

「増えそう」は1割にとどまり、貯蓄に向かう傾向強い

～ 2011 冬のボーナス調査 結果概要 ～

財団法人地域流通経済研究所では今年で 20 回目となる「冬のボーナス」についてアンケート調査を実施した。

【調査結果の概要】

1. 今年の冬のボーナスは昨年と比べて「ほぼ同じ」が 54.8%とほぼ半数を占め、「減りそう」が 34.9%に対して「増えそう」は 10.3%にとどまり、ボーナスの見通しは控えめである。
2. ボーナスの使いみちをみると、「貯蓄・投資」が 64.4%と最も多かった。次いで「買い物」(38.0%)、「ローン・借金の返済」(35.8%)、「生活費補填」(31.3%)が続き、まずは貯蓄に向かう傾向がみられた。
3. 買い物を予定している人のうち、最も多かったのは「洋服」(43.0%)で以下「靴・バッグ」(23.4%)、「食材・おせち料理」(15.8%)が続いた。昨年、家電エコポイントや地デジ移行で購入した反動か、「TV」(3.2%)や「エアコン」(1.3%)は少なく、家電製品では「スマートフォン」が 7.6%と比較的多かった。

【調査概要】

1. 調査対象：熊本県内在住のボーナスがある人（世帯）
2. 調査時期：2011年11月2日～7日
3. 調査方法：ネットリサーチ（調査委託先：株式会社マクロミル）
4. 有効回答：416人
5. 回答者の属性（人、%）

	全体	年代				未・既婚		勤務先*			
		20代	30代	40代	50代	未婚	既婚	公務員・ 独立行政 法人	民間事業 所・団体 (本社熊 本県内)	民間事業 所・団体 (本社熊 本県外)	その他
全体	416 100.0	104 25.0	104 25.0	104 25.0	104 25.0	109 26.2	307 73.8	86 20.7	221 53.1	105 25.2	4 1.0
男性	208 100.0	52 25.0	52 25.0	52 25.0	52 25.0	64 30.8	144 69.2	43 20.7	106 51.0	58 27.9	1 0.5
女性	208 100.0	52 25.0	52 25.0	52 25.0	52 25.0	45 21.6	163 78.4	43 20.7	115 55.3	47 22.6	3 1.4

勤務先*：未婚者には自身の勤務先を、既婚者には主に家計を担う人の勤務先を尋ねた。

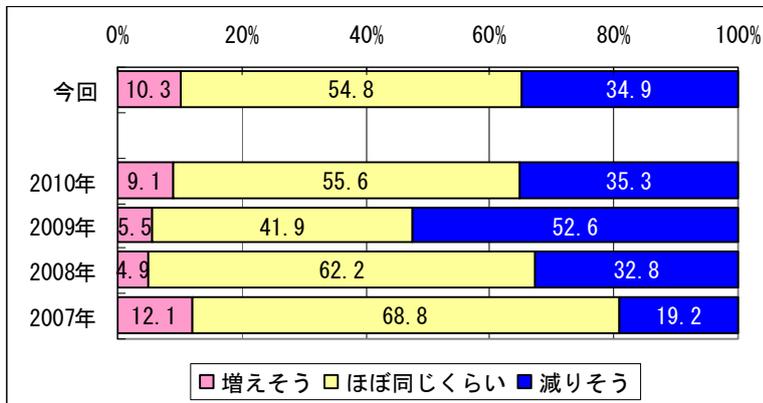
1. 今年の冬のボーナス増減予想：「増えそう」は10.3% 【報告書 2-3p】

昨年と比べて今年の冬のボーナスの増減を尋ねたところ、最も多かったのは「ほぼ同じくらい」で54.8%と半数強を占めた。「増えそう」（「かなり増えそう」「やや増えそう」の合計、以下同じ）は10.3%にとどまり、「減りそう」（「かなり減りそう」「やや減りそう」の合計、以下同じ）が34.9%と、見通しは控えめである。今回から調査対象・調査方法をネットリサーチに変更したため、2010年以前の調査（対象は熊本市内の主婦、郵送調査）と単純な比較はできないが、「増えそう」は依然として1割にとどまっており、昨年と大きな変化はなさそうである（図表1）。

