

岩手県内企業景況調査

— 2025年10月調査 —

当社では「岩手県内企業景況調査」を実施し、県内企業の業況等の現状判断や売上高等の実績のほか、それらの先行きについてのアンケート結果からBSI（※）を算出した。調査要領は以下のとおりである。

【調査要領】

1. 調査内容

- (1) 県内企業の業況や雇用人員等の現状判断（2025年10月時点）と今後3カ月間の先行きに対する判断、前年同期と比較した25年7～9月期の売上高等の実績と同年10～12月期の見通し
- (2) 経営上の問題点
- (3) 生成AIの活用について

2. 調査時期・方法

25年10月・Web、郵送

3. 調査対象企業

県内企業 335社

4. 回収状況

- (1) 回収率 51.3% (172社)
- (2) 回答企業数 製造業 55社
非製造業 117社（建設業24、卸・小売業70、運輸・サービス業23）

※BSI（Business Survey Index：景況判断指数）

企業の業績等に関する判断を指標化したもので、「プラス（良い、過剰、増加、上昇等）」と回答した企業の割合から、「マイナス（悪い、不足、減少、低下等）」と回答した割合を差し引いた値

《調査結果の要約》

- 県内企業における業況判断BSIの現状判断（2025年10月時点）は、前回調査（25年7月、マイナス20.4）から6.5ポイント（以下、p）低下のマイナス26.9と4期ぶりの悪化となった。産業別では製造業が改善した一方、非製造業は悪化した。
- 原材料・仕入価格の上昇が続く中で人件費の負担感が増していることなどが経営の下押し圧力となっているほか、強い人手不足感も示されており、景況感は全体として悪化の動きにつながったものとみられる。
- 今後3カ月間の先行きの業況判断BSIはマイナス32.0と現状から5.1p悪化し、製造業、非製造業ともマイナス幅が拡大するとみられる。
- 雇用人員BSIの現状判断は前回（マイナス35.5）から1.7p低下のマイナス37.2となった。2期連続でマイナス幅が拡大の動きとなり、企業の強い人手不足感が継続している。
- 先行きの雇用人員BSIはマイナス37.2と現状と同程度の不足感が続くと同様と予想される。
- 経営上の問題点については、「人件費の増加」が68.0%、「原材料・仕入価格の上昇」が61.6%、「従業員の確保難」が47.7%などとなった。物価の上昇や人材の確保を背景とした賃上げの広がりを受けて、企業における人件費を中心としたコストの上昇が経営の重しとなっていることが顕著に示されている。
- 生成AIの活用状況は「未定」が35.4%、「活用を検討している」が26.2%、「活用する予定はない」が23.2%、「活用している」が15.2%となった。未定が最多となった一方、未活用ではあるものの関心がある企業がそれに次いで多い状況となり、活用に向けた取組み姿勢にはバラツキが見られる結果となった。

1. 業況判断

図表 1 業況判断 B S I

(「良い」-「悪い」・ポイント)

(1) 現状判断

現状 (2025 年 10 月時点) の業況を「良い」と回答した県内企業の割合は前回(25 年 7 月) 調査比 3.4 ポイント (以下、p) 減の 11.1%、「悪い」が同 3.1 p 増の 38.0%とな

調査年月 産業(業種)	現 状 判 断		先行き
	2025年 7月調査	(先行き)	25年 10月調査
全 産 業	△20.4	(△32.0)	△26.9 ■
製 造 業	△27.1	(△32.2)	△25.5 □
非 製 造 業	△16.9	(△31.8)	△27.6 ■
建設業	△23.1	(△46.2)	△25.0 ■
卸・小売業	△17.4	(△31.8)	△33.3 ■
運輸・サービス業	△8.3	(△16.7)	△13.0 ■

「□」は B S I の上昇、「■」は低下、「—」は横ばいを示す

ったことから、業況判断 B S I (「良い」-「悪い」) の現状判断は前回 (マイナス 20.4) から 6.5 p 低下のマイナス 26.9 と 4 期ぶりの悪化となった (図表 1、2)。

産業別にみると、製造業が同 1.6 p 上昇のマイナス 25.5 と改善した一方、非製造業は同 10.7 p 低下のマイナス 27.6 となった。非製造業は 3 業種全てで前回調査を下回り、特に卸・小売業で二桁台の悪化となった。

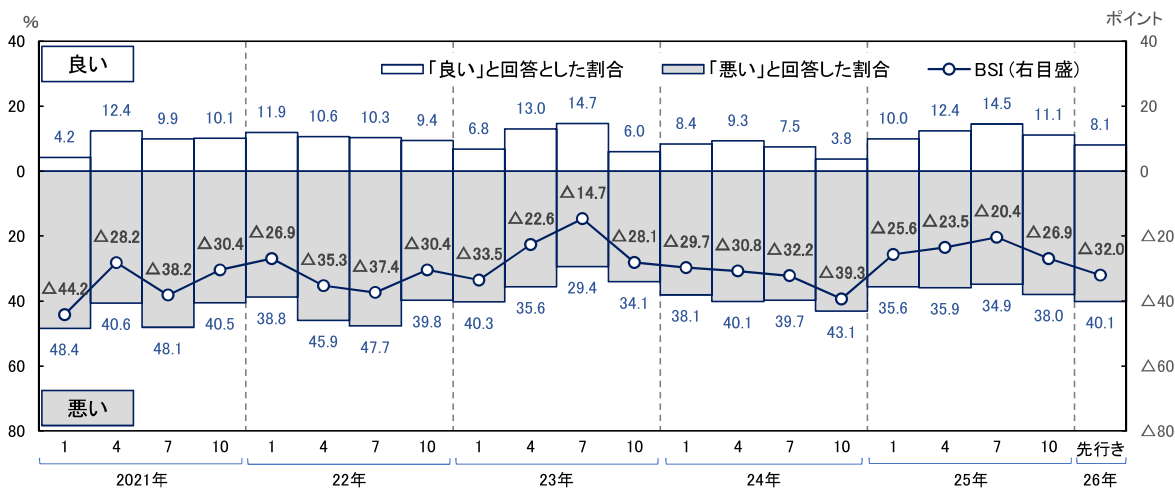
原材料や仕入価格の上昇が続く中で人件費の負担感が増していることなどが経営の下押し圧力となっているほか、強い人手不足感も示されており、景況感は全体として悪化の動きにつながったものとみられる。

(2) 先行き

今後 3 カ月間の業況を「良い」とした割合は現状比 3.0 p 減の 8.1% となり、「悪い」は同 2.1 p 増の 40.1% となったことから、先行きの業況判断 B S I はマイナス 32.0 と現状から 5.1 p 悪化する見通しである。

産業別では、製造業は同 7.2 p 低下のマイナス 32.7 と悪化するほか、非製造業も同

図表 2 業況判断 B S I の推移 (全産業)



(注) 1. 「悪い」の割合は下方向に表示している
2. 現状判断の長期時系列(2004年4月調査以降)は10 ページ参考1を参照

4.1p 低下のマイナス 31.7 と 3 業種全てで現状を下回るとみられる。

2. 雇用人員

図表 3 雇用人員 B S I

(「過剰」-「不足」・ポイント)

(1) 現状判断

現状 (2025 年 10 月時点) の雇用人員を「過剰」と回答した割合は前回調査比 1.2 p 減の 2.3% となり、「不足」は同 0.5 p 増の 39.5% となったことから、雇用人員 B S I (「過剰」-「不足」) の

