第7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

第4節 シニアのスマートフォンとの関わり
スマートフォンとの距離・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

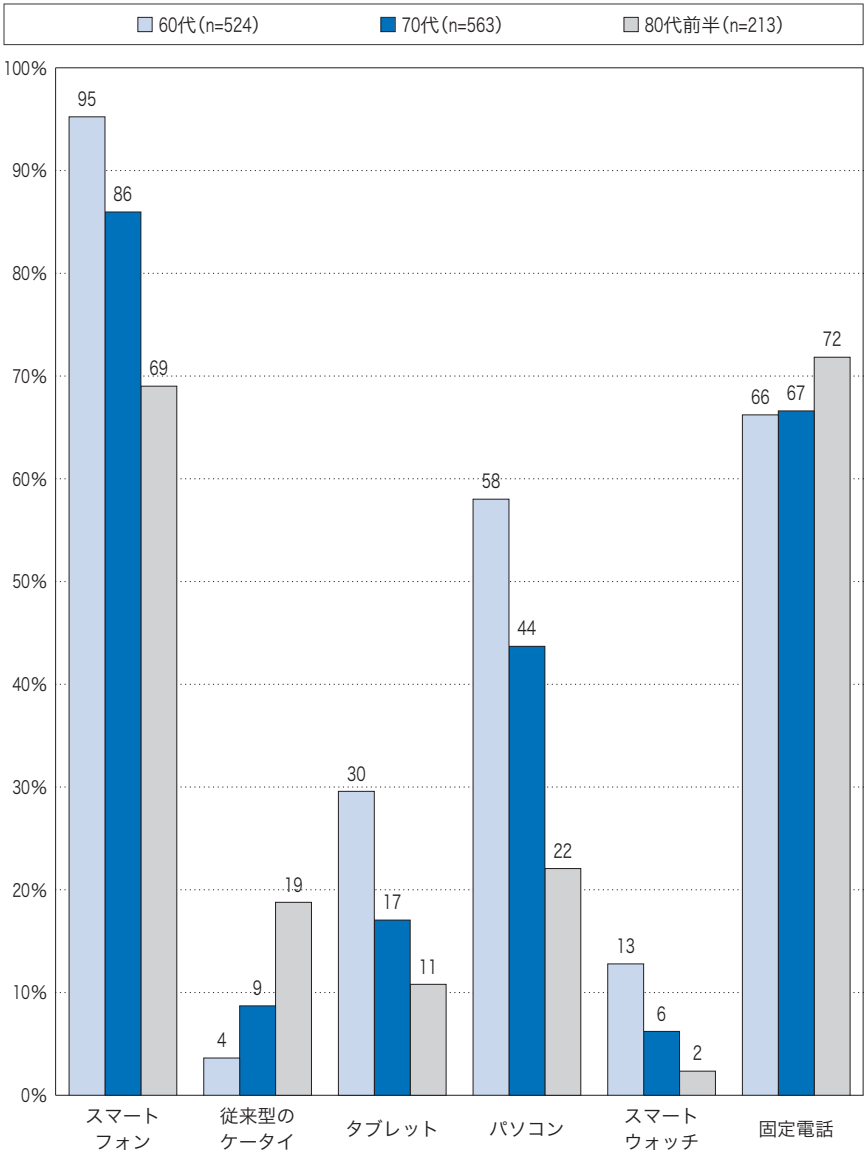
端末所有状況、スマートフォン所有のきっかけ、習得方法

ポイント

- スマートフォン所有率、60代は95%、70代は86%、80代前半でも69%（資料7-1）。
- スマートフォンを所有したきっかけ、スマホ所有歴が3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」が最も高い（資料7-5）。
- スマートフォンを使いこなすために相談・利用した手段としては、スマホ所有歴が3年未満では「購入店」「別居の子」が多く4割程度（資料7-7）。

資料7-1 ICT端末所有状況[年代別](複数回答)

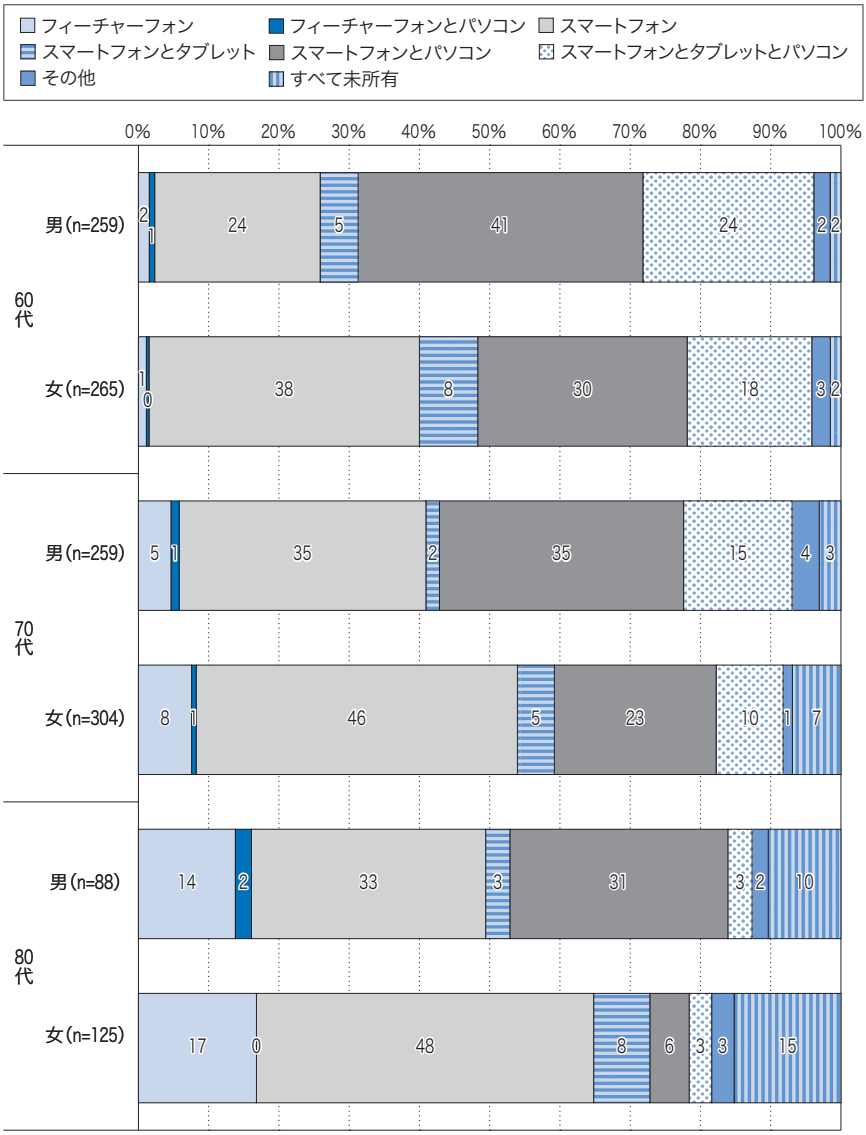
●スマートフォン所有率、60代は95%、70代は86%、80代前半でも69%。



注:「タブレット」「パソコン」「固定電話」は家族で共有で所有している機器も含む。
出典:2026年シニア調査(訪問留置)

資料7-2 所有しているICT端末の組み合わせ[性年代別](複数回答)

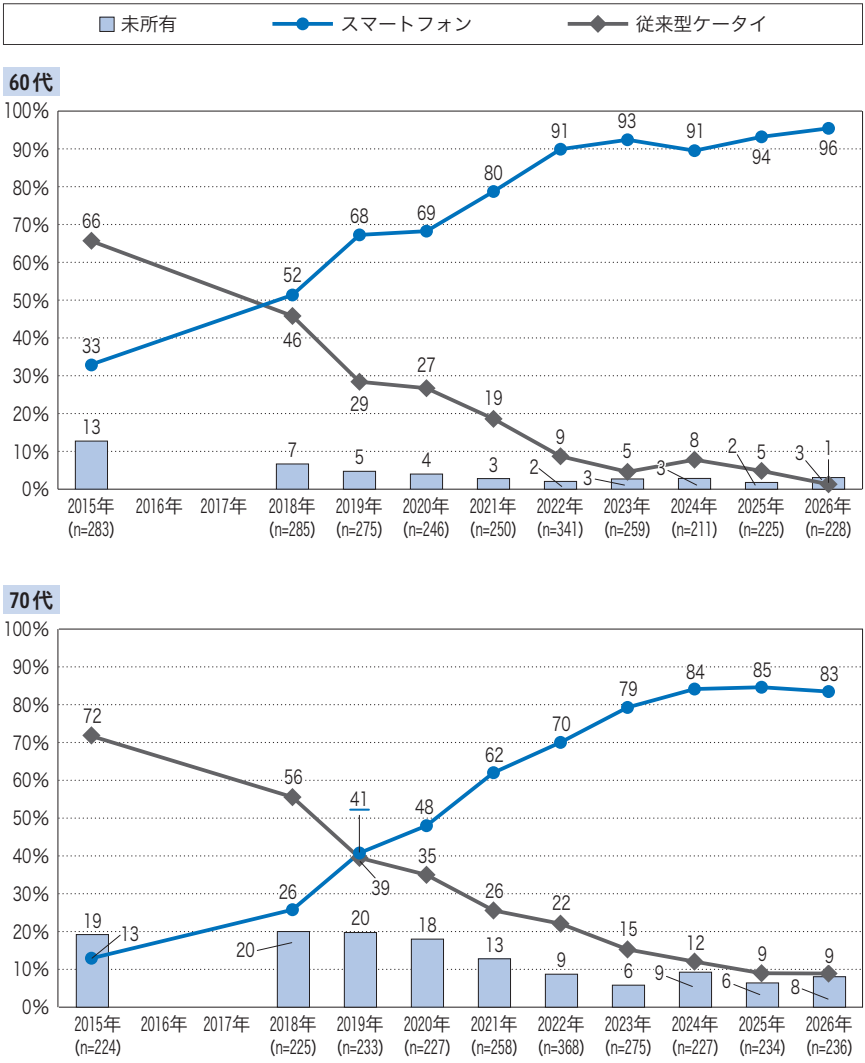
●60代男性は「スマートフォンとパソコン」の組み合わせが最も高い。
●全年代の女性と80代男性は「スマートフォンのみ」が最も高い。



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。
出典:2026年シニア調査(訪問留置)

資料7-3 スマホ・ケータイ所有率の年次推移[年代別](複数回答)

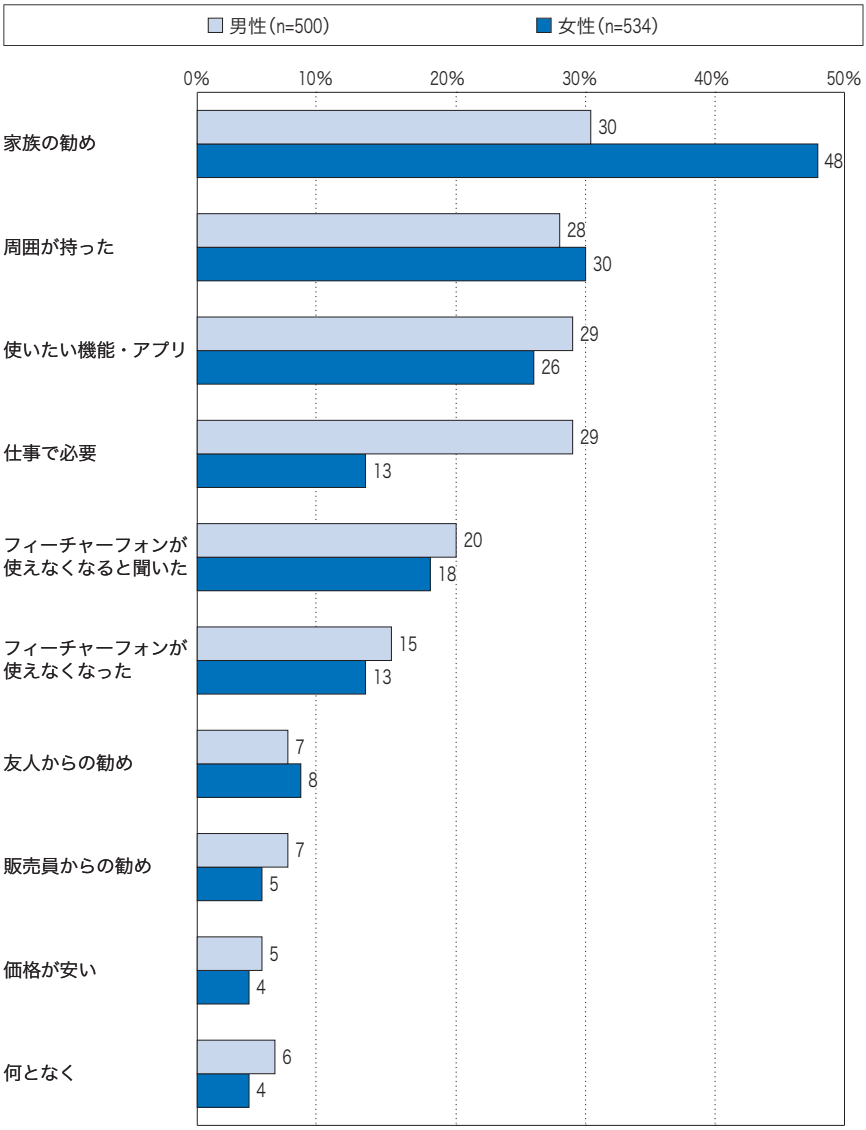
●70代の従来型ケータイの所有率は1割を切る。



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端末を含み集計。
注4：調査対象は関東1都6県。
出典：2015年シニア調査(訪問留置)、2018～2022年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)、2023～2026年シニア調査(訪問留置)

