

# Research Report

2023年 **7** 月

リサーチレポート

## Contents

- 2023年夏季岩手県内ボーナス調査
- 2023年度新入社員意識調査



いわぎんリサーチ&コンサルティング株式会社



# 2023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調査する一環として、給与所得者を対象に2023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

- 調査期間：2023年5月
- 調査対象者：県内の給与所得者
- 調査方法：直接配布、Web・郵送回答
- 回答者数：276人  
(配布部数697部、回収率39.6%)
- 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		276	100.0	40.8
性 別	男 性	153	55.4	40.4
	女 性	123	44.6	41.3
職 業 別	民間（会社員）	214	77.5	41.7
	公 務 員	62	22.5	37.7
独 身・ 既 婚 別	独 身	98	35.5	35.3
	既 婚	178	64.5	43.8
年 齢 階 級 別	30 歳 未 満	63	22.8	—
	30 歳 台	64	23.2	—
	40 歳 台	78	28.3	—
	50 歳 台	58	21.0	—
	60 歳 以 上	13	4.7	—

## 1. 受取予想

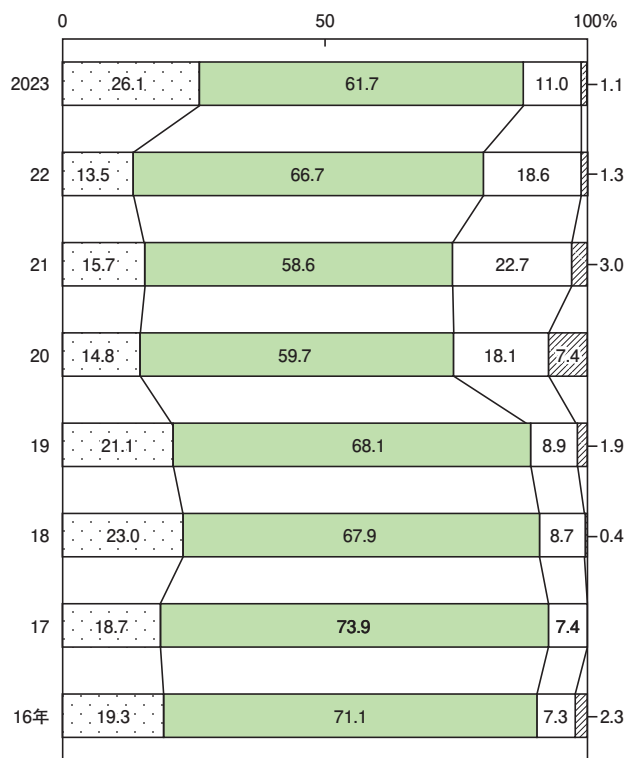
### ● 「増加」が大幅に上昇

2023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61.7%（前年調査比5.0ポイント（以下、p）減）で最も多く、次いで「増加」が26.1%（同12.6p増）、「減少」が11.0%（同7.6p減）、「支給なし（※前年は支給あり）」が1.1%（同0.2p減）となった（図表1）。「減少」が2年連続で低下したほか、「増加」は現在の分析方法で比較可能な16年以降の夏季調査で最も多かった。

性別で比較してみると、男性、女性とも「前年並み」が低下し、「増加」が全体の4分の1以上となった。男性は「減少」が10.7%と前年調査に比べ10p以上の低下となった一方、女性はわずかな低下に留まった（次ページ図表2）。

職業別に見ると、民間（会社員）で「前

図表1 夏季ボーナスの増減予想  
（全体、2016～23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

年並み」と回答した人の割合は61.4%と前年より減少し、「増加」が上昇した。また、「減少」は前年をわずかに上回った（図表2）。

一方、公務員は「減少」と「支給なし」の回答がなく、「前年並み」と「増加」が全体を占めた。これは昨年度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に加え、昨夏のボーナスが減額調整された反動によるものと考えられる。また、昨年度の本県の人事委員会勧告において県職員の支給率が引き上げとなったことも要因とみられる。

年齢階級別では、すべての年代で「増加」の割合が上昇した。30歳未満は「増加」が4割を超え、「増加」と「前年並み」が大半となり、30歳台と40歳台では「増加」のほか「前年並み」もやや上昇した。また、50歳台は「増加」が20p近い上昇となり、「前年並み」は低下した（図表2）。

