

2020 冬のボーナス予想調査

2020 年 11 月

公益財団法人 地方経済総合研究所

新型コロナの影響でボーナス支給額減少、生活防衛が進む

～ 2020年冬のボーナス予想調査 ～

当研究所では第29回目となる「今冬のボーナス」についてのアンケート調査を実施した。今年は新型コロナウイルス感染症が広がり、経済に大きく影響を与えている。県内在住者のボーナス受給状況やその使い道などを明らかにし、今後の県内の消費の見通しなどを探りたい。

【調査結果の概要】

- ボーナスの増減予想：コロナ禍の影響で大きく悪化
「減りそう」が45.0%に上り、過去10年で最大となった。
- ボーナスの使いみち：「貯蓄・資産運用」「ローン・借金の返済」のみ増加
特に「貯蓄・資産運用」という回答が63.1%（前年比+9.0p）となった。
- 「買い物」の予定 ～支出総額は減少したが、「10万円超」の支出は微増
「買い物」への支出は30.9%（前年比▲1.8p）。一方で「10万円超」支出予定の割合は17.1%（同+1.3%）と微増。
- ボーナスで買う予定：ファッション関連が減少し、生活環境関連が増加
「洋服」42.3%（前年比▲8.1p）、「靴・バッグ」16.3%（同▲11.5p）に対し、「その他家電製品」11.4%（同+6.1p）、「冷暖房器具」10.6%（同+6.1p）となった。
- 「貯蓄・資産運用」の予定総額：「10万円超」の蓄財が前年同様の低水準
「貯蓄・資産運用」の意向は63.1%（前年比+9.0p）と高まったが、「10万円超」の支出予定は53.4%（同+0.2p）と、過去10年間で最低だった前年から横ばい推移。
- 「国内旅行・海外旅行」の予定：「首都圏」「海外」から「近場観光」にシフト
「首都圏」2.6%（前年比▲19.6p）、「海外旅行」2.6%（▲17.4p）と敬遠され、県内・九州の近場観光が選択されている。
- 新型コロナ対策「Go To キャンペーン」：積極的な利用意向は低調
消費刺激に影響を及ぼす「Go To キャンペーン」を「積極的に利用する・利用している」は20%未満にとどまった。

【調査概要】

1. 調査対象：熊本県内在住 20～50代のボーナスを支給される予定の人（世帯）
2. 調査期間：2020年11月7日～10日
3. 調査方法：調査会社登録モニターへのネット調査（調査会社：㈱マクロミル）
4. 有効回答：398人

（上段：人・下段％）

5. 回答者の属性

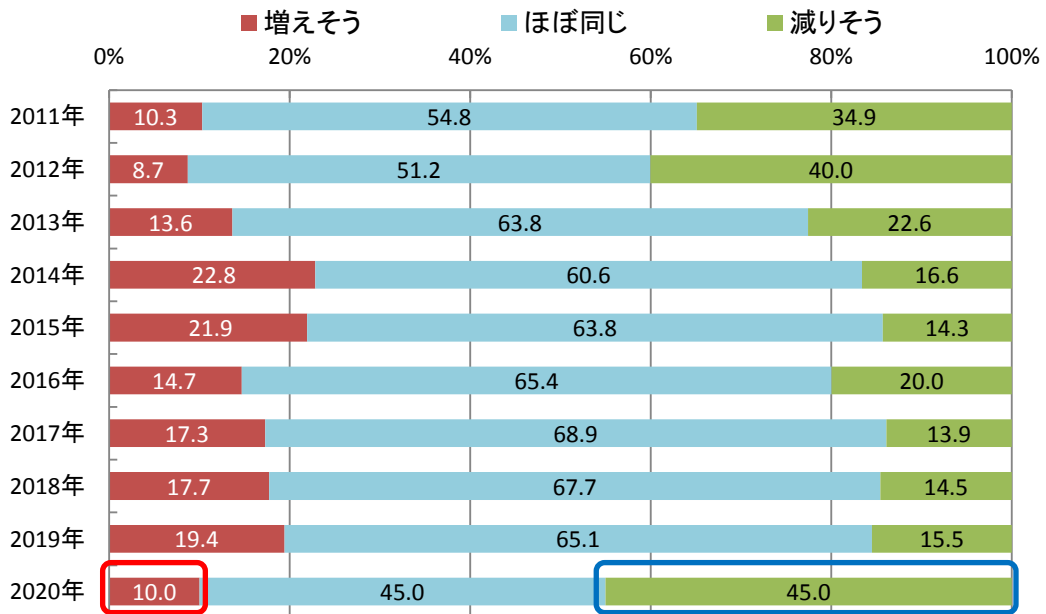
	年代					勤務先*			
	全体	20代	30代	40代	50代	公務員・ 独立行政法人	民間 (本社県内)	民間 (本社県外)	その他
全体	398 99.9	86 21.6	104 26.1	104 26.1	104 26.1	86 21.6	220 55.2	83 20.8	9 2.2
男性	190 100.0	34 17.9	52 27.4	52 27.4	52 27.3	49 25.8	94 49.5	43 22.6	4 2.1
女性	208 100.0	52 25.0	52 25.0	52 25.0	52 25.0	37 17.8	126 60.6	40 19.2	5 2.4

