

# 家計における情報関連支出の構造変化

椿 康 和

## 1. はじめに

本稿の目的は、1984年から2004年までの全国消費実態調査から得られた、家計の情報関連支出データにもとづいて、わが国における生活面の情報化が、1990年代半ばに生じた「IT革命」を経てどのように進展したか、また、主として所得水準と世帯主の年齢が情報関連支出にどのように影響しているかを検討して、情報格差の実態と要因の分析に先立つ、基本的な視点を整理することである<sup>1</sup>。

家計の消費支出に関するデータで見る限り、1980年代までは、ニューメディアやマルチメディアなどの言葉に象徴される情報化や情報化社会のイメージが先行し、家庭生活における情報化は全体のトレンドとしては、まだ定着していなかった。消費支出に占める情報関連支出について、TVやパソコンなどの情報関連機器購入、郵便料・電話通話料などの通信費用、書籍や音楽・映像メディアの購入や受信料等のコンテンツ支出、及びフィルムやテープなどの情報素材に至るまで幅広く含めて、その総和の家計の消費支出全体に対する比率として求めたものは「情報係数」と定義される。この値は、1975年から1989年までの期間、5%前後で安定的に推移しており、この間の産業面での情報化の進展に比べ、生活面での情報化はそれほど進んだとは言えない状況にあった。さらに、1989年の時点では、情報係数の値には、所得水準や地域性による違いが観察されず、この視点からは情報格差的現象を見出すことはできなかった(椿 [1991])。

IT革命を象徴するキーワードの代表は、「インターネット」、「Windows」、「携帯電話」である。これらは、この十数年間で社会へ急速に普及して、現代生活にとって不可欠な存在となっている。そ

れを受けて、1994年から2004年の10年間で、情報係数の値は5.3%から8.2%へと3ポイント増加したが、情報関連支出が一様に増加したわけではない。家計の消費支出に最も大きな影響をもたらしたのは携帯電話の通信料であり、2004年の消費支出に占める割合は2.3%に達している。これに対し、同じ10年間にパソコンの世帯普及率は16.6%から69.3%へと大幅に増加したが、月々のパソコン関係に対する支出金額は携帯電話通信料の1/7にも満たない。また、携帯電話による支出増は、低所得層から高所得層まで同じような比率で支出を押し上げる一方、世代間では若年層ほど金額・比率とも大きくなっており、情報関連支出に大きな構造変化をもたらしている。

情報格差には2つの種類がある。1つは、年齢・学歴・所得など個人の属性の違いが、情報通信技術の活用能力の習得機会や利用できる情報の範囲に影響を及ぼし、その結果、収入や雇用面での格差を生じさせ、加齢や貧困によって情報や情報通信機器にアクセスできない人々が、より困難な状況に陥り、さらにそれが固定化する現象である。もう1つは、離島や中山間地域など、ブロードバンドサービスの利用困難な地域における情報アクセス面での格差である。国の政策上の関心は、E-Japan政策からU-Japan政策への移行に見られるように、ブロードバンド・ゼロ地域や携帯電話不感地域の解消のための施策といった後者に重点が移りつつある<sup>2</sup>。しかしながら、前者の格差について、全体的な普及率や傾向だけを見て解決の方向に向かっていると判断すべきではなく、年齢や所得の違いが情報通信技術の利用状況にどのように影響しているかを検証しておく必要がある。

本稿では、情報関連支出を「通信サービス」、「情報通信機器」、「情報コンテンツ」に分け、そ

<sup>1</sup> 5年間隔で実施される全国消費実態調査は、家計調査の5～6倍の50,000世帯以上を対象に行われ、精度の高いデータが得られている。

<sup>2</sup> 総務省「デジタル・ディバイド解消戦略会議」平成19年10月

ここに帰属する品目の支出に、所得階層と世帯主の年齢がどのように影響しているかを分析して、IT革命を経て情報関連支出の構造がどう変化したかを明らかにしていく。

## 2. 情報関連支出の分析

### 2.1 分析対象

本稿では、情報関連支出を表2-1のように定義する。これらのカテゴリに該当するものを、1984年～2004年の全国消費実態調査における消費支出の品目から抽出し、それぞれの品目の1か月平均消費支出金額を2段階で再編成したものを分析対象とする。第1レベルで、情報関連支出を「通信サービス」、「情報通信機器」、「情報コンテンツ」の3つに分け、第2レベルでは、さらに3～4項目に分ける。第1レベルの分類は、「情報支出指標」の構成を「情報通信機器」、「情報通信ネットワーク」、「パッケージ型情報ソフト」と定義した、平成10年版通信白書と基本的に共通している<sup>3</sup>。第2レベルの分類では、椿 [1991] の分析を踏まえ、特に情報コンテンツの分野において、情報関連消費をやや広くとらえようとするものである<sup>4</sup>。全国消費実態調査は5年間隔で実施されるため、

表2-1 情報関連支出の定義

第1レベル	第2レベル
通信サービス	郵便
	電話サービス
	インターネット接続料
情報通信機器	通信機器
	情報処理機器
	情報受容・娯楽機器
情報コンテンツ	新聞・書籍
	受信料
	活字・放送メディア以外の情報コンテンツの購入や消費
	情報の生産・消費などの活動に伴う付随的支出

調査年次ごとに品目の入れ替えが行われている。情報関連支出の分野では、家庭の情報化の進展を背景に、より詳細に支出内容を把握するために品目数が増してきている。品目の変遷や第2レベルのカテゴリの内容について、詳しくは分野ごとの分析結果の記述時に言及する。また、分析対象とする世帯は、全体の傾向を把握するため二人以上の一般世帯とし、主に全世帯のデータを用いる。

### 2.2 全体の動向

全世帯と勤労者世帯では、現役世代が多い勤労者世帯の方が、年間収入・月平均消費支出・情報関連支出のいずれも上回っているが、情報係数では大きな差は見られない(表2-2)。1994年までは、収入、消費支出とも順調に増加し、情報関連支出も消費支出全体に比例して増加してきたため、情報係数の値は5%強の水準で推移してきた。1999年以降、年間収入と消費支出が減少に転ずる中で、情報関連支出が一段と増加した結果、情報係数の値の上昇をもたらした。1994年から2004年までの10年間で、全世帯における情報係数の値は5.18から8.21へ3.03ポイント(率にして58%)、勤労者世帯では5.09から8.56へ3.47ポイント(同68%)と大幅に増加している。

図2-1は、全世帯における情報関連支出の推移を第1レベルの分野別にプロットしたものである。通信サービスへの支出が大きく増加し、1999年以降の情報関連支出の増加の大部分は、それによるものである。これに対し、情報通信機器は若干の増加に止まり、情報コンテンツは90年代後半から伸び悩んでいる。この状況は勤労者世帯で見ても同様である。

図2-2は、分野ごとの情報関連支出の消費支出に対する比率である。通信サービスは、1994年までは金額では増加していたが、比率では減少傾向にあった。1999年以降は金額と同様に急上昇している。情報通信関連機器は、1994年に金額と同様に一時的な落ち込みを見せた後、再び増加に転じ

<sup>3</sup> 「平成10年版通信白書」(p.110)。このほか「平成12年版通信白書」でも、家計調査における品目を「ハード・機器」、「ソフト・サービス」に再構成して分析が行われている。なお、家計調査では、電話通信料と受信料およびインターネット接続料の合計を「情報通信関係費」として集計している(「平成18年家計調査年報」)。

<sup>4</sup> 情報コンテンツの分野では、「平成19年版情報通信白書」(p.223)と同様に、パッケージ型情報ソフト以外に、受信料、映画・演劇・文化施設入場料やテレビゲームを含めた上、更にビデオ等コンテンツのレンタル料、文房具やフィルムなど情報活動に伴って消費される消耗品の購入を含めている。

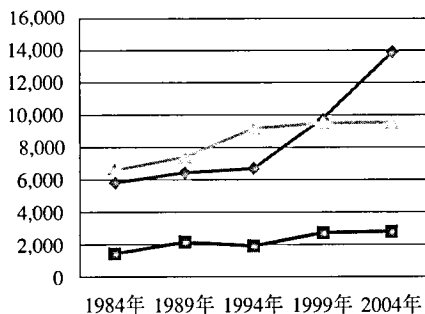
ているが、その水準は1%未満に止まっている。情報コンテンツは1989年以降一貫して増加傾向に

ある。これらの傾向は勤労者世帯でも同様に見られる。

表2-2 世帯の年間収入と消費支出の変化（全世帯、勤労者世帯平均）

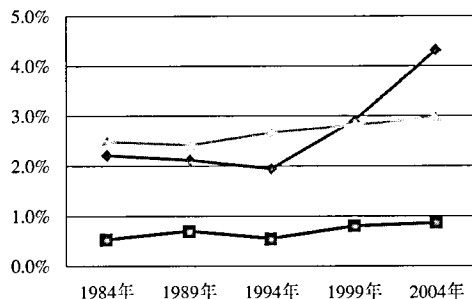
年	年間収入（千円）		月平均消費支出（円）		情報関連支出（円）		情報係数（%）	
	全世帯	勤労者世帯	全世帯	勤労者世帯	全世帯	勤労者世帯	全世帯	勤労者世帯
1984	5,475	5,537	264,408	273,188	13,937	14,375	5.27	5.26
1989	6,653	6,644	305,196	314,940	16,051	15,711	5.26	4.99
1994	7,837	7,998	344,066	356,659	17,807	18,159	5.18	5.09
1999	7,590	7,992	335,114	352,620	21,917	23,251	6.54	6.59
2004	6,925	7,401	320,063	339,212	26,268	29,049	8.21	8.56

図2-1 情報関連支出金額の推移（全世帯）



◆ 通信サービス ■ 情報通信機器 ▲ 情報コンテンツ

図2-2 情報関連支出の消費支出に対する比率の推移（全世帯）



◆ 通信サービス ■ 情報通信機器 ▲ 情報コンテンツ

情報関連支出の推移を年間収入五分位階級別に見ると、全階級で金額が増加しているが、上位の所得階級ほど増加額が大きくなっている。支出金額における第V階級の第I階級に対する比率は、1984年の1.83倍から2004年の2.03倍へ増加しており、所得階層間の格差が若干拡大する傾向が見られる（図2-3）。

所得階級ごとの情報係数の値は、1984年～1994年の間、いずれも固定的に推移しており、それは全世帯で見ると顕著である（図2-4a）。1999年には、全階級において1.17～1.52ポイント増加し、2004年にはさらに1.3～2.0ポイントと大幅に増加している。全体的には低所得層の値が高くなる傾向が見られ、それは勤労者世帯においてより鮮明に現れている（図2-4b）。第V階級の値は1999年、2004年とも、全世帯と勤労者世帯ではほぼ同一であるが、第I階級の値は勤労者世帯の方が全世帯よりも、0.5～0.9ポイント高くなっている。

低所得層の情報係数が高い値を示すことは、情報関連支出の中に必需品的な性格を持つ月々の継続的支出が多く含まれていることを意味しており、情報係数の顕著な増加は、他の消費支出を圧迫する方向で働くものと考えられる。なお、2004年の全世帯で、第II階級、第III階級の値が第I階級よりも高くなっている理由については、3.2節で述べる。

世帯主の年齢階級別に情報関連支出を示したものが図2-5である。すべての年齢層で支出金額が増加しているが、50歳代までの世帯と60歳以上の高齢者世帯とでは、1999年以降の増加状況が異なる。1994年から2004年までの10年間で、50歳代までの世帯はいずれも50%を超える増加率を示しているのに対し、60歳代では25.6%、70歳以上では16.5%の増加率に止まっている。その結果、世帯主の年齢階級間のばらつきが拡大している。この傾向は勤労者世帯でも同様に見られる。

図2-3 年間収入五分位階級別情報関連支出金額の推移（全世帯）

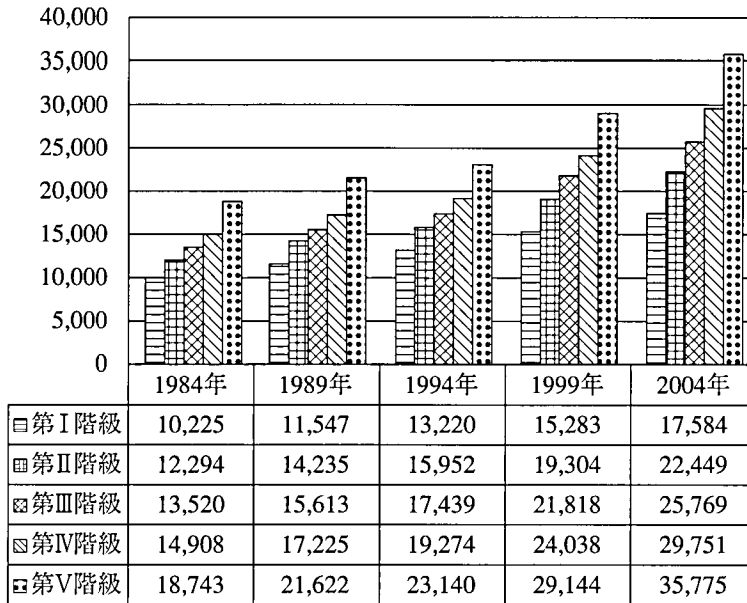


図2-4a 年間収入五分位階級別情報係数の推移（全世帯）

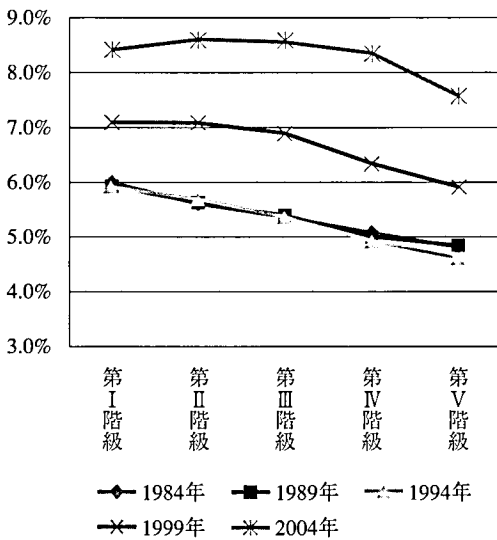


図2-4b 年間収入五分位階級別情報係数の推移（勤労者世帯）

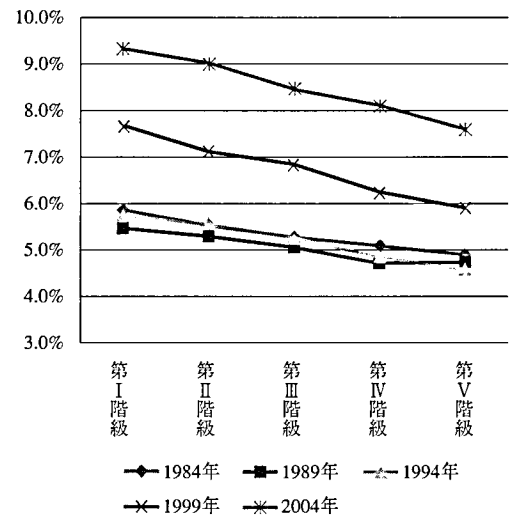


図2-5 世帯主の年齢階級別情報関連支出金額の推移（全世帯）

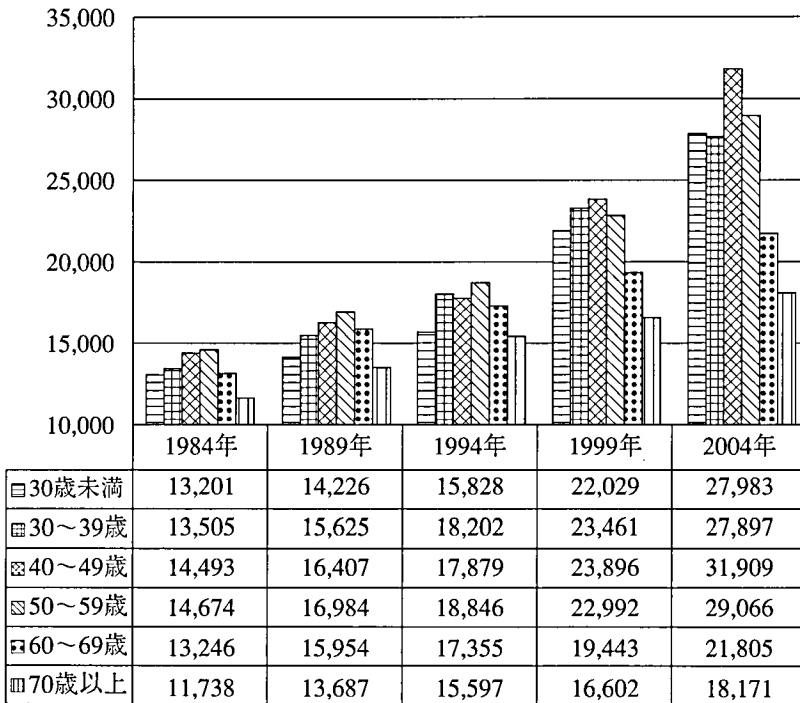
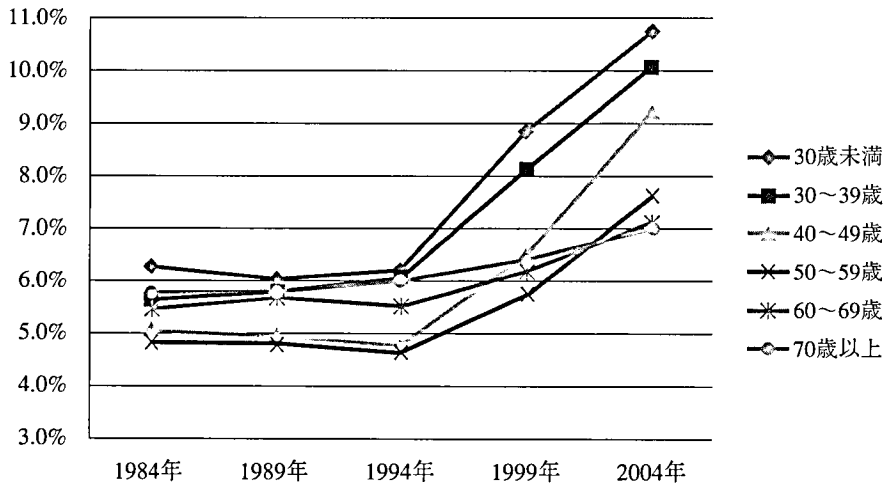


図2-6 世帯主の年齢階級別情報係数の推移（全世帯）



世代間の相違は情報係数によって一層鮮明に見ることができる（図2-6）。1994年までは、情報係数の値は5～6%前後で、30歳代までの若年層と60歳以上の高齢者層が、それ以外の世帯に比べて若干高い状態が継続してきており、その差も1ポイント程度と小さい。1999年以降、若年層の情報係数が大幅に上昇し、2004年には世帯主が30歳以

下の世帯の値が11%近くに達した。30歳代でも10%を超えており、若年層の世帯では、毎月の消費支出の1割以上が情報関連支出で占められている。これは極めて大きな変化である。

図2-7は、1994年と2004年における分野別の積み上げグラフで情報係数の内訳を示したものである。これにより、高齢者以外のすべての年代にお

いて、通信サービス支出の増加が情報係数の増加要因となっていることが分かる。

図2-7a 世帯主の年齢階級別情報係数（1994年、全世帯）

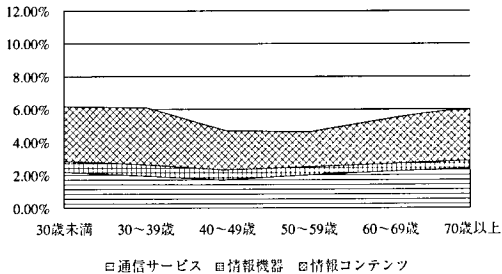
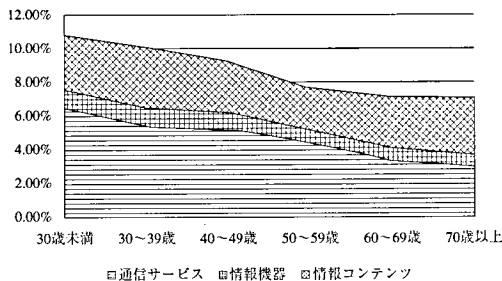


