

首都圏の大学生における喫煙行動の発現プロセスに関する質的調査

研究代表者

山本 精一郎 国立がんセンターがん対策情報センターがん情報・統計部 室長

研究分担者

片野田 耕太 国立がんセンターがん対策情報センターがん情報・統計部

研究協力者

石川 善樹 株式会社マッキヤンヘルスケアワールドワイドジャパン

増田 英明 株式会社電通パブリックリレーションズ

溝田 友里 国立がんセンターがん対策情報センターがん情報・統計部

A. 研究目的

若年者の喫煙行動による健康問題へ対処するためには、喫煙行動の発現プロセスを明らかにし、そのプロセスに対応した行動変容のための有効な手法を明らかにすることが重要である。我が国でこれまで行われてきた、若年者の喫煙行動の発現プロセスに関する研究を概観すると、以下の3つの問題があると考えられる。

1つ目に、若年者の喫煙発現プロセスに関する研究の多くは中学生や高校生が対象であり、大学生を対象とした調査は少ない。

2つ目に、喫煙開始に影響する要因として、たばこ広告への暴露が、友人や親の影響よりも大きいことが欧米では報告されているが(1)、我が国における状況は明らかではない。

3つ目に、多くの調査では、理論的に概念化された心理的・行動科学的要因を考慮していないため、心理的・行動科学的諸概念に基づく体系的な喫煙発現プロセスの理解に至っていない。

以上の問題意識を踏まえ、本分担研究では大学生を対象とし、喫煙行動の発現プロセスを社会的・心理的・行動科学的諸概念に基づき、体系的に分析す

ることを目的とした。

B. 研究方法

1) 調査期間

面接は2008年11月 - 2008年12月に実施した。

2) 対象者

事前に対象者には、研究の妥当性を損なわないことに留意して研究目的や調査の内容を書面にて説明し、調査の参加に同意の得られた、首都圏(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県)の大学生を対象に、個別インタビュー調査を計24名を対象とした(調査対象者の内訳は、表1参照)。

対象者のスクリーニング基準は、喫煙の有無(スモーカー定義:現在喫煙をしており、高校卒業後、喫煙を初体験した大学生、ノンスモーカー定義:現在喫煙をしていない大学生)と所属大学の偏差値(60以上、50以上59以下、49以下)であった。

対象者のリクルーティングは、専門のリクルーティング会社が持つモニターを用いて行った。リクルーティングの際には、対象者にバイアスを与えて研究結果の妥当性を損なわないよう、「大学生活に関するイ

インタビュー調査」という調査のテーマでリクルーティングを行った。

表 1: 調査対象者の内訳

所属大学偏差値	スモーカー		ノンスモーカー	
	男性	女性	男性	女性
60 以上	3 名	1 名	3 名	1 名
50 以上 59 以下	3 名	1 名	3 名	1 名
49 以下	3 名	1 名	3 名	1 名

3) 調査項目

調査項目は、大学生活(講義、サークル、アルバイトなど)、喫煙経験、たばこに関するイメージ、喫煙者・非喫煙者のイメージ、たばこの健康影響に関する知識、たばこ会社に対するイメージ、たばこ広告を見た経験などである。調査項目の詳細はインタビューガイド(添付資料)に示した。

4) 面接方法

面接調査への協力依頼に応じた対象者に対し、研究者がインタビューガイドを用いた半構造化面接を行った。面接場所は、プライバシーの確保された専門のインタビュールームで、面接時間は、一人約 60 分であった。面接の冒頭において、改めて、研究の妥当性を損なわないことに留意しながら調査の趣旨説明し、また録音などの面接の進め方、プライバシー保護への配慮などについて口頭で説明し、調査への同意と録音の許可を得たうえで面接を進めた。

5) データ解析

面接終了後、録音データから逐語録(トランスクリプト)を作成した。テキストとなったインタビューデータを、研究事務局にて非連結化した後、面接に参加した研究者を中心に、インタビューデータの解析を行った。解析にあたっては、まず喫煙行動の発現プロセスに関する文献をレビューし、そこで見出された枠組

みに基づいてインタビューデータを解析した。

C. 研究結果

喫煙行動の発現プロセスに関する過去の研究を概観すると、Theory of Planned Behavior (TPB) 等の期待-価値理論(個人の意思に基づく合理的な行動モデル)を前提にしていることが多かった(2, 3)。一方で批判として、TPB などのモデルは、関連する社会的状況とは無関係に、個人の意図的な意思決定により行動が決定されることを仮定しているが、喫煙などのリスク行動が選択される現実場面では、リスク事態に陥ることを主目的としていないため、必ずしも期待-価値理論が前提としている意図的な意思決定が行われているとは言い難いことが指摘されていた(4, 5)。

また、喫煙行動等の健康リスク行動の発現プロセスに関する研究分野では、意図的な意思決定だけでなく、非意図的な意思決定の側面、すなわち、個人の意志とは無関係な社会・環境的要因の影響に曝されることで、個人が意識している以上に健康リスクを許容してしまうプロセスの存在が指摘され(6, 7)、健康リスク行動の発現プロセスの枠組みとしてプロトタイプモデル(6)や2重プロセスモデル(7)が提案されていた。

以上を踏まえ、本研究では喫煙行動の発現プロセスの枠組みとして、(1)非意図的な意思決定要因(記述的規範¹、リスクイメージ²)、(2)意図的な意思決定要因(たばこに関する知識、喫煙に対する態度、命令的規範³)、(3)背景要因(たばこ広告への暴露、たばこ会社に対するイメージ)の3つの要因を想定し(図1参照)、それぞれの要因に該当すると考えられる発言を、インタビューデータの中から抽出し、プロセスの枠組みの妥当性について検討を行った。

¹ 記述的規範: 周囲に喫煙者が多いほど、喫煙行動へ導かれやすい状況下にある

² リスクイメージ: 喫煙者に対するイメージが悪くないほど、喫煙の許容度が高い

³ 命令的規範: 周囲の他者からの喫煙に対する反応

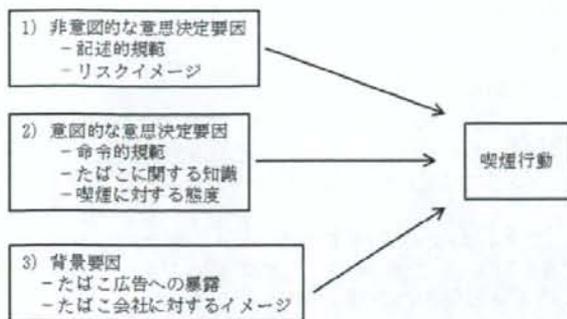


図1:喫煙行動の発現プロセスの枠組み

1) 非意図的な意思決定要因

1-a) 記述的規範

「周りがたばこを吸っているか」という記述的規範が、大学生の喫煙行動の発現プロセスにおいて重要な要因であることが示唆された。例えば、たばこを吸い始めたきっかけとして、「大学入学を機に、周りの友達が吸っていたからなんとなく」という回答の頻度が高かった。

