

第8章

シニアの生活実態 とICT利用

※本章では、調査対象を60～84歳としている。

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、習得方法

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、SNS利用率

第3節 シニアのライフスタイルとICT利用

日々の活動、趣味、利用する店舗、インターネットショッピング
利用、就業、新たなサービスへの意向、QOL

第4節 シニアのスマホとの関わり

スマホとの距離・イメージ、人とのつながりの変化、生活の変化、
情報格差

第1節

ICT端末所有概況

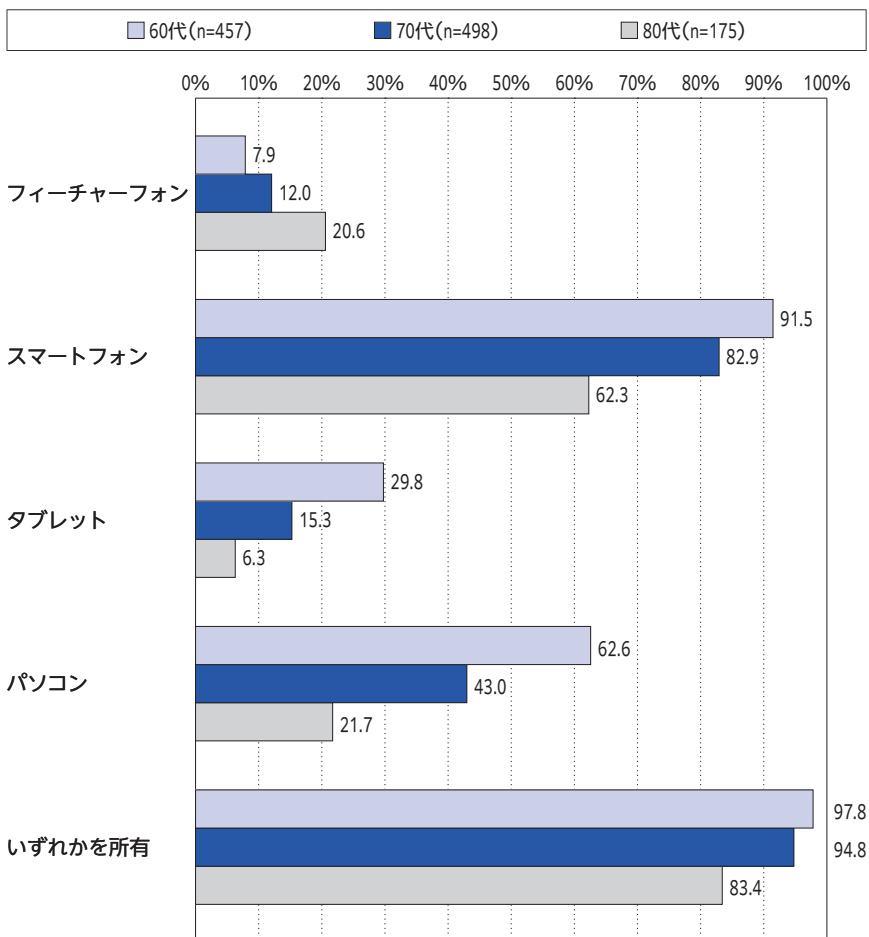
端末所有状況、スマートフォン所有のきっかけ、
習得方法

.....ポイント.....

- スマートフォン所有率はさらに上昇し、70代で8割を超える(資料8-3)。
- スマートフォンを所有したきっかけは、70代女性および80代男性・女性は家族からの勧めが多く、他の理由より10ポイント以上高い(資料8-7)。
- スマートフォンを使いこなすための相談先・利用ツールは、性年代とも「購入店」が4割を超え、特に70代女性は6割を超えている(資料8-9)。

資料8-1 ICT端末所有状況[年代別] (複数回答)

- 9割以上の60～70代、8割以上の80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代が約8割、80代が約6割。

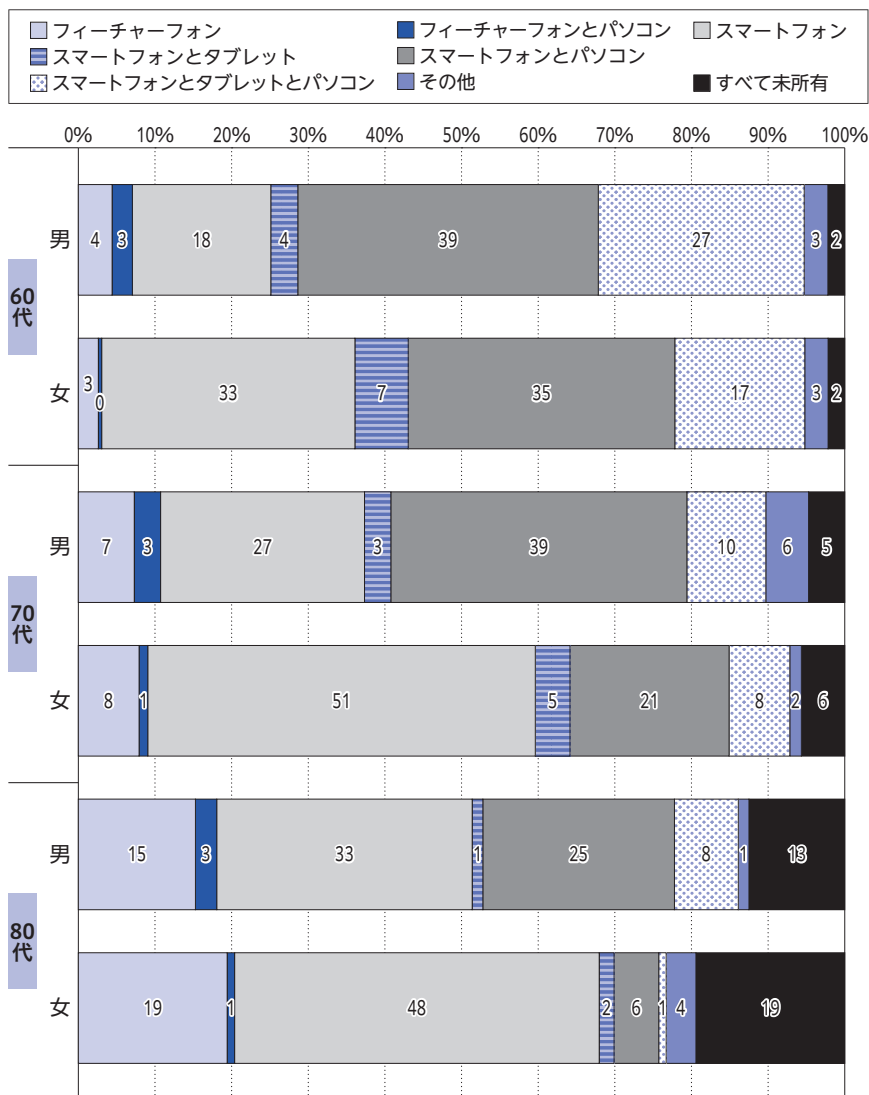


注：「タブレット」「パソコン」は家族で共有して所有している機器も含む。

出典：2024年シニア調査(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](複数回答)

- 60代男女、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、80代男女は「スマートフォンのみ」が最も高い。



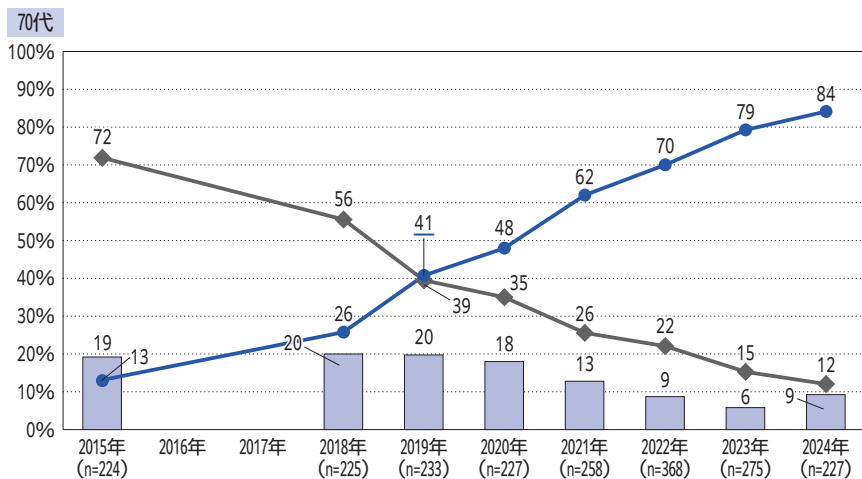
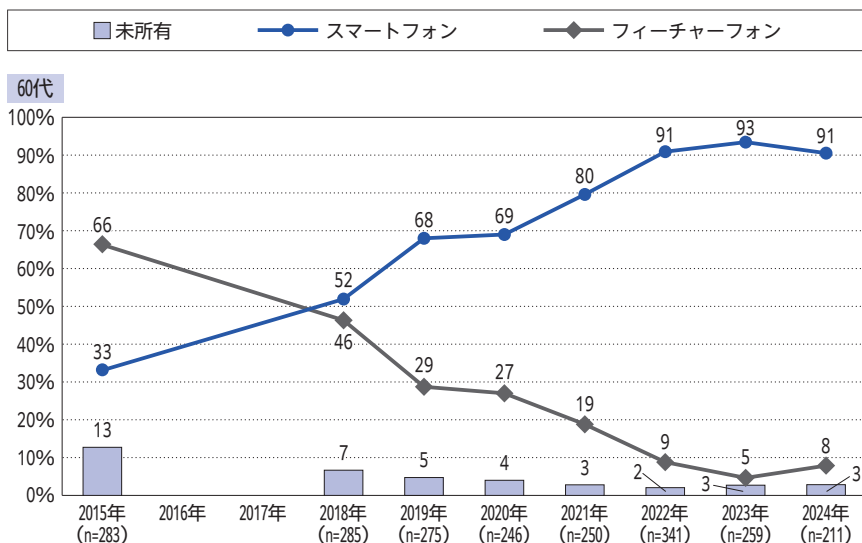
60代男n=227・女n=230、70代男n=233・女n=265、80代男n=72・女n=103

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:2024年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

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)

●70代のスマホ所有が初めて8割を超える。



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。

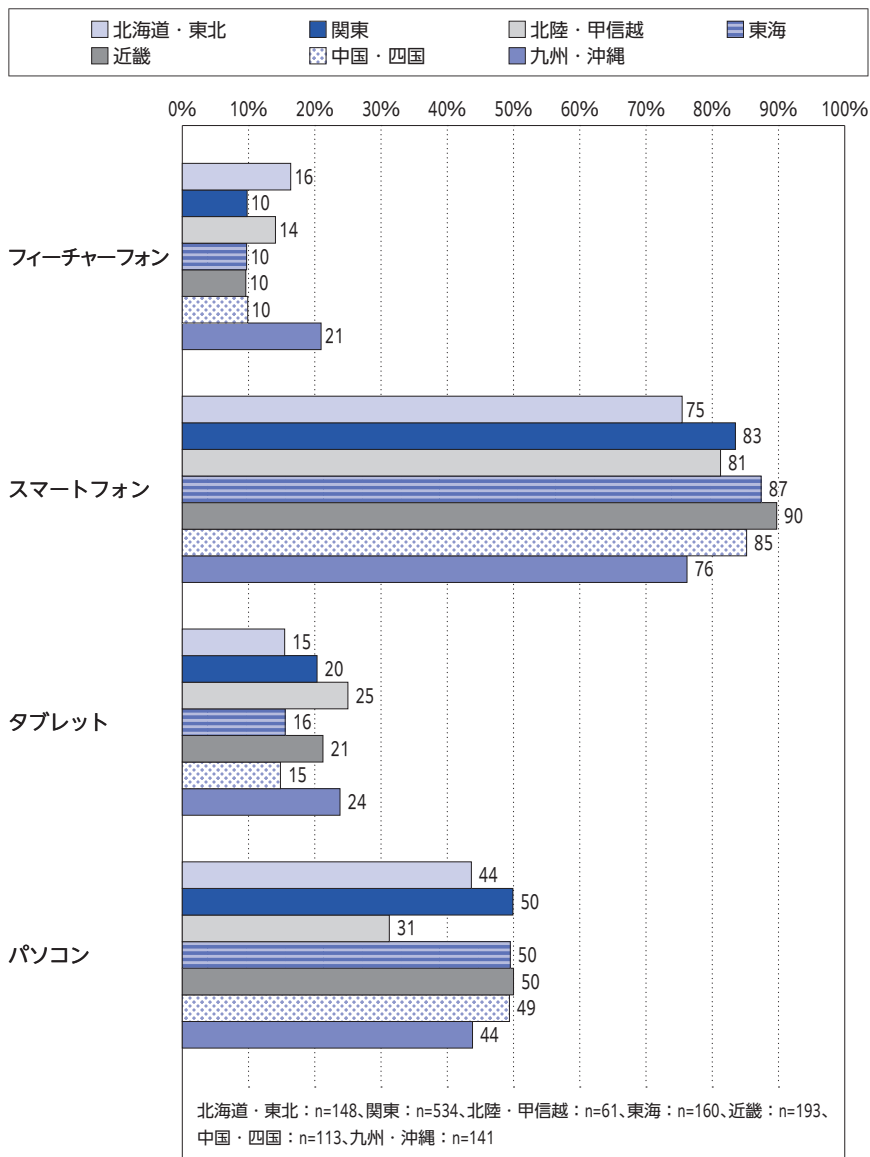
注3：2018年は家族で共有して所有している機器を含み集計。

注4：調査対象は関東1都6県。

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-2022年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)、2023年-2024年シニア調査(訪問留置)

