

2024. **12**
No. **231**

調査レポート

県内勤労者の消費・貯蓄動向 ～第72回くらしのアンケートから～

要	約	1
1	家計の状況	3
2	今冬の買物計画	4
3	おけいこ事、塾・サークル	6
4	貯蓄	7
5	ローン等の利用	8
6	冬季ボーナス	10
7	お歳暮	11
8	冬休み、年末・年始の過ごし方	13
	(特別調査) NISA・賃上げ関連	14

要 約

1. 家計の状況

- 1年前と比べた暮らし向きは、「良くなった」が9.1%、「悪くなった」が32.3%、「変わらない」が58.6%。「良くなった」から「悪くなった」を引いた差は△23.2。雇用・所得環境は改善しているものの、物価高騰が続く、家計の負担感は増しており、県内勤労者が生活改善を実感できるまでには至っていない。
- 家計上の悩みは、「物価上昇」が最も多く、以下、「収入の伸び悩み」、「税金等負担増」の順。

2. 今冬の間買物計画

- この冬購入したい商品は、「婦人服」、「紳士服」、「スマートフォン」、「子供服」、「パソコン」の順。
- 昨冬比で購入予定比率が上昇した品目は6品目。「防災用品」以外の上昇幅は低位にとどまっており、消費マインドはやや弱含み。一方、低下した品目は12品目。
- 購入予定先は「インターネット通販」、「家電量販店」、「一般小売店」、「スーパー・ショッピングセンター」、「ホームセンター」の順。

3. おけいこ事、塾・サークル

- 参加したいおけいこ事は、「料理」が1位で、以下、「ビジネス・キャリアアップ講座」、「楽器」の順。
- 年代別にみると、1位は20代、30代、40代が「料理」、50代以上が「楽器」。2位は20代が「楽器」、30代、40代が「ビジネス・キャリアアップ講座」、50代以上が「料理」。

4. 貯 蓄

- 平均貯蓄額は494万円で、現在利用している金融商品は、「銀行預金」、「ゆうちょ

銀行貯金」、「生命保険」、「投資信託」の順。今後増やしたい金融商品は、「銀行預金」、「投資信託」、「ゆうちょ銀行貯金」、「株式」の順。

- 貯蓄する際重視する点は「元金の保証があり安心」が最多で、以下、「利回りが良い」、「預け入れ引き出しが自由」の順。

5. ローン等の利用

- ローン等の利用者は28.1%で、平均借入額は1,159万円。
- 利用目的は「土地・住宅の購入」が最も多く、以下、「自動車・家電品の購入」、「教育資金以外の生活資金」の順。
- 借入先は「銀行（メガバンク・地方銀行）」が最も多く、以下、「月賦・クレジット会社」、「銀行以外の金融機関」、「ネット銀行」の順。

6. 冬季ボーナス

- 冬季ボーナスの予想は、「減りそう」が「増えそう」を上回ったが、両比率の差（「増えそう」－「減りそう」）は△6.6と、昨冬の△14.9から縮小。勤労者のボーナスに対する厳しい見方が緩和されてきている。
- 平均手取り予想額は39万7千円。使いみちは「貯蓄」が最も多く、以下、「買物」、「生活費の補填」、「旅行・レジャー」の順。

7. お 歳 暮

- お歳暮を贈る予定者は、全体の30.8%。贈る件数は「2件以下」が最も多く、平均贈答件数は2.7件。
- 1件あたりの単価は、「5,000円程度」が最多で、平均単価は4,108円、平均予算総額は11,092円。
- 贈りたい商品は「ハム・ソーセージ」が最多で、以下、「お菓子・スイーツ」、「ビール（含むビール券）」（同順位）、「直送生鮮品」、「お茶・コーヒー」の順。

8. 冬休み、年末・年始の過ごし方

- 「特に予定なし」を除くと、「日帰り旅行」が最多で、以下、「国内宿泊旅行」、「帰郷」、「スポーツ・健康づくり」、「海外旅行」の順。
- 「国内宿泊旅行」の宿泊日数をみると、「1泊」が最多で、平均宿泊日数は1.7日。

(特別調査) NISA・賃上げ関連

NISA（少額投資非課税制度）の認知、賃上げの状況の調査を実施。

- NISAの認知状況については、「知っている」が68.1%、「知らない」が31.9%。
- 利用状況については、「開設し、投資している」が42.9%、「開設だけしている」が8.6%、「開設していない」は48.5%。
- 開設先の金融機関については、「ネット証券会社」が60.4%、「地方銀行」が17.7%、「大手銀行・信託銀行」が14.1%、「店舗型証券会社」が6.8%。
- NISAを利用しない理由については、「投資するお金がないから」が最多で、以下、「制度の内容がよくわからないから」、「損をしたくないから」、「投資をするつもりがないから」の順。
- 昨年と比べた定例給与の水準については、「増えている」が20.4%、「変わらない」が61.7%、「減っている」が16.1%。
- 定例給与増加の理由については、「定期昇給」が46.2%、「ベースアップ」が28.2%、「定期昇給とベースアップ」が17.9%。

● 調査実施要領

調査対象：インターネット調査会社にモニター登録されている県内の勤労者548名

調査方法：調査会社モニターあてのWebアンケート調査

調査時期：2024年11月上旬

〈回答者内訳〉

内訳	項目	回答者数	構成比
年 代 別	20代	114人	20.8%
	30代	110	20.1
	40代	163	29.7
	50代以上	161	29.4
家 族	既婚	293	53.5
	未婚	255	46.5
性 別	男性	355	64.8
	女性	193	35.2
合 計		548	100.0

(参考) 前回(2023年冬季)内訳

内訳	項目	回答者数	構成比
年 代 別	20代	113人	20.6%
	30代	110	20.0
	40代	163	29.7
	50代以上	163	29.7
家 族	既婚	294	53.6
	未婚	255	46.4
性 別	男性	368	67.0
	女性	181	33.0
合 計		549	100.0

1 家計の状況

暮らし向きは小幅ながらも悪化

1年前と比べた暮らし向きは、「良くなった」が9.1%、「悪くなった」が32.3%、「変わらない」が58.6%となった。この結果、「良くなった」から「悪くなった」を引いた差は△23.2となり、昨冬比で0.4ポイントとわずかではあるが悪化した。

県内景気に緩やかながらも持ち直しの動きがみられるなか、人材の確保・維持や従業員の生活支援などの観点から企業のボーナス支給見通しも改善している。また、賃上げに前向きに取り組む企業も増えており、所得環境は総じて改善傾向にある。一方で、生活必需品を中心に物価の高騰が続いており、家計の負担感は増していることから、県内勤労者が生活改善を実感できるまでには至っていない。

年代別にみると、「悪くなった」の回答比率は20代が22.8%、30代が28.2%、40代が33.8%、50代以上が40.4%と、年代が上がるにつれて比率が高くなっている。住宅ローン返済や教育費など、若年層と比べて生活費負担の重い中高年層で、暮らし向きの厳しさをより強く感じている状況が窺われる。

