

ネットリサーチDIMSDRIVE 第175回公開調査
『taspo(タスポ)』に関するアンケート (第1回)

2008年5月14日

インターワイヤード株式会社

未成年の喫煙を防止する為に導入されたシステム、taspo。
導入から1ヶ月が経ち、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、認知率・申し込み状況、自販機でのタバコ購入などについてまとめました。

調査は2008年4月2日(水)～4月10日(木)にかけて実施し、DIMSDRIVEモニター6,727人から回答を得ています。

調査結果の詳細 <http://www.dims.ne.jp/timelyresearch/2008/080514>

目次

- 喫煙率、40代男性は43.4%、20代男性は24.7%
- タバコを購入するのは「自販機」、「コンビニ」が圧倒的
- 2割以上が1日1回以上自販機でタバコを購入・・・「いつでも買えて行動範囲にあるから」
- taspoの認知率は95.8%
- 未成年喫煙防止にtaspoは...？「効果は無い、またはあっても少し」が6割
- taspoの申し込み...導入時期が早いほど「すでに申し込んだ」人が多いが、「申し込まない」という人も多い
- taspoを申し込んだ理由は、「いざ買いたいと思うときに買えないと困るから」
- 導入後のタバコの買い方・・・「今までと変わらない」人も4割、「自販機離れ」を予想する人も4割
- 導入後の宮崎・鹿児島では、半数以上が「自販機では全く購入しなくなった」

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4月2日(水)～4月10日(木)		
調査対象者	DIMSDRIVEモニター 6,727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	2617	38.9
女性	4110	61.1

年代	N	%
10代	84	1.2
20代	1158	17.2
30代	2410	35.9
40代	1838	27.3
50代	888	13.2
60代以上	349	5.2

地域	N	%
パイロットエリア(導入済)	59	0.9
第1次エリア(08年5月)	1403	20.9
第2次エリア(08年6月)	2111	31.4
第3次エリア(08年7月)	3154	46.8

調査項目

- ・喫煙率
- ・タバコの購入場所
- ・自販機でタバコを購入する頻度
- ・自販機でタバコを購入する理由
- ・taspoの認知率、認知経路
- ・taspoの導入は未成年喫煙防止に効果があるか？
- ・taspoカードの申し込み状況・意向
- ・申し込んだ理由、申し込まない理由
- ・taspo導入後のタバコの買い方予想(パイロットエリア以外)
- ・導入後の、自販機での購入頻度予想(パイロットエリア以外)
- ・導入後のタバコの買い方の変化(パイロットエリア)

喫煙率、40代男性は43.4%、20代男性は24.7%

■喫煙率

葉巻・パイプ・キセルを除く、“タバコ”について、回答者の喫煙率は27.8%であった。

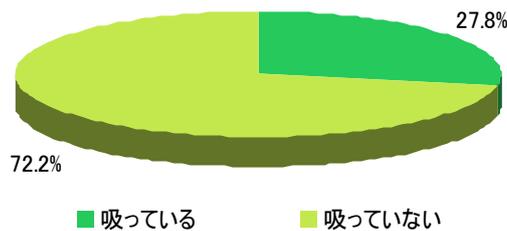
<性年代別>

男女とも、40代が最も高く、40代を頂点に山のようになっている。男性40代は43.4%、女性40代は24.1%であった。40代に比べて、30代・20代は低く、特に男性40代と男性20代では20ポイントほどの差があった。女性は全ての年代で男性よりも喫煙率は低い。

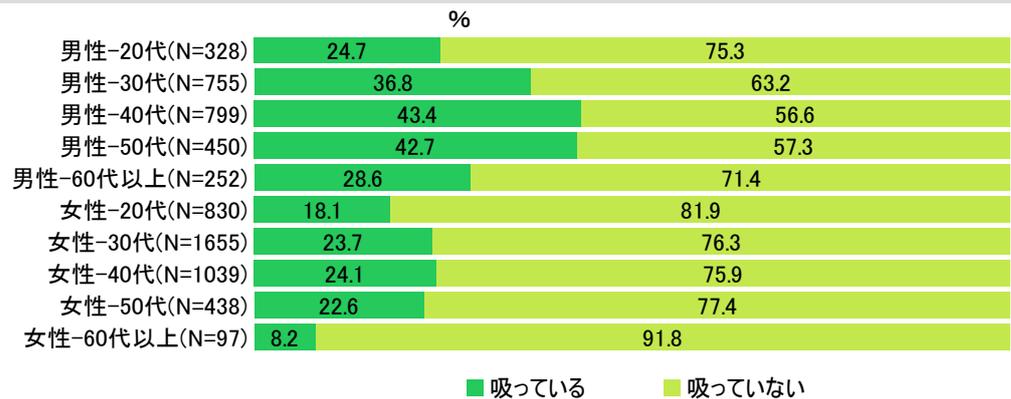
全員に伺います

N=6727

あなたはふだん、タバコ(葉巻、パイプ、キセルなどを除く)を吸いますか。(単一回答)



