



高齢者のスマートフォンの関与と生活満足度の関連

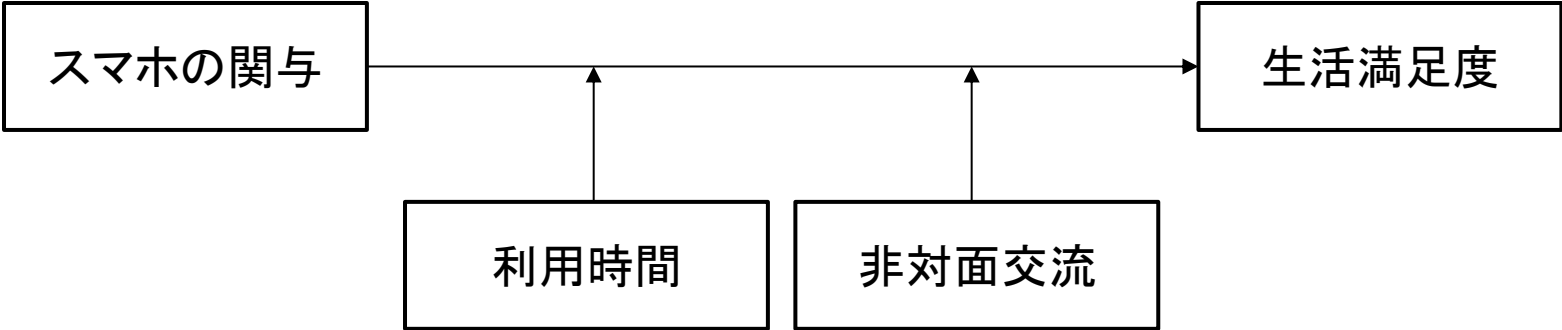
- 水野 一成 (株式会社N T Tドコモ モバイル社会研究所)
近藤 勢津子 (株式会社N T Tドコモ モバイル社会研究所)
廣瀬 通孝 (東京大学名誉教授)

目的

スマホへの関与（イメージ・距離感）の違いにより
生活満足度に差が生じているか、明らかにする

調査概要

調査時期	2025.1
調査方法	訪問留置調査法
調査対象	全国,60～84歳
割付	性別・年齢・地域・都市規模
回答数：分析対象（スマホ所有者）	1300：1096人



1 .製品の関与スケールが基

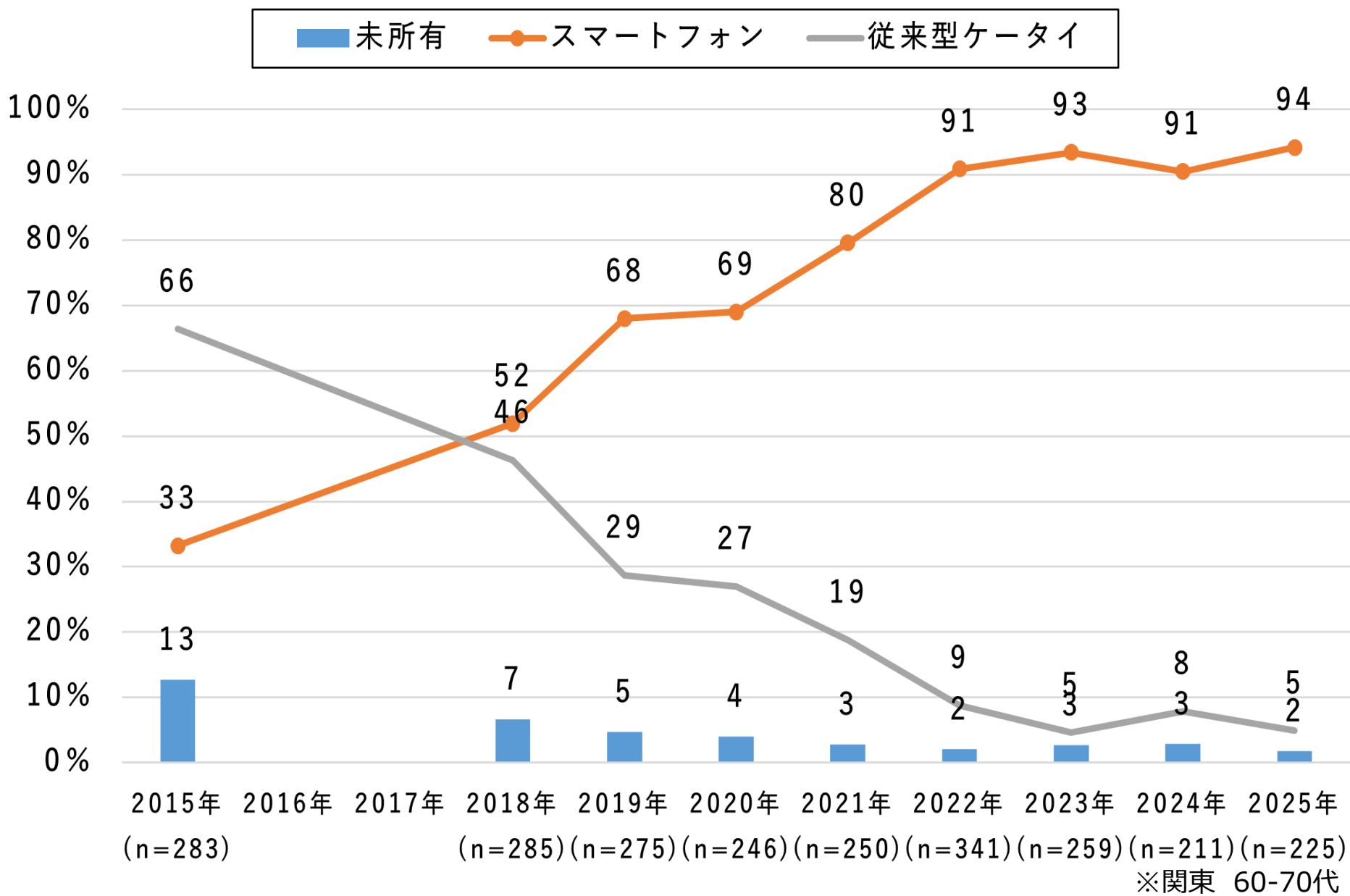
中川秀和(1994)「購買行動と関与」 飽戸弘編著『消費行動の社会心理学』 福村出版 120-151.

