

広島経済大学 平成 21 年度 卒業論文

すべての人にインターネットを

～高齢者の方にインターネットを使用してもらうデザインやシステム構築～

広島経済大学 経済学部 ビジネス情報学科

学籍番号：1814090

名前：河本 和樹

論文要旨

内容

1.はじめに	1
2.インターネットの現状	3
2.1 パソコンの普及率	3
2.2 インターネット世帯利用率	5
2.3 インターネットを利用する年代	7
2.4 ユーザービリティ・アクセシビリティ	7
2.5 インターネットの利用頻度と利用目的	9
3.なぜインターネットを使わないのか	12
3.1 今後のインターネットの利用意思	12
3.2 インターネット利用に対する不安	13
3.3 インターネット犯罪の被害件数	15
4.高齢者が使いやすいサービスへ	17
4.1 国や企業の取り組み	17
4.2 私が考える高齢者が使いやすいサービス	18
5.1 おわり	21

1.はじめに

今インターネットと言えど誰もが聞いたことがあり、ほとんどの人が使ったことがあるもの、もしくはサービスである。しかしここまで発達していても使いこなせているかと聞いてみると、ほとんどの人が使えていないと言うだろう。特に中高年の人にはまだまだ主流にはなっていない。

以下ではインターネットを使わない理由について、三つの点から述べる。第一の理由は私たち消費者の意識の低さだ。特に中高年の方たちは小さい時にインターネットを使ってなかったため、現在も使わなくても特に問題はないので、使わないという人も沢山いる。私たちは高等学校で情報の勉強し、利便性を理解しているので使っている人が多いのである。

第二にインターネットの世界は非常に情報が豊富であり、ここまで発達してきたインターネットもすべての情報の1割しか私たちは収集できていない。¹理由は、一般的に検索エンジン利用者のおよそ80%は検索結果の1ページ目まで、残り20%が2~3ページ目まで閲覧すると言われている。さらに特定サイトを訪問することを目的とした検索（ナビゲーション検索）ならほとんどが1~2位のサイトをクリックするため、1ページ目までの閲覧数が90%以上になっているからだ。現在でもこの問題はIT業界にとっては非常に大きな問題で、このような状況を打開するために解決策を日々思考錯誤が続いている。

第三の理由は悪質なサイト、著作権問題など探すときりがなく、多くの問題を抱えているため、そういった解決策が分からない人たちにとっては、インターネットが怖いという人が多いからである。もちろんIT業界は問題にある程度対応しているが、先ほども述べた通り情報量がとても多く全ての情報を見つけ出すことは出来ないため、無法地帯になっていると言っても過言ではない。全ての問題を解決することは不可能とさえ考えられている。

もちろん問題全てを私自身の力で解決することは難しいが、インターネットを利用していない人や中高年の人たちに、簡単な予防策程度を教えることは可能である。この論文ではどの程度の世帯がインターネットの環境を持っているか、使っているかを調べる。さらに、インターネットの利便性や問題にぶつからないようにするための予防策を提示していく。そしてどのようなことをすればより多くの中高年の方にインターネットを使ってもらえるかを述べていきたいと考える。

本論文を読みインターネットを使わない人や中高年の方に少しでもインターネットを使うための予備知識や、インターネットの利便性を知ってもらい、インターネットを使ってもらいたいと考えている。

論文構成は次のようになる。第2章ではどの程度インターネットが普及しているかをパ

¹「正しいSEO相談室：ユーザーが検索してクリックするのは何ページ目までの結果？」参照

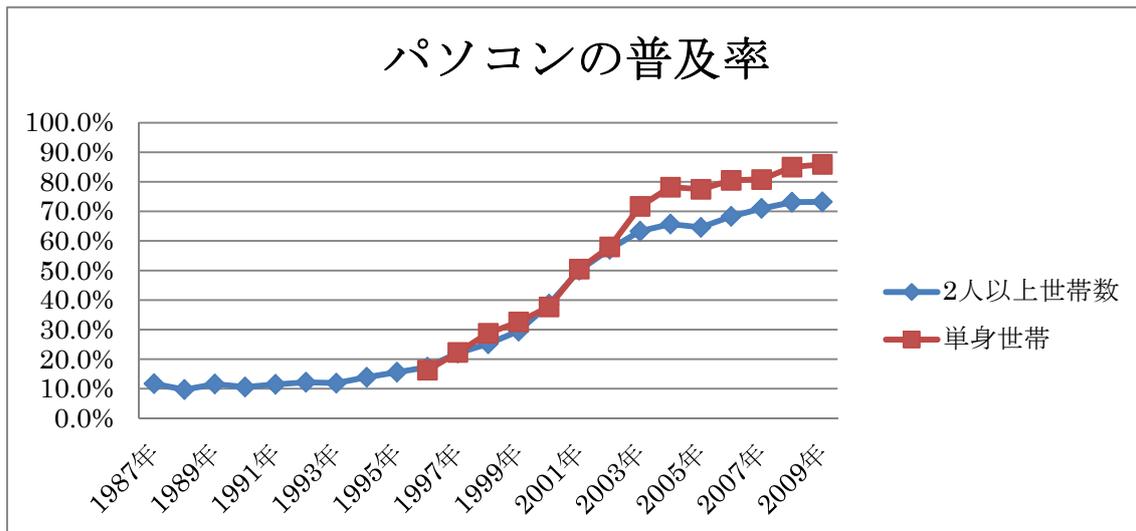
ソコンの普及率とインターネットの普及率のグラフを使って説明し、分析を行う。その上でどのような世帯がインターネットを使っているのかを考察する。第 3 章では高齢者がなぜインターネットを使わないのかについて、分析と解決策を述べる。次の第 4 章で高齢者インターネットを利用するために私が工夫するすべを定義する。最後の第 5 章ですべてをまとめ論文をおわりとする。

2.インターネットの現状

この章ではパソコンの普及率やインターネットの普及率、インターネットを利用する年代を調べ、このような結果になった理由を考察する。

2.1 パソコンの普及率

この節ではパソコン普及率を述べて、分析を行う。



	2人以上の世帯数	単身世帯
1987年	11.7%	
1988年	9.7%	
1989年	11.6%	
1990年	10.6%	
1991年	11.5%	
1992年	12.2%	
1993年	11.9%	
1994年	13.9%	
1995年	15.6%	
1996年	17.3%	16.3%
1997年	22.1%	22.3%
1998年	25.2%	28.8%
1999年	29.5%	32.6%
2000年	38.6%	37.7%
2001年	50.1%	50.5%
2002年	57.2%	58.0%
2003年	63.3%	71.7%
2004年	65.7%	78.2%
2005年	64.6%	77.5%
2006年	68.3%	80.5%
2007年	71.0%	80.8%
2008年	73.1%	85.0%
2009年	73.2%	85.9%

図 1HP パソコンの普及率 (図録▽パソコンとインターネットの普及率の推移: より作成した)