◆性年代別



タバコを購入するのは「自販機」、「コンビニ」が圧倒的

■タバコの購入場所

喫煙者に、“タバコを購入場所”を尋ねたところ、「自動販売機」が最も多く73.2%、次いで「コンビニエンスストア」71.4%、「街のタバコ店」22.3%、「スーパー・ディスカウントストア」21.3%と続いた。「自動販売機」と「コンビニエンスストア」が圧倒的だった。

タバコを吸う人に伺います

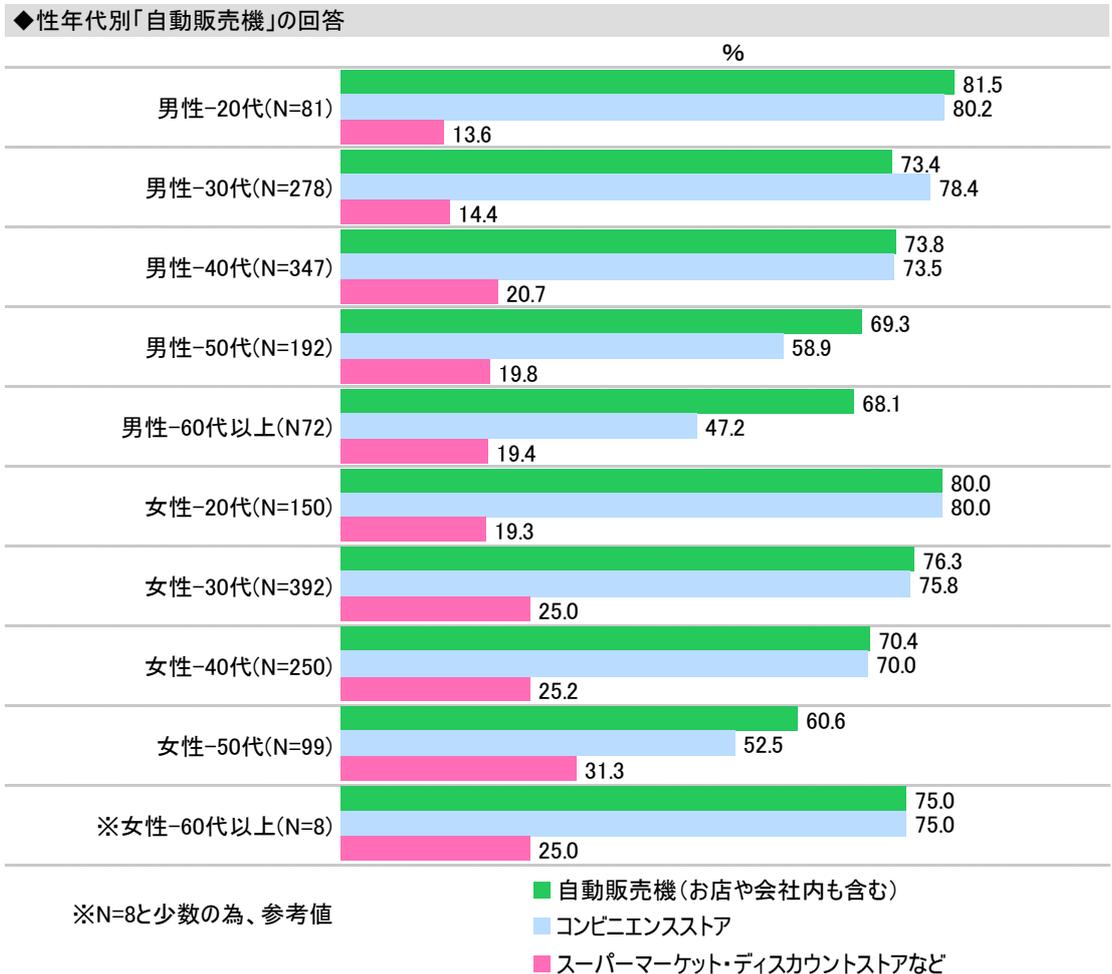
N=1869

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)



＜性年代別、「自販機」、「コンビニ」、「スーパー・ディスカウントストア」の回答＞

「自販機」、「コンビニ」、「スーパー・ディスカウントストア」について、性年代別の回答を見ると、男女とも「自販機」、「コンビニ」は年代が若いほど多く、「スーパー・ディスカウントストア」は年代が上がるほど多くなる傾向にある。「スーパー・ディスカウントストア」は、どの年代も男性よりも女性の方が多く回答している。