周りの友達が吸っていたから何となく吸い始める

“やっぱり周りが吸っている人が多かったので、遊んでいるメンツが、流されたじゃないですけど、周りも吸っているし俺も吸ってみようかなくらいでしたね。その後吸わない期間があって、大学で知り合ったやつとか大学生になったということでみんな吸い始めて、周りで吸っていないのが俺ともう一人だったので、それで暇だったので、じゃあ自分も吸おうかなっていう感じでしたね”(スモーカー・男性)

“大学入ってすぐ、4月半ばくらい。交流会みたいな学校主催のキャンプに行った先で、たまたま友達に勧められて、もともと親がヘビースモーカーだったから嫌いな感じが会ったのかもしれないですけど、たまたま酔ったいきおいでそのまま吸って”(スモーカー・男性)

“周りは普通にスパスバ吸っていたので、ただ自分が(吸わないでいるのが)ダサく見えそうだったので、別に大したことはないっていうか、(たばこを实际吸って)おいしいね、みたいなことも言っていた”(スモーカー・男性)

“20歳過ぎて、2年前くらいから、バイトの友達が吸っていて、それいりにおいだなって思って。一本もらいました一本もらってしていったら、自分で買って吸ってたって言う感じです。ああこれ体に悪いんだろうなって思いながら、吸ったらもう一生辞められないんだろうなこわいなーって思いながら、それでも好奇心で”(スモーカー・女性)

“サークルの飲み会中に、サークル内でも意外と喫煙者がいっぱいいて「大学生ってみんな吸うんだな」くらいに思っていて、ちょっと自分の父親が子どもの頃からずっと吸っていたのを見ていたのでちょっと興味もあって。”(スモーカー・男性)

スモーカーにみられた特徴として、友達に合わせて、吸う友達であれば吸ったり、吸わない友達であれば吸わないでいられたり、吸うこと自体や吸う量などを合わせられることであった。

吸うか吸わないか、状況に合わせて

“たばこを吸う友達と飲みに行く時は吸いますし、吸わない友達と飲みに行く時は吸わないし、そんな感じで、なんか人を見て選ぶ。たしかにそういって、自分の意思で吸っているかっていってちよっと疑わしくなりますかね。その場で流されていただけなのかなとは思う”(スモーカー・男性)

ノンスモーカーにみられた特徴として、現在定期的にたばこを吸ってなくても、周りの友達が吸っていると、「自分だけ吸わないのは寂しいから」などの理由で、思わずたばこを吸ってしまうことであった。

周りの友達が吸っていると、思わず吸ってしまう

“吸ったのは大学2年の時に新勧コンパ・・・1年の時出られなかったんでちよっとサークルの新勧のやつを出ようみたいに思って、ちよっと友達が入るところに連れてってもらって、ちよっと仲良くなった連中がたばこ何人か吸ってたんで、ちよっと1本吸ってみたいんだみたいなこと言って吸ったことはある”(ノンスモーカー・男性)

“友達がみんな吸うんで、なんか大勢とかで飲んでると、自分だけ吸わないの寂しくなったりとかして、なんかもらいたばこかする”(ノンスモーカー・男性)

1-b) リスクイメージ

たばこを吸う人に対するイメージは、スモーカーとノンスモーカーで意見が分かれた。

スモーカーは、「大学生がたばこを吸うのは普通(中高生が吸うのはカッコ悪い)」「喫煙=大人への階段」「カッコイイ」というイメージを持っていた。

大学生がたばこを吸うのは普通(中高生が吸うのはカッコ悪い)

“普通に中学生とか高校生の子が吸っているとカッコ悪いというか、何このくそガキくらいに思いますけど。ガキなのになーって。あとポイ捨てとか歩きタバコもよくないってうかかっこいいとは思わないですね、むしろかっこ悪いかなとは思います”(スモーカー・男性)

“高校で吸っているとどちらかつていうと不良っていうイメージがあるんですよ。とりあえず人から外れているみたいな感じに見られるのが高校ですね。大学は全然もう「いいじゃないの吸っても」っていう感じですけど”(スモーカー・男性)

“たばこを吸っている人に対して嫌悪とかはないので、「あー吸っているんだー」くらいにしか思いません”(スモーカー・男性)

“自分は22歳なんで(もう未成年ではないので)、吸っても吸わなくても抵抗ないです。あー吸うんだ、吸わないんだ、といった感じですね。だから、髪切ったねとかと同じようにたばこ吸っているんだねといった感じで、それで(スモーカーに対する)偏見といった目はないですね”(スモーカー・男性)

“(たばこ吸う人は)高校までは悪いとか、ちょっとかっこつけてるみたいな、ちょっとかっこいいみたいな感じのイメージですけど、大学になると一般みたいな感じになってますね”(ノンスモーカー・男性)

喫煙=大人への階段

“(高校生の時に初めて吸って)なんだか、大人の階段みたいな、自分もたばこか吸えたんだ、大人になったみたいな気持ち。二十歳からっていう決まりがあるのに今吸ったっていうのは大人になったというか、やってはいけないことをやっているのが大人みたいな、飛び級したっていう感じ”(スモーカー・男性)

“「え！おまえ吸うの！？」みたいに言われた時はうれしかったです”(スモーカー・男性)

“たばこを吸っている人=大人みたいな感覚があったので、なんか(たばこを吸い始めたことで)一つ変わったぞっていう感じがして”(スモーカー・男性)

“吸っているからかっこよくみえるじゃんって言って吸

ってる友達もいたんですけど、実際特にこれといって(たばこを吸う大学生のイメージは)ないですね”(スモーカー・男性)

喫煙者はカッコいい

“マルボロのメンソールを吸っていると女の子ウケていうか、女の子が吸っているのがその銘柄なので、いいっていうのは聞きますよね”(スモーカー・男性)

“中には(女の子で)やっぱり吸うのがかっこいいって言う人もいます。たまにですけどね、吸ってる人が好きっていう話も聞きますね”(スモーカー・男性)

“女の子と飲んでるとき、「たばこを吸ってると雰囲気によってはカッコいい」みたいなことは言われたことがありますね。”(ノンスモーカー・男性)

ノンスモーカーは、喫煙者は「カッコ悪い」「マナーが悪い」「ストレスがたまっている」「遊びが活発(勉強をあまりしない)」というネガティブなイメージを持っていた。一方で、「たばこはコミュニケーションの潤滑油」となるというポジティブな意見もみられた。

喫煙者はカッコ悪い

“昔はたばこ吸ってる人がかっこいいみたいなのがあったりとか、たばこ吸ってると女の子にもてるかあったって父親から聞いたんですけど、今はたばこ吸ってる人って基本的に嫌がられる存在ですし、もちろん健康の面でも悪いことしかないわけで、いいことがないんで”(ノンスモーカー・男性)

“大学入った当初に吸う男の子ってかっこつけてるなって思います”(スモーカー・女性)

喫煙者はマナーが悪い

“(たばこを吸う人は)そもそもマナーがないじゃないですか。ある人もいますが、ない人のほうが全体的に多いからどうしてもマナーがない人っていうイメージがつかいちゃいますね”(ノンスモーカー・男性)

“なんか(スモーカーの)イメージがあんまり好きじゃない。たばこ吸っててポイ捨てとかしてるのとかを見たりとかしてるとあんまりかっこいいと思えなくて”(ノンスモーカー・男性)

