

「ボーナスと暮らし向きに関するアンケート調査」(2025 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、「2025 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：61 万 6 千円(前年冬比 8 千円増加、同 1.3%)

今年冬のボーナス予想額は 61 万 6 千円と、前年冬の受給額を 8 千円上回った。予想伸び率は 1.3%(前年冬 2.4%)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 6 回続いて「増加」予想となっており、増加傾向は続いている。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、前年冬と比べ 1.1%ポイント減少しており、やや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 75.7%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 7.4%に対し、「悪くなった」とした回答割合が 16.9%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 65.6%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 6.7%に対し、「悪くなりそう」との回答割合 27.8%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やや懐疑的になりつつあり、引き続き継続的な物価上昇が続くとの見方が強いことから、暮らし向きについては次第に厳しさが増すと考えている層が増えている。

- ▽ ボーナスの増減予想は、「増えそう」が 22.1%(前年冬 20.6%)と前年冬比 1.5%ポイント増加。一方、「減りそう」が 8.9%(前年冬 8.0%)と同比 0.9%ポイント増加した。全体としては、「増えそう」が「減りそう」を 13.2%ポイント上回る結果となり、「変わらない」が 69.0%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 47.1%(前年冬 42.0%)と前年冬同様、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「生活費の補填」、3 位「教育・教養」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)」69.9%、「投信・株式」13.3%、「ゆうちょ貯金」2.9%、「社内預金」10.0%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22.1%（前年冬20.6%）と前年冬比1.5%ポイント増加。一方、「減りそう」も8.9%（前年冬8.0%）と同比0.9%ポイント増加した。全体としては、「増えそう」が「減りそう」を13.2%ポイント上回る結果となったが、「変わらない」が69.0%と多数を占める。小幅ながら「増えそう」、「減りそう」がともに増加しており、ボーナス支給の見通しも分かれてきつつある。

図表－1 ボーナスの増減予想（対前年比）

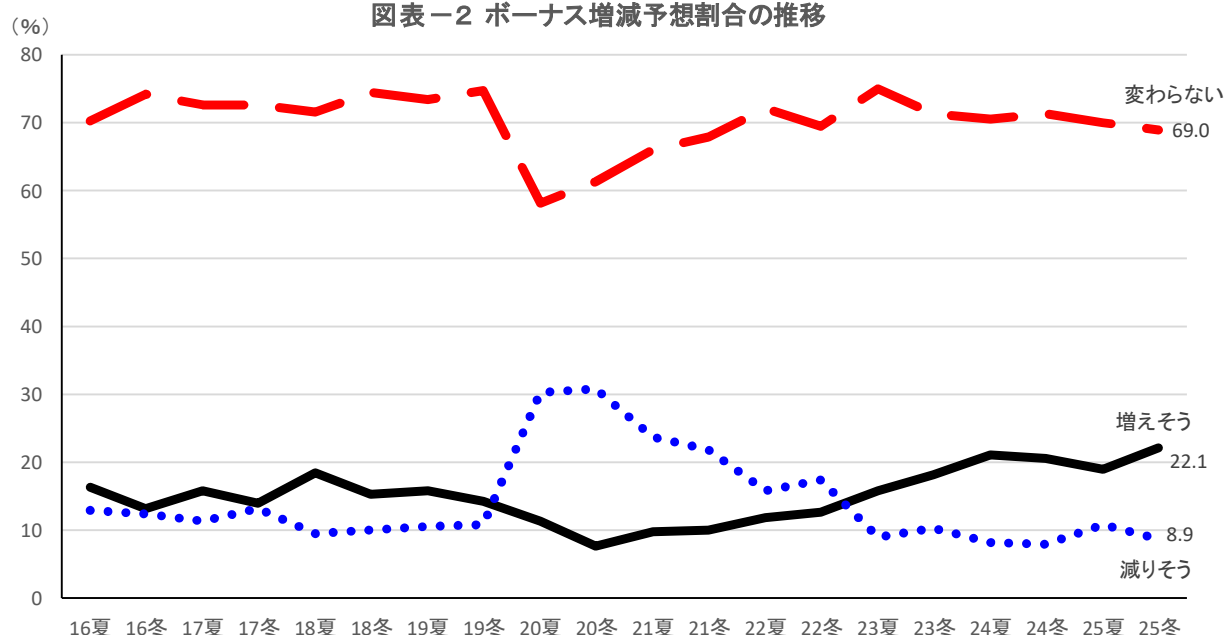
		「増えそう」	「減りそう」	「変わらない」
全体	23冬	18.2	10.4	71.4
	24冬	20.6	8.0	71.4
	25冬	22.1	8.9	69.0
30歳未満	23冬	35.4	7.3	57.3
	24冬	42.0	3.7	54.3
	25冬	47.1	7.4	45.6
30歳代	23冬	25.5	11.2	63.3
	24冬	24.3	5.8	69.9
	25冬	24.7	6.5	68.8
40歳代	23冬	18.7	7.7	73.6
	24冬	20.9	8.6	70.5
	25冬	23.8	5.3	70.9
50歳以上	23冬	9.4	13.0	77.6
	24冬	12.7	9.7	77.6
	25冬	14.4	11.9	73.7

