

Research Report

2022年 **12** 月

リサーチレポート

Contents

- 岩手県内企業景況調査
- 2022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



岩手県内企業景況調査 ～2022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

県内企業の業況や雇用人員等の現状判断（2022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22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. 調査時期・方法

22年10月・Web、郵送、FAX

3. 調査対象企業

県内企業342社

4. 回収状況

(1) 回収率 52.9% (181社)

(2) 回答企業数 製造業 59社

非製造業 122社 (建設業34、卸・小売業60、運輸・サービス業28)

※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（2022年10月時点）はマイナス30.4と前回調査（22年7月、マイナス37.4）を7.0ポイント（以下、p）上回り、3期ぶりに改善した。
- 今回調査については、依然として資源価格等の上昇や急激な円安の進行などに伴う物価の高騰を主因とした収益環境の厳しさは継続しているものの、観光関連の業種で引き続き持ち直しの動きとなったほか、製造業や卸・小売業などでも判断が上向いたことから景況感の改善につながった。
- 今後3カ月間の先行きの業況判断BSIはマイナス35.3と現状から4.9pの悪化となる見通しである。製造業は改善の予想となった一方、非製造業は3業種すべてで現状を下回りマイナス幅が拡大する見込みである。
- 雇用人員BSIの現状判断は前回（マイナス32.8）から1.3p低下のマイナス34.1となった。今年に入ってから新型コロナウイルス感染拡大前と同水準のマイナス30台で推移しているほか、今回調査では3期ぶりにマイナス幅が拡大する結果となり、人手不足感が強い状況が継続している。
- 先行きの雇用人員BSIはマイナス38.6と不足感がさらに強まる見通しである。
- 2022年7～9月期の製造費用・販管費BSIはプラス42.0（前期比9.3p上昇）と過去最高を更新した。また、販売価格BSIはプラス40.4（同3.0p上昇）、仕入価格BSIもプラス82.2（同2.1p上昇）とそれぞれ過去最高を更新した。

1. 業況判断

(1) 現状判断

現状（2022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（22年7月）調査比0.9ポイント（以下、p）減の9.4%、また、「悪い」も同7.9p減の39.8%となり、業

況判断BSI（「良い」-「悪い」）の現状判断は前回（マイナス37.4）から7.0p上昇のマイナス30.4と3期ぶりに改善した（図表1、2）。

産業別にみると、製造業は同3.3p上昇のマイナス22.1となった。また、非製造業も同8.5p上昇のマイナス34.4と建設業は低下したものの、卸・小売業と運輸・サービス業で改善の動きとなった。

前回調査（7月）では、新型コロナウイルスについて行動制限などを行わず感染対策と経済活動の両立を図る政府の対応などから観光関連の業種などではやや持ち直しの動きとなった一方、資源価格等の上昇や急激な円安の進行などに伴う物価の高騰を主因とした収益環境の厳しさが下押し圧力となり、景況感は全体として悪化の動きとなった。

一方、今回調査については依然として前述のような収益環境の厳しさは継続しているものの、観光関連の業種で引き続き持ち直しの動きとなったほか、製造業や卸・小売業などでも判断が上向いたことから景況感の改善につながった。

(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2.2p減の7.2%となった一方、「悪い」は同2.7p増の42.5%となり、先行きの業況判断BSIはマイナス35.3と現状から4.9pの悪化となる見通しである。

