

価格.com

2010年6月1日
株式会社カクコム

第41回価格.comリサーチ『夏のボーナス』結果

2010夏のボーナス、支給額は昨年比2.1%減の52.5万円

平均額は減少するも、大企業で増加に転じ、企業規模で明暗分かれる結果に

主な使い道、トップは「ローン返済」、次いで「貯蓄」

「商品購入」の平均額6.6万円と昨年より減少、消費意欲はよりシビアに

株式会社カクコムが運営する購買支援サイト「価格.com (<http://kakaku.com/>)」が実施したユーザーへの意識調査「価格.comリサーチ」より、第41回調査『夏のボーナス』の結果を一部抜粋の上、ご案内します。

依然、景気の先行き不透明な状況が続く中、今年の夏のボーナスの支給状況や使い道、購入商品などについて、アンケート調査を実施しました。

一部結果については、昨年夏に実施した調査結果との比較分析をおこなっています。

調査結果詳細：<http://kakaku.com/research/report/041/>

昨年夏のボーナス調査結果：<http://kakaku.com/research/backnumber030.html>

【調査パネルについて】

調査エリア：全国 調査対象：価格.comID登録ユーザー

調査方法：価格.comサイトでのWebアンケート調査

回答者数：8,682人 男女比率：男88.1%：女11.9%

雇用形態：正社員：62.8%、契約社員：3.8%、派遣社員：1.5%、パート・アルバイト：5.2%、自営業・個人事業主など：12.2%、学生：1.7%、主婦：3.2%、その他：9.7%

