第8章

シニアの生活実態とICT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

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、スマホへの態度・距離感、就業

※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

ポイント

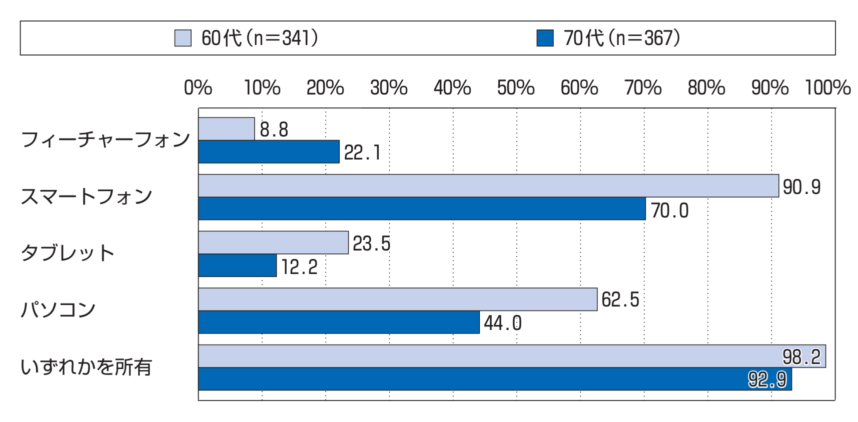
●スマートフォン所有率は60代で約9割、70代で7割と拡大(資料8-3)。

●スマートフォン所有のきっかけは、女性は「家族のすすめ」、男性は「周囲にスマホを持っている人が増えた」が最も高い。「フィーチャーフォンが使えなくなると聞いた」は、男女ともに約2割程度(資料8-5)。

●スマートフォンを使いこなすための相談相手は、所有歴によらず、「購入店で教えてもらった」が最も多い(資料8-8)。

資料8-1 ICT端末所有状況[年代別](複数回数)

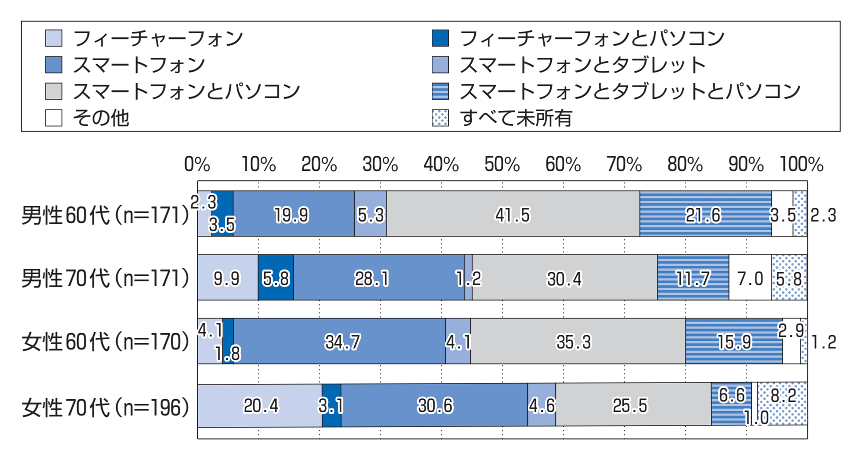
●9割以上の60〜70代がいずれかのICT端末を所有。
●スマートフォン所有率は、60代が約9割、70代が7割。



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。
出所:2022年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料8-2 所有しているICT端末の組み合わせ[性年代別](単一回答)

●男性は「スマートフォンとパソコン」の組み合わせが最も多い。
●70代女性は「スマートフォン」のみの層が最も多い。

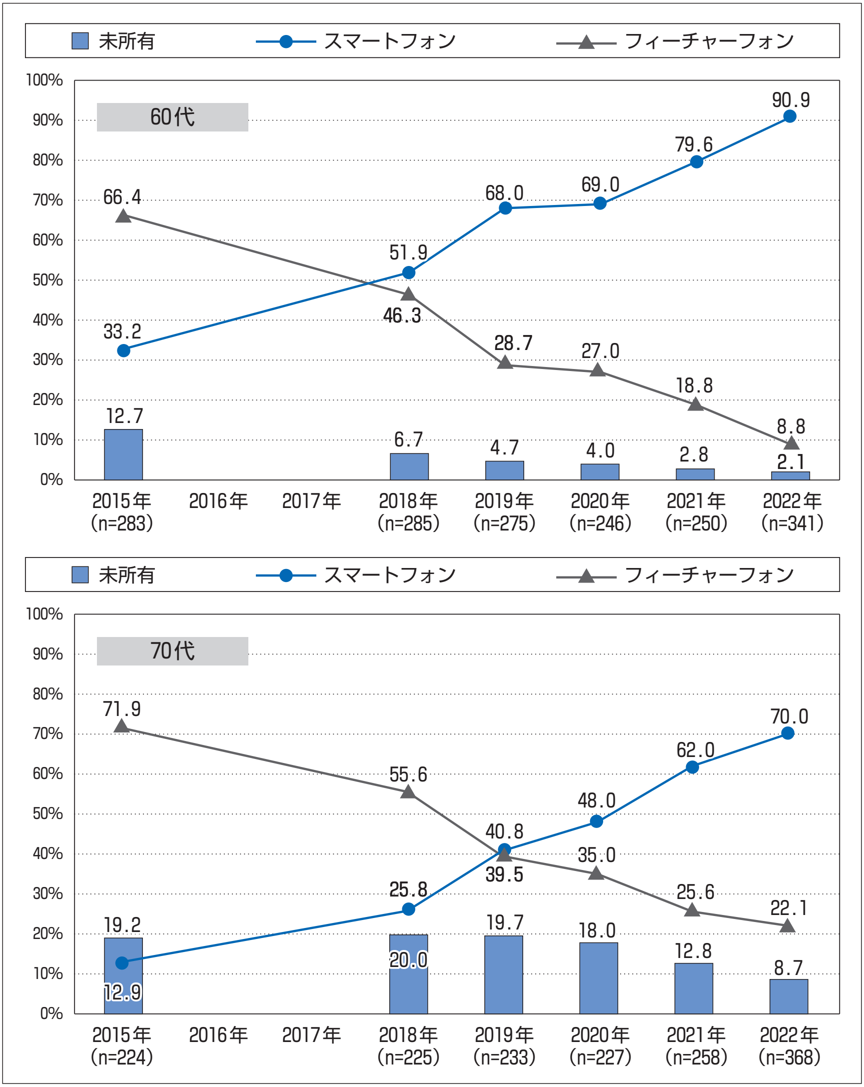


注:「パソコン」「タブレット」は家族で共有して保有している機器も含む。
出所:2022年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

第8章 シニアの生活実態とICT利用

資料8-3 スマホ・ケータイ所有率の年次推移[年代別](複数回答)

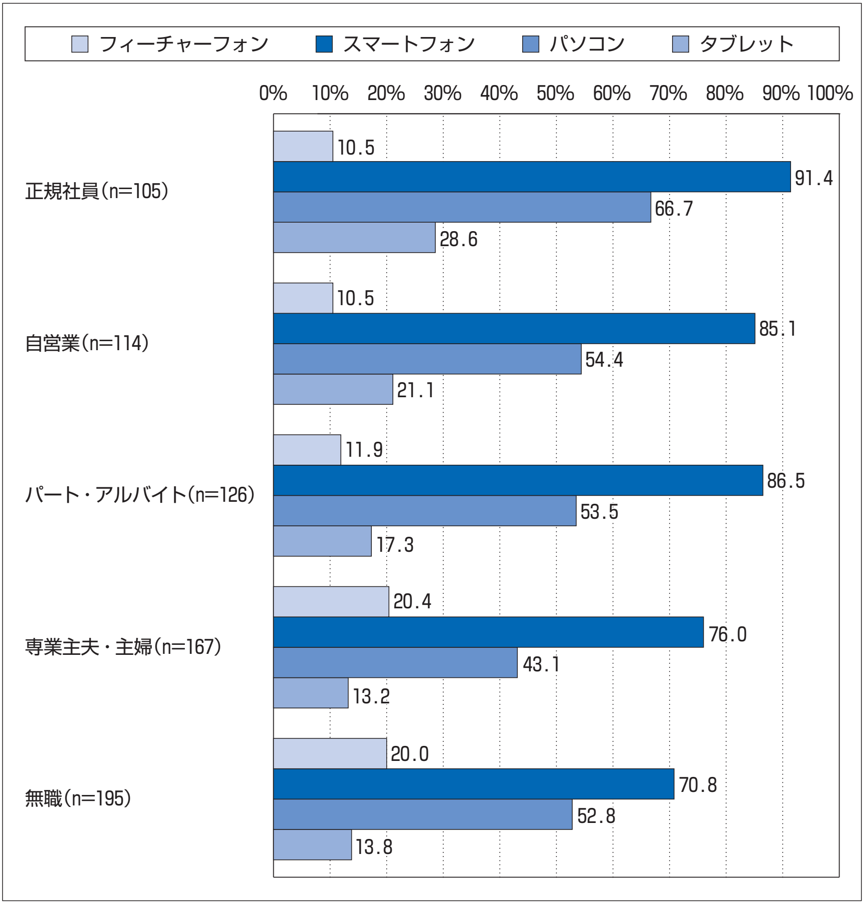
●スマートフォン所有率は60代で約9割、70代で7割と拡大。



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めて集計。
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。
出所：2015年シニアの生活実態調査(訪問留置)
　　　2018～2022年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料8-4 ICT端末所有状況［就業状況別］

