

2024年1月29日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

『2024年の賃上げと消費予想に関する調査』

ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジトピ」と共同調査

20代の26.0%が賃上げに期待感。期待する理由は「生活費の上昇」
20～30代を中心に「新たな投資計画がある」が高い

共通ポイントサービス「Ponta（ポンタ）」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：長谷川 剛、以下「LM」）は、20～60代の有職者を対象に調査した「2024年の賃上げと消費予想に関する調査」（実施期間：2023年12月26日～12月29日）の結果をご報告いたします。本調査は、TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」（毎週日曜 6:00～6:30 放送）との共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」として実施しました。

【調査結果】

・ TOPICS 1

賃上げへの期待度は全体で14.2%。20代では26.0%が期待感を抱く。期待する理由は「生活費の上昇」

・ TOPICS 2

優先順位の高い支出は「貯蓄・投資」が20代と30代で3割を超える。20代の27.0%が「新たな投資計画がある」

・ TOPICS 3

2024年の財布のひもの締め具合は「変わらない」が54.0%、次いで「やや締まる」が17.2%。20代では「やや緩む」が21.0%

・ TOPICS 4

特にお金を掛けたくないもの1位「外食」、2位「衣料品」、3位「水道光熱費」

・ TOPICS 5

財布のひもが緩むきっかけとして、効果があると思う国の政策は「消費税減税」（37.7%）、「現金給付」（36.8%）

【調査結果詳細】

■TOPICS 1

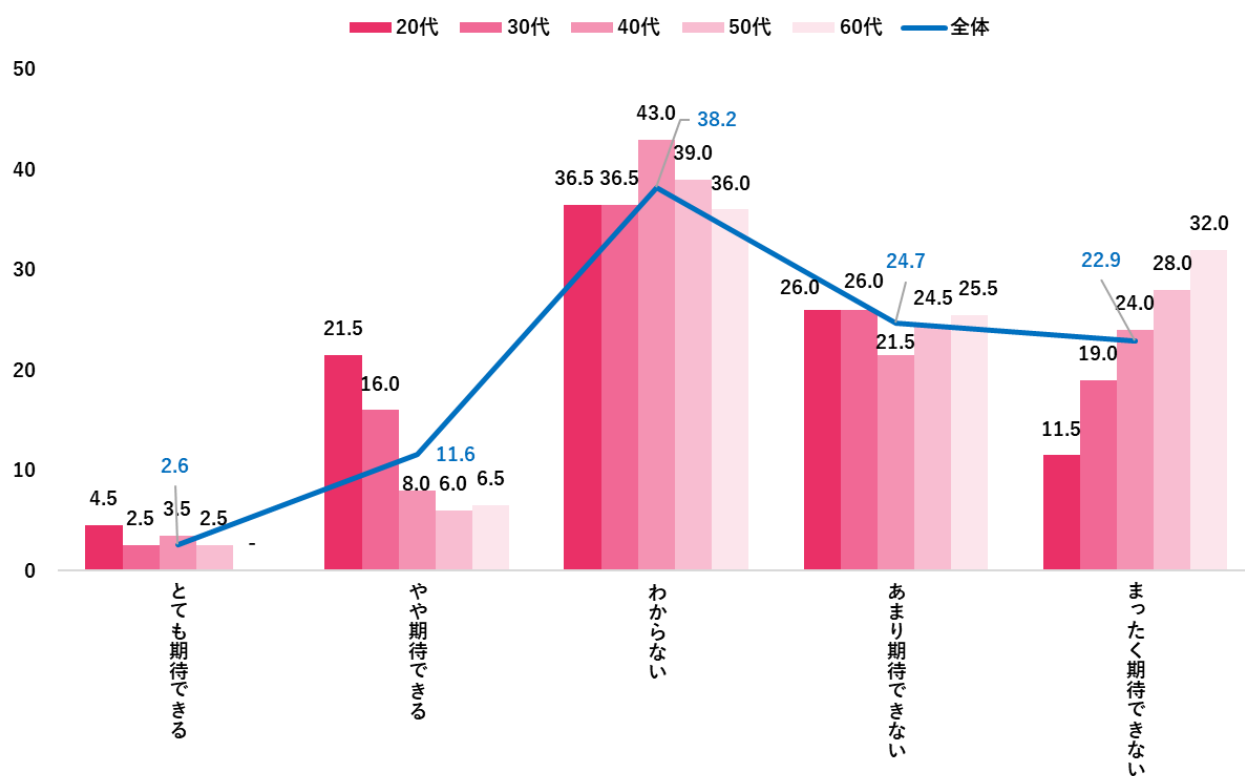
賃上げへの期待度は全体で14.2%。20代では26.0%が期待感を抱く。期待する理由は「生活費の上昇」

