



2025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70.1%が「支給される」と回答した。増減見込みは「増えそう（21.3%）」が前年比1.2ポイント（以下「P」という）上昇した。
2. ボーナスの見込み額は「10万円～30万円未満（36.9%）」が最も高かった。
3. 使いみちは「貯蓄・投資等（56.8%）」が2.4 P上昇し、「旅行・レジャー（21.9%）」が3.6 P低下した。
4. ボーナスでの購入予定品は「衣料品（48.8%）」が最も高く、前年比では、「家具・家財（+7.1 P）」等が上昇し、「スポーツ用品等（▲4.1 P）」「その他の家電製品（▲4.1 P）」等が低下した。買物予定先は「通販・ネット通販（52.8%）」が最も高かった。
5. 生活状況D I（注1）は▲27.6と、前年比7.9 P上昇した。
6. 品目別の物価状況D I（注2）は「食品（生鮮食品を除く）（+82.2）」が最も高い。
7. 今後1年以内の旅行・レジャーは「予定がある（37.2%）」が前年比7.3 P低下し、5割超が「予定はない」とした。物価高が旅行・レジャーの減少に影響している。
8. 投資については、全体の35.2%（前回比+3.4 P）が「投資をしようとは思わない（図10）」と回答した。

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

調査の実施要領

調査時期：2025年11月7日（金）～17日（月）

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：522人

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	職業	人数	構成比
20歳代以下	89	17.0	独身		244	46.7	男性	260	49.8	会社員	459	87.9
30歳代	155	29.7	既婚	子供有り	234	44.8	女性	262	50.2	公務員	63	12.1
40歳代	148	28.4		子供無し	44	8.4	合計	522	100.0	合計	522	100.0
50歳代以上	130	24.9	合計		522	100.0						
合計	522	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70.1%

今冬のボーナスは「支給される（70.1%）」の割合が前年比1.1P低下した（図1）。

（2）支給額増減見込み

「増えそう」が上昇

ボーナス支給額の増減見込みは「増えそう（21.3%）」が前年比1.2P上昇し、5年連続で上昇している。「減りそう（10.4%）」は4.1P低下した。（図2）。

2. ボーナスの見込み額

「10万円～30万円未満」が最も高い

ボーナスの見込み額は、全体で「10万円～30万円未満（36.9%）」が最も高く、以下「30万円～50万円未満（27.3%）」「50万円～70万円未満（13.1%）」と続いた（表1）。