2割以上が1日1回以上自販機でタバコを購入・・・「いつでも買えて行動範囲にあるから」

■自販機でタバコを購入する頻度

自販機でタバコを購入している人に、その“頻度”を尋ねたところ、「週に2～3回」が最も多く30.7%、次いで「1日1回」19.6%、「週に4～6回」16.8%と続いた。

83.1%が『週に1回以上』購入していると回答し、『1日1回以上』購入する人も21.5%と2割であった。

＜性年代別＞

全ての年代で、男性の方が女性よりも購入頻度が高い結果となった。

『1日1回以上』が最も多かったのは40代男性で30.8%、最も少なかったのは40代女性で11.9%であった。

また、『週に1回以上』が最も多かったのは50代男性で90.1%、最も少なかったのは50代女性で70.0%だった。

『週に1回以上』という回答は、男性は年代が上がるにつれて高くなる傾向にあり、女性は30代を頂点に山のような形になっている。

50代・60代以上の男性を見ると、『1日1回以上』の割合は40代以下の年代よりも少ないが、『週に1回以上』の割合は40代以下の年代よりも多い。

■自販機で購入するのはなぜ？

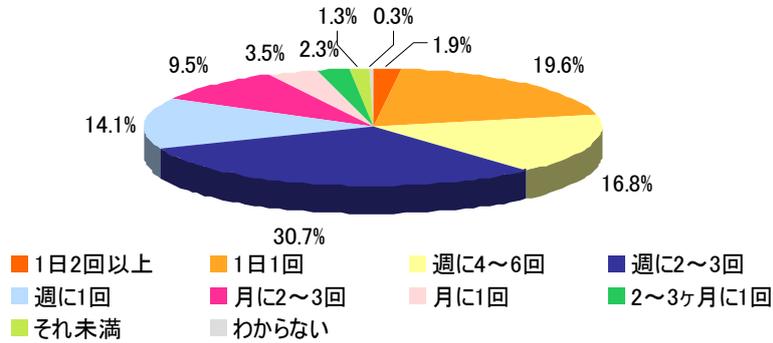
自販機でタバコを購入する“理由”については、「いつでも買えるから」が最も多く66.3%、ついで「行動範囲に自販機があるから」55.7%、「手早く買えるから」54.3%と続いた。

手近な場所にあり、ほしいときにすぐ買えるから・・・という人が多いようだ。

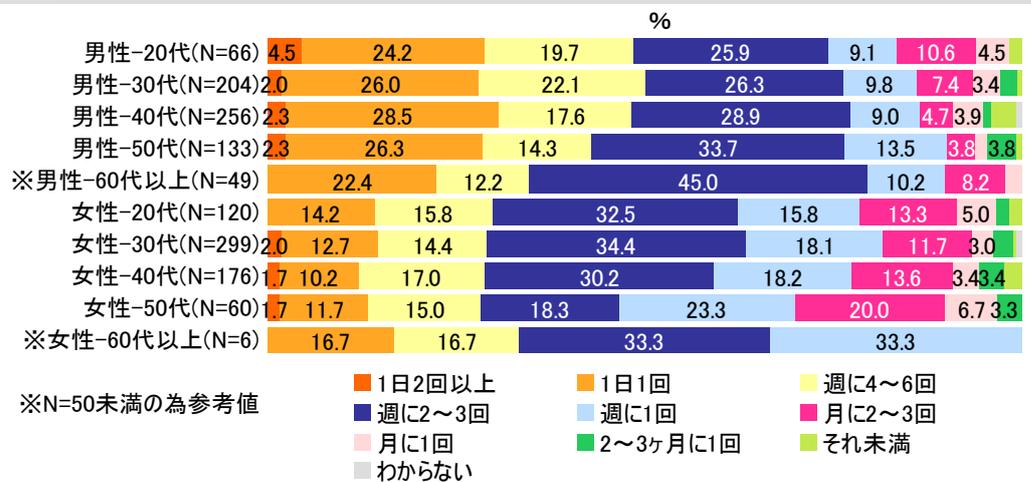
自販機でタバコを購入する人に伺います

N=1369

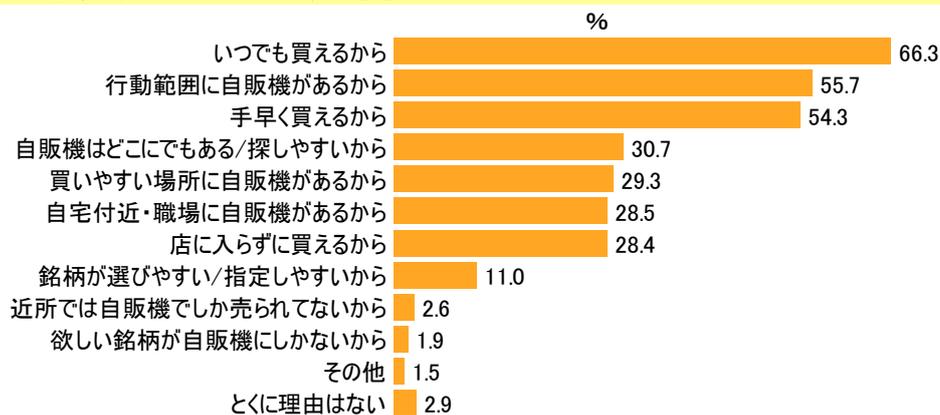
自販機でタバコを購入する頻度はどれぐらいですか。(単一回答)



