

景気ウォッチャー調査のキーワードからみた猛暑の影響について
～猛暑は夏物季節商品の消費を押し上げる一方、外出控えでサービス消費を押し下げ～

<ポイント>

1. 今夏の日本の平均気温は1898年以降の統計開始以降で最も高く、記録的な猛暑となった。本稿では、内閣府「景気ウォッチャー調査」の7～9月（調査期間は各月25日から月末）の調査結果から、こうした記録的猛暑が経済活動に与えた影響について分析したい。

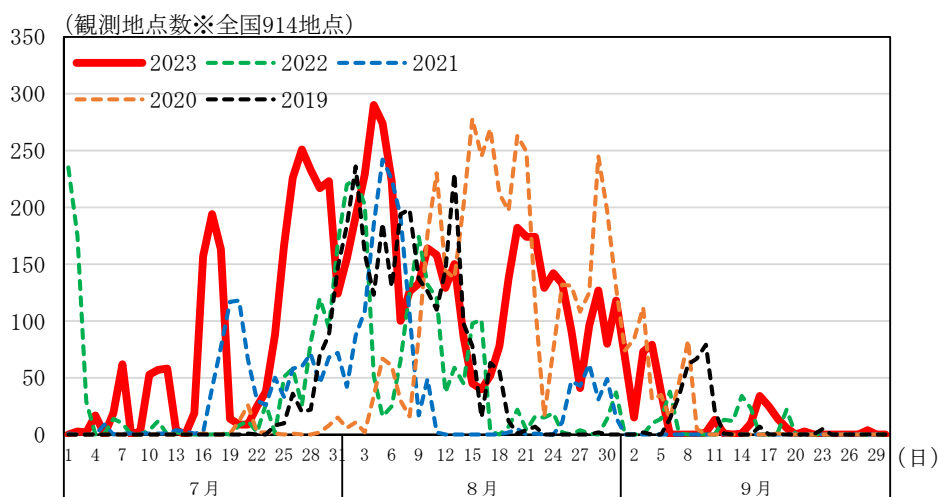
（参考）内閣府「景気ウォッチャー調査」は、全国2050人の景気ウォッチャーから、地域の景況について、「良くなっている」から「悪くなっている」まで5段階の「判断」と、その判断理由について「コメント」を聴取している。このような二つの次元からなる調査設計により、①「判断」に基づく景況感指数（DI）を算出し、各月の景況感を定量的に把握できることに加え、②景況感を左右する特徴的な単語（キーワード）をコメントした回答者数（コメント数）と、そのキーワードに言及した回答者グループのDI（コメントDI）の変化を分析することで、景況感を構成する要因を把握できることが特長となっている。

2. まず、今夏の猛暑の状況に関するデータを確認する。全国に914ある観測所で猛暑日を記録した地点数をみると、特に7月と8月は過去5年間で突出した数字となっており、全国各地で連日、猛暑日が記録されていた【図1】。また、熱中症警戒アラートの発表回数も過去3年間で最も多く、今夏が記録的な猛暑であったことが分かる【図2】。
3. こうした今夏の猛暑が経済活動に与えた影響を分析するため、7～9月の「景気ウォッチャー調査」の現状判断に関する回答において、猛暑に関連する「暑」または「温」というキーワードを含む回答をしたウォッチャーのコメントDIを業種別に集計した結果を、コメントの内容と併せてみてみたい【図3・図4】。
4. まず、7月の集計結果をみると、百貨店・家電量販店・スーパー・コンビニといった空調の効いた商業施設における夏関連の財消費（夏物衣料品・エアコン・飲料・アイス等）の好調さがDIを押し上げた。一方で、商店街・サービス業（ゴルフ場・美容室等）・飲食業では、猛暑による外出控えで客数が減少したというコメントが多くみられ、DIの押し下げに寄与した。また「暑」または「温」を含むコメントDIは、全業種トータルで均してみると52.6と、家計動向全体のDI（54.3）との乖離も小さく、7月は押し上げと押し下げがほぼ相殺する形となっていたことが分かる。
5. 次に、8月の集計結果をみると、コンビニは飲料・アイス等の需要増による押し上げ効果が継続したが、百貨店・スーパーのDI押し上げ効果は7月より縮小し、家電量販店では押し上げ効果が剥落した。一方で、猛暑による外出控えが継続したサービス（ゴルフ場・美容室等）・飲食では、DIの押し下げ幅が拡大した。8月は猛暑による押し上げ効果が縮小し、押し下げ効果が上回る結果となったことから、「暑」または「温」を含むコメントDIは、全業種トータルで7月より低下し49.9と、家計動向全体のDI（53.5）との乖離が拡大した。
6. 7月と8月の各月のDIの動きを消費の形態別にみると、
 - ・ 夏前半の7月は、夏関連の耐久財（エアコン等）、半耐久財（夏物衣料品等）、非耐久財（飲料・アイス等）が押し上げに寄与し、サービス（ゴルフ場・美容室等）が押し下げに寄与、
 - ・ 夏後半の8月は、夏関連の耐久財（エアコン等）と半耐久財（夏物衣料品等）の消費の押し上げ効果が剥落し、非耐久財（飲料・アイス等）の押し上げ効果とサービス（ゴルフ場・美容室等）・飲食の押し下げ効果は7月から継続、と整理できる。
7. 9月は、東・西日本は記録的な高温となったものの、猛暑日を記録した地点数は大きく減少した。飲料やアイス等の需要で押し上げられてきたコンビニのDIも低下する一方、飲食のDIは上昇し、猛暑による押し上げ・押し下げ効果は小さくなった。他方で、残暑の継続による秋物衣類等の販売を懸念するコメントも一部ではみられている。「暑」または「温」を含むコメントD

