



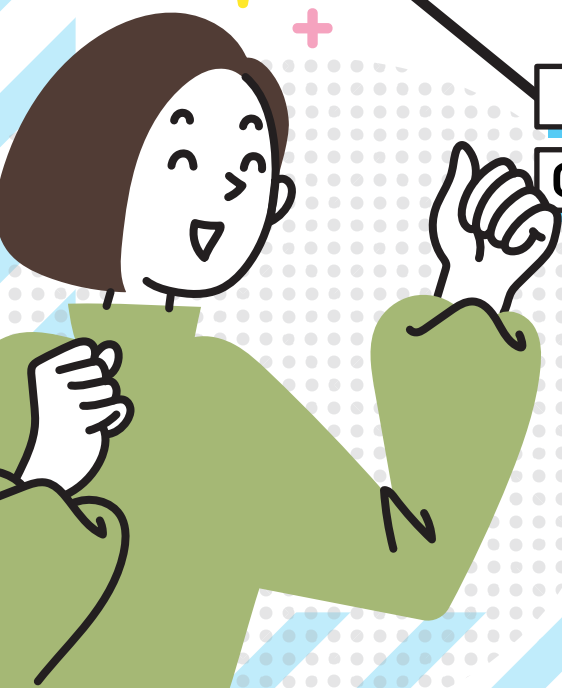
禁煙推進企業
コンソーシアム

<https://kinen-support.com/>

先進企業だけが知っている
企業の禁煙推進完全版

禁煙の カタ

GUIDEBOOK FOR
QUITTING SMOKING



禁煙先生も
全力応援!



第 1 章 はじめに

- 1-1 卒煙のミカタとは? 03
- 1-2 卒煙のミカタ10か条 04
- 1-3 禁煙推進担当者の心得 05

第 2 章 禁煙推進を実施前に担当者が理解すること

- 2-1 失敗しないための禁煙の全体像をつかむ 07
- 2-2 禁煙応援者とは? 喫煙者の心理を知ろう 08
- 2-3 タバコ・喫煙者のことを理解しよう 14
- 2-4 喫煙者に話を聞こう(喫煙者3パターンの把握) 22
- 2-5 禁煙推進はどんなものがあるか見てみましょう 24
- 2-6 目標を考えてみましょう 25

第 3 章 経営層を巻き込んでみよう

- 3-1 経営層の巻き込み方 27
- 3-2 禁煙宣言を作ってみよう 29
- 3-3 禁煙制度を作ってみよう 32

第 4 章 禁煙応援者を集めてみよう

- 4-1 応援者の集め方 33
- 4-2 非喫煙者の理解を深めましょう 35

第 5 章 『禁煙風土』と『職場の組織風土』のつながり

- 5-1 職場の組織風土について考えよう 36
- 5-2 ヘルスリテラシーを高めて禁煙風土を作ろう 38
- 5-3 応援者・喫煙者と作る禁煙の輪 39

第 6 章 禁煙応援者を集めてみよう

- 6-2 禁煙チャレンジ者を募集しよう! 40
- 6-3 禁煙チャレンジスタート! 42

第 7 章 禁煙応援者を集めてみよう

- 7-1 社内外に伝えることの重要性 43
- 7-2 社内での禁煙推進発表 44
- 7-3 顧客・家族を巻き込む禁煙推進 45
- 7-4 プレスリリースを活用しましょう 47

第 8 章 おわりに～日本の健康のために～

49



禁煙推進で、組織は変わる。 禁煙推進で、売上も向上する。

2019年4月18日に禁煙推進企業コンソーシアムは発足発表会を開きました。製薬企業、保険企業をはじめIBMやオートバックスなどヘルスケア業界以外の企業も、この団体に興味を持っていただき21社の会員企業でスタートいたしました。

喫煙率を減らすためには、どうしたらよいか？

各会員企業で実施してきた禁煙推進の施策やデータを持ち寄り、会員企業の担当者が熱い議論をしてきました。また、従業員が禁煙に一步踏み出してもらうためには、社会情勢が重要ということも分かり、毎年「禁煙推進が企業でスタンダードになる」をスローガンに、社外への広報活動を積極的に実施してきました。2020年には、「禁煙推進ノウハウ集」、2021年には「禁煙白書2021」を発行し、会員企業以外の担当者の方にも禁煙推進が一步進むようにノウハウを集約する活動を実施してきました。

禁煙推進企業コンソーシアムに加盟する企業の約8割は、大企業です。従業員数が多い大企業は喫煙者に対する個別アプローチより、禁煙外来補助、禁煙に関する就業規則設定、インセンティブなどの組織全体に広報する施策がメインとなっています。ただ、中小企業を中心とした多くの企業は予算や会社の状況により、組織全体へのアプローチが難しく、「個人に対するアプローチ」が重要となってきております。

禁煙推進は反対者が出る可能性も高く、企業で取り組むのは会社の規模に関わらず非常に難しいです。本テキストは、禁煙推進企業コンソーシアムで得られた企業の事例やノウハウを基に、なるべく喫煙者からの不満がでずに喫煙者が禁煙をしてみよう!と思わせるプログラムを作らせていただきました。皆様の禁煙推進の成功を応援しております。



1-1 『卒煙のミカタ』とは？

組織でも、個人でも取り組める禁煙施策のテキストを「卒煙のミカタ」と名付けております。本テキストでは、「禁煙成功の秘訣は周囲の人の応援」という視点を大切に、組織内で「禁煙」に対する応援者を募り、教育し、喫煙者に対するサポートをしていくステップを丁寧に記載しております。また、ステップを進むに従い必要な、従業員や経営者への情報発信・教育ツールを揃えております。

そんな禁煙推進のスペシャリストが側にいてくれるようなサービスを目指して「卒煙のミカタ」と命名しております。

「卒煙のミカタ」では、企業の禁煙推進のサポートとして

- ✓ 企業内で経営者を巻き込むこと
- ✓ 企業内で禁煙応援者を募ること
- ✓ 企業内で情報発信をしていくこと

を重要にしておりますが、組織を巻き込まなくても出来るツールも整備しております。

HOW TO 当テキストの使い方

第1章 はじめに

1-1 卒煙のミカタとは	03
1-2 卒煙のミカタ10か条	04
1-3 禁煙推進担当者の心得	05

第2章 禁煙推進を実施前に担当者が理解すること

2-1 失敗しないための禁煙の全体像をつかむ	07
2-2 禁煙 応援者ってどんなことするの？	08
2-3 タバコ・喫煙者のことを理解しよう	14
2-4 喫煙者に話を聞こう（3パターンの把握）	22
2-5 禁煙推進はどんなものがあるか見てみましょう	24
2-6 目標を考えてみましょう	25

第3章 経営層を巻き込んでみよう

3-1 経営層の巻き込み方	27
3-2 禁煙宣言を作ってみよう	29
3-3 禁煙制度を作ってみよう	32

第4章 禁煙応援者を集めてみよう

4-1 応援者の集め方	33
4-2 非喫煙者の理解を深めましょう	35

第5章 『禁煙風土』と『職場の組織風土』のつながり

5-1 職場の組織風土について考えよう	36
5-2 ヘルスリテラシーを高めて禁煙風土を作ろう	38
5-3 応援者・喫煙者とする禁煙の輪	39

第6章 禁煙応援者を集めてみよう

6-2 禁煙チャレンジ者を募集しよう！	40
6-3 禁煙チャレンジスタート！	42

第7章 禁煙応援者を集めてみよう

7-1 社内外に伝えることの重要性	43
7-2 社内での禁煙推進発表	44
7-3 顧客・家族を巻き込む禁煙推進	45
7-4 プレシリソースを活用しましょう	47

第8章 おわりに～日本の健康のために～

49

STEP
1

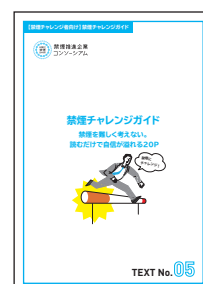
[2-1] 禁煙の全体像をマスター

STEP
2

[2-2～6] を順番に読み進めよう

STEP
3

それぞれの章に対応した、
便利な冊子を活用しながら
禁煙推進を実施



1-2 卒煙のミカタ10か条

1. 禁煙推進は喫煙者の気持ちを知ること
2. 禁煙推進は中長期で実施するもの
3. 禁煙推進は反対者が出るもの
4. 禁煙推進を経営者と話すこと
5. 禁煙推進には目標設定をすること
6. 禁煙推進は非喫煙者の理解を得ること
7. 禁煙推進は組織風土を考えること
8. 禁煙推進は応援者を募ること
9. 禁煙推進を社外にも発信すること
10. 禁煙推進に社外も巻き込むこと



1-3 禁煙推進担当者の心得

本テキストを手にとっていらっしゃる方の多くは
下記のいずれかの方だと思いますが、禁煙に関わる方全てに
ご理解いただけるように作成させていただいております。

01



経営者（経営層）が
禁煙推進を希望

02



人事担当者が
禁煙推進を希望

03



産業保健専門職が
禁煙推進を希望

そして、まず何より重要なことが「禁煙推進の担当者」とは、
どんなマインドが必要かをお伝えさせていただきます。
禁煙推進企業コンソーシアムメンバーで良く話すのは、「担当者の心得」の重要性です。

1-3 禁煙推進担当者の心得

禁煙推進・卒煙推進担当者適正チェックリスト

1つでもチェックのついた方は、喫煙率を下げづらい環境を自らが作っています。
まず担当者としての理解度をあげましょう。

**喫煙者がどうしてやめられないのかわからない**

喫煙者のことを理解しないと、知らず知らずのうちに対立した態度が出てしまいます。

第一歩は「喫煙者への理解」です → 【従業員向け】喫煙者の心理BOOK参照

**喫煙者は早く病気になって苦しめばよいのと思っている**

「喫煙者は、身体に悪いと知っていてタバコを吸っている」だから病気になって苦しむのは自業自得だという考えだと、寄り添ったコミュニケーションが出来ません。

**喫煙者に対して、恨みや憎しみがある**

何らかの理由で、喫煙者に対しての恨みや憎しみがある方もいらっしゃるかと思います。ただ、その気持ちを一旦整理して愛のあるコミュニケーションを心がけましょう

**国が禁煙対策を推進すればよいのと思っている**

タバコの値段をもっと上げればよい! 国がタバコを禁止すれば良い! と思っている方もいらっしゃいます。喫煙者を減らすのに時間がかかるように、国の施策も長い時間がかかります。まずは自分たちが出来ることをテキストに沿ってやっていきましょう!

2-1 失敗しないための禁煙の全体像をつかむ

卒煙のミカタの全体図は、下記のようになっています。

禁煙が一番組織で進むように、応援者を募りながらチャレンジ者の伴走をしていくモデルです。
御社のそれぞれのステージに合わせて読み進めていってください。

卒煙のミカタは、各ステージで冊子を用意

第2章

担当者が「喫煙者・現状」を知る 「禁煙推進」を考える

第3章

経営者巻き込み
禁煙宣言／制度設計

第4章

禁煙応援者募集

経営者
サポート

第5章

禁煙風土作り／健康教育

第6章

禁煙者募集

声掛け／動機付け

事前宣言

喫煙者

応援者

禁煙チャレンジ

応援

表彰ほか

第7章

社内外への情報発信

2-2 禁煙応援者とは？喫煙者の心理を知ろう



／ 禁煙応援者の役割 ／

禁煙は、1人でチャレンジすると失敗する可能性が高いことが分かっています。そんな時に喫煙者に寄り添い禁煙チャレンジを促し、側にいて応援してあげる方を「禁煙応援者」と呼んでおります。

- ① 社内の喫煙者の状況を知る（喫煙者のことを理解する）
- ② 喫煙者に禁煙推進を促す（禁煙チャレンジをしたいと思わせる）
- ③ 禁煙チャレンジをしている方を応援する

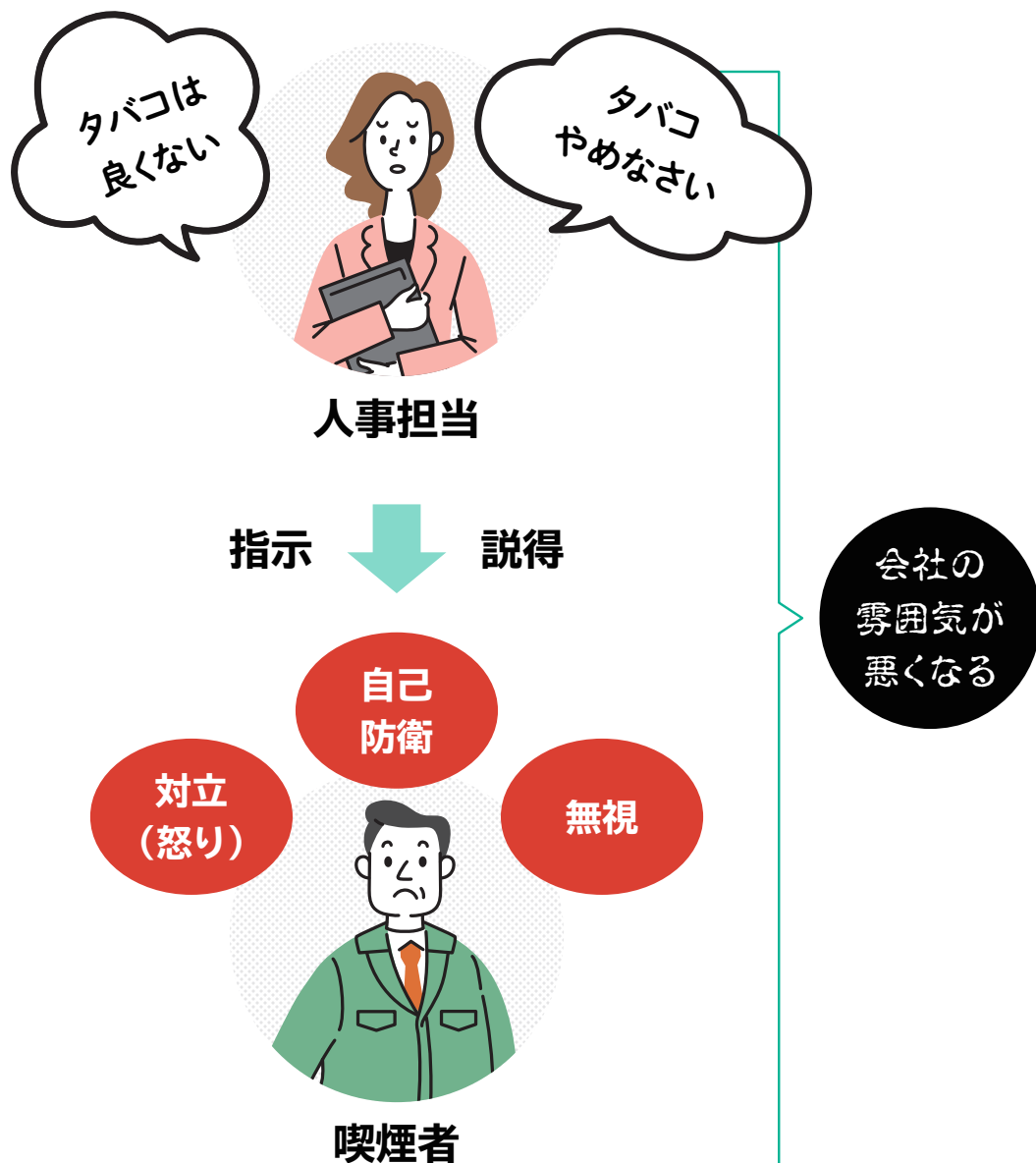
何故、禁煙応援者が必要なのか？

喫煙を日ごろからしている方は、「ニコチン中毒」になっている方がほとんどです。「自分で辞めたい」と思っている、なかなか会社の雰囲気、喫煙仲間、日ごろのストレスから喫煙が辞められないで毎日を過ごしている方も多いです。心のどこかで「喫煙をやめるキッカケ」を探している方も多くいます。そんな喫煙者が、禁煙にチャレンジしてもらうためにはキッカケを与えてくれる自分のことを分かってくれる応援者が必要です。また、禁煙をチャレンジすることには、様々な不安がありますがそれを払拭してくれる人が「応援者」の存在です。実際に禁煙成功率は、周囲に宣言をしたり、応援をしてくれる仲間がいることにより上がると言われております。ひとりで実施をすると続かない禁煙も、応援者がいることにより禁煙チャレンジをする際には心の大きな支えとなります。踏み切ることができても継続が難しいのが禁煙です。応援者は毎日毎日フォローすることが大事なのではなく、**寄り添っている存在、指示や説得ではなく、応援している存在と喫煙者が感じてくれることが成功のポイントとなります。**