●スマホ所有は就業者が9割程度と高い。
●パソコン所有は正規社員のみ6割を超えた。



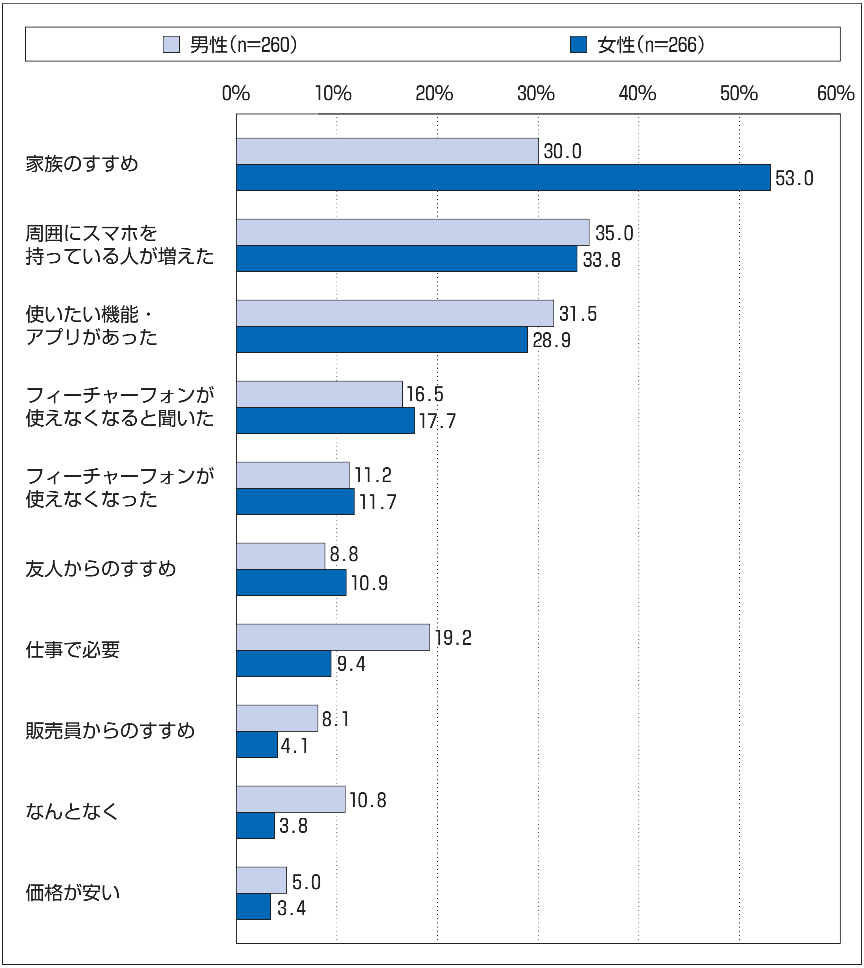
注：「パソコン」は家族と共有して所有しているものを含む。
出所：2022年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

第8章 シニアの生活実態とICT利用

資料8-5 スマートフォンを所有したきっかけ[性別](複数回答)

●所有きっかけは、女性は「家族のすすめ」か最も高く、次いで「周囲にスマホを持っている人が増えた」。男性は、「周囲にスマホを持っている人が増えた」が最も高く、次いで「使いたい機能・アプリがあった」「家族のすすめ」が同程度で高い。

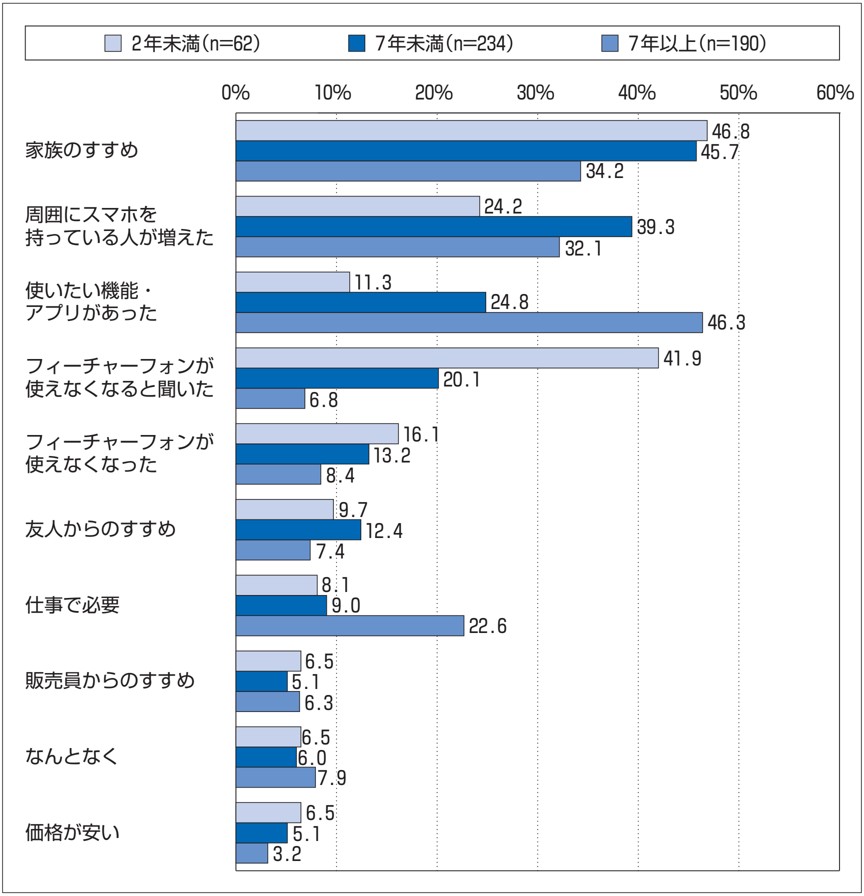
●「フィーチャーフォンが使えなくなると聞いた」は、男女ともに約2割。



注1:スマートフォン所有者が回答。
出所:2022年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料8-6 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、「家族のすすめ」に次いで、「フィーチャーフォンが使えなくなると聞いた」が高い傾向。
●「スマホ所有歴2年〜7年未満」のグループでは、「家族のすすめ」と「周囲にスマホを持っている人が増えた」が高い傾向。
●「スマホ所有歴7年以上」のグループでは、他のグループと比べ「使いたい機能・アプリがあった」が高い傾向。