産業(業種)	調査年月		現 状 判 断		先行き
	2025年 7月調査	25年 10月調査	2025年 7月調査	25年 10月調査	今後 3カ月間
全 産 業	△35.5	△37.2	■	■	△37.2 -
製 造 業	△35.6	△27.2	□	■	△27.3 ■
非 製 造 業	△35.4	△41.8	■	■	△41.8 -
建 設 業	△50.0	△58.3	■	□	△54.2 □
卸・小売業	△31.7	△38.6	■	■	△41.4 ■
運輸・サービス業	△29.2	△34.8	■	□	△30.4 □

現状判断は前回 (マイナス 35.5) から 1.7 p 低下のマイナス 37.2 となった (図表 3、4)。2 期連続でマイナス幅が拡大の動きとなり、企業の強い人手不足感が継続している。

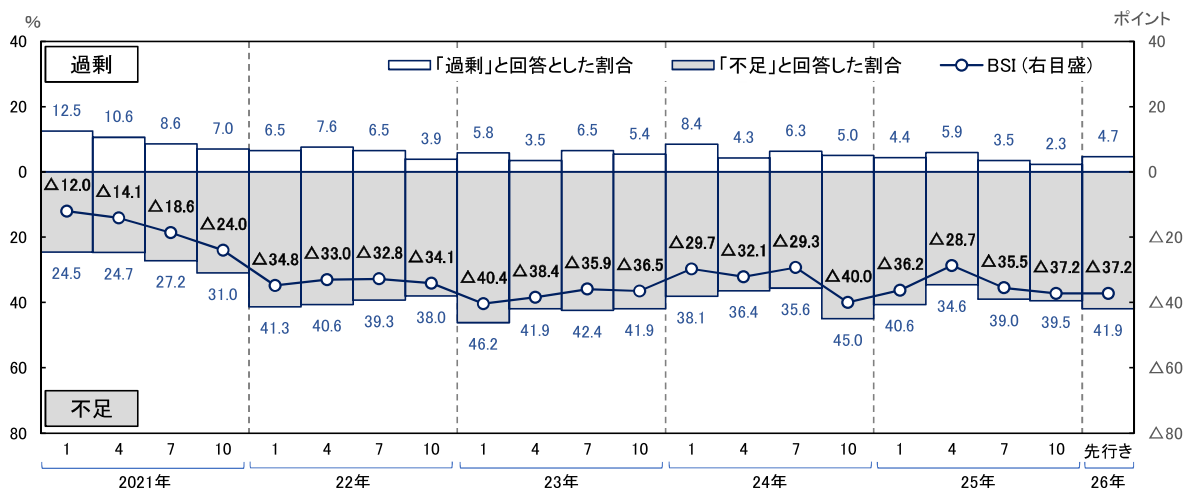
産業別では製造業は同 8.4 p 上昇のマイナス 27.2 とマイナス幅が縮小した。一方、非製造業は同 6.4 p 低下のマイナス 41.8 となり、建設業で強い不足感が示された 24 年 10 月調査に次ぐものになるなど、3 業種全てでマイナス幅が拡大した。

(2) 先行き

今後 3 カ月間の雇用人員を「過剰」とした割合は現状比 2.4 p 増の 4.7% となったが「不足」も同 2.4 p 増の 41.9% となったことから、先行きの雇用人員 B S I はマイナス 37.2 と現状と同程度の不足感が続くと予想される。

産業別では、製造業は同 0.1 p 低下のマイナス 27.3 と現状とほぼ同水準で推移する見通しである。また、非製造業も建設業と運輸・サービス業は不足感が弱まるものの卸・小売業ではさらに強まることから、全体では横ばいとなることが見込まれる。

図表 4 雇用人員 B S I の推移 (全産業)



(注) 1. 「悪い」の割合は下方向に表示している

2. 現状判断の長期時系列 (2004 年 4 月調査以降) は 10 ページ参考 1 を参照

3. 企業収益（売上高、経常利益）

（1）売上高

① 実績

2025年7～9月期の売上高BSI（「増加」－「減少」）はマイナス0.6となり、4～6月期（マイナス1.7）からマイナス幅が1.1p縮小して6期連続の改善となった（図表5、次ページ図表6）。産業別では、製造業はプラス5.5（前期比10.6p上昇）と二桁台の改善となった。一方、非製造業は運輸・サービス業で改善したものの建設業と卸・小売業で悪化となり、全体ではマイナス3.4（同3.4p低下）となった。

② 先行き

25年10～12月期の売上高BSIはマイナス4.1と7～9月期を3.5p下回るとみられる（図表5）。産業別では、製造業はプラス5.4（同0.1p低下）とほぼ同水準となる見通しである。また、非製造業はマイナス8.6（同5.2p低下）と建設業は横ばいで推移するものの、卸・小売業と運輸・サービス業で悪化する予想となっている。

（2）経常利益

① 実績

25年7～9月期の経常利益BSI（「増加」－「減少」）はマイナス16.9となり、4～6月期（マイナス8.8）からマイナス幅が8.1p拡大して4期ぶりの悪化となった（図表5）。同BSIは24年1～3月期以降売上高BSIを下回っており、今回調査では売上高BSIが改善したが経常利益BSIが悪化したことから、両者の乖離幅はさらに拡大した（次ページ図表6）。「4. その他のBSI」において製造費用・販管費BSIが上昇しているほか、「5. 経営上の問題点」で人件費の増加や原材料・仕入価格の上昇が上位となっていることから、コスト負担の増加などが下押し圧力を強めていることが窺われる。

