

## 猛暑と個人消費

～ 猛暑による消費押し上げは一時的、反動減が懸念される ～

(木村俊文)

### 猛暑が消費を押し上げ

わが国では昨年の冷夏から一転、今年の夏は記録的な猛暑が続いている。気象庁によれば、7月20日に東京で観測史上最高の39.5度を記録し、7月の平均気温は28.5度と平年<sup>(1)</sup>を3.1度上回り、1994年7月の28.3度以来10年ぶりの暑さとなった。東京の真夏日<sup>(2)</sup>は7月6日から40日連続で続き、観測史上最長を記録した。8月も全国で平年を上回る暑さとなり、9月も東日本と西日本で気温の高い日が続くと見込まれている。

このような暑さの影響により、ビールや氷菓系アイス、夏物衣料、エアコン、冷蔵庫、プール利用者などが昨年に比べ大幅増加、好調に推移しているとマスコミが報じている。

もっとも代表的なビールと発泡酒は、今年7月の出荷量が前年同月比9.0%増となり、7月としては1994年以来となる高い伸びを示し

た(図1)。

景気回復が続くなかでの猛暑は、前述のような季節性の高い商品やサービスを中心に、個人消費の拡大に寄与したと思われる。

### 気温と消費の関係

夏場の気温と家計消費との関係を見てみると、記録的な猛暑となった94年の夏は、前年の記録的な冷夏の反動に加え、所得税減税効果などもあり、同年7-9月期の家計消費支出(関東地区・勤労者世帯)が前年同期比1.6%増加した。

しかし98年以降は、可処分所得が前年比マイナスに転じたため、消費者は夏場に気温が上昇しても消費を増やすことが難しくなり、一時的に所得が回復する02年まで、夏場の気温と消費との連動性は失われた。

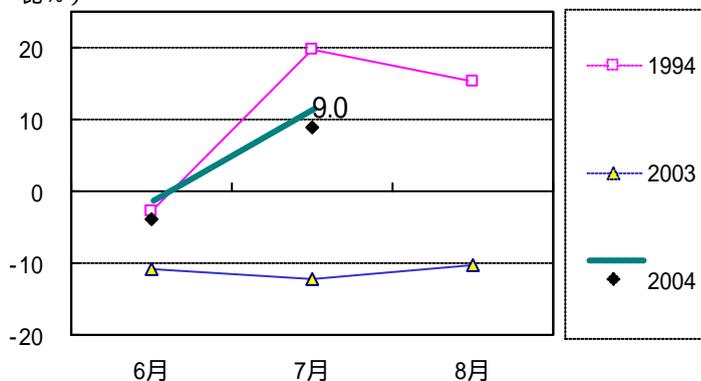
今年の前年の冷夏の反動に加え、景気回

復に伴う消費者マインドの改善、ボーナス増、さらにアテネ五輪などの好条件が相まって、7-9月期の消費支出を押し上げると予想される(図2)。

ただし公務員はボーナス減となっており、また7月に発生した台風や豪雨による被害を受けた地域もあるため、消費は世帯や地域によって異なる。

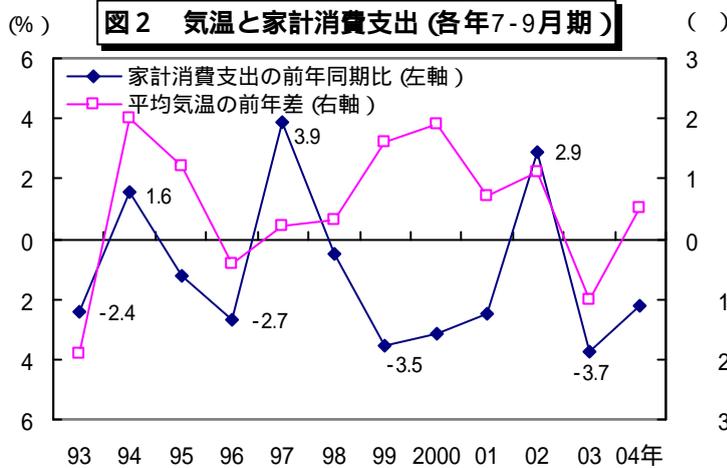
(前年同月比%)

