

高齢者のテレビ視聴とフレイルの関係  
—フレイルの人がテレビ視聴に求めるもの—

放送大学大学院文化科学研究科文化科学専攻  
博士後期課程生活健康科学プログラム  
2018年度入学

萩原牧子  
2022年3月授与

## 目次

第1章 序論.....	7
1-1 研究背景.....	8
1-1-1 少子高齢社会と介護予防におけるフレイルへの注目.....	8
1-1-2 介護予防施策としてのフレイル対策.....	9
1-1-3 高齢者の生活時間とテレビ視聴.....	10
1-2 先行研究 .....	12
1-2-1 社会学および社会心理学における先行研究 .....	12
1-2-2 保健福祉分野における先行研究 .....	14
1-3 研究の目的 .....	15
1-4 用語の定義 .....	15
1-4-1 フレイルについて .....	15
1-4-2 生活機能について .....	16
1-4-3 認知機能について .....	17
1-4-4 欲求について .....	17
1-5 本研究の構成 .....	18
第2章 高齢者のテレビ視聴の実態.....	19
2-1 本章の目的.....	20
2-2 方法.....	20
2-2-1 対象と方法.....	20

2-2-2	調査指標.....	21
2-2-3	分析方法.....	22
2-3	結果.....	23
2-3-1	調査と対象者について.....	23
2-3-2	対象者のテレビ視聴状況.....	25
2-3-2-1	視聴時間について.....	25
2-3-2-2	視聴時間帯について.....	26
2-3-2-3	視聴動機について.....	27
2-3-2-4	視聴番組について.....	36
2-3-2-5	視聴動機と視聴番組の結びつき.....	44
2-4	考察.....	46
2-4-1	高齢者の視聴時間について.....	46
2-4-2	高齢者のテレビ視聴時間帯について.....	46
2-4-3	高齢者のテレビ視聴動機について.....	47
2-4-4	高齢者のテレビ視聴番組について.....	48
2-4-5	高齢者のテレビ視聴動機と視聴番組の結びつきについて...	49
2-5	まとめ.....	50
<b>第3章 高齢者の生活機能とテレビ視聴との関連.....</b>		<b>52</b>
3-1	本章の目的.....	53
3-2	方法.....	53
3-2-1	対象と方法.....	53
3-2-2	調査指標.....	54

3-2-3	分析方法	55
3-3	結果	56
3-3-1	調査と対象者について	56
3-3-2	対象者の生活機能とフレイルの割合	57
3-3-3	フレイルの有無と視聴時間および視聴時間帯	59
3-3-4	フレイルの有無と視聴動機および視聴番組	61
3-3-5	フレイルの程度と視聴時間, 視聴動機, 視聴番組との関係	63
3-3-6	視聴動機および視聴番組に及ぼすフレイルの影響	64
3-3-6-1	視聴動機因子および視聴番組因子に及ぼすフレイルの影響	64
3-3-6-2	視聴動機因子下位項目および視聴番組因子下位項目に及ぼす フレイルの影響	69
3-3-7	フレイルの有無における視聴動機と視聴番組の結びつき	92
3-4	考察	96
3-4-1	対象者について	96
3-4-2	生活機能と視聴時間および視聴時間帯	96
3-4-2-1	フレイルの有無と視聴時間との関係	96
3-4-2-2	フレイルの有無と視聴時間帯との関係	97
3-4-3	生活機能と視聴動機および視聴番組	97
3-4-3-1	フレイルの有無における視聴動機と視聴番組の相違	78
3-4-3-2	生活機能と視聴動機および視聴番組との関連	98
3-4-3-3	生活機能が視聴動機および視聴番組に与える影響の大きさ	99
3-4-3-4	フレイルの有無における視聴動機と視聴番組の結びつき	100
3-5	まとめ	103

第4章	高齢者の認知機能とテレビ視聴との関連.....	105
4-1	本章の目的 .....	106
4-2	方法 .....	106
4-2-1	対象と方法 .....	106
4-2-2	調査指標 .....	107
4-2-3	分析方法 .....	108
4-3	結果 .....	109
4-3-1	調査と対象者について .....	109
4-3-2	対象者の認知機能とフレイルの割合 .....	110
4-3-3	対象者のテレビ視聴 .....	111
4-3-4	認知的フレイルの有無と視聴時間および視聴時間帯 .....	119
4-3-5	認知的フレイルの有無と視聴動機および視聴番組 .....	121
4-3-6	認知的フレイルの程度と視聴時間，視聴動機，視聴番組との関連 .....	123
4-3-7	視聴動機および視聴番組に及ぼす認知的フレイルの影響 ...	124
4-3-7-1	視聴動機因子および視聴番組因子に及ぼす認知的フレイルの 影響 .....	124
4-3-7-2	視聴動機因子下位項目および視聴番組因子下位項目に及ぼす 認知的フレイルの影響 .....	125
4-3-8	認知的フレイルの有無における視聴動機と視聴番組の結びつき .....	133
4-4	考察 .....	137
4-4-1	対象者について .....	137
4-4-2	認知機能と視聴時間および視聴時間帯 .....	137
4-4-2-1	認知的フレイルの有無と視聴時間との関係 .....	137

4-4-2-2	認知的フレイルの有無と視聴時間帯との関係 .....	137
4-4-3	認知機能と視聴動機および視聴番組 .....	138
4-4-3-1	認知的フレイルの有無における視聴動機と視聴番組の相違 .....	138
4-4-3-2	認知機能と視聴動機および視聴番組との関連 .....	138
4-4-3-3	認知機能が視聴動機および視聴番組に与える影響の大きさ .....	139
4-4-3-4	認知的フレイルの有無における視聴動機と視聴番組の結び つき.....	140
4-5	まとめ .....	142
<b>第5章</b>	<b>結論.....</b>	<b>143</b>
5-1	研究の総括 .....	144
5-2	今後の研究上の課題と展望 .....	147
	引用文献 .....	150
	附録 .....	159
附録1	生活機能調査票；基本チェックリスト .....	160
附録2	テレビ視聴調査票 .....	162
附録3	フレイルの人の情報取得について .....	167
	研究業績 .....	175
	謝辞 .....	177

# 第 1 章

## 序論

## 1-1 研究背景

### 1-1-1 少子高齢社会と介護予防におけるフレイルへの注目

わが国では現在、高齢者の総人口に対する割合は 28.4%となっている。そのうち 65～74 歳の前期高齢者は 1,740 万人（13.8%）、75 歳以上の後期高齢者は 1,849 万人（14.7%）と、後期高齢者が前期高齢者数を上回っている。高齢者人口は令和 24（2042）年にピークを迎えるが、出生数は減少を続けるため、高齢化率上昇は令和 47（2065）年まで続くといわれている。また、生活環境の改善、食生活・栄養状態の改善、医療技術の進歩等により、年齢調整死亡率が大幅に低下し、平均寿命は、平成 30（2018）年現在、男性 81.25 年、女性 87.32 年であり、令和 47（2065）年には、男性 84.95 年、女性 91.35 年となると見込まれている。人の寿命には、日常生活が自立している間の健康寿命と要介護状態になり死亡するまでの平均寿命がある。2001 年～2016 年までの総務省による報告によると、この間の平均寿命と健康寿命の差は縮まっていないことから、要介護高齢者の数も増えているのが現状である<sup>1)</sup>

このため国では、2003 年（平成 15 年）より健康寿命の延伸と健康格差の縮小を目標として、全国民を対象とした「健康日本 21」運動<sup>2)</sup>、2006 年（平成 18 年）からは高齢者を対象とした介護予防事業を開始し<sup>3)</sup>、これらを 2018 年（平成 30 年）に高齢社会対策大綱<sup>4)</sup>として一つにまとめている。介護予防には、健康な状態を維持する一次予防、虚弱な状態から要介護状態にならないための二次予防、要介護状態を進行させないための三次予防がある<sup>3)</sup>。二次予防対象の虚弱者は、2014 年（平成 26 年）に日本老年医学会によりフレイル（Frailty）と言い改められている<sup>5)</sup>。その理由は、虚弱者の心身機能が不可逆的であるとされていたのに対して、フレイル（Frailty）には、しかるべき介入により再び健常な状態に戻るという可逆性が包含されているからである。したがって近年では、フレイル（以下 Frailty を省略する）に対する介入が介護予防の近道として注目されている<sup>6)-9)</sup>。



## 1-1-2 介護予防施策としてのフレイル対策

介護予防においては、介入することにより高齢者の日常行動を健康的な行動へと変容させ、結果として健康維持あるいは改善を得て健康寿命を延ばすことが目的となる。そこで用いられる効果的な行動変容モデルには、健康信念モデル、行動変容ステージモデル、計画行動モデルなどが知られている<sup>10,11)</sup>。しかし、これらのモデルには限界があり、理論通りにいかない人々があり、その人々こそ強いストレスや心身機能に低下がみられ、近藤<sup>12,13)</sup>によれば、介入を行う健診や健康教室に参加せず、健康情報を得る機会が少なく、知識があっても処理能力に余裕がない傾向にあるという。そのため健康状態の良い者とそうでない者との格差がさらに拡大するという現象が起きている。

フレイルの人の行動を変えるにはどうすればよいのか。人の行動は、Maslow<sup>14)</sup>によれば欲求充足のためといわれており、加えて様々な環境情報を処理し選択した結果でもあるといわれている<sup>14,15)</sup>。Kahneman ら<sup>16)</sup>によれば、その行動は必ずしも合理的な思考の結果ではなく、そこには二つの情報処理システムがあるという。一つは、システムティック処理であり、もう一つは自動的過程あるいはヒューリスティック処理である。システムティック処理では情報の実質的吟味が行われるので認知負荷が大きい、一方ヒューリスティック処理では表層的でトップダウン的な単純な手がかりによる処理がおこなわれるので認知負荷が小さい。二つの処理過程を人は適宜使い分けていることから、近年では二重過程モデル（二重システム・モデル）と呼ばれている<sup>15,17)</sup>。

また、ヒューリスティック処理の処理速度はシステムティック処理よりも速く、情動とも関わりが深いことから、時間的な制約のある場合や、認知処理容量が少なく情動の安定を優先する高齢者に用いられやすいともいわれている<sup>17)</sup>。このことから、心身機能に低下傾向の見られるフレイルの人への介入には、認知負荷の少ない働きかけが必要であろうと考えられる。最近では、フレイルを作る環境に着目し、その人を取りまく環境への介入が提案されている<sup>12,13)</sup>。例えば、物理的環境としての交通手段については、乗降しやすい機能を備えた車種や利用しやすいシステムを取り入れることにより買い物および集会所へのアクセスを容易にすることや、人的環境としての住民同士の連携によるフォーマルあるいはイ

ンフォーマルな支援である。これらを効果的に進めるために認知バイアスを利用すること、および情動を喚起するゲーム性を取り入れることなどがあげられている。これらは一定の成果を上げているものの、自治体などが実施している事業への参加率は低迷している。フレイルの人は高齢者人口の 15.9%を占め、4.9%は事業に参加しているが、残りの 11.0%については未介入の状態である<sup>18)</sup>。そして、この人々がなぜ参加しないのかということについては明らかにされていない。人の行動が、その認知情報処理システムだけでなく欲求にも影響されるとすれば、フレイルの人の欲求から動機づけられるもの、求めているものを理解することも必要であろう。これを理解した上での介入は、より効果的になると考えられる。これを具体的に知るにはどうすればよいだろうか。それは、その人の日常生活をみることにより可能になると考えられる。

### 1-1-3 高齢者の生活時間とテレビ視聴

高齢者の生活時間はどのように構成されているのだろうか。総務省の平成 28 年社会生活基本調査によれば、睡眠や食事などの生理的に必要な活動(1次活動)と、仕事、家事、学業などの義務的な性格の強い活動(2次活動)を除く3次活動は7時間~9時間を占めている<sup>19)</sup>。3次活動のうち最も多くを占めるのは、テレビ・ラジオ・新聞などのメディアとの接触である(図 1-1)。

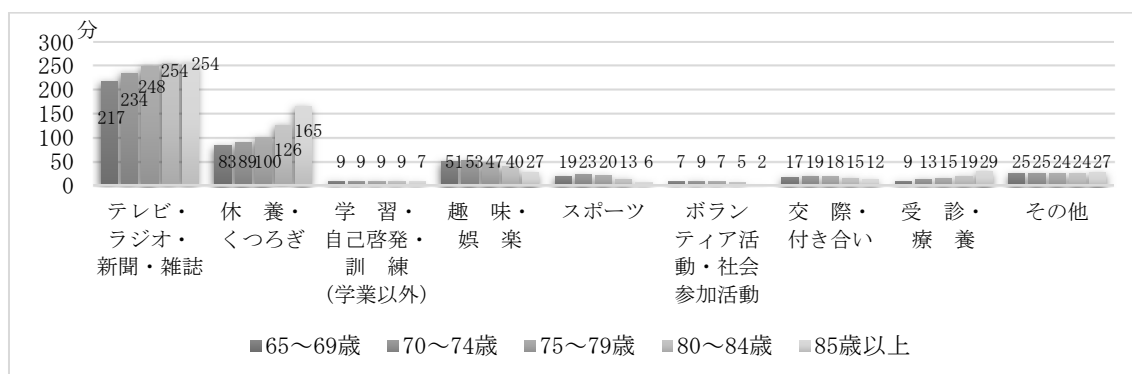


図 1-1 高齢者の3次活動(余暇活動)内容別時間(分)総務省平成28年社会生活基本調査から

テレビ・ラジオ・新聞のうち最も接触率の高いのはテレビであり、これは近年の傾向から見ても明らかである(図 1-2, 図 1-3<sup>20-22</sup>)。

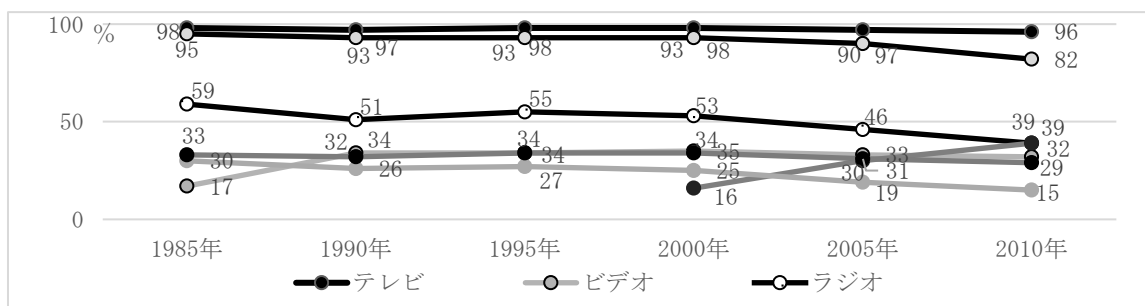


図 1-2 週に 1 回以上視聴する人(日常利用者)の率の変化(国民全体)  
NHK 放送文化研究所年報 2014 年から

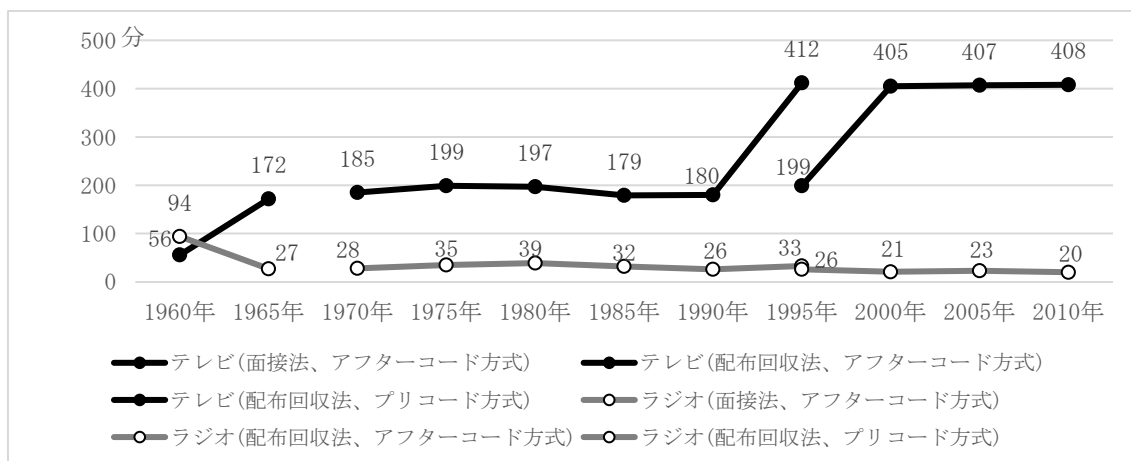


図 1-3 テレビ視聴時間量とラジオ聴取時間量の変化(国民全体)  
NHK 放送文化研究所年報 2014 年から

テレビ視聴時間は、健康な高齢者においては約 3 時間～5 時間<sup>22)</sup>であり、要介護高齢者においては約 8 時間にもなるという報告もある<sup>23)</sup>。このように高齢者の生活に深く浸透するテレビ視聴には、生活への姿勢および求めるものが投影されていると考えられる。そして、健康な人とフレイルの人においては視聴のしかたが異なり、その意味づけも異なっていると考えられる。小林ら<sup>24)</sup>による施設入所高齢者の調査では、テレビ視聴は「遊び・余暇活動」として最も多く行われており、生活満足度と正の相関があり、意味のある活動として位置づけられている。しかし、在宅の一般高齢者およびフレイルの人についての報告は見当たらない。

## 1-2 先行研究

テレビを含むメディア研究は、20世紀初頭にアメリカで誕生し、マス・コミュニケーションの影響や効果について検討され今日に至っている<sup>25)</sup>。中でも高齢者を対象としたテレビ視聴に関する研究は、1960年代のアメリカにおいて社会学分野で始まっており<sup>26,27)</sup>、日本では1970年代後半からである。その後2000年頃から保健福祉分野においてなされるようになり、近年では両分野における研究はほとんどみられない。先行研究からは、本研究を行う上で重要な示唆を与えられているので概観してゆく。

### 1-2-1 社会学および社会心理学分野における先行研究

まず、アメリカを中心としたマス・コミュニケーション効果研究についてみると、その研究は大きく3期に分けて語られることが多い<sup>28)</sup>。

第Ⅰ期は20世紀初頭～1930年代末であり、新聞やラジオ、映画の影響は、メディアから受け手へ一方向かつ強力であると認識されていた。そこでのメディアの受け手は無力で情緒的な大衆として描かれ、強力効果論(弾丸効果論)、接種効果論(皮下注射理論)が唱えられた<sup>15)26)</sup>。

第Ⅱ期は1940年代～1960年初頭であり、心理学的研究手法も取り入れられて実験や調査を駆使して多くの研究がなされた。一つは第Ⅰ期の流れを汲みつつマス・コミュニケーション効果の過程に注目した「コミュニケーションの流れ」研究である。二つめはマス・コミュニケーションの受け手に着目し、受け手がマス・メディアをどのように利用し、利用することでどのような心理的充足感を得ているのかについて検討した「利用と満足」研究である。これは、受け手が自らの欲求充足のために能動的にメディアを利用すると考え、その関係について検討している<sup>29)</sup>。三つには心理学の実験法を用いた「説得的コミュニケーション」研究である。この研究では、マス・コミュニケーションの効果は、他の影響源とともに作用するという限定的効果を示した<sup>26)</sup>。

第Ⅲ期は1960年代後半以降であり、この時期に登場したテレビの影響力の強さから、再び新しい効果論が誕生している。

一方で、「利用と満足」研究も継続されており、D. McQuail , Blumer , Brown (1972)らによる充足のタイポロジー、E. Katz , Gurevitch , Haas (1973)らによる要求のタイポロジーが作成され、時を経て M. R. Levy , S. Windahl (1985)ら<sup>29,30)</sup>により「受け手の能動性」として体系化された。池田<sup>15)</sup>によると「利用と満足研究」におけるテレビの視聴者は、テレビの制作者の意図とは別に自らの文脈や関心によって能動的にメッセージを読み取るという。高齢者とテレビ視聴におけるこの視座からの報告は、2012年の Van Der Goot ら<sup>31)</sup>のものが最後である。これは、オランダの86名の高齢者に対してテレビ視聴の意味についてインタビュー調査からまとめたものである。ここでは、テレビ視聴の増加は、日常生活および身体的変化、世帯構成の変化によりポジティブとネガティブの両方の理由で起こる可能性があること、年齢とともに重要性が増す番組と低下する番組があること、制限された余暇として、またはレジャーとして、あるいは適応術としての意味があるとしている。国際的には、この報告から現在まで高齢者のテレビ視聴についての研究は見当たらない。

さて、日本における高齢者のテレビ視聴研究は、1975年から、NHKと教育学者らにより始まった。三輪<sup>32)</sup>は、当時の高齢者の視聴時間は2時間くらいが一番多く、視聴時間帯は早寝早起きの健康な暮らしに沿っているとし、番組で好まれるのは、報道番組、教養番組、クイズ番組、連続ドラマ、時代劇、軽い演劇や視聴者参加型番組であること、テレビを情報源や娯楽、あるいは家族の団欒の一助としていると述べている。1980年代に入ると、アメリカの理論を活用した研究が出てきた。1984年に香取<sup>33)</sup>は、東京都内在住の高齢者に調査を行い、テレビには、社会に適応するための機能、高齢者としての生き方を学ぶ機能、精神的、情緒的不安あるいはストレスを解消する媒体としての機能があると述べた。同じころ時野谷<sup>30)</sup>は、視聴動機について老年社会学の活動理論とアメリカにおいて盛んであった社会心理学の「利用と満足研究」を用いて検討し、視聴は能動的なものが多く、情報、娯楽が主要な動機であり、年齢、性別による影響をあまり受けないこと、日本とアメリカとの比較において、日本では情報型、娯楽型、人間関係型だが、アメリカでは娯楽と情報動機が結合していること、動機そのものの水準は日本の高齢者の方が高く、活動理論を裏付けるものであると述べている。1990年に長谷川<sup>34)</sup>は、テレビへの依存という観点から調査を行ない、3つ

のグループに分類して番組選択との関係をみている。情緒的依存グループは4時間以上の視聴で娯楽中心、非情緒的依存グループは視聴時間が2時間～4時間で情報、学習・教養中心、非依存グループではどの分野とも負の相関で視聴時間は短い傾向であると報告した。1999年に八巻<sup>35)</sup>は、テレビを「見る」よりは、とりあえず「つける」習慣がみられること、これらの行動は若い時からの習慣として存在していたと述べている。2001年に小田<sup>36)</sup>は、視聴時間と番組選好には関連がみられ、長時間の視聴は「娯楽番組」「映画番組」と正の相関、「学習・教養番組」とは負の相関があると述べている。このような日本における高齢者のテレビ視聴研究は2001年を最後にみられず、以降のメディア研究は、新しく台頭してきたインターネットに関するものへと移行し<sup>37)</sup>、そこでも高齢者に関する研究は皆無となっている。これまでみてきた研究は全て社会学の視点からであるため、当然ながら高齢者の健康状態に着目した研究は見当たらず、それによるテレビ視聴の違いについては明らかになっていない。

#### 1-2-2 保健福祉分野における先行研究

保健医療分野においては、主に生活習慣病と認知機能との関連について研究されてきた。生活習慣病との関連については、2006年にアメリカにおいてBowman<sup>38)</sup>が20歳以上の成人9,157人を対象に大規模調査を行ない、1日2時間以上のテレビ視聴は、過体重や無職であることなどと関連していたと報告している。これはテレビ視聴を座り続けることによる弊害として明らかにしたものである。2011年になるとオーストラリア<sup>39)</sup>では60歳以上を対象とし、2012年～2014年に日本<sup>40)</sup>では65歳～74歳を対象として大規模調査が行われ、長時間のテレビ視聴が、HDLコレステロール値の低下やⅡ型糖尿病、肥満と関連があると報告されている。認知機能との関係を見る研究においては、2005年のLindstromら<sup>41)</sup>による中年期の長時間視聴がアルツハイマー病発症のリスクをあげているという報告や注意機能、記憶機能および実行機能の低下につながるという報告がある<sup>42-44)</sup>。これらの研究は、視聴時間や頻度を指標としたものであり、視聴動機や視聴番組との関連は検討されていないことから、高齢者が何故テレビを見るのか、そこに何を求めているのかという問いには答えておらず、それ

に関して健康状態による検討もなされていない。このように、高齢者のテレビ視聴とその健康状態の関係については、社会学分野においても保健福祉分野においても未検討の部分が残されているのが現状である。

### 1-3 研究の目的

これまで述べてきたように、フレイル高齢者への介入は喫緊の課題であるが、その内容がフレイル高齢者の求めるものに沿っているかどうかについては明らかでない。従来おこなわれてきた方法に、この視点を入れることにより、さらに効果的な介入の可能性も出てくる。これを知るためには、何気ない普段の生活を見ることから抽出できると考えられ、その一部となっているのがテレビ視聴である。そこで本研究では、高齢者のテレビ視聴には高齢者の求めているものが表われていると仮定し、高齢者の健康状態とテレビ視聴との関連について検討することにより、そこに表出するフレイル高齢者に特徴的な求めるものを明らかにすることを目的とする。

### 1-4 用語の定義

本研究において使用する専門的用語の意味と使用範囲について説明する。

#### 1-4-1 フレイルについて

フレイル診療ガイド 2018 年版<sup>45)</sup>によるとフレイルとは、要介護状態に至る前段階として位置づけられるが、身体的脆弱性のみならず精神心理的脆弱性や社会的脆弱性などの多面的な問題を抱えやすく、自立障害や死亡を含む健康障害を招きやすいハイリスク状態を意味する。フレイルには、大別して身体的、認知的、社会的フレイルの下位概念がある。身体的フレイルの定義はFriedら<sup>46)</sup>によるものが国際的に知られており、体重減少 (shrinking/weight loss)、筋力

低下 (weakness), 疲労 (exhaustion), 歩行速度の低下 (slowness), 身体活動の低下 (low activity) の5つのうち, 3つ以上に該当する場合という指標である. 疲労 (exhaustion) については精神的なものも含まれていることから, 身体面のみの特化した指標とはいえず, この他にも複数の指標が存在する. 認知的フレイルには International Academy on Nutrition and Aging (IANA) と International Association of Gerontology and Geriatrics (IAGG) のワーキンググループにより恣意的に設けられた「身体的フレイルを合併した認知機能障害 (CDR=0.5) であり, かつ認知症でないこと」という基準があるものの, この定義や判定のための基準および評価すべき指標については, 国際的なコンセンサスが不十分な状況である<sup>47)</sup>.

社会的フレイルには, 独居や外出頻度, 友人の訪問, 家族との接触のうち2つ以上の問題のあることとされているが, これも認知的フレイルと同様に定義や判定基準は確立されていない<sup>45)</sup>. 暫定的なフレイル高齢者の割合は, わが国においては, 地域在住高齢者の約10%~16%前後と推計されており, フレイル高齢者の割合は加齢とともに増加し, 男性に比較して女性に多いともいわれている<sup>19, 45)</sup>. フレイルについては, その重要性は国際的に認識されているものの, 研究の蓄積が浅いことから, 具体的な評価基準等については開発途上の段階であるといわざるを得ない. したがって本研究においては, 国際的なFriedら<sup>46)</sup>の指標との併存妥当性を有する<sup>48, 49)</sup>基本チェックリスト<sup>3)</sup>を生活機能のフレイルの指標とし, Friedら<sup>46)</sup>の指標に準拠した基準によりフレイルを判定する.

#### 1-4-2 生活機能について

生活機能とは WHO の国際生活機能分類 (International Classification of Functioning, Disability and Health) によれば, 人の健康と関連する心身機能 (Body Function) ・身体構造 (Body Structure), 活動 (Activities) と参加 (Participation) を含めた包括的な概念である<sup>50)</sup>. 人の健康はこれらの要素から構成されることから, これらが低下することによりフレイルとなり, やがて要介護状態へと移行する, あるいは良好に保たれることにより健康を維持するとい



うことになる。このような生活機能を高齢者において評価するための指標が基本チェックリスト<sup>3)</sup>である。基本チェックリストには IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつの7分野があり, 心身機能・身体構造の評価には運動, 栄養, 口腔, 認知, うつの各項目が相当し, 活動と参加の評価には IADL, 閉じこもりの各項目が相当すると考えられる。このため, フレイルは総合点から判定される場合と, 下位項目の各分野の基準による場合がある。本研究では, 基本チェックリストの結果により生活機能および認知機能を評価し, 総合点で判定されるフレイルを「フレイル」および「総合的フレイル」と定義し, 下位分野の基準によるフレイルを, 運動のフレイル, 栄養のフレイル, 口腔のフレイル, 閉じこもり, 認知のフレイル, うつ傾向と定義する。

#### 1-4-3 認知機能について

生活機能の一つである認知機能は, さらに, 注意, 記憶, 言語, 思考, 視空間認知, 遂行機能, 見当識, 知識, 計算, 理解, 社会的認知などの精神機能に分類される。特に加齢に関連するものには注意, 記憶, 言語, 思考, 視空間認知があり<sup>51)</sup>, 認知症と関連するものには注意, 記憶, 言語, 視空間認知, 遂行機能, 社会的認知などがある<sup>52)</sup>。これらの測定指標の一つにファイブ・コグ検査<sup>53)</sup>がある。本研究では, この検査から認知機能を評価し, 認知機能のフレイルを判定する。なお, 総合点において「加齢関連認知機能低下の可能性」と判定されるものを「認知的フレイル」と定義する。

#### 1-4-4 欲求について

人の行動は欲求(need)に動機づけられて起こるといわれている<sup>14, 54, 55)</sup>。行動は, それにより人間や動物が示す観察可能な動作や反応<sup>56)</sup>であり, 意思を含まないこともある。一方, 意図的および積極的に行動することは活動<sup>56)</sup>と呼ばれる。本研究においては, 高齢者が自らの欲求に動機づけられてテレビ視聴をする

と考えることから、この一連の行動を引き起こすものを欲求と定義し、その対象を「求めるもの」とする。

## 1-5 本研究の構成

本研究の構成は次のとおりである。第1章では、高齢者に対する介護予防の必要性と、その介入の視点として高齢者本人の欲求から起こる求めているものを理解する必要性、およびそれをテレビ視聴から検討する妥当性について述べ、その方法論を設定し、先行研究を概観した。第2章では、本研究の対象者のテレビ視聴実態について、一般高齢者を対象とした先行研究の知見と照らし合わせて歴史的に俯瞰しつつ結果の一般化可能性を検討する。第3章では、高齢者の生活機能におけるフレイルの程度とテレビ視聴時間、視聴時間帯、視聴動機および視聴番組との関連について検討し、生活機能におけるフレイルの程度により、テレビ視聴形態が異なるかどうかについて明らかにし、フレイルの人の求めるものを推定する。第4章では、生活機能の中でも、特にテレビ視聴と関連の深い認知機能について、そのフレイルの程度と視聴時間、視聴時間帯、視聴動機および視聴番組との関連について検討し、認知的フレイルの人の求めるものを推定する。第5章では、第3章と第4章の結果を踏まえ、主題であるフレイルの人の求めるものについて総合的に推定する。以上の構成を模式的に図4に示す。

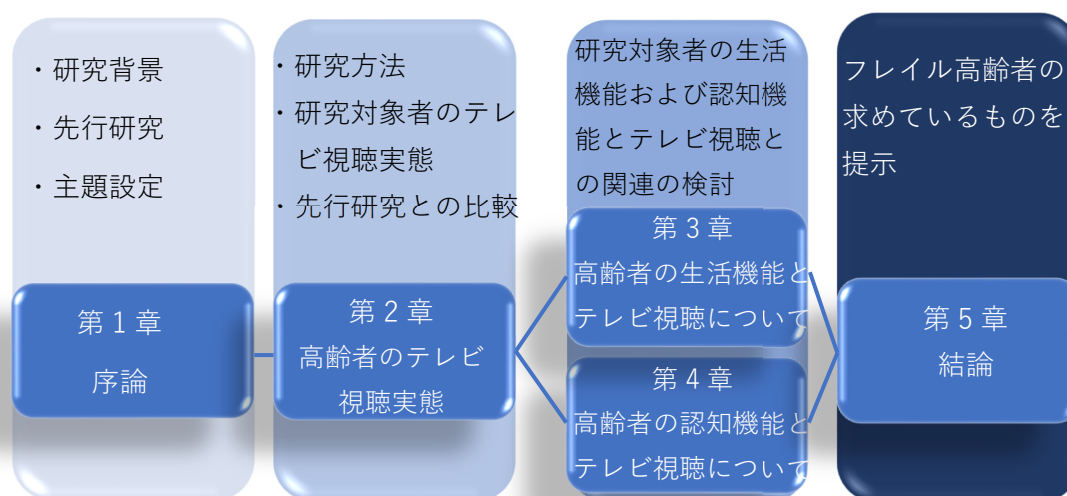


図1-4 本論文の構成

## 第2章 高齢者のテレビ視聴の実態

## 2-1 本章の目的

本章では、高齢者のテレビ視聴として視聴時間、視聴時間帯、視聴動機および視聴番組に着目し、一般高齢者を対象とした先行研究と比較検討することにより、本研究対象者の結果が一般化できるかどうかについて明らかにすることを目的とする。

## 2-2 方法

### 2-2-1 対象と方法

研究デザインは、実施可能な横断的研究とした。

対象者は、主に著者が居住する栃木県北部の高齢者および知人を介した地方都市 4 か所の高齢者とした。栃木県北部地域については、二つの自治体の協力を得た。一つは地元住民の多い自治体であり、他方は別荘地区への移住奨励を施策としていることから、東京、千葉、神奈川などの首都圏からの移住者が多い自治体である。この自治体で実施される公的事業への参加者は、移住者が圧倒的に多いという特徴がある。二つの自治体では、公的事業や地域集会、私的集会などの幅広い条件の場で調査することが可能であり、このことにより多様な価値観を持つ高齢者について検討することができると考えた。

調査は、書字の可能な者については自記式を、書字の苦手な者には面接による質問紙調査とした。期間は、季節によるバイアスを考慮し通年を通して 2014 年 11 月～2015 年 12 月とした。

本調査については、放送大学研究倫理委員会の承認を受けた。

(通知番号 2014-15)

## 2-2-2 調査指標

高齢者のテレビ視聴のしかたについては，その定義が先行研究には見当たらなかつたため，視聴時間，視聴時間帯，視聴番組，視聴動機について，先行研究<sup>30, 32, 36, 57)</sup>を参考に自作した．(附録1参照のこと) 内容項目を表2-1に示す．

表2-1 テレビ視聴質問紙の設定項目とその内容

設問項目	設問内容
視聴時間	ほとんど見ない，1時間くらい，2時間くらい，3時間くらい 4時間くらい，5時間くらい，6時間以上
視聴時間帯	見ない，見る
視聴動機 14項目	楽しませてもらえる(娯楽) くつろがせてくれる(リラックス) 見やすくて便利(便宜性) 見るのが習慣になっている(習慣) 話題を提供してくれる(コミュニケーションの話題) 一人のときテレビは自分の相手になってくれる(仲間関係) 時間つぶしになる(時間つぶし) ただで見られる(経済性) わずらわしいことを忘れさせてくれる(逃避) 世界の動きや人々の生活を知ることができる(社会情報) 他人に対して，どのようにふるまえばよいかを教えてくれる (行動の指針) お客を接待する時に役立つ(接待の知恵) 気持ちをわくわくさせる(興奮) 買いたいと思っている商品について知ることができる(商品情報)
視聴番組 25項目	歴史・風土，紀行・旅，趣味，自然・動物，生活・実用，科学・美術 学習・語学，健康・病気，歌・音楽，洋画，邦画，海外ドラマ ワイドショー，落語・漫才，笑い・コント，クイズ・ゲーム，通販番組 インタビュー，ニュース・報道，天気予報，政治・経済・社会 スポーツ，現代ドラマ，時代劇，アニメ・漫画

・視聴動機の( )内は略称とし，以降の文章における視聴動機は略称で示す

視聴時間については、NHKの調査<sup>57)</sup>と小田の「高齢者のテレビ視聴時間と番組選好」<sup>36)</sup>を参考に、0：ほとんど見ない 1：1時間くらい 2：2時間くらい 3：3時間くらい 4：4時間くらい 5：5時間くらい 6：6時間以上の7件法とした。

視聴時間帯については、NHK<sup>57)</sup>と三輪<sup>32)</sup>の調査を参考に朝6時から24時までの2時間ごとに見ている時間帯に○印をつけてもらい、○印のないものを0：見ないとし、○印のついているものを1：見るとして2件法とした。

視聴動機については、時野谷<sup>30)</sup>の「老人視聴者の動機 - 充足に関する研究」論文から引用し14種類の項目とした。これは1982年にルービンら<sup>58,59)</sup>が開発した信頼性と妥当性の確認されたものを時野谷<sup>30)</sup>が訳して使用したものである。尺度は、1：思わない 2：どちらかといえば思わない 3：どちらともいえない 4：どちらかといえば思う 5：そう思う の5件法とした。また、時野谷<sup>30)</sup>が訳した動機項目の略称のうち妥当性に疑問のあるものについては、新たな略称を充てた。変更は、世界の動きや人々の生活を知ることができる「情報」を「社会情報」に、お客を接待する時に役立つ「社会関係」を「接待の知恵」に、買いたいと思っている商品について知ることができる「広告」を「商品情報」とした。

視聴番組の種類については、一般的な分類方法を明示している文献はみられなかったため、NHKの「放送研究と調査」<sup>57)</sup>と小田の「高齢者のテレビ視聴時間と番組選好」<sup>36)</sup>を参考に、25種類の分類方法を活用した。視聴頻度の評価方法についても同様に、一般的な分類方法を検討したものはみられなかったため、厚生労働省の継続的評価分析支援事業調査の評価方法<sup>60)</sup>を用い、その頻度を1：見ない 2：年に数回 3：月に数回 4：週に数回 5：毎日 の5件法とした。

### 2-2-3 分析方法

分析には、各尺度に割り付けた数字を用いた。先行研究との比較は、視聴時間、視聴時間帯、視聴番組、視聴動機については、各研究における分析方法に倣い、基本統計量を算出した。また、視聴動機および視聴番組については、先行研究において因子分析を実施していたことから同様におこなった。因子の抽出には、最

尤法とプロマックス回転を、因子数はスクリープロットおよび固有値から検討し決定した。視聴動機については、先行研究において上位 5 項目どうしの相関分析も実施していることから同様におこなった。視聴動機および視聴番組の差の検定は、年齢層(60 歳～69 歳, 70 歳～79 歳, 80 歳～の 3 分類および前期高齢者と後期高齢者の 2 分類)と性別について, kuraskal-Wallis の検定および Mann-Whitney の U 検定を用いた。

さらに、視聴動機と視聴番組の関係について、制御変数を年齢、性別とした Spearman の偏相関分析を実施した。欠損値の扱いは、リストワイズとし、有意水準 5 %を統計的有意とした。分析には IBM 社の SPSS Statistics ver.23 を用いた。

## 2-3 結果

### 2-3-1 調査と対象者について

調査は、30 箇所において 451 名に実施した。内訳は、会場において自記式を 354 名に、面接聞き取りを 29 名に行ない、さらに会場への置き留めを 25 名に、個別配布を 9 名に、個別郵送を 34 名に実施し後日回収した。調査実施の年月および場所における調査方法と人数を表 2-2 に、年齢層と性別における人数と割合について表 2-3 に示した。

