

は「(5)コンセプト/メッセージの開発・評価」である。これは、禁煙・防煙を促すために、どのようなメッセージを伝えればよいかを検討し、評価するものである。今後は、本分担研究の結果を用いてメッセージを作成し、その評価を行っていく。

E. 結論

本分担研究では、男子大学生の喫煙行動に関する行動科学モデルを構築するため、男子大学生1,000人を対象にインターネット調査を行った。結果として、禁煙を促進する要因と阻害する要因が具体的に明らかになった。本研究班で取り組んでいる男子大学生を対象とする禁煙・防煙キャンペーンに向け、今後は、本分担研究の結果をもとにキャンペーンのコンセプト/メッセージを作成し、その評価を行う。

F. 健康危険情報

なし

G. 研究発表

1. 論文発表

- 1) 谷口千枝, 田中英夫. 事例で学ぶ 禁煙治療のためのカウンセリングテクニック. 看護の科学社. 東京. 2009.
- 2) Hara M, Tsugane S, Yamamoto S, et al. for the Japan Public Health Center-based Prospective Study Group. The risk of total cancer and lung cancer in Japanese smokers; with a special focus on the age when adolescents started smoking. J Epidemiol. released online February 6, 2010.
- 3) 片野田耕太. タバコと発がん. 成人病と生活習慣病. 39(9). 1015-1022.
- 4) Avila-Tang E, Apelberg BJ, Yamaguchi N, Katanoda K, Sobue T, Samet JM. Modelling the health benefits of smoking cessation in Japan. Tob Control. 18(1). 10-17. 2009.
- 5) 田中英夫, 谷口千枝. 喫煙依存. 診断と治療. 98 巻増巻号. 71-76. 2010.
- 6) 田中政宏, 田中英夫, 他. がん専門病院におけ

る禁煙支援クリニカルパスの実施. 厚生の指標. 56(15). 13-19. 2009.

- 7) 田中政宏, 谷中佳代, 田中英夫, 他. 医療機関職員の喫煙状況調査 全国がんセンターモデル調査. 公衆衛生. 73(2). 154-158. 2009.
 - 8) 田中英夫. 禁煙治療・指導. 治療学. 149(2). 115-118. 2009.
 - 9) 田中政宏, 田中英夫, 他. がん専門診療施設を利用した入院患者の満足度～平成19年度調査結果と6年間の変化の考察～. 全国自治体病院協議会雑誌. 48(1). 1-13. 2009.
 - 10) Hanioka T, Ojima M, Tanaka H, Naito M, Hamajima N, Matsuse R. Intensive smoking-cessation intervention in the dental setting. J Dent Res. 89(1). 66-70. 2010.
 - 11) Shitara K, Matsuo K, Hatooka S, Ura T, Takahari D, Yokota T, Abe T, Kawai H, Tajika M, Kodaira T, Shinoda M, Tajima K, Muro K, Tanaka H. Heavy smoking history interacts with chemoradiotherapy for esophageal cancer prognosis: A retrospective study. Cancer Sci. 101(4). 1001-1006. 2010.
 - 12) Tamura U, Tanaka T, Okamura T, Kadowaki T, Yamato H, Tanaka H, Nakamura M, Okayama A, Ueshima H, Yamagata Z; HIPOP-OHP research group. Changes in Weight, cardiovascular risk factors and estimated risk of coronary heart disease following smoking cessation in Japanese male workers: HIPOP-OHP study. J Atheroscler Thromb. 17(1). 12-20. 2010.
- ##### 2. 学会発表
- 1) 溝田友里, 石川善樹, 山本精一郎. 秋葉原における世界禁煙デーキャンペーンの効果測定に関する研究. 第68回日本公衆衛生学会総会 2009年10月. 奈良
 - 2) 山本精一郎, 溝田友里. ヘルスコミュニケーションの手法を用いたがん予防の試み. 第68回日本公衆衛生学会総会 2009年10月. 奈良

H.知的財産権の出願・登録状況(予定を含む)

1. 特許取得

なし

2. 実用新案登録

なし

3. その他

なし

厚生労働科学研究費補助金(がん臨床研究推進事業)

平成 21 年度 分担研究報告書

首都圏在住の男子大学生を対象とした禁煙キャンペーンのターゲット選定に関する研究

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

田中 英夫 愛知県がんセンター研究所・疫学予防部 部長

研究協力者

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

石川 善樹 株式会社 マッキャンヘルスケアワールドワイドジャパン

玉村 文平 株式会社 マッキャンヘルスケアワールドワイドジャパン

福吉 潤 株式会社 キャンサーズキャン

米倉 章夫 株式会社 キャンサーズキャン

研究要旨:

昨年度の検討から、禁煙・防煙を行うターゲットを大学生にすることが有用であることが分かったため、どのような方法で禁煙・防煙を行うことが大学生にとって効果的かを調べるために、大学生に対して意識調査を行った。その結果、男子大学生を価値観に基づき、「情報感度が高い」「流されやすい」「特徴のない」という3つのセグメントに分類することができた。それぞれのセグメントと就職活動に関する意識との関連を調べ、人数、喫煙割合、説得可能性の観点から評価を行った結果、禁煙キャンペーンの対象として、「特徴のない」セグメントを「就活不安セグメント」として、主なターゲットとすることが有用である可能性が示唆された。

A. 研究目的

わが国におけるこれまでのたばこ対策を振り返ると、高校卒業後 20 歳代前半にかけての年齢層は、介入対象の集団規模が大きいにも関わらず、たばこ対策の主要なターゲットになっておらず、介入が必要であることを昨年度報告した。

また、たばこ対策として、たばこ税の値上げなどを伴うマスメディアキャンペーンが有効であることが Center for Disease Control and Prevention (CDC) のレビューで示されている¹⁾。折しもわが国では、2010

年の 10 月からたばこの値上げが行われるが、これにあわせてマスメディアキャンペーンを行うことで、上記集団に対して、効果的・効率的にたばこ対策が推し進められる可能性がある。大学生に対し、どのようなキャンペーンが良いか十分に検討する必要がある。その候補として、昨年度行った調査から、大学生に対して「喫煙は就職に不利である」というメッセージが有効である可能性が示されているが、10 月はわが国ではまさに就職活動が始まる時期であり、その時期に大学生に対し、就職に絡めた禁煙キャンペーンを

行うことの効果を検討することは有用である。

ここで、健康分野の普及啓発における諸外国の歴史を振り返ると、1980年代初頭から半ばにおいては、ほとんどの健康に関連するマテリアル(しおり、パンフレット、冊子、ポスター、ラジオ、TVCM、等)は、特定集団に向けられたものではなく、一般集団全員に向けられ作成されたものであった。大量のマテリアル作成にはコストがかかるため、なるべく大多数の一般集団のニーズを踏まえた効果的なメッセージを作成することに多大な労が費やされたが、一般集団は同一・均質なものではなく、特徴のある集団に分類できること、またその集団ごとに効果的なメッセージが異なる可能性が指摘され始めた²⁾。

一方、広告やマーケティングなどビジネスの分野では、一般集団全員を対象に普及啓発を行うことの非効率性・非効果が認識され、一般集団を特徴のある集団に分類するセグメンテーションという考え方に基づき、これまで各種施策が行われてきた³⁾。

健康分野の普及啓発においては、セグメンテーションという考え方の適用が始まったのは比較的最近のことであり、これまで、禁煙^{4,5)}、飲酒⁶⁾、身体活動⁷⁻¹⁰⁾、食生活^{11,12)}、大腸がん検診¹³⁾、前立腺がん検診¹⁴⁾、AIDS 予防行動¹⁵⁾などの分野について試行的に研究が行われてきた。

しかしながら禁煙分野に関しては、これまで行われた研究の対象者は青少年が中心であり^{6,7)}、大学生を対象としたターゲット選定に関する調査は、私たちの知る限り報告されていない。

そこで本研究では、限られた介入リソースの中で、禁煙キャンペーンの効果と効率を最大化することを狙いとし、特に男子大学生の中からターゲット集団を明確化することを目的とした。

