

ネットリサーチDIMSDRIVE 第184回公開調査  
『taspo』に関するアンケート(第2回)

2008年9月11日  
インターワイヤード株式会社

全国でtaspoが開始してから1ヶ月が経った8月。タバコの買い方に変化は出たのでしょうか？

インターワイヤード株式会社が運営するネットリサーチのDIMSDRIVEでは、「taspo」についてアンケートを行いました。調査は2008年8月6日（水）～8月14日（木）にかけて実施し、DIMSDRIVEモニター7,381人から回答を得ています。taspoについてのアンケートは2回目で、第1回目の調査は2008年4月に行っており、2回目の今回は申し込み状況、タバコ購入の変化などについて、前回調査と比較し、まとめました。

### 調査結果の詳細

#### 第2回

<http://www.dims.ne.jp/timelyresearch/2008/0809011>

#### 第1回

<http://www.dims.ne.jp/timelyresearch/2008/080514/>

## 調査概要

|       |                               |  |  |
|-------|-------------------------------|--|--|
| 調査方法  | インターネットを利用した市場調査              |  |  |
| 調査期間  | 2008年8月6日（水）～8月14日（木）         |  |  |
| 調査対象者 | DIMSDRIVEモニター 7,381人          |  |  |
| 回収方法  | DIMSDRIVEのモニターサイトにURL記載（配信なし） |  |  |

| 性別 | N    | %    |
|----|------|------|
| 男性 | 3520 | 47.7 |
| 女性 | 3861 | 52.3 |

| 年代    | N    | %    |
|-------|------|------|
| 10代   | 78   | 1.1  |
| 20代   | 1000 | 13.5 |
| 30代   | 2470 | 33.5 |
| 40代   | 2257 | 30.6 |
| 50代   | 1079 | 14.6 |
| 60代以上 | 497  | 6.7  |

| 地域            | N    | %    |
|---------------|------|------|
| パイロットエリア（導入済） | 65   | 0.9  |
| 第1次エリア（08年5月） | 1521 | 20.6 |
| 第2次エリア（08年6月） | 2273 | 30.8 |
| 第3次エリア（08年7月） | 3522 | 47.7 |

## 目次

- 「自販機での購入」は4割減。
- 未成年喫煙防止に効果は？ 「効果は無いと思う」が5ポイント増加
- 8月現在、taspo所有率は37.7%、「申し込み意向が無い」人は2割増
- 申し込みキャンペーンで申し込んだ人は13.5%
- 申し込まない理由は「申し込みが面倒」。「taspoが無くて困らなかった」という人は6.5%
- taspo所有でも、2割が「自販機以外で買うことが増えた」

## 調査項目

- ・喫煙率
- ・自販機でタバコを購入する頻度
- ・taspoの認知率
- ・taspoは未成年喫煙防止に効果があるか
- ・申し込んだ理由
- ・taspo導入後の、タバコ購入方法の変化について
- ・タバコの購入場所
- ・自販機でタバコを購入する理由
- ・taspoの認知経路
- ・taspoの申し込み状況、意向
- ・申し込まない理由

「自販機での購入」は4割減。

■回答者の喫煙率

回答者全員の喫煙率は27.2%であった。前回の第1回目の調査では27.8%である。

■タバコの購入場所

喫煙者全員に“タバコをよく購入する場所”を尋ねたところ、「コンビニエンスストア」が76.7%と断トツで多かった。次いで「自動販売機」32.2%、「街のタバコ店」23.4%と続いた。

<前回調査との比較>

4月に行った前回調査では「自動販売機」が最も多く73.2%という結果だった。前回調査に比べて、今回の「自動販売機」の回答は41ポイント減少しており、『自販機離れ』が伺える結果となった。「コンビニエンスストア」の割合については、前回71.4%、今回76.7%と、5ポイント上昇しているが、自販機の減少度合いに比べると少ない。

<taspo所有者の購入場所>

taspo所有者に限ってしてみると、最も多かったのは「自動販売機」77.5%、次いで「コンビニエンスストア」68.5%だった。全体の結果に比べると、「自動販売機」が最も高く、前回調査の73.2%よりも高い。「コンビニエンスストア」の割合は全体よりも若干少ない。

