

平成10年度厚生科学研究費補助金
健康科学総合研究事業研究報告書

未成年者の喫煙・飲酒を取り巻く 環境に関する研究

1999年6月

主任研究者

国立公衆衛生院疫学部 尾崎米厚

目次

1. 研究要旨 • 1
2. 研究目的・研究方法 • 2
3. 雑誌広告調査結果 • 5
4. 新聞広告調査結果 • 21
5. 交通広告調査結果 • 35
6. 屋外広告調査結果 • 43

厚生科学研究費補助金(健康科学総合研究事業)研究報告書

未成年者の喫煙・飲酒を取り巻く環境に関する研究

主任研究者 尾崎米厚 (国立公衆衛生院・疫学部)

分担研究者 曾根智史 (国立公衆衛生院・公衆衛生行政学部)

谷畑健生 (国立公衆衛生院・疫学部)

研究要旨 本研究は、未成年者に影響を与えるであろう媒体を選び、最近のたばこ広告の動向を明らかにすることを目的とする。すなわち、どのような媒体にどのようなたばこ広告がどのくらいの量提供されているかを知ることである。たばこのテレビCMが自主規制により始まってから他の媒体のたばこ広告が増加していないか、他の媒体のたばこ広告の特徴と未成年者への影響の可能性を分析することにより未成年の喫煙対策の在り方を考察することを調査の目的とした。調査対象は未成年者によく読まれている雑誌、新聞、交通広告、屋外広告(東京の6地域)であった。これにより、かなりの量の雑誌広告、新聞広告、車内広告、屋外広告があることがわかった。雑誌広告、交通広告の増加が認められ、新聞広告や屋外広告はあまり変化がないことが明らかになった。月ごとの特徴をみるとそれぞれの媒体が広告を多くする月や、懸賞広告を掲載する月など特徴のある広告戦略を展開していた。雑誌広告では、アメリカたばこの広告の占める割合が減少し、雑誌のいろいろな位置に広告が掲載されるようになり、男子向けの広告が多くしかも増加しており、日本たばこの広告に懸賞広告が多くしかも割合が増加しており、懸賞広告は男性向け銘柄に多いという特徴が認められた。新聞広告は、広告量の月別変動が大きく、ほとんどが日本銘柄の広告で、男性向け広告が多く割合も増加しつつあり、掲載紙により広告量の多い新聞や男性向けの広告がほとんどである新聞といった特徴があることなどが認められた。また雑誌より懸賞広告の割合が高く、ほとんどが男子向けの銘柄で、日本たばこでその割合が高いことも明らかになった。交通広告の広告数の動向をみると広告量が徐々に増加していた。夏季と冬季に広告量が増加すること、路線による広告量の格差が大きいこと、外国たばこの広告の割合が3割を超すことしかも夏季に多いこと、外国たばこの広告の割合の高い路線が認められることなどが明らかになった。懸賞広告は、6月～8月と1, 2月のみ認められた。全体の広告数に占める割合は年間で1割であった。懸賞広告はほとんど外国たばこによるものであった。屋外広告の広告数をみると総数は毎月ほとんど変動は認められなかった。外国たばこの広告の割合は8割近くと高く、月別に変動は小さかった。新聞の種類、電車の路線別、地域別、銘柄が日本か外国かにより広告に特徴がありそれぞれの読者や利用者の特性を分析した詳細なマーケット戦略に沿った広告の使い方を行っていることが示唆された。これらの情報をモニタリング情報としてとり続けることが未成年の喫煙対策には重要なデータを提供するといえるし、広告についての法的規制の是非の判断材料を提供することになる。

研究目的

わが国では、未成年喫煙禁止法が存在するにもかかわらず多く未成年者が既に喫煙者であることが明らかになっている。年々喫煙率が減少している成人男性の動向に反して喫煙率が増加傾向に有る20, 30歳代の女性の喫煙とならんで未成年の喫煙は大きな問題となり、わが国の喫煙対策の最も重要なテーマとなっている。

未成年の喫煙を防止するには友人からのすすめをいかに断れる子供になるかが重要であるが、未成年者がたばこを吸いやすい環境を改善することも大切である。この環境とは広告をはじめとしたたばこに興味を持たせようとするものやコンビニエンスストアや自動販売機などに代表される手にいれやすさあるいは公共施設、交通機関など多くの人が集まる場所の禁煙・分煙、大人たちが子供の喫煙を容認するような態度をとることなどである。未成年者の喫煙行動についての全国調査などによれば初めての喫煙のきっかけのなかでは「コマーシャルを見て」というのはあまり多くないが、様々な媒体により提供されている広告は未成年者のたばこへの興味を潜在的に高めていることが示唆されている。

わが国における未成年者の喫煙行動に関する調査研究は、喫煙行動を明らかにする実態調査（断面調査）と教育プログラムの開発やその効果に関する研究が中心であり、未成年者の喫煙を取り巻く社会環境に関する研究はほとんど行われてこなかった。喫煙対策を推進するためには、これらの未成年者の喫煙を取り巻く社会環境の影響を明らかにすることが重要である。この知見をもとに法制化を含めた政策を展開できるし、喫煙対策の成果をモニタリングすることもできる。欧米、とりわけアメリカ合衆国では喫煙を取り巻く社会環境についての調査研究が数多くなされており、広告の実態や未成年者への影響を明らかに使用とする研究も既に多く報告されている。したがって、わが国でもこのような点に焦点を当てた研究が望まれる。

本研究では、未成年者に影響を与えるであろう媒体を選び、最近のたばこ広告の動向を明らかにすることを目的とする。すなわち、どのような媒体にどのようなたばこ広告がどのくらいの量提供されているかを知ることである。

また、1998年4月からたばこ業界の自主規制によりテレビのたばこCMが姿を消した。その分が他の広告媒体に流れていないかを明らかにするために、いくつかの広告媒体に的を絞って定点調査を実施した。広告媒体は雑誌、新聞、交通広告および屋外広告であった。次いで、これらの月別の推移、雑誌、新聞、路線、地域ごとの特徴、外国たばこの広告の割合、懸賞広告の動向も明らかにし、それらをもとに未成年への影響を推察する資料とした。

研究方法

1) 雑誌・新聞調査

雑誌は、雑誌総カタログにあるわが国の売り上げ部数上位雑誌の中からはじめからたばこ広告が業界の自主規制により掲載されていない女性誌や少年向けマンガ誌を除いたもの、および毎日新聞に掲載されるの毎日新聞学校読書調査により小学生、中学生、高校生によく読まれている雑誌の上位のものから合計47誌（月刊誌および週刊誌）を選び雑誌にあるたばこ広告の数、銘柄名、国産外国産の別、銘柄が男子向けかどうか、広告の雑誌における位置、懸賞広告の有無および広告の大きさを調査した（掲載誌一覧を参照）。調査した雑誌の発行時期は1997年10月～1999年3月までであった。データは、月別にみた広告件数、ページ数に換算された広告面積、外国たばこ広告の割合、懸賞広告の割合であった。集計は月別に行い、月別推移を観察した。男性向けの広告かどうかは、広告に男性のみが現れていることにより判断した。

