

2025 年 8 月 19 日 全 3 頁

「灼熱の 2025 年」の猛暑効果は例年超えか

平年から 1℃の上昇で夏場の消費支出を各月で 0.1～0.3%押し上げ

経済調査部 エコノミスト 菊池 慈陽

[要約]

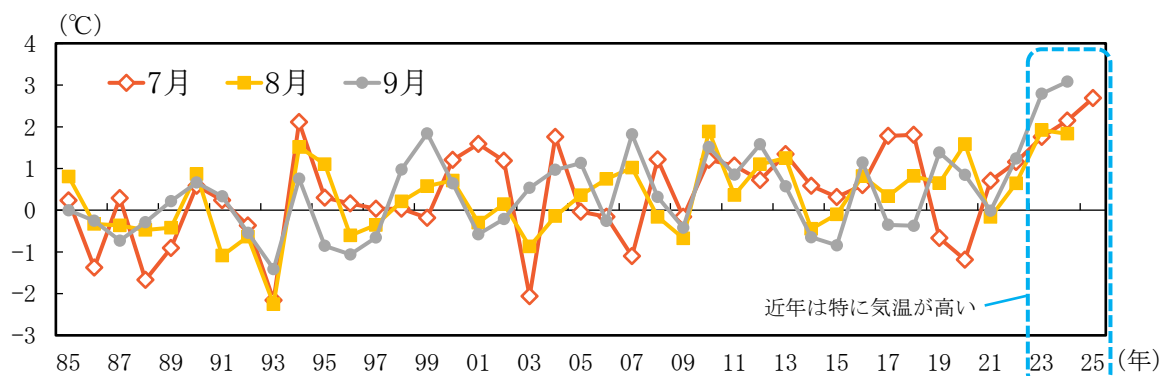
- 夏の気温上昇による消費の押し上げを猛暑効果という。家計調査の品目別支出額から猛暑効果を推計すると、月の平均気温が平年から 1℃上昇する場合、名目家計消費支出は 7 月が+0.3%、8 月が+0.2%、9 月が+0.1%押し上げられる。
- 2025 年 7 月は平年差+2.7℃と、記録的な高気温となった。8 月上旬の東京の平均気温を踏まえて 8、9 月を同+1.7℃と想定すると、7-9 月期の名目 GDP は猛暑効果によって 2,397 億円（0.16%）押し上げられると試算される。

夏の暑さが消費全体を押し上げる「猛暑効果」は 7～9 月を中心に発現

2025 年 6 月の平均気温は 1991～2020 年平均差+2.2℃と、記録的な暑さとなった。これにより、猛暑を受けて支出が増加するアイスクリーム・シャーベットなどの 20 品目（支出増加品目、詳細は図後掲図表 2）の消費額が、2000～2024 年平均比で+19.7%と大きく増加した。

例年以上に暑い夏には一物品目への支出額が増減し、全体として消費を押し上げる。これを猛暑効果という。7～9 月の気温は 2023 年以降、平年を大きく上回っており、猛暑効果は近年高まっている可能性がある。そこで以下では、猛暑効果で消費がどの程度押し上げられるかを定量的に検討する。

図表 1：7～9 月の平均気温の平年差の推移



(注) 平年値は、1991～2020 年の 30 年間の観測値の平均に基づく。平均気温は、東日本、西日本、北日本、沖縄・奄美のデータを 2020 年国勢調査の人口で加重平均したもの。

