2001年9月7日
（株）博報堂　エルダービジネス推進室

ＨＯＰＥレポートⅣ　「情報縁：3世代コミュニケーション」

9月15日の敬老の日を前に、今回は「3世代コミュニケーション」をテーマに、「親」（65歳以上の高齢者）が「子」（30代～40代）や「孫」（中高生）とどうコミュニケーションしているのか、その実態を特に「親・子のコミュニケーション」に焦点をあてて調査した。

ＨＯＰＥレポート：高齢化が急速に進展するなか、５０歳以上のエルダー世代は、いま変化しつつあり、注目されています。このエルダー世代に関する生活意識や現状を探って行くレポートです。

■「親子」コミュニケーションにとって、「孫」はかすがい。 (p6参照)

- 同居している「親子」の場合、ほぼ毎日。別居している「親子」の場合、月1～2回の頻度でコミュニケーションを取っている。
- 「顔を合わせる頻度」、「電話（携帯電話、ファックス）をする頻度」は「親」の方が高い。これは、「親」の方が積極的、主体的にコミュニケーションを取っているためと思われる。
- 「親子」の間で最も多い話題は、「孫」のこと。「話していて楽しい内容」も、断然「孫」のことがあげられている。「孫」に次ぐ話題は「健康」で、「父息子」関係の場合は、これに「仕事」が加わってくる。

■「親子」の中で、「母娘」関係は濃密関係。 (p4参照)

- 「親子」の中でも、「母娘」関係がずば抜けてコミュニケーション頻度が高く、一番回数の少ない「父息子」関係に比べると、約5倍にもなる。やり取りは、電話、携帯電話、ファックスを使うことが多い。
- 「母娘」関係の話題は、「孫」、「健康」に加えて、「親族」「趣味・レジャー」「旅行」など話題が豊富である。

■「親」が今後、一番話しておきたいことは、「相続」のこと。 (p6参照)

- 「今後話しておきたい内容」は、「親」は「相続」のことが一番で、「人生訓・人生経験」、「親の看護・介護」が続く。「子」の「今後話をしておきたい内容」は、「親の老後の生活」が一番で、「親の看護・介護」「親の健康」と続く。「親子」共々、「これから」を心配している様子がうかがえる。

■「IT化」で、「親子」コミュニケーションは増える。 (p5参照)

- 携帯電話（ＰＨＳを含む）、ファックス、パソコン等のインターネットメールを持っている人に、「親子」のコミュニケーションが変わったかどうかを質問してみると、「子」は、回数、内容とも「変わらない」と答えている人が多いのに対して、「親」の5割が「回数が増えた」、4割が「内容豊富になった」と答えている。

■「敬老の日」のプレゼントは、「みんなで食事」が一番。 (p9参照)

- 「敬老の日のお祝い」で最も多いのは、「外食・食事」。してもらってうれしかったことでも、一番にあげられている。「子供達、その家族全員での食事会」などの回答が多数見られ、やはり、お祝いに「孫」を含めて食事できたことが喜ばれているようである。

***このレポートは高齢者も読みやすい11ポイント以上の文字を使用しています。**
（11ポイントは、これ以上小さくなると読みにくくなる下限です）

■これまで発行したＨＯＰＥレポート

ＨＯＰＥレポートＩで、従来の枯れて行く老後感とは違う志向性をもった「ニューエルダーの登場」と、５０代以上のエルダー世代の人たちの関係づくりのキーワードとしての「情報縁」を提起しました。II以降ではその現状と可能性をさらに具体的に探って行きます。

