

高齢者の携帯電話利用に関する探索的研究

小寺 敦之

キーワード：高齢者、携帯電話、利用と満足、ライフサイクル、機能的代替

elderly, mobile phone, uses and gratifications, life-cycle, functional alternative

1. 問題提起

「平成26年通信利用動向調査」(2015年1～2月実施)によると、日本の携帯電話普及率(スマートフォン、PHSを含む)は73.7%で、高齢者とされる60歳以上も54.0%と半数を超えた。10年前の同調査が、全体で65.1%、60歳代が30.3%を示していたことを考えると、携帯電話は多くの高齢者が利用するメディアとしても確立されつつあると言えよう¹。

だが、携帯電話利用に関する調査研究で高齢者を対象としたものは限りなく少ない。この背景には、この領域の調査研究が若い年齢層を対象としたものに偏ってきたという背景が指摘できる。すなわち、1990年代半ばからは、大学生を中心とした「若者」が人間関係の構築に携帯電話をどのように利用しているのか、あるいは携帯電話からどのような影響を受けているのかという問題意識による研究が活発に行われ、2000年代中頃からはこれよりもさらに若い年齢層、つまり児童・生徒による携帯電話利用が問題化されたように、携帯電話は常に若年層と結びつけられて論じられてきたのである(小寺, 2015)。

一方、高齢者の携帯電話利用については、高齢者のサポートに携帯電話をどのように役立てていくか、あるいは高齢者にも使いやすい携帯電話とはどのようなものかという工学的見地からの研究が圧倒的に多い。つまり、社会的弱者としての高齢者の安心・安全に寄与するためにはどのようなことができるかというアプローチが大半であり、そこには携帯電話の利便性・有用性を高めることで、ICTを積極的に活用した高齢化社会を目指すとの目論見が感じられる。

だが、このような取り組みには、高齢者自身が携帯電話をどのように捉えているのかとい

1. ただし、平成16年調査では「過去1年間に利用したか」が問われているため、実際の所有率はもう少し低かったものと推測される。

う視点が欠けている。非高齢者が感じる利便性・有用性が、必ずしも高齢者の心理的・社会的状況に合致するとは限らないのである。このミスマッチを避けるためには、高齢者が携帯電話をどのように利用しているかという基礎的な理解をまず得ることが求められよう。

本論文は、これまでの調査研究に欠落している高齢者の携帯電話利用実態の一端を明らかにするものである。この分析を踏まえ、論文終盤では高齢者のメディア利用を理解するためにはどのような取り組みが有効であるかを検討したい。

2. 高齢者のメディア利用

(1) 年齢によるメディア利用の変化

メディア利用の在り方が年齢によって異なることは、これまでも多くの研究によって指摘されてきた。

例えば、Morrison (1979) は人々のメディア利用に影響を与える潜在的要因として、能力的・経済的・社会的・時間的制約を挙げ、ライフサイクルの中で成年期はこれらが最小限になるとした。これに対応させる形で、Young (1979) は高齢者のメディア利用には、身体的衰えや活動範囲の縮小、収入の減少、子や孫を含めた家族関係による影響といった制約が生じ得るとしている。つまり、年齢と共に変化する自身の環境によってメディア利用の在り方も変化していくというわけである。

また、Dimmick et al. (1979) やSwank (1979) は、個人のライフサイクル移行に伴う欲求構造の変化がメディア利用に影響を及ぼす可能性について言及している。ライフサイクルにおける発達課題やその年齢層に付随する社会的要請の変化が個人のメディア利用を規定していくというわけである。例えば、幼少期から思春期にかけては、コミュニケーション能力や親子関係、あるいは自我や社会性という点で劇的な変化が生じる (Avery, 1979; Wartella et al., 1979)。Freidson (1953) やJohnstone (1974) は、この時期のメディア選好が家族から友人への人間関係志向に並行して変化することを示し、同じメディアであっても年齢層によって異なる利用パターンや効用認識が生じることを明らかにしている。

さらに、高齢者について言えば、メディアをかつての社会活動の代替として利用する可能性もある。つまり、希薄になる社会との関わりを補完するため、高齢者は同等の効用を求めてメディアに向かうという考え方である (Armstrong & Rubin, 1989; Davis et al., 1976; Graney & Graney, 1974; Schramm, 1969)。この主張が正しいとするならば、高齢者は成人やそれ以外の年齢層とは異なる志向のもとでメディアに向き合っているのであり、利用パターンや効用認識も他の年齢層と異なるものとなり得る。

(2) 高齢者の携帯電話利用

現代日本のメディア環境において、メディア利用の在り方は年齢でどのように異なっているのだろうか。諸藤・渡辺（2011）は、年齢層が上がるに従ってテレビ、ラジオ、新聞の利用が増えるのに対し、若年層ではインターネット利用が活発であることを報告している。また、木村（2013）は、メディアの効用認識を年齢層別に比較して、年齢層が上がるにつれてテレビが多様な効用に十分に応えるメディアとして存在するのに対し、若年層ではテレビの効用認識が縮小してインターネットが優位になっていることを示している。さらに、若年層の方が「ながら視聴」の傾向が高いだけでなく、「ながら視聴」のスタイルも、あるいはテレビに対する不満も年齢層で大きく異なることを明らかにしている。年齢によるメディア利用の差異は、それぞれのメディアをどのように捉えているか、そこに何を求めているかという違いから生じるとも言えそうである。

以上の議論からも明らかなように、メディア利用の在り方は年齢によって異なる。したがって、携帯電話について考える際にも高齢者の利用実態そのものをきちんと理解しておく必要がある。

