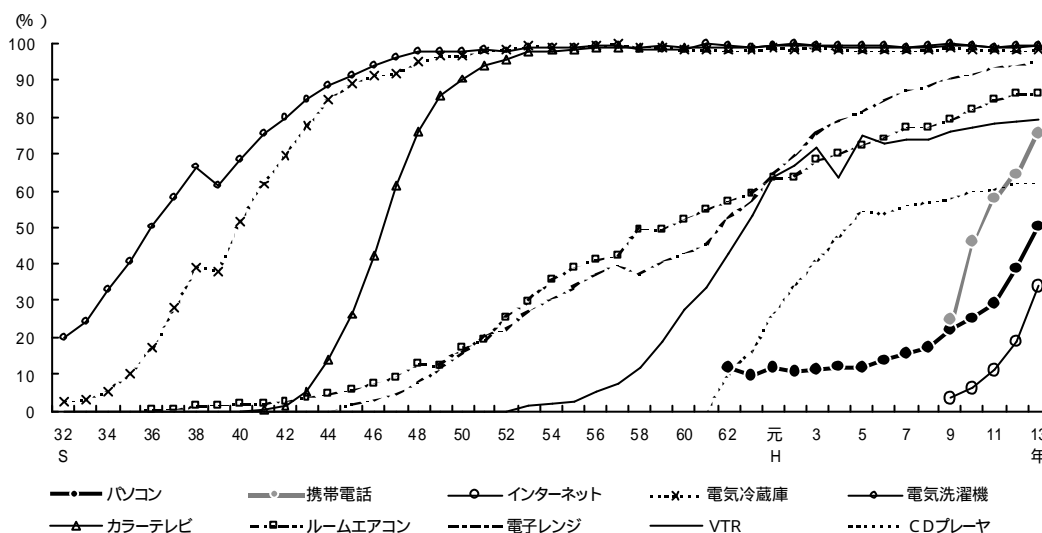


(5) 世帯主の年齢階層別にみる情報化関連消費の動向

近年の家計における情報化関連財・サービスの急速な普及による旺盛な需要は、消費全体を下支えしている。これらの世帯普及率の推移をみると、パーソナルコンピュータは7年における新OSの発売を契機に、それまでの10%程度から50.1%（13年3月現在）へと上昇し、携帯電話についても8年時点の24.9%から75.4%（12年10月現在）へと上昇するなど、両者とも急速に普及が進んでいる。そうした財の普及にともなって、インターネットの普及も進みつつあり34.0%（12年10月現在）の利用率となっている。こうした情報化関連財・サービスの昨今の普及速度は、主要な耐久消費財の過去の普及速度と比較しても遜色ないものとなっている（第 - 1 - 8図）。

第 - 1 - 8図 情報化関連及び主要耐久消費財の世帯普及率の推移



(注) 1. 携帯電話、インターネットは通信利用動向調査（調査時期：前年10月）、その他の品目は消費動向調査（同：当年3月）による。

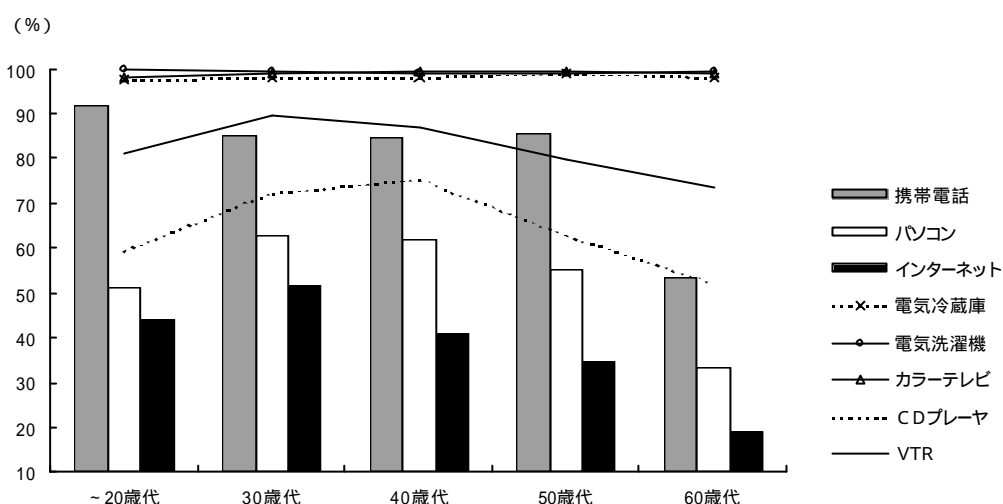
2. 携帯電話の普及率については、ここで扱った世帯普及率以外にも、人口に対する加入者数の比率である対個人普及率が公表されており、13年12月末時点で52.9%、PHSも含めると57.4%となっている（「移動電気通信事業者加入数の現況」(総務省)）。

