

2025. **12**
No. **237**

調査レポート

県内勤労者の消費・貯蓄動向 ～第74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		9
7	お歳暮		11
8	冬休み、年末・年始の過ごし方		12
(特別調査) 賃上げ・物価上昇関連			 13

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10.8%、「悪くなった」が31.7%、「変わらない」が57.5%。「良くなった」から「悪くなった」を引いた差は△20.9。昨冬と比べて若干の改善がみられるものの、回答者の3割超が「悪くなった」としており、回復実感の乏しい状況が続いている。
- 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. 今冬の買物計画

- この冬購入したい商品は、「婦人服」・「紳士服」（同率）、「スマートフォン」、「暖房機器」、「子供服」の順。
- 昨冬比で購入予定比率が上昇した品目は17品目。初任給の引上げや賃上げの実施など所得環境が改善するなか、消費マインドはやや改善。一方、低下した品目は3品目。
- 購入予定先は「インターネット通販」、「一般小売店」、「家電量販店」、「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位はすべての年代で「料理」、2位は20代が「ビジネス・キャリアアップ講座」・「楽器」（同率）、30代、40代が「ビジネス・キャリアアップ講座」、50代以上が「外国語会話」・「ガーデニング」（同率）。

4. 貯 蓄

- 平均貯蓄額は543万円で、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」、「株式」、「ゆうちょ銀行貯金」の順。
- 貯蓄する際重視する点は「利回りが良い」が最多で、以下、「元金の保証があり安心」、「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24.3%で、平均借入額は1,207万円。
- 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」、「自分の教育資金・自己啓発の資金」の順。
- 借入先は「銀行（メガバンク・地方銀行）」が最も多く、以下、「銀行以外の金融機関」、「月賦・クレジット会社」、「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△1.4と、昨冬の△6.6から縮小。勤労者のボーナスに対する厳しい見方が緩和。
- 平均手取り予想額は39万4千円。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27.5%。贈る件数は「2件以下」が最も多く、平均贈答件数は3.2件。
- 1件あたりの単価は、「5,000円程度」が最多で、平均単価は4,400円、平均予算総額は14,080円。

- 贈りたい商品は「お菓子・スイーツ」が最多で、以下、「ハム・ソーセージ」、「ビール（含むビール券）」、「直送生鮮品」、「食用油」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1.9日。

（特別調査）賃上げ・物価上昇関連

賃上げの状況、物価上昇に伴う家計への影響について調査を実施。

- 昨年と比べた定例給与の水準については、「増えそう」が20.4%、「変わらない」が65.3%、「減りそう」が12.4%。
- 定例給与増加の理由については、「定期昇給」が42.3%、「定期昇給とベースアップ」が30.9%、「ベースアップ」が22.7%。
- 昨年と比べた1か月の家計負担の増加額については、「5,000円以上10,000円未満増加」が最多で、6割以上が昨年に比べ家計負担が増加したと回答。
- 主に増加した項目については、「食費」が最多で、以下、「燃料費（ガソリン代）」、「水道・光熱費」、「外食費」の順。
- 昨年と比べ、物価がどの程度上昇しているかについては、「5～10%未満」が最多。

● 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 593 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：2025 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	123人	20.7%
	30 代	135	22.8
	40 代	168	28.3
	50 代 以 上	167	28.2
家 族	既 婚	331	55.8
	未 婚	262	44.2
性 別	男 性	407	68.6
	女 性	186	31.4
合 計		593	100.0

（参考） 前回（2024 年冬季）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

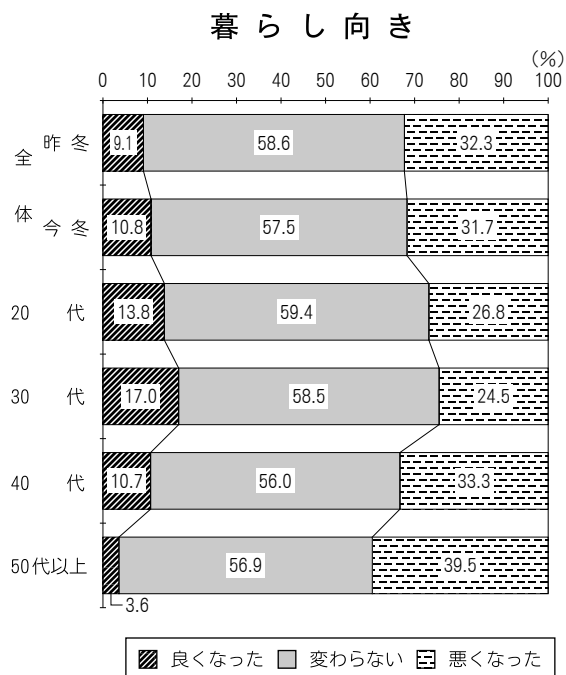
1 家計の状況

暮らし向きは回復実感の乏しい状況

1年前と比べた暮らし向きは、「良くなった」が10.8%、「悪くなった」が31.7%、「変わらない」が57.5%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△20.9となり、昨冬比では2.3ポイント改善した。

県内勤労者の暮らし向きは、昨冬と比べて若干の改善がみられるものの、回答者の3割超が「悪くなった」としており、回復実感の乏しい状況が続いている。物価上昇や米国の通商政策などを背景に県内景気が足踏みしていることも影響していると考えられる。

年代別にみると、「良くなった」から「悪くなった」を引いた差は20代が△13.0、30代が△7.5、40代が△22.6、50代以上が△35.9となっている。賃上げなど所得環境の改善が進んでいるが、若い世代に手厚い傾向がみられる。一方で、中高年層は住宅ローン返済や教育費など生活費負担が重く、若年層と比べると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。

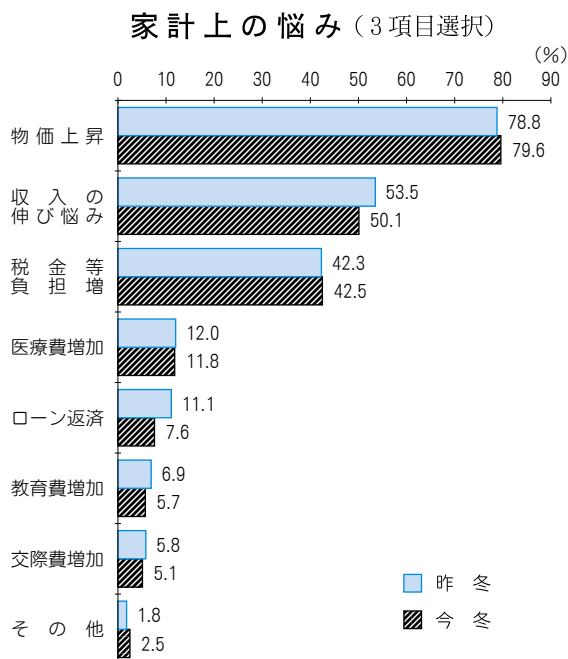


家計上の悩みは「物価上昇」が1位

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、79.6%と昨冬（78.8%）から0.8ポイントとわずかながらも上昇し、昨冬に引き続き1989年の調査開始以降の過去最高値を更新した。食料品や日用品、光熱費など生活に関わる物価が依然上昇傾向にあることを背景に、物価の上昇が家計にとって大きな負担となっている様子が窺われる。

