

2023年1月16日

ADK マーケティング・ソリューションズとADKダイレクト、
「シニアのデジタル白書 2022」を発表
～ゆこゆこ会員を対象に、シニア層におけるデジタルデバイスの浸透や
オンラインを活用した消費・生活の実態を調査～

株式会社ADKマーケティング・ソリューションズ(本社:東京都港区、代表取締役社長:大山 俊哉、以下「ADK MS」)と株式会社ADKダイレクト(本社:東京都港区、代表取締役社長:糸賀 広之)は、このたび「シニアのデジタル白書 2022」を発表しました。この白書は、シニアマーケティング支援事業を提供するゆこゆこホールディングス株式会社(本社:東京都中央区、代表取締役社長:徳田 和嘉子、以下「ゆこゆこ」)の持つアクティブシニアを中心とした会員データ(1,119名)を活用し、男女60歳以上のシニア層におけるデジタルデバイスの浸透や、オンラインを活用した消費・生活の実態や意識を調査し、結果のトピックをまとめたものです。

調査結果からは、コロナ禍を経てシニア層^{※1}のデジタル化が進んでいる様子が読み取れました。中でも男性に比べ、女性の方がスマホの利用度・依存度が高く、様々な消費やサービス利用に積極的な様子がうかがえます。

<レポートサマリー>

- シニア層の約3割、「寝る前スマホ」「寝起きスマホ」が習慣化。
女性の「ながら視聴」は約6割となり、男性を上回る。
- 利用率の高いアプリ1位は「LINE」。
SNS利用率は低いものの、#(ハッシュタグ)検索には意欲的。
- 「二次元バーコード」利用は3割超え。女性の利用率が男性を上回る。
女性の「脳トレ」関連アプリ利用率は3割超え。シニア層にもゲームアプリの利用が浸透。

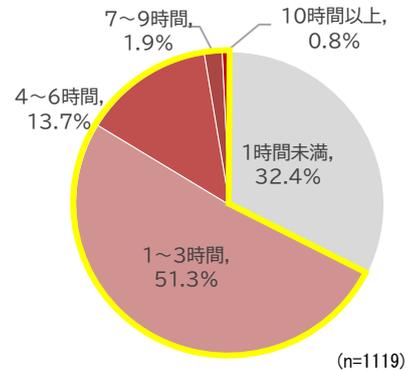
ADK MSでは、シニアマーケティングの参考情報として今後も逐次トピックを発信してまいります。「シニアのデジタル白書 2022」の詳細については、弊社担当までお問合せください。

<レポート詳細>

**シニア層の約3割、「寝る前スマホ」「寝起きスマホ」が習慣化。
 女性の「ながら視聴」は約6割となり、男性を上回る。**

スマートフォンを1日にどのくらい操作するか聞いたところ、「1～3時間」と回答した人が51.3%で最も多く、1時間以上スマートフォンを操作する人は合計67.7%となりました。(図1)

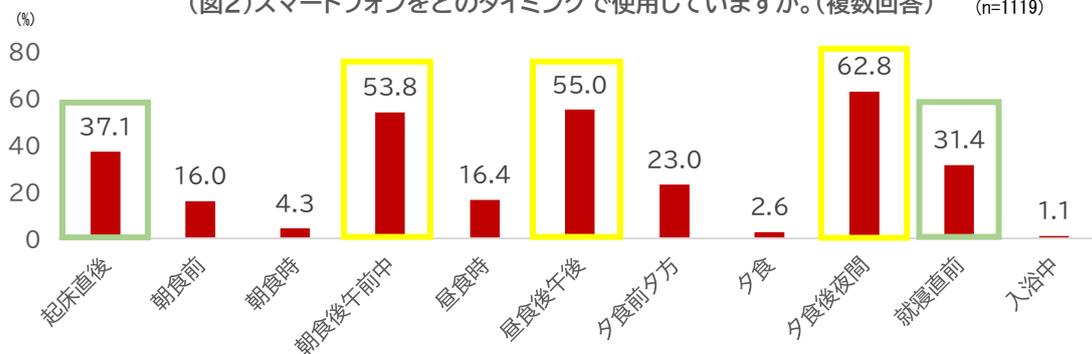
(図1)スマートフォンを1日にどれくらい操作していますか。(単数回答)



