

「ボーナスと暮らし向きに関するアンケート調査」(2025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、「2025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: 62万2千円(前年夏比1万4千円増加、同2.2%)

今年夏のボーナス予想額は62万2千円と、前年夏の受給額を1万4千円上回った。予想伸び率は「2.2%」(前年夏2.9%)の増加となった。また、夏・冬を通じてみると、2023年夏の調査から5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も高いものの、予想伸び率については、前年夏と比べ0.7%ポイント減少しており、一部、増加傾向に陰りもみられる。

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71.3%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7.0%に対し、「悪くなった」とした回答割合が21.7%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62.8%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30.0%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、米価の高騰や継続的な物価上昇等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19.0%(前年夏21.1%)と前年夏比2.1%ポイント減少。一方、「減りそう」が10.8%(前年夏8.2%)と同比2.6%ポイント増加した。全体としては、「増えそう」が「減りそう」を8.2%ポイント上回る結果となり、「変わらない」が70.2%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41.8%(前年夏43.2%)と前年夏同様、大きな割合を占めている。
- ▽ 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「旅行・レジャー」、「買い物」、「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)」72.0%、「投信・株式」10.5%、「ゆうちよ貯金」8.2%、「社内預金」6.7%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「子供服」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19.0%（前年夏21.1%）と前年夏比2.1%ポイント減少。一方、「減りそう」が10.8%（前年夏8.2%）と同比2.6%ポイント増加した。全体としては、「増えそう」が「減りそう」を8.2%ポイント上回る結果となったが、「変わらない」が70.2%と多数を占める。小幅ながら「増えそう」が減少し「減りそう」が増加していることから、一部には近年の増加傾向に陰りが出てき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)

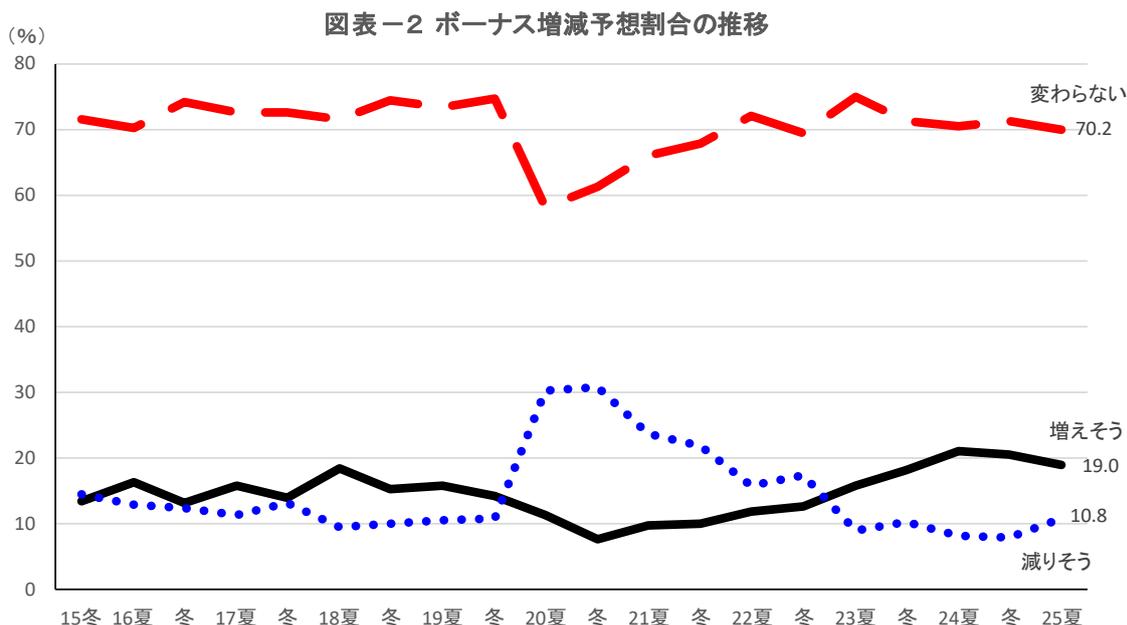
		「増えそう」	「減りそう」	「変わらない」
全体	23夏	15.9	9.0	75.1
	24夏	21.1	8.2	70.7
	25夏	19.0	10.8	70.2
30歳未満	23夏	29.8	6.4	63.8
	24夏	43.2	8.1	48.6
	25夏	41.8	6.0	52.2
30歳代	23夏	21.9	6.7	71.4
	24夏	26.2	6.8	67.0
	25夏	23.6	13.2	63.2
40歳代	23夏	13.8	9.4	76.8
	24夏	16.0	6.8	77.2
	25夏	16.0	10.3	73.7
50歳以上	23夏	10.2	10.5	79.3
	24夏	16.0	9.5	74.4
	25夏	12.7	11.5	75.8

