

ケータイ・ライフスタイルの研究 (4)

—スマホを所有するシニアのスマホへの「関与」に影響する要因—

飽戸 弘¹ 栗原 一浩² ○水野 一成²

¹ 東京大学名誉教授 ² NTTドコモ モバイル社会研究所

1. 研究背景

ケータイ・ライフスタイルの研究(3)では、「シニア全体」を調査対象とし、スマホを所有する要因について、分析・報告をおこなった。本報告は、シニア全体の3割にあたる「現時点でスマホを所有している人」を調査対象とし、スマホに対してどのような関与(イメージ・態度・こだわり・使いこなし)であるか、分析したものである。我々は2015年10月におこなったシニアの生活実態調査の分析において、スマホ所有者のスマホへの関与が4つのクラス「積極派」「実用派」と「不満派」「消極派」に分かれた結果に注目し、同じスマホ所有者でありながら、何故このように分かれたのか、新たに調査・分析をおこなった。

2. 調査概要

調査時期：2017年3月 調査対象：全国、60～79歳男女 調査方法：web調査

標本抽出法：QUOTA SAMPLING 性別(5歳刻み)・年齢・居住エリアで割付 2,938サンプル回収

3. 調査分析手法

①スマホを所有するシニアのスマホへの態度・関心などを調査するため、(株)NTTドコモ・モバイル社会研究所では、中川[1]が作成した「関与スケール」を基に、2013年の内容をスマートフォンに置き換え「ドコモ版関与スケール」[2]を設定した。さらに2015年に「ドコモ版関与スケール」をシニア向けにアレンジし、「シニア版関与スケール」を設定した。このスケールと同じものを今回利用し、調査を行った。さらに「シニア版関与スケール」の回答を元に、因子分析(因子抽出法：主因子法、回転方法：バリマックス回転)を実施した。因子分析から得られたデータの因子得点より非階層クラスタ分析(方法：K-means法)を行い、その結果4つのクラスタを抽出した。

②また、スマホの関与のクラスタがどのような要因で分かれたのか、2015年に実施した訪問留置調査(シニアの生活実態調査)、定性調査、シニアへのヒアリング調査や先行研究を元に、相関の強そうなものは何かを、仮説を立て議論し、「ライフスタイル」「スマホ利用」「属性」に関わる項目を①と同時に調査した。その調査の結果を、数量化理論第Ⅱ類を用いて分析をおこなった。

4. 調査結果

スマホへの関与に関する調査結果の単集計を表1に示す。「スマホを便利と感じる」は9割弱、「身の回りにないと困る」と答えた人が7割弱に上った一方、「費用が高い」が8割弱、「操作が難しい」と答えた人も5割弱に及んだ。さらに「カッコイイ」「新製品が気になる」は2割強となった。

シニアのスマホ所有者は、生活に欠かせないツールとなっている一方、費用が高い・操作が難しいというネガティブ要素も同時に持ち合わせている状況が明らかとなった。

表 1：スマホへの関与単集計（そう思う、まあそう思う）と答えた比率） n=2,938

持っていることが便利と感じる	87.1%	毎月の費用が高いと感じる	76.4%
常に身の回りにないと困る	67.6%	操作が難しいと感じる	48.6%
持っていたり利用したりすると見栄えがする（カッコイイ）	22.1%		
新製品が発売される情報は気になる	21.7%		

次に、シニアのスマホへの関与 6 項目について因子分析を試みた結果、特定された因子は「利用重視」「外見重視」「ネガティブ」の 3 つである。これら 3 つの因子を用いてクラスタ分析を行った結果、表 3 に示す 4 つのクラスタが析出された。それぞれのクラスタについて、外見重視と利用重視が両方とも高い「S1:積極派」、外見重視は低い、ネガティブ因子も低い「S2:実用派」、ネガティブ因子が高い「S3:不満派」、そして利用重視・外見重視が伴に低い「S4:消極派」が抽出された。各クラスタの因子得点の平均値は表 2 に示す。

表 2：スマホへの関与クラスタ分析

		S1:積極派	S2:実用派	S3:不満派	S4:消極派
N		713	898	1,040	287
人数構成比		24.3%	30.6%	35.4%	9.8%
因子	利用重視	0.4	0.1	0.1	-1.7
	外見重視	1.0	-0.4	-0.3	-0.4
	ネガティブ	-0.2	-0.6	0.7	-0.2

