

## 気候温暖化と地域マーケティング

2024 年 7 月 22 日

一般財団法人しんきん経済研究所

森 達也

### レポートの目的

気候が温暖化しているという報道は多い。しかし、それは豪雨や大型台風、あるいは熱中症患者が発生した際に、その原因として「地球規模の温暖化」が取り上げられることが多いのではないだろうか。我々が生活して経済活動を行っている地域の気温が、具体的にどのように変化しているのか、だから企業経営はどうあるべきなのか、という経済的な視点での報道は少ないようである。

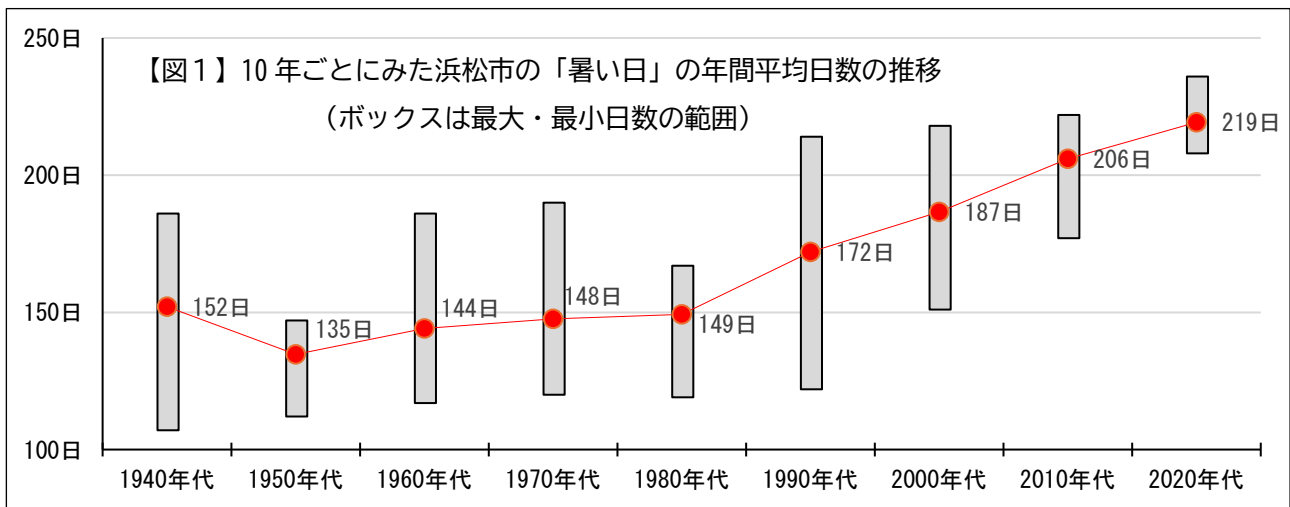
そこで、まず地域の気候の変化について正確に把握すること、そのうえでこれからの地域経済のあり方についての考察をしてみたい。

### 1. 浜松市の気温の変化

#### (1) 長くなる夏の日

【図1】は1940年代から「夏日」（最高気温が25℃以上の日）、「真夏日」（同30℃以上）、「猛暑日」（同35℃以上）の合計を「暑い日」として、10年ごとに年間平均日数を集計したものである。折れ線は「暑い日」の年間平均日数を、ボックスはそれぞれ「暑い日」の最小日数と最大日数の範囲を示している。

これを見ると意外なことに、戦中戦後の1940年代から高度成長期を経過してバブル期が始まる1980年代まではあまり差異はみられない。しかし、1990年代以降になると様相が変わる。「暑い日」の年間日数がだんだん（むしろ、ぐんぐん）増加し、2010年代には200日以上に伸びている。浜松市では「暑い日」は1980年代の5か月強から、2010年代には7か月弱に伸びている。夏は2か月近くも長くなったのだ。