もの)

この図 1 を見ても分かるように、パソコンの普及率は年々増えている。特に 93 年から急激に普及率は伸びてきている。その要因は、国内のパソコン出荷台数が急増し、1992 年 AT 互換機の大手中コンパックが国内市場に参入し、パソコンのコストパフォーマンスの急上昇が始まったためである。

1989 年にノートパソコンが発売されたが、まだパソコンを個人で持つ時代ではなかったため、価格の高さと容量の低さからノートパソコンが売れなかった。また 1993 年 5 月に Windows3.1 日本語版が発売され、性能の向上したパソコンとの相乗効果で、国内でも MS-DOS の時代から Windows 時代への本格的な転換がはじまったため、更にパソコンが使いやすくなったからである。

次に表 1 についてみてみよう。1993 年に国内のパソコン出荷台数は 238 万台、1994 年には 335 万台と急増し、Windows95 が発売された 1995 年には 570 万台の大台を突破 1992 年の底からわずか 3 年で約 3 倍の増加となった。また、出荷金額も 1995 年には 1 兆円を突破した。1996 年には出荷台数は 753 万台にまで増加した。²1996 年以降にノートパソコンを買う人が増えてきたため、それ以前は情報が記載されていない。しかし、2000 年以降にノートパソコンがデスクトップパソコンの出荷台数を上回るようになってきた。2000 年以降、台数は減ってきているが、これは国民のパソコンの普及率が上がってきたため、減少している。更に平均価格も下がっているが、これはパソコンの出荷台数が減ると同時に、それ以上にパソコンの値段が年々安くなってきているからである。

表 1 パソコンの国内出荷数の動向

(HP:JEITA 社団法人電子情報技術産業協会からまとめたもの)

パソコンの国内出荷動向 (1 年間)

年度	台数(千台)	金額 (億円)	平均価格 (千円)	デスク : ノートの割合
1990 年	2,066	5,859	284	
1991 年	1,903	5,713	300	
1992 年	1,766	4,942	280	
1993 年	2,383	7,169	301	
1994 年	3,349	9,249	276	
1995 年	5,704	13,916	244	
1996 年	7,192	17,506	243	0.65 : 0.35
1997 年	6,851	16,543	241	0.56 : 0.44

² 「HP ウィキペディアのパソコンの歴史」 参照

1998年	7,538	16,327	217	0.53 : 0.47
1999年	9,941	19,739	199	0.52 : 0.48
2000年	12,102	21,442	177	0.49 : 0.51
2001年	10,686	17,692	166	0.45 : 0.55
2002年	9,840	16,167	164	0.44 : 0.56
2003年	10,783	16,120	149	0.45 : 0.55
2004年	12,075	17,336	144	0.48 : 0.52
2005年	12,860	16,075	125	0.45 : 0.55
2006年	12,089	14,653	121	0.43 : 0.57
2007年	9,301	11,346	122	0.35 : 0.65
2008年	8,792	9,758	111	0.32 : 0.68

2.2 インターネット世帯利用率

この節ではインターネットの普及率を図で説明し、考察する。

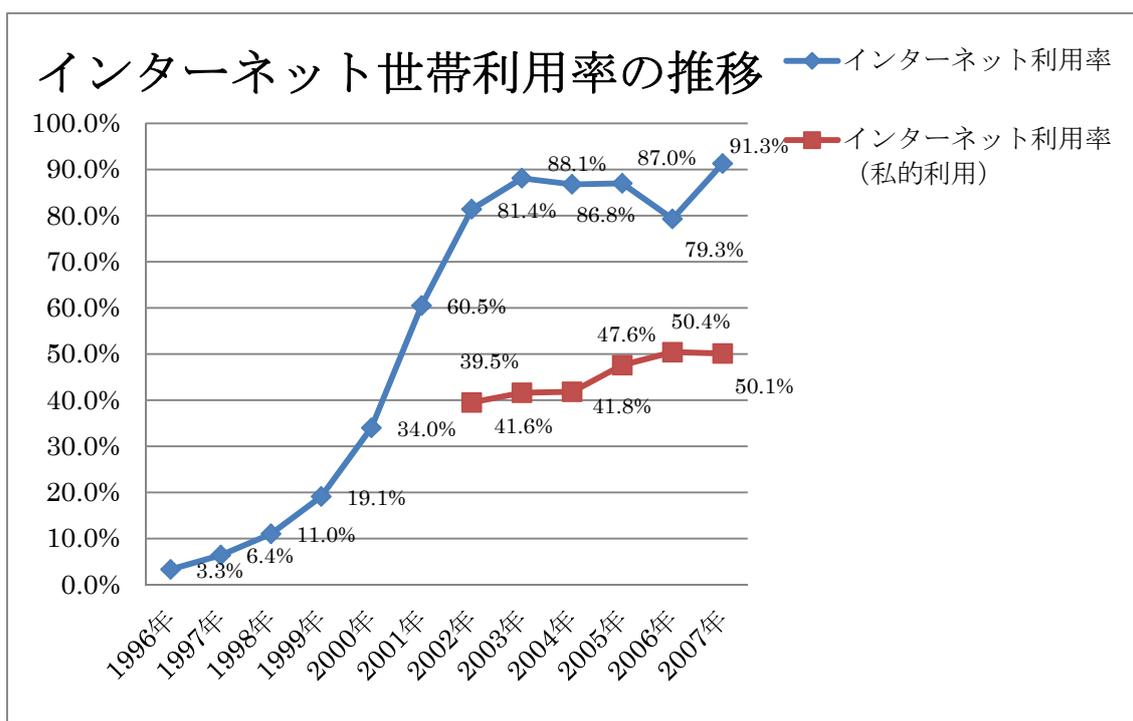


図 2HP インターネットの世帯利用率の推移 (図録▽パソコンとインターネットの普及率の推移) 参照

インターネットが日本に普及し始めたのは1996年からである。その当時はインターネットを利用するための環境も、あまり整っておらず、値段も高く一個人が使えるサービスではなかった。しかし電話回線でインターネットを接続するのが主流になって、値段は現在より高かったが、一個人が使えるサービスになり始めた。1999年にはブロードバンドイン

ターネットが始まり、値段も容易になり、インターネット回線に接続する時間も早くなったため、この図を見ても分かるように、1999年から数値が伸びている。2007年にインターネット利用率が下がっているのは、Viacom社がYouTubeにデジタルミレニアム著作権法により動画の削減を求めて、それを歯止めに動画サイトの動画の削除が頻繁に起きたためである。その結果、動画をアップするユーザーと、その動画の著作権を持っている人のいちごっこが始まったため、減少している³。