資料：「消費動向調査」(内閣府)、 「通信利用動向調査」(総務省)

また、これらの普及状況を世帯主の年齢階層別にみると、パーソナルコンピュータ、インターネットについては30歳代の世帯普及率が最も高く、以降世帯主の年齢が高くなるにつれて徐々に低下し、60歳代以上の世帯では30歳代の世帯の半数からそれ以下の普及にとどまっている。携帯電話については、50歳代の世帯まで80%を超える普及率となっているものの、60歳代以上の世帯については低い水準にとどまっている。主要耐久消費財についてみると、家事に欠かすことのできない電気冷蔵庫、電気洗濯機や、気軽に情報を享受できるカラーテレビなど、生活密着型の製品については、年齢階層

にかかわらず普及している一方、CDプレーヤ、VTRといった教養・娯楽的色彩が強い製品については、年齢階層が高い世帯で普及が進まない傾向がある。このように、現在のところの情報化関連財・サービスの年齢階層別の普及状況は、教養・娯楽型製品に近い特徴を有している(第 - 1 - 9図)。

第 - 1 - 9図 年齢階層別の情報化関連及び主要耐久消費財の世帯普及率



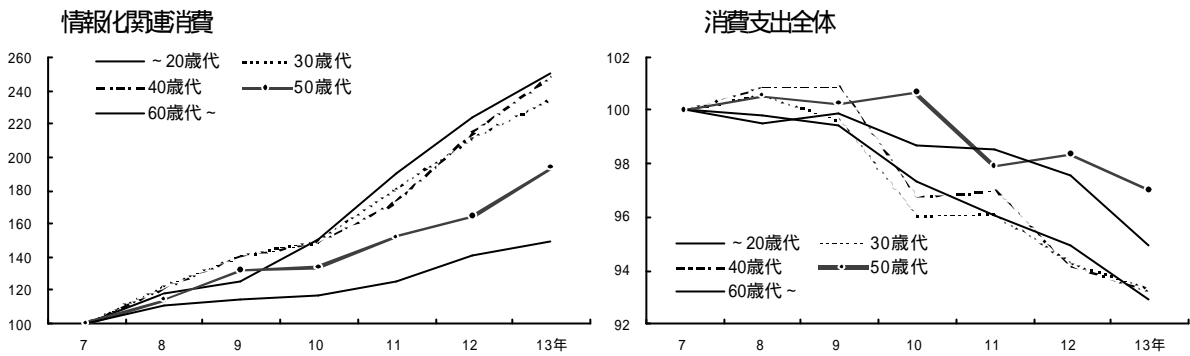
(注) 携帯電話、インターネットは通信利用動向調査(調査時期:12年10月)、その他の品目は消費動向調査(同:13年3月)による。

資料:「消費動向調査」(内閣府)、「通信利用動向調査」(総務省)

「家計調査報告」(総務省)における情報化関連消費の動向をみても、高齢世帯の消極性が顕著にみられる。情報化関連消費の動向を年齢階層別にみると、総じて上昇傾向で推移していることが確認できるが、10年以降は40歳代以下の世帯で急拡大しているのに比べ、50歳代以上の世帯では伸びが比較的小さい。また、消費支出全体の動向をみると、情報化関連消費とは対照的に、10年以降50歳代以上の世帯が40歳代以下の階層に比べ堅調な推移となっている。

