

新大人研レポート No.26 シニアから新大人へ、新型50・60代に。 その10

## 新しい大人のデジタルライフは 「オンラインショッピング」&「3世代SNS」を中心に

- ・デジタル情報機器の用途は「サイト閲覧」「メール」に続き、3位「オンラインショッピング」が7割に。
- ・60代のコミュニケーションの相手は「LINE」が家族に対して、「Facebook」などは友人・知人や昔の仲間と。

博報堂新しい大人文化研究所では、40～60代を“新しい大人世代”と呼び、調査研究を行っています。調査結果を見ると、40～60代の変化は、さらに本格感を増しています。新大人研レポート2012～13年は「絶滅!? する中高年—“新しい大人世代の登場”」、2013～14年は「いま高齢社会は“新しい大人社会”へと大きく変化」でした。2015年はあらためて生活者の変化に注目して『シニアから新大人へ』。自分たちは従来の50・60代とは違うという意識が高まっています。40代も含めて、単なる「若々しさ」だけでなく多方面での新たな兆しが見えて来ました。今回のシリーズでは、消費にも大きな影響を与えるその生活者の意識変化を明らかにして行きます。

現在使用しているデジタル機器はパソコンが(95.7%)と圧倒的で、2位は携帯電話(スマートフォン以外)(48.5%)、3位はスマートフォン(48.3%)で、携帯電話とスマートフォンはほぼ同率となっています。しかし、年代別にみると60代では携帯電話が、また、40代に関してはスマートフォンの使用が多くなりました。今後の使用意向を現在の使用率と比較すると、パソコンと携帯電話が下がり、スマートフォンとタブレットが上昇しています。

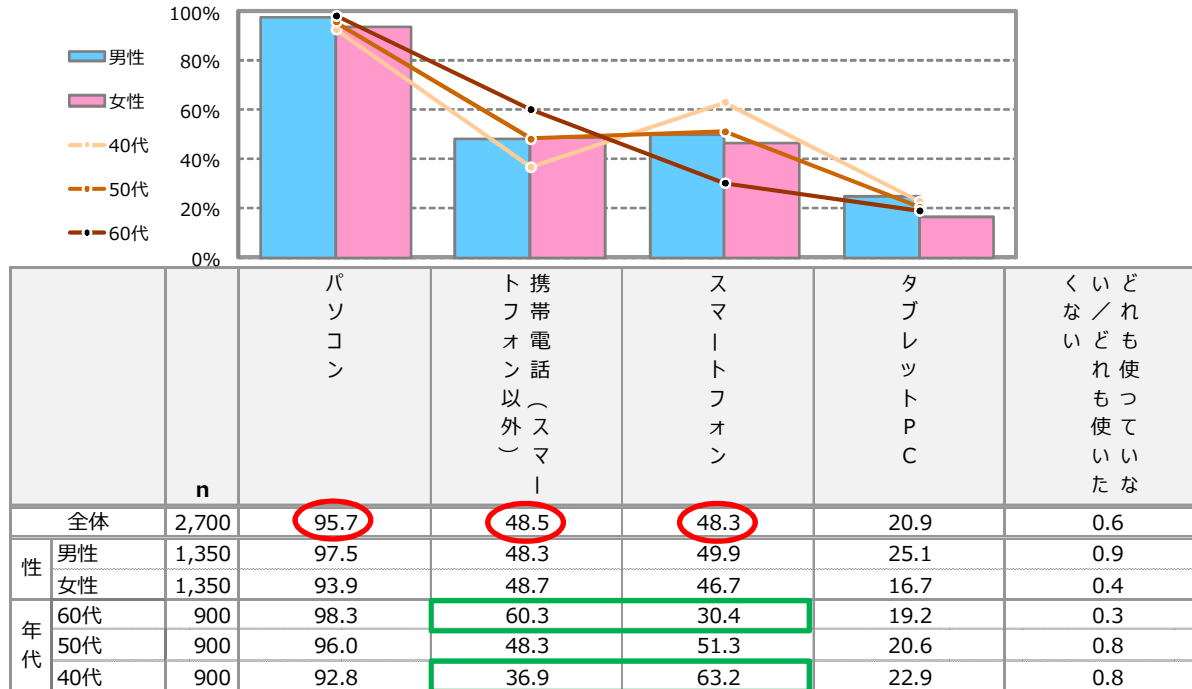
用途としては、1位「サイト閲覧」(97.3%)、2位「メール送受信」(92.7%)に続き、3位「オンラインショッピング」が69.1%になっています。しかも、50代・60代が40代を上回っており、50・60代のオンラインショッピングにおける消費意欲の高さが伺えます。

