

今週のメニュー

■トピックス

◇SNSタイアップ広告・第二弾 ～身の回りの塩ビ～

■随想

◇猛暑は消費に影響を及ぼすのか

気象予報士・防災士 水越 祐一

■トピックス

◇SNSタイアップ広告・第二弾 ～身の回りの塩ビ～

9月28日、塩ビ工業・環境協会（VEC）は、二回目の SNS を使ったタイアップ広告を行いました。タイトルは『猫を飼いたい女性、トイレについて調べてみると…「そうだったのか！」』です。

ご存じのように、SNS は Facebook や X（旧 Twitter）、Instagram、LINE、YouTube などが主要なメディアで、最近ではマーケティングや情報の周知などを目的に一般企業や地方自治体、公共団体の利用が増えています。

VEC は塩ビへの正しい理解を幅広く推進するべく広報活動を展開しており、主婦層と Z 世代への広報活動の展開が課題でした。今回、試みとして SNS を広告媒体とした第二回目のタイアップ広告を行いました。テーマは『身の回りの塩ビ』です。

今回のタイアップ広告は、漫画と記事で相互に補完する構成になっており、漫画家の岡野く仔さん（フォロワー数=17.7万人）に漫画部分を担当していただきました。

猫を飼い始める女の子が、猫砂が壁紙のリサイクルされたものであること知り、塩ビについて深掘りします。すると……全体を通して魅力あるあったかい記事になったと思います。

ちなみに、広告開始から4日間で46,200人に読まれ、126 いいね！を頂いています。

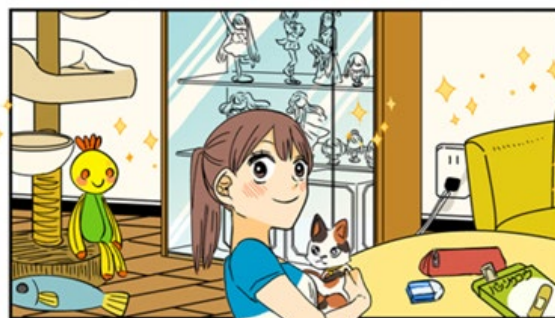
是非、次の URL からご確認ください。広告 URL = <https://grapee.jp/1455360>



記事は「あなたの身の回りにも、気付いていないだけで『塩ビ』が使われている製品があるかもしれません。気になった人は、調べてみてはいかがでしょうか。」と結んでいます。

みなさんのお家のリビング、台所、洗面所、トイレなどにある塩ビ製品を探してみるのも楽しいと思います。

以上、SNS タイアップ広告の第二弾をご紹介します。今後、漫画と記事はパンフレットにする予定ですのでご期待ください。



■ 随想

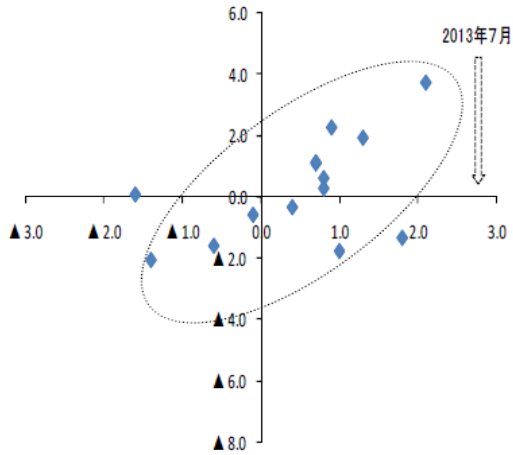
◇猛暑は消費に影響を及ぼすのか

気象予報士・防災士 水越 祐一

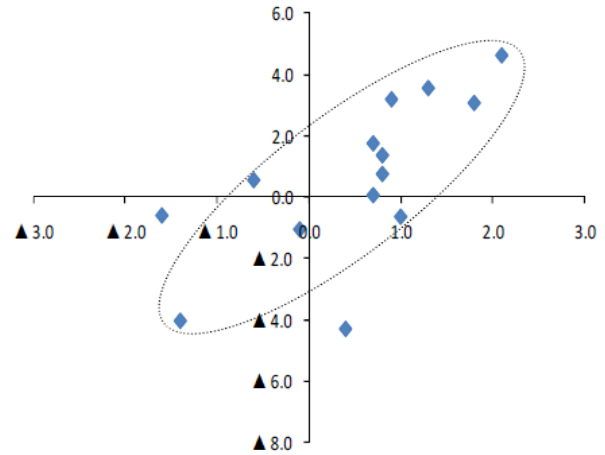
この夏は全国的に記録的に暑い夏となりました。例えば東京の年間真夏日日数は90日（9月30日現在、さらに増える可能性もまだあります。）、これまでの最多日数71日（2010年）を大幅に更新する最多記録となりました。この暑さは経済にどのような影響を与えるのでしょうか？今回は気候と消費の関係について考えていきます。

