

2024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や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、県内の給与所得者等を対象にインターネットアンケートによる冬季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. 今冬のボーナスは、全体の71.2%が「支給される」と回答し、増減見込みは「増えそう（20.1%）」が前年比0.6ポイント（以下「P」という）上昇し、2018年以来6年ぶりに20%を上回った。
2. ボーナスの見込み額は「10万円～30万円未満（42.1%）」が最も多かった。
3. 使いみちは「貯蓄・投資（54.4%）」、貯蓄の目的は「老後の生活（45.3%）」が最も多く、貯蓄等の方法では約3割が「投資信託（26.6%）」を選択した。前年比では、「貯蓄・投資（▲14.0P）」が低下し、「旅行・レジャー（+4.7P）」「買物（+2.7P）」等の消費関連の割合が上昇した。
4. ボーナスでの購入予定品は「衣料品（48.9%）」が最も多く、買物予定先は「通販・ネット通販（48.2%）」が最多だった。前年比では、「スポーツ用品等（+5.1P）」等が上昇し、「衣料品（▲7.4P）」等が低下した。
5. 生活状況DI（注1）は▲35.5と、前年比3.7Pのマイナスとなった。
6. 品目別の物価状況DI（注2）は「食品（生鮮食品を除く）（+89.3）」が最も高い。前年比では「衣類・履物（+7.6P）」「日用品・雑貨類（+5.1P）」「外食費（+4.1P）」等が上昇している。
7. 物価上昇への対応では、「食品」「日用品・雑貨類」は価格の安い商品への変更、「外食」では利用回数を減らすとの回答が多かった。
8. 投資では、「投資をしている」と「興味がある」を合わせた回答が約6割だった。投資している（してみたい）商品は「投資信託（54.6%）」が最多となった。

調査の実施要領

調査時期：2024年11月13日（水）～17日（日）
 調査対象：宮崎県内の給与所得者等
 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：524人

注1) 生活状況が「良くなった」割合－「悪くなった」割合
 注2) 物価が「高くなった」割合－「安くなった」割合

回答者の属性（単位：人、%）

年代別	人数	構成比
20歳代以下	101	19.3
30歳代	151	28.8
40歳代	142	27.1
50歳代以上	130	24.8
合計	524	100.0

