



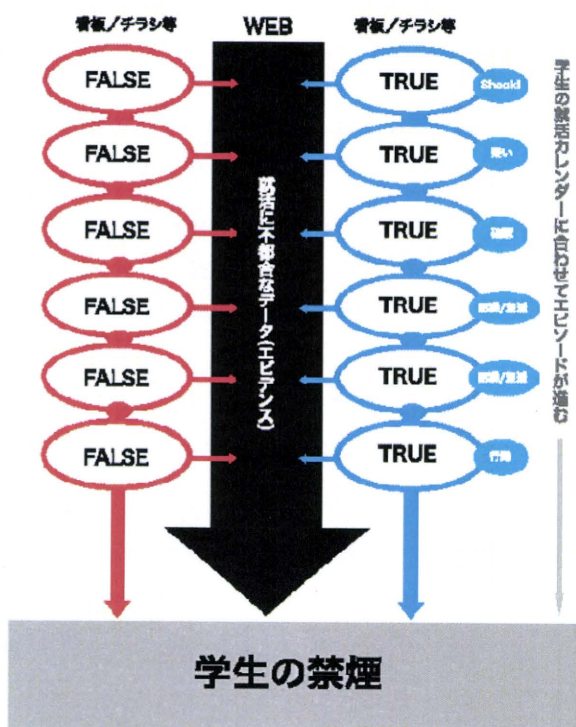
ウェブ 青の遷れ



インシチュエーション



キャンペーン骨格 : 情報に敏感な就活生に適切なデマと真実で働きふる



インシチュエーション



ポスター メインコピー



T&F 母子

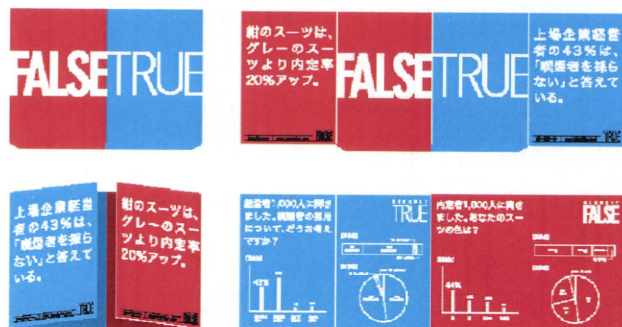
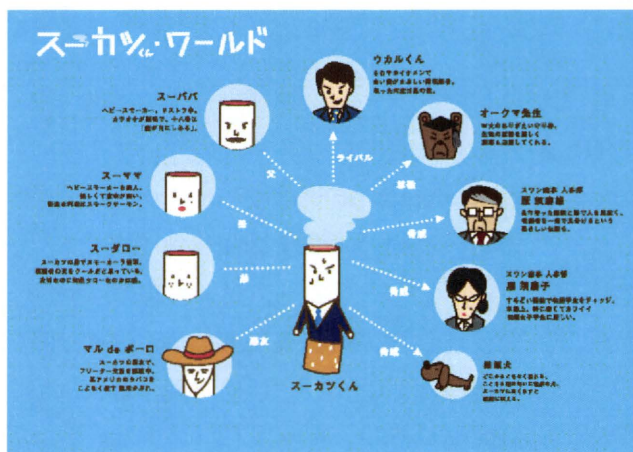
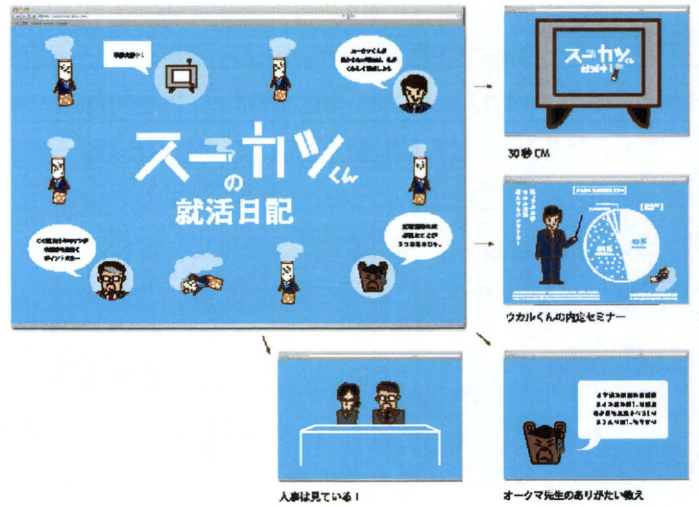


図2 クリエイティブ案『TRUE FALSE 就活のデマホント』



ウェブ



冊子



鉄経ステッカー



パフォーマンス / YouTube



図3 クリエイティブ案『スーカツくん就活中!』

2. 普及のための基本方針の策定

企業における商品を PR する際の基本である、「広告投下量を多くすると、認知度が上がる」×「認知度が上がると、買おうとする気持ちが強くなる」という関係に習い、「たばこを吸うと就職に不利」のコンセプトをメディアに載せて認知度を上げる」×「コンセプトを知ると、たばこを吸わない(禁煙・防煙)という気持ちが強くなる」という2つの柱を普及のための目標とし、その実現に向けた方策をとることとした。また、コンセプトを具体化していく際には、「たばこを吸うと就職できない」というような fear appeal ではなく、「就職活動を機に、自分の人生や社会に出ることを考えるのと同様に、たばこを吸うことについても考えてみよう」というメッセージとした。

3. 情報環境分析

普及方法の検討のため、対象となる大学生の情報環境分析を行った。情報環境分析には、就職活動中の大学3年生と就職活動後の4年生の男性喫煙者各4人の計8人を対象に個別面接を実施した。

就職活動の際の情報源は、リクナビ、マスカナビなどの就職情報サイト、みんなの就職活動日記などの掲示板、ブログ、ツイッター(Twitter)、新聞などが多くあげられた。エントリーシートの受付などをウェブサイト上で行う企業が多いため、インターネットが就職活動の中心的なツールとなっていた。

4. メディアプランニング・PR

情報環境分析の結果を検討し、インターネットを中心とするメディアプランニングを実施した。

禁煙・防煙プロジェクトの企画の段階からNHKとタイアップし、後述の喫煙と就職に関する調査結果やシンポジウムを番組で取り上げてもらうこととした。また後述のシンポジウムに関しては、共同通信PRワイヤーを利用しプレスリリースを行い、またインターネットを中心とするメディアや新聞記事、就職活動を行う大学生が多く登録する大手メーリングリスト、SNS、ブログ、ツイッター(twitter)などを使って告知

を行った。

5. 「喫煙と就職」のエビデンスの構築

非喫煙者であることを採用条件とする企業がいくつか存在していることは新聞などでも報道されていたが、非喫煙者を採用条件としている企業の分布や採用担当者の認識などは十分明らかになっていなかったため、普及に用いる「喫煙と就職」に関するエビデンスの構築を進めた。具体的には、喫煙と採用に関する3つの調査(インタビュー調査、郵送調査、インターネット調査)を実施した。結果として、非喫煙者を採用基準とする企業が少なからず存在すること、その傾向は今後強まっていく可能性が高いことなどが明らかになった。インターネット調査の結果は本報告書分担研究報告「人事担当者における就職応募者の喫煙に対する意識に関する研究」に示す。

6. 普及コンテンツの作成

クリエイティブ(普及資材)の開発・評価の結果から、最終的には「TRUE FALSE—就活と喫煙にまつわる不都合な真実—」をH22年度の禁煙・防煙プロジェクトのテーマとした。具体的には、就職活動に関するTRUE FALSE(ウソホント)として、就職か活動に関して学生の間でまことしやかに言われているような都市伝説をFALSE、喫煙と就職に関する研究班の調査結果などをTRUEとして、さまざまなTRUE FALSEを作成する。このTRUE FALSEをもとに、下記のコンテンツを作成した。

①研究班ウェブサイト

TRUE FALSEをもとに、研究班のウェブサイト(<http://prev.ncc.go.jp/truefalse/index.html>)を立ち上げた。ウェブサイトの一部を図4に示す。

研究班のウェブサイトでは、TRUE FALSEだけでなく、喫煙と就職に関する調査結果の詳細やたばこによる健康被害、禁煙方法、禁煙に関するリンク集なども掲載している。

