

平成11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年度研究報告書

2000年9月

主任研究者 鳥取大学医学部衛生学 尾崎米厚

目次

1. 研究概要	1
2. 研究目的	2
3. 研究方法	3
4. 研究結果	4
5. 考察	8
6. 調査対象雑誌の情報	10
7. 研究結果の図表	26

厚生科学研究費補助金（健康科学総合研究事業）

平成11年度研究報告書

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

未成年の喫煙行動に影響を与えると考えられる要因としてたばこの雑誌広告を取り上げ1987年から98年の12年間にわたって分析した。分析対象者青少年が良く読む雑誌およびわが国の雑誌売上上位30誌のうちたばこ広告が掲載されていた上位12誌である。毎年の対象雑誌全ての号のたばこ広告を数量的に分析した。

1. たばこ広告のある雑誌とない雑誌はほぼはっきり分かれている
2. 青少年が良く読む雑誌にも多くのたばこ広告が存在する
3. 12年間のトレンドをみると雑誌たばこ広告量は増加している
4. 特に日本のたばこ銘柄の広告量が増加している
5. 雑誌総ページに占めるたばこの広告割合は前半より後半の6年間のほうが多い
6. 雑誌別にみるとユニセックス（両性向け）雑誌でのたばこ広告割合が増加している
7. 12年間の3期に分けると最近になり3月、7月と9月に広告量のピークができた
8. 12年間のまとめると3月と7月に広告量のピークがあり、日本銘柄の増加によるものである
9. アメリカ銘柄の広告割合が高いのは漫画系雑誌ではなく、両性向け雑誌、情報誌が多い
10. 懸賞広告の割合は増加している。最近では日本銘柄でもアメリカ銘柄でも増加している。懸賞広告が増加しているのは男子向け広告である。
11. 男子向け銘柄の広告割合が高いが、相対的に女子向広告はアメリカ銘柄に多く、しかも増加している。雑誌により女子向広告割合が高い雑誌がある。
12. 日本銘柄の広告は表紙の裏や裏表紙にある割合がやや高い
13. 男子向け銘柄は表紙の裏や裏表紙にある割合がやや高い
14. 表紙の裏にある広告の割合が増加してきた。懸賞無し広告が表紙の裏になることが増えてきた。
15. マーケットシェアに比べアメリカたばこの広告の割合が高い。日本たばこでは女子向けたばこの広告割合がマーケットシェアに比べ高い。

A. 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おり、健康日本21のたばこに関する目標値でも取り上げられ将来なくすことを目指している。

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、たばこの値段などである。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の中でも特に青少年が良く読む雑誌に焦点を当て、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。この動向を分析することにより間接的に青少年の喫煙への影響を考察する。また、この間の特殊事情としてまた、19

98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。この前後のたばこ広告の動向を観察するのも本研究の目的である。

前の年にわかったこと

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と考えられる雑誌（1997年10月分から1999年3月分まで）、新聞、交通広告（電車内広告）、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。しかもこれらの多くが1998年4月以降に増加している可能性があることが認められた。外国たばこの広告の割合、懸賞広告の割合も高く青少年への影響が心配される。新聞別、電車の路線別、地域別の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していることが示唆された。

B. 研究方法

雑誌調査

調査対象雑誌は、青少年に良く読まれている雑誌とわが国の雑誌売上ベスト30の中から選んだ。青少年に良く読まれている雑誌は毎日新聞に掲載されるの毎日新聞学校読書調査（毎年実施）の小学生、中学生、高校生の男女別に公表されるよく読まれている雑誌のリストから情報を得た。良く読まれている雑誌（こちらを優先）と良く売れている雑誌から上位12を毎年の調査対象雑誌とした。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はたばこ広告が本当に掲載されていないか確認のうえ調査対象から除いた（表A-1からA-4）。調査対象雑誌の読者層（雑誌総かたろぐより）は表B-1からB-12にある。

調査内容は、雑誌の発行年月日、総ページ、たばこ広告の量（ページ換算）、銘柄名、国産外国産の別、銘柄が男子向け、女子向けか両性向けかどうか、広告の雑誌における位置（表紙の裏、裏表紙、グラビアの隣、目次の隣、裏表紙の前、その他）、懸賞広告の有無であった。

調査した雑誌の発行時期は1987年1月～1998年12月までであった。

男子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。

C. 研究結果

雑誌広告

たばこ広告が掲載されている雑誌はほぼ決まっていた。また、良く読まれる雑誌のランキングもほぼ一定であったので、調査対象雑誌はほとんど固定していた。12雑誌のうち12年間調査対象となった雑誌が6雑誌、1988年から1998年までの11年間連続して調査対象となった雑誌が9雑誌あった。

青少年の読者が多いとされる雑誌でもたばこ広告が掲載されているものもあった。顕著な例は、週刊プレイボーイである。しかし、コミックモーニング、週刊文春、漫画アクションといった比較的成人が読むと思われるような雑誌でも20%前後未成年読者がおり、たばこ広告も掲載されていた。従って、未成年者は雑誌を読むときたばこ広告を見ている可能性が高い。

1) 広告量の年次推移 (図1-1、1-2、1-3、1-4、1-5、1-6)

広告量 (広告量をページ換算したもの) の年次推移をみると増加傾向が認められた (図1-1)。広告量は1996年より1997年はやや減少し1998年は1996年の水準を超え、急増している。

