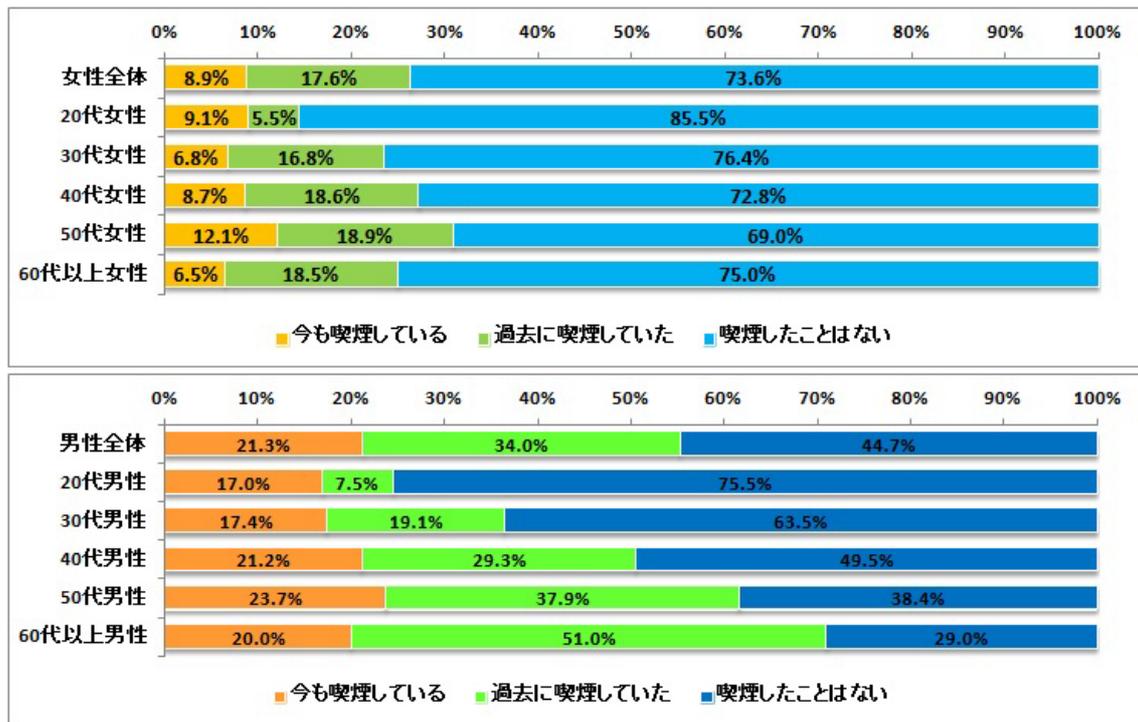


～喫煙・禁煙に関する5,900人アンケート～  
**男性の55%が喫煙経験有りも、  
20代男性の75.5%は喫煙経験がないことが判明**

フィールドマーケティング支援サービスを提供するソフトブレイン・フィールド株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、株式会社クレディセゾンとの共同事業である「Point of Buy (R) 購買理由データ」のアンケートモニター5,977名（女性3,443名・男性2,534名、20代～80代）を対象に「禁煙」に関するアンケートを2014年11月29日に実施しましたので、その結果を報告します。

■男性の2人に1人、女性の4人に1人が喫煙経験有り



(上) 図表1:【女性】タバコの喫煙について (n:全体=3,443、20代女性=165、30代女性=838、40代女性=1,395、50代女性=785、60代以上女性=26)、(下) 図表2:【男性】タバコの喫煙について (n:全体=2,534、20代男性=53、30代男性=299、40代男性=934、50代男性=834、60代以上男性=414)

アンケートではまず、喫煙経験について確認しました。その結果、女性では「今も喫煙している」が8.9%、「過去に喫煙していた」が17.6%、「喫煙したことはない」が73.6%でした。