資料7-4 スマートフォンを所有したきっかけ[性別](複数回答)

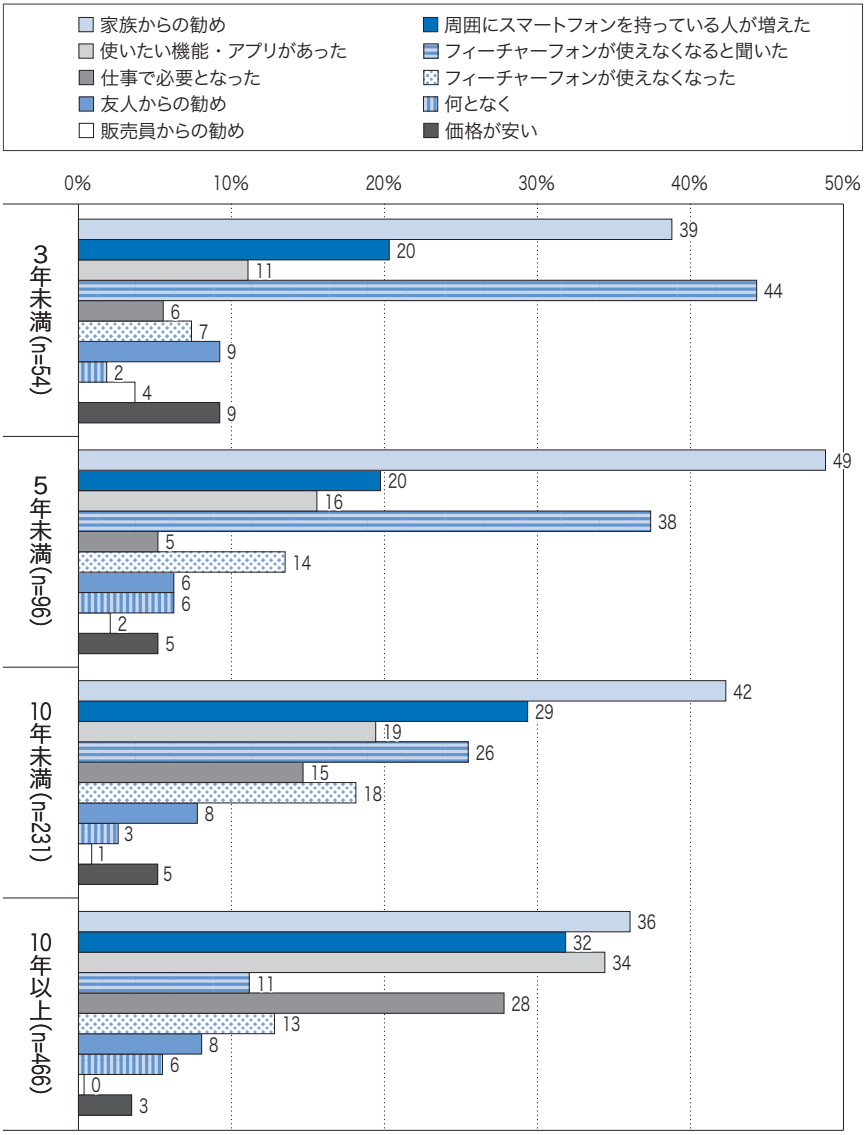
●女性は「家族からの勧め」が多い。男性は「周囲が持った」「家族からの勧め」「使いたい機能・アプリがあった」「仕事で必要」が多い。



注：スマートフォン所有者が回答。
出典：2026年シニア調査(訪問留置)

資料7-5 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)

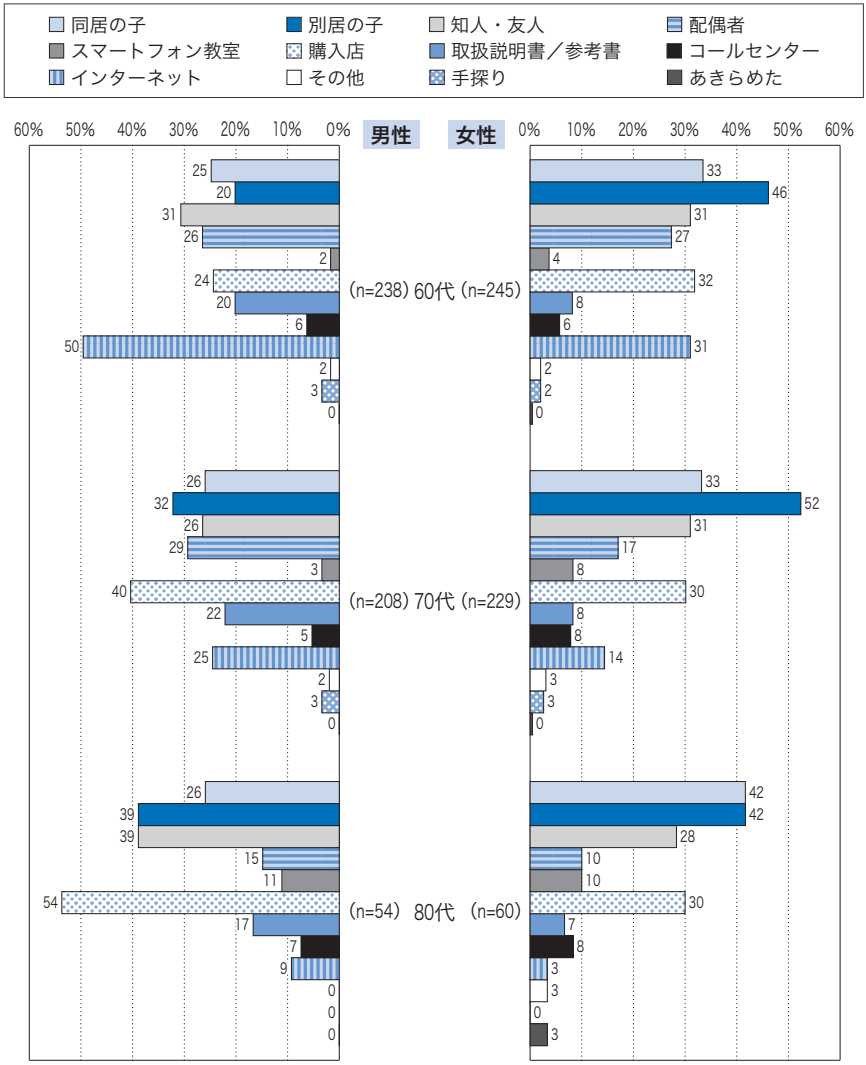
●3年未満では「フィーチャーフォンが使えなくなると聞いた」が最も高い。
●「使いたい機能・アプリがあった」はスマートフォン歴が短いほど低い。



注：スマートフォン所有者が回答。
出典：2026年シニア調査(訪問留置)

資料7-6 スマートフォンを使いこなすために相談・利用した手段［性年代別］（複数回答）

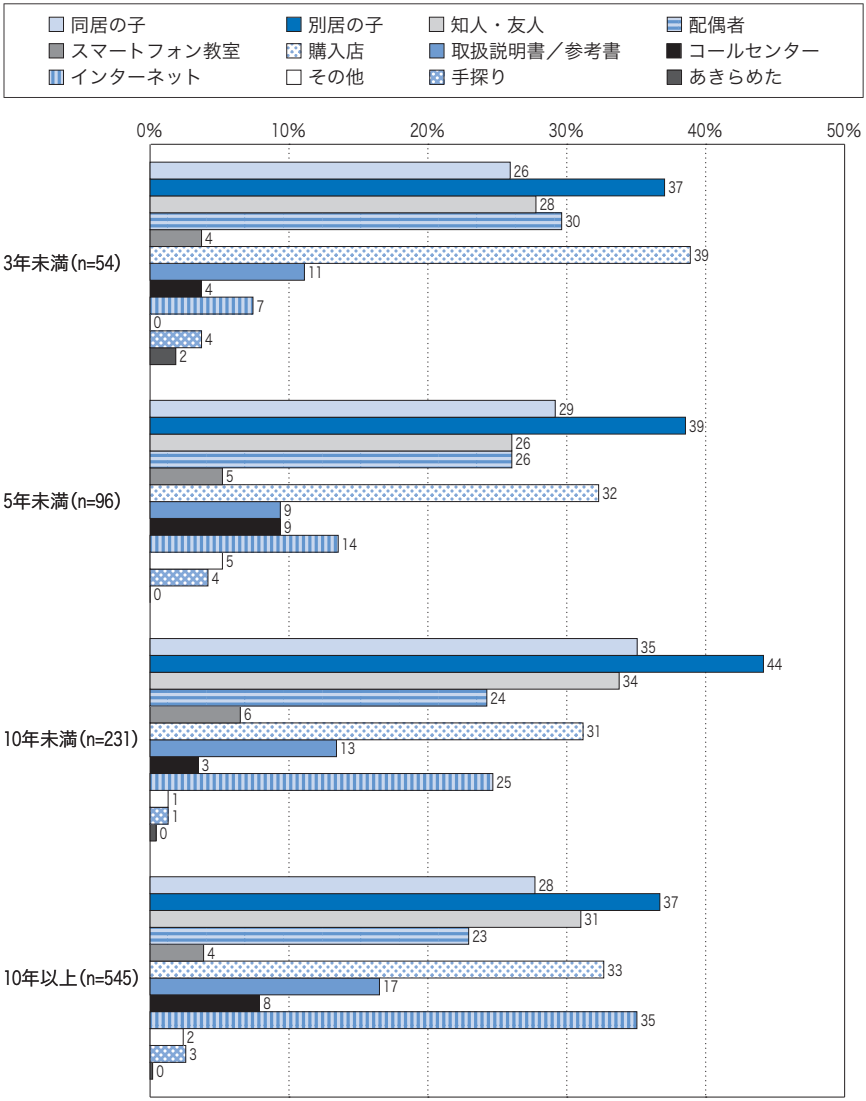
●60代男性は「インターネット」が最も多い。
●70、80代男性は「購入店」が最も多い。
●女性は「別居の子」が多く、80代女性では「同居の子」も多い。