12年間で3期に分けると、1987-90年の広告量を1とすると1991-94年が1.25倍、1995-98年が1.44倍になっている。連続調査対象となっている6雑誌 (12年間) あるいは9雑誌 (11年間) をみてもほぼ同様の傾向が認められた (図1-2、1-3)。この増加は日本銘柄の広告の増加によるところが大きい。11年間連続調査対象雑誌9誌の分析により雑誌1ページあたりのたばこ広告割合の年次推移をみると増加傾向が認められた (図1-4)。この11年間で3期に分けると (3年、4年、4年)、1988-90年の広告割合を1とすると、1991-94年が1.22倍、1995-98年が1.34倍と増加していた。従って、ページ数の増加による結果的なたばこ広告量の増加では

なく、雑誌のページ当りのたばこ広告量の増加（広告掲載率の増加）が起こり、これによりたばこ広告量が増加したといえる。

雑誌別にたばこ広告の総ページ数に対する割合の年次推移をみると（図1-5、1-6）、比較的広告割合が高いのが、ザ・テレビジョン、週刊プレイボーイ、Hot Dog Press、Men's nonno であり、比較的少ないのはヤングジャンプ、ビックコミック、ビックコミックオリジナル、ビックコミックスピリッツ、ビックコミックスペリオール、コミックモーニングといった漫画雑誌であった。これらの中で広告割合の増加傾向が顕著であったのはザ・テレビジョンであった。他に、ヤングジャンプ、ビックコミックオリジナル、ビックコミックも広告割合の増加傾向が認められた。逆に Hot Dog Press、Men's nonno では近年広告割合が減少傾向にある。

月別広告量をみると、3月と夏場に多い特徴が認められた（図1-7）。12年間を3期に分けると当初は多くはなかったが最近増加傾向にあるのが3月と9月であった。7月は90年代にはいって増加した。

2) 日本銘柄の広告とアメリカ銘柄の広告の特徴（図2-1、2-2、2-3、2-4、2-5、2-6）

年次別の広告量を日本銘柄、アメリカ銘柄、その他の外国銘柄別にみると、日本銘柄が最も多いこと、その他の外国銘柄の広告はほとんどないこと、広告量の増加は日本銘柄の広告によることが明らかになった（図1-1）。月別に見るとアメリカ銘柄は相対的に春に多く、日本銘柄の広告は3月と夏に多いことが明らかになった（図2-1、図2-2）。

雑誌別にアメリカたばこの広告がたばこ広告全体に占める割合をみると、漫画雑誌に少なくその他の情報誌に多い傾向が明らかになった（図2-3）。すなわち、アメリカたばこ広告の占める割合の高いのは Men's nonno、ぴあ、Tokyo Walker、Fine boys、Hot Dog Press、Friday、ザ・テレビジョン、週刊プレイボーイであった。これらは30%を超えるものばかりで、アメリカたばこの市場シェアより高い割合である。一方少ないのは調査対象の漫画雑誌であった。漫画雑誌の中でアメリカたばこ広告の割合が高かったのはビックコミックスピリッツとモーニングであった。

日本銘柄とアメリカ銘柄で懸賞広告の割合の推移を見ると（図2-4）、日本銘柄のたばこ広告に占める懸賞広告の割合は顕著に増加していた。1987年には5%に満たなかったのが1996年以降は20%を超える状況になっている。アメリカ銘柄の広告における懸賞広告の割合は1987年から1989年までは減少傾向にあったが日本銘柄の懸賞広告の割合より高かった。しかしその後再び日本銘柄と平行するように増加し始め1994年以降では30%前後を推移している。

日本銘柄とアメリカ銘柄の広告がそれぞれ男子向けか女子向けかあるいは両性向けかの年次推移をみた（図2-5）。日本銘柄の広告は男子向けの広告の割合が高く、その割合も増加傾向にあった。アメリカ銘柄の広告でも男子向け広告が最も多いが、その割合は日本銘柄ほど高くない。アメリカ銘柄の広告では女子向け広告の割合が相対的に高いのが特徴であり、その割合も増加傾向にある。これはアメリカ銘柄の広告がユニセックス（両性向け）雑誌に多いのに関係している。

3) 男子向け、女子向け、両性向け広告の特徴（図3-1、3-2、3-3、3-4、3-5、3-6、3-7、3-8）

年次別に性別広告の動向をみると、男子向けの割合が最も高く、しかも増加していること、逆に両性向けの広告の割合が減少していることが明らかとなった（図3-1）。

月別の特徴をみると、女子向けの広告の割合が2月と夏に、両性向けの広告の割合が3、6、11月に相対的にやや多く、男子向けの広告の割合が4月にやや高い傾向が認められた（図3-2）。

雑誌別に性別広告の特徴をみると、漫画雑誌では一般に男子向けの広告が多く、両性向け雑誌（ザ・テレビジョン、ぴあ、Tokyo Walker）やファッション誌・情報誌（Men's nonno, Focus, Hot Dog Press）で男子向けの広告の割合が小さく、女子向けあるいは両性向けの広告の割合が高い傾向が認められた（図3-3）。

懸賞広告の性別広告別の特徴をみると、懸賞広告は男子向け広告に多いことが明らかになった。年次推移を見ると女子向け、あるいは両性向け広告では懸賞広告の割合は増加していないが、男子向け広告では懸賞広告の割合が1993年以降急激に増加していた（図3-4）。

性別広告の掲載位置をみると、男子向けの広告は表紙の裏、裏表紙に掲載されている場合が相対的に多かった。男子向け広告はより目立つところに、懸賞広告として登場する傾向があるといえる（図3-5）。女子向け広告はその他の場所（雑誌のいろいろな場所で表紙、裏表紙、目次、グラビアと関係がない場所）に掲載される割合が他の広告より高く、両性向け広告はグラビアの隣に掲載される割合が他の広告より高かった。

