

「ボーナスと暮らし向きに関するアンケート調査」(2022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 調査研究部門)

当センターでは、「2022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：54万6,000円(前年冬比6,000円減少、同▲0.9%)

今年冬のボーナス予想額は54万6,000円と、前年冬の受取額(回答者の実績)を6,000円下回った。予想伸び率は「▲0.9%」で、冬のボーナスとしては、前年冬に続き3年連続の「減少」予想となった。

また、夏のボーナス予想も含めてみると、新型コロナウイルスの感染拡大が懸念されだした2020年夏の調査以降、6回続いた「減少」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」割合(16.7%)が「良くなった」割合(6.7%)を10.0%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、引き続き「変わらない」(64.3%)が過半となるなか、「悪くなりそう」(29.7%)が「良くなりそう」(6.0%)を23.7%ポイント上回る結果となった。コロナ禍に対する不安が払拭しきれないなか、円安や物価高による先行き不透明感もかさなり、生活全般については慎重な見方が強まっているとみられる。

▽ ボーナスの増減予想は、前年冬と同様、「減りそう」(17.6%)が「増えそう」(12.8%)を上回った。ただ、前年冬と比べて、「減りそう」の割合は4.4%ポイント低下、他方、「増えそう」の割合は2.7%ポイント上昇しており、この結果、両者の差は前年冬の11.9%ポイントから4.8%ポイントまで縮小した。引き続き厳しい状況に変わりはないが、前年冬からの持ち直しに向けた動きが続いているようにみられる。

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

▽ 貯蓄の内訳は、引き続き「銀行預金(財形貯蓄を含む)」が中心。

▽ 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「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」を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は、前年冬と同様、「減りそう」(17.6%)が「増えそう」(12.8%)を上回った。ただ、前年冬と比べて、「減りそう」の割合は4.4%ポイント低下、他方、「増えそう」の割合は2.7%ポイント上昇しており、この結果、両者の差は前年冬の11.9%ポイントから4.8%ポイントまで縮小した。引き続き厳しい状況に変わりはないが、前年冬からの持ち直しに向けた動きが続いているようにみられる。

増減予想を年齢階層別にみると、「減りそう」の割合は、前年冬と比べ、50歳以上での大幅な低下(9.8%ポイント)などから、すべての階層で20%以内となった。他方「増えそう」の割合は、年齢階層が高いほど低くなり、「増えそう」が「減りそう」を上回ったのが30歳未満のみであることから、30歳代以上では厳しい状況が続いているようにみられる。

