

【報道関係者各位】

プレスリリース

2010年9月28日

株式会社モバイルマーケティング・ジャパン

タバコ値上げ直前。 過半数が禁煙を決意！値上げ賛成派は社会的問題を示唆 ～禁煙自信度は平均 51 点。今後はいかに～

株式会社モバイルマーケティング・ジャパン(本社:東京都港区、代表取締役社長:江尻尚平、以下モバイルマーケティング・ジャパン)は、モバイルモニター会員を対象に、「タバコ」に対する喫煙者、非喫煙者の意識と行動について調査をいたしました。今回は、10月1日実施予定の値上げに際して、消費者の心理がどのように変化し、市場に影響を与えるかを分析しています。

モバイルマーケティング・ジャパンでは、強みとする携帯、モバイルを活用したインターネットリサーチを市場でニーズの高いテーマのもと実施し、自主調査結果として情報公開しております。

《トピックス》

■禁煙派(54.6%) vs 喫煙継続派(45.4%)

- ・「ヘビースモーカー」ほど、2極化
- ・禁煙経験者は、再度禁煙に挑戦！

■喫煙継続派

- ・禁煙は「無理なのであきらめる」断念派がなんと 56%！
- ・買いため派は 1/4。平均 5.6 カートンを買いため予定。

■禁煙派

- ・過半数禁煙派の禁煙自信は、100 点中 51 点
- ・6 割が金銭負担を理由に禁煙。値上げは 25.7 円まで！
- ・お金はかけたくない…。約 45%が「自分の意志のみ」で禁煙。

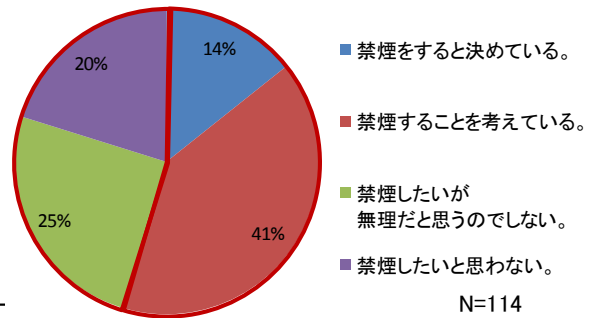
■値上げへの賛否 ～喫煙者も 10%は賛成～

- ・値上げ賛成派の意見は、社会／経済問題を示唆

■禁煙派(55%) vs 喫煙継続派(45%)

今回のアンケートで、現在自分自身が喫煙をしている人のうち、10月の値上げに際して禁煙をしようとしている人は「禁煙することを決めている」、「禁煙することを考えている」計55%。
逆に喫煙継続を考えている割合は「禁煙は無理だと思うのではない」、「禁煙したいと思わない」計45%となり、「禁煙派」が過半数を上回る結果となった。

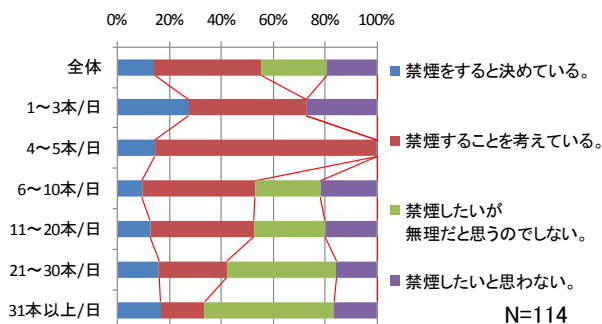
【喫煙者の禁煙/喫煙継続意向】



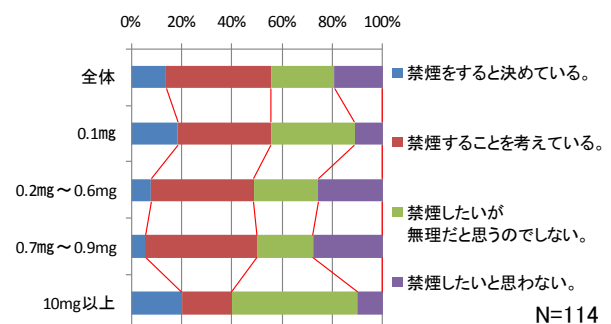
「ヘビースモーカー」ほど、2極化

喫煙者の「1日当たりの喫煙タバコ本数」別に「禁煙/喫煙継続意向」を見てみると、「禁煙をすると決めている」人の割合、と「禁煙は無理だと思うのではない」の割合がともに高い傾向にある。また、喫煙しているタバコの「ニコチン量」別に意向を見ても、ニコチン量が多いほど同様の傾向があり、“ヘビースモーカー”ほど、禁煙を完全に決めている人と、喫煙を断念している人の二極化傾向が見られる。

