

## 4割のシニアがカルチャースクールへ参加 「女性」「スマホ所有」「新しいもの好き」が鍵

～調査結果からカルチャースクールが抱えている課題を考える～

株式会社NTTドコモ モバイル社会研究所

### 目次

調査結果 1 : カルチャースクールへの参加状況

調査結果 2 : カルチャースクールへの参加の特性

## ■ 調査結果

### 1ー カルチャースクールへの参加は4割

シニアがカルチャースクールで生き生きしている姿をよく見かけるのではないだろうか。どのような特性のあるシニアが参加しているのか、調査分析をおこなった。

調査は、カルチャースクールを2つの分野（①教養・芸術等主に体を動かさない、②体操・ダンス等主に体を動かす）に分け、それぞれ参加を聞いた。その結果、図1の通り、4割のシニアがカルチャースクールに参加していた。参加者にその分野を聞いたところ、半数が両分野に参加していた。ここから推察されることは、参加者の多くは複数を掛け持ちしている可能性があることである。

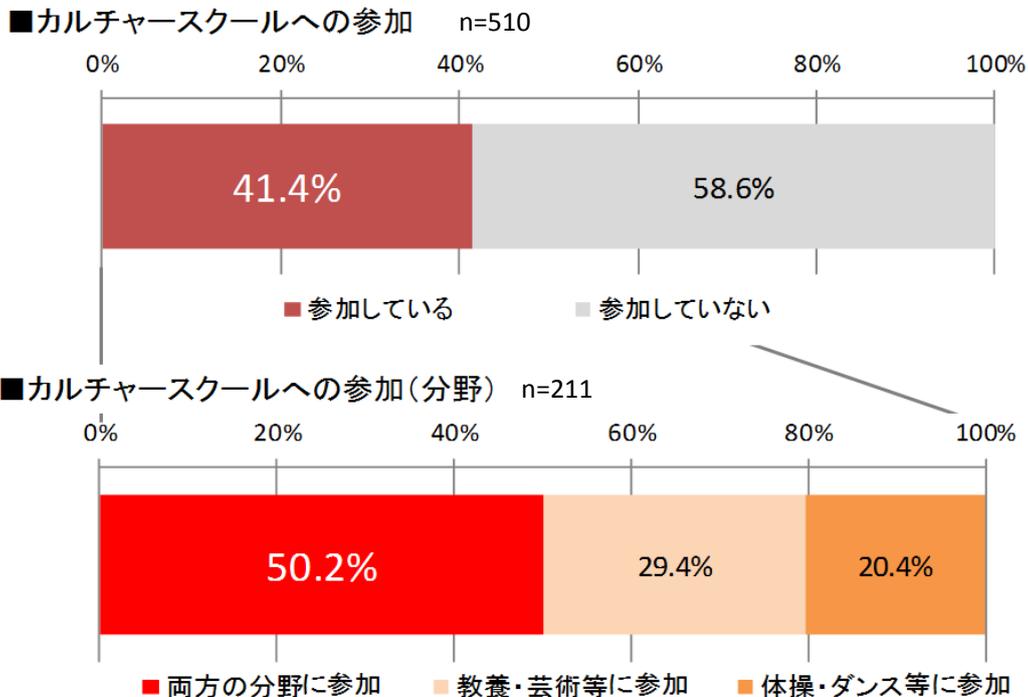


図1 カルチャースクールへの参加

## 2-1 「女性」「スマホ所有者」「新しいもの好き」のシニアが参加

この回答結果をもとに、統計処理（数量化理論第Ⅱ類）をおこない、参加者の特性を見た。その結果、関係が強い項目は「性別」「スマホ所有」「イノベータ得点（新しいもの好き）」であり、具体的には「女性」「スマホ所有」「新しいもの好き」のシニアが、カルチャースクールへの参加が高い傾向が見られた。その一方、関係が弱い項目は「居住地の都市規模」「仕事に就いているか」であり、都市部・地方部や、有職・無職での参加率の差異は大きくなかった。なお、年代別では大きな差異は見られないが、図2の通り、男女とも、70代前半が最も参加率が高い。

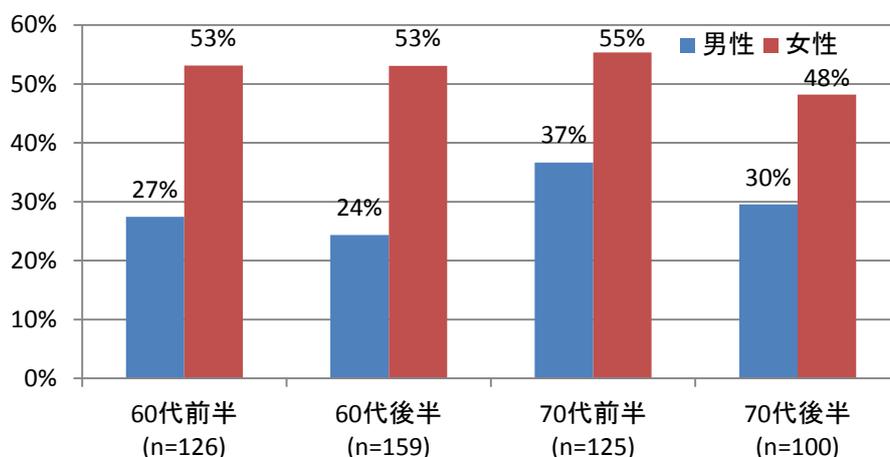


図2 カルチャースクールの参加率（性年代別）

## 3-1 参加有無別にみると、スマホ所有率は20pt異なる

上記の結果の中で、「スマホ所有の有無」が強い結果であった。具体的に、性年代別にカルチャースクールの参加有無で「スマホ所有率」を見たのが図3である。20ptほど差異が見られた。