■自販機でのタバコ購入頻度

自販機でタバコを購入している人の“自販機での購入頻度”は、前回調査とほぼ変わらない値となった。

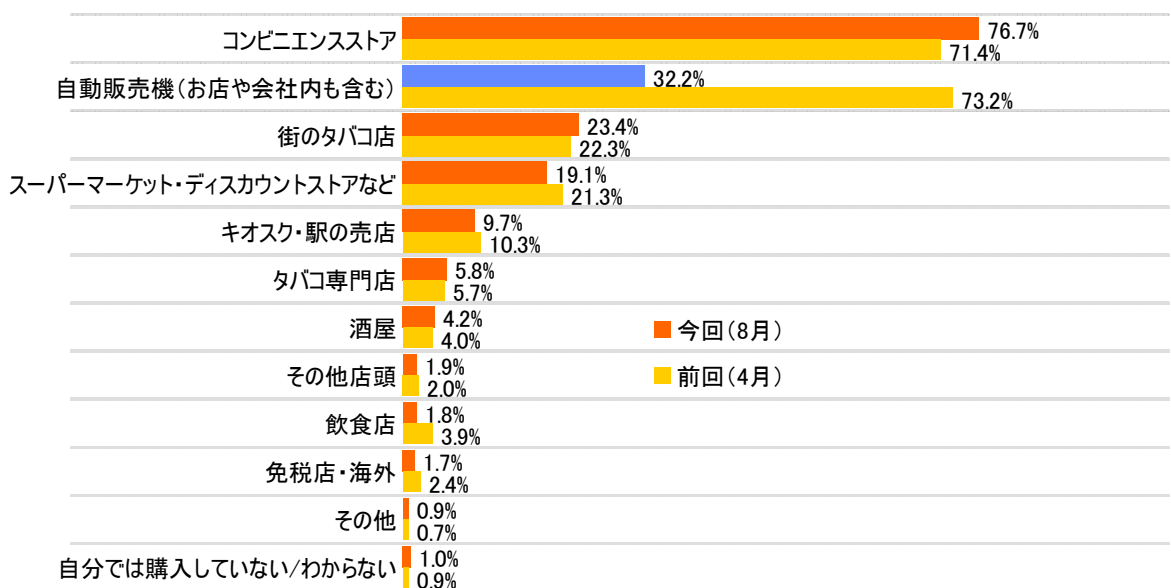
■自販機でタバコを購入する理由

自販機でタバコを購入する理由については、「いつでも買えるから」65.4%、「行動範囲に自販機があるから」55.2%、「手早く買えるから」45.4%、「taspoを持っているから」34.0%と続いた。

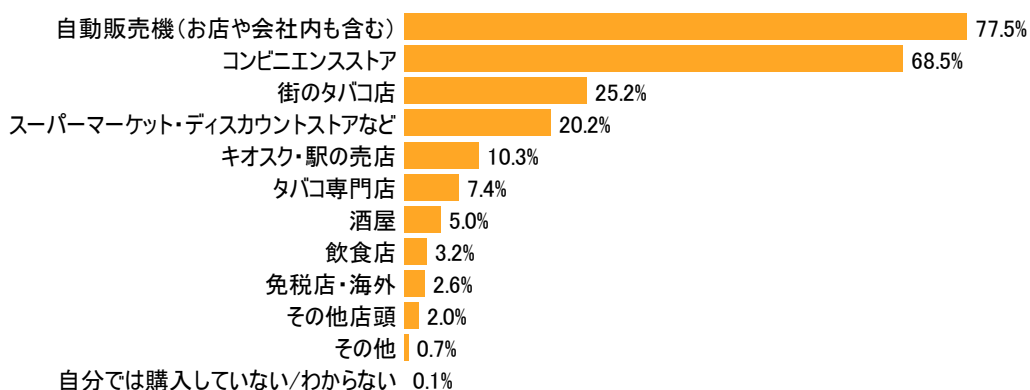
タバコを吸っている人に伺います。

N=2010

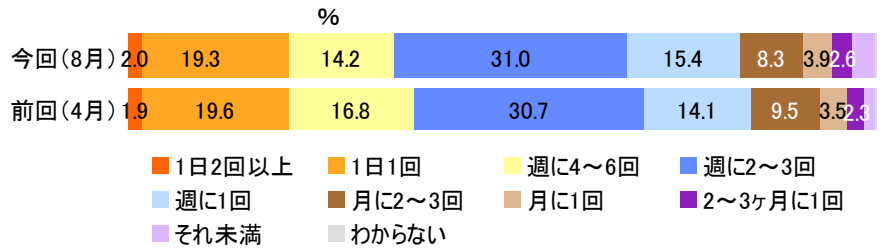
あなたが普段、タバコをよく購入する場所はどこですか。(複数回答)



