

# 「ボーナスと暮らし向きに関するアンケート調査」(2024年冬)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、「2024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】(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: 60万2,000円(前年冬比14,000円増加、同2.4%)

今年冬のボーナス予想額は60万2,000円と、前年冬の受給額を14,000円上回った。予想伸び率は「2.4%」(前年冬1.9%)の増加となった。また、夏の予想も含めてみると、2023年夏の調査から4回続いて「増加」予想となっており、増加傾向は続いている。ボーナス予想額については、引き続き増加に対する期待感の高まりがみられる。

### 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77.3%と多数を占めるなか、半年前より「良くなった」とした回答割合7.5%に対し、「悪くなった」とした回答割合が15.2%となった。また、今後半年間の見通しについては、「変わらない」の割合が69.2%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7.2%に対し、「悪くなりそう」との回答割合23.5%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見方が分かれており、物価高による先行き警戒感は収まっていないことから、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20.6%(前年冬18.2%)と前年冬比2.4%ポイント増加。一方、「減りそう」が8.0%(前年冬10.4%)と同比2.4%ポイント減少した。全体としては、「増えそう」が「減りそう」を12.6%ポイント上回る結果となり、「変わらない」が71.4%と多数を占める。増加予想を年代別にみると、特に30歳未満で「増えそう」が42.0%(前年冬35.4%)と大幅に上昇している。
- ▽ 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「買い物」、「旅行・レジャー」、「ローン等返済」、「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)」79.3%、「投信・株式」9.5%、「ゆうちょ貯金」5.9%、「社内預金」2.6%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」、以下「不時の備え」、「住宅関連資金」、「車の維持管理」、「耐久消費財」、「結婚資金」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20.6%（前年冬18.2%）と前年冬比2.4%ポイント増加。一方、「減りそう」が8.0%（前年冬10.4%）と同比2.4%ポイント減少した。全体としては、「増えそう」が「減りそう」を12.6%ポイント上回る結果となったが、「変わらない」が71.4%と多数を占める。「減りそう」が減少し「増えそう」が増加していることから、引き続き増加傾向は続いているようにみられる。

図表-1 ボーナスの増減予想(対前年比)

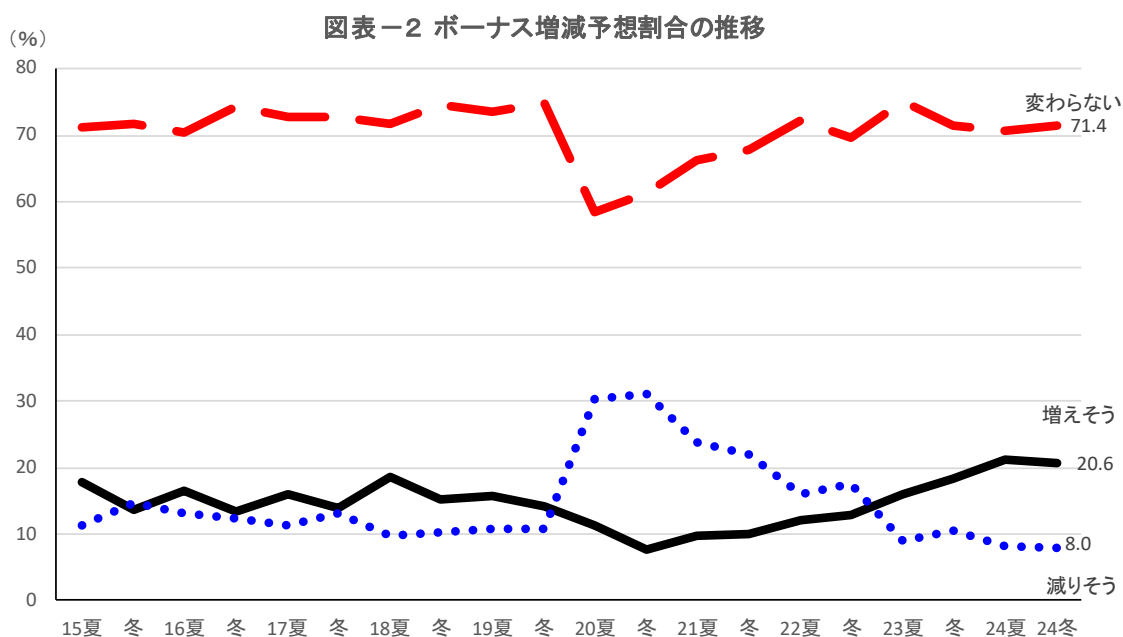
		「増えそう」	「減りそう」	「変わらない」
全体	22冬	12.8	17.6	69.6
	23冬	18.2	10.4	71.4
	24冬	<b>20.6</b>	<b>8.0</b>	<b>71.4</b>
30歳未満	22冬	22.4	16.3	61.2
	23冬	35.4	7.3	57.3
	24冬	<b>42.0</b>	<b>3.7</b>	<b>54.3</b>
30歳代	22冬	18.6	20.0	61.4
	23冬	25.5	11.2	63.3
	24冬	<b>24.3</b>	<b>5.8</b>	<b>69.9</b>
40歳代	22冬	10.4	18.4	71.1
	23冬	18.7	7.7	73.6
	24冬	<b>20.9</b>	<b>8.6</b>	<b>70.5</b>
50歳以上	22冬	7.8	16.1	76.1
	23冬	9.4	13.0	77.6
	24冬	<b>12.7</b>	<b>9.7</b>	<b>77.6</b>