2-2 禁煙応援者ってどんなことするの？

喫煙者に上から禁煙を説得しても逆効果

ある行動を取るように他人から言われても、素直に従わず、説得をはね返そうとします。人は、誰かが自分を説得しようとしているとき、それを敏感に察知する。その結果として、防衛反応が高まり、説得のメッセージを無視したり、聞かないようにしたり、ひどい場合は、その提案が誤っているという理由を並べ立てて反論したりします。



特に、「タバコを吸う」＝「習慣化」になっている人は禁煙への一歩が非常に難しく反発を生む可能性があるの得上から目線での説得は禁物です。

2-2 禁煙応援者ってどんなことするの？

禁煙チャレンジ者に対しての応援行動

① 自分自身を知ってもらう

② 効果的なキッカケ作り

③ 禁煙風土作り

1 自分自身を知ってもらう

健康的な行動をする際の第一歩は自分自身を理解してもらうことです。
喫煙者が「自分自身」のことで知ってもらうポイント

1. 自分自身の健康を知る

今、自分はどのぐらい健康なのか？

健康の定義「肉体的、精神的および社会的に満たされた状態」

どんな時に、自分は満たされているのか？を自分自身で
感じてもらうことが大切です。

2. タバコを吸う矛盾？を知る

人は、一貫性のある行動を取ろうとする習性があります。

矛盾のない態度と行動を実践することを好みます。

自分が望むこととタバコを吸うことの矛盾に気がつくとも行動に変化が生まれます。
(健康になりたい けど タバコを吸い続けている)

3. 禁煙をする裏の願望を引き出す

タバコを吸わないでしよう！というモチベーションは誘惑もあり長続きしづらいです。

禁煙の裏にある願望を引き出し、「何故タバコを辞めるのか」という動機付けが重要です。

例) 子供に臭いと言われたくない／マラソン大会で記録を狙いたいなど



喫煙者

【参考】タイの禁煙プロモーション

禁煙の取り組みでこのアプローチを用いたのが、タイの保健当局です。

たばこを吸うことが健康に悪いと指摘するのではなく、幼い子どもたちを使ったキャンペーンを展開します。

路上で子どもたちが喫煙者に声を掛け、ライターを貸してほしいと頼むようにしました。

すると喫煙者たちは、子どもたちの求めを拒みます。たばこの危険性について、子どもたちに説教する人も少なくないです。

子どもたちはその場を立ち去る前に、喫煙者に1枚のメモを手渡します。「あなたは僕／私のことを心配してくれました。

でも、どうして自分のことを心配しないのですか」メモの下部には、禁煙支援のフリーダイヤルの電話番号が記されていました。

キャンペーンの期間中、フリーダイヤルにかかってきた電話の数は、いつもの1.6倍以上に跳ね上がりました。

2-2 禁煙応援者ってどんなことするの？

禁煙チャレンジ者に対しての応援行動

1 自分自身を知ってもらう

2 効果的なキッカケ作り

3 禁煙風土作り

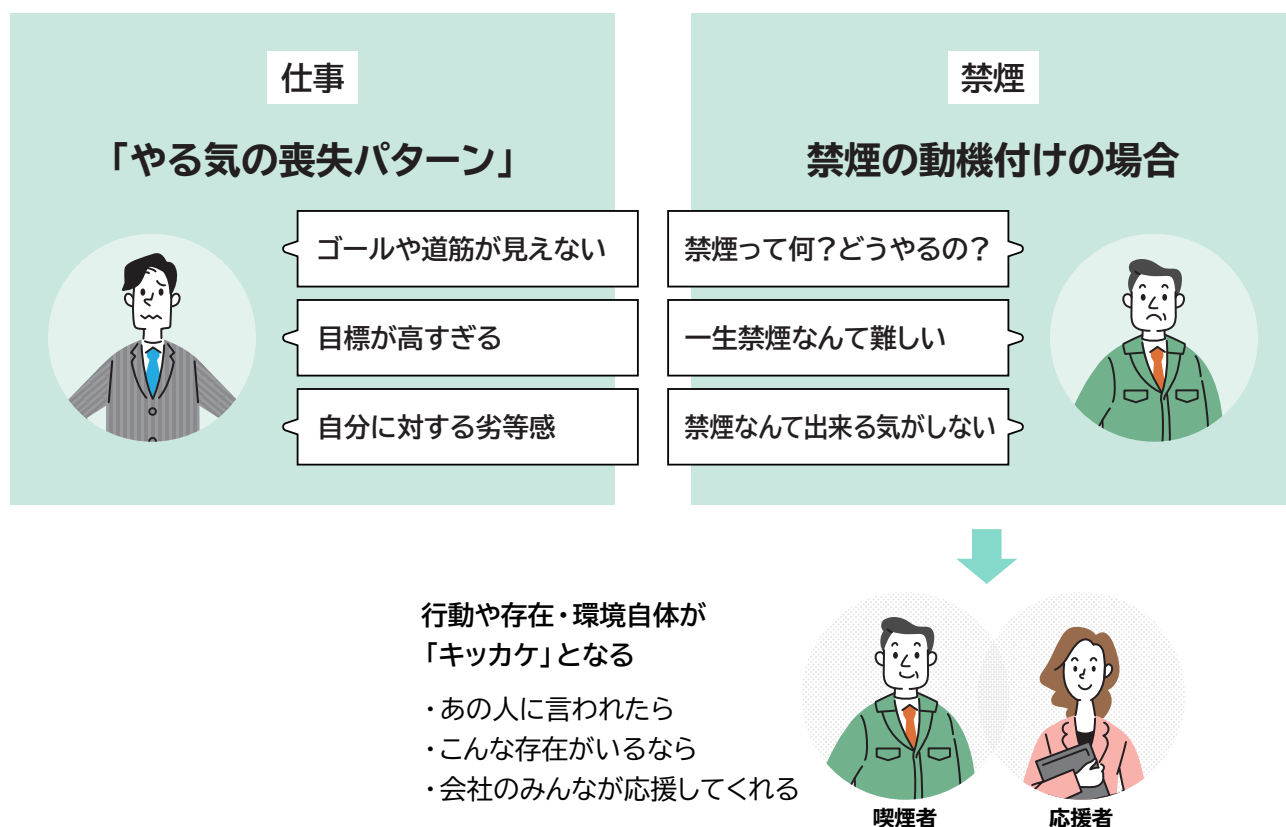
2 効果的なキッカケ作り

禁煙を考えるキッカケは大きく分けて3つです。

- 1) 身体的トラブル（咳や痰、息苦しさなどの自覚症状に不安を感じる）
- 2) 医師から喫煙を止められる（重要な疾患が見つかった際）
- 3) 生活環境の変化（子供が出来る／結婚する／昇格する／会社の風土など）

1) や2) があるまで、喫煙を続けてしまうことは家族にとってもご自身にとっても辛いですね。
 応援者で出来ることは、3) の環境の変化のところですよ。

喫煙者自身が、「禁煙に対する動機」がしっかりしていたとしても、何らかのキッカケが無いと行動を起こせません。そこで重要なことが、効果的なキッカケ作りをしてくれる「応援者の存在」が必要です。



2-2 禁煙応援者ってどんなことするの？

禁煙チャレンジ者に対しての応援行動

① 自分自身を知ってもらう

② 効果的なキッカケ作り

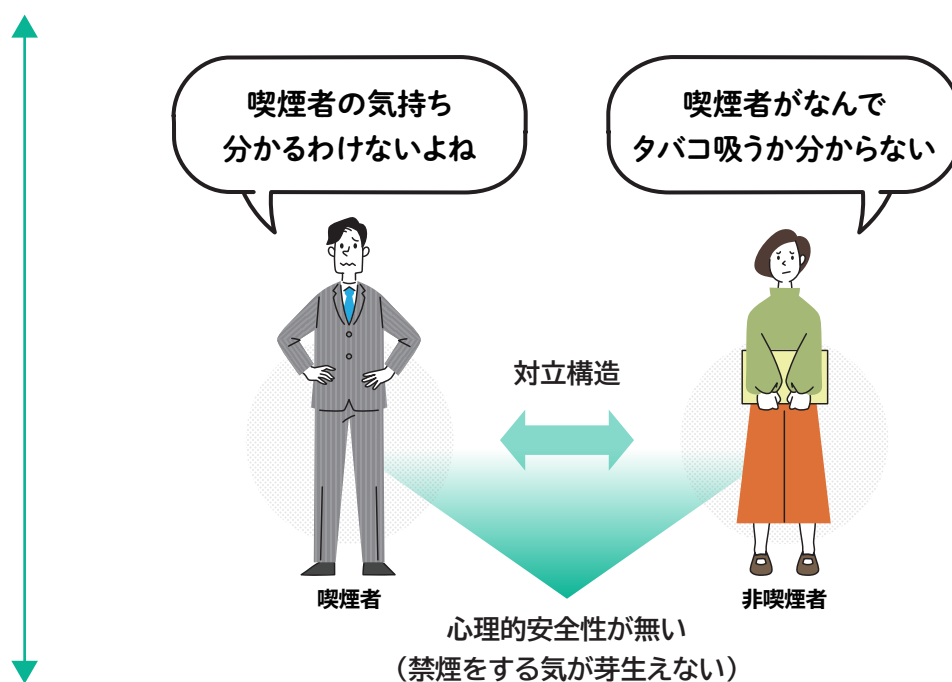
③ 禁煙風土作り

3 禁煙風土作り

禁煙チャレンジ者にとって必要な応援行動の3つ目は、「組織の中での禁煙風土作り」です。
喫煙者にとって、禁煙に一步踏み出すには「環境」が大切です。

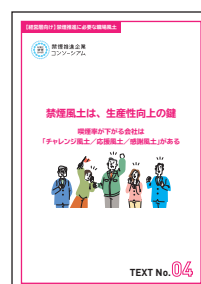
NGな環境

気持ちの理解が無い／対立している



理想の環境

- ✓ チャレンジをしやすい雰囲気がある
- ✓ 会社が禁煙チャレンジを応援する
- ✓ チャレンジに感謝し、応援に感謝する



※経営層向け冊子活用ください
禁煙推進に必要な職場風土

2-2 禁煙応援者ってどんなことするの？

禁煙チャレンジ者と応援者の仕組みとして
非常にユニークな取組みをしているロート製薬の事例

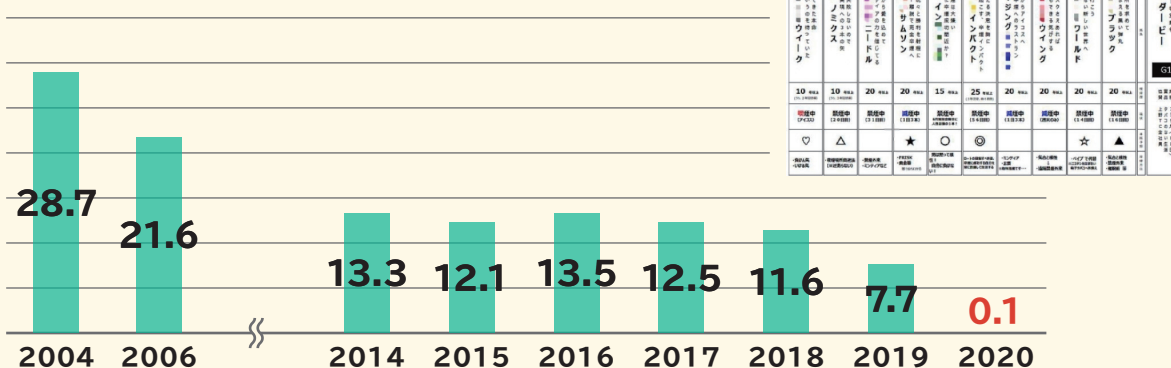
禁煙推進企業コンソーシアムでの応援者の存在による禁煙施策成功実績

ロート製薬株式会社

卒煙を組織全体で応援する『卒煙ダービー』工場内で、禁煙チャレンジする人を組織内で競馬に見立てて好評。個別の禁煙チャレンジ者を応援します。無事に自分が応援する喫煙者が卒煙できたら、社内健康ポイントが応援者に付与される仕組み。

2006年21.6%→2020年0.1%へ喫煙率を低減

ロート製薬 喫煙率推移



この施策を禁煙応援者3つのポイントで考えてみます。

ポイント①自分自身を知る

公表されることで自分がどうして禁煙に取り組むかを言語化するため、禁煙の動機に対して自己認識を強く持つことができます。

ポイント②きっかけづくり

会社の非常にユニークな仕掛けによる、禁煙チャレンジ環境の提供により、応援者の存在や応援者の数で自分の普段の人間関係を振り返るきっかけを作っています。

ポイント③組織風土づくり

まさに禁煙を組織の応援風土づくりに活かし応援差にインセンティブを与えることで応援することを認める風土を作っています。

2-3 タバコ・喫煙者のことを理解しよう

Let's study! 禁煙を取り巻く環境と歴史を知ろう

南蛮貿易により伝来した後（1543年と言われる）、庶民の嗜好品として広まりました。特に江戸時代では、酒やタバコを嗜み世間との付き合いをよくすることが家業の繁栄にも繋がるという考え方もあったようです。戦後の生活苦の中で、タバコは日常の中で当たり前の存在でした。一方、アメリカで1950年第に「喫煙と健康の問題」に関する報告書が提出されたことを発端に、世界も徐々に禁煙に目が向き始めます。

