

日本 ～今年の猛暑は消費を増やすか?～

経済調査部 首席エコノミスト 新家 義貴(しんけ よしき)

猛暑効果は不発?

「猛暑効果」という言葉に象徴されるとおり、猛暑は夏場の個人消費を増やすと言われることが多い。直接的には、飲料や家電といった猛暑関連消費が増加するという効果が挙げられる。もう一つの間接的な影響としては、外出機会の増加を通じた効果がある。夏場に気温が上昇するケースでは、同時に好天に恵まれて日照時間も長くなることが多い。その分、外出が増え、消費が刺激されるというわけだ。

もっとも、今年については、気温の上昇が必ずしも消費にプラスに効くとは限らない。気温の上昇が行き過ぎ、今年のような暑過ぎる夏になった場合、猛暑が外出の手控えに繋がる可能性が高いためだ。今年も気象庁が不要な外出を手控えるように呼びかけるなど異例の状況となっており、実際に外出を取りやめた人も多かったはずだ。このことが、サービス消費を中心として消費を減退させた可能性があるだろう。

また、7月については、西日本を襲った記録的な豪雨や月下旬の季節外れの台風の襲来といった要因にも注意する必要がある。これらは、外出機会にとって明らかにマイナスである。つまり、猛暑効果に期待される二つの要因のうち、猛暑関連消費の増加は期待できる一方、外出機会の増加については、暑過ぎる夏と豪雨・台風によって、むしろ逆に働いた可能性があるということになる。

野菜価格の上昇も懸念材料

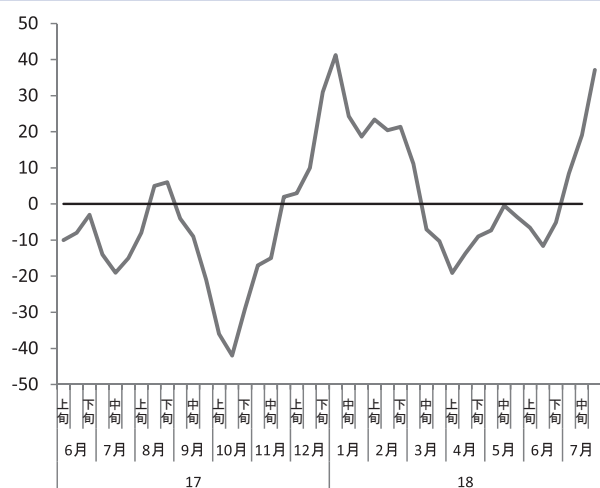
猛暑に関連して、もう一つ懸念されるのが野菜価格の上昇だ。西日本豪雨による被害で野菜の出荷量が減少していたところに、連日の猛暑の影響により野菜の生育遅れが生じており、野菜価格が上昇している。特に、キャベツやハクサイ、レタス等の葉物野菜への影響が深刻に

なっているようだ。

もともと、原油価格上昇に伴ってガソリンや電気代などのエネルギー価格は上昇し、物価押し上げ要因となっていた。そこに野菜価格の上昇が加われば、消費者への負担は一段と増すことになる。野菜にしてもエネルギー価格にしても生活に必要不可欠であり節約が難しい。その分、他の消費を削らざるを得なくなるというわけだ。また、野菜は生活に身近で購入頻度が高い分、他の財と比べて価格上昇を意識しやすいという特徴をもっている。こうした体感物価の上昇が心理的な面を通じて消費に悪影響を及ぼす可能性にも注意したいところだ。

去年の冬には台風や大雪の影響で野菜価格が急上昇し、今年の1-3月期の個人消費が下押しされた。春になってようやく野菜の値段も落ち着いたことで消費も持ち直してきたところに、また今回の野菜価格の上昇が起きてしまった。今後も野菜価格の上昇が続くようであれば、7-9月期の個人消費が再び落ち込む可能性も出てくるだろう。

資料 野菜価格の推移(前年比、%)



(注)直近の7月下旬は21日～31日の平均値
(出所)農林水産省「青果物卸売市場調査」