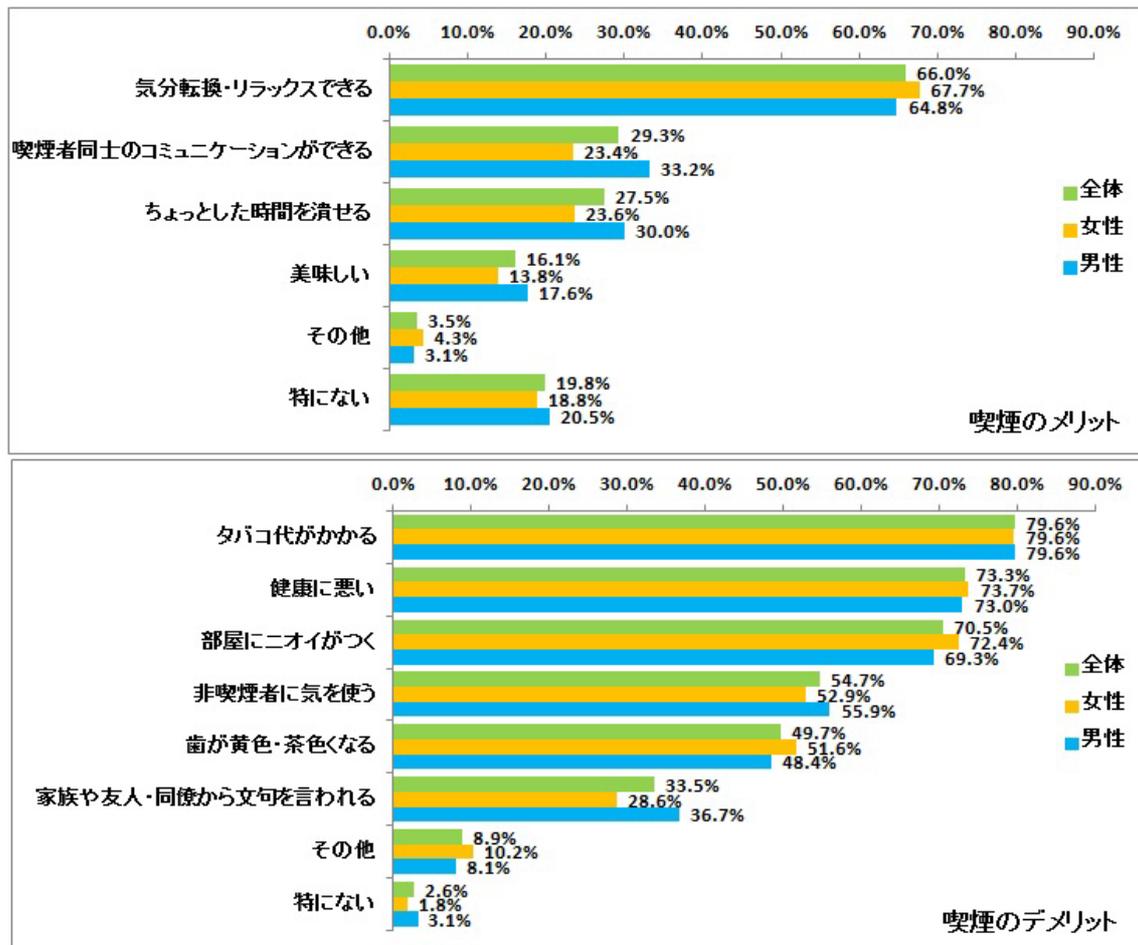
男性では「今も喫煙している」が21.3%、「過去に喫煙していた」が34.0%、「喫煙したことはない」が44.7%でした。

世代別では、「今も喫煙している」と「過去に喫煙していた」を合わせた喫煙経験者が、

女性では20代で14.6%、30代で23.6%、40代で27.3%、50代で31.0%と50代をピークに増加、60代以上ではやや下がり、25.0%でした。

一方、男性は20代で24.5%、30代で36.5%、40代で50.5%、50代で61.6%、60代以上で71%と、世代が上がるにつれて増加する傾向が見られました。