産業別では、製造業

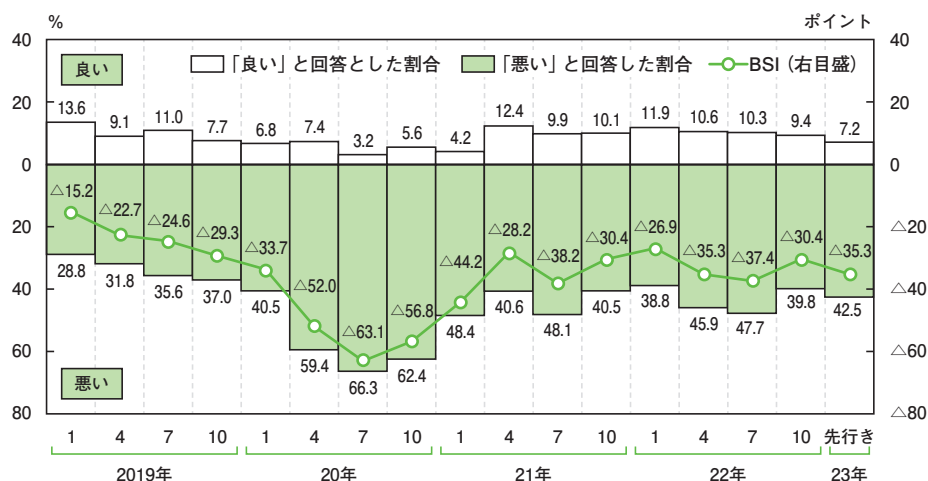
図表1 業況判断BSI

（「良い」-「悪い」・ポイント）

調査年月 産業(業種)	現 状 判 断			先行き
	2022年 7月調査	(先行き)	22年 10月調査	今後 3カ月間
全 産 業	△ 37.4	(△ 33.3)	△ 30.4 □	△ 35.3 ■
製 造 業	△ 25.4	(△ 16.4)	△ 22.1 □	△ 16.9 □
非 製 造 業	△ 42.9	(△ 41.2)	△ 34.4 □	△ 44.2 ■
建 設 業	△ 15.4	(△ 38.5)	△ 23.6 ■	△ 47.1 ■
卸・小 売 業	△ 54.4	(△ 45.6)	△ 41.6 □	△ 43.4 ■
運 輸・サ ー ビ ス 業	△ 40.0	(△ 32.0)	△ 32.2 □	△ 42.8 ■

「□」はBSIの上昇、「■」は低下、「-」は横ばいを示す（以下同）

図表2 業況判断BSIの推移（全産業）



(注) 「悪い」の割合は下方方向に表示している

は同5.2p 上昇のマイナス16.9と改善の予想となった。一方、非製造業は同9.8p 低下のマイナス44.2と建設業が大幅な悪化となるほか、卸・小売業と運輸・サービス業も悪化の動きとなり、3業種全てで現状を下回る見込みである。

2. 雇用人員

(1) 現状判断

現状（2022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2.6p 減の3.9%、「不足」も同1.3p 減の38.0%となり、雇用人員BSI（「過剰」-「不足」）の現状判断は前回（マイナス32.8）から1.3p 低下のマイナス34.1となった（図表3、4）。今年に入ってから新型コロナウイルス感染拡大前と同水準のマイナス30台で推移しているほか、今回調査では3期ぶりにマイナス幅が拡大する結果となり、人手不足感が強い状況が継続している。

産業別では製造業は同1.4p 低下のマイナス30.5となった。また、非製造業も同1.3p 低下のマイナス35.8と建設業と運輸・サービス業で不足感が強まった。

(2) 先行き

今後3カ月間の雇用人員を「過剰」とした割合は現状と同値の3.9%となった一方、「不足」は現状比4.5p 増の42.5%となり、先行きの雇用人員BSIは現状から4.5p 低下のマイナス38.6と不足感がさらに強まる見通しである。

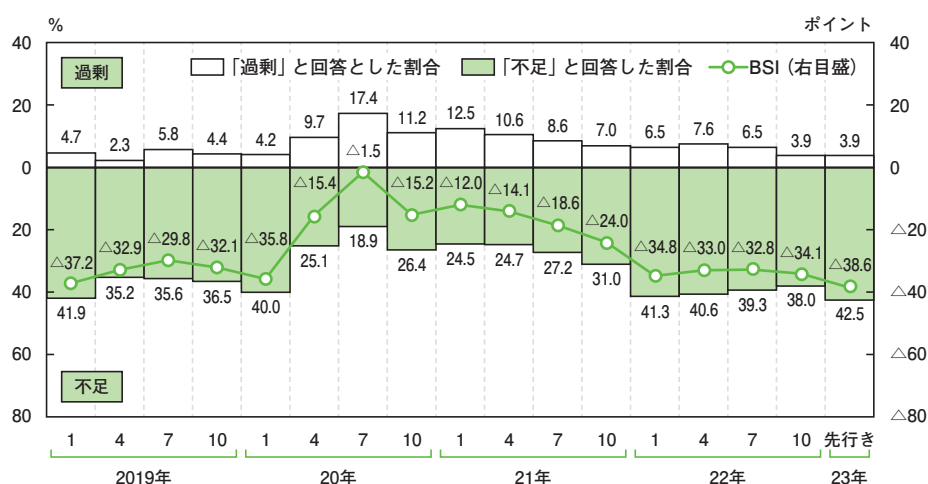
産業別では、製造業は同3.4p 低下のマイナス33.9となり、非製造業も同5.2p 低下のマイナス41.0と3業種全てで不足感が強まるとみられる。

図表3 雇用人員BSI

（「過剰」-「不足」・ポイント）

調査年月 産業(業種)	現 状 判 断		先 行 き
	2022年 7月調査	22年 10月調査	今後 3カ月間
全 産 業	△ 32.8	△ 34.1 ■	△ 38.6 ■
製 造 業	△ 29.1	△ 30.5 ■	△ 33.9 ■
非 製 造 業	△ 34.5	△ 35.8 ■	△ 41.0 ■
建 設 業	△ 21.8	△ 27.2 ■	△ 35.3 ■
卸・小 売 業	△ 40.0	△ 36.7 □	△ 41.6 ■
運 輸・サ ー ビ ス 業	△ 32.0	△ 44.4 ■	△ 46.4 ■

