

アクティブシニアの実態に迫る

～「ライフスタイル」「コミュニケーション」から見た多様な方法での情報収集・伝達～

株式会社NTTドコモ モバイル社会研究所

目次

- 調査結果 1 : シニアの日々の活動
- 調査結果 2 : アクティブシニアのライフスタイル
- 調査結果 3 : アクティブシニアのニュース情報源
- 調査結果 4 : アクティブシニアのコミュニケーション
- 調査結果 5 : アクティブシニアのICT利活用

■ 調査結果

1-1 アクティブシニアは女性が6割、70代前半が最も多い

アクティブシニアという言葉をよく耳にするようになったが、アクティブシニアはどのようなライフスタイルで、どのようなコミュニケーションをとっていて、他のシニアとどのような違いがあるのか、モバイル社会研究所が2017年に調査した結果をもとに、考察してみる。

まず、『アクティブシニア』だが、我々が作成した「日々の活動」に関する質問の回答結果より、定義付けたい。調査では「地域活動への参加」「カルチャースクールへの参加」「家族・仲間との交流」それぞれ2問ずつ聞き、その回答結果をもとに統計的分析を行ったところ、シニアを5つのグループに分かることができた(図1)。そのグループの中でも、家族・仲間との交流だけでなく、地域活動やカルチャースクールにも参加しているグループ(図1の1～3に該当)をアクティブシニアと定義付け、分析を行うこととした。

	設問の回答			グループ名	構成比
	地域活動への参加	カルチャースクールへの参加	家族・仲間との交流		
1	○	○	○	積極派	12%
2	○	×	○	地域で活躍	16%
3	×	○	○	教室でいきいき	14%
4	×	×	○	仲間・家族中心	23%
5	×	×	×	消極派	36%

アクティブシニア

図1 日々の活動を元にしたシニアのグループ分け

このアクティブシニアは、女性の割合が高く、6割を占める。年代では70代前半の構成比がやや高い。過去の調査においても、あらゆる活動が70代前半に最も高くなる傾向があり今回も同様の結果が出た(参考①)。

2 — アクティブシニアは時間的・経済的ゆとりが高い

アクティブシニアをライフスタイルの面から分析し、実像に迫ってみる。まず、「時間・経済的ゆとり」であるが、アクティブシニアの内、8割超が時間的ゆとりがあり、約半数が経済的ゆとりがあると答えた。これは、他のシニアと比較し、それぞれ1割以上高い結果となった(図2・3)。さらに現在の仕事を聞くと、約4割が有職となった。これは他のシニアと大きな差異は見られない。現在無職の人に限り、今後への仕事の意欲を聞いたところ、2割弱があると答えた。これは、他のシニアの半数程度である。(参考②③)

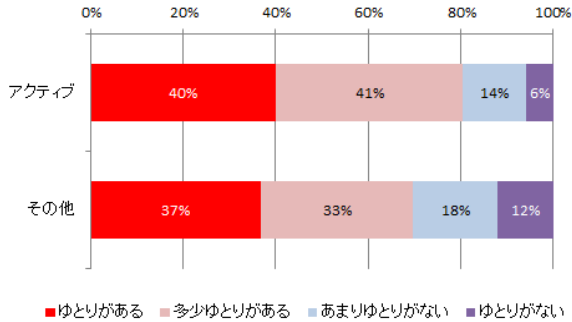


図2 時間的ゆとり

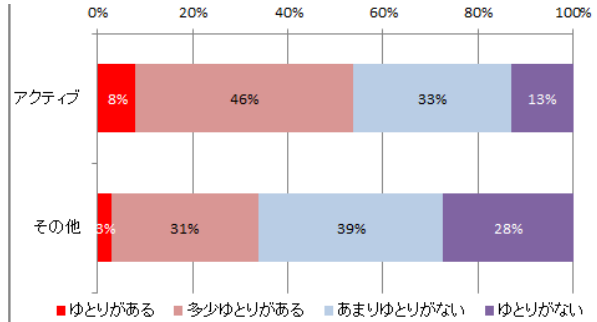


図3 経済的ゆとり

この結果から、アクティブシニアの多くは時間的ゆとりがあるが、その時間を生かし、現在無職の人が仕事へ意欲をみせてはいない結果となった。

3 — アクティブシニアの情報源はマルチ

もう少し別の観点から、考察してみる。ニュースの情報源が何であるかを聞いてみた。その結果、アクティブシニアは他のシニアより、マスコミ(テレビ・新聞)だけでなく、人伝、webからも情報を得ている割合が高い。(図4)

