

2026年夏季ボーナス支給動向

夏季ボーナス伸び率の推移	2-3
製造業・非製造業別支給動向	3
従業員規模別支給動向	4
ボーナス支給における重視事項	5

2026年度賃上げ・初任給動向

2026年度の賃上げ動向	6
製造業・非製造業別、従業員規模別の賃金動向	7
賃金改定の内容、重視事項	8
2026年度の初任給動向	9

県内の物価と消費動向に関する調査結果

物価の実感	10
収入と物価のバランス	10-11
暮らし向きの変化	12
負担感の強い支出項目	13
お金をかけたい支出項目	14
買い物における行動変化	15
家計のやり繰り方法	16

2026年夏季ボーナス支給動向

支給額2.3%増で6年連続のプラス

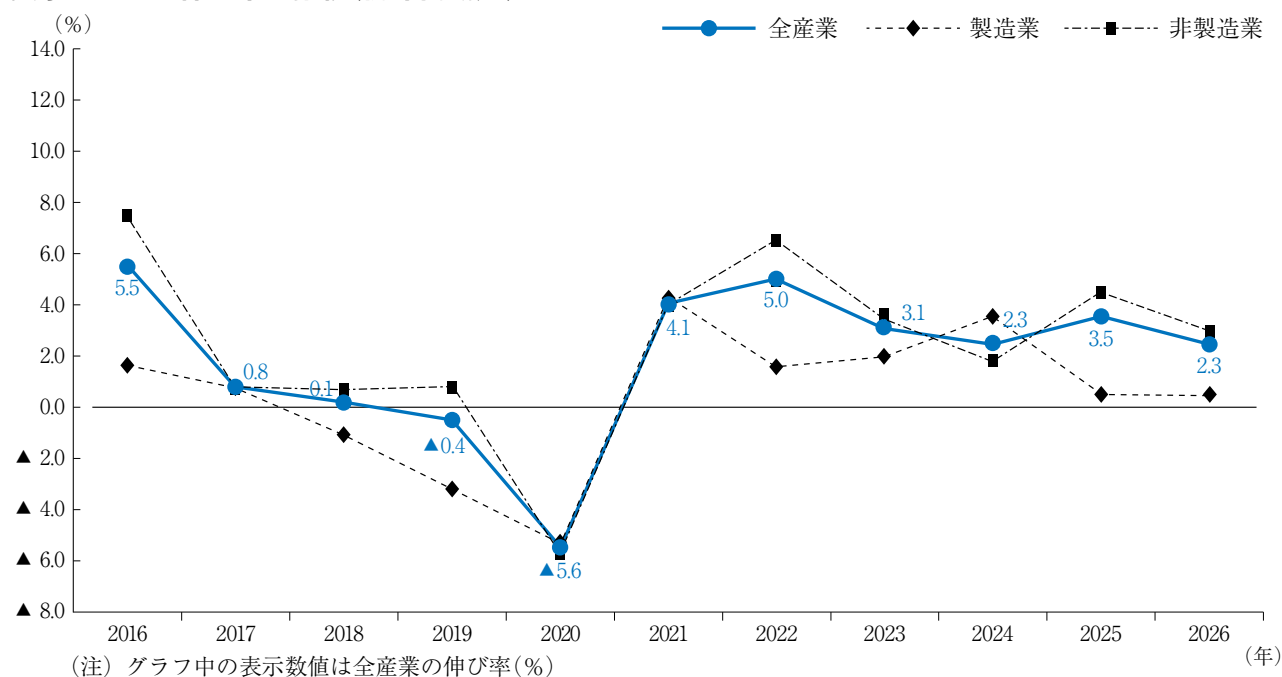
県内民間企業の2026年夏季ボーナス支給に関するアンケート調査(企業単純平均、平均年齢44.9歳)によると、平均ボーナス支給額は、413,400円(+9,300円)、増減率+2.3%(前年同調査+3.5%)と6年連続のプラスとなった。

平均支給額増減における企業割合の推移(3頁)をみると、横ばいとした企業の割合は19.0%と前年と同水準であった一方、増額した企業の割合は57.9%に上昇し、減額した企業の割合は23.0%に低下した。

従業員規模別(4頁)にみると、30～99人規模の企業における支給額増減率が+5.0%と最も高かった。

※支給額は、今回調査で有効回答を得た126社の回答を基に、従業員数を考慮しない単純平均で算出。

夏季ボーナス伸び率の推移(前年同期比)



平均支給額増減における企業割合の推移(前年同期比)

(%)

(ポイント)

	増 額	横 ば い	減 額	「増額」-「減額」
2022年夏季	65.4	13.5	21.2	44.2
2023年夏季	55.3	20.4	24.3	31.0
2024年夏季	53.2	23.1	23.7	29.5
2025年夏季	53.7	19.0	27.2	26.5
2026年夏季	57.9	19.0	23.0	34.9

製造業・非製造業別支給動向

製造業(平均年齢44.9歳)の平均支給額は、368,100円(+1,900円)、増減率+0.5%(前年同調査+0.5%)と6年連続でプラスとなった。平均支給額の増減を企業割合でみると、増額した企業の割合は57.5%と、減額した企業を6年連続で上回った。業種別では、食料品製造業などで増加した一方、一般機械製造業などでは企業間で対応が分かれた。

非製造業(平均年齢44.9歳)の平均支給額は、434,500円(+12,700円)、増減率+3.0%(前年同調査+4.6%)と6年連続でプラスとなった。平均支給額の増減を企業割合でみると、増額した企業の割合は58.1%と、減額した企業を6年連続で上回った。業種別では、運輸業やサービス業などで増加し、建設業などでは企業間で対応が分かれた。

なお、業種別の増減においては、業種ごとの一律な傾向というよりは、各企業の業績や支給における重視事項(5頁)の違いによる影響が強い傾向にある。

業種別の支給額動向(企業平均)

業 種	回答社数	支給額(千円)			増減率 (%)	企業割合(%)		
		本 年	前 年	差		増 額	横ばい	減 額
製 造 業	40	368.1	366.1	1.9	0.5	57.5	12.5	30.0
非製造業	86	434.5	421.8	12.7	3.0	58.1	22.1	19.8
全 産 業	126	413.4	404.1	9.3	2.3	57.9	19.0	23.0

(注) 従業員数を考慮しない単純平均で算出。

従業員規模別支給動向

従業員規模別にみると、従業員数が多いほど平均支給額が高くなる傾向にあるものの、増減率や増額した企業の割合には差異がみられた。

増減率が最も高かったのは「30～99人」で+5.0%(前年同調査+1.6%)となった。一方で、「100人以上」においては▲0.2%(同+5.7%)と、前年に大きく伸びた反動から、今回はわずかにマイナスへ転じた。

平均支給額の増減を企業割合でみると、全ての階層において、増額した企業の割合が減額した企業の割合を上回っている。特に「30～99人」では約7割、「100人以上」でも6割の企業が増額している。

従業員規模別の支給額動向(企業平均)

