

## 生活の豊かさと ICT

### ○ 豊かさ指標としての GDP の限界

これまで、豊かさは主に経済的側面から見た豊かさとして GDP 統計によって計測されてきました。一国が一年間に生み出す生産量（付加価値）が大きいことが、国民の豊かさの指標として位置付けられ、GDP の増加率 = 経済成長として見られてきました。

一方、GDP を用いて豊かさを評価することに懐疑が向けられるようになってきているのも事実です。GDP は、量の指標であり、生産の内容（質）は考慮されていないことが指摘されています。つまり、生活の豊かさと逆行する、生活環境を悪化させる公害を生み出す製品でも、戦争を行うための兵器の生産でも GDP を増加させます。生活の豊かさを GDP の増加で捉えることに限界が生じています。

### ○ 多様化した豊かさを計測する「Beyond GDP」の取り組み

そこで、GDP に代わる豊かさの指標を構築する試みが、世界的に行われています。それらは「Beyond GDP」と呼ばれ、その代表的な取り組みの一つに OECD が公表している「Better life index」があります。この指標では、生活の豊かさを計測する指標として、11 分野について指標化し、38 カ国で比較できるようにしています（図表 1）。

図表 1 : OECD「Better life index（より良い暮らし指標）」の構成

11分野の豊かさ指標	構成要素
住居 (Housing)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・基本的設備を持たない住居 (Dwellings without basic facilities) [%]</li> <li>・住居への支出 (Housing expenditure) [%]</li> <li>・1人あたりの部屋数 (Rooms per person) [割合]</li> </ul>
所得 (Income)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・家計調整可処分所得（純） (Household net adjusted disposable income) [US\$]</li> <li>・家計の金融資産（純） (Household net financial wealth) [US\$]</li> </ul>
仕事 (Jobs)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・労働市場に対する不安（失業リスク） (Labour market insecurity) [%]</li> <li>・就業率 (Employment rate) [%]</li> <li>・長期の失業率 (Long-term unemployment rate) [%]</li> <li>・個人収入 (Personal earnings) [US\$]</li> </ul>
コミュニティ (Community)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・サポートネットワークの品質 (Quality of support network) [%]</li> <li>※何かあったときに、直ぐに助けを求められることができる人がいる人の割合</li> </ul>
教育 (Education)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・学歴 (Educational attainment) [%]</li> <li>・学生の学力 (Student skills) [平均的なスコア]</li> <li>・教育を受ける期間 (Years in education) [年]</li> </ul>
環境 (Environment)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大気汚染 (Air pollution) [マイクログラム/立方メートル]</li> <li>・水質 (Water quality) [%]</li> </ul>
市民参加 (Civic engagement)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・規制開発のためのステークホルダーエンゲージメント (Stakeholder engagement for developing regulations) [平均的なスコア]</li> <li>・投票率 (Voter turnout) [%]</li> </ul>
健康 (Health)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平均寿命 (Life expectancy) [歳]</li> <li>・自己申告の健康状態 (Self-reported health) [%]</li> </ul>
生活満足度 (Life Satisfaction)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・生活満足度 (Life Satisfaction) [平均的なスコア]</li> </ul>
安全性 (Safety)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・夜に一人で歩くことに対する安心感 (Feeling safe walking alone at night) [%]</li> <li>・殺人率 (Homicide rate) [割合]</li> </ul>
ワークライフバランス (Work-Life Balance)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・長時間労働をしている従業員 (Employees working very long hours) [%]</li> <li>・レジャーとパーソナルケアに費やされた時間 (Time devoted to leisure and personal care) [時間]</li> </ul>

「Better life index」は、物質的な豊かさを示す①住居、②所得、③仕事の指標の他に、生活の質を示す④コミュニティ、⑤教育、⑥環境、⑦市民参加、⑧健康、⑨生活満足度、⑩安全性、⑪ワークライフバランスについて、各分野の代表的な統計を用いて指標化しています。

この指標では、仮に、ワークライフバランスを考えずに、生活の殆どの時間を仕事に費やした場合は、物質的な豊かさを示す指標は改善しますが、生活の質を示すワークライフバランスや健康は悪化します。このように 11 の指標を使って、多面的に見ることで、各国の生活の豊かさを比較できる指標となっています。

### ○ 豊かさに対する ICT の貢献

昨今の ICT サービスは、私たちの生活の至る所に浸透し、利活用され人に便益をもたらしています。そのため、ICT の影響の多面性を考えると、ICT が生活の豊かさに貢献しているかどうかを評価する際には、経済的な生産量（付加価値）以外の側面にも目を向けた方が良いといえます。