Iは全業種トータルで46.5と家計動向全体のD Iの50.3を下回ったことから、9月は猛暑による押下げ効果が続いていることが分かる。

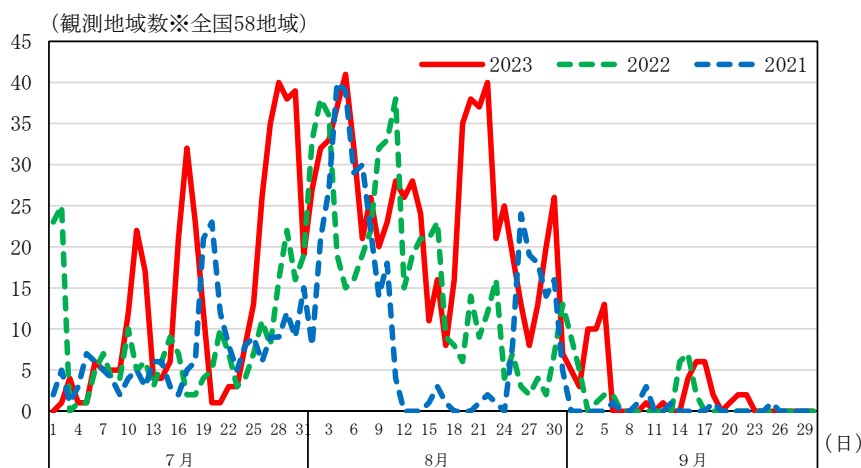
8. このように、今夏の記録的猛暑という天候要因が経済活動に与えた影響は、業種や時期により大きく異なる。9月調査の先行き判断コメント（年末頃の見通し）をみると、一部では暖冬による消費への影響を懸念するコメントがみられ始めている。今後の天候要因が経済活動に与える影響を迅速に把握する上でも、引き続き、景気ウォッチャーのコメント内容に注目していきたい。

【図1】7～9月に猛暑日（35℃以上）を記録した地点数



	2023年	2022年	2021年	2020年	2019年
7月	2435	1132	958	71	402
8月	4249	1840	1522	4191	2494
9月	385	169	0	485	292

