

「ボーナスと暮らし向きに関するアンケート調査」(2024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、夏と冬の年2回、ボーナスの受取側（企業の従業員等）の見通しについて焦点を当て、アンケートを実施している。今回、「2024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】（注：ボーナスの金額は予想額、受給額のいずれも額面金額）

1. ボーナス予想額：60万8,000円（前年夏比17,000円増加、同2.9%）

今年夏のボーナス予想額は60万8,000円と、前年夏の受給額を17,000円上回った。予想伸び率は「2.9%」の増加となった。

また、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2022年冬の調査まで6回続けて「減少」予想であったが、2023年度夏の調査から「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、半年前と「変わらない」とした回答割合が76.7%と多数を占めるなか、半年前より「良くなつた」とした回答割合8.4%に対し、「悪くなつた」とした回答割合15.0%となった。一方で、今後半年間の見通しについては、「変わらない」の割合が67.9%と引き続き多数を占めるものの、「良くなりそう」との回答割合9.4%に対し、「悪くなりそう」との回答割合22.7%が大幅に上回り、今後の生活全般に厳しさを予想させる結果となった。持続的な賃上げに対する不透明感や円安等を背景とする物価高による先行き警戒感も重なり、暮らし向きについては依然として楽観視していない層が多いようにみられる。

- ▽ ボーナスの増減予想は、「増えそう」が21.1%（前年夏15.9%）と前年夏比5.2%ポイント増加。一方、「減りそう」が8.2%（前年夏9.0%）と同比0.8%ポイント減少した。全体としては、「増えそう」が「減りそう」を12.9%ポイント上回る結果となったが、「変わらない」が70.7%と多数を占めている。「減りそう」が減少し「増えそう」が増加していることから、ボーナスに対する期待感が高まっているようにみられる。
- ▽ ボーナスの配分は、1位「貯蓄・投資」、2位「教育・教養」、3位「旅行・レジャー」で、以下「生活の補填」、「買い物」、「ローン等の返済」、「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）」74.2%、「投信・株式」13.0%、「社内預金」5.8%、「ゆうちょ貯金」4.8%となった。
- ▽ 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」、「耐久消費財購入」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「家具・インテリア」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21.1%（前年夏15.9%）と前年夏比5.2%ポイント増加。

一方、「減りそう」が8.2%（前年夏9.0%）と同比0.8%ポイント減少した。全体としては、「増えそう」が「減りそう」を12.9%ポイント上回る結果となったが、「変わらない」が70.7%と多

数を占めている。「減りそう」が減少し「増えそう」が増加していることから、ボーナスに対する期待感が高まっているようにみられる。

増減予想を年齢階層別にみると、「増えそう」の割合は、30歳未満から50歳以上の全ての階層で上昇した。特に、30歳未満の「増えそう」は43.2%と顕著となっている（図表-1）。

「増えそう」の割合は30歳未満の43.2%に対し、30歳代26.2%、40歳代で16.0%、50歳以上16.0%と年代が上がるほど低下傾向にある。

全体としては、改善の兆しあはみられるものの、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。

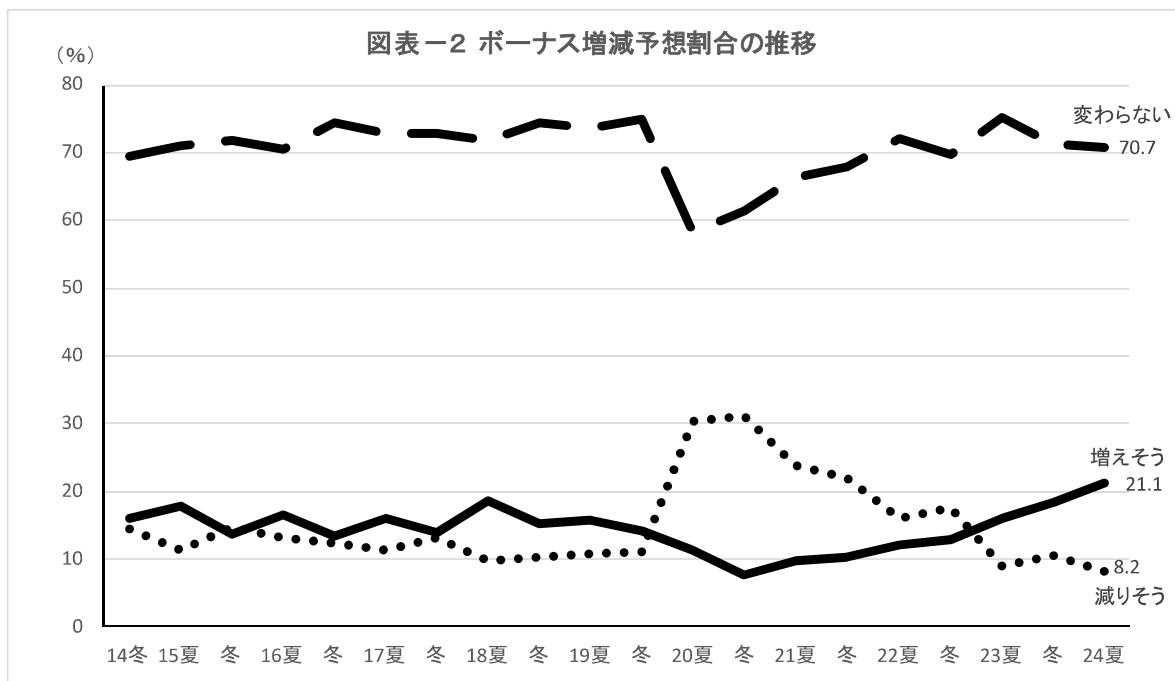
図表-1 ボーナスの増減予想(対前年比)