図2-7b 世帯主の年齢階級別情報係数（2004年、全世帯）



### 3. 通信サービス

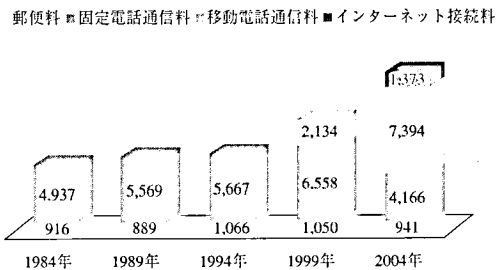
#### 3.1 通信サービス支出の変化

ここでは通信サービスを郵便と電気通信に分けた上で、対象を、その大半を占める電気通信に絞って検討する<sup>5</sup>。電気通信は、固定電話通話料、移動電話通話料（1999年から）、インターネット接続料（2004年から）で構成する<sup>6</sup>。1994年以前の固定電話通話料には移動電話通話料が含まれている。またインターネット接続料は「他の教養娯楽サービス」に分類されているが、その性質上ここに含めることとする。

通信サービス支出金額（全世帯平均）の推移を図3-1に示す。1999年の調査から加わった移動電話通話料は、2004年には最大のウェイトを占め、

通信サービス全体の支出金額を大きく増加させている。1999年までは、従来からの通信サービスである郵便と固定電話の支出水準に大きな変動はなく、その上に移動通信への支出が新たに加わった形となっているが、2004年には、移動電話へのシフトによって固定電話通話料が大きく減少している。なお、1999年以降の郵便料の減少の一因として、手紙やはがきから電子メールへのシフトが考えられる。

図3-1 通信サービス支出金額の推移（全世帯）



年間収入五分位階級別に通信サービス支出金額の推移を見ると、すべての所得階級において1999年から金額が急増している。特に高所得層での増加が大きく、支出金額における第V階級の第I階級に対する比率は、1984年の1.71倍から2004年の2.04倍へ増加しており、所得階層間の格差は拡大する傾向にある（図3-2）。消費支出に占める通信サービスの比率は、1999年までは低所得層の方が高くなる傾向が明瞭に出ており、水準自体も1994年以前は全体的に安定した状態が続いている。移動電話が加わった1999年には第V階級を除いて軒並みほぼ1ポイント増加している。移動電話通話料の増加によって、2004年には総じて4.5%程度の水準に増加するとともに、全世帯で見ると第II階級～第IV階級が他に比べて高くなるという新たなパターンが現れている（図3-3a、図3-3b）。

通信サービス支出における世代間の相違は、1994年までは金額でも消費支出に対する比率でもあまり見られない。これに対し1999年以降は、60歳を境に世代間の違いが明瞭になっている。世帯

<sup>5</sup> 全国消費実態調査の通信には、宅配便や引越しなどの運送料が含まれているが、ここでは除外している。なお、1989年と1994年の調査では、郵便小包が手紙やはがきと別の項目になっているが、1984年及び1999年以降では郵便料に含まれていることから、一貫性を保つためにすべて郵便料に含めている。

<sup>6</sup> 移動電話は携帯・自動車電話にPHSを加えたものである。

主の年齢が60歳未満の世帯では金額、比率とも大きく増加しているが、60歳以上の世帯では大きな増加は見られない（図3-4、図3-5）。60歳未満の世帯では支出金額における世代間の違いは小さく、その結果、消費支出の少ない40歳未満の若年層世帯において、通信サービスの支出比率が高くなっている。2004年にはさらに差が拡大し、30歳

未満の世帯における支出比率が、1984年に比べ4ポイント増加して6%を超えているのに対し、60歳以上では1984年と同じ3%程度に止まった結果、3ポイントの大差が生じている。この傾向は勤労者世帯でも同様である。この原因は、携帯電話の通信料にあり、3.2節で詳細に検討する。

図3-2 年間収入五分位階級別通信サービス支出金額の推移（全世帯）

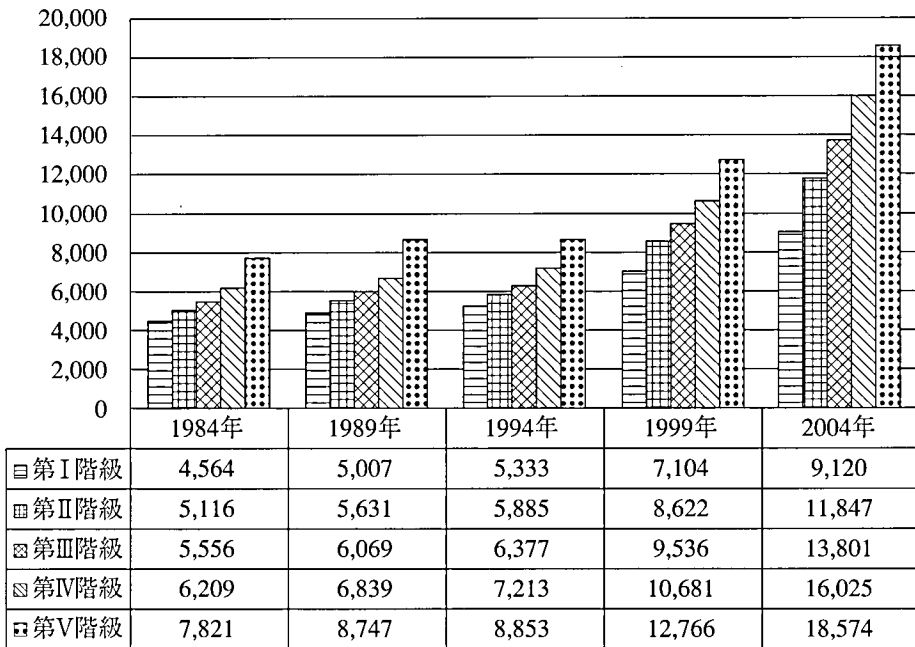


図3-3a 年間収入五分位階級別通信サービス支出比率の推移（全世帯）

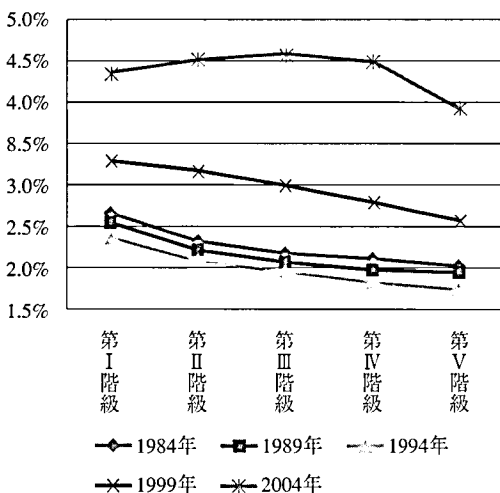


図3-3b 年間収入五分位階級別通信サービス支出比率の変化（勤労者世帯）

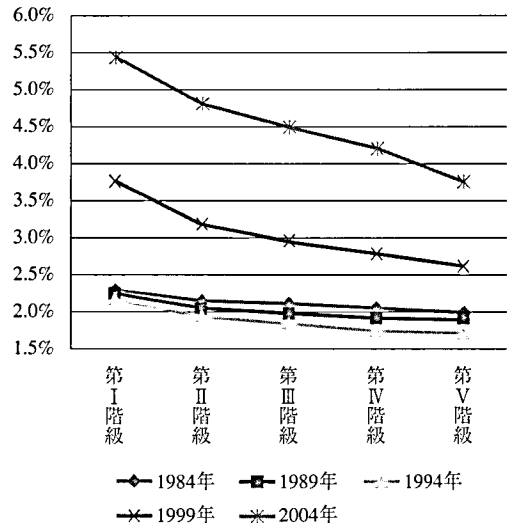


図3-4 世帯主の年齢階級別通信サービス支出金額の推移（全世界帯）

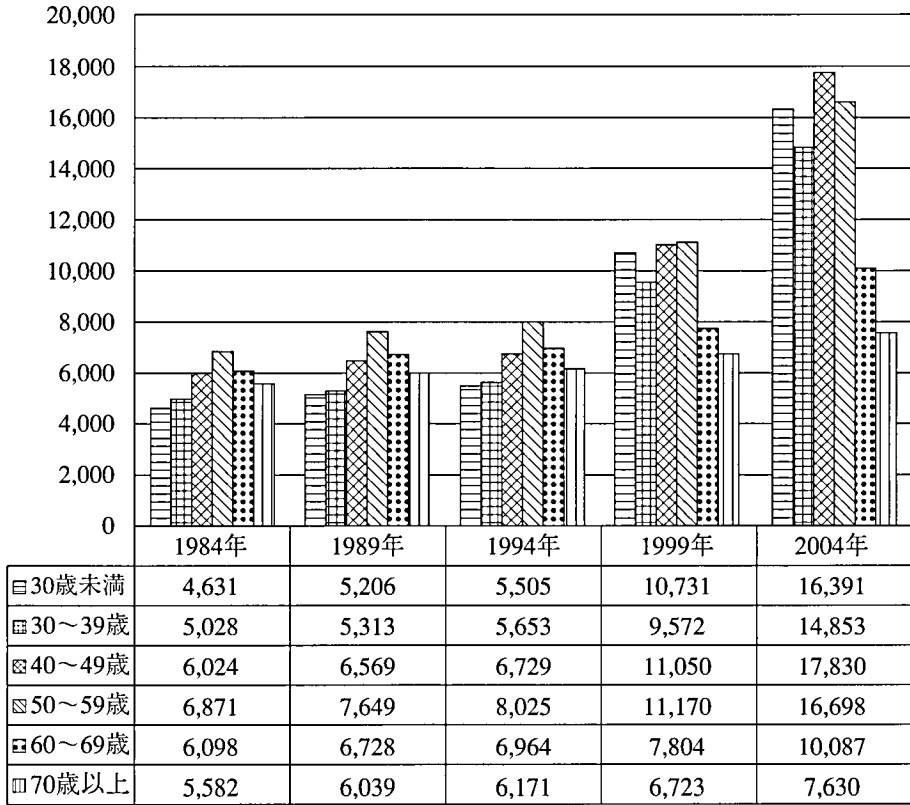
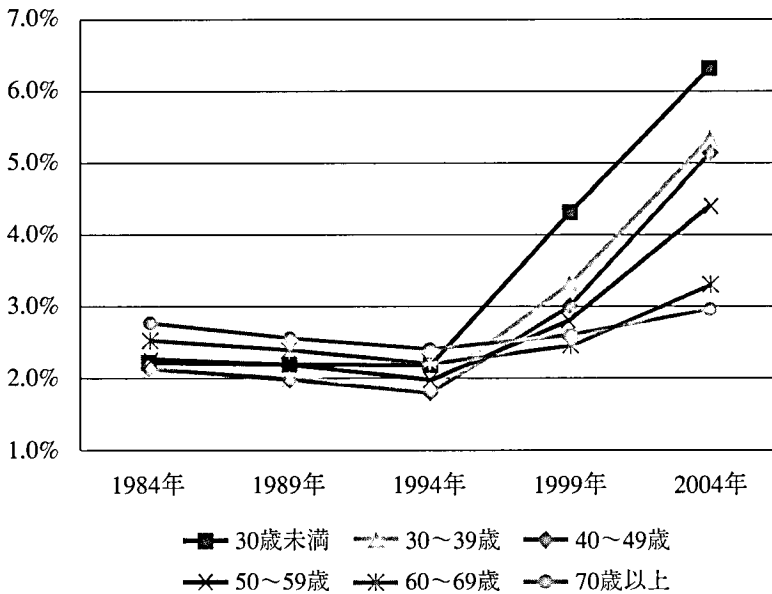


図3-5 世帯主の年齢階級別通信サービス支出金額の推移（全世界帯）





### 3.2 電話通信料の分析

#### (1) 電話サービスの状況

##### ①加入者数の推移

現行の電話サービスは、固定通信（加入電話及びISDN）、移動通信（携帯・自動車電話及びPHS）、IP電話の3種に分けられる。これらの加入者数の推移を表3-1に示す。加入電話は1996年の6,153万件、ISDNも2001年の1,033万件が、それぞれピークとなって、以後は減少に転じている。これらは、1990年代後半以降の携帯電話の急速な普及に伴う、若年層による加入電話への新規契約の減少と、インターネットの利用が、加入電話やISDNから

光ファイバーなどのブロードバンドへ移行したことによるものである。

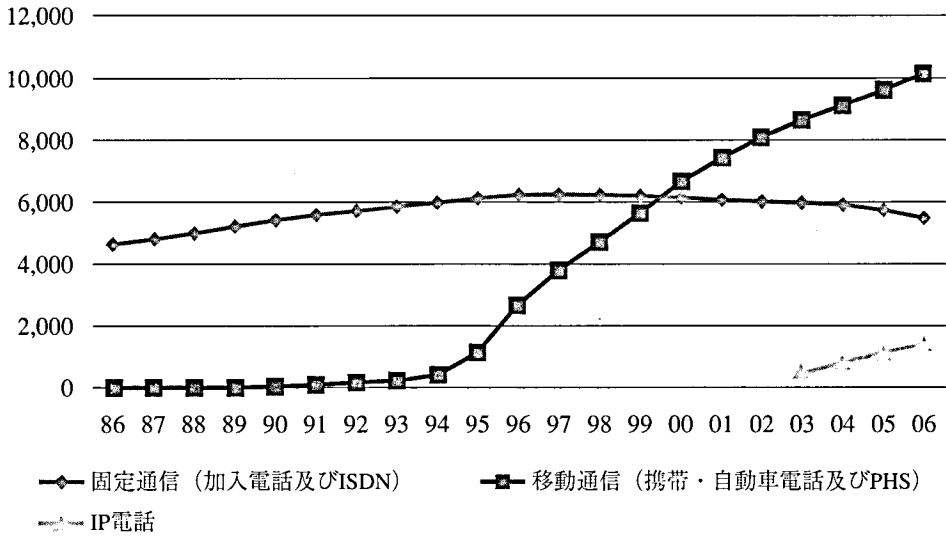
一方、移動通信サービスは1979年に携帯・自動車電話がスタートした。しかし、機器の小型化やサービスエリアの拡大が進まず、利用料金も高額であったことから、利用者や地域が限定され、社会的に普及するには長い期間を必要とした。契約数が漸く100万件を超えたのは1991年のことであるが、その9年後の2000年にはPHSを含めた移動通信の加入者数（6,682万件）が、固定通信の加入者数（6,196万件）を上回り、2007年3月には1億件を突破している（図3-6）。

表3-1 通信サービスの加入者数の推移

年度	NTT加入電話	NCC	加入電話	ISDN	固定通信	携帯・自動車電話	PHS	移動通信	IP電話
86	4,677		4,677		4,677	9.5		9.5	
87	4,842		4,842		4,842	15.1		15.1	
88	5,034		5,034		5,034	24.3		24.3	
89	5,241		5,241		5,241	49.0		49.0	
90	5,448		5,448		5,448	86.8		86.8	
91	5,621		5,621		5,621	137.8		137.8	
92	5,760		5,760	16	5,776	171.3		171.3	
93	5,878		5,878	24	5,902	213.1		213.1	
94	5,988		5,988	34	6,022	433.1		433.1	
95	6,104	1.7	6,106	53	6,159	1,020.4	150.8	1,171.2	
96	6,146	7.0	6,153	111	6,264	2,087.7	603.0	2,690.7	
97	6,038	7.0	6,045	240	6,285	3,152.7	672.7	3,825.4	
98	5,847	9.0	5,856	407	6,263	4,153.0	577.8	4,730.8	
99	5,545	10.0	5,555	668	6,223	5,113.9	570.7	5,684.6	
00	5,209	17.0	5,226	970	6,196	6,094.2	587.7	6,681.9	
01	5,074	26.0	5,100	1,033	6,133	6,912.1	569.9	7,482.0	
02	5,071	45.0	5,116	961	6,077	7,565.7	546.2	8,111.9	
03	5,094	65.0	5,159	863	6,022	8,152.0	513.5	8,665.5	528
04	5,025	138.0	5,163	798	5,961	8,699.7	447.6	9,147.3	831
05	4,686	370.0	5,056	750	5,806	9,179.2	469.2	9,648.4	1,146
06	4,329	487.0	4,816	700	5,516	9,671.8	498.0	10,169.8	1,433

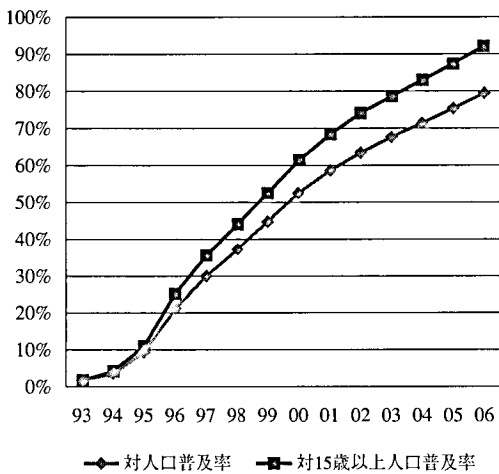
\*年度末の値（「情報通信白書」ほか）、NCC（New Common Carrier）は1985年の通信自由化により新規参入した第一種通信事業者。

図3-6 電話加入者数の推移（1986-2006）



移動通信の対人口普及率（契約数の総人口に対する比率）は、1995年に普及のクリティカルポイントと言われる10%近くに達し、5年後の2000年には50%を超えた（図3-7）。2006年には携帯電話の主な利用層である12歳以上80歳未満の人口に対する契約数の比率は95%に達し、ほぼ飽和状態と言って差し支えないであろう。

図3-7 移動通信の対人口普及率（1993-2006）



②電話料金水準の低下

携帯電話の急速な普及をもたらしした要因の1つは電話料金の引き下げである。携帯電話から固定電話への平日昼間3分間の通話料金（NTTドコモ）

は、1995年3月までの260円から、1998年3月には110円と半額以下になっている。このほか、新規加入料の廃止（1996年12月、NTTドコモ）や月額の基本料金の値下げ（各社）もあり、1995年を100とする企業向けサービス価格指数で見ると、携帯電話の通信料金は1998年には58.7となり、この3年間でサービス価格全体では1%強、固定電話の通信料金は10%弱の低下に止まっているのに対し、40%と大きく低下した（表3-2）。その後は緩やかな低下傾向になり、ここ数年下げ止まっているが、多様な料金体系や各種の割引サービスの適用によって、実際には更に低い水準となっている。

表3-2 企業向けサービス価格指数（1995年基準）における通信料金水準の推移

年	総平均	携帯電話	固定電話
1995	100.0	100.0	100.0
1996	98.6	87.6	97.7
1997	99.2	69.7	95.3
1998	98.8	58.7	90.9
1999	97.3	54.6	90.4
2000	96.8	52.6	89.1
2001	95.8	51.0	81.4
2002	94.8	49.1	79.0
2003	94.1	47.9	78.9
2004	90.8	47.0	73.3
2005	90.2	47.0	70.4
2006	90.2	46.9	70.0

\*平成19年版、16年版情報通信白書から

通信料金の低下と並んで携帯電話の普及を促したのは、電話機自身の価格水準の低下である。電話機を含む通信機器の消費者物価指数（2000年基準）は、1995年の193.1から1998年の119.9へ大幅に低下した。その後も更に下落は続き、2004年には58.5となった<sup>7</sup>。このような販売価格の大幅な下落の背景には、販売奨励金を用いて電話機購入価格を引き下げて、新規加入を促進しようとした通信事業者の経営戦略が存在している。結果的に、それが携帯電話サービスを低所得層まで広く浸透させ、すべての所得層において、携帯電話通信料による情報関連支出のかさ上げをもたらすこととなった。

