

# 高齢者のメディア環境に関する基礎的研究

—— 余暇活動との接点の構築 ——

林 香織\*

## 要 約

本研究は、高齢者にとってのメディア環境を整理し、高齢者自らが情報発信することによって、地域コミュニティとの接点を持つことが可能かどうかを検討する。なお、本研究における高齢者は60歳以上の年齢層と定義する。

高齢者は情報弱者ではなく、むしろ退職によって得た時間的ゆとりを、アクティブな余暇活動や情報探索によって満たしていることがわかった。積極的に余暇活動を行うことと、高齢者が活動報告を行い情報を発信する接点として、ながれやまゴーヤクラブのFacebookページに着目できることを指摘した。そこでは活動報告や、それに付随したニュースの生成を、高齢者が自発的に、しかも活発に行っていることを見出した。今後は、余暇活動にアクティブな層のメディア利用実態を解明していくことが必要となる。

キーワード：高齢者、メディア利用

## はじめに

本研究は、高齢者にとってのメディア環境を整理し、高齢者自らが情報発信することによって、地域コミュニティとの接点を持つことが可能かどうかを検討する。

2014年11月現在の日本の総人口1億2,709万人に占める65歳以上の割合は、26.0%（およそ3,300万人）となり、超高齢化社会をむかえ<sup>(1)</sup>、こうした社会が抱える問題についての検討がなされている。

メディア利用の観点からみれば、現代社会の人々は、情報行動をメディアに頼らざるを得ない。インターネット利用人口やSNS利用者が年々増加しているが、高齢者はそこから取り残されているといった文脈で語られることが多い。近年は、自治体が開催する高齢者向けのパソコン教室や、電話会社が行うスマートフォンの使い方講習が開

かれ、高齢者のメディアリテラシー向上に努めてきた。しかし、インターネットが持つ本質はSNSに代表されるような、情報を伝達するだけでなく、コミュニケーションツールとして双方向に情報をやりとりすることにあると考えられる。その意味で、高齢者のメディア利用は非常に受け身で、与えられた情報を探索し、受け止めるところに留まっている感がある。コンテンツとして、自分が持ち合わせている知を、情報として発信していくことで、地域コミュニティとの接点を作っていくことができないだろうか。

そもそも、地域コミュニティや、市や区の審議会の委員などを引き受けているのは、定年退職後の世代が多く、活発な意見交換がなされている。地域を考えていくうえで参考になる意見、人生の諸先輩方のアドバイスは非常に有効であるが、対面のコミュニケーションでしか、そうした知を受け取れない、といった現状を打開する必要がある。高齢者は自分たちが培ってきた知を、自ら積極的に発信しようとはしない傾向にある。使い方というリテラシーだけでなく、情報が有益な価値を生む実感を持ってもらうことも必要だと考えられ

2014年11月30日受付

\* 江戸川大学 マス・コミュニケーション学科専任講師  
社会学, コミュニケーション学, メディア論

る。本稿では、そのための仕掛けづくりについて検討していきたい。

なお、情報行動や Information and Communication Technology (ICT) の利用に関して、60歳を境目として、利用行動が変化する傾向にある。これは、インターネットや携帯電話のビジネスツールとしての利用側面が影響を与えており、60歳の定年退職を一つの節目として考えることができる。そのため本稿では、「高齢者」を60歳以上と定義することとする。

## 1. 研究背景

平成25年度通信利用動向調査結果<sup>(2)</sup>によると、日本におけるインターネットの人口普及率は82.8%となっており、60歳以上の利用率も年々増加している(図1)。また、携帯電話とスマートフォンの世帯普及率はそれぞれ94.8%、62.6%で、情報通信機器の普及状況は高いといえる。

