第20回応用老年学会大会

2025年11月8日

高齢者におけるインターネット上のトラブル経験者の特性

〇水野　一成　　（株式会社ＮＴＴドコモ　モバイル社会研究所）
近藤　勢津子　（株式会社ＮＴＴドコモ　モバイル社会研究所）

1-1.本稿の目的及び調査概要

目的

高齢者においてもインターネットを利用する人が増えている。
インターネットのトラブルも増加している

↓

高齢者の中で、インターネットでトラブルを経験したことのある人の特性を明らかにする

調査概要

調査時期	2025.1
調査方法	訪問留置法
調査対象	全国
標本抽出方法	層化2段抽出　性別・年齢・地域・都市規模で割付
回答数	947人 分析対象者は65-84歳でスマホ或いはパソコンでの利用がある高齢者724人

分析方法

数量化理論第Ⅱ類

①高齢者は若年者に比べ属性情報へのプライバシー意識が高い、②一方で、高齢者の中でも**ネット高利用者は識別情報へのプライバシー意識が低く**、若年層よりも脆弱である、③**識別情報へのプライバシー意識が低い高齢者ほどトラブル被害経験が多い**
佐藤　広英 (2018)

ネットリテラシー・ネット利用への効力感・興味関心には年代および性別による差異が見られた。また、ネット操作スキルやトラブル対処スキル、ネット上で他者を助ける行為が多いほど効力感と興味関心が高まる一方、助けを受ける回数が多いほどそれらは低下した。さらに、効力感と興味関心はウェルビーイングを高める要因であることが示された。総じて、**高齢者のネットリテラシー向上はウェルビーイングの促進につながる**可能性が示唆された。
桂 瑠以(2023)

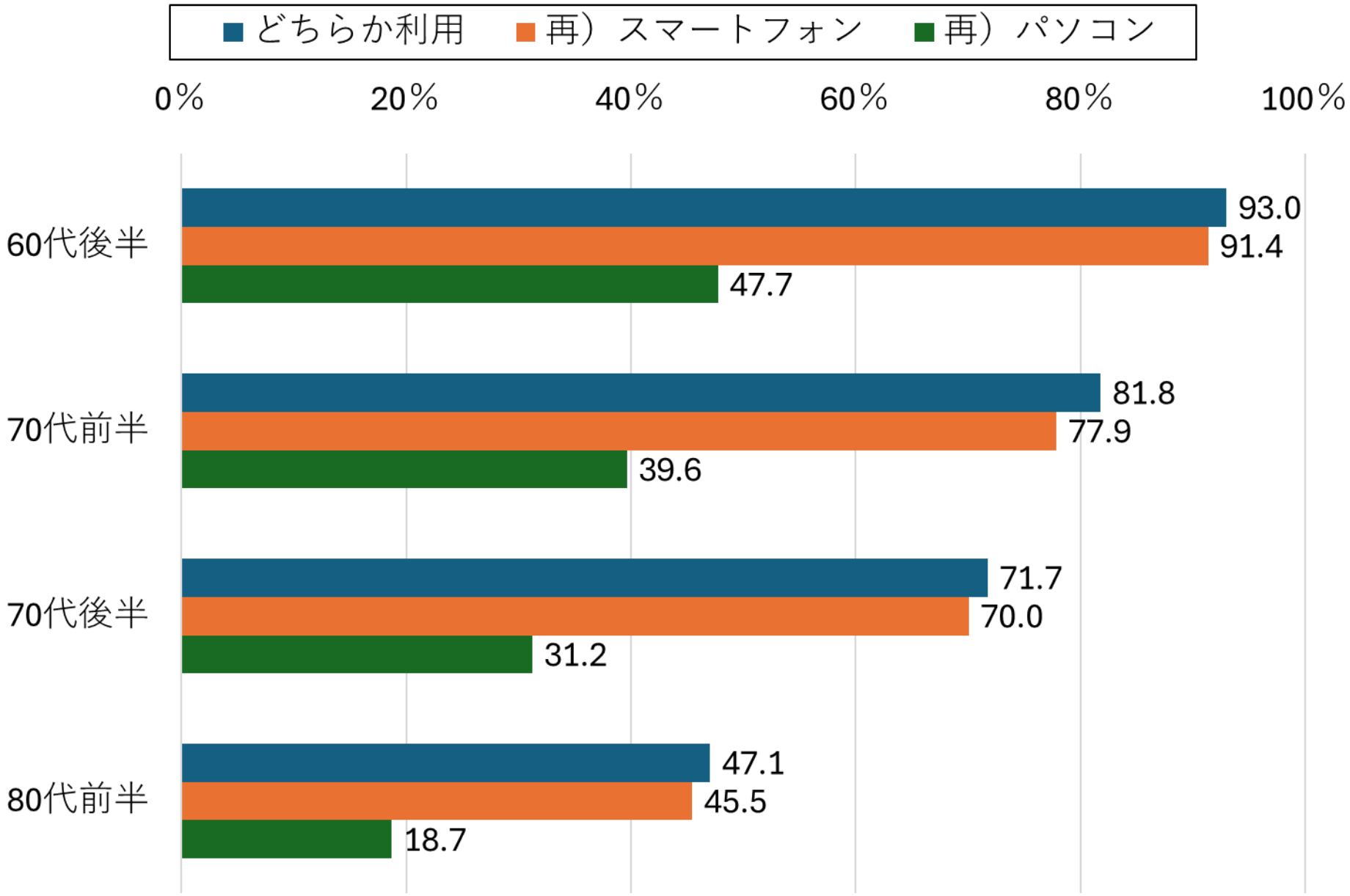
固定電話への犯罪機会に対する近接性→ **固定電話**を通じた接触が詐欺の機会を生みやすい。
自宅外での日常活動の少なさ→ **社会的接触が少ない**人ほど詐欺に遭いやすい。
防護性の不在→ **詐欺対策や警戒心が弱い**と被害リスクが高まる。
齊藤　知範 (2021)

