平成２２年９月２１日

平成22年度 猛暑の影響に関するアンケート調査結果

記録的な猛暑だった今年の夏　中小企業では意外な好影響も

－　２０１０年の夏を振り返って　－

富 山 商 工 会 議 所

内閣府が 9 月 8 日発表した 8 月の景気ウオッチャー調査の結果によると、街角の景況感を表す現状判断ＤＩ（指数／全国）は、記録的な猛暑の影響で商店街を中心に客足が減ったほか、秋物衣料が不振だったことから前月比 4.7 ポイント低下の 45.1 となり、2 カ月ぶりに悪化した。2～3 ヵ月先の見通しを示す先行き判断ＤＩも円高や株安への懸念が強まり、6.6 ポイント低下の 40.0 と、4 カ月連続で前月を下回った。猛暑はエアコンの販売増などプラス効果がある反面、地域経済にとってはマイナスの影響も見られた。

《8 月の気象データ：富山地方気象台調べ》

8 月の気象データ比較表

	月平均気温（℃）	月降水量（mm）	月間日照時間（h）
2010 年	29.3	121.5	246.2
平年値	26.1	180.6	195.5
平年値との差（増減）	＋3.2	△59.1（△33.0%）	+50.7（+26.0%）

8 月の平均気温の高い順位

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
月平均気温（℃）	29.3	29.1	28.7	28.1	28.1
年／月	（2010／8）	（1994／8）	（1985／8）	（2007／8）	（2000／8）

今年の富山市の夏は、猛暑日（最高気温が 35 度を超えた日）の日数が、7 月が 5 日、8 月が 13 日となり昭和 14 年の観測開始以来の最多記録を更新。また、8 月の月平均気温も 29.3 度（平年値 26.1 度）とこちらも観測開始以来の最高値を記録した。

《調査目的及び実施方法》

当所は、円高や株安が急速に進行する中で、今年の夏の猛暑で富山市内の中小・小規模事業所がどのような影響を受けたのかについて、当所の中小企業景況調査協力事業所、小規模企業振興委員ほか計 100 事業所にアンケート及びヒアリング調査を実施し、55 事業所から回答を得た。（回答率 55.0%）

《調査結果の概要》

回答事業所の内訳は、建設業 16.0%、製造業 9.0%、卸売業 11.0%、小売業 34.0%、サービス業 30.0%。

猛暑が売上に影響があったか尋ねたところ、「かなり良い影響」が 2.0%、「どちらかというと良い影響」が 7.0%、「良い影響と悪い影響が相半ば」が 14.0%、「どちらかというと悪い影響」が 41.0%、「かなり悪い影響」が 16.0%、「分からない」が 20.0%となり、『悪い影響』が 57.0%で『良い影響』の 9.0%を大きく上回った。

売上高の前年同月比では、7 月は「増加した」が 13.0%、「あまり変化なし」が 51.0%、「減少した」が 36.0%、8 月は「増加した」が 18.0%、「あまり変化なし」が 30.0%、「減少した」が 52.0%であった。

建設業・製造業

建設業界では、暑さの影響で判断が鈍るなどしたほか、体力が消耗し外で作業する従業員の仕事量の低下や、軽い熱中症の症状を訴える者が出たことから、休憩時間の回数を増やすなどしたため、工事の進捗状況に影響が出た。

製造業では、作業場の空調設備に負荷がかかり、電気代（契約電力）が上がることを懸念して、一時的（5 分程度）に空調設備の電源を落とす「ピークカット」を実践したり、扇風機を導入したりする工場があった。

地元の味噌・醤油醸造業者や酒造メーカーでは、普段は寒い冬場にしか売れない甘酒が、江戸時代から健康飲料として、夏バテ対策に良く飲まれていたことをテレビなどで紹介されたこともあり、品薄状態が続いた。豆腐製造業では、この時期の定番商品である「絹ごし豆腐」が例年以上によく売れた。「冷やっこ」など涼味メニューの材料として汎用性があり、また価格的にも手頃だったことから、大きく売上が伸びたと思われる。逆にケーキ製造（販売）業では、暑さのためか「甘さ」が消費者に敬遠されたため、期間中の売上不振が続いた。

卸売業・小売業

政府の経済対策、家電エコポイント制度に加え、住宅エコポイント制度によるリフォーム需要の増加からルームエアコンが大手量販店を中心に予想以上の売れ行きとなり、取り付け工事の専門業者を十分に確保できず、ピーク時には取り付けまで 2 週間待ちの状態が続いた時期があった。あまりの暑さに待ちきれない消費者は、価格が若干高くてもすぐに取り付け工事が可能な「まちの電気屋さん（家電店）」に流れる結果となった。

米店では、暑さの影響でご飯を「炊かない」「食べない」など米、炊いたご飯とも不調。一方、鮮魚卸・小売では夏のスタミナ源と言われる「うなぎ」の流通量が、今年は「土用の丑」を過ぎても好調で、期間全体を通して良く売れた。青果物は、季節もので昨年は不振だった「すいか」が今年は良く売れ、お盆を過ぎても高値が続いた。また、猛暑で生育が悪く価格が高騰傾

向にあった「かぼちゃ」「なすび」「きゅうり」「とまと」など夏の主力野菜は、傷や変形により比較的安値で手に入る、いわゆる「ひねもの」に人気が集まった。生花店は葬儀関連の受注が前年同期の 1.5 倍になったが、小菊の収穫がお盆以降にずれ込んだため、相場が下がった。

スポーツ用品店は水着やサンダルに加え、保冷機能の付いた水筒やアイスボックスがよく売れたほか、避暑地をもとめて軽登山に出かける家族やカップルが増えたことから登山関連商品が売上を伸ばした。ドラックストアでは、毎年夏に需要が伸びる商品にプラスして、最高気温 35 度を超える日が多かったせいか、害虫を駆除する薬がよく売れた。化粧品販売店では、美白・紫外線対策関連商品のほか、対面販売で汗をかいた後のリメイクの方法について指導を求める客が例年より多く見られた。

サービス業・その他

写真店では結婚、成人、七五三等の着物を着ての前写し客が猛暑の影響もあり、昨年より減少した。また、理美容関連では髪の毛を短くする客が目立った。

喫茶店関係では、夏でもホットコーヒーを頼む常連客の中に「暑すぎて今日はアイスにする」という声が聞かれた。

開業医では通常の「夏かぜ」以外に、暑さ、冷房、食事の影響で体調を崩す患者が前年同期と比較して多かった。

まとめ

「エコポイント制度」や「子供手当」など中小・小規模事業所にとって追い風となる政策効果に加えて、過去に経験したことのない暑さに対して、知恵をしぼり、消費者（顧客）の声に耳を傾けて、「地道な努力」や「ちょっとした工夫」で売上（販売）増に結びつけた事業所も見られた。

今後、政府のエコカー補助金終了や円高・株安の進行などのマイナス要素に加え、猛暑の“つけ”とでも言うべき電気代（契約電力）の負担増が経費の増加を招く恐れがあるなど、中小・小規模事業所にとっては厳しい経営環境が続くが、猛暑によるプラスの効果が新たなエネルギーとなり、景気の回復の後押しとなることを期待したい。

以上