「誰とSNSを活用してコミュニケーションしたことがあるか」については、家族とはLINEが圧倒的で、昔の友人・知人・仲間とはFacebookなどでのやり取りが高い割合になっています。また、友人・知人とのコミュニケーションがSNSによって増えたと回答する人が多くいました。60代においては、「離れている家族(子供・孫)」とのLINEでのコミュニケーションが56.3%と最上位で、SNSを使用してから「離れている家族(子供・孫)」とのコミュニケーションが増えているようです。デジタル情報機器が子供の独立後、子供家族との3世代コミュニケーションの手段となっています。

団塊世代以降は会社でパソコンを使用しており、退職後もデジタル情報機器を通してコミュニケーションをしています。新しい大人世代にはデジタル情報機器を活用した新しい消費、新しいコミュニケーションへの積極的な姿勢があるようです。

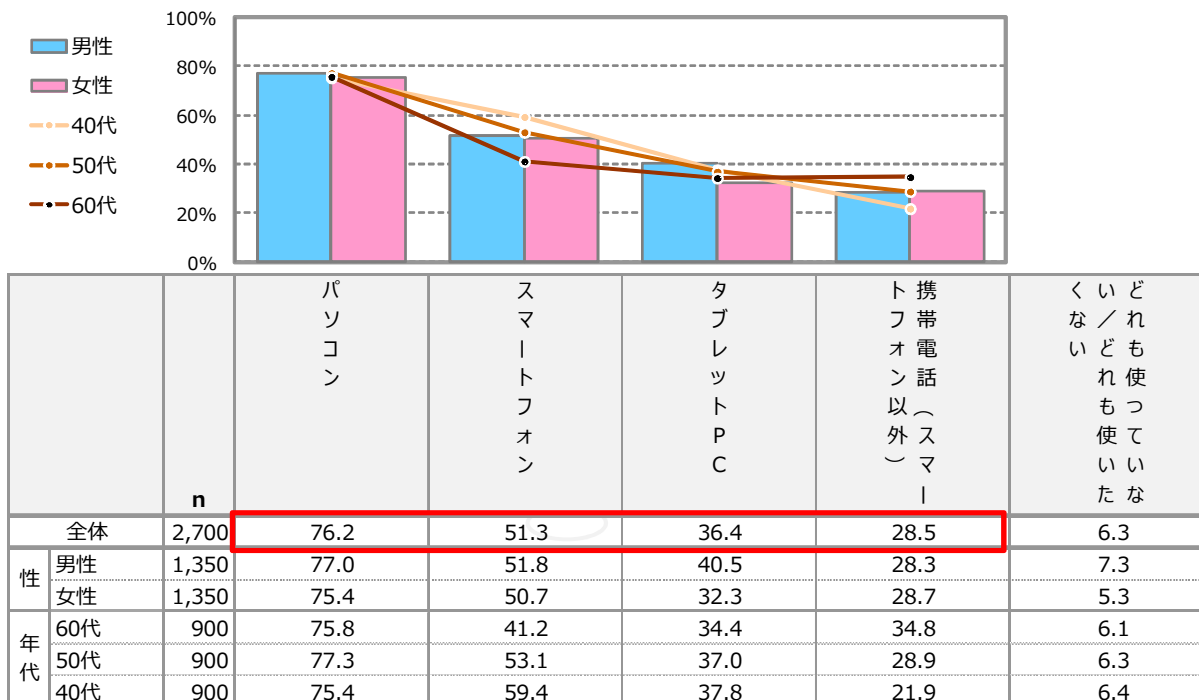
■現在使用している情報デジタル機器は、1位パソコン、2位携帯電話、スマートフォンが僅差で3位。  
 現在使用しているデジタル機器を聞いてみると、全年代でパソコンが圧倒的に多く、続いて2位携帯電話、3位スマートフォンとなっています。年代別にみると、60代はスマートフォン30.4%に対し、携帯電話60.3%、40代はスマートフォン63.2%、携帯電話36.9%と全く逆の数値がでています。50代はあまり差がないものの、携帯電話よりスマートフォン利用者の方が多くなっています。