◆性年代別



なぜ自販機でタバコを購入しているのですか。(複数回答)



taspoの認知率は95.8%

■taspoの認知率(2008年4月10日時点で)

全員に、“taspo”の認知を尋ねたところ、「詳しく内容を知っていた」人は21.3%、「ある程度内容を知っていた」は56.8%と、『内容を知っていた』人は78.1%。「聞いたことがある程度」17.7%を含めた認知率は95.8%と高かった。

<性年代別>

「詳しく内容を知っていた」という人は、全ての年代で男性の方が女性よりも多かった。最も多かったのは30代男性で26.9%、最も少なかったのは60代以上の女性で7.2%であった。(60代以上の女性は特に少なかった)
男性は30代を頂点に山のようにっており、女性は若い年代ほど多くなっている。

<導入時期別>

「詳しく内容を知っていた」という人は、パイロットエリアでは47.4%と半数近く、多かった。
第1次エリアでは26.6%、第2次エリアでは19.4%、第3次エリアでは19.7%で第2次エリアとほぼ同じだった。
導入時期が早いエリアは「詳しく知っていた」人が多くなっている。

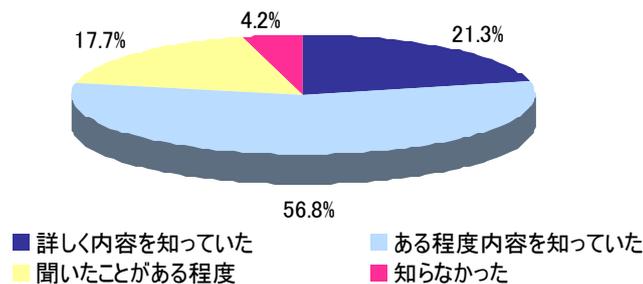
■taspoの認知経路

taspoを知っている人の認知経路で最も多かったのは「TVの番組やニュース」で31.1%であった。
次いで「TVCM」15.5%が続いており、『TVで知った』という人が多いということが分かった。
以下、「自販機のシールなど」12.6%、「タバコを売っている店の店頭」9.7%、「友人・知人・家族など」7.0%と続いた。

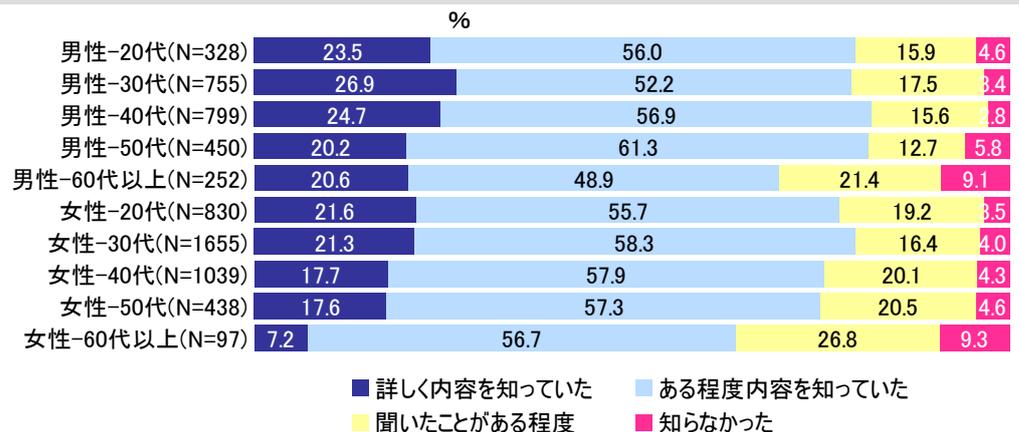
全員に伺います

N=6727

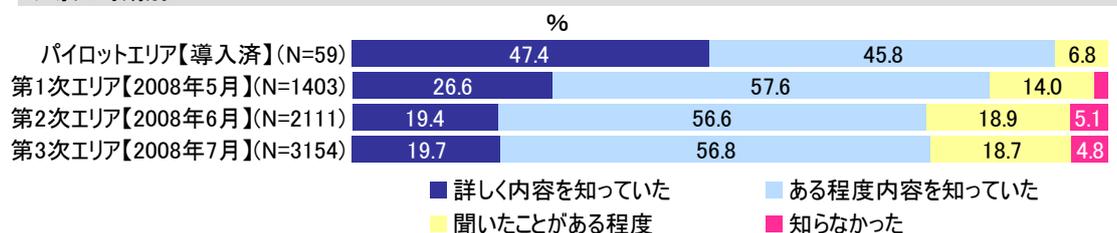
あなたは「taspo(タスポ)」をご存知でしたか。(単一回答)