【1日喫煙本数別 禁煙/喫煙継続意向】



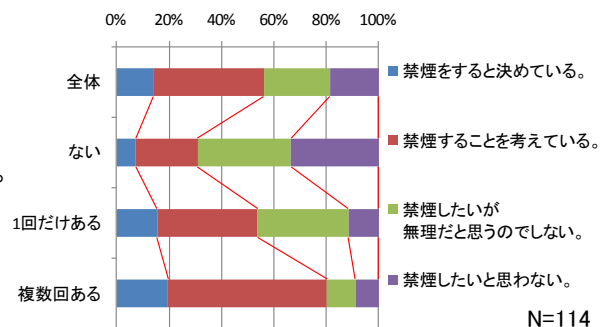
【喫煙タバコのニコチン量別 禁煙/喫煙継続意向】



禁煙経験者は、再度禁煙に挑戦！

更に、喫煙者の「禁煙経験」別に、「禁煙/喫煙継続意向」を見てみると、今までの禁煙回数が多い人の方が、「禁煙派」が高い傾向にあり、「禁煙再チャレンジ」層の割合の高さがうかがえる。

【禁煙経験別 禁煙/喫煙継続意向】



■喫煙継続派

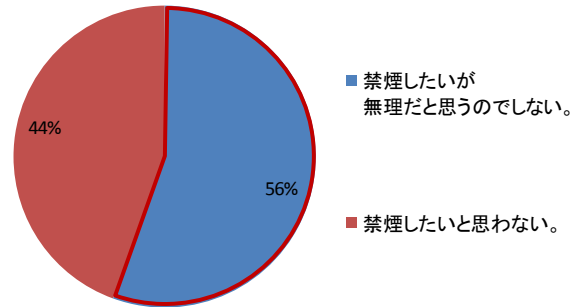
「禁煙はしたいが無理だと思うのではない」、「禁煙したいと思わない」という“喫煙継続派”の傾向は下記の通り。

禁煙は「無理なのであきらめる」断念派がなんと56%!

今回の値上げがあっても喫煙を続けるという

“喫煙継続派”だが、実際の禁煙／喫煙継続意向を見てみると、「喫煙したいが無理だと思うのではない」が56%を占めており、過半数は“禁煙断念派”であることが分かった。

【喫煙継続意向者の意識】



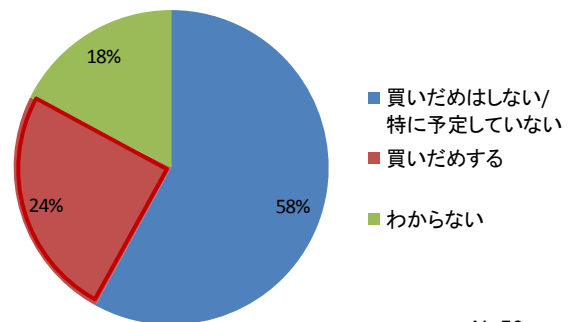
N=52

買いだめ派は1/4。平均5.6カートンを買いだめ予定。

“喫煙継続派”に、タバコを買いだめするかどうかと買いだめ量を聞いたところ、「**買いだめする**」ことを**決めている(買いだめを既に行っている)人の割合は24%**と約1/4にとどまった。

