

第 6 章

シニアの生活実態とICT利用

(本章では、調査対象を60代、70代としている)

- 第1節 ICT端末所有概況
 - 端末所有状況、スマートフォン所有のきっかけ、相談相手、調べ方
- 第2節 コミュニケーションとICTサービス利用
 - 連絡手段、ICTサービス利用率
- 第3節 シニアの生活の実態とICT利用
 - 日々の活動実施率、利用する店舗、インターネットショッピング利用

第1節 ICT端末所有概況

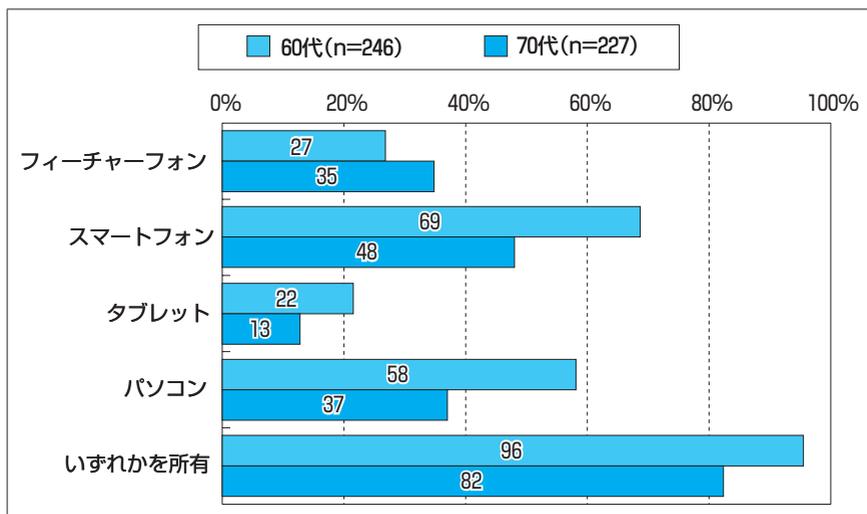
——端末所有状況、スマートフォン所有のきっかけ、相談相手、調べ方

◆ポイント◆

- 60代のスマートフォン所有率は約7割、70代は約5割(資料6-1、資料6-3)。
- 「スマートフォン」の所有状況は「正規職員」「パート・アルバイト」「専業主夫・主婦」で6割超え(資料6-4)。
- スマートフォン所有のきっかけは男女ともに「家族のすすめ」「周囲にスマホを持っている人が増えた」が多い(資料6-5)。

資料6-1 ICT端末所有状況 [年代別]

- 8割以上の60～70代がいずれかのICT端末を所有。
- スマートフォン所有率は、60代が約7割、70代が約5割。

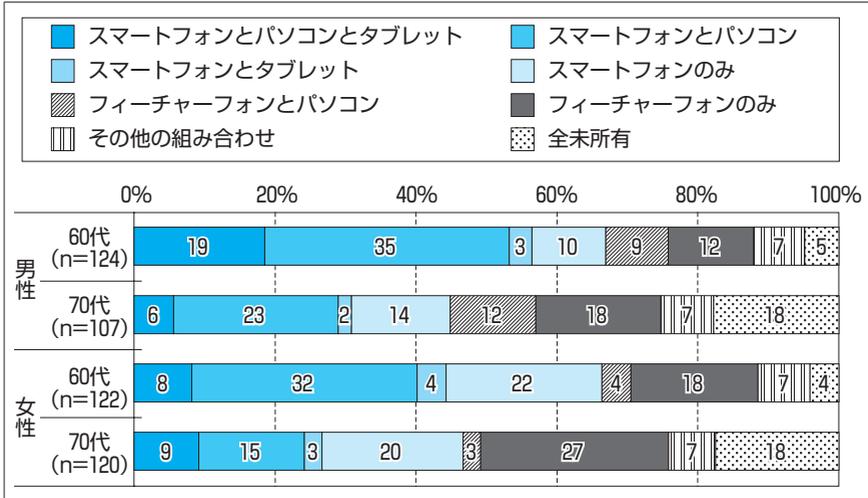


注:「タブレット」「パソコン」は家族で共有で所有している機器も含む。

出典:2020年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料6-2 所有しているICT端末の組み合わせ [性年代別]