(構成比、単位:%)

		「増えそう」	「減りそう」	「変わらない」
全 体	22夏	12.0	16.0	72.1
	23夏	15.9	9.0	75.1
	24夏	21.1	8.2	70.7
30歳未満	22夏	31.0	12.0	57.0
	23夏	29.8	6.4	63.8
	24夏	43.2	8.1	48.6
30歳代	22夏	15.3	16.8	67.9
	23夏	21.9	6.7	71.4
	24夏	26.2	6.8	67.0
40歳代	22夏	5.7	16.9	77.7
	23夏	13.8	9.4	76.8
	24夏	16.0	6.8	77.2
50歳以上	22夏	6.8	16.7	76.6
	23夏	10.2	10.5	79.3
	24夏	16.0	9.5	74.4

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

今年夏のボーナス予想額は60万8,000円と、前年夏の受給額を17,000円上回った。

全体の予想伸び率は「2.9%」の増加となっており、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2022年冬の調査まで6回続いて「減少」予想であったが、2023年夏の調査から「増加」予想に転じている。また、勤務地別の増減では、都内で4.2%増加、県内でも3.3%増加となっている。

予想伸び率を年齢階層別にみると、30歳未満で21.2%と大幅に増加、30歳代が4.3%、40歳代で1.9%となったものの、50歳以上は横ばい予想となっている。

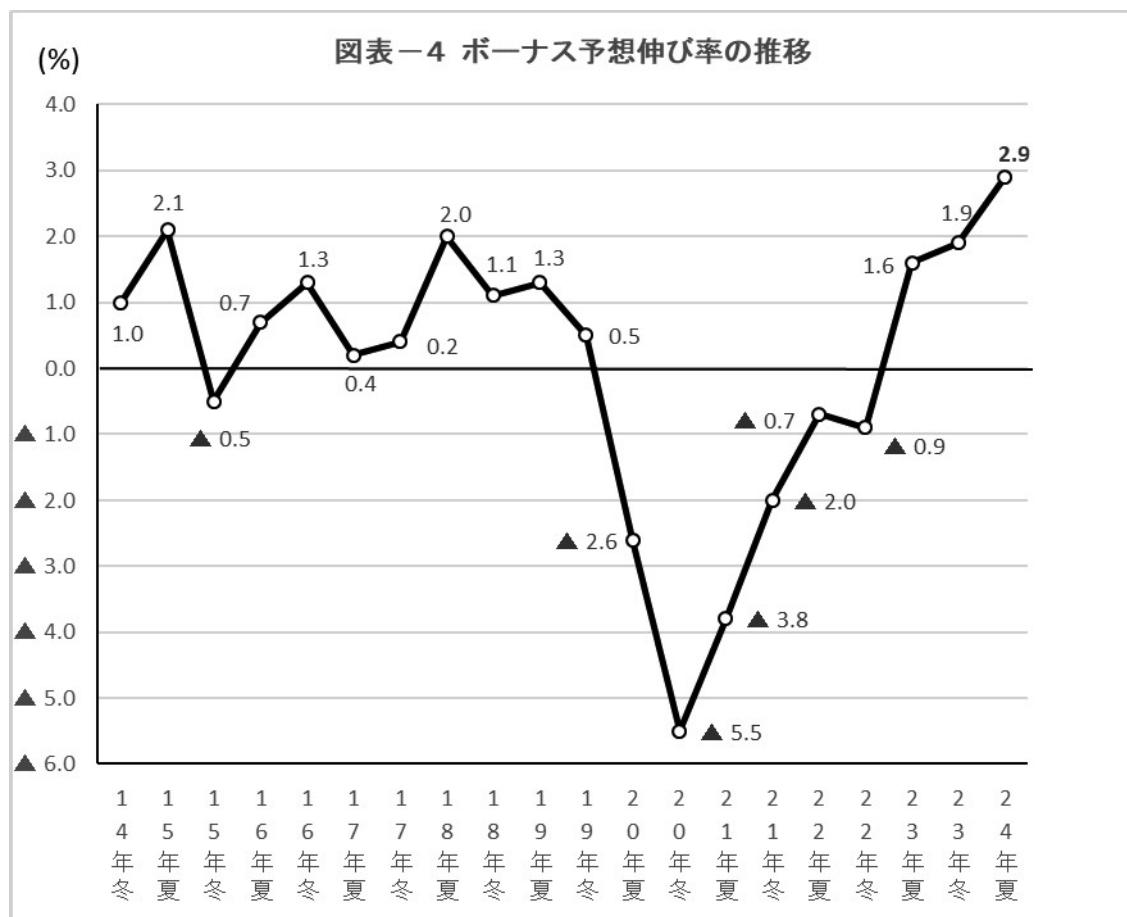
また、勤務地別でみると、予想額は都内勤務者の方が県内勤務者より33万8,000円高く、予想増減率については、県内勤務者の3.3%に対して、都内勤務者は4.2%と増加が大きく（注）、大企業を中心に回復に向けた動きが強いようにみられる。（図表-3）。

