

家電購入を左右する所得以外の要因

- 家電の購入台数は、ストックの純増分と買い替え分にわけることができる。そしてストックの純増分は、世帯数の増加によるもの（世帯数要因）、普及率の上昇によるもの（普及率要因）、保有世帯あたり保有台数の増加によるもの（1台目購入を除く＝複数保有要因）の3つに分解できる。
- 普及の進んだ家電（洗濯機・冷蔵庫・エアコン・テレビ・電子レンジ）の購入台数をこの要因で分解すると、世帯数要因によるプラス効果は安定しているが限定的である。普及率要因の寄与はエアコンと電子レンジで見られたが、しだいに縮小している。これに対して、複数保有要因はエアコンとテレビの購入を押し上げている。また、洗濯機・冷蔵庫・テレビはすでに買い替え需要が大きな割合を占め、エアコン、電子レンジに関しても、徐々に買い替え需要の割合が大きくなってきている。
- 買い替え需要については、非自発的要因（故障）と自発的要因（上位品目へのシフト・住居変更・その他）にわけることができる。洗濯機とテレビは、冷蔵庫・エアコンと比較して非自発的要因がより強く影響している。しかし、自発的要因で買い替えられる場合には、洗濯機・冷蔵庫・テレビでは上位品目へのシフトの影響を受けやすいと考えられる。これらは高付加価値化が進んでおり、それが買い替え意欲につながっていると考えられる。また、全ての家電で、家電リサイクル法施行による買い替えの駆け込み需要の発生がみられた。
- 今後（2003～2005年度）の家電購入についての予測を行なうと、ますます買い替え需要要因の割合が高まる結果となる。世帯数の増加や普及率の増加による家電購入の増加が頭打ちになるにつれて、買い替え需要の重要性が高まって、家電購入の下支えの役割を果たしている。家電購入の動向を考えるとときには、こうした所得動向以外の要因の影響を考えることも必要である。

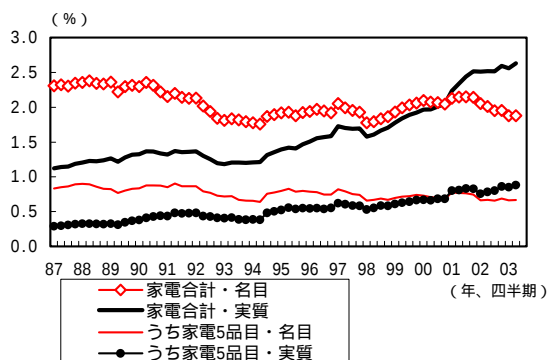


はじめに

洗濯機、冷蔵庫、テレビなどの家庭用電器製品（以下「家電」）の消費動向はどうかと問われると、「すでに各家庭への普及が進んでおり、また世帯数の伸び率も低下しているため、家電購入の伸びは期待できない」あるいは、「ここ数年は所得の伸び悩みが続いているため、比較的大型の消費である家電購入は一段と低迷している」と答えたくなる。しかし、実際にはどうであろうか。

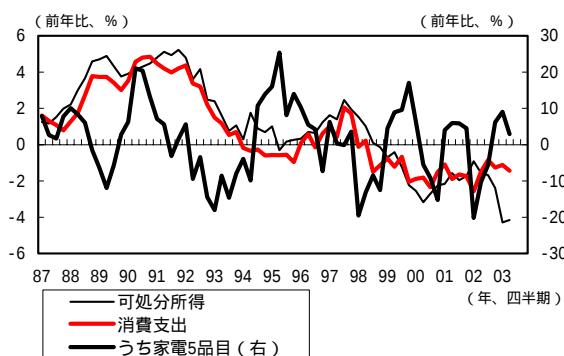
総務省の家計調査によると、消費全体に占める家電購入（家事用耐久財＋冷暖房用器具＋教養娯楽用耐久財）の割合は、名目でみるとほぼ一定である。しかし、実質でみると、92～94年は弱含んだものの上昇が続いている（図表1）。教養娯楽耐久財を中心にデジタル関連の新製品が次々と出ており、それらが特に90年代後半以降において家電購入のウェイトを引き上げていると考えられる。しかし、すでに普及が進んでいた家電（洗濯機・冷蔵庫・エアコン・テレビ・電子レンジ）についてみても、消費全体に占めるウェイトは実質ベースで拡大している。技術進歩を背景にした価格低下、あるいは高付加価値化に助けられて、実質消費における家電購入の重要性は高まっているといえる。名目ベースでみても、90年代半ば以降は消費に占めるウェイトはほぼ横ばいであり、家電購入の伸びがことさら期待できないという状況ではなさそうである。また、所得との関係を見ると、所得の伸び悩みに影響されて家電購入が低迷しているというよりは、所得の動向とは関係なく変動しているようにみえる（図表2）。

図表1 消費支出に対する家電購入のウェイトの推移



（注）家電合計＝家事用耐久財＋冷暖房用器具＋教養娯楽用耐久財
家電5品目：洗濯機、冷蔵庫、エアコン、テレビ、電子レンジ
4四半期後方移動平均値。家計調査は全世帯（農林漁家世帯除く）
（資料）総務省「家計調査報告」、「消費者物価指数月報」

図表2 所得と消費の推移（名目）



（注）家電5品目：洗濯機、冷蔵庫、エアコン、テレビ、電子レンジ
家計調査は勤労者世帯（農林漁家世帯除く）
4四半期後方移動平均値。
（資料）総務省「家計調査報告」

このように、家電購入が所得動向にあまり影響されることなく、また意外とも言える底堅さを維持している理由としては、ストックの拡大により買い替え需要が拡大している、世帯数の伸びは低下しているが、2台目3台目需要が出ている、低価格でより性能の良い製品が開発されることによって需要が喚起されている、といったことが考えられる。そこで、本レポートではこうした所得以外の要因に焦点をあてて、家電購入がこれまでどのような要因によって伸びてきたのか分析した上で、家電購入の今後の動向を予測してみる。

なお、分析の対象としては、すでに普及が進んでいる5品目（洗濯機、冷蔵庫、エアコン、テレビ、電子レンジ）を対象にする。

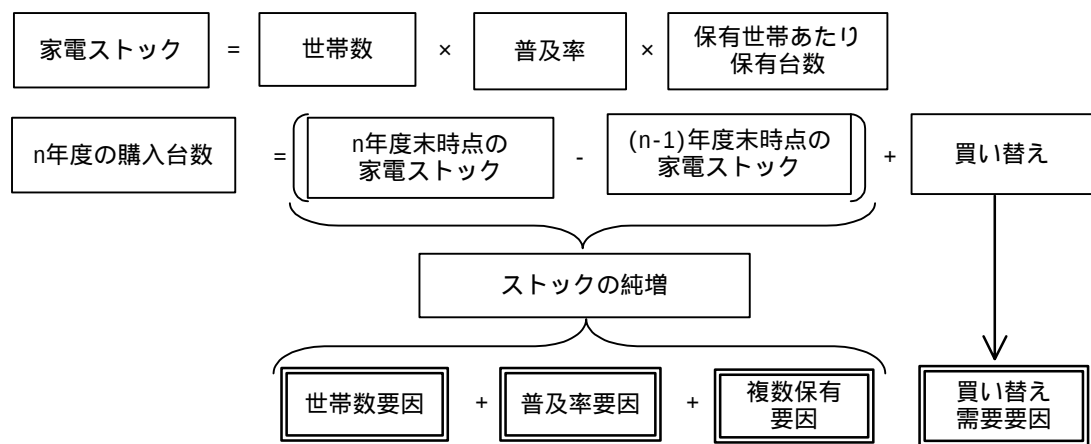
1. 家電購入の分析

(1) 家電購入台数の要因分解

家電購入を分析するにあたって、耐久財という商品特性に着目すると、ある年の購入台数はストックの純増分と買い替え分にわけることができる。

ストックは「世帯数×普及率×保有世帯あたり保有台数」で表せるから、ストックの純増分は、世帯数の増加によるもの（世帯数要因）、普及率の上昇によるもの（普及率要因）、保有世帯あたり保有台数の増加によるもの（1台目購入を除く＝複数保有要因）の3つに分解できる（図表3）。