### ③携帯電話の利用状況

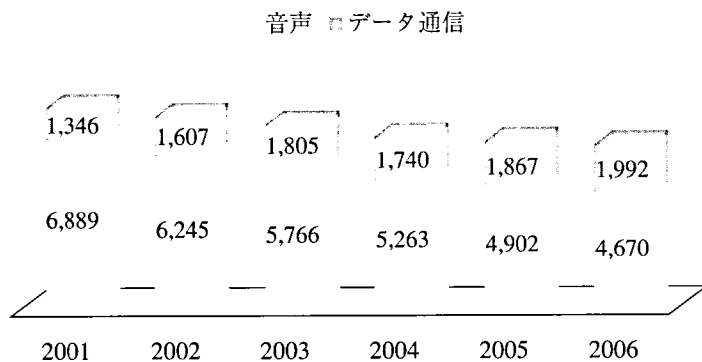
携帯電話による通信時間は総体では増えつつあるが、契約数の増加により1契約当たりの平均の利用量は減少している。また、その内容も音声通話からデータ通信へシフトしつつある。1契約当たり1日の平均通信時間で携帯電話の利用量を見

ると、2000年を境に増加から減少に転じ、2006年にはピーク時の2000年の3分55秒から18%減少して3分12秒となっている。（表3-3）。

表3-3 1契約当たりの携帯電話の平均利用状況<sup>8</sup>

年度	携帯電話の総通信時間(時間)	平均契約数(万)	1契約当たり1日の平均通信時間
1995	1.3億	726.75	2分56秒
1996	2.7億	1554.05	2分51秒
1997	4.6億	2620.2	2分53秒
1998	7.2億	3652.85	3分14秒
1999	10.4億	4633.55	3分41秒
2000	13.4億	5613.9	3分55秒
2001	15.2億	6,524.3	3分50秒
2002	16.0億	7264.65	3分28秒
2003	16.6億	7893.25	3分28秒
2004	16.7億	8445.95	3分16秒
2005	17.4億	8939.5	3分12秒

図3-8 携帯電話加入者1人当たりの売上高（ARPU）の推移



\*平成19年版ほか「情報通信白書」から、各携帯電話事業者の平均

また、携帯電話の1契約当たりの売上高（ARPU、Average Revenue Per Unit）も、2001年以降の通話利用の減少を示している（図3-8）。2001年には音声とデータ通信の合計で8,235円であったものが、2006年には6,662円と19.1%減少してい

る。先に述べたように、2000年以降、利用料金の水準がほぼ一定であることから、これは通信量そのものが減少したことを意味している。さらに通信の内容については音声からデータ通信へのシフトが進み、データ通信のウエイトは2001年の

<sup>7</sup> 「消費者物価指数年報平成16年」（東京都区部）

<sup>8</sup> 年間の総通信時間（総務省「トラフィックからみた我が国の通信利用状況」）を年平均契約数（前年度末と今年度末の契約数の平均値）で除して、1日当たりの通信時間に換算した。2000年以降は「平成18年版情報通信白書」から、それ以前は著者による推計。

16.3%から2006年の29.9%へと5年間で倍増している<sup>9</sup>。

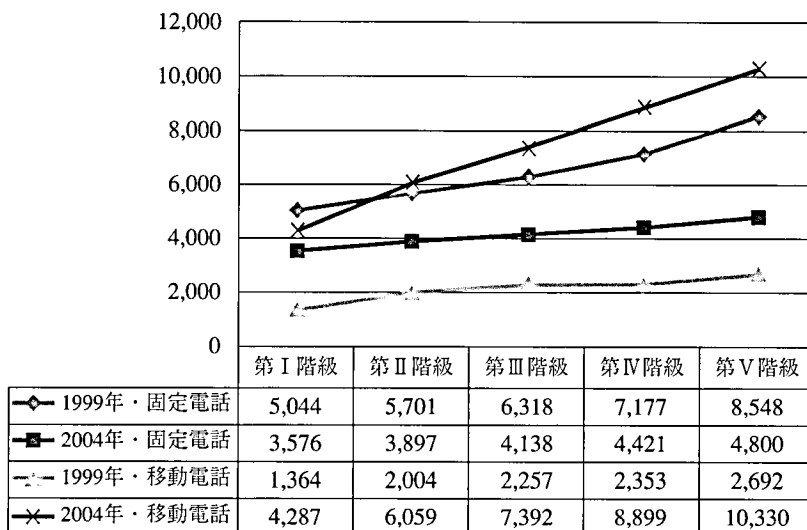
## (2) 固定通信から移動通信へのシフト

図3-6に示すように、我が国における固定通信から移動通信へのシフトは、1990年代後半からの約10年間に発生している。1994年の全国消費実態調査の時点では、携帯・自動車電話の契約数は433万で、対人口普及率は3.46%にすぎず、携帯電話の所有状況や通信料はまだ全国消費実態調査の集計項目となっていない。次回調査の1999年の移動電話契約数は5,700万件弱になり、対人口普及率も40%を超えている。しかしながら、この時点の家計における支出金額では、まだ固定電話通信料が移動電話通信料を上回っている（図3-1）。2004年の移動電話契約数はさらに4,000万件増加して9,700万件弱となり、対人口普及率は70%を

超えた。利用者が世帯内の一部から子供を含む多くの構成員に広がるとともに、利用目的も仕事中心から日常のコミュニケーション全般へ拡大したことで、通信料支出は移動電話で大きく増加する一方、固定電話で減少したことから両者が逆転する結果となった<sup>10</sup>。

以下、変化の発生した1999年以降の状況を検討する。固定から移動へのシフトはすべての所得階層において生じているが、支出金額では高所得者層においてより明瞭に現れている（図3-9）。電話通信料に占める移動電話の割合は、第I階級では99年の21.3%から54.5%と上昇したが、第V階級では24.0%から68.3%へ上昇している。第I階級と第V階級との間の支出金額の格差は、移動電話では1.97倍から2.41倍へ拡大したが、固定電話では逆に1.69倍から1.34倍に縮小している。

図3-9 年間収入五分位階級別通信料支出金額（1999年，2004年全世帯）



他方、消費支出に占める電話通信料の比率は、2004年の移動電話（全世帯）を除き、低所得層の方が高くなる傾向を見せている（図3-10a、b）。電話通信料は、基本料金のように毎月の固定的な

支出が含まれること、およびその消費量に一定の限界があることから、所得の増減と平行的な変動を示すものではなく、低所得層における支出比率が高くなる。なお、2004年の移動電話（全世帯）

<sup>9</sup> 電子メールやWebサイト閲覧、電子商取引、コンテンツのダウンロードなどに使われるデータ通信の利用は、NTTドコモグループが1999年からサービスを開始した、パソコンを使わずに携帯電話単体でインターネットにアクセスする「iモード」をきっかけに、他の移動通信事業者もこれに追隨して急速に広がった。それ以前は、移動電話は固定電話と同様に、パソコン端末をインターネットへ接続するためのアクセス線としての位置づけであった。

<sup>10</sup> 家計調査によれば、移動電話通信料が固定電話通信料を上回ったのは2002年からである（「平成18年家計調査年報」）。

の特異なパターンは、後述するように、世帯主の年齢による影響が、所得による影響を見え難くしていることに起因するものである。

図3-10a 年間収入五分位階級別電話通信料支出比率（1999年、2004年、全世界帯）

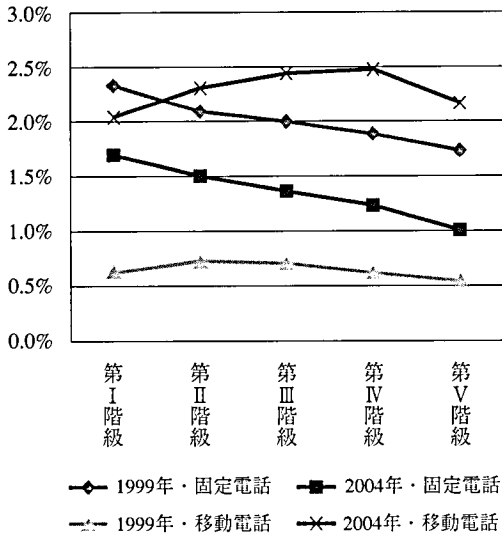


図3-10b 年間収入五分位階級別電話通信料支出比率（1999年、2004年、勤労者世帯）

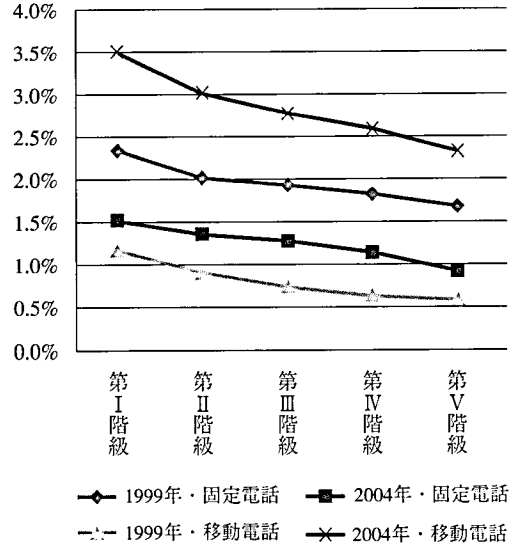
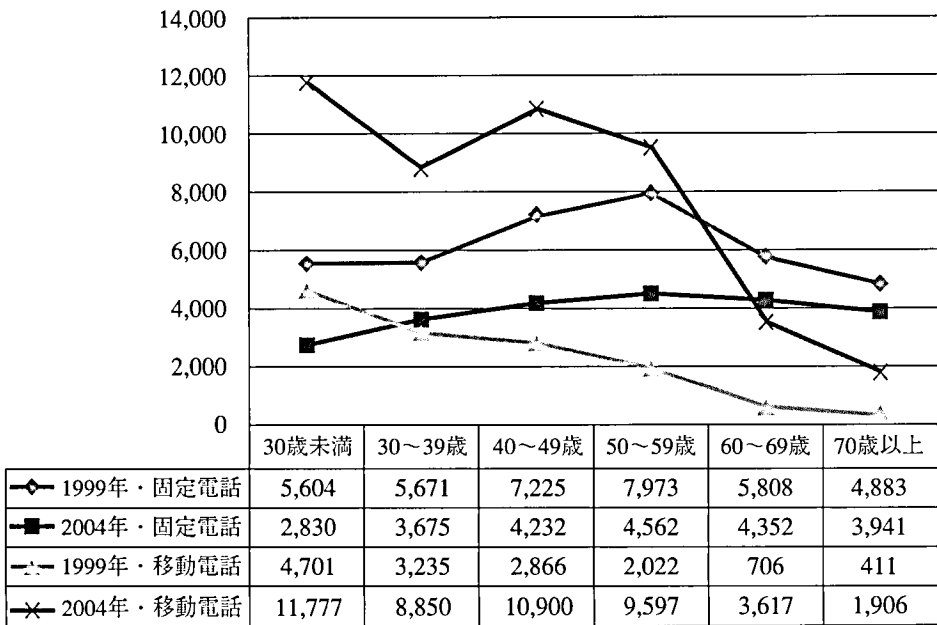


図3-11 世帯主の年齢階級別電話通信料支出金額（1999年、2004年、全世界帯）



世帯主の年齢階級別に電話通信料の支出金額を見る(図3-11)。固定電話については、1999年、2004年とも、40歳代と50歳代が多く、若年層と高齢者層が少なくなっている。これは固定電話サービスだけであった1994年以前の状況と同じである(図3-4参照)。2004年には全ての年齢層で減少しているが、60歳以上の世帯における減少幅は小さく、それより下の年代に比べて移動電話へのシフトは進んでいない。

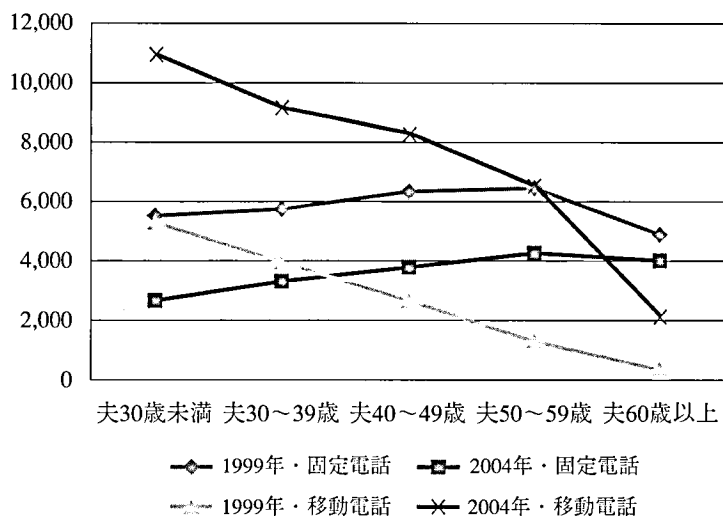
移動電話については、1999年には若年層ほど支出金額が多くなる傾向が明瞭で、60歳以上の世帯での利用が非常に少ない状況である。2004年にはすべての年齢階級で支出金額が大幅に増え、60歳未満の世帯では固定電話を上回っている。若年層ほど多くなる傾向は1999年と同様であるが、30歳代で一旦落ち込みを見せたあと、40歳代でピークを迎えてまた減少に転じている。これは後述のよ

うに、移動電話が世帯単位から個人単位へ普及して、30歳代に比べ利用する家族数が多い40歳代の世帯の支出金額が増えていることを示すものである。移動電話の普及が進んだ2004年において、60歳代の世帯で移動電話通信料が急減するのは、子供が独立して別生計になることや、移動電話が主に仕事目的で使われていることが影響しているものと考えられる。

世帯主の年齢階級別データから、世帯人数や家族構成の影響を除いて、年齢による利用状況の相違をより明瞭に見るために、夫婦のみの世帯におけるデータを用いる(図3-12)。その結果、子供の利用の影響が除かれて、図3-11に見られた40歳代でのピークが消えている。

このような年齢階級別の傾向は勤労者世帯にも共通しており、消費支出に占める電話通信料の比率で見ても同様である。

図3-12 夫婦のみの世帯における夫の年齢階級別電話通信料支出金額(1999年、2004年、全世界)

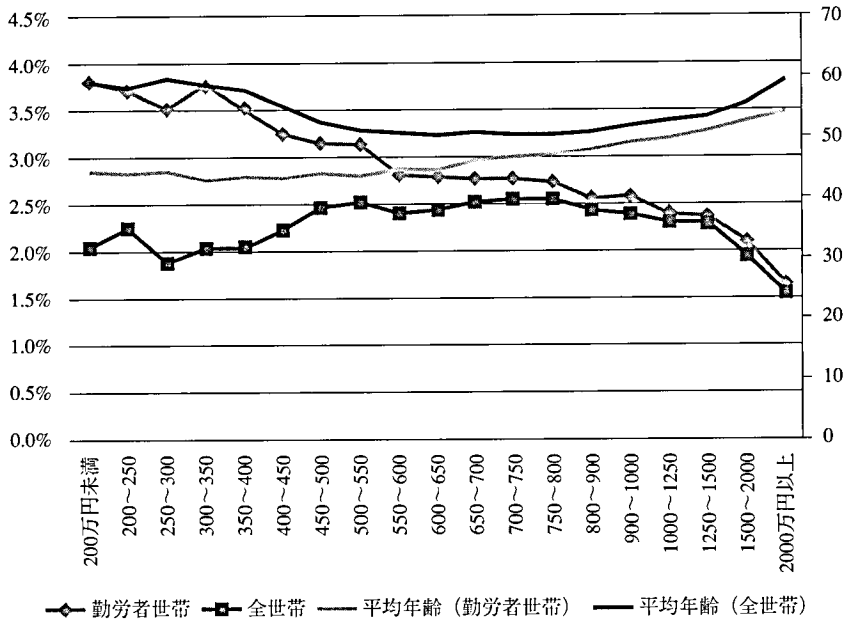


移動電話の通信料支出は世帯主の年齢、特に高齢者世帯における利用の少なさの影響を大きく受けており、所得階級別に見る際にはそれを考慮する必要がある。図3-10a、bで見られた、2004年における所得階級別の移動電話通信料支出の状況が、全世界と勤労者世帯とで大きく異なる理由は、全世界で見た場合に低所得層と高齢者層とが重なっているためである。

図3-13は、2004年の年間収入階級ごとに、世帯主の平均年齢(右の縦軸)と移動電話通信料支出

比率(左の縦軸)をプロットしたものである。図の左側の年間収入が400万円未満のエリアでは、全世界における世帯主の平均年齢は57.9~59.4歳で、勤労者世帯に比べて15歳程度高くなっており、図の右側に比べ平均年齢の差が大きくなっている。勤労者世帯で見ると高齢者世帯の多くが除かれるが、それらは低所得でかつ移動電話の利用が少ない層であり、その結果、所得が低いほど移動電話通信料に対する支出比率が高くなる傾向が明瞭に現れている。

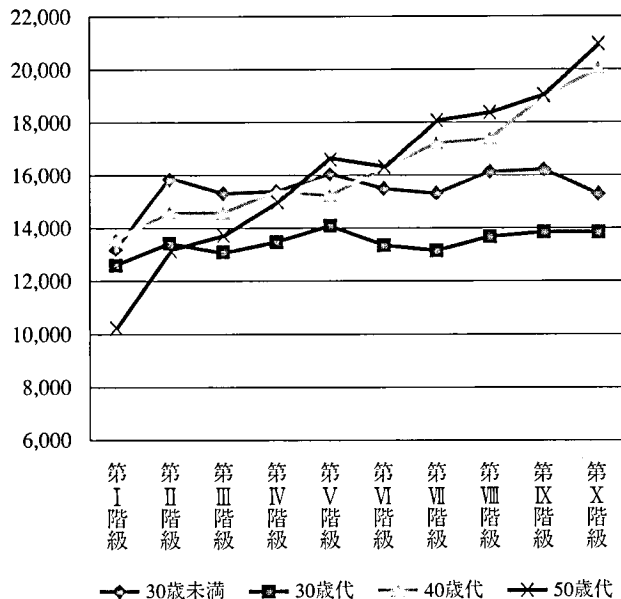
図3-13 年間収入階級別移動電話通信料比率と世帯主の平均年齢（2004年）



最後に、若年層では通信費支出金額が所得の影響を受けにくいことを示しておく。図3-14は、2004年における60歳未満の勤労者世帯における、通信費支出（郵便料、電話通信料、宅配便・引越しなどの総額）金額を年間収入十分位別に表したものである<sup>11</sup>。子供による携帯電話の使用の影響が小さいと考えられる世帯主の年齢が40歳未満

の世帯では、所得階級間における通信費支出金額に大きな差が見られず、所得の低い若年層ほど通信費の支出比率が高くなる傾向がある。これに対し、40歳以上の世帯においては、高所得層ほど通信費支出金額が多くなる傾向が明瞭である。

図3-14 世帯主の年齢階級、年間収入十分位階級別通信費支出金額（2004年、勤労者世帯）



### (3) 世帯から個人への移動電話の普及

#### ①移動電話の普及状況

1999年から2004年の間に、移動電話が世帯単位から個人単位へと普及した状況を、全国消費実態調査の主要耐久消費財編から、表3-4と表3-5に示しておく。表3-4は、世帯主の年齢階級別の携帯電話所有台数（1,000世帯当たり）である。1999年には平均で1,061台と世帯当たり1台であったものが、2004年には1,823台と2台近くになっている。特に、世帯主の年齢が40歳～50歳代では2,400台近くに達し、夫婦からそれ以外の家族へ所有が広がっていることを示している。表3-5に示す世帯普及率（全世界帯）で見ると、1999年の64.9%から2004年の84.7%へ増加している。中