増減予想を年齢階層別にみると、「増えそう」の割合は、30歳代が「増えそう」が前年冬と比べ小幅減少となったのを除き、全般的に上昇した。特に30歳未満では、42.0%の大幅な増加予想となっている。（図表-1）。

「増えそう」の割合は30歳未満の42.0%に対し、30歳代24.3%、40歳代で20.9%、50歳以上では12.7%と年代が上がるほど低下傾向にある。

全体としては、増加の兆しがみられるものの、これまでの調査と同様、年齢層が高くなるにつれ、増加予想は少なくなっている。

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。



## 2. ボーナスの予想額

今年冬のボーナス予想額は60万2,000円と、前年冬の受給額（額面金額）を14,000円上回った。

予想伸び率は「2.4%」（前年冬1.9%）の増加となった。また、夏の予想も含めてみると、2023年夏の調査から4回続いて「増加」予想となっており、増加傾向は続いている。ボーナス予想額については、引き続き増加に対する期待感の高まりがみられる。

また、勤務地別の増減では、都内で5.1%増加となっており、大企業を中心にボーナスへの期待は高いようにみられる。

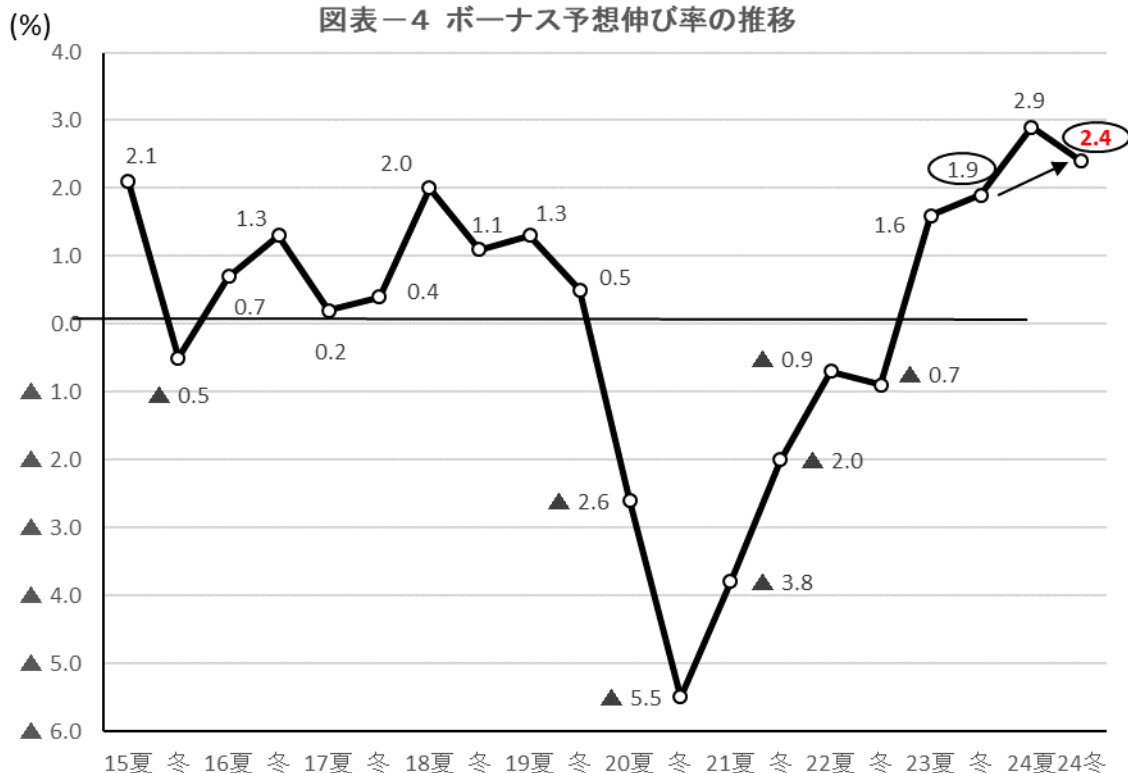
図表-3 ボーナス予想額・予想伸び率

		予想額 (万円)	予想伸び率 (対前年冬、%)
全 体		60.2	2.4
30歳未満		46.2	16.0
30 歳 代		52.7	1.6
40 歳 代		65.1	1.4
50歳以上		64.8	0.6
勤務 地別	県 内	56.3	1.8
	都 内	82.6	5.1