表1 カルチャースクール参加者とスマホ所有率（性年代別）2018年調査

		参加者	非参加者	差異
男性	60代	78%	51%	+27pt
	70代	54%	28%	+26pt
女性	60代	66%	43%	+23pt
	70代	35%	17%	+18pt

当結果から、カルチャースクール参加者がスマホを使って、連絡したり、情報共有したりしているかは分からない。他のシニアと異なり、スマホ所有者が多いことが明らかになったことで、スマホが連絡や情報共有の素地になる可能性がある。

なお、弊所では2015年から当調査を行っているが、2015年時点では今回紹介した2018年調査のように、カルチャースクール参加者と非参加者において、表2の通りスマホ所有率に大きな差異は見られなかった。

表2 カルチャースクール参加者とスマホ所有率（性年代別）2015年調査

		参加者	非参加者	差異
男性	60代	43%	38%	+5pt
	70代	32%	15%	+17pt
女性	60代	44%	34%	+10pt
	70代	14%	11%	+3pt

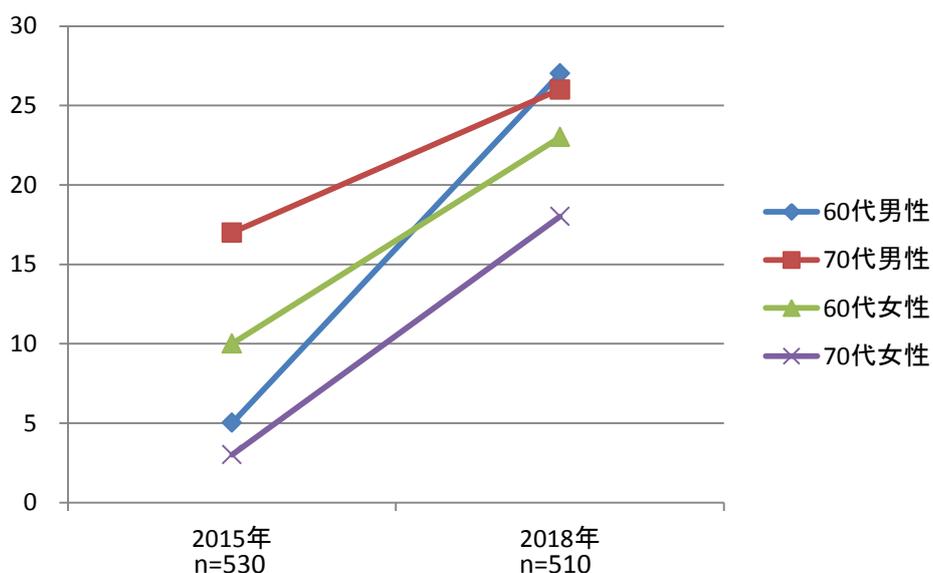


図3 カルチャースクール参加者とスマホ所有率（性年代別）の差異

#### 4-1 スマホ利活用でのカルチャースクールの課題へのアプローチ

筆者が以前お話を聞かせていただいた、カルチャースクールの運営者からは以下の2つの課題を教えてもらった。1つ目は、参加者の広がりである。カルチャースクールへの参加者の顔ぶれは、固定化されやすく、新規参加者が少ない。2つ目は、カルチャースクールで作成した成果物（有形無形問わず）の披露の場がリアルの場に限られ、費用（会場設置等）の関係もあり、回数が限られ、参加者のモチベーションにも関わっているとのことであった。

表3に例示した通り、シニア世代にスマホの利活用が浸透すれば、そういった課題への1つの解へとなる可能性があるのではないかと。

表3 カルチャースクールの課題（運営側）とスマホ利活用

カルチャースクールの課題（運営側）	スマホを利用した解決の一考
①参加者の固定化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・知人からの情報提供</li> <li>・自ら情報取得</li> </ul>
②成果物展示の制約(リアルのみ・回数)による費用増・参加者のモチベーション低下	<ul style="list-style-type: none"> <li>・SNSを利用した開示</li> <li>・クラウド上での収集</li> </ul>

また、シニア向けのLINE教室を聴講させてもらった際に、何故参加したか聞いたところ、「カルチャースクールの連絡がLINEで来る。だから参加した」との声があった。また、スマホを活用し、講習内容を家で再度確認したいとの声も聴いた。カルチャースクールを起点となった、スマホの利活用の一例であり、今後の注目していきたい。

表4 カルチャースクール参加とスマホ利活用

参加者側のカルチャースクール参加によるスマホ利活用の一考
<ul style="list-style-type: none"> <li>①連絡の手段等によるスマホの習熟きっかけとなる</li> <li>②講習内容を動画等により復習でき、学習効果を高める</li> </ul>

## ■調査概要（調査名 シニア調査 訪問留置調査法）

図1～3、表1

調査時期 : 2018年1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510サンプル回収

表2、図3

調査時期 : 2015年10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530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](mailto:msri-inq-ml@nttdocomo.com) 03-5156-1087