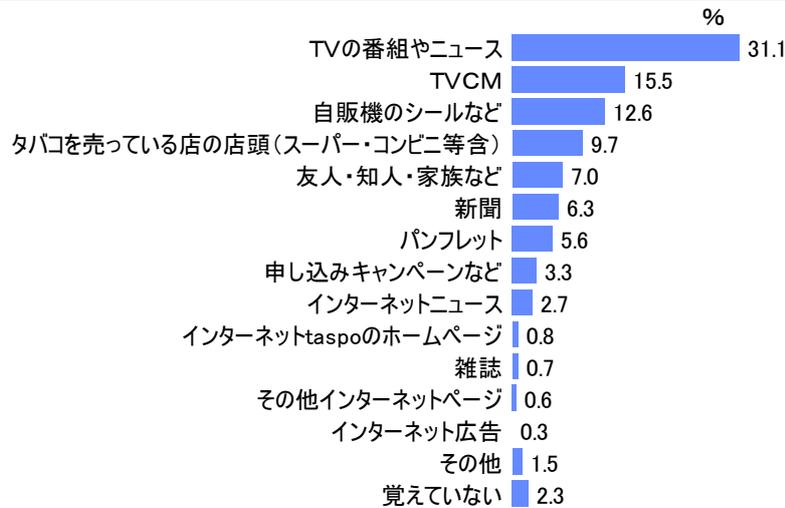
◆性年代別



◆導入時期別



「詳しく知っていた」、「ある程度知っていた」と回答した人に伺います N=5251
「taspo」を知ったきっかけは何でしたか。(単一回答)



未成年喫煙防止にtaspoの効果は・・・? 「ある程度以上効果がある」と思う人は4割ほど

■未成年の喫煙防止にどのぐらい効果が・・・?

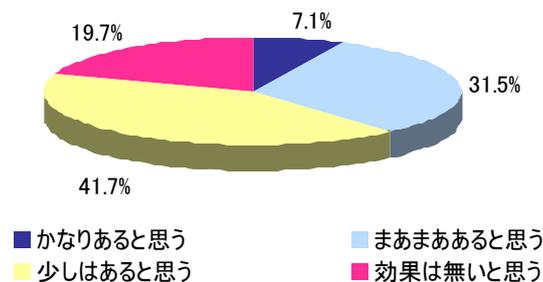
未成年の喫煙防止が目的のtaspoについて、“どのぐらい効果がありそうか”と尋ねたところ、「かなりあると思う」は7.1%と1割に満たなかった。

「まあまああると思う」は31.5%、「少しはあると思う」は41.7%で『あると思う』と回答した人は80.3%。

また、『ある程度以上効果があると思う』という人は38.6%と4割だった。

一方、「効果は無いと思う」と回答した人は19.7%と2割に上った。

全員に伺います N=6727
「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。



taspoの申し込み…導入時期が早いほど「すでに申し込んだ」人が多いが、「申し込まない」という人も多い

■taspoカードの申し込み状況・意向(2008年4月10日時点)

喫煙者全員に、“taspoカードの申し込み状況と意向”を尋ねたところ、「すでに申し込んだ」という人は17.7%と2割弱だった。

「必ず申し込む」は18.4%、「たぶん申し込むと思う」は27.5%と、『申し込み意向がある人』は45.9%であった。

一方、「たぶん申し込まない」15.1%、「申し込まない」14.6%と、『申し込み意向の無い人』は29.7%と3割であった。

<性年代別>

「すでに申し込んだ」という人は、60代以上の男性が最も多く30.6%、最も少なかったのは20代男性で11.1%であった。40代女性を除いて、男女とも年代が上がるに連れて多くなる傾向にある。

また、まだ申し込んでないが『申し込み意向がある』人の割合は男女とも若い年代ほど多い傾向にある。

年代が若いほど、意向はあるが申し込みを済ませておらず、年代が上がるにつれて、申し込み意向者は少なくなるが、その中で既に申し込みを済ませている人の割合が高いという傾向にあった。