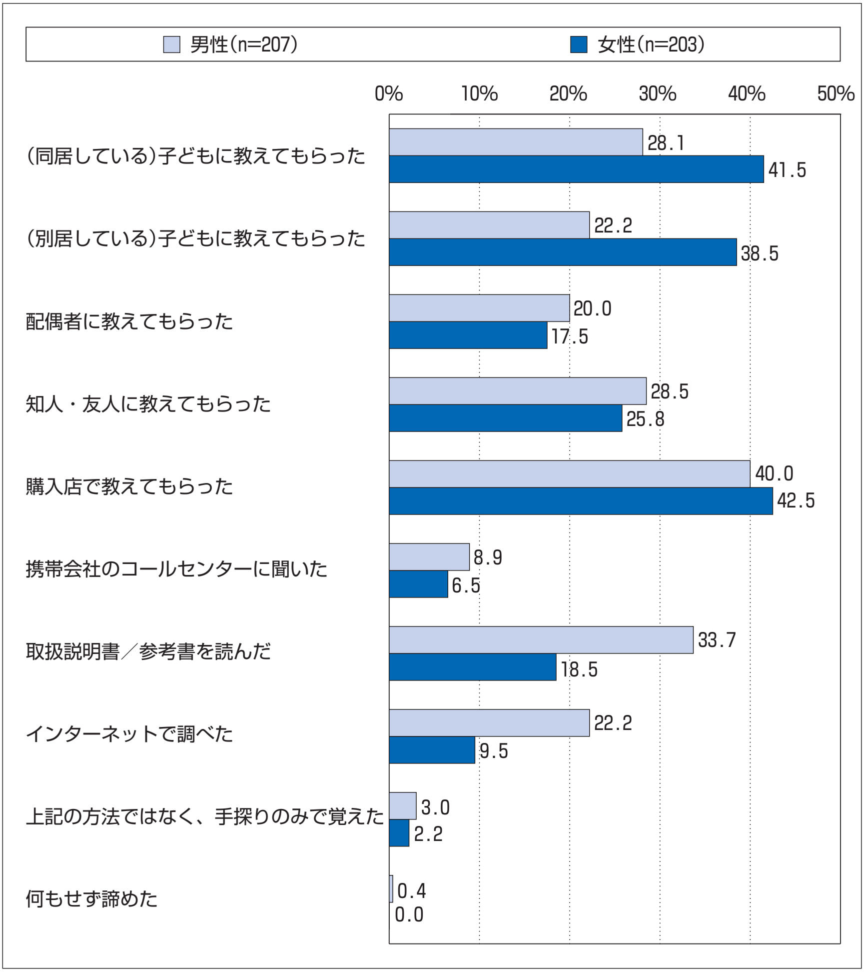


注1:スマートフォン所有者が回答。
出所:2022年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料8-7 スマートフォンを使いこなすための相談相手[性別](複数回答)

●男女ともに、「購入店で教えてもらった」が最も高い。

●女性は、「同居・別居の子どもに教えてもらった」、男性は「取扱説明書／参考書を読んだ」が次いで高い。

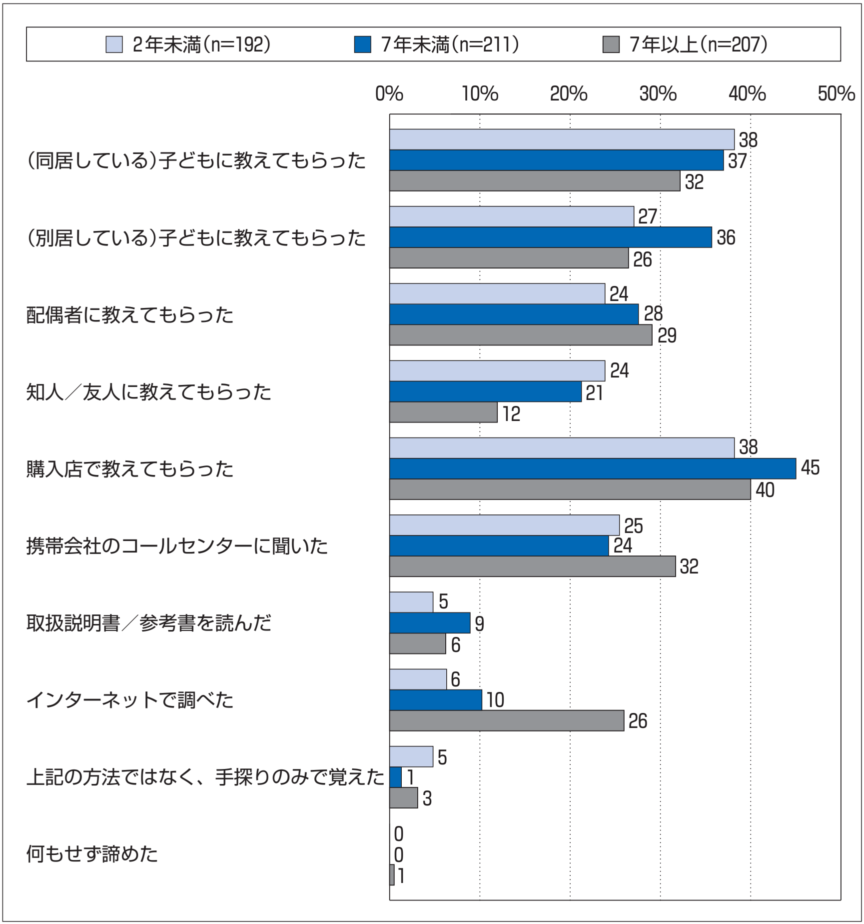


注：スマートフォン所有者が回答。

出所：2022年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料8-8 スマートフォンを使いこなすための相談相手[スマホ所有歴別](複数回答)

●全グループで、「購入店で教えてもらった」が最も多いが、「スマホ所有歴2年未満」のグループは、「同居している子どもに教えてもらった」が同率で高い。
●「スマホ所有歴2年〜7年未満」のグループでは、「同居・別居の子どもに教えてもらった」が次いで高い傾向。
●「スマホ所有歴7年以上」のグループでは、「同居の子どもに教えてもらった」と「携帯会社のコールセンターに聞いた」が次いで高く、また「インターネットで調べた」が、他のグループに比べて高い傾向。



注:スマートフォン所有者が回答。
出所:2022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

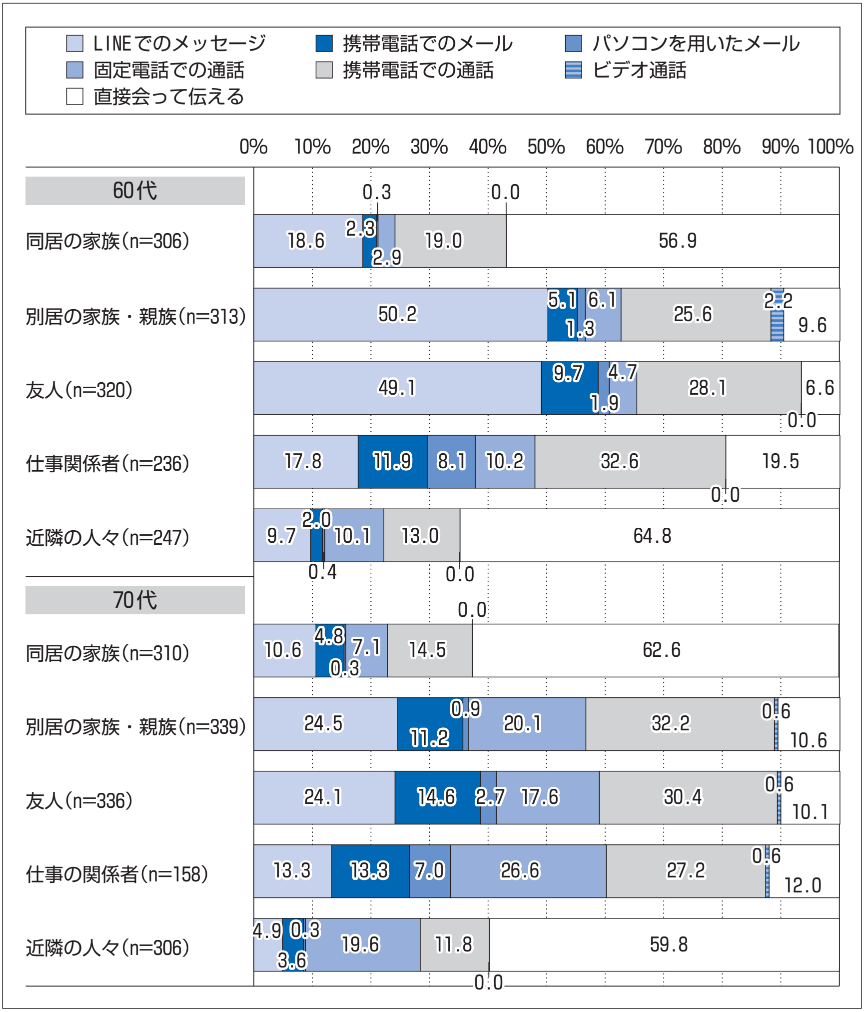
- 60代が別居家族・親族・友人へ連絡する際には「LINEでのメッセージ」が最も多く使われ、70代は「携帯電話での通話」が多用されている（資料8-9）。
- 別居家族との連絡手段では、60代は、「LINEでのメッセージ」が「携帯電話での通話」を上回り最も多い連絡手段に。70代では近年横ばいとなっていた「携帯電話の通話」が、約10ポイント上昇し、最も多い連絡手段に（資料8-10、資料8-11）。
- ICTサービス利用は60～70代では「災害情報」の利用率が他世代と比べて高い傾向（資料3-1、資料8-12）。