*主に家計を担っている人の勤務先

1. 今年の冬のボーナス予想

- 今年の冬のボーナスは、「増えそう」が 10.0% (前年比▲9.4p)、「減りそう」は 45.0% (同+29.5p) と悪化。「減りそう」は過去 10 年間で最大(図表 1)。
- 自由記述では、ボーナスが増えそうな理由としては「業績改善」、減りそうな理由には「業績悪化」など、どちらにもコロナ禍の影響をあげる意見が多数みられた。

図表 1 ボーナスの増減予想推移



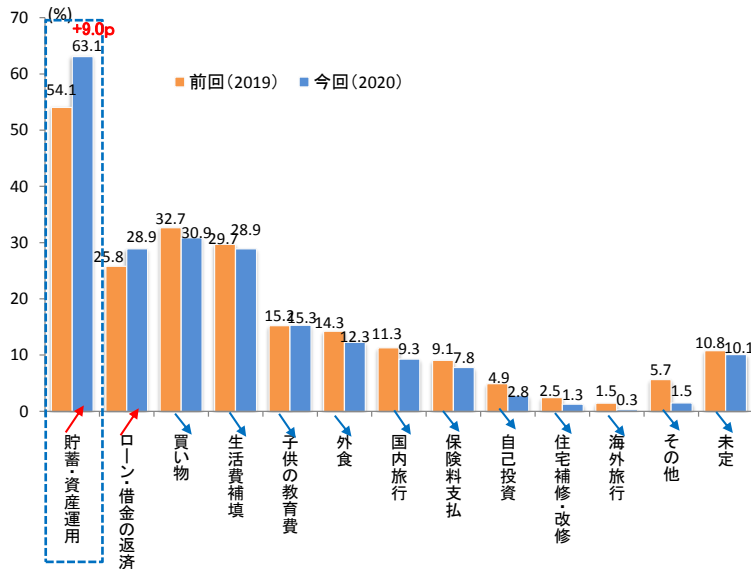
【参考】今年の冬のボーナスに関する自由記述

今年の冬のボーナス	年代	性別	職業	理由
増えそう	20代	男性	会社員(事務系)	利益率が昨年よりもいいから
	30代	女性	専業主婦(主夫)	ホームセンター勤務。コロナ自粛でお客様が増えたため
	40代	女性	会社員(事務系)	月給が上がったので
	50代	男性	" (その他)	コロナの影響があまりなかったから
ほぼ同じ	20代	男性	公務員	昨年からの昇給分と、コロナ禍による減給分で相殺される
		女性	会社員(事務系)	社会福祉法人なので固定
	30代	男性	" (その他)	昨年と実績が変わらないから
		女性	" (事務系)	医療関係機関で業績は落ちたがそこまで大規模なダメージはなかったから
	40代	男性	" (技術系)	コロナの影響も特になく、前年度とたいして収益に差がないから
		女性	" (技術系)	仕事量が変わらない
50代	男性	パート・アルバイト	定期昇給分と減額分で相殺されそう	
	女性	その他	昨年と実績があまり変わらないから	
減りそう	20代	男性	会社員(技術系)	コロナの影響もあり業績悪化や個人ノルマの未達成など評価面も落ちてしまっているから
		女性	公務員	人事院からの勧告があったため
	30代	男性	会社員(事務系)	売上が減少したため
		女性	" (その他)	夏も減っていたから
	40代	男性	" (技術系)	会社の業績が落ちている
		女性	専業主婦(主夫)	新型コロナウイルスの社会情勢を踏まえて
	50代	男性	会社員(事務系)	コロナ禍による減収
		女性	" (その他)	コロナの影響で仕事減り、休みが増えたため

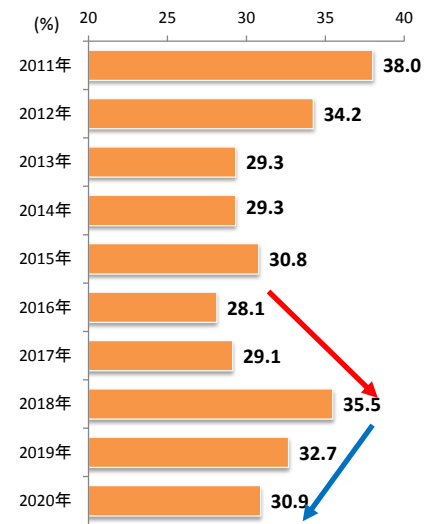
2. ボーナスの使いみち

- ボーナスの使いみちでは、「貯蓄・資産運用」という回答が 63.1% (前年比+9.0p) で昨年調査に引き続き最も多く、他との差が拡大した(図表 2)。
- 前年比では、貯蓄と借入返済を増やす半面、支出を引き締めるなど、消費増税後さらにコロナ禍の収束が見通せない中で、消費より生活防衛が優先されている。

図表 2 ボーナスの使いみち(複数回答)