図表4 雇用人員BSIの推移（全産業）



(注) 「不足」の割合は下方方向に表示している

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
		2022年 4～6月期	22年 7～9月期	22年 10～12月期	2022年 4～6月期	22年 7～9月期	22年 10～12月期
全産業		△ 8.6	1.1 □	△ 1.1 ■	△ 24.1	△ 23.7 □	△ 17.1 □
製造業		21.8	23.7 □	11.9 ■	△ 1.8	△ 17.0 ■	△ 5.1 □
非製造業		△ 22.6	△ 9.9 □	△ 7.4 □	△ 34.5	△ 27.0 □	△ 22.9 □
建設業		△ 38.5	△ 35.3 □	△ 26.5 □	△ 46.1	△ 50.0 ■	△ 41.2 □
卸・小売業		△ 19.1	△ 10.0 □	△ 5.0 □	△ 25.0	△ 20.0 □	△ 16.7 □
運輸・サービス業		△ 16.0	21.4 □	10.7 ■	△ 48.0	△ 14.3 □	△ 14.3 -

3. 企業収益 (売上高、経常利益)

(1) 売上高

① 実績

2022年7～9月期の売上高BSI (「増加」-「減少」)はプラス1.1と4～6月期(マイナス8.6)から9.7p上昇した(図表5)。販売価格の上昇などに伴い製造業、非製造業とも上昇し、14年1～3月期以来35期ぶりのプラスとなった。産業別では、製造業はプラス23.7(前期比1.9p上昇)と6期連続のプラスとなった。また、非製造業もマイナス9.9(同12.7p上昇)と建設業と卸・小売業でマイナス幅が縮小したほか、運輸・サービス業も主に宿泊業や運輸業などで上昇したことから大幅な改善となった。

② 先行き

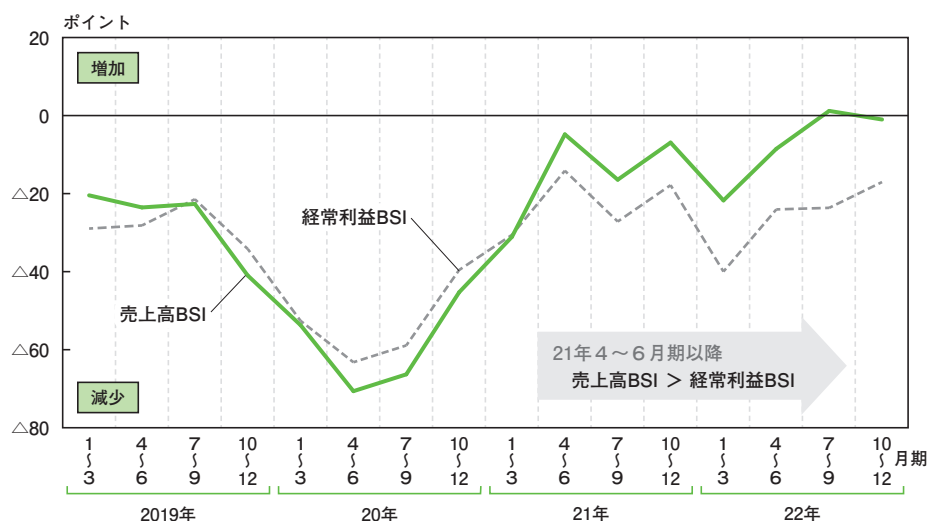
2022年10～12月期の売上高BSIはマイナス1.1と7～9月期を2.2p下回り再びマイナスに転じる見通しである。産業別では、製造業はプラス11.9(同11.8p低下)とプラス幅が縮小する一方、非製造業はマイナス7.4(同2.5p上昇)と運輸・サービス業で低下するものの、建設業と卸・小売業で改善の動きとなる見込みである。

(2) 経常利益

① 実績

22年7～9月期の経常利益BSI (「増加」-「減少」)はマイナス23.7と4～6月期(マイナス24.1)から0.4p上昇した(図表5)。た

図表6 売上高、経常利益BSIの推移(全産業)



だし、同BSIは21年4～6月期以降売上高BSIを下回って推移しており、22年7～9月期においても売上高BSIの上昇幅に比べて伸びが低く乖離幅が拡大する結果となり、売上げに比べて収益面が厳しい状況が継続していることが窺われる（前ページ図表6）。