- 60代の男性女性、70代男性は「スマートフォンとパソコン」の組み合わせが最も高い。
- 70代女性は「フィーチャーフォンのみ」の層が最も多い。

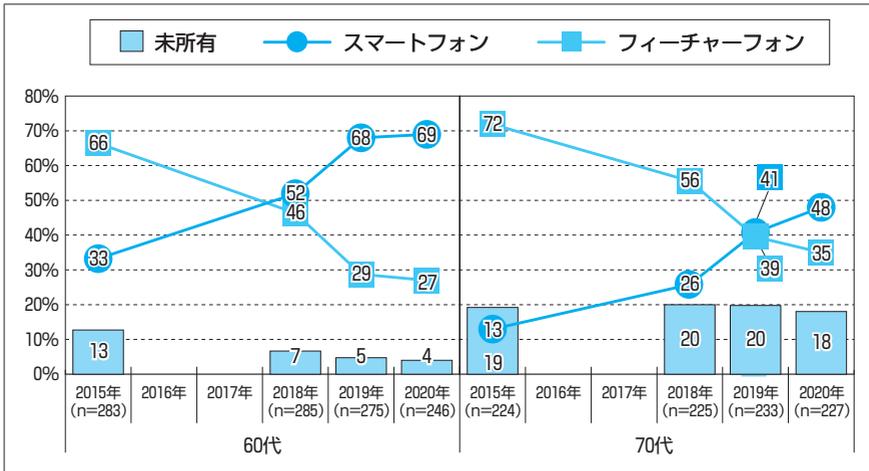


注:「パソコン」「タブレット」は家族で共有して所有している機器も含む。

出典:2020年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料6-3 携帯電話所有率の年次推移 [年代別]

- 2020年には70代のスマートフォン所有が約5割、60代のスマートフォン所有率が約7割に拡大。



注1: 2016年、2017年は調査未実施。

注2: 2015年の「スマートフォン」はタブレット所有を含み集計。

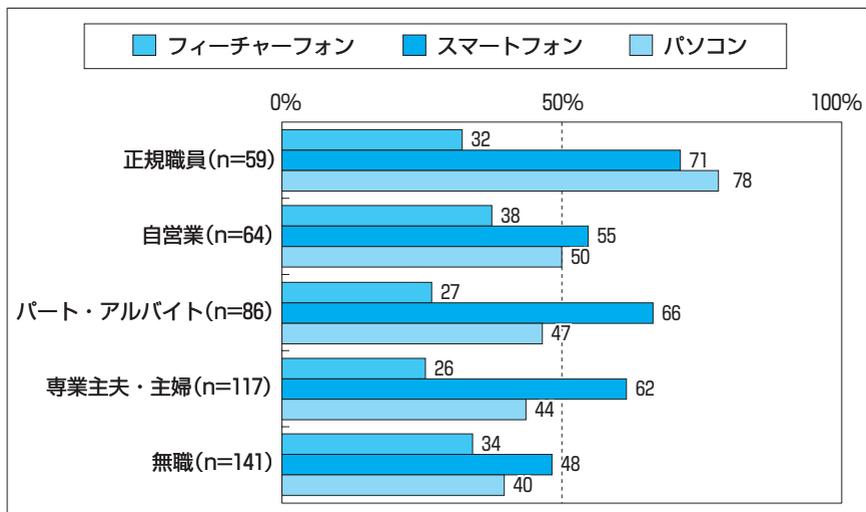
注3: 2018年は家族で共有して所有している端末を含み集計。

出典: 2015年アクティブシニアのICT利用生活調査(訪問留置)

2018-2020年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料6-4 ICT端末所有状況 [就業状況別]

- 「フィーチャーフォン」の所有状況は、就業状況による差が小さい。
- 「スマートフォン」の所有状況は「正規職員」「パート・アルバイト」「専業主夫・主婦」で6割超え。
- 「パソコン」の所有割合は正規職員が高い傾向がみられた。

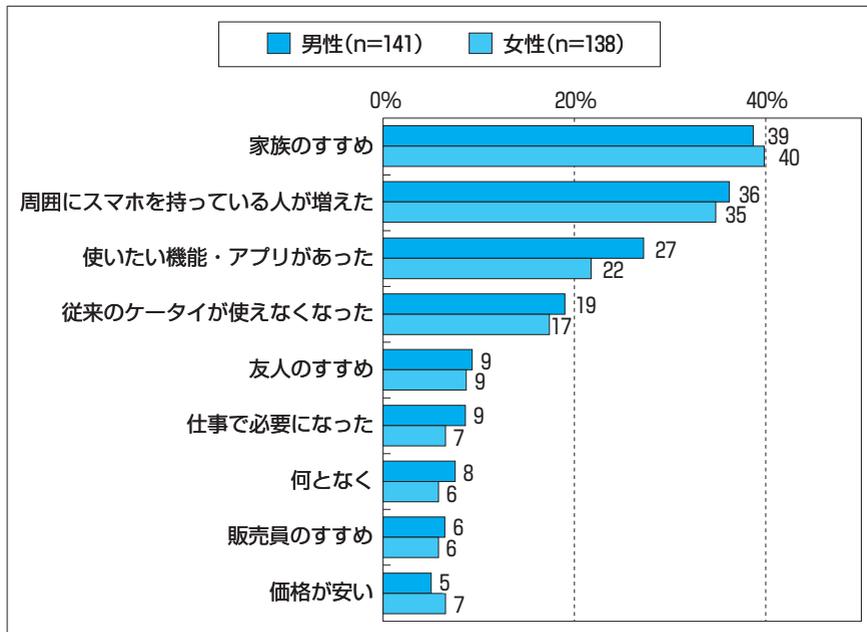


注:「パソコン」は家族と共有して所有しているものを含む。

出典:2020年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料6-5 スマートフォンを所有したきっかけ [性別(男女別)]
(複数回答)