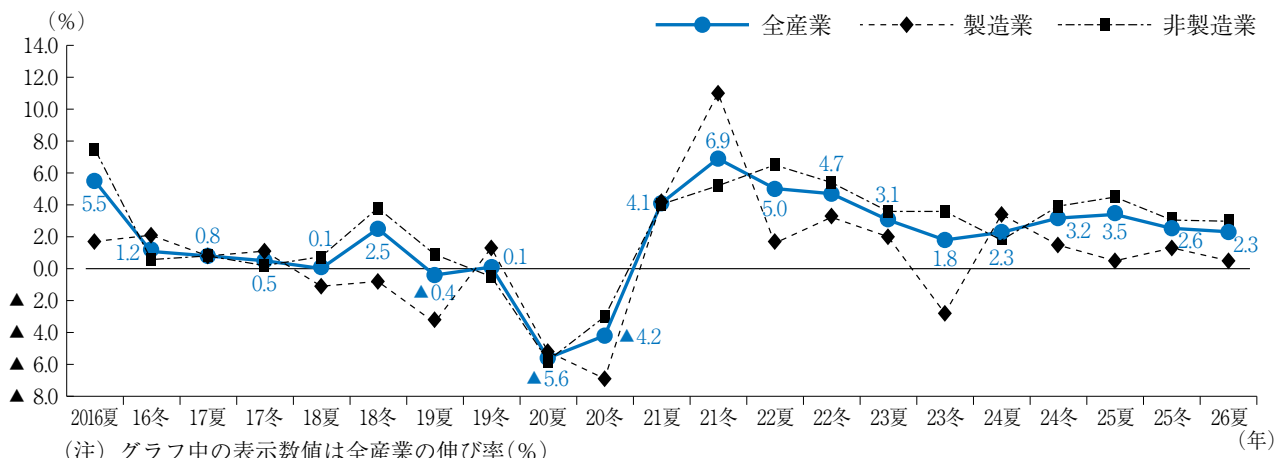
従業員規模	回答社数	支給額(千円)			増減率 (%)	企業割合(%)		
		本年	前年	差		増額	横ばい	減額
1～29人	50	288.3	283.3	5.0	1.8	46.0	32.0	22.0
30～99人	46	432.9	412.1	20.8	5.0	69.6	13.0	17.4
100人以上	30	591.9	593.2	▲1.3	▲0.2	60.0	6.7	33.3
全規模	126	413.4	404.1	9.3	2.3	57.9	19.0	23.0

(注) 従業員数を考慮しない単純平均で算出。

ボーナス支給(予定)時期

支給時期	5月	6月			7月			8月			9月	未定 不支給	合計
		上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬			
企業割合 (%)	0.8	3.2	14.3	19.0	12.7	19.8	9.5	12.7	2.4	0.8	2.4	2.4	100.0
		36.5			42.1			15.9					

〈参考〉【夏季・冬季合算】ボーナス伸び率の推移

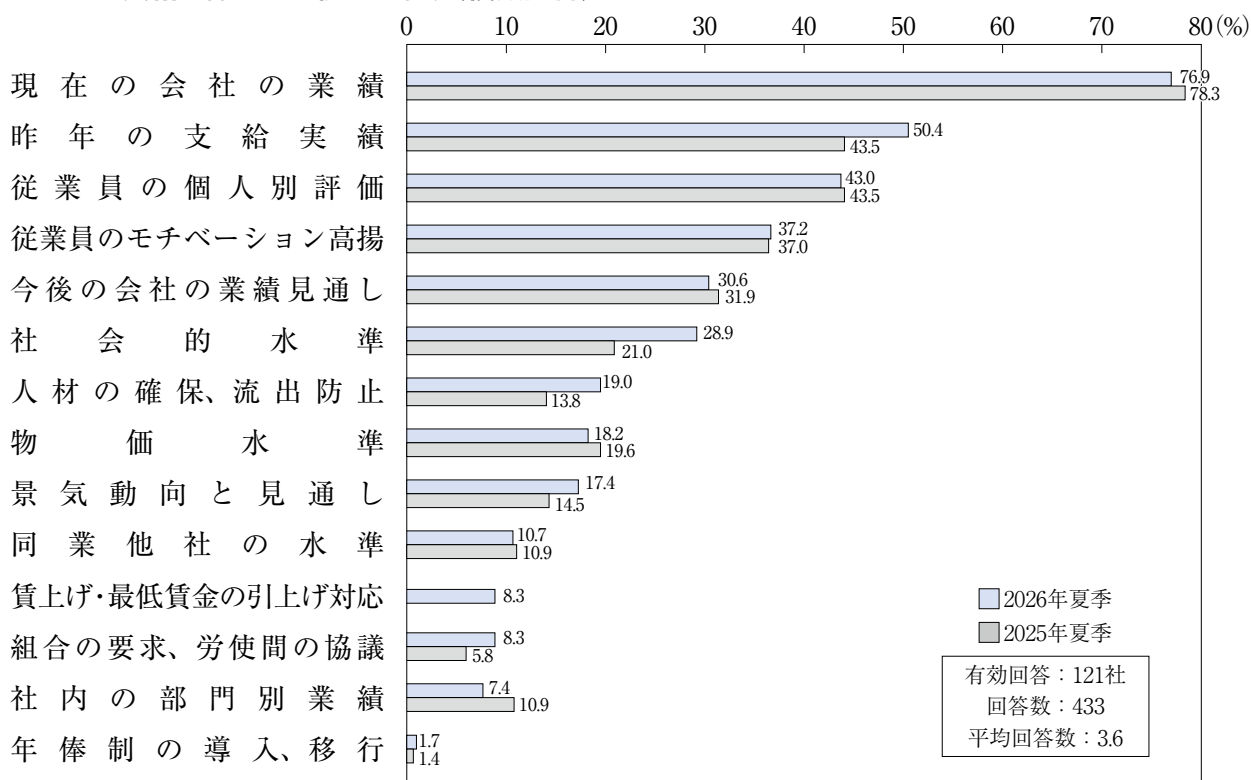


ボーナス支給における重視事項

ボーナス支給に際して重視した事項をみると、例年同様「現在の会社の業績」が76.9%と最も高く、業績連動型の支給が広く定着している。次いで「昨年の支給実績」、「従業員の個人別評価」と続き、上位6項目の順位構成は前年と同様であった。

前年調査と比較すると、「昨年の支給実績」が+6.9ポイント、「社会的水準」が+7.9ポイント、「人材の確保、流出防止」が+5.2ポイントと大幅に上昇した。労働力の確保や定着を意識しつつも、先行きの不透明感から、過去の実績や社会的水準など客観性・確実性の高い指標に基づく判断がみられた。

ボーナス支給に際して重視した事項(複数回答)



(注) 2026年夏季調査より「賃上げ・最低賃金の引上げ対応」を選択肢に追加

一 調 査 要 領 一

調査時期	2026年7月～8月
調査方法	インターネットもしくは 所定の調査票によるアンケート方式
調査対象	県内民間企業 395社
有効回答	126社

※2023年夏季調査より調査対象企業社数を拡大。

2022年夏季以前より中小企業が占める割合が高くなっている。

2026年度賃上げ・初任給動向

賃上げ13,800円、賃上げ率+4.5% 33年ぶりに4%を上回る

県内民間企業の賃上げ動向に関するアンケート調査(有効回答129社、平均年齢41.7歳、定期昇給分を含む)によると、2026年度の全産業の賃上げ額は+13,800円(前年同調査+9,300円)、賃上げ率は+4.5%(同+3.1%)と、1993年度の調査以来、33年ぶりに4%を上回る水準となった。

業種別にみると、製造業(平均年齢41.1歳)は賃上げ額+15,800円、賃上げ率+5.0%(前年同調査の製造業・平均年齢40.8歳、同+11,400円、同+3.7%)、非製造業(平均年齢43.5歳)は賃上げ額+7,600円、賃上げ率+2.7%(前年同調査の非製造業・平均年齢45.2歳、同+5,200円、同+1.8%)となった。額、率ともに前年を上回っており、全体として上昇傾向がみられた。

〈参考〉 各企業の従業員数を考慮しない単純平均で見ると、製造業(平均年齢44.6歳)が賃上げ額+9,200円、賃上げ率+3.7%(前年同調査・平均年齢45.1歳、賃上げ額+6,700円、賃上げ率+2.6%)、非製造業(同47.4歳)が+8,400円、+3.0%(同・46.5歳、+8,200円、+3.0%)、産業全体(同46.6歳)では+8,700円、+3.2%(同・46.1歳、+7,800円、+2.9%)であった。