予想伸び率を年齢階層別にみると、30歳未満で16.0%と大幅に増加、30歳代が1.6%、40歳代は1.4%、50歳以上は0.6%と年齢層が上がるほど予想伸び率は低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26万3,000円高く、予想増減率については、県内勤務者の1.8%に対して、都内勤務者は5.1%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。



### 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」(48.4%)、2位「教育・教養」(10.7%)、3位「生活費の補填」(9.2%)で、以下「買い物」(7.4%)、「旅行・レジャー」(7.3%)、「ローン等返済」(6.4%)、「交際費」(0.9%)の順となっている。

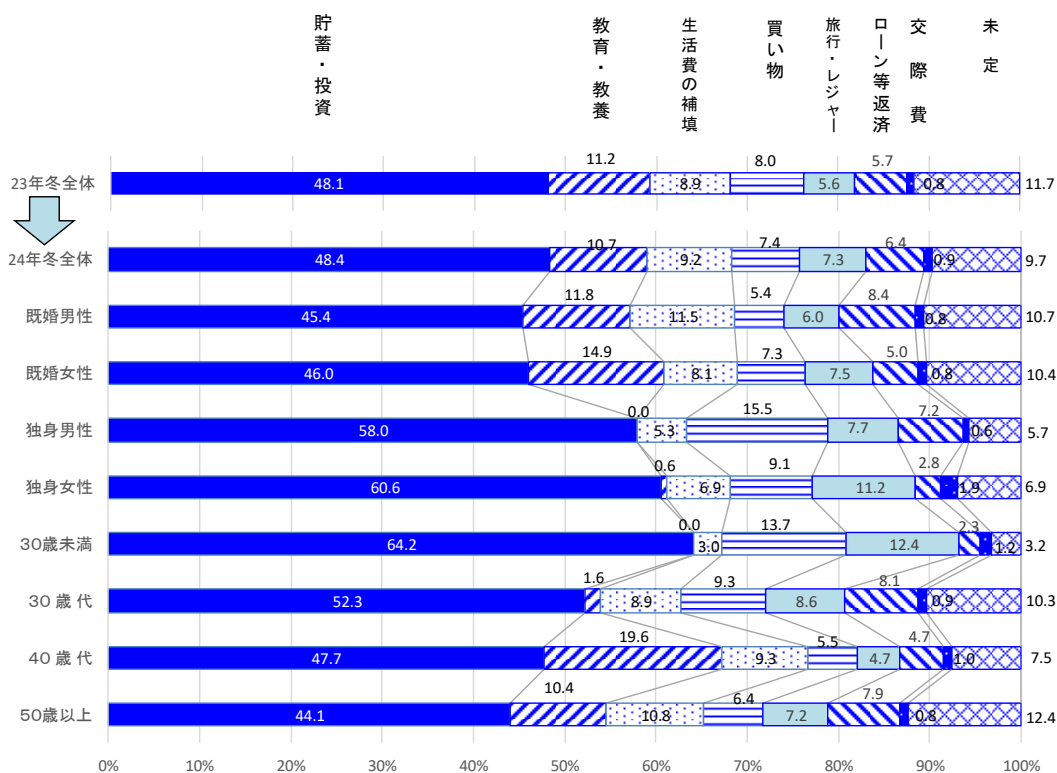
「貯蓄・投資」は、経済情勢にかかわらず常にトップにあり、既婚・独身、男性・女性、年齢階層別を問わず、堅実性を重視している様子が感じられる。既婚・独身別、男性・女性別では、独身女性の割合が最も高く、60.6%となっている。また、年齢階層別では、30歳未満で64.2%と特に高くなっている。

