

# Research Report

2026 年 9 月

リサーチレポート

## Contents

- 岩手県内企業景況調査
- 岩手県内消費者マインドアンケート調査



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

## — 2026年7月調査 —

当社は「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（2026年7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26年4～6月期の売上高等の実績と同年7～9月期の見通し
- (2) 経営上の問題点
- (3) 価格転嫁の状況

#### 2. 調査時期・方法

26年7月・Web、郵送

#### 3. 調査対象企業

県内企業 332 社

#### 4. 回収状況

- (1) 回収率 47.9% (159 社)
- (2) 回答企業数 製造業 54 社  
非製造業 105 社（建設業 26、卸・小売業 55、運輸・サービス業 24）

※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（2026年7月時点）は前回調査（26年4月、マイナス21.1）から3.5ポイント（以下、p）上昇のマイナス17.6と2期連続の改善となった。産業別では製造業が改善した一方、非製造業は悪化した。
- 円安の進行や中東情勢の混乱を背景とした物価の上昇などによるコスト負担の増加が経営の重しとなっているものの、引き続き製造業で収益環境の改善がみられることから、景況感は持ち直しの動きが継続する結果となった。
- 今後3カ月間の先行きの業況判断BSIはマイナス23.9と現状から6.3p悪化し、製造業、非製造業とも悪化する見通しである。
- 雇用人員BSIの現状判断は前回（マイナス44.0）から10.7p上昇のマイナス33.3と5期ぶり（25年4月調査以来）に不足感が弱まったものの、BSIの水準は引き続き低位に留まっており、経営上の問題点の内容と照らし合わせてみても企業の人手不足感は強い状況が続いている。
- 先行きの雇用人員BSIは現状から0.6p上昇のマイナス32.7と不足感がさらに弱まるとみられる。
- 経営上の問題点については、「原材料・仕入価格の上昇」が74.2%、「人件費の増加」が60.4%、「従業員の確保難」が44.7%などとなった。
- 価格転嫁の状況は「実施している」が69.9%、「実施していない（転嫁できていない）」が24.2%などとなった。一方、全体的なコスト上昇分に対して価格転嫁できた割合は、5割以上が39.3%、5割未満が49.5%となり、転嫁の動向は引き続き二分した状況となっている。

# 1. 業況判断

図表 1 業況判断 B S I

(「良い」-「悪い」・ポイント)

## (1) 現状判断

現状(2026年7月時点)の業況を「良い」と回答した県内企業の割合は前回(26年4月)調査比3.6ポイント(以下、p)増の13.8%、「悪い」が同0.1p増の31.4%とな

| 調査年月<br>産業(業種) | 現 状 判 断       |         | 先行き<br>今後<br>3カ月間 |
|----------------|---------------|---------|-------------------|
|                | 2026年<br>4月調査 | (先行き)   | 26年<br>7月調査       |
| 全 産 業          | △21.1         | (△33.8) | △17.6 □           |
| 製 造 業          | △28.0         | (△36.0) | △7.4 □            |
| 非 製 造 業        | △18.1         | (△32.8) | △22.8 ■           |
| 建 設 業          | △22.6         | (△48.3) | △30.8 ■           |
| 卸・小売業          | △20.0         | (△21.8) | △23.6 ■           |
| 運輸・サービス業       | △10.0         | (△36.6) | △12.5 ■           |

「□」は B S I の上昇、「■」は低下、「ー」は横ばいを示す

り、業況判断 B S I (「良い」-「悪い」)の現状判断は前回(マイナス21.1)から3.5p上昇のマイナス17.6と2期連続で改善した(図表1、2)。

産業別にみると、製造業が同20.6p上昇のマイナス7.4と大幅に改善した。一方、非製造業は同4.7p低下のマイナス22.8と3業種全てで悪化の動きとなった。

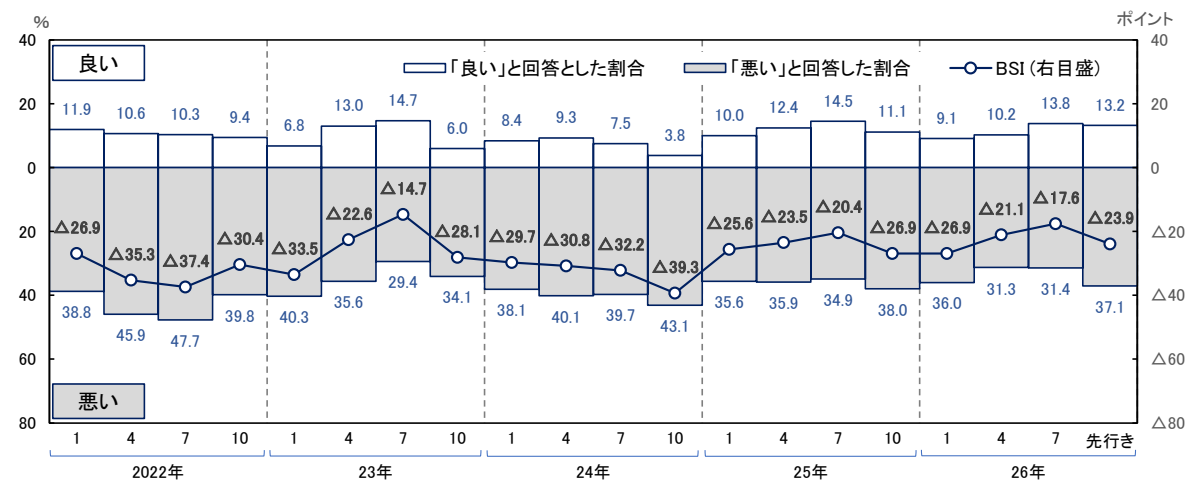
円安の進行や中東情勢の混乱を背景とした物価の上昇などによるコスト負担の増加が経営の重しとなっているものの、引き続き製造業で収益環境の改善がみられることなどから、景況感は持ち直しの動きが継続する結果となった。

## (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0.6p減の13.2%となり、「悪い」は同5.7p増の37.1%となったことから、先行きの業況判断 B S I はマイナス23.9と現状から6.3p悪化する見通しである。

産業別では、製造業はマイナス9.3と同1.9p低下すると見込まれる。また、非製造業も8.6p低下のマイナス31.4と建設業でマイナス幅が二桁台の拡大となるなど、

図表 2 業況判断 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

3業種全てで悪化するとみられる。

## 2. 雇用人員

図表3 雇用人員BSI

### (1) 現状判断

現状（2026年7月時点）の雇用人員を「過剰」と回答した割合は前回調査比0.7p増の1.9%となり、「不足」は同10.0p減の35.2%となったことから、雇用人員BSI（「過剰」－「不足」）の

（「過剰」－「不足」・ポイント）

| 調査年月<br>産業(業種) | 現 状 判 断       |             | 先行き        |
|----------------|---------------|-------------|------------|
|                | 2026年<br>4月調査 | 26年<br>7月調査 | 今後<br>3カ月間 |
| 全 産 業          | △44.0         | △33.3 □     | △32.7 □    |
| 製 造 業          | △40.0         | △38.9 □     | △37.0 □    |
| 非 製 造 業        | △45.7         | △30.4 □     | △30.4 -    |
| 建 設 業          | △48.4         | △38.5 □     | △42.4 ■    |
| 卸・小売業          | △47.3         | △30.9 □     | △32.7 ■    |
| 運輸・サービス業       | △40.0         | △20.8 □     | △12.5 □    |

現状判断は前回（マイナス44.0）から10.7p上昇のマイナス33.3となった（図表3、4）。5期ぶり（25年4月調査以来）に不足感が弱まったものの、BSIの水準は引き続き低位に留まっているほか、後述する「5. 経営上の問題点」の内容においても「従業員の確保難」が上位となるなど、企業の人手不足感は根強い状況となっている。

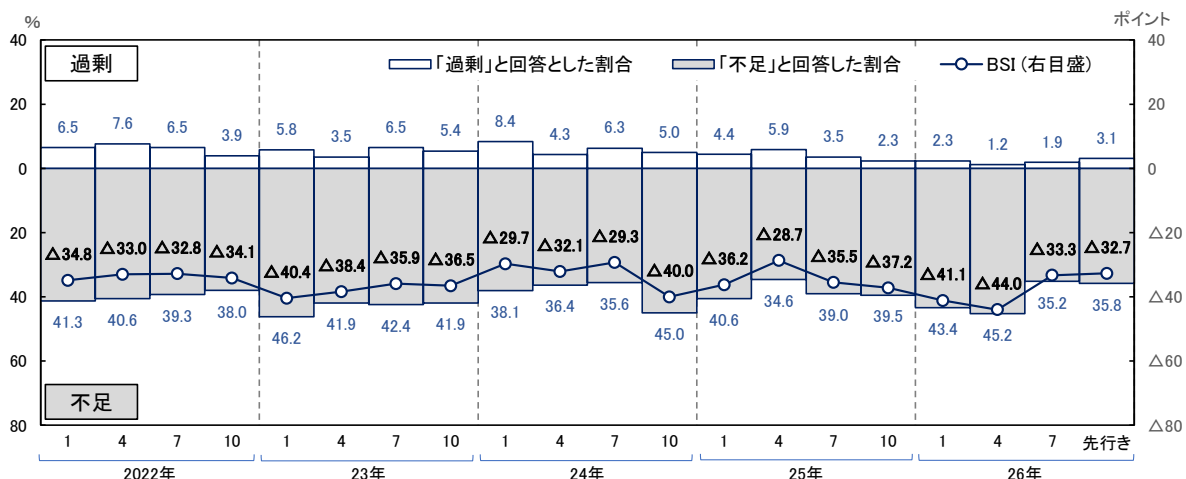
産業別では製造業は同1.1p上昇のマイナス38.9と不足感がやや弱まった。また、非製造業も同15.3p上昇のマイナス30.4と卸・小売業と運輸・サービス業でマイナス幅が二桁台の縮小となるなど、3業種全てで不足感が弱まった。

