

株式会社 IMJ モバイル  
 東京都目黒区青葉台 3-6-28  
 代表取締役社長 川合 純一

## シニアのインターネット利用に関する調査

～インターネットの信頼度やインターネットでの商品購入、世代による違いなし～

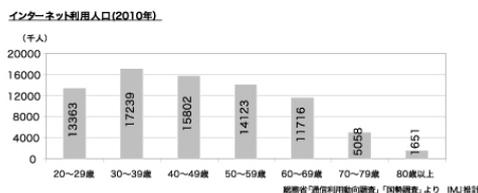
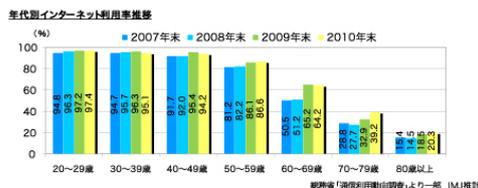
株式会社アイ・エム・ジェイ（JASDAQ 4305）のグループ会社である株式会社 IMJ モバイル（本社：東京都目黒区 代表取締役社長：川合 純一、以下 IMJ モバイル）は、「シニアのインターネット利用に関する調査」を実施いたしました。

調査期間は2012年3月29日～3月30日、有効回答数は1038名から得られました。

### 調査結果概要

団塊世代（1947～1949年に出生した世代）が60歳を越えた今、成長市場と捉えシニアビジネスに注目する企業が増えています。そこでIMJモバイルでは、シニアがどのようにインターネットを利用しているのか、それは若い世代とどう違うのかを把握するため調査を実施いたしました。

はじめに、総務省の「通信利用動向調査」より60歳以上のインターネット利用率が増加していますが、20代や30代と比較するとまだ低く、この数字のみからだインターネットを利用している60歳以上の人は少ないと捉えてしまいがちです。しかし、実際の「インターネット利用人口」（＝人口×インターネット利用率）で比較をすると**20代と60代では大きな差はない**と推計することができます。今回の調査より、インターネットを利用している60～80代の傾向は以下のようにまとめられます。



#### ●他世代との共通点

- ・習慣的に接触しているメディアはインターネットが約9割と最も高く、新聞やテレビを超える(P3)
- ・インターネットを「信頼している」との回答は他世代と変わらず、4割以上(P4)
- ・スマートフォンの保有率は7%と低いが、保有意向は他世代と同様(P6)
- ・パソコンでのインターネット利用頻度、時間は20～30代と同様に高く、約7割が1日2回、1時間以上(P7,8)
- ・インターネットでの商品購入率は9割を超え、年間利用総額10万円以上は約35%(P12,13)

#### ●他世代との相違点

- ・メールマガジンの閲覧率が高く、「信頼している」との回答も多い(P4,5)
- ・パソコンでのインターネットは午前中の利用が多い(P9)
- ・インターネットの利用目的は「連絡手段」「応募」、閲覧しているサイトは「旅行」「健康」「資産運用」が他世代に比べ高い(P10,11)

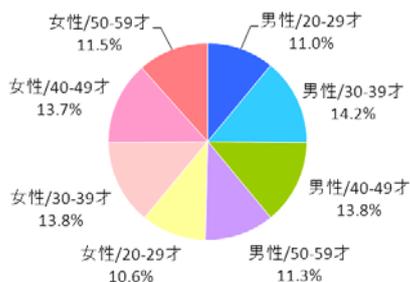
インターネットの利用時間やインターネットでの商品購入、スマートフォンの保有意向など、他世代と同様または大きな差がない項目が多く見られました。60歳以上の人口の増加と普及率の上昇が見込まれる中、今後さらにインターネットを活用するシニアは増加すると考えられます。デジタルマーケティングにおいても、他世代同様に重要なターゲットになり得るという認識を持つことが重要と考えられます。

## 調査結果詳細

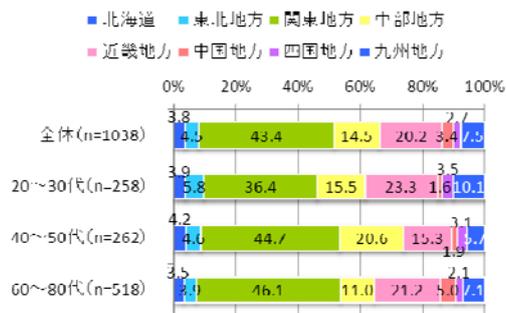
### ■ 調査概要

- ・調査方法 : インターネットリサーチ
- ・調査地域 : 全国
- ・調査対象 : 20～89歳の男女 ※調査会社が保有する調査パネル
- ・有効回答数 : 1038 サンプル
- ・調査日時 : 2012年3月29日～3月30日
- ・割付条件 : 20～50代、60～80代をそれぞれ500サンプルになるよう、年代別のインターネット利用率を「平成24年3月総務省全国男女別推計人口」を元に算出し割付を行った  
 ※インターネット利用率は総務省「通信利用動向調査」を参照  
 ※割付セルの1セルにつき3%多くサンプルを回収しているため有効回答数が1000を超える

