

2024年度 2月例会 トピックス

No.201

2025/2/21

「デジタル シニア」の実態

東日本ヤマハOB会
パソコン同好会



デジタルシニア
Digital Senior

【デジタルシニアシニアとは】

(以下ChatGTPより)

デジタルシニアとは、スマートフォンやパソコン・SNS・オンラインサービスなどのデジタル技術を積極的に活用している高齢者のことを指します。一般的には60歳以上のシニア層でありながら、インターネットやデジタルデバイスをつかいこなし、情報収集や買い物、コミュニケーション、趣味・学習などに活用している人たちを指します。

【デジタルシニアの特徴】

- 1 インターネットやSNSの活用
LINEやFacebook、YouTubeなどを活用して家族や友人とコミュニケーションをとる。
検索エンジンを活用して趣味や健康状態を調べる
- 2 オンラインショッピングや電子決済の利用。
Amazonや楽天などで買い物をする。
PayPayやクレジットカードで決済する
- 3 デジタルデバイスの活用
スマートフォンやタブレットを日常的に使用する
健康管理のためにスマートウォッチを利用する
- 4 オンラインサービスの活用
ZoomやSkypeを使って家族や友人とオンライン会話
動画配信サービス(Netflix, Youtube)で映画や趣味の動画を楽しむ

