

2025年3月25日

いわぎんリサーチ&amp;コンサルティング株式会社

## 岩手県内消費者マインドアンケート調査－2025年2月調査－について ～ 収入は改善が見られるも支出増の影響が大きく暮らし向きは2期連続で悪化の動き、 消費マインドは家計防衛の意識が顕在化 ～

いわぎんリサーチ&コンサルティング株式会社（代表取締役 佐々木泰司）は、県内の消費動向を把握する観点から実施した「岩手県内消費者マインドアンケート調査」の調査結果を以下のとおり公表します。

### 1. 暮らし向きD I（「良い」－「悪い」）

1年前と比べた現在（2025年2月）の暮らし向きD Iは前回から2.7p低下のマイナス31.8と2期連続で悪化の動きとなり、引き続き厳しさが窺われる。また、年齢階級別に見ると、年齢が高い層で相対的にマイナス幅が大きい状況が継続している。

現 状：マイナス31.8（前回調査比2.7ポイント低下）

⇒年齢階級別：20歳台 マイナス10.3、30歳台 マイナス23.5、40歳台 マイナス29.1、  
50歳台 マイナス42.8、60歳以上 マイナス43.7

### 2. 収入・支出D I（「増加」－「減少」）

収入D Iは2期ぶりに改善の動きとなり、やや力強さに欠けるものの賃上げの動きが表れているものとみられる。一方、支出D Iはプラス幅が2期連続で拡大し、物価高騰の影響が表れている。また、費目別の支出の増減を見ると「交通費」と「水道・光熱費」のプラス幅が前回調査から大幅に拡大した。

・ 収 入：マイナス9.7（同3.7ポイント上昇）

・ 支 出：プラス38.3（同3.5ポイント上昇）

### 3. 商品・サービス別の今後のお金のかけ方

「今後（も）お金をかけていきたい」ものについては「貯蓄」が39.1%で最も多く、次いで「投資」が21.4%などとなった。また、「今後（も）節約していきたい」ものは「貯蓄」と「投資」を除く商品・サービスで4割台後半～6割台後半に上るなど、物価の高騰が続いているなか、先行きへの不安感などから万一の場合への備えや家計防衛の意識が強く表れる結果となった。

本調査の内容は別紙のとおりです。

なお、本調査については3月31日に弊社ホームページへ掲載いたします。

（弊社HP ⇒ レポート ⇒ Research Report 2025年4月）

《問い合わせ先》  
いわぎんリサーチ&コンサルティング株式会社  
経営支援部 地域経済調査担当 阿部 瑛子  
TEL：019-624-8344

2025年3月25日

岩手県内消費者マインドアンケート調査  
－2025年2月調査－

いわぎんリサーチ&コンサルティング株式会社  
代表取締役 佐々木 泰司  
盛岡市中央通一丁目2番3号  
(担当 経営支援部 地域経済調査担当 阿部 瑛子)  
TEL 019-624-8344

# 岩手県内消費者マインドアンケート調査 — 2025年2月調査 —

当社では県内の消費動向を把握する観点から、県内在住の個人を対象に暮らし向きや収入・消費支出の増減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
  - ・ 1年前と比べた暮らし向きの現状と先行き
  - ・ 1年前と比べた収入および支出の増減と費目別の支出の増減
  - ・ 商品・サービス別の今後のお金のかけ方
- 調査時期：2025年2月
- 調査対象者：県内在住の20歳以上の個人（学生を除く）
- 調査方法：インターネットリサーチ
- 有効回答者数：742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          |          | 742  | 100.0 | 47.1 |
| 性 別          | 男 性      | 365  | 49.2  | 48.2 |
|              | 女 性      | 377  | 50.8  | 46.0 |
| 年 齢<br>階 級 別 | 20 歳 台   | 88   | 11.9  | 26.2 |
|              | 30 歳 台   | 153  | 20.6  | 35.7 |
|              | 40 歳 台   | 179  | 24.1  | 44.8 |
|              | 50 歳 台   | 187  | 25.2  | 53.9 |
|              | 60 歳 以 上 | 135  | 18.2  | 67.3 |
| 地 域 別        | 県 央      | 374  | 50.4  | 47.0 |
|              | 県 南      | 244  | 32.9  | 46.7 |
|              | 沿 岸      | 81   | 10.9  | 49.8 |
|              | 県 北      | 43   | 5.8   | 45.0 |

