

シニア・高齢者世代のモバイルネットショッピング調査

今年携帯電話を買換えたシニアが 26.9%、ネットショッピング利用はまだ不安

2010年12月20日

株式会社ジー・エフ www.gf-net.co.jp

〒112-0012 東京都文京区大塚 3-20-1

電話:03(5978)2261 FAX:03(5978)2260

株式会社ジー・エフ（本社：東京都文京区、代表取締役社長：岡田博之）は、自社が保有するシニアデータベースを対象に、「携帯電話でのインターネットショッピング」についての調査を実施しました。調査手法はアウトバウンドIVRによる電話調査。調査期間 2010年11月29日（月）の18：00～20：00において、572世帯からの有効回答を得ることができました。

◆ 携帯電話の購入時期、「1年以内に買換えた」が26.9%

携帯電話所有者に対し、直近の携帯電話の購入時期を質問したところ、全体の26.9%が「1年以内」と回答しました。中でも、女性60代では、「1年以内」が34.5%と、他の層に比べ高い数値を示しました。また、年齢が上がるにつれ「シニア向け携帯」の所有率が増加する傾向にありました。

◆ 携帯電話でのインターネット利用、「利用経験なし」が4割半ば

携帯電話所有者に対し、携帯電話でのインターネットの利用頻度について質問したところ、「今までに利用したことはない」（45.7%）が最も高い割合を示しました。また、男性の「今までに利用したことがない」が、年代が上がるにつれ増加傾向にあることが見て取れ、特に、男性80代以上では「今までに利用したことがない」が58.8%と最も高い数値を示しました。

◆ 携帯電話でのインターネットショッピング、9割超が「未経験」

携帯電話所有者に対し、インターネットショッピングの利用頻度について質問したところ、「今までに利用したことはない」（91.4%）が9割超を占める結果となりました。特に、女性70代では未経験者が97.4%と、最も高い数値を示しました。キャリア別にみると、ドコモユーザーでの未経験者（93.1%）が、他のキャリアに比べやや高い数値を示しました。

◆ インターネットショッピングの利用について、「かなり不安」が46.2%

インターネットショッピング利用に対する不安感について質問したところ、「かなり不安を感じる」（46.2%）が4割半ばと、最も多い割合を示しました。また、男女別にみると、男性に比べ、女性の方がインターネットショッピングの利用について不安を感じており、特に女性60代で不安を感じる方が多く見受けられました（かなり不安を感じる：58.3%）。

本レポートについて、当社の許可なく無断転載・複写を禁じます。本レポートの転載、および一部引用が必要な場合には、弊社までご連絡ください。
株式会社ジー・エフ シニアリサーチ担当

調査概要

調査対象	: 一都三県に在住する GF シニアデータベース	
有効回答件数	: 572 件	
標本抽出法	: GF・RTD (ランダム・テレホンナンバー・ダイアリング) 方式	
調査方法	: アウトバウンド IVR による電話調査	
調査時期	: 平成 22 年 11 月 29 日 (月) 18:00~20:00	
調査主体	: 株式会社ジー・エフ	
質問項目	1. 携帯電話所有の有無	--- p.3
	2. 携帯電話のキャリア	--- p.5
	3. 携帯電話の種類【ドコモユーザー対象】	--- p.7
	4. 携帯電話の種類【ソフトバンクユーザー対象】	--- p.9
	5. 携帯電話の種類【auユーザー対象】	--- p.10
	6. 携帯電話の購入時期	--- p.11
	7. 携帯電話でのインターネット利用頻度	--- p.13
	8. 携帯電話でのインターネットショッピング利用頻度	--- p.15
	9. インターネットショッピングでよく購入するもの	--- p.18
	10. インターネットショッピング利用に対する不安感	--- p.19

調査結果

表 1 性別

	件数	構成比
男性	222	38.8%
女性	350	61.2%
合計	572	100.0%

表 2 年代

	件数	構成比
50代	99	17.3%
60代	219	38.3%
70代	205	35.8%
80代以上	49	8.6%
合計	572	100.0%

1.1 携帯電話所有の有無 携帯電話所有率は77.3%

「あなた様は、ご自身の携帯電話をお持ちですか?」と質問したところ(図1-1)「持っている」(77.3%)が8割近くとなり、「持っていない」(22.7%)が2割を超える結果となりました。

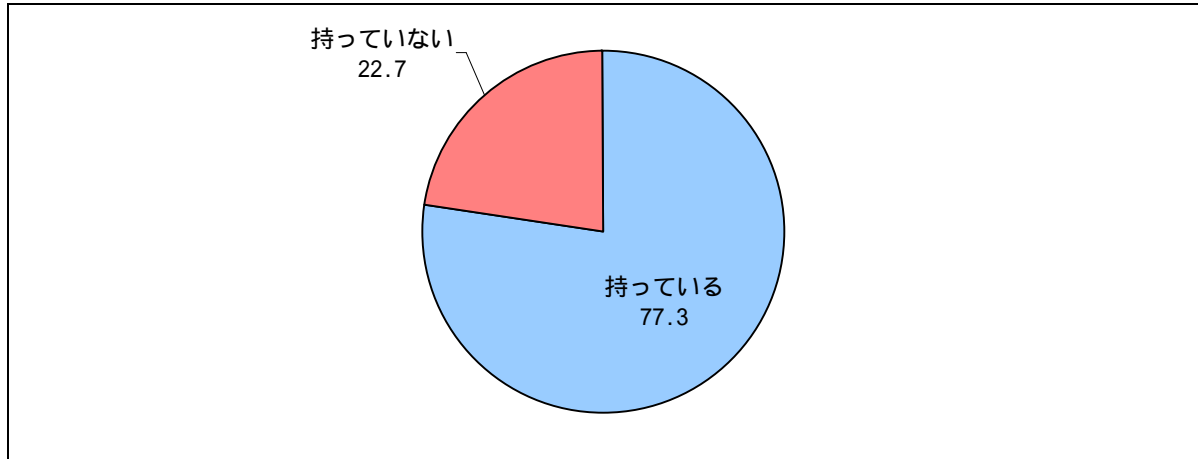


図1-1 携帯電話所有の有無 (n=572)

1.2 年代別にみる携帯電話所有の有無 高齢者ほど低い所有率

年代別に携帯電話所有の有無をみると(図1-2)年代が高くなるにつれて「持っている」(50代:87.9%、60代:83.6%、70代:69.8%、80代以上:59.2%)の割合が減少傾向にあることがわかります。

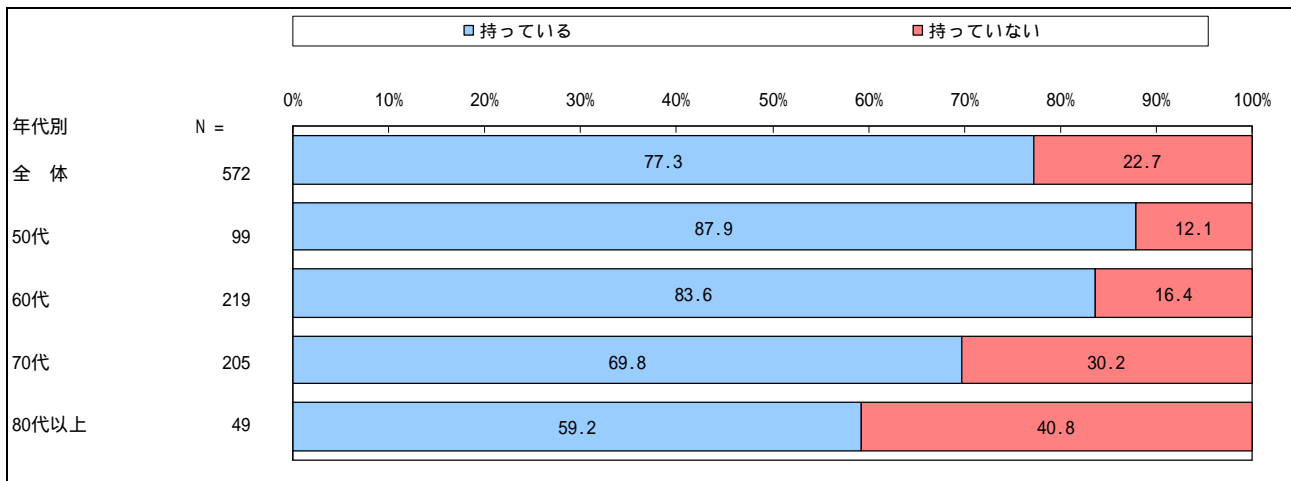


図1-2 年代別にみる携帯電話所有の有無 (n=572)