B. 研究方法

1) 調査対象および手続き

主に首都圏在住の男子大学生を対象とした。調査の手続きは、専門のインターネット調査会社に登録されているモニターに対し、対象者の性、喫煙状況をも

とにサンプリングを行い、2009年9月に研究への参加を依頼した。その結果、依頼に応じた回答者1000名を本研究の対象とした。モニターの登録条件は、アンケートに協力できる日本国内在住の満15歳以上の男女であり、本人の自由意思により登録を行う。調査への協力依頼およびアンケートへの回答は電子メールやwebを通して行われるため、メールアドレスの取得やインターネットリテラシーが必須となる。なお本研究では、喫煙者の禁煙および非喫煙者の防煙を目的としたため、非喫煙者に関しては、研究参加を依頼する際、「今後5年以内にたばこを吸わない自信」についても尋ね、これまでに喫煙経験がなく、かつ今後5年以内にたばこを吸わない自信が80%以上ある者は対象から除外した。また、インターネット上のシステムにより、二重回答が確認され、二重回答が疑われる者は対象者から除外される。調査対象の属性を、表1に示した。

2) 測定項目

個人属性、喫煙状況、禁煙をするきっかけ、就職活動に関する意識、価値観、雑誌接触状況とした。なお、質問項目の策定にあたっては、本研究班のマーケティングや保健医療の専門家4名によって検討を行った。

3) データ解析

大学生の価値観に関する質問項目は、スクリープロットや仮定した概念を考慮しながら、各項目の因子負荷量が0.40以上かつ他の因子に0.35以上を示す値がないことを基準に、項目選択を行った。

次に、抽出された因子に対する反応傾向に基づきクラスター分析を行い、3つのセグメントを析出した。

最後に、析出されたセグメントの中で、禁煙キャンペーンにおけるターゲット集団を明確化するために、各セグメントの人数、喫煙割合、説得可能性の3変数の関数を用いて、キャンペーンによる期待効果を導出した。

表1. 個人属性

	n	%
人数	1000	100.0
年齢		
18	28	2.8
19	71	7.1
20	167	16.7
21	252	25.2
22	289	28.9
23	90	9.0
24以上	103	10.3
学年		
大学1年生	97	9.7
大学2年生	194	19.4
大学3年生	250	25.0
大学4年生	459	45.9
喫煙状況		
現在タバコを吸う習慣がある	428	42.8
過去にはタバコを吸っていたが(生涯100本以上)、現在は吸っていない	72	7.2
過去にはタバコを吸ったことがあるが(生涯100本未満)、現在は吸っていない	223	22.3
これまでタバコを吸ったことはないが、今後吸うかもしれない	46	4.6
これまでタバコを吸ったことはないが、今後也多分吸わないだろう	231	23.1
これまでタバコを吸ったことがないし、今後も絶対吸わないつもりだ	0	0.0
大学での専攻		
理系	423	42.3
文系	577	57.7
大学の主観的偏差値		
上	195	19.5
中の上	271	27.1
中	235	23.5
中の下	115	11.5
下	83	8.3
答えたくない	101	10.1
居住地域		
首都圏	926	92.6
その他	74	7.4
居住形態		
一人暮らし	440	44.0
その他	560	56.0

C. 研究結果

1) 男子大学生の価値観の因子分析

男子大学生の価値観の因子分析の結果、最終的に4因子34項目が選出された(表2)。

34項目との関連から、4因子が意味するところを推測し、その後の解析のために因子のイメージがわかりやすいようにそれぞれを、「成功志向因子」、「ムードメーカー因子」、「ミーハー因子」、「不完全燃焼因子」という表現で代表させることとした。

各因子の信頼性について、内的整合性の検討を行うためにα係数を算出した結果、成功因子についてはα=0.865、ムードメーカー因子についてはα=0.787、ミーハー因子についてはα=0.765、不完全燃焼因子についてはα=0.668と、一定程度の高い値を示した。

表2. 価値観の因子分析結果

	因子			
	成功志向	ムードメーカー	ミーハー	不完全燃焼
礼儀は大切だと思う	.713	.138	-.094	.219
自分なりのスタイルを極めたい	.659	.151	.074	.115
特技や、自分にしかできないことを持ちたい	.636	-.046	.040	.027
もっと自分を磨きたい、成長したい	.616	.016	.098	.066
他人より成功したい	.599	.093	.207	-.053
流行のものより、自分のこだわりでモノを選びたい	.595	.178	.005	.170
必要な情報は自分自身で手に入れることが多い	.558	.113	.099	.127
将来は「勝ち組」になりたい	.555	.053	.236	.005
どちらかと言えば、もっと異性にモテたい	.504	.083	.199	.092
その場の空気や雰囲気を読むことを心がけている	.488	.153	.038	.129
新しいことを常に追い求めていきたい	.485	.202	.164	.048
何でも話せる仲の良い友達がいる	.473	.349	.098	-.058
デートの時、服に迷ったら優先するのは「自分の好み」	.433	.179	.057	.108
人づきあいがうまい方だと思う	.080	.599	.091	-.195
初対面の人でもすぐに仲よくなれる	.155	.563	.059	-.125
グループの中ではリーダー役を務めることが多い	.082	.536	.029	-.032
やる気のない人のやる気を上げることが多い	.127	.530	.256	.012
人から相談されることが多い	.183	.518	.137	.008
どちらかというと自分はヒーロータイプ	.026	.480	.247	.062
自分はインドア派よりもアウトドア派だと思う	.149	.443	.205	.000
自分はポジティブ思考な方である	.225	.438	.125	-.143
キツイ体育会系が自分には似合う	.045	.411	.212	.085
ブームや流行に敏感な方だ	.087	.303	.674	.067
テレビや雑誌等によるランキングを気にする方だ	.065	.158	.631	.148
情報を人より早く手に入れるように心がけている	.227	.277	.497	.009
友人が話題にしているモノ、コトは気になる	.292	.112	.459	.092
服のブランドにはこだわる方だ	.046	.270	.451	.112
口コミでよさそうなものを入れる方だ	.214	.184	.414	.115
自分には自信が持てない	.212	-.147	.013	.595
やる気がないわけじゃないが、打ち込めるものが無い	.054	-.070	.103	.546
人と競い合うことが嫌いだ	.028	.030	-.034	.473
他のグループと交流したいが、今さらできない	.168	-.145	.068	.462
周りの人たちが輝いて見える	.164	.054	.095	.437
友達とのぶつかり合いはめんどくさいので人と交わらない	-.006	-.002	.153	.401

2) 男子大学生の価値観に基づくクラスター分析

抽出された各因子の因子得点に基づきクラスター分析を行い、結果として特徴のないセグメント、情報感度が高いと考えられるセグメント、流されやすいと考えられるセグメントの3つのセグメントが析出された(図1)。それぞれのセグメントと就職活動に対する意識との関連を見ると、特徴のないセグメントが最も就職活動を最も心配・不安に感じており、情報感度が高いセグメントが就職活動を成功する自信が最も

高く、流されやすいと考えられるセグメントが就職活動に対する心配や不安が最も低く、友人と就職活動に関する話を行っていない傾向があった(表3)。これらから、今後の解析においてそれぞれのセグメントのイメージがわかりやすいように、特徴のないセグメントを「就活不安セグメント」、情報感度が高いセグメントを「就活自信セグメント」、流されやすいと考えられるセグメントを就活無気力セグメントと呼ぶこととした。

