

### 3.1.2 既存文献調査

高齢者の生活意識や高齢者を取り巻く環境については、各種の行政調査報告からある程度把握することが可能である。ここでは、これらの調査結果を整理し、高齢者の ICT 利活用に関する知見として取りまとめた。

#### (1) 収集の視点

高齢者を対象とした調査は、過去にも多数報告されているが、高齢者数が急速に増加していること、並行して高齢者を取り巻く環境も変化していることを考えると、できるだけ直近で、かつ、経年変化を捉えている調査であることが望ましい。また今回の調査目的に合致した情報が得られる内容であることが求められる。

このような視点で、抽出した文献調査候補を表 3.1-1 に示す。

表 3.1-1 文献調査候補

所管	調査名	ポイント	収集の視点
総務省	通信利用動向調査(平成 17 年度)	高齢者の ICT インターネット利用率や利活用意識を把握できる。	高齢者の現状の生活や ICT 利活用に関する意識や態度を整理する。
内閣府	高齢者の日常生活に関する意識調査(平成 16 年度)	日常生活の状況、生活の満足度、衣食住を始め、家事、外出、日常的楽しみ、日常生活の情報に関する満足度など、高齢者の日常生活全般の実態と意識を把握できる。	
内閣府	国民生活白書(平成 18 年度)	第 3 章において、高齢者像の変貌、高齢者の就業意識、社会貢献について報告されている。	高齢者の将来的な活動パターンから、ICT との関わり(利活用イメージ)を整理する。
厚生労働省	厚生労働白書(平成 18 年度)	第 1 部で世帯構成の状況が示されている。	主要な世帯構成とその比率を整理し、世帯構成ごとの ICT 利活用の基礎情報を整理する。
国立社会保障・人口問題研究所	日本の世帯数の将来推計(平成 15 年度)	世帯数および世帯構成の変化が示されている。	
厚生労働省	国民生活基礎調査(平成 17 年度)	世帯数・世帯人員とともに、世帯別の収入が報告されている。	世帯収入の程度に起因する ICT 利活用にかかるコストの違いから、高齢者の ICT 利活用を拡大させるためのコストについて考察する。
内閣府	年次経済財政報告(平成 18 年度)	第 3 章第 3 節で、世帯人員別の所得格差が拡大している状況が示されている。	
財) 東京都老人総合研究所	「長寿社会における暮らし方の調査」(平成 13 年)	高齢者の場合、女性のほうが近所との付き合いが活発であり、男女の差が拡大していることが報告されている。	性差や地域差に基づくコミュニケーションのあり方から、ICT 利活用への影響を考察する。

## (2) 収集結果

表 3.1-1 に示した文献を手がかりとして、さらに調査対象文献を拡げるとともに、インターネット検索等により、高齢者およびその生活に関連する既存調査の情報を収集した。これらの文献のうち、特に注目した文献リストを表 3.1-2 に示す。各文献の調査要綱および関連データは付録に掲載した。さらにこれらの文献データから描いた“一般的な”高齢者像を表 3.1-3 に示す。

我が国の高齢者は年々増加しており、そのうち高齢者単身または高齢者夫婦のみの世帯も増加傾向にある。これらの高齢者が社会的に孤立しないためにも、周囲や離れて暮らす家族とのコミュニケーションは重要である。その手段として携帯電話は当然有効であるが、高齢者の所得は決して高くはなく、現在の携帯電話の利用料金（数千円～1万円程度）への負担も軽くはない。

高齢者は加齢と共に退職することとなるが、これをきっかけに社会活動や地域活動に参加するケースも多い。これは社会との関わりを維持したいという意識の現われにもなっている。ただしその一方で「参加したくない」と考える高齢者も存在しており、高齢者の意識の多様性がうかがえる。

日々の活動については、非常に活動的な高齢者像がうかがえる。毎日のように外出を楽しむ高齢者は多く、その場合、待ち合わせ、屋外からの連絡・情報取得などの手段として携帯電話の有効性が示唆されるが、実際に活用されている割合はまだ高くはない。

日常の付き合いの中心が近所であるとする高齢者が多いが、その割合は年々減ってきている。また普段の楽しみはテレビ・ラジオや新聞・雑誌が大半を占めており、これが日常の情報源ともなっているようである。その一方で、特に欲しい情報があるわけではないという調査結果もあり、テレビなどの受身的な情報から取捨選択をして情報活用している姿がうかがえる。

その他の意識としては、「若者と一緒に楽しみたいという意識が高い」、「健康、旅行・レジャー、趣味にお金をかけても良い」、「今後パソコンをやってみたいという高齢者が比較的多い」といった傾向が挙げられる。