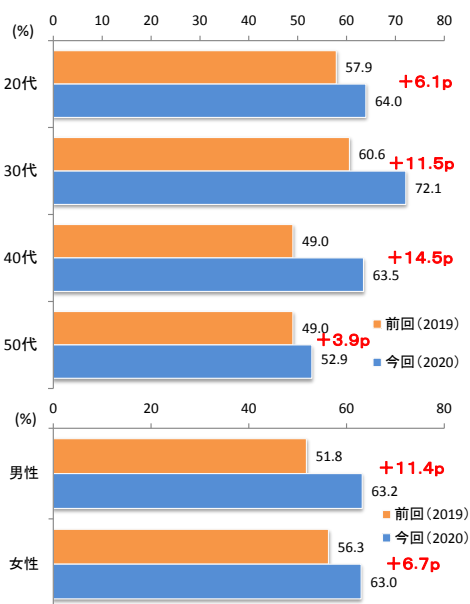


【参考】ボーナスの使いみちで「買い物」の回答の推移

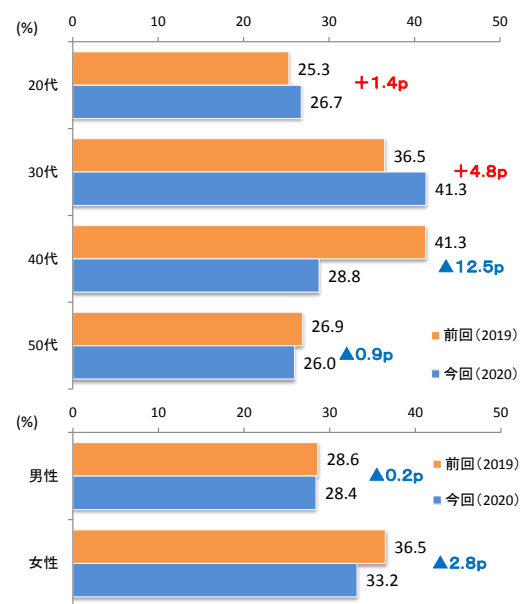


- 「貯蓄・資産運用」では、全ての年代で増加した。年代別では「30代」と「40代」で増加率が10%を超えた。また、特に男性の増加が大きく、小幅ながら男女差が逆転した(図表 3)。
- 「買い物」という回答では、特にローン支払いや教育費など支出の多い世代の「40代」が大きく減少し、「20~30代」が増加するなど、年代により差が大きい(図表 4)。

図表 3 「貯蓄・資産運用」の年代別・男女別結果



図表 4 「買い物」の年代別・男女別結果

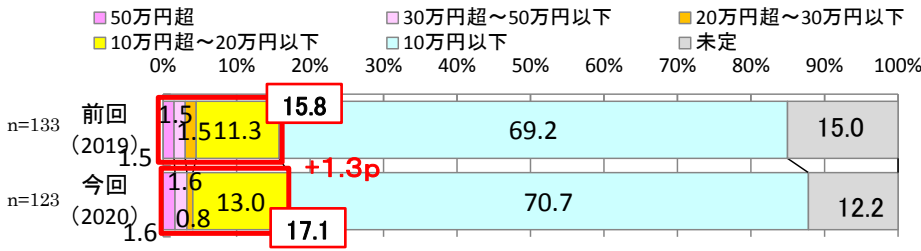


3. 「買い物」の予定

(1) 「買い物」への支出総額

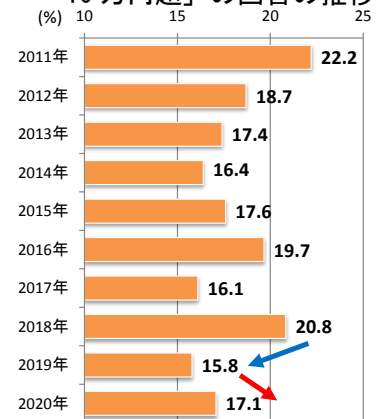
➢「買い物」と回答した人の支出総額では、「10万円超」が17.1%（前年比+1.3p）。小幅ながら増加しているものの、前年は消費増税で大きく落ち込んでいたことを鑑みると、コロナ禍による支出引き締めの影響がうかがえる（図表5）。
➢男女別では男性が16.7%（同▲4.4p）、女性が17.4%（同+5.6p）となり、男女差が逆転した（図表6）。