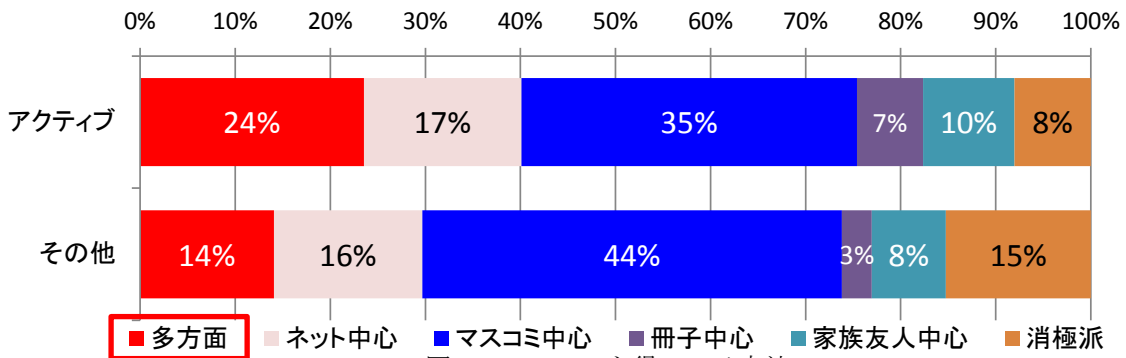
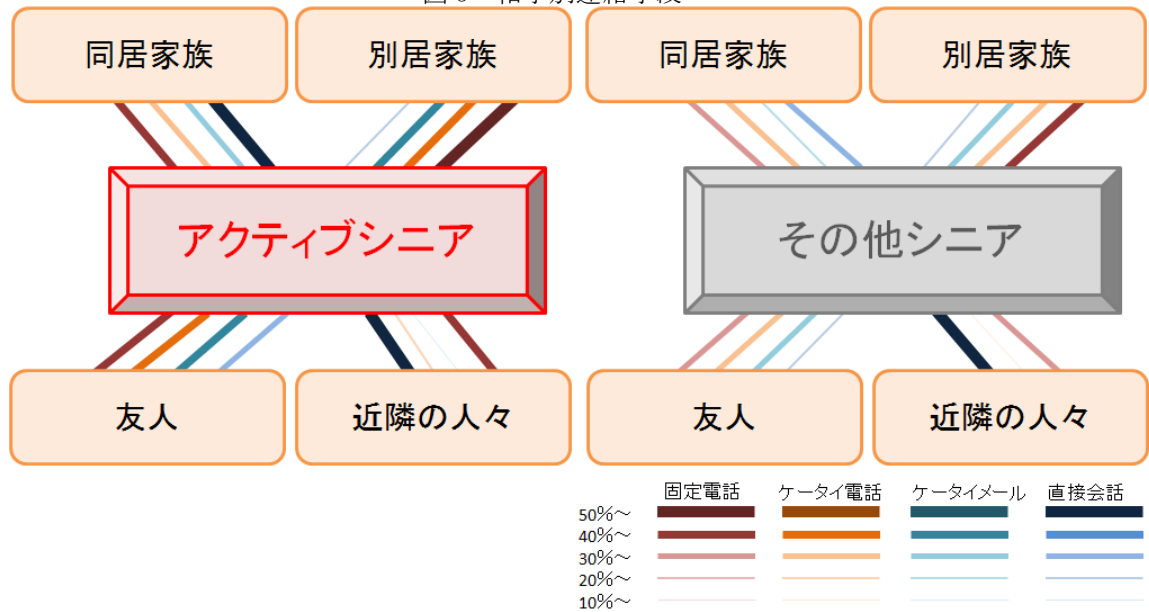


図4 ニュースを得ている方法

4 — アクティブシニアのコミュニケーション

アクティブシニアは誰と何を使って、コミュニケーションをとっているか。まず、連絡を相手(同居家族、別居家族、友人、近隣の人々)別とっているか聞いたところ、どの相手も9割程度が連絡していると答えた。これは他のシニアと比較しても大きな違いはなかった。(参考④)次に、それぞれどのような手段で連絡をとるか聞いた。その結果、アクティブシニアと他のシニアで比較すると、誰が相手であっても「直接会って話す」はあまり変わらない。ただ、「固定電話」や「ケータイでの電話」「メール」など、対面以外でのコミュニケーションツールを利用した方法も用いていることが明らかになった。(図5参考⑤)

図5 相手別連絡手段



5 — アクティブシニアのスマホ所有は36%、未保有者も高関心

最後にアクティブシニアのICT利用状況をみていく。スマホ所有率は36%、フィーチャーフォンの所有率は約6割と、約9割がどちらかのモバイル端末を所有している。スマホに関していえば、他のシニアも所有率33%とほとんど変わらないが、スマホに対して「不満（料金が低い・難しい）」と感じている割合が、アクティブシニアの方が10%以上低い。さらに現在スマホを未保有であっても、スマホに関心がある割合はアクティブシニアが他のシニアより、10%以上高い。（図6・7）