1.3 性・年代別にみる携帯電話所有の有無 女性 80代以上で半数未満

性・年代別に携帯電話所有の有無をみると(図1-3) 女性50代で所有率(持っている:88.0%)が最も高いことが見て取れます。

女性80代では、「持っている」(46.2%)が半数未満の数値を示しました。

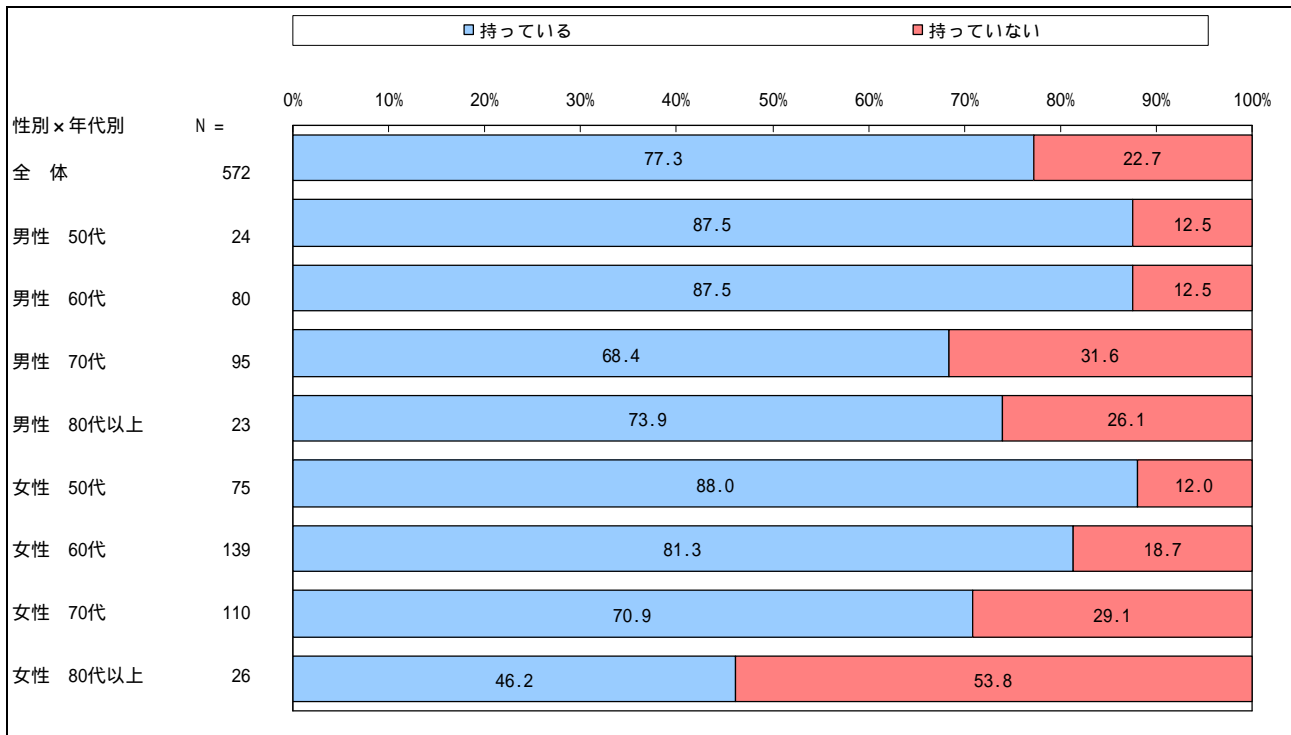


図1-3 性・年代別にみる携帯電話所有の有無 (n=572)

2.1 携帯電話のキャリア ドコモユーザーが半数以上

携帯電話所有者に対し、所有する携帯電話のキャリアを質問したところ(図2-1)、「NTTドコモ」(52.7%)が5割を超え、最も高い割合となりました。

次いで、「au」(29.0%)、「ソフトバンクモバイル」(14.0%)が多くなっています。

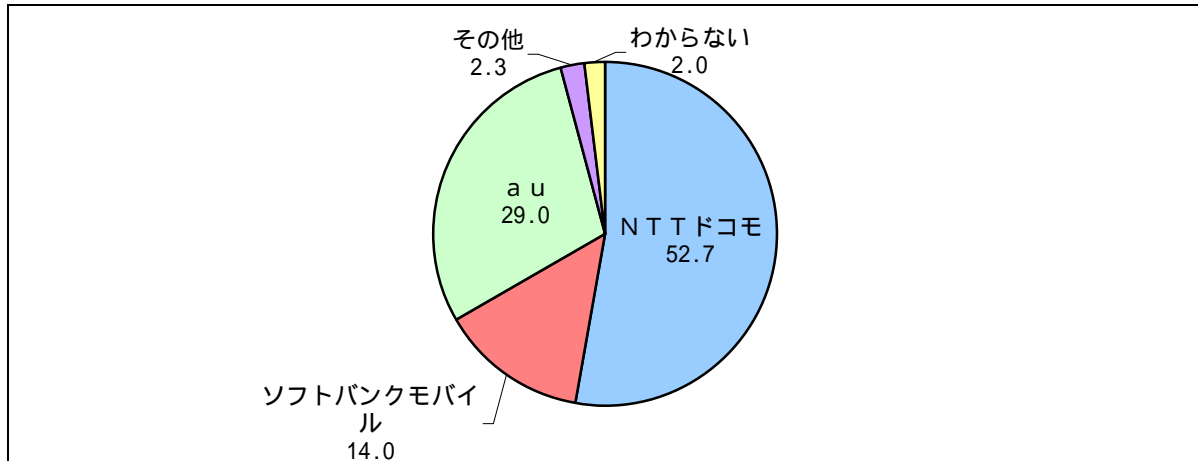


図 2 - 1 携帯電話のキャリア (n=442)

2.2 男女別にみる携帯電話のキャリア 男性で多いドコモユーザー

男女別に所有携帯電話のキャリアをみると(図2-2) 男性の「NTTドコモ」(57.2%)が、女性(49.8%)に比べ7.4ポイント高い数値を示しました。

反対に、「ソフトバンクモバイル」では、男性(9.2%)に比べ、女性(17.1%)が7.9ポイント高い数値となっています。

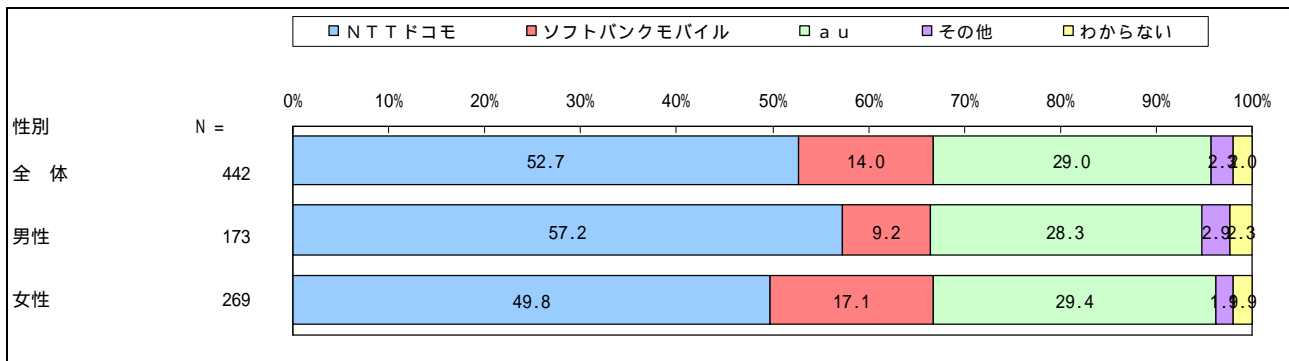


図 2 - 2 男女別にみる携帯電話のキャリア (n=442)