このように、昨今の情報化関連消費は、消費支出全体を縮小させている40歳代以下の世帯において活発であり、消費支出が比較的堅調な50歳代以上の世帯において消極的な傾向がみられる(第 - 1 - 10図)。

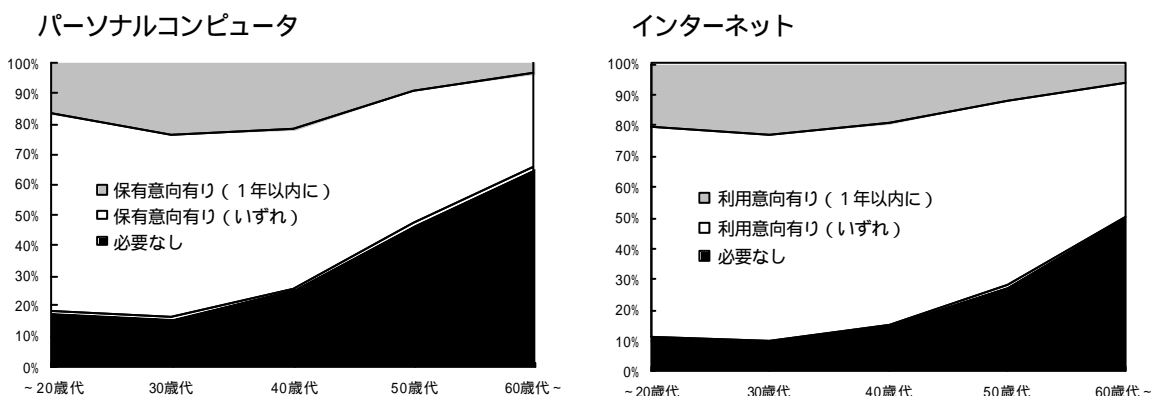
第 - 1 - 10図 世帯主の年齢階層別実質消費支出の動向 (7年 = 100)



(注) 情報化関連消費は、パソコン・ワープロ、通信機器、固定電話通信料・携帯電話通信料としている。  
資料：「家計調査報告」(総務省)

ここで、情報化関連消費の先行きを観察するため、パーソナルコンピュータ、インターネットの未保有(未利用)世帯における、今後の保有(利用)意向の状況をみるとパーソナルコンピュータについては、世帯主の年齢が若いほど、今後の保有意向が強く、高齢世帯ほど今後とも必要がないと考えている割合が大きい。また、インターネットについては、先にみたように財に比べ普及率が低く、財を保有していてもインターネットを利用していない世帯が存在することから、利用意向有りとは回答した割合がパーソナルコンピュータに比べて総じて大きく、当面の需要が存在するものと思われるが、年齢階層別にみるとパーソナルコンピュータ同様、世帯主の年齢が高いほど、必要がないと考える世帯の割合が大きい。これらのことから、当面の情報化関連消費は、引き続き高齢世帯が消極的、若年世帯が積極的な傾向となることが予想される(第 - 1 - 11)。

第 - 1 - 11図 情報化関連財・サービスの保有(利用)意向の状況(12年調査)



(注) 年齢階層別に、パーソナルコンピュータ、インターネットの未保有(未利用)世帯総数に対する、今後の保有(利用)意向の世帯数構成比を示した。  
資料：「通信利用動向調査」(総務省)

ここまでみてきたように、昨今の情報化関連消費の上昇及び財・サービスの普及は、40歳代以下の世帯が牽引し、引き続きそうした傾向は続くものと考えられる。このことから、情報化関連財・サービスのさらなる普及拡大のためには、高齢者にも扱いやすいハードの開発、手軽な情報収集や快適な通信環境の整備を通じ、高齢世帯への普及を促進していくことが不可欠と思われる。さらには、現行型の情報化関連財・サービスの範疇にとどまらず、パソコンと同様の機能を併せ持つテレビ等、情報通信と生活密着型製品が融合した家電製品など、年齢階層にかかわらず、より便利で快適な家庭生活の実現できる財・サービスの開発により、新たな市場が形成されることが期待される。