資料8-4 ICT端末所有状況〔地域別〕（複数回答）

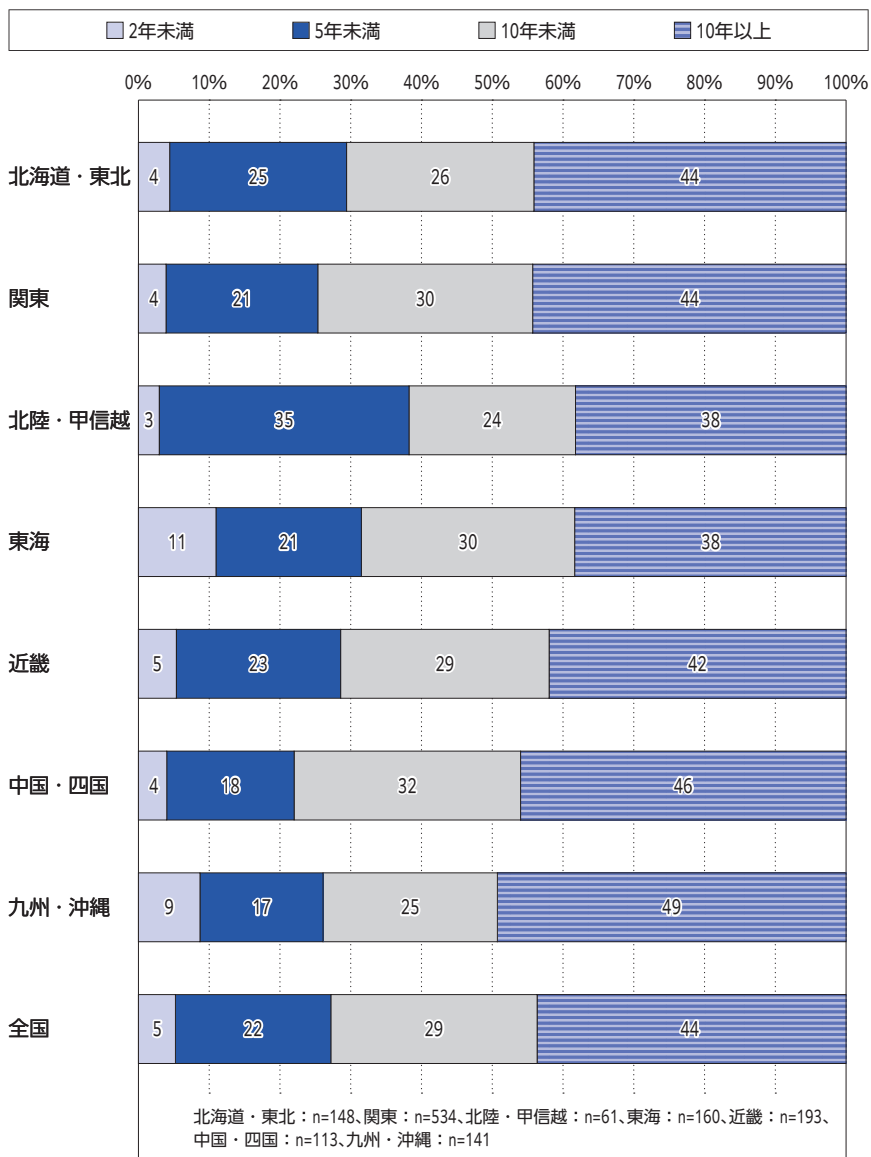
●スマートフォン所有率は地域差があり、近畿が高い。



出典：2024年シニア調査（訪問留置）

資料8-5 スマホ所有時期[地域別]

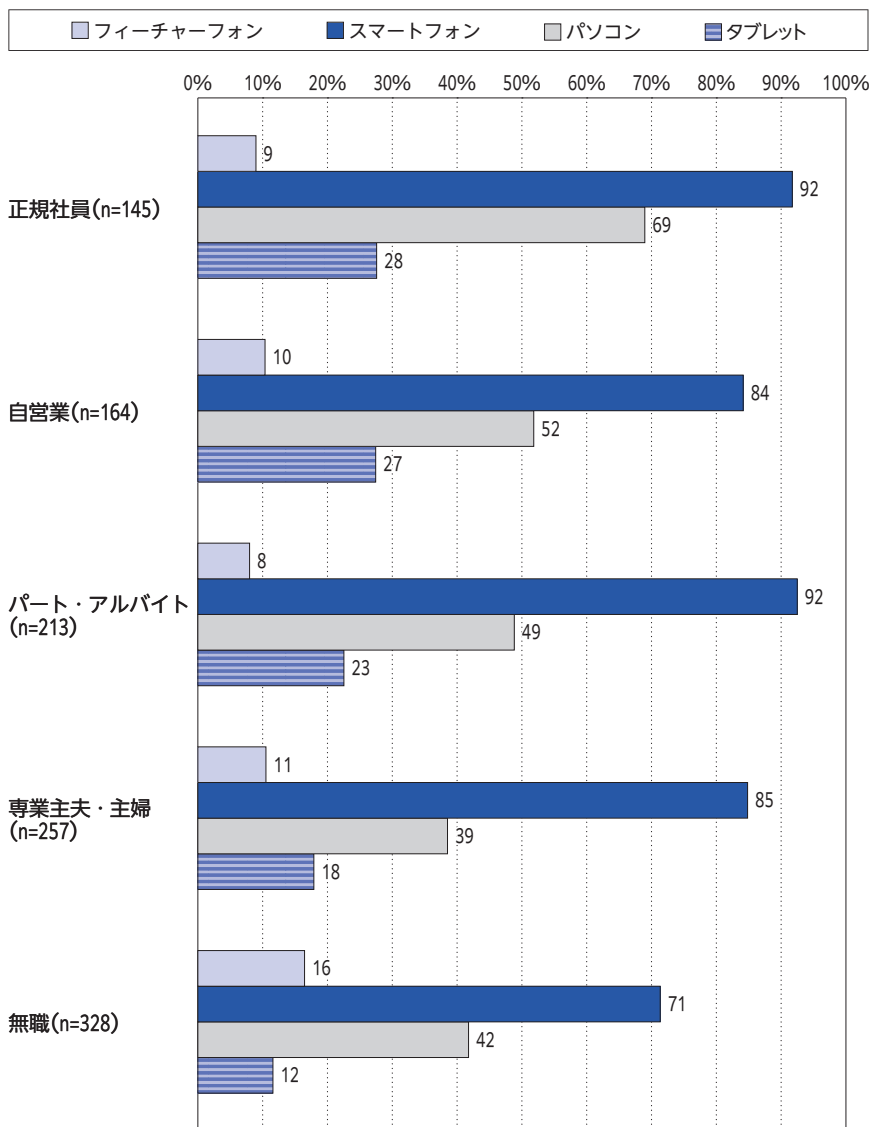
●北陸・甲信越は5年未満の割合が多い。



出典：2024年シニア調査(訪問留置)

資料8-6 ICT端末所有状況[就業状況別] (複数回答)

- スマホ所有は正規社員、パート・アルバイトが9割以上と高い。
- パソコン所有は正規社員のみ6割を超えた。

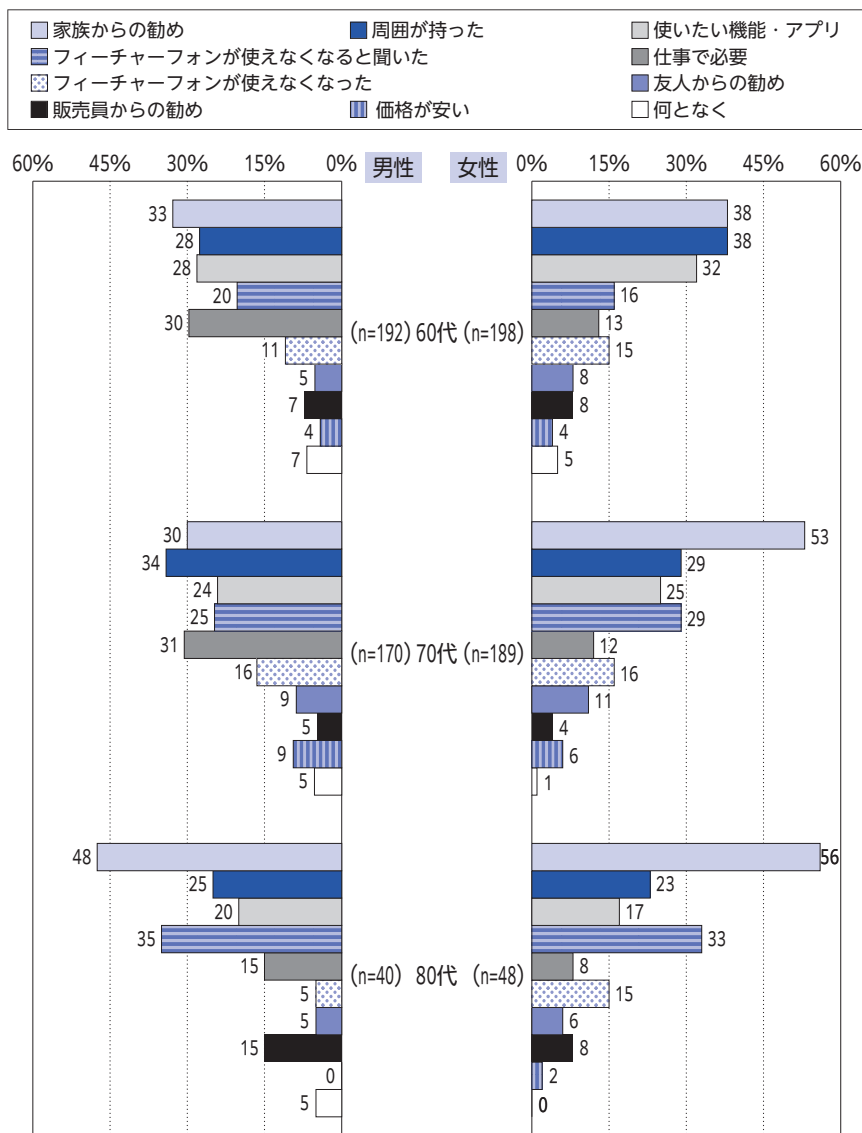


注: 「パソコン」は家族で共有して所有しているものを含む。

出典: 2024年シニア調査(訪問留置)

資料8-7 スマートフォンを所有したきっかけ[性年代別] (複数回答)

- 70代女性および80代男性・女性は家族からの勧めが多く、他の理由より10ポイント以上高い。

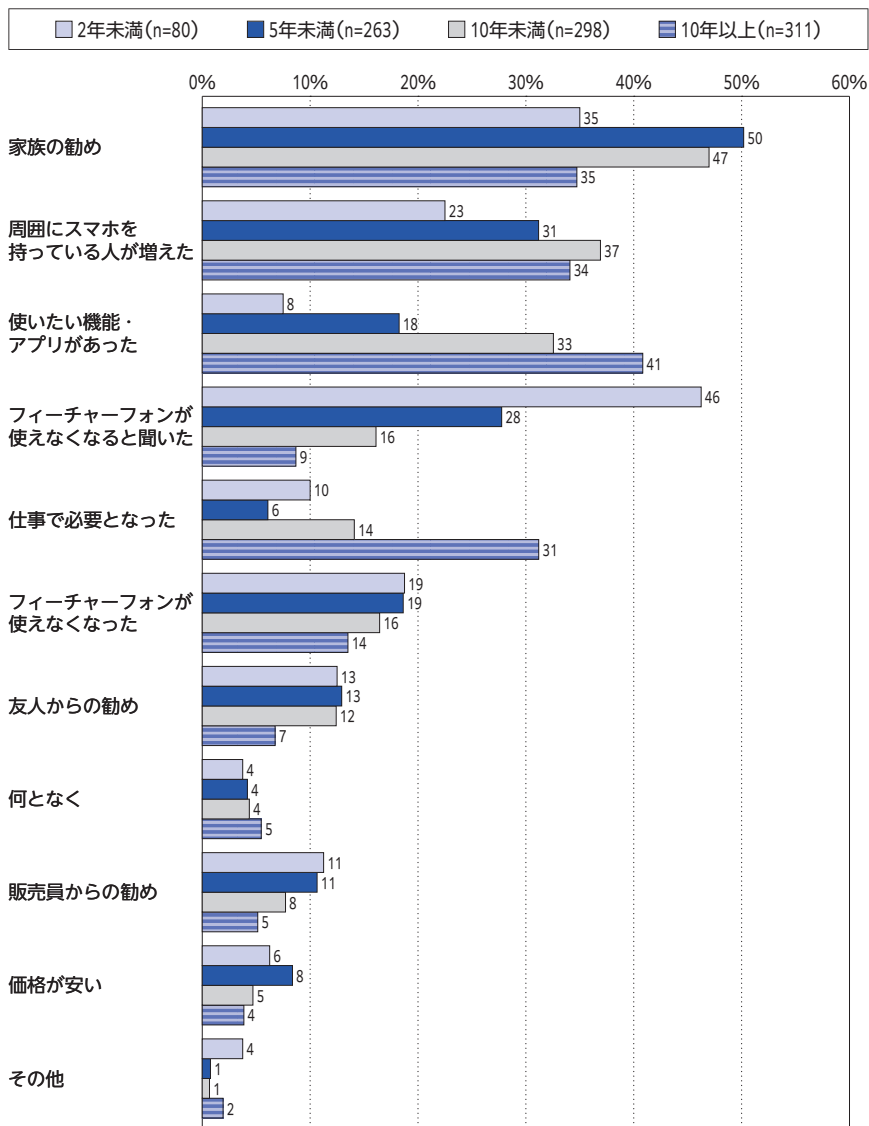


注：スマートフォン所有者が回答。

出典：2024年シニア調査(訪問留置)

