

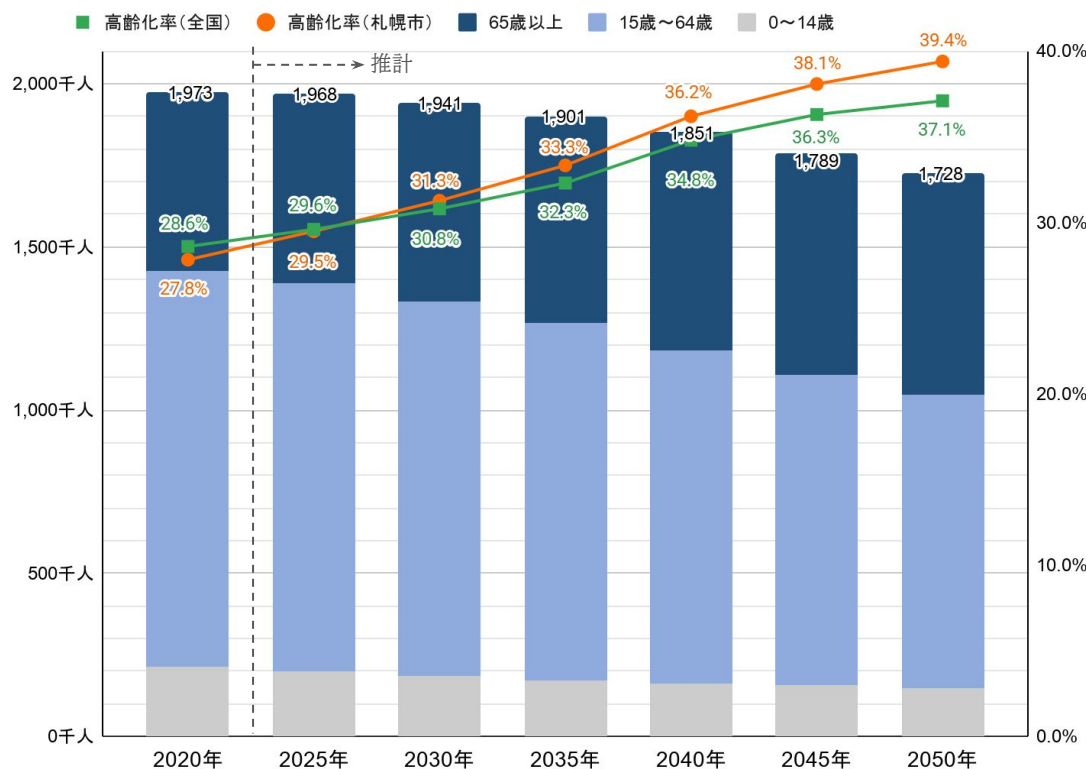
1 札幌市の人口構成(R8.4.1時点)

	人口(人)	割合(%)	男性(人)	女性(人)	性比※
総人口	1,952,700	100	913,180	1,039,520	87.8%
0～14歳	194,767	10	99,824	94,943	105.1%
15～64歳	1,188,893	60.9	577,341	611,552	94.4%
65歳以上	569,040	29.1	236,015	333,025	70.9%
65～74歳	245,612	12.6	113,794	131,818	86.3%
75歳以上	323,428	16.6	122,221	201,207	60.7%

