

「ボーナスと暮らし向きに関するアンケート調査」(2019年夏)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年夏のボーナス予想」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：54万6000円(前年夏比7000円増加、同1.3%増加)

今夏のボーナス予想額は54万6000円と、前年夏の受取額(回答者の実績)を7000円上回った。予想伸び率は「+1.3%」で、夏のボーナスとしては、昨夏の伸び率(2.0%)より低下したものの、2013年以降、7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」(9.6%)が「良くなった」(7.9%)を1.7%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」(17.0%)が「良くなりそう」(9.1%)を7.9%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、先行きについては、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」が15.8%(昨夏18.5%)と昨夏比2.7%ポイント減少の一方、「減りそう」が10.7%(同9.7%)と同1.0%ポイント増加した。

全体としては、「増えそう」が「減りそう」を5.1%ポイント上回る結果となったが、「変わらない」が7割超と多数を占める状況に変化はみられない。

▽ 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」、「旅行・レジャー」、「買い物」、「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)」79.4%、「ゆうちょ(貯金)」9.8%、「社内預金」4.5%、「投信・株式」4.3%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「くつ」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15.8%（昨夏18.5%）と昨夏比2.7%ポイント減少の一方、「減りそう」が10.7%（同9.7%）と同1.0%ポイント増加した。

全体としては、「増えそう」が「減りそう」を5.1%ポイント上回る結果となったが、「変わらない」が7割超と多数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、「増えそう」とした割合は、30歳未満で31.0%と最も高く、30歳代から40歳代へと年齢層が上がるにつれて低下、50歳以上では、前年夏の15.0%から大きく低下し、8.8%にとどまった。また、30歳未満、30歳代、40歳代で、「増えそう」の割合が「減りそう」の割合を上回ったのに対し、50歳以上では、従来の調査と同様、「減りそう」が「増えそう」を上回るなど、年齢層が高くなるにつれ、厳しい予想となっている（図表-1）。

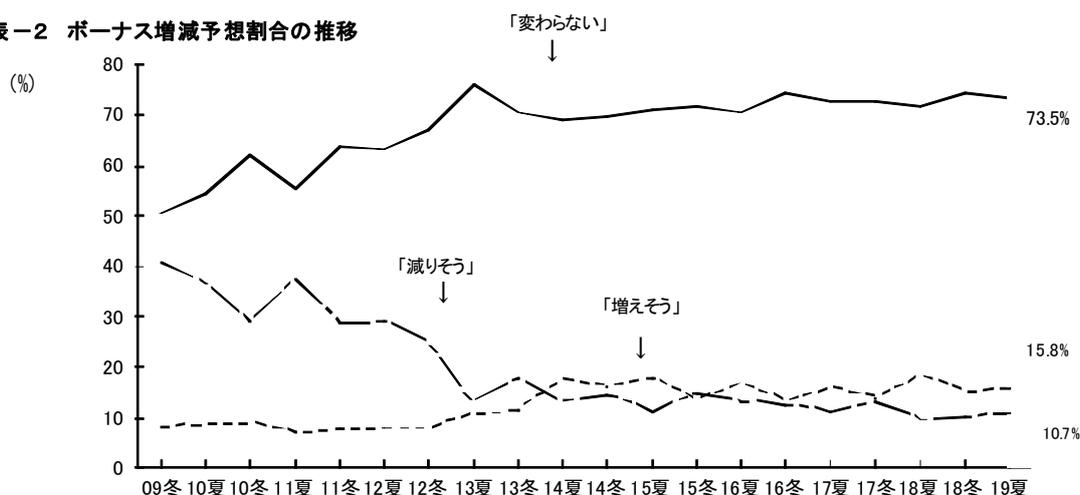
夏・冬のボーナス増減予想割合の推移は、（図表-2）のとおりである。

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	17夏	15.9	11.3	72.8
	18夏	18.5	9.7	71.7
	19夏	15.8	10.7	73.5
30歳未満	17夏	30.3	9.0	60.7
	18夏	30.6	9.0	60.4
	19夏	31.0	9.5	59.5
30歳代	17夏	18.4	9.2	72.4
	18夏	21.5	6.0	72.5
	19夏	17.4	11.0	71.6
40歳代	17夏	13.3	8.9	77.8
	18夏	11.9	8.2	79.9
	19夏	13.1	10.2	76.7
50歳以上	17夏	5.8	17.9	76.3
	18夏	15.0	15.6	69.5
	19夏	8.8	11.9	79.3