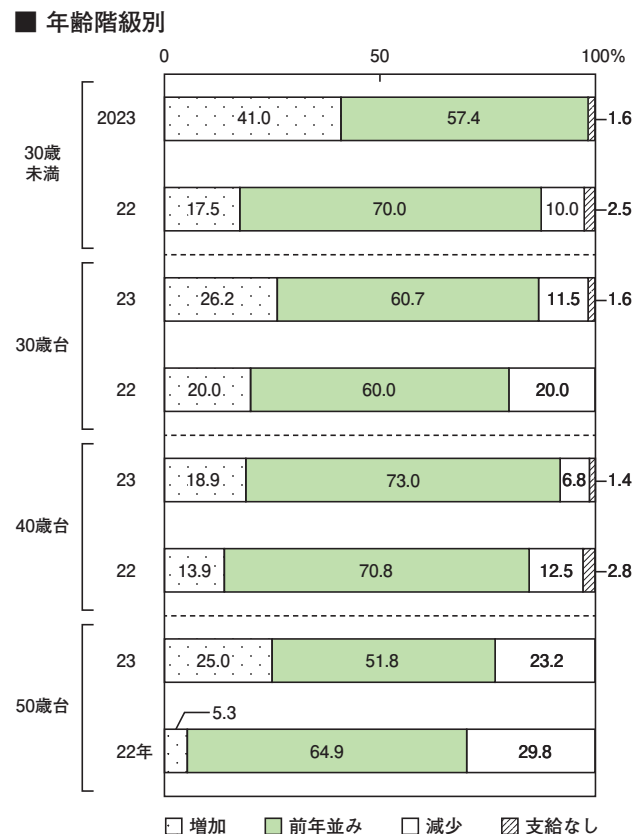
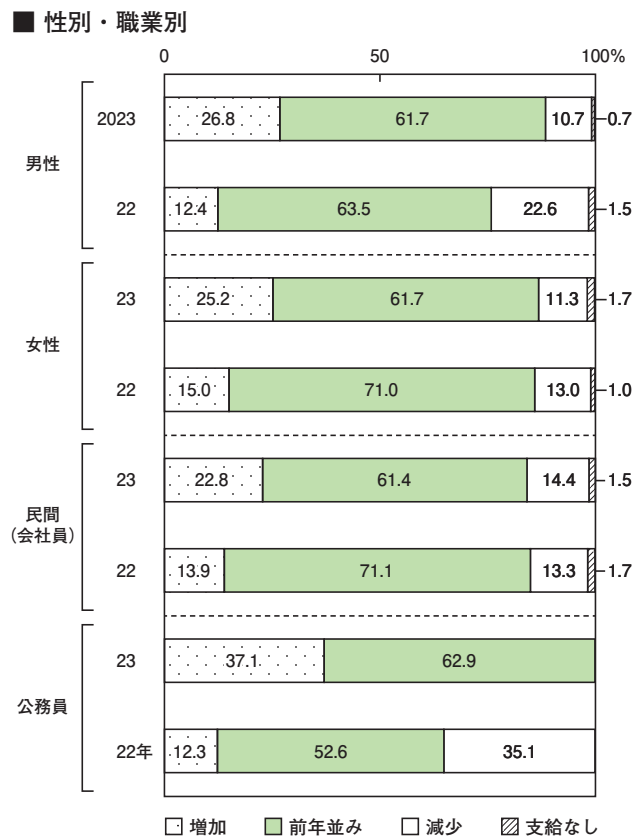
今回のボーナス支給予想では、「増加」の回答が大幅に上昇し、「減少」は2年連続で前年を下回った。特に、「増加」が新型コロナウイルス（以下、新型コロナ）の感染拡大前の19年を5.0p上回り、賃上げの動きなどを受けてボーナス支給予想には明るさが見られる結果となった。新型コロナによる外出への心理的な抑制が緩和されるなか、この夏のボーナスが個人消費拡大の足掛かりとなることが期待される。

## 2. 使途

### ● 「消費」が最多、外出に慎重な姿勢に変化

次に、ボーナス支給があるとした回答者（民間、公務員）から、その使途について尋ねた（複数回答）。

図表2 夏季ボーナスの増減予想（2022、23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

これによると全体では「消費」と答えた人の割合が84.7%で最も多く、次いで「貯蓄・投資」が62.1%、「返済」が28.7%となり、消費に前向きな姿勢がみられた（図表3）。

「消費」の中身を見ると、「買い物」が42.9%と最も高く、次いで「生活費の補填」が37.5%、旅行などの「レジャー」が23.8%となった。

性別に分けてみると、男性、女性とも「消費」の割合が最も高く、「消費」の項目別では、男性、女性とも「買い物」の回答が最も多かった。また、「返済」を見ると男性は「住宅」の割合が最も高く、女性は「クレジット」が最多となった。

さらに、独身・既婚別で見てもいずれも「消費」の回答が最も多かった。消費の項目別では独身、既婚とも「買い物」が最多となり、既婚は「生活費の補填」も4割を超える水準となった。独身は「生活費の補填」のほか、「レジャー」にも回答が集まった。

新型コロナの感染症法上の位置づけが5月8日から「5類感染症」へ移行したことから行動の抑制が緩和され、「買い物」や「レジャー」による消費の拡大が見込まれる一方、「生活費の補填」が「買い物」に次ぐ高い割合になるなど、物価の上昇が家計に影響を与えているといえよう。