図表3 家電購入台数の要因分解



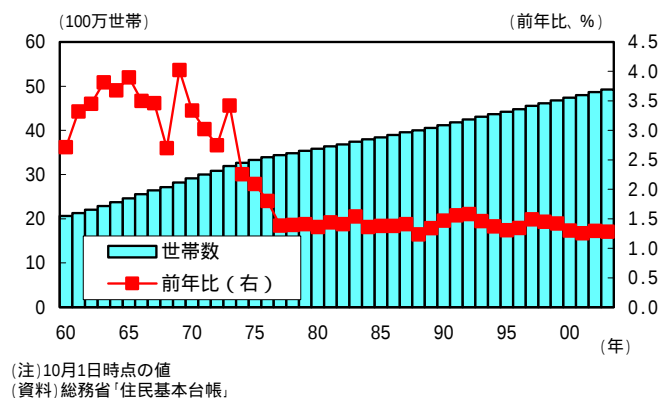
- ・n年の購入台数 = {n年度末の家電ストック - (n-1)年度末の家電ストック} + 買い替え需要要因
- ・世帯数要因 = n年度中の増加世帯数 × {(n-1)年度末の(普及率 × 保有世帯あたり保有台数)}
- ・普及率要因 = {n年度末の普及率 - (n-1)年度末の普及率} × n年度末の世帯数 × n年度末の1保有世帯あたり保有台数
- ・複数保有要因 = 保有世帯あたり保有台数要因
= {n年度末の1保有世帯あたり保有台数 - (n-1)年度末の1保有世帯あたり保有台数} × n年度末の保有世帯数
- ・買い替え需要要因 = (n-1)年度末のストック × n年度の買い替え率

注) 世帯数は住民基本台帳のデータ（10月1日時点の数字）だが、毎年度末の世帯数のデータがないため、これを年度末の数値とした。

世帯数要因

世帯数が増えてくれば、家電購入台数は拡大する。高度成長期のように世帯数が高い伸びを示していれば、世帯数要因は家電購入に大きく影響する。わが国の世帯数の伸びは、団塊の世代の世帯形成が進んだ 70 年代前半にピークをつけた後は大幅に低下している。ただ、核家族化が続いていることもあり、世帯数の伸び率は 1 % 強での安定的推移が続いている（図表 4）。このため、世帯数要因は小幅ではあるが安定的に家電購入台数を押し上げている。

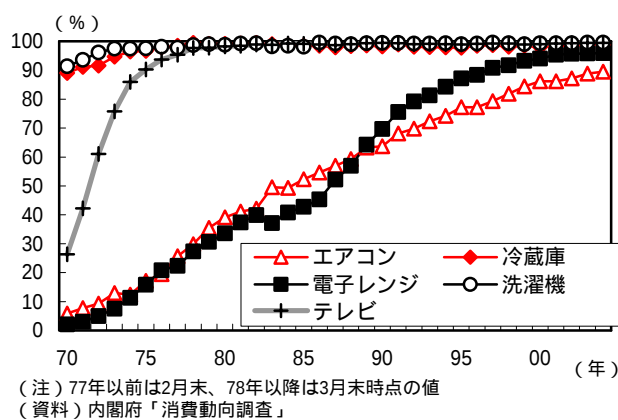
図表 4 世帯数の推移



普及率要因

新しい家電が普及する段階では普及率の上昇が家電購入を飛躍的に拡大させる。過去において、冷蔵庫、洗濯機、テレビといった家電が普及率を上昇させ、70 年代後半には普及率はほぼ 100%に達した。その後は電子レンジ、エアコンの普及率が高まって、家電購入を増加させた。今でも食器洗い機やDVDなど新たに普及する家電製品はあるが、ここで分析対象にした家電 5 品目については普及率要因による消費拡大効果は期待できなくなっている（図表 5）。

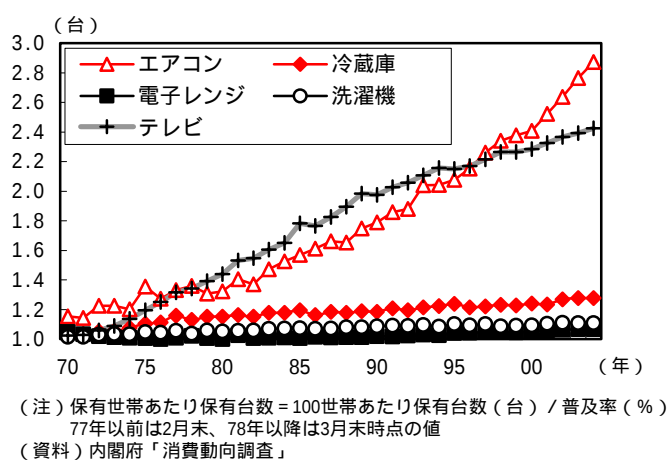
図表 5 5 品目の普及率の推移



複数保有要因

普及率が100%に達しても保有世帯あたりの保有台数が増えていけば、家電購入は増加する。こうした2台目3台目需要による家電購入の押し上げ効果は品目によって異なる。たとえば、洗濯機、冷蔵庫、電子レンジは各家庭に一台あれば多くの場合十分であり、2台目3台目需要はあまり出てこない。これに対して、テレビやパソコンは一家に一台という状態から一人に一台、あるいは一部屋に一台という状況に変わってきている（図表6）。こうした品目では複数保有要因が家電購入を押し上げている。また、高品質の製品あるいは単機能だが安価な新製品の投入は複数保有要因による購入増加をもたらしている可能性がある。

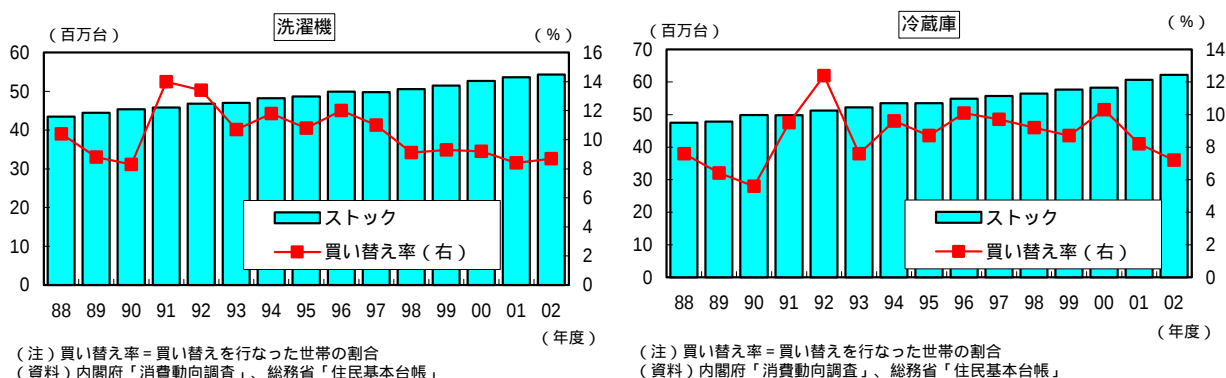
図表6 5品目の保有世帯あたり保有台数の推移

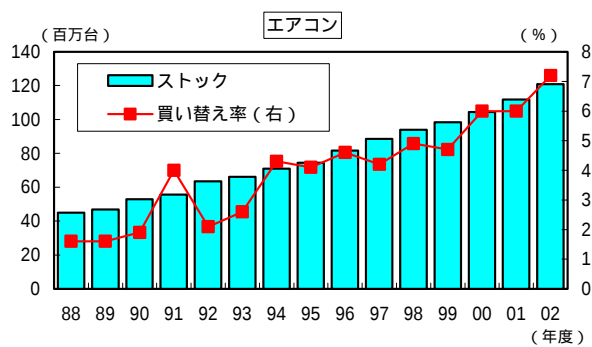


買い替え要因

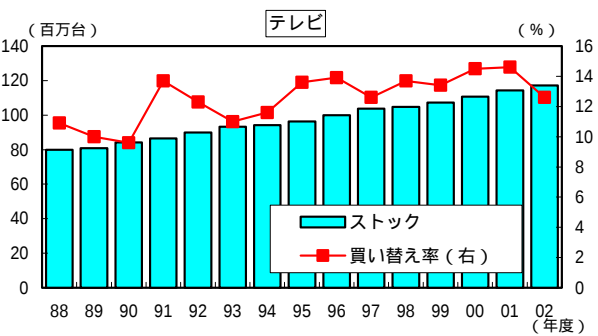
買い替えによる家電購入は、買い替えの対象となるストックが拡大してくれば必然的に増加してくるものである（図表7）。耐用年数が伸びたり、景気動向などに影響されて買い替えが手控えられたりすると平均使用年数が長くなってくるが、それでもいずれは使えなくなり買い替え需要が顕在化してくる。普及率が100%に近い品目では、家電販売に占める買い替え需要の割合は高くなる。