（注）県内、都内共に全体の2.9%より大きいのは、県内、都内以外のその他地域で大幅な減少となっている回答者がいるため。

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	60.8	2.9
30歳未満	42.8	21.2
30歳代	56.5	4.3
40歳代	63.6	1.9
50歳以上	66.4	0.0
勤務	55.6	3.3
地別 都 内	89.4	4.2



3. ボーナスの配分予定

1位「貯蓄・投資」、2位「教育・教養」、3位「旅行・レジャー」。

ボーナスの配分予定は、1位「貯蓄・投資」(45.5%)、2位「教育・教養」(10.0%)、3位「旅行・レジャー」(8.6%)で、以下「生活費の補填」(8.1%)、「買い物」(6.5%)、「ローン等の返済」(5.2%)、「交際費」(0.7%)の順となっている。特に、昨年夏6位であった「旅行・レジャー」が3位に上昇している。

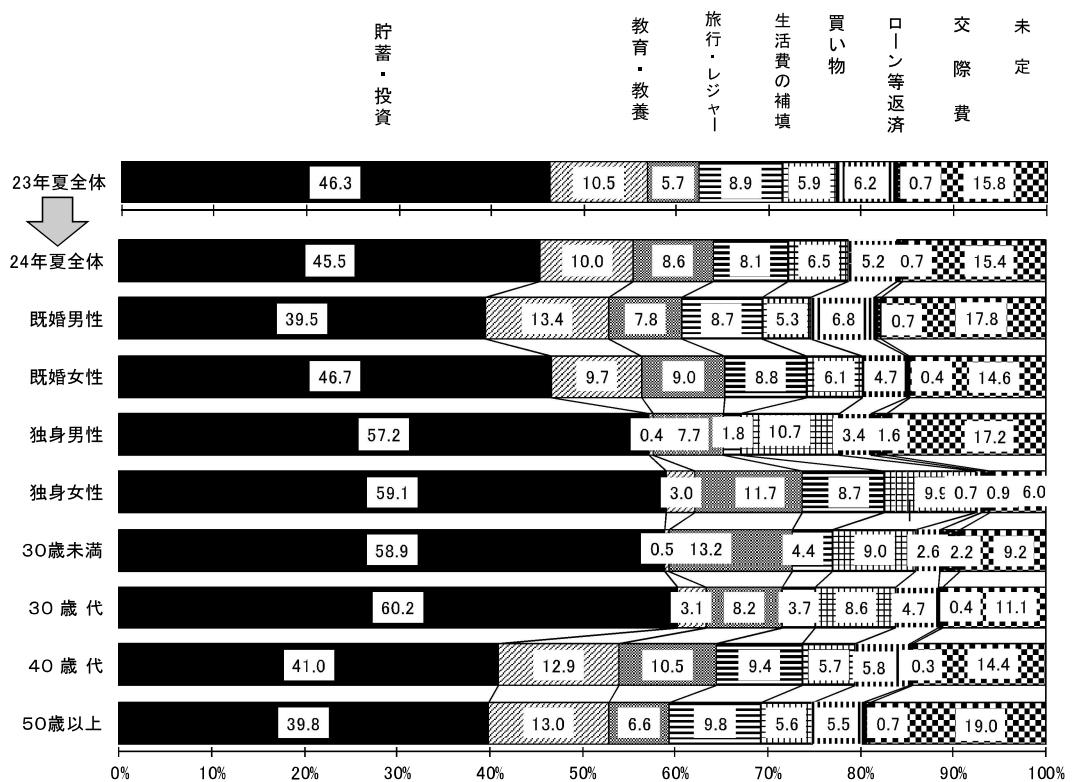
「貯蓄・投資」は、経済情勢にかかわらず常にトップにあり、既婚・独身、男性・女性、年齢階層別を問わず、堅実性を重視している様子が感じられる。既婚・独身別、男性・女性別では、独身女性の割合が最も高く、59.1%となっている。また、年齢階層別では、30歳代で60.2%と高くなっている。