注：スマートフォン所有者が回答。
出典：2026年シニア調査（訪問留置）

資料7-7 スマートフォンを使いこなすために相談・利用した手段［スマホ所有歴別］（複数回答）

●スマホ所有歴が3年未満では「購入店」「別居の子」が多く4割程度。
●「インターネット」は10年以上で3割を超える。



注：スマートフォン所有者が回答。
出典：2026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

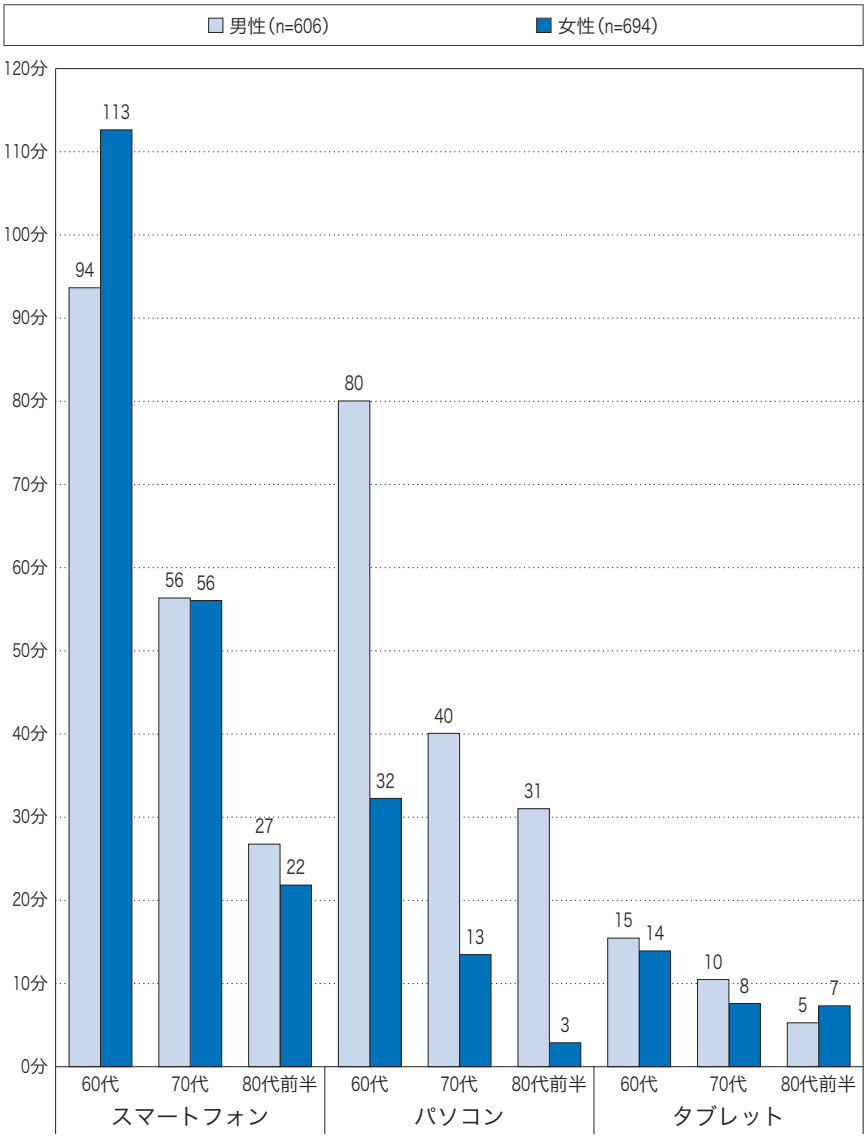
連絡手段、ICTサービス利用率、SNS利用率

ポイント

- スマートフォンの利用時間、60代は女性が長い。パソコンの利用時間、全年代で男性が長い（資料7-8）。
- 60代女性の約6割、70代の約半数がスマートフォン利用時間が増えている（資料7-9）。
- 「LINE」「Instagram」は女性、「X」「Facebook」は男性が高い傾向（資料7-14）。
- デジタル終活認知率、約3割（資料7-17）。

資料7-8 情報機器の利用時間[情報機器・性年代別]

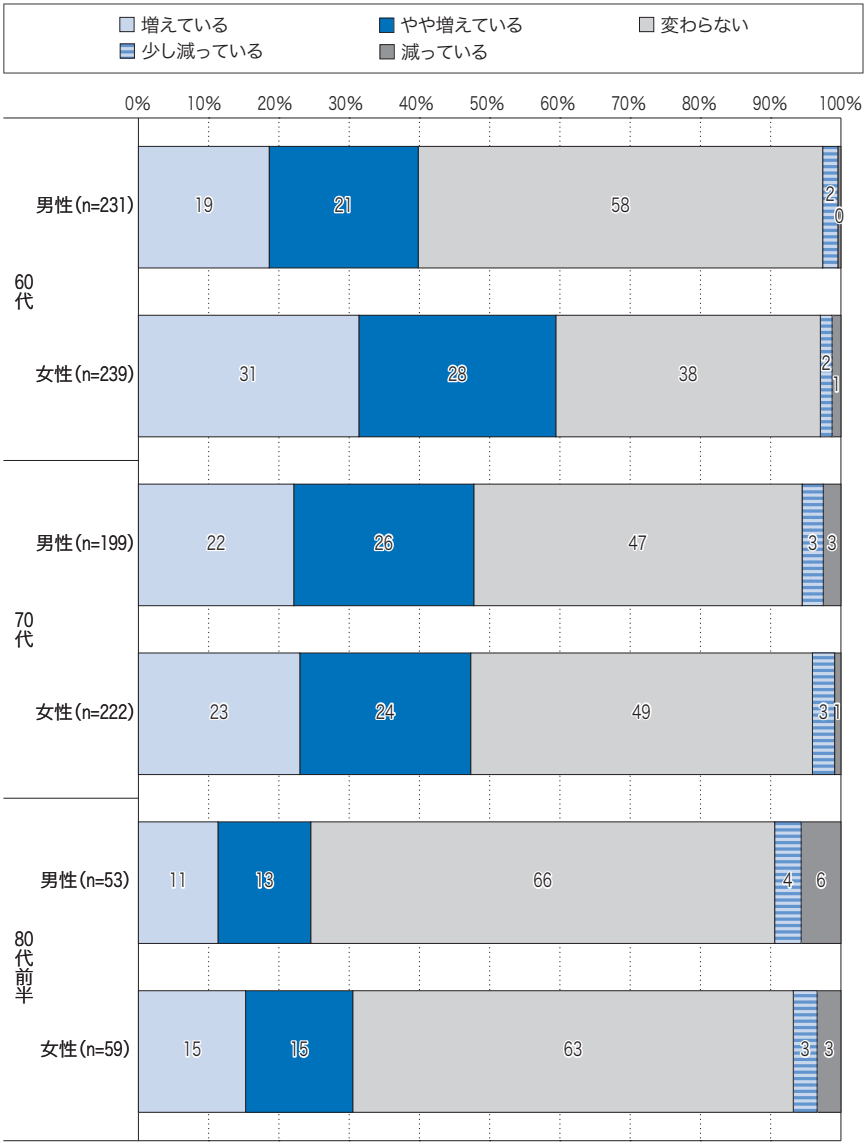
●スマートフォンの利用時間、60代は女性が長い。
●パソコンの利用時間、全年代で男性が長い。



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：2026年シニア調査(訪問留置)

資料7-9 スマートフォンの利用時間の変化[性年代別](単一回答)

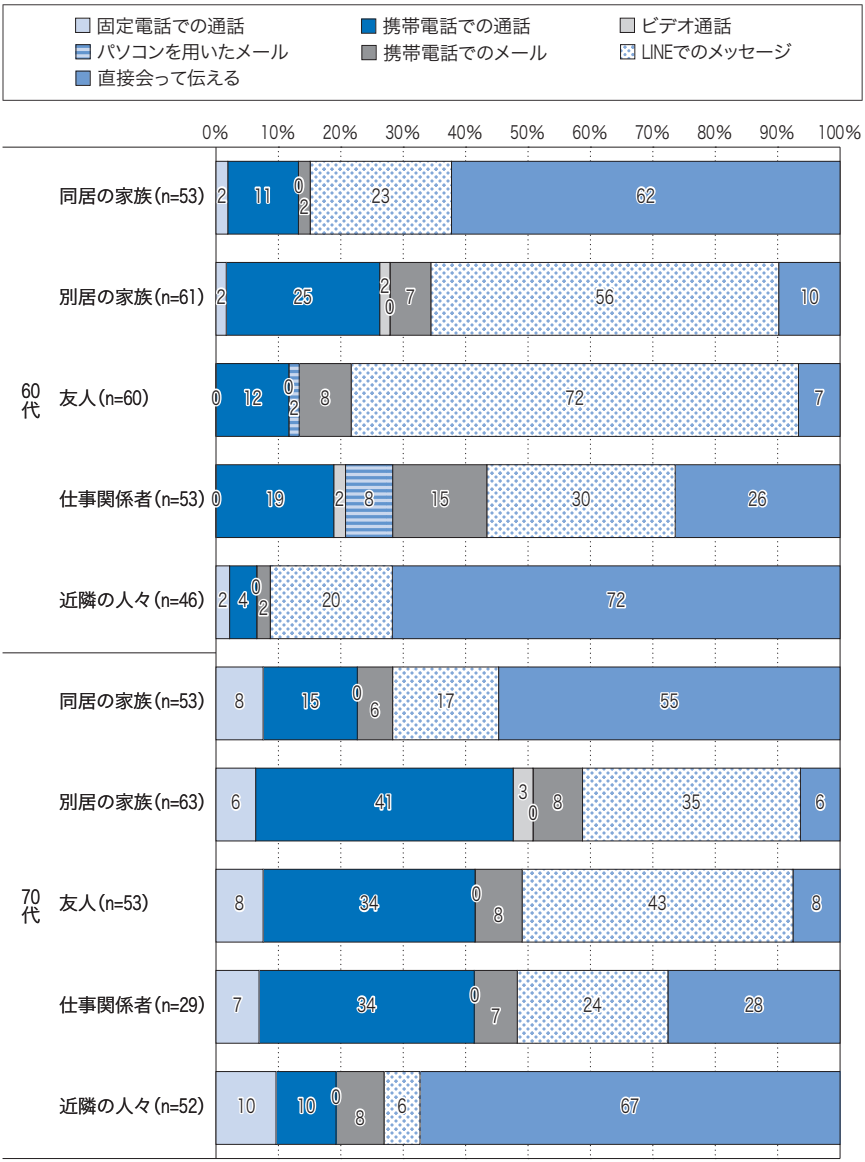
●60代女性の約6割、70代の約半数がスマートフォン利用時間が増えている。



注：スマートフォンを持っている人が対象。
出典：2026年シニア調査(訪問留置)

資料7-10 最も多く使う連絡手段[連絡相手別・年代別]

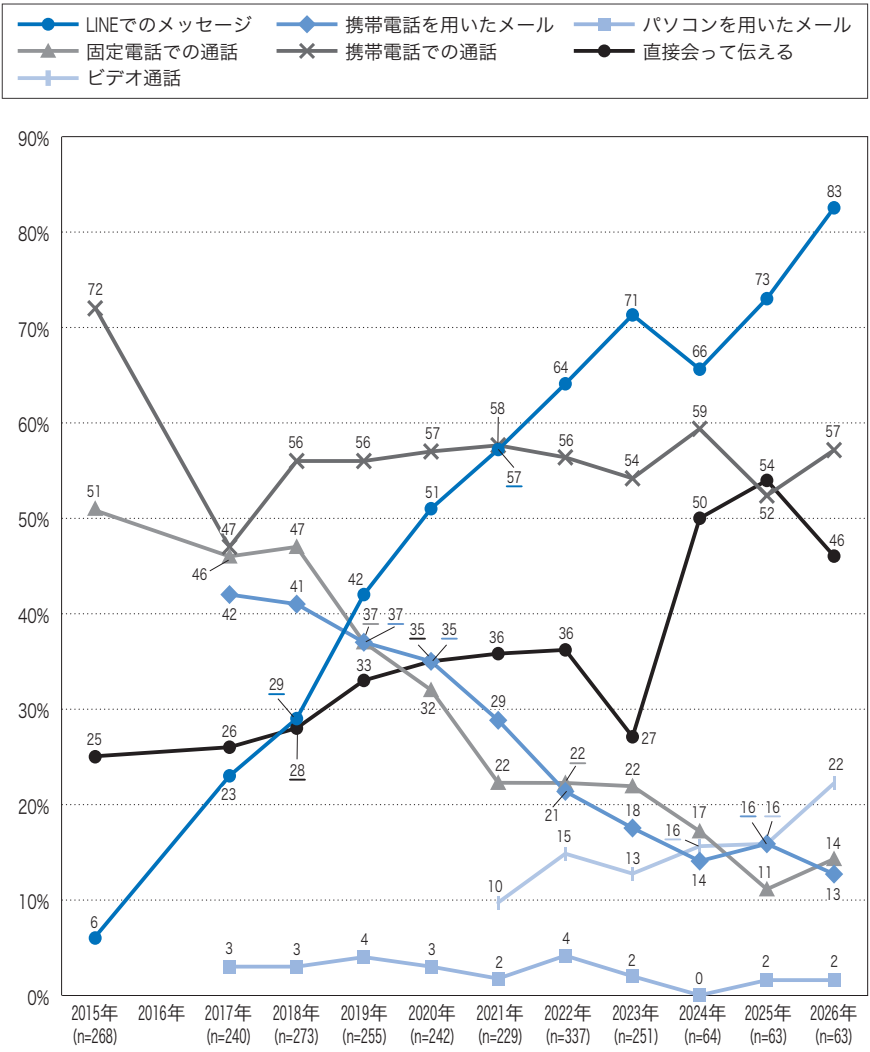
●60代が別居家族・友人へ連絡する際には「LINEでのメッセージ」が半数を超える。
●70代は別居家族へ連絡する際には「携帯電話での通話」が最も多い。



