



シニアがスマートフォンの操作を 習得方法について

水野一成 近藤勢津子 吉良文夫
(NTTドコモ モバイル社会研究所)

1.調査目的と背景

- － 1 モバイル社会研究所のシニア調査概要
- － 2 シニアのスマホ所有率概要
- － 3 シニアのスマホ所有きっかけ
- － 4 シニアのICTサービス利活用
- － 5 本稿の調査・分析目的及び調査概要

2.調査分析結果

- － 1 シニアのスマホ習得手法
- － 2 数量化理論第Ⅲ類（スマホ取得手法分布）
- － 3 数量化理論第Ⅲ類（性年代）
- － 4 数量化理論第Ⅲ類（家族構成）
- － 5 数量化理論第Ⅲ類（所有期間）

3.まとめ・考察

1. 調査・研究概要

- ◆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

光の伸張

モバイル動向(基礎調査)

<経年変化:2010年~>

子どものICT

シニアのICT

5G/ニューノーマル

防災・減災のICT

パーソナルデータ意識

情報発信

影の縮小

【研究成果の発信】

<モバイル社会白書2020>



(書籍・電子書籍)

連携

<モバイル社会研究所HP>

<https://www.moba-ken.jp>



(レポート発表)

連携

<各種学会発表>

メディア掲載・データ引用・意見交換会等

シニア世代の生活をより豊かにするために
“必要とされること”、“ICTが貢献し得ること”を検討する。

基礎調査（1回目）2015.10

シニアのタイプ
分類を実施

シニアにも様々なタイプが存在

A

B

C

D

重要設問抜粋

基礎調査（2017年～毎年1月）

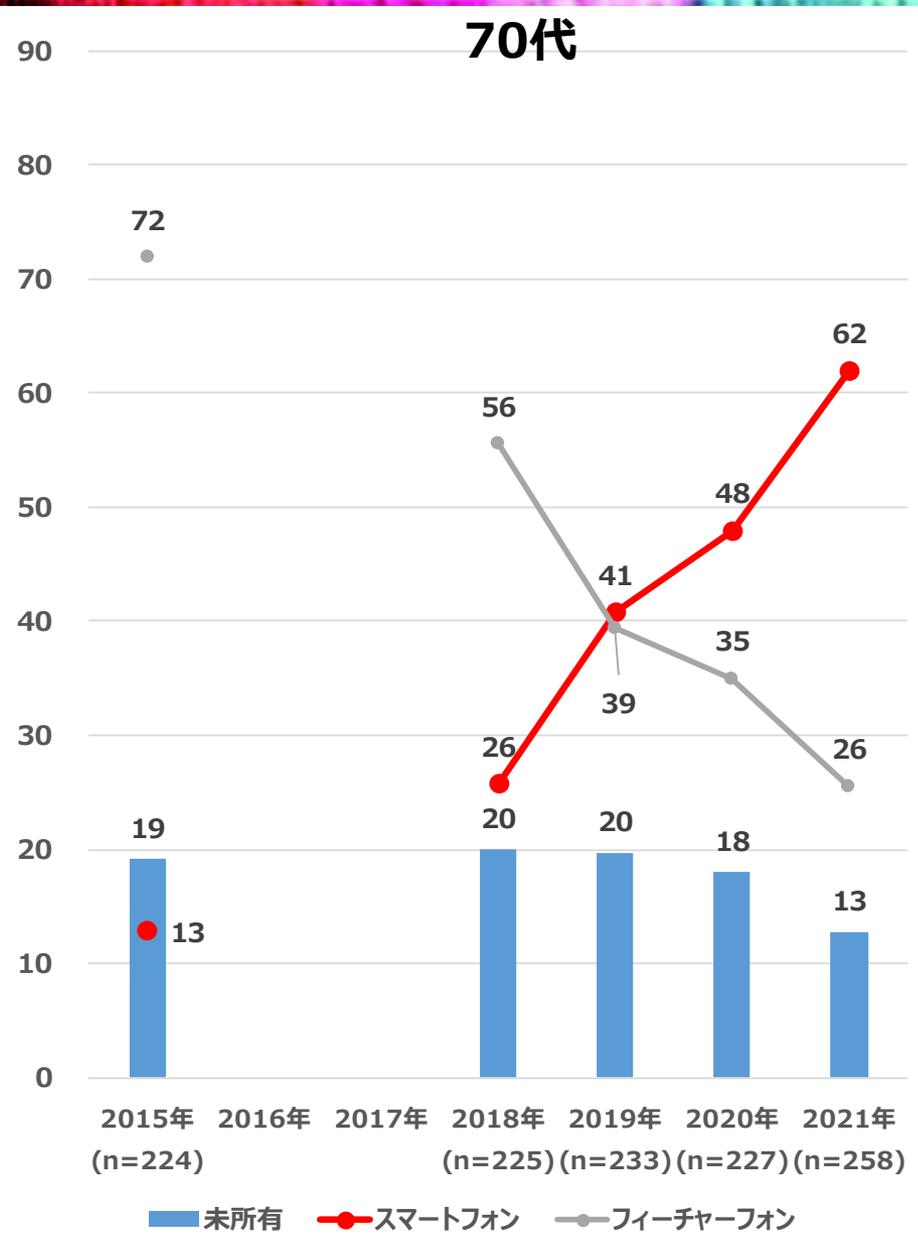
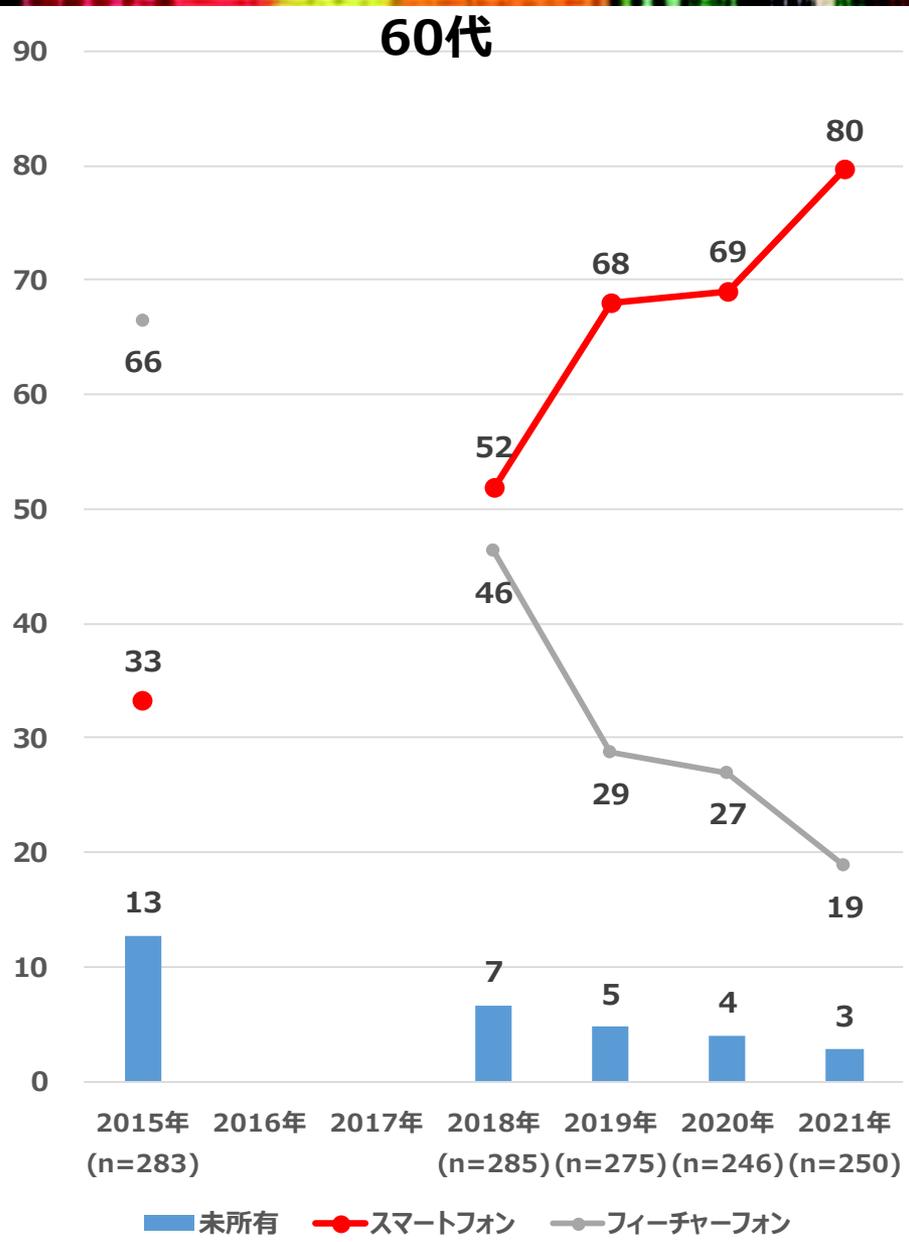
シニア全体：経年比較