（図表-1）のとおりに、増減予想を年齢階層別にみると、「増えそう」の割合は、前年冬と比べ全年齢層で微増となっている。前年冬と同様に、特に30歳未満で高くなっており、30歳未満の47.1%に対し、30歳代24.7%、40歳代で23.8%、50歳以上では14.4%と年代が上がるほど低下傾向にある。30歳未満が高くなっている背景には、新入社員をはじめとする若手社員に対する引上げが進んでいることを窺わせるものとなっている。

一方で、「減りそう」も40歳代を除き微増しており、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、増加一辺倒ではなくなっているように思われる。

夏・冬のボーナス増減予想割合の推移は、（図表-2）のとおりでである。

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・予想伸び率

今年冬のボーナス予想額は61万6千円と、前年冬の受給額(額面金額)を8千円上回り、予想伸び率は1.3%(前年冬2.4%)の増加となった。また、夏・冬を通じて、2023年夏の調査から6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、前年冬と比べ1.1%ポイント減少しており、やや増加傾向に陰りもみられる。

予想額に関しては、企業規模が大きいほど大きい。また、予想伸び率に関しては、年齢階層別には、若い年代ほど予想伸び率が高い傾向があり、上場企業と上場以外の企業を比べると、上場企業の方が予想伸び率が高い傾向がある。(図表-3)

予想額について、勤務地別では、都内勤務者の方が県内勤務者より35.5万円高く、また、事業形態別では、上場企業の方が上場以外の企業よりも26.7万円高く、企業規模が大きいほど支給額が高い傾向が窺える。

予想伸び率を年齢階層別にみると、30歳未満で14.0%(前年冬16.0%)と前年冬と同様に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6.1%、40歳代は2.2%、50歳以上は▲2.2%となっており※、ここでも若い年代ほど予想伸び率が高く、年齢層が上がれば上がるほど、予想伸び率が厳しくなっている。※一部の50歳代回答者に、今冬の支給額の大きな減額を見込む回答があったことがマイナスとなっている要因と思われる。

予想伸び率を勤務地別にみると、県内勤務者の2.2%に対して、都内勤務者は▲1.6%となっている※※。事業形態別にみると、上場系列企業で3.9%の増加となっている一方で、上場系列以外の企業では0.7%減少となっており、中小企業では、大企業に比べ、ボーナス支給への見通しが厳しいことが窺える。※※一部の都内勤務の回答者に、今冬の支給額の大きな減額を見込む回答があったことがマイナスとなっている要因と思われる。