平均賃金動向

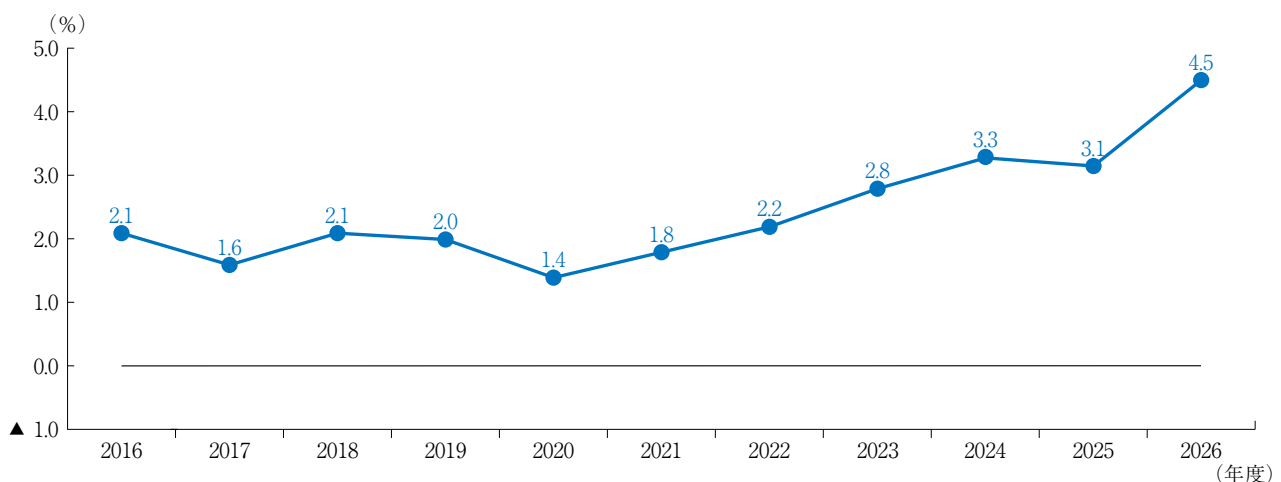
(単位：歳、円、%)

業 種	平均年齢	新 賃 金	旧 賃 金	賃上げ額	賃上げ率
製 造 業	41.1	331,600	315,800	15,800	5.0
非製造業	43.5	288,400	280,800	7,600	2.7
全 産 業	41.7	321,000	307,200	13,800	4.5

(注1) 従業員数による加重平均で算出。

(注2) 100円未満は四捨五入。

賃上げ率の推移(全産業、加重平均)



賃上げ実施企業割合は、82.2%へ上昇

賃金改定の動向を社数構成比でみると、賃上げを実施した企業割合は82.2%(前年同調査74.3%)となり、前年を7.9ポイント上回った。一方、賃金を下げた企業割合も7.0%(同5.4%)と前年から上昇したものの、総じてみると、継続する物価高や人手不足への対応を考慮し、改定額を引き上げる傾向がみられる。

業種別では、賃上げを実施した企業割合は、製造業が92.3%(前年同調査83.3%)、非製造業が77.8%(同71.4%)となり、製造業では90%を上回った。非製造業においても前年を上回っており、特に卸売業、建設業などで賃上げに積極的な動きがみられた。賃金を下げた企業割合は、製造業が2.6%(同5.6%)と低下した一方、非製造業が8.9%(同5.4%)と上昇した。

賃金改定の企業割合

業 種	回答社数	社 数			構成比(%)		
		増 加	横ばい	減 少	増 加	横ばい	減 少
製 造 業	39	36	2	1	92.3 (83.3)	5.1 (11.1)	2.6 (5.6)
非製造業	90	70	12	8	77.8 (71.4)	13.3 (23.2)	8.9 (5.4)
全 産 業	129	106	14	9	82.2 (74.3)	10.9 (20.3)	7.0 (5.4)

(注1) 構成比の()内は前年。

従業員規模別にみると、賃上げは全階層で実施されており、規模に関わらず広がっている。特に、「100人以上」(+4.7%)と「30～49人」(+4.1%)の規模先はで4%を上回る上昇となり、全体を押し上げた。

従業員規模別の平均賃金動向

(単位：歳、円、%)

従業員規模	回答社数	平均年齢	新 賃 金	旧 賃 金	賃上げ額	賃上げ率
1～9人	15	53.7	211,800	209,600	2,200	1.0
10～29人	38	46.0	260,100	251,600	8,500	3.4
30～49人	19	44.7	298,600	286,900	11,700	4.1
50～99人	24	44.3	289,200	280,800	8,400	3.0
100人以上	30	41.2	327,200	312,600	14,600	4.7
全 規 模	126	41.7	321,000	307,200	13,800	4.5

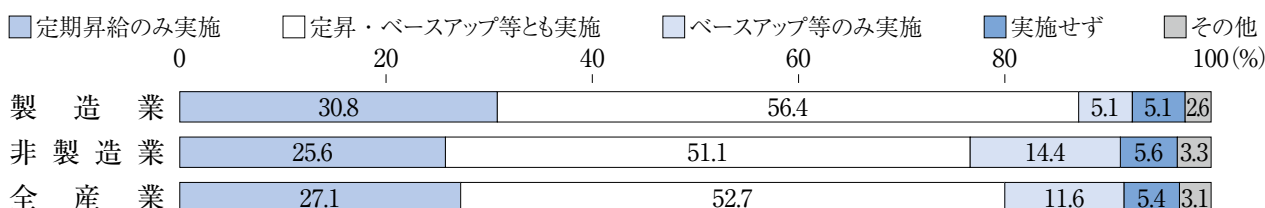
(注1) 従業員数による加重平均で算出。

(注2) 100円未満は四捨五入。

賃金改定でベア実施の企業割合は64.3%で過去最高

賃金改定の内容をみると、「定期昇給のみ実施」と回答した企業の割合は27.1%（前年同調査35.4%）、「定昇・ベースアップ等とも実施」は52.7%（同41.0%）、「ベースアップ等のみ実施」が11.6%（同9.0%）、「実施せず」が5.4%（同7.6%）となった。この結果、ベースアップ（ベア）を実施した企業の割合の合計は64.3%（同50.0%）となり、2014年の調査開始以来、初めて60%を上回った。

業種別にベアを実施した企業割合をみると、製造業は61.5%（前年同調査44.5%）、非製造業は65.5%（同51.9%）で、いずれも60%を上回った。一方、「実施せず」と回答した企業は、製造業が5.1%（同8.3%）、非製造業が5.6%（同7.4%）となり、ともに改善した。

