

図3-4 性別広告別に見た懸賞広告割合の推移

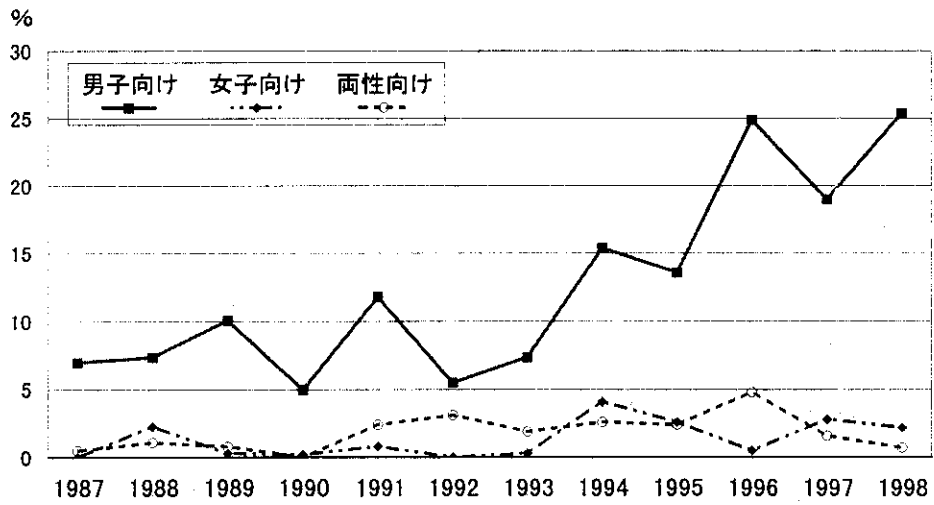


図3-5 性別広告別に見た広告の位置(1987-98年)

