.3%、「結婚資金」6.1%、「耐久消費財」4.7%と続いた（図表-9）。

年齢階層別では、30歳未満は「旅行・レジャー資金」（35.7%）、30歳代は「教育資金」（32.9%）、40歳代も「教育資金」（40.7%）、50歳以上は「老後の備え」（55.7%）がそれぞれ最も高く、各年代のライフスタイルの特徴が表われている。

既婚・独身別、男性・女性別では、既婚男性（37.9%）、既婚女性（41.8%）、独身女性（39.0%）が「老後の備え」をそれぞれトップに挙げ、独身男性は、「旅行・レジャー資金」（33.3%）がトップになっている。

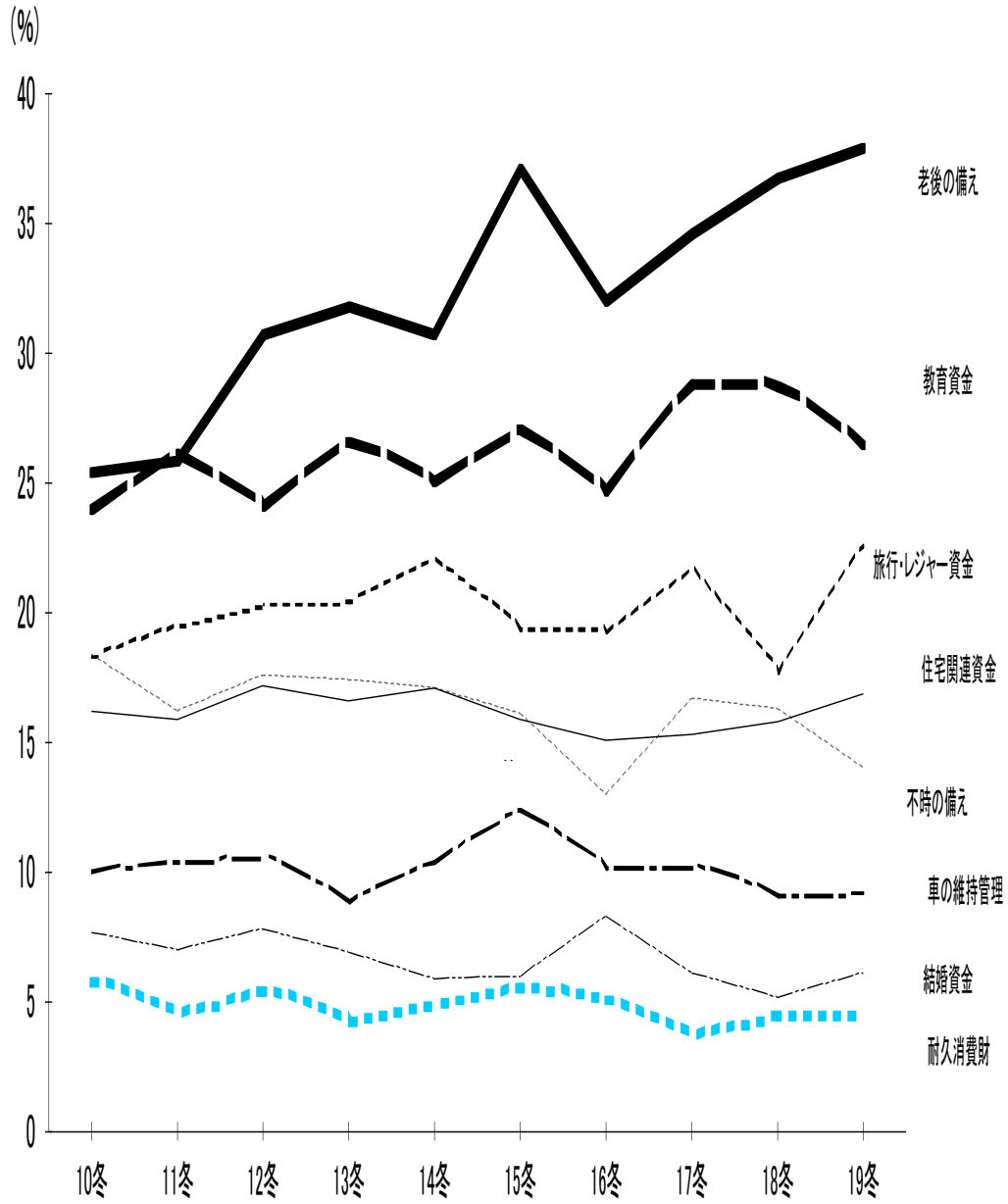
貯蓄の目的の推移（冬季のみの時系列推移）は、（図表-10）のとおりである。

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

購入希望品目は、1位「婦人服」、2位「家具・インテリア」、3位「紳士服」が上位。

ボーナスで買いたい物（複数回答）の上位は、「婦人服」（24.9%）、「家具・インテリア」（15.5%）、「紳士服」（14.5%）、以下「子供服」、「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:%)							
	17冬	18冬	今 冬		既 婚 男 性	既 婚 女 性	独 身 男 性	独 身 女 性				
第1位	婦人服	婦人服	婦人服	24.9%	紳士服	20.6	婦人服	28.9	紳士服	39.4	婦人服	55.2
第2位	紳士服	紳士服	家具・インテリア	15.5%	家具・インテリア	13.8	家具・インテリア	20.3	くつ	21.2	化粧品	29.6