※性比:女性を100としたときの男性の比率

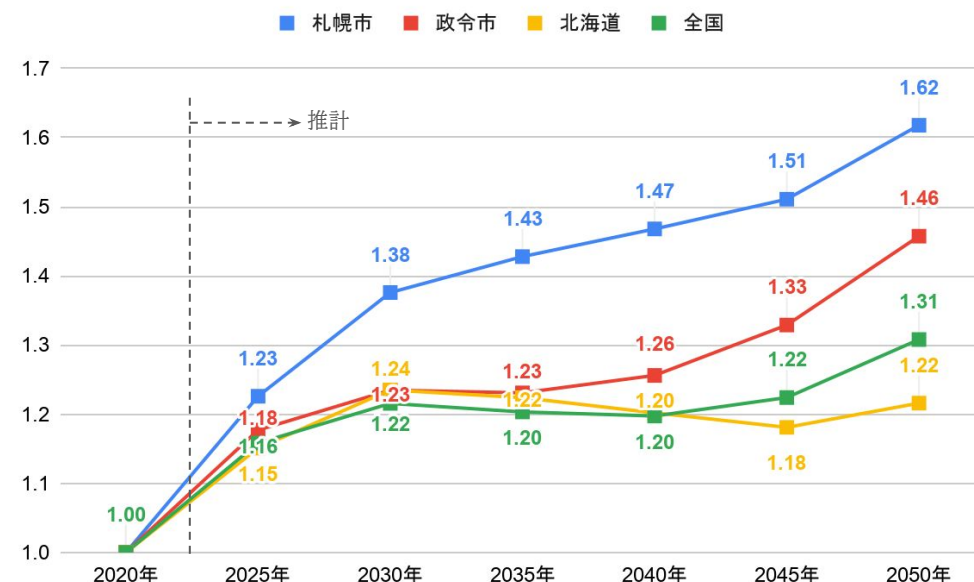
資料:札幌市まちづくり政策局「住民基本台帳」

2 札幌市の人口構成と高齢化率の将来推計



資料:札幌市まちづくり政策局「将来推計人口(令和4年推計)」
 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」(令和5年(2023年)推計)
 「日本の地域別将来推計人口」(令和5年(2023年)推計)

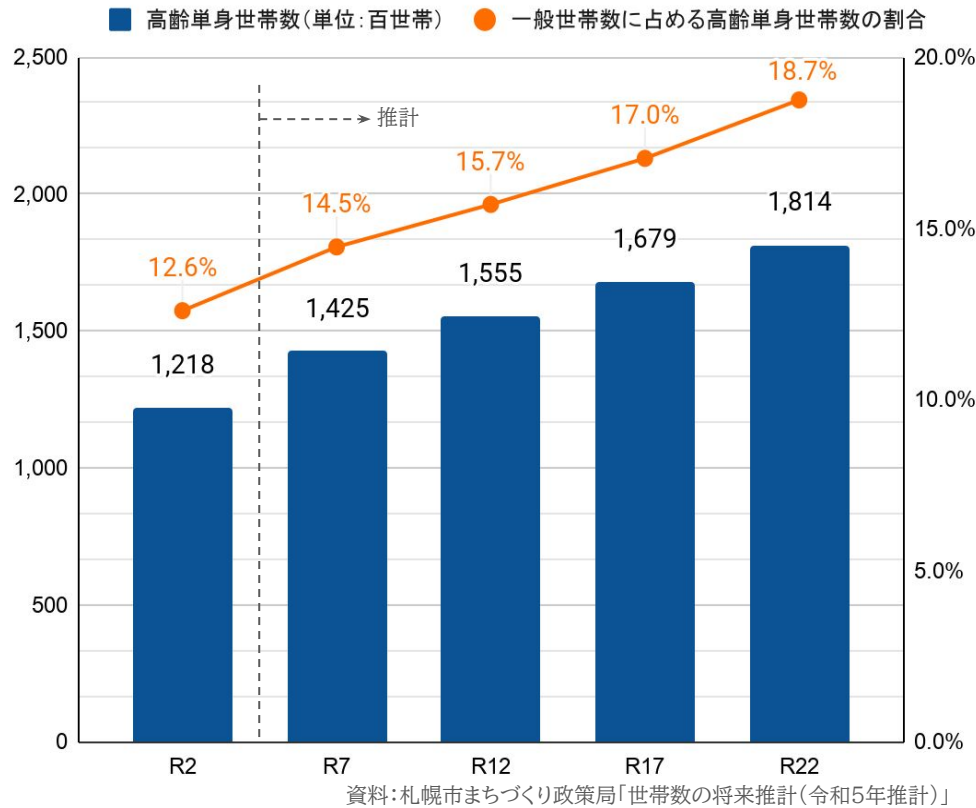
3 札幌市の75歳以上人口の将来見通し(令和2年(2020年)を1としたときの指数)