「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」への配分割合が高い。

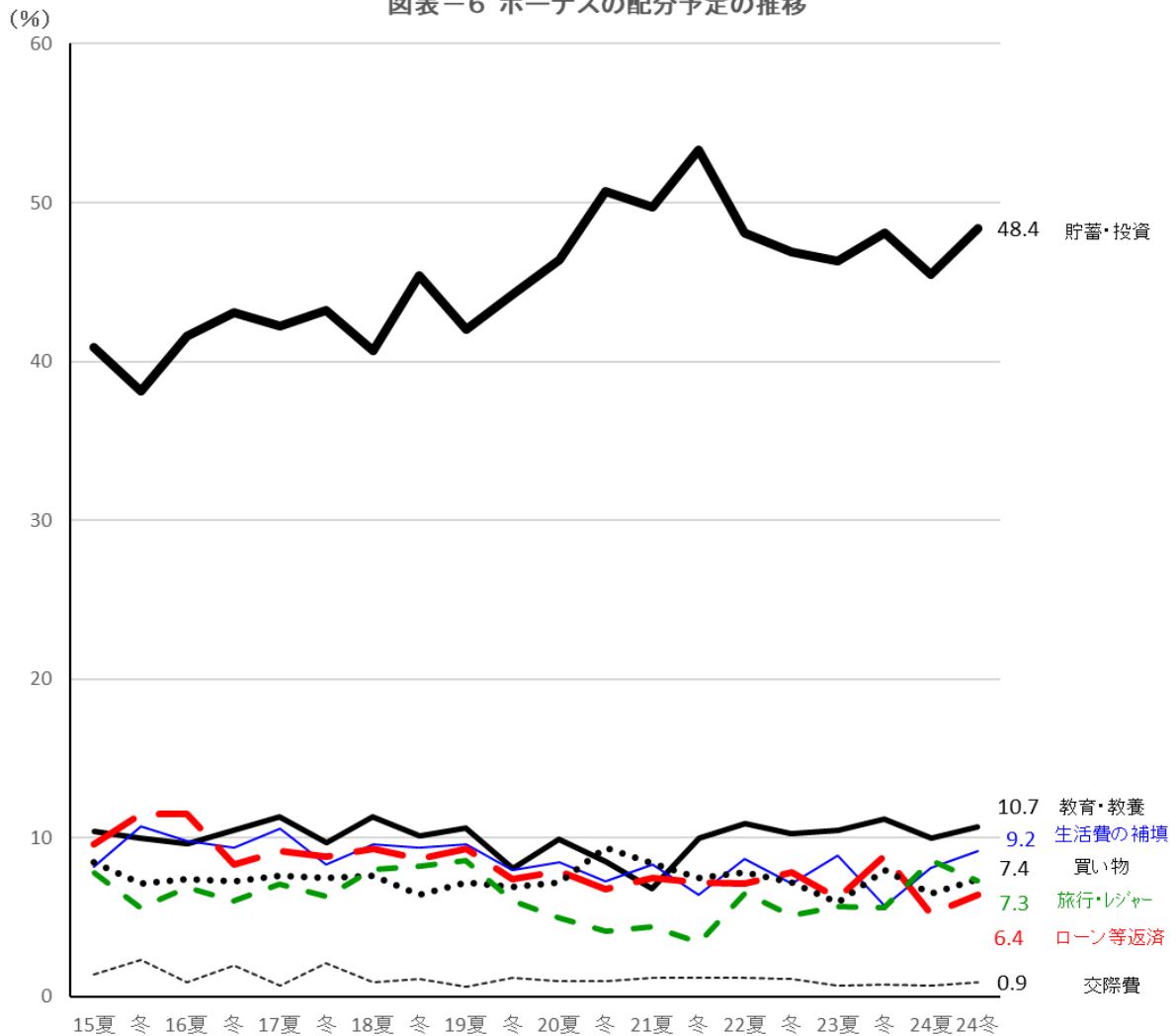
また、年齢階層別の特徴として、30歳未満及び30歳代は「買い物」、40歳代、50歳以上は「教育・教養費」、「生活費の補填」への配分割合が高くなっている(図表-5)。

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

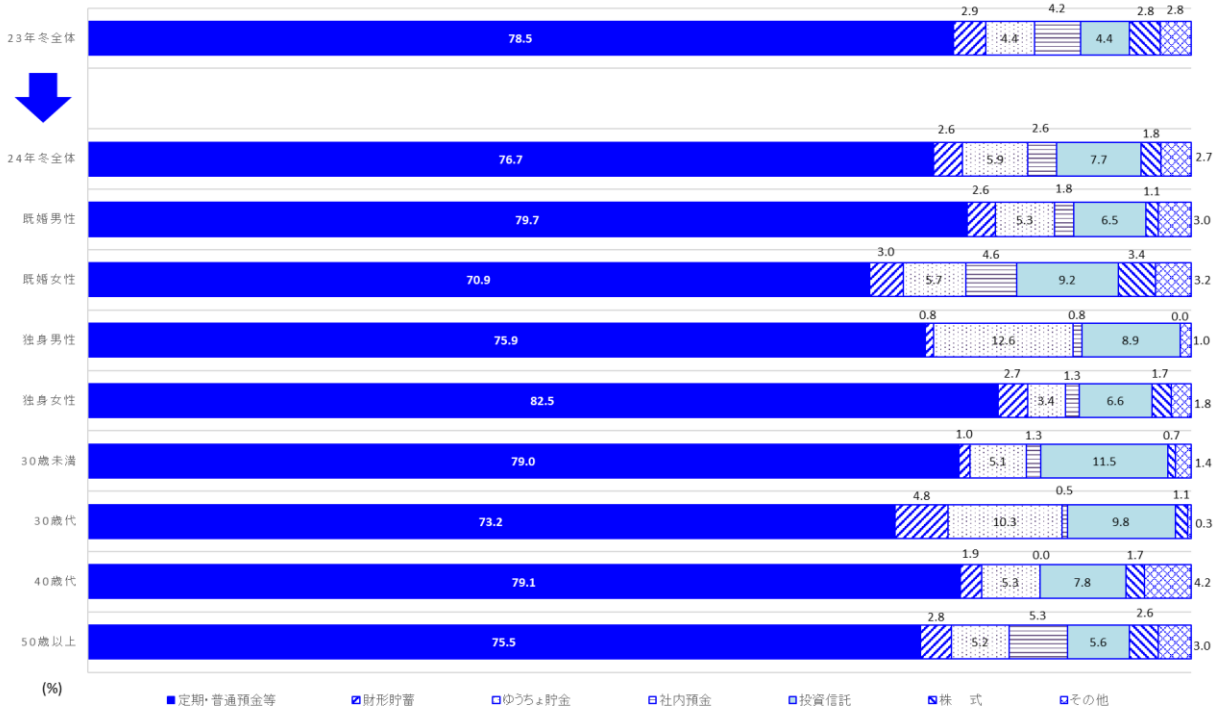
貯蓄・投資の内訳は、「銀行預金（財形貯蓄を含む）」79.3%、「投信・株式」9.5%、「ゆうちょ貯金」5.9%、「社内預金」2.6%となった。