図表5 「買い物」への支出総額

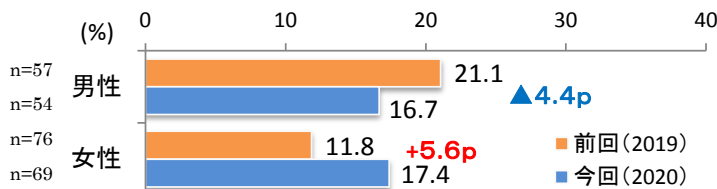


【参考】「買い物」への支出総額

「10万円超」の回答の推移



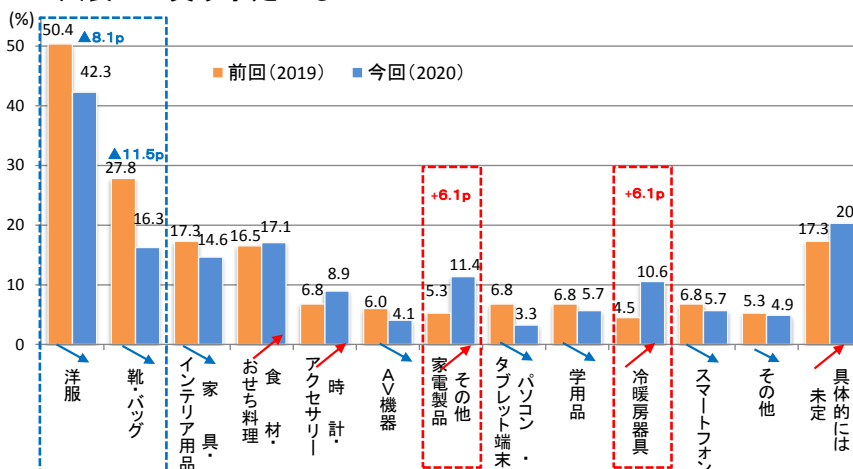
図表6 買い物への支出総額が「10万円超」の男女別結果



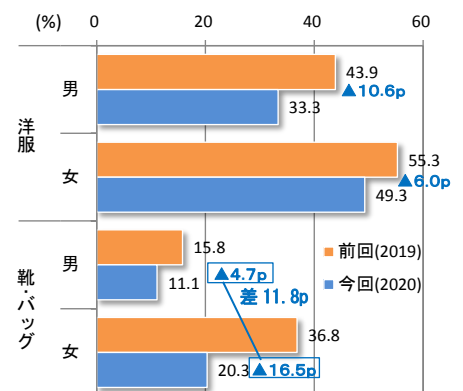
(2) 買う予定のもの

➢コロナ禍による外出自粛やイベント中止の影響もあり、「洋服」「靴・バッグ」といったファッション関連が減少する一方、「巣ごもり」での生活環境を改善する「家電製品・その他」「冷暖房器具」が増加した（図表7）。
