
学術論文

情報支出から見た生活情報化のメディア特性

Media characteristic of informatization of daily life from analyzing information cost

キーワード：

生活, 情報化, メディア, 家計, 情報支出

Keyword：

Daily life, informatization, media, household economy, information cost

武蔵野大学 佐藤 佳弘

Musashino University Yoshihiro SATO

要 約

生活情報化の進展は、移動電話契約数の増加、IT機器の世帯普及率の上昇、インターネットの人口普及率の上昇、ブロードバンドの契約数の増加など様々な面に現れている。しかしながら、これら契約数や普及率の上昇は、個々の側面における情報化の進展状況を示しているものであり、生活側から情報化の進展度合いを総体として表してはいない。なぜなら、生活の中の情報は、携帯電話に代表される通信メディアによってだけでなく、郵便、放送、印刷をはじめとする多様なメディア（媒体）によっても媒介されており、これらのメディアが生活の情報化を構成しているからである。本稿は、様々なメディアから構成されている生活情報化の進展度合いを家計消費支出の側面から把握することを試みている。

情報メディアに対する家計支出を通信・放送・郵便・手書き・記録・PC（情報機器）・印刷の7種に分け、さらにオンライン/オフラインとパーソナル/マスから成るマトリクスを用いて分析している。その結果、1995年以降の生活の情報化は、オンラインとパーソナルに傾斜しており、その主要因は通信にあることが家計消費支出によって裏付けられた。また、生活における情報支出は、1995年を境に選択的支出に転化しているものの、高所得層の世帯においては基礎的支出の位置付けにあることが明らかになった。

2007年3月2日受付 2007年9月9日受理

Abstract

The progress of informatization in life appears in various respects such as an increase in number of mobile telephone contracts, rise of home diffusion of IT equipment, rise of population diffusion of the Internet, and an increase in number of contracts of broadband. However these an increase in number of contracts and rise of diffusion shows the status of progress of informatization on particular side, but does not show from life as the whole. Information in life is mediated by not only communication media, for example, cellular phonemedia but also various media including mail, broadcasting, and print. Therefore these media compose informatization of daily life. This paper tries to understand progress degree of informatization composed of various media from the side of the household economy expense.

The household economy expense to information media is divided into seven kinds of media of the communication, broadcasting, mail, longhand, the record, PC (Information Instruments), and the print. Also it is analyzed by the matrix that consists of online/off-line and personal/mass.

As a result, informatization of daily life after 1995 inclines the online personal and the key factor is in the communication. It is proven by the household economy expense. Information cost in daily life changed to selective expense on the boundary of 1995, but it changes still in ten years like basic expense in high income group.

1. はじめに

生活を取り巻く情報環境は、1995年のWindows95の発売、PHSの発売、インターネットブームを契機として急速に進展している。Windows95の発売はパソコンの世帯普及率を押し上げ、PHSの発売は携帯電話の爆発的な普及のきっかけとなった。また、インターネットは世帯のネットワーク加入とアクセス回線のブロードバンド化を促進している。このような情報環境の進展は、結果として社会に流通する情報量を急激に増加させている⁽¹⁾。

金融、製造、流通、運輸、通信などを始めとする社会の各分野での情報化の進展は、消費者に対する営業形態や商品・サービスの提供形態を変えている。経済活動において、消費者まで巻き込むBtoCを可能にしているのは、情報機器やインターネットの普及で世帯側の情報化への対応が進み、生活における情報の活用がより活発になっているからである。また、教育、公共分野においても、情報提供、予約・申請手続き等において、インターネットの活用により利用者の利便性の向上が図られている。

IT戦略本部は2001年にe-Japan戦略を決定し、高速および超高速インターネット網の整備を押し進めてきた⁽²⁾。その結果、2005年3月時点での世帯インターネット普及率は87.0%に達し、またインターネットの人口普及率は66.8%に達している（総務省、2006）。e-japan戦略が目指した「すべての国民が情報通信技術（IT）を積極的に活用し、その恩恵を最大限に享受できる知識創発型社会」は、世帯側の情報インフラの整備により、実現に向かいつつある。

一方で生活情報化は、大量の情報流通の中で、一般利用者を発信者にも受信者にもしている。情報化の効用である低いコストで広範囲に情報を発信することができる特徴や、多方面から情報を収集できる特徴、また大量に蓄積し編集・加工ができる特徴は、私生活でのボランティア、趣味、娯

楽、創作などの活動力をより高める可能性を持っている。しかし、これらの特徴は、一般利用者を犯罪の被害者のみならず加害者にもする危険性を高める結果となっている。すなわち、ネット上での人権侵害（誹謗中傷、侮辱、名誉毀損）、権利侵害（人権、著作権、肖像権、パブリシティ権）、詐欺（架空請求、オークション詐欺、ワンクリック詐欺、フィッシング詐欺）、有害違法サイト（児童ポルノ、暴力残虐、麻薬毒物、犯罪助長）、不正アクセスなどは、生活情報化の進展がもたらした弊害であると言える。

情報化という社会環境の変化に伴って、生活を衣食住だけでは論じられなくなっているとの認識は、生活の情報化や家庭の情報化という言葉が各種白書に登場し始める1990年前後に生まれている。植村（1989）はベル（1967）の「物質、エネルギー、情報」の枠組みを用いて、建物や家具、電気製品などの物質から生活を見ること、ガスや電気などのエネルギー消費から生活を見ることに加えて、情報を選択し表現し行動を起こすものとして情報の影響を考慮する重要性が増していると指摘している。そして、社会レベルでの把握が中心であった情報化の定量化から、生活・家庭に視点を置いた情報化の定量表現の試みが行われている。