詐欺手口（祖父母詐欺・法律費用詐欺）に関する**知識不足**が被害確率を高めることが示された。また、**地域のイベントや集会に同行する人数が少ない**こと、**孤独感が高い**ことが被害リスクと関連し、**客観的な社会的孤立だけでなく主観的孤独感の影響**も確認された。さらに、日本の一般信頼度が相対的に低い中でも、**他者への信頼が高いほど被害に遭う可能性が高い**という傾向が示された。
原田　知佳(2025)

婚姻満足度が高いほど配偶者への信頼が強まり、その信頼を通じて相談行動意図が高まることが示された。さらに、婚姻満足度は日常的なコミュニケーションや積極的な問題解決行動によって形づくられることも確認された。これらの結果は、**夫婦間の良好な関係性と日常的なコミュニケーション努力が、詐欺抑止の一助として相談行動を促進する可能性**を示唆している。
讃井 知(2021)

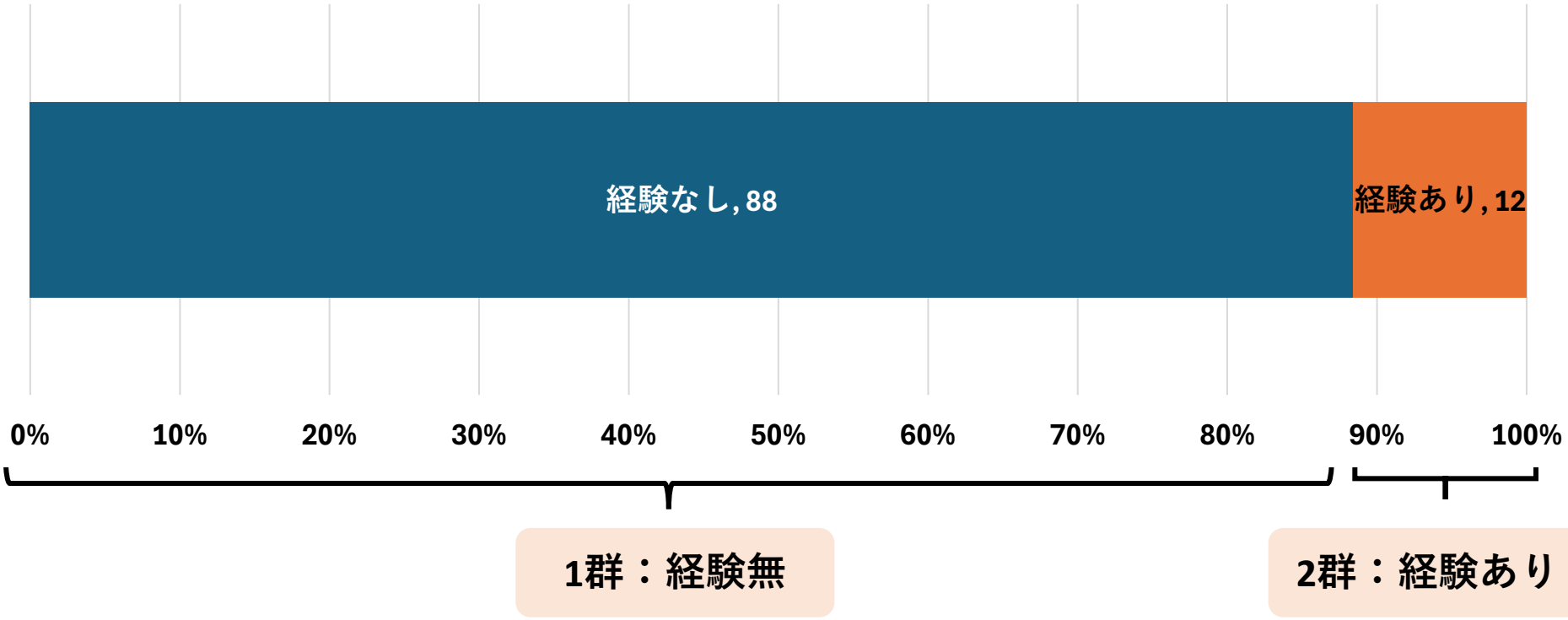
→インターネットの利用の高低とインターネットのトラブル経験の有無に関する研究は少ない