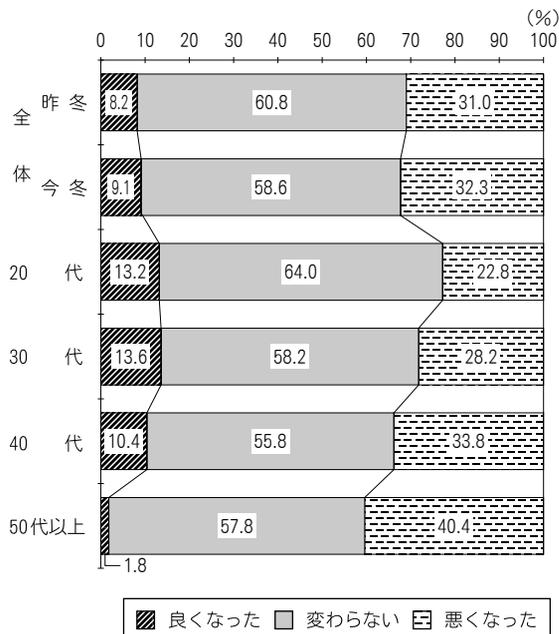
家計上の悩みは「物価上昇」が1位

家計上の悩み（3項目選択）は、「物価上昇」が最も多く、以下、「収入の伸び悩み」、「税金等負担増」と続いた。

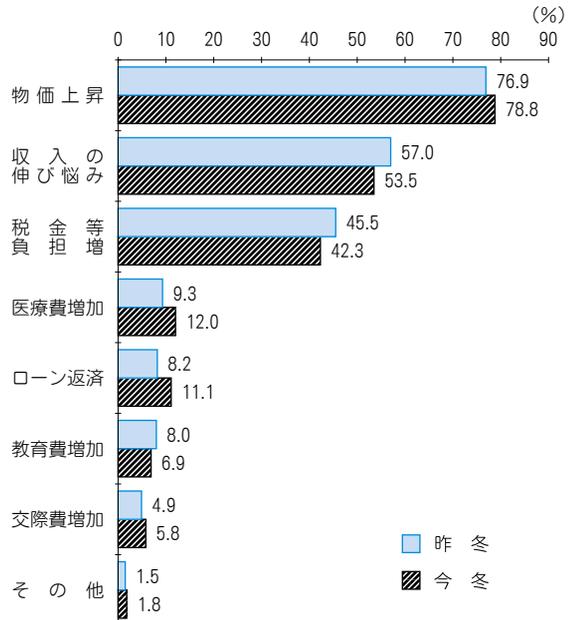
このうち「物価上昇」は、食料品や光熱費など生活関連の物価が依然上昇傾向にあるほか、外食などのサービスでも値上げがみられており、昨冬（76.9%）から1.9ポイント上昇し78.8%となった。なお、この比率は、1989年の調査開始以降、最も高い水準となった。

昨冬と比較すると、比率が上昇した項目は「ローン返済」（+2.9ポイント）、「医療費増加」（+2.7ポイント）、「物価上昇」（+1.9ポイント）、「交際費増加」（+0.9ポイント）であった。一方、比率が低下した項目は「収入の伸び悩み」（△3.5ポイント）、「税金等負担増」（△3.2ポイント）、「教育費増加」（△1.1ポイント）であった。

暮らし向き



家計上の悩み（3項目選択）



2 今冬の買物計画

消費マインドは弱含み

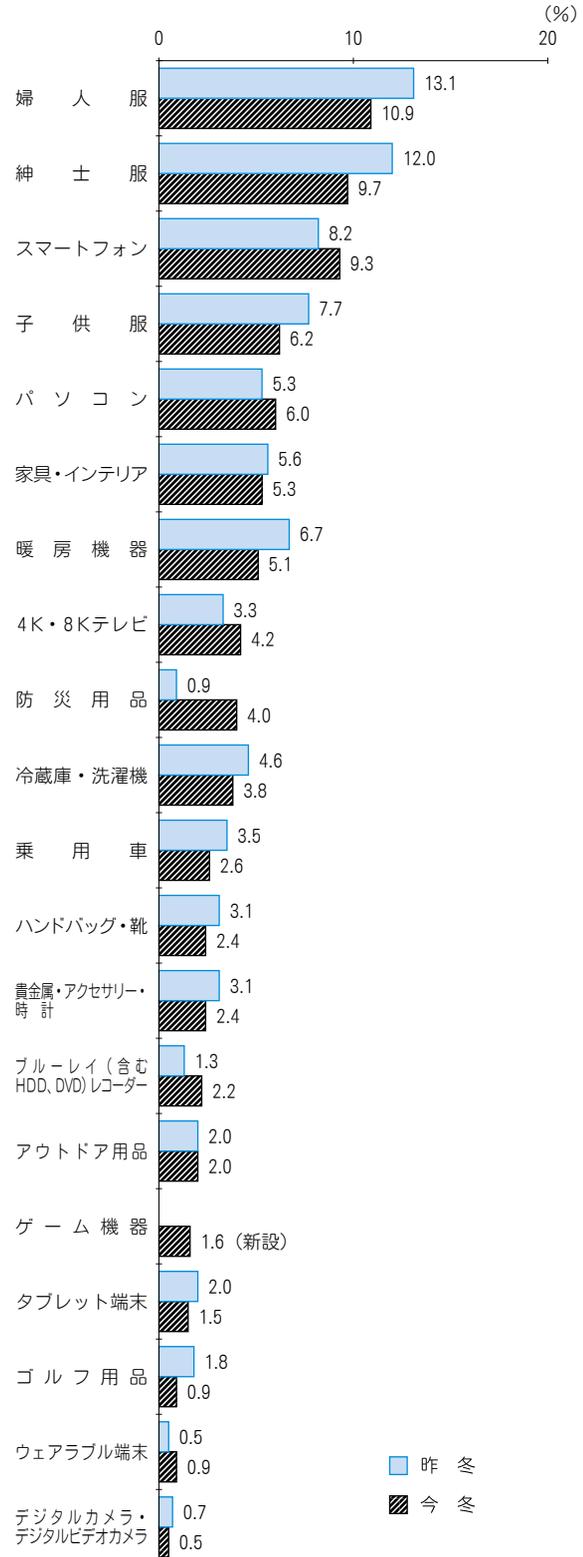
この冬購入したい商品（20品目について複数回答）は、「婦人服」が最多で、以下、「紳士服」、「スマートフォン」、「子供服」、「パソコン」と続いた。1位から4位までは順位に変動がなかったが、昨冬5位の「暖房機器」が7位に順位を落とした一方、同7位の「パソコン」が5位に順位を上げた。なお、今回新設した「ゲーム機器」は、16位にとどまった。

昨冬と比べて購入予定比率が上昇した品目をみると、「スマートフォン」、「パソコン」、「4K・8Kテレビ」、「防災用品」、「ブルーレイ（含むHDD、DVD）レコーダー」、「ウェアラブル端末」の6品目で、昨冬（10品目）と比べて4品目減少した。年初の能登半島地震や夏の台風、記録的な豪雨など、災害が相次いだことによる防災意識の高まりから、「防災用品」が3.1ポイントと比較的大きな上昇となった。それ以外の品目は上昇幅が1ポイント前後にとどまっており、消費マインドはやや弱含んでいる様子が窺われる。