新聞広告は首都圏の主要4誌（産経、朝日、読売、毎日）に絞り1997年11月～1999年3月までを調査した。全ての新聞のページを観察し、たばこの広告をみつけその銘柄名、外国産かどうか、男子向けの広告かどうか、懸賞広告の有無、紙面に占める大きさを判定し、月ごとにまとめた。

2) 交通広告調査

首都圏を走るJR線、大手私鉄線、地下鉄線のうち、12路線を任意に抽出し（京浜東北線、

山手線、埼京線、中央線、京成線、京王線、小田急線、西武池袋線、東武東上線、東横線、都営三田線、営団丸の内線）、毎月1回1車両を選び、車両内のたばこ広告を全て調査した。たばこ広告からは広告数、銘柄名、国産外国産の別、懸賞広告の有無といった情報を抽出した。調査機関は1998年3月より1999年3月までであった。

3) 屋外広告調査

東京の山手線周辺地域で、若者が集まることが多い6地域（池袋、新宿、原宿・表参道、渋谷、六本木、銀座）の繁華街の数ブロックを固定地域として定点観測を実施した。調査対象は屋外にあるあらゆる大きさのたばこの看板広告である。広告数、銘柄名、国産外国産の別を調査した。毎月1回各定点地域を調べみつかったすべての広告を写真にとって記録した。調査期間は1998年3月から1999年3月までである。

雜誌廣告調查結果

研究結果

1) 雑誌広告

調査した47雑誌のうち15誌には調査期間中たばこ広告が全く認められなかった。月別広告量（ページ換算）の推移をみると1997年10月から1999年3月までの大きな傾向は徐々に増加しているといえる（図1-1）。調査開始時（1997年10月）ころに比べれば1999年に入ってから月別広告量はかなり増加していた。ただ、1997年11月から1998年2月までは一貫して広告量は増加していたが、1998年3月から5月にかけて減少していた。広告量の季節変動は調査期間が短いためはっきりしないが、夏季に多い可能性はあると考えられる。もし、季節変動があるなら、広告量の推移は同一の月別に比較する必要がある。1997年の10月から12月と1998年の同一の期間を比較しても、1998年の1月から3月と1999年の同一の期間を比較してもいずれも最近の3ヶ月のほうが広告量が多かった。これからたばこ広告の量が増加していることを示唆する。

アメリカたばこのマーケットシェアは2割を超え、いまだに年々増加傾向にあり現在では国内消費量の4分の1はアメリカたばこである。広告量に占めるアメリカ銘柄の割合をみると減少傾向に有る（図1-2）。とくに、1998年の夏以降減少している。以前はマーケットシェアよりアメリカたばこの広告が全体に占める割合は高かったが最近ではむしろそれより低くなっている。

広告が男性にターゲットを絞っているか、女性向かあるいは両性向けかを判定しその動向を観察した。すると、多くが男性向けであった。女性向け広告と両性向け広告の量はほぼ同程度で調査期間にわたりほぼ一定であった。一方、男性向け広告の量は徐々に増加していた（図2-1）。

懸賞広告は調査してみるとかなりの分量認められた。広告量の推移を見ると6月から8月あるいは1、2月が多いことが明らかになった。1997年の10月から12月より1998年の同一の期間のほうが、1998年の1月から3月より1999年の同一の期間のほうが懸賞広告量が増加していた（図3-1）。懸賞広告の総広告量に占める割合の推移をみると調査期間の前半はほぼ一定

であったが、後半では1999年の1、2月を除けば減少傾向にある（図3-2）。

広告の位置の動向をみると、表紙の裏が最も多く、ついで裏表紙、グラビアの隣、目次の隣であった。季節変動ははっきりしないが、グラビアは1998年2、3月に多かった。それ以外はほぼ一定といってよい。その他の位置の広告量が一貫して増加傾向にあるのが位置別の動向の特徴である（図4）。

次に、広告の要因を組み合わせた分析を実施した。

銘柄が国産かどうかと男子向け広告かどうかを組み合わせた分析では、日本たばこの男子向けの広告が最も多いことが明らかとなった。しかもその広告量は増加傾向にあった（図5-1）。アメリカたばこでも男子向けの広告が最も多かった。日本たばこでは男子向けについて両性向けの広告が多かった。女子向けの広告の割合はアメリカたばこの方が高かったが、最近ではやや割合が減少していた（図5-2）。

銘柄が国産かどうかと懸賞の有無を組み合わせた分析では、日本たばこの懸賞のついて広告量の増加が明らかになった（図6-1）。アメリカたばこと日本たばこの広告に占める懸賞広告の割合の動向をみると1998年の夏まではほぼ同程度であったが、その後日本たばこの広告に占める割合が増加し、逆にアメリカたばこの広告に占める割合が減少したため、その差が大きく開いてきている（図6-2）。

銘柄が男子向けかどうか別にみた懸賞広告の割合をみると、男子向け銘柄の広告に懸賞広告の割合が高いことが明らかになった（図7）。1998年の夏までは女子向けや両性向けの銘柄の懸賞広告割合も男子向けのそれより高いことも有り動向は一定していなかったが、その後は男子向けの銘柄での懸賞広告割合が高く、その割合はほぼ一定していた。

日本たばこかどうか別にみた広告の位置をみると日本たばこの表紙の裏の割合が徐々に減少している。アメリカたばこの表紙の裏の割合と日本たばこの表紙の裏の割合がほぼ同じであったのが1998年の9月以降からはアメリカたばこの広告が表紙の裏にある割合のほうが高くなっている（図8）。

考察

本研究により少なくとも青少年によく読まれている雑誌には多くのたばこ広告が掲載されていることが明らかになった。日本たばこなどたばこ会社が加入している日本たばこ協会は広告・販売促進活動等に関する自主規制を1985年より設けている。その中には未成年者向け新聞及び雑誌においては製品広告を行わない。小・中・高校の周辺の屋外広告看板には製品広告を行わない。女性向けの新聞及び雑誌においては製品広告を行わない。といった基準がある。しかし、今回の調査でいわゆる少年誌（マンガなど）や女性誌には確かにたばこ広告は認められなかったが、毎日新聞の調査で全国の小中高校生が挙げたよく読む雑誌、ユニセックスの雑誌には多くの広告が認められた。両性の読む新聞にも、学校の近くではないが青少年が多く集まる街角にも多くの屋外広告があることも明らかになった。これらは自主規制が機能していないことを物語っており法的規制の根拠にもなる。