出典：2026年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)

資料7-11 別居家族との連絡手段の年次推移[60代](複数回答)

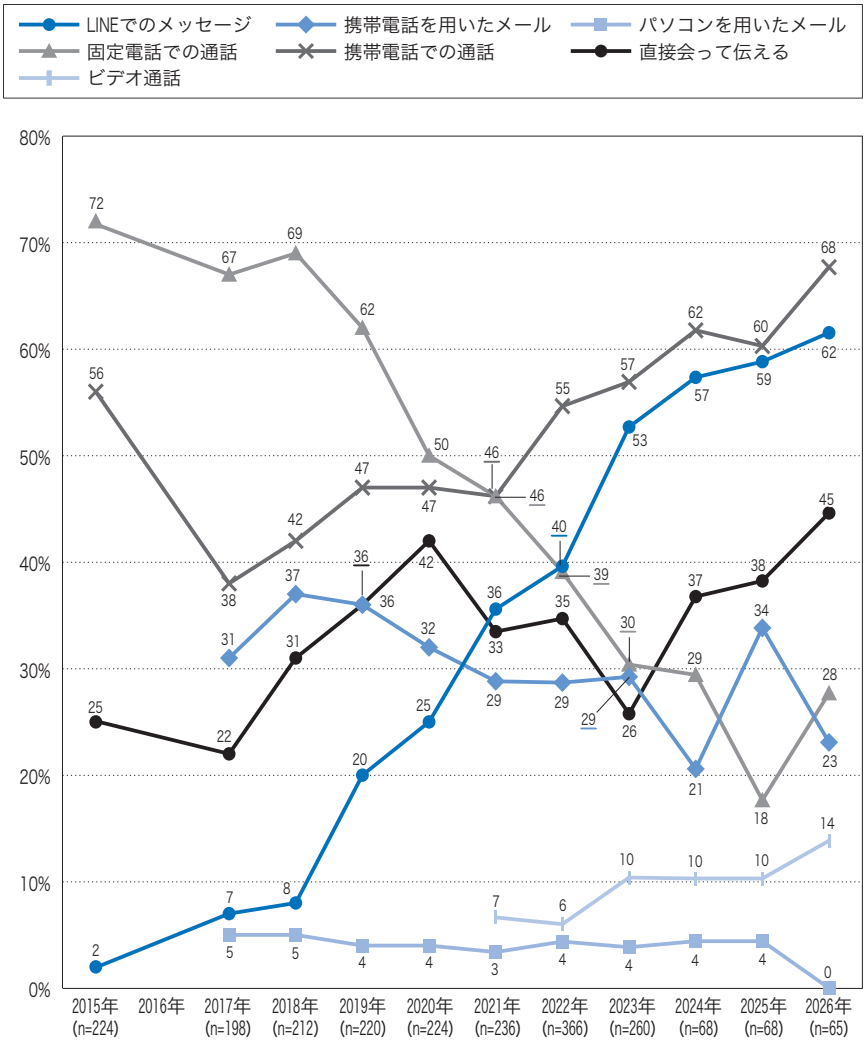
●「LINE」が続伸、8割を超える。



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年シニア調査(訪問留置)、2017～2022・2024～2026年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)、2023年シニア調査(訪問留置)

資料7-12 別居家族との連絡手段の年次推移[70代](複数回答)

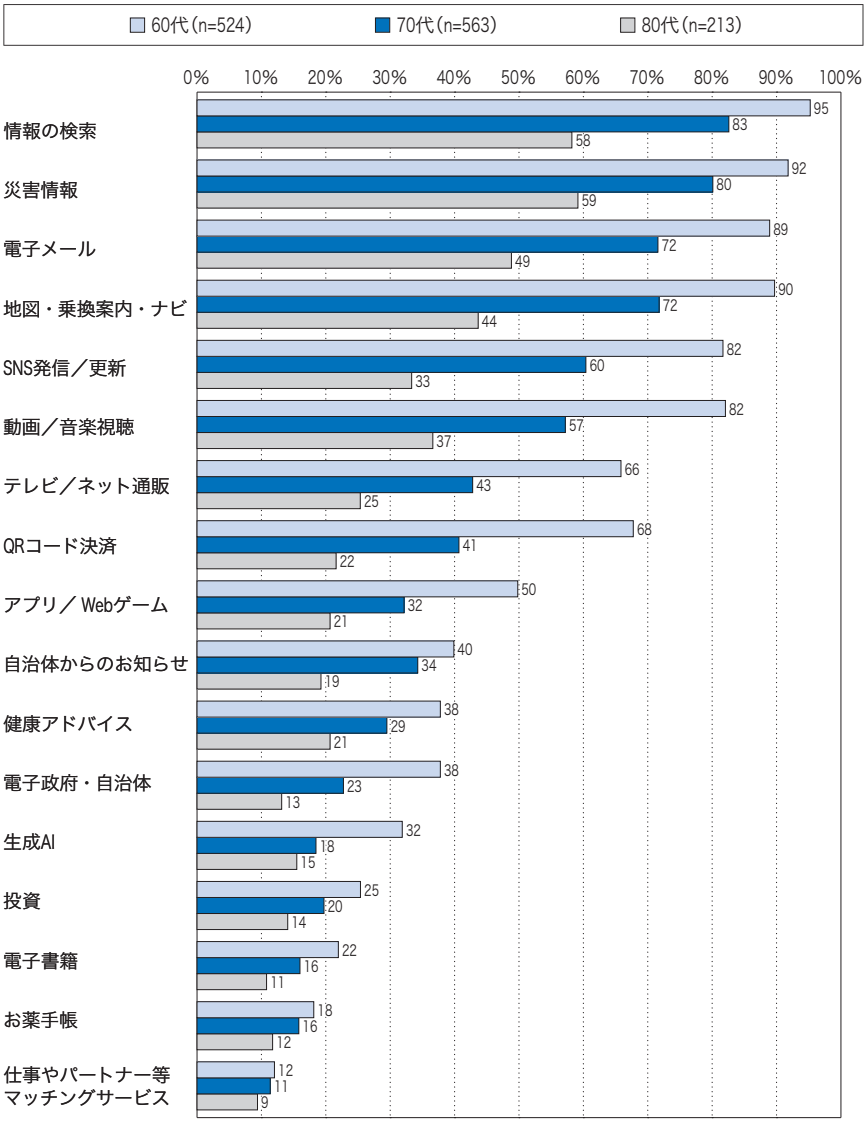
●最も多いのは「携帯電話での通話」で約7割。



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年シニア調査(訪問留置)、2017～2022・2024～2026年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)、2023年シニア調査(訪問留置)

資料7-13 ICTサービスの利用率(複数回答)

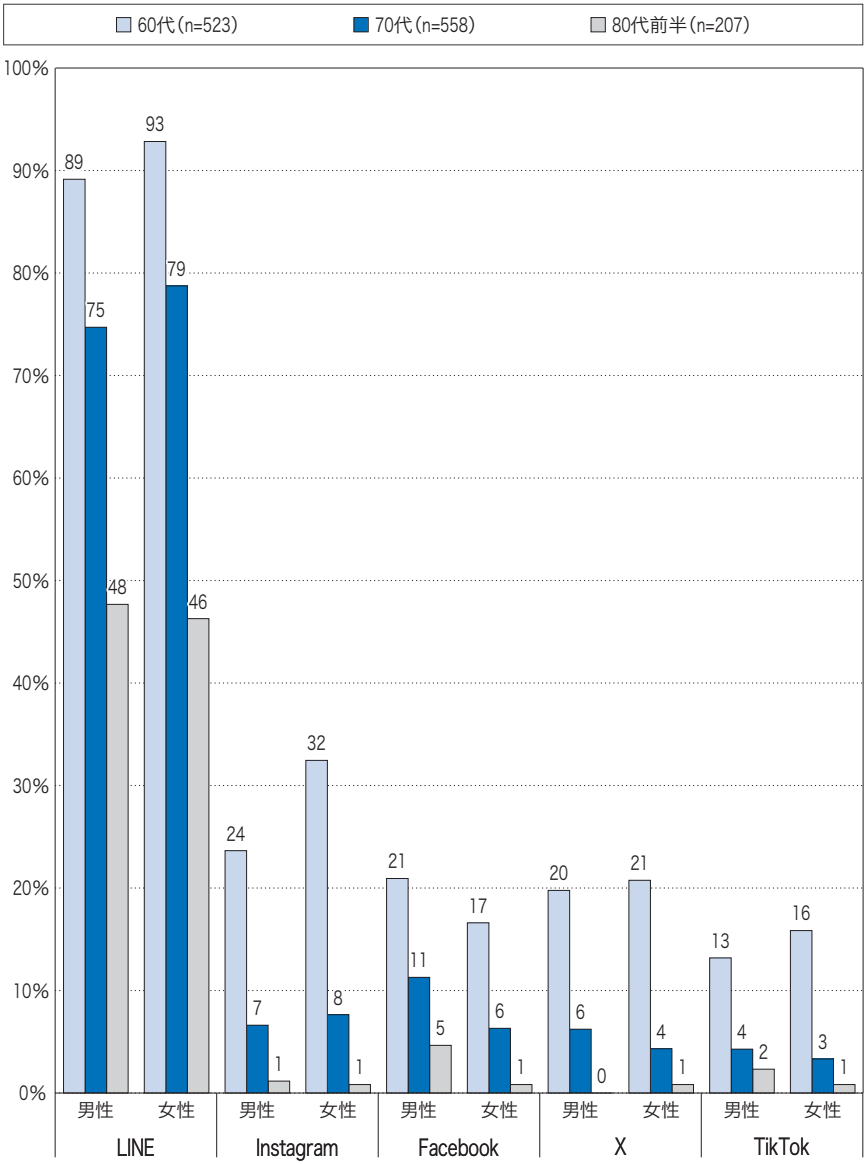
- 「情報検索」「災害情報」「電子メール」「地図・乗換案内・ナビ」の利用率が60代では9割程度。
- 70代では、「情報検索」「災害情報」が8割を超える。



出典：2026年シニア調査(訪問留置)

資料7-14 SNSの利用率[性年代別](単一回答)