図1. 今冬のボーナス支給の有無

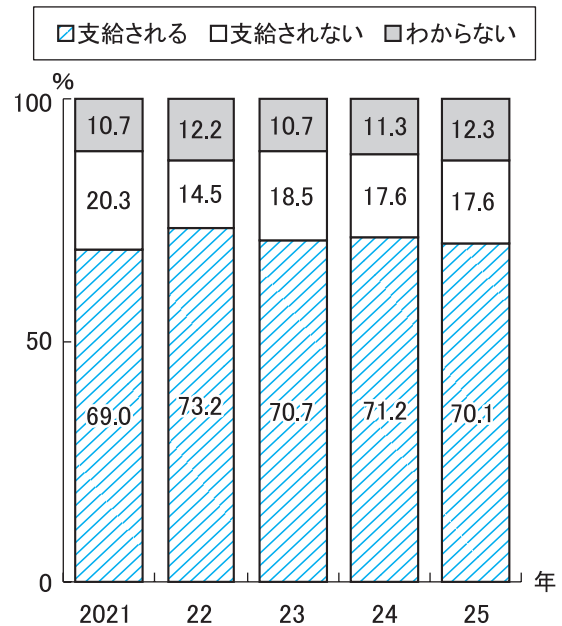


図2. 今冬のボーナス支給額の増減見込み

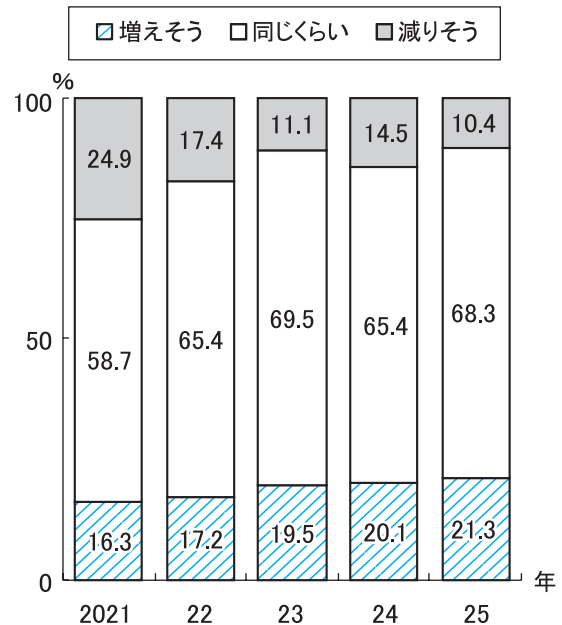


表1. ボーナスの見込み額

（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
2024年(n=373)	9.1	42.1	26.0	13.9	6.2	2.7
2025年(n=366)	8.5	36.9	27.3	13.1	9.8	4.4
差異	▲ 0.6	▲ 5.2	1.3	▲ 0.8	3.6	1.7

3. ボーナスの使いみち（複数回答）

「旅行・レジャー」が低下

ボーナスの使いみちは、物価高を背景に「貯蓄・投資等（56.8%）」が最も高く、以下「買物（34.2%）」「家計の補充（27.9%）」「クレジット・ローン返済（25.4%）」と続いた（図3）。前年比では「貯蓄・投資等（+2.4 P）」等が上昇し、「旅行・レジャー（▲3.6 P）」「買物（▲3.1 P）」等は低下した。

（1）「貯蓄・投資等」

①貯蓄・投資等の目的（複数回答）

「安心感の確保」が上昇

貯蓄・投資等の主な目的は「老後の生活（48.6%）」が最も高く、「家計の補充（36.1%）」「安心感の確保（35.6%）」と続いた（図4）。

前年比では、「老後の生活（+3.3 P）」「旅行・レジャー（+7.2 P）」等が上昇し、「結婚資金（▲5.0 P）」等が低下した。

②貯蓄・投資の方法（複数回答）

「国内投資信託」が3割弱

貯蓄・投資の方法は、「普通預貯金（63.0%）」「国内投資信託（27.4%）」「定期性預貯金（24.0%）」の順となった（図5）。前年比では「国内株式（+2.7 P）」「国内投資信託（+0.8 P）」等の割合が上昇し、「普通預貯金（▲10.4%）」等が低下した。