調査期間：2010年5月11日～2010年5月17日

調査実施機関：株式会社カクコム

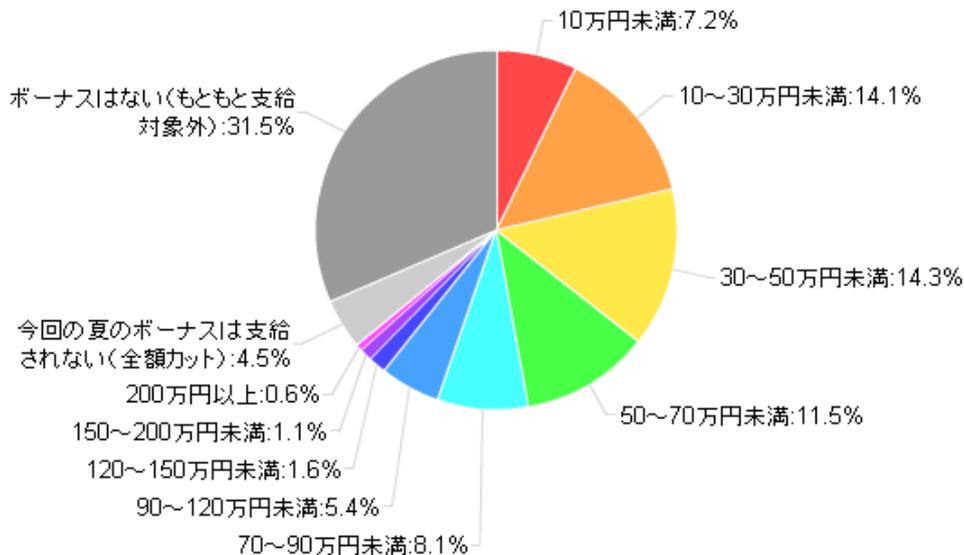
※四捨五入による端数処理のため、合計が100%にならないことがあります。

推定支給額：昨年比2.1%減の52.5万円 全体的な減少傾向は続くが、減額幅は縮まる

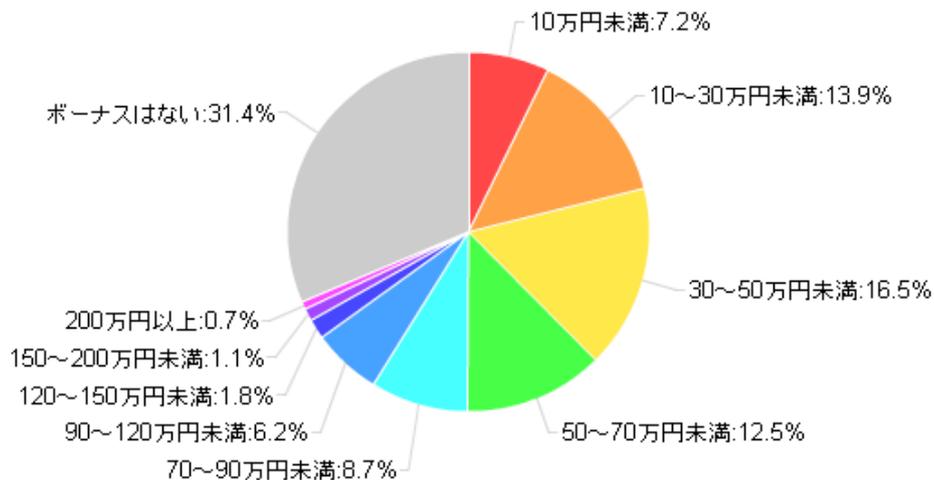
【図1. 夏のボーナス推定平均支給額 性別・年代・家族構成別（税込金額）】

		2010夏(万円)	2009夏(万円)	増減(万円)	前年比
全体平均		52.5	53.6	-1.1	-2.1%
性別	男性	54.2	54.7	-0.5	-1.0%
	女性	37.7	43.2	-5.5	-12.7%
年代別	20代	32.7	33.4	-0.7	-2.0%
	30代	44.3	45.0	-0.7	-1.5%
	40代	58.2	59.4	-1.2	-2.0%
	50代	63.6	66.6	-3.0	-4.4%
	60歳以上	41.4	43.4	-2.0	-4.7%
家族構成別	単身	40.6	40.5	0.1	0.2%
	夫婦のみ	51.4	51.9	-0.5	-1.0%
	夫婦と子供	59.0	59.5	-0.5	-0.8%
	3世代同居	51.9	55.8	-3.9	-7.0%

【図 2. 2010 年夏のボーナス推定支給額（全体）】



【図 3. 2009 年夏のボーナス推定支給額（全体）】



2010 年夏のボーナスの推定支給額(税込金額)は、全体に昨年よりも下がり、昨年比 2.1%減の 52.5 万円になった(図 1)。日本経団連が 5 月 19 日に発表した一部上場企業対象の調査(※)では、昨年比 1.51%増の 790,468 円となっており、やや景気の底入れ感が見えるようだが、これよりも広範な対象での調査では、まだそこまで景況感の回復は感じられないといったところだ。

ただ、昨年の調査では、推定支給額が昨年比 8.1%減という大幅な減少であったことを考えると、今年はそのままで大きくはなく、昨年よりも少し下がる程度というイメージが強い。年代別の増減率を見ても、それほど大きなブレはなく、全体的に減少傾向となっている。なお、「ボーナスが支給されない(全額カット)」という割合も 4.5%と比較的多い。いまだ厳しい景気状況を現した数値といえそうだ。

※社団法人日本経済団体連合会調査 2010 年夏季賞与・一時金 大手企業業種別妥結状況
<http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2010/044.pdf>

業種別の推定支給額：減額トップはソフトウェア・情報サービス業（昨年比マイナス7.3%）、増額トップは金融業（昨年比プラス12.7%）
 小規模企業のみが引き続きマイナス、景気の底入れ実感は大企業のみにとどまる

【図4. 夏のボーナス推定平均支給額 業種別（税込金額）】

		2010夏(万円)	2009夏(万円)	増減(万円)	前年比
全体平均		52.5	53.6	-1.1	-2.1%
業種別	金融業	86.6	76.8	9.8	12.7%
	国家・地方公務員	65.2	65.2	0.0	0.1%
	製造業	56.3	56.0	0.3	0.6%
	公益法人・財団法人	53.9	57.3	-3.4	-6.0%
	ソフトウェア・情報サービス業	52.0	56.0	-4.1	-7.3%
	医療業	49.3	49.5	-0.2	-0.3%
	卸売・小売業	42.8	43.0	-0.2	-0.4%
	サービス業	39.9	40.1	-0.1	-0.3%

【図5. 夏のボーナス推定平均支給額 勤務先規模別（税込金額）】

		2010夏(万円)	2009冬(万円)	増減(万円)	前年比
全体平均		52.5	52.2	0.3	0.5%
勤務先規模別	50人未満	32.9	34.5	-1.6	-4.7%
	100人未満	40.3	41.4	-1.1	-2.6%
	300人未満	47.2	47.1	0.1	0.2%
	500人未満	52.4	49.2	3.2	6.6%
	1000人未満	58.2	55.4	2.8	5.1%
	5000人未満	70.2	69.6	0.6	0.9%
	5000人以上	81.5	76.5	5.0	6.6%

