

2022年9月12日

電通、「シニアのスマホライフ実態調査」を実施

－ 8割がスマホは生活に必要、6割超が生活が良くなり、キャッシュレス決済は7割超え －

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：榎谷 典洋）は、「超高齢社会における社会課題解決」をテーマに、シニアに関するインサイトの研究やソリューションの開発を行う社内横断プロジェクト「電通シニアラボ」※のもと、スマートフォン（スマホ）を利用する全国の60～70代男女1000名を対象に、「シニアのスマホライフ実態調査」（以下、「本調査」）を実施しました。

日常の情報収集、新型コロナウイルスのワクチン接種手続き、マイナポータル申請、各種電子申請、防災情報など、日々デジタルツールを利用する場面が増える中で、シニアのスマホ利用は着実に進んでいます。本調査は、シニアにとってのスマホの必要性と、使いこなすことで生活にどのような変化が生じているのかを明らかにするために実施しました。本調査から得られた主なファインディングは次のとおりです。

<主なファインディングス>

- ① 「スマホが生活に必要」だと思える人は8割を超え、スマホを持つ前と比べて生活が良くなったという人も6割を超えるなど、多くのシニアがスマホをポジティブに評価。特に女性が「コミュニケーションツール」としての楽しさ・利便性を感じている。
- ② スマホを「使いこなせている」と思える人は3割強。使用する機能の上位は「メール」「メッセージアプリ（LINE）」「通話」。「ニュース」や「天気予報」の閲覧は6割を超え、「キャッシュレス決済利用者」は7割を超えている。
- ③ 「スマホによって生活が良くなった」と回答した女性の多くは複数の機能を活用し、今後さらに生活を豊かにするため、「健康」に関する用途まで関心を広げている。

※ 2000年に発足した「電通シニアプロジェクト」の活動実績を受け継ぎ、2022年1月にメンバーを拡充し発足した社内横断プロジェクト。シニアに対する洞察を深め、企業向けソリューション開発や超高齢社会の課題解決に向けて活動を行う。

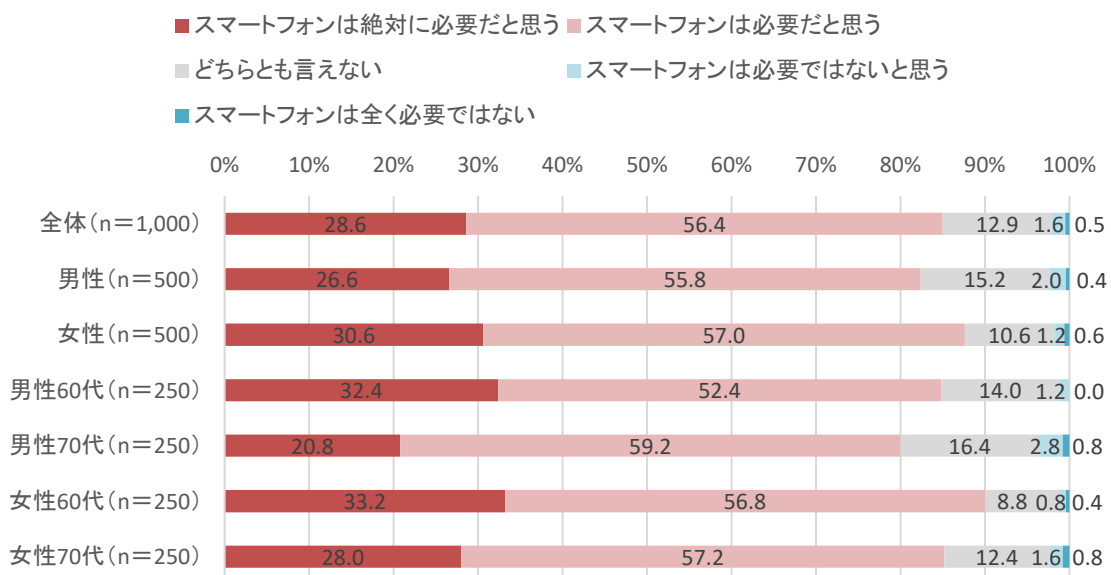
【主なファインディングスの詳細】

①「スマホが生活に必要」だと思える人は8割を超え、スマホを持つ前と比べて生活が良くなったという人も6割を超えるなど、多くのシニアがスマホをポジティブに評価。特に女性が「コミュニケーションツール」としての楽しさ・利便性を感じている。