社会の情報化を検討するには、社会の構成員である消費者側の生活環境も考慮する必要がある。一方、生活を検討するには、活動に大きな影響を与えている情報化も考慮する必要がある。双方の接点に生活情報化が重要な事象として存在しており、その進展度合いを定量的に把握しようとする指標は、検討に有用な材料を提供するであろう。

生活情報化の進展は、携帯電話契約数の増加、IT機器の世帯普及率の上昇、インターネットの人口普及率の上昇、ブロードバンドの契約数の増加など様々な数字として現れている。しかしながら、これらの契約数や普及率の上昇は、個々の側面における情報化の進展状況を示しているものであり、生活側から情報化の進展度合いを総体として

表してはいない。なぜなら、生活の中の情報は、携帯電話に代表される通信メディアによってだけでなく、郵便、放送、印刷をはじめとする多様なメディア（媒体）によっても媒介されており、これらのメディアが生活の情報化を構成しているからである。

本稿は、様々なメディアから構成されている生活情報化の進展度合いを家計消費支出の側面から把握することを試みている。情報に関わるメディアを使用・維持する際には費用が発生し、それらはメディアが異なっていたとしても金額という共通の尺度で計量される。そして、コミュニケーション、情報の入手、編集・加工、作成、発信など情報に関わる活動が活発化するに連れて、通話料、購読料、商品の購入代金、サービスの使用料、消耗品の購入代金など、それらの活動に要する支出が増えてゆく。生活における情報の役割が増大し、情報の価値や重要性が高まれば、情報はますます活用されるようになり、その結果、情報に関する支出額も増加すると考えられる。従って、家計支出を生活情報化の進展度合いを知る指標として用いることが可能と考えられる。

生活情報化の進展度合いを定量的に把握し、メディア特性を分析する本研究の成果は、生活情報化の特徴を理解することに有用な材料を提供するであろう。

2. 家計から生活情報化を計量する試み

生活に視点を置いた情報化の定量表現については、抽象的には梅棹（1963）が提唱した情報係数が最初であろう。梅棹（1989）はまた、『情報の家政学』で、家計の全支出に対する情報支出の割合を測定すれば情報化の度合いがわかるとしながら、情報支出の決め方の難しさを指摘している。

林雄二郎（1969）は生活の情報化を把握する必要性を訴えて、情報系数を提案しているものの、具体的な計量が実施されるのは1980年代に入ってからである。そして、村澤忠司（1987）は情

報通信支出と情報支援財支出との合計を情報関連支出とし、家計消費支出総額に占める割合を家庭情報係数と定義して、実際に算出を行っている。これらの生活情報化に関する初期の研究では、多種多様な情報関連の支出項目を総合して情報化の度合いを総括的に捕えようとしていることが特徴である。

その後、家計消費支出に占める情報関連支出の割合を算出するという手法は、『国民生活白書』（旧経済企画庁）や『通信白書』（旧郵政省）でも採用され、生活情報化の定量把握の方法として定着している。しかしながら、家計に存在する多種多様な支出項目の中から情報関連支出項目を抽出する方法、そして抽出された支出項目を分類する方法については、未だに定まったフレームはなく、様々な試みがなされているのが実情である。先行研究を調査した久木元（2002）は、このような状況に対して、情報関連支出の内容が多様であること、また広すぎる概念化は日常的な感覚から離れていることを指摘している。

情報関連支出項目の抽出方法、および抽出した項目の分類方法は、情報化のどのような側面を分析するのかという視点に依拠している。例えば、ITの進展は情報のデジタル化をもたらすという仮説に基づき、佐藤（1998, 1999, 2001, 2002）は、情報関連支出をデジタル情報に対する支出とアナログ情報に対する支出とに分けて集計し、前者から後者へ比重がシフトしつつあることを明らかにしている。また、東（1999）は、学習型・交際型・マスメディア型・パーソナルメディア型の4つに分類し、その特質を捉えようとしている。

3. 生活情報化における情報メディア

3.1 情報メディアの分類

本稿は、生活情報化の進展度合いを包括的に定量把握するとともに、支出項目をメディア種別ごとに区分し、生活における情報メディアへの依存度合いを家計支出の面から明らかにしようとして

いる。現実の生活においては、利用者はテレビや新聞や携帯電話をはじめとする様々なメディア（媒体）を介して情報と接しており、それらのメディアに対する依存度や使用頻度は、1995年以降の情報環境の進展により変化していると推測されるからである。

1990年代半ばから生活分野で進展している情報化は、携帯電話やインターネットなどのネットワーク技術に支えられている。このことから生活情報化の大きな動向のひとつに、ネットワーク化があると考えられる。また、情報機器の普及は個人である一般利用者自身が情報の送受信や情報の編集・加工を行う機会を増やしている。この変化は、情報活動のパーソナル化と捉えることができる。このようなネットワーク化とパーソナル化という2つの大きな動向に着目し、調査対象のメディアをオンラインメディア／オフラインメディア、さらにマスメディア／パーソナルメディアから成るマトリクスを作り、それぞれのメディアを4つのカテゴリーに区分する⁽³⁾（図1）。