業種別平均支給額（図4）では、「ソフトウェア・情報サービス業」の減少幅が7.3%と大きい。また、昨冬では減少に転じていなかった「公益法人・財団法人」が6.0%と比較的大きな減少を見せているのも注目すべきポイントだろう。逆に、製造業などはわずかながらプラスに転じており、やや明るさが見える。また、金融業は12.7%となり、昨年に比べて大きく増加した。

また勤務先規模別の平均支給額（図5）については、2009年冬の調査結果と比較した。従業員100人未満の中小企業で、2009年冬のボーナスに比べて支給額がマイナスになっているのに対し、それ以上の規模の企業においてはむしろプラスに転じており、景気の底入れ感はまだ大企業のみしか実感できないものとなっていることも明らかとなった。

■2010年夏のボーナス推定支給額（企業規模別）

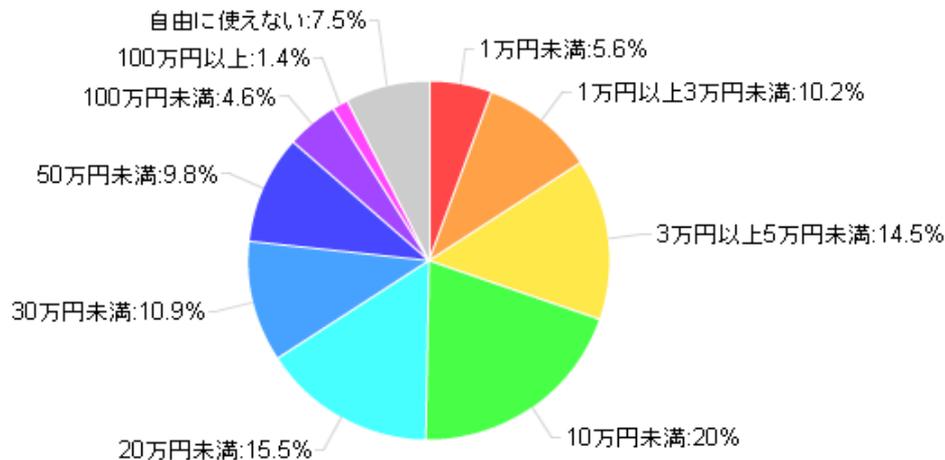
グラフは右記URLでご確認いただけます <http://kakaku.com/research/report/041/>

自由に使える金額：平均約16.6万円、「10万円未満」は半数以上

支給されるボーナスのうち税金や返済などで最初から除外されるお金を除いた、実際に自由に使える金額でもっとも多かったのは、昨年の調査に引き続き「5万～10万円」の金額帯（20.0%）。次いで、「10～20万円」（15.5%）、「3～5万円」（14.5%）という順になった。全体的な金額の割合は昨年とほぼ同様であり、今年の夏のボーナスでもそれほど自由に使えるお金は多くないという印象だ。

自由に使える金額の平均：161,308円
 （昨年夏：153,063円）

【図 6. 税金、ローン返済・生活費の補填などを除いた、実際に自由に使える金額】



主な使い道：消費金額トップは「ローン返済」18.4万円、次いで「貯金」15.1万円
「商品購入」6.6万円、昨年より0.7万円ダウン

【図 7. 2010年夏のボーナス消費平均金額（複数回答可）】

ボーナスの消費目的	この目的にお金を使う人の平均消費金額(円)	この目的にお金を使う人の割合(%)
ローン返済	184,176円	45.9%
貯金	151,746円	74.9%
旅行・外出をする(国外)	130,804円	8.9%
金融商品(投資信託、株式等)の購入・外貨預金など	130,558円	10.1%
子供の教育費	108,394円	35.7%
金融商品(投資信託、株式等)の補填	91,120円	5.6%
商品を購入する	66,288円	74.9%
旅行・外出をする(国内)	54,565円	44.0%
その他	105,217円	47.5%