図表3 夏季ボーナスの使途（複数回答）

単位：%

	全体	性別		独身・既婚別	
		男性	女性	独身	既婚
消費	84.7	83.1	86.7	84.4	84.8
買い物	42.9	43.9	41.6	40.0	44.4
生活費の補填	37.5	39.2	35.4	32.2	40.4
レジャー	23.8	21.6	26.5	26.7	22.2
教育費	13.8	11.5	16.8	3.3	19.3
交際費	9.6	11.5	7.1	13.3	7.6
その他	6.5	6.1	7.1	6.7	6.4
返済	28.7	34.5	21.2	22.2	32.2
住宅	12.6	16.9	7.1	2.2	18.1
クレジット	11.5	12.2	10.6	12.2	11.1
自動車	10.0	12.8	6.2	7.8	11.1
教育	1.5	1.4	1.8	0.0	2.3
その他	5.4	7.4	2.7	8.9	3.5
貯蓄・投資	62.1	59.5	65.5	65.6	60.2

(注) 1. 「支給がある」を選択した回答者に占める構成比  
2. 今回調査から設問内容を変更したため前年比はない

### 3. 買い物の動向

#### (1) 内容

##### ●高額商品に需要拡大の動き

買い物においては、「衣服・身の回り品」が62.5%（前年調査比6.0p減）と最多となった（図表4）。内容を見ると前年の冬のボーナス調査と同様に、10の選択肢のうち7つにおいて前年を下回っており、購入する品目のある程度絞っていることが窺える。また、「生活家電」や「家具・什器」の割合が上昇しており、高額商品への需要拡大がみられた。

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	
内容	衣服・身の回り品	62.5	△ 6.0	55.4	72.3	58.3	64.5
	生活家電	22.3	4.8	24.6	19.1	16.7	25.0
	家庭用品・日用消耗品	17.0	△ 13.8	13.8	21.3	13.9	18.4
	飲食料品	15.2	△ 10.7	15.4	14.9	13.9	15.8
	家具・什器	10.7	3.0	12.3	8.5	5.6	13.2
	A V家電	8.9	△ 0.2	12.3	4.3	11.1	7.9
	情報通信家電	8.0	△ 0.4	10.8	4.3	19.4	2.6
	自動車	8.0	△ 0.4	13.8	—	5.6	9.2
	医薬品・化粧品	5.4	△ 7.2	—	12.8	5.6	5.3
	その他	6.3	2.1	7.7	4.3	13.9	2.6
購入場所	インターネット・通信販売	42.9	△ 6.8	55.4	25.5	69.4	30.3
	大型ショッピングセンター	40.2	△ 1.8	49.2	27.7	52.8	34.2
	大型専門店・量販店	33.0	△ 8.3	41.5	21.3	41.7	28.9
	一般小売店・専門店	28.6	17.4	24.6	34.0	16.7	34.2
	百貨店	16.1	13.3	4.6	31.9	11.1	18.4

(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

### ●「ネット通販」が定着

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42.9%（同6.8p減）で最多となり、次いで「大型ショッピングセンター」が40.2%（同1.8p減）、「大型専門店・量販店」が33.0%（同8.3p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」の利用に定着がみられる一方、「一般小売店・専門店」や「百貨店」の割合が拡大するなど、購入場所の選択に広がりが見られた。

## 4. 貯蓄・投資の動向

### (1) 目的

#### ●今後の旅行に備える動き

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、「老後の生活資金」が42.6%（前年調査比0.4p減）で最多となり、次いで「子ども等の教育資金」が39.5%（同11.0p増）、「当面の家計の補充」が19.8%（同1.4p減）などとなった（図表5）。なかでも、「レジャー資金」の上昇については使途（前ページ図表3）と同様に行動抑制の緩和から今後の旅行に備えたものと窺われる。

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	42.6	△ 0.4	35.2	51.4	30.5	49.5
	子ども等の教育資金	39.5	11.0	44.3	33.8	—	62.1
	当面の家計の補充	19.8	△ 1.4	22.7	16.2	22.0	18.4
	特に目的はない	19.1	2.0	18.2	20.3	37.3	8.7
	レジャー資金	18.5	14.9	18.2	18.9	16.9	19.4
	病気や災害への備え	13.6	5.3	13.6	13.5	11.9	14.6
	高額商品購入資金	8.6	4.5	9.1	8.1	8.5	8.7
	住宅新築・改築資金	6.2	0.0	4.5	8.1	—	9.7
	結婚資金	4.3	3.3	2.3	6.8	8.5	1.9
	宅地購入資金	0.6	0.1	—	1.4	—	1.0
その他	3.1	0.5	2.3	4.1	3.4	2.9	
方法	普通預金（通常貯金）	72.8	△ 5.4	73.9	71.6	79.7	68.9
	株式・株式投資信託	30.9	7.1	38.6	21.6	28.8	32.0
	定期性預貯金	19.1	△ 3.7	12.5	27.0	11.9	23.3
	生命保険	4.9	△ 1.8	3.4	6.8	5.1	4.9
	債券・公社債投資信託	2.5	2.0	2.3	2.7	5.1	1.0
	その他	6.8	2.1	6.8	6.8	6.8	6.8