衣料品の購入予定比率が低下

購入予定比率が低下した品目は、「婦人服」、「紳士服」、「子供服」、「家具・インテリア」、「暖房機器」、「冷蔵庫・洗濯機」、「乗用車」、「ハンドバッグ・靴」、「貴金属・アクセサリ・時計」、「タブレット端末」、「ゴルフ用品」、「デジタルカメラ・デジタルビデオカメラ」の12品目（昨冬10品目）となった。特に、「紳士服」（△2.3ポイント）、「婦人服」（△2.2ポイント）、「子供服」（△1.5ポイント）など、定番品である衣料品の低下が目立った。

主要商品の購入予定状況（複数回答）



購入予定先はインターネットが1位

この冬購入したい商品の購入予定先（複数回答）は、「インターネット通販」が最も多く、以下、「家電量販店」、「一般小売店」、「スーパー・ショッピングセンター」、「ホームセンター」と続いた。

昨冬と比較すると「家電量販店」、「ホームセンター」の比率が上昇した一方、「インターネット通販」、「一般小売店」、「スーパー・

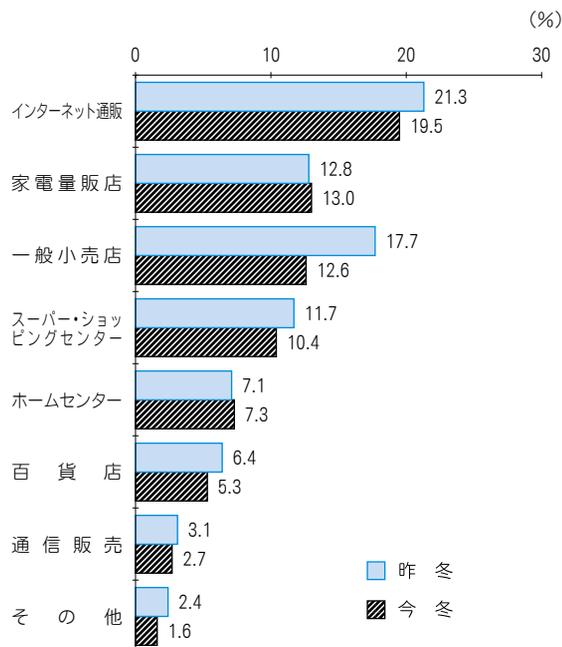
ショッピングセンター」、「百貨店」、「通信販売」などの比率が低下した。特に「一般小売店」は5.1ポイントと比較的大きな下落幅となった。

なお、「インターネット通販」は2020年冬の調査以降、5期連続で1位となっている。スマートフォンが幅広い年代に普及するなかで、インターネットショッピングが買い物の主要チャネルとして定着している様子が窺われる。

今冬購入予定の商品ベスト5

	全体	20代	30代	40代	50代以上
1位	婦人服	婦人服	婦人服	紳士服	スマートフォン
2位	紳士服	スマートフォン	子供服	婦人服、 暖房機器 (同順位)	紳士服、 パソコン (同順位)
3位	スマートフォン	紳士服	スマートフォン		
4位	子供服	子供服	紳士服	スマートフォン	婦人服
5位	パソコン	パソコン、 家具・インテリア、 ハンドバッグ・靴 (同順位)	4K・8Kテレビ、 防災用品 (同順位)	子供服	冷蔵庫・ 洗濯機

購入予定の店舗（複数回答）



3 おけいご事、塾・サークル

参加したいおけいご事は「料理」が1位

参加したいおけいご事や塾・サークル（複数回答）は、「料理」が1位となり、以下、「ビジネス・キャリアアップ講座」、「楽器」、「パソコン・プログラミング」、「ダンス・フィットネス等」、「外国語会話」の順となった。

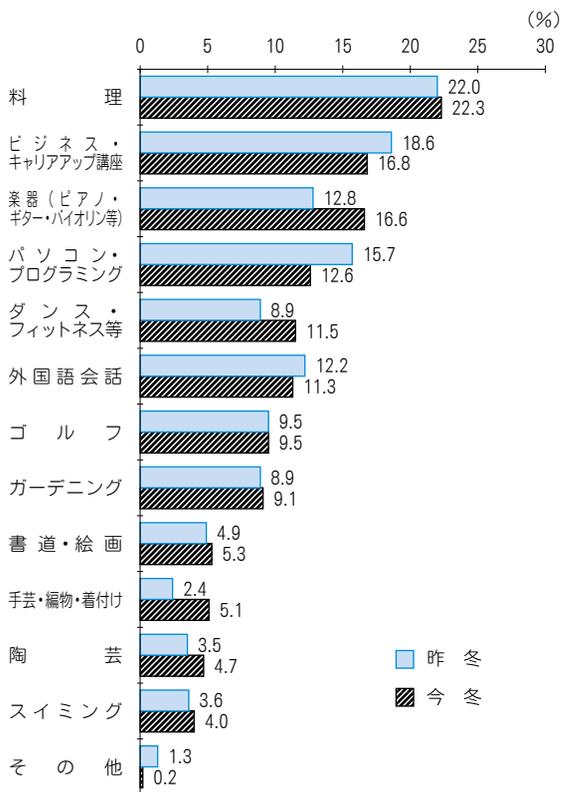
昨冬と比較すると、1位、2位に順位の変動はなかった。「楽器」が4位から3位に順位を上げた一方、「パソコン・プログラミング」は3位から4位に順位を下げた。また、「ダンス・フィットネス等」が8位から5位に順位を上げた一方、「外国語会話」、「ゴルフ」、「ガーデニング」は昨冬の5、6、7位から順位を一

つずつ下げた。

回答比率をみると、「楽器」、「手芸・編物・着付け」、「ダンス・フィットネス等」などの比率が上昇した一方、「パソコン・プログラミング」、「ビジネス・キャリアアップ講座」、「外国語会話」などの比率は低下した。

年代別にみると、1位は20代、30代、40代が「料理」、50代以上が「楽器」となっている。2位は20代が「楽器」、30代、40代が「ビジネス・キャリアアップ講座」、50代以上が「料理」となっている。

やってみたいおけいご事、塾・サークル
（複数回答）



やってみたいおけいご事、塾・サークル
（複数回答）

	全体 (%)	20代 (%)	30代 (%)	40代 (%)	50代以上 (%)
料理	22.3	30.7	22.7	22.7	15.5
ビジネス・キャリアアップ講座	16.8	20.2	20.0	20.2	8.7
楽器（ピアノ・ギター・バイオリン等）	16.6	22.8	14.5	14.1	16.1
パソコン・プログラミング	12.6	10.5	12.7	14.1	12.4
ダンス・フィットネス等	11.5	16.7	15.5	11.7	5.0
外国語会話	11.3	12.3	12.7	11.0	9.9
ゴルフ	9.5	10.5	10.0	11.0	6.8
ガーデニング	9.1	6.1	9.1	6.1	14.3
書道・絵画	5.3	7.9	3.6	5.5	4.3
手芸・編物・着付け	5.1	9.6	6.4	4.3	1.9
陶芸	4.7	7.9	0.9	4.3	5.6
スイミング	4.0	6.1	2.7	4.3	3.1
その他	0.2	0.9	0.0	0.0	0.0