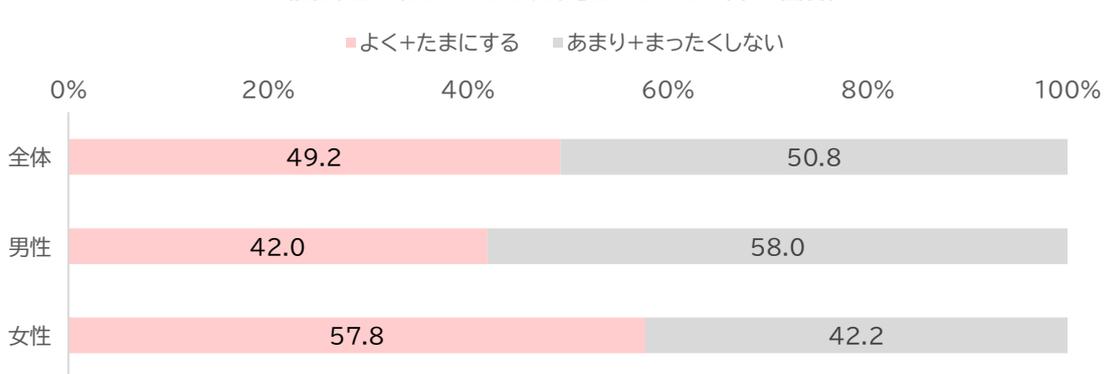
また、スマートフォンの利用場面を聞いたところ、朝食後・昼食後・夕食後の「食事の後」がいずれも5割強で1日に3回突出しています。続いて「起床直後」37.1%、「就寝直前」31.4%となり、3割以上のシニア層に“寝る前スマホ”や“寝起きスマホ”が習慣化されていることが分かりました。(図2)

スマートフォンと他の情報媒体を同時に見聞きする「ながら視聴」をどの程度しているか聞いたところ、49.2%と約半数が「よくする」「たまにする」と回答しました。性別では、男性42%、女性57.8%となり、「ながら視聴」をしながら情報に同時に広く触れているシニア女性の柔軟さがうかがわれ、デジタル生活はシニア女性の方が先取りしている傾向が見られました。(図3)

(図2)スマートフォンをどのタイミングで使用していますか。(複数回答) (n=1119)



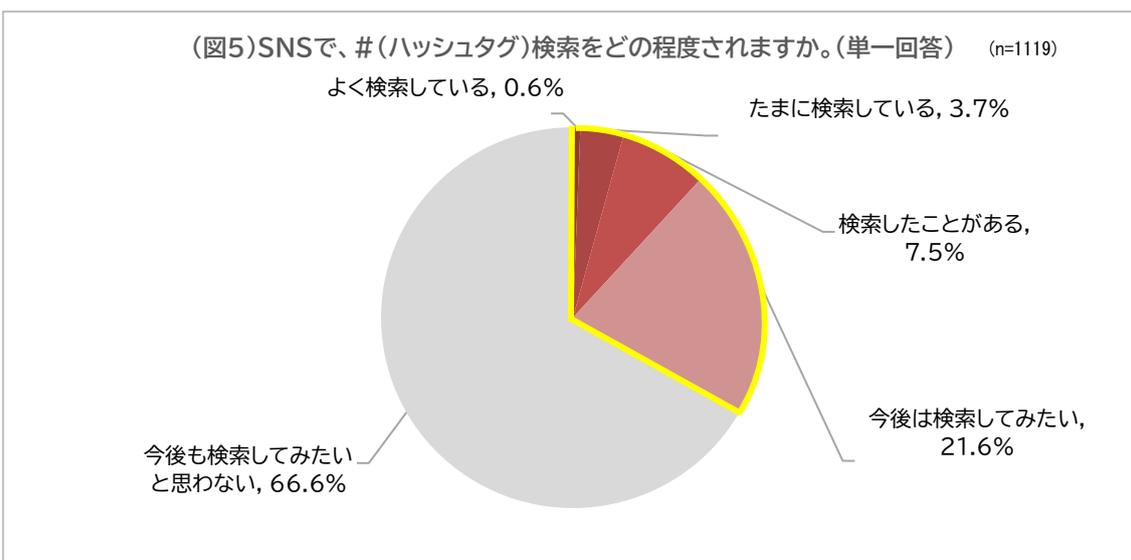
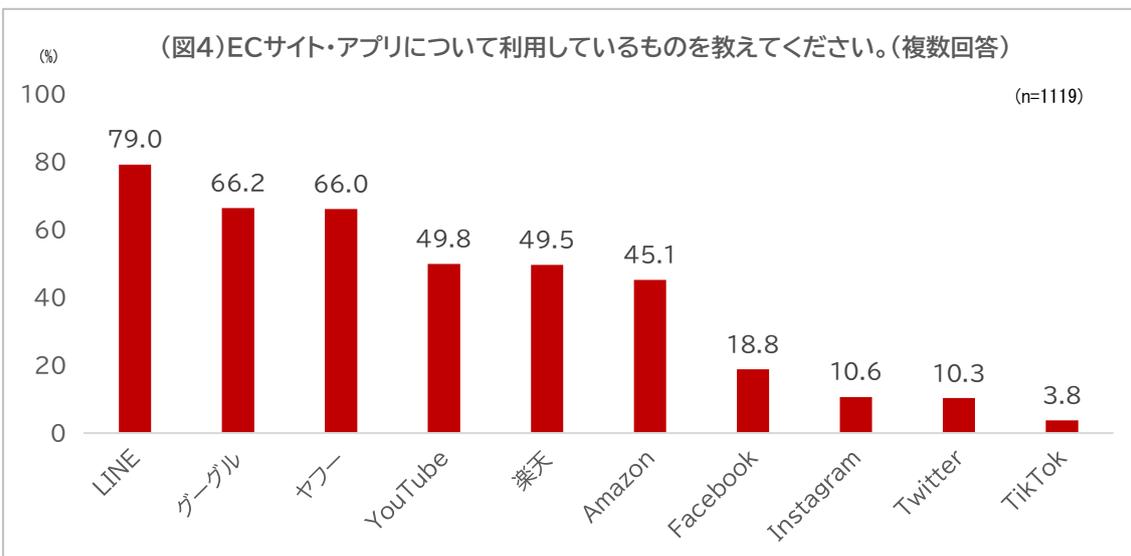
(図3)どの程度「ながら視聴」をしますか。(単一回答) (n=1119)