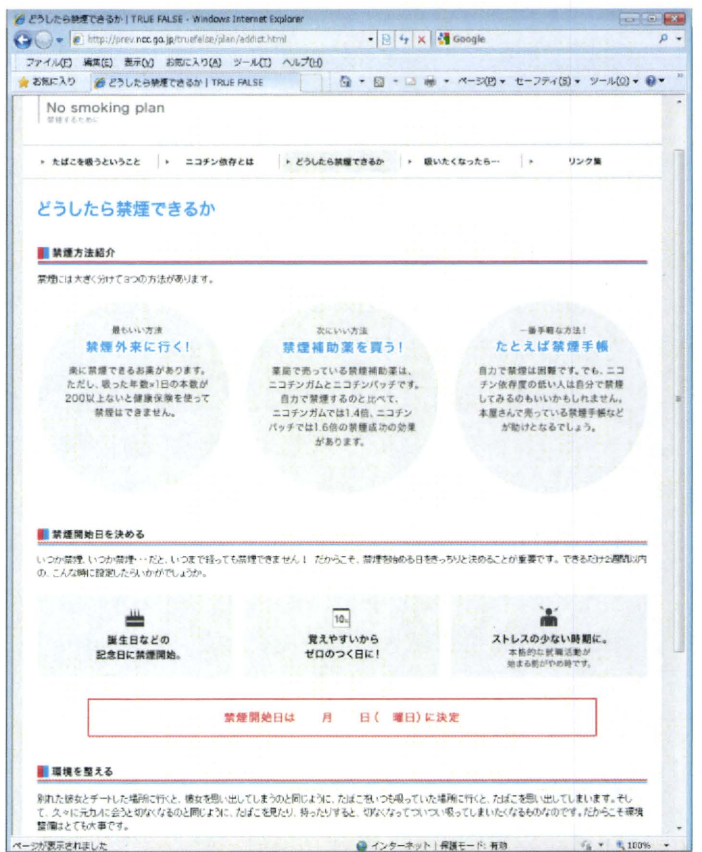
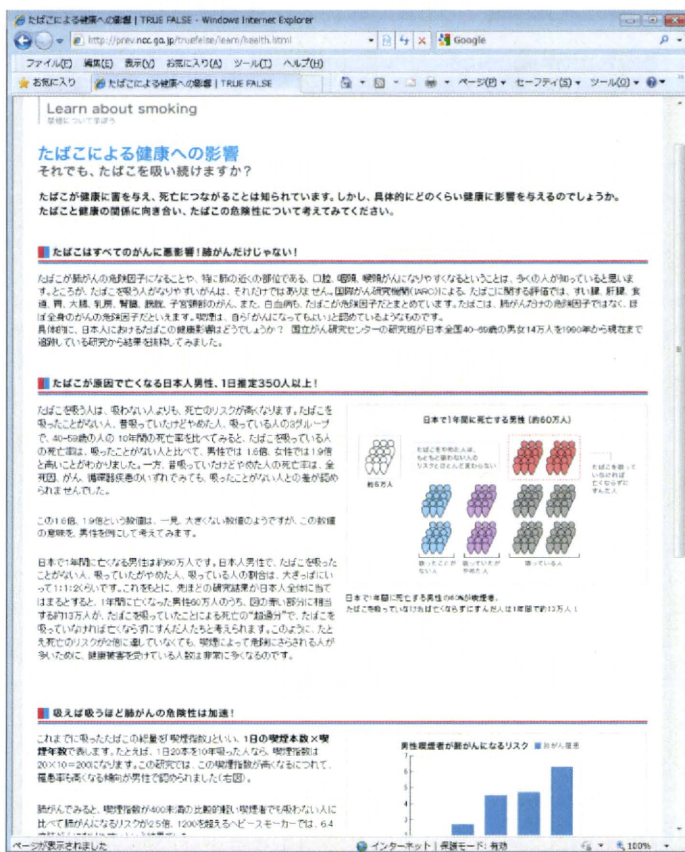
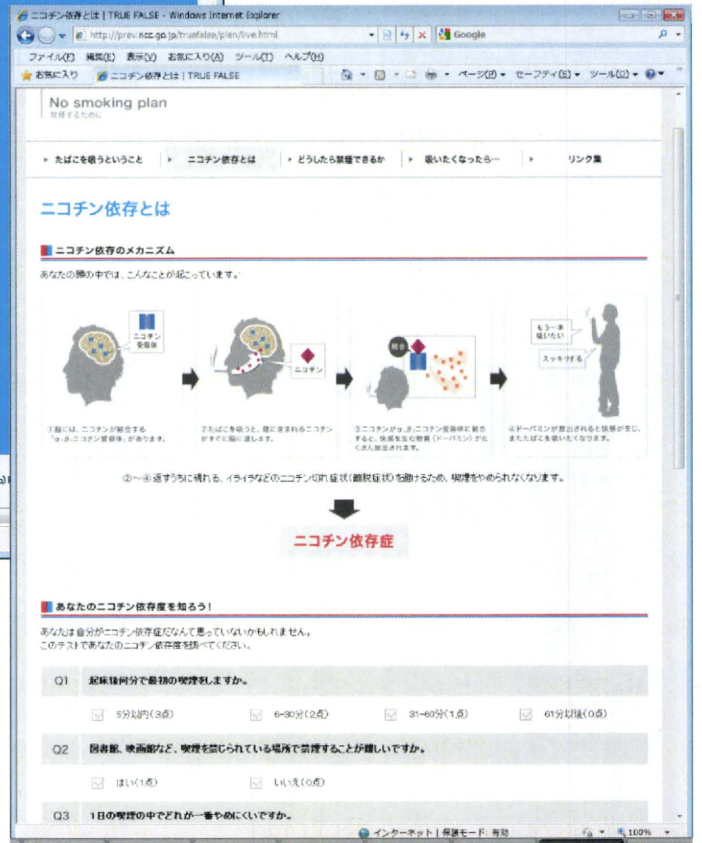


図4 研究班ウェブサイト(一部)

②ムービー

TRUE FALSE を中心に、音楽やロゴなどを組み合わせたムービーを作成した。ムービーは下記シンポジウムで公開したほか、研究班のウェブサイトやユーチューブ (You Tube) でも公開している (図 5)。



図 5 ユーチューブでの公開ムービー

③シンポジウムの開催

2011年1月14日に、本研究班の主催により、‘大学生の就職活動と喫煙の関係を考えるシンポジウム「就活と喫煙にまつわる不都合な真実」と題して、大学生を対象にシンポジウムを国立がん研究センター築地キャンパス内国際個研究交流会館で開催した (図 6)。

シンポジウムは3部構成とし、第1部で喫煙と就職に関する調査結果の報告を行った。第2部では、就職と喫煙に関して様々な立場の企業の人事担当者責任者などによるパネルディスカッションを行った。パネルディスカッションには、本研究班の趣旨に賛同が得られた企業人事担当者6人が参加した

(パネリスト:ファイザー株式会社、株式会社マッキンゼー・ワールドグループホールディングス、株式会社毎日新聞社、森永製菓株式会社、エスエムジー株式会社、株式会社電通パブリックリレーションズ)。

第3部では、「大学生の就職活動のバイブル」と言われる漫画『銀のアンカー』や大学受験漫画として有名な『ドラゴン桜』の作者である三田紀房氏の協力を得て、「内定請負漫画『銀のアンカー』作者が指南する就活論～社会人になるということ～」と題した講演を行った。

また、シンポジウムの終了後にはシンポジストや講演者、学生との懇親会を設けた。シンポジウムには約50人の大学生が参加した。



図 6 シンポジウム開催の様子

7. 普及方法の評価

研究班で実施したシンポジウムの様子は、当日のNHK「ニュースウォッチ9」で大きく取り上げられ、7分20秒に渡って放送された。また、喫煙と採用に関する調査結果は、NHK「お昼のニュース」、NHK

「biz・スポ」にそれぞれ1分30秒放送された他、日本経済新聞をはじめとする新聞6紙に掲載された。さらに、時事通信から発信され、Yahoo!ニュース、asahi.com、goo ニュース、excite ニュースなど数多くのポータルサイトから発信された。

普及方法の評価として、これらの報道による効果の推計およびシンポジウム参加者に対する会場アンケートを実施した。

評価の結果は本報告書分担研究報告「大学生を対象とする「禁煙・防煙」キャンペーンの効果測定と評価」に示すが、普及効果において大きな成果が得られた。

D. 考察

研究の最終年度にあたる H22 年度は、H20、21 年度の研究結果に基づき、「禁煙・防煙」に関する実際の普及とその効果の測定を行った。

普及にあたっては、綿密な調査のもと、「就職のためにタバコを吸わない」というコンセプトから、「TRUE FALSE - 就活と喫煙にまつわる不都合な真実 -」を今年度のテーマとしてクリエイティブ(普及資材)の開発を行った。普及にあたっては、メディアを活用した一大キャンペーンを実施し、調査によるエビデンス作りと調査結果のリリース、大学生を対象とするシンポジウムの開催、研究班ウェブサイトの作成、ユーチューブへの動画配信などを行うとともに、普及効果の測定・評価も行った。本研究の取り組みや調査結果が NHK 報道番組で3回、日本経済新聞など新聞6紙、Yahoo!ニュースなど30以上のポータルサイト、数百のブログなどで紹介され、普及効果の測定・評価においても大きな成果が得られた。がん予防に関する新しい規範を形成し、メディア等を戦略的に活用することで、より広い普及と社会規範としての醸成を目指すという本研究の目標にとっても、「喫煙と就職」というコンセプトによる今回の普及は、十分な成果が得られたものと考えられる。1回のキャンペーンでは終わらせず、今後も継続的に活動を行い、「就職のためにタバコを吸わ

ない」という風潮作りを進めていく予定である。

また今後、本研究で作成したクリエイティブ(普及資材)を行政や学校などに紹介したり、ウェブサイトから配布することで、がん予防の普及のための具体的なツールを提供することができる。

さらに、本研究において実施した普及および普及方法の開発と評価のプロセスは、がん予防の普及自体に繋がるとともに、普及方法の行政政策への導入可否の判断材料を提供することができる。また、本研究では、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実践を行った。費用効果の検討やメディアとの積極的な協働などを取り入れた戦略的な普及の取り組みは、今後、行政などにおいてもさらに重要性が増していくと考えられ、日本での先駆的な取り組みと言える本研究の理論や方法、経験を公開し、提供していくことにより、本研究の取り組みが先例となり、効率的な普及の方法論的発展に繋がることも期待される。

E. 結論

本分担研究では、大学生を対象とする「禁煙・防煙」の普及に関して、普及方法の開発と実際の普及を行った。綿密な調査に基づきメディアを活用して行った一連のキャンペーンは、普及効果の測定においても、「就職のためにタバコは吸わない」という新しい社会規範の醸成にとっても、十分な成果が得られた。

研究期間は今年度で終了になるが、今後も継続的に活動を行い、「就職のためにタバコを吸わない」という風潮作りを進めていく予定である。

F. 研究発表

書籍

- 1) 谷口千枝, 田中英夫(編). トランスセオレティカルモデルに基づく戦略的個別保健指導ガイド. 看護の科学社. 東京. 2010.