図3. ボーナスの使いみち（複数回答）

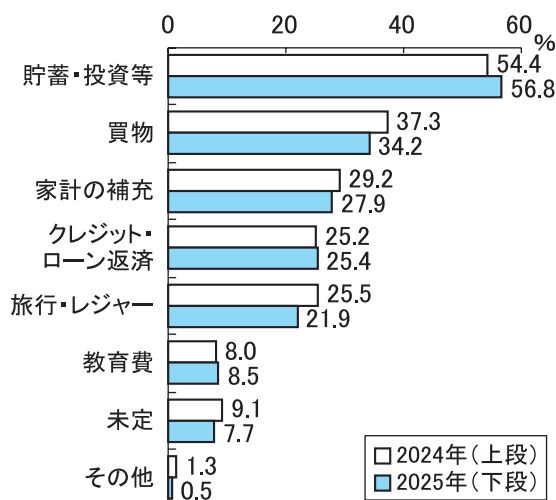


図4. 貯蓄・投資等の目的（複数回答）

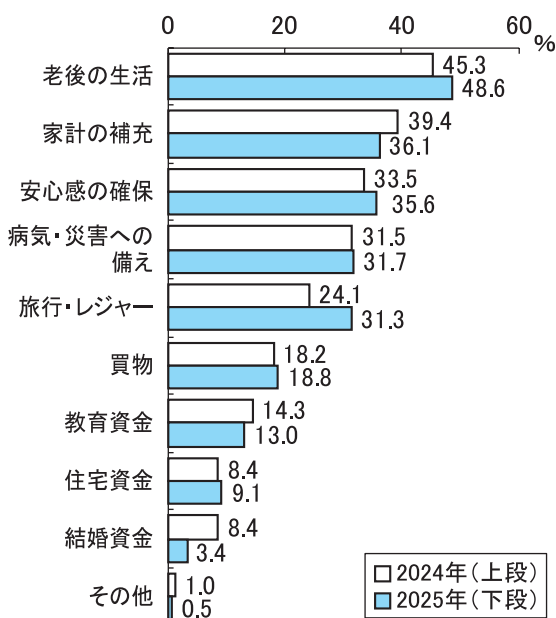
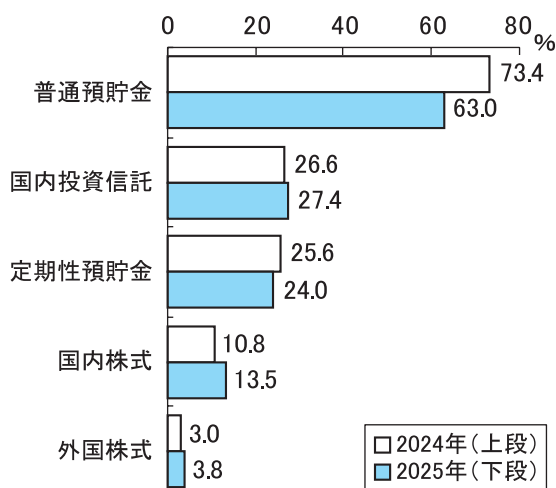


図5. 貯蓄・投資等の方法上位5位（複数回答）



（２）「クレジット・ローン返済」

（複数回答）

「自動車」が最も高い

クレジット・ローン返済では「自動車（54.8%）」が最も高く、次いで「住宅関連（47.3%）」となった（表２）。

前年比では「教育（＋5.4 P）」等が上昇し、「住宅関連（▲2.7 P）」「家電製品（▲2.0 P）」「その他（▲7.4 P）」が低下した。

表２．クレジット・ローン返済予定の内容
（複数回答）

（単位：％、P）

	2024年 (n=94)	2025年 (n=93)	差異
自動車	52.1	54.8	2.7
住宅関連	50.0	47.3	▲ 2.7
教育	6.4	11.8	5.4
家電製品	8.5	6.5	▲ 2.0
その他	14.9	7.5	▲ 7.4

（３）「買物」

①購入予定品（複数回答）

「衣料品」が最も高い

購入予定品は「衣料品（48.8%）」「日用品のまとめ買い（32.8%）」「靴・バッグ類（24.0%）」となった（表３）。

前年比では「家具・家財（＋7.1 P）」「暖房機器（＋1.1 P）」等が上昇し、「スポーツ用品等（▲4.1 P）」「その他の家電製品（▲4.1 P）」「パソコン・タブレット端末（▲3.1 P）」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（52.8%）」が最も高く、次いで「ショッピングセンター（大型店）（以下「SC」）（33.6%）」「デパート（25.6%）」となった（次頁表４）。SC（大型店）が前期比▲7.4 P低下した。

表３．購入予定品（複数回答）

（単位：％、P）

	2024年 (n=139)	2025年 (n=125)	差異
衣料品	48.9	48.8	▲ 0.1
日用品のまとめ買い	33.1	32.8	▲ 0.3
靴・バッグ類	23.0	24.0	1.0
家具・家財	6.5	13.6	7.1
美容・健康器具	15.8	12.8	▲ 3.0
スポーツ用品等	12.9	8.8	▲ 4.1
アクセサリ・腕時計	8.6	8.0	▲ 0.6
スマートフォン	8.6	8.0	▲ 0.6
自動車関連	7.9	7.2	▲ 0.7
パソコン・タブレット端末	7.9	4.8	▲ 3.1
贈答品	7.2	4.8	▲ 2.4
暖房機器（エアコンを含む）	2.9	4.0	1.1
テレビ	4.3	3.2	▲ 1.1
その他の家電製品	6.5	2.4	▲ 4.1
その他	5.8	2.4	▲ 3.4

表 4. 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
2020年 (n=141)	通販・ネット通販 62.4	SC(大型店) 57.4	ディスカウントストア 31.9	家電量販店 29.8	デパート 28.4
2021年 (n=128)	通販・ネット通販 54.7	SC(大型店) 46.9	デパート 25.8	家電量販店 25.8	ホームセンター 19.5
2022年 (n=142)	通販・ネット通販 55.6	SC(大型店) 45.1	スーパー 29.6	ディスカウントストア 26.8	ドラッグストア 26.8
2023年 (n=128)	SC(大型店) 54.7	通販・ネット通販 41.4	デパート 25.8	スーパー 23.4	家電量販店 21.9
2024年 (n=139)	通販・ネット通販 48.2	SC(大型店) 41.0	ディスカウントストア 23.0	デパート 22.3	ドラッグストア 21.6
2025年 (n=125)	通販・ネット通販 52.8	SC(大型店) 33.6	デパート 25.6	ディスカウントストア 20.8	スーパー(同率:専門店) 18.4

