モバイル利用のライフスタイル（3）

― シニアのスマートフォン所有者における関与１ ―

飽戸 弘[1]　水野 一成[2] ○近藤 勢津子[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．研究背景及び研究目的

NTT ドコモ モバイル社会研究所では、シニア層（本稿で対象とするシニア層は 60 代及び 70 代とする）が、スマートフォンを利活用することにより、どのように生活が豊かになっていくか、また利活用できていないのであれば、そこにある課題は何かを検討するため、2015 年より本格的な調査を開始した。また当時は国としての取り組みも本格化してきた時期である。ICT 超高齢社会構想会議では、2020 年をターゲットとして、超高齢社会に対応した ICT の在り方を検討してきた。その会議では「医療・介護・健康」分野や「就労・社会参加」だけではなく、高齢者が ICT を利活用することで、「コミュニケーション」の活性化についても、まとめられていた[1]。

調査を開始した 2015 年のスマートフォン所有率は 60 代で 3 割、70 代では 1 割であり、まだまだ多くのシニアがスマートフォンを持っている状況ではなかった。それから 6 年経った 2021 年調査の結果では、実に 60 代で 8 割、70 代で 6 割を超えた（図 1）。シニア層にもスマートフォンの所有の面から見れば、多くの人が持つ時代となった。

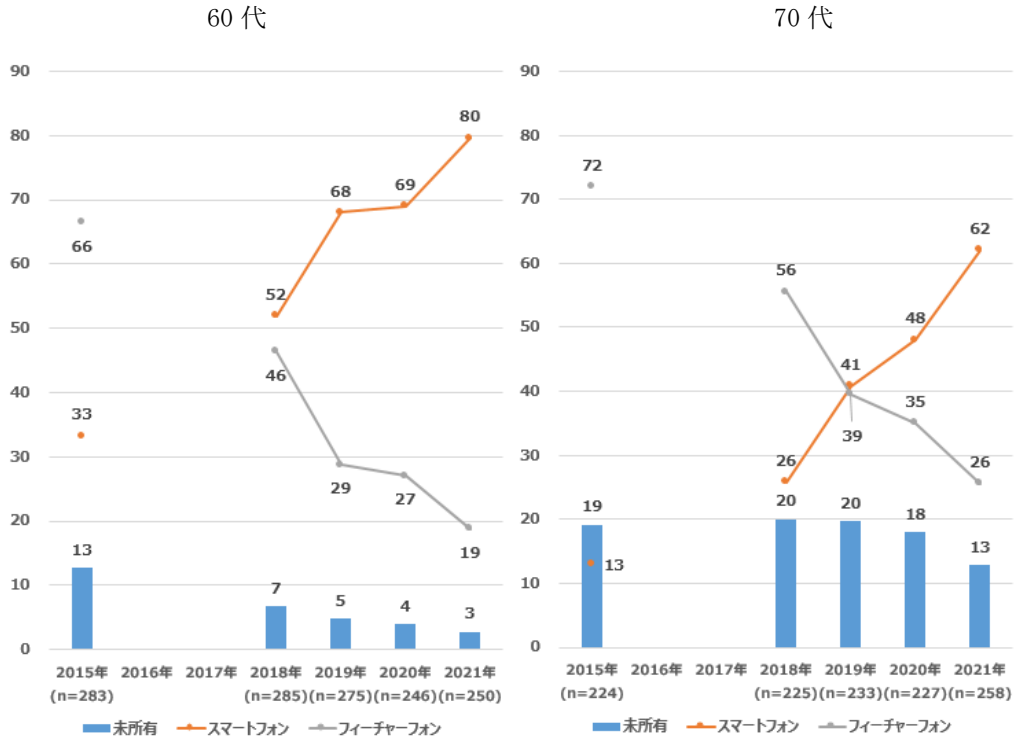

図 1　シニアのスマートフォン・フィーチャーフォン所有状況

シニア層は急速に普及したスマートフォンに対し、どのような態度・活用をしているか。仮に態度・活用に差がみられるのであれば、その特徴ごとにグループ分けはできないか、そしてグループごとに特性が見られるようであれば、その特性を明らかにし、今後の利活用へと結びつく素地としていきたいと考え、調査・分析を実施した。