例えば、澤岡ら（2006）は、携帯電話が対面接触の補助的役割として利用されている可能性を指摘しており、高齢者にとっては家族や友人とのコミュニケーションツールとして価値づけられている可能性を示唆している。また、橋爪ら（2010）は、高齢者はサポートされるばかりでなく、自分の子をサポートする目的でも携帯電話を利用していることを明らかにしている。この双方向的・互恵的な利用は、安心・安全のための携帯電話という図式には当てはまらない。むしろ、高齢者が子と緊密なコミュニケーションを図るための手段として携帯電話を位置付けている様相が見出せる。

これらの知見には一定の意義があるものの、いずれも限定的な調査であり、高齢者の携帯電話利用についての理解も十分なものであるとは言い難い。そこで、以下では、全国調査のデータを用いた分析を行い、高齢者は携帯電話をどのように利用しているのかという輪郭を描き出すことにする。

3. データ分析

(1) 分析データの概要

本論文における分析は、モバイル・コミュニケーション研究会が実施した「携帯電話の利用に関する調査」のデータを用いて行う²。

同調査は、層化二段無作為抽出法による全国調査（全国175地点）で、2011年11月24日～12月4日にかけて調査員による訪問留置法で実施された。サンプル数は2500（12～69歳男女）、有効回答数は1452（回収率58.1%）であった³。

以下の分析では、同調査の対象年齢層で最も高い60歳代を高齢者として扱う。また、同調査では、スマートフォンやPHSも携帯電話に含む形で回答を求めていることから、本分析でもこれらを総称して携帯電話とする。

(2) 携帯電話の所有に関わる要因

まず、10歳代から60歳代までの携帯電話所有率を並べてみると、10歳代と60歳代を除く年齢層の所有率は9割を超えており、60歳代も85%を超えていることが分かる（【表1】）⁴。右列ではパソコン系機器によるインターネット（PCネット）の利用率を示しているが、これと比べると、低調なPCネット利用に比べて、60歳代は携帯電話を一般的なメディアとして受け入れていると言えよう。

【表1】 携帯電話所有／PCネット利用（年齢層比較）

	携帯電話所有	PCネット利用	n
10歳代	124 (72.1%)	128 (74.4%)	172
20歳代	162 (98.8%)	120 (73.2%)	164
30歳代	225 (99.1%)	168 (74.0%)	227
40歳代	272 (98.2%)	198 (71.5%)	277
50歳代	252 (93.7%)	152 (56.7%)	269
60歳代	293 (85.4%)	87 (25.4%)	343

(%は有効回答に対する割合)

- 分析に用いるデータは、元々独立して行われた以下のモバイル・コミュニケーション研究会の調査研究(A)～(C)をまとめたものである。調査データの利用をお認め頂いた研究代表者の先生方、研究会の皆様にご感謝申し上げます。
(A) 2010～2012年度日本学術振興会・文部科学省科学研究費補助金（基盤研究(B)）「モバイル・メディア社会の将来構想へ向けた社会学的実証研究」（研究代表者：松田美佐）
(B) 2011年度証券奨学財団助成金研究「モバイル・メディア社会における若者文化に関する社会学的実証研究」（研究代表者：松田美佐）
(C) 2011年度電気通信普及財団助成金研究「モバイル・メディア社会の将来構想へ向けた若者の携帯電話利用に関する経年比較研究」（研究代表者：岩田考）
- 質問項目や単純集計については、松田ら（2014）で詳しく紹介されているので本稿では割愛する。
- それぞれの数値は以降の数年でさらに上昇を続けていると思われるが、同調査とほぼ同じ時期に実施された内閣府「消費動向調査」（2012年3月実施）や総務省「平成23年通信利用動向調査」（2012年1～2月実施）でも近似値が示されている。

調査では、携帯電話非所有者に「持たない理由」についても自由回答で問うている。60歳代の非所有者（50名）の回答を見ると、「複雑で分からない」「手続きが面倒」といった操作や手続きに係る理由（5件）、「お金がかかる」「料金が高すぎる」といった経済的理由（5件）、「字が小さいので使いにくい」といった身体的理由（3件）も散見されるが、「必要性を感じない」という類の回答が圧倒的に多かった（33件）。「退職してから不要になった」「外出しないので不要」という利用機会に言及するものもあれば、「家の電話で間に合う」という機能的理由もあるが、いずれの回答も携帯電話が必要であるという認識に至っていないという点で共通している。

では、所有と非所有を分けるものは何であろうか。デモグラフィック要因から60歳代の携帯電話所有者と非所有者を比較すると、男性（90.0%）は女性（81.4%）よりも（ $\chi^2(1) = 5.05, p < .05$ ）、結婚している人（86.4%）は結婚していない人（80.4%）よりも携帯電話を持つ傾向にあった（ $\chi^2(1) = 1.35, n.s.$ ）。また、子どもがいる人（86.8%）は子どもがいない人（75.0%）よりも所有率が高く（ $\chi^2(1) = 3.91, p < .05$ ）、独り暮らしの人（73.0%）は同居者がいる人（86.9%）よりも所有率が低かった（ $\chi^2(1) = 5.16, p < .05$ ）。

