

アクティブシニアとインターネット

特集

1

デジタルシニアの現状と課題



橋元 良明 Hashimoto Yoshiaki 東京大学大学院情報学環教授

コミュニケーション論、情報行動論を専攻。主な著書に『日本人の情報行動2010/2015』(東京大学出版会、2011年、2016年)、『メディアと日本人—変わりゆく日常』(岩波新書、2011年)等。



シニアのネット利用率向上と利用内容



一時はインターネット(以下、ネット)利用の世代間格差が問題になっていましたが、今は高齢者の間でもネットは広く普及するようになりました。図1は、筆者の研究室と総務省情報通信政策研究所が毎年共同研究として実施している全国調査*1の2016年調査結果の一部を示したものです。上段の「ネット利用」は、パソコンや携帯電話、スマートフォン(以下、スマホ)など機器を問わず、ともかくネットを利用している人の割合を示したものです。

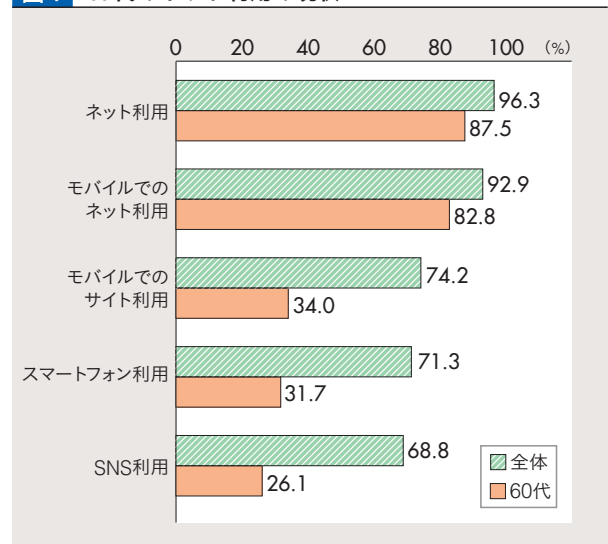
図1に示されるとおり、調査対象者全体(10代から60代の平均)の利用率が96.3%なのに対し、60代の利用率も87.5%とその差はかなり縮まってきました。ちなみに、同じ調査でテレビの個人利用率の全体平均が92.2%なので、いまやネット利用はテレビ視聴より日常に溶け込んだ情報行動ということになります。

しかし、シニアは若者と同様にネットを駆使

しているかといえば決してそうとはいえません。

図1にはモバイル(携帯電話とスマホ)でのネット利用率とモバイルでのネットサイト(ネットのサイトアプリ)の利用率も示しています。それによれば、60代は、モバイルでのネット利用率も高いのですが、モバイルでサイトを閲覧する人の比率は34.0%と全体平均の半分以下

図1 60代のネット利用の現状



(出典:「平成28年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」)

*1 「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」。2012年から毎年、東京大学橋元研究室と総務省情報通信政策研究所との共同研究の一環として実施。調査対象は全国13歳から69歳の男女1,500名でランダムロケーションクォータサンプリングにより対象者を抽出。2016年調査は11月から12月にかけて実施され、「平成28年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」報告書として下記に掲載されている。図中の数字は報告書とは別に、筆者が独自に集計したものである。
http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01iicp01_02000064.html

に減ってしまいます。つまり、ネットを利用しているといってもメール利用が中心で、情報サイトは十分活用していないということです。また、[図1](#)にはありませんが、パソコンによるネット利用も調査対象者全体が61.1%に対し、60代は48.2%と5割を切っています。

私の研究室では1995年以降、5年おきに全国調査として「日本人の情報行動調査」を実施しています*2。この調査では「日記式調査」として、調査対象者に実際にメディアを利用した時間を記録してもらっています。それによると、年齢層別で最もネットを利用しているのは20代で、ネット利用の総計は1日平均151.1分になります。60代は総計で平均29.4分に過ぎず、サイト閲覧はそのうち8.7分です。また、最近、急速に利用が活発化しているソーシャルネットワーキングサービス(SNS)の利用も、20代の55.5分に対し、60代は3.6分です。また、[図1](#)にはSNSの利用率も示していますが、調査対象者全体の68.8%に対し、60代は26.1%にとどまっています。SNSの普及はスマホの利用とも密接に結び付いています。そのスマホの普及も、我々の調査では[図1](#)に示したように、調査対象者全体の71.3%に対し、60代は31.7%です。

つまり、シニアでネットの普及が進んでいるといっても、各種情報を収集したり、ネットショッピングをしたり、SNSでやりとりをするについては、若者ほど利用が進んでいないのが現状です。

デジタルシニアの特性



積極的にネットを利用している60代のデジ

タルシニアにはどのような特性があるのでしょうか。以前、筆者と電通の共同研究として、デジタルシニアの特性についていくつか調査をしたことがあります。その中で、都内在住の60代の男女を対象に、メール以外でネットを普段1日30分以上利用する「デジタル層」と、ネットはまったく利用しない「非デジタル層」をピックアップして、消費行動や情報感度、性格傾向、趣味や幸福度について調査したことがあります*3。ここではデジタル層と非デジタル層との間で統計的に有意な差があった項目のいくつかを紹介합니다。

