

2014年冬季ボーナスアンケート調査(宮崎県内) ～インターネットアンケート調査～

当研究所は、宮崎県内における消費動向あるいは生活実感などを探るため、ボーナスアンケート調査を実施している。今回より、インターネットアンケートを活用したボーナス調査を実施し、結果をまとめた。

【調査結果の概要】

1. 冬季ボーナスは、全体の75.8%が「支給される」と回答した。増減見込みは「同じくらい(62.2%)」が最多で、前年並みを見込む回答が目立つ。
2. ボーナスの見込み額は「10万円以上30万円未満(32.7%)」が最多。
3. 使いみちは「貯蓄(71.7%)」が最多で、貯蓄の目的は「家計の補充(44.0%)」、貯蓄の方法は「定期性預貯金(58.5%)」が最も多い。
4. ローン返済は、「住宅関連(50.0%)」が最も多い。
5. ボーナスでの購入予定品は「衣料品(57.4%)」に次いで「日用品のまとめ買い(22.8%)」が多く、買物予定先は「ショッピングセンター(48.5%)」が最多だった。県外での買物予定地は、九州4市(※)の中で「福岡市(59.1%)」の回答が最も多い。
6. 生活状況は「変わらない(61.9%)」が最も多く、生活状況D Iは「▲15.7」とマイナスの状態、生活状況が改善する実感に乏しい。

※ 福岡市、大分市、熊本市、鹿児島市の4市

調査の実施要領

調査時期：2014年11月17日(月)～11月21日(金)

調査対象：宮崎県内の給与所得者

調査方法：インターネットアンケート(マクロミル社)

回答者数：520名

回答者の属性(単位：人、%)

年代別	人数	構成比	世帯別			人数	構成比	性 別			人数	構成比	
20歳代以下	96	18.5	独身	子供有り	42	8.1	既婚	子供無し	176	33.8	男 性	274	52.7
30歳代	155	29.8		子供有り	243	46.7		女 性	246	47.3			
40歳代	160	30.8		子供無し	59	11.3	合 計	520	100.0				
50歳代以上	109	21.0											
合 計	520	100.0	合 計		520	100.0							

※四捨五入の関係で内訳の総和と合計は必ずしも一致しない。

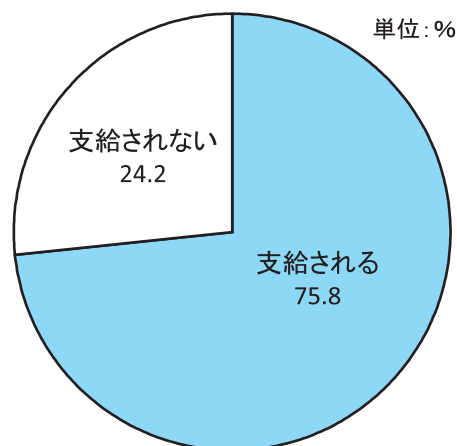
※同調査は、1979年より2014年夏季調査まで、宮崎銀行の営業部にて質問票を配布する手法で実施してまいりましたが、対象先をインターネット経由に変更した関係で、前年の結果との比較は控えています。

1. ボーナス支給の有無と増減見込み

(1) 「支給される」が75.8%

冬のボーナスは「支給される」が75.8%、「支給されない」が24.2%と、全体の4分の3が、ボーナスが支給されると回答した(図1)。

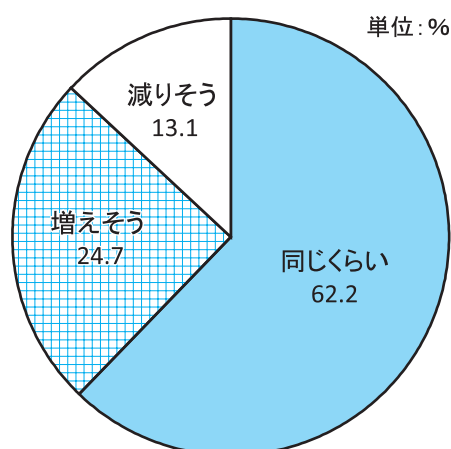
図1. 冬季ボーナス支給の有無



(2) 増減見込みは「同じくらい」が最多

今回のボーナス支給見込みは、前年と「同じくらい」が62.2%と最も多く、以下「増えそう(24.7%)」「減りそう(13.1%)」と、約6割が前年並みのボーナス支給額を見込んでいた(図2)。