日本での喫煙／禁煙の動き

1978年	嫌煙権運動がメディアで取り上げられる。 （公共の場所や職場などの共有の空間で受動喫煙対策をするなどして非喫煙者の権利を保護することを目的とした運動）
1997年	厚生白書において生活習慣病の概念が導入、タバコが注目される社会になってくる
2000年	健康日本21（21世紀における国民健康づくり運動）の中で、タバコからの保護を目的として対策が議論
2003年	健康増進法にて受動喫煙を防止する措置規定
2005年	タバコのパッケージに注意喚起表示の義務化
2006年	禁煙治療に対する健康保険の適用
2010年	タバコの税・価格の引き上げ（この時期男女計で喫煙率20%切る）
2012年	2022年度までに喫煙率を12%にすることが閣議決定
2015年	経済産業省 健康経営銘柄の発表
2018年	健康増進法の改定法案成立
2019年	健康増進法改定（学校・病院等が原則敷地内禁煙：屋内全面禁煙） 禁煙推進企業コンソーシアム設立
2020年	健康増進法改定（原則全ての屋内禁煙）
2021年	コロナ重症化と喫煙の相関性の論文発表

WHOでは、タバコの流行を阻止するために有効な6つの政策を
MPOWERという名前を付けて広報している。

- M**：タバコ使用の政策のモニタリング
- P**：受動喫煙防止のための法規制
- O**：禁煙支援・治療
- W**：タバコの危険性の警告表示／マスメディア・キャンペーン
- E**：タバコの広告・販促・後援の禁止
- R**：タバコ税の引き上げ

日本は、世界的にもMPOWERの評価が低いと言われている。

今までは「個人での禁煙」に注目がされてきたが、経済産業が推奨する健康経営の広がりの中で、「企業の禁煙推進」がスタンダードになりつつあり、禁煙推進が注目されるようになってきている。



M

Monitor

P

Protect

O

Offer

W

Warn

E

Enforce

R

Raise



2-3 タバコ・喫煙者のことを理解しよう

喫煙者の心理を知る必要性

喫煙者は、下記のような周囲の声に一度は触れています。



ただし、喫煙者は上記の声を知っていて喫煙をしております。仮に禁煙応援者が喫煙者を理解せず、タバコに対する嫌悪感を前面に出して禁煙を勧めたとしても結果は見えているでしょう。会社の中が「喫煙者」と「喫煙者に嫌悪感を示す非喫煙者」だけだったとすると、喫煙者と非喫煙者是对立構造になり、喫煙者は禁煙するどころか、自分の殻に閉じこもり禁煙に対する頑固層（絶対に禁煙しない人）になってしまいます。

喫煙者の理解・状況に関しては、【従業員向け】喫煙者の心理BOOK参照。

禁煙応援者は、御社はどんなネーミングを使いますか？

禁煙応援者という言葉を使わなくても構いません。御社の社風や状況に合わせてネーミングを新たに付けてみるのも良いかもしれません。企業の中での禁煙推進が注目され、話題になり、敵対関係を生み出さないようにネーミング選定をしていってください。

ネーミング例

- | | | | |
|-----------|------------------|--------------|--------------|
| ■ 禁煙応援者 | ■ 健康サポーター | ■ 卒煙お助けマン | ■ 卒煙パートナー |
| ■ 卒煙応援者 | ■ 健康経営担当 | ■ 卒煙フレンズ | ■ みんなで禁煙し隊 |
| ■ 禁煙サポーター | ■ 健康ヘルパー | ■ 禁煙ペアーズ | ■ 卒煙友の会 |
| ■ 禁煙見守り隊 | ■ 卒煙のミカタ | ■ 卒煙ファミリー | ■ 禁煙相棒 |
| ■ 禁煙仲間 | ■ 禁煙エール | ■ チャレンジサポーター | ■ 卒煙運命共同体 |
| ■ 禁煙後押し君 | ■ SMK(組織の未来を考える) | ■ 禁煙部 | ■ 卒煙約束チーム など |

2-3 タバコ・喫煙者のことを理解しよう

喫煙者の心理を知ろう

何度も繰り返しになりますが、『応援者になるということ＝喫煙者の気持ちを知ること』です。喫煙者の気持ちに寄り添わないで「なんでいつまでもタバコなんて吸っているの?」という気持ちであれば、あなたの会社の喫煙者はなかなか減りません。そこで、喫煙者の心理／そして喫煙のメカニズムをまずは簡単に勉強してみましょう。

ニコチン中毒とは?

定期的にニコチン摂取を繰り返すと、ある時期以降には脳細胞は喫煙してニコチンを吸収することでようやく以前と同レベルの活動を維持するようになる。これが「ニコチン中毒」「ニコチン依存」と呼ばれている状態です。

タバコをやめられない「ニコチン依存症」には
身体的依存と心理的依存という2つの側面があります。



【身体的依存】

急速に肺から吸収され数秒で脳内に達するニコチンは、脳内で本来働く神経伝達物質の代わりに刺激を与え、快感や報酬感を与えます。これを繰り返すうちに、ニコチンがないとイライラや落ち着かないなどのニコチン切れ症状（禁断症状）があらわれるようになります。これを身体的依存と呼びます。

喫煙者はタバコを吸うと頭がすっきりする、気分が落ち着く、リラックスするなどと感じ、一時的に禁断症状が解消されますが、吸い終わってしばらくするとニコチン切れに伴い禁断症状が出現し、再びタバコが欲しくなります。



【心理的依存】

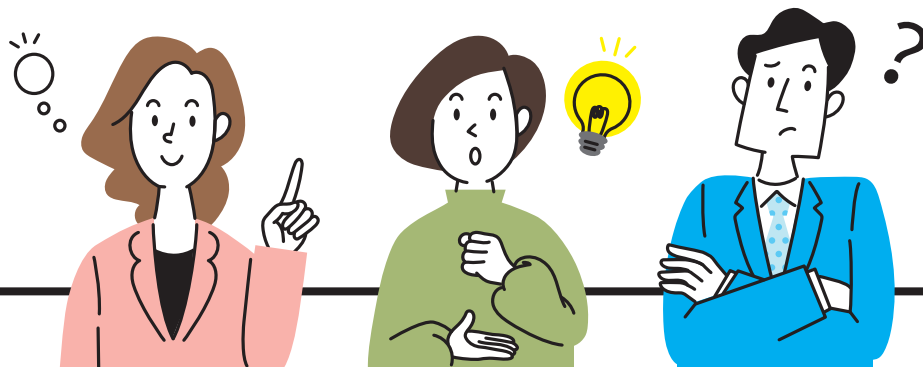
身体的依存のほか、心理的依存が生じてきます。タバコを吸ってよかったという記憶や身についたクセ、習慣などを心理的依存といいます。心理的依存は、身体的依存とは違い、物質的な影響を受けるものではなく、喫煙したときのリフレッシュした感覚や不安が和らぐような感覚が記憶され、喫煙すればその状態が改善すると本人が思いこむところから始まります。

※日本医師会「すすめよう禁煙」より抜粋

禁煙治療の保険診療で用いられる、ニコチン依存度テストで「ニコチン依存症」を診断できます。

厚生労働省 e-ヘルスネット TDSニコチン依存度テスト

<https://www.e-healthnet.mhlw.go.jp/information/dictionary/tobacco/yt-048.html>



2-3 タバコ・喫煙者のことを理解しよう

タバコの種類を知ろう

1 紙巻きタバコ（日本で一番売れているタバコ）

タバコ葉を刻んで乾燥させたものが紙で包まれており、火をつけながらフィルターを通して発生した煙を吸い込む



2 加熱式タバコ（フィリップ・モリス社のIQOSやJT社のプルーム・テックなど）

紙タバコのように葉に直接火をつけるのではなく、葉を加熱してニコチンなどを含んだエアロゾル（蒸気）を発生させる方式のタバコ



3 電子タバコ（世界で発売禁止の動き、日本でも厚労省が注意喚起）

香料を含んだリキッドを加熱して発生する蒸気を吸引する製品。薬機法によりニコチンの販売が規制されており、ニコチンを含む製品は販売が基本的に日本ではありません。ニコチンを含まない製品でも発がん性物質などを発生するものもあると報告されており、未成年も含む若年層も購入可能なため電子タバコは問題視されています。



新型タバコに対する誤解

1. 発がん性物質は紙巻きタバコと同じく加熱式タバコからも検出されている。
※有害物質のうち減った物質もあれば、増えている物質もあり、一律に低減されているわけではない。
2. 現状の加熱式タバコにはニコチンが多く含まれているため、ニコチン依存症は維持される。
3. 加熱式タバコが、紙巻きタバコより健康へのリスクを低減するとはタバコ会社も記していない。
4. ニコチンが含まれていない電子タバコの中には、ミントやフルーツなどの香りを加えた製品もありますが、これらの香り成分に含まれている化学物質が肺の奥まで吸い込まれた時にどのような影響があるか、現時点では明らかになっていない。

ニコチン摂取量に関する論文

加熱式タバコにもニコチンが含まれているので、喫煙者は血中ニコチン濃度が一定に達するまで、つまり自分が満足するまで吸い続けたいと思います。そのため喫煙回数が増え、結局ニコチン接種量は変わらないことが多いという研究があります。

【参考情報】『Heat-not-burn tobacco products: a systematic literature review』Erikas Simonavicius 1, Ann McNeill 1 2, Lion Shahab 3, Leonie S Brose
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30181382/>

ニコチン含まれていない電子タバコ

ニコチンが含まれていない電子タバコなら禁煙できるかもしれません。しかし、国立がん研究センターの調査では、電子タバコを使用した人は、使用しなかった人より禁煙成功率が38%少ないことがわかっています。

【参考情報】『紙巻タバコの禁煙方法と有効性を調査』国立研究開発法人 国立がん研究センター
https://www.ncc.go.jp/jp/information/pr_release/2017/1212/index.html

2-3 タバコ・喫煙者のことを理解しよう

タバコを吸いたくなるタイミング

日常的に習慣となっていた喫煙行動に紐づいて思い出すことがほとんどです。

ふとしたこと、そんなことで思うことが引き金になります。応援する方の引き金になりそうなことを一緒に考えてみるのもよいです。まずは、どんなパターンが多いのか、知っておくことで避けることができます。

場所や人が引き金

- ・喫煙所を通った時
- ・物陰や人がいないところに来た時
- ・喫煙仲間に会った時
- ・タバコ売り場を通った時



自分行動が引き金

- ・お酒の席で飲んでいるとき
- ・パチンコ／パチスロ／麻雀等をしているとき
- ・食事（特に焼肉等）中または食後
- ・喫茶店に行ったとき（特にコーヒー）



自分の心理状態が引き金

- ・気分転換したいとき／イライラした時
- ・仕事が一段落したとき
- ・行き詰まったとき（落ち着きたいとき）
- ・孤独を感じたとき／暇な時



特定のライフサイクルが引き金

- ・朝起きてすぐ
- ・寝る前
- ・休憩中
- ・長時間打ち合わせの前後



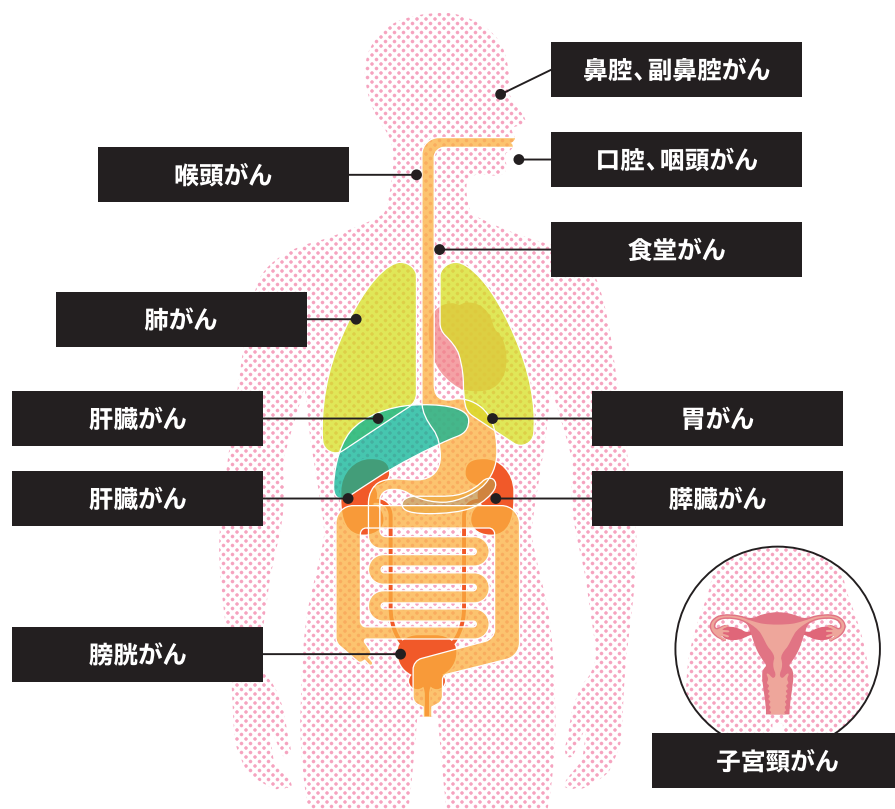
2-3 タバコ・喫煙者のことを理解しよう

タバコが与える健康被害と禁煙のメリット

喫煙者本人がなりやすいがんの種類

たばこの煙の中には、たばこ自体に含まれる物質と、それらが不完全燃焼することによって生じる化合物が含まれており、その種類は約5,300種類ほどあるとされます。

その中には、たばこ特異的二トロソアミン類をはじめとする、発がん物質が約70種類含まれています。これらの有害物質は、たばこを吸うと肺に到達し、血液を通じて全身の臓器に運ばれます。DNAに損傷を与えるなど、がんの発生メカニズムのさまざまな段階へ関与して、がんの原因となります。



✓ がん以外の健康影響 (レベル1)

- | | | | |
|-------------------|----------|-------------|----------------|
| ■ 脳卒中 | ■ 呼吸機能低下 | ■ 胸部大動脈癌 | ■ 早産 |
| ■ 歯周病 | ■ 結核 | ■ 末梢性の動脈硬化 | ■ 低出生体重／胎児発育遅延 |
| ■ 慢性閉塞性肺疾患 (CDPD) | ■ 虚血性心疾患 | ■ 2 型糖尿病の発祥 | |