例えば、近年の ICT の進展によって登場したスマートフォンやタブレット上で起動するアプリケーションやその他の ICT 関連サービスは、無料で利用できるものが多く、この利用による消費者の満足度は大きいと予想できます。

読者の皆さんも、フェイスブックやツイッター等のソーシャルネットワークサービスや、食べログ等の口コミサイト、YouTube やニコニコ動画等の動画視聴サービスを一度は利用したことがあるのではないのでしょうか。われわれはこれらのサービスを、基本的に無料で利用でき、それにより楽しい時間（利用による満足）を享受しています。

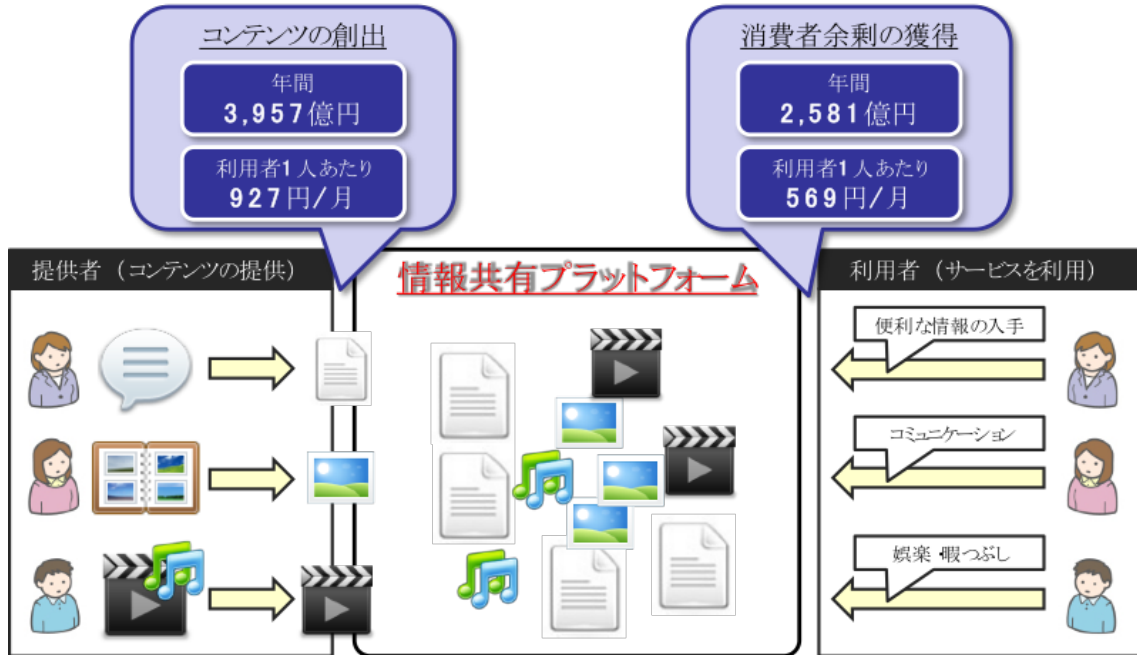
### ○ ICT による豊かさを計測する

情報通信総合研究所が行った調査<sup>1</sup>では、これらの ICT サービスが個人の満足度をどの程度高めているのかを計測しました。消費者モニターに Web アンケートを行って、書き込みや動画等のコンテンツについて、①作る楽しさと、②利用する楽しみの両面を計測しました。その結果、コンテンツを作る楽しみの価値は、利用者 1 人あたり月に 927 円に相当し、日本全体では、年間で 3,957 億円となりました。また、これらのサービスを利用する楽しみの価値の方は、利用者 1 人あたり月に 569 円に相当し、日本全体では、年間 2,581 億円という試算結果ができました（図表 2）。

これらのサービスは、大きな金銭的負担を掛けないにも関わらず、消費者の満足度を高めており、ICT が生活の豊かさに貢献しています。OECD「Better life index」の指標と照らし合わせてみると、安価に ICT サービスを購入できると考えると、決まった所得で購入できる製品・サービスが増えることになり、物的豊かさを示す②所得に貢献していると考えられますし、これらのサービスで楽しみが増えていると考えれば、生活の質を示す⑨生活の満足度に貢献していると考えられます。