2.3 性・年代別にみる携帯電話のキャリア 男性 50代で多い「NTTドコモ」

性・年代別に所有携帯電話のキャリアをみると(図2-3)、男性50代で「NTTドコモ」(66.7%)が、他の層に比べ高い数値を示しました。

「au」の項目でみると、男性70代(35.4%)が高い数値を示し、男性50代(19.0%)が相対的に低くなっています。

「ソフトバンクモバイル」の項目でみると、女性50代(24.2%)が高い数値を示しました。

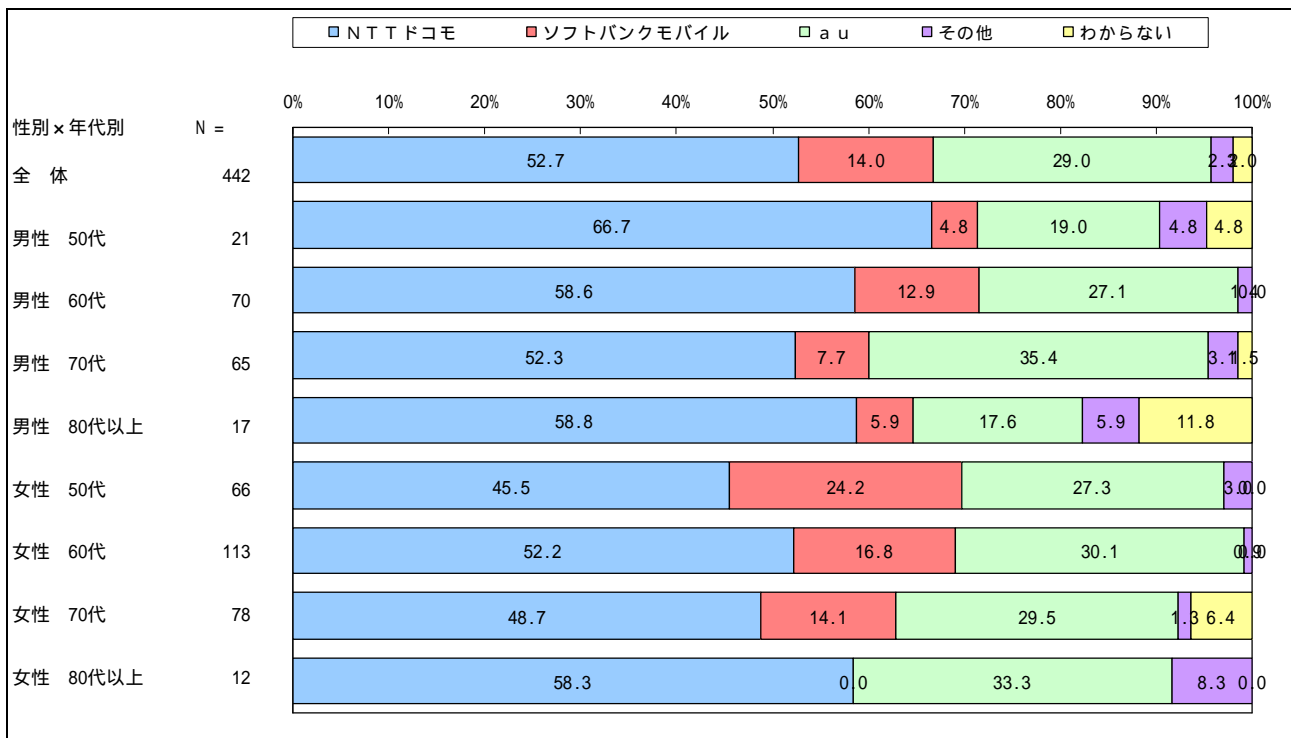


図2-3 性・年代別にみる携帯電話のキャリア (n=442)

3.1 携帯電話の種類【NTTドコモユーザー】 「らくらくホン」が4割半ば

NTTドコモの携帯電話所有者に対し、所有する携帯電話の種類について質問したところ(図3-1)、「らくらくホンシリーズ」(44.6%)が最も多い割合を示しました。

「スマートフォンタイプ」は6.9%と、1割未満の数値となりました。

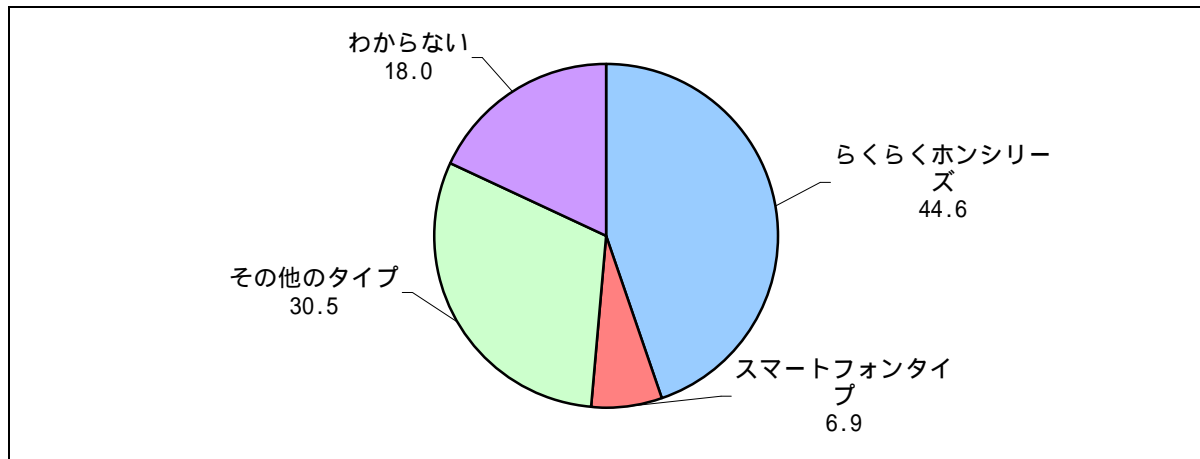


図3-1 携帯電話の種類【NTTドコモユーザー】(n=233)

3.2 男女別にみる携帯電話の種類【NTTドコモ】 女性で多い「らくらくホン」

男女別に所有する携帯電話の種類をみると(図3-2)、女性の「らくらくホンシリーズ」(54.5%)が、男性(31.3%)に比べ23.2ポイント高い値を示しました。

これより、女性のらくらくホンユーザーが多いことがわかります。

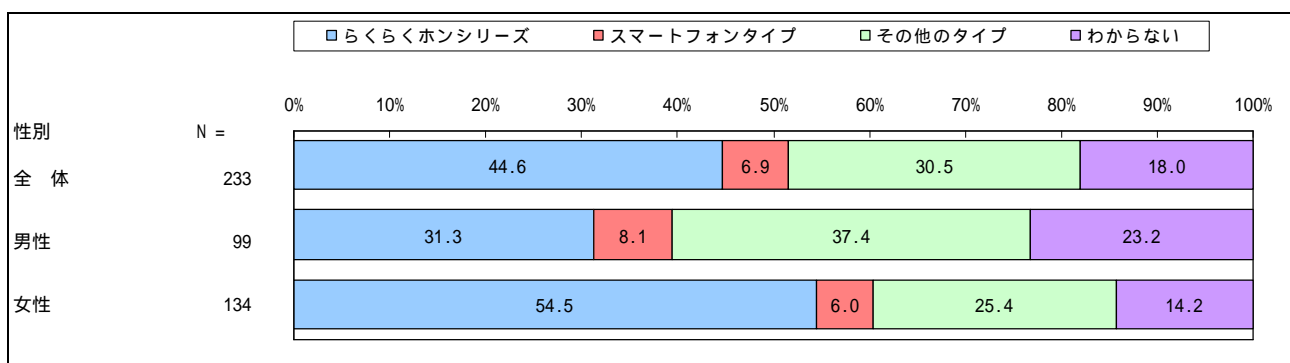


図3-2 男女別にみる携帯電話の種類【NTTドコモユーザー】(n=233)

3.3 性・年代別にみる携帯電話種類【NTTドコモ】 らくらくホン高齢者で増加

性・年代別に所有する携帯電話の種類をみると（図 3 - 3）女性 70 代で「らくらくホンシリーズ」（68.4%）が高い数値を示していることが見て取れます。

女性では、年代が高くなるほど「らくらくホンシリーズ」の所有率が増加傾向にあることがわかります。

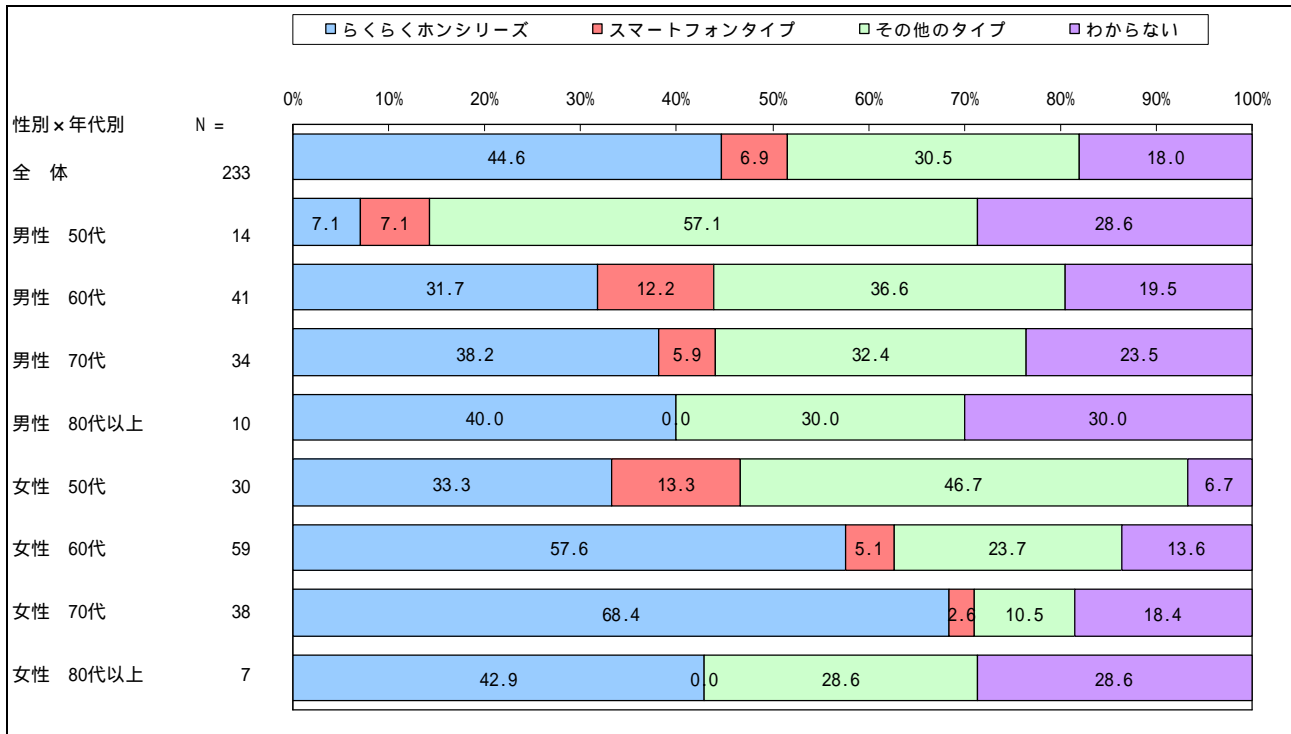


図 3 - 3 性・年代別にみる携帯電話の種類【NTTドコモユーザー】(n=233)