喫煙者はストレスが溜まっている

“結構吸っている人は仕事が大変とか、忙しい人がちょっとした一服のために吸っているっていうイメージです。

比較的忙しかったりイライラしている人が吸っているのかなっていう気はします” (ノンスモーカー・男性)

“もう少し他のところでイライラを解消とかストレス解消とかする場所を持てたらいいのになって思ったりします。…大体周り(にたばこを吸い始めたきっかけを)聞いてると、結構ストレスがたまるとか、何もすることがなかったからみたいな感じの話を聞いたりすると” (ノンスモーカー・男性)

喫煙者は遊びが活発

“とりあえずイメージとしては、遊びが活発そうだなとは思いますが。あとは高校の頃ちょっとやんちゃだったのかなと。” (ノンスモーカー・男性)

“あんまり勉強していない人、勉強が出来ない人、成績が悪い人ばっかりという感じがありますね” (ノンスモーカー・男性)

“ちょっと成績があまりよくなくて、ぐれちゃってる感じの人とかは吸ってたりとか” (ノンスモーカー・男性)

たばこはコミュニケーションの潤滑油

“喫煙仲間とのコミュニケーションはうらやましい。要は(たばこを)吸う人たちってというのは、俺ら世代より上つてのがあるんで、やっぱり年上の人とかとも(スモーカー同士)コミュニケーションがとれるってのはうらやましい” (ノンスモーカー・男性)

“友達はたばこは出会いに繋がるとか言ってました。ライダー貸すとか貸してもらおうとかで” (ノンスモーカー・男性)

“よくたばこ吸う友達は喫煙所なんかにはいた人と打ち解けてたりしますね” (ノンスモーカー・男性)

スモーカーの中でも、特に女性喫煙者に対しては、「喫煙女性は嫌」「喫煙女性=キャリアウーマン」という特徴的なイメージがあった。そのため、たばこを吸うことに対して、周りからの影響を気にして、隠しているという回答が喫煙女性に複数見られた。

喫煙女性は嫌

“自分が吸っていてというのは何なんですけど、吸っている女の子とは絶対に付き合わないなっていうのは思います。なんか嫌なんですよね、別に理由はないんですけど” (スモーカー・男性)

“他の人にはばれないようにずっとして。結構人から

の印象を気にするので、「女でたばこ吸うのかよ」って思われたくなくて” (スモーカー・女)

喫煙女性=キャリアウーマン

“女でたばこ吸う人って、なんか不良っぽい感じかなとか、たばこを吸う人ってすごいストレスかかっているのかなとか。女性はキャリアウーマンかギャルか。嫌なことがあったらたばこに逃げるっていう” (スモーカー・女)

“カッコイイ女の人のイメージ。20後半とか30くらいの人とか、カフェのテラスで朝一本吸ってみたい” (スモーカー・女性)

2) 意図的な意思決定要因

2-a) 命令的規範

喫煙を始めた時に、家族や友人、恋人から何らかの反応(命令的規範)があるが、そのパターンを分類すると、「肯定的反応」「否定的反応」「無反応」の3つに分類された。

「肯定的反応」として、たばこを吸い始めた時に、喫煙を容認する反応があること、その容認は主に周りの喫煙者から行われることが示唆された。

肯定的反応

“(たばこを吸い始めたら)サークル内では「吸い出したんだ」から始めて、その次から「一緒に喫煙所いこうぜ」みたいな感じで。なんか嬉しくて、「はい、行きます」って” (スモーカー・男性)

“母親は「あんたなにやってるの」って感じだったんですけど、父親は吸っているの「あー吸っているんだ。何を吸っているの」みたいな感じで、父は興味を持ってって言ったら変ですけど、肯定的な感じでした” (スモーカー・男性)

“「はい」って(母親からたばこを)渡されて、「何？吸っちゃうよ？」って言ったら、「いんじゃない？別に」って。うちの母親は吸ったのは大学生入ってからだったらしいんですけど、父親が吸ったのが早かったみたいで「高校生になったらそれくらいやっても大丈夫だよ」って(母親に)言われて” (スモーカー・女)

“うちの親はたばこは20歳にならなきゃダメとかいう親ではなかった” (スモーカー・男性)

「否定的反応」として、たばこを吸い始めた時に、「吸っちゃだめだよ」などの喫煙に対する反対があること、その反対は主に周りの非喫煙者(特に女性)か

ら行われることが示唆された。

否定的反応

“親とかには「(たばこを)やめろ」みたいなことは言われましたね。まあ言われても「もう大学生なんだし、よくねえ？」みたいな感じでした。やめろって言われても「いつでもやめられる」って思っていたので。わかったわかったくらいでしたね”(スモーカー・男性)

“「たばこやめなよ」って言われるとイラッとしますが、たばこを吸う男性が女の子に「女の子はたばこ吸うんじゃないよ」みたいなことを言われると、すごいイラッとします”(スモーカー・女)

“（たばこを吸い始めたら）結構女子には「うわ〜」って言われたり、「吸っちゃだめだよ」って言われたりもしましたけど、それもなんかあんまり気にしなかったですね。「それは俺が吸いたいから吸っているから」みたいな”(スモーカー・男性)

“彼女は、付き合う最初の方は絶対禁煙させるってやってましたね。それに対しては絶対禁煙しないって、逆にイラッとしちゃう感じで”(スモーカー・男性)

「無反応」として、たばこを吸い始めた時に、肯定でもなく否定でもなく、たばこを吸い始めた事が自然に受け入れられる場合があることが示唆された。特に、周りに喫煙者が多い場合に起こることがあると考えられる。

無反応

“専門学校の時反応はなかったですね。周りも吸ってたんで。地元だと「あ吸い始めたんだ」って。地元だと吸ってない人が多いんで。高校デビューとかじゃないですけど、お前吸い始めたんだっていう”(スモーカー・男性)

“（たばこを吸い始めたら）中学の時の友達は「ああ吸ったんだ」くらいで、高校の時の友達は「え一体に悪いよ」っていうのと「おいしい？」って聞かれたのと、それくらいですね”(スモーカー・女)

2-b) たばこに関する知識

たばこに関する知識として、「たばこの健康被害」については、喫煙の有無にかかわらず、たばこの健康被害についての一般的な認識はあるものの、うろ覚えの知識を語るものも多く、具体的な健康被害に

関する認知は低い傾向が伺われた。また、たばこの健康被害のイメージとして最初に頭に浮かぶのは、「黒い肺のイメージ」であった。たばこに関する知識の情報源は、学校の授業や、親や友達から聞いた、新聞やテレビのニュースで見た、などが挙げられた。

たばこの健康被害

“副流煙の方が・・・主流煙でしたっけ？よりも体に悪いってのはよく聞きますね。なんで吸ってる本人よりも周りにいる人間の方が害を及ぼす”(ノンスモーカー・男性)

“肺がんになる、なりやすい。吸ってない人の何パーセントみたいな”(スモーカー・男性)