Q. あなたが、現在使用している情報デジタル機器は何ですか。



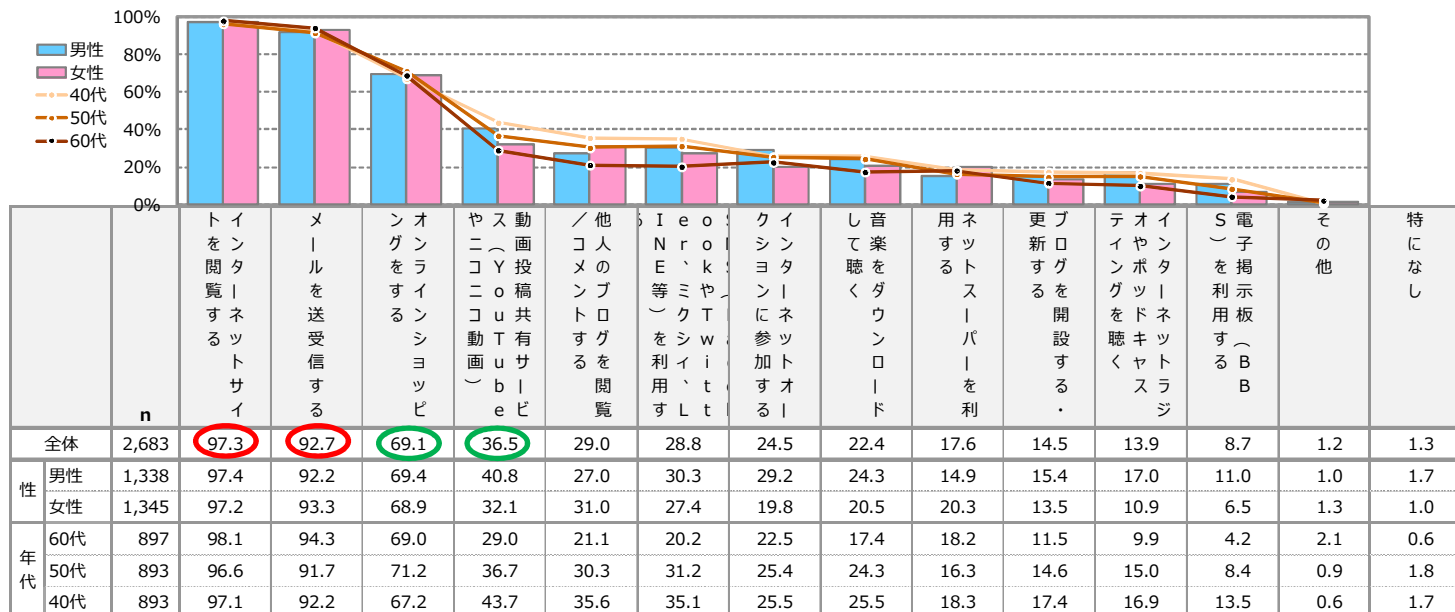
■今後使用したいと思う情報デジタル機器はスマホ（2位）、タブレット（3位）が上昇。  
 今後の使用意向に関しては、パソコンが76.2%、携帯電話が28.5%と、それぞれ現在の使用率である95.7%と48.5%から大きく減少しています。これに対して、スマートフォンは現在の48.3%から51.3%、タブレットが20.9%から36.4%と上昇しています。

Q. また、今後使用したいと思う情報デジタル機器は何ですか。



■デジタル情報機器の使い方はサイト閲覧・メール送受信が主。オンラインショッピングが7割で3位に。デジタル機器の使い方については、どの年代も共通しており、全年代で1位「インターネットサイトの閲覧」(97.3%)と2位「メールの送受信」(92.7%)が抜きんでいます。それに続き3位が「オンラインショッピングをする」(69.1%)と高い数値となりました。4位には「動画投稿共有サービス」(36.5%)となっています。

Q. あなたが現在持っているパソコン、タブレットPC、スマートフォン、携帯電話などの機器で、何をすることが多いですか。



■SNSの使用、LINEは「家族」に対して、Facebookなどは「友人・知人」とくに「昔の仲間」で高く。SNSによるコミュニケーションの相手としては、LINEは「家族」と「直接会う機会のある友人・知人」で高くなっています。60代においては「離れて暮らしてる家族(子供・孫)」、3世代間でのLINEの使用率が高くなっており、LINEが従来の電話やメールの代わりになっているようです。「友人・知人」とくに「昔つき合いのあった友人知人」ではFacebookとミクシィの活用が目立ちます。「学生時代の同級生」とはいずれの年代もFacebookが多くなっています。