産業別では、製造業はマイナス17.0（同15.2p低下）と大幅な悪化となった一方、非製造業はマイナス27.0（同7.5p上昇）と建設業は悪化したものの卸・小売業でマイナス幅が縮小したほか運輸・サービス業で大幅に上昇し、全体としては改善の動きとなった。

② 先行き

22年10～12月期の経常利益BSIはマイナス17.1と7～9月期を6.6p上回る見通しである（前ページ図表5）。産業別では、製造業はマイナス5.1（同11.9p上昇）と上昇が見込まれるほか、非製造業もマイナス22.9（同4.1p上昇）と運輸・サービス業では前期と同水準となるものの、建設業と卸・小売業で改善するとみられる。

4. その他のBSI

(1) 製品・商品在庫

製品・商品在庫BSIの現状判断は0.0（前回調査と同値）と引き続き過不足が拮抗した（以下、図表7）。製造業の過剰感と非製造業の不足感が弱まり、それぞれ過不足が拮抗した。

先行きの判断はマイナス3.7（現状比3.7p低下）と不足感が強まる見通しである。非製造業は引き続き過不足が拮抗する一方、製造業はマイナス8.5と不足感が強まるとみられる。

(2) 生産・営業用設備

生産・営業用設備BSIの現状判断はマイナス6.6（前回調査比1.4p上昇）と不足感が弱まった。製造業がマイナス8.5、非製造業はマイナス5.8といずれも上昇した。

先行きの判断はマイナス3.8（現状比2.8p上昇）と不足感がさらに弱まる見通しである。製造業はマイナス6.8、非製造業もマイナス2.5といずれもマイナス幅が縮小する予想となっている。

図表7 製品・商品在庫、生産・営業用設備、資金繰りBSI

(ポイント)

調査年月 産業(業種)	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
	2022年 7月調査	22年 10月調査	今後 3カ月間	2022年 7月調査	22年 10月調査	今後 3カ月間	2022年 7月調査	22年 10月調査	今後 3カ月間
全産業	0.0	0.0 -	△ 3.7 ■	△ 8.0	△ 6.6 □	△ 3.8 □	△ 3.4	△ 10.5 ■	△ 17.7 ■
製造業	5.4	0.0 ■	△ 8.5 ■	△ 10.9	△ 8.5 □	△ 6.8 □	△ 3.6	△ 16.9 ■	△ 20.3 ■
非製造業	△ 3.6	0.0 □	0.0 -	△ 6.7	△ 5.8 □	△ 2.5 □	△ 3.3	△ 7.4 ■	△ 16.4 ■
建設業	-	-	-	0.0	3.0 □	5.9 □	11.5	5.9 ■	△ 17.7 ■
卸・小売業	△ 5.9	△ 1.7 □	△ 1.7 -	△ 13.3	△ 11.6 □	△ 8.3 □	△ 4.4	△ 8.3 ■	△ 13.3 ■
運輸・サービス業	7.1	7.1 -	7.1 -	4.0	△ 3.5 ■	0.0 □	△ 16.0	△ 21.4 ■	△ 21.4 -

(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

(3) 資金繰り

資金繰り B S I の現状判断はマイナス10.5（前回調査比7.1 p 低下）と3期ぶりに悪化の動きとなった。製造業はマイナス16.9と二桁台の低下となり、非製造業もマイナス7.4とマイナス幅が拡大した。

先行きの判断はマイナス17.7（現状比7.2 p 低下）とさらに悪化する見通しである。製造業でマイナス20.3、非製造業もマイナス16.4といずれも資金繰りが苦しくなると予想される。

(4) 製造費用・販管費

2022年7～9月期の製造費用・販管費 B S I はプラス42.0（前期比9.3 p 上昇）と2期ぶりに上昇し、同 B S I を調査項目に含めた16年1月調査（15年10～12月実績）以降で最高を更新した（以下、図表8）。製造業がプラス62.7、非製造業はプラス32.0といずれも上昇した。

22年10～12月期の見通しはプラス48.6（同6.6 p 上昇）とさらに上昇する見通しである。製造業がプラス66.1、非製造業はプラス40.2といずれも上昇するとみられる。

(5) 販売価格

22年7～9月期の販売価格 B S I はプラス40.4（同3.0 p 上昇）と現行の調査方法とした04年4月調査（04年1～3月期実績）以降で、4期連続で過去最高を更新した。非製造業はプラス36.1とプラス幅が縮小したものの、製造業はプラス49.1と大きく上昇した。

22年10～12月期の見通しはプラス39.8（同0.6 p 低下）とわずかながら低下となったものの同水準で推移するとみられる。非製造業は40.1と上昇する一方、製造業はプラス39.0と低下する見通しである。