“例えば一年たばこを吸って肺が真っ黒になるじゃないですか、そうするとその肺をきれいにするのに2-3年かかるんですよ。だから倍の時間をかけて治さなきゃいけないっていうこととか。あとはもう副流煙になっていうのとかそんな話ばかり聞いていたりとか。”(スモーカー・女)

“からだに悪いっていうのと、常習性、吸うとやめられないっていうのは周りの友達も言っていたので思っていました”(スモーカー・男性)

“もともと喘息持ちだったので、たばこの煙ってだめだったんですよ”(スモーカー・男性)

“（たばこは）健康に悪いっていうのを、すごい強迫観念みたいに思ってたんで、当時は、吸ったらやめられないっていうのと、がんになりやすい、心筋梗塞になりやすいとか”(スモーカー・男性)

黒い肺のイメージ

“やっぱり肺がんなんじゃないですか。なんか保健かなんかの授業で高校生の時に喫煙によって肺がだめになった人の絵みたいな写真を見て、「何これ？」って思って、友達と「これやばいよね」って言ってたんですよ。それ見てからあり得ないと思って”(ノンスモーカー・男性)

“たぶん小中学校の保健体育とかの授業だと思います。肺が真っ黒になってるのを見せられたりとか。長期間吸っている人の肺とそうでない人の肺みたいなものを見せられたりとか。そういうのはすごい覚えて”(ノンスモーカー・男性)

“授業では、小学校中学校の保健体育とかの授業では、たばこを吸った人の肺の写真が教科書に載っていてすごい汚いっていう”(ノンスモーカー・男性)

また、スモーカーに特徴的であったのは、「たばこの健康へのポジティブな効果」「たばこは美味しい」など、たばこのポジティブな面に関する情報感度が高いことであった。一方で、たばこの健康被害について一般的な認識はあるものの、具体的な害などはよくわからずに吸っている状況が伺われた。

たばこの健康へのポジティブな効果

“たばこのケースとかにも身体への影響とか書かれているんですけど、実際この前授業で扱った公衆衛生の授業の中では、喫煙者の方が自殺率が低いというレポートをたまたま目にして、そういうメリットもあるのかなという感じで、やっぱりストレス発散につながっているんでしょうけど。効果効能はそのくらいしか知らないですね。”(スモーカー・男性)

“肺がんがどうか、喉がどうかって言いますが、肺が真っ黒になるんですね。でも乳がんは抑えられるらしいです。実は、っていうのをマンガで読んだことがあるんですけど” (スモーカー・女)

“たばこのパッケージに悪性腫瘍ができる確率が3, 4割高くなって書いてあって、これは本当なのかなと思って立ち読みしたら、もともと吸ってない人になる確率がものすごく低いから、3, 4倍数値が低いから3, 4倍高くなっててもだからなんだという。あまり関係ない。って書いてある本を読んで、「あつ、そうなんだ」って思った”(スモーカー・男性)

“依存性がある。肺がんになりやすい。これはあっているかわからないんですけども、乳がんになりにくい”(スモーカー・男性)

たばこは美味しい

“最近知ったんですけど、マッチだと(たばこが)美味しいって言うてました。(スモーカーの)友達が。あと100円ライター、ジッポ、マッチの順で美味しいって言うてました。それちょっとびっくりしました。「あつ、味違うんだ」って”(ノンスモーカー・女性)

2-c) 喫煙に対する態度

喫煙に対する態度として、スモーカーに特徴的であったのは、「いつでもやめられる」「大学生の喫煙は、自己責任」「リラックスできる」と、喫煙行動を合理化していた。一方で、「自分が出す煙には気を使う」など、煙に対しては配慮を行っていた。

いつでもやめられる

“体に悪いっていうのはありますが、やめようと思えばやめられると思っています”(スモーカー・女)

“あんまりストレス発散が目当てで吸っているということもなく、特に依存性があるっていうわけでもないみたいで、まったく吸わなくてもいい日もあるので。本当に付き合いで吸うっていうことが多いので”(スモーカー・男性)

“飲みに行ったりして付き合いで吸うとか、ちょっとバイトの時に「休憩でちょっと吸いに行くけど一緒に行かない？」って言われて吸うとか。僕の場合、起きて吸って、寝る前に吸ってみたい感じとはちょっと違う”(スモーカー・男性)

“そこまで(禁煙とか分煙とかの)世間のルールがいくなら自分は吸わなくていいやとあきらめなのかもしれないですね。そこまでヘビーな方ではないと思うので、絶対吸わないといけないうことではないので”(スモーカー・男性)

大学生の喫煙は、自己責任

“やっぱり自分の人生だし、終わった時に満足できていればいいなって、それって一個一個の積み重ねじゃないですか？(人生が)終わった時に「ここがよくなかったなああ…」って後悔しても、もう変えられないんですけど、今は自分ではこういう選択をとっているから、それはそれでいいんじゃないのかなという感じで。結果的に今のたばこが原因で疾患になったとしても、その辺は自分に返ってくるわけですから”(スモーカー・男性)

“たばこには興味はあったので、それで高校時代は吸わないようにしようかな、大学になったらもう責任だから、そこは自分の自己責任にしようと思って”(スモーカー・男性)

リラックスできる

“(たばこを吸うと)リラックスできる”(スモーカー・男性)

“あとは落ち着くって言うのはありましたかね。友達と2人で夕方に公園のベンチに並んで座って、たばこを吸っている空間っていうのが落ち着くっていうのがありました”(スモーカー・男性)

自分が出す煙には気を使う

“正直、飲み会とか行っても、まだ吸う友達吸わない友達に分かれるので、一緒にテーブルについたときに、例えばたばこを吸っている時に吸わない人が煙を嫌がるよ

うなそぶりを見せたら、「今はやめとけ」みたいな感じでとめたりとか”(スモーカー・男性)

“多少気はつかいますよね。その、ひと前じゃ吸わない方がいいととか”(スモーカー・男性)

一方でノンスモーカーは、「たばこは必要ない」と、喫煙に関して意義を見出していないことが、発言から伺われた。

たばこは必要ない

“たばこは得しないってのが、害にしかならないってイメージがすごい強いで。お酒とか飲めないとか将来接待とかになった時に、コミュニケーションに困るかなってのがあってお酒は大丈夫なんですけど、たばこ吸えなくて困るってことはあんまないと思うので。あとお酒は少量だったら体にいいって言いますが、たばこはいい要素ってないんで俺は吸おうとは思わないですね”(ノンスモーカー・男性)

“なんか健康被害を聞いたら怖くて吸おうとも思わないし、吸わなくても生きていけるし”(ノンスモーカー・女性)

3) 背景要因

3-a) たばこ広告への暴露

たばこ広告への暴露に関しては、ノンスモーカーはそもそもたばこに興味がないので、たばこの広告の想起率は概して低かった。また、自分がたばこ広告の影響を受ける(たばこの購買にいたる)とも考えていなかった。一方で、マナー広告に関する広告は、想起率が高かった。

たばこ広告の想起率は低い

“たばこの広告をみたことは、あんまりないですね。ほとんどないかな”(ノンスモーカー・男性)