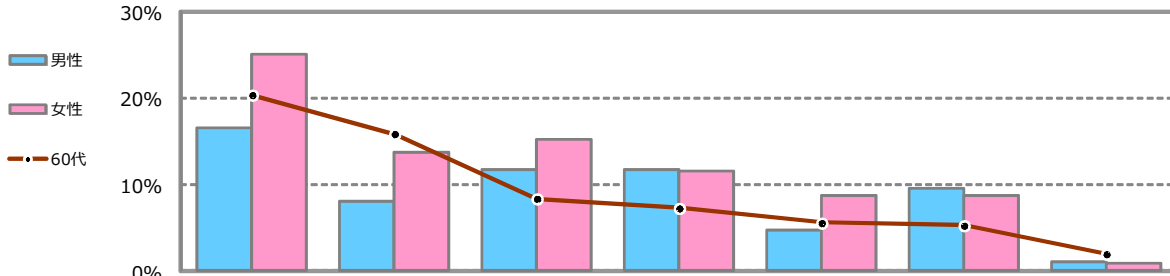
Q.ご利用のSNSを活用して誰とコミュニケーションすることが多いですか。

		誰とSNSをしたことがあるか								
	n	同居家族	孫(子供・孫)	離れて暮らしてる家族	知人・友人	直接会う機会	昔の友人	業務(昔の仲間)	同級生時代の	その他
男性	Facebook	482	5.6	10.0	37.3	43.6	23.4	26.6	13.1	
	Twitter	359	4.7	3.6	25.1	27.3	12.3	11.1	32.9	
	インスタグラム	57	7.0	7.0	40.4	26.3	12.3	22.8	10.5	
	ミクシィ	163	3.7	2.5	28.2	44.2	11.0	16.0	19.0	
	LINE	415	43.6	23.4	48.9	30.1	26.0	13.7	1.9	
女性	Facebook	320	8.8	17.5	40.3	40.3	15.9	28.1	14.4	
	Twitter	239	9.2	7.9	23.0	20.5	8.8	8.4	39.7	
	インスタグラム	60	10.0	11.7	26.7	16.7	10.0	10.0	35.0	
	ミクシィ	154	5.2	9.1	35.1	41.6	5.8	14.9	14.9	
	LINE	475	50.9	36.2	62.5	28.8	21.9	19.2	3.4	
60代	Facebook	221	6.3	19.9	29.0	38.9	17.2	18.1	15.8	
	Twitter	157	5.7	7.6	18.5	24.2	14.0	7.6	34.4	
	インスタグラム	16	18.8	18.8	43.8	18.8	25.0	-	12.5	
	ミクシィ	71	2.8	14.1	23.9	46.5	11.3	5.6	18.3	
	LINE	160	41.3	56.3	48.1	24.4	15.0	9.4	3.1	
50代	Facebook	308	7.8	11.7	37.7	43.2	18.2	29.2	14.6	
	Twitter	205	6.8	6.3	20.0	24.4	8.3	9.8	39.5	
	インスタグラム	39	7.7	5.1	20.5	15.4	7.7	17.9	28.2	
	ミクシィ	108	5.6	4.6	27.8	38.0	7.4	13.9	13.9	
	LINE	324	47.8	32.4	53.7	28.1	20.7	15.4	1.5	
40代	Facebook	273	6.2	8.8	47.3	44.0	25.6	32.2	10.6	
	Twitter	236	6.8	3.0	31.8	25.0	11.0	11.9	33.1	
	インスタグラム	62	6.5	9.7	38.7	25.8	9.7	19.4	22.6	
	ミクシィ	138	4.3	2.2	38.4	44.9	8.0	21.7	18.8	
	LINE	406	49.8	18.2	61.3	32.5	29.8	20.4	3.4	

■ SNSを使用することで増えたコミュニケーションは「友人・知人と」、60代では離れて暮らしている子供・孫（3世代）とのコミュニケーション量が増えている。

SNSを使用するようになって、コミュニケーションに変化があったか聞いたところ、5人に一人が「友人・知人とのコミュニケーションが増えた」と思っています。60代では「離れて暮らしてる家族（子供・孫）」、3世代間でのコミュニケーションが続いており、世代を超えてSNSでつながっているようです。

