

未成年者の飲酒および喫煙対策 に関する総合的研究



尾崎米厚(鳥取大学医学部衛生学)

未成年者の飲酒及び喫煙行動に関する全国調査

目的、対象と方法

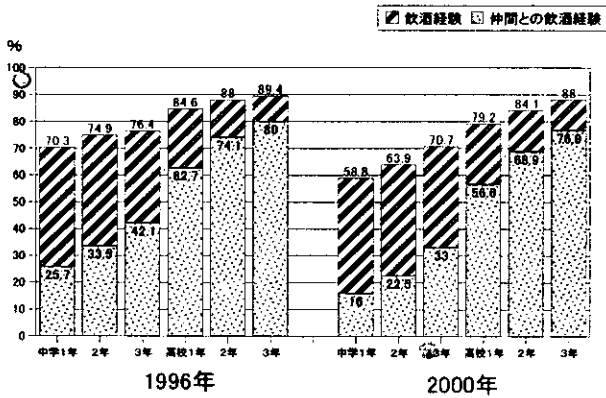
目的: 全国を代表する中高生の飲酒及び喫煙行動の実態およびその関連要因を明らかにする。全国調査を定期的の実施し、動向を把握する。

全国の中学校と高等学校から標本を抽出。抽出方法は、層別1段クラスター抽出。層は地域ブロック、クラスターは学校。抽出学校の在校生全員を対象に、学校での無記名、自記式調査票による調査を実施。各生徒に糊付封筒を配布し、調査票に回答後すぐに封をしてもらった。

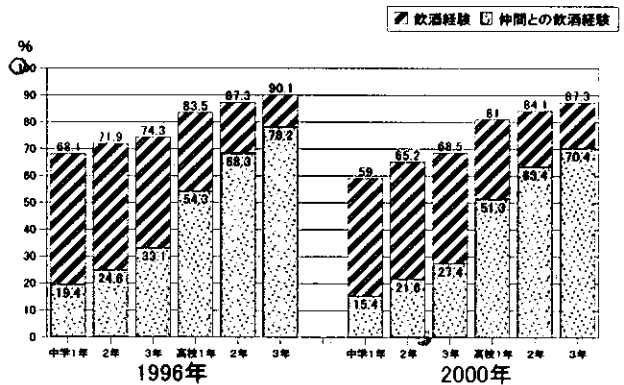
調査時期は、1996年12月～翌1月、2000年12月～翌1月

学年	平成12年度調査における調査状況			平成12年度調査における調査状況		
	調査校数	調査人数	調査率(%)	調査校数	調査人数	調査率(%)
中学校	11,274	122,89	86.6	42,728	19,7	84.1
高等学校	6,507	189,75	87.7	73,518	82.5	82.5
合計	17,781	312,64	87.2	116,246	83.3	83.3

