

3.1.3 アンケート調査

(1) ウェブアンケート調査

既存文献調査では一般的な高齢者についての情報を整理したが、ここでは、多様な高齢者像の概要を把握するために、就労状況、社会参加の状況、ICT 利活用状況、携帯電話の利用状況や利用上の問題点について幅広く情報収集を行った。調査は、短期間に効率よくデータを収集するためウェブアンケート形式とした。ただし、一般に、ウェブアンケートに参加する高齢者の絶対数は少なく、また、ウェブアンケートモニターとして登録している高齢者自体は世代の代表像として適切でない懸念がある。そのため、高齢の家族（親、祖父母）を持つ若年層・壮中年層を回答者とし、家族である高齢者についての情報を収集した。

(ア) 調査概要

【調査実施時期および調査対象】

実施時期は 2007 年 1 月 19 日から 1 月 23 日までの 5 日間とし、インターネットアンケート登録会員のうち、条件に適合する属性を持った男女を対象とした。回答は回答者の両親（以降、「対象」と呼ぶ）の年齢階級別・性別に収集し、回収数は総数で 800 人とした（表 3.1-4 参照）。この際の抽出条件は、「回答者(子)と対象(親)の交流が 1 ヶ月に 1 回以上あること」と「対象(親)が自立しており、独りでの外出が可能であること」の両方を満たしている回答者とした。

表 3.1-4 ウェブアンケート対象

対象（親）の属性		回答者数
年齢区分	性別	
55 歳以上 60 歳未満	男性	100 人
60 歳以上 65 歳未満		100 人
65 歳以上 70 歳未満		100 人
70 歳以上		100 人
55 歳以上 60 歳未満	女性	100 人
60 歳以上 65 歳未満		100 人
65 歳以上 70 歳未満		100 人
70 歳以上		100 人

【調査項目】

アンケートによる調査項目は表 3.1-5 のとおりである。

表 3.1-5 ウェブアンケートにおける調査項目

大項目	中項目	小項目
属性	回答者の属性	年齢・性別・パソコン経験
	対象（親）の属性	年齢・性別・家族構成・居住地 回答者との交流頻度 回答者による ICT 利用支援の程度
対象のライフスタイル（社会との関わりや関心・今後の ICT 機器利用の可能性）	職業や地域活動等への参加状況	職業（あり/なし/退職）・職種 地域活動、コミュニティ等への所属と活動頻度
	その他	コミュニケーションの状況 外出の目的と頻度 新しいものに対する興味・姿勢
対象の ICT 機器や携帯電話の利活用の状況	ICT 機器利用の状況	ICT 機器やサービスについての知識と利用状況
	携帯電話の利用状況	携帯の保有状況、持たない理由 持つきっかけ、購入目的 利用している機能、 多様な機能を利用しない理由

(イ) 調査結果

ウェブアンケートの調査結果について、基本情報を整理するとともに仮説の確認を行った。個別の集計結果は参考資料 3 に示す。

1) 基本情報

はじめに、調査対象についての基本情報を整理し、既存文献調査から得られている高齢者の属性との比較を行った。

【回答者】

回答者は、男性が 53.8%、女性が 46.3%であった。

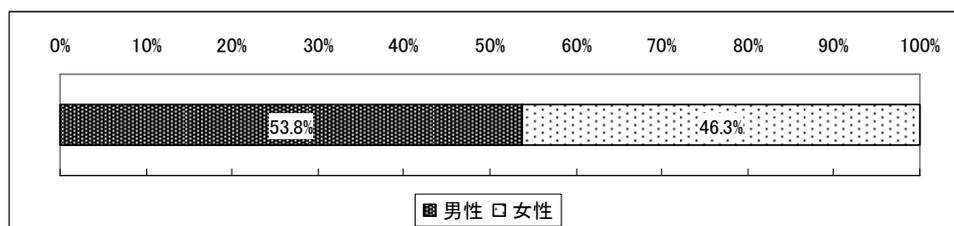


図 3.1-5 回答者性別

回答者のパソコンの経験については、中級者(50.4%)が最も多く、次いで上級者(34.3%)となった。

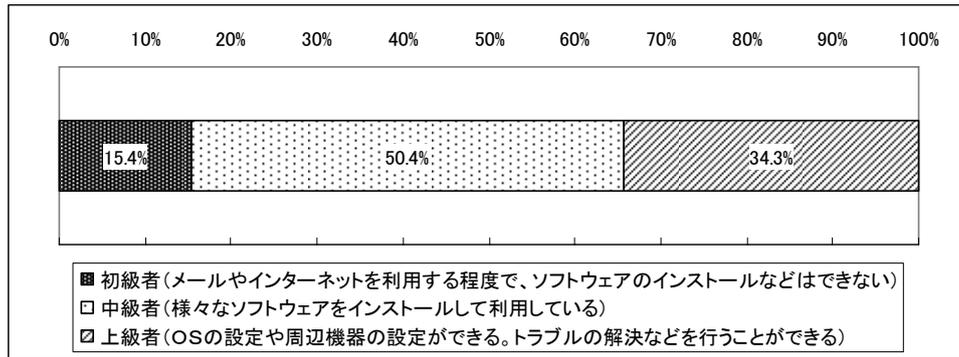


図 3.1-6 回答者のパソコン経験

【世帯構成】

対象者の世帯構成は「子どもと同居する世帯(三世帯を含む)」(76.6%)が最も多く、次いで「夫婦のみの世帯」(9.5%)となった。

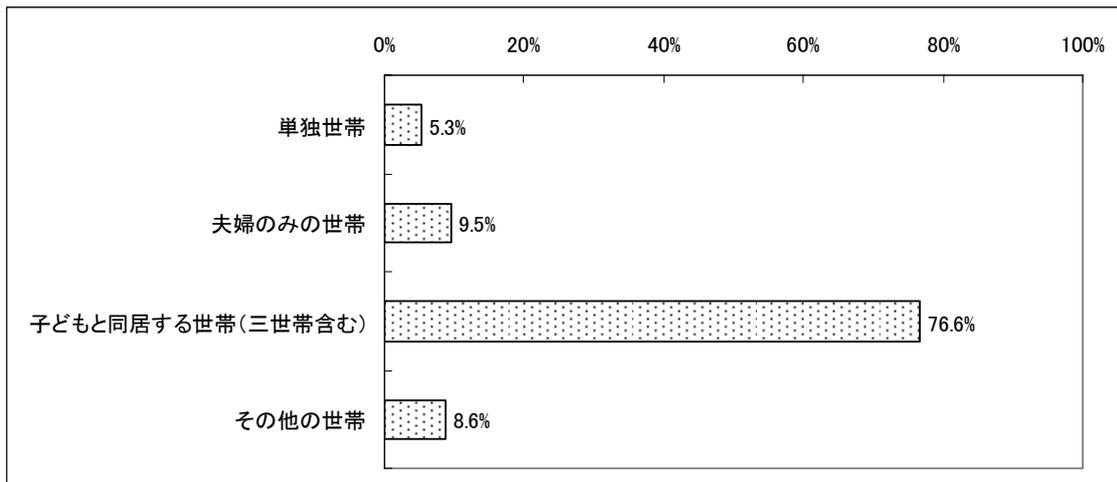


図 3.1-7 調査対象の世帯構成

「平成 17 年国民生活基礎調査 (厚生労働省)」の“世帯構造別にみた 65 歳以上の者のいる世帯数の構成割合の年次推移”と比較した場合、単独世帯、夫婦のみの世帯割合は、今回の調査対象のほうが低い。

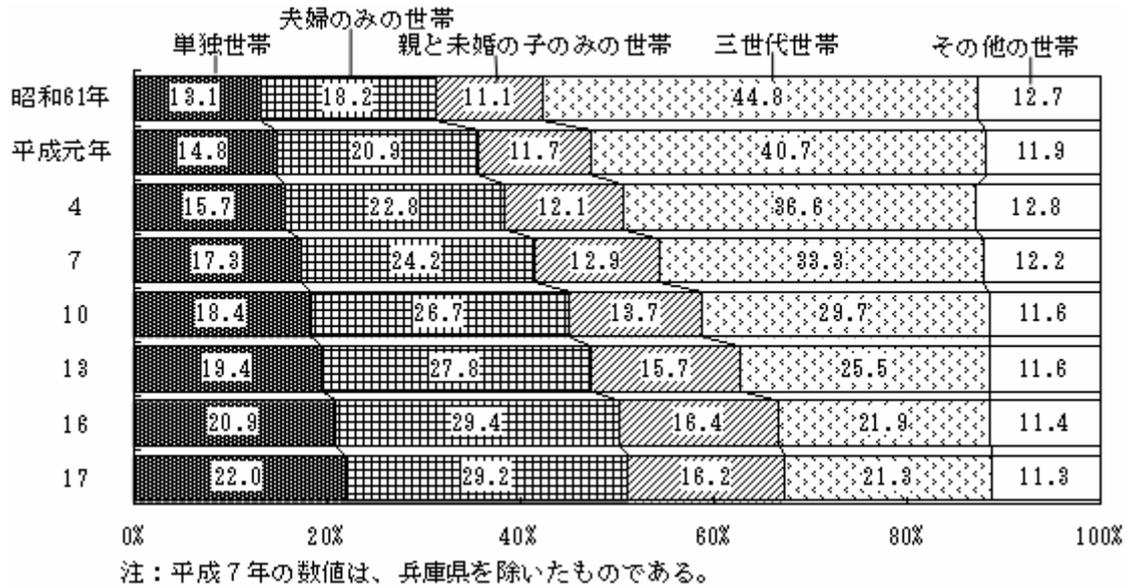


図 3.1-8 世帯構造別にみた65歳以上の者のいる世帯数の構成割合の年次推移
(平成17年国民生活基礎調査(厚生労働省))

【就労状況】

就労状況について、両親の年代別で見ると次のとおりとなった。年代が上がるにつれて「現在、就業している」と回答する割合が少なくなり、70歳以上の父親では、18.0%となっている。