図2は、情報通信機器の普及状況を個別にみた

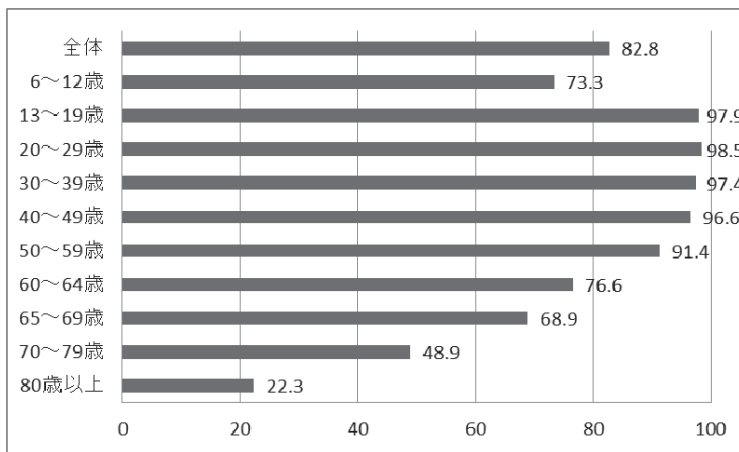


図1 年齢層別インターネット利用率の推移 (%)

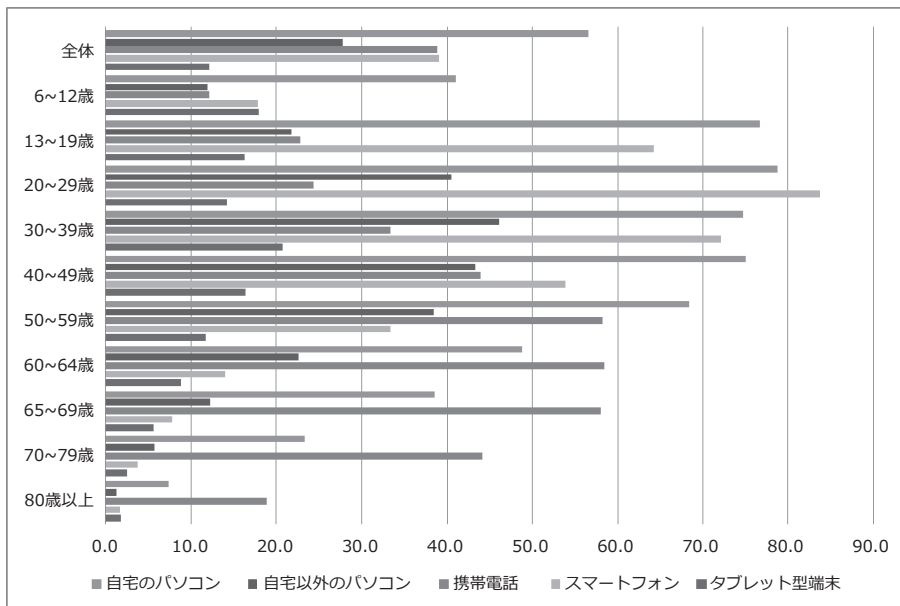


図2 主な情報通信機器の普及状況 (%)

ものである。6～49歳代の各年齢階層ではスマートフォンの普及率が携帯電話を上回っているが、それ以上の年代では携帯電話の普及率が高く、80歳以上の年齢でも18.8%は所有している（同掲）。また、若年層がタブレット端末に移行している傾向がみられるのに対し、高齢者層では自宅のパソコン所有率が高い。これより、60歳代以上の情報行動は、自宅でのパソコン利用と携帯電話によって行われていることがわかる。また、2014年シニア層のスマートフォンに関する調査結果<sup>(3)</sup>によると、60歳以上のスマートフォン所有率は27.6%であったが、前年に比べ4.4%増加しており、なおかつ、現在スマートフォンを利用している層は、新しく購入する際もスマートフォンを購入すると回答している割合がおおよそ8割にのぼる。現在フィーチャーフォンを利用している人の4割は買い替え時もフィーチャーフォンを選ぶとしているが、3割弱が格安スマートフォンやシニア向けスマートフォンなども含めて、スマートフォンへの買い替え意向を示していて、興味の高さが伺える。

次に、本研究で着目するICT利用としてのSNS利用状況を確認していく。図3はソーシャルメディアの利用率を示したものである（同掲）。個人におけるソーシャルメディア利用率は42.4%であるが、若年層の利用率が半数を超えるのに対し、高齢者層では利用率が低い。しかし、特徴的