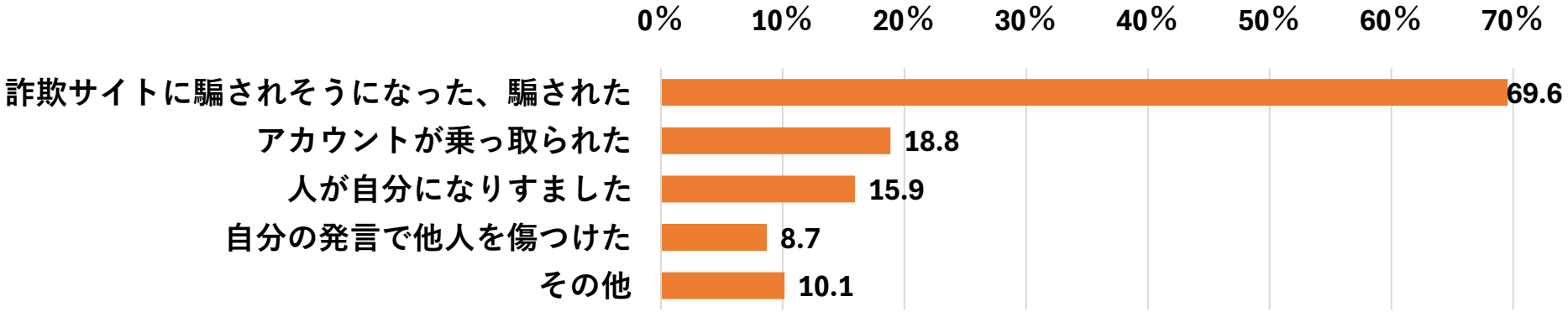
1-4.スマートフォン、パソコン利用率



2-１.目的変数

高齢者でインターネットのトラブル経験があるのは12%





2-2. 説明変数

■ICT関連

- パソコン利用時間
- スマホ利用時間
- SNS利用
- メディアリテラシー

■ライフスタイル

- イノベータ
- 個性派同調派
- 人の交流
- 経済的ゆとり

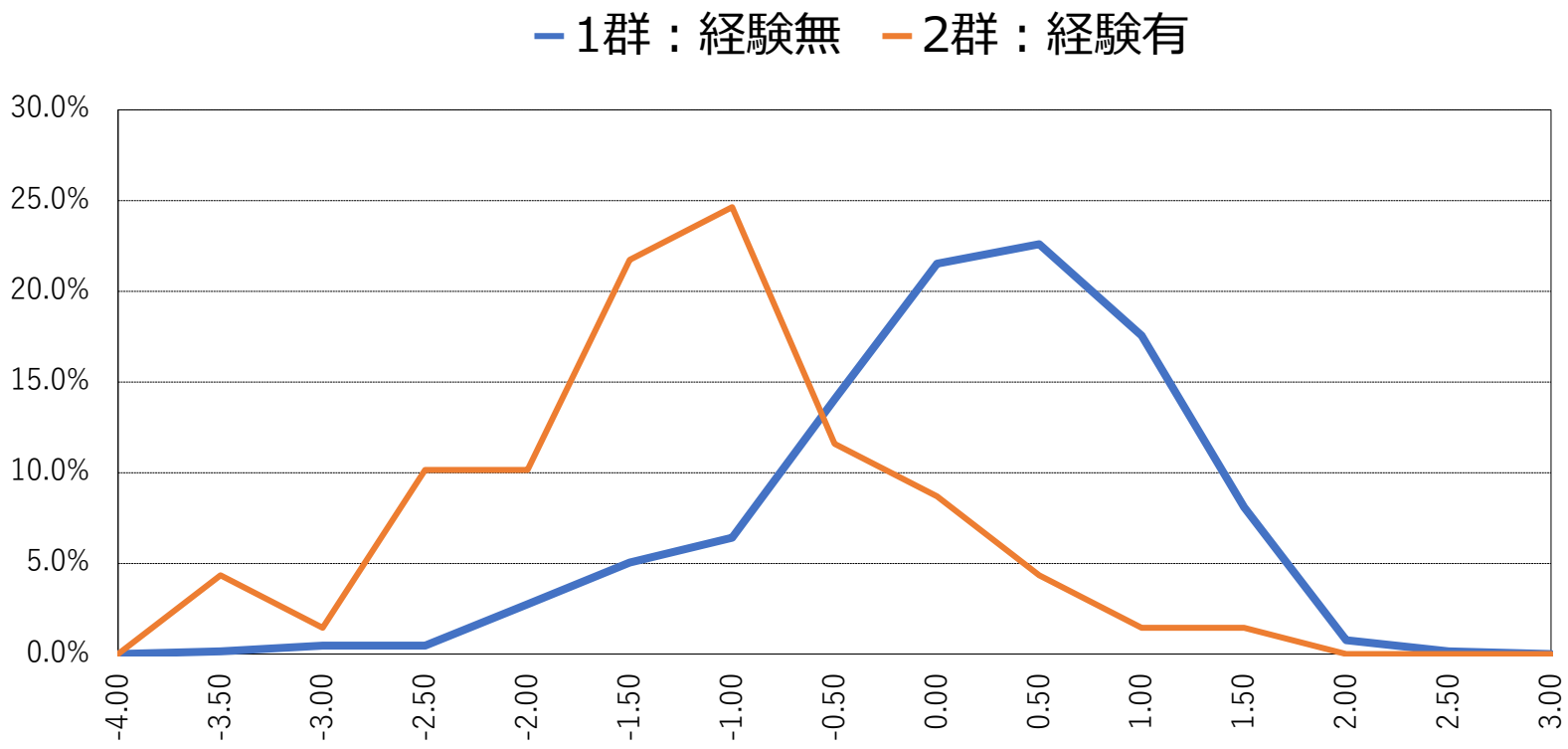
■属性

- 性別
- 教育歴
- 年齢
- 家族構成

3-1.精度・判別

判別的中率：78.5%

相関比：$\eta^2 = 0.15$



3-2.偏相関係数

レンジ・目的変数とアイテムの相関係数

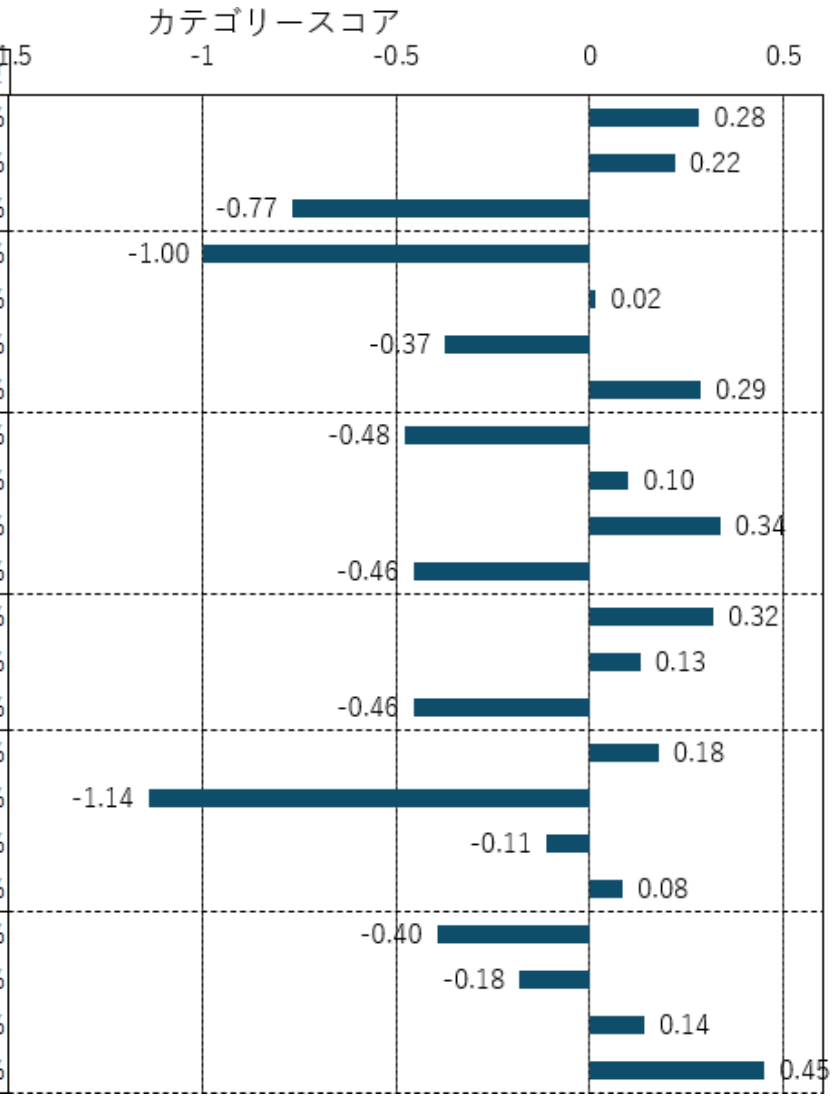
アイテム名	レンジ		偏相関係数	
SNS利用	1.05	3位	0.17	1位
パソコン利用時間	1.28	2位	0.16	2位
メディアリテラシー	0.82	5位	0.13	3位
個性派同調	0.77	6位	0.13	4位
対面・非対面	1.32	1位	0.13	5位
イノベータ	0.85	4位	0.11	6位
教育歴	0.56	7位	0.08	7位
家族構成	0.30	11位	0.06	8位
年代	0.32	10位	0.05	9位
スマホ利用時間	0.35	9位	0.05	10位