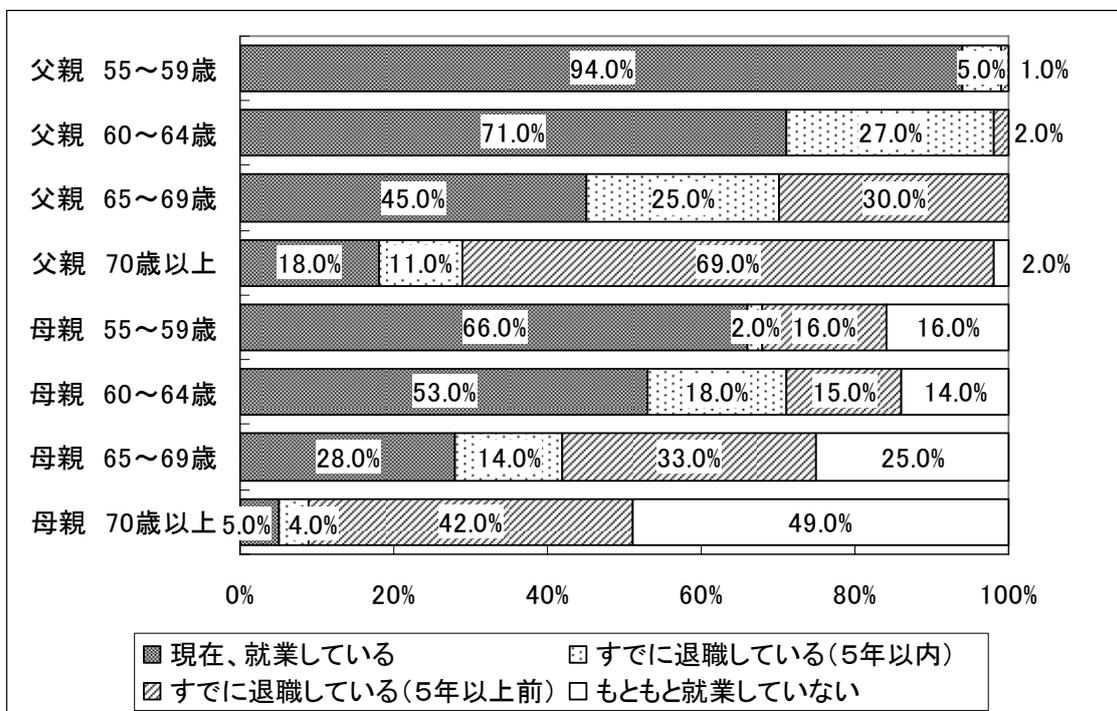


図 3.1-9 就業の状況

「平成16年高齢者就業実態調査結果の状況（厚生労働省）」の“高齢者の就労状況”と比較した場合、就業者の比率は、今回の調査対象の方がやや高い。

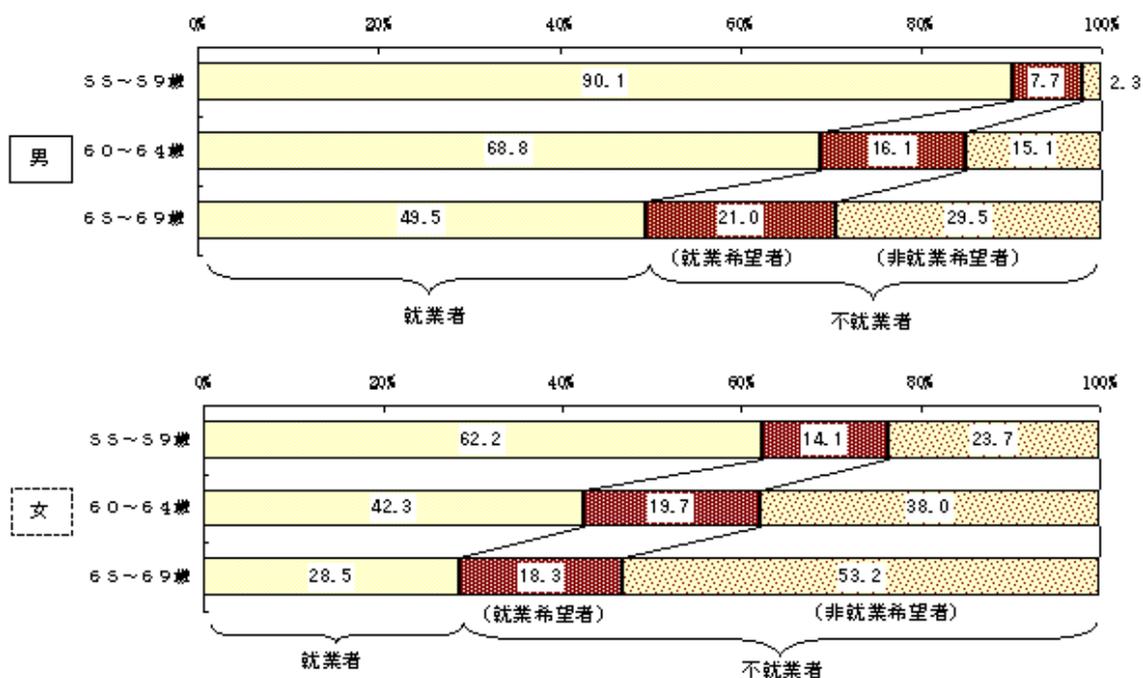


図 3.1-10 高齢者の就労状況
(平成16年高齢者就業実態調査結果の状況（厚生労働省）)

【社会活動の状況】

コミュニティ活動等の状況について、両親の年代別で見ると図 3.1-11 のとおりとなった。「NPO・地域コミュニティ・ボランティアなどの組織活動」に従事している人は多くはない。60歳以上では男女とも「同好会・サークル活動」「稽古事・カルチャースクールなど」に参加する人の数が増えているが、その一方で「活動していない」という高齢者も年代を問わず存在している。

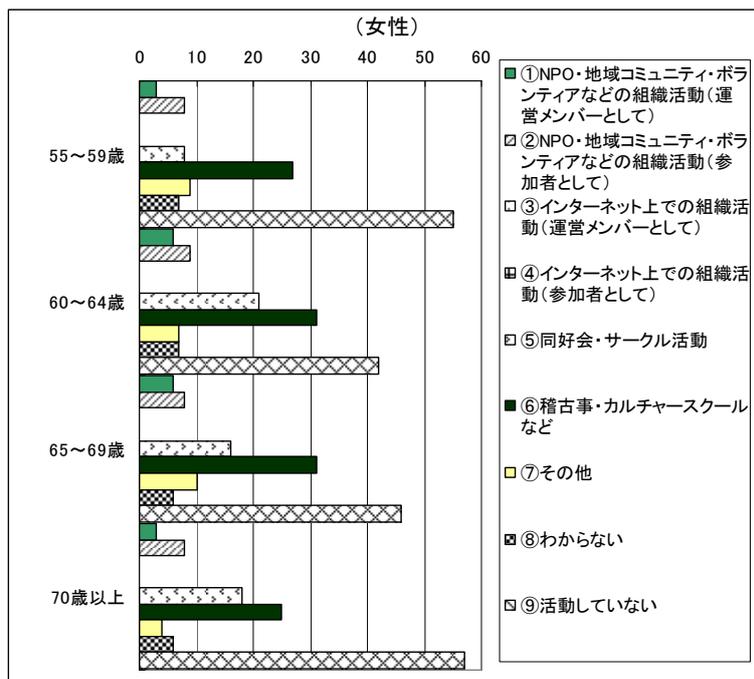
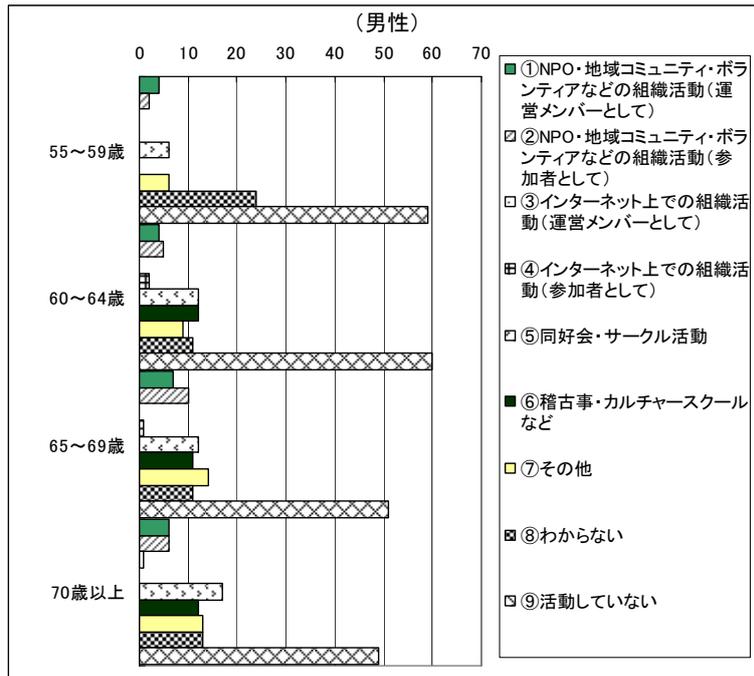


図 3.1-11 コミュニティ活動等の状況(複数回答)

既存文献調査において、直接比較可能なデータはないが、「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)の概況を見ると、サンプルの傾向はほぼ同様と思われる。

【インターネットの利用状況】

インターネットの利用状況については、両親の年代別で見ると図 3.1-12 のとおりとなった。「携帯電話やパソコン等を用いてインターネットで、公共機関や企業、店舗や施設のサービス内容、場所などの情報を知ることができる」という設問について、「④利用している」は年代が低いほど割合が高くなっている。その一方で、60 歳以上について「②知っているが利用したいと思っていない」の割合は、年代が高くなるほど上がっている。

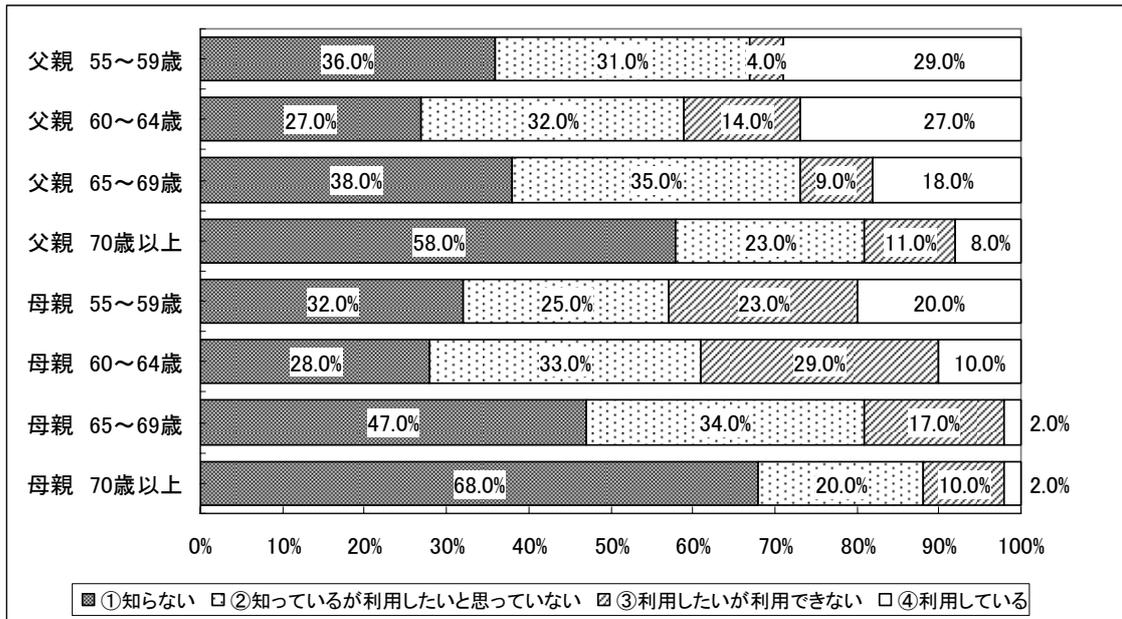


図 3.1-12 インターネットの利用状況

【携帯電話の所有状況】

携帯電話の所有状況については、両親の年代別で見ると図 3.1-13 のとおりとなった。携帯電話を持っている割合は、男女とも年代が低いほど高くなっている。この傾向は「平成 17 年度通信利用動向調査（世帯編）総務省」の“男女年齢階層別携帯電話利用率”と同様の傾向を示しているが、携帯電話の保有率は、調査対象のほうが高い。