³ HP CNETJapan」参照

2.3 インターネットを利用する年代

この節では、年代別にインターネットの使用率を分析する。

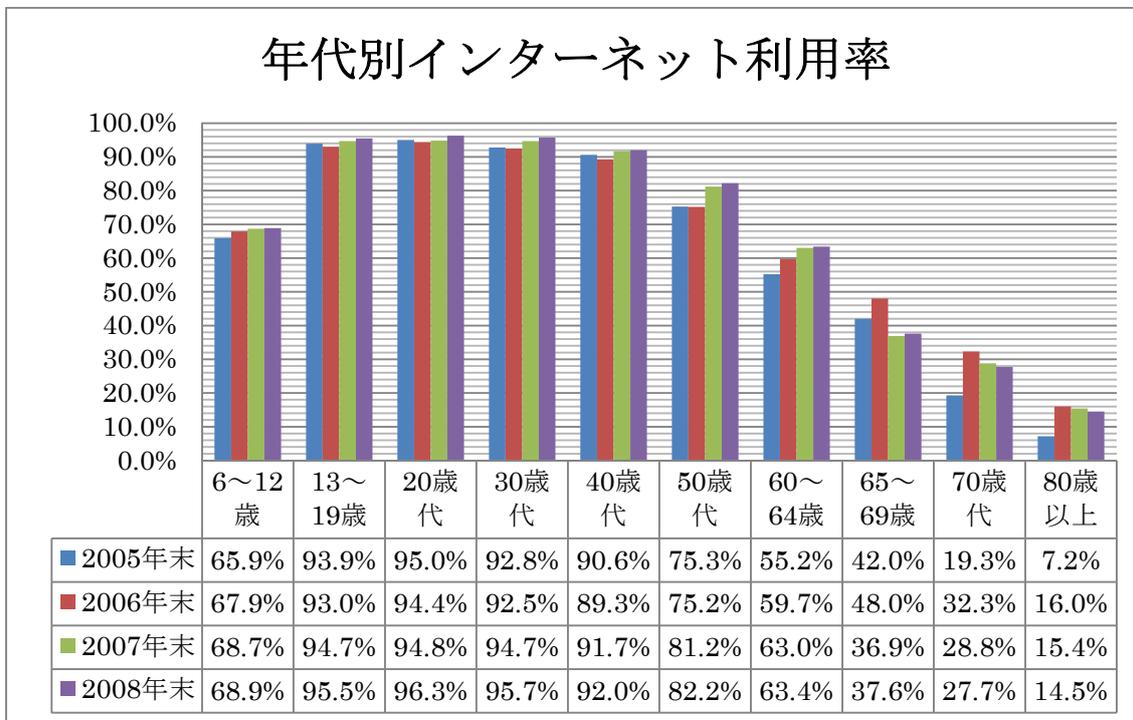


図 3：HP 年代別インターネット利用率（図録▽インターネット人口普及率推移とデジタル・デバイド状況）参照

図 3 を見ても多いのは中学生から、40 歳代まで人たちである。私たち 20 歳代はインターネットの発展途上の時に生まれたため、やはりインターネット利用率は高い。詳しい分析は下記のインターネットの利用頻度で説明する。

2.4 ユーザービリティ・アクセシビリティ

この節ではインターネットをする上で重要な役割を示す、ユーザービリティとアクセシビリティについて考察する。

ユーザービリティ：ソフトウェアや Web サイトの「使いやすさ」のことを示している。様々な機能になるべく簡単な操作でアクセスできることや、使っていてストレスや戸惑いを感じないことなどが、ユーザービリティが優れていると言われる。また、ユーザーが目標の操作を完了するまでに費やした労力などもユーザービリティの指標となる。ソフトウェアの使用感を指すことが多いが、広くハードウェアまで含めた工業製品全般に対して使う場合もある。国際規格の ISO 9241-11⁴では、ユーザービリティを「特定の利用状況において、特定の利用者によって、ある製品が、指定された目標を達成するために用いられる際

⁴国際標準化機構、略称 ISO は、電気分野を除く工業分野の国際的な標準である国際規格を策定するための民間の非政府組織。本部はスイスのジュネーヴ。国際標準化機構が出版した国際規格 (IS) も、一般には ISO と呼ぶ。ISO は、写真の感度に対しても用いる。

の、有効さ、効率、利用者の満足度の度合い」と定義している。⁵

次にアクセシビリティとは情報やサービス、ソフトウェアなどが、どの程度広汎な人に利用可能であるかをあらわす語である。特に、高齢者や障害者などハンディを持つ人にとって、どの程度利用しやすいかという意味で使われることが多い。例えば、手や腕の障害のためにマウスを使えない場合、ソフトウェアはキーボードだけで利用可能である必要がある。弱視や老眼の人にとってはフォントサイズや配色は容易にカスタマイズ可能でなくては見にくい。視覚障害の人は読み上げソフトを使うので、それに適したレイアウトや記述方法が求められる。