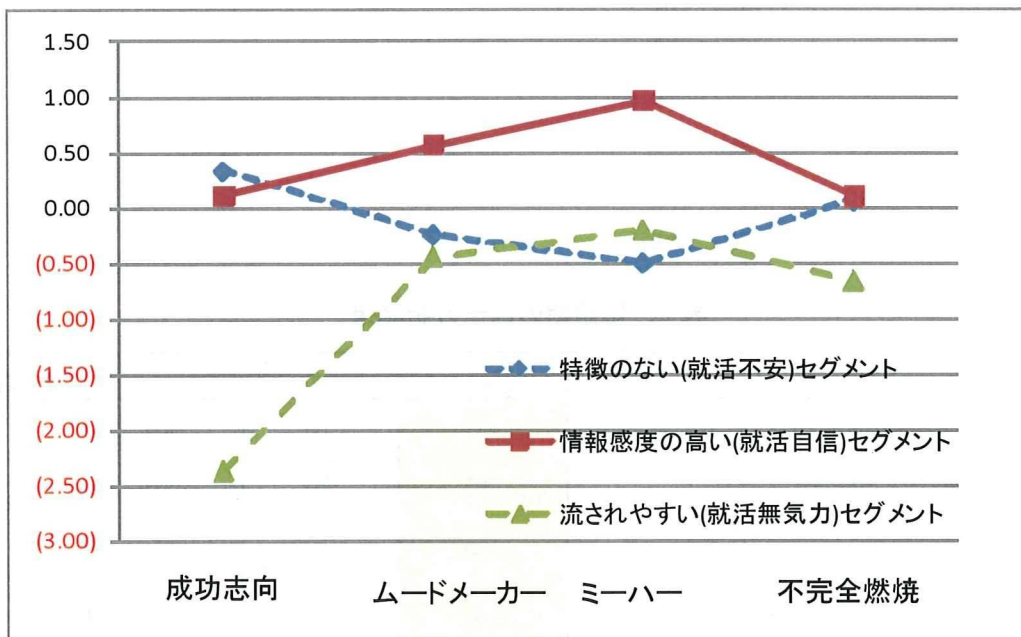


図1. クラスター分析結果

表 3. セグメント毎の就職活動に対する意識

	特徴のない (就活不安) セグメント (n=578)		情報感度の高い (就活自信) セグメント (n=326)		流されやすい (就活無気力) セグメント (n=96)	
	mean*	SD	mean*	SD	mean*	SD
就職活動を心配・不安に思っている (いた)	4.30	1.12	4.10	1.11	3.10	0.81
友達と就職活動に関する話をする (していた)	4.02	1.17	4.08	1.09	3.03	0.76
就職活動を成功させる自信がある (あった)	2.97	1.19	3.49	1.20	2.85	0.62
就職活動に関する情報を集める自信がある (あった)	2.84	1.15	3.48	1.16	2.81	0.73
た)	3.07	1.28	3.31	1.18	2.84	0.65

*5件法 (1: そう思わない~5: そう思う)

表 4. 禁煙キャンペーンによる期待効果

	人数	喫煙割合	説得可能性 ^{*1}	期待効果 ^{*2}
就活不安 セグメント	578	35.3%	58.1%	118.5
就活自信 セグメント	326	45.4%	52.1%	77.1
就活無気力 セグメント	96	79.2%	11.5%	8.7

*1 説得可能性は、「タバコを吸っていると就職に不利だと感じる」割合と定義した

*2 期待効果は、人数×喫煙率×説得可能性と定義した

3) 禁煙キャンペーンによる期待効果

関数 $F(\text{人数} \times \text{喫煙割合} \times \text{説得可能性})$ により、各セグメントにおける禁煙キャンペーンによる期待効果を算出し、表 4 に示した。

就活不安セグメントの期待効果は 118.5、就活自信セグメントの期待効果は 77.1、就活無気力セグメントの期待効果は 8.7、とそれぞれ算出され、就活不安セグメントの期待効果が最も高かった。

D. 考察

私たちが知りうる限り本研究は、大学生を対象とした禁煙キャンペーンのターゲット選定に関する初の調査である。

本研究の最大の特徴は、男子大学生を価値観に

基づき特徴のあるセグメントに分類し、それぞれのセグメントを人数、喫煙率、説得可能性の 3 つの観点から評価を行ったことにある。その結果、期待効果の異なる 3 つのセグメントが析出され、最終的に「就活不安セグメント」を、禁煙キャンペーンの主たるターゲットとすることが、最も効果的・効率的であることが示唆された。2 番目に期待効果の高い就活自信セグメントも情報感度が高いセグメントであり、キャンペーンに反応しやすいと考えられる。このようにターゲットを選定することで、より効果的な普及啓発資材の開発及びアプローチ方法の開発が可能となり、結果として禁煙キャンペーンの効果と効率の最大化が期待される。

また、本研究の第 2 の特徴として、就職活動という

文脈の中でターゲット選定を行っている点にある。現代におけるヘルスキャンペーンの妙は、競合する百花繚乱の情報に打ち勝ち、いかにメッセージをターゲットに届けるかにある¹⁶⁻¹⁹⁾。例えば、我が国においては、世の中に発信された情報量の99.2%は国民に届いていないことが報告されている²⁰⁾。そのような高度に情報化された社会背景の中で、確実にメッセージをターゲットに届けるためには、ターゲットが最も関心を持つ文脈の中で、適切なタイミングと場を選ぶ必要があると考えられる。言うまでもなく、就職活動は大学生にとっても最も関心が高い文脈の一つであり、一般的に大学生が就職活動を開始する時期にあわせてタイムリーなコミュニケーションを行うことで、メッセージに対する認知率が上がり、また禁煙に繋がる可能性も増大すると考えられる。

本調査にはその設計上、いくつかの限界がある。まず、第1に、本調査で採用したターゲット選定手法が、必ずしも妥当であるとは限らない点にある。セグメンテーションという考え方が、実際にヘルスキャンペーンに本格的に取り入れられ始めたのは、国際的にもここ10数年ほどであり、その歴史は始まったばかりである。従って、ヘルスキャンペーンのターゲット選定に関する標準化された手法は存在せず、未だ試行錯誤が続いていると言ってよい。そのため、最も妥当と考えられるターゲット選定手法について、今後更なる調査を行う必要がある。

第2に、本調査で用いた価値観に関する質問項目は、内的整合性は高かったものの、妥当性については検討を行っていないため、実際の価値観を反映しているかどうかは不明である。そのため、今後の調査において価値観の項目の妥当性の検証を行う必要がある。

第3に、本調査はネットを通じた調査であったため、セレクションバイアスの可能性がある。そのため、一般的な大学生を代表していない可能性がある。

第4に、期待効果を計算する際に用いた人数や喫煙割合は、対象者選択の際に性や喫煙有無を考慮してサンプリングしたため、実際の大学生の人数分布、喫煙割合とは異なる。また、関数 F は非常に単純で

あるため、期待効果は必ずしも正しいとは言えない。しかし、就活無気力セグメントは、圧倒的に期待効果が低かったため、他の計算法を用いても期待効果が最も低いと考えられ、期待効果の高かった二つのセグメントは、二つの中でどちらの期待効果が最も高くとも前述のように就職活動に関するキャンペーンには反応すると考えられる。

このように、本調査にはいくつかの限界があるものの、得られた結果は十分有用であると考えられる。今後は、より精緻な調査設計に基づく調査を実施していくことで、より汎用性の高いターゲット選定を行っていくことが重要と考えられる。

E. 結論

男子大学生を価値観に基づき特徴のある3つのセグメントに分類し、人数、喫煙割合、説得可能性の観点から評価を行った結果、禁煙キャンペーンの対象として、「就活不安セグメント」を主なターゲットとすることが有用である可能性が示唆された。

引用文献

- 1) Centers for Disease Control and Prevention (CDC). Guide to Community Preventive Services. (2008). <http://www.thecommunityguide.org/cancer/screening/default.htm>
- 2) Barbara K. Rimer and Matther W. Kreuter. Advancing Tailored Health Communication: A Persuasion and Message Effects Perspective. *Journal of Communication*. 2006;56;184-201.
- 3) Daniel Yankelovich. New Criteria for market Segmentation. *Harvard Business Review*. 2008 Nov. p.42-55.
- 4) Brian S. Flynn, John K. Worden, Janice Yanushka Bunn, Anne L. Dorwaldt, Scott W. Connolly and Takamaru Ashikage. Youth Audience Segmentation Strategies for Smoking Prevention Mass Media Campaigns Based on Message Appeal. *Health Education and Behavior*. 2007;34;578-593.
- 5) Pamela M. Ling, Torsten B. Neilands, Tung T. Nguyen and Celia Patricia Kaplan. Psychological Segments Based on Attitudes about Smoking and Lifestyle among Vietnamese-American Adolescents. *Journal of Adolescent Health*. 2007;41;51-60.
- 6) Howard B. Moss, Susan D. Kirby and Fred Donodeo. Characterizing and Reaching High-Risk Drinkers Using Audience Segmentation. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*. 2009;33;1336-1345.