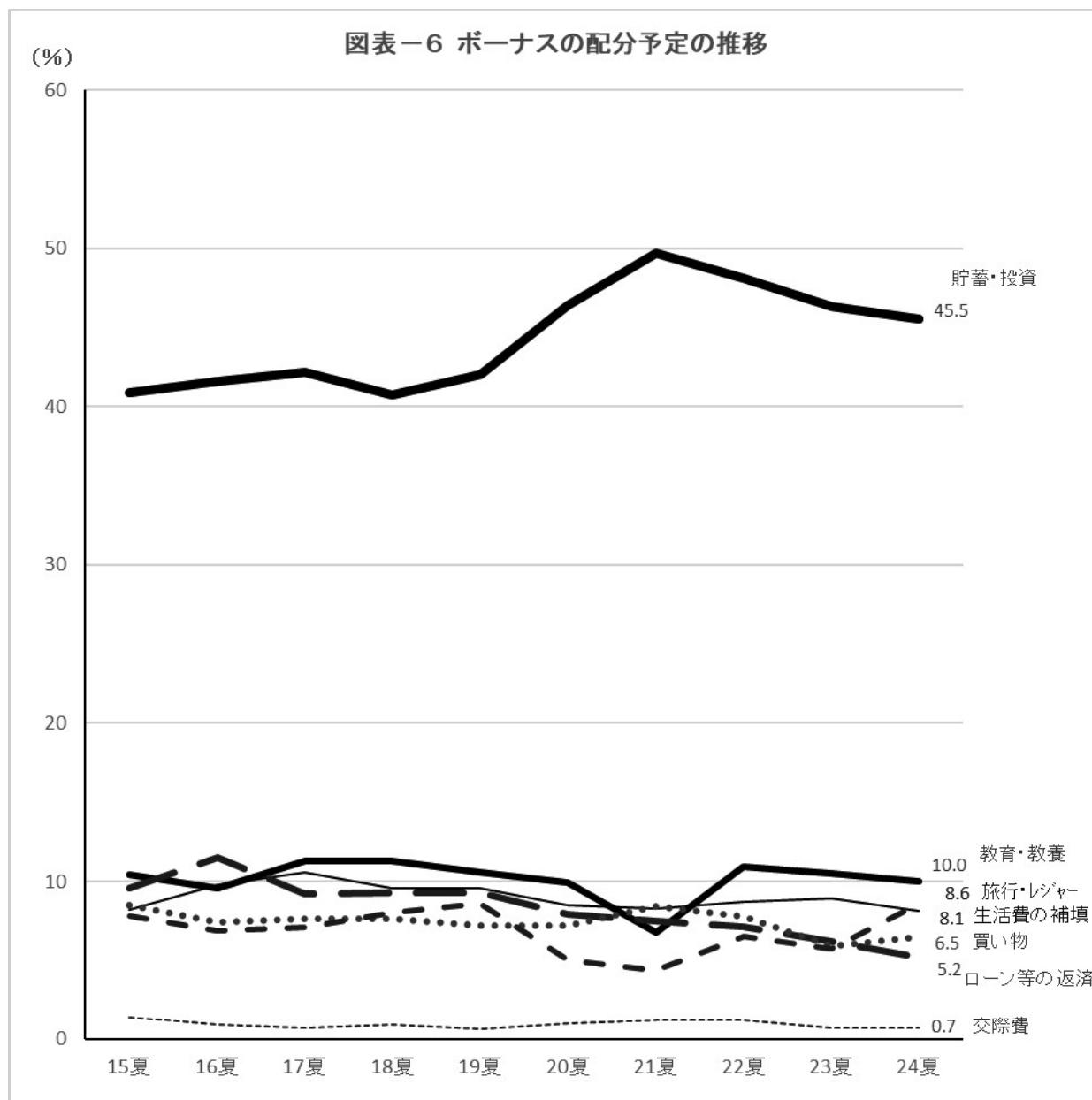
「貯蓄・投資」以外の項目では、独身男性は「買い物」、独身女性は「旅行・レジャー」、既婚者は「教育・教養費」への配分割合が高い。

また、年齢階層別の特徴として、30歳未満は「旅行・レジャー」、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」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