(6) 仕入価格

22年7～9月期の仕入価格 B S I はプラス82.2（同2.1 p 上昇）と3期連続で過去最高を更新した。製造業はプラス91.5と低下した一方、非製造業はプラス77.7と上昇した。

22年10～12月期の見通しはプラス77.4（同4.8 p 低下）と低下する見通しである。製造業はプラス78.0、非製造業もプラス77.0といずれも低下するとみられるものの、多くの企業で上昇を見込む状況が続くと予想される。

（サブマネジャー 阿部 瑛子）

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）

期 産業(業種)	製造費用・販管費 B S I 「増加」-「減少」			販売価格 B S I 「上昇」-「低下」			仕入価格 B S I 「上昇」-「低下」		
	実績		先行き	実績		先行き	実績		先行き
	2022年 4～6月期	22年 7～9月期	22年 10～12月期	2022年 4～6月期	22年 7～9月期	22年 10～12月期	2022年 4～6月期	22年 7～9月期	22年 10～12月期
全産業	32.7	42.0 □	48.6 □	37.4	40.4 □	39.8 ■	80.1	82.2 □	77.4 ■
製造業	56.4	62.7 □	66.1 □	36.3	49.1 □	39.0 ■	96.3	91.5 ■	78.0 ■
非製造業	21.9	32.0 □	40.2 □	37.9	36.1 ■	40.1 □	72.6	77.7 □	77.0 ■
建設業	42.4	26.5 ■	38.3 □	30.8	17.7 ■	17.7 -	88.5	82.4 ■	82.4 -
卸・小売業	11.8	33.3 □	40.0 □	47.1	53.4 □	56.7 □	68.7	78.0 □	75.0 ■
運輸・サービス業	28.0	35.7 □	42.8 □	20.0	21.5 □	32.1 □	66.7	71.4 □	75.0 □

2022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調査する一環として、給与所得者を対象に2022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

- 調査期間：2022年10月
- 調査対象者：県内の給与所得者
- 調査方法：直接配布、郵送回答
- 回答者数：245人
(配布部数697部、回収率35.2%)
- 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		245	100.0	41.8
性 別	男 性	134	54.7	41.4
	女 性	111	45.3	42.4
職 業 別	民間（会社員）	184	75.1	41.8
	公 務 員	61	24.9	41.9
独 身・既 婚 別	独 身	84	34.3	36.5
	既 婚	161	65.7	44.6
年 齢 階 級 別	30 歳 未 満	44	18.0	—
	30 歳 台	53	21.6	—
	40 歳 台	81	33.1	—
	50 歳 台	54	22.0	—
	60 歳 以 上	13	5.3	—

1. 受取予想

● 「減少」が大幅に低下

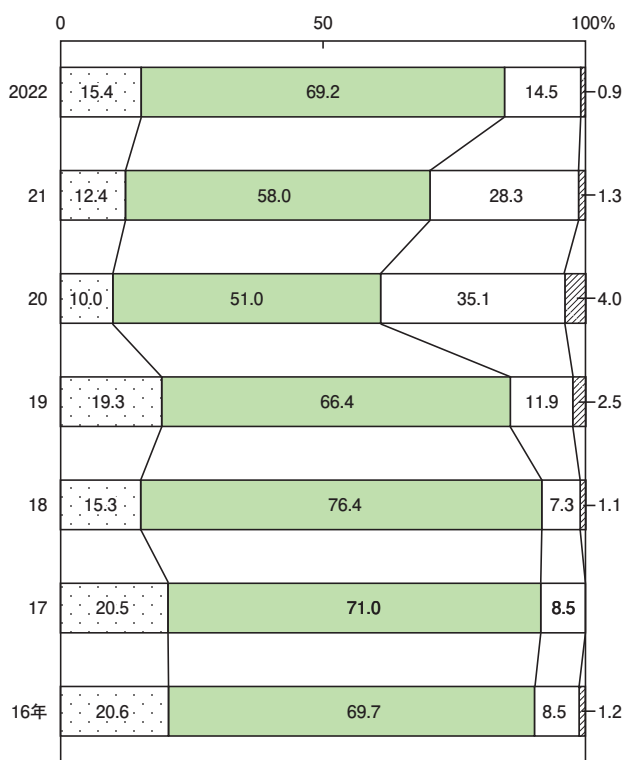
2022年冬季ボーナスの受取予想は「前年並み」の支給があるとする回答が69.2%（前年調査比11.2ポイント（以下、p）増）で最も多く、次いで「増加」が15.4%（同3.0 p増）、「減少」が14.5%（同13.8 p減）、「支給なし（※前年は支給あり）」が0.9%（同0.4 p減）となった（図表1）。

