

HOPEレポート

HOPEサーベイ 2005 最新データ「エルダーの情報縁とタッチポイント」

## エルダーの人付き合い。「血縁・地縁」は微減傾向、 「旅行・スポーツ仲間の縁」は上昇傾向、「同窓生の縁」は4年半で1.2倍。

エルダーに重要なメディアのタッチポイントは、「新聞」「テレビ」「口コミ」。

50代以上のインターネット利用率 34.4%で、4年半で2.9倍。

携帯メール使用者も4割以上、4年半で3.2倍に。50～64歳男性は口コミよりも「インターネット」。

博報堂エルダービジネス推進室では、50歳以上のエルダー生活者について、常時さまざまな調査・研究を実施しておりますが、このたび、全国の50歳～84歳のエルダー2578名に調査した「第4回HOPEサーベイ」の中から、「エルダーと情報縁」についてまとめましたので、ご報告申し上げます。

「HOPEサーベイ」は2000年10月に第1回目を行い、今回4回目となるものです。今回は、全国の50-84歳の男女に対し、2005年2月に郵送調査を行ったもので、合計2578名からの有効回答がありました。

今回「エルダーと情報縁」について分析を行ったところ、エルダー層の「縁＝楽しみにしている人間関係」のなかで、「同窓生」のスコアが毎年上昇しており、この4年半で1.2倍になっていることがわかりました。それ以外にも「旅行仲間」や「スポーツ仲間」などのスコアが上がっているのに対し、「配偶者」や「近所の人」「親戚」などの「地縁・血縁」のスコアが下がるなど、エルダー層の人間関係に大きな変化が起きつつあることがわかりました。

これらエルダーにとっては、「新聞」「テレビ」に続いて「口コミ」が重要な情報接点（タッチポイント）になっています。

また、パソコンや携帯電話がエルダーにも普及し、4割以上のエルダーが、携帯メールを行うなど、メールやインターネットも重要なコミュニケーションツールになってきていることも明らかになりました。

### <調査結果トピックス>

エルダー世代が楽しみにしている人間関係、4年半でアップしているのが「同窓生」「旅行仲間」などの「仲間縁」。一方で「配偶者」「兄弟」などの「血縁」はダウン傾向。

一番楽しみなのは全エルダー共通して「子供」との関係。「配偶者」との関係を楽しみにしているのは男性。女性は「兄弟」のほうが上位に。

男性導入期（50-64歳）では、まだまだ職場関連の縁が濃い。

エルダー層のタッチポイント（情報接点）の重要度は、「新聞」「テレビ」「口コミ」の順。特に本格期女性の「口コミ」の重要性は非常に高い。男性導入期のみ、「口コミ」よりも、「インターネットや携帯電話の情報や広告」のほうが重要度が高い。