(1) デジタル層は消費行動が活発

外食、旅行支出、書籍・雑誌の購入についてデジタル層と非デジタル層で比較したところ、いずれもデジタル層の消費行動が活発であることが示されました。例えば、「1カ月の外食支出1万円以上」の割合は、デジタル層が35.5%に対し、非デジタル層が25.5%、「1年の旅行支出が10万円以上」の割合がデジタル層33.0%に対し、非デジタル層18.5%、「1カ月に2千円以上本や雑誌を買う人」の割合がデジタル層26.5%に対し、非デジタル層は15.0%でした。

(2) デジタル層は流行感度が高い

[図2](#)は社会心理学でよく調査に用いられる情報感度の諸項目で、統計的に有意差のあったものを示したものです。[図2](#)に示されるとおり、デジタル層は新しい商品、サービスを早く取り入れ、話題の店によく行き、新しい流行や情報に敏感であることが示されました。また、[図2](#)には入れていませんが、「新しい情報はすぐに教えてあげる」「何人かで行動するときは自分から提案する」など、情報の発信も積極的な傾向がありました。

*2 「日本人の情報行動調査」は5年ごとに実施しており、全国13歳から69歳の男女を対象で、住民基本台帳による層化二段無作為抽出、訪問留置調査による、アンケート調査と日記式記録票調査からなり、サンプル数は年によってバラツキがあるがおおむね1,500~2,000人。2015年調査は2015年6月に実施。橋元良明(編)『日本人の情報行動2015』(東京大学出版会、2016年)参照。

*3 調査対象は東京都内23区在住の60~69歳の400サンプル。ランダムロケーションクォータサンプリングにより対象者を抽出。うち200サンプルは「普段“メールのやりとりの時間は除き”1日30分以上利用している人」として定義した「デジタル層」、それ以外の200サンプルは「インターネットの利用は(メールもメール以外の活動も含め)一切行わない人」と定義した「非デジタル層」。調査期間は2010年5~6月。

(3) デジタル層は社会的で幸福感が高い

図3は、社交性や趣味、生きがい、幸福感に関連する項目の結果を示したのですが、デジタル層は社会的で趣味が多く、生きがいをもち、幸福を感じる瞬間が多いことが示されています。

デジタル層は、非デジタル層に比べると、もとよりやや高年収の傾向がありますが、ネットを利用することで情報量が多くなり、知的な好奇心が刺激され、よりアクティブになるという側面もあるかと思われます。ネットを利用することで今まで近くの商店では買えなかった製品が買えたり、あるいは小さな書店には売っていない専門書が入手できるようになったりするなど利点も大きく、いろいろな情報を検索してい

るうちに、さらに購買意欲が喚起されるという循環も生まれます。

また、豊かな情報を入手できるだけでなく、ネットでいろいろな人との交流が広がり、同じ趣味の人や気の合いそうな人とのやりとりが増えると生きがいや幸福感の増加につながる可能性があります。

ネットを活用しないことのデメリット



シニアにとって、メールなどのコミュニケーション系の利用で人との交流が広がること等のプラス面に対し、ネットを活用しないことのマイナス面はたくさんあります。

病院や図書館の貸し出しの予約で、ネット利用者より順番が遅れたり、ネット上で比較的簡単に取得できる各種証明書のためにわざわざ役所に足を運ばなければいけなかったりするなど社会生活上の不利益を被ります。今は医療相談、法律相談も一部はネットで専門家が対応してくれます。また、高齢者でも、パソコンとネットを使った在宅就労が可能な場合もあり、ネットを使えないとその機会を逸してしまいます。既に一部の会社は、ネット上にしか就職情報を出していません。

ネットを活用しないことで結局、社会的格差が拡大再生産されてしまうのです。我々の調査で、ネットを使わない理由の第一は「興味がないから」でした(複数回答で43.5%)。