ライフスタイル

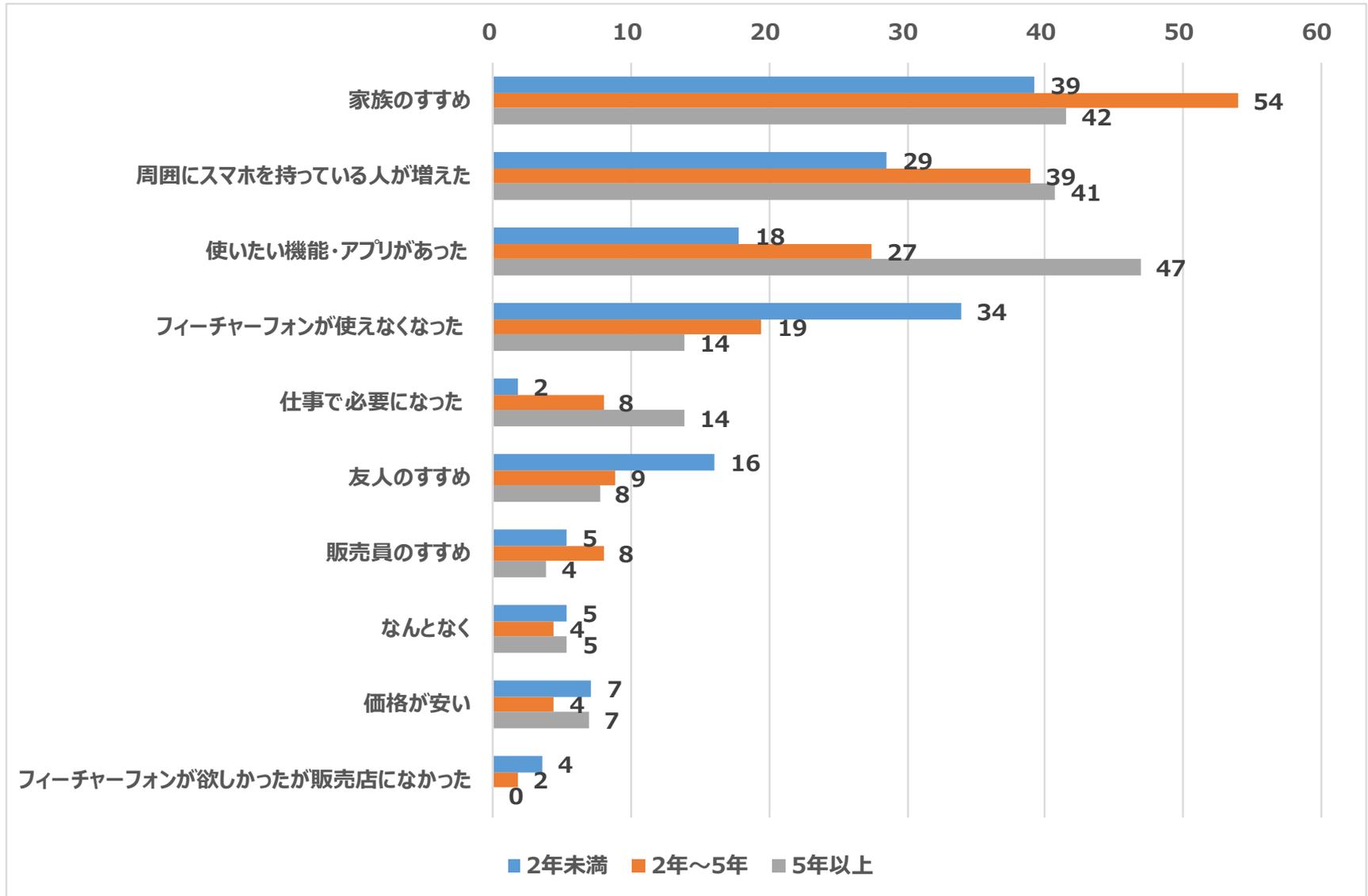
日々の活動・イノベータ度・地域への愛着・地域活動への参加等

ICT利活用

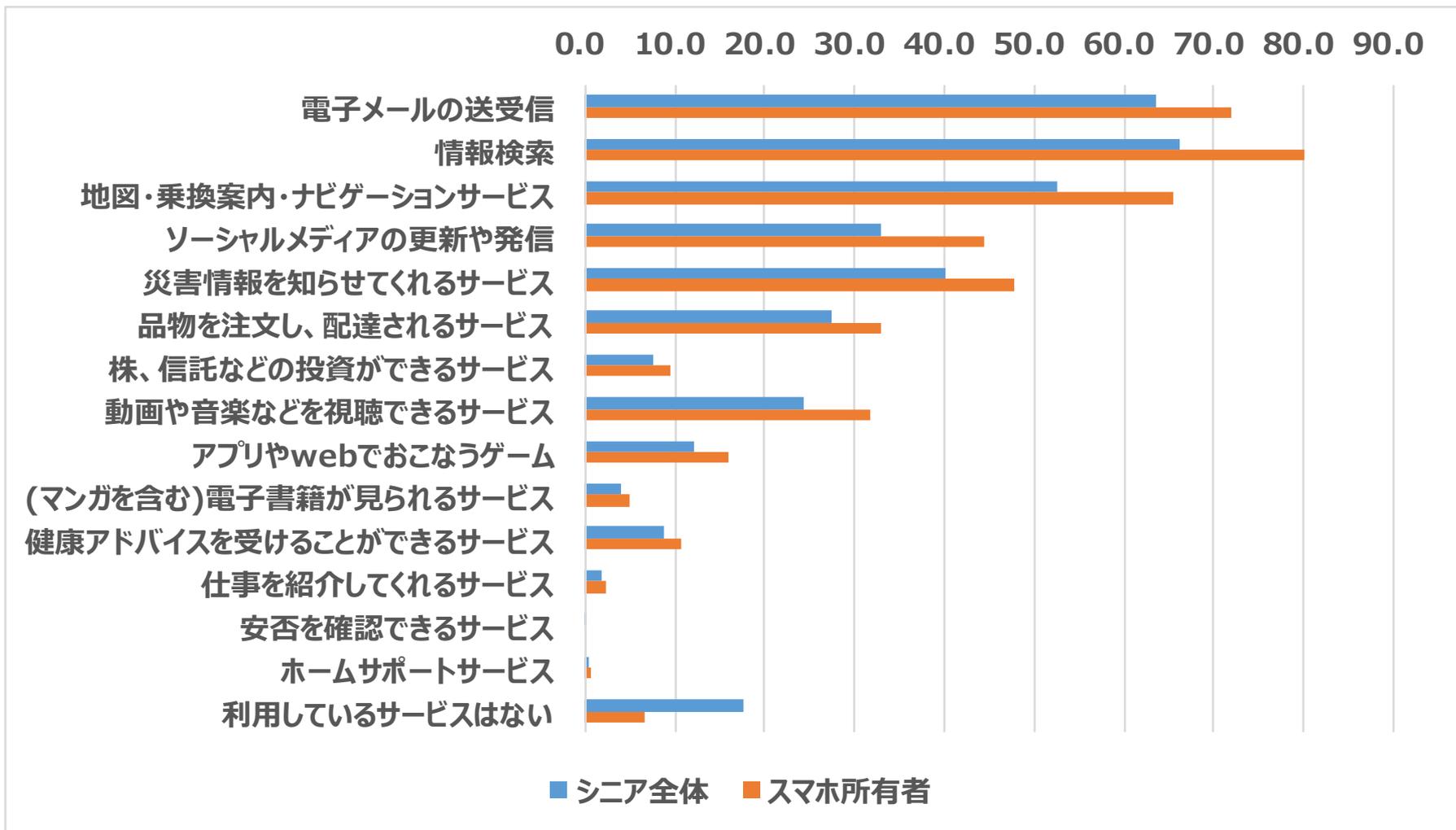
デバイス所有状況・サービス利用スマホへの関与・
スマホ、ケータイ利用による人との繋がり等



最近スマートフォンを所有したシニアは「家族からの勧め」「フィーチャーフォンが使えなくなった」といった受動的な理由が上位



スマホ所有者のうち「情報検索」「メール」の利用はそれぞれ7割～8割。
「品物注文」「動画・音楽の視聴」で3割程度が利用。



目的

多くのシニアがスマートフォンを所有している状況下において、
スマートフォンを所有する理由も変化している。
残念ながら、所有しているシニアは増えているが、皆が利活用できていない。