【図 8. 2009年夏のボーナス消費平均金額（複数回答可）】

ボーナスの消費目的	この目的にお金を使う人の平均消費金額(円)	この目的にお金を使う人の割合(%)
ローン返済	190,838円	51.0%
貯金	152,658円	78.9%
旅行・外出をする(国外)	136,636円	8.6%
金融商品(投資信託、株式等)の購入・外貨預金など	129,564円	10.7%
子供の教育費	117,430円	37.0%
金融商品(投資信託、株式等)の補填	91,900円	6.0%
商品を購入する	73,474円	71.1%
旅行・外出をする(国内)	57,251円	42.4%
その他	114,087円	48.7%

ボーナスの主な使い道とかける金額を聞いたところ、金額ベースでもっとも多かったのは「ローン返済」で18.4万円（図7）。次いで「貯金」が15.2万円となった。これらは、昨年夏の調査結果（図8）と比べても金額ではほぼ横ばいという結果だ。「金融商品の購入・外貨預金など」の13.1万円も昨年とほぼ同じで、こうした貯蓄にかける金額はほとんど変わらない。ただし、「旅行・外出をする（国外）」（13.1万円）は、金額ベースで昨年よりも6,000円ほど減少。「商品を購入する」の金額も6.6万円で、昨年調査の7.3万円より7,000円ほど減少した。これを見ても、貯蓄以外の一般消費行動については、消費者は昨年から一層シビアになっていると見ていいだろう。

また、ボーナスが減った際に抑える出費についても聞いたところ、「商品を購入する」が69.6%でトップという結果になった。次いで、「貯金」（43.8%）、「旅行・外出をする（国内）」（41.6%）、「旅行・外出をする（国外）」（25.2%）という結果になっており、家計節約のためにまずは商品購入を抑えたいと思っている消費者が多いことがわかる。この結果からも、一般消費者の購買活動に関するモチベーションはかなり低いことがうかがえる。