(注) 「貯蓄・投資」を選択した回答者に占める構成比

### (2) 方法

#### ●「株式・株式投資信託」が伸長

「貯蓄・投資」の方法は「普通預金（通常貯金）」が72.8%（同5.4p減）となり、次いで「株式・株式投資信託」が30.9%（同7.1p増）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、物価高などを背景に今後の支払い増加に備えて流動性の高い普通預金に留めておく動きが続いている。また、「株式・株式投資信託」は3割を上回り、比較可能な過去4年間で最も高い割合となった。「老後」や「教育」など将来のライフイベントに備えた資産形成の一環として投資信託などを利用するケースが増加していると考えられる。

(コンサルタント 菊池 祐美)

# 2023年度新入社員意識調査

当社では、岩手県内新入社員を対象として、就職活動のほか職業観や生活観に関するアンケート調査を行った。調査要領は以下のとおりである。

## 調査要領

- 調査時期 2023年3月～4月
- 回答者数 227名  
(男性120名、女性107名)  
(高卒74名、専門学校卒31名、短大卒16名、大卒・大学院卒106名)

### 《調査結果の要約》

#### 1. 就職活動について

- 就職活動の感想について、「大変厳しかった」、「厳しかった」と回答した割合は、前年に比べてそれぞれ低下した。
- 就職先として岩手県内企業を選んだ理由としては、「地元への愛着がある」が最も多かった。次いで、「家族・友人が近くにいる」、「住居費等経済的負担が少ない」「希望の会社がある」の順であった。
- 新型コロナウイルスの就職活動への影響について、「影響がなかった」と回答した割合は3割弱となり、前年に比べて大幅に上昇した。
- 就職活動でオンラインを利用した割合は、6割弱であった。メリットとしては、「交通費がかからない」、「遠方の企業にも応募しやすい」、「短時間で効率的である」などが挙げられた。また、デメリットとしては、「コミュニケーションが難しい」、「音声が届かなかった」、「通信環境や端末を揃える必要がある」などが挙げられた。