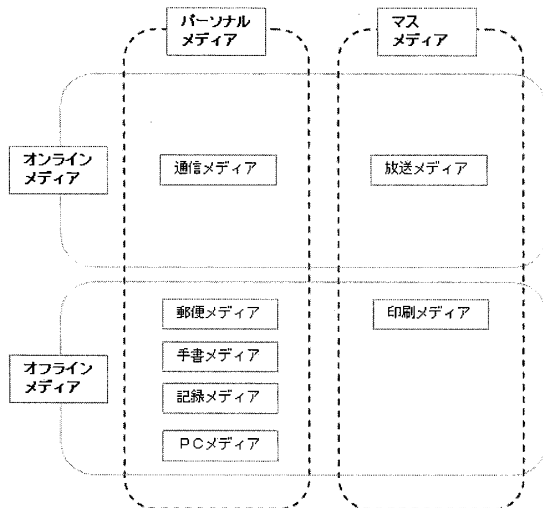


図1 情報メディアの区分

出典：佐藤佳弘「情報関連支出から見た生活情報化のメディア特性」『生活学会報 Vol.31 No.1』日本生活学会、pp.22-24、2004年10月

パーソナルとオンラインの両方を包含する区分

学術論文—情報支出から見た生活情報化のメディア特性

では、通信メディアがこの区分を代表する情報メディアである。また、マスとオンラインでは放送メディアが、同様にマスとオフラインでは印刷メディアが、それぞれの区分を代表するメディアとなる。また、パーソナルとオフラインの両方を包含する区分においては、輸送形態や伝達形態、記録形態、処理形態の違いから、さらに郵便、手書き、記録、PC（情報機器）の4種のメディアに分類する。以上のように、生活における情報メディアを合計で7つに分類して分析を行う。

表1 情報支出項目の分類

No	区分	支出項目
1	通信	電話料金、電報料金、高速通信使用料、電話賃貸料金、ファクシミリ賃貸料金、テレホンカード、ポケットベル使用料、携帯電話使用料、携帯電話通話料、PHS使用料、PHS通話料、自動車電話使用料、自動車電話通話料、通信機器本体、通信機器部品、通信機器修理代、固定電話機本体、ファクシミリ本体、携帯電話・PHS本体、無線装置、無線機
2	放送	液晶テレビ、ハイビジョンテレビ、テレビデオ、NHK放送普通受信料、NHK衛星放送受信料、NHKカラーテレビ受信料、WOWOW加入料、WOWOW視聴料、CS視聴料、パーフェクトTV視聴料、CATV受信料、有線放送受信料
3	郵便	郵便切手、現金封筒代、書留料、小包郵便料、電子郵便（レタックス）、ゆうパック料金、エメール、外国行簡易書簡、官製はがき、往復はがき、お年玉付年賀はがき
4	手書	サインペン、マジックペン、ボールペン、筆ペン、毛筆、シャープペンシル、色鉛筆、水彩絵の具、プスターカラー、パステル、クレパス、ルーズリーフノート、バインダーノート、半紙、わら半紙、画用紙、方眼紙、セロハン紙、ルーズリーフ替用紙、原稿用紙、レターペーパー、私製はがき、封筒、折り紙、千代紙、のし紙、ポチ袋、水引、アルバム、手帳、日記帳
5	記録	テープレコーダー、カセットラジオ、CD付ラジオ、ヘッドホンステレオ、ポラロイドカメラ、APSカメラ、デジタルカメラ、望遠レンズ、広角レンズ、アナログビデオカメラ、8ミリビデオカメラ、デジタルビデオカメラ、フィルム、使い捨てカメラ、未使用カセットテープ、未使用ビデオテープ、収録済みカセットテープ、収録済みビデオテープ、カラオケテープ、ミュージックテープ、レコード盤、CD、LD、パソコン用CD-R/RW、ワープロ用CD-R/RW、FD、コンポーネントステレオ、ミニコンボ、VTR
6	PC	パソコン本体、周辺機器、ソフトウェア、パソコン部品、ワードプロセッサ、ワープロ用ソフト、ワープロ周辺機器、ワープロ部品、テレビゲーム本体、ゲームソフト、テレビゲーム部品、テレビゲーム付属品
7	印刷	日刊新聞、英字新聞、スポーツ新聞、週刊誌、月刊誌、季刊誌、古本（定期刊行物）、専門誌、NHKテキスト、時刻表、住宅情報誌、テレビガイド、通信添削教材、書籍、古本（書籍）、各種辞典、単行本、文庫本、全集、まんが本、幼稚園の本代、プログラム、カレンダー、学生新聞、宗教新聞、点字新聞

出典：家計調査年報（総務省）より

さらにそれぞれの情報メディアをブレイクダウンすると、通信メディアの中には携帯電話や通信回線が属しており、郵便メディアには封書や葉書、放送メディアにはラジオやテレビ、印刷メディアには新聞や書籍など、それぞれのメディアには情報を媒介する具体的なツールが属している。

3.2 対象とする情報支出項目

分析に使用する家計支出のデータには、家計調査（総務省）による統計を用いる⁽⁴⁾。家計調査年報から7つの情報メディアの区分に基づいて支出項目を抽出し、それらを本稿における情報支出項目と定める（表1）。

4. 家計消費支出から見た情報化

4.1 消費支出における位置付け

本稿で定めた情報支出項目に基づく世帯の情報支出額は、2005年時点で年間264,143円である。この金額は、支出額257,940円の光熱・水道、および231,145円の住居と同程度の水準である。すなわち、わが国の平均的世帯は、光熱・水道代や住居費などと同程度の支出額を情報メディアに対して費やしており、その情報支出項目の支出金額は教育費や保険医療費を上回っている（図2）。家計支出上で情報は、光熱・水道代や住居費と並んで重要な位置付けにある。