貯蓄・投資の内訳をみると、「銀行預金（財形貯蓄を含む）」が79.3%、「ゆうちょ貯金」5.9%、「社内預金」2.6%の3項目で全体の87.8%（前年冬90.0%）を占めている。低金利のなかでも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）。

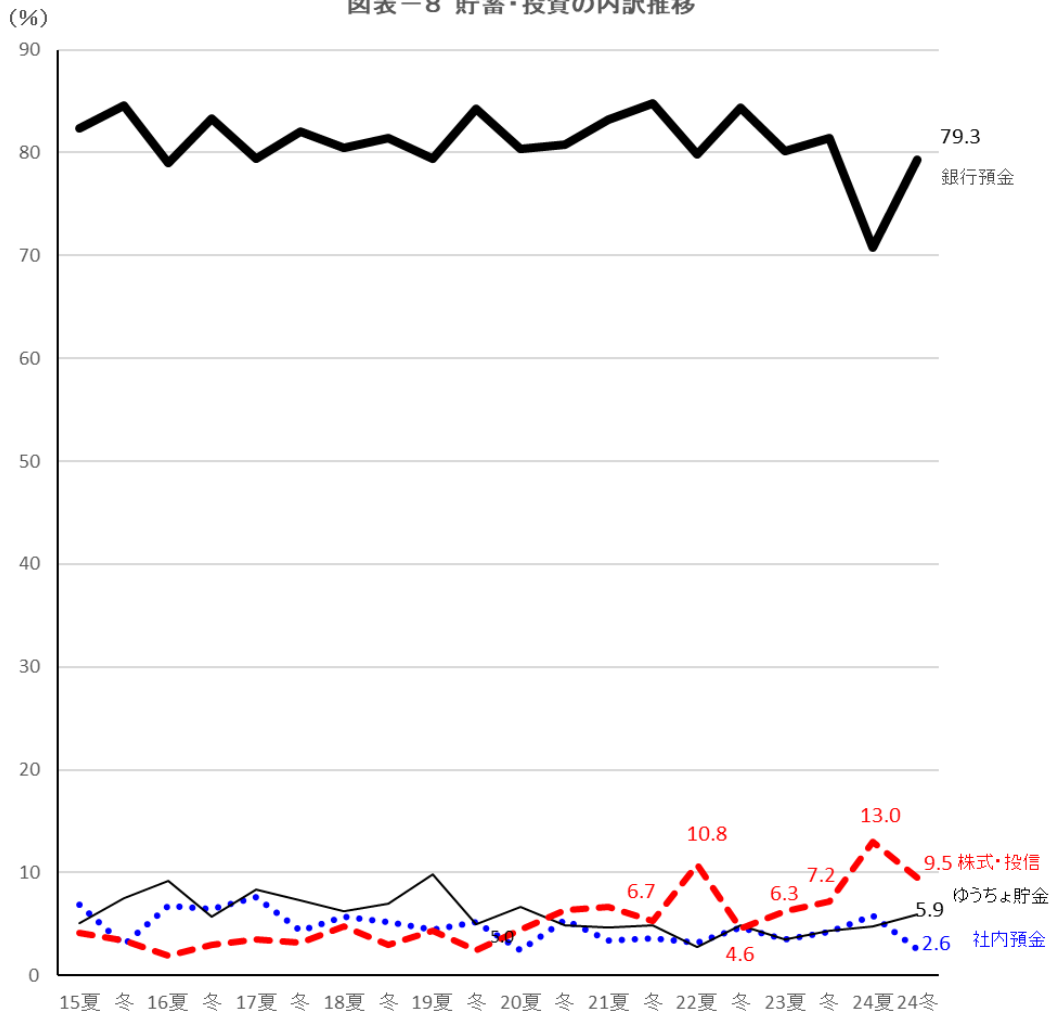
既婚・独身別、男性・女性及び年齢階層別でも、いずれも「銀行預金（財形貯蓄を含む）」の割合が大半を占めている。「銀行預金（財形貯蓄を含む）」以外では、ここ数年は株式・投信への配分割合が増加傾向にある。この背景には、近年の「貯蓄から投資へ」の流れや株価の上昇、さらには今年に入ってから新しい少額投資非課税制度（NISA）導入等の影響があると考えられるが、調査時点での株価や為替の上下も株式・投信への配分割合の変化に影響を与えているように思われる。