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

今夏のボーナス予想額は 54 万 6000 円と、前年夏の受取額（回答者の実績）を 7000 円上回った。

予想伸び率は「+1.3%」で、夏のボーナスとしては、2013 年以降、7 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 9.7%と高くなっている。

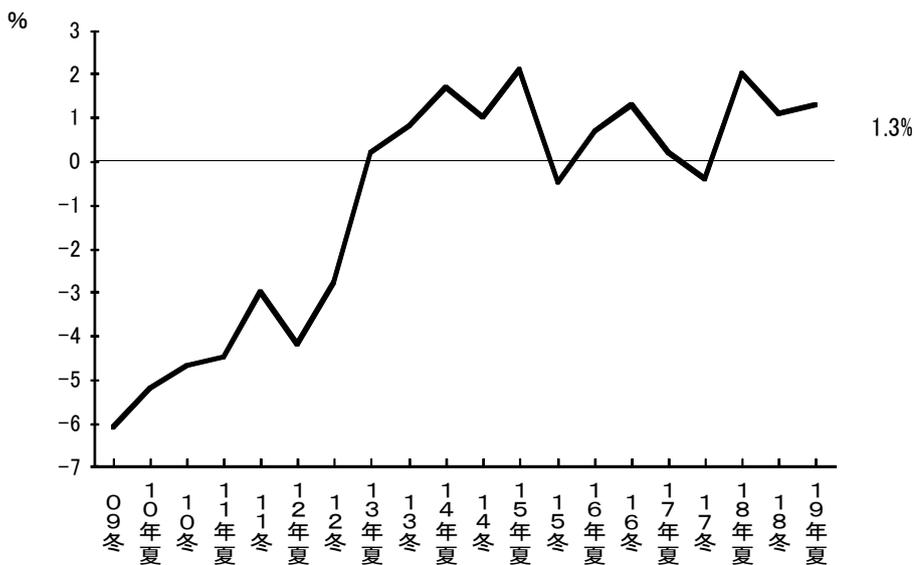
また、勤務地別でみると、予想額は都内勤務者の方が県内勤務者より 30 万 9000 円高いが、予想伸び率については、県内勤務者の方が 1.5%と、都内勤務者の 0.5%を上回っている（図表-3）。

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 (対前年夏、%)
全 体		54.6	1.3
30歳未満		42.3	9.7
30 歳代		49.2	1.1
40 歳代		55.9	0.6
50歳以上		64.9	▲ 0.9
勤務 地別	県 内	49.5	1.5
	東 京	80.4	0.5

図表-4 ボーナス予想伸び率の推移(全体)



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」(42.0%)、2位「教育・教養費」(10.6%)、3位「ローン等の返済」(9.1%)で、以下「生活費の補填」(8.8%)、「旅行・レジャー」(8.6%)、「買い物」(7.7%)、「交際費」(0.6%)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。