エルダーのIT度もアップ。インターネットの利用者、メールの利用者は年々アップ。携帯メールは4割以上が利用。男性導入期の大半はネットもメールも使いこなす。

## 添付資料：調査データ

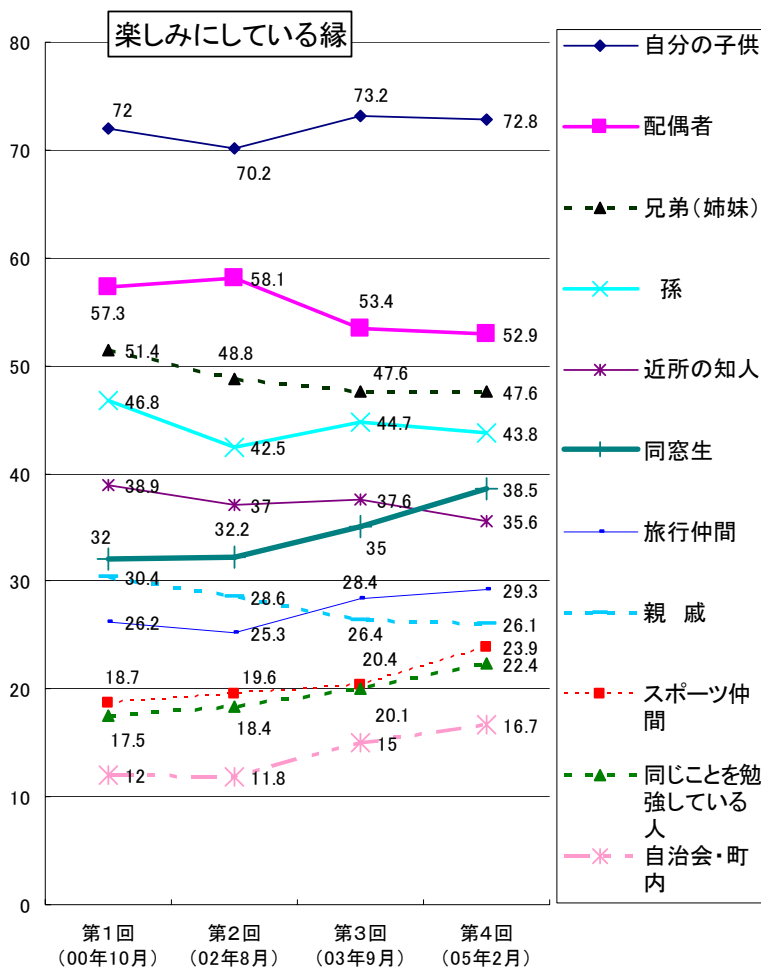
調査概要 調査時期：2005年2月  
 調査地域：全国  
 調査サンプル：50-64歳 男性726名、女性702名、65歳以上 男性517名、女性633名  
 合計2578名  
 調査方法：郵送調査

エルダー世代が楽しみにしている人間関係、4年半でアップしているのが「同窓生」「旅行仲間」などの「仲間縁」。一方で「配偶者」「兄弟」などの「血縁」はダウン傾向。

エルダー世代が「楽しみにしている人間関係」は、2000年10月以来変わらず、「子供」「配偶者」「兄弟」「孫」が上位を占めていますが、今年5位に「同窓生」がランクインしました。「同窓生」は、第1回調査に32.0%でしたが今回は38.5%と6.5ポイント、約1.2倍に増えています。同様に増加傾向にあるのが、「旅行仲間」「スポーツ仲間」「勉強仲間」でいずれもこの数年増加しています。一方で、この数年で減少傾向にあるのが「配偶者」「兄弟」「親戚」「近所の知人」。いわゆる「血縁・地縁」が薄まり、「仲間縁」が強くなってきています。

この「仲間縁」は、ヨコのつながりの中でさまざまな情報を共有しあう「情報縁」といえます。

「情報縁」の増加は、団塊世代を代表とする新しいエルダーたちが、活発な生活のなかで、既存の枠を越えた「楽しみ」を追求してきている表れといえるかもしれません。



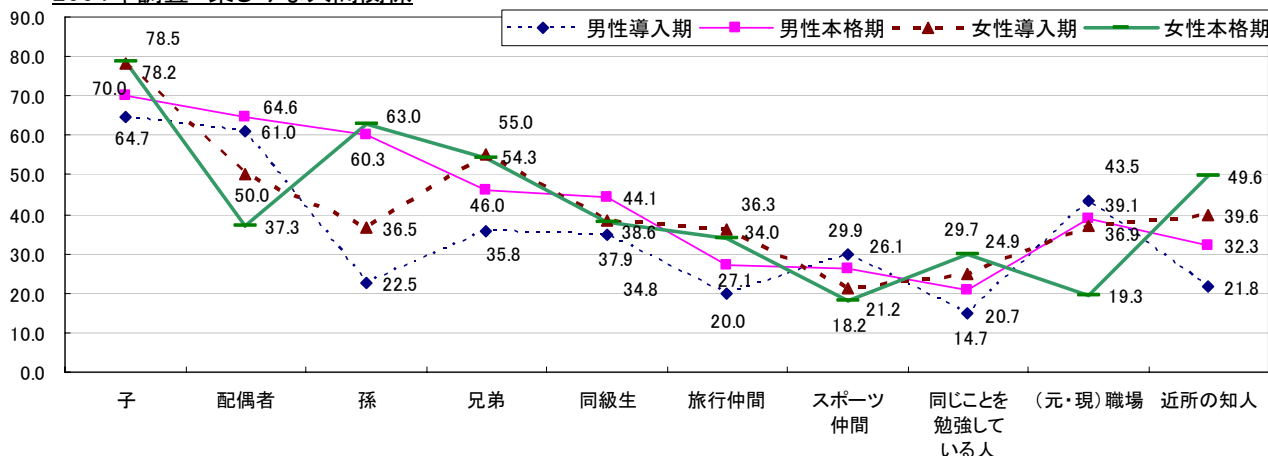
一番楽しみなのは全エルダー共通して「子供」との関係。「配偶者」との関係を楽しみにしているのは男性。女性は「兄弟」のほうが上位に。