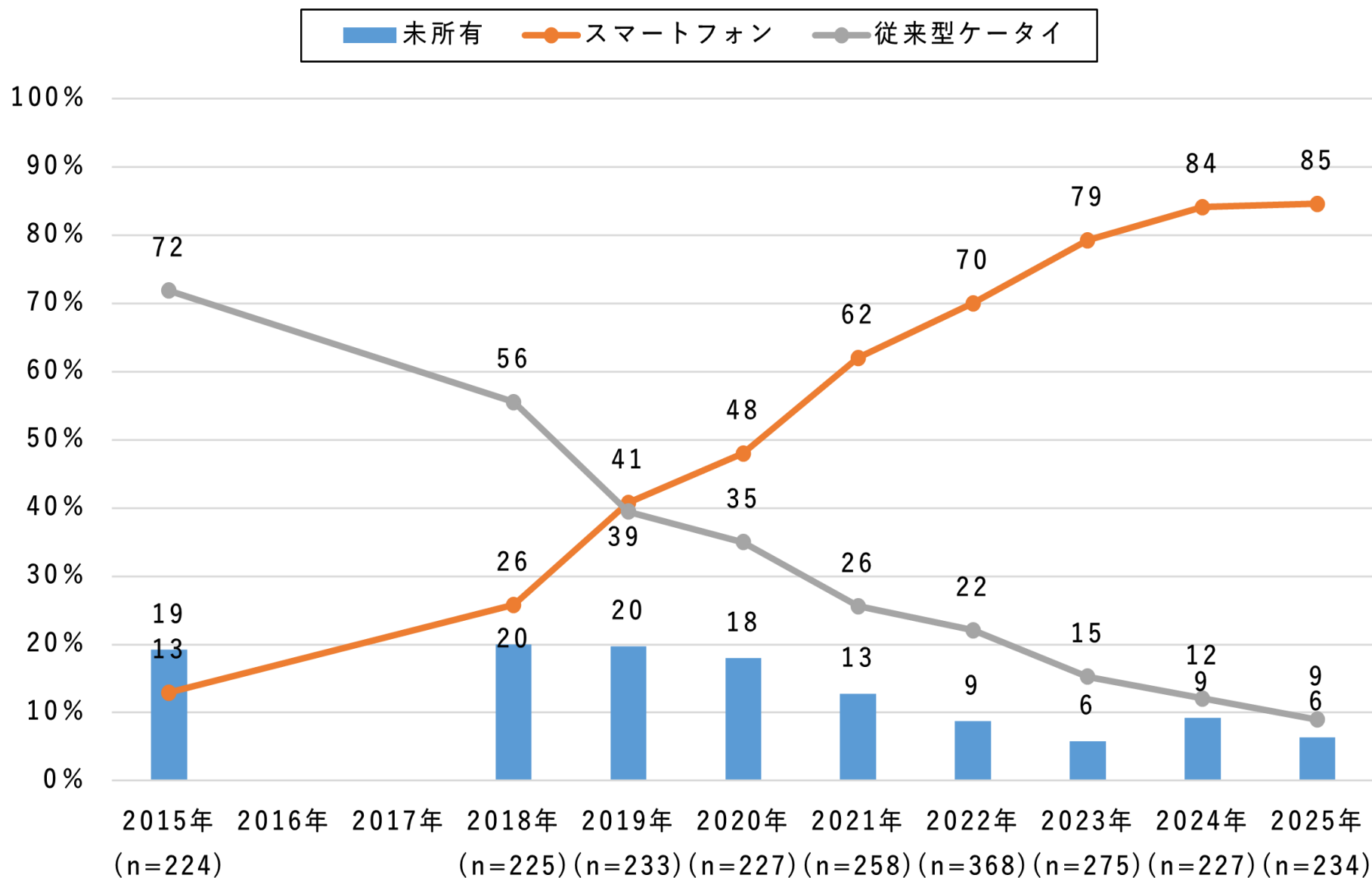
2 . 2013年にスマートフォンに置き換え「ドコモ版関与スケール」を作成

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