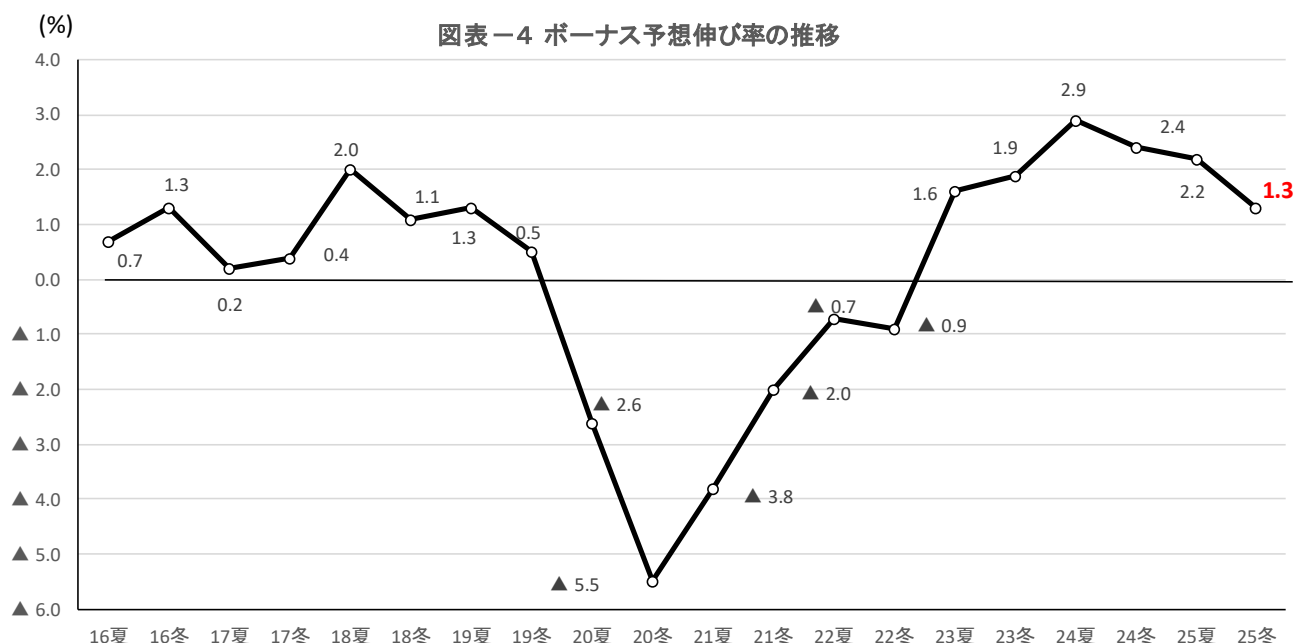
夏・冬のボーナス予想伸び率の推移は、(図表-4)のとおりである。

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 (対前年冬、%)
全 体		61.6	1.3
30歳未満		41.6	14.0
30 歳 代		57.5	6.1
40 歳 代		70.1	2.2
50歳以上		63.5	▲ 2.2
勤務地別	県 内	55.2	2.2
	都 内	90.7	▲ 1.6
事業形態別	上場系列※1	81.4	3.9
	上場以外※2	54.7	▲ 0.7

※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「生活費の補填」、3 位「教育・教養」。

ボーナスの配分予定は、1 位「貯蓄・投資」(50.1%)、2 位「生活費の補填」(9.4%)、3 位「教育・教養」(8.9%) で、以下「旅行・レジャー」(6.6%)、「買い物」(6.6%)、「ローン等返済」(5.4%)、「交際費」(0.8%) の順となっている。

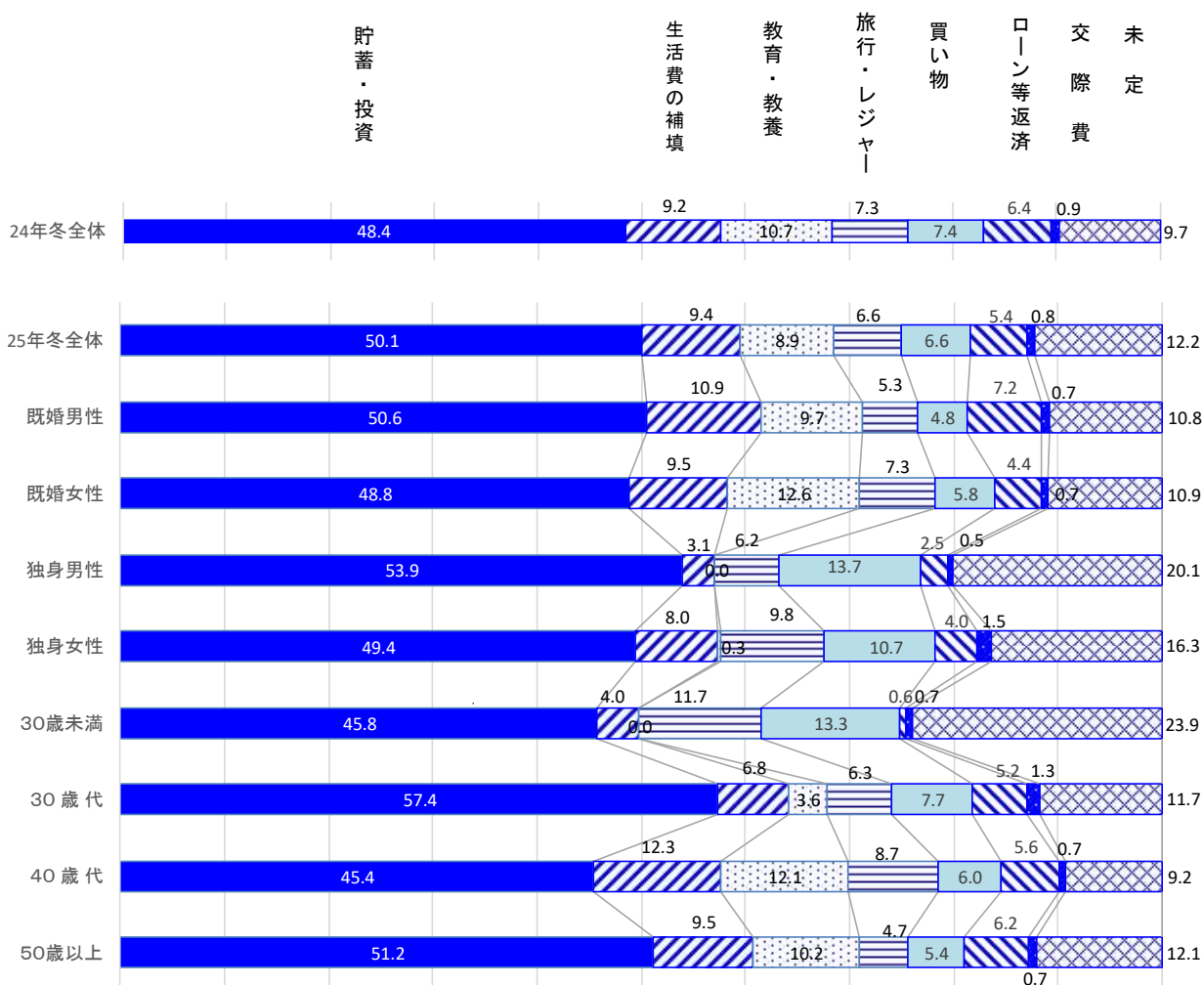
「貯蓄・投資」は、経済情勢にかかわらず常にトップにあり、既婚・独身、男性・女性、年齢階層別を問わず、堅実性を重視している様子が感じられる。既婚・独身別、男性・女性別では、独身男性の割合が最も高く、53.9%となっている。また、年齢階層別では、30 歳代で 57.4%となっている。