世帯別	人数	構成比	
独身	255	48.7	
既婚	子供有り	223	42.6
	子供無し	46	8.8
合計	524	100.0	

性別	人数	構成比
男性	262	50.0
女性	262	50.0
合計	524	100.0

職業	人数	構成比
会社員	468	89.3
公務員	56	10.7
合計	524	100.0

※本レポートの図表は、四捨五入の関係で、内訳の総和と合計が必ずしも一致しない

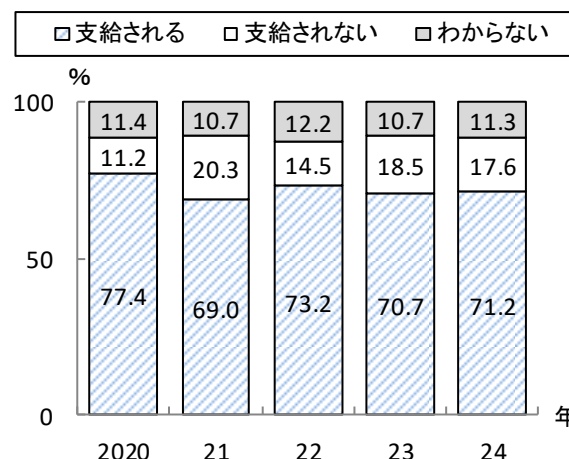
1. ボーナス支給の有無と増減見込み

(1) 支給の有無

「支給される」が71.2%

今冬のボーナスは「支給される（71.2%）」の割合が前年比0.5P上昇した。「支給されない（17.6%）」は同0.9P低下した（図1）。

図1. 今冬のボーナス支給の有無

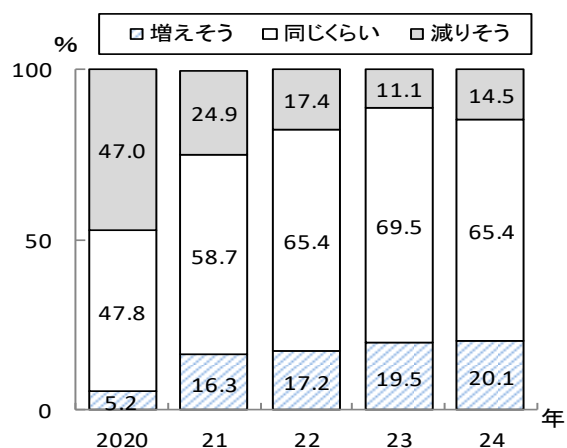


(2) 支給額増減見込み

「増えそう」が6年ぶりに20%を超える

ボーナス支給額の増減見込みは「増えそう（20.1%）」が前年比0.6P上昇し、「減りそう（14.5%）」も3.4P上昇した。（図2）。「増えそう」は冬季では2018年以來6年ぶりに20%を超え、4年連続で前年を上回った。

図2. 今冬のボーナス支給額の増減見込み



2. ボーナスの見込み額

「10万円～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（42.1%）」が最も多く、以下「30万円～50万円未満（26.0%）」「50万円～70万円未満（13.9%）」と続いた（表1）。

表1. ボーナスの見込み額

(単位:%、P)

	10万円未満	10万円～30万円未満	30万円～50万円未満	50万円～70万円未満	70万円～100万円未満	100万円以上
2023年	8.6	42.2	27.6	9.5	8.6	3.5
2024年	9.1	42.1	26.0	13.9	6.2	2.7
差異	0.5	▲ 0.1	▲ 1.6	4.4	▲ 2.4	▲ 0.8

n=373

3. ボーナスの使いみち（複数回答）

「貯蓄・投資」が最多

ボーナスの使いみちは「貯蓄・投資（54.4%）」が最も多く、以下「買物（37.3%）」「家計の補充（29.2%）」「旅行・レジャー（25.5%）」と続いた（表2）。前年比では「旅行・レジャー（+4.7P）」「買物（+2.7P）」等が上昇し、「貯蓄・投資（▲14.0P）」等は低下した。

（1）「貯蓄・投資」

①貯蓄・投資の目的（複数回答）

「老後の生活」が最も多い

貯蓄・投資の主な目的は「老後の生活（45.3%）」が最も多く、「家計の補充（39.4%）」「安心感の確保（33.5%）」と続いた（表3）。

前年比では、「老後の生活（+8.5P）」「結婚資金（+4.4P）」が上昇し、「教育資金（▲8.6P）」「住宅資金（▲3.1P）」「家計の補充（▲1.7P）」等は低下した。

②貯蓄・投資の方法（複数回答）

「投資信託」が約3割

貯蓄・投資の方法は、「普通預貯金（73.4%）」「投資信託（26.6%）」「定期性預貯金（25.6%）」の順となった（表4）。前年比では「定期性預貯金（▲27.0P）」が低下し、「普通預貯金（+26.0P）」「投資信託（+7.6P）」等の割合が増加した。

表2. ボーナスの使いみち（複数回答）

（単位：%、P）

	2023年	2024年	差異
貯蓄・投資	68.4	54.4	▲14.0
買物	34.6	37.3	2.7
家計の補充	28.4	29.2	0.8
旅行・レジャー	20.8	25.5	4.7
クレジット・ローン返済	27.0	25.2	▲1.8
教育費	13.0	8.0	▲5.0

n=373

表3. 貯蓄・投資の目的（複数回答）

（単位：%、P）

	2023年	2024年	差異
老後の生活	36.8	45.3	8.5
家計の補充	41.1	39.4	▲1.7
安心感の確保	34.0	33.5	▲0.5
病気・災害への備え	32.0	31.5	▲0.5
旅行・レジャー	25.7	24.1	▲1.6
買物	19.8	18.2	▲1.6
教育資金	22.9	14.3	▲8.6
住宅資金	11.5	8.4	▲3.1
結婚資金	4.0	8.4	4.4
その他	1.2	1.0	▲0.2

n=203

表4. 貯蓄・投資の方法（複数回答）

（単位：%、P）

	2023年	2024年	差異
普通預貯金	47.4	73.4	26.0
投資信託	19.0	26.6	7.6
定期性預貯金	52.6	25.6	▲27.0
国内株式	6.7	10.8	4.1
金投資	-	3.4	-
外国株式	-	3.0	-
保険商品	1.6	2.0	0.4
債券(国債など)	1.2	1.2	0.0

n=203

(2) 「クレジット・ローン返済」

(複数回答)