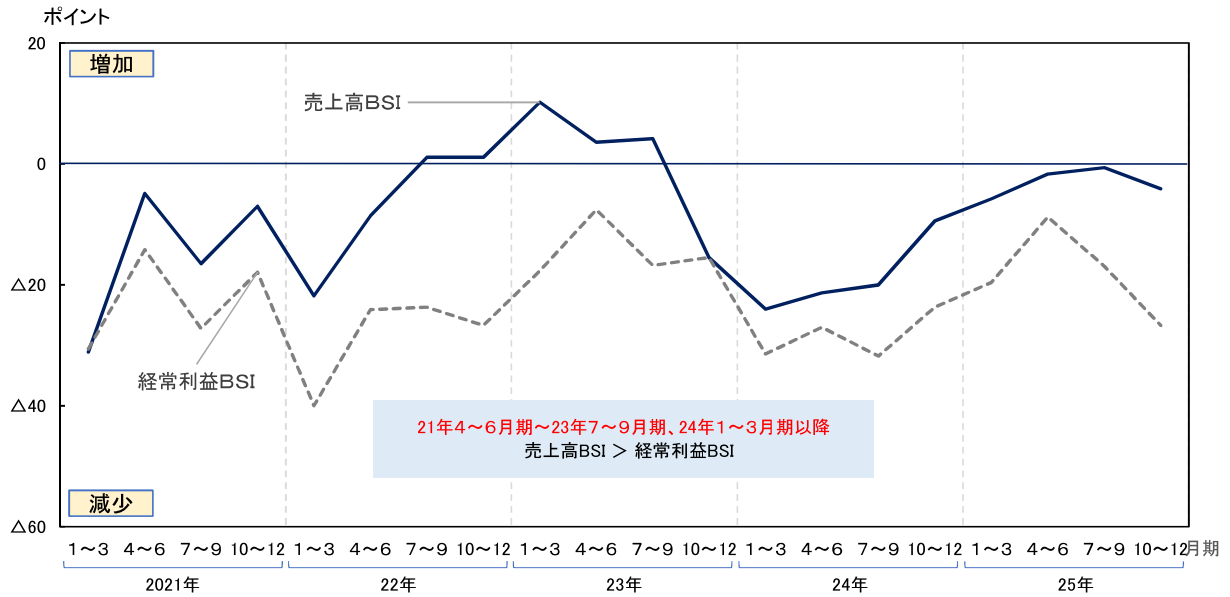
産業別では、製造業はマイナス7.3（同4.6p上昇）とマイナス幅が縮小した。一

図表5 売上高、経常利益BSI

（「増加」－「減少」・ポイント）

産業(業種)	期	売上高BSI			経常利益BSI		
		実績		先行き	実績		先行き
		2025年 4～6月期	25年 7～9月期	25年 10～12月期	2025年 4～6月期	25年 7～9月期	25年 10～12月期
全産業		△1.7	△0.6 □	△4.1 ■	△8.8	△16.9 ■	△26.7 ■
製造業		△5.1	5.5 □	5.4 ■	△11.9	△7.3 □	△20.0 ■
非製造業		0.0	△3.4 ■	△8.6 ■	△7.1	△21.4 ■	△30.0 ■
建設業		△23.1	△25.0 ■	△25.0 -	△15.4	△41.7 ■	△29.2 □
卸・小売業		△3.2	△10.0 ■	△12.9 ■	0.0	△21.4 ■	△31.4 ■
運輸・サービス業		33.4	39.2 □	21.8 ■	△16.6	0.0 □	△26.1 ■

図表6 売上高、経常利益BSIの推移（全産業）



(注) 売上高、経常利益BSIの実績の長期時系列(2004年以降)は10ページ参考2を参照

方、非製造業はマイナス21.4（同14.3p低下）と運輸・サービス業で増加と減少が拮抗したものの、建設業と卸・小売業で大幅な悪化となった。

② 先行き

25年10~12月期の経常利益BSIはマイナス26.7と7~9月期を9.8p下回ると見込まれる（前ページ図表5）。産業別では、製造業はマイナス20.0（同12.7p低下）とマイナス幅が拡大するとみられる。また、非製造業もマイナス30.0（同8.6p低下）と建設業は改善するものの、卸・小売業と運輸・サービス業で大きく悪化する見通しとなっている。

4. その他のBSI

その他のBSIについては以下のとおり（図表7、次ページ図表8）。

図表7 製品・商品在庫、生産・営業用設備、資金繰りBSI

調査年月	製品・商品在庫BSI「過剰」-「不足」			生産・営業用設備BSI「過剰」-「不足」			資金繰りBSI「楽」-「苦しい」		
	現状判断		先行き	現状判断		先行き	現状判断		先行き
	2025年 7月調査	25年 10月調査	今後 3カ月間	2025年 7月調査	25年 10月調査	今後 3カ月間	2025年 7月調査	25年 10月調査	今後 3カ月間
全産業	4.5	1.4 ■	△2.9 ■	△10.5	△8.8 □	△9.3 ■	△5.8	△9.9 ■	△13.9 ■
製造業	8.5	7.3 ■	7.3 -	△18.6	△7.3 □	△9.1 ■	△16.9	△18.1 ■	△25.5 ■
非製造業	1.4	△2.4 ■	△9.7 ■	△6.2	△9.4 ■	△9.4 -	0.0	△6.0 ■	△8.6 ■
建設業	-	-	-	0.0	△12.5 ■	△12.5 -	15.4	12.5 ■	4.2 ■
卸・小売業	1.6	△4.3 ■	△12.8 ■	△6.3	△8.6 ■	△8.5 □	0.0	△4.3 ■	△5.7 ■
運輸・サービス業	0.0	8.4 □	8.4 -	△12.5	△8.7 □	△8.7 -	△16.7	△30.4 ■	△30.4 -

(注) 製品・商品在庫BSIは在庫管理等がない企業は集計対象から除いている

図表 8 製造費用・販管費、販売価格、仕入価格 B S I

(ポイント)

産業(業種)	製造費用・販管費BSI「増加」-「減少」			販売価格BSI「上昇」-「低下」			仕入価格BSI「上昇」-「低下」		
	実績		先行き	実績		先行き	実績		先行き
	2025年 4~6月期	25年 7~9月期	25年 10~12月期	2025年 4~6月期	25年 7~9月期	25年 10~12月期	2025年 4~6月期	25年 7~9月期	25年 10~12月期
全産業	38.4	42.4 □	42.4 -	44.2	50.6 □	47.1 ■	68.6	73.9 □	66.9 ■
製造業	44.0	32.7 ■	34.6 □	42.4	43.6 □	40.0 ■	67.8	69.0 □	61.9 ■
非製造業	35.4	47.0 □	46.1 ■	45.1	53.9 □	50.4 ■	69.0	76.0 □	69.2 ■
建設業	38.5	62.5 □	54.1 ■	50.0	54.2 □	50.0 ■	76.9	87.5 □	83.3 ■
卸・小売業	33.3	45.7 □	42.9 ■	50.8	61.4 □	58.5 ■	71.4	75.7 □	70.0 ■
運輸・サービス業	37.5	34.8 ■	47.8 □	25.0	30.4 □	26.1 ■	54.1	65.2 □	52.2 ■

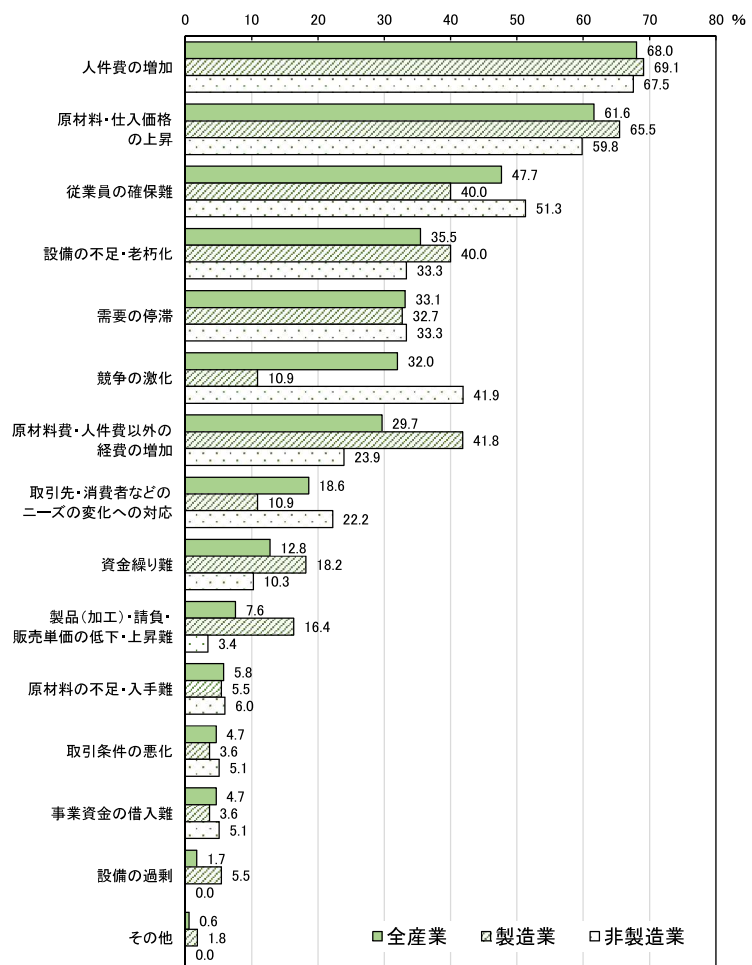
5. 経営上の問題点

現在の経営上の問題点については、「人件費の増加」の割合が最も高く 68.0%となり、次いで「原材料・仕入価格の上昇」が 61.6%、「従業員の確保難」が 47.7%などとなった(図表 9)。「人件費の増加」は本設問を設けた 2023 年 7 月調査以降で最も高い割合となり、製造業、非製造業とも 7 割に近い水準となった。物価の上昇や人材の確保を背景とした賃上げの広がりを受けて、企業における人件費を中心としたコストの上昇が経営の重しとなっていることが顕著に示されている。

