

ビジネスパーソンに関する意識・実態調査

88.0%が福利厚生は「生活に必要な知識」と知りながら、実際に使いこなせている人は16.1%！？

**「たまにの余暇」から「日常の支出抑制」へ！
福利厚生をフル活用して年間【約6.6万円】の差をつける、
会社員の「福利厚生リテラシー格差」**

～企業の「導入」と従業員の「活用」の間を埋める、これからの手取り防衛策～



福利厚生代行サービスの株式会社ベネフィット・ワン（本社：東京都新宿区、代表取締役社長 羽生和之、以下「当社」）は、民間企業の正社員として働く20代～60代の男女1,000人を対象に「ビジネスパーソンに関する意識・実態調査」を実施しました。

歴史的な物価高騰が続き、多くのビジネスパーソンが実質賃金の低下に直面する中、NISAやiDeCo、ふるさと納税といった「手取りを守る（支出を抑える）能動的な制度」への関心・活用率は年々向上しています。その一方で、企業側での賃上げの動きも活発化するものの、原資に限界や閉塞感を感じているビジネスパーソン・経営層も少なくありません。このような背景のもと、従業員の生活を守る手段として今、再び注目されているのが企業の「福利厚生」です。

しかし、本調査において企業の福利厚生制度に目を向けると、ビジネスパーソンの88.0%がメリットを得るための「生活に必要な知識」と認識しているながらも、実際に十分に活用できていると感じる人は16.1%にとどまるという、認知と行動の大きなギャップが浮き彫りになりました。実際に活用できている層は月平均5,513円（年間約6.6万円相当）の支出抑制効果を得ている一方で、多くのビジネスパーソンがその恩恵を受けられていない実態は、実質手取りを増やすために制度を賢く活用する能力「福利厚生リテラシー」の必要性を改めて浮き彫りにしています。

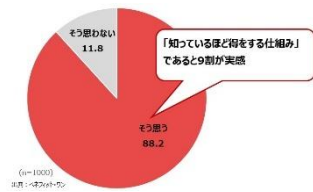
福利厚生は「たまにの余暇」から「日常の支出抑制」へ！20代の6割が支出削減目的で活用

- 直近1年以内に利用した福利厚生のうち「余暇系」が約3割（27.4%）、「支出削減系」は約5割（45.4%）となり、生活防衛型の活用が顕著に表れた。
- 支出削減系の世代別利用割合は50代が約3割（26.5%）に対し20代は約6割（59.5%）となり、若い世代ほど「日頃の節約ツール」として活用。



知らなきゃ損！年間約6.6万円の支出抑制を左右する「福利厚生リテラシー」

- 制度を活用できている人が得ている節約効果は「月額5,513円」。
- 「福利厚生は知っているほど得をする仕組み」であると約9割（88.2%）が実感。
- 一方で、全体の4割以上（41.2%）が「活用できていない」と回答。



イマドキの従業員が求めるのは「ユニーク制度」より、切実な「生活防衛」

- 「今後、あったらよい福利厚生」として8割以上（84.4%）が「食事補助」「住宅補助」「光熱水費・通信費補助」などの生活防衛系を選択。
- 「推し活支援」「美容補助」などの個人的な福利厚生を求める声は1割程度。
- ビジネスパーソンにとって優先度が高いのは「日常の生活支援」。



調査実施概要 ● 調査テーマ：ビジネスパーソンに関する意識・実態調査 ● 実施時期：2026年5月21日～5月25日 ● 調査方法：インターネット調査（協力：株式会社ネオマーケティング） ● 調査対象：全国の20代～60代の働く男女1,000名（一般社員800名、経営者100名、人事総務100名）
※本調査に記載の数値は小数第2位以下を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。