この春の賃上げについて、全体では「やや期待できる」(11.6%)、「とても期待できる」(2.6%)を合わせて14.2%と期待度は低い。20代では「やや期待できる」(21.5%)、「とても期待できる」(4.5%)を合わせて26.0%が期待感を抱いており、他の年代よりも期待度が高かった。

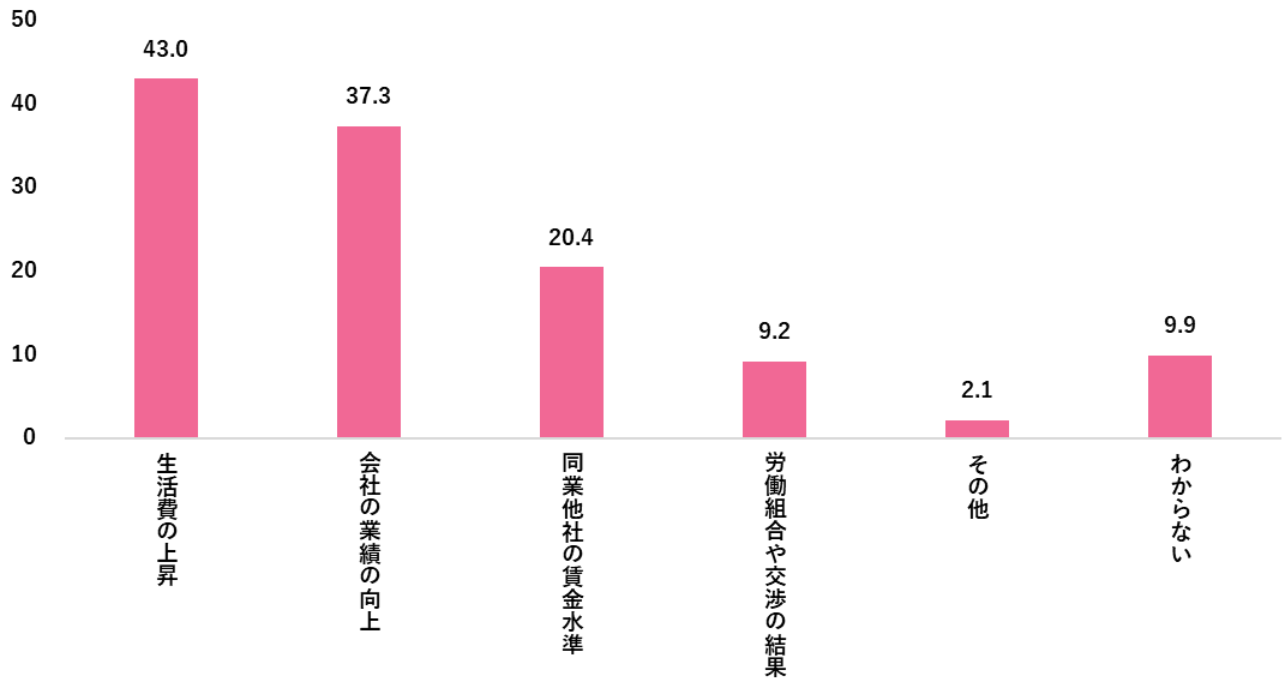
賃上げの期待があると回答した方を対象に、賃上げの期待はどのような要因に基づいているか聴取したところ、「生活費の上昇」が43.0%でトップ、次いで「会社の業績の向上」が37.3%だった。

また、この春の賃上げがなかった場合の行動として、「特に何もしない」が全体で54.3%と最も高かったが、20代の約3割は「他の収入源を模索する」「新しい職場を探し始める」と回答し、他の年代と比較して高かった。