昨冬と比較すると、比率が上昇した項目は「物価上昇」（+0.8ポイント）、「税金等負担増」（+0.2ポイント）であった。一方、比率が低下した項目は「ローン返済」（△3.5ポイント）、「収入の伸び悩み」（△3.4ポイント）、「教育費増加」（△1.2ポイント）、「交際費増加」（△0.7ポイント）、「医療費増加」（△0.2ポイント）であった。



2 今冬の買物計画

消費マインドは改善

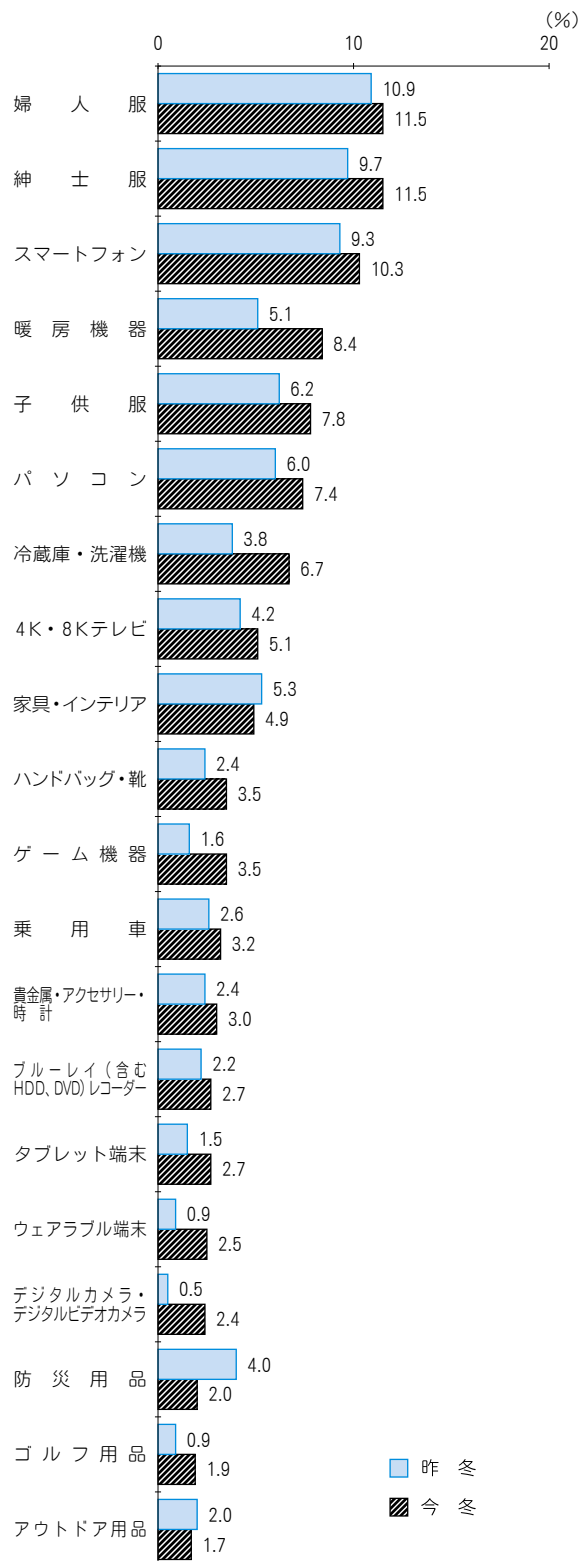
この冬購入したい商品（20品目について複数回答）は、「婦人服」・「紳士服」（同率）が最多で、以下、「スマートフォン」、「暖房機器」、「子供服」、「パソコン」と続いた。昨冬2位の「紳士服」が同率1位に順位を上げたほか、「暖房機器」が7位から4位に、「冷蔵庫・洗濯機」が10位から7位に順位を上げた。一方、昨冬4位の「子供服」、5位の「パソコン」がそれぞれ1つ順位を落とした。また、昨冬9位の「防災用品」は18位に順位を落とした。

昨冬と比べて購入予定比率が上昇した品目をみると、「暖房機器」、「冷蔵庫・洗濯機」、「ゲーム機器」、「デジタルカメラ・デジタルビデオカメラ」、「紳士服」、「子供服」、「ウェアラブル端末」など17品目で、昨冬（6品目）と比べて11品目増加した。長引く物価高により節約志向が強まっている一方で、初任給の引上げや賃上げの実施など所得環境が改善するなか、メリハリをつけた消費への意欲が窺われる。

防災用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、「防災用品」、「家具・インテリア」、「アウトドア用品」の3品目（昨冬12品目）となった。昨冬は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から「防災用品」が大幅に上昇したが、その反動で2.0ポイントと比較的大きなマイナスとなった。

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、「一般小売店」、「家電量販店」、「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」の比率が低下した一方、「インターネット通販」、「一般小売店」、「百貨店」、「スーパー・ショッピングセンター」、「通信販売」の比率は上昇した。

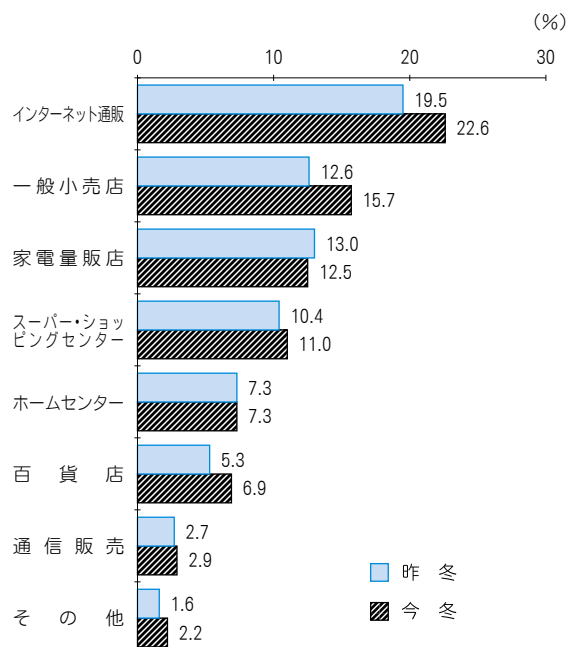
特に、「インターネット通販」、「一般小売店」は各々3.1ポイントと、比較的大きな上昇幅となった。