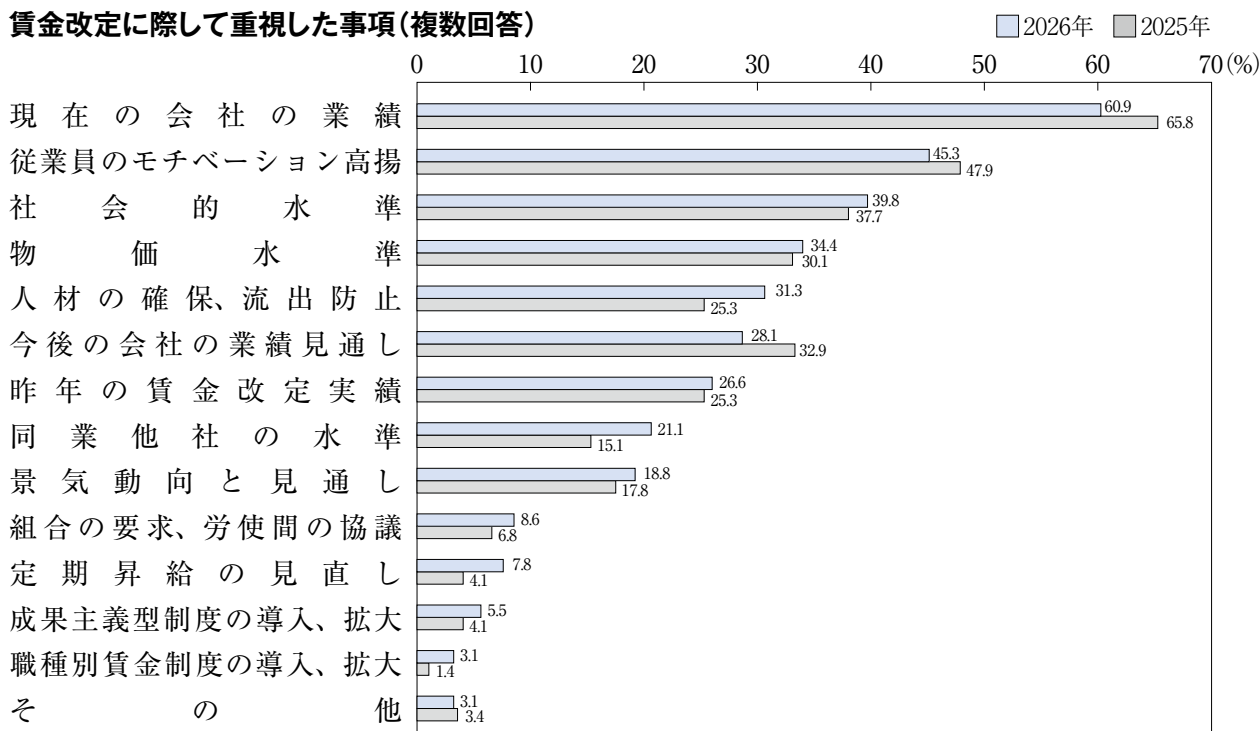


自社業績に加え、社会水準や他社の動向を重視

賃金改定に際して重視した事項（有効回答128社、平均回答数3.3）をみると、1位の「現在の会社の業績」が60.9%（前年同調査65.8%）、2位の「従業員のモチベーション高揚」が45.3%（同47.9%）と低下した。

一方で、3位の「社会的水準」が39.8%（前年同調査37.7%）、4位の「物価水準」が34.4%（同30.1%）と上昇したほか、「人材の確保、流出防止」が31.3%（同25.3%）、「同業他社の水準」が21.1%（同15.1%）と割合が高まっていることから、自社の足元の業績を主要な判断要素としつつも、物価高への対応や人材の確保の観点から、社会的水準や他社の水準を踏まえて判断していることが考えられる。

賃金改定に際して重視した事項（複数回答）



初任給は全学歴で上昇

2026年度の初任給動向(全産業・企業、前年比較が可能な先の単純平均、有効回答57件)では、高校卒が197,700円・上昇率+5.2%と、1991年度の調査(男子：5.7%、女子：6.1%)以来、35年ぶりに上昇率が5%を上回った。そのほか、大学卒は223,600円・+4.1%、短大卒(高専及び専修学校を含む)は212,200円・+4.8%、大学院卒は262,500円・+5.7%と、いずれも高い上昇率を示した。賃上げ機運の高まりや人材獲得競争の激化を背景に、採用競争力の維持・向上を目的とした初任給引き上げの動きが全学歴で定着している様子がうかがえる。

業種別にみると、製造業(有効回答26件)は、高校卒 190,700円・上昇率+5.4%、短大卒 237,000円・+7.7%、大学卒 228,500円・+4.7%となった。非製造業(有効回答31件)は、高校卒 214,400円・上昇率+4.9%、短大卒 207,200円・+4.2%、大学卒 220,700円・+3.9%となった。

2026年度 初任給の動向

(単位：円、%)

学 歴	今春平均	昨春平均	差 額	上 昇 率
高 校 卒	197,700	187,900	9,800	5.2
短 大 卒	212,200	202,400	9,800	4.8
大 学 卒	223,600	214,700	8,900	4.1
大学院卒	262,500	248,300	14,200	5.7

(注1) 全産業・企業のうち前年比較が可能な先の単純平均を算出。

(注2) 100円未満は四捨五入。

— 調 査 要 領 —

調査時期	2026年7月～8月
調査方法	インターネットもしくは 所定の調査票によるアンケート方式
調査対象	県内民間企業 395社
有効回答	賃上げ動向 129社 初任給動向 57件

※2023年夏季調査より調査対象企業社数を拡大。

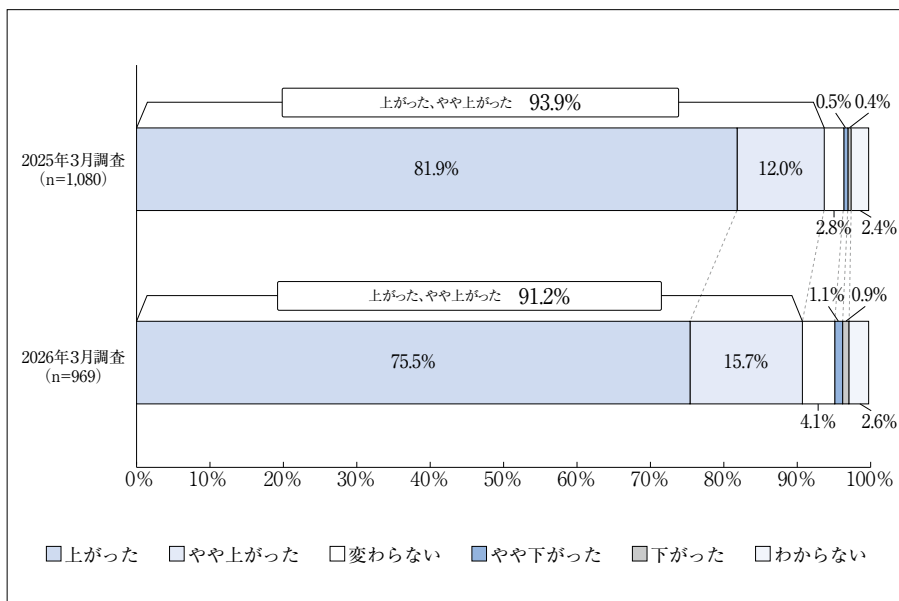
2022年夏季以前より中小企業が占める割合が高くなっている。

特別調査

県内の物価と消費動向に関する調査結果

1. 物価の実感 — 9割超が物価高を実感

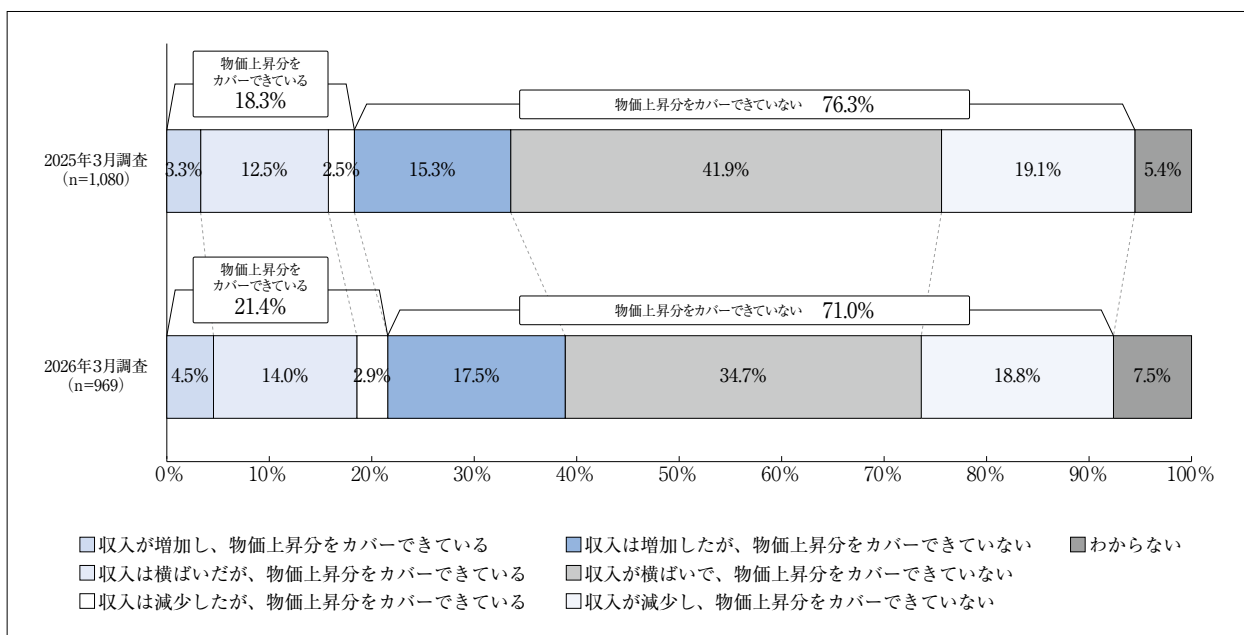
物価の実感



「2024年度と比較した物価の実感」について、今回調査(2026年3月調査)では、「物価が上がった」が75.5%(前回調査比▲6.4ポイント)、「やや上がった」が15.7%(同+3.7ポイント)と、合わせて91.2%(同▲2.7ポイント)が物価上昇を実感している。「変わらない」は4.1%(同+1.3ポイント)となった。依然として9割を超える県民が物価高を実感している。

