

2026年6月24日

いわぎんリサーチ&コンサルティング株式会社

2026年夏季 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、二極化の傾向 ～

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2026年夏季調査結果を以下のとおり公表します。

1. 2026年夏季ボーナスの受取予想

今回のボーナス受取予想は、賃上げの動きが継続していることなどを背景に全体として「増加」が約4分の1を占めるなど明るさが見られる。一方、企業においては物価の高騰や人件費の上昇などコスト負担の増加が収益の圧迫につながっている状況があることなどから「減少」と「支給なし」の割合もそれぞれ前年から上昇しており、二極化した状況となっている。

「増加」	25.1%	（前年調査比	4.7ポイント増）
「前年並み」	58.6%	（	” 6.5ポイント減）
「減少」	12.2%	（	” 0.5ポイント増）
「支給なし」	4.1%	（	” 1.3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6月30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 2026年7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

2026年6月24日

2026年夏季 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 阿部 瑛子)
TEL 019-624-8344

2026年夏季 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 2026 年の夏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
 - ・ 夏季ボーナスの受取予想
 - ・ 夏季ボーナスの使途
 - ・ 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：2026年5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：438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		438	100.0	46.0
性 別	男 性	294	67.1	47.4
	女 性	144	32.9	43.2
職 業 別	民間(会社員)	364	83.1	45.9
	公 務 員	74	16.9	46.6
独 身・既 婚 別	独 身	186	42.5	43.9
	既 婚	252	57.5	47.6
年 齢 階 級 別	30 歳 未 満	35	8.0	-
	30 歳 台	79	18.0	-
	40 歳 台	146	33.3	-
	50 歳 台	148	33.8	-
	60 歳 以 上	30	6.8	-

(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

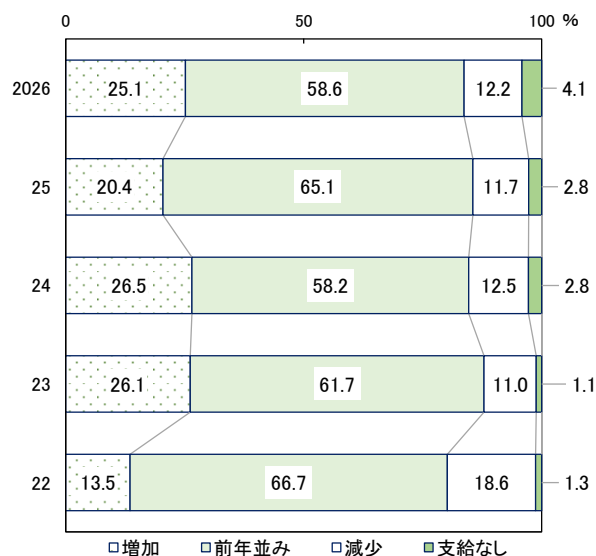
●明るさが見られる一方、二極化の傾向

2026年夏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58.6%（前年調査比6.5ポイント（以下、p）減）で最も多く、次いで「増加」が25.1%（同4.7p増）、「減少」が12.2%（同0.5p増）、「支給なし（※前年は支給あり）」が4.1%（同1.3p増）となった（図表1）。「前年並み」の割合が低下した一方、「増加」と「減少」、「支給なし」は上昇した。

性別で比較してみると、男性は「前年並み」と「支給なし」は低下し、「増加」と「減少」が上昇した。また、女性は「前年並み」が10p以上の低下となり「減少」も前年を下回った一方、「増加」と「支給なし」が上昇した（次ページ図表2）。

職業別に見ると、民間（会社員）は「前年並み」が低下し、「増加」と「減少」、「支給なし」は上昇した（同）。また、公務員は「前年並み」が10p以上低下した一方、「増加」が上昇したほか、「減少」「支給なし」もわずかながら前年を上回った。「増加」は同8.9pの上昇となり、これは前年の人

図表1 夏季ボーナスの増減予想
(全体、2022～26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

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」が前年を上回り半数を占めたほか、「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」と「支給なし」が上昇した一方、「増加」が前年を下回ったほか「減少」もわずかながら低下した。40歳台と50歳台は「前年並み」が10p以上の低下となり「増加」が上昇した。