4. 貯蓄・投資の内訳

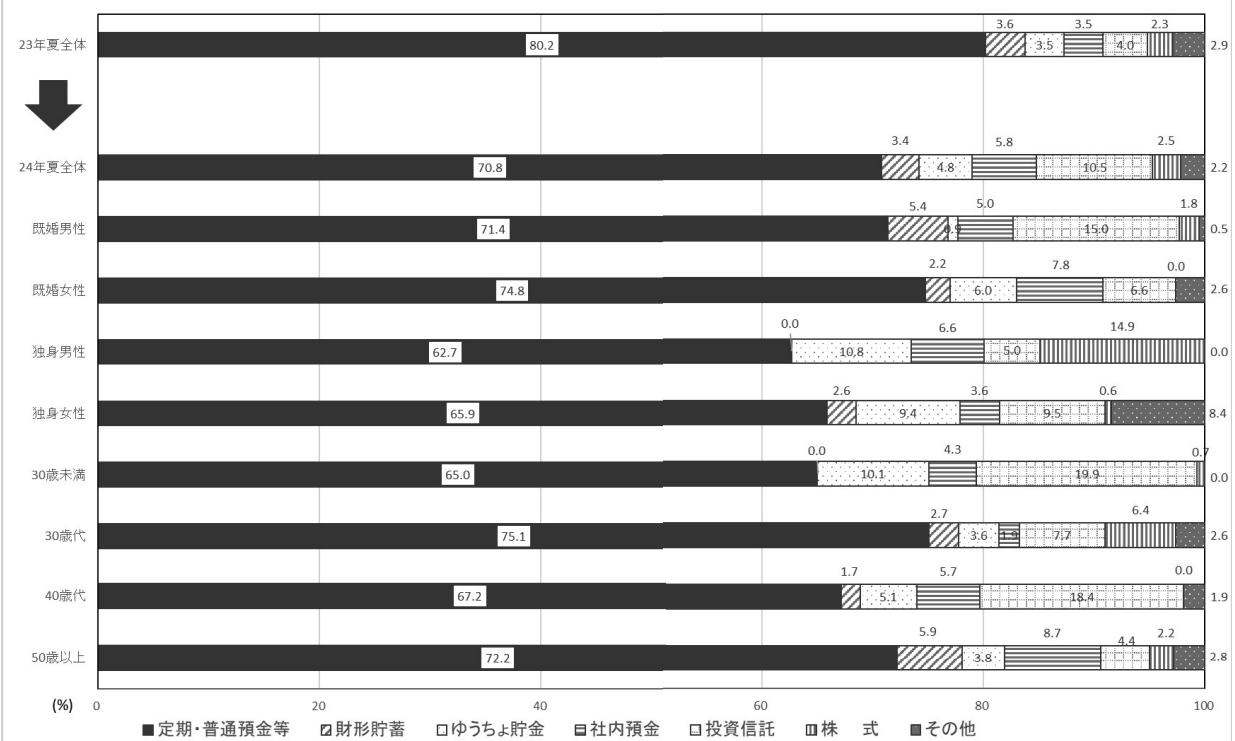
貯蓄・投資の内訳は、「銀行預金（財形貯蓄を含む）」74.2%、「投信・株式」13.0%、「社内預金」5.8%、「ゆうちょ貯金」4.8%となった。

貯蓄・投資の内訳をみると、「銀行預金（財形貯蓄を含む）」が74.2%、「ゆうちょ貯金」4.8%、「社内預金」5.8%の3項目で全体の84.8%（前年夏90.8%）を占めている。低金利のなかでもまだ預貯金の安全性を重視している姿勢が感じられる。（図表-7）。

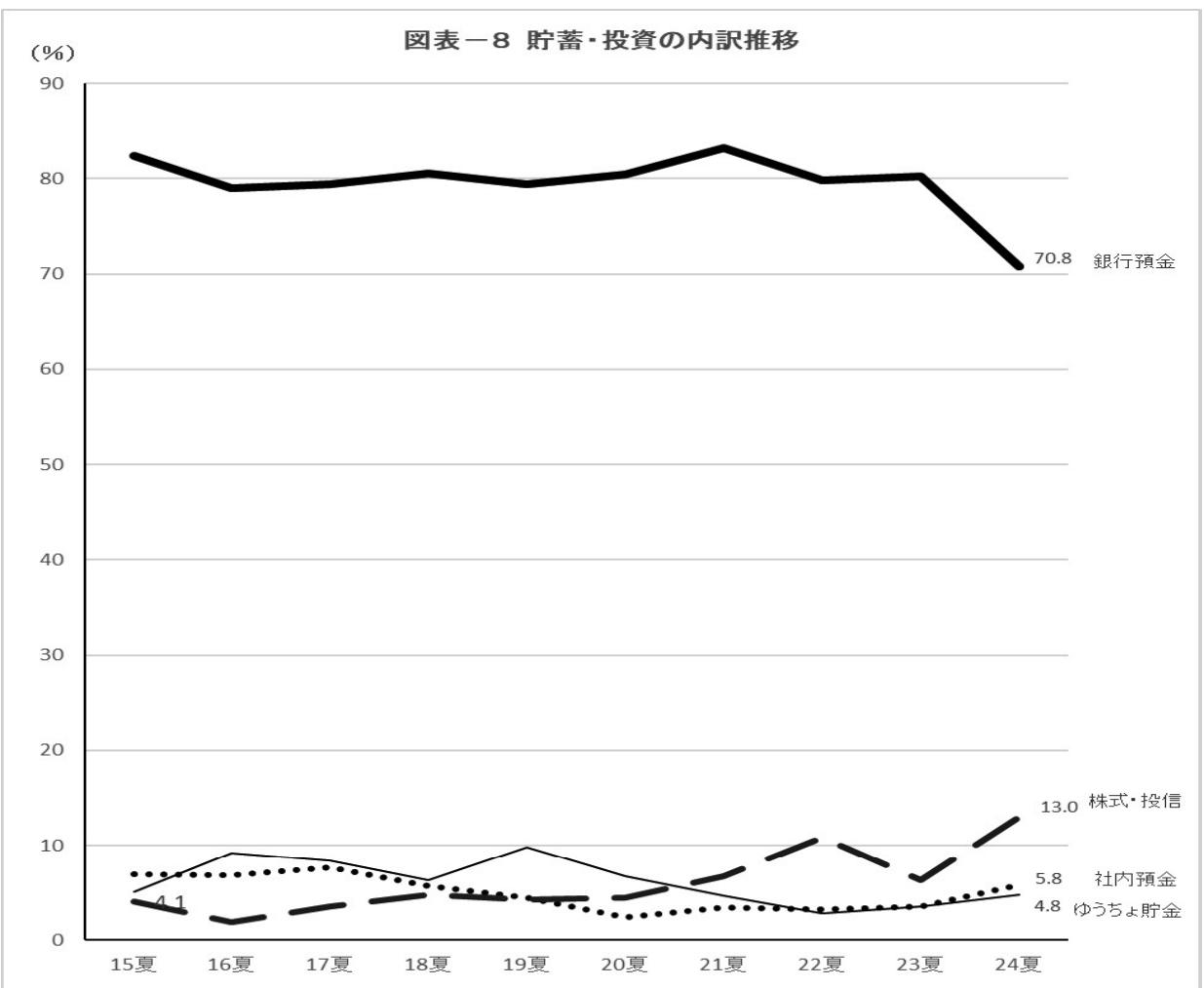
既婚・独身別、男性・女性及び年齢階層別でみても、いずれも「銀行預金（財形貯蓄を含む）」の割合が大半を占めている。「銀行預金（財形貯蓄を含む）」以外では、前年夏と比べ「投資信託」が10.5%（前年夏4.0%）と大きく伸びている。2024年1月からの新NISAによる年間の投資枠拡大や投資商品の非課税保有期間の無制限・口座開設期間の恒久化により使い勝手が大きく向上し、投資信託の伸びに影響していると考えられる。