貯蓄・投資の内訳推移は、（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」。

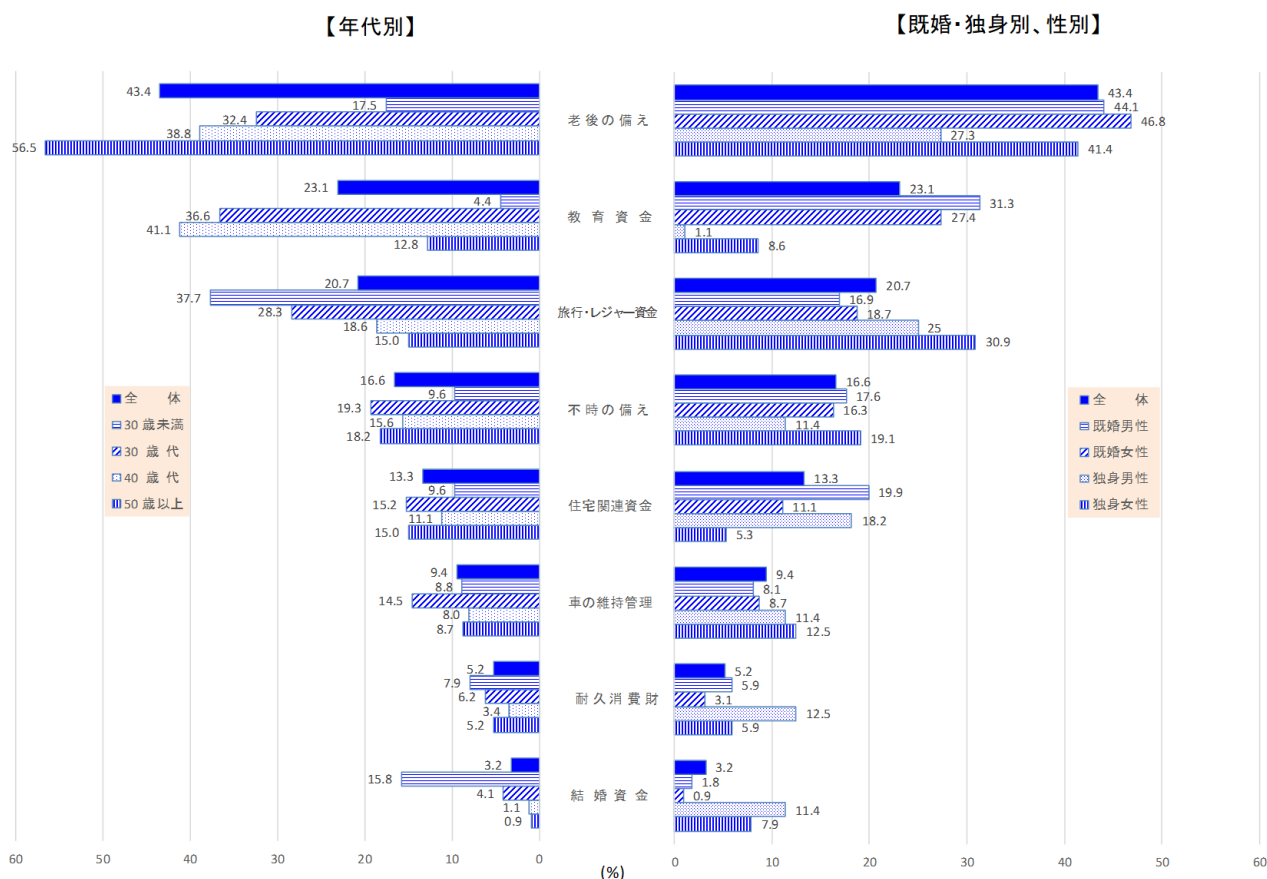
貯蓄・投資の目的（複数回答）は、1位「老後の備え」（43.4%）、2位「教育資金」（23.1%）、3位「旅行・レジャー資金」（20.7%）、4位「不時の備え」（16.6%）、5位「住宅関連資金」（13.3%）で、以下「車の維持管理」（9.4%）、「耐久消費財」（5.2%）、「結婚資金」（3.2%）と続いた（図表-9）。

年齢階層別では、30歳未満は「旅行・レジャー資金」（37.7%）、30歳代は「教育資金」（36.6%）、40歳代も「教育資金」（41.1%）、50歳以上は「老後の備え」（56.5%）がそれぞれ最も高い。