図表7 5品目のストックと買い替え率の推移

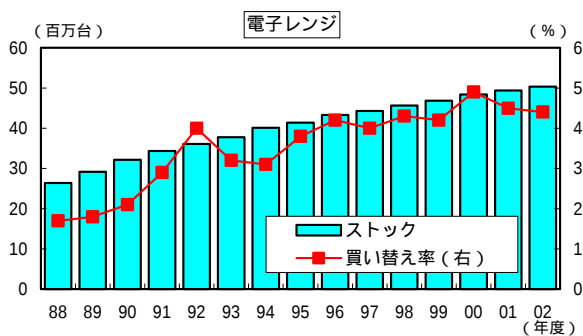




(注) 買い替え率 = 買い替えを行なった世帯の割合
(資料) 内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」



(注) 買い替え率 = 買い替えを行なった世帯の割合
(資料) 内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」



(注) 買い替え率 = 買い替えを行なった世帯の割合
(資料) 内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」

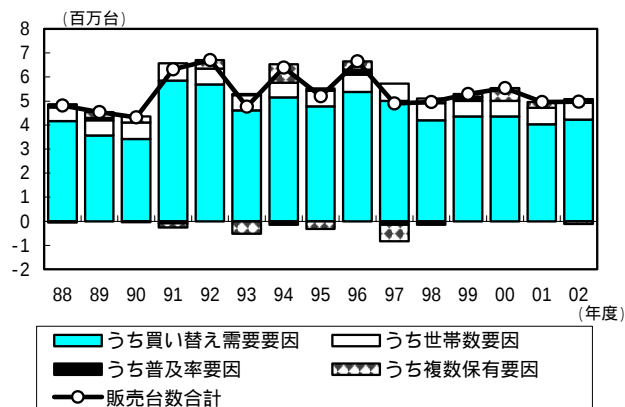
(2) 要因別にみた家電購入

次に、こうした家電購入要因がそれぞれの程度実際の購入に影響しているか、品目ごとにみてみた。

洗濯機

洗濯機は早くから普及が進み、70年代後半には普及率は100%近辺に達していた。また、複数保有化の動きはほとんどない。このため、購入台数は世帯数の増加により一定の台数が押し上げられる以外、ほとんどが買い替え需要要因によるものとなっている(図表8)。

図表8 購入台数の推移(洗濯機)

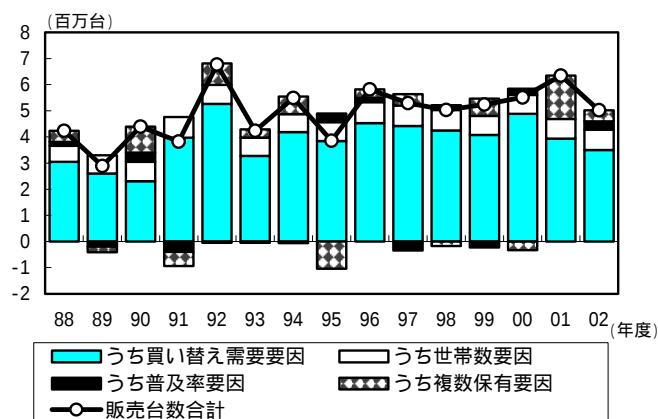


(注) 買い替えは1世帯・1年度あたり1台と仮定
買い替え需要要因 = 世帯数 × 買い替え率(消費動向調査)
(資料) 内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」

冷蔵庫

冷蔵庫も洗濯機と同じく 70 年代後半から普及率が 100% 近辺で推移している。洗濯機と比較すると、若干複数保有の動きはあるものの、そのペースは鈍い。従って、購入台数の推移も洗濯機と同様に、ほとんどが買い替え需要要因によって占められている（図表 9）。

図表 9 購入台数の推移（冷蔵庫）

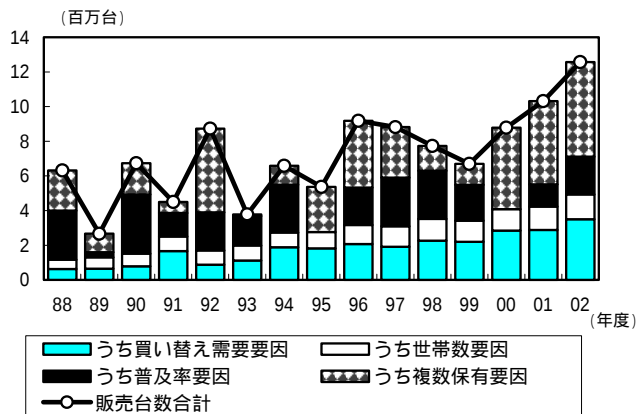


(注) 買い替えは1世帯・1年度あたり1台と仮定
 買い替え需要要因 = 世帯数 × 買い替え率 (消費動向調査)
 (資料) 内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」

エアコン

エアコンは、これまであまり購入されていなかった北海道など寒冷地域への普及とすでに普及している地域での複数保有化が同時に進んできた。普及率については伸び率が低下してきているが、複数保有化は足元でもまだ続いている。このため複数保有要因が足元でも大きく寄与しているのに対し、普及率要因は寄与度が小さくなってきている。また、ストックの拡大と買い替え率の上昇により、買い替え需要要因が徐々に大きくなってきている（図表 10）。

図表 10 購入台数の推移（エアコン）

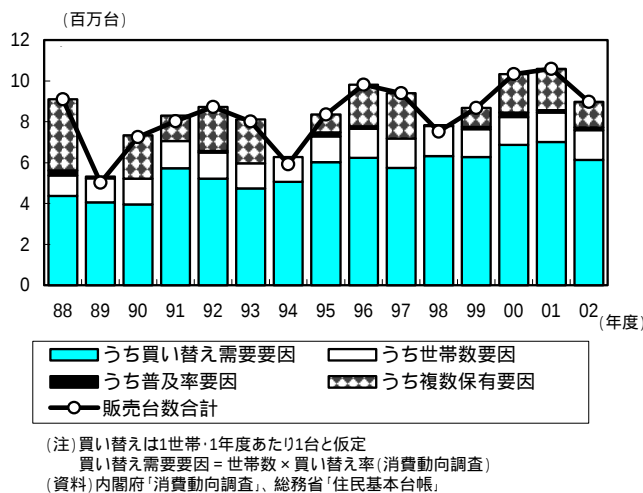


(注) 買い替えは1世帯・1年度あたり1台と仮定
 買い替え需要要因 = 世帯数 × 買い替え率 (消費動向調査)
 (資料) 内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」

テレビ

テレビは、普及が早くから進み 70 年代後半には 100% 近辺に達しており、買い替え要因の占める割合が高い。また、複数保有化の動きが続いており、複数保有要因が購入台数を押し上げている（図表 11）。

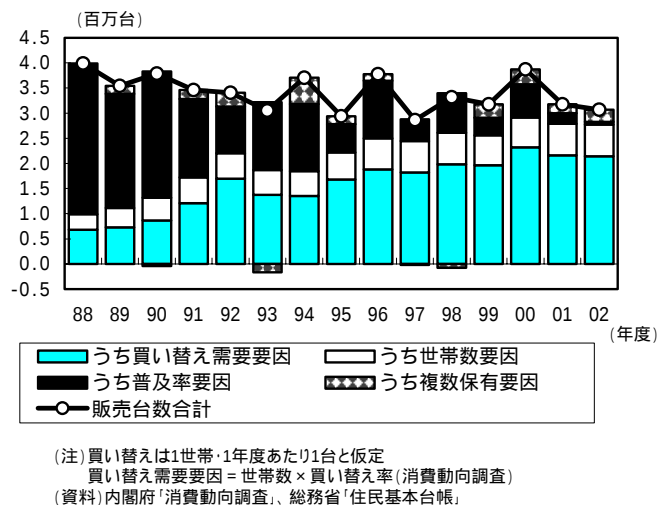
図表 11 購入台数の推移（テレビ）



電子レンジ

電子レンジは普及が進んでいたが、足元で普及率の伸びが鈍化してきている。そのため、購入台数も普及率要因によるものが減少してきており、代わりに買い替え需要要因によるものが増加してきている。また、複数保有化の動きはほとんど見られていない（図表 12）。