１．ＨＯＰＥレポートＩ　ニューエルダーの登場（５月・既報）
・ニューエルダーの登場

２．ＨＯＰＥレポートII　情報縁：つながる場（7月・既報）
・ユニバーサルデザイン

３．ＨＯＰＥレポートIII　情報縁：つながる関係　（8月・既報）
・エルダーの人間関係

４．HOPEレポートIV　情報縁：3世代コミュニケーション（今回）
・エルダーの「子供」「孫」とのコミュニケーション実態

■ 博報堂エルダービジネス推進室のホームページ
http://www.h-hope.net/
これまで発行したHOPEレポートが全てご覧いただけます。

（資料）

３世代コミュニケーション調査

調査目的

65歳以上の高齢者の「子供」「孫」とのコミュニケーションの実態を、特に「子供とのコミュニケーション」に焦点をあてて、把握する。

対象エリア

全国

対象サンプル

65歳以上の高齢者男女個人（親世代）	100サンプル	（男性50サンプル　女性50サンプル)
30～40代の男女個人（子供世代）	100サンプル	(男性50サンプル　女性50サンプル)
中学生・高校生（孫世代）	30サンプル	(男性14サンプル　女性16サンプル)

調査方法

（株）ドゥ・ハウスのモニターを通じ、全国から対象者をリクルート。ＦＡＸ送信によるアンケート自記入式。

調査時期

2001年8月10日（金）～19日（日）

「親子」の中で、「母娘」関係は濃密関係。

◎ コミュニケーション頻度は、「親子」が同居している場合と、別居している場合によって、頻度が大きく変わると考えられる。各項目とも、年間にした場合の頻度で回答していただいた。結果、同居している親子の場合、ほぼ毎日。別居している親子の場合、月1～2回の頻度でコミュニケーションをとっている。

◎ 「顔を合わせる頻度」、「電話（携帯電話、FAX）をする頻度」は「親」の方が高い。これは「親」の方が積極的、主体的にコミュニケーションをとっているためと思われる。

◎ 「親子」関係の中でも、「母娘」関係がすば抜けてコミュニケーション頻度が高く、電話、携帯電話、FAXでのやり取りが多い。

▼「親子」のコミュニケーション頻度

（回数／年）
※ただし、手紙のみ通数／年

			N	顔を合わせる頻度	電話する頻度	手紙を出す頻度	携帯電話		FAX		Eメール	
							所有者	頻度	所有者	頻度	所有者	頻度
親（65歳以上の高齢者）	全体		100	95.0	39.1	1.0	27.0	26.3	45.0	3.2	16.0	1.3
	子供と同居	小計	16	345.0	8.6	0.1	1.0	0.0	9.0	0.0	1.0	0.0
		父→息子	4	303.8	3.0	0.0	1.0	0.0	2.0	0.0	0.0	*
		父→娘	3	356.7	0.0	0.0	0.0	*	1.0	0.0	0.0	*
		母→息子	3	365.0	2.0	0.7	0.0	*	2.0	0.0	0.0	*
		母→娘	6	356.7	20.0	0.0	0.0	*	4.0	0.0	1.0	0.0
	子供と別居	小計	84	47.3	44.9	1.2	26.0	27.4	36.0	3.9	15.0	1.3
		父→息子	21	26.0	17.9	0.6	7.0	22.6	9.0	1.3	4.0	0.0
		父→娘	22	75.8	35.0	1.7	9.0	7.4	12.0	2.8	7.0	2.9
		母→息子	12	45.2	22.4	0.6	4.0	6.5	4.0	0.8	3.0	0.0
		母→娘	29	42.1	81.4	1.5	6.0	76.7	11.0	8.6	3.0	0.0
子（30～40代）	全体		100	52.87	35.44	1.09	67	8.97	69	2.12	51	4.14
	親と同居	小計	5	365.0	3.0	0.6	3.0	5.0	2.0	0.0	2.0	0.0
		息子→父	1	365.0	0.0	0.0	1.0	0.0	1.0	0.0	1.0	0.0
		娘→父	2	365.0	0.0	0.0	0.0	*	0.0	*	0.0	*
		息子→母	0	*	7.5	1.0	1.0	15.0	0.0	*	0.0	*
		娘→母	2	365.0	0.0	0.5	1.0	0.0	1.0	0.0	1.0	0.0
	親と別居	小計	95	36.4	37.2	1.1	64.0	9.2	67.0	2.2	49.0	9.9
		息子→父	27	50.9	19.0	0.6	15.0	5.2	17.0	0.4	11.0	1.8
		娘→父	4	45.3	50.0	1.8	2.0	10.0	3.0	0.7	2.0	23.5
		息子→母	20	28.1	24.1	1.0	17.0	7.0	17.0	1.4	13.0	1.9
		娘→母	44	30.6	53.1	1.5	30.0	12.3	30.0	3.8	23.0	5.2

