

## 回答結果概要

### 社会全般のニュースについて

- ✓ 全年代で**2人に1人**がテレビからその情報を得ている。
- ✓ **年代が上がるほど**その情報に触れる頻度が高い。
- ✓ テレビに次ぐ媒体としては、年齢が低い世代で**スマートフォン**、高い世代で**新聞**となっている。

### エンターテインメント（娯楽や趣味など）のニュースについて

- ✓ 20代では**2人に1人以上**がスマートフォンからその情報を得ており、年代が上がるにつれて、**テレビからの割合**が増えている。
- ✓ **年代が下がるほど**その情報に触れる頻度が高い。
- ✓ 年齢が高い世代で**新聞**も媒体として少なくはない。

### 専門分野の情報について

- ✓ 20代、30代では**3人に1人以上**の人がスマートフォンから情報を得ており割合が1番多い。しかし専門誌や書籍との大きな差はない。
- ✓ 年代が**上がるほど「協会ニュース」**からの情報取得が高くなる。
- ✓ 年代が**下がるほど「研修等」**からの情報取得が高くなる。
- ✓ 20代と60代以上の層で、情報に触れる頻度が高くなっている。

### アンフィニについて

- ✓ 20代で**30人に1人**、30代で**6人に1人**、40代で**3人に1人**、50代で**2人に1人**、60代以上では**ほとんどの方**（10人に7人）が目を通している。
- ✓ 会員であっても**認知していない人が、手に取ることはほとんどない**。
- ✓ そして認知度については、**20代のみ半数程度**で、30代以上はほとんどの方がアンフィニについて知っている。

注) 入力された回答は、6,008件ありましたが確認段階で回答が重複していると思われるサンプルがいくつかありました。そのため、「回答のための問い合わせ番号」、「回答内容」が全く同じもの、かつ投稿時間が相互に10秒以内の対象を重複とみなし除外した上で再集計した件数が今回のデータになります。

男性

8.2%

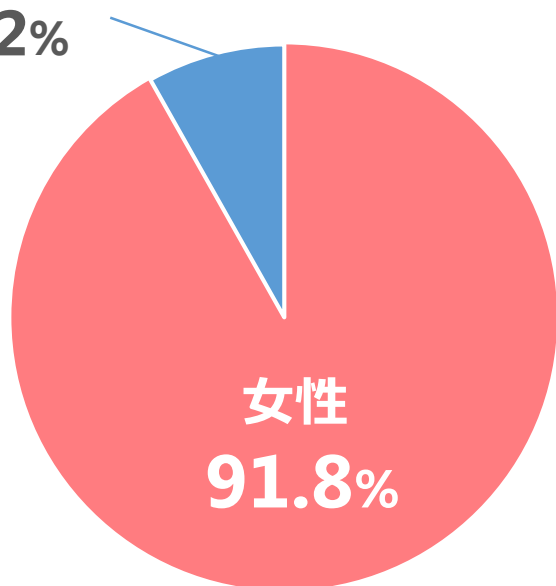


図1.回答者の男女別割合

年代別の回答項目には「70代以上」もありましたが回答者が、少数であったため60代と合わせて、「60代以上」としています。

表1.男女別、各年代回答者数

表中の数値は人数(%)

年代	女性		男性		全体	
20代	1314	(25.99)	142	(31.56)	1456	(26.45)
30代	1072	(21.21)	168	(37.33)	1240	(22.52)
40代	1238	(24.49)	103	(22.89)	1341	(24.36)
50代	1165	(23.05)	34	(7.56)	1199	(21.78)
60代以上	266	(5.26)	3	(0.67)	269	(4.89)
総計	5055	(100.0)	450	(100.0)	5505	(100.0)

表2.社会全般のニュースについて

表中の数値は割合 (%)

情報取得媒体	20代	30代	40代	50代	60代以上
PC (SNS)	0.62	0.08	0.52	0.17	0.00
PC (ニュースサイト)	0.69	2.58	3.65	5.50	3.72
スマートフォン (SNS)	15.80	5.24	2.16	1.25	1.12
スマートフォン (ニュースサイト)	26.10	38.87	32.44	19.02	11.90
スマートフォン (専用アプリ)	2.20	1.69	1.86	0.92	0.37
テレビ	50.76	46.85	48.25	53.46	50.56
メール配信サービス	0.69	0.56	0.97	1.42	1.12
雑誌 (週刊誌や専門誌)	0.82	0.48	0.75	1.08	0.74
新聞	1.79	3.39	8.80	16.60	30.11
その他	0.55	0.24	0.60	0.58	0.37