増減予想を年齢階層別にみると、「増えそう」の割合は、30歳未満で「増えそう」が前年夏と同様、高い期待感となっているが、前年夏と比べ全般的に微減ないしは横ばいとなっている。（図表-1）。

「増えそう」の割合は30歳未満の41.8%に対し、30歳代23.6%、40歳代で16.0%、50歳以上では12.7%と年代が上がるほど低下傾向にある。特に、30歳未満の高い期待感は、新入社員をはじめとする若手社員に対する引上げを窺わせるものとなっている。

全体としては、各年齢階層において「増えそう」が「減りそう」を上回っているものの、本年の予想は、前年夏ほどの勢いは感じ取れない。

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

今年夏のボーナス予想額は62万2千円と、前年夏の受給額（額面金額）を1万4千円上回り、予想伸び率は「2.2%」（前年夏2.9%）の増加となった。また、夏・冬を通じて、2023年夏の調査から5回続いて「増加」予想となり、増加傾向は続いている。ボーナス増加に対する期待感も高いものの、予想伸び率については、前年夏と比べ0.7%ポイント減少しており、一部増加傾向に陰りもみられる。

また、勤務地別の増減では、都内で6.6%加、上場系列企業で3.7%の増加となっており、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。

予想伸び率を年齢階層別にみると、30歳未満で16.9%（前年夏21.2%）と前年夏同様高い伸び率となっており、「1. ボーナスの増減予想」を裏付ける結果となっている。その他の年代では30歳代が▲1.3%、40歳代は3.0%、50歳以上は0.8%となっている。（なお、30歳代には大きく減額を見込む少数の回答者がいるため、マイナスとなっている。）

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43万円高く、予想増減率については、県内勤務者の0.9%に対して、都内勤務者は6.6%となっている。また、今回より、事業形態別（上場系列企業、上場系列以外の企業、個人事業主、公務員、その他）を実施したが、上場系列企業（3.7%）の方が上場系列以外の企業（0.0%）よりも予想伸び率が大きいことから、大企業を中心にボーナスへの期待が高いように見受けられる。（図表-3）