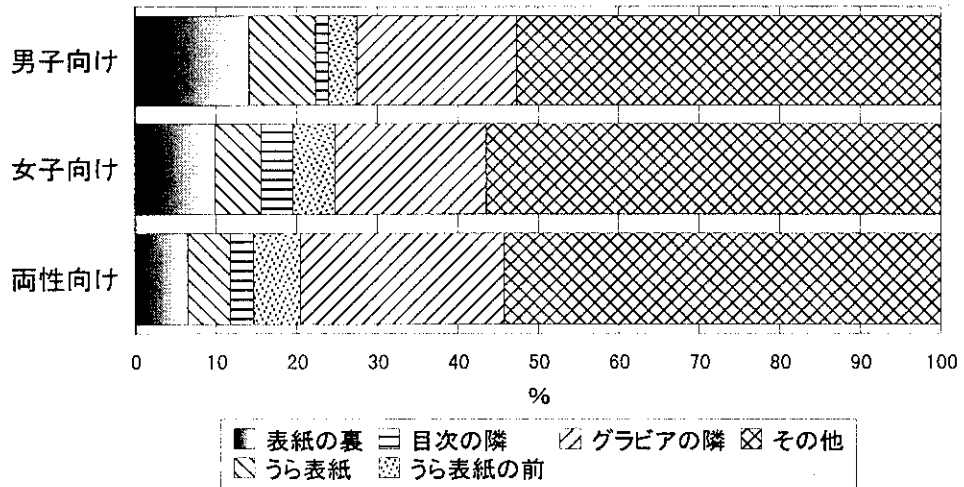


図3-6 男性向け広告の位置の推移

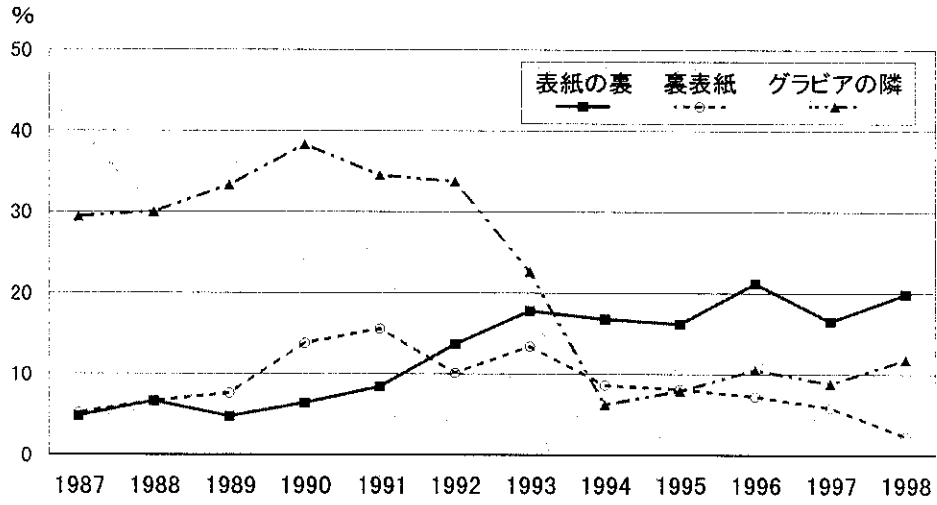


図3-7 女性向け広告の位置の年次推移

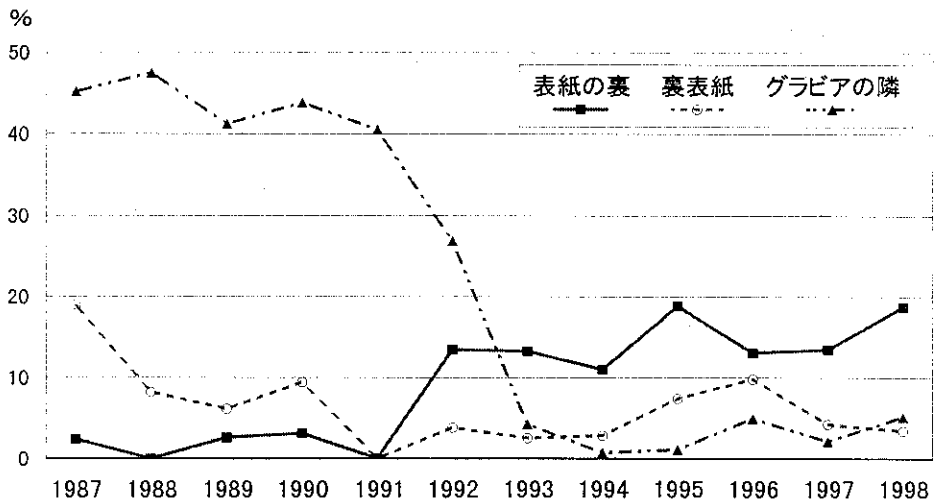


表3-4 性別広告別にみた懸賞広告の割合の推移(%)

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
男子向け	7	7.4	10.1	5	11.8	5.5	7.4	15.4	13.6	24.9	19	25.4
女子向け	0	2.3	0.3	0.2	0.8	0	0.3	4.1	2.6	0.5	2.8	2.2
両性向け	0.5	1.1	0.8	0	2.4	3.1	1.9	2.6	2.4	4.8	1.6	0.7

表3-5 性別広告別にみた広告の位置(87-98年)

	表紙の裏	うら表紙	目次の隣	うら表紙の前	グラビアの隣	その他
男子向け	747	437	86	187	1050	2784.57
女子向け	106	61	42	56	201	604
両性向け	76	61	34	67	294.6	631

表3-6 男性向け広告の位置の推移

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
表紙の裏	4.8	6.6	4.7	6.4	8.4	13.7	17.8	16.8	16.2	21.2	16.5	19.9
裏表紙	5.2	6.6	7.6	13.8	15.6	10.1	13.4	8.6	8.1	7.2	5.8	2.3
グラビアの隣	29.4	30	33.3	38.3	34.5	33.7	22.6	6.2	7.9	10.5	8.8	11.8

