

猛暑に関する緊急アンケート調査結果

記録的な猛暑が景気回復の後押しとなるか

- 2004 年の夏を振り返る -

富山商工会議所

今年の富山の夏は、真夏日（最高気温が 30 度を越えた日）の日数が、7 月が 22 日（平年 13.1 日）、8 月が 19 日（同 17.3 日）となり、7 月 24 日と 8 月 2 日に 37.4 度に達するなど、記録的な猛暑となった。これは、冷夏となった昨年と対照的な影響を地域経済に及ぼした。

今回の調査では、飲料や夏物衣料、エアコンなどが売上を伸ばし、タクシーも日中の利用客が伸びた。しかし、極端な猛暑を避け消費者が外出を控えたため客数が減少したとする店もあり、また食欲減退から麺類や果物・冷菓などに流れたため、油を使った食品や一般の菓子類などの商品は不振だった。さらに、店内のエアコンをフル稼働させたため電気代が高かついたなどのマイナス面も見逃せない。しかし総合的には今回の猛暑は「特需」であり、景気の回復を後押しすることが期待される。

主な気象データ(富山地方気象台調べ)

表 1 【最高気温 / 最低気温】

(日)

		6月	7月	8月	合計
夏日(最高気温が 25 を越えた日)	今年	18	30	31	79
	昨年	20	20	27	67
	平年	12.9	25.2	29.4	67.5
真夏日(最高気温が 30 を越えた日)	今年	5	22	19	46
	昨年	1	2	16	19
	平年	2.0	13.1	17.3	32.4
熱帯夜(最低気温が 25 を越えた日)	今年	0	2	5	7
	昨年	0	0	2	2
	平年	0.0	1.2	2.8	4.0

表 2 【旬別平均気温】

()

	6月			7月			8月		
	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬
今年	20.0	22.1	23.9	26.1	26.3	27.1	29.1	25.9	25.3
昨年	20.2	22.5	22.1	22.0	22.0	23.4	27.0	23.6	26.1
平年	21.6			22.5			25.6		

表 3 【月別降水量】

(mm)

	6月	7月	8月	合計
今年	205.5	214.5	50.0	470.0
昨年	176.5	201.5	283.0	661.0
平年	183.3	223.1	180.6	587.0

表 4 【月別日照時間】

(hr)

	6月	7月	8月	合計
今年	173.3	196.7	213.3	583.3
昨年	120.2	65.4	144.2	329.8
平年	147.5	160.5	195.5	503.5

調査方法

当所議員企業、景気モニター企業、一般会員企業（小売業・卸売業・サービス業・飲食業）合計189社にファックスで回答を依頼した。さらに一部、電話によるヒアリング調査を実施。回答数85社（回答率45.0%）。

気象概況

今年の北陸地方の梅雨入りは6月7日、梅雨明けは7月22日と平年並みだった。しかし7月は太平洋高気圧の勢力が強かったことから晴天の日が続き、24日には富山市で最高気温が37.4度を記録した。これは同月としては観測史上3番目の暑さだった。

7月の夏日（最高気温が25度を上回った日）が30日、真夏日（同、30度を上回った日）が22日あり、7月としては真夏日観測日数が観測史上4番目に多い年となった。一方雨の日は少なかったが17日から18日にかけてと25日に大雨が降り、降水量は平年並みとなった。8月に入っても暑い日が続く、夏日が31日、真夏日が19日あった。8月2日には最高気温が37.4度、19日にも37.3度にまでなった。また、8月の降水量は50.0mmにとどまり、雨の日の多かった昨年（283.0mm）とは対照的になった。

調査結果の概要

1. 小売業・卸売業

(1) 食品

飲料では、ビール、発泡酒、清涼飲料水（ミネラルウォーター、お茶、スポーツドリンク、缶コーヒー、豆乳等）、ドリンク剤が良く売れ、一部に品切れを生じるほどであった。また、健康への関心の高まりもあって黒酢も好調。一方、清酒、ウイスキーは低調だったが、これは猛暑の影響というより、消費者の低アルコール商品へのシフトしている傾向によると考えられる。