産業別にみると、製造業は「人件費の増加」が 69.1%で

最多となり、次いで「原材料・仕入れ価格の上昇」が 65.5%、「原材料費・人件費以外の経費の増加」が 41.8%などとなった。いずれも非製造業を上回ったほか、「従業員の確保難」と「設備の不足・老朽化」の割合も高いものとなった。非製造業では「人件費の増加」が 67.5%で最も多くなり、次いで「原材料・仕入価格の上昇」が 59.8%、「従業員の確保難」が 51.3%などとなった。製造業と比較して「従業員の確保難」の割合が高くなったほか、「競争の激化」「設備の不足・老朽化」「需要の停滞」にも回答が集まった。

図表 9 経営上の問題点 (複数回答)



6. 生成AIの活用について

近年、生成AI技術を用いたサービスが急速に普及し、産業におけるイノベーションの促進や社会的な課題の解決などに寄与することが期待されている。また、国においても「AI事業者ガイドライン」や「AIの利用・開発に関する契約チェックリスト」を作成し、安全安心な利活用を促している。こうしたなか、当社では県内における生成AIの活用状況について調査を行った。

(1) 生成AIの活用状況

生成AIの活用状況については、「未定」とする回答が35.4%で最も多く、次いで「活用を検討している」が26.2%、「活用する予定はない」が23.2%、「活用している」が15.2%となった(図表10)。未定が最多となった一方、未活用ではあるものの関心がある企業がそれに次いで多い状況となり、活用に向けた取組み姿勢にはバラツキが見られる結果となった。

産業別に見ると、製造業、非製造業とも「未定」が3割超となった一方、「活用している」は2割未満に留まった。非製造業は建設業で「活用を検討している」が3割を超えたほか、運輸・サービス業では「活用している」が2割を上回り、「活用を検討している」も3割超となるなど、生成AIの導入に前向きな姿勢が示された。

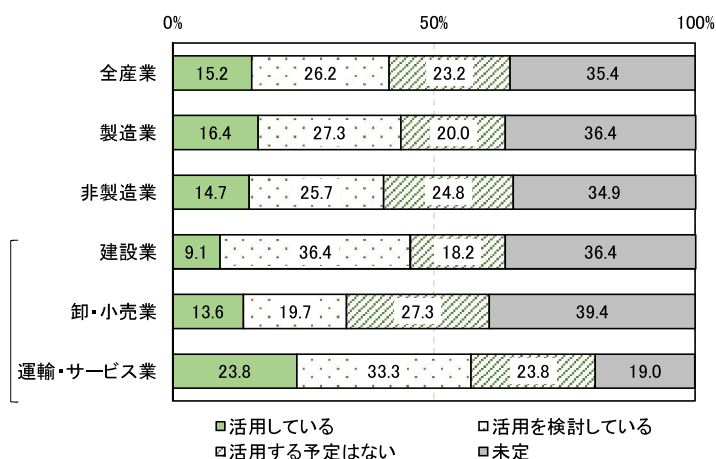
(2) 活用しているツール・サービス名

生成AIを「活用している」と回答した企業に対して、利用しているツール・サービス名を尋ねたところ、OpenAI社の「ChatGPT」に最も回答が集まったほか、Microsoft社の「Copilot」やGoogle社の「Gemini」にも複数の回答があった。また、AIボイスレコーダーや建設業の業務に特化した生成AIを利用しているとする回答などもあった。

(3) 活用の用途

生成AIを「活用している」または「活用を検討している」と回答した企業に対して、活用の用途について尋ねたところ、「文章の作成・要約・校正」が67.6%で最も高く、次いで「情報収集」が64.7%、「資料作成」が54.4%などとなった(次ページ図表11)。これらは前述の「(2) 活用しているツール・サービス名」で回答があった「ChatGPT」「Copilot」「Gemini」などにおける代表的な機能であり、比較的取り入れやすいツールや用途から活用していることが推察される。

図表10 生成AIの活用状況



(注) 四捨五入の関係で合計が100%にならない場合がある

産業別に見ると、製造業は「文章の作成・要約・校正」と「資料作成」がいずれも58.3%と最多となり、次いで「データの集計・分析」が50.0%、「情報収集」が45.8%などとなった。また、非製造業と比べて「文字起こし」と「翻訳」にも回答が集まった。非製造業では「情報収集」が75.0%、次いで「文章の作成・要約・校正」が72.7%といずれも製造業を上回る割合となったほか、「資料作成」が52.3%などとなった。

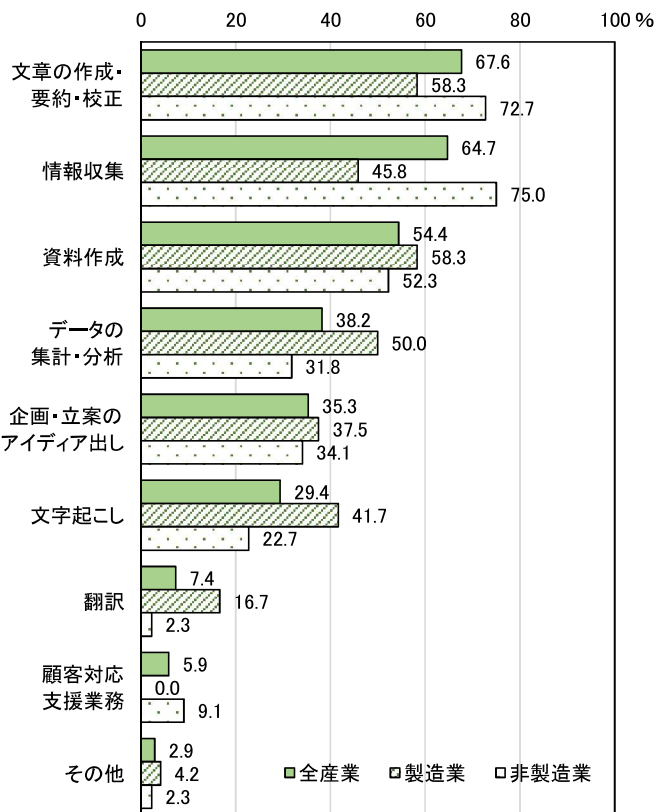
(4) 期待する効果

生成AIを「活用している」または「活用を検討している」と回答した企業に対して、期待する効果について尋ねたところ、「業務効率の向上」が85.3%で突出しており、次いで「データ分析の精度向上」が47.1%、「人手不足への対応」が44.1%などとなった(図表12)。企業の人手不足感が強い状況が継続していることなどを背景に、生成AIの活用によって作業にかかる手間や時間の削減のほか、自動化による効率性の改善などを期待しているとみられる。また、データ分析の精度向上が5割弱となり、生成AIによって分析の精度を高めて業務に役立てる動きが窺われる。