4.1 携帯電話の種類【ソフトバンク】 「かんたん携帯ユーザー」は約 25%

ソフトバンクモバイルの携帯電話所有者に対し、所有する携帯電話の種類について質問したところ（図 4-1）、「かんたん携帯シリーズ」（24.2%）が 2 割半ばの数値を示しました。

「スマートフォンタイプ」は 4.8%と、ごくわずかとなりました。

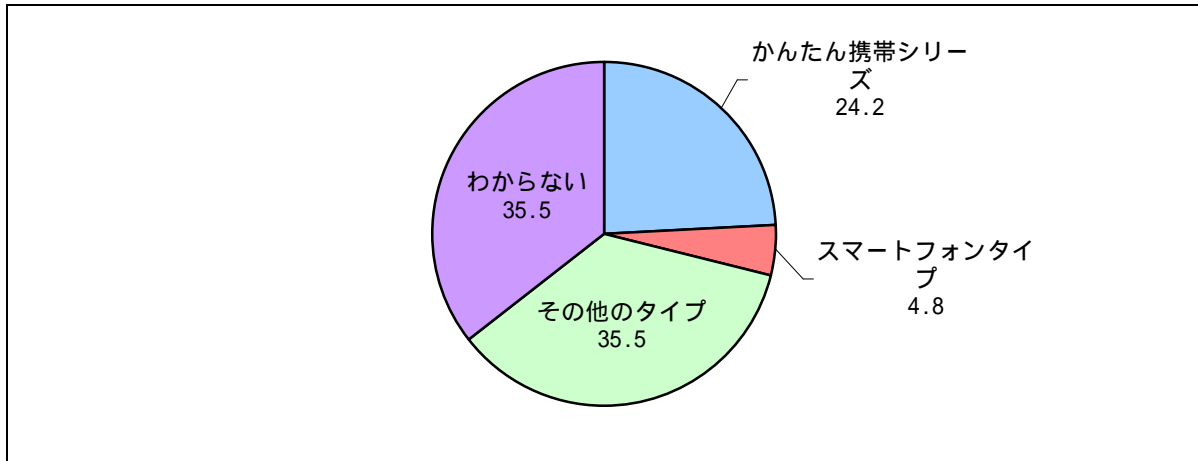


図 4-1 携帯電話の種類【ソフトバンクモバイルユーザー】(n=62)

4.2 男女別にみる携帯電話の種類【ソフトバンク】 「かんたん携帯」70代多い

男女別に所有する携帯電話の種類をみると（図 4-2）, 70代で「かんたん携帯シリーズ」(43.8%) が、他の年代に比べ高い数値を示しました。

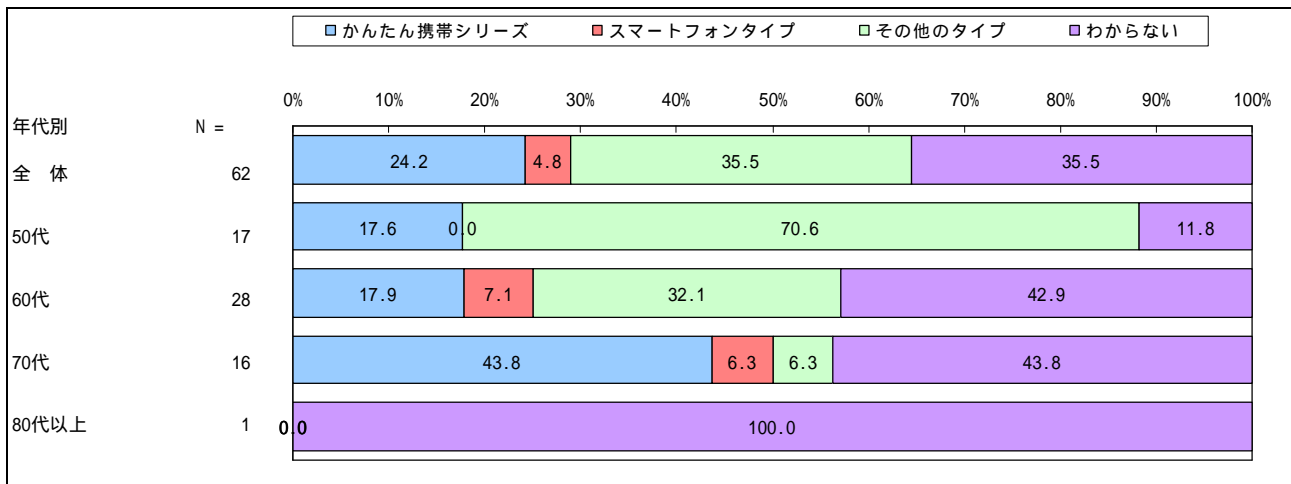


図 4-2 男女別にみる携帯電話の種類【ソフトバンクモバイルユーザー】(n=62)

5.1 携帯電話の種類【au】 「簡単携帯シリーズユーザー」は4割超

auの携帯電話所有者に対し、所有する携帯電話の種類について質問したところ(図5-1)、「簡単携帯シリーズ」(43.8%)が4割を超える数値を示しました。

「スマートフォンタイプ」は2.3%と、最も低い数値を示しました。

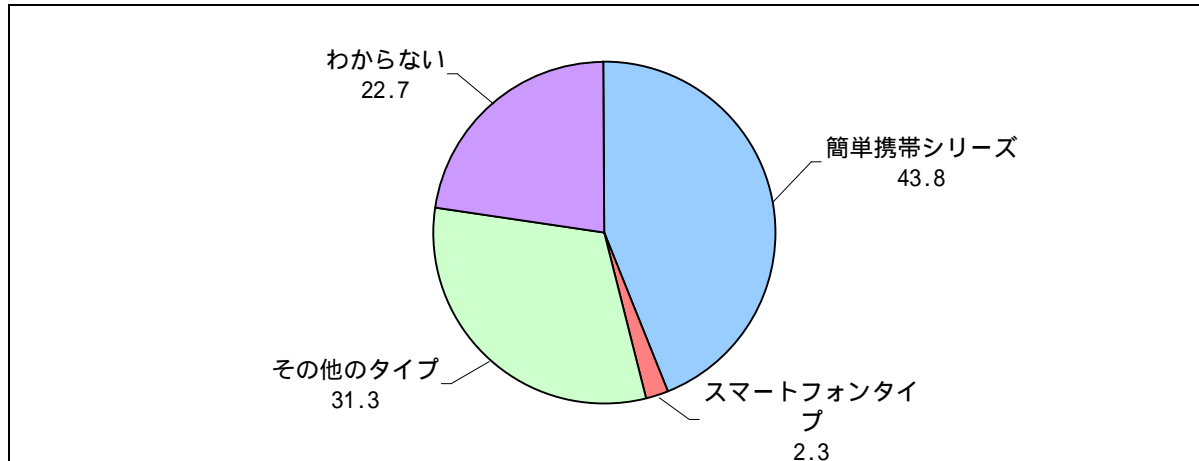


図5-1 携帯電話の種類【auユーザー】(n=128)

5.2 年代別にみる携帯電話の種類【au】 年代上がると「簡単携帯」増加

年代別に所有する携帯電話の種類をみると(図5-2)年代が上がるにつれて「簡単携帯シリーズ」の割合が増加傾向にあることが見て取れます。

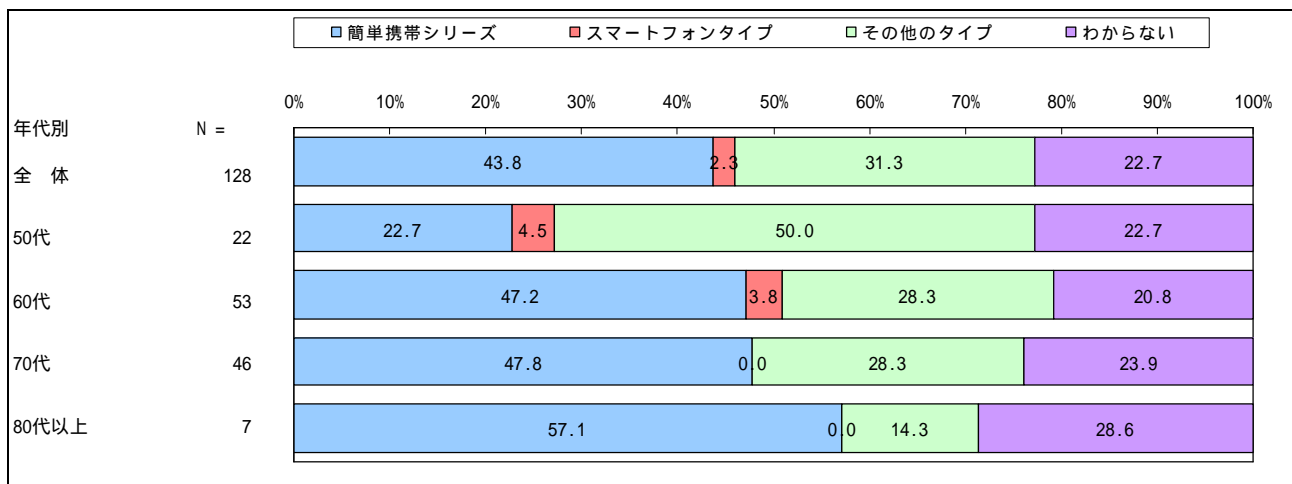


図5-2 年代別にみる携帯電話の種類【auユーザー】(n=128)