表3.社会全般のニュースに触れる頻度の年代別比較

頻度	20代	30代	40代	50代	60代以上
ほとんど毎日	65.59	76.77	85.38	90.41	94.42
週 3~4 日程度	24.73	17.34	10.81	6.59	3.35
週 1 日程度	4.60	2.66	2.09	1.33	1.49
月 1~2 日程度	1.58	1.13	0.60	1.17	0.74
ほとんど触れない	2.82	1.69	0.89	0.33	0.00
全く触れない	0.69	0.40	0.22	0.17	0.00

図2.社会全般のニュースに触れる頻度の年代別比較

「ほとんど毎日」「週 3~4 日程度」「週 1 日程度」「月 1~2 日程度」「ほとんど触れない」「全く触れない」をそれぞれ週換算した数値に置き換え、その平均値を図示したもの。

P for trend < 0.001

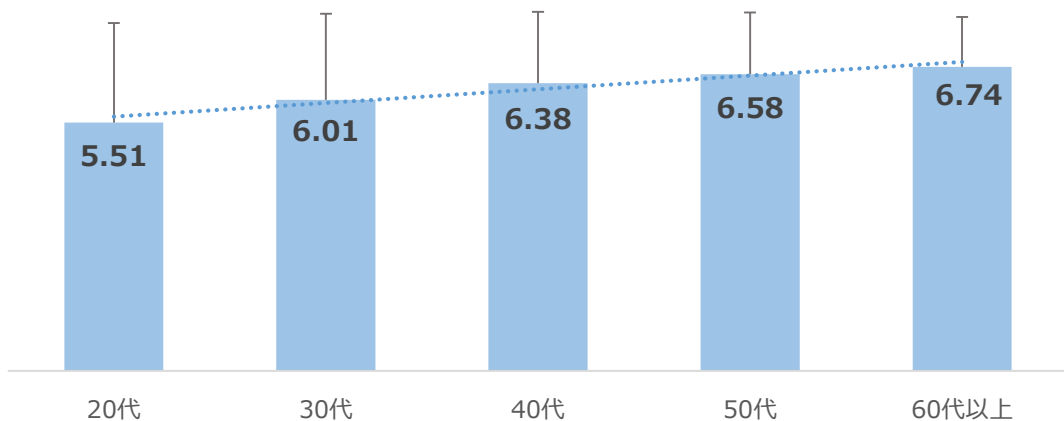


表4.エンターテイメント（娯楽や趣味など）について

表中の数値は割合（％）

情報取得媒体	20代	30代	40代	50代	60代以上
PC（SNS）	1.92	1.29	1.42	1.50	1.12
PC（ニュースサイト）	1.24	2.42	5.15	6.26	2.97
スマートフォン（SNS）	37.84	14.52	6.64	3.67	1.49
スマートフォン（ニュースサイト）	21.43	37.34	28.86	20.52	8.18
スマートフォン（専用アプリ）	7.76	8.87	9.17	4.34	2.23
テレビ	27.68	30.16	40.19	47.71	56.13
メール配信サービス	0.34	1.13	1.86	3.00	2.97
雑誌（週刊誌や専門誌）	0.82	2.02	3.58	6.76	7.81
新聞	0.27	0.81	2.24	4.84	13.01
その他	0.69	1.45	0.89	1.42	4.09

表5.エンターテイメント（娯楽や趣味など）に触れる頻度の年代別比較

頻度	20代	30代	40代	50代	60代以上
ほとんど毎日	80.08	76.69	73.53	70.81	70.26
週 3～4 日程度	15.73	16.77	18.34	15.93	16.73
週 1 日程度	1.79	3.47	5.07	8.26	7.81
月 1～2 日程度	0.62	1.45	1.86	3.75	4.46
ほとんど触れない	1.24	1.21	1.19	1.25	0.37
全く触れない	0.55	0.40	0.00	0.00	0.37

図3.エンターテイメント（娯楽や趣味など）に触れる頻度の年代別比較

「ほとんど毎日」「週 3～4 日程度」「週 1 日程度」「月 1～2 日程度」「ほとんど触れない」「全く触れない」をそれぞれ週換算した数値に置き換え、その平均値を図示したもの。