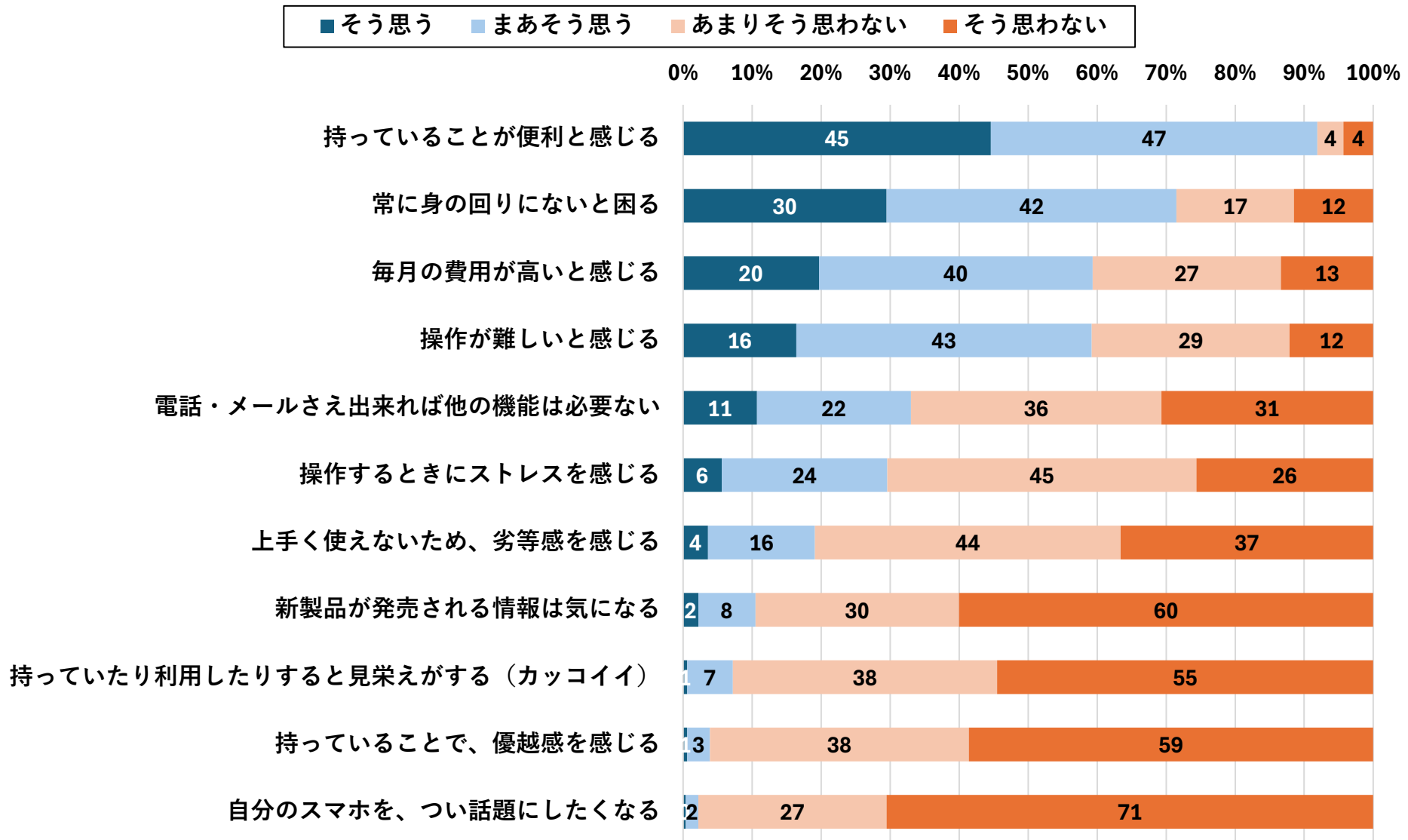
3 . 2015 年に「ドコモ版関与スケール」をシニア向けに修正し、「シニア版関与スケール」を作成