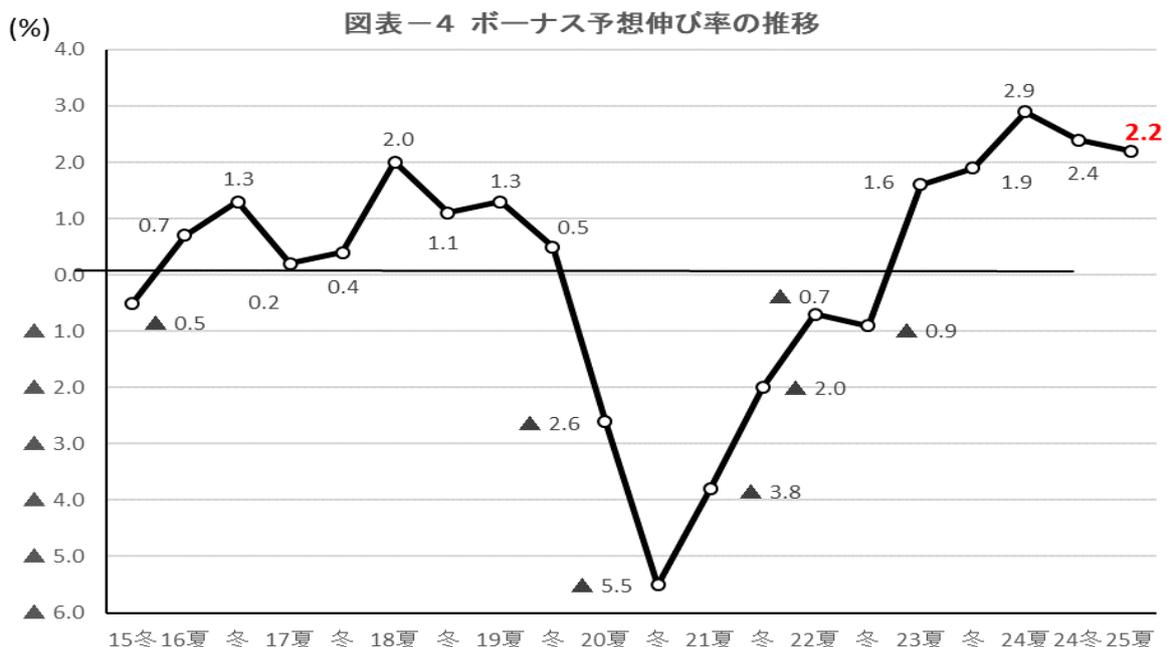
夏・冬のボーナス予想伸び率の推移は、（図表-4）のとおりである。

図表-3 ボーナス予想額・予想伸び率

		予想額 (万円)	予想伸び率 (対前年夏、%)
全 体		62.2	2.2
30歳未満		47.2	16.9
30歳代		60.9	▲1.3
40歳代		60.5	3.0
50歳以上		67.8	0.8
勤務地別	県内	55.2	0.9
	都内	98.2	6.6
事業形態別	上場系列※1	86.2	3.7
	上場以外※2	46.7	0.0

※1上場系列…上場系列の企業

※2上場以外…上場系列以外の企業。個人事業主・公務員等は含まない。



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」(45.6%)、2位「教育・教養」(9.6%)、3位「生活費の補填」(8.9%)で、以下「旅行・レジャー」(8.0%)、「買い物」(6.8%)、「ローン等返済」(5.2%)、「交際費」(0.8%)の順となっている。

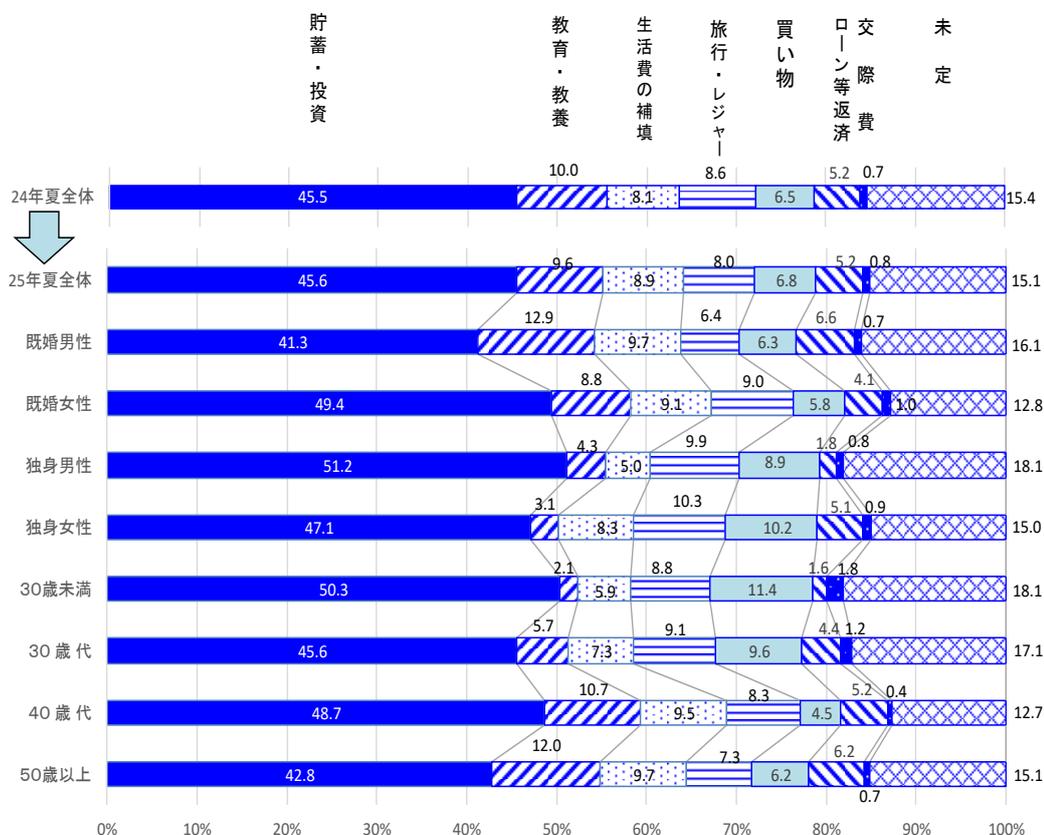
「貯蓄・投資」は、経済情勢にかかわらず常にトップにあり、既婚・独身、男性・女性、年齢階層別を問わず、堅実性を重視している様子が感じられる。既婚・独身別、男性・女性別では、独身男性の割合が最も高く、51.2%となっている。また、年齢階層別では、30歳未満で50.3%となっている。