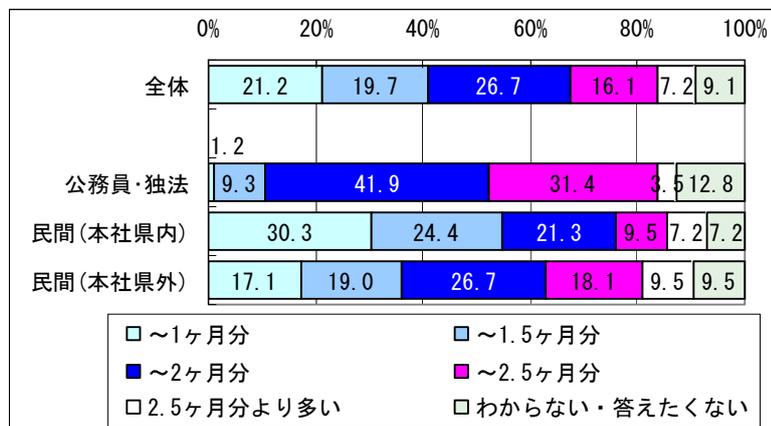
支給月数の予想では、給与の「1.5ヶ月超2ヶ月以下」が26.7%で最も多く、「1ヶ月以下」が21.2%、「1ヶ月超1.5ヶ月以下」が19.7%で4割強が1.5ヶ月以下と予想している。一方、「2ヶ月超2.5ヶ月以下」は16.1%、「2.5ヶ月より多い」は7.2%で、2ヶ月を超えると予想しているのは2割をやや超える程度である（図表2）。

勤務先別にみると、「公務員・独立行政法人」では「1.5ヶ月超2ヶ月以下」が41.9%と半数近くを占めている。また民間事業所・団体では「本社が熊本県内」で「1ヶ月以下」が30.3%と他に比べて多く、ボーナスに差がある様子がみてとれる。