まず、「暑い夏は景気にプラスに働く」というのが定説です。例えば7月の気温と小売店の売上高の関係を調べた調査では、気温が平年よりも高くなるほど小売店の売上高が増加する傾向にあることが分かります。これを業態別にみると、コンビニエンスストアでは気温と売上高の相関関係がより顕著に表れている一方で、スーパーや百貨店では相関関係が幾分緩やかになっています。コンビニエンスストアは自宅や駅など身近な店を使うことが多く、暑いと飲料やアイスなどを「つい買ってしまう」ことが多くなるのでしょう。また販売側に需要変化にすぐ対応できる供給体制が整っていることも、この調査では指摘しています。一方で、スーパーや百貨店は暑くなりすぎることが外出控えにつながるという負の効果が考えられます。

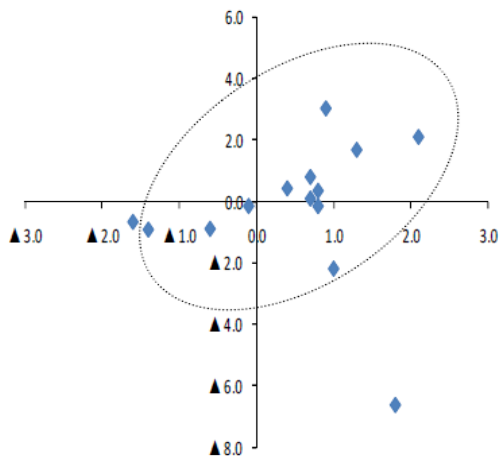
① 小売店売上高合計



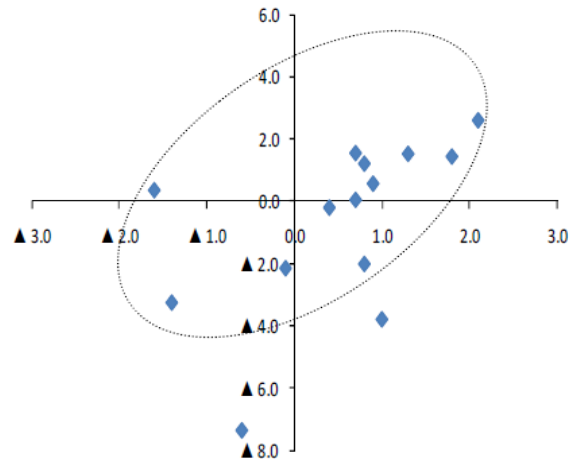
② コンビニエンスストア



③ スーパー



④ 百貨店



7月の気温と小売店売上高との関係

縦軸：売上高の前月比・%、横軸：平均気温の平年差・℃

出典：日本銀行福岡支店

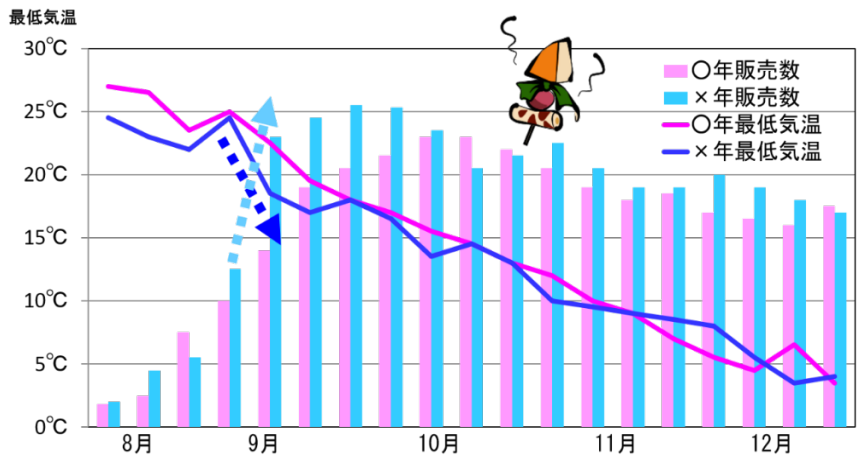
猛暑で消費が増加する品目、減少する品目という興味深い調査もありました。暑さで消費が増加する品目1位の「他の飲料」はスポーツドリンク、ミネラルウォーター、炭酸水などで、暑くなると消費が増えるのは当然ですね。2位の「電気代」もエアコンの使用が増えるので分かりますが、3位の「たばこ」はなぜでしょう？私自身が喫煙を習慣にしたことがないので感覚が分からないのですが、暑さでストレスが増すと吸いたくなるのでしょうか。続いて暑さで消費が減少する品目に目を移すと、1位「ガス代」は暑さで火を使う料理を控えるからでしょうか。2位「卵」は若干意外ですが、やはり料理を控えることと関連していると考えられます。4位「パン」はさらに以外ですが、以前にテレビのニュースでもパン屋さんが「暑いと売上が減る」と話していました。その理由としてパン屋さんは「パンを食べると口が乾くのが嫌われる」と話していましたが、そうめんや冷やしそばなど麺類に消費が移ってしまう効果のほうが大きい気がします。