#### 2. 職業観について

- 就職先を選んだ理由については、「堅実で安定性がある」、「仕事の内容に興味がある」、「労働条件が良い」が上位であった。

#### 3. 生活観について

- 理想とする生き方については、「仕事と趣味を両立させたい」、「幸福な家庭生活を送りたい」が上位だった。

# 1. 就職活動について

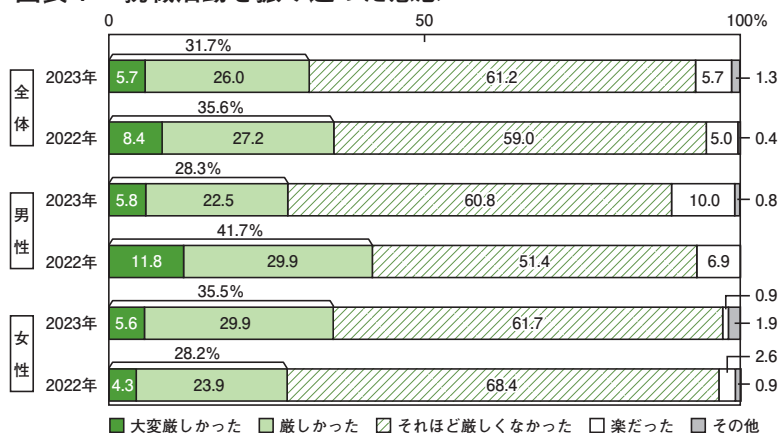
## (1) 就職活動を振り返った感想

● 「大変厳しかった」「厳しかった」との回答は、前年に比べてそれぞれ低下

就職活動を振り返った感想は、「大変厳しかった」と「厳しかった」の合計（以下、「厳しい」）が31.7%（前年比3.9p減）と低下した（図表1）。

「厳しい」を男女別にみると、男性は28.3%（同13.4p減）と低下した一方で、女性は35.5%（同7.3p増）と上昇した。

図表1 就職活動を振り返った感想

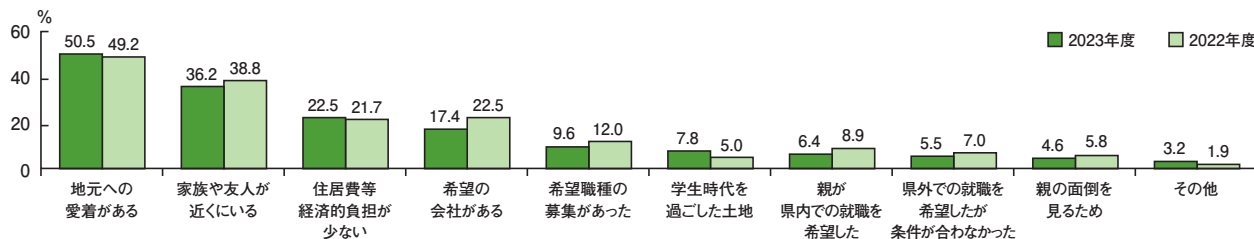


## (2) 就職先として岩手県内企業を選んだ理由

● 約5割が「地元への愛着がある」を選ぶ

就職先として県内企業を選んだ理由は、「地元への愛着がある」が50.5%（同1.3p増）、「家族や友人が近くにいる」が36.2%（同2.6p減）、「住居費等経済的負担が少ない」が22.5%（同0.8p増）、「希望の会社がある」が17.4%（同5.1p減）となった（図表2）。

図表2 就職先として県内企業を選んだ理由（複数回答）



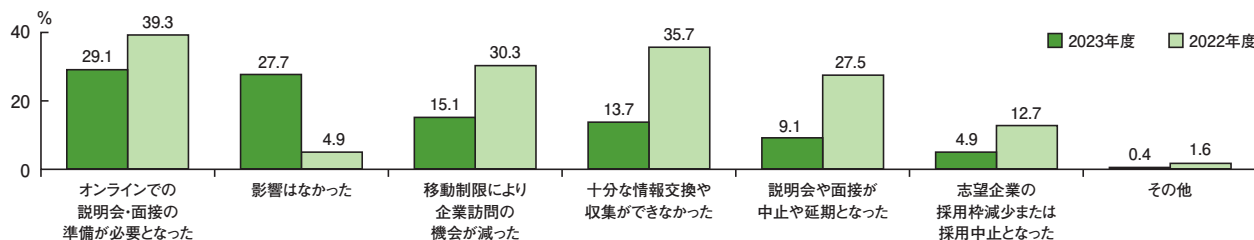
## (3) 新型コロナウイルスの就職活動への影響

● 「影響はなかった」が大幅に増加

新型コロナウイルスの就職活動への影響については、「オンラインでの説明会・面接の準備が必要となった」が29.1%（同10.2p減）で最も多かった（図表3）。

次いで「影響はなかった」が27.7%となり、前年比22.8p増と大幅に増加した。

図表3 新型コロナウイルスの就職活動への影響（複数回答）



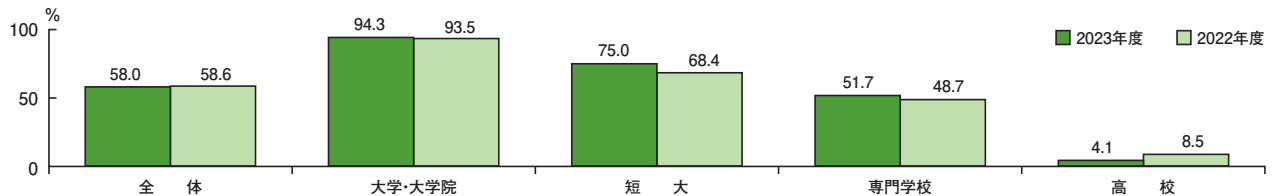
## (4) 就職活動におけるオンラインの利用

### ● 6 割弱が利用

オンラインによる就職活動を「行った」と回答した割合は、全体では58.0%（同0.6p減）となった（図表4-1）。

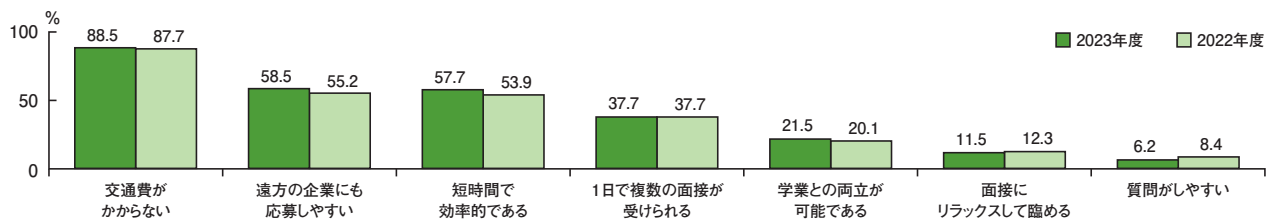
学歴別にみると、「大学・大学院」が94.3%（同0.8p増）と最も高く、次いで「短大」が75.0%（同6.6p増）、「専門学校」が51.7%（同3.0p増）、「高校」が4.1%（同4.4p減）となった。