✓ タバコの影響

- ・がん患者がたばこを吸うことは、再発・転移とは別に、新たに発生するがん（二次がん）の原因となる
- ・喫煙量の増加に伴い二次がんのリスクが高まること
- ・がんの診断後に禁煙した患者は、たばこを吸い続けた患者と比較して二次がんが発生するリスクが下がる

参考情報】禁煙メリット：禁煙の効果 https://ganjoho.jp/public/pre_scr/cause_prevention/smoking/tobacco02.html

2-3 タバコ・喫煙者のことを理解しよう

喫煙者が言われなれていること／うんざりする言葉と心の声

喫煙が、身体的に悪影響を及ぼすことは、喫煙者はわかっているつもりもしくはわかっています。そのため、わかっていることを指摘されるのは、不快な気分にならせてしまい、本来の応援する関係性が築きにくくなります。応援する立場としては良かれと思いかけてしまいがちな言葉ですが、できれば違う言い方で伝えたいのが、喫煙者には響きます。まずは、うんざりする言葉を把握し、どう伝えればよいかは次のページから見ていきましょう。



タバコ、健康に悪いよ

知ってるよ…

タバコ吸っている人って、
(休憩多くて) ずるいよね

仕事の時は集中し
てちゃんとしてる

まだタバコなんて
吸っているの？

別にいいでしょ？

禁煙なんて簡単じゃない？

簡単にやれるならやってるよ

うるさいな、
言われたくないよ

タバコまだやめないの？

タバコやめなよ

ここにも妻と同じこと
言ってくる人がいる…

お金燃やしているようなものだよ？

自分のお金だから
言われたくない



2-3 タバコ・喫煙者のことを理解しよう

禁煙をしたいキッカケになること

禁煙のキッカケは人それぞれ、喫煙者によるアンケート調査によると、喫煙者のうち「禁煙」を（時期に関わらずしたい）という方が6割ほどいます。禁煙のキッカケになることは人によってかなり大きく変わります。

✓ 健康上の課題・不安

健康診断結果が悪い／風邪／将来の健康不安／
近親者の病気・死亡

✓ 金銭的の課題・不安

タバコ価格が上がる／家計の圧迫／節約をしたかった／
給料下がる

✓ 周囲の環境

喫煙仲間の禁煙／世の中の流れ／喫煙所の撤廃／
据える環境の制限

✓ 自分自身または家族の
ライフステージ

入学／昇格／転職／結婚／出産／出会い等

✓ 信用する人からのススメ

家族／上司／同僚

禁煙を始める
キッカケは
人それぞれ



2-4 喫煙者に話を聞こう（喫煙者3パターンの把握）

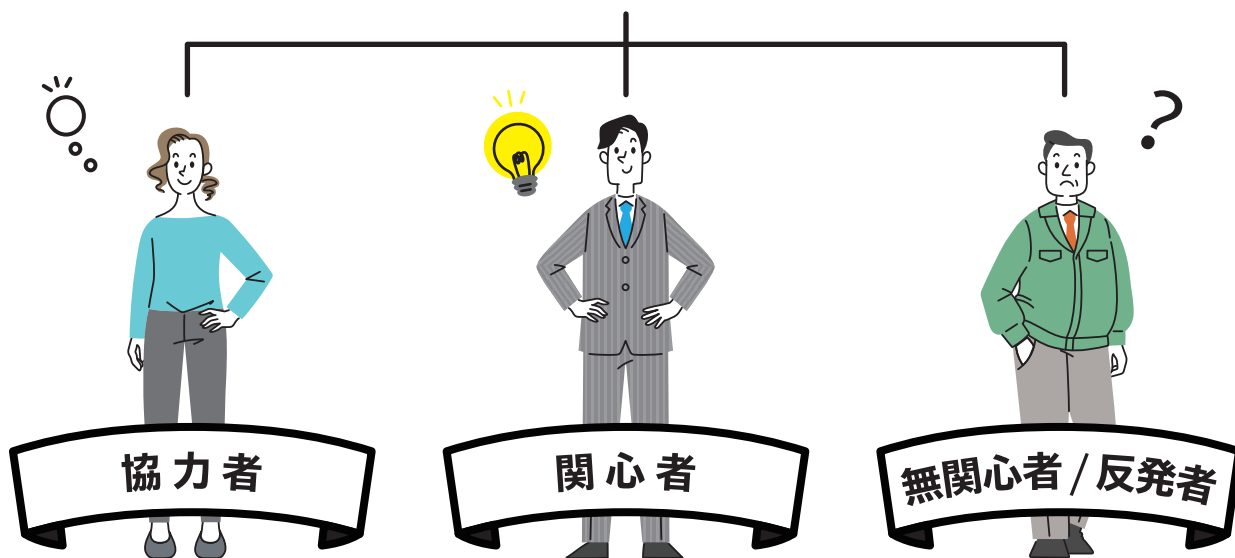
喫煙者に何故、先に話を聞くのか？

（特に今まで喫煙をしたことが無い方にはおススメ）

理由

- 喫煙者の言い分を知れるから
- 人事部もしくは担当者には分からない会社の事情があるから
- 自社の喫煙者に「禁煙」を伝えたときの反応が分かるから
- 自分が考えていることに対しての素直なアドバイスがもらえるから
- 聞いた方が、今後味方となって動いてくれそうか分かるから

禁煙施策を伝えた際の喫煙者のタイプ



自社の禁煙推進に対して、積極的に協力する姿勢を見せてくれる喫煙者。場合によっては、応援者になってくれる方なので、一番大事にしたいキーマンとなります。

自社が禁煙推進をすると伝えたときに、「いつか禁煙をしようと思っていた」もしくは「そういうタイミングがあるなら」と禁煙に対して前向きな姿勢を見せてくれる関心者。応援者を今後つった際に、対象者になる重要な方です。

自社の禁煙推進に対して、まったく反応を出さない方もしくは「禁煙なんてするな」と反発をする人のことを指します。この方を禁煙をさせようと思って最初からは難しいので、一旦は「協力者」と「関心者」に特化しましょう。

ただし、反発者の声を聞いたからと言って、一意見を言ってくれた方なので、その方のことを嫌いになるようなことは避けましょう。

2-4 喫煙者に話を聞こう（3パターンの把握）

ヒアリング質問内容

【ヒアリングする前に喫煙者に伝えること】

なぜ、自分は禁煙推進に携わろうと思っているのかの気持ちを伝えてください。

想いがあれば想いを伝えます。「仕事だから」でもOK。ただ、仕事だけど成功したい気持ちが強ければ、その気持ちを伝えられると良いです。特に禁煙の応援をこれからやっていくなかで、『喫煙者の気持ちに寄り添いながら、会社として禁煙推進を一步ずつやっていきたい』ということは重要なので必ず伝えましょう。

注意事項

喫煙者の意見はあくまでも個人としての意見なので、
もし禁煙推進に対してのマイナス意見をもらったとしても一旦受け入れ前向きに捉えましょう。

ヒアリングから分かること

✔ 禁煙推進に対する影響

会社が禁煙推進を実施したときに、どんな反応になるかの予測ができます。

✔ 会社の喫煙者の動向

自社の従業員がどの場所で、いつ、誰と、どういう理由でタバコを吸うかわかります。

ヒアリングの内容（例）※協力者もしくは関係者の場合

✔ 「喫煙者の喫煙シーン」

例) 皆さんは、いつ頃、どこで喫煙をすることが多いですか？

✔ 「喫煙者の喫煙理由」

例) 皆さんは、どんな理由で喫煙をしているのですか？

☆壁を作らず、一旦は共感をしてあげてください。

☆難しい場合は、オウム返しでOK

喫煙者：仕事でストレス溜まるとすぐタバコ吸いたくなりますね。

担当者：仕事でストレス溜まると吸いたくなるのですね！

✔ 「喫煙者の禁煙意向度」

例) ちなみに、〇〇さんは禁煙に関してはどうお考えですか？

✔ 「企業としての「禁煙制度」への影響」

例) 自社が本格的に「禁煙推進」をしだしたら、喫煙者の皆様はどうなりますかね？

✔ 禁煙推進をする際に気を付けないといけない点

例) 禁煙推進をスタートする際に気を付けないといけないことありますか？

✔ 経営層の役割

例) うちの社長から喫煙者になんて言ってもらうのが効果的ですか？



2-5 禁煙推進はどんなものがあるか見てみましょう

事例から学ぶ禁煙推進の企画

禁煙推進を積極的に実施している先進企業（大企業・中小企業先進事例より）は、あの手この手で喫煙者と向き合っております。下記は様々な企業が実施をしている禁煙推進事例を簡単にまとめたものです。この中から、自社でできることを選んでやっていきましょう。

基本

- ・禁煙の目的を明確化
- ・経営者から禁煙宣言
- ・喫煙者の概算人数把握



禁煙推進企画

体制・目標設定
社内 PR

- ・禁煙推進をする際の体制構築
- ・禁煙推進の目標設定／年間スケジュール設計
- ・禁煙状況の社内共有
- ・禁煙関連情報の社内共有（イントラ／社内報）

社内環境整備／
社内教育

- ・禁煙に対する環境整備（喫煙所削減／空気清浄）
- ・ポスター掲載／喫煙所での告知／各種ツール
- ・禁煙関連の研修実施
- ・問い合わせ窓口設置

禁煙キャンペーン

- ・禁煙外来補助／各種禁煙補助
- ・禁煙成功者インセンティブ設定
- ・禁煙応援者インセンティブ設定

制度設計

- ・禁煙ディの設置
- ・就業規則策定（就業時間内禁煙／職場内禁煙等）
- ・喫煙の罰則規定策定
- ・喫煙者の採用制限
- ・喫煙者の昇格制限

社外巻き込み

- ・健康保険組合との協力（コラボヘルス）
- ・地域住民／地域社会への協力依頼
- ・家族巻き込み
- ・外部へのプレスリリース発信
- ・業界団体等への参加

🟡 禁煙企画を考えるポイント

特に、中小企業の場合、禁煙推進に多くの時間をかけることが難しい場合があると思います。まず、上記の「土台／基本」と書いてあるところは是非やってください。その上で、制度設計などは時期を考えながらやっていきましょう。下記が、全体スケジュールのイメージです。目標設定や細かい禁煙キャンペーンは、本テキストの後半にも出てきますのでまずは全体スケジュールのイメージを作ってみることをおすすめします。

参照：全体スケジュールテンプレート

2-5 目標を考えてみましょう

禁煙推進をする上では「目標設定」が重要となります。健康経営を実施する際にも同じことが言えますが、下記の理由が挙げられます。

- ✓ 担当者自身の実施事項が明確になる
- ✓ 社内の従業員が共通認識を持てる
- ✓ 経営層への報告が明確になる
- ✓ 社外への情報発信に活用できる

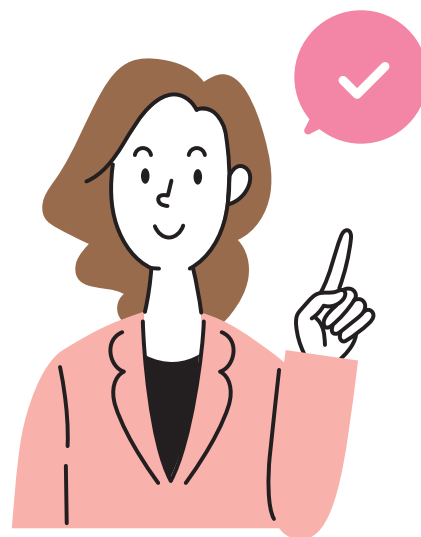
目標に関して

■ 喫煙者人数の全体把握が可能な場合

「喫煙率」もしくは「喫煙者人数」

■ 喫煙者の特定が難しい場合

- ① 禁煙宣言者人数 ② 部署ごとの禁煙宣言者人数
- ③ 役員禁煙宣言者 ④ 喫煙ゼロ目標



従業員に伝える際には、「喫煙率」で表現してもピンとこないことが多いです。自分事になりやすい伝え方をしましょう。

自分事になりづらい: 2024年に喫煙率17%を目指しましょう

自分事になりやすい: 毎年半年間で1部署3人禁煙宣言！

【目標設定の仕方】

1. 分析結果（経年の変化など）

（例）毎年平均2%ずつ減っているのので3年後に6%減と設定

2. 日本の目標数値

（例）厚労省が掲げる喫煙率が12%のため、会社としても12%以下を目指す

3. 同業種の喫煙率

（例）競合の〇〇社は0%を目指しているため、0%を目指す

4. 各都道府県の喫煙率

（例）〇〇県の喫煙率は30%を超えているため、それを下回るよう30%以下を目指す

https://ganjoho.jp/reg_stat/statistics/data/dl/index.html
#smoking（国民生活調査2019より）

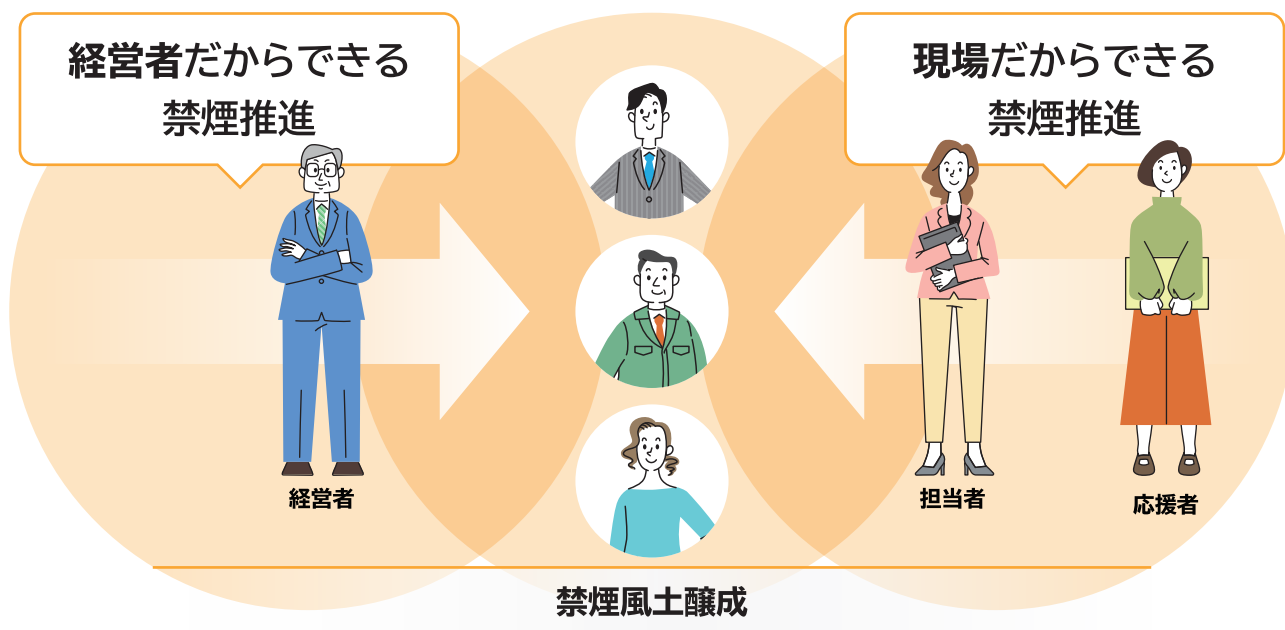
5. 採用活動中の企業の喫煙率

（例）喫煙者を採用していない企業は0%を目指しているため、採用活動を強化するべく0%を目指す



禁煙推進企業コンソーシアムでは
経営者が「禁煙推進」にコミットすることを
 推奨し入会の条件としております。

経営者・現場それぞれの役割を持って禁煙を推進



✓ 経営層を巻き込むメリット

- ・会社としての本気度が喫煙者に伝わる
- ・問題が仮にあった場合、経営層に相談が出来る
- ・経営層での禁煙推進が広がる（経営層に喫煙者がいた場合）
- ・経営層が禁煙をした場合、従業員へのプラスの影響が大きい
- ・制度の設計がしやすい
- ・予算確保がしやすい