最高気温の変化率と相関の強い品目	最高気温の変化率と逆相関の強い品目
1. 他の飲料	1. ガス代
2. 電気代	2. 卵
3. たばこ	3. 寝具類
4. 茶類	4. パン
5. 他の被覆	5. 果物加工品
6. 男子用シャツ・セーター類	6. 乾物・海藻
7. 婦人用下着類	7. 他の穀類
8. 上下水道料	8. 塩干魚介
9. 牛乳	9. 米
10. 冷暖房用器具	10. 加工肉

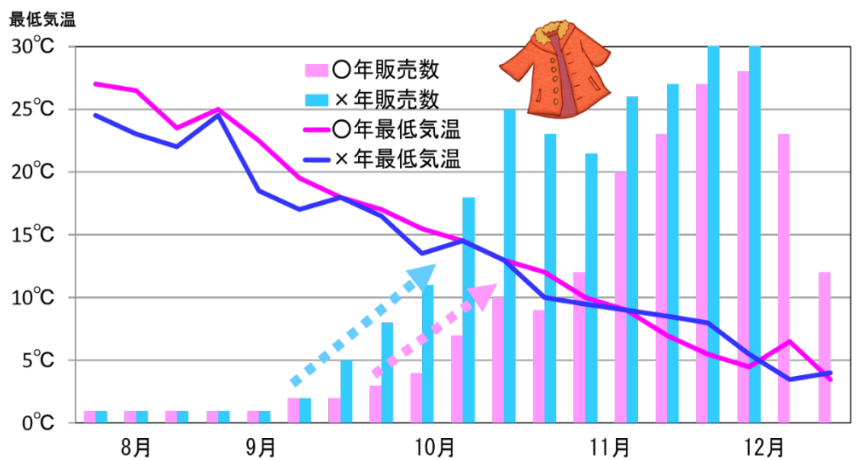
出典：第一生命経済研究所

気温の移り変わりと消費の関係にも興味深い調査があります。コンビニエンスストアでおでんが一番良く売れるのは真冬と思われるのでしょうか？実は秋、しかも涼しくなり

始める時期なのです。ある2つの年を比べたグラフを見ると、9月に冷え込みが早かった年のほうが早く売上が増えて、全体の消費も多くなっていることが分かります。同様の傾向はコートの販売数にも見られます。早く気温が下がっていった年のほうが、秋の早い時期から販売数が増えていることが分かります。



おでんの販売数と気温の関係



コートの販売数と気温の関係

出典：気象庁

こうしてデータを見ていくと、夏は夏らしく暑く、秋は秋らしく涼しくなることが経済にプラスに働くことが分かります。ただ「暑さは景気にプラス」と言っても、暑すぎる夏は熱中症の増加や農作物の被害などマイ

ナス面も大きくなります。また世界的な異常気象の増加は、各国の穀物生産が減少するなど、世界経済に悪影響を及ぼす恐れもあります。私たちはやはり、これ以上の暑すぎる夏を防ぐための気候変動対策を進める必要があります。

【参考資料】

猛暑で増える消費は何か？（第一生命経済研究所、2023年）

「猛暑」が当地の個人消費に与える影響（日本銀行福岡支店、2013年）

企業の天候リスクと中長期気象予報の活用に関する調査（気象庁、2002年）

■ 関連リンク

- [メールマガジンバックナンバー](#)
- [メールマガジン登録](#)
- [メールマガジン解除](#)

※本メールマガジン上の文書・画像等の無断使用・転載を禁止します。



■ 東京都中央区新川 1-4-1

■ TEL 03-3297-5601 ■ FAX 03-3297-5783

■ URL <https://www.vec.gr.jp> ■ E-MAIL info@vec.gr.jp
