

Research Report

2024年 **12** 月
リサーチレポート

Contents

- 岩手県内企業景況調査
- 2024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

～2024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

- (1) 県内企業の業況や雇用人員等の現状判断（2024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24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) 経営上の問題点
- (3) 人材の確保について

2. 調査時期・方法

24年10月・Web、郵送

3. 調査対象企業

県内企業336社

4. 回収状況

- (1) 回収率 47.6% (160社)
- (2) 回答企業数 製造業 47社
非製造業 113社 (建設業25、卸・小売業58、運輸・サービス業30)

(注) 1. 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

2. 回答企業の業態変更により、卸・小売業と運輸・サービス業の2024年7月調査のBSIが公表済みの実績から変更となっている

＜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（2024年10月時点）は、前回調査（24年7月、マイナス32.2）から7.1ポイント（以下、p）低下のマイナス39.3と5期連続の悪化となった。
- 円安や人件費の上昇のほか物流の「2024年問題」などのコスト負担の増加が収益面の重しとなったほか、人手不足感の強まりなどから景況感は全体として悪化の動きにつながったものとみられる。
- 今後3カ月間の先行きの業況判断BSIはマイナス31.3と現状から8.0p改善する見通しで、産業別では製造業が大幅に改善するとみられる。
- 雇用人員BSIの現状判断は前回（マイナス29.3）から10.7p低下のマイナス40.0となった。前回調査は2期ぶりのマイナス20台となったものの、今回調査ではマイナス40台とマイナス幅が再び拡大する結果となり、企業の強い人手不足感が示された。
- 先行きの雇用人員BSIは現状から5.7p低下のマイナス45.7と不足感がさらに強まる見通しである。
- 経営上の問題点については、「原材料・仕入価格の上昇」が最も高く71.3%となり、次いで「人件費の増加」が65.0%、「従業員の確保難」が50.6%などとなり、コストの増加が経営の下押し圧力を強めていることが窺われる。
- 人材確保の状況については「どちらかと言うと充足していない」が39.4%で最も多かった。人材が充足していない原因では「求めるレベルの人材から応募がない」に5割以上の回答が集まった。

1. 業況判断

(1) 現状判断

現状（2024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（24年7月）調査比3.7ポイント（以下、p）減の3.8%となり、「悪い」は同3.4p増の43.1%となったことから、業況判

断BSI（「良い」－「悪い」）の現状判断は前回（マイナス32.2）から7.1p低下のマイナス39.3と5期連続の悪化となった（図表1、2）。

産業別にみると、製造業は同5.5p低下のマイナス38.3と悪化したほか、非製造業も同7.9p低下のマイナス39.8と3業種全てで前回調査を下回り、特に運輸・サービス業で二桁台の悪化となった。

前回調査（7月）では、物価上昇が続くなか、円安や賃上げに伴う人件費などのコストの上昇のほか物流の「2024年問題」も加わったことなどが下押し圧力となり、景況感が悪化した。今回調査については、同様の傾向によるコスト負担の増加が収益面の重しとなったほか、人手不足感の強まりなどから景況感は全体として悪化の動きにつながったものとみられる。

(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1.8p増の5.6%となった一方、「悪い」

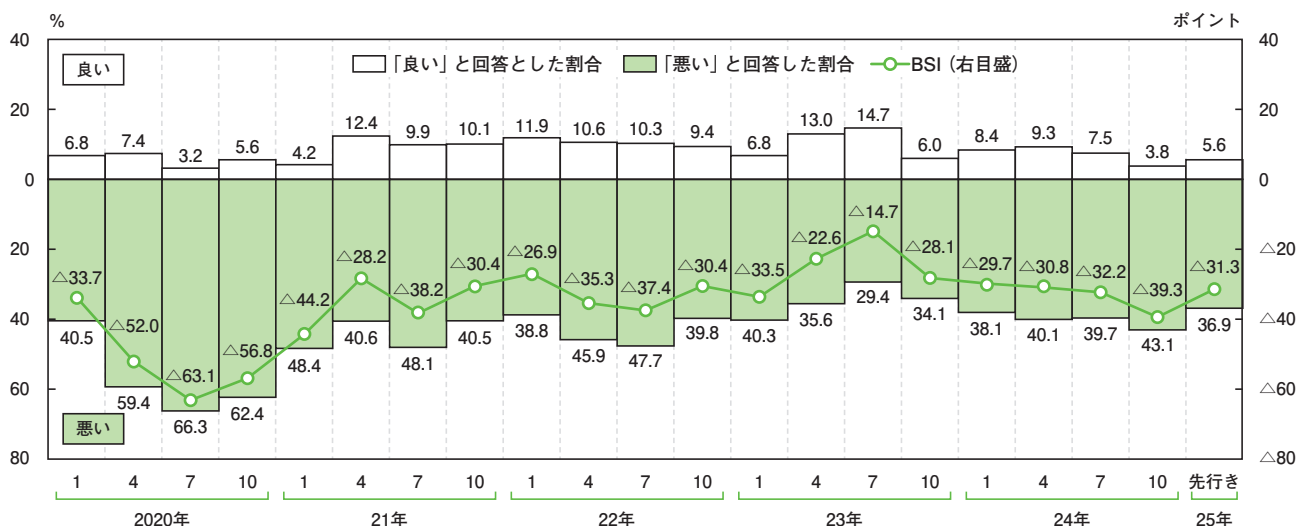
図表1 業況判断BSI

（「良い」－「悪い」・ポイント）

調査年月 産業(業種)	現 状 判 断		先 行 き	
	2024年 7月調査	(先行き)	24年 10月調査	今後 3カ月間
全 産 業	△ 32.2	(△ 33.9)	△ 39.3 ■	△ 31.3 □
製 造 業	△ 32.8	(△ 29.4)	△ 38.3 ■	△ 10.6 □
非 製 造 業	△ 31.9	(△ 36.2)	△ 39.8 ■	△ 39.8 -
建 設 業	△ 33.3	(△ 45.8)	△ 36.0 ■	△ 60.0 ■
卸・小 売 業	△ 31.3	(△ 32.8)	△ 39.7 ■	△ 34.5 □
運輸・サービス業	△ 32.2	(△ 35.7)	△ 43.3 ■	△ 33.4 □

「□」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) 1. 「悪い」の割合は下方向に表示している
2. 現状判断の長期時系列（2004年4月調査以降）は10ページ参考1を参照

は同6.2 p 減の36.9%となり、先行きの業況判断 B S I はマイナス31.3と現状から8.0 p 改善する見通しである。

産業別では、非製造業はマイナス39.8（現状と同値）と横ばいでの推移が予想される。卸・小売業と運輸・サービス業ではマイナス幅が縮小するとみられるものの、建設業はマイナス60.0と厳しい見込みとなっている。一方、製造業は同27.7 p 上昇のマイナス10.6と大幅に改善するとみられる。

2. 雇用人員

(1) 現状判断

現状（2024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1.3 p 減の5.0%となり、「不足」は同9.4 p 増の45.0%となったことから、雇用人員 B S I（「過剰」－「不足」）の現状判断は前回（マイナス29.3）から10.7 p 低下のマイナス40.0となった

（図表3、4）。同 B S I は、前回調査は2期ぶりのマイナス20台となったものの、今回調査ではマイナス40台とマイナス幅が再び拡大する結果となり、企業の強い人手不足感が示された。