論文発表

- 1) 溝田友里, 山本精一郎. 乳癌疫学の最近の動向. 最新医学. 6. 9-21. 2010.
 - 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. 20. 128-135. 2010.
 - 3) 溝田友里, 山本精一郎. エビデンスの最前線 & ナラティブな実践事例【第3回】ソーシャルマーケティングを活用したがん予防行動の「普及」の試み. 公衆衛生情報. 3. 26-32. 2011.
 - 4) Katanoda K, Saika K, Yamamoto S, Tanaka S, Oshima A, Nakamura M, Satoh H, Tajima K, Suzuki T, Tamakoshi A, Tsugane S, Sobue T. Projected cancer mortality among Japanese males under different smoking prevalence scenarios: evidence for tobacco control goal setting. Jpn J Clin Oncol. 41. 483-9. 2011.
 - 5) 田中英夫, 谷口千枝. 喫煙依存-初診外来における初期診療-. 診断と治療. 98 巻増巻号. 71-76. 2010.
 - 6) 朴智栄, 鈴木勇史, 谷口千枝, 佐野力, 田中英夫. ニコチンパッチ使用中に低ナトリウム血症を呈した肝硬変・糖尿病患者の1例. 内科. 101. 2652-2657. 2010.
 - 7) Hanioka T, Ojima M, Tanaka H, Naito M, Hamajima N, Matsuse R.. Intensive smoking-cessation intervention in the dental setting.. J Dent Res.. 89. 66-70. 2010.
 - 8) Park JY, Matsuo K, Suzuki T, Ito H, Hosono S, Kawase T, Watanabe M, Oze I, Hida T, Yatabe Y, Mitsudomi T, Takezaki T, Tajima K, Tanaka H. Impact of smoking on lung cancer risk is stronger in those with the homozygous aldehyde dehydrogenase 2 (ALDH2) null allele in a Japanese population. Carcinogenesis. 31. 660-665. 2010.
 - 9) Ito H, Matsuo K, Tanaka H, Koestler DC, Ombao H, Fulton J, Shibata A, Fujita M, Sugiyama H, Soda M, Sobue T, Mor V. Non-filter and filter cigarette consumption and the incidence of lung cancer by histological type in Japan and the United States: Analysis of 30-year data from population-based cancer registries. Int J Cancer. 128. 1918-28. 2011.
- ## 2. 学会発表
- 1) 溝田友里, 山本精一郎. エビデンスに基づいたがん予防知識・行動の普及および普及方法の開発に関する研究. 第36回日本保健医療社会学会大会. 2010年5月, 山口.
 - 2) 溝田友里, 山本精一郎. ヘルスコミュニケーションを活用したがん予防知識・行動の普及に関する研究. 第19回日本健康教育学会学術大会. 2010年6月, 京都.
 - 3) 溝田友里, 山本精一郎. ヘルスコミュニケーションを活用したがん予防知識・行動の普及に関する研究. 第2回日本ヘルスコミュニケーション研究会. 2010年9月, 京都.
 - 4) 溝田友里, 山本精一郎. 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-禁煙、食事、運動に関して-. 第69回日本公衆衛生学会総会. 2010年10月, 東京.
- ## G. 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

大学生を対象とする「禁煙・防煙」キャンペーンの効果測定と評価

研究代表者

山本 精一郎 国立がん研究センターがん対策情報センターがん情報・統計部がん統計解析室

研究分担者

溝田 友里 国立がん研究センターがん対策情報センターがん情報・統計部がん統計解析室

研究要旨:

【目的】 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、本研究では、エビデンスプラクティスギャップを埋めるため、ヘルスコミュニケーションの理論に基づきがん予防知識・行動の普及と普及方法の開発を行っている。また、本研究では、がん予防に関する新しい規範を形成し、メディア等を戦略的に活用することで、より広い普及と社会規範としての醸成を目指している。

本分担研究では、大学生への「禁煙・防煙」の普及に関して、H22 年度に実施した一連の「禁煙・防煙」キャンペーンについて、効果測定と評価を行う。

【方法】 本研究班では、企業における商品を PR する際の基本である、「広告投下量を多くすると、認知度が上がる」×「認知度が上がると、買おうとする気持ちが強くなる」という関係に習い、「たばこを吸うと就職に不利」のコンセプトをメディアに載せて認知度を上げる」×「コンセプトを知ると、たばこを吸わない(禁煙・防煙)という気持ちが強くなる」という2つの柱を普及のための目標として「禁煙・防煙」キャンペーンを実施した。

評価についても、2つの柱のそれぞれについて、情報流通経路やメディア露出の調査、広告換算、シンポジウム参加者アンケートなどによって効果の測定を行った。

【結果・考察】 「たばこ就活」のコンセプトをメディアに載せて認知度を上げる」に関しては、シンポジウムなど本研究の取り組みや調査結果がNHK 報道番組で3回、日本経済新聞など新聞6紙、Yahoo!ニュースなど30以上のポータルサイト、4,000以上のブログなどで紹介された。

「コンセプトを知ると、たばこを吸わない(禁煙・防煙)という気持ちが強くなる」に関しては、シンポジウム参加者に対する会場アンケートによる評価を行った。シンポジウムの前後による比較では、「喫煙で就職が不利になる可能性」があると思っていたのはシンポジウム前では25.6%だったものが、シンポジウム後では82.1%に増加し、また、「今後、喫煙と就職の関係は強くなっていく」と思うと回答したのは76.9%、「喫煙で就職が不利になる可能性について周囲の人に教えてあげたい」と答えたのは84.6%と、コンセプトが信頼され、また口コミ効果も期待できることが明らかになった。研究班の取り組みであるため、単純な評価はできないが、テレビ、新聞、ポータルサイトによる報道を広告換算してみると、少なくとも8,421万円以上の広告効果があり、テレビと新聞の報道に触れた人数の推計では、2,400万人以上の人の目に触れたことが期待される。

普及効果の測定・評価の方法は今後、さらなる検討を行う必要であるが、今回のキャンペーンについては、普及効果の測定・評価においても大きな成果が得られたと考えられる。

A. 研究目的

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、本研究では、エビデンスプラクティスギャップを埋めるため、ヘルスコミュニケーションの理論に基づきがん予防知識・行動の普及と普及方法の開発を行っている。また、本研究では、がん予防に関する新しい規範を形成し、メディア等を戦略的に活用することで、より広い普及と社会規範としての醸成を目指している。

「禁煙・防煙」に関しては、H22 年度は、大学生を対象に、「就職のためにタバコを吸わない」というコンセプトを用いて実際の普及とその評価を行うこととした。普及にあたっては、綿密な調査のもと、「就職のためにタバコを吸わない」というコンセプトから、「TRUE FALSE - 就活と喫煙にまつわる不都合な真実 -」を今年度のテーマとしてクリエイティブ(普及資材)の開発を行った。普及にあたっては、メディアを活用した一大キャンペーンを実施し、調査によるエビデンス作りと調査結果のリリース、大学生を対象とするシンポジウム開催、研究班ウェブサイトの作成、ユーチューブへの動画配信などを行った。

本分担研究では、この一連のキャンペーンについて、普及効果の測定と評価を行う。

B. 研究方法

本研究班では、企業における商品を PR する際の基本である、「広告投下量を多くすると、認知度が上がる」×「認知度が上がると、買おうとする気持ちが強くなる」という関係に習い、「たばこを吸うと就職に不利」のコンセプトをメディアに載せて認知度を上げる」×「コンセプトを知ると、たばこを吸わない(禁煙・防煙)という気持ちが強くなる」という2つの柱を、普及のための目標としてキャンペーンを実施した。

評価についても、2つの柱のそれぞれについて、情報流通経路やメディア露出の調査、広告換算、シンポジウム参加者アンケートなどによって効果の測定

を行った。

情報流通経路やメディア露出の調査、広告換算については、PR 会社に依頼し、通常、商品のキャンペーンなどの評価を行う場合と同じ方法で評価を行った。

シンポジウム会場アンケートについては、シンポジウム会場にて参加者を対象に、無記名自記式質問票による調査を行い、39 人から回答を得た。調査項目は、就職活動に関する認識や、喫煙と就職との関係に関する認識、シンポジウムの内容の評価などについて尋ねた。

(倫理面への配慮)

本研究で行う医学研究は、ヘルシンキ宣言および関係する指針(「疫学研究に関する倫理指針」、「臨床研究に関する倫理指針」など)に従って本研究を実施する。つまり、研究の価値、科学性、適正な対象者選択、第三者審査、適切なリスク・ベネフィットバランス、インフォームドコンセント、対象者の尊重といった研究倫理の要件を満たすかを十分検討し、研究を行う。