また、買いだめする人の**買いだめ量は平均は5.6カートン(56箱)**。中には30カートン(300箱)という人もいた。

【喫煙継続意向者の買いだめ意向】



N=52

■禁煙派

「禁煙をすると決めている」、「禁煙することを考えている」という“禁煙派”の傾向は下記の通り。

過半数禁煙派の禁煙自信度は、100点中51点

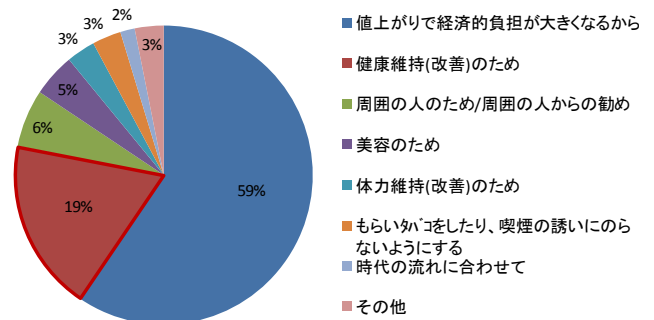
“禁煙派”に**禁煙が成功することへの自信度を100点満点**でたずねたところ、結果は1点～100点までバラけたものの、**平均は51点**となった。

6割が金銭負担を理由に禁煙。値上げは25.7円まで!

禁煙派が今回禁煙をするもっとも大きな理由をひとつだけ聞いたところ、今回の値上げをきっかけに禁煙を決めているにも関わらず、「**値上がりで経済的負担が大きくなるから**」は60%程度にとどまった。

経済的な理由以外で大きく挙げたのは「**健康維持(改善)のため**」で20%近くを占める。値上げがきっかけとはいえ、健康のためには日ごろから「やめたい」とは思っている人の割合が多いことが示唆される。

【禁煙意向者の禁煙理由】



N=62

お金はかけたくない…？約 65%が「自分の意志のみ」で禁煙。

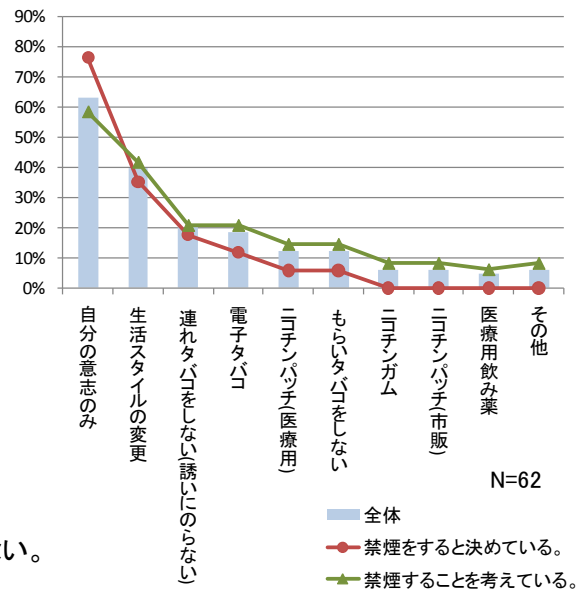
“禁煙派”がどのように禁煙をしようとしているのか……

平均禁煙自信率 51.1 点という中、どのような手段を考えているのかが気になるところですが、約 65%は「自分の意思のみ」と回答。

次ぐ「生活スタイルの見直し」や「連れタバコをしない」など、お金をかけずに禁煙を試みる率が高く、経済的理由で禁煙する率が多だけに**禁煙手段も「お金をかけたくない」**人が多い傾向にあると考えられる。

「お金をかけたくない」人が多いながらも、医療機関にいかなくては得られない「ニコチンパッチ（医療用）」や「医療用飲み薬」を選択する人も少なくない。

【使おうと考えている禁煙手段】

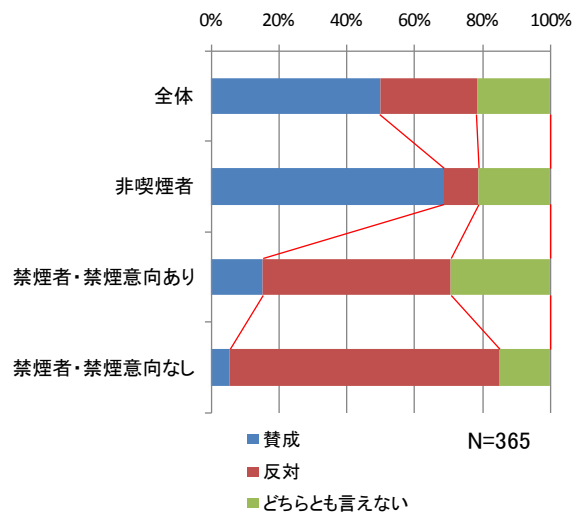


“禁煙派”の中でもお金をかけない派、お金をかけてでもやめたい派が分かれていると見られる。

■ 値上げへの賛否 ～喫煙者も 10%は賛成～

喫煙者だけでなく非喫煙者を含めて、2010 年 10 月のタバコ値上げに対する意識がどうかを、理由を含めて詳細を訪ねてみた。非喫煙者を含めた賛否については、**賛成半数、反対約 25%の割合。喫煙者も 10%は値上げに「賛成」という結果。**特に喫煙者の中でも“禁煙派”の賛成パーセンテージが高いのは、「やめるきっかけになる」と期待している人が多いためと、考えられる。