### (2) 先行き

今後3カ月間の雇用人員を「過剰」とした割合は現状比1.2p増の3.1%、「不足」が同0.6p増の35.8%となったことから、先行きの雇用人員BSIは現状から0.6p上昇のマイナス32.7とマイナス幅が縮小するとみられる。

産業別では、製造業は同1.9p上昇のマイナス37.0と不足感が弱まると予想され

図表4 雇用人員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

る。一方、非製造業は建設業と卸・小売業でマイナス幅が拡大するものの、運輸・サービス業で不足感が弱まることから、全体では現状と同水準で推移する見通しである。

### 3. 企業収益（売上高、経常利益）

#### （1）売上高

##### ① 実績

2026年4～6月期の売上高BSI（「増加」－「減少」）はマイナス2.5と26年1～3月期（マイナス1.2）からマイナス幅が1.3p拡大して2期連続の悪化となった（図表5、次ページ図表6）。産業別では、製造業はプラス14.8（前期比1.2p低下）と前回調査を下回った。また、非製造業はマイナス11.4（同2.8p低下）と卸・小売業と運輸・サービス業で改善したものの、建設業でマイナス幅が大幅に拡大したことなどから、全体では悪化の動きとなった。

##### ② 先行き

26年7～9月期の売上高BSIはマイナス4.4と4～6月期を1.9p下回ると予想される（図表5）。産業別では、製造業はプラス16.6（同1.8p上昇）と改善する見通しである。一方、非製造業はマイナス15.2（同3.8p低下）と運輸・サービス業で二桁台の改善となるものの、建設業でマイナス幅が拡大するほか、卸・小売業がマイナスに転じることから、全体では悪化すると見込まれる。

#### （2）経常利益

##### ① 実績

26年4～6月期の経常利益BSI（「増加」－「減少」）はマイナス12.0となり、26年1～3月期（マイナス10.9）からマイナス幅が1.1p拡大して2期ぶりの悪化となった（図表5）。同BSIは24年1～3月期以降売上高BSIを下回っており、両者の乖離が継続している（次ページ図表6）。「5. 経営上の問題点」にあるように、原材料費や人件費などのコスト負担の増加が収益を圧迫している。

産業別では、製造業はプラス3.7（同1.7p上昇）と改善した。一方、非製造業はマ

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          |
|          |   | 2026年<br>1～3月期 | 26年<br>4～6月期 | 26年<br>7～9月期 | 2026年<br>1～3月期 | 26年<br>4～6月期 | 26年<br>7～9月期 |
| 全産業      |   | △1.2           | △2.5 ■       | △4.4 ■       | △10.9          | △12.0 ■      | △20.8 ■      |
| 製造業      |   | 16.0           | 14.8 ■       | 16.6 □       | 2.0            | 3.7 □        | △7.4 ■       |
| 非製造業     |   | △8.6           | △11.4 ■      | △15.2 ■      | △16.4          | △20.0 ■      | △27.6 ■      |
| 建設業      |   | △32.3          | △53.9 ■      | △57.7 ■      | △51.6          | △69.2 ■      | △69.3 ■      |
| 卸・小売業    |   | 3.6            | 5.5 □        | △5.5 ■       | 3.6            | 3.6 -        | △16.4 ■      |
| 運輸・サービス業 |   | △6.7           | △4.2 □       | 8.3 □        | △16.7          | △20.8 ■      | △8.4 □       |

ポイント

増加

売上高BSI

経常利益BSI

減少

~23年7~9月期、24年1~3月期以降  
売上高BSI > 経常利益BSI

1~3 4~6 7~9 10~12 1~3 4~6 7~9 10~12 1~3 4~6 7~9 10~12 1~3 4~6 7~9 月期

2022年 23年 24年 25年 26年

イナス 20.0 (同 3.6 p 低下) と卸・小売業が 26 年 1 ～ 3 月期と同水準となったものの、運輸・サービス業でマイナス幅が拡大したほか、建設業で二桁台の悪化となった。

26 年 7～9 月期の経常利益 B S I はマイナス 20.8 と 4～6 月期を 8.8 p 下回る見込みである（前ページ図表 5）。産業別では、製造業はマイナス 7.4（同 11.1 p 低下）と悪化するとみられる。また、非製造業もマイナス 27.6（同 7.6 p 低下）と運輸・サービス業で改善するものの、建設業は現状とほぼ同水準で推移するほか、卸・小売業で大幅に悪化すると予想される。

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）。

(ポイント)

| 調査年月<br><br>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        |
|                    |  | 2026年<br>4月調査       | 26年<br>7月調査 | 今後<br>3カ月間 | 2026年<br>4月調査        | 26年<br>7月調査 | 今後<br>3カ月間 | 2026年<br>4月調査    | 26年<br>7月調査 | 今後<br>3カ月間 |
| 全 産 業              |  | △4.2                | △6.6 ■      | △5.8 □     | △7.8                 | △8.2 ■      | △9.4 ■     | △9.1             | △5.0 □      | △13.9 ■    |
| 製 造 業              |  | 2.0                 | △5.6 ■      | 0.0 □      | △8.0                 | △5.6 □      | △7.4 ■     | △24.0            | △7.4 □      | △14.8 ■    |
| 非 製 造 業            |  | △8.7                | △7.5 □      | △10.4 ■    | △7.7                 | △9.5 ■      | △10.5 ■    | △2.6             | △3.8 ■      | △13.3 ■    |
| 建 設 業              |  | -                   | -           | -          | △6.5                 | 0.0 □       | △3.9 ■     | 3.2              | 11.6 □      | △15.4 ■    |
| 卸・小売業              |  | △12.7               | △12.7 -     | △14.5 ■    | △10.9                | △18.2 ■     | △20.0 ■    | 0.0              | △9.1 ■      | △12.7 ■    |
| 運輸・サービス業           |  | 7.2                 | 16.7 □      | 8.3 ■      | △3.3                 | 0.0 □       | 4.1 □      | △13.3            | △8.4 □      | △12.5      |

5

図表 8 製造費用・販管費、販売価格、仕入価格 B S I

| 期<br>産業(業種) |  | 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          |
|             |  | 2026年<br>1～3月期       | 26年<br>4～6月期 | 26年<br>7～9月期 | 2026年<br>1～3月期   | 26年<br>4～6月期 | 26年<br>7～9月期 | 2026年<br>1～3月期   | 26年<br>4～6月期 | 26年<br>7～9月期 |
|             |  | 2026年<br>1～3月期       | 26年<br>4～6月期 | 26年<br>7～9月期 | 2026年<br>1～3月期   | 26年<br>4～6月期 | 26年<br>7～9月期 | 2026年<br>1～3月期   | 26年<br>4～6月期 | 26年<br>7～9月期 |
| 全 産 業       |  | 43.4                 | 50.3 □       | 51.6 □       | 56.0             | 56.0 -       | 47.8 ■       | 84.3             | 83.7 ■       | 77.9 ■       |
| 製 造 業       |  | 48.0                 | 53.7 □       | 53.7 -       | 60.0             | 53.7 ■       | 44.4 ■       | 88.0             | 79.6 ■       | 77.8 ■       |
| 非 製 造 業     |  | 41.4                 | 48.6 □       | 50.5 □       | 54.3             | 57.1 □       | 49.5 ■       | 82.8             | 85.7 □       | 78.1 ■       |
| 建設業         |  | 35.5                 | 50.0 □       | 53.9 □       | 35.4             | 46.2 □       | 34.7 ■       | 87.1             | 96.2 □       | 92.3 ■       |
| 卸・小売業       |  | 41.8                 | 45.5 □       | 45.4 ■       | 72.8             | 65.5 ■       | 56.4 ■       | 89.1             | 87.3 ■       | 74.6 ■       |
| 運輸・サービス業    |  | 46.7                 | 54.1 □       | 58.3 □       | 40.0             | 50.0 □       | 50.0 -       | 66.7             | 70.8 □       | 70.8 -       |