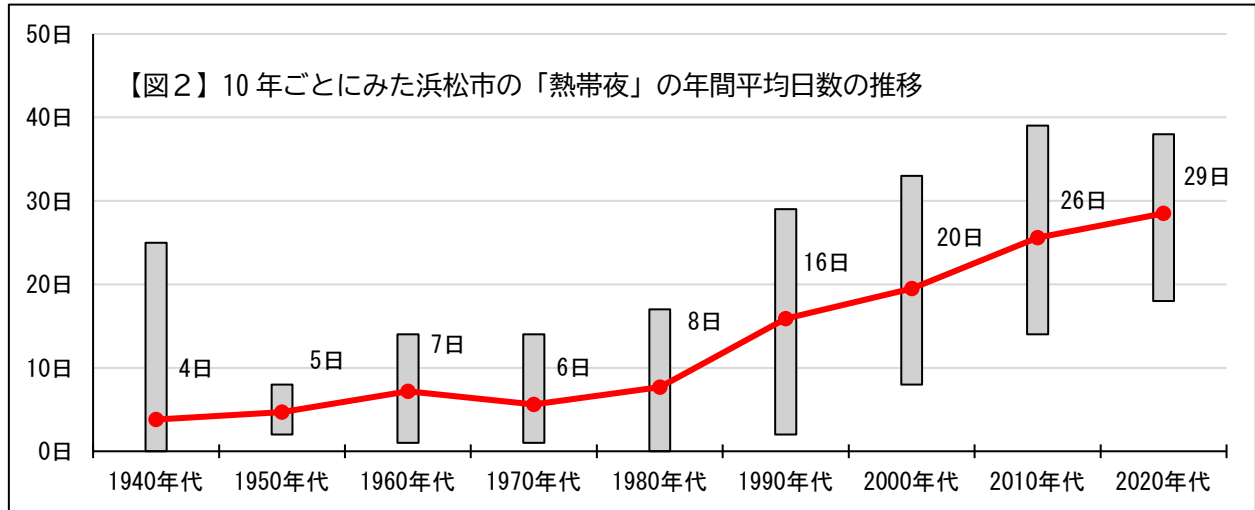


出所：気象庁『過去の気象データ・ダウンロード』サイトからしんきん経済研究所が作成。2020年代は2020～2023年までの4年間を集計。以下、同じ。

## (2) 増えていく眠れぬ夜

【図2】は「暑い日」と同様に、「1日の最低気温が25℃以上であった日」の日数の変化である。気温が最も低くなる夕方から翌朝にかけても25℃を下回らないのでこれを便宜上、「熱帯夜」の日数と考えることにする。

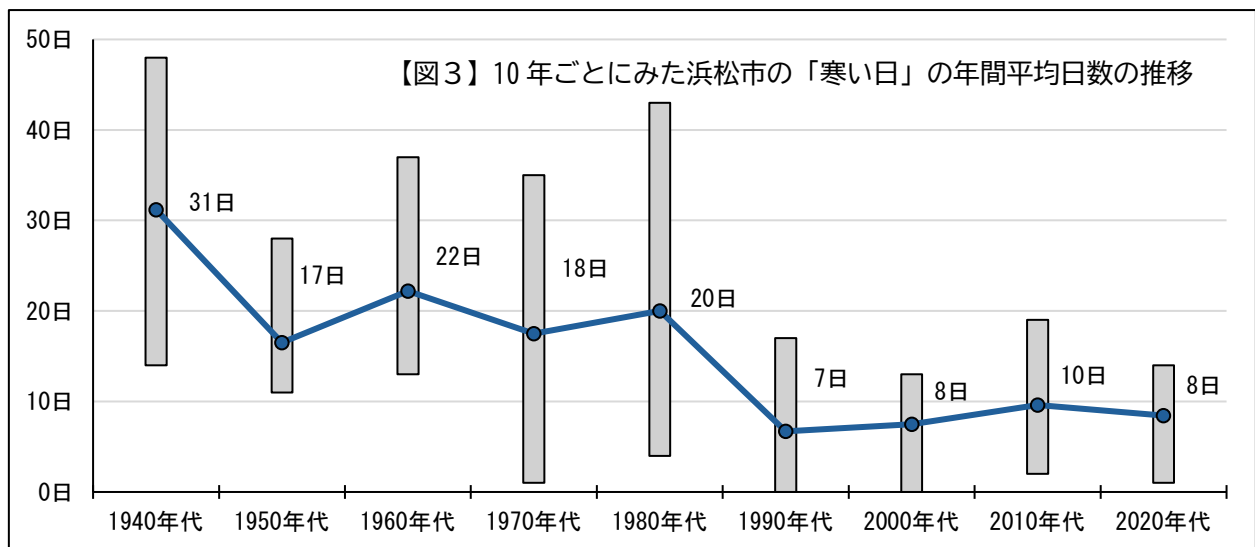
これをみると、「暑い日」と同じ傾向を示し2020年代に入ると、浜松市民は年間のうちほぼ1月間は丸ごと熱帯夜を過ごすようになってきていることになる。