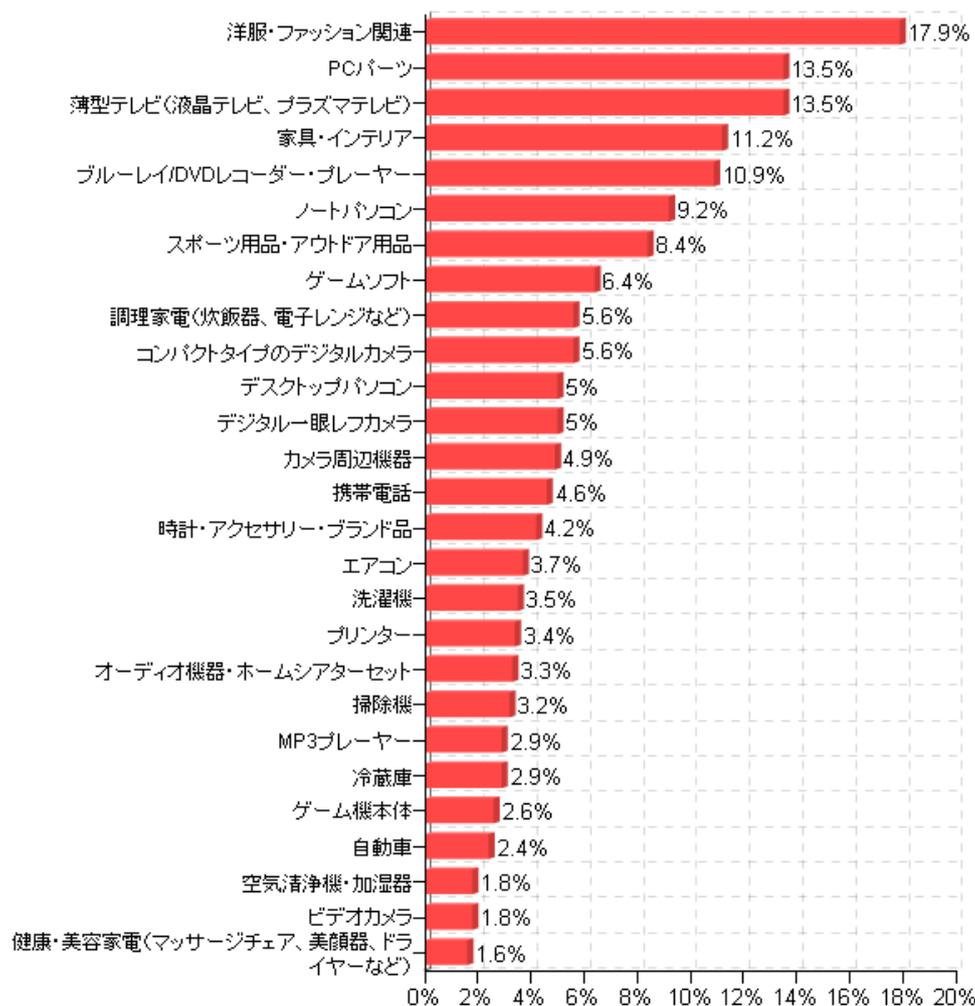
■ボーナスが減ったためにやめる、もしくは出費を抑える使い道

グラフは右記URLでご確認いただけます <http://kakaku.com/research/report/041/>

ボーナスで購入したいもの：1位「洋服・ファッション関連」（17.9%）

「薄型テレビ」は大幅減少、3月までのエコポイント駆け込み需要が大きく影響か

【図9. 今夏のボーナスで購入する商品（ボーナス支給者全体）】



夏のボーナスで購入したい商品について多かった回答は、上位から「洋服・ファッション関連」(17.9%)、「PC パーツ」(13.5%)、「薄型テレビ」(13.5%)、「家具・インテリア」(11.2%)、「ブルーレイ/DVD レコーダー・プレーヤー」(10.9%)といった順になった。

昨年夏の調査と比較してみると、トップの「洋服・ファッション関連」(前回 15.1%)は3ポイント近くもアップしているのに対し、昨年夏調査では1位だった「薄型テレビ」(昨年夏調査での「液晶テレビ」と「プラズマテレビ」との合算値、21.4%)については大幅にポイントを下げている、実に7.9ポイントも減少した。このほかに大きくポイントを上げているものとしては、「PC パーツ」(3.1ポイントアップ)、「家具・インテリア」(4.9ポイントアップ)がある。

人気の「薄型テレビ」が大きく減少したのが今回の調査での注目点だが、これは、今年3月に顕著であったエコポイント対象製品切り替えに伴う「エコポイント駆け込み需要」によって、薄型テレビが大幅に売れたことが関係しているだろう。昨年末からこの3月にかけて薄型テレビを購入した人が多く、この夏の需要を先食いしてしまったために、この夏のボーナス商戦期に消費者の需要が大きく落ちてしまっているものと考えられる。

■総評(抜粋) 鎌田剛 カカコム メディアクリエイティブ部 部長

今年の夏ボーナスについての支給予想をひと言で言うなら、「全般的に低調ではあるが、なんとか持ちこたえている」といった印象だ。

2008年秋の「リーマンショック」以降、景気が一気に冷え込んだことから、昨年2009年夏のボーナス調査では「前年比8.1%減」という厳しい支給予想になったが、今年2010年夏は、「前年比2.1%減」というところで、なんとか踏みとどまっている。

ただし、減少傾向にあることは変わらず、ローンや生活費などの必要経費が下がらない以上、消費行動に回せる金額は自ずと減少する。今回の調査でも、ボーナスの使い道として「ローン返済」や「貯金」にあてる金額は昨年夏と比較して横ばいだが、「商品購入」にかかる金額は下がっている。ボーナスが下がったという人の7割近くが、「商品購入」にかかる金額をカットすると答えている。

特に大きな影響が懸念されるのが、エコポイントの後押しもあり順調な売れ行きを続けてきた「薄型テレビ」だ。今回、購入したい商品の中で、薄型テレビだけが唯一大幅にポイントを下げている。

理由としては、ボーナスの支給額が減少したことのほかに、今年3月の「エコポイント駆け込み需要」で夏の需要を先食いしてしまったことが考えられる。今年の夏はまだエコポイント制度も続いており、依然として高い人気を誇る薄型テレビではあるが、昨年末から今年3月くらいにかけての好調は、このボーナス商戦では見込めそうにない。パソコンやデジタルカメラ、ブルーレイレコーダーといった、その他の人気商品もあまり需要が上がってはならず、これから迎える夏のボーナス商戦は、昨年以上に厳しいものとなりそうだ。

※詳細結果、総評全文および過去のリサーチアーカイブは以下 URL をご参照ください

<http://kakaku.com/research/backnumber.html>

【価格.com データ】(2010年4月末現在)

月間利用者数 2,320 万人、月間ページビュー 7 億 7,679 万 PV、累計クチコミ件数約 1,100 万件
複数ショッピングモールの商材を横断検索できるサービスを含めた掲載商品数は約 7,168 万点