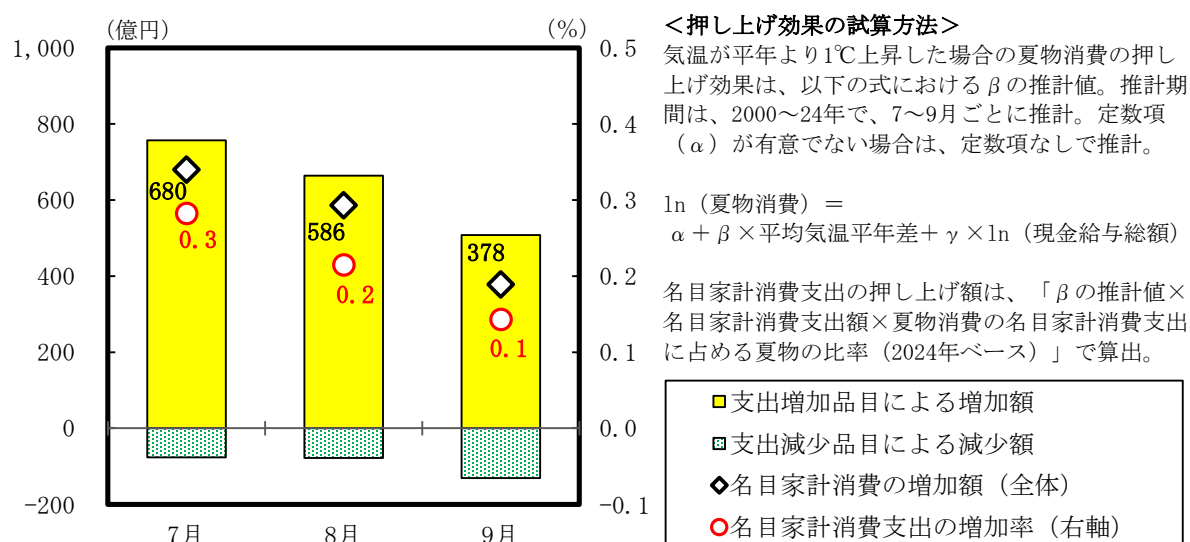
(出所) 気象庁、総務省統計より大和総研作成

猛暑効果は7月が最も大きく、平年から1℃の上昇で名目家計消費支出を0.3%押し上げ

当社の「[第198回日本経済予測（改訂版）](#)」（2018年9月10日）では、月の平均気温が平年から1℃上昇したときの猛暑効果を、細かい品目から分析するボトムアップ・アプローチ¹で推計した。本稿では、推計期間を1990～2017年から2000～2024年に変更し、夏物消費の品目を見直して再推計した。品目の選定にあたっては、総務省資料²などを参考にしつつ、7～9月の平均気温の平年差と各品目への支出額との相関係数の強さを判断基準に用いた。

推計の結果、猛暑効果はマイナス面よりもプラス面の方が大きく表れ、ネットでは消費全体を押し上げることが確認された。月の平均気温が平年から1℃上昇すると、名目家計消費支出は7月が+0.3%、8月が+0.2%、9月が+0.1%と推計される（**図表2**、赤丸ドット）。猛暑効果が最も大きく表れるのは7月で、金額にすると680億円押し上げる。

図表2：月の平均気温が平年から1℃上昇した場合の名目家計消費支出への影響



＜夏物消費（支出増加・減少品目）＞

平均気温との相関係数や、総務省（2007）「猛暑と記録的な残暑の影響」を参考に、品目を設定した。

- 猛暑による**支出増加品目**は以下の20品目で、24年の家計消費におけるシェアは3.7%。
 アイスcream・シャーベット、果実・野菜ジュース、茶飲料、他の茶葉、炭酸飲料、乳酸菌飲料、ビール、牛乳、他の飲料のその他、梅干し、すいか、乾うどん・そば、豆腐、トマト、ゼリー、シャンプー、帽子、冷蔵庫、エアコン、他の冷暖房用器具
- 猛暑による**支出減少品目**は以下の12品目で、24年の家計消費におけるシェアは1.4%。
 コーヒー、緑茶、チョコレート、ケーキ、かき（貝）、食パン、こんにゃく、さといも、油揚げ・がんもどき、ほうれんそう、みそ、揚げかまぼこ

（注1）推計方法等は、当社の「[第198回日本経済予測（改訂版）](#)」（2018年9月10日）に基づく。猛暑効果の推計値は8月のみ5%有意で、それ以外は1%有意。

（注2）気温の平年値は、1991～2020年の30年間の観測値の平均に基づく。平均気温は、東日本、西日本、北日本、沖縄・奄美のデータを2020年国勢調査の人口で加重平均したもの。