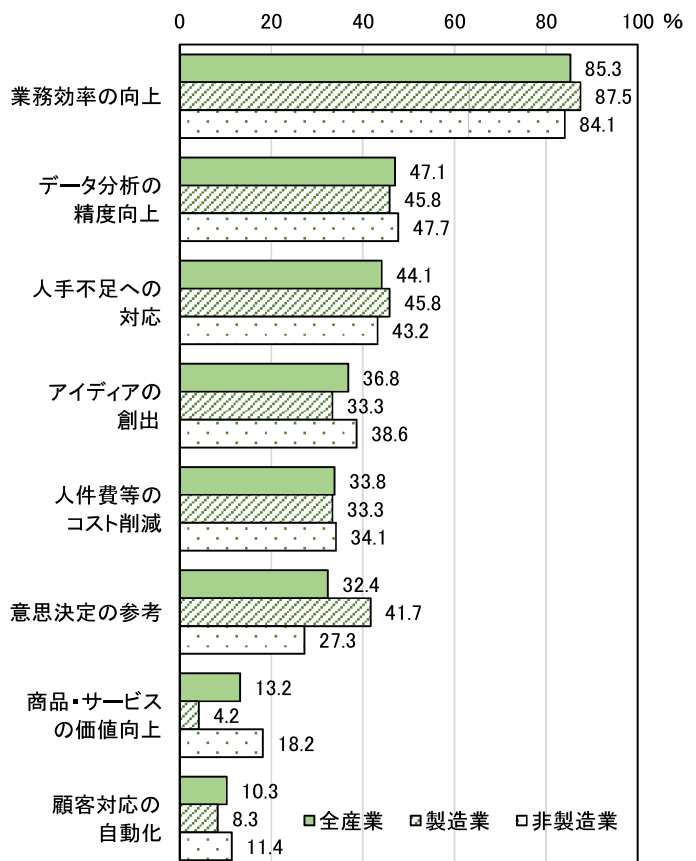
(5) 期待する効果を得るための課題

生成AIを「活用している」と回答した企業に対して、期待する効果を得るための課題について尋ねたと

図表 11 活用の用途 (複数回答)



図表 12 期待する効果 (複数回答)



ころ、「情報の不正確性」が52.0%で最も多く、次いで「担当者のノウハウ不足」と「情報漏洩などセキュリティ不安」がいずれも44.0%、「社内のルール未整備」が40.0%などとなった(図表13)。生成AIの活用においては、事実とは異なる内容を出力する場合や機密情報の入力による情報漏洩などが懸念されているほか、担当者の経験不足から期待に沿った効果を得られていないことなどが示されている。

(6) 活用に至っていない理由

生成AIについて「活用を検討している」と回答した企業に対して、現段階では活用に至っていない理由を尋ねたところ、「運用の人材・ノウハウ不足」が67.4%で最も高い割合となり、次いで「社内のルール整備が不十分」が48.8%、

「情報の正確性に不安」と「導入にかかるコスト」がいずれも25.6%などとなった(図表13)。活用にあたっての人材確保やルールの整備などが高いハードルとなっていることが窺える。

また、生成AIについて「活用する予定はない」または「未定」と回答した企業にその理由を尋ねたところ、「運用の人材・ノウハウ不足」が51.0%で最多となり、次いで「活用できる業務がわからない」が35.4%、「導入にかかるコスト」が34.4%などとなった(図表13)。「活用を検討している」と回答した企業と同様に生成AIに詳しい人材やノウハウの不足が利用において課題となっているほか、どの業務に活かすことができるかわからない点やコスト負担への懸念などが活用に進展しない要因と考えられる。

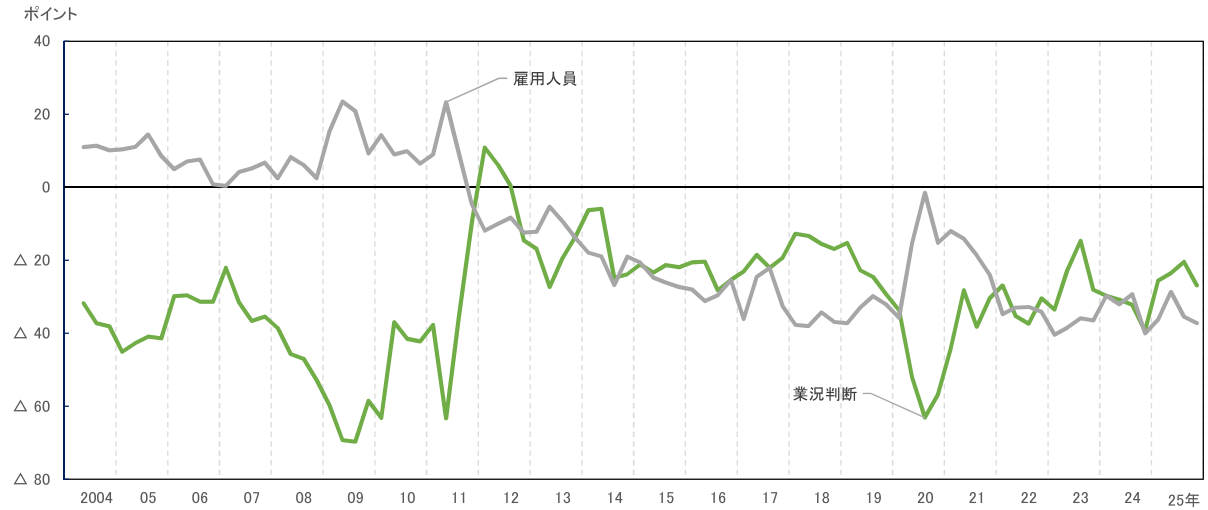
(コンサルタント 菊池 祐美)

図表13 期待する効果を得るための課題、活用に至っていない理由(複数回答)

内 容		全産業 (%)		
		製造業	非製造業	
期待する効果を得るための課題	情報の不正確性	52.0	66.7	43.8
	担当者のノウハウ不足	44.0	55.6	37.5
	情報漏洩などセキュリティ不安	44.0	66.7	31.3
	社内のルール未整備	40.0	22.2	50.0
	運用の人材不足	32.0	11.1	43.8
	著作権など権利侵害へのリスク	16.0	33.3	6.3
	社内情報などのデータベースの未整備	4.0	11.1	0.0
	商品・サービスの価値向上	4.0	11.1	0.0
その他	4.0	0.0	6.3	
活用を検討している	運用の人材・ノウハウ不足	67.4	73.3	64.3
	社内のルール整備が不十分	48.8	60.0	42.9
	情報の正確性に不安	25.6	20.0	28.6
	導入にかかるコスト	25.6	20.0	28.6
	情報漏洩などセキュリティ不安	20.9	6.7	28.6
	活用できる業務がわからない	14.0	20.0	10.7
	著作権など権利侵害へのリスク	7.0	0.0	10.7
	その他			
活用する予定はない・未定	運用の人材・ノウハウ不足	51.0	67.7	43.1
	活用できる業務がわからない	35.4	41.9	32.3
	導入にかかるコスト	34.4	38.7	32.3
	必要性を感じない	29.2	22.6	32.3
	社内のルール整備が不十分	22.9	22.6	23.1
	情報漏洩などセキュリティ不安	16.7	9.7	20.0
	情報の正確性に不安	12.5	3.2	16.9
	著作権など権利侵害へのリスク	7.3	0.0	10.8
その他	1.0	3.2	0.0	