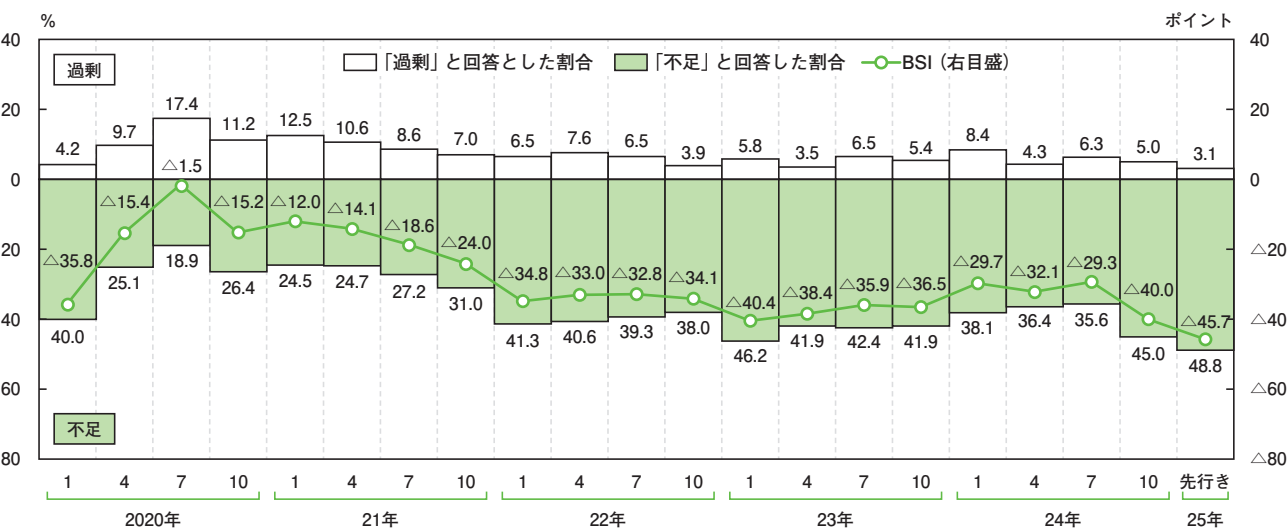
産業別では製造業は同5.3 p 低下のマイナス19.1となった。また、非製造業も同11.6 p 低下のマイナス48.7となり、運輸・サービス業でマイナス幅が縮小したものの、建設業と卸・小売業で二桁台の低下となった。

図表3 雇用人員 B S I

（「過剰」－「不足」・ポイント）

調査年月 産業（業種）	現 状 判 断		先 行 き
	2024年 7月調査	24年 10月調査	今後 3カ月間
全 産 業	△ 29.3	△ 40.0 ■	△ 45.7 ■
製 造 業	△ 13.8	△ 19.1 ■	△ 29.8 ■
非 製 造 業	△ 37.1	△ 48.7 ■	△ 52.2 ■
建 設 業	△ 33.4	△ 60.0 ■	△ 60.0 -
卸・小 売 業	△ 35.9	△ 48.3 ■	△ 53.4 ■
運輸・サービス業	△ 42.9	△ 40.0 □	△ 43.4 ■

図表4 雇用人員 B S I の推移（全産業）



(注) 1. 「悪い」の割合は下方向に表示している
 2. 現状判断の長期時系列（2004年4月調査以降）は10ページ参考1を参照

(2) 先行き

今後3カ月間の雇用人員を「過剰」とした割合は現状比1.9p減の3.1%となり、「不足」は同3.8p増の48.8%となったことから、先行きの雇用人員BSIは現状から5.7p低下のマイナス45.7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10.7p低下のマイナス29.8と二桁台の落ち込みとなることが予想される。また、非製造業も同3.5p低下のマイナス52.2と建設業では現状と同程度の強い不足感が続くほか、卸・小売業と運輸・サービス業も不足感が強まるとみられる。

3. 企業収益（売上高、経常利益）

(1) 売上高

① 実績

2024年7～9月期の売上高BSI（「増加」－「減少」）は4～6月期から1.3p上昇のマイナス20.0と改善の動きとなった（図表5）。産業別では、製造業はマイナス10.6（前期比1.5p上昇）と改善の動きとなった。また、非製造業もマイナス23.9（同1.9p上昇）となり、卸・小売業はマイナス幅が拡大したものの、建設業と運輸・サービス業が二桁台の改善となったことから全体としてはマイナス幅が縮小した。

② 先行き

24年10～12月期の売上高BSIはマイナス8.2と7～9月期を11.8p上回る見通しである。産業別では、製造業はプラス14.9（同25.5p上昇）と5期ぶりのプラスに転じると予想される。また、非製造業はマイナス17.7（同6.2p上昇）と運輸・サービス業でマイナス幅が拡大するとみられるものの、建設業と卸・小売業で改善が見込まれる。

(2) 経常利益

① 実績

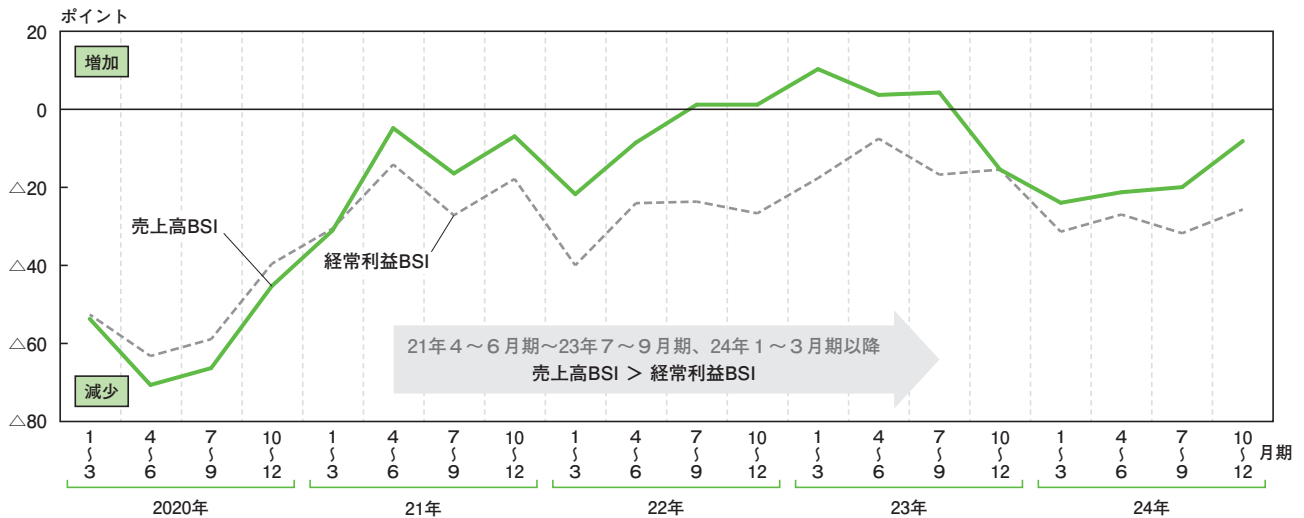
24年7～9月期の経常利益BSI（「増加」－「減少」）はマイナス31.8となり、24年4～6月期（マイナス27.0）からマイナス幅が4.8p低下した（図表5）。同BSIは24年1～3月期以降売上高BSIを下回って推移しており、7～9月期は両者の乖離幅がさらに拡大した（次ページ図表6）。後述するように、原材料や仕入価格の上昇のほか人件費の増