「ＩＴ化」で、「親子」コミュニケーションは増える。

◎ 携帯電話（PHSを含む）、FAX、パソコン等のインターネットメールを持っている方で、別居している親子のコミュニケーションに変化があったかどうかを見てみると、子供世代は、回数、内容とも変わらないと答えている人が多いのに対して、親世代は5割が「回数が増えた」、4割が「内容が豊富になった」と答えている。

▼「ＩＴ化」による変化

			N	携帯電話／ファックス／Ｅメール 所有による親子（親孫）のコミュニケーションの変化			
				コミュニケーションの「回数」		コミュニケーションの「内容の豊富さ」	
				増えた	変わらない	増えた	変わらない
親（６５歳以上の高齢者）	子供別居	・携帯電話 ・ファックス ・Ｅメール所有	43	53.5%	46.5%	41.9%	58.1%
子（３０～４０代）	親別居	・携帯電話 ・ファックス ・Ｅメール所有	75	41.3%	58.7%	28.0%	72.0%

「親子」コミュニケーションにとって、「孫」はかすがい。

最近、どのような話をしているのか、話をしていて楽しい内容とは？今後、話をしておきたいことは何か？を親世代、子供世代それぞれに具体的に回答してもらった。

◎ 親子の間で最も多い話題は「孫」。特に「子供」世代では、すべての親子の組み合わせで第1位になっている。「孫」に次ぐ話題は「健康」で、父息子関係の場合は、これに「仕事」が加わってくる。母娘関係は、「孫」「健康」以外にも、「親族」「趣味・レジャー」「旅行」など話題が豊富である。

◎ 「話していて楽しい話題」は、断然「孫」。親世代、子供世代ともに、第1位にあがっている。2位以下はかなり差があって、「趣味・レジャー」「旅行」などが続いている。

◎ 「親」が今後一番話しておきたいことは、「相続」のこと。「人生訓・人生経験」、「親の看護・介護」が続く。しかし、父娘、母娘関係になると、「相続」が2番目になっているところは、興味深い。「子供」世代にとって親と「今後話しておきたい内容」は、「親の老後の生活」が一番で、「親の看護・介護」、「親の健康」と続く。子供世代が、親のこれからを心配している様子がうかがえる。

▼「親子」のコミュニケーション

単位：人

		親（６５歳以上の高齢者）					子（３０～４０代）				
		全体	父→息子	父→娘	母→息子	母→娘	全体	息子→父	娘→父	息子→母	娘→母
	N	100	25	25	15	35	100	28	4	22	46
最近の話の内容	1位	★孫 46	仕事 12	★孫 17	健康 8	★孫 19	★孫 79	★孫 18	★孫 3	★孫 15	★孫 43
	2位	健康 35	健康 7	健康 6	孫 5	健康 14	健康 30	仕事 10	健康 1	健康 9	健康 13
	3位	仕事 24	孫／趣味・レジャー 5	仕事 5	住宅 4	親族 6	親族 19	健康 7	趣味・レジャー 1	親族 4	親族 10
話していて楽しい内容	1位	★孫 61	★孫 17	★孫 17	★孫 6	★孫 21	★孫 48	★孫 13	★孫 4	★孫 10	★孫 21
	2位	趣味・レジャー 14	趣味・レジャー 6	旅行 3	子供夫婦の家庭生活 3	旅行 6	趣味・レジャー 21	趣味・レジャー 6	仕事 1	趣味・レジャー 4	趣味・レジャー 11
	3位	旅行 14	旅行 3	子供夫婦の家庭生活 2	趣味・レジャー 3	家庭生活 4	旅行 17	旅行 4	ー ー	旅行 2	旅行 11
今後話をしておきたい内容	1位	相続 25	相続 7	人生訓・人生経験 7	相続 5	親の看護・介護 10	親の老後の生活 34	親の老後の生活 6	特になし 3	親の老後の生活 10	親の老後の生活 18
	2位	人生訓・人生経験 19	親の看護・介護 5	相続 6	人生訓・人生経験 3	相続 7	親の看護・介護 19	親の看護・介護 4	親の健康 1	相続 3	親の看護・介護 13
	3位	親の看護・介護 17	親の老後の生活 4	孫の教育 3	親の老後の生活 2	人生訓・人生経験 7	親の健康 8	仕事/孫の教育 3	ー ー	親の看護・介護 2	親の健康 4