利用率の高いアプリ1位は「LINE」。SNS 利用者は少ないものの、#(ハッシュタグ)検索には意欲的。

インターネットサイトやアプリの利用について聞いたところ、「LINE」が 79%で最も利用率が高く、続いてグーグル 66.2%、ヤフー66%となりました。一方、Facebook、Instagram、Twitter、TikTok などの SNS 利用率は、いずれも 2 割に届かない結果となりました。(図 4)

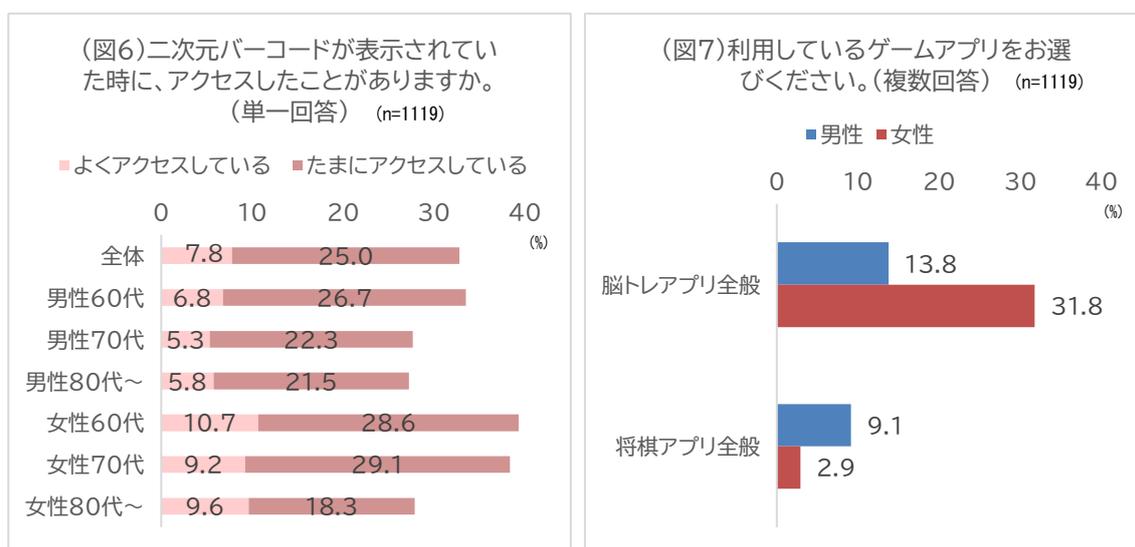
また、SNS で「#(ハッシュタグ)」を使った検索、いわゆる「タグる」行為をするかどうか聞いたところ、現在もしくは過去検索したことがある人は 11.8%となりました。しかし、「今後は検索してみたい」と回答した人は 21.6%で、利用者と合わせ三分の一強である 33.4%が#検索に関心を示していることが分かりました。(図 5)