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
		2024年 4～6月期	24年 7～9月期	24年 10～12月期	2024年 4～6月期	24年 7～9月期	24年 10～12月期
全産業		△ 21.3	△ 20.0 □	△ 8.2 □	△ 27.0	△ 31.8 ■	△ 25.7 □
製造業		△ 12.1	△ 10.6 □	14.9 □	△ 19.0	△ 25.5 ■	△ 2.1 □
非製造業		△ 25.8	△ 23.9 □	△ 17.7 □	△ 31.0	△ 34.5 ■	△ 35.4 ■
建設業		△ 62.5	△ 52.0 □	△ 32.0 □	△ 62.5	△ 52.0 □	△ 60.0 ■
卸・小売業		△ 18.8	△ 24.2 ■	△ 15.5 □	△ 18.7	△ 32.7 ■	△ 25.9 □
運輸・サービス業		△ 10.8	0.0 □	△ 10.0 ■	△ 32.2	△ 23.4 □	△ 33.3 ■

図表6 売上高、経常利益BSIの推移（全産業）



(注) 売上高、経常利益BSIの実績の長期時系列（2004年以降）は10ページ参考2を参照

加などによる収益面の厳しい状況が継続していることが窺われる。

産業別では、製造業はマイナス25.5（同6.5 p 低下）と悪化の動きとなった。また、非製造業もマイナス34.5（同3.5 p 低下）と建設業と運輸・サービス業で改善の動きとなったものの卸・小売業が二桁台の低下となり、全体ではマイナス幅が拡大した。

② 先行き

24年10～12月期の経常利益BSIはマイナス25.7と7～9月期を6.1 p 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2.1（同23.4 p 上昇）と大幅な改善の動きが予想される。一方、非製造業はマイナス35.4（同0.9 p 低下）となり、卸・小売業でマイナス幅が縮小するものの、建設業と運輸・サービス業で悪化する見込みである。

4. その他のBSI

その他のBSIについては以下のとおり（図表7、次ページ図表8）。

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
	2024年 7月調査	24年 10月調査	今後 3カ月間	2024年 7月調査	24年 10月調査	今後 3カ月間	2024年 7月調査	24年 10月調査	今後 3カ月間
全産業	0.0	△ 3.4 ■	△ 5.1 ■	△ 9.8	△ 8.2 □	△ 6.9 □	△ 4.6	△ 7.5 ■	△ 14.4 ■
製造業	8.6	2.1 ■	0.0 ■	△ 8.7	△ 2.1 □	△ 2.1 -	△ 8.6	△ 10.6 ■	△ 6.4 □
非製造業	△ 6.7	△ 7.2 ■	△ 8.7 ■	△ 10.4	△ 10.6 ■	△ 8.8 □	△ 2.6	△ 6.2 ■	△ 17.7 ■
建設業	-	-	-	△ 4.2	△ 4.0 □	0.0 □	0.0	12.0 □	△ 12.0 ■
卸・小売業	△ 9.4	△ 8.6 □	△ 8.6 -	△ 12.5	△ 13.8 ■	△ 12.1 □	6.3	△ 5.1 ■	△ 13.8 ■
運輸・サービス業	9.1	0.0 ■	△ 9.1 ■	△ 10.7	△ 10.0 □	△ 10.0 -	△ 25.0	△ 23.4 □	△ 30.0 ■

(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

図表8 製造費用・販管費、販売価格、仕入価格BSI

(ポイント)

産業(業種)	期	製造費用・販管費BSI「増加」-「減少」			販売価格BSI「上昇」-「低下」			仕入価格BSI「上昇」-「低下」		
		実 績		先行き	実 績		先行き	実 績		先行き
		2024年 4～6月期	24年 7～9月期	24年 10～12月期	2024年 4～6月期	24年 7～9月期	24年 10～12月期	2024年 4～6月期	24年 7～9月期	24年 10～12月期
全 産 業		33.9	31.2 ■	38.8 □	40.2	43.1 □	33.8 ■	74.7	68.7 ■	64.4 ■
製 造 業		43.1	44.7 □	46.8 □	41.4	44.7 □	36.2 ■	75.9	72.3 ■	57.5 ■
非 製 造 業		29.3	25.7 ■	35.4 □	39.6	42.5 □	32.8 ■	74.2	67.3 ■	67.3 -
建 設 業		33.3	36.0 □	36.0 -	25.0	16.0 ■	12.0 ■	83.3	88.0 □	84.0 ■
卸・小売業		35.9	20.7 ■	38.0 □	53.2	58.6 □	50.0 ■	82.8	68.9 ■	67.3 ■
運輸・サービス業		10.7	26.7 □	30.0 □	21.4	33.3 □	16.7 ■	46.5	46.7 □	53.3 □

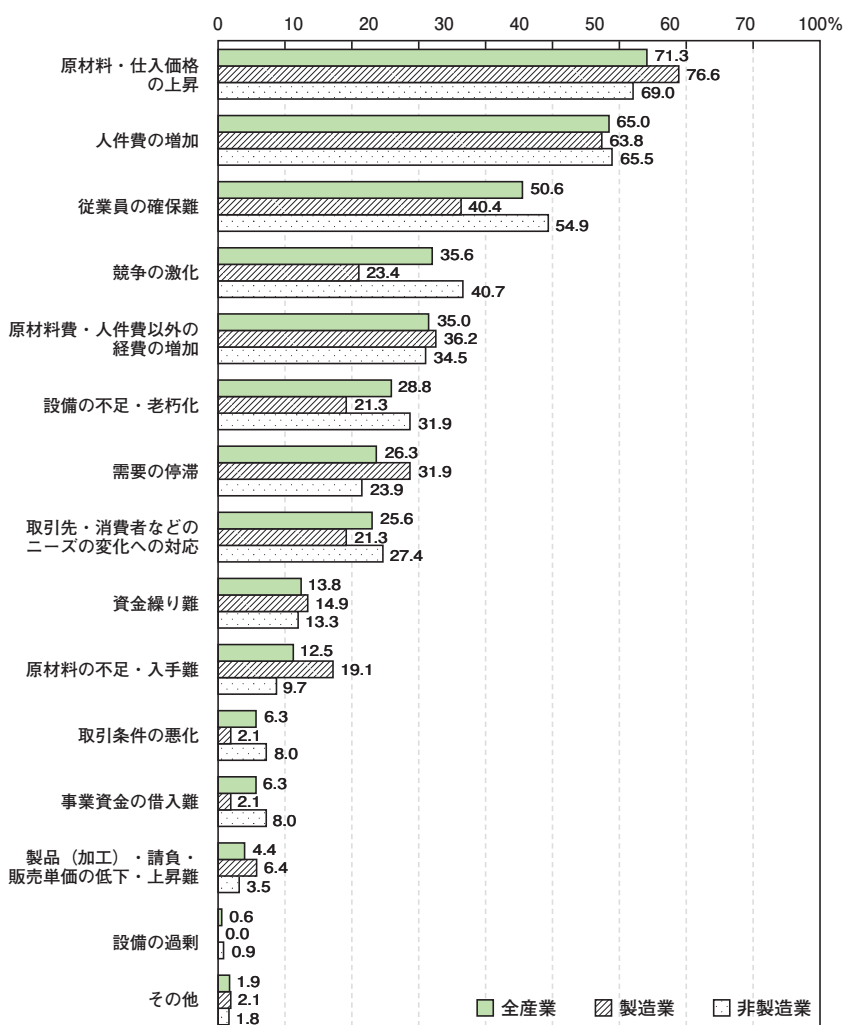
5. 経営上の問題点

現在の経営上の問題点については、「原材料・仕入価格の上昇」が最も高く71.3%となり、次いで「人件費の増加」が65.0%、「従業員の確保難」が50.6%などとなった(図表9)。「原材料・仕入価格の上昇」は本設問を設けた2023年7月調査以降で最も高い割合となったほか、「人件費の増加」が前回調査から11.0pの上昇となるなど、原材料や人件費を中心としたコストの増加が経営の下押し圧力を強めていることが窺われる。