4 貯蓄

平均貯蓄額は494万円

現在の貯蓄額の平均額は494万円（昨冬507万円）で、昨冬と比べて13万円減少した。年代別に貯蓄額の平均額をみると、20代が269万円（昨冬比△18万円）、30代が432万円（同△69万円）、40代が517万円（同+11万円）、50代以上が671万円（同+6万円）となっている。

貯蓄額の分布をみると、「100万円以下」が最多で、以下、「101万円～200万円」、「201万円～300万円」・「2,001万円以上」（同順位）、「401万円～500万円」の順となった。

利用している金融商品（複数回答）は、「銀行預金」が79.4%と最も多く、以下、「ゆうちょ銀行貯金」、「生命保険」、「投資信託」、「個人年金」、「株式」の順となった。

年代別に利用率をみると、「銀行預金」は20代、30代で7割超、40代以上で8割超となっている。また、「株式」と「生命保険」、「外貨預金」は年代が高いほど利用率が上昇している。

今後増やしたい金融商品も「銀行預金」が最多

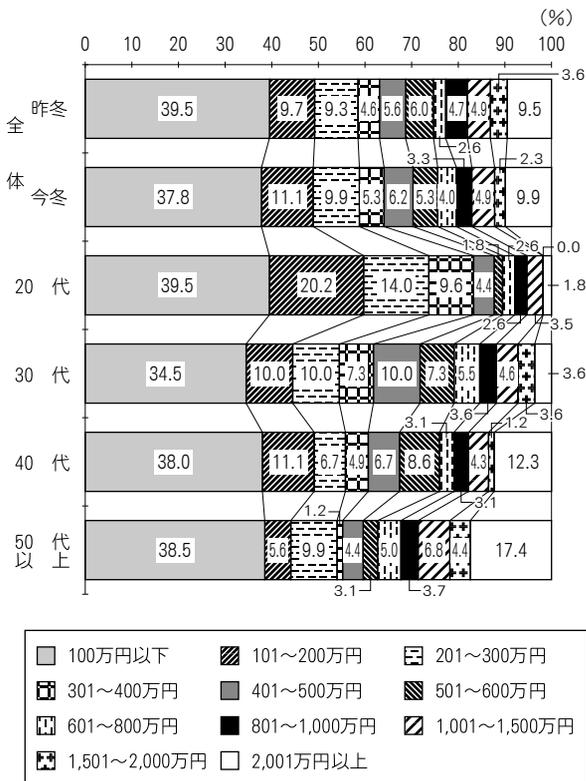
今後増やしたい金融商品（複数回答）は「銀行預金」が最多で、以下、「投資信託」、「ゆうちょ銀行貯金」、「株式」、「個人年金」の順となった。

年代別にみると、1位と2位は各年代とも「銀行預金」、「投資信託」の順で、3位は20代、30代、40代が「ゆうちょ銀行貯金」、50代以上が「株式」となった。

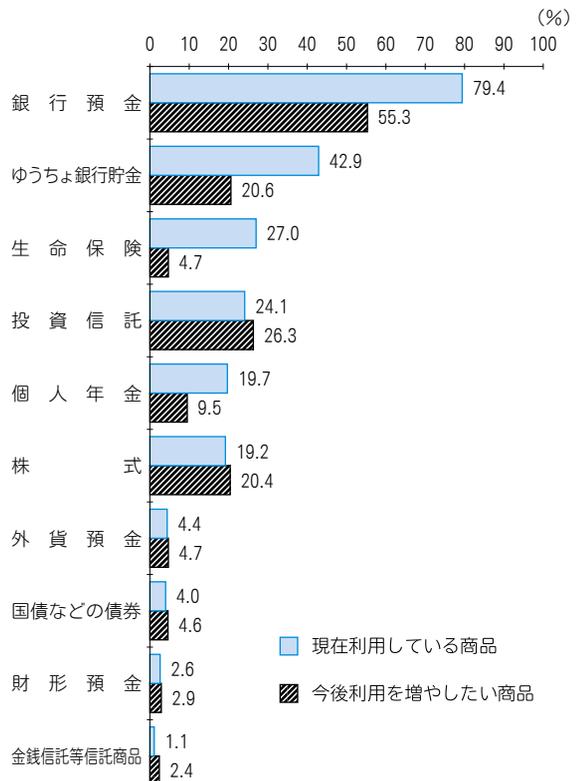
貯蓄をする際重視する点（3項目選択）は、「元金の保証があり安心」が最多で、以下、「利回りが良い」、「預け入れ引き出しが自由」、「値上がり期待できる」、「利用機関が自宅から近い」の順となった。なお、今回新設した「利用金融機関の利便性が高い」は6位となっている。

年代別にみると、1位は20代、50代以上が「元金の保証があり安心」、30代が「利回りが良い」、40代は「元金の保証があり安心」・「利回りが良い」（同順位）となった。2位は、20代、30代で「預け入れ引き出しが自由」、50代以上で「利回りが良い」となっている。

現在の貯蓄額

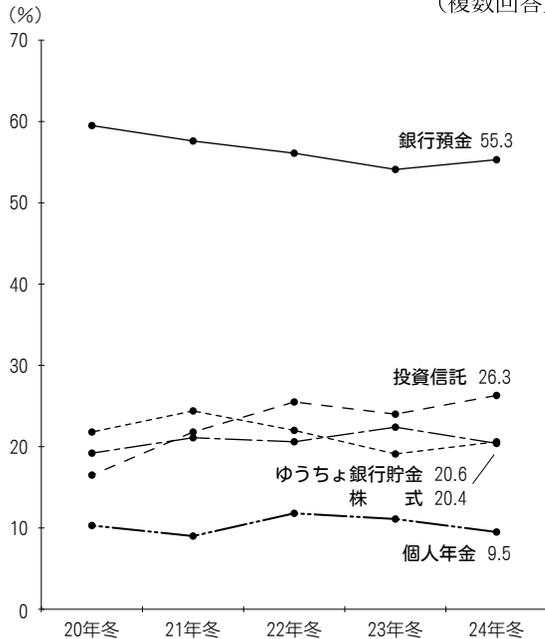


金融商品の利用（複数回答）



5 ローン等の利用

今後利用を増やしたい金融商品の推移
(複数回答)



平均借入額は1,159万円

ローン等の利用状況を見ると、利用者は28.1%で、平均借入額は1,159万円となった。

利用目的(複数回答)は、「土地・住宅の購入」が最も多く、以下、「自動車・家電品の購入」、「教育資金以外の生活資金」と続いた。

昨冬と比較すると、利用者の比率は0.7ポイント低下したものの、平均借入額は140万円増加した。また、利用目的では、「土地・住宅の購入」、「子や孫などへの教育資金」、「自動車・家電品の購入」、「教育資金以外の生活資金」の比率が上昇した一方、「自分の教育資金・自己啓発の資金」、「旅行・レジャー」の比率は低下した。

借入先(複数回答)は、「銀行(メガバンク・地方銀行)」が最も多く、以下、「月賦・クレジット会社」、「銀行以外の金融機関」、「ネット銀行」の順となった。昨冬と比較すると、「銀行(メガバンク・地方銀行)」、「銀行以外の金融機関」の比率が上昇した一方、「ネット銀行」、「月賦・クレジット会社」、「政府系金融機関」は低下した。