「増加」と「前年並み」が上昇したなか、「減少」は大幅に低下した。

性別で比較してみると、男性、女性とも「前年並み」が増加し、「減少」が低下した。また、「増加」と回答した男性は上昇したが女性は低下した（次ページ図表2）。

職業別にみると、民間（会社員）で「前年並み」と回答した人は7割と前年より10p

図表1 冬季ボーナスの増減予想
(全体、2016~22年)



- 増加 □ 前年並み □ 減少 □ 支給なし
- (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

以上増加した。「増加」は前年と同値であったが、「減少」は大きく低下した（図表2）。

一方、公務員は「前年並み」と「増加」が全体のおよそ9割を占めた。これは8月の人事院勧告で国家公務員のボーナス支給率（月数）が引き上げられたことを反映したものと考えられる。

年齢階級別では、30歳未満は「増加」が全体の4分の1まで上昇し、「支給なし」の回答がなかった。30歳台と40歳台では「前年並み」が7割台となり、「減少」が低下した。50歳台は「前年並み」が大幅に増加し、「減少」は30p以上の低下となった（図表2）。

今回調査のボーナス支給予想では、「増加」の回答が上昇したほか「減少」は大幅に低下した。「減少」の割合は新型コロナウイルス（以下、新型コロナ）の感染拡大以後の2020年と21年調査では3割前後を占めていたが、今回は感染前の19年に近い水準となり、ボーナス支給予想にはやや明るさが見られる。

2. 使途

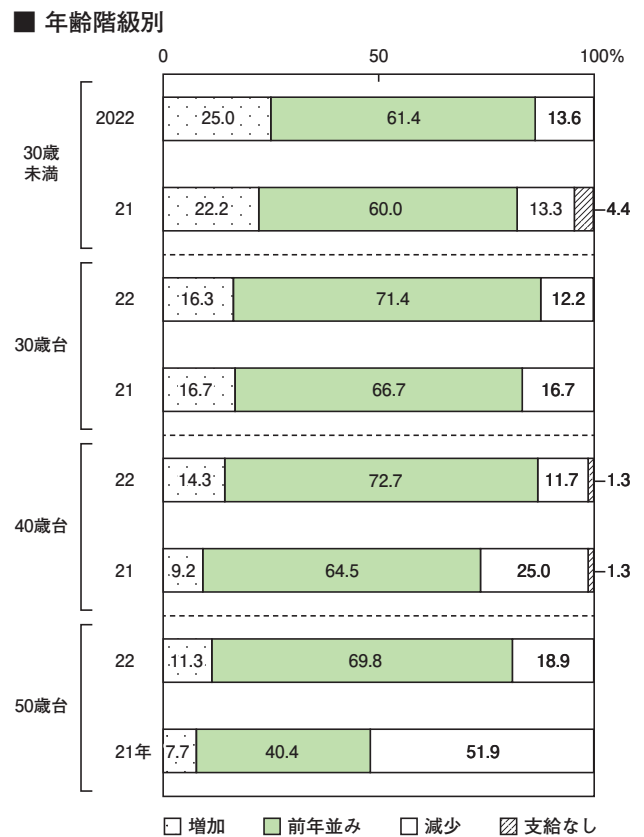
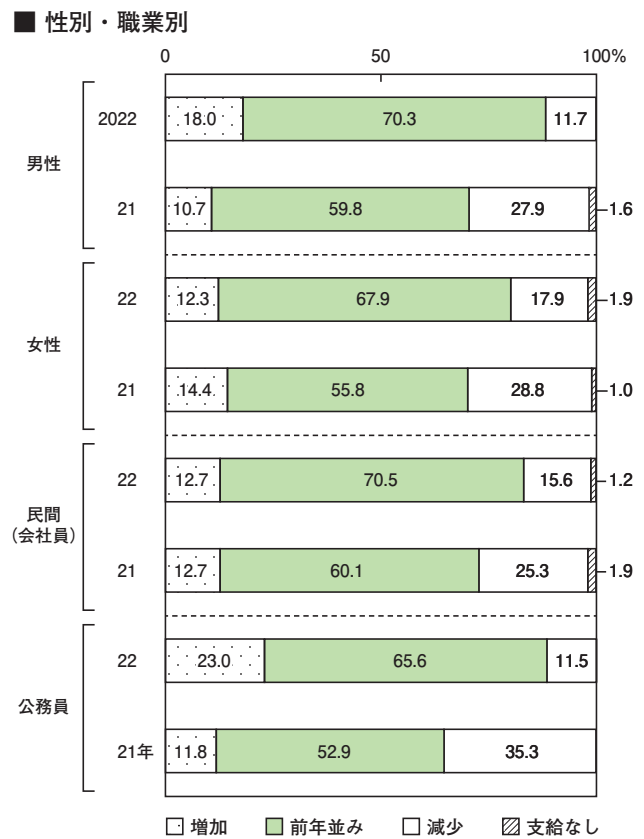
● 「貯蓄・投資」が最多、「消費」は回復の動き