水野一成・他(2017)日本行動計量学会 第45回大会（静岡県立大学）2017年9月1日

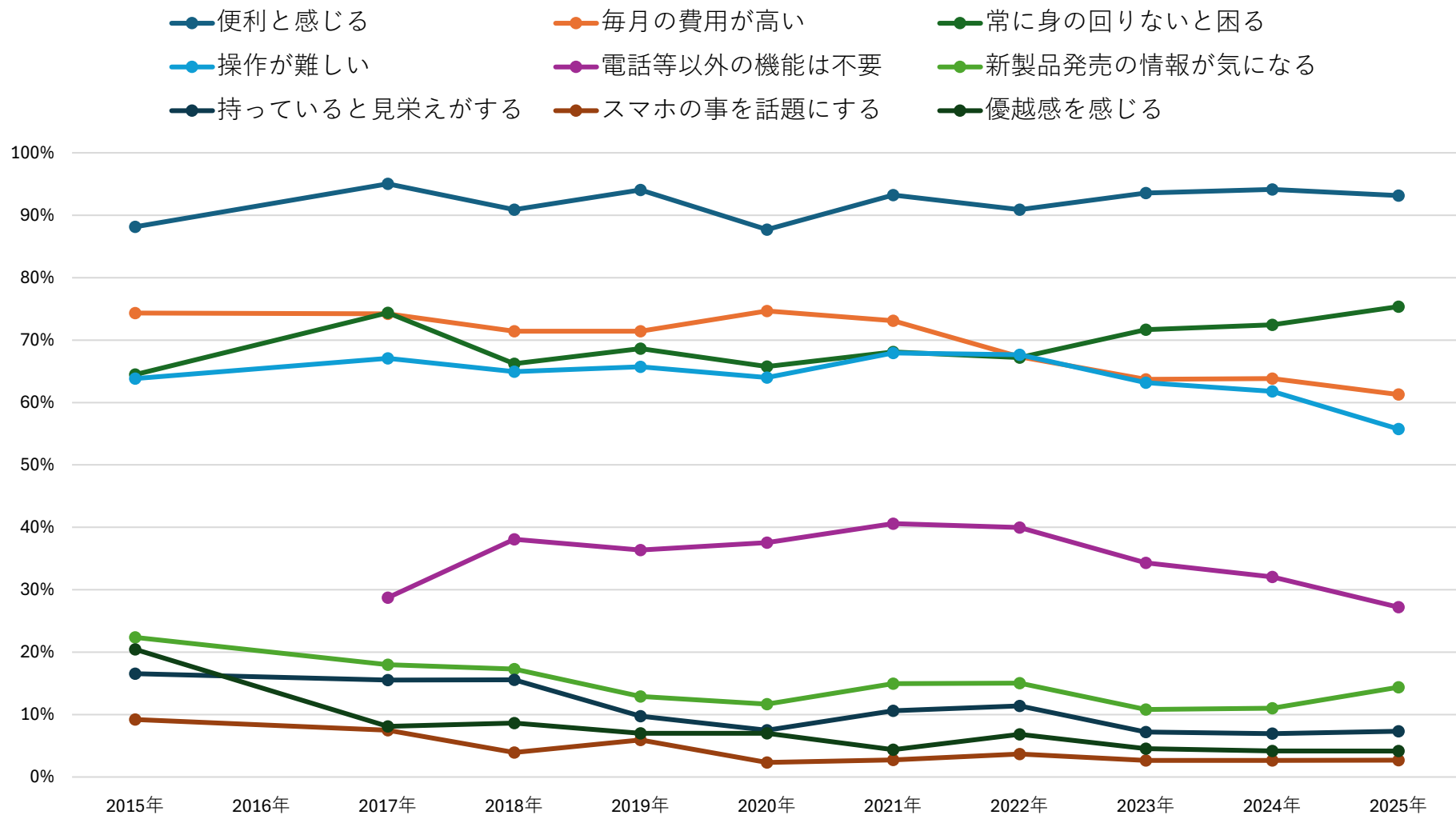




「便利に感じる」「身の回りにないと困る」は7割以上がそう思うと回答



近年「操作が難しい」「料金が高い」「電話等以外の機能は不要」が減り、
「常に身の回りないと困る」が増える傾向



「ネガティブ」「実用」「魅力」の3因子が抽出される

	ネガティブ	実用	魅力
操作するときにストレスを感じる	0.80	-0.04	0.09
操作が難しいと感じる	0.77	-0.01	-0.08
上手く使えないため、劣等感を感じる	0.70	-0.02	0.24
電話・メールさえ出来れば他の機能は必要ない	0.35	-0.29	-0.15
毎月の費用が高いと感じる	0.32	0.11	0.08
常に身の回りにないと困る	0.03	0.78	0.22
持っていることが便利と感じる	0.04	0.62	0.05
新製品が発売される情報は気になる	-0.06	0.22	0.60
持っていたり利用したりすると見栄えがする	0.18	0.05	0.45