さらに、仕事（パート含む）をしている人（91.5%）は仕事をしていない人（79.9%）よりも所有率が高く（ $\chi^2(1) = 9.21, p < .01$ ）、小中学校卒業（69.7%）、高校卒業（88.4%）、大学（短大含む）以上（89.7%）と学歴が高くなるにつれて所有率が上がる傾向も見られた（ $\chi^2(2) = 15.16, p < .01$ ）。世帯年収も200万円未満（67.7%）、400万円未満（87.0%）、400万円以上（93.5%）というように、所有傾向と正の関係を示していることが見出せた（ $\chi^2(2) = 21.56, p < .001$ ）⁵。

次に、これらの中でどの要因が強く所有に影響しているか数量化Ⅱ類を用いて分析した。【表2】におけるカテゴリースコアは、数値がプラスであるほど携帯電話の所有に正の影響を与えている（数値がマイナスであるほど負の影響を与えている）ことを示しており、レンジ・偏相関係数の数値が高いほどその項目が所有に与える影響力が強いことを意味している。つまり、世帯年収・学歴・性別の影響がとりわけ強いと言える。

携帯電話の利用を促し得る要因として、これ以外にも電話やメールをする相手の存在が挙げられよう。調査では、友人数についても問うているため、この項目に対する回答を携帯電話所有者と非所有者で比べてみた。すると「1時間以内で会いに行ける友人」（ $t(330) = 3.12, p < .01$ ）、「会うのに1時間以上かかる友人」（ $t(319) = 2.18, p < .05$ ）、「そのうち親友

5. 調査では、例えば「結婚」については「独身」や「離別・死別」の区分を、「仕事」では「フルタイム」「パート」「専業主婦」の区分を設けているが、各カテゴリのサンプルが少なくなることから、本分析では単純化して比較している。

と呼べる友人」($t(330)=1.20, p<.05$) のいずれもが携帯電話所有者の方が高かった⁶。

携帯電話の所有には、個人の情報意識が関わっている場合もある(小寺, 2006)。そこで、情報化に対する考えについて「そう思う」「まあそう思う」「あまりそう思わない」「そう思わない」の4件法で尋ねた5項目を60歳代の携帯電話所有者と非所有者で比較した。いずれの項目でも有意な差は認められなかったものの、「必要な情報が簡単に手に入り、生活が便利になる」($t(60.1)=1.67, n.s.$)、「身近な人とのつきあいやコミュニケーションが密接になる」($t(336)=1.89, n.s.$)、「新たな人との出会いやコミュニケーションの機会が増える」($t(335)=0.66, n.s.$) という問いでは所有者が、「情報をうまく利用できる人とできない人の差が広がる」($t(337)=-0.55, n.s.$)、「世の中のしくみがますます複雑になる」($t(336)=-1.53, n.s.$) という問いでは非所有者が肯定的態度を示しており、情報意識に関わる側面も携帯電話の所有に少なからず影響を及ぼしていることが示唆された⁷。

【表2】 携帯電話所有に関わる要因についての数量化Ⅱ類分析結果(60歳代)

項 目	カテゴリー	N	カテゴリースコア	レ ン ジ	偏相関係数
性 別	男 性	143	0.378	0.710	0.136
	女 性	163	-0.332		
結 婚	結婚している	255	-0.092	0.553	0.057
	独 身	51	0.461		
子 ど も	子どもいる	271	0.054	0.476	0.054
	子どもいない	35	-0.421		
一人暮らし	一人暮らし	36	-0.543	0.616	0.055
	共 同 生 活	270	0.072		
仕 事	仕 事 あり	143	0.294	0.553	0.106
	仕 事 な し	163	-0.258		
学 歴	小中学校卒業	60	-0.866	1.181	0.173
	高 校 卒 業	174	0.315		
	大 学 以 上	72	-0.040		
世 帯 年 収	200 万 未 満	59	-1.098	1.598	0.195
	400 万 未 満	141	0.084		
	400 万 以 上	106	0.500		
相 関 比	0.14				
判別の中率	65.70%				

6. 人数の幅が大きかったため、比較に際しては対数変換処理を行っている。

7. 友人数あるいは情報に対する意識と携帯電話所有との因果関係はここで明らかにすることはできない。携帯電話の利用によって友人が増えた可能性も、あるいは携帯電話の利用によって情報化に対する肯定的評価が生じた可能性も否定できないからである。

(3) 利用と満足

続いて、60歳代の携帯電話所有者がこれをどのように利用しているのかについて見ていきたい。

【表3】は、利用している携帯電話の機能について問うた項目を年齢層で比べたものである。60歳代が比較的に利用する機能としては、通話（毎日）、メール、カメラが挙げられる。とりわけ、通話（毎日）を利用している人の割合は、10歳代より高く、他の年齢層と同程度となっている。一方で、メールやカメラの利用は半数を超えているものの、他の年齢層がそれ以上に高い利用率を示していることから、必ずしも60歳代が積極的に利用している機能であるとは言い難い。また、ネット、ゲーム、テレビ（ワンセグ）、音楽、電子マネーのように、他の年齢層が比較的に利用していても60歳代では利用されていないという機能も多く存在する。