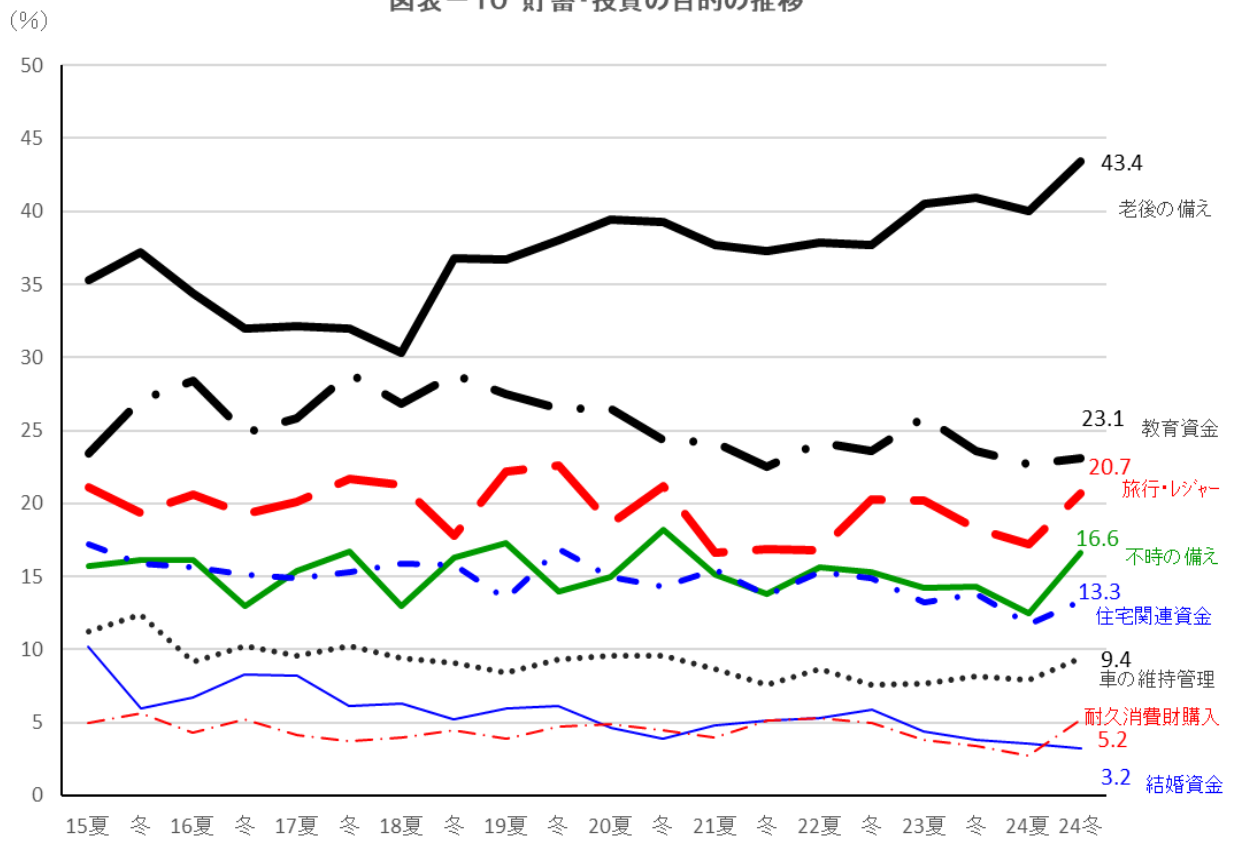
既婚・独身別、男性・女性別では、各属性が「老後の備え」をそれぞれトップに挙げている。「老後の備え」に関しては、年齢が上がるにつれて割合が高くなっており、過去10年でも「老後の備え」の割合は高い。一方、「旅行・レジャー資金」に関しては、年齢が上がるにつれて割合が低くなる傾向が強く、各年代のライフスタイルの特徴が表れている。

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」(22.5%)、「家具・インテリア」(11.8%)、「紳士服」(10.8%)、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			
	22冬	23冬	24冬	
第1位	婦人服	婦人服	婦人服	22.5%
第2位	家具・インテリア	紳士服	家具・インテリア	11.8%
第3位	紳士服	家具・インテリア	紳士服	10.8%
第4位	子供服	子供服	子供服	10.5%
第5位	くつ	くつ	くつ	9.7%
第6位	鞆・ハンドバッグ	冷蔵庫	鞆・ハンドバッグ	9.2%
第7位	化粧品	パソコン	化粧品	8.7%
第8位	冷蔵庫	化粧品	洗濯機	6.3%
第9位	洗濯機	鞆・ハンドバッグ	ペット・ペット関連用品	6.3%
第10位	電話・携帯電話	洗濯機	テレビ	6.0%

(複数回答、単位：%)

既 婚 男 性		既 婚 女 性	
紳士服	16.6%	婦人服	27.0%
子供服	15.5%	子供服	12.3%
家具・インテリア	10.7%	家具・インテリア	11.1%
婦人服	9.1%	化粧品	9.8%
くつ	8.6%	鞆・ハンドバッグ	9.4%