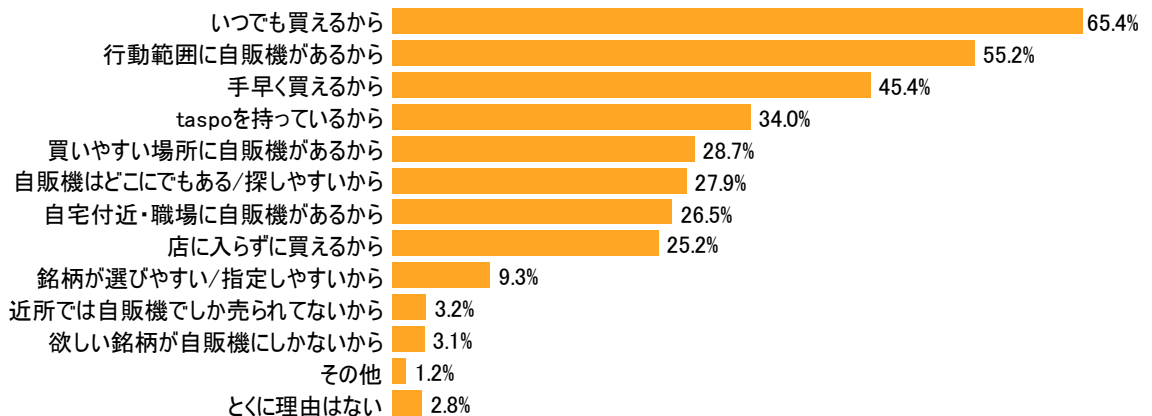
◆taspo所有者の購入場所



自動販売機でタバコを購入している人に伺います。 N=648  
自販機でタバコを購入する頻度はどれぐらいですか。(単一回答)



なぜ自販機でタバコを購入しているのですか。(複数回答)



未成年喫煙防止に効果は？ 「効果は無いと思う」が5ポイント増加

■ taspo認知率

taspoの認知率については、「詳しく内容を知っていた」30.7%、「ある程度内容を知っていた」56.0%、「聞いたことがある程度」12.2%、「知らなかった」1.1%となった。

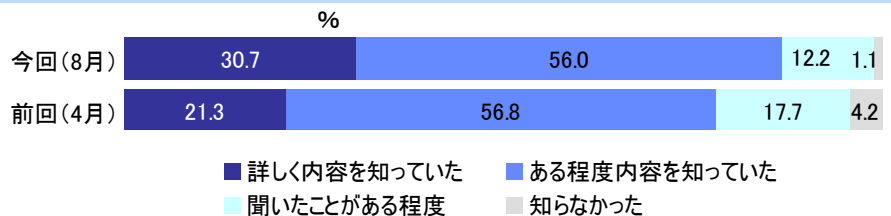
前回よりも「詳しく内容を知っていた」と回答した人が9ポイント増加している。

■ 未成年の喫煙防止に効果は？

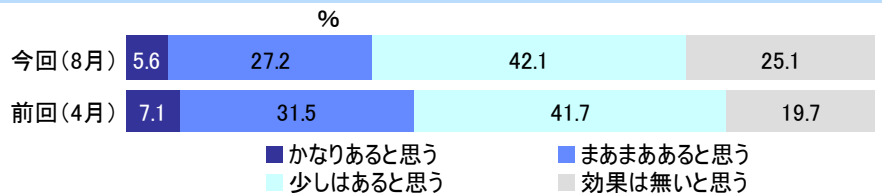
“taspo”について、未成年の喫煙防止に効果はありそうか、と尋ねたところ、「かなりあると思う」5.6%、「まあまああると思う」27.2%、「少しはあると思う」42.1%、「効果は無いと思う」25.1%という結果だった。