- 7) Sarah E. Boslaugh, Matthew W. Kreuter, Robert A. Nicholson and Kimberly Naleid. Comparing demographic, health status and psychosocial strategies of audience segmentation to promote physical activity. *Health Education Research*. 2005;20;420-438.
- 8) Lisa K. Staten, Amanda S. Birnbaum, Jared B. Jobe and John P. Elder. A Typology of Middle School Girls: Audience Segmentation Related to Physical Activity. *Health Education and Behavior*. 2006;33;66-80.
- 9) Abby C. King, Bess Marcus, David Ahn, Andrea L. Dunn, W. Jack Rejeski, James F. Sallis and Mace Coday. Identifying Subgroups That Succeed or Fail With Three Levels of Physical Activity Intervention: The Activity Counseling Trial. *Health Psychology*. 2006;25;336-347.
- 10) Ericka L. Burroughs, Lara E. Peck, Patricia A. Sharpe, Michelle Granner, Carol A. Bryant, and Regina Fields. Using focus groups in the consumer research phase of a social marketing program to promote moderate-intensity physical activity and walking trail use in Sumter County, South Carolina. *Preventing Chronic Disease*. 2006;3;1-13
- 11) Jane Kolodinsky and Travis Reynolds. Segmentation of overweight Americans and opportunities for social marketing. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*. 2009;6;1-13.
- 12) Kay Loughrey, P. Peter Basiotis, Claire Zizza and Julia M. Dinkins. Profiles of Selected Target Audiences: Promoting the Dietary Guidelines for Americans. *Family Economics and Nutrition Review*. 2001;13;3-14.
- 13) Cheryl L. Holt^{1*}, Michele Shipp, Mohamad Eloubeidi, Kimberly S. Clay, Mary Ann Smith-Janas, Michael John Janas, Kristi Britt, Maria Norena and Mona N. Fouad. Use of focus group data to develop recommendations for demographically segmented colorectal cancer educational strategies. *Health Education Research*. 2009;24;876-889.
- 14) Pamela A. Williams-Piehot^{a*}, Lauren A. McCormack, Katherine Treiman and Carla M. Bann. Health information styles among participants in a prostate cancer screening informed decision-making intervention. *Health Education Research*. 2008;23;440-453.
- 15) Kristina D. Frankenberger and Ajay S. Sukhdial. Segmenting Teens for AIDS Preventive Behaviors with Implications for Marketing Communications. *Journal of Public Policy and Marketing*. 1994;13;133-150.
- 16) Shelly Rodgers, Qimei Chen, Margaret Duff and Kenneth Fleming. Media Usage as Health Segmentation Variables. *Journal of Health Communication*. 2008;12;105-119.
- 17) Edward W. Maibach, Deanne Weber, Holly Masseit, Gregory R. Hancock and Smani Price. Understanding Consumers' Health Information Preferences: Development and Validation of a Brief Screening Instrument. *Journal of Health Communication*. 2008;11;717-736.
- 18) Edward Maibach, Andrew Maxfield, Kelly Landin and Michael Slater. Translating Health Psychology into Effective Health Communication. The American Healthstyles Audience Segmentation Project. *Journal of Health Psychology*. 1996;1;261-277.
- 19) Whitney Randolph and K. Viswanath. Lessons Learned from Public Health Mass Media Campaigns: Marketing Health in a Crowded Media World. 2004;25;419-437.
- 20) 総務省. 平成18年情報流通センサス報告書.

F. 健康危険情報

なし

G. 研究発表

1. 論文発表

- 1) 谷口千枝. 田中英夫. 事例で学ぶ 禁煙治療のためのカウンセリングテクニック. 看護の科学社. 東京. 2009.
- 2) Hara M, Tsugane S, Yamamoto S, et al. for the Japan Public Health Center-based Prospective Study Group. The risk of total cancer and lung cancer in Japanese smokers; with a special focus on the age when adolescents started smoking. *J Epidemiol*. released online February 6, 2010.
- 3) 片野田耕太. タバコと発がん. 成人病と生活習慣病. 39(9). 1015-1022.
- 4) Avila-Tang E, Apelberg BJ, Yamaguchi N, Katanoda K, Sobue T, Samet JM. Modelling the health benefits of smoking cessation in Japan. *Tob Control*. 18(1). 10-17. 2009.
- 5) 田中英夫, 谷口千枝. 喫煙依存. 診断と治療. 98 巻増巻号. 71-76. 2010.
- 6) 田中政宏, 田中英夫, 他. がん専門病院における禁煙支援クリニカルパスの実施. 厚生 の 指標. 56(15). 13-19. 2009.
- 7) 田中政宏, 谷中佳代, 田中英夫, 他. 医療機関職員の喫煙状況調査 全国がんセンターモデル調査. 公衆衛生. 73(2). 154-158. 2009.
- 8) 田中英夫. 禁煙治療・指導. 治療学. 149(2).

115-118. 2009.

3. その他: なし

- 9) 田中政宏, 田中英夫, 他. がん専門診療施設を利用した入院患者の満足度～平成 19 年度調査結果と6年間の変化の考察～. 全国自治体病院協議会雑誌. 48(1). 1-13. 2009.
- 10) Hanioka T, Ojima M, Tanaka H, Naito M, Hamajima N, Matsuse R. Intensive smoking-cessation intervention in the dental setting. J Dent Res. 89(1). 66-70. 2010.
- 11) Shitara K, Matsuo K, Hatooka S, Ura T, Takahari D, Yokota T, Abe T, Kawai H, Tajika M, Kodaira T, Shinoda M, Tajima K, Muro K, Tanaka H. Heavy smoking history interacts with chemoradiotherapy for esophageal cancer prognosis: A retrospective study. Cancer Sci. 101(4). 1001-1006 . 2010.
- 12) Tamura U, Tanaka T, Okamura T, Kadowaki T, Yamato H, Tanaka H, Nakamura M, Okayama A, Ueshima H, Yamagata Z; HIPOP-OHP research group. Changes in Weight, cardiovascular risk factors and estimated risk of coronary heart disease following smoking cessation in Japanese male workers: HIPOP-OHP study. J Atheroscler Thromb. 17(1). 12-20. 2010.

2. 学会発表

- 1) 溝田友里, 石川善樹, 山本精一郎. 秋葉原における世界禁煙デーキャンペーンの効果測定に関する研究. 第 68 回日本公衆衛生学会総会 2009 年 10 月. 奈良
- 2) 山本精一郎, 溝田友里. ヘルスコミュニケーションの手法を用いたがん予防の試み. 第 68 回日本公衆衛生学会総会 2009 年 10 月. 奈良

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

厚生労働科学研究費補助金(がん臨床研究推進事業)

平成 21 年度 分担研究報告書

首都圏在住の男子大学生を対象とした禁煙キャンペーンのコンセプト評価に関する研究

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

田中 英夫 愛知県がんセンター研究所・疫学予防部 部長

研究協力者

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

石川 善樹 株式会社 マツキャンヘルスケアワールドワイドジャパン

玉村 文平 株式会社 マツキャンヘルスケアワールドワイドジャパン

福吉 潤 株式会社 キャンサースキャン

増田 英明 株式会社電通パブリックリレーションズ

米倉 章夫 株式会社 キャンサースキャン

研究要旨：

昨年度策定した全体計画に沿って、今年度は「禁煙・防煙」の普及方法を検討した。本報告では、大学生に対する調査より構築した禁煙・喫煙の行動科学モデルとセグメンテーション調査の結果に基づき、コンセプトの開発と評価を行った。開発した多くのコンセプトから選択した 13 個のコンセプトを喫煙者・非喫煙者合計 14 人の大学生に評価してもらい、その結果をもとに最も大学生に対し禁煙行動を促しそうなものを決定した。その結果、特に男子大学生に対して、禁煙と就職活動を関連付けたコンセプトがもっとも有用であることが分かった。今後はこのコンセプトをコミュニケーションの中心に据え、具体的な普及のための戦略・資材を開発していく予定である。