因子抽出法: 主因子法

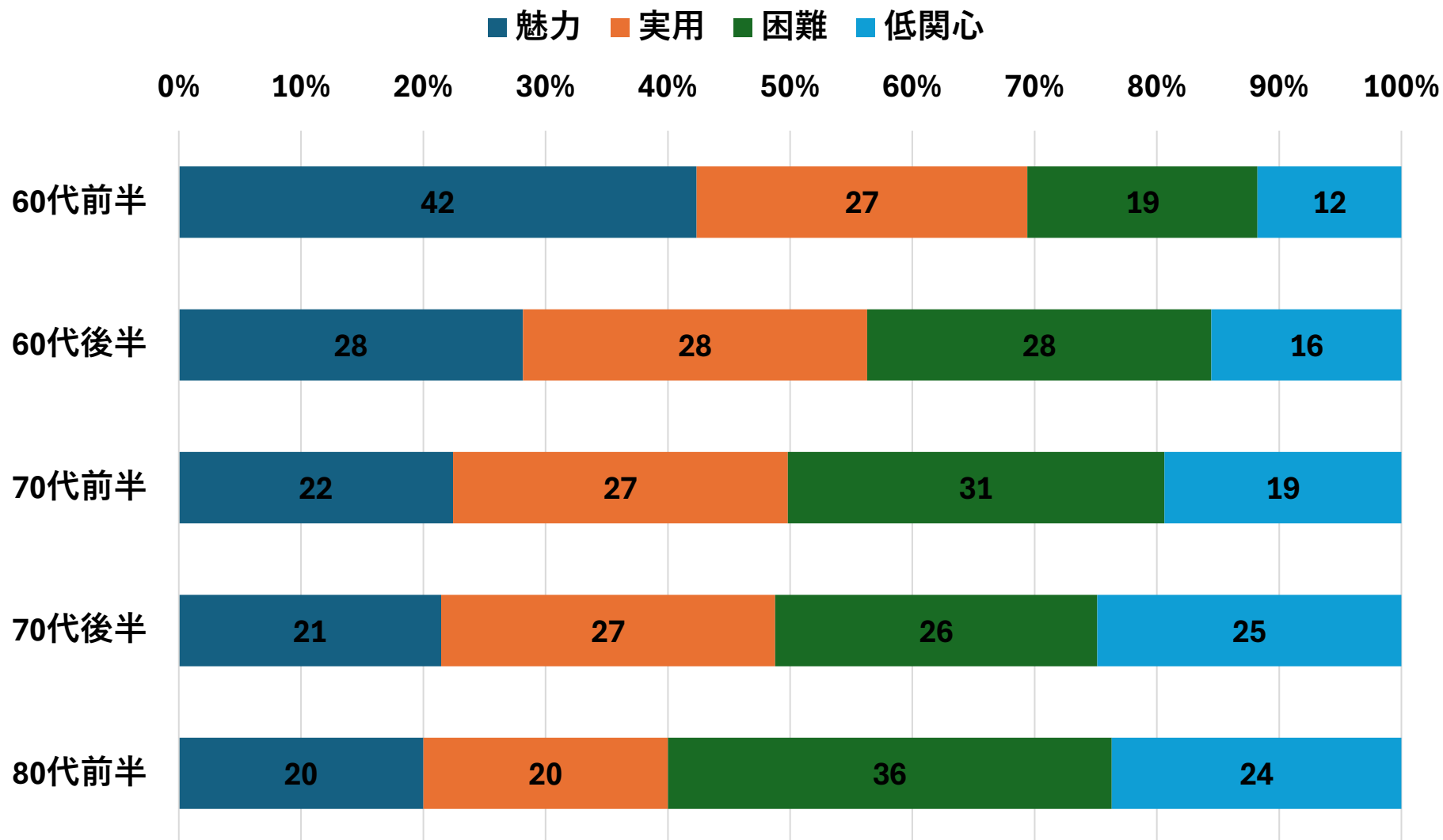
回転法: Kaiser の正規化を伴うバリマックス法

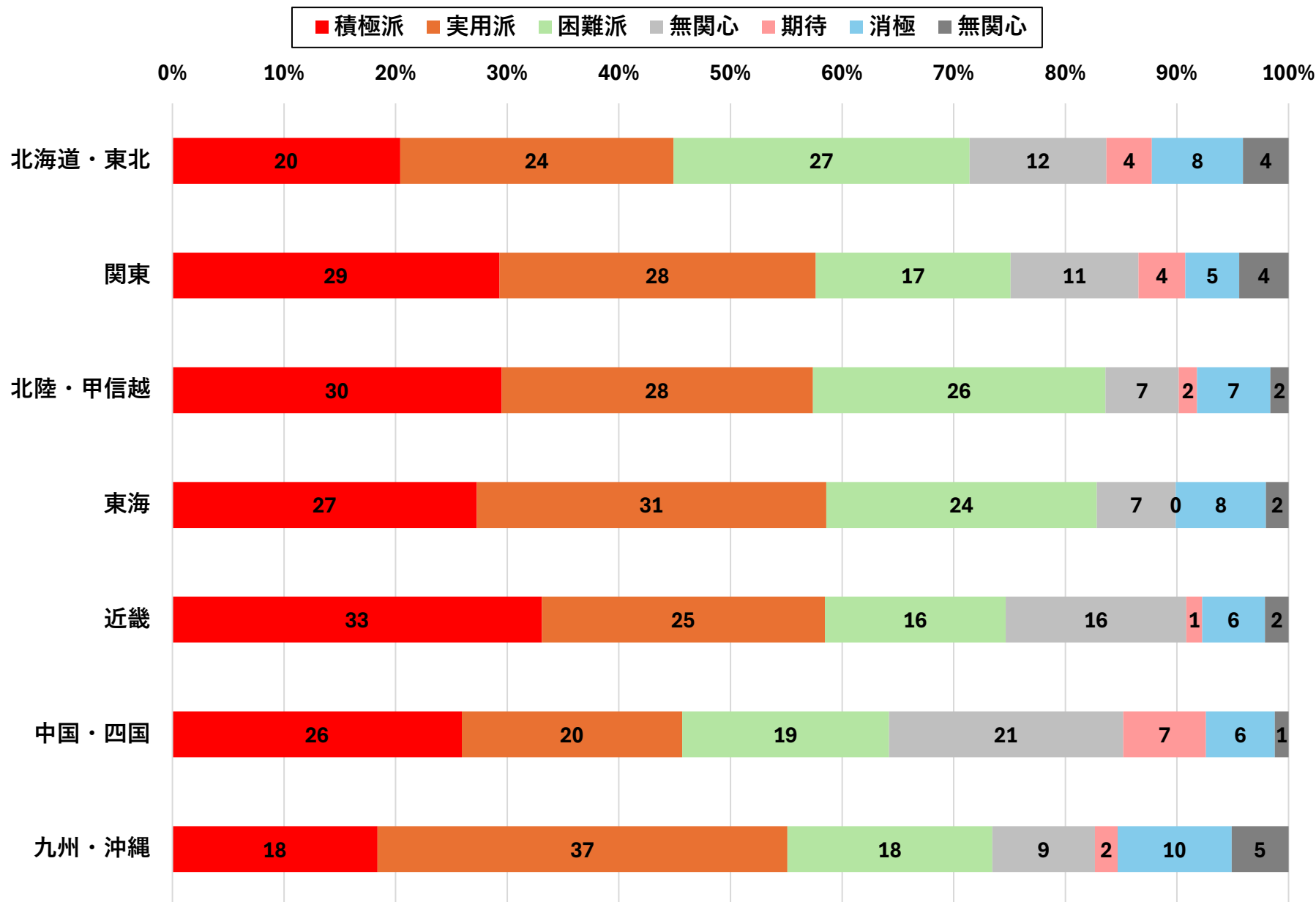
a 4 回の反復で回転が収束しました。

「魅力」「実用」「困難」「低関心」に分ける

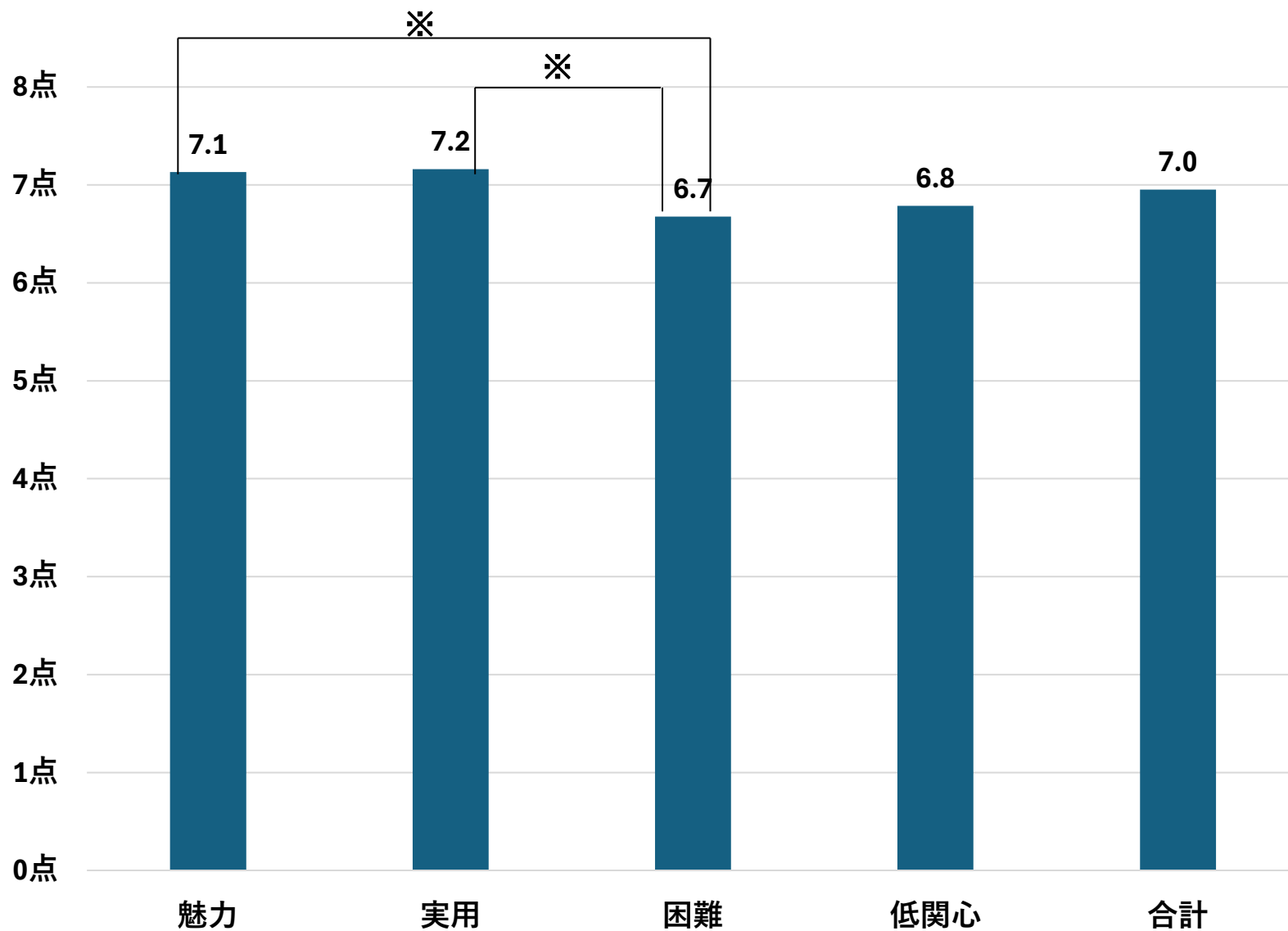
クラスタ		魅力	実用	困難	低関心
因子得点	ネガティブ	-0.06	-0.75	1.01	-0.31
	実用	0.40	0.42	0.01	-1.22
	魅力	0.82	-0.42	-0.18	-0.37
回答者数		305	291	299	201
構成比		28%	27%	27%	18%
属性	男性比(平均48%)	51%	46%	42%	54%
	平均年齢 (70.6歳)	68.8	70.3	71.7	72.4