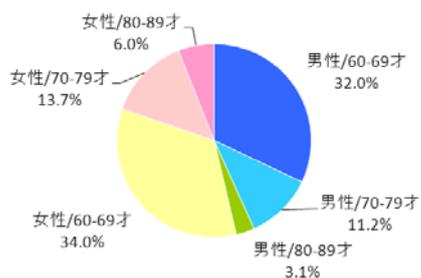
### ■ 性年代(20～50代)(n=520)



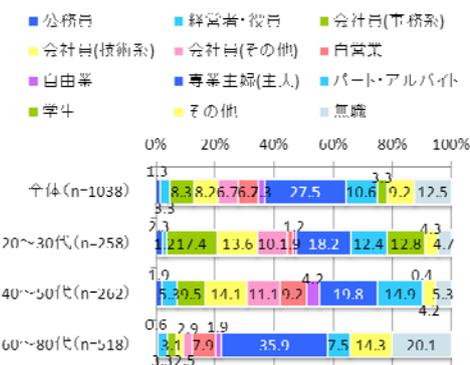
### ■ 居住地域(n=1038)



### ■ 性年代(60～80代)(n=518)



### ■ 職業(n=1038)



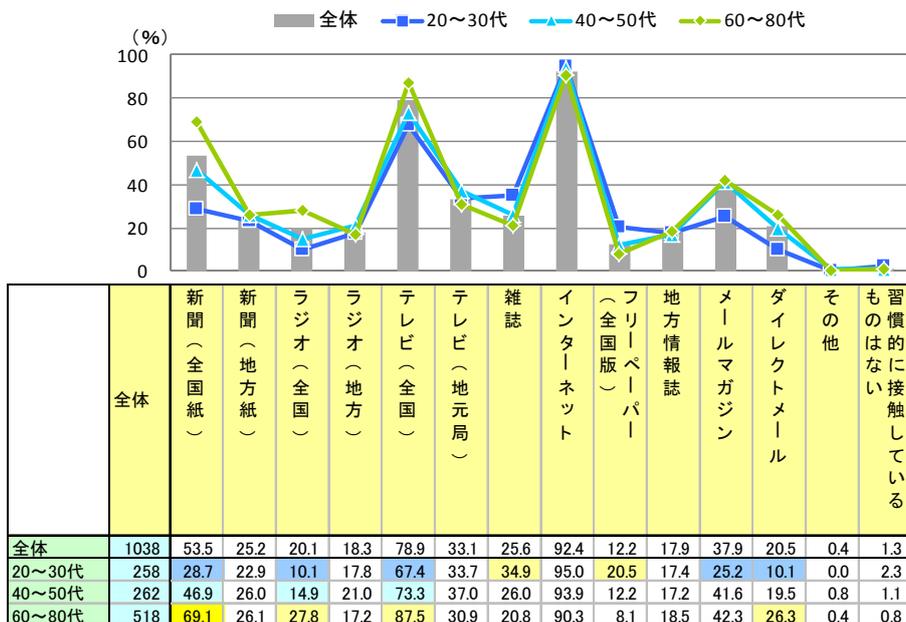
## ■ 習慣的にインターネットに接触している60～80代は他世代同様9割以上

習慣的に接触しているメディアを尋ねたところ、60～80代も若い世代と同様に「インターネット」との回答が9割を超え、「新聞」「テレビ」を抜いて最も高い結果となりました。

「新聞」「ラジオ」「テレビ」は60～80代が最も接触しており、新しいメディアと慣れ親しんだメディアの双方を利用している様子が伺えます。

図1 接触メディア(複数回答)

【n=1038】



## ■ インターネットの信頼度、世代による変化は見られない

接触の有無に関わらずメディアに対する信頼度を尋ねたところ、全世代においてインターネットを「信頼している」との回答は新聞に比べ低いものの、「信頼していない」との回答に大きな差は見られませんでした。