経済的ゆとり	0.50	8位	0.05	11位
性別	0.20	12位	0.04	12位

3-3.カテゴリースコア（偏相関係数上位）

2群：経験あり＞＞＝＝＜＜1群：経験なし

モデル式

アイテム名	カテゴリー名	n	トラブル経験	カテゴリースコア
SNS利用	未利用	80	7.5%	0.28
	LINEのみ利用	478	5.6%	0.22
	LINEとそれ以外も利用	166	21.7%	-0.77
パソコン利用時間	2時間以上	74	24.3%	-1.00
	1時間以上	149	12.8%	0.02
	1時間未満	109	14.7%	-0.37
	未利用	392	4.1%	0.29
メディアリテラシー	高い	94	10.6%	-0.48
	やや高い	301	7.6%	0.10
	やや低い	208	6.7%	0.34
	低い	121	18.2%	-0.46
個性派同調派	同調派	190	5.8%	0.32
	中間	312	8.0%	0.13
	個性派	222	14.9%	-0.46
対面・非対面	対面・非対面活発	350	7.4%	0.18
	対面のみ活発	43	18.6%	-1.14
	非対面のみ活発	209	11.5%	-0.11
	消極	122	9.0%	0.08
イノベータ	高い	97	16.5%	-0.40
	やや高い	262	11.8%	-0.18
	やや低い	253	7.1%	0.14
	低い	112	3.6%	0.45

