

「ボーナスと暮らし向きに関するアンケート調査」（2021年夏）の結果

公益財団法人 ひまわりベンチャー育成基金
(千葉経済センター)

当センターでは、「2021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：55万3,000円（前年夏比2万2,000円減少、同▲3.8%）

今夏のボーナス予想額は55万3,000円と、前年夏の受取額(回答者の実績)を2万2,000円下回った。予想増減率は「▲3.8%」で、新型コロナウイルスの感染拡大の影響から、夏のボーナスとしては昨夏に続き2年連続、20年冬の調査を含めると3回連続の「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」(11.8%)が「良くなった」(5.8%)を6.0%ポイント上回った。さらに、今後半年間の見通しについては、「悪くなりそう」(20.5%)が「良くなりそう」(6.6%)を13.9%ポイント上回る結果となった。ワクチン接種は始まったが、新型コロナウイルスの収束には依然として不透明感があり、先行きに対する慎重な見方が引き続き強くなっている。

- ▽ ボーナスの増減予想では、昨夏(30.4%)比6.5%ポイント減少したものの、なお4人に1人に相当する23.9%が「減りそう」としている。一方、「増えそう」は、9.8%(同11.3%)と同1.5%ポイント減少し、この結果、全体としては、「減りそう」が「増えそう」を14.1%ポイント上回るかたちとなった。「変わらない」は、昨夏の調査結果の58.3%から66.2%へと上昇した。
- ▽ ボーナスの配分については、1位「貯蓄」、2位「買い物」、3位「生活費の補填」で、以下「ローン等の返済」、「教育・教養費」、「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)」83.2%、「投信・株式」6.7%、「ゆうちょ(貯金)」4.7%、「社内預金」3.4%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」、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・独身を問わず女性は「婦人服」、独身男性は「紳士服」を1位に挙げているが、既婚男性では、これまでの「紳士服」に代わって「パソコン」が1位となっており、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う働き方の変化(リモートワークの増加)が影響したとみられる。

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、昨夏（30.4%）比6.5%ポイント減少したものの、なお4人に1人に相当する23.9%が「減りそう」としている。一方、「増えそう」は、9.8%（同11.3%）と同1.5%ポイント減少し、この結果、全体としては、「減りそう」が「増えそう」を14.1%ポイント上回るかたちとなった。「変わらない」は、昨夏の調査結果の58.3%から66.2%へと上昇した。

増減予想を年齢階層別にみると、「減りそう」の割合は、50歳以上で29.4%と特に高くなっている。他方「増えそう」の割合は、年齢階層が高いほど低く、30歳未満の25.0%に対し、50歳以上では5.6%にとどまっている。こうしたなか、「増えそう」が「減りそう」を上回ったのは、30歳未満のみで、他の階層では、いずれも「減りそう」が「増えそう」を上回っている。増減予想については、今回の調査においても、30歳代以上で厳しい状況が続いているようにみられる（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。

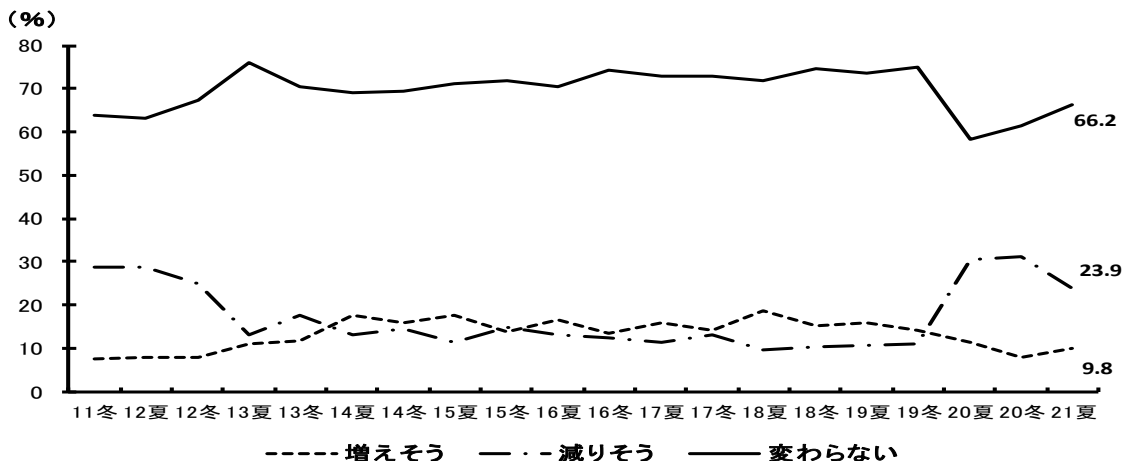
図表-1 ボーナスの増減予想(対前年比)