「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」への配分割合が高い。

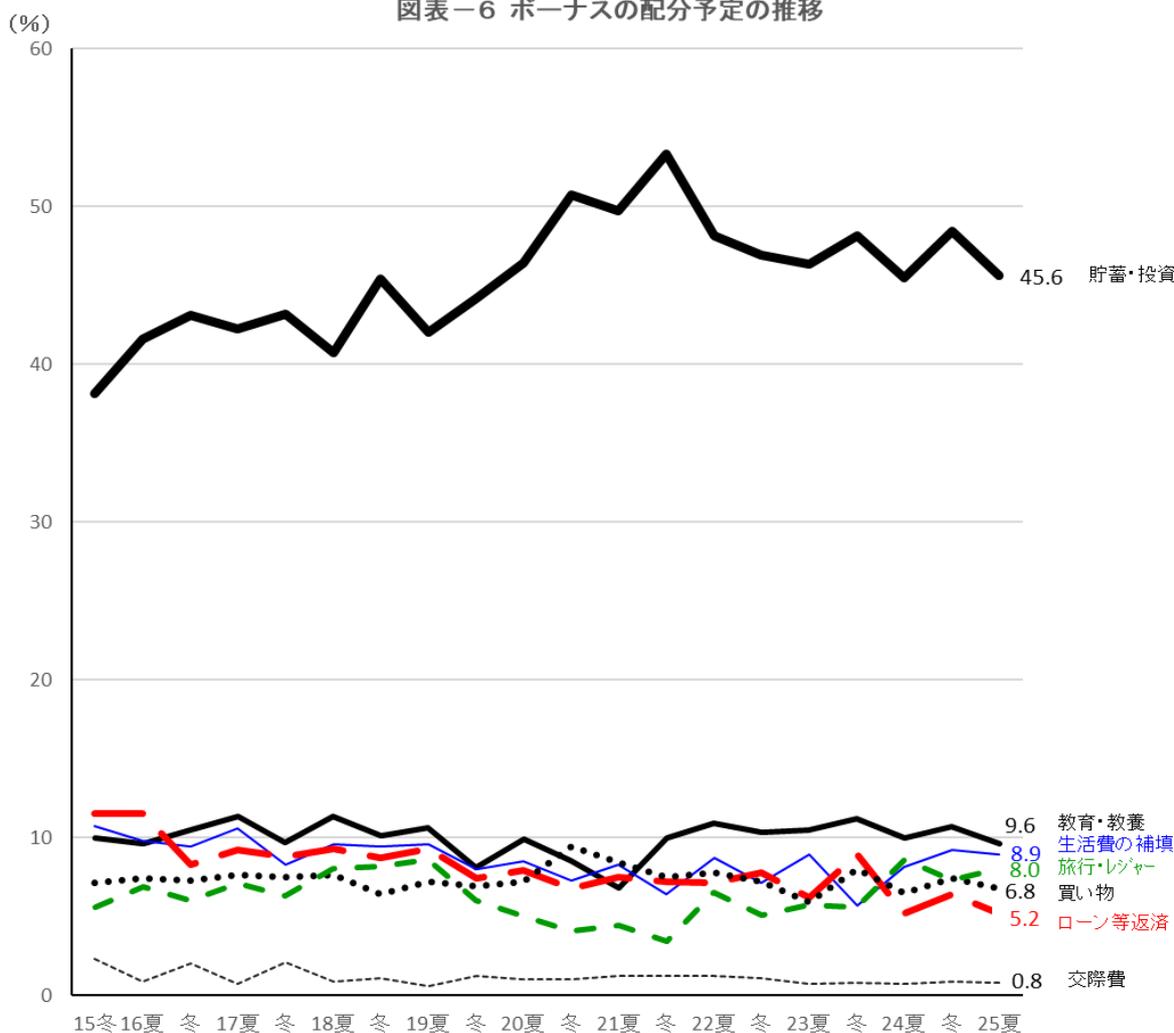
また、年齢階層別の特徴として、30歳未満及び30歳代は「買い物」、40歳代、50歳以上は「教育・教養」、「生活費の補填」への配分割合が高くなっている(図表-5)。