【デジタルシニアの増加の背景】

- 高齢者向けスマホやアプリの普及
- コロナ禍でのデジタル化の加速（オンライン交流の増加）
- 退職後の生活でデジタル技術を活用する機会が増えた

【今後の展望】

デジタル技術の進化に伴い、デジタルシニアの活躍の場はさらに広がると考えられます。

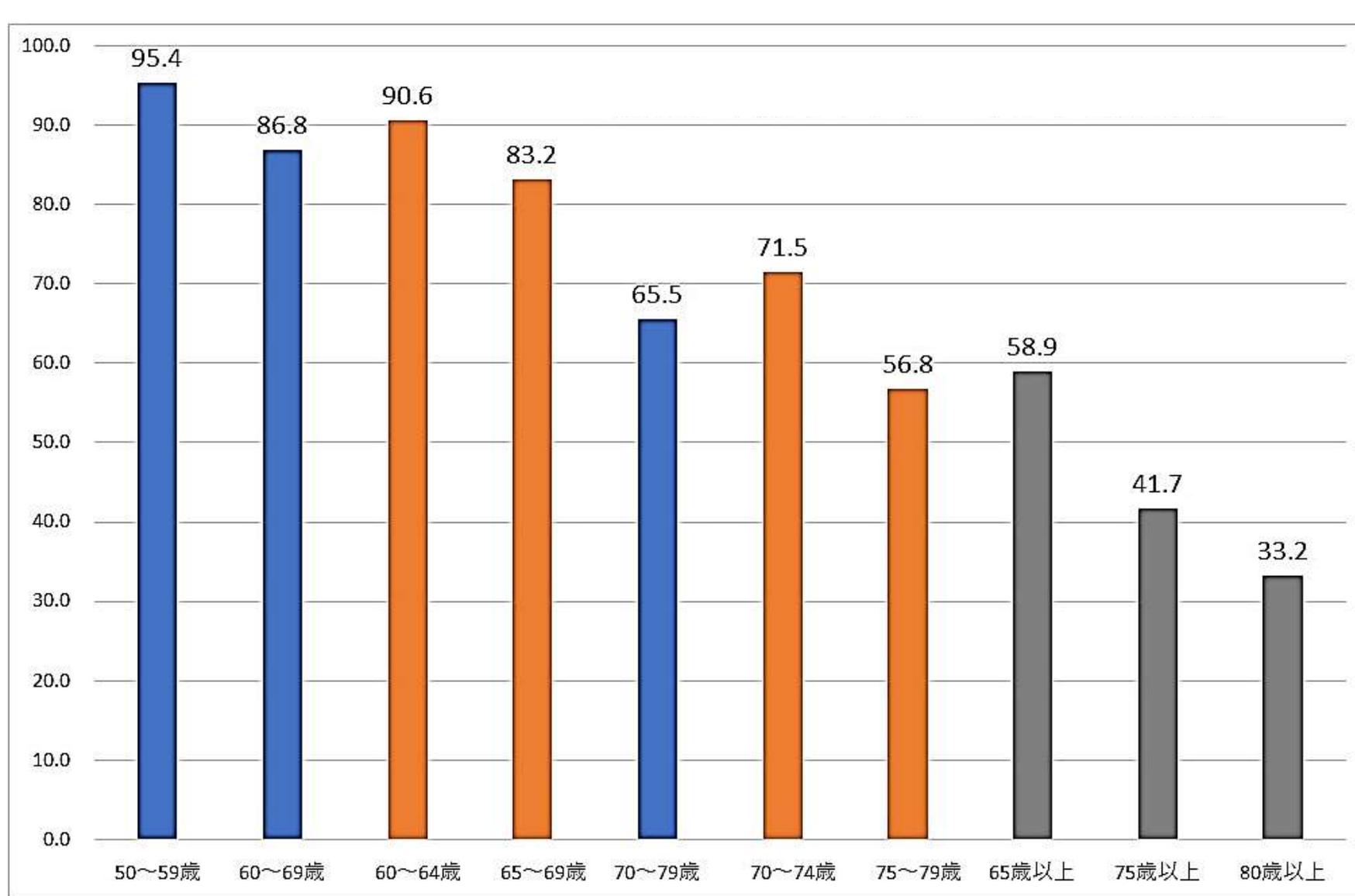
特に

- メタバース（仮想空間）での交流
- オンライン講座・学習の活用
- デジタルを活用したシニア向け副業・ビジネス

1

インターネットや SNSの活用

シニア世代の過去1年間のインターネット利用経験



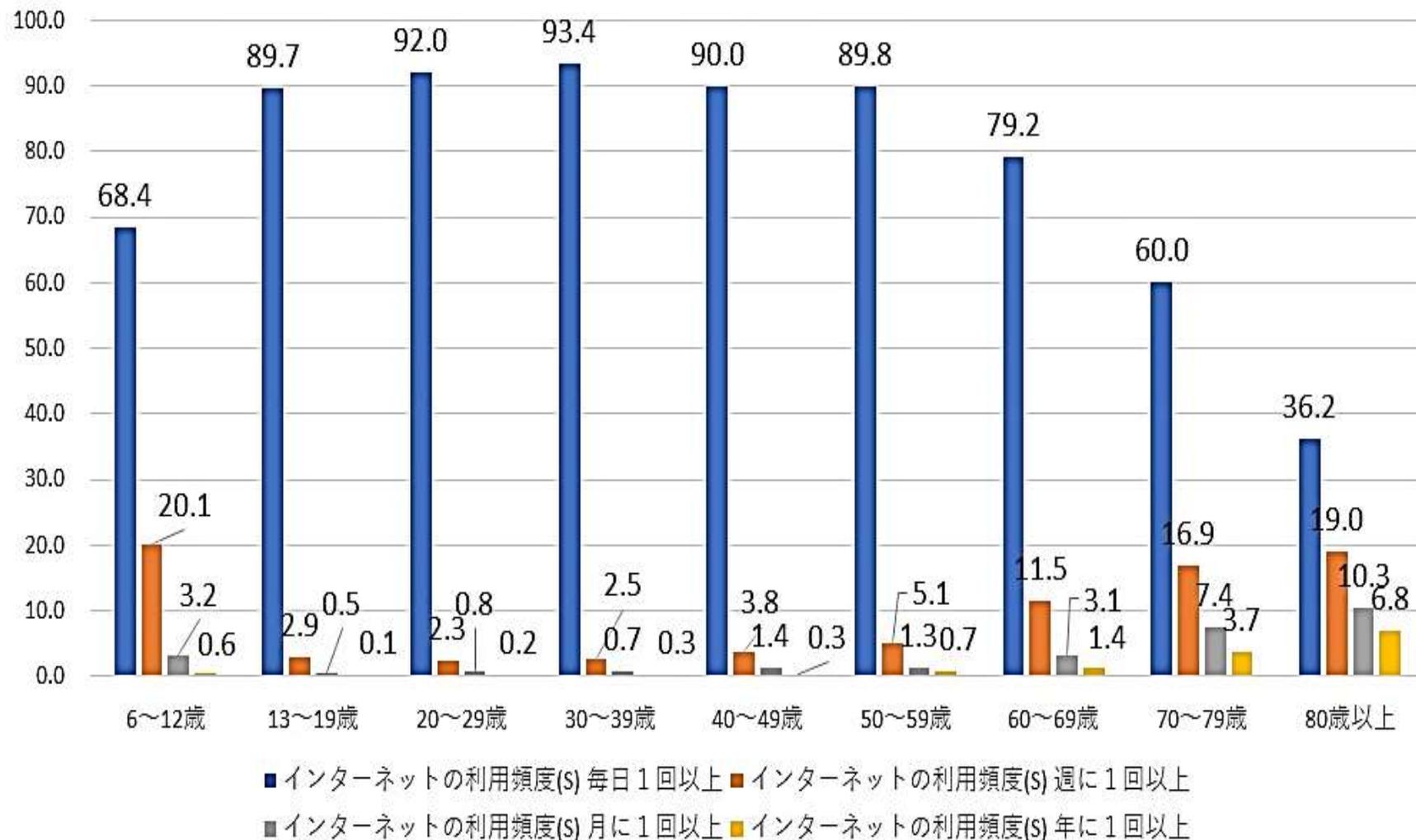
50歳代では95.4%とネット環境の中で成長してきた世代とほぼ変わらない。

60歳代でも86.8%とほとんど人が利用している。

70歳代になると大きく利用率は落ちるがそれでも6割以上。

80歳代でも3人に1人はネットを利用している。

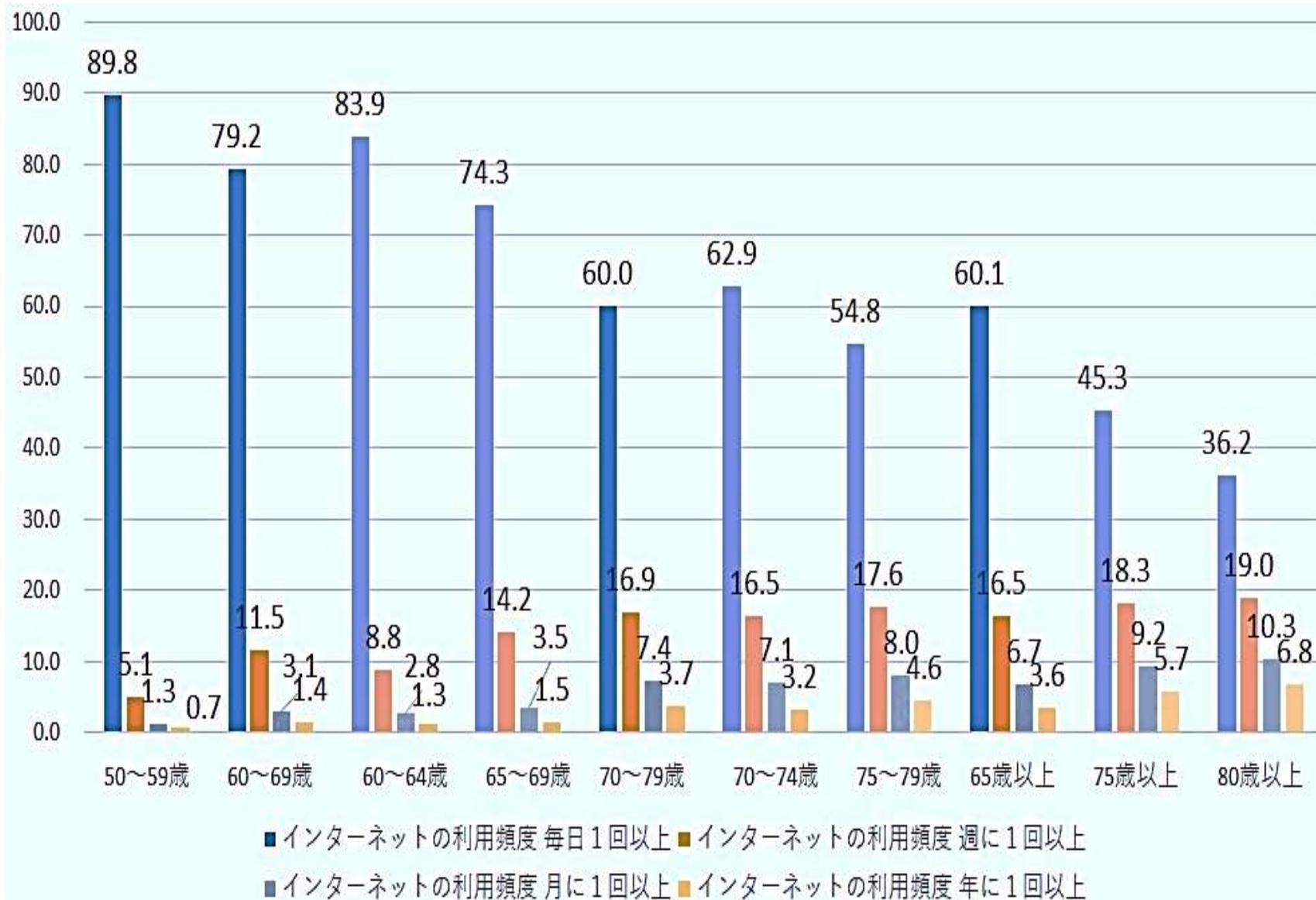
全世代のインターネット利用頻度



シニアの部分を詳しく見ると、65歳以上の高齢者全体を見ると60.1%だが、60~64歳では83.9%と若い世代と遜色がない。

仕事をしていれば何らかの形でネットを毎日利用することになる。

シニアのインターネット利用頻度

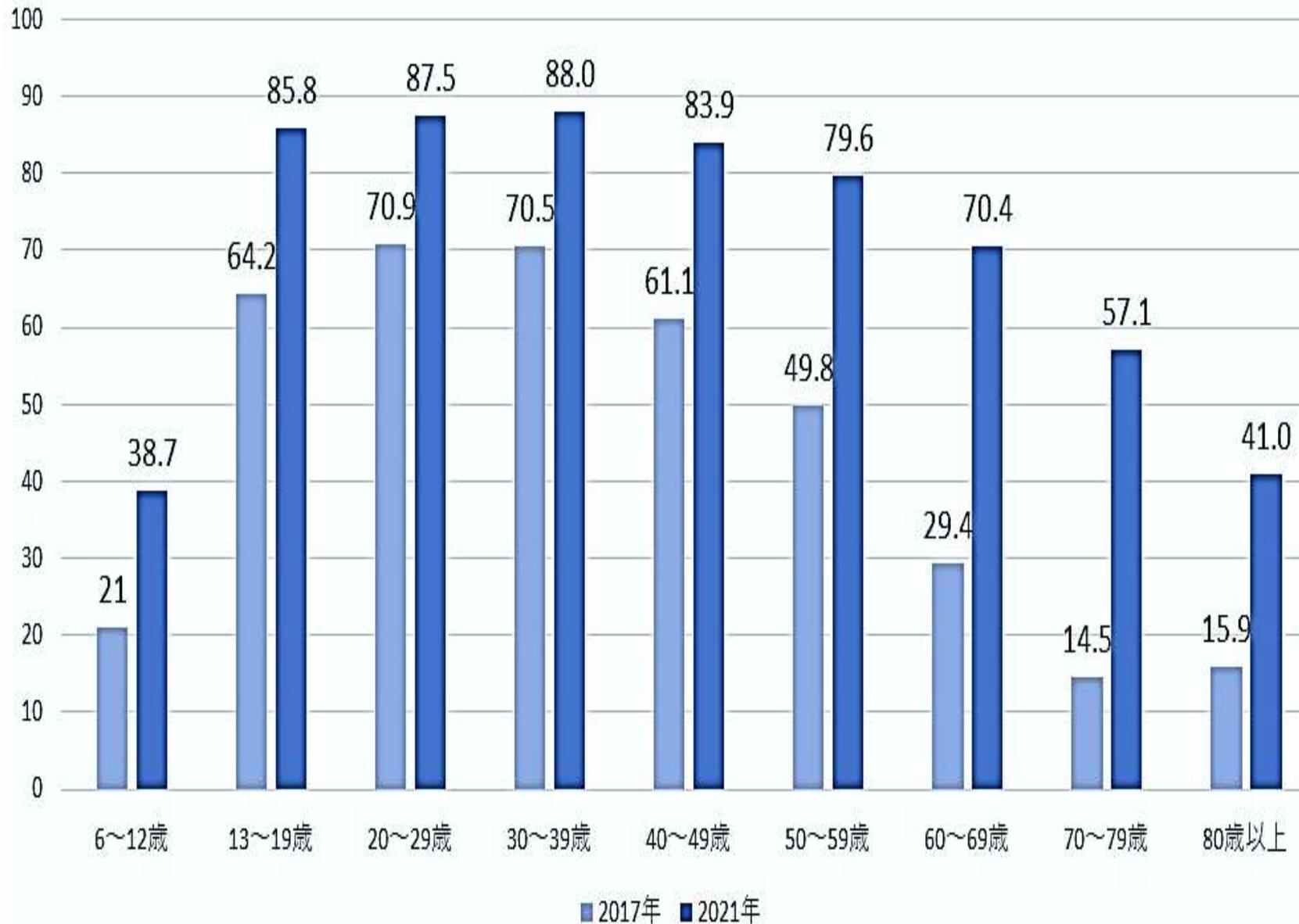


65～69歳となると74.3%とやや低くなるが7割を超えている。70～74歳は62.9%である。