資料8-8 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）

- 2年未満では「フィーチャーフォンが使えなくなると聞いたから」が最も高い。
- 「使いたい機能・アプリがある」はスマホ歴が短いほど低い。

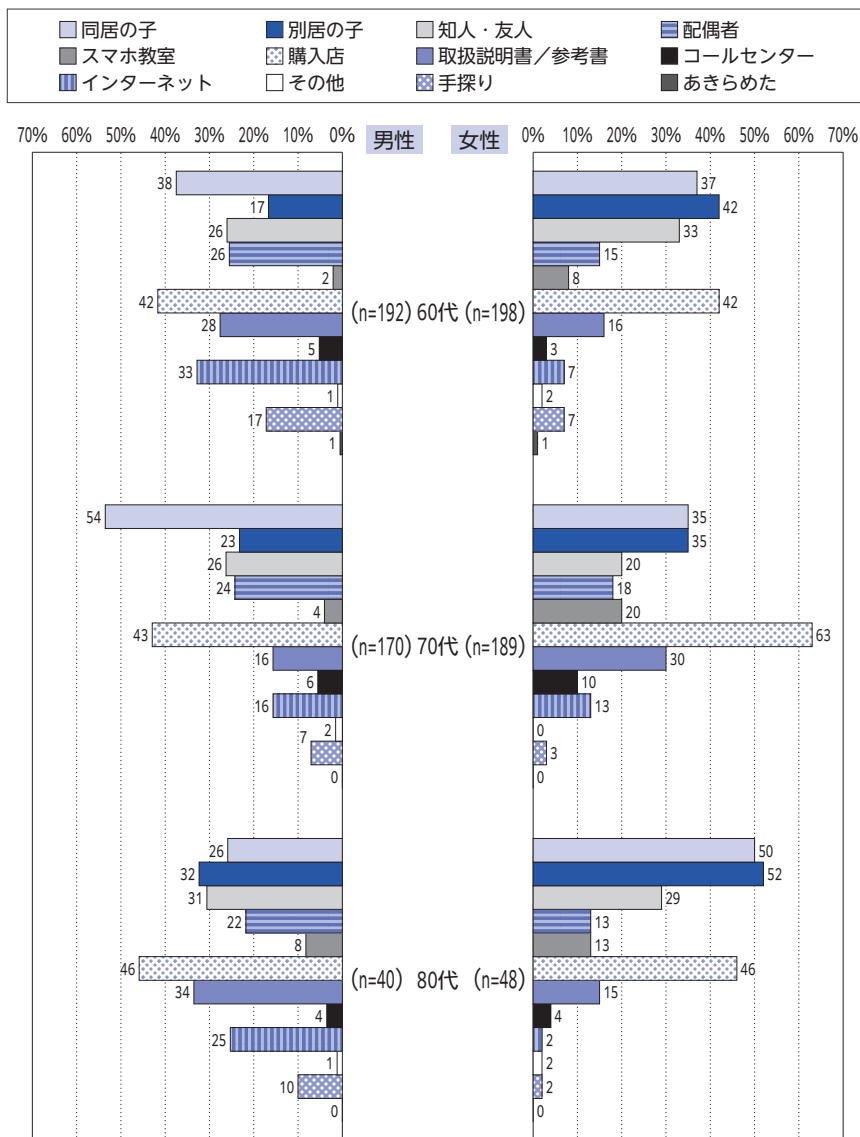


注：スマートフォン所有者が回答。

出典：2024年シニア調査(訪問留置)

資料8-9 スマートフォンを使いこなすための相談先・利用ツール 〔性年代別〕（複数回答）

●「購入店」が4割を超え、特に70代女性は6割を超えている。

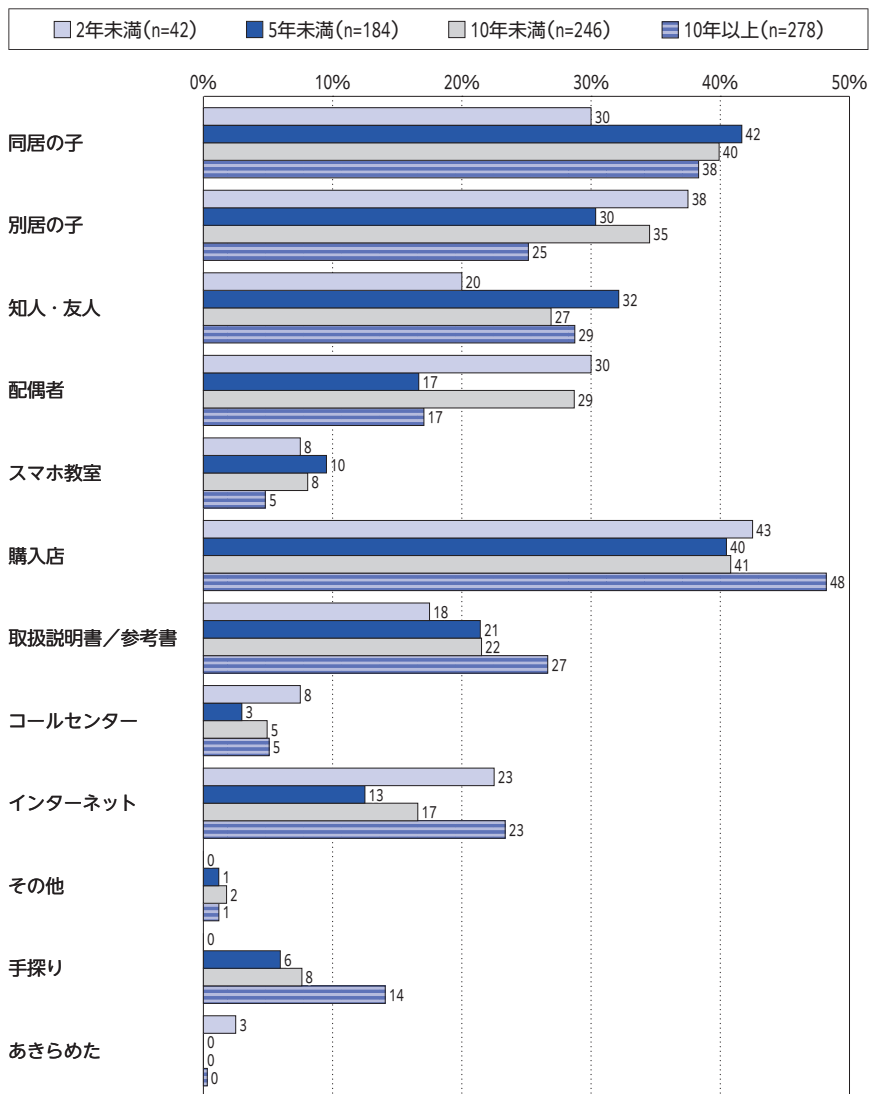


注：スマートフォン所有者が回答。

出典：2024年シニア調査（訪問留置）

資料8-10 スマートフォンを使いこなすための相談先・利用ツール [スマホ所有歴別] (複数回答)

- 所有歴に関係なく「購入店」が多く4割を超す。
- 「取扱説明書／参考書」は所有歴が短いと少ない。



注：スマートフォン所有者が回答。

出典：2024年シニア調査(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、SNS利用率

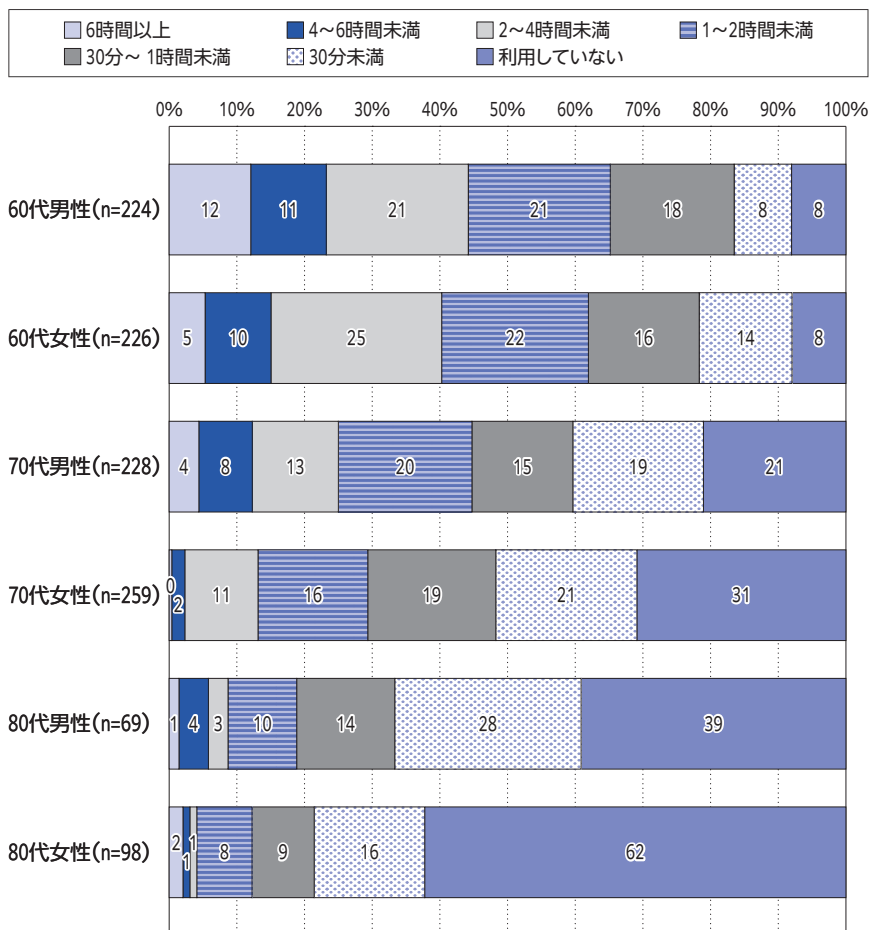
.....ポイント.....

- 男性はスマホとパソコンの利用時間は同程度、女性はスマホが多い(資料8-12)。
- 別居家族との連絡方法に、60代は「直接会って伝える」が大きく上昇し約半数(資料8-14)。
- 「Instagram」の利用率が初めて「Facebook」を上回る(資料8-20)。

.....

資料8-11 インターネット利用時間[性年代別](単一回答)

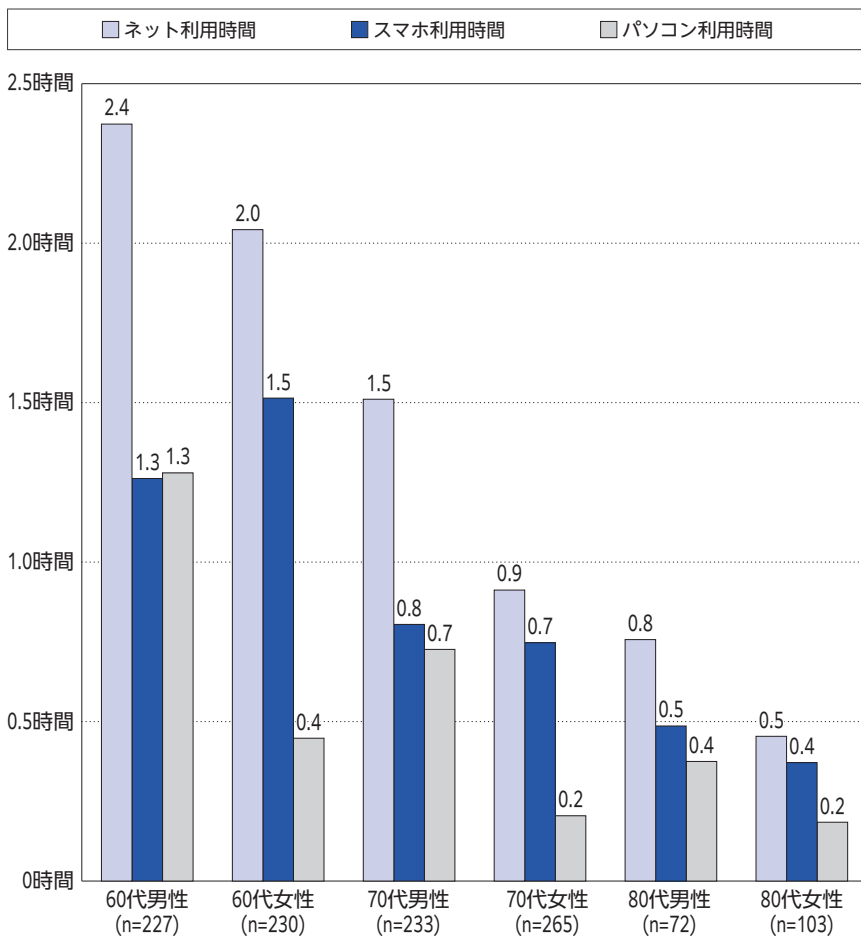
- 60代男性・女性の約6割は1時間以上インターネットを利用。
- 70代男性の2割、女性の3割、80代男性の4割、女性の6割はインターネットを利用していない。



出典：2024年シニア調査(訪問留置)

資料8-12 インターネット利用時間[デバイス・性年代別]

●男性はスマホとパソコンの利用時間は同程度、女性はスマホが多い。

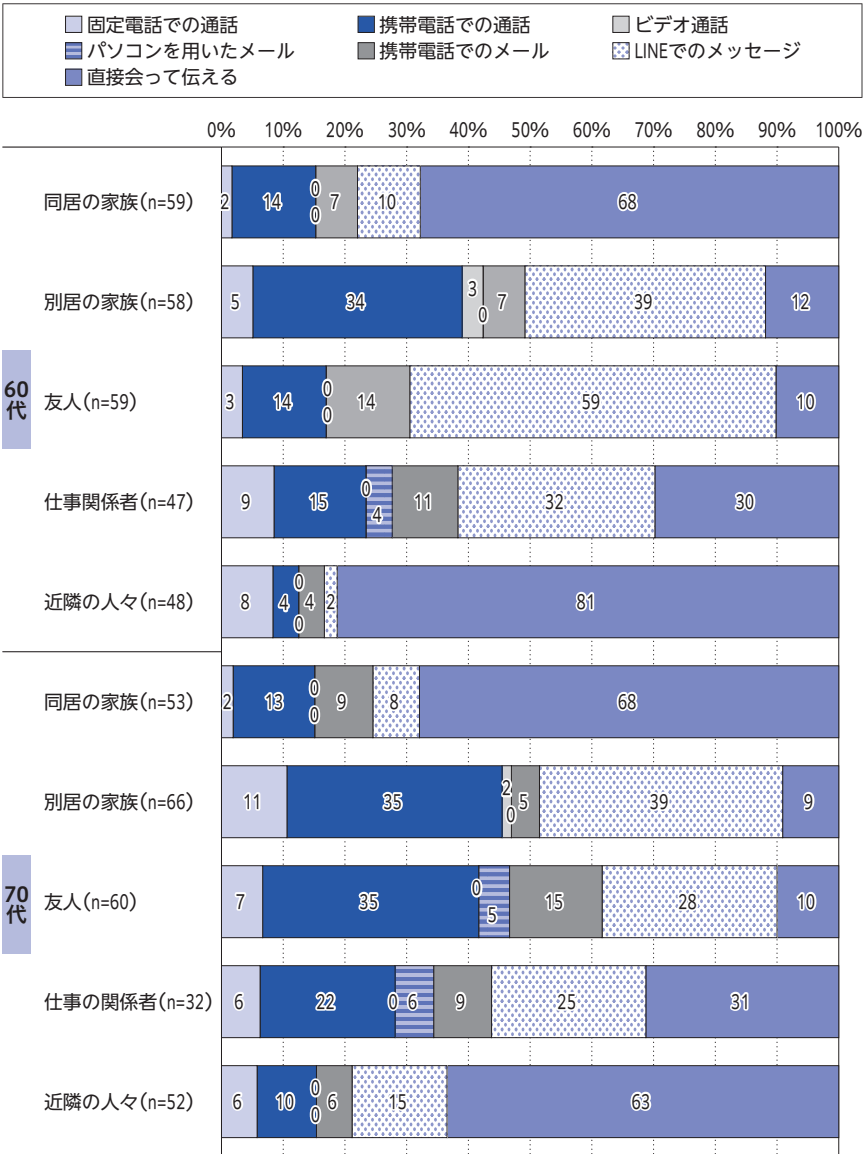


注：利用時間はそれぞれの回答結果を加重平均で算出。

出典：2024年シニア調査(訪問留置)