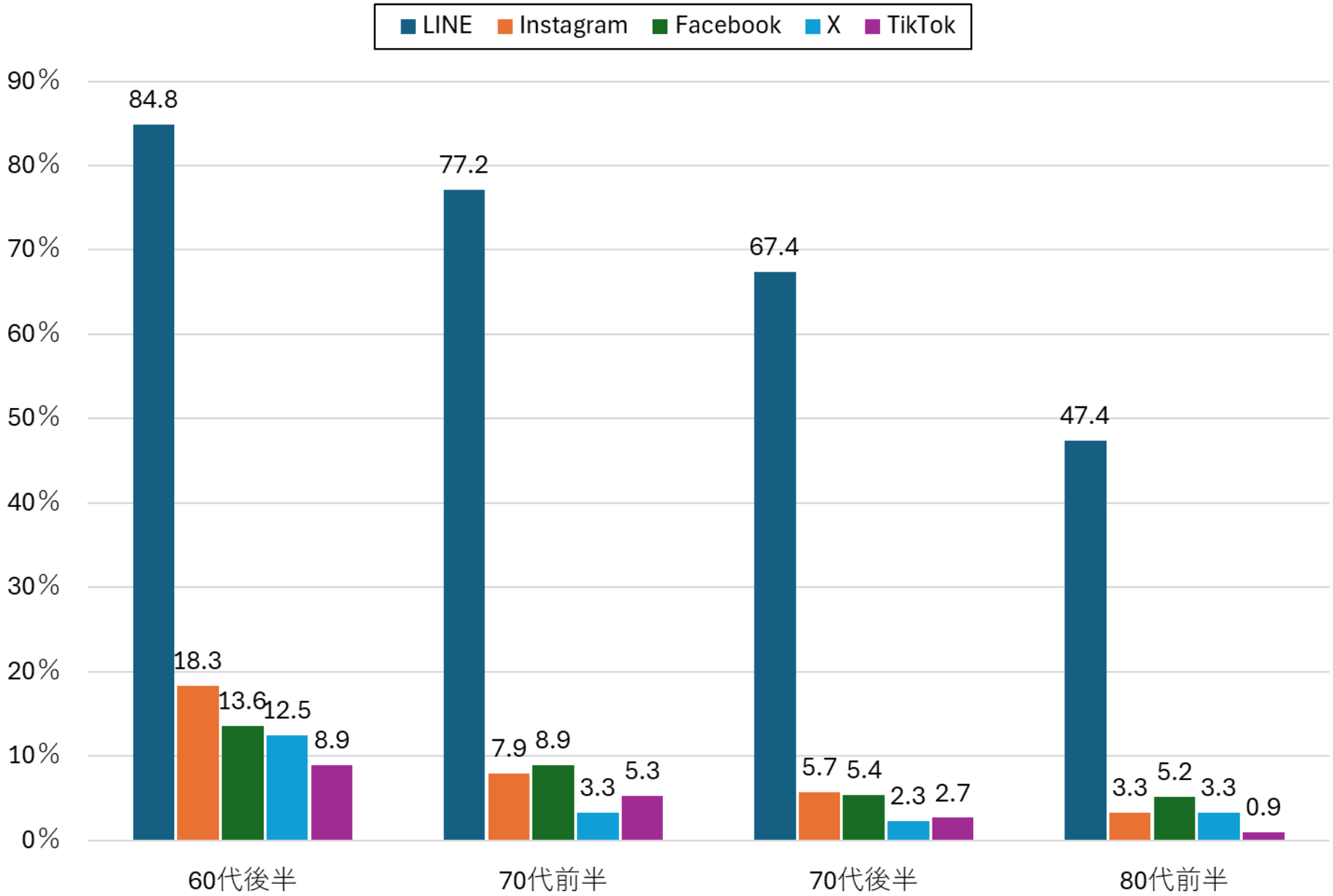


3-4.カテゴリースコア（偏相関係数下位）

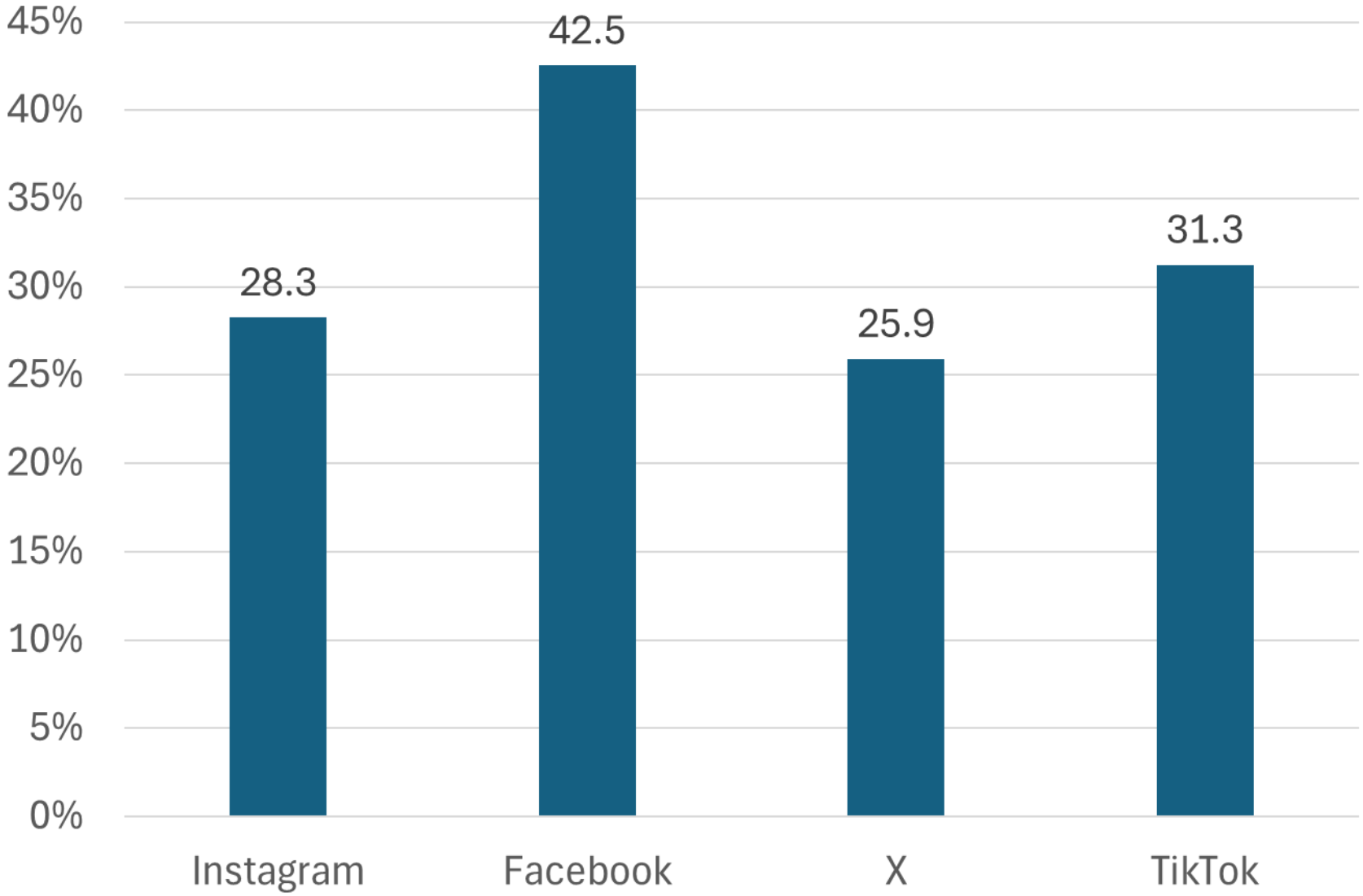
2群：経験あり＞＞＝＝＜＜1群：経験なし

教育歴	9年以下（小中学卒）	33	12.1%	-0.40
	10-12年（高卒）	281	5.3%	0.16
	13-14年（専門・短大卒）	172	7.0%	0.16
	15年以上（大卒）	238	16.0%	-0.25
家族構成	子世代同居	285	8.1%	0.18
	同居者あり	344	10.8%	-0.11
	独居	95	9.5%	-0.12
年代	60代後半	229	10.0%	0.11
	70代前半	227	8.8%	0.08
	70代後半	174	9.2%	-0.13
	80代前半	94	10.6%	-0.21
スマホ利用時間	2時間以上	119	13.4%	-0.24
	1時間以上	154	10.4%	0.03
	30分以上	189	10.1%	0.01
	30分未満	236	5.9%	0.12
	未利用	26	15.4%	-0.16
経済的ゆとり	ある	62	11.3%	-0.28
	ある程度ある	360	9.7%	-0.01
	あまりない	227	9.7%	0.02
	ない	75	6.7%	0.22
性別	男性	363	12.7%	-0.10
	女性	361	6.4%	0.10

参考：SNSの利用率


LINE
Instagram
Facebook
X
TikTok
90%
80%
70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
84.8
18.3
13.6
12.5
