

「ボーナスと暮らし向きに関するアンケート調査」(2023年夏)の結果

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 千葉経済センター)

当財団では、「2023年夏のボーナス予想」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：58万7,000円(昨夏比9,000円増加、同1.6%)

今年夏のボーナス予想額は58万7,000円と、昨年夏の受給額(額面金額)を9,000円上回った。予想増減率は「1.6%」と、小幅ながら増加となった。

冬の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た2020年夏の調査から6回続いて「減少」予想であったが、今回の調査より「増加」予想に転じている。

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、今後半年間の見通しが「良くなりそう」との回答割合5.7%が、半年前より「良くなった」とした回答割合4.6%を1.1%ポイント上回ったものの、「悪くなりそう」との回答割合29.3%が「悪くなった」とした回答割合20.7%を8.6%ポイント上回る結果となった。引き続き「変わらない」が65.0%と過半となったが、長いコロナ禍で先行き不透明感が払拭されないなか、物価高による先行き不安感も重なり、生活全般については慎重な見方が続いているようにみられる。

- ▽ ボーナスの増減予想は、「増えそう」が15.9%(昨夏12.0%)と昨夏比3.9%ポイント増加。一方、「減りそう」が9.0%(昨夏16.0%)と同比7.0%ポイント減少した。全体としては、「増えそう」が「減りそう」を6.9%ポイント上回る結果となったが、「変わらない」が75.1%と多数を占めている。引き続き厳しい状況に変わりはないが、「減りそう」が減少し「増えそう」が増加していることから、一部では持ち直しに向けた動きが出始めたようにみられる。
- ▽ ボーナスの配分は、1位「貯蓄・投資」、2位「教育・教養」、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・投資の内訳は、「銀行預金(財形貯蓄を含む)」83.8%、投信・株式6.3%、同率で「ゆうちょ貯金」3.5%、「社内預金」3.5%となっている。
- ▽ 貯蓄・投資の目的(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、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は、「増えそう」が15.9%（昨夏12.0%）と昨夏比3.9%ポイント増加。一方、「減りそう」が9.0%（昨夏16.0%）と同比7.0%ポイント減少した。全体としては、「増えそう」が「減りそう」を6.9%ポイント上回る結果となったが、「変わらない」が75.1%と多数を占めている。引き続き厳しい予想に変わりはないが、「減りそう」が減少し「増えそう」が増加していることから、一部では持ち直しに向けた動きが出始めたようにみられる。

増減予想を年齢階層別にみると、「増えそう」の割合は、30歳未満を除いて上昇し、「減りそう」の割合は全ての階層で低下した。（図表-1）。

こうしたなか、「減りそう」の割合は、年齢層が上がるほど上昇傾向にあるが、21年夏以降、すべての階層で大幅に低下している。他方、「増えそう」の割合は30歳未満の29.8%に対し、30歳代21.9%、40歳代で13.8%、50歳以上では10.2%と年代が上がるほど低下傾向にある。