今後の利活用を考える上で「スマホの習得手法」に着眼し、
どのような特性にどのような差異が見られるか調査・分析によって明らかにしていく

調査概要

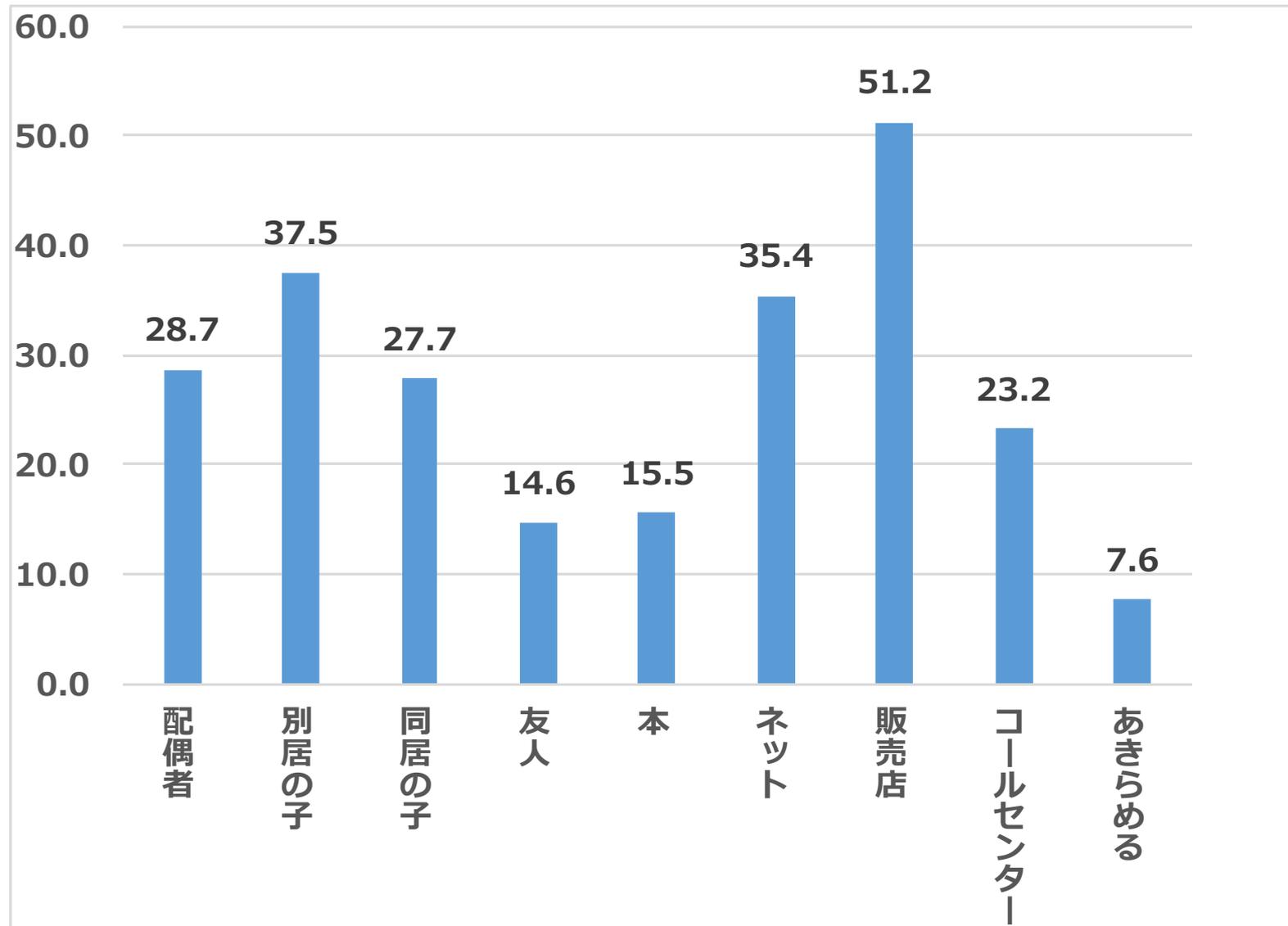
調査時期	2021.1
調査方法	訪問留置調査法
調査対象	関東1都6県 60歳～79歳の男女
標本抽出方法	QUOTA SAMPLING 性別・年齢・都市規模で割付
サンプル数	506 (スマホ所有者374人が本稿の分析対象)