男性導入期（50-64歳）ではまだまだ、職場関連の縁が濃い。

楽しみな人間関係の中の主だったものについて、男性・女性、導入期（50-64歳）・本格期（65歳以上）での違いを見てみたところ、その属性によって、「楽しみな縁」に違いがありました。特に大きな違いが出たのが「配偶者」についての認識で、男性は、「子供」に次いで「楽しみな関係」と答える人が多いのに対し、女性の場合は、導入期では「兄弟」のほうが高く、本格期女性は配偶者と死別したケースも多いこともあり「孫」「兄弟」「近所の人」などが高くなりました。

また、男性導入期ではまだ「仕事関係」が残っており、男性本格期では、仕事関係や趣味仲間以上に、「同窓生」を楽しみにしている人が多くなるなど、それぞれ特徴が見られました。

2004年調査 楽しみな人間関係



ランキング

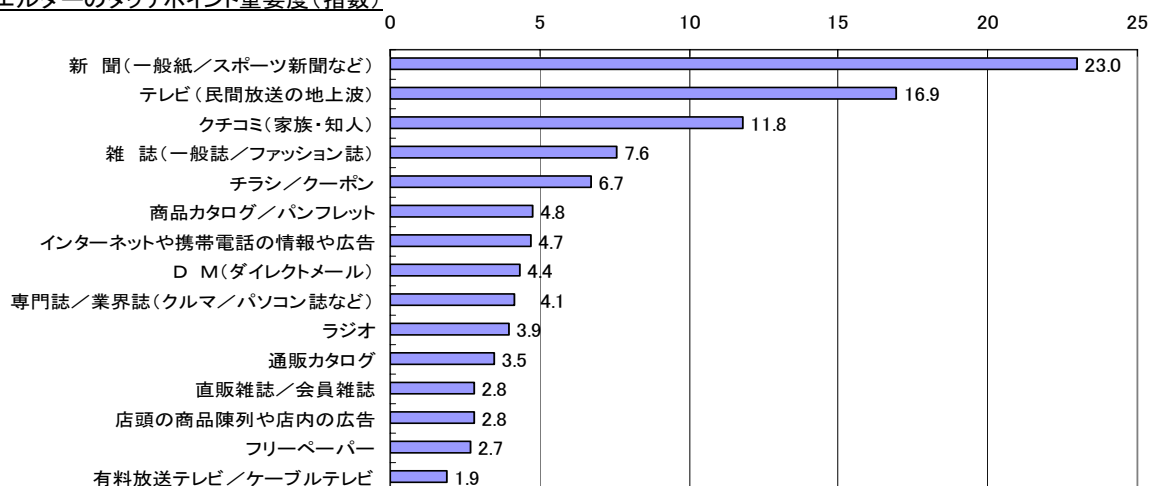
|           | 男性導入期 (%) | 男性本格期 (%) | 女性導入期 (%) | 女性本格期 (%) |      |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------|
| 1 子       | 64.7      | 70.0      | 78.2      | 78.5      |      |
| 2 配偶者     | 61.0      | 64.6      | 兄弟(姉妹)    | 55.0      |      |
| 3 (元・現)職場 | 43.5      | 孫         | 60.3      | 配偶者       | 50.0 |
| 4 兄弟(姉妹)  | 35.8      | 兄弟(姉妹)    | 46.0      | 近所の知人     | 39.6 |
| 5 同窓生     | 34.8      | 同窓生       | 44.1      | 同窓生       | 38.6 |
| 6 スポーツ仲間  | 29.9      | (元・現)職場   | 39.1      | (元・現)職場   | 36.9 |
|           |           |           |           | 配偶者       | 37.3 |

エルダー層のタッチポイント（情報接点）の重要度は、「新聞」「テレビ」「口コミ」の順。特に本格期女性の「口コミ」の重要性は非常に高い。男性導入期のみは、「口コミ」よりも、「インターネットや携帯電話の情報や広告」のほうが重要度が高い。