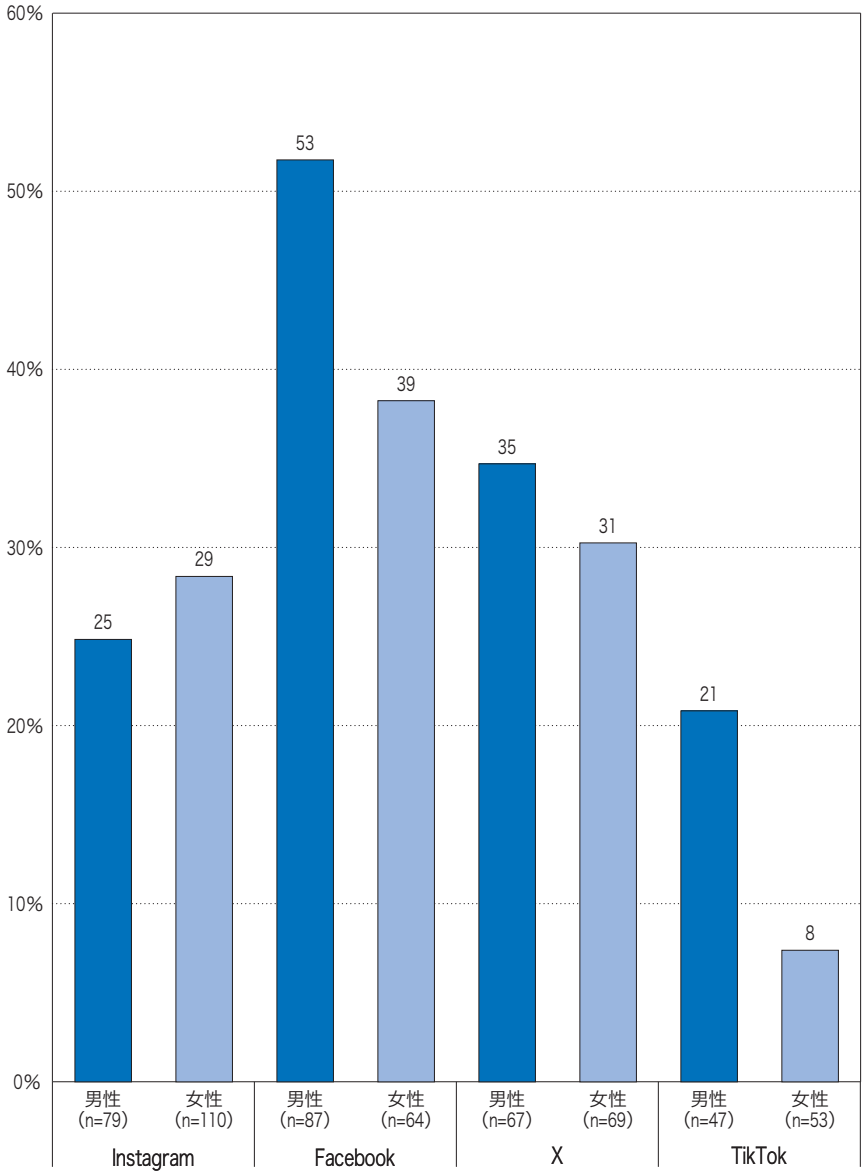
●「LINE」「Instagram」は女性、「X」「Facebook」は男性が高い傾向。
●60代男性「Facebook」、60代女性「Instagram」の利用率が2割を超える。



出典：2026年シニア調査(訪問留置)

資料7-15 SNSの発信率(単一回答)

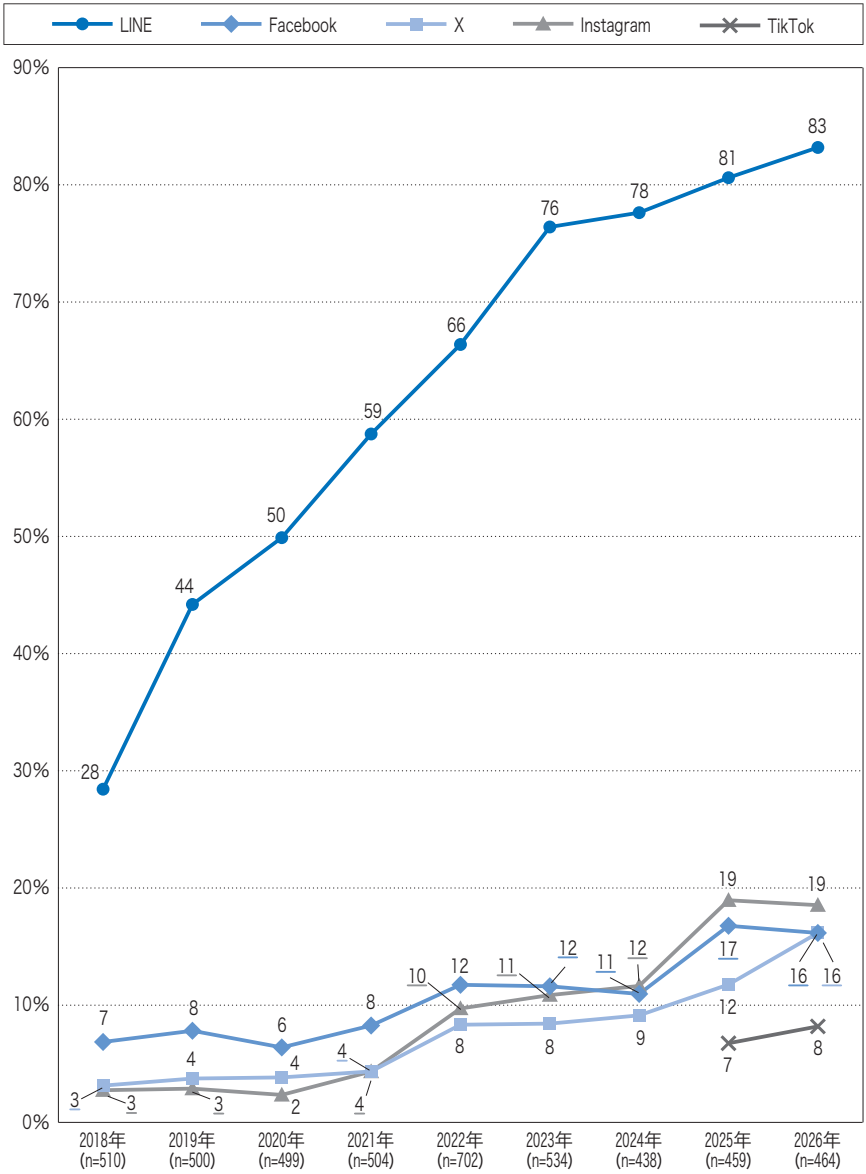
●Facebook利用者の男性、約半数は発信を行っている。



注：それぞれのサービスを利用している人が対象。
出典：2026年シニア調査(訪問留置)

資料7-16 SNSの利用率　経年変化（複数回答）

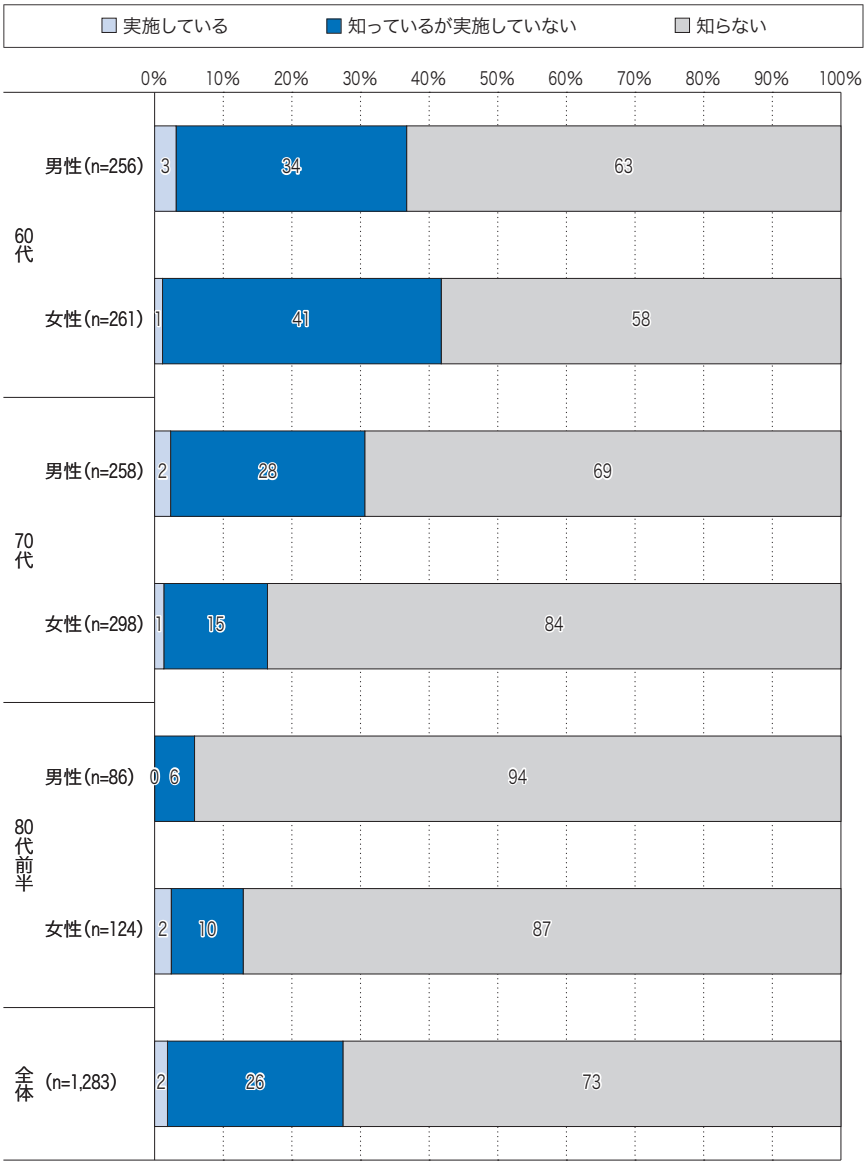
●「LINE」の利用率はさらに上昇し、約8割が利用している。



注：関東1都6県が対象。
出典：2026年シニア調査（訪問留置）

資料7-17 デジタル終活の認知（単一回答）

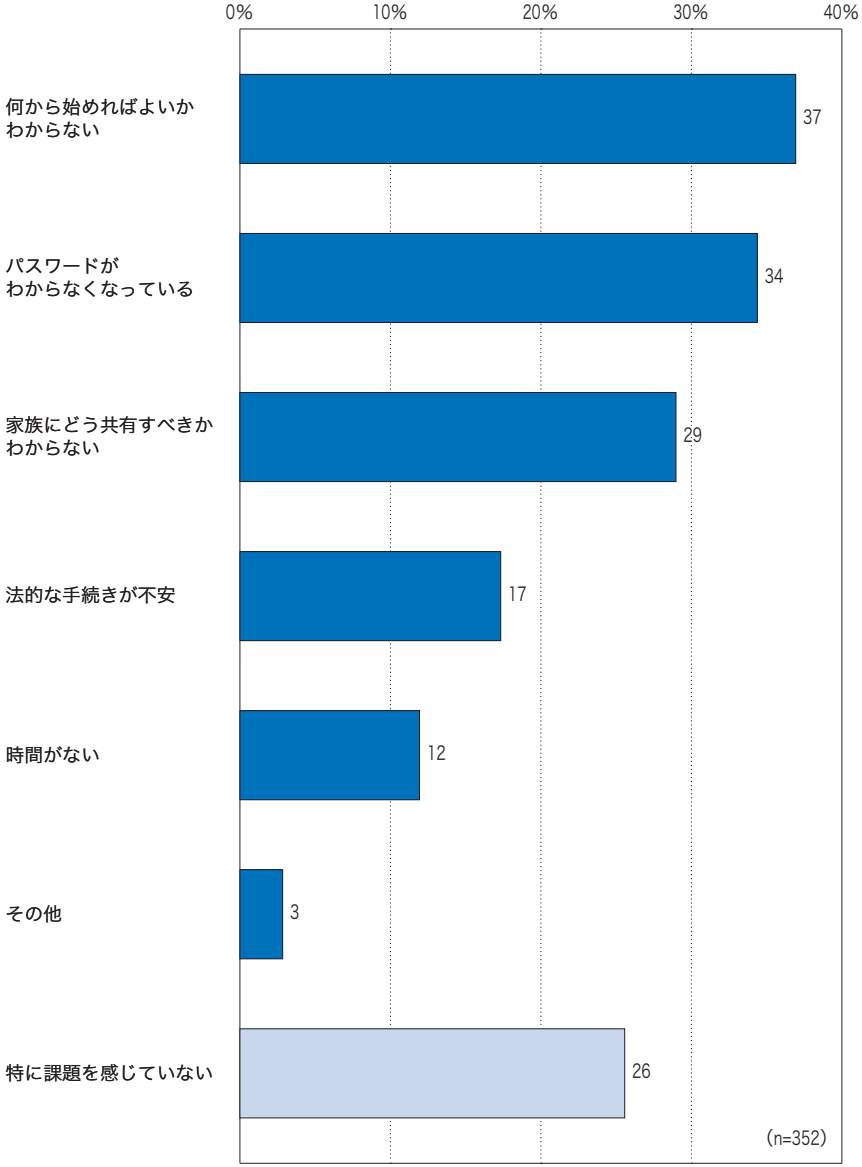
●「実施している」はシニア全体の2%。
●「知っている」人は年代が低いほど高く、60代女性で約4割。