### ■喫煙のメリットは「気分転換・リラックス」、デメリットは「タバコ代」



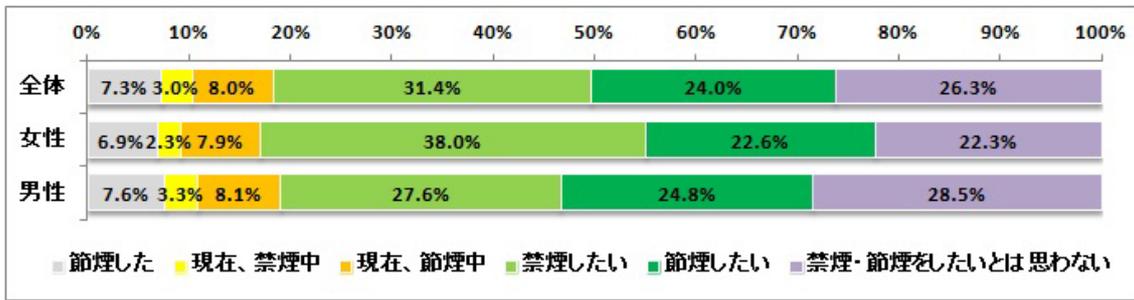
(上) 図表 3: 喫煙のメリット【複数回答】(n: 全体=2,312、女性=910、男性=1,402)

(下) 図表 4: 喫煙のデメリット【複数回答】(n: 全体=2,312、女性=910、男性=1,402)

続いて、「今も喫煙している」および「過去に喫煙していた」喫煙経験者に喫煙のメリット、デメリットを聞いたところ、メリットの1位は「気分転換・リラックスできる」で66.0%でした。男女別では、「喫煙者同士のコミュニケーションができる」の項目で女性が23.4%に対し、男性は33.2%と9.8ポイントの差が開きました。

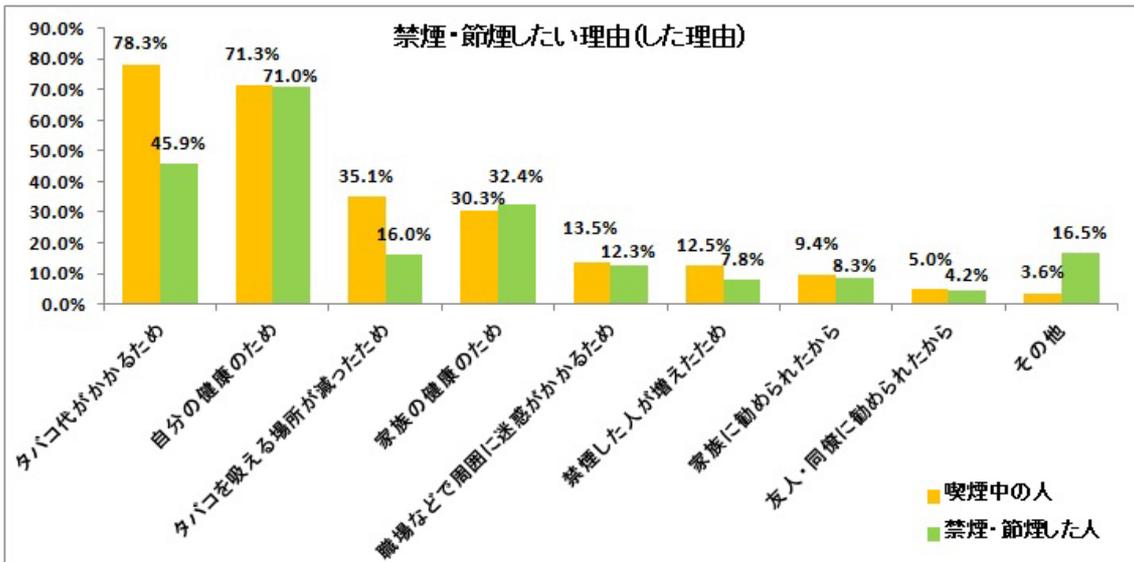
一方、全体でのデメリットの1位は「タバコ代がかかる」で79.6%だったほか、「健康に悪い」、「部屋に匂いがつく」もそれぞれ73.3%、70.5%と高い数字となりました。