前回と比較して『あると思う』の割合は減り、「効果は無いと思う」の割合は5.4ポイント増えている。

全員に伺います。 N=7381  
あなたは「taspo(タスポ)」をご存知でしたか。(単一回答)



「taspo」の導入は、未成年の喫煙防止にどのぐらい効果がありそうだと思いますか。(単一回答)



8月現在、taspo所有率は37.7%、「申し込み意向が無い」人は2割増

■taspoカードの申し込み状況

taspoカードの申し込み状況については、「taspoを持っている」人は37.7%と4割弱であった。また「これから必ず申し込む」1.3%、「たぶん申し込むと思う」7.0%と『これから申し込む』という人は8.3%で、『所有者・所有意向のある人』は46.6%であった。一方、「たぶん申し込まない」は20.0%、「申し込まない」は30.9%と、『申し込み意向の無い人』は50.9%と半数を超え、意向のある人よりも多くなっている。

前回調査では、『申し込み者・意向者』は63.6%だったのに対し、今回は所有者含めて46.6%と、17ポイント減少している。また、『申し込み意向の無い人』は前回に比べて21ポイント増加している。

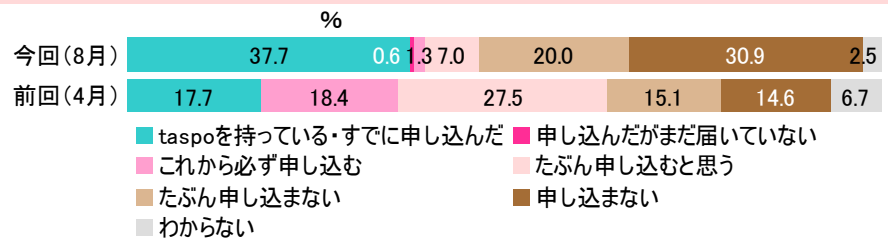
<性年代別>

※60代以上の女性はN=11と少数のため、比較対象から除外しました。「taspoを持っている」と回答した人の割合は、すべての年代で男性の方が多く、最も多かったのは50代男性で45.9%であった。女性は最も多い30代でも33.9%で、どの年代も3割前後である。男性は50代までは年代若いほどtaspo所有率が低く、20代男性では30.0%と、50代に比べると15ポイント以上低い。

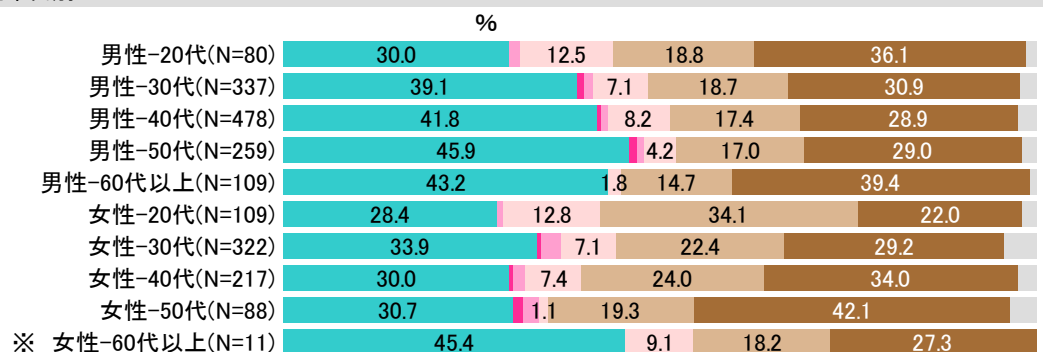
<前回調査に回答した方の、その後>

taspoアンケートに前回も回答し、今回も回答して頂いた方について、4ヶ月後にどのように変化したかを見てみた。「必ず申し込む」と前回調査で回答していた人のうち、taspoを実際に持った人は54.2%と半数強であった。前回調査で申し込み意向が強かった人ほど、実際にtaspoを申し込んだ割合が高くなっている。また、前回「申し込まない」と回答した人の4.1%は、その後taspoを持ったということがわかった。

タバコを吸っている人に伺います。 N=2010  
あなたはtaspoカードを申し込みますか/申し込みましたか。(単一回答)

