

2025年11月26日

いわぎんリサーチ&コンサルティング株式会社

2025年冬季 岩手県内ボーナス調査について ～ ボーナス受取予想は明るさが見られる一方、増勢は鈍化傾向 ～

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、年に2回（5月、10月）実施している「岩手県内ボーナス調査」の2025年冬季調査結果を以下のとおり公表します。

2025年冬季ボーナスの受取予想

「増 加」	21.6%	（前年調査比	1.8ポイント減）
「前年並み」	62.3%	（	” 3.9ポイント増）
「減 少」	12.1%	（	” 2.5ポイント減）
「支給なし」	4.0%	（	” 0.4ポイント増）

※（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

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11月28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12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 菊池 祐美
TEL：080-8601-7259

2025年11月26日

2025年冬季 岩手県内ボーナス調査

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 菊池 祐美)
TEL 080-8601-7259

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 人	構成比 %	平均年齢 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

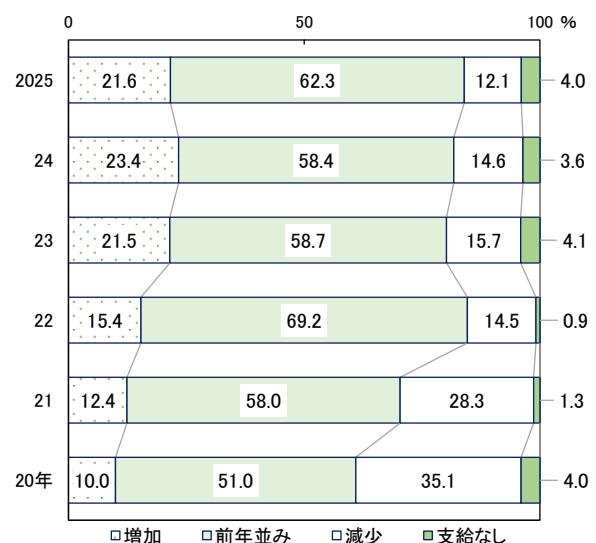
2025 年冬季ボーナスの受取予想は「前年並み」の支給があるとする回答が 62.3%（前年調査比 3.9 ポイント（以下、p）増）で最も多く、次いで「増加」が 21.6%（同 1.8 p 減）、「減少」が 12.1%（同 2.5 p 減）、「支給なし（※前年は支給あり）」が 4.0%（同 0.4 p 増）となった（図表 1）。「前年並み」と「支給なし」が上昇したなか、「増加」と「減少」は低下した。

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 10 p 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。

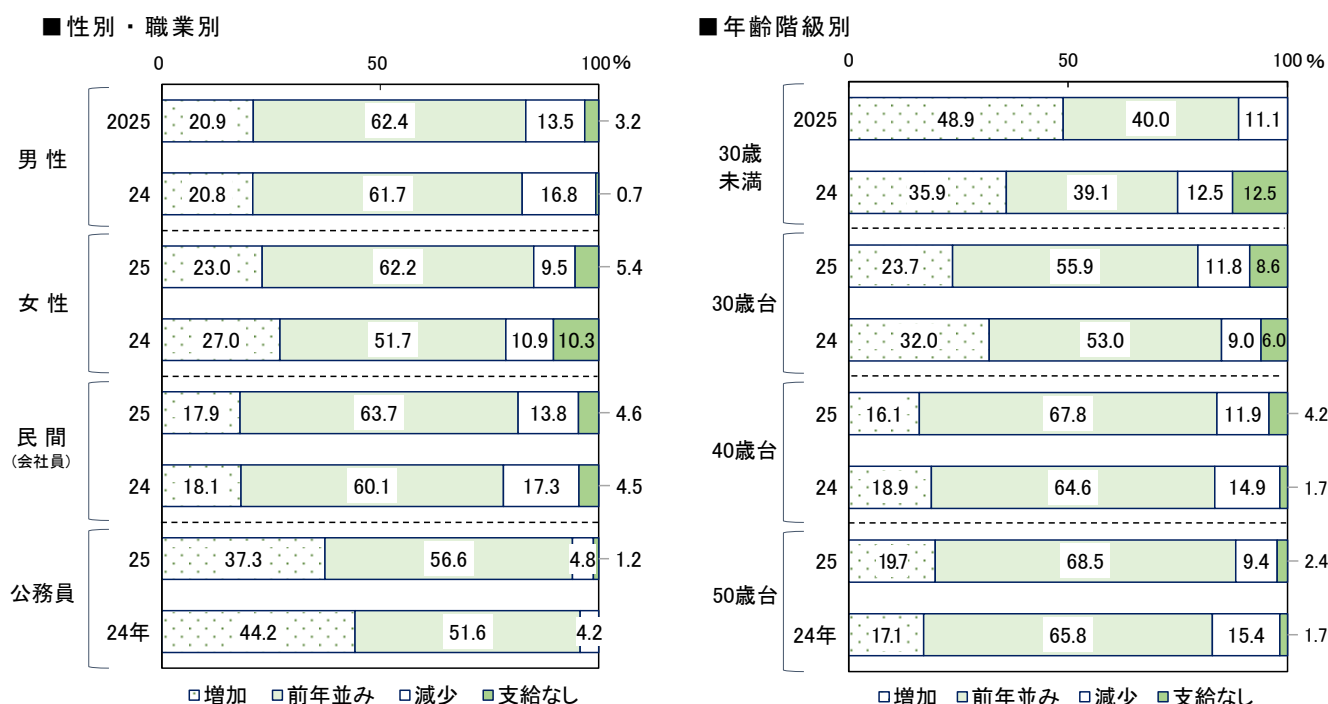
2. 使 途

●生活費の補填に充てるなか、余暇は選別する動き

次に、ボーナス支給があるとした回答者に対して、その使途について尋ねた（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）

単位：％、p

	全体			性別				独身・既婚別			
	前年比	△	※参考 2025年 夏季	男性		女性		独身		既婚	
				前年比	△	前年比	△	前年比	△	前年比	△
消費	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）

単位：％、p

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

		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」は単独店舗の路店などを指す

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

図表5 貯蓄・投資の目的および方法(複数回答)

●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）

		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