なのは、SNSの利用目的である。若年層は「従来からの知人とのコミュニケーション」「ひまつぶし」の利用が多いのに対し、高齢者層では「知りたい情報を探するため」「ボランティア活動や社会貢献活動をするため」「災害発生時の情報収集・発信のため」の利用者が多い。高齢者層では、SNSはコミュニケーションツールというよりも、むしろ地域に密着した身近な情報を仕入れるためのメディアとして活用されていることの現れだといえる。

このように、高齢者層においてもICT利用が増加している。しかし、コミュニケーションツールとしてよりもむしろ情報を受け止めるといった側面が垣間見られる。

## 2. 先行研究の整理

高齢者のメディア利用に関する研究は、社会学、社会情報学を中心に行われてきたが、基本的なスタンスとして、高齢者＝弱者とみるものが多い。そのため、高齢者のICT利用を促進するための問題解決方法を模索している研究が多くみられる。

まず若年層で利用者が急増しているスマートフォンだが、高齢者層での利用率は低い。この理由をユーザービリティの評価という観点から調査した結果、以下のことが見出されたという（豊田ら、2012）。①意図しない画面に突然遷移する。②ユ

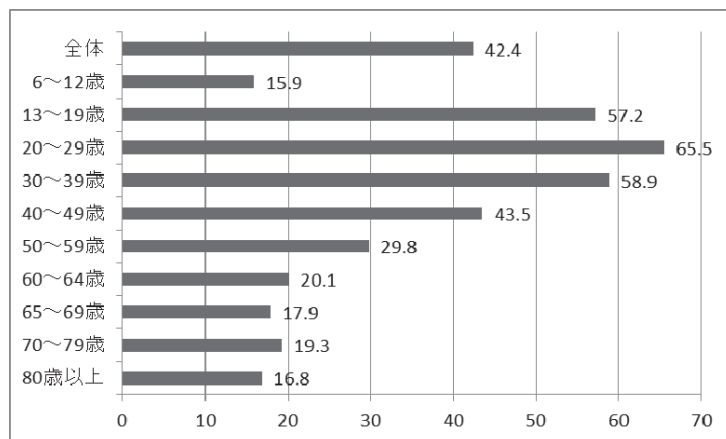


図3 ソーシャルメディアの利用率 (%)

ユーザー自身が想定したキーが見当たらない。③タップ操作がうまく行えない。フィーチャーフォンやパソコンの操作ができる高齢者でも、スマートフォンにおけるフリック操作には難が見られることを指摘している。実際に各社から発売されているシニア向けスマートフォンの特徴を見ていくと、「触れる」「押す」の違いを明確化するために、画面をタッチする感覚があるものや、大きな文字表示、ボタン1つで簡単操作できることを売りしているものが多い。高齢者＝操作面における弱者という問題設定から、それを解決しようと試みることの現れといえる。

また、高齢者がウェブを利用する際の、情報検索には特性があり、「複数回間違ったページを閲覧する」「検索語の設定が困難」「ページ判断に時間を要する」ことが明らかになっている（稲垣ら,2012）。これはまさしく、操作面というリテラシーではなく、情報通信機器を使って知りたいことを知ることができるかといった、情報リテラシー教育の根幹を為す重大な指摘といえる。インターネットの世界には何でもあると誤解している人も多いようだが、何でもある＝何にもないことと表裏一体で、どのようなキーワードで情報を引き出すのが重要かつ、インターネットを使いこなすうえでのテクニックといえよう。機器を操作するだけでなく、こうした情報の集め方や拾い方というスキルを獲得することが、情報リテラシー教育に求められている。しかし、ここでも高齢者＝情報獲得における弱者といったスタンスがとられており、総じて、高齢者を手助けすることで、若年層と同じ使い方ができるまでに導くことを意図し

ているように思われてならない。逆に、高齢者にマッチした使い方を模索する研究は非常に少ない。そこで、本稿では、高齢者を支援するというよりも、発信すべき情報を持ち合わせているのに、その手段を持ち合わせていない高齢者に焦点をあてて、情報発信の場を設定していくための基礎的研究を行っていく。