ただし、30歳代以上においても、「減りそう」と「増えそう」の差が縮小していることから、引き続き改善の兆しがうかがえる状況にあるとみられる(図表-1)。

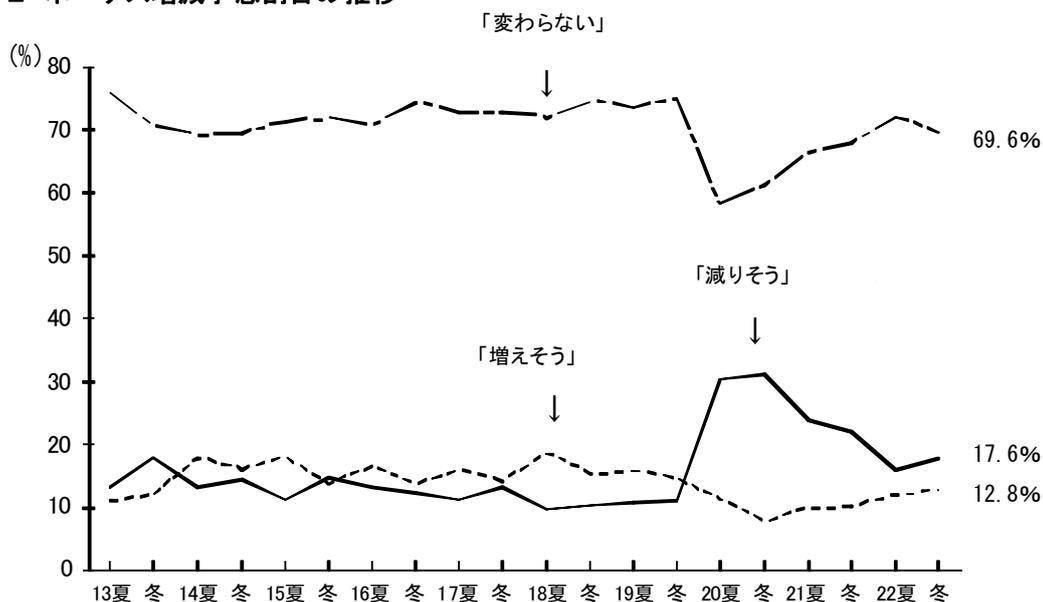
夏・冬のボーナス増減予想の推移は、(図表-2)のとおりである。

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	20冬	7.7	31.0	61.3
	21冬	10.1	22.0	67.9
	22冬	12.8	17.6	69.6
30歳未満	20冬	21.9	21.0	57.1
	21冬	25.0	16.7	58.3
	22冬	22.4	16.3	61.2
30歳代	20冬	9.4	26.6	72.7
	21冬	12.1	25.0	64.0
	22冬	18.6	20.0	61.4
40歳代	20冬	3.6	36.0	60.4
	21冬	6.8	18.2	75.0
	22冬	10.4	18.4	71.1
50歳以上	20冬	4.1	33.5	62.4
	21冬	4.7	25.9	69.4
	22冬	7.8	16.1	76.1

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

今年冬のボーナス予想額は54万6,000円と、前年冬の受取額（回答者の実績）を6,000円下回った。

予想伸び率は「▲0.9%」で、前年冬に続き3年連続の「減少」予想となった。また、夏のボーナス予想も含めてみると、新型コロナウイルスの感染拡大が懸念されだした2020年夏の調査以降、6回続いた「減少」予想となっている。

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		54.6	▲ 0.9
30歳未満		42.4	4.4
30 歳 代		47.8	▲ 0.9
40 歳 代		56.3	▲ 1.5
50歳以上		62.3	▲ 2.0
勤務	県 内	49.5	▲ 1.1
地別	東 京	78.2	0.0

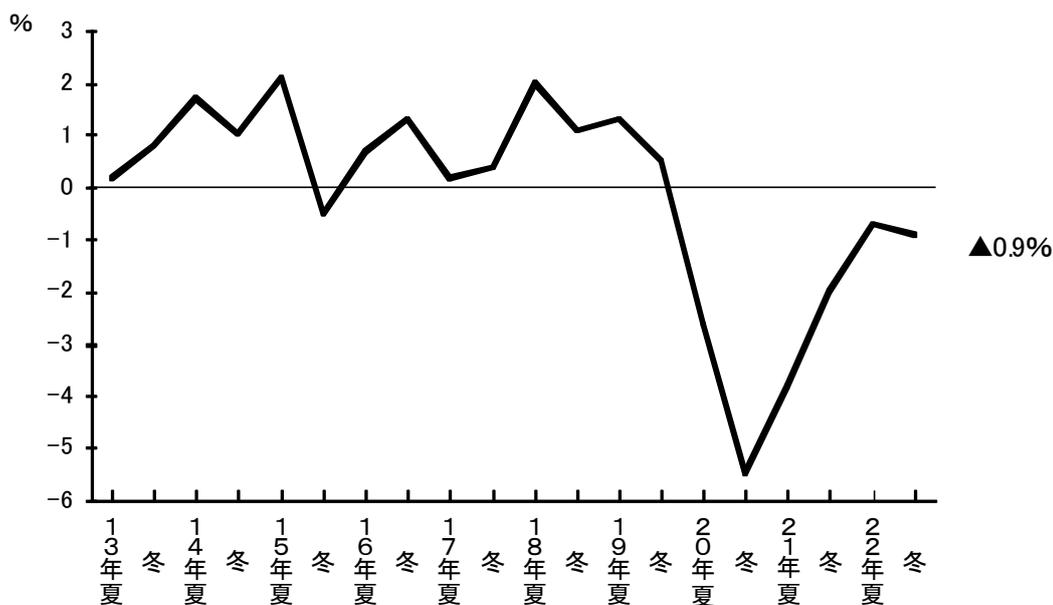
予想伸び率を年齢階層別にみると、30歳未満のみがプラスとなり、30歳代以上はすべての階層でマイナスとなった。ただし、全体のマイナス幅は、前年冬と比べて縮小している。

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28万7,000円高い。予想伸び率についてみると、県内勤務者（▲1.1%）の減少に対して、都内勤務者（0.0%）は前年冬並みの結果となった（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。

※参考：19年冬+0.5%→20年夏▲2.6%→20年冬▲5.5%→21年夏▲3.8%→21年冬▲2.0%
22年夏▲0.7%→22年冬▲0.9%

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

1位「貯蓄」、2位「教育・教養」、3位「生活費の補填」。

ボーナスの配分予定は、1位「貯蓄」(46.9%)、2位「教育・教養」(10.3%)、3位「生活費の補填」(7.8%)で、以下「買い物」(7.2%)、「ローン等の返済」(7.1%)、「旅行・レジャー」(5.1%)、「交際費」(1.1%)の順となっている。なお、前年冬に比べて「貯蓄」が低下(53.3%→46.9%)したほか、前年冬4位だった「生活費の補填」が「買い物」に代わって3位となっている。