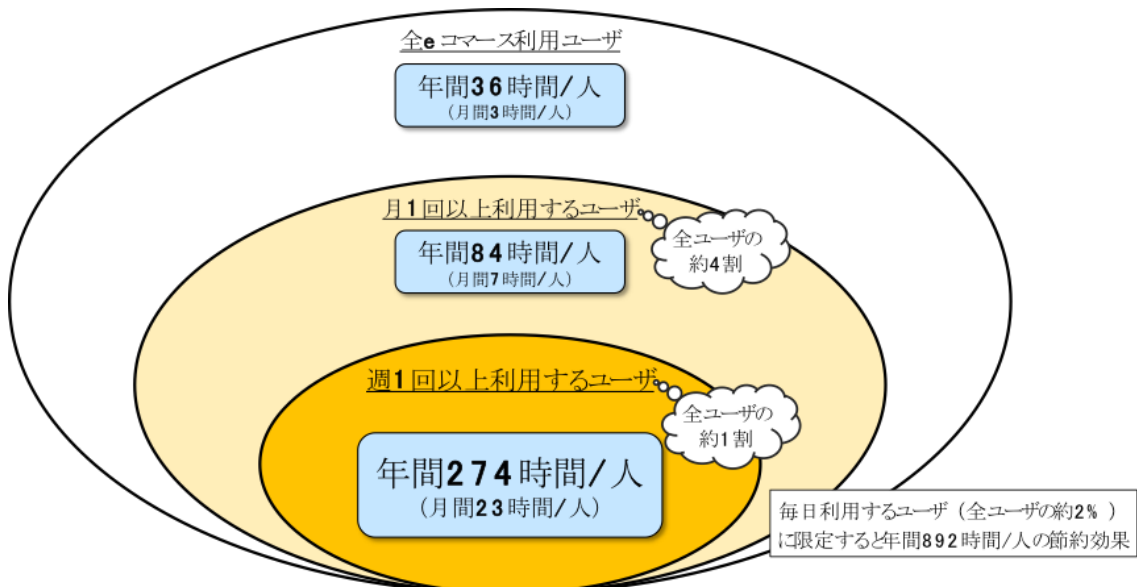
<sup>1</sup> 情報通信総合研究所「ICT サービスの利用に関するアンケート」(2016 年 12 月)  
調査期間： 2016 年 12 月 1 日～2016 年 12 月 3 日  
調査対象： 20 代～60 代の男女  
調査手法： Web アンケート調査  
回収数： 合計 2,663 サンプル

図表 2：インターネット上で創出されるコンテンツの価値と消費者余剰



また、ICT サービスは生活の効率を高めてくれる側面もあります。スマートフォンにグーグルマップを表示して、目的の場所にスムーズに辿り付けたり、知りたいことを直ぐに検索して調べたりすることができるのは、非常に便利です。

図表 3：e コマースによる時間の節約効果



前述の情報通信総合研究所の調査では、その中で e コマースの利便性を計測しています。具体的には、Amazon や楽天市場、Yahoo!ショッピングの e コマースを使って商品を購入することで、実店舗に買い物に行くのに比較して節約できる移動時間を計測しています。この結果、e コマースを利用することで節約できる時間は、週 1 回以上利用するユーザーでは、一人あたり年間 274 時間（月間 23 時間）となっています（図表 3）。

今後も e コマースの利用は拡大していくと考えられ、節約できる時間はさらに大きくなることが予想できます。こちら、OECD「Better life index」の指標と照らし合わせてみると、生活を効率化することで、自由な時間が増えるということは、余暇の拡大という意味で、生活の質を示す⑩ワークライフバランスを改善させるかもしれません。但し、e コマースを使わないで、実際に店舗に足を運んで、ショッピングをすることの方が楽しいという人もいるので、本質的には、商品の購入の際に利用できる手段の選択肢が増えていることが、人に豊かさをもたらしているといえます。

#### ○ まとめ

ICT は経済成長を実現する一方、通信サービスの速度が向上し、スマートフォンやタブレット等が登場したことで、われわれの生活の中にも深く浸透しており、それにより享受する豊かさは多面的になってきています。

今回インターネット上のデジタルコンテンツが人へもたらす価値や e コマースによる時間の節約の価値は、ICT が豊かさに貢献する一旦を紹介したに過ぎません。他にも、テレワークやクラウドソーシング等の ICT の利活用によって、人の働き方が変わり、ワークライフバランスの改善に貢献することや、ウェアブル端末を使い逐次健康状態を把握・管理することで、より健康で長生きできる生活を送ることができる等、多くの面で ICT は人の生活を豊かにしていくでしょう。

以上

(情報通信総合研究所 久保田茂裕、野口正人)

問い合わせ先：情報通信総合研究所 野口正人 メール：noguti@icr.co.jp 電話：03-3663-7289
--