

## 40 代以上の女性の情報環境と利用実態

岡田 由紀子

(武庫川女子大学情報教育研究センター)

### Information Environment of Women beyond their 40s and the Actual Conditions of Utilization

Yukiko OKADA

*Institute for Educational Computing Research*

*Mukogawa Women's University, Nishinomiya 663-8558, Japan*

#### Abstract

Women beyond their 40s belong to the generation which did not have personal computers or the internet when they were born but for which, in recent years, personal computers and mobile phones have become widespread. Therefore, they are a generation that has absolutely, or almost no experience of any kind of information education at school throughout elementary, junior, and senior high school, and the university level. So, why do they buy personal computers or mobile phones and use them? This paper examines the information environment of women focusing on those currently beyond their 40s and the actual conditions of use based on the "Survey on the Relationship between the Information Environment of Women and Actual Conditions of Use and their Preferences" implemented by the presenter from April to July, 2011.

#### 1 はじめに

日本では一般的に“女性は男性に比べて機械に弱い”とされてきたが、近年パソコンや携帯電話、スマートフォンなどが家庭や個人に普及するようになり、インターネットを使いこなす女性が増えた。特に報告者の周りでは、好きなスターやジャンルの情報検索をしたり、ファンとの交流に情報機器を持ち始める中高年女性が多いことに気づき、そのことから情報環境利用実態と嗜好(本稿では、好みの芸能人や趣味のことをいう)との関係があるのかどうかを調査することにした。

今から5年前(2011年6月)に報告者は本学の女子大学生376名にアンケート調査<sup>1)</sup>を実施し、嗜好がパソコンや携帯電話の活用能力の向上に役立った(非常に役立った51.1%, どちらかといえば思う23.4%)という結果を得た。

そのため、ほぼ同時期(2011年4月~7月)に

報告者が実施した、40代以上を中心とする女性を対象にしたアンケート調査結果でも、40代以上の女性はテレビ、パソコン、携帯電話など様々な情報環境の中で、日々自分の興味・関心がある情報を得るため多くの時間を費やしていることがわかっており、またこの行動が、情報活用能力を向上させる動機づけになっている可能性があった。

総務省が平成28年に行った「平成27年通信利用動向調査」<sup>2)</sup>の「年齢階層別インターネット利用状況の推移」では、インターネット利用が全体で8割を上回り、13~59歳の利用では9割を上回っており、60~79歳でも上昇傾向にある(Table 1)。また、同調査の「男女、年齢階層別インターネットの利用状況(個人)」では、13~19歳は女性が男性を若干上回り、20代では男女同じ値(99.1%)だが、30代女性(98.0%)男性(97.6%)と40代女性(97.4%)男性(95.5%)では僅かだが女性が男性を

上回っている。このことから、日本の女性のインターネット利用率は、非常に高いと言える(Table 2)。

一方、新聞・書籍などの読書量の減少や、文書や手紙作成にパソコンや携帯電話、スマートフォンなどを使う人が増え、紙を用いた文字媒体の利用率が低下していることから、世間では“書く力の弱体化”を心配する声もある。しかしそれ以上に、他者(家族や友人など)とのコミュニケーションや自分の嗜好を楽しむ情報環境が整備され、今後ますます40代以上の女性のインターネット利

用が活性化し、社会進出が加速化するのではないかと推測する。しかしそのためには、40代以上の女性にやさしい情報環境の整備が必要となろう。

日本のインターネットは、1995年にWindows95の発売や、同年起こった阪神大震災で安否確認等に利用、yahooサービス開始などにより普及が加速した。また、高等学校で教科「情報」の授業が開始されたのは2003年で、2011年の時点で40歳の女性が受講することは不可能であるが、大学等で授業を受けている可能性はある。