図表 12 購入台数の推移（電子レンジ）



(3) 買い替え需要による家電購入の拡大

買い替え需要の要因分解

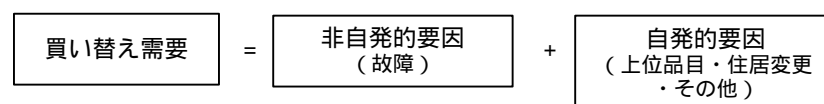
各家庭への普及過程がすでに完了している洗濯機・冷蔵庫・テレビは、かなり前から買い替え需要要因が購入台数の多くを占めるようになっている。また、エアコンや電子レンジも普及が進んできて、徐々に買い替え需要要因が大きくなっている。

買い替えに対する潜在需要は、家庭で保有される家電ストックの拡大、特に耐用年限に近づいたストックが増えてくると拡大する。こうした潜在需要はいずれ顕在化してくるのであるが、そのタイミングは購入者の買い替え判断によってずれてくる。

まず、保有している家電が故障してしまった場合、修理するという選択肢があるが、修理に時間がかかる場合、あるいは費用がかさむ場合は買い替えざるを得ないであろう。こうした故障による買い替えは非自発的要因による買い替えとも言えるものである。これに対して、まだ使えるが、すでに購入してから何年も経過しているので、より性能の高い製品や省エネ効果の高い製品が手ごろな価格で購入できる（上位品目への移行）、引越しの予定がある（住居変更）、リサイクル法の施行や消費税率引き上げといった制度変更が予想される、といったことを理由に買い替えることもある。こうした買い替えは自発的要因による買い替えということができる。

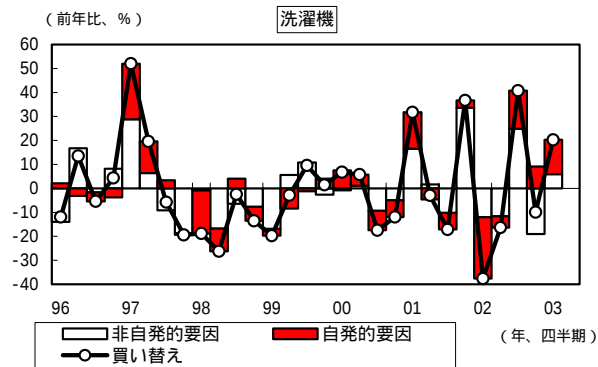
内閣府の消費動向調査では、買い替え需要を故障、上位品目への移行、住居変更といった理由で区分しているので、そのデータを用いて各品目の買い替え需要を自発的要因と非自発的要因に分解してみた（図表 13、14）。

図表 13 買い替え需要の要因分解

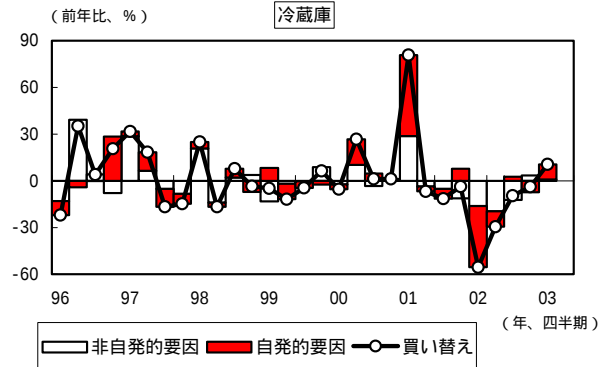


注) カッコ内は、消費動向調査（内閣府）の買い替え理由の項目
電子レンジは調査対象に含まれていない。

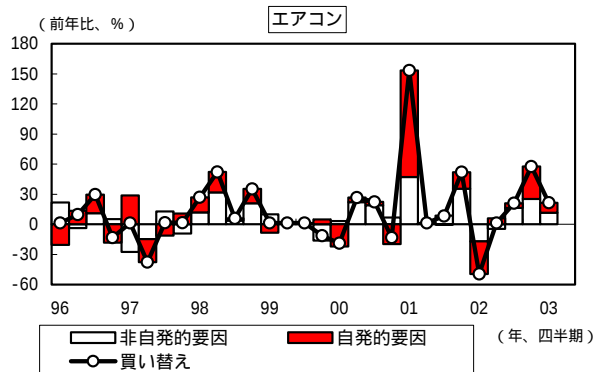
図表 14 買い替えの要因分解（品目別）



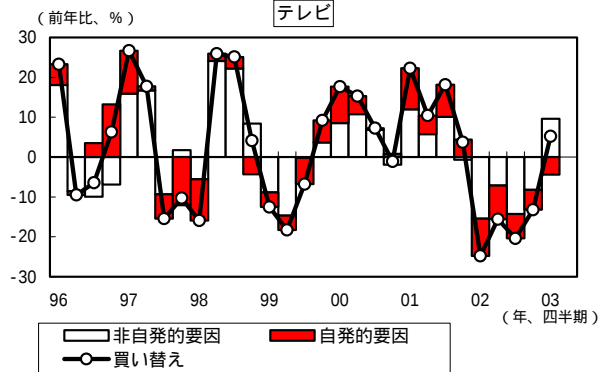
（注）年度の買い替え台数を買い替え割合をもとに四半期分割した
（資料）内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」



（注）年度の買い替え台数を買い替え割合をもとに四半期分割した
（資料）内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」



（注）算出した年度毎の買い替え台数を、買い替え割合をもとに四半期分割。
（資料）内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」



（注）算出した年度毎の買い替え台数を、買い替え割合をもとに四半期分割。
（資料）内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」

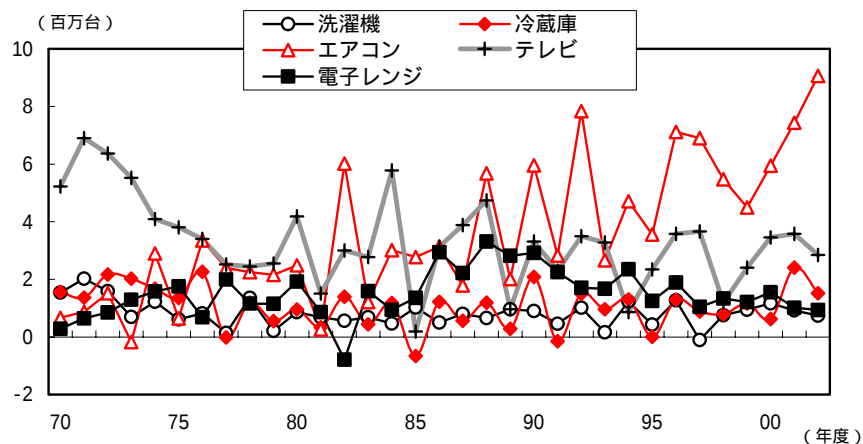
もっとも自発的要因と非自発的要因による区分は厳密なものではなく、両方が複合していることもある。要因分解した結果を見ると、いずれの品目でも買い替えが増加した時は両方の要因が増加に寄与し、減少した時は両方の要因が減少に寄与することが多い。ただ、品目によって非自発的要因の影響度が強い、つまり故障するまで使いきる傾向が強い品目があれば、他の品目に比べて自発的要因の影響度が強い、つまり新製品の投入によって買い替えが誘発されやすい品目もある。

買い替え需要拡大の背景

○ ストックの拡大

家電 5 品目のストックは全て拡大を続けているため、買い替えに対する潜在需要も拡大しているといえる。しかし、拡大のペースは品目によって異なる。家電は、購入後 10 年後で買い替えられており（図表 16）、現在は 1990 年代前半に購入された製品が買い替え時期を迎えているといえる。図表 15 によると、1990 年代前半はエアコンのストックが大きく拡大しており、また、テレビと電子レンジについても比較的大きく拡大していたといえる。