しかも広告量が増加しているのは問題である。特に日本たばこの広告が増加しているのマーケットシェアの回復にむけての努力かもしれない。青少年の好んで吸う銘柄はアメリカ銘柄が多いことが報告されているが、この日本たばこ広告の増加傾向がどのように影響するか今後モニタリングしていく必要がある。また、懸賞広告の割合も予想以上に高かった、青少年のほしがるアイテムを賞品にして喫煙者を増やそうとするこのマーケティング戦略には規制をかける必要があるのではないかと考えられる。

調査雑誌一覧

ヤングジャンプ
ヤングマガジン
ビッグコミックオリジナル
ビッグコミックスピリッツ
ビッグコミック
ザ・テレビジョン
週刊ポスト
ビジネスジャンプ
週刊現代
モーニング
週刊文春
ヤングサンデー
ビッグコミックスペリオール
文芸春秋
週刊新潮
週刊プレイボール
スーパージャンプ
Boon
週刊漫画タイムズ
週刊宝石
Kansai Walker
Tokyo walker
月刊ザ・テレビジョン
週刊朝日
プレイコミック
週刊漫画ゴラク
マンガオールマン
マンガキング
週刊アサヒ芸能
日経ビジネス
Vジャンプ
週刊ファミ通
コミックボンボン
Hot Dog Press
Cool Trans
Get on
Men's non no
Weekly ぴあ
ヤングチャンピオン
Don't
Popeye
コミックバイン
月刊電撃コミックガオ
月刊少年チャンピオン
月刊少年マガジン
アクションカメラ
Action Young