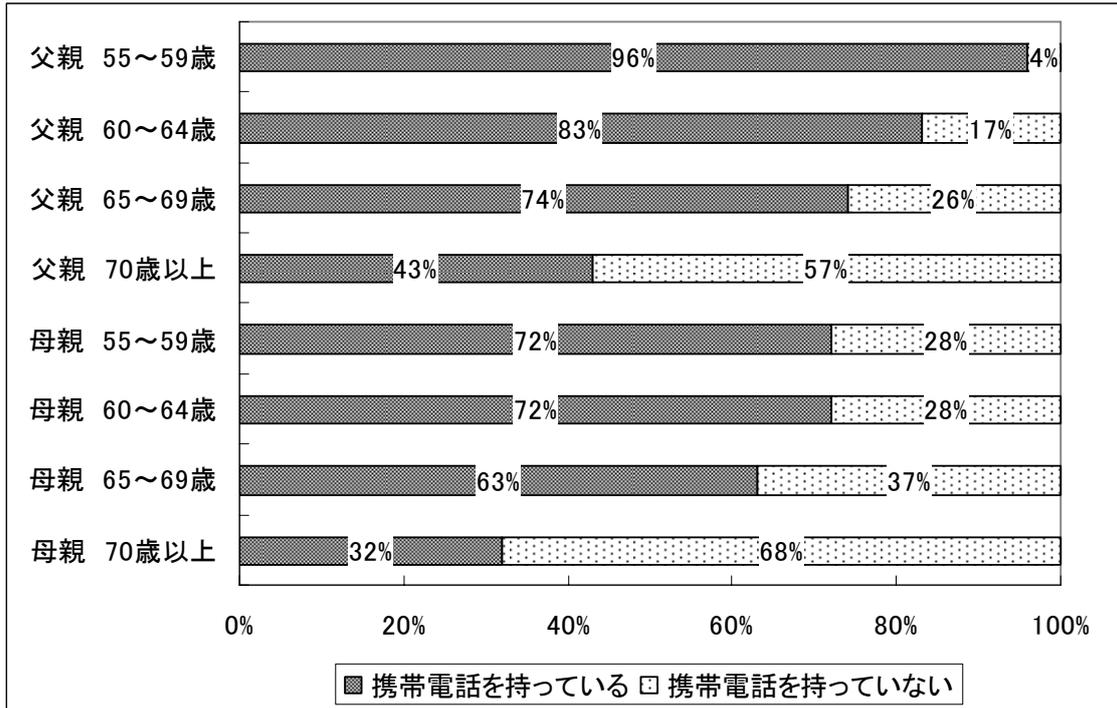


図 3.1-13 携帯電話の保有状況

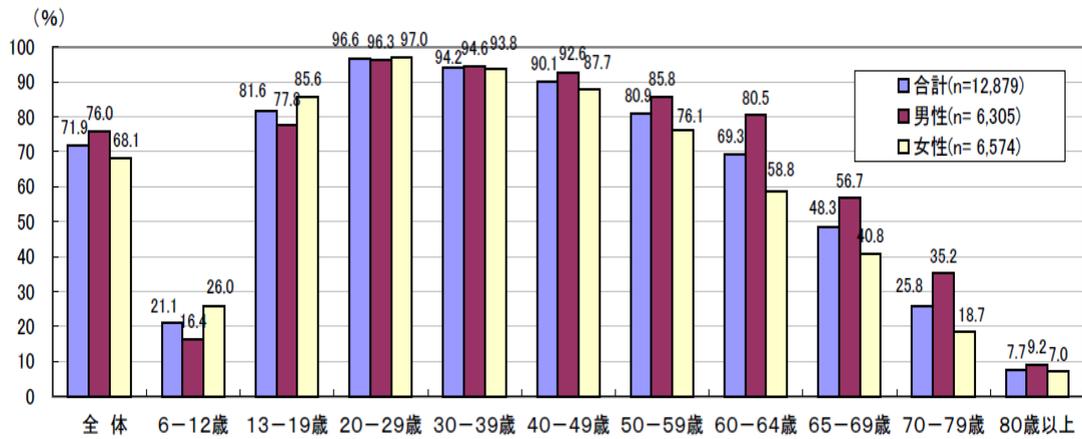


図 3.1-14 男女年齢階層別の携帯電話利用率
(平成 17 年度通信利用動向調査 (世帯編) 総務省)

【携帯電話の利用機能】

携帯電話で利用している機能については、両親の年代別で見ると次のとおりとなった。全体で利用されている機能は多い順に「①電話をかける」「②電話を受ける」「③メール」「⑤カメラ」となっている。お財布携帯はほとんど使われていない。

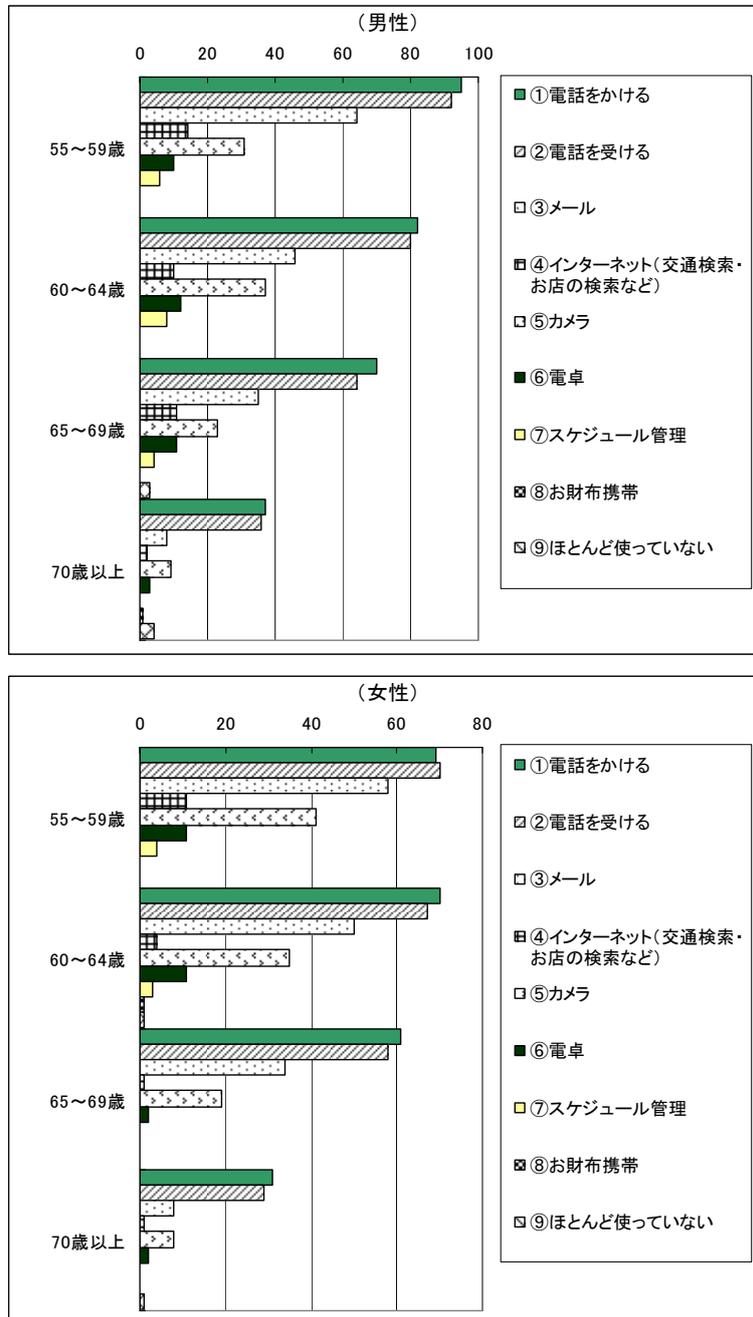


図 3.1-15 携帯電話で利用している機能(複数回答)

参考として、「平成 17 年度通信利用動向調査（世帯編）総務省」の“過去 1 年間に携帯電話からインターネットで利用した機能・サービス”では、60 歳以上の利用者のうち電子メール利用が 34.8%、ホームページ利用者が 11.3%となっている。

2) 仮説の確認

3.1.1(3)で設定した、携帯電話の利活用を阻害する要因（壁）の存在やその解決方法についての仮説について、表 3.1-6 に示した観点によりアンケート調査結果の整理を行った。

表 3.1-6 アンケート結果の整理の観点と仮説の確認

整理の観点（アンケート項目）	仮説の確認
A. 携帯電話を持たない理由	携帯電話を持つことに対する阻害要因（使う動機に関するもの）の存在の確認
B. 携帯電話を持つきっかけと購入理由	携帯電話を使えるようになったきっかけの確認
C. 携帯電話の機能の利用状況	携帯電話を使う際の阻害要因（機器の問題、利用する側の問題）の存在の確認
D. 通話以外の機能を利用しない理由	携帯電話を持っていても積極的に使わない理由（使う動機の問題、使いやすさの問題）の確認

A:携帯電話を持たない理由

- 携帯電話を持っていない回答者に対する持たない理由に関する設問への回答は、「必要ないと考えている」という理由が最も多く、全体の 75.5%を占めている。次いで、「よく聞こえない、操作が難しいので使えないと考えている」が 21.9%、「製品情報、入手方法、利用方法などがわからない」が 8.7%であった。

表 3.1-7 携帯電話を持たない理由（複数回答）

		回答数	%
全体		265	100.0
1	必要ないと考えている	200	75.5
2	よく聞こえない、操作が難しいなどの理由で使えないと考えている	58	21.9
3	製品情報、入手方法、利用方法などがわからない	23	8.7
4	その他	18	6.8
5	不明	13	4.9

- 女性全般と、70歳以上の高齢の男性は「よく聞こえない、操作が難しいなどの理由で使えないと考えている」という理由も多い（それぞれ約25%）。

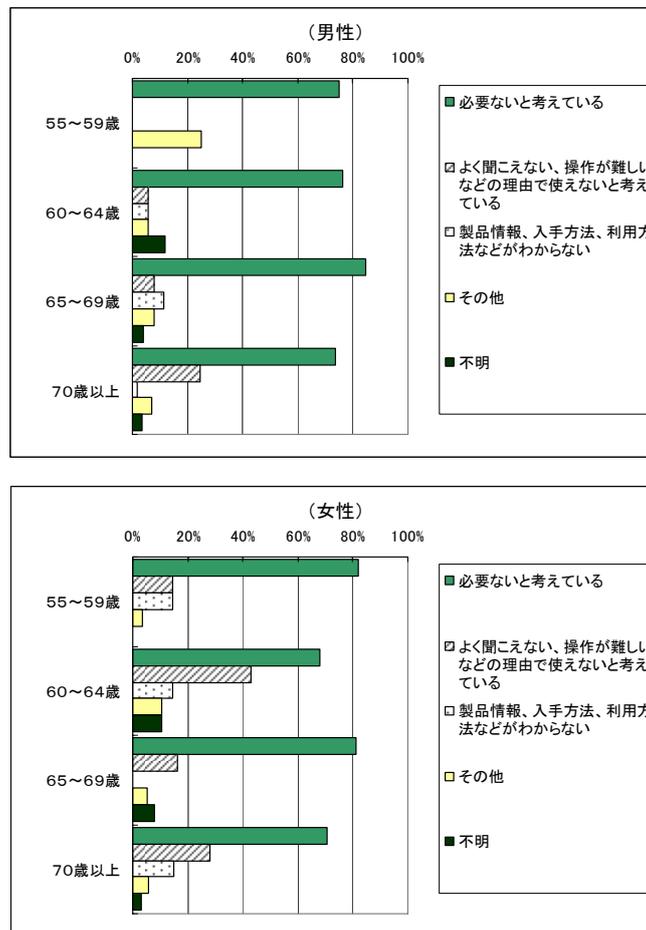


図 3.1-16 性・年齢階級別 携帯電話を持たない理由（複数回答）

- 新しいものへの興味のレベル（「レベル1：まったく意欲や興味を示さない」～「レベル5：興味を持ち、使ってみよう、生活に取り入れようという意欲がある」までの5段階評価）別に見ると、レベル1の興味が低い人は「必要ない」と考える割合が高く（82.2%、レベル5の興味が高い人は63.6%）、レベル5の興味が高い人はレベル1の興味が低い人と比べて「よく聞こえない、操作が難しいので使えない」と考える割合が高い（レベル5：27.3%、レベル1：17.8%）。