3-1 経営者の巻き込み方 → P27

3-2 禁煙宣言を作ってみよう → P30

3-3 禁煙制度を作ってみよう → P32

経営者に目標設定を伝える際のポイント

- ・シンプルな資料（分かりやすさ）
 - ・目標に対しての施策と実現性
 - ・経営者に依頼したいことを明確に
- 例）経営者に見せるシート例（経営者用テンプレートあり）

部門長に目標設定を伝える際のポイント

- ・部門別の喫煙者状況
- ・想いがこもった依頼事項
（手間がかかると思ったら協力してくれない）
- ・部署内の応援者へのサポート
- ・Q&A を明確にしておく

3-1 経営層の巻き込み方

経営者の本気度で動く喫煙者がいる

禁煙推進を積極的に実施している先進企業（大企業・中小企業先進事例より）は、あの手この手で喫煙者と向き合っております。下記は様々な企業が実施をしている禁煙推進事例を簡単にまとめたものです。この中から、自社でできることを選んでやっていきましょう。

コミュニケーションデザインとは？

コミュニケーションの力によって、課題解決をしていくこと。この概念は、組織の課題解決にも活用可能です。

コミュニケーション（いつ／誰から／何を／どうやって話すか）によって、目的が達成するかを徹底的に考える手法です。

✓ 経営層を説得する方法

いつ ——— 水曜日／月初／飲み会時／顧客と一緒に／創業者がいる／連休後など

誰から ——— 創業者から／総務の●●さん／外部コンサルタント／取引先の社長

どうやって — 気軽に話す／会議形式で／お酒飲みながら

➡ ただ、やはり「何を」の部分が非常に重要

例：経営者がよく使っている言葉（笑顔／挨拶／顧客第一主義など）とのリンク

例：会社のミッションビジョンの達成のための禁煙推進

例：様々な企業が「禁煙推進」に取り組んでいる事例

例：社会的責任における禁煙推進の必要性

例：従業員の健康を大切にすることの経営への影響

例：健康経営市場の動向／人的資本の動向

会社の社風や規模によって、経営者を説得する方法は千差万別です。正解はありませんので、「いつ」「誰から」「何を」「どうやって」をしっかりと考えてみてください。経営層を巻き込むことは重要ですが、焦って大反対をされるより、根気強く少しずつ心を開いてもらうようにしていきましょう。間違っていることはしていませんし、結果全員に感謝されることが禁煙推進です。自信をもってやっていきましょう。

3-1 経営層の巻き込み方

経営者には、しっかりと

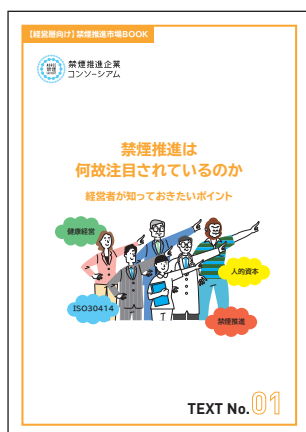
『禁煙推進は企業のスタンダードになりつつある』

ことは伝えて行きましょう



経営者

ふむふむ！企業も禁煙が
スタンダードになってきたのか



1. 禁煙推進は何故必要なのか？

社会情勢として求められている企業の禁煙推進

2. 喫煙者にとっての禁煙推進

健康被害のある「タバコ」について考える

3. 非喫煙者にとっての禁煙推進

タバコハラスメント／訴訟に繋がるケースも

4. 組織にとっての禁煙推進

敵対関係、組織風土の悪化。生産性の低下

5. 企業にとっての禁煙推進

健康経営市場の広がり。禁煙推進企業コンソーシアムの存在価値

6. 社会にとっての禁煙推進

日本としても喫煙率削減が重要。先進企業として企業価値向上を！

7. 他社の禁煙推進事例

大企業の禁煙推進／中小企業の禁煙推進

8. 最後に（禁煙推進の経営者の役割とお願いごと）

経営層への報告事項とポイント

- ・禁煙推進実施理由（メリットを明確に伝える）市場動向／健康課題／組織課題
- ・目標設定
- ・禁煙推進スケジュール

*考えられるリスク（●●部長が反対する）などは事前に伝えた上で経営者に依頼することをシンプルに伝えましょう。

非喫煙者が煙で迷惑をしているという観点だけで禁煙を推進するのではなく、従業員の健康のため、引いてはウェルビーイング経営のために重要なことを熱意を持って伝えましょう。

3-2 禁煙宣言を作ってみよう

会社の禁煙推進の「本気度」を見せるために、禁煙推進企業コンソーシアムでは**禁煙宣言を経営者自らが出す**ことを推奨しております。
経営者と一緒になって作ってみてください(言葉の使い方が重要です!)

禁煙宣言の様々なパターン

1. 期間と喫煙率の目標を入れる

例) 2023年までに喫煙率10%を目指します

2. 企業のミッションに沿う形で作る

例) 弊社は、「技術力で世の中を健康にする」のミッションを掲げる企業として
自社の従業員の健康を第一に考え、社内禁煙推進を今後進めていきます。

3. 従業員への想いを綴る

例) 元気に70歳まで働ける職場作りを目指すため・・・

4. 理想の組織を考えて作る

例) 従業員全てが健やかに笑顔で過ごせる組織作りのため・・・

5. 地域社会との交流を考えて作る

例) 地域に根差す企業の模範として、率先して禁煙推進を実施し・・・

6. ボトムアップの宣言として見せる

例) 私たちが決めました「タバコを吸わない会社」 ●●●委員会

7. 経営者の目指す言葉を入れて作る

例) 弊社は「3ゼロ活動」を目指します。残業ゼロ／喫煙率ゼロ／突然退社ゼロ

8. 禁煙推進企業コンソーシアムへの加盟

例) 弊社は、2023年禁煙推進企業コンソーシアムに加盟いたしました



3-2 禁煙宣言を作ってみよう

言葉の一つひとつに想いを込めて。禁煙宣言は「言葉選び」が非常に重要。

✓ コピーが重要な理由

- ・禁煙推進でやりたいことを簡潔に伝えられるから
- ・耳や頭に残り記憶として認識しやすくなるから
- ・従業員に会社の本気度を見せることが出来るから
- ・もっと知りたい!と興味を持ってもらえるから

📌 禁煙推進で使えるコピー／タイトル

★社会情勢を知ってもらうコピー

- ・望まない受動喫煙防止が広がっています
- ・毎年喫煙率は低下傾向です
- ・時代に乗り遅れない、タバコとの付き合い方
- ・「カッコいい」が、タバコを吸うから、タバコを辞めるに変わった今
- ・スモークハラスメントで訴えられる日

★禁煙成功者のコピー

- ・煙草をやめて、年間20万円のプレゼントが自分に変えた人
- ・もう一生分吸ったと思ったので辞めました
- ・タバコ無しでもハッピー人生
- ・自分一人じゃ出来なかった禁煙
- ・いつのまにか、周りが禁煙していた夏
- ・吸いたくなかった時に一度は読んでもらいたい「私とタバコ」の物語
- ・いつでも辞められると思っていたあの日
- ・仲間がいるから、がんばれた卒煙
- ・今は空気がうまい!みんなに伝えたい
- ・未来への健康の第一歩
- ・綺麗な秘訣は、卒煙と睡眠でした
- ・自分のため、子供のため

★禁煙チャレンジ者募集

- ・チャレンジしてくる方、応援させてください。
- ・辞めたいと一瞬でも考えたら、まず相談
- ・ストレスの無い卒煙。ストレスの無い職場
- ・禁煙卒業証書のもらい方はコチラ
- ・過去は変えられないけど、未来の健康は変えられる
- ・タバコより大事な何かがある人と一緒に歩みたい
- ・「いつかは禁煙しよう」の夢を一緒に叶えましょう
- ・辛い禁煙ではなく、楽しく卒煙
- ・卒煙を祝ってくれる人、社内に●人
- ・卒煙スクール、会社で始めます
- ・独りじゃない。不安が少ない卒煙プログラム
- ・ワクワクできる『卒煙のミカタ』

★タバコ代に着目するコピー

- ・1000円で出来る自分の健康
- ・1000円で家族サービス
- ・禁煙成功者『年間20万円の使い方』

★喫煙者に考えさせるコピー

- ・煙草に「ありがとうとサヨナラが言えた日」
- ・会社から「卒煙証書」もらえました
- ・あの決断が、自分を変えた
- ・お金も時間も新生活
- ・無煙生活が無縁だと思っていた自分
- ・一番喜んだのは娘でした
- ・喫煙が思い出話になった日
- ・タバコとの卒業が健康生活への入学
- ・タバコを吸わない未来の自分を信じてみよう
- ・知らないところで「臭い」と思われています
- ・喫煙が思い出話になった日
- ・タバコとの卒業が健康生活への入学
- ・タバコを吸わない未来の自分を信じてみよう
- ・知らないところで「臭い」と思われています

社内広報の仕方大切なこと

制度設計の社内広報の際には、●Pの禁煙宣言の広報のときと基本的には同じ点を気を付けてください。経営者巻き込み／事前事後フォロー／Q&A（質問予測）の設定を視野に入れて実施することが大切です。

3-2 禁煙宣言を作ってみよう

禁煙宣言後の想定される質問と回答例

Q 加熱式タバコも同じですか？

A 加熱式タバコもニコチンが入っており紙巻タバコと同じく「タバコ」に当てはまります。よって、社内の禁煙の制度（宣言）では加熱式タバコも紙巻タバコも同様に扱います。

Q 喫煙権はどう考えているの？会社は趣味を縛るの？

A 職場において、まずは受動喫煙対策を徹底していきたいと思っております。
喫煙に詳しい弁護士の見解でも、喫煙権と言われる喫煙の自由（労働者が使用者に対して喫煙の不干渉を求めること）は、会社が定めた喫煙ルール（職場内禁煙や就業時間内禁煙）に沿う形であれば一定程度認められますが、
受動喫煙を伴う場合や会社が定めた喫煙ルールに沿わない場合は、やはり制限される傾向にあります。今回、会社として●月から「就業時間内禁煙（仮）」の制度を作らせていただくことになりましたので、喫煙者の皆様にもご理解いただきながら進めていきたいと思っております。

Q お客様に誘われた時はどうすればよいですか？

A お客様に誘われた際には、なかなか断りづらい状況もあるかと思えます。ただ、会社としてもお客様にご理解いただけるように紙面等でこれから伝えていこうと思っております。

Q 就業時間内禁煙を守っていない人がいます。

A ご連絡ありがとうございます。会社としては、犯人探しをすることはありませんが、会社として喫煙者の皆様にご理解いただけるように発信をしていきます。ただし、受動喫煙に問題があったり、煙に関するハラスメントがあった場合には別途ご連絡いただければと思います。

Q 禁煙推進より会社として優先順位があるのは？

A 会社として、皆様の働き方を考えていくこと（仮）や、経営の安定化（仮）など重要事項はあると考えております。ただ、従業員の健康も第一に考え、より良い会社にしていくために「禁煙推進」も非常に重要だと考えております。

Q 就業時間には、休憩時間は含まれますか？

A 就業規則上は、休憩時間も就業時間内に含まれますが、喫煙に関しては休憩時間は含まれません。ただし、喫煙所での喫煙に限ります。



3-3 禁煙制度を作ってみよう

禁煙に関する制度

時間の制限

1 禁煙デイの設定

毎月22日を「すわんすわんデイ」として就業時間内禁煙にする企業が増加中

2 就業時間内禁煙

休憩時間も禁煙にするかは判断が必要。制度を段階的に設定しないと反発を呼ぶ厳しい制度。

場所の制限

3 営業車内禁煙

自社の看板を背負った車の中での喫煙が自社ブランドを棄損する可能性があるため、導入している企業が増えている施策

4 職場内禁煙

内勤の人には反発も生む可能性があるが、「お客さんと一緒に吸わないといけない環境がある!」と反発をする営業の方には妥協案として提示可能。段階的な一歩。

採用・昇格の制限

5 新卒採用での喫煙者禁止

禁煙推進を実施する企業で増えている施策のひとつ。新卒社員には、健康経営の一環で伝えている企業が多い。「何故自社が、従業員の健康を第一に考えているか」というストーリー設計が重要。

6 中途採用での喫煙者禁止

新卒採用の喫煙制限より実施している企業が増えているが、一方「タバコ吸うけど仕事が出る人が応募してきたらどうする?」という声に経営全体が「採らない」と言える状態にならないと難しい。段階的に実施する必要がある。

