

No.2

◀ INDEX Prev 1 2

2018.06.14

猛暑が来る

**小方尚子**

株式会社日本総合研究所
調査部 マクロ経済研究センター 主任研究員

今年の夏は暑くなるとの予報が出ました。気象庁が5月25日に発表した6～8月の3カ月予報によると、全国的に気温は平年より高くなる見通しです。今年は、全国的に春先から平年より高めの気温となり、さくら祭を葉桜の下で開催する羽目になるケースが続出しましたが、このまま夏も猛暑になる可能性が高まっています。

猛暑の消費押し上げ効果

こうした夏の猛暑は、個人消費を押し上げるという評価が定着しつつあります。まず、思い浮かぶのは、暑くなると売れる季節商品でしょう。

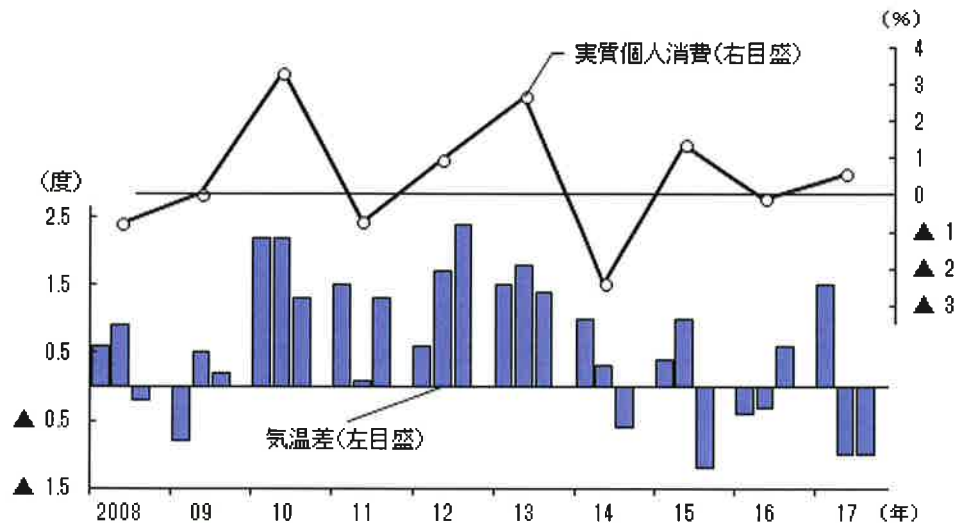
猛暑となった年に夏の消費を押し上げた内容を見ると、金額的に大きいのはエアコンです。そのほか、クーラーの使用が増えるので電気代、夏物衣料、日傘、サングラスなどの身の回り品、制汗剤、日焼け止めなどの金額が膨らみます。食品では、ビール、茶飲料、スポーツドリンクやアイス、果物、麺類などが増えます。揚げ物など火を使う調理をしたくないため、寿司などの外食費も多くなるほか、アイスコーヒーやカキ氷なども人気になるので喫茶店利用代も増えます。レジャーではプール、屋内遊園地などが人気となります。

一方で、ガス代、寝具類、パンなどは減ります。また、屋外のテーマパークなどでは猛暑で入場者数が減った年がありました。

プラス効果とマイナス効果を合わせた消費全体では、7～9月期の平均気温が1度上昇すると、実質個人消費が前年比+0.26%押し上げられる、と試算されます。アベノミク

を開始後の2013年初から2018年初までの個人消費の年平均実質増加率が+0.4%にとどまる中では、大きなインパクトがあるといえます。夏は暑くなると、個人消費が増えるのです。

【図表】 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）



資料出所:気象庁、内閣府

【注】2015年8月は23日までの平均。24日以降は気温が大巾低下。

秋以降の消費の「夏バテ」に注意

もっとも、消費者の収入は気温が上昇しただけで増えることはありません。猛暑による消費の盛り上がりは、暑さをしのぐためについついビールに手が伸びる、ついついクーラーをつけてしまう、といった予算オーバーで使ってしまう結果であることが多いのです。

このため、秋以降は使いすぎた分を節約する動きが出てくる可能性があります。実際、猛暑だった2010年や2015年には10～12月期の消費が前期比マイナスとなり、7～12月で均（なら）してみればほぼ横ばい、ということになりました。

今年についてみると、足元の雇用・所得環境は改善を続けています。今夏の賞与も昨年より増える見通しであるため、仮に夏の盛り上がりや秋以降の落ち込みが発生しても、均してみれば個人消費全体では緩やかな増加基調は維持される見通しです。もっとも、個別の商品・業種では、猛暑特需の波に乗れないと、秋以降に出てくる消費の「夏バテ」の悪影響だけ受けてしまうことになりかねません。

一方で、従来は夏に売れ行きが落ちていた分野で、猛暑を逆手に取る動きが見られます。寝具分野で、体感温度が低くなるマットなどの新商品を投入する動きや、ヒット商品となった「冷やしておいしいパン」が典型です。テーマパークでは、暑さを吹き飛ばすべく、ほぼ全身に水を浴びるようなイベントで集客に成功した例も見られます。

このように、猛暑特需を捕まえにくい分野を含め、需要を取り込む努力が今年の夏も熱く続きそうです。

Profile

小方尚子 おがた なおこ

株式会社日本総合研究所 調査部 マクロ経済研究センター 主任研究員

東京大学教養学部教養学科卒業。三井銀行（現三井住友銀行）入行と同時に三井銀
総合研究所（現日本総合研究所）へ出向。2005年、法政大学大学院修士課程修了。

アジア経済、米国経済の調査部分析を担当した後、現在は、個人消費、雇用、賃
金、物価など家計部門を中心とする国内マクロ経済分析に従事。