**DI** (Diffusion Index)：本調査では「プラス（良い、増加等）」の回答割合から「マイナス（悪い、減少等）」の回答割合を差し引いた値とする

## 1. 暮らし向き

### (1) 現在の暮らし向き

1年前と比べた現在（2025年2月時点）の暮らし向きを「良い（良くなった）」と回答した割合が前回（24年11月）調査比1.4ポイント（以下、p）減の7.3%となったほか、「悪い（悪くなった）」は同1.3p増の39.1%となり、現在の暮らし向きDI（「良い」-「悪い」）は前回（マイナス

29.1）から2.7p低下のマイナス31.8と2期連続で悪化の動きとなり、引き続き厳しさが窺われる（図表1、次ページ図表2）。

年齢階級別に見ると、40歳台は前回から改善した一方、その他の年代は悪化の動きとなり、年

図表1 暮らし向きDI

（「良い」-「悪い」・ポイント）

|              |          | 2024年<br>11月調査 | 25年2月調査 |        | 先行き    |      |
|--------------|----------|----------------|---------|--------|--------|------|
|              |          |                | 前回調査比   |        | 現状比    |      |
| 全 体          |          | △ 29.1         | △ 31.8  | △ 2.7  | △ 27.6 | 4.2  |
| 年 齢<br>階 級 別 | 20 歳 台   | △ 4.2          | △ 10.3  | △ 6.1  | △ 4.5  | 5.8  |
|              | 30 歳 台   | △ 17.2         | △ 23.5  | △ 6.3  | △ 19.6 | 3.9  |
|              | 40 歳 台   | △ 33.4         | △ 29.1  | 4.3    | △ 28.5 | 0.6  |
|              | 50 歳 台   | △ 42.2         | △ 42.8  | △ 0.6  | △ 37.9 | 4.9  |
|              | 60 歳 以 上 | △ 42.0         | △ 43.7  | △ 1.7  | △ 36.3 | 7.4  |
| 地 域 別        | 県 央      | △ 30.2         | △ 28.1  | 2.1    | △ 26.2 | 1.9  |
|              | 県 南      | △ 27.0         | △ 34.0  | △ 7.0  | △ 29.6 | 4.4  |
|              | 沿 岸      | △ 30.6         | △ 40.7  | △ 10.1 | △ 30.8 | 9.9  |
|              | 県 北      | △ 30.2         | △ 34.8  | △ 4.6  | △ 23.3 | 11.5 |

年齢が高い層で相対的にマイナス幅が大きい状況が継続している。

また、地域別に見ると、県央は改善した一方、県南と沿岸、県北は悪化の動きとなった。

## (2) 暮らし向き の 先行き

3カ月後の暮らし向き予想については「良い（良くなる）」と回答した割合は現状比0.4p減の6.9%、「悪い（悪くなる）」が同4.6p減の34.5%となり、先行きの暮らし向きDI（「良い」－「悪い」）はマイナス27.6と現状から4.2p上昇の見通しである（前ページ図表1、図表2）。

年齢階級別に見ると、全ての年齢層でマイナス幅が縮小する見込みとなっているほか、地域別でも4地域全てでマイナス幅が縮小するとみられる。

## 2. 収入および支出

### (1) 収入

1年前と比べた世帯の収入の増減を示す収入DI（「増加」－「減少」）は、前回調査比3.7p上昇のマイナス9.7となった（図表3、次ページ図表4）。依然としてDIはマイナスではあるが2期ぶりに改善の動きとなり、やや力強さに欠けるものの賃上げの動きが表れているものとみられる。

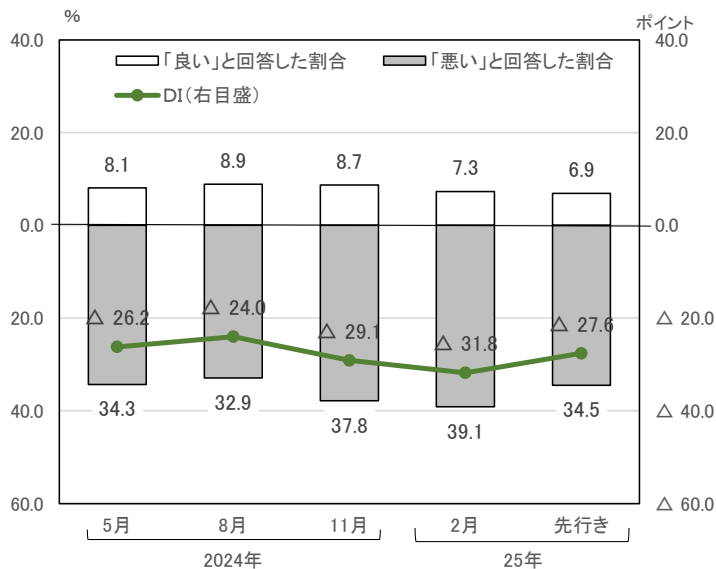
年齢階級別に見ると、20歳台は大幅に改善しDIがプラスに転じたほか、30歳台もほぼ横ばいとなりプラスを維持した。また、40歳台～60歳以上もDIは引き続きマイナスとなったものの、それぞれ改善の動きとなった。