これらを年代別にみると、ローン利用者の割合は、40代が最も高く、以下、50代以上、30代、20代の順となり、平均借入額は、20代が1,411万円、30代が1,885万円、40代が1,030万円、50代以上が807万円となった。

また、利用目的はすべての年代で「土地・住宅の購入」が、借入先もすべての年代で「銀行(メガバンク・地方銀行)」が最多となっている。

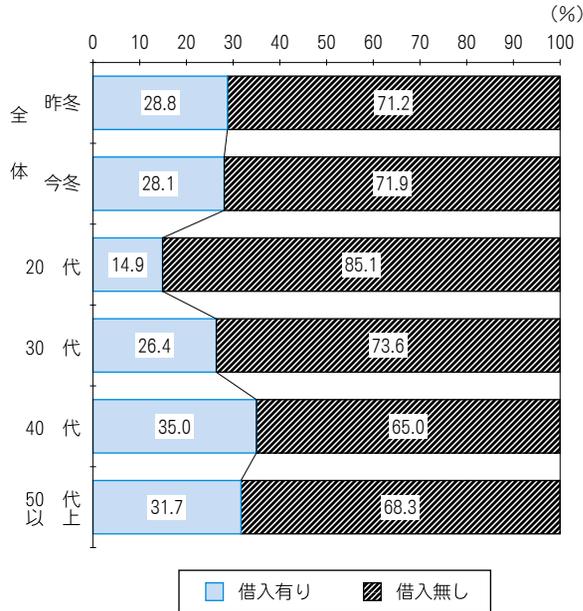
なお、借入先で今回新設した「日本学生支援機構」は、全体では5位であったものの、20代では2位と上位に入っている。

貯蓄する際重視する点(3項目まで選択)
(%)

	全体	20代	30代	40代	50代以上	昨冬順位
元金の保証があり安心	44.7	41.2	41.8	39.9	54.0	1
利回りが良い	43.6	38.6	57.3	39.9	41.6	2
預け入れ引き出しが自由	39.1	39.5	43.6	37.4	37.3	3
値上がりできる	26.3	28.1	21.8	33.7	20.5	4
利用金融機関が自宅から近い	11.3	15.8	9.1	13.5	7.5	5
利用金融機関の利便性が高い	8.0	9.6	8.2	8.6	6.2	(新設)
利用金融機関のサービスが良い	7.3	12.3	7.3	7.4	3.7	6
利用金融機関に友人、知人がいる	5.5	6.1	9.1	5.5	2.5	9
勤務先が利用金融機関と取引している	3.1	1.8	2.7	6.1	1.2	7
利用金融機関が勤務先から近い	2.7	5.3	0.9	2.5	2.5	7
その他	2.4	0.9	1.8	3.7	2.5	-

6 冬季ボーナス

ローン等の利用状況



手取り予想額は減額が増額を上回る

昨冬と比べた今冬のボーナス（手取り額）の予想は、「増えそう」が12.7%、「減りそう」が19.3%となり、引き続き「減りそう」が「増えそう」を上回った。

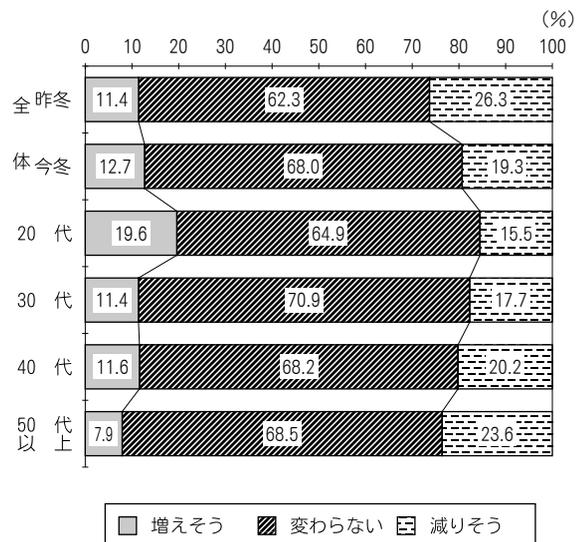
両比率の差（「増えそう」－「減りそう」）は△6.6で、昨冬の△14.9から8.3ポイント縮小している。長引く物価高を背景に家計の負担が増している状況のなか、企業で賃金など労働条件の改善を図る動きが広がっており、勤労者のボーナスに対する厳しい見方も緩和されてきている。

なお、年代別にみると、30代以上で「減りそう」の比率が「増えそう」の比率を上回った一方、20代は「増えそう」の比率が「減りそう」の比率を上回っている。また、昨冬との比較では、すべての年代で「減りそう」の比率が低下している。

ローン等の借入先・利用目的（複数回答）

		全体	20代	30代	40代	50代以上
利 用 目 的	土地・住宅の購入	53.2	64.7	58.6	52.6	47.1
	自動車・家電品の購入	27.9	29.4	34.5	29.8	21.6
	教育資金以外 の生活資金	12.3	11.8	10.3	10.5	15.7
	子や孫などへの 教育資金	10.4	5.9	6.9	14.0	9.8
	旅行・レジャー	5.8	0.0	0.0	3.5	13.7
	自分の教育資金・ 自己啓発の資金	3.2	5.9	6.9	1.8	2.0
	その他	8.4	0.0	13.8	5.3	11.8
	借 入 先	銀行（メガバンク・ 地方銀行）	59.7	58.8	55.2	63.2
月賦・クレジット会社	24.0	17.6	27.6	24.6	23.5	
銀行以外の金融機関	13.0	11.8	17.2	10.5	13.7	
ネット銀行	11.0	0.0	10.3	10.5	15.7	
住宅金融支援機構等 政府系金融機関	5.8	0.0	6.9	7.0	5.9	
日本学生支援機構（新設）	5.8	23.5	6.9	5.3	0.0	
その他	1.9	0.0	3.4	1.8	2.0	