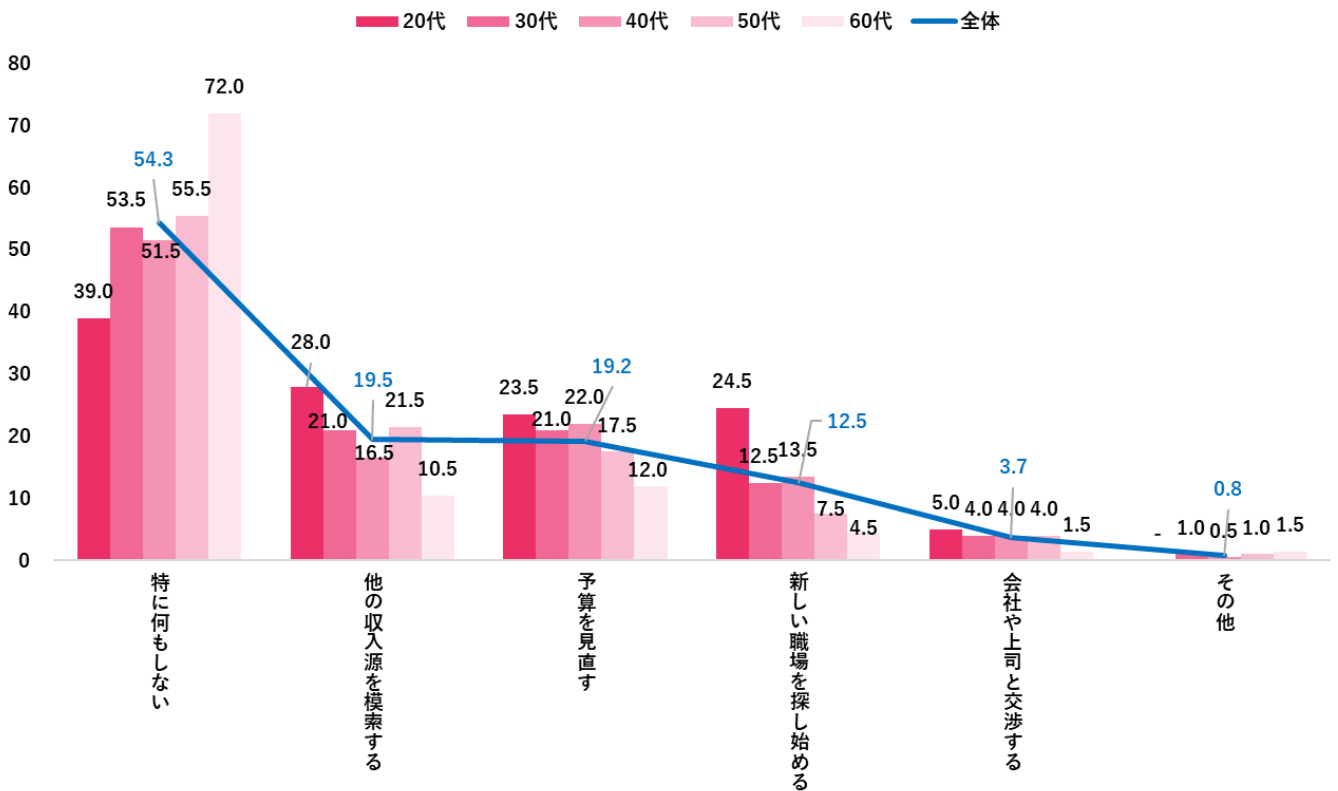
▼あなたの仕事（業界）では、この春の賃上げ期待度はどの程度ですか？ (%) (n=1,000)