(構成比、単位:%)

		「増えそう」	「減りそう」	「変わらない」
全 体	19夏	15.8	10.7	73.5
	20夏	11.3	30.4	58.3
	21夏	9.8	23.9	66.2
30歳未満	19夏	31.0	9.5	59.5
	20夏	27.5	23.5	49.0
	21夏	25.0	22.3	52.7
30歳代	19夏	17.4	11.0	71.6
	20夏	15.7	29.1	55.2
	21夏	10.4	25.7	63.9
40歳代	19夏	13.1	10.2	76.7
	20夏	7.5	29.0	63.4
	21夏	6.3	16.9	78.8
50歳以上	19夏	8.8	11.9	79.3
	20夏	4.5	35.4	60.1
	21夏	5.6	29.4	64.9

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55万3,000円と、前年夏の受取額（回答者の実績）を2万2,000円下回った。

予想増減率は「▲3.8%」で、新型コロナウイルスの感染拡大の影響から、夏のボーナスとしては昨夏に続き2年連続、20年冬の調査を含めると3回連続の「減少」予想となっている。

年齢階層別では、予想増減率は30歳未満のみがプラスとなり、30歳代以上はすべての階層でマイナスとなっている。

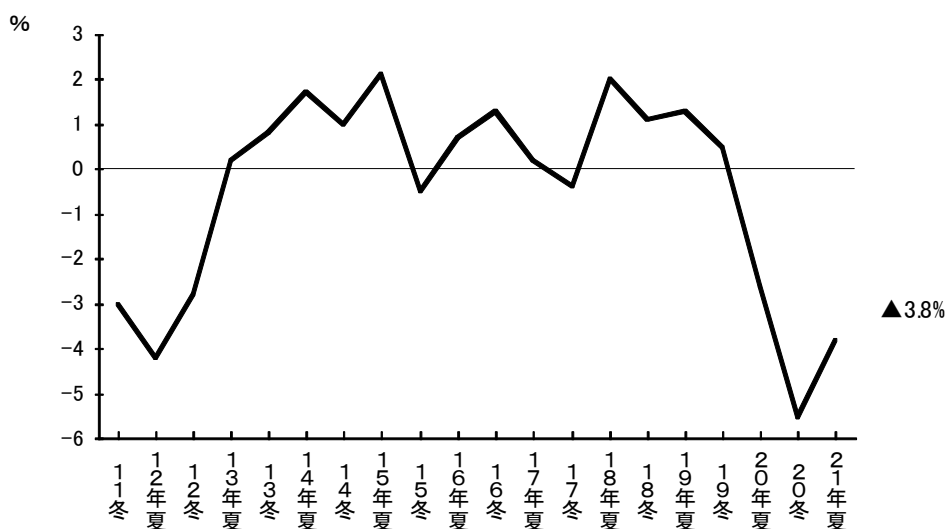
また、勤務地別でみると、予想額は県内勤務者の方が都内勤務者より31万円低くなり、予想伸び率についても県内、東京ともにマイナスとなるなか、県内勤務者（▲3.3%）の方が、都内勤務者（▲2.4%）よりマイナス幅が大きくなっている（図表-3）。

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・増減率

		予想額 (万円)	増減率 (対前年夏、%)
全 体		55.3	▲ 3.8
30歳未満		41.3	5.9
30 歳 代		45.5	▲ 2.5
40 歳 代		63.6	▲ 2.3
50歳以上		61.1	▲ 8.2
勤務	県 内	49.3	▲ 3.3
地別	東 京	80.3	▲ 2.4