冬季ボーナス増減予想



平均手取り予想額は39万7千円

手取り予想額は、「1～20万円」が最も多く、以下、「21～30万円」・「31～40万円」（同順位）、「41～50万円」の順となった。

また、平均手取り予想額は39万7千円（昨冬37万9千円）で、昨冬と比べて1万8千円の増加となった。

年代別にみると、20代が31万6千円、30代が34万7千円、40代が44万7千円、50代以上が45万7千円となっている。

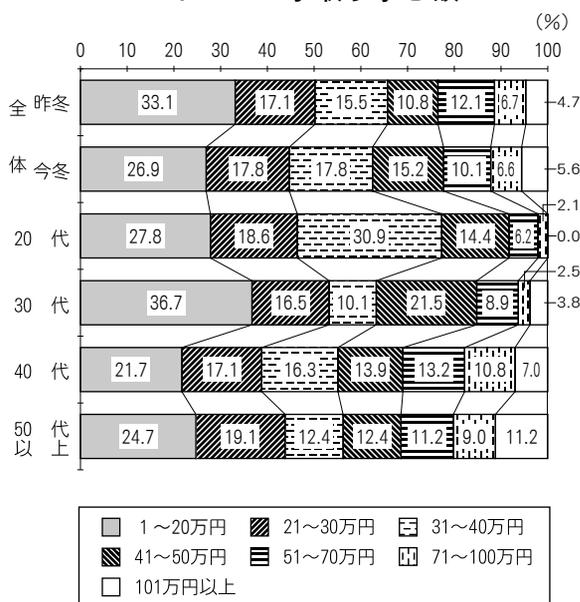
「貯蓄」の優位姿勢は変わらず

ボーナスの使いみちは、「貯蓄」の比率が最も高く、以下「買物」、「生活費の補填」、「旅行・レジャー」、「ローン返済」、「教育費」の順となった。

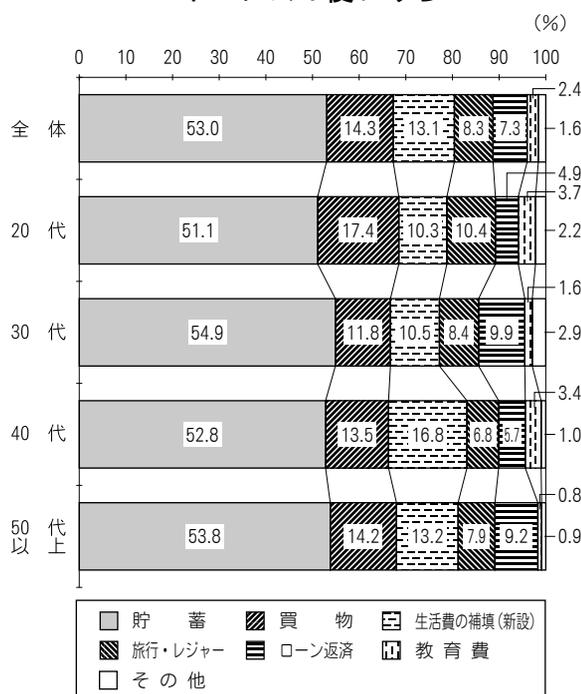
年代別にみると、すべての年代で「貯蓄」の比率が5割を超えて1位となっており、依然として、将来の不安に備えて貯蓄を行う動きがみられる。2位は20代、30代、50代以上が「買物」、40代が「生活費の補填」となった。3位は20代が「旅行・レジャー」、30代、50代以上が「生活費の補填」、40代は「買物」となっている。

なお、今回新設した「生活費の補填」は、すべての年代で2桁の比率となっており、長引く物価高を反映して、ボーナスで毎月の収入不足を補おうとする動きが窺われる。

ボーナス手取り予想額



ボーナスの使いみち



7 お歳暮

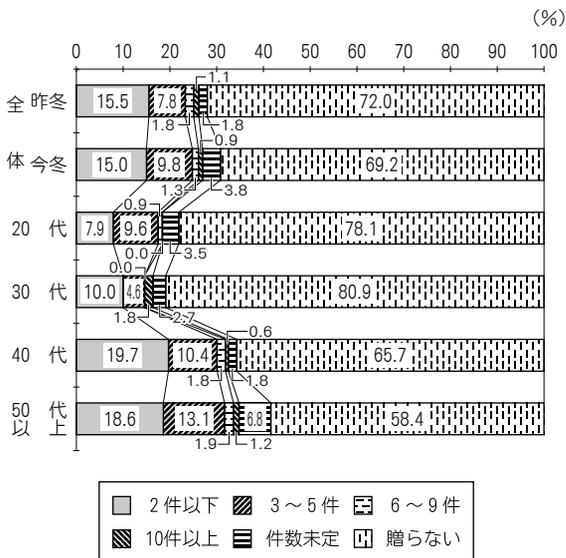
贈る件数は平均 2.7 件

今冬、お歳暮を贈る予定のある人は30.8%で、昨冬（28.0%）と比べて2.8ポイント上昇した。

贈る件数は「2件以下」が最も多く、以下、「3～5件」、「件数未定」、「6～9件」、「10件以上」の順で、平均贈答件数は2.7件となった。

年代別にみると、贈る予定のある人は、20代が21.9%、30代が19.1%、40代が34.3%、50代以上が41.6%となっており、平均贈答件数は、20代が2.7件、30代が3.3件、40代が2.6件、50代以上が2.4件となった。

お歳暮を贈る件数



平均単価は4,108円、平均予算は11,092円

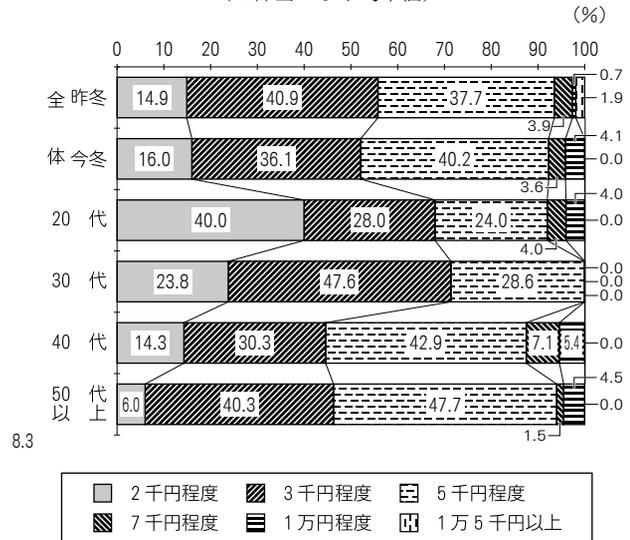
1件あたりの単価は、「5,000円程度」が40.2%と最も多く、次いで「3,000円程度」が36.1%となっており、この両者で7割超を占めた。

また、平均単価は4,108円（昨冬3,909円）、平均予算総額は11,092円（昨冬10,555円）となった。

なお、年代別の平均単価は、20代が3,813円、30代が4,340円、40代が4,010円、50代以上が4,302円となっており、平均予算総額は、各々10,294円、14,322円、10,427円、10,326円となった。

お歳暮の相場

（1件当たり平均単価）



「ハム・ソーセージ」がトップ

お歳暮に贈りたい商品（5品目まで選択）は、「ハム・ソーセージ」が最多で、以下、「お菓子・スイーツ」・「ビール（含むビール券、以下同じ）」（同順位）、「直送生鮮品」、「お茶・コーヒー」の順となった。

年代別にみると、1位は20代が「お菓子・スイーツ」、30代、40代は「ハム・ソーセージ」、50代以上は「ハム・ソーセージ」・「ビール」・「直送生鮮品」（同順位）であった。また、2位は、20代が「ハム・ソーセージ」、30代が「食用油」、40代が「お菓子・スイーツ」となった。

お歳暮に贈りたい商品ベスト5

順位	20代	30代	40代	50代以上
1	お菓子・スイーツ	ハム・ソーセージ	ハム・ソーセージ	ハム・ソーセージ、ビール（含むビール券）、直送生鮮品（同順位）
2	ハム・ソーセージ	食用油	お菓子・スイーツ	
3	煮 貝	お茶・コーヒー、調味料（同順位）	ビール（含むビール券）	お菓子・スイーツ
4	ビール（含むビール券）、お茶・コーヒー（同順位）		直送生鮮品	
5	ビール（含むビール券）ほか5品目（同順位）	煮 貝	調味料、果物（同順位）	