表 2-2 調査実施年月，場，方法，人数一覧

調査年月	場	調査方法	人数	調査年月	場	調査方法	人数
2014年 11月	a	会場即日回収	6	2015年 3月	h	郵送回収	10
2014年 12月	a	会場即日回収	38	2015年 4月	c	会場置き留め後日回収	5
2014年 12月	c	会場即日回収	23	2015年 4月	h	郵送回収	10
2015年 1月	d	会場即日回収	25	2015年 5月	e	会場即日回収	12
2015年 1月	g	会場即日回収	14	2015年 5月	a	会場即日回収	13
2015年 1月	f	会場即日回収	25	2015年 5月	g	会場即日回収	9
2015年 2月	c	会場置き留め後日回収	7	2015年 5月	g	会場即日回収	23
2015年 2月	e	会場即日回収	15	2015年 6月	a	会場即日回収	26
2015年 3月	f	会場即日回収	15	2015年 6月	h	会場置き留め後日回収	9
2015年 3月	c	会場置き留め後日回収	4	2015年 6月	a	会場即日回収	13
2015年 3月	a	会場即日回収	8	2015年 7月	a	会場即日回収	15
2015年 3月	g	郵送回収	14	2015年 7月	a	会場即日回収	13
2015年 3月	f	会場即日回収	22	2015年 7月	b	会場即日回収	30
2015年 3月	e	会場即日回収	13	2015年 11月	a	会場即日回収	8
2015年 3月	g	会場置き留め後日回収	9	2015年 12月	b	会場即日回収	17

a; 介護予防教室 b; 認知症予防講座 c; 学習会 d; 自主グループ (体操)  
e; 自主グループ (ゲートボール) f; 自主グループ (手工芸) g; 茶話会 h; 個人

このうち年齢，性別の記載があり同意署名の得られた 407 名 (有効回答 90.2%) を分析対象とした。対象者の内訳は，男 114 名，女 293 名，前期高齢者 184 名，後期高齢者 223 名，平均年齢 75.97±7.13 歳 (男 75.32±6.55 歳，女 76.22±7.33 歳) だった。対象者の年齢層と性別における人数および年齢層と性別に対する割合を表 3 に示した。年齢の 65 歳～79 歳までが全体の 6 割を占め，性別では女性が 7 割を占めていた。



表 2-3 対象者の年齢層と性別における人数および年齢層と性別に対する割合

		年齢層(歳)						合計	
		65~69	70~74	75~79	80~84	85~89	90~94	95~	
	人数	24	30	31	18	8	3	0	114
男性	性別割合(%)	21.10	26.30	27.20	15.80	7.00	2.60	0.00	100.00
	年齢層割合(%)	25.80	33.00	35.20	22.80	17.00	37.50	0.00	28.00
	人数	69	61	57	61	39	5	1	293
女性	性別割合(%)	23.50	20.80	19.50	20.80	13.30	1.70	0.30	100.00
	年齢層割合(%)	74.20	67.00	64.80	77.20	83.00	62.50	100.00	72.00
	人数	93	91	88	79	47	8	1	407
合計	年齢層割合(%)	22.90	22.40	21.60	19.40	11.50	2.00	0.20	100.00

## 2-3-2 対象者のテレビ視聴状況

### 2-3-2-1 視聴時間について

視聴時間における人数の割合を表 2-4 に示した。視聴時間は、平均  $3.1 \pm 1.5$  時間、中央値 3 時間だった。先行との比較を表 2-5 に示した。三輪の最頻値は 2 時間だった。香取は活動タイプによる視聴時間として、学習活動タイプ 3 時間未満、趣味タイプ 3 時間~5 時間、無活動タイプ 5 時間以上であった。長谷川は 2 時間~4 時間、小田は  $4.1 \pm 2.1$  時間、中央値:3 時間だった。NHK は 60 代が、男 4 時間 55 分、女 4 時間 47 分、70 代が男 6 時間、女 5 時間 31 分だった。

表 2-4 対象者のテレビ視聴時間の人数と割合 (n=398)

	人数	%
ほとんど見ない	15	3.8
1時間くらい	39	9.8
2時間くらい	86	21.6
3時間くらい	114	28.6
4時間くらい	68	17.1
5時間くらい	48	12.1
6時間以上	28	7.0

表 2-5 対象者の属性およびテレビ視聴時間における先行研究との比較

	1976年三輪 <sup>31)</sup>	1984年香取 <sup>32)</sup>	1990年長谷川 <sup>33)</sup>	2001年小田 <sup>35)</sup>	2010年 NHK <sup>54)</sup>	2015年 本調査
人数	594名	358名	337名	2,732名	1,013名	407名
年齢	平均年齢不明	平均年齢不明	平均年齢不明	73.6±6.3歳	平均年齢不明	75.97±7.13歳
範囲	60歳～80歳代	60歳～80歳代	60歳～70歳代	65歳～99歳	60歳～79歳	65歳～95歳
対象	老人学級受講者	都内在住者	団地居住者	市内在住高齢者	モニター登録者	地域在住高齢者
視聴時間	最頻値2時間	3時間未満 (学習活動タイプ) 3時間～5時間 (趣味タイプ) 5時間以上 (無活動タイプ)	2時間～4時間	4.1±2.1時間  中央値:3時間	60代 男4時間55分 女4時間47分  70代 男6時間 女5時間31分	3.1±1.5時間  中央値:3時間

・1984年香取<sup>33)</sup>: 視聴時間における( )内は著者による分類名

## 2-3-2-2 視聴時間帯について

一日の2時間ごとの視聴者数と割合について表 2-6 に示した。6時～8時、12時～14時、18時～20時に視聴率のピークがみられ、特に18時～20時の視聴率は24時間の中で最も多かった。先行研究との比較を、時間帯ごとの視聴率について表 2-7 に示した。時間帯の調査は、学術論文のものは三輪<sup>32)</sup>の調査以外には見当たらなかったため、NHKによる国民生活時間調査<sup>61～63)</sup>を参考にした。先行研究においては、どれも8時～10時、12時～14時にピークがあり、夜のピークは1995年までは20時～22時が明らかに多く、2005年では18時～20時と20時～22時が同程度となり、2015年では本調査と同じく18時～20時となっていた。全年を通して、夜のピーク時間帯視聴率が最も高かった。

表 2-6 対象者のテレビ視聴時間帯別視聴の有無の人数と割合

	時間帯 (時)								
	6~8	8~10	10~12	12~14	14~16	16~18	18~20	20~22	22~24
視聴なし	178	234	335	212	330	271	98	196	342
	46.72	61.42	87.93	55.64	86.61	71.13	25.72	51.44	89.76
視聴あり	203	147	46	169	51	110	283	185	39
	53.28	38.58	12.07	44.36	13.39	28.87	74.28	48.56	10.24

・上段は人数，下段は割合 (%)

表 2-7 時間帯別視聴率：先行研究 (NHK 調査) との比較

	時間帯 (時)								
	6~8	8~10	10~12	12~14	14~16	16~18	18~20	20~22	22~24
今回調査2015年	53.3	38.6	12.1	44.4	13.4	28.9	74.3	48.6	10.2
NHK調査2015年 <sup>60)</sup>	25.8	27.2	16.8	28.8	19.0	24.9	49.4	48.4	15.6
NHK調査2005年 <sup>59)</sup>	24.5	27.5	19.3	32.5	18.3	23.3	49.4	49.7	16.6
NHK調査1995年 <sup>58)</sup>	22.2	25.5	22.5	28.4	26.4	23.1	36.1	46.2	12.8
三輪調査1976年 <sup>31)</sup>	23	36	9	49	13	7	33	52	20

- ・値は時間帯における「視聴あり」の割合 (%)
- ・三輪調査には小数点以下の記載なし
- ・NHK のものは 70 代男女の自宅内テレビ視聴の平均値を算出

### 2-3-2-3 視聴動機について

視聴動機項目の尺度の信頼性は Cronbach の  $\alpha$  係数が 0.849 だった。

視聴動機の強さの基本統計量を表 2-8-1, 表 2-8-2 に示した。対象者全体としては，社会情報，便宜性，娯楽の各動機の中央値が 5.00 であり動機の強いことを示していた。性別においては，どちらの性においても全体と同じく社会情報，娯楽，便宜性の中央値が 5.00 であり動機の強いことを示していた。これに加えて女性においては，コミュニケーションの話題の中央値も 5.00 であり動機の強さがみられた。年齢層では，65 歳～69 歳の層において，社会情報，便宜性，娯

楽，コミュニケーションの話題の中央値が 5.00 であり動機の強いことを示していた。70 歳～79 歳の層においては，社会情報，娯楽の中央値が 5.00 であり動機の強いことを示していた。80 歳以上の層においては，65 歳～69 歳の層と同じく社会情報，便宜性，娯楽，コミュニケーションの話題の中央値が 5.00 であり動機の強いことを示していた。また，仲間関係と時間つぶしの各動機の中央値は 4.00 であり，他の 2 つの層とは異なり動機が強い傾向を示した。

表 2-8-1 視聴動機基本統計量：全体，性別

	全体 (n=362～386)			男 (n=102～111)			女 (n=259～275)		
	第 I 四分位	第 II 四分位 (中央値)	第 III 四分位	第 I 四分位	第 II 四分位 (中央値)	第 III 四分位	第 I 四分位	第 II 四分位 (中央値)	第 III 四分位
社会情報	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00
便宜性	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00
娯楽	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00
リラックス	3.00	4.00	5.00	3.50	4.00	5.00	3.00	4.00	5.00
コミュニケーションの話題	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00
習慣	3.00	4.00	5.00	3.00	4.00	5.00	3.00	4.00	5.00
仲間関係	3.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00
時間つぶし	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.50	2.00	4.00	4.00
逃避	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00
行動の指針	3.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00
経済性	1.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00
興奮	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00
接待の知恵	1.00	3.00	4.00	1.00	3.00	3.00	1.00	3.00	4.00
商品情報	1.00	3.00	4.00	1.00	3.00	3.00	1.00	3.00	4.00

- ・統計量は，正規分布を示さないことから四分位を記載
- ・性別の統計量は後述の時野谷<sup>29)</sup>の研究との比較に用いた
- ・視聴動機の尺度：1：思わない 2：どちらかといえば思わない 3：どちらともいえない 4：どちらかといえば思う 5：そう思う

表 2-8-2 視聴動機尺度の基本統計量：年齢層

	65歳～69歳 (n=88～91)			70歳～79歳 (n=165～171)			80歳～ (n=108～126)		
	第I 四分位	第II 四分位 (中央値)	第III 四分位	第I 四分位	第II 四分位 (中央値)	第III 四分位	第I 四分位	第II 四分位 (中央値)	第III 四分位
社会情報	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	3.75	5.00	5.00
便宜性	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	3.00	5.00	5.00
娯楽	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00
リラックス	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	3.00	4.00	5.00
コミュニケーションの話題	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	3.00	4.00	5.00
習慣	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	3.00	4.00	5.00
仲間関係	2.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00	3.00	4.00	5.00
時間つぶし	2.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00	2.50	4.00	5.00
逃避	2.00	3.00	3.75	2.00	3.00	4.00	1.00	3.00	5.00
行動の指針	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	5.00
経済性	1.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00	1.00	3.00	5.00
興奮	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00
接待の知恵	2.00	3.00	3.00	1.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00
商品情報	1.00	2.00	3.00	1.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00

- ・統計量は、正規分布を示さないことから四分位を記載
- ・年齢層別の統計量は後述の時野谷<sup>29)</sup>の研究との比較に用いた
- ・視聴動機の尺度：1：思わない 2：どちらかといえば思わない 3：どちらともいえない  
4：どちらかといえば思う 5：そう思う

視聴動機については、その尺度を用いた時野谷<sup>30)</sup>との比較を表 2-9 に示した。時野谷<sup>30)</sup>は、視聴動機の平均値の高いものから順位で表わしており、これと同様に表記した。6 位までの動機には同じものが上がっており、その順位にも大きな変化はなく、下位の動機 13 位および 14 位は同じだった。

表 2-9 視聴動機尺度の順位における先行研究との比較

動機項目	2015年 今回調査	1986年 時野谷 <sup>30)</sup>
社会情報	1 (4.36)	1 (4.37)
娯楽	2 (4.28)	3 (4.20)
コミュニケーションの話題	3 (4.19)	5 (3.66)
便宜性	4 (4.18)	2 (4.27)
リラックス	5 (4.02)	4 (3.73)
習慣	5 (4.02)	6 (3.63)
行動の指針	7 (3.35)	10 (2.76)
興奮	8 (3.33)	12 (2.52)
仲間関係	8 (3.33)	7 (3.35)
時間つぶし	10 (3.32)	8 (3.16)
逃避	11 (2.96)	9 (2.98)
経済性	12 (2.93)	10 (2.76)
接待の知恵	13 (2.81)	13 (2.05)
商品情報	14 (2.64)	14 (1.98)

- ・ 視聴動機の尺度：1：思わない 2：どちらかといえば思わない 3：どちらともいえない  
4：どちらかといえば思う 5：そう思う
- ・ 視聴動機の順位は、時野谷<sup>30)</sup>と比較するため、同様に平均値から順位を算出した

つぎに、時野谷<sup>30)</sup>の論文に記載されていた上位5位どうしの相関についての比較を表2-10に示した。時野谷<sup>30)</sup>の結果を網掛けで示した。社会情報と娯楽の相関が最も低く(今回:0.18, 時野谷<sup>30)</sup>:0.17), 娯楽とリラックスの相関が最も高い(今回:0.57, 時野谷<sup>30)</sup>:0.49)という点で同じだった。

表 2-10 視聴動機上位5項目どうしの相関の先行研究との比較

	社会情報	便宜性	娯楽	リラックス	コミュニケーションの話題
社会情報	1.00	0.28	0.17	0.23	0.39
便宜性	0.24**	1.00	0.34	0.31	0.25
娯楽	0.18**	0.56**	1.00	0.49	0.25
リラックス	0.22**	0.55**	0.57**	1.00	0.40
コミュニケーションの話題	0.31**	0.49**	0.45**	0.56**	1.00

- ・値は Spearman の順位相関係数
- ・  は時野谷<sup>30)</sup>の数値, 有意確率は不明
- \*\* : 1%水準で有意 (両側)

時野谷<sup>30)</sup>は、視聴動機における年齢層（65歳～69歳，70歳～79歳，80歳～の3層）および性別による差を検討していることから，同様に実施し，その結果を表2-11に示した．年齢層においては仲間関係に有意差がみられ，それは65歳～69歳と80歳～の層との間で明確になっていた．性別においては，行動の指針，興奮，接待の知恵に有意差がみられ，いずれも女性の方が強い傾向を示した．

表2-11 年齢層と性別における視聴動機の差の検定結果

	年齢層（65歳～69歳，70歳～79歳，80歳～）			性別		
	p	r (60歳代と 70歳代)	r (70歳代と 80歳代)	r (60歳代と 80歳代)	p	r
社会情報	0.324	-0.030	-0.070	-0.100	0.698	-0.020
便宜性	0.208	-0.100	-0.020	-0.110	0.582	0.010
娯楽	0.966	-0.020	-0.010	-0.010	0.439	-0.030
リラックス	0.888	-0.020	-0.030	-0.020	0.834	-0.040
コミュニケーションの話題	0.198	-0.040	-0.080	-0.120	0.412	-0.040
習慣	0.641	-0.040	-0.050	-0.010	0.159	-0.070
仲間関係	0.005	-0.110	-0.130	-0.220	0.556	0.030
時間つぶし	0.559	-0.010	-0.060	-0.060	0.509	0.030
逃避	0.067	-0.040	-0.110	-0.150	0.676	-0.020
行動の指針	0.097	-0.130	-0.020	-0.130	0.033	-0.110
経済性	0.210	-0.100	-0.020	-0.110	0.869	0.010
興奮	0.479	0.000	-0.070	-0.070	0.034	-0.110
接待の知恵	0.867	-0.030	-0.020	-0.010	0.047	-0.100
商品情報	0.170	-0.120	-0.010	-0.090	0.348	-0.050

- ・年齢層（65歳～69歳，70歳～79歳，80歳～）の分析は kuraskal-Wallis の検定を実施した
- ・年齢層における効果量 r は，3群の中の2群ずつの組み合わせにおいて Mann-Whitney の U 検定を実施し，得られた z 値から算出した
- ・性別は Mann-Whitney の U 検定を実施した



年齢層と性別における差の検定結果について、時野谷<sup>30)</sup>と比較したものを表2-12に示した。年齢層における結果は、時野谷<sup>30)</sup>の方に社会情報、習慣、興奮、仲間関係、時間つぶしに有意差がみられ、今回の調査との共通項目は仲間関係だった。性別における結果は、時野谷<sup>30)</sup>の方に行動の指針、接待の知恵、商品情報に有意差がみられ、今回の調査との共通項目は行動の指針、接待の知恵だった。

表 2-12 視聴動機の年齢、性別による差の検討における先行研究との比較

	年齢層		性別	
	今回調査	時野谷 <sup>29)</sup>	今回調査	時野谷 <sup>29)</sup>
社会情報		*		
娯楽				
コミュニケーションの				
話題				
便宜性				
リラックス				
習慣		**		
行動の指針			*(0.033)	*
興奮		*	*(0.034)	
仲間関係	** (0.005)	**		
時間つぶし		**		
逃避				
経済性				
接待の知恵			*(0.047)	**
商品情報				**

・先行研究において時野谷<sup>29)</sup>は、有意確率のみで年齢層と性別の差を表わしていることから、比較のために同様に表記した

・( )内はp値

\*: 5%水準で有意 (両側), \*\*: 1%水準で有意 (両側)

視聴動機の因子分析結果を図 2-1、表 2-13、表 2-14 に示した。スクリープロットおよび固有値から因子は 3 つに分類された。これは時野谷<sup>29)</sup>の分類と同じ数であり、意味も妥当であることから、因子名を時野谷<sup>29)</sup>に倣い情報、娯楽、人間関係と名付けた。

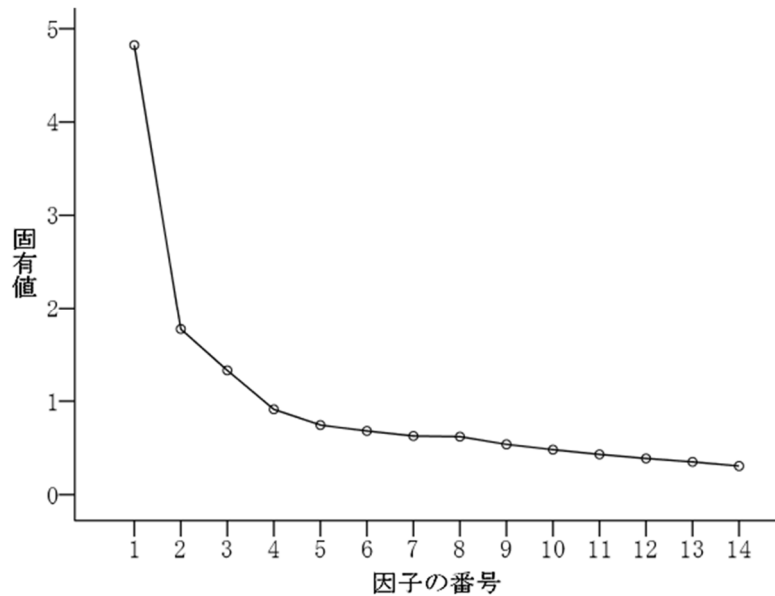


図 2-1 視聴動機における因子のスクリープロット

表 2-13 視聴動機の固有値の結果

因子	初期の固有値			負荷量平方和
	固有値	分散の %	累積 %	合計
1	4.82	34.46	34.46	3.45
2	1.77	12.65	47.11	2.91
3	1.33	9.49	56.60	3.10
4	0.91	6.52	63.12	
5	0.74	5.31	68.43	
6	0.68	4.86	73.30	
7	0.63	4.48	77.77	
8	0.62	4.43	82.20	
9	0.54	3.84	86.04	
10	0.48	3.44	89.48	
11	0.43	3.07	92.55	
12	0.39	2.77	95.32	
13	0.35	2.50	97.82	
14	0.31	2.18	100.00	

表 2-14 視聴動機の因子分析結果と先行研究（時野谷<sup>30)</sup>）との比較

今回調査	娯楽	人間関係	情報	時野谷 <sup>30)</sup>	娯楽	人間関係	情報
便宜性	0.85	0.01	-0.15	時間つぶし	0.80	-0.08	-0.12
娯楽	0.81	0.11	-0.19	仲間関係	0.74	0.17	0.12
リラックス	0.66	0.04	0.10	習慣	0.65	0.18	0.10
コミュニケーションの話題	0.61	-0.15	0.15	娯楽	0.57	0.25	0.25
習慣	0.47	0.13	0.10	リラックス	0.56	0.33	0.35
時間つぶし	-0.03	0.72	-0.07	行動の指針	0.05	0.73	0.10
逃避	-0.01	0.61	0.20	接待の知恵	0.05	0.73	0.10
経済性	0.03	0.54	-0.01	経済性	0.41	0.59	-0.11
仲間関係	0.13	0.54	0.15	興奮	0.38	0.59	-0.12
行動の指針	-0.10	0.01	0.85	逃避	0.46	0.51	0.18
接待の知恵	0.07	0.12	0.57	社会情報	-0.01	0.04	0.89
商品情報	-0.13	0.14	0.54	コミュニケーションの話題	0.17	0.37	0.64
社会情報	0.25	-0.41	0.41	便宜性	0.46	0.00	0.49
興奮	0.22	0.18	0.34	商品情報	0.01	0.04	0.10

- ・ 因子分析は、最尤法，プロマックス回転を実施した
- ・ 数字は因子負荷量

## 2-3-2-4 視聴番組について

視聴番組項目の Cronbach の  $\alpha$  係数は 0.867 だった。視聴番組の統計量を表 2-15-1, 2-15-2 に示した。全体としては、ニュース・報道と政治・経済・社会の各番組の中央値が 5.00 を示し、これは年齢層 2 群においても同じだった。

表 2-15-1 番組視聴頻度の基本統計量：全体，年齢層

	全体 (n=385~400)			前期高齢者 (n=177~183)			後期高齢者 (n=206~217)		
	第Ⅰ四分位	第Ⅱ四分位 (中央値)	第Ⅲ四分位	第Ⅰ四分位	第Ⅱ四分位 (中央値)	第Ⅲ四分位	第Ⅰ四分位	第Ⅱ四分位 (中央値)	第Ⅲ四分位
ニュース	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
天気予報	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
政治・経済・社会	3.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	3.00	4.00	5.00
現代ドラマ	1.00	4.00	5.00	2.00	4.00	5.00	1.00	4.00	5.00
時代劇	1.00	2.00	4.00	1.00	2.00	4.00	1.00	3.00	4.00
海外ドラマ	1.00	1.00	3.00	1.00	2.00	3.00	1.00	1.00	2.00
洋画	1.00	1.00	2.00	1.00	2.00	3.00	1.00	1.00	2.00
邦画	1.00	1.00	3.00	1.00	2.00	3.00	1.00	1.00	3.00
クイズ・ゲーム	1.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00
落語・漫才	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00
笑い・コント	1.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00
歌・音楽	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00
アニメ・漫画	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00
スポーツ	2.00	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	2.00	4.00	5.00
学習・語学	1.00	1.00	3.00	1.00	2.00	3.00	1.00	1.00	2.00
趣味関連	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00
自然・動物	2.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00
歴史・風土	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00
紀行・旅	2.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00
科学・美術	1.00	2.00	3.00	2.00	3.00	3.00	1.00	2.00	3.00
健康・病気	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00
生活・実用	2.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	1.00	3.50	4.00
ワイドショー	1.00	3.00	4.00	2.00	4.00	5.00	1.00	3.00	4.00
インタビュー	1.00	2.00	4.00	1.50	3.00	4.00	1.00	2.00	3.00
通販	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	3.00

・統計量は、正規分布を示さないことから四分位を記載

・視聴番組の尺度： 1：見ない 2：年に数回 3：月に数回 4：週に数回 5：毎日

表 2-15-2 番組視聴頻度の基本統計量：性別

	男 (n=111~112)			女 (n=273~298)		
	第Ⅰ四分位	第Ⅱ四分位 (中央値)	第Ⅲ四分位	第Ⅰ四分位	第Ⅱ四分位 (中央値)	第Ⅲ四分位
ニュース	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
天気予報	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
政治・経済・社会	4.00	5.00	5.00	3.00	4.00	5.00
現代ドラマ	1.00	3.00	4.00	2.00	4.00	5.00
時代劇	2.00	3.00	4.00	1.00	2.00	4.00
海外ドラマ	1.00	2.00	3.00	1.00	1.00	2.00
洋画	1.00	2.00	3.00	1.00	1.00	2.00
邦画	1.00	2.00	3.00	1.00	1.00	2.00
クイズ・ゲーム	1.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00
落語・漫才	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00
笑い・コント	1.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00
歌・音楽	2.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00
アニメ・漫画	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00
スポーツ	3.00	4.00	5.00	2.00	4.00	4.00
学習・語学	1.00	2.00	3.00	1.00	1.00	3.00
趣味関連	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00
自然・動物	3.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00
歴史・風土	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00
紀行・旅	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00
科学・美術	2.00	3.00	3.00	1.00	2.00	3.00
健康・病気	3.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00
生活・実用	2.00	3.00	4.00	2.00	4.00	4.00
ワイドショー	2.00	3.00	4.00	1.00	4.00	5.00
インタビュー	1.00	2.50	3.75	1.00	2.00	4.00
通販	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	3.00

・統計量は、正規分布を示さないことから四分位を記載

・視聴番組の尺度： 1：見ない 2：年に数回 3：月に数回 4：週に数回 5：毎日

先行研究との比較のために、視聴頻度の多い番組上位1位～5位を一覧にして表2-16に示した。高齢者に特化した視聴番組の統計は、三輪<sup>32)</sup>、小田<sup>36)</sup>、NHK（放送文化研究所年報2010年）<sup>57)</sup>のものが存在する。このうち、1位と2位は変化がなく、三輪<sup>32)</sup>では、現代ドラマ、演芸、時代劇と続き、2000年以降の小田<sup>36)</sup>からは、政治・経済・社会、健康・病気、スポーツがあがっていた。

表2-16 番組の視聴割合の先行研究との比較

	三輪 <sup>32)</sup> (1976年)	小田 <sup>36)</sup> (2001年)	NHK <sup>57)</sup> (2010年)	今回調査 (2015年)
1	ニュース・報道 61%	ニュース 97.20%	ニュース・報道 91%	天気予報 97.80%
2	天気予報 51%	政治・経済・社会 85.80%	天気予報 80%	ニュース 97.50%
3	現代ドラマ 48%	現代ドラマ 79.60%	政治・経済・社会 43%	政治・経済・社会 74.60%
4	演芸 45%	特定のキャスター によるニュース 79.10%	スポーツ 30%	健康や病気 60.80%
5	時代劇 44%	健康や病気 78.10%	紀行・旅 28%	スポーツ 54.30%

- ・値は、視聴者が対象者に占める割合
- ・三輪<sup>32)</sup>：視聴割合は小数点以下の記載なし、視聴頻度順位は「よく見る」「時々見る」の合計値
- ・小田<sup>36)</sup>：・天気予報は項目としてなし
- ・「政治・経済・社会」は「報道特集」「ニュース解説」の平均値
- ・視聴頻度順位は「よく見る」「時々見る」の合計値
- ・NHK<sup>57)</sup>：視聴割合は小数点以下の記載なし

高齢者の性別による視聴頻度の割合の先行研究は、NHK 放送文化研究所年報 2010 年<sup>57)</sup>に存在するので、比較したものを表 2-17 に示した。今回の調査と NHK 調査で共通する男女の特徴は、ともにニュース、天気予報、政治・経済・社会が、1 位 2 位 3 位を占めていたということ、男性ではスポーツが、女性では生活・実用があがっていることが特徴的だった。

表 2-17 番組視聴割合の順位比較：性別

男		女	
今回調査 2015年	NHK調査 <sup>57)</sup> 2010年	今回調査 2015年	NHK調査 <sup>57)</sup> 2010年
1 ニュース 98.20%	ニュース・報道 92%	1 天気予報 97.90%	ニュース・報道 89%
2 天気予報 97.40%	天気予報 79%	2 ニュース 97.20%	天気予報 81%
3 政治・経済・社会 88.40%	政治・経済・社会 52%	3 政治・経済・社会 69.10%	政治・経済・社会 35%
4 スポーツ 63.40%	スポーツ 40%	4 健康・病気 65.40%	ワイドショー 30%
5 健康・病気 49.10%	紀行・旅 27%	5 現代ドラマ 61.80%	紀行・旅 30%
6 自然・動物 42.30%	歴史・風土 23%	6 生活・実用 56.70%	健康・病気 26%
7 現代ドラマ 45.90%	自然・動物 22%	7 ワイドショー 51.10%	クイズ・ゲーム 24%
8 ワイドショー 45.00%	時代劇 14%	8 歌・音楽 50.40%	自然・動物 22%
9 紀行・旅 42.30%	ワイドショー 14%	9 スポーツ 48.70%	生活・実用 21%
10 歴史・風土 33.30%	健康・病気 12%	10 紀行・旅 40.90%	歴史・風土 21%

・値は、視聴者が対象者に占める割合

・NHK<sup>57)</sup>：視聴割合は小数点以下の記載なし

番組の視聴頻度における年齢層別および性別による差の検定は、これまでの先行研究では行われていない。したがって、その差について明らかにするために、年齢層は前期高齢者と後期高齢者の差について、性別は男女の差について検定した結果を表 2-18 に示した。年齢層では、ニュース、ワイドショー、インタビュー、科学・美術、学習・語学、邦画、海外ドラマ、洋画、アニメ・漫画が有意に前期高齢者に多く、健康・病気、歌・音楽、時代劇が後期高齢者に有意に多かった。性別では、ニュース、政治・経済・社会、スポーツ、科学・美術、邦画、海外ドラマ、洋画が男性に有意に多く、健康・病気、現代ドラマ、生活・実用、歌・音楽、クイズ・ゲームが女性に有意に多かった。

表 2-18 今回調査の年齢層および性別における番組の視聴頻度の差の検定結果

	年齢層 (前期高齢者と後期高齢者)		性別	
	p	r	p	r
天気予報	0.276	0.050	0.227	-0.060
ニュース	0.022	-0.120	0.012	0.130
政治・経済・社会	0.489	-0.040	0.000	0.200
健康・病気	0.001	0.170	0.000	-0.180
スポーツ	0.365	0.050	0.007	0.140
現代ドラマ	0.195	-0.070	0.015	-0.120
生活・実用	0.421	-0.040	0.001	-0.170
歌・音楽	0.001	0.170	0.034	-0.110
ワイドショー	0.045	-0.010	0.739	-0.020
自然・動物	0.228	-0.060	0.584	0.030
紀行・旅	0.212	-0.060	0.972	0.000
歴史・風土	0.277	-0.060	0.577	0.030
趣味関連	0.129	-0.080	0.278	-0.060
クイズ・ゲーム	0.142	-0.070	0.001	-0.160
落語・漫才	0.835	0.010	0.098	-0.080
笑い・コント	0.367	-0.050	0.574	-0.030
時代劇	0.034	0.110	0.061	0.100
インタビュー	0.004	-0.150	0.308	0.050
科学・美術	0.009	-0.130	0.003	0.150
学習・語学	0.000	-0.200	0.147	0.070
邦画	0.005	-0.140	0.022	0.120
海外ドラマ	0.000	-0.240	0.032	0.110
洋画	0.000	-0.230	0.002	0.150
通販	0.994	0.000	0.203	-0.060
アニメ・漫画	0.001	-0.160	0.817	0.010

・差の検定は Mann-Whitney の U 検定を実施した



視聴番組の因子分析結果を図 2-2，表 2-19，表 2-18 に示した。スクリープロットおよび固有値から因子を 5 つに分類した。この結果は小田の研究<sup>36)</sup>と同じであることから，因子名は小田<sup>36)</sup>に倣い，社会・情報，学習・教養，娯楽，生活・実用，劇・映画と名付けた。

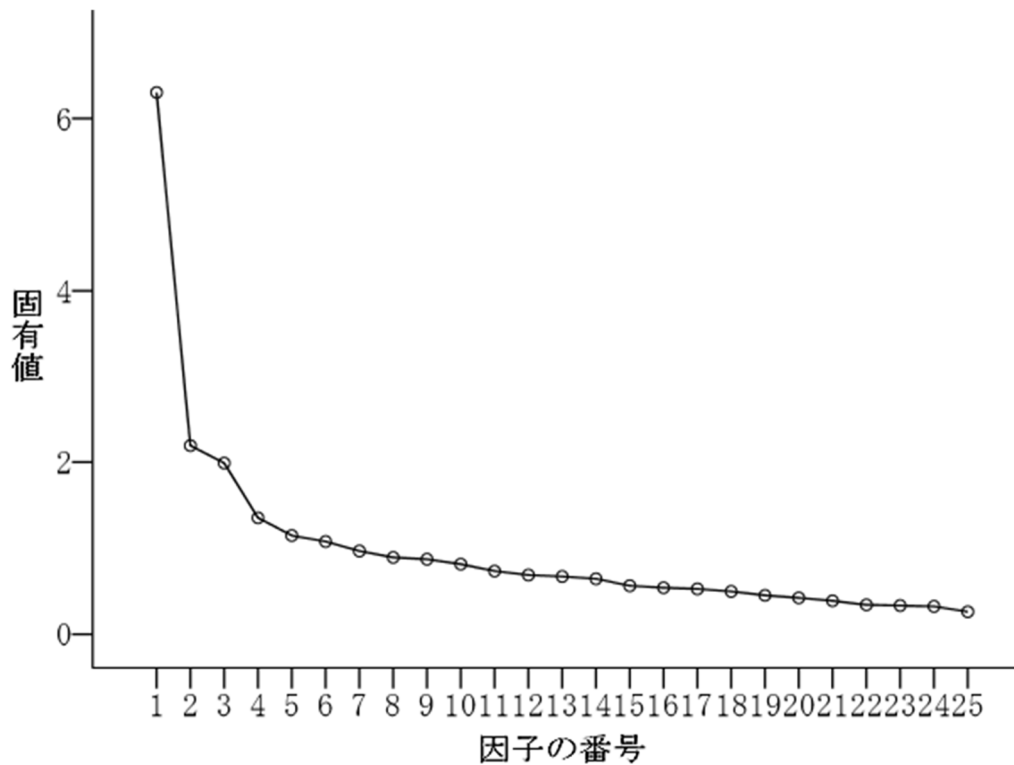


図 2-2 視聴番組における因子のスクリープロット

表 2-19 視聴番組の固有値の結果

因子	初期の固有値			負荷量平方和 合計
	固有値	分散の %	累積 %	
1	6.30	25.21	25.21	4.36
2	2.19	8.77	33.97	4.34
3	1.99	7.95	41.93	2.56
4	1.35	5.41	47.34	3.33
5	1.15	4.59	51.93	1.96
6	1.08	4.31	56.24	
7	0.97	3.87	60.11	
8	0.89	3.57	63.68	
9	0.87	3.49	67.17	
10	0.82	3.26	70.43	
11	0.74	2.94	73.36	
12	0.69	2.75	76.12	
13	0.67	2.68	78.80	
14	0.65	2.58	81.38	
15	0.56	2.25	83.63	
16	0.54	2.17	85.80	
17	0.53	2.11	87.91	
18	0.50	1.99	89.90	
19	0.45	1.81	91.71	
20	0.42	1.69	93.40	
21	0.39	1.56	94.95	
22	0.34	1.37	96.32	
23	0.33	1.34	97.66	
24	0.32	1.30	98.95	
25	0.26	1.05	100.00	

表 2-20 視聴番組の因子分析結果

	因子				
	学習・教養	生活・実用	劇・映画	娯楽	社会・情報
歴史・風土	0.73	-0.10	0.11	-0.02	0.01
科学・美術	0.69	-0.09	0.15	-0.03	0.00
紀行・旅	0.65	0.12	-0.07	0.02	-0.10
趣味	0.56	0.13	-0.08	0.11	-0.03
自然・動物	0.51	0.06	0.02	0.04	0.01
学習・語学	0.43	-0.06	0.11	0.19	0.07
ワイドショー	-0.16	0.70	0.09	0.03	0.16
健康・病気	0.20	0.60	-0.21	-0.20	-0.02
インタビュー	0.10	0.56	0.10	-0.03	0.12
生活・実用	0.36	0.51	-0.05	-0.05	0.03
通販	-0.02	0.48	0.05	0.12	-0.06
現代ドラマ	-0.14	0.47	0.19	0.07	0.03
歌・音楽	0.05	0.46	-0.08	0.23	-0.27
洋画	0.09	-0.10	0.77	-0.02	0.01
海外ドラマ	-0.06	0.16	0.72	-0.09	-0.02
邦画	0.21	-0.02	0.60	-0.04	-0.15
時代劇	-0.04	0.05	0.35	0.08	-0.04
笑い・コント	0.02	-0.06	-0.08	0.91	0.11
落語・漫才	0.11	0.00	-0.03	0.72	-0.10
クイズ・ゲーム	-0.08	0.30	0.11	0.39	0.06
漫画・アニメ	0.02	0.11	0.21	0.25	0.01
ニュース	-0.07	0.02	-0.02	0.00	0.65
政治・経済・社会	0.43	-0.06	-0.07	-0.07	0.45
天気予報	0.02	0.07	-0.15	0.03	0.31
スポーツ	0.10	0.13	0.01	0.17	0.22

- ・ 因子分析は、最尤法、プロマックス回転を実施した
- ・ 値は因子負荷量

## 2-3-2-5 視聴動機と視聴番組の結びつき

視聴動機と視聴番組の偏相関分析結果を表2-21に示した。相関が0.2以上のものは全て0.1%の水準で有意だった。以下に動機項目とそれに関連のある番組の順について述べる。社会情報は、ニュース・報道 (0.215)、天気予報 (0.228)、政治・経済・社会 (0.339)、歴史・風土 (0.253) と関連していた。娯楽は、クイズ・ゲーム (0.329)、落語・漫才 (0.266)、笑い・コント (0.318)、歌・音楽 (0.245)、スポーツ (0.256)、自然・動物 (0.214)、ワイドショー (0.234)、通販 (0.232) と関連していた。リラックスは、現代ドラマ (0.203)、クイズ・ゲーム (0.292)、笑い・コント (0.297)、生活・実用 (0.225)、ワイドショー (0.224)、インタビュー (0.242)、通販 (0.204) と関連していた。コミュニケーションの話題は、政治・経済・社会 (0.211)、クイズ・ゲーム (0.334)、健康・病気 (0.241)、生活・実用 (0.288)、ワイドショー (0.219)、インタビュー (0.225) と関連していた。習慣は、現代ドラマ (0.266)、クイズ・ゲーム (0.313)、落語・漫才 (0.208)、笑い・コント (0.235)、スポーツ (0.237)、自然・動物 (0.225)、ワイドショー (0.314)、インタビュー (0.269)、通販 (0.206) と関連していた。仲間関係は、クイズ・ゲーム (0.235)、ワイドショー (0.241)、通販 (0.252) と関連していた。逃避は、歌・音楽 (0.239)、ワイドショー (0.209)、通販 (0.214) と関連していた。行動の指針は、政治・経済・社会 (0.223)、クイズ・ゲーム (0.251)、健康・病気 (0.233)、生活・実用 (0.204)、インタビュー (0.249)、通販 (0.264)、興奮は、歌・音楽 (0.239)、アニメ・漫画 (0.216)、通販 (0.204) と関連していた。接待の知恵は、笑い・コント (0.204)、歌・音楽 (0.216)、ワイドショー (0.251)、インタビュー (0.291) と関連していた。商品情報は、現代ドラマ (0.240)、時代劇 (0.204)、クイズ・ゲーム (0.218)、歌・音楽 (0.288)、アニメ・漫画 (0.216)、スポーツ (0.255)、健康・病気 (0.207)、ワイドショー (0.202)、インタビュー (0.263)、通販 (0.429) と関連していた。便宜性、時間つぶし、経済性の各動機は、どの番組とも関連がみられなかった。