企業から直接届くメールマガジンとダイレクトメールに対する信頼度を比較すると、メールマガジンの方が高く、メールマガジンの有効性が推察できます。

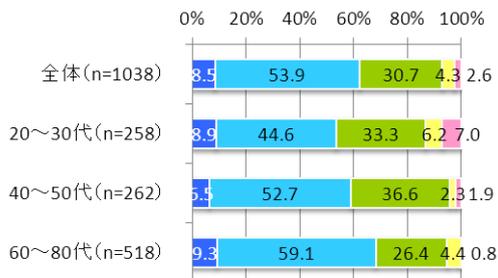
また、世代別に見てみるとインターネットの信頼度は世代による大きな違いは見られませんが、新聞、メールマガジン、ダイレクトメールでは60～80代における信頼度が最も高い結果となりました。

図2 メディア信頼度(単一回答)

【n=1038】

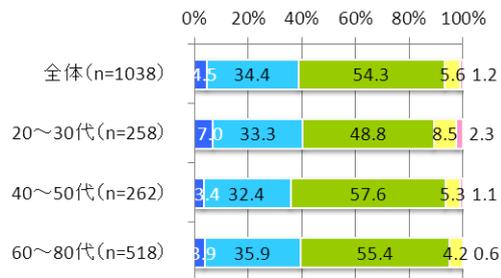
### ●新聞(全国紙)

- とても信頼している ■ 信頼している
- どちらともいえない ■ 信頼していない
- 全く信頼していない



### ●インターネット

- とても信頼している ■ 信頼している
- どちらともいえない ■ 信頼していない
- 全く信頼していない



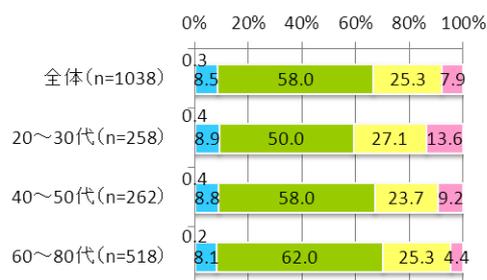
### ●メールマガジン

- とても信頼している ■ 信頼している
- どちらともいえない ■ 信頼していない
- 全く信頼していない



### ●ダイレクトメール

- とても信頼している ■ 信頼している
- どちらともいえない ■ 信頼していない
- 全く信頼していない



## ■ 60～80代はメールマガジンを多く登録し、よく閱讀している

メールマガジンの登録数について尋ねたところ、60～80代における「登録していない」との回答は16%と低く、また「21通以上」(10%)との回答が他世代に比べ高い結果となりました。また、「よく見ている」「興味がある内容のみ見ている」(計83%)との回答が他世代に比べ高く、60～80代によく接触している様子が伺えます。

図3 メールマガジン登録数(単一回答)

【n=1038】

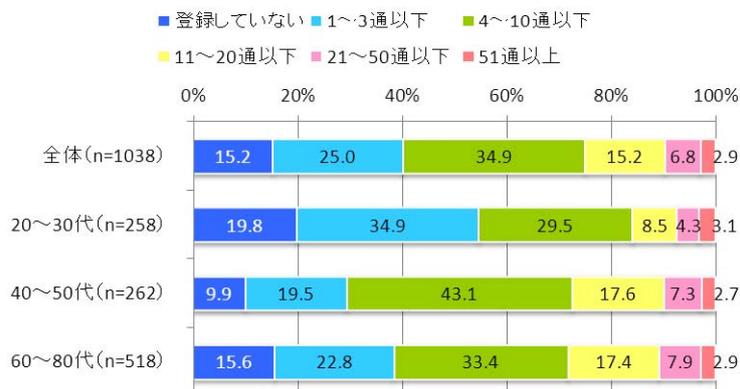
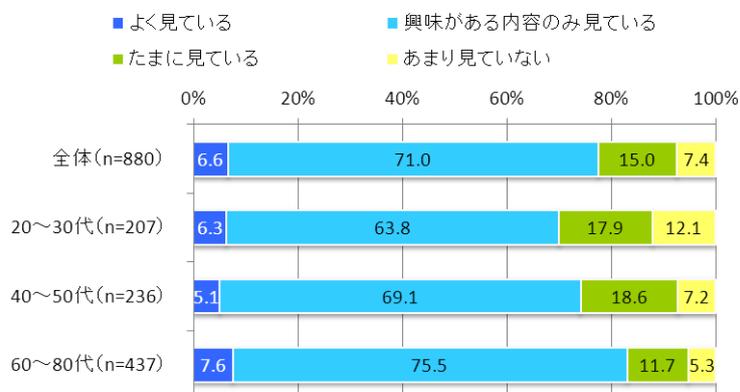


図4 メールマガジン閲読状況(単一回答)