表3-7 女性向け広告の位置の推移

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
表紙の裏	2.4	0	2.6	3.1	0	13.5	13.3	11	18.9	13.1	13.5	18.8
裏表紙	19	8.2	6.1	9.4	0	3.8	2.5	2.8	7.4	9.8	4.2	3.4
グラビアの隣	45.2	47.5	41.2	43.8	40.5	26.9	4.2	0.7	1.1	4.9	2.1	5.1

表3-8 両性向け広告の位置の推移

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
表紙の裏	1.3	0	0	2.5	6.7	4.2	5.2	4	14.1	12.4	28.6	34.5
裏表紙	6.5	2.6	0.8	6.2	3.3	5.1	9.4	7	3.5	9.3	2	3.4
グラビアの隣	40.8	53	22	43.2	30	42.4	15.6	1	3.5	7	0	17.2

図3-8 両性向け広告の位置の推移

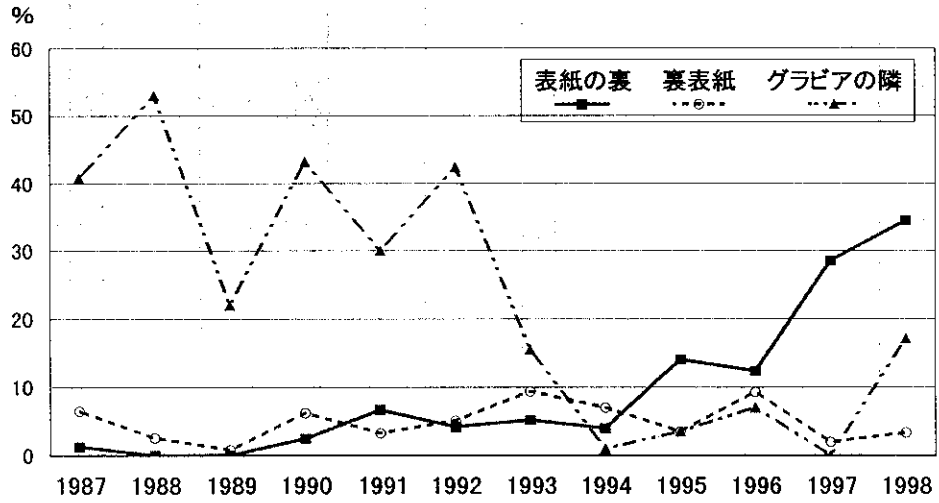


図4-1 たばこ広告に占める懸賞広告の割合の推移

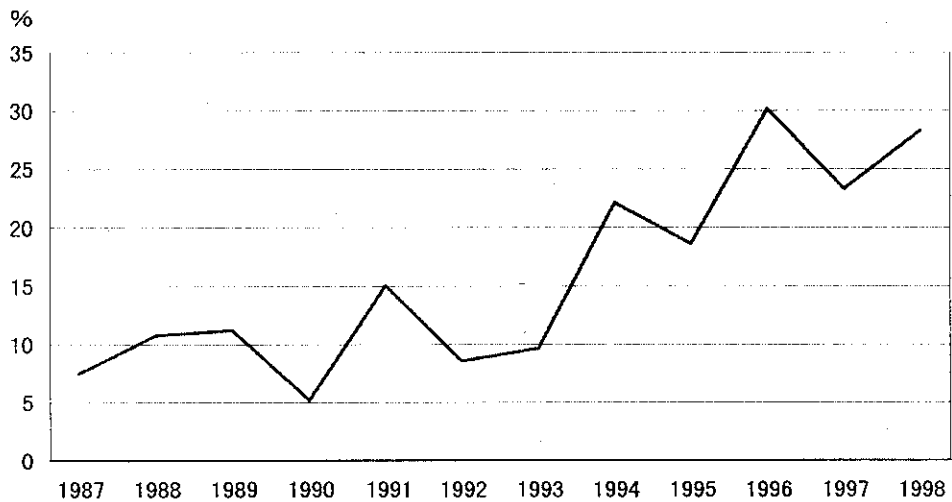


図4-2 雑誌別懸賞広告割合

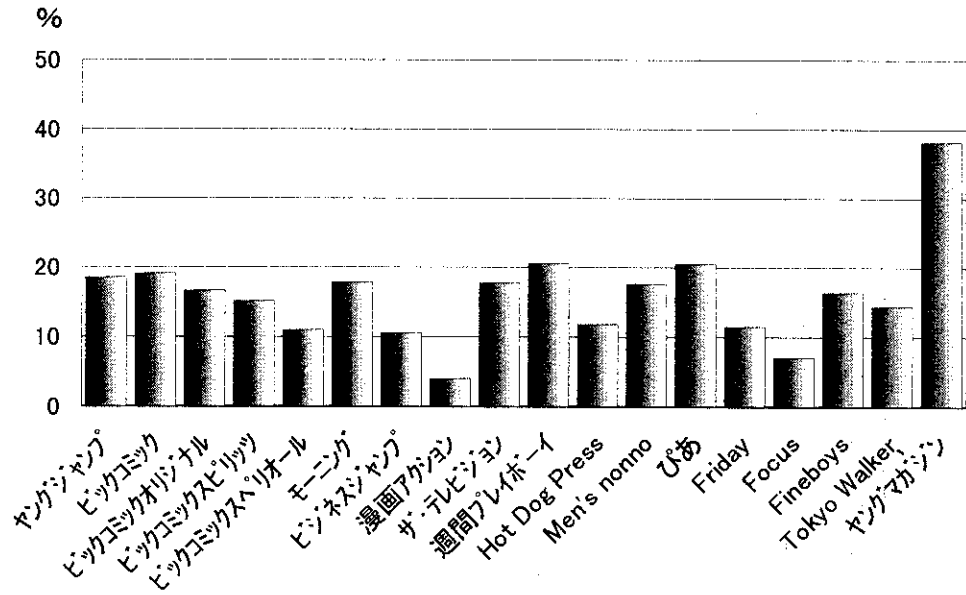


図4-3 懸賞有無別にみた広告の位置

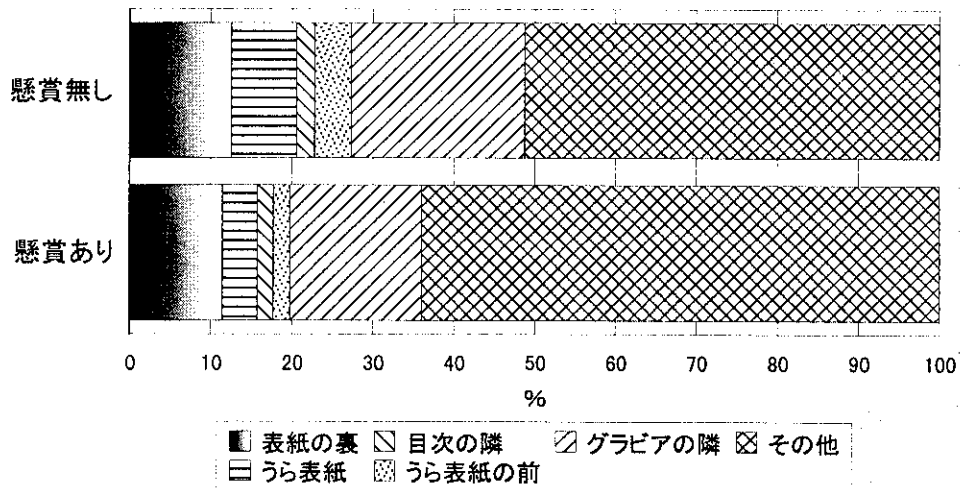


表4-1 たばこ広告に占める懸賞広告の割合の推移

1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
7.50	10.78	11.24	5.19	15.07	8.58	9.67	22.13	18.62	30.18	23.32	28.31