図2. 冬季ボーナスの増減見込み



年代別でも、全ての年代で「同じくらい」の回答が最も多い(表1)。「増えそう」は、全ての年代で「減りそう」を上回る結果となり、9月期に実施した企業動向アンケート[全般的業況が前期比+7ポイント(以下「P」)]の改善傾向がボーナスの支給額にも反映しているとみられる。

表1. 増減見込み(年代別)

増減		単位: %		
年代	増えそう	同じくらい	減りそう	
20歳代以下	25.8	64.5	9.7	
30歳代	28.0	58.9	13.1	
40歳代	21.9	61.5	16.7	
50歳代以上	22.5	66.2	11.3	

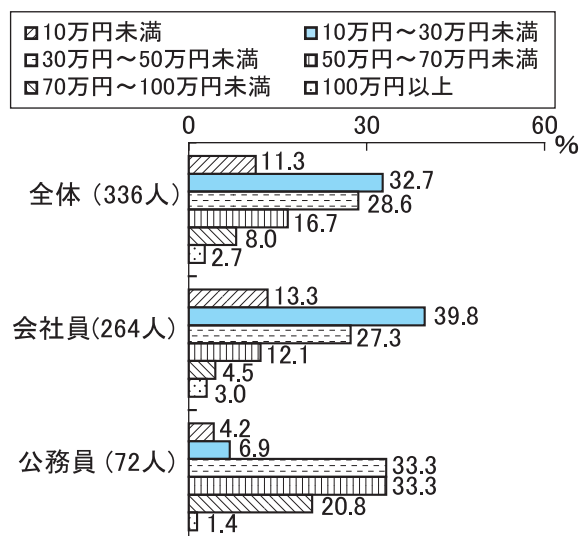
2. ボーナスの見込み額

「10万円以上30万円未満」が最多

ボーナスの見込み額は、全体で「10万円～30万円未満(32.7%)」が最も多く、「30万円～50万円未満(28.6%)」と続いた(図3)。

会社員は、「10万円～30万円未満」が39.8%と最も多く、次いで「30万円～50万円未満(27.3%)」で、両者を合わせた回答は全体の約6割を占めた。

図3. ボーナスの見込み額



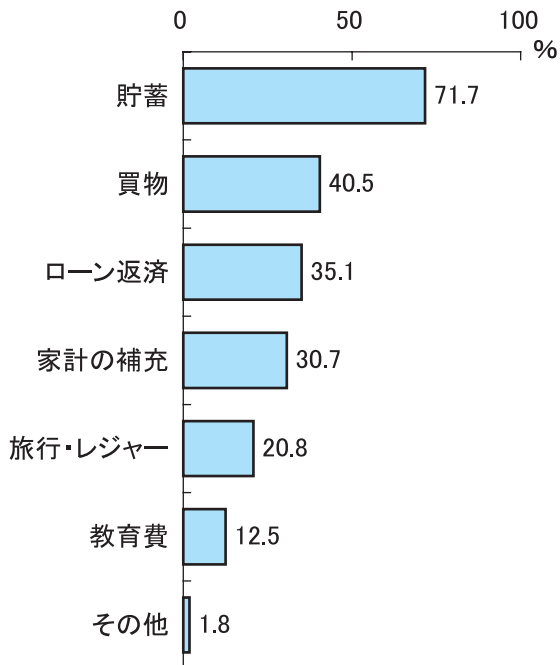
3. ボーナスの使いみち(複数回答)