「貯蓄」は、前年冬より減少したものの、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。

「貯蓄」については、既婚・独身別、男性・女性別では、独身男性の割合が最も高く、59.0%となっている。また、年齢階層別では、30歳未満で60.8%と特に高くなっている。

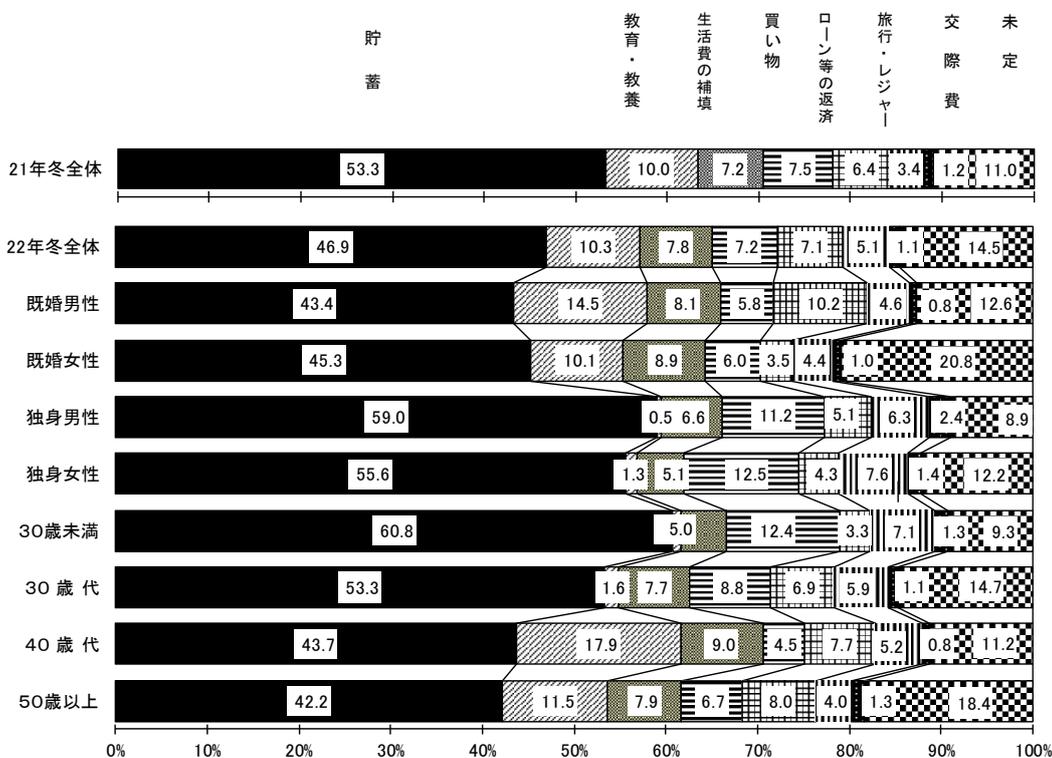
「貯蓄」以外の項目では、独身者は「買い物」、既婚者は「教育・教養費」、「生活費の補填」、「買い物」への配分割合が高い。また、既婚男性は、「ローン等の返済」が高くなっている。