【本件に関するお問い合わせ先】「ビジネスパーソンに関する意識・実態調査」PR事務局

（株式会社アイ・エヌ・ジー内） 担当：久保、小林

TEL: 03-5459-0290（営業時間 10:00-18:00）／070-1279-6061（久保）070-1362-6080（小林）

MAIL: hazuki.kubo@ing-ad.com（久保）／mayu.kobayashi@ing-ad.com（小林）

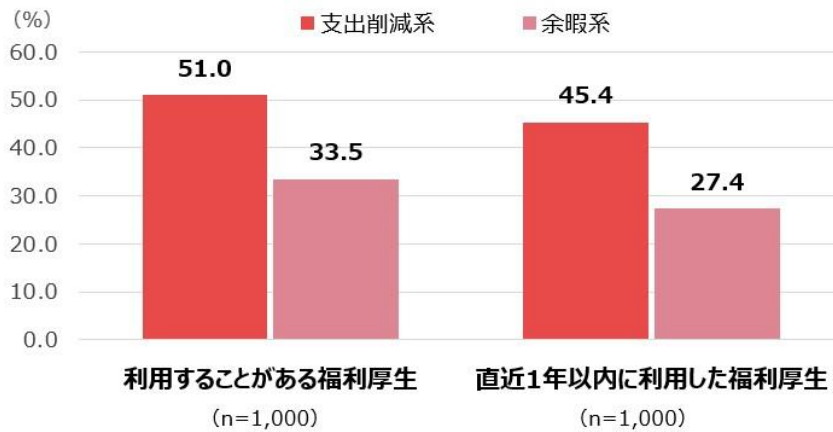
◆福利厚生は「たまにの余暇」から「日常の支出抑制」へ！20代の6割が支出削減目的で活用

「利用することがある福利厚生」として、宿泊補助やレジャー割引などの「余暇系(※2)」が33.5%だったのに対し、食事補助や日用品割引などの「支出削減系(※1)」は51.0%と過半数を占めました。直近1年以内の利用においても「支出削減系」が45.4%、「余暇系」が27.4%となり、物価高の影響からか生活防衛型の活用が顕著に表れています【グラフ1】。直近1年以内に「支出削減系」を利用した割合(一般社員/年齢別)は、20代が59.5%に対し、50代は26.5%と33pt開く結果となりました。若い世代ほど「日頃の節約ツール」として活用している一方、50代では「宿泊補助・保養所」など余暇用途での利用も見られ、世代によって福利厚生の使い方が異なります【グラフ2】。

- 「利用することがある福利厚生」：支出削減系 51.0%、余暇系 33.5%
- 「支出削減系」の直近1年以内利用率(一般社員)：20代 59.5%、50代 26.5%

【グラフ1】福利厚生の利用状況

出典：ベネフィット・ワン



※支出削減系：食事補助、各種クーポン、日用品割引、カフェ割引、住宅補助、通信費補助

※余暇系：宿泊補助・保養所、レジャー割引、映画館利用補助、ジム・フィットネス補助、推し活休暇・エンタメ補助・趣味支援など

【グラフ2】直近1年以内に利用した福利厚生



出典：ベネフィット・ワン

◆知らなきや損！福利厚生による節約額は平均「月 5,513 円」。大企業や経営者はさらに恩恵増

福利厚生制度を活用できている人が月間に得ている節約効果は、加重平均で月額 5,513 円（年間換算：約 66,000 円・10 年累計で 66 万円超相当）。

一方、全体の 41.2%が「あまり・まったく活用できていない」と回答 [グラフ 4]。その理由は「忙しくて時間がない（21.8%）」「手続きが面倒（21.4%）」「何が使えるかわからない（20.4%）」が上位を占めるほか、「制度についての案内・周知が十分でないと感じる（19.4%）」という声も 4 位に挙がっており、制度の情報がより届きやすい環境整備にも活用率向上のヒントがありそうです [グラフ 5]。使える制度を正しく理解して行動に移し、日々の手取りを守る力は「福利厚生リテラシー」とも言え、この能力の高さがビジネスパーソンの生活水準に直結しています。

- 福利厚生による節約額（加重平均）：全体 月額 5,513 円、大企業（1,000 人以上） 月額 6,236 円、経営者月額 7,806 円
- 福利厚生を「あまり・まったく活用できていない」：41.2%
- 活用できていない理由：1 位「忙しくて時間がない（21.8%）」、2 位「手続きが面倒（21.4%）」、3 位「何が使えるかわからない（20.4%）」、4 位「案内・周知が十分でない（19.4%）」
- 福利厚生は「知っている人ほど得する仕組み」だと思う：88.2%