➢ファッション関連でも特に外出自粛の影響が出るとみられる「靴・バッグ」は、女性の減少率が16.5%と男性の4.7%を11.8p上回った。

図表7 買う予定のもの

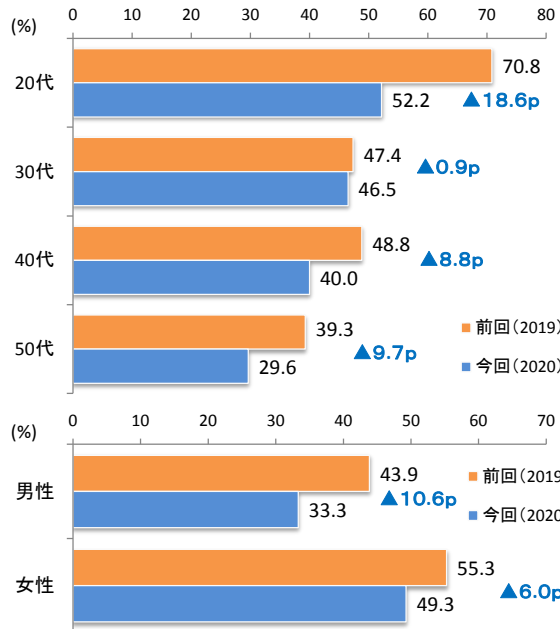


【参考】「洋服」「靴・バッグ」の男女別結果

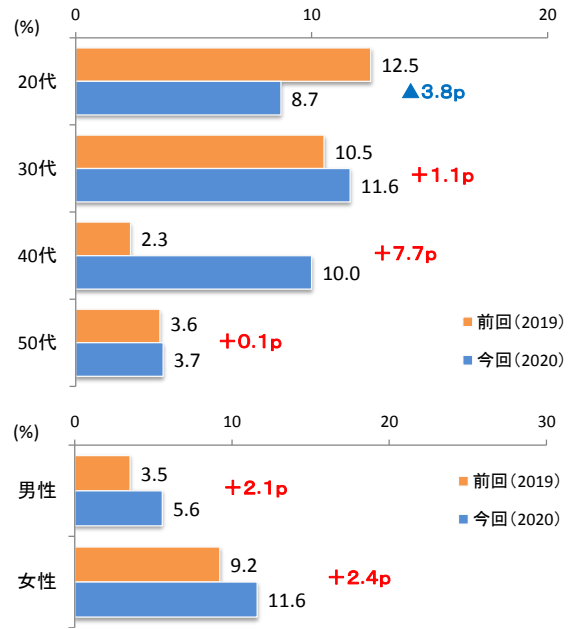


➤ 最大の「洋服」でも、全ての年代で購入意欲が減少。特に「20代」の減少が大きい。
 また、男女とも減少したが、「男性」の減少が大きい(図表8)。
 ➤ 「時計・アクセサリー」では、消費増税の影響で減少した前年の反動から、「20代」を除く全ての年代で増加に転じた。男女別でも、ともに増加に転じた(図表9)。