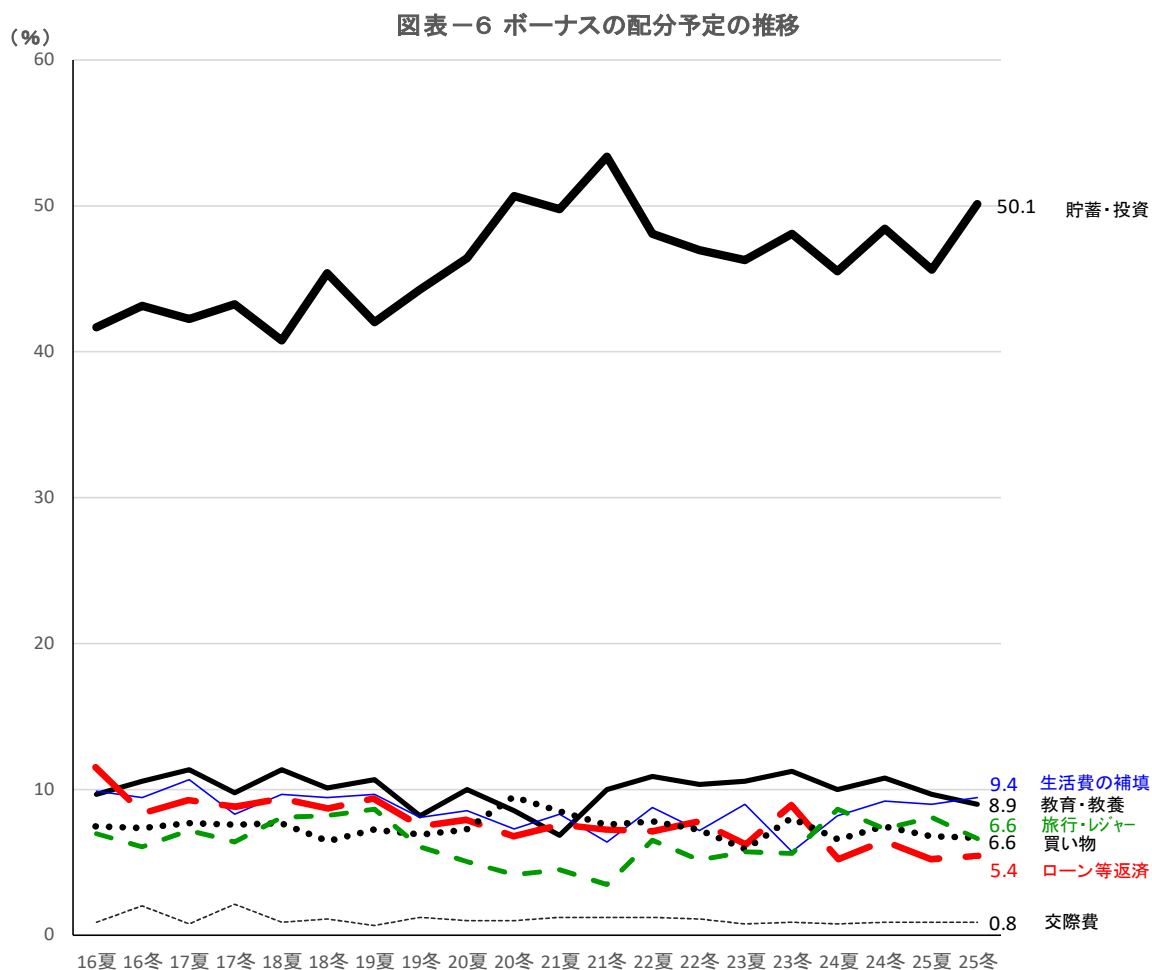
「貯蓄・投資」以外の項目では、独身者は「買い物」、既婚者は「教育・教養」への配分割合が高い。

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」・「旅行・レジャー」、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