資料8-9 最も多く使う連絡手段[連絡相手別・年代別](単一回答)

●60代が別居家族・親族、友人へ連絡する際には「LINEでのメッセージ」が最も多く使われている。

●60代は「固定電話での通話」は少ないが、70代は「固定電話での通話」も比較的多く使われている。

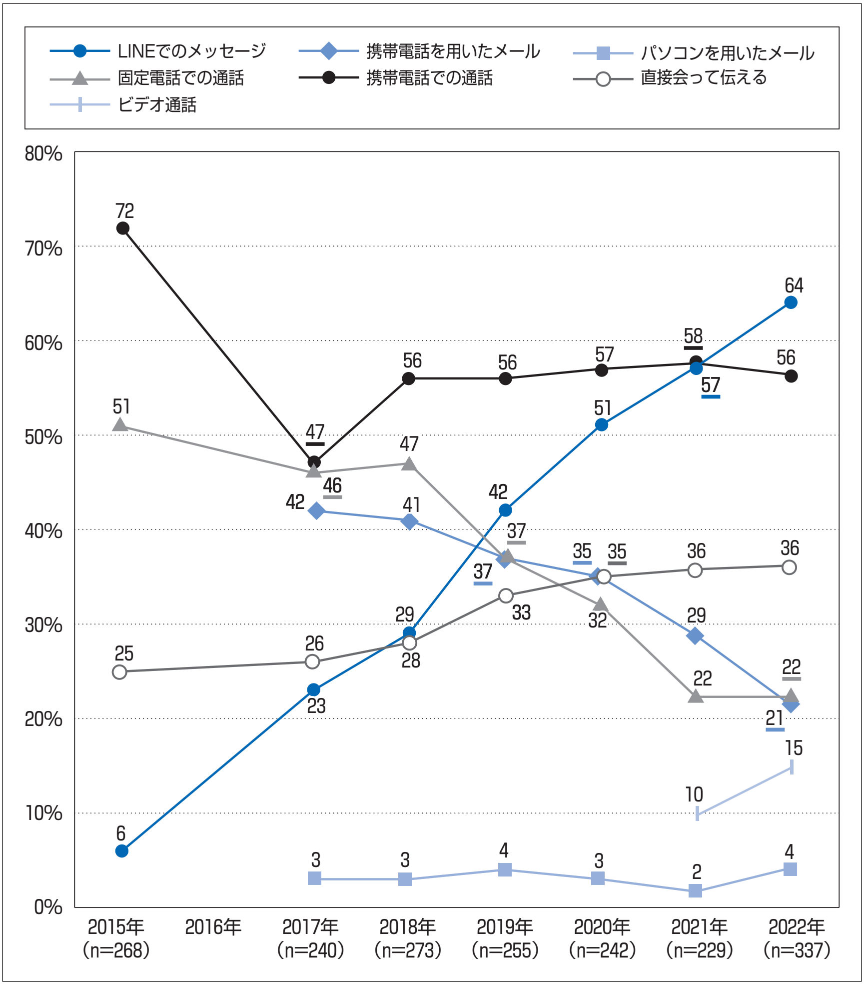
●60代、70代ともに、「携帯電話での通話」は「固定電話での通話」より比較的多く使われている。



出所:2022年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料8-10 別居家族との連絡手段の年次推移[60代](複数回答)

●「LINEでのメッセージ」が「携帯電話での通話」を上回り最も多い連絡手段に。
●「ビデオ通話」での連絡手段が増加傾向。

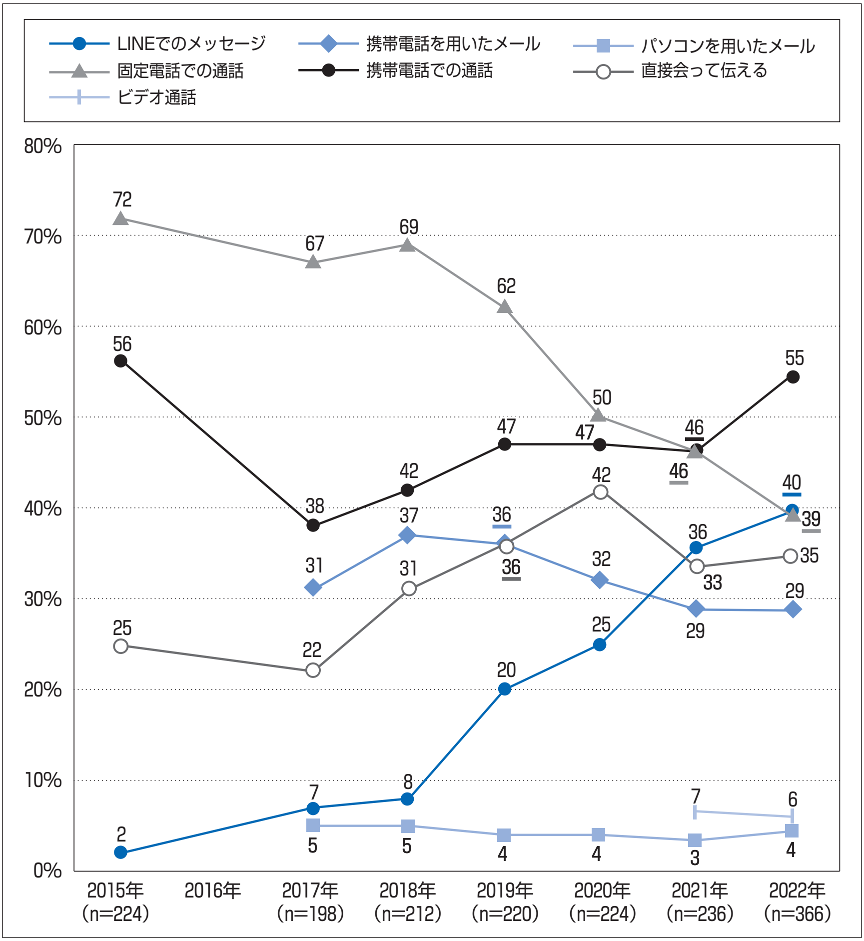


注1：2015年の「LINEでのメッセージ」は、「SNS(Facebook,LINEなど)」という文言で調査している。
注2：2016年は調査未実施。
注3：「ビデオ通話」は2021年から調査開始。
出所：2015年シニアの生活実態調査(訪問留置)
2017年-2022年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料8-11 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でのメッセージ」の割合が伸び、「固定電話での通話」と同率に。