全体としては、改善の兆しは一部にみられるものの、これまでの調査と同様、年齢層が高くなるにつれ、まだまだ厳しい予想となっている。

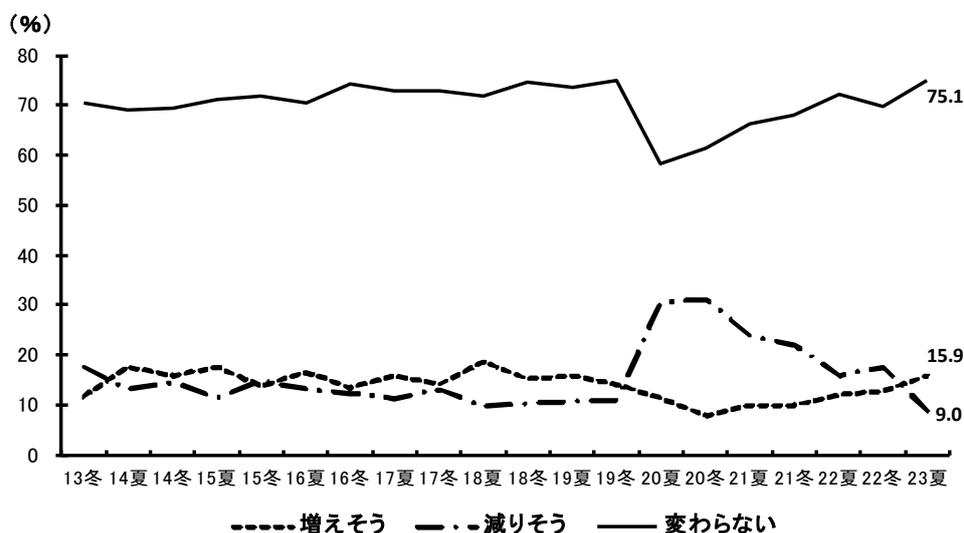
夏・冬のボーナス増減予想割合の推移は、（図表-2）のとおりである。

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	21夏	9.8	23.9	66.2
	22夏	12.0	16.0	72.1
	23夏	15.9	9.0	75.1
30歳未満	21夏	25.0	22.3	52.7
	22夏	31.0	12.0	57.0
	23夏	29.8	6.4	63.8
30歳代	21夏	10.4	25.7	63.9
	22夏	15.3	16.8	67.9
	23夏	21.9	6.7	71.4
40歳代	21夏	6.3	29.0	78.8
	22夏	5.7	16.9	77.7
	23夏	13.8	9.4	76.8
50歳以上	21夏	5.6	29.4	64.9
	22夏	6.8	16.7	76.6
	23夏	10.2	10.5	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



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		58.7	1.6
30歳未満		41.6	7.9
30 歳 代		52.3	0.9
40 歳 代		61.8	0.0
50歳以上		66.2	1.4
勤務 地別	県 内	53.6	1.0
	都 内	84.4	4.1

2. ボーナスの予想額

今年夏のボーナス予想額は58万7,000円と、昨年夏の受給額(額面金額)を9,000円上回った。予想増減率は「1.6%」と、小幅ながら増加となった。冬の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た2020年夏の調査から6回続いて「減少」予想であったが、今回の調査より「増加」予想に転じている。また、勤務地別の増減では、都内で4.1%増加に転じるなど、一部に回復に向けた動きが始めたようにみられる。

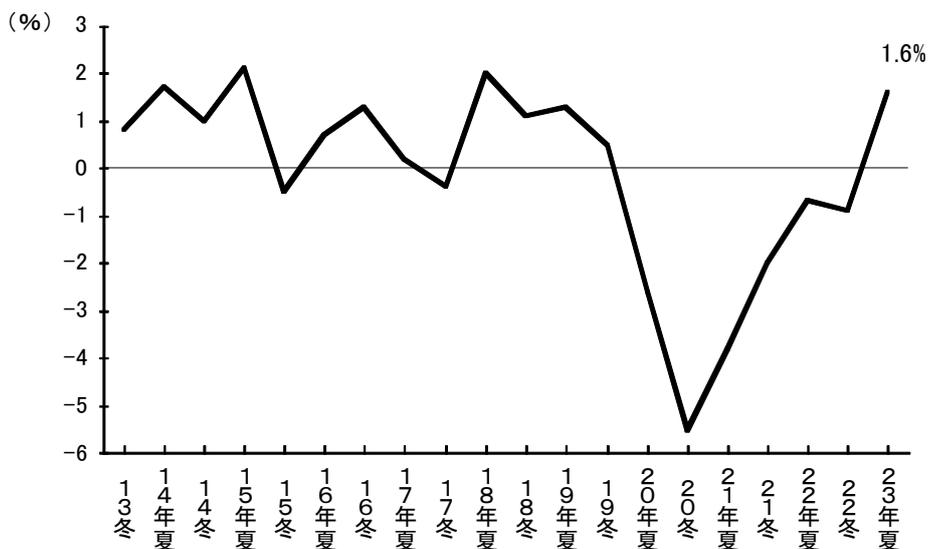
予想増減率を年齢階層別にみると、30歳未満で7.9%と大幅に増加、30歳代が0.9%、40歳代は横ばい(増減率では横ばいであるが、円単位では400円増加)、50歳以上は1.4%と小幅な増加となっている。