4. 貯蓄・投資の内訳

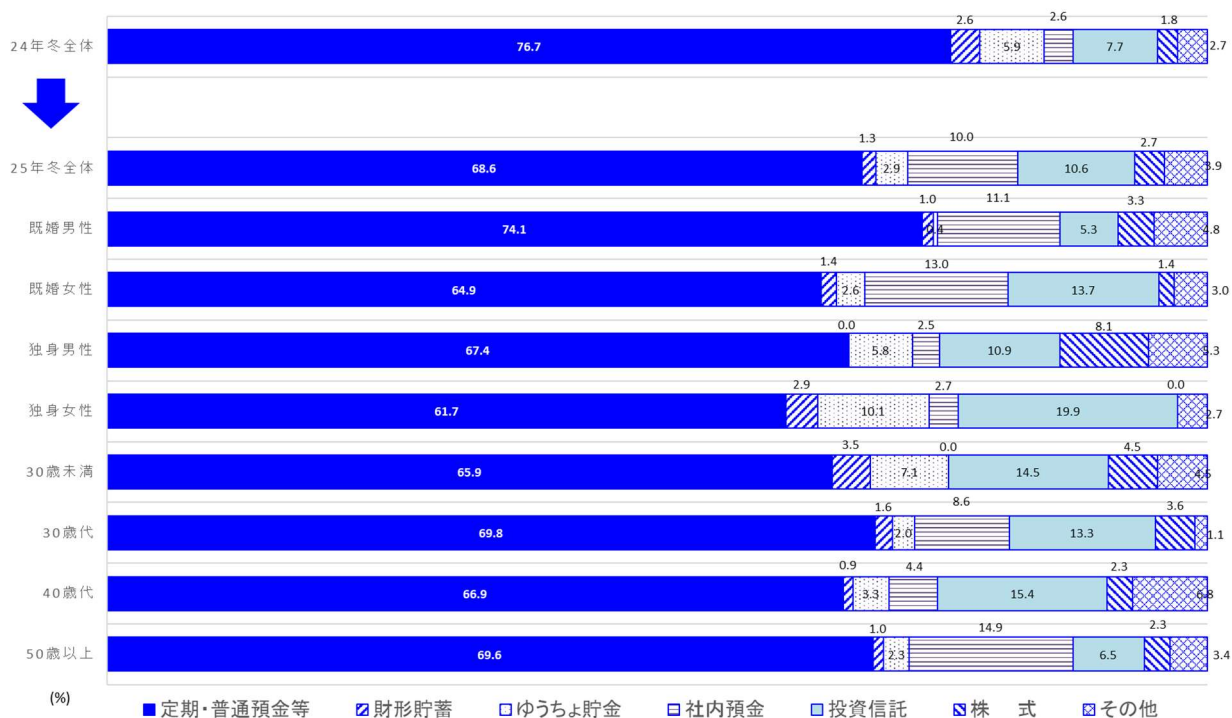
貯蓄・投資の内訳は、「銀行預金（財形貯蓄を含む）」69.9%、「投信・株式」13.3%、「ゆうちょ貯金」2.9%、「社内預金」10.0%となった。

貯蓄・投資の内訳をみると、「銀行預金（財形貯蓄を含む）」が69.9%、「ゆうちょ貯金」2.9%、「社内預金」10.0%の3項目で全体の82.8%（前年冬 87.8%）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）。

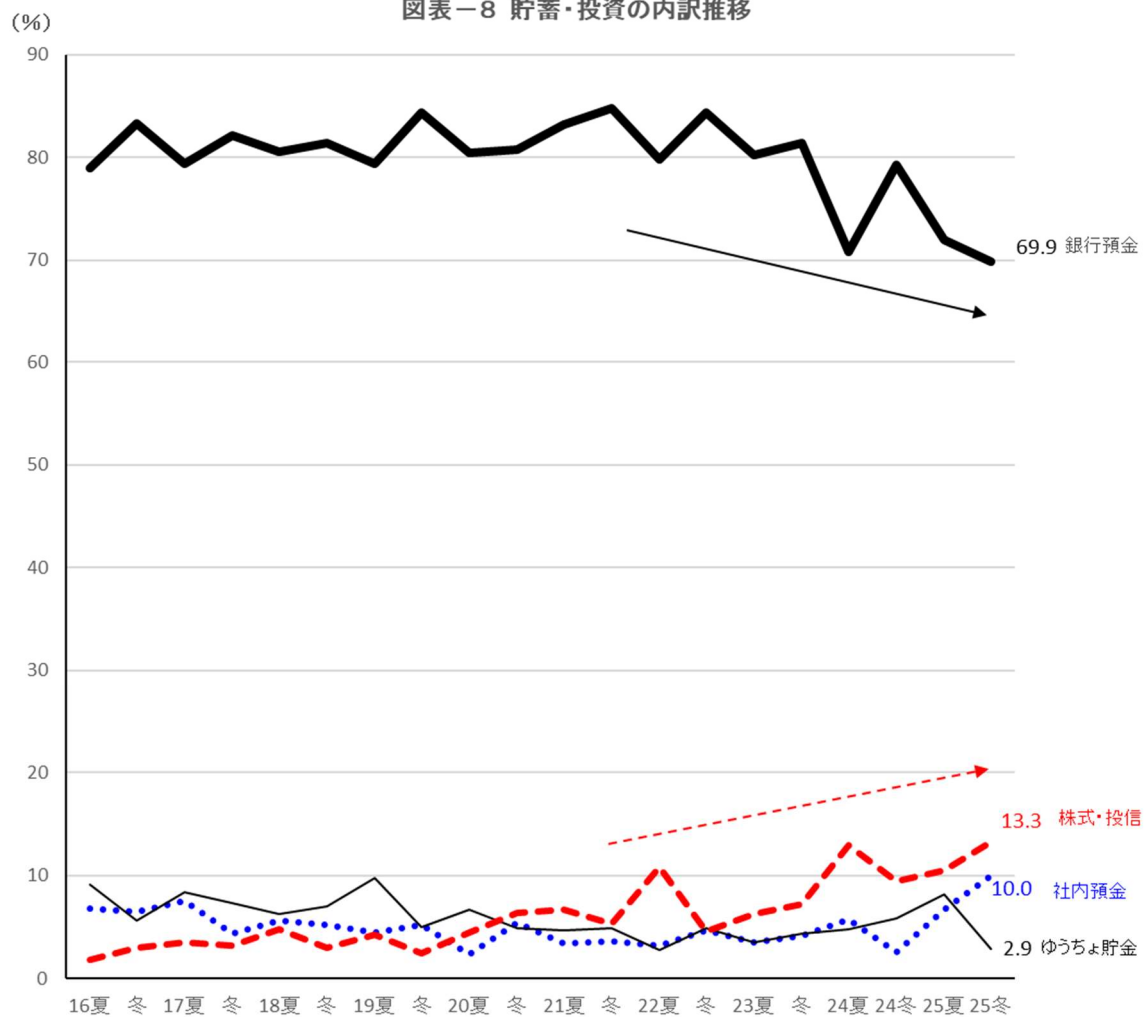
既婚・独身別、男性・女性及び年齢階層別でも、いずれも「銀行預金（財形貯蓄を含む）」の割合が大半を占めているものの、ここ数年、その割合は低下傾向にある。一方で、ここ数年は株式・投信への配分割合が増加傾向にある。この背景には、近年の「貯蓄から投資へ」の流れや、さらには新しい少額投資非課税制度（NISA）導入等の影響があると考えられるが、調査時点での株価や為替の変動も株式・投信への配分割合の変化に影響を与えているように思われる。また、現在、政策金利が引上げ傾向にあるなか、預金金利も引上げられつつあるが、今後の銀行預金やゆうちょ貯金等の割合の推移が注目される。