年代が上がると「魅力」が減り、「困難」「低関心」が増える



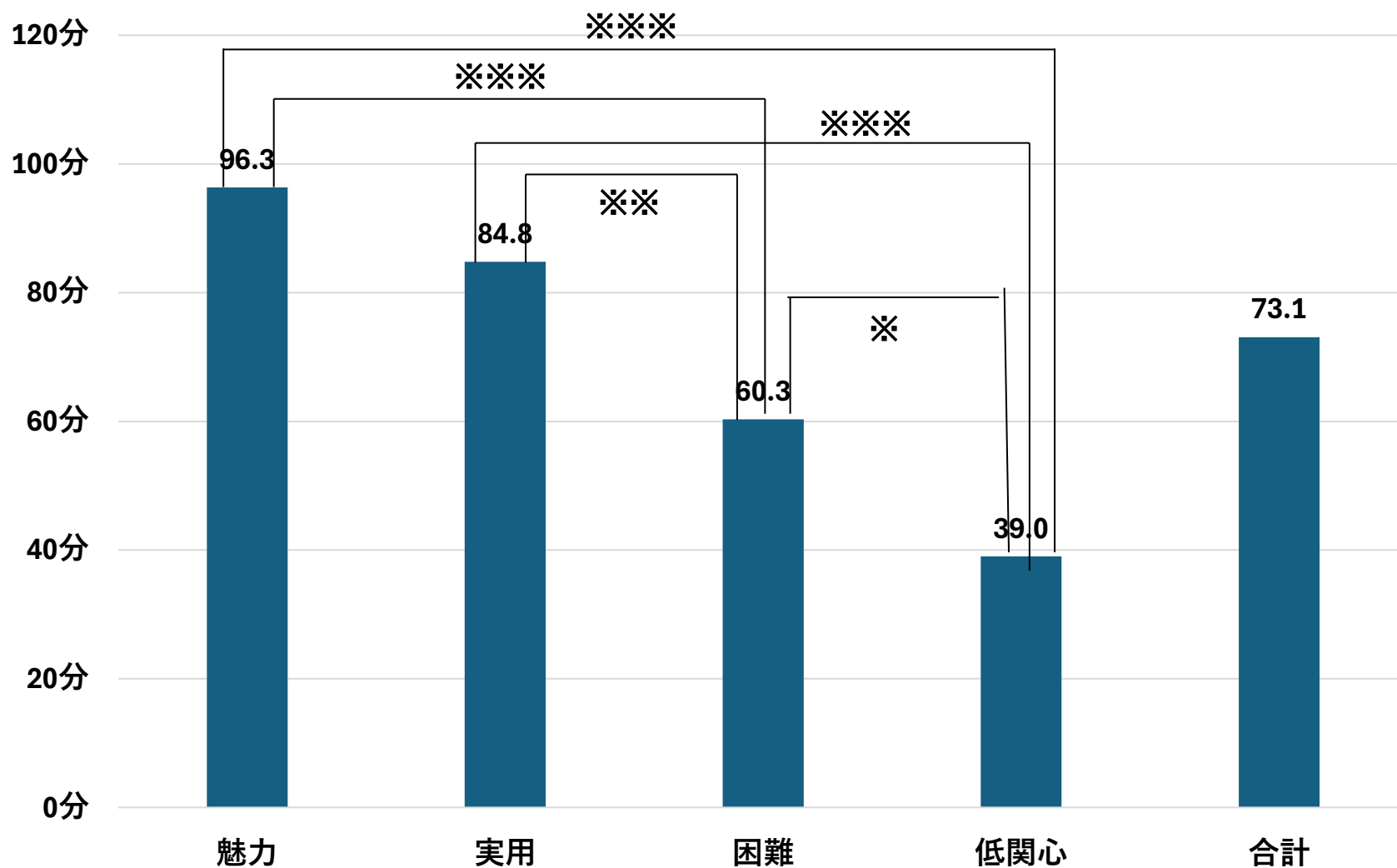


「魅力」「実用」と「困難」の間に差が見られた

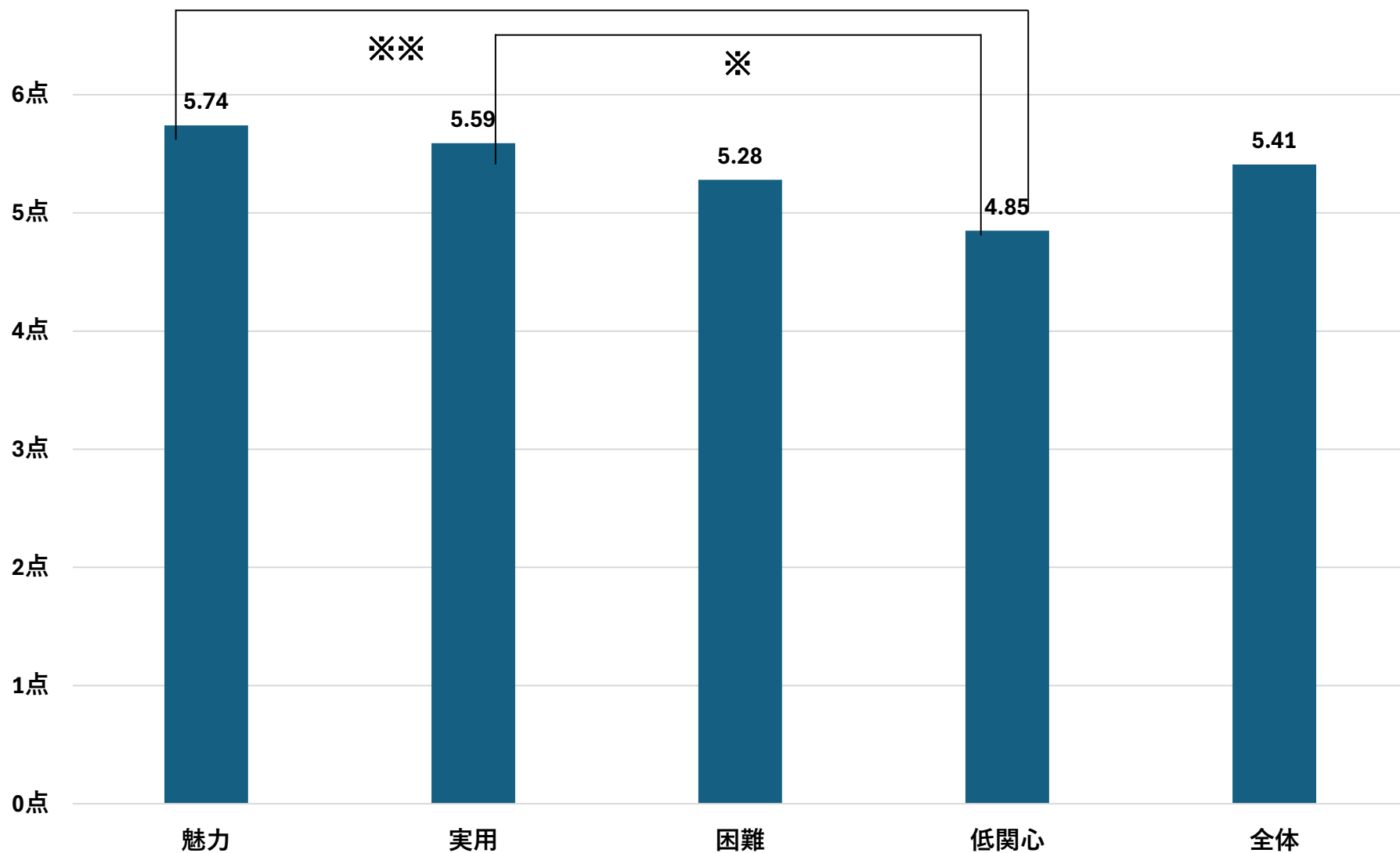


※生活満足度 0点（不満）～10点（満足）

クラスタによりスマホの利用時間が異なる



「魅力」「実用」と「低関心」の間に差が見られた



非対面交流得点化・・・別居、友人、隣人 毎日5点、週2～3日4点、週1日3点、月1回2点、年1回1点、無い0点 15～0点

① クラスタ分析

「魅力」「実用」「困難」「低関与」に分ける

② クラスタと生活満足度

「魅力」「実用」と「困難」の間で差が見られた

「スマホの関与」と「利用時間」ならびに「非対面交流」の間にも一部差が確認できた

考察

シニア世代の生活にとって、**スマホは生活の中に浸透し、QOLにも影響**を与えている可能性