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30万8,000円高く、予想増減率については、県内勤務者の1.0%増加対して、都内勤務者は4.1%増加に転じており、持ち直しの動きがみられる。(図表-3)。

夏・冬のボーナス予想増減率の推移は、(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%→23年夏1.6%

図表-4 ボーナス予想増減率の推移(全体)



3. ボーナスの配分予定

1位「貯蓄・投資」、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・投資」(46.3%)、2位「教育・教養」(10.5%)、3位「生活費の補填」(8.9%)で、以下「ローン等の返済」(6.2%)、「買い物」(5.9%)、「旅行・レジャー」(5.7%)、「交際費」(0.7%)の順となっている。

「貯蓄・投資」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。

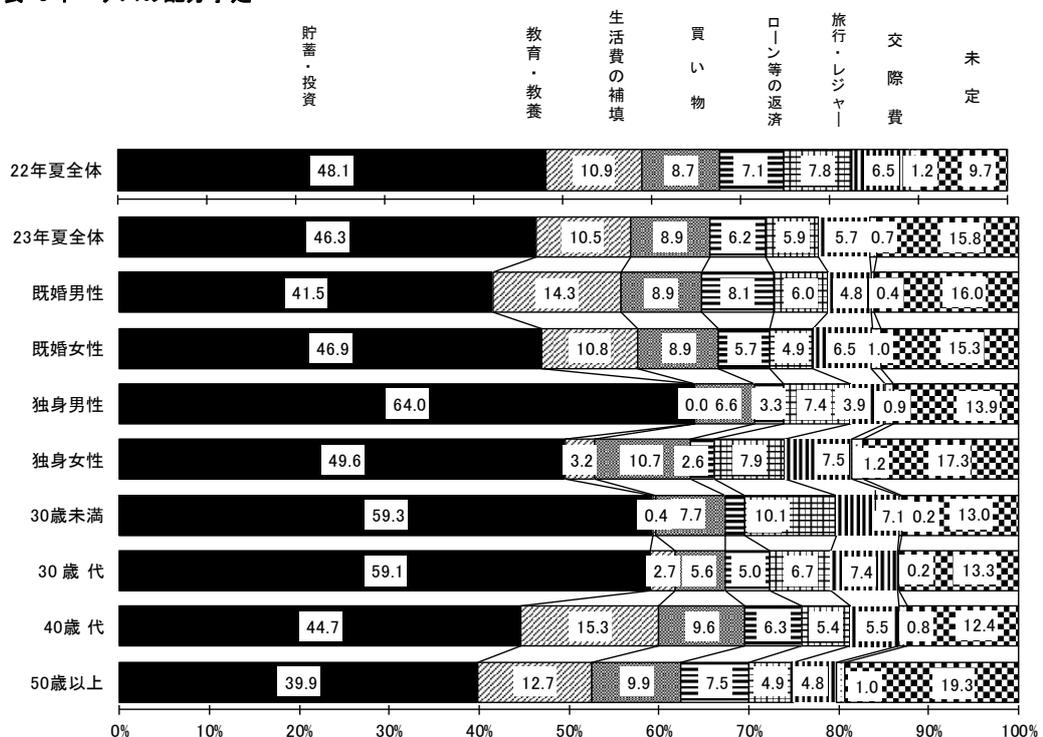
「貯蓄・投資」については、既婚・独身別、男性・女性別では、独身男性の割合が最も高く、64.0%となっている。また、年齢階層別では、30歳未満で59.3%、30歳代で59.1%と特に高くなっている。

「貯蓄・投資」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」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歳未満及び30歳代は「買い物」・「旅行・レジャー」、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(図表-5)。