今回のボーナス受取予想は、賃上げの動きが継続していることなどを背景に民間、公務員ともに「増加」の割合が上昇し、全体として「増加」が約4分の1を占めるなど明るさが見られる。一方、企業においては物価の高騰や人件費の上昇などコスト負担の増加が収益の圧迫につながっている状況があることなどから「減少」と「支給なし」の割合もそれぞれ前年から上昇しており、二極化した状況となっている。

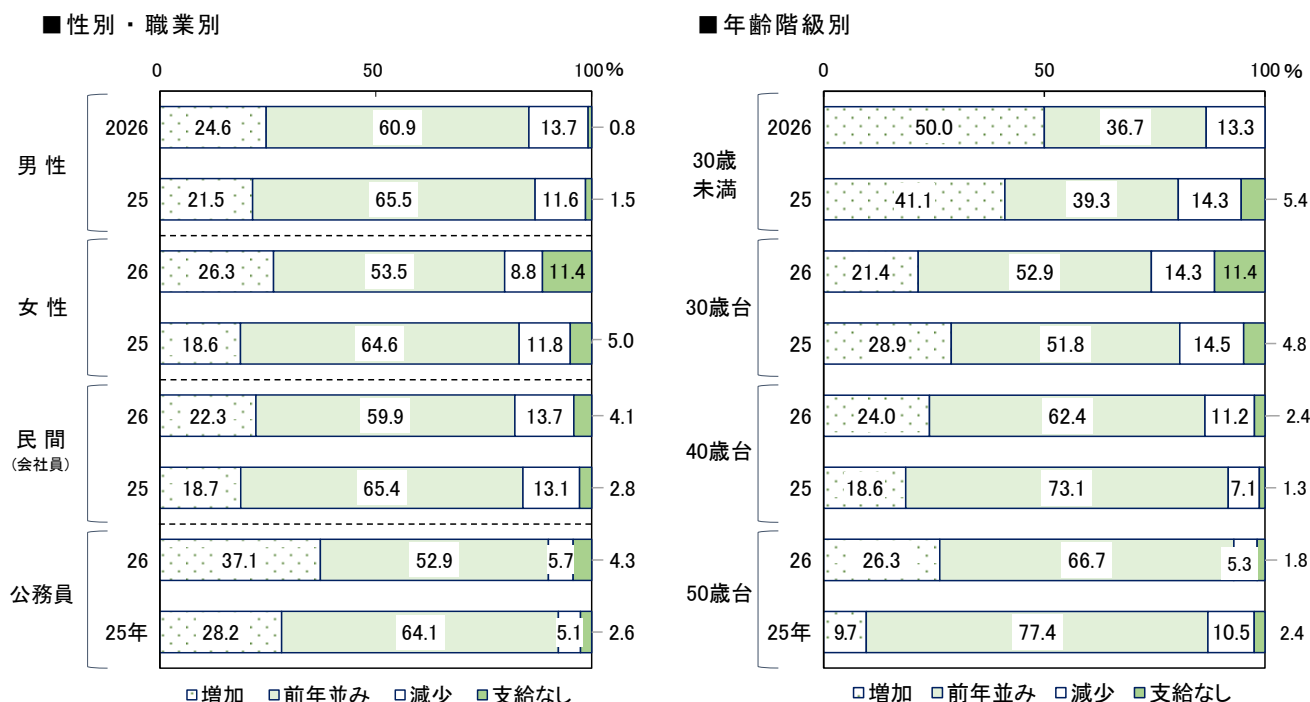
2. 使 途

●「生活費の補填」が伸長、生活防衛の意識が窺われる結果

次に、ボーナス支給がある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70.9%（前年調査比0.4p増）で最も多く、次いで「貯蓄・投資」が52.7%（同2.0p減）、「返済」が24.5%（同2.6p減）となった（次ページ図表3）。

「消費」の中身を見ると、「生活費の補填」が39.8%と最も高く、次いで「買い物」が28.2%、「旅行・レジャー」が21.6%などとなった。性別で見ると、男性は「生活費の補填」や「旅行・レジャー」が上昇した一方、「買い物」「趣味・娯楽」「外食」などが低下