2. 分析結果

数量化理論第Ⅲ類

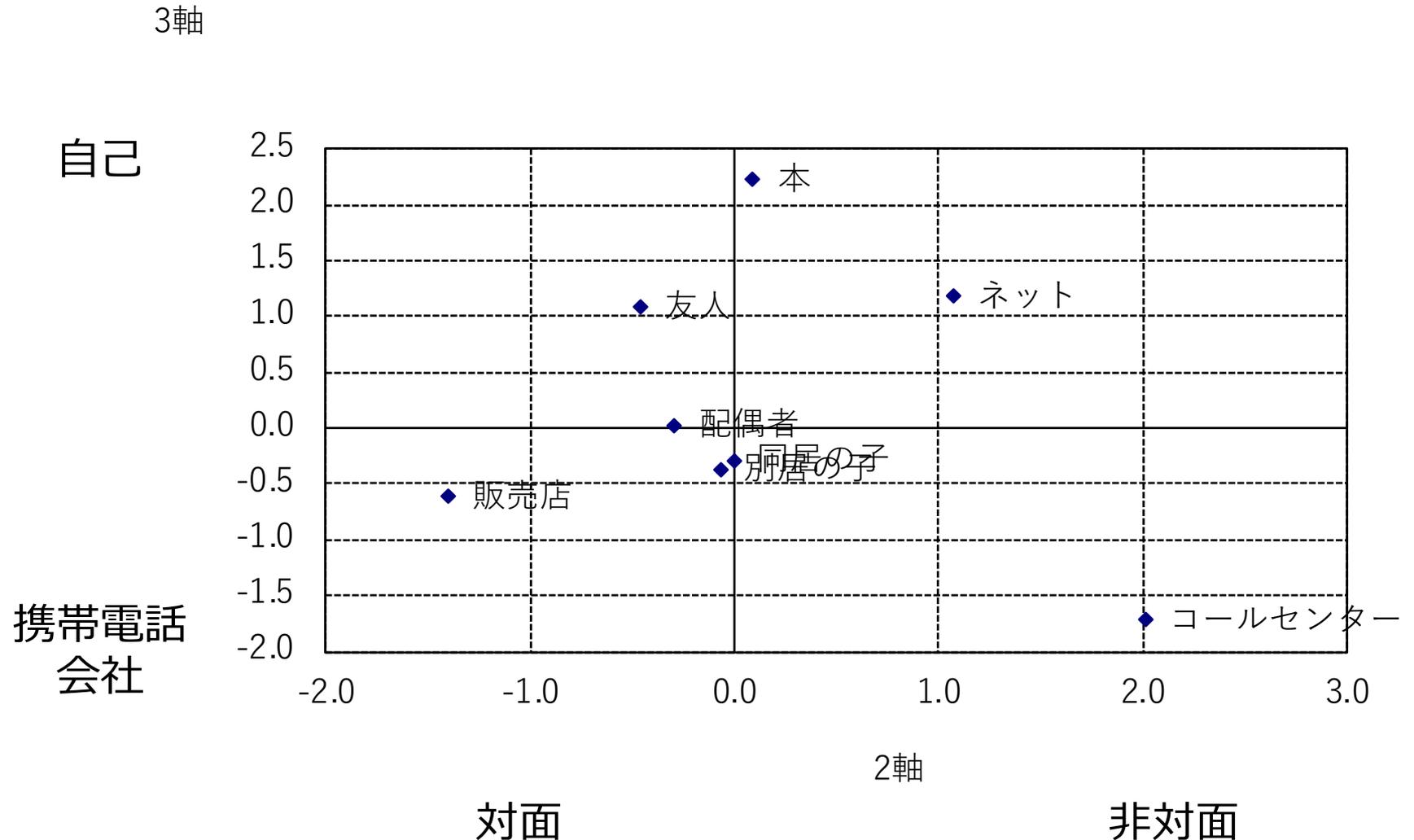
2-1 シニアのスマホ習得方法

「販売店に聞く」が最も高く51.2%、ついで「別居の子に聞く」「ネットで調べる」と続く



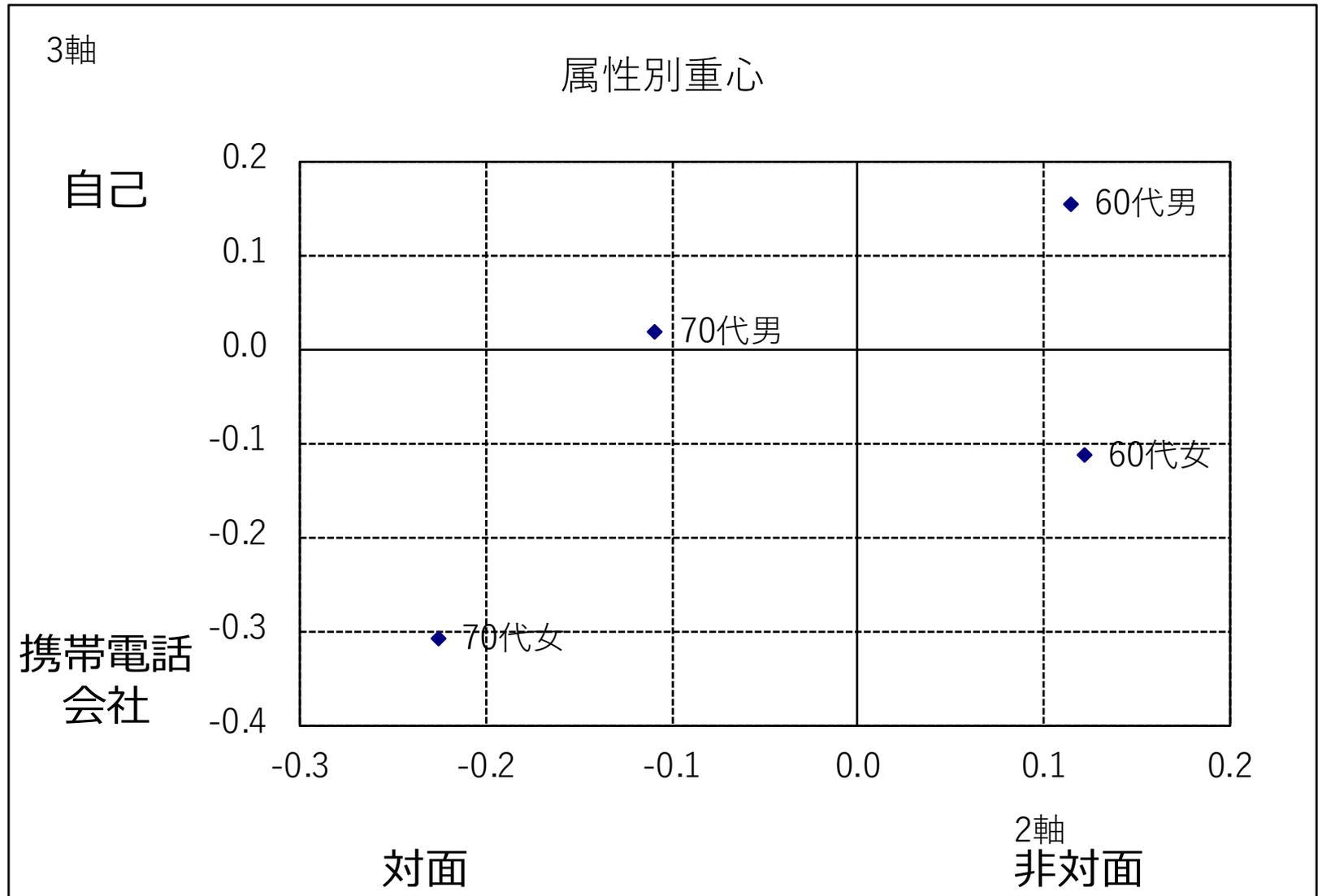