男子向け広告の位置の年次推移を表紙の裏、裏表紙、グラビアの隣についてみると（図3-6）、グラビアの隣の割合が1992年以降急激に減少した。逆に表紙の裏に掲載される割合が着実に増加してきた。女子向け広告でも、同様にグラビアの隣が急激に減少し、表紙の裏が増加している（図3-7）。両性向け広告でも、同様にグラビアの隣が減少して表紙の裏が増加しているが、特に1996年以降の表紙の裏の割合の急増が目立っていた（図3-8）。

4) 懸賞広告の特徴（図4-1、4-2、4-3、4-4、4-5）

年次別の懸賞広告のたばこ広告に占める割合は年々増加傾向にある（図4-1）。雑誌別にみると懸賞広告の割合はどの雑誌でもほぼ同じであったが、ヤングマガジンで特に高く、漫画アクション、Focusで低かった（図4-2）。懸賞の有無別に広告の位置をみると、懸賞あり広告はその他の位置に多かった。すなわち、表紙や裏表紙などともともと目立つ場所でない位置の広告に注目させるために懸賞広告を配置していると考えられる（図4-3）。懸賞なし広告の掲載位置の年次推移を見るとグラビアの隣が減少し、表紙の裏が増加している（図4-4）。懸賞あり広告ではグラビアの隣は急激に減少したが、その他の場所の動向ははっきりしなかった（図4-5）。

5) たばこ広告の雑誌の中での位置についての特徴（図5-1、5-2）

年次別に広告の位置をみると、表紙の裏が着実に増加し、グラビアの隣が急激に減少し、その他の場所が増加していた（図5-1）。雑誌別にみると、表紙の裏が多い雑誌はビジネスジャンプ、ビックコミックスピリッツ、ザ・テレビジョンなどであった。裏表紙が多いのは、ビ

ックコミックスペリオール、モーニング、ビジネスジャンプであった。グラビアの隣が多いのが週刊プレイボーイ、Hot Dog Press、ぴあ、Men's nonno であった。雑誌の特徴にあわせてたばこ広告の掲載場所を決めている様子が伺える結果である（図5-2）。

6) 個別銘柄別にみた広告量のベストテン（表6-1、6-2）

年次別に雑誌広告の多い銘柄をみると上位は日本銘柄が占めるが、ベストテン後半にはアメリカ銘柄が入ることが多かった。アメリカ銘柄は全国の年間売上ベストテンに1つはいるかどうかであることを考えるとアメリカたばこの特定銘柄の広告に力を入れているといえる。しかし、最近ではベストテン入りの銘柄数がやや減少している（表6-1、6-2）。日本銘柄で広告の多いものは売上も多い銘柄である場合が従来は多かったが、最近では売上が多くない銘柄の広告が増えていることと、女子向け銘柄の広告がベストテン入りするようになったという特徴が見られる。

D. 考察

今回の研究で、青少年が良く読む雑誌にたばこ広告が存在し、しかも増加していることが明らかになった。これは未成年者の喫煙を防止する上で極めて重大な事態である。1996年と比較して1997年の広告量は減少したが、1998年の広告量が1996年の水準よりも急増したのは、1998年4月よりたばこのテレビCMが業界の自主規制により中止になり、その分その他の媒体に広告予算がシフトした可能性を示唆する。今後このような傾向が続くかどうか雑誌広告をモニタリングし続けることが重要といえる。

さらに、懸賞広告にみられるような青少年に喫煙を促すような広告が増加していることが問題である。また、広告分析によりたばこ広告のターゲットを知ることができる。すなわち、女子が新たなターゲットになりつつあるということである。女性をターゲットにしているのはアメリカ銘柄のほうがはっきりしているようである。

また、たばこ広告の掲載の仕方をみても年々巧みになってきたといえる。広告の掲載場所、

雑誌により掲載の仕方を変えている（性別向け，懸賞，位置）などがその理由である．春休みや夏休みに広告が多いのも青少年をターゲットにしている間接的裏付けになるかもしれない。

本研究の結果のみでは、広告をみて子供たちが喫煙をはじめている根拠にはならないが、子供たちへの影響が増大しているのではないかと推察できる。このような事態を改善するには業界の自主規制には限界があるのではないかと予想される。