スマホを使いこなし、見栄えやスマホの新情報にも高い関心を示した「積極派」やスマホへの不満が少なく利用している「実用派」が合わせて、5 割を超えたのに対し、ネガティブの要素が強い「不満派」に、利用重視・外見重視も伴に低い「消極派」を合わせると 5 割弱に及んだ。では、何故同じスマホを所有しているが、このようなクラスタに分かれたのか、表 3 の目的変数とスマホの関与 4 つのクラスタを説明変数とし、数量化理論第 II 類を用いて分析をおこなった結果が表 4・5 である。

表 3：説明変数の概要

大別	スケール	概要
ライフスタイル	イノベータ得点[2]	イノベータスケールに関する 4 項目の回答結果を得点化
	即時－遅延志向[2]	即時－遅延志向に関する 2 項目の回答結果を得点化
	経済的ゆとり	—
	日々の活動クラスタ[3]	地域活動・カルチャースクールへの参加・人との交流 それぞれ 2 項目の回答結果より、因子を抽出、クラスタ化
スマホの利用	スマホの保有期間[4]	保有状況の分布を元に尺度を作成
	所有きっかけ	スマホ所有者へのヒアリング、定性調査、他の調査を元に オリジナル尺度を作成
	習得方法	
	今後への意欲	
	最初の 1 週間の利用	
属性	年代	—

表4：数量化理論第2類を用いたスマホへの関与カテゴリーの判別結果

アイテム名	偏相関係数	カテゴリーウエイト	消極・不満<=		=>実用・積極	
			-0.6	0	0.8	
1 最初の一週間の利用	0.18	アプリまで 電話・メール 電話 メール 使っていない	-0.57	-0.17	0.39	
2 今後への意欲	0.16	ある ある程度 現状維持・ない	-0.20	-0.17	0.57	
3 イノベータ得点	0.16	高 中 低	-0.34	-0.07	0.51	
4 スマホの保有期間	0.16	6ヵ月未満 3年未満 5年未満 5年以上	-0.55	-0.15	0.22	0.49
5 スマホ所有のきっかけ	0.12	使いたい機能があった 料金が安い 家族・友人の勧め ガラケーが使えなくなった 何となく変えた	-0.13	-0.16	-0.14	0.34
6 スマホ利用の習得	0.11	手探りのみ 説明書・参考書 家族・知人に聞く 販売店・コールセンター	-0.20	-0.18	0.24	0.25
7 日々の活動クラス	0.04	積極派 地域で活躍 教室でいきいき 仲間家族中心 消極派	-0.07	-0.10	-0.18	0.09
8 即時-遅延志向	0.04	即時傾向 中間 遅延傾向	-0.04	-0.06	0.10	
9 年代	0.04	60代前 60代後 70代前 70代後	-0.05	-0.13	0.06	0.05
10 経済的ゆとり	0.03	ある ある程度 あまり ない	-0.03	-0.11	0.09	0.06

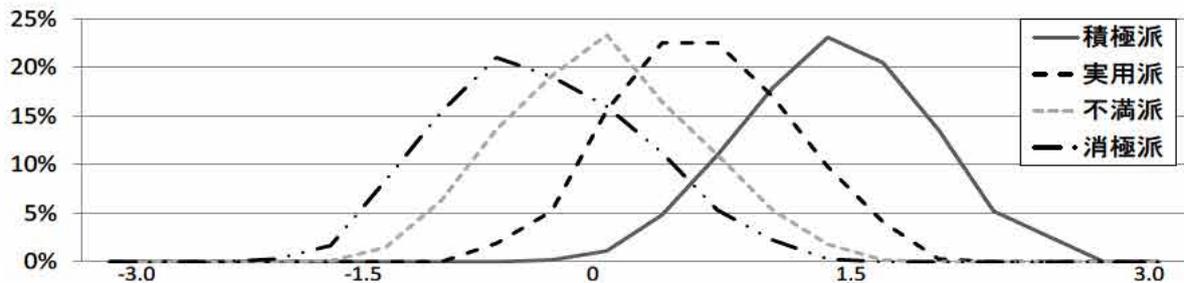
(判別的中率：53.5% 相関比：0.21)