資料8-13 最も多く使う連絡手段[連絡相手別・年代別]

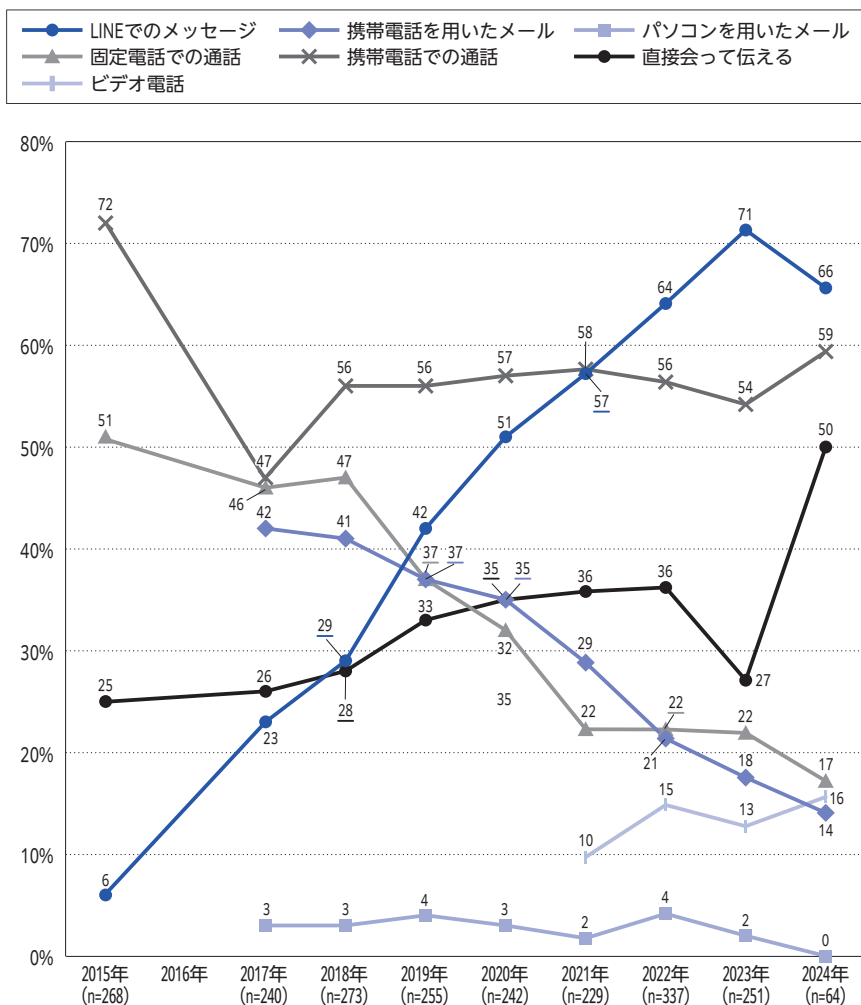
- 60代が友人へ連絡する際には「LINEでのメッセージ」が半数を超える。
- 70代は友人へ連絡する際には「携帯電話での通話」が最も多い。



出典：2024年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料8-14 別居家族との連絡手段の年次推移[60代] (複数回答)

- 「直接会って伝える」が大きく上昇し約半数。
- 「携帯電話を用いたメール」は減少傾向が続く。



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。

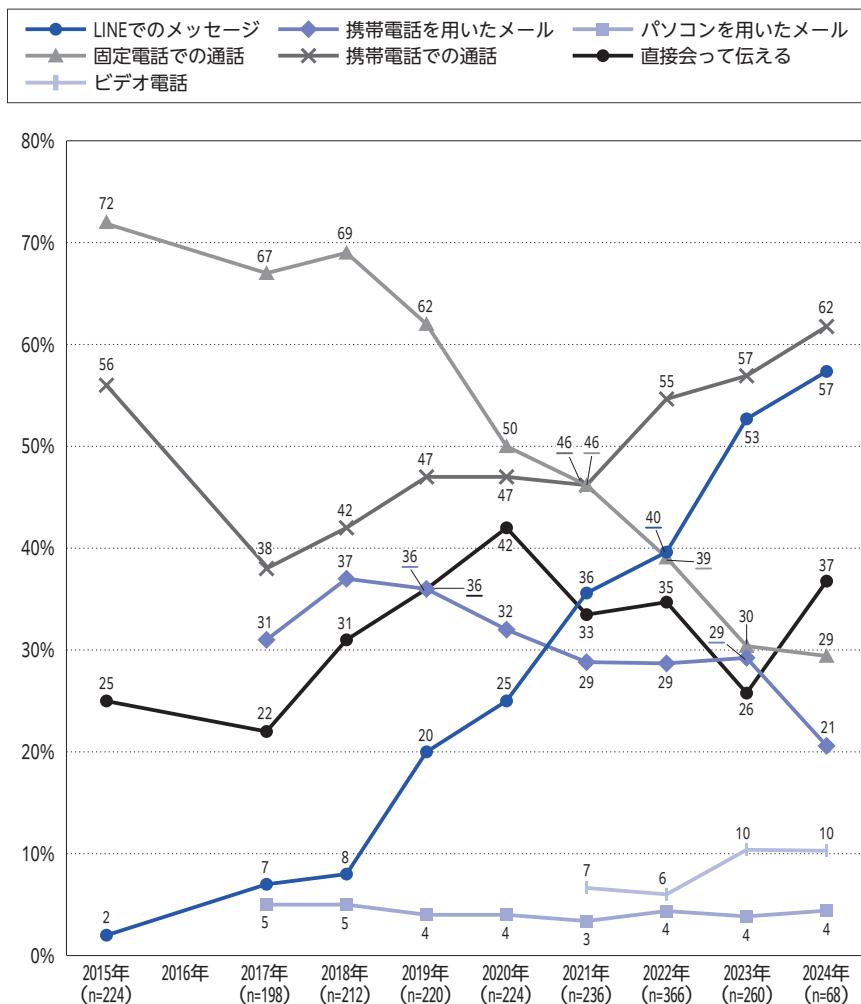
注2：2016年は調査未実施。

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-2022年、2023年シニア調査(訪問留置)、2024年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料8-15 別居家族との連絡手段の年次推移[70代]（複数回答）

- 「LINEでのメッセージ」の増加傾向続く。
- 「固定電話での通話」は減少傾向で3割を切る。



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。

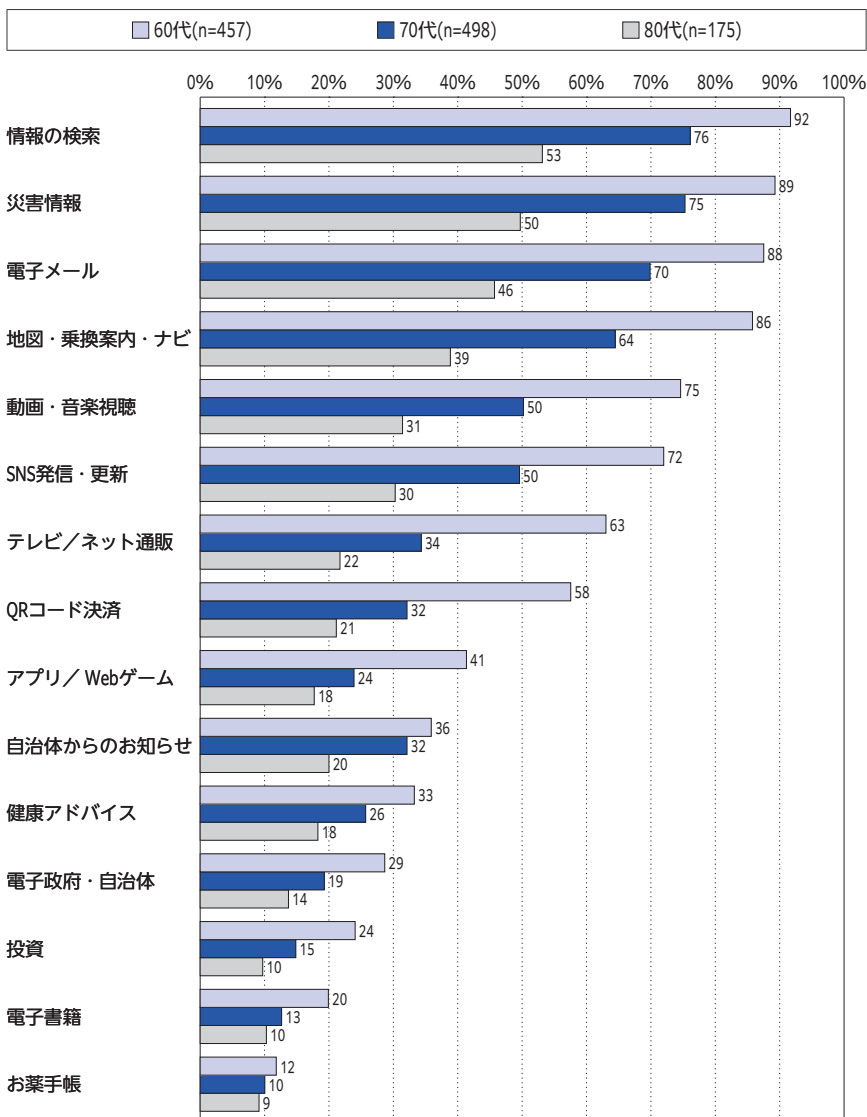
注2：2016年は調査未実施。

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-2022年、2023年シニア調査（訪問留置）、2024年一般向けモバイル動向調査（訪問留置）

資料8-16 ICTサービスの利用率(複数回答)

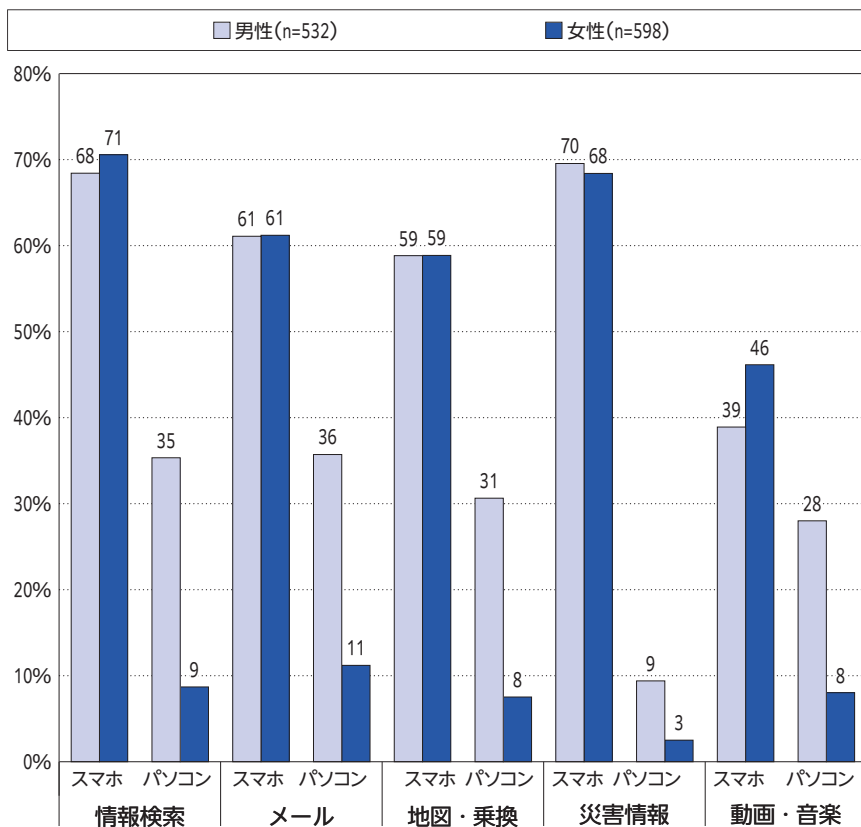
- 「情報検索」「災害情報」「電子メール」「地図・乗換案内・ナビ」の利用率が60代では8割を超える。
- 70代では、「情報検索」「災害情報」「電子メール」が7割を超える。



出典：2024年シニア調査(訪問留置)

資料8-17 ICTサービスの利用率[デバイス・性別] (複数回答)

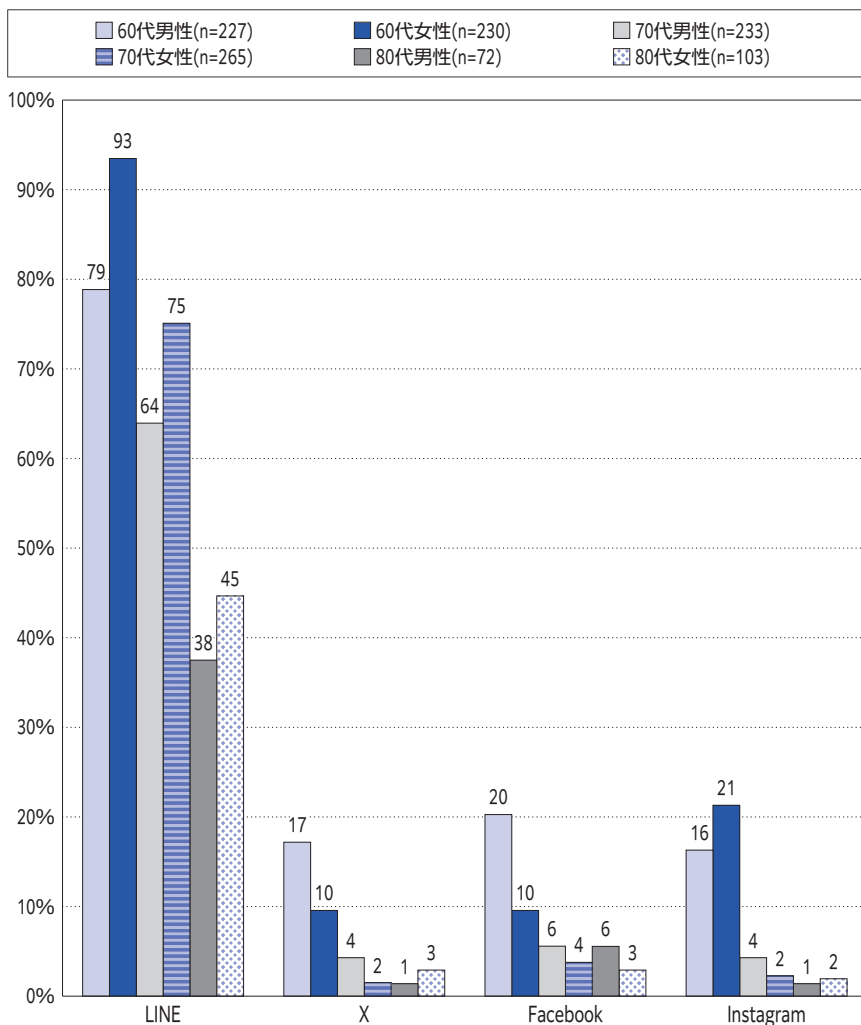
- 女性は全サービスでパソコンよりスマートフォンの利用率がかなり多い。
- 男性はほとんどのサービスでスマートフォンとパソコンの利用率が同程度。