表4-2 雑誌別懸賞広告割合

ヤングジャンプ	18.5
ビックコミック	19.1
ビックコミックオリジナル	16.6
ビックコミックスピリッツ	15.1
ビックコミックスベリオール	11
モーニング	17.8
ビジネスジャンプ	10.6
漫画アクション	4
ザ・テレビジョン	17.7
週間プレイボーイ	20.6
Hot Dog Press	11.8
Men's nonno	17.6
ぴあ	20.5
Friday	11.5
Focus	7.1
Fineboys	16.4
Tokyo Walker	14.4
ヤングマガジン	38.2

表4-3 懸賞有無別にみた広告の位置(広告量)

	表紙の裏	うら表紙	目次の隣	うら表紙の前	グラビアの隣	その他
懸賞無し	783	503	137	284	1337.6	3201.42
懸賞あり	146	55	25	26	208	816.15

図4-4 懸賞無し広告の位置の推移

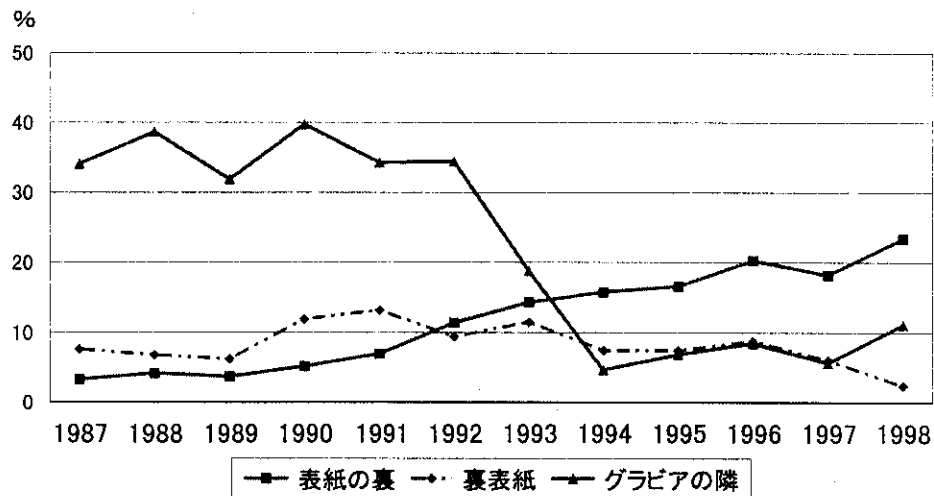