2022年の就業率を60～64歳は73%、65～69歳では50.8%と大きく減少する。

ネットの利用頻度、とくに毎日使うことと就業率は強い関係があると想像される。

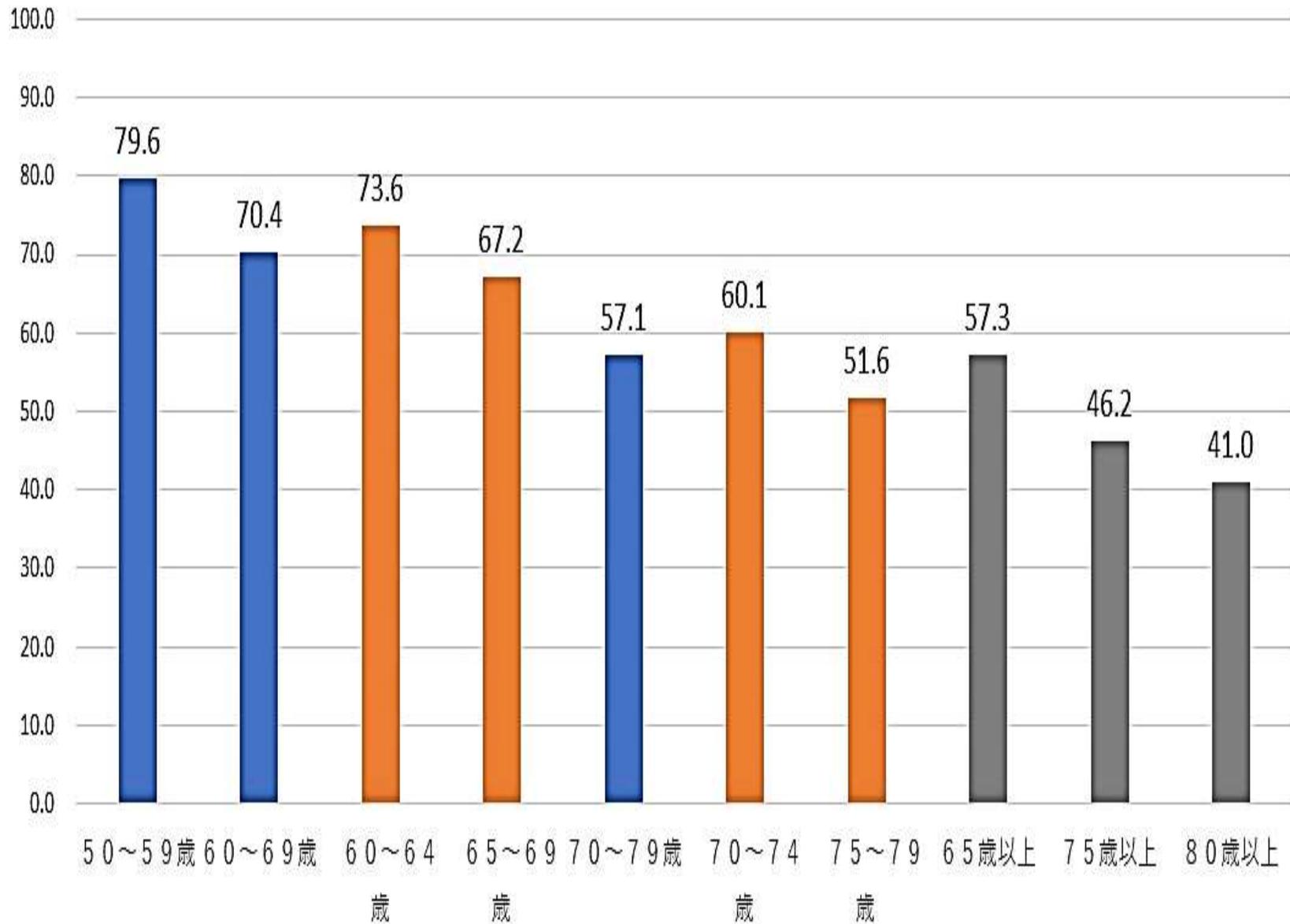
全世代SNSの利用の変化



今回の調査では60歳代で7割以上の70.4%、70歳代でも57.1%と半数を大きく超えている。

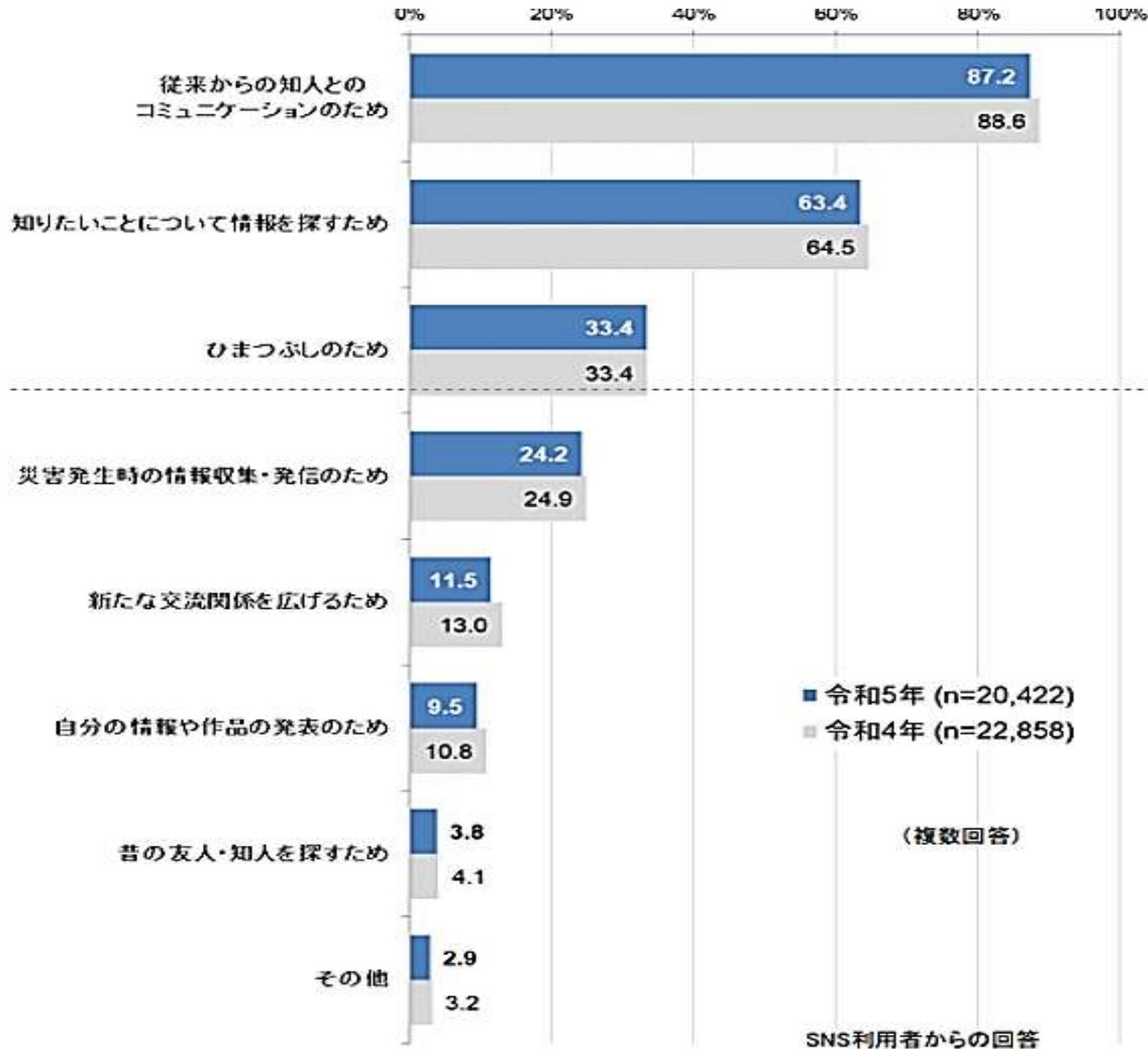
注目すべきはシニア層の利用者の伸びで、最近では若い世代より、シニア世代の伸びが大きい。20歳代の1.2倍に対して60歳代では2.4倍、70歳代では3.9倍となっている。

シニアのSNSの利用



シニアの内訳をみてみると、65歳以上、高齢者全体では53.7%だが60~64歳は73.6%と若い世代と大きくは変わらない。65~69歳でも67.2%と7割に近い。SNS利用に関しては60歳代と70歳代の間には「壁」がありそうである。

SNSの利用目的



ここでのSNSは

LINE

Facebook

Twitter

Mixi

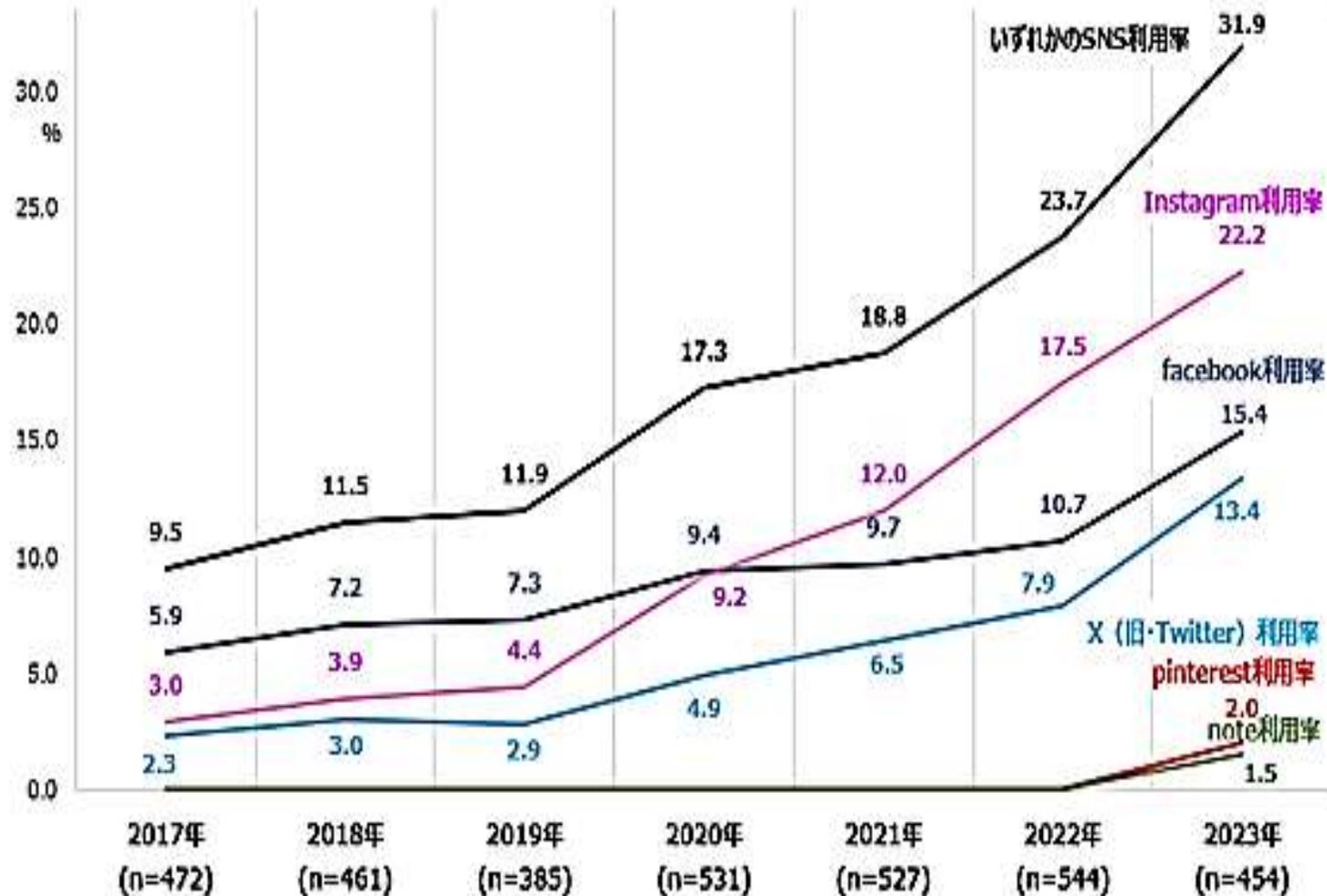
Instagram

Skype

等

SNS利用率の推移

■デバイス種類問わず SNS 利用率の推移（複数回答 全回答者）



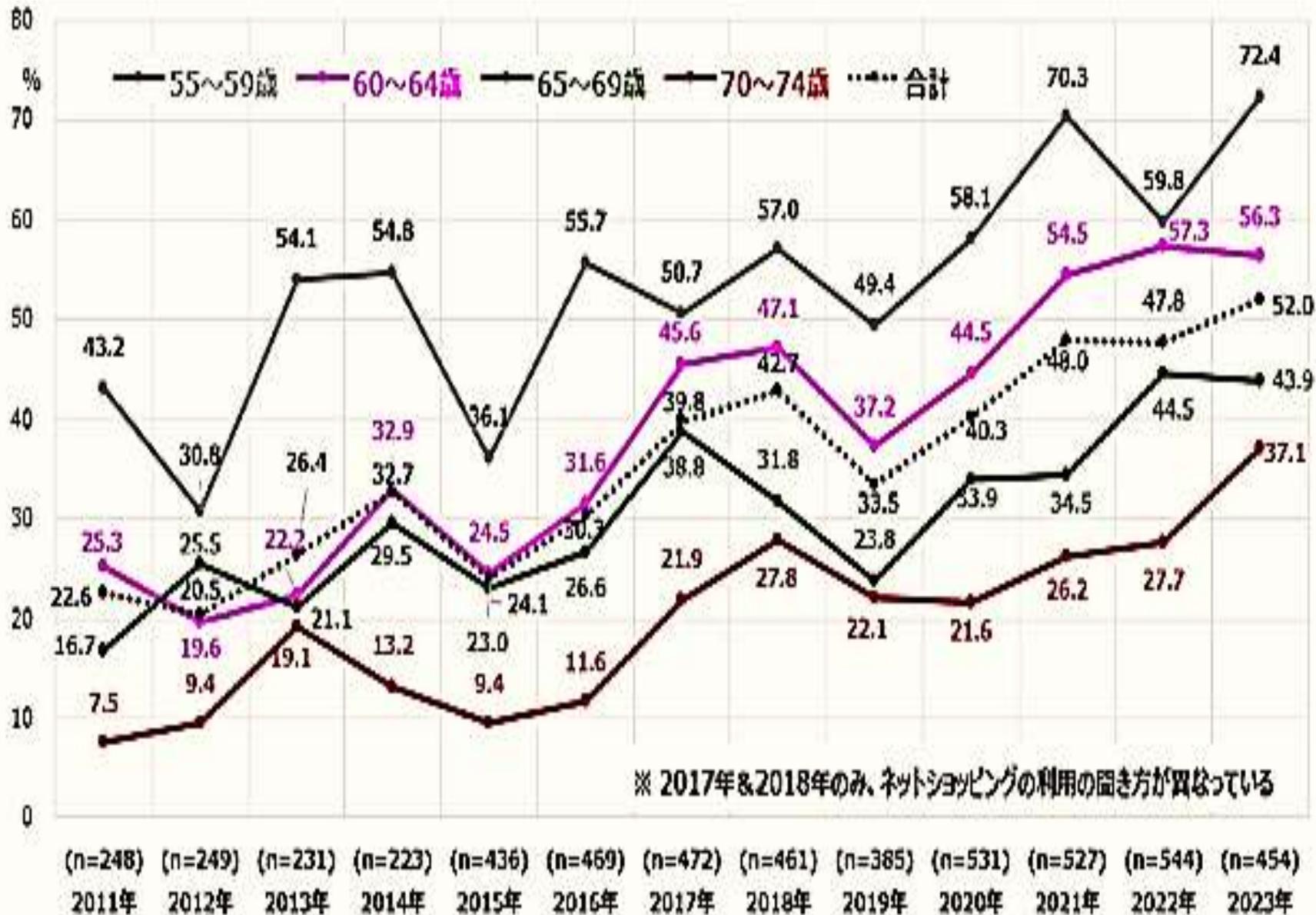
SNSの利用率は昨年からさらに上昇しています。特にInstagramの利用率は昨年と比べて4.7ポイント上がり、22.2%となっています。FacebookやX(旧Twitter)の利用率も上がっています。