特に、Web ページについての「利用のしやすさ」を「Web アクセシビリティ」という。この二つは、この言葉は重要なので、今の段階で説明しておく。

⁵ 「IT 用語辞典の第 1 節 ユーザービリティ・アクセシビリティ」参照

2.5 インターネットの利用頻度と利用目的

この節ではインターネット利用頻度を年齢別に分けて考察する。

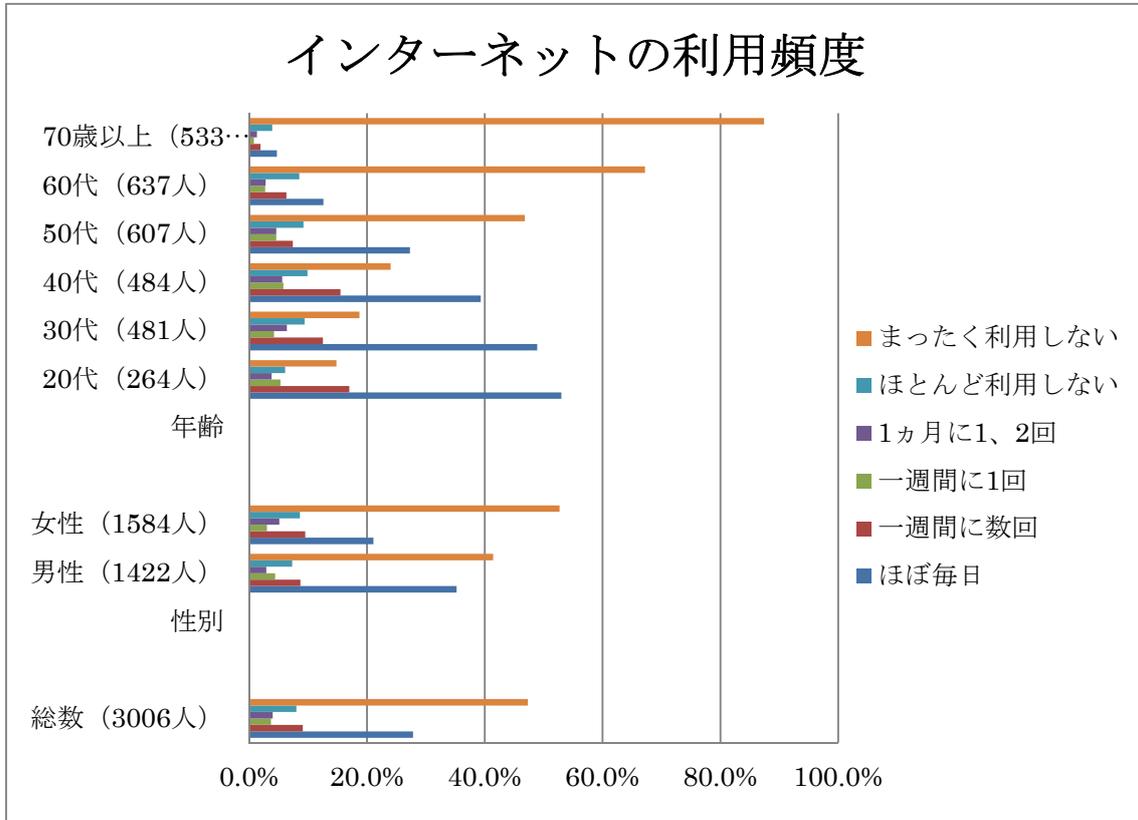


図 4HP インターネットの利用頻度（インターネット上の安全確保に関する世論調査）参照

図 4 を見ると年代とともに 50 代から「まったく利用しない」は上昇している。70 歳以上はほとんどが「まったく利用しない」という結果になった。やはり私たちの世代の 20 代や仕事で利用する 30 代～40 代は「ほぼ毎日」を選択しており、インターネットを利用する人が多い。

その他にも Skype や SNS といったサービスを利用する人も多い。

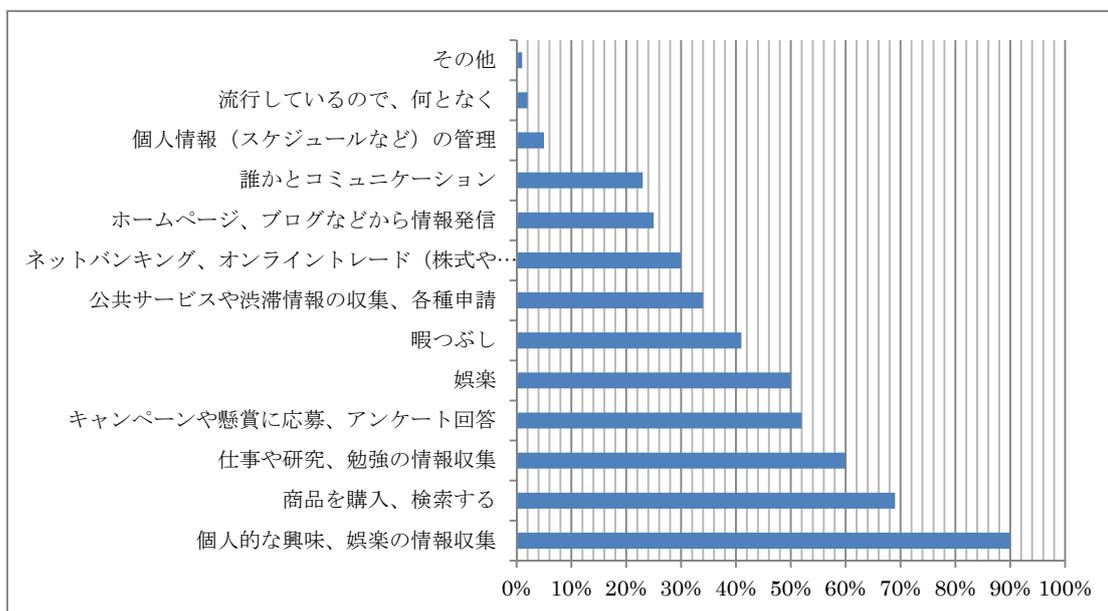
Skype：インターネット電話サービスである。Skype と検索して、ダウンロードすれば、無料で Skype に登録している人とチャットや、会話ができるようになるサービス。会話をするためには、電化製品やで売っているマイクを買う必要がある。カメラを設置すれば相手を見ながら会話ができる。

SNS：Web サイト上に自分のプロフィールなどを書き込み、他のユーザーとメッセージをやりとりしたり、日記を書いてコメントをつけあったりなどができる。最近ではゲームができる SNS も増えている。こちらも無料のサービスである。有名な SNS として「mixi」会員数約 3000 万人「GREE」会員数 1500 万人「モバゲータウン」約 1000 万人という巨大な市場になっている。

図 5 を見てもその他にも様々な利用目的がある。私たち 20 代は高等学校では授業に情報

という科目があったため、インターネットを頻繁に使っていたり、私たちがインターネットというものに触れていたときには、パソコンの価格も低下し、容易に買えるようになったため利用率はほぼ 100%である。

40 歳代も利用頻度が高いが、これは会社にパソコンが導入され、インターネットを使い情報収集をしたり、会社の休憩時間にインターネットを使い、リフレッシュをしたり等様々なインターネットを使う目的がある。更に仕事をするときもインターネットが無いと、情報を配信できないことや取引先と連絡をとる目的の手段として、インターネットが使われているからである。そのためインターネットが無いと仕事が成り立たないといっても過言ではない。



17 歳以下	3%
18～20 歳	4%
21 歳～24 歳	7%
25 歳～29 歳	13%
30 歳～34 歳	18%
35 歳～44 歳	31%
45 歳～54 歳	16%
55 歳以上	8%
合計	100%

図 5：HP ウェブサイトを見る目的（複数選択可）

（第 23 回インターネット利用者アンケート結果（2008 年 4 月 8 日～4 月 21 日）参照

図 5 を見てもわかるように、25 歳～29 歳の若年層、30 歳～54 歳の中齢者が多い。その結果からも、やはり高齢者はインターネットというもの使っていないことが分かる。