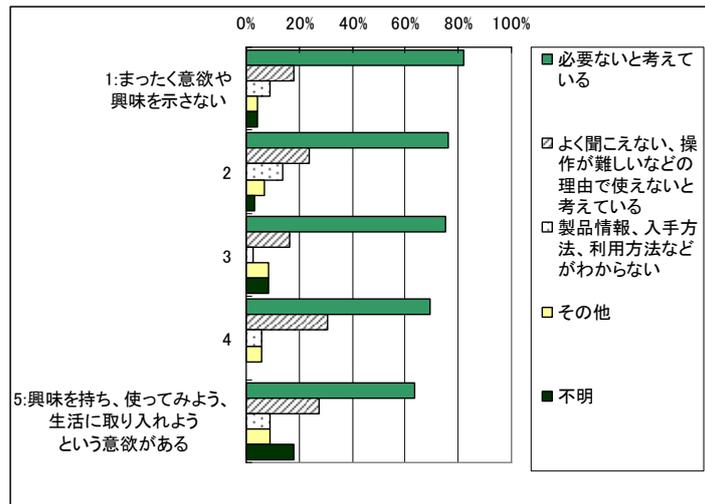


図 3.1-17 興味の高さ別 携帯電話を持たない理由（複数回答）

B:携帯電話を持つきっかけと購入理由

- 携帯電話を持ったきっかけについての設問および自分で購入した場合の購入理由についての設問では、現在就業している人は「自ら使ってみたいと思って購入した」割合が高く（52.3%）、購入理由は「仕事の連絡に必要なだから」という人が多い（67.7%）。また、もともと就業していない人は、「家族が購入して持たせた」という人が多い（39.6%）。就業していない人は自ら購入した人全員が家族との連絡用に購入している。

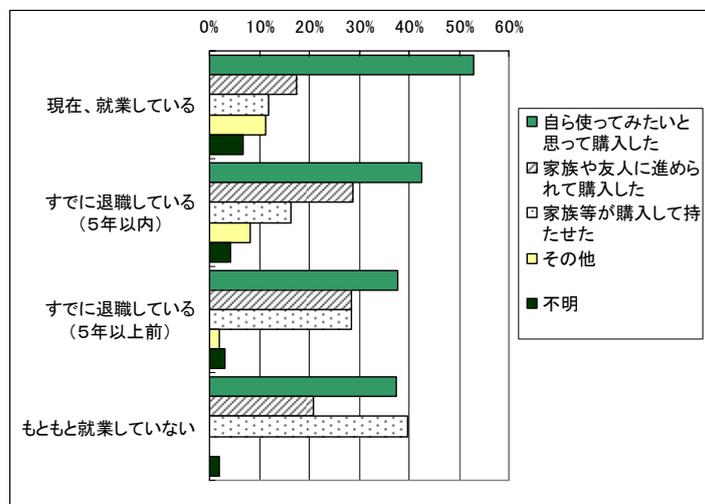


図 3.1-18 就労状況別 携帯電話を持ったきっかけ（複数回答）

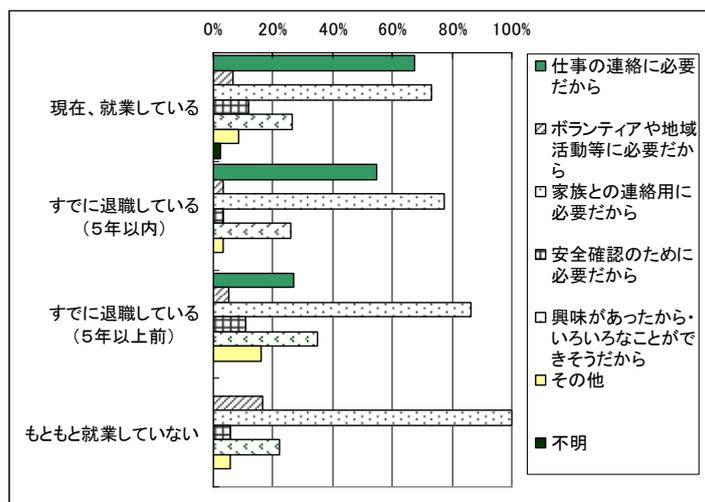


図 3.1-19 就労状況別 携帯電話の購入理由 (複数回答)

- NPO 等の活動している人のうち、「ボランティアや地域活動等に必要だから」という理由で購入する人は、就業している人のうち仕事の連絡に必要とする人よりも少ない (30.0%)。

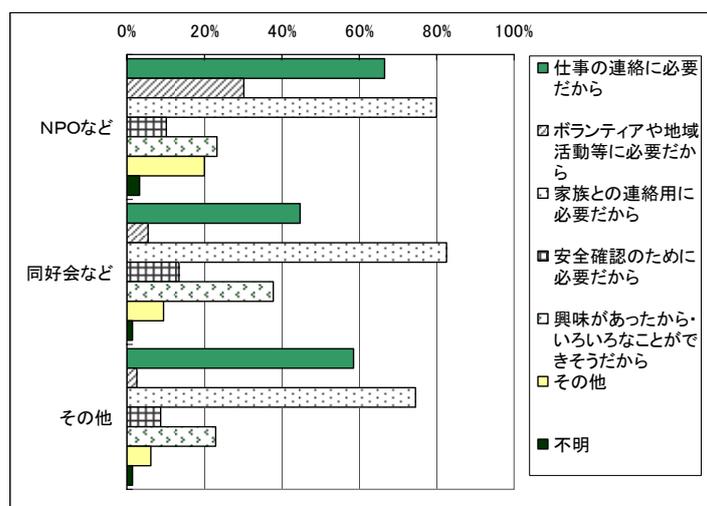


図 3.1-20 社会参加状況別 購入目的 (複数回答)

- 新しいものへの興味のレベル（「レベル1：まったく意欲や興味を示さない」～「レベル5：興味を持ち、使ってみよう、生活に取り入れようという意欲がある」までの5段階評価）別に見ると、新しいものへの興味が高い層（レベル4、レベル5）は、「自ら使ってみようと思って購入した」という人が多い（50%以上）。

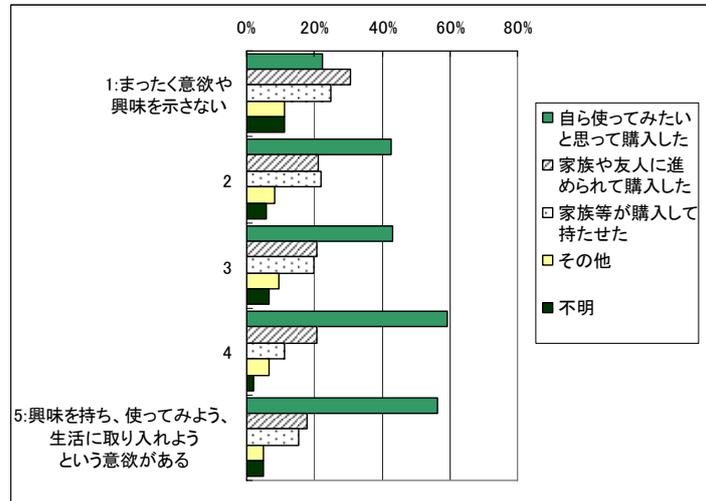


図 3.1-21 興味の高さ別 携帯電話を持ったきっかけ (複数回答)

C:携帯電話の機能の利用状況

- 現在就業している人、5年以内に退職した人は、5年以上前に退職した人、就業していない人よりもメール、インターネット、カメラ、電卓等を利用している割合が高い（例えばメール利用者の割合が約60%、インターネット利用者は約10%以上）。

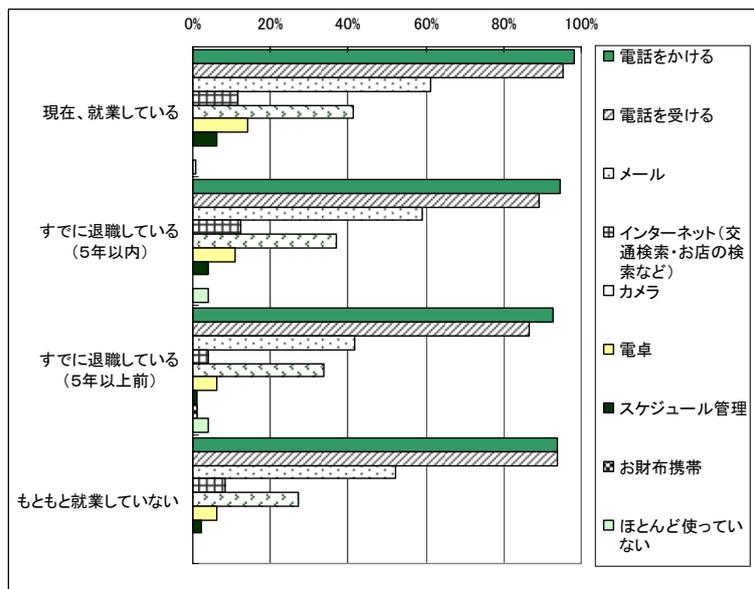


図 3.1-22 就業状況別 携帯電話で利用している機能 (複数回答)

- 新しいものへの興味のレベル（「レベル1：まったく意欲や興味を示さない」～「レベル5：興味を持ち、使ってみよう、生活に取り入れようという意欲がある」までの5段階評価）別に見ると、レベル5の興味が高い人は低い人に比べて利用範囲が広く、メール利用者の割合が約7%、インターネット利用者は30%を超えている。

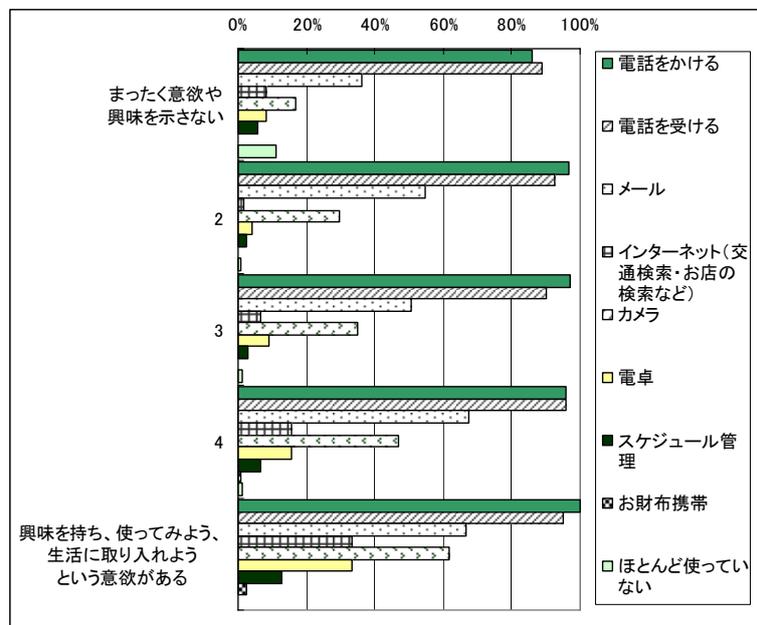
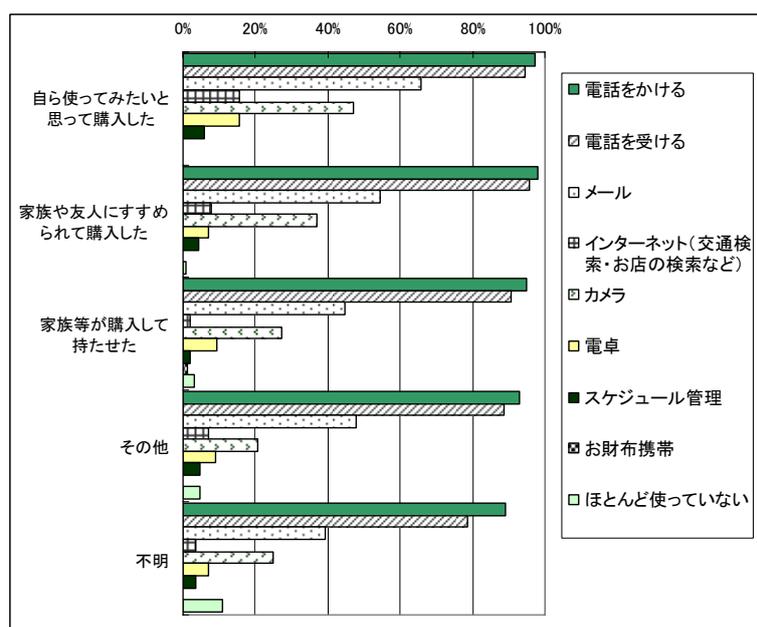