【n=880※メルマガ登録者】



## ■ 60～80代の3割以上が「スマートフォンを保有したい」

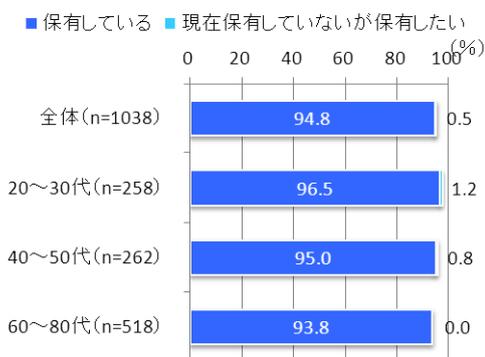
デバイスの保有状況、保有意向を尋ねたところ、パソコンおよび携帯電話(スマートフォンを除く)の保有率、保有意向は世代による違いは見られませんでした。一方、スマートフォン、タブレット端末は年齢が高くなるほど保有率は低くなっていますが、60～80代の保有意向を見るとスマートフォンは33%、タブレット端末は24%とそれぞれ若い世代と同様に高いことがわかりました。

図5 デバイス保有状況、保有意向(複数回答)

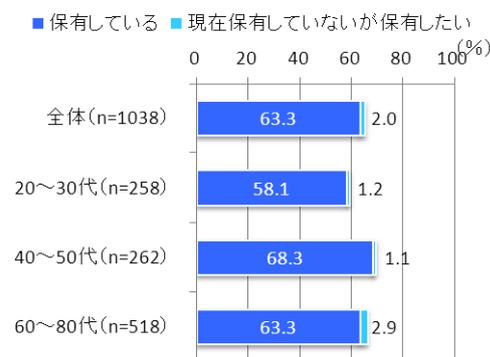
※各デバイスの写真付き説明画像を提示し、保有している、保有したいデバイスを聴取

【n=1038】

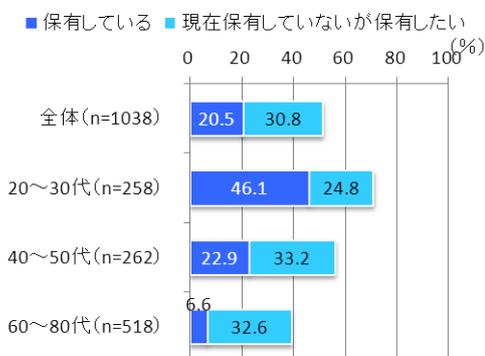
### ●パソコン



### ●携帯電話(スマートフォン除く)



### ●スマートフォン



### ●タブレット端末

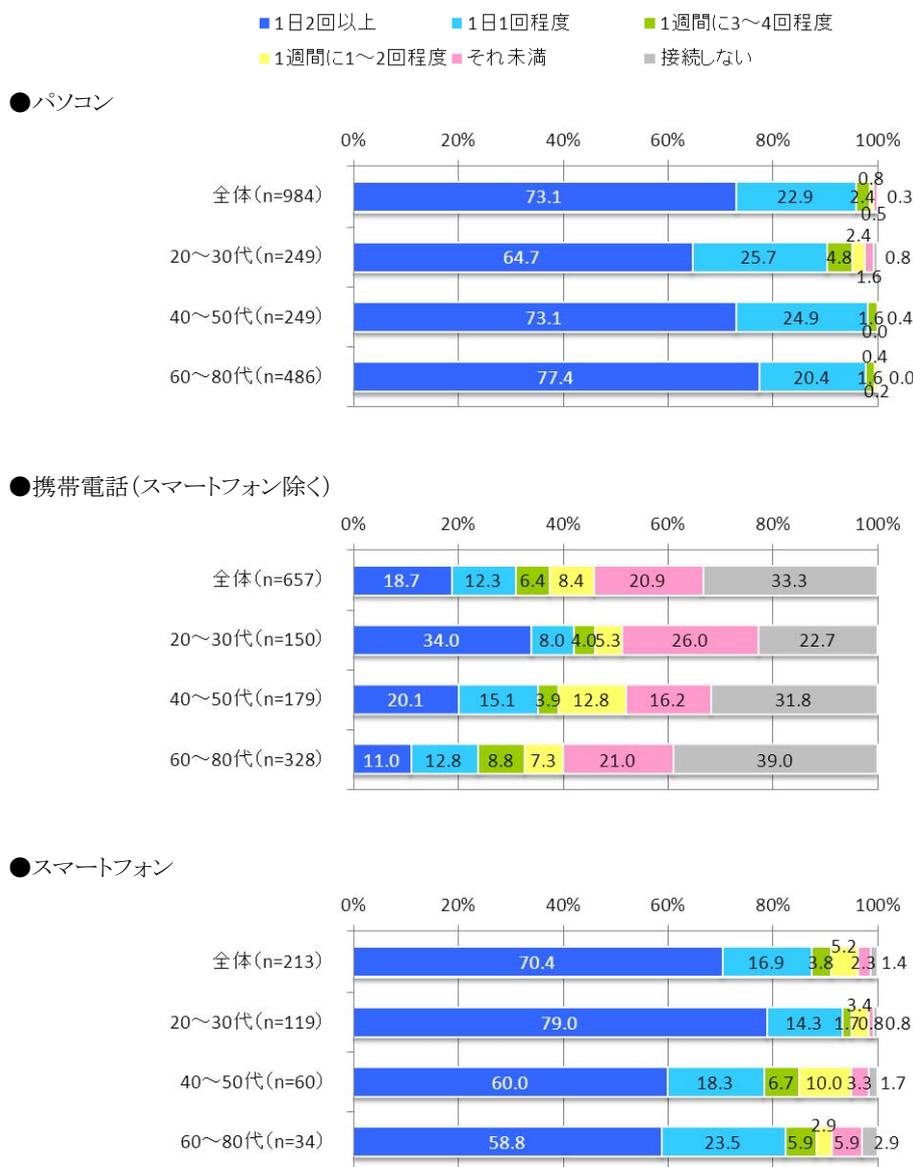