- 最も高い所有きっかけは、男女ともに「家族のすすめ」次いで「周囲にスマホを持っている人が増えた」であった。
- 「使いたい機能・アプリがあった」はやや男性が多い傾向がみられた。

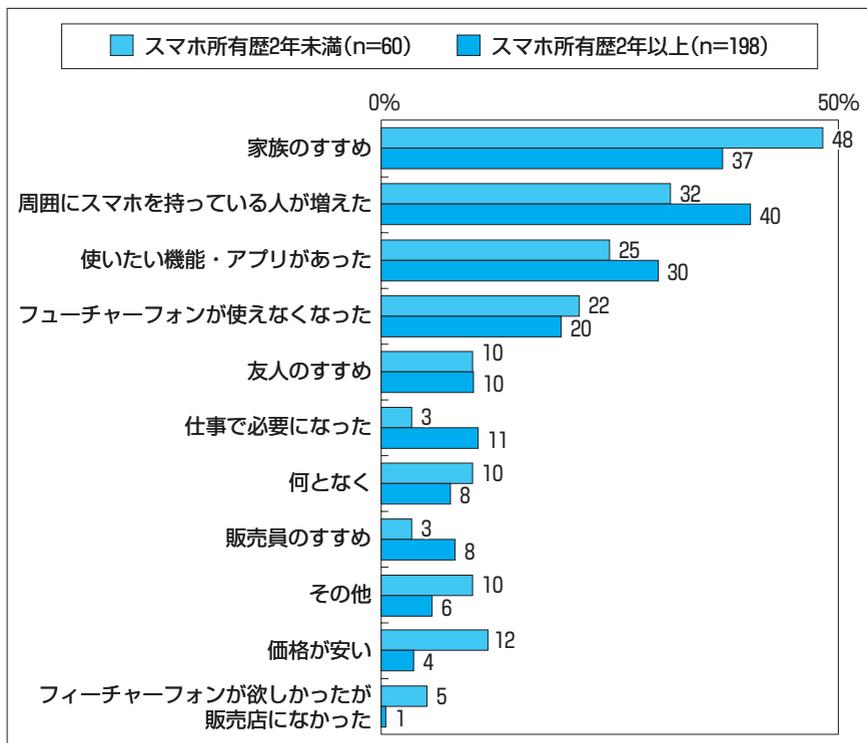


注:スマートフォン所有者が回答。

出典:2020年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料6-6 スマートフォンを所有したきっかけ [スマホ所有歴別]
(複数回答)

- 「スマホ所有歴2年未満」のグループでは約半数が「家族のすすめ」がきっかけでスマホを所有。
- 「スマホ所有歴2年以上」のグループでは、「家族のすすめ(37%)」だけでなく「周囲にスマホを持っている人が増えた(40%)」も多い傾向。

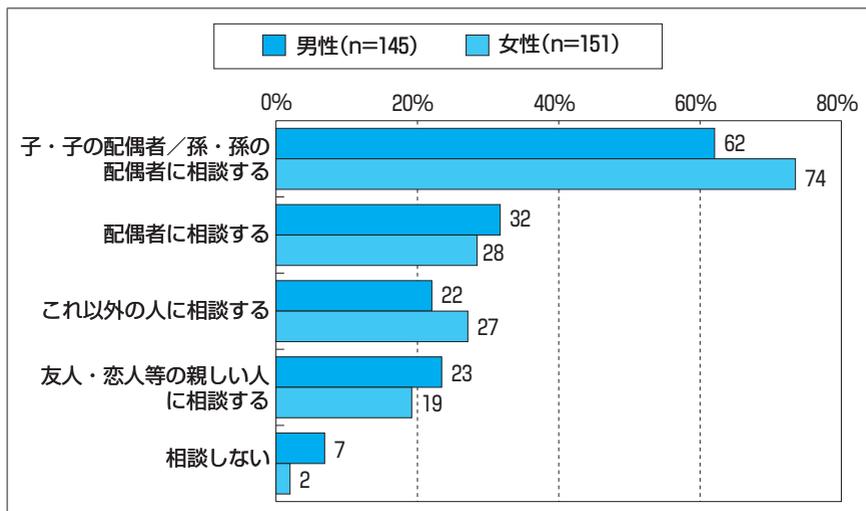


注:スマートフォン所有者が回答。

出典:2020年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料6-7 スマートフォンを使いこなすための相談相手 [性別(男女別)]
(複数回答)