図4-5 懸賞あり広告の位置の推移

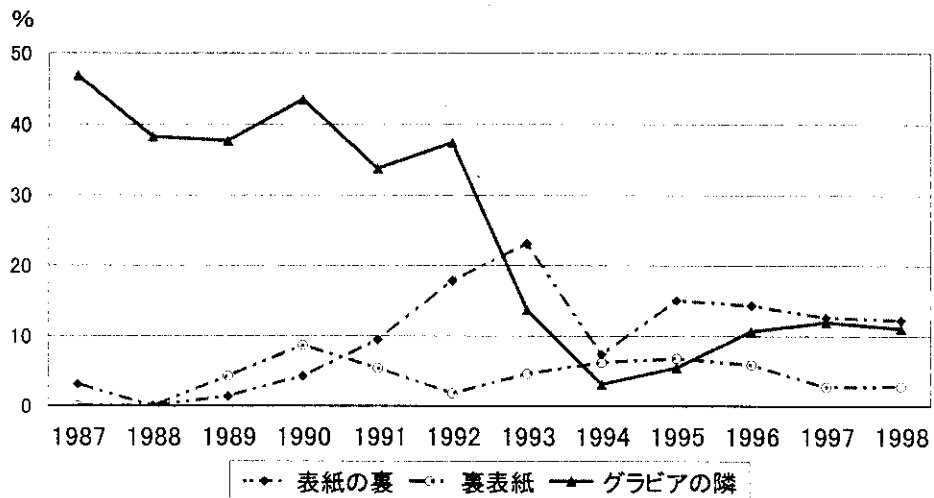


図5-1 たばこ広告の位置の年次推移

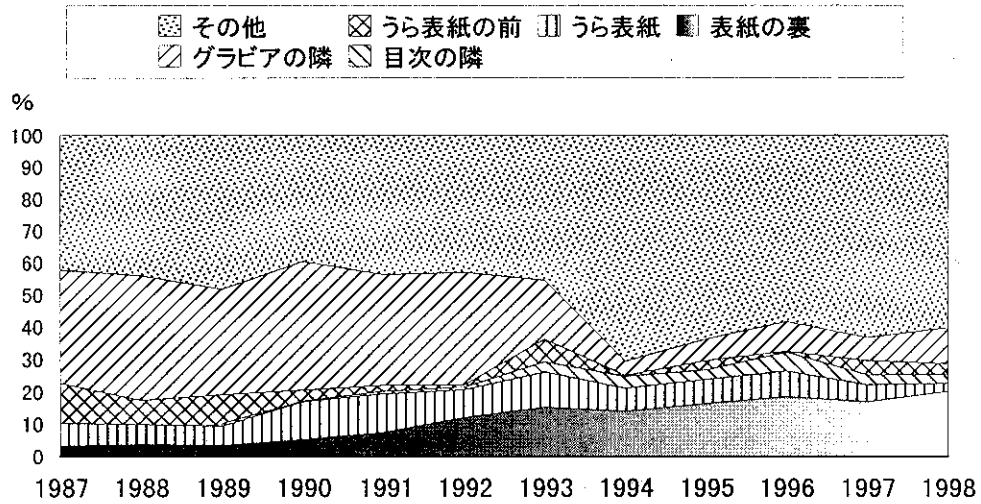


図5-2 雑誌別に見た広告の位置

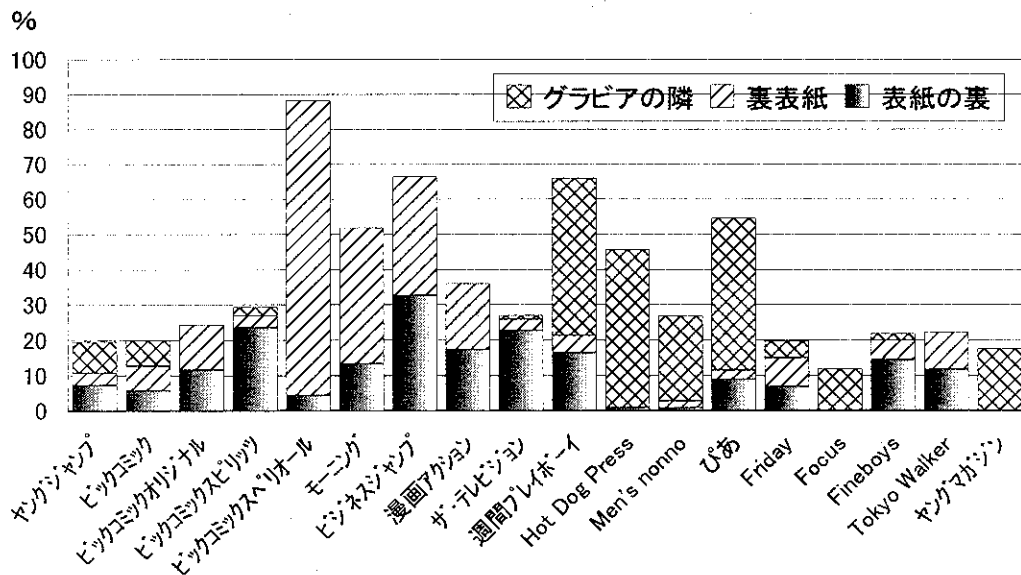


表4-4 懸賞なし広告の位置の推移(割合)

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
表紙の裏	3.3	4.2	3.7	5.2	7	11.4	14.3	15.8	16.6	20.3	18.2	23.4
裏表紙	7.6	6.8	6.2	11.9	13.2	9.4	11.5	7.5	7.5	8.8	6.1	2.4
グラビアの隣	34.1	38.7	31.9	39.8	34.3	34.5	18.8	4.7	6.9	8.5	5.7	11.1