### ■喫煙者の約3割が「禁煙したい」と考えている



図表 5: 禁煙・節煙について (n: 全体=845、女性=305、男性=540)

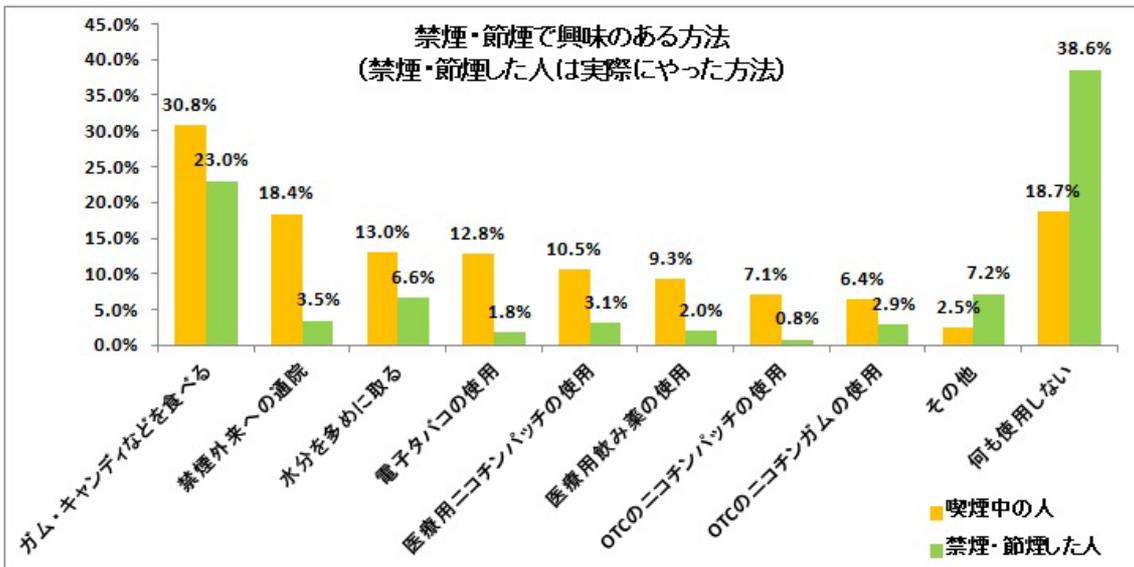
「今も喫煙している」845名を対象に禁煙・節煙への興味を聞いたところ、「節煙した」人が7.3%、「禁煙にチャレンジ中」が3.0%、「節煙にチャレンジ中」が8.0%で、既に禁煙・節煙に向けた行動に移している方は18.3%でした。また、「禁煙したい」は31.4%、「節煙したい」が24.0%、「禁煙・節煙をしたいとは思わない」は26.3%でした。



図表 6: 禁煙・節煙したい理由 (した理由) 【複数回答】 (喫煙中の人 n=561、禁煙・節煙した人 n=1,467)

現在喫煙中の人から「禁煙・節煙をしたいとは思わない」と回答した方を除いた禁煙・節煙意向のある561名に理由を聞いたところ、1位は「タバコ代がかかるため」で78.3%、2位は自分の健康のためで71.3%、3位は「タバコを吸える場所が減ったため」で35.1%でした。

一方、「過去に喫煙していた」1,467名を対象に、禁煙・節煙した理由を聞いたところ、1位は「自分の健康のため」で71.0%、2位は「タバコ代がかかるため」で45.9%、3位は「家族の健康のため」で32.4%でした。



図表 7: 禁煙・節煙で興味のある方法 (禁煙・節煙した人は実際にやった方法)【複数回答】(喫煙中の人 n=561、禁煙・節煙した人 n=1,467)