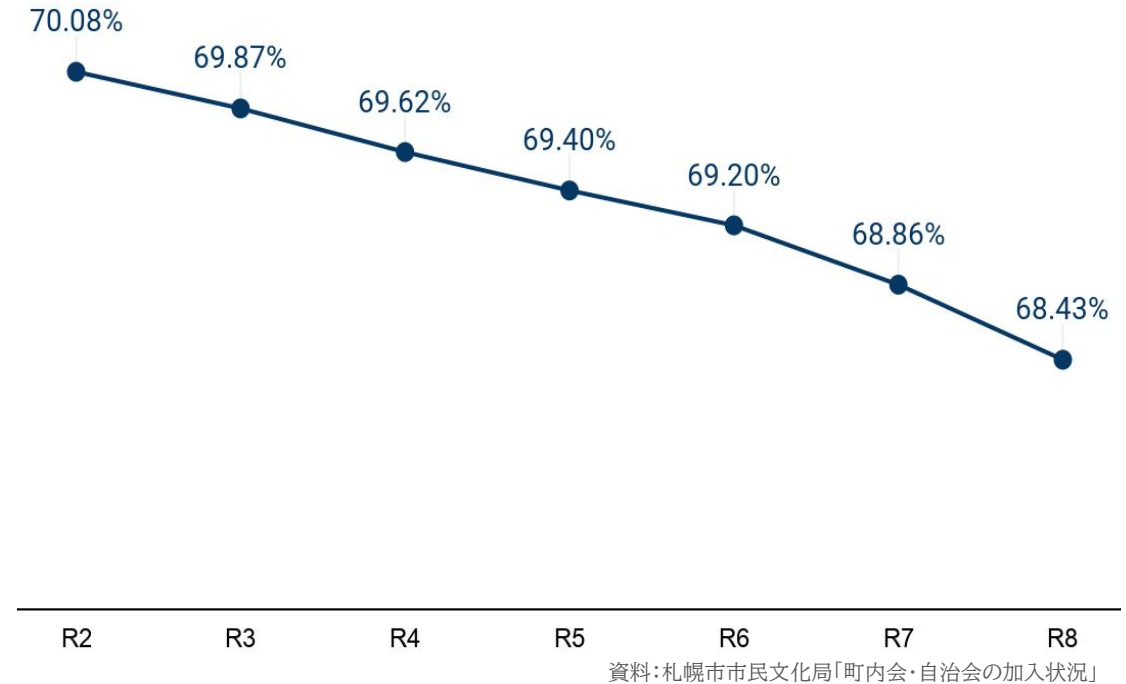
資料:国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」(令和5年(2023年)推計)

- 札幌市の高齢化率は令和8年4月1日時点で29.1%(3～4人に1人は高齢者)
- 札幌市の人口はゆるやかに減少
- 高齢化率は全国を上回るペースで上昇
- 75歳以上人口は北海道や他政令市等を上回るペースで増加

4 札幌市の高齢単身世帯数の将来推計



5 札幌市の町内会加入率(R8.1.1時点)



- 札幌市の高齢単身世帯は、世帯数・割合ともに増加の予想
- 町内会加入率は減少が続いている

6 過去1年間のインターネット利用経験

全体	13～19歳	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70～79歳	65歳以上	75歳以上	80歳以上
85.6%	96.9%	97.8%	98.8%	98.1%	96.9%	90.4%	69.8%	60.8%	43.8%	33.1%