表 2-21 視聴動機と視聴番組の偏相関分析結果 n=298

	視聴動機													
	社会情報	便宜性	娯楽	リラックス	コミュニケーションの話題	習慣	仲間関係	時間つぶし	逃避	行動の指針	経済性	興奮	接待の知恵	商品情報
ニュース・報道	.215 ***	.138	.115	.113	.112	.116	.066	-.009	.039	.129	-.096	.045	.087	-.016
天気予報	.228 ***	.041	.029	.075	.081	.128	.075	-.009	.067	.085	-.004	-.045	.042	-.016
政治・経済・社会	.339 ***	.119	.077	.143	.211 ***	.179	-.012	-.068	.010	.223 ***	-.041	.061	.144	.111
現代ドラマ	.017	.091	.154	.203 ***	.094	.266 ***	.169	.072	.174	.134	.133	.156	.153	.240 ***
時代劇	-.035	.075	.117	.126	.097	.189	.100	.157	.055	.099	.076	.052	.056	.204 ***
海外ドラマ	-.006	.026	.052	.081	.086	.063	.123	.062	.057	.109	.072	.099	.039	.167
洋画	.032	.052	.079	.090	.053	.076	.059	.076	.092	.103	.039	.091	.028	.111
邦画	.011	.064	.038	.077	.079	.149	-.001	.075	.059	.130	-.019	.053	.021	.144
クイズ・ゲーム	.094	.202	.329 ***	.292 ***	.334 ***	.313 ***	.235 ***	.116	.103	.251 ***	.045	.156	.185	.218 ***
落語・漫才	.011	.170	.266 ***	.186	.131	.208 ***	.142	.018	.116	.104	-.042	.178	.184	.158
笑い・コント	.010	.187	.318 ***	.297 ***	.198	.235 ***	.182	.076	.114	.144	.049	.196	.204 ***	.162
聴歌・音楽	.085	.107	.245 ***	.164	.093	.190	.184	-.004	.239 ***	.184	.125	.276 ***	.293 ***	.288 ***
アニメ・漫画	-.049	.099	.137	.182	.128	.106	.129	.126	.143	.118	.162	.216 ***	.175	.216 ***
スポーツ	.195	.171	.256 ***	.191	.137	.237 ***	.077	-.003	.068	.199	.027	.181	.159	.255 ***
学習・語学	.066	.095	.076	.105	.123	.149	.021	-.079	.017	.151	-.045	.079	.076	.140
趣味	.149	.077	.140	.169	.159	.068	.086	-.025	.066	.179	.005	.101	.130	.171
自然・動物	.191	.173	.214 ***	.141	.178	.225 ***	-.019	-.056	.016	.079	-.108	-.004	-.002	.104
歴史・風土	.253 ***	.025	.072	.155	.190	.065	-.105	-.082	-.055	.185	-.090	.026	.035	.046
紀行・旅	.167	.064	.167	.180	.169	.188	.066	-.006	.103	.134	-.061	.058	.085	.082
科学・美術	.192	.100	.020	.108	.198	.081	-.045	-.077	.019	.134	-.084	.053	.007	.056
健康・病気	.175	.012	.179	.132	.241 ***	.177	.110	-.027	.109	.233 ***	.057	.118	.167	.207 ***
生活・実用	.146	.127	.157	.225 ***	.288 ***	.170	.060	-.098	.045	.204 ***	-.033	.083	.148	.184
ワイドショー	.073	.114	.234 ***	.224 ***	.219 ***	.314 ***	.241 ***	.170	.209 ***	.135	.107	.136	.251 ***	.202 ***
インタビュー	.129	.110	.185	.242 ***	.225 ***	.269 ***	.135	.030	.183	.249 ***	.013	.191	.185	.263 ***
通販	-.027	.179	.232 ***	.204 ***	.172	.206 ***	.252 ***	.086	.214 ***	.264 ***	.059	.204 ***	.291 ***	.429 ***

・分析は Spearman の偏相関分析を実施した

・制御変数：年齢，性別

\*\*\*：0.1%水準で有意（両側）

## 2-4 考察

### 2-4-1 高齢者のテレビ視聴時間について

視聴時間については、1976年の三輪<sup>32)</sup>の調査では最頻値が2時間とある。この調査では対象者を老人学級の受講生に限定していたため、後年の香取<sup>33)</sup>による活動タイプ分類によれば視聴時間が3時間未満の学習タイプに属すると考えられる。そのため活動タイプによるバイアスが生じ、一般的な高齢者よりは視聴時間が短い可能性が考えられる。一方、NHKの調査<sup>57)</sup>では、対象者を番組モニター登録者から抽出していることから、一般高齢者よりも視聴時間が長くなる傾向にあると考えられる。このような対象者のバイアスを取り除くと、1976年以降の高齢者の視聴時間は概ね3時間と考えられる。序論でも述べたように、高齢者の生活時間を考えるとき、睡眠や食事、身辺処理などの生理的時間と家事や仕事などの義務的時間を除く時間は7時間～9時間であり、時を経ても大きな変化はないと考えると、趣味や交際などの時間を除く2分の1～3分の1がテレビ視聴に向けられるという現実は、40年余りを経ても変わっていない可能性が示唆される。

### 2-4-2 高齢者のテレビ視聴時間帯について

視聴時間帯については、今回の調査対象者の方が一日のピーク時における視聴率が、三輪<sup>32)</sup>やNHKの調査(2010年)<sup>57)</sup>よりも多い傾向がある。しかし、一日のうちで朝、昼、夜と3つのピークがあり、夜の時間帯に最も視聴率が高いことに変わりはない。NHKの国民生活時間調査<sup>63)</sup>によれば、テレビ視聴時間帯はおもに食事時間に連動する「ながら視聴」が多いといわれており、これを裏付けていると考えられる。また、同様に20時以降のテレビ視聴は専念視聴ともいわれている。つまり、テレビ視聴を第一目的とした視聴である。20時以降の視聴が明らかに多いのは、1976年の三輪<sup>32)</sup>の調査である。これには、生活習慣や世帯構成の違いが関連していると考えられる。生活習慣から考えると、ホームドラマにもみられるように食事中は家族どうしの会話が主であり、テレビ視聴は食

後に楽しむという習慣があった。三輪<sup>32)</sup>は報告の中で、対象者の家族構成は三世代世帯が54%だったとしており、このことから、食事の時は家族との会話を優先し、食後に引き続き専念視聴をしたことから18時～20時の視聴率に比べて20時以降の視聴が増加したと考えられる。総務省による社会生活基本調査（平成28年）<sup>19)</sup>によれば、日本の65歳以上の者がいる三世代世帯は、表2-5に示した年代に近いものをあげると、1995年は33.3%、2005年は21.9%、2016年は11.0%と減少しており、それにともない食事中的会話も減少し「ながら視聴」が増加しているとも考えられる。このようにみえてくると、時代の変遷と共に家族構成が変化し、それに伴う視聴率は若干の違いはあるものの、一日のうちに3つの視聴ピークがあるということ、および夜間帯の視聴が最も多いということには変わりがないと考えられる。

#### 2-4-3 高齢者のテレビ視聴動機について

まず、動機の強いのは社会情報、娯楽、便宜性であり、これらは年齢層による差も、性別による差もみられない。また、時代比較とした1986年の時野谷<sup>30)</sup>の報告では社会情報と習慣を除いて同じである。時野谷<sup>30)</sup>は動機について考察するにあたり5%水準で有意な項目については差がないものとして扱っている。これらの項目の詳細はわからない。そこで、年齢層についてみると、習慣、仲間関係、時間つぶしの3項目では、年齢が上がるほどこれらの動機が強くなっている。今回の調査では仲間関係でのみ差がみられるので、この動機は普遍的であろうと考えられる。性別についてみると、有意差の出ている接待の知恵、商品情報はいずれも女性に強いことから、行動の指針においても、今回と同じ傾向があると考えられる。このことから、女性の方が接待の知恵および行動の指針の動機が普遍的に強いと考えられる。

つぎに、動機どうしの相関についてみると、ほとんど結果は同じになっている。この結果は、時野谷<sup>30)</sup>によるアメリカの調査との比較から、アメリカでは社会情報と娯楽動機を結びつけて視聴している一方で、日本では両者の視聴が分かれているという特徴が現在でも続いていると考えられる。

さらに、視聴動機の因子分析結果を見ると、3つに分類され、それぞれの因子

に含まれる項目に若干の違いもみられるが、娯楽、人間関係、情報という因子名は妥当であることから、大きな違いはないとみてよいと思われる。

以上のことから、視聴動機は、3つに分類され、年齢が上がるほど仲間関係動機が強いという傾向はある。しかし、主な動機としての社会情報、娯楽、便宜性については、年齢および性別による差はみられない。これらの動機は時代を経てもほとんど変わらないということが示唆される。

#### 2-4-4 高齢者のテレビ視聴番組について

視聴番組については、年代を経てもニュースや天気予報、政治・経済・社会に関する情報番組が上位を占めている。三輪<sup>32)</sup>の調査においては、これらの次に演芸や時代劇が上がっている。現代とは異なり、番組の種類や高齢者の娯楽の少なさが、結果としてテレビの娯楽装置としての役割を高めていたのかもしれない。

年齢層における検討は先行研究の中にはみられない。今回の差の検定結果によれば、前期高齢者に多く視聴されるニュース、ワイドショー、インタビュー、科学・美術、学習・語学、邦画、海外ドラマ、洋画、漫画・アニメと、後期高齢者に多く視聴される健康・病気、歌・音楽、時代劇には明らかな違いが見られる。前期高齢者のそれは、社会環境および他者を意識したニュース、ワイドショー、インタビュー、漫画・アニメ番組であり、認知処理能力を多く使用する科学・美術、学習・語学、邦画、海外ドラマ、洋画である。一方、後期高齢者のそれは、加齢と向き合わざるを得ないことから健康・病気を、感情の安定を図るための歌・音楽、時代劇が選好されている。この差は、加齢による心身機能に対応した番組選好と考えられるのではないだろうか。

性別における検討は、これまで視聴順位から検討されることが多く、男性ではスポーツが、女性では生活・実用が上位にあるということが特徴としてあげられる。今回の差の検定結果によれば、男性の方がニュース、政治・経済・社会、スポーツ、科学・美術、邦画、海外ドラマ、洋画を有意に視聴し、女性の方は健康・病気、現代ドラマ、生活・実用、歌・音楽、クイズ・ゲームを有意に視聴している。この差は、性別役割分業の時代を生きてきた高齢者に特徴的なことかもしれ



ない。つまり、男性は社会的な職業に就き家族を養う位置にいたことから、ニュース、政治・経済・社会等の番組を多く視聴する傾向にあり、女性は、家庭に居て子どもを産み育てる位置に居たことから、健康・病気、現代ドラマ、生活・実用などの身近なことに関する番組を視聴する傾向にあると考えられる。このような傾向は、男女ともに社会的な職業を持ち、協同で育児を担う現代の若年成人が高齢者になる頃には変化しているかもしれない。小田<sup>36)</sup>は、視聴番組ジャンルを目的変数とし、性別、学歴、生活満足度等の変数を説明変数とした重回帰分析で、社会情報番組と学習教養番組は男性、高学歴、生活満足度が高いほど選好され、実用番組は女性に選好されているとしている。このように年齢層や性別による番組の指向性は明らかにあり、少なくとも現在までは変わらない可能性がある。

#### 2-4-5 高齢者のテレビ視聴動機と視聴番組の結びつきについて

社会学分野におけるメディア研究の中には、メディアの受け手が自らの欲求充足のために能動的にメディアを利用するとして、その関係について検討する「利用と満足」アプローチがある<sup>28)</sup>。テレビ視聴の場合には、欲求は視聴動機であり、これを満たすものとして番組がある。時野谷<sup>30)</sup>は、視聴動機と視聴番組とは関連があるとして、娯楽、仲間関係、習慣の動機には、映画、現代劇、ワイドショー、演芸が結びつき、社会情報の動機には、ニュース、報道特別番組が結びつき、行動の指針動機には教育・教養番組が結びついていると報告している。今回の調査結果においても、娯楽動機には落語・漫才、笑い・コント、ワイドショーが、仲間関係にはワイドショーが、習慣には現代ドラマ、落語・漫才、笑い・コント、ワイドショーが、社会情報には政治・経済・社会が結びついており、これらの動機と結びつく番組には大きな変化が見られないことがわかる。ただし、行動の指針には教育・教養番組ではなく健康・病気と生活・実用などが結びついている。これには時代背景が影響しているかもしれない。時野谷<sup>30)</sup>の調査時期は高齢者が全人口の7%を超える高齢化社会に入ったばかりの時であり、後年になってから将来の社会保障費の抑制のために、1990年に高齢者保健福祉推進10か年戦略(ゴールドプラン)<sup>64)</sup>が、2003年には国民の健康増進の推進に関する基

本的な方向や目標に関する事項等を定めた「国民の健康の増進の総合的な推進を図るための基本的な方針（平成15年厚生労働省告示第195号）」（健康日本21）<sup>2)</sup>が策定された。テレビ番組が国の政策からも影響を受けるとすると、健康や病気に関する番組の登場は、これらの施行あたりからではないかと考えられる。この施策は改訂されつつ今日まで継続しており、現在では毎日のように何れかの放送局で健康や病気に関する番組が放映されていることを考えると、この番組は教育・教養番組に近いと考えられる。これは時野谷<sup>30)</sup>の結果と同じ結果を示すことから、視聴動機と視聴番組の結びつきには大きな違いのないことも示唆される。

## 2-5 まとめ

ここまで高齢者のテレビ視聴について、視聴時間、視聴時間帯、視聴動機、視聴番組、視聴動機と視聴番組との結びつきから検討してきた。視聴時間は概ね3時間であり、視聴時間帯は食事時間に合わせて一日3回のピークがあり、夜間が一番多い。視聴動機における社会情報、娯楽、便宜性の各動機は、年齢や性別の影響を受けにくいこと、年齢層においては後期高齢者で仲間関係動機が増加すること、性別においては女性ほど行動の指針および接待の知恵の各動機が強い。また、視聴番組も情報番組が上位を占めるが、年齢層において前期高齢者は後期高齢者に比べて、社会環境に関する番組や認知処理に相応の負荷のかかる番組を多く視聴すること、一方で後期高齢者は前期高齢者に比べて、自身の健康や病気に関する番組や情緒的で認知処理負荷の少ない歌・音楽や時代劇を多く視聴すること、性別において男性は女性に比べて社会情報番組を多く視聴し、女性は男性に比べて、身近な家庭生活に関連する番組を多く視聴することが明らかになった。さらに、視聴動機と視聴番組との結びつきには関連があり、これは先行研究とも一致する結果であった。

これまでの検討から、一般高齢者のテレビ視聴はいずれの側面においても、また、時代を経ても大きく変わらない可能性が示唆され、今回の調査はほぼ同様の結果であることから、調査対象となった高齢者は、一般的な高齢者である可能性

が高い。先行研究においては、高齢者の心身機能とテレビ視聴との関係については検討されていない。したがって、フレイルによるテレビ視聴の傾向については明らかではない。高齢になるにつれて心身機能が低下し、フレイルが指数関数的に増加する<sup>45)</sup>ことを考えると、年齢層による視聴の差が心身機能の違いによる視聴の差として現れていることも予想される。つまり、フレイル群における視聴動機は、人間関係動機の中の仲間関係が増加し、視聴番組は、健康・病気、歌・音楽の視聴が増えるのではないかということである。このことも念頭に置きながら、次章では生活機能におけるフレイルとテレビ視聴との関連について検討し、そこに表出するフレイルの人の求めるものについて考えてみたい。

### 第3章

## 高齢者の生活機能とテレビ視聴との関連

### 3-1 本章の目的

前章の結果から、調査対象とした高齢者は、一般的な高齢者である可能性が高いと考えられる。したがって、この対象者における生活機能の程度とテレビ視聴との関連から得られるフレイルの人の求めるものは、一般化できる可能性がある。そこで本章では、生活機能の程度の違いによりテレビ視聴が異なるかどうかについて明らかにすること、およびそこからフレイルの人の欲求について推定することを目的とする。

### 3-2 方法

#### 3-2-1 対象と方法

研究デザインは、実施可能な横断的研究とした。

調査対象者は、第2章において対象とした高齢者とし、主に著者が居住する栃木県北部の高齢者および知人を介した地方都市4か所の高齢者とした。栃木県北部地域については、二つの自治体の協力を得た。一つは地元住民の多い自治体であり、他方は別荘地区への移住奨励を施策としていることから、東京、千葉、神奈川などの首都圏からの移住者が多い自治体である。この自治体で実施される公的事業への参加者は、移住者が圧倒的に多いという特徴がある。二つの自治体では、公的事業や地域集会、私的集会などの幅広い条件の場で調査することが可能であり、このことにより多様な価値観を持つ高齢者について検討することができる考えた。期間は、季節によるバイアスを考慮し通年を通して2014年11月～2015年12月とした。

本調査は、放送大学研究倫理委員会の承認を受けた。(通知番号2014-15)

### 3-2-2 調査指標

まず、調査指標には、テレビ視聴調査票と生活機能の指標として基本チェックリスト<sup>3)</sup>を用いた。テレビ視聴に関する指標は、第2章のものと同一である。

次に、生活機能の指標とする基本チェックリスト<sup>3)</sup>について述べる。

基本チェックリスト<sup>3)</sup>は、2006年度(平成18年度)に開始された国の介護予防事業において、当時は虚弱と呼ばれていたフレイルの人をスクリーニングするための指標として厚生労働省の研究班により開発され<sup>3)</sup>、全国の保健福祉現場において用いられてきた。高齢者の生活機能を評価し、要介護状態となるリスクの高さを予測することを目的とした項目の自記式質問票である。(附録2参照のこと)また、フレイルの指標として国際的に知られている Friedらによる指標との併存妥当性が確認されている<sup>65, 66)</sup>。本指標は現在も、介護予防・日常生活支援総合事業の該当者の選定基準となっている。手段的日常生活活動(Instrumental Activities of Daily Living, 以下 IADL とする)、運動、栄養、口腔、閉じこもり、認知、うつ の 7 分野があり、分野により設定項目数は異なる。回答者が各項目の「はい」「いいえ」の欄にチェックをすることにより其々の機能維持の有無が決まり、低下している場合を「該当あり」として数える。したがって、点数が多いほど生活機能が低下していることを表す。この評価表の要介護状態となるリスクの予測妥当性については、2011年に遠又ら<sup>65)</sup>が検証しており、全 25 項目が有意に要介護認定発生と関連し(オッズ比の範囲: 1.45~4.67)、全分野の基準も有意に要介護認定発生と関連した(オッズ比の範囲: 11.93~6.54) と報告している。英語訳は国際誌に発表され<sup>66)</sup>国際的にも使用され始めている<sup>67)</sup>。本研究では、分野別および全ての分野の該当項目数、分野別フレイルの基準による 2 群(健常群、フレイル群)、国際的な指標である Fried<sup>46)</sup>らの指標との併存妥当性から得られたフレイルの分類による 2 群(健常群、フレイル群)を用い、テレビ視聴時間、視聴時間帯、視聴動機、視聴番組との関連について検討した。

### 3-2-3 分析方法

テレビ視聴については、第2章の分析方法に倣い、視聴時間、視聴時間帯、視聴番組、視聴動機については、各尺度に割り付けた数字を用いた。視聴番組と視聴動機の分類には、因子分析（最尤法、プロマックス回転）を用いた。基本チェックリストとの検討には、各分野における該当数およびそれらを合計した数を用いた。

まず、対象者におけるフレイルの割合をみるためには、各項目における単純集計をおこない基本統計量を出した上で、基本チェックリストの分野別および総合得点における厚生労働省の基準、国際的な指標である Friedら<sup>46)</sup>の指標に準拠した割合を算出した。

つぎに、生活機能と視聴時間および視聴時間帯の関連をみるためには、基本チェックリストの分野別および総合の基準により判定されたフレイルの有無と視聴時間の有無を用いて $\chi^2$ 検定をおこなった。

生活機能の違いにおける視聴動機と視聴番組の差をみるためには、前述の総合基準から健常群とフレイル群の2群に分け、Mann-WhitneyのU検定を行った。

生活機能と視聴動機および視聴番組との関連をみるためには、それぞれの因子分類ごとの合計得点と基本チェックリストの分野別得点および総合得点を用いて、年齢、性別を制御変数とした Spearmanの偏相関分析をおこなった。

さらに、偏相関分析により関連のみられた生活機能と視聴動機および視聴番組について、重回帰分析を行なった。生活機能とテレビ視聴の関連の方向性を考えるとき、まずは、生活機能の程度により視聴動機も視聴番組も異なると考えられる。なぜなら、人が日常の様々な活動においてテレビ視聴を選択する時には、その人の心身機能が少なからず影響していると考えられるからである。したがって、重回帰分析における目的変数は視聴動機および視聴番組とし、説明変数には調整変数として年齢および性別を強制投入し、その他の変数として基本チェックリストにおける各分野得点および総合得点をステップワイズにて投入した。また、重回帰分析は二段階に分けて行なった。第一段階は、目的変数を因子分析の分類による視聴動機因子および視聴番組因子とし、第二段階は目的変数をそれぞれの因子の下位項目である視聴動機項目および視聴番組項目とした。

最後に、フレイルの有無におけるそれぞれの視聴動機と視聴番組の結びつきをみるために、健常群とフレイル群のそれぞれについて年齢、性別を制御変数とした視聴動機と視聴番組の Spearman の偏相関分析をおこなった。なぜならば、人の欲求から動機づけられる行動としてのテレビ視聴は、健常群とフレイル群においてそれぞれの視聴動機により起こると考えられ、その動機を充たすための番組との関係性は、それぞれの群において異なると考えられるからである。

欠損値の扱いは、基本チェックリストにおいては、ガイドラインから該当ありとして得点化した。その他はリストワイズとし、有意水準5%を統計的有意とした。分析には IBM 社の SPSS Statistics ver.23 を用いた。

### 3-3 結果

#### 3-3-1 調査と対象者について

調査は、第2章と同じ対象者451名に対し同じ30箇所において実施した。内訳は、会場において自記式を354名に、面接聞き取りを29名に行ない、さらに会場への置き留めを25名に、個別配布を9名に、個別郵送を34名に実施し後日回収した。調査実施の年月および場所における調査方法と人数について表2-2に示した。このうち年齢、性別の記載があり同意署名の得られた407名(有効回答90.2%)を分析対象とした。対象者の内訳を表3-1に示した。男114名、女293名、前期高齢者184名、後期高齢者223名、平均年齢75.97±7.13歳(男75.32±6.55歳、女76.22±7.33歳)だった。対象者の年齢層と性別における人数および年齢層と性別に対する割合を表に示した。年齢の65歳～79歳までが全体の6割を占め、性別では女性が7割を占めていた。



表 3-1 対象者の年齢層および性別における人数と割合

		年齢層(歳)							合計
		65～69	70～74	75～79	80～84	85～89	90～94	95～	
男性	人数	24	30	31	18	8	3	0	114
	性別割合	21.05%	26.32%	27.19%	15.79%	7.02%	2.63%	0.00%	100.00%
	年齢層割合	25.81%	32.97%	35.23%	22.78%	17.02%	37.50%	0.00%	28.01%
女性	人数	69	61	57	61	39	5	1	293
	性別割合	23.55%	20.82%	19.45%	20.82%	13.31%	1.71%	0.34%	100.00%
	年齢層割合	74.19%	67.03%	64.77%	77.22%	82.98%	62.50%	100.00%	71.99%
合計	人数	93	91	88	79	47	8	1	407
	年齢層割合	22.85%	22.36%	21.62%	19.41%	11.55%	1.97%	0.25%	100.00%

### 3-3-2 対象者の生活機能とフレイルの割合

基本チェックリストの調査内容の信頼係数はCronbachの $\alpha$ 係数が0.817だった。基本チェックリストの各分野における人数と割合を表3-2に示し、ここから算出した各分野および総合的なフレイルの割合を国の調査結果とともに表3-3に示した。また、国際的な指標であるFriedら<sup>46)</sup>の指標に合わせた基準によるフレイルの割合を表3-4に示した。

表 3-2 基本チェックリストの各分野における人数と割合

該当数	IADL		運動		栄養		口腔		閉じこもり		認知		うつ	
	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%
0	279	68.6	130	31.9	323	79.4	190	46.7	322	79.1	241	59.2	220	54.1
1	57	82.6	99	56.3	66	95.6	127	77.9	68	95.8	112	86.7	78	73.2
2	36	91.4	85	77.1	18	100.0	66	94.1	17	100.0	50	99.0	63	88.7
3	11	94.1	56	90.9			24	100.0			4	100.0	19	93.4
4	18	98.5	24	96.8									19	98.0
5	6	100.0	13	100.0									8	100.0

・ IADL : Instrumental Activities of Daily Living

・ 分野により質問項目数は異なることから、該当数も異なる

表 3-3 対象者のフレイルの割合；厚生労働省基準によるフレイルの割合

		フレイルの割合 (%)	
		今回調査 (n=407)	国の調査 <sup>65)</sup> (n=8855~13,996)
分野	運動	22.9	23.7
	栄養	4.4	4.4
	口腔	22.1	21.0
	閉じこもり	7.4	15.9
	認知	40.8	39.5
	うつ	26.8	31.2
	総合	7.1	11.2

・ IADL については、分野内の合計点によるフレイルの有無の基準は設定されていない

表 3-4 対象者の Fried ら<sup>46)</sup> の指標に準拠するフレイルの割合

	人数	%
健常	316	77.64
フレイル	91	22.35

分野別のフレイルは、運動が 22.9%、栄養が 4.4%、口腔が 22.1%、閉じこもりが 7.4%、認知が 40.8%、うつが 26.8%であり、国の結果と比較して、閉じこもりを除く分野においてほぼ同じだった。総合のフレイルは 7.1%であり、国の結果と比較して約 4%少なかった。Fried ら<sup>46)</sup> の指標に準拠するフレイルの割合は、22.4%だった。

さらに、年齢層別における厚生労働省基準によるフレイルの割合を表 3-5 に、Fried ら<sup>46)</sup> の指標に準拠するフレイルの割合を表 3-6 に示した。厚生労働省基準によるフレイルの割合は、後期高齢者のそれが国のフレイルの割合とほぼ同じだった。Fried ら<sup>46)</sup> の指標に準拠するフレイルの割合は、厚生労働省基準によるものと比較して両年齢層とも割合が多かった。また、どちらの指標においても、後期高齢者層は前期高齢者層よりもフレイルの割合が多かった。

表 3-5 厚生労働省基準による年齢層別フレイルの割合

	前期高齢者		後期高齢者	
	人数	%	人数	%
健常群	181	98.37	197	88.34
フレイル群	3	1.63	26	11.71
合計	184	100.00	223	100.00

表 3-6 Fried ら<sup>46)</sup> の指標に準拠する年齢層別フレイルの割合

	前期高齢者		後期高齢者	
	人数	%	人数	%
健常群	170	92.39	146	65.47
フレイル群	14	7.61	77	34.53
合計	184	100.00	223	100.00

### 3-3-3 フレイルの有無と視聴時間および視聴時間帯

基本チェック 7 分野および総合基準によるフレイルの有無別視聴時間および視聴時間帯の検定結果を表 3-7 に示した。

視聴時間については、フレイルの有無による差はどの分野においてもみられなかった。視聴時間帯については、まず、フレイルの有無にかかわらず、6:00～8:00、12:00～14:00、18:00～20:00 に視聴割合の高まりがみられた。

分野別の基準においては、運動分野とうつ分野に有意差がみられた。運動分野のフレイルの人は 12:00～14:00 ( $p=0.049$ ) と 16:00～18:00 ( $p=0.022$ ) の時間帯に視聴が多く、18:00～20:00 ( $p=0.002$ ) と 20:00～22:00 ( $p=0.029$ ) の時間帯に少なかった。うつ分野のフレイルの人は 6:00～8:00 ( $p=0.035$ ) と 16:00～18:00 ( $p=0.006$ ) の時間帯に視聴が多く、20:00～22:00 ( $p<0.001$ ) の時間帯に少なかった。

表 3-7 フレイルの有無と視聴時間および視聴時間帯の差の検定結果

視聴時間 平均値± 標準偏差値	運動		栄養		口腔		閉じこもり		認知		うつ		総合基準							
	フレイルなし あり	p値	フレイルなし あり	p値	フレイルなし あり	p値	フレイルなし あり	p値	フレイルなし あり	p値	フレイルなし あり	p値	フレイルなし あり	p値						
3.04±1.50	3.27±1.44	0.269	3.09±1.49	3.13±1.59	0.851	3.13±1.50	2.99±1.47	0.569	3.07±1.47	3.37±1.77	0.326	3.09±1.48	3.10±1.51	0.914	3.14±1.46	2.98±1.59	0.373	3.13±1.48	2.98±1.55	0.330
6:00- 8:00	- +	47.3(14) 52.7(156)	43.7(38) 56.3(49)	0.625 0.306	47.1(173) 52.9(194)	31.3(5) 68.8(11)	47.0(140) 53.0(158)	44.7(38) 55.3(47)	0.805 0.051	47.9(170) 52.1(185)	28.6(8) 71.4(20)	46.9(107) 53.1(121)	45.8(71) 54.2(84)	0.835 0.035	49.7(142) 50.3(144)	37.1(36) 62.9(61)	47.3(140) 52.7(156)	43.4(36) 56.6(47)	0.537	
8:00- 10:00	- +	61.8(183) 38.2(113)	59.8(52) 40.2(35)	0.802 0.059	61.6(226) 38.4(141)	56.3(9) 43.8(7)	60.7(181) 39.3(117)	63.5(54) 36.5(31)	0.705 0.423	60.6(215) 39.4(140)	71.4(20) 28.6(8)	64.0(146) 36.0(82)	57.4(89) 42.6(66)	0.201 0.469	60.1(172) 39.9(114)	64.9(63) 35.1(34)	63.5(188) 36.5(108)	54.2(45) 45.8(38)	0.128	
10:00- 12:00	- +	89.9(266) 10.1(30)	81.6(71) 18.4(16)	0.059 0.423	88.3(324) 11.7(43)	81.3(13) 18.8(3)	88.6(264) 11.4(34)	85.9(73) 14.1(12)	0.570 0.472	88.5(314) 11.5(41)	82.1(23) 17.9(5)	89.9(205) 10.1(23)	85.2(132) 14.8(23)	0.200 0.540	88.8(254) 11.2(32)	85.6(83) 14.4(14)	88.2(261) 11.8(35)	86.7(72) 13.3(11)	0.706	
12:00- 14:00	- +	58.4(173) 41.6(123)	46.0(40) 54.0(47)	0.049 0.594	55.3(203) 44.7(164)	62.5(10) 37.5(6)	56.4(168) 43.6(130)	52.9(45) 47.1(40)	0.621 0.414	56.3(200) 43.7(155)	46.4(13) 53.6(15)	54.8(88) 45.2(103)	56.8(88) 43.2(67)	0.754 0.006	55.9(160) 44.1(126)	54.6(53) 45.4(44)	55.4(164) 44.6(132)	56.6(47) 43.4(36)	0.901	
14:00- 16:00	- +	87.2(258) 12.8(38)	85.1(74) 14.9(13)	0.594 0.022	86.9(319) 13.1(48)	81.3(13) 18.8(3)	85.9(256) 14.1(42)	89.4(76) 10.6(9)	0.472 0.346	87.0(309) 13.0(46)	82.1(23) 17.9(5)	87.7(200) 12.3(28)	85.2(132) 14.8(23)	0.540 0.648	87.1(249) 12.9(37)	85.6(83) 14.4(14)	85.5(253) 14.5(43)	90.4(75) 9.6(8)	0.280	
16:00- 18:00	- +	74.0(219) 26.0(77)	60.9(53) 39.1(34)	0.022 0.567	71.4(262) 28.6(105)	62.5(10) 37.5(6)	69.8(208) 30.2(90)	75.3(64) 24.7(21)	0.346 0.414	71.0(252) 29.0(103)	71.4(20) 28.6(8)	71.9(164) 28.1(64)	69.7(108) 30.3(47)	0.474 0.006	74.8(214) 25.2(72)	59.8(58) 40.2(39)	72.3(214) 27.7(82)	67.5(56) 32.5(27)	0.412	
18:00- 20:00	- +	21.6(64) 78.4(232)	39.1(34) 60.9(53)	0.002 0.029	25.3(93) 74.7(274)	31.3(5) 68.8(11)	26.8(80) 73.2(218)	21.2(18) 78.8(67)	0.326 0.902	25.1(89) 74.9(266)	32.1(9) 67.9(19)	24.1(55) 75.9(173)	27.7(43) 72.3(112)	0.474 0.349	23.8(68) 76.2(218)	30.9(30) 69.1(67)	24.3(72) 75.7(224)	31.3(26) 68.7(57)	0.204	
20:00- 22:00	- +	48.6(144) 51.4(152)	62.1(54) 37.9(33)	0.029 0.449	51.2(188) 48.8(179)	62.5(10) 37.5(6)	52.0(155) 48.0(143)	50.6(43) 49.4(42)	0.902 0.449	51.8(184) 48.2(171)	50.0(14) 50.0(14)	49.6(113) 50.4(115)	54.8(85) 45.2(70)	0.349 0.000	46.2(132) 53.8(154)	68.0(66) 32.0(31)	51.0(151) 49.0(145)	54.2(45) 45.8(38)	0.621	
22:00- 24:00	- +	89.5(265) 10.5(31)	90.8(79) 9.2(8)	0.842 0.028	89.6(329) 10.4(38)	93.8(15) 6.3(1)	89.3(266) 10.7(32)	91.8(78) 8.2(7)	0.684 0.684	89.6(318) 10.4(37)	92.9(26) 7.1(2)	89.0(203) 11.0(25)	91.0(141) 9.0(14)	0.608 0.079	88.1(252) 11.9(34)	94.8(92) 5.2(5)	88.9(263) 11.1(33)	92.8(77) 7.2(6)	0.413	

・表中の( )内の値は実人数

一：見ない，＋：見る

\*：5%水準で有意（両側），\*\*：1%水準で有意（両側）

### 3-3-4 フレイルの有無と視聴動機および視聴番組

健常群とフレイル群における視聴動機および視聴番組の基本統計量と2群の差の検定結果を表3-8, 表3-9に示した. 差の検定において有意差のある視聴動機は, 社会情報(p=0.042)およびリラックス(p=0.016)は健常群の方が有意に強く, 時間つぶし(p=0.005), 逃避(p=0.033), 経済性(p=0.004)は, フレイル群が有意に強かった. また, 仲間関係(p=0.053)は, フレイル群が健常群よりも強い傾向を示した.

表3-8 健常群とフレイル群における視聴動機項目の基本統計量および差の検定結果

	健常群 (n=291~306)			フレイルあり (n=70~80)			差の検定	
	第I四分位	第II四分位 (中央値)	第III四分位	第I四分位	第II四分位 (中央値)	第III四分位	p	r
便宜性	4.00	5.00	5.00	3.00	4.00	5.00	0.052	-0.101
娯楽	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	0.926	-0.005
リラックス	4.00	4.00	5.00	3.00	4.00	5.00	0.016	-0.124
コミュニケーションの話題	4.00	5.00	5.00	3.00	4.00	5.00	0.091	-0.086
習慣	4.00	4.00	5.00	3.00	4.00	5.00	0.922	-0.005
時間つぶし	2.00	3.00	4.00	3.00	4.00	5.00	0.005	0.147
逃避	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	5.00	0.033	0.111
経済性	1.00	3.00	4.00	2.00	4.00	5.00	0.004	0.151
仲間関係	3.00	3.00	4.00	3.00	4.00	5.00	0.053	0.101
行動の指針	3.00	3.00	4.00	2.00	3.00	5.00	0.357	-0.005
接待の知恵	2.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00	0.257	-0.059
商品情報	1.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00	0.555	0.031
社会情報	4.00	5.00	5.00	3.00	5.00	5.00	0.042	-0.103
興奮	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00	0.511	-0.034

- ・統計量は, 正規分布を示さないことから四分位を記載
- ・視聴動機の尺度: 1: 思わない 2: どちらかといえば思わない 3: どちらともいえない  
4: どちらかといえば思う 5: そう思う
- ・差の検定は Mann-Whitney の U 検定を実施した

番組の視聴頻度は、ニュース・報道(p<0.001)、政治・経済・社会(p=0.002)、生活・実用(p=0.004)、自然・動物(p=0.019)、歴史・風土(p=0.011)、趣味関連(p<0.001)、笑い・コント(p=0.003)、科学・美術(p<0.001)、インタビュー(p=0.003)、学習・語学(p<0.001)、海外ドラマ(p<0.001)、洋画(p<0.001)、アニメ(p=0.009)の、全てにおいて健常群の方が有意に多かった。

表 3-9 健常群とフレイル群における視聴番組の基本統計量と差の検定結果

	健常群 (n=305~315)			フレイル群 (n=82~89)			差の検定	
	第Ⅰ四分位	第Ⅱ四分位 (中央値)	第Ⅲ四分位	第Ⅰ四分位	第Ⅱ四分位 (中央値)	第Ⅲ四分位	p	r
歴史・風土	2.00	3.00	4.00	1.00	2.00	4.00	0.011	-0.129
科学・美術	2.00	3.00	3.00	1.00	1.00	3.00	0.000	-0.253
紀行・旅	3.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00	0.063	-0.094
趣味関連	2.00	3.00	4.00	1.00	2.50	4.00	0.000	-0.179
自然・動物	3.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00	0.019	-0.118
学習・語学	1.00	2.00	3.00	1.00	1.00	1.00	0.000	-0.227
ワイドショー	2.00	3.00	4.00	1.00	4.00	4.75	0.504	-0.034
健康・病気	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	0.300	0.052
インタビュー	1.00	2.00	4.00	1.00	1.00	3.75	0.003	-0.150
生活・実用	3.00	4.00	4.00	1.00	3.00	4.00	0.004	-0.149
通販	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	2.00	0.289	-0.053
現代ドラマ	2.00	4.00	5.00	1.00	4.00	4.00	0.148	-0.073
歌・音楽	2.00	3.00	4.00	2.50	4.00	4.00	0.108	0.081
洋画	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00	0.000	-0.199
海外ドラマ	1.00	1.00	3.00	1.00	1.00	1.50	0.000	-0.190
邦画	1.00	2.00	3.00	1.00	1.00	3.00	0.614	-0.026
時代劇	1.00	2.00	4.00	1.00	2.50	4.00	0.807	-0.012
笑い・コント	1.00	3.00	4.00	1.00	2.00	4.00	0.003	-0.149
落語・漫才	2.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00	0.274	-0.055
クイズ・ゲーム	1.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00	0.073	-0.090
アニメ・漫画	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00	0.009	-0.131
ニュース	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	0.000	-0.177
政治・経済・社会	4.00	5.00	5.00	2.00	4.00	5.00	0.002	-0.154
天気予報	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	0.290	-0.053
スポーツ	3.00	4.00	4.00	1.00	3.00	5.00	0.141	-0.074

- ・統計量は、正規分布を示さないことから四分位を記載
- ・視聴番組の尺度： 1：見ない 2：年に数回 3：月に数回 4：週に数回 5：毎日
- ・差の検定は Mann-Whitney の U 検定を実施した

### 3-3-5 フレイルの程度と視聴時間，視聴動機，視聴番組との関係

偏相関分析の結果を表 3-10 に示した。まず，全ての生活機能分野および総合は視聴時間と関連がなく，栄養は，すべての項目で関連がなかった。また，口腔，閉じこもり，認知は，視聴動機との関連もなかった。つぎに，IADL は，視聴動機の娯楽 ( $r=-0.125, p=0.030$ )，情報 ( $r=-0.197, p=0.001$ ) と負の関連，視聴番組の学習・教養 ( $r=-0.219, p<0.001$ )，実用 ( $r=-0.132, p=0.22$ )，娯楽 ( $r=-0.158, p=0.006$ )，社会・情報 ( $r=-0.189, p=0.001$ ) と負の関連だった。運動は，視聴番組とは関連がなく，視聴動機の人間関係 ( $r=0.183, p=0.002$ )，情報 ( $r=0.115, p=0.001$ ) と正の関連だった。口腔は，視聴番組の社会・情報 ( $r=-0.122, p=0.035$ ) と負の関連だった。閉じこもりは，視聴番組の学習・教養 ( $r=0.175, p=0.002$ ) と娯楽 ( $r=-0.133, p=0.022$ ) とに負の関連だった。認知は，視聴番組の学習・教養 ( $r=-0.143, p=0.013$ ) と負の関連だった。うつは，視聴動機の娯楽 ( $r=-0.127, p=0.029$ ) と負の関連，人間関係 ( $r=0.128, p=0.027$ ) と正の関連であり，視聴番組の学習・教養 ( $r=-0.193, p=0.001$ )，娯楽 ( $r=-0.124, p=0.032$ )，社会・情報 ( $r=-0.145, p=0.012$ ) と負の関連だった。総合は，視聴動機の人間関係 ( $r=0.195, p=0.001$ ) と正の関連，視聴番組の学習・教養 ( $r=-0.208, p<0.001$ )，娯楽 ( $r=-0.116, p=0.045$ )，社会・情報 ( $r=-0.155, p=0.007$ ) とは負の関連だった。