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

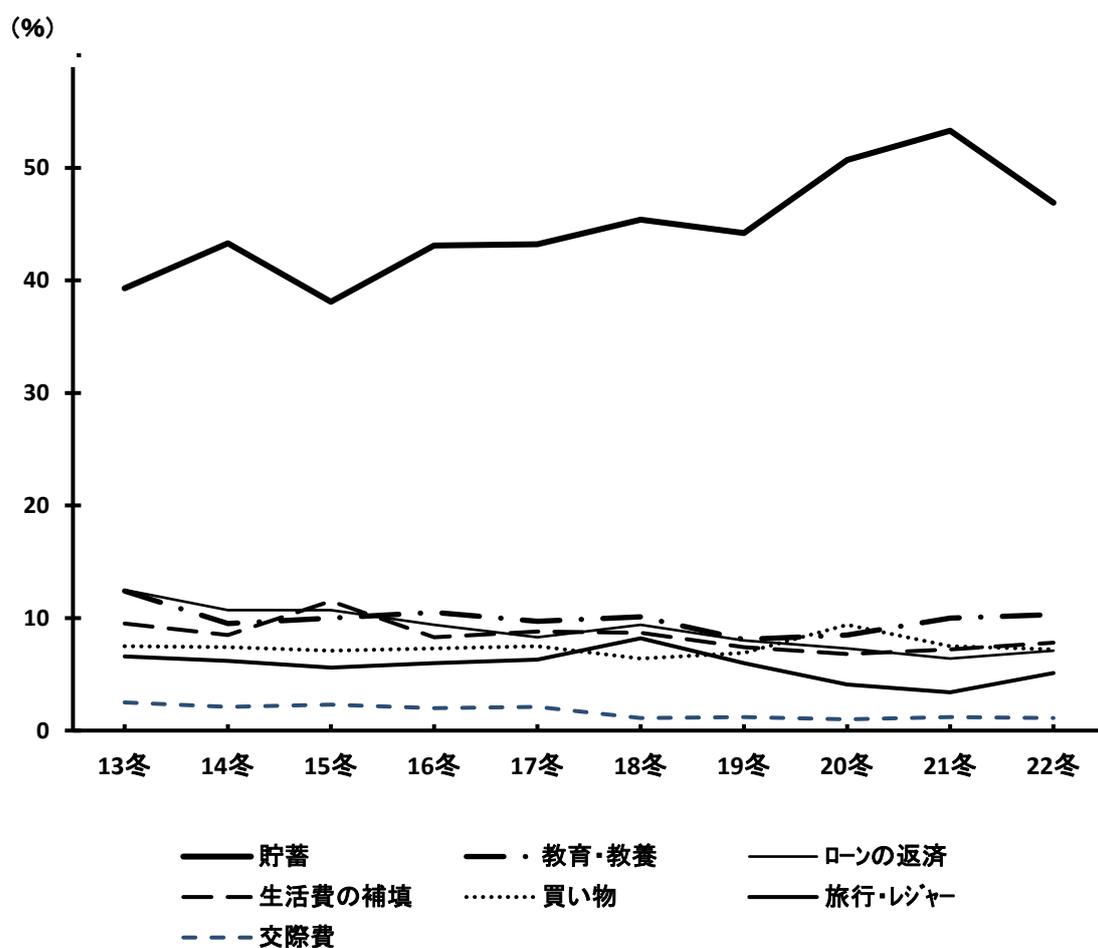
なお、今回の調査では「旅行・レジャー」が前年冬の3.4%から5.1%に上昇している(図表-5)。

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

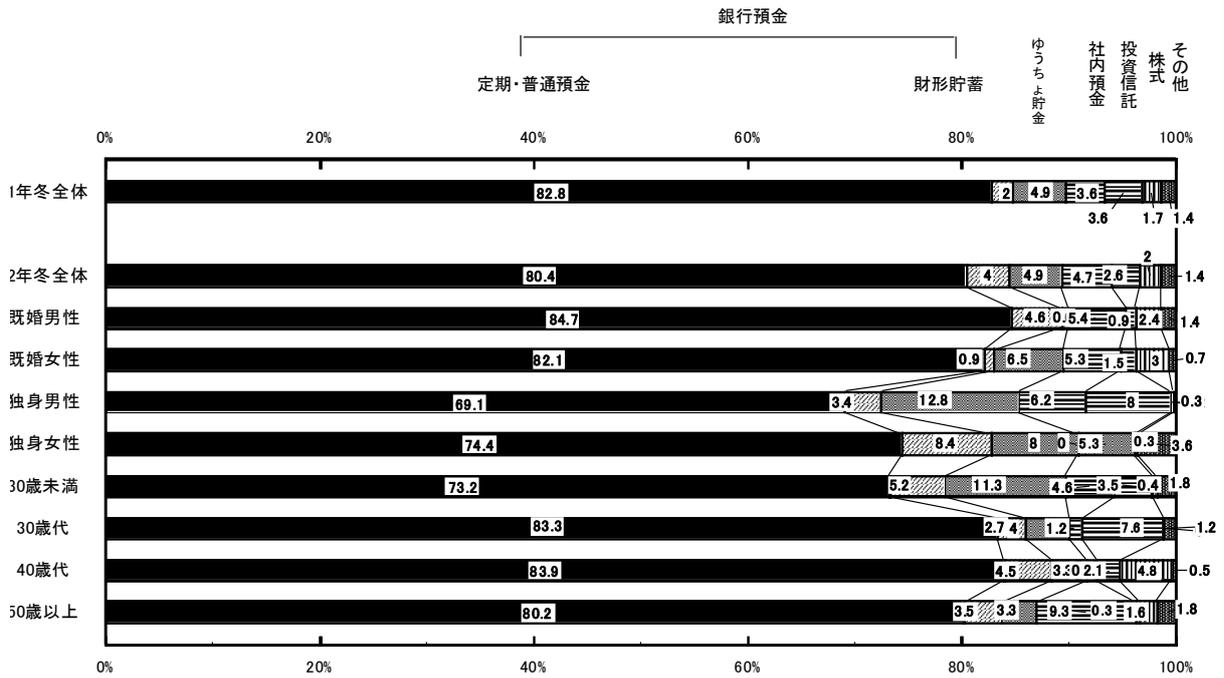
貯蓄の内訳は、「銀行預金（財形貯蓄を含む）」84.4%、「ゆうちょ（貯金）」4.9%、「社内預金」4.7%、「投信・株式」4.6%の順。