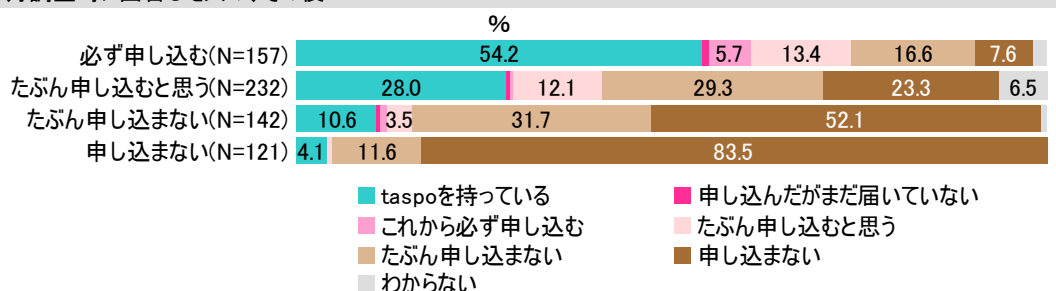


◆性年代別



※はN=50未満の為、参考値

◆4月調査時に回答した人の、その後

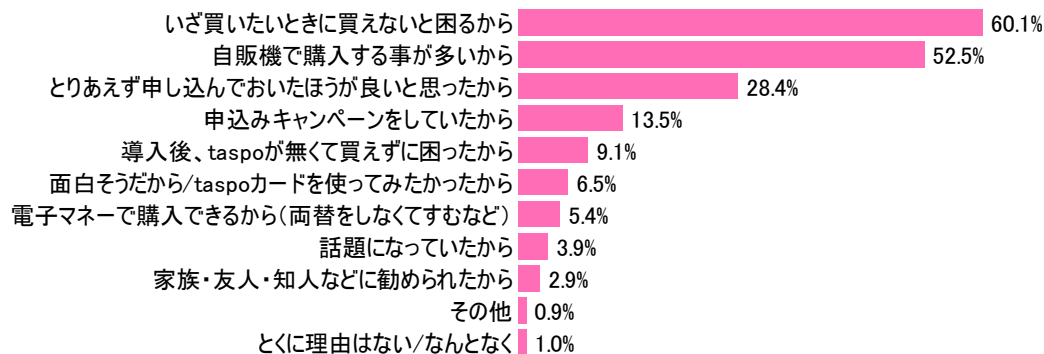


**申し込みキャンペーンで申し込んだ人は13.5%**
**■taspoを申し込んだ理由**

taspoをすでに持っている人、申し込んだ人の“申し込んだ理由”は、「いざ買いたいときに変えないと困るから」60.1%、「自販機で購入することが多いから」52.5%、「とりあえず申し込んでおいたほうが良いと思ったから」28.4%と続いた。「申し込みキャンペーンをしていたから」と、キャンペーンにより申し込んだ人は13.5%であった。

**taspoカードを申し込んだ人・すでに持っている人に伺います。**
**N=771**

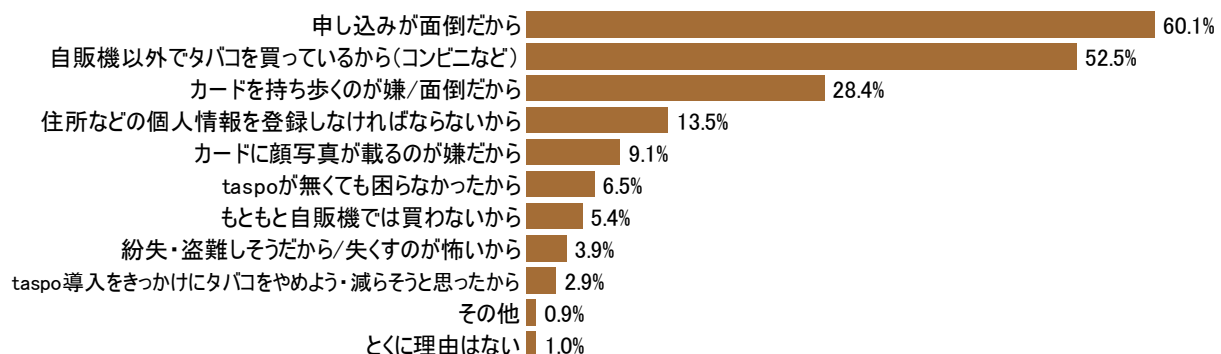
なぜtaspoカードを申し込んだのですか。(複数回答)