6.1 性・年代別にみる携帯電話の購入時期 「1年以内に買換え」が26.9%

携帯電話所有者に対し、「現在ご利用中の携帯電話は、いつごろ購入されましたか？」と質問したところ（図6-1）、全体の26.9%が「1年以内」と回答しました。

女性60代では、「1年以内計」が34.5%と、他の層に比べ高い数値を示しました。

男性50代、女性80代以上では「それ以上前」が高い数値を示し、買い換えが進んでいない状況がうかがえます。

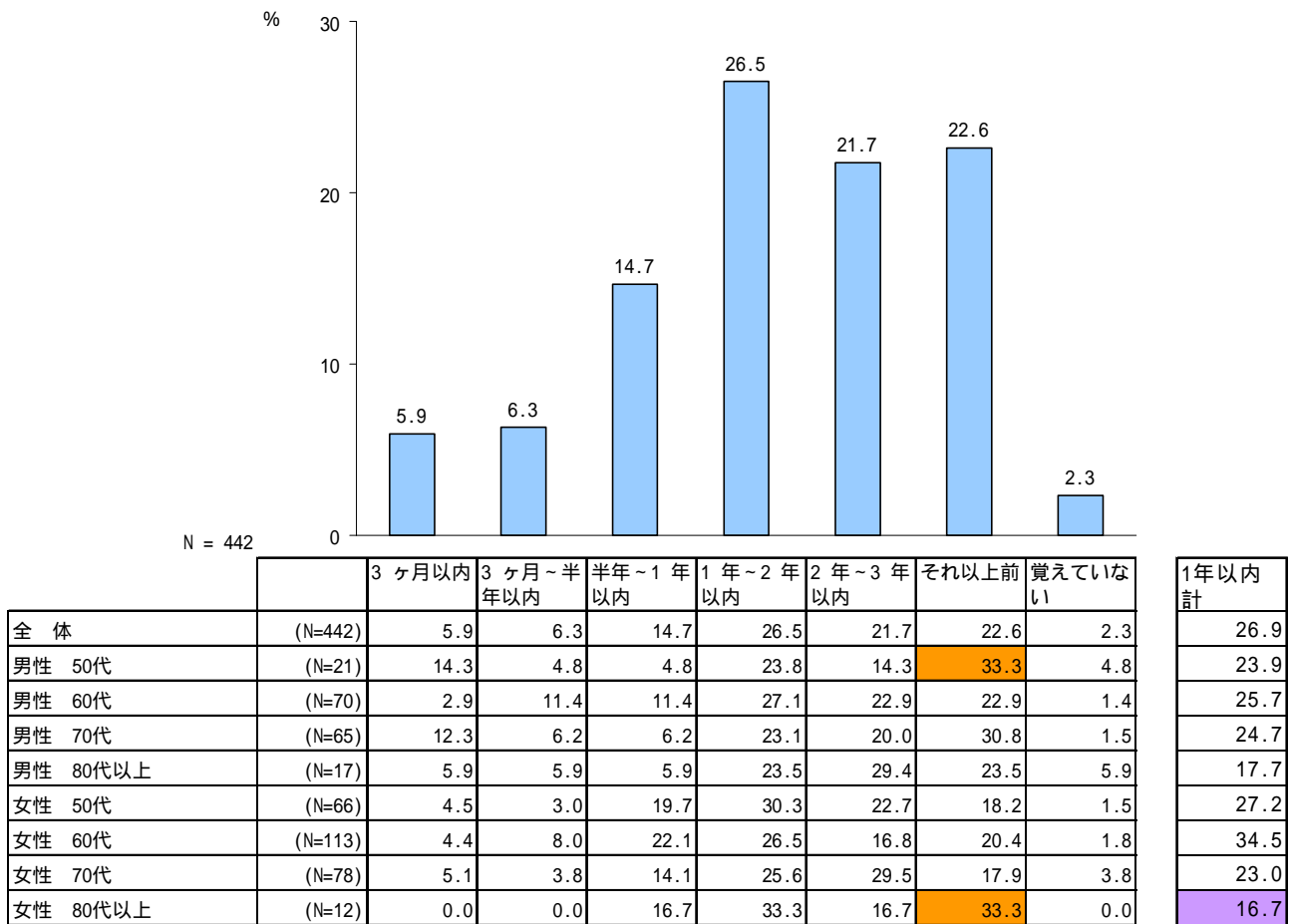


図6-1 性・年代別にみる携帯電話の購入時期（n=442）

6.2 キャリア別にみる携帯電話の購入時期 auユーザーで買換え多い

所有する携帯電話のキャリア別に購入時期をみると（図6-2）ソフトバンクモバイルユーザーで「1年以内計」が16.1%と、他のキャリアに比べ低い数値を示しました。

auユーザーにおいては、「1年以内計」が34.4%と、他のキャリアに比べ高い数値を示しました。

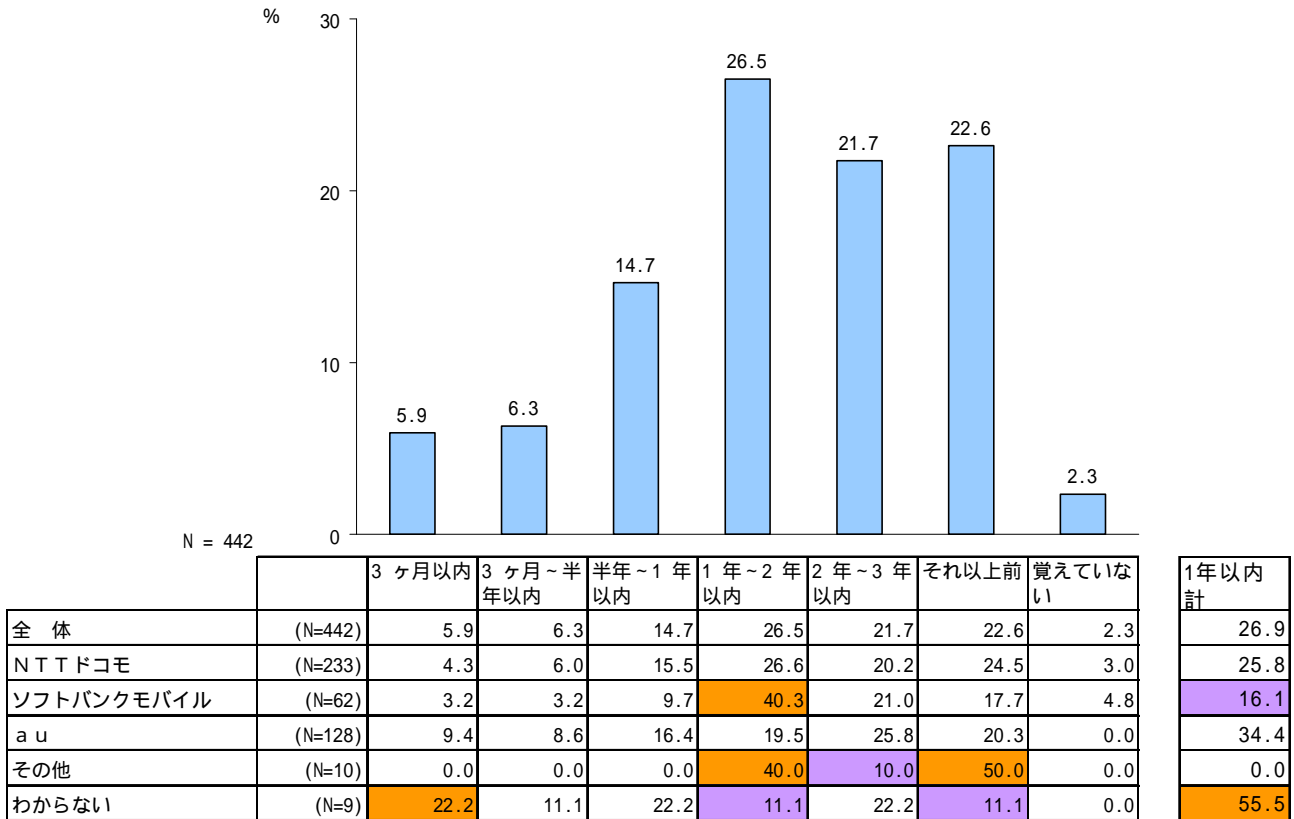


図6-2 キャリア別にみる携帯電話の購入時期（n=442）

7.1 携帯電話でのインターネット利用頻度 「利用経験なし」が4割半ば

携帯電話所有者に対し、「どのくらいの頻度で携帯電話のインターネット機能を利用されますか?」と質問したところ(図7-1)、「今までに利用したことはない」(45.7%)が最も高い割合を示しました。