なお、「インターネット通販」は2020年冬の調査以降、6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、紳士服 (同順位)	婦人服	子供服	紳士服	パソコン
2位		スマートフォン	婦人服	スマートフォン、子供服 (同順位)	紳士服、暖房機器 (同順位)
3位	スマートフォン	紳士服	紳士服		
4位	暖房機器	暖房機器	スマートフォン、家具・インテリア (同順位)	婦人服	スマートフォン
5位	子供服	冷蔵庫・洗濯機、4K・8Kテレビ (同順位)		暖房機器	婦人服、4K・8Kテレビ (同順位)

購入予定の店舗（複数回答）



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

参加したいおけいこ事や塾・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」、「外国語会話」、「パソコン・プログラミング」、「ダンス・フィットネス等」の順となった。

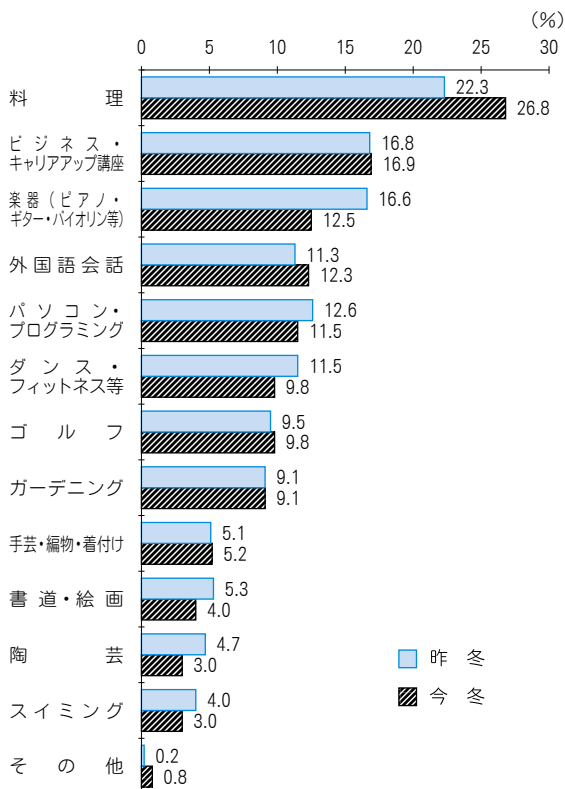
昨冬と比較すると、トップ3に順位の変動はなかった。「外国語会話」が6位から4位に順位を上げた一方、「パソコン・プログラミング」、「ダンス・フィットネス等」は昨冬の4、5位から順位を1つずつ下げた。また、「手芸・編物・着付け」と「書道・絵画」の順位が入れ替わった。

回答比率をみると、「料理」、「外国語会話」、

などの比率が上昇した一方、「楽器」、「ダンス・フィットネス等」、「陶芸」、「パソコン・プログラミング」、「スイミング」などの比率は低下した。

年代別にみると、すべての年代で1位は「料理」となっている。2位は20代が「ビジネス・キャリアアップ講座」・「楽器」（同率）、30代、40代が「ビジネス・キャリアアップ講座」、50代以上が「外国語会話」・「ガーデニング」（同率）となっている。

やってみたいおけいこ事、塾・サークル
（複数回答）



やってみたいおけいこ事、塾・サークル
（複数回答）

	全体	20代	30代	40代	50代以上
料理	26.8	28.5	35.6	25.6	19.8
ビジネス・キャリアアップ講座	16.9	18.7	25.2	19.0	6.6
楽器（ピアノ・ギター・バイオリン等）	12.5	18.7	11.9	11.9	9.0
外国語会話	12.3	13.8	17.0	8.3	11.4
パソコン・プログラミング	11.5	6.5	16.3	12.5	10.2
ダンス・フィットネス等	9.8	11.4	12.6	12.5	3.6
ゴルフ	9.8	14.6	5.9	10.1	9.0
ガーデニング	9.1	8.9	6.7	8.9	11.4
手芸・編物・着付け	5.2	6.5	8.9	3.0	3.6
書道・絵画	4.0	6.5	5.2	2.4	3.0
陶芸	3.0	4.9	1.5	0.6	5.4
スイミング	3.0	0.8	3.0	5.4	2.4
その他	0.8	0.0	0.7	0.6	1.8

4 貯蓄

平均貯蓄額は543万円

現在の貯蓄額の平均額は543万円（昨冬494万円）で昨冬と比べて49万円増加した。年代別に貯蓄額の平均額をみると、20代が263万円（昨冬比△6万円）、30代が575万円（同+143万円）、40代が599万円（同+82万円）、50代以上が667万円（同△4万円）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」、「2,001万円以上」、「201万円～300万円」、「1,001万円～1,500万円」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82.8%と最も多く、以下、「ゆうちょ銀行貯金」、「生命保険」、「投資信託」、「株式」、「個人年金」の順となった。昨冬と比較すると、「銀行預金」、「投資信託」、「株式」などの利用率が上昇した一方、「国債などの債券」などの利用率は低下した。

年代別に利用率をみると、「銀行預金」はすべての年代で8割以上となっている。

貯蓄で重視する点は「利回りが良い」が最多

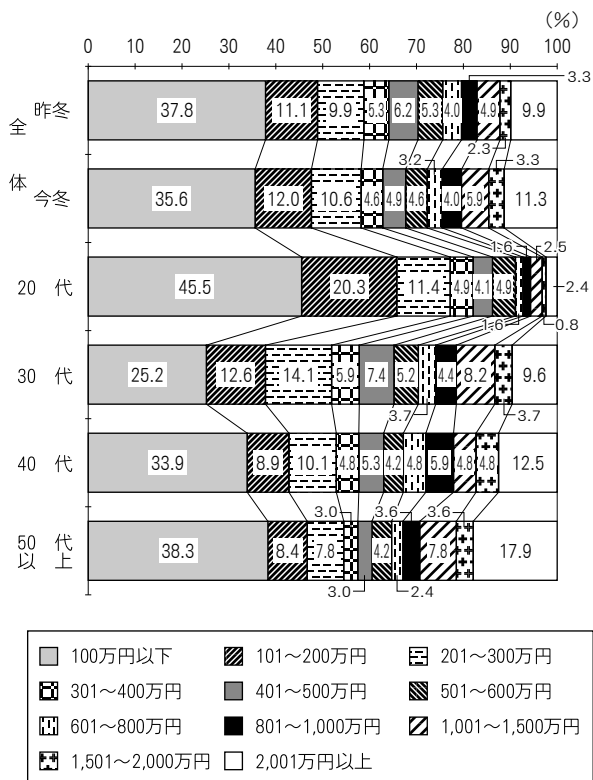
今後増やしたい金融商品（複数回答）は「銀行預金」が最多で、以下、「投資信託」、「株式」、「ゆうちょ銀行貯金」、「個人年金」の順となった。