図1-1 銘柄の国産かどうか別にみた広告量の推移

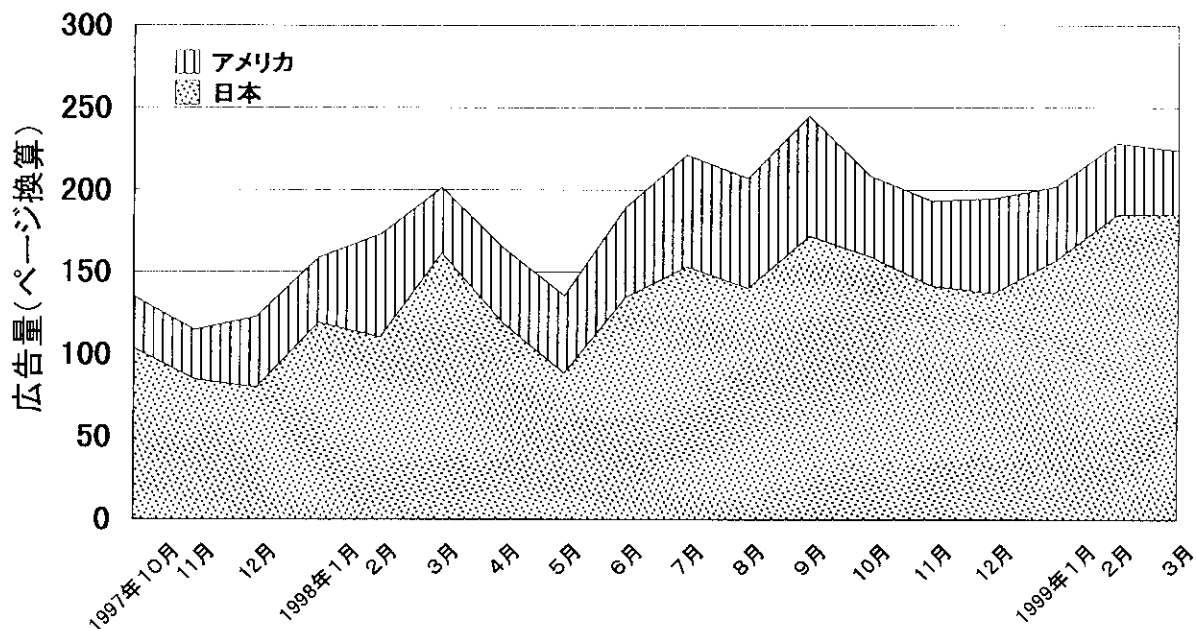


図1-2 アメリカたばこの広告が総広告量に占める割合の動向

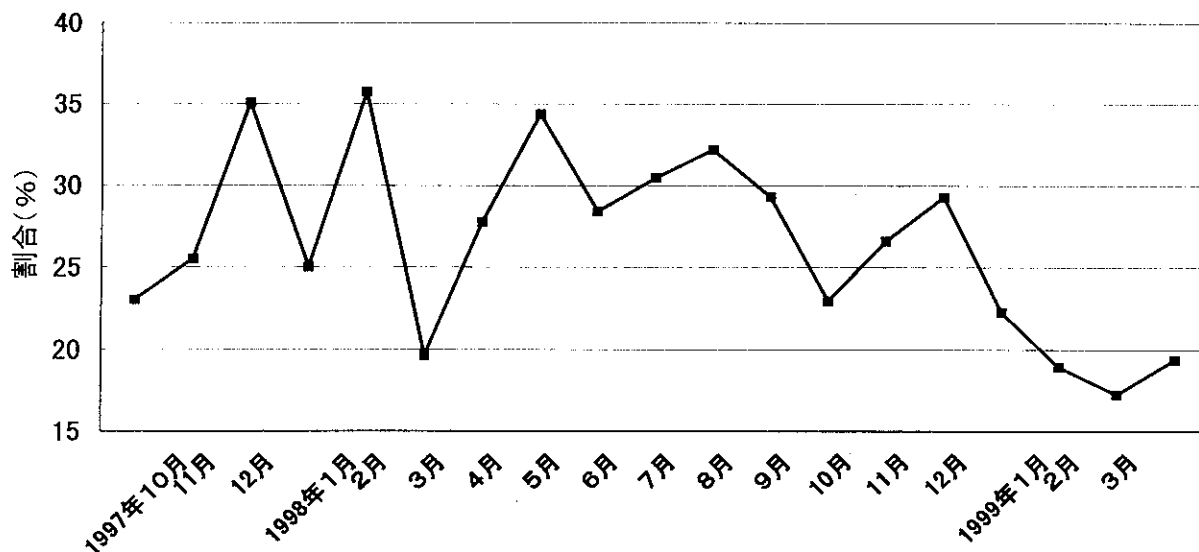


図2-1 銘柄の男子向けかどうか別にみた広告量の推移

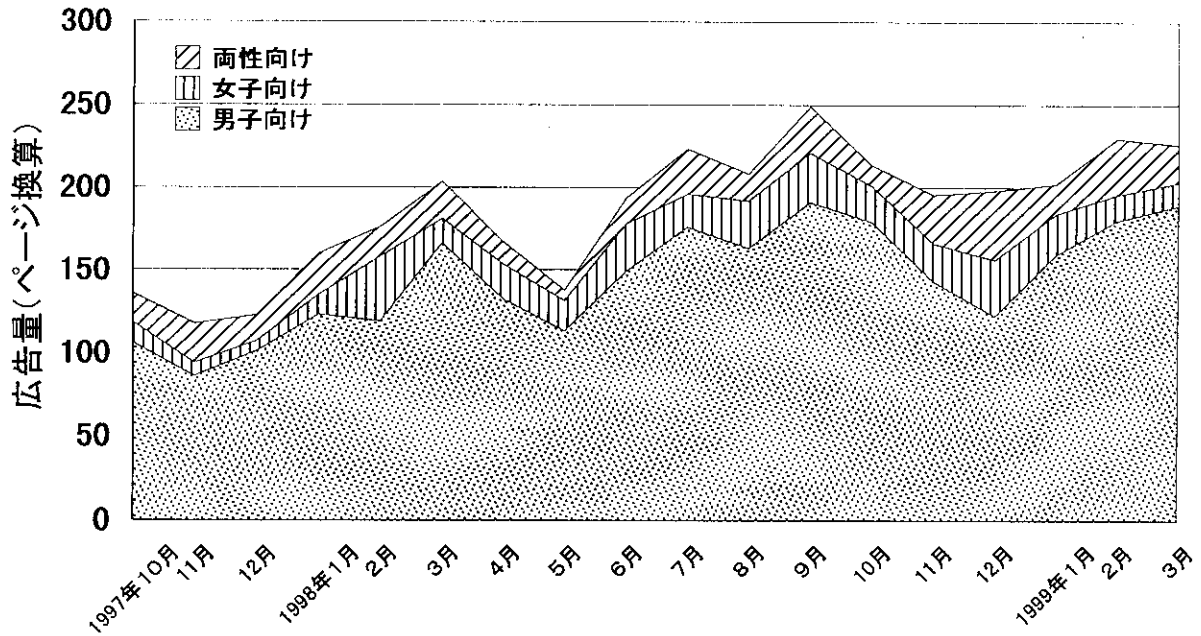


図2-2 女性向、両性向けの広告が総広告量に占める割合の動向