7 役職昇格者の喫煙者禁止

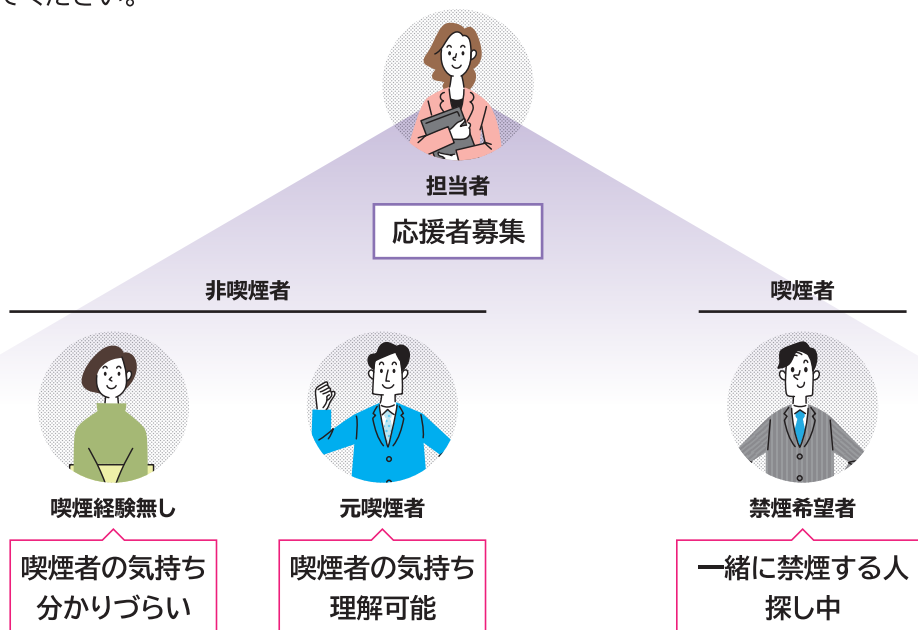
喫煙者が自分事になりやすく反発も生みやすい制度。ただ実施までの期間を開ければ、禁煙をする心がまえもでき効果も上がりやすい

- ✓ **守らない制度**は、作らないほうが良い
制度を運用するのならしっかりと運用して会社の本気度を見せる
- ✓ **喫煙時間や場所の制限**を実施するならば、**環境整備が必要**
一方的な制限ではなく飴と鞭（緩和と制限）を使いわけろ
- ✓ **制度の急な発表**はマイナス／余裕を持って心構えが必要
 - ・ 厳しい制度を打ち出すには1年（ミニマム半年）をおいてください
 - ・ 影響が大きい制度は、必ず経営者を巻き込む
 - ・ 制度を出す事前と事後に喫煙者・部門長へのフォローをする
 - ・ Q&A（質問予測）を考えることが重要（P00 に詳細あります）
- ✓ 発表内容だけではなく、**発表者・発表方法**がポイント

4-1 応援者の集め方

応援者の存在がきっかけとなる喫煙者がいる

経営層を巻き込んでいない場合は、大きく告知は出来ないかもしれませんが、下記の方法で自社に合う募集方法を実施してみてください。



応援者に求められるスキル

✔ 基本：寄り添う姿勢／笑顔／やさしい態度

禁煙をする人は、人生の中での、快楽をひとつ捨て、自身と周囲の健康に対して一歩踏み出した人です。やって当たり前という思い込みや厳しい態度ではなく、その一歩踏み出した気持ちを支持しましょう。禁煙の話題は、笑顔でやさしい態度で接することを心がけましょう。

✔ 傾聴スキル、忍耐力など

禁煙中の人は、吸いたい欲求を我慢することと戦っています。そのため、イライラしたり、機嫌が悪くなって、当たったりしてしまうような精神状態になりうる可能性があります。禁煙期間中は、お互いにそうなることを理解し（禁煙チャレンジのガイドブックにも記載）傾聴することを心がけましょう。

※応援者のネーミングに関しては、2-2章の●Pをご参照ください。

POINT！

応援者に「喫煙者」「元喫煙者」を巻き込みましょう

仮に応援者にならなかったとしても、応援者チームを作る上で会社で影響力のある喫煙者には事前声かけ／事後報告や相談をおススメしております。

本音で話せば、必ずアドバイスをもらえると思います（その際の、感謝の気持ちをも忘れずに）

4-1 応援者の集め方

応援者と一緒に禁煙推進！

応援者を集める

- ✓ メールやイントラで広報する
- ✓ ポスターで公募する（データあり）
- ✓ 喫煙所で告知する（データあり）
- ✓ 個別に声をかける

応援者候補に冊子渡す



【禁煙応援者向け】
禁煙応援者の心得

応援者の心得冊子を活用してくださいね

1. 禁煙への意向度とは？
2. 喫煙者への声掛け方法
3. 禁煙意向度が低い人へのコミュニケーション
4. いざ、禁煙チャレンジステージ
5. 禁煙チャレンジ者タイプ別コミュニケーション
6. 仮に1本吸ってしまったら

現状の報告

- ✓ 自社の喫煙者状況（部署別人数・男女比等）
- ✓ 自社が定める目標
- ✓ 経営者に何をやってもらうか
- ✓ 禁煙推進施策とスケジュール

禁煙チャレンジャー集めの協力 → 第6章をご覧ください

POINT！

担当者は自身の固定観念を捨てて、応援者全員で禁煙推進スケジュールを作っていく姿勢を出してください。みんなで作っていくことにより、チームは強固なものとなります。

応援者同士で、「禁煙推進をどうしていくか」「自分たちの会社がよりよくなるためにはどうすればよいか（3-5章でも触れます）」を話してみる良いキッカケです。もちろん、リーダーシップは必要ですが応援者のコミュニケーションとチームワークが今後必ず生きてきます。

4-2 非喫煙者の理解を深めましょう

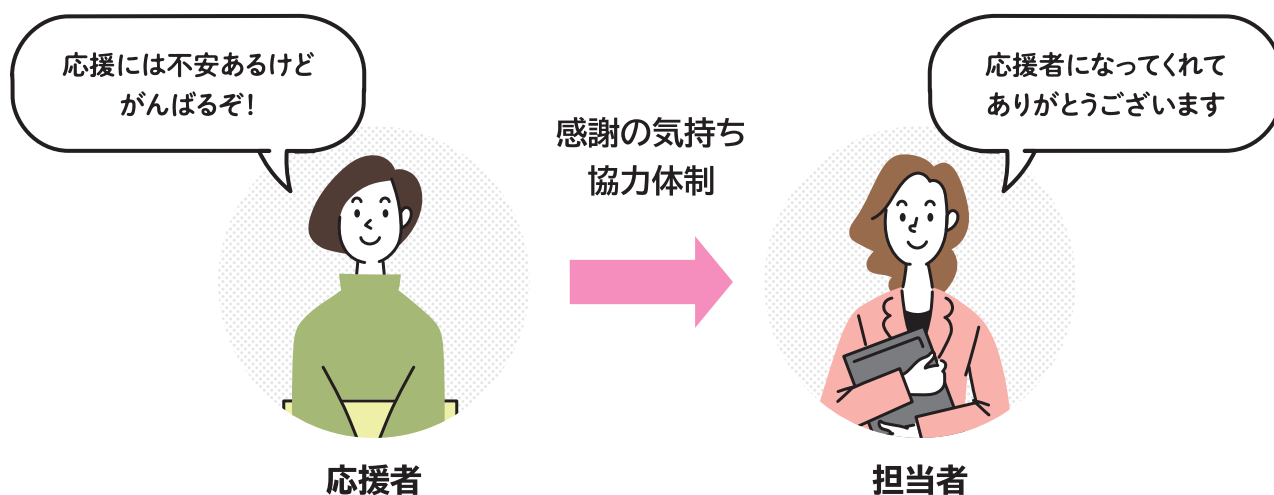
応援者は喫煙者への『否定的な気持ちを捨てよう』

現時点で、応援者は何名になっていますか？

応援者になってくれる方も理由は様々でしょうが、大切なことは「喫煙者と非喫煙者」が対立構造を作らないこと。そのために、応援者と協力をしながら禁煙風土の土台作りをしてみてください。

1 まずは、応援者に感謝

応援者も「何をやっていいかわからない」と不安がたくさんです。
まずは、応援者になっていただいたことに感謝を伝えましょう。



2 会社で「禁煙推進風土」の土台作り

非喫煙者の中には、喫煙者の心理を理解できない方もいます。

タバコとは？禁煙とは？様々な議論に答えてくれる冊子を社内で配布してみてください。

非喫煙者（特にタバコ吸ったこと無い方）に是非配布してご活用ください



【従業員向け】
喫煙者の心理 BOOK

1. タバコの歴史
2. ニコチン中毒とは？
3. タバコを吸いたくなるタイミング
4. タバコを辞めるキッカケ
5. 喫煙者の抱えるジレンマ
6. 禁煙の行動ステージ
7. 加熱式タバコを選ぶ心理
8. 喫煙者を理解すること
9. 禁煙治療という考え方

5-1 職場の組織風土について考えよう

3つの組織風土が禁煙を進める

禁煙推進企業コンソーシアムの会員企業でよく話題になることは企業の禁煙推進の鍵は「禁煙風土」であり、その風土を支えているのが「組織風土」です。いったい禁煙推進を組織で推し進めやすい土壌はどんなものなのでしょうか。

禁煙推進にマッチしている組織風土

1 チャレンジする風土

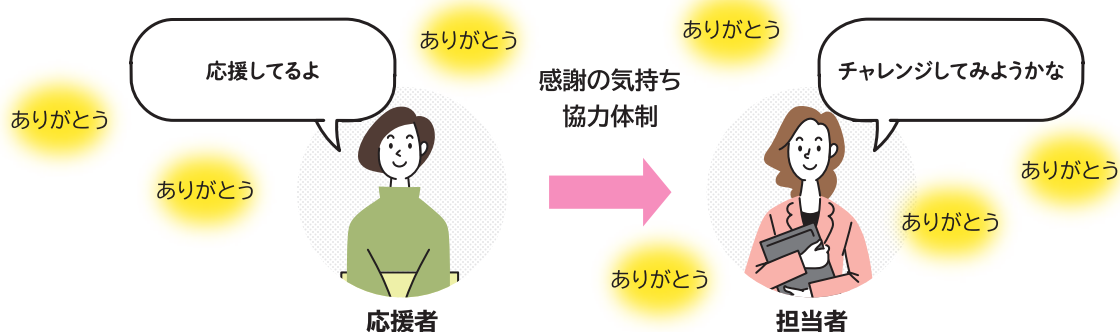
喫煙者が、禁煙をスタートすることはまさに、今まで続いてきた習慣を辞めるというチャレンジです。分野に捉われずチャレンジする風土が組織にあると、ちょっとしたキッカケで「禁煙チャレンジ」をしてくれる人が増えます。

2 応援する風土

組織の中で切磋琢磨し成長する仲間を大事にしたり、人生そのものを応援したい!という組織風土になっていることが重要です。禁煙チャレンジ者を応援するのが個人だけでなく、組織全体で応援する風土があることにより禁煙チャレンジもしやすいですし、禁煙の成功率も高まります。

3 感謝しあう風土

「笑顔」や「相手を思いやる気持ち」があふれ、「ありがとう」が飛び交う組織。その感謝の心が組織にあると、禁煙をしている人からしても「この人のために頑張ろう」と思いますし、応援する人からしても応援し甲斐があります。

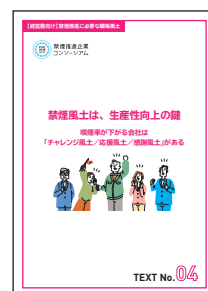


経営者に「禁煙風土」を考えてもらう

組織風土を変えるのは、1担当者では難しいことが多いです。
やはり、経営者を巻き込み少しずつでも会社の風土作りをしていきましょう。

取締役の方には是非配布してご活用ください

1. チャレンジする風土の作り方
2. 応援する風土の作り方
3. 感謝しあう風土の作り方
4. 会社を良くしたいという熱意
5. 経営層にお願いしたいこと



【経営層向け】
禁煙推進に必要な職場風土

5-1 職場の組織風土について考えよう

ウェルビーイング経営について考えてみる

昨今、健康経営市場の中でも「ウェルビーイング経営」という言葉が出てきました。

様々な定義が企業の中にもありますが、ウェルビーイング経営とは「従業員全体のウェルビーイング（満たされた状態／健康や幸福とも近い）を目指す経営」のことです。組織全体でウェルビーイングを考える時、従業員ひとりひとりが保有する固有のスキルを尊重しつつも、経営のパーパス（目的）に沿った一貫性のある組織が必要です。パーパスに共感したモチベーションの高い従業員がいる組織は大きな価値を生み出し、持続的な繁栄をするでしょう。一方、喫煙者と非喫煙者が対立し、お互いで言いたいことが言えない環境・風土（心理的安全性が少）ない）はウェルビーイング経営から離れてしまいます。

まさに、ウェルビーイング経営を考える上で実は「禁煙推進」は大きな役割を果たしてくれるでしょう。

ウェルビーイングやウェルネスは様々な定義があるため

このテキストでは定義に関しては省きますが、下記2つの考え方を参考までに読んでみてください。

ご興味のある方は、ご自身でも勉強してみてください。

PERMA 理論とは？

ポジティブ心理学の中で語られるウェルビーイングを高めるフレームワーク

P (Positive emotion, ポジティブな感情)

E (Engagement, 没頭や没入、積極的な関り)

R (Relationship, 良好な人間関係・援助協力)

M (Meaning, 人生の意義・社会貢献)

A (Accomplishment, 達成感・成果・自己効力感)

8 Dimensions of Wellness(ウェルネス 8 つの構成要素)

- | | |
|-----------------------|-----------------------------------|
| 1. 身体 (Physical) | 十分な運動、良質な睡眠、健康的な食生活の重要性の認識 |
| 2. 知性 (Intellectual) | 知的・技術的関心を広げることや、創造性、広い心を身に付けること |
| 3. 環境 (Environmental) | 自然面と社会面での身の回りの環境、環境への気遣い、助け合いの関係性 |
| 4. 感情 (Emotional) | 感情を表現すること、自信やレジリエンス、ポジティブ感情 |
| 5. 金銭 (Financial) | 収入や借金、貯金、そして財政状況の理解・金銭的将来プラン |
| 6. 職業 (Occupational) | 仕事から生まれる豊かさや満足感の追求、給料や役職含む |
| 7. 社会 (Social) | 家族や友達、従属するコミュニティ、助け合える関係性 |
| 8. 精神 (Spiritual) | 人生の意義・他社との価値観の共有、好奇心など |

★★★★ (禁煙だけでなく) 会社を良くしたいという担当者(応援者)の熱意が重要

～卒煙のその先～

禁煙に踏み出す時は、つらい時期を乗り越えないといけない不安がある。

禁煙をしている時は、タバコへの誘惑と戦わないといけない。

その時期を乗り切って禁煙に成功した時は、禁煙を支えてくれた応援者に感謝をする。

その日を信じ、信念をもってあきらめずにやりきりましょう。

5-2 ヘルスリテラシーを高めて禁煙風土を作ろう

この章では、「禁煙」をスタートするのに最適な時期についてお話をさせていただきます。禁煙も含めて健康に向けての取る行動を「健康行動」と言いますが、健康行動を引き起こすためには、下記の3つの条件が揃うことが重要だと言われています。

ヘルスリテラシーとは？

正しい健康情報を収集し、選択し、
自ら活用していくスキルのこと

健康行動が引き起こされる3つの条件

- 1 自分自身の健康状態を知ること（身体的／精神的／社会的な満たされた度合い）
- 2 ヘルスリテラシーを高めること
- 3 健康行動を共にする（応援する）仲間がいること