また、地域別では県南と沿岸がやや悪化した一方、県央と県北は改善が見られた。

### (2) 支出

1年前と比べた世帯の支出

図表2 暮らし向きDIの推移



(注)「悪い」の割合は下方向に表示している

図表3 収入・支出DI

|       |       | 収入DI   |       | 支出DI  |       |
|-------|-------|--------|-------|-------|-------|
|       |       | 前回調査比  |       | 前回調査比 |       |
| 全体    |       | △ 9.7  | 3.7   | 38.3  | 3.5   |
| 年齢階級別 | 20歳台  | 5.7    | 11.9  | 21.6  | △ 4.1 |
|       | 30歳台  | 0.6    | △ 0.1 | 43.1  | △ 1.5 |
|       | 40歳台  | △ 8.4  | 1.7   | 40.8  | △ 0.8 |
|       | 50歳台  | △ 9.1  | 9.8   | 46.5  | 16.0  |
|       | 60歳以上 | △ 34.1 | 0.1   | 28.9  | 2.7   |
| 地域別   | 県央    | △ 5.8  | 5.8   | 45.7  | 11.7  |
|       | 県南    | △ 13.9 | △ 1.2 | 26.7  | △ 6.2 |
|       | 沿岸    | △ 23.5 | △ 0.9 | 37.1  | △ 4.2 |
|       | 県北    | 7.0    | 23.2  | 41.9  | 2.3   |

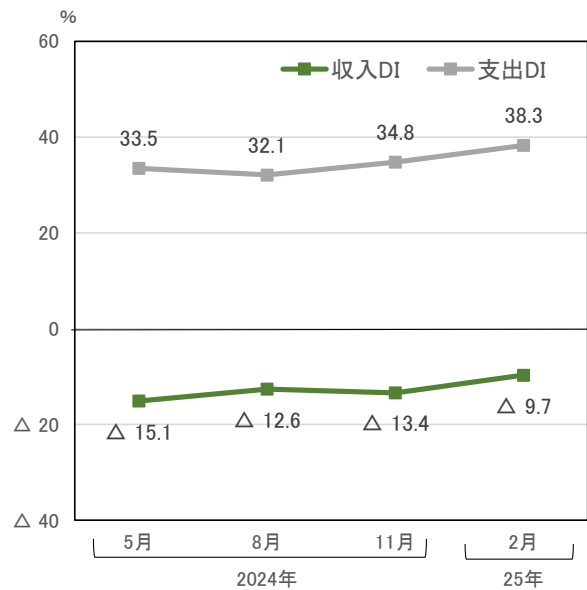
の増減を示す支出D I（「増加」・「減少」）は同 3.5 p 上昇のプラス 38.3 となった。収入のマイナス幅が縮小した一方、支出についてはプラス幅が 2 期連続で拡大し、物価高騰の影響が見られる（前ページ図表 3、図表 4）。

費目別の支出の増減を見ると、支出が増えたもの（=D I がプラス）については「交通費」と「水道・光熱費」のプラス幅が前回調査から大幅に拡大しており、これは燃料油元売り事業者に対する政府の補助金が縮小されたことに伴いガソリンや灯油の価格が上昇していることが要因とみられる（図表 5）。また、

「飲食料品」「家庭用品・日用消耗品」についても引き続き物価上昇の影響が表れている。一方、支出が減ったもの（=D I がマイナス）についても、「外食」「旅行・レジャー」「教養・趣味・娯楽」「交際費」の 4 項目は引き続きマイナスとなり節約意識が継続している。

物価高が続くなかで消費の活発化を促していくためには賃上げの持続性が不可欠である。連合岩手では春闘の賃上げ要求目安について、前年実績を上回る 6.1%以上（中小企業は 7.1%以上）とする方針を掲げており、今年の動向に期待がかかる。