- 「子や子の配偶者、孫や孫の配偶者に相談する」という、自分よりも若年の人間に相談する割合が、男女ともに一番大きい。

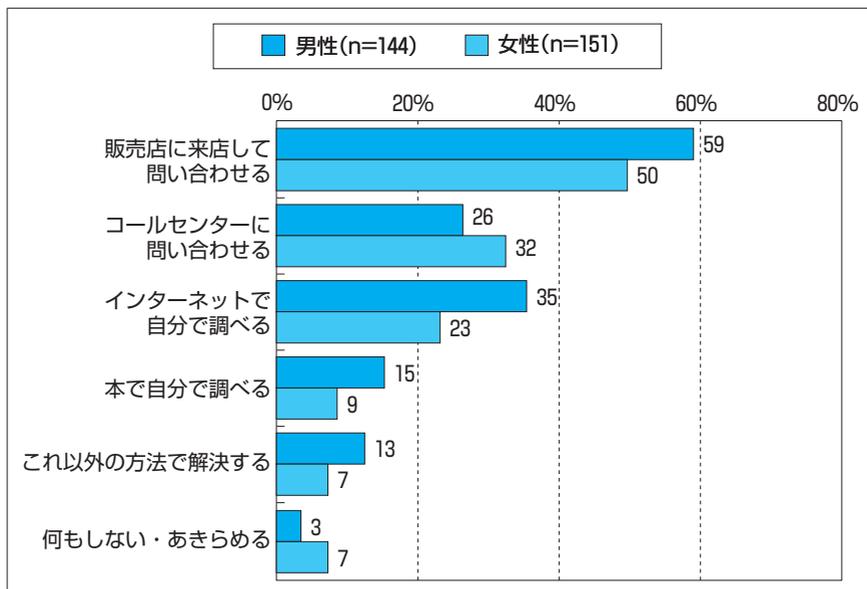


注:スマートフォン所有者が回答。

出典:2020年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料6-8 身近な人に聞く以外のスマートフォンの操作方法の調べ方
[性別(男女別)] (複数回答)

- 「販売店に来店して問い合わせる」割合が一番高い。
- 男性の場合は「インターネットで自分で調べる」という、自力で調べようとする層が、その次に多い。



注:スマートフォン所有者が回答。

出典:2020年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

第2節 コミュニケーションとICTサービス利用

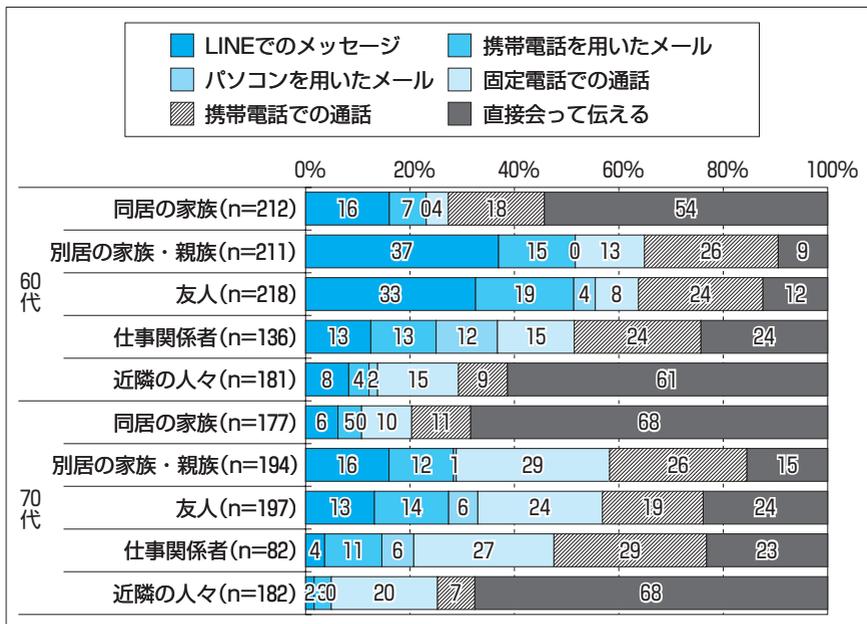
——連絡手段、ICTサービス利用率

◆ポイント◆

- 60代が別居家族・親族へ連絡する際には「LINEでのメッセージ」が最も多く使われ、70代は「固定電話での通話」が多用されている(資料6-9)。
- 60代が別居の家族と連絡を取る手段は、LINEが年々増加し5割を超えた(資料6-10)。
- ICTサービス利用は60～70代では「災害情報」の利用率が他世代と比べて高い傾向(資料6-12)。

資料6-9 最も多く使う連絡手段 [連絡相手別・年代別]