Pinterestやnoteの利用者はまだ少ないようですが、いずれにしても上昇傾向にはあり、シニア女性が様々なSNSに関心を持っていることがうかがえます。

2

ネットショッピング
キャッシュレス決済
の活用

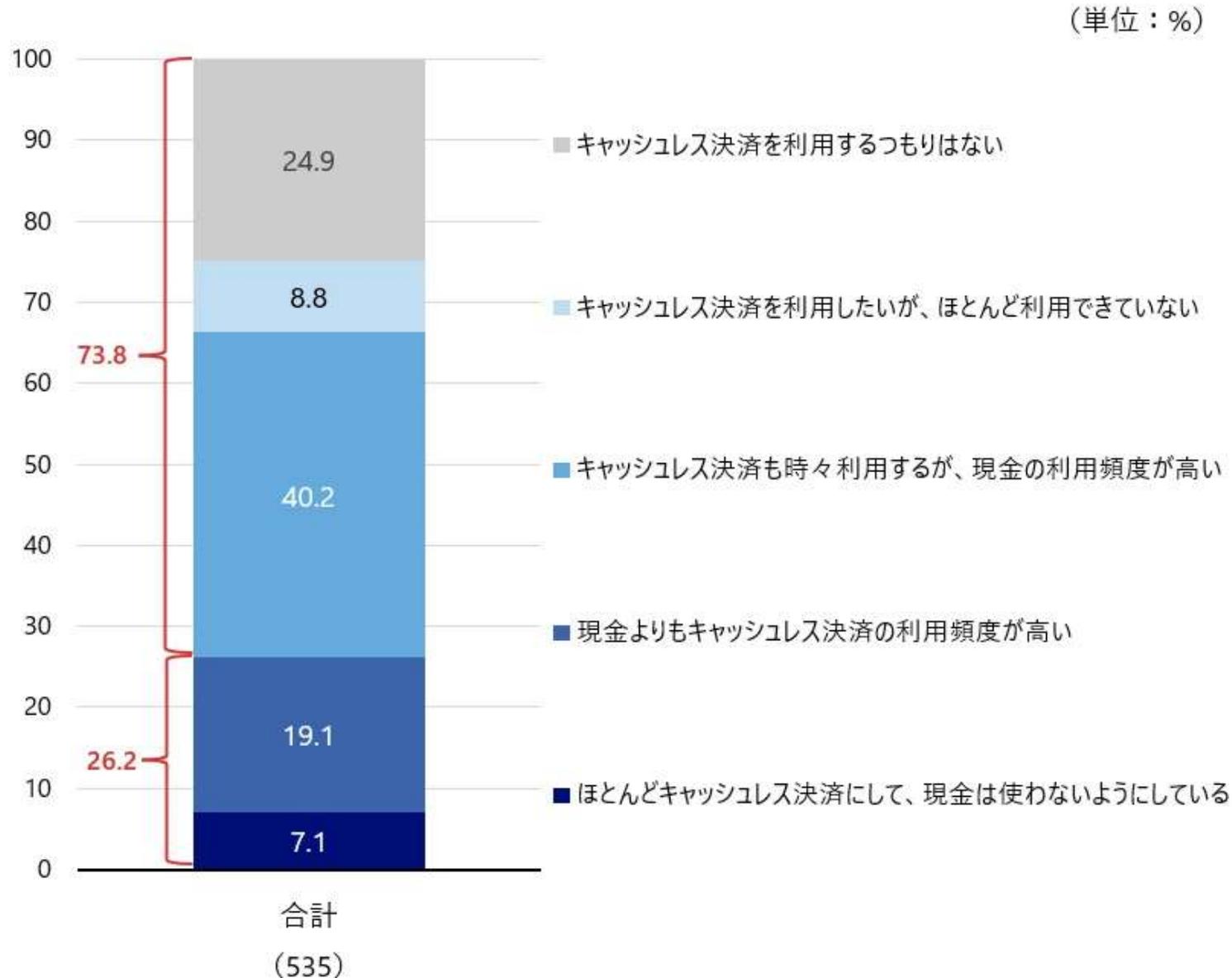
ネットショッピング利用率推移



ネットショッピングはコロナ禍で利用が急増したものの、2022年は停滞傾向にありました。しかし、2023年は再び利用率がアップし、52%と過半数を超えました。

家にいながらにしてさまざまな商品と比較検討でき、重い荷物を持たなくてすむネットショッピングの便利さを享受する割合が、シニア女性でも増えているようです。

シニアのキャッシュレス決済

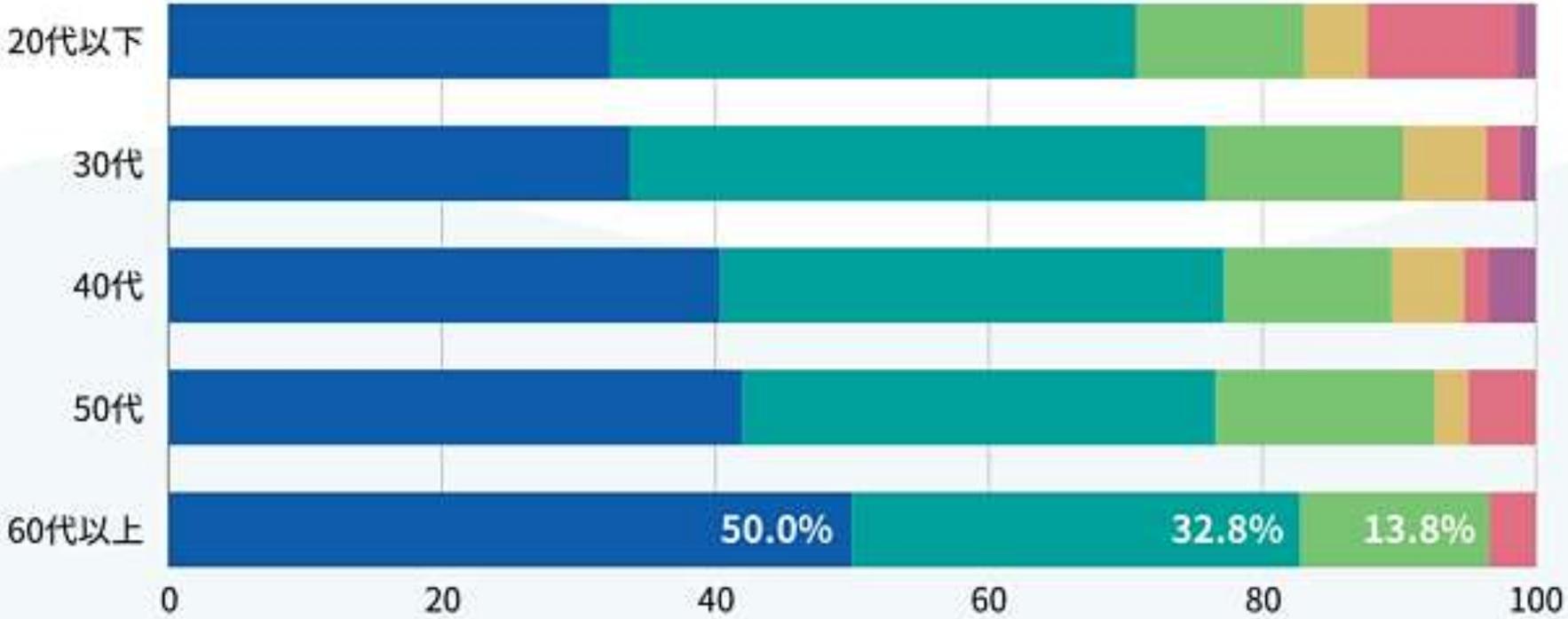


「現金よりもキャッシュレス決済の利用頻度が高い」と回答した人が合計**26.2%**でした。

「キャッシュレス決済も時々利用するが、現金の利用頻度が高い」
「キャッシュレス決済を利用したいが、ほとんど利用できていない」
「キャッシュレス決済を利用するつもりはない」と、消極的な回答は全体の**73.9%**に上り、まだまだ現金による支払いがメインであることが分かりました。

