



「なかったものと思って使う」か、「貯蓄」の2極化へ
750万円～10万円まで世帯間格差つきり

2003冬のボーナス検証

昨夏のボーナス調査では「前回より手取額が増加した」のはわずか13%だったのに対し、今回調査では29%と大幅増。ようやく、明るい兆しが見えてきたといったところ。ただし、ボーナスからも保険料が引かれる総報酬制が実施されて2回目。「総報酬制で手取額がぐっと減った」など打撃は大きく、総報酬制が消費に影響した人も41%に達した(図1)。

ボーナスの振り分けは平均すると消費4.1、貯蓄4.1、ローンの返済1.8の割合。ローンの返済が0だった家庭も58%に達し、過去の調査と比べて最もローン比率が少なくなっている。特に20代では7割がローンの支払いなしという状況。逆に、ローンの支払いをしている層は「もらえるうちなるべく家のローンを減らしておきたい」と思い、ボーナスはローンに集中させ、ほかのことにはまったく手をつけていない」という声も。

ボーナスから消費へ回した額が0という人は1割以上で、過去最も多い(図2)。ただし7割以上を消費に回した人も過去最多で、消費性向は2極化している。ないものと思っていたからこそ、使わない層がいる一方で、サプライズ消費にまわす層もでてきている。ボーナスや昇給が会社の業績や部署の業績、個人の査定次第になったことで「ボーナスの率の変動が激しく、毎年どうなるか分からない」状況。景気回復感はあるても、ボーナス払いでの前倒し消費には慎重になってきている。平均世帯総額は、80万4000円。

今回のボーナスで貯蓄にまわした額が0という人は2割だったが、7割以上を貯蓄した人も27%に達している。特にこれからマイホーム取得を考える20代では7割以上貯蓄した人が42%と高い数字。しかし、預けた先は普通預金や通常貯金が約半数。2002年冬の時点では34%の人が預けていた定額貯金も2割以下に減っている。

< 調査概要 >

- リビング新聞の女性サイト「えるこみ」で2004年1月1日～16日にアンケートを実施。1316件の中から20代～50代の既婚女性508件を抽出集計
- 年齢構成 20代22.8%、30代36.7%、40代28.3%、50代12.2%
- 妻の職業構成 主婦専業60.8%、パート・アルバイト18.9%、フルタイム勤務16.5%、在宅ワーカー1.4%、自由・自営業0.4%、その他2.0%
- 夫の職業構成 会社員84.4%、公務員9.0%、自営業3.0%、パート・アルバイト0.6%、その他3.0%
- 居住地域 関東63.4%、関西26.4%、その他10.2%
- 子供 あり74.0%、なし26.0%

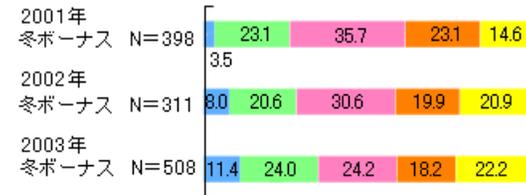
図1 総報酬制の消費への影響 (%)

N=498



図2 消費への配分 時系列 (%)

■ 0 ■ 1割～2割 ■ 3割～4割 ■ 5割～6割 ■ 7割以上



リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

【問い合わせ】 TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



< 調査項目 >

1. 冬のボーナスはあったか (年代別) (夫の職業別) (職業別) (エリア別)
2. 総額と手取額・夏のボーナスとの比較 (年代別) (夫の職業別) (職業別) (エリア別)
3. 使い道の割合・消費 (年代別) (夫の職業別) (職業別) (エリア別) (「総報酬制」は消費に影響があったか否か別) (「配偶者特別控除の上乗せ」は消費に影響があったか否か別) (冬のボーナスの感想別)
4. 使い道の割合・貯蓄 (年代別) (夫の職業別) (職業別) (エリア別) (「総報酬制」は消費に影響があったか否か別) (「配偶者特別控除の上乗せ」は消費に影響があったか否か別) (冬のボーナスの感想別)
5. 使い道の割合・ローン返済 (年代別) (夫の職業別) (職業別) (エリア別) (「総報酬制」は消費に影響があったか否か別) (「配偶者特別控除の上乗せ」は消費に影響があったか否か別) (冬のボーナスの感想別)
6. 消費内容 (年代別) (夫の職業別) (職業別) (エリア別) (「総報酬制」は消費に影響があったか否か別) (「配偶者特別控除の上乗せ」は消費に影響があったか否か別) (冬のボーナスの感想別)
7. 消費内容・その他 (年代別) (夫の職業別) (職業別) (エリア別)
8. 今回減らした項目 (年代別) (夫の職業別) (職業別) (エリア別) (「総報酬制」は消費に影響があったか否か別) (「配偶者特別控除の上乗せ」は消費に影響があったか否か別) (冬のボーナスの感想別)
9. 今回増やした項目 (年代別) (夫の職業別) (職業別) (エリア別) (「総報酬制」は消費に影響があったか否か別) (「配偶者特別控除の上乗せ」は消費に影響があったか否か別) (冬のボーナスの感想別)
10. ボーナスで購入した最も高額な品名 (年代別) (夫の職業別) (職業別) (エリア別) (「総報酬制」は消費に影響があったか否か別) (「配偶者特別控除の上乗せ」は消費に影響があったか否か別) (冬のボーナスの感想別)
11. 最も高額な品を購入した理由 (年代別) (夫の職業別) (職業別) (エリア別) (「総報酬制」は消費に影響があったか否か別) (「配偶者特別控除の上乗せ」は消費に影響があったか否か別) (冬のボーナスの感想別)
12. 最も高額な品の価格 (年代別) (夫の職業別) (職業別) (エリア別) (「総報酬制」は消費に影響があったか否か別) (「配偶者特別控除の上乗せ」は消費に影響があったか否か別) (冬のボーナスの感想別)
13. ボーナスで購入した最も高額な旅・レジャー (年代別) (夫の職業別) (職業別) (エリア別) (「総報酬制」は消費に影響があったか否か別) (「配偶者特別控除の上乗せ」は消費に影響があったか否か別) (冬のボーナスの感想別)
14. 最も高額な旅・レジャーにした理由 (年代別) (夫の職業別) (職業別) (エリア別) (「総報酬制」は消費に影響があったか否か別) (「配偶者特別控除の上乗せ」は消費に影響があったか否か別) (冬のボーナスの感想別)
15. 最も高額な旅・レジャーの総費用 (年代別) (夫の職業別) (職業別) (エリア別) (「総報酬制」は消費に影響があったか否か別) (「配偶者特別控除の上乗せ」は消費に影響があったか否か別) (冬のボーナスの感想別)
16. 冬のボーナスで、欲しいものは買ったか (年代別) (夫の職業別) (職業別) (エリア別) (「総報酬制」は消費に影響があったか否か別) (「配偶者特別控除の上乗せ」は消費に影響があったか否か別) (冬のボーナスの感想別)
17. 子供の有無 (年代別) (エリア別)
18. 職業 (年代別) (エリア別)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

【問い合わせ】 TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430