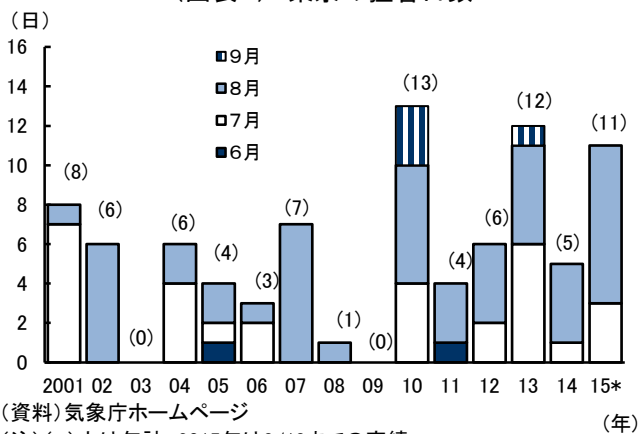


## 猛暑による夏場の個人消費押し上げ効果

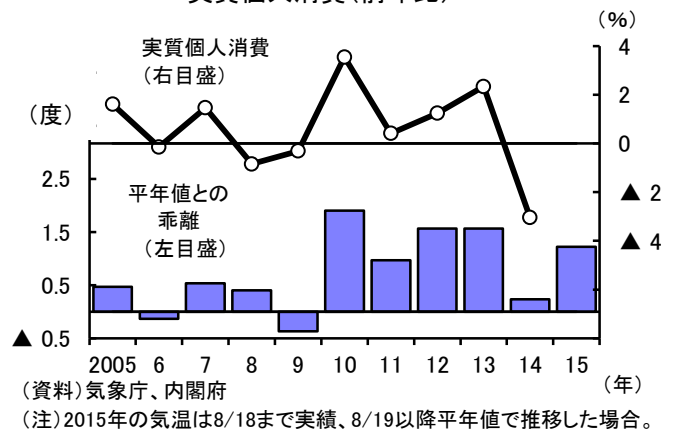
— 1°Cの気温上昇で0.34%の消費押し上げ —

- (1) 今夏、東京では最高気温が35°Cを超える猛暑日が既に11日となるなど、観測史上最多の13日(2010、1995年)に迫る勢い(図表1)。そこで以下では猛暑が夏場の個人消費の動向に与える影響を試算。
  - (2) 夏の気温と個人消費の関係について近年の動きをみると、2010年の記録的猛暑をはじめ、平均気温が平年値を上回った際には、実質個人消費が増える傾向(図表2)。
  - (3) 1980~2014年のデータから夏場の気温上昇が個人消費押し上げに作用する規模を試算【\*】すると、7~9月期の平均気温が1°C上昇すると、マクロの実質個人消費を0.34%押し上げるとの結果。
- 【\*】関東地区の世帯消費支出(総務省)を41の支出項目に分け、東京都都区部消費者物価指数で実質化し、これらと東京の気温(気象庁)についてトレンド、循環変動、季節変動要因を除いた異常値成分を抽出。両者の相関係数が0.3を超える支出項目について最小二乗法により影響を算出し、合計した。
- (4) 支出項目別にみると、消費にプラス効果が出るのは、家庭用耐久財(エアコン等)、電気代(エアコン使用等)、被服・履物、飲料、酒類、果物、室内装飾品(カーテン、ゴザなど)、家庭用消耗品(洗剤、殺虫剤等)、医薬品。一方、マイナスとなるのはガス代、寝具類(図表3)。トータルでは、プラス効果がマイナス効果を大幅に上回る結果。
- 【\*】小売店等では暑さで客足が鈍るマイナス効果を、気温に応じた割引の導入など「イベント消費」化することで補う動きも散見される。
- (5) 期間を変えて試算すると、気温の上昇に対する消費押し上げの度合は近年、強まる傾向がみられ、平年値を上回る年が増えていることともあいまって「猛暑効果」が目立つ結果。
  - (6) 今夏については、仮に今後9月末まで気温が平年値で推移した場合、平均気温が昨年を1.0°C上回るため、7~9月期の実質個人消費は前年比で0.34%押し上げられることに。もっとも、秋以降はその反動減が出る可能性。

(図表1) 東京の猛暑日数



(図表2) 7~9月期の東京の平均気温(平年値との差)と実質個人消費(前年比)



(図表3) 7~9月期平均気温の1°C上昇が消費に与える影響(寄与度)