【グラフ3】福利厚生による1ヶ月の節約額（加重平均）

全体 (n=560)	従業員1,000人以上 (n=169)	経営者 (n=70)
5,513 円	6,236 円	7,806 円

出典：ベネフィット・ワン

【グラフ4】福利厚生制度の活用度合い

出典：ベネフィット・ワン



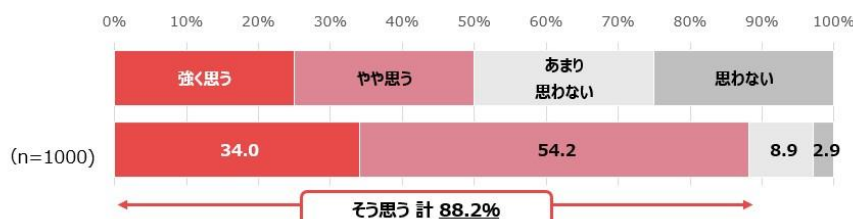
【グラフ5】福利厚生を活用できていない理由



出典：ベネフィット・ワン

【グラフ6】福利厚生は知っている人ほど得をする仕組みだと思うか

出典：ベネフィット・ワン

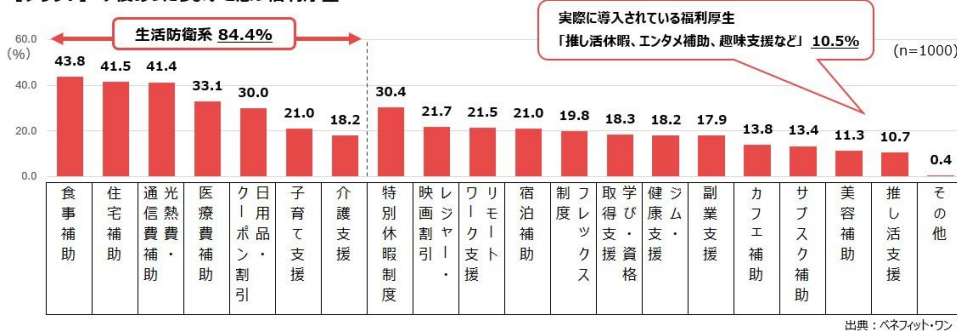


◆イマドキの従業員が求めるのは“ユニーク制度”より、切実な“生活防衛”

今後、あったらよい福利厚生として、1位「食事補助（43.8%）」、2位「住宅補助（41.5%）」、3位「光熱費・通信費補助（41.4%）」と、日々の生活に直結する支援策がトップ3を占め、「生活防衛系（※3）」小計は84.4%（※4）に達しました。一方、昨今の採用市場で注目されやすい「推し活支援（10.7%）」「美容補助（11.3%）」といった個性的な福利厚生を求める声は1割程度にとどまります。実際に勤め先に導入されている「推し活休暇、エンタメ補助、趣味支援など」も10.5%と同水準。従業員が求める制度と実際に導入されている制度の傾向が一致しており、いまのビジネスパーソンにとって優先度が高いのは独自性よりも「日常の生活支援」であることが裏付けられました【グラフ7】。

- 今後あったらよい福利厚生：1位 食事補助（43.8%）、2位 住宅補助（41.5%）、3位 光熱費・通信費補助（41.4%）
- 「生活防衛系」小計：84.4%
- 「推し活支援」需要：10.7% / 実際の導入率：10.5%