## (3) 消えてゆく冬の日

【図3】は「暑い日」と同様に、「冬日」（最低気温が0℃未満の日）の10年ごとに年間平均日数を集計したものである。なお、最高気温が0℃未満の「真冬日」は少なくとも1940年以降、浜松市中央区では観測されたことがないので、「冬日＝寒い日」と考えることにする。

これをみると、温暖な浜松市であっても、年間20日程度は観測されていた「寒い日」は1990年代以降、平均で10日未満に減っている。変化の幅は「暑い日」ほど大きくはないが、もともと少ない「寒い日」は年間の祝日の日（16日）数よりも少なくなっている。

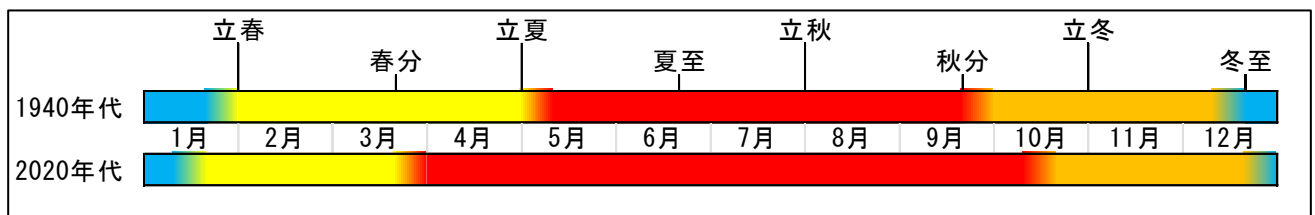


#### (4) 浜松市の四季の変化

これまで見てきた「暑い日」や「冬日」の日数の変化を示したものが【図4】である。それぞれ10年間の「冬日」、「暑い日」の平均日数を「冬」、「夏」の日数とし、残りの日数を2で除して「春」、「秋」とし「夏」の前後に配した。

これで見ると、一年のおよそ60%は夏であり、冬だけでなく春も秋も短くなっていることが分かる。このように大きな気温の変化が発生していることは事実であると認めざるを得ない。しかし、どんな変化でもビジネスチャンスである。大きく環境の変化が生じているのであるから、地域の企業といえどもマーケティング戦略の変更を検討すべきである。

【図4】 浜松市の四季の変化



## 2. 地域マーケティングの方向性

このような気候の変動について、気象庁では2年間の長期予報を企業向けに提供するなど、気候の変動をマーケティングに織り込んでいく取組が始まっている。

### (1) 大手企業のマーケティングの例

#### ①販売戦略の変更 ―三陽商会「四季から五季」―

三陽商会は「四季」から「五季」に考え方を変えて、アパレルとしては異例の「夏は5カ月」とする商品スケジュールに転換した。これまでは春夏秋冬を3か月で区切っていたが、2024年からは春と秋を1か月ずつ減らし、夏を5か月にして「初夏・盛夏」(5~7月)と「猛暑」(8~9月)の2つに分けた。これまでは8月に秋物に切り替えて販売していたが、2023年は猛暑で夏物売るチャンスを逃し、8~9月の売り上げが目標を下回ってしまったため、夏物の販売時期を、今までの3か月から5か月に拡大した。

また、報道によると、他のアパレルメーカーではもっと思い切って「二季」にし、夏物と冬物だけで年間を回すという戦略を検討中の企業もあるという。



(各種報道より)

#### ②新しいカテゴリーの商品開発・投入 ―ソニー「REON POCKET シリーズ」―

ソニーでは「REON POCKET」とネーミングした、首に装着するウェアラブルデバイスを開発、2019年から市場へ投入している。これは、首元に接する面に搭載されたサーモモジュール(ペ

ルチェ素子：通電することで吸熱・放熱する半導体熱電素子）とファンで、体を冷却する仕組みであり、設定やコントロールは、専用アプリ「REON POCKET」で行う。

2024年に発売した REON POCKET 5は公式サイトで本体価格 17,600 円（メーカー参考価格）となっているが、7月10日現在は欠品中である。一方、現時点では実質的に競合アイテムが見当たらず、通販サイトでの実売価格は、Amazon20,513～29,800 円、楽天市場で 28,000～32,600 円となるなど、プレミアがつき値崩れは発生していないようである。