C. 研究結果

「たばこを吸うと就職に不利」のコンセプトをメディアに載せて認知度を上げる」×「コンセプトを知ると、たばこを吸わない(禁煙・防煙)という気持ちが強くなる」という2つの柱について、平成 22 年度の活動をともに評価を行った。

1. 「たばこを吸うと就職に不利」のコンセプトをメディアに載せて認知度を上げる」の評価

本研究では、PR(パブリックリレーションズ)の実務者を研究協力者に加え、企業等が実際に行う場合と同様の流れでメディアプランニングとPRを行った。PRの流れを図1に示す。

シンポジウム開催前をフェーズ①(図 1-1)として、シンポジウムについて共同通信 PRワイヤーを利用してプレスリリースを行い、またインターネットを中心とするメディアや新聞記事、就職活動を行う大学生が

2010.12

12/16

フェーズ① シンポジウム開催前 イベント認知促進・誘導

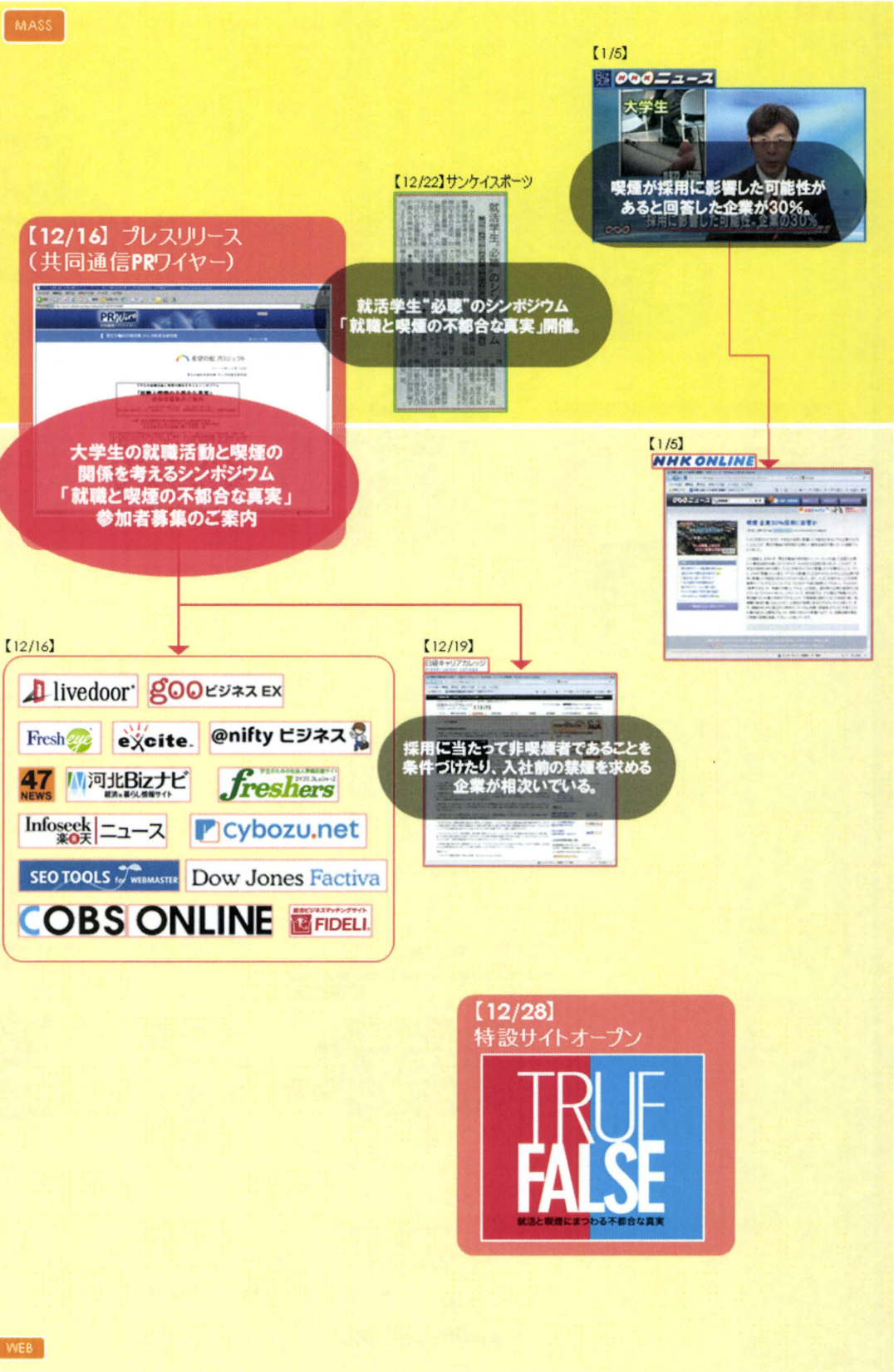


図 1-1: 本研究で行った戦略的 PR の流れ(フェーズ① シンポジウム開催前)

2011.01

1/14 「就職と喫煙の不都合な真実」開催

フェーズ② シンポジウム開催後
 喫煙者に対する企業(採用担当)のネガティブな反応が伝搬

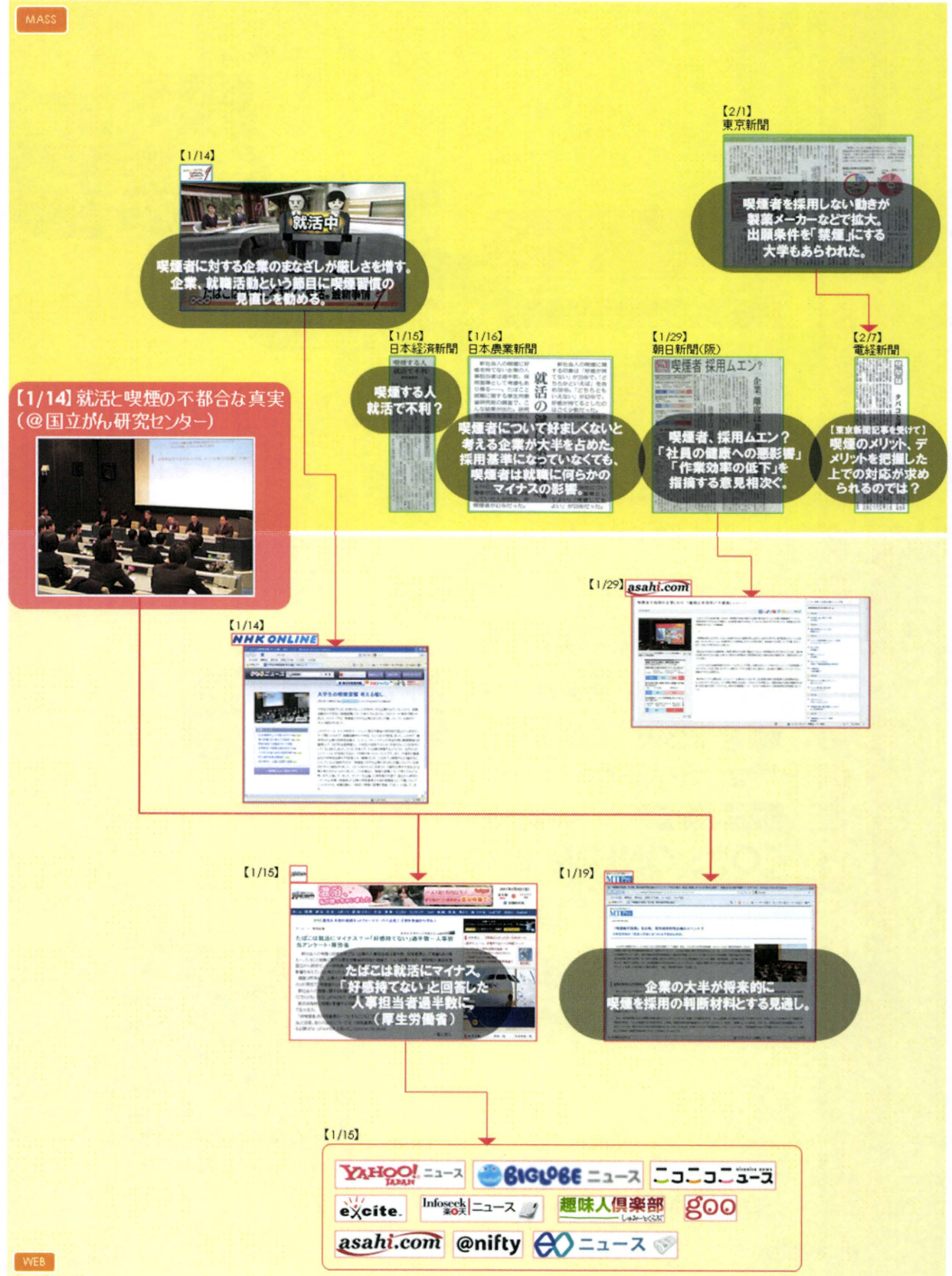


図 1-2: 本研究で行った戦略的 PR の流れ(フェーズ② シンポジウム開催後)