図表 15 ストック純増分の推移

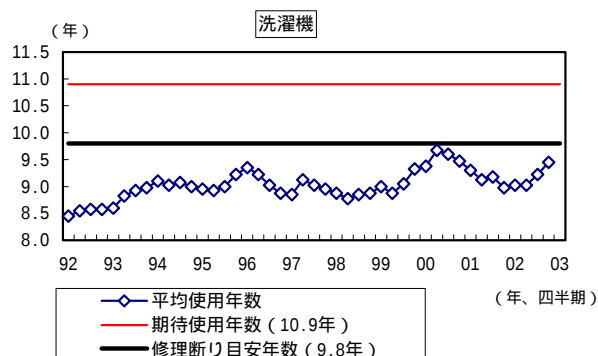


（資料）内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」

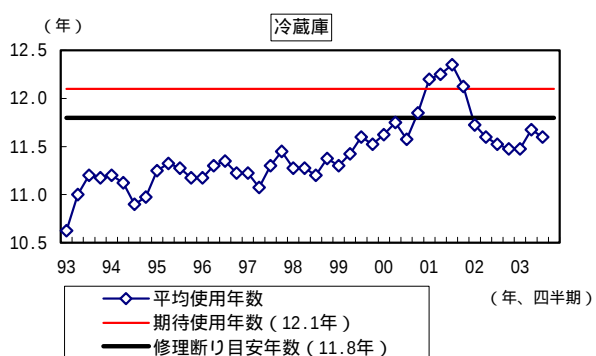
○ 耐用年数

平均使用年数（買い替えの時にそれまで使用していた製品の使用年数）は、全ての品目で長期化している。修理断り目安年数は、販売店において修理用の部品がないために修理を断った製品の平均的な使用年数のことであり、使用している家電が故障したときにこの年数を超えていると、修理は受け付けてもらえず買い替えざるをえなくなる。従って、この年数は非自発的要因に影響を与えられとされる。期待使用年数は、手持ちの家電の経過年数と今後その家電を使いたい年数の合計値であり、自発的要因に影響すると考えられる。洗濯機とテレビの平均使用年数は、期待使用年数と修理断り目安年数の両方を下回っており、まだ上昇の余地があるといえる。冷蔵庫の平均使用年数は 2001 年に両方の年数を超え、その後短期化したもののほぼ同程度となっている。エアコンの平均使用年数は 2001 年後半以降常に修理断り目安年数を上回っており、非自発的要因が出やすくなっていると考えられる。また、期待使用年数にも近づいており平均使用年数の一層の長期化は難しいと考えられる（図表 16）。

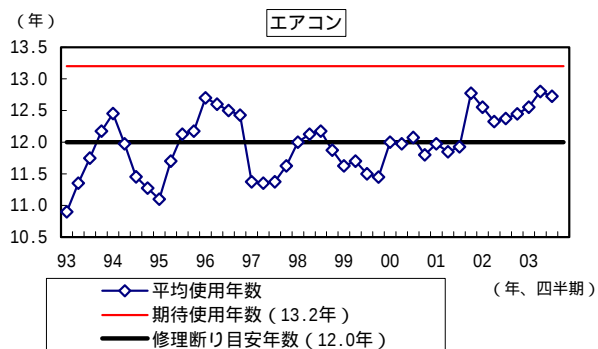
図表 16 平均使用年数・期待使用年数・修理断り目安年数の推移



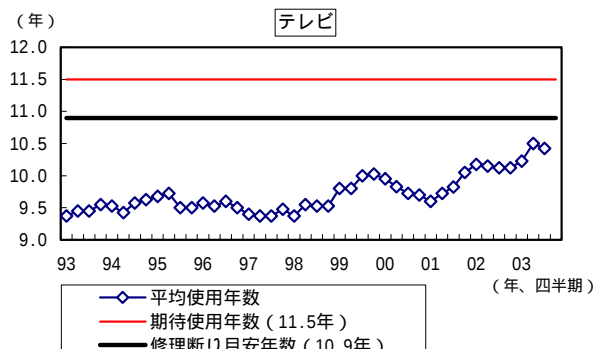
(注) 平均使用年数は4四半期後方移動平均値
期待使用年数と修理断り目安年数は2000年9月時点
(資料) 家電製品協会「家電製品消費者使用実態調査」、
同「家電販売店サービス状況調査」、内閣府「消費動向調査」



(注) 平均使用年数は4四半期後方移動平均値
期待使用年数と修理断り目安年数は2000年9月時点
(資料) 家電製品協会「家電製品消費者使用実態調査」、
同「家電販売店サービス状況調査」、内閣府「消費動向調査」



(注) 平均使用年数は4四半期後方移動平均値
期待使用年数と修理断り目安年数は2000年9月時点
(資料) 家電製品協会「家電製品消費者使用実態調査」、
同「家電販売店サービス状況調査」、内閣府「消費動向調査」



(注) 平均使用年数は4四半期後方移動平均値
期待使用年数と修理断り目安年数は2000年9月時点
(資料) 家電製品協会「家電製品消費者使用実態調査」、
同「家電販売店サービス状況調査」、内閣府「消費動向調査」

「期待使用年数」…手持ちの家電の経過年数と今後使いたい年数の合計値

「修理断り目安年数」…販売店において修理用部品がないために修理を断った製品の、平均的な使用年数

ともに家電製品協会が行なったアンケート調査の結果。

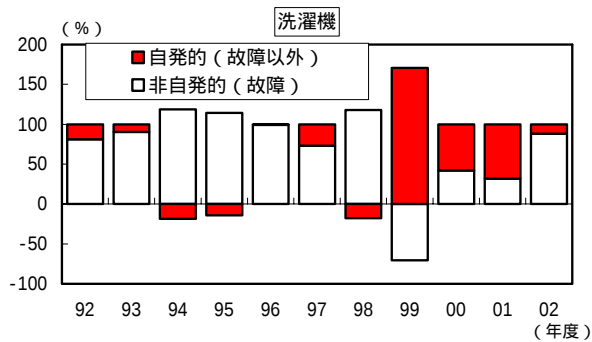
なお、電子レンジの「期待使用年数」は12.0年、修理断り年数は10.0年である。

非自発的な買い替えと自発的な買い替え

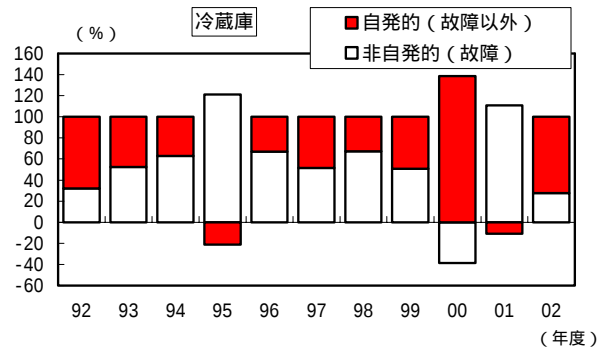
○ 非自発的要因 ～ 故障による買い替え

図表 14 の買い替えの要因分解について、寄与率の年度平均を示したのが図表 17 である。

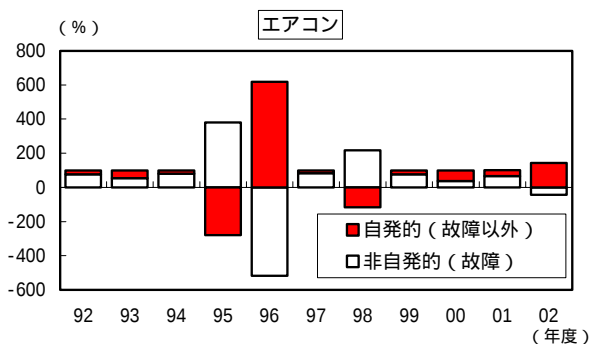
図表 17 寄与率の推移（年度平均）



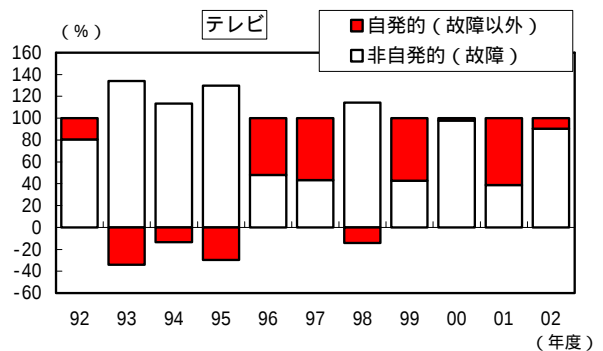
（資料）内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」