図表4-1 就職活動にオンラインを利用した割合



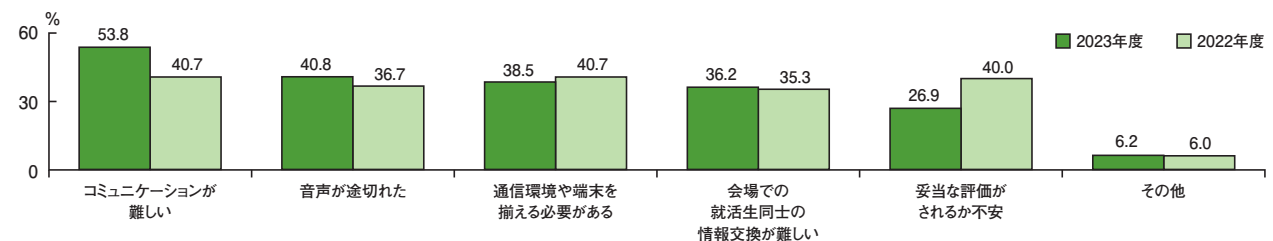
オンラインによる就職活動を行った方に、そのメリットを尋ねたところ、「交通費がかからない」が88.5%（同0.8p増）と最も多く、次いで「遠方の企業にも応募しやすい」が58.5%（同3.3p増）、「短時間で効率的である」が57.7%（同3.8p増）、「1日で複数の面接が受けられる」が37.7%（前年と同値）となった（図表4-2）。

図表4-2 オンラインのメリット（複数回答）



デメリットとしては、「コミュニケーションが難しい」が53.8%（同13.1p増）と最も多く、次いで「音声が届かなかった」が40.8%（同4.1p増）、「通信環境や端末を揃える必要がある」が38.5%（同2.2p減）、「会場での就活生同士の情報交換が難しい」が36.2%（同0.9p増）、「適切な評価がされるか不安」が26.9%（同13.1p減）となった（図表4-3）。

図表4-3 オンラインのデメリット（複数回答）





## 2. 職業観

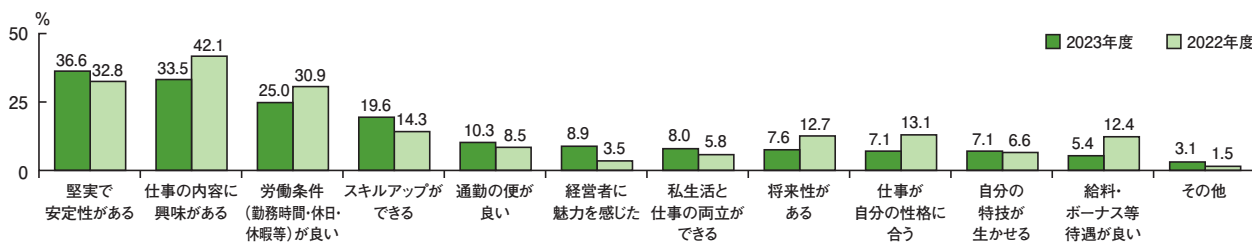
### (1) 就職先選択の理由

#### ● 「堅実・安定性」「仕事の内容」「労働条件」が上位

就職先選択の理由は、「堅実で安定性がある」が36.6%（同3.8 p 増）、「仕事の内容に興味がある」が33.5%（同8.6 p 減）、「労働条件（勤務時間・休日・休暇等）が良い」が25.0%（同5.9 p 減）となった（図表5）。

前年に比べて堅実性・安定性が上昇し、今回の調査では最も高い割合となった。一方、仕事の内容や労働条件については、引き続き重視する傾向があるものの、前年比では低下した。

図表5 就職先を選んだ理由(複数回答)

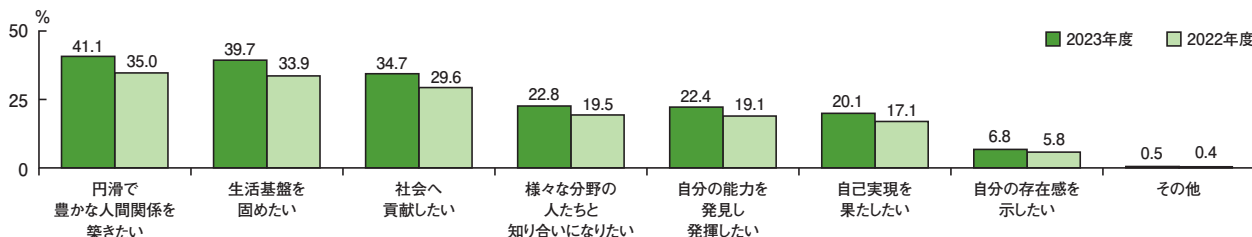


### (2) 社会人生活に期待すること

#### ● 「円滑で豊かな人間関係を築きたい」「生活基盤を固めたい」「社会へ貢献したい」が上位

社会人生活に期待することは、「円滑で豊かな人間関係を築きたい」が41.1%（同6.1 p 増）と最も高く、次いで「生活基盤を固めたい」が39.7%（同5.8 p 増）、「社会へ貢献したい」が34.7%（同5.1 p 増）となった（図表6）。