出典：2026年シニア調査（訪問留置）

資料7-18 デジタル終活を実施しない理由(複数回答)

●「何から始めればよいかわからない」が最多。



注：デジタル終活を知っていて実施しない人が対象。
出典：2026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

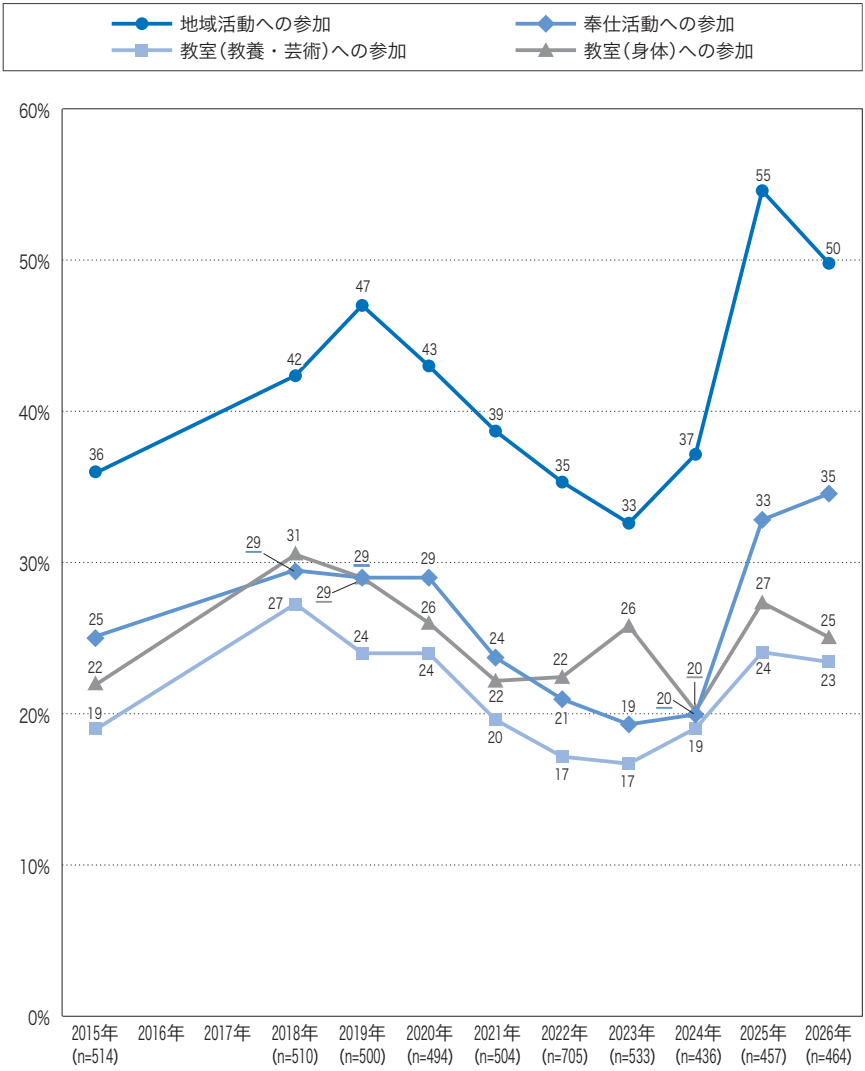
日々の活動、趣味、利用する店舗、インターネットショッピング利用

ポイント

- 日々の活動は2022年以降上昇傾向続く（資料7-19）。
- 年代が低いとインターネットを利用した趣味を行う割合が多い（資料7-22）。
- インターネットショッピングの利用は「関東」「近畿」「中国・四国」が高く、3割程度（資料7-25）。

資料7-19 日々の活動実施率の年次推移(単一回答)

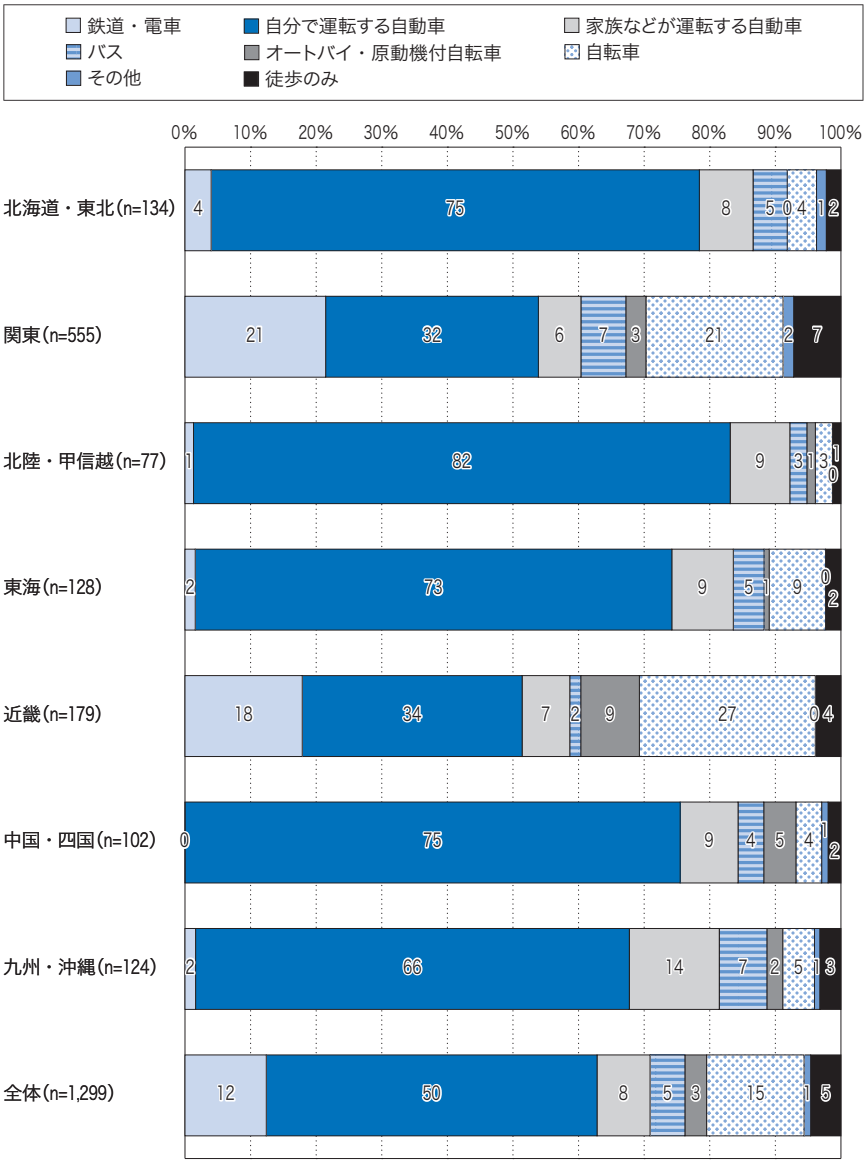
●コロナ禍の影響もあり2021年にかけて低下、2022年以降徐々に回復。



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3：60～70代が対象。
出典：2015年シニア調査(訪問留置)、2018～2022年一般向けモバイル動向調査(訪問留置)、2023～2026年シニア調査(訪問留置)

資料7-20 主な移動手段[地域別](単一回答)

●自動車(自分で運転)が約半数で最も多い。
●関東、近畿は約2割が鉄道・電車。



出典:2026年シニア調査(訪問留置)

資料7-21 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。

■1位 ■2位 ■3位 ■4位 □5位

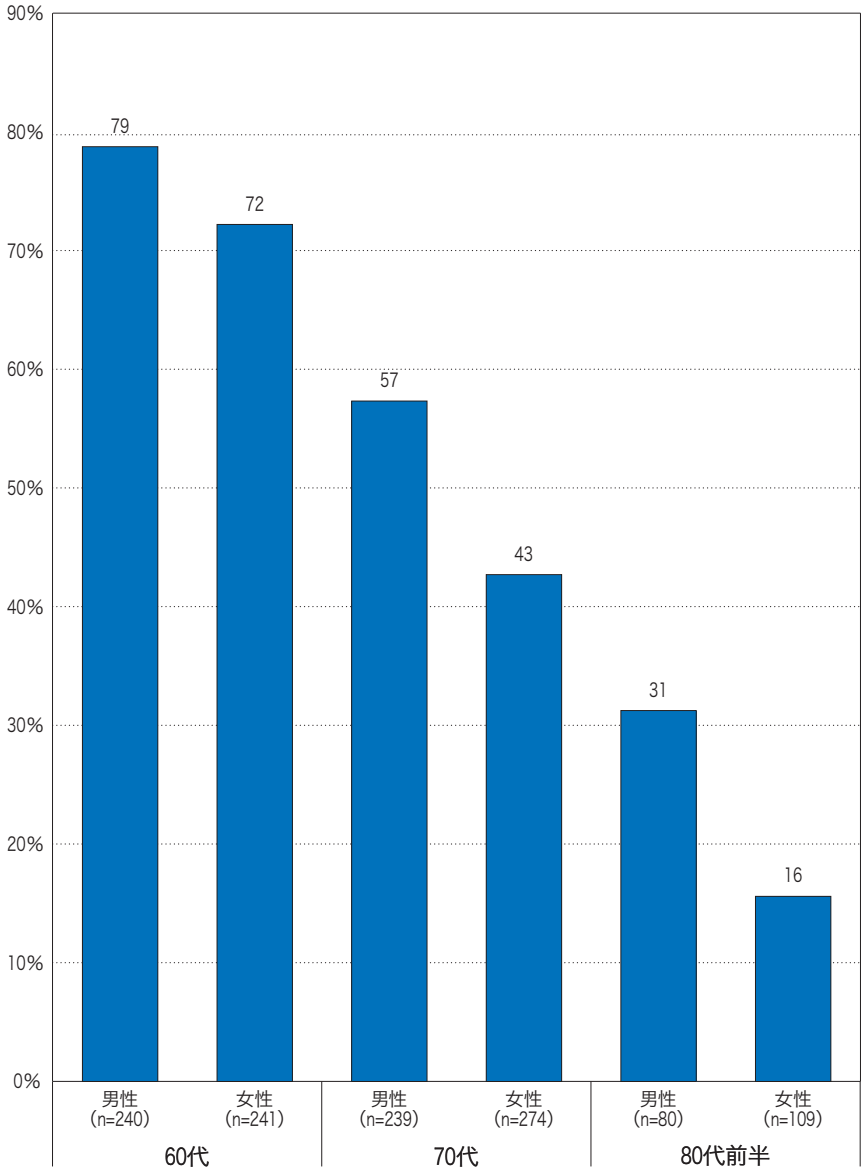
(%)

	男性			女性			全体
	60代	70代	80代前半	60代	70代	80代前半	
テレビ視聴	52.5	56.4	65.9	52.5	52.6	58.4	54.8
庭いじり・ガーデニング・野菜作り	23.2	33.2	33.0	32.1	40.8	36.0	33.0
散歩・ウォーキング	26.6	34.4	37.5	24.2	31.6	23.2	29.2
旅行	31.3	25.1	19.3	34.7	30.3	21.6	28.8
スポーツ観戦	33.6	34.4	30.7	19.6	17.4	12.0	24.8
映画鑑賞	31.3	20.5	12.5	32.1	21.4	12.8	23.9
読書	18.5	28.6	22.7	21.9	26.3	24.0	23.8
自身が行うスポーツ	22.0	25.5	23.9	22.3	23.4	17.6	22.8
音楽・美術鑑賞・観劇	25.5	17.4	12.5	29.1	21.1	13.6	21.5
料理	11.2	11.6	6.8	28.7	29.9	28.0	20.5
インターネット	29.7	23.6	14.8	22.3	9.9	4.0	18.8
行楽・ドライブ・ツーリング	27.0	23.2	9.1	14.0	10.9	7.2	16.7
手芸	1.2	1.9	2.3	22.6	25.7	26.4	13.9
学習・自己啓発	10.4	11.2	13.6	12.1	12.2	10.4	11.5
カラオケ・合唱	8.1	11.2	17.0	9.1	9.5	15.2	10.5
グルメ	8.9	5.8	5.7	18.5	9.5	7.2	10.0
ゲーム(囲碁・将棋・麻雀含む)	11.6	12.7	11.4	12.8	5.9	3.2	9.9
競馬・競艇・競輪・パチンコ・宝くじ	13.1	16.6	10.2	4.9	3.0	4.0	8.7
写真	10.0	8.9	6.8	2.6	3.6	4.0	6.0
つり	10.8	12.4	9.1	0.8	0.7	0.8	5.6
その他	5.0	5.0	3.4	4.9	4.6	5.6	4.8
趣味はない	6.6	5.4	5.7	6.8	6.3	6.4	6.2