8.9
77.2
7.9
8.9
3.3
5.3
67.4
5.7
5.4
2.3
2.7
47.4
3.3
5.2
3.3
0.9
60代後半
70代前半
70代後半
80代前半

参考： SNSの発信率



※利用者を対象

参考：メディアリテラシー

次にあげることについて、あなたはどう思いますか。		そう思わない	あまりそう思わな	まあそう思う	そう思う
メディアメッセージの構成性	テレビニュースの解説者は客観的な人間が選ばれている	1	2	3	4
	ニュースに登場する「一般人」は、平均的な日本人として選ばれた人たちである	1	2	3	4
メディアによる「社会的現実」の構成力	人々が重要だと考えることが、メディアで扱われるニュースとなる	1	2	3	4
	インターネットにおける意見分布は、社会の実態を反映したものに近い	1	2	3	4
メディアの商業的性質	テレビ番組は視聴者の反応を気にしながら作られている	1	2	3	4
	広告は、それが多くの人々に愛されているかのような見せ方をしている	1	2	3	4
メディアのイデオロギー・価値観伝達	メディアは、何が「良い」「悪い」のかという価値観を視聴者に提示する	1	2	3	4
	メディアは、クリスマスやオリンピックなどのイベントへの参加を人々にうながす	1	2	3	4
メディアの様式と言語	同じ出来事ならば、新聞でもテレビでも同じように伝えられる	1	2	3	4
	同じテレビニュースでも、使われている映像が異なれば受ける印象も異なる	1	2	3	4
受け手の非画一的解釈性	同じニュースであれば、多くの人が注目する部分は一致するはずである	1	2	3	4
	凶悪犯罪のニュースを見れば誰もが犯人に怒りの感情を持つ	1	2	3	4

小寺(2016)