3 なぜインターネットを使わないのか

この章ではインターネットを使わない理由を分析して、解決策を述べていきたいと考える。

3.1 今後のインターネットの利用意思

この節では年代別の今後のインターネット利用意思がどのようなものかを図を使って説明し、考察する。

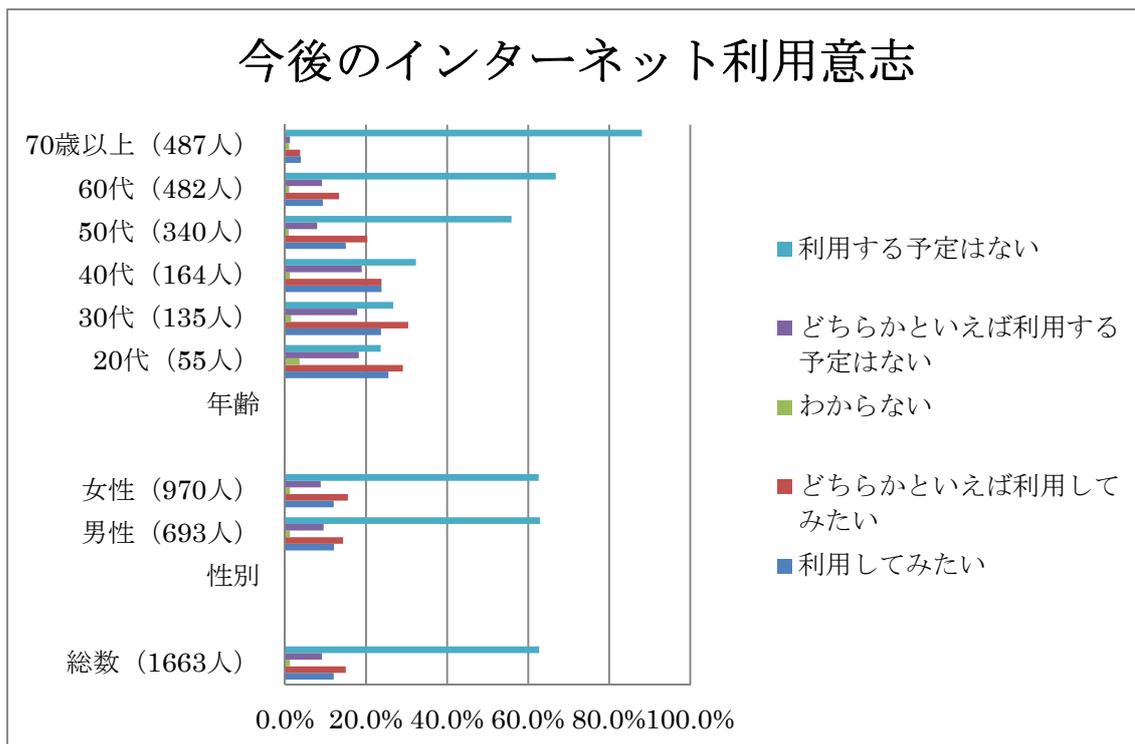


図 6 「HP 今後のインターネットの利用意志」 参照

全体的に見ても今後利用する意思がないという人がほとんどである。次の図 7 でインターネットを利用しない理由を説明したいと考える。この理由は 2 つある。インターネットは世界中に繋がっているものであり、情報量が豊富なことや、ウィルスを作る人や、詐欺など悪質なユーザーもたくさん存在しているため、不安なことも一つの理由である。その他にも自分たちが全く知らない世界なので、予防手段や、解決策などを知らないことが主な理由である。詳しくは下記で説明する。

3.2 インターネット利用に対する不安

この節ではインターネット利用に対してどういった不安があるか、なぜ不安があるかを考察する。

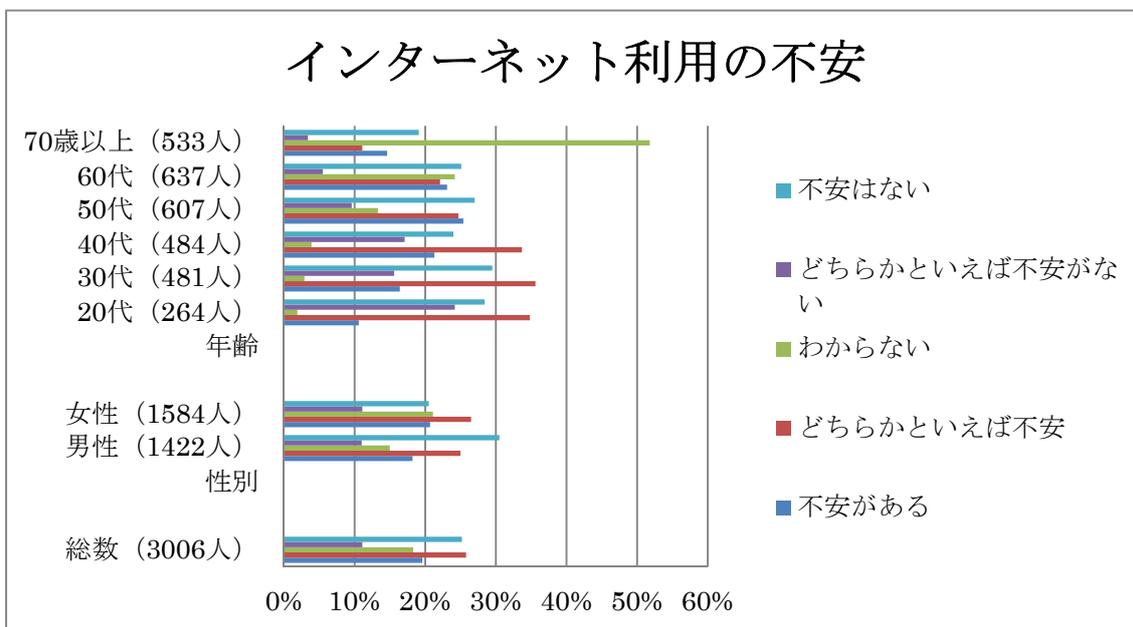


図 7(HP インターネットの利用の不安)参照

全体的に見ても「どちらかといえば不安がある」、「不安があると」、「わからない」が大半を占めている。やはりワンクリック詐欺⁶や最近ではツークリック詐欺などといったネットを利用した悪質な詐欺が増えていることや、個人情報に登録しないといけないことが多いので、個人情報の流失などやフィッシング詐欺⁷などの不安や、問題点もある。

インターネットがどのようなものか、どんな利点があるかが分からない。といった理由が「わからない」の大半を占めていると考える。そのため、昔からインターネットを利用していない60歳以上の人が「わからない」という回答が多いのだと考える。女性も男性より不安がある人が多い傾向である。

さらにインターネットのスキルの問題も多く、自分が欲しい情報が手に入らなかったり、検索のやり方がわからなかったり、キーワードの使い方がわからないなどのスキルの問題も多くみられる。最近では、検索する時にもしかして「・・・」ですか？やテレビで詳細は「・・・で検索」などといった配慮をしているが、キーワードも少ないし、その中にも自分が欲しいワードがなかったりもする。次に代表的な詐欺を説明する。

ワンクリック詐欺：ワンクリック契約の別名で、ウェブページ上の特定のアダルトや出会い系サイト、勝手に送られた電子メールに記載されているURLなどを1回クリックすると、「ご入会ありがとうございました。」等の文字やウェブページが表示され一方的に契約

⁶ 「HP ウィキペディア：ワンクリック契約」参照

⁷ 「HP ウィキペディア：フィッシング詐欺」参照

したことにされて多額の料金の支払を求められること。特徴としてはクリックした時にあなたの携帯の IP 番号は「・・・」ですや、この期限までにいくらかを「・・・」に振り込まなければ、いくらかの高額の利子をつけるなど、被害者をあせらせて、インターネット専門の問題解決の会社に相談したりできなくさせたりする狙いである。さらに確認のため、その会社に電話したら名前と住所聞いて調べますといった言葉を用いて個人情報を入所するなどといったやり方がある。