【表3】 利用している携帯電話の機能（年齢層比較）

	通話 (毎日)	メール	ネット	ゲーム	カメラ	テレビ	音楽	電子 マネー
10歳代 (n=124)	43 (35.0%)	122 (98.4%)	84 (67.7%)	47 (37.9%)	97 (78.2%)	35 (28.2%)	57 (46.0%)	0 (0%)
20歳代 (n=162)	97 (59.9%)	159 (98.1%)	146 (90.1%)	76 (46.9%)	128 (79.0%)	32 (19.8%)	64 (39.5%)	7 (4.3%)
30歳代 (n=225)	135 (60.0%)	225 (100%)	168 (74.7%)	51 (22.7%)	170 (75.6%)	58 (25.8%)	41 (18.2%)	21 (9.3%)
40歳代 (n=272)	157 (57.7%)	259 (95.2%)	171 (62.9%)	48 (17.6%)	169 (62.1%)	65 (23.9%)	40 (14.7%)	26 (9.6%)
50歳代 (n=252)	156 (62.2%)	216 (85.7%)	88 (35.2%)	12 (4.8%)	164 (65.1%)	57 (22.6%)	18 (7.1%)	8 (3.2%)
60歳代 (n=293)	167 (57.0%)	190 (65.1%)	37 (12.7%)	7 (2.4%)	169 (57.7%)	18 (6.1%)	2 (0.7%)	7 (2.4%)

(%は有効回答に対する割合)

ここから指摘できることは、まず60歳代の携帯電話利用は、必ずしも他の年齢層に比べて活発ではないということである。通話（毎日）を利用している人の割合は似たようなものであっても、10歳代から40歳代は95%を超える人がメールを利用しており、半数以上が携帯電話を通じたネット利用を行っている。若い年齢層では、ゲームや音楽利用も多い。これを踏まえると、60歳代は携帯電話を所有していてもそれを積極的に利用しているわけではない。「持っているけどあまり使っていない」「緊急用として手元に置いているだけ」という状況が少なからず存在するように思われるのである。

もうひとつの特徴は、通話、メール、カメラの機能がメインとなっているということであ

る。カメラ機能を利用すると回答した人の79.2%がメール機能も利用していることから、写真添付によるメールコミュニケーションがカメラ利用を促していると思われるが、いずれにせよ60歳代の携帯電話利用の軸は他者とのコミュニケーションであり、他の年齢層のようなマルチメディアツールとして受け入れているわけではなさそうである。このことは、携帯電話を通じたネットサービスを含む「若い世代からの提案」を受け入れる土壌が整っていないことを示唆している。

【表4】 プライベートでよく電話する相手（年齢層比較）

	よく会う友人	会わない友人	家族	親戚	仕事関係
10歳代 (n=107)	70 (65.4%)	14 (13.1%)	87 (81.3%)	5 (4.7%)	2 (1.9%)
20歳代 (n=158)	83 (52.5%)	23 (14.6%)	120 (75.9%)	6 (3.8%)	34 (21.5%)
30歳代 (n=218)	80 (36.7%)	31 (14.2%)	192 (88.1%)	23 (10.6%)	56 (25.7%)
40歳代 (n=258)	82 (31.8%)	28 (10.9%)	219 (84.9%)	29 (11.2%)	73 (28.3%)
50歳代 (n=245)	88 (35.9%)	23 (9.4%)	217 (88.6%)	53 (21.6%)	71 (29.0%)
60歳代 (n=275)	115 (41.8%)	39 (14.2%)	221 (80.4%)	92 (33.5%)	59 (21.5%)

【表5】 プライベートでよくメールする相手（年齢層比較）

	よく会う友人	会わない友人	家族	親戚	仕事関係
10歳代 (n=117)	106 (90.6%)	40 (34.2%)	81 (69.2%)	10 (8.5%)	3 (2.6%)
20歳代 (n=156)	112 (71.8%)	54 (34.6%)	104 (66.7%)	8 (5.1%)	35 (22.4%)
30歳代 (n=219)	120 (54.8%)	80 (36.5%)	179 (81.7%)	19 (8.7%)	52 (23.7%)
40歳代 (n=250)	115 (46.0%)	73 (29.2%)	201 (80.4%)	31 (12.4%)	57 (22.8%)
50歳代 (n=212)	86 (40.6%)	48 (22.6%)	185 (87.3%)	33 (15.6%)	46 (21.7%)
60歳代 (n=177)	80 (45.2%)	42 (23.7%)	152 (85.9%)	56 (31.6%)	21 (11.9%)

携帯電話が他者とのコミュニケーションツールとして用いられているとすれば、それはどのような相手であろうか。【表4】と【表5】は、携帯電話を使ってプライベートでよく電話する相手、メールする相手の属性を尋ねたものを年齢層別に比較したものである。

【表4】からは、どの年齢層でもプライベートでよく電話する相手は「家族」が多いことに変わりないが、「よく会う友人」については若年層、「親戚」については高齢者層で比較的高い数値を示していることが見出せる。

また、【表5】では、プライベートのメール相手が、若年層では「よく会う友人」「会わない友人」で、高齢者層では「家族」「親戚」で高いことが示されている。

この結果は、携帯電話利用の相手が、歳を重ねるにつれて友人関係から家族関係へと移行していくことを示すものである。10～20歳代は、洗練された友人関係を構築していく時期

であり、家庭を築くようになると生活の中心は家族に移る。携帯電話も利用者のライフサイクルの中でその役割を変えていると言えるのである。

次に「利用と満足」の観点から、60歳代が携帯電話から得る効用について検討する。調査では、予備調査を経て作成した「新たな出会い」「既存の関係との交流」「逃避・気晴らし」「知識獲得」に関するそれぞれ3つの項目（合計12項目）が、「あなたは携帯電話を利用して、次のようなことを経験したり感じたりすることはありますか」という形で「まったくあてはまらない」から「あてはまる」の4件法で問われている。「出会い」因子の項目は「趣味や関心が同じ人と出会える」「考え方や意見が自分と全く違う人と出会える」「自分の存在を知ってもらうことができる」の3項目、「交流」因子の項目は「ふだんから会う友人・知人と常に親密なやり取りができる」「ふだん会わない友人・知人とも関係を保てる」「家族・親戚とのやり取りができる」の3項目、「逃避」因子の項目は「日常のわずらわしさから逃れることができる」「現実から離れて自由にふるまえる」「寂しさを紛らわせることができる」の3項目、そして「知識」因子の項目は「世の中で何が起きているかを知ることができる」「いち早く新しい情報を得ることができる」「知識を広げることができる」の3項目である。