出典：2024年シニア調査(訪問留置)

資料8-18 SNSの利用率[性年代別] (複数回答)

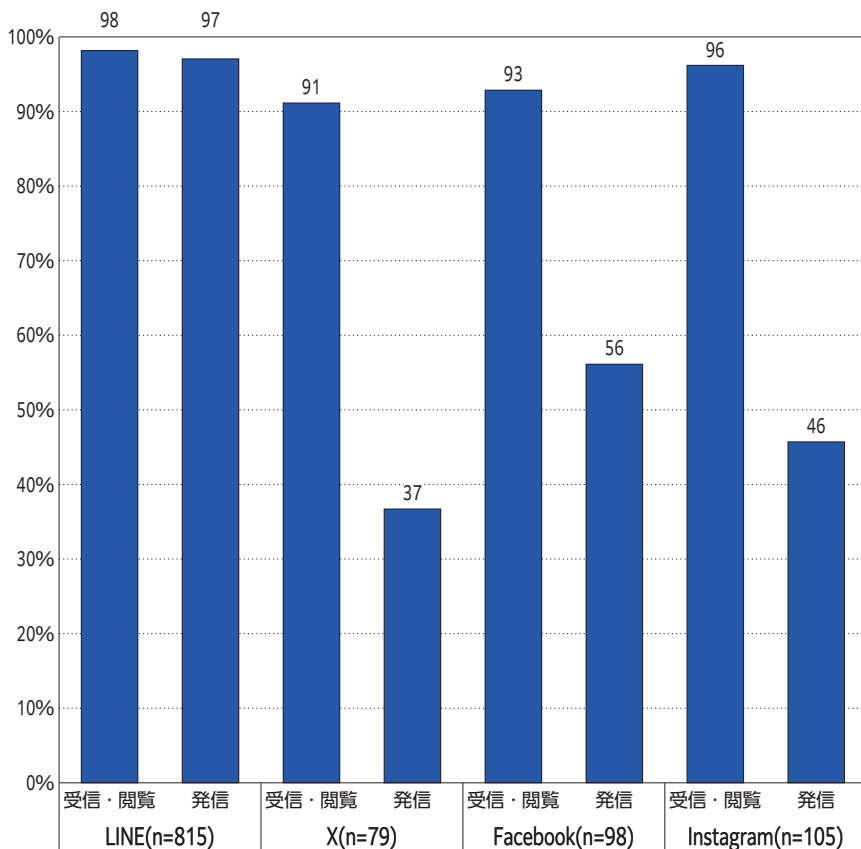
- 「LINE」「Instagram」は女性、「X」「Facebook」は男性が高い傾向。
- 60代男性「Facebook」、60代女性「Instagram」の利用率が2割を超える。



出典：2024年シニア調査(訪問留置)

資料8-19 SNSの受信・閲覧と発信(複数回答)

- 「LINE」利用者のほとんどが受信・閲覧と発信を行っている。
- 「Facebook」「Instagram」利用者の半数程度が発信を行っている。

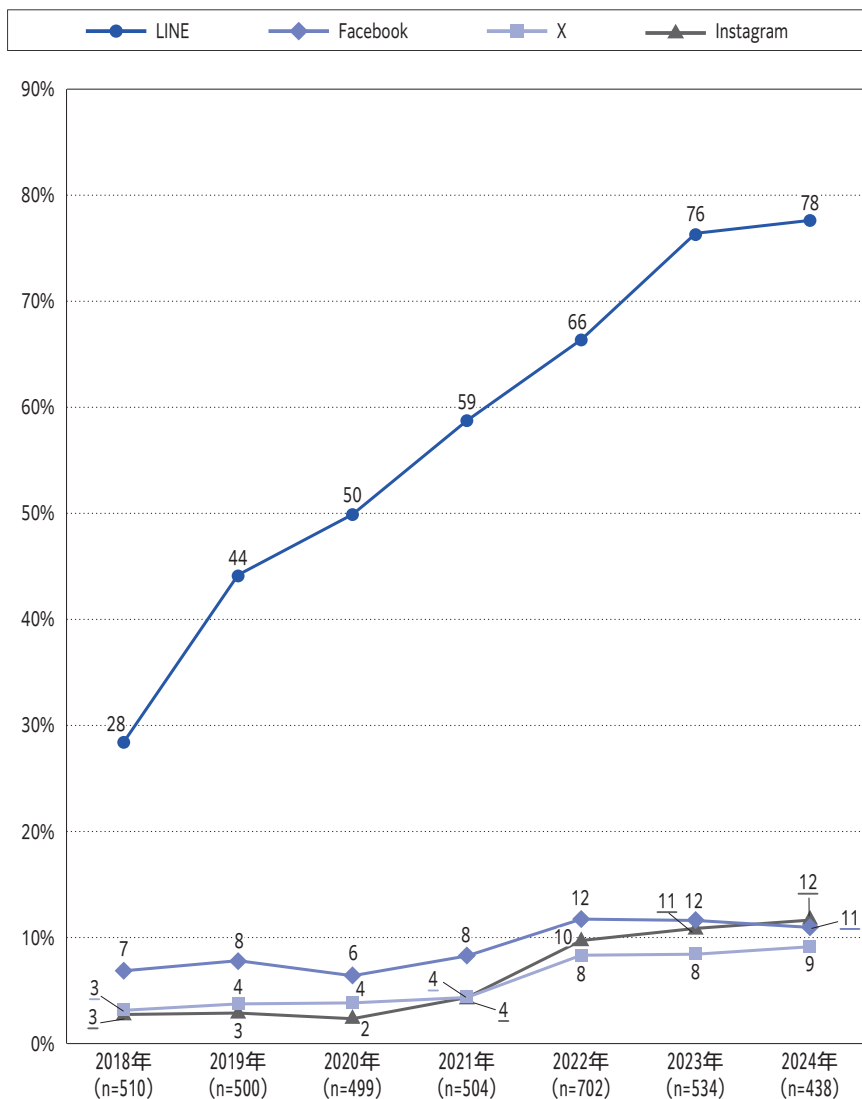


注：それぞれのサービスを利用している人が対象。

出典：2024年シニア調査(訪問留置)

資料8-20 SNSの利用率 経年変化(複数回答)

- 「LINE」の利用率は継続して上昇し、4人に3人が利用している。
- 「Instagram」が初めて「Facebook」を上回る。



注：関東1都6県が対象。

出典：2018年-2022年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)、2023年-2024年シニア調査(訪問留置)

第3節

シニアのライフスタイルとICT利用

日々の活動、趣味、利用する店舗、インターネットショッピング利用、就業、新たなサービスへの意向、QOL

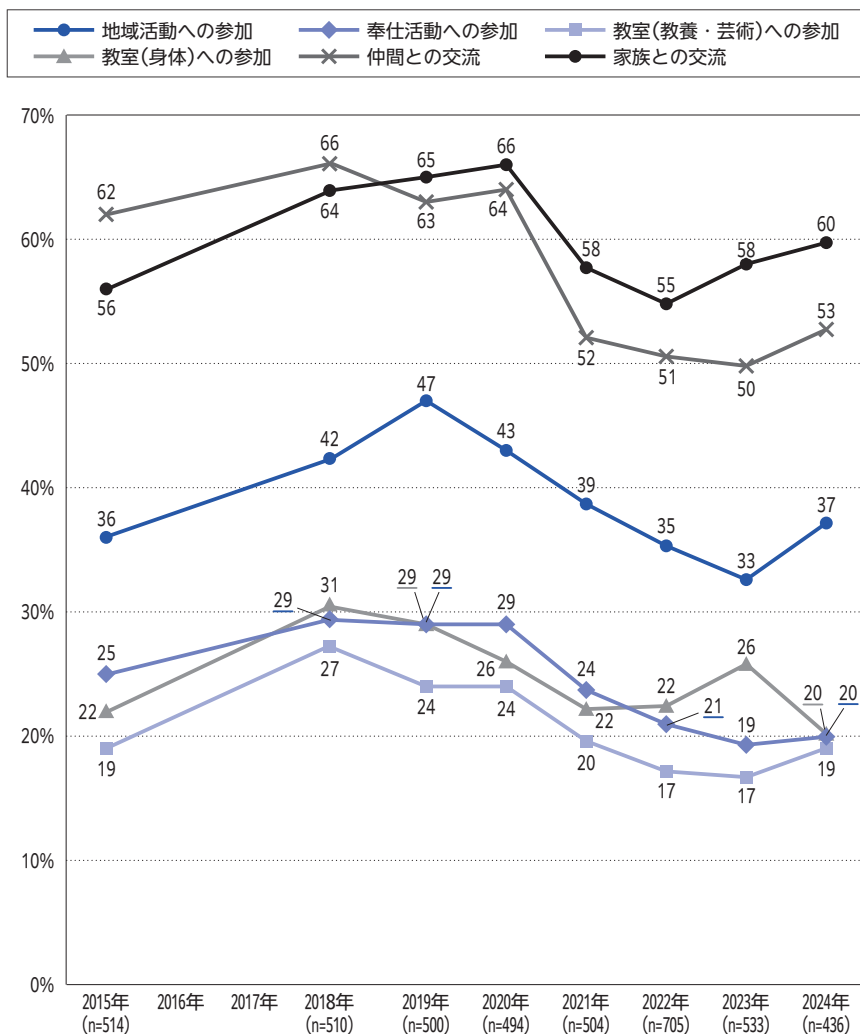
.....ポイント.....

- 日々の活動は回復傾向ではあるがコロナ禍前まで戻らず(資料8-21)。
- 9割近くが週1回以上趣味を楽しんでいる(資料8-26)。
- インターネットショッピングの利用は「中国・四国」「関東」「近畿」が高く、3割程度(資料8-29)。

.....

資料8-21 日々の活動実施率の年次推移

●コロナ禍の影響もあり低下したが2022年以降徐々に回復基調。ただしコロナ禍前には戻っていない。



注1：2016年、2017年は調査未実施。

注2：調査対象は関東1都6県。

注3：60代、70代が対象。

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-2022年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)、2023年-2024年シニア調査(訪問留置)

資料8-22 日々の活動の回答傾向によるグループ分け

●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」、人との交流と教室活動が盛んな「教室でいきいき」、地域活動が活発な「地域で活躍」、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	教室で いきいき	地域で 活躍	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	○	○	×	○	×
回答数		159	138	197	325	300
構成比		14.2%	12.3%	17.6%	29.0%	26.8%

出典：2024年シニア調査(訪問留置)

資料8-23 日々の活動グループの特性

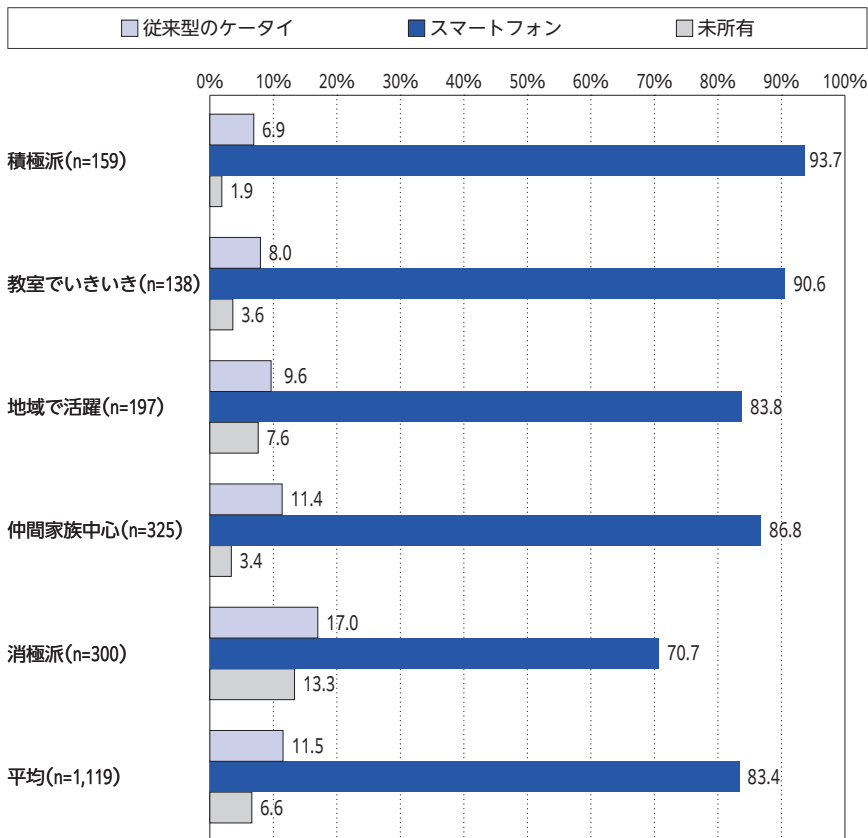
- 「積極派」は女性の割合が高く、時間的経済的ゆとりがあり、有職率は低い。
- 「教室でいきいき」は女性の割合が高く、経済的ゆとりがあり、有職率は低い。
- 「地域で活躍」は男性の割合が高く、有職率が高い。
- 「仲間家族中心」はやや平均年齢が低く、やや経済的ゆとりがあり、有職率が高い。
- 「消極派」は男性の割合がやや多く、経済的ゆとりが低い。

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
平均年齢	72.3	72.6	72.2	69.5	72.3	71.5
男性比	26.4%	22.5%	60.9%	52.9%	54.0%	47.1%
経済的 ゆとりがある	66.2%	60.6%	52.6%	57.2%	39.9%	53.5%
時間的 ゆとりがある	82.2%	79.4%	79.5%	79.9%	78.5%	79.7%
有職率	39.6%	38.4%	55.9%	54.5%	45.7%	48.3%

出典：2024年シニア調査(訪問留置)