表4-5 懸賞あり広告の位置の推移(割合)

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
表紙の裏	3.1	0	1.4	4.3	9.5	17.9	23.1	7.4	15.1	14.4	12.7	12.3
裏表紙	0	0	4.3	8.7	5.4	1.8	4.6	6.2	6.8	5.9	2.7	2.8
グラビアの隣	46.9	38.3	37.7	43.5	33.8	37.5	13.8	3.1	5.5	10.7	12	11.1

表5-1 たばこ広告の位置の年次推移(広告量)

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
表紙の裏	14	21	21	23	36	78	102	102	128	115	109	180
うら表紙	30	34	37	52	59	57	73	53	59	49	34	22
目次の隣			5	1	4	5	21	26	22	35	19	24
うら表紙の前	53	42	55	15	9	5	47	2	23	2	28	29
グラビアの隣	149.6	215	200	177	168	227	123	32	52	57	46	99
その他	180	244.5	295.75	175	214	281	305	517	500	362.15	407.17	536

表5-2 雑誌別にみた広告の位置

	表紙の裏	裏表紙	グラビアの隣
ヤングジャンプ	7.4	3.5	8.7
ビッグコミック	5.7	7.1	7.1
ビッグコミックオリジナル	11.7	12.6	0
ビッグコミックスピリッツ	23.5	3.4	2.4
ビッグコミックスペシャル	4.4	83.8	0
モーニング	13.4	38.4	0
ビジネスジャンプ	32.7	33.7	0
漫画アクション	17.3	18.7	0
ザ・テレビジョン	22.7	3.2	1.1
週間プレイボーイ	16.4	4.9	44.7
Hot Dog Press	0.8	0.1	44.8
Men's nonno	0.8	2	24
ぴあ	8.9	2.6	43.1
Friday	6.9	8.1	4.7
Focus	0	0	11.9
Fineboys	14.5	5.5	1.8
Tokyo Walker	11.8	10.5	0
ヤングマガジン	0	0	17.6

たばこ売上ベスト10(1987年から1998年)

	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98
1	マイルドセブン	マイルドセブン	マイルドセブン	マイルドセブン	マイルドセブン	マイルドセブン	マイルドセブン	マイルドセブン	マイルドセブン	マイルドセブン	マイルドセブン	マイルドセブン
2	マイルドセブンライ	マイルドセブンライ	マイルドセブンライ	マイルドセブンライ	マイルドセブンライ	マイルドセブンライ	マイルドセブンライ	マイルドセブンライ	マイルドセブンライ	マイルドセブンライ	マイルドセブンライ	マイルドセブンライ
3	セブンスター	セブンスター	セブンスター	セブンスター	セブンスター	セブンスター	セブンスター	セブンスター	セブンスター	セブンスター	セブンスター	セブンスター
4	キャスター	キャスター	キャスター	キャスター	キャスター	キャスター	キャスター	キャスター	キャスター	キャスター	キャスター	キャスター
5	キャスター85マイル	キャスター85マイル	キャスター85マイル	キャスター85マイル	キャスター85マイル	キャスター85マイル	キャスター85マイル	キャスター85マイル	キャスター85マイル	キャスター85マイル	キャスター85マイル	キャスター85マイル
6	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ
7	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ
8	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ
9	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ
10	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ	マイルライ

1996年度に実施した未成年者の飲酒・喫煙行動に関する全国調査の結果を再分析することにより、1994-96年に喫煙を経験した喫煙者の喫煙銘柄（普段吸う銘柄1つを回答してもらっていた）を集計し、それぞれが同じ年（1994-1996年）どのくらいの量雑誌広告していたかの相関をみた。

相関係数（Pearsonの相関係数）は、0.768で統計学的にも有意な正の相関が認められた。散布図をみると以下のものであり、よく雑誌広告されている銘柄ほどよく喫煙されているといえる。広告銘柄は必ずしも市場シェアを反映していないので、たばこ広告が未成年者の喫煙銘柄決定に影響を与えている可能性を示唆するものである。