分析の結果の中で、3つの軸でモデル式が算出されたが、1軸モデルの式の累積寄与率が59.0%と高いため、ここでの説明はこの1軸の結果を用いておこなう。1軸のスマホへの関与クラスターの平均から、正の値が大きい順(表4のカテゴリーウエイトが右側)にスマホへの関与クラスターが「積極派」「実用派」「不満派」「消極派」と並んだ。また、偏相関係数の大きさから、スマホへの関与に影響が最も大きいアイテムは「最初の1週間の利用」であった。スマホ購入から1週間以内に、アプリまで利用すると関与のクラスターが「積極・実用派」に、使っていない或いは、電話のみ利用であると、「不満・消極」へウエイトが移る。他、影響が大きいアイテムとしては「今後の活用への意欲」や「イノベータ得点」「所有期間」、さらに「どのようなきっかけで所有したか」や「操作の習得方法」と続いた。

一方、影響が最も少ないアイテムは、「経済的ゆとり」であった。シニアが主観として捉える、経済的ゆとりのある・なしは、スマホへの関与のクラスターに分かれた要因としては小さい。続いて、「年代」「即時遅延得点」「日々の活動クラスター」となった。「日々の活動クラスター」は、スマホを保有する要

因としては高かったが、所有者の関与への影響は低い。また「年代」の影響も小さい。スマホを所有しているのは60代が中心であるが、スマホを所有している人のスマホへの関与については、年代間の差異は小さい。60代70代問わず各クラスがほぼ同じ割合で存在した。これは70代においても60代同様、「操作の習得方法」等によって、「積極・実用派」になる可能性があることが示唆された。

表5：数量化理論第2類を用いたスマホへの関与カテゴリーの判別グラフ



5. 考察

スマホを活用する効果はさまざまあるが、その一つにコミュニケーションツールとしての役割がある。2015年シニア調査[5]において我々は、「ICTを利用することがシニアにおいても人と人との関係を広げ、深める」という結果を得ている。つまり、超高齢社会が進行している中で、大きな社会的課題である「高齢者の孤立」に対し、スマホ利用が重要な役割を果たす可能性を持っていることから考えると、スマホを持つ人が増えることが課題へのアプローチとなるのではなく、積極的に活用する割合が増えることが重要ではないだろうか。積極派を増やすためには、販売店や家族・友人からのサポートだけではなく、自力で調べることができる説明書や参考書の充実が欠かせない。このような取り組みが、高齢者のデジタルデバイト[6]解消への一助となるのではないだろうか。

さらに、スマホは情報検索ツールとしての役割を持つ。既にスマホ所有者の3割が地図アプリなどを利用しているが、このような活用はシニアの生活をより豊かに楽しくしてくれる。またスマホの特徴である、プッシュ型の機能を利用すれば、災害時の安否確認、健康状態を家族・かかりつけ医と共有するなど安心・安全にも効果が期待される。

今回の調査によって操作性については半数が難解と感じており、スマホが十分活用できていない可能性があることが明らかになった。そのような課題をどう解決していくか、何が必要とされているのかは、今後の研究の課題と言えよう。

6. 参考文献

- [1] 中川秀和(1994)「購買行動と関与」 飽戸弘編著『消費行動の社会心理学』 福村出版 120-151.
- [2] 飽戸 弘・他(2013) 「スマートフォン利用へのライフスタイルアプローチ (2) - 「製品関与」の構造と類型-」『日本行動計量学会 第41回大会抄録集』, 8-9
- [3] 飽戸 弘著者(1987)『社会調査ハンドブック』 日本経済新聞出版社, 300-301
- [4] 株式会社NTTドコモ モバイル社会研究所(2016)『データで読み解くスマホ・ケータイ利用トレンド2016-2017 ケータイ社会白書』 中央経済社, 30
- [5] 飽戸 弘・他(2016)「シニアのICT利用に関するライフスタイルアプローチ(1)-シニアの「日々の活動」と「人間関係」による類型化の試み-」『日本行動計量学会 第44回大会抄録集』, 1-12
- [6] NHK放送文化研究所 (2017)『放送研究と調査 2017年4月号』 NHK出版, 2-19