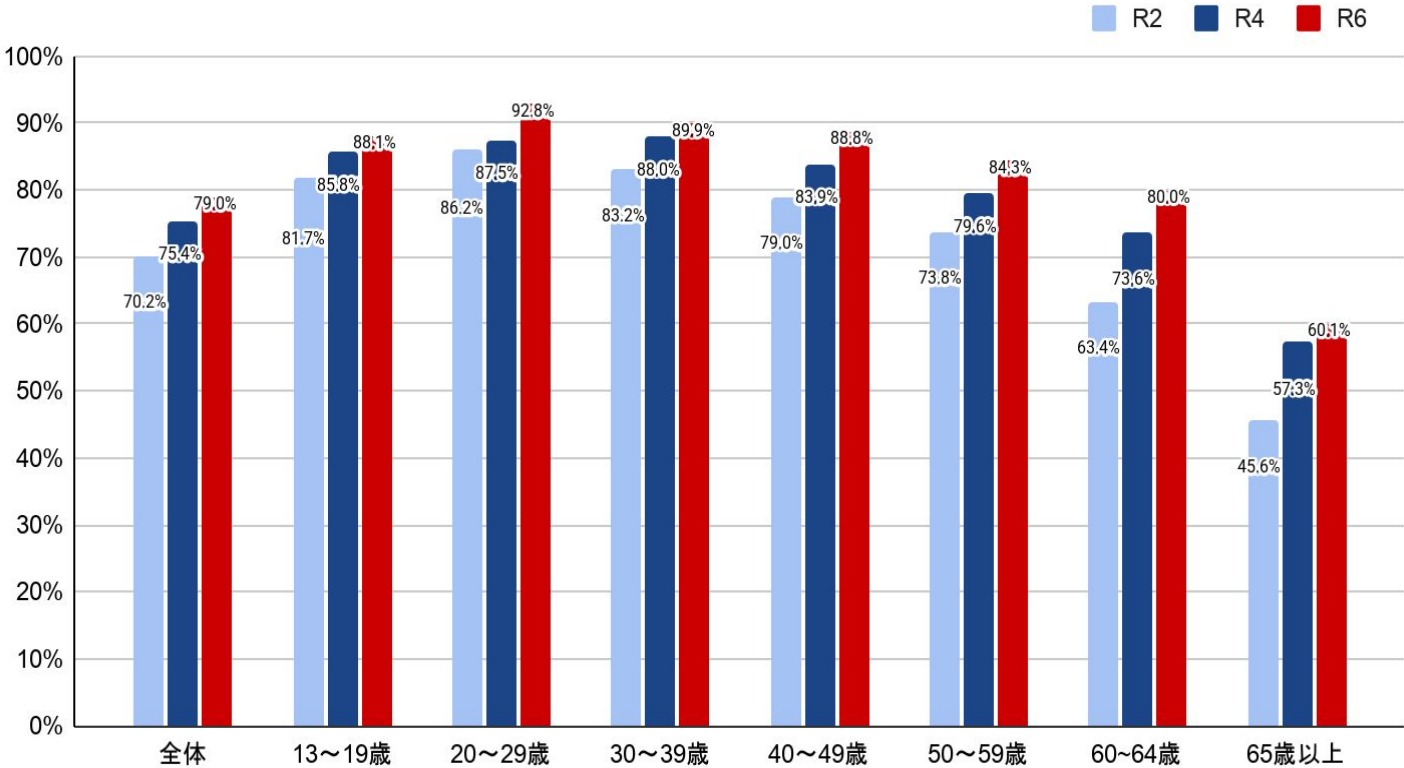
7 インターネットの利用頻度(過去1年間にインターネットを利用した者)

資料:総務省「令和6年通信利用動向調査」

	全体	13～19歳	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70～79歳	65歳以上	75歳以上	80歳以上
毎日1回以上	86.7%	93.4%	95.2%	94.9%	95.3%	92.5%	83.2%	65.6%	65.8%	51.7%	44.6%
週1回以上	6.6%	1.9%	2.0%	2.4%	2.4%	4.7%	8.8%	16.1%	15.0%	19.0%	19.6%
月1回以上	1.9%	0.7%	0.3%	0.9%	0.5%	0.7%	2.8%	5.9%	5.8%	7.9%	8.8%
年1回以上	1.0%	0.1%	0.1%	0.2%	0.4%	0.3%	1.5%	3.0%	3.3%	5.1%	6.6%
無回答	3.8%	3.9%	2.4%	1.6%	1.4%	1.7%	3.6%	9.5%	10.1%	16.3%	20.4%