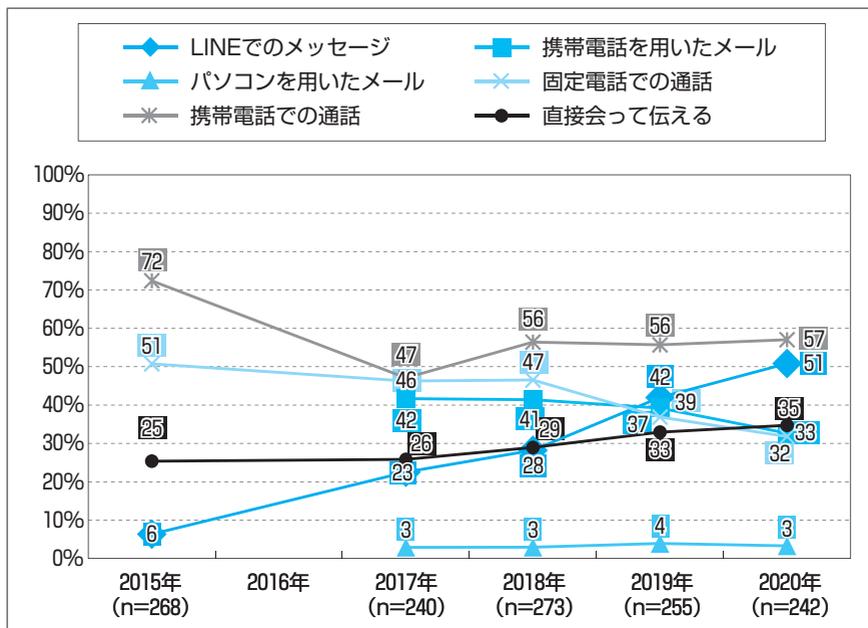
- 60代が別居家族・親族へ連絡する際には「LINEでのメッセージ」が最も多く使われている。
- 60代は携帯電話での通話を固定電話よりも使う一方、70代は固定電話での通話を携帯電話より利用。



出典：2020年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料6-10 別居家族との連絡手段の年次推移 [60代] (複数回答)

- LINEで連絡を取る割合が増えて51%になり、全体で2番目に多い連絡手段に。



注:2015年の「LINEでのメッセージ」は、「SNS(Facebook、LINEなど)」という文言で調査をしている。

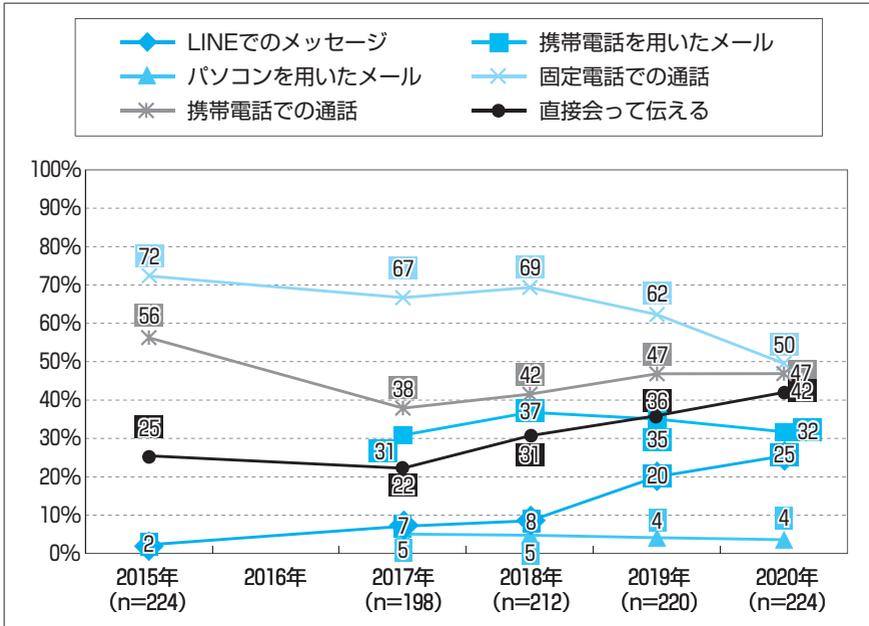
注2:2016年は調査未実施。

出典:2015年アクティブシニアのICT利用生活調査(訪問留置)

2017年-2020年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料6-11 別居家族との連絡手段の年次推移 [70代] (複数回答)