多く登録する大手メーリングリスト、SNS、ブログ、ツイッター(twitter)などを使って告知を行った。また、禁煙・防煙プロジェクトの企画の段階から NHK とタイアップしており、本研究班で実施した喫煙と就職に関する調査結果が NHK「お昼のニュース」、NHK「biz・スポ」にそれぞれ1分30秒放送された。また、研究班のウェブサイトも立ち上げた。

2011年1月14日のシンポジウムの開催日以降をフェーズ②として、シンポジウムの内容および本研究班で実施した調査結果が広く報道されるよう、取材対応などを行った。シンポジウムの様子は、当日のNHK「ニュースウォッチ9」で大きく取り上げられ、7分20秒に渡って放送された。また、喫煙と就職に関する調査結果は、日本経済新聞をはじめとする新聞6紙に掲載された。さらに、時事通信から発信され、asahi.com、goo ニュース、excite.ニュースなど数多くのポータルサイトから発信された。Yahoo!ニュースでは、記事に対するコメントが1週間で5,700件寄せられ、コメントに対する「私もそう思う」投票は多いもので2万件以上寄せられた。その他、4,000以上のブログや2ちゃんねる、ミクシィ(mixi)などでも非常に多くの話題にのぼり、ネット上のさまざまところで議論が沸き起こった。

検索数でも、<「煙草」「タバコ」「たばこ」「喫煙」のいずれかを必ず含みかつ「就職」「就活」のいずれか

を含む>キーワードでの検索が、シンポジウム後に大きく増加していた(図2)。

2. 「コンセプトを知ると、たばこを吸わない(禁煙・防煙)という気持ちが強くなる」の評価

‘たばこを吸うと就職に不利’というコンセプトを知るとどのように思うかを調べるため、シンポジウム参加者に対する会場アンケートによる評価を行った。参加者のうちアンケートに回答した39人の属性を図2～6に示す。性別は男性が74%で、大学3年生が77%、修士1年が10%だった。喫煙状況は、喫煙者が18%だった(図3～5)。

就職活動に関しては、就職活動中が82%で、就職活動を「とても不安」と回答したのは36%、「どちらかと言えば不安」と回答したのは26%で、6割が就職活動に対する不安を感じていた(図6～7)。

シンポジウムの内容の信頼性や relevancy について尋ねた結果を図8～10に示す。「喫煙で就職が不利になる可能性があると思うか」、「喫煙と就職の関係は自分にとって重要な問題か」について、シンポジウム参加前とシンポジウム参加後の前後比較を行ったところ、喫煙で就職が不利になる可能性については、シンポジウム参加前では、「とてもそう思う」が2.56%、「まあそう思う」が23.08%であったが、シンポジウム参加後ではそれぞれ25.64%、56.41%と大きく増加し、