表A-1 調査対象雑誌（小中高生がよく読む雑誌、売上ベスト30誌よりたばこ広告のあるものを選定）

小中高生がよく読む雑誌ベスト20(毎日新聞社調べ)						
	1987		1988		1989	
順位	雑誌名	広告有無	雑誌名	広告有無	雑誌名	広告有無
1	週刊少年ジャンプ	×	週刊少年ジャンプ	×	週刊少年ジャンプ	×
2	週刊少年サンデー	×	コロコロコミック	×	コロコロコミック	×
3	コロコロコミック	×	週刊少年マガジン	×	週刊少年マガジン	×
4	週刊少年マガジン	×	コミックボンボン	×	週刊少年サンデー	×
5	ファミリーコンピュータMagazine	×	週刊少年サンデー	×	月刊少年ジャンプ	×
6	コミックボンボン	×	ファミリーコンピュータMagazine	×	コミックボンボン	×
7	月刊少年ジャンプ	×	月刊少年ジャンプ	×	ファミリーコンピュータMagazine	×
8	明星	×	月刊少年マガジン	×	月刊少年マガジン	×
9	月刊少年マガジン	×	ファミコン通信	×	明星	×
10	FM Station	×	ヤングマガジン	×	ファミコン通信	×
11	Hot Dog Press	○1	ヤングジャンプ	○1	ヤングマガジン	×
12	ヤングマガジン	×	FM Station	×	ヤングジャンプ	○1
13	オートバイ	×	明星	×	FM Station	×
14	FRYDAY	○2	週刊少年チャンピオン	×	週刊少年チャンピオン	×
15	平凡	×	勝ファミコン	×	小学四年生	×
16	POPEYE	×	小学四年生	×	Men's nonno	○2
17	ヤングジャンプ	○3	Hot Dog Press	○2	Hot Dog Press	○3
18	Dunk	×	POPEYE	×	勝スーパーファミコン	×
19	週刊少年チャンピオン	×	ラジコンマガジン	×	マイコンBASIC Magazine	×
20	FOCUS	○4	ハイスコア	×	ヤングオート	×
			Men's nonno(26位)	○3	FRYDAY(26位)	○4
			FRYDAY(27位)	○4		
一般ベスト30(ABC雑誌部数表+出版指標年報のコミック誌部数水準表)・・・ABCにはコミック誌の部数が入っていない。						
	1987		1988		1989	
1	ヤングジャンプ	○3	ヤングジャンプ	○5	ヤングジャンプ	○5
2	ビックコミックオリジナル	○5	ビックコミックスピリッツ	○6	ビックコミックスピリッツ	○6
3	ビックコミックスピリッツ	○6	ビックコミックオリジナル	○7	ビックコミックオリジナル	○7
4	ヤングマガジン	×	ヤングマガジン	×	ヤングマガジン	×
5	ビックコミック	○7	ビックコミック	○8	ビックコミック	○8
6	コミックモーニング	○8	コミックモーニング	○9	コミックモーニング	○9
7	女性自身	×	女性自身	×	女性自身	×
8	女性セブン	×	女性セブン	×	女性セブン	×
9	週刊ポスト	○	週刊ポスト	○	週刊ザ・テレビジョン	○10
10	ヤングサンデー	×	ヤングサンデー	×	週刊ポスト	○
11	週刊宝石	○	週刊ザ・テレビジョン	○10	ヤングサンデー	×
12	Weeklyプレイボーイ	○9	文芸春秋	○	週刊宝石	○
13	文芸春秋	○	週刊宝石	○	文芸春秋	○
14	ビジネスジャンプ	○10	Weeklyプレイボーイ	○11	Weeklyプレイボーイ	○11
15	週刊女性	×	週刊女性	×	週刊女性	×
16	週刊新潮	○	ビジネスジャンプ	○	週刊文春	○
17	週刊現代	○	週刊現代	○	週刊現代	○
18	スーパージャンプ	×	週刊新潮	○	ビジネスジャンプ	○
19	週刊漫画タイムズ	×	ESSE	×	週刊新潮	○
20	微笑	×	週刊文春	○	ESSE	×
21	週刊文春	○	スーパージャンプ	×	微笑	×
22	ESSE	×	週刊漫画タイムズ	×	スーパージャンプ	×
23	ぴあ	○11	微笑	×	週刊漫画タイムズ	×
24	週刊朝日	○	ぴあ	○12	週刊朝日	○
25	漫画アクション	○12	週刊朝日	○	ぴあ	○12
26	ビックコミックスベリオール	○	ビックコミックスベリオール	○	ビックコミックスベリオール	○
27	週刊明星	×	漫画アクション	○	漫画アクション	○
28	ヘアースクラブ	×	週刊明星	×	週刊明星	×
29	ホリデーオート	×	ヘアースクラブ	×	ヘアースクラブ	×
30	FM STATION	×	ホリデーオート	×	週刊実話	?

表A-2 調査対象雑誌(小中高生がよく読む雑誌、売上ベスト30誌よりたばこ広告のあるものを選定)