このように、いずれも携帯電話をはじめとする ICT 製品の利活用の広がる機会が含まれていることに注目すべきであろう。しかしその一方では、第 1 章で触れたとおり、高齢者のインターネット利用率が 32.6%であり、高齢になるほど利用率が減少しているという現状がある。また、高齢者にとって、インターネットを利用しない理由としては、「利用する必要がない」（31.8%）、「操作が難しい」（20.2%）（平成 17 年通信利用動向調査）が大きな割合を占めている。既存文献では、利活用を停滞させる詳細な理由までは把握できないが、今後の ICT 製品の利活用促進を図っていくためには、この高齢者が望むライフスタイル意識と ICT 製品に対する意識とのギャップについて検討していかなければならない。

表 3.1-2 文献調査リスト

	文献名	出典
①	平成 17 年国民生活基礎調査	厚生労働省大臣官房統計情報部
②	社会意識に関する世論調査（平成 17 年 2 月）	内閣府大臣官房政府広報室
③	平成 16 年度 高齢者の日常生活に関する意識調査結果	内閣府共生社会政策統括官
④	国民生活に関する世論調査（平成 17 年 6 月調査）	内閣府大臣官房政府広報室
⑤	都民生活に関する世論調査（平成 16 年 8 月）	東京都生活文化局
⑥	武蔵野市「団塊世代」市民アンケート調査報告書	武蔵野市
⑦	2004 年度シニア世代実態調査	株式会社日本通信教育連盟
⑧	平成 16 年度高齢社会白書	内閣府政策統括官（共生社会政策担当）
⑨	高齢者の地域社会への参加に関する意識調査結果	内閣府政策統括官（共生社会政策担当）
⑩	高齢社会を豊かにする新産業への取り組みとシニアのライフスタイルに関する調査報告	大阪府立産業開発研究所
⑪	平成 16 年高年齢者就業実態調査結果	厚生労働省大臣官房統計情報部
⑫	統計から見た我が国の高齢者（平成 17 年）	総務省統計局統計調査部
⑬	「団塊夫婦の定年意識」に関する調査	株式会社博報堂エルダービジネス推進室
⑭	「セカンドライフの社会貢献活動に関する一般生活者の意識」調査結果	goo リサーチ

表 3.1-3 文献調査から導かれた“一般的な”高齢者像

分類	項目	番号 <sup>2</sup>	データ	備考
世帯構成 と家計	世帯構成	① ⑫	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 高齢者(65歳以上)のいる世帯：全世帯の 39.4%</li> <li>・ うち高齢者単身世帯：全世帯の 8.7%</li> <li>・ 高齢夫婦のみの世帯：全世帯の 11.5%</li> </ul>	子どもとのコミュニケーションの変化は不明。
	所得	①	<p><b>【65歳以上を含む世帯】</b></p> <p>全体::約 460 万円/年 1人あたり約 160 万円/年→約 13.5 万円/月                      単身世帯:約 170 万円/年 1人あたり約 170 万円/年→約 14 万円/月                      夫婦のみ:約 380 万円/年 1人あたり約 190 万円/年→約 16 万円/月                      三世帯:約 760 万円/年 1人あたり約 140 万円/年→約 12 万円/月</p>	→「携帯電話の通信費は高い」と考える一要素となると考えられる。
仕事と社 会活動	就業状況	⑪	55歳以上 60歳未満 (男性 90%、女性 60%) 60歳以上 65歳未満 (男性 70%、女性 40%) 65歳以上 70歳未満 (男性 50%、女性 30%)	加齢と共に働く人は減少。 →高齢者の再雇用制度など政策的に就業機会は増加傾向にある。
	社会活動	⑧	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 目的は「自分のため」「人とかかわりを持ちたいため」「経験・知識を活かしたいため」。</li> <li>・ 友人・知人の紹介が半数以上。</li> <li>・ 引退(退職)と関係なく約 30%、引退前後約 30%、引退後1年以上 30%弱→引退がきっかけとなるケースが半数以上。</li> </ul>	(60歳以上が対象) 「参加したくない」人も4割おり、20年間傾向は変わっていない。
日々の活 動	外出	③ ⑨	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ほとんど毎日が半数、約 70%が週の半分以上を外出。</li> <li>・ 「自ら積極的に外出している」が 60%以上、「家族や他人から誘われれば外出する」を含めれば 80%以上。</li> </ul>	(60歳以上が対象) 活動性はとても高い。 →外出とかかわりの深い ICT 機器の利活用を提案していくことが重要ではないか。
	活動領域	⑨	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「趣味」「スポーツ」「地域活動」が3大活動。</li> <li>・ この1年もっとも力を入れた活動：趣味約 30%、スポーツ・健康約 30%。</li> </ul>	(60歳以上が対象) 20年間傾向は変わらない。