たばこ広告の影響は少ないと考えている

“たぶんそういう(たばこ)広告とかじゃなくて、人に薦められてとか自分からたばこを吸おうって思う人が吸うと思うので、別に宣伝されてもそこまで吸うとかはあんまりないと思います”(ノンスモーカー・男性)

“広告を見てもどうも思わないというか、買おうとは思わないです、自分は。それ(たばこ)がすごいおいしいって言われても、たばこを買おうとは思わないって感じで

すね”(ノンスモーカー・女性)

マナー広告の認知は高い

“テレビで見たことありますが、たばこを吸うシーンで歩きたばこしているシーンで、歩きたばこはダメですっていうのが。たばこ協会の”(ノンスモーカー・男性)

“CMとかで1個のたばこをポイ捨てすると、それが水に溶けると何十万の有害物質に変わりますっていう前にやってたCMは、結構印象にあったかなって思います。”(ノンスモーカー・男性)

一方、たばこ広告への暴露に関して、多くのスモーカーは、広告そのものを完全に想起できるわけではないが、広告のイメージについては高い想起率をみせた。また、たばこの健康被害に関する広告への認知が高いことが、スモーカーの特徴であった。

広告の影響に関しては、ノンスモーカー同様、広告を「意識しては見えていない」と答えており、たばこ広告が購買行動に影響を与えているとは認知していなかった。

マナー広告に関しては、ノンスモーカー同様、想起率は高かった。特にスモーカーに見られた特徴として、路上喫煙や分煙についての広告に関して、情報感度が高い傾向がみられた。

たばこ広告の想起率は高い

“若い女性に吸わせたいんだなっていう印象。きれいな見えました。なんか華やかに。白くてピンクの花が散らばっているような”(スモーカー・女性)

“やっぱ自動販売機の売っている下に貼ってあるポスターとかは目につきます。例えば、マルボロのアイスマントとかで白いオオカミの絵が映っていて、すごいスースーするんだらうなっていう、そういう感じなのかなっていう”(スモーカー・男性)

たばこの健康被害に関する広告への認知は高い

“以前に比べてパッケージにしても駅の広告にしても、危険性については書いてあることが多い”(スモーカー・男性)

“宮城県のとっかの駅なんですけど、広告が貼ってあってたばこの絵が描いてあって、上に「百害あって一利なし」って書いてあったんですよ”(スモーカー・女性)

たばこ広告の影響は少ないと考えている

“大学がある駅のビルの一番上にある立て看板みたいので、キャメルかなんかの看板があって、それがすごい印象に残りますね。僕は特にそれを見て吸いたくなるとかはあんまりないですけどね”(スモーカー・男性)

“自分はたまにファッション雑誌とかで(たばこ銘柄の)新作(の広告)とかみるんですけど、たぶんそこで判断するっていうよりも、友達の吸っているもらいたばこであつたりとか、周りが吸っている銘柄っていうので自分も吸うようになったっていうのがあるので、あまり(たばこ広告の)宣伝で影響されたっていうのは感じません”(スモーカー・男性)

マナー広告の認知は高い

“僕が印象に残っているのは、大人のたばこを吸っている手を下ろした時の高さが、子どもの顔の位置と同じ高さにあるんで、そのすれ違い様とかに危ないっていうのをよく言ってるような気がします(注:JTのマナーCMのことについての発言)”(スモーカー・男性)

“なんかこの前、おじさんが電車で目の前に立ったおじさんの本のカバーが、JTのやつだったんですよ。そこに、たばこを持っている指の高さだし、落葉にたばこを捨てたら燃え上がるって書いてあった。そういうのとか、「そうだよな、吸うならそれぞれ一人一人のマナーを改善していかないとまずいんだよな」って”(スモーカー・男性)

“歩道とかに(路上喫煙禁止の)マークができていたり、アスファルトに「喫煙禁止」とか焼き付けられていたり、私のバイトしているお店もお昼の時間だけ喫煙席が禁煙になったり、そういうお店も増えたなって思いますね”(スモーカー・女性)

3-b) たばこ会社に対するイメージ

たばこ会社については、大学偏差値あるいは喫煙の有無によらず、ほとんど知識やイメージを持ち合わせていなかった。また、JTの「大人たばこ養成講座」キャンペーンの認知度が高いためか、JTという言葉は聞いたことがあっても、JTがそもそも何をしている団体なのか(たばこを売っている会社なのか、あるいはたばこを規制している団体なのか、等)、多くの大学生は正確に表現できていなかった。インタビュー後、(通常購入するさまざまな製品に関しては、発売元に関する認識があるのにもかかわらず、たばこに関しては発売元に関して全く知識や興味がないことに対し)

スモーカーの中には、「なぜ、たばこ会社に関しては、何も知らないのだろうか?」と不思議がるものもいた。

“今吸っているキャスターがどこが出しているのかも、全然わかりません。気に入ったことがないからだと思います。全くそこに対して関心がないっていうか”(スモーカー・男性)

“(たばこ会社に対しては)悪いイメージも別にないですけど、別にいいイメージもないですね。情報というか知識があまりないですね”(スモーカー・男性)

“JTですよ。どういう会社かは詳しくは知りません。イメージは持ったことはないですけど、常識でいつの間にか知っていた。喫煙マナーの向上みたいなのを提唱しているのかな”(スモーカー・女)

“たぶん日本のたばこは、JT一個というかJTで統括しているような感じだと思います。あんまりたばこ会社ってないと思います。わからないですけど。あと自動販売機でも日本のたばこと外国のたばこ分かれていてあとは全部輸入しているんだくらいです。イメージはないですね、でも(たばこ会社のイメージに対して)悪い気は全然ないです”(スモーカー・男性)

“(たばこ会社のことは分らず)たばこの銘柄しか分からないですね”(スモーカー・女)

“JTっていうのは、会社名だと思んですが、よくわからないんですけど、飲み物とかも出してますよね。JTのペットボトルのマークとか見たことがあって。わからない…JAかな?”(ノンスモーカー・男性)

“…今勘違いしていました。たばこ会社じゃなくて、むしろJTとかが「たばこは健康被害を及ぼす恐れがあるので、ほどほど」という趣旨のCMを流して言った”(ノンスモーカー・女)

“たばこ会社って言われるとちょっと分からないですけど、たばこって言われるとJTしか思い浮かばないですよ。日本たばこ協会的な。なんかありましたよね?たばこを売っているかどうか分からないんですけど、ここが全部のたばこを取り仕切っているんだなど”(ノンスモーカー・男性)

“たばこの柄は分かるんですけど、(たばこ)会社に関しては、ちょっと分からないです”(ノンスモーカー・女性)

D. 考察

本研究は、「非意図的な意思決定要因(記述的規範、リスクイメージ)」、「意図的な意思決定要因(たばこに関する知識、喫煙に対する態度、命令的規範)」、「背景要因(たばこ広告への暴露、たばこ会社に対するイメージ)」といった3つの要因から構成される大学生の喫煙行動発現プロセスを仮定し、その妥当性の検証を質的調査により行った。以下に、それぞれの要因について考察を行う。