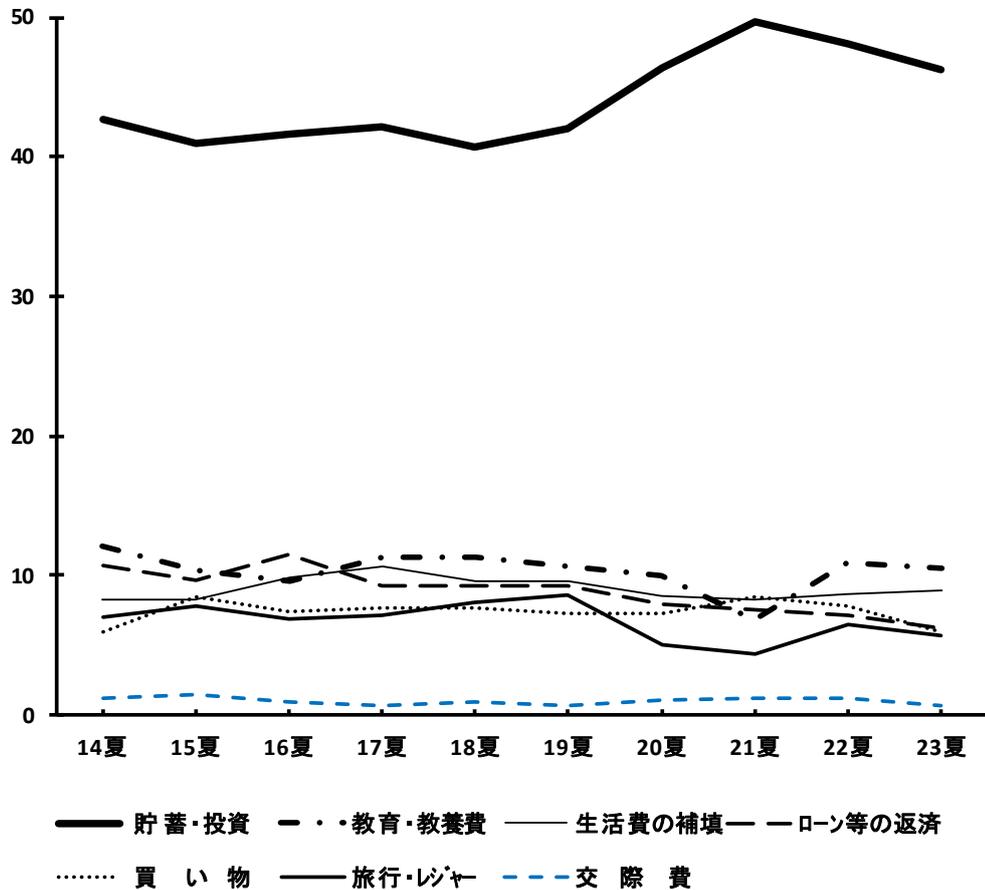
ボーナスの配分予定の推移(夏季のみの時系列推移)は、(図表-6)のとおりである。

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・投資の内訳

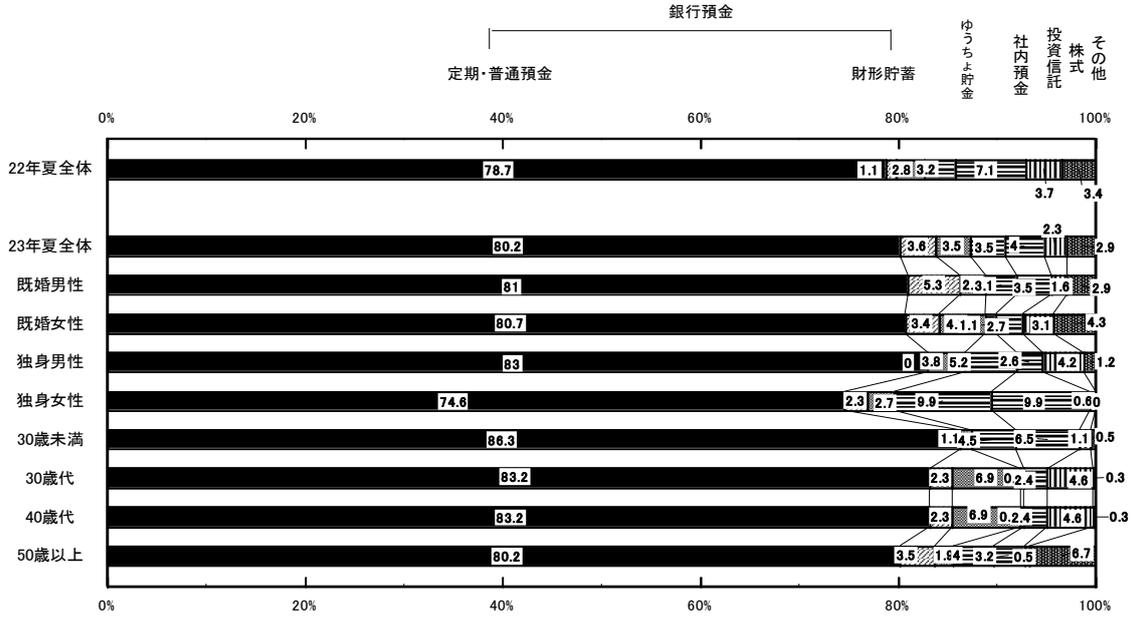
貯蓄・投資の内訳は、「銀行預金（財形貯蓄を含む）」83.8%、「投信・株式」6.3%、同率で「ゆうちょ貯金」3.5%、「社内預金」3.5%となった。