年代別にみると、すべての年代で1位は「銀行預金」となった。2位は20代と30代、50代以上が「投資信託」、40代が「株式」となった。

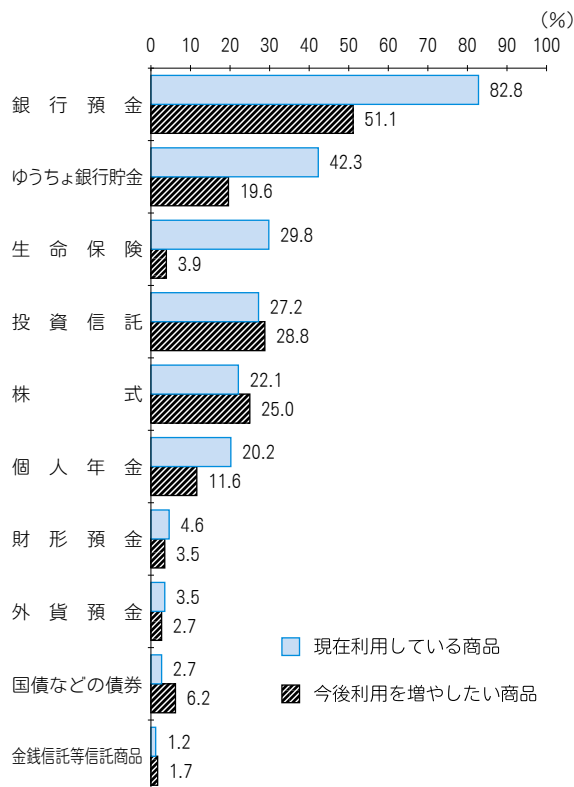
貯蓄をする際、重視する点（3項目選択）は、1994年冬の調査以来、31年ぶりに「利回りが良い」が最多となった。各金融機関が預金等の金利を引き上げていることに伴い、金利を重視する傾向が強まっている様子が窺われる。2位以下の順位は、「元金の保証があり安心」、「預け入れ引き出しが自由」、「値上がり期待できる」、「利用金融機関の利便性が高い」となっている。

年代別にみると、すべての年代で、1位から4位までの順位は、全体の順位と同じとなっている。5位は、30代以下が「利用金融機関の利便性が高い」、40代以上が「利用金融機関が自宅から近い」となっている。

現在の貯蓄額



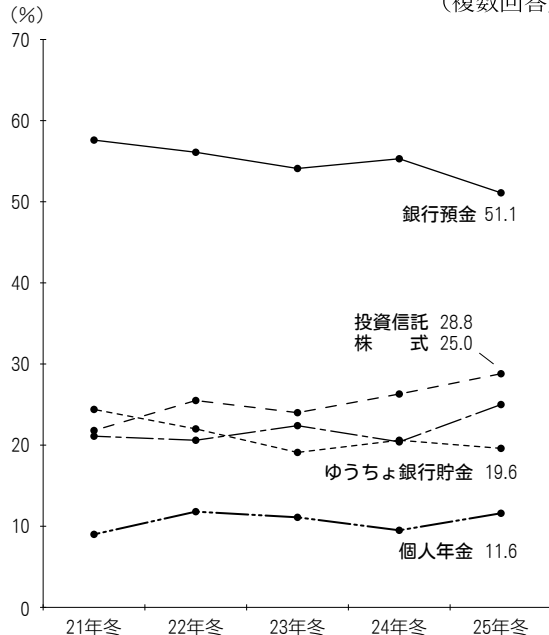
金融商品の利用（複数回答）



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1,207万円

ローン等の利用状況をみると、利用者は24.3%で、平均借入額は1,207万円となった。昨冬と比較すると、利用者の比率は3.8ポイント低下したものの、平均借入額は48万円増加した。

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」、「自分の教育資金・自己啓発の資金」と続いた。昨冬と比較すると、「自分の教育資金・自己啓発の資金」、「土地・住宅の購入」、「旅行・レジャー」の比率が上昇した一方、「教育資金以外の生活資金」、「子や孫などへの教育資金」、「自動車・家電品の購入」の比率は低下した。

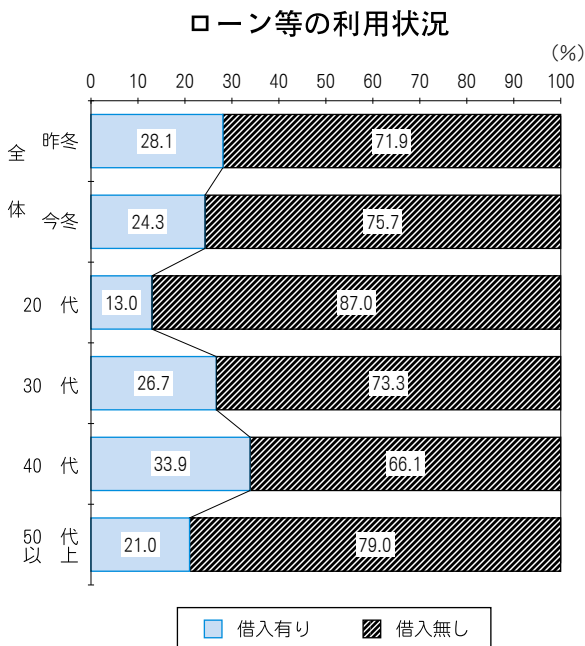
借入先(複数回答)は、「銀行(メガバンク・地方銀行)」が最も多く、以下、「銀行以外の金融機関」、「月賦・クレジット会社」、「ネット銀行」の順となった。昨冬と比較すると、「銀行以外の金融機関」、「ネット銀行」の比率が上昇した一方、「銀行(メガバンク・地方銀行)」、「月賦・クレジット会社」などは低下した。

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、30代、50代以上、20代の順となり、平均借入額は、20代が269万円、30代が2,102万円、40代が1,231万円、50代以上が674万円となった。利用目的は、20代で「自動車・家電品の購入」、30代以上で「土地・住宅の購入」が最多となった。なお、借入先は20代、30代、40代で「銀行(メガバンク・地方銀行)」、50代以上で「月賦・クレジット会社」が最多となっている。