A. 背景

がん予防に関して、いくつか十分なエビデンスのある生活習慣などがわかっているものの、必ずしも広く実践されているわけではない。そこで、本研究班では、エビデンスプラクティスギャップを埋めるため、がん予防の普及ステップを、準備段階(予防要因、予防方法、普及方法の特定)、普及、普及効果および普及方法の評価に細分化し、ヘルスコミュニケーションの方法論を用いて普及を進めること

としている(添付資料 1、上図)。

1 年目には研究の全体計画を策定し、それに基づいてがん予防要因、予防方法、普及方法の検討を行い、エビデンスのある予防要因を「禁煙・防煙」「野菜・果物の摂取量増加」「身体活動の増加」とした。「禁煙・防煙」に関して、公衆衛生的インパクト、アプローチのし易さ、介入のし易さ、社会的意義などを考慮し、対象を大学生とした。文献を検討したところ、大学生に対してはエビデンスのある予

防方法がなかったが、エビデンスのある普及方法として「メディアミックスキャンペーン」が挙げられたため、メディアミックスキャンペーンという普及方法を用いる中で実現可能な予防方法を検討していくこととした。

本研究班では、米国で発展し広く用いられているヘルスコミュニケーションの理論に従い、ソーシャルマーケティングの手法に則った手順を踏んで普及方法を検討している(添付資料 1、下図)。本年度は、大学生のセグメンテーションと行動科学モデルを構築し(別途報告)、それに基づいてコンセプトの開発と評価を行った。

B. 研究目的

本報告では、これまでの調査結果に基づき、複数のコンセプトを作成し、作成したコンセプトを大学生に評価してもらい、今後のクリエイティブ開発へのインプットを得ることを目的とする。

C. 研究方法

1)コンセプトの作成

コンセプトとは、今後の禁煙・防煙介入戦略策定のためのメッセージである。作成には実際に商品広告や CM の作成などで用いられている方法を活用する。具体的には、これまでの調査で作成した喫煙・禁煙の行動科学モデルに基づき、行動に影響する要因からターゲットのインサイト(深層心理)を導き出し、それに訴えるようなメッセージを、「消費者の目的(Accepted Consumer Belief, ACB)」、「便益(Benefit)」、「根拠(Reason to Believe)」の3つの要素で構成するものである(添付資料 2 参照)。

2)コンセプト評価

①対象者

首都圏(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県)の大学生喫煙者・非喫煙者計 14 名を対象とした。(調査対象者の内訳は以下の表参照)。喫煙者の規準として、現在習慣的に喫煙している大学 3 年生とした。非喫煙者の規準として、現在喫煙をしていない

大学 3 年生であり、かつ、「今後たばこを吸う予定はありますか?」という質問に対し、「1. 吸ったことがないが、今後は吸うかもしれない」、「2. 吸ったことがないし、今後もたぶん吸わない」、「3. 吸ったことはないし、今後も絶対吸わない」の回答候補を提示した上で、3に回答しない者とした。

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。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ンタビュー調査」と言う調査のテーマでリクルーティングを行い、研究目的や調査の内容を書面にて説明し、調査の参加に同意を得た。

表 調査対象者

	喫煙者		非喫煙者	
	グループ 1	グループ 2	グループ 3	グループ 4
大学 3 年生	男 2 名	女 4 名	男 4 名	女 4 名

②調査期間

インタビュー調査は 2009 年 10 月 8 日～11 日に実施した。

③調査項目

調査項目は、「首都圏在住の男子大学生を対象とした禁煙キャンペーンのターゲット選定に関する研究」に基づき開発された複数のコンセプト案に対する調査対象者の反応(コンセプトの理解度 comprehension、目新しさ distinctiveness、自分への関連性 relevancy、禁煙意志の有無、等)であった。調査項目の詳細はインタビューフロー(添付資料 3)に示した。

④インタビュー方法

インタビューは、調査員がインタビューを用いた半構造化面接を行った。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行い、時間は1グループ約 120 分であった。インタビューの冒頭に置いて、改めて、調査の妥当性をそこ合わないことに留意しながら調査の趣旨説明を行い、プライバシー保護

への配慮などについて口頭で説明し、調査への協力をもちて同意とした。

④データ解析

調査員がテキストとなったインタビューデータを、研究事務局に非連結化し、面接に参加した研究者・調査者を中心に、インタビューデータの解析を行った。解析により導き出された対象者のコンセプト案に対する反応等に基づき、最終的に禁煙普及啓発に用いるコンセプト案と位置付けた。

C. 結果

行動科学モデルで喫煙・禁煙行動に影響を及ぼすことが分かっている行動制御要因ごとに、多くのコンセプトを作成し、評価対象として A~M の合計 13 個のコンセプトを選択した。これらのコンセプト案をそれぞれ喫煙者・非喫煙者に示し、評価してもらった。結果のコメントをコンセプト案とともに順に示す。

A 案 タバコ会社

タバコ会社はタバコを作って売ってただけでしょ。タバコ会社のことを知ったからって禁煙しないと思う。むしろタバコ会社って、マナー広告とかやってるし、喫煙者のこととか環境のこと考えてると思う。そもそも、自分で好き好んで吸ってるタバコに余計な口を出さないでほしい、周りに迷惑かけないように吸ってるし。

あなたがタバコを吸わないことで、幸せを感じてる人が周りにたくさんいます。なぜなら、あなたにずっと健康でいてほしいと願っているから。

あなたに喫煙し続けて欲しいと思っているのは、唯一、タバコ会社だけです。誰のためにタバコを吸っているのか、今まで真剣に考えたことありますか？

ベンゼン、ヒ素、シアン化物は全て毒です。これらは全てタバコの煙に含まれていることが分かっています。喫煙するっていうことは、口からこれらの毒を入れるってことです。タバコ会社JTはタバコに含まれているこういった有害物質の詳細を公に公表していません。さらに喫煙の直接的な健康被害を否定し続けています。そして、JTは現在世界各地でタバコの販売をどんどん拡大しています。

人の体に害がある商品を平然と売り続けられる会社のことをあなたはどう思いますか？ そういう会社からタバコを買って吸うことで、あなたは本当に幸せになれていますか？ あなたは周りの人を幸せにできていますか？

“イメージは特にないですね(喫煙者男子)”

“新商品が出てても CM はしないし、マナー広告をやっているイメージぐらいですかね(喫煙者男子)”

“環境のこととか考えているし、悪いイメージはないですね(喫煙者男子)”

“タバコを吸うのを選んでるのは自分だし、JT は別に悪くないと思う。(喫煙者男子)”

B 案 統制可能感(禁煙しようと思えば何とかなる)

もしタバコを吸うようになって、やめようと思ったらいつでも止めることができる。だから、いたずらに心やでき心で、タバコを吸っても特に問題はない。喫煙でがんになるのは、ずっと先の話だし、自分で吸いたくて吸うわけでもないから、本数や回数もコントロールできる。いざ禁煙！となったら、“何とかなる”。

一度でもタバコを吸わなければ、あなたがニコチン依存症になるリスクはゼロです。がんのリスクをゼロにすることはできませんが、ニコチン依存症になるリスクをゼロにすることはできます。

ちょっとしたきっかけで吸い始めたタバコを止めるのは、実はとっても大変。喫煙に関する調査によると、大学で喫煙を開始した人の30%はニコチン依存症に苦しんでいます。そのうち30%が喫煙と禁煙を繰り返しています。喫煙がなくなれば、がん死亡率が30%低減することも報告されています。

