

平成 30 年度

7 月の猛暑による経営への影響調査

【調査結果】

福井商工会議所
中小企業総合支援センター

- 調査目的** 今年7月の深刻な猛暑が会員事業所にどのような影響を与えたか、さらに、その猛暑に対し各事業所がどのような対策をとられたか、会員事業所の猛暑の影響に関する実態を把握するため実施した。
- 調査時期** 平成30年8月1日(水)～8月8日(水)
- 調査方法** F A Xによる送付、回収
- 調査対象** 福井商工会議所会員事業所より1, 000件を抽出
- 回答企業** 307社 (回答率30.7%)

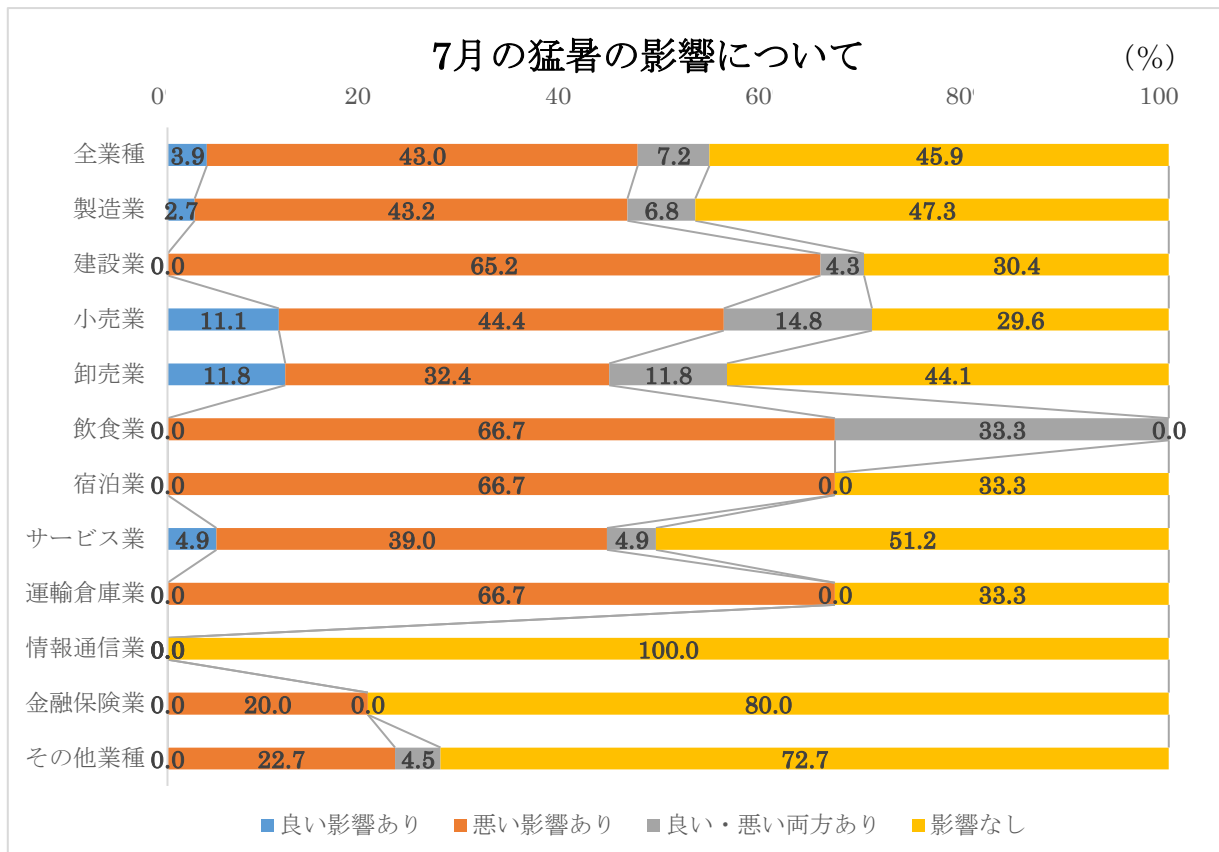
回答企業内訳

	20名以下	21～50名	51～100名	101～300名	301名以上	計
製造業	18	19	20	15	8	80(26.1%)
建設業	15	20	7	2	4	48(15.6%)
小売業	15	9	2	6	2	34(11.0%)
卸売業	13	11	6	4	0	34(11.0%)
飲食業	8	2	0	1	0	11(3.6%)
宿泊業	2	0	0	1	0	3(1.0%)
サービス業	22	10	9	3	1	45(14.7%)
運輸倉庫業	1	4	1	5	0	11(3.6%)
情報通信業	2	2	3	1	0	8(2.6%)
金融保険業	0	1	3	1	6	11(3.6%)
その他業種	8	5	2	5	2	22(7.2%)
計	104(33.9%)	83(27.0%)	53(17.3%)	44(14.3%)	23(7.5%)	307(100.0%)

※その他…教育機関、一般社団法人、組合など

【調査結果】

1. 7月の猛暑の影響について



今年7月の猛暑が経営に影響を与えたかについて尋ねたところ、「良い影響あり」が3.9%、「悪い影響あり」が43.0%、「良い・悪い両方あり」が7.2%となり、半数以上の54.1%の事業所で「良い」、「悪い」関わらず何らかの影響があったとの回答となった。

業種別にみると、建設業、飲食業、宿泊業、運輸倉庫業では6割以上の企業が「悪い影響あり」と回答。中でも飲食業は「悪い影響あり」が66.7%、「良い・悪い両方あり」が33.3%となり、すべての事業所で何らかの影響があったことが分かる。

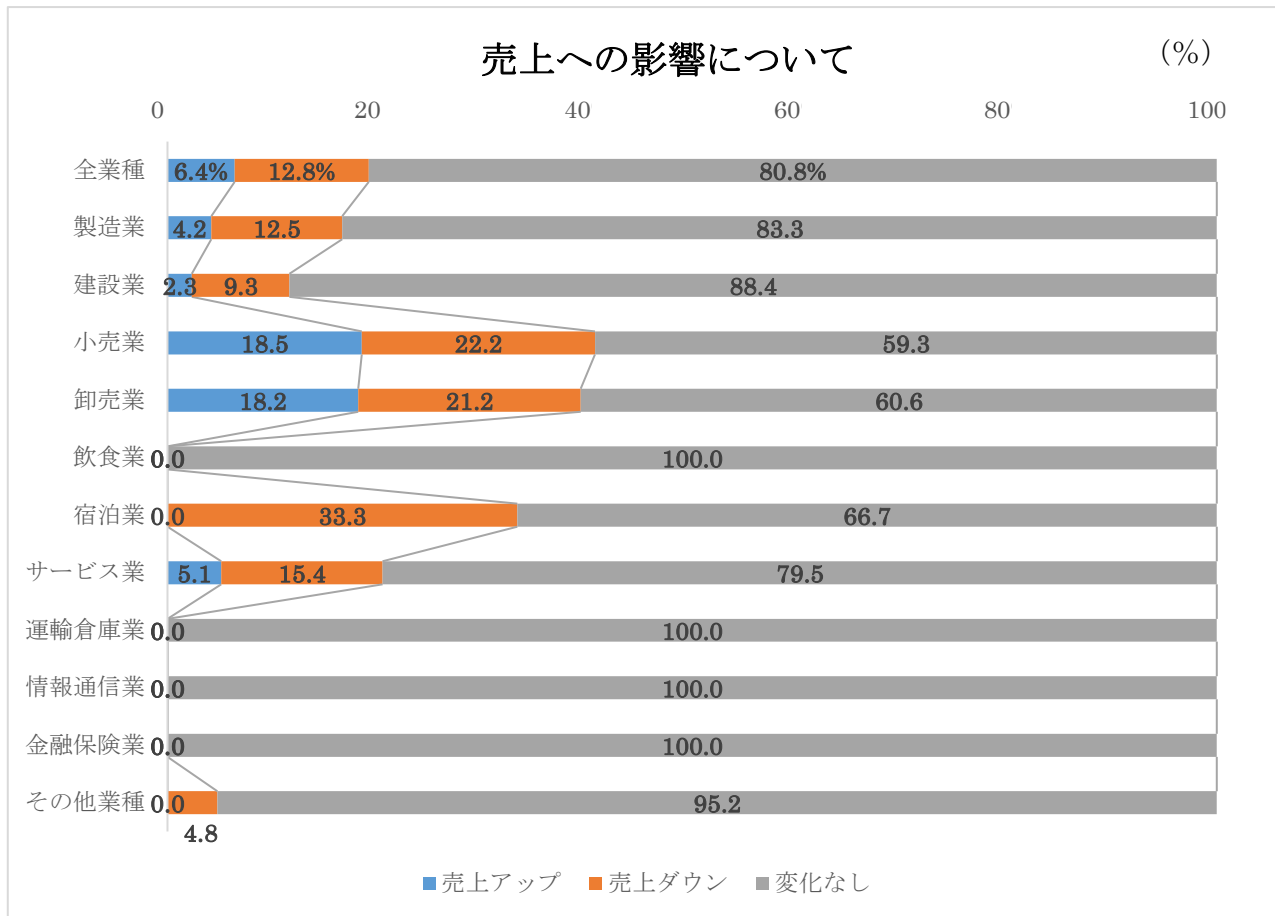
良い影響

- 製造業：カーテンの売上増加、コンクリートの養生コスト低下
- 建設業：暑さ対策のため取り入れた空調服の効果が大きく、作業効率増加
- 小売業：来客数の増加、季節商品の売れ行きが好調、タイヤの売上増加、ガソリン売上の増加
飲料の売れ行きが好調、空調機器の売上増加
- 飲食業：アルコール消費拡大による売上の増加
- サービス業：散髪客の増加、タクシーの利用者増加、レンタカーの増加

