猛暑と個人消費

今年の夏も、昨年に続いて猛暑が続いている。エアコンなどが飛ぶように売れ、夏の個人消費は猛暑に後押しされて予想よりも健闘しているようにみえる。しかし賃金が増えていない現状では、猛暑による消費の増加は一時的に限られ、結局消費者はほかの支出を切り詰めることになり、消費を底上げすることにはならないと思われる。

1993年から1996年までは、6－9月の真夏日の日数と、小売業販売額の増減率は連動し、真夏日1日が小売業販売額を0.2％ポイント押し上げる効果がみられた。これは、93年度（▲0.2％）を除いて実質給与総額が前年比でプラスだったため、真夏日が増えるとそれに合わせて消費者がエアコンや衣料品、飲料水などの消費を増やしたためと思われる。

猛暑だった94年は、経済対策による戻し減税（6月）が実施されたことが加わって消費者の所得が増加し、猛暑による高水準の消費押し上げ効果が7、8月と継続した。9月になって小売販売額の伸び率は鈍化したものの、6月の水準をまだ上回るなどの押し上げ効果が認められる。（図1）

しかし97年以降は、実質給与総額が前年比マイナスとなり、消費者は真夏日が続いても消費を増やすことが難しくなり、真夏日の日数と小売販売額増減率の連動性は失われた。

猛暑となった2000年度は、4年ぶりに実質給与総額が前年比プラスとなったことも影響してエアコン等の売れ行きがよく、7月の小売販売額は94年のように押し上げられた。

しかし実質給与総額のプラス幅は微増にとどまり、エアコンなどに回った支出のためにパソコンなど他の消費が抑えられた上、夏後半から景気鈍化の兆しが現れたことが消費に影響した。7月に小売販売額増減率が押し上げられた反動で、8、9月の販売額増減率は6月を下回るほどに低下し、結果的に個人消費は不振に終わった。（図2）

2001年度は真夏日の日数が過去最高だった昨年を上回る勢いであり、6月の全国百貨店売上高は夏物衣料品等が好調で前年同月比＋2.4％となるなど、猛暑が個人消費を下支えしている。しかし実質給与総額の伸び率が鈍化しており、消費者は景気の先行きに不安を抱いている。

このため、真夏日が例年以上に増えてエアコンなどの購入が増えたとしても、結局はほかの消費を抑制していかざるをえなくなるとみられる。2001年の個人消費は、猛暑で7、8月の消費が好調となった1994年のようにはならず、2000年のように夏の後半になって失速する可能性が高いであろう。

（名倉 賢一）

図1　1994年

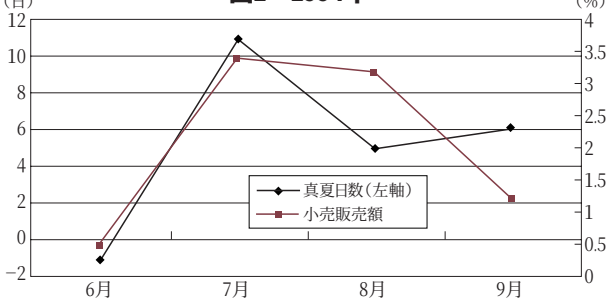
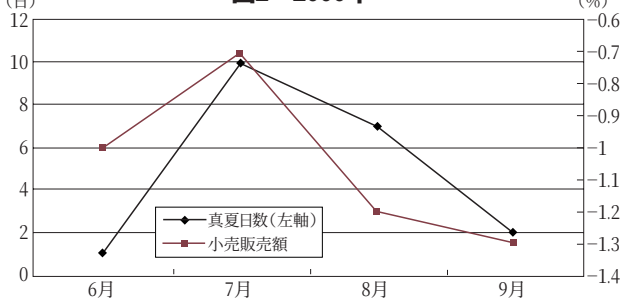


図2　2000年



資料　気象庁・日本気象協会「気象年鑑」、経済産業省「商業販売統計」
（注）　真夏日数は、各月の真夏日（最高気温30度以上の日）数と、平年の真夏日の日数の差。小売販売額は前年同月比増減率。