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「買い物」、3位「生活費の補填」。

ボーナスの配分予定は、1位「貯蓄」(49.7%)、2位「買い物」(8.4%)、3位「生活費の補填」(8.3%)で、以下「ローン等の返済」(7.5%)、「教育・教養費」(6.8%)、「旅行・レジャー」(4.4%)、「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・女性及び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、「買い物」への配分予定は独身女性と30歳未満で上位となった。

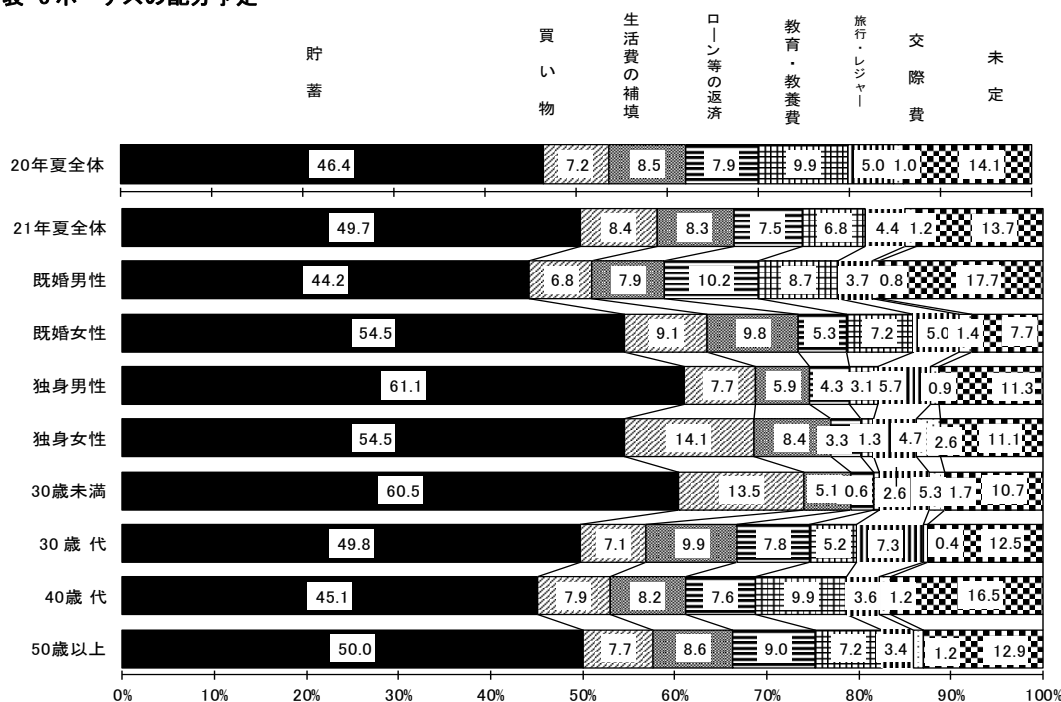
「貯蓄」については、女性は、既婚、独身とも54.5%であったのに対し、男性では、独身が61.1%となり、既婚の44.2%を大きく上回った。また、年齢階層別では、30歳未満で60.5%と高くなっている。