表 3-10 生活機能と視聴動機および視聴番組の偏相関分析結果

	生活機能								
	IADL	運動	栄養	口腔	閉じこもり	認知	うつ	総合	
視聴時間	0.041	-0.034	-0.018	-0.021	0.039	0.020	-0.055	-0.019	
視聴動機	娯楽	-0.125 *	-0.050	0.008	-0.049	-0.075	0.004	-0.127 *	-0.099
	人間関係	0.069	0.183 **	0.007	0.050	0.099	0.113	0.128 *	0.195 **
	情報	-0.197 **	0.115 *	-0.061	-0.058	0.008	-0.025	-0.025	-0.012
視聴番組	学習・教養	-0.219 **	-0.081	-0.005	-0.085	-0.175 **	-0.143 *	-0.193 **	-0.208 **
視聴番組	実用	-0.132 *	0.082	-0.040	0.014	-0.014	-0.006	-0.071	-0.015
	娯楽	-0.158 **	-0.016	-0.059	-0.067	-0.133 *	-0.079	-0.124 *	-0.116 *
	劇・映画	-0.003	-0.019	0.037	-0.063	-0.102	-0.031	0.010	-0.010
	社会・情報	-0.189 **	-0.102	0.034	-0.122 *	-0.053	-0.109	-0.145 *	-0.155 **

・分析は制御変数を年齢，性別とした Spearman の偏相関分析

\*: 5%水準で有意 (両側)， \*\*: 1%水準で有意 (両側)

### 3-3-6 視聴動機および視聴番組に及ぼすフレイルの影響

#### 3-3-6-1 視聴動機因子および視聴番組因子に及ぼすフレイルの影響

前節の偏相関分析において有意な関係を示した視聴動機因子（娯楽動機因子，人間関係動機因子，情報動機因子）および視聴番組因子（学習・教養番組因子，実用番組因子，娯楽番組因子，社会・情報番組因子）について重回帰分析を行なった結果について，最終モデルを示して述べる。

すべての分析において，相関行列表を観察した結果， $|r| > 0.8$ となるような変数は存在せず，VIFは1.003~1.279の範囲であり多重共線性には問題がなかった。また，実測値に対して予測値が $\pm 3SD$ を超えるような外れ値も存在しなかった。視聴動機のうち情報動機因子を目的変数とした重回帰分析結果を表3-11に示した。IADLおよび運動は，年齢，性別，口腔栄養，閉じこもり，認知，うつを考慮しても情報動機と関連があり，ベータはそれぞれ-0.173( $p=0.002$ )，0.117( $p=0.043$ )だった。IADLの低いことは情報動機が弱く，運動機能の低いことは情報動機の強いことと関連していた。

表 3-11 情報動機因子を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	190.726	19.262		9.901	.000	
年齢	-.049	.051	-.055	-.957	.339	1.223
性別	.071	.059	.064	1.207	.228	1.026
IADL	-.184	.059	-.173	-3.123	.002	1.123
運動	.104	.051	.117	2.031	.043	1.230

- n=357，モデル：p=0.004，R<sup>2</sup>=0.042，修正 R<sup>2</sup> =0.031
- 調整変数として年齢，性別を強制投入
- 生活機能（IADL，運動，栄養，口腔，閉じこもり，認知，うつ，総合）をステップワイズ投入
- IADL：Instrumental Activities of Daily Living
- B：非標準化係数，SE：標準誤差， $\beta$ ：標準化係数，VIF：Variance Inflation Factor



娯楽動機因子を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-12 に示した。

うつは、年齢、性別、IADL、運動、栄養、口腔、閉じこもり、認知を考慮しても娯楽動機と関連があり、ベータはそれぞれ-0.154(p=0.006)だった。うつのあることは、娯楽動機の弱いことと関連していた。

表 3-12 娯楽動機因子を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	201.857	17.190		11.743	.000	
年齢	-.026	.050	-.029	-.514	.608	1.158
性別	.079	.059	.070	1.341	.181	1.005
うつ	-.152	.055	-.154	-2.761	.006	1.156

- n=364, モデル: p=0.009, R<sup>2</sup>=0.031, 修正 R<sup>2</sup> =0.023
- 調整変数として年齢、性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

人間関係動機因子を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-13 に示した。

総合は年齢、性別、IADL、運動、栄養、口腔、閉じこもり、認知、うつを考慮しても人間関係動機と関連があり、ベータは 0.183(p=0.002)だった。生活機能全般が低いことは人間関係動機が強いことと関連していた。

表 3-13 人間関係動機因子を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	144.596	16.500		8.763	.000	
年齢	.036	.051	.041	.709	.479	1.242
性別	-.019	.058	-.017	-.320	.749	1.005
総合	.160	.051	.183	3.158	.002	1.237

- n=358, モデル: p=0.002, R<sup>2</sup>=0.042, 修正 R<sup>2</sup> =0.034
- 調整変数として年齢、性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

視聴番組のうち学習・教養番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-14 に示した。年齢，総合は性別，IADL，運動，栄養，口腔，閉じこもり，認知，うつを考慮しても学習教養番組と関連があり，ベータはそれぞれ  $-0.129$  ( $p=0.020$ )， $-0.225$  ( $p<0.001$ ) だった。年齢が高く，生活機能が低いことは，学習教養番組の視聴の少なさと関連していた。

表 3-14 学習・教養番組因子を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	268.525	16.493		16.281	.000	
年齢	-.120	.051	-.129	-2.340	.020	1.279
性別	-.050	.059	-.042	-.851	.395	1.006
総合	-.213	.052	-.225	-4.080	.000	1.273

- n=381, モデル:  $p=0.000$ ,  $R^2=0.098$ , 修正  $R^2=0.090$
- 調整変数として年齢，性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

社会・情報番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-15 に示した。性別，総合は性別，年齢，IADL，運動，栄養，口腔，閉じこもり，認知，うつを考慮しても学習教養番組と関連があり，ベータは  $-0.195$  ( $p<0.001$ )， $-0.190$  ( $p=0.001$ ) だった。女性であること，生活機能が低いことは，社会・情報番組の視聴の少なさと関連していた。

表 3-15 社会・情報番組因子を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	279.884	16.022		17.468	.000	
年齢	-.015	.049	-.017	-.315	.753	1.255
性別	-.225	.056	-.195	-3.990	.000	1.003
総合	-.173	.050	-.190	-3.474	.001	1.252

- n=391, モデル:  $p=0.000$ ,  $R^2=0.079$ , 修正  $R^2=0.072$
- 調整変数として年齢，性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

娯楽番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-16 に示した。

IADL は、年齢、性別、運動、栄養、口腔、閉じこもり、認知、うつを考慮しても娯楽番組と関連があり、ベータは-0.145 (p=0.005) だった。IADL の低さは、娯楽番組の視聴の少なさと関連していた。

表 3-16 娯楽番組因子を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	233.229	19.599		11.900	.000	
年齢	-.055	.049	-.058	-1.125	.261	1.064
性別	.027	.062	.023	.445	.656	1.012
IADL	-.167	.060	-.145	-2.797	.005	1.065

- n=386, モデル: p=0.010, R<sup>2</sup>=0.029, 修正 R<sup>2</sup> =0.022
- 調整変数として年齢、性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

実用番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-17 に示した。

IADL は、年齢、性別、運動、栄養、口腔、閉じこもり、認知、うつを考慮しても実用番組と関連があり、ベータは-0.140 (p=0.008) だった。IADL の低さは、実用番組の視聴の少なさと関連していた。

表 3-17 実用番組因子を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	211.061	19.265		10.955	.000	
年齢	-.056	.048	-.061	-1.177	.240	1.055
性別	.107	.060	.091	1.789	.074	1.011
IADL	-.158	.059	-.140	-2.686	.008	1.057

- n=377, モデル: p=0.003, R<sup>2</sup>=0.037, 修正 R<sup>2</sup> =0.029
- 調整変数として年齢、性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

以上のうち、視聴動機因子及び視聴番組因子に対して、有意な関連を示したもののついて表 3-18 および表 3-19 にまとめて示した。視聴動機に影響を及ぼす生活機能は、情報動機因子に IADL, 運動が、娯楽動機因子にうつが、人間関係動機因子に総合だった。視聴番組に影響を及ぼすのは、娯楽番組因子と実用番組因子に IADL が、社会情報番組因子と学習・教養番組因子に総合だった。

表 3-18 視聴動機因子に対する生活機能各分野および総合フレイルの影響の大きさの一覧表

	属性		生活機能							
	年齢	性別	IADL	運動	栄養	口腔	閉じこもり	認知	うつ	総合
情報動機因子	—	—	-0.173	0.117	—	—	—	—	—	—
娯楽動機因子	—	—	—	—	—	—	—	—	-0.154	—
人間関係動機因子	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0.183

・値は5%水準で有意なβ  
 ・IADL: Instrumental Activities of Daily Living

表 3-19 視聴番組因子に対する生活機能各分野および総合フレイルの影響の大きさの一覧表

	属性		生活機能							
	年齢	性別	IADL	運動	栄養	口腔	閉じこもり	認知	うつ	総合
学習・教養番組因子	-0.129	—	—	—	—	—	—	—	—	-0.225
社会・情報番組因子	—	-0.195	—	—	—	—	—	—	—	-0.190
娯楽番組因子	—	—	-0.145	—	—	—	—	—	—	—
実用番組因子	—	—	-0.140	—	—	—	—	—	—	—

・値は5%水準で有意なβ  
 ・IADL: Instrumental Activities of Daily Living

### 3-3-6-2 視聴動機因子下位項目および視聴番組因子下位項目に及ぼす フレイルの影響

視聴動機因子（娯楽動機因子，人間関係動機因子，情報動機因子）の下位項目および視聴番組因子（学習・教養番組因子，実用番組因子，娯楽番組因子，社会・情報番組因子）の下位項目について重回帰分析を行なった結果について，最終モデルを示して述べる。

すべての分析において，相関行列表を観察した結果， $|r| > 0.8$ となるような変数は存在せず，VIFは1.003～1.238の範囲であり多重共線性には問題がなかった。また，実測値に対して予測値が $\pm 3SD$ を超えるような外れ値も存在しなかった。

情報動機因子の行動の指針動機を目的変数とした重回帰分析結果を表3-20に示した。性別は，年齢，IADL，運動，栄養，口腔，閉じこもり，認知，うつを考慮しても行動の指針動機と関連があり，ベータは0.107( $p=0.041$ )だった。女性であることは，行動の指針動機の強いことと関連していた。

表 3-20 行動の指針動機を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	150.130	15.366		9.770	.000	
年齢	.045	.046	.051	.973	.331	1.006
性別	.120	.059	.107	2.053	.041	1.006

・n=366，モデル： $p=0.065$ ， $R^2=0.015$ ，修正  $R^2 =0.010$

・調整変数として年齢，性別を強制投入

・生活機能（IADL，運動，栄養，口腔，閉じこもり，認知，うつ，総合）をステップワイズ投入

・B：非標準化係数，SE：標準誤差， $\beta$ ：標準化係数，VIF：Variance Inflation Factor

情報動機因子の接待の知恵動機を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-21 示した。IADL は、年齢、性別、運動、栄養、口腔、閉じこもり、認知、うつを考慮しても接待の知恵動機と関連があり、ベータは $-0.115$ ( $p=0.033$ )だった。IADL が低いことは、接待の知恵動機の弱いことと関連していた。

表 3-21 接待の知恵動機を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	188.670	18.684		10.098	.000	
年齢	-.010	.047	-.011	-.203	.840	1.069
性別	.102	.058	.092	1.756	.080	1.023
IADL	-.122	.057	-.115	-2.138	.033	1.077

- $n=365$ , モデル:  $p=0.029$ ,  $R^2=0.025$ , 修正  $R^2 =0.017$
- 調整変数として年齢、性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- IADL: Instrumental Activities of Daily Living
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

情報動機因子の商品情報動機を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-22 に示した。有意なモデルはなく、いずれの説明変数も商品情報動機との関連はなかった。

表 3-22 商品情報動機を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	163.614	15.496		10.558	.000	
年齢	.052	.046	.058	1.113	.266	1.006
性別	.050	.059	.044	.848	.397	1.006

- $n=367$ , モデル:  $p=0.348$ ,  $R^2=0.006$ , 修正  $R^2 =0.000$
- 調整変数として年齢、性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

情報動機因子の社会情報動機を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-23 に示した。有意なモデルはなく、いずれの説明変数も社会情報動機との関連はなかった。

表 3-23 社会情報動機を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	220.271	17.188		12.815	.000	
年齢	-.024	.043	-.029	-.560	.575	1.055
性別	.012	.053	.012	.227	.820	1.013
IADL	-.120	.052	-.120	-2.300	.022	1.059

- n=386, モデル: p=0.086, R<sup>2</sup>=0.017, 修正 R<sup>2</sup> =0.009
- 調整変数として年齢, 性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- IADL: Instrumental Activities of Daily Living
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

情報動機因子の興奮動機を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-24 に示した。IADL は, 年齢, 性別, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつを考慮しても興奮動機と関連があり, ベータは-0.113 (p=0.036) だった。IADL が低いことは, 興奮動機の弱いことと関連していた。

表 3-24 興奮動機を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	193.556	18.523		10.450	.000	
年齢	-.046	.047	-.053	-.986	.325	1.067
性別	.113	.058	.102	1.954	.051	1.021
IADL	-.119	.056	-.113	-2.108	.036	1.074

- n=366, モデル: p=0.011, R<sup>2</sup>=0.031, 修正 R<sup>2</sup> =0.022
- 調整変数として年齢, 性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- IADL: Instrumental Activities of Daily Living
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

娯楽動機因子の便宜性動機を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-25 に示した。閉じこもりは、年齢、性別、IADL、運動、栄養、口腔、認知、うつを考慮しても便宜性動機と関連があり、ベータは $-0.138$  ( $p=0.013$ ) だった。閉じこもりがちであることは、便宜性動機の弱いことと関連していた。

表 3-25 便宜性動機を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	221.273	17.401		12.716	.000	
年齢	-.023	.046	-.028	-.513	.608	1.123
性別	.002	.055	.002	.032	.975	1.007
閉じこもり	-.162	.065	-.138	-2.506	.013	1.127

- $n=367$ , モデル:  $p=0.041$ ,  $R^2=0.022$ , 修正  $R^2 =0.014$
- 調整変数として年齢、性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

娯楽動機因子の娯楽動機を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-26 に示した。有意なモデルはなく、いずれの説明変数も娯楽動機との関連はなかった。

表 3-26 娯楽動機を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	209.447	17.519		11.955	.000	
年齢	.045	.046	.053	.980	.328	1.122
性別	.039	.056	.036	.708	.479	1.009
閉じこもり	-.170	.066	-.140	-2.591	.010	1.124

- $n=383$ , モデル:  $p=0.072$ ,  $R^2=0.018$ , 修正  $R^2 =0.010$
- 調整変数として年齢、性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor



娯楽動機因子のリラックス動機を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-27 に示した。IADL は、年齢、性別、運動、栄養、口腔、閉じこもり、認知、うつを考慮してもリラックスと関連があり、ベータは $-0.171$  ( $p=0.001$ ) だった。IADL が低いことは、リラックス動機の弱いことと関連していた。

表 3-27 リラックス動機を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	215.542	18.474		11.667	.000	
年齢	.038	.046	.043	.816	.415	1.058
性別	.025	.057	.022	.435	.664	1.018
IADL	-.184	.056	-.171	-3.272	.001	1.065

- n=381, モデル:  $p=0.010$ ,  $R^2=0.029$ , 修正  $R^2 =0.022$
- 調整変数として年齢、性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- IADL: Instrumental Activities of Daily Living
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

娯楽動機因子のコミュニケーションの話題動機を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-28 に示した。うつは、年齢、性別、IADL、運動、栄養、口腔、閉じこもり、認知を考慮してもコミュニケーションの話題動機と関連があり、ベータは $-0.133$  ( $p=0.015$ ) だった。うつ傾向があることは、コミュニケーションの話題動機の弱いことと関連していた。

表 3-28 コミュニケーションの話題動機を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	215.283	16.291		13.215	.000	
年齢	-.044	.047	-.051	-.937	.349	1.148
性別	.052	.056	.047	.931	.352	1.003
うつ	-.128	.052	-.133	-2.455	.015	1.146

- n=382, モデル:  $p=0.016$ ,  $R^2=0.027$ , 修正  $R^2 =0.019$
- 調整変数として年齢、性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

娯楽動機因子の習慣動機を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-29 に示した。有意なモデルはなく、いずれの説明変数も習慣動機との関連はなかった。

表 3-29 習慣動機を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	173.706	15.267		11.378	.000	
年齢	.005	.045	.005	.103	.918	1.005
性別	.081	.058	.072	1.398	.163	1.005

- n=381, モデル:  $p=0.370$ ,  $R^2=0.005$ , 修正  $R^2 =0.000$
- 調整変数として年齢, 性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

人間関係動機因子の仲間関係動機を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-30 に示した。運動は、年齢、性別、IADL、栄養、口腔、閉じこもり、認知、うつ、を考慮しても仲間関係動機と関連があり、ベータは 0.174 ( $p=0.002$ ) だった。運動機能の低下は、仲間関係動機の強いことと関連していた。

表 3-30 仲間関係動機を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	147.008	16.439		8.943	.000	
年齢	.082	.049	.092	1.675	.095	1.167
性別	-.046	.057	-.041	-.808	.419	1.003
運動	.157	.050	.174	3.153	.002	1.165

- n=369, モデル:  $p=0.000$ ,  $R^2=0.051$ , 修正  $R^2 =0.044$
- 調整変数として年齢, 性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

人間関係動機因子の経済性動機を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-31 に示した。認知は、年齢、性別、IADL、運動、栄養、口腔、閉じこもり、うつ、を考慮しても経済性動機と関連があり、ベータは 0.176 (p=0.001) だった。認知機能の低下は、経済性動機の強いことと関連していた。

表 3-31 経済性動機を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	136.589	17.742		7.699	.000	
年齢	.057	.047	.065	1.219	.224	1.055
性別	-.007	.057	-.006	-.122	.903	1.007
認知	.174	.053	.176	3.311	.001	1.052

- n=362, モデル: p=0.002, R<sup>2</sup>=0.040, 修正 R<sup>2</sup> =0.032
- 調整変数として年齢、性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

人間関係動機因子の逃避動機を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-32 に示した。総合は、年齢、性別、IADL、運動、栄養、口腔、閉じこもり、うつ、を考慮しても逃避動機と関連があり、ベータは 0.158 (p=0.006) だった。総合的な低下は、逃避動機の強いことと関連していた。

表 3-32 逃避動機を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	144.676	16.511		8.763	.000	
年齢	.048	.051	.054	.941	.347	1.238
性別	.020	.058	.018	.349	.727	1.006
総合	.140	.051	.158	2.773	.006	1.232

- n=371, モデル: p=0.004, R<sup>2</sup>=0.036, 修正 R<sup>2</sup> =0.028
- 調整変数として年齢、性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

人間関係動機因子の時間つぶし動機を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-33 に示した。総合は、年齢、性別、IADL、運動、栄養、口腔、閉じこもり、うつ、を考慮しても時間つぶし動機と関連があり、ベータは 0.164 (p=0.004) だった。総合的な低下は、時間つぶし動機の強いことと関連していた。

表 3-33 時間つぶし動機を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	166.612	16.644		10.010	.000	
年齢	-.005	.051	-.006	-.102	.918	1.230
性別	-.039	.059	-.034	-.666	.506	1.005
総合	.147	.051	.164	2.885	.004	1.225

• n=372, モデル: p=0.017, R<sup>2</sup>=0.027, 修正 R<sup>2</sup> =0.019

• 調整変数として年齢, 性別を強制投入

• 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入

• B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

以上から、視聴動機に有意な関連を示したものをまとめて表 3-34 に示した。情報動機因子の社会情報動機および興奮動機に影響する生活機能は IADL だった。娯楽動機因子の便宜性動機に影響するのは閉じこもりが、娯楽動機に閉じこもりが、リラックス動機に IADL が、コミュニケーションの話題動機にうつが関連していた。人間関係動機因子の仲間関係動機に影響するのは運動が、経済性には認知が、逃避および時間つぶしには総合的な低下が関連していた。

表 3-34 視聴動機に対する生活機能各分野および総合フレイルの影響の大きさの一覧表

		属性		生活機能							
		年齢	性別	IADL	運動	栄養	口腔	閉じこもり	認知	うつ	総合
情報動機因子	行動の指針	—	0.107	—	—	—	—	—	—	—	—
	接待の知恵	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	商品情報	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	社会情報	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	興奮	—	—	-0.113	—	—	—	—	—	—	—
娯楽動機因子	便宜性	—	—	—	—	—	—	-0.138	—	—	—
	娯楽	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	リラックス	—	—	-0.171	—	—	—	—	—	—	—
	コミュニケーションの話題	—	—	—	—	—	—	—	—	-0.133	—
	習慣	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
人間関係因子	仲間関係	—	—	—	0.174	—	—	—	—	—	—
	経済性	—	—	—	—	—	—	—	0.176	—	—
	逃避	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0.158
	時間つぶし	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0.164

・値は5%水準で有意な $\beta$

学習教養番組因子の学習・語学番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-35 に示した。年齢, IADL は, 性別, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合を考慮しても学習・語学番組と関連があり, ベータはそれぞれ  $-0.227$  ( $p=0.000$ ),  $-0.217$  ( $p=0.000$ ) だった。年齢が若いことと IADL の低下は, 学習・語学番組の視聴頻度が少ないことと関連していた。

表 3-35 学習・語学番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	300.333	17.120		17.543	.000	
年齢	-.197	.042	-.227	-4.645	.000	1.055
性別	-.086	.053	-.077	-1.616	.107	1.011
IADL	-.231	.052	-.217	-4.444	.000	1.057

- $n=391$ , モデル:  $p=0.000$ ,  $R^2=0.125$ , 修正  $R^2 =0.119$
- 調整変数として年齢, 性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- IADL: Instrumental Activities of Daily Living
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

学習教養番組因子の自然・動物番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-36 に示した。有意なモデルはなく, いずれの説明変数も自然・動物番組との関連はなかった。

表 3-36 自然・動物番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	231.598	17.298		13.389	.000	
年齢	-.042	.050	-.046	-.845	.399	1.159
性別	-.023	.060	-.020	-.387	.699	1.005
うつ	-.109	.055	-.107	-1.982	.048	1.158

- $n=392$ , モデル:  $p=0.071$ ,  $R^2=0.018$ , 修正  $R^2 =0.010$
- 調整変数として年齢, 性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

学習教養番組因子の趣味関連番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-37 に示した。IADL, うつは, 年齢, 性別, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, 総合を考慮しても趣味関連番組と関連があり, ベータはそれぞれ  $-0.120$  ( $p=0.023$ ),  $-0.123$  ( $p=0.025$ ) だった。IADL の低下およびうつ傾向のあることは, 趣味関連番組の視聴頻度が少ないことと関連していた。

表 3-37 趣味関連番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	250.828	19.600		12.797	.000	
年齢	-.071	.050	-.076	-1.427	.154	1.170
性別	.068	.060	.057	1.145	.253	1.015
IADL	-.137	.060	-.120	-2.289	.023	1.124
うつ	-.126	.056	-.123	-2.248	.025	1.224

•  $n=393$ , モデル:  $p=0.000$ ,  $R^2=0.057$ , 修正  $R^2 =0.048$

• 調整変数として年齢, 性別を強制投入

• 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入

• IADL: Instrumental Activities of Daily Living

• B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

学習教養番組因子の紀行・旅番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-38 に示した。閉じこもりは, 年齢, 性別, IADL, 運動, 栄養, 口腔, 認知, うつ, 総合を考慮しても紀行・旅番組と関連があり, ベータは  $-0.164$  ( $p=0.002$ ) だった。閉じこもり傾向のあることは, 紀行・旅番組の視聴頻度が少ないことと関連していた。

表 3-38 紀行・旅番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	244.274	18.492		13.210	.000	
年齢	-.046	.049	-.050	-.944	.346	1.140
性別	.022	.059	.018	.364	.716	1.012
閉じこもり	-.217	.071	-.164	-3.057	.002	1.148

・ n=390, モデル : p=0.003, R<sup>2</sup>=0.035, 修正 R<sup>2</sup> =0.027

・ 調整変数として年齢, 性別を強制投入

・ 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入

・ B : 非標準化係数, SE : 標準誤差,  $\beta$  : 標準化係数, VIF : Variance Inflation Factor

学習教養番組因子の科学・美術番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-39 に示した。性別, IADL, 総合は, 年齢, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつを考慮しても科学・美術番組と関連があり, ベータはそれぞれ -0.156 (p=0.001), -0.125 (p=0.033), -0.172 (p=0.007) だった。男性であることは科学・美術番組の視聴頻度が多く, IADL の低下および総合的低下は, 視聴頻度の少ないことと関連していた。

表 3-39 科学・美術番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	308.294	18.502		16.663	.000	
年齢	-.057	.050	-.061	-1.145	.253	1.242
性別	-.186	.058	-.156	-3.239	.001	1.014
総合	-.163	.060	-.172	-2.730	.007	1.742
IADL	-.142	.067	-.125	-2.137	.033	1.488

・ n=394, モデル : p=0.000, R<sup>2</sup>=0.109, 修正 R<sup>2</sup> =0.099

・ 調整変数として年齢, 性別を強制投入

・ 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入

・ IADL : Instrumental Activities of Daily Living

・ B : 非標準化係数, SE : 標準誤差,  $\beta$  : 標準化係数, VIF : Variance Inflation Factor



学習教養番組因子の歴史・風土番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-40 に示した。総合は、年齢、性別、IADL、運動、栄養、口腔、閉じこもり、認知、うつを考慮しても歴史・風土番組と関連があり、ベータは $-.170$  ( $p=0.002$ ) だった。総合的低下は、歴史・風土番組の視聴頻度が少ないことと関連していた。

表 3-40 歴史・風土番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	236.606	16.919		13.985	.000	
年齢	-.015	.052	-.016	-.292	.770	1.246
性別	-.029	.059	-.025	-.491	.623	1.004
総合	-.159	.052	-.170	-3.045	.002	1.242

・  $n=390$ , モデル:  $p=0.005$ ,  $R^2=0.032$ , 修正  $R^2 =0.025$

・ 調整変数として年齢、性別を強制投入

・ 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入

・ B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

社会・情報番組因子のニュース・報道番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-41 に示した。性別、IADL、認知は、年齢、運動、栄養、口腔、閉じこもり、うつ、総合を考慮してもニュース・報道番組と関連があり、ベータはそれぞれ $-.138$  ( $p=0.005$ ),  $-.144$  ( $p=0.018$ ),  $-.122$  ( $p=0.005$ ) だった。男性であることはニュース・報道番組の視聴頻度が多く、IADL および認知機能の低下は、視聴頻度が少ないことと関連していた。

表 3-41 ニュース・報道番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	252.779	10.023		25.219	.000	
年齢	-.035	.024	-.075	-1.473	.142	1.104
性別	-.083	.029	-.138	-2.819	.005	1.013
IADL	-.082	.029	-.144	-2.807	.005	1.111
認知	-.065	.027	-.122	-2.368	.018	1.123

- n=400, モデル:  $p=0.000$ ,  $R^2=0.076$ , 修正  $R^2 =0.066$
- 調整変数として年齢, 性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- IADL: Instrumental Activities of Daily Living
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数
- VIF: Variance Inflation Factor

社会・情報番組因子の政治・経済・社会番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-42 に示した。性別, IADL, 口腔は, 年齢, 運動, 栄養, 認知, 閉じこもり, うつ, 総合を考慮しても政治・経済・社会番組と関連があり, ベータはそれぞれ $-0.209$  ( $p=0.000$ ),  $-0.146$  ( $p=0.004$ ),  $-0.102$  ( $p=0.042$ ) だった。男性であることは政治・経済・社会番組の視聴頻度が多く, IADL および口腔機能の低下は, 視聴頻度が少ないことと関連していた。

表 3-42 政治・経済・社会番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	300.242	19.085		15.731	.000	
年齢	-.021	.045	-.024	-.468	.640	1.077
性別	-.238	.056	-.209	-4.239	.000	1.015
IADL	-.160	.055	-.146	-2.885	.004	1.075
口腔	-.098	.048	-.102	-2.041	.042	1.053

- n=390, モデル:  $p=0.000$ ,  $R^2=0.081$ , 修正  $R^2 =0.072$
- 調整変数として年齢, 性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- IADL: Instrumental Activities of Daily Living
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

社会・情報番組因子の天気予報番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-43 に示した。栄養，認知は，年齢，性別，IADL，口腔，運動，閉じこもり，うつ，総合を考慮しても天気予報番組と関連があり，ベータはそれぞれ  $-0.110$  ( $p=0.033$ )， $0.102$  ( $p=0.049$ ) だった。認知機能の低下は，天気予報番組の視聴頻度が少なく，栄養状態の低下は視聴頻度が多いことと関連していた。

表 3-43 天気予報番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	189.402	9.407		20.135	.000	
年齢	.024	.020	.060	1.159	.247	1.072
性別	.025	.025	.049	.981	.327	1.008
認知	-.050	.023	-.110	-2.139	.033	1.069
栄養	.056	.028	.098	1.976	.049	1.006

・  $n=400$ ，モデル： $p=0.038$ ， $R^2=0.025$ ，修正  $R^2 =0.015$

・ 調整変数として年齢，性別を強制投入

・ 生活機能（IADL，運動，栄養，口腔，閉じこもり，認知，うつ，総合）をステップワイズ投入

・ B：非標準化係数，SE：標準誤差， $\beta$ ：標準化係数，VIF：Variance Inflation Factor

社会・情報番組因子のスポーツ番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-44 に示した。性別，閉じこもりは，年齢，IADL，運動，栄養，口腔，認知，うつ，総合を考慮してもスポーツ番組と関連があり，ベータはそれぞれ  $-0.131$  ( $p=0.009$ )， $-0.116$  ( $p=0.030$ ) だった。男性であることはスポーツ番組の視聴頻度が多く，閉じこもり傾向のあることは視聴頻度が少ないことと関連していた。

表 3-44 スポーツ番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	243.039	18.917		12.848	.000	
年齢	.089	.050	.095	1.794	.074	1.131
性別	-.158	.060	-.131	-2.618	.009	1.010
閉じこも り	-.156	.071	-.116	-2.183	.030	1.138

- n=394, モデル :  $p=0.004$ ,  $R^2=0.034$ , 修正  $R^2 =0.026$
- 調整変数として年齢, 性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- B : 非標準化係数, SE : 標準誤差,  $\beta$  : 標準化係数, VIF : Variance Inflation Factor

娯楽番組因子の笑い・コント番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-45 に示した。IADL, 閉じこもりは, 年齢, 性別, 運動, 栄養, 口腔, 認知, うつ, 総合を考慮しても笑い・コント番組と関連があり, ベータはそれぞれ  $-.138$  ( $p=0.012$ ),  $-.135$  ( $p=0.019$ ) だった。IADL の低下があり, 閉じこもり傾向のあることは笑い・コント番組の視聴頻度が少ないことと関連していた。

表 3-45 笑い・コント番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	258.648	20.109		12.863	.000	
年齢	-.001	.049	-.001	-.014	.989	1.149
性別	.037	.060	.030	.608	.543	1.028
IADL	-.157	.063	-.138	-2.511	.012	1.237
閉じこも り	-.180	.076	-.135	-2.364	.019	1.332

- n=394, モデル :  $p=0.000$ ,  $R^2=0.053$ , 修正  $R^2 =0.044$
- 調整変数として年齢, 性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- IADL : Instrumental Activities of Daily Living
- B : 非標準化係数, SE : 標準誤差,  $\beta$  : 標準化係数, VIF : Variance Inflation Factor

娯楽番組因子のクイズ・ゲーム番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-46 に示した。性別は、年齢、IADL、運動、栄養、口腔、閉じこもり、認知、うつ、総合を考慮してもクイズ・ゲーム番組と関連があり、ベータは 0.166 (p=0.001) だった。女性であることはクイズ・ゲーム番組の視聴頻度が多いことと関連していた。

表 3-46 クイズ・ゲーム番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	169.820	15.987		10.622	.000	
年齢	-.062	.047	-.066	-1.327	.185	1.002
性別	.199	.060	.166	3.337	.001	1.002

- n=395, モデル: p=0.002, R<sup>2</sup>=0.031, 修正 R<sup>2</sup> =0.026
- 調整変数として年齢, 性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

娯楽番組因子の落語・漫才番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-47 に示した。閉じこもりは、年齢、性別、IADL、運動、栄養、口腔、認知、うつ、総合を考慮しても落語・漫才番組と関連があり、ベータは 0.158 (p=0.003) だった。閉じこもり傾向であることは落語・漫才番組の視聴頻度が少ないことと関連していた。

表 3-47 落語・漫才番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	204.892	18.968		10.802	.000	
年齢	.061	.050	.065	1.228	.220	1.137
性別	.113	.061	.094	1.871	.062	1.010
閉じこもり	-.211	.071	-.158	-2.955	.003	1.142

- n=394, モデル: p=0.010, R<sup>2</sup>=0.029, 修正 R<sup>2</sup> =0.021
- 調整変数として年齢, 性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

娯楽番組因子のアニメ・漫画番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-48 に示した。年齢は、性別、IADL、運動、栄養、口腔、閉じこもり、認知、うつ、総合を考慮してもアニメ・漫画番組と関連があり、ベータは-0.171(p=0.001)だった。年齢が高いことはアニメ・漫画番組の視聴頻度が少ないことと関連していた。

表 3-48 アニメ・漫画番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	224.245	12.454		18.006	.000	
年齢	-.125	.036	-.171	-3.445	.001	1.003
性別	-.002	.047	-.002	-.040	.968	1.003

・n=396, モデル: p=0.003, R2=0.029, 修正 R2 =0.024

・調整変数として年齢, 性別を強制投入

・生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入

・B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

実用番組因子の歌・音楽番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-49 に示した。年齢, IADL, 運動は、性別, 栄養, 口腔, 認知, 閉じこもり, うつ, 総合を考慮しても歌・音楽番組と関連があり、ベータはそれぞれ 0.163(p=0.002), -.135(p=0.009), 0.113(p=0.038)だった。年齢が高いほど, 運動機能の低下があるほど歌・音楽番組の視聴頻度が多く, IADL の低下は, 視聴頻度が少ないことと関連していた。

表 3-49 歌・音楽番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	156.661	19.414		8.070	0.000	
年齢	0.152	0.050	0.163	3.044	0.002	1.192
性別	0.100	0.059	0.083	1.691	0.092	1.013
IADL	-0.154	0.059	-0.135	-2.617	0.009	1.107
運動	0.109	0.052	0.113	2.081	0.038	1.225

- n=396, モデル: p=0.000, R<sup>2</sup>=0.064, 修正 R<sup>2</sup> =0.055
- 調整変数として年齢, 性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- IADL: Instrumental Activities of Daily Living
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

実用番組因子の現代ドラマ番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-50 に示した。性別, IADL, 運動は, 年齢, 栄養, 口腔, 認知, 閉じこもり, うつ, 総合を考慮しても現代ドラマ番組と関連があり, ベータはそれぞれ 0.113 (p=0.024), -.124 (p=0.018), 0.110 (p=0.046) だった。女性であること, 運動機能の低下があるほど現代ドラマ番組の視聴頻度が多く, IADL の低下は, 視聴頻度が少ないことと関連していた。

表 3-50 現代ドラマ番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	195.401	19.748		9.895	.000	
年齢	-.090	.051	-.096	-1.773	.077	1.194
性別	.136	.060	.113	2.267	.024	1.013
IADL	-.142	.060	-.124	-2.379	.018	1.108
運動	.107	.054	.110	1.998	.046	1.225

- n=394, モデル: p=0.002, R<sup>2</sup>=0.041, 修正 R<sup>2</sup> =0.032
- 調整変数として年齢, 性別を強制投入
- 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- IADL: Instrumental Activities of Daily Living
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

実用番組因子の通販番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-51 に示した。有意なモデルはなく、どの説明変数も通販番組との関連はなかった。

表 3-51 通販番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	188.550	14.163		13.313	.000	
年齢	-.026	.041	-.031	-.617	.537	1.003
性別	.069	.053	.066	1.306	.192	1.003

・ n=394, モデル:  $p=0.368$ ,  $R^2=0.005$ , 修正  $R^2 =0.000$

・ 調整変数として年齢, 性別を強制投入

・ 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入

・ B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

実用番組因子の生活・実用番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-52 に示した。性別, うつは, 年齢, IADL, 運動, 栄養, 口腔, 認知, 閉じこもり, 総合を考慮しても生活・実用番組と関連があり, ベータはそれぞれ 0.182 ( $p=0.000$ ),  $-.158$  ( $p=0.003$ ) だった。女性であることは生活・実用番組の視聴頻度が多く, うつ傾向は, 視聴頻度が少ないことと関連していた。

表 3-52 生活・実用番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	186.027	16.810		11.066	.000	
年齢	-.017	.049	-.019	-.356	.722	1.166
性別	.211	.058	.182	3.643	.000	1.004
うつ	-.159	.054	-.158	-2.948	.003	1.166

・ n=385, モデル:  $p=0.000$ ,  $R^2=0.057$ , 修正  $R^2 =0.050$

・ 調整変数として年齢, 性別を強制投入

・ 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入

・ B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

実用番組因子のインタビュー番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-53 に示した。年齢, IADL は, 性別, 運動, 栄養, 口腔, 認知, 閉じこもり, うつ, 総合を考慮してもインタビュー番組と関連があり, ベータはそれぞれ



-0.179 (p=0.000), -.103 (p=0.044) だった。年齢が高いことおよび IADL の低下はインタビュー番組の視聴頻度が少ないことと関連していた。

表 3-53 インタビュー番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	266.000	18.930		14.052	.000	
年齢	-.166	.047	-.179	-3.527	.000	1.054
性別	-.058	.059	-.049	-.991	.322	1.011
IADL	-.116	.057	-.103	-2.021	.044	1.057

- ・ n=393, モデル: p=0.000, R<sup>2</sup>=0.053, 修正 R<sup>2</sup> =0.046
- ・ 調整変数として年齢, 性別を強制投入
- ・ 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- ・ IADL: Instrumental Activities of Daily Living
- ・ B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

実用番組因子の健康・病気番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-54 に示した。年齢, 性別は, IADL, 運動, 栄養, 口腔, 認知, 閉じこもり, うつ, 総合を考慮しても健康・病気番組と関連があり, ベータはそれぞれ

0.176 (p=0.000), 0.168 (p=0.001) だった。年齢が高いことおよび女性であることは健康・病気番組の視聴頻度が多いことと関連していた。

表 3-54 健康・病気番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	125.224	15.346		8.160	.000	
年齢	.161	.045	.176	3.588	.000	1.003
性別	.197	.058	.168	3.429	.001	1.003

- ・ n=395, モデル: p=0.000, R<sup>2</sup>=0.062, 修正 R<sup>2</sup> =0.058
- ・ 調整変数として年齢, 性別を強制投入
- ・ 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入
- ・ B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

実用番組因子のワイドショー番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 3-55 に示した。年齢, 閉じこもりは, 性別, IADL, 運動, 栄養, 口腔, 認知, うつ, 総合を考慮してもワイドショー番組と関連があり, ベータはそれぞれ -.143 (p=0.008), 0.108 (p=0.044) だった。年齢が高いことはワイドショー番組

の視聴頻度が少なく、閉じこもり傾向は、視聴頻度が多いことと関連していた。

表 3-55 ワイドショー番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	191.953	19.100		10.050	.000	
年齢	-.135	.050	-.143	-2.680	.008	1.134
性別	.018	.061	.015	.297	.767	1.010
閉じこもり	.145	.072	.108	2.016	.044	1.141