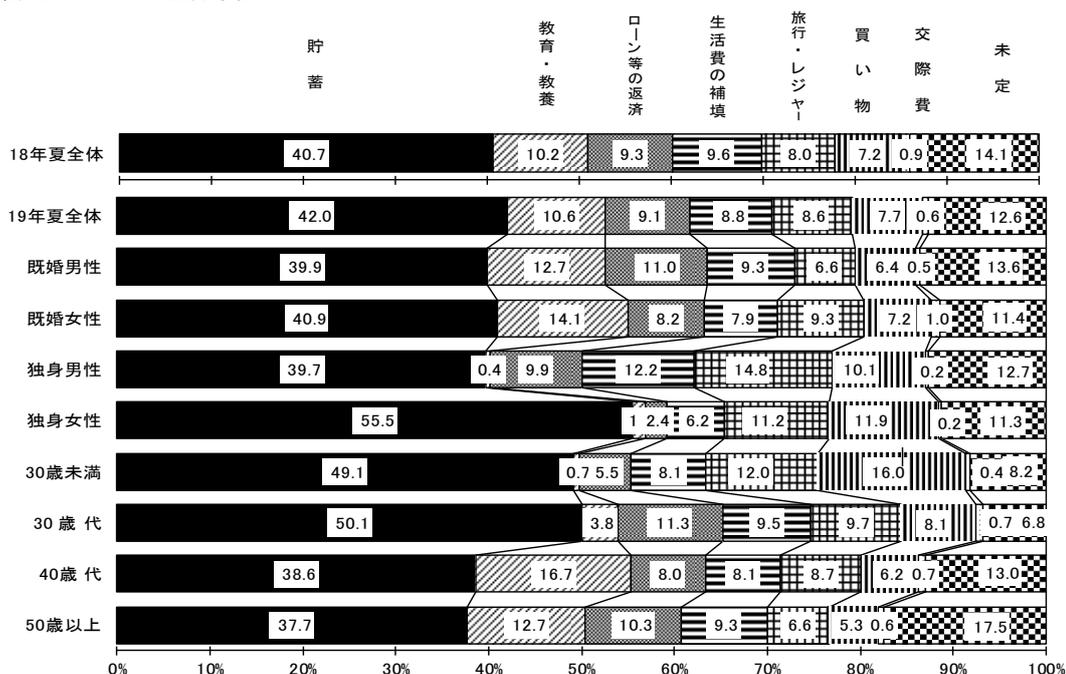
「貯蓄」については、男性より女性での割合が高く、独身女性で55.5%、既婚女性で40.9%となった。また、年齢階層別では、若い世代ほど「貯蓄」の割合が高く、特に30歳未満で49.1%、30歳代では50.1%と高くなっている。

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

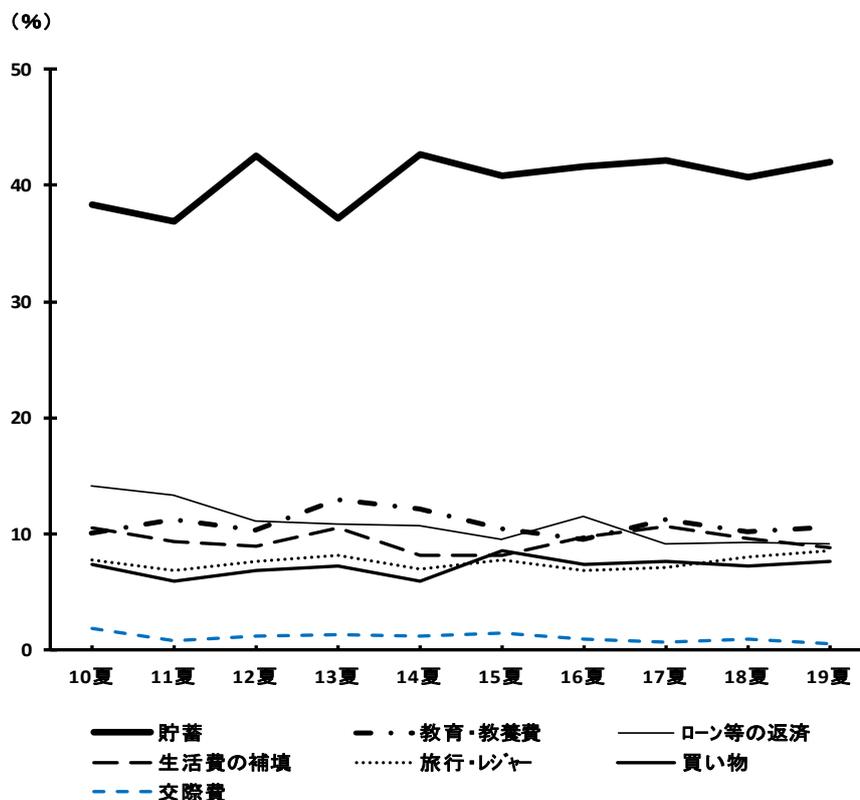
また、年齢階層別の特徴として、30歳未満は「買い物」、30歳代は「ローン等の返済」、40歳代は「教育・教養費」、50歳以上は「教育・教養費」、「ローン等の返済」への配分割合が高くなっている(図表-5)。