資料8-24 日々の活動グループ別スマホ・ケータイ所有（単一回答）

- スマートフォン所有率は日々の活動が「積極派」「教室でいきいき」は9割を超える。
- 日々の活動が「消極派」はスマートフォンおよび従来型のケータイ両方未所有の割合が1割を超える。



出典：2024年シニア調査（訪問留置）

資料8-25 趣味〔性年代別〕（複数回答）

- 全年代「テレビ視聴」が最も多く、半数を超える。
- 男性の70～80代は「散歩・ウォーキング」、女性の70～80代は「庭いじり・ガーデニング・野菜作り」が2番目に多い。

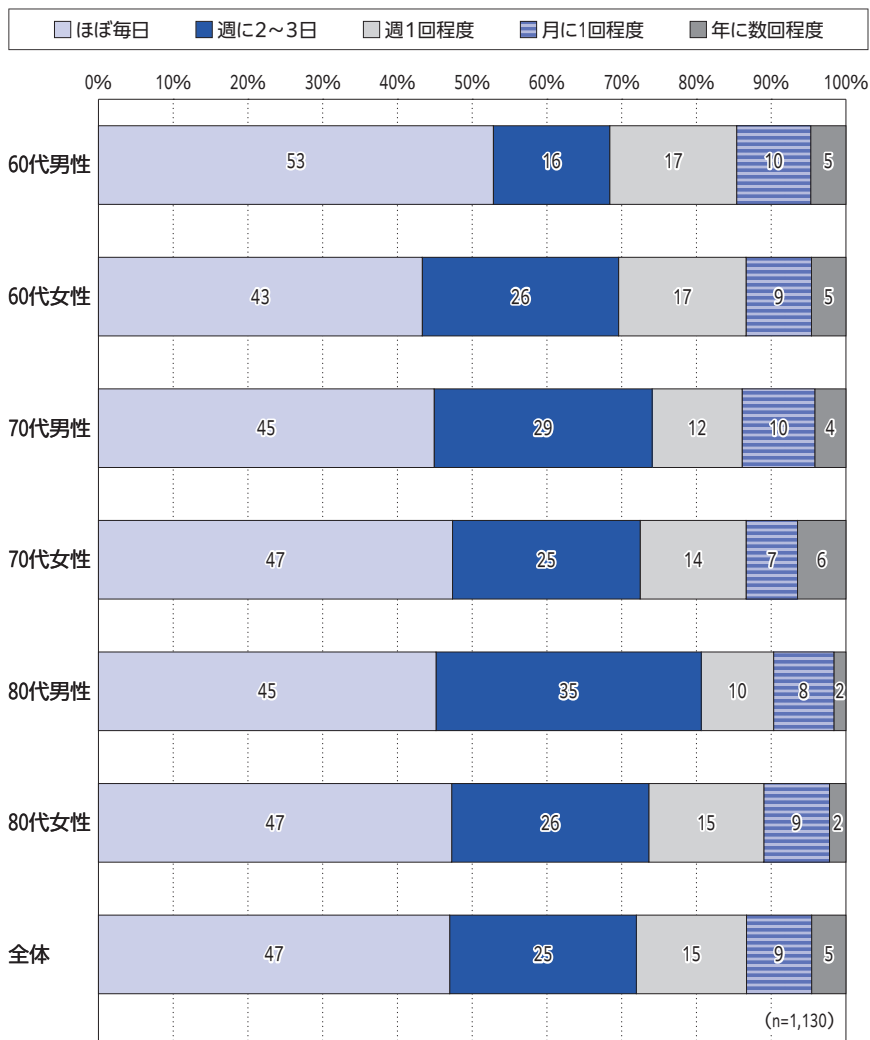
	男性			女性			平均
	60代	70代	80代	60代	70代	80代	
テレビ視聴	54.6	54.1	58.3	58.3	63.0	58.3	57.8
散歩・ウォーキング	30.0	42.1	41.7	27.8	43.8	39.8	36.9
庭いじり・ガーデニング・野菜作り	24.2	30.0	34.7	37.4	46.0	49.5	36.2
旅行	30.8	23.2	23.6	40.9	33.2	30.1	31.3
読書	26.0	26.2	29.2	22.6	28.3	35.0	26.9
スポーツ観戦	35.2	31.3	33.3	19.1	17.4	21.4	25.6
音楽・美術鑑賞	27.8	12.9	15.3	33.5	23.8	23.3	23.7
自身が行うスポーツ	27.3	22.3	20.8	21.3	24.2	24.3	23.6
映画鑑賞	28.2	18.9	18.1	28.3	17.7	11.7	21.7
インターネット	37.4	23.2	16.7	18.7	10.6	3.9	20.0
料理	10.1	6.4	6.9	24.8	27.9	30.1	18.1
行楽・ドライブ・ツーリング	27.3	20.2	15.3	13.0	12.8	10.7	17.3
手芸	0.0	0.4	0.0	25.7	29.4	27.2	14.7
学習・自己啓発	13.7	11.6	12.5	9.6	13.6	14.6	12.4
カラオケ・合唱	7.0	10.7	15.3	10.0	12.5	16.5	11.1
ゲーム(囲碁・将棋・麻雀含む)	17.6	12.9	9.7	11.7	5.3	4.9	10.9
競馬・競艇・競輪・パチンコ・宝くじ	15.4	17.6	13.9	3.0	3.8	1.9	9.3
グルメ	11.9	3.0	2.8	12.6	10.9	8.7	9.1
写真	9.3	10.3	9.7	3.5	3.4	3.9	6.5
つり	14.1	10.3	8.3	0.9	0.4	0.0	5.8
その他	4.4	5.6	9.7	5.2	3.4	3.9	4.9
趣味はない	6.2	6.4	13.9	5.2	4.9	9.7	6.5

出典：2024年シニア調査(訪問留置)

(n=1,130)

資料8-26 趣味の頻度〔性年代別〕（単一回答）

●9割近くが週1回以上趣味を楽しんでいる。

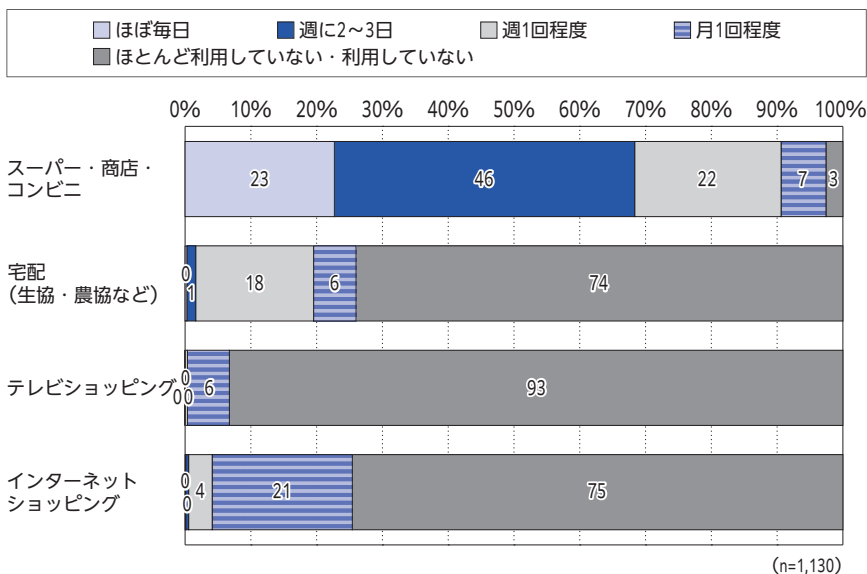


注：趣味がある人が対象。

出典：2024年シニア調査（訪問留置）

資料8-27 利用する店舗と頻度(単一回答)

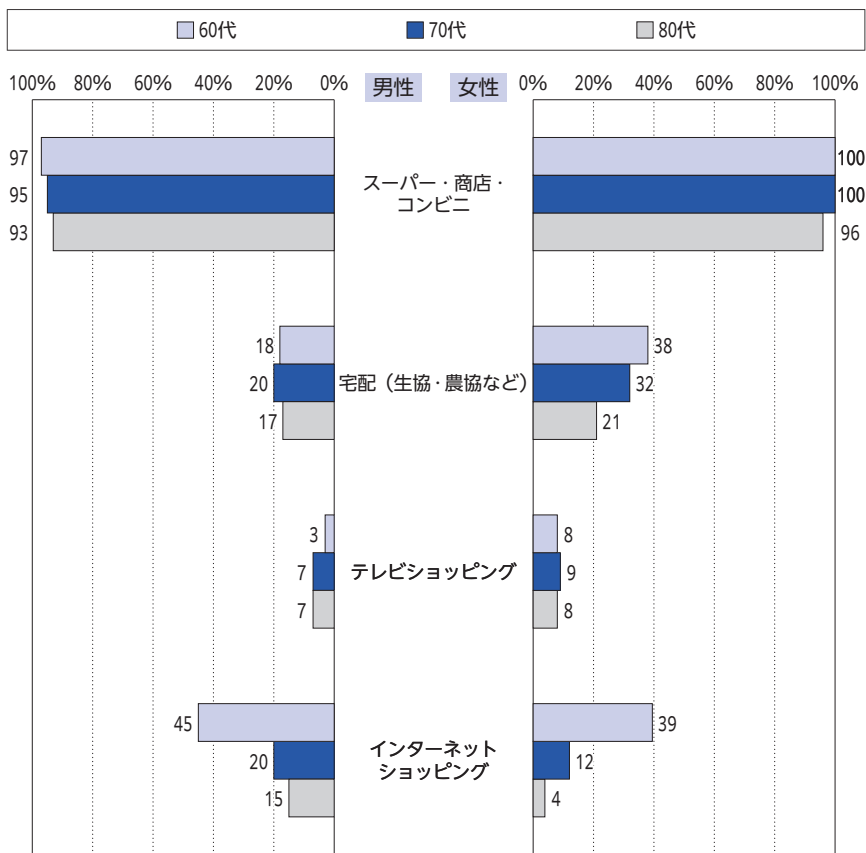
- 週1回以上の日常の買い物は、「スーパー・商店・コンビニ」などの実店舗の利用が、9割を超えている。
- 「インターネットショッピング」の利用は4人に1人。



出典：2024年シニア調査(訪問留置)

資料8-28 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代の利用が多く4割程度。
- 「テレビショッピング」は女性の利用がやや多い。
- 「宅配（生協・農協など）」は60代女性・70代女性が多く3割を超える。

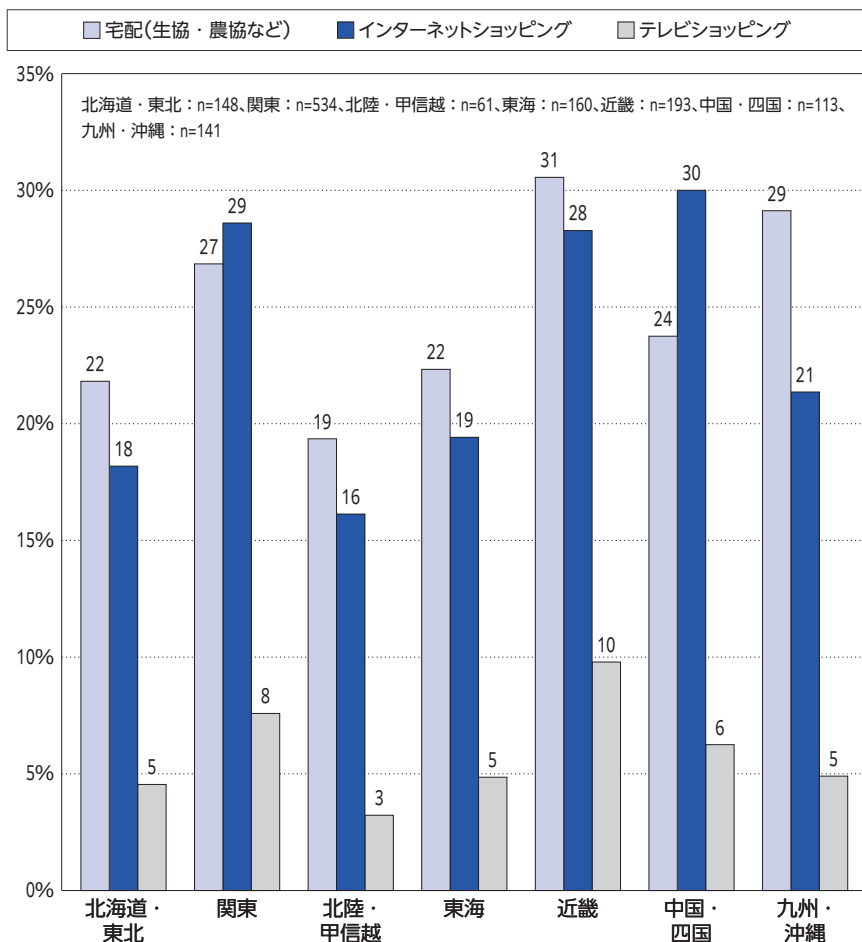


出典：2024年シニア調査（訪問留置）

(n=1,130)

資料8-29 利用する買い物方法〔性年代別〕（単一回答）

- インターネットショッピングの利用は「中国・四国」「関東」「近畿」が高く、3割程度。

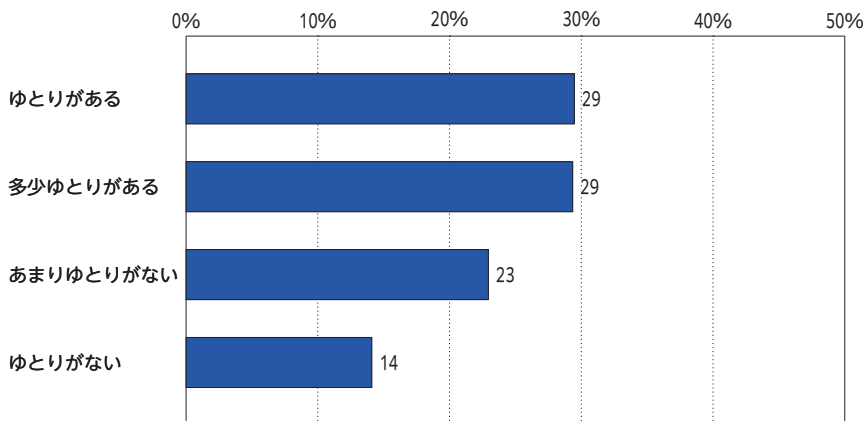
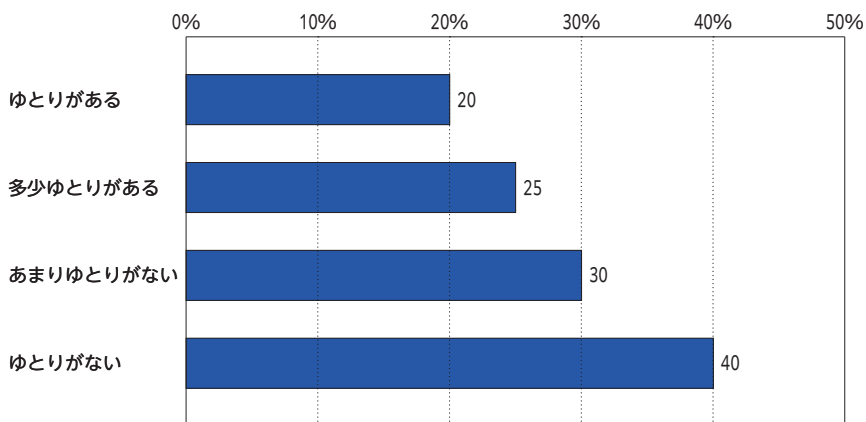