4. 現在の生活状況

生活状況DⅠは上昇

生活状況DⅠの「全体」は前年比7.9 P上昇し▲27.6となった（図6、次頁表5）。物価上昇の影響は続いているものの、全項目で前年に比べて落ち着きがみられる。項目別では、「食生活（▲33.3）」が最も悪く、次いで「レジャー・余暇等（▲28.3）」となった。

図6. 生活状況DⅠの推移

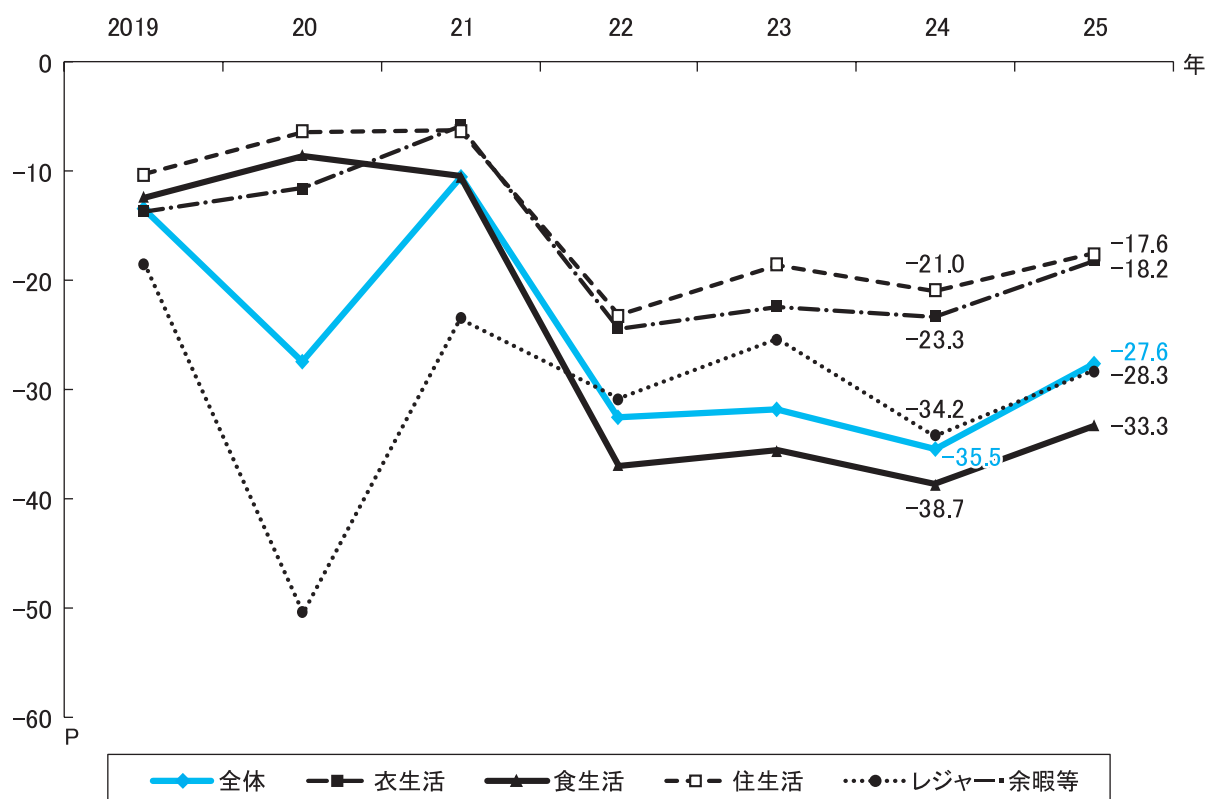


表5. 生活状況DⅠの推移

（単位：％、P）

	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	良くなった	変わらない	悪くなった
全体	▲13.5	▲27.4	▲10.6	▲32.5	▲31.8	▲35.5	▲27.6	8.2	55.9	35.8
衣生活	▲13.7	▲11.6	▲5.9	▲24.4	▲22.4	▲23.3	▲18.2	7.5	66.9	25.7
食生活	▲12.4	▲8.6	▲10.5	▲37.0	▲35.6	▲38.7	▲33.3	7.9	51.0	41.2
住生活	▲10.3	▲6.4	▲6.3	▲23.2	▲18.6	▲21.0	▲17.6	6.9	68.6	24.5
レジャー・余暇等	▲18.5	▲50.4	▲23.5	▲30.9	▲25.4	▲34.2	▲28.3	7.9	55.9	36.2

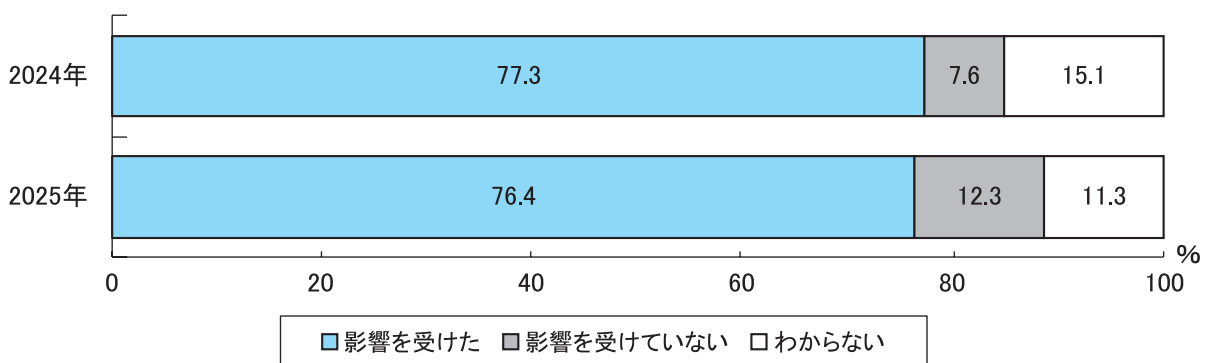
5. 現在の物価状況

（1）物価上昇の影響

約8割が物価上昇の影響を実感

物価上昇による生活への影響については、76.4％が影響を受けたと回答している（図7）。「影響を受けた」との回答割合は前年比0.9P低下している。

図7. 物価上昇の影響



（2）品目別物価状況