図表8 「洋服」の年代別・男女別結果



図表9 「時計・アクセサリー」の年代別・男女別結果

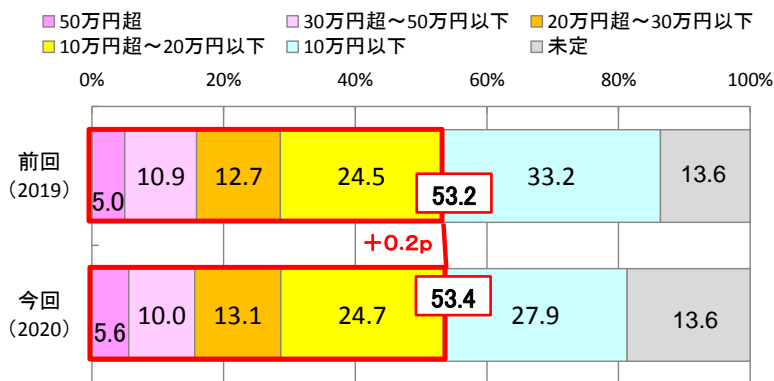


4. 「貯蓄・資産運用」の予定

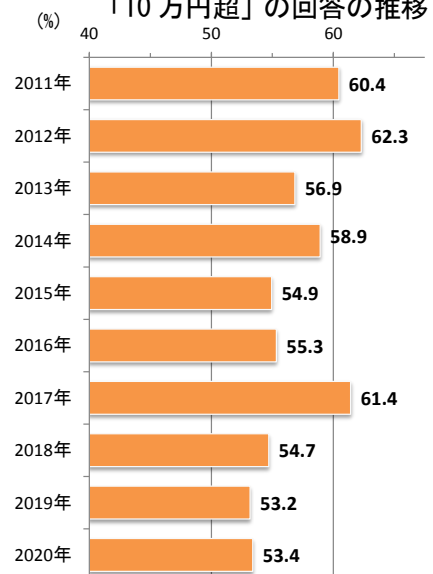
(1) 貯蓄・資産運用の総額

➤ 「貯蓄・資産運用」の予定総額では、「10万円超」を支出する回答者は合計53.4%と、過去10年間で最も低い水準であった前年から、ほぼ横ばい推移(図表10)。

図表10 貯蓄・資産運用の予定総額



【参考】貯蓄・資産運用の予定総額「10万円超」の回答の推移

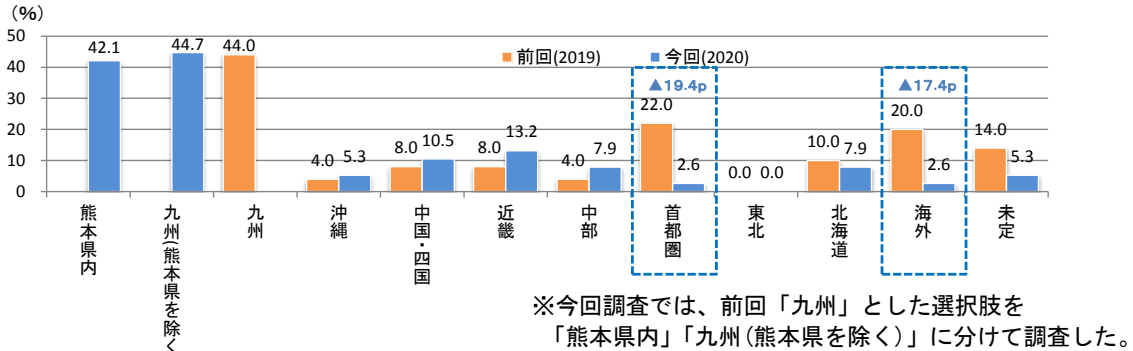


4. 「国内旅行・海外旅行」の予定

(1) 旅行先として選ばれる場所

- コロナ禍の移動制限により「海外」は 2.6%(同▲17.4p) と大きく減少した。また、国内では特に「首都圏」が 2.6%(前年比▲19.4p)と敬遠されている。