次いで、「週に1回以上」が17.2%と、2番目に多くなっています。

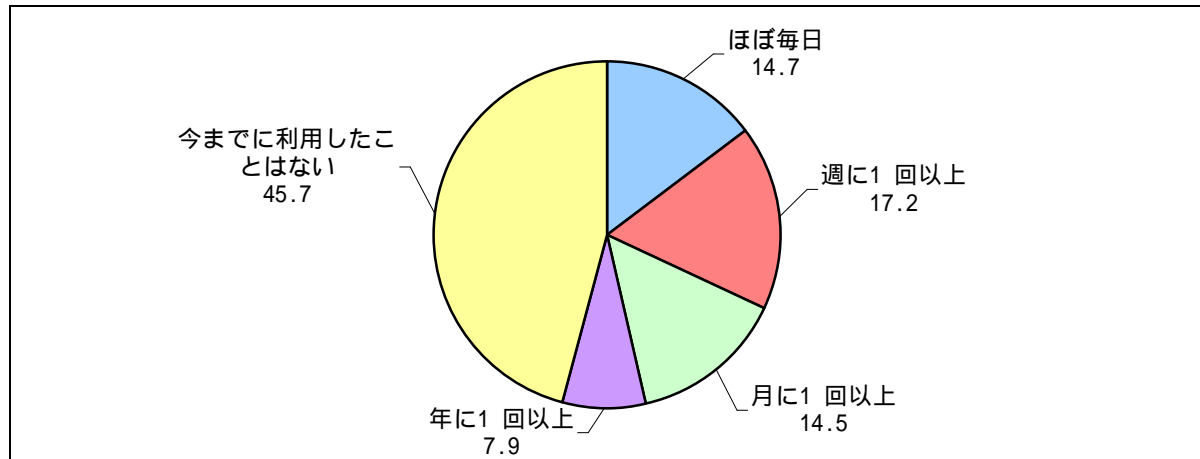


図7-1 携帯電話でのインターネット利用頻度 (n=442)

7.2 男女別にみるインターネットの利用頻度 利用頻度低い男性 80代

男女別に携帯電話のインターネットの利用頻度をみたところ（図7-2）男性の「今までに利用したことがない」が、年代が上がるにつれ増加傾向にあることが見て取れます。特に、男性80代以上では「今までに利用したことがない」が58.8%と、最も高い数値を示しました。

男性80代以上では、「ほぼ毎日」（5.9%）が他の層に比べ、低い数値となりました。

男性では、「ほぼ毎日」が年代が上がるにつれて減少傾向にあるのに対し、女性では、60代から80代以上に向け、年代が上がるにつれ「ほぼ毎日」が増加傾向にあることがわかります。

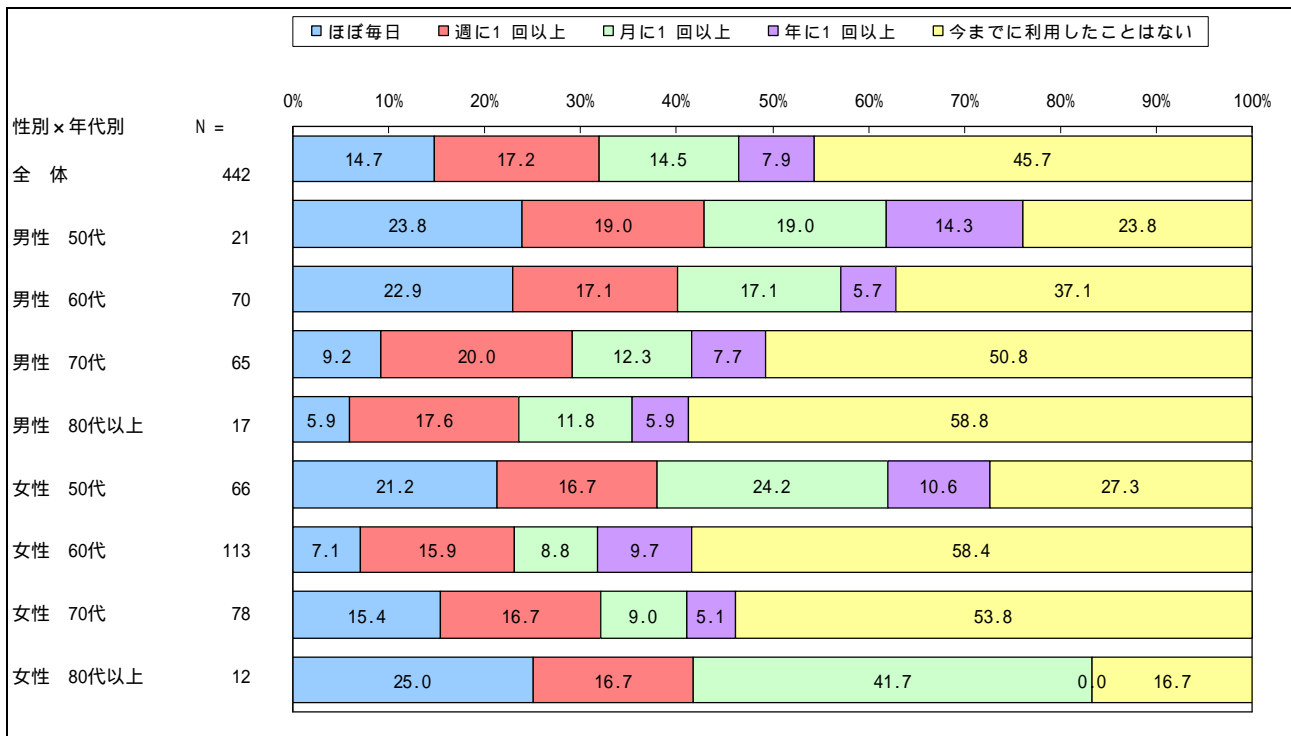


図7-2 男女別にみる携帯電話でのインターネット利用頻度（n=442）

8.1 携帯電話でのインターネットショッピング利用頻度 9割超が「未経験」

携帯電話所有者に対し、「どのくらいの頻度で、携帯電話でインターネットショッピングを利用されますか?」と質問したところ(図8-1)、「今までに利用したことはない」(91.4%)が9割超を占める結果となりました。

シニア・高齢者世代においては、携帯電話でのインターネットショッピング利用経験が極端に少ないことが読み取れます。

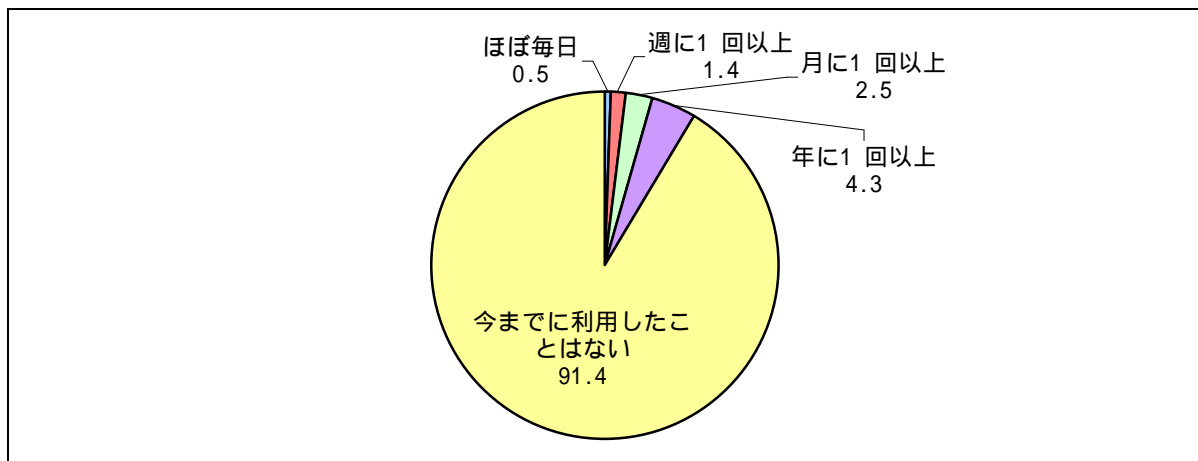


図8-1 携帯電話でのインターネットショッピング利用頻度 (n=442)

8.2 性・年代別にみるネットショッピング利用頻度 女性70代で低い利用率

性・年代別に携帯電話でのインターネットショッピングの利用頻度についてみたところ(図8-2)、女性70代で「今までに利用したことはない」(97.4%)が、最も高い数値を示しました。男性50代では「今までに利用したことはない」(81.0%)が他の年代よりも低い数値を示しました。