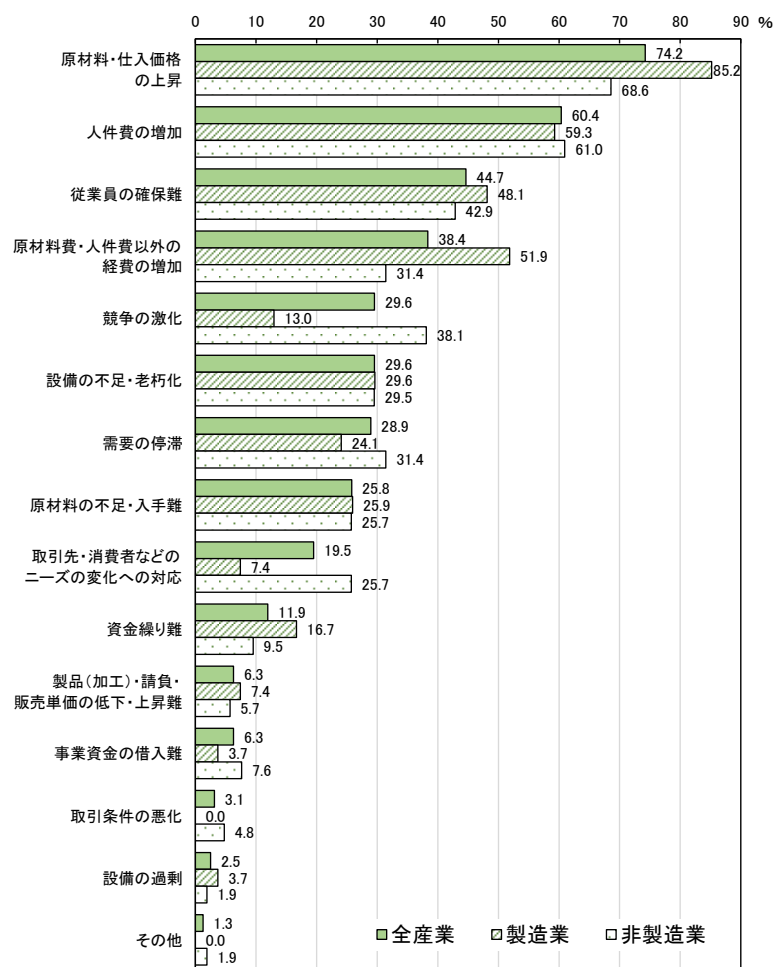
(ポイント)

## 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」の割合が最も高く74.2%となり、次いで「人件費の増加」が60.4%、「従業員の確保難」が44.7%などとなった(図表9)。

産業別にみると、製造業は「原材料・仕入価格の上昇」が85.2%で最多となり、次いで「人件費の増加」が59.3%、「原材料費・人件費以外の経費の増加」が51.9%などとなった。前回調査に続いて「原材料・仕入価格の上昇」が8割を上回っているほか、「原材料・人件費以外の経費の増加」は5割を超える回答を集めており、物価の高騰や人件費の上昇などが経営の足かせになっているこ

図表 9 経営上の問題点 (複数回答)



とが窺われる。また、非製造業と比べて「原材料・仕入価格の上昇」、「従業員の確保難」、「原材料費・人件費以外の経費の増加」の割合が高くなった。非製造業では「原材料・仕入価格の上昇」が68.6%で最も多く、次いで「人件費の増加」が61.0%、「従業員の確保難」が42.9%などとなった。製造業と比較して「人件費の増加」の割合が高くなったほか、「競争の激化」や「需要の停滞」にも回答が集まった。

## 6. 価格転嫁の状況

2020 年平均を 100 とする全国の企業物価指数について直近 1 年間を見ると、25 年 6 月から 26 年 3 月までは前年同月比 2 % 台のプラスで推移しており、6 月は 135.4 で同 7.1% の上昇となっている。また、本調査の仕入価格 B S I を見ると、21 年 10～12 月期からプラス 60～80 台で推移しているほか、製造費用・販管費 B S I もプラス 20～50 台と高い水準となっている（11 ページ、参考 3）。さらに、経営上の問題点（前ページ）では、本設問を設けた 23 年 7 月調査以降「原材料・仕入価格の上昇」や「人件費の増加」が常に上位となっており、物価や人件費などのコスト負担の増加が収益面の下押し圧力を強める状況が続いている。こうしたなか、当社では県内における価格転嫁の状況について調査を行った。

### （1）価格転嫁の実施状況

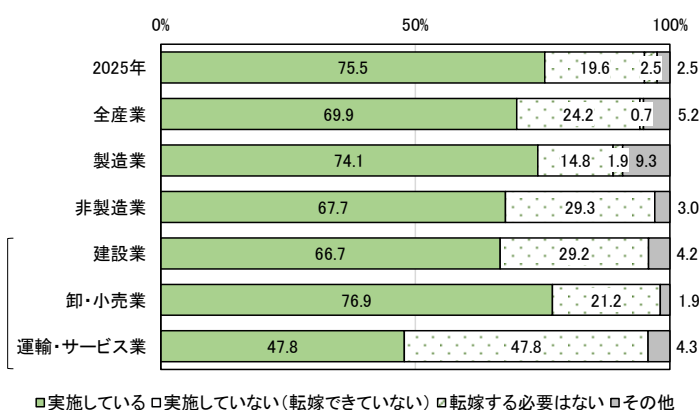
価格転嫁の実施状況について、「実施している」と回答した企業の割合が前年（25 年 7 月）調査比 5.6 p 減の 69.9%、「実施していない（転嫁できていない）」が同 4.6 p 増の 24.2%、「転嫁する必要はない」が同 1.8 p 減の 0.7% などとなった（図表 10）。価格転嫁を実施している企業の割合は前年から低下したものの約 7 割となり、引き続き多くの企業で価格転嫁に取り組んでいる状況となっている。

産業別に見ると、「実施している」は製造業で 7 割以上となり、非製造業では卸・小売業で 8 割弱となった一方、運輸・サービス業では半数に満たない水準となるなど、業種によって差が見られる結果となった。

### （2）全体的なコスト上昇分に対して価格転嫁できた割合

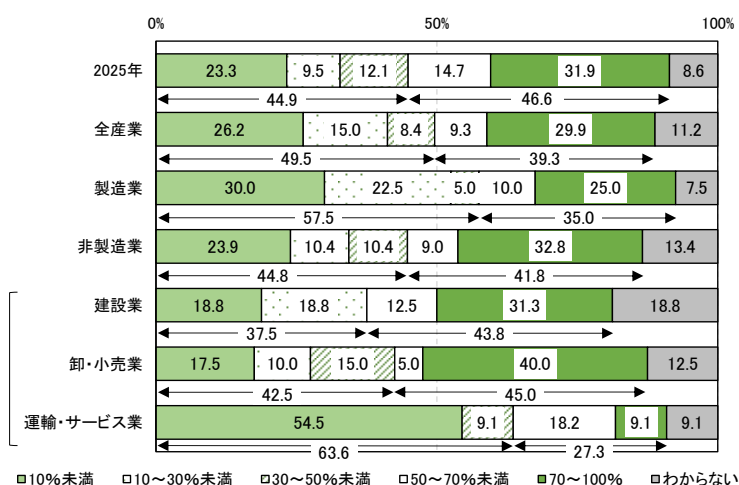
価格転嫁を実施しているとする企業に対して、その割合について尋ねたところ、「70～100%」が 29.9%（同 2.0 p 減）で最も高い割合となり、次いで「10%未満」が 26.2%（同 2.9 p 増）、「10～30%未満」が 15.0%（同 5.5 p 増）などとなった（図表 11）。「50～70%未満」と「70～100%」を合わせた 5 割以上価格転嫁できた企業の割合は 39.3%（同 7.3 p 減）となった一方、「10%未

図表 10 価格転嫁の実施状況



（注）1. 2025 年は全産業  
2. 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 全体的なコスト上昇分に対して価格転嫁できた割合



（注）1. 2025 年は全産業  
2. 四捨五入の関係で合計が一致しない、または、100%にならない場合がある

満」、「10～30%未満」、「30～50%未満」を合わせた5割未満の価格転嫁に留まっている企業の割合は49.5%（同4.6p増）となり、転嫁の動向は引き続き二分した状況となっている。

産業別に見ると、製造業は「10%未満」が3割と最も回答を集めたものの、非製造業では「70～100%」が32.8%で最多となった。また、5割未満の価格転嫁に留まっている割合は、製造業で6割弱となった一方、非製造業は44.8%となった。ただし、非製造業は建設業と卸・小売業でいずれも約4割となったものの、運輸・サービス業では6割を上回り、業種によって転嫁の進展に差があることが示された。