ヘルスリテラシー向上で禁煙チャレンジ！応援も



喫煙者①

昇格のタイミングで
禁煙しようかなあ



喫煙者②

30代になるタイミングで
禁煙しようかなあ

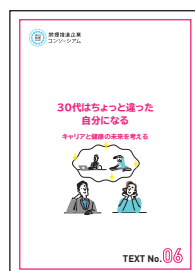


喫煙者③

健康診断があるから
禁煙しようかなあ

ヘルスリテラシー向上冊子

従業員のヘルスリテラシー向上のために冊子ご活用ください



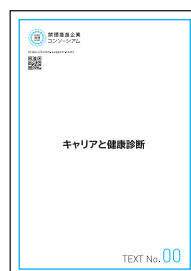
【階層別】

30代を迎えたあなたへ



【階層別】

役職者になったあなたへ



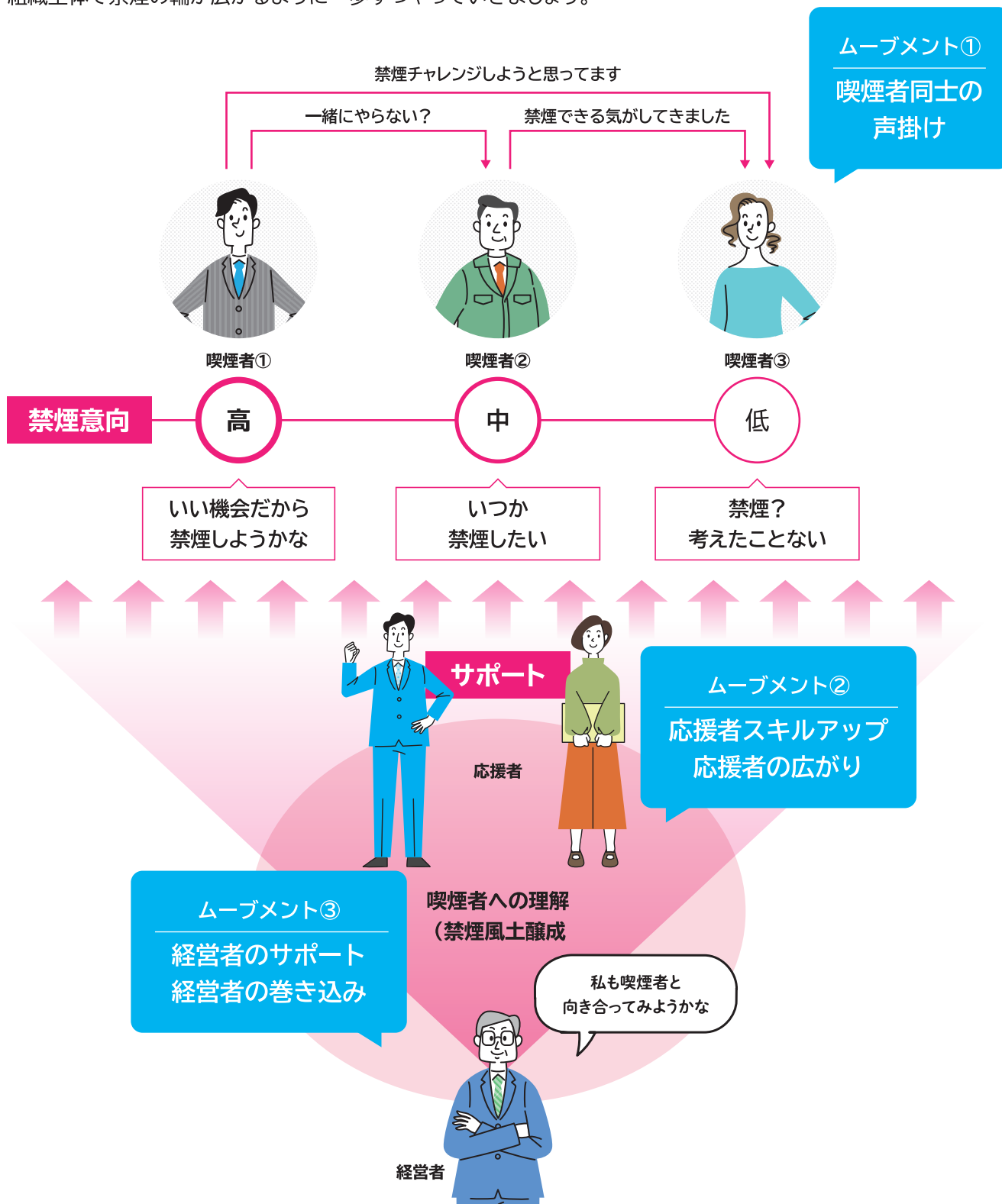
【階層別】

健康診断事前 BOOK

5-3 応援者・喫煙者と作る禁煙の輪

禁煙ムーブメントで禁煙チャレンジ者を増やす

禁煙風土が醸成されると、徐々に「禁煙できるかも?」「そろそろ禁煙しようかな」という社内の動きが起こります。喫煙者同士は喫煙所で顔を合わせる機会がありますし、そこでの会話や声掛けは非常に有効です。組織全体で禁煙の輪が広がるように一歩ずつやっていきましょう。



6-1 禁煙チャレンジ者を募集しよう

禁煙チャレンジ者は1名でも積極サポート

長らくお待たせいたしました。いよいよ、禁煙チャレンジ者を募集して応援していく段階のご説明をします。まず禁煙チャレンジ者を応援する際の心得から再度復習をしていきます。

禁煙チャレンジ者を集める

- ✓ メールやイントラで広報する
- ✓ ポスターで公募する（データあり）
- ✓ 個別に声をかける

★禁煙チャレンジ者募集時のコミュニケーション要素

- ・ 仲間と一緒に禁煙チャレンジをする良いタイミングであること
- ・ 禁煙チャレンジすること自体が大事であること（失敗しても大丈夫）
- ・ 禁煙チャレンジ者の側には応援者がいること（自分一人じゃない）
- ・ （企業によっては）禁煙ガムや補助剤の補助があること（成功率も向上）
- ・ 会社に知られずに禁煙チャレンジすることも可能であること

応援者からの声かけに関しては、冊子をご確認ください。

応援者の方は冊子の復習



応援者の心得冊子

特に、第2章の声掛けを中心に読んでみてください。

喫煙者の環境や心理状態は様々です。状況に合わせた声掛けをしてみてください。

【禁煙応援者向け】
禁煙応援者の心得

※禁煙に関して興味が無い人への対応（無関心層への対応）

今のところ、禁煙に興味が無いと思いますが、今後仮に禁煙しようと思った際に役にたつと思うので少しだけ話を聞いてください。

→本人がメリットだと思うことを伝えつつ、関係性構築&少しずつ禁煙に興味を持っていただく（すぐに禁煙意向者になるとは思わず、数年をかけて徐々に心を開いてもらえば良いです）

：禁煙の補助薬などを使う場合は、「一人より成功率が上がる／楽に出来る」ことを伝えましょう。

：応援者がいる、禁煙の体験者がいることを伝えましょう。

6-1 禁煙チャレンジ者を募集しよう

社内広報

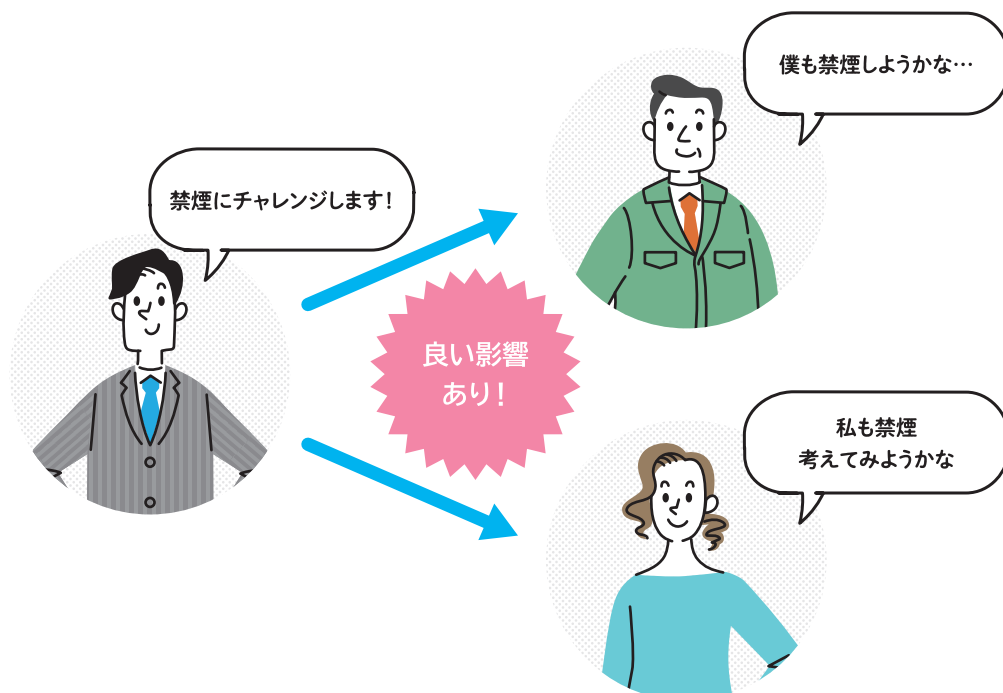
会社を巻き込んで禁煙推進を実施の場合は(本人の了承を取りつつ)『〇〇さん禁煙チャレンジ!』を社内公表してみてください。喫煙者同士での声掛けが生まれ、「みんなで禁煙」のムーブメントが会社にかかるようになると良いですね。

仮に禁煙をする人が1人だったとしても、「孤独な禁煙チャレンジ」という気持ちに禁煙チャレンジ者がならないようにフォローアップしましょう。

禁煙チャレンジ者の声をイントラやメールで広報する会社も先進企業ではあり効果を出しております。

チャレンジ者の声事例

- ✓ 禁煙には不安があったが、応援してくれる人の存在があって一歩踏み出してみました。
- ✓ 「失敗しても大丈夫」そんな応援に、やってみようと思いました。
- ✓ 喫煙者仲間で一緒に禁煙が出来るのは、自分にとっても良い機会だと思いました。
- ✓ いつか辞めようと思ってずっと考えていたので、声をかけてくれたタイミングを大事にしようと思いました。
- ✓ 禁煙を宣言すると、成功率が上がるということで、皆さんに自分が禁煙することを宣言しようと決意しました。



6-2 禁煙チャレンジ スタート！

まだまだ、社内の非喫煙者には、禁煙チャレンジをする人に対して「禁煙は簡単。禁煙は当然」という心理で受け止めている人も多いと思います。一方、喫煙者は「禁煙は大変。禁煙には努力が必要」という意識のギャップがあります。禁煙成功者を「孤独なチャレンジャー」にせず、応援をしていきましょう。

禁煙チャレンジ冊子活用



【禁煙チャレンジ者向け】
禁煙チャレンジガイド

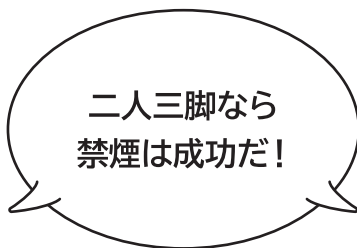
禁煙チャレンジガイド

禁煙を成功させるためのノウハウが詰まっております。
応援者の方もどうやって「禁煙チャレンジ」をしていくか必ず読んでください。

喫煙者



二人三脚なら
禁煙は成功だ！



応援者

禁煙チャレンジ STEP

① 禁煙について考える前に

- ✓ 禁煙のメリットを知る
- ✓ 喫煙のメカニズムを知る

② 禁煙準備編

- ✓ 自分のタバコを吸うプロセスを知る
- ✓ 喫煙の引き金と対処方法を決める

③ 禁煙スタート！

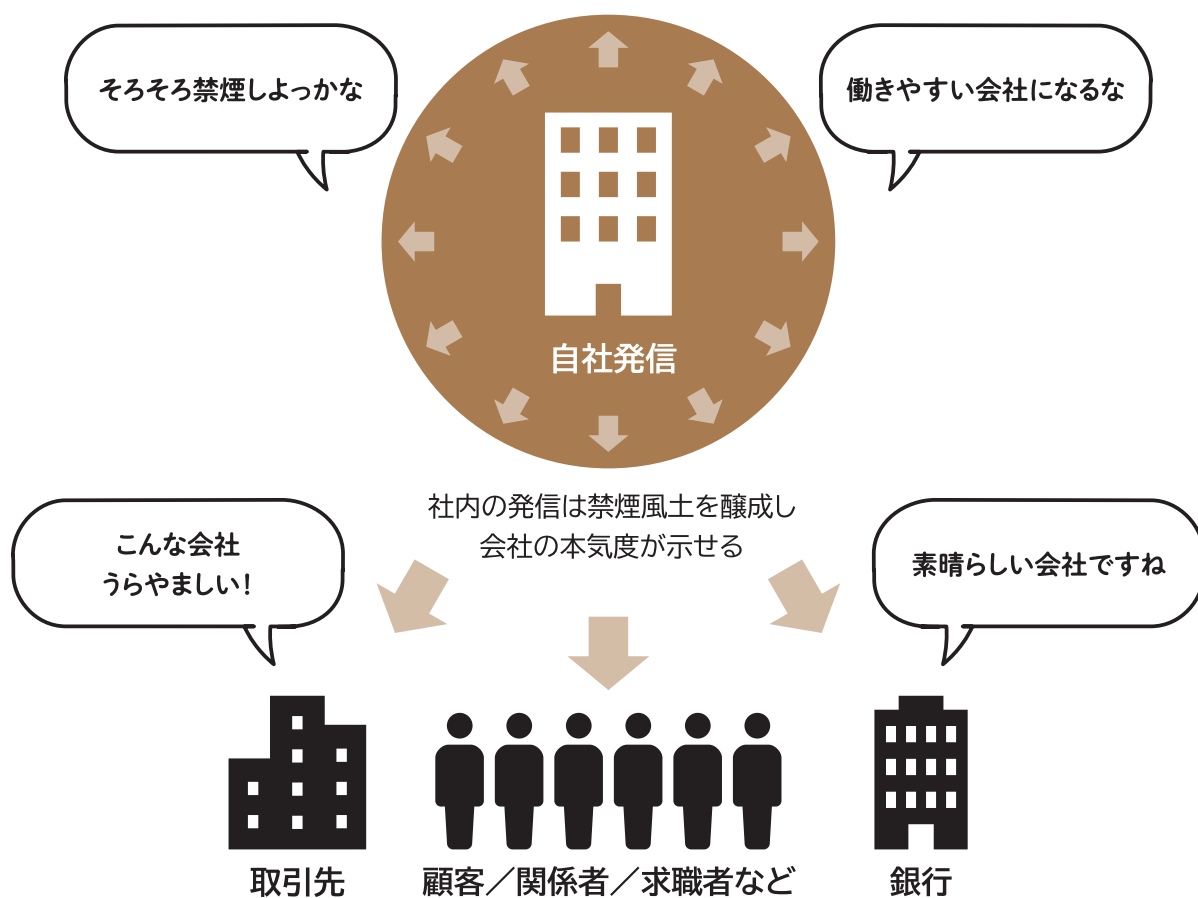
- ✓ 1本のタバコの代替行動を決める
- ✓ 喫煙に対する誤った理解を改めて知る