出典：2026年シニア調査(訪問留置)

資料7-22 趣味を行う際にインターネットを利用する[性年代別](単一回答)

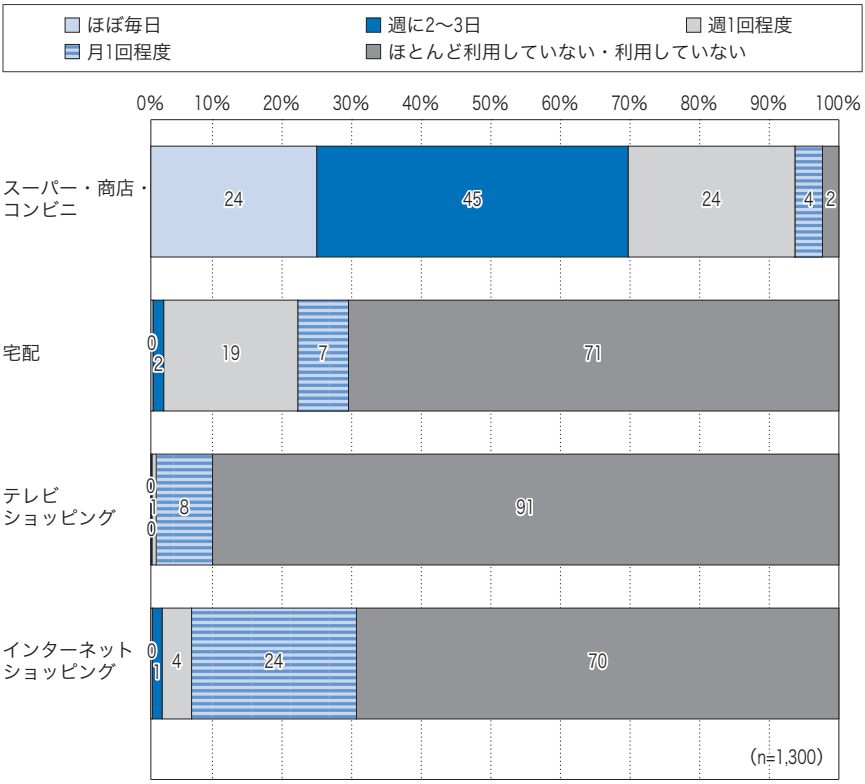
●年代が低いとインターネットを利用した趣味を行う割合が多い。



注：趣味がある人が対象。
出典：2026年シニア調査(訪問留置)

資料7-23 利用する店舗と頻度(単一回答)

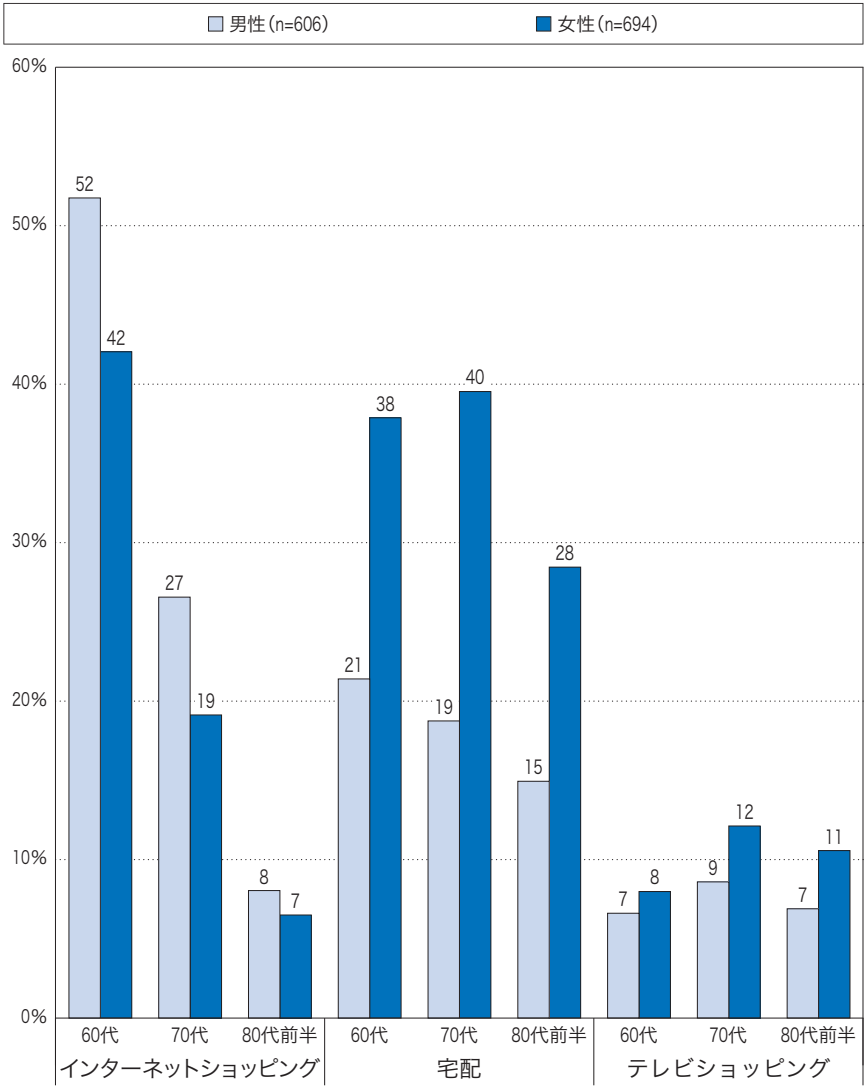
- 週1回以上の日常の買い物は、「スーパー・商店・コンビニ」などの実店舗の利用が約9割。
- 「インターネットショッピング」の利用は3割程度。



出典:2026年シニア調査(訪問留置)

資料7-24 利用する店舗と頻度[性年代別](単一回答)

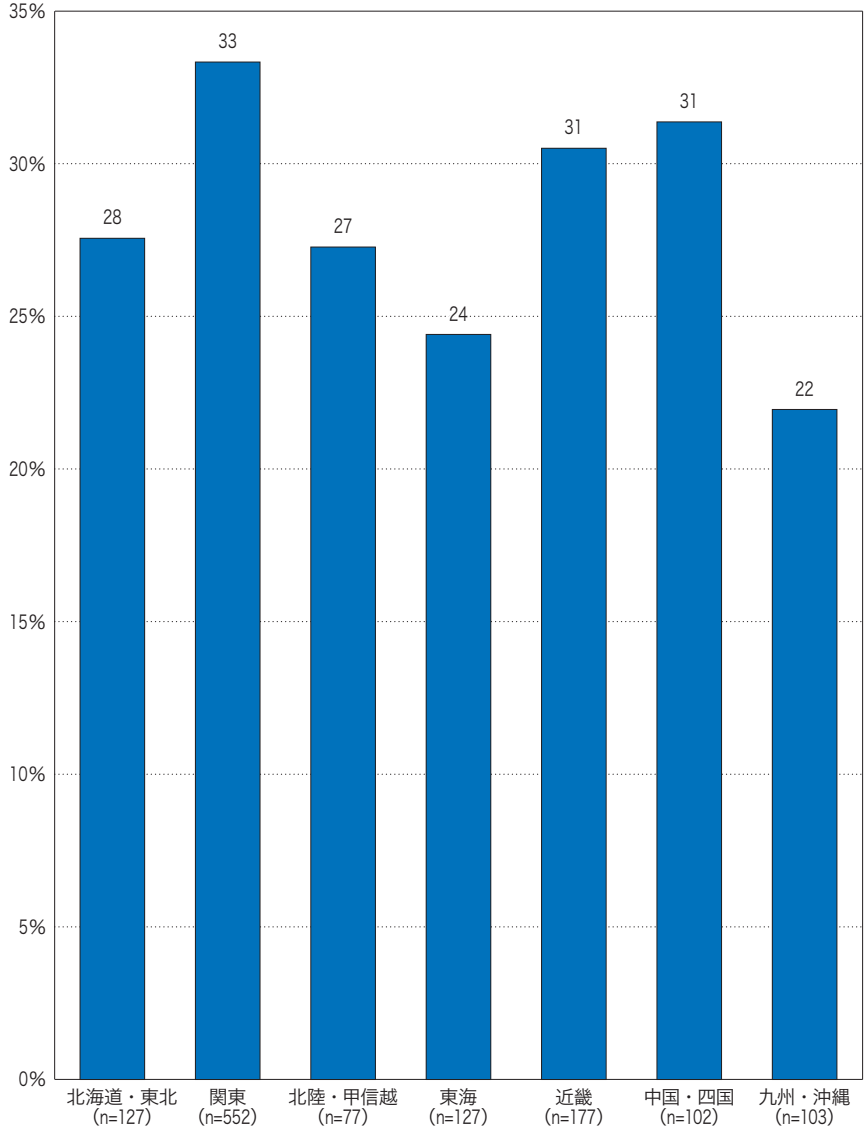
- 「インターネットショッピング」は60代の利用が多く、男性で約半数、女性も約4割。
- 「テレビショッピング」は女性の利用がやや多い。
- 「宅配(生協、農協など)」は60代女性・70代女性が約4割程度。



出典：2026年シニア調査(訪問留置)

資料7-25 インターネットショッピングの利用[地域別](単一回答)

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



注：月1回以上している人が回答。
出典：2026年シニア調査(訪問留置)

第4節

シニアのスマートフォンとの関わり

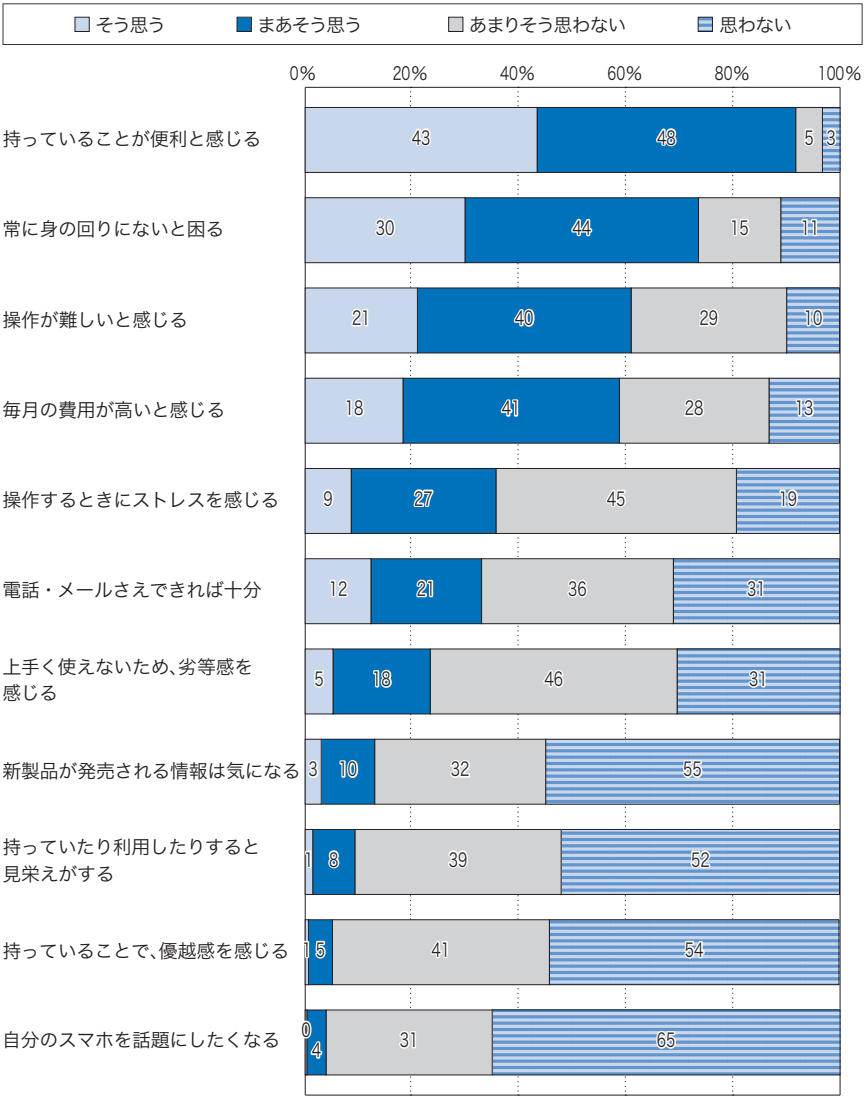
スマートフォンとの距離・イメージ、人とのつながりの変化、生活の変化、情報格差

ポイント

- 女性の方が人とのつながりの変化をより強く実感している（資料7-27）。
- 「気象情報」「災害情報」「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割を超える（資料7-28）。
- 「スマートフォンでの注文・予約ができない」ことを60・70代女性の約3割が感じている（資料7-30）。