▼賃上げの期待は、どのような要因に基づいていますか？（複数回答）（%）（n=142）



▼この春の賃上げがなかった場合、あなたはどのような行動を取りますか？（複数回答）（%）（n=1,000）



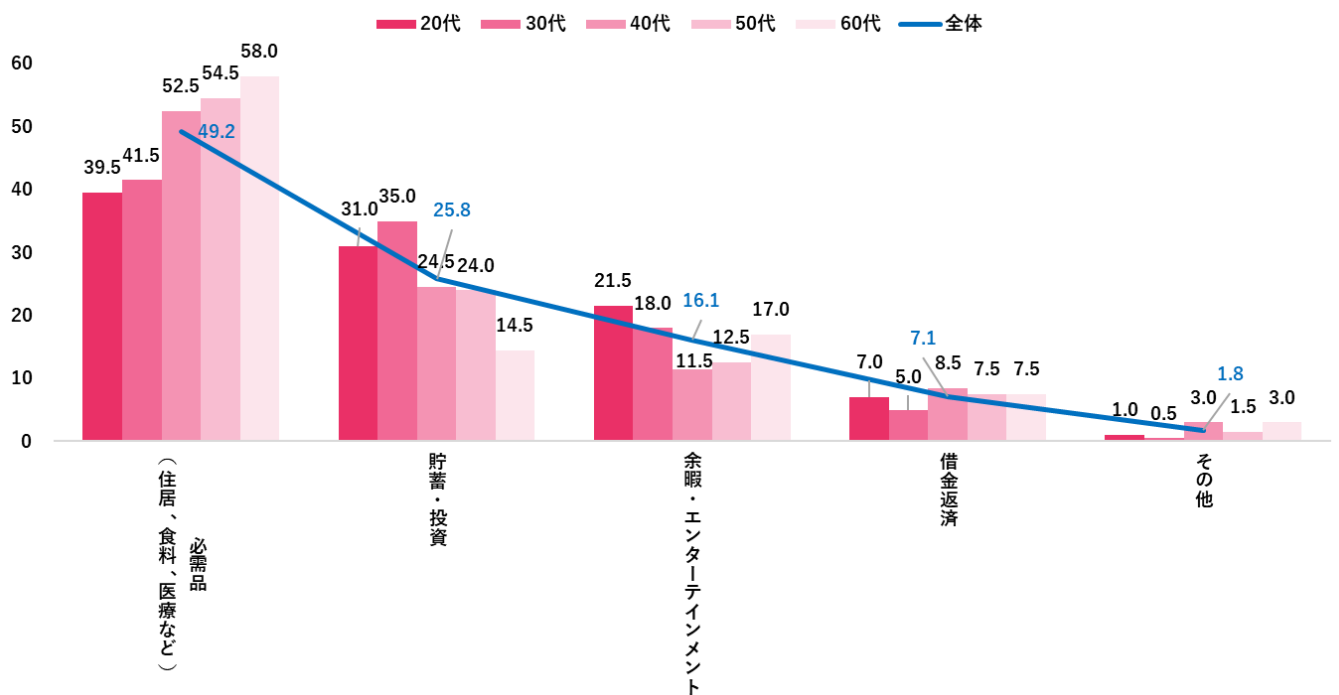
■TOPICS 2

優先順位の高い支出は「貯蓄・投資」が20代と30代で3割を超える。20代の27.0%が「新たな投資計画がある」

2024年の予算編成において、最も優先順位の高い支出は「必需品（住居、食料、医療など）」が全体の約半数を占め、年代が上がるほど高くなる傾向が見られた。

年代別で見ると、20代と30代においては「貯蓄・投資」が3割を超える。また、2024年に新たな投資計画があるかを聴取したところ、20代の27.0%が2024年に「新たな投資計画がある」と回答した。新たな投資計画の詳細について自由回答をテキストマイニングしたところ、「新NISAを始める」といったコメントが多く挙がり、出現数の多い名詞を集計すると「新NISA」が最多となった。