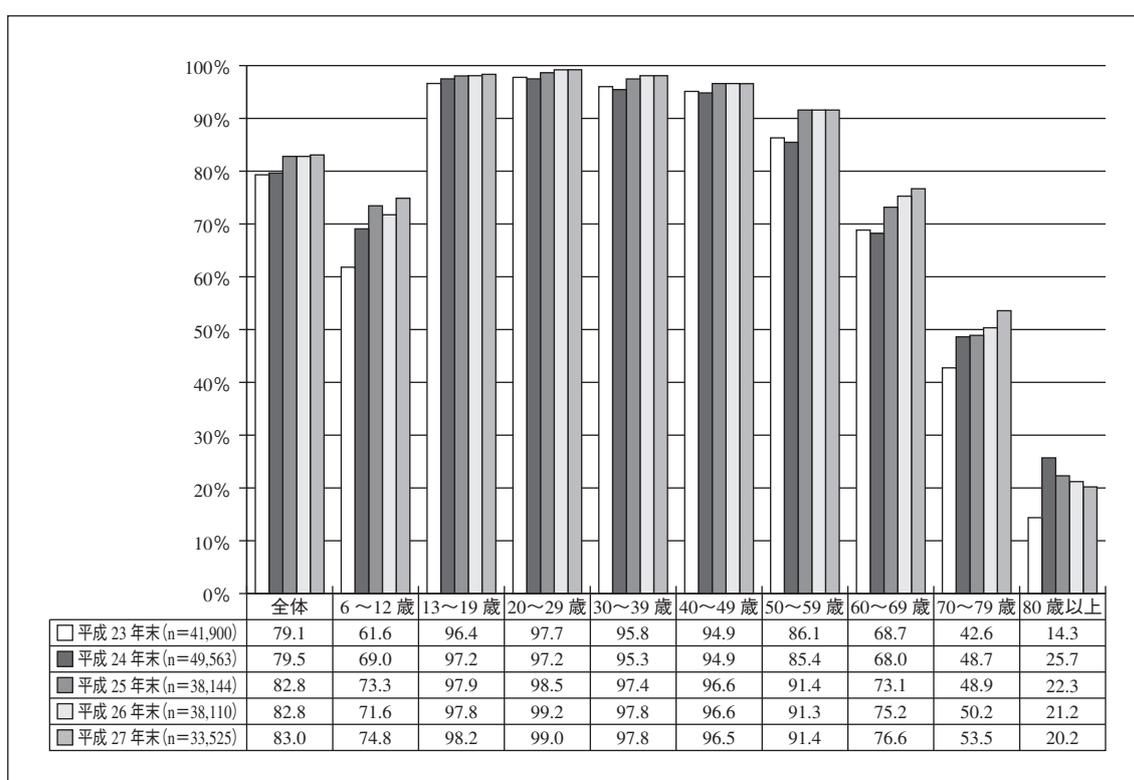


Fig 1 年齢階層別インターネットの利用状況の推移(個人)

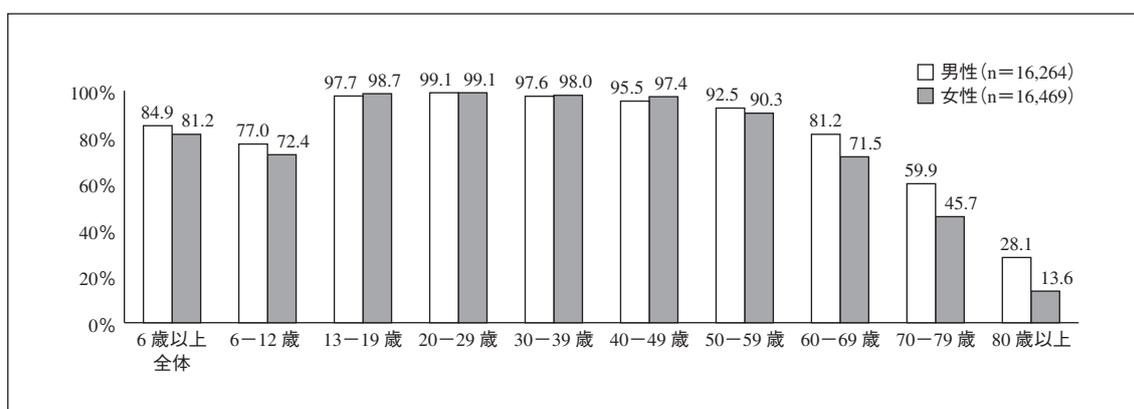


Fig 2 男女、年齢階層別インターネットの利用状況(個人)(平成27年末)