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

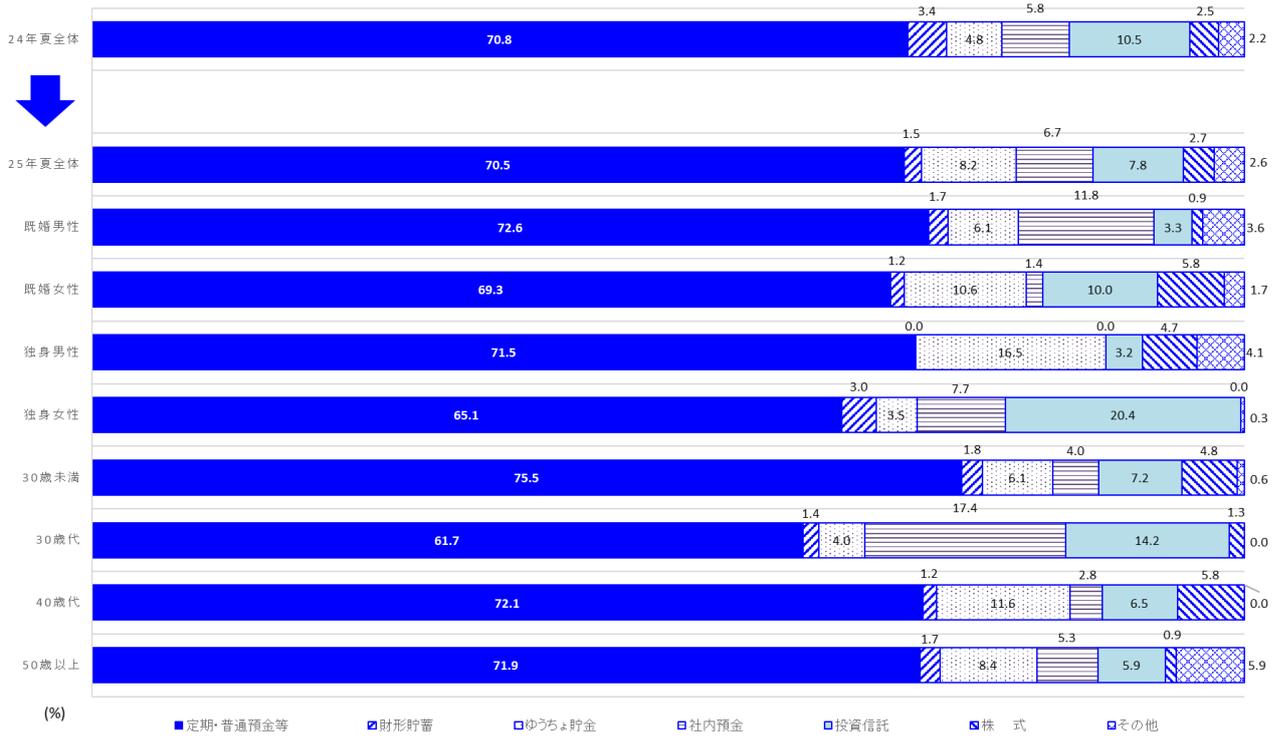
貯蓄・投資の内訳は、「銀行預金（財形貯蓄を含む）」72.0%、「投信・株式」10.5%、「ゆうちょ貯金」8.2%、「社内預金」6.7%となった。

貯蓄・投資の内訳をみると、「銀行預金（財形貯蓄を含む）」が72.0%、「ゆうちょ貯金」8.2%、「社内預金」6.7%の3項目で全体の86.9%（前年夏84.8%）を占めており、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）。