図 3.1-23 興味の高さ別 携帯電話で利用している機能（複数回答）

- 「自ら使ってみたいと思って購入した」人も、利用範囲が広く、メール利用者は60%を超え、インターネット利用者は15%であった。



- メール、カメラは60歳未満の低年齢層の女性を中心に浸透している(80.6%、56.9%)。インターネットは女性では60歳未満では15.3%であるのに対し、60代以降は6%未満となる。男性では、70歳以上になると、メール、インターネットの利用率が下がる。

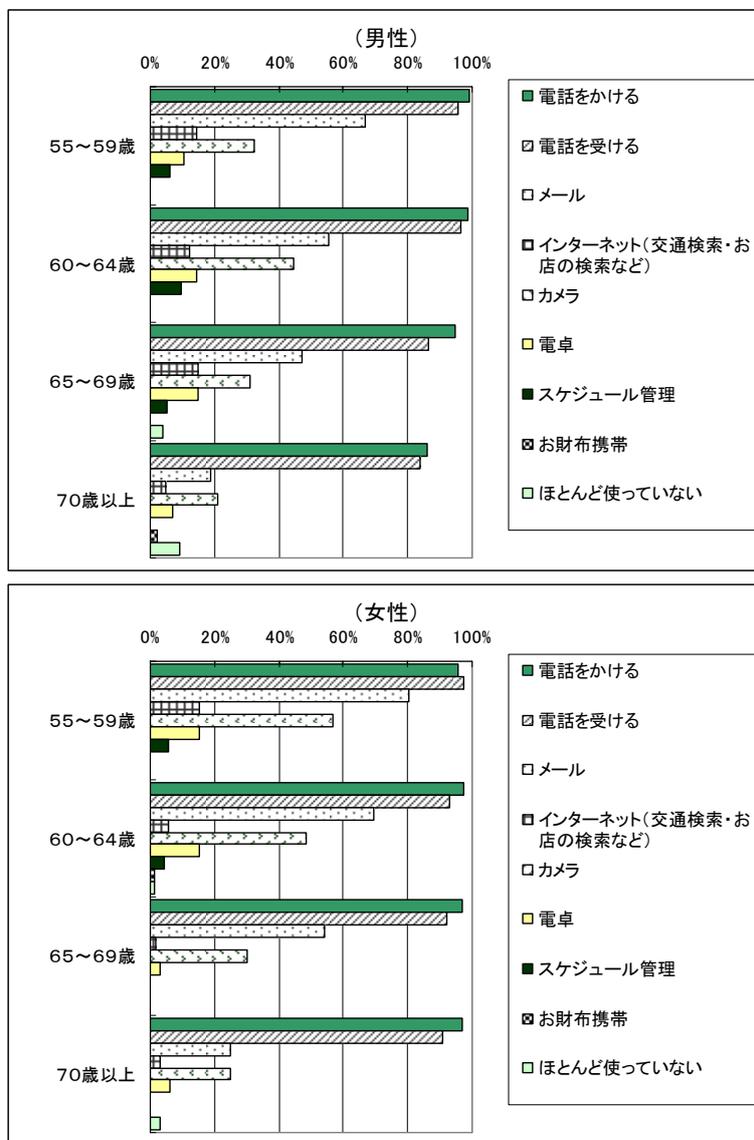


図 3.1-24 性・年齢別 携帯電話で利用している機能(複数回答)

D:通話以外の機能を利用しない理由

- 通話以外の機能を利用していない人について、利用する機能が通話に限定されている理由を問うと、「必要がない」「メール等の相手がいない」という理由が男女ともに年齢とともに増える。また、女性では、「使い方がわからない・操作が難しい」という回答が多く、年齢とともに増加する（70歳以上では80.0%）。また、70歳以上の高齢者では、「仕組みがわからないので不安」という回答が他の層よりも多い（全体平均9.5%に対し20%以上）。

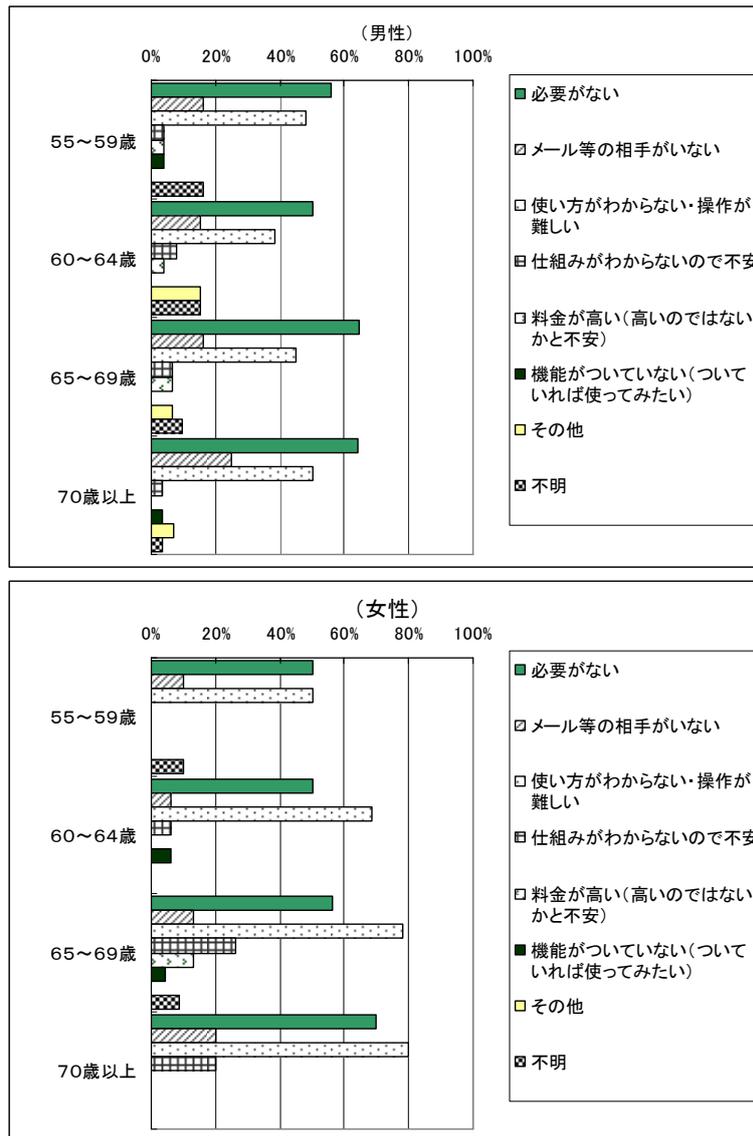


図 3.1-25 性・年齢別 通話以外の機能を利用しない理由（複数回答）

- もともと就業していない人（70.0%）、家族が購入して持たせた人（71.4%）は、「使い方がわからない・操作が難しい」ということが障壁になっている。また、家族が持たせた人は「仕組みがわからないので不安」という回答が他の層よりも多い(23.8%)。

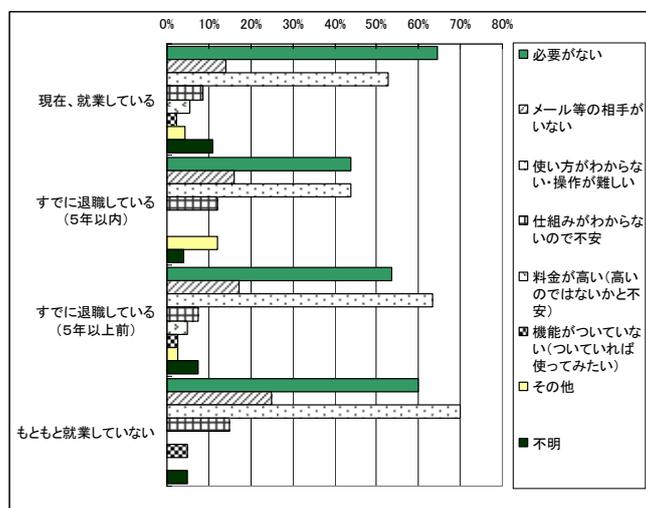


図 3.1-26 就労状況別 通話以外の機能を利用しない理由（複数回答）

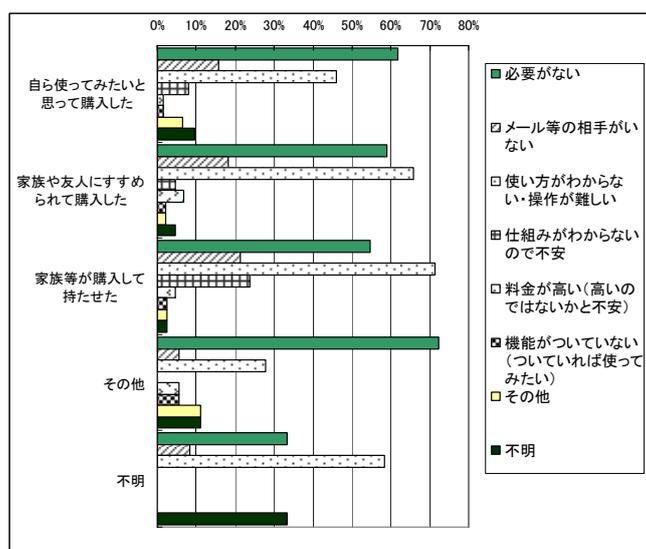


図 3.1-27 携帯電話を持ったきっかけ別 通話以外の機能を利用しない理由（複数回答）

このほか、「性・年齢別」「就労状況別」「社会参加状況別」「興味の高さ別」に見た、「所有状況」「携帯電話を持たない理由」「携帯電話を持つきっかけ」「(自分で購入した場合の)購入理由」「機能の利用状況」「通話以外の機能を使わない理由」「携帯電話の用途」についてまとめたものを表 3.1-8 に示す。また、単純集計表およびクロス集計表を資料 3 に示す。