貯蓄・投資の内訳をみると、「銀行預金（財形貯蓄を含む）」が83.8%、「ゆうちょ貯金」3.5%の2項目で全体の87.3%（昨夏82.6%）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）。

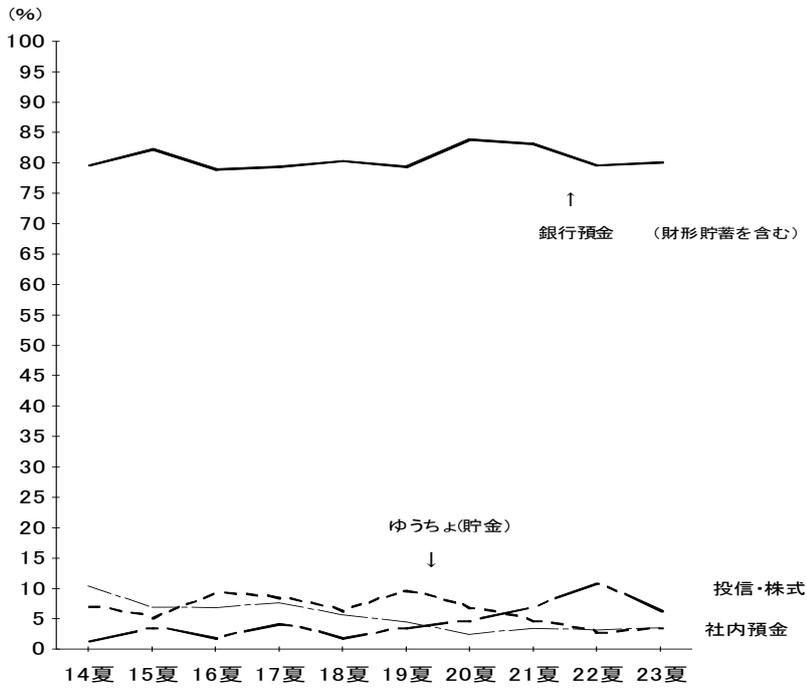
既婚・独身別、男性・女性及び年齢階層別でも、いずれも「銀行預金（財形貯蓄を含む）」の割合が大半を占めている。「銀行預金（財形貯蓄を含む）」以外では、昨夏に伸びの目立った「投資信託」が4.0%（昨夏7.1%）、「株式」2.3%（昨夏3.7%）と小幅ながら減少となった。