産業別にみると、製造業は「原材料・仕入価格の上昇」が76.6%で最も高くなり、次いで「人件費の増加」が63.8%、「従業員の確保難」が40.4%

と続いた。「原材料・仕入価格の上昇」が非製造業に比べて割合が高くなったほか、「原材料費・人件費以外の経費の増加」や「需要の停滞」にも回答が集まった。非製造業では「原材料・仕入価格の上昇」が69.0%で最も高く、次いで「人件費の増加」が65.5%、「従業員の確保難」が54.9%などとなった。製造業に比べて「人件費の増加」や「従業員の確保難」の割合が高いものとなった。

図表9 経営上の問題点(複数回答)



6. 人材の確保について

本県の2024年9月の有効求人倍率（季調値）は1.20倍となり、直近1年間は概ね1.2倍台で推移している。また、本調査の雇用人員B S I（3ページ）は22年以降マイナス30～40台で推移するなど企業の人手不足感は強い状況が続いているほか、同じく本調査の経営上の問題点（6ページ）では「従業員の確保難」を挙げた企業が5割以上となっている。こうした状況のなか、当社では県内における人材確保の状況と従業員を確保するための手段について調査を行った。

（1）人材確保の状況

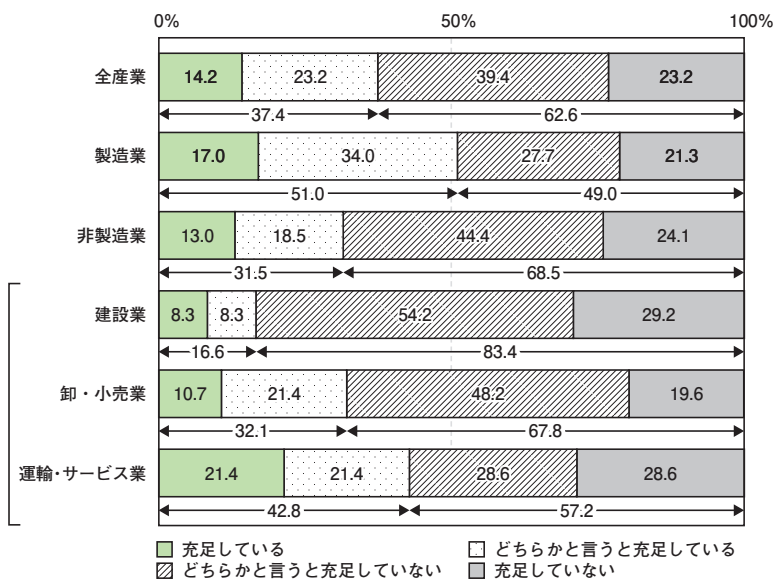
人材確保の状況については「どちらかと言うと充足していない」とする回答が39.4%で最も多く、次いで「どちらかと言うと充足している」と「充足していない」がいずれも23.2%、「充足している」が14.2%となった（図表10）。「どちらかと言うと充足していない」と「充足していない」を合わせた割合は62.6%となり、6割を超える企業で人材が充足していない結果となった。

産業別にみると、製造業では「どちらかと言うと充足している」が34.0%で最も多く、「充足している」と合わせた割合は過半数を上回った。一方、非製造業は「どちらかと言うと充足していない」と「充足していない」を合わせた割合が約7割となり、特に建設業では8割超となった。

（2）人材が充足している背景

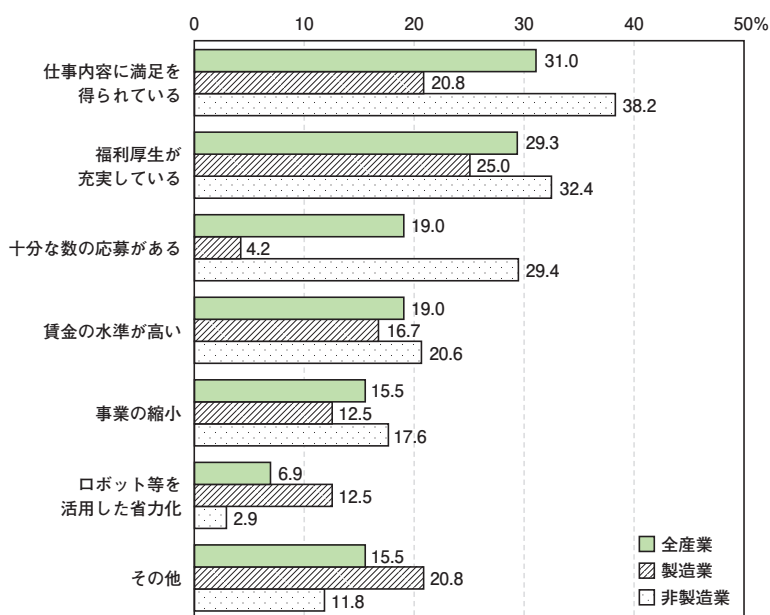
人材が充足しているとする企業に対して、その背景について尋ねたところ、「仕事内容に満足を得られている」が31.0%で最も多く、従業員がやりがいを感じながら仕事に携わることが人材の定着に寄与していると判断する企業が多い結果となった。次いで「福利厚生が充実している」が29.3%、「十分な数の応募がある」と「賃金の水準が高い」が19.0%などとなった（図表11）。

図表10 人材確保の状況



（注）四捨五入の関係で合計が100%にならない場合がある

図表11 人材が充足している背景（複数回答）



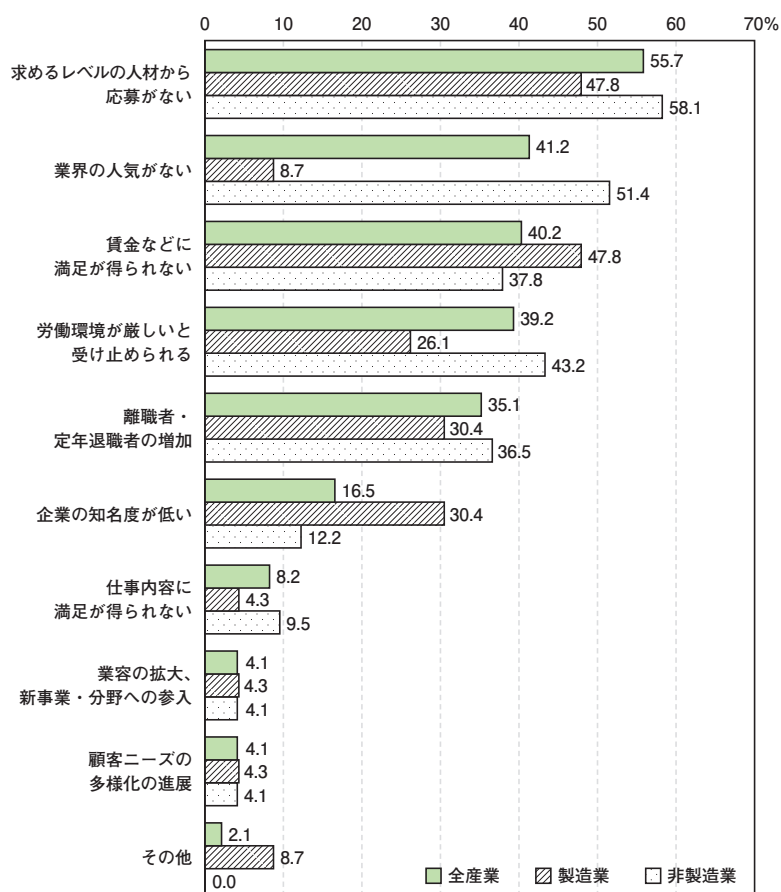
産業別にみると、製造業では「福利厚生が充実している」が最も回答を集めた一方、全体では3番目に多かった「十分な数の応募がある」が最も低い割合となった。非製造業は「仕事内容に満足を得られている」が4割弱となったほか、「福利厚生が充実している」や「十分な数の応募がある」にも回答が集まった。