「貯蓄」、「買い物」以外の項目では、独身女性、既婚女性は、「生活費の補填」、既婚男性は「ローン等の返済」、「教育・教養費」が高くなっている。

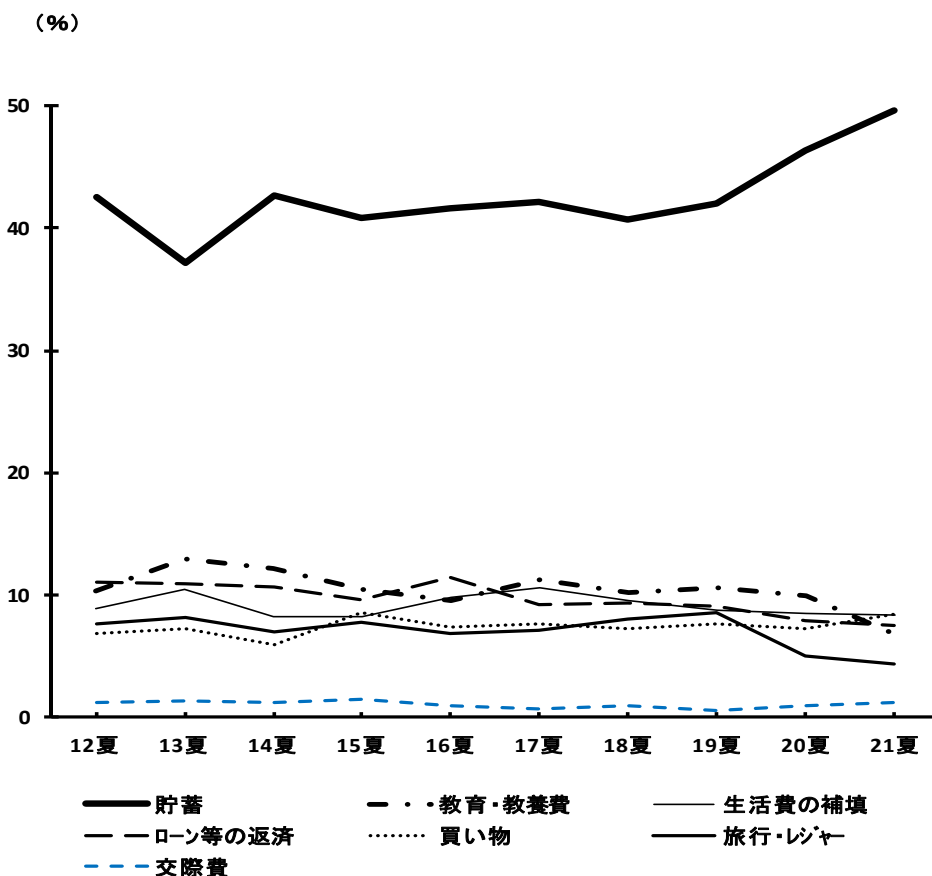
また、年齢階層別の特徴として、30歳未満は「買い物」、30歳代は「生活費の補填」、40歳代は「教育・教養費」、50歳以上は「ローン等の返済」への配分割合が高くなっている(図表-5)。

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

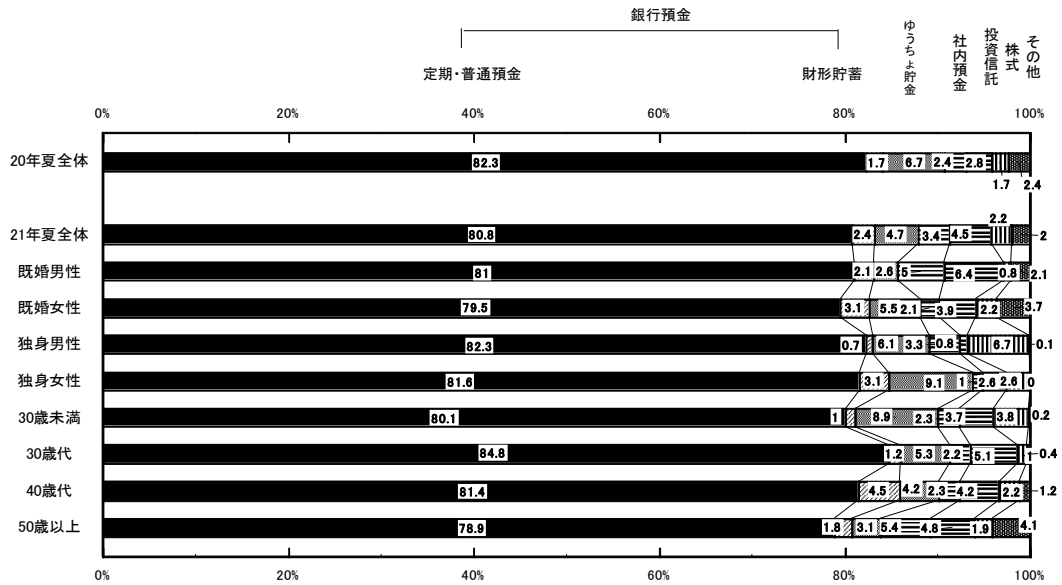
貯蓄の内訳は、「銀行預金（財形貯蓄を含む）」83.2%、「投信・株式」6.7%、「ゆうちょ（貯金）」4.7%、「社内預金」3.4%の順。「投信・株式」が増加傾向。