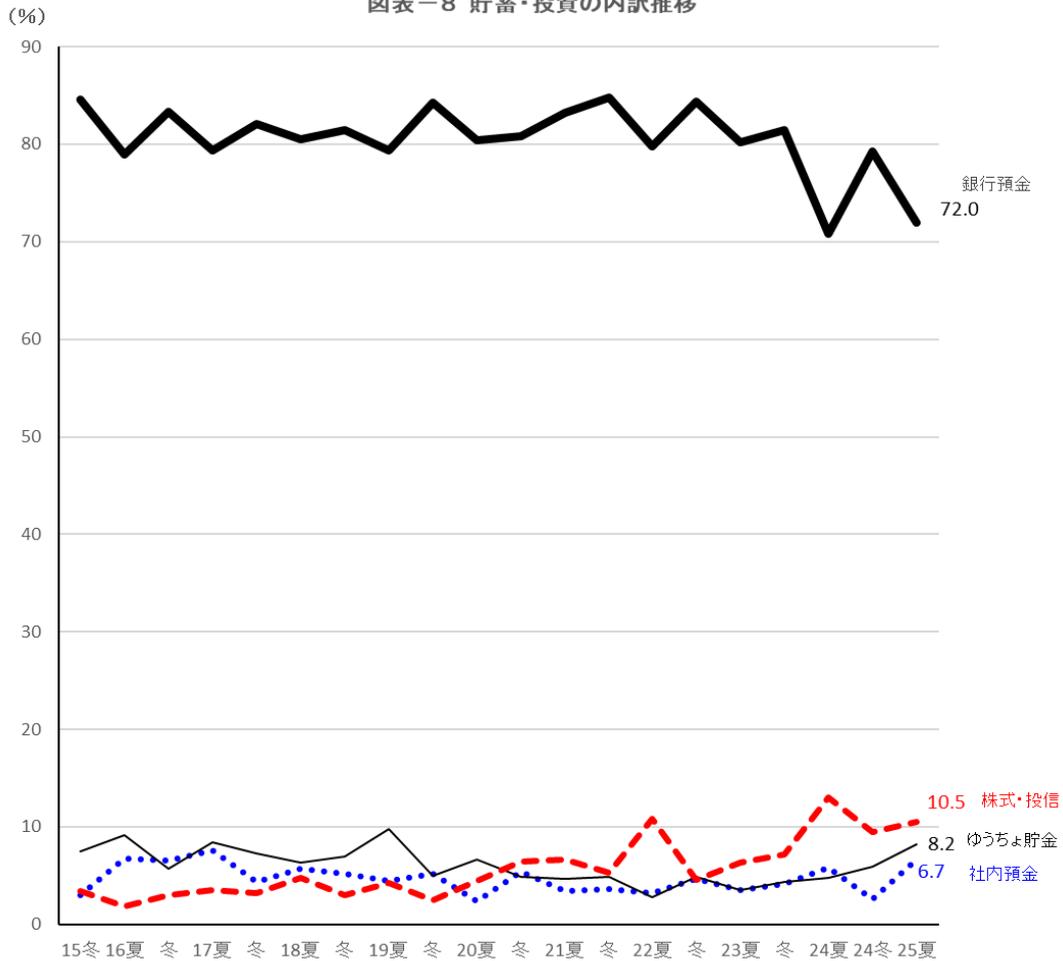
既婚・独身別、男性・女性及び年齢階層別でも、いずれも「銀行預金（財形貯蓄を含む）」の割合が大半を占めている。「銀行預金（財形貯蓄を含む）」以外では、ここ数年は株式・投信への配分割合が増加傾向にある。この背景には、近年の「貯蓄から投資へ」の流れや、さらには新しい少額投資非課税制度（NISA）導入等の影響があると考えられるが、調査時点での株価や為替の変動も株式・投信への配分割合の変化に影響を与えているように思われる。また、現在、政策金利が引上げ傾向にあるなか、預金金利も引上げられつつあるが、今後の銀行預金やゆうちょ貯金等の割合の推移が注目される。

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」。

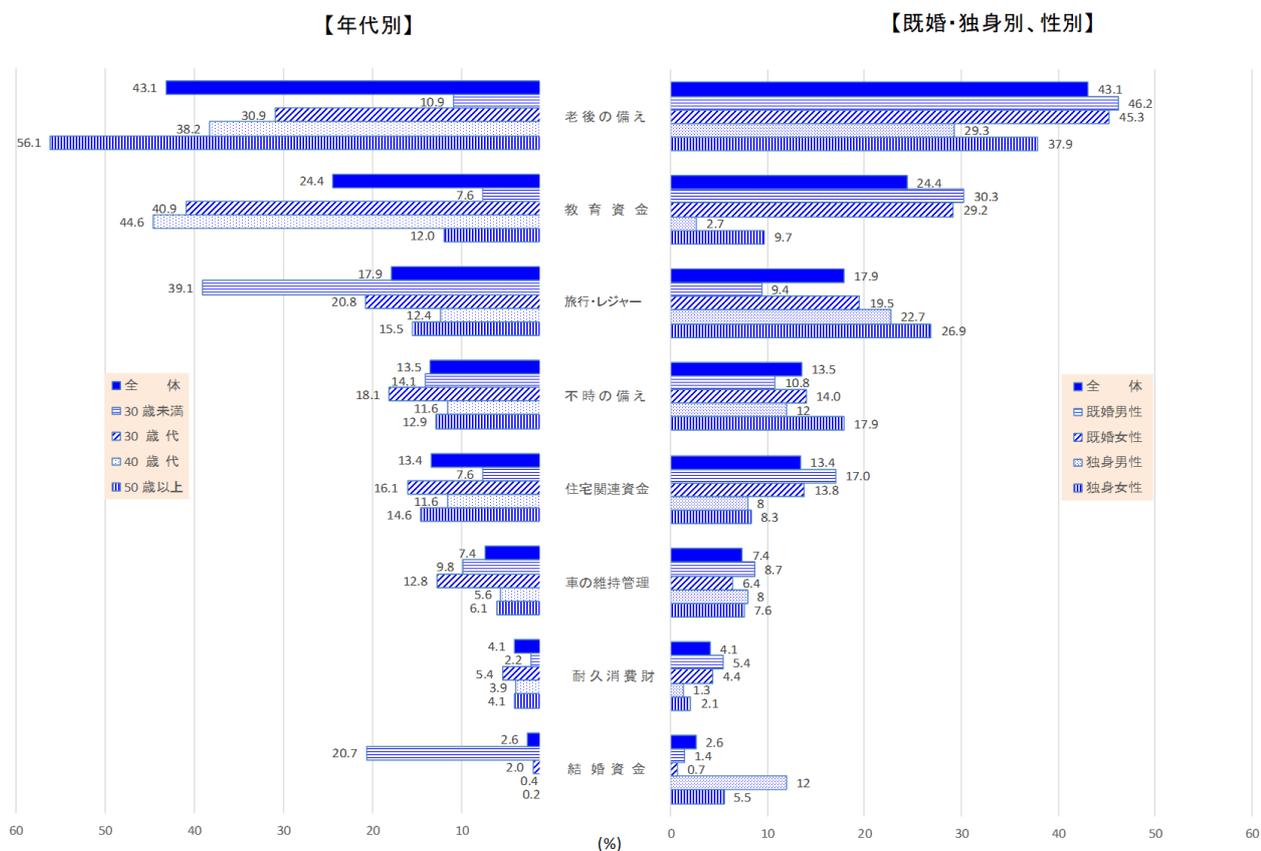
貯蓄・投資の目的（複数回答）は、1位「老後の備え」（43.1%）、2位「教育資金」（24.4%）、3位「旅行・レジャー」（17.9%）、4位「不時の備え」（13.5%）、5位「住宅関連資金」（13.4%）で、以下「車の維持管理」（7.4%）、「耐久消費財」（4.1%）、「結婚資金」（2.6%）と続いた（図表-9）。