8 冬休み、年末・年始の過ごし方

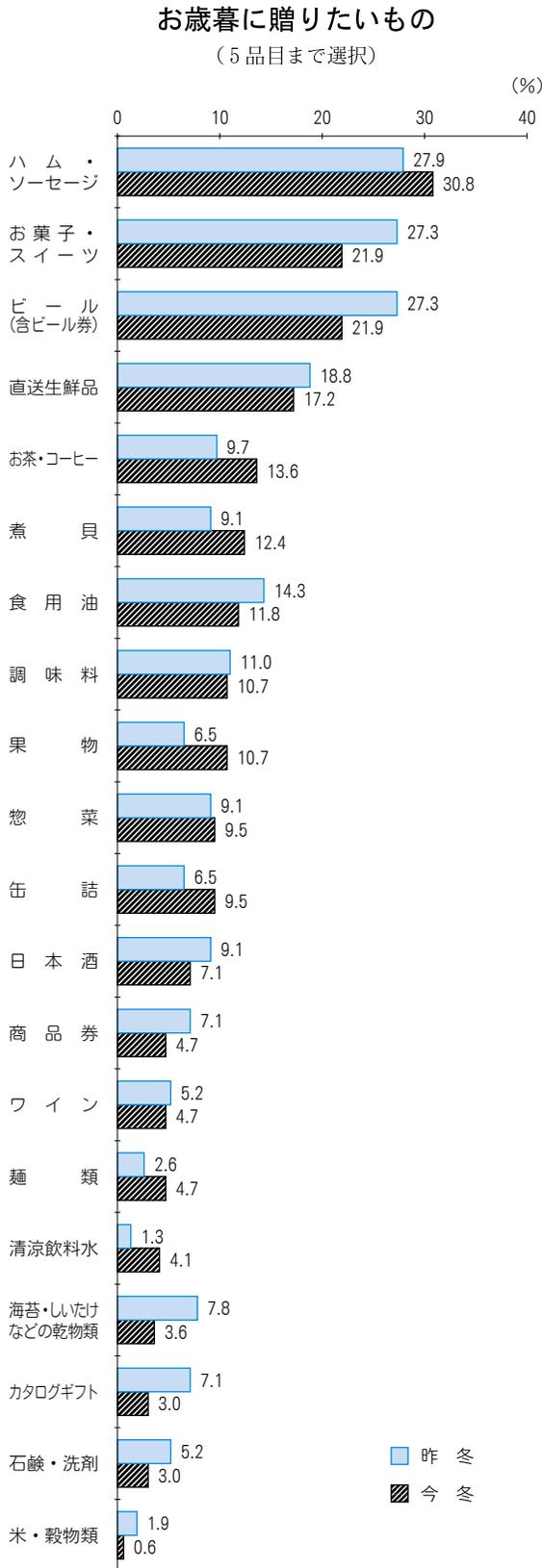
外出を控える傾向が強まる

冬休み、年末・年始の過ごし方（複数回答）は、「日帰り旅行」が最多を占めた。以下、「国内宿泊旅行」、「帰郷」、「スポーツ・健康づくり」、「海外旅行」の順となった。なお、「特に予定なし」は60.2%となった。

昨冬と比較すると、「帰郷」が4.8ポイント、「日帰り旅行」が2.5ポイント、「国内宿泊旅行」が1.6ポイント低下した一方、「特に予定なし」が5.2ポイント上昇し、「スポーツ・健康づくり」も0.8ポイントとわずかな上昇にとどまるなど、長引く物価高の影響から外出を控える傾向が強まっている様子が窺われる。

年代別でも、「特に予定なし」を除いた場合、すべての年代で全体と同様の順位となった。昨冬と比較すると、20代、40代では「日帰り旅行」の低下、30代では「帰郷」、「国内宿泊旅行」の低下が、50代以上では「日帰り旅行」の上昇が目立っている。

なお、「国内宿泊旅行」の宿泊日数をみると、「1泊」が51.7%、「2泊」が34.5%、「3泊」が8.0%で、平均宿泊日数は1.7日となった。



(特別調査)

NISA・賃上げ関連

本調査では、NISA（少額投資非課税制度）の認知、利用状況等と賃上げの状況について伺った。

NISAの認知度は7割弱

NISAの認知状況については、「知っている」が68.1%、「知らない」が31.9%となった。年代別にみると、40代で「知っている」が69.3%と最も高く、以下、30代が69.1%、20代が68.4%、50代以上が65.8%となっている。

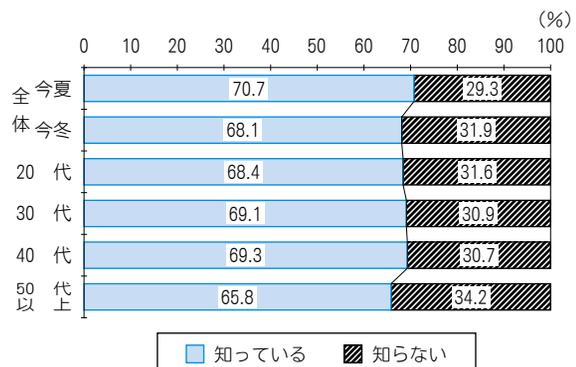
利用状況については、「開設し、投資している」が42.9%、「開設だけしている」が8.6%と、口座を開設している人は半数を超えている。一方、「開設していない」は48.5%となっている。

開設先の金融機関については、「ネット証券会社」が60.4%で最多となっており、以下「地方銀行」（17.7%）、「大手銀行・信託銀行」（14.1%）、「店舗型証券会社」（6.8%）の順となった。今夏と比較すると、「店舗型証券会社」が3.1ポイント、「大手銀行・信託銀行」が1.3ポイント低下した一方、「地方銀行」が4.1ポイント、「ネット証券会社」が0.2ポイント上昇した。年代別にみると、すべての年代で「ネット証券会社」が最多となっている。

NISAを利用しない理由（複数回答）については、「投資するお金がないから」が34.7%で最多となった。以下、「制度の内容がよくわからないから」（28.6%）、「損をしたくないから」（23.0%）、「投資をするつもりがないから」（18.3%）の順となっている。

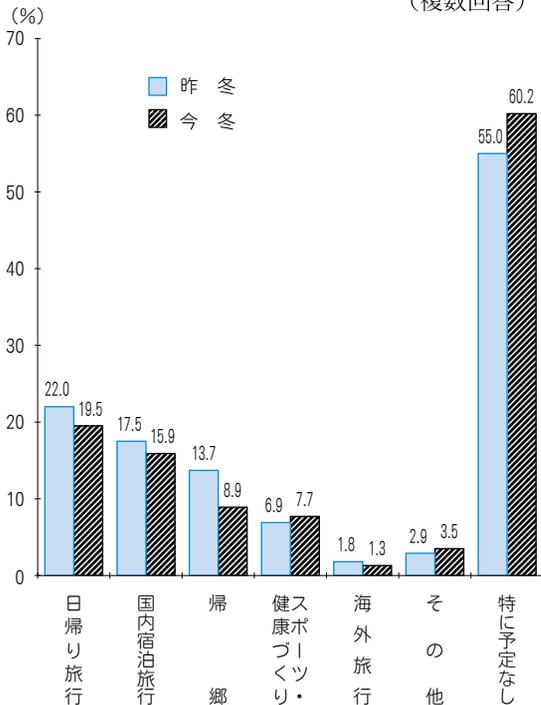
年代別にみると、20代と40代は「制度の内容がよくわからないから」が最多となっており、30代と50代以上は「投資するお金がないから」が最多となっている。