図表1 ボーナスの増減予想



図表2 支給月数予想

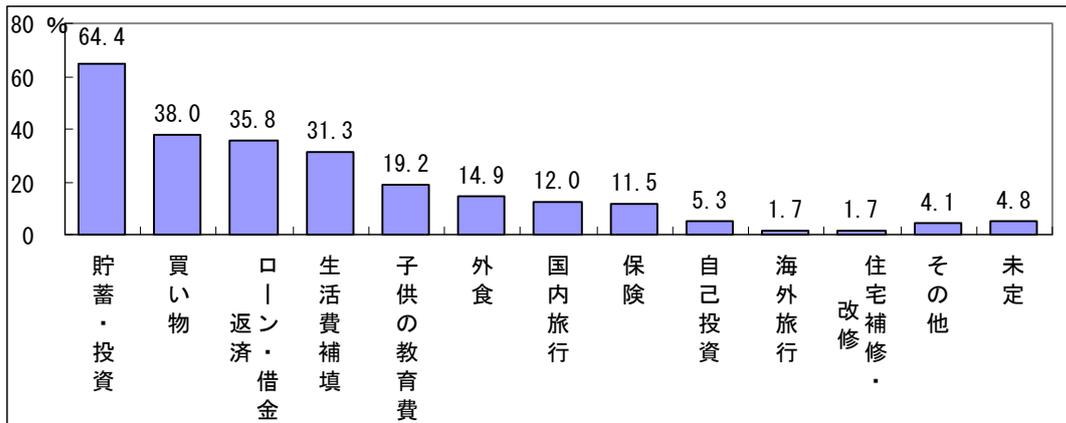


2. ボーナスの使いみち：「貯蓄・投資」が64.4% 【報告書 4-5p】

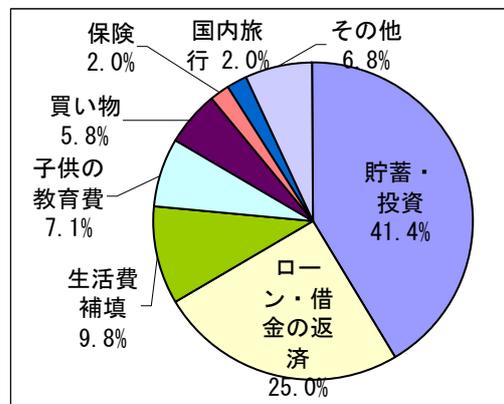
ボーナスの使いみちをみると（複数回答）、「貯蓄・投資」が64.4%で最も多かった。2番目に多かったのは「買い物」（38.0%）であるが、「貯蓄・投資」よりも26.4ポイント（以下、p）も少なく、ボーナスで何か買おうかというよりも、とりあえず貯める、あるいは備えとして「貯蓄・投資」に回そうという意向が読み取れる。以下、「ローン・借金の返済」（35.8%）、「生活費補填」（31.3%）が続いており、住宅ローンだけでなく、ボーナスをあてにして先に消費した分の支払や、日常の消費に回る分もあると思われる。レジャー関連では「外出」（14.9%）や「国内旅行」（12.0%）はいずれも1割台にとどまっている（図表3）。

そこで、使いみちの中で最も金額が大きいものを尋ねたところ、「貯蓄・投資」が41.4%で最も多く、ここからも消費よりもまず貯蓄・投資、という心理がうかがえた。2番目に多かったのは「ローン・借金の返済」（25.0%）で、住宅ローンも含むのであろうが、負担が大きいと思われる。「買い物」の予算が最も多いという回答は5.8%に過ぎず、「生活費補填」（9.8%）、「子供の教育費」（7.1%）よりも少なかった（図表4）。

図表3 ボーナスの使いみち



図表4 最も金額が大きいもの



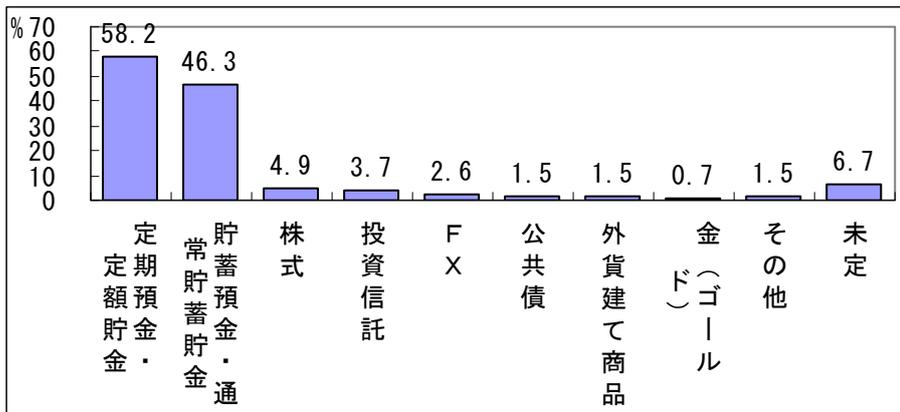
3. 貯蓄・投資の予定：安全性や流動性を優先 【報告書 5-6p】

「貯蓄・投資」と回答した 268 人に、どのような商品を選ぶ予定かを尋ねたところ（複数回答）、「定期預金・定額貯金」が 58.2%で最も多く、次いで「貯蓄預金・通常貯蓄貯金」が 46.3%で続き、この 2 つに回答が集中した。金利は低いものの、安全性や流動性が優先されており、「株式」（4.9%）や「投資信託」（3.7%）、「FX（外国為替証拠金取引）」（2.6%）などリスクのある商品は敬遠されているようである（図表 5）。

4. 買い物の予定：「洋服」が 43.0%で最多 【報告書 7-8p】

使いみちで「買い物」と回答した 158 人に、何を買う予定かを尋ねたところ（複数回答）、「洋服」（43.0%）が最も多く、以下「靴・バッグ」（23.4%）、「食材・おせち料理」（15.8%）、「家具・インテリア用品」（13.3%）と続き、今年、普及が加速した「スマートフォン」は 7.6%と少なかった。ただし「具体的には未定」が 24.1%と全体の 2 番目で、調査時点では何を買うか検討中という人も多いと思われる。また、昨年の家電エコポイント制度やデジタル移行などで買い換えた反動だと思われるが、「TV」や「エアコン」は非常に少なかった（図表 6）。

図表 5 貯蓄・投資で選ぶ商品 (n=268)



図表 6 買う予定のもの (n=158)