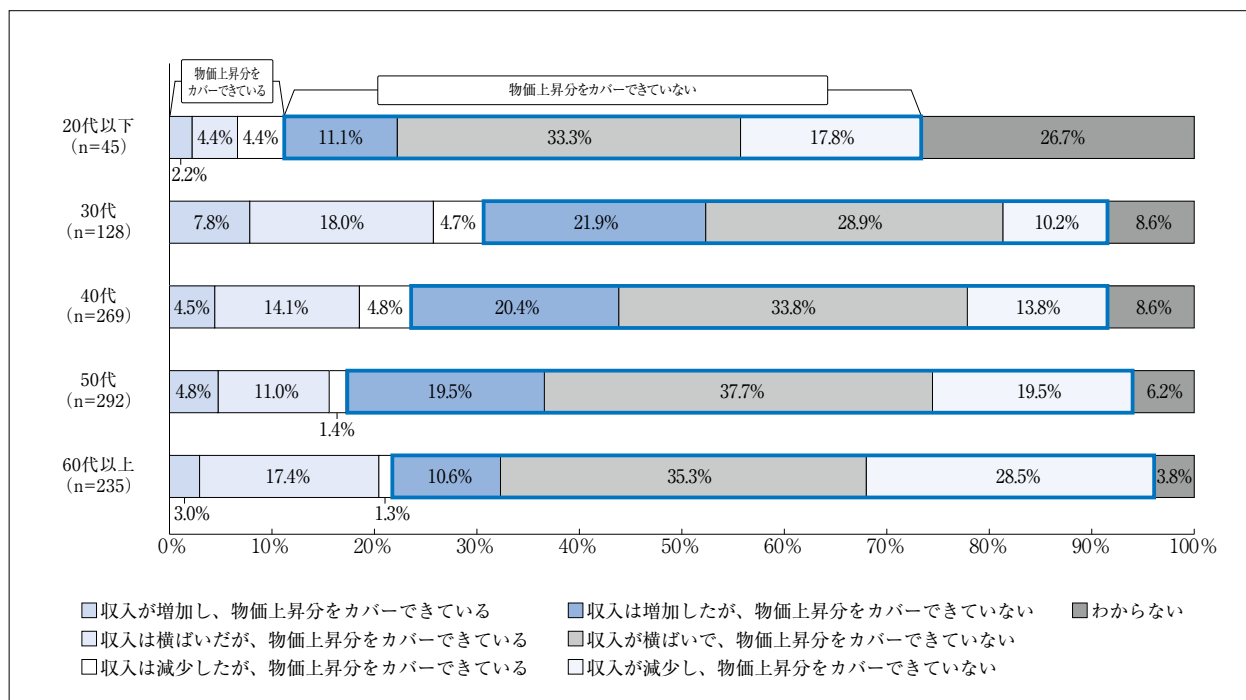
2. 収入と物価のバランス — 物価上昇分をカバーできないが7割超も、前年より改善の兆し

収入と物価のバランス



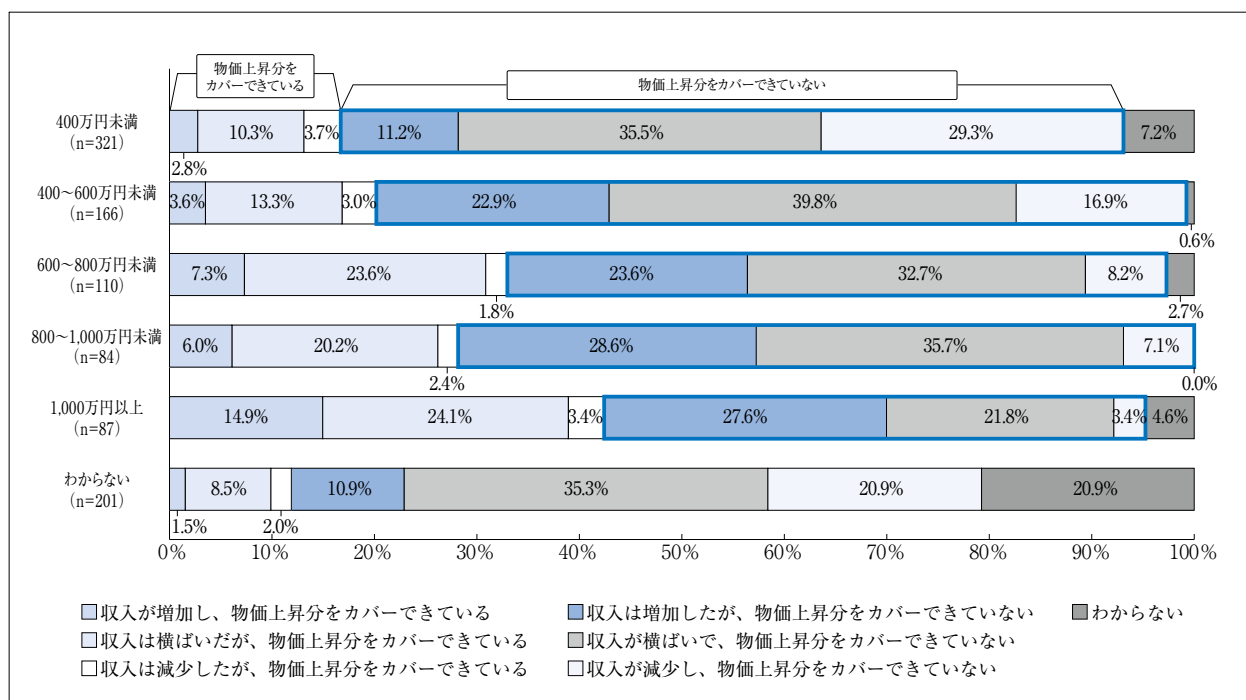
「2024年度と比較した収入と物価のバランス」について、今回調査(2026年3月調査)では、収入で「物価上昇分をカバーできている」とする割合が21.4%(同+3.1ポイント)となった一方、「カバーできていない」は71.0%(同▲5.3ポイント)だった。依然として約7割が物価上昇分を補えていないものの、その割合は前回から低下している。

収入と物価のバランス(年齢別)



年齢別にみると、全世代で「物価上昇分をカバーできていない」とする回答が過半数を占めた。年代が上がるにつれて負担感は強まる傾向にあり、50代や60代以上ではカバーできていない割合が約7割に上る。

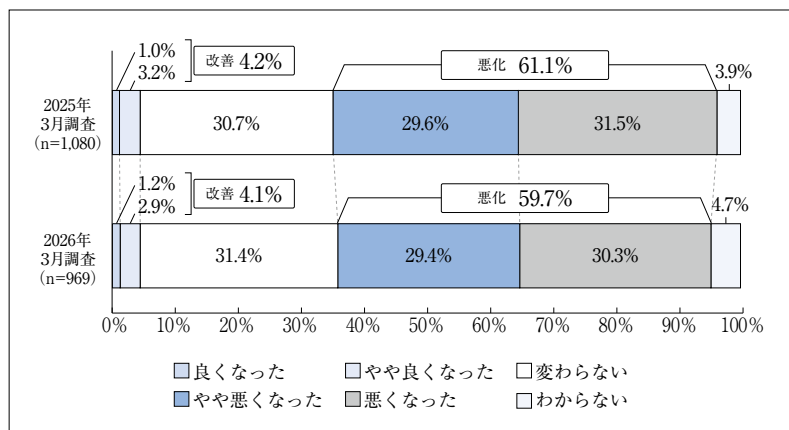
収入と物価のバランス(世帯年収別)