独 身 男 性		独 身 女 性	
紳士服	27.4%	婦人服	47.7%
家具・インテリア	17.7%	化粧品	24.3%
ゲーム機・ゲームソフト	16.1%	鞆・ハンドバッグ	15.9%
くつ	12.9%	くつ	13.1%
パソコン	9.7%	家具・インテリア	12.1%

## 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「変わらない」との回答割合が70.0%と引き続き多数を占めたなかで、「増えた」との回答割合は19.3%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13.0%と、6.3%ポイント下回った。一方、「減った」との回答割合は10.7%、今後「減りそう」とした回答割合は12.0%と1.3%ポイント上回る結果となった。

収入に関しては、今後も持続的な賃上げが続くのかどうかについて、見方が分かれている。

### (2) 消費支出

半年前との比較で支出が「変わらない」との回答割合が53.1%と半数以上を占めたなか、支出を「増やした」との回答割合は35.4%に対し、今後半年間の見通しで「増やす」とした回答割合は17.0%と、18.4%ポイント下回った。一方「減らした」との回答割合は11.6%に対し、今後「減らす」とした回答割合は21.9%と、10.3%ポイント上回る結果となった。

消費支出については、現状、物価高等により支出が増えざるを得ない状況に加え、収入に対する見方も一様ではなく継続的な物価高への警戒感もあり、支出を抑制しようとする慎重な姿勢がみられる。

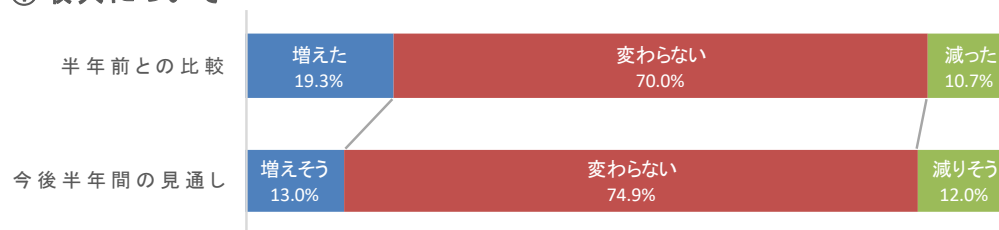
### (3) 生活全般

暮らし向き(生活全般)については、半年前と「変わらない」とした回答割合が77.3%と多数を占めるなか、半年前より「良くなった」とした回答割合7.5%に対し、「悪くなった」とした回答割合が15.2%となった。また、今後半年間の見通しについては、「変わらない」の割合が69.2%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7.2%に対し、「悪くなりそう」との回答割合23.5%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。

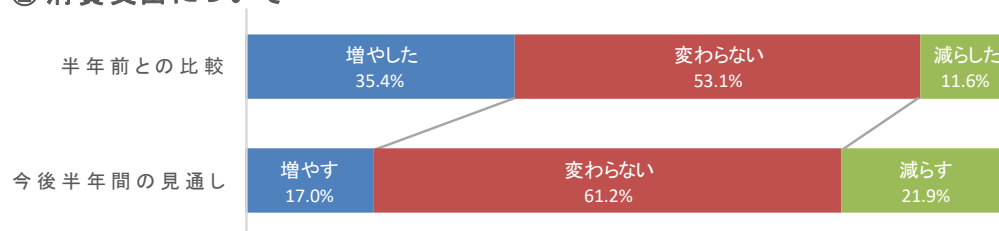
持続的な賃上げに対する見方が分かれており、物価高による先行き警戒感は収まっていないことから、暮らし向きについては依然として楽観視していない層が多いようにみられる。(図表-12)。

図表-12 暮らし向きの実感と今後の見通し

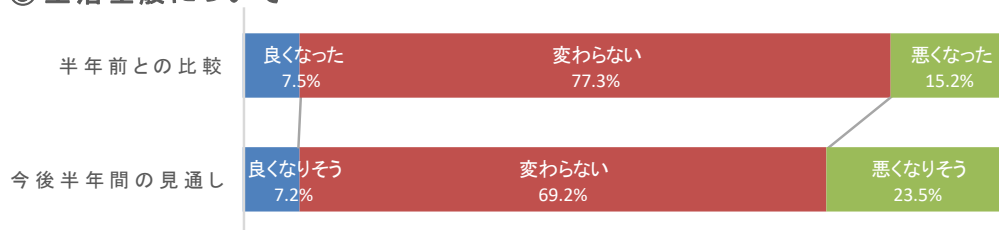
① 収入について



② 消費支出について



③ 生活全般について



### 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	12	46	70	144	272
既婚女性	15	49	145	240	449
独身男性	40	16	16	16	88
独身女性	47	34	32	39	152
計	114	145	263	439	961

### 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10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	961人
有効回答率	96.1%