資料7-26 スマートフォンを所有している人のスマートフォンへの態度・距離感（単一回答）

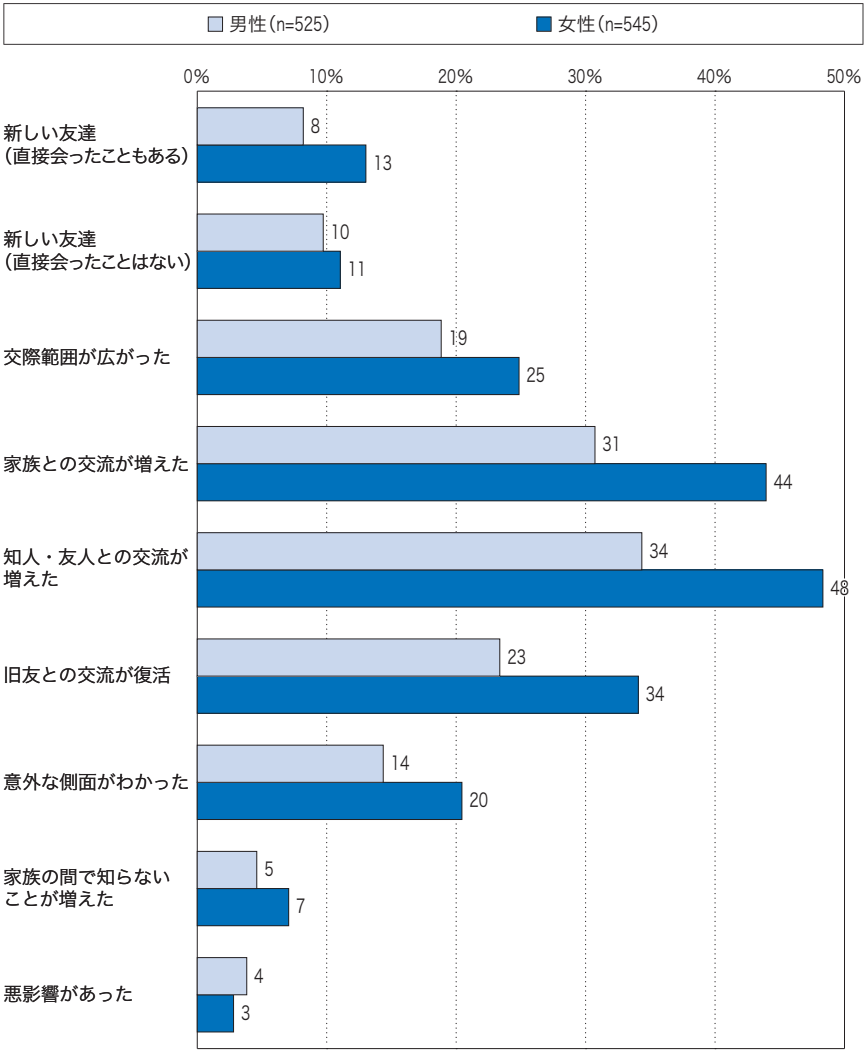
●9割を超えるシニアが「持っていると便利」と感じている。
●6割程度のシニアが「操作が難しい」と感じている。



注：スマートフォンを持っている人（n=1,129）が対象。
出典：2026年シニア調査（訪問留置）

資料7-27 スマートフォン・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)

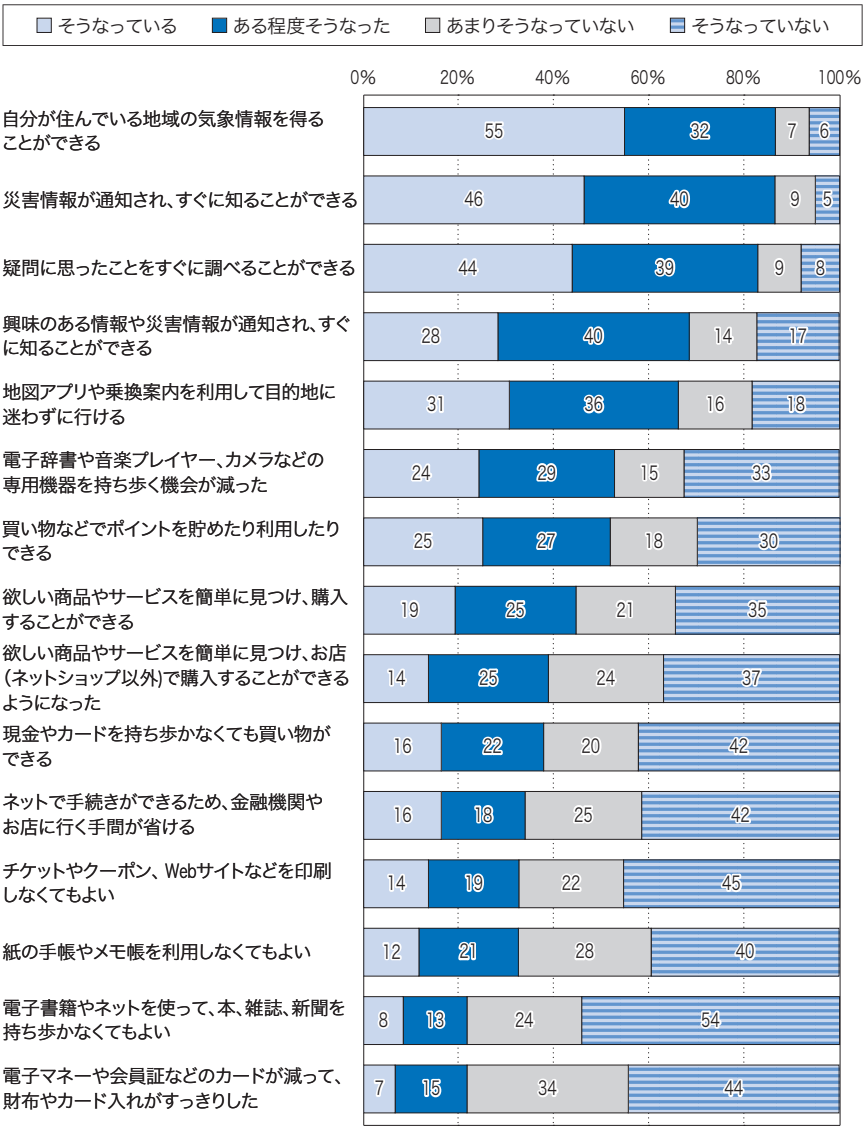
●女性の方が人とのつながりの変化をより強く実感している。
●人との交流が増えた項目が高く、「家族、知人・友人との交流が増えた」は女性は5割程度、男性でも3割程度が実感している。



注：スマホ・ケータイを所有している人が対象。
出典：2026年シニア調査(訪問留置)

資料7-28 スマートフォンを利用したことによって変化した生活①(単一回答)

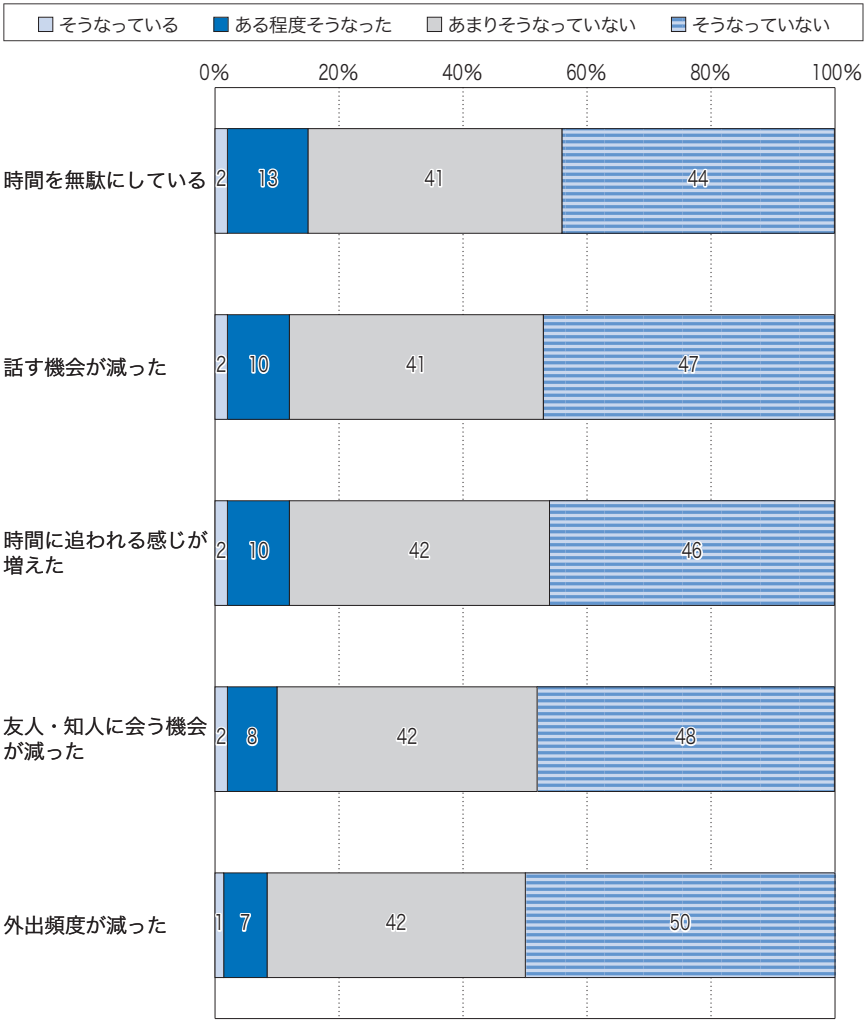
●「気象情報」「災害情報」「疑問に思ったことをすぐに調べる」ようになったと感じているシニアは8割を超える。



注：スマホ・タブレットを所有している人(n=1,133)が対象。
出典：2026年シニア調査(訪問留置)

資料7-29 スマートフォンを利用したことによって変化した生活②（単一回答）

●1割超のシニアが「時間を無駄にしている」「話す機会が減った」「時間に追われる感じが増えた」と感じている。



注：スマホ・タブレットを所有している人（n=1,133）が対象。
出典：2026年シニア調査（訪問留置）

資料7-30 ICTを使いこなせないことで感じた 不満・不利益[性年代別]（単一回答）

●「スマートフォンでの注文・予約ができない」と60・70代女性の約3割が感じている。

（%）

		自治会や奉仕活動など地域での活動への参加の機会が減る・なくなる	カルチャースクールや趣味の会などへの参加の機会が減る・なくなる	家族との連絡、意思疎通が減る・できない	友人との連絡、意思疎通が減る・できない
60代	男性(n=258)	6	4	9	8
	女性(n=265)	6	6	10	10
70代	男性(n=257)	11	8	18	18
	女性(n=301)	6	5	11	10
80代前半	男性(n=86)	8	7	15	16
	女性(n=120)	8	5	16	14

		避難情報など災害に関わる情報伝達が少ない・できない	スマホを使って支払う（QRコード決済）ことができない	飲食店や公共施設でのスマホ注文・予約ができない	行政からの重要な連絡が受け取れない
60代	男性(n=258)	12	22	18	9
	女性(n=265)	14	27	27	16
70代	男性(n=257)	21	21	20	14
	女性(n=301)	14	23	30	16
80代前半	男性(n=86)	14	18	23	17
	女性(n=120)	19	18	24	24

注：「感じる」「ある程度感じる」の合算値。
出典：2026年シニア調査（訪問留置）