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
利回りが良い	49.9	47.2	45.9	54.2	50.9	2
元金の保証があり安心	45.4	46.3	45.2	41.1	49.1	1
預け入れ引き出しが自由	36.8	38.2	33.3	35.1	40.1	3
値上がり期待できる	25.3	20.3	29.6	26.8	24.0	4
利用金融機関の利便性が高い	9.4	12.2	11.9	8.3	6.6	6
利用金融機関が自宅から近い	9.3	8.1	6.7	13.1	8.4	5
利用金融機関のサービスが良い	7.4	4.9	10.4	7.7	6.6	7
利用金融機関に友人、知人がいる	4.4	5.7	6.7	2.4	3.6	8
利用金融機関が勤務先から近い	3.9	4.9	4.4	4.2	2.4	10
勤務先が利用金融機関と取引している	2.2	0.8	5.2	2.4	0.6	9
その他	1.3	0.8	0.7	1.8	1.8	—



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	56.3	25.0	75.0	63.2	40.0
	自動車・家電品の購入	25.0	50.0	16.7	21.1	28.6
	自分の教育資金・自己啓発の資金	8.3	18.8	8.3	10.5	0.0
	旅行・レジャー	7.6	12.5	0.0	7.0	14.3
	教育資金以外の生活資金	6.9	0.0	8.3	3.5	14.3
	子や孫などへの教育資金	6.3	6.3	2.8	5.3	11.4
	その他	4.2	6.3	2.8	3.5	5.7
借入先	銀行 (メガバンク・地方銀行)	45.1	37.5	44.4	54.4	34.3
	銀行以外の金融機関	20.8	0.0	27.8	17.5	28.6
	月賦・クレジット会社	19.4	31.3	5.6	12.3	40.0
	ネット銀行	11.8	18.8	2.8	12.3	17.1
	住宅金融支援機構等 政府系金融機関	4.2	6.3	2.8	7.0	0.0
	日本学生支援機構	4.2	12.5	8.3	0.0	2.9
	その他	2.8	6.3	2.8	1.8	2.9

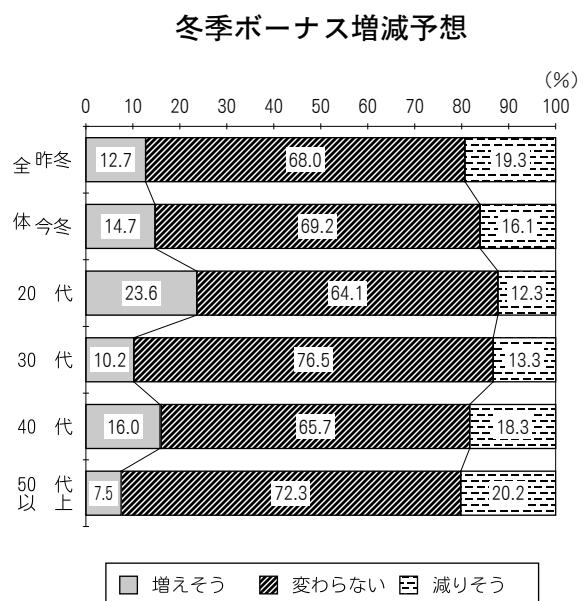
6 冬季ボーナス

手取り予想額は減額が増額をやや上回る

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14.7%、「減りそう」が16.1%となり、引き続き「減りそう」の比率が「増えそう」の比率を上回った。

両比率の差（「増えそう」－「減りそう」）は△1.4と、昨冬の△6.6から5.2ポイント縮小している。人材の確保・維持や従業員の生活支援のため、企業が所得や雇用環境の改善に取り組む動きがみられるなか、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。

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」の比率を上回っており、若年層と中・高年層でボーナスに対する見方が分かれている様子が窺われる。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。



平均手取り予想額は39万4千円

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」、「41～50万円」の順となった。

また、平均手取り予想額は39万4千円（昨冬39万7千円）で、昨冬と比べて3千円の減少となった。

年代別にみると、20代が35万2千円（昨冬31万6千円）、30代が38万6千円（同34万7千円）、40代が42万6千円（同44万7千円）、50代以上が40万5千円（同45万7千円）で、昨冬比では、20代が3万6千円、30代が3万9千円の増加となった一方、40代は2万1千円、50代以上は5万2千円の減少となっている。

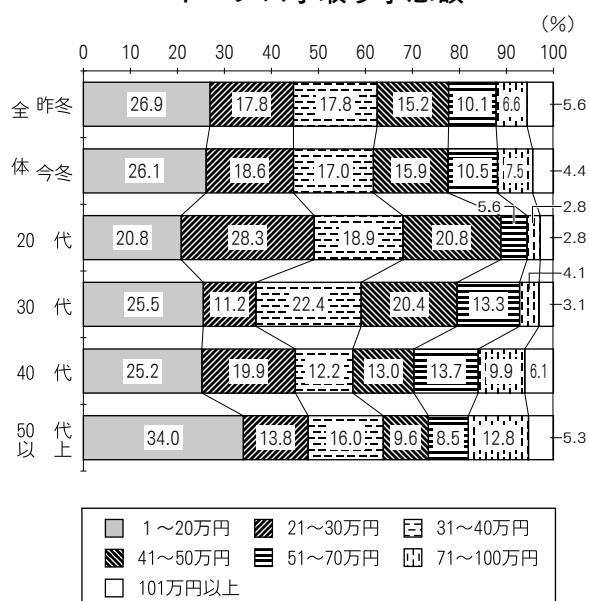
「貯蓄」への配分割合がトップ

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。

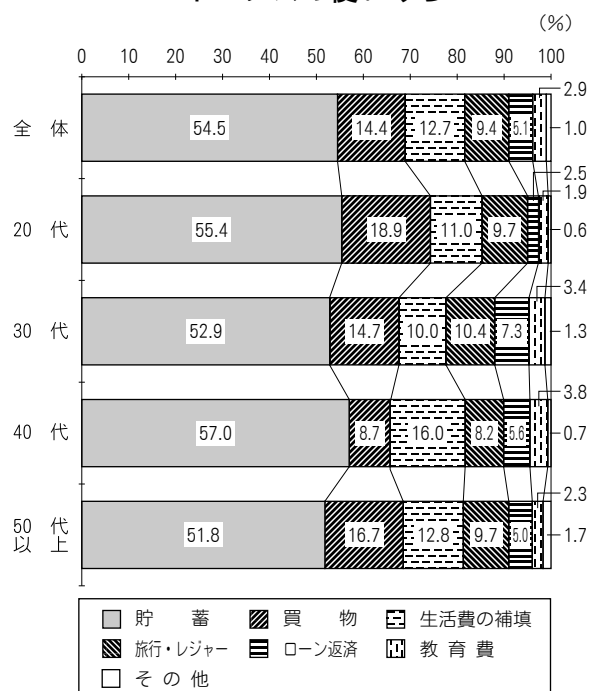
昨冬と比較すると、「貯蓄」、「旅行・レジャー」、「教育費」、「買物」の比率が上昇した一方、「ローン返済」、「生活費の補填」の比率は低下した。なお、「貯蓄」への配分割合は5割以上を占めており、将来に備えて貯蓄を重視する動きがみられる。