“タバコの依存メカニズムが薬物と同じって言うのは知らなかった(非喫煙者男子)”

C 案 不利益(ストレスの原因はタバコ)

タバコを吸うことでストレス、イライラが解消される、と思いませんか？

実は、タバコをやめることでこそ、ストレス、イライラが解消ができるのです。

喫煙者のストレス、イライラはニコチン不足によるものです。「イライラするのでタバコを吸ったら落ち着いた」というのは、実は、足りなくなったニコチンを補充して、満足感を感じているだけなのです。つまり、喫煙者は、タバコを吸うことで、わざわざ自分でストレスをつくっている、ということです。

実は、タバコを吸うことで解消できるストレスは、タバコが作ったストレスだけなのです。

“「タバコを吸うことで、わざわざ自分でストレスを作っている」っていうの知らなかった。(喫煙者男子)”

“「タバコを吸うことで解消されるストレスはタバコが作ったストレス」が何となく理解できる気がする。(非喫煙者男子)”

D 案 不利益(勝ち組負け組)

タバコを吸うと健康に悪い、肩身が狭い、見て目もよくない、経済的に負担ということも知っているし、自分にもあてはまるけど、いますぐその大きな不利益が自分にふりかかるわけではない、と思っている。だからいま禁煙する必要はないって思いませんか？

これからの格差社会はそんなに甘くはありません。社会は二層化します。あなたが禁煙すると、勝ち組になる確率が増えます。

喫煙者の平均年収は非喫煙者の平均年収よりかなり低いです。喫煙者はブルーワーカーに多く、若い管理職には非喫煙者が多い。これらは原因か結果かはわかりませんが、事実こうなっています。

あなたが勝とうが負けようが他の人は気にしません。自分で何とかしないとどうしようもありませんよ。何とかしたいなら仕事を探す前に(始める前に)にすることです。

“タバコが格差社会を作ってるわけじゃないと思うし、禁煙すると勝ち組にもなれるっていうのも・・・。(喫煙者男子)”

煙者男子)”

“タバコを吸っているとブルーワーカーになるかどうかなんてわからないと思いますけど(喫煙者男子)”

E 案 (重大性)

就職活動では、自分にマイナスになる要因はできるだけ排除したい。て言ってもいったどこを見られているかわかったもんじゃないし、身だしなみやふるまいには特に気をつけようと思う。でも、「喫煙は就職には関係ない。」そう思っていますか？

喫煙していると、あなたが「入りたい！」と希望する企業に就職できないかもしれません。喫煙は就職を不利にするのです。

採用担当者が、喫煙する大学生より禁煙者を採用すると回答しています。採用担当者は、あなたの気付かない所までしっかり見ているのです。

就職活動はあなたのこれからの関わるビッグイベント。この機会に、禁煙を始めてみませんか？

“希望する企業に就職できないかもしれませんって言われると、ちょっと考えますね…。(喫煙者男子)”

“「採用担当者が、喫煙する大学生より禁煙者を採用すると回答しています。」っていうデータがあるんだって驚きました。(非喫煙者男子)”

“「喫煙は就職には関係ないって思っていますか？」私は関係ないと思ってました…そうなんですか？(非喫煙者女子)”

F 案 受容(周りの影響)

もてたい、好かれたい
タバコの臭いのことを知っても、自分は違う、問題ないって思ってる

「タバコを吸っていると、女の子に対してマイナスからのスタートになっちゃうよ」

タバコ臭とおじさん臭は同じ(タバコを吸うとおじさんになっちゃう)
おじさん臭はいろんなものが混ざって何の臭いかわからない
たばこの臭いも混ざってる

相手の臭いを最初に意識するのは、
仲良くなりかけで座る距離が近くなったとき
いいにおいがするとうれしいし素敵要素が増えるけど、くさいと
「若くみえるけどやっぱり歳相応なんだなあ」
「身の回りのこと気遣わないのかな」って思う

“基本的に女の子の周りでは吸わないですね。やっぱり(タバコの)臭いとか気にするじゃないですか。(喫煙者男子)”

G 案 不利益(喫煙者のイメージ)

たばこを吸ったら街を汚したり部屋が汚れたりするのは知ってるけど、自分は捨てないし、部屋でも吸わないから大丈夫と思っていませんか？

あなたはそういう人と同一視されています。あなた自身が吸わなくても、あなたのイメージは喫煙者のイメージとして固定されています。あなたが自分のイメージを持つためには他のおじさん喫煙者と同一視されてはいけません

われわれの調査結果では、たばこを吸う男性のイメージは臭い、老けて見える、かっこ悪い、となっています。このイメージから逃れるにはたばこをやめるしかないのです。

“（イメージが悪いのは）タバコだけが原因じゃないと思いますけど(喫煙者男子)”

H 案 不利益(支払った総額)

「今遊び半分でたばこを吸ったとしても、習慣になるとは限らないし、止めようと思えばいつでも止められる」
「たばこの害は知っているけれど、何十年も先のことだからピンとこない」

ニコチンには、ヘロイン、コカインなどの薬物に匹敵する中毒性がある。
今、たばこを吸い始めると、一生止められなくなる。

40歳以上の男性喫煙者の大部分が、20歳前後で喫煙を開始した。彼らの大部分が、吸い始めた頃はこんなに長く吸い続けるとは思っていなかった。

60才 男性 喫煙者
これまでに吸った本数、約600,000本、支払った総額8,000,000円。

“「吸い始めた頃はこんなに長く吸い続けるとは思ってなかった」っていうのは驚きですね。自分で吸い始めたのに(非喫煙者男子)”

“支払った総額が800万円っていうのは、意外に大したことないなって思いました。(非喫煙者男子)”

“たとえそれだけのお金を使ってタバコを吸ったとしてもそれは仕方ないかなって。だって自分で選んで吸ったことなんだしって思います。(喫煙者女子)”

I 案 受容(流される自分)

「まあ、いっか」って今まで何度も色んなことに妥協してきたと思う。
みんながタバコ吸っているから、先輩から勧められたから、
自分も吸ってもいいかなって思ったこともある。

「今日だけだし」って。

でも、そろそろそういう意志の弱さみたいなものは何かしなきゃって思う。
就活も始まるし、「周りに流されてる人」って社会じゃ認めてもらえない。
他人のせいにするのって、自分と真剣に向き合っていないことだよ。

「周りに流されてる自分」も「周りに流されない自分」もどっちもホントの自分。
でも、これからの自分は、「周りに流されない自分」の方が合ってると思う。

“意志の弱さって今の自分にもあると思うし、なんか共感できる(非喫煙者男子)”

“「就活も始まるし、「周りに流されてる人」って社会じゃ認めてもらえない」はその通りだと思う。自分もしっかりしなきゃって。(喫煙者女子)”

“語りかけのトーンがちよっとわざとらしい。やらせっぽいし、あんまりタバコと関係ないメッセージな気がする(喫煙者女子)”

J 案 不利益(エコ)

ペットボトルをリサイクルしたり、スーパーにエコバッグを持っていったり
身近なところでちょっとしたエコを実践する機会が増えました。
でも、タバコを吸わないことも大切なエコの1つだってご存知でしたか？

日本中で1年間に出るタバコのごみは25mプール3000杯分にもなります。
その処理に伴って発生するCO₂の量は膨大です。

世界の先進国ではタバコを吸わないエコがもう始まっています。
日本でも始めませんか、タバコを吸わないエコ。

“「1年間に出るタバコのごみは25mプール3000杯です」っていうのが多いのか少ないのかよくわかりません。(喫煙者女子)”

K 案 不利益(お肌への影響)