悪い影響

- 全業種共通：社員の体調不良、社員の欠勤、生産性の低下、電気料等のコスト増、休憩時間の増加
- 製造業：消費者の食欲低下による販売量の減少
- 建設業：労働環境悪化によるイメージダウン
- 卸・小売業：来客数の減少、仕入価格の上昇、商品の劣化、青果物の品質・鮮度の低下
- サービス業：営業活動の低下、旅行の中止、イベントの中止

2. 売上への影響について



売上高の対前年同月比では、「売上アップ」が6.4%、「売上ダウン」が12.8%、「変化なし」が80.8%となった。

業種別でみると小売業、卸売業では「売上アップ」と「売上ダウン」の割合がほとんど同じであったのに対し、飲食業では売上に変化は無かった。宿泊業では3分の1の事業所が「売上ダウン」との回答となった。

一般的には、猛暑になると「ガス代、パン類、寝具類」の消費が減少するとされているが、本調査においても同様にガスやパン類は売上減少との回答がみられた。

売れたもの

製造業：カーテン、味噌、米酢

小売業：冷却タオル、サンシェード、ガソリン、飲料、夏物商品、タイヤ、Tシャツ

卸売業：電材料全般、ルームエアコン、熱中症対策商品、カーバッテリー等の故障部品

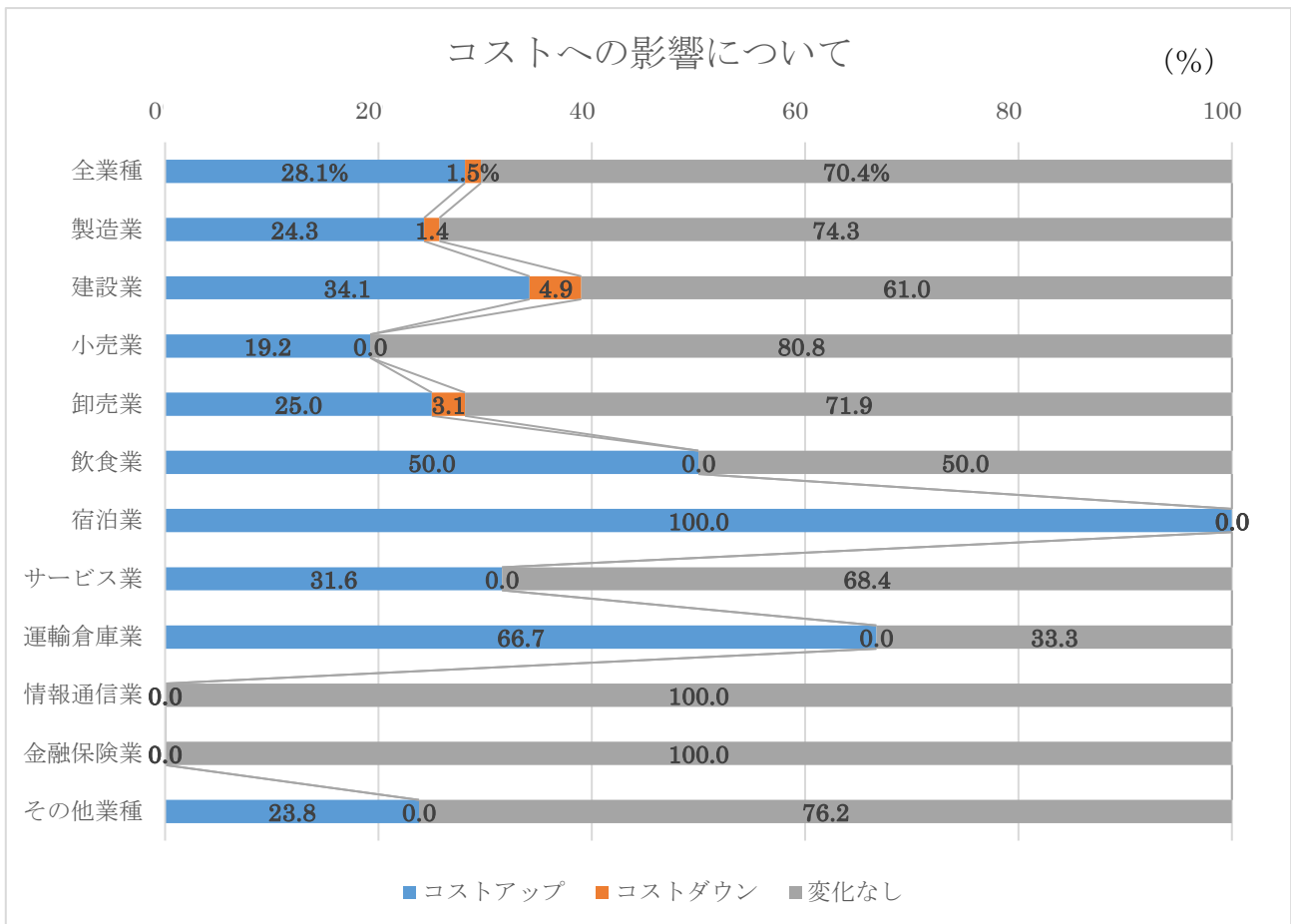
サービス業：レンタカーの貸し出し

売れなかったもの

製造業：練り物食品全般、和菓子全般、食品用包材、遊具、鋳造

卸・小売業：和菓子全般、灯油、ガス、家具全般、米、パン全般、果物全般

3. コストへの影響について



コストの対前年同月比では、「コストアップ」が28.1%、「コストダウン」が1.5%、「変化なし」が70.4%となった。「コストアップ」と回答した事業所の中には対前年同月比で50%も増加したと回答した事業所も見られた。主なコストアップの要因としては、「冷房使用量の増加により電気(燃料)代が増加した」といった電気代の負担増を挙げる事業所が多かった。

業種別では情報通信業、金融保険業を除くすべてで「コストアップ」との回答となった。特に宿泊業では100%、運輸倉庫業では66.7%、飲食業50.0%の事業所が「コストアップ」との回答となった。