世帯年収別にみると、年収が高くなるにつれて「物価上昇分をカバーできていない」とする回答割合は低下する。しかし、すべての階層において過半数がカバーできておらず、物価高の影響が所得階層を問わず広く及んでいることがうかがえる。

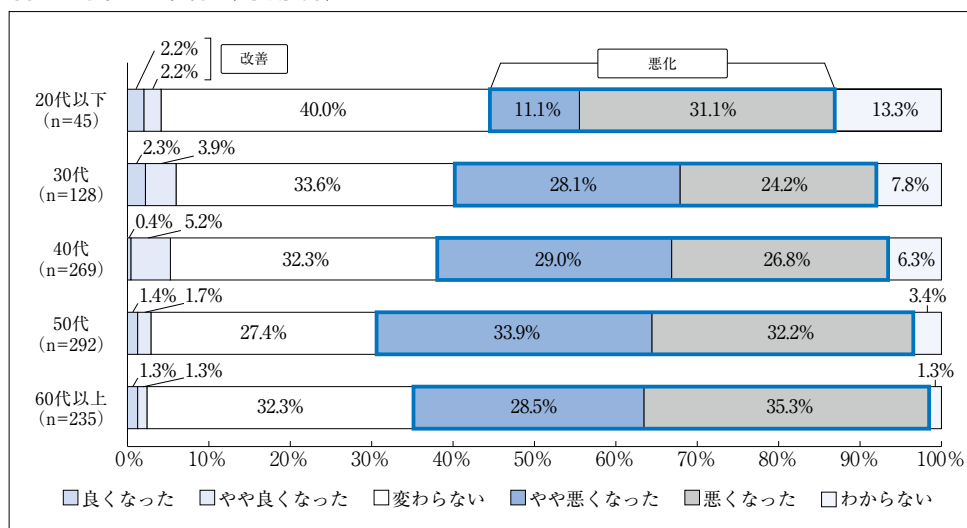
3. 暮らし向きの変化 — 約6割で悪化が継続

暮らし向きの変化



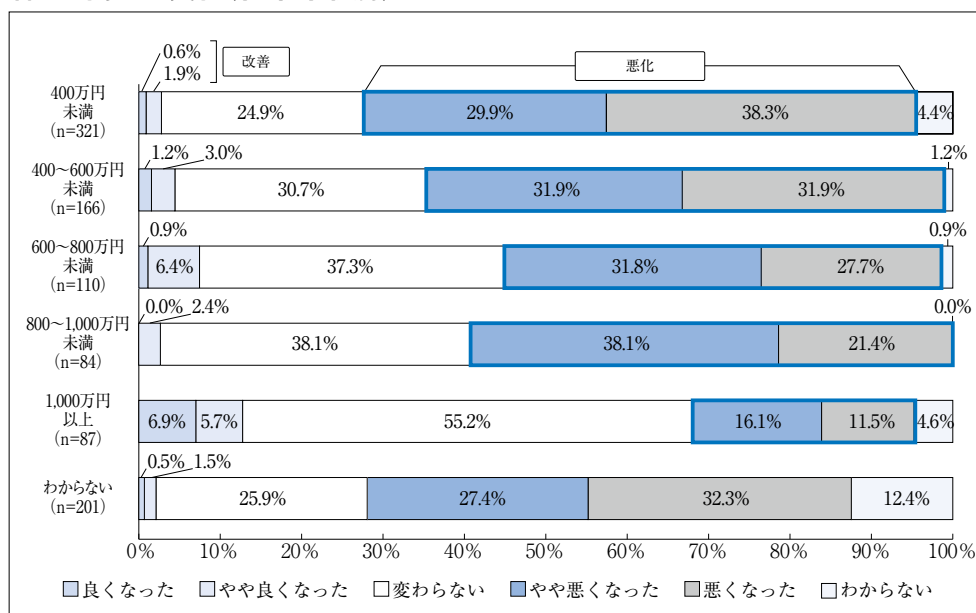
「2024年度と比較した暮らし向きの変化」について、今回調査(2026年3月調査)では、「悪くなった」が30.3%(同▲1.2ポイント)、「やや悪くなった」が29.4%(同▲0.2ポイント)と、合わせて59.7%(同▲1.4ポイント)が「悪化」を実感している。依然として約6割と高水準にあり、暮らし向きの改善は進まず、厳しい生活実感が固定化している状況がうかがえる。

暮らし向きの変化(年齢別)



年齢別にみると、年齢が高くなるにつれて「やや悪くなった」「悪くなった」とする回答が増え、50代や60代以上では6割を超えている。

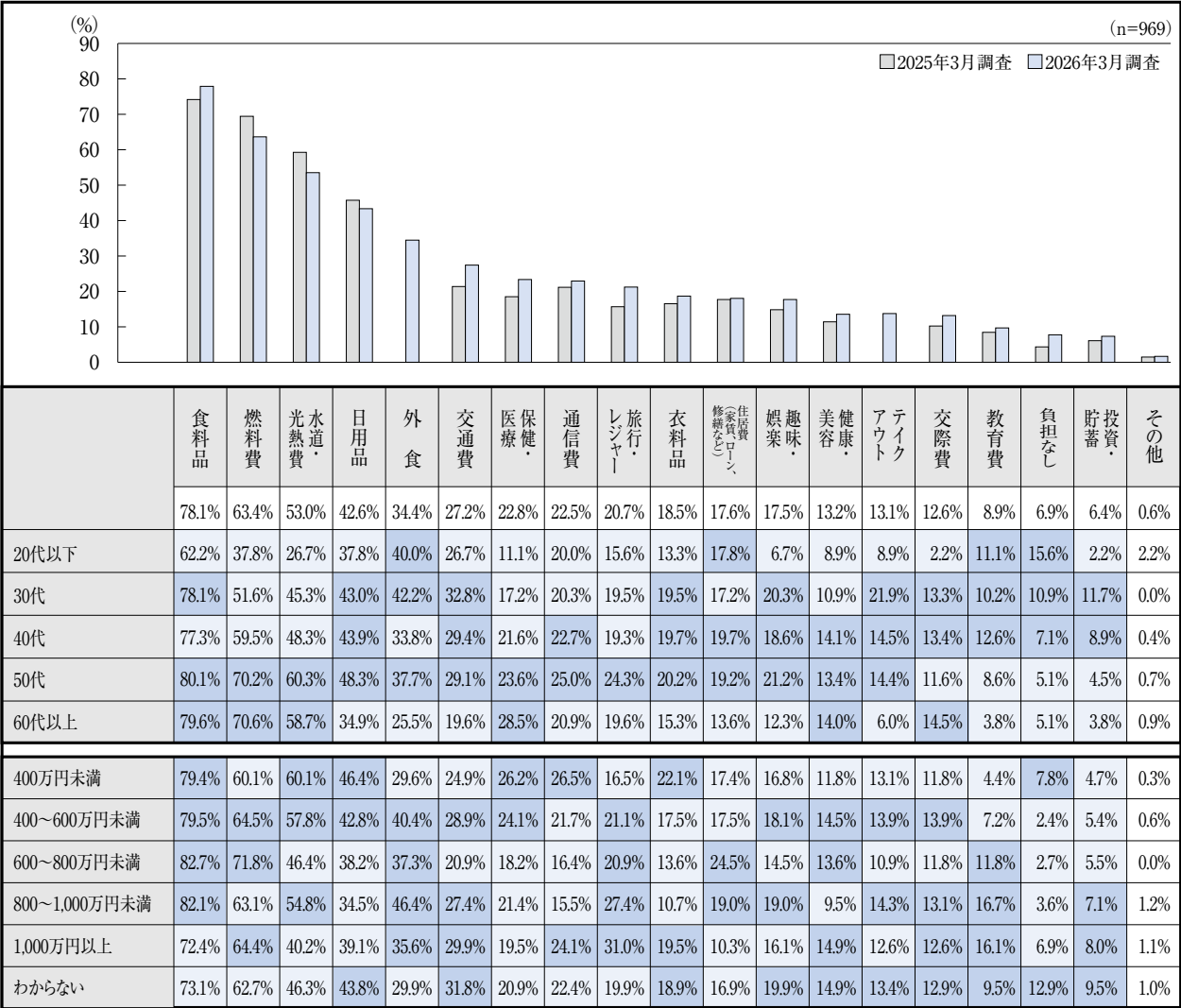
暮らし向きの変化(世帯年収別)