年代別にみると、すべての年代で「貯蓄」が1位となっている。2位は20代、30代、50代以上で「買物」、40代で「生活費の補填」となった。3位は20代、50代以上で「生活費の補填」、30代で「旅行・レジャー」、40代で「買物」となっている。また、昨冬と比較すると、20代で「貯蓄」の上昇、30代で「買物」の上昇と「ローン返済」の低下、40代で「貯蓄」の上昇と「買物」の低下、50代以上で「ローン返済」の低下が各々目立っている。

ボーナス手取り予想額



ボーナスの使いみち



7 お歳暮

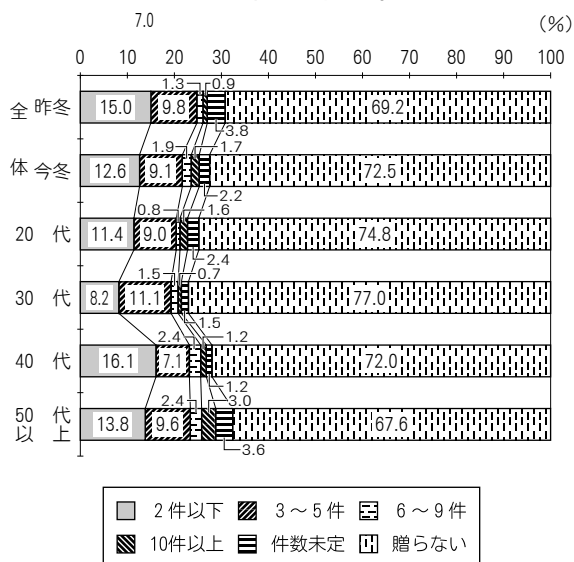
贈る件数は平均3.2件

今冬、お歳暮を贈る予定のある人は27.5%で、昨冬（30.8%）と比べて3.3ポイント低下した。

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3.2件となった。

年代別にみると、贈る予定のある人は、20代が25.2%、30代が23.0%、40代が28.0%、50代以上が32.4%となっており、平均贈答件数は、20代が3.1件、30代が3.3件、40代が2.8件、50代以上が3.5件となった。

お歳暮を贈る件数



平均単価は4,400円、平均予算は14,080円

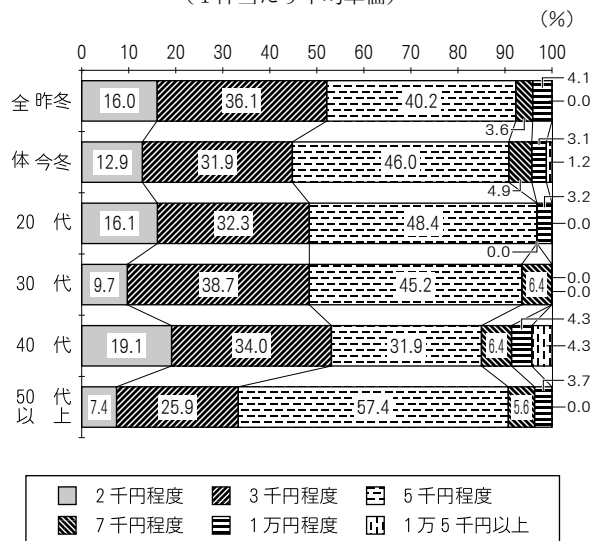
1件あたりの単価は、「5,000円程度」が46.0%と最も多く、次いで「3,000円程度」が31.9%となっており、この両方で8割弱を占めた。

また、平均単価は4,400円（昨冬4,108円）、平均予算総額は14,080円（昨冬11,092円）となった。

なお、年代別の平均単価は、20代が3,946円、30代が4,052円、40代が4,589円、50代以上が4,698円となっており、平均予算総額は、各々12,233円、13,372円、12,849円、16,443円となった。

お歳暮の相場

（1件当たり平均単価）



「お菓子・スイーツ」がトップ

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

年代別にみると、1位は20代、30代が「お菓子・スイーツ」、「ハム・ソーセージ」（同順位）、40代以上は「お菓子・スイーツ」であった。また、2位は、40代が「ハム・ソーセージ」、50代以上が「ビール」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	お菓子・スイーツ	お菓子・スイーツ	お菓子・スイーツ
2	ハム・ソーセージ (同順位)	ハム・ソーセージ (同順位)	ハム・ソーセージ	ビール (含むビール券)
3	ビール (含むビール券)	ビール (含むビール券)、 食用油 (同順位)	ビール (含むビール券)	ハム・ソーセージ
4	直送生鮮品		直送生鮮品	直送生鮮品
5	食用油 ほか4品目 (同順位)	直送生鮮品	煮 貝	お茶・ コーヒー