貯蓄・投資の内訳推移（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・投資の内訳



図表-8 貯蓄・投資の内訳推移



5. 貯蓄・投資の目的

1位「老後の備え」、2位「教育資金」、3位「旅行・レジャー資金」。

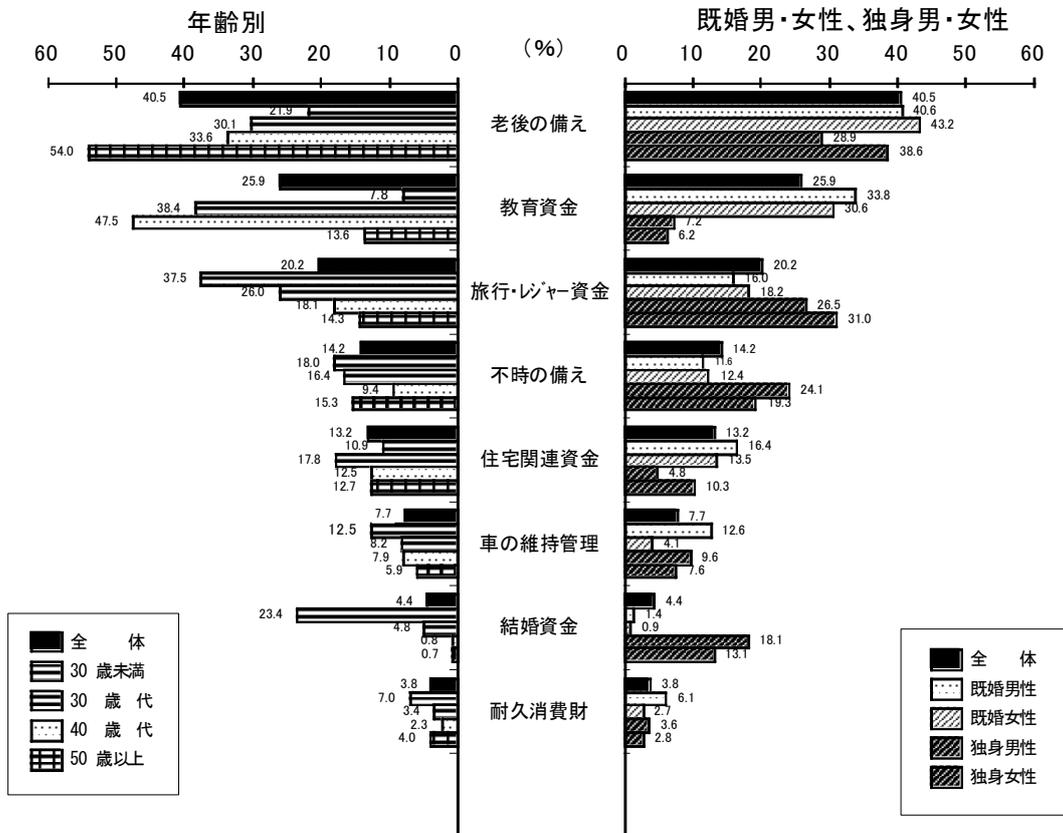
貯蓄・投資の目的（複数回答）は、1位「老後の備え」（40.5%）、2位「教育資金」（25.9%）、3位「旅行・レジャー資金」（20.2%）、4位「不時の備え」（14.2%）、5位「住宅関連資金」（13.2%）で、以下「車の維持管理」（7.7%）、「結婚資金」（4.4%）、「耐久消費財」（3.8%）と続いた（図表-9）。

年齢階層別では、30歳未満は「旅行・レジャー資金」（37.5%）、30歳代は「教育資金」（38.4%）、40歳代も「教育資金」（47.5%）、50歳以上は「老後の備え」（54.0%）がそれぞれ最も高い。