表 3.1-8 クロス集計結果の概要

	属性(年齢、性別)	就労状況	社会参加状況	新しいものへの姿勢	持つきっかけ
所有状況	<ul style="list-style-type: none"> 60歳代では所有している人が大半を占めるが、70歳代では所有していない人のほうが多い。 男性のほうが所有率が高い。 	<ul style="list-style-type: none"> 就業している人、5年以内に退職した人は所有率が高い。 	<ul style="list-style-type: none"> 社会参加の状況からは傾向が見えない。 	<ul style="list-style-type: none"> 新しいものへの興味が低い人は所有している割合が低い。 	---
持たない理由	<ul style="list-style-type: none"> 年齢、男女問わず必要ないと思っている割合が高い。 女性のほうが、操作が難しいと感じる人が多い。男性は年齢が高いほど操作が難しいという回答が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> (特に目立った傾向はみられなかった) 	<ul style="list-style-type: none"> (特に目立った傾向はみられなかった) 	<ul style="list-style-type: none"> 新しいものへの興味が低い人ほど、必要ないと考え、興味が高い人のほうが、操作が難しい等の理由をあげている。 	---
持つきっかけ	<ul style="list-style-type: none"> 男性のほうが自ら購入する割合が高い。 年齢が高いほうが自ら購入する割合が低い。 	<ul style="list-style-type: none"> もともと就業していない人は家族が持たせる割合が高い。 	<ul style="list-style-type: none"> (特に目立った傾向はみられなかった) 	<ul style="list-style-type: none"> 新しいものへの興味がある人は、自分で購入する割合が高い。 	---
購入の理由	<ul style="list-style-type: none"> 男性は仕事のため、女性は家族との連絡のためという割合が多い。 興味があったからという割合は女性のほうが高い。 	<ul style="list-style-type: none"> 就業している人は仕事のため(約70%)、していない人は家族の連絡用。 	<ul style="list-style-type: none"> NPO等の活動をしている人のうち、活動を購入理由にあげている人は約30%。 	<ul style="list-style-type: none"> 新しいものへの興味が強い人のほうが、興味があったという理由をあげている。 	---
利用状況	<ul style="list-style-type: none"> メールの利用は60歳未満の女性は約80%。60歳代後半で男女とも約半数、70歳代は25%以下。 インターネットは、60歳以上の女性はほとんど使わない。 カメラは65歳未満の女性は半数が利用。 	<ul style="list-style-type: none"> 就業している人、5年以内に退職した人はメール、インターネットその他利用範囲が広い人が他よりも多い。 	<ul style="list-style-type: none"> (特に目立った傾向はみられなかった) 	<ul style="list-style-type: none"> 新しいものへの興味が強い人は、幅広く利用している。 	<ul style="list-style-type: none"> 自ら購入した人は幅広く利用している。
通話以外の機能を使わない理由	<ul style="list-style-type: none"> 年齢が高いほど、必要ない、メール等の相手がいないという回答が多い。 65歳以上の女性は、操作が難しいが約80%で必要ないを上回る。仕組みがわからないので不安も他の層よりも多い。 	<ul style="list-style-type: none"> もともと就業していない人、5年以上前に退職した人は「操作が難しい」という回答が多い。 5年以内に退職した人は必要ないという理由をあげる人が少ない。 	<ul style="list-style-type: none"> NPO等の活動をしている人は、仕組みがわからないので不安という理由をあげる割合が高い。 	<ul style="list-style-type: none"> 興味の弱い人は、メール等の相手がいないという理由をあげる割合が高い。 興味が強い人のほうが仕組みがわからないので不安が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> 家族が持たせた人ほど、難しい、仕組みがわからないので不安という回答が多い。
用途	<ul style="list-style-type: none"> コミュニケーションのため、70歳以上の女性では100%。 	<ul style="list-style-type: none"> 就業している人の7割が就労用、就業していない人は100%がコミュニケーション用。 	<ul style="list-style-type: none"> NPO等の活動をしている人の半数が、活動用。 	<ul style="list-style-type: none"> 新しいものへの興味が強い人は、インターネットによる情報入手にも積極的。 	<ul style="list-style-type: none"> 自ら購入した人のうち仕事に使っている人は半数。情報入手、記録への利用も他の群よりも多い。

3) 仮説の検討

携帯電話の利活用の阻害要因、利用促進要因に関する仮説を検討するため、携帯電話を所有状況で二分して分析を行った。携帯電話を持っていない層については、持たない理由として「必要がない」と回答した人の背景情報を把握した。また、携帯電話を持っている層については、通話のみ利用している層と通話以外の機能を利用している層の背景情報や特徴の比較を行った。

ア) 携帯電話を持つことについての阻害要因

携帯電話を持っていない人 265 人のうち、約 75% の 200 人が必要ないという理由をあげている。このような調査対象者の背景情報として、世帯構成、就労状況、社会参加状況、コミュニケーションや外出の頻度、新しいものに対する興味、ICT の利活用状況を調べたところ、次のような特徴が明らかとなった。

表 3.1-9 携帯電話を持つ必要がないと考える層の特徴

項目	特徴
年齢・性別	性別を問わず、70 歳以上の占める割合が高い。
世帯構成	(回答者の大半が子どもと同居しているため) 世帯構成そのものに大きな特徴はないが、「必要ない」と回答している層は子どもが ICT 機器全般の購入や利用を日常的に手伝えることは少ない。
就労状況	5 年以上前に退職、あるいはもともと就業していない人が多い。
社会参加状況	社会参加状況による特徴は見られない(全体に社会参加の頻度が低い)。
コミュニケーションや外出の頻度	必要ないと回答する層は、散歩、買い物、食事などのための外出の頻度は高く、他の層との差はないが、コミュニケーションの頻度は低い。
新しいものに対する興味	新しいものに対する興味は低い。
ICT 利活用状況	ICT の用途については、あまり知らず利用もしていない。

以上より、「必要がない」と考える背景として、就業や社会参加等の ICT との接点を持たず、子どもからの ICT 機器の購入や利用に関する日常的な支援がないことから、ICT の用途や利便性、自分の生活における利便性を知る機会がないということ、また新しいものに対する興味や意欲が高くないことから、積極的に知ろうとする姿勢が出てこないということがうかがえる。

イ) 利活用範囲の拡大に関連する要因の検討

携帯電話を持っている人 535 人のうち、通話のみの利用に限定されている層およびほ

とんど使っていないと回答している層（188人）と、メールやインターネット機能等を利用している層（51人）を取り上げ、属性や特徴をそれ以外の層とも比較し、利活用範囲の拡大に影響する要因について検討した。

表 3.1-10 利用する機能の範囲による特徴の比較

項目	通話のみに限定	メールとインターネットを利用
年齢・性別	性別を問わず、年齢が高いほど割合が高くなる。	70歳未満の男性が全体の6割以上 女性は大半が60歳未満。
世帯構成	子どもと同居している割合、ICT機器利用の支援状況ともに、他の層と同等。	80%が子どもと同居。 子どもがICT機器利用を支援している割合が90%以上。
就労状況	他の層と比べて大きな差異はない。	70%が現在も就業している。 職種は会社勤務・経営が6割。
社会参加状況	他の層と比べて大きな差異はない。	他の層と比べて大きな差異はない。
コミュニケーションや外出の頻度	他の層と比べて大きな差異はない。	コミュニケーション頻度は比較的高い。外出頻度は他の層と比べて大きな差異はない。
新しいものに対する興味	興味が高いグループ（レベル4または5）の割合が少し低いが、大きな差異はない。	7割近くが、興味がやや高い～高い。
ICT用途の認知と利用	他の層と比べて大きな差異はない。	多様な用途について、「知っている」「利用している」割合が他の層に比べて高い。
携帯電話購入のきっかけ・目的	他の層と比べて大きな差異はない。	7割が自ら購入、目的は家族との連絡用、仕事の連絡用が中心。

以上より、携帯電話の通話以外の機能を利用していない層には目立った特徴は見られませんが、メールやインターネットを利用している層は、子どもによるICT機器利用の支援の割合が高く、現在も就業しており職種は会社勤務が多いこと、新しいものへの興味が高く、ICTの用途を知っており利用している割合が高いこと、携帯電話を自ら購入した割合が高いことがわかる。会社勤務により、最新のICT技術との接点があり、また利用に際して周囲の支援が受けやすいことが想定されることから、携帯電話の使いこなしに影響を与える要因としては、ICTの用途に関する知識、新しいものへの興味の高さ、子どもによるICT機器利用の支援が大きいことがうかがえる。

4) 高齢者像の抽出

3) における検討結果を踏まえ、ウェブアンケートのデータの中から携帯電話の所有・使いこなしにおいて特徴的な人物像を抽出した。

携帯電話の所有については、携帯電話を持たない理由として「必要ない」と考えている代表的な高齢者像のうちの1例を抽出した。また、同様の属性を持ちながら、携帯電話を所有している高齢者像についても抽出した。抽出した高齢者像を表 3.1-11 に示す。

表 3.1-11 携帯電話の所有に関する高齢者像の抽出

項目	必要ないと考えた高齢者像	利用している高齢者像
年齢・性別	70歳代、男性	70歳代、男性
世帯構成	配偶者はいないが、子どもと同居、ただし、子どもが ICT 機器の購入や利用を手伝うことはない。	同居している子どもが ICT 機器使用について手伝う。
就労・社会参加状況	5年以上前に退職（もとは会社勤務）、現在社会参加活動は特にしていない。	5年以上前に退職（管理職、経営等）、現在社会参加活動はサークル程度（週1回）。
コミュニケーションや外出の頻度	コミュニケーションの頻度は低い。外出は比較的する。散歩、買い物、食事など。	コミュニケーションの頻度は電話・携帯電話を週数回。
新しいものに対する興味	新しいものに対する興味は低い。	新しいものに対する興味はやや高め。
ICT 用途の認知と利用	ICT の用途については、ほとんど知らない。	ICT の用途については、知っており検索等は自分です。買い物はしたいと思わない。
携帯電話所有・利用の状況など	携帯電話を持っていない。必要ないと考えている。	携帯電話は自分で購入したが、メール、インターネットは使っていない。

携帯電話の使いこなしについては、メールやインターネットを利用している代表的な高齢者像のうちの1例を抽出した。また、同様の属性を持ちながら、利用機能が通話のみに限定されメールやインターネットを利用していない高齢者像についても抽出した。ここでは、新しいものに興味がなく ICT 機器利用の必要がないと考えており利用範囲が拡大していないタイプ（高齢者像（1））および、パソコンを活用しているために携帯電話でのメール、インターネットを利用していないタイプ（高齢者像（2））の事例を抽出した。

表 3.1-12 携帯電話の使いこなしに関する高齢者像の抽出

項目	メールやインターネット を利用している 高齢者像	メールやインターネット を利用していない 高齢者像（1）	メールやインターネット を利用していない 高齢者像（2）
年齢・性別	50歳代後半 女性	50歳代後半 女性	50歳代後半 女性
世帯構成	配偶者、子どもと同居。 子どもは ICT 利用を支援。	配偶者・子どもと同居。 子どもは ICT 利用を支援。	ひとり暮らし。 子どもによる ICT 利用支援はない。
就労・社会参加 状況	パート勤務。 カルチャースクールに 週 1 回程度。	就労経験がない。 カルチャースクール等 に参加していない。	自営業。 カルチャースクールに 週 1 回程度。
コミュニケーションや外出 の頻度	コミュニケーションの 頻度はあまり高くない。 【週 1～月 1 回】 パソコンでの電子メール は使っていない。	コミュニケーション、外 出の頻度は低い。 パソコンのメールや FAX 等も利用していない。	パソコンメールを週数 回程度。
新しいもの に対する興味	新しいものに対する興 味は中程度。	新しいものに対する興 味は低い。	新しいものに対する興 味は高い。
ICT 用途の認 知と利用	ICT の用途については、 幅広く知っている。一部 利用。	ICT の用途はひととお り知っているが利用し たいと思っていない。	ICT の用途については、 幅広く知っており利用 している。
携 帯 電 話 所 有・利用の状況 など	携帯電話は自分で購入、 家族連絡と興味があっ たから。 メールやインターネット も利用。	携帯電話は自分で購入、 家族との連絡用。 メールやインターネット は利用していない。理 由は必要がない、相手 がいないから。	携帯電話は自分で購入、 興味があったから。 メールやインターネット は利用していない。

このようにして抽出した高齢者像は、実在の高齢者像の概観を把握したものである。さらに、後述のフィールド調査結果から得られる高齢者像から得られる詳細かつ具体的な記述を加えることによって、より実態に即した高齢者像の把握が可能となる。

(2) 携帯電話教室受講者へのアンケート調査

高齢者に対する携帯電話の利活用を促進するための活動として、高齢者向けの携帯電話教室がある。例えば、NTT ドコモ株式会社がドコモショップで実施する電話教室があるが、高齢者が主体で活動している NPO 団体等においてもボランティア活動として展開されている。

このような教室を受講する高齢者は ICT を利活用しようとする意欲が高いものの、リテラシーは高くないという属性であることが推察される。そこで、このような属性や意識の把握を目的としてアンケート調査を実施した。

(ア) 調査概要

調査対象は、いちえ会³主催の携帯電話教室の受講者 18 名とし、以下の項目に関する自記式調査票を作成し、直接配布・回収（一部は郵送回収）を行った。調査は 2007 年 1 月 25 日に実施した。調査項目を表 3.1-13 に示す。

表 3.1-13 携帯電話教室におけるアンケート調査項目

項目	具体的な内容
属性	年齢・性別 子どもとの交流頻度
職業や地域活動等への参加状況	職業の有無・介護の有無 地域活動、コミュニティ等への所属と活動頻度
コミュニケーション性格・傾向	コミュニケーションの状況 新しいものに対する興味・姿勢、こだわりの強さ、教わる／教える傾向
ICT 用途の浸透度	ICT 用途の浸透度、利用状況
携帯電話利用状況	携帯の所有状況、携帯の使用状況
教室参加の感想	参加のきっかけ、具体的な目的・期待、今後の利用意向 やってみいたいこと、不安や問題点