インターネット利用が多く、高齢者の中では先進的な利用をしている人がトラブル経験がある。
属性・社会構造に関する項目との関連は低い。

トラブル経験のある人の特性

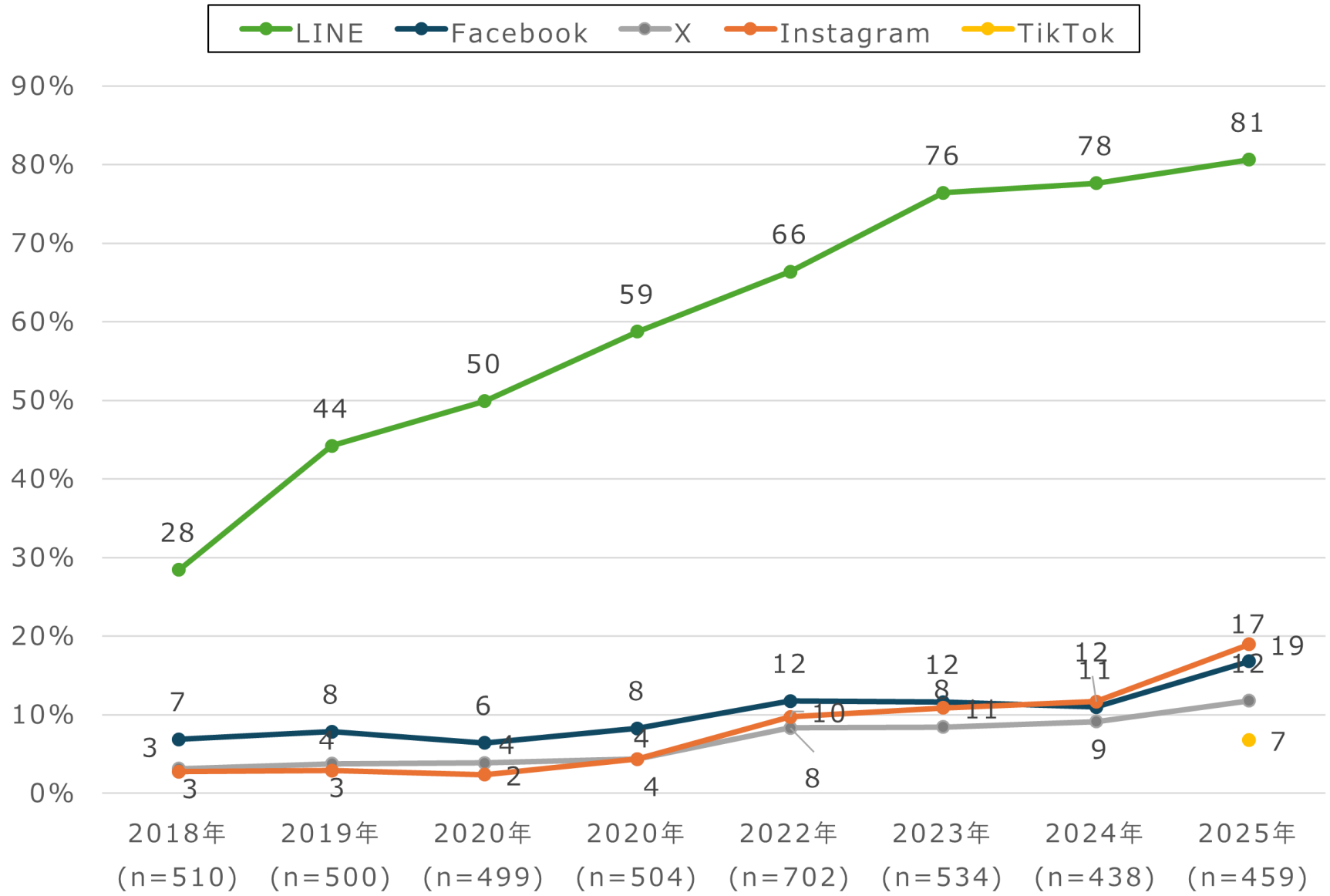
SNS利用	LINE以外も利用
パソコン利用時間	長い
メディアリテラシー	**高い・低い**
個性派同調派	個性派
人の交流	対面のみ活発
イノベータ	高い