●60代同様、70代においてもLINEで連絡を取る割合が伸びている。



注:2015年の「LINEでのメッセージ」は、「SNS(Facebook、LINEなど)」という文言で調査をしている。

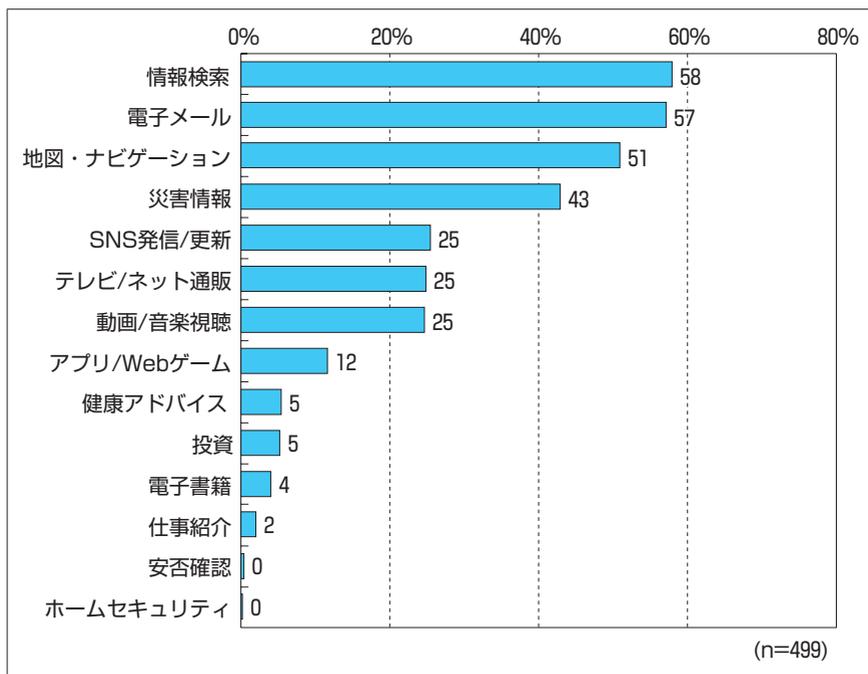
注2:2016年は調査未実施。

出典:2015年アクティブシニアのICT利用生活調査(訪問留置)

2017年-2020年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料6-12 ICTサービスの利用率(複数回答)

- 資料3-1の世代と同様に「情報検索」「電子メール」の利用率が高い。
- 資料3-1の全年代と比べると、60～70代では「災害情報」の利用率が比較的高い傾向。



注1:「安否確認」は、人が倒れた・人の動きがない等の異常時に警備員がかけつけ、安否を確認できるサービス。

注2:「ホームセキュリティ」は、外出時などに自宅の家電のスイッチや鍵の開け閉め等を確認できるサービス。

出典:2020年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

第3節 シニアの生活の実態とICT利用

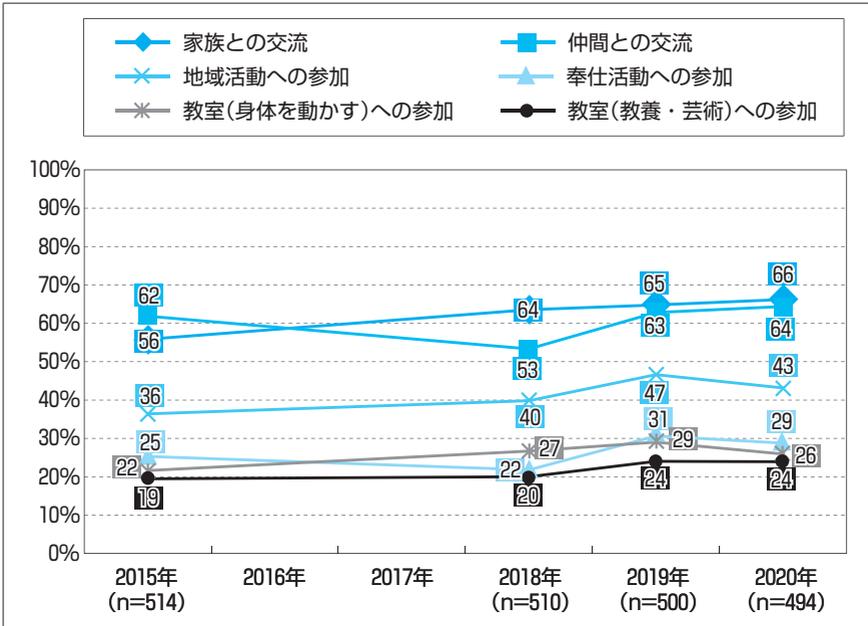
——日々の活動実施率、利用する店舗、インターネットショッピング利用

◆ポイント◆

- 携帯電話所有者のほうが未所有者と比べて交流や参加をしている傾向が見られるが、「地域活動への参加」は「携帯電話未所有」のほうが参加している(資料6-14)。
- 月1回以上インターネットで買い物をしているという割合は、2割程度(資料6-15)。
- スマートフォンや、フィーチャーフォンのみでの所有ではなく、タブレットやパソコンと組み合わせで所持しているシニアのほうが、オンラインショッピングを利用している割合が高い(資料6-17)。

資料6-13 日々の活動実施率の年次推移(単一回答)