Q. SNSを見たり、SNSに投稿するようになって、家族や友人とのコミュニケーションに変化はありましたか。



	n	友人・知人とのコミュニケーション量が増えた	離れて暮らしている子供・孫とのコミュニケーション量が増えた	昔時代の同級生や友人とのコミュニケーションが増えた	同居している家族とのコミュニケーションが増えた	昔時代の同級生や友人とのコミュニケーションが増えた	その他	変化はない		
40～60代全体	1,419	20.6	10.8	13.5	11.6	6.6	9.2	0.9	58.8	
性	男性	728	16.5	8.0	11.7	11.7	4.7	9.5	1.0	63.6
	女性	691	25.0	13.7	15.3	11.6	8.7	8.8	0.9	53.8
年代	60代	358	20.4	15.9	8.4	7.3	5.6	5.3	2.0	61.5

<調査概要>

調査主体：博報堂 新しい大人文化研究所

調査対象：40～60代男女

対象エリア：1都3県（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県）  
 中小都市（首都圏、熊本市・岡山市以外の政令指定都市および岩手県・宮城県・福島県を除く）

対象者数：2,700サンプル

調査手法：インターネット調査

調査日時：2015年3月20日（金）～3月22日（日）

<参考資料>

**博報堂 新しい大人文化研究所 過去のレポート一覧**

※過去のレポートは、下記URLにてご覧いただけます。

<http://www.h-hope.net/> (新しい大人文化研究所WEBサイト)

<http://www.hakuhodo.co.jp/> (博報堂WEBサイト → 「ニュースリリース」 → 「調査レポート」)

**【新大人研レポート “新しい大人世代” の～シリーズ】**

- No.1 人生のとらえ方(2012.1.19)
- No.2 言われて嬉しい言葉(2012.2.1)
- No.3 コミュニケーション(2012.4.16)
- No.4 健康意識 (2012.5.31)
- No.5 お金に関する意識 (2012.8.27)
- No.6 社会意識 (2012.9.3)
- No.7 夫婦関係 (2013.2.26)

**【新大人研レポート いま高齢社会は“新しい大人社会”へと大きく変化 シリーズ】**

- No.8 その① おカネ (2013.07.31)
- No.9 その② 食 (2013.9.5)
- No.10 その③ メディア (2013.11.6)
- No.11 その④ 社会性 (2013.11.28)
- No.12 その⑤ クルマ (2013.12.25)
- No.13 その⑥ 住 (2014.2.4)
- No.14 その⑦ 旅 (2014.2.19)
- No.15 その⑧ 介護 (2014.3.28)
- No.16 その⑨ 孫 (2014.3.31)

**【新大人研レポート シニアから新大人へ、新型50・60代に。シリーズ】**

- No.17 その① 新大人はこれまでの同世代と違う“新型50・60代”(2015.10.8)
- No.18 その② 新大人は“新型50・60代”であり、それをリードするのは「自然体大人女子」(2015.10.13)
- No.19 その③ 新型50・60代は「新しい大人のライフスタイル」創りへ(2015.10.23)
- No.20 その④ 新型50・60代は「介護予防」「健康向上欲求」の意識高く(2015.11.12)
- No.21 その⑤ クロスジェネレーションを求める新型50・60代(2015.11.18)
- No.22 その⑥ 新しい大人世代を象徴するのは「音楽」(2015.12.21)
- No.23 その⑦ 新しい大人世代、依然として続く「夫婦すれ違い」(2015.1.15)
- No.24 その⑧ 新しい大人世代は「夫婦二人消費」におカネをかける(2015.2.23)
- No.25 その⑨ 新しい大人世代の孫育ては「近居・孫友」の新スタイル(2015.3.2)

**「博報堂 新しい大人文化研究所」(新大人研)について**

「新大人研」は、博報堂エルダービジネス推進室(2000年設立)を前身とし、2011年2月に「エルダーナレッジ 開発 新しい大人文化研究所」を正式名称として設立されました。15年間のナレッジの蓄積を持っています。従来の中高年層の間で一般的であった意識やライフスタイルとは異なる、新しい40～60代が誕生しています。新大人研では、年を重ねるごとに前向きな意識を持つ、この新しい中高年生活者を「新しい大人」と名づけ、少子高齢化社会にプラスのインパクトを与える重要な存在として調査・研究しています。さらに、2015年からはクリエイティブなどの実践機能も本格的に加え、よりよい未来のためのソーシャルイノベーションを起こす社会のエンジンを目指しています。

今年度は『新大人研レポート ～シニアから新大人へ、新型50・60代に。』を連続シリーズで発表しています。

**■新大人研著作は台湾版・韓国版など海外へも**