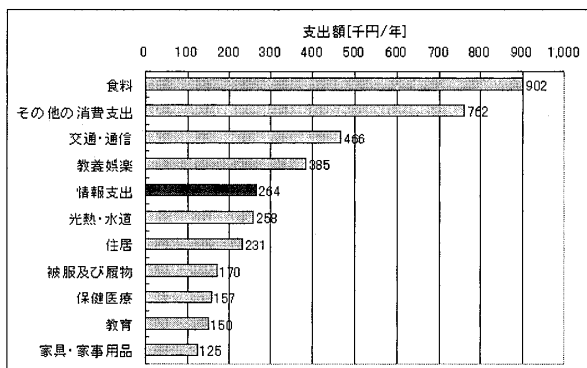


図2 家計消費における情報支出（2005年）⁽⁵⁾

出典：家計調査年報の家計消費支出データにもとづき筆者作成

Windows95の発売、PHSの発売、インターネットブームなどで生活情報化が本格化したと推測される1995年から2005年までの10年間に於いて、家計支出項目の中で、情報支出の変化率が0.55で最も大きい⁽⁶⁾。このことは、1995年からの10年間に於いて、情報化の進展が家計に変動をもたらしていることを示している（図3）。情報支出の変化率は、高齢化が増加させていると予測される保険医療費の同時期の変化率0.44を0.11ポイント上回る。この両者の変化率の差は、高齢化による保険医療費の増加よりも、情報化による情報支出の増加の方が、家計支出上での変化が顕著であったことを示している。

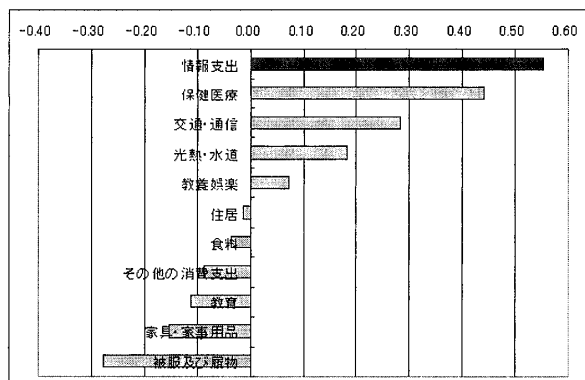


図3 家計支出項目の変化率（1995年→2005年）
出典：家計調査年報の家計消費支出データにもとづき筆者作成

4.2 情報メディア係数による定量把握

本稿では、生活情報化の進展度合いを家計の側面から把握するための指標として、家計消費支出に占める情報支出の割合を情報メディア係数と称する。

すなわち、情報メディア係数は次の式で表すことができる。

$$\text{情報メディア係数} = \frac{\text{情報支出額}}{\text{家計消費支出額}} \times 100[\%]$$

情報メディア係数は、食費におけるエンゲル係

数の概念を生活情報化の計量に応用したものである。家計消費支出に占める情報支出の割合は、家計における情報への依存度合いを表している⁽⁷⁾。食費の場合と同様に、家計消費に占める割合の変化から情報への依存の変化を知ることができる⁽⁸⁾。また、所得による割合の相違から、嗜好品的性質や必需品的性質などの特質も明らかになる。

4.3 家計における情報への依存の推移

「生活の情報化」、もしくは「家庭の情報化」という用語が、社会の動向を反映する各種白書の中で用いられ始めたのは、1990年からである(佐藤, 1999)。当時は、ホームオートメーションやニューメディア⁽⁹⁾が生活情報化の分野で話題になったものの、その後、それらの多くは生活に普及・定着しなかった。

ホームオートメーション、ニューメディアともに実態として生活における情報活動を活発にするほどの影響を与えなかった状況は、1990年以降も4.5程度の水準で推移する情報メディア係数が示している(図4)。

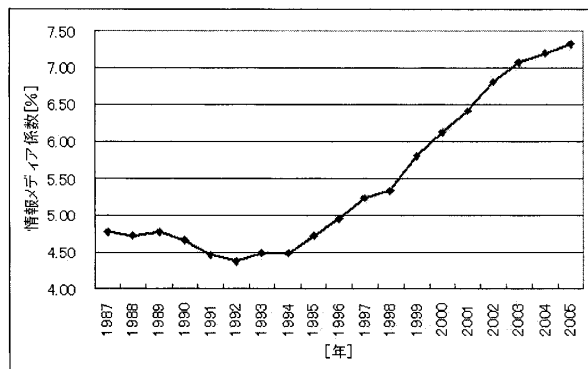


図4 情報メディア係数の推移

出典：家計調査年報の家計消費支出データにもとづき筆者作成

ホームオートメーション、ニューメディアの登場にも関わらず、1990年前後において緩やかな減少傾向で推移していた情報メディア係数は、1995年から増加に転じ、2005年まで増加傾向を

学術論文—情報支出から見た生活情報化のメディア特性

継続している⁽¹⁰⁾。1995年のWindows95の発売、PHSの発売、インターネットブームを契機として、生活の情報化が急速に進展していることが、情報メディア係数の増加によって裏付けることができる。

Windows95の発売は世帯へのパソコン普及率を押し上げ、PHSの発売は携帯電話の爆発的な普及のきっかけとなった。また、インターネットは世帯のネットワーク加入とアクセス回線のブロードバンド化を促進している。このような情報環境の進展が生活における情報利用を活発化させ、家計上の情報支出額を増加させているのである。情報化の動向と情報メディア係数の推移の同期性から、情報メディア係数は、情報に対する家計支出上の依存度を表すとともに、生活情報化の進展度合いも投影されていると考えられる。

1995年に4.72であった情報メディア係数は、増加傾向を維持したまま推移し、10年後の2005年には1.6倍の7.32となる(図4)。他方で変化率において情報支出に次ぐ変化を示していた保険医療費においても、高齢化を反映して増加し、家計消費支出に占める割合が1995年の3.03から2005年には1.4倍の4.37となっている。わが国が高齢社会から超高齢化社会⁽¹¹⁾に移行していることに伴い、保険医療費が増加しているのである。支出額でも変化率でも情報化の方が上回っており、家計支出においては超高齢化社会の影響よりも高度情報化社会がもたらしている影響の方が大きいと言える。