(3) 人材が充足していない原因

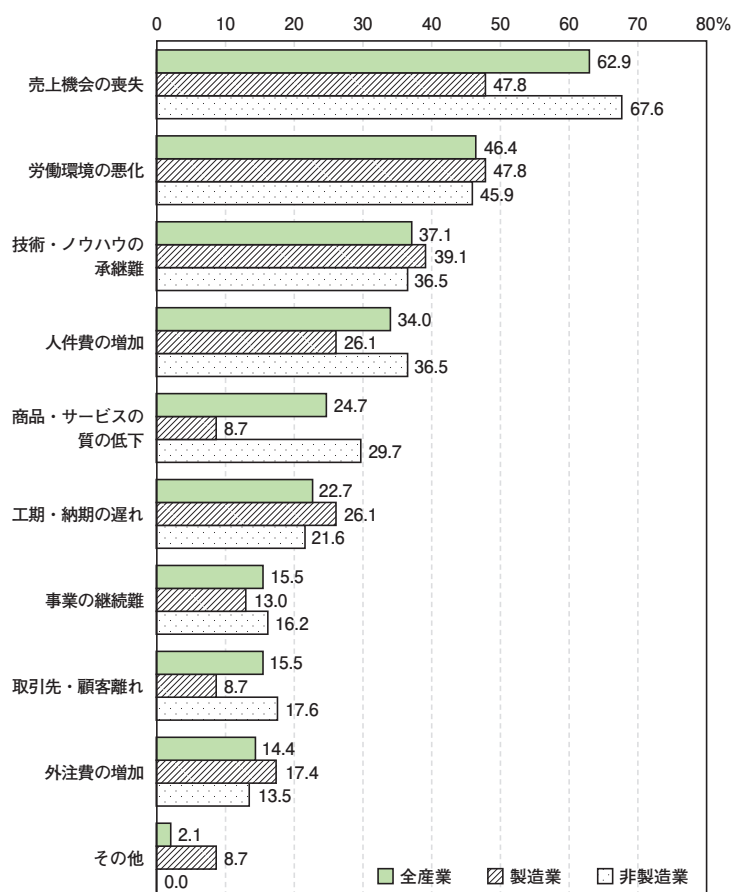
人材が充足していないとする企業に対して、その原因について尋ねたところ、「求めるレベルの人材から応募がない」が55.7%で最も多く、次いで「業界の人気のない」が41.2%、「賃金などに満足が得られない」が40.2%などとなった(図表12)。

産業別にみると、製造業は「求めるレベルの人材から応募がない」と「賃金などに満足が得られない」がいずれも47.8%と最も高くなったほか、「離職者・定年退職者の増加」と「企業の知名度が低い」がそれぞれ3割を超えた。また、非製造業も「求めるレベルの人材から応募がない」が約6割となったほか、「業界の人気のない」や「労働環境が厳しいと受け止められる」などにも回答が集まった。求める人材から思うように応募を得られず採用に苦戦しているほか、業界人気や知名度などを背景に十分な数の応募がないことから人材が不足しているとみられる。

図表12 人材が充足していない原因(複数回答)



図表13 人手不足による懸念内容(複数回答)



(4) 人手不足による懸念内容

人材が充足していないとする企業に人手不足による懸念内容を尋ねたところ、「売上機会の喪失」が62.9%、次いで「労働環境の悪化」が46.4%、「技術・ノウハウの承継難」が37.1%などとなった（前ページ図表13）。

(5) 従業員の確保に向けた課題

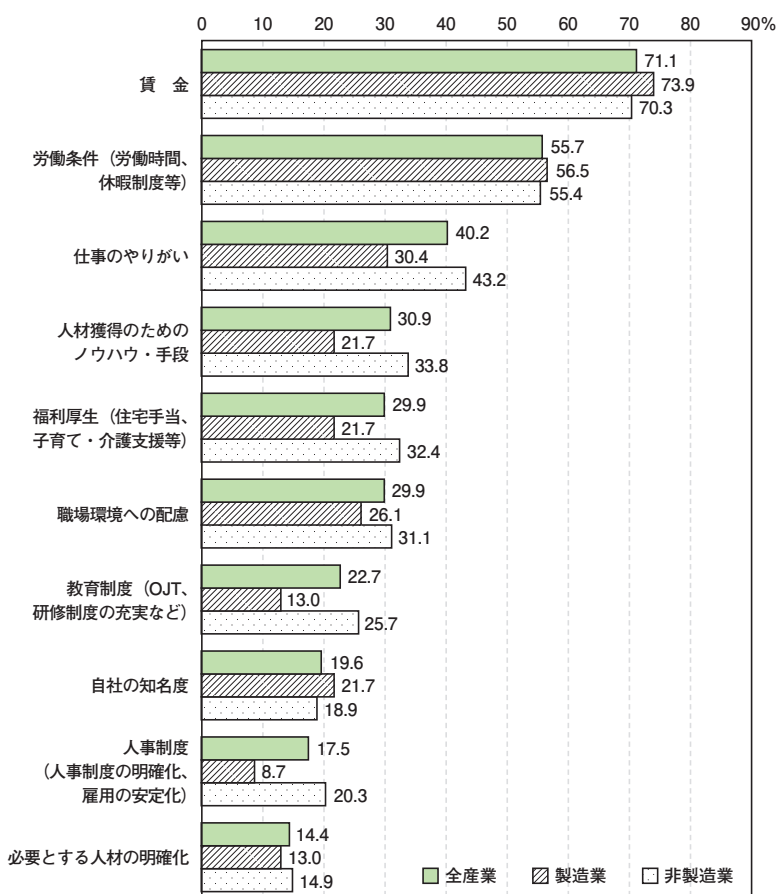
人材が充足していないとする企業に従業員の確保に向けた課題について尋ねたところ、「賃金」が71.1%で最も多く、次いで「労働条件（労働時間、休暇制度等）」が55.7%、「仕事のやりがい」が40.2%などとなった（図表14）。「(3) 人材が充足していない原因」で賃金や労働環境を挙げた企業が約4割となっており、人材の確保や従業員の定着に向けて賃金の引上げや労働条件の見直しを図る様子が窺われる。一方、「(2) 人材が充足している背景」にあるように人材が充足しているとする企業ではその背景について「仕事内容に満足を得られている」を最も多く挙げており、賃金や労働条件などの環境の整備のほかに、従業員の仕事に対するやりがいを高めることも求められると言えよう。