小中高生がよく読む雑誌ベスト20(毎日新聞社調べ)					
1990		1991		1992	
雑誌名	広告有無	雑誌名	広告有無	雑誌名	広告有無
週刊少年ジャンプ	×	週刊少年ジャンプ	×	週刊少年ジャンプ	×
コロコロコミック	×	コロコロコミック	×	週刊少年マガジン	×
週刊少年マガジン	×	週刊少年マガジン	×	コロコロコミック	×
週刊少年サンデー	×	コミックボンボン	×	コミックボンボン	×
月刊少年ジャンプ	×	月刊少年ジャンプ	×	月刊少年マガジン	×
月刊少年マガジン	×	週刊少年サンデー	×	週刊少年サンデー	×
コミックボンボン	×	月刊少年マガジン	×	月刊少年ジャンプ	×
ヤングマガジン	×	ヤングマガジン	×	ヤングマガジン	×
ヤングジャンプ	○1	ファミコン通信	×	ファミコン通信	×
ファミリーコンピュータMagazine	×	ヤングジャンプ	○1	ヤングジャンプ	○1
ファミコン通信	×	ファミリーコンピュータMagazine	×	ファミリーコンピュータMagazine	×
明星	×	週刊ザ・テレビジョン	○2	月刊少年ガンガン	×
FM Station	×	CDで一た	×	CDで一た	×
小学四年生	×	ビックコミックスピリッツ	○3	テラックスボンボン	×
Hot Dog Press	○2	明星	×	ビックコミックスピリッツ	○2
四年の科学	×	小学四年生	×	ヤングオート	×
別冊コロコロコミック	×	Hot Dog Press	○4	四年の科学	×
四年の学習	×	四年の科学	×	週刊少年チャンピオン	×
Men's nonno	○3	ヤングオート	×	Hot Dog Press	○3
週刊少年チャンピオン	×	別冊コロコロコミック	×	ヤングサンデー	×
		Men's nonno(30位)	○5	Men's nonno(33位)	○4
一般ベスト30(ABC雑誌部数表+出版指標年報のコミック誌部数水準表)…ABCにはコミック誌の部数が入っていない					
1990		1991		1992	
雑誌名	部数	雑誌名	部数	雑誌名	部数
ヤングジャンプ	○1	ヤングジャンプ	○1	ヤングジャンプ	○1
ビックコミックスピリッツ	○4	ビックコミックスピリッツ	○3	ヤングマガジン	×
ビックコミックオリジナル	○5	ヤングマガジン	×	ビックコミックオリジナル	○5
ヤングマガジン	×	ビックコミックオリジナル	○6	ビックコミックスピリッツ	○2
ビックコミック	○6	ビックコミック	○7	コミックモーニング	○6
コミックモーニング	○7	コミックモーニング	○8	ビックコミック	○7
女性自身	×	週刊ザ・テレビジョン	○2	週刊ザ・テレビジョン	○8
週刊ザ・テレビジョン	○8	女性自身	×	女性自身	×
女性セブン	×	女性セブン	×	女性セブン	×
週刊ポスト	○	ヤングサンデー	×	ビジネスジャンプ	○9
ヤングサンデー	×	ビジネスジャンプ	○9	ESSE	×
Weeklyプレイボーイ	○9	Weeklyプレイボーイ	○10	週刊文春	○
週刊宝石	○	週刊ポスト	○	Weeklyプレイボーイ	○10
週刊文春	○	週刊文春	○	週刊ポスト	○
文芸春秋	○	ESSE	×	ヤングサンデー	×
週刊女性	×	週刊女性	×	週刊女性	×
ESSE	×	週刊宝石	○	文芸春秋	○
ビジネスジャンプ	○10	文芸春秋	○	週刊宝石	○
週刊現代	○	週刊新潮	○	週刊新潮	○
週刊新潮	○	週刊現代	○	週刊漫画タイムズ	×
スーパージャンプ	×	週刊漫画タイムズ	×	週刊現代	○
週刊漫画タイムズ	×	ビックコミックスペリアル	○11	ビックコミックスペリアル	○11
微笑	○	スーパージャンプ	×	スーパージャンプ	×
週刊朝日	○	微笑	×	微笑	×
ビックコミックスペリアル	○11	週刊朝日	○	週刊朝日	○
漫画アクション	○12	CARTOPP	×	プレイコミック	×
ヘアースクラブ	×	漫画アクション	○12	漫画アクション	○12
CARTOPP	×	漫画コラカ	×	漫画コラカ	×
週刊明星	×	まんがタイム	?	CARTOPP	×
週刊アサヒ芸能	×	週刊アサヒ芸能	×	ヘアースクラブ	×

表A-3 調査対象雑誌(小中高生がよく読む雑誌、売上ベスト30誌よりたばこ広告のあるものを選定)