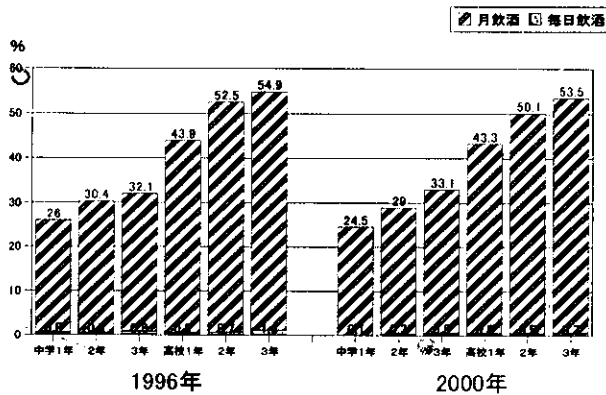
男子の飲酒経験率



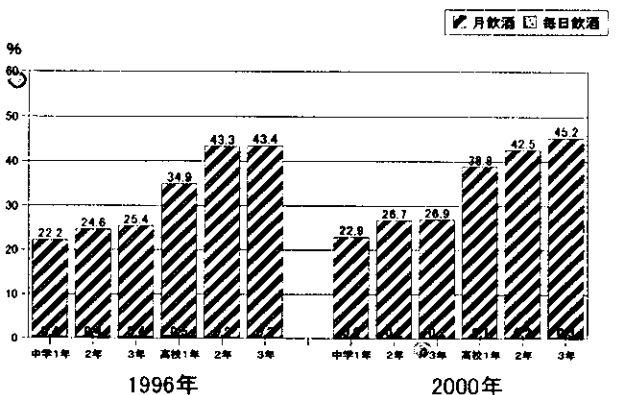
女子の飲酒経験率



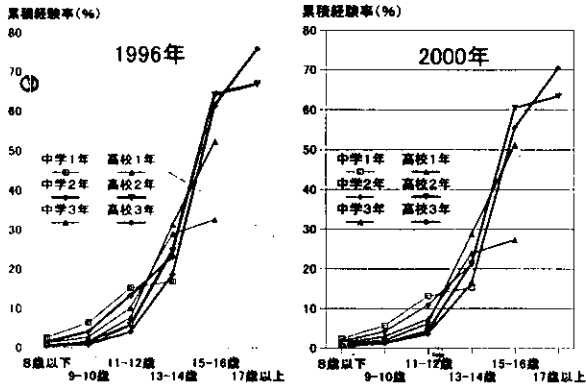
男子の月飲酒者率, 毎日飲酒者率



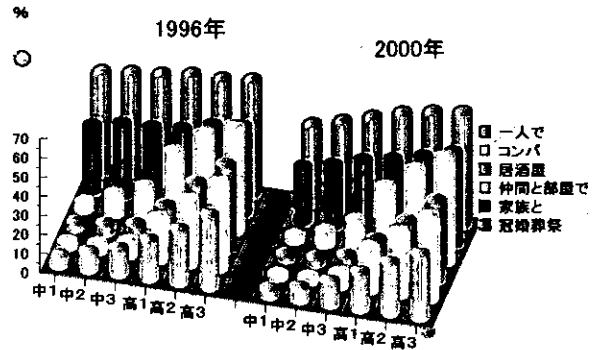
女子の月飲酒者率, 毎日飲酒者率



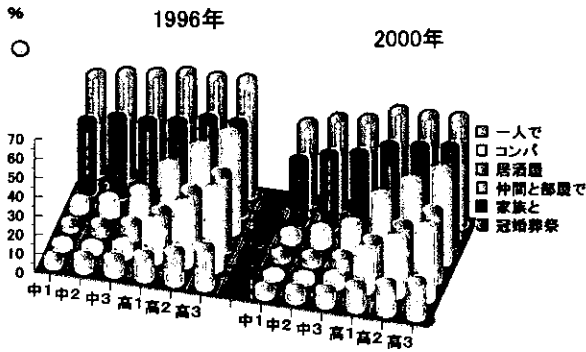
仲間との初めての飲酒の累積経験率(女子)



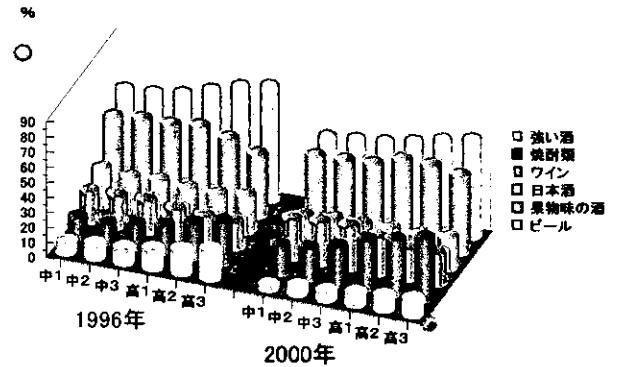
飲酒機会別にみた飲酒経験率(男子)



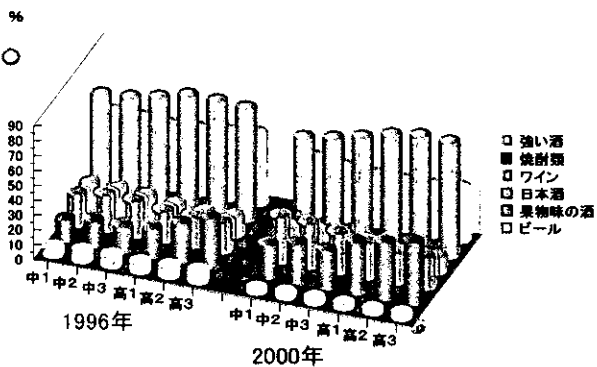
飲酒機会別にみた飲酒経験率(女子)