▼2024年の予算編成において、最も優先順位の高い支出（%）（n=1,000）

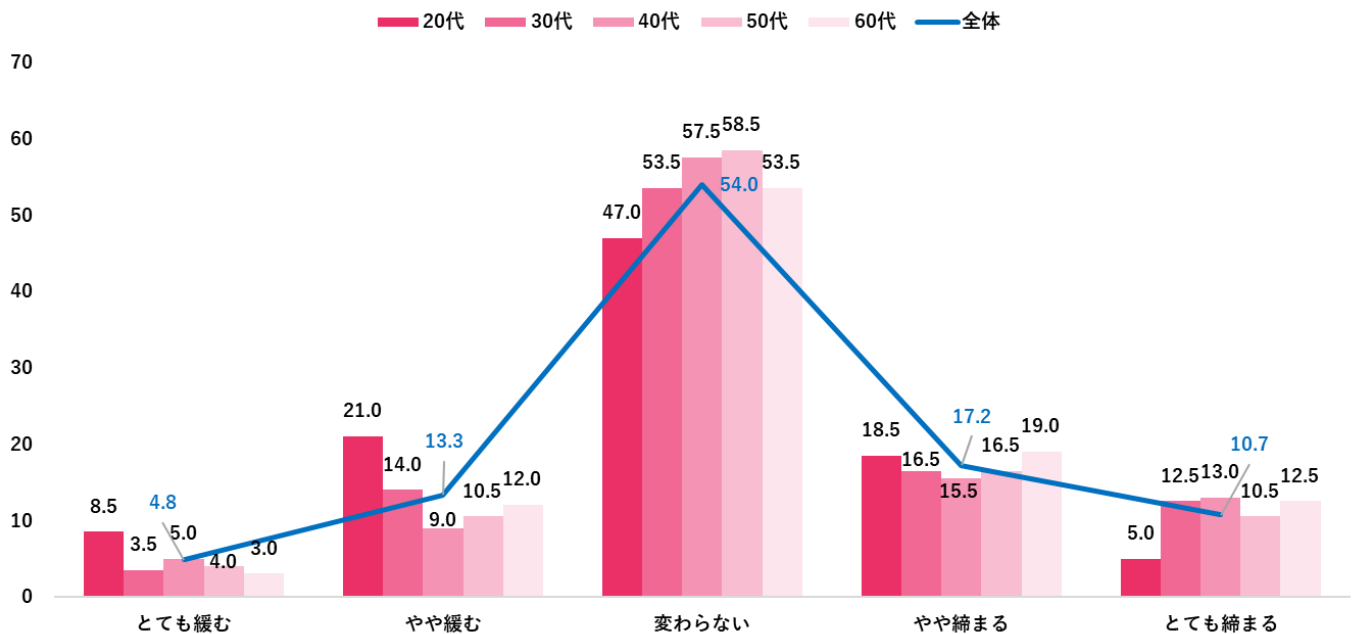


■TOPICS 3

2024年の財布のひもの締め具合は「変わらない」が54.0%、次いで「やや締まる」が17.2%。
20代では「やや緩む」が21.0%

2024年の財布のひもの締め具合を5段階評価で表現すると、どのくらいの強さだと予想するか聴取した。「変わらない」が全体の54.0%で最も高く、次いで「やや締まる」が17.2%だった。年代別で見ると、20代では「やや緩む」が21.0%となり、他の年代と比較して高かった。

▼2024年の財布のひもの締め具合を5段階評価で表現すると、どのくらいの強さだと予想しますか？ (%) (n=1,000)