小中高生がよく読む雑誌ベスト20(毎日新聞社調べ)					
1993		1994		1995	
雑誌名	広告有無	雑誌名	広告有無	雑誌名	広告有無
週刊少年ジャンプ	×	週刊少年ジャンプ	×	週刊少年ジャンプ	×
週刊少年マガジン	×	週刊少年マガジン	×	週刊少年マガジン	×
コロコロコミック	×	コロコロコミック	×	週刊少年サンデー	×
週刊少年サンデー	×	コミックボンボン	×	コロコロコミック	×
月刊少年ジャンプ	×	月刊少年ジャンプ	×	コミックボンボン	×
コミックボンボン	×	週刊少年サンデー	×	月刊少年ジャンプ	×
月刊少年マガジン	×	月刊少年マガジン	×	Vジャンプ	×
月刊少年ガンガン	×	ファミリーコンピュータMagazine	×	月刊少年マガジン	×
ファミコン通信	×	ファミコン通信	×	ファミコン通信	×
ファミリーコンピュータMagazine	×	ヤングマガジン	×	Boon	×
Boon	×	月刊少年ガンガン	×	月刊少年ガンガン	×
バスケットボール	×	バスケットボール	×	ファミリーコンピュータMagazine	×
サッカーマガジン	×	ヤングジャンプ	○1	バスケットボール	×
サッカーダイジェスト	×	CDでーた	×	サッカーマガジン	×
Hot Dog Press	○1	デラックスボンボン	×	Hot Dog Press	○1
CDでーた	×	Hot Dog Press	○2	Fine Boys	○2
ヤングマガジン	×	勝スーパーファミコン	×	CDでーた	×
週刊プロレス	×	ヤングオート	×	Men's nonno	○3
デラックスボンボン	×	週刊少年チャンピオン	×	週刊プロレス	×
週刊少年チャンピオン	×	週刊ゴング	×	サッカーマガジン	×
ヤングジャンプ(21位)	○2	Men's nonno(28位)	○3	ヤングジャンプ(22位)	○4
Fine Boys(22位)	○3	Fine Boys(35位)	○4	FRYDAY(38位)	○5
Men's nonno(24位)	○4				
一般ベスト30(ABC雑誌部数表+出版指標年報のコミック誌部数水準表)・・・ABCにはコミック誌の部数が入っていない					
1993		1994		1995	
ヤングジャンプ	○2	ヤングジャンプ	○1	ヤングジャンプ	○4
ビックコミックオリジナル	○5	ビックコミックオリジナル	○5	ビックコミックオリジナル	○6
ヤングマガジン	×	ヤングマガジン	×	ヤングマガジン	×
ビックコミックスピリッツ	○6	ビックコミックスピリッツ	○6	ビックコミックスピリッツ	○7
コミックモーニング	○7	コミックモーニング	○7	週刊サ・テレビジョン	○8
ビックコミック	○8	ビックコミック	○8	ビックコミック	○9
週刊サ・テレビジョン	○9	週刊サ・テレビジョン	○9	コミックモーニング	○10
週刊ポスト	○	週刊ポスト	○	non・no	×
女性自身	×	ビジネスジャンプ	○	週刊ポスト	○
週刊文春	○	ESSE	×	With	×
女性セブン	×	女性自身	×	ビジネスジャンプ	○
ESSE	×	週刊現代	○	週刊現代	○
ビジネスジャンプ	○	週刊文春	○	女性自身	×
Weeklyプレイボーイ	○10	女性セブン	×	週刊文春	○
週刊現代	○	Weeklyプレイボーイ	○10	女性セブン	×
週刊女性	×	ヤングサンデー	×	ESSE	×
文芸春秋	○	文芸春秋	○	ヤングサンデー	×
ビックコミックスベリオール	○11	週刊宝石	○	文芸春秋	○
週刊宝石	○	ビックコミックスベリオール	○11	週刊新潮	○
週刊新潮	○	週刊漫画タイムス	×	ビックコミックスベリオール	○11
ヤングサンデー	×	週刊新潮	○	週刊女性	×
週刊漫画タイムス	×	週刊女性	×	Weeklyプレイボーイ	○12
スーパージャンプ	×	スーパージャンプ	×	CanCan	×
微笑	×	Tokyo Walker	○12	週刊宝石	○
週刊朝日	○	プレイコミック	×	週刊漫画タイムス	×
プレイコミック	×	週刊朝日	○	スーパージャンプ	×
Tokyo Walker	○12	微笑	×	Tokyo Walker	○
CARTOP	×	Boon	×	Boon	×
主婦の友	×	まんがタイムオリジナル	?	週刊朝日	○
Boon	×	漫画アクション	○	プレイコミック	×

表A-4 調査対象雑誌 (小中高生がよく読む雑誌、売上ベスト30誌よりたばこ広告のあるものを選定)

小中高生がよく読む雑誌ベスト20(毎日新聞社調べ)					
1996		1997		1998	
雑誌名	広告有無	雑誌名	広告有無	雑誌名	広告有無
週刊少年ジャンプ	×	週刊少年ジャンプ	×	週刊少年ジャンプ	×
週刊少年マガジン	×	週刊少年マガジン	×	週刊少年マガジン	×
コロコロコミック	×	コロコロコミック	×	コロコロコミック	×
週刊少年サンデー	×	ヤングジャンプ	○1	ヤングジャンプ	○1
コミックボンボン	×	ヤングマガジン	×	ヤングマガジン	×
月刊少年ジャンプ	×	コミックボンボン	×	コミックボンボン	×
月刊少年ガンガン	×	月刊少年マガジン	×	月刊少年マガジン	×
Vジャンプ	×	週刊少年サンデー	×	週刊少年サンデー	×
Boon	×	コロコロコミック	×	コロコロコミック	×
月刊少年マガジン	×	MYOJO	×	MYOJO	×
ファミコン通信	×	月刊少年ジャンプ	×	月刊少年ジャンプ	×
ヤングマガジン	×	週刊少年チャンピオン	×	週刊少年チャンピオン	×
週刊少年チャンピオン	×	ヤングサンデー	×	ヤングサンデー	×
バスケットボール	×	Vジャンプ	×	Vジャンプ	×
Hot Dog Press	○1	Boon	×	Boon	×
Fine Boys	○2	ファミコン通信	×	ファミコン通信	×
サッカーダイジェスト	×	月刊少年ガンガン	×	月刊少年ガンガン	×
Men's nonno	○3	Hot Dog Press	○2	Hot Dog Press	×
月刊少年ギャグ王	×	Cool Trans	×	Cool Trans	×
ヤングジャンプ	○4	Men's nonno	○3	Men's nonno	○2
		びあ	○4	びあ	○3
一般ベスト30(ABC雑誌部数表+出版指標年報のコミック誌部数水準表)…ABCにはコミック誌の					
1996		1997		1998	
ヤングジャンプ	○4	ヤングジャンプ	○1	ヤングジャンプ	○1
ヤングマガジン	×	ヤングマガジン	×	ヤングマガジン	○4
ビックコミックオリジナル	○5	ビックコミックオリジナル	○5	ビックコミックオリジナル	○5
ビックコミックスピリッツ	○6	ビックコミックスピリッツ	○6	ビックコミックスピリッツ	○6
ビックコミック	○7	ビックコミック	○7	ビックコミック	○7
週刊ポスト	○	週刊ザ・テレビジョン	○8	週刊ザ・テレビジョン	○8
週刊ザ・テレビジョン	○8	週刊ポスト	○	週刊ポスト	○
コミックモーニング	○9	ビジネスジャンプ	○9	ビジネスジャンプ	○9
With	×	週刊現代	○	週刊現代	○
ビジネスジャンプ	○10	コミックモーニング	○10	コミックモーニング	○10
週刊現代	○	週刊文春	○	週刊文春	○
週刊文春	○	ヤングサンデー	×	ヤングサンデー	×
ESSE	×	ビックコミックスベリオール	○11	ビックコミックスベリオール	○11
女性自身	×	文芸春秋	○	文芸春秋	○
女性セブン	×	週刊新潮	○	週刊新潮	○
ヤングサンデー	×	Weeklyプレイボーイ	○12	Weeklyプレイボーイ	○12
ビックコミックスベリオール	○11	スーパージャンプ	×	スーパージャンプ	×
月刊ザ・テレビジョン	?入手できず	Boon	×	Boon	×
CanCan	×	週刊漫画タイムス	×	週刊漫画タイムス	×
Weeklyプレイボーイ	○12	週刊宝石	○	週刊宝石	○
文芸春秋	○	Kansai Walker	○	Kansai Walker	○
週刊新潮	○	Tokyo Walker	○	Tokyo Walker	○
週刊女性	×	月刊ザ・テレビジョン	○	月刊ザ・テレビジョン	○
Boon	×	週刊朝日	○	週刊朝日	○
週刊漫画タイムス	×	プレイコミック	×	プレイコミック	×
スーパージャンプ	×	漫画ゴラク	×	漫画ゴラク	×
Kansai Walker	○	マンガオールマン	×	マンガオールマン	×
週刊宝石	○	ヤングキング	×	ヤングキング	×
Tokyo Walker	○	週刊アサヒ芸能	×	週刊アサヒ芸能	×
週刊朝日	○	日経ビジネス	○	日経ビジネス	○