「自動車」が52.1%

クレジット・ローン返済では「自動車(52.1%)」が最も多く、次いで「住宅関連(50.0%)」となった(表5)。

前年比では「住宅関連(+9.0P)」「自動車(+4.1P)」が上昇し、「家電製品(▲9.5P)」「教育(▲6.6P)」等が低下した。

(3) 「買物」

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(48.9%)」「日用品のまとめ買い(33.1%)」「靴・バッグ類(23.0%)」となった(表6)。

前年比では「スポーツ用品等(+5.1P)」「パソコン・タブレット端末(+3.2P)」等が上昇し、「衣料品(▲7.4P)」「家具・家財(▲6.0P)」「テレビ(▲5.1P)」等が低下した。

② 買物予定先の店舗形態 (複数回答)

「通販・ネット通販」がトップ

買物予定先の店舗形態では、「通販・ネット通販(48.2%)」が最多で、次いで「ショッピングセンター(大型店)(以下「SC」)(41.0%)」「ディスカウントストア(23.0%)」となった(表7)。「通販・ネット通販」は、新型コロナの蔓延下にあった2020年から2022年まではトップで、2023年は新型コロナの5類移行もあり「SC(大型店)」に次ぐ2位だったが、今冬は再び1位となった。

表5. クレジット・ローン返済予定の内容 (複数回答)

(単位:%、P)

	2023年	2024年	差異
自動車	48.0	52.1	4.1
住宅関連	41.0	50.0	9.0
家電製品	18.0	8.5	▲9.5
教育	13.0	6.4	▲6.6
その他	15.0	14.9	▲0.1

n=94

表6. 購入予定品 (複数回答)

(単位:%、P)

	2023年	2024年	差異
衣料品	56.3	48.9	▲7.4
日用品のまとめ買い	35.2	33.1	▲2.1
靴・バッグ類	25.8	23.0	▲2.8
美容・健康器具	17.2	15.8	▲1.4
スポーツ用品等	7.8	12.9	5.1
衛生用品のまとめ買い	10.2	12.2	2.0
アクセサリ・腕時計	10.9	8.6	▲2.3
スマートフォン	7.0	8.6	1.6
自動車・バイク・カー用品	5.5	7.9	2.4
パソコン・タブレット端末	4.7	7.9	3.2
贈答品	5.5	7.2	1.7
家具・家財	12.5	6.5	▲6.0
その他の電化製品	3.9	6.5	2.6
テレビ	9.4	4.3	▲5.1
暖房機器(エアコンを含む)	4.7	2.9	▲1.8
その他		5.8	5.8

n=139

表 7. 買物予定先の店舗形態別順位の推移（複数回答）

(単位:%)

	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
2019	SC(大型店)	通販・ネット通販	デパート	家電量販店	ディスカウントストア
	52.7	49.1	33.9	30.4	23.2
2020	通販・ネット通販	SC(大型店)	ディスカウントストア	家電量販店	デパート
	62.4	57.4	31.9	29.8	28.4
2021	通販・ネット通販	SC(大型店)	家電量販店	デパート	ホームセンター
	54.7	46.9	25.8	25.8	19.5
2022	通販・ネット通販	SC(大型店)	スーパーマーケット	ディスカウントストア	ドラッグストア
	55.6	45.1	29.6	26.8	26.8
2023	SC(大型店)	通販・ネット通販	デパート	スーパーマーケット	家電量販店
	54.7	41.4	25.8	23.4	21.9
2024	通販・ネット通販	SC(大型店)	ディスカウントストア	ドラッグストア	デパート
	48.2	41.0	23.0	21.6	22.3

n=139

4. 県外での買物頻度

福岡市、北九州市、熊本市では5～9回が増加

最近1年間の県外九州5市への買物頻度は、大分市や鹿児島市では「1回」が増加し、福岡市、北九州市、熊本市では「5～9回」が増加した（表8）。

表 8. 県外での買物頻度（複数回答）

(単位:%)