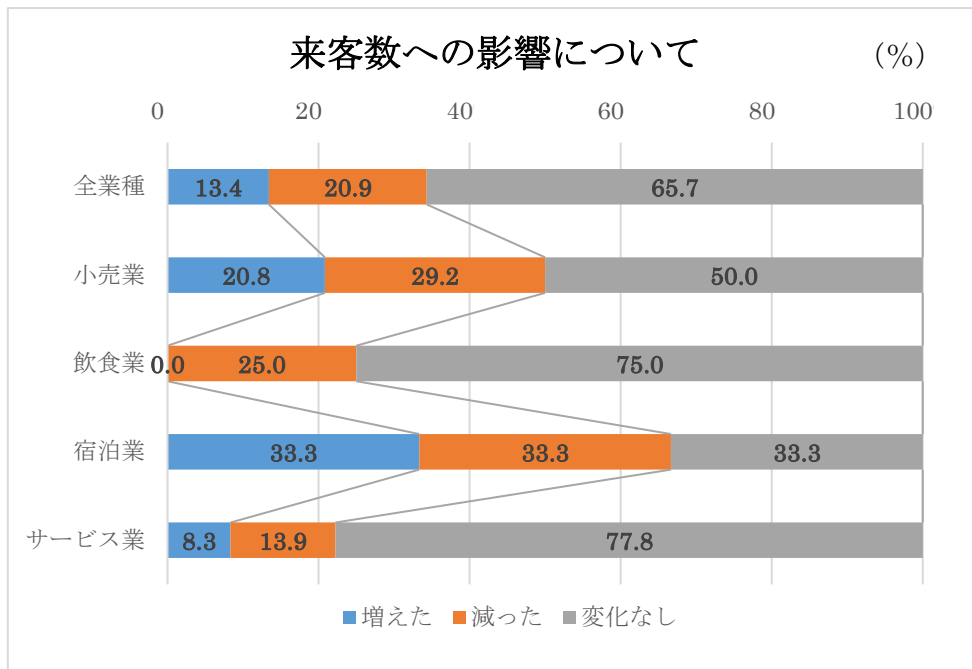
コストアップ

電気代、人件費、仕入価格、修繕費、設備費

コストダウン

仕入単価

4. 来客数への影響について（小売業、飲食業、宿泊業、サービス業のみ）



小売業、飲食業、宿泊業、サービス業に対して猛暑による来客数の変化を伺ったところ、「増えた」が13.4%、「減った」が20.9%であった。猛暑により外出を自粛した人が多かったと言われていたが、本調査では65.7%の事業所が来客数に「変化なし」との回答となった。

業種別に見ると、小売業では「増えた」が20.8%に対して「減った」が29.2%と、来店客はやや減少ぎみとの結果であった。飲食業に関しては「変化なし」が75.0%と全体的には売上への影響はそれほど大きくなかったが、売上が「増えた」との回答は1社もなく、「減った」だけが25.0%と売上減の影響のみがみられた結果であった。宿泊業では「増えた」が33.3%、「減った」が33.3%となった。

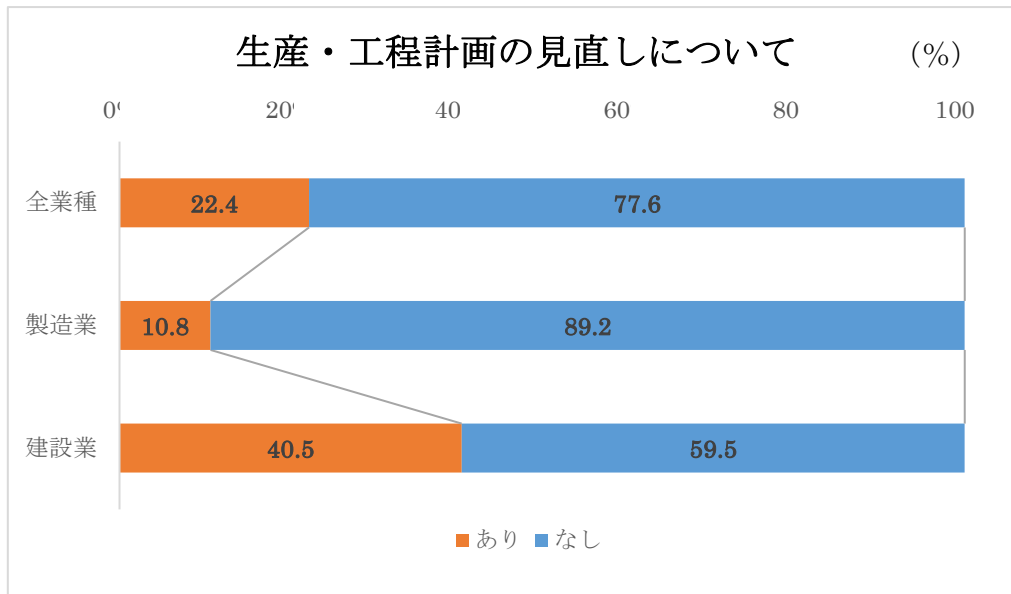
増えた客層

子連れのファミリー層、工事作業員

減った客層

中高年層

5. 生産・工程計画の見直しについて（製造業、建設業のみ）



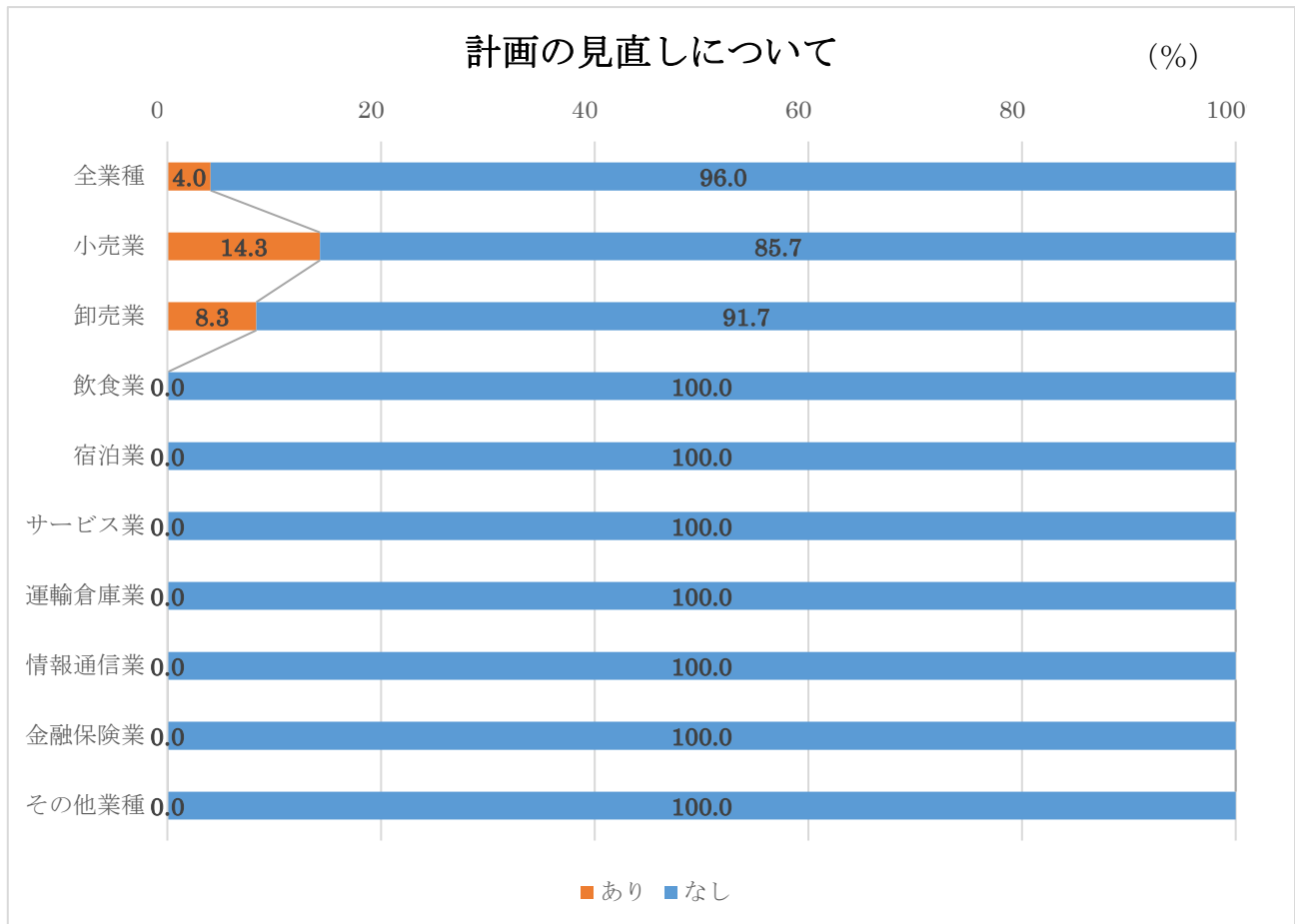
製造業、建設業に対して、猛暑の影響で生産・工程計画の見直しを行ったか伺ったところ、22.4%が計画の見直しを行ったと回答した。

業種ごとの回答をみると、建設業では40.5%の企業が「生産・工程計画の見直しを行った」と回答した。具体的な見直しの内容としては、「休憩時間追加による計画の見直し」や「納期の調整」、「人員配置の見直し」などがあつた。