図1 夏場のビール・発泡酒の出荷量



ビール酒造組合、発泡酒の税制を考える会資料より作成  
(注)1994年はビールのみ。発泡酒の本格発売は1994年10月から。

企業部門の改善が家計部門にさらに広がる  
ことが期待される。



総務省「家計調査」、気象庁資料より作成  
(注)家計消費支出は関東地区・勤労者世帯、気温は東京都、2004年は6月のみ。

### 猛暑による反動が懸念

一方、94年の猛暑の経験から、以下のような猛暑によるマイナス効果も指摘されている。

消費者が夏物に支出拡大した分をどこかで減らそうとするため、夏物以外の消費が抑制される可能性がある

### 消費底上げには所得増が必要

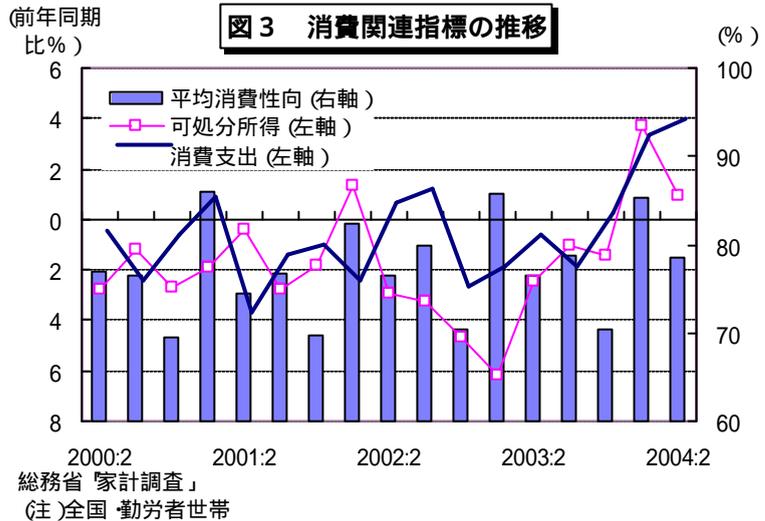
しかし、消費全体を押し上げるには、そもそも天候とは関係なく、「所得の増加」が必要であると考えられる。

全国勤労者世帯の可処分所得は、企業業績の改善を受け、04年1-3月期に前年比3.7%増加したが、4-6月期は同0.9%と伸びが鈍化した。

この可処分所得がどの程度消費に仕向けられるかを示す消費性向は、98年の71.3%を底に改善傾向にあるが、すでに高い水準に達しているとの見方もあり、さらなる上昇は見込みづらい。

また雇用者数は、04年に入り2四半期連続して前年比プラスとなったものの、わずかな伸びにとどまっている(図3)。

これら消費関連指標の動向を総じてみれば、雇用環境の改善が進んでいるものの、そのスピードは緩やかな様子である。



総務省「家計調査」  
(注)全国・勤労者世帯

る。

清酒、米、せんべい、茶、ガス代など、暑さのために敬遠される消費品目がある。

残暑が長引けば秋物衣料が販売低迷し、夏場に出荷が増えた分、冬場のエアコンが低調になるなど、秋以降に反動が表れる。

レジャー施設やイベント会場での客足失速の懸念もある。(3)

このようなマイナス効果の予兆として、7月の景気ウォッチャー調査では、猛暑、オリンピック効果の反動、残暑による秋物衣料商戦の低調など、先行きを懸念する声が寄せられ

た。

また 10 月からは年金保険料の引き上げが開始されるため、せっかく回復してきた個人消費に水をさす可能性もある。

夏場に集中した消費の反動が秋以降に見

られることになろう。

---

(1)「平年」とは過去 30 年 (1971~2000) の平均値

(2)「真夏日」とは最高気温が 30 度以上の日

(3)経済企画庁「平成 6 年経済の回顧と課題」(= 内閣府資料)