表B-1 調査対象雑誌の読者層 (1987年)

1987-1998未成年読者の割合(「雑誌総かたろぐ」より、具体的な読者割合がない雑誌はコメント欄から転記)

1987	広告の有無	読者層 (%)				コメント欄(対象者など)
		未成年	20代	30代	40代	
1 Hot Dog Press	○1					16-21歳。高校・大学生。
2 ヤングマガジン	×					
3 FRYDAY	○2					20歳-40歳のサラリーマン中心。FOCUSより読者年齢若い。
4 ヤングジャンプ	○3					17-23歳。高校生以上。
5 ビックコミックオリジナル	○4					平均26-30歳。
6 ビックコミックスピリッツ	○5					20-25歳。若きコミック世代。
7 FOCUS	○6	9.1	43.6	22.9	12	25-35歳のサラリーマン。男60.5%
8 ビックコミック	○7					成人男対象。
9 女性自身	×					
10 コミックモーニング	○8	21.5	50			20-30歳。
11 女性セブン	×					
12 週刊ポスト	○					会社員50%主婦12%。20-40代で86%
13 ヤングサンデー	×					
14 週刊宝石	○					25-35歳のビジネスマン。
15 Weeklyプレイボーイ	○9	35	62			10代後半-20代前半。
16 文芸春秋	○		23	21	23	男91.3%
17 ビジネスジャンプ	○10					20-25歳の就職戦線に挑む者。新社員。
18 週刊女性	×					
19 週刊新潮	○		13.4	24.4	38.9	中年層。男64.3%
20 週刊現代	○		29.9	38.6	11.4(44歳)	サラリーマン向け。男91.2%
21 スーパージャンプ	×					
22 週刊漫画タイムス	×					
23 微笑	×					
24 週刊文春	○		20代以下20.4	32.2	47.2	男60.2%。20代以下20.4%
25 ESSE	×					
26 ぴあ	○11					高校生17.1%大学生23%会社員41%
27 週刊朝日	○		28.8	25.1	25.5	男53.9%
28 漫画アクション	○12	17.5	71.3			
29 ビックコミックスペリオール	○					
30 週刊明星	×					

表B-2 調査対象雑誌の読者層（1988年）

1988		読者層(%)					対象者
		未成年	20代	30代	40代	50代	
1	ヤングマガジン	×					
2	ヤングジャンプ	○1					17-23歳。高校生以上。
3	ビックコミックスピリッツ	○2					20-25歳。若きコミック世代。
4	ビックコミックオリジナル	○3					成人男対象。
5	Hot Dog Press	○4					16-21歳。高校・大学生。
6	ビックコミック	○5					成人男対象。
7	女性自身	×					
8	女性セブン	×					
9	コミックモーニング	○6	21.5	50			20-30歳。
10	週刊ポスト	○					会社員50%主婦12%。25-49代で86%
11	ヤングサンデー	×					
12	週刊サ・テレビジョン	○7					20-30歳前半。高校・大学・ビジネスマン・OL・主婦。
13	文芸春秋	○		20	22	26	
14	週刊宝石	○					25-35歳のビジネスマン。
15	Weeklyプレイボーイ	○8	35	62			
16	週刊女性	×					
17	ビジネスジャンプ	○					20-25歳の就職戦線に挑む者。新社員。
18	Men's non no	○9					18-23歳の男性。
19	FRYDAY	○10					20歳-40歳のサラリーマン中心。FOCUSより読者年齢若い。
20	週刊現代	○		29.9	38.6	11.4	サラリーマン。
21	週刊新潮	○		13.4	24.4	38.9	
22	ESSE	×					
23	週刊文春	○	20代以下	17.6	22.3	28.4	
24	スーパージャンプ	×					
25	週刊漫画タイムズ	×					
26	微笑	×					
27	びあ	○11					高校生17.1%大学生23%会社員41%。
28	週刊朝日	○		28.8	25.1	25.5	
29	ビックコミックスベリオール	○12					25-29歳。
30	漫画アクション	○	17.5	71.3			