（資料）内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」



（資料）内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」



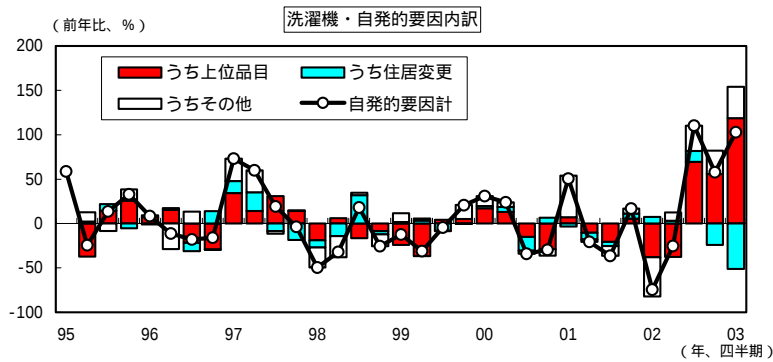
（資料）内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」

図表 17 によると、洗濯機とテレビについては、非自発的要因がより強く影響していることがわかる。洗濯機やテレビは、故障して使えなくなってから買い替えてもそれほど困らない性質があるためと思われる（しかし、洗濯機については、1999～2001 年度にかけて自発的要因の影響が大きくなっている）。一方、使えなくなるとすぐに生活に支障をきたす冷蔵庫は、故障する前に買い替える傾向があると考えられる。エアコンは、2000 年度以降自発的要因の影響が大きくなっている。エアコンの複数保有化はこのころから特に進んでおり（図表 6）故障してから買い替えるのではなく、買い増しに加えて買い替えも計画的に行なわれている可能性がある。

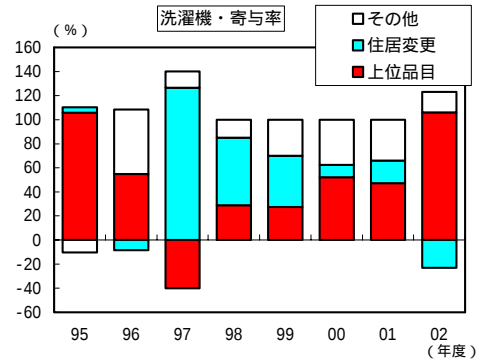
○ 自発的要因

自発的要因を上位品目・住居変更・その他に分解したものが、図表 18 である。

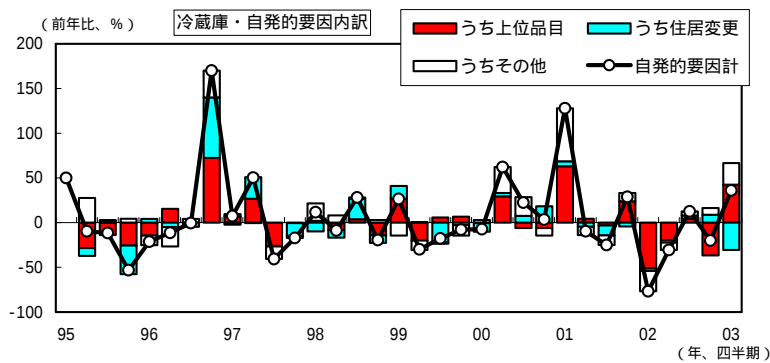
図表 18 自発的要因の内訳



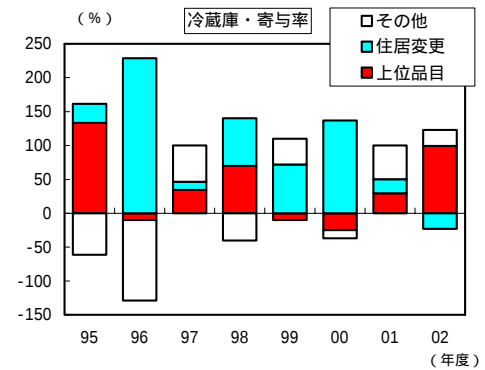
(資料) 内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」



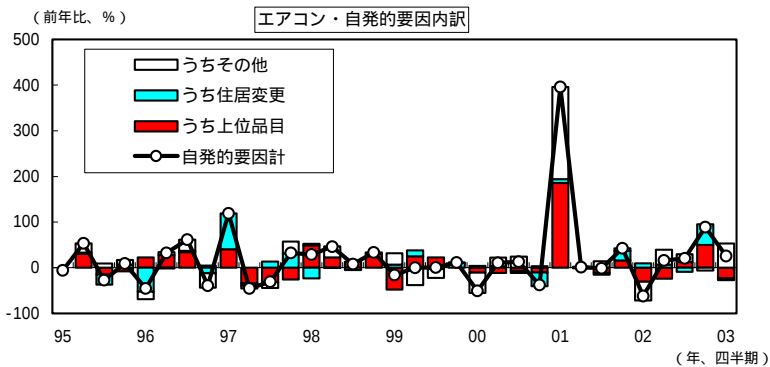
(資料) 内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」



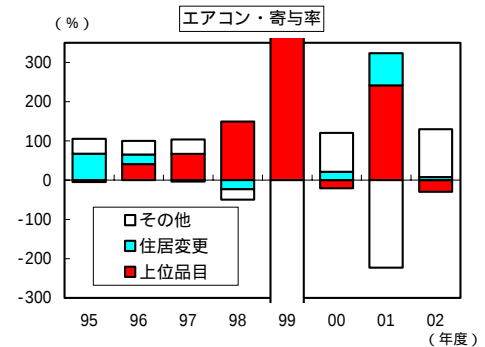
(資料) 内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」



(資料) 内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」

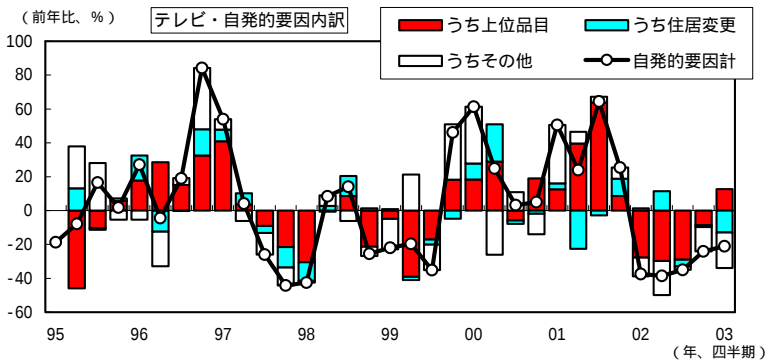


(資料) 内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」

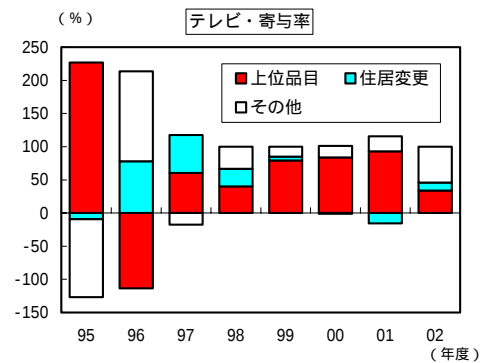


(注) 99年度の寄与率は、上位品目3774.3%、
住居変更1459.1%、その他-5133.4%

(資料) 内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」



(資料) 内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」

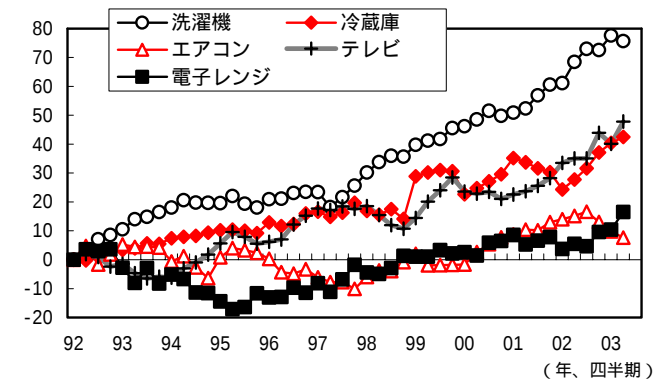


(資料) 内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」

・ 上位品目へのシフト

自発的要因のなかで上位品目へのシフトの影響が平均して大きいのは、洗濯機とテレビである。また、冷蔵庫も年によって差があるものの、比較的影響が大きい。洗濯機・冷蔵庫・テレビは高付加価値化が進んでおり、それが買い替え意欲につながっていると考えられる。特に、洗濯機は1997年ごろから一層の高付加価値化が進んでおり（図表19）、それに伴うように上位品目の寄与率も1998年度以降増加している。