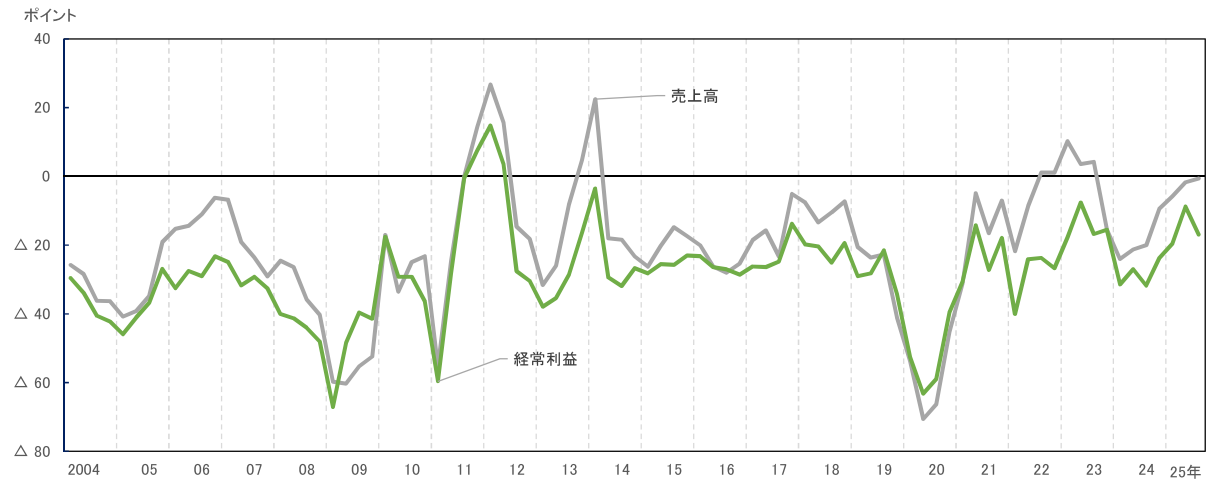
(注) 「活用を検討している」と回答した企業において「必要性を感じない」「その他」の選択肢には回答がなかった

参考1 業況判断、雇用人員BSIの推移（全産業、現状判断）



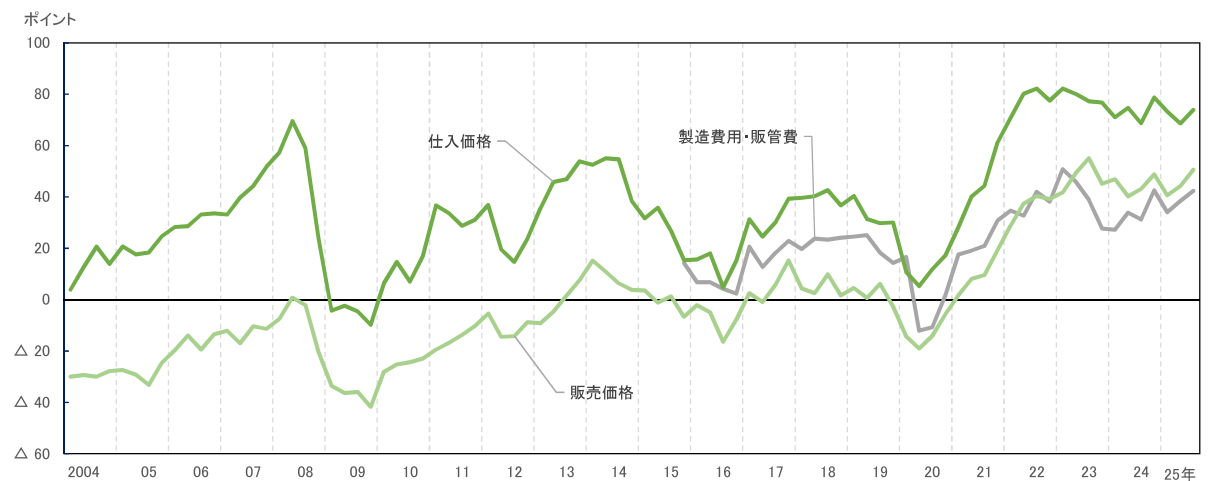
(注) 2004年4月調査から25年7月調査までの現状判断

参考2 売上高、経常利益BSIの推移（全産業、実績）



(注) 2004年1～3月期から25年7～9月期までの実績

参考3 製造費用・販管費、販売価格、仕入価格BSIの推移（全産業、実績）



(注) 1. 2004年1～3月期から25年7～9月期までの実績
 2. 製造費用・販管費BSIは同BSIを調査項目に含めた15年10～12月期からの実績

2025年冬季 岩手県内ボーナス調査

当社では県内の消費動向を把握する観点から、給与所得者を対象に 2025 年の冬季ボーナスの支給見通しや使い道などについてのアンケート調査を実施した。

【調査要領】

- 調査内容
 - ・ 冬季ボーナスの受取予想
 - ・ 冬季ボーナスの使途
 - ・ 買い物の内容および購入場所
 - ・ 貯蓄・投資の目的および方法
- 調査時期：2025年10月
- 調査対象者：県内の給与所得者
- 調査方法：インターネットリサーチ
- 有効回答者数：514人
- 回答者属性：右表のとおり

		回答者数	構成比	平均年齢
		人	%	歳
全 体		514	100.0	44.9
性 別	男 性	335	65.2	46.5
	女 性	179	34.8	42.1
職 業 別	民間(会社員)	425	82.7	44.9
	公務員	89	17.3	45.2
独 身・既 婚 別	独 身	233	45.3	42.5
	既 婚	281	54.7	47.0
年 齢 階 級 別	30 歳 未 満	49	9.5	-
	30 歳 台	101	19.6	-
	40 歳 台	182	35.4	-
	50 歳 台	149	29.0	-
	60 歳 以 上	33	6.4	-

(注)四捨五入の関係で合計が100%にならない場合がある

1. 受取予想

●明るさが見られる一方、増勢は鈍化傾向

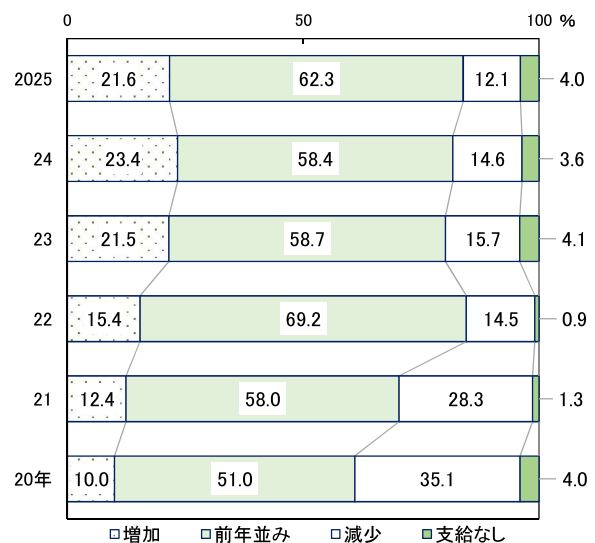
2025年冬季ボーナスの受取予想は「前年並み」の支給があるとする回答が62.3%（前年調査比3.9ポイント（以下、p）増）で最も多く、次いで「増加」が21.6%（同1.8p減）、「減少」が12.1%（同2.5p減）、「支給なし（※前年は支給あり）」が4.0%（同0.4p増）となった（図表1）。「前年並み」と「支給なし」が上昇したなか、「増加」と「減少」は低下した。