も世帯主の年齢が60歳未満の世帯では、2台以上所有する世帯が全体の70%を超え、全体でも61.5%に達している。

表3-4 世帯主の年齢階級別携帯電話（PHSを含む）所有台数（1,000世帯当たり、全世界帯）

世帯主の年齢階級	1999年	2004年
平均	1,061	1,823
30歳未満	1,216	1,934
30～39歳	1,039	1,849
40～49歳	1,286	2,381
50～59歳	1,431	2,375
60～69歳	671	1,392
70歳以上	348	722

表3-5 世帯主の年齢階級別携帯電話（PHSを含む）世帯普及率（全世界帯、%）と世帯人員

	1999年	2004年		
	普及率	普及率	1台	2台以上
平均	64.9 (3.40人)	84.7 (3.26人)	23.1	61.5
25歳未満	84.3 (2.80)	96.9 (2.95)	11.8	85.2
25～29	83.2 (2.97)	97.9 (3.01)	11.6	86.3
30～34	76.4 (3.44)	97.3 (3.39)	16.6	80.7
35～39	73.1 (3.98)	95.6 (3.75)	19.6	76.1
40～44	72.7 (4.26)	95.2 (4.03)	16.3	78.9
45～49	76.3 (4.05)	96.2 (3.98)	12.9	83.4
50～54	80.2 (3.61)	95.0 (3.65)	13.5	81.5
55～59	73.2 (3.19)	92.1 (3.21)	21.3	70.8
60～64	53.7 (2.83)	85.1 (2.80)	34.8	50.3
65～69	37.1 (2.61)	70.5 (2.63)	38.7	31.8
70～74	28.3 (2.52)	54.3 (2.46)	34.6	19.7
75歳以上	20.0 (2.48)	41.9 (2.40)	28.9	13.1

#### ②世帯規模と電話通信料支出

移動電話の普及が世帯から個人へ進むにつれ、世帯規模に応じて所有台数が増加している（表3-6）。4人世帯では、1999年の1,354台（1,000世帯当たり）から、2004年の2,360台（同）に大きく増加し、それにより、家計の電話通信料支出も世帯の規模に比例して増加することになった。大部分の世帯が固定電話サービスのみの利用であった1994年までは、3人以上の世帯では、世帯人数と

電話通信料支出との間の関連性は見出せないことから、基本的に各世帯に1台の固定電話は家族共通の通信手段であり、利用量（時間）に自ずと歯止めが掛っていたことがうかがえる（図3-15a）。これに対し、移動電話が普及した1999年以降は、パーソナル化された通信手段として、電話利用量の管理権が世帯の各構成員に移って裁量度が増したことから、世帯全体としての電話利用量は、世帯の規模に比例して大きく増加するようになった

<sup>11</sup> 通信費支出となっているが、その大半は移動電話通信料で占められている。年齢階級と所得階級をクロスさせたため、30歳未満の世帯のサンプル数が各所得階級で200を割り込んでいるが、全体の傾向はうかがえる。なお、1999年については同種の統計表において交通・通信費支出とされているため、比較することができない。

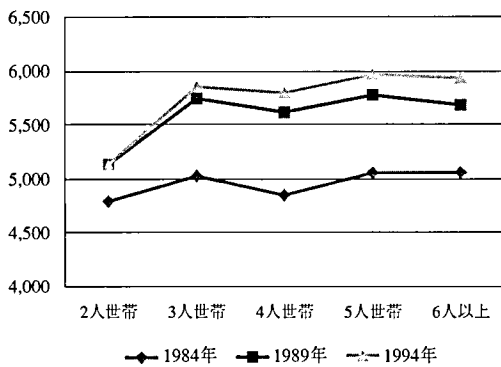


(図3-15b)。1999年には、固定電話から移動電話への通信が加わることで、固定電話の通信料支出が世帯規模に応じて増加する傾向も見られるが、移動電話の普及が進んだことによって、それが移動電話間の通話に移行し、2004年には固定電話の通信料支出全体も低下している<sup>12</sup>。

表3-6 世帯人数あたり携帯電話所有数（二人以上の世帯、全世帯、1,000世帯当たり）

世帯人数	1999年	2004年
平均	1,061	1,823
2人世帯	542	1,026
3人世帯	1,074	1,858
4人世帯	1,354	2,360
5人世帯	1,504	2,730
6人以上の世帯	1,570	2,956

図3-15a 世帯規模別電話通信料支出（1984年～1994年、全世帯）



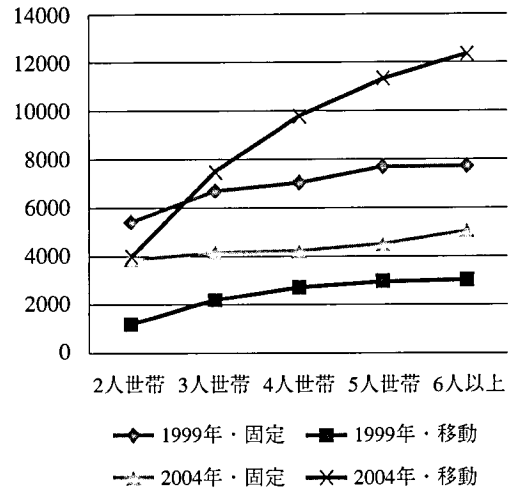
\*1984年は6人世帯と7人以上の世帯に分かれているため、両者の加重平均を取っている。

表3-7 世帯類型別携帯電話所有状況と電話通信料支出（全世帯）

世帯類型	1999年			2004年		
	所有状況	固定電話	移動電話	所有状況	固定電話	移動電話
夫婦のみの世帯	517	5,357	1,146	1,008	3,932	3,845
夫婦と子供が1人の世帯	1,119	6,696	2,300	1,926	4,097	7,723
夫婦と子供が2人の世帯	1,362	6,885	2,751	2,391	4,153	9,951
夫婦と子供が3人以上の世帯	1,473	7,289	3,020	2,691	4,293	11,548
夫婦とその親の世帯	784	6,528	1,419	1,551	4,706	6,576
夫婦と子供と親の世帯	1,506	8,047	2,852	2,722	4,900	11,368

\*所有状況は1,000世帯当たり台数（PHSを含む）。支出は1か月平均の値。

図3-15b 世帯規模別電話通信料支出金額（全世帯）



### ③世帯類型と移動電話の利用

1999年の全国消費実態調査における移動電話通信料を、核家族を対象にして世帯類型別に分析した久木元 [2001] は、高校生の子供（長子）の存在が、支出金額および比率を増加させている可能性を指摘しているが、2004年の調査ではどのようなになっているであろうか。

世帯類型別の携帯電話の所有状況と1か月当たり電話通信料支出を表3-7に示す。子供の数が増えるにつれて所有台数が増加し、通信料支出も増えている。夫婦のみの世帯が他の世帯と比べて所有台数が少なく通信料支出が低いのは、そこでは、夫の年齢が60歳以上の高齢者世帯が、64%（1999年）、70%（2004年）と高い比率を占めているためである。

<sup>12</sup> 固定電話通信料の支出比率は1994年までは世帯規模が大きくなるにつれて低下する傾向が見られたが、99年以降は世帯規模による水準の相違はほとんど見られない。

子供が1人の世帯について、1999年と2004年の消費支出に占める移動電話通信料の比率を示す(図3-16a)。久木元の指摘する1999年における「子供が中学生のときを底として高校生になると再び数値が大きくなる」状況は、2004年には「子供が小学生のときを低とする」ように変化している。そして全体的な利用量の増加に伴い、このV字型の傾向や子供が大学生の世帯で再度低下するパターンが一層鮮明になっている。また、夫婦と子供が2人の世帯や夫婦と子供が3人以上の世帯の場合でも、規模が拡大した同様のパターンが見られる(図3-16b, c)。これらは、1999年における高校生と同様に、2004年には中学生が新たな利用者として加わってきたことを示すものと言えよう。

#### (4) 電話通信料支出の今後

先に述べたように、移動電話の1契約当たりの通話時間数もARPUも年々低下しており、利用内容では音声からデータ通信へのシフトが進行している。様々な割引サービスによって、これまでも通信料金が実質的に低下しているが、2007年からは、利用者が一括もしくは分割払いで電話機を購入する代わりに、基本料金を大幅に割り引く新たな料金体系が追加された。新料金体系に移行する

図3-16a 消費支出に占める移動電話通信料の比率  
(夫婦と子供が1人の世帯、全世帯)

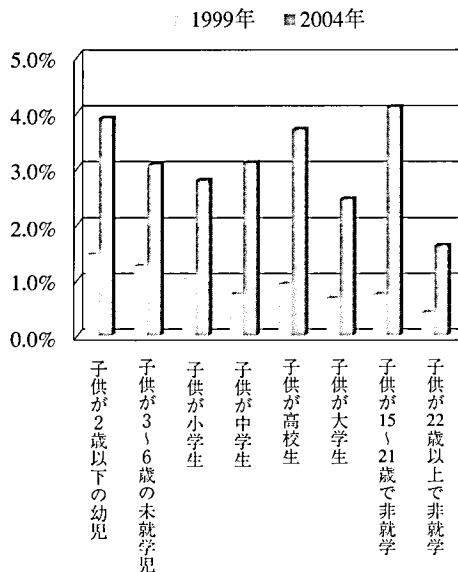


図3-16b 消費支出に占める移動電話通信料の比率  
(夫婦と子供が2人の世帯、全世帯)

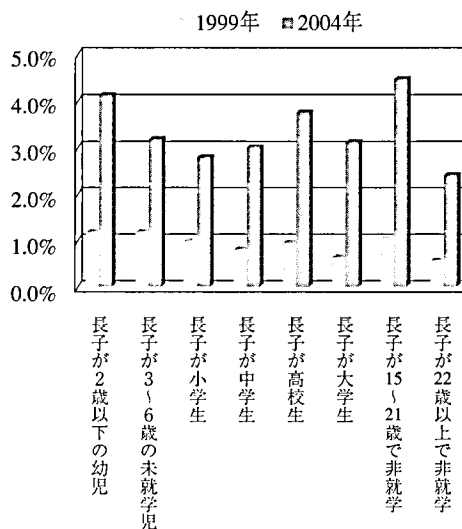
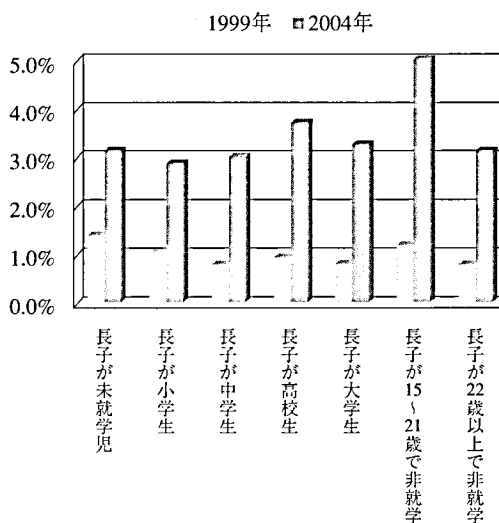


図3-16c 消費支出に占める移動電話通信料の比率  
(夫婦と子供が3人以上の世帯、全世帯)



利用者が増えれば、月々の通信料支出はさらに減少する。データ通信についても、大量に使用する利用者は割安な定額サービスへ移行する傾向にあることから、移動電話通信料の支出金額は、総じて現在の水準からさらに低下することが予想される。

他方、固定電話についても、CATV回線や光ファイバー回線によるインターネットアクセスを用

いたIP電話サービスへの移行が進むにつれ、さらに支出が減少すると予想される。NTTなどの通信事業者が構築中のNGN（New Generation Network、次世代通信網）では、光ファイバー回線を用いて、電話やインターネットアクセスなど各種の通信サービスが統合的に提供される。NGNが広く普及するような状況になれば、現在の電話通信料はインターネット接続を含む情報ネットワーク使用料という形に変わって行くであろう。

利用者の年齢による相違については、移動電話中心の若年層の支出比率が高く、固定電話中心の高齢者層が低いというパターンは基本的に変化しないであろう。ただし、今後は移動電話を使い慣れた50歳代の世代が、時の経過とともに高齢者層の移動電話の利用を押し上げていくと予想される。また、子供の利用についても、教育上の理由からコンテンツやサービスの一部が制限されたとしても、既に生活に不可欠な存在となっているため、中学生、高校生のいる世帯での移動電話通信料が、他の世帯に比べ多くなる傾向は今後も続くであろう。

なお、2004年の調査では、携帯電話を通じてダウンロードされた楽曲やインターネットの有料サイトの利用料金など、電話会社が徴収を代行し、電話料金と一括して支払う形となっている情報コンテンツの購入費用は電話通信料に含まれており、これらの利用の多い若年層における支出金額を水増ししていると考えられる。ネットワークを通じた情報コンテンツの購入は、今後さらに増加すると考えられることから、次回以降の調査において、その把握方法について考慮する必要がある<sup>13</sup>。

### 3.3 インターネット接続料

インターネット接続料が個別品目に加わったのは2004年の調査からである<sup>14</sup>。前回の1999年には、インターネットの世帯普及率は、まだ19.1%に止まっており、家庭からのアクセス手段も電話やISDNにほぼ限定されていた。家庭向けのブロードバンド接続サービスは、CATVが1999年、DSLとFTTHが2001年に開始され、その後急速に利用者を増やして、2004年末には合計で1,866万契約に達した<sup>15</sup>。なお、この時点ではブロードバンドの7割がDSLで占められている。

2004年における、ISPサービスを含めた月額インターネット利用料金は、DSLが3,000～6,000円、FTTHが4,000～10,000円程度であった<sup>16</sup>。インターネット接続料を所得階層別に見ると、支出金額は所得が増えるにつれて多くなっており、第I階級と第V階級では3倍以上の開きがある（図3-17）。低所得層では、ISP接続料だけで追加の料金を必要としない電話回線やISDNによる接続が主であり、所得が増すにつれ、それらを必要とするブロードバンド接続を利用している傾向がうかがえる。ブロードバンド接続料金は定額制であることから、消費支出に対する比率は所得が高くなると頭打ちになっている。

世帯主の年齢階級別では、インターネット利用率の低い60歳以上の高齢者世帯において、金額・比率とも低くなっている（図3-18）<sup>17</sup>。これらの傾向は勤労者世帯でも同様である。支出金額や支出比率のピークが、30歳代～40歳代の世帯となっている点で移動電話と異なっている理由としては、所得水準の他に、持家か借家かといった住居形態などが考えられる<sup>18</sup>。

<sup>13</sup> 2004年の調査票（家計簿A）では、移動電話料金は口座自動振替の金額を記載するようになっている。

<sup>14</sup> インターネット接続料の内容として、加入料、利用料、接続料、ADSL利用料が例示されている（「平成16年全国消費実態調査報告書」品目編 p.709）。

<sup>15</sup> これは、自宅からパソコンでインターネット利用している世帯の62%に相当する（これらの数値は「平成12年版通信白書」、「平成17年版情報通信白書」他による）。

<sup>16</sup> 「インターネット白書2004」p.67

<sup>17</sup> 2004年末における60歳以上のインターネット利用率は、他の年代がいずれも60%を超えているのに対し、26%に止まっている（「平成17年版情報通信白書」p.116）。

<sup>18</sup> CATV受信料についても同様の傾向が見られる。

図3-17 年間収入五分位階級別インターネット接続料（2004年、全世界帯）

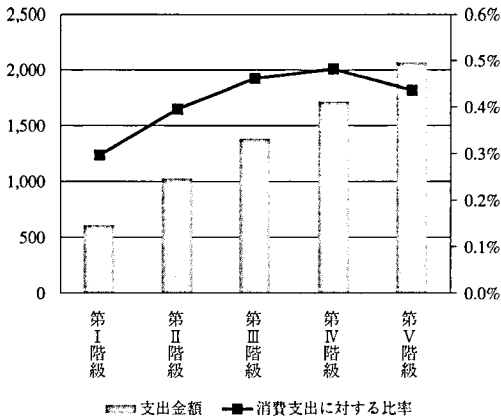
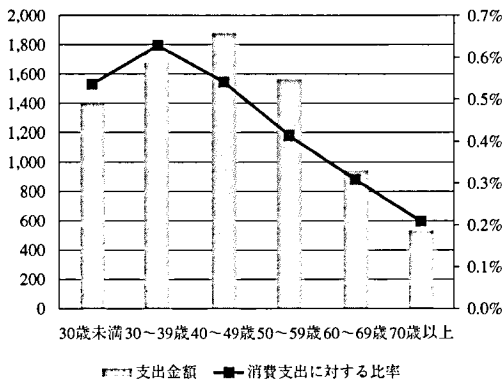


図3-18 世帯主の年齢階級別インターネット接続料（2004年、全世界帯）



## 4 情報通信関連機器

### 4.1 全体の動向

情報通信関連機器は、電話機やファクシミリなどの「通信機器」、パソコン・ワープロの「情報処理機器」、テレビ・ビデオ・ステレオなどのAV機器とカメラやビデオカメラの「情報受容・娯楽機器」の3つのサブカテゴリで分析する<sup>19</sup>。

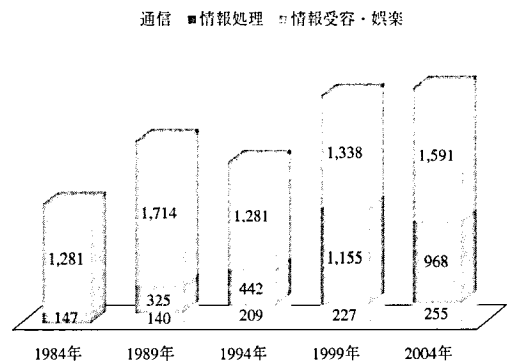
これらの機器購入のための支出金額は、1994年の景気後退の時期に一時的な落ち込みを見せたが、全体として上昇傾向にある（図4-1）。勤労者

世帯では、全世界帯に比べて金額が若干多くなっているが、基本的な傾向は共通している。なお、通信機器の品目は1989年から追加された。

これらの機器の中では、情報受容・娯楽機器が最も大きなウェイトを占めている。1台1台は高額であるが、耐久財として長期的に使用するため、月々の支出金額としての値は小さくなる傾向にある。また、VTRやDVDレコーダー、薄型テレビ、ビデオカメラ、デジタルカメラなど、新たな製品が次々に登場しているが、それらの製品の小売価格の低下も激しいため、支出金額の増加となつて現れていない<sup>20</sup>。

情報処理機器は、1995年に登場したWindows95の影響によってパソコンの家庭への普及が一気に加速したことにより、1999年には94年の2.6倍になったが、その後はパソコン価格の大幅な低下もあり、2004年には減少に転じている。通信機器は、ファクシミリに加えて携帯電話の普及により、徐々に増えているものの、3.2節で述べたように、電話機端末の価格が低下していることを反映して、金額の増加は大きくない。

図4-1 情報通信機器購入金額の推移（全世界帯）



情報通信機器購入費の消費支出に対する比率は、全世界帯では、1984年の0.54%から2004年の0.88%へ上昇しているが、まだ1%に達していない（図4-2）。その中で、情報受容・娯楽用機器の比率は、この20年間0.5%前後で推移しており、

<sup>19</sup> 各調査年におけるこれらの機器の詳細な分類状況を付録Iに示しておく。

<sup>20</sup> これらの機器が大部分を占める「教養娯楽耐久財」の消費者物価指数は、1990年の175.7から2004年の48.4（2000年基準）へと三分の一以下に低下している（「平成16年消費者物価指数年報」、東京都都区部）。

この増加分は情報処理機器と通信機器によるものである。勤労者世帯では、全世帯に比べ全ての期間で値が若干高くなっているが、同様の動きを見せている。

年間収入五分位階級別に情報通信機器購入金額の推移を見ると、全階級で増加しているが、所得階層間の格差は拡大する傾向にある(図4-3)。支出金額における第V階級の第I階級に対する比率は、1984年の2.34倍から2004年の2.89倍へ上昇している。これは高所得層において、情報処理機器の購入を中心とした支出増の割合が大きいことによるものである(図4-4)。

図4-2 消費支出に占める情報通信機器購入費比率の推移(全世帯)