その他見直した内容

- ・納期を調整し残業時間の削減に努める
- ・生産シフトの見直し
- ・早退制度の施行
- ・気温が高い時間帯を避けた作業計画

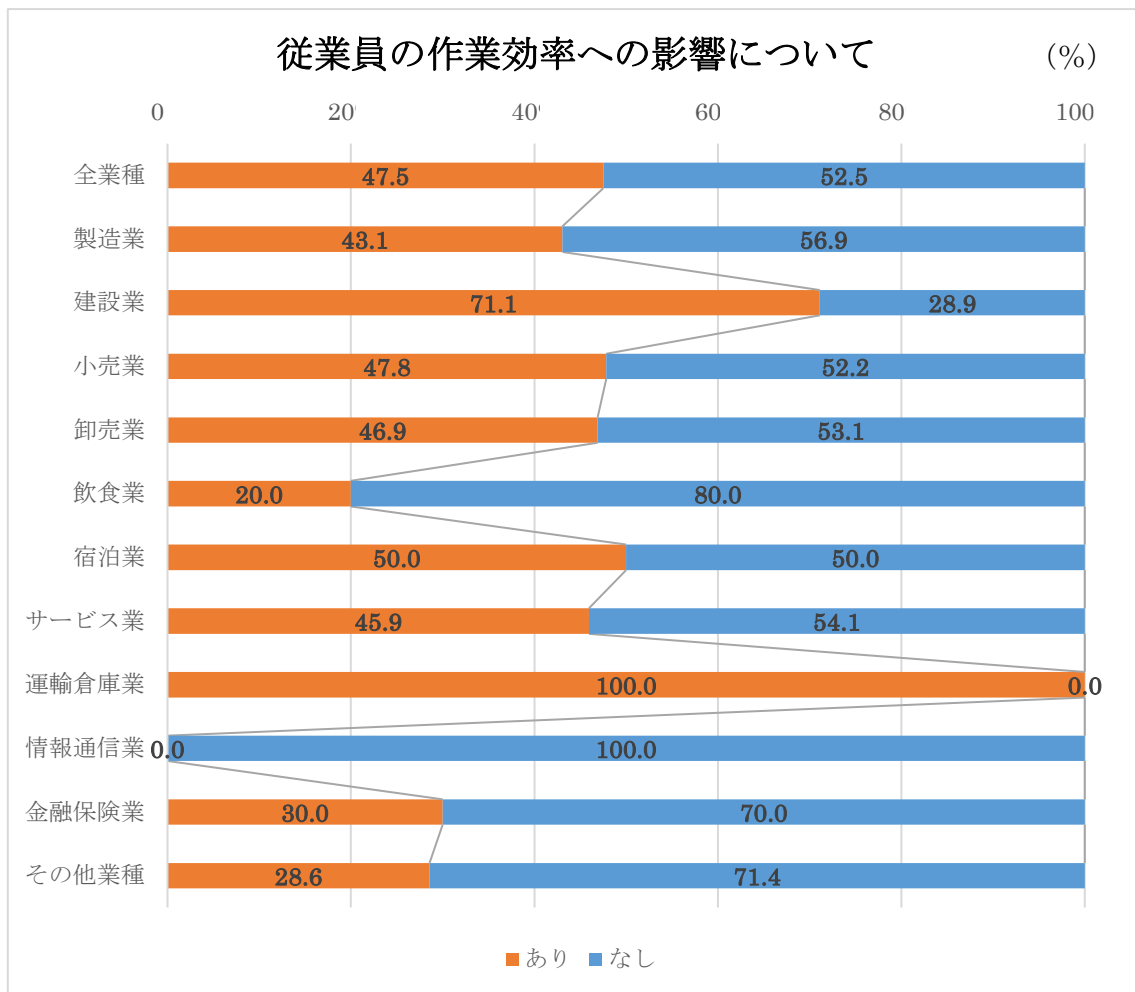
6. 販売計画の見直しについて（製造業、建設業を除く）



製造業、建設業を除く事業所に対して、販売計画の見直しを行ったか伺ったところ、96.0%が「見直しを行っていない」と回答し、「見直しを行った」と回答したのは4.0%であった。

業種ごとの回答を見ると、小売業では「見直しを行った」との回答が14.3%、卸売業でも8.3%であった。内容としては「新商品の開発時期の変更」や「猛暑対策商品の仕入の追加」、「商品規格(大きさ)の変更」などがあった。

7. 従業員の作業効率への影響について



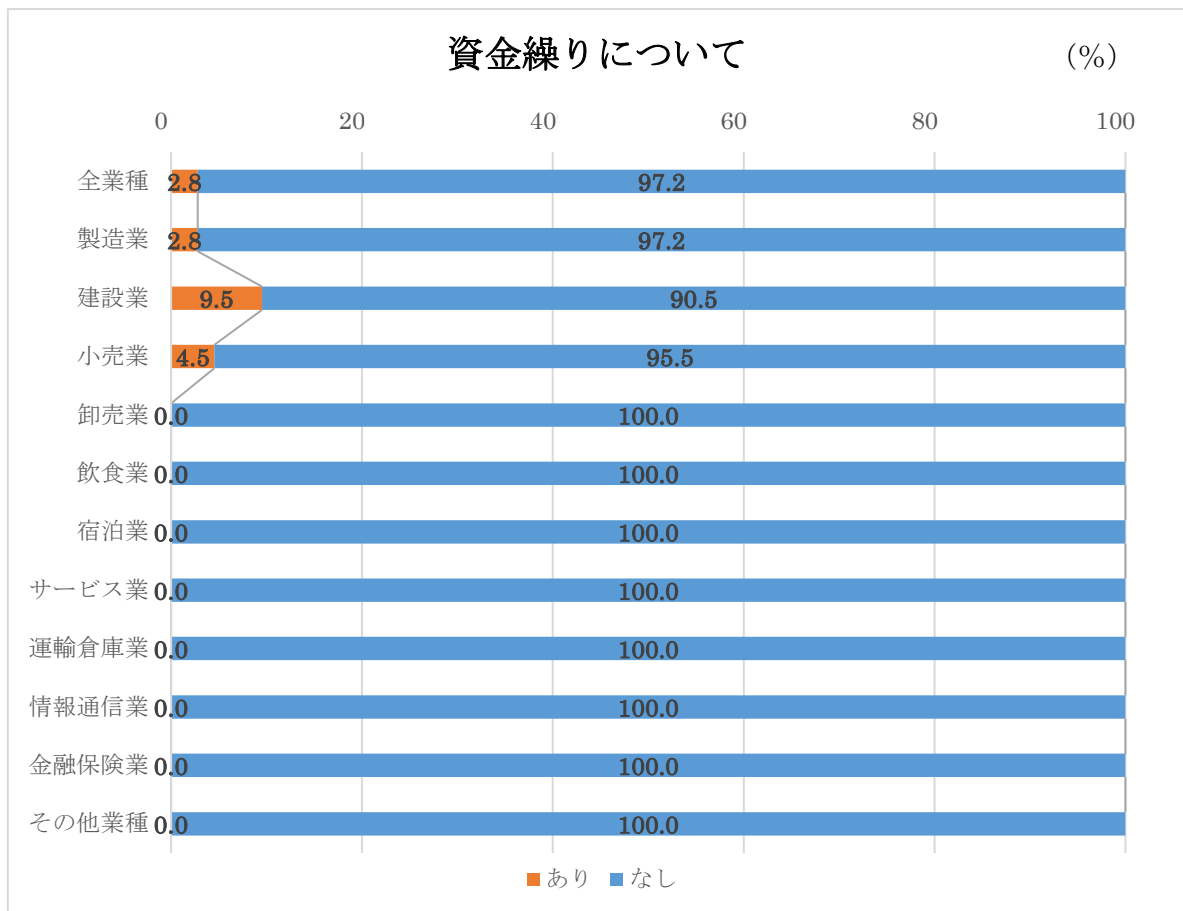
猛暑による従業員の作業効率への影響について伺ったところ、約半数の 47.5%の事業所が「影響あり」との回答となった。

業種ごとの回答を見ると、運輸倉庫業ではすべての事業所が「影響あり」と回答し、反対に情報通信業はすべての事業所が「影響なし」と回答するなど、大きな差がみられた。また、屋外作業が中心の建設業では「影響あり」が 71.1%と高い値であり、逆に室内中心の飲食業では 20.0%と影響は低く、屋内外での作業の有無の差が大きく結果に影響していると思われる。