話題で一番多いのは、「孫」の学校生活のこと。

◎ 「親子」の間で話されている「孫」に関する話題は、「学校生活」が最も多い。「親」の場合、これに「勉強・受験・進学」が続く。「子」の場合、「学校生活」に続く話題として「成長」があがっている。

▼「親子」のコミュニケーションにおける孫

単位：人

		N	孫についての話の内容		
			1位	2位	3位
親（65歳以上の高齢者）	全体	100	学校生活（幼稚園・保育園含む） 41	勉強・受験・進学／健康 26	家庭生活（出来事、家庭での様子など）／成長 17
	父→息子	25	学校生活（幼稚園・保育園含む） 11	家庭生活（出来事、家庭での様子など） 5	成長 4
	父→娘	25	勉強・受験・進学 10	学校生活（幼稚園・保育園含む） 10	部活・スポーツ 8
	母→息子	15	学校生活（幼稚園・保育園含む） 6	育児・教育・しつけ 4	勉強・受験・進学／健康 3
	母→娘	35	学校生活（幼稚園・保育園含む） 14	勉強・受験・進学 11	家庭生活（出来事、家庭での様子など） 7
子（30～40代）	全体	100	学校生活（幼稚園・保育園含む） 35	★成長 24	勉強・受験・進学／健康 21
	息子→父	28	学校生活（幼稚園・保育園含む） 10	勉強・受験・進学 6	成長 6
	娘→父	4	学校生活（幼稚園・保育園含む） 2	家庭生活（出来事、家庭での様子など） 1	成長／健康 1
	息子→母	22	学校生活（幼稚園・保育園含む） 7	★成長 7	健康 5
	娘→母	46	学校生活（幼稚園・保育園含む） 16	習い事 14	育児・教育・しつけ 12

「親」(65歳以上の高齢者)と「孫」(中高生)の話題も「学校生活」

◎「親」(65歳以上の高齢者)と「孫」(中高生)の間の話題も「学校生活」。他には「遊び」「友達」「部活・スポーツ」。

◎「孫」(中高生)が「祖父母と話していて楽しい」「もっと聞きたい」のは、「親」の子供時代、戦争体験など「昔の話」が上げられているが、調査時期(8月中旬)の影響が出ている可能性もある。

▼「親孫」のコミュニケーション頻度

(回数／年)

＊ただし、手紙のみ通数／年

		N	顔を合わせる頻度	電話する頻度	手紙を出す頻度	携帯電話		FAX		Eメール	
						所有者	頻度	所有者	頻度	所有者	頻度
親(65歳以上の高齢者)	全体	100	90.3	23.3	1.2	27.0	4.0	45.0	2.8	16.0	0.7
	孫と同居 小計	16	350.9	3.9	0.6	1.0	0.0	9.0	0.0	1.0	0.0
	孫と別居 小計	84	40.6	27.0	1.3	26.0	4.2	36.0	3.4	15.0	2.6

▼「親孫」のコミュニケーション内容

単位：人

		N	会話の内容		
			1位	2位	3位
親(65歳以上の高齢者)	全体	100	学校生活(幼稚園・保育園含む) 34	遊び 20	友達 19
	祖父→男児	29	遊び 9	学校生活(幼稚園・保育園含む) 6	友達／部活・スポーツ 5
	祖父→女児	21	学校生活(幼稚園・保育園含む) 11	習い事 4	家族のこと 4
	祖母→男児	29	学校生活(幼稚園・保育園含む) 8	勉強・受験・進学 6	遊び／友達 5
	祖母→女児	21	学校生活(幼稚園・保育園含む) 9	友達 6	遊び／勉強・受験・進学 3
孫(中高生)	全体	30	学校生活(幼稚園・保育園含む) 16	部活・スポーツ 13	勉強・受験・進学 9
	男子	14	学校生活(幼稚園・保育園含む) 9	部活・スポーツ 7	勉強・受験・進学 3
	女子	16	学校生活(幼稚園・保育園含む) 7	部活・スポーツ 6	勉強・受験・進学 6