見た目が気になるし、きれいでいたい、好かれないタバコが体に悪いことは知ってても、ガンなんて遠い話だし、
自分は違う、問題ないって思ってる。

健康への影響だけでなく、タバコを吸うと、見た目やイメージも悪くなってしまいます。

タバコを吸う女の人が好きという男の人もあるけど、やはり大半の人は、タバコを吸う女の人が好きじゃない。
短期間の喫煙でも、シワや肌荒れの原因となり、肌の老化を早めます。
また、男性の多くが「タバコを吸う女の人が好きじゃない」という調査データもあります。

これから、就職活動や社会人の仲間入りなど、新しい人と出会う機会がどんどん増えていきます。
現在の日本で、タバコを吸う女性に悪いイメージを持つ人が多いのは事実です。
新しい生活が始まる今、イメージで損をしたらもったいない。

“調査結果が気になりますね。具体的なデータの数値が見てみたいです。(喫煙者女子)”

“男性の多くが「タバコを吸う女の人が好きじゃない」というのが本当なんだって思いました。(喫煙者女子)”

L 案 受容

「あつ、タバコ吸ってたんだ」って言われたことがある。
ちょっと疲れたなって思うとき、気持ちが落ち着くから吸ってるだけなのに。
周りの人の目は気になるけど、タバコ吸うことってそんなに悪いこと？
って思ったことありませんか。

あなたがタバコを吸わないことで、幸せを感じてくれる人が周りにたくさんいます。
なぜなら、あなたにずっと健康でいてほしいと願っているから。
あなたが思っている以上に、あなたのことを大切に思っているのです。

その一本を吸う前に、ちょっとだけ思い起こしてみてください。
あなたの健康と、大切なあの人のこと。

“タバコを吸うことを肯定して認めてくれるのかと思ったら、結局後半で禁煙しろって言うので。好きじゃないですね。(喫煙者女子)”

“大切な人に言われたら禁煙するかもしれないです。私は彼氏に言われたら止めますけど。(喫煙者女子)”

M 案 不利益(妊娠)

妊娠がわかったら、胎児に正常な発育のために禁煙しなければならないことはよく知られています。でも本当は、妊娠してから禁煙を始めるのでは遅すぎるということをご存じでしたか？

20代での喫煙は不妊の原因になるだけでなく、将来妊娠した時に、つわり、子どもの流産や発達遅延、先天異常を引き起こす大きな要因となります。

タバコには4000種類以上の有害物質が含まれており、将来のあなたの赤ちゃんを危険にさらすのです。

“「妊娠してから禁煙を始めるのでは遅い」とか「将来への自分の赤ちゃんを危険にさらす」って言われると、吸わないでおこうって思いますね。(非喫煙者女子)

D. 考察

大学生の喫煙に対する考え方

昨年度の本研究室による調査で示唆された結果と同様、本研究に参加した大学生でも、喫煙行動に関して友人・部活・サークル・アルバイトなど、自分の周りの集団・環境の影響が大きいということが確認された。また、喫煙者は、タバコを他人とのコミュニケーションを円滑にするためのツールとして捉えている者が少なくなく、「タバコは会話の入口」と答える者もいた。また、通常喫煙者に加えて、オカージョナルスモーカー(occasional smoker)の存在も見逃せず、自分が置かれた環境次第で喫煙をする・しないの意志をコントロールできる例も散見された。

“周りが吸うと自分も本当に吸いたくなりますね。バイトとか、カラオケの時は周りがみんな吸うんで(喫煙者男子)”

“タバコは会話の入口ですかね。(喫煙者男子)”

“女の子との前では基本的にタバコ吸わないですね(喫煙者男子)”

大学生の禁煙に対する考え方

男性の場合は禁煙する時期を特に決めているわけではなく、漠然と「いつか」と考えている傾向に

ある。

一方、女性は結婚や妊娠をすれば絶対に禁煙しようと考えているので、逆に結婚や妊娠をするまでは禁煙をするつもりがない人がほとんどであった。これは、中学・高校における保健体育などの健康教育を受けた結果、喫煙がもたらす胎児への影響などについて知識を身につけているからであろう。

“結婚したら(タバコを)やめるかな。あと、妊娠したらかな(喫煙者女子)”

特に、女性に特徴的だったのは、喫煙する行為そのものが過去の友人関係などに紐付いていることが示唆され、喫煙する＝自自分のアイデンティティ、として感じているケースが複数見られた。

“中学校の時とか、自分の周りが吸ってる人がほとんどだったんで、それ以来ずっと(タバコを吸い続けている)(喫煙者女子)”

“最近タバコを吸える場所が減って肩身が狭いけど、(むしろ負けずに)吸う意思はありますね(喫煙者女子)”

本研究の対象者となった学生は、喫煙がもたらす健康被害に関する生理学的な知識や、肺がん以外に起こり得る具体的な疾患までは詳しく知らなかったものの、喫煙が総じて体に悪いと言うことはほぼ全員が知っていた。そのため、禁煙を促すメッセージの方向性として「喫煙は体に悪い」ということを今さら訴求しても、学生たちはその手のメッセージは聞き飽きたと考えており、全く心に響かないことが示唆された。

“タバコの害は言われ続けているし、もう今さら心に響きませんね。(喫煙者女子)”

“喫煙がお肌に悪いっていうのも聞いたことあるけど、別にとって感じです(タバコをやめるには至らない)(喫煙者女子)”

そのため、従来から訴求されている、喫煙と健康被害を結び付けた方法では、大学生の喫煙者に禁煙を促す可能性が低いと考えられる。

また、喫煙者は総じて「いつかは禁煙しなければいけないし、その時が来れば自分は禁煙が出来るし、何とかなる。」といった漠然とした自信を持っているが、具体的な禁煙の手段に関しては知らないことが多い。

“気合っすね。タバコやめるときは。もしやめるときは一気に止めるのかな(喫煙者男子)”

“一本ずつ減らしていけば、何とかやめれるかも(喫煙者男子)”

“彼氏に(禁煙しろと)言われたらやめるかも(喫煙者女子)”

就職活動に対する考え方

就職活動生(大学3年生、修士1年生)にとって、就職活動時期というのは彼・彼女らにとって人生の中でも最も重要なライフイベントであり、ほとんどの就職活動生が自分の大学生活を振り返り、今後の自分の進路や人生を真剣に考える時期と言える。学校での授業、部活やサークル、アルバイト経験から学んだことから、「自分はどんな仕事をしたいのか、仕事を通じて自分はどのように成長していきたいのか」を考え、自問自答と葛藤を繰り返しながら「自分」と真正面から真剣に向き合う時期が、就職活動の時期である。

昨今の経済不況を背景とした「就職氷河期」と言われる状況の中、学生は不安や焦燥感を切に感じ取っており、自分が希望する企業や職種に寄らず、一刻も早くどこからか1社でも内定をもらっておきたいという思いがあり、企業の業績や長期安定雇用を重視する安定志向、外部環境を見極めている慎重な姿勢が垣間見られた。

就職活動は何段階ものプロセスを経て進むが、学生は特に面接時の採用官の一挙手一投足に「漠然とした不安・恐怖」を感じ取っており、採用に関する明確な基準を知ることができない当の本人たちは、考えられ得るあらゆる不安要素を自分から排除したいと考えている。

“やっぱり気になりますね。面接官がどこを見てるんだらうって。(非喫煙者男子)”

そのため、就職活動に関する書籍やノウハウ本から対応策を熱心に研究し、鏡を見て自分の表情を整え、服装の細部に渡る所までチェックし、話し方、立ち振る舞い等に関する項目を自分は満たしているかどうかを確認し、面接に臨む。学生はこのようにして自分自身に不安要素が無いことを以て、「安心」を確かめる傾向にある。

禁煙を促す時期として最も説得可能性が高いのは就職活動時期の男子大学生

学生にとって「E案 就職活動時における禁煙のコンセプト」は斬新な切り口であり、初めは喫煙と就職活動が直接的に関連しているとは感じられなかったようだが、「喫煙が就職活動に影響するかもしれない」という意外なきっかけを与えることで、「いつか禁煙しよう」の「いつ」が、「目前の今」になる可能性があることが示唆された。他のコンセプトと比べても、インパクトがあり、対象者からの支持が最も得られた禁煙コンセプトである。