・ n=395, モデル:  $p=0.035$ ,  $R^2=0.022$ , 修正  $R^2 =0.014$

・ 調整変数として年齢, 性別を強制投入

・ 生活機能 (IADL, 運動, 栄養, 口腔, 閉じこもり, 認知, うつ, 総合) をステップワイズ投入

・ B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

以上から、視聴番組に対して、有意な関連を示したものを表 3-56 にまとめて示した。学習・教養番組因子の学習・語学番組に影響する生活機能は、IADL だった。同じく自然・動物番組にはうつが、趣味関連番組には IADL とうつ、紀行・旅番組には閉じこもりが、科学・美術番組には IADL と総合が、歴史・風土番組には IADL と総合が関連していた。社会・情報番組因子のニュース・報道番組に影響するのは IADL と認知だった。同様に、政治・経済・社会番組には IADL と口腔が、天気予報番組には栄養と認知が、スポーツには閉じこもりが関連していた。娯楽番組因子の笑い・コント番組に影響するのは IADL と閉じこもりだった。同様に、ワイドショー番組には閉じこもりが関連していた。実用番組因子の歌・音楽番組に影響するのは、IADL と運動だった。同様に、現代ドラマ番組には IADL と運動が、生活・実用番組にはうつが、インタビュー番組には IADL が、ワイドショー番組には閉じこもりが関連していた。

表 3-56 視聴番組に対する生活機能各分野および総合フレイルの影響の大きさの一覧表

		属性		生活機能							
		年齢	性別	IADL	運動	栄養	口腔	閉じこもり	認知	うつ	総合
社会・情報番組因子	ニュース・報道	—	-.138	-.144	—	—	—	—	-.122	—	—
	政治・経済・社会	—	-.209	-.146	—	—	-.102	—	—	—	—
	天気予報	—	—	—	—	.098	—	—	-.110	—	—
	スポーツ	—	-.131	—	—	—	—	-.116	—	—	—
学習・教養番組因子	学習・語学	-.227	—	-.217	—	—	—	—	—	—	—
	自然・動物	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	趣味関連	—	—	-.120	—	—	—	—	—	-.123	—
	紀行・旅	—	—	—	—	—	—	-.164	—	—	—
娯楽番組因子	科学・美術	—	-.156	-.125	—	—	—	—	—	—	-.172
	歴史・風土	—	—	—	—	—	—	—	—	—	-.170
	笑い・コント	—	—	-.138	—	—	—	-.135	—	—	—
	クイズ・ゲーム	—	.166	—	—	—	—	—	—	—	—
実用番組因子	落語・漫才	—	—	—	—	—	—	-.158	—	—	—
	アニメ・漫画	-.171	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	歌・音楽	.163	—	-.135	.113	—	—	—	—	—	—
	現代ドラマ	—	.113	-.124	.110	—	—	—	—	—	—
実用番組因子	通販	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	生活・実用	—	.182	—	—	—	—	—	—	-.158	—
	インタビュー	-.179	—	-.103	—	—	—	—	—	—	—
	健康・病気	.176	.168	—	—	—	—	—	—	—	—
	ワイドショー	-.143	—	—	—	—	—	.108	—	—	—

・値は5%水準で有意なβ

・IADL: Instrumental Activities of Daily Living

### 3-3-7 フレイルの有無における視聴動機と番組の結びつき

まず、健常群における視聴動機と番組の偏相関分析結果を表 3-57 に示した。相関係数が 0.345 以上のものは、娯楽動機とクイズ・ゲーム番組 ( $r=0.390, p<0.001$ )、商品情報動機と通販番組 ( $r=0.434, p<0.001$ ) だった。

次に、フレイル群における結果を表 3-58 に示した。相関係数が 0.35 以上のものは、社会・情報動機と政治・経済・社会 ( $r=0.498, p<0.001$ )、歴史・風土 ( $r=0.409, p=0.002$ )、健康・病気 ( $r=0.366, p=0.006$ ) の各番組、リラックス動機とインタビュー番組 ( $r=0.399, p=0.002$ )、コミュニケーションの話題動機とクイズ・ゲーム ( $r=0.504, p<0.001$ )、インタビュー ( $r=0.353, p=0.002$ )、通販 ( $r=0.383, p=0.034$ ) の各番組、習慣動機とワイドショー ( $r=0.387, p=0.003$ ) とインタビュー ( $r=0.407, p=0.002$ ) の各番組、仲間関係動機と笑い・コント ( $r=0.365, p=0.006$ )、通販 ( $r=0.431, p=0.001$ ) の各番組、行動の指針動機と政治・経済・社会 ( $r=0.518, p<0.001$ )、歴史・風土 ( $r=0.401, p=0.002$ )、科学・美術 ( $r=0.377, p=0.004$ ) の各番組、商品情報動機と政治・経済・社会 ( $r=0.366, p=0.005$ )、スポーツ ( $r=0.406, p=0.002$ )、通販 ( $r=0.418, p=0.001$ ) の各番組だった。

健常群とフレイル群における相関係数が 0.35 以上のものを一覧にまとめ表 3-59 に示した。視聴動機の娯楽因子において、便宜性動機は両群ともに結びつく番組はなかった。娯楽動機には、健常群のみクイズ・ゲームが結びついていた。リラックス、コミュニケーションの話題、習慣の各動機は、健常群には結びつく番組がなく、フレイル群ではインタビュー、クイズ・ゲーム、通販、ワイドショーの各番組が結びついていた。人間関係因子において、時間つぶし、逃避、経済性の各動機は両群ともに結びつく番組は無かった。仲間関係動機は、健常群に結びつく番組は無く、フレイル群では笑い・コント、通販が結びついていた。情報因子において、接待の知恵と興奮の各動機に結びつく番組は両群ともに無かった。商品情報動機は、健常群では通販が、フレイル群では政治・経済・社会、通販、スポーツの各番組が結びついていた。行動の指針と社会情報動機は、健常群では結びつく番組がなく、フレイル群では、政治・経済・社会、歴史・風土、健康・病気の各番組が結びついていた。

表 3-57 健常群における視聴動機と視聴番組の偏相関分析結果 n=291

視聴番組	視聴動機													
	社会情報	便宜性	娯楽	リラックス	コミュニケーションの話題	習慣	仲間関係	時間つぶし	逃避	行動の指針	経済性	興奮	接待の知恵	商品情報
ニュース・報道	.146 *	.127	.136	.053	.026	.034	.058	-.029	.026	.108	-.050	.120	.096	-.015
天気予報	.221 **	.040	.043	.043	.027	.086	.106	.005	.078	.089	-.037	-.064	.027	-.029
政治・経済・社会	.270 **	.124	.057	.144	.212 **	.151 *	.005	-.041	-.007	.123	.001	.037	.110	.036
現代ドラマ	-.026	.079	.165 *	.206 **	.066	.286 **	.211 **	.043	.174 **	.169 **	.163	.150	.158	.276 **
時代劇	-.018	.072	.146	.164 *	.125	.247 **	.144	.233 **	.140 *	.169 **	.146 *	.144	.103	.211 **
海外ドラマ	-.038	.034	.080	.073	.069	.056	.090	.088	.069	.087	.100	.142	.061	.155 *
洋画	.001	.089	.100	.051	.044	.045	.044	.072	.091	.042	.041	.108	.009	.077
邦画	-.041	.036	.004	.059	.048	.112	-.049	.025	.069	.071	-.016	.047	-.015	.092
クイズ・ゲーム	.071	.206 **	.390 **	.295 **	.278 **	.313 **	.222 **	.130	.129	.244 **	.074	.199 **	.246 **	.192 **
落語・漫才	-.033	.192 **	.246 **	.208 **	.165 *	.237 **	.149 *	.040	.111	.127	.026	.163 *	.199 **	.208 **
笑い・コント	-.001	.173 **	.337 **	.285 **	.206 **	.212 **	.153 *	.077	.095	.116	.053	.176 **	.192 **	.225 **
視歌・音楽	.060	.202 **	.316 **	.232 **	.150 *	.205 **	.260 **	-.008	.220 **	.208 **	.093	.245 **	.322 **	.333 **
了ニメ・漫画	-.105	.093	.136	.177	.091	.084	.096	.128	.153 *	.119	.176 *	.208 **	.182 **	.209 **
スポーツ	.182 **	.174 **	.289 **	.264 **	.159 *	.249 **	.088	.002	.095	.181 **	.044	.240 **	.183 **	.210 **
学習・語学	.009	.115	.119	.109	.100	.157 *	.011	-.081	.034	.138	-.040	.090	.067	.145
趣味	.058	.069	.145 *	.189 **	.152 *	.064	.105	.025	.067	.117	-.008	.098	.096	.170 **
自然・動物	.165 *	.169 **	.229 **	.166 *	.173 **	.249 **	.005	-.072	.023	.041	-.066	.053	-.020	.061
歴史・風土	.175 **	.073	.083	.127	.186 **	.056	-.115	-.065	-.092	.093	-.063	.038	-.012	.008
紀行・旅	.134	.090	.162 *	.148 *	.153 *	.210 **	.062	-.005	.079	.105	-.047	-.004	.077	.074
科学・美術・健康・病気	.146 *	.098	.013	.060	.156 *	.034	-.123	-.125	-.024	.055	-.099	.013	-.064	-.032
生活・実用	.117	.049	.247 **	.199 **	.255 **	.230 **	.184 **	.043	.146 *	.226 **	.069	.128 *	.201 **	.184 **
ワイドショー	.112	.150 *	.208 **	.252 **	.259 **	.221 **	.039	-.050	.068	.171 **	.002	.084	.176 **	.193 **
インタビュー	.056	.101	.279 **	.194 **	.193 **	.294 **	.247 **	.129	.204 **	.147	.079	.124	.261 **	.225 **
通販	.066	.073	.197 **	.192 **	.173 **	.229 **	.089	-.015	.154 *	.236 **	-.016	.122	.155 *	.236 **
	-.075	.153 *	.236 **	.175 **	.109	.204 **	.209 **	.049	.212 **	.256 **	.059	.189 **	.327 **	.434 **

・分析は Spearman の偏相関分析を実施した

・制御変数：年齢，性別

\*\*：1%水準で有意 (両側)，\*：5%水準で有意 (両側)

表 3-58 フレイル群における視聴動機と視聴番組の偏相関分析結果 n=91

視聴動機	視聴動機													
	社会情報	便宜性	娯楽	リラックス	シミュレーションの話題	習慣	仲間関係	時間つぶし	逃避	行動の指針	経済性	興奮	接待の知恵	商品情報
ニュース・報道	.311*	.143	.016	.192	.286*	.265*	.129	.099	.098	.128	-.131	-.140	.044	.005
天気予報	.201	.023	-.058	.128	.221	.235	.005	.000	.057	.029	.157	-.018	.063	.027
政治・経済・社会	.498**	.082	.104	.069	.147	.236	-.042	-.082	.105	.518**	-.098	.078	.219	.366**
現代ドラマ	.061	.131	.093	.145	.138	.125	.027	.231	.162	-.112	.059	.085	.055	.057
時代劇	-.159	.069	-.006	-.045	-.040	-.049	-.032	-.061	-.253	-.195	-.112	-.320*	-.156	.181
海外ドラマ	.066	-.020	-.086	.071	.118	.083	.317*	.011	.032	.183	.009	-.183	-.120	.208
洋画	.085	-.130	-.041	.215	.040	.191	.153	.174	.122	.337*	.099	-.053	.073	.255
邦画	.158	.148	.133	.131	.188	.254	.165	.243	-.007	.300*	-.043	.063	.133	.327*
クイズ・ゲーム	.123	.180	.112	.255	.504**	.297*	.299*	.121	.035	.250	.000	-.018	-.053	.307*
落語・漫才	.065	.064	.260	.069	-.004	.055	.174	.004	.164	-.045	-.189	.241	.108	.056
笑い・コント	-.046	.199	.172	.305*	.159	.279*	.365**	.168	.241	.193	.159	.298*	.238	.011
視 歌・音楽	.114	-.185	.032	-.062	-.141	.096	-.085	-.015	.263	.038	.202	.321*	.144	.075
聴 アニメ・漫画	.133	.134	.149	.181	.270*	.205	.312*	.183	.121	.077	.164	.217	.105	.238
番組 スポーツ	.201	.154	.145	-.062	.034	.194	.062	.034	.012	.242	.028	-.033	.059	.406**
学習・語学	.245	-.008	-.142	.032	.187	.114	.110	.033	.021	.204	.049	.012	.105	.160
趣味	.326*	.091	.114	.033	.103	.033	.056	-.102	.102	.315*	.145	.025	.190	.140
自然・動物	.218	.190	.175	.023	.145	.120	-.097	.033	-.010	.147	-.228	-.270*	.010	.195
歴史・風土	.409**	-.133	.008	.182	.159	.044	-.065	-.087	.066	.401**	-.125	-.080	.132	.135
紀行・旅	.215	-.015	.191	.244	.178	.090	.080	.023	.181	.180	-.087	.197	.071	.058
科学・美術	.256	.102	.034	.191	.278*	.239	.264*	.227	.251	.377**	.083	.113	.218	.336*
健康・病気	.366**	-.098	-.019	-.103	.166	-.012	-.171	-.290*	-.037	.259	-.002	.034	.018	.237
生活・実用	.171	.064	.019	.099	.328*	-.018	.136	-.202	-.014	.259	-.097	-.010	.003	.099
ワイドショー	.095	.201	.150	.331*	.279*	.387**	.196	.315*	.189	.040	.165	.085	.169	.017
インタビュー	.261	.284*	.218	.399**	.353**	.407**	.292*	.227	.270*	.218	.104	.315*	.222	.239
通販	.098	.281*	.236	.284*	.383**	.218	.431**	.288*	.256	.289*	.107	.234	.132	.418**

・分析は Spearman の偏相関分析を実施した

・制御変数：年齢，性別

\*\*：1%水準で有意（両側），\*：5%水準で有意（両側）

表 3-59 健常群とフレイル群における視聴動機と視聴番組の相関係数が 0.35 以上を示すものの一覧表

		健常群 (n=316)	フレイル群 (n=91)
視 聴 動 機	便宜性	—	—
	娯楽	クイズ・ゲーム	—
	リラックス	—	インタビュー
	コミュニケーションの 話題	—	クイズ・ゲーム, インタビュー, 通販
	習慣	—	ワイドショー, インタビュー
	人間関係	時間つぶし	—
情 報	逃避	—	—
	経済性	—	—
	仲間関係	—	笑い・コント, 通販
	行動の指針	—	政治・経済・社会 歴史・風土, 科学・美術
	接待の知恵	—	—
	商品情報	通販	政治・経済・社会, スポーツ, 通販
興 奮	社会情報	—	政治・経済・社会, 歴史・風土, 健康・病気
	—	—	—

・ — は視聴動機と視聴番組の相関係数が|0.35|以上を示さないもの

### 3-4 考察

#### 3-4-1 対象者について

生活機能とテレビ視聴との検討における対象者は、閉じこもりを除いてほぼ同じである。閉じこもりの判定基準は、週1回の外出をしないことである。閉じこもりのフレイルの割合が少ないのは、本調査を対象者が集まる外出の場で実施しており、訪問による調査ではないことが影響していると考えられる。したがって総合的フレイルについても、閉じこもりの分が影響し少なくなっている。このことから、本調査の結果は、在宅の閉じこもりでない高齢者像をあらわしていると考えられる。また、フレイルの割合は、後期高齢者のそれが前期高齢者よりもはるかに高く、年齢とともに増加するということは、フレイル診療ガイド2018年版<sup>45)</sup>でもいわれている。このことからしても、本対象者は一般的な高齢者を代表している可能性が高いといえるだろう。

#### 3-4-2 生活機能と視聴時間および視聴時間帯

##### 3-4-2-1 フレイルの有無と視聴時間との関係

視聴時間については、フレイルの有無による差がみられない。これは一日の生活時間に占める割合としてテレビの視聴時間が変わらないことを意味している。先行研究<sup>23)</sup>では、在宅のフレイル高齢者は視聴時間が平均8.2±3.7時間となっており本調査の結果と大きく異なる。しかし、その対象者の内訳をみると、訪問看護を受けている者、あるいは外出に支援を必要とする者であり閉じこもりがちな者であった。本研究においては、主に閉じこもりでない高齢者を対象としたため異なる結果となったと考えられる。



### 3-4-2-2 フレイルの有無とテレビ視聴時間帯との関係

まず、テレビ視聴時間帯は、フレイルの有無にかかわらず、朝、昼、夜の食事時間帯を含むと思われる時間帯に高まりがある。これは2015年に実施されたNHKの国民生活時間調査の結果<sup>63)</sup>とも同じであることから、今回の対象者は、時間帯においても一般的なテレビ視聴をしている可能性が高い。

次にフレイルの有無における視聴時間帯の違いをみると、総合では差がない。差があるのは、運動とうつのフレイルである。フレイルの人は、夕方 16:00～18:00 の視聴が多く、20:00～22:00 の視聴が少ない。NHK の調査<sup>63)</sup>によれば、20:00 時以降の視聴は夕食時の「ながら視聴」に比べて「専念視聴」になるということから、健康な者は20:00 時以降も引き続きテレビ視聴に専念し、フレイルの人は視聴することなく入浴や就寝の準備をしているということが考えられる。運動のフレイルの人が昼食時に視聴が多いのは、日中も在宅であることが多いことから昼食時の視聴が多くなると考えられる。また、うつ分野のフレイルの人が朝 6:00～8:00 の時間帯に多いことについては、健康な者は家事や外出の準備で忙しいためにテレビ視聴は少なく、うつ傾向の人は朝の活動は苦手である<sup>3)</sup> ためにテレビ視聴で過ごしていることが推測される<sup>68)</sup>。

### 3-4-3 生活機能と視聴動機および視聴番組

#### 3-4-3-1 フレイルの有無と視聴動機および視聴番組の相違

健常群とフレイル群の2群における視聴動機の強さの分布と差の検定からみると、社会情報とリラックスの各動機は、健常群の方がより強いといえる。一方、仲間関係、時間つぶし、逃避、経済性の各動機は、フレイル群の方が強く、フレイル群にとって特徴的な動機であると考えられる。これら4つの視聴動機は、第2章の因子分析において人間関係動機としてまとめられている。第2章では高齢者全体について検討したが、実は人間関係動機は、フレイル群によって特徴づけられていたと考えられる。

つぎに、視聴番組についてみると、有意差のある番組は全て健常群の視聴頻度が多く、その種類には、ニュース・報道、政治・経済・社会、自然・動物、歴史・風土、科学・美術、学習・語学、海外ドラマ、洋画などがあることから、脳の情報処理機能において負荷の大きい番組と考えられる。このことからフレイルの人は、認知的負荷の大きい番組の視聴が健常群に比べて少ないと考えられる。

以上のことから、フレイルと関連があるのは、人間関係動機の強さと認知的負荷のかかる番組視聴の減少であることが予想される。

### 3-4-3-2 生活機能と視聴動機および視聴番組との関連

生活機能と視聴動機および視聴番組の偏相関分析の結果からは、生活機能の下位分野でみると、IADLの低さと情報動機因子の低さおよび学習教養、娯楽、社会・情報の各番組因子の視聴の少なさとは関連があるということ、運動機能の低さと人間関係動機因子の高さは関連があるということ、口腔機能の低さと社会・情報番組因子の視聴の少なさとは関連があるということ、閉じこもり傾向と学習教養番組、娯楽番組因子の視聴の少なさとは関連があるということ、認知機能の低下と学習教養番組因子の視聴の少なさとは関連があるということ、うつ傾向と娯楽動機因子の低さおよび、人間関係動機因子の高さ、学習教養、娯楽、社会・情報の各番組因子の視聴の少なさとは関連があるといえよう<sup>69)</sup>。そして、これらに共通する項目、つまり人間関係動機因子の高さ、学習教養、娯楽、社会・情報の各番組因子の視聴の少なさと関連するのは、総合的な生活機能の低さ、所謂フレイルである。これらの結果は、先の節で述べた健常群とフレイル群との差の検定において有意となった項目と同じであることから、その妥当性は高いと考えられる。

### 3-4-3-3 生活機能が視聴動機および視聴番組に与える影響の大きさ

前節において有意な関連を示した生活機能と視聴動機因子および視聴番組因子について、その影響の大きさを知るために行なった重回帰分析の結果からは、次のことが示唆される。

まず、生活機能と視聴動機および視聴番組との関連の分析から有意となった視聴動機の情報動機因子、娯楽動機因子、人間関係動機因子および、視聴番組の学習・教養番組因子、社会・情報番組因子、娯楽番組因子、実用番組因子に対する、生活機能の影響の程度について考えてみる。

生活機能の下位分野において視聴動機因子および視聴番組因子との有意な関係をみると、IADLの低下は、情報動機因子、娯楽番組因子、実用番組因子に対して負の影響がある。これは、IADLの低下は情報動機因子を弱め、娯楽番組因子と実用番組因子の視聴頻度を減少させるということの意味している。運動機能の低下は、情報動機因子に対して正の影響がある。これは、運動機能の低下が情報動機因子を強めるということである。うつ傾向は、娯楽動機因子に対して負の影響がある。これは、うつ傾向は娯楽動機因子を弱めるということである。

生活機能の総合において視聴動機因子および視聴番組因子との有意な関係をみると、人間関係動機因子に対しては正の影響があり、学習・教養番組因子および社会・情報番組因子に対しては負の影響がある。これは、総合的な低下は人間関係動機因子を強め、学習・教養番組因子および社会・情報番組因子の視聴頻度を減少させるということの意味している。

次に、生活機能と視聴動機および視聴番組との関連の分析から有意となった視聴動機の情報動機因子、娯楽動機因子、人間関係動機因子および、視聴番組の学習・教養番組因子、社会・情報番組因子、娯楽番組因子、実用番組因子の各下位項目に対する、生活機能の影響の程度について考えてみる。IADLの低下は、リラックス、興奮の各動機を弱めて、ニュース・報道、政治・経済・社会、学習・語学、趣味関連、科学・美術、笑い・コント、歌・音楽、現代ドラマ、インタビューの各番組の視聴頻度が減少するといえる。運動機能の低下は仲間関係動機を強め、歌・音楽および現代ドラマの各番組の視聴を増加させ、認知機能の低下は経済性動機を強めるといえる。低栄養は天気予報番組の視聴を増加させ、口腔

機能の低下は政治・経済・社会の視聴を減少させ、閉じこもり傾向は便宜性の動機を弱め、ワイドショー番組の視聴を増加させるといえる。認知機能の低下は経済性動機を強め、ニュース・報道、天気予報の各番組の視聴頻度を減少させる。うつはコミュニケーションの話題動機を弱め、歴史・風土、生活・実用の各番組の視聴を減少させるといえる。総合的低下は逃避および時間つぶしの各動機を強め、科学・美術、歴史・風土の各番組の視聴を減少させるといえる。

本研究では、総合的な低下、所謂フレイルの人の求めるものを明らかにすることを目的としていることから、この観点でみると、フレイルは人間関係動機因子を強め、中でも逃避および時間つぶしの各動機を強めるということ、そして学習・教養番組因子の視聴頻度を減少させ、中でも科学・美術、歴史・風土の各番組の視聴を減少させるといことが示唆される。ここで係数を比較すると、視聴動機においては時間つぶしの方が逃避よりも強く、視聴番組においては科学・美術、歴史・風土の各番組は同程度である。これらの結果は前節までの結果を支持するものである。フレイルが逃避および時間つぶしの各動機を強めるということについては、身体的にも精神的にも低下している状態では、これまでのあらゆる作業や人間関係を維持することが負担となり、そこから一時的にでも逃れたいという気持ちが強くなるものの、一方では、空白となった時間を持て余して身近にあるテレビ視聴で埋めるといことになると考えられるので、これらの動機は二つで一つの動機と言えるかもしれない。また、時間を持て余しているといことの意味合いの方が強いと考えられる。そして、フレイルにおいては、科学・美術、歴史・風土の番組視聴は避けられるとも考えられる。

#### 3-4-3-4 フレイルの有無における視聴動機と視聴番組の結びつき

前節とは異なる分析の視点に、視聴動機と視聴番組の結びつきをみるということがある。これは、テレビ視聴は目的指向的なものであるとする「利用と満足  
の視点」<sup>15,28)</sup>であり、視聴動機に表れる欲求と、それを充足する視聴番組の関係で示される<sup>29,30)</sup>。したがって、健常群とフレイル群の各群におけるそれは、異なることが予想される。

まず、健常群について考えてみると、視聴動機と視聴番組の相関が明確にあるのは、娯楽動機にクイズ・ゲーム番組が、商品情報動機に通販番組がそれぞれ結びついており、それは自然で了解可能なものである。また、健常群の場合には、特定の番組の視聴頻度を上げる視聴動機が少ない可能性が示唆される。

次に、フレイル群についてみると、視聴動機の特定の娯楽因子および情報因子の各項目に特定の視聴番組と相関がある。また、先にフレイル群の特徴的な視聴動機因子としてあげた人間関係因子の仲間関係動機にも特定の番組が結びついている。このことから、フレイル群には、特定の番組の視聴頻度を上げる視聴動機が、健常群より多く存在するといえよう。このような動機による視聴番組の選択は、すなわちフレイルの人の欲求を表していると考えられ、視聴番組の選択別にみると情報因子が最も多く、次に娯楽、人間関係の各因子となっている。また、娯楽動機因子に結びつく番組と、情報動機因子に結びつく番組とでは明らかに違いがある。娯楽動機因子には、インタビュー、クイズ・ゲーム、ワイドショー、通販の各番組が、情報動機因子には、政治・経済・社会、歴史・風土、科学・美術、スポーツ、健康・病気、通販の各番組が結びついている。このことから、これらの関係には重要な意味があると考えられるので、以下に検討してゆく。

まず、情報因子と多く結びつく政治・経済・社会と歴史・風土番組は、現代社会あるいは歴史、地理において自分を位置づける客観的な情報を得るために視聴していると考えられる。なぜならば、人は社会的な動物であると言われるように<sup>70)</sup>、社会における関係性を土台として生きているからである。このような傾向は健常群にもあると考えられるが、テレビ視聴の上では明確になっていない。それは、健常群の場合、テレビだけでなく新聞、雑誌、インターネットなどの他のメディアからも情報を得ているため、テレビの情報だけに頼らなくても済むということが考えられ、フレイル群は、テレビ視聴を他のメディアよりも優先して利用しているため特徴的に表れているとも考えられる。これに関連する先行研究として、テレビニュースを情報源として視聴する人は、新聞や雑誌を情報源とする人々よりも政治的知識のレベルが低い傾向があり、認知的スキルの低い人ほどテレビニュースを視聴するということが報告されていることを合わせて考えると<sup>71)</sup>、フレイルの人は心身の機能が低下しているため多様なメディアを駆使しにくいことから、テレビからの情報を優先していると考えられる。また、

社会情報動機に結びつく健康・病気番組は、フレイルであるが故に、より正確で新しい情報を得たいという気持ちが表れていると考えられる。

次に、娯楽因子と多く結びつくインタビュー番組について考えてみる。インタビュー番組は、一対一の関係で成り立つ番組である。会話は一問一答の形式をとり、BGM や歓声等も入らない。したがって、視聴覚と認知処理に与える負荷は、その他の番組と比較して軽いことから、理解しやすい番組と考えられる。人物のショットサイズは、心理描写に適するといわれるアップショット、バストショット、ウエストショットである<sup>74)</sup>。人は人を認識すると、目と口に注意を払い、表情やジェスチャーからその人の考えや感情を読み取ろうとする性質を持つ<sup>73)</sup>。そして、その人の表情や発声、姿勢などを自動的に模倣しようとする傾向もあり、これは人としての共感と所属を求める社会的認知に関連があるという<sup>75)</sup>。また、人物の視線が自分に向いたときや視線が動いた時には、心の理論<sup>76)</sup>と自己関連の処理にリンクした脳領域が活性化すると報告されている<sup>76)</sup>。これらを考慮すると、インタビュー番組は、臨場感あふれる人との交流番組であり、それを視聴する者は、あたかも自分がその場に参加しているかのように感じ、疑似的なコミュニケーションを得て心地よい気分になるということが考えられる。このような要素は、ワイドショーやクイズ・ゲーム、通販番組にもみられる。特に動機の3因子に共通して結びつく通販番組では、登場人物のカメラ視線は常に視聴者に向けられており、表情は柔和で、時に笑顔となり、拒否的な表情はみられず、購入してもらうための語りかけるような声のトーンも加わり、その訴求力は強い。この番組はフレイル群の特徴的な視聴動機である仲間関係とも結びついていることを考えると、なおさら通販番組の視聴が、コミュニケーションの疑似的な場となっている可能性が示唆される。先行研究においては、メディアに対する欲求には、道具的なものと自己充足的なものがあり、自己充足的欲求には、メディアに映る人物との、疑似的な相互関係が含まれる<sup>77)</sup>、あるいは社会的交流欲求がある<sup>78,79)</sup>としていることから、これらの各番組は、疑似的な相互関係機能を持っていると考えられる。こうしてみると、視聴動機には意識された欲求が反映され、視聴番組には潜在的な欲求が反映されていると考えることも可能であろう。

### 3-5 まとめ

ここまで生活機能とテレビ視聴との関連について横断的調査から検討したところ、視聴時間とは関連がみられなかった。また、視聴時間帯についてみると、運動のフレイルおよびうつ傾向の人では夕方 16:00~18:00 の視聴が多く、起床している生活時間帯そのものが短縮している可能性が示唆された。

生活機能と視聴動機および視聴番組との関連の検討からは、健常群とフレイル群の比較において、フレイルであるほど人間関係動機因子が強く、学習教養、娯楽、社会・情報の各番組因子の視聴が少ないことが示唆された。また、フレイルの人の多くの視聴動機において、逃避および時間つぶしの項目が選択されており、一時的な現実逃避とともに、その時間をテレビ視聴で埋めるということが推測された。さらに、フレイルにおいては、科学・美術、歴史・風土の番組視聴は避けられるとも考えられた。

次に、視聴動機の強さと番組の視聴頻度との相関をみると、健常群の場合には特定の視聴動機の強さと相関のある視聴番組はわずかであり、一方でフレイル群の場合には、多くの特定の視聴動機に、それぞれ複数の視聴番組とが相関があり、しかも健常群との比較においては減少していた学習教養、社会・情報の各番組も情報の動機の強さとの間に相関が生じていた。このことから、フレイル群は、特定の番組の視聴頻度を上げる視聴動機が、健常群より多く存在することが示唆された。このような動機による視聴番組の選択は、すなわちフレイルの人の欲求を表していると考えられ、視聴番組の選択別にみると情報因子が最も多く、次に娯楽、人間関係となっていた。情報因子に結びつく視聴番組には、政治・経済・社会と歴史・風土番組が多くを占めており、過去、現在の時間軸および地理的空間軸において自身を位置づけるために視聴していると考えられ、また、フレイルであるが故に、健康・病気番組の視聴によりその情報を得ようとしていると同時に、テレビ視聴を他のメディアよりも優先して利用している可能性も考えられた。このことから、フレイルの人の求めるものは、自身を取り巻く情報取得欲求であることが推察された。一方で、娯楽因子に結びつくインタビュー番組をはじめとするワイドショー番組やクイズ・ゲーム番組等と、情報因子、娯楽因子、人間関係因子にも結びつく通販番組の特性を考えると、人との交流の疑似的な場

となっている可能性も考えられた。これらから、フレイルの人が求めるもう一つのものとして、他者との交流があると考えられた。

さて、テレビ視聴は、テレビからの視聴覚刺激が直接脳の下位機能および高次機能に影響を及ぼすことから<sup>80)</sup>、第1章の先行研究でも述べたように、認知機能および認知症との関連の研究も視聴時間を軸としておこなわれてきた<sup>40-43)</sup>。そこで、第4章では認知機能に限定してさらに詳しく、第3章での方法を用いて検討してゆきたい。



## 第4章

### 高齢者の認知機能とテレビ視聴との関連

#### 4-1 本章の目的

本章では、テレビ視聴と関連の深い認知機能について加齢関連認知機能をもとに検討し、認知機能の程度によりテレビ視聴が異なるかどうかについて明らかにすること、およびそこから認知機能のフレイルの人の求めるものについて推定することを目的とする。

#### 4-2 方法

##### 4-2-1 対象と方法

研究デザインは、実施可能な横断的研究とした。

調査対象者は、第2章において対象とした高齢者のうち、放送設備の整った会議室および多目的室の検査に適した場の参加者とした。この調査では、二つの自治体の協力を得た。一つは地元住民の多い自治体であり、他方は別荘地区への移住奨励を施策としていることから、東京、千葉、神奈川などの首都圏からの移住者が多い自治体である。検査はファイブ・コグ検査<sup>53)</sup>の研修を修了した著者が行ない、検査マニュアルに従い補助スタッフとして対象者7~8名につき1名の割合で保健師、看護師等の協力を得た。これらの調査にかかる時間は約1時間~約1時間15分であり、認知機能検査には正味45分を要し、認知症スクリーニング検査のHDS-RおよびMMSEに比較して長いことから精神的負担もあるので、研究の意味を十分に理解し協力していただける方々に限られた。

期間は、季節によるバイアスを考慮し2014年11月~2015年12月とした。本調査は、放送大学研究倫理委員会の承認を受けた。(通知番号2014-15)

#### 4-2-2 調査指標

調査指標には、テレビ視聴調査票と認知機能検査を用いた。テレビ視聴に関する調査は、第2章のものと同じである。

認知機能検査には、東京都健康長寿医療センター研究所により開発されたファイブ・コグ検査を使用した<sup>53,81)</sup>。本検査は、第3章で用いた基本チェックリストの認知項目において、さらに詳しく2次スクリーニングを行う場合の検査の一つとしてあげられている<sup>82)</sup>。これまで医療保健分野で用いられてきたHDS-RおよびMMSEは認知症のスクリーニング検査のため天井効果がみられることから、軽度認知障害の検出には不十分である。本検査は、軽度認知障害つまり、認知的フレイルの検出に優れ、個別および集団に対しても実施可能である<sup>53)</sup>。5つの加齢関連認知機能領域（注意、記憶、視空間認知、言語、思考）について評価し、年齢、性別、教育年数で補正した偏差値が算出され、これをもとに認知機能について「問題なし」「加齢関連認知機能低下あり」「認知症の可能性あり」の3つに分類する。本検査は、従来から使用されている認知機能検査A Quick Test of Cognitive Speed, Wechsler Adult Intelligence Scale, 3rd Edition, Wechsler Memory Scale-2 Revised, Trail Making Test, Mini-Mental State Examinationとの相関も高く信頼性と妥当性が確立しており、軽度認知障害のスクリーニング・ツールとして適用可能<sup>81)</sup>とされている。また、非薬物的認知症予防の介入研究の効果測定にも用いられている<sup>83)</sup>。本研究においては、注意、記憶、視空間認知、言語、思考の偏差値および偏差値からのランクづけ（総合ランク）を用いて検討した。

#### 4-2-3 分析方法

テレビ視聴については、第2章の分析方法に倣い、視聴時間、視聴時間帯、視聴番組、視聴動機については、各尺度に割り付けた数字を用いた。視聴番組と視聴動機の分類には、因子分析（最尤法、プロマックス回転）を用いた。

認知機能についてはファイブ・コグ検査の偏差値と、そこからマニュアル<sup>53)</sup>に従った3分類（偏差値40以上、偏差値35以上40未満、偏差値35未満）のうち偏差値40以上を「健常群」に、偏差値35～40未満を「認知的フレイル群」とした2分類において検討した。

まず、各項目における単純集計をおこない基本統計量を出した上で、ファイブ・コグ検査の基準から分類したフレイルの割合を算出した。

つぎに、認知機能と視聴時間および視聴時間帯の関連をみるためには、ファイブ・コグ検査の基準によるフレイルの有無と視聴時間の有無を用いて $\chi^2$ 検定をおこなった。

認知機能の違いにおける視聴動機と視聴番組の差をみるためには、前述の基準から健常群とフレイル群の2群に分け、Mann-WhitneyのU検定を行なった。

認知機能と視聴動機および視聴番組との関連をみるためには、ファイブ・コグ検査における偏差値および総合ランク得点と、視聴動機および視聴番組におけるそれぞれに割り付けた数を因子分類ごとの合計得点として用い、年齢、性別、教育年数を制御変数としたSpearmanの偏相関分析をおこなった。

さらに、偏相関分析により関連のみられた認知機能と視聴動機および視聴番組における影響の度合いを見るためには、重回帰分析を行なった。認知機能とテレビ視聴の関連の方向性を考えるとき、まずは、認知機能の程度により視聴動機も視聴番組も異なると考えられる。なぜなら、人が日常の様々な活動をするときに、その中からテレビ視聴を選択するのは、その人の認知機能が少なからず影響していると考えられるからである。したがって、重回帰分析における目的変数は視聴動機および視聴番組とし、説明変数には調整変数として年齢、性別および教育年数を強制投入し、その他の変数としてファイブ・コグ検査の分野別偏差値および総合ランク得点をステップワイズにて投入した。また、重回帰分析は二段階に分けて行なった。第一段階は、目的変数を因子分析の分類による視聴動機因子

および視聴番組因子とし、第二段階は目的変数をそれぞれの因子の下位項目である視聴動機項目および視聴番組項目として行なった。

最後に、認知的フレイルの有無における視聴動機と視聴番組の結びつきをみるためには、健常群と認知的フレイル群のそれぞれについて、年齢、性別、教育年数を制御変数とした視聴動機と視聴番組の Spearman の偏相関分析をおこなった。欠損値の扱いはリストワイズとし、有意水準5%を統計的有意とした。分析には IBM 社の SPSS Statistics ver.23 を用いた。

### 4-3 結果

#### 4-3-1 調査と対象者について

調査と検査の実施年月および場と人数の一覧を表 4-1 に示した。

表 4-1 調査と検査を実施した年月、場、人数の一覧表

調査年月	場	人数
2014年11月	介護予防教室	6
2014年12月	認知症予防教室 2グループ	38
2015年1月	介護予防教室	25
2015年3月	介護予防教室	8
2015年7月	認知症予防教室 2グループ	30
2015年11月	介護予防教室	8
2015年12月	認知症予防教室	17

認知機能検査は、132名に対して実施した。分析対象は、年齢、性別の記載があり同意の得られた131名(有効回答99.2%)のうち、認知症の疑いで受診をしていた2名を除く129名とした。対象者の内訳を表4-2に示した。男24名、女105名、平均年齢70.78±5.71歳(男73.05±6.58歳、女70.27±5.39歳)だった<sup>84)</sup>。年齢分布は、前期高齢者が79.9%を占めていた。

表4-2 対象者の年齢層および性別における人数と割合

		年齢層(歳)					合計
		65～69	70～74	75～79	80～84	85～89	
男性	人数	10	7	3	1	3	24
	性別割合	41.67%	29.17%	12.50%	4.17%	12.50%	100.00%
	年齢層割合	13.70%	23.33%	20.00%	20.00%	50.00%	18.60%
女性	人数	63	23	12	4	3	105
	性別割合	60.00%	21.90%	11.43%	3.81%	2.86%	100.00%
	年齢層割合	86.30%	76.67%	80.00%	80.00%	50.00%	81.40%
合計	人数	73	30	15	5	6	129
	年齢層割合	56.59%	23.26%	11.63%	3.88%	4.65%	100.00%

#### 4-3-2 対象者の認知機能と認知的フレイルの割合

ファイブ・コグ検査の平均値および標準偏差値、マニュアルより算出した認知的フレイルの人数と割合を表4-3に示した。

表4-3 ファイブ・コグ検査結果による認知的フレイルの割合

	平均値	標準偏差	健常群		認知的フレイル群	
			人数	%	人数	%
注意	51.41	9.91	115	89.15	14	10.85
記憶	59.17	10.84	126	97.67	3	2.33
視空間認知	52.63	5.13	126	97.67	3	2.33
言語	54.96	9.83	122	94.57	7	5.43
思考	52.22	10.14	114	88.37	15	11.63
総合	14.55	15.00	96	74.42	33	25.58

・平均値の欄は総合のみ中央値を記載

対象者のファイブ・コグ検査の偏差値平均は、注意機能 51.41±9.91 点、記憶機能 59.17±10.84 点、視空間認知機能 52.63±5.13 点、言語機能 54.96±9.83 点、思考機能 52.22±10.14 点であり、記憶機能のみ高めだった。これら 5 項目の偏差値から算出される総合ランク「問題なし、加齢関連認知機能低下(AACD)の可能性、認知症の可能性」の 3 ランクのうち、「認知症の可能性」は 0 名(0.00%)、「加齢関連認知機能低下(AACD)の可能性」が 33 名(25.6%)、「問題なし」が 96 名(74.4%) だった<sup>84)</sup>。