「貯蓄」が最多

ボーナスの使いみちは「貯蓄(71.7%)」が最も多く、以下「買物(40.5%)」「ローン返済(35.1%)」「家計の補充(30.7%)」と続いた(図4)。

支給見込み額(前頁図2)は、「同じくらい(62.2%)」が多いものの、使いみちでは「貯蓄」が「買物」より31.2P高く、生活防衛色の強さがみられた。

図4. ボーナスの使いみち(複数回答)



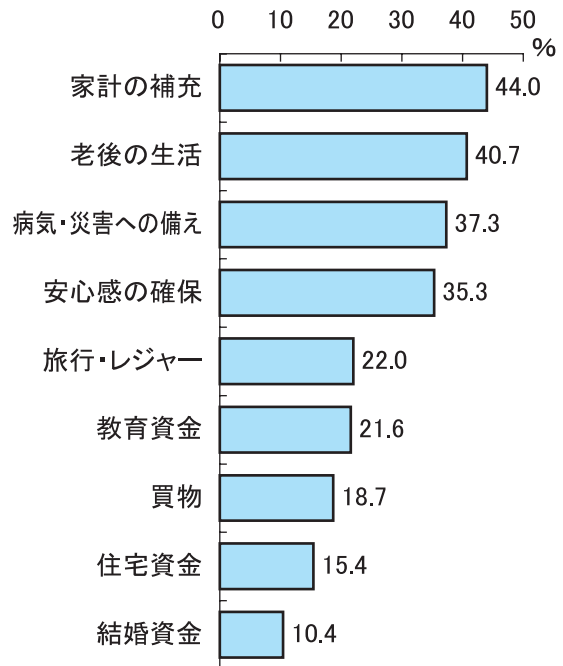
(1)「貯蓄」

①貯蓄の目的(複数回答)

「家計の補充」が最多

貯蓄の主な目的は「家計の補充(44.0%)」が最も多く、「老後の生活(40.7%)」「病気・災害への備え(37.3%)」など、家計の赤字補填や将来への備えが上位を占め、消費税率引上げなど経済面の不安から、自己防衛色が強くなっている(図5)。

図5. 貯蓄の目的(複数回答)



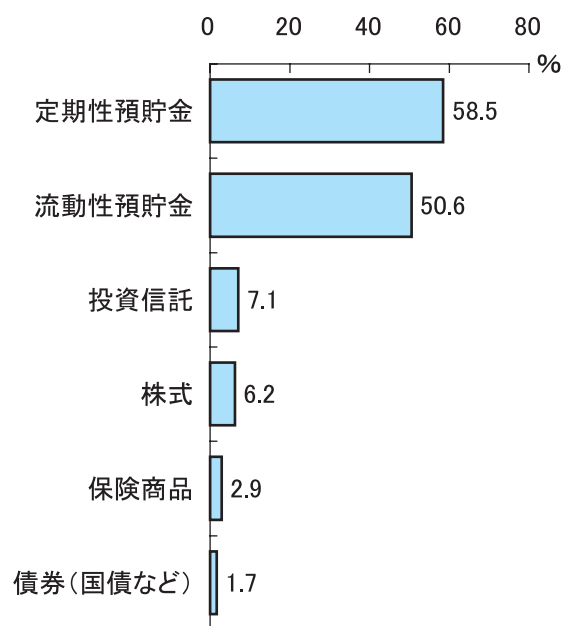
②貯蓄の方法(複数回答)

「定期性預貯金」が最多

貯蓄の方法は、「定期性預貯金」が58.5%で最も多く、2位が「流動性預貯金(50.6%)」で、預貯金志向が強い(図6)。

3位以下は回答率が1割未満で、預貯金以外の割合は総じて低い。

図6. 貯蓄の方法(複数回答)