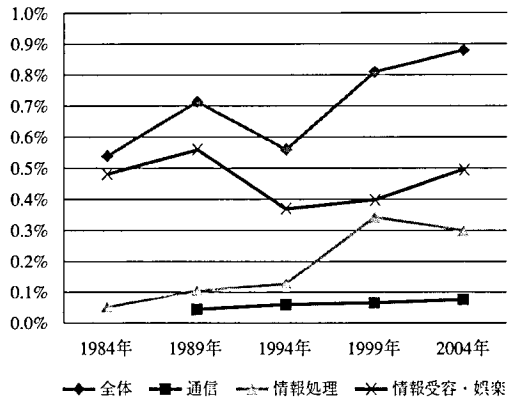


図4-3 年間収入五分位階級別情報通信機器支出金額の推移(全世帯)

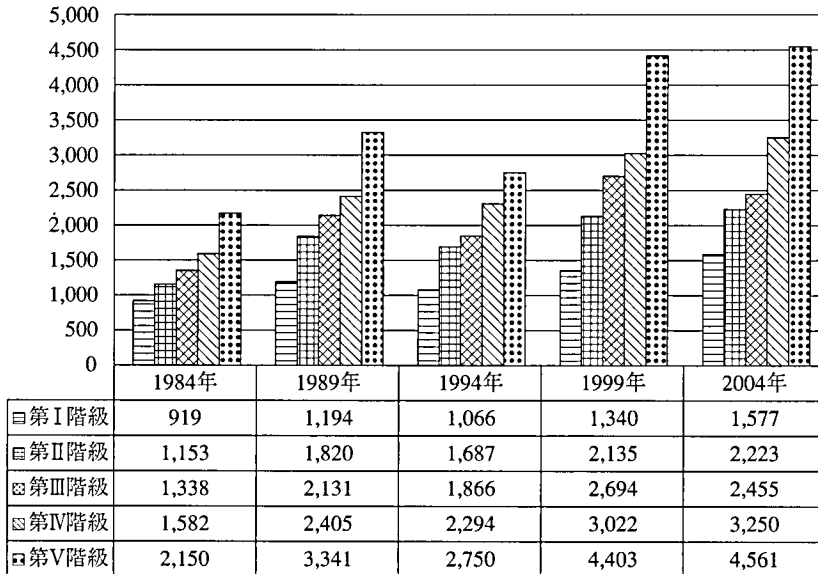
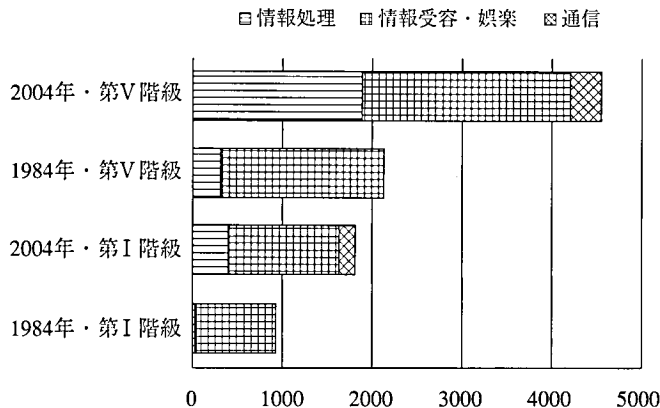


図4-4 第I階級と第V階級における情報通信機器購入費の構成(1984年、2004年、全世帯)



情報通信機器購入費の消費支出に対する比率は、1994年を除き支出金額と同様に増加傾向にある。1984年には所得階級間の差が見られなかったものが、次第に高所得層の比率が高まってきている（図4-5）。

携帯電話端末の所有率と通信料支出で見た移动通信の利用状況には、年齢階級間で大きな違いが見られるが、情報通信機器の購入状況にはどのような違いが見られるであろうか。

全ての年代で支出金額の増加傾向が見られ、70歳以上の世帯を除けば年代間の差がほとんど見られない1989年を例外として、世帯主の年齢が高くなるにつれて減少する傾向が見られる（図4-6）。支出比率でも、1994年の落ち込みを除いて全体的に上昇する傾向にあり、その中で、若年層の世帯で高くなる傾向がある（図4-7）。

図4-5 年間収入五分位別情報通信機器支出比率の推移（全世帯）

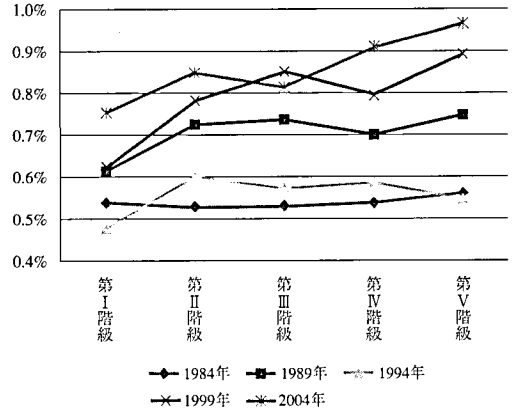
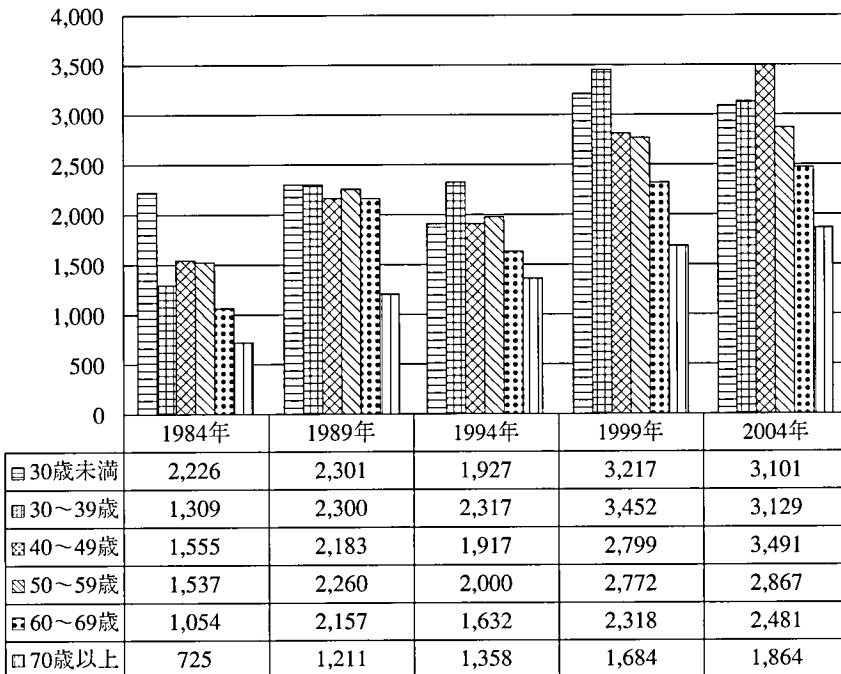


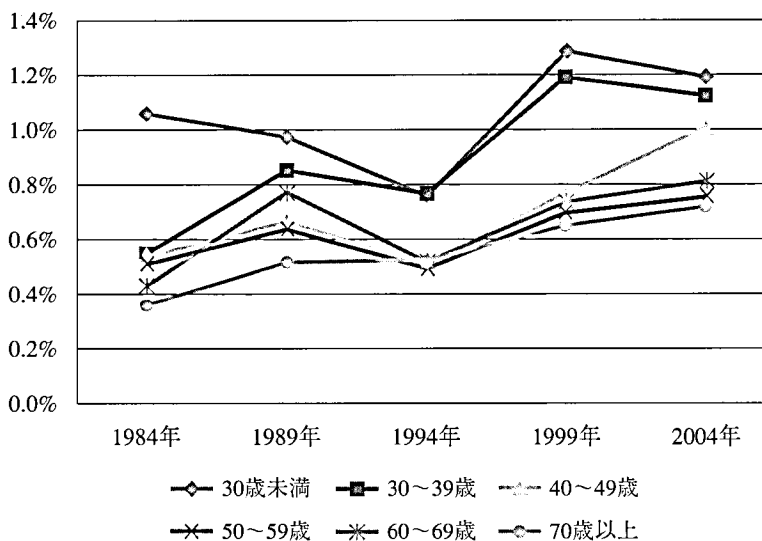
図4-6 世帯主の年齢階級別 情報通信機器支出金額の推移（全世帯）



情報通信機器購入額（全世帯平均）の首位は1994年まではテレビであったが、1999年以降はパソコンに代わっている。それでもテレビは、情報通信機器購入額の20～30%を占めており、情報受容・娯楽用機器の中で最も大きな値を示している。

情報通信機器の購入動向には、所得階層間よりも世代間において顕著な違いがある。2004年における状況を、品目ごとの特化係数によって示す<sup>21</sup>。情報通信機器全体の購入額に占める割合が5%以上の6品目の特化係数を、世帯主の年齢階級を横軸にしてプロットしたのが図4-8である。その中

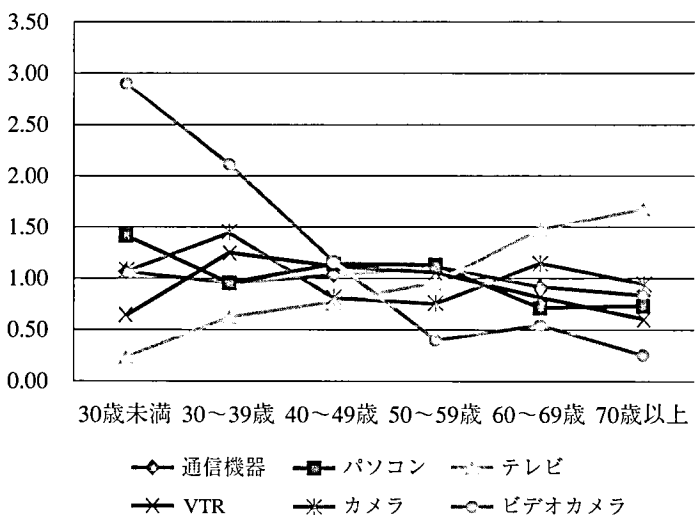
図4-7 世帯主の年齢階級別 情報通信機器支出比率の推移（全世帯）



で、若年層と高齢者層との間で値が大きく異なり、対照的な分布パターンを見せているのが、ビデオカメラとテレビである。子供が誕生し、その成長をビデオカメラで積極的に記録に残そうとする若い世帯に対して、高齢者世帯の情報通信機器の購

入はテレビの買い替えが主となっている。1994年と1999年でもほぼ同様の傾向が見られる。ただし、支出の絶対額では、全世帯平均でビデオカメラはテレビの六分の一程度にすぎないため、全体の支出動向に与える影響は小さい。

図4-8 特化係数による世代間の情報通信機器購入動向の比較（2004年、全世帯）



<sup>21</sup> 特化係数は、地域における産業の業種構成などが全国平均から乖離している程度を示す指標として使用されることが多いが、ここでは、全世帯における平均的な購入パターン（機器ごとの購入金額の機器全体に対する比率）と、世帯主の年齢階級ごとの購入パターンとの比として算出している。

付録Iに示すように、1984年～2004年の間に、ビデオカメラや電話機、携帯用音楽・映像用機器などの品目が加わり、ラジオやテープレコーダが個別の品目から「他の教養娯楽耐久財」に分類されるようになるなど、情報通信機器の顔触れは順次交代してきた。また、テレビの大型化、薄型化や衛星放送への対応、テープからハードディスクとDVDへのビデオ媒体の変化、ビデオカメラやカメラのデジタル化など、製品の高機能化・デジタル化が進展した。しかし、これらは既に所有している機器の代替として購入されるケースが多いことと、販売価格の下落が激しいことから、パソコンを除いて、情報係数の増加にはつながらなかったものと考えられる。

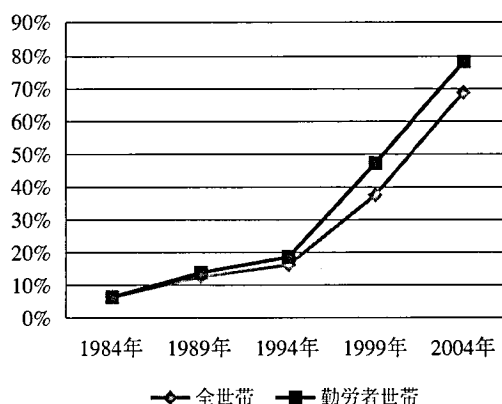
#### 4.2 パソコン

パソコンが全国消費実態調査報告に品目として加わったのは1984年である<sup>22</sup>。1989年と1994年の調査では、「パソコン・ワープロ」と統合された品目になったが、1999年には両者は別品目になり、ワープロの販売が事実上行われなくなった2004年には、再びパソコンとなっている。以下の分析では、時系列的な比較のために、1999年の値はパソコンとワープロを合算したものを使用し、品目の呼称も「パソコン」に統一する<sup>23</sup>。なお、この調査ではパソコンの品目に、プリンタやモニタなどの周辺機器及びソフトウェアも含まれている。

図4-9は、パソコンの世帯普及率の推移を示したものである。1990年代後半以降の急激な上昇で、2004年の世帯普及率は、勤労者世帯で80%近く、全世帯でも70%近くに達しており、携帯電話と同様、家庭における情報化が、この10年間で急速に進展したことを物語っている<sup>24</sup>。

図4-1と図4-2に示したように、1984年から1999年にかけて、パソコン購入の支出金額と消費支出に占める比率は一貫して上昇し、Windows95が登場した1995年から1999年にかけて最大の伸びを見せている。しかし、その後は2004年にかけて金額、

図4-9 パソコンの世帯普及率の推移



比率ともに一転して減少に転じている。普及率の伸びと裏腹に、パソコンの購入金額が減少しているのは、この間のパソコン価格の低下が主な原因と考えられる。表4-1は、2000年を100としたパソコンの消費者物価指数である<sup>25</sup>。2000年から2004年までの4年間で、パソコンの価格は1/4以下に大きく下落している。

この価格の急激な下落は、パソコンの所有における所得階層間の格差に縮小に貢献したと考えられる。図4-10は、パソコンの世帯普及率を年間収入十分位階級別に示したものである。1999年までは、低所得層から高所得層にかけて、グラフの形は所得水準にほぼ比例した直線状になっているが、2004年には左上側に膨らんだ形となり、中低位の所得層の普及率が所得水準に比べやや高くなる傾向を示している。

表4-1 パソコンの消費者物価指数

年	教養娯楽耐久財	デスクトップ型	ノート型
2000	100.0	100.0	100.0
2001	77.1	62.8	62.1
2002	64.9	46.8	45.0
2003	55.6	34.5	31.9
2004	48.4	25.0	22.6

<sup>22</sup> 全国消費実態調査では、通信料金から利用状況を知ることができる電話と異なり、パソコンの購入と所有の状況は把握できて、実際の利用水準まで把握することは困難である。

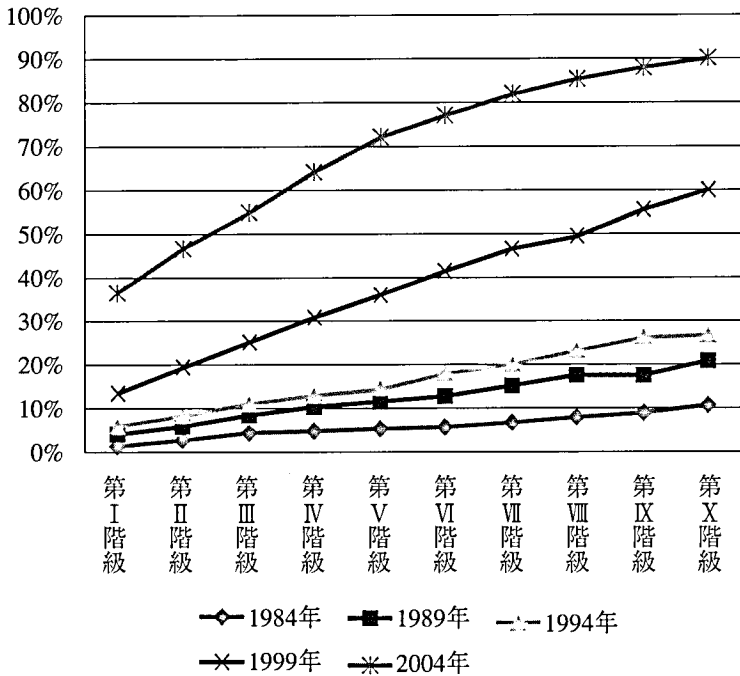
<sup>23</sup> 1999年のワープロの購入金額はパソコンの5%程度（全世帯平均）であり、合算しても分析結果に大きな影響を与えない。

<sup>24</sup> 全世帯に比べ勤労者世帯の普及率が高くなるのは、パソコンの所有率の低い高齢者世帯の割合が減少するためである。

<sup>25</sup> 「平成16年消費者物価指数年報」（東京都区部）



図4-10 年間収入十分位階級別パソコンの世帯普及率の推移（全世帯）



なお、パソコンの購入支出における所得階層間の格差は、普及率の上昇に伴って縮小してきている（図4-11）。年間収入五分位階級の第I階級と第V階級の格差は、絶対値では拡大しているが、その間の比は、6倍以上の値を示した1994年以前から、1999年、2004年の4.8倍弱に縮小している。とはいえ、3.2節で示した、携帯電話通信料支出の所得階層間の格差（2～2.4倍）に比べると、まだ2倍以上の高い水準となっている。消費支出に対する比率でも同様の傾向が見られる。

表4-2は、世帯主の年齢階級別に、パソコンとワープロの普及率の推移を示したものである。ワープロの普及率が調査対象となった1989年～1999年の間、世帯平均ではワープロの普及率がパソコンを上回っている。1999年においても、45歳以上の世帯ではワープロの普及率が上回っており、年齢が上がるにつれて、そのギャップは拡大している。しかし、その後の5年間で、パソコンの普及率は、60歳代では30ポイント以上、70歳代でも20～25ポイント上昇して、高齢者世帯でもワープロからパソコンへのシフトが一気に進んだ。

パソコンの普及状況で特徴的なのは、他の世代に比べ、30歳代後半～50歳代前半の世帯における

普及率が高い傾向が、過去20年間継続していることである。パソコンが高価な時代は、それを理由に、所得水準の低い若年層に比べ、所得に余裕の生まれる上の世代の所有水準が高くなるのが説明できたかもしれないが、それだけでは、価格水準が大幅に下落し、普及が一気に進んだ2004年の状況を十分に説明することはできない。それよりもむしろ、20歳代では、インターネットへのアクセス手段として、携帯電話だけで十分と感じている傾向があることや、30歳代後半～50歳代前半では、自らの利用だけでなく同居する子供による利用が、普及を促進している可能性など、さまざまな要因が考えられる。