暑さによる消費者の食欲減退からか、スーパーマーケットでは素麺・冷麦などが良く売れ、冷たい麺類などへ移行が顕著になった。一方、米飯、パン類、カップ麺、野菜、鶏肉、醤油・味噌などは不振だった（主に火を使わない料理の食材が中心に売れたように見えている）。

また、果物類では西瓜、桃、ぶどうなどが、菓子類ではアイスクリーム、水ようかん、シロップなどが好調だったが、一般の菓子類などは不調だった。

猛暑による影響としては、ほかに、商品の腐敗や劣化によるロスが増えたことを挙げる企業が目立った。

(2) 衣料品・履物・雑貨

衣料品では、Tシャツ、キャミソール、カットソー、水着などが良く売れた。また、履物ではヘップ（合成樹脂製）、ミュール（かかとのストラップのない婦人用履物）などのサンダルが好調。

雑貨品・化粧品では、帽子、サングラス、晴雨兼用傘、タオル素材のハンカチ、制汗剤、UVカットファンデーションが好調。

(3) 家電製品・その他

家電製品ではエアコン、扇風機、冷蔵庫などが平年を上回る売れ行きを見せ、一時期在庫切れを生じるほどだった。電気式エアコンだけでなく、LPガス（液化石油ガス）仕様のエアコンも好調であり、LPガスも販売を伸ばした。また、アテネオリンピックを楽しもうと薄型テレビ・DVDレコーダーも好調に推移した。

ガソリンスタンドではガソリンの売上が僅かに伸びたが、カーエアコンのフル稼働による影響と見られる。

2．飲食店・ホテル

飲食店では、生ビール、素麺、冷麺などの売れ行きが好調であった半面、顧客が猛暑を避けて外出を減らしたことにより、来店者数が減少したとみる飲食店もあった。ほかに、猛暑により食材の確保が難しかった点や店内のエアコンをフル稼働させたため、電気代がかさんだ点などをあげる飲食店もあった。

ビヤガーデンへの来客が好調であり、冷夏となった前年と比べて150%超となったところもあった。また、要因は猛暑だけでなく、メニューや料金体系などの見直しも影響していると見ている。

宿泊では、客の伸び悩みがみられるが、猛暑の影響のほか、お盆（8/14、15）が土日に重なったため、長い休みを取りにくかったことも理由に挙げられる。

3．製造業

製造業では、飲料・食品メーカーで清涼飲料水や麺類の生産が増加した。医薬品メーカーではドリンク剤（医薬品・医薬部外品とも）の伸びが大きかった。また、電気部品メーカーで、エアコンやデジタル家電関連部品の生産が増加した。

4．その他

富山市ファミリーパークでは、屋外観光施設であるため猛暑の影響を大きく受け、前年に比べ30%もの来客減となった。一方富山市民プールは前年と比べ約10%増加したが、いずれも平年並みの来客数を確保した。また、立山・黒部アルペンルート（立山ケーブルカー乗客数）では猛暑により乗客数増とはならず、前年比6.9%の減少となった。

猛暑のためタクシーの日中の利用客が増加し、前年の売上実績を上回ることができた。しかし、夜間の利用客はまだ低迷しており、景気の本格的な回復が待たれる。

5．まとめ

景気はデジタル家電やアジア向け輸出などの好調さを背景に、一部製造業を中心に回復の傾向を見せている。しかし小売業などには力強い回復感は見られなかった。そうした中、今夏の猛暑は季節商品を中心に「特需」を生み出したといえる。もちろん、この「特需」は飲料やエアコンなど季節商品に限定されたものであり、夏の終わりとともに消滅するものではあるが、ようやく薄日の見えた経済情勢の下、本格的回復の後押しとなることを期待したい。