### 3. 高齢者の余暇活動

まず、高齢者は何にいきがいを見出しているのか、余暇活動の観点から検討していく。レジャー白書2014<sup>(4)</sup>における、50歳代以上の余暇活動参加率が高い種目を表1に示した。

男女ともにどの年代でも1位は国内観光旅行であるが、特徴的なのは50歳代男性には見られない「園芸・庭いじり」が60歳代以上で5位に入ってきていることである。これ以前の世代にこの種目はない。他の余暇活動に比べ、自然を相手にする分、時間が必要だと考えられる。60歳代はライフステージが大きく変化する年代である。退職し、家にいる機会が多くなったことが余暇活動の変化を生む要因だったと考えられる。

時間的なゆとりは、余暇活動の満足度に影響を与える。余暇時間の増減と余暇生活の満足度を見ると、「総じて余暇時間が『増えた』という回答者のほうが『減った』という回答者より満足度が高い」という（同掲）。確かに、人気の余暇活動である、国内観光旅行についても、旅行日数が増えれば満足度が増していることが確認されており、その活動にかかる時間は活動の満足を生む。

表1 余暇活動の性・年齢別参加率上位5種目（2013年）

年代・性別	1位	2位	3位	4位	5位
50歳代男性	国内観光旅行	ドライブ	外食	読書	宝くじ
60歳代男性	国内観光旅行	ドライブ	外食	宝くじ	園芸・庭いじり
70歳代男性	国内観光旅行	ドライブ	ウォーキング	宝くじ	園芸・庭いじり
50歳代女性	国内観光旅行	外食	読書	ウインドウショッピング	ドライブ
60歳代女性	国内観光旅行	園芸・庭いじり	ドライブ	読書	ウォーキング
70歳代女性	国内観光旅行	ウォーキング	園芸・庭いじり	読書	外食

しかし、時間があっても何の活動にあてるか、模索する期間が必要だろう。

レジャー白書 2013<sup>(5)</sup>では、余暇活動をやめる理由とはじめる理由について報告されている。これによると、年齢が高齢化するにしたがって、男女ともボウリング、スキー、ゴルフ、水泳を中心とするスポーツをやめる傾向が強い。逆に、50～60歳代以上でパークゴルフ・グラウンドゴルフなどの簡易ゴルフやボランティア活動、ウォーキングを始める人も多く見られる。やめる理由は施設の閉鎖などハード的側面から、体力的な衰え、健康面の不安、金銭面など複合的なものである。しかし、ライフステージの変化と、年齢とともに余暇活動の切り替え時期が確実に存在していることがわかる。

また、年齢が上昇したのちの余暇活動として注目できるのが「ボランティア活動」である。ボランティアを始めた時の同行者として「サークルやクラブ、団体、同好会」や「近所、町内会」を挙げた人が多い。退職してみると、地域コミュニティ内に誰も知り合いがないことに気が付いたなどという話はよくきくが、ボランティア活動は地域との接点となりうる活動と考えられる。

このように、高齢者の余暇活動は、様々に展開されているだけでなく、非常にアクティブなことが見てとれる。

#### 4. “デジタルシニア” 層にみられる傾向

株式会社電通の研究部門である電通総研は、「ネットやデジタル機器を縦横無尽に使いこなし、生き生きとアクティブなシニアライフをおくる人びと」のことを「デジタルシニア<sup>(6)</sup>」と名付け商標登録している。長尾によると、「デジタルシニア」は、定年退職後の時間的ゆとりを、知的好奇心を満たす活動に費やすことに非常に積極的なのだという（長尾, 2010）。朝刊を読破し、感心を持ったニュースをパソコンを使って検索、情報を収集し、興味関心のあるテーマに対して知的な枠組みを広げていくという。また、こうした「デジタルシニア」は、非常にアクティブで、デジタルを使わな