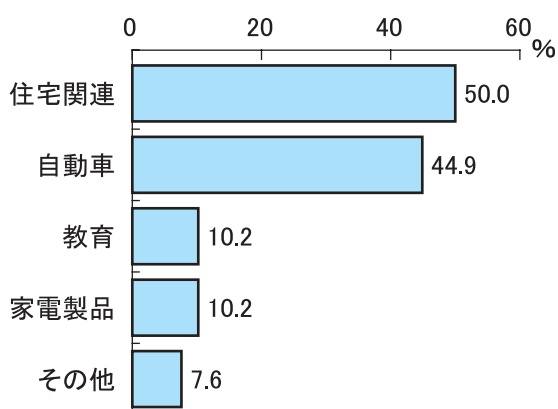
(2)「ローン返済」(複数回答)

「住宅関連」「自動車」が2大項目

ローン返済では「住宅関連 (50.0%)」と「自動車 (44.9%)」の回答が1、2位を占めた。

今回の調査は、30～40歳代の回答者数が多く、2014年4月の消費税率引き上げ前に住宅を購入した一部の動きが、回答に反映したとみられる (図7)。

図7. ローン返済予定の内容 (複数回答)



(3)「買い物」

①購入予定品 (複数回答)

「衣料品」が最多

購入予定品は「衣料品 (57.4%)」が最も多く、「日用品のまとめ買い (22.8%)」「アクセサリ、腕時計 (14.0%)」と続いた (図8)。

年代別では、20歳代以下の4割が「美容・健康器具」と回答した (表2)。30歳代は「デジタルカメラ」「スマートフォン」「テレビ」「パソコン」「暖房機器」等、家電関連の割合が高く、40歳代は「贈答品」「その他の家電製品」「日用品のまとめ買い」など、歳暮や生活用品の割合が高い。50歳代以上は「自動車・バイク」の回答率が比較的高かった。

図8. 購入予定品 (複数回答)

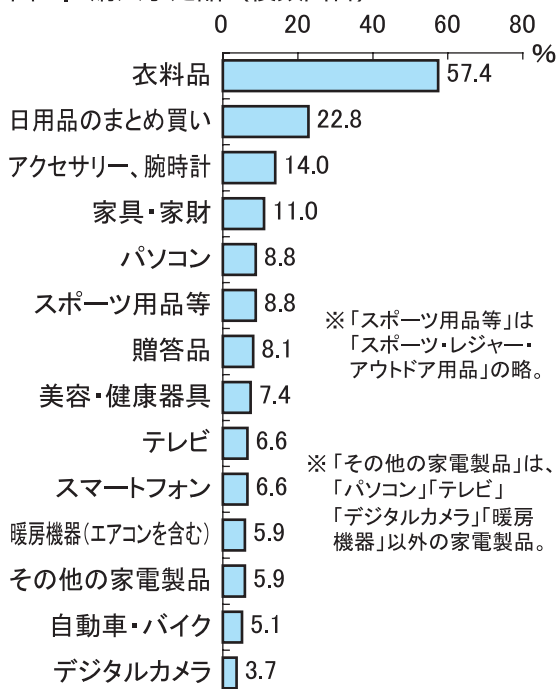


表2. 購入予定品 (年代別内訳)

単位: %

購入予定品 \ 年代	20歳代以下	30歳代	40歳代	50歳代以上
衣料品	20.5	30.8	29.5	19.2
日用品のまとめ買い	9.7	32.3	35.5	22.6
アクセサリ、腕時計	26.3	47.4	15.8	10.5
家具・家財	13.3	33.3	33.3	20.0
パソコン	33.3	50.0	8.3	8.3
スポーツ・レジャー・アウトドア用品	16.7	41.7	25.0	16.7
贈答品	-	27.3	54.5	18.2
美容・健康器具	40.0	30.0	20.0	10.0
テレビ	-	66.7	33.3	-
スマートフォン	-	77.8	11.1	11.1
暖房機器(エアコンを含む)	25.0	50.0	-	25.0
その他の家電製品	37.5	12.5	50.0	-
自動車・バイク	28.6	28.6	14.3	28.6
デジタルカメラ	-	80.0	-	20.0