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」（44.7%）、2位「教育資金」（21.9%）、3位「旅行・レジャー」（19.6%）、4位「不時の備え」（15.3%）、5位「住宅関連資金」（14.0%）で、以下「車の維持管理」（7.3%）、「耐久消費財」（5.3%）、「結婚資金」（2.7%）と続いた（図表-9）。

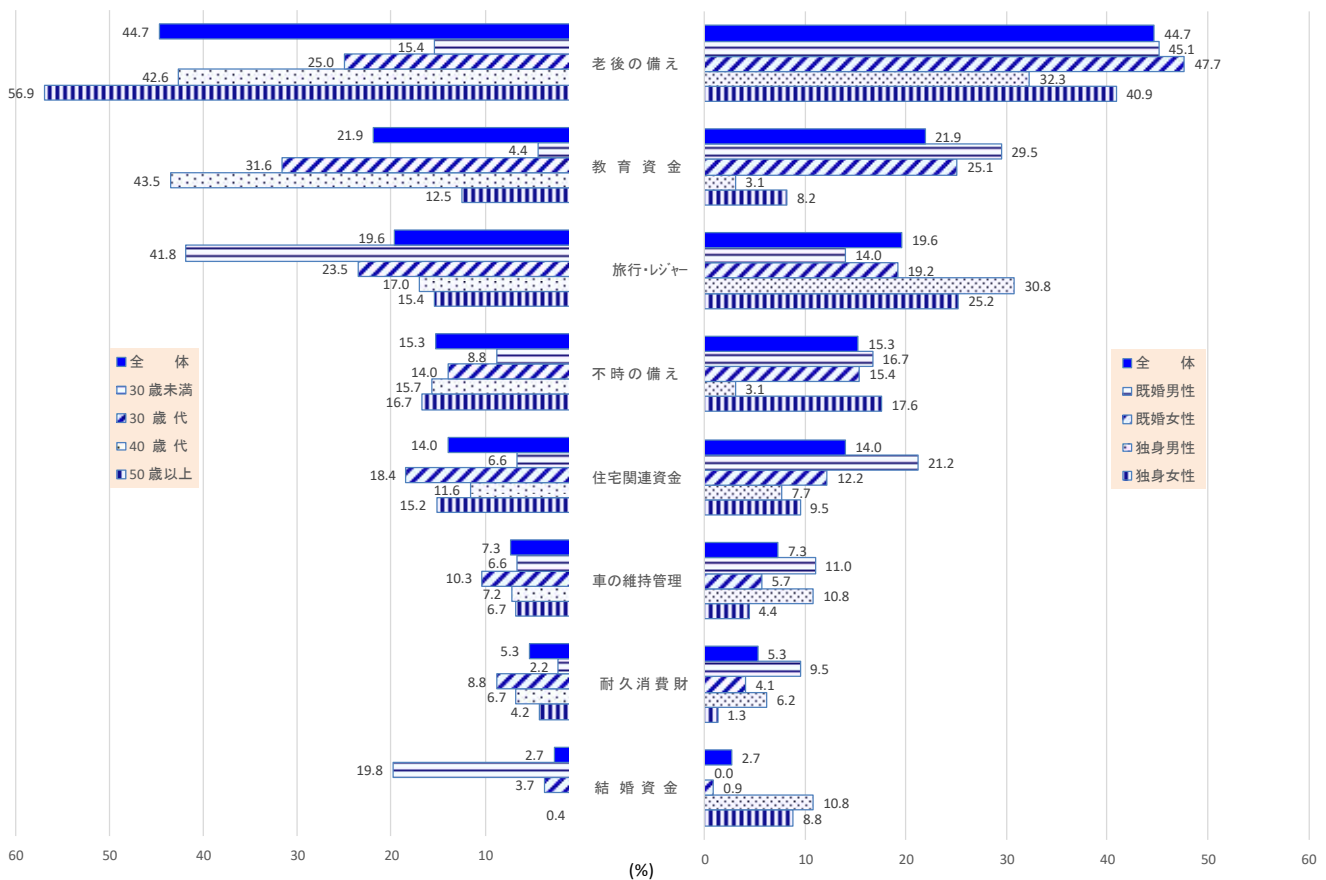
全体的な傾向として、ここ数年は、「老後の備え」の比率が高まっている。一方で、「教育資金」や「結婚資金」は減少傾向にあり、少子高齢化を反映している可能性がある。