		N	楽しかった／もっと聞きたい話		
			1位	2位	3位
孫(中高生)	全体	30	昔の話(祖父母の子供時代、戦争など) 10	趣味 6	親の子供時代 5
	男子	14	昔の話(祖父母の子供時代、戦争など) 5	趣味 4	旅行 2
	女子	16	昔の話(祖父母の子供時代、戦争など) 5	親の子供時代 4	趣味 2

「敬老の日」のプレゼントは、「みんなで食事」が一番。

「子」世代には、「親」に贈りたいもの。「親」世代には、敬老の日に「子」や「孫」からしてもらっていること。そして、いままでにしてもらって嬉しかったことを質問した。

◎ 「敬老の日のお祝い」で最も多いのは「外食・食事」。してもらって嬉しかったことでも、一番にあげられている。「子供達、その家族全員での食事会」などの回答が多数見られ、やはり、孫を含めて集まって食事できたことが喜ばれているようである。

◎ 「親」が嬉しく、「子」が贈りたいものは、「旅行」、「孫からの絵、手紙」など。

◎ 「敬老の日」のプレゼントとしては、食事や旅行、花も喜ばれるが、やはり「電話」「手紙」「絵」など「孫」からのメッセージが喜んでもらえるポイントになりそうである。

▼「敬老の日」プレゼント

単位：人

	親（６５歳以上の高齢者）（Ｎ＝100）		子（30～40代）（Ｎ＝100）	孫（中高生）（Ｎ＝30）
	してもらうこと／もらうもの	（して）もらって嬉しかったこと	贈りたいと思うもの	してあげたいこと／プレゼントしたいもの
1位	★外食・食事 23	★外食・食事 26	☆旅行 15	電話・話 5
2位	手紙・メッセージカード 18	孫からの絵、手紙など 17	孫からの絵、手紙など 14	肩たたき・マッサージ 5
3位	電話・ＦＡＸ・メール 9	☆旅行 11	花 14	絵、手紙 4
4位	衣類 9	孫からのプレゼント 6	食品・酒類・飲料 14	花 4
5位	花 8	孫の訪問 5	衣類 13	手伝い 4

（ご参考1）

博報堂エルダービジネス推進室：
昨年６月に設立。日本が急速に超高齢社会に向かうなか、情報コミュニケーション・マーケティングに関する開発・支援などのエルダー対応を推進中。
エルダーズライフ／介護／ユニバーサルデザインの３領域が対象です。