その他の影響

- ・体調不良による従業員の欠勤
- ・作業効率の低下
- ・従業員の士気の低下
- ・来客数の減少

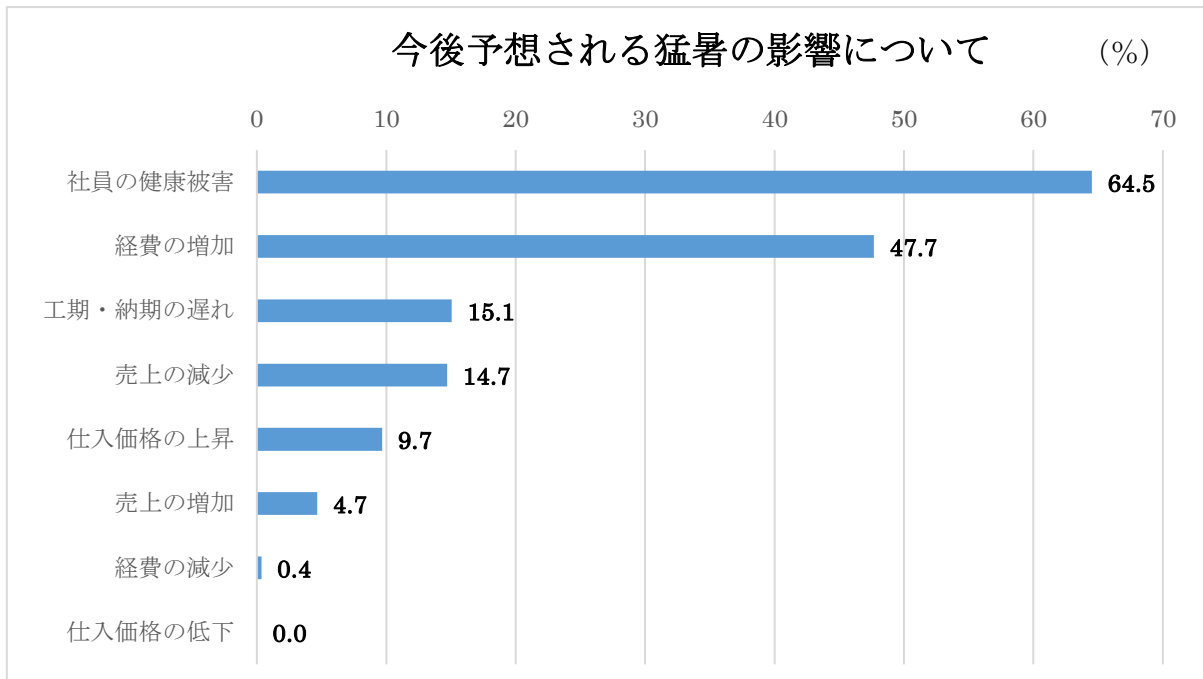
8. 資金繰りについて



資金繰りについて猛暑による資金繰りへの影響を伺ったところ、97.2%が「影響なし」、2.8%が「影響あり」との回答となった。

業種ごとの回答をみると、製造業(2.8%)、建設業(9.5%)、小売業(4.5%)で資金繰りへの影響が出ていることが分かる。主な内容としては、「売上高の減少」や「経費の増加」、「工期の遅れによる代金回収の遅れ」、「対策のためのコストの増加による資金面の圧迫」が挙げられた。

9. 今後予想される猛暑の影響について

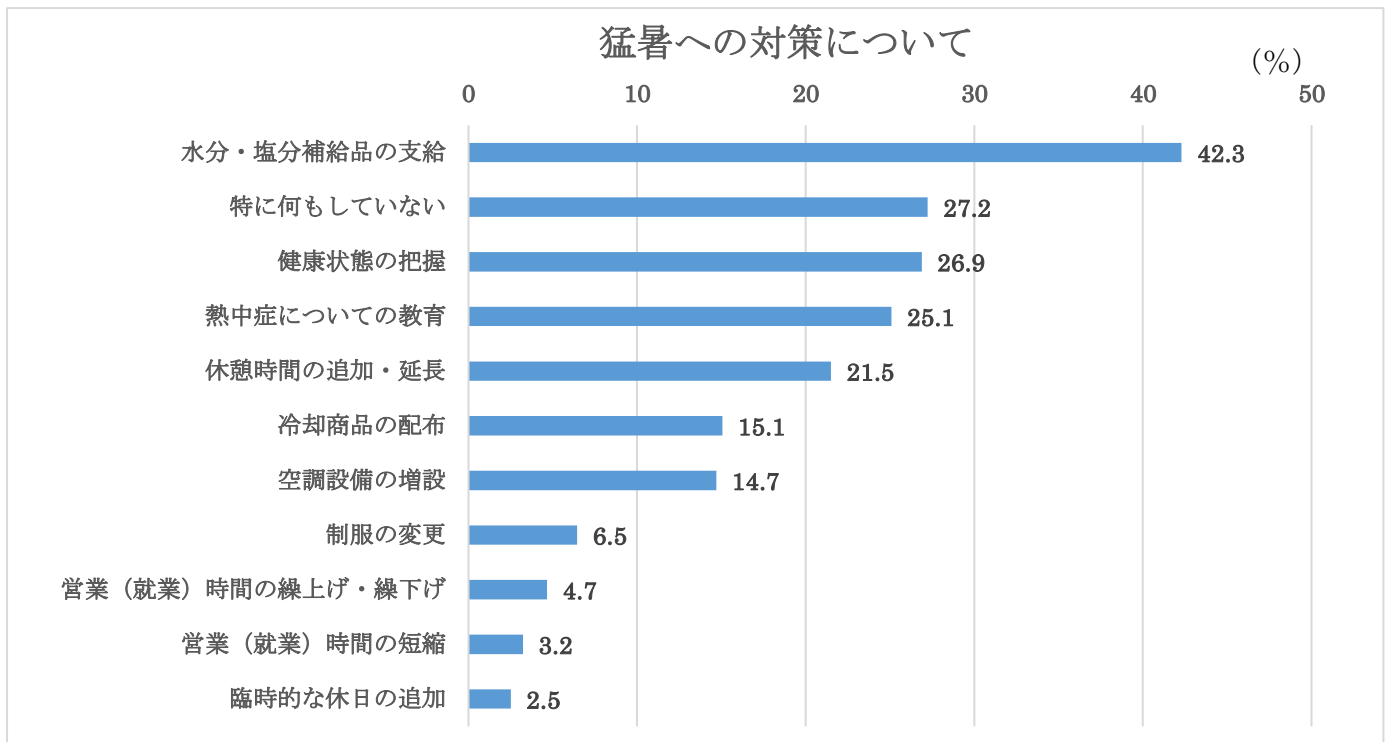


今後予想される猛暑の影響としては「社員の健康被害」が最も多く64.5%となり、次いで「経費の増加」が47.7%であった。

業種別で予想される影響を見ると、ほぼ全ての業種で「社員の健康被害」が最も多く、特に金融保険業、運輸倉庫業がそれぞれ80.0%、77.8%と高くなっている。唯一、飲食業のみが「仕入価格の上昇」(50.0%)を最大の懸念材料と考えていた。

	1位	2位	3位
製造業	社員の健康被害(58.1%)	経費の増加(51.4%)	工期・納期の遅れ(14.9%)
建設業	社員の健康被害(69.6%)	経費の増加(65.2%)	工期・納期の遅れ(43.5%)
小売業	社員の健康被害(63.0%)	経費の増加(37.0%)	売上の減少(25.9%)
卸売業	社員の健康被害(70.6%)	経費の増加(52.9%)	売上の減少(23.5%)
飲食業	仕入価格の上昇(50.0%)	社員の健康被害(33.3%)、 経費の増加(33.3%)、 売上の減少(33.3%)	
宿泊業	社員の健康被害(100.0%)、 経費の増加(100%)		仕入価格の上昇(33.3%)
サービス業	社員の健康被害(63.4%)	経費の増加(34.1%)	売上の減少(17.1%)
運輸倉庫業	社員の健康被害(77.8%)	経費の増加(66.7%)	工期・納期の遅れ(22.2%)
情報通信業	社員の健康被害(71.4%)	経費の増加(14.3%)	-
金融保険業	社員の健康被害(80.0%)	経費の増加(20.0%)	-
その他業種	社員の健康被害(59.1%)	経費の増加(40.9%)	売上の減少(9.1%)

10. 猛暑への対策について



今回の猛暑に対して各事業所が講じた対策としては、「水分・塩分補給品の支給」が最も多く42.3%で、次いで、「特に何もしていない」が27.2%、「健康状態の把握」が26.9%であった。一方、「臨時的な休日の追加」や「営業（就業）時間の短縮」などは実施が難しいと思われ、取り組んだ事業所が少なかった。