資料:総務省「令和6年通信利用動向調査」

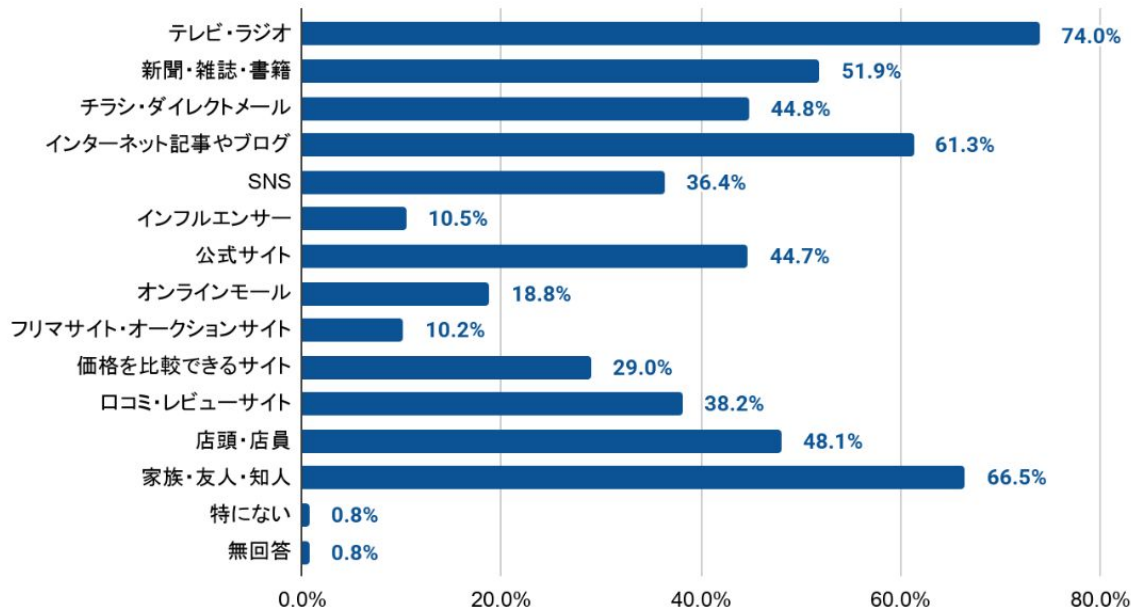
8 SNS(X、Instagram、LINEなど)の利用状況



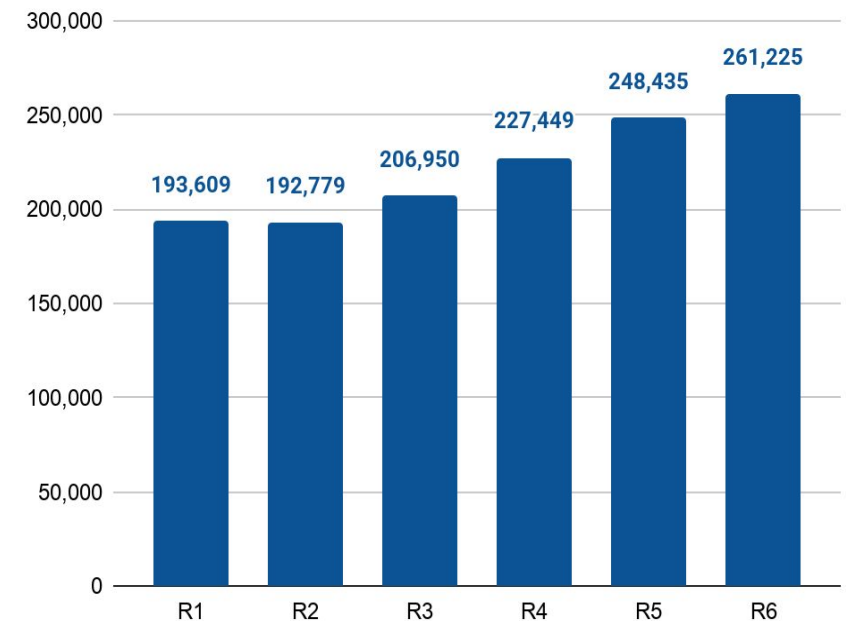
資料:総務省「令和6年通信利用動向調査」

- インターネットの利用率は60歳代まで90%を超えているが、70歳以上は大きく下落
- インターネットを利用したことがある方の利用頻度は高い
- SNSの利用率は上昇傾向にあり、65歳以上の高齢者でも60%を超えている。

9 商品・サービスに係る情報の入手先



10 BtoC-EC市場規模の経年推移(単位:億円)



資料:経済産業省「令和6年度電子商取引に関する市場調査」

年代	1位	2位	3位	4位	5位
15～19歳	SNS	家族・友人・知人	インターネット記事やブログ	テレビ・ラジオ	公式サイト
20～29歳	SNS	インターネット記事やブログ	家族・友人・知人	テレビ・ラジオ	公式サイト
30～39歳	インターネット記事やブログ	SNS	テレビ・ラジオ	家族・友人・知人	公式サイト
40～49歳	インターネット記事やブログ	テレビ・ラジオ	家族・友人・知人	公式サイト	口コミ・レビューサイト
50～59歳	テレビ・ラジオ	インターネット記事やブログ	家族・友人・知人	公式サイト	口コミ・レビューサイト
60～69歳	テレビ・ラジオ	新聞・雑誌・書籍	家族・友人・知人	インターネット記事やブログ	チラシ・ダイレクトメール
70～79歳	テレビ・ラジオ	新聞・雑誌・書籍	家族・友人・知人	チラシ・ダイレクトメール	店頭・店員
80歳以上	テレビ・ラジオ	新聞・雑誌・書籍	家族・友人・知人	チラシ・ダイレクトメール	店頭・店員

資料:消費者庁「令和5年度消費意識基本調査」

- 商品・サービスに係る情報の入手先は、全体としてはテレビなどのマスメディアや身近な人の口コミが多い。
- 年代別では、若年層ほどインターネット(SNS)が多くなる傾向
- BtoC-EC市場規模は拡大傾向