エルダー層にとって重要な「タッチポイント」（情報接点）を明らかにするため、「関心のある話題の重要度」と「その話題についての情報を得る接点の重要度」について調査し、指数化したのが「タッチポイントの重要度」です。

エルダー層の場合、関心のある話題は「健康」「旅行」「趣味」などですが、これらに影響力の高い情報源（タッチポイント）をトータルで計算した「重要度」では、「新聞」「テレビ」「口コミ」がトップ3のタッチポイントとなりました。

エルダーのタッチポイント重要度(指数)

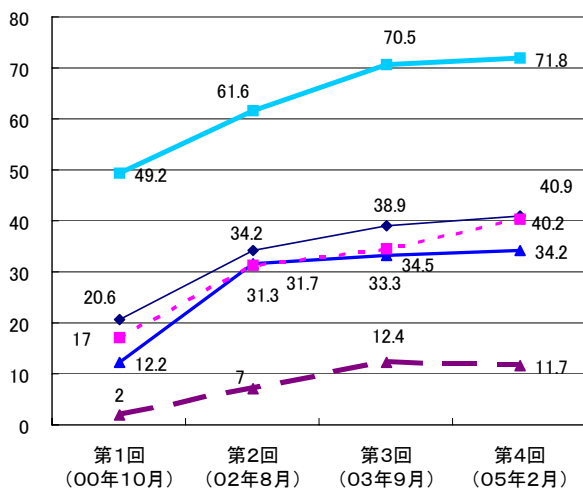


エルダーのIT度もアップ。インターネットの利用者、メールの利用者は年々アップ。携帯メールは4割以上が利用。男性導入期の大半はネットもメールも使いこなす。

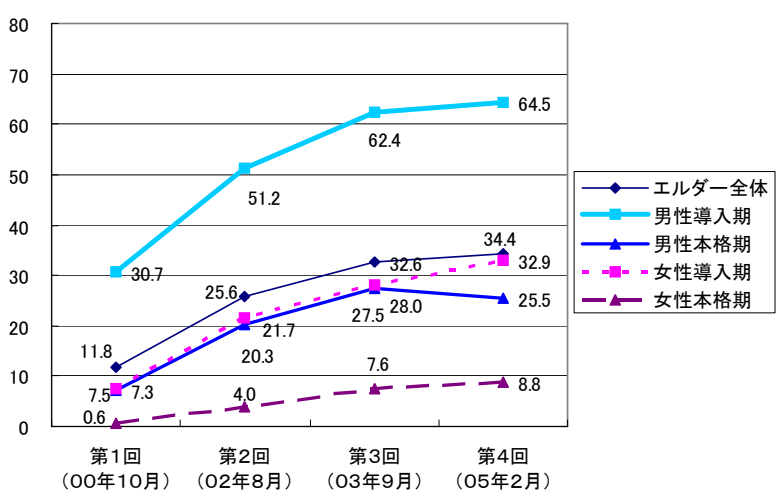
パソコンやインターネットの利用について見てみると、エルダーの4割がパソコンを月に1回以上利用しています。インターネットも34.4%と1/3以上のエルダーが利用し、第1回目の2.9倍となりました。65歳以上の女性のパソコン利用率はまだ10%程度ですが、男性導入期では7割以上がパソコンを使い、2/3以上がインターネットを利用しています。

また、コミュニケーションツールであるメールも、エルダー全体でパソコンメールが27.9%と約3割、携帯メールは4割以上の42.0%が利用しています。携帯メールについては、全体平均でも4年半前の3.2倍となり、男性導入期に加え、女性導入期も過半数が利用していました。また、65歳以上の女性本格期でも、22.6%が利用していました。

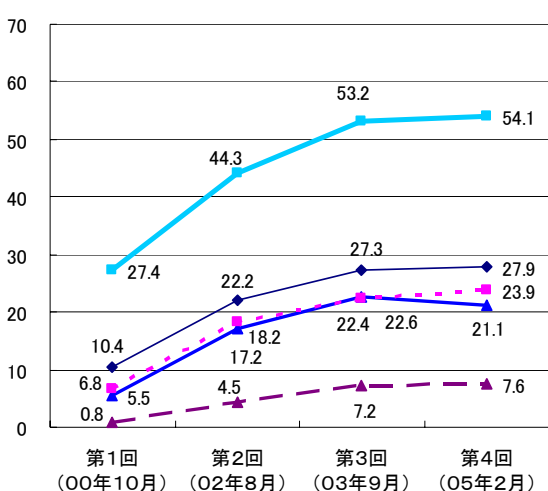
パソコン利用(%)