●近年横ばいとなっていた「携帯電話での通話」が約10ポイント上昇し、最も多い連絡手段に。



注1:2015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。

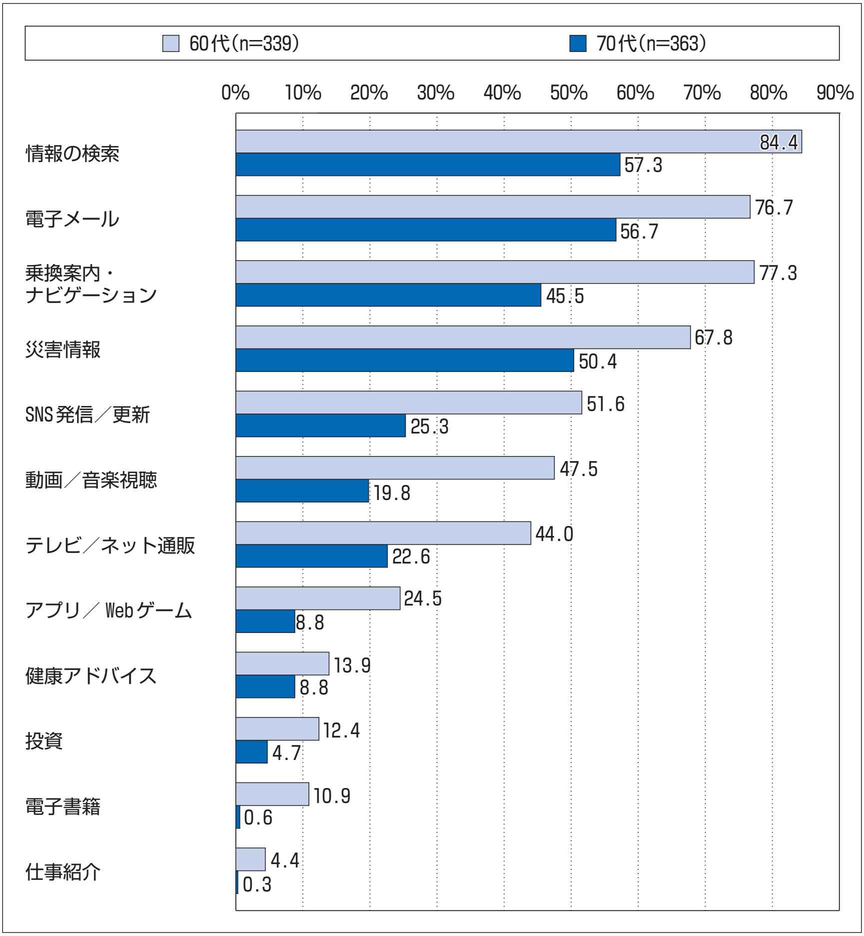
注2:2016年は調査未実施。

注3:ビデオ通話は2021年から調査開始

出所:2015年シニアの生活実態調査(訪問留置)
2017年-2022年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料8-12 ICTサービスの利用率（複数回答）

●「情報検索」「電子メール」「乗換案内・ナビゲーション」の利用率が60代では約8割と最も高い。
●70代では、「情報検索」「電子メール」が約6割と最も高い。
●60代、70代ともに「災害情報」の利用率は上記に次いで高く、60代は約7割、70代は約5割が利用。

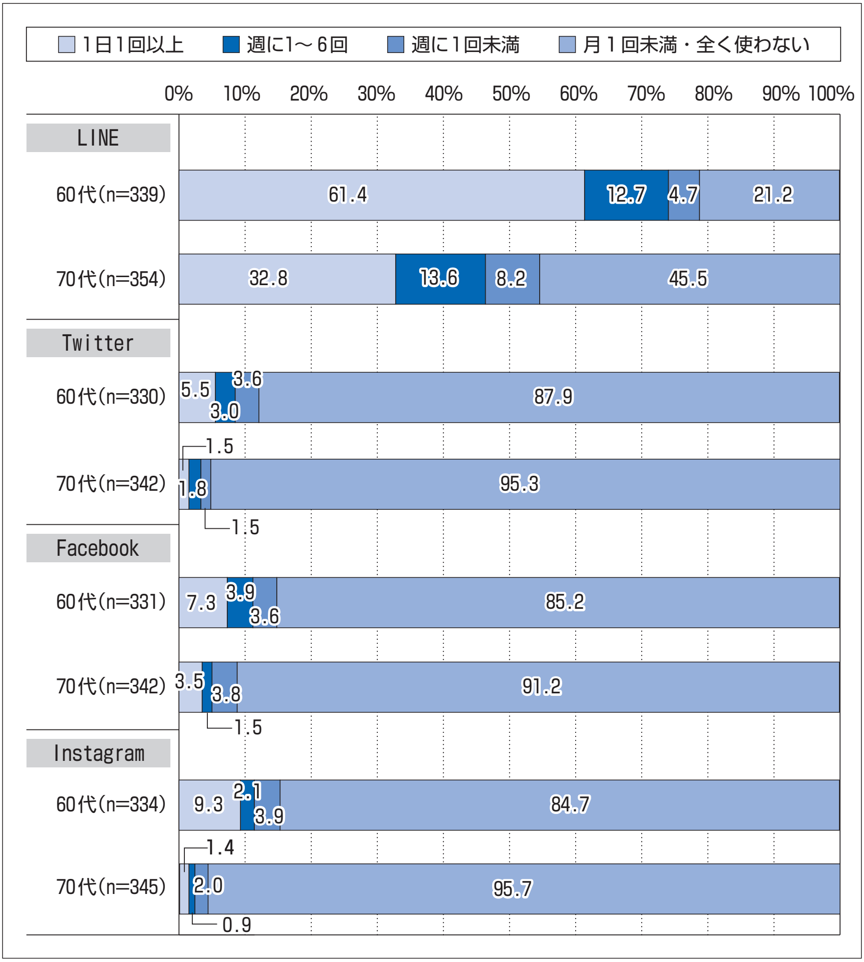


出所：2022年一般向けモバイル動向調査（訪問留置）

資料8-13 SNSの利用率（複数回答）

●「LINE」は60代では約7割、70代では約5割が「週に1回以上利用」。

●「LINE」以外のSNSは、「週に1回未満・全く使わない」が60代では9割近く、70代では9割以上で、シニアの利用率は高くない実態がうかがえる。



出所：2022年一般向けモバイル動向調査（訪問留置）

第8章

第3節

シニアの生活の実態とICT利用

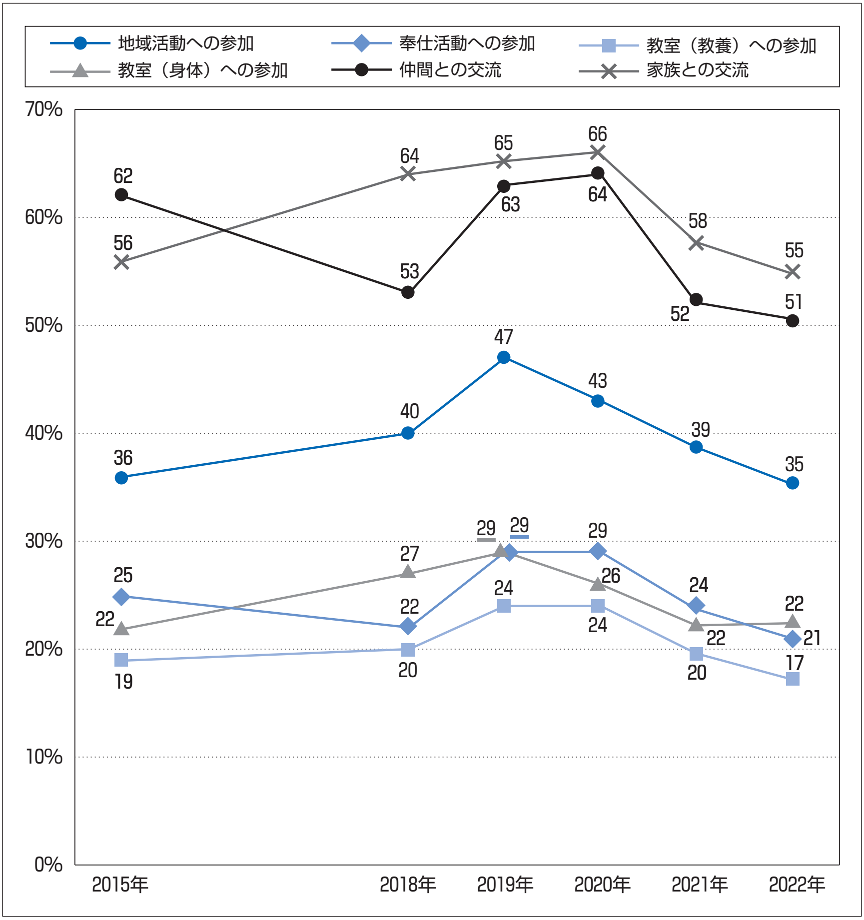
日々の活動実施率、利用する店舗、インターネットショッピング利用、スマホへの態度・距離感、就業

ポイント

- 日々の活動が活発なシニアほどスマホ所有率が高い（資料8-17）。
- 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、3割程度（資料8-18）。
- スマホ・ケータイを利用し人とのつながりの変化を感じている人は女性が多い（資料8-21）。
- スマホを所有している人の９割を超える人は便利と感じている一方、「操作が難しい」も７割程度と高い（資料8-22）。
- 現在仕事はしていないが、今後仕事に意欲がある人は「スマホ」「タブレット」「パソコン」の所有が高い（資料8-25）。