4.4 支出額から見たメディア特性

情報支出をオンラインメディア/オフラインメディア、マスメディア/パーソナルメディアの4区分のマトリクスによって分析すると、個人(パーソナル)がオンラインで使用する情報メディアへの支出額は、1995年からの10年間で年間70,904円から139,005円へ96%増加しており、他の区分における支出額を大きく上回る(図5)。

「オンライン・個人(パーソナル)」区分に属

する情報活動は、携帯電話（PHS、携帯電話）でのコミュニケーション、電子メール、電子掲示板、ブログ、音楽ダウンロード、画像・映像投稿など、情報ネットワークを利用した個人のオンラインでの情報活動である。生活の中に情報ネットワークが普及するにつれ、オンラインでの個人の情報活動が活発化していることが、情報支出の増加によって裏付けられる。

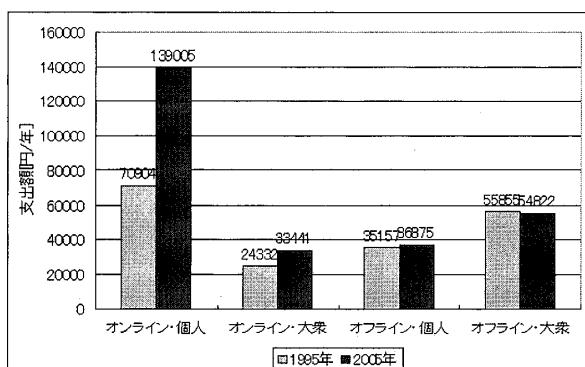


図5 4区分への支出額

出典：家計調査年報の家計消費支出データにもとづき筆者作成

「オンライン・個人（パーソナル）」区分の支出額は、新聞・雑誌・書籍などの印刷メディアで構成されている「オフライン・大衆（マス）」区分の支出額と、1995年においては同程度であったものの、10年後の2005年においては「オンライン・個人（パーソナル）」区分の支出額が2.5倍となる。

家計支出は大衆に向けて発信される印刷媒体よりも、ネットワーク上で個人が送受信する電子媒体の方に傾斜していると言える。

1995年から10年間の情報メディア係数の変化に対する寄与率は、「オンライン・個人（パーソナル）」区分が0.87と最も高く、その次は「オンライン・大衆（マス）」の0.12である。すなわち、「オンライン・個人（パーソナル）」区分の通信メディアが、1995年から10年間の生活情報化を牽引していることが、家計支出および情報メディア係数から裏付けることができる（図6）。

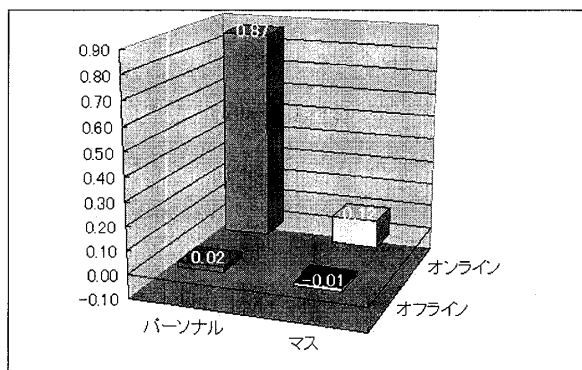


図6 メディア区分別寄与率（1995年→2005年）

出典：家計調査年報の家計消費支出データにもとづき筆者作成

4.5 情報メディア係数の決定要因

「オンライン・個人（パーソナル）」区分に属しているメディアは、通信メディアである（図1）。情報支出額の1995年から2005年の変化に対する寄与率は、通信メディアの0.87が最も高く、放送メディアが0.12⁽¹²⁾、PC（情報機器）メディアが0.05である（図7）。メディア別の寄与率は生活の中で利用される情報が、印刷メディア、手書きメディア、記録メディア、郵便メディアの4種のメディアから、通信メディア、放送メディア、PC（情報機器）メディアの3種のメディアへ移行しつつあることを示している。

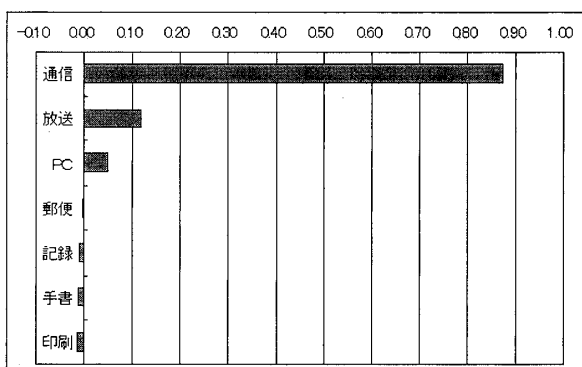


図7 メディア別寄与率（1995年→2005年）

出典：家計調査年報の家計消費支出データにもとづき筆者作成

世帯が通信メディアに支出した金額は、2005年において年間139,005円となる。そして、この

通信メディアの主たる支出項目の中で最も多くの支出金額を占めている項目は、移動電話通信料の77,044円であり、通信メディアに対する占有率は55.4%である。通信メディアの中で移動電話通信料の次に支出金額を占めている固定電話通信料の44,062円と合わせると占有率は87.1%であり、移動電話通信料と固定電話通信料の2項目が情報メディアの支出額を支配している（図8）。