NISAの認知度



冬休み、年末・年始の過ごし方

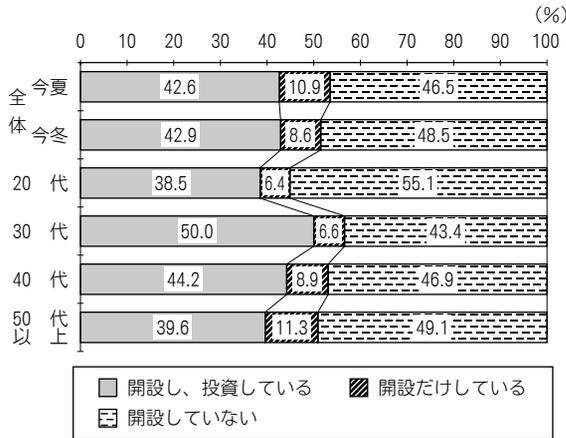
(複数回答)



冬休み、年末・年始の過ごし方 (複数回答) (%)

	全体	20代	30代	40代	50代以上
日帰り旅行	19.5	22.8	21.8	19.0	16.1
国内宿泊旅行	15.9	21.9	18.2	14.7	11.2
帰郷	8.9	11.4	10.9	9.2	5.6
スポーツ・健康づくり	7.7	10.5	7.3	8.6	5.0
海外旅行	1.3	0.9	1.8	0.6	1.9
その他	3.5	3.5	3.6	3.7	3.1
特に予定なし	60.2	51.8	57.3	58.9	69.6

NISA の利用状況



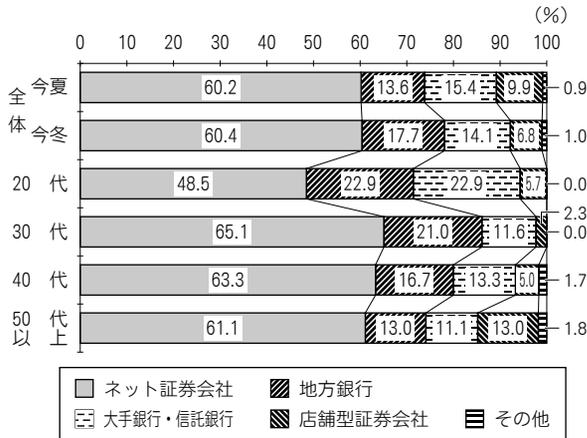
2割の先で定例給与が増加

定例給与を受け取っている勤労者の、昨年と比べた定例給与（時間外手当、ボーナスを除く）の水準については、「増えている」が20.4%、「変わらない」が61.7%、「減っている」が16.1%となった。

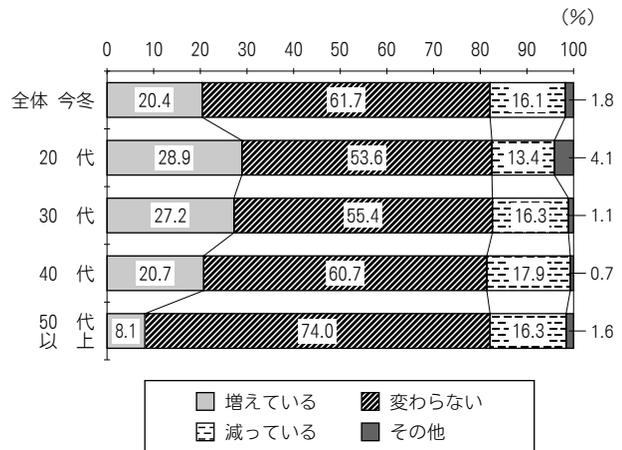
「増えている」の回答を年代別に見ると、20代が28.9%と最も高く、以下、30代が27.2%、40代が20.7%、50代以上が8.1%となっている。

定例給与増加の理由については、「定期昇給」が46.2%、「ベースアップ」が28.2%、「定期昇給とベースアップ」が17.9%となった。合算すると全体の64.1%が定期昇給で、46.1%がベースアップにより定例給与が増加している。

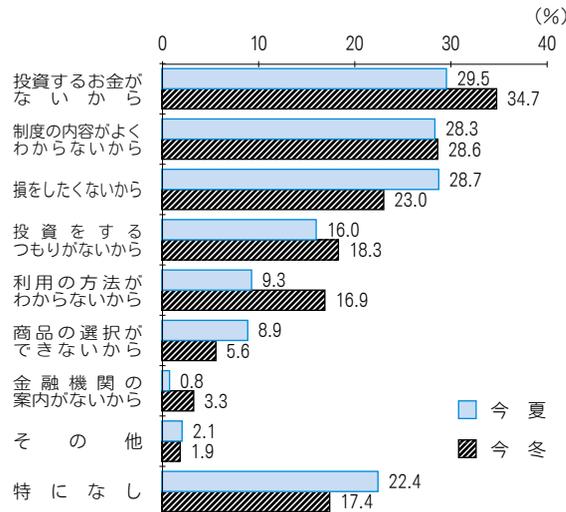
NISA の開設先



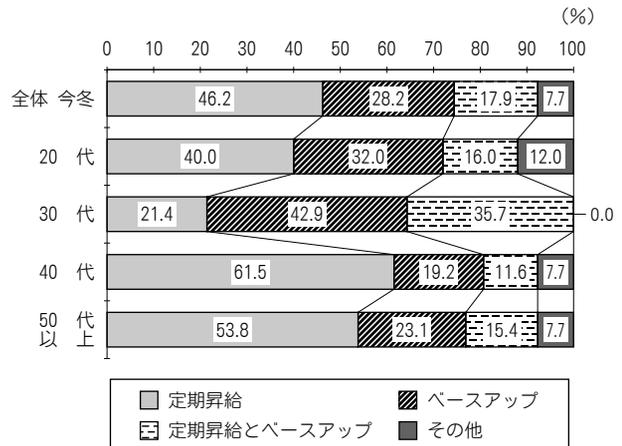
定例給与の水準



NISA を利用しない理由 (複数回答)



定例給与の増加理由



ご利用
無料



便利を tap! ユビサキ Bank

山梨中銀アプリ

Yamanashi Chuo Bank

銀行の手続き、アプリでできました。



平野美宇 選手
(木下グループ所属)



SPORTING BEARS
©23 SANRIO CO., LTD. APPROVAL No. L641417

お金の管理、スマートに!

ダウンロードはコチラ



山梨中銀アプリ

検索



くわしくは山梨中央銀行の窓口
またはフリーダイヤルへどうぞ

ふ れ あ い ハ ロ ー に
0120-201862

照会コード
2

山梨中央銀行

<https://www.yamanashibank.co.jp/>

15

- 発行/山梨中央銀行
- 編集/山梨中銀経営コンサルティング 〒400-0031 甲府市丸の内一丁目20番8号 TEL (055) 224-1032
山梨中央銀行 URL: <https://www.yamanashibank.co.jp/>

世界遺産