関係が低い変数

教育歴　家族構成　スマホ利用時間

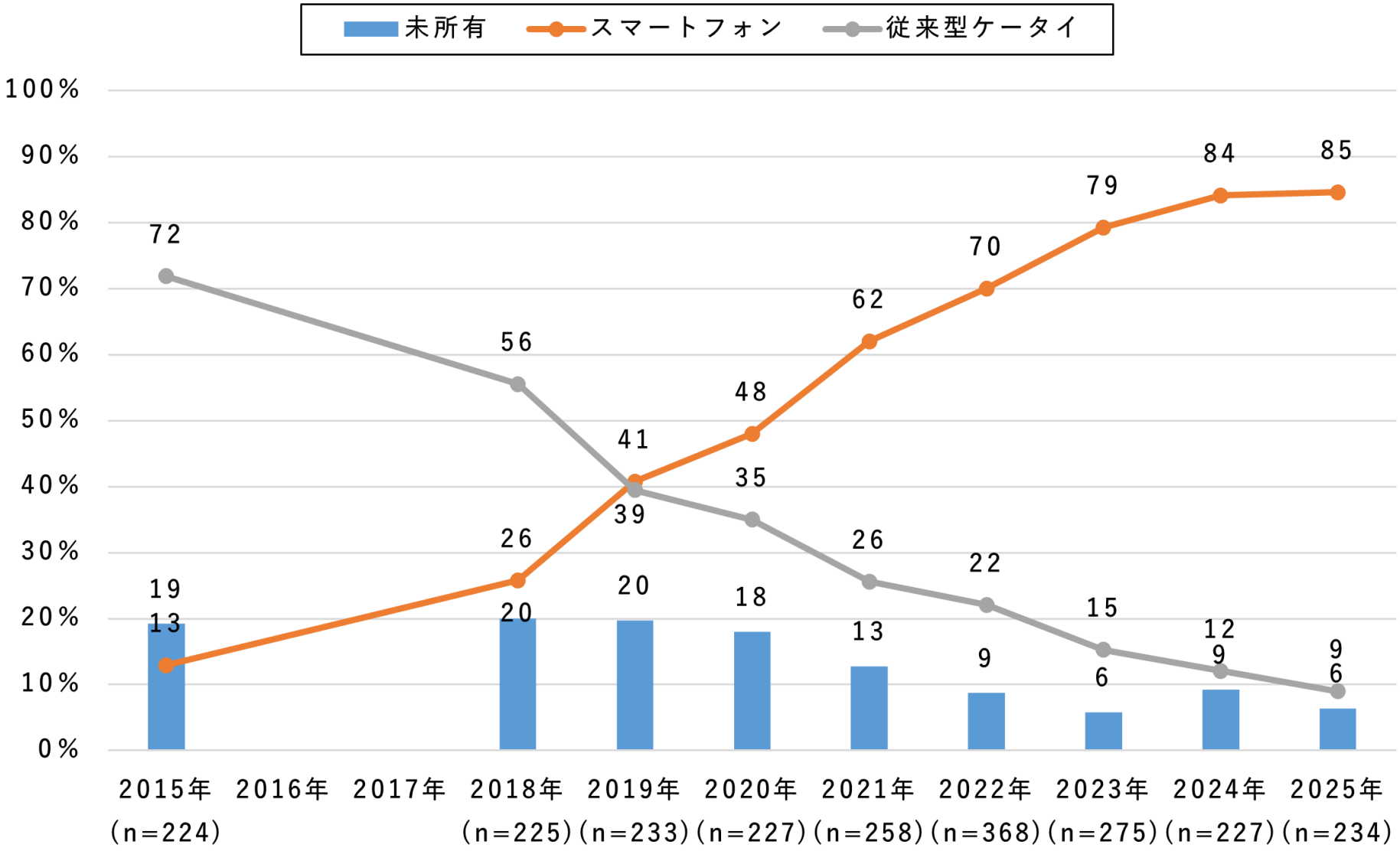
性別　年齢　経済的ゆとり

参考.SNS利用率推移



対象は関東

参考：70代スマホ所有率推移



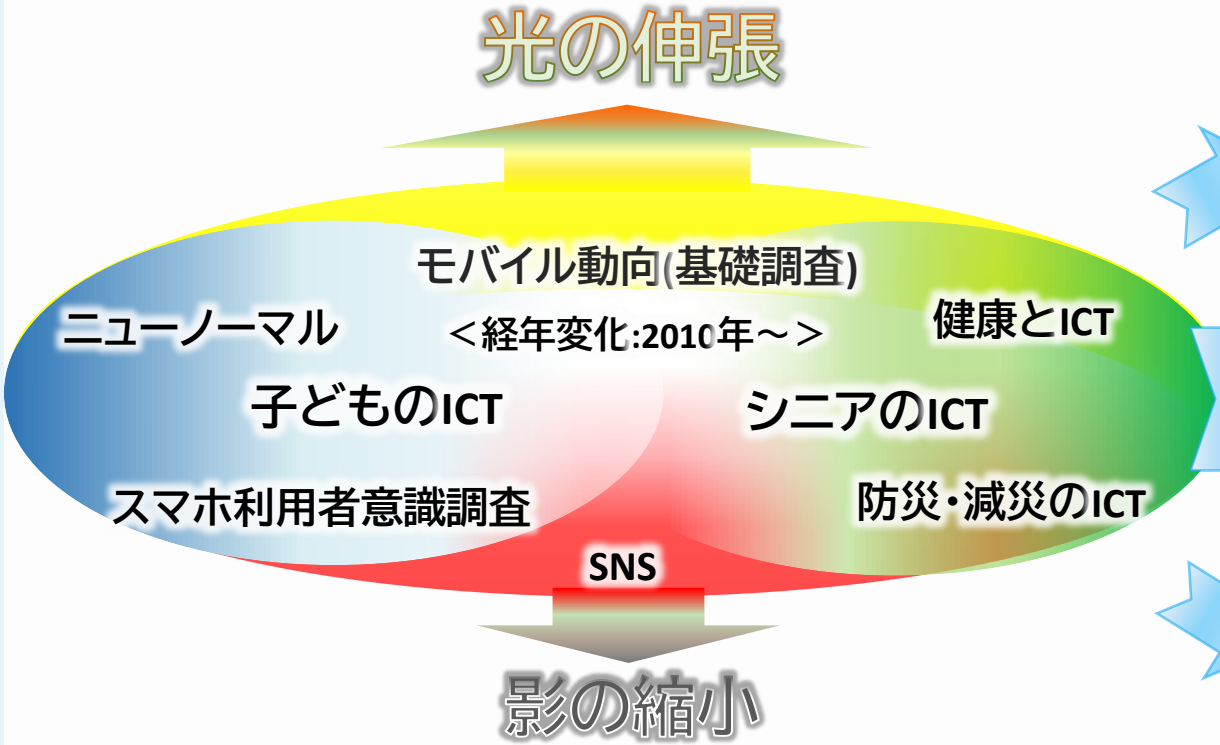
対象は関東

モバイル社会研究所の紹介

◆自由で独立した立場から、モバイルICTがもたらす「光」と「影」の両面を広く解明するために2004年に設立
◆モバイル・コミュニケーションの現在および将来への社会・文化的影響を研究・分析して成果を発信

【主な研究テーマ】

経年変化を把握するため2010年から毎年実施しているモバイル動向調査(基礎調査)に加え、時流に合わせた個別調査を実施



情報発信

【研究成果の発信】

＜モバイル社会白書2024＞

連携

(書籍・電子書籍)

＜モバイル社会研究所HP＞

https://www.moba-ken.jp

連携

(レポート発表)

＜各種学会発表＞

メディア掲載・データ引用・意見交換会

佐藤広英（2018）高齢者におけるインターネット利用者の情報プライバシーの特徴『老年社会科学2018 年 40 巻 3 号 』271-282

桂瑠以（2023）高齢者のネットリテラシーがウェルビーイングに及ぼす影響過程－ネット操作スキル，トラブル対処スキル，ネットに関する互助の影響の検討－『情報メディア研究 22 (1)』1-13

齊藤知範（2021）高齢者の詐欺被害を規定する要因は何か『現代の社会病理2021 年 36 巻』 p. 51-66

白川真裕（2023）公的機関の犯罪予防のための情報発信の実験的研究
―防護動機理論に基づく実装と効果検証―『心理学研究2023 年 93 巻 6 号』 p. 516-525

原田知佳（2025）社会的孤立・孤独感・一般的信頼は特殊詐欺の リスク要因となり得るか
―オレオレ詐欺被害者と看破者との比較検証―『犯罪心理学研究Jap. J. Crim. Psychol.,Vol. 62, No. 2 (2025)』

讃井知（2021）詐欺電話接触時の夫婦間における相談行動意図の規定因『心理学研究2021 年　第92 巻 第3 号　』pp. 167－177

ご清聴いただき、ありがとうございました