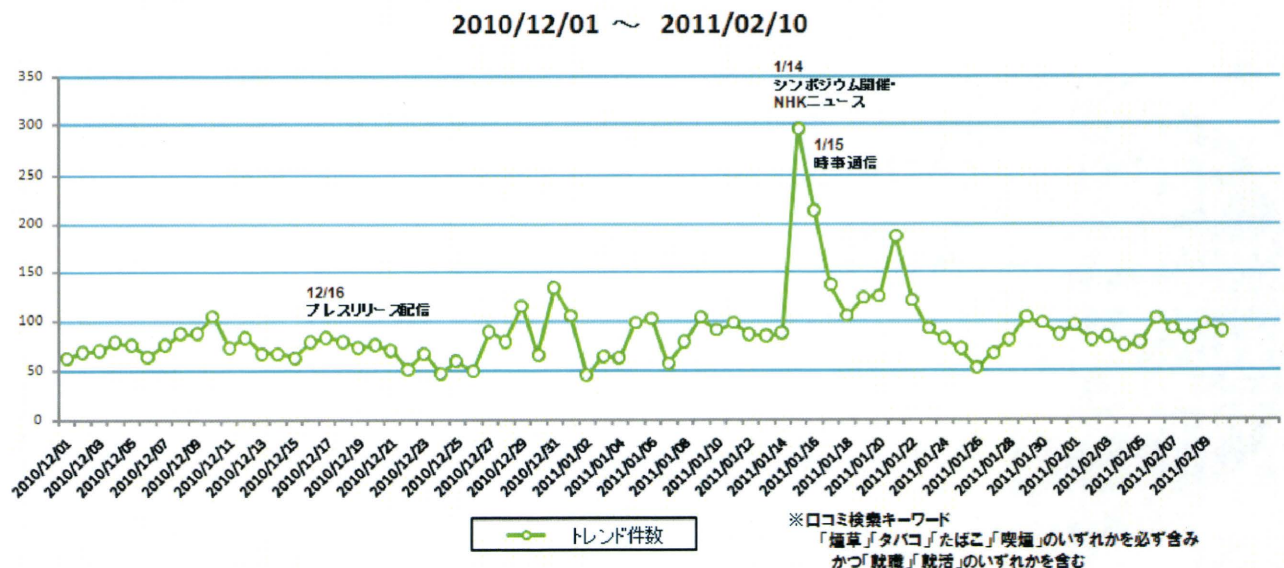


図2: 「たばこ」と「就職」に関連する検索数

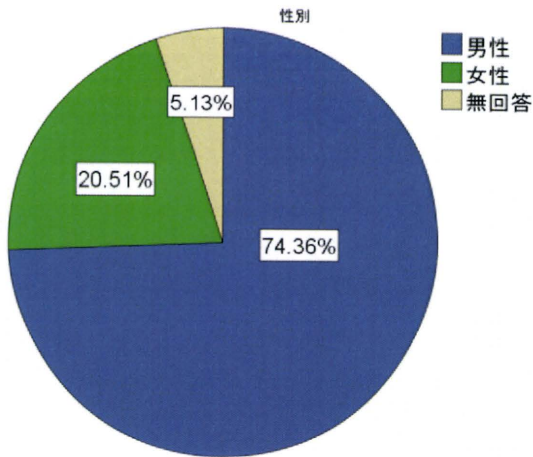


図3 性別

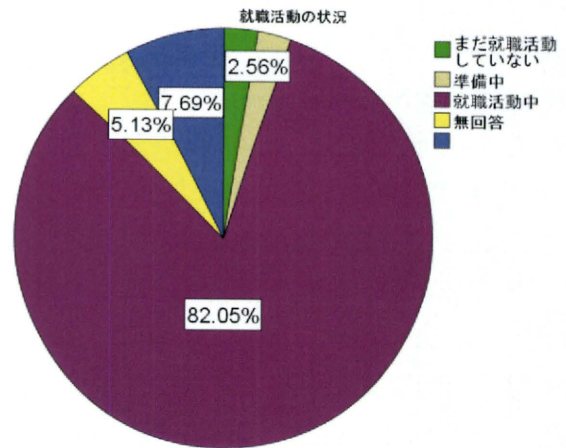


図6 就職活動の状況

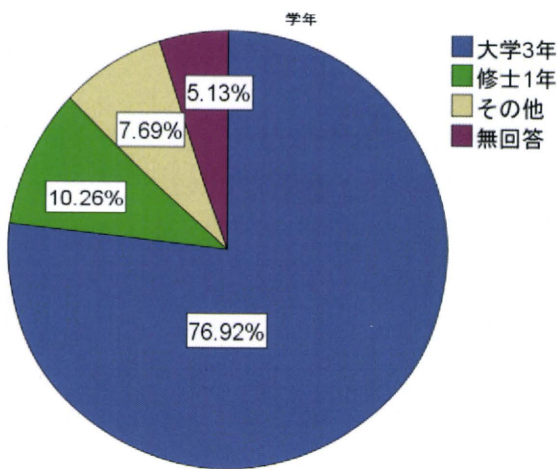


図4 学年

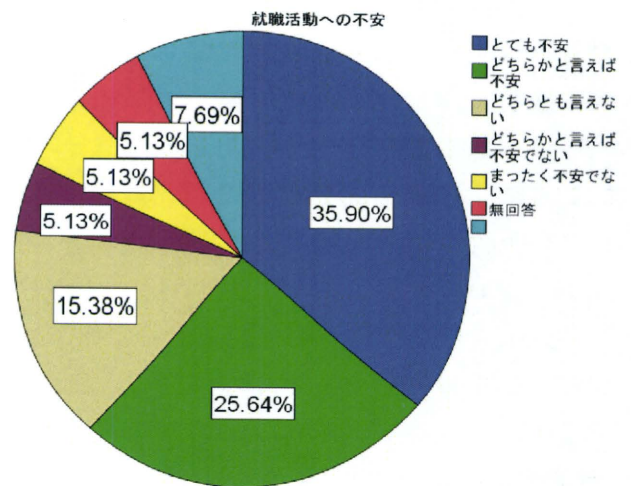


図7 就職活動への不安

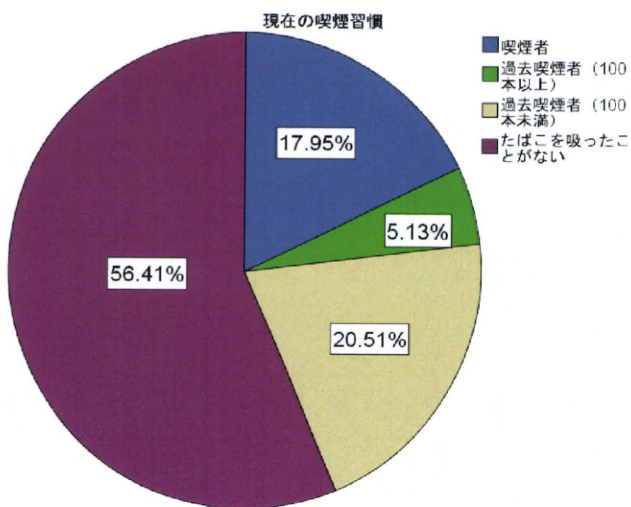


図5 喫煙状況

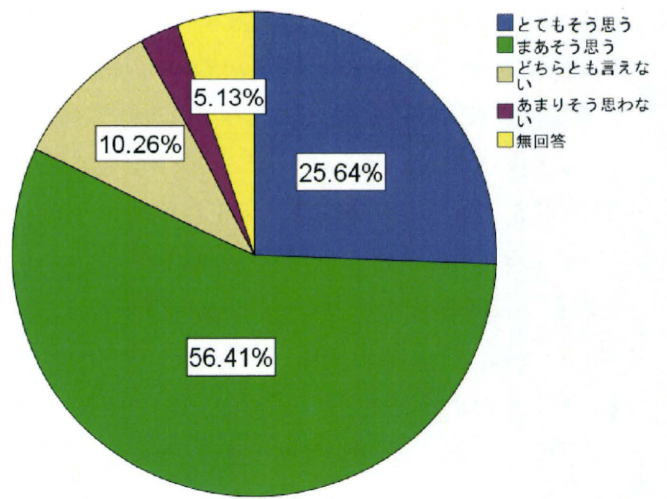
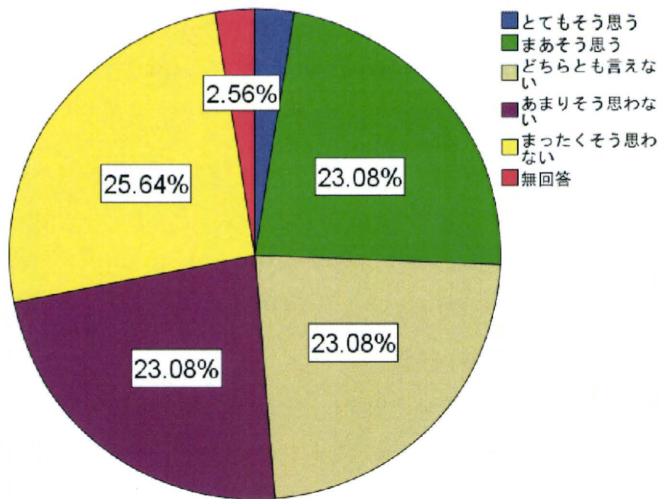


図 8 喫煙で就職が不利になる可能性があると思うか (前後比較)

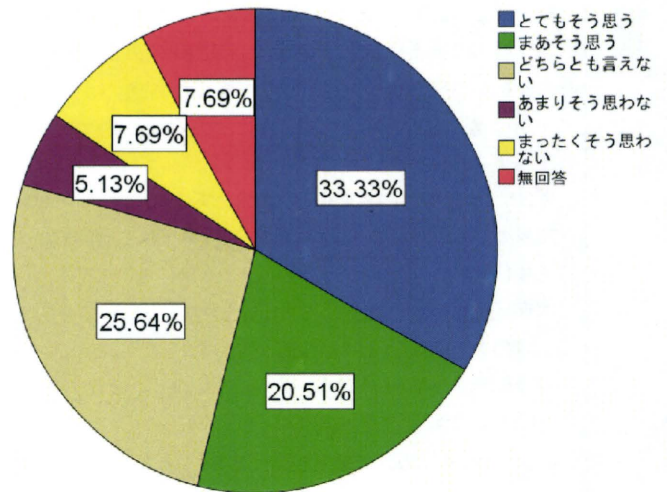
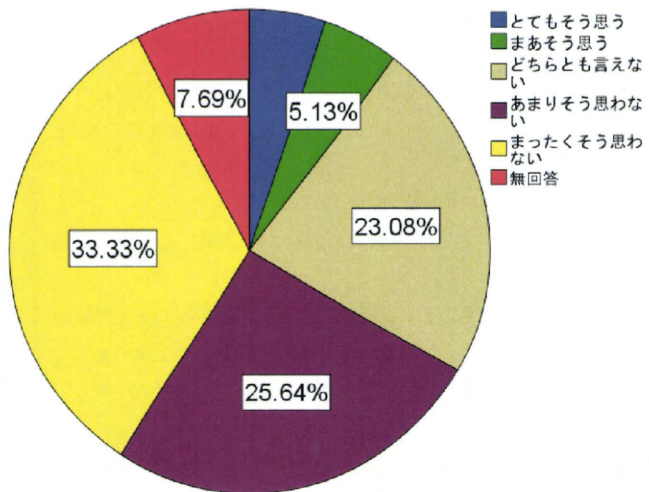


図 9 喫煙と就職の関係は自分にとって重要な問題か (前後比較)

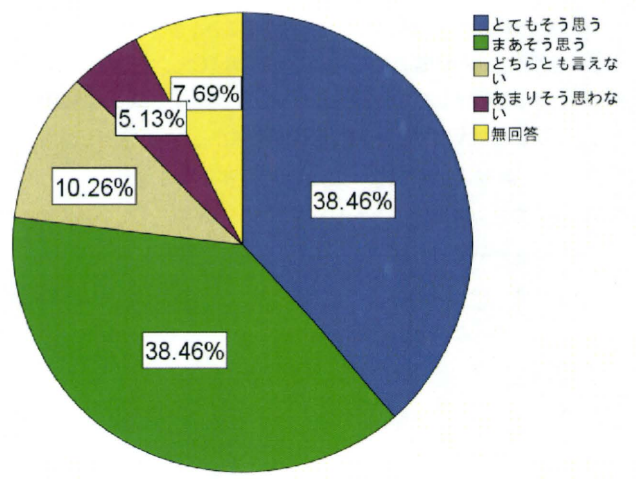
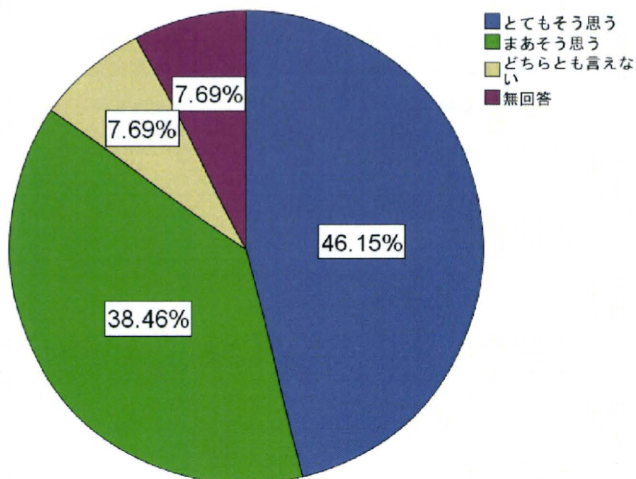


図 10 今後、喫煙と就職の関係は強くなっていく

図 11 シンポジウムの内容を周囲の人に教えてあげたいか

シンポジウム参加後の回答者では8割以上が喫煙が就職に不利になる可能性があると感じていた(図8)。

喫煙と就職の関係が自分にとって重要な問題かどうかについては、シンポジウム参加前では「とてもそう思う」が5.13%、「まあそう思う」が5.13%であったが、新迫いジウム参加後にはそれぞれ33.33%、20.51%と大きく増加し、シンポジウム参加後の回答者では半数以上が喫煙と就職の関係が自分にとって重要な問題と感じていた(図9)。

また、「今後、喫煙と就職の関係は強くなっていくか」について、シンポジウム参加後のみについて尋ね

たところ、「とてもそう思う」が46.15%、「まあそう思う」が38.46%と、8割以上の回答者が今後喫煙と就職との関係が強くなっていくと感じていた(図10)。

シンポジウムの評価について、「内容を周囲の人に教えてあげたいか」と尋ねたところ、「とてもそう思う」、「まあそう思う」がそれぞれ38.46%で、7割以上が今回のシンポジウムの内容を周囲に教えてあげたいと感じていた(図11)。