貯蓄の内訳をみると、「銀行預金（財形貯蓄を含む）」が84.4%、「ゆうちょ（貯金）」4.9%の2項目で全体の89.3%（前年冬89.7%）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（図表-7）。

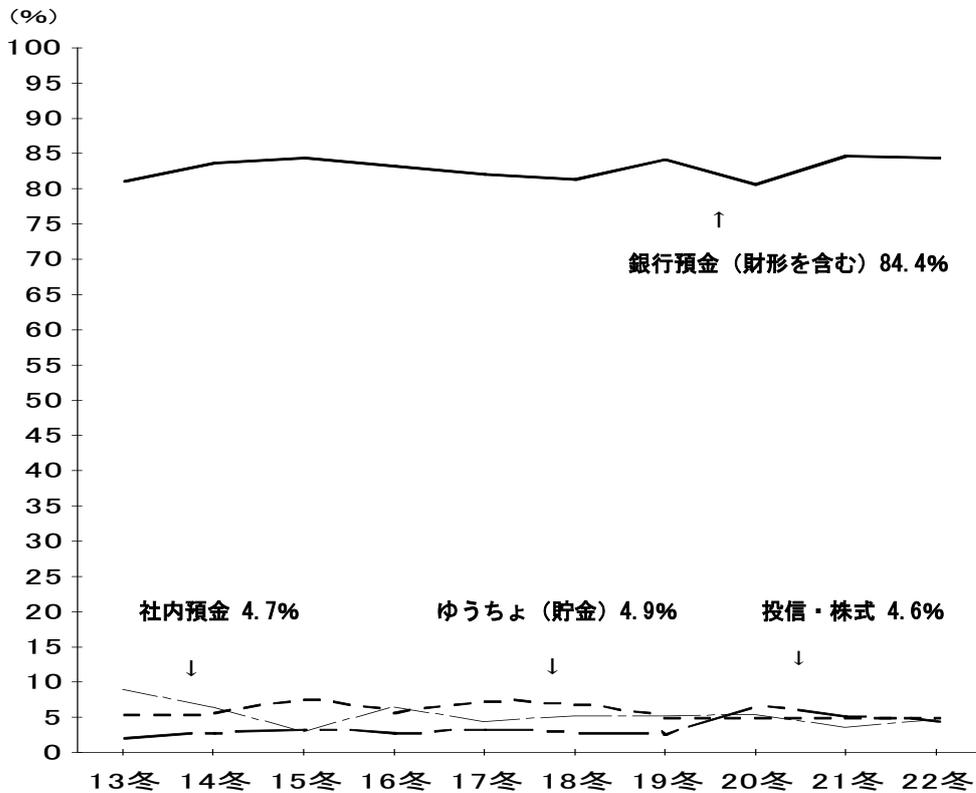
既婚・独身別、男性・女性及び年齢階層別でも、いずれも「銀行預金（財形貯蓄を含む）」の割合が大半を占めている。特に30歳代（86.0%）、40歳代（88.4%）、50歳以上（83.7%）と30歳代以上で高い。「銀行預金（財形貯蓄を含む）」以外では独身男性の「ゆうちょ（貯金）」が12.8%と、やや高めの割合を示す結果となっている。