## ■ パソコンでのインターネットは 60～80 代が最も接触している

デバイス別にインターネットの接触頻度を尋ねたところ、パソコンの利用頻度は年齢に比例して高くなり、60～80代が最も高い結果となりました。自由に使うことができる時間の長さが影響しているのではないかと推測できます。一方、携帯電話、スマートフォンは若い世代の方が頻度は高いものの、スマートフォンを持っている60～80代の約6割は1日に2回以上接触していることがわかりました。

図6 デバイス別インターネット接触頻度(単一回答)

【※それぞれ保有者】



## ■ 60～80代の半数以上が1日1時間以上パソコンでのインターネットに接触

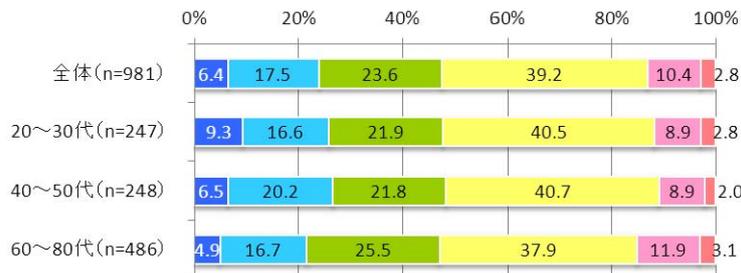
デバイス別にインターネットの接触時間を尋ねたところ、パソコンの接触時間は60～80代が最も長く、携帯電話、スマートフォンは若い世代ほど長い結果となり、接触頻度と同様の傾向が見られました。

図7 デバイス別インターネット接触時間(単一回答)

【※それぞれインターネット接触者】

■ 1日10時間以上   
 ■ 1日5～10時間未満   
 ■ 1日3～5時間未満  
■ 1日1～3時間未満   
 ■ 1日30分～1時間未満   
 ■ 1日30分未満