年齢階層別では、30歳未満は「旅行・レジャー」（39.1%）、30歳代は「教育資金」（40.9%）、40歳代も「教育資金」（44.6%）、50歳以上は「老後の備え」（56.1%）がそれぞれ最も高い。

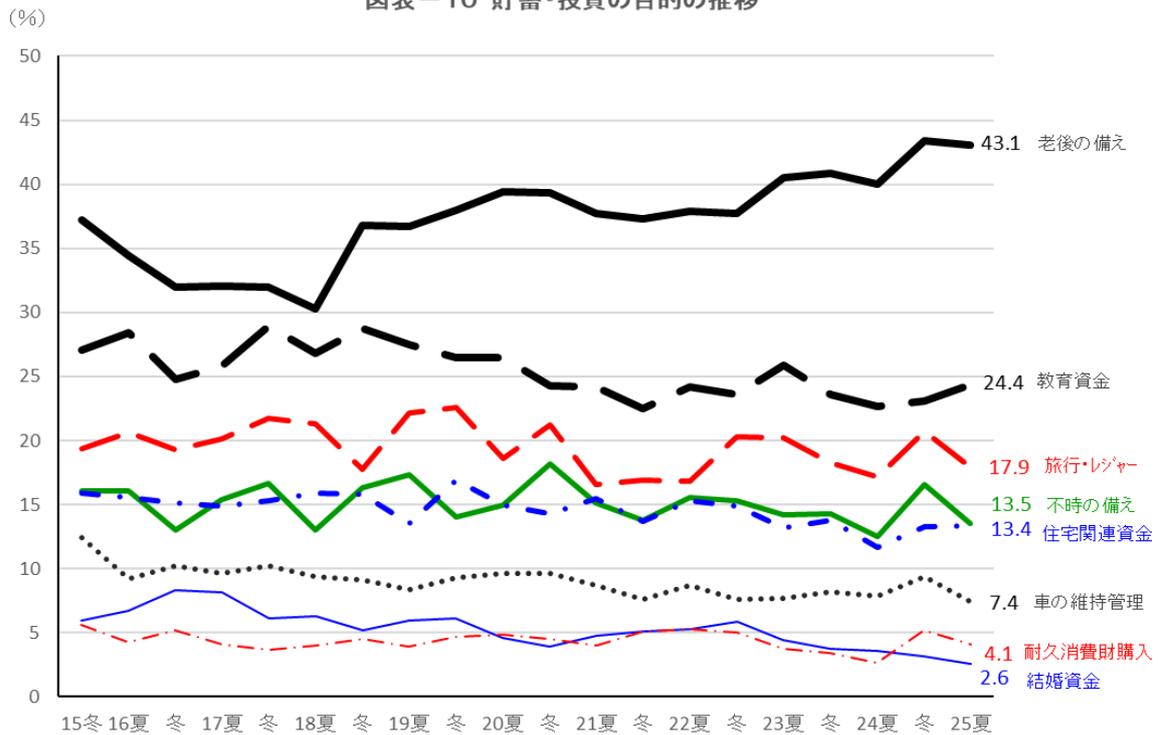
既婚・独身別、男性・女性別では、各属性が「老後の備え」をそれぞれトップに挙げている。「老後の備え」に関しては、年齢が上がるにつれて割合が高くなっており、過去10年でも「老後の備え」の割合は高い。一方、「旅行・レジャー」に関しては、例年年齢が上がるにつれて割合が低くなる傾向が強く（今回調査では40歳代が一番低い）、各年代のライフスタイルの特徴が表れている。