第3位	家具・インテリア	子供服	紳士服	14.5%	婦人服	12.6	子供服	19.0	パソコン	13.6	鞆・ハンドバッグ	24.0
第4位	くつ	家具・インテリア	子供服	12.0%	子供服	11.9	鞆・ハンドバッグ	9.5	カーナビ・カー用品	13.0	くつ	19.2
第5位	子供服	鞆・ハンドバッグ	鞆・ハンドバッグ	10.1%	パソコン	9.5	紳士服	8.2	アウトドア用品	10.6	家具・インテリア	15.2
第6位	鞆・ハンドバッグ	くつ	くつ	9.9%								
第7位	化粧品	化粧品	化粧品	9.5%								
第8位	冷蔵庫	パソコン	パソコン	7.8%								
第9位	パソコン	冷蔵庫	テレビ	5.9%								
第10位	掃除機	掃除機	洗濯機	5.6%								

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16.5%。これに対し、今後半年間の見通しで「増えそう」との回答は10.5%と、6.0%ポイント低下した。一方「減った」の13.6%に対し、今後「減りそう」は17.2%と、3.6%ポイント上昇した。

収入については、先行き厳しい見方が広がりつつあるようにみられる。

(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22.7%。これに対し、今後半年間の見通しで「増やす」とした回答は9.9%と、12.8%ポイント低下。一方「減らした」の13.1%に対し、今後「減らす」は30.3%と、17.2%ポイント上昇した。