貯蓄の内訳をみると、「銀行預金（財形貯蓄を含む）」83.2%、「ゆうちょ（貯金）」4.7%の2項目で全体87.9%（昨夏90.7%）を占めている。低金利のなかでも安全性を重視している姿勢が感じられる。他方で収益性の高い「投信・株式」の比率が昨夏の4.5%から6.7%に上昇し「ゆうちょ（貯金）」を上回っている（図表-7）。

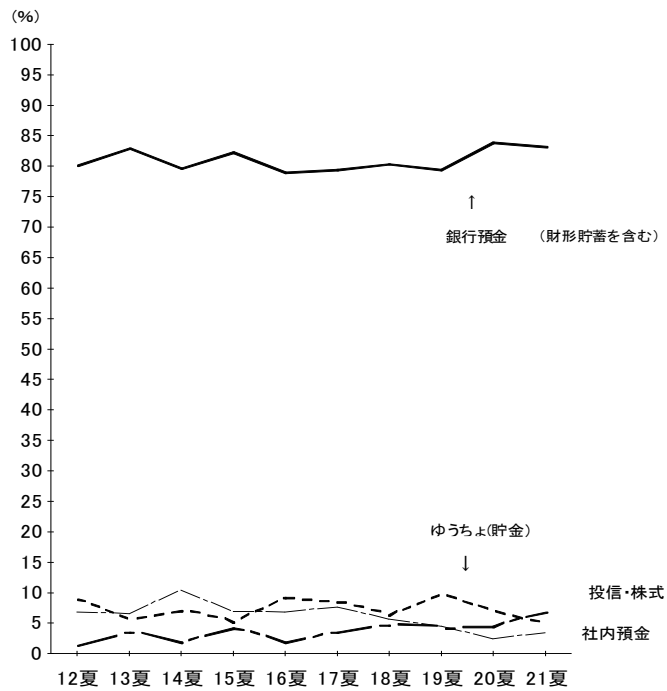
既婚・独身別、男性・女性及び年齢階層別でも、いずれも「銀行預金（財形預金を含む）」の割合が大半を占めている。特に30歳代（86.0%）、40歳代（85.9%）で高い。「銀行預金（財形預金を含む）」以外では、独身女性の「ゆうちょ（貯金）」（9.1%）が、やや高めの割合を示す結果となっている。

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

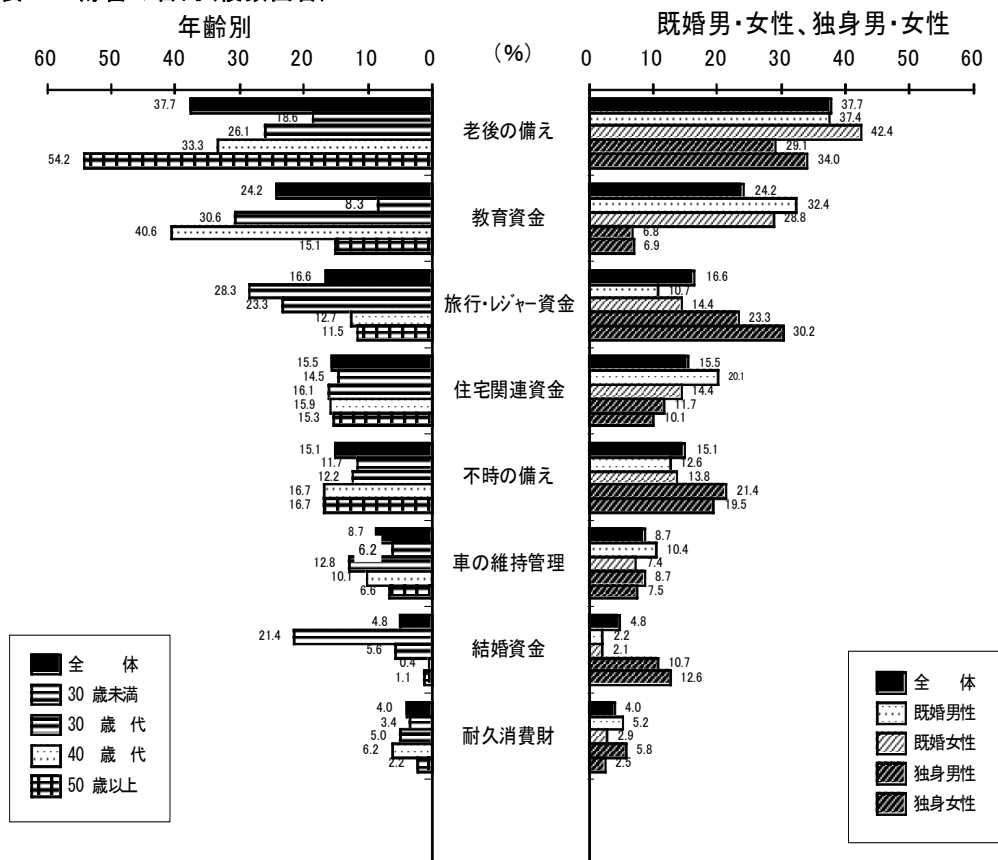
貯蓄の目的は、1位「老後の備え」、2位「教育資金」、3位「旅行・レジャー資金」。