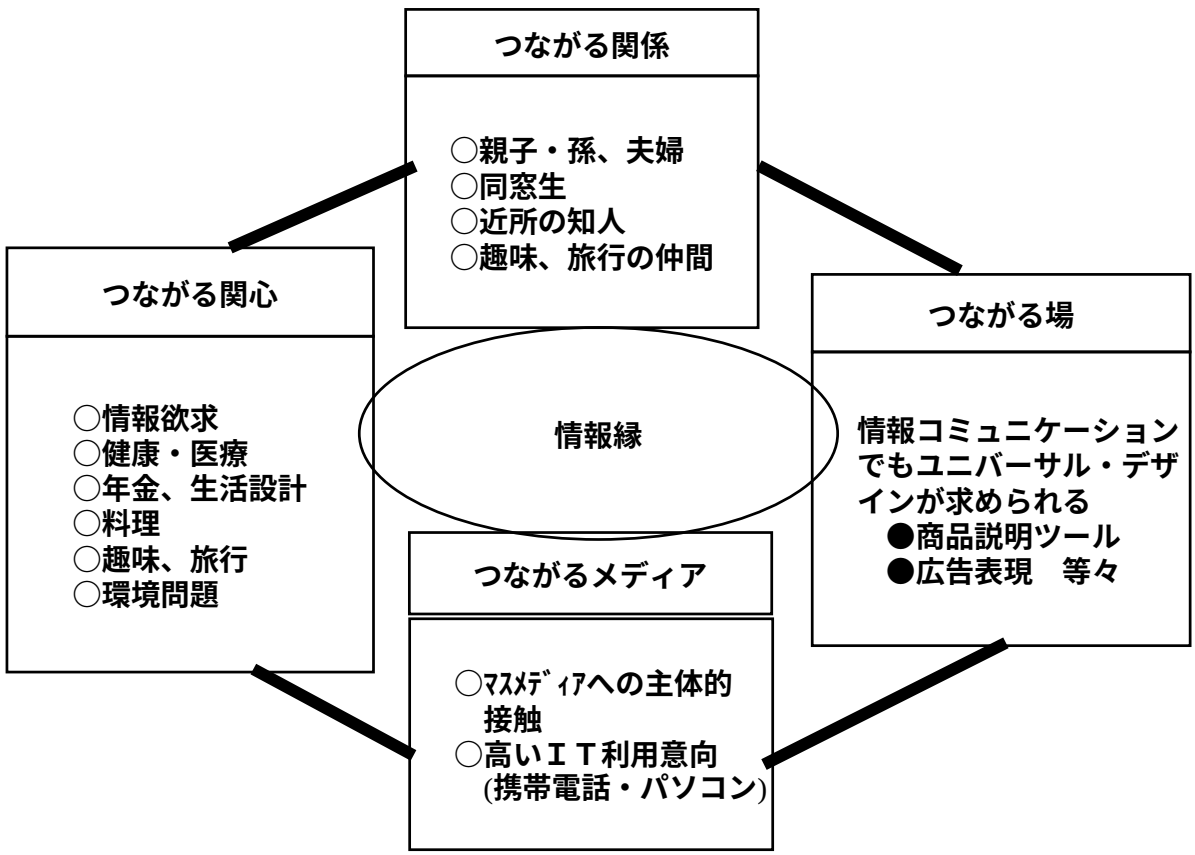
エルダー世代
ここでは、エルダー世代を５０歳以上と規定しています。
国連の規定で６５歳以上が高齢者とされていますが、一方で団塊の世代の動向も注目をされています。博報堂エルダービジネス推進室はそのすべてをエルダー生活者ととらえ、これからどういう変化が起きていくのか、社会全体に対してどのような影響を及ぼすのかを探っています。

（ご参考2）　ＨＯＰＥレポートⅠ　「情報縁」

■　ニューエルダーに迫るキーワードは「情報縁」

これまでの「枯れていく」老後観とは異なった、元気で意欲的な「ニューエルダー」。より広い人々との「関係」を重視し、社会問題も含めた広い関心事を持ち、新しいメディアを積極的に活用しようとしている「ニューエルダー」へはどのようなアプローチが有効でしょうか？

そのために、考えておきたいキーワードがあります。それは**「情報縁」**。
すなわち、「マスメディアあるいは携帯電話・パソコンなど新しいメディアを活用」し、「健康・環境・趣味」など「関心事についての情報をメディアから入手・交換」しつつ、「仲間づくり」をするという、彼らの新しい縁づくり＝**「情報縁」づくり**を応援するという考え方です。

さらに、その縁づくりの場は、エルダー世代にとって接しやすく使いやすい場であることが、大切です。例えば「商品説明ツールも広告表現もユニバーサルデザインでわかりやすく」といった気づかいをしていくことが、小さいけれど、重要になります。
縁づくりのメディアの一つとなる「IT」機器もユニバーサルデザイン対応が求められます。彼らのコミュニケーションの場としての「インターネットサイト」の積極的活用とユニバーサルデザイン対応も視点の１つでしょう。

「情報縁」でニューエルダーの人たちをつなぎ、彼らの生活をより楽しく、活性化させるという視点に、企業からのアプローチのヒントがあると私たちは考えます。