- スマホが生活に必要だと思っている人（「絶対に必要だと思う」「必要だと思う」の合計）は85.0%。男性（82.4%）よりも女性（87.6%）が多く、中でも女性60代（90.0%）が多い。（図表1）
- 「スマホを持って生活が良くなった」と回答した人は64.7%。男性（59.4%）よりも女性（70.0%）が多く、同様に女性60代（72.4%）が多い。（図表2）
- 「スマホを持ってから良くなったこと」は、「わからないことをすぐに調べられるようになった」（55.6%）、「知りたい情報を簡単に得られるようになった」（54.1%）、「暇な時間を楽しむことができるようになった」（38.7%）が上位。（図表3）
- 「家族や孫との会話が増えた」（女性22.6%、男性14.2%）、「人とのつながりが増えた」（女性：20.6%、男性：13.2%）などの回答で男女間に違いがあり、女性のほうが男性より、身近な人とのコミュニケーションツールとして利用している。また、「生活が楽しくなった」（女性23.4%、男性15.0%）、「新しいことに挑戦する意欲がわいた」（女性13.6%、男性4.4%）でも女性のほうが多く、毎日をポジティブに過ごすためのツールとしてスマホを利用している。（図表3）

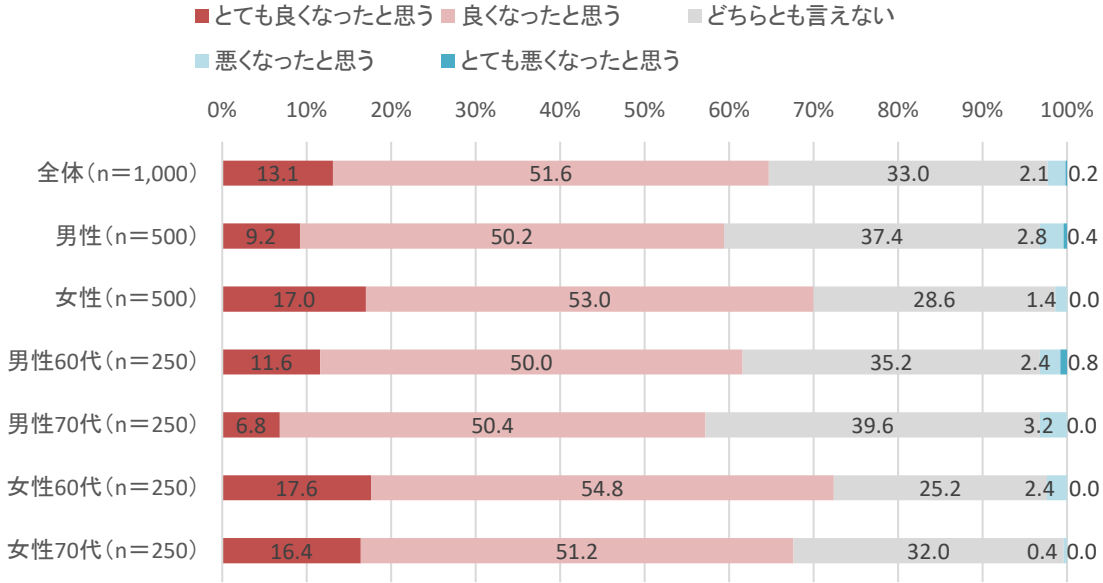
図表1：スマートフォン必要度

Q：あなたは、生活をするうえでどれくらいスマートフォンを必要としていますか。あなたのお考えにあてはまるものを、以下の中からひとつだけお知らせください。



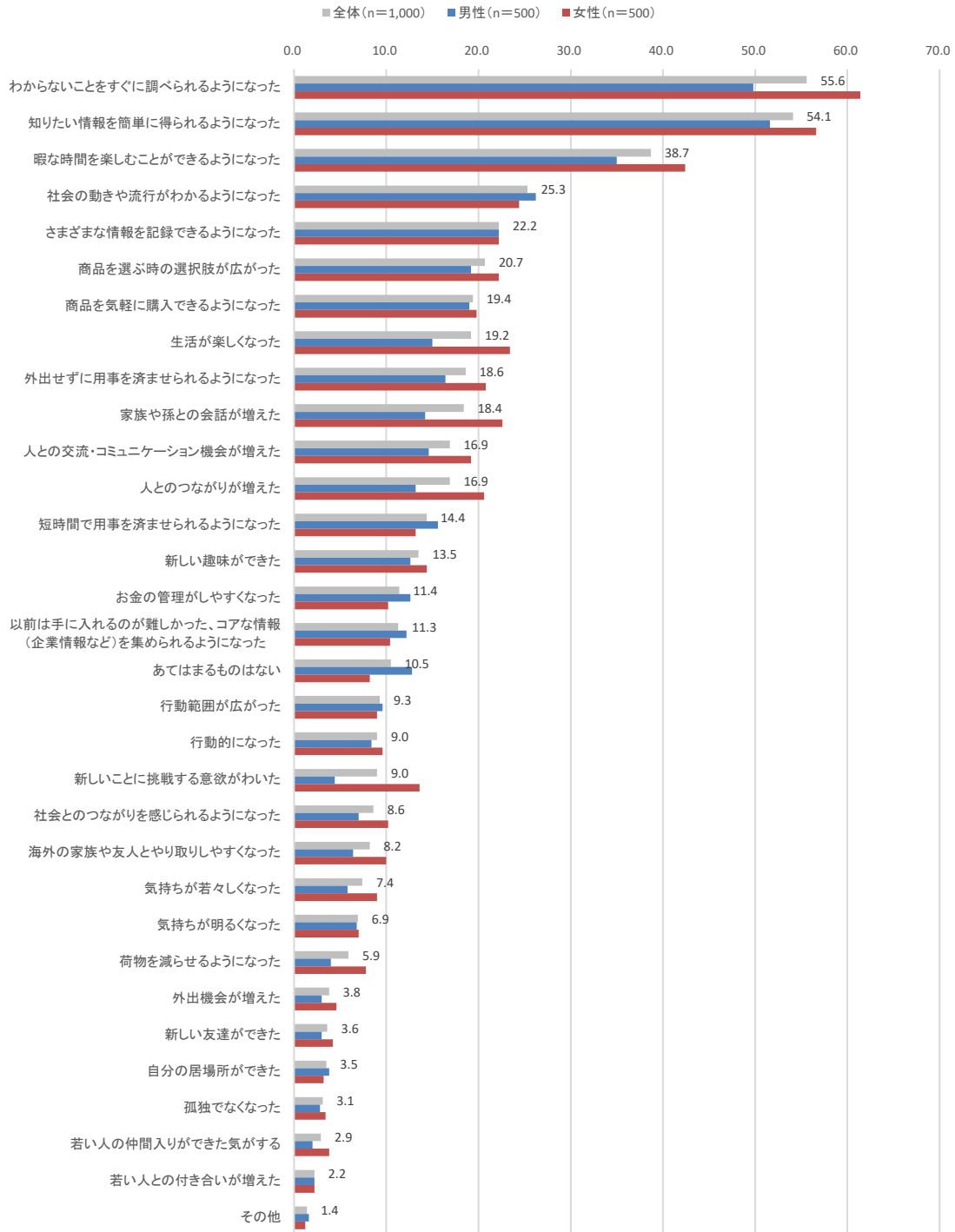
図表2：スマートフォンによる生活変化

Q：スマートフォンを持ってから、持つ前と比べてあなたの生活は変わりましたか。あなたのお考えにあてはまるものを、以下の中からひとつだけお知らせください。



図表3：スマートフォンを持って良かったこと

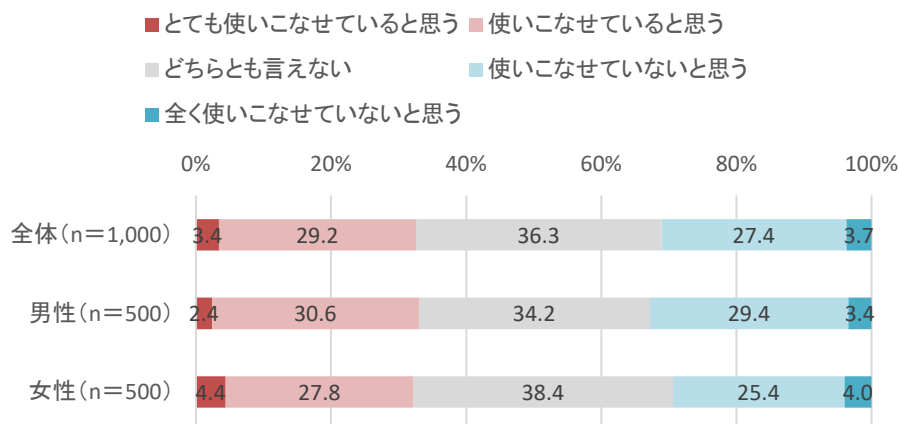
Q：スマートフォンを持ってから、持つ前と比べて良かったことはありますか。以下の中から、あてはまるものをすべてお知らせください。



- ② スマホを「使いこなせている」と思う人は3割強。使用する機能の上位は「メール」「メッセージアプリ（LINE）」「通話」。「ニュース」や「天気予報」の閲覧は6割を超え、「キャッシュレス決済利用者」は7割を超えている。
- スマホを「使いこなせている」と回答した人（「とても使いこなせていると思う」「使いこなせていると思う」の合計）は32.6%。男女間に大きな差はない。（図表4）
 - 利用目的は、「メールの閲覧・送受信」（81.5%）、「通話」（76.8%）など、ガラケー（フィーチャーフォン）でも利用できた機能が上位であるものの、女性の利用者が比較的多い「メッセージアプリ（LINE）」（79.5%）とともに、「ニュースの閲覧」（68.9%）、「天気予報の閲覧」（68.2%）も多く、必要な情報を新聞やテレビだけでなくスマホ経由でも収集している。「写真／動画撮影」（48.4%）は約半数で、メッセージアプリ以外のSNS利用は少ない。（図表5）
 - キャッシュレス決済サービスを提供する各社ロゴを複数提示したうえでキャッシュレス決済について経験有無を尋ねたところ、「キャッシュレス決済をすることがある」と「キャッシュレス決済をしたことはあるが、やめた」を合計した「キャッシュレス決済経験者」は76.4%。現利用者は、男性60代が83.6%と比較的多い。（図表6）

