

男性比率69%、平均年齢37・1歳、南関東在住、多種のIT機器を所有——。5月時点のタブレットの利用者のプロフィールだ（インプレスR&Dの「インターネット白書2011」）。

10年5月に発売されたiPadを皮切りににぎわうタブレット市場。4月には新バージョンも登場し話題を集めたが、国内における10年度の出荷台数は約97万台（矢野経済研究所調べ）。同約850万台のスマホと比べてもまだまだ少数派だ。

利用者はITリテラシーの高い人たちと思われがちだが、もうひとつの「顔」もある。「国内では年配の層が動いている」「ケータイジャーナリストの石野純也さん」

「定年を迎えた両親がiPadについて尋ねてきた。iPhoneのときはピンときていなかったのに」（24、男性）。親や祖父母に贈る例も多い。タブレットの魅力は老眼でも気にならない画面の大きさと板状のシンプルな形。キーボードやマウス操作に拒絶感のある高齢層を

タブレットつながり追うシニア

取り込む。ただ、彼らをひき付ける要素はそれだけではない。

「世の中から取り残されている気がして」（60、女性）

シニア向けにiPadの使い方講座を開く特定非営利活動法人「シニアSOHO普及サロン・三鷹」の久保律子代表は「とにかく情報にアクセスできていないことに不安を持った人が多い。震災後、特にその傾向が強まった」と話す。参加者の7割が女性。講師の葛西恵子さんは「皆さん元気でフットワークが軽い。積極的に質問してくるなど貪欲」と分析する。

日々の使い方はシンプルでカジュアル。自宅の居間でくつろぎながら、趣味に関連した情報をインターネットで収集、知らんとメールを交わす。

ただ裏側にある本音は切実。社会とつながりたい、切り離されたくないという強迫観念からタブレットを手にする。交流サイトで若者同士が交流を求めるのとは少し異質に映る。そんな思いをくみ取るところから、商機がみえてくるかもしれない。