年齢層別に探索的因子分析（最尤法・プロマックス回転）を行ったところ、10歳代では仮説通りに4因子が抽出されたが（【表6】）、60歳代を含めそれ以外の層では、「逃避」と「出会い」が同じ因子としてまとまる結果になった（【表7】）⁸。これは、10歳代では携帯電話を通じての「出会い」が他の年齢層と異なる意味を持つものと解釈できる。他の年齢層では「出会い」を、自分が置かれている状況から「逃避」するものと同じ位置付けにあるものと捉えているのに対して、10歳代は携帯電話による「出会い」を自らの人間関係構築の手段のひとつとして捉えている可能性がある。

では、携帯電話から得られる効用についての認識は年齢層でどのように異なっているのだろうか。それぞれの因子を構成する項目の平均を比較したものが【表8】である。数値が高い方がその因子から高い効用を得ていることを示している。

全体的な傾向として、若い年齢層の方が携帯電話から高い効用を得ていると感じていることが分かる。「出会い」「逃避」効用は30歳代より上が押し並べて低く、「交流」「知識」効用も年齢層の上昇と共に減少していく傾向にある。ほとんどの項目で60歳代が最も低い数値を示していることは、60歳代は他の年齢層に比べて携帯電話に有用性を感じておらず、生活の中での位置付けも他の年齢層に比べて高くないことを示唆している。

もちろん、同じ60歳代でも携帯電話を活用している人は一定の効用を感じていると見ら

8. 20歳代～50歳代は紙幅の都合から省略するが、60歳代と同じ因子構造であった。

【表6】 携帯電話の効用項目の探索的因子分析（10歳代）

	逃避	知識	出会い	交流
日常のわずらわしさから逃れることができる	.967	.106	-.228	-.038
現実から離れて自由にふるまえる	.654	-.090	.241	.025
寂しさを紛らわせることができる	.640	-.024	.128	.006
世の中で何が起っているかを知ることができる	-.012	.836	.009	-.061
知識を広げることができる	.086	.704	.001	.043
いち早く新しい情報を得ることができる	-.041	.689	.082	.083
考え方や意見が自分と全く違う人と出会える	-.157	.052	.999	-.014
自分の存在を知ってもらうことができる	.291	-.032	.569	.099
趣味や関心が同じ人と出会える	.197	.107	.532	-.120
ふだんから会う友人・知人と常に親密なやり取りができる	.020	-.025	-.059	1.014
ふだん会わない友人・知人とも関係を保てる	.000	.050	.203	.382
家族・親戚とのやり取りができる	-.141	.128	-.172	.227

【表7】 携帯電話の効用項目の探索的因子分析（60歳代）

	逃避&出会い	知識	交流
考え方や意見が自分と全く違う人と出会える	.888	-.015	-.136
現実から離れて自由にふるまえる	.676	.022	-.051
日常のわずらわしさから逃れることができる	.633	-.076	.120
自分の存在を知ってもらうことができる	.541	.203	-.054
寂しさを紛らわせることができる	.460	.257	-.033
趣味や関心が同じ人と出会える	.454	-.096	.259
いち早く新しい情報を得ることができる	-.063	.969	-.032
世の中で何が起っているかを知ることができる	.034	.691	.081
知識を広げることができる	.136	.541	.126
ふだんから会う友人・知人と常に親密なやり取りができる	-.011	-.010	.838
ふだん会わない友人・知人とも関係を保てる	.098	.051	.496
家族・親戚とのやり取りができる	-.108	.086	.355

【表8】 携帯電話の効用認識の平均値（標準偏差）（年齢層比較）

年齢層	出会い	逃避	交流	知識
10歳代 (n=119)	2.08 (0.88)	1.93 (0.83)	3.24 (0.60)	2.63 (0.91)
20歳代 (n=159)	2.04 (0.70)		3.28 (0.59)	2.92 (0.90)
30歳代 (n=221)	1.64 (0.61)		3.06 (0.68)	2.50 (0.95)
40歳代 (n=268)	1.50 (0.57)		2.88 (0.70)	2.29 (0.93)
50歳代 (n=250)	1.39 (0.46)		2.76 (0.74)	1.94 (0.91)
60歳代 (n=284)	1.36 (0.48)		2.64 (0.79)	1.61 (0.75)

れる。例えば、通話を「毎日する」人の「交流」効用は2.76 (SD=0.76) であり、「週に1回以上する」人の2.50 (SD=0.80) より高い ($t(278)=2.75, p<.01$)。また、「知識」効用も、通話を「毎日する」人は1.70 (SD=0.76) だが、「週に1回以上する」人は1.48 (SD=0.73) である ($t(278)=2.51, p<.05$)。メール機能を「利用している」人の「交流」効用は2.71 (SD=0.75) で、メール機能を「利用していない」人の2.50 (SD=0.85) よりも高い ($t(280)=2.21, p<.05$)。携帯電話で「インターネットを利用している」人の「知識」効用は、1.97 (SD=0.93) で「利用していない」人の1.56 (SD=0.71) を上回っている ($t(39.76)=2.53, p<.05$)。