利用する頻度が高いキャッシュレス決済

n=401

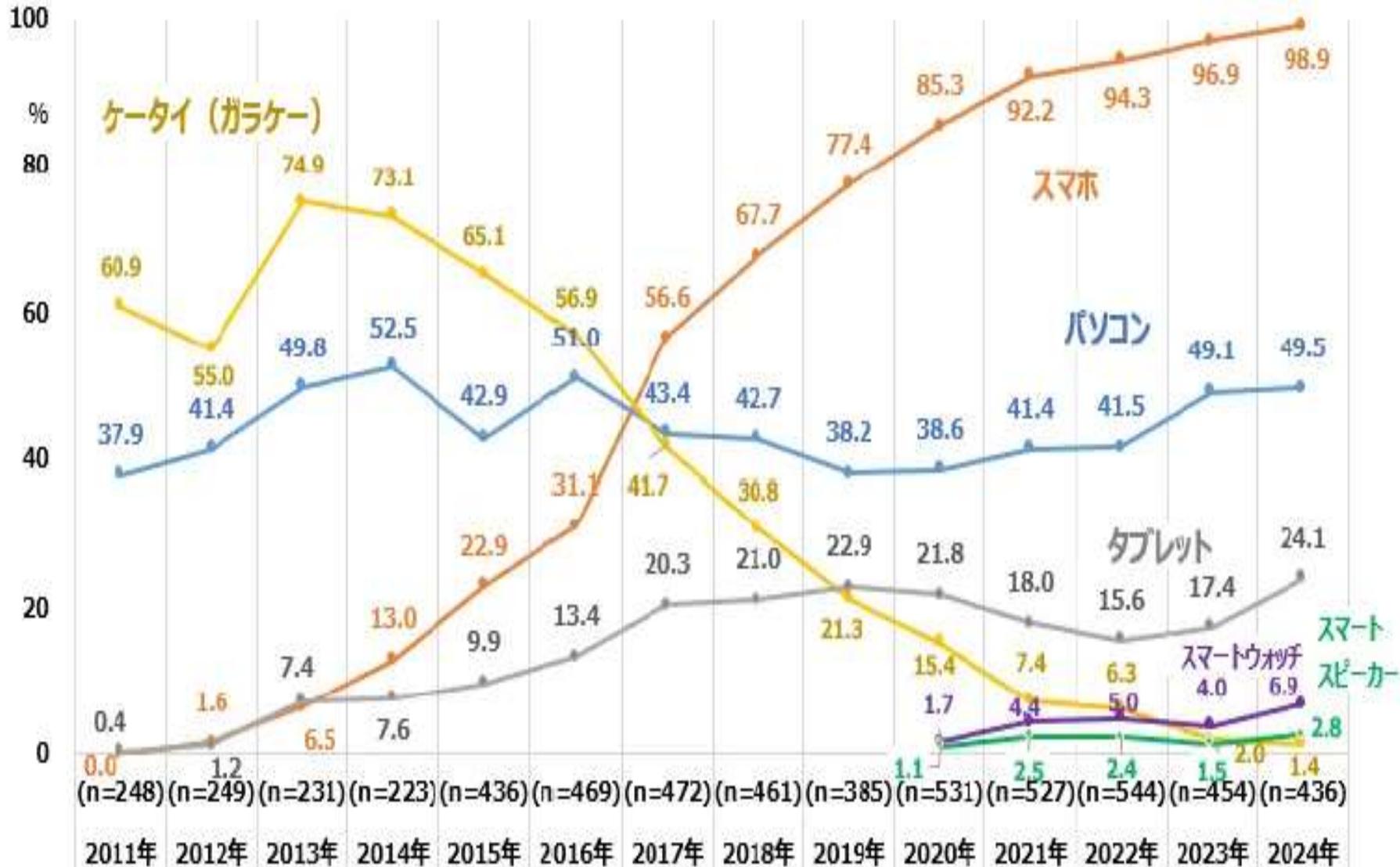


世代が上がるにつれて「クレジットカード」の割合が高くなり、シニア層は50.0%が「クレジットカード」をキャッシュレス決済の中で最も多く利用している。

3

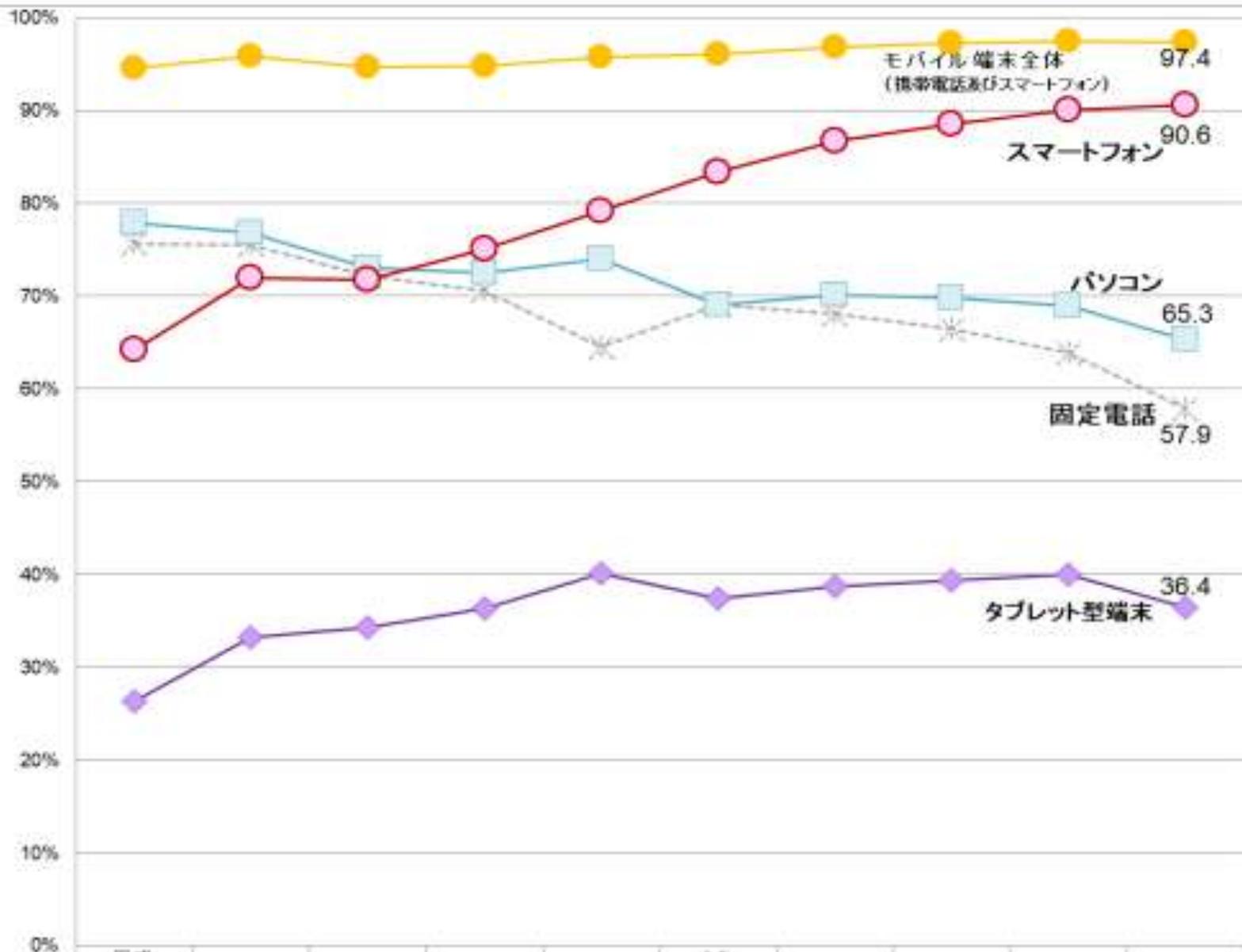
デジタルデバイス の活用

現在利用しているデバイス利用率推移



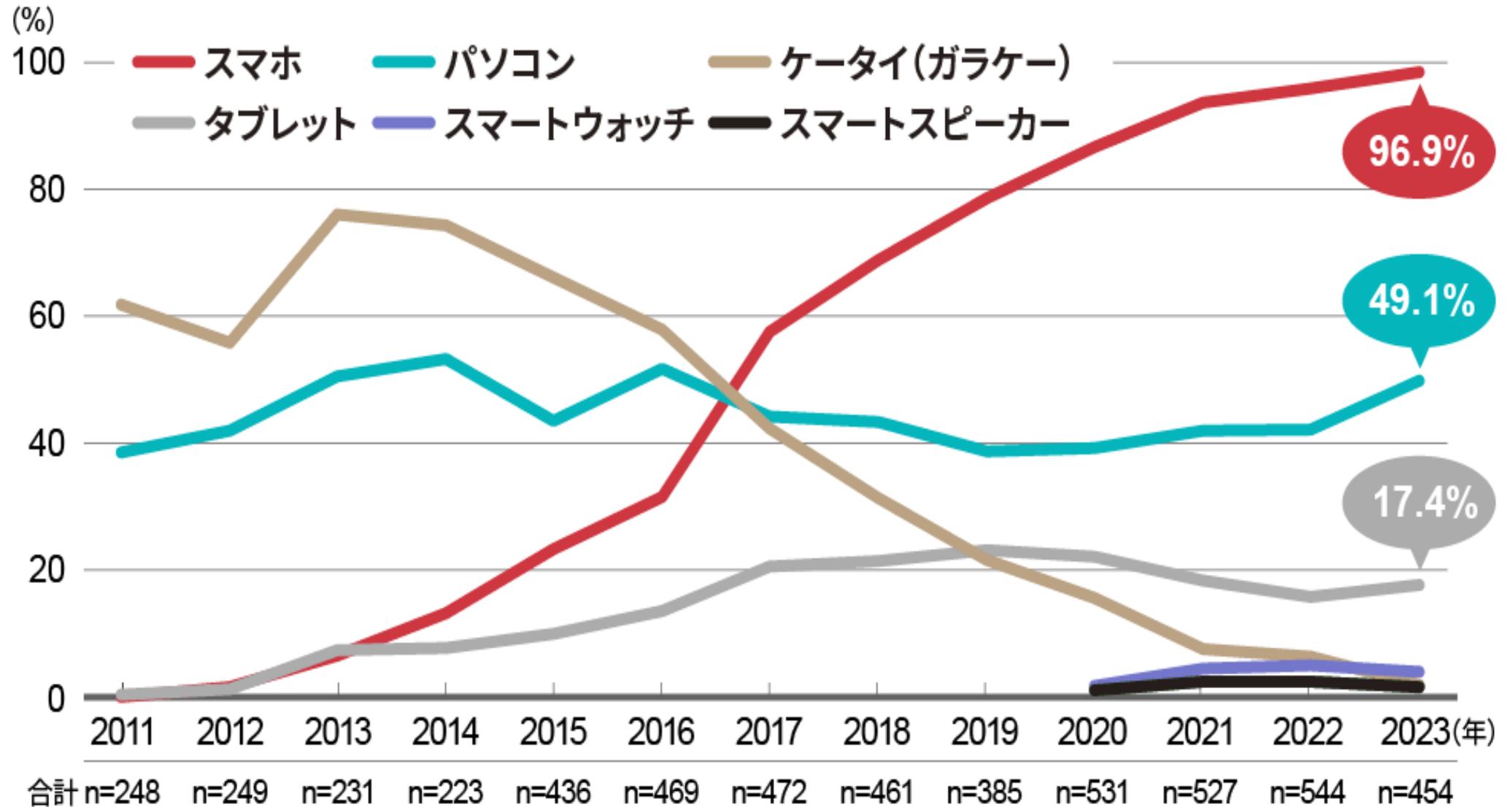
2024年のスマホの利用率は98.9%と、ほとんどのシニア女性がスマホを利用している。また、70代の利用率が、他の若い世代に追いつき始めている。タブレットの利用率が再度伸びてきている。また、昨年までは停滞気味だったスマートウォッチの利用率も、今年は6.9%と昨年比で+2.9ポイントアップした。