**申し込まない理由は「申し込みが面倒」。「taspoが無くて困らなかった」という人は6.5%**
**■申し込まない理由**

申し込み意向のない人に、その理由を尋ねたところ、「申し込みが面倒だから」が60.1%で最も多く、次いで「自販機以外でタバコを買っているから」52.5%、「カードを持ち歩くのが嫌/面倒だから」28.4%、「住所などの個人情報を登録しなければならないから」13.5%と続いた。「taspoが無くて困らなかったから」は6.5%と少数であった。

**taspoカードを申し込まない人に伺います。**
**N=1022**

taspoカードを申し込まないのはなぜですか。(複数回答)



**taspo所有でも、2割が「自販機以外で買うことが増えた」**
**■導入後のタバコ購入方法の変化**

taspo導入後のタバコ購入方法の変化について尋ねたところ、「導入前と変わらない」という人が最も多く42.6%であった。

変化があった人では、「自販機以外で買うことが増えた」40.3%、「スーパー・コンビニなどでのまとめ買いが増えた」24.0%、「タバコの購入が減った」6.0%となり、「自販機での購入が増えた」は2.4%と僅かであった。

**<taspo所有者の購入方法について>**

taspo所有者の変化については、63.8%が「導入前と変わらない」と回答しており、全体よりも高い数値になっている。

また、「自販機での購入が増えた」は6.3%と、全体よりも4ポイント多い。

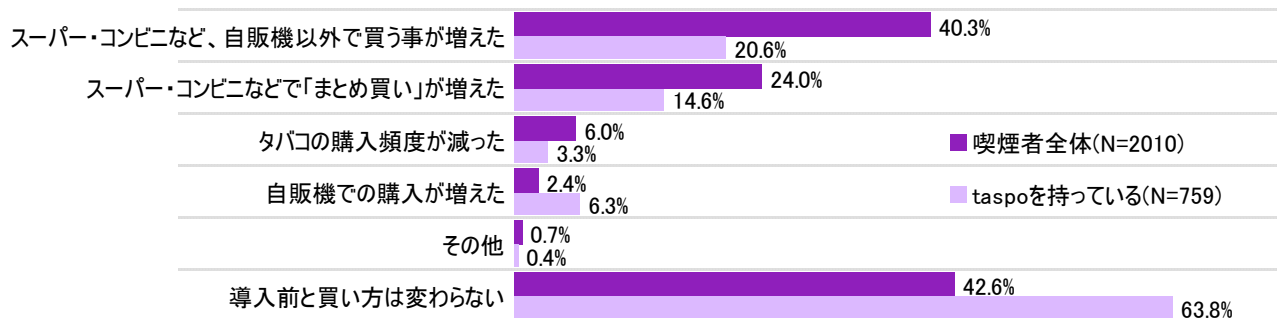
しかし、「自販機以外で買うことが増えた」は20.6%、「スーパー・コンビニなどでまとめ買いが増えた」は14.6%回答されており、

『taspoを持っていても、スーパーやコンビニで購入する機会が増えた』という人が多い事が伺える。

**タバコを吸っている人に伺います。**

N=2010

taspo導入後の、あなたの「タバコの買い方」について当てはまるものをお選びください。(複数回答)


**■ネットリサーチのDIMSDRIVEについて■**

インターワイヤード株式会社が運営する『DIMSDRIVE』は、全国に17万人のモニターを擁し、インターネットリサーチを通じて調査企画・設計から分析・提案までを提供する、マーケティングのトータルソリューションサービスです。

広告効果測定や新製品需要調査など、目的に応じた調査でお客様の戦略立案をサポートしています。

◆DIMSDRIVEホームページ <http://www.dims.ne.jp/>

**■インターワイヤード株式会社について■**

<所在地> 東京都品川区東品川2-2-25 サンウッド品川天王洲タワー3F  
 <TEL> 03-5463-8255  
 <代表者> 斉藤 義弘  
 <事業内容> ネットマーケティングリサーチサービス「DIMSDRIVE」運営

**●調査結果に関するお問い合わせ先●**

インターワイヤード株式会社 DIMSDRIVE事務局(ディムスドライブ事務局) 担当:三浦  
 TEL:03-5463-8256 E-mail: [timely@dims.ne.jp](mailto:timely@dims.ne.jp)