**「二次元バーコード」利用は3割超え。女性の利用率が男性を上回る。
女性の「脳トレ」関連アプリ利用率は3割超え。シニア層にもゲームアプリの利用が浸透。**

QRコード等の「二次元バーコード」の利用状況を聞いたところ、「よく利用する」「たまに利用する」と回答した人は32.8%となりました。年代別では、男女ともに60代が最も高く、またどの年代も女性の利用率が男性を上回りました。二次元バーコードは、スマートフォン利用率の高い女性ほど浸透が進む可能性が高く、今後二次元バーコードを使ったサービスを受容しやすいシニアが増加すると考えられます。

また、スマートフォンやタブレット端末のゲームアプリの利用状況を聞いたところ、比較的高い割合で利用していることが分かりました。中でも「脳トレ」関連アプリでは、女性31.8%、男性13.8%で女性の利用率が高く、「将棋」関連アプリでは、男性9.1%、女性2.9%となり、男性の利用率の高さが見られました。



※1 本調査において、シニア層とは60歳以上の男女を指します。

<調査概要>

目的: 60歳以上のシニア層に於けるデジタルデバイスの浸透やオンラインを活用した消費・生活の実態や意識を探ること

調査手法: インターネット調査

調査対象: 「ゆこゆこホールディングス株式会社」が運営する「ゆこゆこネット」の登録会員の男女60歳以上

サンプル数: 1,119名

調査期間: 2022年7月19日(火)～7月24日(日)

©ADK マーケティング・ソリューションズ/ADK ダイレクト「シニアのデジタル白書 2022」

<ゆこゆこホールディングス株式会社>

「おとなの毎日に、ゆしみを。」を経営理念、「いい会話をしよう。」を行動規範として掲げ、事業を展開。メイン事業の宿泊予約サービスの利用者は、6割が50代以上で、“おとな”の年代の方が中心となります。

「ゆこゆこネット」は2020年オリコン顧客満足度ランキング『旅行サイト 国内旅行』の部門で1位に僅差で第2位を獲得しました。今後も時代背景に応じた機能の拡充を行い、よりお客様にご満足いただける宿泊予約サイトとなることを目指します。

- ・ゆこゆこネット <https://www.yukoyuko.net/>
- ・ゆこゆこコーポレートサイト <https://www.yukoyuko.co.jp/>
- ・「ゆこゆこ」登録会員の属性・プロフィールについて <http://yukoyuko.net/lp/about/>

<株式会社ADKダイレクト>

あらゆる業種のオフライン、オンラインに関わらず、新規獲得～CRMまでワンストップでダイレクトにコミュニケーションするソリューションを提供する、ADKグループのダイレクト専門企業です。具体的には、事業計画の策定、新規顧客の獲得からCRMの最適化、フルフィルメントに至るまで、D2Cに関わるソリューションをワンストップで提供していき、従来のダイレクトビジネスの枠に留まらず、あらゆる業種の新規顧客を獲得し、生涯顧客価値を高めることによって、クライアントのビジネスに貢献します。

特に、シニアターゲットの市場においては、株式会社ADKマーケティング・ソリューションズのシニアマーケティングのプロフェッショナルである、シニアプロジェクトチームと連携して、幅広い分野と業種で、シニア向け新市場開拓のお手伝いを数多く展開しています。

- ・ADKダイレクトウェブサイト <https://www.adk-direct.jp/>

<ADKマーケティング・ソリューションズ会社概要>

マーケティング領域全般における統合的なソリューションをフルファネルで提供。2021年に始動した事業ブランド「ADK CONNECT」がフラッグシップとなり牽引するデジタル&データドリブン・マーケティング領域では、専門性の高いスペシャリストが組織横断で集結し、クライアントのビジネス成果に貢献する「価値ある顧客体験」をご提案します。

- ・ADK MS ウェブサイト <https://www.adkms.jp/>
- ・「ADK CONNECT」について <https://www.adkms.jp/adk-connect/>

本件に関する問合せ先

株式会社ADKダイレクト 糸賀/大貫

株式会社ADKマーケティング・ソリューションズ

EXプランニングセンター 今どき☆新シニア研究所 稲葉

ビジネス戦略局 PRグループ 後藤/根岸/内山 e-mail: mspr@adk.jp