表6 社会人生活に期待すること(複数回答)

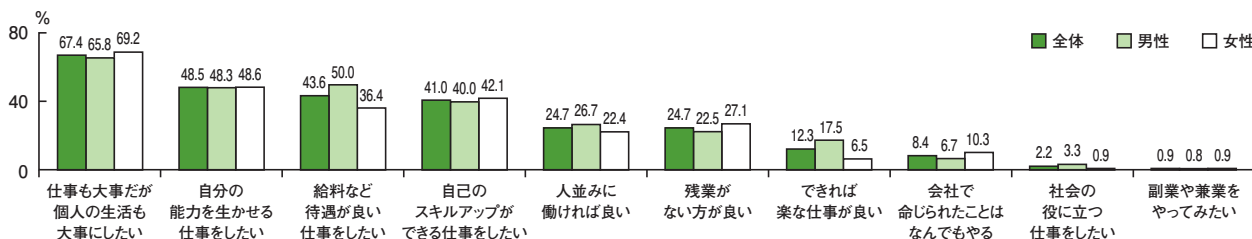


### (3) 働くことについての考え方

#### ● 7割弱は「仕事も大事だが個人の生活も大事」

働くことについての考え方は、「仕事も大事だが個人の生活も大事にしたい」が67.4%と最も高く、以下「自分の能力を生かせる仕事をしたい」が48.5%、「給料など待遇が良い仕事をしたい」が43.6%となった（図表7）。

図表7 働くことについての考え方(複数回答)

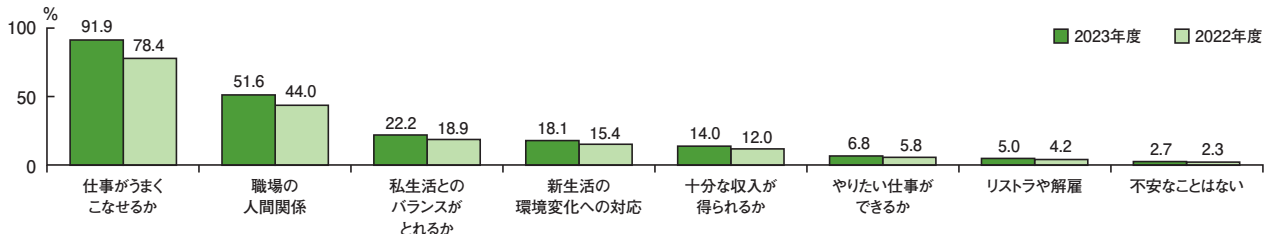


## (4) 社会人生活で不安を感じること

### ●約9割は「仕事がうまくこなせるか」

社会人生活で不安を感じることは、「仕事がうまくこなせるか」が91.9%（同13.5p増）と最も高かった。また、「職場の人間関係」が51.6%（同7.6p増）となり、この2項目が他を大きく引き離す形で上位となった（図表8）。

図表8 社会人生活で不安を感じること(複数回答)



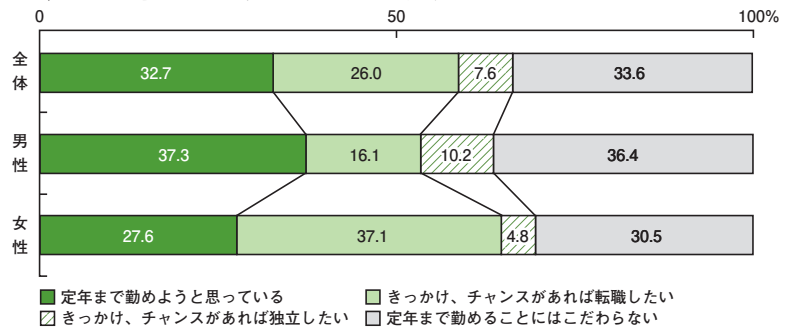
## (5) 定年まで今の勤め先で働く意識

### ●「定年まで働きたい」は約3割

定年まで今の勤め先で働くかについては、「定年まで勤めようと思っている」が32.7%、「きっかけ、チャンスがあれば転職したい」が26.0%、「きっかけ、チャンスがあれば独立したい」が7.6%となった（図表9）。