(6) 従業員を確保するための手段

従業員を確保するための手段について尋ねたところ、人材が充足している企業は「ハローワーク」が77.6%で突出している（図表15）。一方、充足していない企業は「ハローワーク」が8割以上となったほか、「就職情報サイト」や「自社ホームページ・ポスター」にも回答が集まるなど、充足している企業と比較して人材を確保するために様々な手段を用いていることが分かる。

（コンサルタント 菊池 祐美）

図表14 従業員の確保に向けた課題（複数回答）



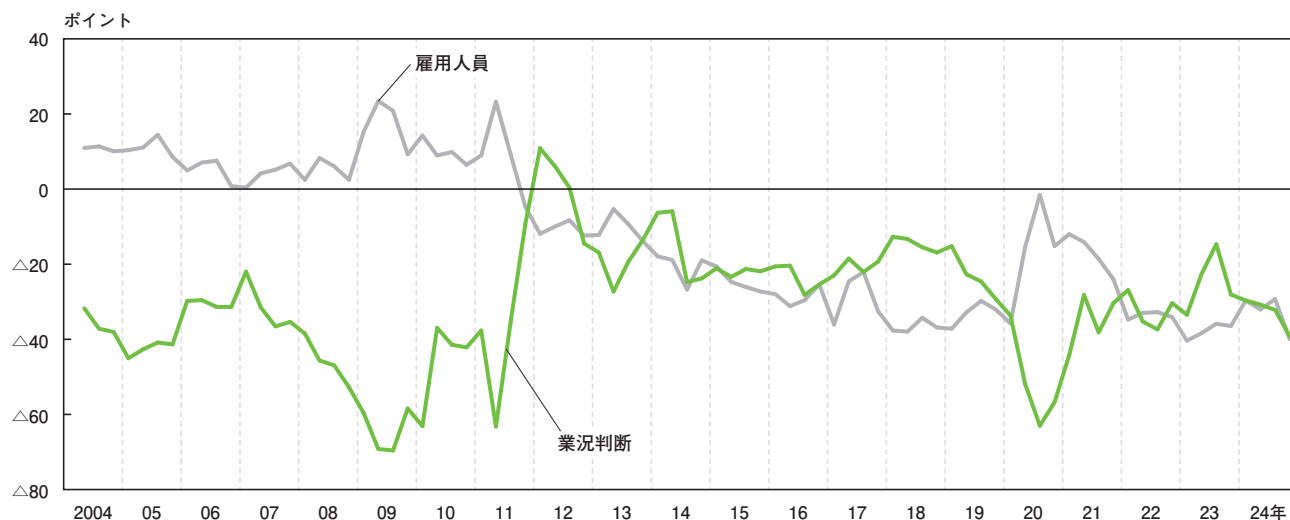
図表15 従業員を確保するための手段（複数回答）

(%)

内 容	充足している	充足していない
ハローワーク	77.6	84.5
就職情報サイト	32.8	57.7
自社ホームページ・ポスター	36.2	49.5
リファラル採用	13.8	26.8
学校からの紹介	17.2	34.0
人材紹介会社	15.5	35.1
合同会社説明会	24.1	38.1
縁故採用	6.9	12.4
ヘッドハンティング	5.2	2.1
その他	3.4	1.0

(注) リファラル採用とは社員が友人や知人を紹介、推薦する採用手法

参考1 業況判断、雇用人員BSIの推移（全産業、現状判断）



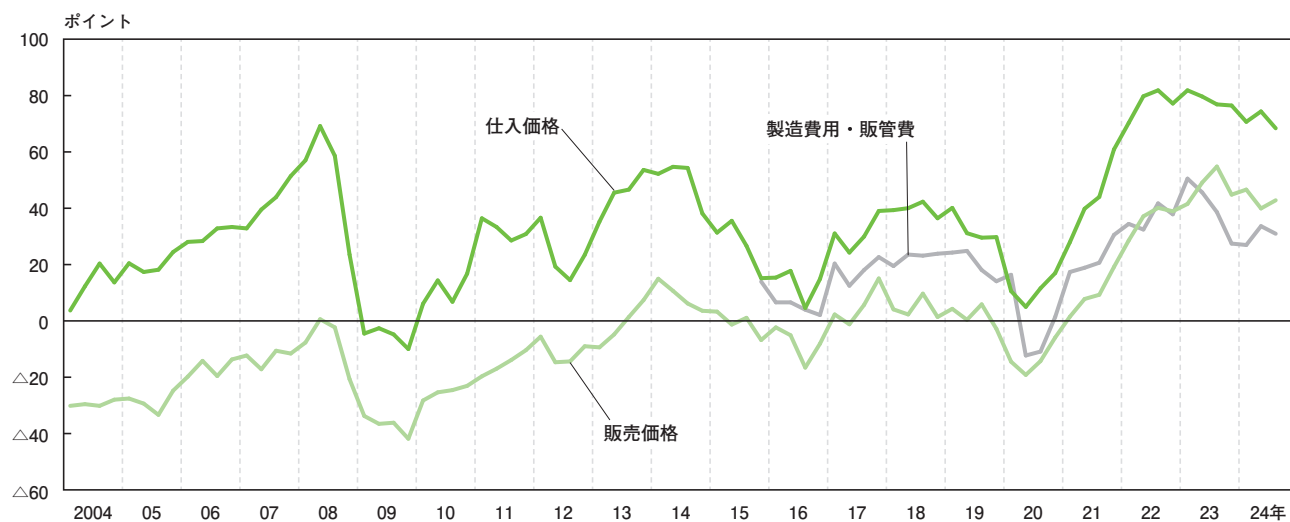
(注) 2004年4月調査から24年10月調査までの現状判断

参考2 売上高、経常利益BSIの推移（全産業、実績）



(注) 2004年1～3月期から24年7～9月期までの実績

参考3 製造費用・販管費、販売価格、仕入価格BSIの推移（全産業、実績）



(注) 1. 2004年1～3月期から24年7～9月期までの実績
2. 製造費用・販管費BSIは同BSIを調査項目に含めた15年10～12月期からの実績

2024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2024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：2024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：560人

○ 回答者属性：右表のとおり

		回答者数	構成比	平均年齢
全 体		人 560	% 100.0	歳 43.9
性 別	男 性	351	62.7	46.0
	女 性	209	37.3	40.3
職 業 別	民間（会社員）	462	82.5	43.5
	公 務 員	98	17.5	45.7
独 身・既 婚 別	独 身	263	47.0	41.2
	既 婚	297	53.0	46.3
年 齢 階 級 別	30 歳 未 満	73	13.0	—
	30 歳 台	113	20.2	—
	40 歳 台	204	36.4	—
	50 歳 台	139	24.8	—
	60 歳 以 上	31	5.5	—

(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

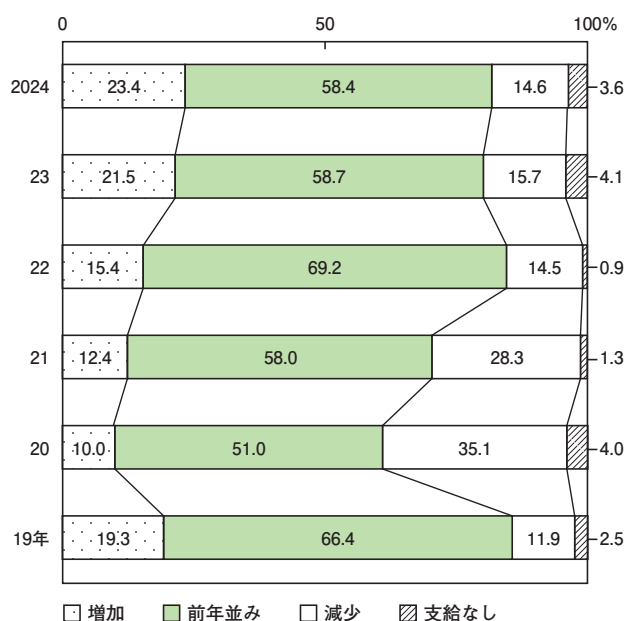
●明るさが見られるものの、力強さには欠ける結果

2024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58.4%（前年調査比0.3ポイント（以下、p）減）で最も多く、次いで「増加」が23.4%（同1.9p増）、「減少」が14.6%（同1.1p減）、「支給なし（※前年は支給あり）」が3.6%（同0.5p減）となった（図表1）。「減少」と「支給なし」が前年を下回ったほか、「増加」は比較可能な16年以降の冬季調査で最多となった。