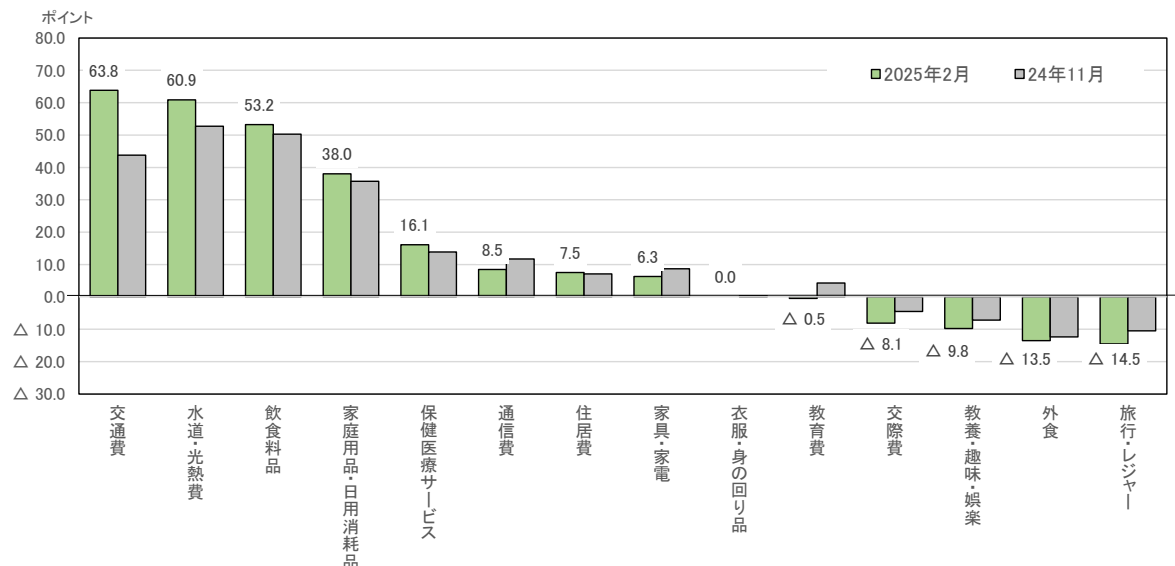
図表 4 収入・支出D I の推移



### 3. トピックス～商品・サービス別の今後のお金のかけ方～

物価上昇が継続し、暮らし向きや消費に対する意識などへの影響が顕在化するなか、ここでは商品・サービスなどに対する今後のお金のかけ方（今後（も）お金をかけていきたい、あるいは節約したいかどうか）について尋ねた。結果は図表 6 のとおりであり、「今後

図表 5 費目別の支出増減D I



(注)「交通費」にはガソリン代を含む

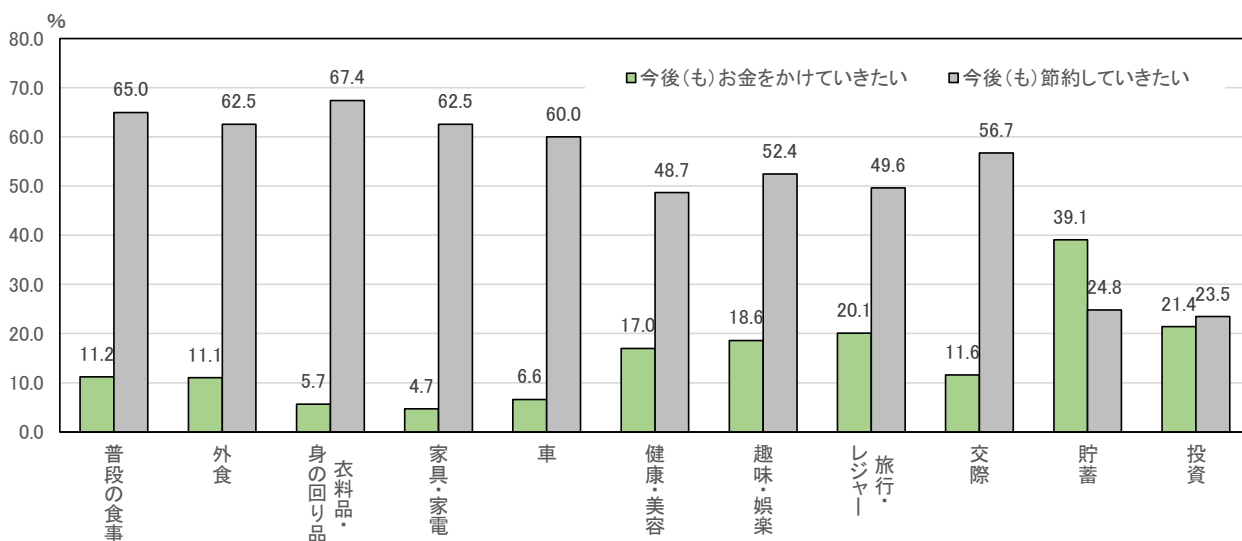
(も) お金をかけていきたい」ものについては「貯蓄」が 39.1%で最も多く、次いで「投資」が 21.4%などとなった。また、「今後(も)節約していきたい」ものは「貯蓄」と「投資」を除く商品・サービスで4割台後半～6割台後半に上るなど、物価の高騰が続いているなか、先行きへの不安感などから万一の場合への備えや家計防衛の意識が強く表れる結果となった。一方、「今後(も)お金をかけていきたい」ものとして「旅行・レジャー」や「趣味・娯楽」も2割前後の回答を集めており、普段の生活は儉約を心掛けながらメリハリをつけた消費を意識していることも窺われる。