□ 横軸で最も高い

②買物予定先の店舗形態 (複数回答)

ショッピングセンターがトップ

買物予定先の店舗形態では「ショッピングセンター (大型店) (以下「SC」) (48.5%)」が最多で、以下「通販・ネット販売 (41.9%)」「百貨店 (32.4%)」となった (次頁表3)。

居住地別にみると、都城市、延岡市は「SC」が、宮崎市は「デパート・百貨店」がそれぞれ最も多かった。「通販・ネット販売」は都城市と延岡市で半数以上の回答があった。

表3. 買物予定先の店舗形態（複数回答）

単位：％

買物先 居住地	SC (大型店)	通販・ ネット販売	デパート・ 百貨店	量販店	専門店
全 体	48.5	41.9	32.4	28.7	23.5
宮崎市	44.2	30.8	46.2	23.1	30.8
都城市	63.6	59.1	27.3	36.4	18.2
延岡市	50.0	50.0	30.0	35.0	20.0

回答者数 358人

③買物予定地（複数回答）

「宮崎地区（注1）」「都城地区（注2）」「延岡地区（注3）」は、いずれも買物予定地を地元とする回答が最も多い（表4）。

「日南地区（注4）」は、「宮崎市（83.3％）」を買物予定地とする回答が最も多い。

「小林地区」は地元と宮崎市を買物予定地とする回答が同数（66.7％）あった。

「県外」は「都城地区（31.8％）」が他の地域より多かった。

表4. 買物予定地（複数回答、居住地別）

単位：％

買物地 居住地	宮崎市	都城市	延岡市	日南市	小林市	県 外
宮崎地区 (注1)	92.7	-	-	-	-	12.7
都城地区 (注2)	45.5	90.9	-	-	-	31.8
延岡地区 (注3)	32.1	-	64.3	-	-	25.0
日南地区 (注4)	83.3	-	-	16.7	-	-
小林地区 (注5)	66.7	33.3	-	-	66.7	16.7

回答者数 136人

(注1) 宮崎市、西都市、東諸県郡、児湯郡

(注2) 都城市、北諸県郡

(注3) 延岡市、日向市、東臼杵郡、西臼杵郡

(注4) 日南市、串間市

(注5) 小林市、えびの市、西諸県郡

④県外での買物予定地（複数回答）

「福岡市」が過半数を占める

県外での買物予定地は、「福岡市（59.1％）」が最も多く、2位が「鹿児島市（50.0％）」、3位が「熊本市」「大分市」（22.7％）と続いた（表5）。

表5. 県外での買物予定地（複数回答）

単位：％

買物地 年	福岡市	鹿児島市	熊本市	大分市
2014年	59.1	50.0	22.7	22.7

回答者数 22人

4. 最近の県外での買物動向

(1) 買物頻度

最近1年間で県外主要4市へ買物に行った頻度は、全ての市で「1回」が最も多く、「大分市」「福岡市」は5割を超えた。

熊本市は、「2～4回」が41.6％と他の市より多かった（表6）。

表6. 県外での買物頻度（複数回答）

単位：％

買物地 頻度	福岡市	鹿児島市	熊本市	大分市
1回	51.7	49.0	47.9	51.9
2～4回	36.3	41.6	37.3	29.8
5～9回	6.4	4.7	8.9	9.9
10回以上	5.6	4.7	5.9	8.4

回答者数 234人

(2) 交通手段

県外主要4市への交通手段は、「福岡市」を除く3市で「乗用車」が約9割と、圧倒的に多い。福岡市も「乗用車（50.0％）」が最も多いが、「高速バス」も約3割あり、他の3市に比べて、長時間の運転を避け、利便性の高い高速バスを利用する割合が高い（次頁表7）。

表7. 県外主要4市への交通手段

単位：%

買物地 交通手段	福岡市	鹿児島市	熊本市	大分市
乗 用 車	50.0	93.3	88.8	89.3
高 速 バス	32.1	5.4	3.0	3.8
J R	4.7	-	7.1	4.6
飛 行 機	12.0	-	-	-