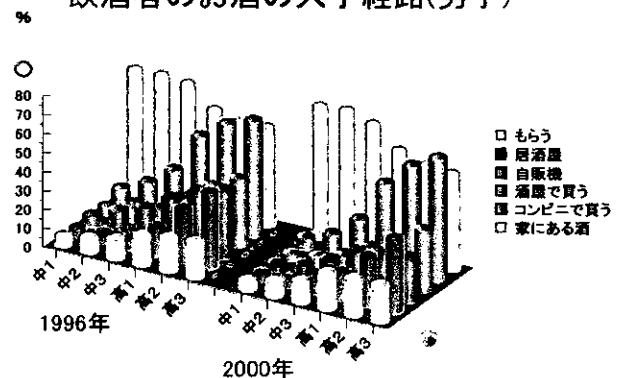
飲酒者がよく飲むお酒の種類(男子)



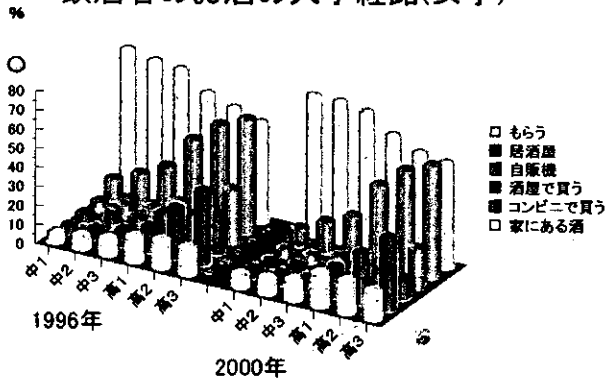
飲酒者がよく飲むお酒の種類(女子)



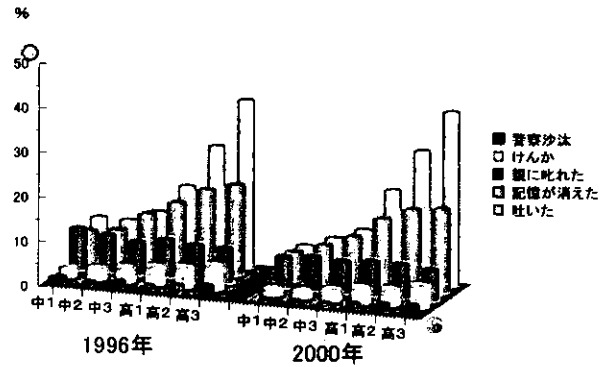
飲酒者のお酒の入手経路(男子)



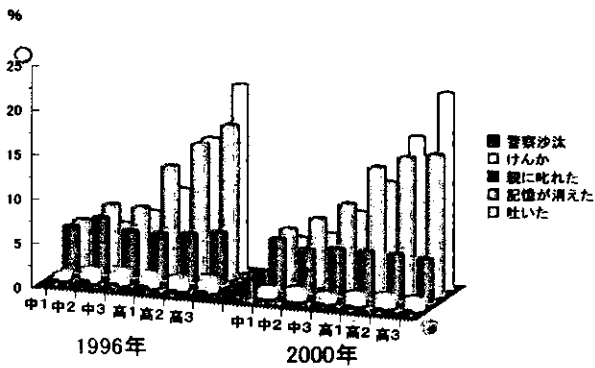
飲酒者のお酒の入手経路(女子)



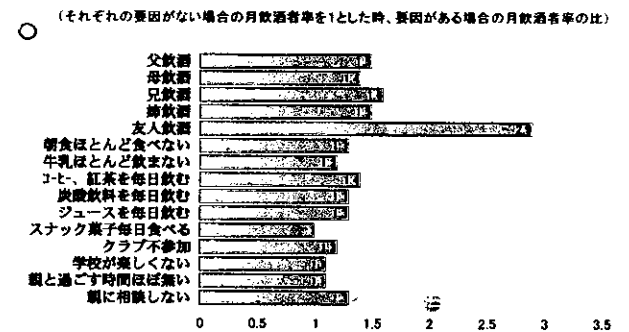
お酒を飲んでの失敗経験(男子飲酒経験者)