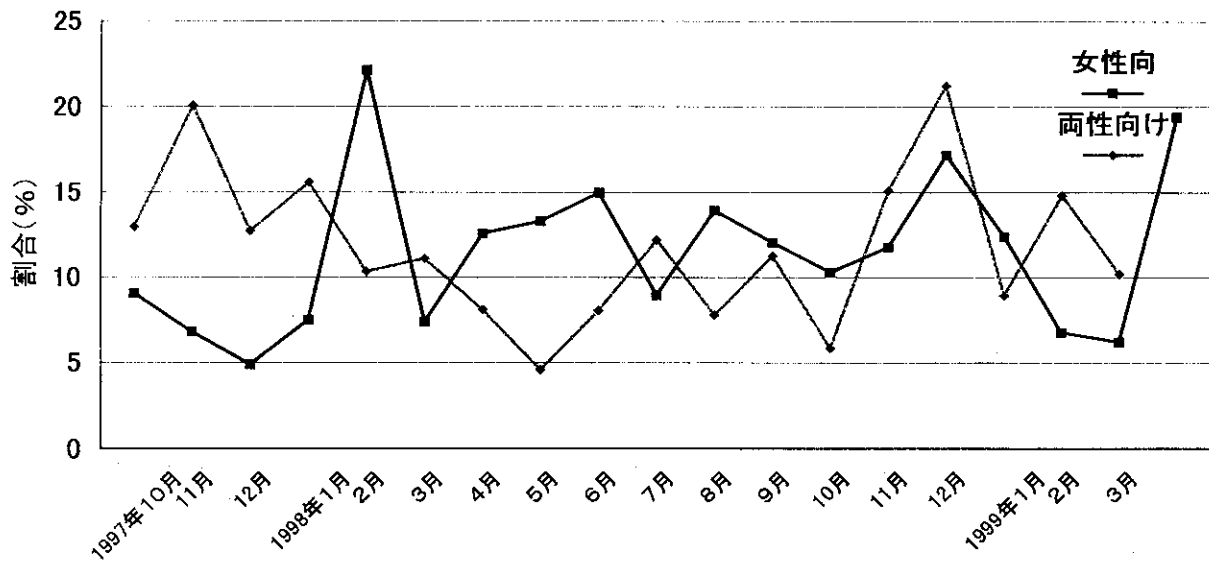


図3-1 懸賞広告の有無別にみた広告量の推移

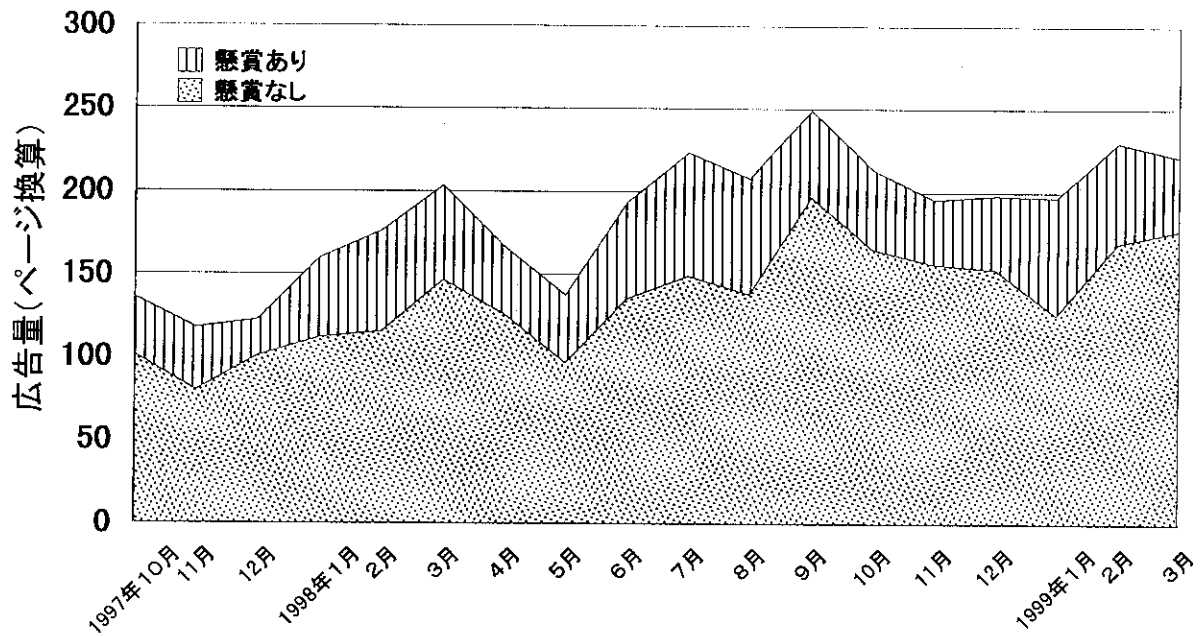


図3-2 懸賞広告が総広告量に占める割合の動向

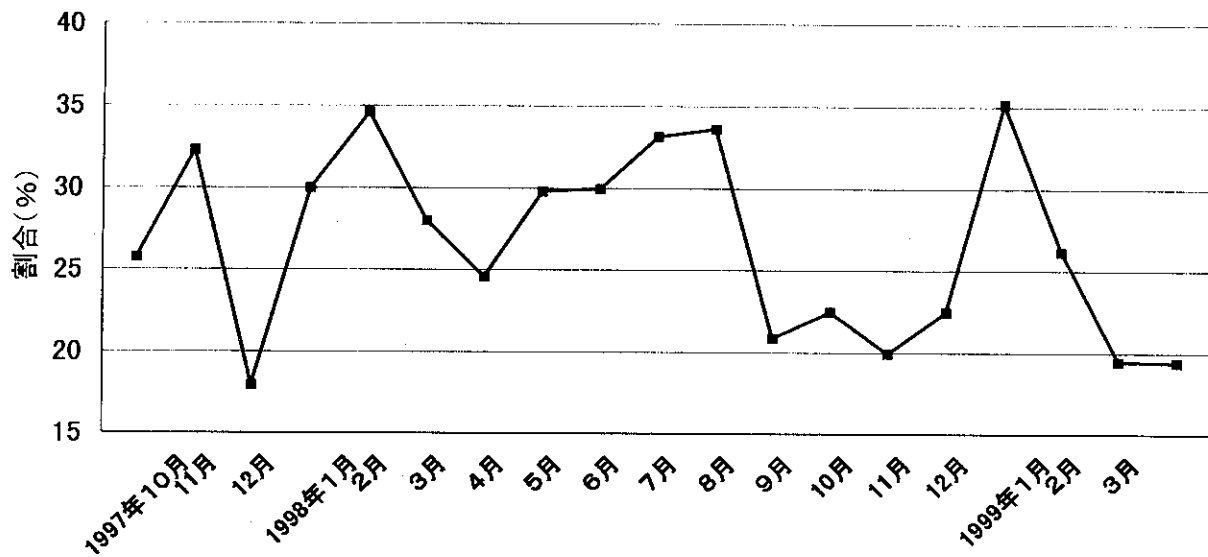


図4 広告の位置別にみた広告量の推移

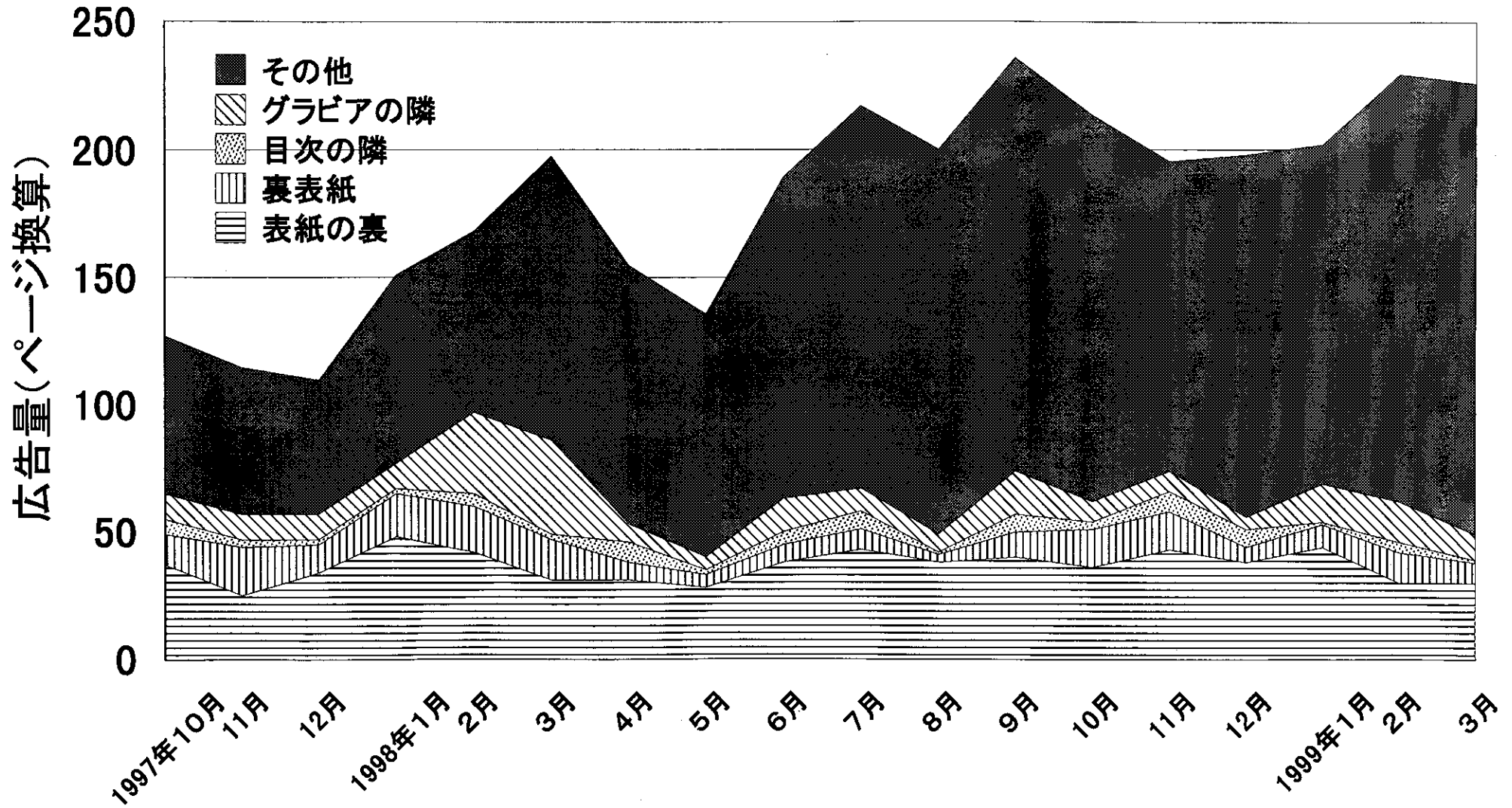