### ●パソコン



### ●携帯電話(スマートフォン除く)



### ●スマートフォン

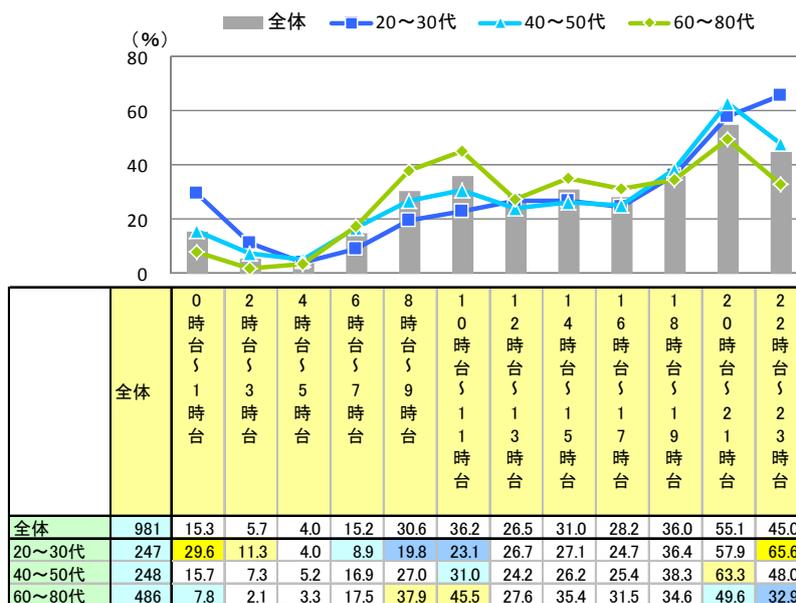


## ■ 60～80代はインターネットを午前中に利用

パソコンでインターネットに接触している時間帯を尋ねたところ、全世代において 20～21 時台がピークであることがわかりました。20～30 代が 22 時以降によく利用しているのに対し、60～80 代は 8～11 時台の接触が多く、午前中によく利用していることがわかります。

図 8 パソコンでのインターネット接触時間帯 (複数回答)

【n=981※パソコンでのインターネット接触者】



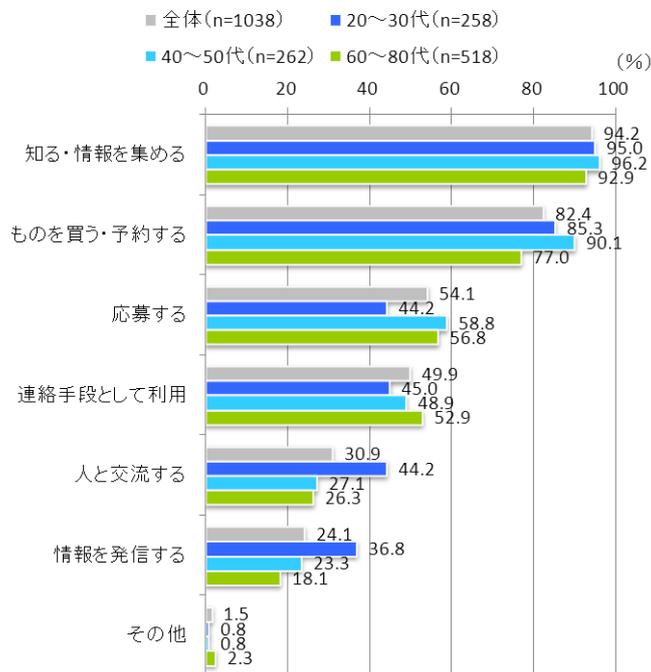
## ■ 60～80代の4人に1人がインターネット上で「交流」

インターネットでどのようなことを行っているか尋ねたところ、基本となる「知る・情報を集める」では世代による違いは見られませんでした。「買う」「交流する」「発信する」など EC やソーシャルメディアで行われる行動においては60～80代の回答は他世代に比べ低くなっています。しかし、60～80代の4人に1人がインターネット上で「交流」をしていることになり、一概に低いとは言いきれないと考えられます。

一方「連絡手段」「応募」は60～80代の回答が多く、キャンペーンへの参加など日常的に行っているユーザーがいると推察できます。

図9 インターネットで行っていること(複数回答)