情報通信機器の普及状況



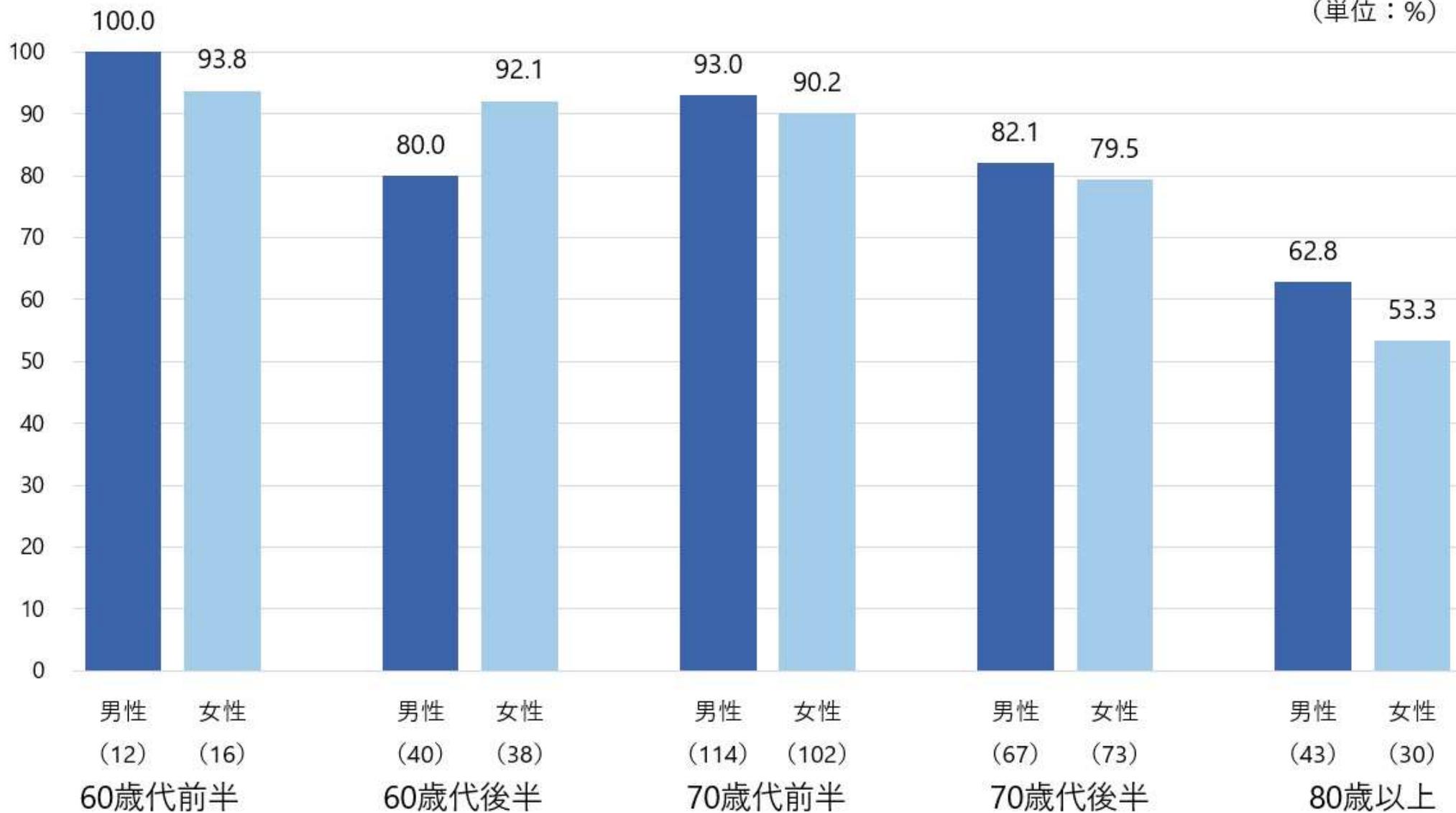
世帯の主な情報通信機器の保有状況について、スマートフォンの割合が90.6%となり、引き続き増加傾向だが、それ以外の情報通信機器の保有状況は、概ね減少傾向となっている。

シニアのデジタルデバイス保有状況

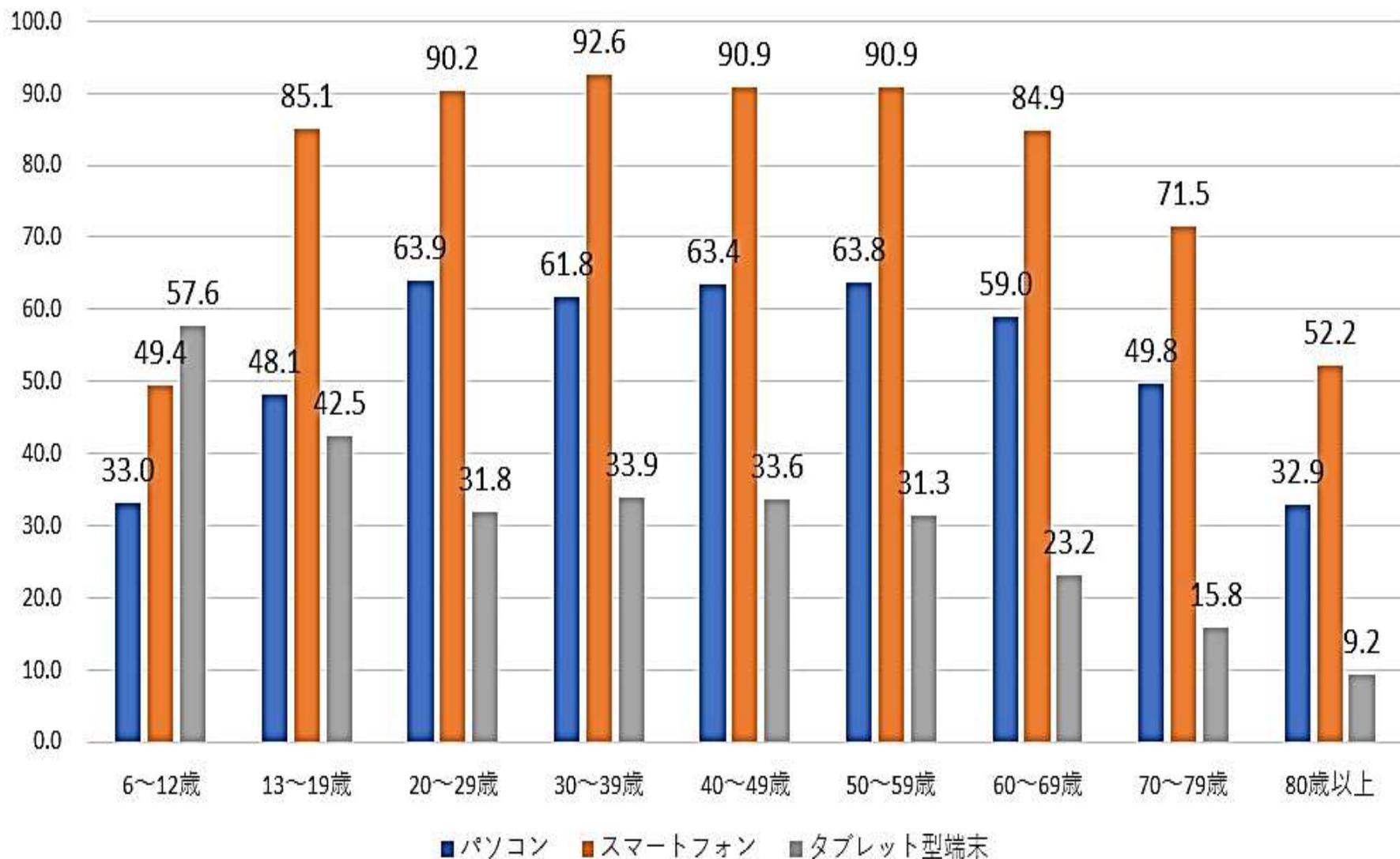


シニアのスマホ保有率

(単位：%)



全世代インターネット利用機器



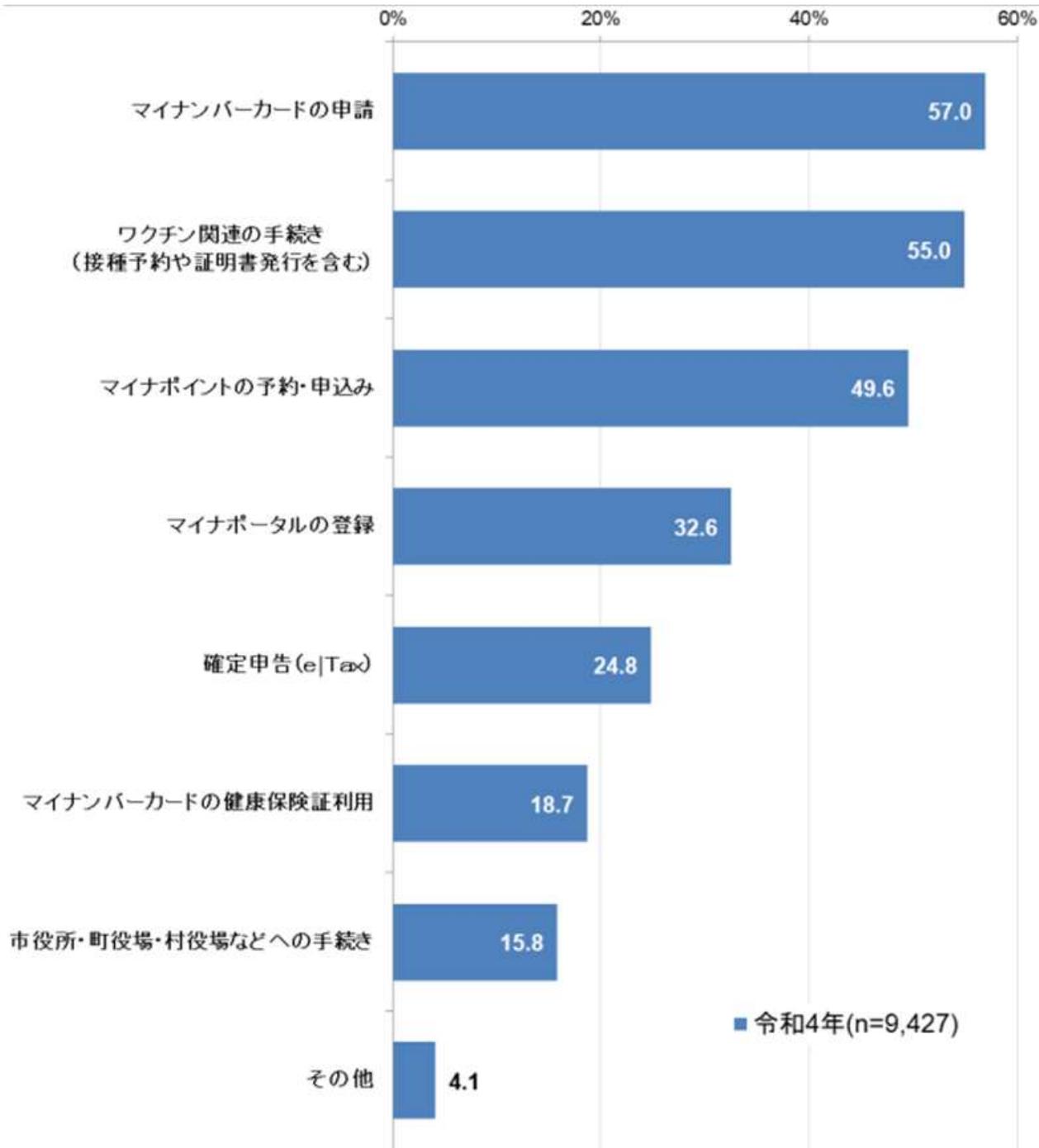
あらゆる世代で「スマホファースト」が定着してきた。
世帯普及率でも90.1%と9割を超えた。

プレシニアの50歳代では90.9%、60歳代でも、84.9%に上る。

70歳代で7割以上の71.5%、80歳代でも52.2%と半数を上回った。

4

オンラインサービスの の活用



電子政府・電子自治体の利用状況

電子政府・電子自治体で利用した行政手続きをみると「マイナンバーカードの申請」の割合が57%と最も高く、次いで「ワクチン関連手続き」55%、「マイナポイントの予約・申込み」49.6%となっている