図5-1 銘柄の国産、男子向けかどうか別にみた広告量の動向

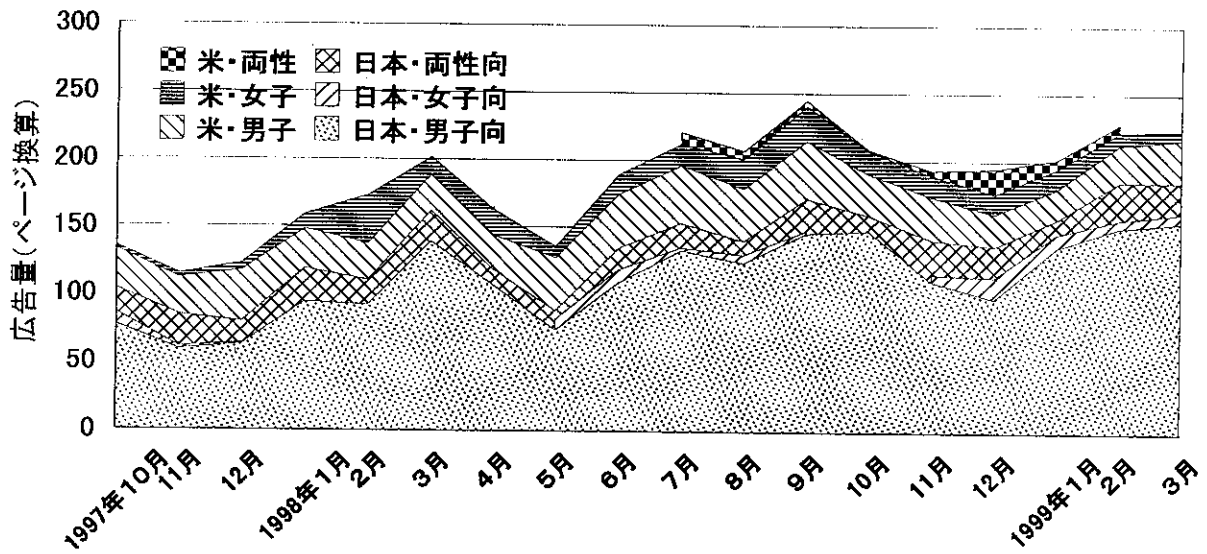


図5-2 国産たばこかどうか別にみた女性、両性向け広告の割合の動向

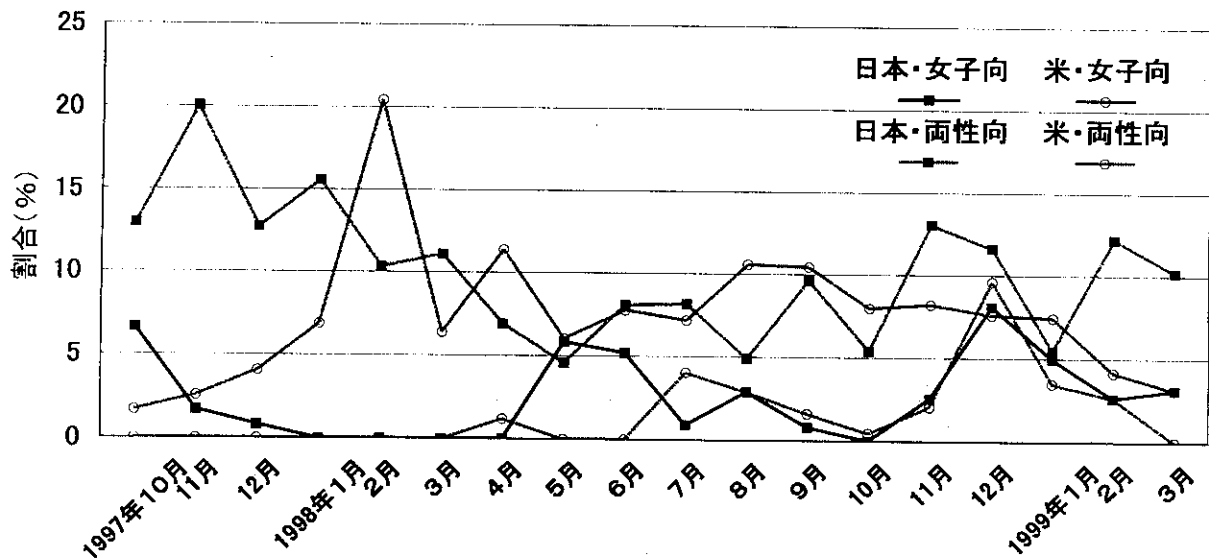


図6-1 銘柄の国産かどうか、懸賞の有無別にみた広告量の動向

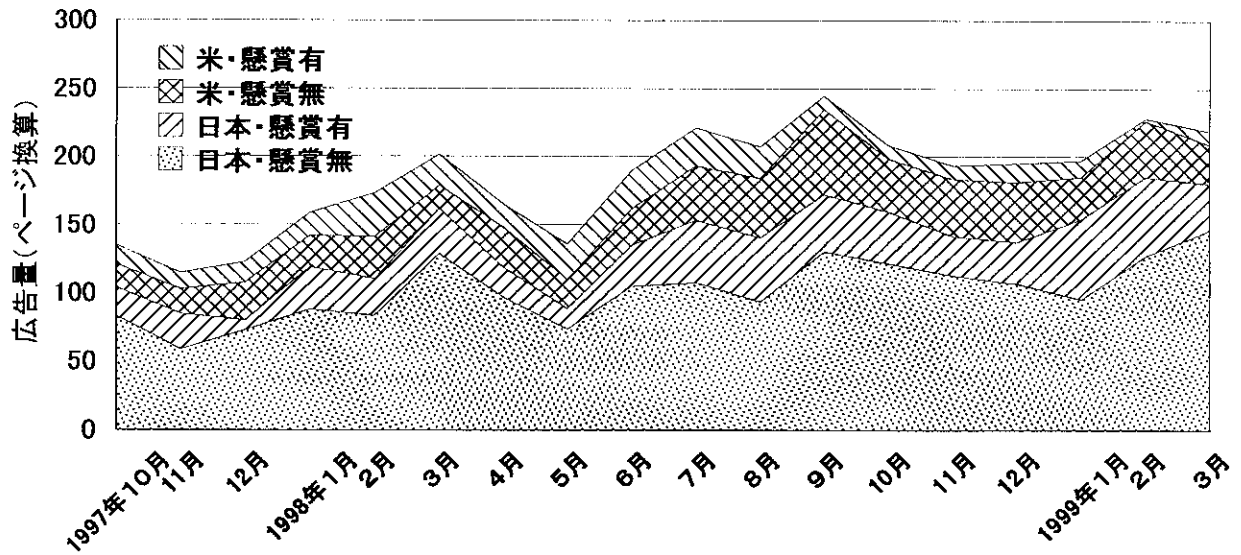