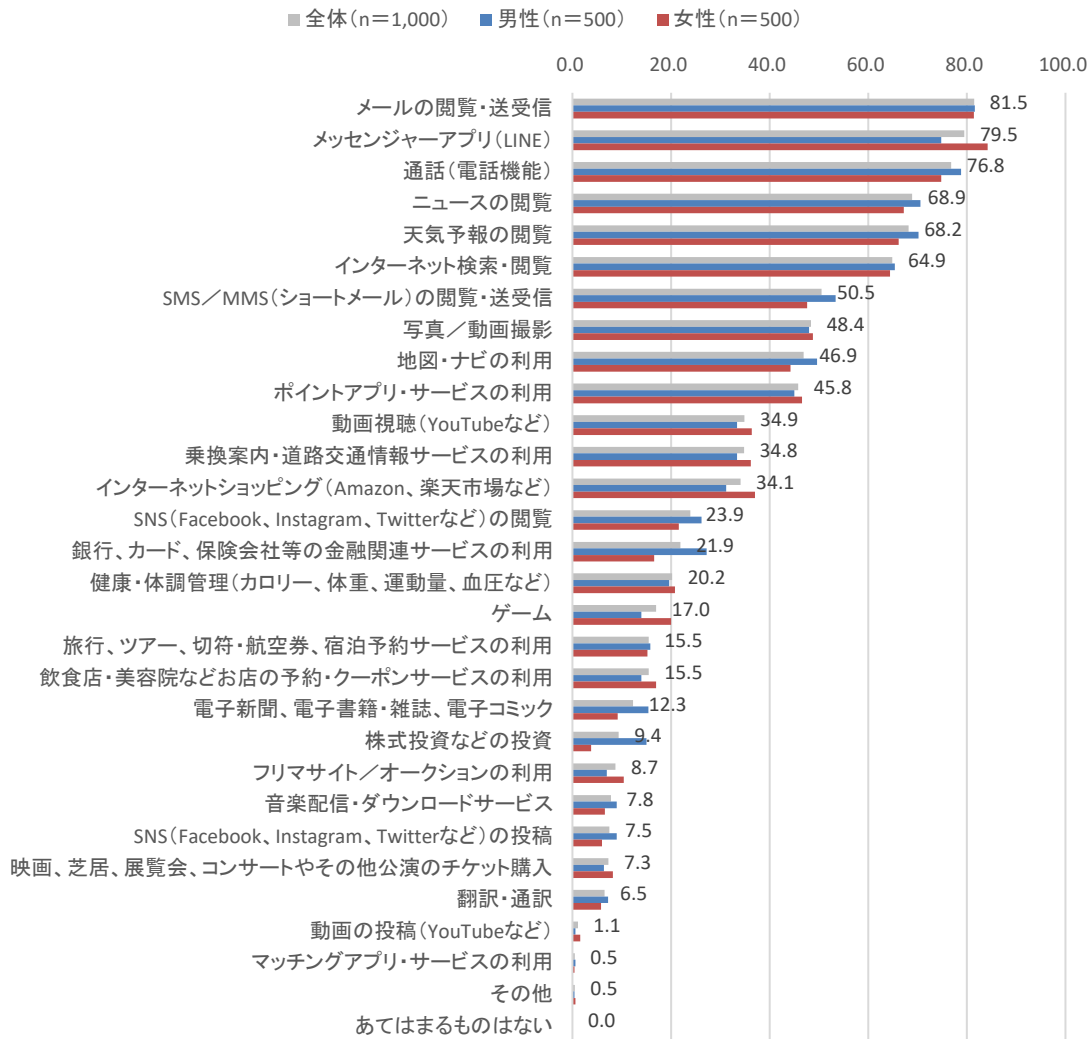
図表4：スマートフォンの使いこなし度合い

Q：あなたは、どれくらいスマートフォンを使いこなせていると思いますか。あなたのお考えにあてはまるものを、以下の中からひとつだけお知らせください。



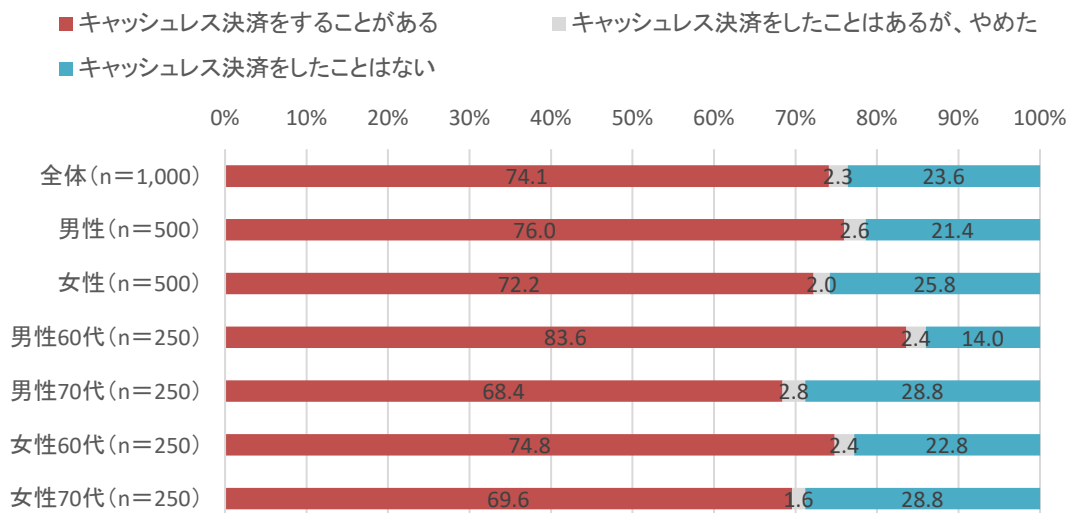
図表5：スマートフォン利用目的

Q：あなたはスマートフォンを、何をするために利用していますか。週1回以上利用する目的として、あてはまるものをすべてお知らせください。



図表6：スマートフォンを使ったキャッシュレス決済経験有無

Q：あなたは普段、スマートフォンを使ってキャッシュレス決済をしますか。

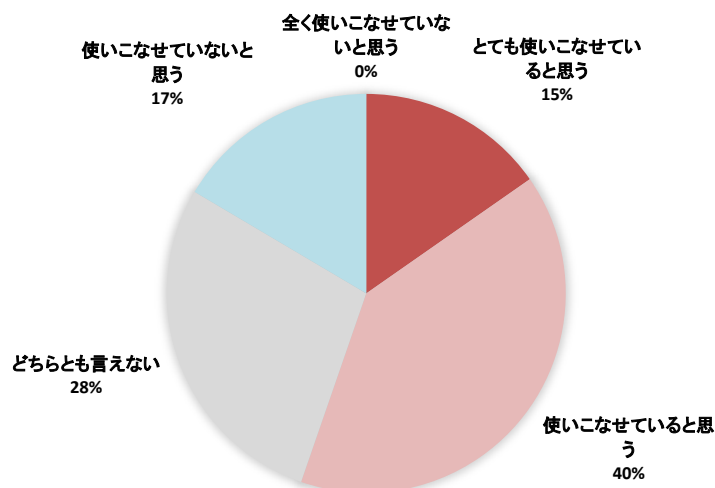


- ③ 「スマホによって生活が良くなった」と回答した女性の多くは複数の機能を活かし、今後さらに生活を豊かにするため、「健康」に関する用途まで関心を広げている。
- 「スマホによって生活がとても良くなった」と回答した女性の中で「スマホを使いこなせている」と回答した人（「とても使いこなせていると思う」「使いこなせていると思う」の合計）は55.0%。（図表7）