男女では、50代以下は男性の方が女性よりも申し込み意向が高く、また、『申し込まない』という人は女性の方が多かった。

<導入時期別>

導入時期別で見ると、「すでに申し込んだ」人は導入時期が早いほど多く、最も多いパイロットエリアでは42.8%、最も少ない第3次エリアでは14.7%であった。

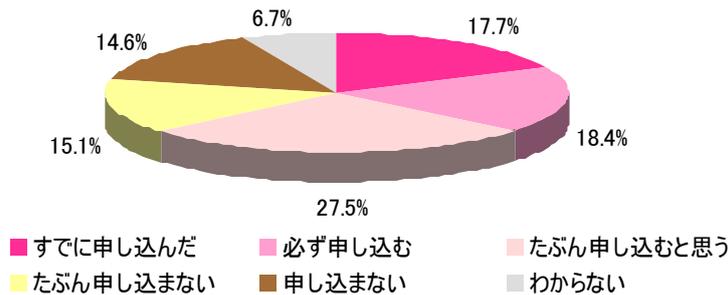
すでに申し込んだ人は導入済みのパイロットエリアが圧倒的に多いが、これから申し込む『申し込み意向者』は導入時期が遅いほど多く、パイロットエリアでは4.8%と僅かであった。

また、『申し込み意向の無い人』は導入時期が早いほど多くなっている。

タバコを吸う人に伺います

N=1869

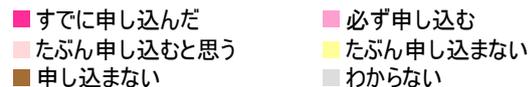
あなたはtaspoカードを申し込みますか/申し込みましたか。(単一回答)



◆性年代別

	すでに申し込んだ	必ず申し込む	たぶん申し込むと思う	たぶん申し込まない	申し込まない	わからない
男性-20代(N=81)	11.1	24.7	32.1	14.8	11.1	
男性-30代(N=278)	18.7	20.9	26.6	12.6	15.8	5.4
男性-40代(N=347)	18.4	20.7	28.6	15.0	12.1	5.2
男性-50代(N=192)	26.5	14.1	25.5	12.0	17.2	4.7
男性-60代以上(N72)	30.6	8.3	25.0	13.9	20.8	
女性-20代(N=150)	12.7	20.0	31.3	16.7	13.3	6.0
女性-30代(N=392)	16.3	18.9	26.3	16.6	14.8	7.1
女性-40代(N=250)	12.0	18.4	28.0	17.2	14.0	10.4
女性-50代(N=99)	17.2	9.1	27.2	17.2	14.1	15.2
※女性-60代以上(N=8)	25.0	25.0	12.5		37.5	

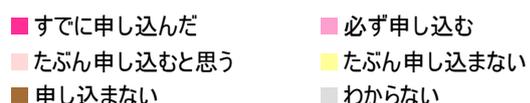
※N=50未満の為参考値



◆導入時期別

	すでに申し込んだ	必ず申し込む	たぶん申し込むと思う	たぶん申し込まない	申し込まない	わからない
※パイロットエリア【導入済】(N=21)	42.8	4.8	14.3		38.1	
第1次エリア【2008年5月】(N=406)	24.6	15.3	22.4	17.5	16.5	3.7
第2次エリア【2008年6月】(N=519)	16.4	16.2	30.4	15.4	13.5	8.1
第3次エリア【2008年7月】(N=923)	14.7	21.5	28.5	13.9	13.9	7.5

※N=50未満の為参考値



taspoを申し込んだ理由は、「いざ買いたいと思うときに買えないと困るから」
■ 申し込んだ・申し込みたい理由

すでに申し込んだ人、申し込み意向がある人にその“理由”を尋ねたところ、「いざ買いたいと思うときに買えないと困るから」が72.6%と圧倒的で、次いで「自販機で購入する事が多いから」53.3%、「とりあえず申し込んでおいた方が良いと思うから」21.5%と続いた。

「電子マネーで購入できるから」は8.0%と少数だった。

■ 申し込まない理由

申し込み意向の無い人の、その“理由”については、「申し込みが面倒だから」45.0%、「taspo開始後は自販機以外で買う/買っているから」36.8%、「カードを持ち歩くのが嫌/面倒だから」36.8%、「カードに顔写真が載るのが嫌だから」35.1%、「住所などの個人情報を登録しなければならないから」33.7%と続いた。