1) 非意図的な意思決定要因

記述的規範に関して、大学生の喫煙行動の発現には、友人集団の影響が大きいことが報告されているが(8)、本研究でも同様の現象が観察された。特に喫煙開始は、「たばこを吸っているとカッコいいから」などの明確な意思決定の下に行われるわけではなく、むしろ喫煙開始前は喫煙に対して否定的な態度を持っていることが多いのだが、「友達が吸っていたから、なんとなく自分から求めて」たばこを吸い始める実態が伺われた。

リスクイメージに関して、「大学生が喫煙するのは普通」など、大学生の喫煙と中高生の喫煙とでは、異なるリスクイメージがある可能性が示唆された。大学生という時期は、中高生と異なり、規則や規制が少ない時期であり、また20歳を過ぎれば法律的にも喫煙が可能となる時期である。そのような観点から考えると、「してはいけないことがないのが、大学生」とも言え、どんな理由があれ「たばこを吸ってはいけない」と大学生に禁止すること自体無理があるのかもしれない。むしろ、「たばこを吸っても吸わなくても自由です」という条件の中で、吸わないことのベネフィットを大学生活の文脈の中でどれだけ強調できるかが、防煙・禁煙啓蒙のポイントとなるように考えられる。

2) 意図的な意思決定要因

たばこの吸い始めに関しては、非意図的な意思決定要因が強く寄与していたが、その後たばこを吸い

続ける中で、喫煙行動を合理化・正当化・肯定するプロセスが存在することが観察された。たとえば、スモーカーは、「喫煙の方が自殺率が低い」などたばこのポジティブな効果に対する情報を集める傾向にあり、吸い続ける中で「リラックスできる」などの喫煙に対するポジティブな態度を形成することが伺われた。また、親や友人から「たばこをやめなよ」という否定的な命令的規範があった時に、スモーカーは、「いつでもやめられる」「自己責任」と述べ、喫煙行動を正当化していた。このように、喫煙行動を正当化する現象が観察されたことは、他の先行研究の知見と一致する(9)。

また、「がんになりやすい」などの喫煙の長期的健康影響に関する一般的知識に関しては、スモーカー・ノンスモーカー共に、中高時代の保健体育などの授業などから得ていた。しかし、その知識については曖昧なものが多く、喫煙の具体的・短期的な健康影響についての認識は低かった。喫煙の長期的健康影響の啓蒙は、若年者の喫煙行動の発現に影響しないことが指摘されており(10)、今後の学校教育のコンテンツの方向性については、その影響力を考慮すれば、慎重に検討する必要があると考えられる。

3) 背景要因

背景要因に関して、たばこ広告の影響については、スモーカーの広告想起率はノンスモーカーと比較して高く、一定程度の影響があることが示唆された。一方で、たばこ広告が購買行動に及ぼす影響については、スモーカー・ノンスモーカー共に否定的であった。人々は必ずしも広告の影響による連想や購買態度などを明確に意識できていない可能性が指摘されており(11)、たばこ広告が大学生にどのような影響を及ぼしているのか、今後さらなる調査が必要であると考えられる。

また、米国では、たばこ会社に対するイメージや信念が喫煙行動に影響することが指摘されているが(12)、我が国ではスモーカー・ノンスモーカー共にたばこ会社に関する知識やイメージが乏しかった。若年者の防煙・禁煙啓蒙の方向性として、悪質なたば

こ会社のイメージを啓発することは大変有効であることが報告されているが(10)、同様の手法が我が国においても有効であるか、今後検討を行う必要性があると考えられる。

4) 今後の研究課題

今後の研究課題として、第一に、本研究で得られた大学生の喫煙行動の発現プロセスに関する仮説の検証を、量的調査を通じて行うことが挙げられる。特に、本研究で仮定された喫煙行動の発現に関連する3つの要因は、発言プロセスの中でそれぞれ違うステージに位置している可能性が考えられるので、そのことを考慮に入れた調査設計・分析が必要になると考えられる。

第二に、本研究は主に男子大学生を対象としたインタビュー調査であったが、喫煙行動の発現プロセスが男子大学生とは異なると想定される女子大学生についても調査を行い、喫煙行動の発現プロセスに関する仮説を生成することが挙げられる。

第三に、本研究は首都圏の大学生を対象に調査を行ったが、その他の地域の大学生でも本調査で得られた仮説が支持されるかどうか、調査を行うことが挙げられる。

第四に、たばこ広告やたばこ会社に対するイメージが、喫煙開始の発現プロセスにどのように影響しているのか、調査を行うことが挙げられる。

E. 結論

大学生の喫煙行動発現プロセスには、「非意図的な意思決定要因(記述的規範、リスクイメージ)」、「意図的な意思決定要因(たばこに関する知識、喫煙に対する態度、命令的規範)」、「背景要因(たばこ広告への暴露、たばこ会社に対するイメージ)」といった3つの要因が影響している可能性が示唆された。

引用文献

1. NCI. (2008). The Role of the Media in Promoting and Reducing Tobacco Use. p279.
2. Armitage, C.J., and Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behavior: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*. 40, 471-499.
3. 今城周三, 佐藤俊彦. (2003). 喫煙行動に及ぼす態度の効果: 計画的行動の理論による分析. *Journal of health and social service*. 2, 1-11.
4. Gillies, V., and Willig, C. (1997). 'You get the nicotine and that in your blood' - Constructions of addiction and control in women's accounts of cigarette smoking. *Journal of Community and Applied Social Psychology*. 7, 285-301.
5. Brendan G. et al. (2009). Why do young adult smokers continue to smoke despite the health risks? A focus group study. *Psychology and Health*. 24, 203-220.
6. Gibbons, F.X., et al. (1998). Reasoned action and social relation: Willingness and intention as independent predictor of health risk. *Journal of Personality and Social Psychology*. 74, 1164-1180.
7. Ohtomo, S., and Hirose, Y. (2007). The dual-process of reactive and intentional decision-making involved in eco-friendly behavior. *J Env.* 27, 117-125.
8. 本多紗, 福島倫子. (2005). 大学生の喫煙行動に影響を与える要因の検討. *生老病死の行動科学*. 10, 47-60.
9. Crossley, M.L. (2000). Rethinking health psychology. Buckingham: Open University Press.
10. Goldman and Glantz. (1998). Evaluation of antismoking advertising campaigns. *JAMA*. 279, 772-777.
11. レックス・ブリッグス, グレグ・スチュアート. (2008). 刺さる広告—コミュニケーション最適化のマーケティング戦略. ダイアモンド社.
12. Hersey, J.C. et al. (2005). The Theory of "truth": How Counterindustry Media Campaigns Affect Smoking Behavior Among Teens. *Health Psychology*. 24, 22-31.