消費支出については、消費増税や景気減速に対する懸念などから、慎重な姿勢が強くなっているようにみられる。

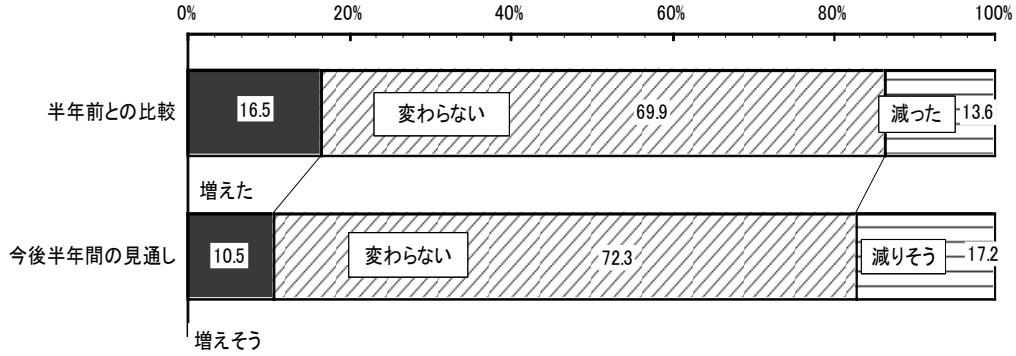
(3) 生活全般

暮らし向きについては、半年前より「悪くなった」割合（11.2%）が「良くなった」割合（8.1%）を3.1%ポイント上回った。

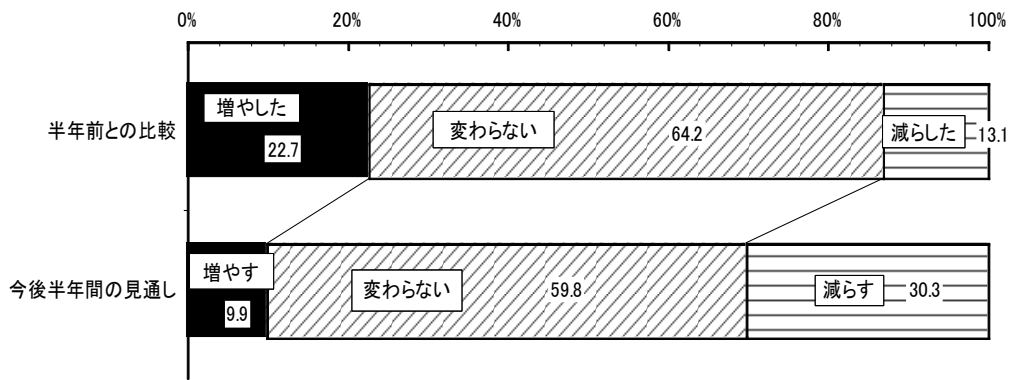
また、今後半年間の見通しでは、引き続き「変わらない」（70.0%）が過半となるなか、「悪くなりそう」の割合が22.4%を占めるなど、生活全般に対する見方は、悪化しつつあるようにみられる（図表-12）。

図表一12 暮らし向きの実感と今後の見通し

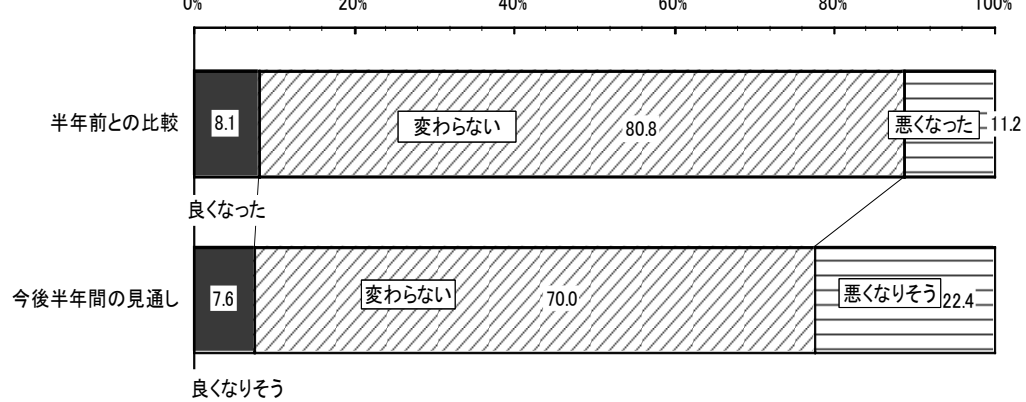
①収入について



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	15	71	132	159	377
既婚女性	24	78	132	137	371
独身男性	31	29	20	4	84
独身女性	59	35	38	27	159
計	129	213	322	327	991

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	2019年10月1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	991人
有効回答率	99.1%