性別で比較してみると、男性は「前年並み」と「支給なし」が上昇し「増加」もやや前年を上回った一方、「減少」は低下した。また、女性は「前年並み」が10p以上の上昇となったが、「増加」「減少」「支給なし」は前年を下回った（次ページ図表2）。

職業別に見ると、民間（会社員）は「前年並み」が上昇し「支給なし」もわずかながら前年を上回った一方、「増加」と「減少」は低下した（同）。

公務員は「前年並み」「減少」「支給なし」が上昇した一方、「増加」は低下した。「増加」は前年を下回ったものの4割弱と

図表1 冬季ボーナスの増減予想（全体、2020～25年）



- (注) 1. 2年連続で支給がない回答者を除く構成比
 2. 「増加」は新卒者など前年の支給がなかった場合を含む
 3. 四捨五入の関係で合計が100%にならない場合がある

なり、これは8月の人事院勧告で国家公務員の基本給が増加したほかボーナス支給率（月数）も引き上げられ、また、本県の人事委員会勧告においても同様の内容となったことを反映したものとみられる。

年齢階級別では、30歳未満は「増加」が大幅に前年を上回り約5割となったほか、「支給なし」の回答がなかった（図表2）。また、30歳台は「前年並み」「減少」「支給なし」が上昇した一方、「増加」は前年を下回った。40歳台と50歳台は「減少」が低下するなか「前年並み」と「支給なし」が上昇し、40歳台は「増加」が低下したものの50歳台では上昇した。

今回のボーナス支給予想は、全体として「増加」が2割超となる中で「減少」の割合が低下するなど若年層を中心に明るさが見られるものの、職業別では「増加」は公務員が2年連続で高水準を示す一方、民間は前年と同様に2割に満たないものとなり、増勢は鈍化傾向となっている。

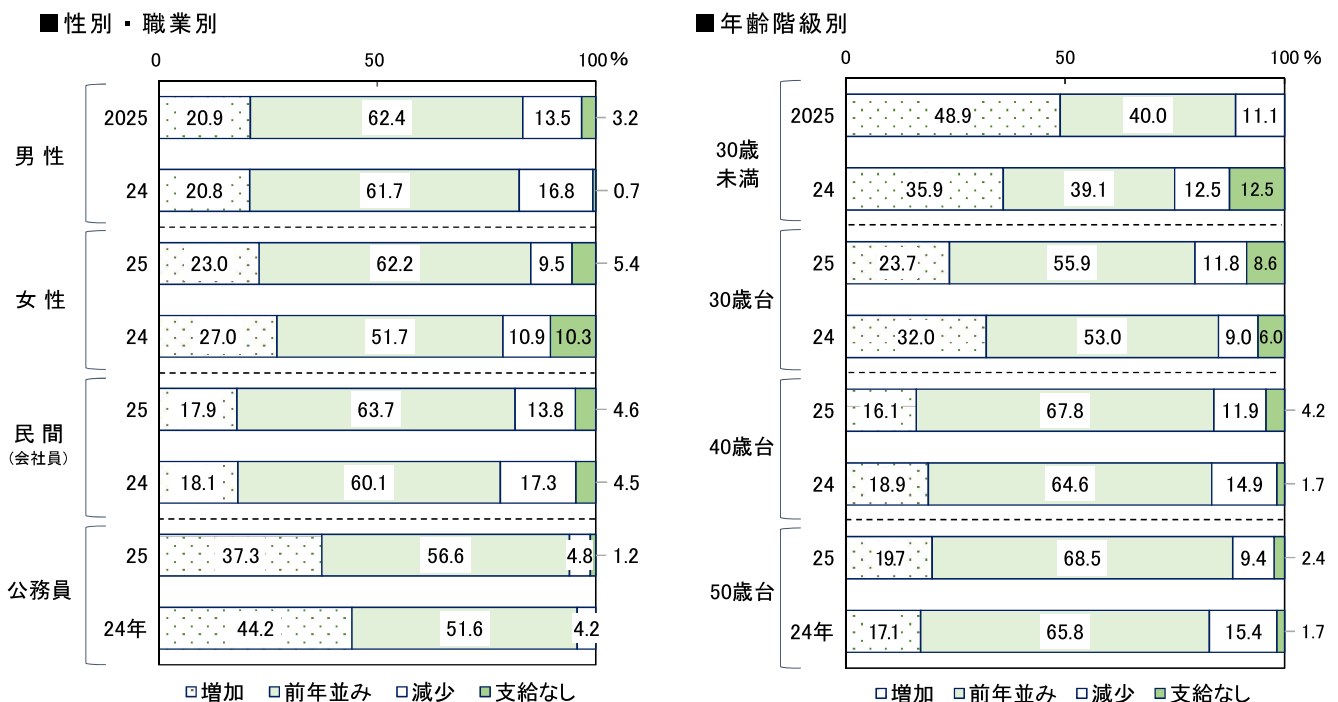
2. 使 途

●生活費の補填に充てるなか、余暇は選別する動き

次に、ボーナス支給があったとした回答者に対して、その用途について尋ねた（複数回答）ところ、全体では「消費」と答えた人の割合が69.7%（前年調査比1.9p減）で最も多く、次いで「貯蓄・投資」が58.4%（同0.5p増）、「返済」が20.6%（同5.0p減）となった（次ページ図表3）。「消費」と「返済」の割合が前年を下回った一方、「貯蓄・投資」は上昇の動きとなり、これは性別、独身・既婚別に見ても概ね同様の傾向となっている。

「消費」の中身を見ると、「生活費の補填」が39.7%と最も高く、次いで「買い物」が

図表2 冬季ボーナスの増減予想(2024、25年)



(注) 1. 2年連続で支給がない回答者を除く構成比 2. 「増加」は新卒者など前年の支給がなかった場合を含む
 3. 年齢階級別の60歳以上は回答者が少ないため省略する 4. 四捨五入の関係で合計が100%にならない場合がある

図表3 冬季ボーナスの使途（複数回答）

	全体			性別				独身・既婚別			
	前年比	△	※参考	男性		女性		独身		既婚	
			2025年夏季	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比			
消費費	69.7	△ 1.9	(70.5)	70.3	△ 0.1	68.6	△ 3.8	67.0	△ 1.0	71.7	△ 2.0
生活費の補填	39.7	4.0	(34.2)	41.0	4.5	37.1	3.8	34.1	2.1	43.9	5.7
買い物	34.4	0.0	(31.4)	35.9	1.0	31.4	△ 1.3	38.1	2.2	31.6	△ 1.1
旅行・レジャー	18.6	△ 3.0	(23.8)	17.2	△ 3.4	21.4	△ 1.7	17.0	△ 5.3	19.8	△ 0.9
趣味・娯楽	18.2	3.4	(18.4)	18.7	2.4	17.1	5.6	26.1	7.2	12.2	1.0
外食	12.6	△ 0.8	(12.3)	13.2	△ 0.4	11.4	△ 1.4	11.4	△ 2.7	13.5	0.8
教育費	10.7	2.1	(8.3)	9.9	0.6	12.1	5.0	2.8	△ 0.6	16.5	3.8
交際費	6.5	△ 0.5	(5.0)	5.1	△ 2.2	9.3	2.9	9.7	△ 1.0	4.2	0.2
美容サービス	5.3	0.5	(3.5)	0.0	△ 2.7	15.7	6.7	8.0	2.7	3.4	△ 1.0
教養・スキルアップ等	2.2	△ 0.0	(3.8)	1.1	△ 1.6	4.3	3.0	1.1	△ 0.8	3.0	0.6
その他	6.1	1.7	(4.5)	5.5	1.2	7.1	2.6	5.1	△ 0.7	6.8	3.6
返済	20.6	△ 5.0	(27.1)	23.1	△ 6.1	15.7	△ 2.2	11.4	△ 8.5	27.4	△ 2.5
貯蓄・投資	58.4	0.5	(54.7)	56.0	△ 1.1	62.9	4.6	66.5	4.8	52.3	△ 1.9