資料8-14 日々の活動実施率の年次推移(単一回答)

●コロナ禍の影響もあり、2年連続低下傾向。



注：2016年、2017年は調査未実施。
出所：2015年シニアの生活実態調査(訪問留置)
2018年-2022年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料8-15 日々の活動の回答傾向によるグループ分け（単一回答）

●日々の活動の回答をもとに、シニアをグループ分けすると、すべての活動に積極的な「積極派」、地域活動と人との交流と教室活動が盛んな「地域で活躍」、人との交流と教室活動が盛んな「教室でいきいき」、人との交流が盛んな「仲間家族中心」、すべての活動に消極的な「消極派」に分けることができた。

グループ		積極派	地域で活躍	教室でいきいき	仲間家族中心	消極派
日々の活動	地域活動	○	○	×	×	×
	カルチャー教室	○	×	○	×	×
	人との交流	○	○	○	○	×

出所：2021年一般向けモバイル動向調査（訪問留置）

第8章

資料8-16 日々の活動グループの特性（単一回答）

●「積極派」は女性の割合が高く、経済的ゆとりがあり、有職率はやや低い。
●「教室でいきいき」は女性の割合が高く、経済的ゆとりが高い、有職率は低い。
●「地域で活躍」は有職者がやや高い。
●「仲間家族中心」は60代男性がやや多く、経済的ゆとりがあり、有職率が高い。
●「消極派」は男性の割合がやや多く、経済的ゆとりが低い。

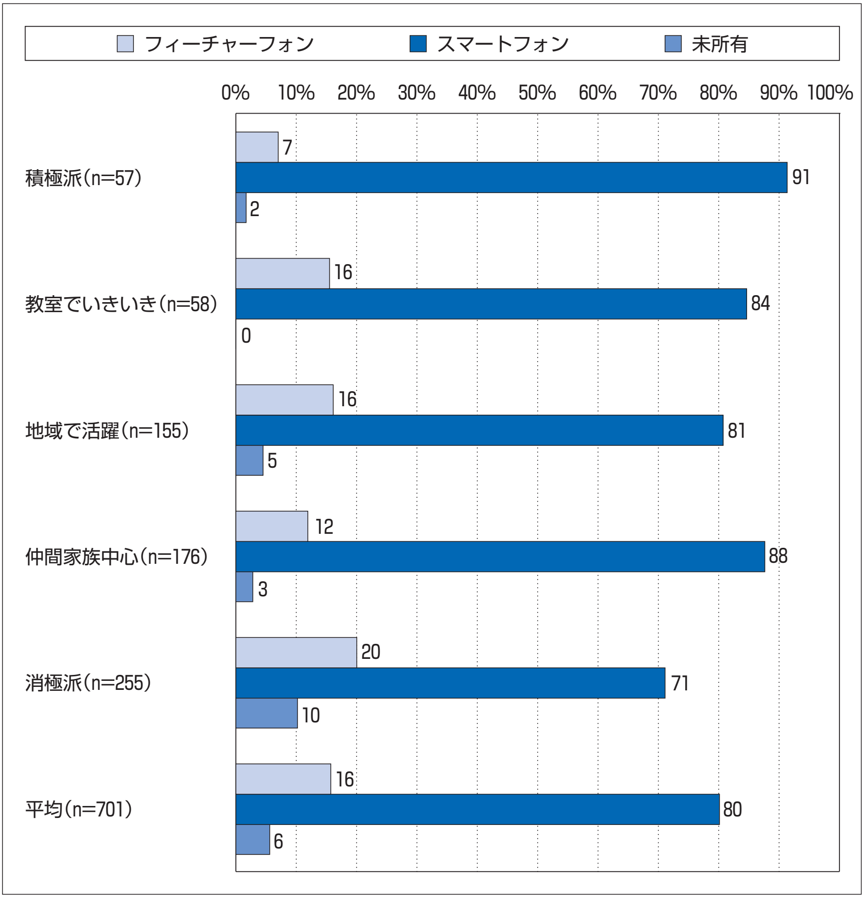
グループ	積極派	教室でいきいき	地域で活躍	仲間家族中心	消極派	平均
構成比	8%	8%	22%	25%	36%	―
60代：70代	45：55	45：55	46：54	56：44	45：55	48：52
男性：女性	31：69	16：84	49：51	57：43	53：47	48：52
経済的ゆとりがある	66%	66%	55%	68%	46%	57%
時間的ゆとりがある	79%	83%	80%	82%	81%	81%
有職率	41%	36%	55%	60%	43%	49%

出所：2021年一般向けモバイル動向調査（訪問留置）

資料8-17 日々の活動グループ別スマホ・ケータイ所有

●スマートフォン所有率は日々の活動が「積極派」が最も高く9割を超える。一方、「消極派」は7割と、他のグループと比べ低い。

●「教室でいきいき」「地域で活躍」「消極派」はフィーチャーフォンの所有率が2割程度ある。

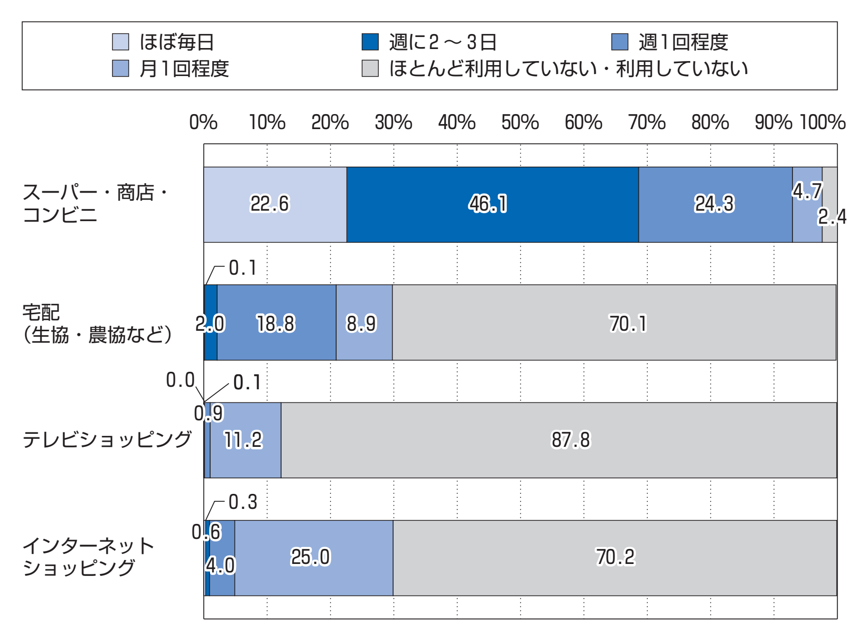


出所：2022年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料8-18 利用する店舗と頻度[利用形態別]