図6-2 日本銘柄の広告かどうか別にみた懸賞広告の割合の動向

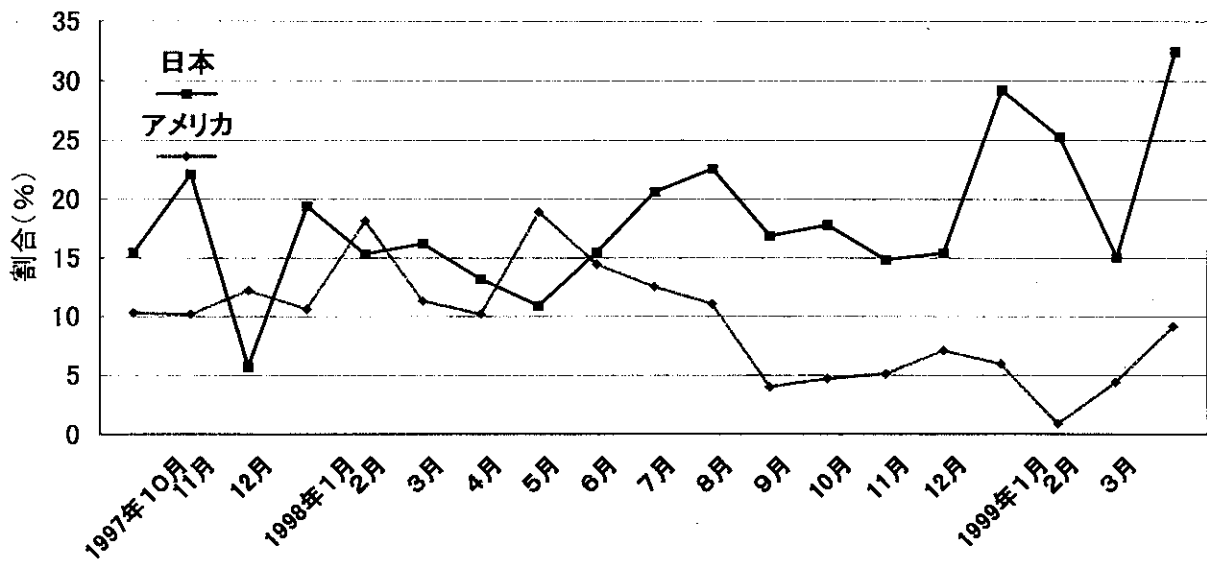


図7 銘柄が男子向けかどうか別にみた懸賞広告割合の動向

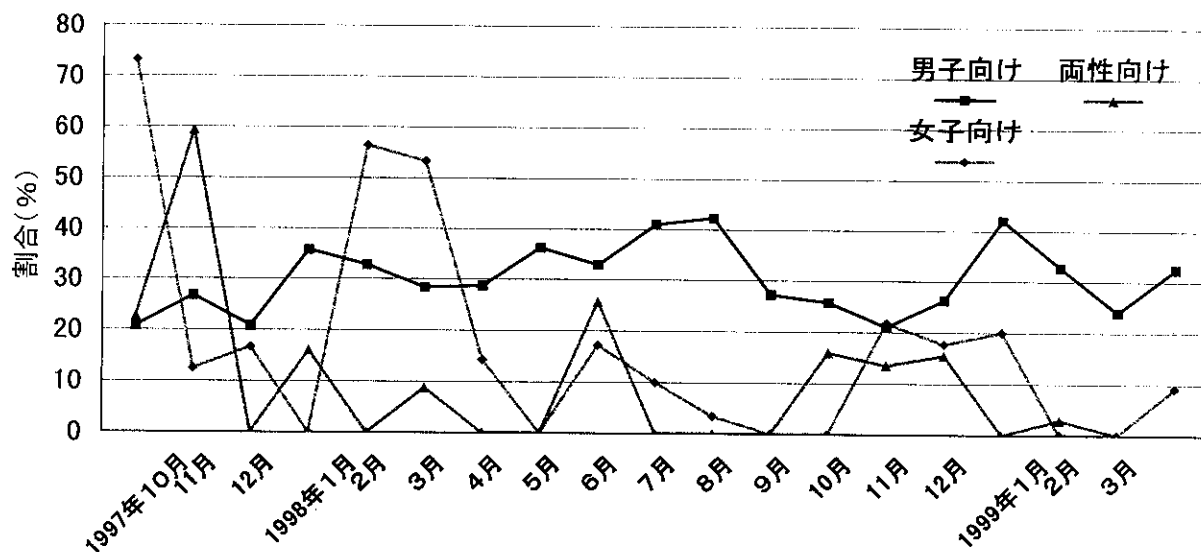


図8 日本たばこか別にみた広告の位置の割合の動向

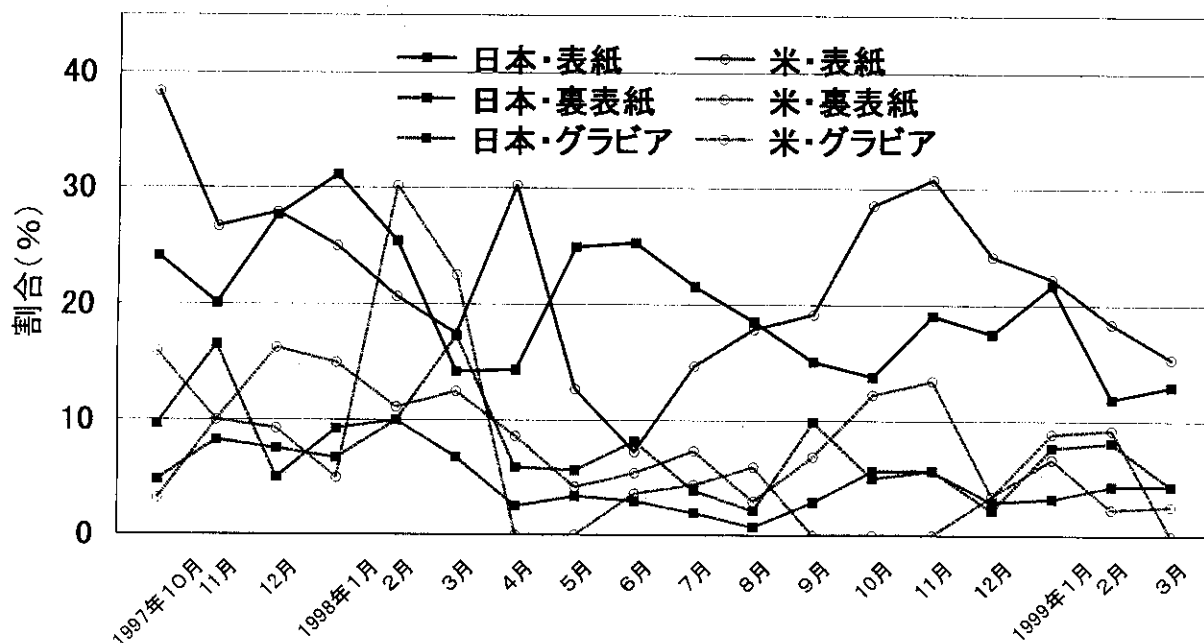


表1 日本たばこかどうか別にみた広告量の推移(ページ換算)