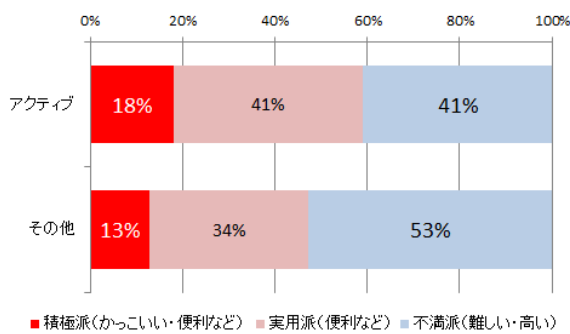


図6 スマホ保有者のスマホへのイメージ

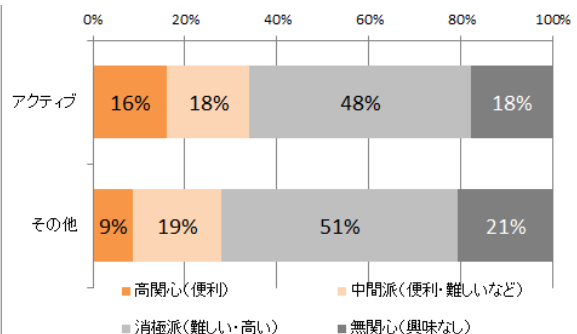


図7 スマホ未保有者のスマホへのイメージ

次にサービスの利用状況をみていくと、「メール」や「災害情報」の利用が、他のシニアに比べ、10%以上高い。さらに現在利用していないが、今後利用してみたいサービスとして「ホームサービス」が他のシニアより特に高い傾向にあった。（参考⑥）

今回の調査より、アクティブシニアは他のシニアよりも、多様な方法での情報収集・連絡方法を活用している現状がみえてきた。さらに、ICTの利用状況はあまり差異がないが、今後への意欲は旺盛であった。

■調査概要（調査名 シニア調査 訪問留置調査）

調査時期 : 2017年1・2月 調査対象 : 関東1都6県、60～79歳男女
 標本抽出法 : QUOTA SAMPLING 性別・年齢・都市規模で割付 506 サンプル回収

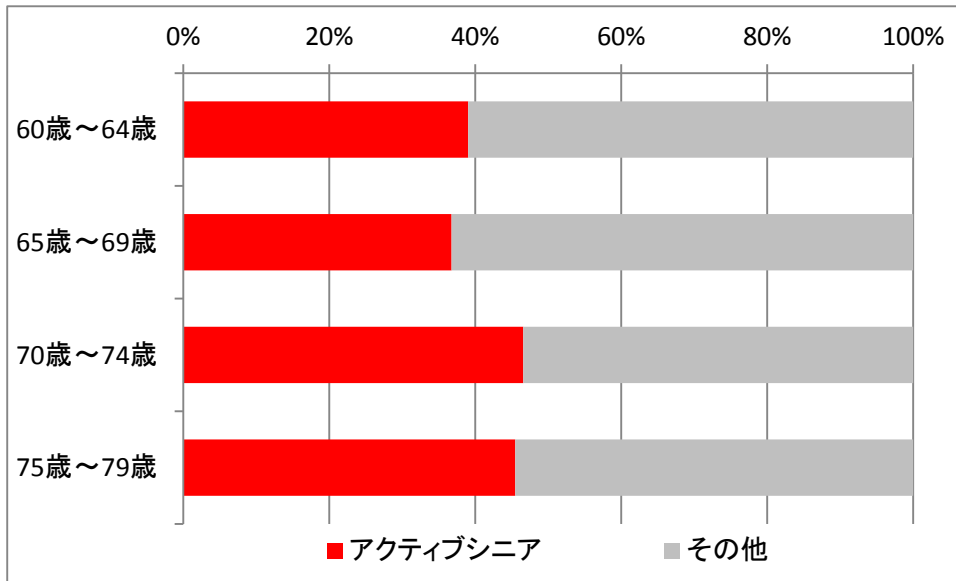
■問い合わせ先

詳細なデータ、質問項目など、ご不明な点がございましたら、下記までご連絡ください。

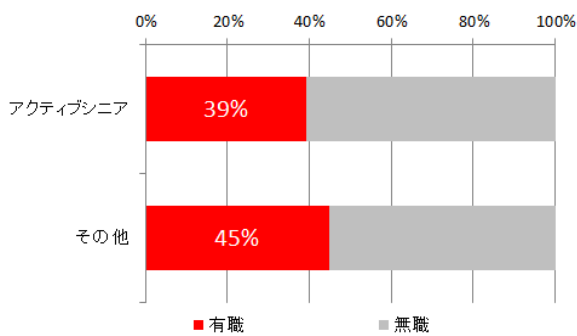
株式会社NTT ドコモ モバイル社会研究所 msri-inq-ml@nttdocomo.com