●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。

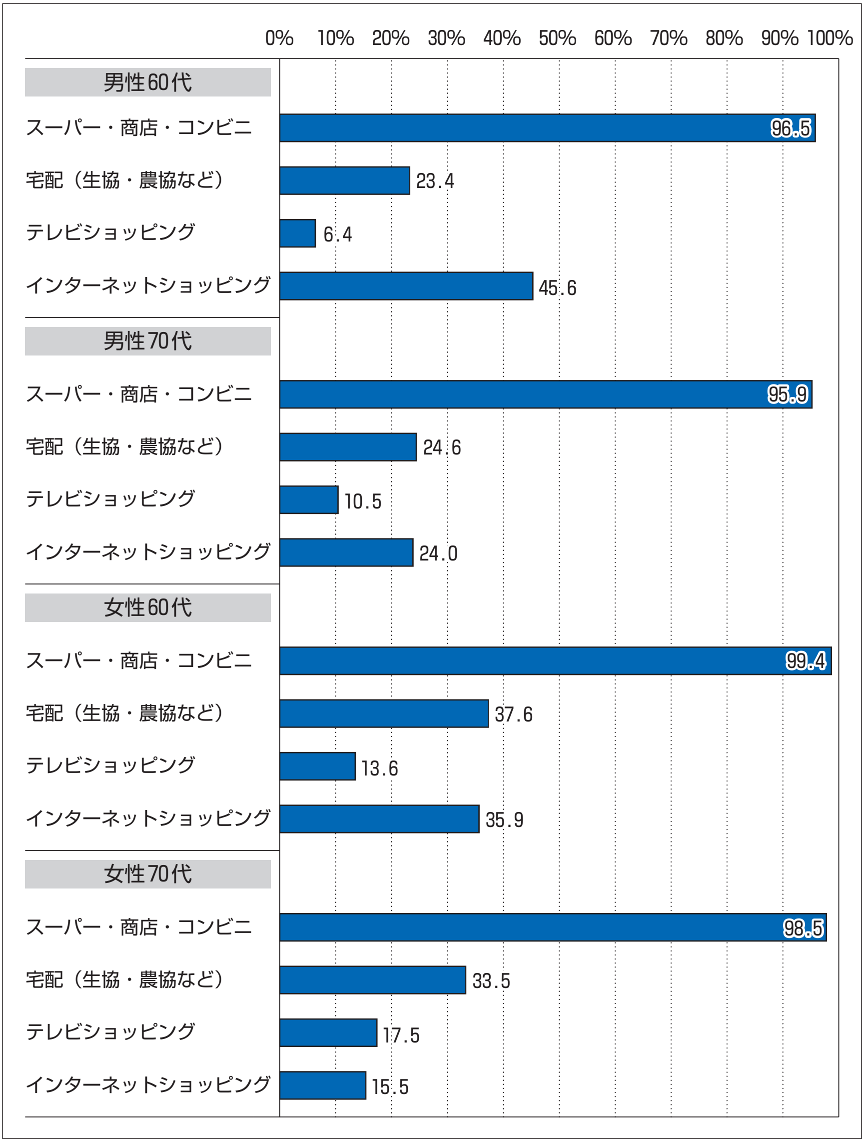
●「インターネットショッピング」の割合は、約3割。



出所：2022年一般向けモバイル動向調査（訪問留置）

資料8-19 利用する店舗と頻度[性年代別]

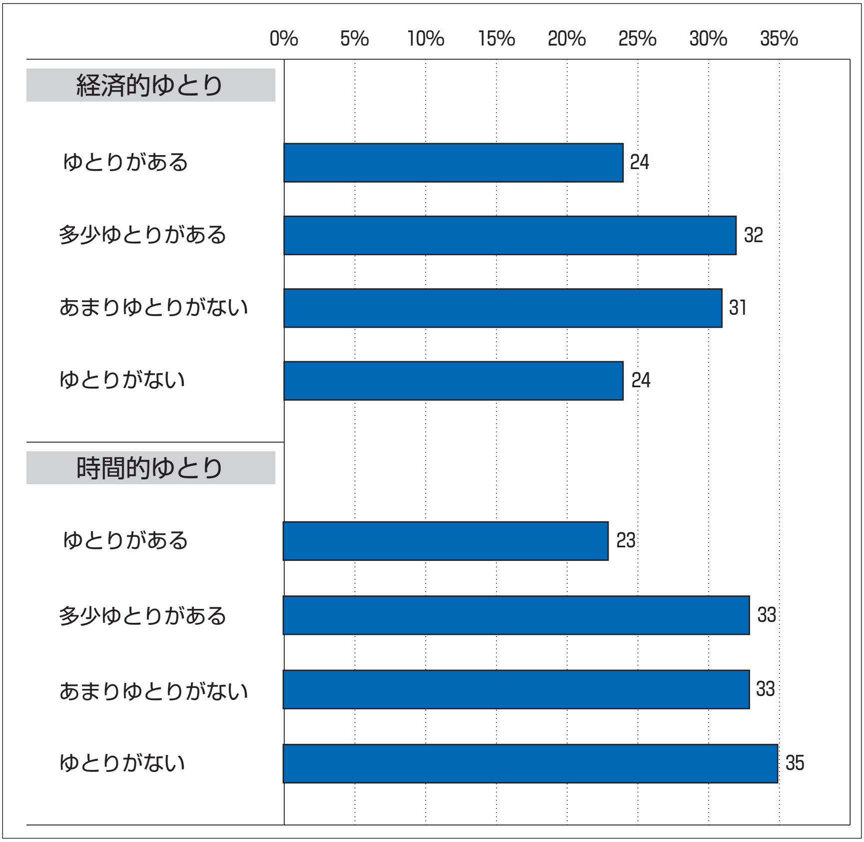
●「インターネットショッピング」は60代男性が比較的多く利用(46%)。
●「宅配(生協、農協など)」は60代女性・70代女性が比較的多く、3割半ば。



注：「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。
出所：2022年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料8-20 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)

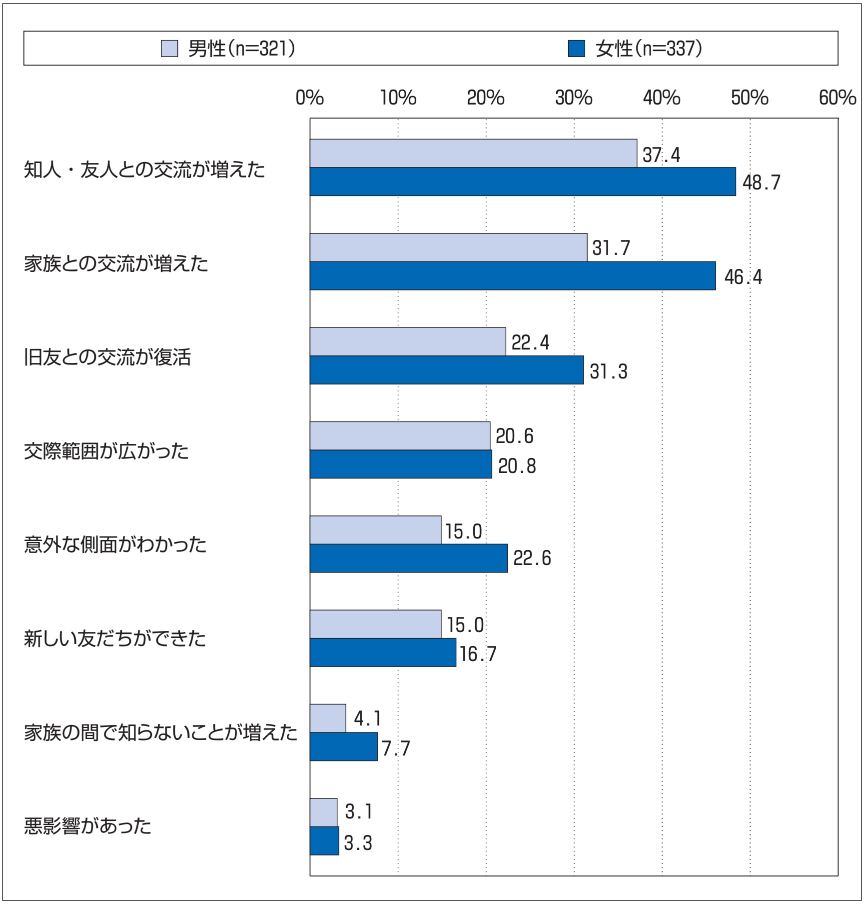
●経済的ゆとりがあり、時間的ゆとりがない層がインターネットショッピングをより利用している。



出所：2022年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料8-21 スマホ・ケータイを利用しての人とのつながりの変化[性別]（単一回答）

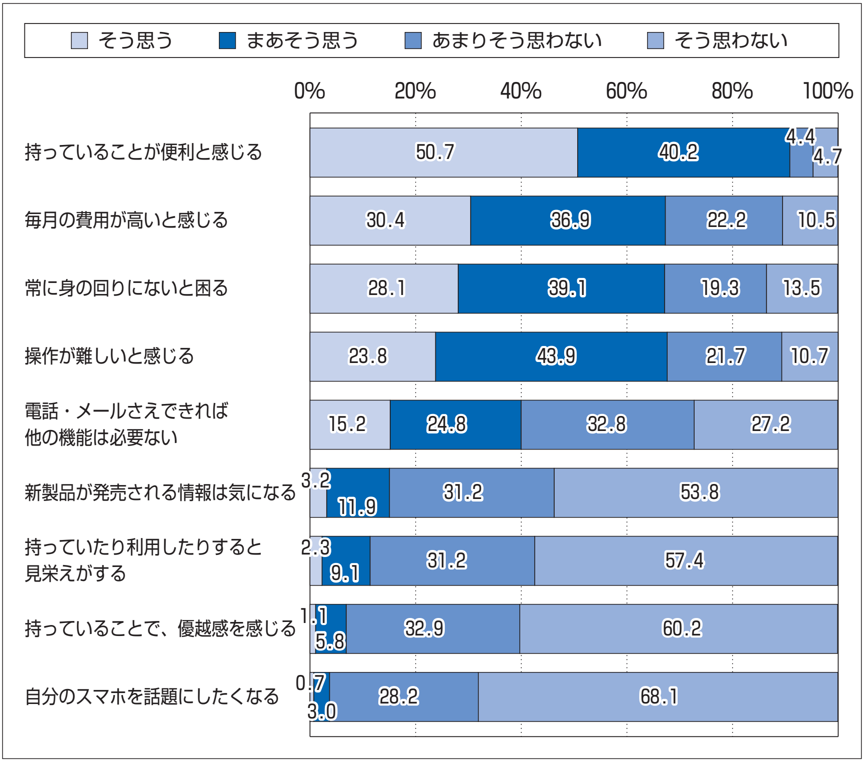
●女性の方が人とのつながりの変化をより強く実感している。
●人との交流が増えた項目が高く、女性は5割程度、男性でも3割を超えている。