貯蓄の目的（複数回答）は、1位「老後の備え」（37.7%）、2位「教育資金」（24.2%）、3位「旅行・レジャー資金」（16.6%）で、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」と続いた（図表－9）。

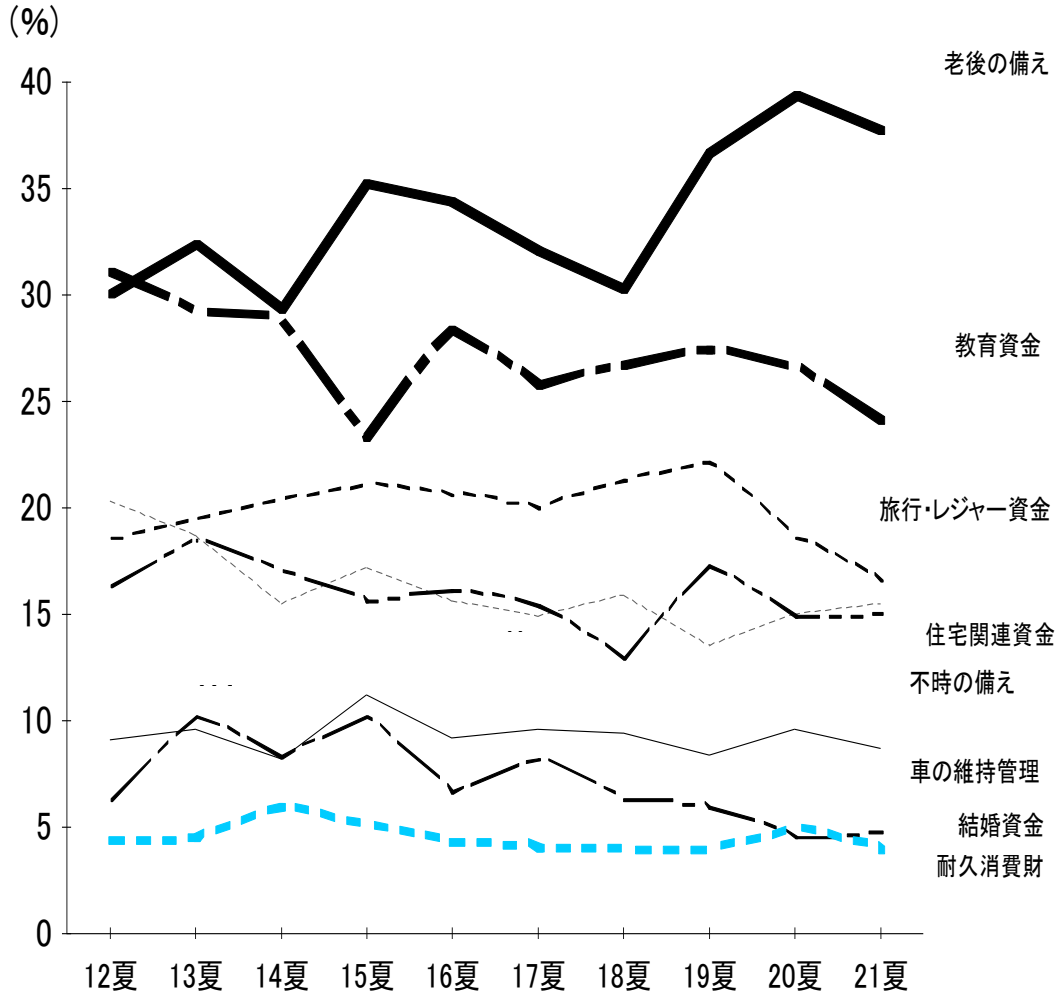
年齢階層別では、30歳未満は「旅行・レジャー資金」（28.3%）、30歳代は「教育資金」（30.6%）、40歳代も「教育資金」（40.6%）、50歳以上は「老後の備え」（54.2%）が高く、各年代のライフスタイルの特徴が表われている。