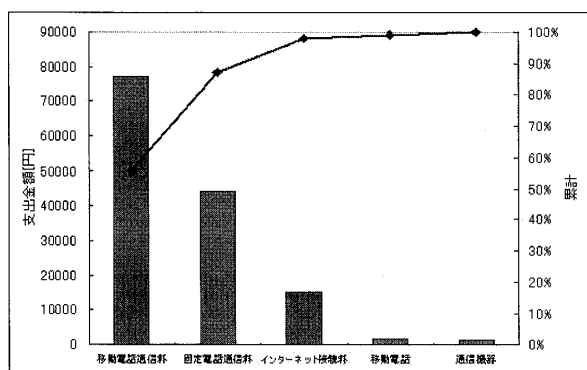


図8 通信メディアの支出（2005年）

出典：家計調査年報の家計消費支出データにもとづき筆者作成

通信メディアにおいて、固定電話通信料の支出額は、2000年の69,956円をピークに減少を続け、2005年には44,062円まで低下している。従って、1995年から10年間の生活情報化を牽引しているのは「オンライン・個人（パーソナル）」区分の通信メディアであり、寄与率の決定要因は移動電話通信料である。

5. 生活情報化の特質

5.1 情報支出の所得弾力性

5年単位の情報支出の所得弾力性⁽¹³⁾は、1989年から5年後の1994年に至る期間で0.34であり、1990年から1995年に至る期間においては0.75である。そして、その後の期間では1999年まで、増加を続ける。すなわち、1995年までは、所得弾力性が強く、世帯にとって情報支出の性質が基礎的支出であったことを示している（図9）。

学術論文—情報支出から見た生活情報化のメディア特性

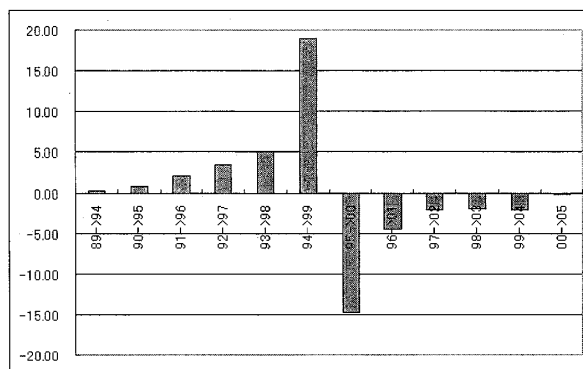


図9 情報関連支出の所得弾力性（1989年－2005年）

出典：家計調査年報の家計消費支出データにもとづき筆者作成

1995年時点の生活においては、通信メディアに年間70,904円、印刷メディアに55,855円、放送メディアに24,332円を支出している⁽¹⁴⁾。この3つのメディアで情報支出合計186,248円の81.1%を占める。すなわち、1995年までの生活において、多くを占めていた固定電話での通話、新聞・書籍の購読、テレビ番組の視聴による情報は、基礎的支出の位置付けにあり、これらの情報は必需品の性格が強かったのである。

基礎的支出であった情報支出は、1995年が算出範囲に含まれると所得弾力性が上昇を始め、1991年から1996年に至る期間では2.09となり、急激に所得弾力性が弱くなる。1989年から2005年までの5年ごとの期間においては、1994年から1999年に至る期間の所得弾力性が18.96に達する。1999年時点の世帯は、通信メディアに年間95,698円、印刷メディアに56,317円、放送メディアに27,321円の計179,336円を支出しており、これらの3つの情報メディアで情報支出合計224,901円の79.7%を占める⁽¹⁵⁾。同時期の寄与率は、通信メディアが0.67、印刷メディアが0.03、放送メディアが0.07である。すなわち、移動電話（PHS、携帯電話）の電話通信料が情報支出の増加を牽引していることを示している。1995年から世帯収入が減少しているにも関わらず、移動電話の電話通信料が増加を継続しているという現象は、携帯電話の急速な普及を裏付けて

いる。

21世紀に入ってから情報支出の所得弾力性は、次第に0へ向かって収束しつつあるものの、収入の減少に反して支出額は増加しており、選択的支出の性質を堅持したまま推移している。

5.2 所得格差による特性

1995年時点の収入階級別の情報メディア係数は、食費に関するエンゲル係数と同様に、高所得層ほど減少するという基礎的支出の特性を表している。その後の2000年および2005年の情報支出は、情報化の進展に伴い、低所得層から中間層の世帯で、次第に選択的支出の傾向を強めている⁽¹⁶⁾ (図10)。

携帯電話やブロードバンドなどの通信インフラの導入は、高所得層から対応が始まり、生活に先行して定着している。そのことから情報支出は、高所得層においては、すでに基礎的支出の位置付けにある一方で、低所得層の世帯においては、依然として選択的支出の位置づけにあり、生活の中の必需品として定着するまでの過渡期にあることが伺われる。

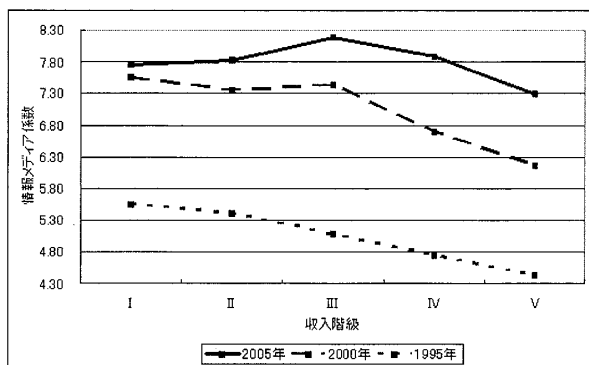


図10 収入階級別の情報メディア係数 (1995年, 2000年, 2005年)
出典：家計調査年報の家計消費支出データにもとづき筆者作成

5.3 年齢による特性

2005年時点の年齢階級別の情報メディア係数は、若年層ほど生活が情報化に依存していることを示している。40歳代での情報支出額が他の年齢層に比べて高くなるものの、家計消費支出にお