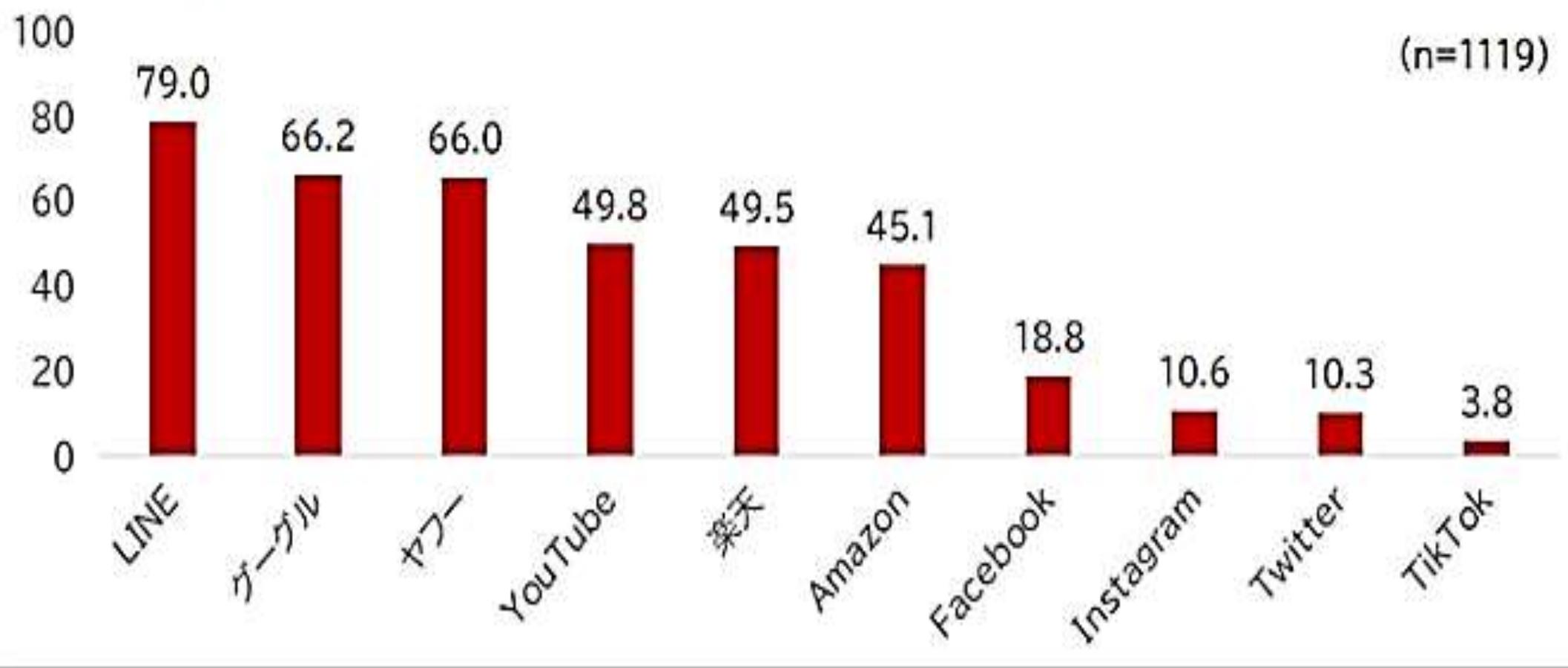
アプリ利用者ランキング

	アプリ名	2022年UU	21→22年	20→21年	19→20年
1	LINE	93493	103.2	103.2	94.3
2	PayPay	60329	111.8	114.5	154.6
3	Instagram	59622	109.9	106.7	109.1
4	Twitter	56947	103.4	104.2	100.1
5	Amazonショッピング	56859	104.2	108.6	101.7
6	Yahoo!	55849	108.3	110.5	99.9
7	楽天市場	52519	106.5	111.1	105.8
8	dポイントクラブ	48815	111.9	111.6	104.3
9	マクドナルド	45100	102.8	101.6	96.0
10	Facebook	42002	98.8	96.2	90.1
11	メルカリ	39402	100.3	111.5	107.0
12	セブンイレブン	38455	107.9	124.9	92.0
13	SmartNews	37514	103.1	110.0	105.0
14	d払い	36978	109.6	118.3	140.6
15	T-POINT	34926	112.2	108.7	100.4
16	楽天PointClub	34614	114.8	114.2	112.7
17	UNIQLO	32526	101.4	101.2	98.2

(%)

(図4)ECサイト・アプリについて利用しているものを教えてください。(複数回答)

(n=1119)



シニアの実施可能なスマホ操作

n=522 数値は%

	60代前半	60代後半	70代前半	70代後半	シニア全体
メールやメッセージを送る	97	93	88	87	92
カメラを使って写真や動画を撮影	93	94	83	87	89
電話帳の設定	88	83	74	73	80
インターネットを使って情報を検索	92	84	73	57	79
アプリのダウンロードや削除	72	61	43	39	56
Wi-Fiに接続	68	56	40	34	51
メールやメッセージの受信拒否設定	61	42	30	29	42
位置情報のON/OFF設定の仕方	56	42	25	28	39
写真を編集・加工	48	26	17	16	28

実施できる割合 ■・・・80%以上、■・・・50%以上

注目は「アプリのダウンロードや削除」です。

60代前半では7割を超えていますが、70代になると半数以下となります。

スマホの利活用を十分するためには、アプリの利用が活性化することが必要であり、それができる土壌があるかが重要な指標。

A=自分でやったことがある B=自分で出来るようになりたい C=B-A

		A	B	C
1位	スマホの翻訳サイト・機能・アプリを利用して、コミュニケーションをする	17.3%	37.7%	20.4pt
2位	旅先で、現地のオプションをネットで申し込む	17.9%	37.7%	19.8pt
3位	ホテルのチェックインで、QRコードやバーコードをかざす	36.3%	54.8%	18.5pt
4位	翻訳機(ポケットクのような)を使って、コミュニケーションをする	6.5%	21.8%	15.3pt
5位	QRコードやバーコードで、特典の動画・画像・プレゼントなどを獲得する	36.1%	50.0%	13.9pt
6位	QRコードやバーコードで、割引きを受ける	51.2%	64.5%	13.3pt
7位	紙以外の場所に現れるQRコード (例:空に表示されるバーコードなど)を読み取る	32.9%	44.6%	11.7pt
8位	(QRコードから)観光地での観光ガイドを表示する	47.8%	58.3%	10.5pt
9位	旅先で、Uber、Lyftなどのシェアリングタクシーを利用する	3.6%	13.1%	9.5pt
10位	(QRコードから)レストランでメニューを表示し注文をする	49.6%	58.3%	8.7pt



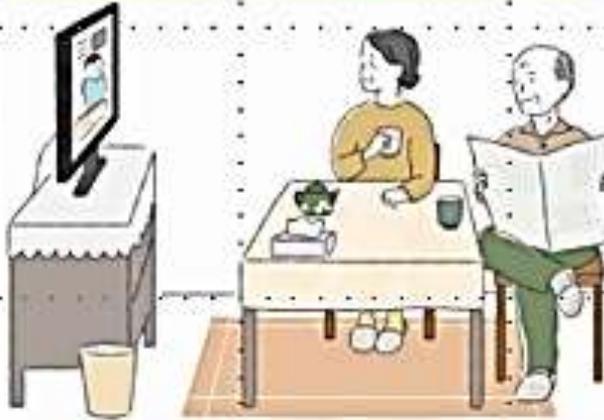
デジタルシニア
Digital Senior

シニアのクラスター分析

世話好きシニア



つつまシニア



我が道シニア



ノスタルシニア



風まかせシニア



今でしょシニア



シニアのクラスター分析

世話好きシニア



① 世話好きシニア

趣味、旅行にと活動的で、その楽しみには人との触れ合いや
応援などの人との交流にも及んでいることが特徴。
情報収集にはSNSなどデジタルを活用し、ネットリテラシーは高い。

つまシニア



② つつまシニア

日々の生活を波風立てずに穏やかに暮らすことを重視し、全体的につつま
ましい生活を送っており、インドア系の活動が目立つ。幸福度、健康状態、
余暇を楽しむ金銭的余裕、いずれもシニア層全体と比べて低調です。

我が道シニア



③ 我が道シニア

シニア層の中では60代前半が3割弱を占めており、年代が若めの層。
人生謳歌の意識が高く、自分の人生を充実させることに集中しています。

シニアのクラスター分析



④ ノスタルシニア

若かりし頃の価値観を重視する層で、若い頃や自分の経験を最も信用している。シニア層全体に比べ、女性の割合が高く金銭的余裕は低調だが幸福度は平均的です。



⑤ 風まかせシニア

自然に年齢を重ね、なすがまま、成り行きに身を任せる傾向がある層。情報入手やネットリテラシーは他の層と比べると低い傾向。



⑥ 今でしょシニア

好奇心が旺盛で、過去を省みるよりも「今」を大切に生きる意識が高く、活動的な層。情報入手の意識、ネットリテラシー、SNSの利用度、全て高い傾向にあります。

各クラスターごとの「現在していること」Top10

ノスタルシニア



現在していること	人数
テレビ	69
読書	51
国内旅行	43
投資	34
友人に会う	29
断捨離	26
園芸	26
スポーツ	25
孫に会う	21
料理	21

つつまシニア



現在していること	人数
テレビ	81
国内旅行	72
園芸	65
孫に会う	62
読書	53
友人に会う	52
スポーツ	40
グルメ	35
投資	33
断捨離	30

我が道シニア



現在していること	人数
テレビ	118
国内旅行	74
園芸	60
孫に会う	59
友人に会う	58
読書	54
断捨離	50
グルメ	37
スポーツ	37
投資	30

風まかせシニア



現在していること	人数
テレビ	99
友人に会う	83
園芸	75
国内旅行	71
孫に会う	71
断捨離	63
読書	54
料理	51
投資	47
スポーツ	45