通信費を除きDⅠが低下

品目別物価状況は、「食品（生鮮食品を除く）（82.2）」が最も高く、以下「日用品・雑貨類（73.6）」「外食費（61.5）」と続いた（表6）。

前年比では「通信費（+1.0P）」のみ上昇し、「旅行・レジャー（▲10.7P）」「衣類・履物類（▲9.3P）」「光熱水道費（▲8.4P）」等の低下幅が大きく、「高くなった」という回答が全般的に低下し、DⅠは低下した。

表6. 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DI	差異
食品(生鮮食品を除く)	84.1	11.5	1.9	82.2	89.3	▲ 7.1
日用品・雑貨類	76.1	18.4	2.5	73.6	81.2	▲ 7.6
外食費	66.5	24.7	5.0	61.5	69.8	▲ 8.3
光熱水道費	64.6	27.0	3.3	61.3	69.7	▲ 8.4
交通費	55.6	35.2	4.0	51.6	58.8	▲ 7.2
自動車	53.1	32.2	3.6	49.5	56.9	▲ 7.4
衣類・履物類	53.3	36.4	4.4	48.9	58.2	▲ 9.3
趣味・娯楽・嗜好品	52.3	37.4	4.0	48.3	54.2	▲ 5.9
旅行・レジャー	53.8	31.0	6.7	47.1	57.8	▲10.7
家具・家電	49.8	36.0	4.0	45.8	54.2	▲ 8.4
理美容費・化粧品類	47.7	41.4	4.8	42.9	48.5	▲ 5.6
通信費	37.0	51.7	5.6	31.4	30.4	1.0
医療費	32.8	55.4	3.1	29.7	32.5	▲ 2.8
住居費	28.9	60.5	4.6	24.3	25.8	▲ 1.5
教育費	27.6	43.1	4.6	23.0	26.9	▲ 3.9