注：月1回以上している人が回答。

出典：2024年シニア調査(訪問留置)

資料8-30 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。

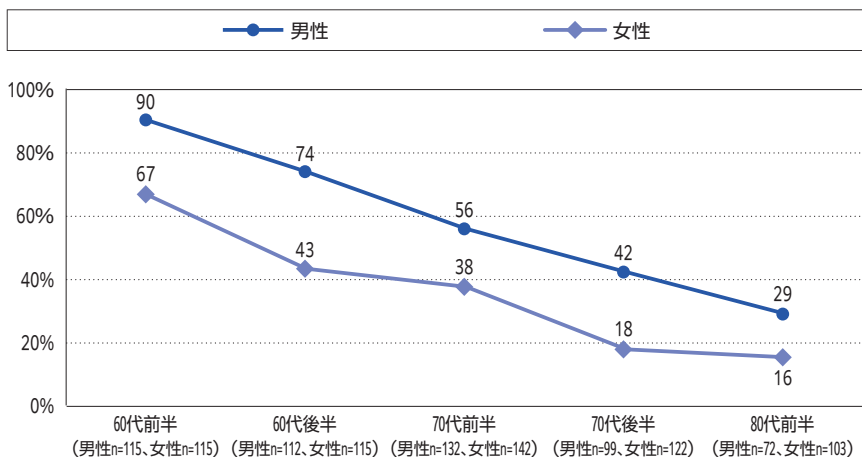
経済的ゆとり**時間的ゆとり**

注：月1回程度以上インターネットで買い物をしている人(n=284)が対象。

出典：2024年シニア調査(訪問留置)

資料8-31 有職率〔性年代別〕（単一回答）

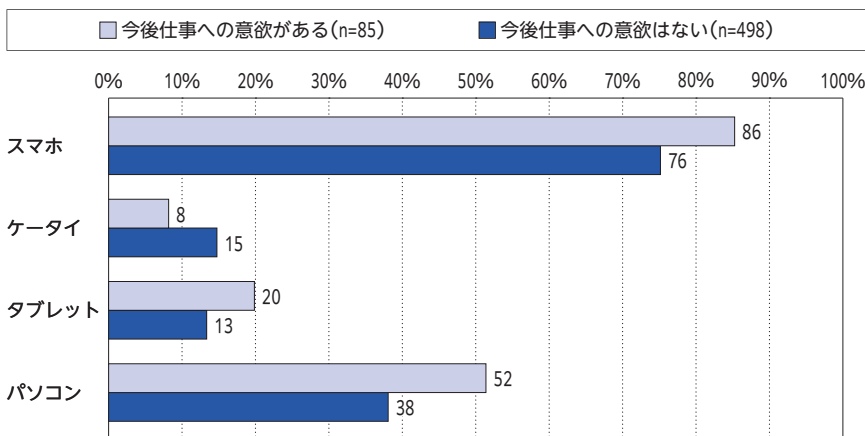
- 男性は70代前半までは5割を超える人が就業している。
- 女性は同年代の男性と比較して、15～20ポイントほど低い。



出典：2024年シニア調査（訪問留置）

資料8-32 今後の仕事への意欲と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。



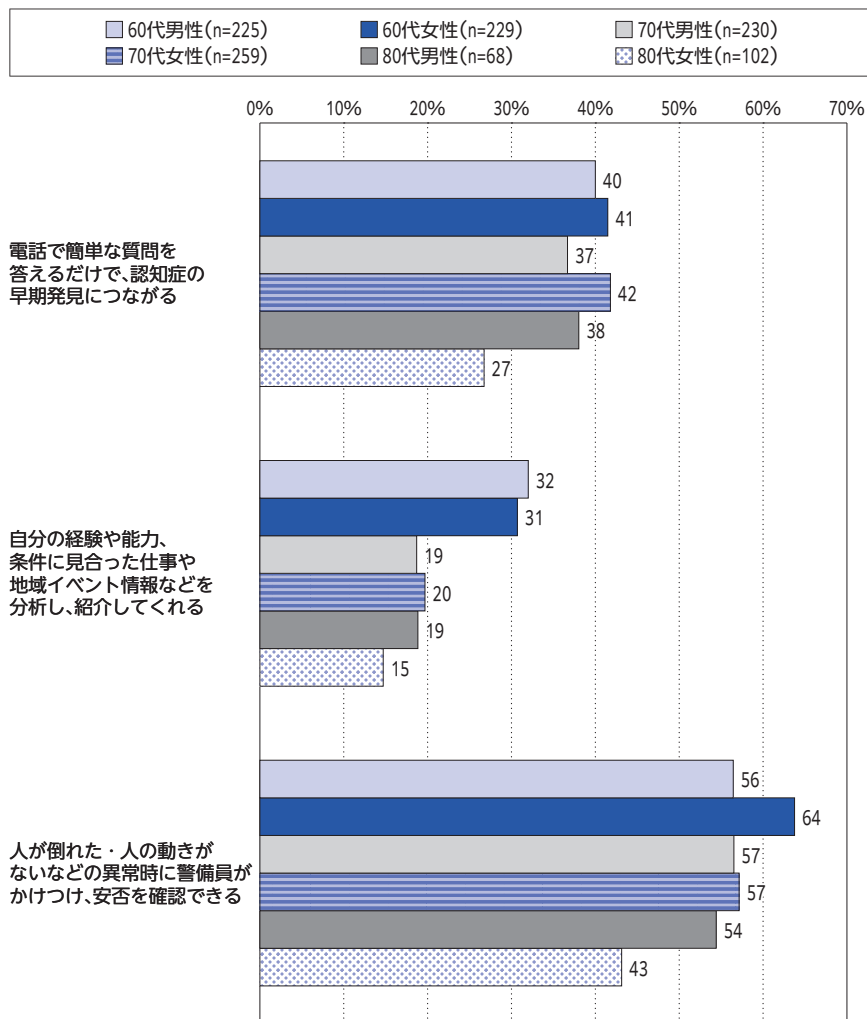
注1：現在、主婦・主夫、無職の人が対象。

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。

出典：2024年シニア調査（訪問留置）

資料8-33 新たなサービスへの利用意向[性年代別] (単一回答)

●年代が低いほうが意向が高い傾向。



注1:「そう思う」「まあそう思う」の合算値。

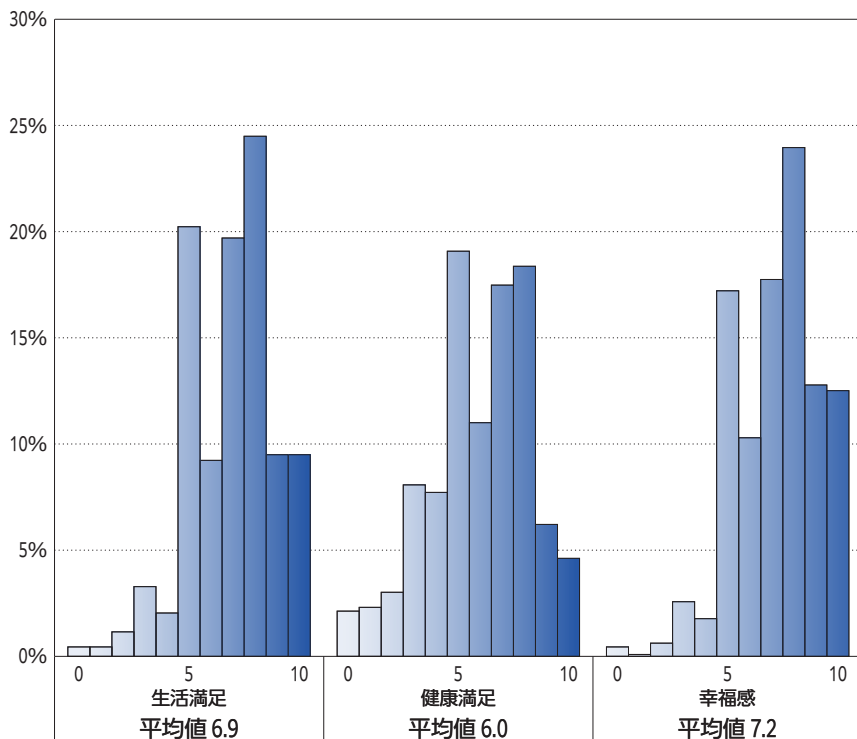
注2:既に利用している人(いずれも1%未満)は対象外。

出典:2024年シニア調査(訪問留置)

資料8-34 シニアのQOL[性年代別] (単一回答)

●各指標同年代の男性より女性が高い傾向。

全年代



	男性			女性		
	60代	70代	80代	60代	70代	80代
生活満足	6.8	6.8	6.8	7.1	6.9	7.5
健康満足	5.7	5.9	5.8	6.2	6.0	6.2
幸福感	7.1	7.0	7.1	7.3	7.3	7.6

男性60代n=227・70代n=230・80代n=72、女性60代n=230・70代n=265・80代n=103

注：「生活満足」「健康満足」「幸福感」を0点から10点で回答。

出典：2024年シニア調査(訪問留置)

第4節

シニアのスマホとの関わり

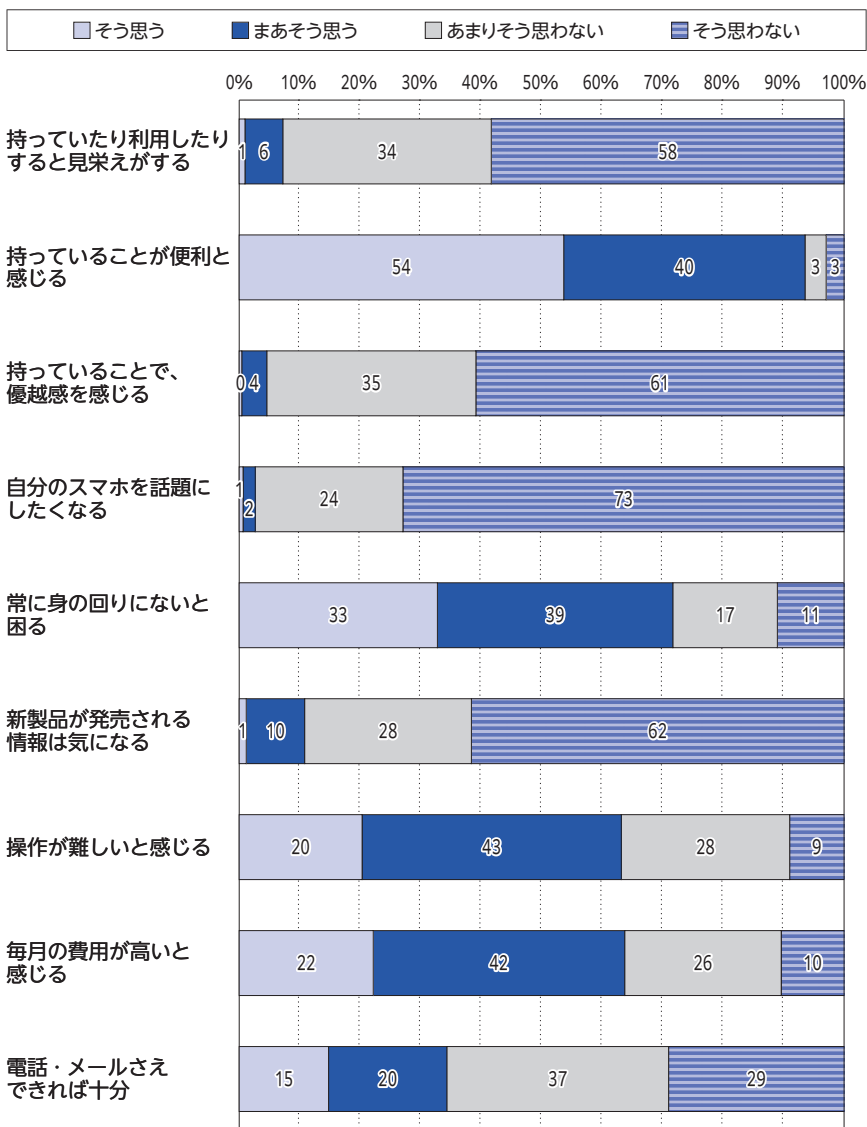
スマホとの距離・イメージ、人とのつながりの変化、
生活の変化、情報格差

.....ポイント.....