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」。

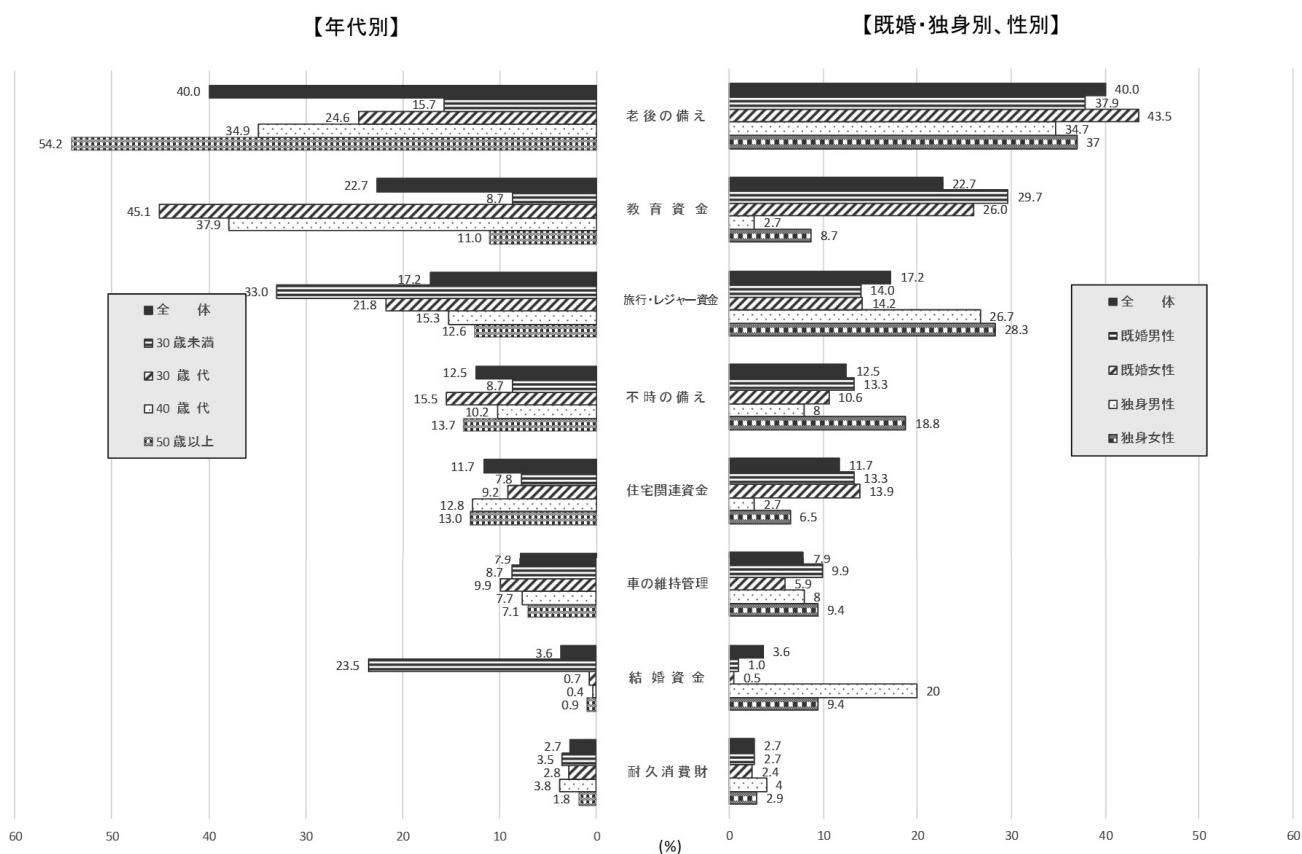
貯蓄・投資の目的(複数回答)は、1位「老後の備え」(40.0%)、2位「教育資金」(22.7%)、3位「旅行・レジャー資金」(17.2%)、4位「不時の備え」(12.5%)、5位「住宅関連資金」(11.7%)で、以下「車の維持管理」(7.9%)、「結婚資金」(3.6%)、「耐久消費財購入」(2.7%)と続いた(図表-9)。