<sup>2</sup> 表 3.1-2 の文献番号と対応

分類	項目	番号 <sup>2</sup>	データ	備考
	お付き合い	⑨	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ご近所付き合いが中心だが、その密度は年々低下しつつある。</li> <li>・ しかし親しい友人が増えているわけではない。</li> <li>・ 親しい間柄なのは、近所の人（65%）、趣味の仲間、職場の仲間が約40%、学校時代の友人が約30%。</li> </ul>	<p>（60歳以上が対象）</p> <p>ただし ICT 機器を活用した連絡手段はほとんど使われていない（携帯による連絡は20%未満）。</p> <p>→ “携帯電話は必要ない” と考える一要素ではないか。</p> <p>ICT 機器活用で、物理的に離れた友人との交流密度が高くなる可能性もある。</p>
	普段の楽しみ	③	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「テレビ・ラジオ（約80%）」「新聞・雑誌（約40%）」「仲間とのおしゃべりや趣味仲間との交際（約30%）」が上位。</li> </ul>	<p>（60歳以上が対象）</p> <p>日常の情報源となっているのではないか。</p>
	欲しい日常生活情報	③	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「欲しい情報は特にない」が半数以上だが、健康づくり、医療、年金などが上位。（5年前調査に比べて少し増えている）。</li> </ul>	<p>（60歳以上が対象）</p> <p>→メディアから求める情報と、仲間など交際を通じて求める情報とでは質の違いがあるのではないか。</p>
一般的な意識	若い人との交流	⑨	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「一緒に楽しみたい」（約70%）という意識が強い。</li> <li>・ それ以外では、「伝えたい」（約25%）「教わりたい」（約20%）。</li> </ul>	<p>（60歳以上が対象）</p> <p>→携帯電話を若者との交流手段の一つとすることが重要ではないか。</p>
	お金をかけてもよいと思うこと	⑦	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 健康（約80%）、旅行・レジャー（約70%）、趣味（約60%）が上位。</li> </ul>	<p>（大都市圏在住の60～69歳が対象）</p> <p>→これらに関わる利活用場を提案することが効果的ではないか。</p>
	今後やってみたいこと	⑦	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 男性は「旅行（約60%）」「パソコン（約60%）」「ウォーキング（約50%）」が上位。</li> <li>・ 女性は「旅行（約70%）」「ウォーキング（約50%）」「園芸（約50%）」が上位。</li> </ul>	<p>（大都市圏在住の60～69歳が対象）</p> <p>女性の「パソコン」は6位、約40%。1年前の調査よりも少し増えている。</p>

分類	項目	番号 <sup>2</sup>	データ	備考
ICT 機器 の利活用	持っている デジタル 機器	⑦	<ul style="list-style-type: none"> <li>「パソコン（約 60%）」「携帯電話（約 50%）」「デジタルカメラ（約 40%）」が 3 大デジタル機器。</li> <li>カメラつき携帯は約 20%。</li> </ul>	<p>（大都市圏在住の 60～69 歳が対象） →これからは地上デジタル放送に関連する機器の割合が高まる。 カメラつきでない携帯利用者のほうが多い。</p>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>パソコンの使い道は「ネット検索（約 70%）」「年賀状・文書作成（約 70%）」「メール（約 60%）」。</li> </ul>	<p>データ管理（約 30%）や、音楽・映像を楽しむ（15%）という利活用は活発ではない。 「もっと利活用したい」と感じているかどうかは不明。</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>携帯電話の使い道は「通話（約 90%）」「メール（約 40%）」。</li> </ul>	<p>インターネット（15%）や、音楽を楽しむ（6%）という利活用は活発ではない。 「もっと利活用したい」と感じているかどうかはわからない。</p>			
	利用状況 と利用意 向	⑩	<ul style="list-style-type: none"> <li>携帯メールを利用している人は約 40%、退職後利用したい人は、約 10%。</li> <li>パソコンインターネットによる情報収集をしている人は半数、退職後利用したい人は 13%。</li> <li>HP を作成している人は 4%、退職後作成したい人は 20%。</li> </ul>	<p>（50 歳～64 歳が対象） 現在 HP を作成している人はわずかだが、今後作成したい人が多い。</p>