年齢階層別では、30歳未満は「旅行・レジャー」（41.8%）、30歳代は「教育資金」（31.6%）、40歳代も「教育資金」（43.5%）、50歳以上は「老後の備え」（56.9%）がそれぞれ最も高い。

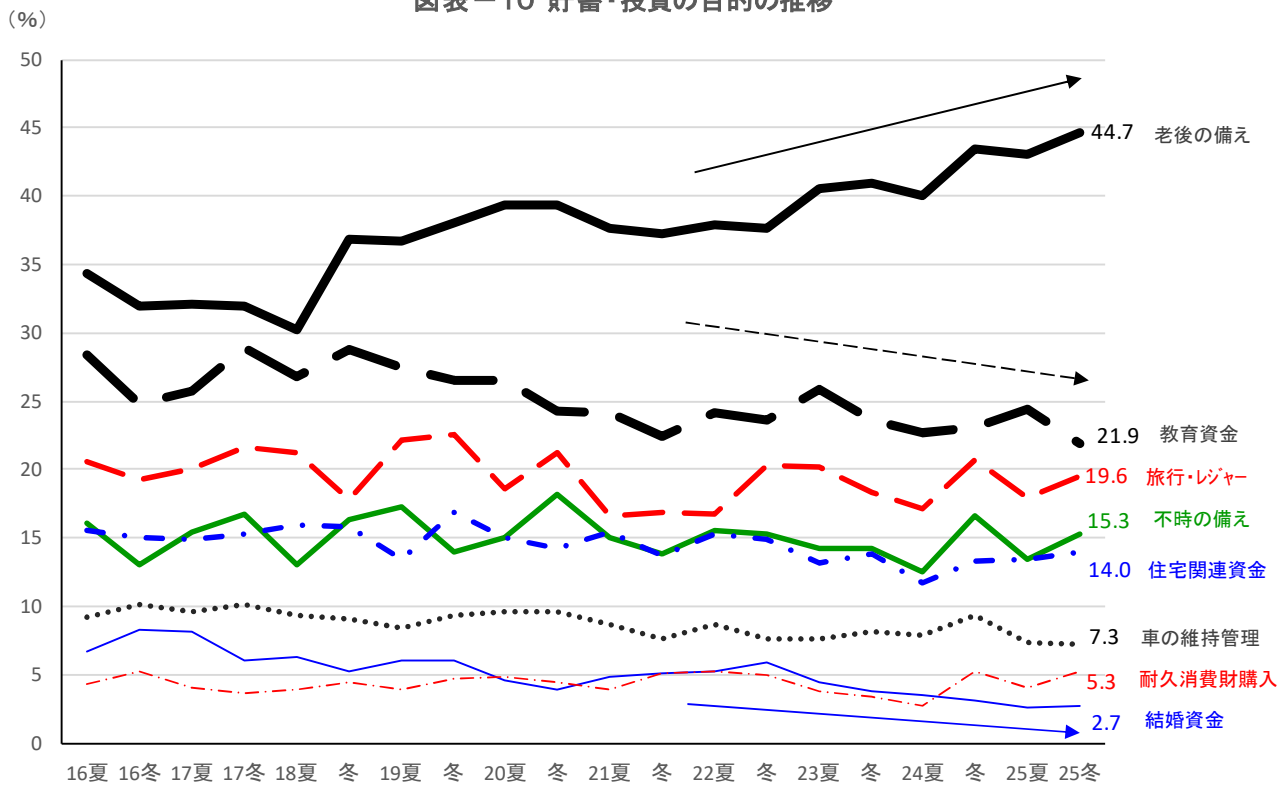
既婚・独身別、男性・女性別では、各属性が「老後の備え」をそれぞれトップに挙げている。「老後の備え」に関しては、年齢が上がるにつれて割合が高くなっている。一方、「旅行・レジャー」に関しては、例年年齢が上がるにつれて割合が低くなる傾向が強く、各年代のライフスタイルの特徴が表れている。