F. 健康危険情報

なし

G. 研究発表

1. 論文発表
なし

2. 学会発表

なし

H. 知的財産権の出願・登録状況

1. 特許取得

なし

2. 実用新案登録

なし

3. その他

なし

添付資料：インタビューガイド

1. スモーカー用

大学生のたばこに関するデプス（深層）インタビュー

<調査目的>

- ・大学生がたばこ、たばこ広告、たばこ会社に対して現在「感じていること」の探索
- ・大学生のセルフイメージ及びライフ・インサイトの探索

<日時>

- ・2008年11月28日（金）、29日（土）、12月1日（月）の3回
- ・1回1時間（個別）

<場所>

- ・（株）McCann Healthcare Worldwide Japan のインタビューールーム@青山一丁目

<時間>

	スモーカー・男性	スモーカー・女性
11月28日（金）	19:00-20:00	
11月29日（土）	11:00-12:00	13:00-14:00
	15:00-16:00	
	18:00-19:00	
12月1日（月）	13:00-14:00	
	19:00-20:00	
12月13日（土）	15:30-16:30	
12月19日（金）	15:00-16:00	
12月20日（日）		10:00-11:00
12月23日（火）	13:00-14:00	

<対象条件>

リクルーティングの条件：

- ・スモーカーであること
- ・首都圏（一都三県）の大学生であること
- ・大学偏差値で層別にリクルートすること
(60以上男3女1、50以上59以下男3女1、49以下男3女1)

スモーカー定義：

- ・現在喫煙をしており、高校卒業後、喫煙を初体験した大学生

ノンスモーカー定義：

- ・現在喫煙をしていない大学生

インタビューフロー（スモーカー用）

1) プリーフィング（30分）

インタビューの目的と流れの確認

2) インタビュー（60分）

時間	インタビュー	ポイント
00' 05	自己紹介 & ウォーミングアップ * 名前、家族構成、簡単な住所、学年、高校時代について * 雑誌、新聞、TV、ラジオ、インターネット接触 * 最近気になること何でも	・対象がリラックスする雰囲気を作る
05' 15	大学生生活に関して * 入学前に持っていた、大学生活のイメージ * それに対して、現実はどうか * 大学生生活への満足度 * 大学生生活の満足度が高い（低い）人の特徴 * 大学への満足度 * 交友関係・友人関係形成の場 * 自分の居場所（学校、部・サークル、アルバイト）	・大学生生活に対する Engagement の程度を知る（無気力？積極的？） ・大学生生活に対するイメージは、何とリンクしているのか？ドラマ？先輩？雑誌？ ・どのような大学生生活を送っているのか？そのような生活をするようになった時期ときっかけ
15' 30	たばこに関して * 家族や友人の喫煙状況 * これまでの喫煙状況 * 何がきっかけでたばこを吸い始めたのか * 実際に吸ってみた感想 * 吸った後、どうしたのか？ * たばこを吸うことに関して、周りからの反応 * たばこを吸う/吸わないことに対する周りの目（感じ方） * 喫煙をする大学生の、一般的なイメージ * 喫煙をしない大学生の、一般的なイメージ * たばこに関して知っていること何でも	・たばこを吸い始めた経緯を詳しく ・高校卒業まで吸わなかったのに、何がきっかけで吸ったのか？ ・吸わないことへのネガティブは何だったのか？ ・たばこを吸った後、誰に何を話したのか？それに対するリアクションは？
30' 45	たばこの広告に関して * たばこの広告に関して知っていること何でも （どこから知ったか。何を感じたか） * 広告は何を伝えようとしているか。自分はどう思うか * 広告のターゲットは誰か * たばこ広告に人（友人・（非）喫煙者・子ども）は影響	・たばこ広告に関する知識、イメージ、信頼度、など ・反たばこに関する知識、イメージ、信頼度、など

	<p>を受けていると思うか</p> <p>* 反たばこ/マナーに関して知っていること何でも</p>	
45- 55	<p><u>たばこ会社</u>に関して</p> <p>* たばこ会社に関して知っていること何でも</p> <p>* たばこ会社のイメージ</p>	<p>・ たばこ会社に関する知識、イメージ、信頼度、など</p>
55- 60	<p>フォローアップ</p> <p>* 大学生の分類分け</p> <p>* インタビューを通して思ったこと、感じたこと何でも</p>	<p>・ 聞き忘れがないか、再度確認する</p>

3) ディブリーフィング (30分)

インタビュー内容の検討

- ・ 今日の対象は、私達に何をシェアしてくれたか?
- ・ インタビューした対象から、何を学んだか?
- ・ どのような話が面白いと思ったか?
- ・ タバコを吸うことは、対象の生活にどのような影響を与えていると思うか? など

2. ノンスモーカー用

大学生のたばこに関するデプス（深層）インタビュー（ノンスモーカー）

<調査目的>

- ・大学生がたばこ、たばこ広告、たばこ会社に対して現在「感じていること」の探索
- ・大学生のセルフイメージ及びライフ・インサイトの探索

<日時>

- ・2008年12月12日（金）-12月23日（火）
- ・1回1時間（個別）

<場所>

- ・（株）McCann Healthcare Worldwide Japan のインタビュールーム@青山一丁目

<時間>

	ノンスモーカー・男性	ノンスモーカー・女性
12月12日（金）	11:00-12:00 17:00-18:00	13:00-14:00
12月13日（土）	17:30-18:30	
12月18日（木）	15:00-16:00	13:00-14:00 17:00-18:00
12月21日（日）	11:00-12:00 13:00-14:00	
12月23日（火）	15:00-16:00	

<対象条件>

リクルーティングの条件：

- ・ノンスモーカーであること
- ・首都圏（一都三県）の大学生であること
- ・大学偏差値で層別にリクルートすること
(60以上男3女1、50以上59以下男3女1、49以下男3女1)

スモーカー定義：

- ・現在喫煙をしており、高校卒業後、喫煙を初体験した大学生

ノンスモーカー定義：

- ・現在喫煙をしていない大学生

インタビューフロー（ノンスモーカー用）

1) プリーフィング (30分)

インタビューの目的と流れの確認

2) インタビュー (60分)

時間	インタビュー	ポイント
00-05	自己紹介 & ウォーミングアップ * 名前、家族構成、簡単な住所、学年、高校時代について * 雑誌、新聞、TV、ラジオ、インターネット接触 * 最近気になること何でも	・対象がリラックスする雰囲気を作る
05-15	大学生活に関して * 入学前に持っていた、大学生活のイメージ * それに対して、現実はどうか * 大学生活への満足度 * 大学生活の満足度が高い（低い）人の特徴 * 大学への満足度 * 交友関係・友人関係形成の場 * 自分の居場所（学校、部・サークル、アルバイト）	・大学生活に対する Engagement の程度を知る（無気力？積極的？） ・大学生活に対するイメージは、何とリンクしているのか？ドラマ？先輩？雑誌？ ・どのような大学生活を送っているのか？そのような生活をするようになった時期ときっかけ
15-30	たばこに関して * 過去の喫煙状況/家族や友人喫煙の状況 * 喫煙しない理由 * たばこを友人から勧められた時の対処 * たばこを吸う/吸わないことに対する周りの目（感じ方） * 喫煙をする大学生の、一般的なイメージ * 喫煙をしない大学生の、一般的なイメージ * たばこに関して知っていること何でも	・吸わない理由を詳しく ・吸わないことへのポジティブとネガティブは何か？ ・たばこを吸い始める学生に対してどう思うか？それに対するリアクションは？
30-45	たばこの広告に関して * たばこ広告に関する質問紙の反応傾向に基づき、インタビューを行う	・たばこ広告に関する知識、イメージ、信頼度、など ・反たばこに関する知識、イメージ、信頼度、など
45-55	たばこ会社に関して * たばこ会社に関する質問紙の反応傾向に基づき、インタビューを行う	・たばこ会社に関する知識、イメージ、信頼度、など
55-60	フォローアップ * 大学生の分類分け * インタビューを通して思ったこと、感じたこと何でも	・聞き忘れがないか、再度確認する