世帯年収別にみると、年収が高くなるにつれて「やや悪くなった」「悪くなった」とする割合は低下する傾向がみられる。400万円未満では約7割に達する一方、1,000万円以上では約2割強にとどまっており、所得水準による生活実感の格差が表れている。

4. 負担感が強い支出項目 — 食料品・エネルギー関連への負担感が大きい

現在、負担に感じているもの



※表の数字は2026年3月調査のものを記載 (濃青=全体より高い、薄青=全体より低い)

全体(棒グラフ)では、今回は「食料品」が78.1%と最も高く、次いで「燃料費」63.4%、「水道・光熱費」53.0%となった。これらの項目は前回も上位3位を占めており、引き続き日常生活に欠かせない生活必需品やエネルギー関連支出を中心に家計負担が大きい状況がうかがえる。特に「食料品」は3.9ポイント上昇しており、負担感が一段と高まっている。

年齢別(マトリックス表上部)にみると、総じて年齢が高くなるほど負担感が強まる傾向にあり、特に50代では多くの項目で全体平均を上回っている。

世帯年収別(マトリックス表下部)でも、「食料品」はすべての階層で高い割合となっている。「旅行・レジャー」といった選択的な商品やサービス※に対する支出については、所得水準が高いほど負担感が強まっている。

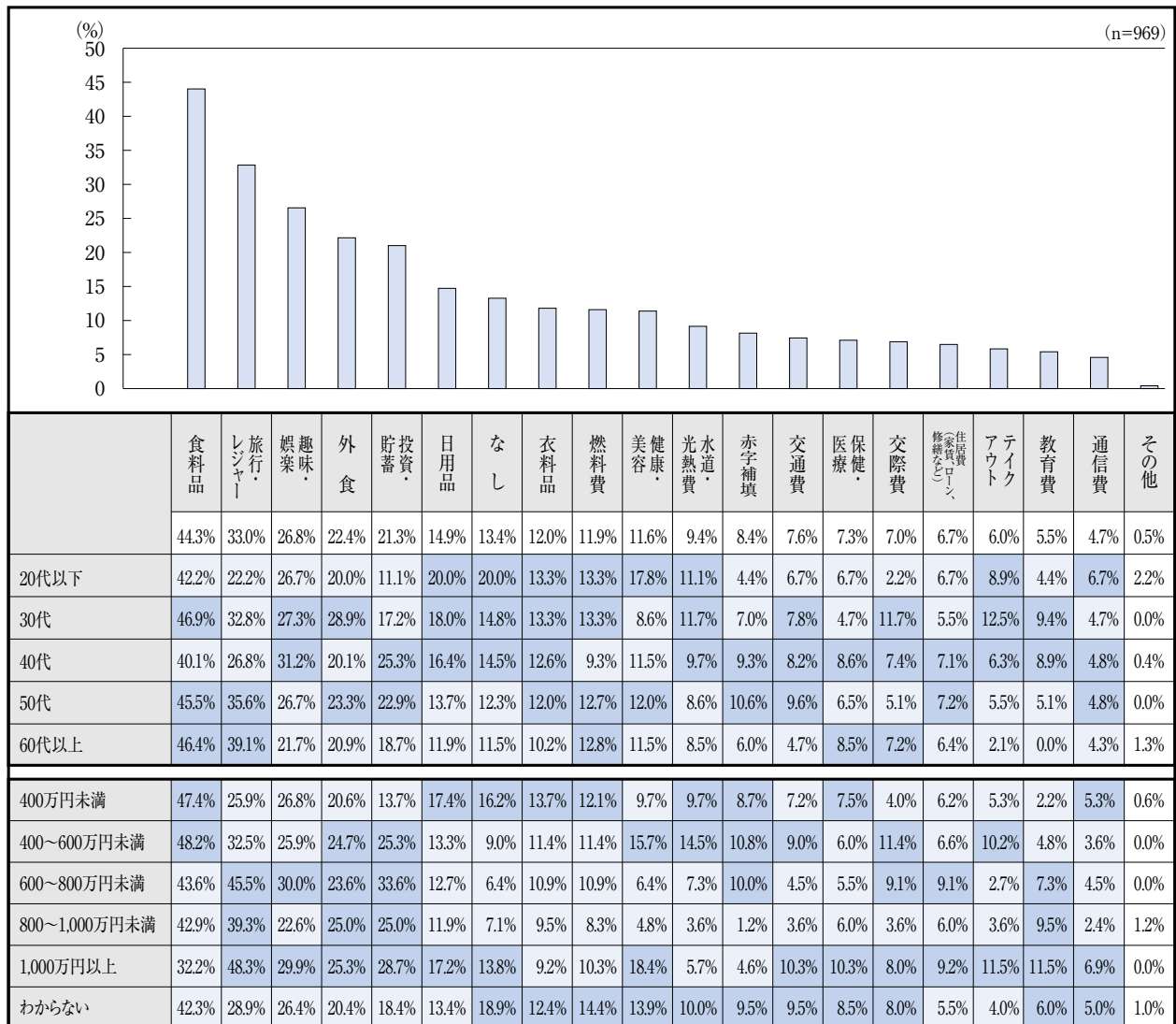
※食料品や水道光熱費などの「生活必需品(基礎的支出)」に対し、個人の趣味や好みによって購入や支出の時期・要否を判断できる嗜好品・レジャー・娯楽などの費用を指す。

※2026年3月調査において、一部選択肢の再編を行った。

- ・変更: 「ガソリン・軽油・灯油など」→「燃料費」、「水道・電気・ガス」→「水道・光熱費」
- ・分割: 「外食・テイクアウト」→「外食」「テイクアウト」
- ・削除: 「わからない」

5. お金をかけたい支出項目 — 旅行や趣味など、選択的な商品やサービスへの支出意向が強い

物価上昇を上回る賃上げが実現した場合、お金をかけたいもの



(濃青=全体より高い、薄青=全体より低い)