【禁煙意向別 値上げに対する賛否】



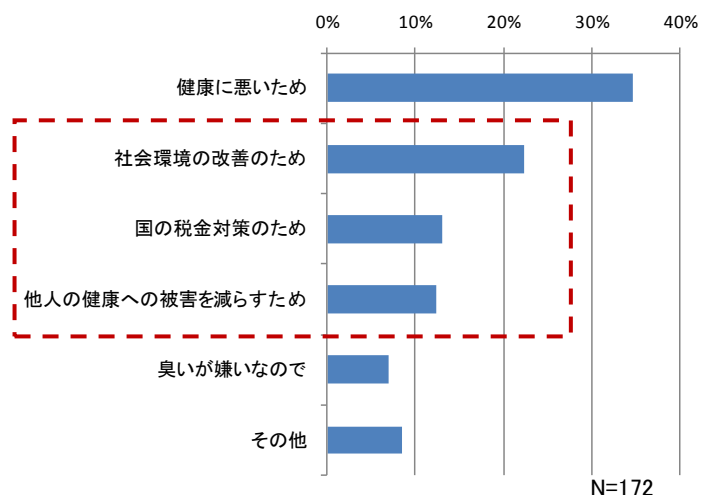
値上げ賛成派の意見は、社会／経済問題を示唆

値上げ賛成派の意見を見ても理由は**単にタバコが嫌いというだけでなく、社会／経済問題を示唆するコメントが目立った。**

未成年者の喫煙問題や、社会的マナーの改善など「社会環境の改善」に関するコメントや、「国の税金対策」「他人への健康被害の減少」についてなど、個人的・主観的意見以上に、広い視野でタバコの値上げについて、考えている人が少なくない。

※賛成派の具体的な意見は次項に続く。

【値上げ賛成者の意見(自由回答)】



【参照】～タバコ値上げ“賛成派”意見～

◆社会環境の改善のため

タバコはそもそも中毒性の高い危険なものだから、**子供の手の届かない値段**にした方がよい。

(20代/女性)

やはり体によくない物だし麻薬となんら変わりないと思います。吸わない自分としては、決められた場所で吸わないなど、**愛煙家のモラルとマナーの悪さが目に付きます**。(30代/男性)

小さい子供を持つ親としては、喫煙所のそばを通らなければならない時など、抵抗があるため、喫煙者が減ってほしい。(20代/女性)

◆国の税金対策のため

タバコは趣味の範囲なので増税していいと思います。**みんな共通の消費税などを上げる以前に、嗜好品であり、少数派の税金で対策を打ってほしい**と思います。(20代/女性)

臭いし、身体に悪いので、**その分の税を環境や福祉に回すと良い**と思います。(30代/女性)

タバコの消費が減れば肺がんになる可能性が減り、**医療費の抑制につながる**。(10代/男性)

◆他人の健康への被害を減らすため

喫煙者と一般的に周りの受煙する人達の健康保険料が同じと言う事が分からない。

(50代/男性)

非喫煙者にも煙は有害なので、**赤ちゃんなど子供たちにも、非はなくても吸わせられてしまうこと**があり、とても不快に感じる。(20代/女性)

※反対派についても、自由回答にて各意見を回収。

【調査概要】

調査方法 : インターネットリサーチ

調査対象 : 20才以上の男女 自社モニター ※一部質問によっては10代を含む

有効回答数 : 合計 365 サンプル

調査日時 : 2010年9月10日(金)～9月13日(月)

調査機関 : 株式会社モバイルマーケティング・ジャパン

<<株式会社モバイルマーケティング・ジャパンに関するお問い合わせ>>

TEL : 03-6802-7901

メール: info@mobilemarketing.jp

担当: 遠藤、丸山

<http://www.mobilemarketing.jp/>