カメラ機能については、「利用している」人の「交流」効用が2.72 (SD=0.76) であるのに対して、「利用していない」人は2.52 (SD=0.83) である ($t(281)=2.16, p<.05$)。「知識」効用も、「利用している」人は1.72 (SD=0.74) だが、「利用していない」人は1.45 (SD=0.74) である ($t(281)=3.16, p<.01$)。

その他の組み合わせで有意な差異が確認できなかったことから、通話、メール、カメラの利用はそれぞれに関連すると思われる効用認識と結びついており、それを積極的に利用する人ほど携帯電話に一定の効用を感じていると言うことができそうである。

(4) 機能的代替の検討

60歳代が携帯電話を積極的に利用していない理由のひとつに、他のメディアとの機能的代替関係が考えられる。つまり、携帯電話を利用しないのは、同じ効用を得ることができる他のメディアを利用しているからというわけである。

分析で用いている調査は「携帯電話の利用に関する調査」であるため、幅広いメディア利用との比較検討は想定されていない。だが、携帯電話と直接的な関係があると思われる固定電話利用とPCネット利用については項目が設けられている。

まず、固定電話利用について携帯電話所有者と非所有者を比較すると、固定電話を「毎日使う」人は、携帯電話所有者35.3%・非所有者22.0%、「週に1回以上使う」人は、携帯電話所有者56.8%・非所有者68.0%、「使わない(持っていない)」人は、携帯電話所有者7.9%・非所有者10.0%であった。有意な差はないものの、携帯電話所有者の方が固定電話も使っている傾向が見出せる ($\chi^2(2)=3.40, n.s.$)。

PCネットについては、携帯電話所有者の28.4%が「利用している」と回答したのに対して、非所有者は8.0%に過ぎなかった ($\chi^2(1)=9.39, p<.01$)。ここでは代替関係が生じているというよりも、補完的・相乗的關係が生じていると言えそうである。

少なくとも、携帯電話の通話機能の代替性を持つと思われる固定電話、同じくメールやインターネット接続の代替性を持つと思われるPCネットの利用傾向からは、固定電話やPC

ネットがあるから携帯電話を所有しないというわけではなく、これらのメディアを総じて積極的に利用している人とそうでない人がいるとの考察が適切であるように思われる。

(5) 考察

本論文の冒頭で、年齢によるメディア利用の変化についてのいくつかの考え方を整理したが、本分析からもそれぞれの仮説につながる結果が得られた。

例えば、高齢者の携帯電話所有を左右する要因として、経済的理由が挙げられた。携帯電話所有者と非所有者が多く、面では差異があるのは確かであり、とりわけ非所有者が携帯電話以外をも「持たざる者」である可能性が高いことは指摘できよう。携帯電話を所有している人は、携帯電話の必要性や有用性が感じられる生活を送っている人であり、家族や仕事関係でのコミュニケーションが日常的に存在する人である。また、携帯電話の料金を支払う程度の経済的余裕がある人である。言い換えれば、それとは逆の人たちは、携帯電話がない生活を送っている可能性がある。最も社会的援助が必要であるかもしれない人たちが最も携帯電話から離れた場所にいるかもしれないのである。高齢化社会において、携帯電話を安心・安全のツールとして活用していく試みが産官学で進められているが、この視点が欠落すると、これが社会的弱者にとって有益なメディアとならない可能性がある。携帯電話を持つ者がより豊かになるデジタルデバイドの拡大を促していく危険性をも孕んでいると言えるかもしれない。

さらに、高齢者が利用している機能が限定的であることは、複雑なマルチメディアツールが高齢者に有用視されない可能性を示唆している。この要因には、操作性の問題でなく、高齢者は携帯電話をコミュニケーションのために利用しているという側面が強く関わっていると思われる。とりわけ、家族とのコミュニケーションツールとして活用されている傾向からは、携帯電話に求める効用が若い年齢層とは異なっている可能性が指摘できよう。これら欲求構造の違いや社会的要請の変化は、歳を重ねるにつれて利用パターンが変化していくことと大いに関わりがあると考えられる。

他のメディア利用との関連性については、携帯電話所有者は固定電話やPCネットの利用も多いという知見を得ることができた。つまり、携帯電話を所有しない高齢者は他メディアで代替しているというわけではなく、メディア利用全般に積極的でない可能性があるというわけである。

4. 今後の調査研究に向けて

本分析で用いた調査は、高齢者のメディア利用全般を探ることを目的としたものではないため、得られた知見もかなり限定的・探索的なものである。全国調査のデータを用いている

が、生活に関わる変数を網羅しているわけでもなく、それぞれの変数の背景にはより複雑な要素が絡み合っている可能性もある。

だが、高齢者のメディア利用研究に対するいくつかの道標も見出せたように思われる。

ひとつは、方法論に関するものである。【表1】のPCネット利用率を見ても、60歳代でPCネットを利用している人は必ずしも多くない。つまり、PCを積極的に使いシニアライフを楽しむ高齢者はかなり限定的であり、これを強調し過ぎるとそうでない多数の人を無視することにつながると考えられる。「情報通信白書」を含む情報通信に関する調査の中には、近年、オンライン調査を組み入れているものが見られるが、これらオンライン調査に回答できるのはアクティブなインターネット利用者であることを忘れてはならない⁹。つまり、オンライン調査による高齢者のメディア利用研究は、限定的なネットユーザーをさらに限定的にした特殊な人たちを対象としているのであり、これを一般化することは実態を見誤ることにつながると言えるのである。