頻度	福岡市	北九州市	大分市	熊本市	鹿児島市
1回	54.1	47.1	59.5	54.9	55.1
	54.4	50.0	53.8	54.3	48.9
2～4回	33.5	37.3	31.0	25.4	33.3
	34.6	40.4	34.0	32.1	37.1
5～9回	8.8	9.8	6.5	10.4	8.0
	6.6	5.8	9.0	8.6	9.6
10回以上	3.6	5.9	3.0	9.2	3.6
	4.4	3.8	3.2	4.9	4.5

n=194

※上段:2024年 下段:2023年

5. 今後の旅行・レジャーの行先（複数回答）

「九州」が最多

今後の旅行・レジャーの行先は、「九州（63.9%）」が最も多く、「関東・甲信越（31.8%）」、前年比1.8P上昇した「近畿・東海（16.3%）」と続いた（表9）。「県内（10.3%）」は同7.2P低下した。

表 9. 今後の旅行・レジャーの行先（複数回答）

(単位:%, P)

	九州	関東・甲信越	近畿・東海	県内	沖縄県	中国・四国	北海道	海外	東北
2023年	71.1	32.0	14.5	17.5	6.1	5.7	3.9	3.1	2.6
2024年	63.9	31.8	16.3	10.3	6.0	6.0	3.9	2.6	2.1
差異	▲ 7.2	▲ 0.2	1.8	▲ 7.2	▲ 0.1	0.3	0.0	▲ 0.5	▲ 0.5

n=233

6. 現在の生活状況

生活状況DIは悪化

現在の生活状況は、全体では「良くなった（6.1%）」が前年比1.9P低下し、「悪くなった（41.6%）」が同1.8P上昇したことで生活状況DIは▲35.5となった（表10、図3）。

前年比では「全体」でDIが3.7P低下し、項目別でも全項目で前年より悪化した。「レジャー・余暇等（▲34.2）」が8.8P低下と低下幅が最も大きかった。

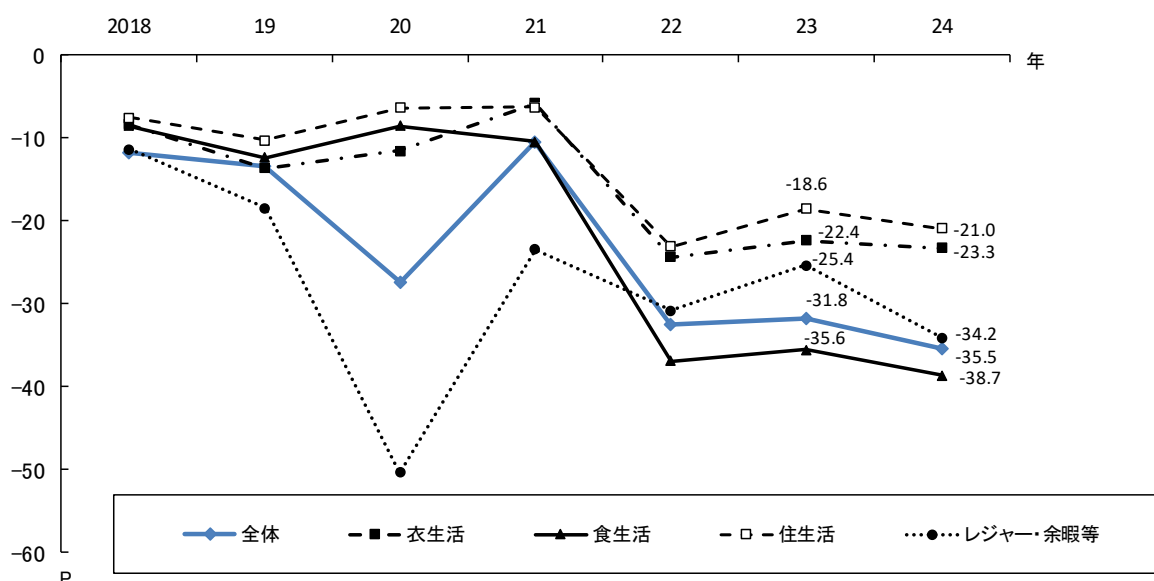
生活状況DIの推移をみると、2021年には世界的に新型コロナの影響が弱まり経済活動が再開したことでDIには緩やかな回復がみられたが、その後歴史的な物価上昇の影響を受けて2022年のDIは急激に悪化した。2023年に新型コロナの5類移行によって日本国内でも経済活動が活発化しDIが若干改善したものの、長引く物価上昇の影響を受けて2024年には再び悪化している。

表10. 生活状況DIの推移

(単位:%、P)