性別で比較してみると、男性は「前年並み」の上昇や「支給なし」の低下が見られる中で、「減少」が上昇するとともに「増加」が低下するなど弱い動きとなった。また、女性は「支給なし」が上昇し、「前年並み」は低下した一方、「減少」が低下するとともに「増加」が上昇するなど明るさがみられる（次ページ図表2）。

職業別に見ると、民間（会社員）は「前年並み」の割合が上昇する中で、「減少」と「支

図表1 冬季ボーナスの増減予想
（全体、2019～24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

給なし」が低下するとともに「増加」も前年を下回った（同）。

公務員は「前年並み」と「減少」が低下し、「増加」が10.5pの上昇となった。これは8月の人事院勧告で国家公務員の基本給の引き上げ金額が11,183円と1991年以来の高水準となり、ボーナス支給率（月数）も引き上げられたほか、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思われる。

年齢階級別では、30歳未満は「前年並み」が大幅に低下した一方、「増加」と「減少」と「支給なし」が上昇した（図表2）。また、30歳台は「支給なし」がやや前年を上回り「増加」も上昇したものの、「前年並み」と「減少」は低下した。40歳台と50歳台はいずれも「増加」と「減少」と「支給なし」が前年を下回ったが、「前年並み」は上昇の動きとなった。

今回のボーナス支給予想は、「増加」の割合が上昇し、「減少」と「支給なし」の回答がそれぞれ前年を下回った。ただし、民間においては「減少」の割合がやや低下する中で「増加」も低下しており、本調査からは本県における賃上げの明確な動きを捉えることはできず、全体としてボーナスの受取予想は明るさが見られるものの、力強さには欠けると言わざるを得ない。

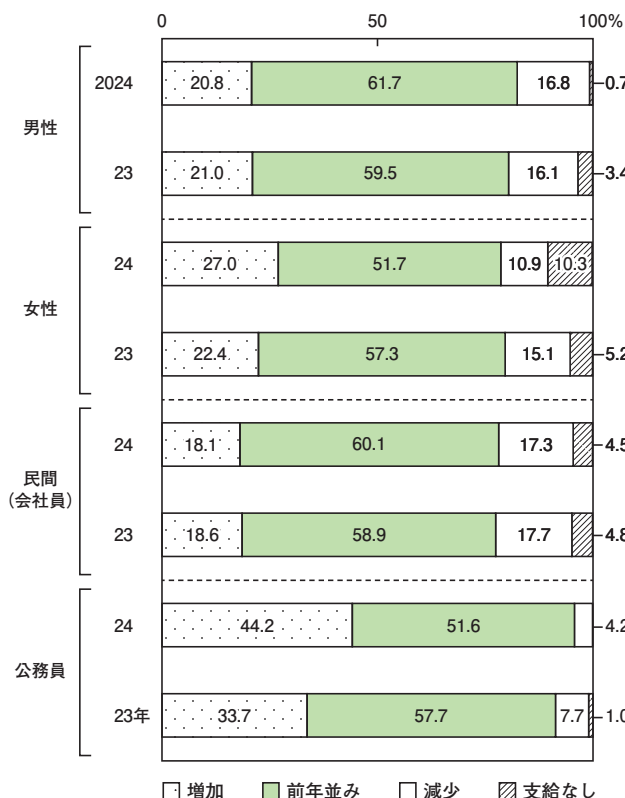
2. 使 途

●使い道にメリハリをつける動き

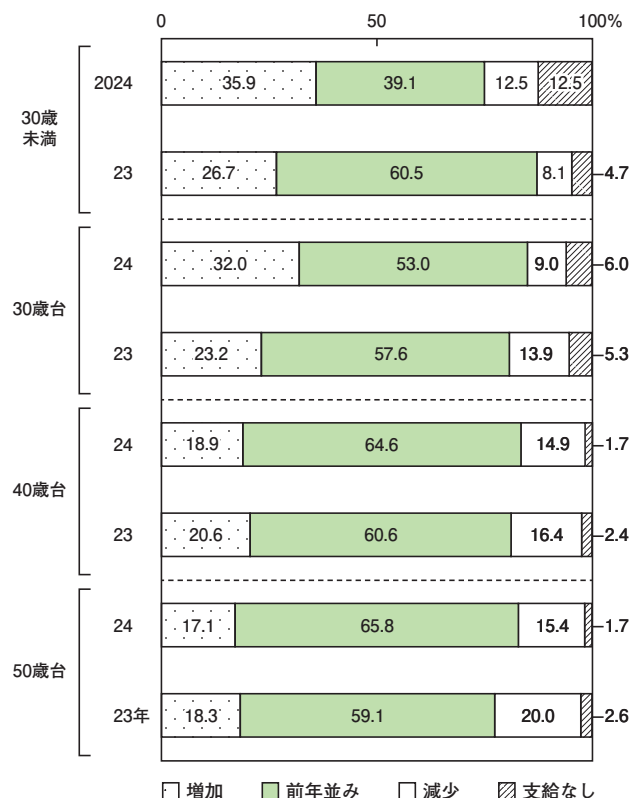
次に、ボーナス支給があったとした回答者に対して、その使途について尋ねた（複数回答）ところ、全体では「消費」と答えた人の割合が71.6%（前年調査比0.4p減）で最も多く、次いで「貯蓄・投資」が57.9%（同8.5p増）、「返済」が25.6%（同12.8p減）となった（次ページ図表3）。

図表2 冬季ボーナスの増減予想（2023、24年）

■ 性別・職業別



■ 年齢階級別



(注) 1. 2年連続で支給がない回答者を除く構成比
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

2. 「増加」は新卒者など前年の支給がなかった場合を含む
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 [2024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	71.6	△ 0.4	(74.6)	70.4	△ 2.5	72.4	2.1	68.0	△ 3.6	73.7	1.3
生活費の補填	35.7	△ 5.0	(40.8)	36.5	△ 3.7	33.3	△ 8.5	32.0	△ 5.8	38.2	△ 4.8
買い物	34.4	3.9	(32.0)	34.9	3.6	32.7	3.6	35.9	3.9	32.7	3.3
旅行・レジャー	21.6	1.3	(23.2)	20.6	△ 0.2	23.1	3.9	22.3	3.6	20.7	△ 0.8
趣味・娯楽	14.8	1.3	(17.8)	16.3	2.9	11.5	△ 2.2	18.9	△ 0.7	11.2	2.3
外食	13.4	2.6	(10.0)	13.6	1.4	12.8	4.6	14.1	3.9	12.7	1.4
教育費	8.6	△ 1.6	(8.6)	9.3	△ 1.4	7.1	△ 2.2	3.4	0.3	12.7	△ 3.0
交際費	7.0	△ 0.7	(5.1)	7.3	△ 1.3	6.4	0.4	10.7	2.7	4.0	△ 3.5
美容サービス	4.8	—	(3.7)	2.7	—	9.0	—	5.3	—	4.4	—
教養・スキルアップ等	2.2	—	(2.7)	2.7	—	1.3	—	1.9	—	2.4	—
その他	4.4	0.5	(8.0)	4.3	0.4	4.5	0.7	5.8	1.8	3.2	△ 0.6
返済	25.6	△ 12.8	(31.4)	29.2	△ 9.8	17.9	△ 19.5	19.9	△ 13.4	29.9	△ 12.4
貯蓄・投資	57.9	8.5	(52.3)	57.1	6.5	58.3	11.0	61.7	7.0	54.2	8.8