世話好きシニア

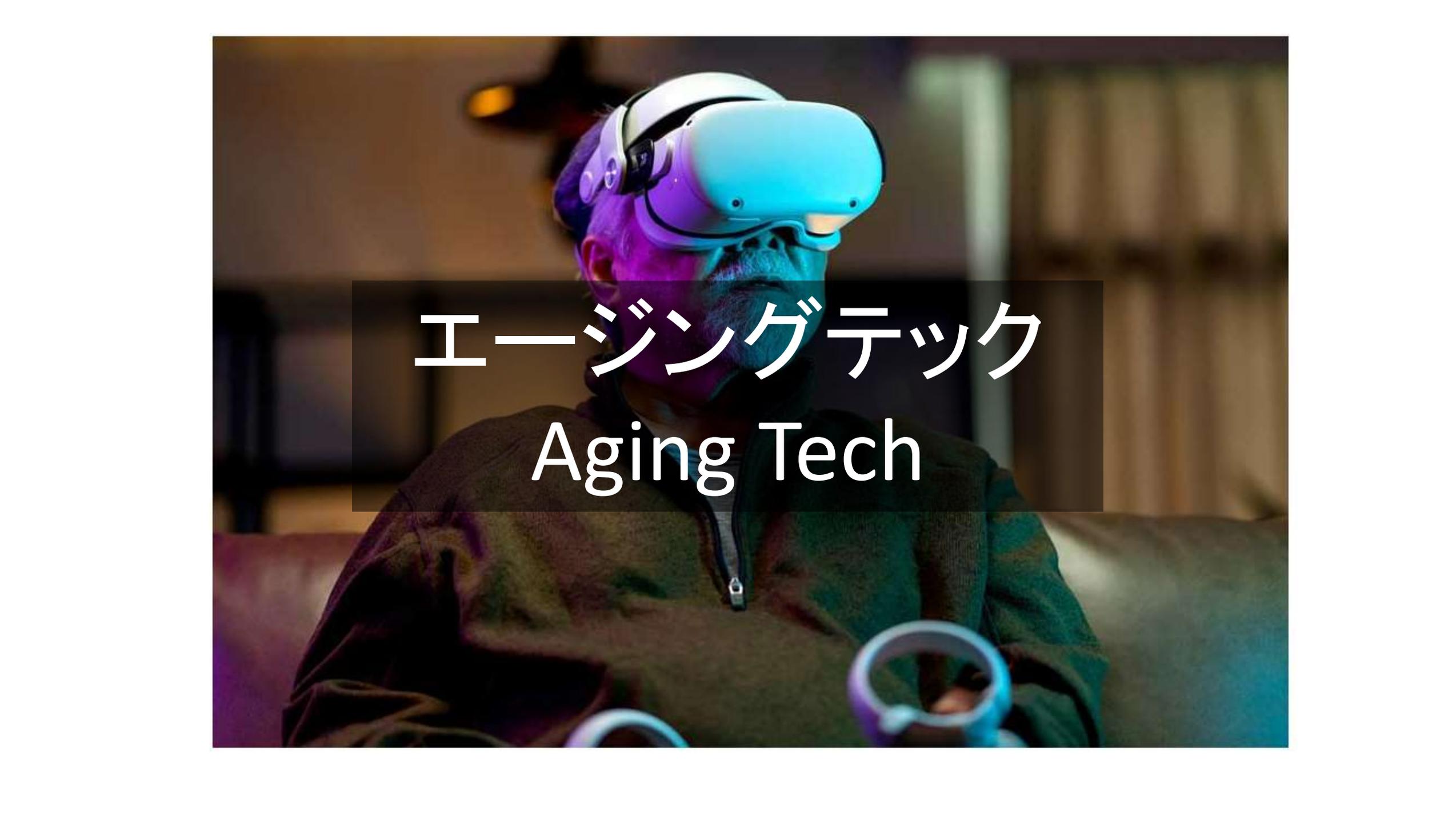


現在していること	人数
国内旅行	103
友人に会う	89
テレビ	83
読書	76
スポーツ	62
グルメ	61
園芸	57
料理	55
断捨離	55
孫に会う	52

今でしょシニア



現在していること	人数
テレビ	43
国内旅行	28
園芸	19
断捨離	19
読書	17
読活	16
ペット	13
投資	12
スポーツ	11
料理	10

A man with a beard is wearing a white VR headset and holding a white controller. He is sitting on a couch in a dimly lit room. The text 'エージングテック' and 'Aging Tech' is overlaid on the image in white.

エージングテック
Aging Tech

エージングテック Aging Tech

1
高齢者自身が購入する
商品やサービス領域

2
将来高齢者になる
プレシニア層が購入する
商品やサービス領域

Aging Tech

高齢者が生活の中で直面する
課題を解決するテクノロジー

3
高齢者を支援するために
社会や企業やその家族が購入する
商品やサービス領域

4
高齢者と若年層を
つなぐために利用される
商品やサービス領域

1 高齢者自身が購入する商品やサービス領域

■銀髪経済@中国

「銀髪族」とは中国でシニア層を指す言葉であり、シニア市場のボリュームが増加していることによって生まれた言葉である。

どの程度ボリュームが増加しているかということ、21年時点の調査によると、21年1～9月に56歳以上のシニア層が中国でネット経由で購入した商品の売上高は、前年同時期の**4.8倍**にも増加しているとされる。エイジテックということこれまで挙げていた事例のように、高度なテクノロジーやアルゴリズムを活用したサービスを想起してしまうかもしれない。しかし、日ごろの購買行動や日常行動をデジタルツールの活用により効率化・便利化することでも、市場に参入する側にとって十分なインパクトをもたらすことができる。



(2) 将来高齢者になるプレシニア層が購入する商品やサービス領域

■ ETHOS@米国

ETHOSは、不動産の整理・売却を伴うビジネスなど終末期のシニアに向けた事業である。これまでシニアが不動産の整理・売却の意思を表明する際、生前に完了せずに相続がうまく進まないといった課題が生じていた。

そのためETHOSでは、スマートフォンを活用して早期のプレシニア期から、自分で生前に不動産を整理・売却できるようなサービスを提供している。

これによって、通常準備に手間のかかる遺言計画も、スマホを活用してスムーズに作成できるようになり、不動産の整理・売却に関する課題も生前に減少することが見込まれる。



オンライン遺言書と 遺産計画

200万ドルの補償は1日2ドルから

本日承認された家族は2,114家族

健康診断や血液検査は不要

パーソナライズされたプランを入手する



3 高齢者を支援するために、社会や企業やその家族が購入する商品やサービス領域



■D free@日本

トリプル・ダブリュー・ジャパン(東京・港)が提供する「D free」は、超音波センサーで**排せつのタイミングを計測**してくれるウェアラブルデバイスである。このプロダクト(デバイス)は、排尿前と排尿後のお知らせを通知してくれるので、尿意を感じにくくなった高齢者の方も、余裕を持ってトイレに行くタイミングをサポートしてもらうことが可能になる。

D Free

D Free

 個人向けはこちら

 医療・介護施設向けはこちら

※本製品は医療機器ではありません



高齢者・
在宅介護向け

[詳細はこちら](#)



子どものトイレ・
障がいのある方向け

[詳細はこちら](#)



医療・
介護施設向け

[詳細はこちら](#)

D Freeが、尿のたまり具合を見える化し トイレの失敗を防ぎます

D Free（ディフリー）は、超音波センサーを使用して膀胱内の尿のたまり具合をリアルタイムで計測し、排尿のタイミングを事前に通知するウェアラブルデバイスです。

D Freeを使用することで、トイレの介護負担を減らせます。



DFreeの特徴



エコー診断にも使われている超音波センサーで

膀胱の状態をモニタリング



尿の溜まり具合を

10段階の数値でわかりやすく表示



排尿のタイミングを

通知でお知らせ

DFreeが叶えてくれること



トイレの失敗を減らせるから
介護の負担と費用が減らせる

DFreeの事前のお知らせにより、余裕を持ってトイレに行くことができるため、トイレの失敗を減らすことができます。おむつ費用と介護者の負担を減らします。



尿のたまり具合がわかるから
安心して生活できる

DFreeで最適なトイレタイミングを知らせてくれるため、トイレの悩み・心配を減らします。DFreeがあると安心・快適に過ごせるので、利用者のQOL（生活の質）が向上します。



トイレタイミングがわかるから
自立につながる

尿意を感じづらい方でもトイレのタイミングがわかるので、おむつになるべく頼らず自立した生活を送れます。

[製品情報について詳しく見る >](#)

4) 高齢者と若年層をつなぐために利用される商品やサービス領域

■ Honor@米国

米国で10億ドル(約1330億円)以上の資金を調達しているユニコーン企業の1つに「Honor」というスタートアップがある。このスタートアップは、在宅介護を必要としている高齢者と介護士のマッチングを行うCtoCプラットフォームである。

Honorの強みは、介護士と高齢者ユーザーのマッチングの精度にある。高齢者が使用する言語や人種、趣味嗜好などのデータを基にしたアルゴリズムを活用することで、介護士を精度高くマッチングすることに成功している。



自分の条件で年を重ねる

1994年以來、当社のグローバル在宅ケアブランドであるHome Insteadは、高齢者が自宅で快適に老後を送るために必要な質の高いケアを提供してきました。現在、Honor Technologyの力を借りて、Home Insteadは革新的なソリューションと思いやりのある個別のケアで老後の生活を再構築しています。当社は、より多くの高齢者が自立し、尊厳を保ち、当然受けるべきサポートを受けながら自宅で暮らせるようにすることに尽力しています。

10k

アメリカ人は毎日65歳になる

90%

自宅で老後を送りたい
と考えている人の割合

15億以上

2050年までに65歳以上の人が

100万以上

1週間あたりの介護時間



Honorの使命は、世界が高齢者を
ケアする方法を変えることです。

歴史上初めて、高齢者の数が若者の数を上回り、高齢化する愛する人の介護は社会の最大の課題であり、また機会でもあります。Home Insteadと連携して、私たちは世界中のコミュニティの高齢者の介護を再定義し、テクノロジー、イノベーション、関係性を活用して、常に質の高い介護を提供しています。

変化を起こしましょう

Honorでは、コラボレーション、イノベーション、そして常識への挑戦という文化を通じて、あらゆるレベルのリーダーシップを育んでいます。私たちは絶え間なく卓越性を追求し、日々使命を実行しています。

私たちは力を合わせて、すべての人にとって新しく、より良い
老化体験を創造しています。



介護専門家

プロフェッショナルとして扱われます。



エンジニアとイノベーター

何百万人もの人々に影響を与える大きな問題を解決します。



オペレーションプロフェッショナル

質の高いケア提供の最先端で働きます。

[すべてのキャリアを見る](#)

私たちの思考が導く先

当社のリーダーや会社に関する記事をお読みください。



目的を持ってリードする: Honor
のリーダーシップ原則の紹介



オナーテクノロジーとその
子会社が栄誉の一年を祝う



2024年のAIの未来はどのようなのでしょうか?

No.201

2025/2/21

東日本ヤマハOB会
パソコン同好会

2月例会 トピックス

救済

「ア」の実態

開催中・これからの展覧会 これまでの展覧会

コラボレーション・アーティスト:

高谷史郎

真鍋大度

カールステン・ニコライ

アピチャッポン・ウィーラセタクン

Zakkubalan

岩井俊雄

スペシャル・コラボレーション:

中谷芙二子

Collaboration Artists:

Shiro Takatani

Daito Manabe

Carsten Nicolai

Apichatpong Weerasethakul

Zakkubalan

Toshio Iwai

Special Collaboration:

Fujiko Nakaya



音を視る 時を聴く
坂本龍一

seeing sound, hearing time
Ryuichi Sakamoto





坂本龍一＋高谷史郎《LIFE-fluid, invisible, inaudible...》
2007/2023年「Ryuichi Sakamoto | SOUND AND TIME」展示風景、成都木木美術館(人民公園館)、2023年 画像提供：成都木木美術館



坂本龍一＋高谷史郎《async-immersion 2023》2023年
「AMBIENT KYOTO 2023」展示風景、京都新聞ビル地下1階、
2023年 Photo by Satoshi Nagare