●「仲間との交流」「家族との交流」を行っている60～70代は約6割。



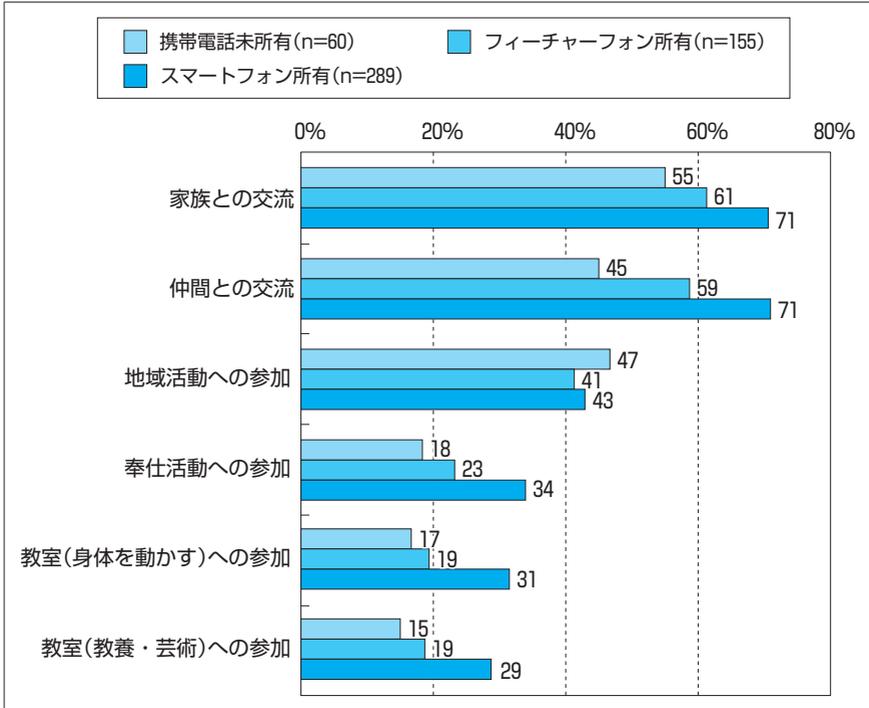
注:2016年、2017年は調査未実施。

出典:2015年アクティブシニアのICT利用生活調査(訪問留置)

2018年-2020年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料6-14 日々の活動実施率 [所有端末別] (単一回答)

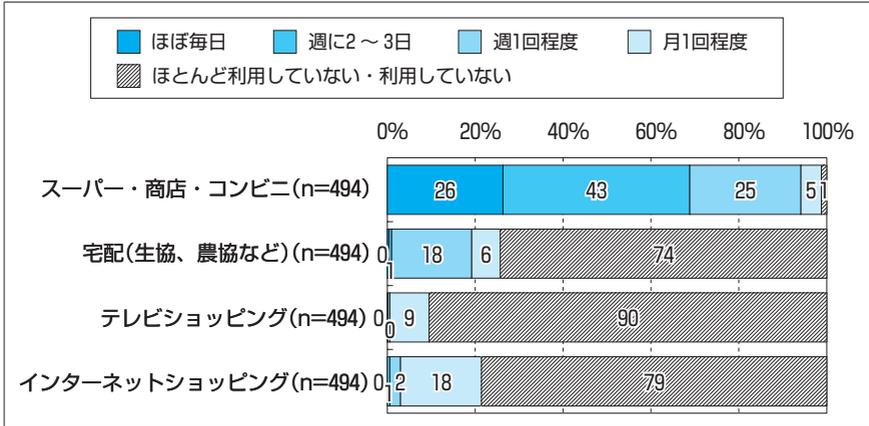
- 「携帯電話所有者」のほうが未所有者と比べて交流や参加をしている傾向が見られるが、「地域活動への参加」は「携帯電話未所有」のほうが参加している。



出典:2020年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料6-15 利用する店舗と頻度 [利用頻度別] (単一回答)

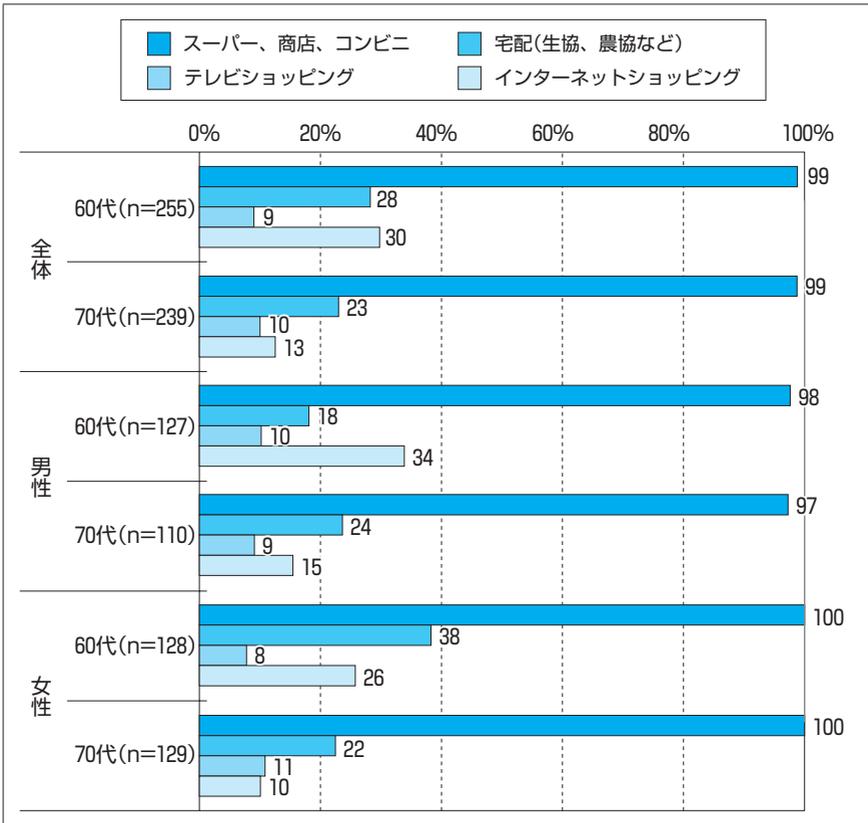
- 週1回以上の日常の買い物は、「スーパー・商店・コンビニ」などの実店舗の利用が、9割を超えている。
- 月1回以上「インターネットショッピング」の割合も、2割程度存在している。