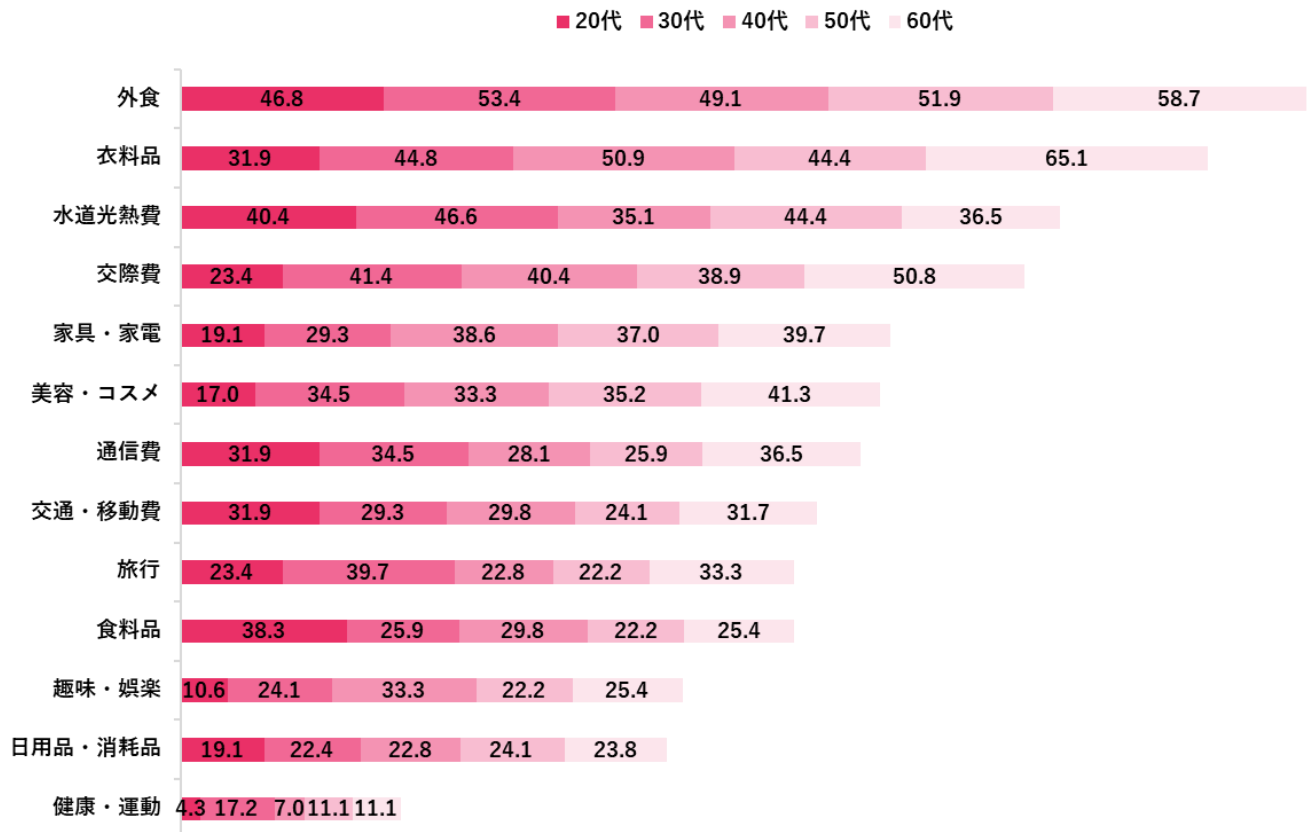


■TOPICS 4

特にお金を掛けたくないもの 1位「外食」、2位「衣料品」、3位「水道光熱費」

財布のひもが「やや締まる」または「とても締まる」と回答した方を対象に、2024年に特にお金を掛けたくないものを聴取した。全体の1位は「外食」、次いで「衣料品」「水道光熱費」となった。

▼2024年、特にお金を掛けたくないもの（複数回答）（上位13位まで表示）（%）（n=279）

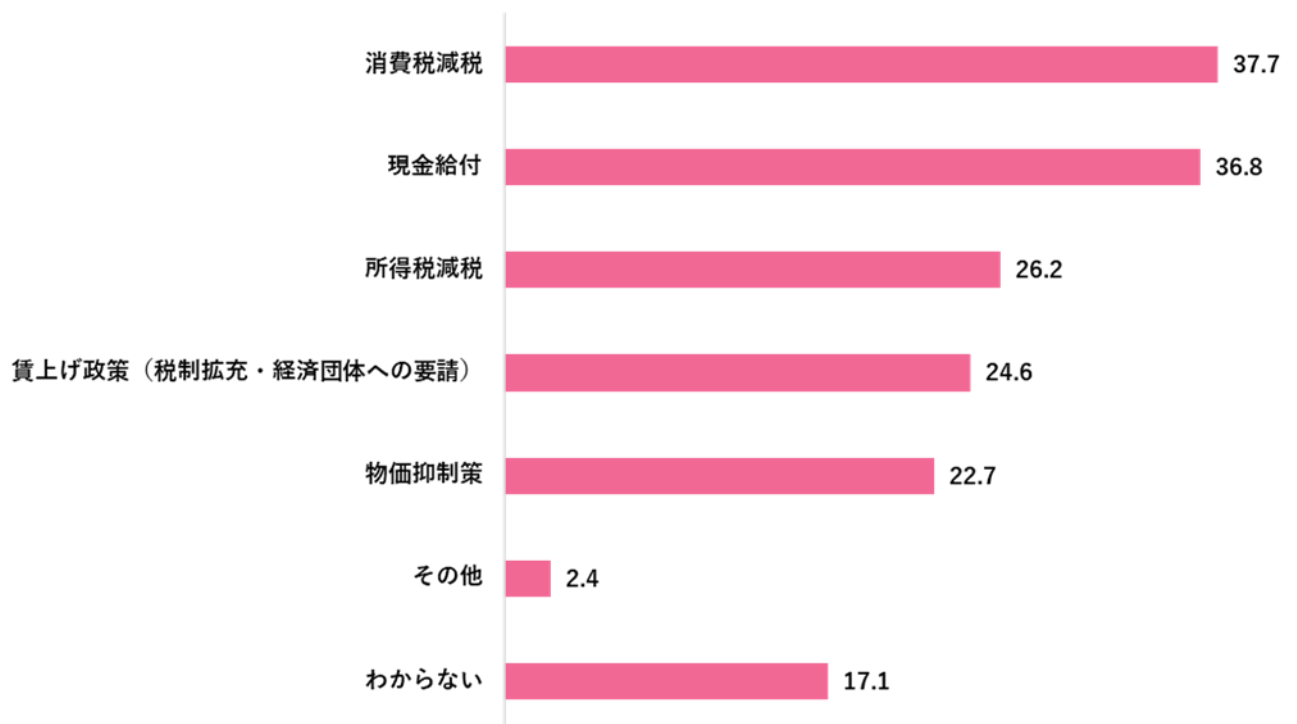


■TOPICS 5

財布のひもが緩むきっかけとして、効果があると思う国の政策は「消費税減税」(37.7%)、「現金給付」(36.8%)