- 国内旅行は中部以西が増加し、特に県内・九州の近場観光が選ばれている(図表 11)。

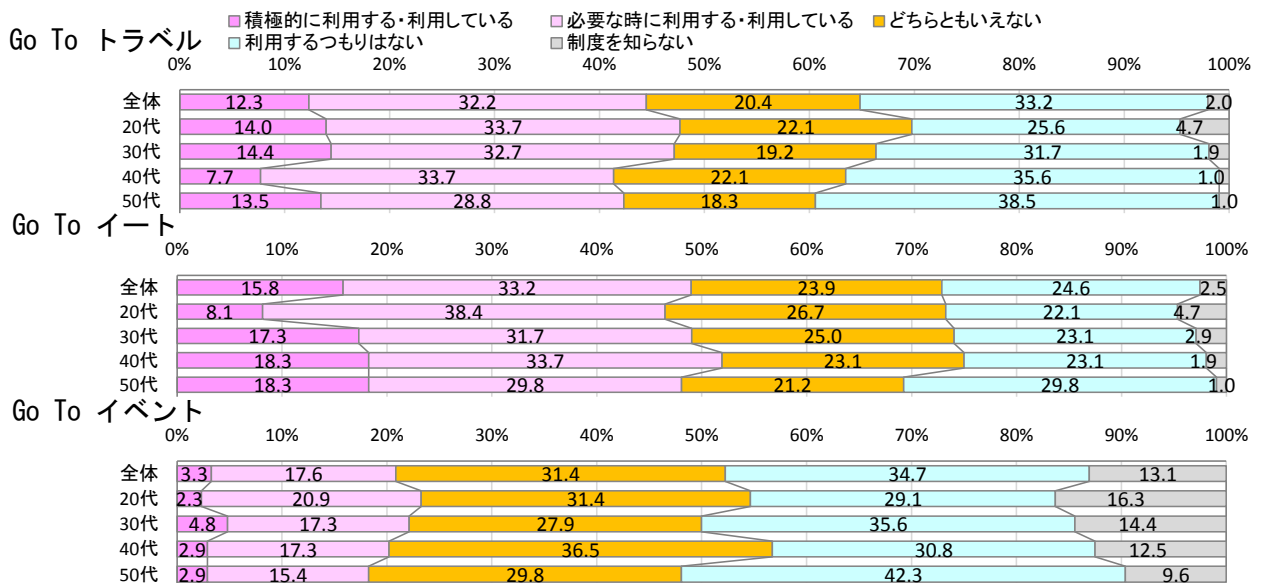
図表 11 旅行先として予定している場所(複数回答)



6. 「Go To キャンペーン」利用の意向

- コロナ禍に対する消費刺激策である「Go To キャンペーン」については、「積極的に利用する・利用している」が 20%未滿にとどまる(図表 12)。
- コロナ感染の不安と生活防衛で、積極的な利用を抑制している模様。

図表 12 「Go To キャンペーン」の利用の意向



おわりに

- コロナ禍の影響が大きく、今回調査ではボーナスの増減予想は大きく悪化した。
- ボーナスの使い道については、コロナの収束が見通せない中で、消費者の生活防衛する姿がうかがえる。
- 消費刺激効果が期待される「Go To キャンペーン」は期待ほどではなく、コロナへの不安が利用を抑制しているとみられる。