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	良くなった	変わらない	悪くなった
	全体	▲11.8	▲13.5	▲27.4	▲10.6	▲32.5	▲31.8	▲35.5	6.1	52.3
衣生活	▲8.4	▲13.7	▲11.6	▲5.9	▲24.4	▲22.4	▲23.3	5.9	64.9	29.2
食生活	▲8.6	▲12.4	▲8.6	▲10.5	▲37.0	▲35.6	▲38.7	6.3	48.7	45.0
住生活	▲7.6	▲10.3	▲6.4	▲6.3	▲23.2	▲18.6	▲21.0	5.5	67.9	26.5
レジャー・余暇等	▲11.4	▲18.5	▲50.4	▲23.5	▲30.9	▲25.4	▲34.2	7.1	51.7	41.2

図3. 生活状況DIの推移



7. 現在の物価状況

(1) 品目別物価状況

日用品・雑貨類や外食費等でDIが上昇

現在と前年の物価を品目別に比較すると、DIは「食品(生鮮食品を除く)(89.3)」が最も高く、以下「日用品・雑貨類(81.2)」「外食費(69.8)」と続いた(表11)。

前年比では「衣類・履物類(+7.6P)」「日用品・雑貨類(+5.1P)」「外食費(+4.1P)」等が上昇し「交通費(▲13.0P)」「教育費(▲12.2P)」等が低下した。

表11. 品目別物価状況

(単位: %、P)

品目	物価	高くなった	変わらない	安くなった	DI	前年	差異
食品(生鮮食品を除く)		89.5	5.7	0.2	89.3	89.1	0.2
日用品・雑貨類		82.3	11.1	1.1	81.2	76.1	5.1
外食費		72.1	19.1	2.3	69.8	65.7	4.1
光熱水道費		71.2	19.1	1.5	69.7	70.4	▲ 0.7
交通費		60.3	30.5	1.5	58.8	71.8	▲ 13.0
衣類・履物類		60.5	28.8	2.3	58.2	50.6	7.6
旅行・レジャー		60.3	23.7	2.5	57.8	-	-
自動車		58.4	25.8	1.5	56.9	-	-
家具・家電		56.5	29.8	2.3	54.2	58.9	▲ 4.7
趣味・娯楽・嗜好品		56.9	32.3	2.7	54.2	51.0	3.2
理美容費・化粧品類		50.8	37.4	2.3	48.5	-	-
医療費		34.4	51.3	1.9	32.5	34.6	▲ 2.1
通信費		35.9	50.0	5.5	30.4	35.9	▲ 5.5
教育費		29.2	36.5	2.3	26.9	39.1	▲ 12.2
住居費		26.9	60.9	1.1	25.8	24.3	1.5

(2) 物価上昇の影響

約8割が物価上昇の影響を実感

原材料価格の上昇や円安に伴う商品・サービス価格の上昇による生活への影響については、約8割が影響を受けたと回答している(表12)。

表12. 物価上昇の影響

(単位: %)

影響の有無	回答割合
影響を受けた	77.3
影響を受けていない	7.6
わからない	15.1

(3) 品目別の物価上昇への対応(複数回答)

品目により対応に違いが表れた

「食品(生鮮食品を除く)」、「日用品・雑貨類」は価格の安い商品に変更する対応が最も多く、「外食費」は利用回数を減らして対応するとの回答が多くなった(表13)。「医療費」「教育費」「通信費」では「変わらない」の回答割合が高かったが、自由意見には「医療機関の受診を控えている」との回答もみられた。

表13. 品目別の物価上昇への対応(複数回答)

(単位:%)

品目	対応	購入数(量)や 利用回数を減らした	価格の安い商品や サービスに変更した	変わらない
食品(生鮮食品を除く)		35.1	47.7	26.0
日用品・雑貨類		31.7	44.1	30.7
医療費		19.5	9.9	71.2
教育費		12.4	11.1	77.3
通信費		14.3	21.2	65.3
外食費		47.1	21.4	35.1
理美容費・化粧品類		26.9	20.8	54.6
趣味・娯楽・嗜好品		32.3	22.7	48.1
旅行・レジャー		31.7	22.3	48.3
衣類・履物類		33.8	29.0	41.2
家具・家電		26.0	23.7	52.3
自動車		17.9	17.9	65.1