ボーナスの配分予定の推移(夏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

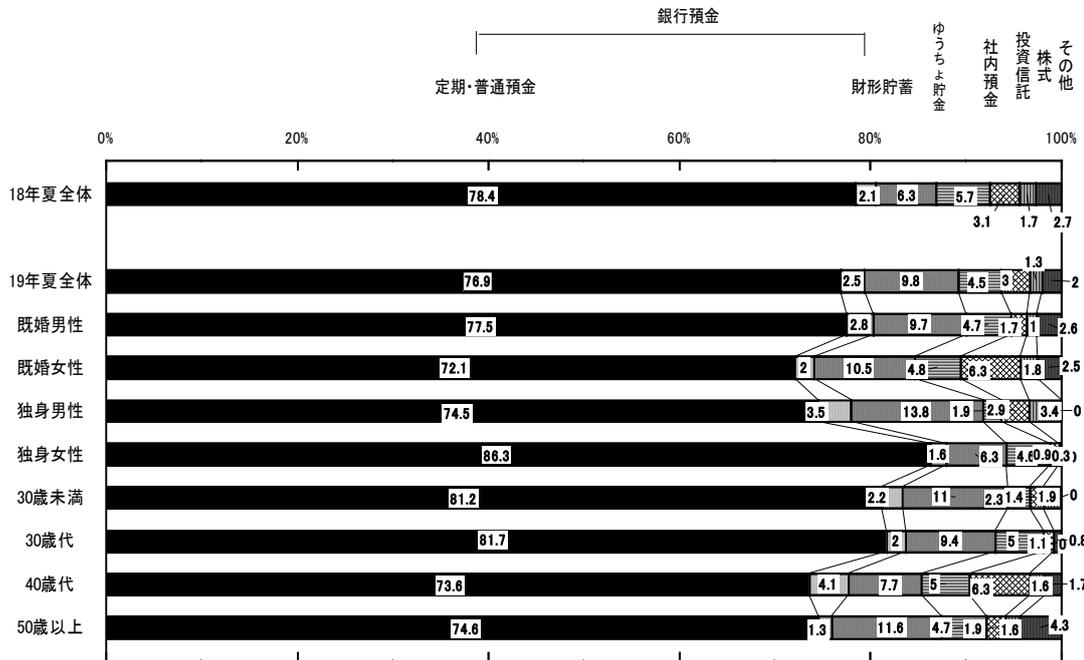
貯蓄の内訳は、「銀行預金（財形貯蓄を含む）」79.4%、「ゆうちょ（貯金）」9.8%、「社内預金」4.5%、「投信・株式」4.3%の順。

貯蓄の内訳をみると、「銀行預金（財形貯蓄を含む）」79.4%、「ゆうちょ（貯金）」9.8%、「社内預金」4.5%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93.7%（昨夏92.5%）を占めている（図表-7）。