### （3）コスト要素別の価格転嫁の状況

#### ① 原材料・仕入価格

価格転嫁を実施しているとする企業に対して、原材料・仕入価格の上昇分を転嫁できた割合について尋ねたところ、「70～100%」が38.5%で最も高く、次いで「10%未満」が26.4%、「10～30%未満」が15.4%などとなった（図表12）。

産業別に見ると、製造業は「10%未満」と「70～100%」がそれぞれ約3割

となり、二極化していることが窺われる。非製造業は「70～100%」が4割超で最も回答を集めたものの、運輸・サービス業では「10%未満」が6割と低い転嫁率に留まっており、対応の状況は業種によってバラツキが見られる。

また、「（2）全体的なコスト上昇分に対して価格転嫁できた割合」における回答の内容別で見ると、全体的なコスト上昇分の転嫁率を「70～100%」としたほぼ全ての企業が原材料・仕入価格の上昇分に対して転嫁できた割合を「70～100%」とした。一方、全体的なコスト上昇分の転嫁が「10%未満」とした企業は原材料などの値上がり分の転嫁も「10%未満」とする回答が大勢を占めた。コスト全般と材料などの調達における価格転嫁の動向は結びつきが強いことが考えられる。

#### ② 労務費

価格転嫁を実施しているとする企業に対して、労務費を転嫁できた割合について尋ねたところ、「10%未満」が37.6%で最も高く、次いで「70～100%」が21.5%、「30～50%未満」が15.1%などとなった（次ページ図表13）。

産業別に見ると、製造業は「10%未満」が3割以上、非製造業も「10%未満」が4割弱となり、いずれも労務費は低い転嫁率となった。また、運輸・サービス業で

図表12 原材料・仕入価格の上昇分に対して価格転嫁できた割合

| 設 問<br>区 分                          |                                     | 原材料・仕入価格の上昇分に対して価格転嫁できた割合 (%) |          |          |          |         |
|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------|----------|----------|----------|---------|
|                                     |                                     | 10%未満                         | 10～30%未満 | 30～50%未満 | 50～70%未満 | 70～100% |
| 全 産 業                               | 全 産 業                               | 26.4                          | 15.4     | 11.0     | 8.8      | 38.5    |
|                                     | 製 造 業                               | 32.4                          | 14.7     | 8.8      | 14.7     | 29.4    |
|                                     | 非 製 造 業                             | 22.8                          | 15.8     | 12.3     | 5.3      | 43.9    |
|                                     | 建設業                                 | 23.1                          | 15.4     | 15.4     | 7.7      | 38.5    |
|                                     | 卸・小売業                               | 11.8                          | 20.6     | 8.8      | 2.9      | 55.9    |
|                                     | 運輸・サービス業                            | 60.0                          | 0.0      | 20.0     | 10.0     | 10.0    |
|                                     | 全体的なコスト<br>上昇分に対して<br>価格転嫁できた<br>割合 | 88.0                          | 8.0      | 0.0      | 4.0      | 0.0     |
| 全体的なコスト<br>上昇分に対して<br>価格転嫁できた<br>割合 | 10～30%未満                            | 12.5                          | 62.5     | 18.8     | 0.0      | 6.3     |
|                                     | 30～50%未満                            | 0.0                           | 22.2     | 55.6     | 0.0      | 22.2    |
|                                     | 50～70%未満                            | 0.0                           | 0.0      | 20.0     | 60.0     | 20.0    |
|                                     | 70～100%                             | 0.0                           | 0.0      | 0.0      | 3.2      | 96.8    |

（注）1. 「わからない」と「転嫁する必要はない」には回答がなかった  
2. 四捨五入の関係で合計が100%にならない場合がある

は「10%未満」が半数を超えた。一方、建設業は「10%未満」が最も多かったものの「70～100%」が3割を上回るなど、相対的に転嫁が浸透しているとみられる。

さらに、「(2) 全体的なコスト上昇分に対して価格転嫁できた割合」における回答の内

容別で見ると、全体的なコスト上昇分の転嫁率を「10%未満」とした企業は労務費の転嫁率も「10%未満」とする回答が8割超となった。また、全体的なコスト上昇分を「10～30%未満」転嫁できているとした企業も労務費の転嫁率は「10%未満」が最も高い割合となるなど、原材料・仕入価格よりも転嫁に結びついていない様子が窺われる。

### ③ 産業用燃料・ガソリン費

価格転嫁を実施しているとする企業に対して、産業用燃料・ガソリン費の上昇分を転嫁できた割合について尋ねたところ、「10%未満」が40.0%で最も高く、次いで「70～100%」が20.0%、「10～30%未満」が11.1%などとなった(図表14)。

産業別に見ると、「10%未満」が製造業、非製造業ともに約4割と転嫁率は低水準となっており、特に運輸・サービス業では6割を上回った。

また、「(2) 全体的なコスト上昇分に対して価格転嫁できた割合」における回答の内容別で見ると、全体的なコスト上昇分の転嫁率を「10%未満」または「10～30%未満」とした企業は産業用燃料・ガソリン費の転嫁率も「10%未満」とする回答が最多となった。また、全体的なコスト上昇分を「50～70%未満」転嫁できているとした企業もエネルギー費の転嫁は「30～50%未満」が最も回答を集めたほか、「10%未満」も2割となり、販売価格への反映に苦戦していることが推察される。

図表 13 労務費の上昇分に対して価格転嫁できた割合

(%)

| 設 問<br>区 分 |                                     | 労務費の上昇分に対して価格転嫁できた割合 |          |          |          |         |       |           |
|------------|-------------------------------------|----------------------|----------|----------|----------|---------|-------|-----------|
|            |                                     | 10%未満                | 10～30%未満 | 30～50%未満 | 50～70%未満 | 70～100% | わからない | 転嫁する必要はない |
| 全 産 業      | 全 業                                 | 37.6                 | 11.8     | 15.1     | 6.5      | 21.5    | 6.5   | 1.1       |
|            | 製 造 業                               | 35.1                 | 13.5     | 8.1      | 8.1      | 24.3    | 8.1   | 2.7       |
|            | 非 製 造 業                             | 39.3                 | 10.7     | 19.6     | 5.4      | 19.6    | 5.4   | 0.0       |
|            | 建設業                                 | 38.5                 | 0.0      | 23.1     | 0.0      | 30.8    | 7.7   | 0.0       |
|            | 卸・小売業                               | 35.3                 | 14.7     | 17.6     | 8.8      | 17.6    | 5.9   | 0.0       |
|            | 運輸・サービス業                            | 55.6                 | 11.1     | 22.2     | 0.0      | 11.1    | 0.0   | 0.0       |
|            | 全体的なコスト<br>上昇分に対して<br>価格転嫁できた<br>割合 | 85.2                 | 0.0      | 3.7      | 0.0      | 0.0     | 7.4   | 3.7       |
| 全 産 業      | 10～30%未満                            | 56.3                 | 18.8     | 18.8     | 0.0      | 0.0     | 6.3   | 0.0       |
|            | 30～50%未満                            | 0.0                  | 66.7     | 33.3     | 0.0      | 0.0     | 0.0   | 0.0       |
|            | 50～70%未満                            | 10.0                 | 10.0     | 40.0     | 40.0     | 0.0     | 0.0   | 0.0       |
|            | 70～100%                             | 6.5                  | 3.2      | 9.7      | 6.5      | 64.5    | 9.7   | 0.0       |

(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 14 産業用燃料・ガソリン費の上昇分に対して価格転嫁できた割合

(%)

| 設 問<br>区 分 |                                     | 産業用燃料・ガソリン費の上昇分に対して価格転嫁できた割合 |          |          |          |         |       |           |
|------------|-------------------------------------|------------------------------|----------|----------|----------|---------|-------|-----------|
|            |                                     | 10%未満                        | 10～30%未満 | 30～50%未満 | 50～70%未満 | 70～100% | わからない | 転嫁する必要はない |
| 全 産 業      | 全 業                                 | 40.0                         | 11.1     | 7.8      | 7.8      | 20.0    | 7.8   | 5.6       |
|            | 製 造 業                               | 38.9                         | 8.3      | 5.6      | 5.6      | 25.0    | 11.1  | 5.6       |
|            | 非 製 造 業                             | 40.7                         | 13.0     | 9.3      | 9.3      | 16.7    | 5.6   | 5.6       |
|            | 建設業                                 | 38.5                         | 7.7      | 15.4     | 15.4     | 15.4    | 7.7   | 0.0       |
|            | 卸・小売業                               | 36.4                         | 15.2     | 9.1      | 9.1      | 21.2    | 6.1   | 3.0       |
|            | 運輸・サービス業                            | 62.5                         | 12.5     | 0.0      | 0.0      | 0.0     | 0.0   | 25.0      |
|            | 全体的なコスト<br>上昇分に対して<br>価格転嫁できた<br>割合 | 83.3                         | 4.2      | 0.0      | 0.0      | 0.0     | 8.3   | 4.2       |
| 全 産 業      | 10～30%未満                            | 62.5                         | 18.8     | 6.3      | 0.0      | 0.0     | 12.5  | 0.0       |
|            | 30～50%未満                            | 11.1                         | 55.6     | 22.2     | 0.0      | 0.0     | 0.0   | 11.1      |
|            | 50～70%未満                            | 20.0                         | 10.0     | 30.0     | 20.0     | 10.0    | 0.0   | 10.0      |
|            | 70～100%                             | 9.7                          | 0.0      | 3.2      | 16.1     | 54.8    | 9.7   | 6.5       |