(注)「支給がある」を選択した回答者に占める構成比

34.4%、「旅行・レジャー」が18.6%などとなった。性別で見ると、男性は「生活費の補填」「買い物」「趣味・娯楽」が前年を上回った一方、「旅行・レジャー」や「外食」が低下した。また、女性は「生活費の補填」「趣味・娯楽」「美容サービス」などが上昇したものの、「買い物」や「旅行・レジャー」は前年を下回った。さらに、独身・既婚別に見ると、独身は「趣味・娯楽」に伸びが見られたほか「生活費の補填」や「買い物」が前年を上回ったが、「旅行・レジャー」は低下した。既婚は「生活費の補填」や「教育費」が上昇した一方、「買い物」や「旅行・レジャー」は前年を下回った。

物価の上昇が継続していることなどから「生活費の補填」が使途として最も高い割合となり、「買い物」も前年と同様に3割を超える回答を集めた。一方、「旅行・レジャー」が前年を下回ったものの「趣味・娯楽」は上昇するなど余暇について選別する姿勢が窺われる結果となった。

図表4 買い物の内容および購入場所（複数回答）

		全体		性別		独身・既婚別	
		前年比	△	男性	女性	独身	既婚
内 容	衣服・身の回り品	64.1	△ 0.6	58.2	77.3	67.2	61.3
	飲食料品	35.2	0.6	36.7	31.8	34.3	36.0
	趣味・娯楽用品	31.0	2.2	32.7	27.3	35.8	26.7
	家庭用品・日用消耗品	26.1	6.2	23.5	31.8	28.4	24.0
	家具・インテリア	19.7	6.9	16.3	27.3	14.9	24.0
	情報通信家電	19.0	7.5	20.4	15.9	16.4	21.3
	A V 家電	14.1	1.9	14.3	13.6	14.9	13.3
	生活家電	14.1	△ 3.8	14.3	13.6	14.9	13.3
	医薬品・化粧品	13.4	3.8	10.2	20.5	14.9	12.0
	自動車	12.7	1.2	14.3	9.1	11.9	13.3
その他	2.1	△ 0.5	2.0	2.3	1.5	2.7	
購 入 場 所	大型ショッピングセンター	58.5	4.7	57.1	61.4	52.2	64.0
	インターネット・通信販売	50.7	2.0	52.0	47.7	56.7	45.3
	大型専門店・量販店	46.5	△ 2.2	42.9	54.5	44.8	48.0
	一般小売店・専門店	31.7	△ 0.4	29.6	36.4	25.4	37.3
	百貨店	10.6	△ 6.7	9.2	13.6	7.5	13.3

(注) 1. 「買い物」を選択した回答者に占める構成比
 2. 「大型専門店・量販店」は家電大型専門店、ホームセンター、ドラッグストアなど、「一般小売店・専門店」は単独店舗の路面店などを指す

3. 買い物の動向

(1) 内容

●生活必需品以外にも伸び

買い物の内容については、「衣服・身の回り品」が64.1%（前年調査比0.6p減）と最も高い割合となった（図表4）。また、「飲食料品」や「趣味・娯楽用品」が前年を上回ったほか、「家庭用品・日用消耗品」「家具・インテリア」「情報通信家電」が比較的高い伸びとなった。さらに、11の選択肢のうち8つが上昇の動きとなるなど、

生活必需品以外の品目にも広く購買意欲が高まっていることが考えられる。

(2) 購入場所

●大型SCとネット通販が上昇

買い物をする予定の場所(店舗形態)については、「大型ショッピングセンター」が58.5%(同4.7p増)で最多となり、次いで「インターネット・通信販売」が50.7%(同2.0p増)、「大型専門店・量販店」が46.5%(同2.2p減)などとなった(前ページ図表4)。「大型専門店・量販店」は前年を下回ったものの、上位3カ所で購入する傾向が続いている。

4. 貯蓄・投資の動向

(1) 目的

●「老後の生活資金」が伸長

使途において「貯蓄・投資」を選択した回答者にその目的を聞いたところ、回答が多い順に「老後の生活資金」が63.1%(前年調査比8.0p増)、次いで「子ども等の教育資金」が20.7%(同1.0p減)、「病気や災害への備え」が20.7%(同3.6p減)などとなった(図表5)。「子ども等の教育資金」「病気や災害への備え」「当面の家計の補充」などが低下した一方、「老後の生活資金」が伸長した。「老後の生活資金」は性別、独身・既婚別に見ても6割前後となっており、先行きへの不透明感などを背景として将来の生活に備える意識が高まっているとみられる。

(2) 方法

●NISAを選好する動き

「貯蓄・投資」の方法は「普通預金(通常貯金)」が75.5%(同6.2p減)となり、次いで「投資信託(NISA利用)」が31.5%(同9.1p増)、「定期性預貯金」が23.7%(同1.0p減)などとなった(図表5)。

例年と同様に流動性の高い「普通預金(通常貯金)」に回答が集まったが、近年はNISA(少額投資非課税制度)の利用を中心とした投資信託および株式の運用が上昇傾向にあり、「老後」などに向けた資産形成の一環として利用が浸透してきていることが窺われる。

(コンサルタント 菊池 祐美)

図表5 貯蓄・投資の目的および方法(複数回答)

		全体		性別		独身・既婚別	
		前年比		男性	女性	独身	既婚
目的	老後の生活資金	63.1	8.0	62.7	63.6	59.8	66.1
	子ども等の教育資金	20.7	△1.0	20.9	20.5	1.7	38.7
	病気や災害への備え	20.7	△3.6	14.4	31.8	23.1	18.5
	当面の家計の補充	17.8	△2.7	15.0	22.7	18.8	16.9
	旅行・レジャー等資金	17.0	0.7	15.0	20.5	19.7	14.5
	特に目的はない	16.6	△2.8	19.0	12.5	19.7	13.7
	住宅新築・改築資金	8.3	1.5	7.8	9.1	5.1	11.3
	高額商品購入資金	6.6	△1.0	7.2	5.7	6.8	6.5
	宅地購入資金	3.7	0.3	5.2	1.1	2.6	4.8
	結婚資金	3.3	△0.9	1.3	6.8	6.0	0.8
その他	1.7	△0.6	1.3	2.3	0.9	2.4	
方法	普通預金(通常貯金)	75.5	△6.2	72.5	80.7	76.1	75.0
	投資信託(NISA利用)	31.5	9.1	34.0	27.3	34.2	29.0
	定期性預貯金	23.7	△1.0	20.9	28.4	22.2	25.0
	株式(NISA利用)	21.2	7.1	26.1	12.5	23.1	19.4
	投資信託(NISA以外)	13.3	7.6	17.6	5.7	17.9	8.9
	生命保険	11.6	2.9	13.1	9.1	6.8	16.1
	株式(NISA以外)	10.4	3.2	13.1	5.7	12.0	8.9
	債券	7.9	3.3	9.8	4.5	9.4	6.5
	その他	4.1	1.4	5.2	2.3	5.1	3.2

(注)「貯蓄・投資」を選択した回答者に占める構成比