P for trend < 0.001

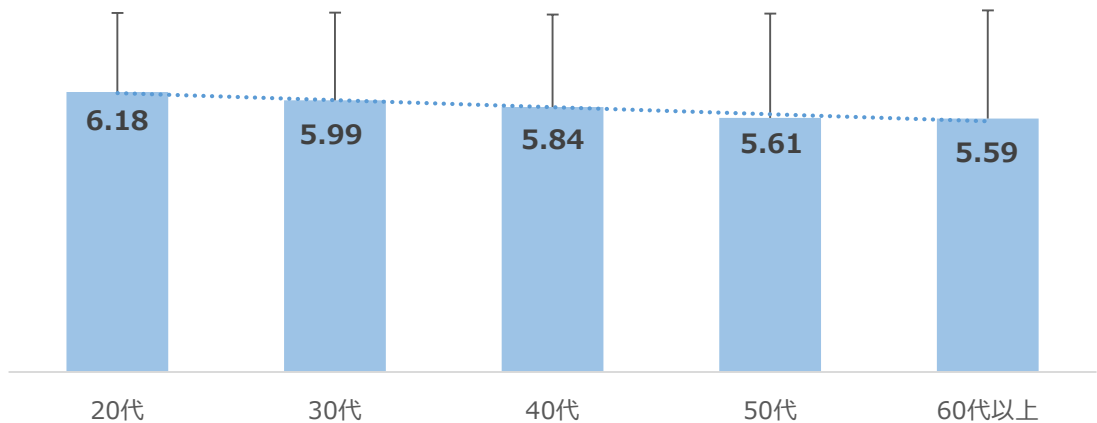


表6.専門分野の情報について

表中の数値は割合 (%)

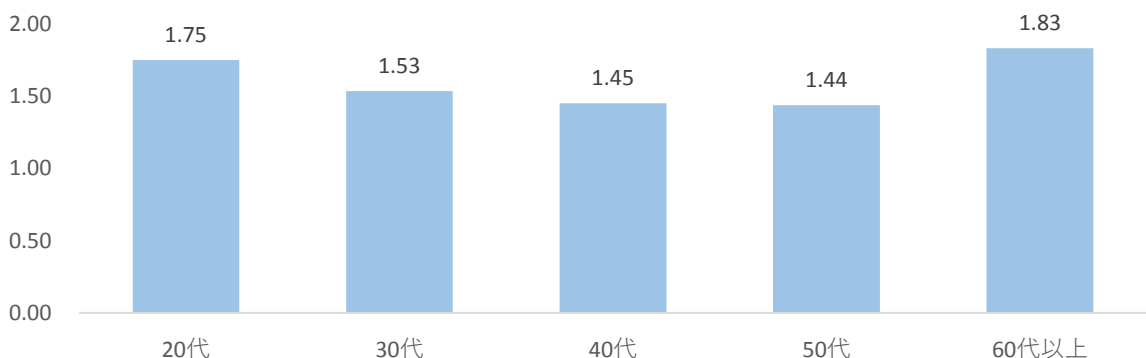
情報取得媒体	20代	30代	40代	50代	60代以上
PC (SNS)	1.10	0.24	0.37	0.42	1.49
PC (ニュースサイト)	2.34	3.06	3.28	4.09	4.83
スマートフォン (SNS)	10.03	3.23	2.24	0.33	0.00
スマートフォン (ニュースサイト)	17.79	18.39	9.62	3.67	1.12
スマートフォン (専用アプリケーション)	4.67	3.71	1.94	1.25	1.12
メール配信サービス	2.13	1.94	2.01	3.59	7.43
研修など	22.05	17.74	16.70	13.84	9.29
雑誌 (専門誌や学会誌)	13.26	19.52	22.67	27.19	18.22
専門書籍	11.88	9.68	8.87	6.17	1.86
都道府県看護協会の機関誌	0.27	0.08	0.82	0.75	0.74
日本看護協会機関紙「協会ニュース」	4.46	11.21	20.95	25.35	32.34
日本看護協会機関誌「看護」	0.76	0.65	1.12	2.50	4.46
日本看護連盟機関誌「アンフィニ」	2.82	5.08	5.89	6.92	15.24
その他	6.46	5.48	3.50	3.92	1.86

表7.専門分野情報に触れる頻度の年代別比較

頻度	20代	30代	40代	50代	60代以上
ほとんど毎日	10.10	8.55	8.72	8.42	14.13
週 3～4 日程度	20.26	17.50	14.54	14.60	15.24
週 1 日程度	25.96	22.10	20.73	20.68	18.22
月 1～2 日程度	28.37	38.95	48.62	51.71	50.93
ほとんど触れない	13.67	12.02	7.08	4.50	1.49
全く触れない	1.65	0.89	0.30	0.08	0.00

図4.専門分野の情報に触れる頻度の年代別比較

「ほとんど毎日」「週 3～4 日程度」「週 1 日程度」「月 1～2 日程度」「ほとんど触れない」「全く触れない」をそれぞれ週換算した数値に置き換え、その平均値を図示したもの。



**表8. アンフィニを知っていますか？**

表中の数値は割合（％）

	20代	30代	40代	50代	60代以上
はい	53.23	89.35	97.46	99.17	98.88
いいえ	46.77	10.65	2.54	0.83	1.12