(注) 四捨五入の関係で合計が100%にならない場合がある

#### (4) 5割以上価格転嫁できた理由

全体的なコスト上昇分に対して価格転嫁できた割合を「50～70%未満」または「70～100%」とする企業に5割以上価格転嫁できた理由について尋ねたところ、「取引先や消費者からの理解が進んだ」が69.0%で最も高く、次いで「上昇したコストのエビデンス（原価など）を提示した」が33.3%、「粘り強く価格交渉を行った」が26.2%などとなった（図表15）。取引先などから理解を得られたことや根拠資料の提示による粘り強い交渉によって、5割を超える転嫁につながったことが考えられる。

前年調査との比較では、「取引先や消費者からの理解が進んだ」が二桁台の低下となったほか、「競合他社が価格転嫁を行った」や「業界全体で価格転嫁の促進に取り組んだ」も前年を下回った。

#### (5) 5割未満の価格転嫁に留まっている理由

「(1) 価格転嫁の実施状況」で「転嫁していない（できていない）」または、価格転嫁できた割合を「10%未満」、「10～30%未満」、「30～50%未満」のいずれかに回答した企業に対して、5割未満の価格転嫁に留まっている理由を尋ねたところ、「受注が減少する可能性がある」が45.6%で最多となり、次いで「コスト上昇に価格転嫁のペースが追い付かない」が42.2%、「競合他社が多い」が30.0%などとなった（図表16）。

前年調査との比較では「受注が減少する可能性がある」が前年を上回ったほか、「コスト上昇に価格転嫁のペースが追い付かない」が二桁台の上昇となり、円安や中東情勢の混乱を背景とした原材料費などのコストの上昇が企業の想定を上回っていることが予想される。

また、価格転嫁を実施している割合は約7割に上ったものの、転嫁の割合は二極化した状態が続いているほか、労務費や燃料費は全体として低い転嫁率に留まる傾向が示されており、収益性の改善に向けてはデータを示した粘り強い交渉などによって転嫁を進めていくことが重要と考えられる。

（コンサルタント 菊池 祐美）

図表 15 5割以上価格転嫁できた理由（複数回答）

単位：％、p

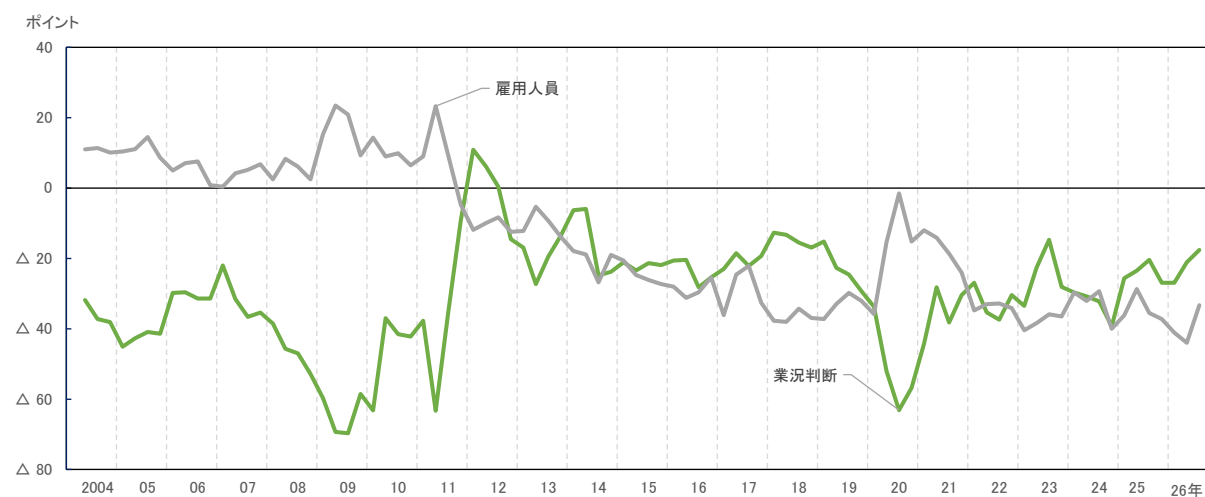
| 内 容                      | 全産業  | 製造業  |      | 前年比    |
|--------------------------|------|------|------|--------|
|                          |      | 製造業  | 非製造業 |        |
| 取引先や消費者からの理解が進んだ         | 69.0 | 64.3 | 71.4 | ▲ 14.3 |
| 上昇したコストのエビデンス（原価など）を提示した | 33.3 | 42.9 | 28.6 | ▲ 1.9  |
| 粘り強く価格交渉を行った             | 26.2 | 14.3 | 32.1 | ▲ 1.6  |
| 競合他社が価格転嫁を行った            | 23.8 | 28.6 | 21.4 | ▲ 7.7  |
| 業界全体で価格転嫁の促進に取り組んだ       | 19.0 | 28.6 | 14.3 | ▲ 5.1  |
| 自社に価格決定権がある              | 16.7 | 0.0  | 25.0 | 5.6    |
| 競合他社が少ない                 | 7.1  | 7.1  | 7.1  | 3.4    |
| 商品やサービスの付加価値を高めた         | 2.4  | 0.0  | 3.6  | ▲ 3.2  |
| その他                      | 0.0  | 0.0  | 0.0  | ▲ 1.9  |

図表 16 5割未満の価格転嫁に留まっている理由（複数回答）

単位：％、p

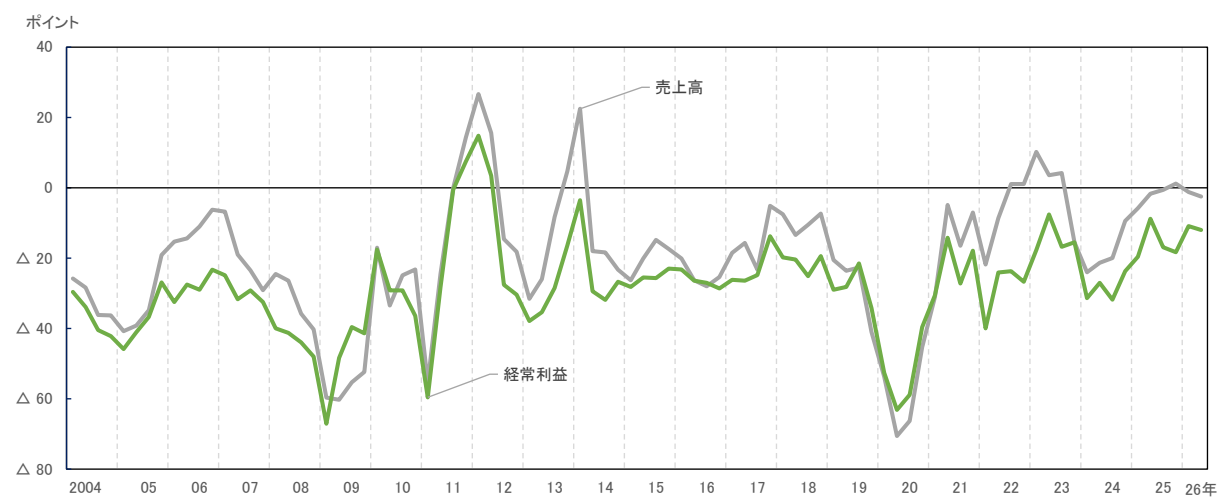
| 内 容                           | 全産業  | 製造業  |      | 前年比    |
|-------------------------------|------|------|------|--------|
|                               |      | 製造業  | 非製造業 |        |
| 受注が減少する可能性がある                 | 45.6 | 48.4 | 44.1 | 1.6    |
| コスト上昇に価格転嫁のペースが追い付かない         | 42.2 | 41.9 | 42.4 | 11.2   |
| 競合他社が多い                       | 30.0 | 22.6 | 33.9 | ▲ 10.5 |
| 需要が低下している                     | 21.1 | 19.4 | 22.0 | ▲ 3.9  |
| 価格転嫁を言い出しにくい雰囲気がある            | 20.0 | 12.9 | 23.7 | ▲ 6.2  |
| 取引先が価格転嫁を受け入れない・消費者からの理解が進まない | 18.9 | 19.4 | 18.6 | ▲ 6.1  |
| 価格交渉力が弱い                      | 17.8 | 19.4 | 16.9 | 7.1    |
| 契約で価格が決められている                 | 16.7 | 12.9 | 18.6 | 3.6    |
| 上昇したコストのエビデンス（原価）が提示できない      | 11.1 | 12.9 | 10.2 | 1.6    |
| その他                           | 3.3  | 3.2  | 3.4  | 2.1    |