“ちょっと驚きましたね。喫煙と就職って関係あるんだって。(喫煙者男子)”

“希望する企業に就職できないかもしれませんって言われると、ちょっと考えますね…。(喫煙者男子)”

“「喫煙は就職には関係ないって思ってますか？」私は関係ないと思ってました…そうなんですか？(非喫煙者女子)”

今回のコンセプト調査では、就職活動時期における、特に男子大学生の禁煙の説得可能性が高いことが示唆された。特に就職活動に不安を感じている学生ほど、禁煙のインパクトは大きいことがセグメンテーション研究からも確認された。

一方、女子大学生(喫煙者)は、喫煙を止める時期を明言しており、就職活動時期に禁煙を促すコ

コミュニケーションは男子ほどは有効ではない可能性が示唆された。女性の場合、「結婚か妊娠」を機に禁煙をすると決めているために、それ以前に禁煙を促すと反発を買ってしまうことが対象者のコメントからも読み取れた。

“タバコをやめる時期は結婚か妊娠かな。それまでは禁煙しないと思う(喫煙者女子)”

“自分が否定された気持ちになると、むしろ吸ってやりたくなる(非喫煙者女子)”

就職活動時期のストレスコントロールとしての禁煙

就職活動と言う通常の生活よりも増してストレスが強くなる環境下であるが故に、学生は喫煙を開始してしまう、あるいは禁煙できず吸い続けてしまうということが考えられる。こういった学生に対しては、本研究の中で見られた「自分が知らない新しい情報に対しては素直に興味を示す」傾向を支援しながら、ストレスと喫煙・ニコチン依存の関係についての正しい情報・エビデンスを伝えることも有効であると考えられる。学生たちは、自分が知らない情報に関しては、素直に耳を傾ける傾向にあるので、「喫煙をするとストレスが開放されたり、イライラが落ち着くのは、体内のニコチンが足りなくなったのを補充しているから。タバコを吸うことで、わざわざ自分でストレスを作っているだけ」ということを自ら気づく機会を提供することは重要であると考えられる。

“(イライラの原因がタバコのニコチン切れだと知って)そうだったんですか？知らなかったです(喫煙者男子)”

“そういった知らない情報は有益だと思います(非喫煙者女子)”

それに加えて、企業の人事採用者はストレスに対してうまく対処できることが、昨今の就活生に求めている資質の一つであるとの調査もあり¹⁾、就職活動を機に、喫煙ではなく違ったストレスリリーフの

方法を啓発して行くことも重要な禁煙対策の一つとなるであろう。

禁煙を促す際のトーン&マナー

男子大学生、女子大学生ともに共通していたのは、押しつけがましく、決めつけで上から目線でモノを言われることに対する反発心を持つこと、「勝ち組負け組」と言った数年前に一世風靡した、競争意識を煽るような表現を嫌う傾向にあることが示唆された。一つの仮説であるが、「ゆとり世代」に特徴と言われる「のんびりしており、競争意識が薄い」ということに関連している可能性があり²⁾、何かを無理強いさせたりすることは逆効果である。従って、彼らの自尊心を傷つけないような表現方法を用いる必要がある。

“上から目線(のメッセージ)が気に入らない。ケンカ売ってるの？って思う(非喫煙者女子)”

“勝ち組とか負け組っていうのは好きじゃないですね(喫煙者男子)”

E. 結論

禁煙メッセージの方向性

自分自身が興味を示すことのみを受け入れる傾向にある大学生たちにとって、心に響くメッセージを伝えること、そして禁煙行動を促すことは決して容易なことではないが、自分の事として「禁煙すること」を受け入れられる唯一の機会が就職活動期とも言える。特に男子大学生に限って言えば、禁煙を促すには就職活動時期が最も説得可能性の高い時期であることが示唆された。「いつか禁煙しよう」と漠然と考えている彼らにとって、就職活動という人生の中でも最も重要なライフイベントを通じて、その遠い「いつか」が目の前の「今に」なることが示唆された。

従って、今後、特に男子大学生の喫煙者に禁煙を啓発していくに当たって、就職活動時期におけるコンセプトを今後コミュニケーションの中心に据えることが有益であると考えられる。

今後の展開

本研究で明らかになった、禁煙を促すために最も効果的なコンセプト、対象者へのトーン&マナーを基に、来年度以降はクリエイティブアイデアを開発し、実際に大学キャンパスにおいてトライアル調査を行う予定である。また、メディア媒体を組み合わせ、キャンパス内での禁煙キャンペーンと連動した形で効果的な啓発活動を実施していくことが望まれる。

引用文献

- 1) <http://research.rakuten.co.jp/report/20090209/>
- 2) <http://research.rakuten.co.jp/report/20091023/>

F. 健康危険情報

なし

G. 研究発表

1. 論文発表

- 1) 谷口千枝, 田中英夫. 事例で学ぶ 禁煙治療のためのカウンセリングテクニック. 看護の科学社. 東京. 2009.
- 2) Hara M, Tsugane S, Yamamoto S, et al. for the Japan Public Health Center-based Prospective Study Group. The risk of total cancer and lung cancer in Japanese smokers; with a special focus on the age when adolescents started smoking. J Epidemiol. released online February 6, 2010.
- 3) 片野田耕太. タバコと発がん. 成人病と生活習慣病. 39(9). 1015-1022.
- 4) Avila-Tang E, Apelberg BJ, Yamaguchi N, Katanoda K, Sobue T, Samet JM. Modelling the health benefits of smoking cessation in Japan. Tob Control. 18(1). 10-17. 2009.
- 5) 田中英夫, 谷口千枝. 喫煙依存. 診断と治療. 98 巻増巻号. 71-76. 2010.
- 6) 田中政宏, 田中英夫, 他. がん専門病院における禁煙支援クリニックの実施. 厚生労働省. 56(15). 13-19. 2009.
- 7) 田中政宏, 谷中佳代, 田中英夫, 他. 医療機関職員の喫煙状況調査 全国がんセンターモデル調査. 公衆衛生. 73(2). 154-158. 2009.
- 8) 田中英夫. 禁煙治療・指導. 治療学. 149(2). 115-118. 2009.
- 9) 田中政宏, 田中英夫, 他. がん専門診療施設を利用した入院患者の満足度～平成 19 年度調査結果と 6 年間の変化の考察～. 全国自治体病院協議会雑誌. 48(1). 1-13. 2009.
- 10) Hanioka T, Ojima M, Tanaka H, Naito M, Hamajima N, Matsuse R. Intensive smoking-cessation intervention in the dental setting. J Dent Res. 89(1). 66-70. 2010.
- 11) Shitara K, Matsuo K, Hatooka S, Ura T, Takahari D, Yokota T, Abe T, Kawai H, Tajika M, Kodaira T, Shinoda M, Tajima K, Muro K, Tanaka H. Heavy smoking history interacts with chemoradiotherapy for esophageal cancer prognosis: A retrospective study. Cancer Sci. 101(4). 1001-1006. 2010.
- 12) Tamura U, Tanaka T, Okamura T, Kadowaki T, Yamato H, Tanaka H, Nakamura M, Okayama A, Ueshima H, Yamagata Z; HIPOP-OHP research group. Changes in Weight, cardiovascular risk factors and estimated risk of coronary heart disease following smoking cessation in Japanese male workers: HIPOP-OHP study. J Atheroscler Thromb. 17(1). 12-20. 2010.

2. 学会発表

- 1) 溝田友里, 石川善樹, 山本精一郎. 秋葉原における世界禁煙デーキャンペーンの効果測定に関する研究. 第 68 回日本公衆衛生学会総会 2009 年 10 月. 奈良
- 2) 山本精一郎, 溝田友里. ヘルスコミュニケーションの手法を用いたがん予防の試み. 第 68 回日本公衆衛生学会総会 2009 年 10 月. 奈良

H.知的財産権の出願・登録状況(予定を含む)

1. 特許取得

なし

2. 実用新案登録

なし

3. その他

なし