年齢階級別に見ると、20歳台は「今後(も)お金をかけていきたい」とする回答割合が他の年代に比べて全体的に高く、一方、40歳台以上では「今後(も)節約していきたい」の割合が相対的に高いものとなった。また、それぞれの上位では概ね同じ項目が並んだが、「今後(も)お金をかけていきたい」ものでは20～30歳台で「趣味・娯楽」や「旅行・レジャー」の割合が高く、また、「今後(も)節約していきたい」ものの1位では20歳台のみが「普段の食事」となったほか、40歳台では「交際」が3位となるなどやや志向の差が見られた。

(マネジャー 阿部 瑛子)

図表6 商品・サービス別の今後のお金のかけ方

■全体



■年齢階級別の上位5項目

・お金をかけていきたいもの

| 年齢階級  | 1位        | 2位             | 3位             | 4位           | 5位           |
|-------|-----------|----------------|----------------|--------------|--------------|
| 全体    | 貯蓄 (39.1) | 投資 (21.4)      | 旅行・レジャー (20.1) | 趣味・娯楽 (18.6) | 健康・美容 (17.0) |
| 20歳台  | 貯蓄 (46.6) | 趣味・娯楽 (27.3)   | 旅行・レジャー (25.0) | 投資 (23.9)    | 健康・美容 (22.7) |
| 30歳台  | 貯蓄 (39.9) | 旅行・レジャー (23.5) | 趣味・娯楽 (22.2)   | 投資 (22.2)    | 健康・美容 (21.6) |
| 40歳台  | 貯蓄 (39.1) | 投資 (22.3)      | 旅行・レジャー (16.2) | 健康・美容 (14.5) | 趣味・娯楽 (14.0) |
| 50歳台  | 貯蓄 (44.9) | 投資 (25.1)      | 旅行・レジャー (21.9) | 趣味・娯楽 (19.3) | 健康・美容 (14.4) |
| 60歳以上 | 貯蓄 (25.2) | 旅行・レジャー (15.6) | 健康・美容 (14.8)   | 趣味・娯楽 (14.1) | 投資 (12.6)    |

・節約していきたいもの

| 年齢階級  | 1位               | 2位               | 3位           | 4位           | 5位           |
|-------|------------------|------------------|--------------|--------------|--------------|
| 全体    | 衣料品・身の回り品 (67.4) | 普段の食事 (65.0)     | 外食 (62.5)    | 家具・家電 (62.5) | 車 (60.0)     |
| 20歳台  | 普段の食事 (54.5)     | 衣料品・身の回り品 (52.3) | 家具・家電 (52.3) | 車 (51.1)     | 外食 (48.9)    |
| 30歳台  | 衣料品・身の回り品 (63.4) | 家具・家電 (62.7)     | 外食 (59.5)    | 車 (58.2)     | 普段の食事 (57.5) |
| 40歳台  | 衣料品・身の回り品 (72.1) | 普段の食事 (71.5)     | 交際 (67.6)    | 家具・家電 (65.9) | 外食 (64.8)    |
| 50歳台  | 衣料品・身の回り品 (70.6) | 外食 (68.4)        | 普段の食事 (67.4) | 家具・家電 (63.6) | 車 (61.0)     |
| 60歳以上 | 衣料品・身の回り品 (71.1) | 普段の食事 (68.1)     | 外食 (63.7)    | 家具・家電 (63.0) | 車 (63.0)     |

(注) 1. 「交際」は飲食を含む  
2. 年齢階級別の( )内は回答割合