表B-3 調査対象雑誌の読者層（1989年）

	1989	読者層(%)					対象者
		未成年	20代	30代	40代	50代	
1	ヤングマガジン	×					
2	ヤングジャンプ	○1					17-23歳。高校生以上。
3	ビックコミックスピリッツ	○2					20-25歳。若きコミック世代。
4	ビックコミックオリジナル	○3					成人男対象。
5	ビックコミック	○4					成人男対象。
6	女性自身	×					
7	女性セブン	×					
8	コミックモーニング	○5					20-30歳。
9	週刊ザ・テレビジョン	○6					20-30歳前半。高校・大学・ビジネスマン・OL・主婦。
10	Men's non no	○7					18-23歳の男性。
11	Hot Dog Press	○8					16-21歳。高校・大学生。
12	週刊ポスト	○					会社員50%主婦12%。25-49代で86%
13	ヤングサンデー	×					
14	週刊宝石	○					25-35歳のビジネスマン。
15	文芸春秋	○		20	22	26	
16	Weeklyプレイボーイ	○9	35	62			
17	週刊女性	×					
18	週刊文春	○	20代以下17.6	22.3	28.4		
19	週刊現代	○		29.9	38.6	11.4	サラリーマン。
20	ビジネスジャンプ	○					20-25歳の就職戦線に挑む者。新社員。
21	週刊新潮	○		13.4	24.4	38.9	
22	ESSE	×					
23	微笑	×					
24	FRYDAY	○10					20歳-40歳のサラリーマン中心。FOCUSより読者年齢若い。
25	スーパージャンプ	×					
26	週刊漫画タイムズ	×					
27	週刊朝日	○		28.8	25.1	25.5	
28	ぴあ	○11					高校生14.8%大学生22.7%会社員42.8%。
29	ビックコミックスペリアル	○12					25-29歳。
30	漫画アクション	○	17.5	71.3			

表B-4 調査対象雑誌の読者層（1990年）

	1990	読者層 (%)				対象者	
		未成年	20代	30代	40代		50代
1	ヤングジャンプ	○1					17-23歳。高校生以上。ヤングサラリーマン。
2	ビックコミックスピリッツ	○2					20-25歳。若きコミック世代。
3	ビックコミックオリジナル	○3					成人男対象。
4	ヤングマガジン	×					
5	ビックコミック	○4					成人男対象。
6	コミックモーニング	○5					20-30歳。
7	女性自身	×					
8	週刊サ・テレビジョン	○6					20-30歳前半。高校・大学・ビジネスマン・OL・主婦。
9	女性セブン	×					
10	Hot Dog Press	○7					16-21歳。高校・大学生。
11	週刊ポスト	○					会社員50%主婦12%。25-49代で86%
12	ヤングサンデー	×					
13	Weeklyプレイボーイ	○8	35	62			
14	週刊宝石	○					25-35歳のビジネスマン。
15	週刊文春	○	20代以下17.6	22.3	28.4		
16	文芸春秋	○	20	22	26		
17	週刊女性	×					
18	ESSE	×					
19	ビジネスジャンプ	○9					20-25歳の就職戦線に挑む者。新社員。
20	週刊現代	○	29.9	38.6	11.4		
20	Men's non no	○10					18-23歳の男性。
22	週刊新潮	○	13.4	24.4	38.9		
23	スーパージャンプ	×					
24	週刊漫画タイムス	×					
25	微笑	×					
26	週刊朝日	○	28.8	25.1	25.5		
27	ビックコミックスベリオール	○11					25-29歳。
28	漫画アクション	○12	17.5	71.3			
29	ヘアースクラブ	×					
30	CARTOP	×					

表B-5 調査対象雑誌の読者層（1991年）

	1991		読者層(%)					対象者
			未成年	20代	30代	40代	50代	
1	ヤングジャンプ	○1						17-23歳68.5%。高校生以上。
2	ビックコミックスピリッツ	○2						20-25歳。若きコミック世代。
3	ヤングマガジン	×						
4	ビックコミックオリジナル	○3						平均26-30歳。
5	ビックコミック	○4						成人男対象。
6	コミックモーニング	○5		20-30代で90%				20-30歳。
7	週刊サ・テレビジョン	○6						20-30歳前半。高校・大学・ビジネスマン・OL・主婦。
8	女性自身	×						
9	女性セブン	×						
10	ヤングサンデー	×						
11	ビジネスジャンプ	○7						学生32.5%事務職24%専門技術職21%サービス業9%。
12	Weeklyプレイボーイ	○8	35	62				
13	週刊ポスト	○						26-39歳56.4%会社員40.5%公務員19%。
14	週刊文春	○	20代以下16%		22	26		
15	ESSE	×						
16	週刊女性	×						
17	週刊宝石	○						25-35歳のビジネスマン。
17	Hot Dog Press	○9						男92%。高校生23%大学生25%社会人19%。
19	文芸春秋	○		20	22	26		
20	週刊新潮	○		9.4	12.4	23.3		
21	週刊現代	○		13	40.6	29.9		サラリーマン。
22	週刊漫画タイムス	×						
23	ビックコミックスペリオール	○10						25-29歳。
24	スーパージャンプ	×						
25	微笑	×						
26	週刊朝日	○		28.8	25.1	25.5		
27	CARトップ	×						
28	漫画アクション	○11	17.5	71.3				
20	漫画ゴラク	×						
29	Men's non no	○12						18-23歳の男性。高校生21%大学・専門50%社会人30%。
30	まんがタイム	?						