3) ディブリーフィング (30分)

インタビュー内容の検討

- ・ 今日の対象は、私達に何をシェアしてくれたか？
- ・ インタビューした対象から、何を学んだか？
- ・ どのような話が面白いと思ったか？
- ・ たばこ/たばこ会社/たばこ広告について、対象はどのようなユニークな考えを持っていたか など

身体活動推進のためのコミュニティワイドキャンペーンの有効性

研究代表者

山本 精一郎 国立がんセンターがん対策情報センターがん情報・統計部

研究分担者

岡 浩一朗 早稲田大学スポーツ科学学術院

研究協力者

柴田 愛 早稲田大学スポーツ科学学術院

A. はじめに

がん(悪性新生物)は我が国における死因の第 1 位であり、平成 19(2007)年度のがんによる死亡者数は 33 万 5000 人を超え、総死因の 30%を占めている¹⁾。また、2001 年度のがん罹患患者数は 56 万 9000 人にもものぼり、増加の一途をたどっている。部位別の罹患率は、男性では胃がんが最も多く、がん罹患全体の 22%を占め、次いで結腸がん 11%; 直腸と合わせた大腸は 18%で同順位)、肺がん(15%)の順であった。一方、女性では乳がんが 17%と最も多く、次いで、胃がん(15%)、結腸がん(12%)の順となっている(ただし、結腸がんと直腸がんを合わせた大腸がんは 18%で乳がんより多い)。年次推移に着目すると、胃がんは減少傾向であるのに対し、大腸(結腸・直腸)がんあるいは乳がんは著しく増加傾向にある²⁾。我が国におけるがん対策推進基本計画にもあるように、がん罹患率を低減させ、がん死亡率を減少させるためには、がん検診の受診率を向上させるとともに、効果的ながん予防法を国民に広く普及・啓発していく必要がある。

近年、国内外における研究の成果により、適度な身体活動の実施が、一部のがんの予防に有効であることが明らかになっている^{3,4)}。約 25%のがん(主に、大腸がん、乳がん、子宮体がん、食道がん、

腎臓がん)が身体活動の不足や肥満に起因する可能性があると言われており、特に中等度の強度以上の身体活動が大腸がんおよび乳がん(閉経女性)の発症に及ぼす予防効果は確実であると報告されている⁵⁾。わが国におけるこれらのがんの罹患数の増加傾向を考慮に入れると、身体活動の推進は公衆衛生上、非常に意義があると思われる。

身体活動の実施ががんを予防するメカニズムとしては、腸内通過時間の短縮(大腸がん)、炎症の抑制や免疫力の増強(すべてのがん)などの経路に加え、血中女性ホルモン濃度の減少(乳がん、子宮体がん)、インスリン抵抗性の改善(大腸がん、乳がん、すい臓がん)、アディポサイトカインの是正(大腸がん、乳房がん、食道がん)など、肥満の改善ががん予防に重要な役割を果たすことが知られている⁵⁾。

これまでの研究では、身体活動の量・強度が上がるほど、大腸がんおよび乳がんにおける予防効果が大きくなるという量反応関係が示されている⁶⁾。これらのことから、がん罹患や死亡リスクの低減に効果が期待される身体活動量として、米国がん協会(American Cancer Society)は、通常の日常生活活動に加えて少なくとも 30 分以上の中等度の強度から高強度の身体活動を週に 5 日以上実施することを推奨している⁷⁾。世界がん研究基金(World

Cancer Research Fund)・米国がん研究所 (American Institute for Cancer Research)が2007年11月に公表した「食品、栄養、運動とガン予防」報告においても、毎日少なくとも30分以上、中等度の強度の(速歩と同等レベルで)身体活動を実施することが勧められている⁹⁾。わが国では、国立がんセンターが、現状において推奨できるがん予防法の1つとして、「定期的な運動の継続(毎日60分程度の歩行、週1回程度は汗をかくような運動)」を挙げている。

このように、身体活動が大腸がんや乳がんの発症に対して予防効果があることは明らかである。にもかかわらず、その予防的役割に対する国民の認知度はかなり低いと言わざるを得ない。米国民1932人を対象にしたCoups⁹⁾らの研究では、身体活動による大腸がんリスク軽減を認知していた者は15%程度であることが報告されている。とくに、50歳以上であること、教育の程度が低いこと、推奨されている身体活動が分かりにくいと知っていること、身体活動やがんに関する情報に接する機会が少ないこと、がんに関する情報を希求しないこと、大腸がんの症状に関する知識が乏しいこと、不活動であることが、認知度の低さと関連していた。わが国における研究¹⁰⁾においても、定期的な運動の継続ががん予防法として推奨されていることに対する認知度は26%であると報告されている。Coupsらのように特定のがんを想定しているわけではないので、これらの研究間の数値を直接比較することはできないが、身体活動のがん罹患に及ぼす予防効果への認知度が低いことは明らかである。したがって、がん予防における身体活動の効果に対する気づきや理解を深めることは、身体活動に対する態度に変化を促し、身体活動実施への動機づけを高める重要な第一歩になる。そのため、がんに対する身体活動の予防効果への気づきを高める機会を増やす必要がある。

身体活動への気づきを高める効果的な介入として、マスメディアキャンペーンに加えて、自助グループやカウンセリング、教育、地域イベントなどを組

み合わせたコミュニティワイドキャンペーンが挙げられる。米国保健福祉省(U. S. Department of Health and Human Services)によるGuide to Community Preventive Services (Community Guide)¹¹⁾においても、身体活動実施に対する気づきや理解を深めるだけでなく、実際の身体活動を推進させるための効果的な介入方法の1つとして、コミュニティワイドキャンペーンが強く推奨されている。我が国においても、地域単位で国民の身体活動推進に向けた取り組みが必要であるという認識はあるものの、コミュニティワイドキャンペーンを実施し、その効果について検討している研究は皆無である。

本研究では、身体活動推進のためのコミュニティワイドキャンペーンおよびマスメディアキャンペーンの効果について検討した研究を系統的に収集し、対象、方法、結果の面から整理し、研究の質的評価を行うことによって、効果的なコミュニティワイドキャンペーンを実行していく上での手がかりを得ることを目的とした。

B. 方法

1. 論文の検索

本研究でレビューする論文は、PubMedを用いた検索によって収集した。検索語は、コミュニティワイドキャンペーンに関連するキーワード(“communitywide campaign”、“mass media campaign”、“community campaign”、“media campaign”、“national campaign”、“community-based intervention”、“community-based program”、“community-based project”、“social marketing”、“health communication”、“message”)、および身体活動に関連するキーワード(“health promotion”、“cardiovascular disease”、“chronic disease prevention”、“physical activity”、“exercise”、“walking”)を用いた。検索条件として、1)論文の使用言語は英語または日本語、2)出版年月日は、1970年1月1日から2008年12月14日、3)対象