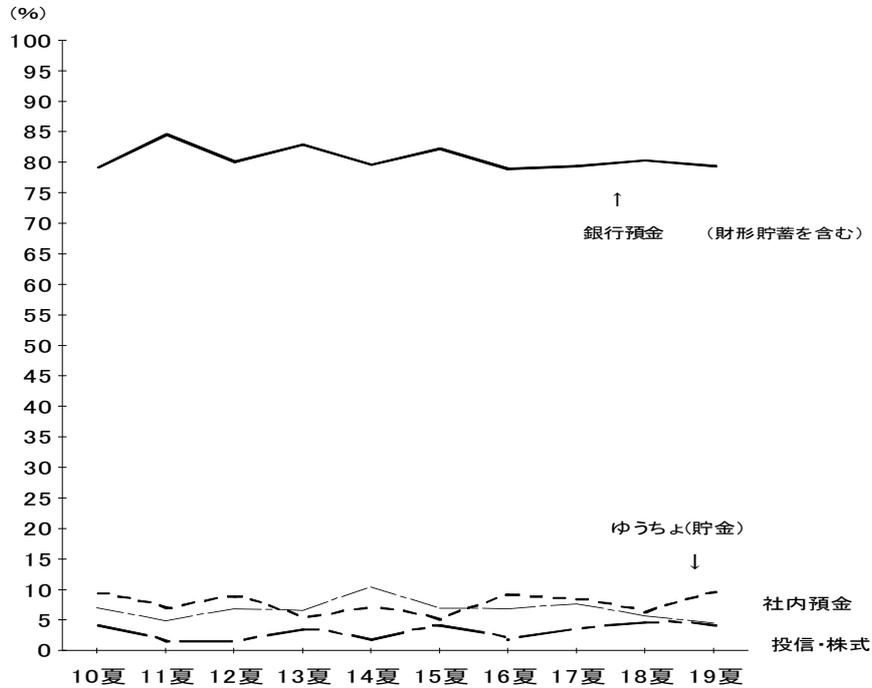
既婚・独身別、男性・女性別でも、いずれも「銀行預金（財形貯蓄を含む）」の割合が大半を占めている。特に独身女性（87.9%）、30歳未満（83.4%）30歳代（83.7%）で高いのが目立つ。「銀行預金」以外では、独身男性の「ゆうちょ（貯金）」（13.8%）が、やや高めの割合を示す結果となっている。

貯蓄の内訳推移（夏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」。

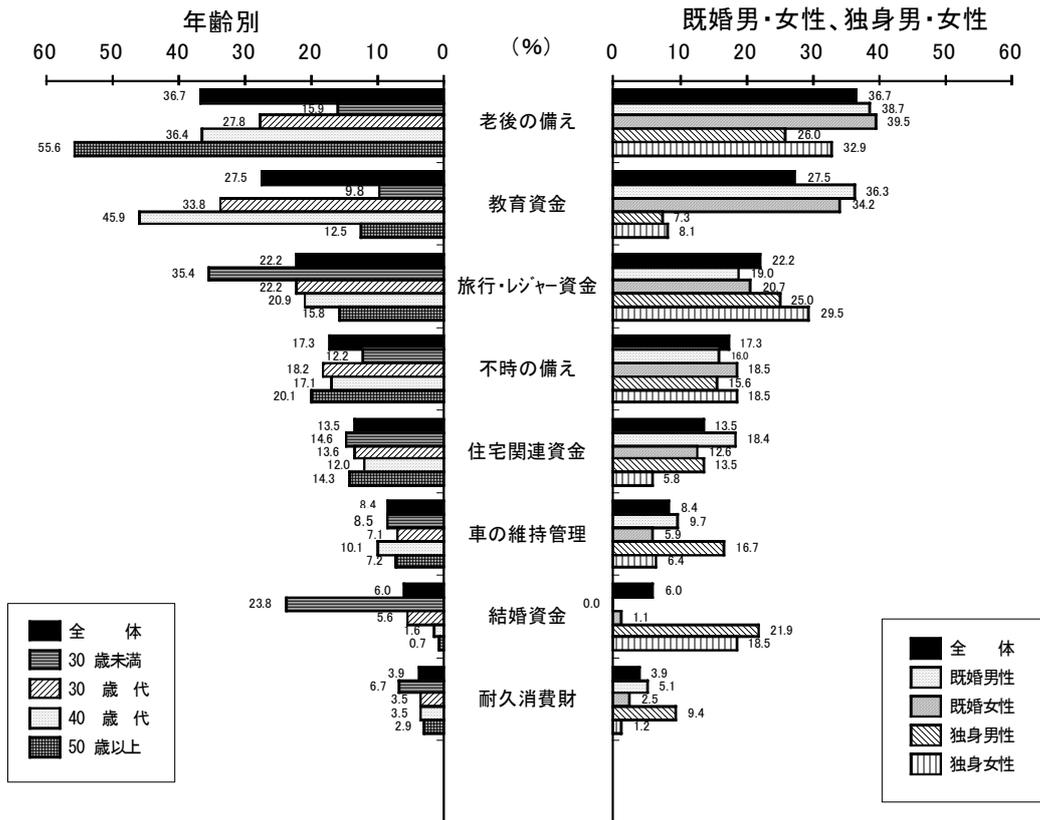
貯蓄の目的（複数回答）は、1位「老後の備え」36.7%、2位「教育資金」27.5%、3位「旅行・レジャー資金」22.2%、4位「不時の備え」17.3%、5位「住宅関連資金」13.5%で、以下「車の維持管理」、「結婚資金」、「耐久消費財」と続いた（図表－9）。