貯蓄の内訳推移（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



※ グラフの各項目右側に今年冬の数値を表示

5. 貯蓄の目的

1位「老後の備え」、2位「教育資金」、3位「旅行・レジャー資金」。

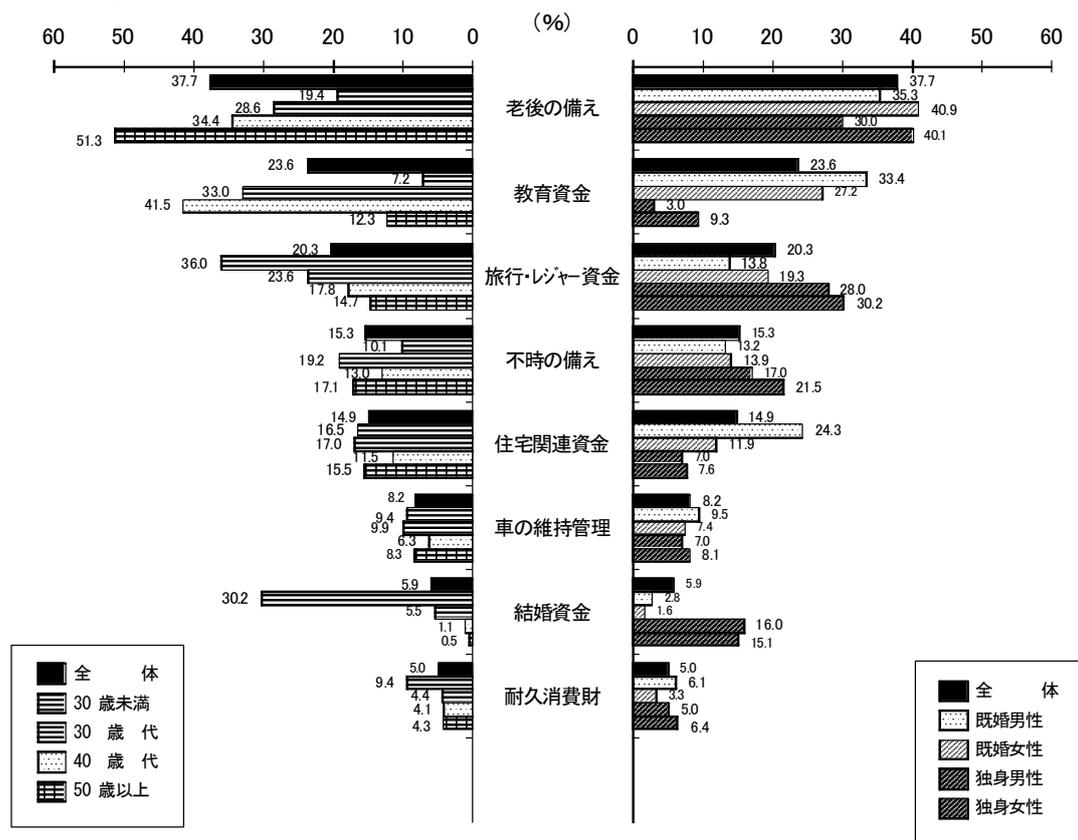
貯蓄の目的（複数回答）は、1位「老後の備え」（37.7%）、2位「教育資金」（23.6%）、3位「旅行・レジャー資金」（20.3%）、4位「不時の備え」（15.3%）、5位「住宅関連資金」（14.9%）で、以下「車の維持管理」（8.2%）、「結婚資金」（5.9%）、「耐久消費財」（5.0%）と続いた（図表-9）。

年齢階層別では、30歳未満は「旅行・レジャー資金」（36.0%）、30歳代は「教育資金」（33.0%）、40歳代も「教育資金」（41.5%）、50歳以上は「老後の備え」（51.3%）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（35.3%）、既婚女性（40.9%）、独身男性（30.0%）、独身女性（40.1%）が「老後の備え」をそれぞれトップに挙げている。