業種別では、屋外での作業による熱中症予防のためか、建設業、運輸倉庫業で「水分・塩分補給品の支給」をとられた事業所割合がそれぞれ7割超と高くなっている。今夏は大手飲料メーカーのスポーツドリンクの生産が追い付かないと話題になったほど熱中症予防のための飲料の売れ行きは好調であり、最近では、大手、中小を問わず、熱中症対策のための水分、塩分補給目的の新商品を発売する企業が増えてきている。今後も日本の夏は暑くなることが予想されることから、飲料らをはじめとする熱中症予防のための商機が拡大する可能性が高い。

【対策費用】

<回答企業数> 59社

<合計額> 3,849万円

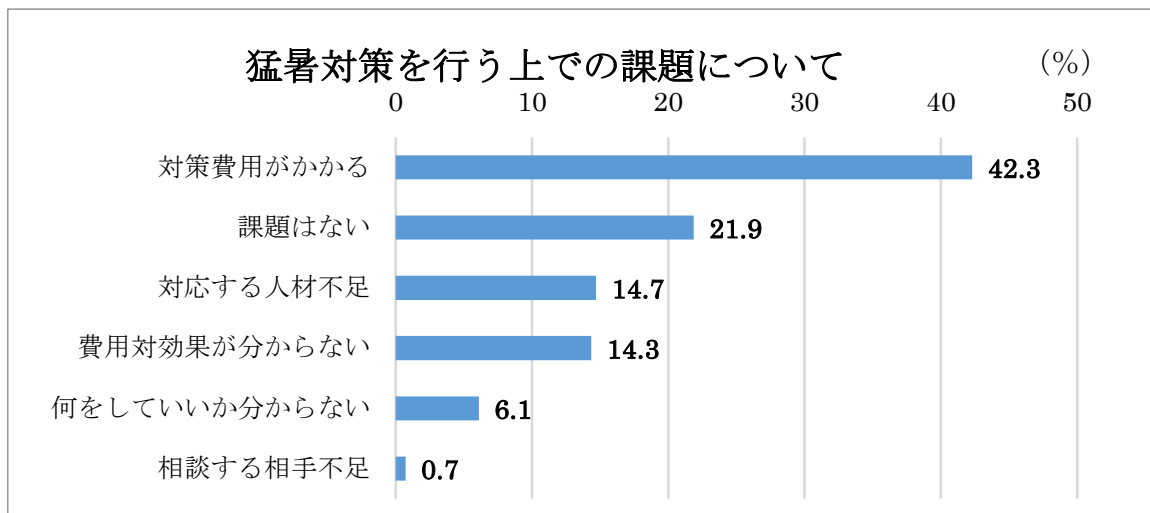
<1社当たりの平均額> 65.2万円

<もっとも大きい金額> 1,000万円（業務用冷蔵庫2台）

今回の猛暑で行った対策(業種別 上位3つ)

	1位	2位	3位
製造業	水分・塩分補給品の支給 (48.6%)	健康状態の把握(31.1%)	熱中症についての教育(25.7%) 空調設備の増設(25.7%)
建設業	水分・塩分補給品の支給 (71.7%)	休憩時間の追加・延長 (54.3%)	熱中症についての教育(47.8%)
小売業	健康状態の把握(37.0%)	水分・塩分補給品の支給 (33.3%)	熱中症についての教育(25.9%) 特に何もしていない(25.9%)
卸売業	健康状態の把握(29.4%)	特に何もしていない(26.5%)	水分・塩分補給品の支給(20.6%)
飲食業	健康状態の把握(33.3%)	営業(就業)時間の短縮(16.7%)、 営業(就業)時間の繰上げ・繰下げ(16.7%)、 休憩時間の追加・延長(16.7%)、 熱中症についての教育(16.7%)、 水分・塩分補給品の支給(16.7%)	
宿泊業	休憩時間の追加・延長(33.3%)、 健康状態の把握(33.3%)、 熱中症についての教育(33.3%)、 空調設備の増設(33.3%)、 冷却商品の配布(33.3%)		
サービス業	特に何もしていない(43.9%)	水分・塩分補給品の支給 (34.1%)	冷却商品の配布
運輸倉庫業	水分・塩分補給品の支給 (77.8%)	休憩時間の追加・延長(44.4%)、 熱中症についての教育(44.4%)	
情報通信業	特に何もしていない(85.7%)	健康状態の把握(14.3%)	-
金融保険業	特に何もしていない(60.0%)	制服の変更健康状態の把握(10.0%)、 熱中症についての教育(10.0%)、 冷却商品の配布(10.0%)	
その他業種	水分・塩分補給品の支給 (40.9%)	特に何もしていない(31.8%)	熱中症についての教育(27.3%)

1.1. 猛暑対策を行う上での課題について



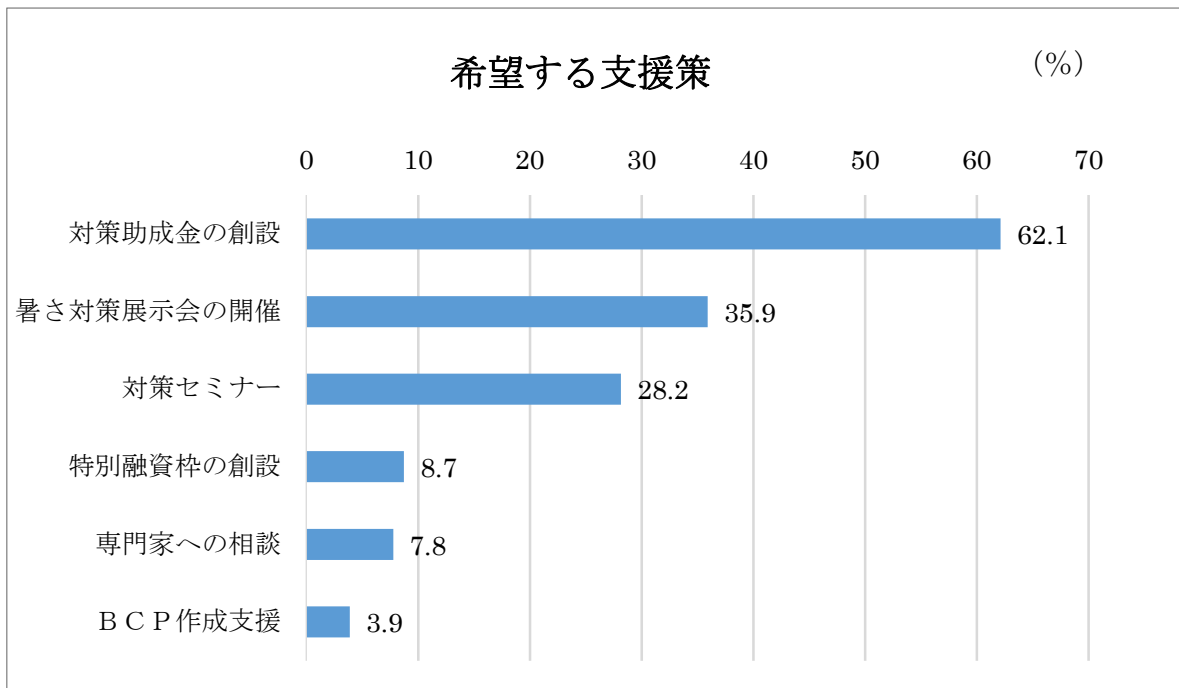
対策を行う上での課題について何ったところ「対策費用がかかる」が最も多く42.3%となった。

業種別でみると、運送倉庫業では100%が「対策費用がかかる」との回答となった。これは慢性的な人手不足が深刻な業種であることから人員確保のための対策費として必要であると思われる。

猛暑対策を行う上での課題について(業種別 上位3つ)

	1位	2位	3位
製造業	対策費用がかかる(51.4%)	課題はない(16.2%)	費用対効果が分からない(14.9%)
建設業	対策費用がかかる(52.2%)	対応する人材不足(15.2%)	費用対効果が分からない(13.0%)、何をしていたかわからない(13.0%)
小売業	対策費用がかかる(33.3%)	対応する人材不足、課題はない(18.5%)	
卸売業	対策費用がかかる(41.2%)	課題はない(23.5%)	費用対効果がわからない(17.6%)、対応する人材不足(17.6%)
飲食業	課題はない(50.0%)	対策費用がかかる(16.7%)、何をしていたか分からない(16.7%)	
宿泊業	対策費用がかかる(66.7%)、費用対効果が分からない(66.7%)		対応する人材不足(33.3%)
サービス業	課題はない(29.3%)	対策費用がかかる(26.8%)	費用対効果がわからない(17.1%)、対応する人材不足(17.1%)
運輸倉庫業	対策費用がかかる(100.0%)	対応する人材不足(11.1%)	-
情報通信業	課題はない(57.1%)	対策費用がかかる(28.6%)	費用対効果が分からない(14.3%)
金融保険業	課題はない(60.0%)	対策費用がかかる(20.0%)	費用対効果が分からない(10.0%)、対応する人材不足(10.0%)
その他業種	対策費用がかかる(27.3%)、課題はない(27.3%)		費用対効果が分からない(18.2%)