財布のひもが緩むきっかけとして、効果があると思う国の政策は、「消費税減税」が37.7%、「現金給付」が36.8%、「所得税減税」が26.2%となった。

▼財布のひもが緩むきっかけとして、最も効果があると思う国の政策（複数回答）（%）(n=1,000)



【ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジトピ」パーソナリティのコメント】

・渡辺広明氏（消費経済アナリスト）

新NISAの影響もあり、優先順位の高い支出として、20代と30代で「貯蓄・投資」が3割を超えている調査結果から、岸田政権が昨年掲げた「資産所得倍増元年」の結果が出始めていると考えられる。人口減で内需マーケットの伸びが今後期待しづらい日本において好ましい傾向であると思う。

一方、賃上げの期待が14.2%と低いことは、現状もしくは将来の自分の仕事の給与が伸びていくことに対する諦めモードとも考えられ、経営者にとっては耳の痛い結果ともなっている。

また、特にお金をかけたくないものとして、人間が生活していくために必要な衣食住の中でも、少し贅沢な「外食」やすでに各家庭でタンスの中に抱えている「衣料品」が挙げられているのは、現状の個人消費に対する国民の本音を如実に表している。財布のひもが緩む効果があると思う国の政策は「消費税減税」が37.7%と一番になり、この結果から食料品の消費税を3%や5%に下げる軽減税率が、国内経済を上向かせるとともに、多くの国民の生活を安定させるために最も求められる政策と考えられる。

以上

【調査概要】

調査方法 : インターネット調査

調査期間 : 2023年12月26日～12月29日

パネル : 「Pontaリサーチ」会員

(Ponta会員で「Pontaリサーチ」の会員登録をいただいている方)

調査対象 : 国内在住20～60代の有職者

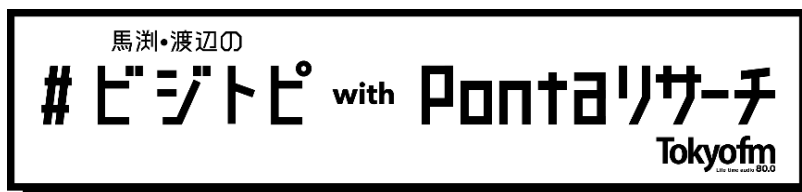
有効回答数 : 1,000名 ※性年代別に各100サンプル回収

※調査結果は小数点第2位を四捨五入しています

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、“「ロイヤリティ マーケティング」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

■共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」について



2023年5月より TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」の提供スポンサーとして LM が参画しています。「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」は、世の中の最新ニュースからパーソナリティの経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が生活者に調査したいトピックについて、LM が「Ponta リサーチ」で聴取する調査です。調査結果を番組内で紹介する他、LM のマーケティング紹介サイトのコラムで紹介しています。

■TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」について

パーソナリティをつとめる経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が世の中の最新ニュースをそれぞれの視点で分かりやすく解説しています。ビジトピとは、“ビジネストピックス”の略！ 30分ながら聴きするだけで、資産運用の話から、マーケティング用語、最新ヒット商品まですぐあなたの役に立つビジトピが身につきます。

放送日時 : 日曜 6:00~6:30

出演者 : 馬淵磨理子 (経済アナリスト)、渡辺広明 (消費経済アナリスト)

番組 HP : <https://www.tfm.co.jp/biztopi/>

AuDee : <https://audee.jp/program/show/61907>

Twitter : https://twitter.com/biztopi_tfm

■関連 URL

株式会社ロイヤリティ マーケティング マーケティング詳細紹介サイト : <https://biz.loyalty.co.jp/>

公開レポート (自主調査結果を掲載) : <https://biz.loyalty.co.jp/report/>

公開データ : <https://biz.loyalty.co.jp/lp/publicdata/>

コラム : <https://biz.loyalty.co.jp/column/>

※報道関係者の方は、メディア関係者限定公開のお問い合わせ先
広報部にご連絡をお願い申し上げます。