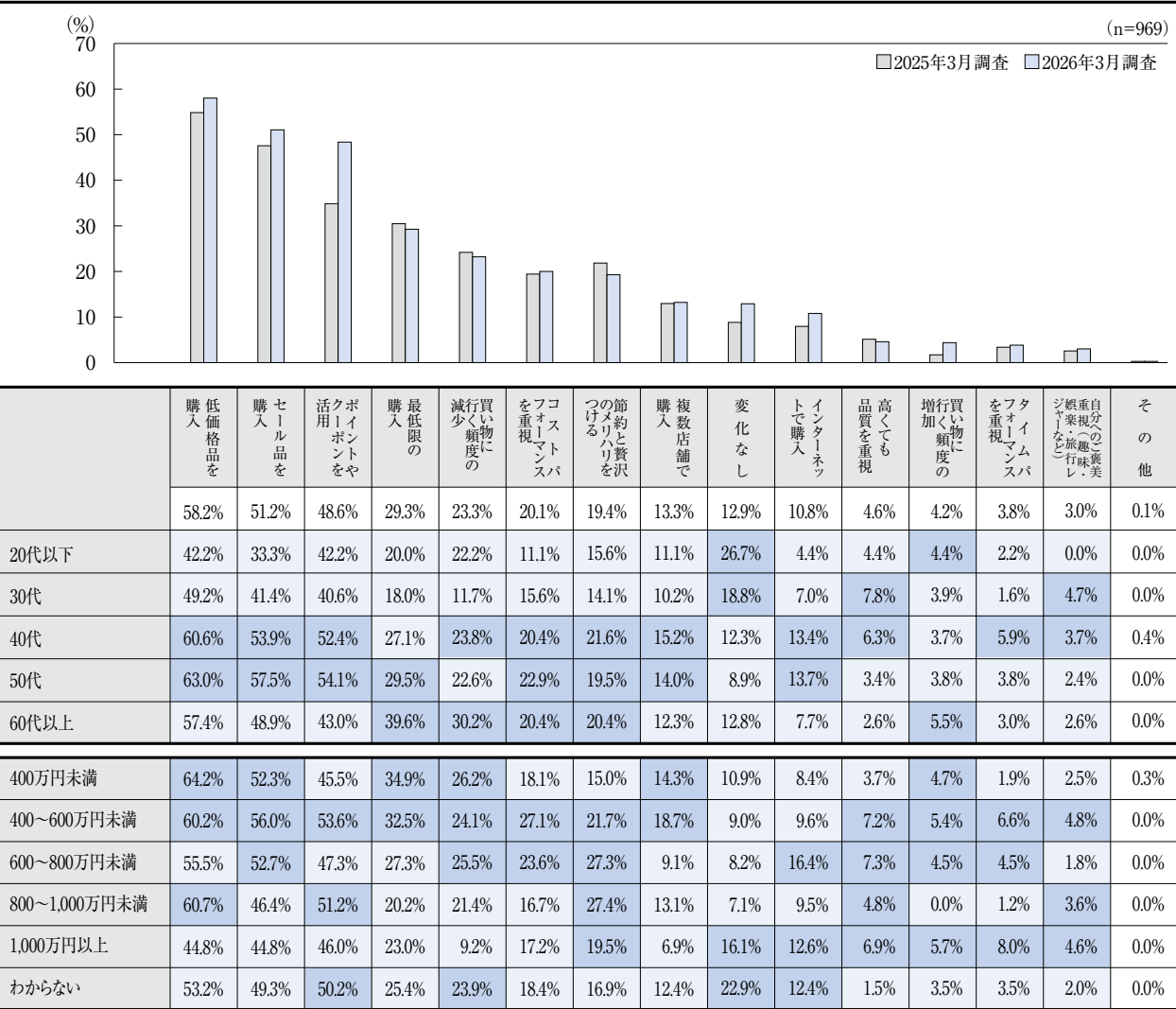
全体(棒グラフ)では、「食料品」が44.3%と最も高く、次いで「旅行・レジャー」33.0%、「趣味・娯楽」26.8%、「外食」22.4%が上位を占めており、選択的な商品やサービスへの支出意向の高さがうかがえる。

世帯年収別(マトリックス表下部)では、所得水準が高いほど「旅行・レジャー」「趣味・娯楽」「外食」などへの支出意向が強まる傾向がみられる。

※本項目は2026年3月調査より追加。

6. 買い物における行動変化 ― 節約や工夫を凝らした買い物が広がる

買い物における行動変化



※表の数字は2026年3月調査のものを記載 (濃青=全体より高い、薄青=全体より低い)

「2024 年度と比較した買い物における変化」について、全体(棒グラフ)では、今回は「低価格品を購入」が58.2%と最も高く、次いで「セール品を購入」51.2%、「ポイントやクーポンを活用」48.6%となった。これらの項目は前回も上位3位を占めており、いずれも増加している。節約や工夫を凝らした購買行動が一段と広がっていることがうかがえる。

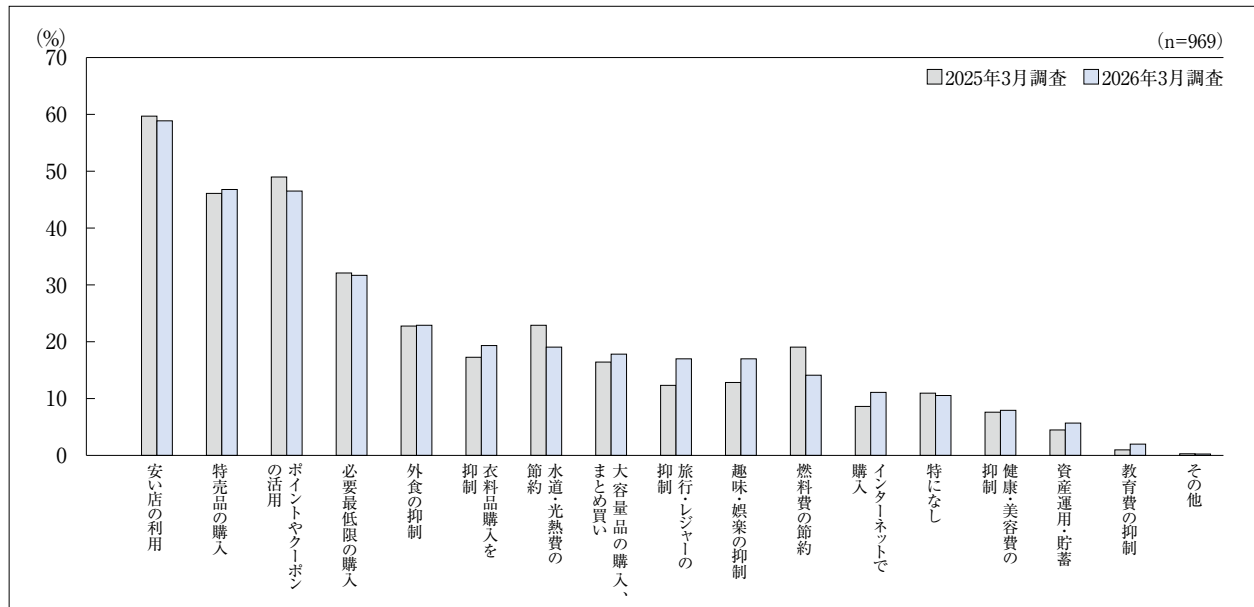
年齢別(マトリックス表上部)にみると、40～50代において、全体での上位3位と同じ項目が平均を上回っており、物価高対応への節約意識の高さがみられた。

世帯年収別(マトリックス表下部)では、年収が低い層ほどこれらの項目の回答割合が高くなっている。600～800万円未満や800～1,000万円未満では「節約と贅のメリハリをつける」により、節約する分野と支出する分野を使い分ける傾向が多くみられた。1,000万円以上では「変化なし」や「タイムパフォーマンスを重視」する行動がみられ、所得水準に応じた行動パターンの違いが確認できる。

※2026年3月調査において、一部選択肢の再編を行った。
・削除：「わからない」

7. 家計のやり繰り方法 ― 買い物工夫の定着と消費抑制の高まり

家計のやり繰り方法



2025年3月調査では「安い店を利用する」が58.4%と最も多く、次いで「特売品を購入する」46.4%、「ポイントを利用する」46.2%となった。これらの項目は前回も上位3位を占めており、物価高が続く中、ここでも多くの県民が節約や工夫を凝らした買い物をしていることがうかがえる。また、「衣料品を抑制する」「旅行を抑制する」「趣味を抑制する」はいずれも前回よりも上昇しており、支出を抑制する動きもみられた。物価上昇を受け、購入方法の見直しに加え、幅広い分野で節約意識が広がっていることがうかがえる。

※2026年3月調査において、一部選択肢の再編を行った。

・削除：「わからない」

一 調 査 要 領 一

調査時期	2026年3月5日～11日(前回調査2025年3月27日～3月30日)
調査方法	インターネット回答方式(Questantによるパネル調査)
調査対象	県内在住の10代～70代男女(今回80代以上の回答者はなし)
有効回答	969人