図表2 夏季ボーナスの増減予想（2025、26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 夏季ボーナスの使途（複数回答）

	全体			性別				独身・既婚別			
	前年比	※参考 2025年 冬季	男性		女性		独身		既婚		
			前年比		前年比		前年比		前年比		
消費	70.9	0.4	(69.7)	70.7	0.2	71.3	0.7	70.9	1.6	70.9	△ 0.6
生活費の補填	39.8	5.6	(39.7)	38.6	1.3	42.6	13.8	40.3	7.5	39.4	4.1
買い物	28.2	△ 3.2	(34.4)	27.2	△ 3.8	30.7	△ 1.3	26.9	△ 2.2	29.1	△ 4.1
旅行・レジャー	21.6	△ 2.2	(18.6)	22.8	0.7	18.8	△ 8.0	17.2	△ 6.1	24.4	0.1
趣味・娯楽	16.7	△ 1.7	(18.2)	15.9	△ 1.1	18.8	△ 2.1	24.6	△ 1.3	11.7	△ 0.6
外食	11.2	△ 1.1	(12.6)	11.0	△ 2.3	11.9	1.4	10.4	1.4	11.7	△ 3.2
教育費	7.8	△ 0.5	(10.7)	7.3	△ 2.3	8.9	3.0	3.0	1.4	10.8	△ 2.8
交際費	4.0	△ 1.0	(6.5)	4.1	△ 1.1	4.0	△ 0.6	5.2	△ 0.6	3.3	△ 1.0
美容サービス	3.2	△ 0.3	(5.3)	0.4	△ 0.7	9.9	2.1	3.0	△ 2.8	3.3	1.6
教養・スキルアップ等	2.3	△ 1.5	(2.2)	2.0	△ 2.4	3.0	0.4	2.2	△ 1.5	2.3	△ 1.5
その他	6.3	1.8	(6.1)	6.1	1.7	6.9	2.3	6.7	3.0	6.1	1.0
返済	24.5	△ 2.6	(20.6)	28.9	△ 3.2	13.9	△ 4.4	17.2	△ 5.6	29.1	△ 1.5
貯蓄・投資	52.7	△ 2.0	(58.4)	50.0	△ 3.9	59.4	3.2	56.7	2.2	50.2	△ 4.7

(注)「支給がある」を選択した回答者に占める構成比

した。また、女性は「生活費の補填」が10p以上上昇した一方、「買い物」「旅行・レジャー」「趣味・娯楽」などは前年を下回った。さらに、独身・既婚別に見ると、独身、既婚とも「生活費の補填」が上昇した一方「買い物」や「趣味・娯楽」は低下したほか、独身は「旅行・レジャー」も前年を下回った。

物価の上昇の影響などから「生活費の補填」が伸長したほか、「買い物」をはじめとして「旅行・レジャー」「趣味・娯楽」「外食」などは軒並み低下するなど生活防衛の意識が窺われる結果となった。

3. 買い物の動向

(1) 内容

●生活必需品が伸長

買い物の内容については、「衣服・身の回り品」が62.2%（前年調査比 5.1p増）と最も高い割合となった（図表4）。また、使途で「生活費の補填」が伸長したとおり、買い物の内容でも「食料品」と「家庭用品・日用消耗品」といった生活必需品が前年を上回って上位となった。一方、「趣味・娯楽用品」は大幅に前年を下回ったほか、「家具・インテリア」や「情報通信家電」なども低下した。

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	62.2	5.1	53.7	80.6	58.3	64.5
	食料品	36.7	4.4	38.8	32.3	38.9	35.5
	家庭用品・日用消耗品	29.6	8.5	34.3	19.4	19.4	35.5
	趣味・娯楽用品	18.4	△ 15.4	17.9	19.4	27.8	12.9
	生活家電	18.4	4.1	14.9	25.8	16.7	19.4
	自動車	17.3	7.5	14.9	22.6	11.1	21.0
	家具・インテリア	14.3	△ 3.7	16.4	9.7	13.9	14.5
	情報通信家電	10.2	△ 6.3	6.0	19.4	11.1	9.7
	医薬品・化粧品	7.1	△ 4.9	6.0	9.7	8.3	6.5
	AV家電	4.1	△ 5.7	6.0	-	5.6	3.2
その他	1.0	△ 2.0	-	3.2	-	1.6	
購入場所	大型専門店・量販店	57.1	3.0	58.2	54.8	47.2	62.9
	大型ショッピングセンター	55.1	△ 0.5	49.3	67.7	44.4	61.3
	インターネット・通信販売	40.8	△ 6.6	38.8	45.2	50.0	35.5
	一般小売店・専門店	27.6	△ 6.2	26.9	29.0	22.2	30.6
	百貨店	7.1	△ 2.7	6.0	9.7	5.6	8.1