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

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「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）は、「婦人服」（20.8%）、「家具・インテリア」（16.1%）、「紳士服」（12.0%）、以下「パソコン」、「子供服」の順となった（図表-11）。

なお、既婚男性は、これまでの「紳士服」に代わって「パソコン」が1位となっており、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う働き方の変化（リモートワークの増加）が影響したとみられる。

図表-11 購入希望主要品目

	全 体			%
	19夏	20夏	今夏	
第1位	婦人服	婦人服	婦人服	20.8%
第2位	紳士服	紳士服	家具・インテリア	16.1%
第3位	くつ	家具・インテリア	紳士服	12.0%
第4位	家具・インテリア	くつ	パソコン	11.2%
第5位	靴・ハンドバッグ	パソコン	子供服	10.4%
第6位	化粧品	洗濯機	靴・ハンドバッグ	10.0%
第7位	子供服	子供服	くつ	9.3%
第8位	パソコン	靴・ハンドバッグ	化粧品	8.5%
第9位	テレビ	化粧品	洗濯機	6.4%
第10位	冷蔵庫	乗用車	アウトドア用品	5.3%

（複数回答、単位：%）

既 婚 男 性		既 婚 女 性	
パソコン	15.8	婦人服	26.6
家具・インテリア	15.4	家具・インテリア	20.0
紳士服	15.0	子供服	17.2
子供服	11.7	パソコン	10.5
婦人服	9.3	くつ	10.0

独 身 男 性		独 身 女 性	
紳士服	35.4	婦人服	49.5
くつ	16.4	靴・ハンドバッグ	32.1
アウトドア用品	15.1	化粧品	31.3
パソコン周辺機器	12.6	くつ	18.2
パソコン	11.3	家具・インテリア	13.9

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「減った」との回答割合は 20.7%、今後半年間の見通しでも「減りそう」が 23.5%となった。一方、収入が「増えた」8.6%、「増えそう」8.3%は、それぞれ「減った」、「減りそう」の割合を大きく下回り、その差は 12.1%ポイントから 15.2%ポイントへと広がる見通しとなっている。