「カードを持ち歩くのが面倒」という人よりも「申し込みが面倒」という人の方が多くなっている。

taspoカードを申し込んだ・申し込み意向がある方に伺います

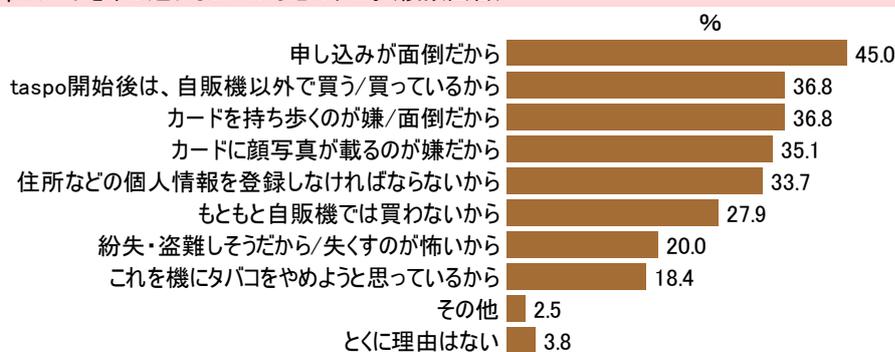
N=1188

なぜtaspoカードを申し込もうと思うのですか/申し込んだのですか。(複数回答)


taspoカードを申し込まない人に伺います

N=555

taspoカードを申し込まないのはなぜですか。(複数回答)



導入後のタバコの買い方・・・「今までと変わらない」人も4割、「自販機離れ」を予想する人も4割

■導入後のタバコの買い方予想(パイロットエリア以外)

宮崎県・鹿児島県以外に在住の喫煙者に“taspo導入後のタバコの買い方”を尋ねたところ、「今までと買い方は変わらないさそう」は43.7%と4割だったが、一方で「スーパー・コンビニなど、自販機以外で買う事が増えそう」30.8%、「スーパー・コンビニなどでまとめ買いをするようになりそう」21.4%と、『自販機離れ』を予想する人も4割と多い。

■導入後の自販機での購入頻度予想(パイロットエリア以外)

また、taspo導入後の“自販機での購入頻度”についても、4割の43.9%が「今までと変わらないと思う」と回答した一方で「自販機での購入は減ると思う」は24.5%、「自販機では全く購入しなくなると思う」は17.1%と、『減る・買わなくなる』という人は41.6%となった。

<導入時期別>

導入時期別では、それほど大きな差は無かったが、導入時期が早いほど、『減る・買わなくなる』という人が多くなっている。また、『増える』という人は導入時期が遅いほど多くなっている。

<性年代別>

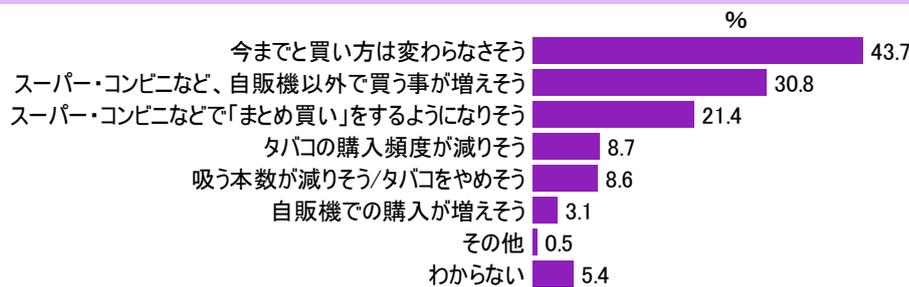
60代以上男性を除いて、男女とも年代が上がるほど「今までと変わらないと思う」人が多く、最も多い50代男性では57.8%と6割近かった。(最も少ないのは20代男性で32.4%)
『増える』という人は男女とも年代が若いほど多く、20代男性は11.3%と1割を超えた。一方で『減る・買わなくなる』という人も、60代男性を除いて年代が若いほど多くなる傾向にあり、20代男性では51.3%と半数を超えた。

年代が高いほど「今までと変わらない」人が多く、若い年代ほど、taspo導入によって自販機での買い方が変わる人が多い。

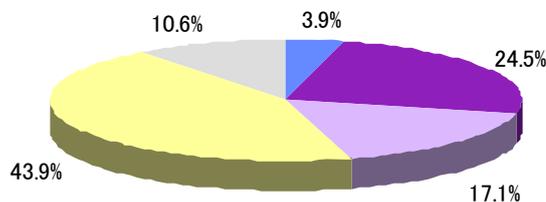
宮崎県・鹿児島県以外にお住まいの、タバコを吸う人に伺います

N=1848

『taspo』導入後、あなたのタバコの買い方はどのようになりそうですか(単一回答)

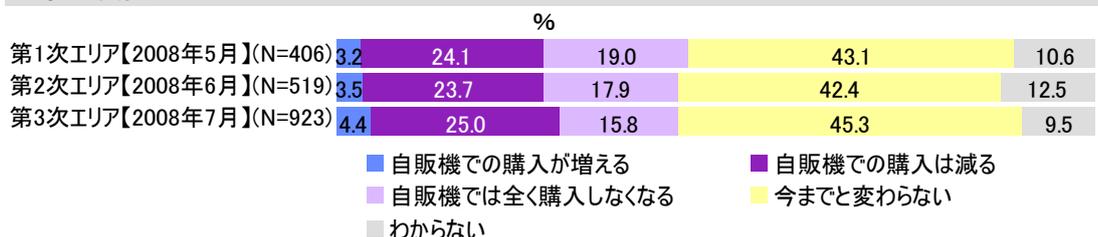


『taspo』導入後、自販機でタバコを買う頻度は増えそうですか。減りそうですか。(単一回答)

