



Economic Monitor

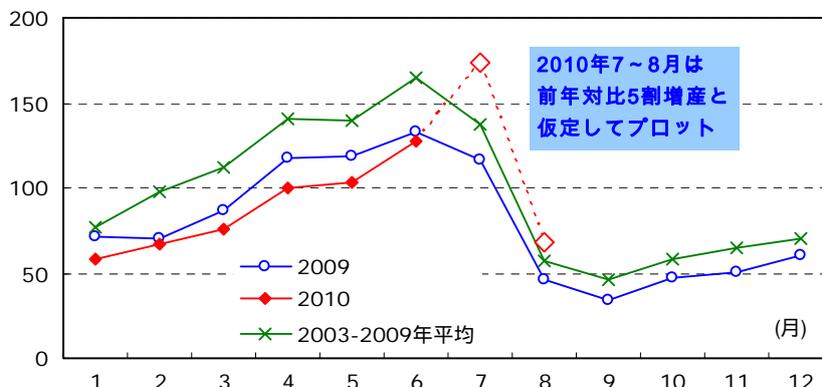
猛暑と個人消費

うだるような暑さが続いている。7月の景気ウォッチャー調査では、そうした猛暑が個人消費に対してプラスに作用していることが示された。小売関連指数の現状判断DIは6月から4.1Pt上昇の50.9となり、2006年4月の51.1以来4年3ヶ月ぶりに、中立を意味する50を超えた。上昇を牽引したのは、猛暑の恩恵が大きい業種である。猛暑対策品の売上が好調なスーパー(56.1、前月差+5.3Pt)、氷菓などの販売が伸びているコンビニ(59.6、+4.2Pt)、エアコン販売が急増した家電量販店(60.4、+21.6Pt)が軒並み50を超えている。飲食関連も5.1Pt上昇したが、DIの水準は45.8と引き続き50を下回った。猛暑は居酒屋や喫茶店などにはプラスだが、猛暑で外出が手控えられ、レストランなどには寧ろマイナスに働いたのではないだろうか。また、同様の理由で、レジャー施設も0.3Pt上昇の45.2と伸び悩んでいる。業種により濃淡はあるものの、猛暑は個人消費に対してプラスの効果を及ぼしていると判断できるだろう。

そうした猛暑の押し上げ効果の中でも特に目立つのが、エコポイント対象製品であることも支援材料となっているエアコン販売の急増である。日本電機工業会によると6月の国内出荷は前年比+7.5%と増加した。7月の販売動向は現時点で未公表だが、景気ウォッチャー調査における家電量販店のDI急上昇は、7月に相当の販売増加があったことを示唆している。生産統計を見ると、1~6月の生産は前年を11%程度下回り、製品在庫水準も6月末時点で前年を2割近くも下回っており、エアコン・メーカーは今回の猛暑効果を事前に予想できていなかった模様である。各種報道は、販売増加を受けて、エアコン・メーカーが7~8月の生産を5割増しにすると伝えている。鉱工業生産に占めるエアコン(セパレート型エアコン)のウェイト(54.1/10000)に基づく、5割の増産は生産全体を0.27%Pt程度押し上げる効果がある。但し、9月には反動減が生じる可能性が高い。

なお、エアコン生産は、極めて季節性が大きい分野である、2003~2009年の7年間の平均で見ると、生産水準は閑散月と繁忙月で3.5倍もの格差がある。繁忙格差を縮小するために、エアコン・メーカーは、日本と季節が逆の南半球での販売を強化している。但し、それでも今のところ、繁忙格差の抜本的な解消には至っていない模様である。

エアコン生産の動向(2005年平均=100、原数値)



(出所) 経済産業省

本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、伊藤忠商事調査情報部が信頼できると判断した情報に基づき作成しておりますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見通しは予告なく変更されることがあります。記載内容は、伊藤忠商事ないしはその関連会社の投資方針と整合的であるとは限りません。