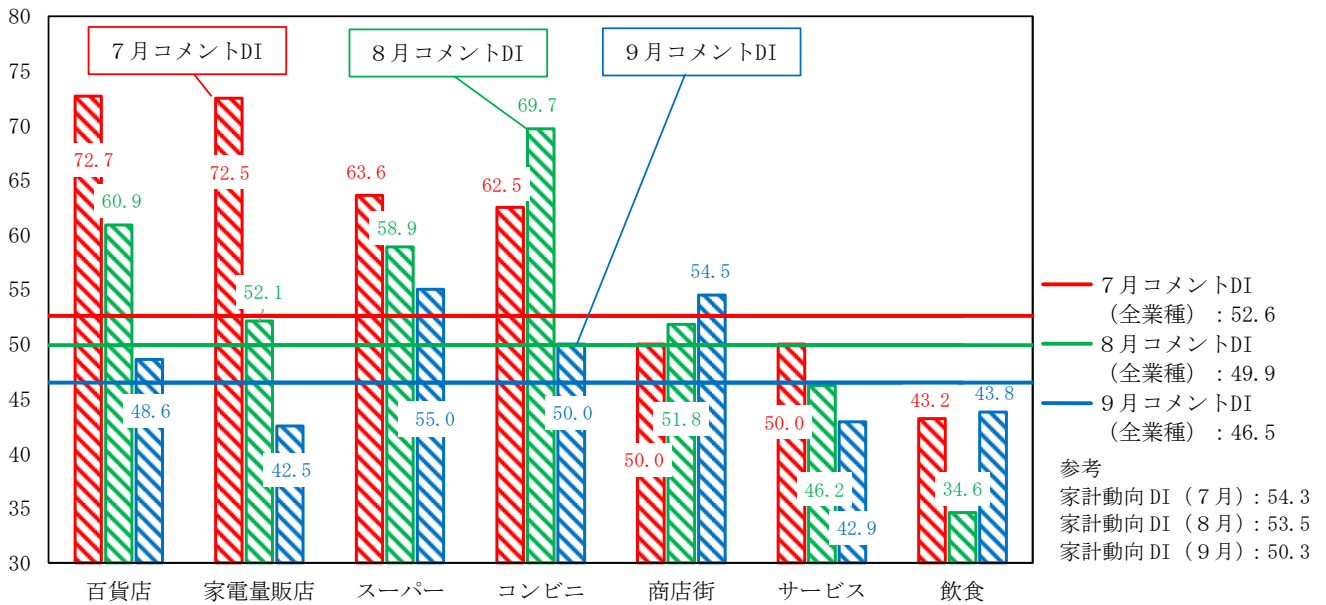
【図2】7～9月に熱中症警戒アラートが発表された地域数



	2023年	2022年	2021年
7月	407	252	221
8月	751	516	365
9月	66	34	8

- (備考) 1. 気象庁及び環境省 HP 公表資料より筆者作成。
 2. 表の値は累計。
 3. 図2の地域数について、2023年は当日5時の発表、2022年と2021年は前日17時と当日5時の発表をまとめて1回としてそれぞれ集計。

【図3】「暑」or「温」のコメントDI（業種別）



【図4】暑さに関する主なコメント

7月現状判断	判断	コメント
	◎	・特に6月末以降は週末を中心に来客数が増えており、猛暑もあって衣料品、服飾雑貨などの動きが良い（北陸＝百貨店）。
	◎	・新型コロナウイルス感染症の5類への分類移行後、販売量は新型コロナウイルス感染症発生前の水準で推移している。直近では猛暑の影響もあり、飲料やアイスクリームを中心に売上が伸長している。3連休も天候に恵まれ、売上が大幅に伸びている（南関東＝コンビニ）。
	○	・暑い日が続いているため、エアコンなど季節商材の売上が増加している（中国＝家電量販店）。
	▲	・今月は非常に暑かったため、高齢の客が外出を控え、予約がかなりキャンセルとなっている（近畿＝美容室）。
▲	・毎月の生活必需品の値上がりで消費マインドが落ち込んでおり、加えて、猛暑のため午前中に食料品を購入して帰宅する客が多い。そのため、午後から商店街の人通りが極端に少なく、売上也期待できない（九州＝商店街）。	

	判断	コメント
8月現状判断	◎	・日中の気温が高いため、飲料の購買が好調に推移している（九州＝コンビニ）。
	○	・猛暑のため夏物商材の売行きが好調である。今まで単価上昇に伴う販売量の減少、来客数の減少で相殺されていた部分が、夏物商材の好調により、販売量が少し回復傾向になっている（南関東＝スーパー）。
	□	・猛暑の影響で日傘を中心とした対策グッズや、調理の際に火を使いたくないという理由で総菜やレストランなどの需要が伸びている。富裕層によるラグジュアリーブランドのジュエリー購入などは継続して伸張している（北陸＝百貨店）。
	▲	・酷暑により、エアコンや冷蔵庫の買換え需要が増えているが、その他の家電品やリフォーム関連については、昼間の異常な暑さの影響もあり、ほぼ来店客のいない状況が続いている（近畿＝家電量販店）。
	▲	・外食産業はただでさえ皆が家に帰ってしまい客が少なくなっているのに、この暑さで外で食事をしようという人がなおさら減っている。（南関東＝一般レストラン）。
	×	・猛暑の影響により前年比10%ほど来場者数が減少している。また、お盆時期の来場者数も同4%減少している（南関東＝ゴルフ場）。
	9月現状判断	○
□		・9月は夏日の暑い日が多かったため、秋物が動いていない（北関東＝衣料品専門店）。
□		・暑さが長引き、夏物はセールで売れていたが、秋物への切替えは進んでいない（南関東＝百貨店）。
9月先行き判断	▲	・今年の冬は暖冬予想であり、冬支度に必要な商品の売行きが伸び悩むと考えられる。また、10月以降も多くの商品で値上げが控えているため、いかにお買い得感を演出するかが求められる（近畿＝家電量販店）。
	▲	・気温の高い日が続いており、暖冬予想であることから、秋冬物の衣料品の販売は苦戦が予想される（中国＝百貨店）。

(備考) 1. 内閣府「景気ウォッチャー調査」の7～9月（調査期間：各月25日から月末）の調査結果を基に作成。

2. ◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪

担当：内閣府 政策統括官（経済財政分析担当）付参事官（地域担当）付
齋藤 直人 ・ 我謝 志帆（直通 03-6257-1576）

本レポートの内容や意見は執筆者個人のものであり、必ずしも内閣府の見解を示すものではない。