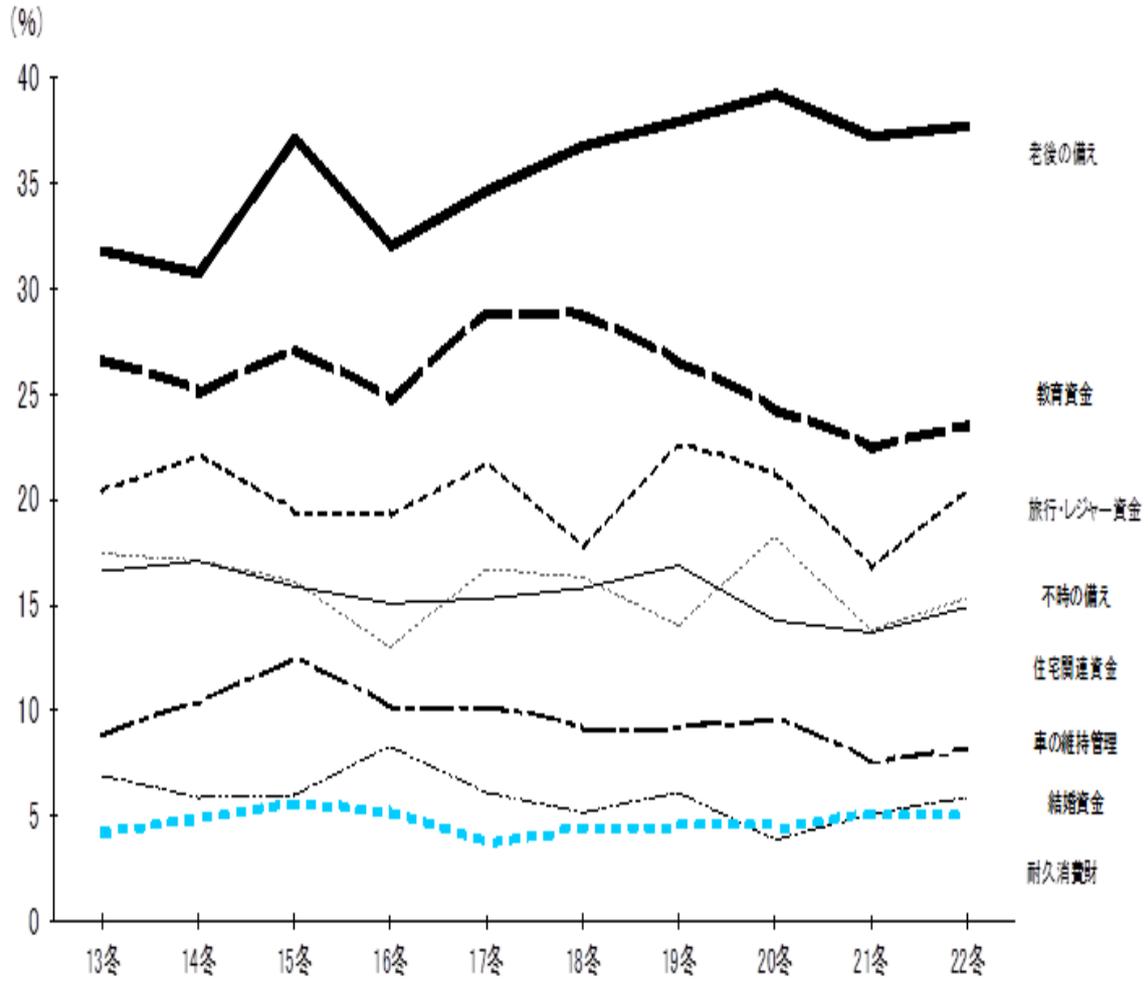
貯蓄の目的の推移（冬季のみの時系列推移）は、（図表-10）のとおりである。

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

1位「婦人服」、2位「家具・インテリア」、3位「紳士服」。

ボーナスで買いたい物(複数回答)の上位は、「婦人服」(13.3%)、「家具・インテリア」(10.1%)、「紳士服」(8.1%)、以下「子供服」、「くつ」となった(図表-11)。

図表-11 購入希望主要品目

	全 体			
	20冬	21冬	今年冬	
第1位	婦人服	婦人服	婦人服	13.3%
第2位	家具・インテリア	紳士服	家具・インテリア	10.1%
第3位	紳士服	家具・インテリア	紳士服	8.1%
第4位	子供服	くつ	子供服	7.2%
第5位	くつ	子供服	くつ	6.0%
第6位	化粧品	パソコン	鞆・ハンドバック	5.9%
第7位	鞆・ハンドバック	鞆・ハンドバック	化粧品	4.9%
第8位	冷蔵庫	化粧品	冷蔵庫	4.5%
第9位	暖房器具	冷蔵庫	洗濯機	4.2%
第10位	テレビ	乗用車	電話・携帯電話機	3.8%

(複数回答、単位:%)

既 婚 男 性		既 婚 女 性	
家具・インテリア	11.7%	婦人服	16.3%
紳士服	10.7%	子供服	10.6%
子供服	7.7%	家具・インテリア	9.3%
洗濯機	6.4%	くつ	5.7%
婦人服	5.8%	化粧品	5.2%

独 身 男 性		独 身 女 性	
紳士服	28.0%	婦人服	27.9%
スポーツ用品・健康増進器具	11.0%	鞆・ハンドバック	18.0%
パソコン	7.0%	化粧品	15.7%
アウトドア用品	7.0%	くつ	11.6%
パソコン周辺機器	7.0%	家具・インテリア	11.0%

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13.7%。これに対し、今後半年間の見通しで「増えそう」との回答は8.5%と、5.2%ポイント低下。一方、「減った」との回答割合は19.5%、今後「減りそう」は20.6%と、1.1%ポイント上昇。