い層よりも、新しいものの購入や、話題になった場所に実際に足を運ぶ割合も高いのだという。つまり「デジタルシニア」とは、情報に対する感度が非常に高く、好奇心も強い高齢者を指すといえる。インターネット利用が高齢者層で顕著に伸びている背景には、こうした知的好奇心を満たしたい「デジタルシニア」たちの存在が挙げられる。

もはや、定年退職後に出来た時間的ゆとりが、テレビ視聴にのみ費やされるという時代は終わりを告げたといっても過言ではない。確かに、2010年NHK国民生活時間調査結果をまとめた諸藤、渡辺によると、テレビ視聴時間は年齢の上昇に伴い、長い傾向にある。特に70歳代以上の平均テレビ視聴時間は5時間半を超える長時間となっており、一日のうち4分の1がテレビ視聴に費やされている。自分の好きな時間に番組を録画する高齢者の割合も年々増加しており、少なくとも年に数回程度、番組を録画して楽しむスキルを持つ層が3割程度いることが確認できる（同掲）。ただ、テレビは年齢の上昇に伴って、「欠かせないメディア」と考える傾向も指摘されている（三矢, 2014）。テレビは知的好奇心の入り口としての役割を果たし、そこから先に何か情報はなくかと探索するためのメディアとして、パソコンのインターネットが利用される、というメディアの使い分けが、「デジタルシニア層」にはあるのではないだろうか。こうした「デジタルシニア層」の実態をつかむ量的調査が今後必要になると考えられる。

#### 5. アクティブな余暇活動と“デジタルシニア”の接点

今まで見てきたように、高齢者は決して支援されるべき存在でもなく、助けを必要としている世代でもない。むしろ一部には、時間的ゆとりを背景とした、アクティブな余暇活動やメディア利用を行っている者も多いことがわかった。そこで、こうしたアクティブな余暇活動を行う高齢者と、アクティブな“デジタルシニア”の接点を探索していくことにする。

下記は、本学を擁する流山市内で活動する「な

ながれやまゴーヤクラブ（流山ゴーヤカーテン普及促進協議会）」のウェブサイトである。

ながれやまゴーヤクラブは、平成23年4月に設立された「流山ゴーヤカーテン普及促進協議会」の略称で、流山市内の温暖化防止のため、夏に向けた緑のカーテン作りを普及促進する活動に携わる団体を指す。流山市内の中で、特にこの活動が盛んになった、美田自治会会長の松島英雄氏を協議会の代表とし、緑のカーテンの作り方講習会や、苗の配布、料理教室などのイベントも積極的に開催している。活動のコンセプトは「涼・食・和」。退職後の余暇活動として人気の「園芸・庭いじり」だが、まさにこのゴーヤカーテンづくりは、夏の涼を求めるだけでなく、ゴーヤを使った食も、そこに携わる人との交流である和も求められる活動といえよう。

活動には実績もあり、NHKの取材を受け全国ニュースで放映されたり、ストップ温暖化「一村一品」大作戦の全国大会に千葉県代表として出場し、環境大臣優秀賞を2010年に受賞している。また、ゴーヤの育て方についても、どの種がいい、どの時期に植えたらいいといったアドバイスが的確になされている。経験に基づく知が提供される機会が対面だけでなく、ウェブの世界で展開されることこそ、余暇活動とデジタル世界との接点と

いえよう。

このウェブサイト構築に、本学、情報文化学科教員の廣田有里准教授が尽力している。以前のウェブサイトより格段に見やすくなり、ゴーヤをイメージした緑が基調の非常にわかりやすい構成になっている。このウェブサイトを構築するにあたり、ゴーヤクラブのメンバーと相談したところ、活動内容を自分でも簡単に更新する方法はないかと相談されたという。そこでSNSのFacebookページの使い方をレクチャーした。このウェブサイトからリンクされる形で作成されたのが、図5に示したものである。

更新が頻繁で、2014年11月中に10件の新着投稿が確認できる。事務局に携わるメンバーを中心に更新が行われており、写真と記事で構成されている。記事の中で、“デジタルシニア”世代の特徴だと感じるのが、新聞記事の引用である。10件の投稿の中で、3件は新聞記事にアンダーラインがひかれた状態の切り抜き写真が掲載されていたり、2件は、テレビなどのニュースのネタとして取り上げられたものについて、コメントをする形で投稿されている。こうした他のメディア、特に新聞の切り抜きなどは、学生や若年層のFacebookページではあまり確認されないので、新聞を読破することが多い“デジタルシニア”な