### 参考１ 業況判断、雇用人員BSIの推移（全産業、現状判断）



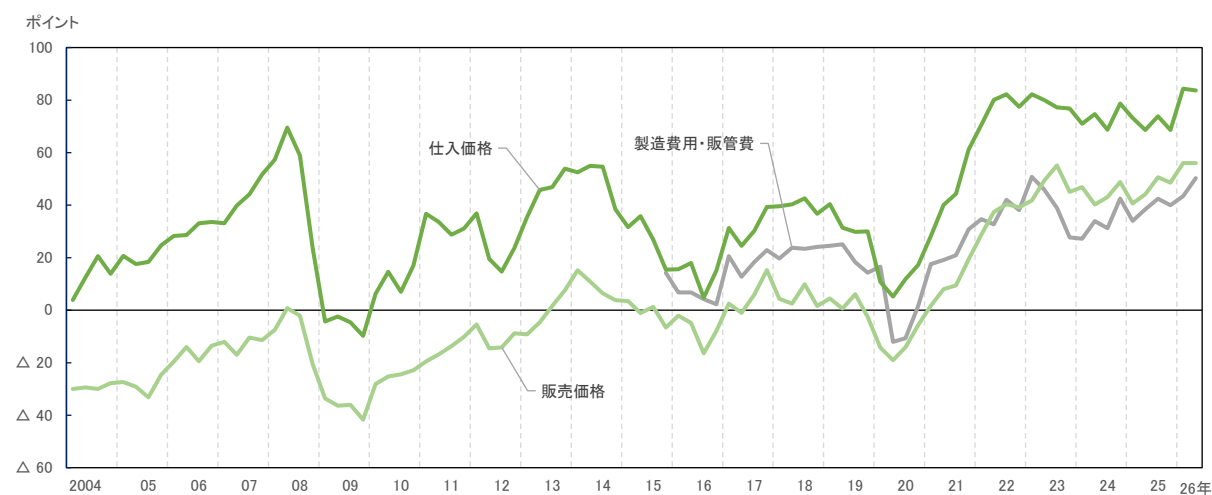
（注）2004年4月調査から26年7月調査までの現状判断

### 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26年4～6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26年4～6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

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。

私たちは岩手銀行とともに取引先の伴走者として寄り添い続けます。

ラインナップ >>

|                                                                                                                                 |                                                                                                                                       |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <h2>事業承継</h2> <ul style="list-style-type: none"><li>・株式集約</li><li>・株式移転</li><li>・承継計画</li><li>・納税資金準備</li><li>・後継者育成</li></ul>  | <h2>組織再編</h2> <ul style="list-style-type: none"><li>・グループ経営</li><li>・親会社化</li><li>・資本関係整理</li><li>・法人成り</li><li>・資産管理会社</li></ul>     | <h2>M &amp; A</h2> <ul style="list-style-type: none"><li>・株主利潤</li><li>・雇用、カンバン継続</li><li>・業界再編</li><li>・事業多角化</li><li>・広域マッチング</li></ul>         |                                                                                                                                       |
| <h2>民事信託</h2> <ul style="list-style-type: none"><li>・民事信託</li><li>・家族信託</li><li>・遺言信託</li><li>・遺産整理</li></ul>                   | <h2>人材紹介</h2> <ul style="list-style-type: none"><li>・幹部人材</li><li>・中核人材</li><li>・専門人材</li><li>・社長の右腕</li><li>・社長後継者</li></ul>         | <h2>専門家・副業人材紹介</h2> <ul style="list-style-type: none"><li>・EC強化</li><li>・SNS・WEBマーケティング</li><li>・DX支援</li><li>・SDGs、脱炭素推進</li><li>・海外営業</li></ul> | <h2>人材育成</h2> <ul style="list-style-type: none"><li>・新人研修</li><li>・財務研修</li><li>・ビジネスマナー研修</li><li>・リーダー育成</li><li>・営業スキル研修</li></ul> |
| <h2>成長戦略</h2> <ul style="list-style-type: none"><li>・現状分析</li><li>・事業計画</li><li>・経営ビジョン</li><li>・事業再構築</li><li>・補助金申請</li></ul> | <h2>生産性向上</h2> <ul style="list-style-type: none"><li>・業務効率化</li><li>・デジタル化</li><li>・ISO、HACCP取得</li><li>・現場改善</li><li>・5S活動</li></ul> | <h2>人事労務</h2> <ul style="list-style-type: none"><li>・人事制度</li><li>・労務管理</li><li>・社員満足度</li><li>・社員評価</li><li>・自律型組織</li></ul>                     | <h2>リサーチ</h2> <ul style="list-style-type: none"><li>・受託調査</li><li>・経済調査分析</li><li>・産業調査分析</li><li>・経済講演</li></ul>                     |

お取引先の声 >>

地元の事情がわかるので相談しやすい  
(盛岡市・小売業)

M&Aで数百年の伝統を後世に残せた  
(盛岡市・製造業)

無事に補助金申請が採択され感謝  
(北上市・建設業)

地元ならではの出会い・引合せに感謝  
(奥州市・製造業)

紹介でハイスキルの人材と仕事できた  
(八戸市・小売業)

地域特性を加味した戦略が策定できた  
(釜石市・小売業)

複数のコンサルの中で最も親身に提案してくれた  
(一関市・製造業)

会社の株承継から個人相続まで任せられて安心  
(宮古市・建設業)

高齢の親の財産管理の不安が解消できた  
(紫波町・個人のお客様)



いわぎんリサーチ&コンサルティング株式会社  
〒020-8688 岩手県盛岡市中央通1丁目2番3号 tel.019-624-8344

くわしい事業内容  
お問い合わせ



# 岩手県内消費者マインドアンケート調査 — 2026年7月調査 —

当社では岩手県内の消費動向を把握する観点から、県内在住の個人を対象に、暮らし向きや収入の増減、消費支出の増減などについてアンケート調査を実施した。

## 【調査要領】

### ○ 調査内容

- ・ 1年前と比べた暮らし向きの現状と先行き
- ・ 1年前と比べた収入および支出の増減
- ・ 1年前と比べた費目別の支出の増減
- ・ 最近の物価の影響を受けた家計の状況とその対応策

### ○ 調査時期：2026年7月

### ○ 調査対象者：岩手県内在住の20歳以上の個人 (学生を除く)

### ○ 調査方法：インターネットリサーチ

### ○ 有効回答者数：663人

### ○ 回答者属性：右表のとおり

#### DI (Diffusion Index) :

本調査では、「プラス（良くなった、増えた等）」の割合から、「マイナス（悪くなった、減った等）」の割合を差し引いた値とする

|              |                              | 回答者数 | 構成比   | 平均年齢 |
|--------------|------------------------------|------|-------|------|
| 全 体          |                              | 663  | 100.0 | 48.7 |
| 性 別          | 男 性                          | 322  | 48.6  | 50.1 |
|              | 女 性                          | 341  | 51.4  | 47.4 |
| 年 齢<br>階 級 別 | 20 歳 台                       | 53   | 8.0   | 26.3 |
|              | 30 歳 台                       | 114  | 17.2  | 34.9 |
|              | 40 歳 台                       | 180  | 27.1  | 45.0 |
|              | 50 歳 台                       | 184  | 27.8  | 54.2 |
|              | 60 歳 以 上                     | 132  | 19.9  | 67.1 |
| 世 帯<br>年 収 別 | 200 万 円 未 満                  | 84   | 16.2  | 49.1 |
|              | 200 万 円 以 上<br>400 万 円 未 満   | 152  | 29.2  | 50.4 |
|              | 400 万 円 以 上<br>600 万 円 未 満   | 116  | 22.3  | 49.4 |
|              | 600 万 円 以 上<br>800 万 円 未 満   | 75   | 14.4  | 46.7 |
|              | 800 万 円 以 上<br>1,000 万 円 未 満 | 52   | 10.0  | 46.7 |
|              | 1,000 万 円 以 上                | 41   | 7.9   | 50.3 |

(注) 世帯年収別は「わからない」「答えたくない」の回答者を除く

## 1. 暮らし向き

### (1) 現在の暮らし向き

現在（2026年7月）の暮らし向きについて、1年前と比べて「良くなった」と回答した人の割合は7.5%となり、前回（26年2月）の調査に比べて0.9ポイント（以下、p）上昇した。一方、「悪くなった」と回答した人は42.7%となり、前回調査比0.7p低下した。

現在の暮らし向きについてのDI（「良くなった」－「悪くなった」）は、前回のマイナス36.8から1.6p上昇して、マイナス35.2となった。（次ページ図表1、図表2）。年代別に見ると、年齢が高い層ほどマイナス幅が大きい傾向が続いている。また、世帯年収別に見ると、年収が相対的に低い層ほどマイナス幅が大きく、暮らし向きの厳しさがうかがえる。ただし、マイナス幅は縮小しており、改善傾向もみられる。