³ いちえ会は、シニア向けパソコンオンラインサークルであり、シニア向けパソコン講座などを開講している。 <http://www.ichiekai.net/home/>

(イ) 調査結果概要

調査結果の概要を以下に示す。各グラフの横軸は人数となっている（図 3.1-36 のみ割合）。アンケート調査の集計表は資料 4 に示す。

- ・ 回答者の 4 割以上が 70 歳以上と高齢だが、NPO・地域コミュニティ・ボランティアなどの組織活動や同好会・サークル活動および稽古事などへの参加が活発な回答者層（問 6）であった。

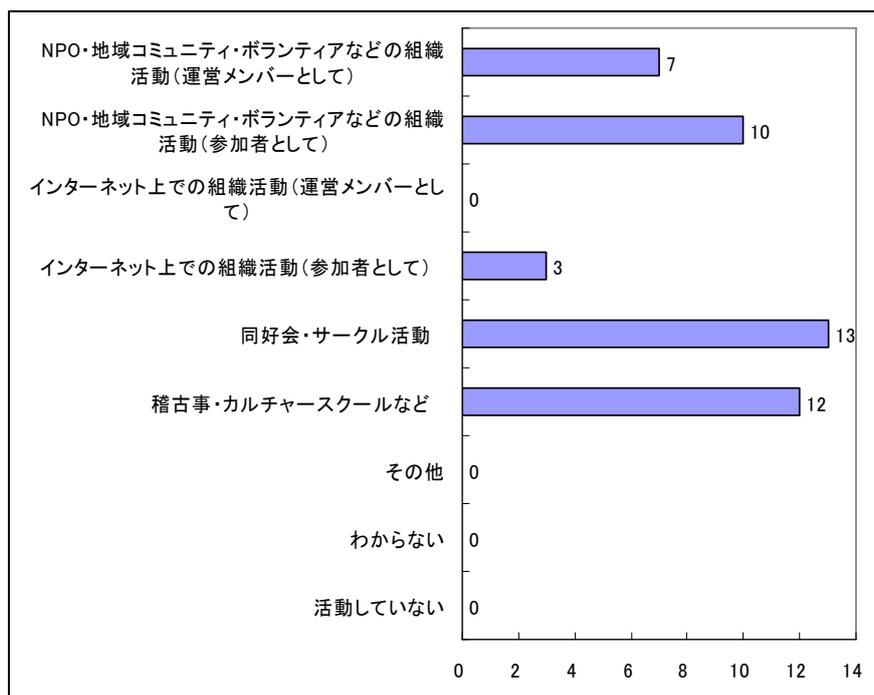


図 3.1-28 現在参加している活動（複数回答）

- ・ 新しいものに対する興味や意欲が強い傾向にあり、複雑な機器やサービスの使い方を教えたり、教わったりすることに抵抗がない（問 8、問 10、問 11）

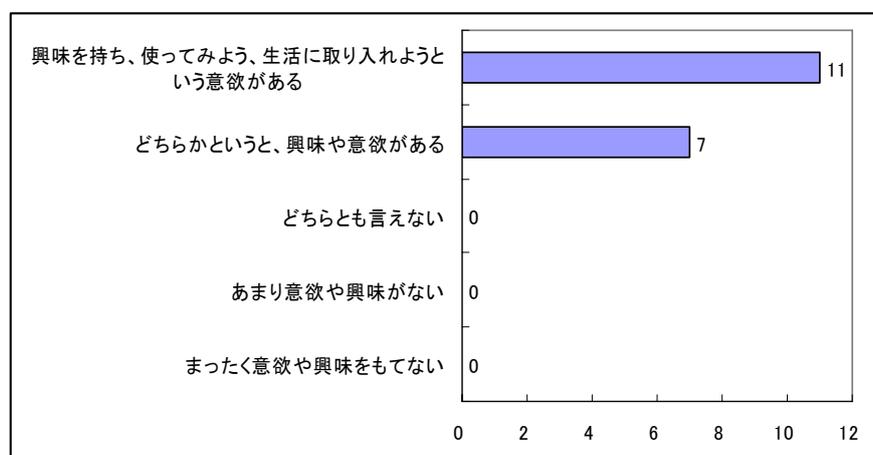


図 3.1-29 新しいもの（製品、サービス、娯楽など）に対する意欲や姿勢

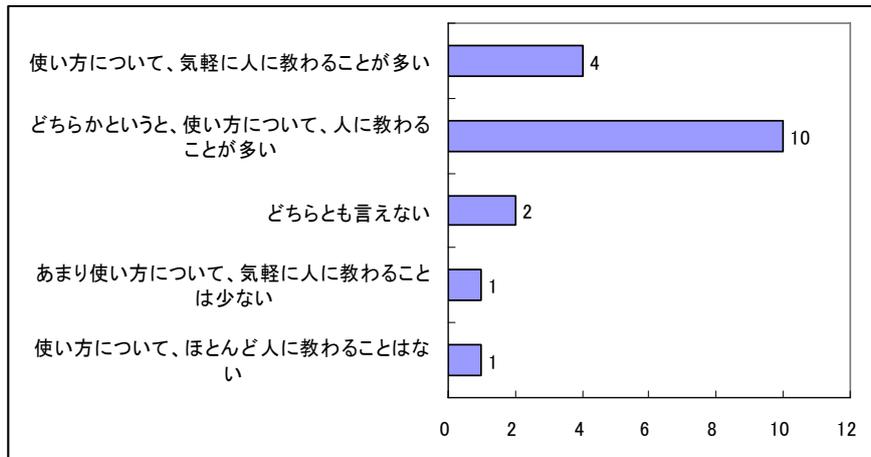


図 3.1-30 複雑な機器やサービスの使い方を人に教わる割合

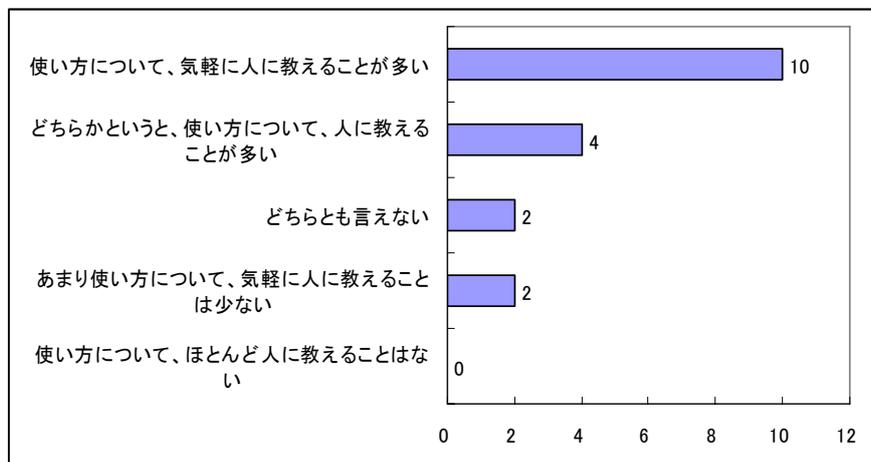


図 3.1-31 複雑な機器やサービスの使い方を人に教える割合

- 回答者のほぼ全員が携帯電話を所有している（問 12）。所有者のうち自ら使ってみたいと購入した回答者と、周囲の薦めや持たされた回答者とはほぼ半数となった（問 12-1）

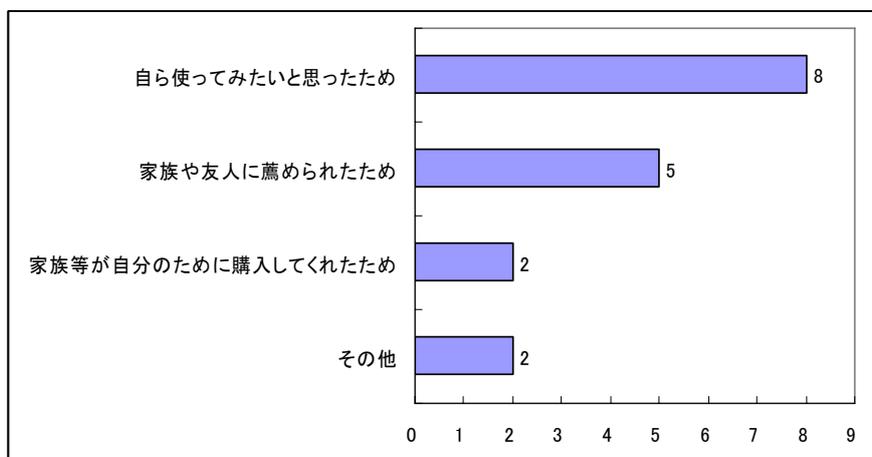


図 3.1-32 携帯電話を持つようになったきっかけ

- ・ 携帯電話の普段の利用方法は、通話・メール・カメラが大半であり、スケジュール管理・電卓(4名)、インターネット(1名)、GPS(1名)となった。おサイフケータイや音楽プレイヤーを利用している人はいなかった(問 12-2)

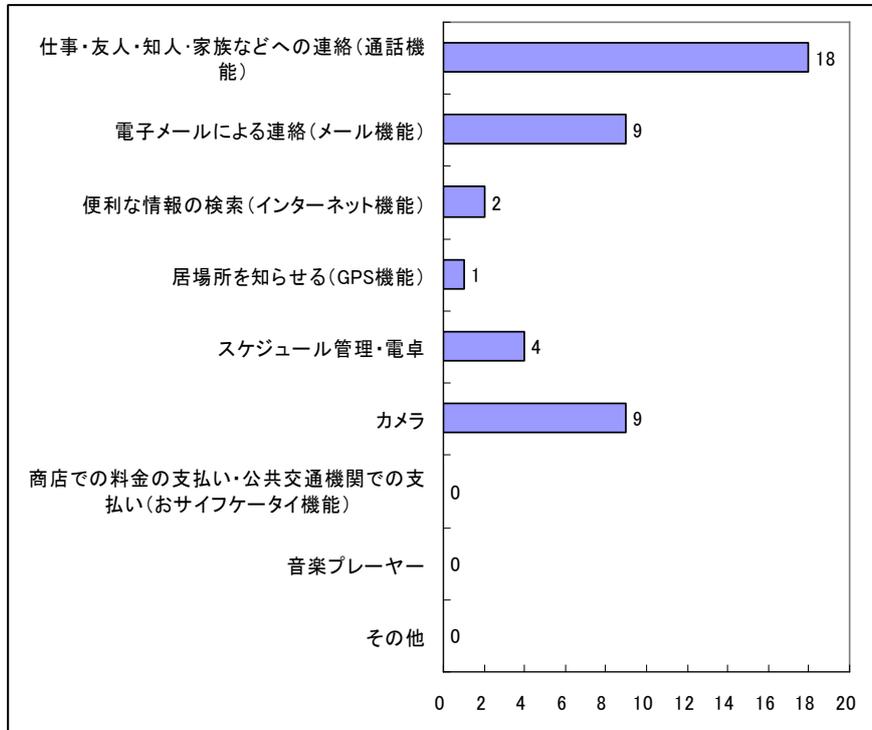


図 3.1-33 携帯電話の普段の利用方法(複数回答)

- ・ 所有者のうちほとんどが携帯電話をあまり使いこなしていないと感じており(14名)、全然使いこなしていないと感じる人(3名)もいた(問 12-3)