1 2. 猛暑対策のために希望する支援策



希望する支援策としては、猛暑対策を実施する上で費用負担を懸念する事業所が多かったことから、その費用負担を軽減するための「対策助成金の創設」62.1%を希望する事業所が多かった。次いで、「暑さ対策展示会の開催」が35.9%、「対策セミナー」の開催が28.2%であった。

今回の調査でも、猛暑対策としての飲料の購入、塩分補給商品の購入、空調服の購入、冷房設備の入れ替えなど、暑さ対策のため様々な商品が購入されていた。各事業所では、そうした商品に関する情報収集機会としての展示会の開催や、反対に関連商品を取扱い事業所にとっては販路拡大のために展示会開催にニーズが見られた。

猛暑対策の希望する支援策について(業種別 上位3つ)

	1位	2位	3位
製造業	対策助成金の創設(23.0%)	暑さ対策展示会の開催(16.2%)	対策セミナー(12.2%)
建設業	対策助成金の創設(19.6%)、暑さ対策展示会の開催(19.6%)		対策セミナー(10.9%)
小売業	対策助成金の創設(29.6%)	対策セミナー(14.8%)	暑さ対策展示会の開催(11.1%)
卸売業	対策助成金の創設(38.2%)	暑さ対策展示会の開催(11.8%)	特別融資枠の創設(5.9%)
飲食業	対策助成金の創設(16.7%)、専門家への相談(16.7%)、対策セミナーの開催(16.7%)		
宿泊業	対策助成金の創設(33.3%)、暑さ対策展示会の開催(33.3%)		
サービス業	対策助成金の創設(12.2%)	対策セミナーの開催(7.3%)、暑さ対策展示会の開催(7.3%)	
運輸倉庫業	対策助成金の創設(33.3%)	対策セミナーの開催(7.3%)、暑さ対策展示会の開催(22.2%)	
情報通信業	対策助成金の創設(14.3%)、対策セミナーの開催(14.3%)		—
金融保険業	対策助成金の創設(30.0%)	暑さ対策展示会の開催(10.0%)、BCP作成支援(10.0%)	
その他業種	対策助成金の創設(13.6%)、対策セミナーの開催(13.6%)		暑さ対策展示会の開催(9.1%)

13. 猛暑による影響（業種別概要）

製造業

製造業では、機械・機械部品メーカーで飲料の販売増加により、飲料生産ラインの発注、関連部品などの生産量が増加した。また、体調不良を訴える従業員も出たことから休憩回数の追加を行い、作業効率が低下する影響が出た。食品製造（販売）業では、暑さによる食欲の低下のためか、消費が落ち販売量が減少した。

建設業

建設業では降雨が少なかったため、作業中止となることが少なかったプラス面も挙げられたが、暑さの影響で判断が鈍るなどしたほか、体力が消耗し外で働く従業員の仕事量や作業効率の低下などマイナス面の影響が多く挙げられた。対策として工期延長の打診や作業工程の組み直し、なかには遅れた作業を取り戻そうと人件費はかかるが、休憩時間が増加した分、人員を追加する企業も見られた。

また、従業員の熱中症対策として就業時間の変更や、塩分や経口補水液などの支給、なかには1着約3万円の空調服を100着導入した企業も見られた。

その他にも直接の影響ではないが、猛暑が労働環境の悪化というイメージダウンにつながり、人手不足に拍車がかかるのではないかと懸念する企業もあった。

卸売業・小売業

家電店ではルームエアコンなどが予想以上の売れ行きとなり、大手販売店では取り付け工事の専門業者が十分に確保できず、ピーク時には取り付けまで1ヵ月待ちの状態が続いた。待ちきれない消費者は近所の小売店で購入し取り付けを依頼、消費者が小売店に流れる結果となった。そのため小売店では取り付け工事が重なり、エアコンの購入・修理の依頼が対前年同月比では3割以上に増加したと企業も見られた。

食料品に関しては、暑さのため、氷菓を除く菓子、パンなどは消費が低迷しているが、飲料や季節消費に関しては売れ行きが好調である。また青果は収穫量や質、鮮度の低下により仕入価格が高騰している。

飲食業

飲食業では猛暑の影響で消費者の外出自体が少なくなっており、来客数自体が減少している。一般に、ビールは夏場に気温が1度上昇すると販売量が2.5%上昇すると言われているが、今年は7月が暑過ぎたため「稼ぎ頭であるビールがあまり出なかった」との声が挙がる一方、ヒアリングを行った焼肉店では暑くなると例年売上1~2割減少するが、今年はビールなどアルコール類の注文が増え、客単価が増加したというケースもあった。また冷麺も例年以上に出た。

宿泊業

宿泊業では猛暑のため、来客数が大幅に減少。また屋内は宿泊客が過ごしやすい室温に設定するため、コストが上昇し、宿泊客減少のため売上が確保できないといった影響があった。

サービス業

ヘアリングを行った美容室では暑さのため髪を短くする人が増加。客数は増加したものの、カラーやパーマといった高価格のサービスの利用客が減少。冷却効果のある化粧水が例年以上に売れたため売上は対前年同月比の5%ほど上昇した。また気温が高い時間帯の来客が減り、午前中の早い時間や夜の時間帯に来客が集中したため、顧客を逃すことがあった。

運輸倉庫業

運輸倉庫業では走行中の車内の冷房使用のほか、荷下ろし時などのアイドリング増加で燃料の使用料が増加し、燃料費の増加につながった。熱中症などの体調不良による欠勤が出ないよう、塩分・水分の補給、休憩を促した。

情報通信業

社内での作業となるため、大きな影響はない。会社内だけではなく日常生活の中から体調管理を行うよう社員教育を行っている。

金融保険業

外訪時間の短縮とそれに伴う効率の低下があったが、影響はほとんどなし。

14. 猛暑による影響（業種別企業ヒアリング）

製造業

A社 従業員数:51~100名 取扱商品:メガネレンズ

- ・売上には特に影響ない。従業員の作業効率もそれほど変わっていない。従業員には体調不良の場合は早めに申し出るよう指示している。例年より体調不良で早退する従業員が増えている。
- ・電力はデマンド契約にしているため、使い過ぎに常に気を使っている。しかし、7月はかなり電力を使用したため、来期の契約のことが心配。

B社 従業員数:21~50名 取扱商品:和洋菓子

- ・2月豪雪ほどではないが、客数減の影響は少しある。
- ・夏の商品ラインナップの検討のきっかけになった(アイス商品が現状では当社にはない)
- ・子どもがいるスタッフが多いので、子供の体調不良などを理由とした急な欠勤が増えた。
- ・店舗2階の事務所用エアコンが故障 ⇒ 30万円程度の修理が発生。

C社 従業員数:20名以下 取扱商品:スウェーピング機械

- ・売上、納期等に影響はなく、従業員も休憩を取らせ熱中症になることはなかった。
- ・工場に空調設備がないため、熱中症対策には取り組んだ。
⇒ウォーターサーバーを自社負担にて導入
(サーバー代無料・水代1缶2,300~2,500円程度、月4缶程消費)

D社 従業員数:20名以下 取扱商品:産廃コンテナ

- ・猛暑による影響は全くなし。
- ・会社が水田に囲まれており、風通しも良いという立地状況もあり、報道されているほど暑いと感じることはなかった。
- ・従業員も元気で、会社として何も対応していない。

建設業

E社 従業員数:101~300名 取扱商品:公共工事

- ・現場作業員の作業効率ダウンが大きな課題。現場作業員に多めに休憩を取らせているため工事が遅れている。少しでも体調が悪い場合は休憩をとらせているが、数名は救急車で病院に行った。無理をさせることも出来ないが工期が決まっているため会社としては対応に困っている。
- ・作業員向けに空調服を100着購入した。25,000円×100着で250万円。その他にもスポットクーラーの導入や、スポーツドリンクや塩飴なども多めに与えている。投資総額では約400万円程度か。
- ・対策投資に加え、工期遅れによる売上減も含めると1,000万円程度は影響を受けているかもしれない。