ける位置付けは、年齢が高くなるに連れて低くなるという特徴が明確である (図11)。

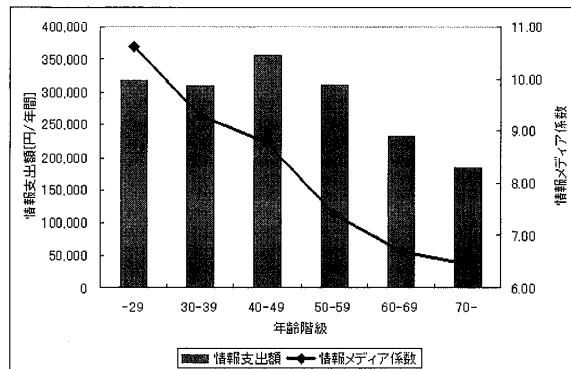


図11 年齢階級別の情報メディア係数 (2005年)
出典：家計調査年報の家計消費支出データにもとづき筆者作成

2005年における29歳以下の情報支出額は、年間318,359円である。最も金額が大きい情報支出項目は、移動電話通信料の129,275円であり、情報支出額の40.6%を占める。その次に金額が大きい支出項目は固定電話通信料の28,834円であり、移動電話通信料と合わせると情報支出額の49.7%を占める。若年層においては、電話によるリアルタイム・オンラインでのコミュニケーションが活発であることを裏付けている。

若年層の情報支出の移動電話通信料への傾斜は特徴的であり、他の年齢層での情報支出に占める移動電話通信料の割合を上回っている。生活が移動電話による情報化の影響を最も受けており、情報に関わる活動の移動電話への依存性が他の中高年齢層よりも高い。メディア別の家計消費に占める情報支出の割合について、年齢階級によるばらつきを標準偏差から分析すると、郵便メディアと手書きメディアの標準偏差が共に0.03であり比較的小さい反面、通信メディアの標準偏差が1.37であり、他の情報メディアに比べて年齢階級によるばらつきが大きい (表2)。

7つに区分した情報メディアの中でも通信メディアにおいて、年齢階級による差が最も大きく生

じている。高齢者の年齢階級で情報支出額を最も多く占めている情報メディアの区分は、他の年齢階級と同様に通信メディアでありながら、最も多く支出している項目は固定電話通信料である。移動電話への依存性が高い若年層とは対照的に、高齢層の通信は固定電話を中心としていることが家計に表れている。

表2 メディア別の年齢階級によるばらつき (2005年)

年齢階級	通信	放送	郵便	手書	記録	PC	印刷
・29	6.01	1.08	0.10	0.13	0.72	0.60	1.37
30・39	4.88	0.69	0.13	0.16	0.70	0.61	1.53
40・49	4.75	0.75	0.14	0.14	0.55	0.56	1.48
50・59	4.06	0.88	0.14	0.08	0.31	0.35	1.34
60・69	2.84	1.18	0.16	0.10	0.27	0.27	1.57
70・	2.34	1.10	0.19	0.13	0.26	0.22	1.90
標準偏差	1.37	0.20	0.03	0.03	0.22	0.17	0.20

出典：家計調査年報の家計消費支出データにもとづき筆者作成

6. まとめ

家計消費支出を7つの情報メディアに区分し、生活の情報化を支出額の側面から分析することを試みた。家計消費支出に占める情報支出の割合いとして定義した情報メディア係数を用いることにより、情報化の進展度合いの経年変化を定量的に把握することができた。それによって、生活情報化が1995年から次のような新たな局面に入っていることが裏付けられた。

1995年以降の生活情報化は、「オンライン・個人（パーソナル）」に傾斜しており、携帯電話が牽引している。基礎的支出であった情報支出は、低所得者層から選択的支出に推移している。若年層ほど家計支出は情報化の影響を受けており、特に移動電話への依存度が高い。通信メディアにおいて年齢階級別の依存度のばらつきが最も大きい。

本稿では、二人以上の世帯の家計消費支出を用

学術論文—情報支出から見た生活情報化のメディア特性

いて、生活情報化の進展度合いとメディア特性を明らかにした。同様に家計消費支出による分析手法を用いれば、単身世帯の生活情報化についてもメディア特性を明らかにすることができる。また、この分析手法は家計支出を扱っているため、交差弾力性を用いて情報メディア間での代替・補完・独立関係を分析することも可能であろうと考える。

注

(注1)「平成15年版情報通信白書」(総務省)は、1991年からの10年間で、各メディアからの発信情報量は8.7倍に増加し、個人の消費情報量は5.0倍に増加したとしている。

(注2) e-Japan戦略では、5年以内に少なくとも3000万世帯が高速インターネット網に、また1000万世帯が超高速インターネット網に常時接続可能な環境を整備するとした。その成果として、接続可能な環境は整備されたものの、総務省の統計によるとe-Japan戦略スタートから5年後の2006年3月時点で実際に接続しているのは、高速インターネット網が1783万契約、超高速インターネット網が546万契約である。

(注3) 総務省が毎年実施している日本の情報流通センサスでは、伝達メディアの側面からパーソナルメディア、マスメディアに2分類し、さらに流通形態の側面から電気通信系・輸送系・空間系に3分類して、年間の情報流通量を調査している。

(注4) 家計調査は、統計法の規定による調査であり、調査世帯数は約8000世帯である。調査項目は5年毎に見直されており、支出額の大きさによって統廃合される。従って、項目名に含まれていない情報項目については、その支出額が他の項目に比べて非常に小さいと見なせる。