図4 ながれやまゴーヤクラブ トップページ



図5 なぐれやまゴーヤカーテン普及促進協議会 Facebook ページ

らではの構成ではないだろうか。

インターネットは、情報を得る場所だけでなく、意見を主張する場としても機能する。純粋にゴーヤクラブの活動を紹介するだけでなく、日々のニュースから、感じたこと、考えたことを記事としてアップしていく、市民記者のような位置付けの存在は、地域コミュニティに重要である。自分たちの活動を通じて、地元流山に興味が深まる。流山がテレビや新聞など、マスコミに取り上げられれば、すぐさまそれを Facebook で知らせるといった、サイクルが出来つつあることがわかる。

ウェブの構築に携わった廣田准教授によると、「使い方をレクチャーしたところ、まるで水を得た魚のように、自分でどんどん情報を見つけては、アップしてくれるようになった。そのため、今ではほとんど、情報発信について手助けしていくことはない。」のだという。作業手順が比較的簡単な Facebook ページに比べて、Twitter やウェブサイトの更新はあまりうまくいかないという。なぜ、Facebook は適していて、Twitter は不向きなのか。利用実態をふまえ、理由を探っていくことが、今後の研究課題となるだろう。

### まとめと今後の展望

本研究では、高齢者＝弱者として考え支援するのではなく、積極的に情報を提供してくれる人と、

アクティブな余暇活動に接点を見出した。その過程で、得た知見は以下の通りである。

1. 高齢者のメディア利用、特にインターネット利用は着実に増加し、なおかつデジタルメディアを使いこなしてアクティブに情報を探索する“デジタルシニア”層が拡大していること。
2. 高齢者は余暇活動に対してもアクティブに動いており、アクティブな余暇活動をこなすうえで得た情報を発信する適切な手段を使いこなすスキルが身に付くと、発信すべき情報を自ら生成する能力が非常に高い。

本研究は基礎的研究であるため、今後、アクティブな余暇活動をする高齢者のメディア利用実態を把握する調査や、SNS 上で展開される人間関係についての研究が必要となると考えられる。

### 参考文献

- 稲垣望・塩屋晶子・渡辺隆行, 2012, 高齢者のウェブ利用—情報検索の特性—, 電子情報通信学会
- 豊田陽介・小原朋広・米山暁夫, 2012, 高齢者によるスマートフォンのユーザービリティ評価, 映像情報メディア学会冬季大会予稿集 (2012) :9-1-1,
- 長尾嘉英, デジタルシニア時代の到来—インターネットの浸透とシニア層の変化—, 2011, 『日本人の情報行動 2010』, 東京大学出版会, 315 - 329
- 三矢恵子, 誕生から 60 年を経たテレビ視聴, 2014, NHK 放送文化研究所年報 2014: 第 58 集, 7-45
- 諸藤絵美・渡辺洋子, 2011, 生活時間調査からみたメディア利用の現状と変化—2010 年国民生活時間調査より—, 放送研究と調査: 2011 年 6 月号

## 《注》

- (1) 総務省統計局 人口の推計結果 <http://www.stat.go.jp/> (2014.11.10)
- (2) 総務省 平成 26 年版情報通信白書 <http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/h26.html> (2014.11.10)
- (3) MMD 研究所 2014 年シニア層のスマートフォンに関する調査 [https://mmdlabo.jp/investigation/detail\\_1352.html](https://mmdlabo.jp/investigation/detail_1352.html) (2014.11.10)
- (4) 公益財団法人日本生産性本部,2014,『レジャー白書 2014』,生産性出版
- (5) 公益財団法人日本生産性本部,2014,『レジャー白書 2013』,生産性出版
- (6) 「デジタルシニア」で定義されているのは,60 歳以上であり,本研究で定義している「高齢者」と同世代を指している。