本報告では、スマートフォンの関与の因子分析及びクラスタ分析までを範囲とし、各グループの特性については、ケータイ利用のライフスタイル研究(4)で報告するとする。

２．調査概要

調査時期：2021 年 1 月　調査対象：関東一都六県、60～79 歳男女　調査方法：訪問留置調査

標本抽出法：QUOTA SAMPLING　性別(5 歳刻み)・年齢・エリアで割付　508 サンプル回収

３．調査分析手法

本稿で分析の対象とするのは回答者 508 人の内、スマートフォンを所有していると答えた 365 人とする。シニアのスマホへの態度・関心などを調査するため、中川[2]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」[3]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（7 設問）を今回利用し、調査を行った。その結果は図 2 である。「便利と感じる」は 9 割を超える肯定な回答がある反面、「操作が難しいと感じる」も 6 割を超えた。

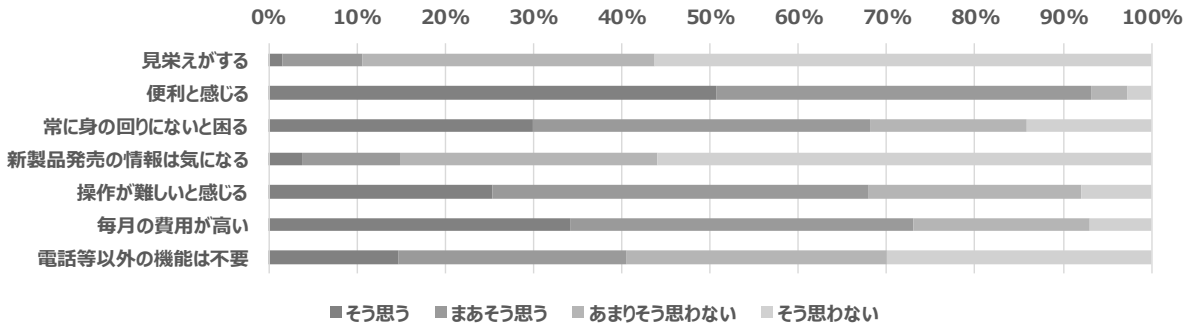

図 2　スマートフォン関与の回答結果

この回答を元に、①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、その因子を元に、②クラスタ分析（方法：K-means 法）を実施することにする。

４．分析結果

①因子分析を行うと、第三因子までが固有値 1 を上回ったことや、第四因子になると、大きく固有値を下げることを考え、第三因子までを対象とした（図 3)。この 3 因子で累積寄与率は 63.4%となる。

第一因子は「新製品発売の情報は気になる」が特に高いため「情報」とした。次に第二因子は「便利と感じる」「常に身の回りにないと困る」が高いため「実用」とした。最後に第三因子は「操作が難しい」「電話・メール以外は不要だ」「毎月の料金が高い」が高い値を示したため「困難」とした。