禁煙・節煙意向のある 561 名に興味のある禁煙・節煙方法を聞いたところ、1 位は「ガム・キャンディを食べる」で 30.8%、2 位は「何も使用しない」で 18.7%、3 位は「禁煙外来への通院」で 18.4%でした。

一方、「過去に喫煙していた」1,467 名を対象に、禁煙・喫煙に成功した方法を聞いたところ、1 位は「何も使用しない」で 38.6%となりました。つづいて 2 位は「ガム・キャンディを食べる」で 23.0%、3 位は「その他」で 6.8%でした。喫煙者の興味で 2 位にランクインした「禁煙外来への通院」は 3.5%で、5 位でした。

昨今、タバコ税の値上げや、喫煙スペースの減少など、喫煙者にとって逆風が吹いていますが、今回のアンケートでも若年層ほど、喫煙経験者が減っていることに加え、また、喫煙者全体でも 2 人に 1 人が禁煙・節煙したいと回答しています。

そうした中、喫煙者の興味のある禁煙方法を見ると、「禁煙外来への通院」が 18.4%、「医療用ニコチンパッチの使用」が 10.5%、「医療用飲み薬の服用」が 9.3%となっており、こうした医療機関や医薬品による禁煙という手法の認知度が高まりつつあると言えます。嗜好品であるタバコとの付き合い方は人それぞれですが、今後はこうした「医療用の禁煙ツール」を利用した禁煙も増えていきそうです。

【調査実施概要】

対象：株式会社クレディセゾンの運営する「永久不滅.com」の「レシートで貯める」サービス登録会員および SBF の登録会員

調査方法：「レシートで貯める」サービス及び「レシート de ポイント」サービスを活用したインターネットリサーチ

調査地域：全国

調査日：2014年11月29日

有効回答者数：5,977名

属性：[女性] 20代3%、30代14%、40代23%、50代13%、60代以上4%

[男性] 20代1%、30代5%、40代16%、50代14%、60代以上7%

【サービス概要】

■サービス名：Point of Buy (R) 購買理由データ事業

■購買理由収集対象者：株式会社クレディセゾンの運営する「永久不滅.com」の「レシートで貯める」サービス登録会員および SBF の登録会員

■購買理由収集の方法：

- 指定カテゴリー（約60カテゴリー）の商品を実際に購入した会員が、その購買理由をレシート画像と共に報告

■購買理由データの販売先：消費財メーカー

■購買理由データの提供方法：契約企業に専用WEBサイトを通してデータを提供

■当事業の特長：

- 日本初のレシートによる購買証明付き購買理由データ
- 「永久不滅.com」会員と「履歴書情報」のあるSBF登録会員「キャスト」で構成された約11万人のネットワークに基づく本人認証度の高いデータを提供。
- 週次POSデータとの連動分析を可能とする週次購買理由データ

■サービス詳細参照ページ：<http://www.sbfield.co.jp/pob/>

■Point of Buy (R) 購買理由データ事業：



**【ソフトブレン・フィールド株式会社 会社概要】**

ソフトブレン・フィールド株式会社は、ソフトブレン株式会社（市場名：東証1部・4779、本社：東京都中央区、設立年月日：1992年6月17日、代表取締役社長：豊田浩文）のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ約50,000名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など110,000店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。

当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第1号事業として独立しました。

本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立：2004年7月

資本金：151,499,329円

代表取締役社長：木名瀬 博

URL：<http://www.sbfield.co.jp/>

**【サービスに関するお問い合わせ先】**

POB 事業部 山室（やまむろ）/神谷（かみたに）

TEL：03-6328-3645 FAX：03-6328-3631

お問い合わせフォーム：<https://www.sbfield.co.jp/inquirytop/>

**【報道関係お問い合わせ先】**

戦略企画室 柳原（やなぎはら）/具志堅（ぐしけん）

TEL：03-6328-3630 FAX：03-6328-3631

MAIL：[solution@sbfield.com](mailto:solution@sbfield.com)