### (2) 暮らし向きの先行き

6カ月後の暮らし向きの予想については、「良くなる」の割合は現状比0.7p減の6.8%、「悪くなる」の割合は同5.7p減の37.0%となった。先行きの暮らし向きDI（「良くなる」－「悪くなる」）はマイナス30.2と、現状から5.0p上昇している（次ページ図表1、図表2）。年代別に見ると、すべての年齢層でマイナス幅が縮小する見込みである。また、世帯年収別では800万円以上の層で悪化する一方、800万円未満の層ではマイナス幅が縮小する見通しとなっている。

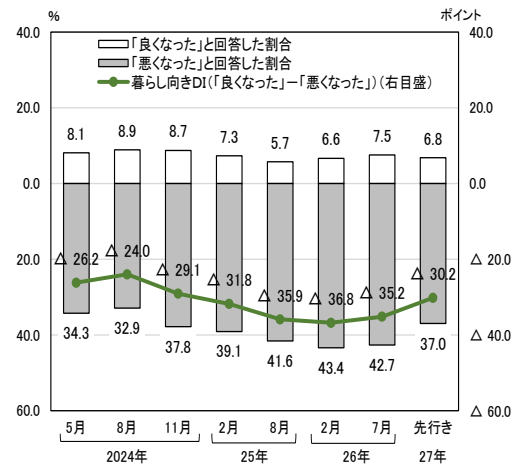
図表1 暮らし向きDI

(「良くなった」－「悪くなった」、ポイント)

|              |              | 2026年<br>2月調査 | 26年7月調査 |           | 先行き    |       |
|--------------|--------------|---------------|---------|-----------|--------|-------|
|              |              |               |         | 前回調査<br>比 |        | 現状比   |
| 全 体          |              | △ 36.8        | △ 35.2  | 1.6       | △ 30.2 | 5.0   |
| 年 齢<br>階 級 別 | 20 歳 台       | △ 5.8         | △ 18.9  | △ 13.1    | △ 3.8  | 15.1  |
|              | 30 歳 台       | △ 30.1        | △ 18.4  | 11.7      | △ 14.0 | 4.4   |
|              | 40 歳 台       | △ 37.7        | △ 30.6  | 7.1       | △ 26.7 | 3.9   |
|              | 50 歳 台       | △ 40.3        | △ 45.2  | △ 4.9     | △ 41.8 | 3.4   |
|              | 60 歳 以 上     | △ 54.3        | △ 48.5  | 5.8       | △ 43.2 | 5.3   |
| 世 帯<br>年 収 別 | 200 万円 未 満   | △ 64.1        | △ 48.8  | 15.3      | △ 48.8 | 0.0   |
|              | 200 万円 以 上   | △ 49.3        | △ 38.9  | 10.4      | △ 31.6 | 7.3   |
|              | 400 万円 未 満   | △ 35.7        | △ 33.6  | 2.1       | △ 26.7 | 6.9   |
|              | 400 万円 以 上   | △ 23.6        | △ 26.6  | △ 3.0     | △ 18.7 | 7.9   |
|              | 600 万円 未 満   | △ 10.4        | △ 17.3  | △ 6.9     | △ 19.2 | △ 1.9 |
|              | 600 万円 以 上   | △ 17.9        | △ 17.1  | 0.8       | △ 19.5 | △ 2.4 |
|              | 800 万円 未 満   |               |         |           |        |       |
|              | 800 万円 以 上   |               |         |           |        |       |
|              | 1,000 万円 未 満 |               |         |           |        |       |
|              | 1,000 万円 以 上 |               |         |           |        |       |

(注) 先行きについては、「良くなる」「悪くなる」

図表2 暮らし向きDIの推移



(注) 1. 「悪くなった」の割合は下方向に表示している  
 2. 先行きについては、「良くなる」「悪くなる」

## 2. 収入および支出

### (1) 収 入

1年前と比べた世帯収入の増減を示す収入DI（「収入が増えた」－「収入が減った」）は、マイナス7.4と依然としてマイナス圏にあるものの、前回調査より1.6p改善しており、収入環境は徐々に持ち直している（図表3、図表4）。年代別では20歳台・30歳台でプラスとなっており、収入増加の実感が比較的強い一方、40歳台以上ではマイナスであり、世代差がみられる。世帯収入別では400万円未満でマイナスが続いており、収入環境が厳しい状況がうかがえる。全体としては、改善傾向がみられるものの、まだ十分とはいえず、今後の賃上げの広がりや雇用環境の安定が期待される。

### (2) 支 出

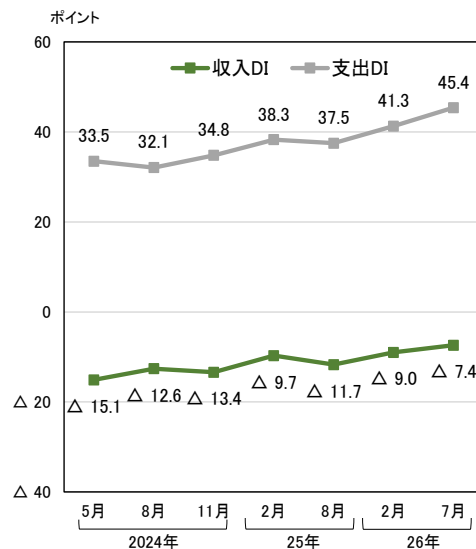
1年前と比べた世帯支出の増減を示す支出DI（「支出が増えた」－「支出が減った」）は、前回調査比4.1p上昇のプラス45.4となり、引き続き高い水準で推移している（図表3、図表4）。収入が伸び悩む一方で支出は増加しており、家計への負担感は強まっている。

図表3 収入DI・支出DI

(ポイント)

|              |              | 収入DI<br>(収入増加－収入減少) |           | 支出DI<br>(支出増加－支出減少) |           |
|--------------|--------------|---------------------|-----------|---------------------|-----------|
|              |              |                     | 前回調査<br>比 |                     | 前回調査<br>比 |
| 全 体          |              | △ 7.4               | 1.6       | 45.4                | 4.1       |
| 年 齢<br>階 級 別 | 20 歳 台       | 1.9                 | △ 15.5    | 35.9                | 8.3       |
|              | 30 歳 台       | 5.3                 | 9.0       | 46.5                | △ 2.0     |
|              | 40 歳 台       | △ 4.4               | △ 1.7     | 47.2                | 9.0       |
|              | 50 歳 台       | △ 8.2               | 1.4       | 44.5                | △ 1.7     |
|              | 60 歳 以 上     | △ 25.0              | 12.0      | 47.0                | 9.2       |
| 世 帯<br>年 収 別 | 200 万円 未 満   | △ 30.9              | 14.0      | 33.3                | 5.1       |
|              | 200 万円 以 上   | △ 11.2              | 11.6      | 54.6                | 16.8      |
|              | 400 万円 未 満   | 1.7                 | 6.6       | 50.8                | 1.2       |
|              | 400 万円 以 上   | 10.6                | △ 2.9     | 57.3                | 10.1      |
|              | 600 万円 未 満   | 15.4                | △ 9.6     | 61.6                | △ 3.0     |
|              | 600 万円 以 上   | 17.1                | △ 3.4     | 48.8                | 2.7       |
|              | 800 万円 未 満   |                     |           |                     |           |
|              | 800 万円 以 上   |                     |           |                     |           |
|              | 1,000 万円 未 満 |                     |           |                     |           |
|              | 1,000 万円 以 上 |                     |           |                     |           |