収入については、今後も新型コロナウイルスの景気への影響が懸念され、より先行きに慎重な見方が広がっているようにみられる。

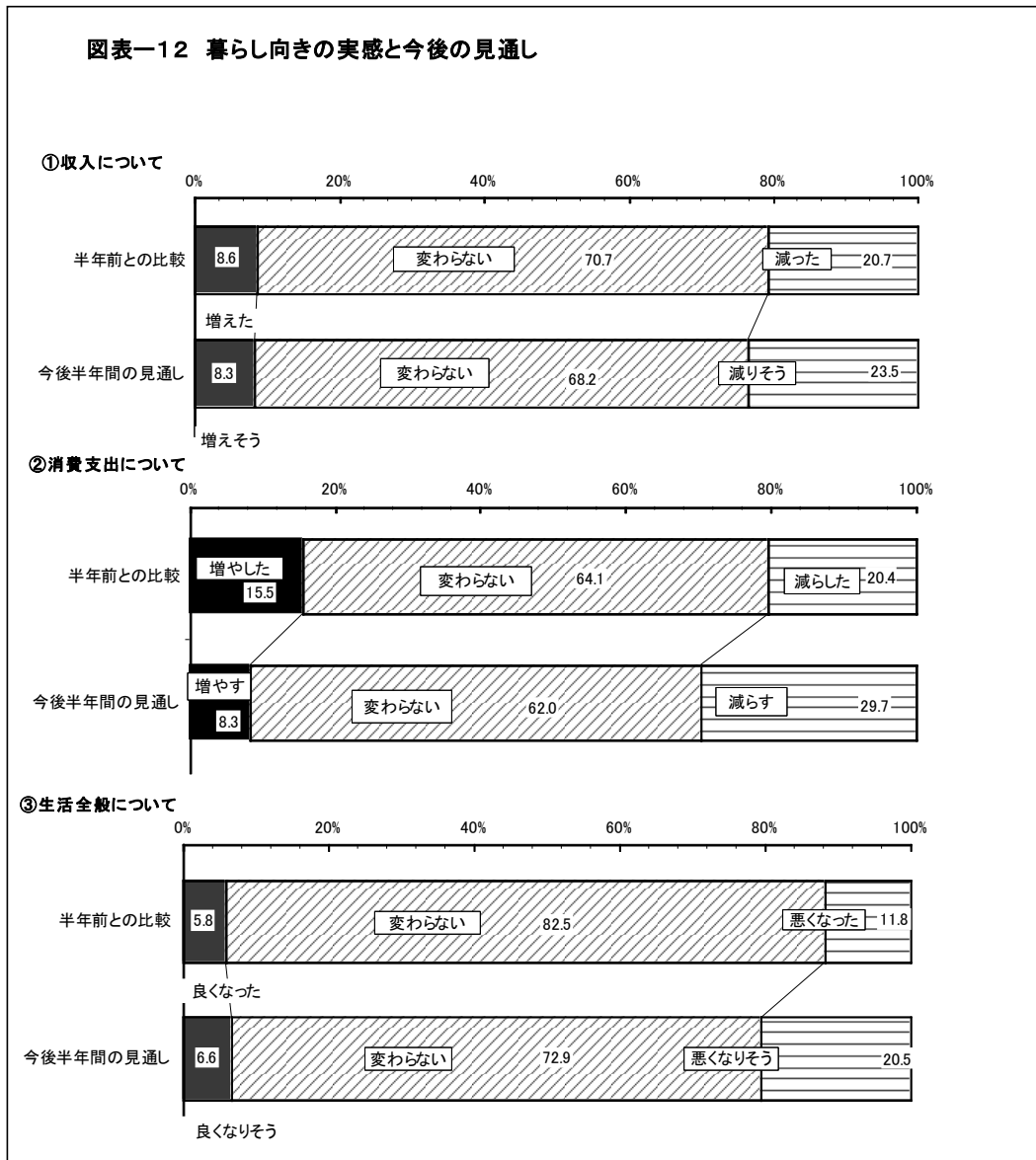
（2）消費支出

半年前との比較で支出を「増やした」との回答割合は 15.5%。これに対し、今後半年間の見通しで「増やす」は 8.3%と、7.2%ポイント減少。一方「減らした」20.4%に対し、今後「減らす」は 29.7%と、9.3%ポイント増加し「減らす」の割合が、「増やす」の割合を大きく上回っている。

消費支出については、収入の先行き不透明感が強くなるなか、支出を抑制しようとする姿勢が感じられる。

(3) 生活全般

暮らし向き（生活全般）については、半年前より「悪くなった」11.8%が「良くなった」5.8%を6.0%ポイント上回った。さらに、今後半年間の見通しについては「悪くなりそう」20.5%が「良くなりそう」6.6%を13.9%ポイント上回る結果となった。ワクチン接種は始まったが、新型コロナウイルスの収束には依然として不透明感があり、先行きに対する慎重な見方が引き続き強くなっている（図表-12）。



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	14	63	123	164	364
既婚女性	16	63	111	150	340
独身男性	48	27	16	12	103
独身女性	67	27	26	39	159
計	145	180	276	365	966

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 | 2021年4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 | 966人 |
| | 有効回答率 96.6% |