さらに、特定のメディアに限定して高齢者の利用行動を語ることは必ずしも適切ではないという点も挙げられよう。本分析からは、高齢者の携帯電話利用は低調に見える。だが、新聞やテレビといったマスメディアの利用は若年層より年配層で堅調であるように、必ずしも高齢者は情報弱者であるとは限らない。個人を取り巻く全体的なメディア環境、あるいは対人関係や家族関係といった生活環境をも踏まえながら総合的にメディア利用を捉えていく必要があるというわけである。そこでは、本論文で用いた「出会い」「交流」「逃避」「知識」といった効用、またはそれ以外の多様な効用が、他のメディアから十分に得られている可能性がある。高齢者層が高い効用を得るメディアが若年層で低調であることもあり得るだろう。異なる年齢層がそれぞれ異なった手段で同じような効用を得ているかもしれない。

例えば、調査実施が2011年ということもあり、質問項目の中には、東日本大震災の発生から1週間以内に情報収集に用いたメディアを問うものがあつた。マスメディアとデジタルメディア利用についての結果を抜き出したのが【表9】である。これを見ると、確かにPCや携帯電話による情報収集は若い年齢層で高く、高齢者は皆無に近い状態にある。だが、これを以て高齢者を情報弱者と判断することができないのも明らかであろう。ラジオや新聞による情報収集は若い年齢層よりも高齢者層の方が高く、高齢者が情報弱者であるというのは、デジタルメディアの利用者から見たエゴセントリックな見方かもしれないのである¹⁰。これを自明なものとして調査研究を行うことには慎重になる必要があろう。

9. 例えば、森(2012)や澤岡ら(2014)の調査は、高齢者の電子メール利用に焦点を当てた数少ない事例だが、ポータルサイトに会員登録しているユーザーを対象にしている点で留保が必要である。

【表 9】 東日本大震災発生から 1 週間以内に情報収集に用いたメディア（年齢層比較）

	テレビ	ラジオ	新聞	PC サイト	携帯サイト	SNS (PC)	SNS (携帯)
10 歳代 (n=172)	161 (93.6%)	39 (22.7%)	102 (59.3%)	53 (30.8%)	43 (25.0%)	13 (7.6%)	18 (10.5%)
20 歳代 (n=164)	157 (95.7%)	48 (29.3%)	94 (57.3%)	67 (40.9%)	92 (56.1%)	25 (15.2%)	46 (28.0%)
30 歳代 (n=227)	218 (96.0%)	72 (31.7%)	132 (58.1%)	108 (47.6%)	83 (36.6%)	30 (13.2%)	28 (12.3%)
40 歳代 (n=277)	266 (96.0%)	100 (36.1%)	207 (74.7%)	120 (43.3%)	66 (23.8%)	15 (5.4%)	17 (6.1%)
50 歳代 (n=269)	264 (98.1%)	110 (40.9%)	217 (80.7%)	97 (36.1%)	25 (9.3%)	9 (3.3%)	1 (0.4%)
60 歳代 (n=343)	336 (98.0%)	155 (45.2%)	296 (86.3%)	37 (10.8%)	12 (3.5%)	0 (0%)	1 (0.3%)

これに関連して、高齢者のメディア利用は、他の年齢層との比較の中で、あるいは対象者自身の変化の中で調べていく必要があることも指摘できる。分析でも示されたように、60 歳代の特徴は他の年齢層との比較の中で初めて明らかになる傾向がある。だが、これまで行われてきた高齢者のメディア利用に関する研究は、高齢者のみを対象としたものが多い¹¹。もちろん、そこから得られる知見は貴重なものではあるが、共通性や差異が見出されることによってその年齢層の特徴が明らかになるということもまた確かであろう。これは若年層を対象とする場合でも同じである。

また、今回の調査では、60 歳までが調査対象であったため、これを超える年齢層については言及できなかった。だが、高齢化社会における 60 歳代は、まだ若い世代と言えるかもしれない。メディア利用調査において、60 歳代をライフステージ終盤の年齢層として位置付けることの是非については再検討する必要があるだろう。あるいは、既に示したように、携帯電話の所有・非所有に影響を及ぼし得る要因は多い。年齢が無視できない変数であることは認めるとしても、アクティブな利用者とそうでない高齢者を区分するものは、やはりそれ以外の変数になる。そうであれば、生物学的年齢ではなく社会的年齢 (contextual age)

10. 震災後のメディア利用を調べた小寺・林 (2013) でも同様の結果が提示されており、そこではデジタルメディアへのシステム依存に対する危惧が指摘されている。

11. 日本では、香取 (1984, 2000)、齋藤 (2008a, 2008b)、時野谷 (1986) のテレビ視聴に関する分析、小池ら (2013) や小田 (2002) の印刷メディアに関する分析が希有な研究事例として挙げられる。

(Rubin & Rubin, 1982) のような概念を取り入れる方が、人々のメディア利用行動についての理解を深めてくれる可能性がある。

最後に、高齢者のメディア利用研究に求められるのは、高齢者のメディア利用実態を明らかにするだけでなく、老年社会学的議論へと昇華させていくことであると思われる。老年社会学の分野では、「離脱理論 (disengagement theory)」と「活動理論 (activity theory)」という対極の考え方を含め、いくつかの理論が提示されている。だが、Graney & Graney (1974) のような例外を除けば、メディア研究の領域から高齢者と社会との関係を明らかにする取り組みが積極的に行われてきたとは言い難い。人が老いていく過程にはどのような社会的・心理的变化が生じており、その中で人は老いにどのように向き合っているのか、そこでメディアはどのように位置づけられるのか、人々の老いに向き合う理想的な社会とはどのようなものか——。高齢化社会が進展していく中、長く見過ごされ続けてきた高齢者のメディア利用を理解する必要性はこれまで以上に高まっているのである。