収入については、今回のボーナスアンケート調査の結果にもみられるように、先行きに対して不透明感を抱いている様子が見え、まだ回復の兆しは見えにくい状況にある。

(2) 消費支出

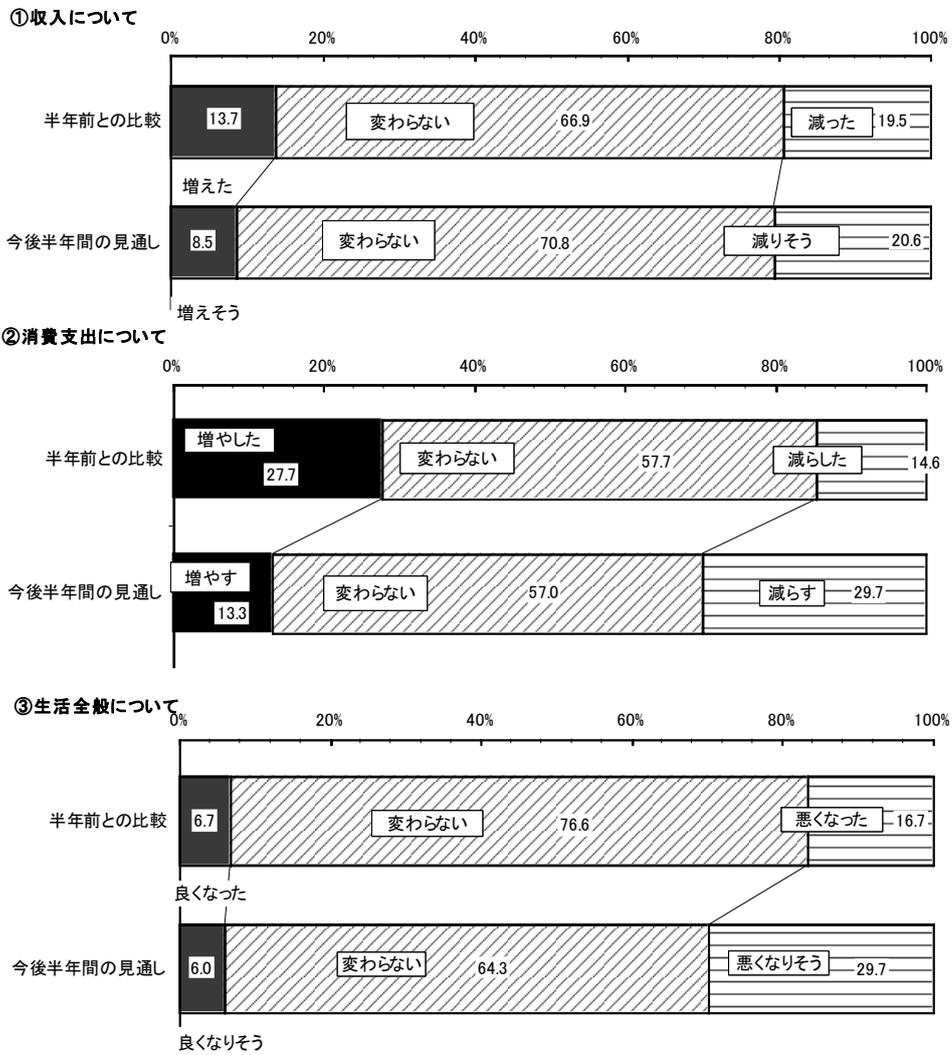
半年前との比較で支出を「増やした」との回答割合は27.7%。これに対し、今後半年間の見通しで「増やす」とした回答は13.3%と、14.4%ポイント低下。一方「減らした」の14.6%に対し、今後「減らす」は29.7%と、15.1%ポイント上昇した。

消費支出については、収入の先行き不透明感に加えて、昨今の持続的な物価上昇もあり、支出を抑制しようとする慎重な姿勢がみられる。

(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」割合(16.7%)が「良くなった」割合(6.7%)を10.0%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、引き続き「変わらない」(64.3%)が過半となるなか、「悪くなりそう」(29.7%)が「良くなりそう」(6.0%)を23.7%ポイント上回る結果となった。コロナ禍に対する不安が払拭しきれないなか、円安や物価高による先行き不透明感もかさなり、生活全般については慎重な見方が強まっているとみられる(図表-12)。

図表-12 暮らし向きの実感と今後の見通し



有効回答者の構成

(人)

	30歳未満	30歳代	40歳代	50歳以上	計
既婚男性	24	40	109	153	326
既婚女性	15	67	116	169	367
独身男性	42	31	14	13	100
独身女性	58	44	31	39	172
計	139	182	270	374	965

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	2022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	965人
有効回答率	96.5%