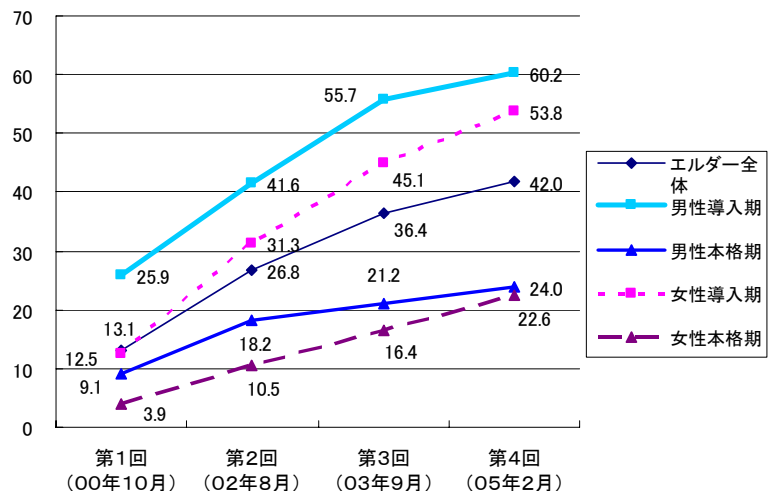
パソコンインターネット利用(%)



パソコンメール利用(%)



携帯メール利用(%)



本件に関するお問い合わせ

博報堂 広報室 宮川・泉谷 Tel : 03 - 5446 - 6161  
エルダービジネス推進室 阪本・竹波 Tel : 03 - 5446 - 4355

## ご参考

### エルダーの規定（博報堂エルダービジネス推進室による）

|                     |        |
|---------------------|--------|
| 50歳以上の高齢者を「エルダー」と規定 |        |
| 導入期                 | 50～64歳 |
| 本格期（高齢者）            | 65歳以上  |
| 前期高齢者               | 65～74歳 |
| 後期高齢者               | 75歳以上  |

#### これまで発行したHOPEレポート

1. HOPE レポート ニューエルダーの登場（2001年5月・既報）  
・ニューエルダーの登場 エルダー世代関係づくりのキーワードは「情報縁」
2. HOPE レポート 情報縁：つながる場（2001年7月・既報）  
・ユニバーサルデザイン
3. HOPE レポート 情報縁：つながる関係（2001年8月・既報）  
・エルダーの人間関係
4. HOPE レポート 情報縁：3世代コミュニケーション（2001年9月・既報）  
エルダーの「子供」「孫」とのコミュニケーション
5. HOPE レポート 「エルダー層のお金に対する意識調査」（2001年11月・既報）
6. HOPE レポート つながるメディア「ラジオとエルダー」（2001年11月・既報）
7. HOPE レポート 「エルダーと旅」（2002年3月・既報）
8. HOPE レポート 「50代調査速報」（2002年7月・既報）
9. HOPE レポート 「HOPEサーベイ速報：エルダーとパソコン・携帯電話」（2002年10月・既報）
10. HOPE レポート 「50代60代1600名のお金に関する意識データ」（2003年3月・既報）
11. HOPE レポート増刊 『新しい大人文化』創造のヒント 『開け ひま』（2003年10月・既報）
12. HOPE レポート 「50代夫婦のパートナー評価」（2003年12月・既報）
13. HOPE レポート 「エルダーの食生活調査」（2004年2月・既報）
14. HOPE レポート 「エルダーと健康調査」（2004年4月・既報）
15. HOPE レポート 「3世代（ジェネレーション）クロス調査」（2004年7月・既報）
16. HOPE レポート 「団塊夫婦の定年意識に関する調査」（2004年9月・既報）
17. HOPE レポート 「団塊世代のエンタテインメント実態調査」（2005年4月・既報）
18. HOPE レポート 「団塊世代のファッション実態調査」（2005年7月・既報）
19. HOPE レポート 「HOPEサーベイ エルダーの情報縁」（今回）

\* このニュースリリース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限度です）