当時はオンリーワン商品であったウオークマンを発売したソニーのブランド力、製品の信頼性もあり、送風ではなく冷却効果のある超小型家電として人気を博している。



（ソニー公式サイトほか各通販サイトより）

## （2）浜松市（および周辺市町）の新しいマーケティング戦略の可能性

### ①農林業

浜松市は花卉（切り花）の出荷量が多い都市であり、ジャガイモ・シロネギ・タマネギなどの野菜の生産も盛んである。しかし、温室栽培が主流の花卉類は別として、特産の野菜類の栽培適温は一般的に 10℃～25℃とされており、特にネギ類は 30℃を超えると発育不良になることもある。

これは、気候の温暖化により「今までの品種を今までのやり方で生産する」ことが困難になることであり、同じ作物であれば耐暑性の強い品種または栽培技術の開発が必要となる。これはすべての作物やすべての地方に共通することであり、品種改良も含めた技術開発は大きなビジネスチャンスである。

また、果樹類は温州ミカンが生産量も多く知名度が高いが、温暖化によって栽培可能な耕地が北上すれば、競合する産地は増加することになる。このような作物は、品質の向上を図り、圧倒的なブランド力のある生産技術の確立が求められるようになると考えられる。

### ②製造業

直接的には、温暖化による暑さを和らげるアイテムや消費エネルギーが少ない家電の開発を期待したいが、浜松市の企業集積は輸送機器に特徴があり、短期的には実現は難しいと考えられる。

そこで、温暖化による労働条件の悪化を防止し、維持可能なサプライチェーンの構築に注力すべきではないか考えられる。メカトロニクスを中心とした生産現場の労働者は、一般的に高温に晒されやすく、今後はさらに健康管理が必要になってくる。そこで全国的に先駆けて、働きやすい生産環境を確立することで、労働者の確保や切れ目のない生産を達成することができる。



また、伝統的な繊維業では、夏の日長期化にともない浴衣を着られる期間が長くなることはチャンスである。さらにインバウンド需要もあり、新しい展開が期待できる。

### ③飲食業

飲食業の中で、最も迅速な変化が必要とされるはファストフード業態である。客単価が比較的小さく収益計上には客回転が必要であるが、気候に対して提供する食材の適否によっては、比較的短い時間で経営上の危機を招きかねないからである。ファストフードは街のにぎわいの創出には欠かせない存在であり、交流人口・観光入込客数にも影響する。

### ④観光業

観光業では、あまりにも気温の高い日には人々の外出自体が控えられるようになってしまうので、従来の運営のままであると機会損失を招く恐れがある。

例えば、夏の始まりが明らかに早くなっている今年でも、海水浴場の開設期間は以下のとおりである。浜松市の夏は200日を超えているが、最も長いところでも開設期間は45日しかなく、海水浴場は長い夏の日の2割強しか開設されていない。種々の規制などの事情があると考えられるが、アクティビティ・マリンスポーツの場として収益を得る機会を逃してしまい、地域の観光資源が宝の持ち腐れにはなっていないだろうか。

夏の日が約2か月長くなったことで、その分だけは収益を得る期間は長くなっている。その点だけでもマリンスポーツを振興しやすい自然環境に変化してきているのであるから、これを積極的に活かす取組を考えたい。

| 海水浴場                | 開設期間            |
|---------------------|-----------------|
| マリンパーク御前崎海水浴場（御前崎市） | 7/13(土)～8/25(日) |
| 弁天島海浜公園海水浴場（浜松市）    | 7/14(日)～8/31(土) |
| 舘山寺サンビーチ（浜松市）       | 未定              |
| 新居弁天海水浴場（湖西市）       | 7/20(土)～8/31(土) |

また、浜松市の多くの面積を占める森林資源のレジャー産業への活用の余地も大きくなる。降雪がほとんどない気候とも相まって、通年営業が可能なキャンプ場の困難ではなく、経営のハードルは下がるものと考えられる。

### ⑤行政

行政に期待したいことは、気象データの収集と公表である。気象データは気象庁で収集されているが、例えば、「お天気」のデータについては、2005年9月をもって公表されていないように、企業のマーケティング情報としては十分ではない。

将来の天気は「天気予報」でも分かるが、対人サービスの企業立地を検討する上では、天候のデータは欠かせないであろう。また、日照時間や風速などは市域の広い浜松市においては、気象庁の観測地点は6か所では心もとない。面積が大きいだけでなく標高差も大きく、海岸からの距離も大きく違う。もっときめ細かなデータを収集することは、地域の振興だけでなく災害の予防にも必ずや資するはずである。公共事業による気象情報の収集と保存と公表は、今後ますます地域のインフラとしての重要性が大きくなるものと考えられる。

以上