2-2 数量化理論第Ⅲ類（習得方法の分布）

数量化理論第Ⅲ類を用いて分析を実施。「対面⇔非対面」「自己⇔携帯会社」の両軸で属性等を解釈。



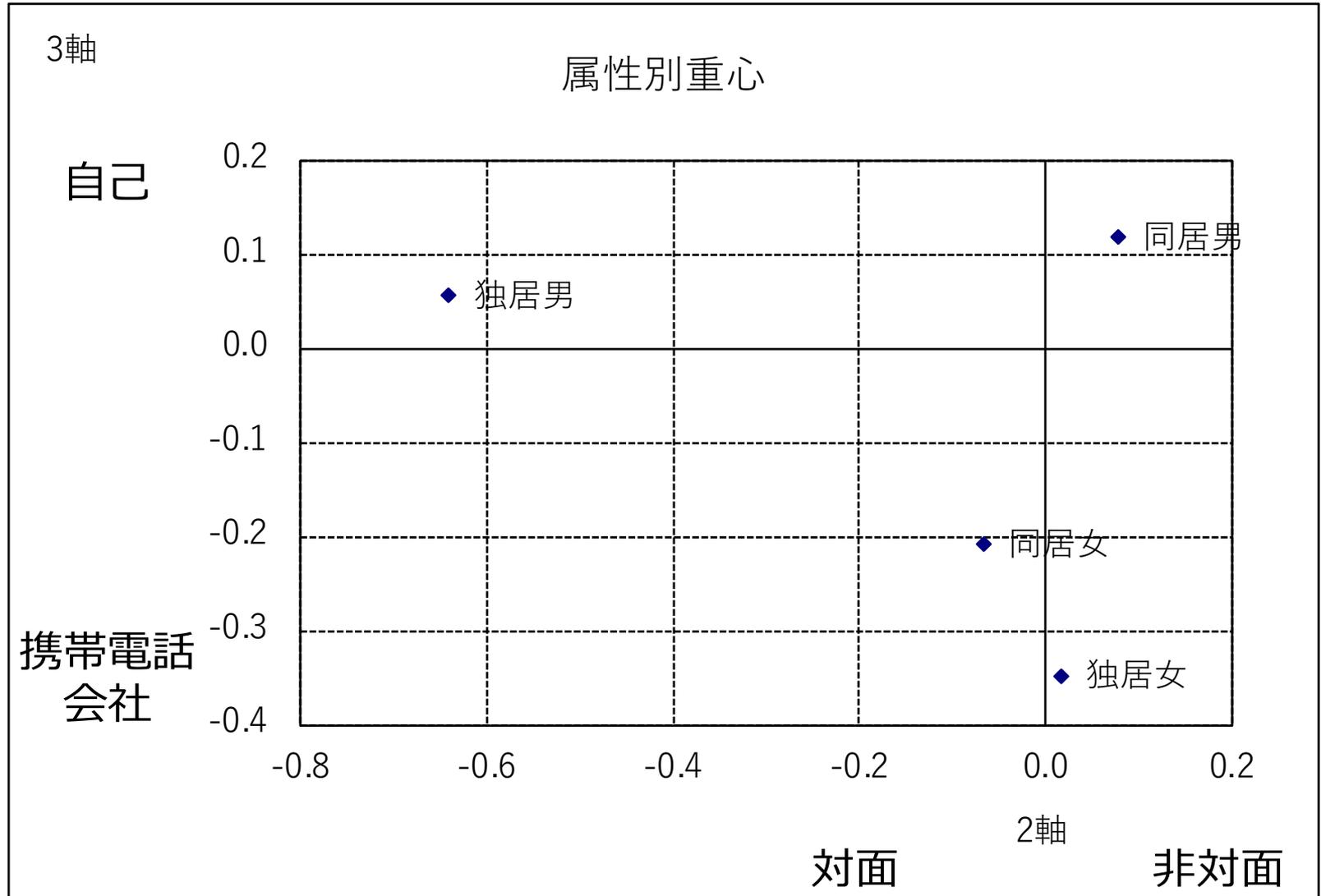
2-3 数量化理論第Ⅲ類 (性年代)