- 女性のほうが人とのつながりの変化をより強く実感している(資料8-37)。
- 疑問に思ったことをすぐに調べるようになったと感じているシニアは8割(資料8-38)。

資料8-35 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。
- 6割程度のシニアが「操作が難しい」と感じている。

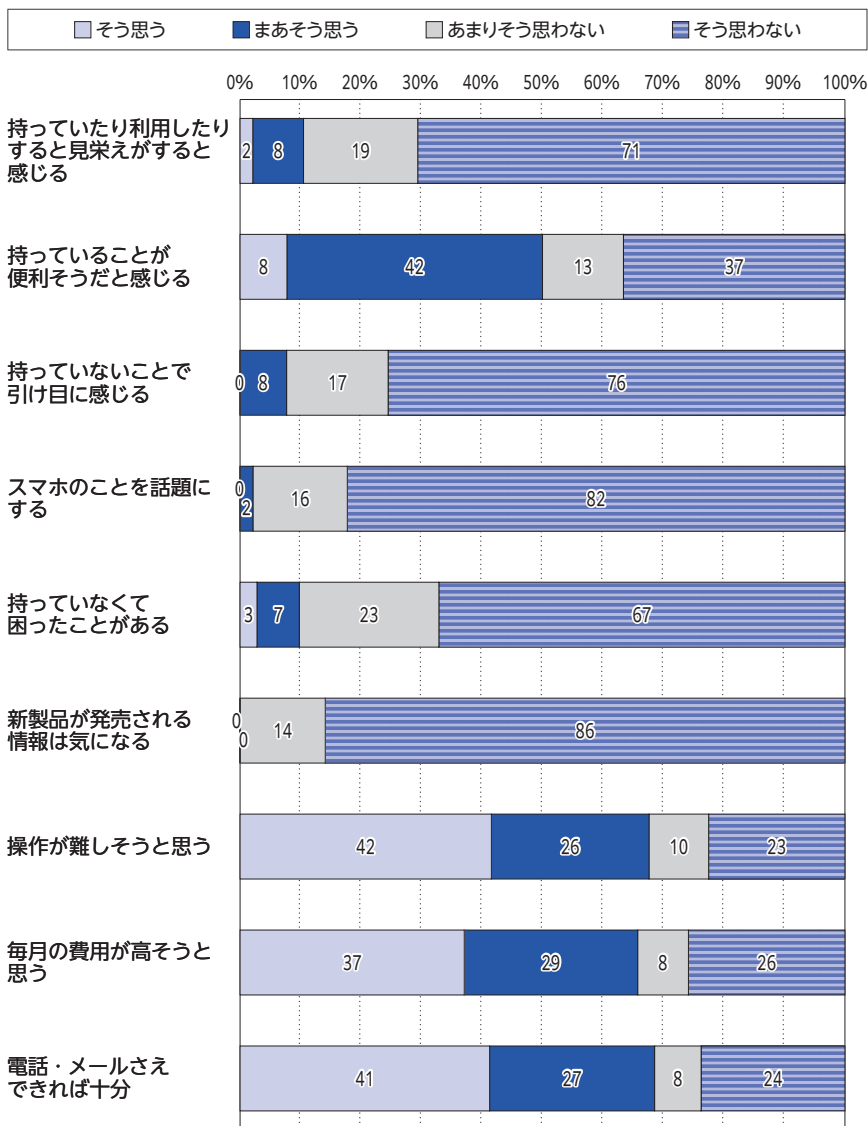


注：スマホを持っている人(n=949)が対象。

出典：2024年シニア調査(訪問留置)

資料8-36 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)

●5割のシニアがスマホを持っていなくても「便利そう」と感じている。

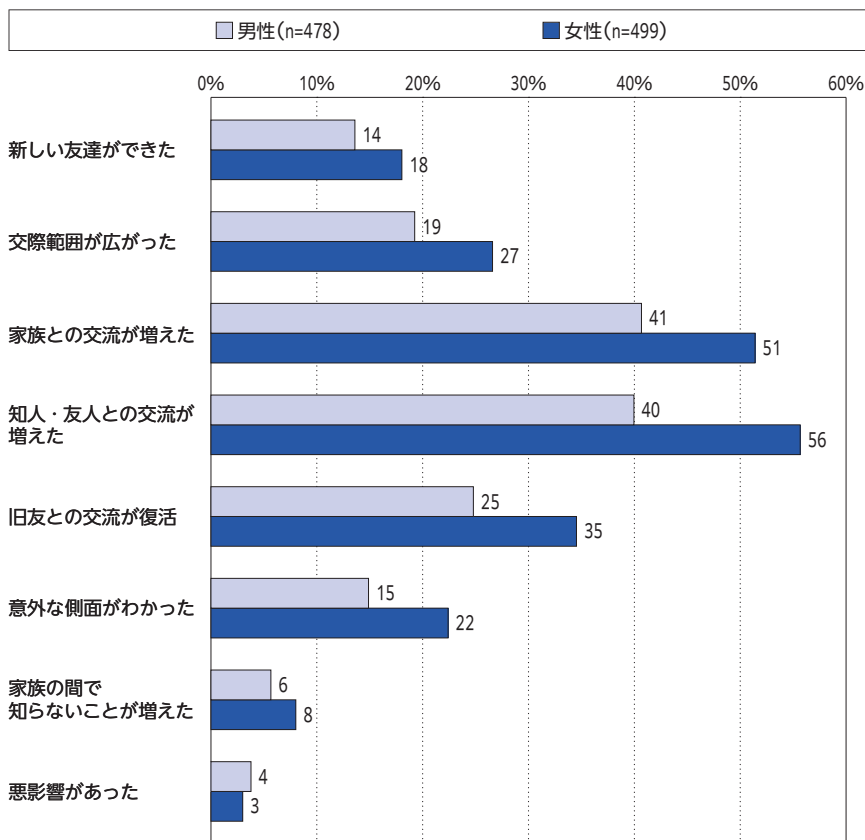


注：スマホを持っていない人(n=181)が対象。

出典：2024年シニア調査(訪問留置)

資料8-37 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)

- 女性のほう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、「家族、知人・友人との交流」は女性は5割程度、男性でも4割程度が実感している。

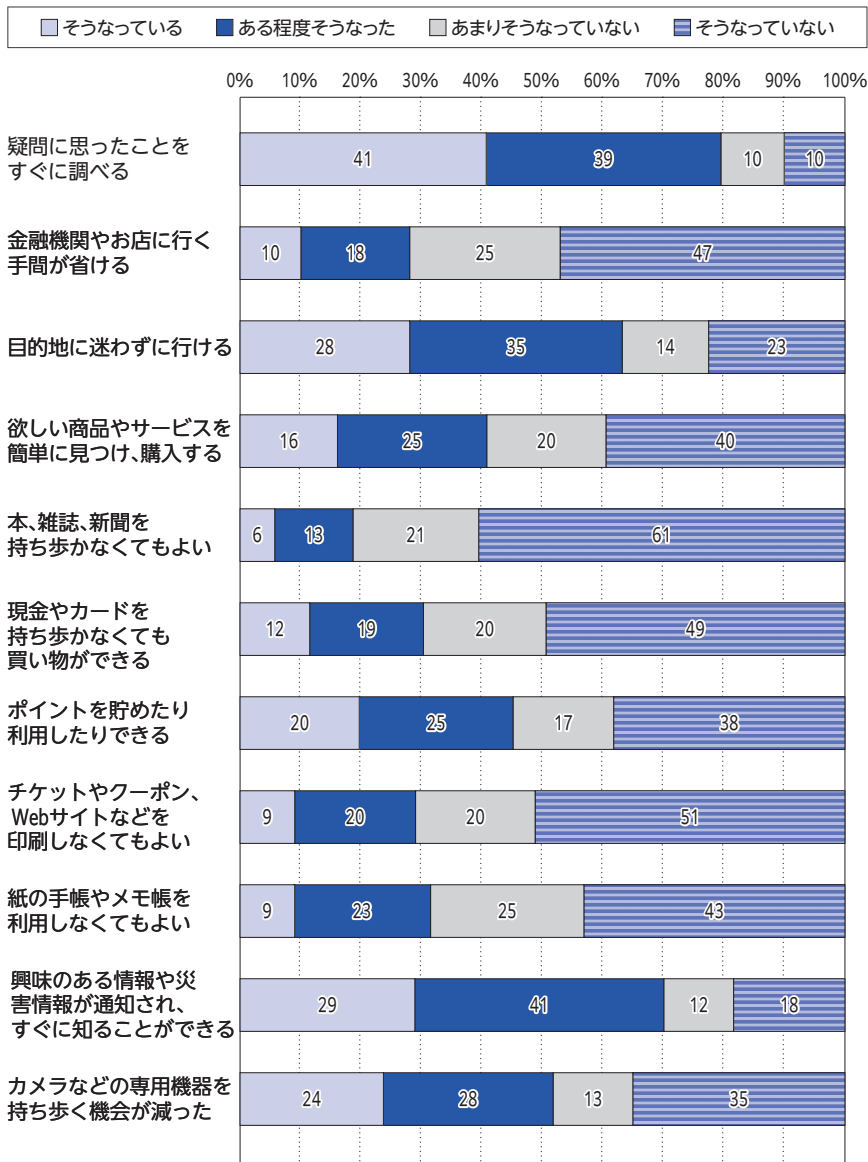


注：スマートフォン・ケータイを所有している人が対象。

出典：2024年シニア調査(訪問留置)

資料8-38 スマホを利用したことによって変化した生活①(単一回答)

●疑問に思ったことをすぐに調べるようになったと感じているシニアは8割。

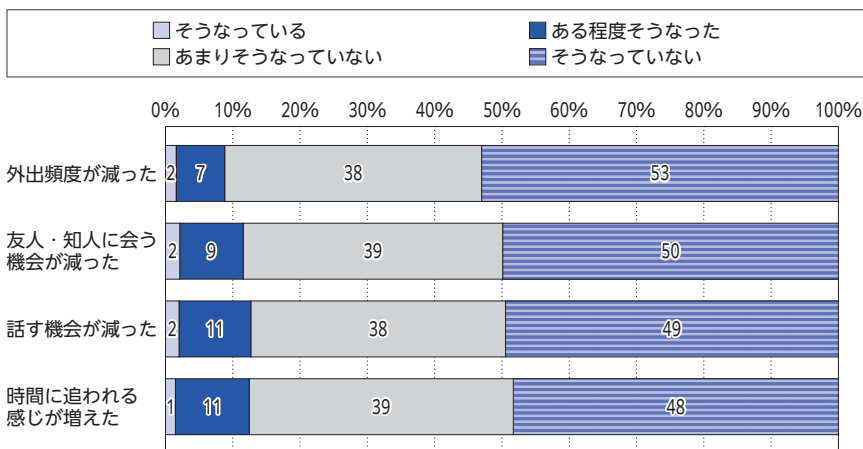


注：スマートフォン・タブレットを所有している人(n=946)が対象。

出典：2024年シニア調査(訪問留置)

資料8-39 スマホを利用したことによって変化した生活②(単一回答)

- 約1割のシニアが「話す機会が減った」「時間に追われるようになった」などと感じている。

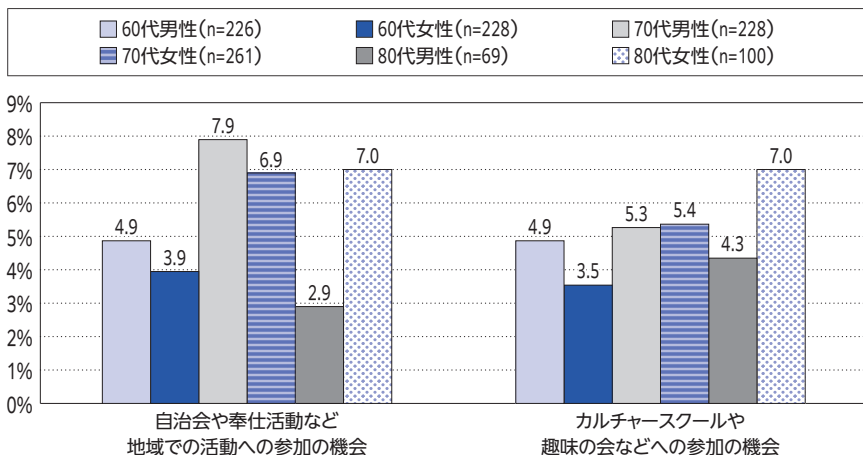


注：スマートフォン・タブレットを所有している人(n=946)が対象。

出典：2024年シニア調査(訪問留置)

資料8-40 ICTを使いこなせないことで感じた機会損失[性年代別](単一回答)

- 地域活動や教室活動への参加の機会損失は全年代10%未満。

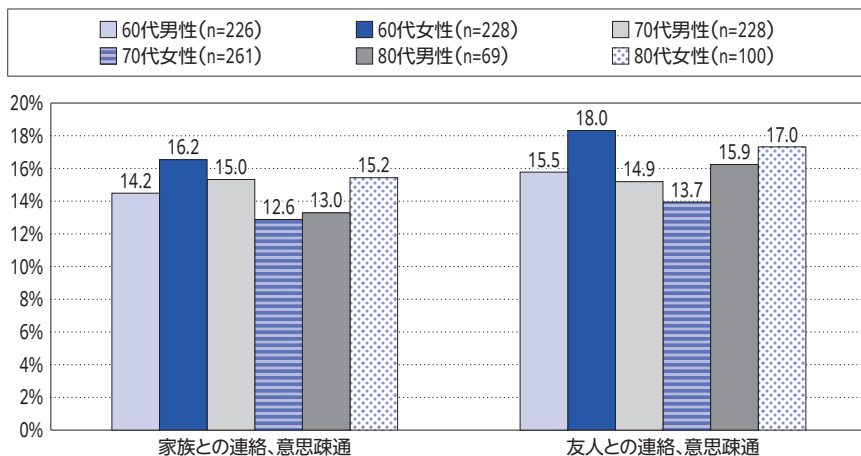


注：「感じる」「ある程度感じる」の合算値。

出典：2024年シニア調査(訪問留置)

資料8-41 ICTを使いこなせないことで感じた交流損失[性年代別](単一回答)

●「家族、友人との連絡、意思疎通」は全年代15%程度。



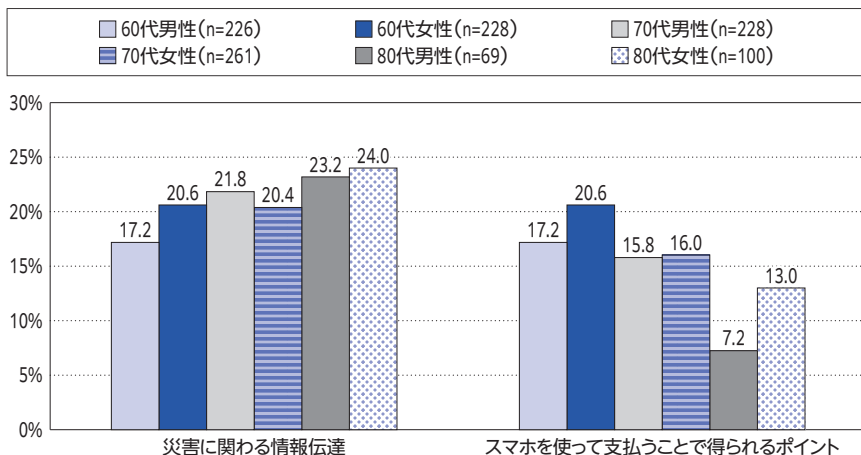
注:「感じる」「ある程度感じる」の合算値。

出典: 2024年シニア調査(訪問留置)

資料8-42 ICTを使いこなせないことで感じた情報・経済損失[性年代別](単一回答)

●災害情報は年代が上がると感じる割合が高くなる。

●経済損失は女性が高い。



注:「感じる」「ある程度感じる」の合算値。

出典: 2024年シニア調査(訪問留置)