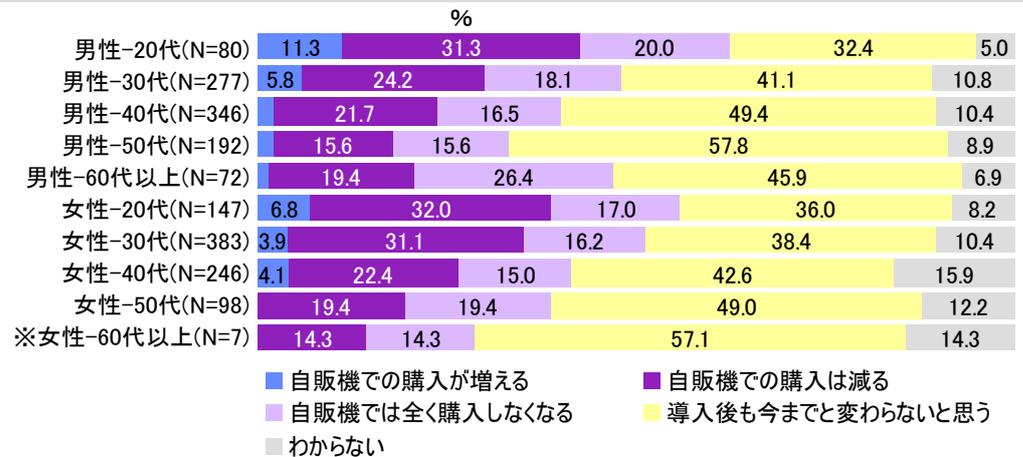


- 導入後、自販機での購入が増えると思う
- 導入後、自販機では全く購入しなくなると思う
- 導入後も今までと変わらないと思う
- 導入後、自販機での購入は減ると思う
- わからない

◆導入時期別



◆ 性年代別



導入後の宮崎・鹿児島では、半数以上が「自販機では全く購入しなくなった」

■ 導入後の自販機での購入頻度(パイロットエリア)

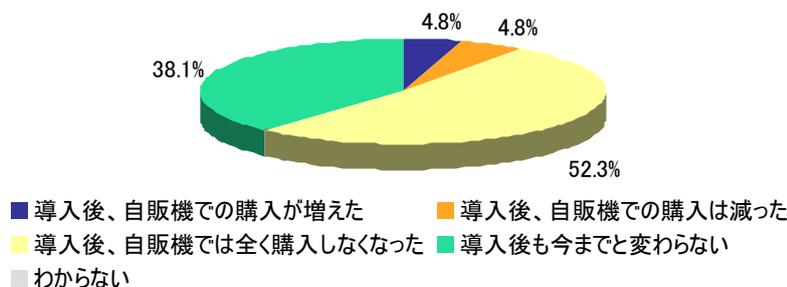
宮崎県・鹿児島県在住の喫煙者に、“taspo導入後のタバコの買い方の変化”を尋ねたところ、52.3%と半数が「自販機では全く購入しなくなった」と回答した。38.1%は「今までと変わらない」と回答している。

※この設問は回答者数が21人と少ないため、参考値です。

宮崎県・鹿児島県在住の、タバコを吸う人に伺います

N=21

「taspo」導入後、自販機でタバコを買う頻度は増えましたか。減りましたか。(単一回答)

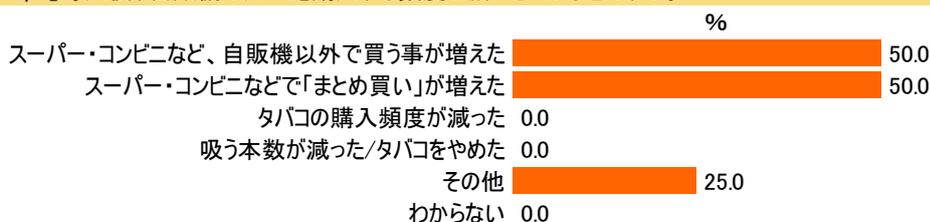


※N=21と少数の為、参考値

『減った』、『全く購入しなくなった』と回答した人に伺います。

N=12

「taspo」導入後、自販機でタバコを購入する頻度が減ったのはなぜですか。



※N=12と少数の為、参考値

■ 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/>

◆ TimelyResearch <http://www.dims.ne.jp/timelyresearch/>

■ 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