【n=1038】

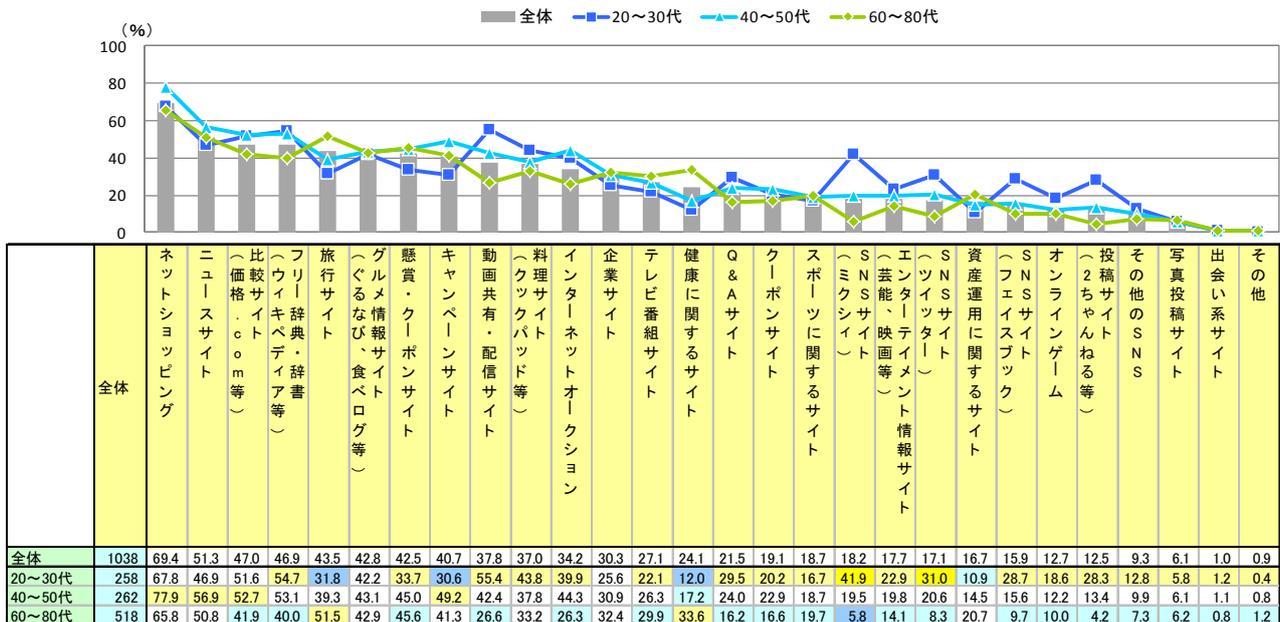


## ■ 60～80代が最も利用しているサイトは「ネットショッピング」

利用しているインターネットサイトを尋ねたところ、60～80代において「ネットショッピング」(66%)が、他世代と同様に最も多いことがわかりました。他世代に比べて回答が多いのは「旅行サイト」(52%)、「健康に関するサイト」(34%)、「資産運用」(21%)となっており、興味関心の高い分野がインターネットでもよく閲覧されている様子が伺えます。一方、他世代に比べ低いのは「SNS サイト」(6～10%)となりました。

図 10 利用しているインターネットサイト(複数回答)

【n=1038】



## ■ 60～80代の9割がインターネットで商品を購入

インターネットを利用して商品を購入するか尋ねたところ、「購入する」との回答は60～80代で9割を超え、他世代と変わらず高いことがわかりました。購入頻度についても他世代との大きな差は見られず、「1ヶ月に1日以上」利用しているユーザーは半数にのぼり、頻繁に利用していることがわかります。

図 11 インターネットでの商品購入状況(単一回答)

【n=1038】

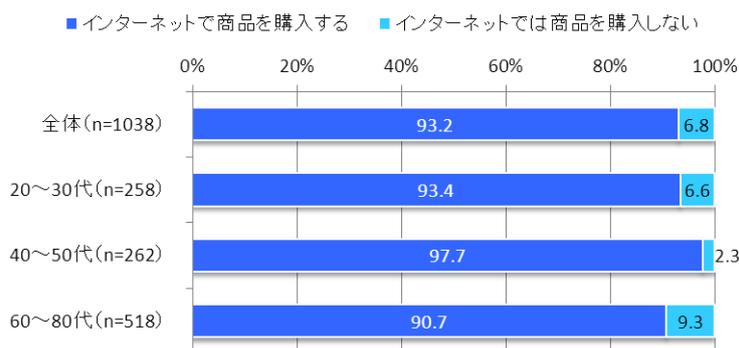


図 12 インターネットでの商品購入頻度(単一回答)

【n=967※インターネットでの商品購入者】



## ■ インターネットでの商品購入金額も 60～80 代と他世代で大差ない

インターネットで購入したことがある商品を探ねたところ、他世代に比べ 60～80 代は「食品・飲料・酒類」(70%)、「サプリメント」(41%)との回答がやや高い結果となりました。「衣類品・下着」(39%)、「服飾雑貨」(27%)、「デジタルコンテンツ」(13%)など他世代に比べ回答率が低い商品もありますが、幅広い商品をインターネットで購入していることがわかります。

年間購入総額も他世代と変わらず「10万円以上」との回答が35%にのぼり、インターネットでの消費行動に差がない様子が伺えます。

図 13 インターネットでの購入商品(複数回答)