【グラフ7】 今後あったらよいと思う福利厚生

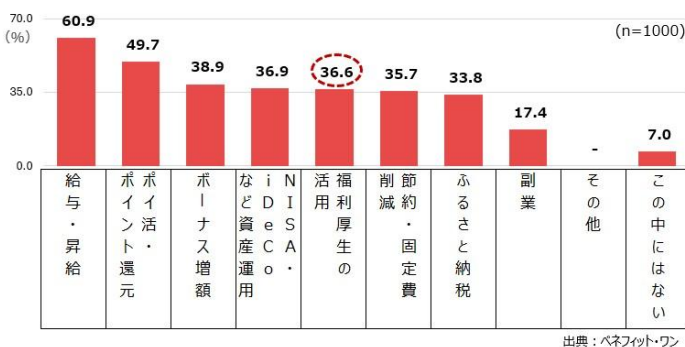


■生活防衛策として存在感を高める福利厚生—「知っている」から「使いこなせる」へ

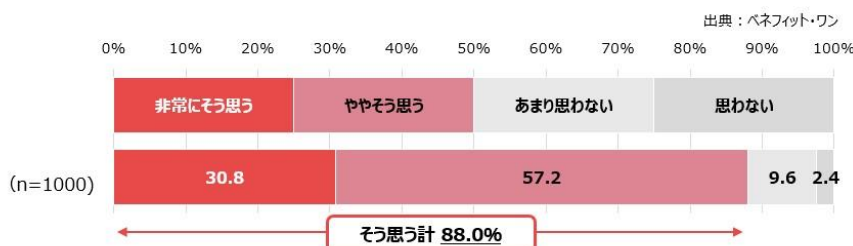
「日々の暮らしに役立っている」と感じる取り組みとして、「NISA・iDeCo（36.9%）」「ふるさと納税（33.8%）」とほぼ同水準で「福利厚生の活用（36.6%）」が支持を集めました【グラフ8】。88.0%が「福利厚生は日々の暮らしを支えるための知識・対策のひとつ」と認識しており、生活防衛策としての認知は着実に広がっています【グラフ9】。

ただし、自社の制度を「十分理解している」従業員は29.8%にとどまります【グラフ10】。その背景には、企業・従業員間での情報共有に関する認識の差があります。経営者・人事担当者の85.5%が「周知できている」【グラフ11】と感じている一方、従業員の4人に1人（23.8%）は情報が十分に届いていない【グラフ12】と感じており、この認識の差を埋めることが、制度活用率を上げるうえでのポイントとなりそうです。

【グラフ8】 実質的に「日々の暮らしに役立っている」と感じる制度や取り組み



【グラフ9】 福利厚生は、日々の暮らしを支えるための知識や対策の1つだと思うか



【グラフ10】 勤め先の福利厚生制度についての理解度

出典：ベネフィット・ワン



【グラフ11】 社員に十分な説明・周知ができていますか

出典：ベネフィット・ワン

※ 経営者・人事総務が対象



【グラフ12】 勤め先から十分な説明・周知があったか

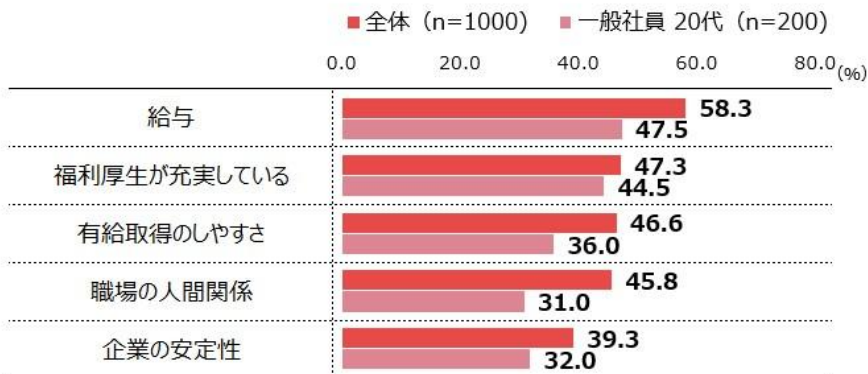
出典：ベネフィット・ワン



■ こうした背景から、「企業の魅力」も変化。20代は「給与」と同等に「福利厚生」を重視

働く前提として企業を魅力的に感じる要素を聞いたところ、「給与（58.3%）」に次ぐ第2位に「福利厚生が充実している（47.3%）」がランクイン。これを年代別に見ると、一般社員の20代では「給与（47.5%）」と「福利厚生の充実（44.5%）」の差は3ポイントにとどまり、若い世代ほど採用時の選択基準として重視していることがわかります [グラフ13]。