 - 「スマホによって生活がとても良くなった」と回答した女性は、女性全体と比べてスマホ機能の利用が多岐にわたっている。特に「インターネットショッピング」（57.6%、女性全体37.0%）、「ポイントアプリ・サービスの利用」（67.1%、女性全体46.6%）、「動画視聴（YouTubeなど）」（51.8%、女性全体36.4%）、「写真／動画撮影」（63.5%、女性全体48.8%）などの利用が多い。コミュニケーションに加え、「娯楽」や「買い物」まで使いこなせている人が、スマホによって生活がとても良くなった、と感じている。（図表8）
 - 「スマホによって生活がとても良くなった」と回答した女性が、今後使ってみたいスマホ機能として挙げたものの上位は、「飲食店・美容院などお店の予約・クーポンサービスの利用」（18.8%）、「健康・体調管理（カロリー、体重、運動量、血圧など）」（16.5%）、「旅行・ツアー、切符・航空券、宿泊予約サービスの利用」（14.1%）。また、「株式投資などの投資」（11.8%、女性全体4.6%）への関心が高い。シニアの関心事とされる「健康」にスマホを利用するとともに、「外食」や「美容」、「旅行」など、より「毎日を楽しむ機能」をさらに使いこなしたいという意欲が見受けられる。（図表9）
 - 今後使ってみたいスマホ機能に「あてはまるものはない」と回答した女性は28.2%で、現状の用途で満足している人も一定数いることがわかる。（図表9）