フィッシング詐欺：この行為は、悪意の第三者が会員制ウェブサイトや有名企業を装い、「ユーザーアカウントの有効期限が近づいています」や「新規サービスへの移行のため、登録内容の再入力をお願いします」などと、本物のウェブサイトを装った偽のウェブサイトへの URL リンクを貼ったメールを送りつけ、クレジットカードの会員番号といった個人情報や、銀行預金口座を含む各種サービスの ID やパスワードを獲得することを目的とする。その結果として架空請求詐欺や預金の引き下ろし、成り済ましなどに利用され、多重に被害者となってしまう、または間接的に加害者になってしまうケースも目立ってきている。

次にインターネットをするうえで必要とされる。ユーザービリティ・アクセシビリティについて説明する。

ユーザービリティ・アクセシビリティの感覚の違い。現在 Yahoo!!などのポータルサイトは自分自身で場所を変更したりすることは可能であるが、根本的なデザインは同じサイトである。誰が入っても同じページが最初に表示され、自分で検索したり、ジャンル分けしているのをクリックしていき、見つけていくといったデザインが多い。インターネットを頻繁に使っている人は良いかもしれないが、全く知識がない人が使うと考えるとどうだろうか。私たちが何かを提示されて、オリジナルでやってみてくださいと言われても何もできなくなると同じ様な事で、全く知識がない人に配置を変えることができるとか、検索してみろと言われても、できるわけではないだと考える。こういったインターネットを使った人がデザインをしたところで、インターネットを使ったことがない人が使いやすいデザインにすることは難しい。こういったユーザービリティ・アクセシビリティの偏りや一つのデザインに統一するだけでは特に使ったことがないユーザーは使いにくい。こういった理由もインターネットの不安につながっていくのではないだろうか。

①スキル不足の問題：私の様に、昔からインターネットというものを使っている人間でさえも本当に自分が欲しい情報を手に入れているとは限らない。高齢者の方々よりもキーワード検索のスキルをもってはいるものも、知識不足や、言葉の意味を分かっていないため未だ出来ているとは言い難い。高齢者はそういったことより先にキーボードを打つ習慣が無いので、未来型ではあるが、言葉を言えばそれが検索ワードになることが出来ればもっと使いやすくなるのではないだろうか。

②詐欺などの影響：こういったネット詐欺は、普通の詐欺などとは違い、全く高齢者は知識が無いので、非常に不安であると思う。私たちがどのような詐欺かが分かれば、対処しやすいが、全く知識がない詐欺などは予防策も知らないし、言われるがままに騙されて

しまうので、こういった詐欺の影響により高齢者がインターネットというものを使わないのも多い理由であると考え。こういった詐欺などの予防策が後記に示す。

まとめると、やはり知識が乏しいといったことや、日々進化しているのに高齢者がついていけなくなってしまうかもしれないということである。

3.3 インターネット犯罪の被害件数

この節ではインターネットの被害件数や被害総額を説明し解決策を述べる。

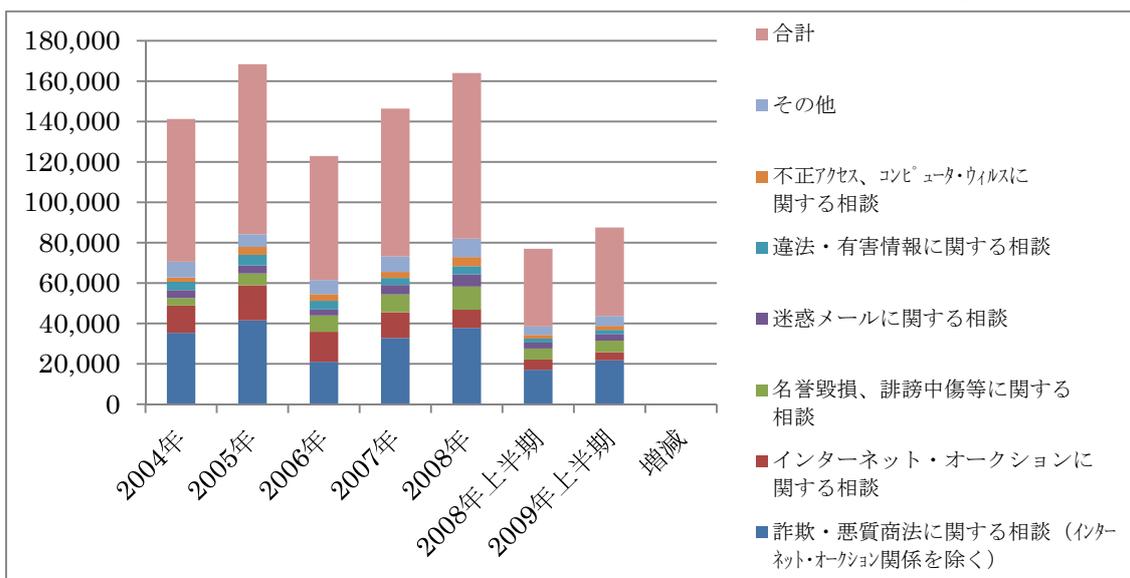


図 8 HP インターネット犯罪相談受理数参照して自分で作成したもの。

この表は警察の窓口の相談受理数だが、被害件数はもっと多いだろう。検挙数は警察庁が発表するデータでは 3870 件で前年より 76.7%増であるが表の合計数の 1 割にも満たない数値である。⁸そのため被害者が泣き寝入りするケースがほとんどである。

世界ではインターネット犯罪の被害総額は年間 1,500 億円程度⁹で主な被害内容は、データの窃盗、販売、不正使用などである。

①詐欺・悪質商法に関する相談（インターネット・オークション関係を除く）

上記で説明したフィッシング詐欺や、ワンクリック詐欺が、この区分に分類される。

②インターネット・オークションに関する相談

オークションでお金を振り込んだのに、商品が届かなかったことや、商品を送ったのにお金が振り込まれていなかったなどが、この区分に分類される。

③名誉毀損、誹謗中傷等に関する相談

自分が書いたブログに中傷的なコメントを書かれたり（炎上）することや個人情報やブログで書かれたりすることが、この区分に分類される。

⁸ 「HP 警察庁のサイバー犯罪の統計」参照

⁹ 「HP 最新インターネットニュース」参照

④迷惑メールに関する相談

知らないアドレスから怪しいメールが来たり、悪質な広告のメールが届いたりすることが、この区分に分類される。

⑤不正アクセス、コンピュータ・ウィルスに関する相談

メールをクリックしたら、ウィルスに感染したり、インターネット中にアドレスをクリックしてウィルスに感染したり、オンラインゲームで自分の ID やパスワードを知られたりするのが、この区分に分類される。下記にそのような詐欺や、悪質メールの解決策を説明する。