次に、ボーナス支給があったとした回答者（民間、公務員）から、その使途について「消費」「返済」「貯蓄・投資」に金額ベースで分配してもらった。

これによると全体では「貯蓄・投資」が46.2%（前年調査比1.3p増）で最も多く、次いで「消費」が35.3%（同0.7p増）、「返済」が18.6%（同1.9p減）となった（次ページ図表3）。

「消費」では、「その他」を除くすべての

図表2 冬季ボーナスの増減予想（2021、22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

項目で上昇している。「消費」は2021年の冬季と今年の夏季の調査ではマイナスを示していたが今回は前年を上回る結果となり、これは、新型コロナの感染拡大は依然として続いているものの、県内各地において様々なイベントが感染前の19年以降3年ぶりに開催となるなど経済活動が徐々に回復していることが要因とみられる。

性別に分けてみると、男性は「消費」が減少し、「返済」、「貯蓄・投資」が上昇した。女性は「消費」が上昇した一方、「返済」が5 p以上低下した。

独身・既婚別では、独身は「返済」が減少したほか「貯蓄・投資」も微減となったが、「消費」は4.0 p増加した。既婚は「消費」、「返済」、「貯蓄・投資」のいずれも小幅な動きとなったなか、「消費」において「レジャー」と「教育費」に伸びがみられた。

図表3 冬季ボーナスの使途

単位：％、p

	全体			性別				独身・既婚別			
	前年比	22年夏季	※参考	男性		女性		独身		既婚	
				前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比		
消費	35.3	0.7	(33.3)	34.1	△1.7	37.0	4.6	34.7	4.0	35.5	△0.3
買い物	14.7	0.3	(15.4)	14.0	△1.0	16.0	2.7	17.3	1.6	13.5	△0.5
レジャー	4.6	1.9	(2.9)	4.6	1.7	4.6	2.2	5.2	1.2	4.3	2.0
交際費	3.7	1.0	(2.2)	3.1	0.0	4.7	2.7	5.3	1.9	3.0	0.5
教育費	7.7	1.8	(6.2)	7.3	1.0	8.5	3.3	2.0	1.1	10.4	2.9
その他	4.4	△4.5	(6.7)	5.1	△3.4	3.3	△6.2	4.7	△2.1	4.3	△5.2
返済	18.6	△1.9	(18.3)	23.0	0.5	11.3	△5.8	9.6	△3.6	22.7	△0.1
住宅	9.1	△0.9	(8.2)	12.8	1.1	3.3	△3.9	3.7	1.0	11.7	△0.6
自動車	2.6	△0.9	(3.1)	2.9	△1.3	2.2	△0.3	2.0	△4.3	2.9	0.2
教育	0.6	△0.2	(1.1)	0.4	0.0	1.0	△0.5	0.3	0.3	0.8	△0.2
クレジット	3.4	△0.3	(3.8)	4.4	0.6	1.8	△1.9	1.9	△1.7	4.1	0.3
その他	2.8	0.4	(2.1)	2.5	0.0	3.2	1.0	1.6	1.0	3.3	0.4
貯蓄・投資	46.2	1.3	(48.4)	42.8	1.1	51.6	1.1	55.7	△0.4	41.8	0.4

注) 1. 回答者の支給予想額の合計を100%とした構成比
2. 四捨五入の関係で合計が一致しない場合がある

3. 買い物の動向

(1) 内容

●「衣服・身の回り品」が中心

買い物においては、「衣服・身の回り品」が67.8%（前年調査比7.4 p減）と最多となった。また、内容をみると、10の選択肢のうち7つにおいて前年を下回っており、これは購入する品目数が減少しているためと思われ、また、物価高騰が見込まれる中で家庭用品などの割合が高まったほか、生活・AV家電への需要拡大が見られた。

図表4 買い物の内容および購入場所（複数回答）

単位：％、p

	全体		性別		独身・既婚別		
	前年比	男性	女性	独身	既婚		
						前年比	前年比
内容	衣服・身の回り品	67.8	△7.4	61.0	74.7	66.1	68.8
	飲食料品	27.0	△6.6	26.0	28.0	25.4	28.0
	家庭用品・日用消耗品	25.0	3.8	22.1	28.0	13.6	32.3
	生活家電	23.0	1.8	29.9	16.0	25.4	21.5
	医薬品・化粧品	13.2	△5.8	5.2	21.3	10.2	15.1
	AV家電	12.5	1.6	20.8	4.0	10.2	14.0
	情報通信家電	9.2	△6.1	13.0	5.3	11.9	7.5
	家具・什器	7.9	△1.6	9.1	6.7	6.8	8.6
	自動車	7.2	△0.1	10.4	4.0	5.1	8.6
	その他	4.6	△4.9	5.2	4.0	6.8	3.2
購入場所	インターネット・通信販売	54.6	5.0	59.7	49.3	69.5	45.2
	大型ショッピングセンター	53.9	2.1	53.2	54.7	40.7	62.4
	大型専門店・量販店	38.8	△5.0	42.9	34.7	30.5	44.1
	一般小売店・専門店	12.5	0.8	15.6	9.3	15.3	10.8
	百貨店	4.6	△1.2	1.3	8.0	8.5	2.2