8. 投資について

(1) 投資の経験と興味

約6割が投資に関心あり

投資については、全体の30.2%が「投資の経験があり、現在も投資している」と回答し、「投資の経験はないが、興味はある(29.6%)」と合わせた約6割が投資について前向きな回答をした(表14)。

表14. 投資の経験と興味

(単位:%、P)

	2023年	2024年	差異
投資の経験があり、 現在も投資している	31.2	30.2	▲1.0
投資の経験はあるが、 現在は行っていない	4.0	5.3	1.3
投資の経験はないが、 興味はある	28.9	29.6	0.7
投資をしようとは思わない	35.9	34.9	▲1.0

(2) 投資している(してみたい)金融商品(複数回答)

投資信託が最多

「投資の経験がある」「投資の経験はないが、興味がある」を選択した回答者が投資している(してみたい)金融商品は、「投資信託(54.6%)」が最も多く、次いで「国内株式(51.7%)」、「保険(個人年金等含む)(17.8%)」となった(表15)。

内訳をみると、「投資の経験があり、現在も投資している」では「投資信託（66.2%）」や「株式（62.8%）」の割合が高かった。「投資の経験はあるが、現在は行っていない」では、「外貨預金（26.3%）」や「債券（26.3%）」の割合も高かった。「投資の経験はないが、興味はある」では、「投資信託（39.2%）」「株式（38.2%）」「保険（個人年金等含む）（18.6%）」「金投資（15.7%）」の順に割合が高かった。

表 15. 投資している（してみたい）金融商品（複数回答）

（単位：%、P）

	合計(①+②+③)			①投資の経験があり、 現在も投資している			②投資の経験はあるが、 現在は行っていない			③投資の経験はないが、 興味はある		
	2023年	2024年	差異	2023年	2024年	差異	2023年	2024年	差異	2023年	2024年	差異
全体	100.0	100.0	-	100.0	100.0	-	100.0	100.0	-	100.0	100.0	-
投資信託	56.4	54.6	▲ 1.8	71.2	66.2	▲ 4.9	57.1	47.4	▲ 9.8	40.4	39.2	▲ 1.2
株式	51.0	51.7	0.6	55.2	62.8	7.6	19.0	36.8	17.8	51.0	38.2	▲ 12.8
保険 (個人年金等含む)	23.0	17.8	▲ 5.1	21.5	17.6	▲ 3.9	14.3	15.8	1.5	25.8	18.6	▲ 7.2
外貨預金	15.8	13.0	▲ 2.8	16.6	13.5	▲ 3.1	19.0	26.3	7.3	14.6	9.8	▲ 4.8
金投資	7.8	12.6	4.9	6.7	11.5	4.7	4.8	5.3	0.5	9.3	15.7	6.4
債券	9.9	11.9	2.0	11.0	13.5	2.5	23.8	26.3	2.5	6.6	6.9	0.2
F X (外国為替証拠金取引)	-	8.5	-	-	7.0	-	-	10.7	-	-	9.7	-
暗号資産	-	5.6	-	-	7.6	-	-	3.6	-	-	3.9	-

n=269

9. まとめ

今回の調査では、ボーナス支給及び支給額の増加を見込む回答がともに増加し、「ボーナス支給額が増えそう」の割合は2割を超えた。使いみちは、依然として「貯蓄・投資」の割合が高かったものの昨年よりも低下し、「買物」や「旅行・レジャー」の回答が上昇しており個人消費の増加につながることが期待される。

ボーナスに関する自由意見では、「物価上昇や税金等の負担感が増している」や「20年以上ボーナスが増えていない」等の意見がみられた。今冬のボーナス支給や支給額の増加が見込まれる中でも、現在の生活状況DIは全般的に悪化している。

物価上昇への対応として、「食品（生鮮食料品を除く）」や「日用品・雑貨類」ではなるべく価格の安い商品への変更、「外食」では利用回数を減らすといった回答が多く、品目によって対応を変える様子が見られた。

ボーナス支給額の増加は、「収入が増えた」という消費者の実感につながり、消費を促す効果も見込まれる。実質賃金は、夏のボーナス支給額の高い伸びにより2024年6月に27カ月ぶりに前年比プラスへ転じたが、8月以降は再びマイナスに沈んでいる。今冬のボーナスを含めた持続的な賃上げと物価の安定により実質賃金が再度プラスに転じ、個人消費が盛り上がっていくことに期待したい。

（野崎）