図4-11 年間収入五分位階級別パソコン購入支出金額の推移（全世帯）

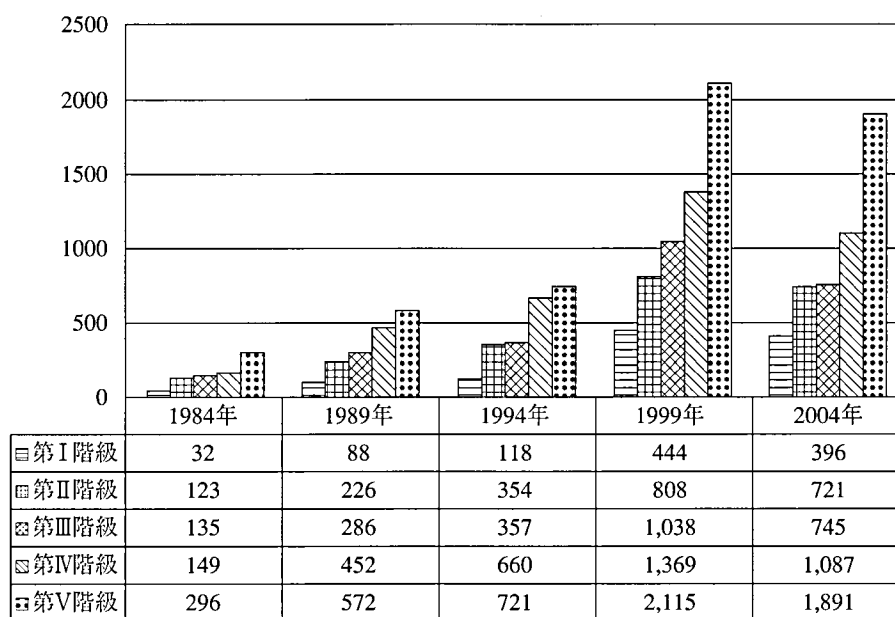


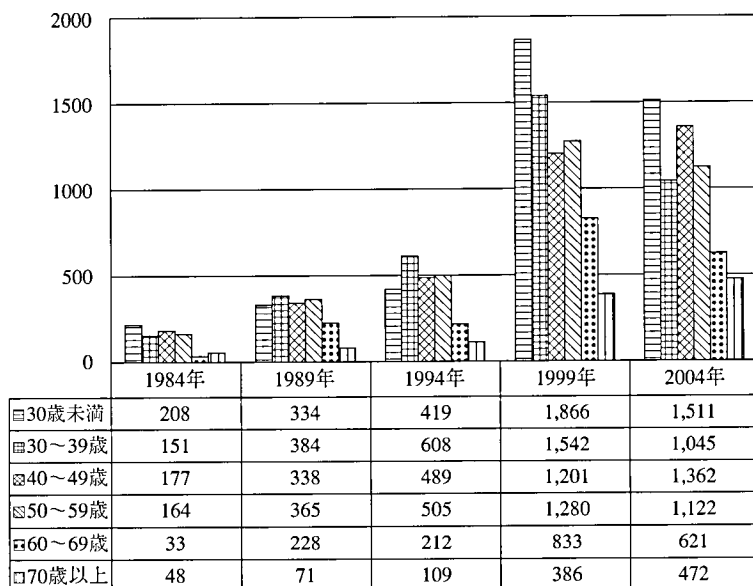
表4-2 世帯主の年齢階級別パソコン・ワープロの世帯普及率（全世帯、％）

年	1984年	1989年		1994年		1999年		2004年
	パソコン	パソコン	ワープロ	パソコン	ワープロ	パソコン	ワープロ	パソコン
平均	5.8	12.4	25.1	16.6	43.7	37.7	44.8	69.3
25歳未満	3.6	4.9	16.1	7.0	23.7	20.3	21.7	46.5
25～29	6.2	9.4	22.0	12.4	35.3	38.8	28.2	73.0
30～34	6.4	12.0	25.3	16.6	40.9	43.2	33.8	77.7
35～39	6.1	12.3	25.0	17.9	43.6	45.5	42.6	79.9
40～44	7.3	14.9	26.6	18.3	48.2	45.9	48.1	82.8
45～49	7.1	18.5	29.3	22.1	50.8	46.0	52.1	83.9
50～54	5.6	14.8	30.3	22.3	52.8	46.0	55.0	80.7
55～59	4.3	11.6	27.0	17.2	49.0	40.2	52.4	76.2
60～64	4.1	7.4	21.6	11.4	39.6	30.8	46.6	66.3
65～69	2.9	5.5	15.2	8.3	31.2	21.7	40.9	53.4
70～74	3.0	6.0	13.6	6.8	23.3	17.8	33.4	43.2
75歳以上	1.1	3.7	9.7	5.3	18.3	11.5	24.5	31.2

図4-12は、世帯主の年齢階級別のパソコン購入金額を示したものである。高齢者世帯とその他の世帯との間に大きな格差があることを除き、購入金額における世代間の傾向は年により異なっており、一貫した傾向は見られない。世代間の格差は、1999年以降高齢者世帯の購入金額が大幅に増加したことによって、かなり縮小してきている。注目されるのは、1999年以降、世帯普及率が低い30歳未満の世帯において、支出金額が最多となってい

ることである。インターネットの普及やパソコンの低価格化が、この年代における新規購入を促進したと考えられる。これに対し、所有率の高い30歳以上の世帯では、買い換え需要が中心であるため、購入金額で見ると低くなる傾向が現れているのであろう。なお、消費支出に対する比率は、30歳未満の世帯の消費支出が比較的少ないことから、その世代で一段と高くなっていく。

図4-12 世帯主の年齢階級別パソコン購入支出の推移（全世帯）



パソコンの世帯普及率の上昇に伴い、複数台所有する世帯も増えて、1台のパソコンを家族全員で共用している状況から、利用頻度の高い成員が自分専用のパソコンを利用するという、利用形態のパーソナル化が進行している。表4-3は1000世帯当たりのパソコンの所有数量を、世帯類型別に示したものである。1999年には1,000台を超えたのは「夫婦と子供が2人の世帯」の「長子が大学生」のケースのみであったが、2004年には大半のケースで1,000台を超えた。その中でも、大学生以上の子供を持つ世帯では、1,600～1,900台となっており、大学進学を機に子供に専用のパソコンを持たせている状況がうかがえる。さらに、子供（又は長子）が高校生の世帯と、夫が30歳代～40歳代の夫婦のみの世帯で、1,200～1,300台となっており、大学生に次ぐ需要の存在を示唆しており、パーソナル化はさらに進展することが予想される。

表4-3 世帯類型別1000世帯当たりパソコンの所有数量（全世帯）

年	1994年	1999年	2004年
全体平均	190	485	999
核家族世帯	185	473	968
夫婦のみの世帯	107	296	676
夫30歳未満	182	600	1,075
夫30～39歳	271	807	1,271
夫40～49歳	163	561	1,277
夫50～59歳	139	360	938
夫60歳以上	58	170	503
夫婦と子供が1人の世帯	209	530	1,115
子供が未就学児	185	517	1,088
子供が小・中学生	213	570	1,186
子供が高校生	255	563	1,307
子供が大学生	334	888	1,668
子供がその他	198	493	1,047
夫婦と子供が2人の世帯	236	633	1,268
長子が未就学児	162	479	980
長子が小・中学生	207	588	1,145
長子が高校生	257	648	1,281
長子が大学生	436	1,109	1,884
長子がその他	267	694	1,481
夫婦と子供が3人以上の世帯	230	607	1,254
長子が未就学児	209	408	860
長子が小・中学生	197	560	1,098
長子が高校生	254	583	1,285
長子が大学生	335	935	1,899
長子がその他	274	692	1,417
男親又は女親と子供の世帯	126	322	695
長子が中学生以下	68	165	566
長子が高校生・大学生	164	315	922
夫婦とその親の世帯	146	373	887
夫婦と子供と親の世帯	223	602	1,276

## 5 情報コンテンツ

### 5.1 全体の傾向

情報コンテンツのサブカテゴリは、①新聞や書籍など活字メディアの購読料や購入費（活字系メディア）、②NHKやCATV等放送メディアの受信料（放送系メディア）、③活字・放送メディア以外の情報コンテンツ（その他のコンテンツ）、④耐久性・非耐久性の文房具、未使用のメディアやフィルムなど情報処理活動に伴う支出（付帯的支出）、で構成される<sup>26</sup>。このうち、③については、「音楽・映像を収録したメディア」と「テレビゲーム（機器及びソフト）」という有形のコンテンツだけでなく、「映画・演劇・文化施設等入場料」とビデオやCD、DVDなどのレンタル料支出を含む「教養娯楽賃借料」という無形のコンテンツを含めている<sup>27</sup>。

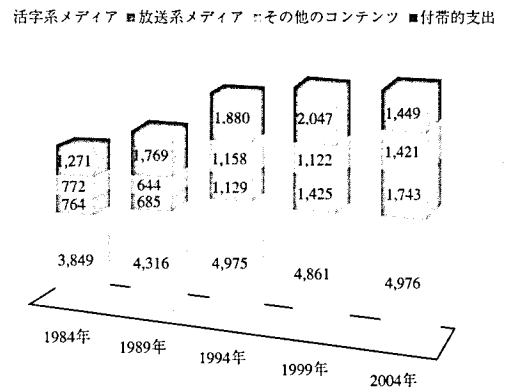
情報関連支出に④を含めたのは、それらの購入が、日常生活における情報関連の諸活動を反映していると考えられるからである。未使用のテープやMD、CD、DVD等のディスクは、情報そのものではないが、それらの記録媒体として、撮影・録画・編集・保存という音楽・映像コンテンツに対する情報処理活動で消費されることから、活動の水準を示す指標と考えることができる。カメラを情報通信機器に分類していることから、フィルムの購入と現像焼付代もそれらと同様に扱う。これに対し文房具については、紙やインクなどの消耗品はともかく、シャープペンシルや万年筆などの筆記具や製図用具、そろばんといった耐久的性質のものまで含めることについては異論があるかもしれない。しかし、それらは情報の生産や処理に直接用いられる道具であることから、今回の分析では情報関連支出の一部に含めることとした。耐久性・非耐久性を合わせた文房具への支出金額は、この20年間、全世帯平均で600～700円の水準で、ほぼ安定的に推移している。

情報コンテンツへの支出金額の推移を図5-1に示す。総額では徐々に増加している。しかし、1984年から1994年までの間で37.3%増加したが、1994年から2004年までの間では4.8%と、1994年

を境に増加率が急減している。これには情報コンテンツ支出の過半を占める、活字系メディアの停滞が大きく影響している。それと対照的に金額の増加が著しいのが、放送系メディアとその他のコンテンツである。放送系メディアの増加は、CATVや衛星放送の普及、有料チャンネルの増加などによって受信料支出が増えたことによる。NHK受信料だけであった1984年には、サブカテゴリ中の最下位であったものが、CATVや衛星放送が加わった2004年には、活字系メディアに次ぐ大きさとなっている。その他のコンテンツは、1999年に一時的に停滞しているが、2004年には再び増加に転じて、1984年の約2倍に達している。情報関連の諸活動の水準を示す付帯的支出は、1999年までは順調に増加してきたが、2004年には一転して30%弱の大幅な減少に転じている。

図5-2に消費支出に対する比率の推移を示す。活字系メディアは若干増加基調を見せているが、1.4%～1.6%の範囲で安定した動きを見せている。1989年以降、放送系メディアとその他のコンテンツが増加しているのに比べ、付帯的支出については、金額の大幅な減少を受けて1999年をピークに落ち込みが目立つ結果となった。

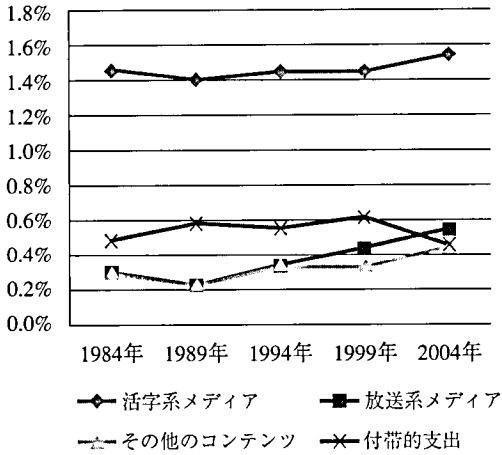
図5-1 情報コンテンツへの支出額の推移（全世帯）



<sup>26</sup> 各年の全国消費実態調査における、これらサブカテゴリへの品目の分類状況を、付録Ⅱに示す。

<sup>27</sup> 情報の購入形態として近年増加している、インターネットや携帯電話網を経由した音楽等のダウンロードは、2004年の調査やその後の家計調査でも、まだ把握されていない。携帯電話の通話・通信料金と一緒に請求される場合には、電話通信料として計上されている可能性がある。

図5-2 情報コンテンツ支出の消費支出に対する比率の推移（全世帯）



年間収入五分位階級別に情報コンテンツ支出金額の推移を見ると、1994年を境に低所得層と高所得層の増加率が逆転している（図5-3）。1994年までの10年間に、第I階級では4,742円から6,821円に43.8%増加したが、第V階級では8,772円から11,537円の31.5%増となっている。その後2004年までの10年間で、第I階級では1.0%増、第II階級では微減となっているのに対し、第V階級では9.6%、第IV階級では7.3%の増加を示している。

消費支出に対する比率は、低所得層が高くなる傾向がある（図5-4）。時系列的には、1989年に一時的に低下した後、一貫して増加しており、全ての所得階層でほぼ平行的に推移している。

これらの傾向は、後述するように、情報コンテンツの中に占める、新聞購読料や放送受信料といった、所得水準への依存度が低い継続的な支出のウェイトが大きいことに起因するものである。

図5-3 年間収入五分位別情報コンテンツ支出金額の推移（全世帯）

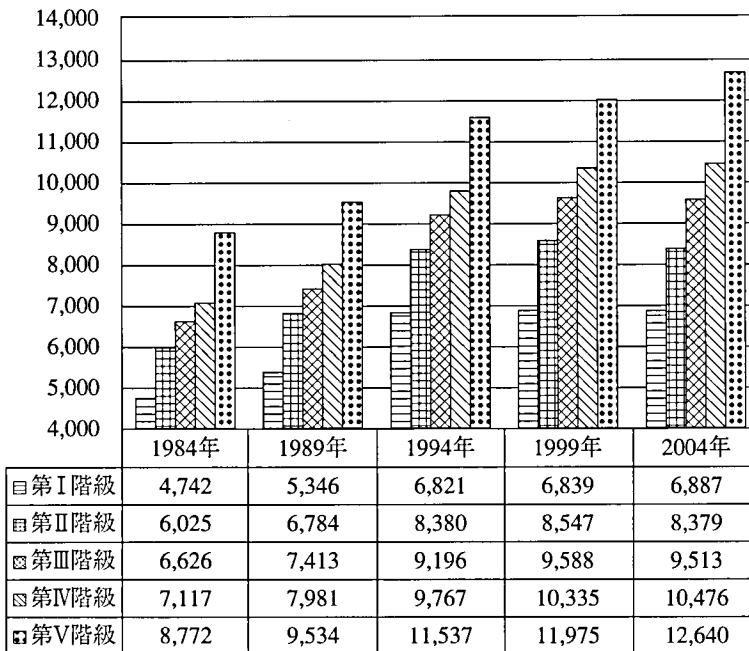
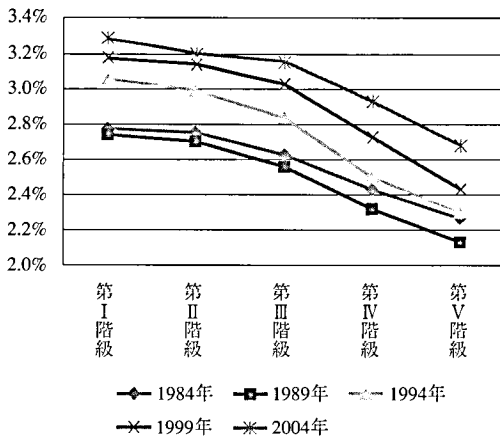


図5-4 年間収入五分位階級別情報コンテンツ支出比率の推移（全世帯）



情報コンテンツ内のサブカテゴリのシェアを、1989年と2004年について所得階級間で比較したものを表5-1に示す<sup>28</sup>。全体的傾向は図5-1と図5-2に示しているの、所得階層間のパターンの変化について指摘しておく。活字系メディアは、1989年には所得階層間の違いがあまり見られなかったが、2004年には低所得層において高くなる傾向が現れている。これに対し放送系メディアでは、有料の放送メディアが登場した影響を受けて、1989年に見られた低所得層で高くなる傾向が2004年には消えている。その他のコンテンツのシェアは、両年も高所得層で高くなる傾向がある。それは、音楽・映像系メディアの購入や映画・演劇・文化施設入場料という、生活面のゆとりに直接左右される消費がこれらに含まれることに起因すると考えられる。

表5-1 情報コンテンツ支出におけるサブカテゴリのシェア（1989年、2004年、全世帯）

年次	所得階級	活字系メディア	放送系メディア	その他のコンテンツ	付帯的支出
1989年	第Ⅰ階級	60.7%	12.2%	6.1%	21.0%
	第Ⅱ階級	57.0%	9.4%	8.1%	25.5%
	第Ⅲ階級	58.0%	9.2%	8.2%	24.6%
	第Ⅳ階級	58.2%	9.0%	8.6%	24.2%
	第Ⅴ階級	57.9%	7.7%	11.0%	23.5%
2004年	第Ⅰ階級	57.1%	19.1%	10.9%	12.9%
	第Ⅱ階級	52.9%	17.9%	13.4%	15.8%
	第Ⅲ階級	50.9%	17.6%	14.7%	16.8%
	第Ⅳ階級	50.7%	18.3%	15.2%	15.7%
	第Ⅴ階級	50.3%	18.3%	17.3%	14.1%

世帯主の年齢階級別の情報コンテンツ支出金額の推移を図5-5に示す。年齢階級間の差はそれほど大きくはないが、30歳代と40歳代の支出金額が一貫して高くなっており、生活や仕事上における情報コンテンツへのニーズの高さを物語っている。注目されるのは若年層と高齢者層である。1994年までは30歳未満の世帯が70歳以上の世帯を上回っていたのが、1999年以降逆転している。その要因としては、若年層の活字離れによるところが大きいと思われる。表5-2は1989年と2004年における、世帯主の年齢階級別のサブカテゴリの支

出金額を示したものである。70歳以上の活字系メディアへの支出額が、15年間で28.7%増加しているのに対し、30歳未満では減少している。放送系メディアでも70歳代の増加額が30歳未満を上回っており、それ以外のサブカテゴリでは30歳未満の増加額がかなり大きいものの、情報コンテンツの総額では70歳代の支出額の方が多い結果となっている。消費支出に対する比率では、各年とも、若年層と高齢者層で高く、50歳代がボトムになっている（図5-6）。これは、先に述べたように、情報コンテンツでは新聞購読料や放送受信料といった

<sup>28</sup> 比較対象を1984年ではなく1989年としたのは、5.3節で述べるように、1984年におけるその他のコンテンツに含めた品目の内容が、以降の年次と比較するうえで多少の問題を含んでいるためである。

所得水準に左右されにくい固定的な支出が大きなウェイトを占めていることから、相対的に所得水

準の高い40歳～50歳代において、比率が低くなってくるためである。

図5-5 世帯主の年齢階級別情報コンテンツ支出金額の推移（全世界帯）

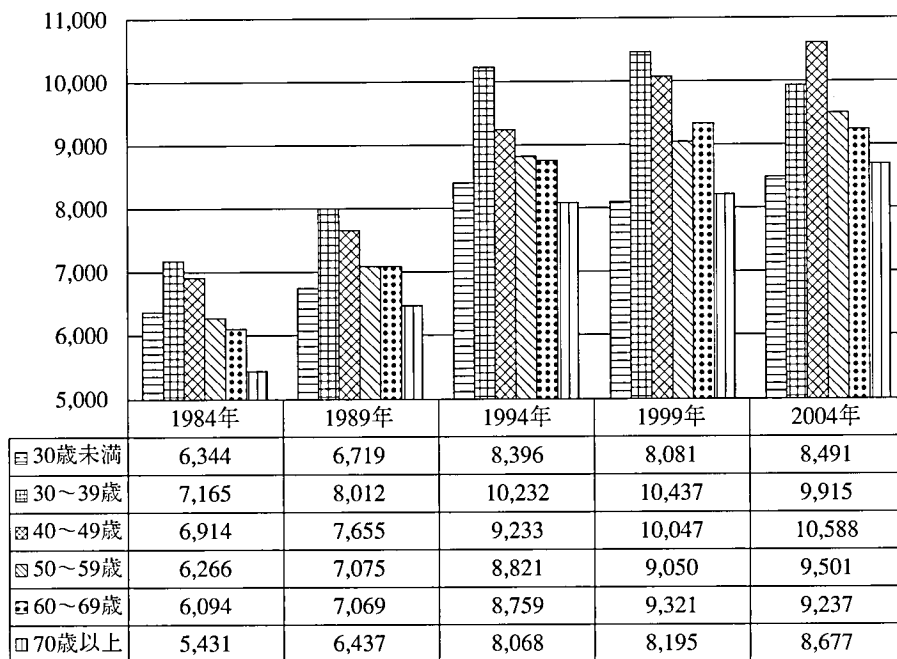
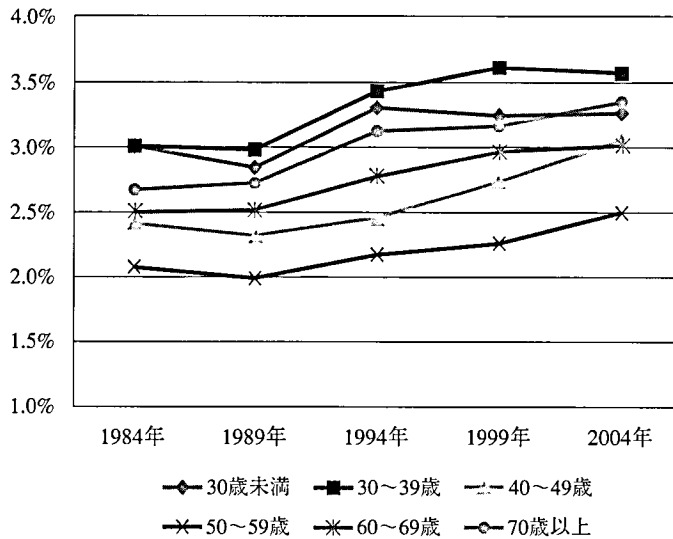