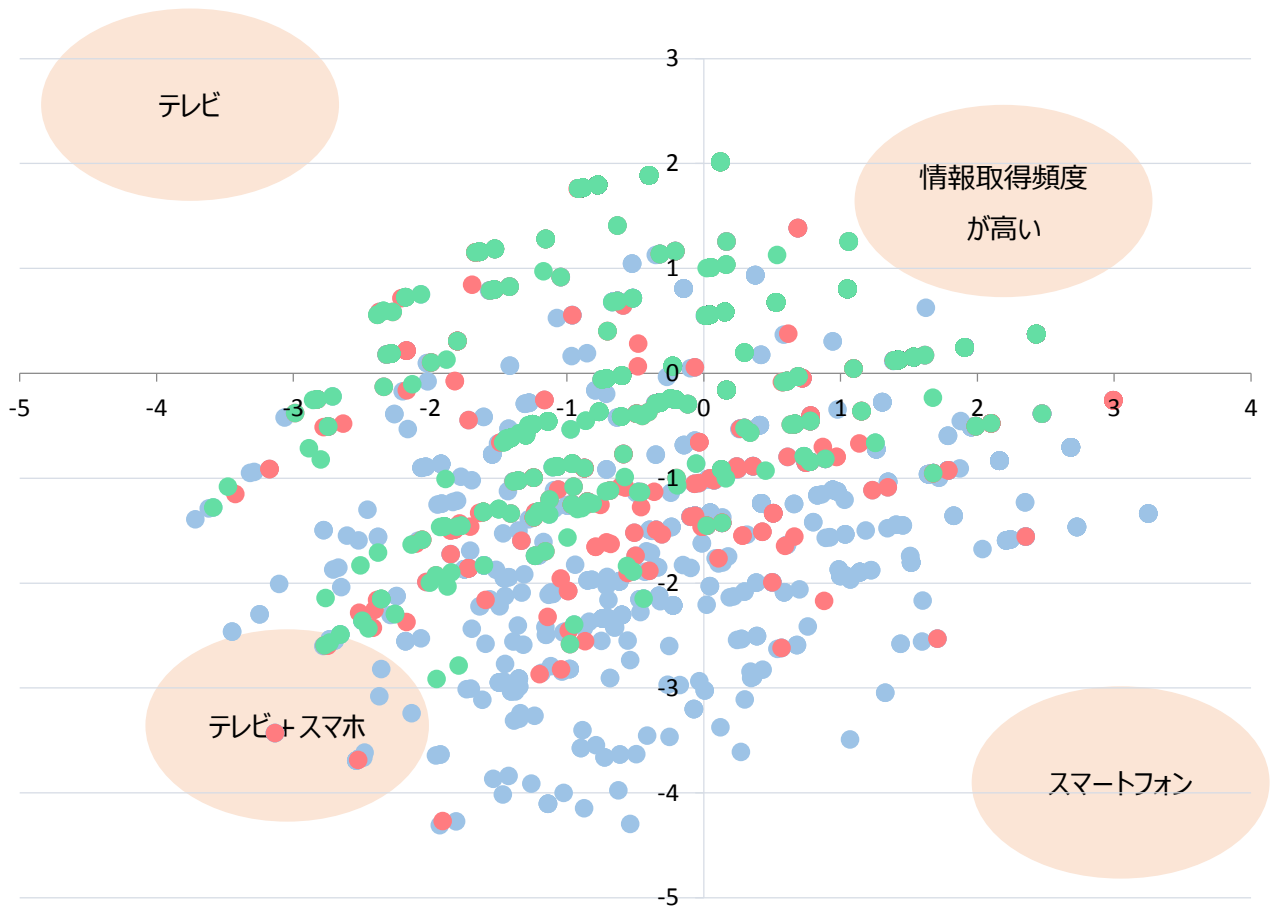
**表9. 「はい」と回答した方の閲覧頻度**

頻度	20代	30代	40代	50代	60代以上
いつも読む	4.77	18.41	36.95	49.12	68.42
時々読む	42.84	47.65	45.98	42.81	27.82
ほとんど読まない	41.42	27.26	14.54	7.15	3.76
開封しない	10.97	6.68	2.52	0.93	0.00

**表10. 「いいえ」と回答した方の閲覧頻度**

頻度	20代	30代	40代	50代	60代以上
いつも読む	0.00	1.52	5.88	7.69	0.00
時々読む	2.64	2.27	0.00	0.00	33.33
ほとんど読まない	31.86	36.36	41.18	46.15	66.67
開封しない	65.49	59.85	52.94	38.46	0.00

図5.主成分およびクラスター（k-means）分析



主成分分析は、社会全般ニュース、エンターテインメントに関するニュースについて情報取得媒体、また頻度（日/週換算）、アンフィニの認知度を要因として扱い、性別を調整して解析した。

クラスター分析については、非階層化にて、また群分けは3つで実施した。（3つである理由は特にない）

- 20代および30代
- 40代
- 50代以上