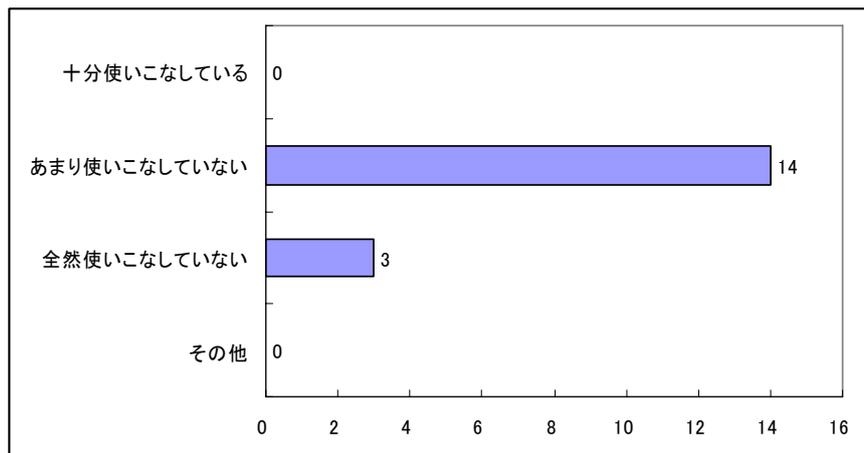


図 3.1-34 携帯電話を使いこなしているかどうか

- ・ 携帯電話を持たなかった理由については必要がない(4名)が最も多いが、大半が無回答(10名)であった(問12-4)

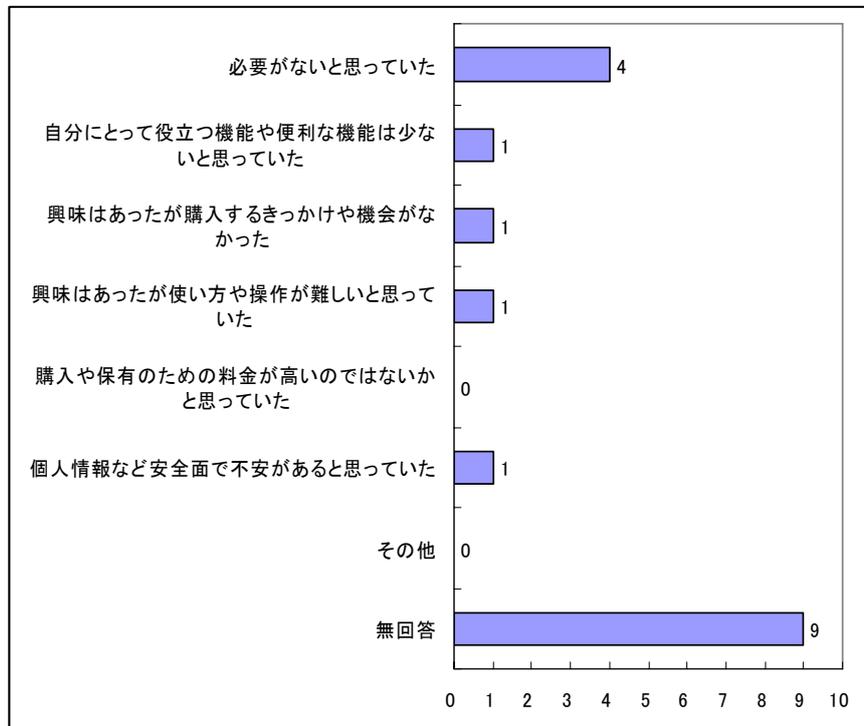


図 3.1-35 携帯電話を持っていない理由(現在持っている場合には、持っていなかったときに抱いていた気持ち)

- インターネット機能として、実際に利用されている割合が高い機能は「経路探索・料金検索」(10名)、「電車・航空機チケット・宿泊施設の予約」(10名)、「公共機関や企業などのサービス・場所の情報」(11名)、「インターネット通信販売」(8名)である。知っているが利用したいと思わない機能として割合が高いのは「銀行口座の残高確認や振込」(9名)、「通信販売」(7名)であった。

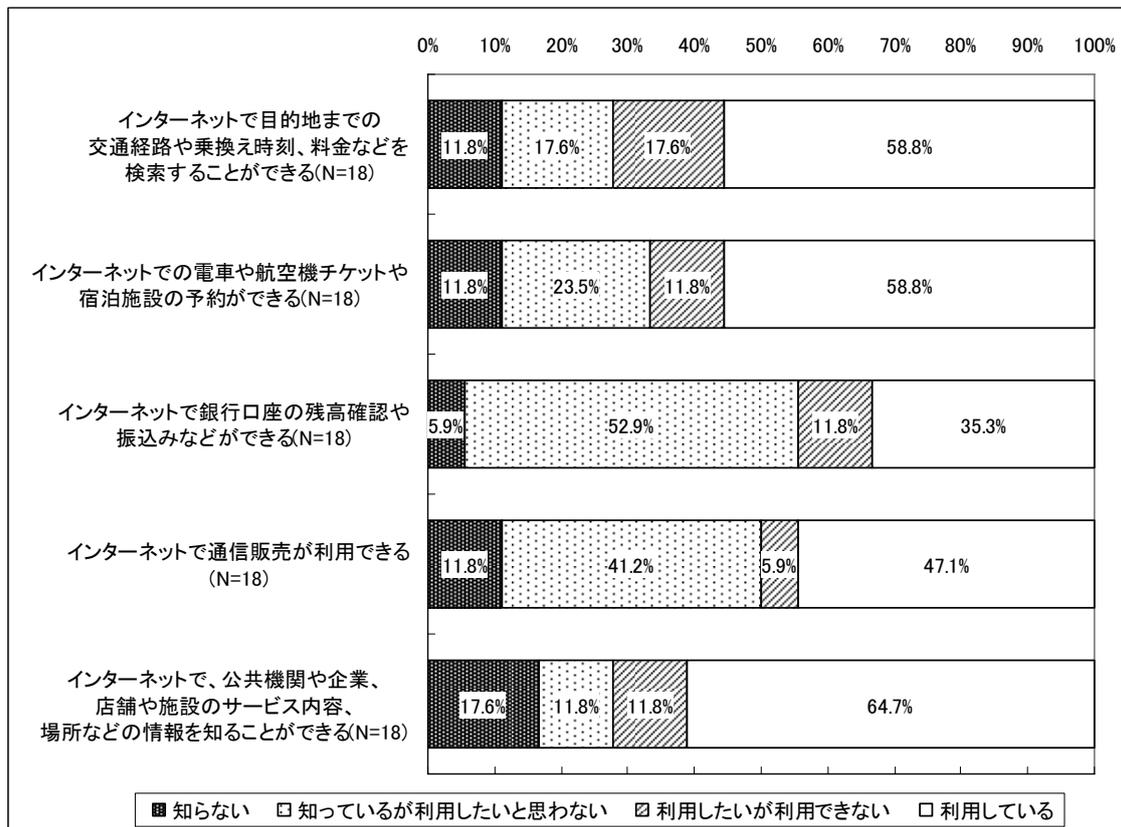


図 3.1-36 インターネット機能の認識と利用度

- ・ 今後利用してみたい携帯電話の機能として割合が高いのは「カメラ」(11名)、「音楽プレーヤー」(11名)、「スケジュール管理・電卓」(9名)、「おサイフケータイ」(7名)であり、割合が低いのは「GPS機能」(5名)、「インターネット検索」(4名)であった。

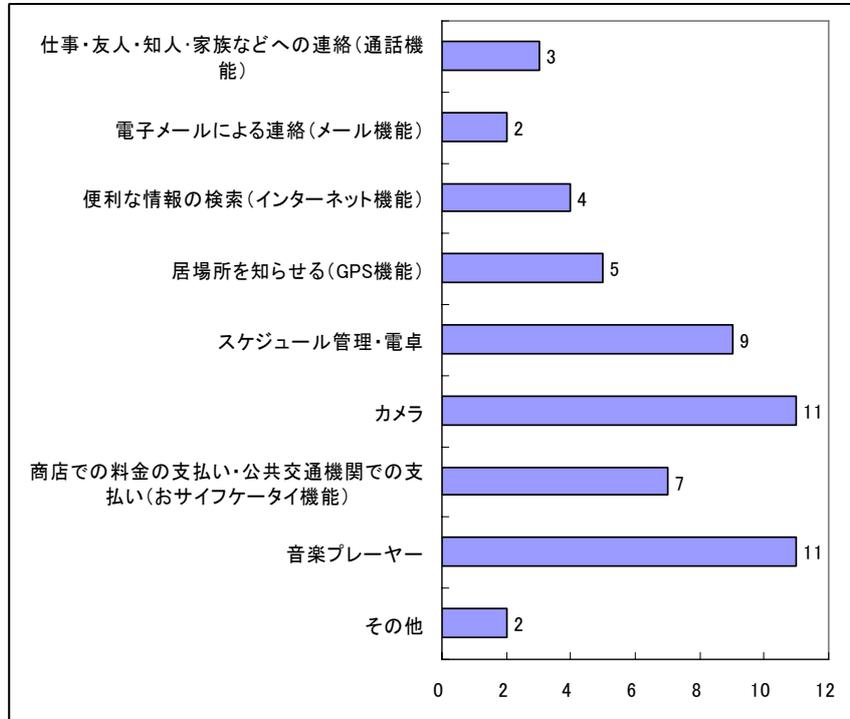


図 3.1-37 今後利用してみたい携帯電話の機能 (複数回答)

- ・ 携帯電話教室参加への満足度は非常に高く、今後の利活用の幅を広げていきたいという意欲的な意見が多かった (問 16)。携帯電話教室参加へのきっかけとして「モブログをやりたい」「携帯電話教室を開設したい」といった意欲的な参加者もいた (問 14)。

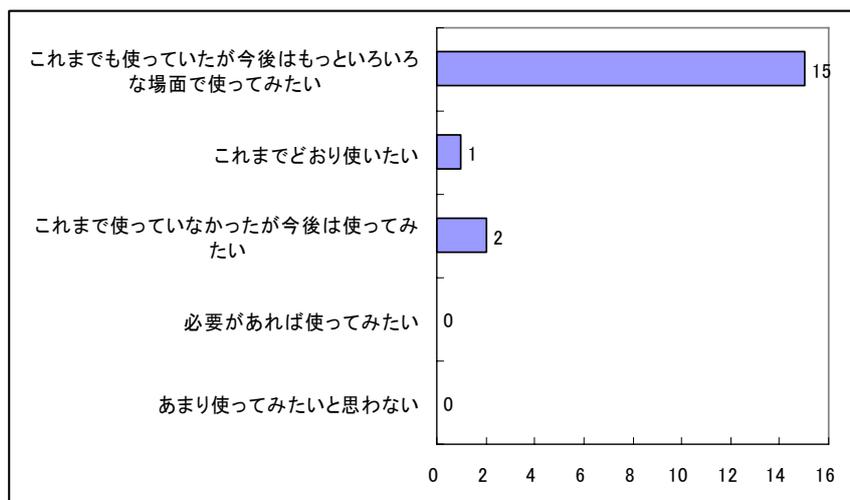


図 3.1-38 携帯電話教室への満足度

(ウ) まとめ

今回協力いただいた携帯電話教室の結果を総覧すると、受講者は、パソコンサークルのメンバーであり ICT リテラシーは比較的高いグループであったが、携帯電話教室に対するニーズやその効用が高いことが改めて把握できた。

多くの回答者が現在、携帯電話の通話、メールやカメラ機能を使っているが「十分使いこなしていない」と考えており、受講後はスケジュール管理・電卓、カメラ、音楽プレーヤーといった機能を試してみたいと考えている。つまり、参加者の受講前の「学びたい」という意欲が、実際の受講によって「操作」を獲得することで、利活用に対する不安や疑問を解消し、今度は自身で応用してみたいという「意欲」につながり、利活用に対する好循環を形成しているものと推察される。また、実際の会場では、「相互に学びあうこと」を楽しんでいる高齢者の雰囲気が観察された。

その一方で、自由記述意見などでは費用面での不安を訴える声もあり、その傾向は図 3.1-36 のインターネット機能の利活用状況にも現れていた。費用面への不安は、リテラシーとは関係なく、高齢者全般の意識として存在していることがうかがえた。