参考文献

- Armstrong, C. & A. Rubin (1989) Talk Radio as Interpersonal Communication. *Journal of Communication* 39 (2): 84-94.
- Avery R. (1979) Adolescents' Use of the Mass Media. *American Behavioral Scientist* 23(1): 53-70.
- Davis, R., A. Edwards, D. Bartel & D. Martin (1976) Assessing Television Viewing Behavior of Older Adults. *Journal of Broadcasting* 20 (1): 69-88.
- Dimmick, W., T. McCain & W. Bolton (1979) Media Use and the Life Span: Notes on Theory and Method. *American Behavioral Scientist* 23(1): 7-31.
- Freidson, E. (1953) The Relation of the Social Situation of Contact to the Media in Mass Communication. *Public Opinion Quarterly* 17: 230-238.
- Graney M. & E. Graney (1974) Communication Activity Substitutions in Aging. *Journal of Communication* 24: 88-96.
- Johnstone, J. (1974) Social Integration and Mass Media Use Among Adolescents: A Case Study. in J. Blumler & E. Katz (eds.) *The Uses of Mass Communications: Current Perspective on Gratifications Research*. Sage Publishing. pp. 35-47.
- Morrison, A. (1979) Mass Media Use by Adult. *American Behavioral Scientist* 23(1): 71-93.
- Rubin, R. & A. Rubin (1982) Contextual Age and Television Use: Reexamining a Life-

- Position Indicator. in M. Burgoon (ed.) *Communication Yearbook* 6: 583-604.
- Schramm W. (1969) Aging and Mass Communication. in M. Riley, J. Riley, Jr. & M. Johnson (eds.) *Aging and Society* 2. Russell Sage Foundation. pp. 352-375.
- Swank, C. (1979) Media Uses and Gratifications. *American Behavioral Scientist* 23(1): 95-117.
- Wartella, E., A. Alexander & D. Lemish (1979) The Mass Media Environment of Children. *American Behavioral Scientist* 23(1): 33-52.
- Young, T. (1979) Use of the Media by Adult. *American Behavioral Scientist* 23(1): 119-136.
- 橋爪絢子・黒須正明・山中敏正 (2010) 「携帯電話の利用からみた高齢者の社会関係」 人工物発達研究 2 (2): 79-85.
- 香取淳子 (1984) 「老人のテレビ視聴構造」 社会老年学 19: 67-76.
- (2000) 『老いとメディア』 北樹出版
- 木村義子 (2013) 「メディア観の変化と“カスタマイズ視聴”“つながり視聴” — 「テレビ60年調査」 から (2)」 放送研究と調査 63 (7): 64-81.
- 小池高史・西森利樹・安藤孝敏 (2013) 「都市部の団地に暮らす高齢者のタウン紙利用状況」 横浜国立大学技術マネジメント研究 12: 19-26.
- 小寺敦之 (2006) 「携帯電話非利用者へのインタビュー調査」 ケータイ・カーナビの利用性と人間工学シンポジウム研究論文集 2006: 5-10.
- (2015) 「ケータイ社会の展開と葛藤」 東洋英和女学院大学メディア・コミュニケーション研究所 (編) 『ネット空間を変えるモバイル社会』 春風社 pp.33-67.
- ・林文 (2013) 「東日本大震災における不安感と情報行動—東洋英和女学院大学の保護者・学生アンケートをもとに」 東洋英和女学院大学人文・社会科学論集 30: 93-114.
- 松田美佐・土橋臣吾・辻泉 (2014) 『ケータイの2000年代—成熟するモバイル社会』 東京大学出版会
- 森やす子 (2012) 「インターネットを利用する高齢男性のメールの利用と人間関係の満足感」 社会情報学研究 16 (1): 29-39.
- 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 61 (6): 48-57.
- 小田利勝 (2002) 「高齢者の新聞閲読行動」 神戸大学人間科学研究 10 (1): 1-20.
- 齋藤健作 (2008a) 「高齢者のテレビ視聴 (上)」 放送研究と調査 58 (9): 2-17.
- (2008b) 「高齢者のテレビ視聴 (下)」 放送研究と調査 58 (10): 66-79.

- 澤岡詩野・福尾健司・浜田知久馬（2006）「都市高齢者のネットワークタイプによる友人との交流媒体としての携帯電話の利用状況」老年社会科学28（1）：12-20.
- ・袖井孝子・森やす子・荒井浩道（2014）「高齢者の非親族との電子メールを介した交流の特性」社会情報学 2（3）：15-26.
- 時野谷浩（1986）「老人視聴者の動機－充足に関する研究－利用と満足理論による検討」社会老年学23： 52-64.

An Exploratory Study of Mobile Phone Use among Japanese Elderly

KOTERA Atsushi

Despite an increasing number of mobile phone users among the elderly in Japan, research in media studies has focused exclusively on adolescents or children. By analyzing a nationwide survey conducted in 2011, this exploratory study examined the barriers against ownership, uses and gratifications, and functional alternatives of mobile phone use among elderly Japanese. The results show that the mobile phone can fortify a digital divide among the elderly. Furthermore, elderly people mainly use the mobile phone for family communication, not as multi-media. Additionally, mobile phone owners use the home telephone and the Internet more than non-owners. This article also discusses and proposes how we can better understand media use by the elderly in future research.