図2 情報感度の比較

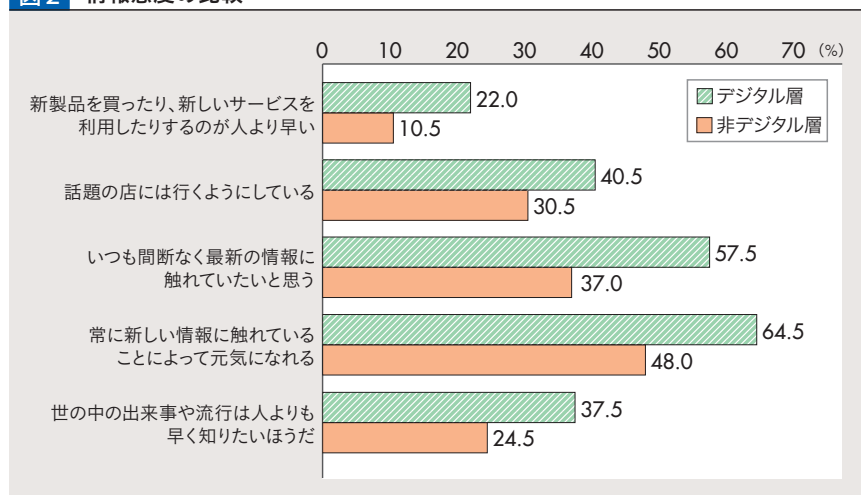
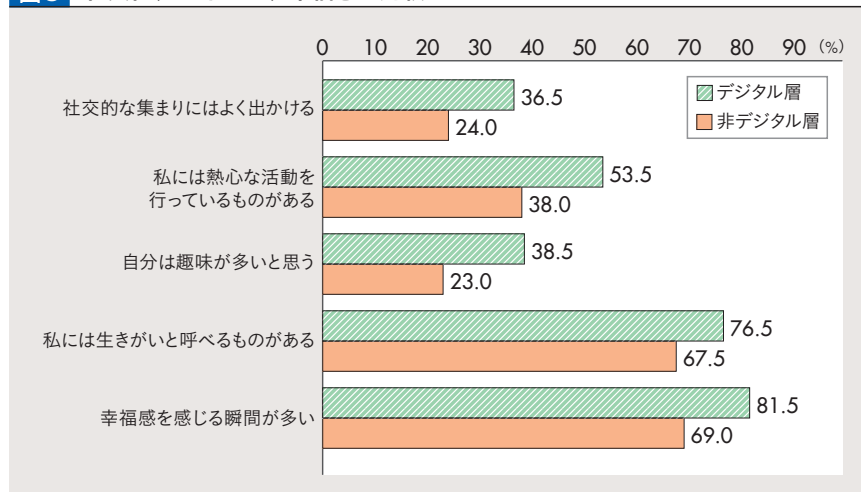


図3 社交性、生きがい、幸福感の比較



しかし、それはネットのさまざまなメリットや楽しみを知らないからであって、実際に使い始めると、むしろそれなしでは生活できないという状況になる人もいます。

ネット活用の課題と注意すべきこと



ネットを使わない2番目の理由は「どう使っていないかわからない」(37.5%)でした。また、使いたくても機器や通信費が高いという意見もありました。こうした問題を解消するには、デジタル機器の費用や通信費において、国や自治体による補助が必要かと思えますし、自治体やNPOなどによるデジタル機器利用・操作習得のサポートも今以上に活性化することが重要です。メーカーでも、高齢者に使いやすいパソコンやスマホの開発に努めていますが、各種の操作や設定で、まだ戸惑いを覚える高齢者も多く、実際、私のまわりでもタブレットを買ったものの、取扱説明書もなく、最初のネット接続も分からず、単に文鎮代わりとしてしか使っていないという人もいます。使い方が分からない場合、メーカー側も、気軽に相談できる窓口の存在を積極的に周知する必要があるように思います。

また、ネットを使い始めたのはいいのですが、ネット上のトラブルに巻き込まれる可能性も考えなければいけません。これまでシニアに対してインタビュー調査もしてきましたが、次のような事柄に対して不安を持つ人が少なからずいました。

- (1)金融機関などを装ったメールで、偽のサイトに誘導され、クレジットカード番号などを入力させられる
- (2)利用した覚えのないネットサービス利用料金を請求される
- (3)ネットショッピングで支払いに利用したクレジットカードの情報が悪用される

- (4)ネットショッピングで購入した商品が届かなかったり、商品の状態が悪かったり、思っていたものと違ったりする
- (5)メールの宛先を間違えて情報が漏えいする
- (6)悪戯いたづらや不要な広告などの迷惑メールが大量に届く
- (7)ウイルスや悪いソフトウェアの被害にあう
- (8)インターネット上で悪口・暴言・挑発的な言葉を書かれる
- (9)他人によって、自宅住所や電話番号を勝手にネットに載せられる
- (10)自分のIDやパスワードが勝手に使われる
- (11)パスワードを忘れてしまう
- (12)人に知られたくない自分の趣味や行動パターンが分かってしまう

調査で実際の被害経験を調べたこともあるのですが、シニアの被害実数はごくわずかでした。その理由の1つは、シニアのネット利用頻度自体がまだまだ低いということです。

今後、シニアのネット利用が活性化するにつれ、被害を受ける人も増えていく可能性があります。そのためには、個人情報を入力やメールの宛先等をその都度、よく確認したり、パスワードを自分でしっかり管理したりするとともに、オフラインでも、ネット利用に関する情報交換網を確保しておくことが必要ですし、恥ずかしがらず家族や自治体の担当者などに相談してみることです。とはいえ、被害を恐れてネット利用を抑制するということは、避けなければなりません。