出典:2020年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料6-16 利用する店舗と頻度 [性年代別] (単一回答)

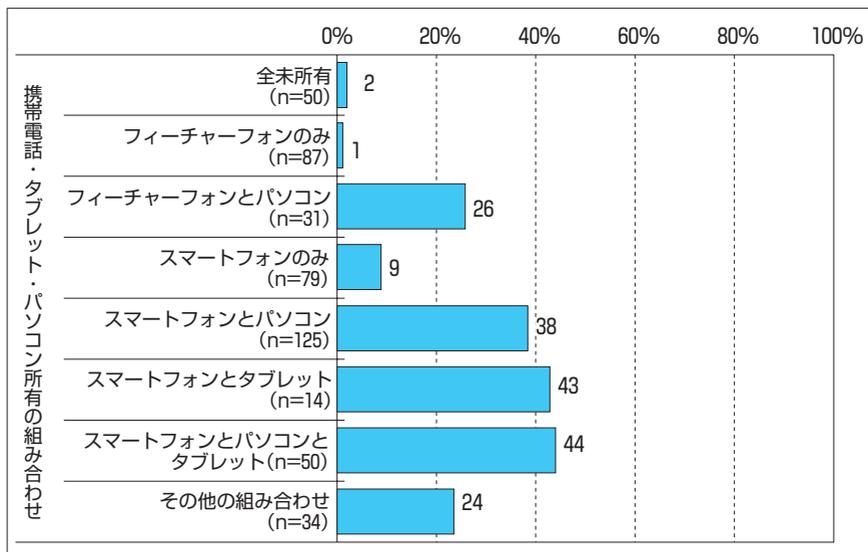
- 「インターネットショッピング」は60代男性が比較的多く利用(34%)。
- 「宅配(生協、農協など)」は60代女性が比較的多く利用(38%)。



出典:2020年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料6-17 インターネットショッピング利用と所有端末の関係 (単一回答)

- スマートフォンや、フィーチャーフォンのみでの所有ではなく、タブレットやパソコンと組み合わせで所持しているシニアのほうが、オンラインショッピングを利用している割合が高い傾向が見られた。



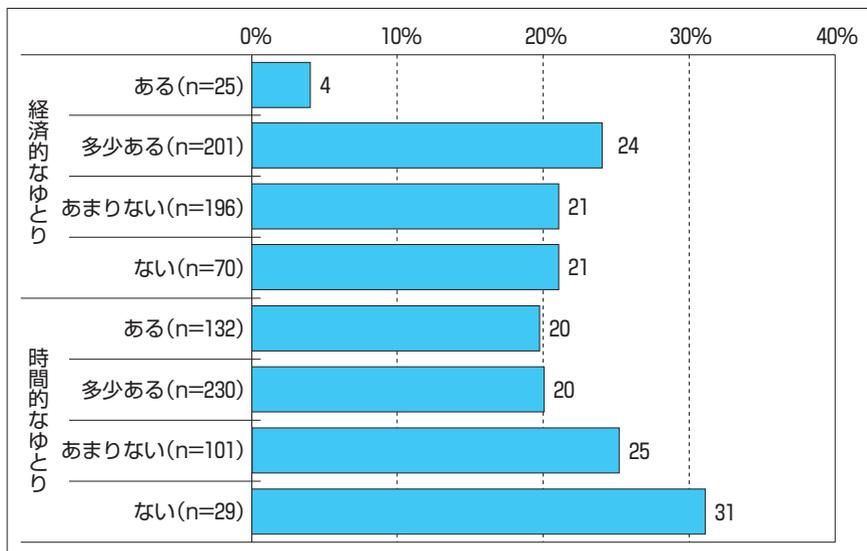
注1:「インターネットで買い物をしている割合」は、月1回以上している回答の合計。

注2:「パソコン」は家族と共有して所有しているものも含む。

出典:2020年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料6-18 インターネットショッピング利用と経済的・時間的ゆとりの関係(単一回答)

- 経済的なゆとりは「ない」と回答している層の他は、総じて2割程度、インターネットで買い物をしている。
- 時間的なゆとりは、インターネットでの買い物にほとんど影響は与えていない。



注1:「インターネットで買い物をしている割合」は、月1回以上している回答の合計。

注2:「パソコン」は家族と共有して所有しているものも含む。

出典:2020年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)