お酒を飲んでの失敗経験(女子飲酒経験者)



飲酒に関連する要因(高校男子)



わが国の中高生の飲酒行動の特徴

学年があがるにつれ飲酒率は上昇するが、中学から高校にかけて飲酒率が飛躍する。

喫煙行動と比較すると飲酒行動は男女差が小さい。

学年があがるにつれ飲酒量も増大する。

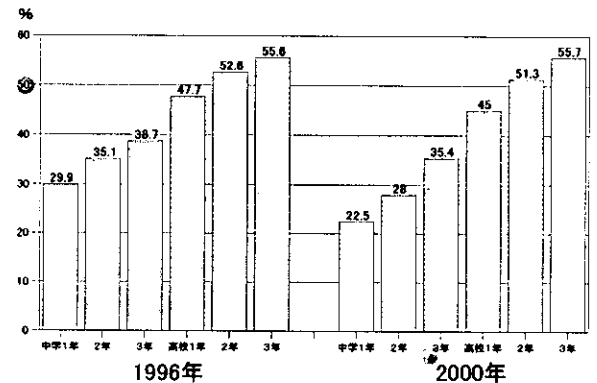
一人で飲む、コンパで飲む、居酒屋で飲む、仲間と部屋で飲む経験率はいずれも学年とともに増加した。

男子はビール、女子には果物味のお酒がよく飲まれている。学年があがるほど、強い酒を飲むものが増える。

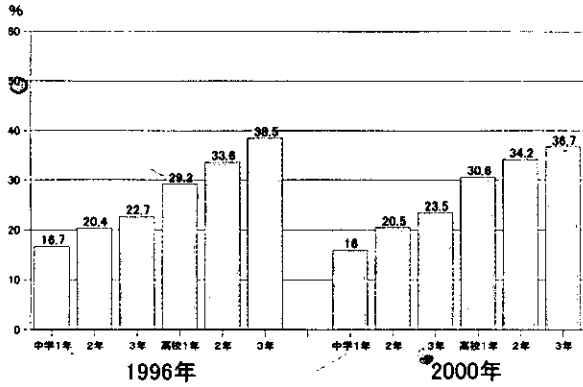
低学年は家にある酒が入手経路の中心だが、学年があがるにつれ自分で買ったり、居酒屋で飲んでいる。男女とも特にコンビニが重要。