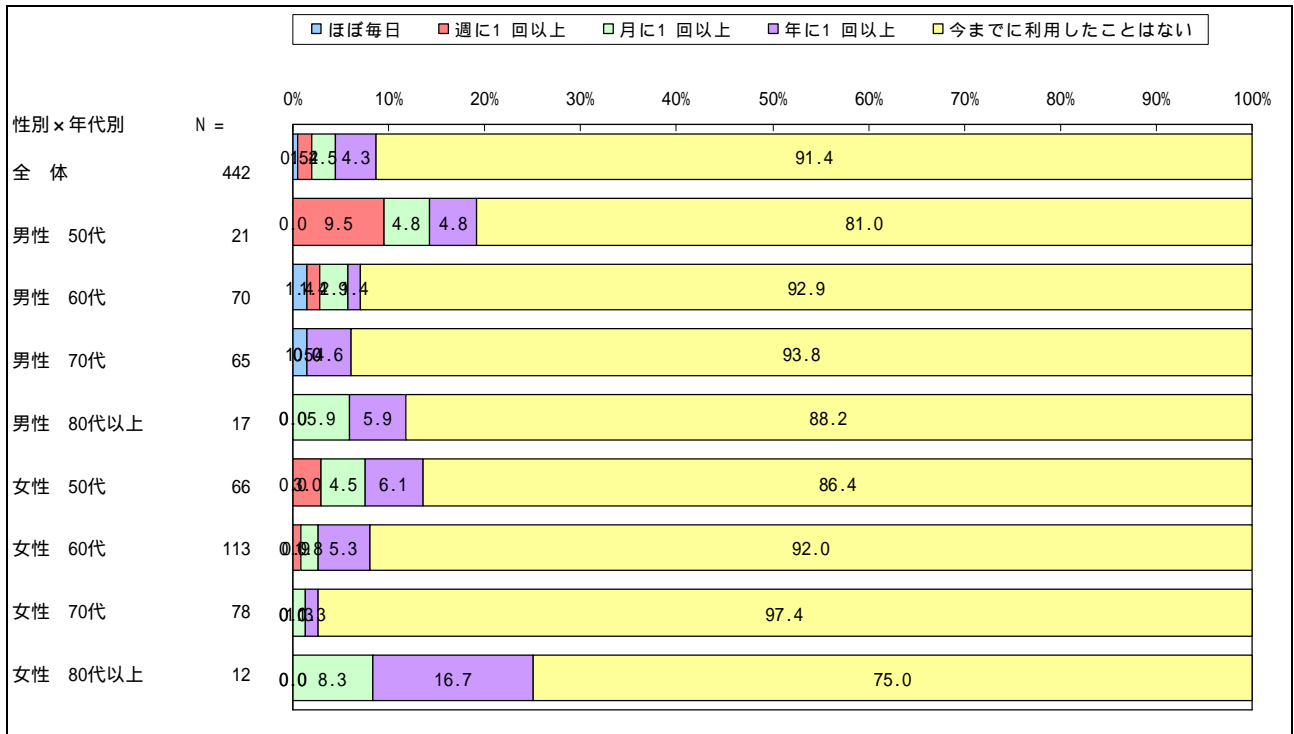


図8-2 性・年代別にみる携帯電話でのインターネットショッピングの利用頻度 (n=442)

8.3 キャリア別にみるネットショッピング利用頻度 ソフトバンクでやや高い

キャリア別に携帯電話でのインターネットショッピングの利用頻度についてみたところ（図8-3）、「ソフトバンクモバイル」の「今までに利用したことがない」（87.1%）が、「NTTドコモ」（93.1%）、「au」（91.4%）に比べ、やや低い数値を示しました。

3キャリアの中では、ソフトバンクモバイルユーザーのネットショッピング利用率がやや高いことが見て取れます。

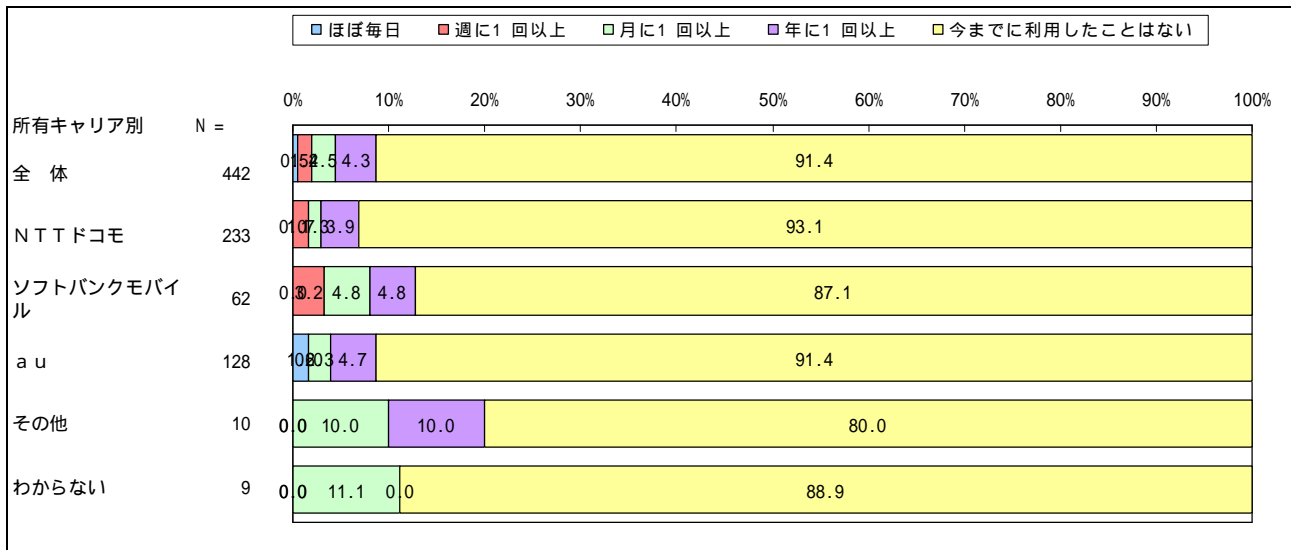


図8-3 キャリア別にみる携帯電話でのインターネットショッピングの利用頻度（n=442）

9.1 インターネットショッピングでよく購入するもの 「旅行」シニアに人気

携帯電話でのインターネットショッピング経験者に対し、ネットショッピングでよく購入するものについて尋ねたところ（図9-1）「旅行商品やホテルの予約」（21.1%）「洋服などに身に付けるもの」（15.8%）が上位となりました。