注：スマートフォン・ケータイを所有している人(n=658)が対象。
出所：2022年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料8-22 スマホを所有している人のスマホへの態度・距離感（単一回答）

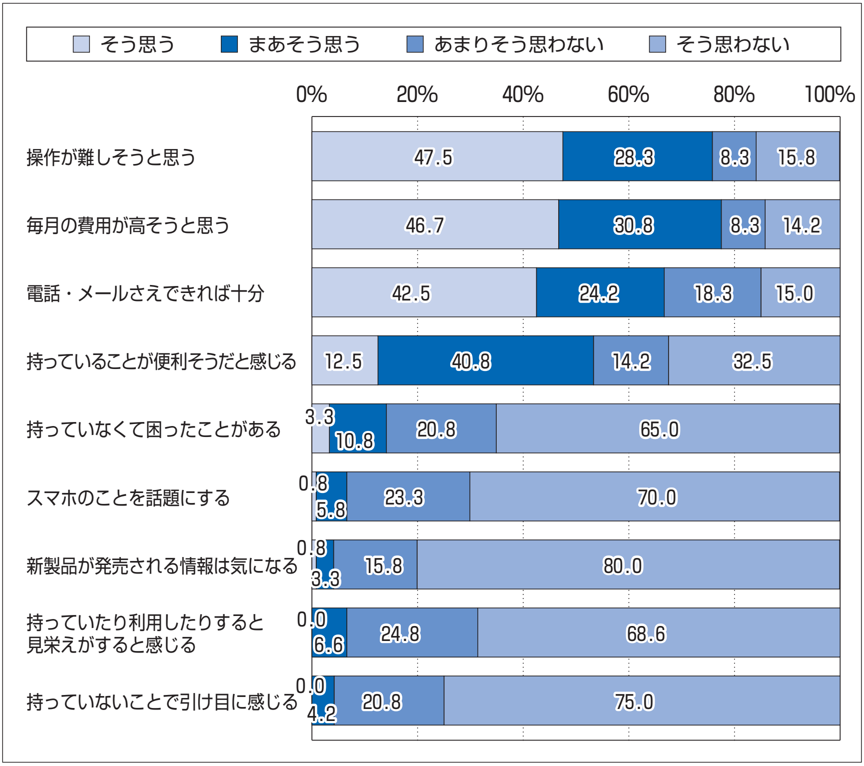
●9割を超えるシニアが「持っていると便利」と感じている。
●7割程度のシニアが「操作が難しい」と感じている。



注：スマートフォンを持っている人（n=570）が対象。
出所：2021年一般向けモバイル動向調査（訪問留置）

資料8-23 スマホを所有していない人のスマホへの態度・距離感（単一回答）

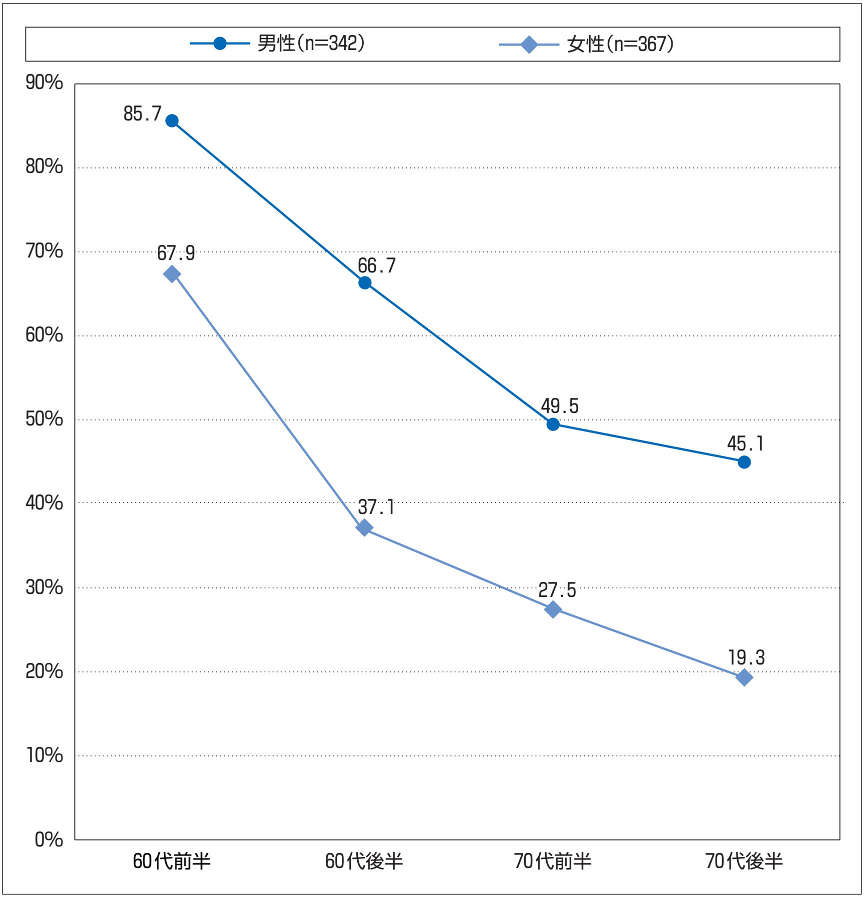
●スマホを持っていないシニアの5割超が「便利そう」と感じている。



注：スマートフォンを持っていない人（n=120）が対象。
出所：2021年一般向けモバイル動向調査（訪問留置）

資料8-24 有職率[性年代別](単一回答)

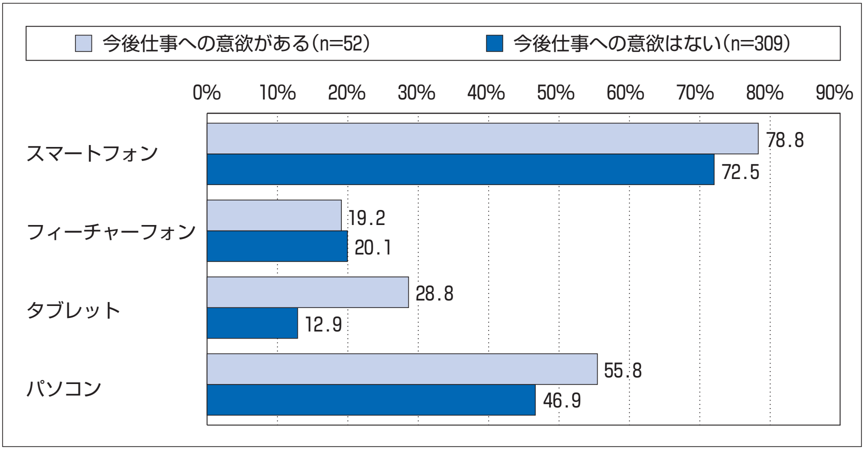
●男性は70代になっても4割を超える人が就業している。
●女性は60代前半は7割程度就業しているが、60代後半となると大きく下がり4割を下回る。



出所:2022年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料8-25 今後への仕事の意欲とICT所有（単一回答）

●意欲がある人は「スマホ」「タブレット」「パソコン」の所有率がやや高い。



注1：現在、主婦・主夫、無職の人が対象。
注2：「パソコン」「タブレット」は家族で共有して保有している機器も含む。
出所：2021年一般向けモバイル動向調査（訪問留置）