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「子供服」。

ボーナスで買いたい物(複数回答)の上位は、「婦人服」(19.1%)、「家具・インテリア」(12.2%)、「子供服」(11.9%)、以下「紳士服」、「化粧品」となった(図表-11)。また、今回、ルームエアコンが第9位に入っているが、近年の地球温暖化に伴う酷暑の影響を窺わせる。

図表-11 購入希望主要品目

	全 体			割合 (%)
	23夏	24夏	25夏	
第1位	婦人服	婦人服	婦人服	19.1
第2位	家具・インテリア	紳士服	家具・インテリア	12.2
第3位	紳士服	家具・インテリア	子供服	11.9
第4位	子供服	子供服	紳士服	10.2
第5位	くつ	鞆・ハンドバック	化粧品	9.0
第6位	化粧品	くつ	くつ	8.8
第7位	鞆・ハンドバック	パソコン	鞆・ハンドバック	7.4
第8位	洗濯機	洗濯機	パソコン	7.2
第9位	冷蔵庫	化粧品	ルームエアコン	7.0
第10位	ペット・ペット関連用品	冷蔵庫	冷蔵庫	5.8

(複数回答、単位:%)

既 婚 男 性		既 婚 女 性	
紳士服	15.6%	婦人服	22.3%
子供服	12.8%	子供服	16.0%
婦人服	11.7%	家具・インテリア	13.4%
ルームエアコン	10.1%	化粧品	8.4%
家具・インテリア	9.5%	洗濯機	7.7%

独 身 男 性		独 身 女 性	
紳士服	33.3%	婦人服	36.4%
ゲーム機・ゲームソフト	19.6%	化粧品	31.8%
くつ	17.6%	鞆・ハンドバッグ	20.5%
パソコン	11.8%	家具・インテリア	15.9%
スポーツ用品・健康増進器具	11.8%	くつ	13.6%

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「変わらない」との回答割合が69.4%と引き続き多数を占めたなかで、「増えた」との回答割合は18.8%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14.9%と、3.9%ポイント下回った。一方、「減った」との回答割合は11.8%、今後「減りそう」とした回答割合は14.1%と2.3%ポイント上回る結果となった。

収入に関しては、「増えそう」(14.9%)と「減りそう」(14.1%)が拮抗しつつあり、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46.4%と半数程度を占めたなか、支出を「増やした」との回答割合は42.7%に対し、今後半年間の見通しで「増やす」とした回答割合は23.1%と、19.6%ポイント下回った。一方「減らした」との回答割合は10.9%に対し、今後「減らす」とした回答割合は23.1%と、12.2%ポイント上回る結果となった。

消費支出については、現状、米価の高騰や継続的な物価上昇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上昇への警戒感もあり、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71.3%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7.0%に対し、「悪くなった」とした回答割合が21.7%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62.8%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30.0%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。

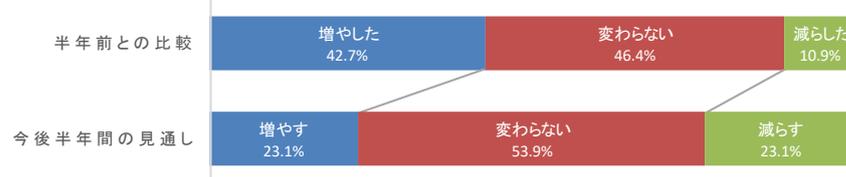
持続的な賃上げに対する見方が分かれており、米価の高騰や継続的な物価上昇等による先行き警戒感は収まっていないことから、暮らし向きについては依然として楽観視していない層が多いようにみられる。(図表-12)。

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	5	41	71	160	277
既婚女性	14	66	126	229	435
独身男性	31	18	14	12	75
独身女性	42	24	22	57	145
計	92	149	233	458	932

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	2025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	932人
有効回答率	93.2%