8 冬休み、年末・年始の過ごし方

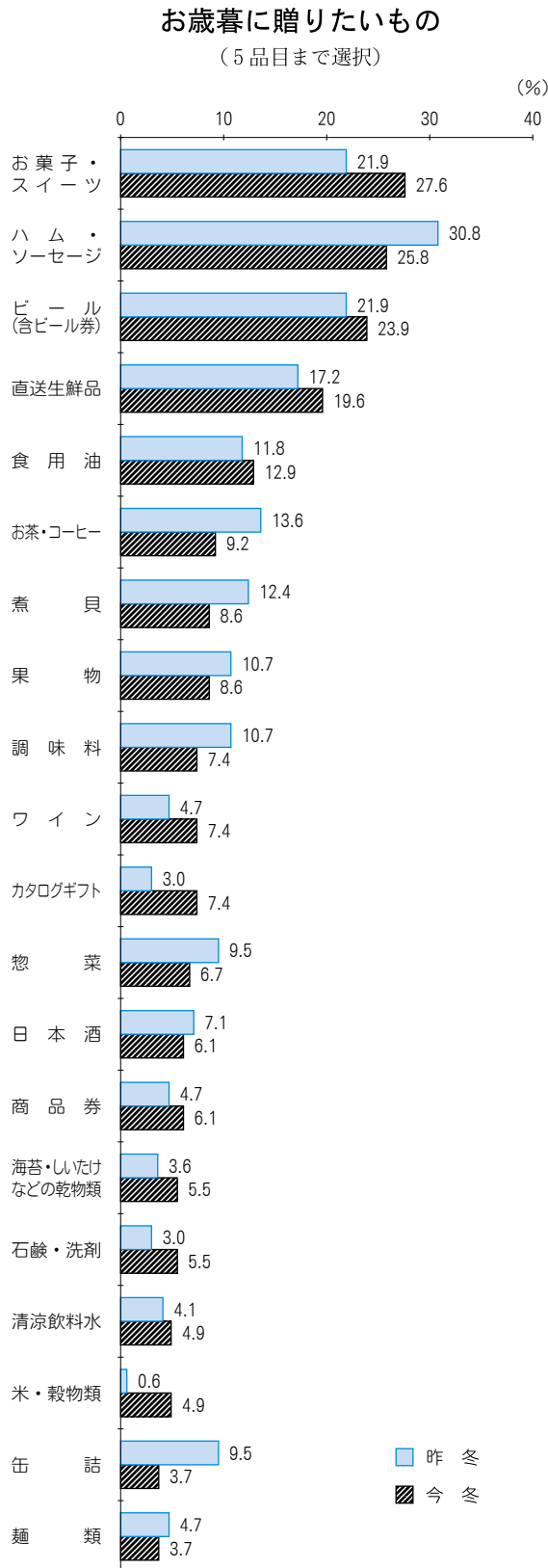
外出を控える傾向が緩和

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48.9%となった。

昨冬と比較すると、「帰郷」が5.8ポイント、「国内宿泊旅行」が4.8ポイント、「日帰り旅行」が3.6ポイント、「海外旅行」が2.6ポイント上昇した一方、「特に予定なし」が11.3ポイント低下した。これまで外出を控える傾向がみられていたが、所得環境が改善するなか、旅行等に関する回答が増加するなどメリハリをつけた消費への意欲が窺われる。

年代別では、「特に予定なし」を除いた場合、20代から40代の1位から3位は全体と同様の順位となった。50代以上は1位が「日帰り旅行」・「国内宿泊旅行」（同順位）となり、3位は「帰郷」となった。昨冬と比較すると、20代では「日帰り旅行」、「国内宿泊旅行」、30代では「日帰り旅行」、40代では「帰郷」の上昇が目立ち、また、40代、50代以上の「スポーツ・健康づくり」の低下が目立っている。

なお、「国内宿泊旅行」の宿泊日数をみると、「1泊」が45.5%、「2泊」が35.0%、「3泊」が11.4%で、平均宿泊日数は1.9日となった。また、「海外旅行」の行き先をみると、韓国やタイなどのアジア圏のほか、アメリカやヨーロッパなどもみられた。



(特別調査)

賃上げ・物価上昇関連

本調査では、賃上げの状況、物価上昇に伴う家計への影響について伺った。

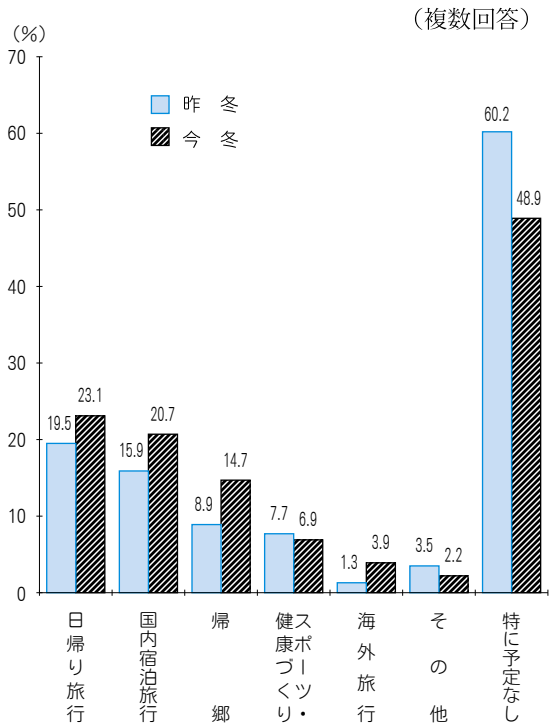
定例給与は「変わらない」が6割以上

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、「増えそう」が20.4%（昨冬比同水準）、「変わらない」が65.3%（同+3.6ポイント）、「減りそう」が12.4%（同△3.7ポイント）となった。

「増えそう」の回答を年代別にみると、20代が27.6%と最も高く、以下、40代が25.4%、30代が19.8%、50代以上が8.6%となっている。一方、「減りそう」は40代、50代以上が各々16.2%と最も高く、以下、30代が8.1%、20代が7.6%となっている。

定例給与の増加理由については、「定期昇給」が42.3%（同△3.9ポイント）、「定期昇給とベースアップ」が30.9%（同+13.0ポイント）、「ベースアップ」が22.7%（同△5.5ポイント）となった。

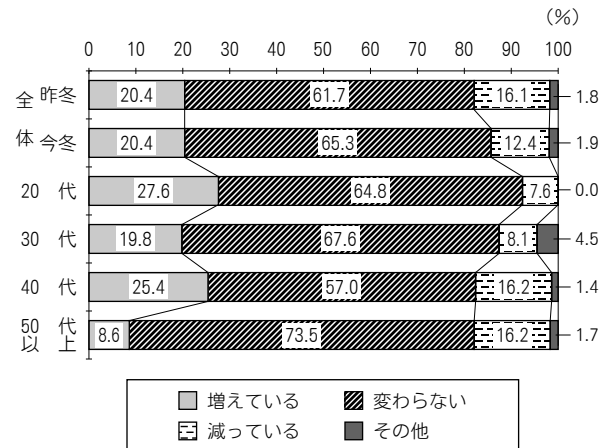
冬休み、年末・年始の過ごし方



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	23.1	30.9	31.1	18.5	15.6
国内宿泊旅行	20.7	28.5	24.4	17.3	15.6
帰郷	14.7	17.1	17.8	16.7	8.4
スポーツ・健康づくり	6.9	11.4	8.9	6.0	3.0
海外旅行	3.9	6.5	5.2	1.8	3.0
その他	2.2	0.0	3.0	2.4	3.0
特に予定なし	48.9	35.0	37.0	54.8	62.9