学年があがるにつれ、酒を飲んでの失敗経験が男女とも増加する。

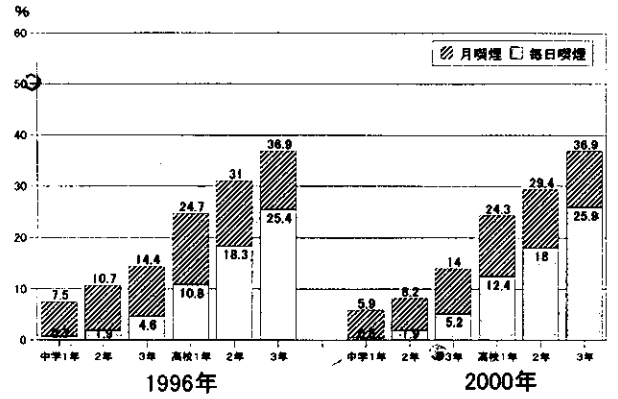
男子の喫煙経験率



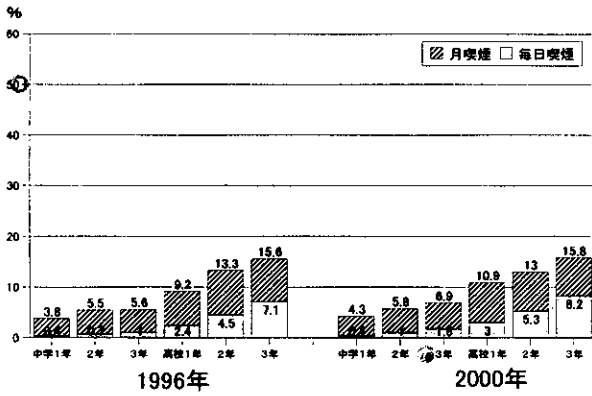
女子の喫煙経験率



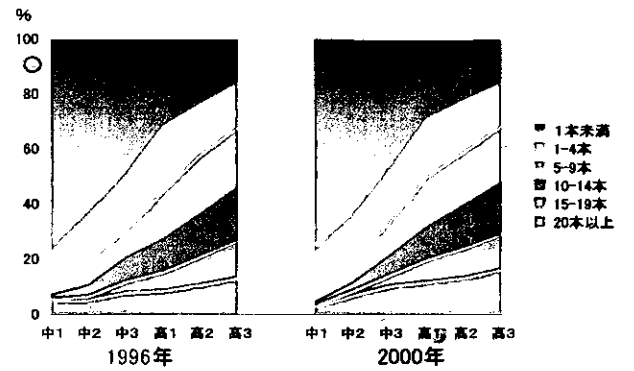
男子の月喫煙者率, 毎日喫煙者率



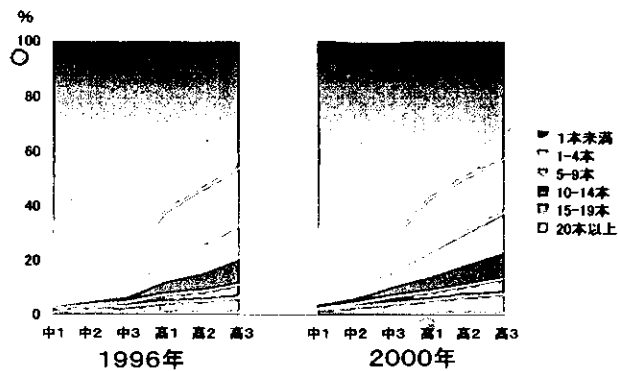
女子の月喫煙者率, 毎日喫煙者率



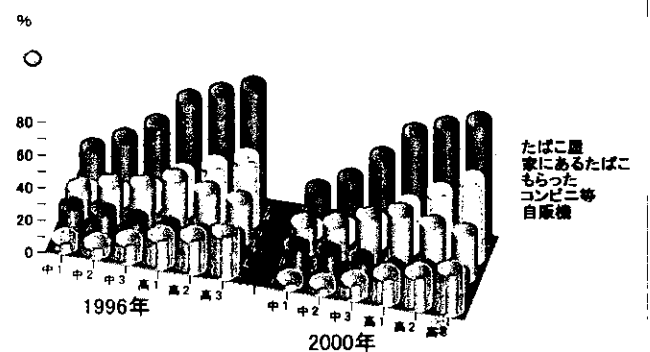
月喫煙者の1日平均喫煙本数(男子)



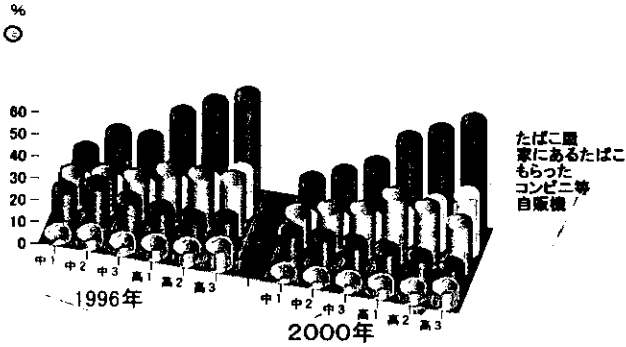
月喫煙者の1日平均喫煙本数(女子)