小売業

F社 従業員数:20名以下 取扱商品:ショッピングセンター

- ・7月の来店客数は若干の減少。売上は昨年とほぼ同じをキープ。例年通り涼みに来る高齢者が多かったが、暑すぎたせいか若干少なくなった感じ。そうした客は全く買い物をしないので、売上には影響ない。
- ・従業員対策も事務作業が中心のためほぼ何もしなかった。涼しい店内であるためかテナント各社も特段対策をしたとは聞いていない。

G社 従業員数:21～50名以下 取扱商品:果物

- ・猛暑の始まりが中元商戦のピーク期を越えていたので、大きなダメージはなかったが、日中の店舗売上げは、人出がないため、微減。
- ・これだけ暑いと作物品種の発育が早くなり、切り替わりが早くなる(わせ・おくて)。作物は小ぶりになるが糖度は増す。色味は悪くなる。⇒商品構成の配分・スケジュールが狂う。
- ・従業員の暑さの影響による欠勤(だるさ、熱中症の手前)が増えている。

H社 従業員数:101～300名 取扱商品:食品スーパー

- ・宅配業務スタッフに対し、熱中症対策で飲料を配布
- ・来店客層には高齢者も多く、来店数減少のデータが出ている。販売額にはそれほど影響なし。
- ・介護施設(きらめき)を県内11ヶ所で運営し、毎年6～11月にかけて施設ごとに地域住民との交流事業(まつり)を開催している。今年は行政からの指導を受け、7～8月にかけてのまつりは屋外ではなく屋内での開催に切り替えた。

I社 従業員数:20名以下 取扱商品:家電製品

- ・エアコンの買換・修理依頼が大幅に増え、売上は昨年に比べて3割以上増加した(7月に入ってから、ほぼエアコンの工事しかやった記憶がない)。
- ・室外機取付けなど炎天下での作業が多いため、現場には必ずクーラーバッグにスポーツドリンク等を入れて持参するようにしている。

J社 従業員数:101～300名 取扱商品:食品、衣料品

- ・飲料を中心とする食料品の売り上げが一番伸びている。
- ・野菜類は仕入れ価格上昇が懸念材料だったが、販売数量は減ったものの売上金額的には上昇した。
- ・夏物衣料は販売点数が伸びたが、単価が安いので売上アップへの貢献度合いは少ない。
- ・例年に比べ帽子、手袋、マフラーなど日除けグッズが売れている。
- ・テレビ番組で熱中症対策に効果的な商品が紹介されると、消費者の購買行動にすぐ表れるので、注意して見るようにしている。
- ・暑さ対策のため、女性スタッフにはユニフォームの首元のリボンを外すよう指示した。
- ・バックヤードに飲み物を準備しスタッフがこまめに水分補給できるようにしたが、熱中症で搬送される事態が発生した。

K社 従業員数:21～50名 取扱商品:生活雑貨

- ・イベント開催の効果もあり客足は思ったほど落ちなかった。売上も微増。
- ・暑さ対策の雑貨(濡らすと冷感が得られるタオル、サンシェード等)が爆発的に売れている。濡らして使用するタオルについては、仕入れてもすぐに売り切れてしまい、現在メーカーからの納品が間に合わず品切れ状態。
- ・朝礼等で熱中症対策についてスタッフ間の意思疎通を行っている。

L社 従業員数:51～100名 取扱商品:酒、食品

- ・売上はトータルで見ると減少している。
- ・熱中症予防に効果があるスポーツドリンクや麦茶などの飲料は販売数量が大幅に伸びたが、メイン商品のアルコール(ビール、ワイン等)はあまり売れなかった。(アルコール類には利尿作用があり脱水症状の引き金になる)。
- ・あまりの暑さに外出自体を控える方が増え、客足が大幅に鈍った。
- ・スタッフの休憩時間はお昼休みの1時間だけだったが、それとは別に午前中に1回と午後1回休憩時間を設け、熱中症予防につとめた。

卸売業

M社 従業員数:20名以下 取扱商品:衣料品

- ・猛暑により値段の高い衣料品の売上は減少しているが、安いTシャツ等は数が多く売れている。今年はネットでの売上が伸びており、推測ではあるが暑いので買い物に外出せず、スマホから注文を出している。特に関東方面からの注文が多い。
- ・暑さ対策としては、エアコンを25℃にして、従業員への負担を軽減している。特に朝は早めにエアコンを点け作業しやすい環境を作っており、電気代が余計にかかると思われる。

N社 従業員数:20名以下 取扱商品:建築資材

- ・猛暑による売上についての落込み無し。増加分については、空調服が出ているがそれほど大きな額ではない。
- ・エアコンも扱っているが、取付工事依頼先が1社のため、待ち期間が1か月半程度となっている状況。
- ・社員への暑さ対策については作業を行う倉庫などに大型の扇風機を導入するなどの対策を行っているほか、口頭で熱中症にならないよう、頻繁に水分補給を行うよう注意喚起している。

O社 従業員数:20名以下 取扱商品:農作物

- ・猛暑により「水やりが出来ない」、「うまく育たない」などの理由で農作物の需要が減少しており、昨年と比較して約5%売上が減少している。
- ・農作物の栽培もハウス内にエアコンをかけ、冷やすなどの対策をしているが、コストの割に効果が低い。
- ・屋外で従事する従業員への暑さ対策としては、通常8時半始業を7時半にしていることや、休憩をこまめに取ること、飲料水の供給などを行っている。

飲食業

P社 従業員数:20名以下 取扱商品:居酒屋、焼肉

- ・暑くなると売上が上がる焼肉店の来店客数は例年の1~2割減。しかしアルコールの売上げが伸びたため客単価が上がり、7月の売上げとしてはほぼ昨年通りを維持できた。居酒屋のほうの売上げは例年通り。
- ・対策としては従業員には多めに休憩を取らせている程度。多少作業効率は落ちているかもしれないが特段支障はない。

Q社 従業員数:20名以下 取扱商品:焼肉、ステーキ等

- ・冷房の効いた部屋で従業員を休憩させていた。(14時~17時)
- ・冷麺等の商品が多く売れている。
- ・イベント等の効果もあり、売上は前年+5%となった。

R社 従業員数:20名以下 取扱商品:ラーメン

- ・一部の社員は昼の時間帯に仮眠を取るなどしており、健康そのもの。

宿泊業

S社 従業員数:20名以下 取扱商品:ホテル

- ・スタッフに熱中症に対して指導を行い、体調が悪くなったら休憩させる
- ・猛暑のせいかわからないが、旅行客が少なくなったように感じる。

T社 従業員数:20名以下 取扱商品:ホテル

- ・旅行客は減少傾向であるが、代わりに工事関係者の連泊が多い。(北陸新幹線工事のため)

U社 従業員数:101~300名 取扱商品:ホテル

- ・宿泊者数に大きな影響はないが館内の空調温度に気を付けていたため、電気代が増加した。

サービス業

V社 従業員数:20名以下 取扱商品:自動車修理

- ・暑くてクーラーを効かせすぎることが原因と見られる修理依頼が来ている。

W社 従業員数:21~50名 取扱商品:産業廃棄物処理業

- ・売上、納期等に影響はなく、従業員も熱中症になることはなかった。
- ・熱中症対策として、従業員にドリンクや休憩を多くとるように推奨した。
- ・自社負担で塩飴の配布や、休憩時間に冷たいお菓子を出したりした。

情報通信業

X社 従業員数:20名以下 取扱商品:コンサルティング・サービス

- ・猛暑による直接の被害はないが、洪水や台風で取引先が被害を受け、業務が遅延している。
- ・社内にサーバーやPCなどが多いため、いつもの夏よりは気を使っている。

Y社 従業員数:20名以下 取扱商品:HP構築等

- ・パソコンやサーバー等があり、作業効率が上がらないため、サーキュレーターを3台増設。
- ・賃貸物件だが、オーナーに頼み、家庭用サイズのエアコンを1台増設してもらった。(賃貸側が設置したので、事業者負担はなし)

運輸倉庫業

Z社 従業員数:101~300名 取扱商品:運送

- ・社員7名が熱中症になった。対策として、塩飴や首に巻くタオルなどを支給。
- ・荷卸しを朝か夜の涼しい時間帯にさせてほしい旨を経済連、お客様に相談。2社頼んだうち、1社は自分が早く来ないといけないということから受入れてもらえなかった。

その他業種

a社 従業員数:20名以下 取扱商品:専門サービス業(法律関係)

- ・特になかった。

b社 従業員数:20名以下 取扱商品:専門サービス業(労務関係)

- ・産業医と企業を回るときに、熱中症対策の告知を行っていた。