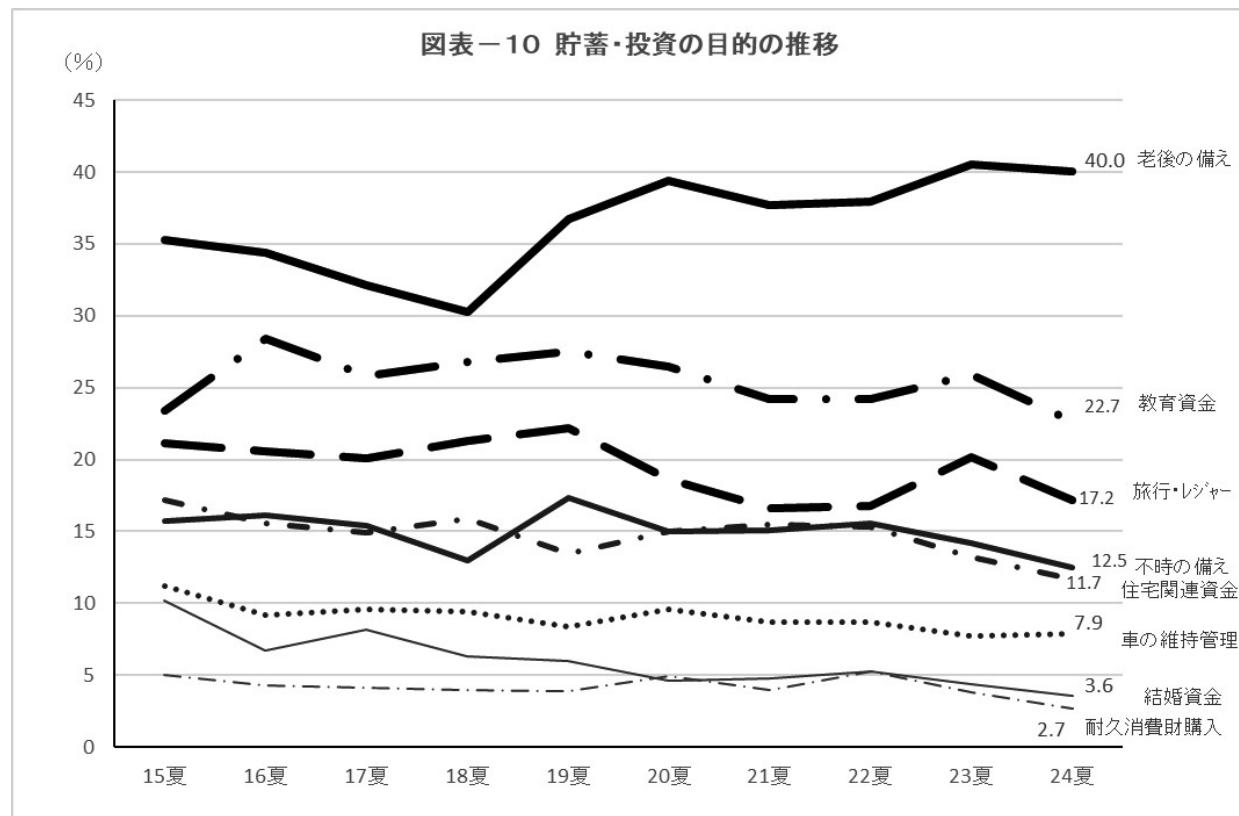
年齢階層別では、30歳未満は「旅行・レジャー資金」(33.0%)、30歳代は「教育資金」(45.1%)、40歳代も「教育資金」(37.9%)、50歳以上は「老後の備え」(54.2%)がそれぞれ最も高い。

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いる。過去10年でも「老後の備え」の割合は高い。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る傾向が強く、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)