#### 4-3-3 対象者のテレビ視聴

視聴時間の割合を表 4-4 に示した。「ほとんど見ない」8.5%、「1 時間くらい」19.4%、「2 時間くらい」26.4%、「3 時間くらい」20.9%、「4 時間くらい」13.2%、「5 時間くらい」7.0%、「6 時間以上」3.9% だった。

表 4-4 視聴時間の割合

	人数	%		人数	%
ほとんど見ない	11	8.59	4時間くらい	17	13.28
1時間くらい	25	19.53	5時間くらい	9	7.03
2時間くらい	34	26.56	6時間以上	5	3.91
3時間くらい	27	21.09			

視聴動機の基本統計量を表 4-5-1、表 4-5-2 に示した。視聴動機の尺度の信頼性は、Cronbach の  $\alpha$  係数が 0.816 だった。

視聴動機は強いものから、社会情報、コミュニケーションの話題、便宜性、娯楽、リラックス、習慣、興奮、行動の指針、時間つぶし、仲間関係、経済性、逃避、接待の知恵、商品情報という順だった。

表 4-5-1 視聴動機下位項目の基本統計量：全体，年齢層

	全体 (n=119~129)			前期高齢者 (n=96~103)			後期高齢者 (n=22~26)		
	第I四分位	第II四分位 (中央値)	第III四分位	第I四分位	第II四分位 (中央値)	第III四分位	第I四分位	第II四分位 (中央値)	第III四分位
便宜性	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	3.00	4.00	5.00
娯楽	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00
リラックス	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	3.25	4.00	5.00
コミュニケーションの話題	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00
習慣	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	3.00	4.00	5.00
仲間関係	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00
時間つぶし	2.00	3.00	4.00	2.00	4.00	4.00	2.00	3.00	3.00
逃避	1.00	3.00	3.00	1.00	3.00	3.00	1.00	3.00	3.00
経済性	1.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00	1.00	3.00	3.25
社会情報	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
行動の指針	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00
興奮	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00
接待の知恵	1.00	3.00	3.00	1.00	3.00	3.00	2.00	3.00	3.00
商品情報	1.00	2.00	3.00	1.00	2.00	3.00	1.00	2.00	3.00

- ・統計量は，正規分布を示さないことから四分位を記載
- ・視聴動機の尺度：1：思わない 2：どちらかといえば思わない 3：どちらともいえない  
4：どちらかといえば思う 5：そう思う

表 4-5-2 視聴動機下位項目の基本統計量：性別

	男 (n=19~24)			女 (n=99~105)		
	第I四分位	第II四分位 (中央値)	第III四分位	第I四分位	第II四分位 (中央値)	第III四分位
便宜性	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00
娯楽	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00
リラックス	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00
コミュニケーションの話題	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00
習慣	4.00	4.00	5.00	3.50	4.00	5.00
仲間関係	2.50	4.00	4.50	2.00	3.00	4.00
時間つぶし	3.00	4.00	5.00	2.00	3.00	4.00
逃避	1.00	3.00	3.00	1.25	3.00	3.00
経済性	1.75	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00
社会情報	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00
行動の指針	2.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00
興奮	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00
接待の知恵	1.00	2.50	3.00	1.00	3.00	3.00
商品情報	1.00	2.00	3.00	1.00	2.00	3.00

- ・統計量は，正規分布を示さないことから四分位を記載
- ・視聴動機の尺度：1：思わない 2：どちらかといえば思わない 3：どちらともいえない  
4：どちらかといえば思う 5：そう思う



視聴動機の因子分析結果を図 4-1、表 4-6、表 4-7 に示した。スクリープロットおよび固有値から因子を 3 つに分類した。因子名は先行研究に倣い情報、娯楽、人間関係と名付けた。

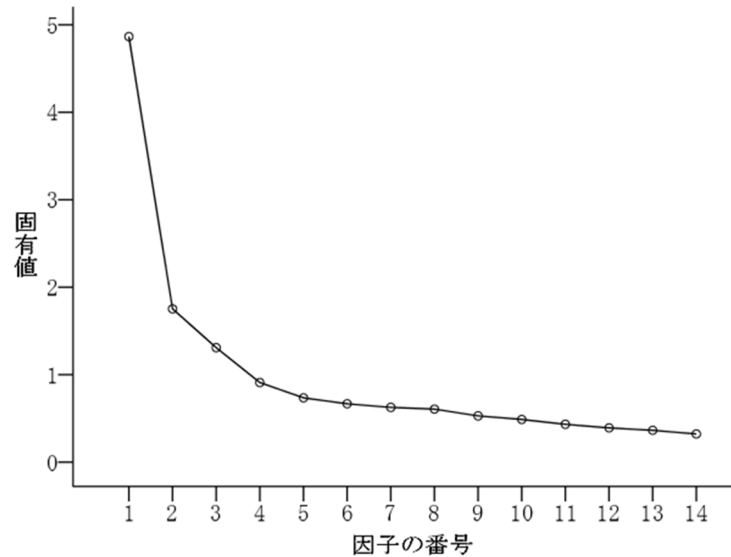


図 4-1 視聴動機因子のスクリープロット

表 4-6 視聴動機の固有値の結果

因子	初期の固有値			負荷量
	合計	分散の %	累積 %	平方和
1	4.87	34.75	34.75	3.51
2	1.75	12.52	47.27	2.99
3	1.31	9.35	56.62	3.13
4	0.91	6.50	63.12	
5	0.74	5.25	68.38	
6	0.67	4.77	73.15	
7	0.63	4.47	77.62	
8	0.61	4.33	81.95	
9	0.53	3.78	85.72	
10	0.49	3.49	89.21	
11	0.43	3.09	92.30	
12	0.39	2.80	95.10	
13	0.36	2.60	97.70	
14	0.32	2.30	100.00	

表 4-7 視聴動機の因子分析結果

	因子		
	娯楽	人間関係	情報
便宜性	0.84	0.00	-0.14
娯楽	0.80	0.11	-0.17
リラックス	0.66	0.06	0.08
コミュニケーションの話題	0.62	-0.14	0.12
習慣	0.49	0.13	0.07
時間つぶし	-0.05	0.76	-0.08
逃避	0.00	0.63	0.17
仲間関係	0.14	0.57	0.12
経済性	0.03	0.49	0.04
社会情報	0.28	-0.39	0.35
行動の指針	-0.08	0.02	0.80
接待の知恵	0.06	0.06	0.62
商品情報	-0.14	0.11	0.58
興奮	0.21	0.13	0.40

- ・ 因子分析は、最尤法、プロマックス回転を実施した
- ・ 値は因子負荷量

視聴番組の平均素得点と標準偏差値について表 4-8-1, 表 4-8-2 に示した。視聴番組の尺度の信頼性は、Cronbach の  $\alpha$  係数が 0.857 だった。

視聴番組の視聴頻度は多いものから、ニュース・報道、天気予報、政治・経済・社会、健康・病気、生活・実用、スポーツ、自然・動物、ワイドショー、紀行・旅、現代ドラマ、歴史・風土、趣味関連、歌・音楽、クイズ・ゲーム、落語・漫才、笑い・コント、インタビュー、科学・美術、時代劇、海外ドラマ、学習・語学、邦画、洋画、通販番組、アニメの順だった。

表 4-8-1 視聴番組の基本統計量：全体，年齢層

	全体 (n=124~129)			前期高齢者 (n=99~103)			後期高齢者 (n=24~26)		
	第Ⅰ四分位	第Ⅱ四分位 (中央値)	第Ⅲ四分位	第Ⅰ四分位	第Ⅱ四分位 (中央値)	第Ⅲ四分位	第Ⅰ四分位	第Ⅱ四分位 (中央値)	第Ⅲ四分位
自然・動物	2.00	3.00	4.00	2.00	4.00	4.00	2.25	3.00	4.00
歴史・風土	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00	2.25	3.00	4.00
紀行・旅	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00	2.50	3.00	4.00
科学・美術	2.00	3.00	3.00	2.00	3.00	3.00	2.00	3.00	4.00
学習・語学	1.00	2.00	3.00	1.00	2.00	3.00	1.00	2.00	2.50
趣味関連	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00
健康・病気	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.50	4.00	5.00
生活・実用	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00
ワイドショー	2.00	4.00	4.00	2.00	4.00	5.00	1.00	4.00	4.00
インタビュー	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00
通販	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	2.50
歌・音楽	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00
現代ドラマ	2.00	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	1.00	3.00	4.00
クイズ・ゲーム	2.00	3.00	4.00	1.75	3.00	4.00	1.50	3.00	3.50
落語・漫才	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00	2.00	2.00	3.00
笑い・コント	1.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00	1.00	2.00	3.75
アニメ・漫画	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00
スポーツ	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00	3.00	4.00	5.00
時代劇	1.00	2.00	4.00	1.00	2.00	4.00	1.00	2.00	3.75
海外ドラマ	1.00	1.50	3.00	1.00	2.00	3.00	1.00	1.00	2.00
洋画	1.00	2.00	3.00	1.00	2.00	3.00	1.00	1.00	2.00
邦画	1.00	2.00	3.00	1.00	2.00	3.00	1.00	1.00	2.00
ニュース	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
天気予報	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
政治・経済・社会	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00

・統計量は、正規分布を示さないことから四分位を記載

・視聴番組の尺度： 1：見ない 2：年に数回 3：月に数回 4：週に数回 5：毎日

表 4-8-2 視聴番組の基本統計量：性別

	男 (n=23~24)			女 (n=101~105)		
	第Ⅰ四分位	第Ⅱ四分位 (中央値)	第Ⅲ四分位	第Ⅰ四分位	第Ⅱ四分位 (中央値)	第Ⅲ四分位
自然・動物	2.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00
歴史・風土	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00
紀行・旅	2.25	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00
科学・美術	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	3.00
学習・語学	1.00	1.00	2.75	1.00	2.00	3.00
趣味関連	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00
健康・病気	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00
生活・実用	2.25	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00
ワイドショー	3.00	3.50	4.00	1.00	4.00	5.00
インタビュー	1.00	2.50	4.00	2.00	3.00	4.00
通販	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00
歌・音楽	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00
現代ドラマ	1.00	3.00	4.00	2.00	4.00	4.00
クイズ・ゲーム	1.25	2.50	3.00	2.00	3.00	4.00
落語・漫才	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00
笑い・コント	2.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00
アニメ・漫画	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	2.00
スポーツ	3.00	4.00	5.00	2.00	3.00	4.00
時代劇	1.00	3.00	4.00	1.00	2.00	3.00
海外ドラマ	1.00	1.50	2.75	1.00	1.50	3.00
洋画	1.00	2.00	2.00	1.00	2.00	3.00
邦画	1.00	2.00	3.00	1.00	2.00	3.00
ニュース	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
天気予報	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
政治・経済・社会	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00

・統計量は、正規分布を示さないことから四分位を記載

・視聴番組の尺度： 1：見ない 2：年に数回 3：月に数回 4：週に数回 5：毎日

視聴番組の因子分析結果を図 4-2, 表 4-9, 表 4-10 に示した. スクリープロットおよび因子の了解可能性から 4 つに分類した. 因子名は生活関連, 趣味関連, 娯楽, 社会・情報と名付けた. スポーツ, 現代ドラマ, インタビューについては, 他の因子負荷も同程度にあることから除外した.

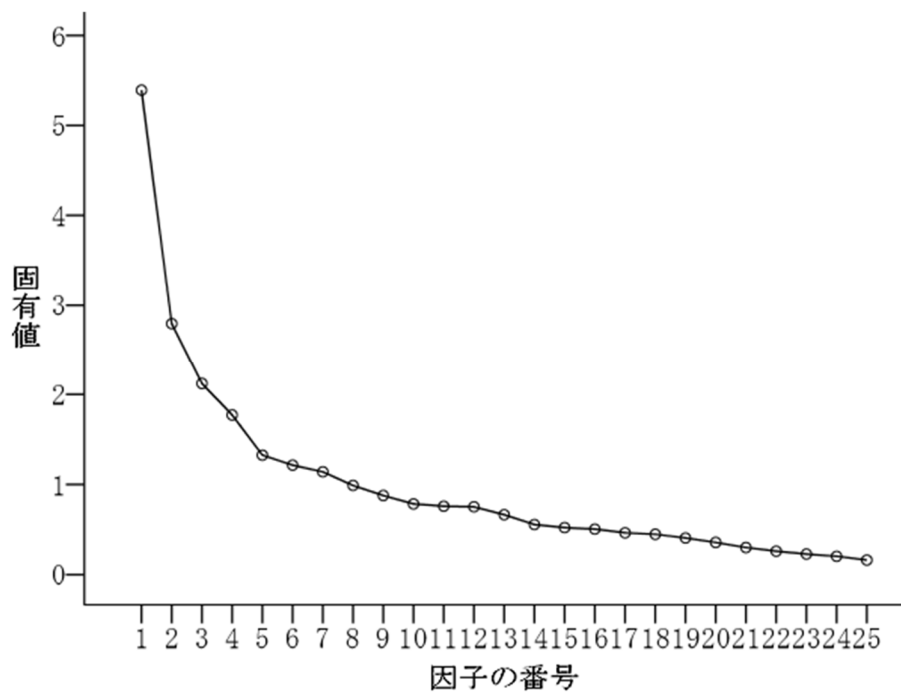


図 4-2 視聴番組のスクリープロット

表4-9 視聴番組の固有値の結果

因子	初期の固有値			負荷量平
	合計	分散の %	累積 %	方和 合計
2	2.80	11.18	32.75	2.81
3	2.12	8.48	41.23	2.13
4	1.77	7.08	48.32	2.38
5	1.33	5.30	53.62	1.97
6	1.21	4.86	58.48	2.58
7	1.14	4.56	63.04	1.34
8	0.99	3.96	66.99	
9	0.88	3.51	70.50	
10	0.78	3.14	73.64	
11	0.76	3.04	76.68	
12	0.75	3.01	79.69	
13	0.67	2.66	82.35	
14	0.56	2.22	84.57	
15	0.52	2.09	86.65	
16	0.51	2.02	88.67	
17	0.46	1.86	90.53	
18	0.45	1.79	92.32	
19	0.41	1.63	93.95	
20	0.36	1.43	95.38	
21	0.30	1.20	96.58	
22	0.26	1.04	97.62	
23	0.23	0.91	98.54	
24	0.20	0.82	99.35	
25	0.16	0.65	100.00	

表4-10 視聴番組の因子分析結果

	因子負荷量			
	生活関連	趣味関連	娯楽	社会・情報
自然・動物	0.75	-0.14	-0.04	-0.11
生活・実用	0.66	-0.23	0.20	-0.04
紀行・旅	0.64	0.10	-0.01	-0.03
歴史・風土	0.64	0.26	-0.19	0.09
趣味関連	0.63	-0.05	0.07	0.01
健康・病気	0.45	-0.15	0.09	0.30
学習・語学	0.44	0.00	0.17	0.03
歌番組・音楽	0.38	0.04	0.27	-0.19
洋画	-0.03	0.73	0.05	-0.06
邦画	-0.02	0.70	-0.02	-0.06
海外ドラマ	-0.10	0.56	0.05	0.09
時代劇	-0.09	0.48	0.21	-0.01
科学・美術	0.40	0.46	-0.25	0.08
アニメ	-0.02	0.42	0.23	0.06
笑い・コント	-0.01	0.07	0.79	0.03
落語・漫才	-0.04	0.17	0.76	0.04
通販	0.10	-0.07	0.44	-0.02
クイズ・ゲーム	0.07	0.20	0.43	-0.12
ワイドショー	0.21	-0.07	0.33	0.20
ニュース・報道	-0.12	-0.02	0.02	0.89
天気予報	-0.04	0.02	-0.04	0.68
政治・経済・社会	0.15	0.07	0.01	0.50

・因子分析は、最尤法，プロマックス回転を実施した  
 ・値は因子負荷量

#### 4-3-4 認知的フレイルの有無と視聴時間および視聴時間帯

認知機能 5 分野および総合基準による認知的フレイルの有無別視聴時間および視聴時間帯の検定結果を表 4-11 に示した。視聴時間については、総合のみ有意差があり、健常群の方が認知的フレイル群よりも視聴時間が長かった。視聴時間帯については、有意差はみられなかった。

表 4-11 フレイルの有無と視聴時間および視聴時間帯の差の検定結果

視聴時間帯 視聴時間平均値 ±標準偏差	認知機能																	
	注意			記憶			視空間認知			言語			思考			総合		
	フレイルなし 3.30±1.346	フレイルあり 2.58±1.505	p値 0.092	フレイルなし 3.22±1.39	フレイルあり 3.00±0.00	p値 0.877	フレイルなし 3.23±1.392	フレイルあり 2.67±0.577	p値 0.482	フレイルなし 3.21±1.395	フレイルあり 3.33±0.577	p値 0.789	フレイルなし 3.25±1.371	フレイルあり 2.92±1.433	p値 0.602	フレイルなし 3.40±1.36	フレイルあり 2.65±1.29	p値 0.027
6:00- 8:00	52.9(46)	66.7(8)	0.538	54.6(53)	50.0(1)	1.000	53.1(51)	100.0(3)	2.490	54.2(52)	66.7(2)	1.000	55.7(49)	45.5(5)	0.540	52.7(39)	60.0(15)	0.644
8:00- 10:00	47.1(41)	33.3(4)	1.000	45.4(44)	50.0(1)	1.000	46.9(45)	0.0(0)	0.680	45.8(44)	33.3(1)	0.568	44.3(39)	54.5(6)	0.117	47.3(35)	40.0(10)	0.817
10:00- 12:00	58.6(51)	41.7(5)	1.000	58.8(57)	50.0(1)	1.000	60.4(58)	0.0(0)	1.000	59.4(57)	33.3(1)	1.000	55.7(49)	81.8(9)	0.350	59.5(44)	56.0(14)	0.175
12:00- 14:00	41.4(36)	91.7(11)	0.656	41.2(40)	50.0(1)	1.000	39.6(38)	100.0(3)	0.583	40.6(39)	66.7(2)	0.552	44.3(39)	18.2(2)	1.000	40.5(30)	44.0(11)	0.805
14:00- 16:00	90.8(79)	8.3(1)	1.000	90.7(88)	100.0(2)	1.000	90.6(87)	100.0(3)	1.000	90.6(87)	100.0(3)	1.000	90.9(80)	90.9(10)	0.395	90.5(67)	92.0(23)	0.760
16:00- 18:00	9.2(8)	66.7(8)	0.540	9.3(9)	50.0(1)	1.000	9.4(9)	0.0(0)	1.000	9.4(9)	0.0(0)	1.000	9.1(8)	9.1(1)	0.350	9.5(7)	8.0(2)	0.816
18:00- 20:00	54.0(47)	33.3(4)	1.000	55.7(54)	50.0(1)	1.000	56.3(54)	33.3(1)	0.583	55.2(53)	66.7(2)	0.552	55.7(49)	54.5(6)	1.000	56.8(42)	52.0(13)	0.175
20:00- 22:00	46.0(40)	83.3(10)	0.695	44.3(43)	100.0(2)	1.000	43.8(42)	100.0(3)	1.000	44.8(43)	33.3(1)	0.552	44.3(39)	45.5(5)	0.437	43.2(32)	48.0(12)	0.788
22:00- 24:00	87.4(76)	16.7(2)	1.000	86.6(84)	0.0(0)	1.000	86.5(83)	0.0(0)	1.000	86.5(83)	100.0(3)	1.000	85.2(75)	100.0(11)	0.350	83.8(62)	96.0(24)	0.805
総合	12.6(11)	75.0(9)	1.000	13.4(13)	100.0(2)	1.000	13.5(13)	0.0(0)	0.552	13.5(13)	0.0(0)	0.552	14.8(13)	0.0(0)	0.350	16.2(12)	4.0(1)	0.175
	77.0(67)	25.0(3)	1.000	76.3(74)	0.0(0)	1.000	77.1(74)	66.7(2)	0.552	77.1(74)	66.7(2)	0.552	76.1(67)	81.8(9)	1.000	75.7(56)	80.0(20)	0.788
	23.0(20)	25.0(3)	0.695	23.7(23)	100.0(2)	1.000	22.9(22)	33.3(1)	1.000	22.9(22)	33.3(1)	1.000	23.9(21)	18.2(2)	0.437	24.3(18)	20.0(5)	0.774
	18.4(16)	75.0(9)	0.746	19.6(19)	50.0(1)	1.000	19.8(19)	0.0(0)	1.000	19.8(19)	0.0(0)	1.000	18.2(16)	27.3(3)	0.437	20.3(15)	16.0(4)	0.805
	81.6(71)	25.0(3)	0.428	80.4(78)	100.0(2)	1.000	80.2(77)	100.0(3)	1.000	80.2(77)	100.0(3)	1.000	81.8(72)	72.7(8)	0.395	79.7(59)	84.0(21)	0.760
	33.3(29)	75.0(9)	0.428	32.0(31)	100.0(2)	1.000	32.3(31)	33.3(1)	1.000	31.3(30)	66.7(2)	0.243	34.1(30)	18.2(2)	0.495	33.8(25)	28.0(7)	0.805
	66.7(58)	75.0(9)	0.428	68.0(66)	50.0(1)	1.000	67.7(65)	66.7(2)	1.000	68.8(66)	33.3(1)	0.243	65.9(58)	81.8(9)	0.395	66.2(49)	72.0(18)	0.805
	83.9(73)	25.0(3)	0.428	82.5(80)	100.0(2)	1.000	82.3(79)	100.0(3)	1.000	82.3(79)	100.0(3)	1.000	84.1(74)	72.7(8)	0.395	83.8(62)	80.0(20)	0.760
	16.1(14)	25.0(3)	0.428	17.5(17)	0.0(0)	1.000	17.7(17)	0.0(0)	1.000	17.7(17)	0.0(0)	1.000	15.9(14)	27.3(3)	0.395	16.2(12)	20.0(5)	0.760

－：見ない，＋：見る ・表中の( )内の数値は実人数



#### 4-3-5 認知的フレイルの有無と視聴動機および視聴番組

健常群と認知的フレイル群における視聴動機および視聴番組の基本統計量と差の検定結果を表 4-12, 表 4-13 に示した. 統計的に有意差のあるものについては網掛けで示した. 差の検定において有意差のある視聴動機は, 社会情報(p=0.034)のみで, 認知的フレイル群の方が強かった. 視聴番組については, スポーツ(p=0.001)と歴史・風土(p=0.009)であり, いずれも認知的フレイル群の方が多かった.

表 4-12 健常群と認知的フレイル群における視聴動機の統計量と差の検定結果

	健常群 (n=88~93)			認知的フレイル群 (n=31~33)			差の検定	
	第I四分位	第II四分位 (中央値)	第III四分位	第I四分位	第II四分位 (中央値)	第III四分位	p	r
便宜性	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	0.321	0.102
娯楽	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	0.567	0.057
リラックス	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	0.768	0.029
コミュニケーションの話題	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	0.274	0.108
習慣	4.00	4.00	5.00	3.50	4.00	5.00	0.850	-0.019
時間つぶし	2.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00	0.503	-0.067
逃避	1.00	3.00	3.00	1.25	3.00	4.00	0.817	0.023
仲間関係	2.50	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00	0.335	-0.097
経済性	1.00	3.00	4.00	1.00	3.00	3.00	0.469	-0.074
社会情報	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	0.034	0.211
行動の指針	3.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00	0.595	0.054
接待の知恵	1.00	3.00	3.00	1.25	3.00	3.75	0.490	0.070
商品情報	1.00	2.00	3.00	1.00	3.00	4.00	0.437	0.079
興奮	3.00	3.00	4.00	2.50	3.00	4.00	0.355	-0.093

- ・統計量は, 正規分布を示さないことから四分位を記載
- ・視聴動機の尺度: 1: 思わない 2: どちらかといえば思わない 3: どちらともいえない  
4: どちらかといえば思う 5: そう思う
- ・差の検定は Mann-Whitney の U 検定

表 4-13 健常群と認知的フレイル群における視聴番組の統計量と差の検定結果

	健常群 (n=88~93)			認知的フレイル群 (n=31~33)			差の検定	
	第I四分位	第II四分位 (中央値)	第III四分位	第I四分位	第II四分位 (中央値)	第III四分位	p	r
自然・動物	2.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	0.097	0.148
生活・実用	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	0.331	0.087
紀行・旅	2.50	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	0.080	0.156
歴史・風土	2.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	0.009	0.232
趣味関連	2.00	3.00	4.00	2.50	3.00	4.00	0.206	0.113
健康・病気	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	0.109	0.142
学習・語学	1.00	2.00	3.00	1.00	2.00	3.50	0.065	0.164
歌・音楽	2.00	3.00	4.00	1.25	3.00	4.00	0.703	-0.034
洋画	1.00	2.00	3.00	1.00	2.00	2.00	0.706	0.034
邦画	1.00	2.00	3.00	1.00	2.00	3.00	0.409	0.074
海外ドラマ	1.00	1.00	3.00	1.00	2.00	2.00	0.501	-0.060
時代劇	1.00	2.00	3.00	1.00	2.00	4.00	0.295	0.094
科学・美術	2.00	3.00	3.00	2.50	3.00	3.00	0.105	0.144
アニメ・漫画	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	2.00	0.254	0.102
笑い・コント	1.00	3.00	4.00	1.00	3.00	3.50	0.573	0.050
落語・漫才	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	3.50	0.813	0.021
通販	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	3.00	0.338	0.085
クイズ・ゲーム	1.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00	0.104	0.144
ワイドショー	1.75	4.00	4.00	2.00	3.00	4.50	0.985	-0.002
ニュース	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	0.104	0.144
天気予報	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	0.599	0.047
政治・経済・社会	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	0.344	0.085
現代ドラマ	2.00	4.00	4.00	1.00	3.00	4.00	0.116	-0.141
スポーツ	2.00	3.00	4.00	3.00	4.00	5.00	0.001	0.307
インタビュー	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00	0.668	0.038

- ・統計量は、正規分布を示さないことから四分位を記載
- ・視聴番組の尺度： 1：見ない 2：年に数回 3：月に数回 4：週に数回 5：毎日
- ・差の検定は Mann-Whitney の U 検定

#### 4-3-6 認知的フレイルの程度と視聴時間、視聴動機、視聴番組との関連

偏相関分析の結果を表 4-14 に示した。注意は、視聴時間、視聴動機および視聴番組ともに関連がなかった。記憶は、視聴時間および視聴番組とは関連がなく、視聴動機の情報 ( $r=-0.210$ ,  $p=0.023$ ) と負の関連だった。視空間認知は、視聴時間、視聴動機および視聴番組ともに関連がなく、言語は、視聴時間および視聴番組とは関連がなく、視聴動機の情報 ( $r=-0.185$ ,  $p=0.046$ ) と負の関連だった。思考は、視聴時間とは関連がなく、視聴動機の情報 ( $r=-0.189$ ,  $p=0.041$ ) と負の関連、視聴番組の生活関連 ( $r=-0.206$ ,  $p=0.050$ ) と負の関連だった。総合は、視聴時間および視聴動機とは関連がなく、視聴番組の生活関連 ( $r=-0.223$ ,  $p=0.034$ ) と負の関連だった。

表 4-14 認知機能とテレビ視聴時間、視聴態度、視聴動機、視聴番組との偏相関分析結果  $n=89$

		認知機能					総合
		注意	記憶	視空間認知	言語	思考	
視聴時間		0.127	0.126	0.070	-0.002	-0.012	0.056
視聴動機	娯楽	-0.122	-0.174	0.007	-0.161	-0.099	-0.103
	人間関係	0.032	-0.162	-0.124	-0.097	-0.057	0.080
	情報	-0.175	-0.210 *	-0.120	-0.185 *	-0.189 *	0.055
視聴番組	生活関連	-0.139	-0.095	-0.088	-0.025	-0.206 *	-0.223 *
	娯楽	-0.046	-0.068	0.006	-0.194	-0.002	-0.075
	趣味関連	0.199	-0.070	-0.183	-0.085	-0.199	-0.118
	社会・情報	-0.166	0.046	-0.170	0.038	0.002	-0.160

・分析は制御変数を年齢、性別、教育年数とした Spearman の偏相関分析を実施した

\* : 5%水準で有意 (両側)

#### 4-3-7 視聴動機および視聴番組に及ぼす認知的認知的フレイルの影響

##### 4-3-7-1 視聴動機因子および視聴番組因子に及ぼすフレイルの影響

前節の偏相関分析において有意な関係を示した視聴動機因子（情報動機因子）および視聴番組因子（生活関連番組因子）について重回帰分析を行なった結果について、最終モデルを示して述べる。

すべての分析において、相関行列表を観察した結果、 $|r| > 0.8$ となるような変数は存在せず、VIFは1.002~1.024の範囲であり多重共線性には問題がなかった。また、実測値に対して予測値が±3SDを超えるような外れ値も存在しなかった。

視聴動機のうち情報動機因子を目的変数とした重回帰分析結果を表4-15に示した。教育年数は、年齢、性別、注意、記憶、視空間認知、言語、思考、総合を考慮しても情報動機と関連があり、ベータは-0.247 ( $p=0.006$ )だった。教育年数の低いことは情報動機が強いことと関連していた。

表 4-15 情報動機因子を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	69.393	12.638		5.491	.000	
年齢	-.009	.086	-.009	-.100	.920	1.022
性別	.145	.127	.103	1.146	.254	1.021
教育年数	-.258	.093	-.247	-2.774	.006	1.002

・n=122，モデル：p=0.035，R<sup>2</sup>=0.070，修正R<sup>2</sup>=0.046

・調整変数として年齢，性別，教育年数を強制投入

・認知機能（注意，記憶，視空間認知，言語，思考，総合）をステップワイズにて投入

・B：非標準化係数，SE：標準誤差， $\beta$ ：標準化係数，VIF：Variance Inflation Factor

#### 4-3-7-2 視聴動機因子下位項目および視聴番組因子下位項目に及ぼす フレイルの影響

視聴動機因子（情報動機因子）の下位項目および視聴番組因子（生活関連番組因子）の下位項目について重回帰分析を行なった結果について、最終モデルを示して述べる。

すべての分析において、相関行列表を観察した結果、 $|r| > 0.8$ となるような変数は存在せず、VIFは1.003～1.238の範囲であり多重共線性には問題がなかった。また、実測値に対して予測値が±3SDを超えるような外れ値も存在しなかった。

情報動機因子の社会情報動機を目的変数とした重回帰分析結果を表4-16に示した。有意なモデルはなく、いずれの説明変数も社会情報動機とは関連がなかった。

表 4-16 社会情報動機を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	70.546	10.786		6.541	.000	
年齢	.044	.073	.055	.604	.547	1.036
性別	-.122	.105	-.106	-1.160	.249	1.037
教育年数	-.038	.078	-.045	-.495	.622	1.001

・ n=125 , モデル : p=0.524, R<sup>2</sup>=0.018, 修正 R<sup>2</sup> =-0.006

・ 調整変数として年齢, 性別, 教育年数を強制投入

・ 認知機能 (注意, 記憶, 視空間認知, 言語, 思考, 総合) をステップワイズにて投入

・ B : 非標準化係数, SE : 標準誤差,  $\beta$  : 標準化係数, VIF : Variance Inflation Factor

情報動機因子の商品情報動機を目的変数とした重回帰分析結果を表 4-17 に示した。有意なモデルはなく、いずれの説明変数も商品情報動機とは関連がなかった。

表 4-17 商品情報動機を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	62.952	12.591		5.000	.000	
年齢	-.004	.086	-.005	-.052	.959	1.022
性別	.027	.126	.020	.218	.828	1.021
教育年数	-.045	.093	-.045	-.490	.625	1.002

・ n=122, モデル: p=0.962, R<sup>2</sup>=0.002, 修正 R<sup>2</sup> =-0.023

・ 調整変数として年齢, 性別, 教育年数を強制投入

・ 認知機能 (注意, 記憶, 視空間認知, 言語, 思考, 総合) をステップワイズにて投入

・ B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

情報動機因子の接待の知恵動機を目的変数とした重回帰分析結果を表 4-18 に示した。教育年数は、年齢、性別、注意、記憶、視空間認知、言語、思考、総合を考慮しても接待の知恵動機と関連があり、ベータは 0.291 (p=0.001) だった。教育年数の低いことは、接待の知恵動機の強いことと関連していた。

表 4-18 接待の知恵動機を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	78.027	11.951		6.529	.000	
年齢	-.066	.082	-.072	-.811	.419	1.022
性別	.104	.120	.077	.864	.389	1.021
教育年数	-.292	.088	-.291	-3.314	.001	1.002

・ n=122, モデル: p=0.008, R<sup>2</sup>=0.094, 修正 R<sup>2</sup> =0.071

・ 調整変数として年齢, 性別, 教育年数を強制投入

・ 認知機能 (注意, 記憶, 視空間認知, 言語, 思考, 総合) をステップワイズにて投入

・ B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

情報動機因子の興奮動機を目的変数とした重回帰分析結果を表 4-19 に示した。有意なモデルはなく、いずれの説明変数も興奮動機とは関連がなかった。

表 4-19 興奮動機を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	61.386	12.581		4.879	.000	
年齢	-.066	.085	-.071	-.778	.438	1.028
性別	.112	.124	.082	.897	.371	1.028
教育年数	-.028	.092	-.028	-.304	.762	1.000

- n=124, モデル: p=0.623, R<sup>2</sup>=0.015, 修正 R<sup>2</sup> =-0.010
- 調整変数として年齢, 性別, 教育年数を強制投入
- 認知機能 (注意, 記憶, 視空間認知, 言語, 思考, 総合) をステップワイズにて投入
- B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

以上から、視聴動機に対して、有意な関連を示したものを表 4-20 にまとめて示した。情報動機因子の行動の指針動機に影響する認知機能は記憶機能だった。

表 4-20 視聴動機に対する認知機能各分野および認知的フレイルの影響の大きさ

		属性			認知機能					
		年齢	性別	教育年数	注意	記憶	視空間認知	言語	思考	総合
情報動機因子	商品情報	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	接待の知恵	—	—	-0.291	—	—	—	—	—	—
	興奮	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	行動の指針	0.200	—	-0.295	—	-0.197	—	—	—	—

- 値は5%水準で有意な  $\beta$

生活関連番組因子の歌・音楽番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 4-21 に示した。有意なモデルはなく、いずれの説明変数も歌・音楽番組とは関連がなかった。

表 4-21 歌・音楽番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	68.208	12.731		5.357	.000	
年齢	.053	.086	.056	.613	.541	1.038
性別	.044	.126	.032	.354	.724	1.039
教育年数	-.170	.092	-.165	-1.848	.067	1.003

- n=126 , モデル : p=0.284, R<sup>2</sup>=0.031, 修正 R<sup>2</sup> =0.007
- 調整変数として年齢, 性別, 教育年数を強制投入
- 認知機能 (注意, 記憶, 視空間認知, 言語, 思考, 総合) をステップワイズにて投入
- B : 非標準化係数, SE : 標準誤差,  $\beta$  : 標準化係数, VIF : Variance Inflation Factor

生活関連番組因子の学習・語学番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 4-22 に示した。有意なモデルはなく、いずれの説明変数も歌・音楽番組とは関連がなかった。

表 4-22 学習・語学番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	54.640	12.910		4.233	.000	
年齢	.043	.084	.047	.514	.608	1.044
性別	.207	.123	.154	1.680	.096	1.066
教育年数	.050	.088	.050	.562	.575	1.003
注意	-.165	.082	-.181	-2.006	.047	1.031

- n=126 , モデル : p=0.188, R<sup>2</sup>=0.049, 修正 R<sup>2</sup> =0.018
- 調整変数として年齢, 性別, 教育年数を強制投入
- 認知機能 (注意, 記憶, 視空間認知, 言語, 思考, 総合) をステップワイズにて投入
- B : 非標準化係数, SE : 標準誤差,  $\beta$  : 標準化係数, VIF : Variance Inflation Factor



生活関連番組因子の健康・病気番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 4-23 に示した。年齢，思考は，性別，教育年数，注意，記憶，視空間認知，言語，総合を考慮しても健康・病気番組と関連があり，ベータはそれぞれ 0.202 (p=0.022)，-0.219 (p=0.012) だった。年齢の高いことおよび思考機能の低いことは，健康・病気番組の視聴頻度が多いことと関連していた。

表 4-23 健康・病気番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	70.794	12.974		5.457	.000	
年齢	.187	.081	.202	2.325	.022	1.044
性別	.067	.118	.050	.573	.568	1.041
教育年数	-.158	.085	-.158	-1.855	.066	1.002
思考	-.200	.078	-.219	-2.565	.012	1.007

・ n=127，モデル：p=0.004，R<sup>2</sup>=0.117，修正 R<sup>2</sup> =0.088

・ 調整変数として年齢，性別，教育年数を強制投入

・ 認知機能（注意，記憶，視空間認知，言語，思考，総合）をステップワイズにて投入

・ B：非標準化係数，SE：標準誤差， $\beta$ ：標準化係数，VIF：Variance Inflation Factor

生活関連番組因子の趣味関連番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 4-24 に示した。思考は，年齢，性別，教育年数，注意，記憶，視空間認知，言語，総合を考慮しても趣味関連番組と関連があり，ベータは-0.273 (p=0.002) だった。思考機能の低いことは，趣味関連番組の視聴頻度が多いことと関連していた。

表 4-24 趣味関連番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	61.317	13.446		4.560	.000	
年齢	.053	.083	.057	.643	.521	1.044
性別	.173	.121	.126	1.421	.158	1.041
教育年数	.054	.089	.053	.614	.541	1.002
思考	-.253	.081	-.273	-3.125	.002	1.008

- n=125 , モデル : p=0.019, R<sup>2</sup>=0.093, 修正 R<sup>2</sup> =0.062
- 調整変数として年齢, 性別, 教育年数を強制投入
- 認知機能 (注意, 記憶, 視空間認知, 言語, 思考, 総合) をステップワイズにて投入
- B : 非標準化係数, SE : 標準誤差,  $\beta$  : 標準化係数, VIF : Variance Inflation Factor

生活関連番組因子の歴史・風土番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 4-25 に示した。思考は、年齢、性別、教育年数、注意、記憶、視空間認知、言語、総合を考慮しても歴史・風土番組と関連があり、ベータは-0.218 (p=0.014) だった。思考機能の低いことは、歴史・風土番組の視聴頻度が多いことと関連していた。

表 4-25 歴史・風土番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	63.661	13.655		4.662	.000	
年齢	.146	.084	.155	1.740	.084	1.035
性別	.082	.124	.059	.663	.509	1.033
教育年数	-.033	.090	-.032	-.368	.713	1.006
思考	-.202	.081	-.218	-2.484	.014	1.005

- n=125 , モデル : p=0.048, R<sup>2</sup>=0.076, 修正 R<sup>2</sup> =0.045
- 調整変数として年齢, 性別, 教育年数を強制投入
- 認知機能 (注意, 記憶, 視空間認知, 言語, 思考, 総合) をステップワイズにて投入
- B : 非標準化係数, SE : 標準誤差,  $\beta$  : 標準化係数, VIF : Variance Inflation Factor

生活関連番組因子の紀行・旅番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 4-26 に示した。思考は、年齢、性別、教育年数、注意、記憶、視空間認知、言語、総合を考慮しても紀行・旅番組と関連があり、ベータは-0.259(p=0.004)だった。思考機能の低いことは、紀行・旅番組の視聴頻度が多いことと関連していた。

表 4-26 紀行・旅番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	89.709	13.428		6.681	.000	
年齢	-.024	.083	-.025	-.284	.777	1.044
性別	-.013	.121	-.010	-.107	.915	1.040
教育年数	-.124	.089	-.123	-1.405	.162	1.002
思考	-.240	.081	-.259	-2.967	.004	1.008