回答者数 234人

5. 今後の旅行・レジャー先(複数回答)

「九州内」が最多

今後の旅行・レジャー先は、「九州内(67.9%)」が最多で、以下「県内(42.7%)」「関東・甲信越(33.7%)」と続いた。県内、九州内の回答が多く、旅行・レジャーは「安・近・短」志向が強い(図9)。

年代別では、上位5先において40歳代の割合が最も高い(表8)。20歳代以下は北海道が約3割を占め、50歳代以上は海外や東北など遠距離の回答率が高かった。

図9. 旅行・レジャーの予定先(複数回答)

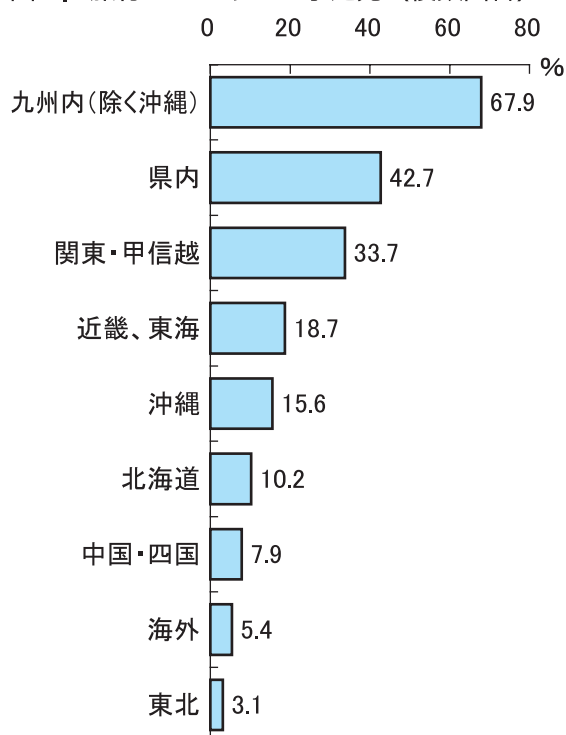


表8. 旅行・レジャー先(年齢別) 単位：%

行先	年代 20歳代 以下	30歳 代	40歳 代	50歳代 以上
九州内(除く沖縄)	16.7	26.9	33.3	23.1
県内	22.2	20.6	33.5	23.7
関東・甲信越	16.5	29.5	33.6	20.4
近畿・東海	12.6	33.9	37.0	16.5
沖縄	19.2	22.1	31.7	26.9
北海道	33.8	24.3	20.3	21.6
中国・四国	22.0	25.4	30.5	22.0
海外	19.0	12.7	28.6	39.7
東北	15.7	27.5	25.5	31.4

□ 横軸で最も高い

6. 現在の生活状況

全体では「変わらない」が約6割

現在の生活状況は、「変わらない(61.9%)」が最も多く、「悪くなった」が26.9%、「良くなった」は11.2%で生活状況D I(注)は「▲15.7」となった(表9)。

生活状況別では、衣食住の生活面で、「変わらない」がそれぞれ約7割を占めたが、D Iはマイナスで、「レジャー・余暇等」も▲22.5と生活に余裕がみられない。

ボーナス支給額では、「同じくらい」「増えそう」と予想する回答が目立つものの、家計の補充や将来に備えた貯蓄、近場の旅行の回答も多く、総じて家計を前年並みに維持したい意向がうかがえる。

(勝池)

表9. 現在の生活状況

単位：%、P

生活	状況	良くなった	変わらない	悪くなった	D I
全 体		11.2	61.9	26.9	▲ 15.7
衣 生 活		8.3	67.3	24.4	▲ 16.1
食 生 活		10.6	68.1	21.3	▲ 10.7
住 生 活		8.5	73.8	17.7	▲ 9.2
レジャー・余暇等		9.8	57.9	32.3	▲ 22.5

注) D I = 「良くなった」割合 - 「悪くなった」割合