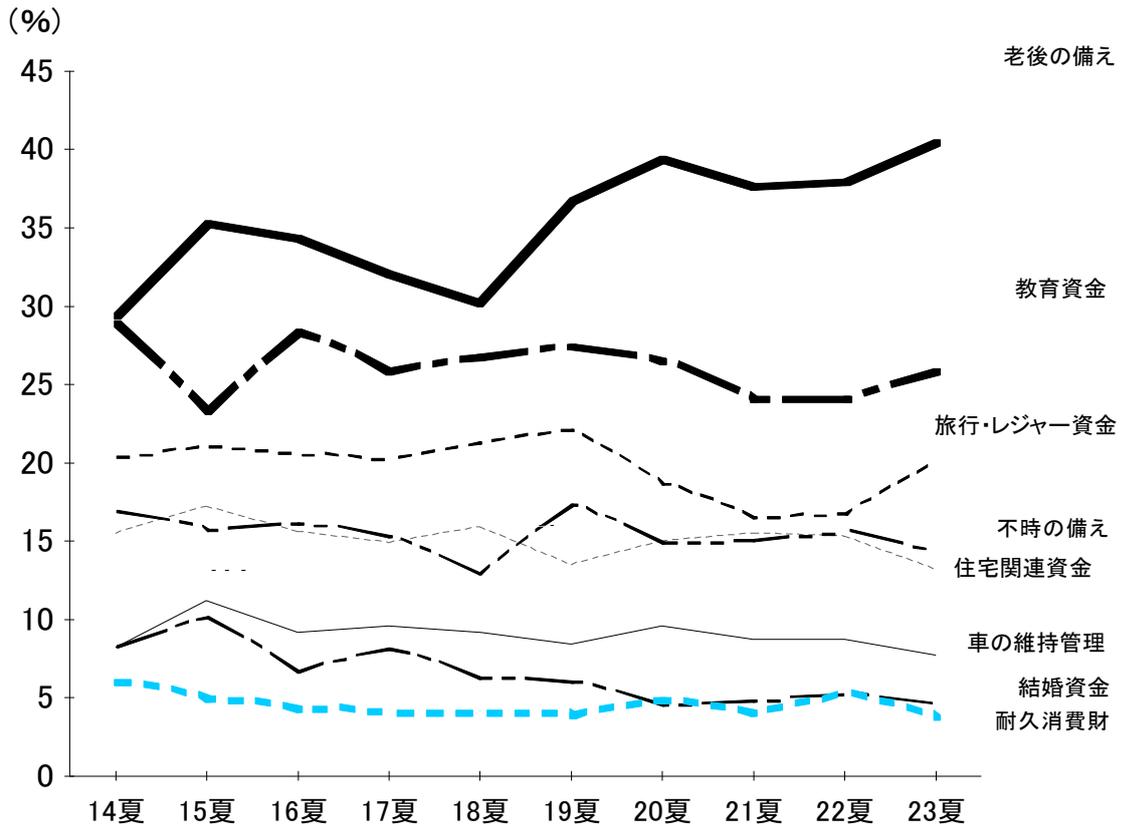
既婚・独身別、男性・女性別では、各属性が「老後の備え」をそれぞれトップに挙げている。「老後の備え」に関しては、年齢が上がるにつれて割合が高くなっており、過去10年でも「老後の備え」の割合は上昇傾向にある。一方、「旅行・レジャー資金」に関しては、年齢が上がるにつれて割合が低くなっており、各年代のライフスタイルの特徴が表れている。

貯蓄・投資の目的の推移（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・投資の目的(複数回答)



図表-10 貯蓄・投資の目的の推移



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」(17.5%)、「家具・インテリア」(11.2%)、「紳士服」(11.1%)、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			(複数回答、単位:%)	
	21夏	22夏	今夏	既 婚 男 性	既 婚 女 性
第1位	婦人服	婦人服	婦人服	紳士服	婦人服
第2位	紳士服	家具・インテリア	家具・インテリア	家具・インテリア	子供服
第3位	家具・インテリア	紳士服	紳士服	子供服	家具・インテリア
第4位	くつ	パソコン	子供服	婦人服	化粧品
第5位	パソコン	子供服	くつ	洗濯機	洗濯機
第6位	洗濯機	靴・ハンドバッグ	化粧品		
第7位	子供服	くつ	靴・ハンドバッグ	独身男性	独身女性
第8位	靴・ハンドバッグ	化粧品	洗濯機	紳士服	婦人服
第9位	化粧品	洗濯機	冷蔵庫	くつ	化粧品
第10位	乗用車	アウトドア用品	ペット・ペット関連用品	ゲーム機・ソフト	靴・ハンドバッグ
				家具・インテリア	くつ
				スポーツ用品・健康増進器	家具・インテリア

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11.1%。これに対し、今後半年間の見通しで「増えそう」とした回答割合は12.1%と、1.0%ポイント上回った。一方、「減った」との回答割合は13.0%、今後「減りそう」とした回答割合は15.9%と2.9%ポイント上回る結果となった。

収入については、賃上げの不透明感や景気低迷に対する懸念などから、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30.4%。これに対し、今後半年間の見通しで「増やす」とした回答割合は16.7%と、13.7%ポイント下回った。一方「減らした」との回答割合は15.2%に対し、今後「減らす」とした回答割合は26.2%と、11.0%ポイント上回る結果となった。