表5-2 情報コンテンツのサブカテゴリの支出金額（1989年、2004年、全世界帯）

年次	世帯主の年齢階級	活字系メディア	放送系メディア	その他のコンテンツ	付帯的支出
1989年	30歳未満	3,650	520	706	1,843
	30歳代	4,438	596	698	2,280
	40歳代	4,502	669	678	1,806
	50歳代	4,286	754	642	1,393
	60歳代	4,154	754	539	1,622
	70歳以上	3,899	819	426	1,293
2004年	30歳未満	3,610	1,044	2,119	1,718
	30歳代	4,479	1,454	1,702	2,280
	40歳代	5,263	1,785	1,774	1,766
	50歳代	5,193	1,896	1,302	1,110
	60歳代	4,990	1,883	1,223	1,141
	70歳以上	5,018	1,677	893	1,089

図5-6 世帯主の年齢階級別情報コンテンツ支出比率の推移（全世界帯）

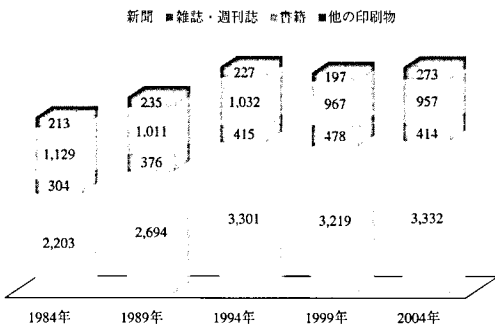


## 5.2 活字系メディアと放送系メディア

### (1) 活字系メディア

活字系メディアは、「新聞」、「雑誌・週刊誌」、「書籍」、「他の印刷物」の4つの品目で構成される<sup>29</sup>。図5-7に示すように、新聞が最も大きなシェアを占めており、1984年の57.2%から徐々に増加して、2004年には67%となった。これに対し書籍のシェアは、1984年の29.3%から2004年の19.2%へと大きく低下している。新聞は1984年に比べ1994年以降1,000~1,100円増えているが、それは購読料の改定によるものである<sup>30</sup>。新聞は習慣性の高いメディアであるため、購読料の改定が、そのまま世帯の支出増に反映されている。

図5-7 活字系メディアへの支出金額の推移（全世界帯）



活字系メディアに対する支出は、所得水準の影響を受けにくい継続的性質をもつ新聞購読が大きなシェアを占めているため、消費支出に対する比率は低所得層で高くなる傾向があり、これについては1984年~2004年の間に変化は見られない（図5-8）。しかし、世代間のパターンでは、消費支出に対する比率が、世帯主の年齢が30歳未満の世帯では低下し、70歳以上世帯では上昇する傾向を、うかがうことができる（図5-9）。

図5-8 年間収入五分位階級別活字系メディアへの支出比率の推移（全世界帯）

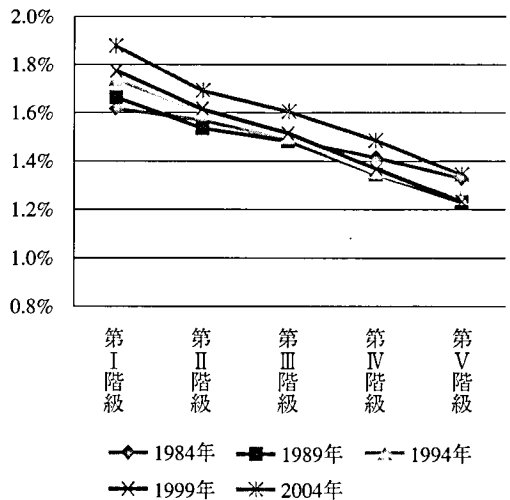
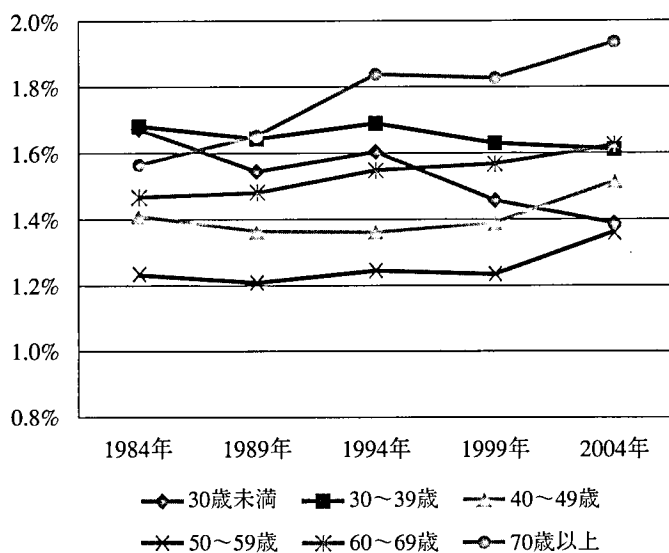




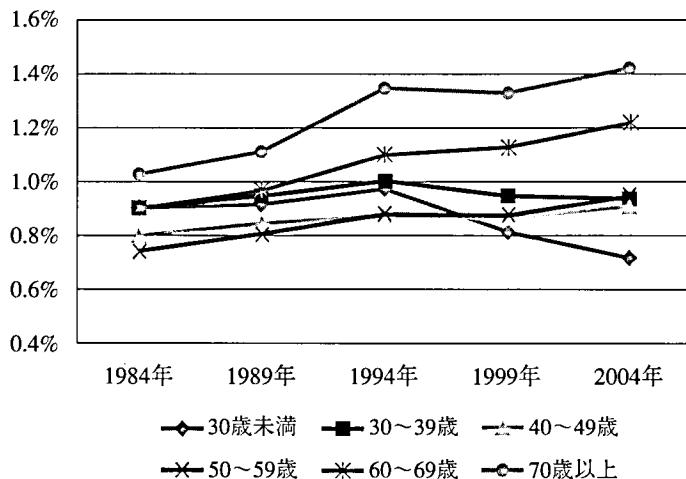
図5-9 世帯主の年齢階級別活字系メディアへの支出比率の推移（全世界帯）



世代間のパターンの違いを、新聞とそれ以外の活字メディアとで比較したものを図5-10a, bに示す。上記の傾向をもたらしているのは新聞であり、それ以外の活字メディアは、1984年に比べると若干低下しているものの総じて横ばいとなっている。30歳未満と30歳代の若年層における比率は、他の世代に比べ高くなっている<sup>29</sup>。このことから、

若年層で生じているのは、活字メディア全体の消費減ではなく、日々のニュース源が、新聞からインターネットや携帯電話へシフトしたことを反映するものであろう。その意味で、後述する通信系ソフトに対する消費支出の把握が、今後重要になってくる。

図5-10a 世帯主の年齢階級別「新聞」への支出比率の推移（全世界帯）

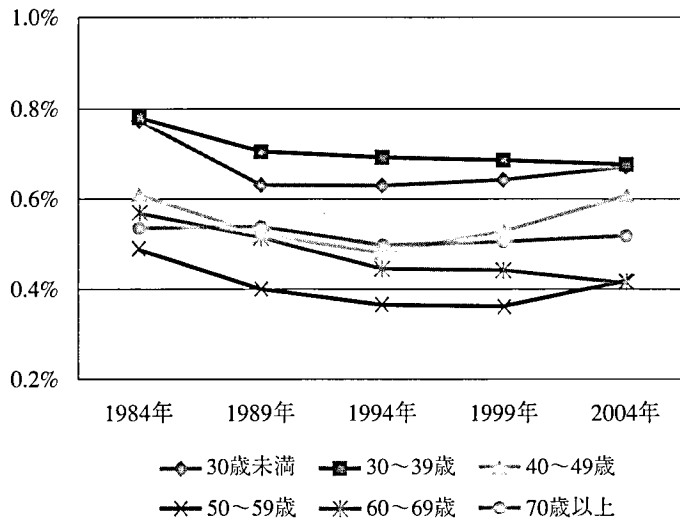


<sup>29</sup> 1984年の品目は「辞書・事典類」と「他の書籍」となっているため、これらを合算して「書籍」としている。

<sup>30</sup> 1984年～2004年の間に、朝日・読売・毎日の主要3紙の購読料（朝夕刊セットの月額）は、2,600円から3,925円に上昇している。1994年の急増は1993年に実施された1,050円の大幅な改定によるものである。

<sup>31</sup> 書籍単独の場合でも、1999年以降30歳代を筆頭に若年層の比率の方が上位を占めている。

図5-10b 世帯主の年齢階級別「新聞以外の活字系メディア」への支出比率の推移（全世帯）



(2) 放送系メディア

放送系メディアには「NHK受信料（衛星放送を含む）」、「CATV受信料」、「その他の受信料」が含まれる。このうち、CATVとその他の受信料は1999年から品目に追加された（図5-11）。NHKの衛星放送受信料が設定されたのは1989年8月であり、1989年から1994年にかけての増加は、1990年の受信料の改定と衛星放送契約数の増加によるものである。NHK受信料は1994年をピークに減少しており、1999年以降の放送系メディアにおける金額の増加は、主にCATV受信料による<sup>32</sup>。

図5-11 放送系メディアへの支出金額の推移（全世帯）

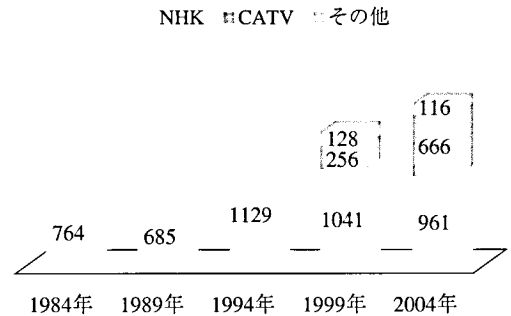
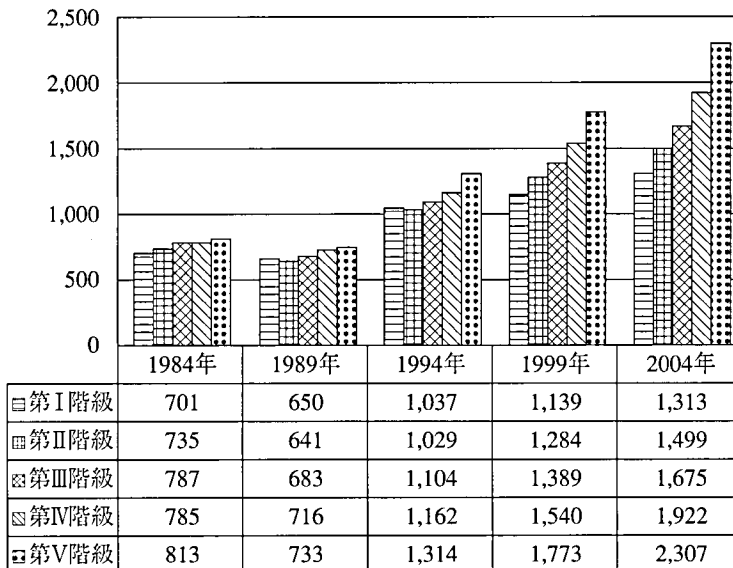
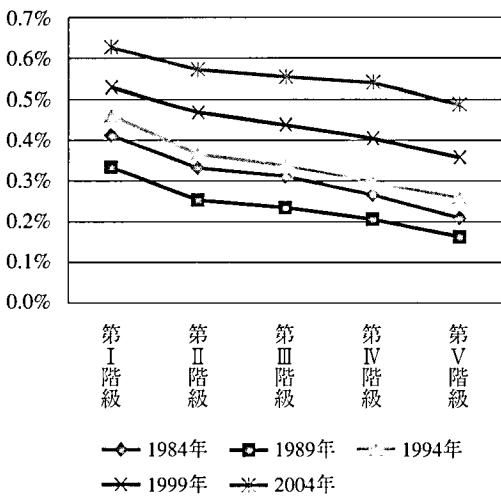


図5-12 年間収入五分位階級別放送系メディアへの支出金額の推移（全世帯）



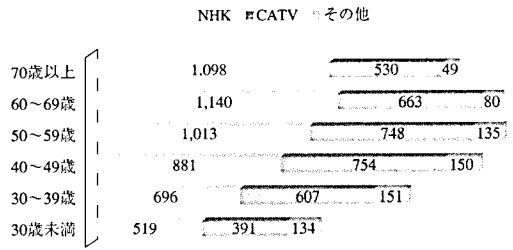
1989年以前は、所得階層間の差はほとんど見られないが、衛星放送やCATV等の新たなサービスが登場してからは差が拡大してきており、2004年の第V階級の支出金額は、第I階級の1.76倍となっている（図5-12）。消費支出に対する比率は、1989年を底に全ての所得階級で増加しており、新聞と同様、受信料には継続的な性質があることから、低所得層で高くなる傾向が一貫している（図5-13）。

図5-13 年間収入五分位階級別放送系メディアへの支出比率の推移（全世帯）



2004年における世帯主の年齢階級別の放送系メディアへの支出金額を図5-14に示す。NHK受信料が、若年層で少なく高齢者層で多くなっているのは、受信契約率の状況を反映していると考えられる。また、放送メディアに敏感であるはずの30歳未満の世帯で、CATV受信料が少なくなっているのは、所得水準と居住環境が影響していると思われる。1999年でも基本的に同じ傾向が見られる。

図5-14 世帯主の年齢階級別放送系メディアへの支出金額（2004年、全世帯）



### （3）継続的支出

活字系メディアにおける新聞購読料と放送系メディア（受信料）は、月極めの契約による継続的な性質をもった支出であり、所得水準の影響を受け難く、消費支出に対する比率が低所得層ほど高くなることは既に述べた。ここでは、両者を合計した継続的支出全体としての状況を検討する。

これらの継続的支出は、新聞購読料の改定や衛星放送とCATVの普及によって、非継続的支出を上回る伸びを見せており、その情報コンテンツ全体に占める比率は、全世帯平均で、1984年の45%から2004年の53%に8ポイント増加している（図5-15）。その値は低所得層ほど高く、2004年の第I階級では62%に達している。図5-3に示したように、この階級における情報コンテンツ支出額は、1994年以降ほとんど増えていないため、これは、直接、非継続的な情報コンテンツに対する支出の減少につながっている。

継続的支出の割合の時系列的变化を図5-16に示す。50歳代より上の世代では増加、30歳代～40歳代では横ばい、30歳未満では減少と、世代ごとに状況が異なっている。高齢者層では新聞と放送というマス型メディアへの依存度が年々高くなる一方で、30歳未満の年代では、もともと低い値がさらに低下している。

<sup>32</sup> NHKの地上波に衛星放送を加えた「衛星カラー契約」数は、1994年の653万件から1999年には1,001万件、2004年には1,232万件に増加している（NHK年鑑2006）。料金が1.7倍の衛星カラー契約数の大幅な増加にもかかわらず、家計サイドから見たNHK受信料への支出が減少している現象は、契約者による支払率の低下以外に説明が困難である。

図5-15 世帯主の年齢階級別の情報コンテンツに占める継続的支出の割合（全世帯）

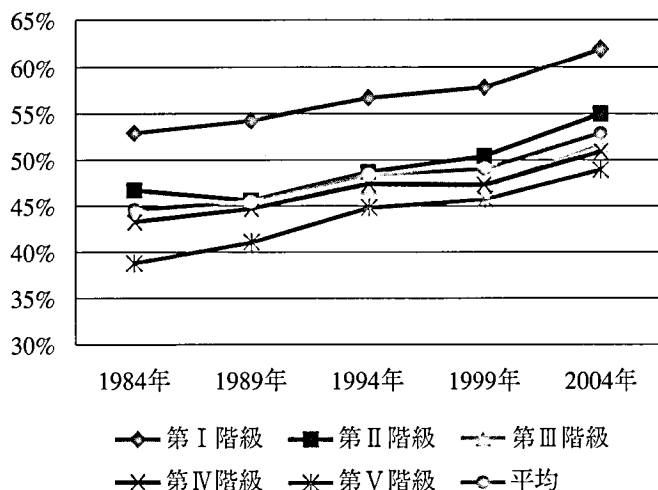
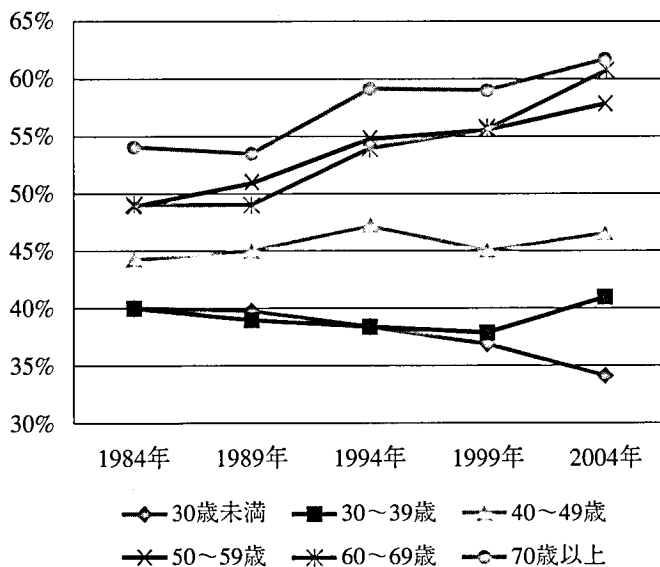


図5-16 年間収入階級別の情報コンテンツに占める継続的支出の割合（全世帯）



### 5.3 その他のコンテンツ

#### (1) 活字・放送メディア以外の情報コンテンツ

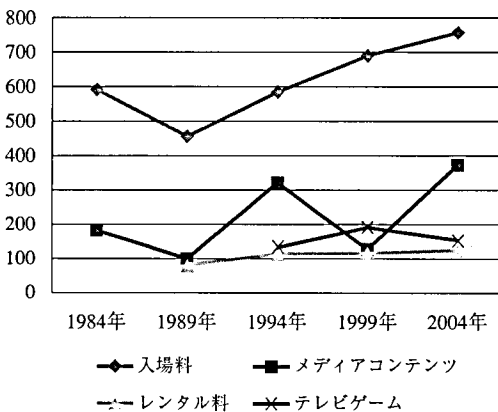
このサブカテゴリに含まれる品目には、いくつかの問題があり、分析にあたり注意が必要である。「映画・演劇・文化施設等入場料（入場料）」は、1984年の調査では「入場観覧料」となっており、遊園地入園料、ジェットコースターやボートの乗賃、パチンコまで含まれていた。このため、それらを除外した1989年には値が一時的に低下している。「音楽・映像収録済みメディア（メディアコ