6. ボーナスで購入したい主要品目

1位「婦人服」、2位「紳士服」、3位「家具・インテリア」。

ボーナスで買いたい物（複数回答）の上位は、「婦人服」（15.8%）、「紳士服」（11.3%）、「家具・インテリア」（11.1%）、以下「子供服」、「鞄・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:%)	
	22夏	23夏	24夏	既 婚 男 性	既 婚 女 性
第1位	婦人服	婦人服	婦人服	15.8%	18.1%
第2位	家具・インテリア	家具・インテリア	紳士服	11.3%	13.5%
第3位	紳士服	紳士服	家具・インテリア	11.1%	8.9%
第4位	パソコン	子供服	子供服	10.4%	8.9%
第5位	子供服	くつ	鞄・ハンドバッグ	8.2%	8.4%
第6位	鞄・ハンドバッグ	化粧品	くつ	7.5%	
第7位	くつ	鞄・ハンドバッグ	パソコン	7.5%	
第8位	化粧品	洗濯機	洗濯機	7.0%	
第9位	洗濯機	冷蔵庫	化粧品	6.6%	
第10位	アウトドア用品	ペット・ペット関連用品	冷蔵庫	6.3%	
独 身 男 性				独 身 女 性	
紳士服	42.4%	婦人服	32.6%		
パソコン	15.3%	化粧品	20.0%		
スポーツ用品・健康増進器	15.3%	鞄・ハンドバッグ	18.9%		
くつ	13.6%	家具・インテリア	13.7%		
家具・インテリア	10.2%	くつ	11.6%		

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」と回答割合は17.9%。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17.3%と、0.6%ポイント下回った。一方、「減った」との回答割合は11.1%、今後「減りそう」とした回答割合は13.6%と2.5%ポイント上回る結果となった。

収入については、持続的な賃上げに対する不透明感や景気に対する懸念などから、収入増加が続くことに対して懷疑的な人も多い。

(2) 消費支出

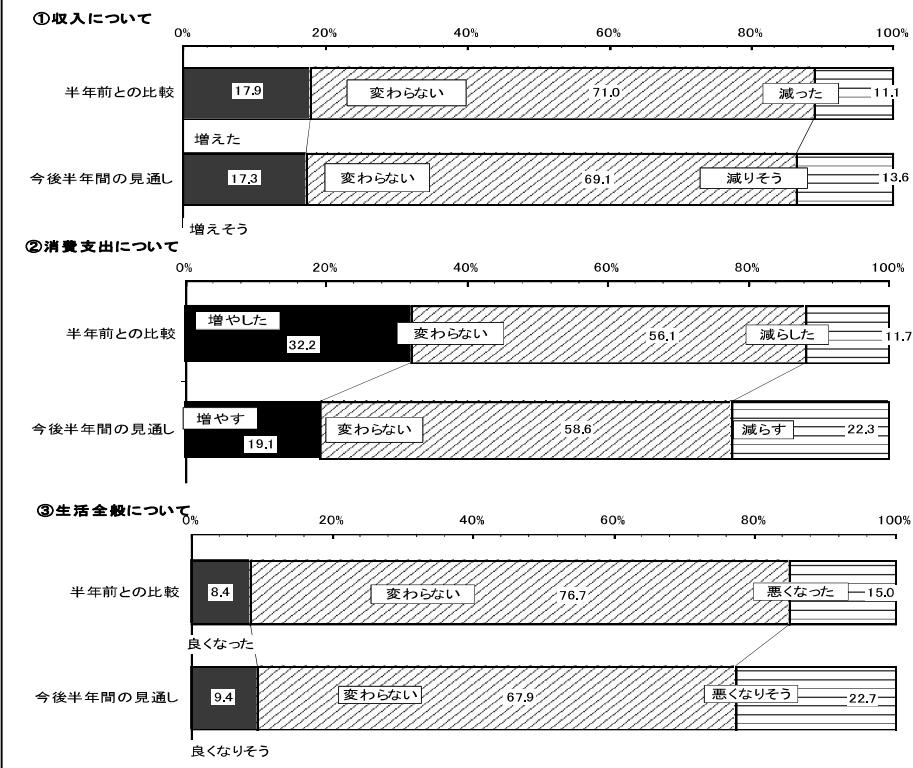
半年前との比較で支出を「増やした」との回答割合は32.2%。これに対し、今後半年間の見通しで「増やす」とした回答割合は19.1%と、13.1%ポイント下回った。一方「減らした」との回答割合は11.7%に対し、今後「減らす」とした回答割合は22.3%と、10.6%ポイント上回る結果となった。

消費支出については、物価高による支出増加に加え、収入の先行き不透明感や、依然として物価上昇が続いていることから、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、半年前と「変わらない」とした回答割合が76.7%と多数を占めるなか、半年前より「良くなつた」とした回答割合8.4%、に対し、「悪くなつた」とした回答割合15.0%となった。一方で、今後半年間の見通しについては、「変わらない」の割合が67.9%と引き続き多数を占めるものの、「良くなりそう」との回答割合9.4%に対し、「悪くなりそう」との回答割合22.7%が大幅に上回り、今後の生活全般に厳しさを予想させる結果となった。持続的な賃上げに対する不透明感や円安等を背景とする物価高による先行き警戒感も重なり、暮らし向きについては依然として楽観視していない層が多いようにみられる。（図表-12）。

図表-12 む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	8	49	76	160	293
既婚女性	16	59	126	222	423
独身男性	36	15	7	17	75
独身女性	55	19	26	38	138
計	115	142	235	437	929

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	2024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	929人
有効回答率	92.9%