## 2 調査の概要

### 2.1 調査方法

調査名称：中高年女性の情報環境利用実態と嗜好との関連調査

調査期間：2011年4月～7月

調査方法：アンケート用紙による回答

調査対象：本学関係者の40代以上の女性

調査内容：情報環境、携帯電話、パソコン、テレビに関する使用目的・頻度・時間・経験、嗜好、きっかけなどについて質問し、項目ごとに集計した。

有効回答数：649名(Table 1)

Table 1 回答者の年代

40代	118	18.2%
50代	213	32.8%
60代	184	28.4%
70代	102	15.7%
80代	29	4.5%
90歳以上	3	0.5%
未回答	0	0.0%

今回のアンケート調査は、本学の卒業生(高等女学校、附属高校、専門学校、短大、大学、大学院、専攻科の卒業生・修了生および学院関係者の研究協力者)の40歳以上を対象としたが、卒業生がたくさん集まる「鳴松会の日」に主にアンケートを実施したため、40歳未満の回答が88人あった。今回は、40代以上(中高年女性)の情報環境等の実態を調査するため、それらの回答を省いた。

年代では、50代(32.8%)、60代(28.4%)の回答者の割合が多く、回答の6割以上を占める。

## 3 調査結果

### 3.1 情報環境

日本の40代以上の女性が自宅などで好きなきにいつでも使用できるメディアでは、テレビ(96.8%)、携帯電話(81.7%)が上位を占め、電話をかける際に固定電話を使う40代以上の女性はまだ7割以上(76.7%)いた。また、パソコン(67.8%)を使用する人は約7割おり、ラジオ(62.6%)やデジタルカメラ(55.0%)を使用する割合も高かつ

た。しかし、スマートフォン(3.9%)やiPadのようなタブレット型端末(3.2%)の利用者はまだ少ない(Table 2)。

Table 2 自宅などでいつでも使用できるメディア(複数回答) n=649

テレビ	628	96.8%
携帯電話	530	81.7%
固定電話	498	76.7%
パソコン	440	67.8%
ラジオ	406	62.6%
デジタルカメラ	357	55.0%
ニンテンドーDSのような携帯ゲーム機	98	15.1%
デジタルビデオカメラ	89	13.7%
iPodのような携帯型音楽プレーヤー	80	12.3%
スマートフォン	25	3.9%
iPadのようなタブレット型端末	21	3.2%

日頃よく使う世の中のできごとを知るためのメディアでは、やはりテレビ(96.0%)を挙げた人が100%近く最も多く、次いで新聞(81.4%)が8割以上と40代以上の女性は紙による活字世代で、今でも新聞購読者は多い。次いでパソコン(47.0%)が約半数、携帯電話(29.9%)は3割であった。活字世代でも、雑誌(31.6%)や書籍(26.8%)の紙媒体のメディアを挙げた人は余り多くなく、その理由は、年齢的に活字を読むことが苦手になっていることや、活字の大きさを変えられるパソコン(47.0%)などのデジタル媒体を好む人が増えていることや、紙媒体を使わない、情報の入手にお金をかけない(かけられない)人が増加したためと考えられる。また、オールドメディアのラジオ(32.7%)から情報を得る人が3割以上いることは、視力の低下などから、音声のみの情報を好む人がいる可能性が考えられる。(Table 3)。

Table 3 世の中のできごとを知るためのメディア(n=649)複数回答

テレビ	623	96.0%
新聞	528	81.4%
パソコン	305	47.0%
ラジオ	212	32.7%
雑誌	205	31.6%
携帯電話	194	29.9%
書籍	174	26.8%

### 3-2 携帯電話※とパソコン ※スマートフォンを含む

次に、40代以上の女性が日頃よく使う携帯電話やパソコンの使用目的を比べると、携帯電話は電子メール(68.9%)よりも通話(72.7%)に使用する人が多かった。女子大学生等の若い女性は、携帯電話をWebページの検索や閲覧やカメラとして使用する人が多い<sup>2)</sup>が、40代以上の女性はカメラ(42.1%)として利用する人は多いものの、Webページの検索や閲覧(16.8%)に使用する人はその2割弱にとどまっている。また、動画を撮ることに使用する人は7.9%とまだ少ない。