【グラフ13】 働くことを前提として、企業を魅力的に感じる要素



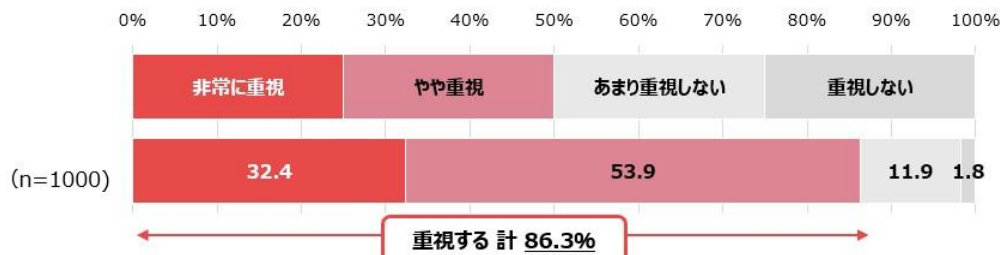
出典：ベネフィット・ワン

■しかし、転職時に重視して入社しても約4割が「十分に活用できていない」

福利転職・就職時に福利厚生制度を「非常に重視・やや重視する」人は86.3% [グラフ14] に達します。しかし、福利厚生を「重視した」層に限ってみても、38.1%が現在の制度を「あまり・まったく活用できていない」と回答 [グラフ15]。入社前の期待が高いにもかかわらず、入社後には日々の忙しさや手続きの壁に阻まれ、せっかくの精度を十分に活用できていない実態が浮き彫りになっています。

【グラフ14】 転職・就職する際に、福利厚生をどの程度重視するか

出典：ベネフィット・ワン



【グラフ15】 福利厚生を「重視する」層の福利厚生活用度合い

※ 福利厚生を「非常に重視」+「やや重視」と回答ベース

出典：ベネフィット・ワン



■本リリースに関する注釈

- ※1 支出削減系：食事補助、各種クーポン、日用品割引、カフェ割引、住宅補助、通信費補助
- ※2 余暇系：宿泊補助・保養所、レジャー割引、映画館利用補助、ジム・フィットネス補助、推し活休暇・エンタメ補助・趣味支援など
- ※3 生活防衛系：食事補助、日用品・クーポン割引、住宅補助、光熱費・通信費補助、子育て支援、医療費補助、介護支援
- ※4 84.4%：※3 回答データのユニーク数より割合を算出

■専門家コメント 可児 俊信

従業員は、これまで給与と手当に生活支援の役割を求めてきた。一方、福利厚生には日常生活に上乗せする「ゆとり」を求めてきた。社宅や保養所といった福利厚生で家族をふくめて「ゆとり」ある生活が実現されてきた。しかし、物価上昇や手当の廃止・縮小が続く中で、従業員は福利厚生に生活支援の役割が求め始めていることが、このアンケート結果から読み取ることができる。これにより、福利厚生は今まで以上に従業員の生活に浸透し、利用が進むことが期待される。



◇プロフィール

千葉商科大学会計大学院会計ファイナンス研究科 教授
 1996年より福利厚生・企業年金の啓発・普及・調査および企業・官公庁の福利厚生のコンサルティングにかかわる。年間延べ700団体を訪問し、現状把握と事例収集に努め、福利厚生と企業年金の見直し提案を行う。著書、寄稿、講演多数。

◇著書

- ・「福利厚生アウトソーシングの理論と実務」(労務研究所)
 - ・「共済会の実践的グランドデザイン」(労務研究所)
 - ・「新しい!日本の福利厚生」(労務研究所)
 - ・「実践!福利厚生改革」(日本法令) 他
- 本リリースに関して取材対応・寄稿等が可能です。

■株式会社ベネフィット・ワン 会社概要

- ・会社名 : 株式会社ベネフィット・ワン
- ・代表 : 代表取締役社長 羽生 和之
- ・設立日 : 1996年3月15日
- ・所在地 : 東京都新宿区西新宿 3-7-1 新宿パークタワー37階
- ・事業内容 : 福利厚生事業、ヘルスクエア事業、インセンティブ事業、購買・精算代行業業、パーソナル事業、CRM(Customer Relationship Management)事業 他
- ・URL : <https://corp.benefit-one.co.jp/>