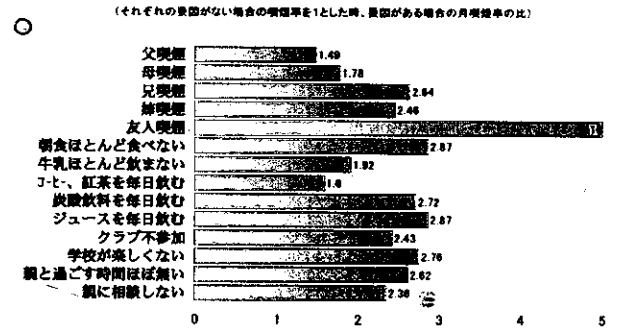
月喫煙者のたばこの入手経路(男子)



月喫煙者のたばこの入手経路(女子)



中高生の喫煙に関連する要因



わが国の中高生の喫煙行動の特徴

喫煙経験率、月喫煙率、毎日喫煙率いずれも学年とともに上昇。高校男子は過半数が経験済み。月喫煙者の多くは毎日喫煙。

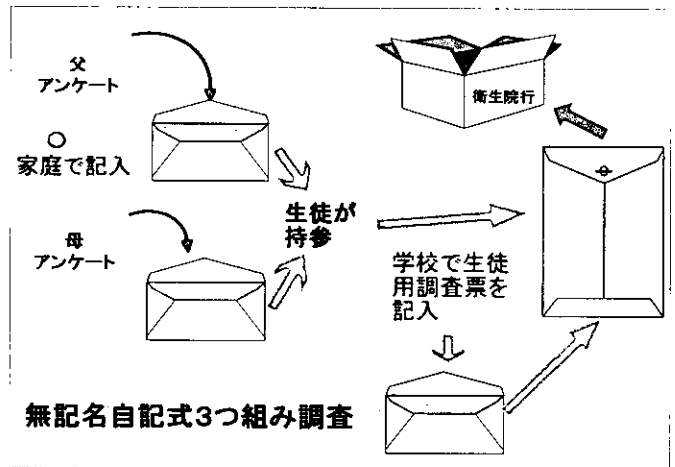
喫煙量も学年とともに増加。

入手経路は学年があがるにつれ、自販機、コンビニ、たばこ屋から買う者の割合が増加。特に自販機が重要。

親から喫煙をすすめられる青少年もいる

周囲の者の喫煙に影響されている

喫煙者は健康的な生活習慣を身に付けていない

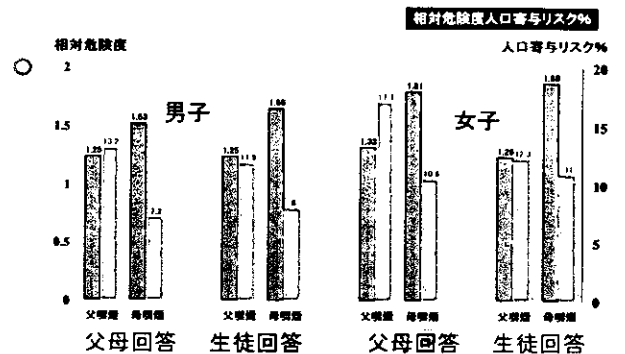


生徒の回答はかなり父母の回答に一致する

表1 父母の自己申告による喫煙状況と生徒による回答との一致度

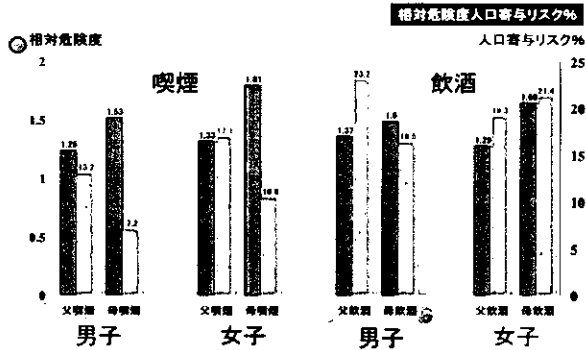
父母の申告を真とする	生徒の回答		一致度	敏感度	特異度
	非喫煙あり	喫煙あり			
父回答 喫煙なし・他	4514	669	0.73	0.86	0.87
	949	6037			
喫煙なし	4378	805	0.74	0.89	0.84
	761	6225			
母回答 喫煙なし・他	11218	301	0.68	0.65	0.97
	604	1140			
喫煙なし	11051	468	0.71	0.76	0.96
	416	1328			
喫煙=時々喫煙+毎日喫煙					