パソコンでは、仕事や就職に役立つワープロや表計算などのオフィス系のソフト(21.4%)ではなく、Webページの検索や閲覧(51.5%)、電子メー

ル(42.1%)を主な使用目的としていることがわかった。その他、YouTubeのような動画閲覧(20.3%)やネットショッピング(16.5%)、画像の編集(11.4%)にも10%以上の使用者がいる。しかし、若い女性がよく使う、音楽のダウンロード(6.2%)にはさほど使われていない。その理由は、世代的に、40代以上の女性はCDをレンタルしたり購入したりする人が多いと推測される。スカイプの利用は3.5%と少ないが、海外に住んでいる家族や友人との間で、ビデオ通話でお互いの顔を見ながら無料でおしゃべりできるので、今後利用者は増えると予想される。オンラインの英会話教室などは携帯電話、パソコンとも使用者は非常に少ない(Table 4)。

Table 4 使用目的(n=649)複数回答

使用目的	携帯電話		使用目的	パソコン	
通話	472	72.7%	Webページの検索や閲覧	334	51.5%
電子メール	447	68.9%	電子メール	273	42.1%
カメラ	273	42.1%	ワープロ、表計算などのオフィス系ソフト	139	21.4%
Webページの検索や閲覧	109	16.8%	YouTubeのような動画閲覧	132	20.3%
動画をとる	51	7.9%	ネットショッピング	107	16.5%
ゲーム	30	4.6%	画像の編集	74	11.4%
その他	26	4.0%	HPやブログへの書き込み	55	8.5%
音楽をダウンロードする	23	3.5%	ゲーム	51	7.9%
HPやブログへの書き込み	22	3.4%	その他	43	6.6%
YouTubeのような動画閲覧	17	2.6%	音楽をダウンロードする	40	6.2%
ミクシィなどのSNS	16	2.5%	通話	30	4.6%
ツイッター	13	2.0%	ミクシィなどのSNS	29	4.5%
ワープロ、表計算などのオフィス系ソフト	11	1.7%	スカイプ	23	3.5%
お財布ケータイを使う	9	1.4%	動画の編集	14	2.2%
スカイプ	7	1.1%	ツイッター	13	2.0%
絵を描く	3	0.5%	学習ソフトを使った勉強	12	1.8%
電子書籍を読む	2	0.3%	絵を描く	7	1.1%
学習ソフトを使った勉強	1	0.2%	電子書籍を読む	4	0.6%
オンラインの英会話教室など	1	0.2%	オンラインの英会話教室など	1	0.2%

プライベートでの1日の使用頻度では、携帯電話は3～5回(31.9%)、パソコンは1～2回(35.9%)が最も多く、携帯電話は1日に10回以上使用する人も1割近くいることから、40代上の女性は、パソコンよりも携帯電話の使用頻度が高いことが判明した(Table 5)。

Table 5 1日の使用頻度(n=649)

使用回数	携帯電話		パソコン	
10回以上	53	8.2%	14	2.2%
6～10回	104	16.0%	26	4.0%
3～5回	207	31.9%	90	13.9%
1～2回	163	25.1%	233	35.9%
ほとんど使わない	72	11.1%	145	22.3%
未回答	50	7.7%	141	21.7%

プライベートでの1日の使用時間では、携帯電話は2時間(57.5%)が全体の約6割を占め一番多く、パソコンは1時間未満(24.3%)が4人に一人使用している。また携帯電話は持っているが、ほとんど使っていない人は1.4%と非常に少なく、パソコンをほとんど使わない人(20.8%)との差が大きい。この結果から、家にパソコンがあるが、40代以上の女性が使わない家庭が2割以上あることがわかった反面、パソコンを1時間未満利用する人が約4人に一人いることが判明した。(Table 6)。

Table 6 1日の使用時間(n=649)

使用時間	携帯電話		パソコン	
3時間以上	55	8.5%	27	4.2%
3時間	109	16.8%	32	4.9%
2時間	373	57.5%	68	10.5%
1時間	70	10.8%	87	13.4%
1時間未満	25	3.9%	158	24.3%
ほとんど使わない	9	1.4%	135	20.8%
未回答	8	1.2%	142	21.9%