60代は「非対面」、70代は「対面」。男性は「自己」、女性は「携帯電話会社」志向。



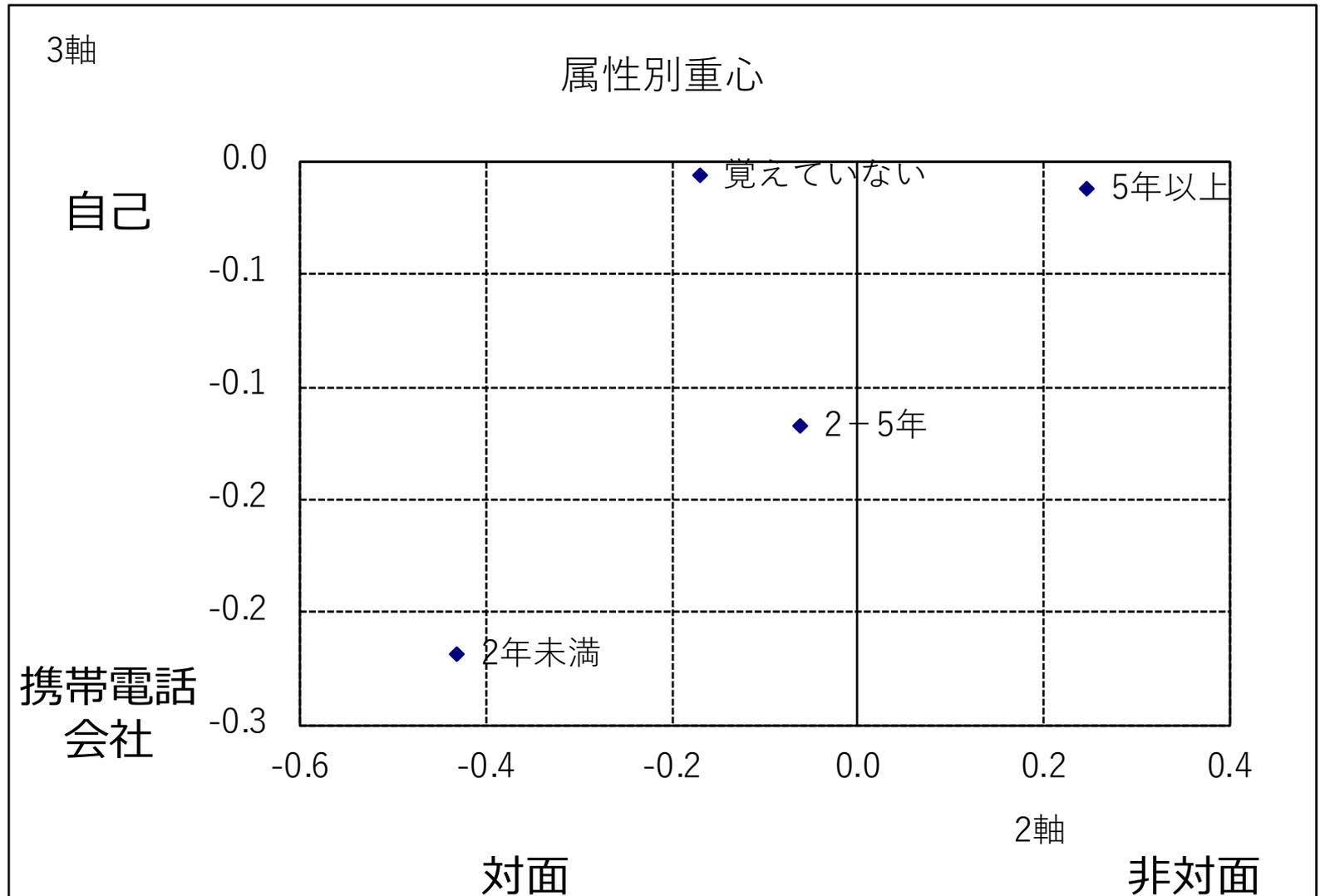
2-4 数量化理論第Ⅲ類（家族構成）

女性は同居の有無で大きな差異は見られず「携帯電話会社」
男性は「自己」は同じだが、同居は「非対面」、独居は「対面」



2-5 数量化理論第Ⅲ類（所有時期）

5年以上前から所有しているシニアは「自己・非対面」、
直近で所有したシニアは「携帯電話・対面」志向



3 まとめ・考察

シニアのスマホ習得方法

60代は「非対面」、70代は「対面」。
男性は「自己」、女性は「携帯電話会社」志向。

女性は同居の有無で大きな差異は見られず「携帯電話会社」
男性は「自己」は同じだが、同居は「非対面」、独居は「対面」

5年以上前から所有しているシニアは「自己・非対面」、
直近で所有したシニアは「携帯電話会社・対面」志向

本結果を通じて

本稿では、シニアのスマートフォン後、どのように
スマートフォンを習得していくか明らかにしてきた

スマホ所有期間が短いシニアは「携帯電話会社・対面」傾向であり、
より携帯電話会社の役割が重要となってくるのではないかと

今後もシニアがスマホを利活用するため、どのような障壁があるか、
調査通じて解明していく