注) 1. 「買い物」を選択した回答者に占める構成比
2. 「購入場所」は2項目までの複数回答
3. 「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

●「ネット通販」が続伸

買い物をする予定の場所（店舗形態）については、「インターネット・通信販売」が54.6%（同5.0p増）で最多となり、次いで「大型ショッピングセンター」が53.9%（同2.1p増）、「大型専門店・量販店」が38.8%（同5.0p減）などとなった（前ページ図表4）。新型コロナの感染拡大などを背景に「ネット通販」の利用が定着してきた一方、既婚者は「大型ショッピングセンター」の割合が高いものとなった。

4. 貯蓄・投資の動向

(1) 目的

●家計維持に備える動き

用途において「貯蓄・投資」を選択した回答者にその目的を聞いたところ、「老後の生活資金」が31.5%（前年調査比1.7p減）で最多となり、次いで「子ども等の教育資金」が29.4%（同3.3p増）、「当面の家計の補充」が24.9%（同2.6p増）などとなった（図表5）。なかでも、「当面の家計の補充」の上昇は食料品やエネルギーを中心とした物価の高騰が影響を与えているとみられ、今後の支出増加にあらかじめ備えているものと考えられる。

(2) 方法

●普通預金が8割

「貯蓄・投資」の方法は「普通預金（通常貯金）」が83.2%（同2.8p増）となり、次いで「株式・株式投資信託」が17.3%（同1.2p減）などとなった（図表5）。

例年と同様に「普通預金（通常貯金）」に回答が集まっており、物価高に対する懸念から、近い将来の消費を念頭に流動性がある普通預金でボーナスを管理するケースが増加したとみられる。また、「定期性預貯金」は7.1p減少して16.8%となり、現在の分析方法で比較可能な過去3年間では最も低く、今年の夏季調査に続き「株式・株式投資信託」を下回る結果となった。

（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） 単位：%、p

	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	31.5	△1.7	21.0	43.5	33.8	30.1
	子ども等の教育資金	29.4	3.3	31.4	27.2	4.1	44.7
	当面の家計の補充	24.9	2.6	30.5	18.5	23.0	26.0
	特に目的はない	20.8	4.0	23.8	17.4	31.1	14.6
	病気や災害への備え	16.2	5.3	12.4	20.7	21.6	13.0
	レジャー資金	7.6	△5.4	5.7	9.8	12.2	4.9
	住宅新築・改築資金	5.6	△3.1	6.7	4.3	1.4	8.1
	高額商品購入資金	5.1	△0.3	6.7	3.3	6.8	4.1
	結婚資金	4.1	0.3	3.8	4.3	9.5	0.8
	宅地購入資金	0.0	△1.6	—	—	—	—
	その他	1.5	△1.2	1.9	1.1	2.7	0.8
方法	普通預金（通常貯金）	83.2	2.8	81.9	84.8	81.1	84.6
	株式・株式投資信託	17.3	△1.2	20.0	14.1	23.0	13.8
	定期性預貯金	16.8	△7.1	18.1	15.2	16.2	17.1
	生命保険	6.6	1.7	6.7	6.5	9.5	4.9
	債券・公社債投資信託	2.0	0.4	1.0	3.3	2.7	1.6
	その他	6.1	2.3	4.8	7.6	9.5	4.1

（注）1. 「貯蓄・投資」を選択した回答者に占める構成比
2. 「目的」は2項目までの複数回答



岩手には、岩手を知る、
ビジネスコンサルティングを。

I am

your **PARTNER.**

事業承継 / M&A / 人材紹介
民事信託 / 経営支援 / 地域経済調査

いわぎんリサーチ&コンサルティング株式会社

本社：岩手銀行本店内

いわぎんリサーチ&コンサルティング(株) リサーチレポート 2022年12月

発行 行 いわぎんリサーチ&コンサルティング株式会社 発行責任者 代表取締役 佐々木泰司

〒020-8688 岩手県盛岡市中央通一丁目2番3号

TEL：019-622-1212

<https://www.iwatebank.co.jp/company/group/consulting/index>