パソコンの学習経験では、ない(45.8%)と回答した人が、ある(41.6%)より多かった。今回の対象者は、学生時代に高等学校の教科「情報」等(2003年開始)の授業を受けた経験がないことを考えると当然の結果である。しかし、ある(41.6%)という回答者が4割以上いることから、職場(仕事上必要にせまられて)やパソコン教室、自学自習、家族等何らかのきっかけから、パソコンの使い方を経験したことがあることが判明した(Table 7)。

Table 7 パソコンの学習経験(n=649)

ある	270	41.6%
ない	297	45.8%
未回答	82	12.6%

### 3-3 テレビ視聴について

BS・CSのチャンネル視聴については、BSのみ視聴(38.2%)とBS・CSどちらも視聴(30.0%)、CSのみ視聴(1.2%)を足すと、地上波放送以外が視聴できる人が69.5%と7割近くおり、BSもCSも視聴していない(25.7%)地上波放送のみを視聴している、または地上波放送も見ない人が3割おり、多チャンネルから自分が見たい番組を選択して視聴する人が増えていることがわかった(Table 8)。

Table 8 BS・CSチャンネルの視聴経験(n=649)

BSのみ視聴	248	38.2%
BS・CSどちらも視聴	195	30.0%
CSのみ視聴	8	1.2%
BSもCSも視聴していない	167	25.7%
未回答	31	4.8%

テレビの番組予約では、よくできる(43.1%)とだいたいできる(19.9%)を合わせると全体の6割以上ができると回答し、40代以上の女性には、番組予約を利用してテレビ視聴に時間を縛られない録画派が多いことが推察される(Table 9)。

Table 9 テレビの番組予約(n=649)

よくできる	280	43.1%
だいたいできる	129	19.9%
あまりできない	67	10.3%
できない	154	23.7%
未回答	19	2.9%

好きなテレビ番組の調査では、よく見る番組は、ニュース(39.4%)、ドラマ(26.5%)、NHK(13.1%)、好きな番組は、ドラマ(17.4%)、NHK(7.1%)、ニュース(6.5%)がベスト3だが、10位以内に挙げたテレビ番組から、40代以上の女性はニュースとドラマ(NHKの大河ドラマ・連続ドラマ小説〔朝ドラ〕、韓国ドラマを含む)を好む傾向があるように感じられる。また、NHKを番組(ジャンル)のように答えているのが興味深い(Table 10)。

### 3-4 嗜好について

お気に入りのアーティスト・ジャンルでは、ペ・ヨンジュン(5.9%)、韓国関係(4.5%)、映画(3.5%)・クラシック(3.5%)の人气が高く、はまったことがあるアーティスト・ジャンルでは、ペ・ヨンジュン(6.2%)、韓国関係(3.1%)、宝塚歌劇(2.9%)が上位を占めている。ベスト10の回答から、ペ・ヨンジュンや韓国関係(韓国ドラマ、東方神起、JYJ)、宝塚歌劇、J-POP(コブクロ、小田和正、嵐)などの男性俳優や男性歌手にはまる傾向が強く見られる。ジャンルでは、ドラマ、映画、音楽、クラシック、ジャズ、ミュージカル等が挙げられている(Table 11)。

**Table 10** よく見る, 好きなテレビ番組ベスト 10 (n=649) 複数回答

順位	テレビ番組	よく見るテレビ番組	テレビ番組	好きなテレビ番組	順位
1	ニュース	256	39.4%	ドラマ	1
2	ドラマ	172	26.5%	NHK	2
3	NHK	85	13.1%	ニュース	3
4	韓国関係	45	6.9%	韓国関係	4
5	スポーツ	44	6.8%	映画	5
6	クイズ	29	4.5%	大河ドラマ	5
6	大河ドラマ	29	4.5%	クイズ	7
8	映画	27	4.2%	仁(TBS日曜劇場)	8
9	連続ドラマ小説	25	3.9%	連続ドラマ小説	9
10	情報	23	3.5%	江(大河ドラマ)	9