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」(18.8%)、「家具・インテリア」(11.9%)、「紳士服」(9.2%)、以下「くつ」、「鞆・ハンドバッグ」となった(図表-11)。また、今回、携帯電話が第8位に入っているのが、近年にない傾向である。

図表－11 購入希望主要品目

	全 体			
	23冬	24冬	25冬	
第1位	婦人服	婦人服	婦人服	18.8%
第2位	紳士服	家具・インテリア	家具・インテリア	11.9%
第3位	家具・インテリア	紳士服	紳士服	9.2%
第4位	子供服	子供服	くつ	9.2%
第5位	くつ	くつ	鞆・ハンドバッグ	8.6%
第6位	冷蔵庫	鞆・ハンドバッグ	化粧品	8.6%
第7位	パソコン	化粧品	子供服	8.0%
第8位	化粧品	洗濯機	電話・携帯電話	7.3%
第9位	鞆・ハンドバッグ	ペット・ペット関連用品	洗濯機	6.3%
第10位	洗濯機	テレビ	掃除機	6.1%

(複数回答、単位: %)

既 婚 男 性		既 婚 女 性	
紳士服	16.5%	婦人服	23.5%
家具・インテリア	12.1%	家具・インテリア	12.7%
婦人服	9.9%	子供服	10.8%
子供服	9.3%	化粧品	9.6%
掃除機	8.2%	鞆・ハンドバッグ	9.2%

独 身 男 性		独 身 女 性	
紳士服	25.0%	婦人服	32.4%
くつ	17.3%	化粧品	23.8%
ゲーム機・ソフト	13.5%	鞆・ハンドバッグ	15.2%
家具・インテリア	13.5%	くつ	13.3%
スポーツ用品・健康増進器具	13.5%	電話・携帯電話機	8.6%

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69.0%と引き続き多数を占めたなかで、「増えた」との回答割合は20.2%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12.4%と、7.8%ポイント下回った。一方、「減った」との回答割合は10.9%、今後「減りそう」とした回答割合は13.3%と2.4%ポイント上回る結果となった。

収入に関しては、「増えそう」(12.4%)よりも「減りそう」(13.3%)が上回っており、今後も持続的な賃上げが続くのかどうかについて、やや懐疑的になりつつある。

(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52.3%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37.9%に対し、今後半年間の見通しで「増やす」とした回答割合は20.3%と、17.6%ポイント下回った。一方「減らした」との回答割合は9.8%に対し、今後「減らす」とした回答割合は23.3%と、13.5%ポイント上回る結果となった。

消費支出については、現状、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やや懐疑的になりつつあることから、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75.7%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7.4%に対し、「悪くなった」とした回答割合が16.9%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65.6%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6.7%に対し、「悪くなりそう」との回答割合27.8%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。

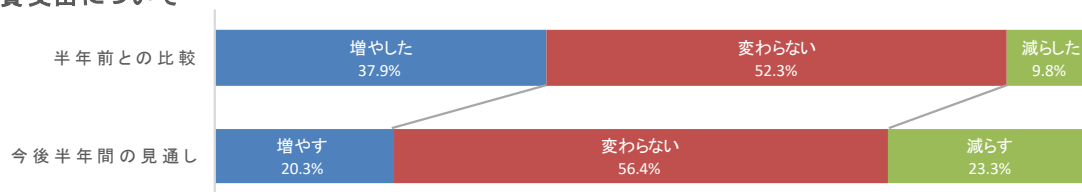
持続的な賃上げに対する見方がやや懐疑的になりつつあり、引き続き継続的な物価上昇が続くとの見方が強いことから、暮らし向きについては次第に厳しさが増すと考えている層が増えつつある。(図表-12)。

図表-12 暮らし向きの実感と今後の見通し

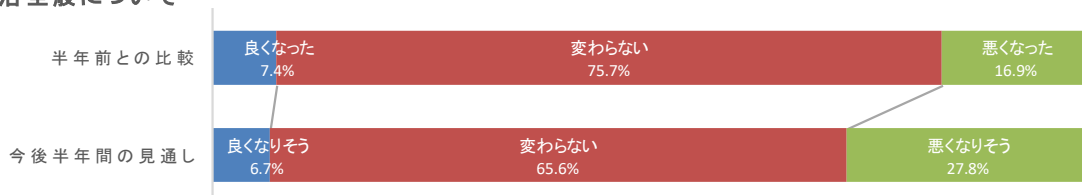
① 収入について



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	3	40	76	145	264
既婚女性	11	59	110	262	442
独身男性	32	9	11	13	65
独身女性	45	28	26	60	159
計	91	136	223	480	930

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	930人	
	有	効	回	答	率	93.0%