図表19 高付加価値化が進む洗濯機・冷蔵庫・テレビ

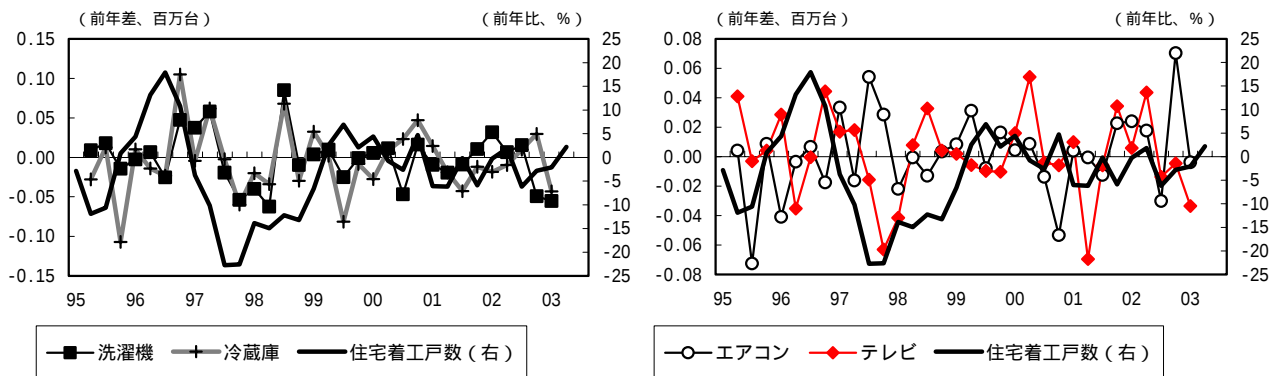


(注) 付加価値 = 購入価格（家計調査） - C P I
C P I と購入価格（家計調査）は1992年1Q = 100として指数化
購入価格は4四半期後方移動平均値
(資料) 総務省「消費者物価指数」、「家計調査報告」

・ 転居による買い替え

転居は、洗濯機と冷蔵庫の買い替えにおいて、多少影響を与えていたようである。しかし、全ての品目で足元の寄与率は低くなっている。住宅着工戸数は伸び悩んでいることも、転居の寄与を下押ししている可能性がある（図表20）。

図表20 住宅着工戸数と「住居変更」に伴う買い替え



(注) 洗濯機・冷蔵庫は「住居変更」を理由とした買い替え台数の前年差
(資料) 内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」、国土交通省「建築着工統計」

(注) エアコン・テレビは「住居変更」を理由とした買い替え台数の前年差
(資料) 内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」、国土交通省「建築着工統計」

・ その他 ～ 制度的要因・天候要因

分析期間内で買い替え需要に影響を与えたと思われる出来事として、1997 年 4 月の消費税率引き上げと 2001 年 4 月の家電リサイクル法施行が挙げられる。そこで、図表 18 で駆け込み需要が最も発生したと思われる 1997 年 1～3 月期と 2001 年 1～3 月期をみると、洗濯機は両方とも「その他」が買い替えを押し上げている。また、冷蔵庫・エアコン・テレビについては、2001 年 1～3 月期は「その他」が買い替えを大きく押し上げている。

以上、5 品目の潜在買い替え需要を顕在化させる要因になるとと思われるものをまとめると、図表 21 ようになる。

図表 21 品目別買い替え需要顕在化要因

	潜在買い替え需要		購入者の買い替え判断			
	ストックの拡大 (90年以降)	耐用年数	非自発的要因	自発的要因		
			故障による買い替え	上位品目へのシフト	転居による買い替え	その他の要因
洗濯機	ストックの拡大は世帯数の増加に伴うもののみ。そのため、拡大のペースは小さいが安定。	耐用年数は、5品目の中で最も短い(10年弱)。	比較的多い(ただし、99～01年は少なかった)	自発的要因のなかでは多い。特に98年にやや寄与率が低下したがその後拡大。	他の品目と比較すると影響があるが、年々弱まっている。	消費税率引き上げ、リサイクル法施行による駆け込み
冷蔵庫	洗濯機と同じ。	期待使用年数と修理断り目安年数の差が最も小さい(0.3年)。耐用年数は12年程度。	比較的少ない	それほど多くない。ただし、02年は大きく寄与。	他の品目と比較すると影響がある	リサイクル法施行による駆け込み。天候要因も多少ある。
エアコン	普及と複数保有化が同時に進行したことから、ストックは急速に拡大。	期待使用年数と修理断り目安年数の差が最も大きい(1.2年)。長期化が最も進んでいると思われる品目。	比較的少ない	それほど多くない。	ほとんど影響はない	リサイクル法施行による駆け込み。天候要因も多少ある。
テレビ	普及過程は終了しているものの、複数保有化が続いていることから、ストックの拡大は続いている。	足元で長期化が進んでいる。耐用年数は11年程度。	比較的多い	自発的要因のなかでは多い。	ほとんど影響はない	リサイクル法施行による駆け込みがみられたが、他の品目ほど突出していない。
電子レンジ	普及過程にあった80年代後半から90年代前半にかけて大きく拡大。足元の拡大のペースは、洗濯機・冷蔵庫と同程度。	耐用年数は、テレビと同程度か。	—	—	—	—

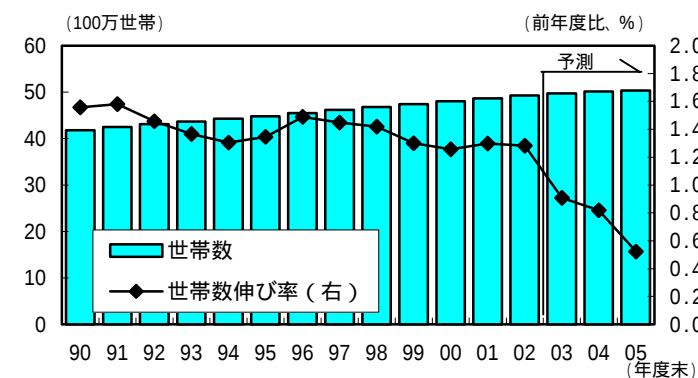
2. 今後の家電購入の考察

今後の家電購入の予測を、図表4で示した購入要因に基づいて行なった。

(1) 世帯数要因

世帯数は前年比1%強の低い伸びが続き、家電購入に与えるプラス効果は限定的だった。国立社会保障・人口問題研究所の「日本の世帯数の将来推計(全国推計・2003(平成15)年10月推計)」によると、2003年度以降の世帯数の伸び率はこれまでよりもさらに低くなる見込みである。世帯数要因による家電購入の拡大は、一段と限定的になることが予想される(図表22)。

図表22 世帯数の推移(予測)

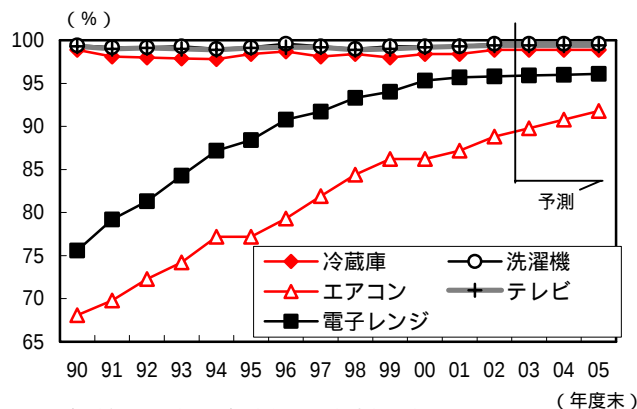


(資料) 総務省「住民基本台帳」、
国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計(2003年10月推計)」

(2) 普及率要因

洗濯機・冷蔵庫・テレビは足元と同水準の100%近くで推移するため、普及率要因による消費の拡大は引き続き期待できない。また、エアコンと電子レンジは足元のトレンドが続くと想定し、電子レンジの普及率は足元の水準でほぼ横ばい、エアコンの普及率は緩やかな上昇が続き、わずかながら消費を拡大させると予想した(図表23)。

図表23 普及率の推移(予測)