年齢階層別では、30歳未満は「旅行・レジャー資金」（35.4%）、30歳代は「教育資金」（33.8%）、40歳代も「教育資金」（45.9%）「老後の備え」（36.4%）、50歳以上は「老後の備え」（55.6%）が高く、各年代のライフスタイルの特徴が表われている。

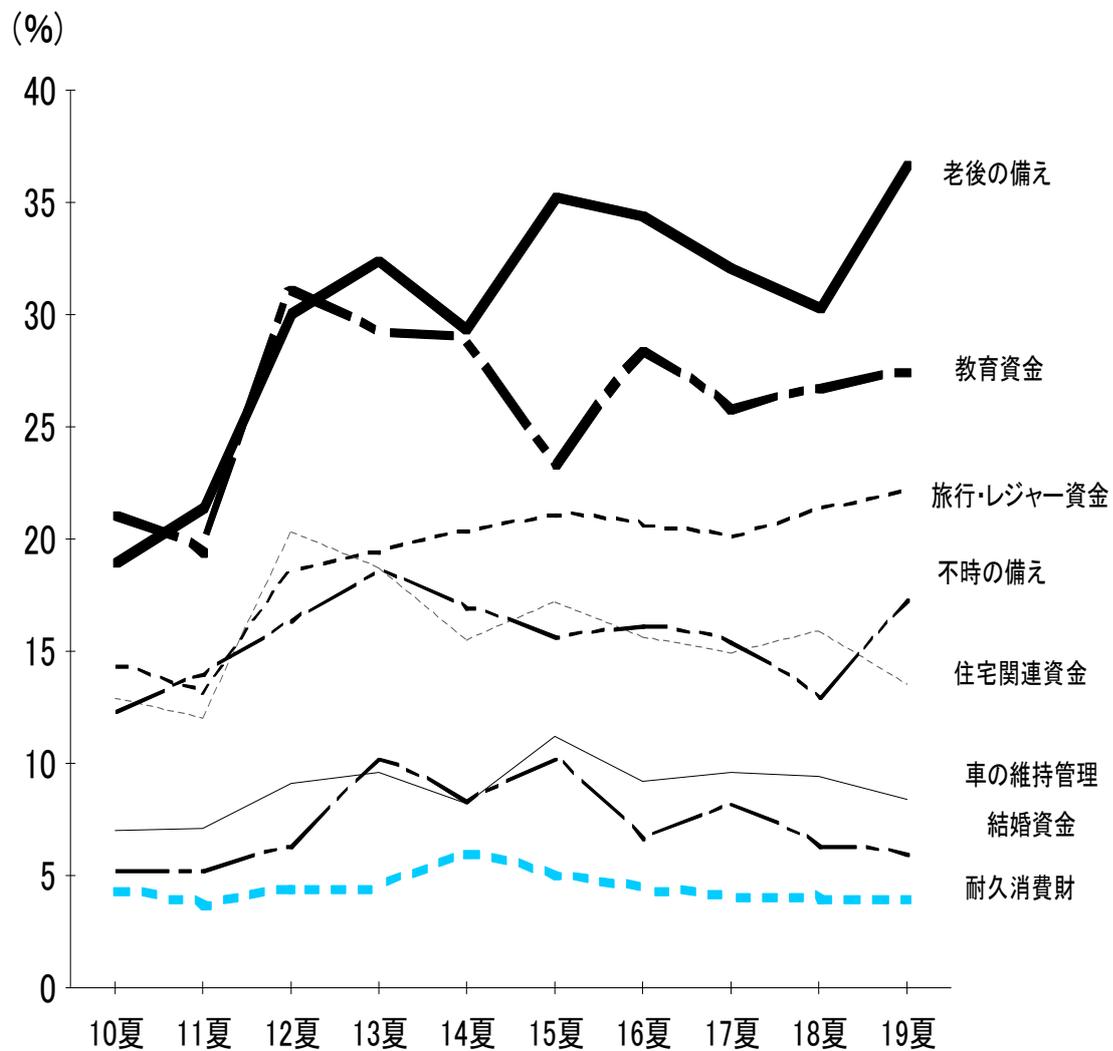
既婚・独身別、男性・女性別では、各階層で「老後の備え」をそれぞれトップに挙げている。