図表4 収入DI・支出DIの推移



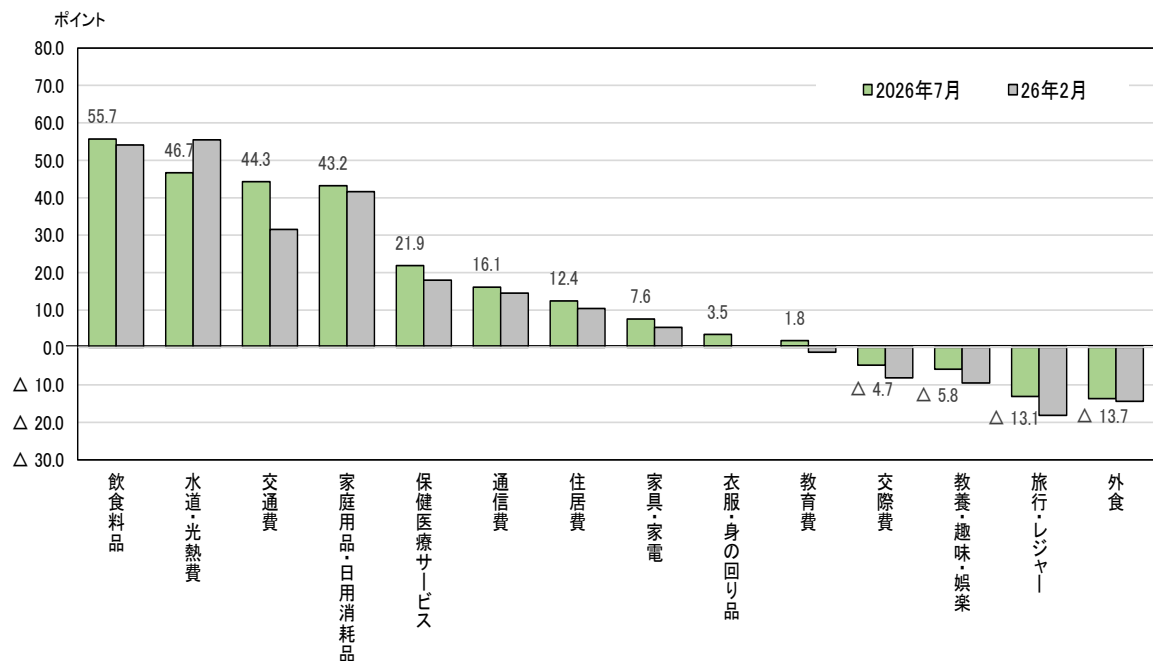
### 3. 費目別の支出増減

費目別の支出増減D I（「支出が増えた」－「支出が減った」）を見ると、プラスとなった費目（支出増加が支出減少を上回った費目）は、「飲食料品」「水道・光熱費」「交通費」「家庭用品・日用消耗品」の4項目が突出している（図表5）。「交通費」は前回調査からの上昇幅が大きく、ガソリン代の負担増などが影響しているとみられる。

一方で、「外食」「旅行・レジャー」「教養・趣味・娯楽」「交際費」は支出増減D I がマイナスとなっている。生活に必要な支出を優先する一方で、娯楽や交際に関する支出を抑える傾向がみられる。

消費マインドの回復にあたっては、物価上昇を上回る賃上げが実現されるかどうか注目されるが、岩手県の実質賃金指数（企業規模5人以上）を見ると2026年4月は前年同月比1.8%減、5月も同3.2%減であり、力強さに欠ける状況となっている。

図表5 費目別の支出増減D I



(注)「交通費」にはガソリン代を含む

### 4. トピックス ～物価の影響とその対応策～

2026年6月の盛岡市の消費者物価指数は前年同月に比べ2.9%の上昇となるなど、近年は2～3%台の上昇率で推移している。こうした中で、最近の物価の影響について尋ねた。

家計の状況については、「非常に苦しくなった」が18.0%、「苦しくなった」が49.5%、「以前と変わらない」が30.9%、「楽になった」と「非常に楽になった」の合計が1.6%となった（次ページ図表6）。「非常に苦しくなった」と「苦しくなった」の合計は67.6%となり、多くの家計で物価の上昇によるマイナスの影響が実感されていることがうかがえる。

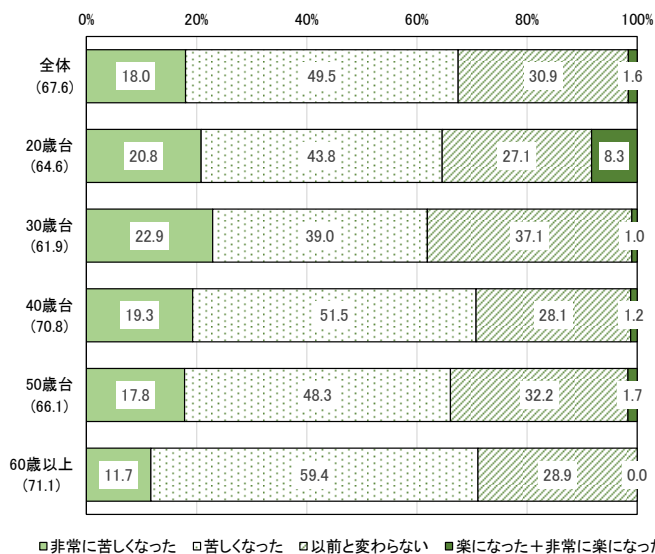
年代別に見ると、40歳台と60歳以上では7割超が「苦しくなった」と回答している。また、世帯年収別では、相対的に年収が低い層ほど「苦しくなった」とする割合が高くなっている。

さらに、「非常に苦しくなった」または「苦しくなった」と回答した人に対応策を尋ねたところ、「必要なもの以外はできるだけ買わない」（77.6%）が最も多く、必要性の低い支出を抑えることで、全体の支出を調整しようとしていることがうかがえる。次いで「ポイントの活用」（57.5%）、「外食費の削減」（44.6%）、「食費の削減」（40.8%）、「旅行・レジャーの回数・金額の削減」（33.7%）となっている（図表7）。外食や旅行・レジャーといった特別な支出に限らず、食費などの日常的な支出においても節約が必要な状況がみられる。物価上昇は家計に負担を与えており、消費抑制の要因になっていると考えられる。

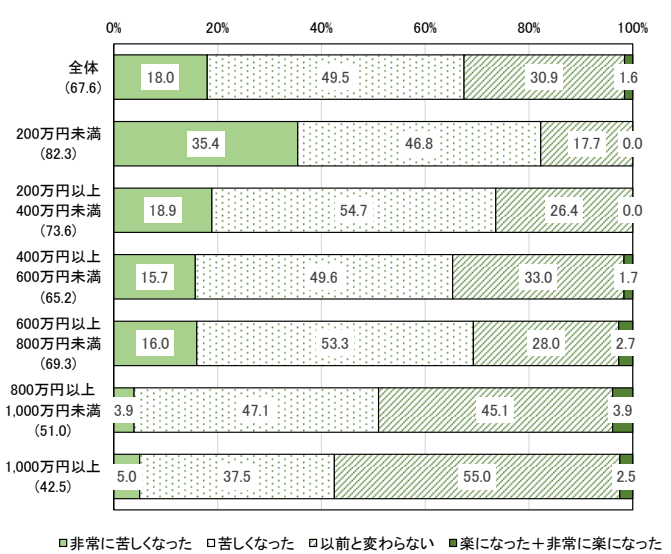
（シニアマネジャー 佐々木 邦光）

図表6 最近の物価の影響を受けた家計の状況

■ 年齢階級別

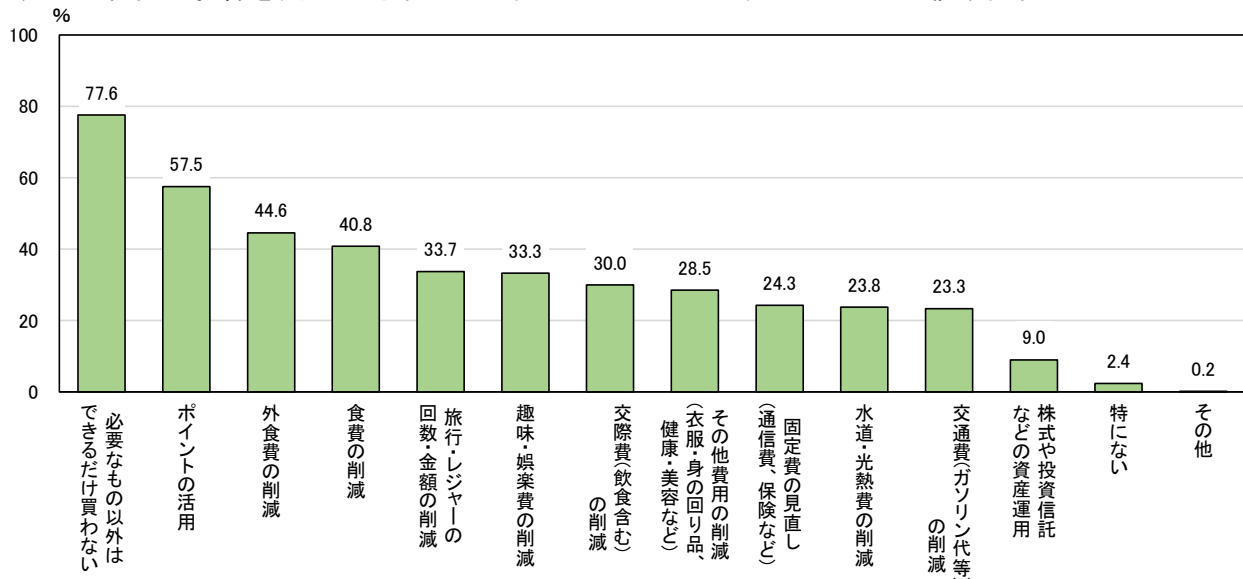


■ 世帯年収別



(注) 1.四捨五入の関係で合計が100%にならない、もしくは合計が一致しない場合がある  
2.( )内の数字は「非常に苦しくなった」と「苦しくなった」の合計

図表7 物価の影響を受けて対策として行っていること（行ったこと）（複数回答）



(注) 家計の状況について「非常に苦しくなった」または「苦しくなった」とした人からの回答



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.**

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 2026年9月  
発行 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 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>