誤分類の影響(父母の回答を真としたら)



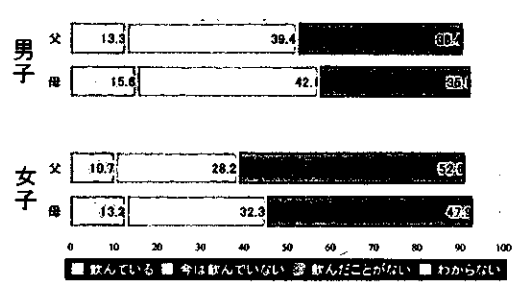
父母の飲酒・喫煙が生徒の飲酒・喫煙に与える影響

両親の喫煙、飲酒の影響は大きい。



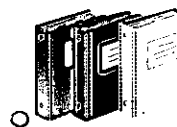
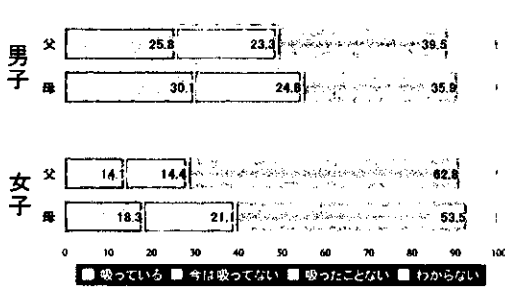
中高生の月飲酒者の父母は自分の子が飲んでいると思っているか？

中高生自身の回答による月飲酒者の父母は自分の子どもが飲んでいると思っているか？



中高生の喫煙者の父母は自分の子が吸っていると思っているか？

中高生自身の回答による喫煙者の父母は自分の子どもが吸っていると思っているかどうか？



雑誌広告



街頭広告

広告調査

新聞広告

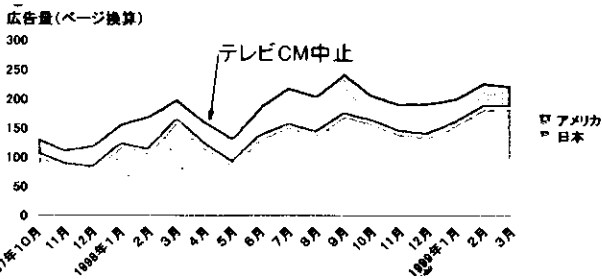


交通広告



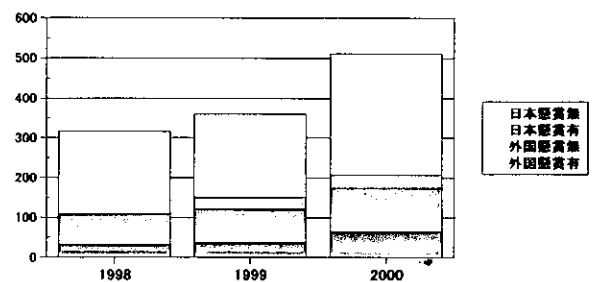
テレビCM中止後広告量が増加している。特に、日本銘柄の広告量が増加している。

銘柄の国産かどうか別にみた広告量の推移(雑誌広告)



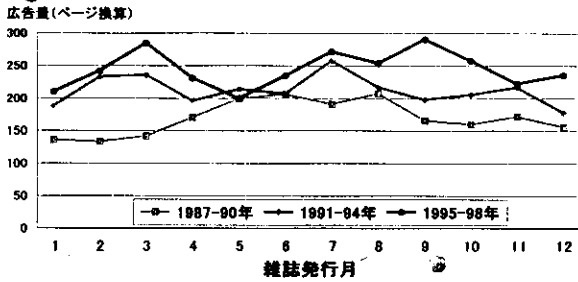
広告量は増加傾向にある。懸賞広告数も増加傾向にある。外国銘柄の懸賞広告の割合が高い。

(懸賞有無別、国別たばこ広告数の推移(東京近郊主な12路線))