図表7：「スマホによって生活がとても良くなった」と回答した女性のスマホ使いこなし度

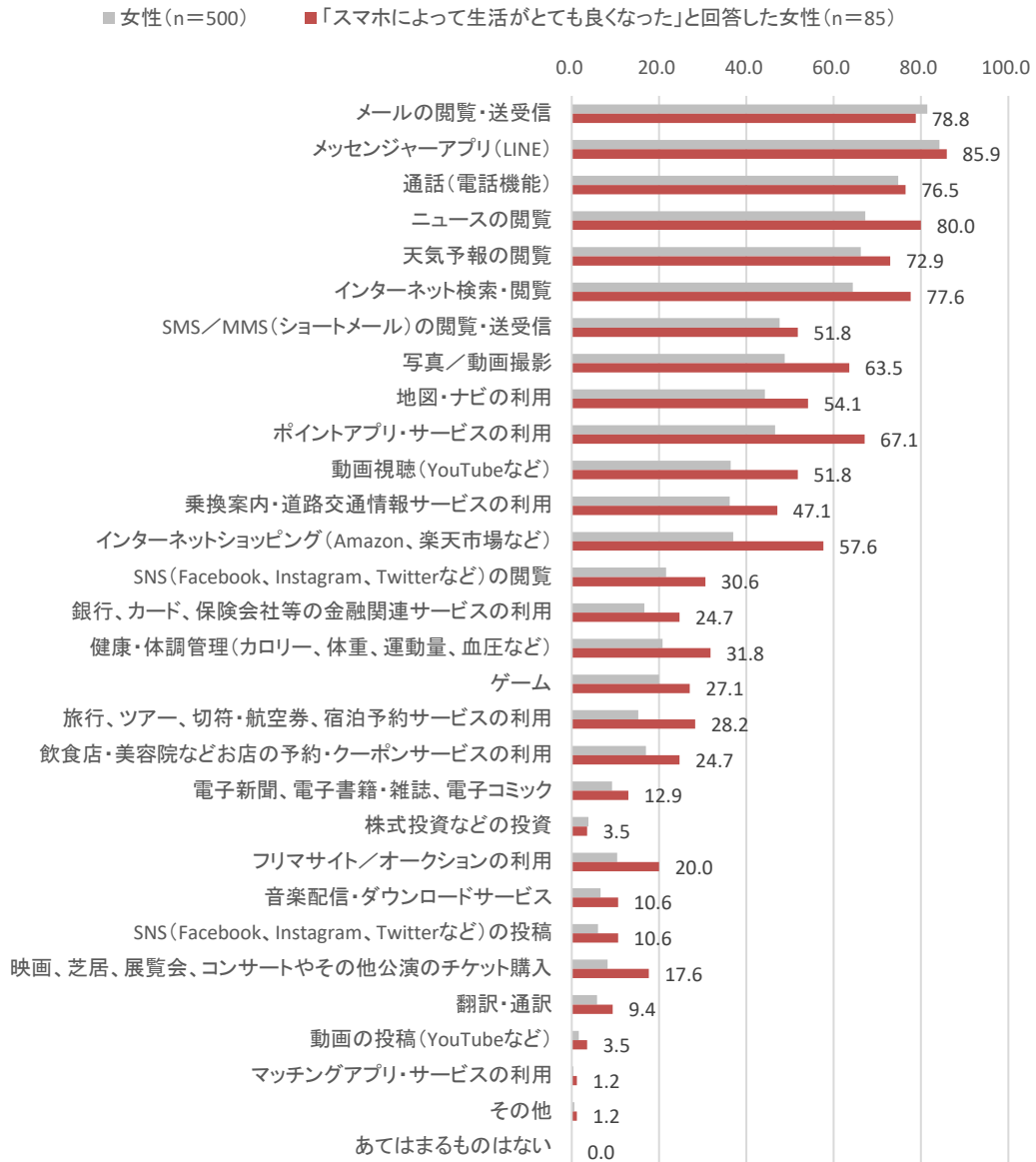
Q：あなたは、どれくらいスマートフォンを使いこなせていると思いますか。あなたのお考えにあてはまるものを、以下の中からひとつだけお知らせください。