(3) 品目別の物価上昇への対応 (複数回答)

外食の回数を減らしている

購入数(量)や利用回数を減らす対応では、「外食費(46.4%)」が最も高く、「旅行・レジャー(38.1%)」「食品(生鮮食品を除く)(37.5%)」と続いた(表7)。価格の安い商品やサービスに変更する対応では、「食品(生鮮食品を除く)(49.8%)」「日用品・雑貨類(44.6%)」「衣類・履物類(28.5%)」と続いた。外食や旅行・レジャーの回数を減らし、食品や日用品・雑貨類を価格の安いものに変更して物価高に対応している様子がうかがえる。

表7. 品目別の物価上昇への対応 (複数回答)

(単位: %)

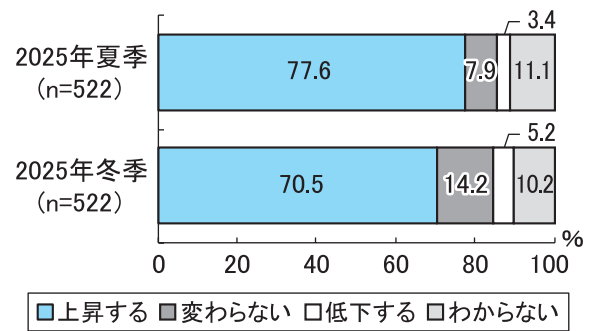
品目 \ 対応	購入数(量)や 利用回数を減らした	価格の安い商品や サービスに変更した	変わらない
食品(生鮮食品を除く)	37.5	49.8	24.5
日用品・雑貨類	32.8	44.6	30.5
医療費	21.3	9.4	70.3
教育費	13.4	10.7	76.6
通信費	16.7	19.5	65.1
外食費	46.4	27.0	32.4
理美容費・化粧品類	30.8	23.2	50.8
趣味・娯楽・嗜好品	33.5	21.8	48.7
旅行・レジャー	38.1	18.6	46.6
衣類・履物類	34.1	28.5	42.1
家具・家電	29.1	20.1	53.8
自動車	23.4	15.3	63.2

（４）今後の物価見通し

8割弱が物価上昇と回答

今後の物価見通しは70.5%が「上昇する」と回答した（図8）。「上昇する」は2025年夏季比7.1P低下し、「変わらない」が6.3P上昇した。

図8. 今後の物価見通し

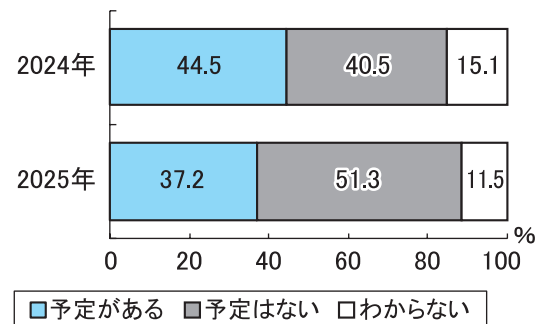


6. 今後の旅行・レジャーの予定、行先（複数回答）

「予定がある」が低下

今後1年以内の旅行・レジャーは「予定がある（37.2%）」が前年比7.3P低下し、5割超が「予定はない」とした（図9）。物価高による生活費増に加え、旅費、宿泊費の高騰により旅行・レジャーの予定が減少していると考えられる。行先は、

図9. 今後の旅行レジャーの予定



「九州（▲9.8P）」、「関東・甲信越（▲6.5P）」、「北海道（▲0.3P）」が低下した（表8）。

表8. 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	中国・四国	沖縄県	北海道	海外	東北・北陸
2024年(n=233)	63.9	31.8	16.3	10.3	6.0	6.0	3.9	2.6	2.1
2025年(n=207)	54.1	25.3	18.0	11.3	8.2	7.2	3.6	2.6	2.1
差異	▲9.8	▲6.5	1.7	1.0	2.2	1.2	▲0.3	0.0	0.0