月別分布をみると、最近になるほど3月、7-9月という2つのピークを示すようになった。夏休みと春休みにたばこ広告が増加するのである。

◎ 12年間を3期間に分けた月別広告量分布(12雑誌)



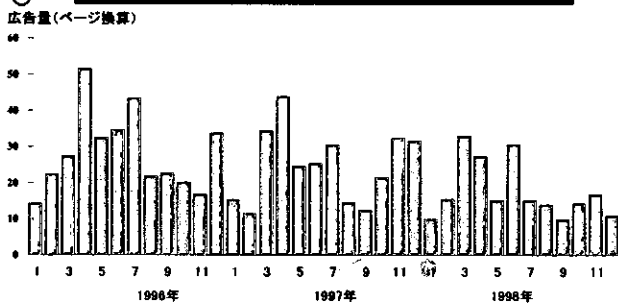
夏と冬にピークがあり、その他の月も漸増傾向にある。ピークも大きくなる傾向があった。ピークの月に特に広告数が増加する路線があった。

◎ たばこの電車内広告数の推移(東京の主な12路線)



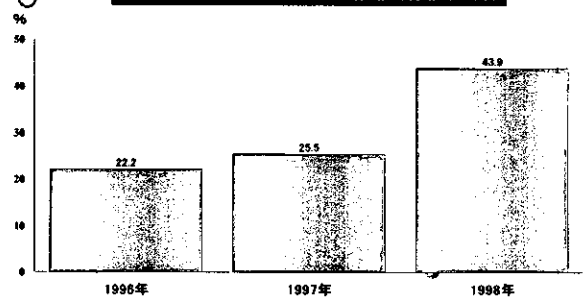
酒の月別雑誌広告量は、3-4月、7月あたりにピークがある分布をしていたが、広告量が減少するとともに季節変動もわかりにくくなってきた。

◎ 酒広告の量の月別推移(子どもがよく読む雑誌12誌)



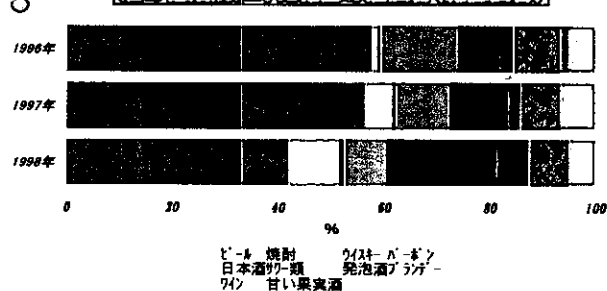
年次別にまとめると、懸賞広告割合の増加傾向が確認された。

◎ 懸賞つき酒広告の割合の推移(雑誌広告)



ビールの広告の割合が最も高いが割合が減少傾向にある。果物味の甘いお酒の広告割合が増加している。

◎ 酒の種類別による雑誌の酒広告(雑誌広告)



広告調査、喫煙銘柄調査の結果

- 雑誌のたばこ広告は増加している。広告量には季節変動がある
- 懸賞広告の割合が増加している
- 雑誌の種類によりたばこ広告量の増減の傾向が異なる。雑誌によりよく広告される銘柄は異なる
- 青少年は外国銘柄のたばこを良く吸っている
- 青少年は雑誌に良く広告されている銘柄を吸う傾向にある
- 早く喫煙を経験した者でも、最近よく広告されている銘柄を吸う傾向がある(ブランド・スイッチング)
- 酒の雑誌広告量は減少しているが、懸賞広告割合が増加している
- 果物味の甘いお酒の広告の割合が増えている

まとめ

- 喫煙・飲酒行動に関する全国調査は、喫煙、飲酒行動のモニタリング、政策の評価、予防対策の提案等に有効であるため、定期的の実施すべきである。

未成年者の飲酒及び喫煙を取り巻く環境を調査することにより、未成年者の飲酒及び喫煙行動に悪影響を与える要因を明らかにでき、客観的な根拠に基づき何らかの規制の必要性が訴えることができる

今後は、地域づくりの中に位置付けられた広範な喫煙・飲酒対策の展開が望まれ、これらを地域介入研究として成果を評価することに取り組みたい。このために健康日本21は良い契機である。