定例給与の水準



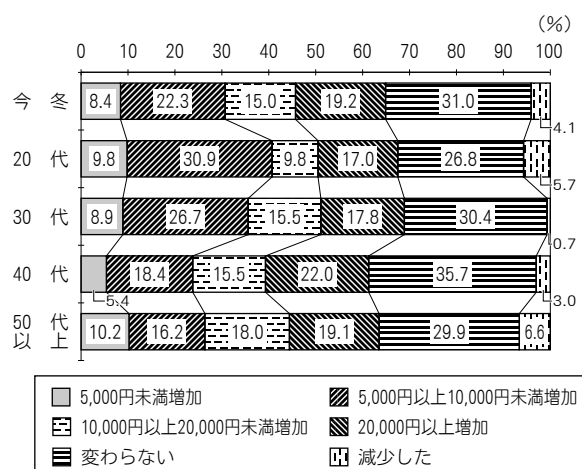
6割以上で家計負担が増加したと回答

昨年と比べた1か月の家計負担の増加額については、「5,000円以上10,000円未満増加」が22.3%で最多となり、以下、「20,000円以上増加」(19.2%)、「10,000円以上20,000円未満増加」(15.0%)、「5,000円未満増加」(8.4%)の順で、6割以上が昨年に比べ家計負担が増加したと回答している。なお、「変わらない」は31.0%、「減少した」は4.1%となった。

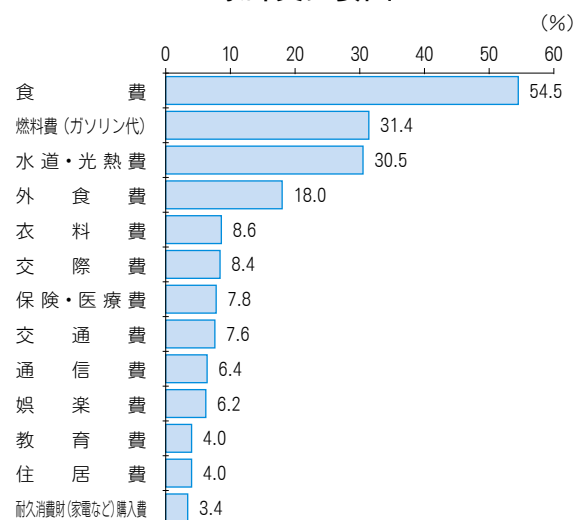
主に増加した項目については、「食費」が54.5%で最多となり、以下、「燃料費(ガソリン代)」(31.4%)、「水道・光熱費」(30.5%)、「外食費」(18.0%)の順となっている。

昨年と比べ、物価がどの程度上昇しているかについては、「5～10%未満」が37.4%と最も高く、以下、「3～5%未満」(32.2%)、「10～20%未満」(12.3%)、「20%以上」(9.8%)、「3%未満」(8.3%)の順となっている。

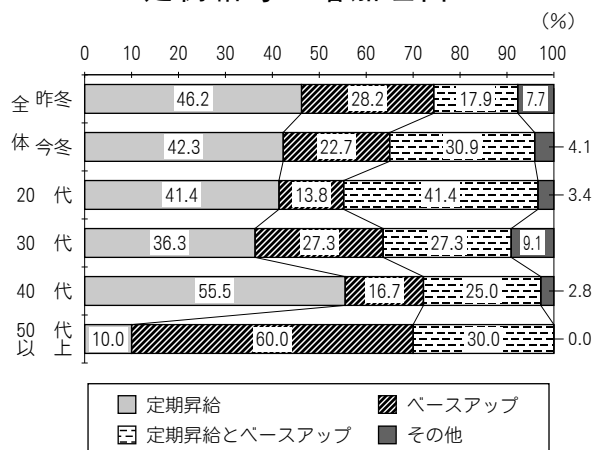
家計負担額の水準



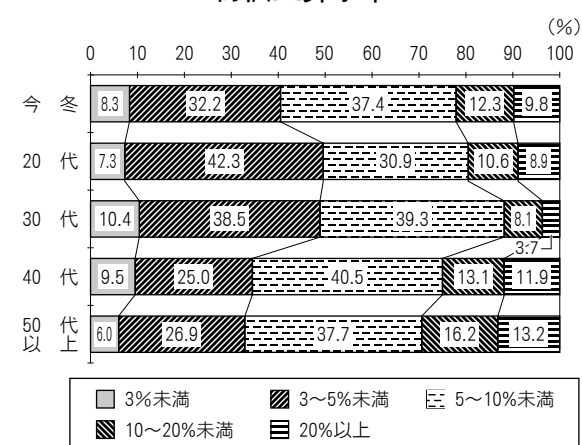
家計負担要因



定例給与の増加理由



物価上昇水準



銀行×スポーツ×デジタル



山梨中央銀行が新たな
集いの場を提供します

これからの楽しみを育む場所

おかねに関するご相談や、ヴァンフォーレ
グッズ、コーヒーやお茶を楽しみながら、
これからの楽しみを育む場所を提供します。

山梨中央銀行

甲府市丸の内2-16-2

インターネット富士山支店
甲府駅前出張所

☎0120-161-144

	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun	祝日
銀行窓口	11:00-17:00	—	11:00-17:00	11:00-17:00	11:00-17:00	—	—	—
山梨中銀 ATM	8:30-19:00	—	8:30-19:00	8:30-19:00	8:30-19:00	—	—	—
セブ銀行 共同ATM	8:30-22:00	—	8:30-22:00	8:30-22:00	8:30-22:00	11:00-22:00	11:00-22:00	11:00-22:00

銀行窓口は、原則AIアバターが対応いたします。現金のお取扱いはできません。

withKOFU
THE YAMANASHI
CHUO BANK



甲府駅徒歩5分

アプリ限定定期預金

ご好評につき
第二弾

ぷりてい 冬のキャンペーン
2025年11/17月-2026年1/30金

対象 「ぷりてい」を10万円以上作成いただいた方（新規または増額）

Amazon
ギフトカード **2,000** 円分を **300** 名様にプレゼント！

●「ぷりてい」を初めて作成された方・増額された方が対象です。増額の場合は、キャンペーン開始前日の残高と比較して、増
加した金額が対象となります。●10万円につき応募1口として、抽選を行います。応募のお手続きは不要です（50万円のお預入
れなら5口となります）。●キャンペーン終了後、当行所定の方法により、厳正な抽選を行います。●プレゼントのお受け取り
は、お一人さま1回です。●キャンペーン期間中に解約した場合、抽選の対象外となります。●当選されたお客さまには、当行
アプリにご登録いただいているメールアドレス宛にご連絡いたします（2026年3月下旬予定）。2026年3月時点で山梨中銀アプリ
を利用解除した場合またはメールアドレス変更等でご連絡が取れない場合は、当選を無効とさせていただきます。●本キャンペ
ーンの主催は株式会社山梨中央銀行です。本キャンペーンについてのお問い合わせはAmazonではお受けしておりません。
●Amazon、Amazon.co.jpおよびそれらのロゴはAmazon.com, Inc.またはその関連会社の商標です。

詳細は、
コチラから ▶