	1997			1997計	1998												1998計	1999			1999計	総計
	10月	11	12		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		1	2	3		
日本	103.6	84.6	79.6	267.8	118.9	110.2	161.6	118.5	88.3	134.6	153.2	140.2	172	159.5	141.5	137	1635.5	157	185	185	527	2430.3
アメリカ	31.3	30	43	104.3	40	63	40	46.3	47.3	55	68	67	73	49	52	58	658.6	45	43.5	39	127.5	890.4
その他	1	3		4	1	3	2	2	2	4	2	1	2	5	2	3	29		1	2	3	36
総計	135.9	117.6	122.6	376.1	159.9	176.2	203.6	166.8	137.6	193.6	223.2	208.2	247	213.5	195.5	198	2323.1	202	229.5	226	657.5	3356.7

表2 男子向け広告かどうか別にみた広告量の推移(ページ換算)

	1997			1997計	1998												1998計	1999			1999計	総計
	10月	11	12		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		1	2	3		
男子向	106	86	101	293	123	119	166	132.3	113	149	176	163	191	179	143	122	1776.3	159	180	189	528	2597.3
女子向	12.3	8	6	26.3	12	39	15	21	18.3	29	20	29	30	22	23	34	292.3	25	15.5	14	54.5	373.1
両性向	17.6	23.6	15.6	56.8	24.9	18.2	22.6	13.5	6.3	15.6	27.2	16.2	28	12.5	29.5	42	256.5	18	34	23	75	388.3
総計	135.9	117.6	122.6	376.1	159.9	176.2	203.6	166.8	137.6	193.6	223.2	208.2	249	213.5	195.5	198	2325.1	202	229.5	226	657.5	3358.7

表3 懸賞有無別にみた広告量の推移(ページ換算)

	1997			1997計	1998												1998計	1999			1999計	総計
	10月	11	12		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		1	2	3		
懸賞なし	100.9	79.6	100.6	281.1	111.9	115.2	146.6	125.8	96.6	135.6	149.2	138.2	197	165.5	156.5	153.5	1691.6	126	169.5	177	472.5	2445.2
あり	35	38	22	95	48	61	57	41	41	58	74	70	52	48	39	44.5	633.5	71	60	44	175	903.5
不明				0													0	3			3	3
総計	135.9	117.6	122.6	376.1	159.9	176.2	203.6	166.8	137.6	193.6	223.2	208.2	249	213.5	195.5	198	2325.1	202	229.5	226	650.5	3351.7

表4 雑誌における掲載位置別にみた広告量の推移(ページ換算)

位置	1997			1997計	1998												1998計	1999			1999計	総計
	10月	11	12		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		1	2	3		
表紙の裏	37	25	34	96	48	42	31	31	28	38	43	38	40	36	43	38	456	44	30	30	104	656
裏表紙	12	19	11	42	17	18	16	7	5	7	8	3	10	15	15	6	127	9	12	8	29	198
目次	6	3	2	11	2	5	2	8	2	5	7	1	7	3	8	7	57	1	4	1	6	74
グラビア	10	10	10	30	10	32	37	7	5	13	9	7	17	8	8	5	158	15	16	10	41	229
その他	61.9	57.6	52.6	172.1	73.9	71.2	111.6	101.8	95.6	126.6	150.2	151.2	162	151.5	121.5	142	1459.1	133	167.5	177	477.5	2108.7
不明	9	3	13	25	9	8	6	12	2	4	6	8	13				68				0	93
総計	135.9	117.6	122.6	376.1	159.9	176.2	203.6	166.8	137.6	193.6	223.2	208.2	249	213.5	195.5	198	2325.1	202	229.5	226	657.5	3358.7

表5 日本たばこかどうか・男子向けかどうか別にみた広告量の推移(ページ換算)

		1997			1997計	1998												1998計	1999			1999計	総計
		10月	11	12		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		1	2	3		
日本	男子向	77	59	63	199	94	92	139	107	74	109	133	124	146	148	111	98	1375	136	151	155	442	2016
	女子向	9	2	1	12					8	10	2	6	2		5	16	49	10	6	7	23	84
	両性向	17.6	23.6	15.6	56.8	24.9	18.2	22.6	11.5	6.3	15.6	18.2	10.2	24	11.5	25.5	23	211.5	11	28	23	62	330.3
アメリカ	男子向	29	27	38	94	29	27	27	25.3	39	40	43	39	43	31	32	24	399.3	23	28	32	83	576.3
	女子向	2.3	3	5	10.3	11	36	13	19	8.3	15	16	22	26	17	16	15	214.3	15	9.5	7	31.5	256.1
	両性向				0				2			9	6	4	1	4	19	45	7	6		13	58
その他	男子向				0													0				3	3
	女子向	1	3		4	1	3	2	2	2	4	2	1	2	5	2	3	29		1	2	0	33
不明	男子向				0													2				0	33
総計		135.9	117.6	122.6	376.1	159.9	176.2	203.6	166.8	137.6	193.6	223.2	208.2	249	213.5	195.5	198	2325.1	202	229.5	226	657.5	3358.7

表6 日本たばこかどうか・懸賞有無別にみた広告量の推移(ページ換算)

		1997			1997計	1998												1998計	1999			1999計	総計
		10月	11	12		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		1	2	3		
日本	なし	82.6	58.6	72.6	213.8	87.9	83.2	128.6	96.5	73.3	104.6	107.2	93.2	130	121.5	112.5	106.5	1245	95	127	146	368	1826.8
	あり	21	26	7	54	31	27	33	22	15	30	46	47	42	38	29	30.5	390.5	59	58	34	151	595.5
	不明																		1			1	1
アメリカ	なし	17.3	18	28	63.3	23	31	17	29.3	21.3	27	40	44	63	39	42	44	420.6	31	41.5	29	101.5	585.4
	あり	14	12	15	41	17	32	23	17	26	28	28	23	10	10	10	14	238	12	2	10	24	303
	不明																		2			2	2
その他	なし	1	3		4	1	1	1		2	4	2	1	2	5	2	3	24		1	2	3	31
	あり						2	1	2									5					5
不明	なし																	2					2
総計		135.9	117.6	122.6	376.1	159.9	176.2	203.6	166.8	137.6	193.6	223.2	208.2	249	213.5	195.5	198	2325.1	200	229.5	221	650.5	3351.7