- 解決策：**①クリックして個人情報などを流失するといったことはないので、むやみに信じ込まずに、インターネットトラブルの相談に乗ってくれる業者に電話するなどをする。
- ②メールに送られる URL をむやみにクリックしない。少しでも知らない宛先からメッセージが来たらまずは専門の業者に相談してみる。他にも知らないアドレスから来たメールはすぐ削除する。補足として、警察庁のサイトに行けば被害者にならないための方法や、どういう犯罪があるかを動画で見ることができる。
- ③知名度が高いオークションサイトを利用する。例えばヤフーオークションやモバオクや楽天オークションなどである。その他にもユーザーの評価などがサイトに載っているので、そのユーザーに対するレビュー等を見て、レビューが高ければ信用できるユーザーである証明なので、そういったユーザーと取引をしたり、取引相手のユーザーに対するレビューを調べてみるなど。
- ④ウィルスバスター等のウィルス対策用のソフトを買ったりインストールしたりする。中にはフリー（お金がかからない）ソフトなどもある。
- 以上がインターネット犯罪の簡単な解決策である。

4.高齢者が使いやすいサービスへ

この章では私が考える新規の案や、どういう部分を改善すればより高齢者に使ってもらいかなどを述べる。

4.1 国や企業の取り組み

この節ではインターネットをより使いやすくするための企業や国の取り組みを説明する

①Google や yahoo のもしかして機能

これはユーザーから受け取ったキーワードについて「もしかしてこれを入力したかったのですか？」と Google のコンピュータが判断した場合に簡単に訂正できるようにした機能である。現在では訂正後のキーワードを今まで通り「もしかして」と表示するとともに、有用と思われる場合には、そのキーワードでの検索結果の最初の2件も表示するシステムに変更されている。これによって、タイプミスをしてしまった場合でも、クリック1つで目的のページに行くことができるようになるし。一方、本当に入力したキーワードで探したい場合でもユーザーの検索をできるだけ邪魔しないよう、元のキーワードでの検索結果は残している。¹⁰

しかし結局検索ワードを知っていないと意味があまりないため、タイピングミスだけのためにあるようなものである。

②アマゾンなどのレコメンド機能

EC サイト「Amazon.co.jp」で、「この商品を買った人はこんな商品も買っています」のように使われている「協調フィルタリング型」。利用者と興味や関心が似た人々をグループ化して、利用者がまだ見ていない情報を提供する手法である。しかしそのサイトでたくさんの商品を買わないとデータがとれずあまり意味がない。

③楽天ショッピングのログイン別にページを変化する機能

これは楽天ショッピングなどで、ログインしたらその人別にページが変化する機能。上記で説明したレコメンド機能と同じようなシステムである。この機能もレコメンド機能と同じようにたくさんの商品をそのサイトで買わないとあまり意味がない。それ以前に楽天に会員登録をすると毎日メールが届くため、スパムメールになりかねない。このシステムを改善すべきである。

④携帯電話のフィルタリング機能

未成年者に対する機能で、悪質なサイトや教育に悪影響をもたらすアダルトサイト等に接続できないシステムである。しかし逆に接続できないからこそ違う場所で接続して、安易にサイトをクリックしてインターネット犯罪の被害者になる可能性もある。

⑤警察庁のサイトにある犯罪予防動画

これは上記でも少し説明したが、警察庁のホームページに入り、サーバ犯罪のページを

¹⁰「HP グーグルジャパンプログ」参照

クリックして、予防策のページにいき動画を見ることができる。しかしあまり知られていないし、インターネット犯罪は被害に合わないと思われ、わざわざ見ることもないし、動画などで長時間見る人は少ないだろう。そのためもっとネットユーザーが良く使われているサイト、例えばユーチューブやニコニコ動画などで流して宣伝をはかればもっと効果が上がるのではないだろうか。

⑥windows7

これは今までキーボードやマウスを使ってパソコンを操作してきたことが、windows7はタッチパネル式で、画面にタッチして操作するという形になっており、高齢者やパソコンに詳しくない人や、パソコンを普段使わない人に使いやすいシステムになっている。

⑦読み上げソフト

これは、目が見えない人や、目が見えにくい人のために作られたソフトで書いてある文字などをロボットが呼んでくれるソフトである。

4.2 私が考える高齢者が使いやすいサービス

この節では私が思う平等な世界にするための方法を大きく3つに分けて説明する。第1は視覚を対象としたデザインである。このようなデザインをすれば良いかを説明する。第2はあれば良いと思う機能等のシステムを説明する。第3は高齢者にインターネットに触れる機会を増やすための行事を説明する。

①デザイン

私自身が考えるデザインは、最初にクリックしたときに年代別に分けて「何歳から何歳まではここをクリック」などといったことをして、いくつかの種類のサイトを作成したり、その年齢の人が良く使うページやサイトを分析して、その年来に応じたデザインを作っていけば良いのではないかと考える。更に高齢者のため、情報がありすぎると分かりにくいと思うので、シンプルかつ情報もあまり多くないデザインにすればよい。

今までの結果を分析すると、高齢者にとってインターネットは分からないことだらけで、何をすれば良いか、どうすればインターネットを効率良く使えるかも全く分からない状態である。そのため、高齢者に使ってもらうためには、テンプレートを作成等して、こちらから情報を提供して、使ってもらうしかない。

私が提案するデザインを作成することにより、高齢者が商品を検索する手間も省けるし、情報が多いと高齢者は混乱するので、シンプルかつ、情報も少なくすれば、高齢者にとっては使いやすいサイトとなるのではないだろうか。高齢者以外にも、インターネットを使わない、使えない人にとってはより使いやすいサイトになるだろう。

その他にネットショッピングのサイトだったら年齢別の入り口を進むと都道府県別などに分ける入り口を更に設けて、そういった地方のジャンル別に売れすぎ商品をランキング化したりすることをすればより使いやすくなるのではないだろうか。

②システム

ジャンルをより詳細に分けて、クリックするごとに検索窓にインプットされ、わざわざ

文章を打ち込まないで、クリックするだけで検索ワードに変換され、高齢者にクリックするだけでインターネットが使えるようにすれば良いと考える。そうすることにより、テンプレートが最初に複数用意しているため、何をしたいかが分からない高齢者にとっては指示に従うだけなので、より分かりやすくなるのではないだろうか。詳細は画像で説明したいと思う。