また、自由記述欄には、シンポジウムの趣旨に対して肯定的な意見が多く寄せられた(図12)。

- ・実際に採用の際に喫煙者を受け入れない会社があることに驚いた！
- ・第一部で実証データとともに喫煙と就活の関係がわかり、ためになりました。2部で企業の方が「ニオイ」を気にすると仰っていたので、周囲に喫煙者の多い私にもかなり関係のある話だと思い知りました。
- ・今まであまりこのようなことについて考えたことがなかったので、今日はとても良いことを学ぶことができました。やはりこれからの中を考えるとこのような考え方はとても大きくなっていくのではないのかなと思います。ぜひこれからもこのような機会を多く持っていただけたらと思います。
- ・今日は「喫煙者は内定をもらえない」とズバっと言われ、禁煙のきっかけにしたいと思いました。
- ・実際に企業の方々のタバコに対する見解を聞くことができたのと同時に、自己管理や自己実現のための努力が大事だということを感じました。
- ・学生が興味がある就活と、あまり関心を持たない喫煙を結びつけるという試みがとても面白いと感じた。「タバコをやめろ」とただ単純に言うのではなく、色々な側面からタバコを吸うことのデメリット、吸わないことのメリットが提示されていて、自発的に行動が変わるような設計がなされていると感じた。個人的に、歩きタバコをする人がとても嫌いなので、どうしたら歩きタバコがなくなるか、考えてみたいと思う。
- ・いろいろな会社の人の意見を聞いておもしろかったです。このタバコに対する考え方の裏にある、それぞれの企業の本音が見えたのがおもしろかった。就職活動は、学生にとって最も気になるイベントの一つなので、ここに禁煙をかけたということは、とても素晴らしいことだと思います。今後もこのイベントは続けるべきです！
- ・持病をもっているため、私自身はタバコを吸うことはできません。しかし、大学の友人にはタバコ好きがいます。また、父親と禁煙するかしないかで言い争いになったこともあります。こうした身の回りの人にどのような影響があるのかについて、今回のシンポジウムでは学ぶことができました。
- ・自分の人生に起きることや関連することを自分の事だと思って主体的に考えられるかがpointだと思う。
- ・就職活動と喫煙の関係について、喫煙していることが採用に重要になる企業からそうでない企業まで様々な企業の方のお話をおうかがいでき、おもしろかったです。シンポジウムでの内定を取るためにタバコをやめるのではなく、もっと自分で考えた目的意識をもつことが大切だという言葉が印象深かったです。ゼミの友達が愛煙家が多く、飲み会でタバコを吸わないのは20人中私だけなので、就職活動関係なく、この話をしたいと思います。
- ・JTの意見も聞いてみたかった。(タバコを製造している側の考え)

図12 自由記述欄のコメントより

3. 「‘たばこを吸うと就職に不利’のコンセプトをメディアに載せて認知度を上げる」×「コンセプトを知ると、たばこを吸わない(禁煙・防煙)という気持ちが強くなる」の評価

本研究班での「禁煙・防煙」キャンペーンの総合的な評価を、一般的に用いられているキャンペーン効果測定手法(図13)を参考に行った。

テレビ、新聞、ポータルサイトによる報道を広告換算および接した視聴者・読者数の推計結果を表1～3に示す。

広告換算については、テレビ3件で4,557万円、新聞6件で959万円、ポータルサイト(広告料金がわかったものだけ)で2,900万円相当となり、合計で少なくとも8,421万円以上の広告効果が推計された。

テレビと新聞の報道に触れた人数の推計では、テレビでは視聴率換算でのべ1,970万人、新聞は発行部数で439万部となり、推計で2,400万人以上の人の目に触れたことが期待される。ポータルサイトの閲覧数は評価方法を検討中である(表1～3)。



図13 キャンペーン効果測定手法設定のためのマトリクス (参考)

表1 「禁煙・防煙」キャンペーンのテレビにおける報道の広告換算・推計視聴者数

	メディア名	種類	タイトル	放送日	長さ (秒)	基準金額 (消費税等 込)	換算金額 (消費税等 込)	番組平均 視聴率 (※1)	推定 視聴者数 (※2)
1	NHK 「お昼のニュース」	報道	喫煙、採用に影響の可能性	2011.01.05	90 秒	1,102,500	6,615,000	8.8%	880万人
2	NHK 「biz・スポ」	報道	喫煙、採用に影響の可能性	2011.01.05	90 秒	1,102,500	6,615,000	3.2%	320万人
3	NHK 「ニュースウオッチ9」	報道	就活の鍵は禁煙？厚労省調べ	2011.01.16	440 秒	1,102,500	32,340,000	7.7%	770万人
						合計	445,570,000円	-	延べ1970万人

*1:ビデオリサーチ調べ、*2:視聴率1%=100万人として試算

表2 「禁煙・防煙」キャンペーンの新聞における報道の広告換算・推計視聴者数

	メディア名	刊・号	タイトル/見出し	掲載日	サイズ 新聞1段×cm換算 (縦3.4cm相当)	広告単価 (消 費税等込) ・新聞1段×1cm ・雑誌1P	換算金額 (消費税等 込)	発行部数
1	サンケイスポーツ (東京)	朝刊	就活学生必聴のシンポジウム	2010.12.22	28 cm	22,000	646,800	758,141 ※1
2	日本経済新聞 (全国版)	夕刊	喫煙する人、就活で不利？厚労省調べ	2011.01.15	36 cm	24,200	914,760	1,606,256 ※2
3	日本農業新聞	朝刊	就活の鍵は禁煙？厚労省調べ	2011.01.16	33 cm	5,585	193,520	359,149 ※3
4	朝日新聞(大阪版)	夕刊	喫煙者 採用ムエン？	2011.01.29	135 cm	40,000	5,670,000	1,114,949 ※2
5	東京新聞	朝刊	喫煙者は就職に不利？	2011.02.01	140 cm	14,300	2,102,100	555,278 ※2
6	電経新聞	朝刊	タバコと就職、就学	2011.02.07	47 cm	1,300	64,155	22,000 ※4
							合計	9,591,335

*1: 公称部数(2009年3月時点)、*2: 日本ABC協会レポート平均部数より(2010年1月～6月の平均部数)、
*3: 日本ABC協会レポート平均部数より(2009年7月～12月の平均部数)、*4: 公称部数(2011年2月時点)

表3 「禁煙・防煙」キャンペーンのポータルサイトにおける報道の広告換算

日付	掲載先(Publisher)	記事タイトル	記事URL	換算料金
2010/12/16	共同通信PRワイヤー	大学生の就職活動と喫煙の関係を考えるシンポジウム「就職と喫煙の不都合な真実」参加者募集のご案内	http://prw.kyodonews.jp/open/release.do?r=201012153469	-
2010/12/16	47NEWS	大学生の就職活動と喫煙の関係を考えるシンポジウム「就職と喫煙の不都合な真実」参加者募集のご案内	http://www.47news.jp/topics/prwire/2010/12/185349.html	-
2010/12/16	cybozu.net	大学生の就職活動と喫煙の関係を考えるシンポジウム「就職と喫煙の不都合な真実」参加者募集のご案内	http://news.cybozu.net/press/prwkyodo/000099832.html	¥200,000
2010/12/16	exciteニュース	大学生の就職活動と喫煙の関係を考えるシンポジウム「就職と喫煙の不都合な真実」参加者募集のご案内	http://www.excite.co.jp/News/relase/prw201012153469.html	¥500,000
2010/12/16	gooビジネスEX	大学生の就職活動と喫煙の関係を考えるシンポジウム「就職と喫煙の不都合な真実」参加者募集のご案内	http://bizex.goo.ne.jp/release/detail/142025/	-
2010/12/16	FIDELI	大学生の就職活動と喫煙の関係を考えるシンポジウム「就職と喫煙の不都合な真実」参加者募集のご案内	http://press.fideli.com/press/m/detail/bid/2577/aid/7597/index.html	-
2010/12/16	Infoseekニュース	大学生の就職活動と喫煙の関係を考えるシンポジウム「就職と喫煙の不都合な真実」参加者募集のご案内	http://news.www.infoseek.co.jp/kyodopr/press_release/story/kyodopr201012153469/	¥700,000
2010/12/16	@niftyビジネス	大学生の就職活動と喫煙の関係を考えるシンポジウム「就職と喫煙の不都合な真実」参加者募集のご案内	http://business.nifty.com/cs/catalog/business_release/catalog_prw201012153469_1.htm	-
2010/12/16	河北Bizナビ	大学生の就職活動と喫煙の関係を考えるシンポジウム「就職と喫煙の不都合な真実」参加者募集のご案内	&id=201012153469">http://biz-kahoku.jp/?p=prw&id=201012153469>&id=201012153469	-
2010/12/16	livedoorニュース	大学生の就職活動と喫煙の関係を考えるシンポジウム「就職と喫煙の不都合な真実」参加者募集のご案内	http://news.livedoor.com/article/detail/5212628/	¥1,000,000
2010/12/16	DOW Jones Factiva	大学生の就職活動と喫煙の関係を考えるシンポジウム「就職と喫煙の不都合な真実」参加者募集のご案内		-
2010/12/16	Fresh eye	大学生の就職活動と喫煙の関係を考えるシンポジウム「就職と喫煙の不都合な真実」参加者募集のご案内	http://prw.kyodonews.jp/open/release.do?r=201012153469	-
2010/12/16	COBS ONLINE	大学生の就職活動と喫煙の関係を考えるシンポジウム「就職と喫煙の不都合な真実」参加者募集のご案内		-
2010/12/16	SEOTOOLS	大学生の就職活動と喫煙の関係を考えるシンポジウム「就職と喫煙の不都合な真実」参加者募集のご案内		-
2010/12/16	マイコミフレッシュズ	大学生の就職活動と喫煙の関係を考えるシンポジウム「就職と喫煙の不都合な真実」参加者募集のご案内		-
2010/12/19	日経キャリアカレッジ	喫煙者は就職お断りの時代？	http://college.nikkei.co.jp/trend/hojo/article.aspx?id=MMCCzd000016122010	-
2011/1/5	NHKオンライン	喫煙 企業30%採用に影響か		-