貯蓄の目的の推移（夏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）



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「紳士服」、3位「くつ」が上位。

ボーナスで買いたい物（複数回答）の上位は、「婦人服」（24.8%）、「紳士服」（13.4%）、「くつ」（11.0%）、以下「家具・インテリア」、「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夏	18夏	今夏		既 婚 男 性		既 婚 女 性	
第1位	婦人服	婦人服	婦人服	24.8%	紳士服	22.8	婦人服	28.9
第2位	紳士服	紳士服	紳士服	13.4%	婦人服	12.0	子供服	12.7
第3位	家具・インテリア	家具・インテリア	くつ	11.0%	子供服	11.6	家具・インテリア	11.8
第4位	鞆・ハンドバッグ	子供服	家具・インテリア	10.8%	家具・インテリア	11.2	掃除機	10.4
第5位	くつ	くつ	鞆・ハンドバッグ	10.5%	パソコン	8.6	鞆・ハンドバッグ	8.5
第6位	子供服	化粧品	化粧品	9.9%	独 身 男 性			
第7位	パソコン	鞆・ハンドバッグ	子供服	9.1%	紳士服	37.5	婦人服	52.8
第8位	乗用車	パソコン	パソコン	8.1%	くつ	18.0	鞆・ハンドバッグ	30.4
第9位	化粧品	冷蔵庫	テレビ	6.7%	乗用車	16.6	化粧品	29.7
第10位	冷房器具	洗濯機	冷蔵庫	6.5%	パソコン	15.2	くつ	18.1
					スポーツ用品	13.8	家具・インテリア	7.9

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17.2%。これに対し、今後半年間の見通しで「増えそう」との回答は14.1%と、3.1%ポイント減少した。一方「減った」の10.4%に対し、今後「減りそう」は14.1%と、3.7%ポイント増加した。