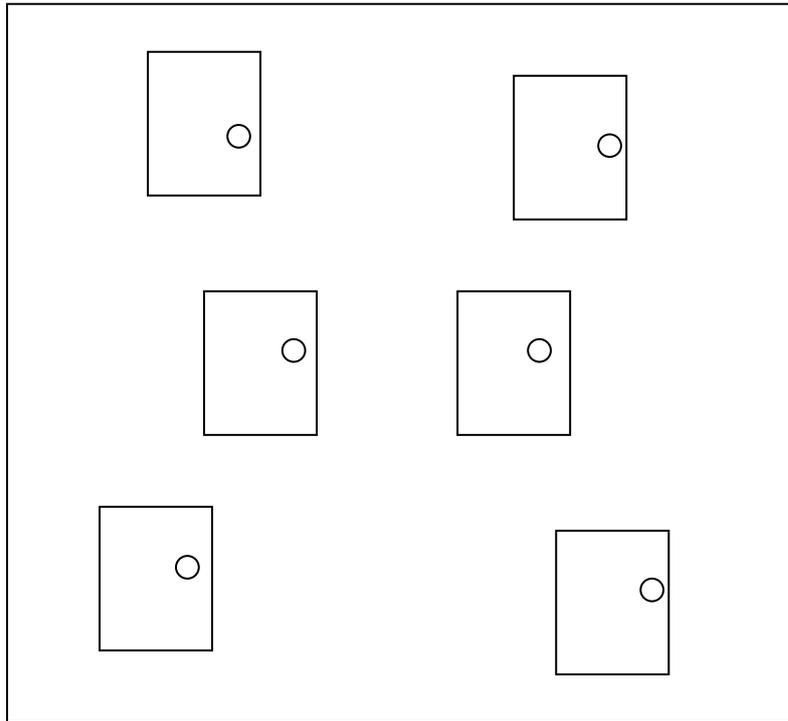
楽天など会員に送られるメールもほとんど意味がない情報であるため、ほとんどのユーザーは見ずに削除するだろう。そのためあまりメールを配信する意味がない。その解決策として、何の情報かほしいかをユーザー登録の時に聞いて、複数のジャンルに分けて、ユーザーがこの中でほしい情報をチェックして、その情報のメールだけを配信するようなシステムにするべきである。そうすればユーザーにとって有益な情報が手に入りやすく、メールを見る機会が増えると考えられる。

その他にも自分のプライベート用のアドレスしか持っていない人たちのために、最初の入り口のサイトにジャンル別にメールボックスを設置して、そのジャンルに関連したボックスを見ると配信しているメールが保存されているシステム。ジャンル内を細分化しても良い。

現在も少しのパソコンには使われているが、音声で検索してくれるシステムも今後必要になるかもしれない。例えばユーザーが検索したいことを言えば、パソコンの中にロボットがいて、「このようなことなら、〇〇で検索すれば良いですよ。」等や、自分が言った言葉が検索窓に勝手に書かれて、検索できるシステムも作ればキーボードを打つスキルも必要なくなり、インターネット検索のスキルも必要なくなると思われる。このようなシステムをパソコンに導入すれば高齢者もより簡単に使えるのではないだろうか。更に手が不自由な人たちにも非常に使いやすくなるだろう。

③その他

その他にも高齢者の方がインターネットに触れる機会がないのなら、小学校の行事などで、高齢者と触れ合う行事を設けて（老人ホーム等）、若い人、インターネットを良く利用する人が高齢者と触れ合うといった目的掲げ、インターネットの使い方を教えるなどの行事を考案するのも面白いのではないだろうか。この行事によって高齢者と子どもたちのふれあいの機会が出来るし、あわよくば一緒にアドレスなどを交換して、インターネットでメールのやり取りや、ブログのコメントのつけあい等が出来るかもしれない。さらに高齢者も子ども達に教えてもらっているのだから、熱心に理解しようとするのではないだろうか。そうすることにより、高齢者がインターネットに触れるきっかけが出来たり、小学生が高齢者と話し、コミュニケーション能力や、人にもものを教える能力がつくことになると考える。



5.1 おわり

参考文献

書籍

- [1] 川島康平(2008.7), 『お客をつかむウェブ心理学 :なぜ、このサイトをクリックしてしまうのか?』, 同文館出版
- [2] 新井範子[ほか] (2007.6), 『みんな力 :ウェブを味方にする技術』, 東洋経済新報社
- [3] 藤田節子、ケイブプロダクション(2007.10), 『キーワード検索がわかる』, 筑摩書房
- [4] 早稲田大学 IT 戦略研究所,根来, 竜之(2006.9), 『mixi (ミクシィ) と第二世代ネット革命』, 東洋経済新報社
- [5] 清水理史, できるシリーズ編集部(2007.7), 『できるインターネット&メールの「困った!」に答える本 : Windows Vista 対応』, インプレスジャパン
- [6] 杉本良明(2006.4), 『ネット・コーチングで開業しよう! :副業だからリスクゼロインターネットを使ったコーチング・ビジネス』, 同文館出版
- [7] 阿部辰也 (2006.11), 『77のキーワードで知る図解インターネットで稼ぐブログ・メルマガ・Web サイト構築の基本』, 生活情報センター

新聞記事

インターネット

- [1] HP 一般人がインターネットを使わない本当の理由 | Weep for me - ボクノタメニ泣イテクレ & 雑記
<http://diary.lylyco.com/>
- [2] HP 退会理由「インターネットをあまり使わない」 | So-net
<http://www.so-net.ne.jp/>
- [3] HP パソコン初心者・シニアのための親孝行.com

<http://www.oyakoukou.com/>

[4] HP NEC : 子供も大人も楽しく学べるルールとマナー、初心者向けネットの使い方「あんぜん・あんしん・インターネット」

<http://www.nec.co.jp/literacy/kids/>

[5] HP パソコンとインターネットの普及率, <http://www2.ttcn.ne.jp/honkawa/6200.html>

[6] HP インターネット接続率, <http://www.kknews.co.jp/>

[7] HP インターネット・セキュリティ・ナレッジ
<http://is702.jp/>

[8] HP 日経テレコン 21
<http://telecom21.nikkei.co.jp/nt21/service/CMN1000>

[9] HP インターネット調査, <http://research.goo.ne.jp/index.html>

[10] HP ウィキペディア,
ワンクリック契約 <http://ja.wikipedia.org/wiki/ワンクリック詐欺>
フィッシング詐欺 <http://ja.wikipedia.org/wiki/フィッシング詐欺>
パソコンの歴史 <http://ja.wikipedia.org/wiki/パソコンの歴史>

[11] HP 総務省, <http://www.soumu.go.jp/>

[12] HP 警察庁, <http://www.npa.go.jp/>

[13] HP IPA, <http://www.ipa.go.jp/>

[14] HP japan.internet.com, <http://japan.internet.com/>

[15] HP ユーザーが検索してクリックするのは何ページ目までの結果?,
<http://web-tan.forum.impressrd.jp/e/2009/06/30/5410>

[16] HP グーグルジャパンプログ,
<http://googlejapan.blogspot.com/>

- [17] HP 最新インターネットニュース
<http://japan.internet.com/>
- [18] HP 第 23 回インターネット利用者アンケート結果
<http://docs.yahoo.co.jp/info/research/wua/200804/page13.html>
- [19] HP JEITA 社団法人電子情報技術産業協会
<http://www.jeita.or.jp/japanese/index.cgi>