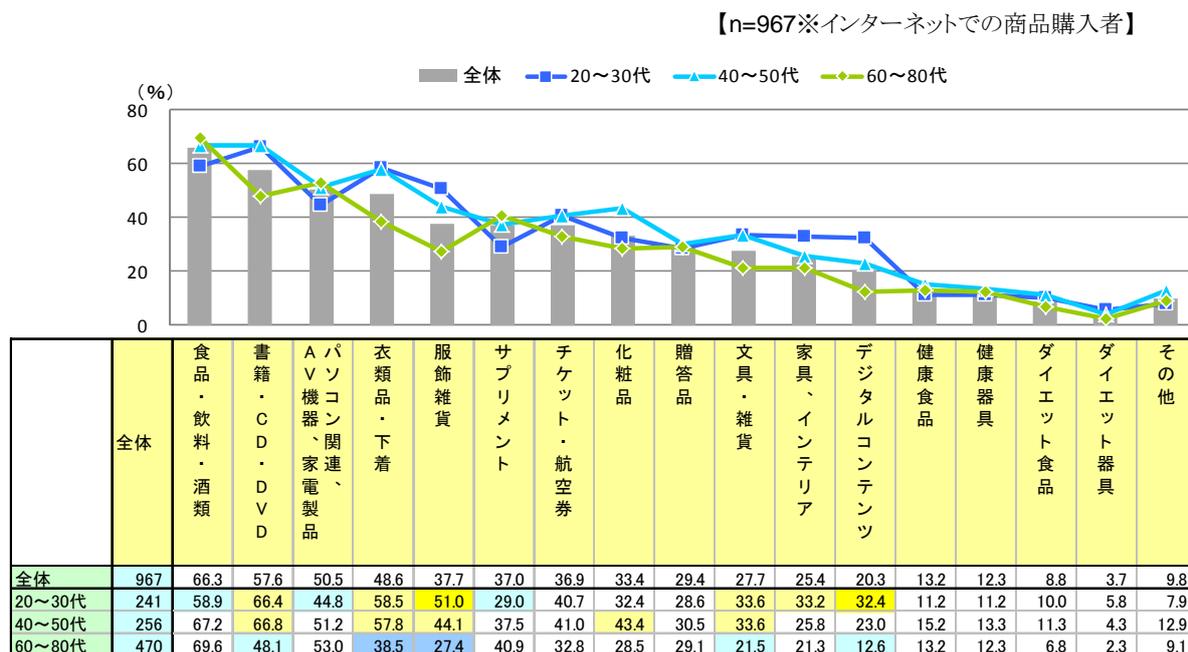
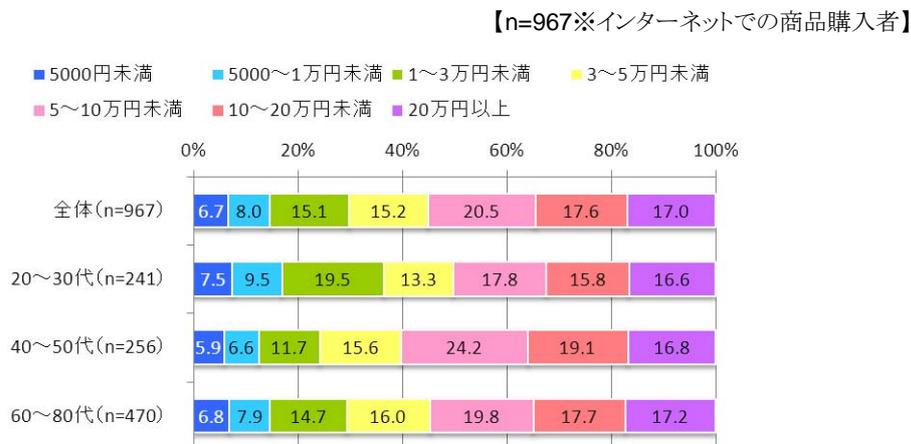


図 14 直近1年のインターネットでの年間購入総額(単一回答)



## 株式会社 IMJ モバイル 会社概要

株式会社アイ・エム・ジェイのグループ企業である IMJ モバイルは、調査分析から戦略立案、ユーザビリティ設計、クリエイティブ、システム開発、運用までのフルサービス&ワンストップサービスを提供しております。国内最大級の実績と経験をベースに、スマートフォンを含めたモバイル領域において、企業のデジタルマーケティングをサポートいたします。

- ・ 社名 株式会社 IMJ モバイル
- ・ 本社 東京都目黒区青葉台 3-6-28 住友不動産青葉台タワー
- ・ URL <http://www.imjmobile.co.jp/>
- ・ 設立 2000 年 7 月 18 日
- ・ 資本金 3 億 963 万 7500 円(2011 年 3 月末現在)
- ・ 従業員数 246 名(2011 年 3 月末現在)
- ・ 事業内容 モバイルソリューション、モバイルコンテンツ、モバイル広告メディア等

### <本件に関するお問合せ先>

#### ■調査に関するお問合せ先

株式会社 アイ・エム・ジェイ/IMJ モバイル  
マーケティング本部 リサーチグループ  
TEL:03-6415-4352

#### ■報道機関からのお問合せ先

株式会社アイ・エム・ジェイ <http://www.imjp.co.jp/>  
広報室 広報グループ  
TEL:03-6415-4257 E-mail:irpr@imjp.co.jp