収入については、先行き慎重な見方が広がりつつあるようにみられる。

(2) 消費支出

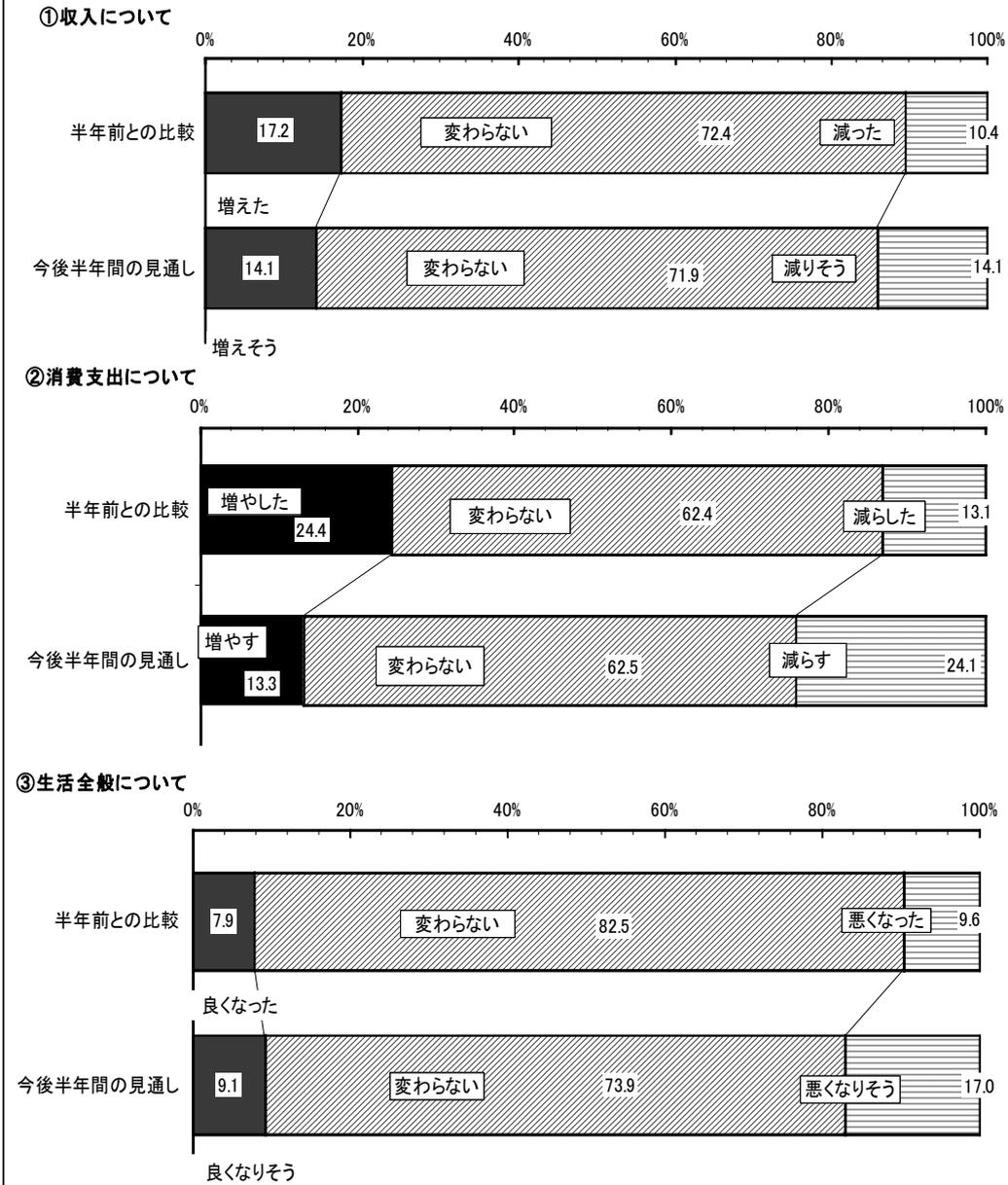
半年前との比較で支出を「増やした」との回答割合は24.4%。これに対し、今後半年間の見通しで「増やす」とした回答は13.3%と、11.1%ポイント減少。一方「減らした」の13.1%に対し、今後「減らす」は24.1%と、11.0%ポイント増加した。

消費支出については、消費税率引き上げ前の駆け込み需要も想定されたが、収入に対する慎重な見方に加えて、税率引き上げ後の負担増に対する懸念などから、支出を抑制しようとの姿勢がみられる。

(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(9.6%)が「良くなった」割合(7.9%)を1.7%ポイント上回った。また、今後半年間の見通しでは「悪くなりそう」(17.0%)が「良くなりそう」(9.1%)より7.9%ポイント高く、過去のアンケート結果と同様、今回も慎重な見方に変わりはみられなかった（図表-12）。

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	17	65	117	132	331
既婚女性	20	60	155	122	357
独身男性	48	25	15	8	96
独身女性	79	48	29	17	173
計	164	198	316	279	957

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4月1日～5日 | | | | |
| ③対 | 象 | 地 | 域 | 県内全域 | | | |
| ④対 | 象 | 人 | 員 | 1,000人 | | | |
| ⑤有 | 効 | 回 | 答 | 数 | 957人 | | |
| | | 有 | 効 | 回 | 答 | 率 | 95.7% |