(注) 1. 「支給がある」を選択した回答者に占める構成比
2. 設問内容を変更したため前年（2023年冬季）比がない項目がある

「消費」の割合が前年を下回り「返済」も低下の動きとなった一方、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35.7%と最も高く、次いで「買い物」が34.4%、「旅行・レジャー」が21.6%などとなった。性別で見ると、男性は「買い物」や「趣味・娯楽」が上昇した一方、「生活費の補填」が前年を下回ったほか「旅行・レジャー」も小幅ながら低下した。また、女性は「買い物」に加えて「旅行・レジャー」や「外食」が上昇したものの、男性と同様に「生活費の補填」が低下したほか、「趣味・娯楽」も前年を下回った。さらに独身・既婚別に見ると、独身は「買い物」に最も回答が集まった一方、「生活費の補填」や「趣味・娯楽」が前年を下回った。既婚は「買い物」や「趣味・娯楽」が上昇したものの、「生活費の補填」と「旅行・レジャー」が低下した。

「生活費の補填」が最も高い割合となったほか「買い物」や「旅行・レジャー」が上昇するなど、物価高騰が続く中で、使い道についてメリハリをつけて選択していることが窺われる。

3. 買い物の動向

(1) 内容

●購入する品目に優先順位

買い物の内容については、「衣服・身の回り品」が64.7%（前年調査比2.4p減）と割合は低下したものの最多と

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	64.7	△ 2.4	61.0	72.5	66.2	63.4
	飲 食 料 品	34.6	△ 0.2	37.1	29.4	36.5	32.9
	趣 味 ・ 娯 楽 用 品	28.8	△ 0.3	30.5	25.5	36.5	22.0
	家庭用品・日用消耗品	19.9	0.3	19.0	21.6	25.7	14.6
	生 活 家 電	17.9	△ 7.4	16.2	21.6	16.2	19.5
	家具・インテリア	12.8	△ 3.7	12.4	13.7	10.8	14.6
	A V 家 電	12.2	△ 2.4	14.3	7.8	8.1	15.9
	情 報 通 信 家 電	11.5	0.7	13.3	7.8	8.1	14.6
	自 動 車	11.5	△ 1.2	16.2	2.0	16.2	7.3
	医 薬 品 ・ 化 粧 品	9.6	△ 3.7	7.6	13.7	9.5	9.8
そ の 他	2.6	2.6	2.9	2.0	2.7	2.4	
購 入 場 所	大型ショッピングセンター	53.8	△ 9.5	50.5	60.8	45.9	61.0
	大型専門店・量販店	48.7	△ 11.4	49.5	47.1	43.2	53.7
	インターネット・通信販売	48.7	0.6	50.5	45.1	52.7	45.1
	一般小売店・専門店	32.1	△ 4.0	32.4	31.4	40.5	24.4
	百 貨 店	17.3	4.6	15.2	21.6	17.6	17.1

(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

なった（前ページ図表4）。また、「飲食料品」と「趣味・娯楽用品」もわずかに低下したものの上位3項目を中心に回答が集まったほか、11の選択肢のうち8つにおいて前年を下回り、買い物の内容について品目を絞り込むなど選別の動きが強まっている。

(2) 購入場所

●上位3カ所で購入する傾向

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53.8%（同9.5p減）で最多となり、次いで「大型専門店・量販店」（同11.4p減）と「インターネット・通信販売」（同0.6p増）がいずれも48.7%などとなった（前ページ図表4）。「大型ショッピングセンター」と「大型専門店・量販店」は約10pの低下となったほか、「インターネット・通信販売」も微増となったものの、上位3カ所で買い物をする傾向は継続していることが分かる。なお、百貨店は購入場所についての設問を設けた2019年の冬季調査以降で最も高い割合となった。

4. 貯蓄・投資の動向

(1) 目的

●老後や病気・災害に備える動き

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、回答が多い順に「老後の生活資金」が55.1%（前年調査比9.0p増）、次いで「病気や災害への備え」が24.3%（同5.5p増）、「子供等の教育資金」が21.7%（同2.2p増）などとなった（図表5）。「老後の生活資金」が9.0pの上昇となったほか、「病気や災害への備え」も前年を上回り、地震や大雨などによる災害が多く発生していることを受けた防災意識の高まりが窺われる。

(2) 方法

●定期性預貯金が伸長

「貯蓄・投資」の方法は「普通預金（通常貯金）」が81.7%（同5.1p増）となり、次いで「定期性預貯金」が24.7%（10.6p増）、「投資信託（NISA利用）」が22.4%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）」に回答が集まったほか、「定期性預貯金」は金利引上げの動きなどを受けて上昇したとみられる。また、1月に新制度がスタートしたNISA（少額投資非課税制度）については投資信託および株式での運用がそれぞれNISA以外を大きく上回り、「老後」などに向けた資産形成の一環として利用していると考えられる。

（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	55.1	9.0	52.9	59.3	50.4	59.6
	病気や災害への備え	24.3	5.5	20.3	31.9	24.4	24.3
	子ども等の教育資金	21.7	2.2	23.8	17.6	7.9	34.6
	当面の家計の補充	20.5	0.2	24.4	13.2	18.1	22.8
	特に目的はない	19.4	△ 3.3	18.6	20.9	25.2	14.0
	旅行・レジャー等資金	16.3	△ 4.8	16.3	16.5	14.2	18.4
	高額商品購入資金	7.6	1.3	8.7	5.5	7.1	8.1
	住宅新築・改築資金	6.8	△ 3.4	7.0	6.6	3.1	10.3
	結婚資金	4.2	0.3	4.7	3.3	7.1	1.5
	宅地購入資金	3.4	△ 1.3	4.1	2.2	2.4	4.4
	その他の	2.3	0.3	2.9	1.1	3.1	1.5
方法	普通預金（通常貯金）	81.7	5.1	75.6	93.4	85.0	78.7
	定期性預貯金	24.7	10.6	27.3	19.8	22.0	27.2
	投資信託（NISA利用）	22.4	—	26.2	15.4	18.9	25.7
	株式（NISA利用）	14.1	—	17.4	7.7	14.2	14.0
	生命保険	8.7	△ 2.2	8.7	8.8	7.9	9.6
	株式（NISA以外）	7.2	—	9.3	3.3	7.1	7.4
	投資信託（NISA以外）	5.7	—	7.6	2.2	7.9	3.7
	債券	4.6	—	5.8	2.2	5.5	3.7
	その他の	2.7	0.4	3.5	1.1	2.4	2.9

（注）1. 「貯蓄・投資」を選択した回答者に占める構成比
2. 「方法」は設問内容を変更したため前年（2023年冬季）比がない項目がある



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 2024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：019-624-8344

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