日付	掲載先(Publisher)	記事タイトル	記事URL	換算料金
2011/1/19	MTPPro	「喫煙者不採用」を示唆、厚労省研究班主催のイベントで	http://mtpro.medical-tribune.co.jp/mtprnews/1101/1101037.html	-
2011/1/14	NHKオンライン	喫煙は就職に不利？大学生の喫煙習慣 考える催し	http://www.nhk.or.jp/new/s/html/20110105/10013212541000.html	-
2011/1/15	時事ドットコム	たばこは就職活動にマイナス？「好感持てない」過半数—人事担当アンケート・厚労省	http://www.jiji.com/jc/zc?k=201101/2011011500068	¥200,000
2011/1/15	yahoo!ニュース	たばこは就職活動にマイナス？「好感持てない」過半数—人事担当アンケート・厚労省	http://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20110115-00000012-jij-soci	¥17,750,000
2011/1/15	gooニュース	たばこは就職活動にマイナス？「好感持てない」過半数—人事担当アンケート・厚労省	http://news.goo.ne.jp/article/jiji/nation/jiji-110115X694.html?r=rk	¥3,500,000
2011/1/15	biglobeニュース	たばこは就職活動にマイナス？「好感持てない」過半数—人事担当アンケート・厚労省	http://news.biglobe.ne.jp/topics/economy/0115/94931.html	¥500,000
2011/1/15	asahi.com	たばこは就職活動にマイナス？「好感持てない」過半数—人事担当アンケート・厚労省	http://www.asahi.com/national/jiji/JT201101150004.html	¥1,500,000
2011/1/15	exciteニュース	たばこは就職活動にマイナス？「好感持てない」過半数—人事担当アンケート・厚労省	http://www.excite.co.jp/News/society_g/20110115/Jiji_20110115X694.html	¥500,000
2011/1/15	Infoseekニュース	たばこは就職活動にマイナス？「好感持てない」過半数—人事担当アンケート・厚労省		¥700,000
2011/1/15	@nifty	たばこは就職活動にマイナス？「好感持てない」過半数—人事担当アンケート・厚労省		¥500,000
2011/1/15	EOニュース	たばこは就職活動にマイナス？「好感持てない」過半数—人事担当アンケート・厚労省	http://eonet.jp/new/s/national/article.htm?id=210681	-
2011/1/15	ニコニコニュース	たばこは就職活動にマイナス？「好感持てない」過半数—人事担当アンケート・厚労省	http://news.nicovideo.jp/watch/nw22437	-
2011/1/15	趣味人倶楽部	たばこは就職活動にマイナス？「好感持てない」過半数—人事担当アンケート・厚労省	http://smcb.jp/news_item?id=105132	-
2011/1/29	asahi.com	喫煙者 採用ムエン？		¥1,500,000

C. 考察

本分担研究では、大学生への「禁煙・防煙」の普及に関して、H22 年度に実施した一連の「禁煙・防煙」キャンペーンについて、効果測定と評価を行った。

本研究では、企業における商品を PR する際の基本である、「広告投下量を多くすると、認知度が上がる」×「認知度が上がると、買おうとする気持ちが強くなる」という関係に習い、「たばこを吸うと就職に不利」のコンセプトをメディアに載せて認知度を上げる」×「コンセプトを知ると、たばこを吸わない(禁煙・防煙)という気持ちが強くなる」という 2 つの柱を普及のための目標として「禁煙・防煙」キャンペーンを実施した。評価についても、2 つの柱のそれぞれについて、情報流通経路やメディア露出の調査、広告換算、シンポジウム参加者アンケートなどによって効果の測定を行った。

「たばこと就活」のコンセプトをメディアに載せて認知度を上げる」に関しては、シンポジウムなど本研究の取り組みや調査結果が NHK 報道番組で 3 回、日本経済新聞など新聞 6 紙、Yahoo!ニュースなど 30 以上のポータルサイト、4,000 以上のブログなどで紹介された。

「コンセプトを知ると、たばこを吸わない(禁煙・防煙)という気持ちが強くなる」に関しては、シンポジウム参加者に対する会場アンケートによる評価を行った。シンポジウムの前後による比較では、「喫煙で就職が不利になる可能性」があると思っていたのはシンポジウム前では 25.6%だったものが、シンポジウム後では 82.1%に増加し、また、「今後、喫煙と就職の関係は強くなっていく」と思うと回答したのは 76.9%、「喫煙で就職が不利になる可能性について周囲の人に教えてあげたい」と答えたのは 84.6%であった。参加者の総数が少なかったため、割合は参考程度ではあるが、コンセプトが信頼され、また口コミ効果も期待できることが明らかになった。

研究班の取り組みであるため、単純な評価はできないが、テレビ、新聞、ポータルサイトによる報道を広告換算してみると、少なくとも 8,421 万円以上の広告

効果があり、テレビと新聞の報道に触れた人数の推計では、2,400 万人以上の人の目に触れたことが期待される。

また、シンポジウム参加者で、シンポジウム参加後に喫煙と就職が関係あると思うようになった割合が 25.64%から 82.05%へと 56.41%増えていた。実際には、報道を目にしただけではシンポジウムに参加するほどの効果は得られないと考えられるが、仮に十分効果があった場合、単純計算でコンセプトに触れた人 2,400 万人×56.41%で、約 1,354 万人の人の認識に変容を促したと考えられる。また、複数のポータルサイトや 2ちゃんねる、mixi などで、愛煙家 vs. 嫌煙家の大議論が巻き起こり、多くのネットユーザーにおいて、喫煙と就活について考える機会を与える効果があったと推測される。

普及効果の測定・評価の方法は今後、さらなる検討を行う必要であるが、今回のキャンペーンについては、普及効果の測定・評価においても大きな成果が得られたと考えられる。

E. 結論

本分担研究では、大学生への「禁煙・防煙」の普及に関して、H22 年度に実施した一連の「禁煙・防煙」キャンペーンについて、効果測定と評価を行った。結果として、戦略的 PR の結果、多くのメディアに本研究班の取り組みや調査結果が報道され、コンセプトについても参加者の認識の変容を促していた。普及効果の測定・評価の方法は今後、さらなる検討を行う必要であるが、今回のキャンペーンについては、普及効果の測定・評価においても大きな成果が得られたと考えられる。

F. 研究発表

書籍

1) 谷口千枝、田中英夫(編). トランスセオレティカルモデルに基づく戦略的個別保健指導ガイド. 看護の科学社. 東京. 2010.

論文発表

- 1) 溝田友里, 山本精一郎. 乳癌疫学の最近の動向. 最新医学. 6. 9-21. 2010.
- 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. 20. 128-135. 2010.
- 3) 溝田友里, 山本精一郎. エビデンスの最前線& ナラティブな実践事例【第3回】ソーシャルマーケティングを活用したがん予防行動の「普及」の試み. 公衆衛生情報. 3. 26-32. 2011.
- 4) Katanoda K, Saika K, Yamamoto S, Tanaka S, Oshima A, Nakamura M, Satoh H, Tajima K, Suzuki T, Tamakoshi A, Tsugane S, Sobue T. Projected cancer mortality among Japanese males under different smoking prevalence scenarios: evidence for tobacco control goal setting. Jpn J Clin Oncol. 41. 483-9. 2011.
- 5) 田中英夫, 谷口千枝. 喫煙依存—初診外来における初期診療—. 診断と治療. 98 巻増巻号. 71-76. 2010.
- 6) 朴智栄, 鈴木勇史, 谷口千枝, 佐野力, 田中英夫. ニコチンパッチ使用中に低ナトリウム血症を呈した肝硬変・糖尿病患者の1例. 内科. 101. 2652-2657. 2010.
- 7) Hanioka T, Ojima M, Tanaka H, Naito M, Hamajima N, Matsuse R.. Intensive smoking-cessation intervention in the dental setting.. J Dent Res.. 89. 66-70. 2010.
- 8) Park JY, Matsuo K, Suzuki T, Ito H, Hosono S, Kawase T, Watanabe M, Oze I, Hida T, Yatabe Y, Mitsudomi T, Takezaki T, Tajima K, Tanaka H. Impact of smoking on lung cancer risk is stronger in those with the homozygous aldehyde dehydrogenase 2 (ALDH2) null allele in a Japanese population. Carcinogenesis. 31. 660-665. 2010.
- 9) Ito H, Matsuo K, Tanaka H, Koestler DC, Ombao

H, Fulton J, Shibata A, Fujita M, Sugiyama H, Soda M, Sobue T, Mor V. Non-filter and filter cigarette consumption and the incidence of lung cancer by histological type in Japan and the United States: Analysis of 30-year data from population-based cancer registries. Int J Cancer. 128. 1918-28. 2011.

2. 学会発表

- 1) 溝田友里, 山本精一郎. エビデンスに基づいたがん予防知識・行動の普及および普及方法の開発に関する研究. 第36回日本保健医療社会学会大会. 2010年5月, 山口.
- 2) 溝田友里, 山本精一郎. ヘルスコミュニケーションを活用したがん予防知識・行動の普及に関する研究. 第19回日本健康教育学会学術大会. 2010年6月, 京都.
- 3) 溝田友里, 山本精一郎. ヘルスコミュニケーションを活用したがん予防知識・行動の普及に関する研究. 第2回日本ヘルスコミュニケーション研究会. 2010年9月, 京都.
- 4) 溝田友里, 山本精一郎. 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—禁煙、食事、運動に関して—. 第69回日本公衆衛生学会総会. 2010年10月, 東京.

G. 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