**Table 11** お気に入り, はまったアーティスト・ジャンルベスト 10 (n = 649) 複数回答

順位	お気に入りのアーティスト・ジャンル	はまったアーティスト・ジャンル	順位				
1	ベ・ヨンジュン	38	5.9%	ベ・ヨンジュン	40	6.2%	1
2	韓国関係	29	4.5%	韓国関係	20	3.1%	2
3	映画	23	3.5%	宝塚歌劇	19	2.9%	3
3	クラシック	23	3.5%	ドラマ	15	2.3%	4
5	コブクロ	19	2.9%	歌手	11	1.7%	5
6	小田和正	17	2.6%	東方神起	10	1.5%	6
6	ミュージカル	17	2.6%	俳優	10	1.5%	6
8	嵐	16	2.5%	ジャズ	8	1.2%	8
9	音楽	15	2.3%	小田和正	7	1.1%	9
9	スポーツ	15	2.3%	クラシック	7	1.1%	9
				コブクロ	7	1.1%	9
				JYJ	7	1.1%	9

何かのアーティスト(ジャンル)にはまった経験では, 40代以上の女性の約4割がある(39.4%)と回答しているが, はまった経験がない人は54.2%おり, はまった経験のない人の方が1割以上多い(Table 12).

**Table 12** 何かのアーティスト(ジャンル)にはまった経験(n=649)

ある	256	39.4%
ない	352	54.2%
未回答	41	6.3%

### 3-5 活用能力向上のきっかけ

それらにはまった経験がパソコンや携帯電話を使い始めるきっかけになったかという問いでは, きっかけになった(7.7%), どちらかといえばなった(4.3%)を合わせると1割以上の40代以上の女性が活用能力向上のきっかけになったと回答しているが, きっかけにならなかった(36.5%)が約4

割おり, その理由は, 3-6に述べるエピソード(自由記述)から, パソコンや携帯電話を使い始めるきっかけが, 自分の意志ではなく家族や友人などの他人の意見によるものが多いことが予想される(Table 13).

**Table 13** それがパソコンや携帯電話を使い始めるきっかけになったか(n=649)

きっかけになった	50	7.7%
どちらかといえばなった	28	4.3%
きっかけにならなかった	237	36.5%
未回答	334	51.5%

それがパソコンや携帯電話の活用能力の向上に役立ったかという質問には, 非常に思う(8.0%)とどちらかといえば思う(8.5%)を合わせると, 16.5%(全体の2割弱)が活用能力の向上に役立ったと回答しているが, 思わない(20.6%)とあまり思わない(10.5%)を合すると, 31.1%(全体の3割以上)となりパソコンや携帯電話の活用能力の向

上にはお気に入りのアーティスト・ジャンルの嗜好以外の要因が、パソコンや携帯電話を使うきっかけになっていることがわかった。(Table 14).

### 3-6 使うきっかけに関する主なエピソード(自由記述)

**Table 14** それがパソコンや携帯電話の活用能力向上に役立ったか(n=649)

非常に思う	52	8.0%
どちらかといえば思う	55	8.5%
あまり思わない	68	10.5%
思わない	134	20.6%
未回答	340	52.4%

**Table 15** 使うきっかけの主な要因(n=649)

仕事で必要だった	社内研修を受けた	外出先からの連絡	職場で上司を見返したかった
家族との連絡・家族の要望	文字で残り聞き間違いがない	両親との緊急連絡用	自分個人の電話がほしかった
友人との連絡	友人の要望	同窓会	待ち合わせで会えなかった
ハローワーク検索	シニアのためのパソコン教室	自治体のすすめ	職業訓練
入院時に必要性を感じた	震災後	子供からの誕生日プレゼント	ボケ防止
ポケベルから携帯に移動	Windows の開発により	パソコン通信から移動	時代に遅れないために
海外との連絡をとるため	子供や友人とのスカイプ	婚活	海外挙式の個人手続き
アーティストのチケット予約	ファンクラブに入るため	ネットオークション	アーティストの情報収集
グルメ・料理レシピ検索	料理レシピの検索	病気の検索	自らが難聴者になった
PTA 活動(不審者情報等)	婦人会活動	自治会活動	ボランティア活動
動画・写真・音声の撮影	動画・写真・音声の編集	動画・写真・音声の発信	ネット社会になったため
辞書として使う	ファイナンス情報を得る	通勤時間の時間つぶし	授業
お正月の福引に当たった	ゲーム(お試し)	メールアンケート回答のため	老後の楽しみ
使いたくなかったが使わざるをえなかった		公衆電話がなくなったため	肩こりや目が悪くなった
自分の好きなものや感動したことを発信したくて		新しいことに挑戦したかった	ファッション感覚で始めた