■参考データ

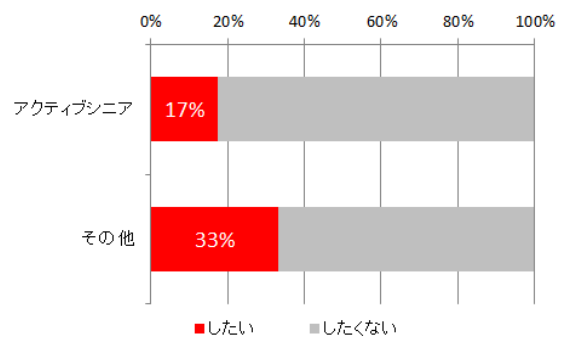
①年代



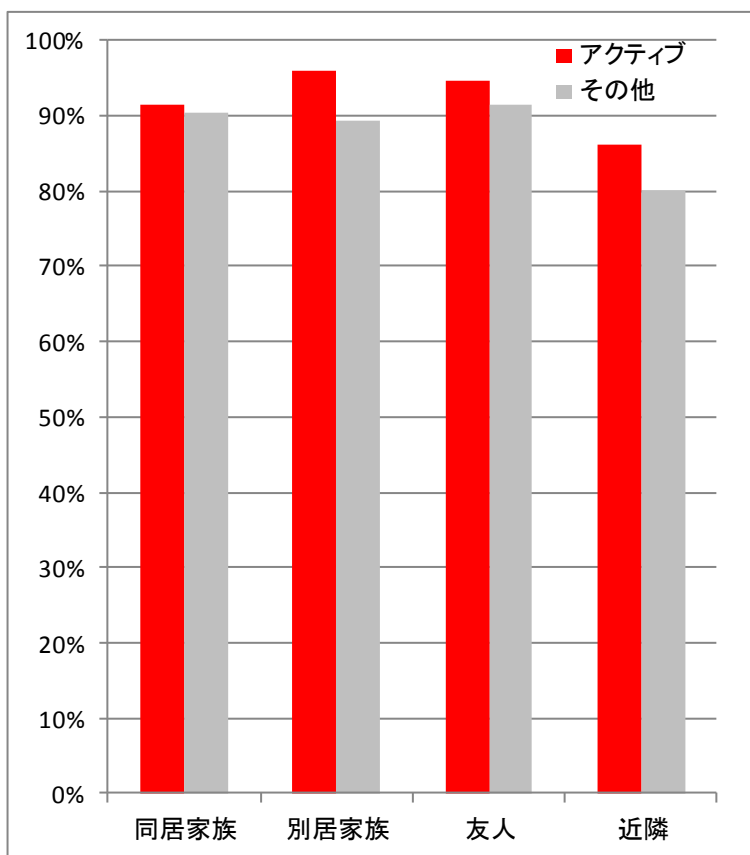
②就労状況



③就労への意欲 (現在無職の人)



④連絡のおこなっている



⑤連絡のおこなっている

	同居家族		別居家族	
	アクティブ	その他	アクティブ	その他
固定電話	44%	32%	58%	47%
ケータイ電話	34%	31%	42%	39%
パソコンメール	2%	1%	6%	2%
ケータイメール	33%	25%	40%	31%
LINE	13%	12%	18%	13%
直接会う	53%	49%	23%	22%
	友人		近隣の人々	
	アクティブ	その他	アクティブ	その他
固定電話	41%	33%	43%	32%
ケータイ電話	43%	37%	21%	14%
パソコンメール	11%	8%	1%	0%
ケータイメール	49%	36%	14%	7%
LINE	13%	13%	3%	2%
直接会う	33%	22%	63%	63%

⑥ICTサービスの利用・意向（現在利用はしていないが今後利用したい）

	利用率			意向率		
	アクティブシニア	その他	差分	アクティブシニア	その他	差分
メール	81%	66%	14%	2%	2%	0%
情報検索	54%	48%	6%	11%	7%	5%
地図	47%	40%	6%	16%	15%	1%
災害情報	37%	26%	10%	11%	8%	3%
SNS更新発信	28%	21%	6%	2%	1%	1%
写真ビデオレター	27%	20%	7%	12%	8%	4%
動画音楽	23%	15%	7%	6%	6%	1%
品物注文	22%	22%	0%	7%	3%	4%
投資	11%	8%	3%	1%	2%	-1%
ゲーム	9%	8%	1%	1%	2%	-1%
健康アドバイス	5%	4%	2%	17%	18%	-1%
書籍	3%	2%	1%	7%	7%	0%
ホームサービス	0%	0%	0%	26%	18%	9%
仕事紹介	0%	1%	-1%	4%	2%	2%
安否確認	0%	0%	0%	11%	10%	1%