・ n=126 , モデル : p=0.034, R2=0.082, 修正 R2 =0.051

・ 調整変数として年齢, 性別, 教育年数を強制投入

・ 認知機能 (注意, 記憶, 視空間認知, 言語, 思考, 総合) をステップワイズにて投入

・ B : 非標準化係数, SE : 標準誤差,  $\beta$  : 標準化係数, VIF : Variance Inflation Factor

生活関連番組因子の生活・実用番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 4-27 に示した。有意なモデルはなく、いずれの説明変数も生活・実用番組とは関連がなかった。

表 4-27 生活・実用番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	51.617	12.532		4.119	.000	
年齢	.068	.085	.074	.807	.421	1.040
性別	.149	.124	.110	1.200	.232	1.040
教育年数	-.033	.090	-.033	-.366	.715	1.002

・ n=126, モデル : p=0.588, R2=0.016, 修正 R2 =-0.009

・ 調整変数として年齢, 性別, 教育年数を強制投入

・ 認知機能 (注意, 記憶, 視空間認知, 言語, 思考, 総合) をステップワイズにて投入

・ B : 非標準化係数, SE : 標準誤差,  $\beta$  : 標準化係数, VIF : Variance Inflation Factor

生活関連番組因子の自然・動物番組を目的変数とした重回帰分析結果を表 4-28 に示した。有意なモデルはなく、いずれの説明変数も歌・音楽番組とは関連がなかった。

表 4-28 自然・動物番組を目的変数とした重回帰分析結果

	B	SE	$\beta$	t 値	p 値	VIF
(定数)	68.350	12.836		5.325	.000	
年齢	.065	.084	.069	.775	.440	1.036
性別	.113	.124	.082	.914	.363	1.056
教育年数	-.009	.089	-.009	-.097	.923	1.001
注意	-.245	.082	-.266	-3.001	.003	1.028

・ n=126, モデル:  $p=0.057$ ,  $R^2=0.072$ , 修正  $R^2 =0.042$

・ 調整変数として年齢, 性別, 教育年数を強制投入

・ 認知機能 (注意, 記憶, 視空間認知, 言語, 思考, 総合) をステップワイズにて投入

・ B: 非標準化係数, SE: 標準誤差,  $\beta$ : 標準化係数, VIF: Variance Inflation Factor

以上から、視聴番組に対して、有意な関連のものを表 4-29 にまとめて示した。

表 4-29 視聴番組に対する生活機能各分野および認知的フレイルの影響の大きさ

		属性			認知機能					
		年齢	性別	教育年数	注意	記憶	視空間認知	言語	思考	総合
生活 関連 番組 因子	自然・動物	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	生活・実用	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	紀行・旅	—	—	—	—	—	—	—	-0.259	—
	歴史・風土	—	—	—	—	—	—	—	-0.218	—
	趣味関連	—	—	—	—	—	—	—	-0.273	—
	健康・病気	0.202	—	—	—	—	—	—	-0.219	—
	学習・語学	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	歌・音楽	—	—	—	—	—	—	—	—	—

・ 数値は  $p < 0.05$  で有意な  $\beta$

#### 4-3-8 認知的フレイルの有無における視聴動機と視聴番組の結びつき

まず、健常群における視聴動機と番組の偏相関分析結果を表 4-30 に示した。相関係数の絶対値が 0.145~0.344 を薄く、0.35 以上を濃く網掛けした。相関係数が 0.35 以上は、娯楽動機と笑い・コント番組 ( $r=0.370, p=0.002$ )、商品情報動機と現代ドラマ番組 ( $r=0.372, p=0.002$ ) だった。

次に、認知的フレイル群における視聴動機と番組の偏相関分析結果を表 4-31 に示した。健常群と同じ基準で網掛けと下線で示した。相関係数が絶対値で 0.35 以上のものは、リラックス動機と歌・音楽 ( $r=0.466, p=0.022$ )、海外ドラマ ( $r=-0.503, p=0.012$ ) の各番組、コミュニケーションの話題と健康・病気 ( $r=0.445, p=0.022$ )、アニメ ( $r=-0.437, p=0.033$ )、通販 ( $r=0.383, p=0.034$ ) の各番組、逃避動機とインタビュー番組 ( $r=0.410, p=0.047$ )、邦画 ( $r=0.536, p=0.007$ ) の各番組、仲間関係動機と科学・美術 ( $r=-0.439, p=0.032$ )、スポーツ ( $r=-0.444, p=0.030$ ) の各番組、経済性動機と科学・美術番組 ( $r=-0.484, p=0.017$ )、通販 ( $r=0.440, p=0.031$ ) クイズ・ゲーム ( $r=0.505, p=0.012$ ) の各番組、社会情報動機と現代ドラマ番組 ( $r=-0.584, p=0.003$ )、行動の指針動機と生活・実用 ( $r=0.460, p=0.024$ )、インタビュー ( $r=0.461, p=0.023$ )、通販 ( $r=0.483, p=0.017$ ) の各番組、接待の知恵動機と趣味関連 ( $r=0.533, p=0.007$ )、生活・実用 ( $r=0.530, p=0.008$ )、インタビュー ( $r=0.404, p=0.050$ )、通販 ( $r=0.738, p<0.001$ ) の各番組、商品情報動機と科学・美術 ( $r=-0.416, p=0.043$ )、趣味関連 ( $r=0.499, p=0.013$ )、生活・実用 ( $r=0.569, p=0.004$ )、通販 ( $r=0.788, p<0.001$ ) の各番組、興奮動機と生活・実用 ( $r=0.604, p=0.002$ )、インタビュー ( $r=0.473, p=0.019$ )、通販 ( $r=0.509, p=0.011$ ) の各番組だった。

さらに、健常群と認知的フレイル群における相関係数が 0.35 以上のものをまとめて表 4-32 に示した。視聴動機の便宜性、時間つぶし、習慣に結びつく視聴番組は両群ともに無く、健常群では 2 つの動機に各 1 つの番組が結びつき、認知的フレイル群では、多くの動機に複数の番組が結びついていた。番組には正と負があり、正の関係において、娯楽因子では、歌・音楽と健康・病気の各番組、人間関係因子では、邦画、インタビュー、クイズ・ゲーム、通販 の各番組、情報因子では、天気予報、生活・実用、インタビュー、趣味関連の各番組だった。

表 4-30 健全群における視聴動機と視聴番組の偏相関分析結果 n=93

	視聴動機													
	便宜性	娯楽	リラックス	コミュニケーションの話題	習慣	仲間関係	時間つぶし	逃避	経済性	社会情報	行動の指針	興奮	接待の知恵	商品情報
自然・動物	.095	.204	.161	.146	.115	-.192	-.188	.002	.068	.025	-.038	-.014	.047	.003
歴史・風土	.109	-.056	.071	.204	.049	-.115	-.113	-.111	-.076	.098	-.077	.013	-.183	-.077
紀行・旅	.216	.199	.300*	.270*	.176	.008	-.157	.103	.058	.195	.101	.143	.109	-.011
科学・美術ど	.046	-.043	.023	.105	.051	-.130	-.070	.086	-.074	.081	-.173	-.113	-.276*	-.107
学習・語学	.068	.135	.058	-.038	.162	.042	.086	-.034	.035	-.073	.092	.025	-.008	.180
趣味関連	.153	.020	-.025	.049	-.027	-.077	-.162	-.113	-.026	-.058	-.191	-.067	-.045	-.132
健康・病気	-.084	.012	.027	.001	.167	.084	.090	.120	.008	.021	-.025	.034	.257*	.090
生活・実用	.094	.153	.255*	.300*	.164	-.014	-.062	.054	-.013	-.082	.077	.113	.099	.026
ワイドショー	.090	.091	.170	.256*	.274*	.198	.230	.029	-.071	-.011	.098	-.131	.310*	.038
インターネット	.195	.181	.282*	.282*	.263*	.141	.183	.169	.082	-.181	.229	.033	.099	.211
通販	.080	.227	.177	.029	.162	.307*	.220	.110	.065	-.162	.126	.061	.079	.341**
歌・音楽	.117	.177	.224	.132	-.035	.071	-.064	.084	.045	-.164	.226	.144	.266*	.249*
現代ドラマ	.130	-.036	.077	-.013	.140	.308*	.201	.328**	.113	-.124	.270*	.246*	.204	.372**
クイズ・ゲーム	.204	.254*	.165	.091	.218	.026	.123	-.173	-.166	-.146	.150	.078	.196	.136
落語・漫才	-.018	.204	.099	.251*	.208	-.057	.031	-.067	-.085	-.101	.122	-.071	.034	-.010
笑い・コント	.053	.370**	.157	.215	.162	.041	.098	-.006	-.055	-.066	.175	.058	.111	.113
アニメ	.099	.120	.047	.032	.122	-.017	.131	.001	.137	-.108	.014	.056	-.025	.230
スポーツ	.003	.232	.097	-.052	.033	.021	-.004	.019	-.074	.001	.100	.310*	-.090	.126
時代劇	.110	.195	.097	.146	.269*	.132	.282*	.125	.136	-.144	.189	.039	.170	.310*
海外ドラマ	.199	.017	.123	.264*	.251*	.303*	.334**	.291*	.231	-.134	.267*	.138	.136	.280*
洋画	.285*	.070	.036	.217	.203	.009	.049	.106	.210	-.014	-.004	.011	-.020	.156
邦画	.145	.005	.081	.114	.206	.063	.259*	.132	.119	-.193	.125	.049	.050	.220
ニュース・報道	.055	.048	.122	.032	.083	.155	.205	-.020	.050	.132	.042	.176	-.001	-.074
天気予報	-.184	-.181	-.023	-.043	-.033	.084	.007	.062	.015	.300*	-.244*	-.137	.037	-.117
政治・経済・社会	-.031	-.108	-.048	.073	.107	.114	.156	.104	.134	.275	-.059	-.049	-.008	-.044

・分析は Spearman の偏相関分析を実施した

・制御変数：年齢，性別，教育年数

\*\*：1%水準で有意（両側），\*：5%水準で有意（両側）

表 4-31 認知的フレイル群における視聴動機と視聴番組の偏相関分析結果 n=27

	視聴動機													
	便宜性	娯楽	リラックス	コミュニケーションの話題	習慣	仲間関係	時間つぶし	逃避	経済性	社会情報	行動の指針	興奮	接待の知恵	商品情報
自然・動物	-.068	.140	.041	-.055	-.167	-.307	-.205	-.225	-.156	.085	.075	-.009	.091	.296
歴史・風土	-.233	-.272	.013	.056	-.188	-.149	-.052	.058	-.319	.146	.023	-.005	-.002	-.078
紀行・旅	.045	.214	-.009	-.359	.106	-.248	-.140	.059	-.344	-.027	.056	-.051	-.001	-.186
科学・美術	-.010	.007	-.172	-.176	.087	-.439*	-.350	.000	-.484*	.206	-.110	-.051	-.261	-.416*
学習・語学	-.027	.213	-.019	-.078	.028	-.390	-.304	-.211	-.260	-.108	.047	-.069	.236	.254
趣味関連	-.166	.224	.390	.121	-.198	.171	.347	.192	.154	.074	.293	.227	.533**	.499*
健康・病気	.058	.238	.243	.445*	.280	-.093	.042	.072	.072	-.031	.308	.313	.343	.211
生活・実用	.045	.103	.198	.213	-.102	-.066	-.012	.181	.298	-.032	.460*	.604**	.530**	.569**
ワイドショー	-.164	.006	.069	-.126	.091	.084	.224	.108	.145	-.004	-.110	.048	-.009	.204
インタビュー	-.177	.184	.296	.180	.103	.036	.201	.410*	-.077	.044	.461*	.473*	.404†	.205
通販	.253	.146	.363	.019	.298	.289	.165	.234	.440*	-.359	.483*	.509*	.738**	.788**
視聴番組	.011	.322	.466*	-.198	.102	.123	.050	.237	.206	-.153	.249	.217	.167	.306
歌・音楽	-.158	.190	-.085	-.280	.134	-.006	.038	.217	.070	-.584**	.276	.144	.185	.061
現代ドラマ	-.126	.310	.093	-.207	.211	.194	.287	.097	.505*	-.106	.273	.303	.222	.325
クイズ・ゲーム	.135	-.053	.056	.117	.156	-.140	-.052	.142	-.096	-.037	.157	.274	.094	.266
落語・漫才	.179	.233	.334	-.008	.143	-.245	-.312	-.034	-.007	-.225	.026	.236	.121	.049
笑い・コント	-.196	-.004	-.080	-.437*	-.110	-.107	-.069	.006	-.205	-.166	-.310	-.115	-.033	.079
アニメ	-.059	-.037	-.080	.176	.272	-.444*	-.279	-.273	-.148	.033	.109	-.018	.062	-.024
スポーツ	.217	.132	.165	-.032	.332	.118	-.005	.299	-.142	-.064	.069	.256	.204	-.101
時代劇	-.242	-.486	-.503*	-.079	-.145	-.031	-.097	.201	.180	-.104	.011	.374	-.134	.004
海外ドラマ	-.199	-.444	-.397	-.086	-.228	.028	-.021	.327	.069	-.150	.075	.214	-.063	-.038
洋画	-.261	.029	.031	-.397	-.030	.340	.305	.536**	.037	-.327	.076	-.012	.055	-.140
邦画	.273	.156	.103	.147	.052	-.080	.020	-.014	-.109	.463*	-.100	-.247	-.137	-.185
天気予報	.194	.101	.137	.198	.054	-.195	-.203	.061	-.150	-.132	.204	.239	.318	.249
政治・経済・社会														

・分析は Spearman の偏相関分析を実施した

・制御変数：年齢，性別，教育年数

\*\*：1%水準で有意（両側），\*：5%水準で有意（両側），†：5.4%水準で有意（両側）

表 4-32 健常群と認知的フレイル群における視聴動機と視聴番組の相関係数が 0.35 以上を示すものの一覧表

		視聴番組	
		健常群(n=93)	認知的フレイル群(n=27)
娯楽	便宜性	—	—
	娯楽	笑い・コント	—
	リラックス	—	歌・音楽, 海外ドラマ (—)
	コミュニケーションの話題	—	健康・病気, アニメ (—)
	習慣	—	—
視聴動機	時間つぶし	—	—
	人間関係	—	邦画, インタビュー
	仲間関係	—	科学・美術 (—), スポーツ (—)
	経済性	—	クイズ・ゲーム, 通販, 科学・美術 (—)
	情報	—	—
	社会情報	—	天気予報, 現代ドラマ (—)
	行動の指針	—	生活・実用, 通販, インタビュー
	接待の知恵	—	趣味関連, 生活・実用, 通販, インタビュー
	商品情報	現代ドラマ	趣味関連, 生活・実用, 通販, 科学・美術(—)
	興奮	—	生活・実用, 通販, インタビュー

・ (—) は相関係数が  $-0.35$  以上を示すもの

・ — は視聴動機と視聴番組の相関係数が  $|0.35|$  以上を示さないもの



## 4-4 考察

### 4-4-1 対象者について

対象者の年齢は、前期高齢者に偏っている。この理由は、本研究では認知機能検査を受ける必要があり、それを理解し承諾する人に限られたことから、認知機能低下の起こりにくい前期高齢者の参加を得られやすかったと考えられる。

対象者の記憶機能が高い傾向を示したのは、今回の対象者が日時と内容を記憶し理解した上で参加した人々に限られたためと考えられる。また、認知機能5項目の偏差値から算出される総合ランクの「加齢関連認知機能低下(AACD)の可能性」が25.6%、「問題なし」の者が74.4%という割合については、高齢者におけるMCIの有病率は15%~25%といわれており<sup>52)</sup>加齢関連認知機能低下(AACD)はMCIに関するひとつの診断基準であること<sup>53), 83, 84)</sup>から、本調査の対象者は、概ね一般的な高齢者の可能性が高い。

### 4-4-2 認知機能と視聴時間および視聴時間帯

#### 4-4-2-1 認知的フレイルの有無とテレビ視聴時間との関係

認知的フレイルの有無と視聴時間との関連は、各分野においてはみられなかったが、総合においては有意差がみられ、健常群の方が約1時間長く視聴している。これは、テレビ視聴による比較的強度な視聴覚刺激や過度の認知負荷を避けるために、フレイルの人は短時間になると考えられる。

#### 4-4-2-2 認知的フレイルの有無と視聴時間帯との関係

認知的フレイルの有無と視聴時間帯との関連は、各分野においても総合においても有意差がみられなかった。これには対象者の数が少なく、特に認知的フレイル群の方が少ないことが影響しているかもしれない。

#### 4-4-3 認知機能と視聴動機および視聴番組

##### 4-4-3-1 認知的フレイルの有無における視聴動機と視聴番組の相違

両群において差があるのは、視聴動機の社会情報と、視聴番組のスポーツおよび歴史・風土であり、いずれも認知的フレイル群の方が多い。この結果は、これらの視聴動機と視聴番組が第3章におけるフレイル群では健常群に比べて有意に少なかったという結果と大きく異なっている。このことからしても、認知的フレイル群は、健常群よりも社会情報動機を持ち、スポーツおよび歴史・風土の各番組の視聴についてテレビを偏重し、テレビよりも新聞や雑誌、インターネットなどの利用を避けている可能性が考えられる。なぜならば、第3章の考察においても述べたように、これに関連する先行研究には、テレビニュースを情報源として視聴する人は、新聞や雑誌を情報源とする人々よりも政治的知識のレベルが低い傾向があり、認知的スキルの低い人ほどテレビニュースを視聴することが報告されている<sup>71)</sup>。これは、認知機能の低下により政治的知識が薄れ、認知的スキルも低下することから、情報源としてアクセスしやすいテレビを利用すると考えられるからである。

##### 4-4-3-2 認知機能と視聴動機と視聴番組の関連

偏相関分析においては認知機能の各分野と総合とにおいて情報動機因子および生活関連番組因子との関連が見られた。このことから、記憶機能、言語機能および思考機能の低いほど情報動機が強く、思考機能および総合機能の低いほど生活関連番組を多く視聴する可能性が示唆された。これらの結果は、先の節で述べた健常群とフレイル群との差の検定において有意となった項目と同じであることから、その妥当性は高いと考えられる。

#### 4-4-3-3 認知機能が視聴動機および視聴番組に与える影響の大きさ

前節において有意な関連を示した認知機能と視聴動機因子および視聴番組因子について、その影響の大きさを知るために行なった重回帰分析の結果からは、次のことが示唆される。

まず、認知機能と視聴動機および視聴番組との関連の分析から有意となった視聴動機の情報動機因子および、視聴番組の生活関連番組因子に対する、認知機能の影響の程度について考えてみる。

認知機能の下位分野において視聴動機因子および視聴番組因子との有意な関係をみると、教育年数は情報動機因子に対して負の影響である。これは、教育年数の低いことが情報動機因子を強めるということを意味している。また、思考機能は、生活関連番組因子に負の影響である。これは、思考機能の低さが生活関連番組因子の視聴頻度を増加させるということである。

次に、認知機能と視聴動機および視聴番組との関連の分析から有意となった視聴動機の情報動機因子および、視聴番組の生活関連番組因子の各下位項目に対する、認知機能の影響の程度について考えてみる。すると、教育年数の低さが接待の知恵動機を強め、年齢の高さと教育年数の低さと記憶機能の低さが行動の指針動機を強めている。このうち影響の強さは、教育年数、年齢、記憶機能の順である。教育年数の低さおよび加齢は、認知症発症の危険因子としてあげられており<sup>52)</sup>、記憶機能の低下は認知症の中核症状の一つである<sup>52)</sup>ことから、教育年数、年齢、記憶機能は密接に関連しているということを支持する結果である。これらが行動の指針動機を強めるのは、記憶が低下するにつれ、過去、現在、未来の一連のつながりを把握することが困難となることから、自分が今どのように行動すればよいかについて何かを頼りたいという気持ちが起こり、それを身近にあるテレビに求めていると考えられる。また、思考機能の低さが、紀行・旅、歴史・風土、趣味関連、健康・病気の各番組の視聴頻度を増加させるのは、これらの番組の内容は、本や新聞やインターネットなどの視覚のみの刺激よりも、テレビからの視覚と聴覚を通した複合的な刺激の方が理解しやすいためと考えられる。また、テレビ視聴はリモコン機器の単純操作でできることから、身近な生活に関連する事柄について知りたいときに容易にアクセスしやすいためと考え

られる。以上のことから、認知機能とテレビ視聴との関連を考えると、記憶機能の低下は行動の指針を求め、思考機能の低下は自身の健康や病気を含む日常生活に関連する分かりやすい情報を求めていると推察される。

#### 4-4-3-4 認知機能における視聴動機と視聴番組の結びつき

前節とは異なる分析の視点に、視聴動機と視聴番組の結びつきをみるということがある。これは、テレビ視聴は目的指向的なものであるとする「利用と満足の視点」<sup>15,28)</sup>であり、視聴動機に表れる欲求と、それを充足する視聴番組の関係で示されるとするものである<sup>29,30)</sup>。したがって、健常群と認知的フレイル群の各群におけるそれは、異なることが予想される。

まず、健常群について考えてみると、視聴動機の強さと番組の視聴頻度との相関が明確にあるのは、娯楽動機に笑い・コント番組が、商品情報動機に現代ドラマ番組だけである。娯楽動機と商品情報動機の2つは結びつく番組は異なるものの、第3章における健常群の動機と同じであることから、健常群における普遍的な視聴動機である可能性が高い。また、健常群の場合には結びつきがわずかであることから、特定の番組の視聴頻度を上げる視聴動機は少ない可能性が示唆される。

次に、フレイル群についてみると、視聴動機の強さと相関のある視聴番組の頻度には正と負の両方が存在し、情報因子の全ての動機および人間関係因子と娯楽因子の複数の動機に、それぞれ複数の視聴番組が結びついている。このことから、特定の番組の視聴頻度を上げる視聴動機が、健常群より多く存在し、視聴動機に表れる欲求は、特定の、しかも複数の視聴番組により充足されるといえよう。この中で視聴動機と負の関連を示す番組は、意図的に避けられる番組であり、現代ドラマ、海外ドラマ、アニメ、スポーツ、科学・美術がある。この理由は、現代ドラマ、海外ドラマ、アニメは物語の背景を考慮し話の筋を追う必要があり、さらにシリーズものでは前回の内容を記憶しておく必要性があり認知的負荷が大きくかかることから、情報を得るにも、リラックスするにも、コミュニケーションの話題にもしにくいと考えられる。同様にスポーツ番組は競技の展開が速いこと、アナウンスの口調が早口であることが認知的負荷を大きくし、仲間関係

動機としては避けられると考えられる。また、科学・美術番組については、特有の抽象的思考を要求され認知的負荷が大きいことから、購買意欲や経済性とはつながらず仲間関係にもならないと考えられる。

一方で、視聴動機の強さと正の相関のある視聴番組も多い。最も多いのは情報因子においてである。情報因子の行動の指針、接待の知恵、商品情報、興奮の視聴動機には生活・実用番組および通販番組が、行動の指針、接待の知恵、興奮の視聴動機にはインタビュー番組が結びついている。生活・実用、通販の各番組は、日常に必要な物品購入の判断基準となっている可能性がある。認知的フレイルの人は認知処理容量が少ないことから、情報処理を行う際に認知負荷の小さいヒューリスティック処理<sup>16,17)</sup>を行うと考えられ、生活・実用および通販番組において繰り返し紹介される物品等の情報が記憶に刷り込まれ、購買行動につながっている<sup>28)</sup>と予想されるからである。これらは気持ちを高揚させる興奮動機ともつながり、特に通販番組は、接待の知恵、商品情報の各動機において0.7以上の強い相関を示しており、第3章でも述べたように疑似的なコミュニケーションの場であると考え、認知的フレイル群に対するこれらの番組の影響の強さがうかがえる。また、インタビュー番組は、行動の指針、接待の知恵、興奮の各視聴動機と結びついていることから、他者を想定した情報の取得と同時に、人間関係因子の逃避とも結びついているので、煩わしい人間関係からは逃れたいが、そうでない交流は望むという両面的な欲求を本番組により充足していると推察される。その他、人間関係因子の逃避動機に結びつく邦画は、例えば山田洋次監督の「男はつらいよ」シリーズのように、わかりやすく面白く2時間以上の長時間にわたり現実から逃れられるという理由が考えられる。経済性に結びつくクイズ・ゲームは、手軽に頭の体操ができるということがあるかもしれない。というのも、認知的フレイルである軽度認知障害の診断基準の一つには、本人の認知機能低下の自覚<sup>52,85)</sup>があり、このことからトレーニングとしてのクイズ・ゲーム番組を視聴している可能性も考えられるからである。

ここまで、視聴動機に結びつく番組について負の関連および正の関連の両方について考えてきたが、本研究の目的につながる「フレイルの人がテレビ視聴に求めるものを明らかにする」という観点を考え合わせると、結果の解釈は、認知機能の低下が視聴動機因子および視聴番組因子に正の関連を示すものについて

採択するのが妥当であると考えられる。これによれば、先述の視聴動機のうちリラックス、コミュニケーションの話題、逃避、経済性、社会情報、行動の指針、接待の知恵、商品情報、興奮の各動機が強いほど視聴頻度の多くなる歌・音楽、健康・病気、邦画、インタビュー、クイズ・ゲーム、通販、天気予報、生活・実用、趣味関連の各番組との考察が選択されるだろう。

#### 4-5 まとめ

これまで認知機能とテレビ視聴との関連について横断的調査から検討し、視聴時間帯においては関連がなく、視聴時間においては健常群の方が長い傾向にあり、認知処理にかかる負荷の影響の可能性が示唆された。視聴動機および視聴番組と認知機能との偏相関分析と各番組の視聴頻度を目的変数とし、認知機能の項目を説明変数に置いた重回帰分析の結果からは、記憶機能の低さは行動の指針動機を強くし、思考機能の低さは紀行・旅、歴史・風土、趣味関連、健康・病気の各番組の視聴を増加させることが示唆された。また、視聴動機の強さと番組の視聴頻度との相関をみると、健常群の場合には特定の視聴動機の強さと相関のある視聴番組はわずかであった。しかし、認知的フレイルの人の場合は特定の視聴動機の強さと相関のある視聴頻度の番組が、リラックス、コミュニケーションの話題、逃避、仲間関係、経済性、社会情報、行動の指針、接待の知恵、商品情報、興奮と多くあり、特に情報因子でカテゴライズされる視聴動機と相関のある視聴番組が多いことおよび、認知的フレイルの人はニュース・報道番組を毎日視聴していることから、日常生活に関する情報を求めていることが推察された。さらに、第3章のフレイル群とも共通するインタビューと通販の両番組の視聴頻度と情報因子の視聴動機とに相関があり、これらの番組の特徴となるわかりやすさ、臨場感のあるコミュニケーション、視聴者への語りかけの各要素を考慮すると、情報を求める際に他者とのコミュニケーションも求めていると考えられた。

以上のことから、認知的フレイルの人がテレビ視聴に求めているものを考えるとき、それは、情報の享受とその際の他者とのコミュニケーションであることが示唆された。

## 第5章 結論

## 5-1 研究の総括

本研究は、わが国の高齢者の介護予防施策においてフレイルの人への介入が注目されているにもかかわらず、その参加率が低迷していることにより健康な人との格差が広がるということに対して、フレイルの人の求めているものを理解することにより効果的な介入の視点を得られると考えたことに端を発した。

人は自分が求めていることを動機として行動を起こしやすいと考えられるが、その欲求あるいは求めているものを理解することは重要なことである。現在、フレイルの人の求めるものについては明らかにされていないことから、本研究ではフレイルの人に特徴的な求めるものを明らかにすることを目的とした。フレイルの人のそれは日常生活に表れていると考えられることから、高齢者の余暇時間の多くを占めるテレビ視聴に着目し、視聴動機および視聴番組と生活機能および認知機能との関係分析から明らかにしようと試みた。そこで、地域在住の高齢者を対象として、質問紙による生活機能およびテレビ視聴調査、認知機能検査を実施した。

はじめに第2章において、本研究で対象とした高齢者のテレビ視聴実態が、一般高齢者を対象とした先行研究と乖離していないかどうかを比較し、その一般化の可能性を検討した。

対象とした高齢者のテレビ視聴は、視聴時間が概ね3時間であり、視聴時間帯は食事時間に合わせて一日3回のピークがあり、夜間が一番多いこと、視聴動機は情報動機が優先し、後期高齢者は前期高齢者に比べて、仲間関係動機が増加すること、健康や病気に関する番組や歌・音楽や時代劇を多く視聴すること、また、欲求としての視聴動機とそれを充足する視聴番組の結びつきがみられた。これらは、一般高齢者を対象とした先行研究との比較において大きな相違が見られず、また、時代を経ても大きな変化はない可能性が示唆された。このことから、本研究の対象者は一般的な高齢者であると考えられ、本研究により得られた結論は一般化できる可能性が示唆された。

第3章と第4章においては、本研究の対象者のテレビ視聴について生活機能および認知機能の面から検討し、フレイルの人に特徴的な求めるものについて考察した。



まず、視聴時間と視聴時間帯についてみると、生活機能の面では、視聴時間との関連はなく、視聴時間帯においては、運動およびうつなフレイルの人は夕方のテレビ視聴が多く夜間は少ないことから、起床している生活時間は短縮している可能性が示唆された。

一方で、認知機能の面では、視聴時間帯との関連はなく、フレイルの人は健常の人に比べて視聴時間が少なかった。これは、テレビ視聴による比較的強度な視聴覚刺激や過度の認知負荷を避けるために、フレイルの人は短時間になると考えられた。

つぎに、生活機能と視聴動機および視聴番組との関連の検討からは、健常群とフレイル群の比較において、フレイルであるほど人間関係動機因子が強く、学習教養、娯楽、社会・情報の各番組因子の視聴が少ないことが示唆された。また、フレイルの人の視聴動機において、逃避および時間つぶしの項目が選択されており、一時的な現実逃避とともに、その時間をテレビ視聴で埋めるということが推測された。さらに、フレイルにおいては、科学・美術、歴史・風土の番組視聴は避けられるとも考えられた。視聴動機の強さと番組の視聴頻度との相関をみると、健常群の場合には特定の視聴動機の強さと相関のある視聴番組はわずかであった。しかし、フレイル群の場合には、多くの特定の視聴動機とそれぞれ複数の視聴番組とが相関があり、しかも健常群との比較において視聴頻度が減少していた学習教養、社会・情報の各番組も情報の動機の強さとの間に相関が生じていた。

このことから、フレイル群は、特定の番組の視聴頻度を上げる視聴動機が、健常群より多く存在することが示唆された。このような動機による視聴番組の選択は、すなわちフレイルの人の欲求を表していると考えられ、視聴番組の選択別にみると情報因子が最も多く、次に娯楽、人間関係の各因子となっていた。情報因子に結びつく視聴番組には、政治・経済・社会と歴史・風土番組が多くを占めており、過去、現在の時間軸および地理的空間軸において自身を位置づけるために視聴していると考えられ、また、フレイルであるが故に、健康・病気番組の視聴によりその情報を得ようとしていると同時に、テレビ視聴を他のメディアよりも優先して利用している可能性も考えられた。このことから、フレイルの人の求めるものは、自身を取り巻く情報の取得欲求であることが推察された。さらに、

娯楽因子に結びつくインタビュー番組をはじめとするワイドショー番組やクイズ・ゲーム番組等と、情報因子、娯楽因子、人間関係因子にも結びつく通販番組の特性を考えると、人との交流の疑似的な場となっている可能性も考えられた。これらから、フレイルの人が求めるもう一つのものとして、他者との交流があると考えられた。

一方、認知機能と視聴動機および視聴番組との関連の検討において、各番組の視聴頻度を目的変数とし、認知機能の項目を説明変数に置いた重回帰分析の結果により、記憶機能の低さは行動の指針動機を強くし、思考機能の低さは紀行・旅、歴史・風土、趣味関連、健康・病気の各番組の視聴を増加させることが示唆された。また、視聴動機の強さと番組の視聴頻度との相関をみると、健常群の場合には特定の視聴動機の強さと相関のある視聴番組はわずかであった。しかし、認知的フレイルの人の場合は特定の視聴動機の強さと相関のある視聴頻度の番組が、リラックス、コミュニケーションの話題、逃避、仲間関係、経済性、社会情報、行動の指針、接待の知恵、商品情報、興奮と多くあり、特に情報因子でカテゴライズされる視聴動機と相関のある視聴番組が多いことおよび、認知的フレイルの人はニュース・報道番組を毎日視聴していることから、日常生活に関する情報を求めていることが推察された。さらに、生活機能のフレイル群とも共通するインタビューと通販の両番組の視聴頻度と情報因子の視聴動機とには相関があり、これらの番組の特徴となるわかりやすさ、臨場感のあるコミュニケーション、視聴者への語りかけの各要素を考慮すると、情報を求める際に他者とのコミュニケーションも求めていると考えられた。このことから、認知的フレイルの人がテレビ視聴に求めているものを考えるとき、それは、情報の享受とその際の他者とのコミュニケーションであることが示唆された。

これまで述べてきたように、生活機能のフレイルと認知的フレイルには多くの共通する視聴動機と視聴番組があり、そこから導出されるのは、社会情報および日常的な情報と、情報享受の際の友好的な他者との交流を求めていることが示唆される。

人は、心身機能が低下するほど社会的役割を喪失し社会から離脱してゆかざるを得ないが、社会的な動物であるが故に<sup>70)</sup>、他者との交流欲求は普遍的であろうと考えられる。また、自身の健康状態や社会的、歴史的、地理的位置を確認

し、日常生活を円滑に送るための情報を求める気持ちがあると考えられる。そして、フレイルの人は、これを充たす手段の一つとして、あるいは優先的にテレビを活用している可能性も示唆される。

人との擬似的交流の場となっているテレビ視聴から考えられるのは、現実空間における社会的交流の場の必要性である。これは、現在、全国各地で実施されている住民リーダー主導の介護予防活動にも重要な視点を提供するものである。認知症の人のケアの概念に Kitwood T. により提唱された person-centered care (PCC)<sup>86)</sup>がある。これは、認知症を抱えて生きる人の心理的な欲求を満たし、社会の一員として認め、その人の視点を理解する努力を惜しまないとするものである。このことは認知症の人に限らず、フレイルの人にも必要な考えであることが今回初めて示された。また、フレイルの人自身が身を置く社会の情報を求めていることも、同様に初めて示された。

## 5-2 今後の研究上の課題と展望

本研究では、高齢者の健康状態におけるテレビ視聴状況の検討により、フレイルの人の求めるものとして、正確で分かりやすい情報の取得と、あたたかな眼差しで受容される対人交流を明らかにしたが、いくつか課題が残されている。それは調査および検査の実施において複数のバイアスを十分に取り除けなかったことである。バイアスには研究法のバイアス、対象者のバイアス、テレビコンテンツのバイアスが考えられる。今回は横断研究であったことから、今後は縦断研究により検証する必要がある。対象者については、中山間地帯の高齢者を主な対象としたことから、今後は都市部の高齢者において実施し、生活様式の違いやテレビコンテンツの種類の豊富さの中でどのような結果となるのか検討する必要がある。

テレビは、日本において1950年11月にNHKが定期実験放送を開始してから70年を経過し、多くの世代の生活の中に浸透しているメディアである<sup>87)</sup>。インターネットの使用も広がっているが、高齢者にとっては依然として最も身近で簡便で経済的かつ信頼できる情報源であり、しばらくはそうであろうと予想さ

れる。なぜなら、年々視聴覚機能の低下する高齢者にとって、テレビ受信機の4K, 8K等の高画質化と大画面、および聞き取りやすい音響の進化は、現在においては情報享受のための補完機能が高く、また、数十年にわたり使い慣れている機器だからである。したがって、これらの点についての検証も課題となる。さらに、テレビの情報を信頼できると感じるのは、放送禁止用語などが示すように、放送の表現の自由と視聴者の基本的人権の保持について検討する第三者機関 BPO (Broadcasting Ethics & Program Improvement Organization ; 放送倫理・番組向上機構) による放送内容の中立性を保つ機能が担保されているからである<sup>88)</sup>。

最後に、現在のテレビ放送に対する提案を述べる。それは、高齢者が、散歩がてらに外出したくなるような番組の提供である。介護予防において提唱されているのは栄養、身体活動、社会参加である<sup>89)</sup>。これは、まず、家から一步外に出て、自然環境やその他の物理的環境、偶然会う人や動物による刺激入力に対応することにより増進される。そのための放送番組には、現在よりもさらに身近な情報の提供が求められる。視聴率の高い食事時の一部に、それぞれの自治体の広報部の情報タイムに切り替わり、例えば、見頃の花畑や収穫時の作物とその直売情報および簡単で栄養価の高い調理方法、予防接種についてのわかりやすい説明や接種会場の状況案内、年金の支給日の近隣の銀行や郵便局での混雑時間帯と詐欺への注意喚起、これからの天気に伴う住環境および衣服の調整や食事内容の提案などの情報提供である。また、フレイルの人による視聴率の高い夕方には、一日の疲労をとるようなスローテンポのストレッチおよび体操の紹介や、回想法に準拠した内容の番組の放送も考えられる。そして、これらの活動が行なわれる費用負担の無いもしくは少ない近隣の場を紹介して、外出を促すことも考えられる。

一方で、外出が困難なフレイルの人の疑似的な人とのコミュニケーションがフレイルの改善に効果があるのであれば、インタビュー番組や通販番組に見られるような映像表現方法を他の番組にも取り入れることも必要であろうと考える。昨今のテレビ番組においては、試験的にアニメーションのアバターによるニュース解説なども行われているが、それが本当に人の認知や情動に適したものなのかどうか疑問に感じるところである。生身の人には、生身の人の映像からの

情報が最も伝わるのではないかと考えられ、この点におけるメディア研究も期待される。テレビ視聴は、健康状態に負の影響を与えるものとして認識される要素もあるが、フレイルの人においては重要な役割を持つ可能性も考えられる。一方で、高齢者に視聴動機や視聴番組を聞き取るによりフレイルの状態を推し量る可能性も今回の研究により明らかにしたと考える。また、この知見は、幅広い世代に普及するインターネットの使用状況の調査から、その人の求めるものを知る手がかりを提供する可能性も示唆している。

以上

## 引用文献

- 1) 内閣府：令和元年版高齢社会白書（全体版）  
[https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2020/zenbun/02pdf\\_index.html](https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2020/zenbun/02pdf_index.html) (2021. 8. 25. 閲覧) (2020)
- 2) 厚生労働省：健康日本21（第2次）の推進に関する参考資料  
[https://www.mhlw.go.jp/bunya/kenkou/dl/kenkounippon21\\_02.pdf](https://www.mhlw.go.jp/bunya/kenkou/dl/kenkounippon21_02.pdf) (2021. 8. 25.) (2012)
- 3) 厚生労働省 介護予防マニュアル改訂委員会：介護予防マニュアル改訂版  
[https://www.mhlw.go.jp/topics/2009/05/dl/tp0501-1\\_1.pdf](https://www.mhlw.go.jp/topics/2009/05/dl/tp0501-1_1.pdf) (2021. 8. 25. 閲覧) (2014)
- 4) 内閣府：高齢社会対策大綱  
[https://www8.cao.go.jp/kourei/measure/taikou/pdf/p\\_honbun\\_h29.pdf](https://www8.cao.go.jp/kourei/measure/taikou/pdf/p_honbun_h29.pdf) (2021. 8. 25. 閲覧) (2018)
- 5) 一般社団法人日本老年医学会：フレイルに関する日本老年医学会からのステートメント  
[https://jpn-geriat-soc.or.jp/info/topics/pdf/20140513\\_01\\_01.pdf](https://jpn-geriat-soc.or.jp/info/topics/pdf/20140513_01_01.pdf) (2021. 8. 25. 閲覧) (2014)
- 6) Clegg AP, Barber SE, Young JB, et al. : Do home-based exercise interventions improve outcomes for frail older people? Findings from a systematic review. *Reviews in Clinical Gerontology*, 22:68-78 (2012).
- 7) Shinkai S, Yoshida H, Taniguchi Y, et al. : Public Health Approach to Preventing Frailty in the Community and Its Effect on Healthy Aging in Japan. *Geriatrics & Gerontology International*, 16(1):87-97(2016).
- 8) Seino S, Nishi M, Murayama H, et al. : Effects of a Multifactorial Intervention Comprising Resistance Exercise, Nutritional and Psychosocial Programs on Frailty and Functional Health in Community-Dwelling Older Adults: A Randomized, Controlled, Cross-Over Trial. *Geriatrics & Gerontology International*, 17(11):2034-2045(2017).
- 9) Frost R, Belk C, Jovicic A, et al. : Health promotion interventions for community-dwelling older people with mild or pre-frailty: a systematic review and meta-analysis. *BMC Geriatrics*, 65(8):1863-