## 4 おわりに

本調査の目的は、5年前の40代以上の女性の情報活用能力を向上させる動機づけとなる、キラコンテンツを探ることであった。今回の調査結果から、回答の多かった固有名詞を挙げると、やはり「ペ・ヨンジュン」「東方神起」などの『韓流エンタテインメント』は当時人気があった。<sup>3)</sup>アジアの芸能に関心が広まったことは今までになかった画期的な事柄である。「宝塚歌劇」などの日本の『ミュージカル』、「嵐」などの『ジャニーズ』、「コブクロ」「小田和正」などの『J-POP』も人気の高いコンテンツになっており、40代以上の女性は芸能(エンタメ)が好きなことがわかる。しかし、3-5の結果から、特定のアーティストにはまった経験が情報活用能力を向上させる主要なきっかけとは言えなかった。それ以上に仕事や家族との連絡、その他さまざまな要因が40代以上の女性に利用の要因となっていたことがわかる。

## 5 謝辞

2011年のアンケート結果をなぜ今報告するのか、疑問を持たれる方が多いと思われるのは当然であるが、2012年に報告者の体調の関係で、1年以上の闘病生活を余儀なくされた経緯がある。また、ある時から韓国との関係が悪化し、韓国を研究の題材にすることが適しているのかどうか悩んだ。しかし調査対象者にご高齢者も多く、調査結果を心待ちにいただいていることに関して心苦しく、今回、このように執筆の機会をいただいたことは、本当に喜ばしいことである。最後に、本アンケートにご協力いただいた本学の卒業生の皆様、本学関係者および本研究にご協力いただいた皆様、本研究に際してご指導、ご助言くださいました、多くの皆さまに感謝いたします。

(岡田)

## 参考文献

- 1) 岡田由紀子, 女子大生の情報環境利用と嗜好との関係, 情報コミュニケーション学会第10回全国大会発表論文集(2013)
- 2) 総務省, 平成27年通信利用動向調査の結果  
[http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/160722\\_1.pdf](http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/160722_1.pdf) (2016年8月22日アクセス)
- 3) ぴあ総合研究所, ぴあライブ・エンタテインメント白書: 2009 (2009)

■資料: 「中高年女性の情報環境利用実態と嗜好との関連調査」の嗜好についての質問の参考資料の一部  
出典: 「ぴあ白書 2009 別冊」世代別お気に入りアーティストランキング(女性)の一部<sup>3)</sup>

	40代後半	50代後半	60代後半	70歳以上
1	韓流エンタテインメント	韓流エンタテインメント	韓流エンタテインメント	宝塚歌劇
2	サザンオールスターズ	宝塚歌劇	ペ・ヨンジュン	韓流エンタテインメント
3	Mr.Children	小田和正	宝塚歌劇	ペ・ヨンジュン
4	コブクロ	ミュージカル	ミュージカル	Mr.Children
5	宝塚歌劇	ペ・ヨンジュン	阪神タイガース	ミュージカル
6	平井堅	Mr.Children	氷川きよし	コブクロ
7	小田和正	サザンオールスターズ	映画	サザンオールスターズ
8	松任谷由実	平井堅	小田和正	EXILE
9	ミュージカル	コブクロ	平井堅	平井堅
10	EXILE	映画	歌舞伎	阪神タイガース

2008年12月31日時点

### ★その他のキーワード

美容, 健康, ダイエット, グルメ, ファッション, スポーツ, サッカー, ゴルフ, 水泳, ダンス, 舞踊, 読書, 詩, SF, 作家, 俳句, 短歌, 料理, 落語, 登山, 旅行, マンガ, ドラマ, カラオケ, K-POP, ジャニーズ, お笑い, 漫才, 園芸, 食玩(おまけ), 語学, 学習など何でも結構です。

受稿日 2016年9月19日 受理日 2016年12月20日