「CDやDVD」（2.6%）「美容品や化粧品」（2.6%）はごくわずかとなり、シニア・高齢者層でのネットショッピングにおける購入率が低いことがわかります。

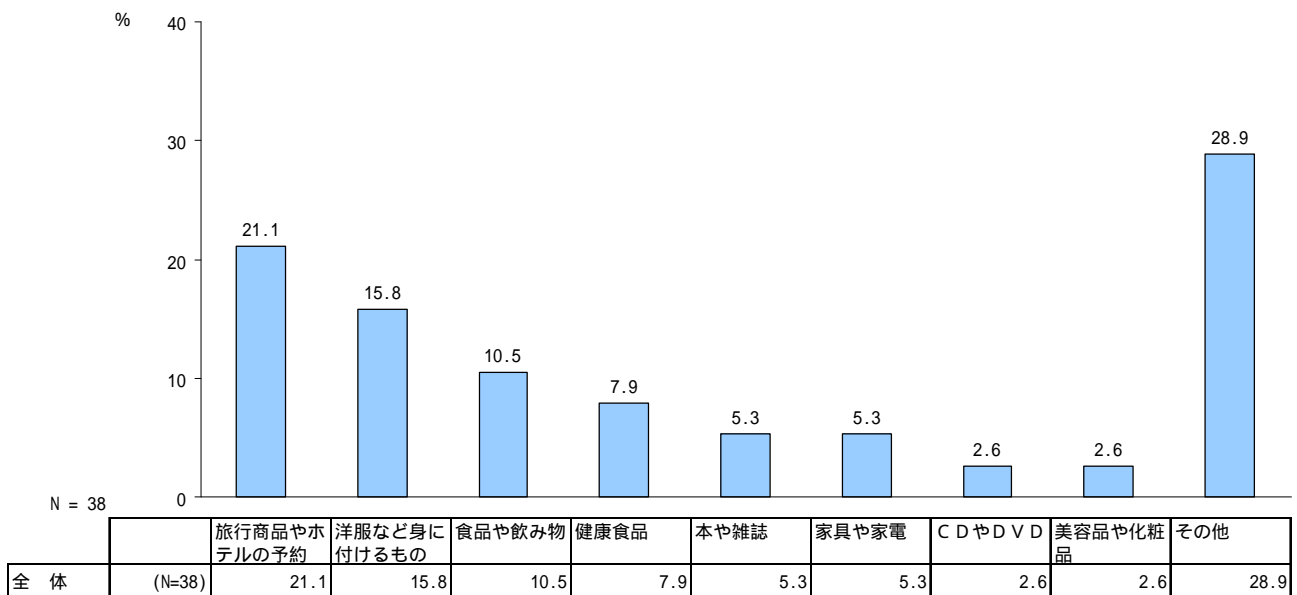


図9-1 インターネットショッピングでよく購入するもの（n=38）

10.1 インターネットショッピング利用に対する不安感 「かなり不安」46.2%

インターネットショッピング利用に対する不安感についてみたところ（図10-1）「かなり不安を感じる」（46.2%）が4割半ばと、最も多い割合を示しました。

次いで、「やや不安を感じる」（21.2%）が多くなっており、「あまり不安を感じない」（4.7%）、「全く不安を感じない」（7.2%）は1割未満となりました。

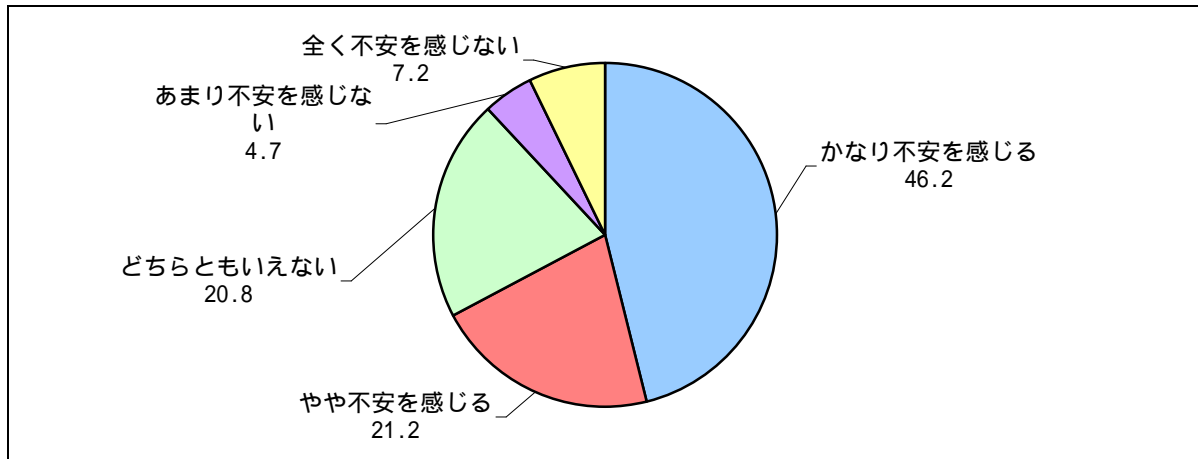


図10-1 インターネットショッピング利用に対する不安感 (n=572)

10.2 男女別にみるネットショッピングへの不安感 女性の方が不安大きい

男女別にインターネットショッピングに対する不安感をみたところ（図10-2）男性（平均スコア：-0.78）に比べ、女性（平均スコア：-1.06）の不安感が大きい状況が見て取れました。

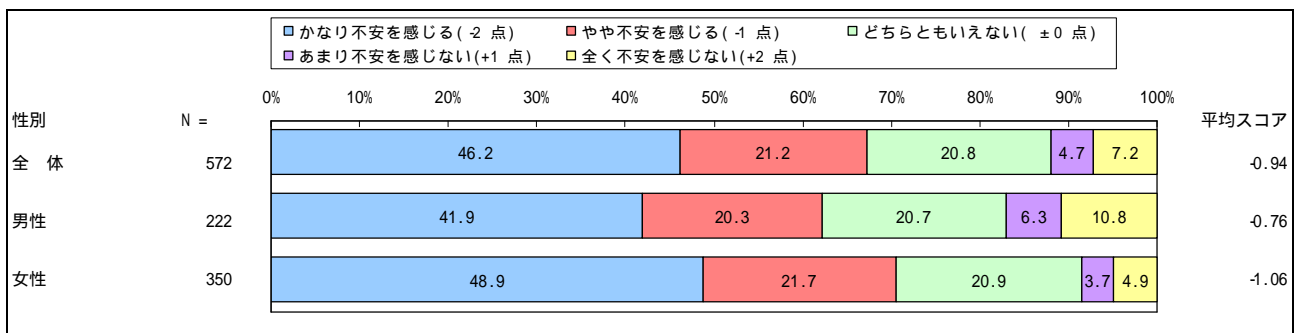


図10-2 男女別にみるインターネットショッピング利用に対する不安感 (n=572)

10.3 性・年代別にみるネットショッピングへの不安感 不安大きい女性 60代

性・年代別にインターネットショッピングに対する不安感をみたとところ（図 10 - 3）女性 60代で「かなり不安を感じる」（58.3%）が、最も高い数値を示しました。平均スコアでも、女性 60代が-1.27の値を示し、最も不安感が大きいことが見て取れます。

また、男性 50代（平均スコア：-0.42）の不安感が最も低い数値を示しています。

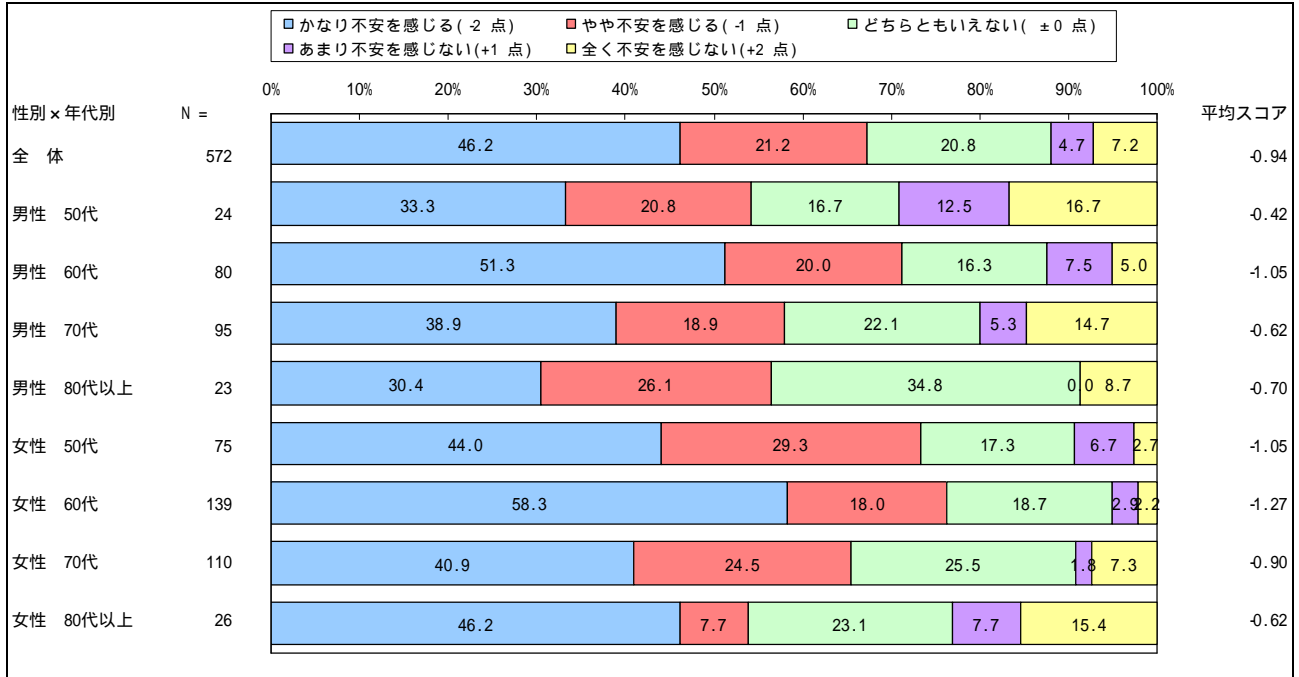


図 10 - 3 性・年代別にみるインターネットショッピング利用に対する不安感 (n=572)

会社概要

株式会社ジー・エフは、独自開発した「自動テレマーケティングシステム」(アウトバウンド IVR) を活用し、インターネットやモバイルだけではカバーしきれない『シニア』を対象としたマーケティング手法・情報を提供しております。

- 商号 株式会社ジー・エフ
資本金 10 百万円
設立 2010 年 2 月
代表者 代表取締役社長 岡田 博之
本社 〒112-0012 東京都文京区大塚三丁目 20 番 1 号 吉田ビル 4F
U R L <http://www.gf-net.co.jp> (コーポレートサイト)
<http://www.senior-promo.com> (シニアマーケティング支援サイト)
事業内容
・シニアデータベースを活用したリサーチサービス
・各種世論調査、市場調査、マーケティングリサーチ
・情報通信システムを活用したマーケティング代行
- 株主 国際航業株式会社
・本社 東京都千代田区六番町 2 番地
・資本金 29,750 百万円
・設立 1974 年 9 月
・U R L <http://www.kkc.co.jp>

【本調査に関するお問い合わせ先】

株式会社ジー・エフ シニアリサーチ担当
〒112-0012 東京都文京区大塚 3-20-1 吉田ビル
TEL:03-5978-2261 FAX:03-5978-2260
E-mail:webmaster@gf-net.co.jp

調査データ引用の際は、「株式会社ジー・エフの調査結果によると...」等の明記をお願い致します