男女別では、定年まで働くことを希望する割合は男性が多く、転職を視野に入れている割合は女性の方が多かった。

図表9 定年まで今の勤め先で働く意識



(注) 選択肢を一部変更したため前年比はない

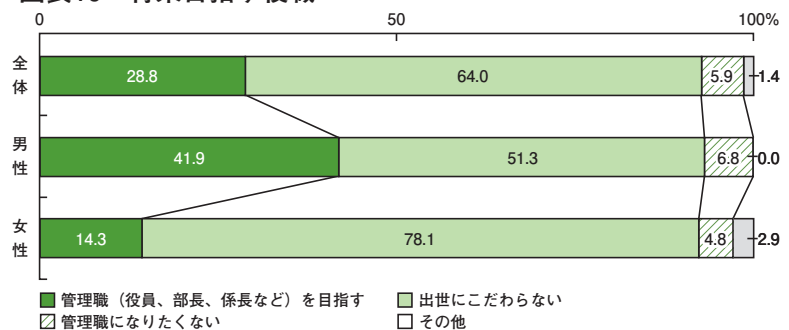
## (6) 将来目指す役職

### ●「管理職を目指す」は3割弱

「役員・部長・係長などの管理職を目指す」が28.8%、「出世にこだわらない」が64.0%、「管理職になりたくない」が6.8%となった（図表10）。

男女別にみると、「管理職を目指す」割合は、男性では41.9%であったが、女性では14.3%となった。

図表10 将来目指す役職



(注) 選択肢を一部変更したため前年比はない

### 3. 生活観

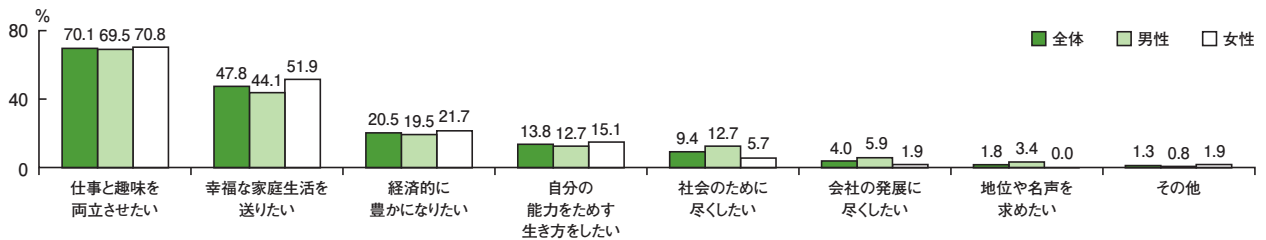
#### (1) 理想とする生き方

##### ● 「仕事と趣味を両立させたい」「幸福な家庭生活を送りたい」が上位

理想とする生き方については、「仕事と趣味を両立させたい」が70.1%と最も高く、次いで「幸福な家庭生活を送りたい」が47.8%となった。(図表11)

男女の差をみると、「仕事と趣味を両立させたい」は大きな差はなかったが、「幸福な家庭生活を送りたい」は、女性が51.9%となり、男性を7.8p上回った。また、「社会のために尽くしたい」は、男性が12.7%となり、女性を7.0p上回った。

図表11 理想とする生き方（複数回答）



(注) 選択肢を一部変更したため前年比はない

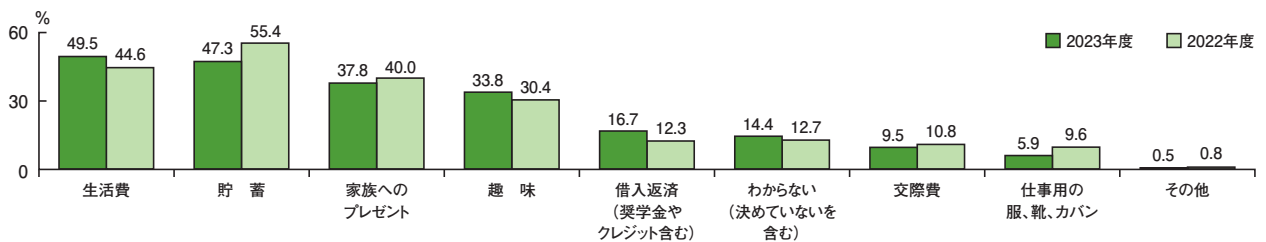
#### (2) 初任給の使い道

##### ● 「生活費」「貯蓄」「家族へのプレゼント」が上位

初任給の使い道は、「生活費」が49.5%（同4.9p増）と最も高く、以下、「貯蓄」が47.3%（同8.1p減）、「家族へのプレゼント」が37.8%（同2.2p減）、「趣味」が33.8%（同3.4p増）となった(図表12)。

前年に比べて「生活費」、「趣味」、「借入返済（奨学金やクレジット含む）」などの割合が上昇した一方、「貯蓄」、「家族へのプレゼント」などの割合が低下した。

図表12 初任給の使い道（複数回答）



(シニアマネジャー 佐々木 邦光)



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.

地域経済には特有の環境や傾向による課題が存在します。

私たちは岩手銀行グループのコンサルティングエキスパートとして  
地域経済を統計的かつ体感で日常的に把握。

そのうえで密接に地域のみなさまと関わり、ご相談をお伺いし、  
課題解決のその後までみなさまの伴走者として寄り添い続けます。

**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 tel.019-624-8344



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 2023年7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>