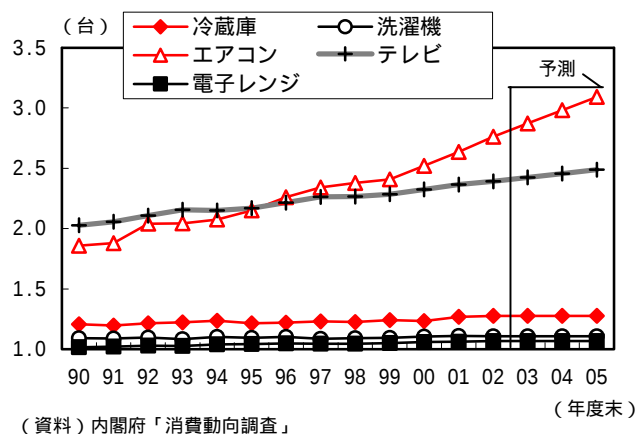


(注) 77年以前は2月末、78年以降は3月末時点の値
(資料) 内閣府「消費動向調査」

(3) 複数保有要因

洗濯機・電子レンジ・冷蔵庫については、一家に一台が基本であり複数保有の動きは広がっていない。そこで、今後についても、複数保有は進まず、一保有世帯あたり保有台数は2002年度と同水準で推移するとした。一方、複数保有化の進んでいるエアコンとテレビについては、足元のトレンドを参考に、今後も複数保有化が進み、消費を拡大させるとした(図表24)。

図表24 保有世帯あたり保有台数の推移(予測)



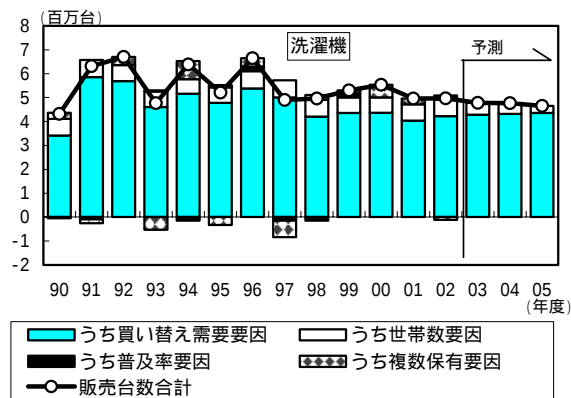
(4) 買い替え需要要因

洗濯機・冷蔵庫・電子レンジの買い替え率は2002年度と同水準とした。エアコンは、2003年度は冷夏だったため買い替えの動きが鈍った可能性があるが、買い替え率は上昇トレンドにあるため、2003年度は2002年度比横ばいとし、2004、2005年度は上昇するとした。テレビの買い替え率は、2002年度は低下したもののトレンドとしては上昇している。テレビはすでに使用年数の長いストックが多いことから、2003年度以降の買い替え率は緩やかに上昇を続けるとした。

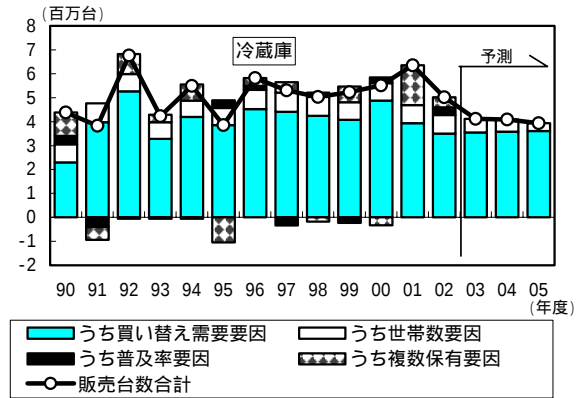
(5) 2003～2005 年度の家電購入（台数）予測

以上の内容を踏まえて算出した 2003～2005 年度の家電購入予測は、図表 25 のとおりとなる。

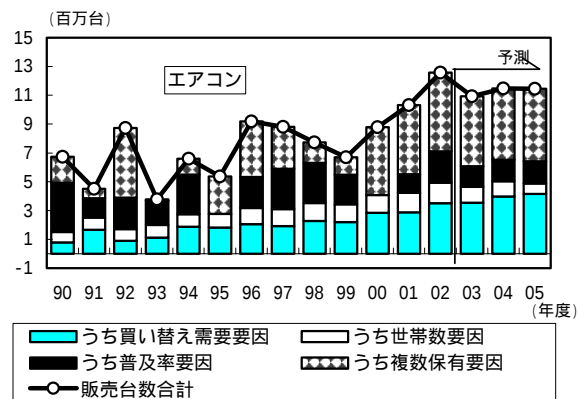
図表 25 買い替え台数の予測



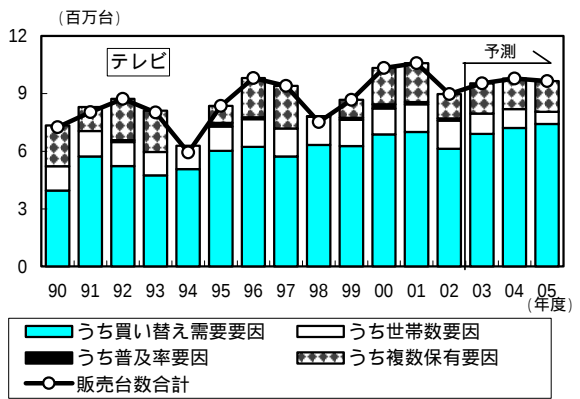
(注) 買い替えは1世帯・1年度あたり1台と仮定
買い替え需要要因 = 世帯数 × 買い替え率 (消費動向調査)
(資料) 内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」



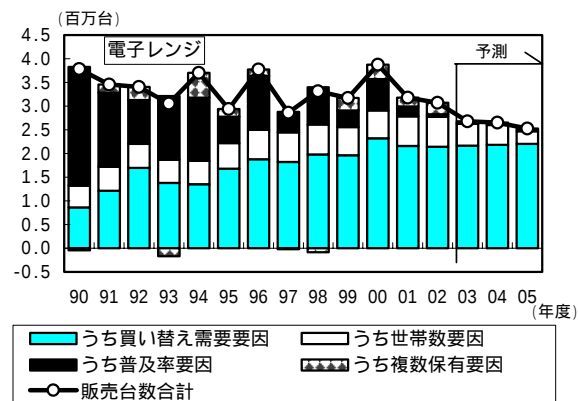
(注) 買い替えは1世帯・1年度あたり1台と仮定
買い替え需要要因 = 世帯数 × 買い替え率 (消費動向調査)
(資料) 内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」



(注) 買い替えは1世帯・1年度あたり1台と仮定
買い替え需要要因 = 世帯数 × 買い替え率 (消費動向調査)
(資料) 内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」



(注) 買い替えは1世帯・1年度あたり1台と仮定
買い替え需要要因 = 世帯数 × 買い替え率 (消費動向調査)
(資料) 内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」



(注) 買い替えは1世帯・1年度あたり1台と仮定
買い替え需要要因 = 世帯数 × 買い替え率 (消費動向調査)
(資料) 内閣府「消費動向調査」、総務省「住民基本台帳」

おわりに

個人消費は、所得や消費者マインドの動向によって決まってくると考えるのが一般的である。たしかに、経済全体の消費動向を考える時にはこうしたアプローチが妥当であろう。しかし、家電購入の場合、所得やマインドといった基本要因だけではなく、それ以外の要因も販売台数に影響してきている。近年では、世帯数要因や普及率要因のプラス寄与はあまり大きくないが、2台目3台目といった複数保有が家電購入を押し上げている。

また、世帯数の増加や普及率の上昇による家電購入の増加が頭打ちになるにつれて、買い替え需要の重要性が高まって、家電購入の下支えの役割を果たしている。買い替え需要は家電の故障によって顕在化することもあるが、魅力的な新製品が投入されることで誘発されることもある。前者については家電の耐用年数が重要であり、後者については耐用年数に加えて、ニューモデルの投入状況や販売価格といった供給サイドの需要掘り起こし努力も重要になってくる。さらに、家電リサイクル法の導入や消費税率の引き上げといった制度問題が家電購入に影響することもある。

家電に限らず自動車も含めた耐久財の販売は大型消費であり、景気との連動性が強いといわれている。たしかに、耐久財を購入できるだけの所得があるということは消費の大前提である。しかし、家電など耐久財の消費動向はさまざまな要因が影響してくるため、景気動向とは異なった動きを示す可能性がある。景気が悪い割に家電の消費動向がよいというときには、こうした所得以外の要因が影響している可能性がある。