ンテンツ）」は、1984年は「レコード・テープ」である。1989年には、レコード、CD及びびレーザーディスクを対象とする「AVディスク・レコード」としてテープを分離した。このときテープ（録音テープ、ビデオテープ）は録音・録画の有無を問わないとされていたが、分析では記録用メディアとして付帯的支出に含めたため、コンテンツの値が実際より過少になった可能性がある。1989年から品目に加わった「教養娯楽賃借料（レンタル料）」には、映像・音楽メディア以外に、

スキー用具やスケート、ボウリング用の靴等の借料も含まれている。「テレビゲーム」は教養娯楽用品の「玩具」の一部とされていたが、1994年から独立した品目になった。しかし、2004年の調査でもゲーム機本体とゲームソフトの両方を含んでおり、実際のコンテンツの購入よりも多めの値となる。

各品目の全世帯平均値を時系列的にプロットしたものを図5-17に示す。入場料は、品目として独立した1989年以降、年々増加している。メディアコンテンツは年ごとに大きく変動しているが、その理由は不明である。レンタル料とテレビゲームには大きな変化は見られない。

図5-17 活字・放送メディア以外のコンテンツへの支出金額の推移（全世帯）



2004年の内訳を所得階層別に示すと、入場料とメディアコンテンツについては、高所得層で大きくなる傾向がある（図5-18）。テレビゲームとレンタル料については、支出金額が絶対的に小さいせいもあるが、所得階層間で支出金額の違いは目立たない。世帯主の年齢階級別の内訳では、若年層においてメディアコンテンツ、テレビゲーム、レンタル料が多くなっている。入場料は世代間で差が小さく、年齢が上がるにつれ少しずつ増える傾向もあり、他の品目で支出が激減する高齢者層において、シェアが著しく高くなっている（図5-19）。テレビゲームの支出額は、40歳代までと

50歳以上との間で、支出額に大きなギャップが存在しており、家族構成が反映されている。レンタル料についても、それほどではないが同様の傾向が見られる。これらは、1994年、1999年にも見られ、レジャー行動における世代間の相違を反映したものと見えよう。

図5-18 年間所得五分位階級別その他のコンテンツの支出金額（2004年、全世帯）

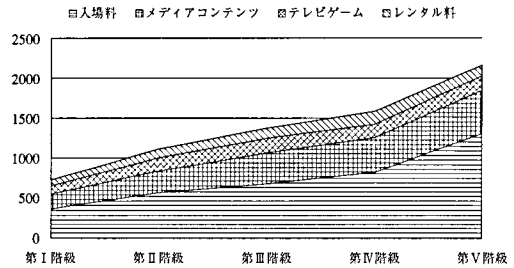
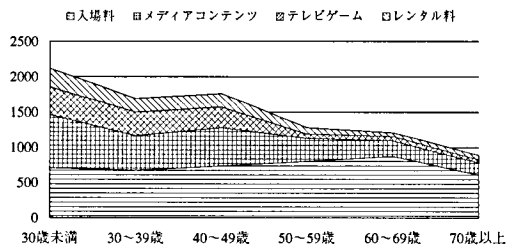


図5-19 世帯主の年齢階級別その他のコンテンツの支出金額（2004年、全世帯）



## （2）付帯的支出

付帯的支出には、「耐久性文房具」、「消耗性文房具」、「フィルム」、「現像焼付代」、「音楽・映像用未使用メディア」の5品目を含めているが、これらを使用目的にしたがって、耐久性・消耗性を合わせた「文房具」、フィルムと現像焼付代を合わせた「写真」、「未使用メディア」の3つに集約する<sup>33</sup>。5.1節で述べたが、付帯的支出全体では、金額、消費支出に対する比率とも減少傾向にある。図5-20に示すように、1999年から2004年にかけて、写真と未使用メディアの落ち込みが大きい。フィルムや現像焼付代の物価水準はこの間安定してお

<sup>33</sup> 1989年の未使用メディアの品目はテープ（録画・録音の有無を問わない）であり、収録済と未使用に分けられるようになったのは1994年以降である。

り、これは、デジタルカメラの普及によってフィルムの購入量と現像焼付需要が減少したことが原因と考えられる<sup>34</sup>。未使用メディアについては、1999年から2004年までの5年間でビデオテープの物価水準が20ポイント、オーディオ記録媒体(2000年から)のそれが22.5ポイント低下しているが、それだけでは、2004年に半減した理由を説明することは困難である。

図5-20 付帯的支出に属する品目の支出額の推移(全世帯)

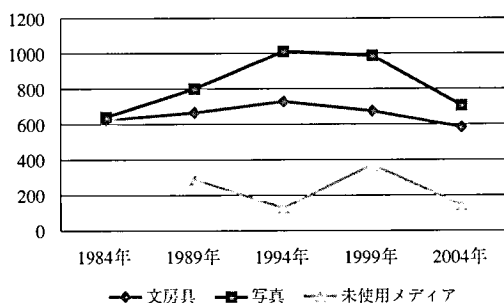
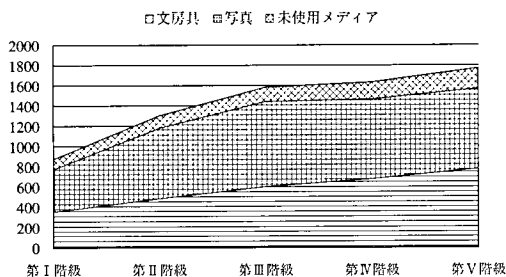


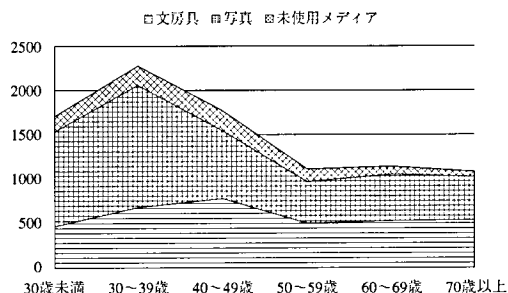
図5-21 年間所得五分位階級別付帯的支出の金額(2004年、全世帯)



2004年の所得階層ごとの内訳を図5-21に示す。3品目とも支出金額は所得水準に比例するように変化しており、品目間のパターンの違いは見られ

ない。これに対し、世代間では、30歳代までの若年層で写真の支出金額が高く、付帯的支出全体を押し上げて、30歳代でピークを形成している(図5-22)。これは、低年齢の子供を持つ家庭を中心に、家族の記録を残そうとする活動によるものであり、1999年以前もこれと同様のパターンが観察される。

図5-22 世帯主の年齢階級別付帯的支出の金額(2004年、全世帯)



### (3) 通信系ソフト

近年、インターネットや携帯電話等の情報ネットワーク経由で流通する、音楽、ゲーム、新聞記事などの情報コンテンツ(これを通信系ソフトという)の市場が急速に拡大してきており、2005年には8,000億円規模に達していると推計されている<sup>35</sup>。これに対し、2004年の全国消費実態調査やその後の家計調査で、これらがどのように把握されているか明らかでない。購入先の選択肢に「通信販売(インターネット)」はあっても、これらの無形のコンテンツを対象とした品目が定義されていない<sup>36</sup>。音楽でもゲームでもCDやDVDなどの形をとっていけば、「音楽・映像収録済みメディア」や「テレビゲーム」の品目に分類される。しかし、そうでないものについては、例えば3.2節で指摘したように、携帯電話の通信料と一緒に

<sup>34</sup> 1990年~2004年の間、2000年を100としてフィルムは93.3~100、現像焼付代は97.5~104.8と比較的安定した水準で推移している(「平成16年消費者物価指数年報」、東京都区部)。なお、カメラのデジタル化によって、フィルムや現像焼付代から、インクや写真印刷用の紙に向けて品目間のシフトが生じている可能性もある。しかしながら、2004年の調査では、30歳代までの若年層でもそのような傾向は見出せなかった。

<sup>35</sup> 「平成19年版情報通信白書」p.219

<sup>36</sup> 一般的には教養娯楽サービスに含まれるが、その項目のいずれにも分類されない教養娯楽サービスを意味する「他の教養娯楽サービスのその他」の内容例示でも言及されていない(「平成16年全国消費実態調査報告書」品目編p.709)。

携帯電話を通じてダウンロードした着メロや楽曲の使用料が請求され、そのまま電話通信料として一括計上されると、コンテンツとして把握することができない。

携帯音楽プレーヤーで楽曲を楽しむスタイルが普及して、CDからインターネットによるパソコンへのダウンロードへと、音楽の流通形態が急速にシフトしている。また、オンラインゲーム利用者や、有料のメールマガジン、ニュース記事配信の利用者も増えている。現状の品目の定義や調査票の形式では、これらの増加する通信系ソフトへの対応が困難であり、次回2009年の調査における適切な対応が求められている。

## 6. むすび

情報係数の値は、1994年までは概ね5%程度で安定的に推移してきたが、2004年までの10年間で3ポイントと大きく増加した。それは、主として短期間に急速に普及した携帯電話の通信料によるものである。携帯電話は、世帯単位の固定電話では満たされなかった、個人単位の通信サービスという潜在的なニーズに合致して、月々の継続的支出として家計に定着している。世帯における携帯電話の通信料支出の増加は、世帯内での利用者数の増加を反映したものである。それは、家族数に加えて、世帯主の年齢と家族構成に大きく依存し、若年層を中心に所得水準の影響をあまり受けていない。この傾向は、家族数の影響を受けにくい、世帯主の年齢が30歳代までの世帯で顕著である。さらに、携帯電話の利用を開始する年齢層は、1999年の調査では高校生と推測されたものが、2004年には中学生へとシフトしている。

携帯電話の1契約当たりの利用金額は、2001年以来漸減しており、加入者が飽和状態に達したこともあって、通信料支出は今後頭打ちとなっていくであろう。固定電話についても、IP電話への移行によって一層支出が減少することが予想される。そして、電話やインターネットなど、世帯向けの各種の通信サービスを統合的に提供する次世代通信網（NGN）が普及する2010年頃には、固定電話の通信料は、インターネット接続料を含めた「情報ネットワーク使用料」として扱うことが適切になるものと考えられる。

携帯電話通信料によって大きく増加した通信サ

ービスに比べ、情報通信機器の購入支出は、20年間である程度増加したものの、消費支出に占める比率は1%にも満たない。これは、元々長期的に使用する耐久財として購入頻度が低いことに加え、価格が大きく低下したことにもよる。2000年以降の5年間で、パソコンの価格水準が1/4以下に低下したことが、パソコンの世帯普及率を40%弱から70%へ大きく上昇させた要因の1つであろう。それに伴って複数台所有する世帯も増加して、世帯全体で1台のパソコンを共有する状況から、利用頻度の高い成員が専用のパソコンを利用するというパーソナル化も進行している。

情報コンテンツでは、活字系メディアの停滞に対して、放送系メディアとその他のコンテンツが増加基調にあるが、その絶対額は小さい。活字系メディアへの支出増は、その過半を占める新聞購読料の改定によるものであり、書籍や雑誌の購入金額はこの20年間ほぼ一定の水準で推移してきた。総体的な活字離れは支出金額の伸び悩みという形で現れているが、その中で30歳未満の世帯における新聞に対する支出の低下が目立っている。放送系メディアでは、受信契約数と契約単価が増えているにもかかわらず、NHK受信料への支出額が1994年をピークに減少している。それを補う形で1999年からCATVとCSなどその他の受信料が加わって、全体としては増加している。情報コンテンツの中で、新聞購読料と受信料は、月極め契約による継続的性質をもった支出であるが、その水準はすべての所得階層で年々高まっており、それ以外のコンテンツへの支出が抑制される結果となっている。

情報格差については、年間収入階級と世帯主の年齢階級による違いを検討して、所得階層間での格差は若干広がりつつあるが、それよりも世代間での格差や相違の方がより大きいという結果が得られた。1984～1994年には、30歳未満の世帯と70歳以上の世帯で共に6%前後であった情報係数の値は、2004年には、前者が11%で後者は7%となり、最近の10年間で4ポイントの大差がついた。これは主に携帯電話の通信料支出によるものであり、そのボリュームの故に、所得階層間の格差が見え難くなっている状況も明らかになった。他にも携帯電話やパソコンの所有率やインターネットの接続料など、様々な面で世代間の違い、とりわ

け高齢者層とそれ以外の世代との相違や格差が観察された。しかし、50歳代の世帯における情報環境や情報リテラシが着実に向上していることから、それらの格差は縮小していくものと期待される。

5.3節で指摘したように、近年、情報ネットワーク経由で流通する情報コンテンツである通信系ソフトの市場が急速に拡大しているが、これまでのところ、全国消費実態調査や家計調査において、これらを十分に把握できているとは言い難い。電話通信料と一括で請求・支払いが行われる携帯電話からの有料サイトの利用料は、移動電話通信料に含まれている可能性が高い。また、音楽の流通形態はCDなどの有形のメディアからネットワーク経由のダウンロードへとシフトしている。この傾向は年々加速しつつあり、近い将来には映像へも広がるであろう。また、有料のゲームやニュース記事配信の利用者も増えている。次回以降の調査では、これら増加する無形の情報コンテンツに対する支出を把握するために、品目の定義や調査票の形式の見直しなど、適切な対応が求められている。

本稿では、生活面での情報化の進展を家計における情報関連支出の変化によって把握するために、IT革命を挟んだ20年間の全国消費実態調査のデータを用いて、「通信サービス」、「情報通信機器」、および「情報コンテンツ」の3つの視点から検討した。年次と世帯の所得水準、及び世帯主の年齢や家族構成による情報関連支出の違いとその原因については、ある程度明らかにすることができたが、都市規模や地域性による違いについては今後の課題としたい。

## 参考文献

- 財団法人インターネット協会 「インターネット白書」(2004～2007)
- 久木元真吾 「家計における情報関連支出の分析」、季刊家計経済研究(通号55) pp. 39-48, 2002年
- 総務省編 「情報通信白書」(平成13年版～平成19年版)
- 総務省統計局編 「家計調査年報」(平成16年、平成18年)、日本統計協会
- 総務省統計局編 「消費者物価指数年報」(平成

16年)

総務省統計局編 「全国消費実態調査報告書」(昭和59年、平成元年、平成6年、平成11年、平成16年)

椿 康和 「個人および家庭からみた情報化水準の地域比較」、広島大学『経済論叢』、第15巻、第2号、pp. 253-276, 1991年

郵政省編 「通信白書」(平成8年版～平成12年版)



付録Ⅰ 情報通信機器に分類した品目の変遷

年次	品 目			報告書に「他の教養娯楽耐久財」として内容が例示されたもののうち、情報通信機器に分類可能なもの*
	通 信	情報処理	情報受容・娯楽	
1984年	該当なし	パソコン	ラジオ・テープレコーダ、テレビ、ビデオテープレコーダ、ステレオ、カメラ・同付属品	計算機、カラオケ一式、レコードプレーヤ
1989年	通信機器	パソコン・ワープロ	テープレコーダ・ラジオ、テレビ、ビデオテープレコーダ、ステレオ、カメラ・同付属品、ビデオカメラ・同付属品	カラオケ一式、レコードプレーヤ
1994年	通信機器	パソコン・ワープロ	テレビ、ステレオセット、テープレコーダ、ビデオテープレコーダ、カメラ、ビデオカメラ	ラジオ、スライド映写機、複写機、レコードプレーヤ、カラオケ機器、テレビアンテナ、CDプレーヤー、ビデオディスクプレーヤ（VHD、LVD）、電卓・電子辞書・電子システム手帳
1999年	通信機器	パソコン、ワープロ	テレビ、ステレオセット、テープレコーダ、ビデオテープレコーダ、カメラ、ビデオカメラ、MDプレーヤー	ラジオ、スライド映写機、レコードプレーヤ、カラオケ機器、BSアンテナ、CDプレーヤー、ビデオディスクプレーヤ（VHD、LVD）、電卓・電子辞書・電子システム手帳
2004年	携帯電話、他の通信機器	パソコン	テレビ、ステレオセット、携帯用音楽・映像用機器、ビデオデッキ、カメラ、ビデオカメラ	ラジオ、スライド映写機、カラオケ機器、ラジカセ、レコードプレーヤ、テープレコーダ、MDレコーダー、BS/CSチューナー・アンテナ、CDプレーヤー、デジカメ用プリンタ、ワープロ、電卓・電子辞書・電子システム手帳

\*類似した製品については、一部表現を修正又は省略している

付録II 情報コンテンツに分類した品目の変遷

年次	サブカテゴリごとの品目				「教養娯楽用品」および「教養娯楽サービス」のうち、情報コンテンツの対象外とした主な品目*
	活字系コンテンツ	放送系コンテンツ	活字・放送以外のコンテンツ	付帯的支出	
1984年	新聞、雑誌・週刊誌、辞書・事典類、他の書籍、他の印刷物	放送受信料	入場観覧料(映画、美術館、博物館、動物園、遊園地、ジェットコースター、ボート乗賃、パチンコ)	文房具(半耐久的)、文房具(非耐久的)、フィルム、レコード・テープ、現像焼付代	スポーツ用具、スポーツ用品、玩具、切り花、愛玩動物、園芸用品、教養娯楽用品修理代、宿泊料、バック旅行、月謝類、諸会費
1989年	新聞、雑誌・週刊誌、書籍、他の印刷物	受信料(テレビ受信料、有線テレビ受信料)	映画・演劇・文化施設等入場料、AVディスク・レコード	耐久性文房具、消耗性文房具、フィルム、録音テープ、ビデオテープ、現像焼付代	スポーツ用具、スポーツ用被服・履物、玩具、切り花、愛玩動物・用品、園芸品・同用品、宿泊料、バック旅行、月謝類、スポーツ施設使用料、スポーツ観覧料、他の入場ゲーム代(遊園地、ジェットコースター、ボート乗賃、パチンコ)、諸会費
1994年		放送受信料(テレビ受信料、有線テレビ加入料・受信料、衛星放送の受信料)	映画・演劇・文化施設等入場料、オーディオ・ビデオディスク・テープ(収録済)、テレビゲーム、教養娯楽貸借料(テレビ、CD、ビデオテープ、スキー用具、スケート靴など)	耐久性文房具、消耗性文房具、フィルム、オーディオ・ビデオディスク、テープ(未使用)、現像焼付代	スポーツ用具、スポーツ用被服・履物、玩具(テレビゲーム以外)、切り花、愛玩動物・用品、園芸品・同用品、宿泊料、バック旅行、月謝類、スポーツ施設使用料、スポーツ観覧料、遊園地入場・乗物代、他の入場ゲーム代、諸会費
1999年		NHK放送受信料(テレビ受信料、衛星放送受信料)、CATV受信料(加入料・受信料)、他の受信料	映画・演劇・文化施設等入場料、オーディオ・ビデオディスク・テープ(収録済)、テレビゲーム、教養娯楽貸借料	耐久性文房具、消耗性文房具、フィルム、オーディオ・ビデオディスク、テープ(未使用)、現像焼付代	スポーツ用具、スポーツ用品、玩具(テレビゲーム以外)、切り花、愛玩動物・用品、園芸品・同用品、宿泊料、バック旅行、月謝類、スポーツ施設使用料、スポーツ観覧料、遊園地入場・乗物代、他の入場ゲーム代、諸会費
2004年		NHK放送受信料、CATV受信料、他の受信料(NHK以外のBS、CS視聴料)	映画・演劇・文化施設等入場料、音楽・映像収録済メディア、テレビゲーム、教養娯楽貸借料	耐久性文房具、消耗性文房具、フィルム、音楽・映像用未使用メディア、現像焼付代	スポーツ用具、スポーツ用品、玩具(テレビゲーム以外)、切り花、愛玩動物・用品、園芸品・同用品、宿泊料、バック旅行、月謝類、スポーツ施設使用料、スポーツ観覧料、遊園地入場・乗物代、他の入場ゲーム代、諸会費

\*一部表現を修正又は省略している