（出所）気象庁、総務省、厚生労働省、内閣府統計より大和総研作成

¹ ボトムアップ・アプローチでは、猛暑効果の推計値が品目の設定に依存する点に注意が必要。

² 総務省（2007）「[猛暑と記録的な残暑の影響](#)」を参考にした。

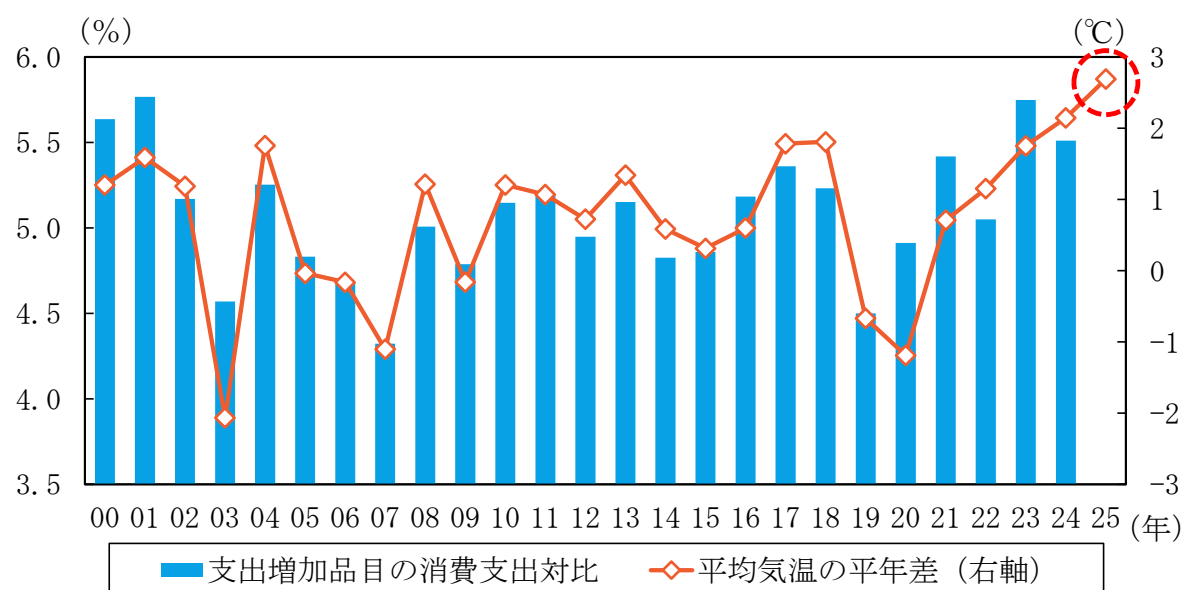
2025 年 7 月は記録的な高気温で、猛暑効果が大きかった可能性

最後に、猛暑効果が最も大きい 7 月に注目しよう。7 月の消費支出全体における支出増加品目の割合と平均気温の平年差の長期推移を示した**図表 3**を見ると、両者は概ね連動している。すなわち、平年に比べて 7 月の気温が高い年ほど、暑さの影響を受けやすい品目への支出が増加するという傾向が明確に見られる。

2025 年 7 月は平年差 +2.7℃と記録的な高気温となった。そのため、例年を上回る猛暑効果が表れた可能性がある。**前掲図表 2**の推計式に当てはめて機械的に算出すると、7 月の猛暑効果は消費支出を 0.8%程度、金額にして 1,836 億円押し上げたとみられる。

8 月中旬以降も猛暑が続き、消費の押し上げ要因となる可能性がある。8 月上旬の東京の平均気温は平年差 +1.7℃だった。8、9 月の全国の平均気温も同 +1.7℃となったと想定すると、猛暑効果による名目家計消費支出の押し上げは、8 月が 996 億円、9 月が 642 億円と試算される。この場合、消費の増加による輸入の誘発効果を考慮した GDP への影響を当社のマクロモデルを用いて試算すると、7-9 月期の名目 GDP は猛暑効果により 2,397 億円 (0.16%)³押し上げられる。

図表 3：各年 7 月における平均気温の平年差と支出増加品目の消費支出対比の関係



(注 1) 支出増加品目の消費支出対比の直近値は 2024 年。

(注 2) 気温の平年値は、1991-2020 年の 30 年間の観測値の平均に基づく。平均気温は、東日本、西日本、北日本、沖縄・奄美のデータを 2020 年国勢調査の人口で加重平均したもの。

(出所) 気象庁、総務省、厚生労働省、内閣府統計より大和総研作成

³ 各月の名目家計消費支出の押し上げの試算値を足し合わせると、7-9 月期は +3,474 億円。当社の短期マクロモデルを利用すると、消費 1 兆円の増加で GDP は 0.69 兆円増加する (4 四半期の平均値)。この係数を乗じると、名目 GDP は 2,397 億円の押し上げとなる。