- 1869(2017).
- 10) 福田吉治, 他監修, 今井博久ほか訳: National Cancer Institute(原著): 一目でわかるヘルスプロモーション: 理論と実践ガイドブック. 第2版, 8-13, 国立保健医療科学院, 埼玉(2008)
  - 11) 近藤尚己: 健康格差対策の進め方. 第1版, 92-98, 医学書院, 東京(2016)
  - 12) 近藤 克則: 健康格差縮小と21世紀型健康教育・ヘルスプロモーション. 日本健康教育学会誌, 27(4): 369-377 (2019)
  - 13) 近藤 尚己: 健康格差対策の進め方: 社会疫学の知見を踏まえて. 日本健康教育学会誌, 26(4): 398-403(2018)
  - 14) 無藤隆, 森敏昭, 遠藤由美ほか: 心理学, 新版, 206-226, 370-373, 381-396 有斐閣, 東京(2018)
  - 15) 池田謙一, 唐沢穰, 工藤恵理子ほか: 社会心理学, 補訂版, 32-40, 有斐閣, 東京(2019)
  - 16) Kahneman D, Tversky A: Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk, *Econometrica*, 47(2): 263-291 (1979)
  - 17) 松田修編: 最新老年心理学, 第1版, 148-150, ワールドプランニング, 東京(2018)
  - 18) 厚生労働省老健局老人保健課: 一般介護予防事業等について  
<https://www.mhlw.go.jp/content/12601000/000512177.pdf> (2021. 8. 25. 閲覧) (2019)
  - 19) 総務省統計局: 平成28年社会生活基本調査—生活時間に関する結果  
<https://www.stat.go.jp/data/shakai/2016/pdf/gaiyou2.pdf>  
(2021. 8. 25. 閲覧) (2016)
  - 20) NHK放送文化研究所: 年報2014年. 7-38, NHK放送文化研究所, 東京(2014)
  - 21) NHK放送文化研究所: 2015年 国民生活時間調査報告書. 8-11, NHK放送文化研究所, 東京(2016)
  - 22) NHK放送文化研究所: 2020年 国民生活時間調査報告書. 17, 20, NHK放送文化研究所, 東京(2021)
  - 23) 河野あゆみ, 金川克子: 在宅虚弱高齢者の生活時間の使い方による生活パターンの類型化に関する研究. *老年看護学*, 1(1): 21-28(1996)



- 24) 小林法一, 宮前珠子: 施設で生活している高齢者の作業と生活満足感の関係. 作業療法, 21(5):472-481(2002)
- 25) 水越伸: 21世紀メディア論(‘14). 19-21, 放送大学大学院放送教材, 東京(2014)
- 26) 田崎篤郎, 児島和人: マス・コミュニケーション効果研究の展開. 改訂新版, 10-19, 53-61, 138, 北樹出版, 東京(2003)
- 27) 香取淳子: 映像表現, 音声表現からみた高齢者のテレビニュースの理解に関する研究. 基盤研究(C)(2)研究成果報告書: 88-99, 1999.
- 28) 李光鎬, 渋谷明子編著 李光鎬, 李津娥著: 第2章 利用と満足のアプローチ, 第4章 広告. メディア・オーディエンスの社会心理学 改訂版, 10-16, 40-41, 新曜社, 東京(2021)
- 29) デニス・マクウェール, 時野谷浩訳: マス・メディアの受け手分析. 20-89, 誠信書房, 東京(1979)
- 30) 時野谷浩: 老人視聴者の動機 - 充足に関する研究 ~利用満足理論による検討~. 社会老年学, 23:52-64(1986)
- 31) Van Der Goot M, Beentjes J W J, Van Selm M: Meanings of television in older adults' lives: An analysis of change and continuity in television viewing. Ageing & Society, 32(1):147-168 (2012)
- 32) 三輪和敏: 高齢者のテレビ視聴とその境位. 甲南女子大学研究紀要, 13:75-103(1976)
- 33) 香取淳子: 老人のテレビ視聴構造. 社会老年学, 19:67-76(1984)
- 34) 長谷川倫子: 高齢者のテレビ視聴行動 ~東京都内団地居住者の場合~. 社会老年学, 32:40-49(1990)
- 35) 八巻睦子: 高齢者のテレビ視聴習慣 ~都市部における事例調査をもとに~. 家族関係学, 18: 49-58(1999)
- 36) 小田利勝: 高齢者のテレビ視聴時間と番組選好. 神戸大学発達科学部研究紀要, 8:283-301(2001)
- 37) 金 相美: インターネット利用に関する日韓大学生比較研究 : 利用動機・効用の分析を中心に. マス・コミュニケーション研究, 63: 112-129(2003)
- 38) Bowman SA : Television-Viewing characteristics of adults :

- Correlations to eating practices and overweight and health status. Preventing Chronic Disease, 3(2)A38 : Published online (2006)
- 39) Gardiner PA, Healy GN, Eakin EG, et al. : Associations Between Television Viewing Time and Overall Sitting Time with the Metabolic Syndrome in Older Men and Women: The Australian Diabetes Obesity and Lifestyle Study. The American Geriatrics Society, 59(5):788-96(2011)
- 40) Kikuchi H, Inoue S, Sugiyama T, et al. : Distinct associations of different sedentary behaviors with health-related attributes among older adults. Preventive Medicine, 67: 335-339(2014)
- 41) Lindstrom H A., Fritsch T, Petot G, et al. : The relationships between television viewing in midlife and the development of Alzheimer's disease in a case-control study. Brain and Cognition, 58:157-165(2005)
- 42) 伊藤恵美, 永原直子 他 : 日常活動が認知・運動機能に与える影響. 人間環境学研究, 10(2) :91-98(2012)
- 43) Kesse-Guyot E, Charreire H, Andreeva V A. et al. : Cross-Sectional and Longitudinal Associations of Different Sedentary Behaviors with Cognitive Performance in Older Adults. PloS one, 7(10) : e47831(2012)
- 44) Blasko I., Jungwirthb S., Kemmlera G., et al. : Leisure time activities and cognitive functioning in middle European population-based study. European Geriatric Medicine, 5(3) :200-207(2014)
- 45) 厚生労働省 : 高齢者の特性を踏まえた保健事業 ガイドライン別冊参考資料 <https://www.mhlw.go.jp/file/05-Shingikai-12401000-Hokenkyoku-Soumuka/0000205007.pdf> (2021. 8. 25. 閲覧) (2019)
- 46) Fried L.P, Tangen C. M, Walston J, et al. : Frailty in Older Adults: Evidence for a Phenotype. The Journals of Gerontology: Series A, 56(3) :M146-M157 (2001)
- 47) 牧迫飛雄馬 : 老化とフレイル —早期発見と効果的介入をデータから考える—. 理学療法の歩み, 28(1) :3-10(2017)
- 48) Satake S, Senda K, Hong Y J, et al. : Validity of the Kihon

- checklist for assessing frailty status. *Geriatrics & Gerontology International* (In press) (2016)
- 49) Kojima G, Iliffe S, Taniguchi Y, et al. : Prevalence of frailty in Japan: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Epidemiology*, 27(8): 347-353(2017)
- 50) 世界保健機関(WHO) : ICF 国際生活機能分類 国際障害分類改訂版, 3-9, 中央法規, 東京(2008)
- 51) 東京都健康長寿医療センター研究所 監修 : ファイブ・コグ 高齢者用集団認知検査. 19, 認知症予防サポートセンター, 東京(2011).
- 52) 日本神経学会 監修 「認知症疾患治療ガイドライン」作成委員会 編集 : 認知症疾患治療ガイドライン 2017. 第2版, 118, 135, 145, 医学書院, 東京(2017).
- 53) 矢富直美 : 集団認知検査ファイブ・コグ. *老年精神医学雑誌*, 21(2) : 215-220(2010).
- 54) Maslow AH: A Theory of Human Motivation. Originally Published in *Psychological Review*, 1943. U. K., 9-40, Copyright Marchant Books, UK (2013)
- 55) アブラハム・H・マズロー著 上田吉一訳 : 完全なる人間 魂のめざすもの, 25-75, 193, 199, 220, 253, 286, 誠信書房, 東京(1998)
- 56) 新村出 編集 : 広辞苑 第七版. 行動, 活動, 岩波書店, 東京(2018)
- 57) 齋藤健作 : 高齢者とテレビ. *NHK 放送文化研究所年報*, 227-230, NHK 放送文化研究所, 東京(2010)
- 58) Rubin AM: An examination of television viewing motivations. *Communication Research*, 8(2):141-165(1981)
- 59) Rubin MA, Rubin BR: Older persons' TV viewing patterns and motivations. *Communication Research*, 9(2):287-313(1982)
- 60) 厚生労働省 : 介護予防継続的評価分析等検討会 第1回 資料3 継続的評価分析支援事業(介護予防関連事業の効果を検証するための情報収集関係)の調査. 21, <http://www.mhlw.go.jp/shingi/2006/12/dl/s1218-5c.pdf>, (2006)

- 61) NHK 放送文化研究所：NHK 国民生活時間調査世論調査部 1995 年データ  
<https://www.nhk.or.jp/bunken/yoron-jikan/> (2021.8.20. 閲覧) (1995)
- 62) NHK 放送文化研究所：NHK 国民生活時間調査世論調査部 2005 年データ  
<https://www.nhk.or.jp/bunken/yoron-jikan/> (2021.8.20. 閲覧) (2005)
- 63) NHK 放送文化研究所：NHK 国民生活時間調査 2015. 世論調査部, 2016, pp. 11-12.
- 64) 厚生労働省：平成 17 年版厚生労働白書 第 2 章 - 厚生労働省  
<https://www.mhlw.go.jp/wp/hakusyo/kousei/05/dl/1-2a.pdf>  
 (2021.8.20. 閲覧) (2005)
- 65) 遠又靖丈, 寶澤篤, 大森(松田)芳ほか：1 年間の要介護認定に対する基本チェックリストの予測妥当性の検証. 日本公衆衛生雑誌, 58:3-13 (2011)
- 66) Arai H, Satake S : English translation of Kihon Checklist. *Geriatr Gerontol International*, 15(4): 518-519(2015)
- 67) Mehmet EE, Ozge D, Pinar S : Validity of the Kihon Checklist for Evaluating Frailty Status in Turkish Older Adults. *Geriatr Gerontol International*. 19(7):616-621(2019)
- 68) 荻原牧子, 川原靖弘：在宅高齢者のフレイルの有無によるテレビ視聴時間帯の違い. 作業療法, 38(2) : 171-177 (2019)
- 69) 荻原牧子, 戸ヶ里泰典, 川原靖弘：在宅高齢者のテレビ視聴形態と生活機能との関係—基本チェックリストとの関係分析から— . 老年社会科学雑誌, 39(3) : 305-315 (2017)
- 70) Aristotelēs (山本 光雄 訳)：アリストテレス 政治学, 32-36, 岩波文庫, 東京(1961)
- 71) Neuman, R. W., Just, M. R., & Crigler, A. N. (川端美樹・山田一成 監訳)：ニュースはどのように理解されるか—メディアフレームと政治的意味の構築, 慶應義塾大学出版会, 東京(2008)
- 72) 蔦田聡：知っておきたいキーワード 映像文法. 映像情報メディア学会誌, 62(9):1403-1405(2008)
- 73) Potthoff D, Seitz JR. : Role of the first and second person perspective for control of behavior: Understanding other people' s facial

- expressions. *Journal of Physiology - Paris*, 109:191-200(2015)
- 74) Prochazkova E, Kret EM. :Connecting minds and sharing emotions through mimicry: A neurocognitive model of emotional contagion. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 80:99-114(2017)
- 75) Hamilton AFC. : Gazing at me: the importance of social meaning in understanding direct-gaze cues. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 371:1-6(2016)
- 76) Kesner L, Grygarová D, Fajnerová I, et al. : Perception of direct vs. averted gaze in portrait paintings: An fMRI and eye-tracking study. *Brain and Cognition*, online15:88-99(2018)
- 77) 池田謙一 : 「限定効果論」と「利用と満足研究」の今日的展開をめざして—情報行動論の観点から— . *新聞学評論*, 37 : 25-49 (1988)
- 78) Reiss S., Wiltz J. : Why people watch reality TV. *Media Psychology*, 6(4) : 363-378(2004)
- 79) Bartsch, A. : Emotional gratification in entertainment experience: Why viewers of movies and television series find it rewarding to experience emotions. *Media Psychology*, 15(3) : 267-302(2012)
- 80) R. F. ポター, P. D. ボウルズ著, 入戸野宏 監訳 : *メディア心理生理学*, 67-99, 北大路書房, 京都 (2014)
- 81) 杉山美香, 伊集院睦雄, 佐久間尚子 ほか : 高齢者用集団版認知機能検査フアイブ・コグの信頼性と妥当性の検討—軽度認知障害スクリーニング・ツールとしての適用可能性について—. *老年精神医学雑誌*, 26(2) : 183-195(2015).
- 82) 厚生労働省 : 介護予防マニュアル改訂版 参考資料 7-2 層別化の指標についての補足説明と HDS-R 評価用紙.  
<https://www.mhlw.go.jp/topics/2009/05/dl/tp0501-sankou7-2.pdf> (2021. 8. 25. 閲覧) (2012)
- 83) 杉村美佳, 中野正剛, 木之下徹 ほか : 非薬物療法による Mild Cognitive Impairment (MCI) から認知症への進行予防効に関する検討—安心院プロジェクト—. *老年精神医学雑誌*, 16(12) : 1387-1393(2005).

- 84) 荻原牧子, 戸ヶ里泰典, 川原靖弘 : 在宅高齢者のテレビ視聴形態と認知機能との関係. 日本認知症ケア学会誌, 17(2) : 412-422(2018)
- 85) 鈴木隆雄 監修, 島田裕之 編集 : 基礎からわかる軽度認知障害(MCI). 第1版, 10, 247-254, 医学書院, 東京(2015).
- 86) 認知症ケア学会 認知症ケア用語辞典編纂委員会編 : 認知症ケア用語辞典, 268, ワールドプランニング, 東京(2016)
- 87) NHK 放送文化研究所編 : NHK データブック世界の放送 2020. 9-22, 304-333, NHK 放送文化研究所, 東京(2020)
- 88) BPO(放送倫理・番組向上機構: Broadcasting Ethics & Program Improvement Organization, <https://www.bpo.gr.jp> (2021. 6. 20. 閲覧)(2021)
- 89) 吉澤 裕世, 田中 友規, 高橋 競, 藤崎 万裕, 飯島 勝矢 : 地域在住高齢者における身体・文化・地域活動の重複実施とフレイルとの関係. 日本公衆衛生雑誌, 66(6) : 306-316(2019)

## 附錄

附 録 1

テ レ ビ 視 聴 調 査 票



問1 あなたが、ふだんテレビを見るのは、次のどの時間(帯)ですか？

いくつでも  の中に○をつけてください。

6時	8時	10時	12時	14時	16時	18時	20時	22時	24時
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

問2 あなたは、休日を除くふだんの日に、1日にテレビを何時間くらい見えていますか？

1つだけ○をつけてください。(録画した番組やDVDなどの再生は除いてお答えください)

ほとんど見ない    1時間くらい    2時間くらい    3時間くらい    4時間くらい  
5時間くらい    6時間以上

問3 あなたは、ふだんテレビを見るときに、どんな見方をしていますか？

それぞれについて、あてはまるものに1つ○をつけてください。

1. 番組で見たことについて考える      どちらかといえば見たことについて考える  
    どちらかといえば見たことについて考えない      見たことについて考えない
2. 番組で見たことについて他人と話す      どちらかといえば見たことについて他人と話す  
    どちらかといえば見たことについて話さない      見たことについて他人とは話さない

問4 あなたは、ふだん、下記のテレビ番組をどのくらい見ていますか？

1. ニュース・報道番組 —————→ 毎日 週に数回 月に数回 年に数回 見ない
2. 天気予報 —————→ 毎日 週に数回 月に数回 年に数回 見ない
3. 政治・経済・社会番組 —————→ 毎日 週に数回 月に数回 年に数回 見ない
4. 現代ドラマ —————→ 毎日 週に数回 月に数回 年に数回 見ない
5. 時代劇 —————→ 毎日 週に数回 月に数回 年に数回 見ない
6. 海外ドラマ —————→ 毎日 週に数回 月に数回 年に数回 見ない
7. 洋画 —————→ 毎日 週に数回 月に数回 年に数回 見ない
8. 邦画 —————→ 毎日 週に数回 月に数回 年に数回 見ない
9. クイズ・ゲーム —————→ 毎日 週に数回 月に数回 年に数回 見ない
10. 落語・漫才などの寄席・演芸もの —→ 毎日 週に数回 月に数回 年に数回 見ない
11. 笑いやコントなどのバラエティー —→ 毎日 週に数回 月に数回 年に数回 見ない
12. 歌番組・音楽番組 —————→ 毎日 週に数回 月に数回 年に数回 見ない
13. アニメ・漫画 —————→ 毎日 週に数回 月に数回 年に数回 見ない
14. スポーツ —————→ 毎日 週に数回 月に数回 年に数回 見ない
15. 学習・語学などの講座番組 —————→ 毎日 週に数回 月に数回 年に数回 見ない
16. 趣味に関する講座番組や情報番組 —→ 毎日 週に数回 月に数回 年に数回 見ない
17. 自然や動物をあつかった番組 —————→ 毎日 週に数回 月に数回 年に数回 見ない
18. 歴史や風土などをあつかった番組 —→ 毎日 週に数回 月に数回 年に数回 見ない
19. 紀行番組・旅情報 —————→ 毎日 週に数回 月に数回 年に数回 見ない
20. 科学や美術などの一般教養番組 —————→ 毎日 週に数回 月に数回 年に数回 見ない
21. 健康や病気に関する番組 —————→ 毎日 週に数回 月に数回 年に数回 見ない
22. 生活・実用番組 —————→ 毎日 週に数回 月に数回 年に数回 見ない
23. 朝や昼のワイドショー —————→ 毎日 週に数回 月に数回 年に数回 見ない
24. インタビュー番組 —————→ 毎日 週に数回 月に数回 年に数回 見ない
25. 通販番組・テレビショッピング —————→ 毎日 週に数回 月に数回 年に数回 見ない

問5 あなたが、テレビを見るのはなぜですか？ あてはまるところに○をつけてください。

1. 世界の動きや人々の生活を知ることができる

そう思う   どちらかといえば思う   どちらともいえない   どちらかといえば思わない   思わない

2. 見やすくて便利だ

そう思う   どちらかといえば思う   どちらともいえない   どちらかといえば思わない   思わない

3. 楽しませてくれる

そう思う   どちらかといえば思う   どちらともいえない   どちらかといえば思わない   思わない

4. くつろがせてくれる

そう思う   どちらかといえば思う   どちらともいえない   どちらかといえば思わない   思わない

5. 話題を提供してくれる

そう思う   どちらかといえば思う   どちらともいえない   どちらかといえば思わない   思わない

6. 見るのが習慣になっている

そう思う   どちらかといえば思う   どちらともいえない   どちらかといえば思わない   思わない

7. 一人のとき、テレビは自分の相手になってくれる

そう思う   どちらかといえば思う   どちらともいえない   どちらかといえば思わない   思わない

8. 時間つぶしになる

そう思う   どちらかといえば思う   どちらともいえない   どちらかといえば思わない   思わない

9. わずらわしいことを忘れさせてくれる

そう思う   どちらかといえば思う   どちらともいえない   どちらかといえば思わない   思わない

10. 他人に対して、どのようにふるまえばよいかを教えてくれる

そう思う   どちらかといえば思う   どちらともいえない   どちらかといえば思わない   思わない

11. ただで見られる

そう思う   どちらかといえば思う   どちらともいえない   どちらかといえば思わない   思わない

12. 気持ちをわくわくさせる

そう思う   どちらかといえば思う   どちらともいえない   どちらかといえば思わない   思わない

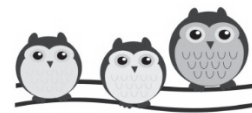
13. お客を接待する時に役立つ

そう思う   どちらかといえば思う   どちらともいえない   どちらかといえば思わない   思わない

14. 買いたいと思っている商品について知ることができる

そう思う   どちらかといえば思う   どちらともいえない   どちらかといえば思わない   思わない

協力いただきありがとうございました。



附録 2 生活機能調査票；基本チェックリスト

つぎの質問について「はい」または「いいえ」のどちらかに○をつけて教えてください

No.	質問項目	回 答	
		(いずれかに○をおつけ下さい)	
1	バスや電車で1人で外出していますか	0.はい	1.いいえ
2	日用品の買物をしていますか	0.はい	1.いいえ
3	預貯金の出し入れをしていますか	0.はい	1.いいえ
4	友人の家を訪ねていますか	0.はい	1.いいえ
5	家族や友人の相談にのっていますか	0.はい	1.いいえ
6	階段を手すりや壁をつたわずに昇っていますか	0.はい	1.いいえ
7	椅子に座った状態から何もつかまらずに立ち上がっていますか	0.はい	1.いいえ
8	15分位続けて歩いていますか	0.はい	1.いいえ
9	この1年間に転んだことがありますか	1.はい	0.いいえ
10	転倒に対する不安は大きいですか	1.はい	0.いいえ
11	6ヵ月間で2～3kg以上の体重減少がありましたか	1.はい	0.いいえ
12	身長                    cm                    体重                    kg		
13	半年前に比べて固いものが食べにくくなりましたか	1.はい	0.いいえ
14	お茶や汁物等でむせることがありますか	1.はい	0.いいえ
15	口の渇きが気になりますか	1.はい	0.いいえ
16	週に1回以上は外出していますか	0.はい	1.いいえ
17	昨年と比べて外出の回数が減っていますか	1.はい	0.いいえ
18	周りの人から「いつも同じ事を聞く」などの物忘れがあると言われますか	1.はい	0.いいえ
19	自分で電話番号を調べて、電話をかけることをしていますか	0.はい	1.いいえ
20	今日が何月何日かわからない時がありますか	1.はい	0.いいえ
21	(ここ2週間)毎日の生活に充実感がない	1.はい	0.いいえ
22	(ここ2週間)これまで楽しんでやれていたことが楽しめなくなった	1.はい	0.いいえ
23	(ここ2週間)以前は楽にできていたことが今ではおっくうに感じられる	1.はい	0.いいえ
24	(ここ2週間)自分が役に立つ人間だと思えない	1.はい	0.いいえ
25	(ここ2週間)わけもなく疲れたような感じがする	1.はい	0.いいえ

### 附録3 フレイルの人の情報取得について

## 1 背景と目的

近年、少子高齢化における要介護高齢者の増加に伴い、その健康寿命の延伸のために心身機能の改善および向上を目的とした各種の介護予防事業が展開されている<sup>1)</sup>。特にフレイル高齢者については、介入により可逆性が見込まれるが、その参加率は低迷しているのが現状である<sup>2)</sup>。自治体の事業開催については、広報や関連事業者および関連職種を通して周知されるが、果たして、それはどの程度高齢者に認識され、入手されているのであろうか。また、これに関連して健康および疾患についての情報は、どこから入手されているのであろうか。これを明らかにすることにより、効果的な周知方法を得ることが可能になると考える。そこで本研究の目的は、高齢者の健康に関する情報入手についてフレイルの面から明らかにすることである。

## 2 方法

### 2-1 対象者

調査は、実施可能な横断的質問紙調査とし、著者の職場の自治体が、75歳以上の高齢者に対して実施する介護予防実態調査に合わせて実施した。要介護認定高齢者を除く75歳以上の高齢者全員を対象として2021年7月下旬に添書と調査票を送付した。

この自治体は、歴史的にみると江戸時代までの古い慣習が残る農業と林業を生業とした地区、明治～昭和中期までの開拓者の造った地区、高度経済成長期から現在までの観光や別荘入居者の地区という3つの地区が集合して発展、継続している町であり、居住者の職業や社会階層、価値観が多様であるという特徴がある。このことから、結果を一般化しやすくなると思った。また、75歳以上を対象としたのは、生活機能の低下は75歳以上の後期高齢者から急増すること<sup>2)</sup>から、健常者とフレイル者との比較を捉えやすいということも考慮した。

### 2-2 調査指標

調査指標には基本チェックリスト<sup>3)</sup>と自作の健康に関する情報源（以下、健



健康関連情報源とする)の入手に関する調査票を用いた。基本チェックリスト<sup>3)</sup>については先の本論文で述べた通りである。自作の健康関連情報源(以下、情報源とする)に関する調査項目は、先行研究を参考に作成した<sup>4-9)</sup>。情報源は、人とメディアとに分けられることから、人については、家族、友人、近所の人、健康講座の職員、医療機関の職員を、メディアについては、テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、自治体の広報・チラシ、インターネットを合わせた11項目とし、入手の程度については、「たくさん、少し、どちらともいえない、あまりない、まったくない」のリッカート尺度(5件法)とした。

### 2-3 分析方法

分析対象は、自治体宛てに返送されてきた調査票とした。

分析は、健常群とフレイル群における情報入手源の違いをみるために、まず、各項目における基本統計量を出し、基本チェックリストの総合得点における厚生労働省の基準に準拠したフレイルの割合を算出した。つぎに、基本チェックリストのフレイル基準から健常群とフレイル群の2群に分けた統計量を算出し、差の検定にはMann-WhitneyのUの検定を用いた。また、2群における情報源別の入手割合を算出した。欠損値については、基本チェックリストの場合には、ガイドラインから該当ありとして得点化した。各情報源については、80%以上の回答のあるものについては平均値を代入し、それ以下のものについてはリストワイズとし、有意水準5%を統計的有意とした。分析にはIBM社のSPSS Statistics ver. 23を用いた。なお、調査票の送付やコンピュータへのデータ入力について自治体職員の協力を得た。

### 2-4 倫理的配慮

対象者宛ての調査票の添書には、調査の主旨、内容の説明、調査協力は自由意志であること、分析にあたっては個人が特定されるような扱いはしないこと、返送をもって調査への承諾とすることを明記し倫理的配慮とした。本調査については、放送大学研究倫理委員会にて承認された。(通知番号2021-24)

### 3 結果

#### 3-1 対象者について

調査票は 3,299 名に送付し、返送は 1,967 名（回収率 59.6%）だった。このうち、基本チェックリストおよび情報源に関する質問票の両方に回答があったのは 1,756 名分（回収率 53.2%）であり、これらを分析対象とした。

分析対象の内訳は、男 793 名、女 911 名、平均年齢は全体で  $80.50 \pm 4.46$  歳、男  $80.29 \pm 4.38$  歳、女  $80.69 \pm 4.53$  歳だった。対象者の基本チェックリストの基準に基づくフレイルの割合を、国の調査結果と比較できるように表 1 に示した。フレイルの該当者は、運動 26.2%、栄養 2.6%、口腔 25.5%、閉じこもり 16.7%、認知 41.2%、うつ 34.5%、20 項目中 10 項目以上の該当 13.6%であり、国の調査結果と比較してほぼ変わりがなかった。

表 1 基本チェックリストの分野別基準における先行研究と今回の調査の人数割合

厚生労働省の基準分野	該当あり	
	今回調査 (n=1,704)	国の大規模調査 (n=8,855~13,996)
運動	26.2	23.7
栄養	2.6	4.4
口腔	25.5	21.0
閉じこもり	16.7	15.9
認知	41.2	39.5
うつ	34.5	31.2
うつを除く 20 項目中 10 項目以上の該当者	13.6	11.2

\* 大規模調査は 2011 年の遠又らの報告によるもの

\* 厚生労働省の基準分野に IADL の設定なし

### 3-2 健康関連情報源からの入手状況

調査票の信頼係数は、Cronbach のアルファが 0.780 だった。

健康関連情報源からの入手の統計量と差の検定結果を表 2 に示した。家族と医療機関を除く全ての項目（友人 (p=0.000, r=-0.131), 近所の人 (p=0.015, r=-0.060), 健康講座 (p=0.000, r=-0.097), テレビ (p=0.000, r=-0.086), ラジオ (p=0.009, r=-0.066), 新聞 (p=0.000, r=-0.120), 雑誌 (p=0.000, r=-0.172), 広報・チラシ (p=0.003, r=-0.073), インターネット (p=0.000, r=-0.181) において、健常群の方はフレイル群と比較して多くの情報源から入手していた。

表 2 後期高齢者における健康情報源別入手の基本統計量および健常群とフレイル群の差の検定結果

	全体 (n=1577~1704)			フレイルなし (n=1379~1473)			フレイルあり (n=210~233)			差の検定	
	第 I 四分位	第 II 四分位 (中央値)	第 III 四分位	第 I 四分位	第 II 四分位 (中央値)	第 III 四分位	第 I 四分位	第 II 四分位 (中央値)	第 III 四分位	p	r
家族	3.00	4.00	5.00	3.00	4.00	5.00	2.00	4.00	5.00	2.000	-0.031
友人	2.00	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	2.00	3.00	4.00	0.000	-0.131
近所	2.00	2.00	4.00	2.00	2.00	4.00	1.00	2.00	4.00	0.015	-0.060
健康講座	1.00	2.00	2.00	1.00	2.00	2.00	1.00	1.00	2.00	0.000	-0.097
医療機関	3.00	4.00	5.00	3.00	4.00	5.00	3.00	4.00	5.00	0.862	-0.004
テレビ	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	3.00	4.00	4.00	0.000	-0.086
ラジオ	1.00	2.00	4.00	1.00	2.00	4.00	1.00	1.00	2.00	0.009	-0.066
新聞	2.00	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	1.00	3.00	4.00	0.000	-0.120
雑誌	1.00	2.00	4.00	2.00	3.00	4.00	1.00	2.00	3.00	0.000	-0.172
広報、チラシ	2.00	3.00	4.00	2.00	4.00	4.00	1.00	3.00	4.00	0.003	-0.073
インターネット	1.00	1.00	3.00	1.00	1.00	3.00	1.00	1.00	1.00	0.000	-0.181

・差の検定は Mann-Whitney の U 検定

・健康情報源：人：家族，友人，近所の人，健康講座の職員，医療機関の職員  
メディア：テレビ，新聞，雑誌，広報・チラシ，インターネット

次に、健常群とフレイル群における各健康関連情報源からの入手率について回答が「たくさん」「少し」とあるものを合計し、全体に占める割合を表 3 に示した。60%を超える情報源は、健常群ではテレビ (78.95%)，家族 (73.46%)，医療機関 (73.24%)，新聞 (63.72%)，友人 (60.75%) の順であり、フレイル群では医療機関 (72.00%)，家族 (70.39%)，テレビ (69.70%) の順だった。

表3 健常群とフレイル群における健康情報源の入手率

順位	健常群	%	フレイル群	%
1	テレビ	78.95	医療機関	72.00
2	家族	73.46	家族	70.39
3	医療機関	73.24	テレビ	69.70
4	新聞	63.72	新聞	48.67
5	友人	60.75	友人	43.69
6	広報, チラシ	51.03	広報, チラシ	40.93
7	雑誌	44.12	近所	36.65
8	近所	40.59	雑誌	23.22
9	ラジオ	26.54	ラジオ	21.60
10	インターネット	24.37	健康講座	15.09
11	健康講座	21.19	インターネット	7.14

\*入手率は調査票中の「たくさん」「少し」を合計し、全体に占める割合で示した

## 4 考察

### 4-1 対象者について

対象者のフレイル分布は、先行研究にある国の大規模調査の結果と大きな違いはないことから、一般的な高齢者の集団であると考えられる。したがって、本研究の結果は、一般化できる可能性がある。

### 4-2 健康関連情報源からの入手状況

まず、健康関連情報源からの入手について健常群とフレイル群で比較する。健常群の方がフレイル群よりも有意に多く入手している理由は、フレイル群の場合には、日常生活を遂行するために心身のエネルギーを多く費やす関係から、相対的に情報入手にアクセスする頻度が減少し、その量も減少すると考えられる。一方で、家族と医療機関の職員からの情報については、最も身近であり、重要であることから両群の差はみられないと考えられる。

つぎに、各群内についてみると、健常群ではテレビが最も多く、フレイル群では医療機関の職員が最も多い。健常群の場合には、疾患がない、あるいは心身機

能が低下するほどの疾患には罹患していないことから、一般的な知識としてテレビから情報を得ており、一方で、フレイル群の場合には、複数の疾患を有することから、自ずと医療機関の職員との接触も多く、そこから得る情報も多くなると考えられる。また、60%以上の情報入手について人からの情報入手とメディアからの情報入手をみると、健常群における人からの情報は家族、医療機関の職員、友人であり、メディアからの情報は、テレビ、新聞と多様である。一方で、フレイル群における人からの情報は医療機関の職員、家族であり、メディアからの情報はテレビのみであり、情報入手源は限られている。テレビからの情報が他のメディアと比較して多いことには、次の理由が考えられる。新聞や雑誌、広報などは文字と写真の視覚刺激だけであるが、テレビは動画と音声による複合的な視聴覚刺激を発信することから情報内容を理解しやすいということがあると考えられる。また、常に自宅内の定位置に設置されており、使い慣れたリモコン操作だけで情報を得られるという簡便さがあるからと考えられる。以上のことから、後期高齢者の健康関連情報の入手は、健常な人の場合には人やメディアから幅広く入手するが、フレイルの人の場合には家族と医療機関の職員、テレビからというように限定されていると推察される。したがって、これらの情報源には、後期高齢者にとって理解しやすい内容および発信方法を伴う情報の提供が求められると考えられる。

## 引用文献

- 1) 内閣府：令和元年版高齢社会白書（全体版）  
<https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2020/zenbun/02pdf-index.html>（2020）
- 2) 厚生労働省：一般介護予防事業等について  
(<https://www.mhlw.go.jp/content/12601000/000512177.pdf>)（2019）
- 3) 厚生労働省 介護予防マニュアル改訂委員会：介護予防マニュアル改訂版  
([https://www.mhlw.go.jp/topics/2009/05/dl/tp0501-1\\_1.pdf](https://www.mhlw.go.jp/topics/2009/05/dl/tp0501-1_1.pdf))（2014）
- 4) 井原徹：中山間農村における高齢者の生活情報要求の構造に関する研究. 日本

建築学会計画系論文集, 67(558) : 195-201(2002))

- 5) 宇良 千秋, 多賀 努, 山崎 幸子, 矢富 直美 : 都市高齢者における運動開始の意図を規定する要因の検討. 日本老年医学会誌, 48(4) : 345-351(2011)
- 6) 鬼塚健一郎, 星野敏 : 農村地域における口コミによる情報共有の実態と促進に向けた課題. 農村計画学会誌, 34(1) : 67-76(2012)
- 7) 鈴木裕介 : 中山間地域で暮らす要介護高齢者の医療福祉ニーズに関する研究. 社会福祉学, 56(3) : 58-73(2015)
- 8) 金城光, 石井国雄, 斉藤俊樹, 野村信威, 浜田明日也 : 高齢者の医療・健康情報の入手状況と課題. 老年社会科学 39(1) : 7-20(2017)
- 9) 高泉佳苗, 原田和弘, 中村好男 : 食生活リテラシーと食情報検索バリアおよび食情報源との関連. 日本健康教育学会誌, 25(2) : 63-73(2017)

#### 健康関連情報源調査票

あなたは、健康や病気について知りたいことを、つぎの所から、どのくらい手に入れていますか。

①～⑪のそれぞれについて、あてはまるものを○で囲んでください。

① 家族から	_____	たくさん	少し	どちらともいえない	あまりない	まったくない
② 友人や知人から	_____	たくさん	少し	どちらともいえない	あまりない	まったくない
③ 近所の人から	_____	たくさん	少し	どちらともいえない	あまりない	まったくない
④ 健康教室などの人から	_____	たくさん	少し	どちらともいえない	あまりない	まったくない
⑤ 医院や病院の職員から	_____	たくさん	少し	どちらともいえない	あまりない	まったくない
⑥ テレビから	_____	たくさん	少し	どちらともいえない	あまりない	まったくない
⑦ ラジオから	_____	たくさん	少し	どちらともいえない	あまりない	まったくない
⑧ 新聞から	_____	たくさん	少し	どちらともいえない	あまりない	まったくない
⑨ 雑誌から	_____	たくさん	少し	どちらともいえない	あまりない	まったくない
⑩ 役場の広報やチラシから	_____	たくさん	少し	どちらともいえない	あまりない	まったくない
⑪ インターネットから	_____	たくさん	少し	どちらともいえない	あまりない	まったくない

## 研究業績

- ・ 原著論文 在宅高齢者のテレビ視聴形態と生活機能との関係—基本チェックリストとの関係分析から—  
荻原牧子, 戸ヶ里泰典, 川原靖弘  
老年社会科学 39(3) : 305-315 (2017) [査読あり]  
本論文との関係 : 第3章 (一部改変・加筆)
  
- ・ 原著論文 在宅高齢者のテレビ視聴形態と認知機能との関係.  
荻原牧子, 戸ヶ里泰典, 川原靖弘  
日本認知症ケア学会誌 17(2) : 412-422 (2018) [査読あり]  
本論文との関係 : 第4章 (一部改変・加筆)
  
- ・ 研究論文 在宅高齢者のフレイルの有無によるテレビ視聴時間帯の違い.  
荻原牧子, 川原靖弘  
作業療法, 38(2) : 171-177 (2019) [査読あり]  
本論文との関係 : 第3章 (一部改変・加筆)



## 謝辭

本博士論文の完成までには、実に多くの方々にお世話になりました。

まず、修士課程および博士後期課程に在籍することを認めてくださった、川原靖弘准教授に感謝申し上げます。川原先生は、研究する姿勢も曖昧な私に対して、研究テーマの明確化、投稿論文のいろはから始まり、理想の博士像を示されると同時に、論文執筆に有用なパソコンソフトの活用方法等の細部に至るまでご指導くださいました。また、COVID-19 蔓延以前における対面での研究会は、これまで接点のなかった工学関連分野の方々との交流もあり意義深いものでした。

つぎに、同じく修士課程の頃からお世話になった戸ヶ里泰典教授に感謝を申し上げます。戸ヶ里先生には、特に統計処理について多くのご指導をいただき、先生の統計講座への参加を認めてくださったことは、論文執筆の推進力となり、先生のゼミへの参加においては、自分と同じ医療・保健分野の方々との意見交換が執筆の原動力ともなりました。博士後期課程マイナー分野人間科学プログラムの岩崎久美子教授には、本研究のテーマに直結する重要なヒントを、中間報告会、予備論文審査においていただきましたことを感謝申し上げます。また、折々に博士論文の作法等の資料を複数いただいたことは、論文執筆の上で大変参考になりました。博士論文には副論文が不可欠であり、その投稿先に苦慮していたところ、日本老年社会学会入会の推薦をくださり、また、論文審査における学外副査をご紹介くださった井出訓教授に感謝申し上げます。学外副査としての桜美林大学大学院長田久夫教授からは、初対面でありながらも懇切丁寧なアドバイスをいただきました。その他の健康科学プログラムの先生方からも、中間報告会において貴重なご意見をいただきましたこと、心から感謝申し上げます。

そして、本論文の核となる調査および検査にご協力くださった栃木学習センターの故海野所長、事務局の方々、在籍学生の方々、那須町地域包括支援センター、那須町役場保健福祉課地域支援係の皆様、那須町心身力アップ教室、継続教室、継続教室サポーター、てんとうむし教室、スマイルサポーターの皆様、那須町ケアマネジャー連絡協議会、那須町社会福祉協議会の皆様、那須町の75歳以上の皆様、大田原市保健福祉部高齢者幸福課の皆様、大田原市高齢者ほほえみセンター、大田原市脳きらり講座の皆様、伊丹市の皆様、蓮馨寺の皆様、介護老人保健施設イマジンの皆様に心より厚くお礼を申し上げます。

最後に、常に見守り励ましてくれた夫と娘に深く感謝します。