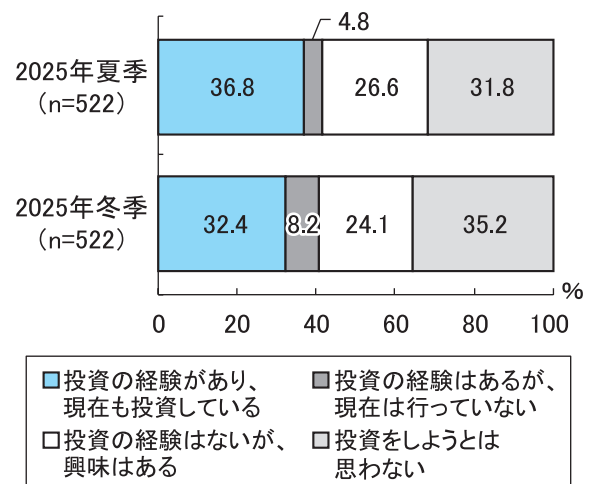
7. 投資について

（１）投資の経験と興味

3割超が投資に慎重

投資については、全体の35.2%（前回比+3.4P）が「投資をしようとは思わない（図10）」と回答した。「難しい」「リスクをとりたくない」「余裕がない」といった意見があり、株式相場の上昇にも関わらず投資意欲の高まりはみられなかった。

図10. 投資の経験と興味



(2) 投資している（してみたい）金融商品（複数回答）

国内投資信託が最も高い

「投資の経験がある」を選択した回答者が投資している金融商品は、「国内投資信託（63.9%）」の回答割合が最も高く、次いで「国内株式（39.6%）」「外国株式（16.0%）」「保険（個人年金等含む）（8.9%）」となった（表9）。

今後投資してみたい金融商品ごとの回答は、「国内投資信託」「国内株式」「金」等が2025年夏季比で上昇した（表10）。

表9. 投資している金融商品
（複数回答）

（単位：％）

	2025年夏季 (n=192)	2025年冬季 (n=169)	差異
国内投資信託	70.3	63.9	▲ 6.4
国内株式	40.1	39.6	▲ 0.5
外国株式	14.1	16.0	▲ 1.9
保険(個人年金等含む)	14.1	8.9	▲ 5.2
外国投資信託	9.9	8.3	▲ 1.6
暗号資産	7.8	7.7	▲ 0.1
金	5.7	7.7	▲ 2.0
外貨預金	7.8	5.9	▲ 1.9
FX(外国為替証拠金取引)	4.2	5.3	▲ 1.1
国内債券(国債等)	3.6	4.7	▲ 1.1
外国債券	3.1	3.6	▲ 0.5
その他	2.6	1.8	▲ 0.8

表10. 投資してみたい金融商品（複数回答）

（単位：％）

	投資の経験はあるが、現在は行っていない			投資の経験はないが、興味はある		
	2025年夏季 (n=25)	2025年冬季 (n=43)	差異	2025年夏季 (n=139)	2025年冬季 (n=126)	差異
国内投資信託	40.0	41.9	1.9	43.2	45.2	2.0
国内株式	16.0	23.3	7.3	30.2	38.1	7.9
金	12.0	20.9	8.9	13.7	15.1	1.4
保険(個人年金等含む)	12.0	7.0	▲ 5.0	12.9	10.3	▲ 2.6
FX(外国為替証拠金取引)	4.0	4.7	0.7	10.8	7.9	▲ 2.9
外国株式	12.0	11.6	▲ 0.4	8.6	7.1	▲ 1.5
国内債券(国債等)	8.0	4.7	▲ 3.3	7.2	6.3	▲ 0.9
外国投資信託	0.0	2.3	2.3	8.6	5.6	▲ 3.0
外貨預金	8.0	2.3	▲ 5.7	4.3	6.3	2.0
外国債券	4.0	4.7	0.7	4.3	1.6	▲ 2.7
暗号資産	12.0	4.7	▲ 7.3	2.9	3.2	0.3
その他	12.0	2.3	▲ 9.7	2.9	2.4	▲ 0.5

8. まとめ

今冬のボーナスについては、トランプ関税の影響を懸念していたが、支給額は昨年比で増加となる見込みとなった。一方で、食料品を始めとした物価高が続く中、消費者の可処分所得は十分に増えておらず、家計の厳しさは依然として解消されていない。こうした状況は、旅行やレジャーなどの消費活動にも影響を及ぼしており、回数を減らす等で生活防衛的な行動が広がっている。政府の経済対策やボーナスを含む賃上げによって実質賃金が上昇し、生活にゆとりが生まれることで、消費の拡大による経済の活性化に期待したい。（野崎）