※：「スマホによって生活がとても良くなった」と回答した女性（N=85）



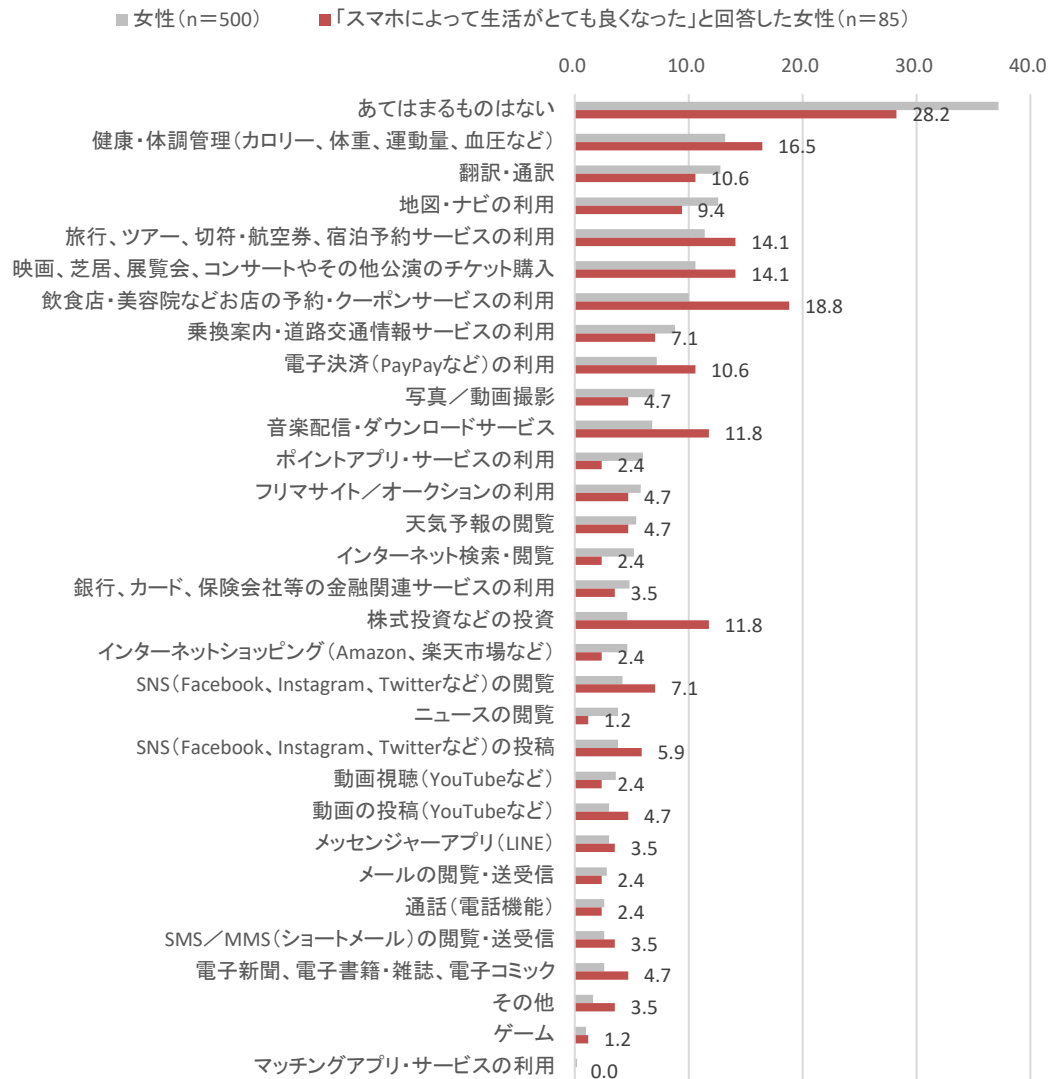
図表8：「スマホによって生活がとてよ良くなつた」と回答した女性のスマホ利用目的

Q：あなたはスマートフォンを、何をするために利用していますか。週1回以上利用する目的として、あてはまるものをすべてお知らせください。



図表9：「スマホによって生活がとて良くなった」と回答した女性が今後使ってみたいスマホ機能

Q：スマートフォンを使って今後できるようになりたいこと、やってみたいことはありますか。以下の中から、あてはまるものをすべてお知らせください。



< 「シニアのスマホライフ実態調査」 概要 >

- ・ 目 的 : シニアのスマートフォン利用実態把握と、スマートフォンの生活への変化の検証
- ・ 対象エリア : 日本全国
- ・ 対象者条件 : 週に1回以上スマホでメール、通話以外の機能を利用する60~79歳男女
- ・ サンプル数 : 計1000名
- ・ 調査手法 : インターネット調査
- ・ 調査期間 : 2022年7月11~12日
- ・ 調査機関 : 株式会社クロス・マーケティング

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 広報オフィス 広報部

松島、陳、中島

Email : koho@dentsu.co.jp

【調査に関する問い合わせ先】

株式会社電通 電通シニアラボ

斉藤、川越、中里

Email : senior-lab@dentsu.co.jp