(注5)「その他の消費支出」に含まれる項目は次の通りである。理美容サービス、理美容用品、身の回り用品(傘、かばん類など)、たばこ、こづかい、交際費、仕送り金。

(注6) 本論文の執筆時点において、総務省が公表している最新の調査結果は、2005年調査のデータである。

従って、本稿での分析には、2005年までのデータを用いる。

(注7) 家計消費支出に占める食費の割合であるエンゲル係数は、米・パンをはじめとする食品・食材が物価変動を受けるものの、家計上の依存度として有用な材料を提出している。同様に、情報メディア係数においても、情報支出項目に価格変動や物価変動の影響があるものの、家計上の情報に対する依存度として、生活情報化を分析するための有用な材料を提出する。

(注8) 情報流通量による情報化の把握とは異なり、家計消費支出を用いた情報化の把握においては、使用料金や接続料金、通信料金、媒体自体の価格などの変動が情報メディア係数に影響を及ぼす可能性がある。

(注9) 1980年代に話題となったニューメディアには、文字多重放送、高品位テレビ、衛星放送、静止画放送、ファクシミリ放送、音声多重放送、PCM放送、AMステレオ放送、ISN、キャプテンシステム、VRS、CATV、双方向TV、ファクシミリ新聞、テレビ会議、データ通信、ビデオディスク、コンパクトディスクなどがある。

(注10) 情報メディア係数が増加傾向を継続している1995年から2005年までの期間においては、通信料金は逆に低下している。(社)電気通信事業者協会の資料、およびNTT資料によると、東・西NTT加入電話の市内通話の料金水準は、2001年4月まで3分当たり10円が適用されており、その後、料金水準を下げている。1999年7月からテレホーダイ、タイムプラスなどによってインターネット通信サービスの料金値下を実施している。また、パソコンをはじめとする情報機器、周辺機器の価格は、消費者物価指数を抑える働きをしている。これらの料金値下げや価格低下の動向にも関わらず、情報メディア係数が増加している現象は、生活での情報に関わる活動がより活発になっていることを示している。

(注11) 総務省「2005年国勢調査」によると65歳以上の高齢者の割合は、21.0%となっている。国際連合の定義により、わが国は高齢社会から超高齢化社会

の段階にある。

(注12) 放送メディアにおける支出項目は、テレビ受像機や放送受信料、視聴料などで構成されている。放送事業者には広告収入があるため、経営を視聴者からの収入だけに依存した料金設定がされていない。そのためCS/BS視聴者の増加やCATV加入者の増加があるものの、家計消費に占める割合は急増しておらず、放送メディアの寄与率は通信メディアほど高くない。

(注13) 所得が1%増えたときに、増える支出額の変化率を、支出の所得弾力性とする。必需品は、所得の増減に大きく影響されることなく、一定額の支出が行われる。よって、必需品の特質を持った支出項目は、支出の所得弾力性が1より小さい。贅沢品(奢侈品)の特質を持った支出項目は、支出の所得弾力性が1より大きい。

(注14) 1995年における支出額は次の通り。

通信70,904円、印刷55,855円、放送24,332円、記録13,792円、PC10,618円、郵便5,672円、手書5,075円、合計186,248円。

(注15) 1999年における支出額は次の通り。

通信95,698円、印刷56,317円、放送27,321円、記録15,416円、PC18,735円、郵便6,165円、手書5,249円、合計224,901円。

(注16) 家計調査年報により、2005年の収入階級は次のように階級分けされている。

収入階級	年間収入	集計世帯数
I	～3,560,000円	1,636
II	3,560,000円～4,860,000円	1,610
III	4,860,000円～6,390,000円	1,548
IV	6,390,000円～8,710,000円	1,580
V	8,710,000円～	1,517

出典：家計調査年報（総務省）より

参考文献

- [1]東珠美(1999)「生活経営における情報関連支出の実態」『椋山女学園大学研究論集 社会科学篇』30,p.209-217
- [2]梅棹忠夫(1963)「情報産業論」『放送朝日』

- [3]梅棹忠夫 (1989)『情報の家政学』ドメス出版
- [4]植村英生 (1989)「社会や家庭の情報化と家庭生活」『家庭科学第56巻第2号』家庭科学研究所
- [5]佐藤佳弘 (1998)「情報コストから見た生活情報化の定量把握」『日本社会情報学会学会誌』10,p.85-97
- [6]佐藤佳弘 (1999)「情報技術が家計に与える影響に関する研究」東京大学学位論文
- [7]佐藤佳弘 (2001)「情報化と生活者」『生活起点No.33』セゾン総合研究所,p.19-23
- [8]佐藤佳弘 (2002)「IT支出から見た情報のデジタル化」『季刊 家計経済研究 第53号』(財)家計経済研究,p.18-24
- [9]佐藤佳弘 (2004)「情報関連支出から見た生活情報化のメディア特性」『生活学会報 Vol.31 No.1』日本生活学会、pp.22-24
- [10]総務省 (2006)「平成17年 通信利用動向調査」
- [11]林雄二郎 (1969)『情報化社会』講談社現代新書,p.165
- [12]久木元真吾 (2002)「家計における情報関連支出の分析」『季刊家計経済研究No.55』(財)家計経済研究所,p.39-48
- [13]Bell, Daniel. (1967)” The measurement of knowledge and technology” (白根礼吉訳『知識文明の構造』ダイヤモンド社、1969)
- [14]村澤忠志 (1987)「生活情報の流通と情報量」『京都府立大学学術報告 理学・生活科学』38,p.79-86