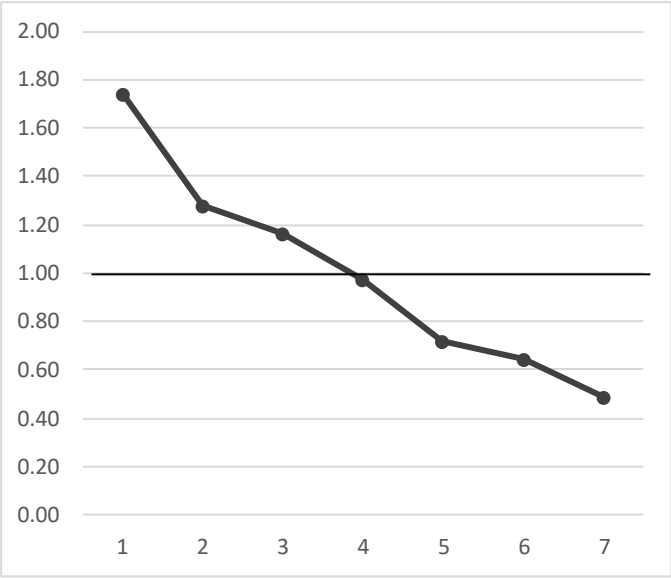

図 3　因子分析　固有値

表 1　因子分析結果

	情報	実用	困難
新製品発売の情報は気になる	**0.92**	0.18	−0.14
見栄えがする	0.23	0.08	0.06
便りと感じる	0.08	**0.77**	0.04
常に身の回りにないと困る	**0.31**	**0.54**	−0.04
操作が難しいと感じる	−0.06	−0.03	**0.78**
電話等の機能は不要	−0.20	−0.32	**0.41**
毎月の費用が高い	0.14	0.07	**0.32**

②因子分析の結果得られた 3 因子を元にクラスタ分析を実施。その結果は表 2 で示した通り、5 つのクラスタに分けることができたが、第二クラスタのサンプル数は 16 と極めて少ないため、参考としたい。第一クラスタは「実用」「困難」両方の因子得点が高いため「混在派」と名付けた。恐らく、スマートフォンは日常生活である程度使っているものの、その操作においては困難に感じることも共存しているグループと推察される。第三クラスタは「情報」が極めて高く、「実用」の因子得点も高い。「積極派」としたこのグループは、普段スマートフォンを使うだけでなく、新しい商品に対しても関心が高い。次に第四クラスタは「実用」が高く、「情報」「困難」が低い。このグループは普段スマートフォンを難なく使いこなせていると推察される。最後に第五クラスタであるが「実用」「情報」因子得点が低く、「困難」の因子得点が高い。残念ながら、スマートフォンを持ちながら、あまり使いこなせていないことが推察されるため「消極派」とした。なお、この消極派の割合が最も高く 35.9%であった。

表２　シニアのスマートフォン関与クラスタ

因　子	クラスタ				
	第一クラスタ	第二クラスタ	第三クラスタ	第四クラスタ	第五クラスタ
	混在	【参考】低関心	積極派	実用派	消極派
情　報	-0.26	0.10	1.81	*-0.37*	*-0.34*
実　用	0.66	*-2.26*	0.39	0.34	*-0.52*
困　難	0.49	*-0.67*	-0.15	*-0.94*	0.40
サンプル数	86	16	52	80	131
構　成　比	23.6%	4.4%	14.2%	21.9%	35.9%

５.考察

今回の分析結果より、スマートフォンを所有しているシニアにおいても「積極派」から「消極派」まで存在することが明らかになった。シニアがより豊かに生活を送るために、スマートフォンを持つことがゴールではなく、積極的に使いこなすことが肝心と思われる。

今回調査を行った設問では別に「スマートフォンを持った理由」も聞いている。その結果を見ると所有理由も変化しており、最近所有した理由は「使いたい機能・サービスがあった」等の能動的理由から「家族の勧め」や「フィーチャーフォンが使えなくなった」等の受動的な理由が増えている[4]。そういった背景からも、「消極派」にならず、さらに積極的に使うには、さらなる周りのサポートが必要ではないだろうか。

さらに、シニアの積極的なスマートフォンの活用には、日々の活動とも関連がある。スマートフォンなどの ICT サービスを活発に利用するシニアは、日々の活動においてもアクティブであった[5]。社会活動や仲間とのコミュニケーションとして、スマートフォンが利用されていることが想像できる。その一方、日々の活動が消極的なシニアには ICT の利活用が他のシニアと比較し少ない。

それぞれのクラスタの特性については、モバイル利用のライフスタイル (4) ― シニアのスマートフォン所有者における関与 2 ―で報告することにする。

６．参考文献

[1]https://www.soumu.go.jp/menu_seisaku/ictseisaku/ict_choukoureishakai/index.html(2021.6.15)

[2] 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』　植村出版 120-151

[3] 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

[4] https://www.moba-ken.jp/project/seniors/seniors20210526.html(2021.5.26)

[5] 飽戸弘・他(2013)「ケータイ利用のライフスタイルアプローチⅠ－シニアのライフスタイルと ICT 利活用の時系列考察－」『日本社会心理学会 第 59 回大会抄録集』,24