消費支出については、収入の先行き不透明感が続き、物価高による先行き不安感も重なり、支出を抑制しようとする慎重な姿勢がみられる。

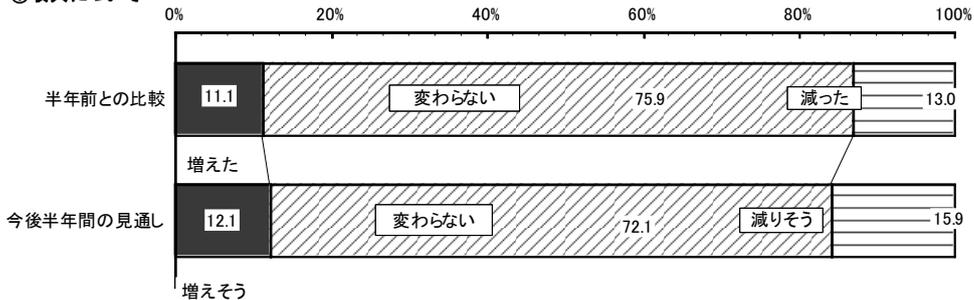
(3) 生活全般

暮らし向き(生活全般)については、今後半年間の見通しが「良くなりそう」との回答割合5.7%が、半年前より「良くなった」とした回答割合4.6%を1.1%ポイント上回ったものの、「悪くなりそう」との回答割合29.3%が「悪くなった」とした回答割合20.7%を8.6%ポイント上回る結果となった。

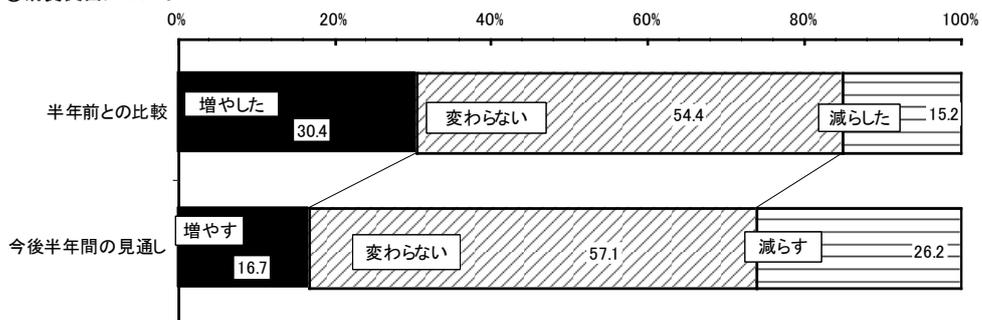
引き続き「変わらない」が65.0%と過半となったが、長いコロナ禍で先行き不透明感が払拭されないなか、物価高による先行き不安感も重なり、生活全般については慎重な見方が続いているようにみられる。(図表-12)。

図表一12 暮らし向きの実感と今後の見通し

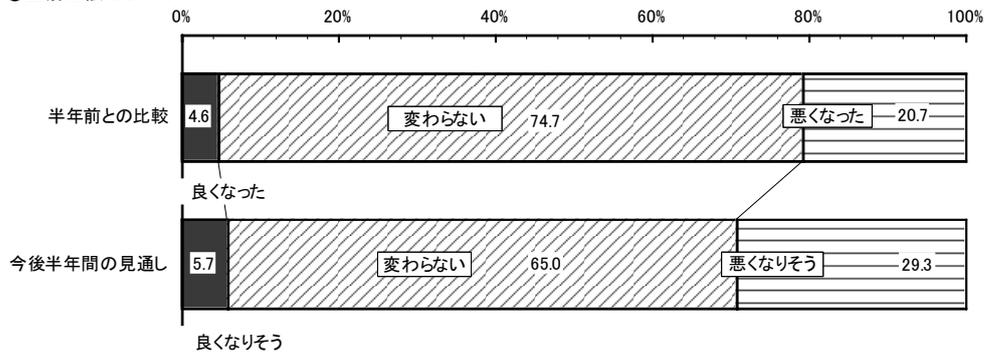
①収入について



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	12	38	95	148	293
既婚女性	19	61	133	231	444
独身男性	38	21	11	13	83
独身女性	59	26	26	34	145
計	128	146	265	426	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	2023年4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%