(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

(2) 購入場所

●実店舗とネット通販を使い分ける傾向が継続

買い物をする予定の場所(店舗形態)については、「大型専門店・量販店」が57.1% (同3.0p増)で最多となり、次いで「大型ショッピングセンター」が55.1% (同0.5p減)、「インターネット・通信販売」が40.8% (同6.6p減)などとなった(前ページ図表4)。「インターネット・通信販売」は低下したものの、「大型専門店・量販店」などの実店舗とインターネット等を通じた商品・サービスの購入を使い分ける傾向が継続している。

4. 貯蓄・投資の動向

(1) 目的

●当面、もしくは将来への備えに対する意識の高まり

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65.6% (前年調査比11.3p増)、次いで「病気や災害への備え」が24.0% (同6.3p増)、「当面の家計の補充」が21.9% (同1.2p増)などとなった(図表5)。「特に目的はない」が10p以上の低下となった一方、「老後の生活資金」と「病気や災害への備え」が伸長したほか、「当面の家計の補充」も前年を上回った。物価の上昇などを背景に、当面、もしくは将来への備えの意識が高まっているとみられる。

(2) 方法

●NISAの利用が伸長

「貯蓄・投資」の方法は「普通預金(通常貯金)」が73.8% (同2.9p減)となり、次いで「投資信託(NISA利用)」が31.7% (同8.0p増)、「定期性預貯金」が23.5% (同2.4p増)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)」が主流となったが、投資信託を中心にNISA(少額投資非課税制度)の回答割合が伸長した。新NISAの制度開始から2年が経過するなか、資産形成の手段の一つとして利用が進んできていることが窺われる。

(マネジャー 阿部 瑛子)

図表5 貯蓄・投資の目的および方法(複数回答)

		全体		性別		単身・既婚別	
		前年比	男性	女性	独身	既婚	
目的	老後の生活資金	65.6	11.3	65.9	65.0	69.7	62.6
	病気や災害への備え	24.0	6.3	22.0	28.3	30.3	19.6
	当面の家計の補充	21.9	1.2	16.3	33.3	22.4	21.5
	旅行・レジャー等資金	18.0	△0.5	19.5	15.0	17.1	18.7
	子ども等の教育資金	16.9	△4.2	15.4	20.0	3.9	26.2
	特に目的はない	9.8	△10.5	10.6	8.3	7.9	11.2
	高額商品購入資金	7.7	2.1	5.7	11.7	10.5	5.6
	住宅新築・改築資金	5.5	0.3	6.5	3.3	3.9	6.5
	宅地購入資金	2.2	0.5	2.4	1.7	1.3	2.8
	結婚資金	2.2	△0.4	1.6	3.3	5.3	0.0
その他	2.7	1.4	2.4	3.3	0.0	4.7	
方法	普通預金(通常貯金)	73.8	△2.9	67.5	86.7	76.3	72.0
	投資信託(NISA利用)	31.7	8.0	35.8	23.3	30.3	32.7
	定期性預貯金	23.5	2.4	25.2	20.0	23.7	23.4
	株式(NISA利用)	19.1	1.9	23.6	10.0	17.1	20.6
	生命保険	10.4	3.5	8.9	13.3	10.5	10.3
	投資信託(NISA以外)	9.8	2.5	14.6	0.0	11.8	8.4
	株式(NISA以外)	8.7	3.5	13.0	0.0	11.8	6.5
	債券	8.2	4.8	11.4	1.7	11.8	5.6
その他	2.7	△1.6	2.4	3.3	1.3	3.7	

(注)「貯蓄・投資」を選択した回答者に占める構成比