④ 禁煙継続編

- ✓ 禁煙スタート日の初心にかえる
- ✓ 自分を褒める、仲間に感謝する

7-1 社内外に伝えることの重要性

禁煙チャレンジする人が1人でも多く増え、よりよい会社になっていくために、自社が禁煙を推進していることを社内外に積極的に広報していきましょう。



- ✓ 企業価値向上（注目をしてもらう企業になる）
- ✓ 採用力の強化（働きやすい環境として注目）

禁煙推進が企業のスタンダードに

取引先や仕入先企業、関係会社も禁煙推進が進むと
より自社の禁煙風土は高まります

7-2 社内での禁煙推進発表

社内禁煙推進広報で、禁煙の輪を広げましょう

企業の禁煙推進は1年で終わりません。そのために、継続的に禁煙推進（または健康推進全体でももちろん可）を社内のイントラ等で情報発信していきましょう。



経営者

1. 経営者の発信

ポイントとなる内容

- ✓ 経営者の従業員への想い／禁煙宣言
- ✓ 会社の方針（何故、自社が禁煙なのか）
- ✓ 自分の体験。経営層の禁煙推進

➔ 経営者の言葉選びが非常に重要です



禁煙チャレンジ者

2. 禁煙チャレンジ者の声

ポイントとなる内容

- ✓ 何故、禁煙にチャレンジしたか。
- ✓ 1本を吸わないようにする体験談
- ✓ 元喫煙者代表として禁煙を応援したい想い

➔ 特に、会社で影響力が大きい人の発信力を活用しましょう

＼ペアで頑張る／



禁煙チャレンジ者

応援者

3. 応援者との対談

ポイントとなる内容

- ✓ 応援者の制度の紹介
- ✓ （応援者）どんな想いで応援しているのか？
- ✓ （チャレンジ者）応援者がいて助かった体験

➔ 一歩を踏み出してもらおうキッカケ作りを狙う

➔ 会社独自のインセンティブがあれば限定・特別感を出して発信

他の禁煙チャレンジをしている人にとっても、「あ、自分だけでは無いのだ」「こうやって自分の頭を整理して禁煙しているのか」と伝わるのが重要

7-3 顧客・家族を巻き込む禁煙推進

風土づくりは外部からの声が響くこともある

禁煙推進を自社の力（禁煙風土）だけではなく、社外の力を借りて禁煙に一層拍車をかけていきましょう。

★顧客企業／取引先にも手伝ってもらいましょう。

特に営業の方は『お客様にタバコを誘われていると断れない』を理由に禁煙控えをしている人も多いです。そんな時こそ、外部の力を借りる時です。

自社禁煙制度

- ✓ 自社が禁煙推進していることを伝える
- ✓ 就業時間内の禁煙の徹底を外部へも伝える

禁煙への配慮

- ✓ 禁煙推進の現状を伝える
- ✓ 就禁煙チャレンジ者への配慮をお願いする



担当者

健康経営企業

- ✓ 社会情勢を配慮して健康経営を実施していることを伝える
- ✓ 健康経営の一環で禁煙推進を実施していることを伝える

勉強会実施

- ✓ 地域企業同士で従業員の健康を考えていけるような勉強会を実施
- ✓ 共同で健康経営／禁煙推進の企画を考えて他企業を巻き込んでみる



顧客企業

◇「入館証」を通して、自社の禁煙（喫煙率削減）を伝える。

◇自社が禁煙／健康に力を入れていることを、ロゴ等で名刺に入れる
例) 健康経営優良法人ロゴ／禁煙推進企業コンソーシアムロゴ

「自社の禁煙の取り組み」が社外に伝われば伝わるほど、禁煙チャレンジの意向度も増えることが予測されます。是非、会社として禁煙を社外に伝えていただければ幸いです。

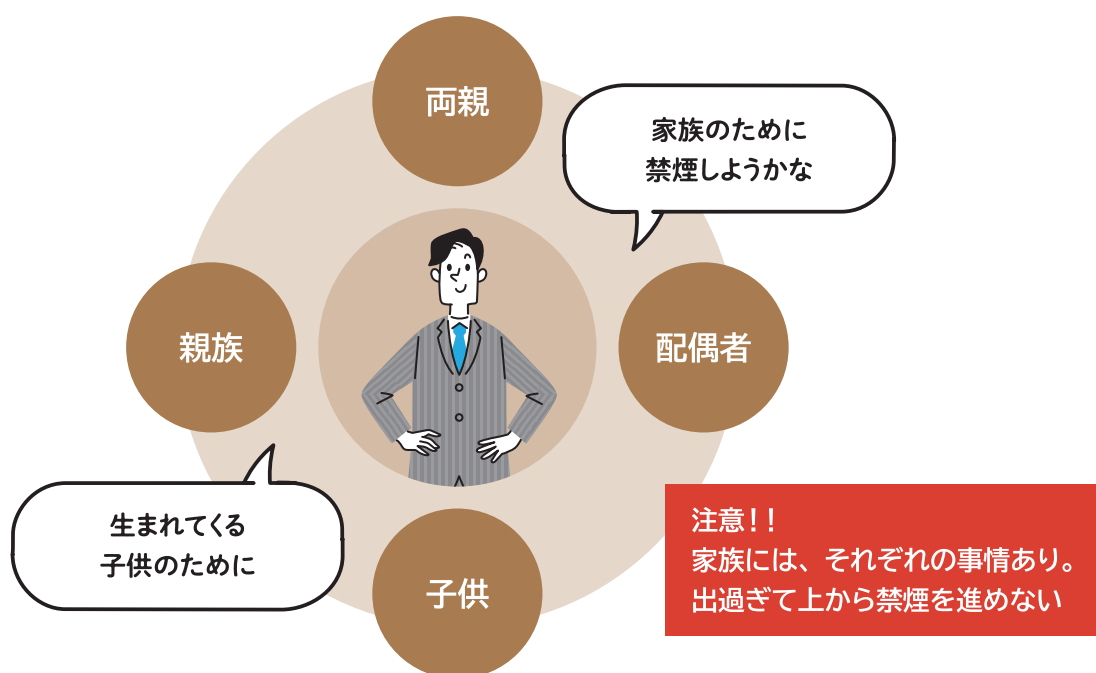
7-3 顧客・家族を巻き込む禁煙推進

きっかけが家族のための方も多く存在

★喫煙者の家族にも手伝ってもらいましょう

喫煙者の中には「家族」から禁煙を言われるとうんざりする方もいらっしゃるかもしれませんが、中には家族の一押しで禁煙に踏み切る方もいらっしゃいます。

企業として、下記のような取り組みを実施してみてはいかがでしょうか？

**手法① 経営者からご家族に手紙を送る**

経営者がどんな想いで会社を経営しているのか、従業員の健康に対してどう思っているか。その想いを直筆で書いて従業員のご家庭に郵送する企業が増えております。手書きのレターが来ることでご家族でもしっかりと読んでもらえ、禁煙に対しての会話が家庭内に出るキッカケとなります。

手法② ファミリーデイを実施

従業員の家族を会社に来てもらうファミリーデイを企画してみてください。従業員の家族の顔が見えるようにしておくことで従業員同士で家族の話が出やすくなるだけでなく、家庭内でも会社の話をしやすくなります。

手法③ 結婚、昇格などのお祝い

中小企業では、経営者が従業員の結婚や昇格のお祝いを上司がすることがありますがそんなタイミングで企業の健康への取り組み、家族の健康の話をしてもらえるといいですね。

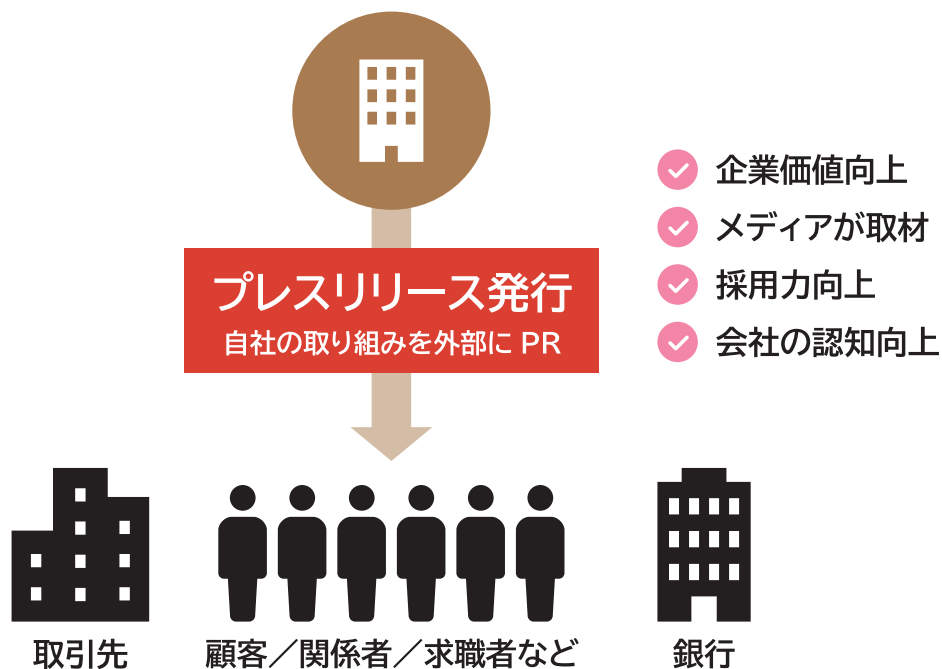
手法④ インセンティブ

禁煙を実施するときに、インセンティブは大きなキッカケになることが禁煙推進企業コンソーシアムの調査でも分かっております。会社で「禁煙チャレンジ／禁煙成功者／禁煙応援者／ご家族応援」に対してのインセンティブを設定して、ご家族にも伝えてもらうのはどうでしょうか？

7-4 プレスリリースを活用しましょう

禁煙がブランディングにつながる＝社外発信がカギ！！

ここからは、応用編です。是非、自社の「禁煙推進」の活動を社外に伝えていきましょう。
社外へのPRは様々なメリットがあります。



リリース内容例

- ・ 自社が禁煙推進を積極的に実施していること
 - ・ 禁煙推進を実施する理由を社外に伝えていくこと
 - 理由例 1) 従業員の健康を第一に考えていく方針だから
 - 理由例 2) 働く環境作りを最優先に考えているから
 - 理由例 3) 従業員のウェルビーイングを考えているから
- いずれにしても、会社のことを伝えるためには経営層からの言葉が重要です。

POINT!

◇こんなPRコピーどうですか？◇

絶煙宣言／断煙／タバコ卒業企業／吸わないカッコよさを追求
 タバコからの解放宣言／喫煙卒業証書始めました／美味しい空気プロジェクト
 禁煙で貯まるお金プレゼント企画／煙フリー企業／脱タバココミュニケーション
 ニコチン卒業式典／深呼吸を大事にする会社へ／卒煙応援企業／喫煙率0%宣言企業
 2023年全員卒煙式／Good-Byeタバコキャンペーン／煙無き会社を目指します
 ウェルビーイング企業・卒煙スタート／愛煙家より愛妻家／吸わないをスタンダードに
 卒煙リフレッシュ応援企業／卒煙休暇スタート／卒煙合宿全額補助／全員卒煙応援者

7-4 プレスリリースを活用しましょう

プレスリリースのポイント

- *誰に読んでもらいたい内容か？（どんなメディアの読者）
- *その読者が「今」欲している情報などどんなものか？
- *自社発信の情報に価値があるか？（競合他社と比べて特筆すべきポイント／社会的な意義は？）

禁煙推進施策だけのリリースにする必要はありません！



担当者

読んでもらう人のことを考えて
時期や内容を工夫すればいいのですね！

発行時期を工夫しましょう

- 1) 経産省、厚生労働省、経団連等の認定や発表が実施される時期（例：健康経営認定）
- 2) 法令が変わる時期（従業員に対する法令）
- 3) タバコに関する情報（タバコ増税タイミング）
- 4) 何らかの事件があり見直されるタイミング
- 5) 採用活性化時期（年間有効求人倍率の発表時期など）
- 6) 人材系の大きなイベント・サミット等が実施されるタイミング

業界団体などで積極的に講演／業界をリードしましょう

リリースだけではなく、業界をリードしていくために下記もトライしてみましょう

- ★業界団体での講演
- ★業界新聞などへのPR
- ★他社からの取材／訪問受け入れ
- ★顧客向けパンフレットへの掲示
- ★名刺に禁煙推進のロゴマーク掲示
- ★その他プロモーションでもPR

「卒煙のミカタ」を最後まで読んでいただきありがとうございます。私自身、年間様々な人事部／健康管理室とお話させていただいておりますが、禁煙推進の難しさに直面している企業や担当者が本当に多いです。現在、様々な禁煙支援サービスがありますが、大企業で働く禁煙希望者向けのサービスが多く、中小企業含めて、禁煙風土を作り「禁煙希望者を増やす」ことがまだまだ必要だと感じました。そこで、今までの禁煙推進担当者と話をしてきたノウハウを基に、「卒煙のミカタ」を作成させていただきました。

本書でも何回も触れておりますが、禁煙推進は1年で終わるものではないです。「ただ喫煙者が仮に10名いたら、1年に1名ずつ卒煙の応援をして10年頑張ってみよう!」というぐらいの長い視点で禁煙を見ていただければと思います。

企業の禁煙推進は大変ですが、やればやるほど成果が出ますし、卒煙をした人は必ず感謝の心が芽生えます。感謝の心が組織に根付くと、どんどん会社は良くなります。禁煙推進のご担当の方も、応援者の方も、今やっている禁煙推進は必ず自分にプラスになって返ってきますので、是非めげずに頑張って続けていただきたいと思います。私は、皆様の1行動1行動を応援しております。

禁煙推進企業コンソーシアム 事務局長 米田哲郎



第1稿 2022年8月18日

【制作責任者】

禁煙推進企業コンソーシアム 事務局 <https://kinen-support.com/>
事務局長 米田哲郎
info@kinen-support.com

クリエイティブディレクション／デザイン 坂本克明（株式会社ケーススタディ）
イラストレーション AKIKO
【Special Thanks】高津戸友佳（禁煙推進企業コンソーシアム 事務局）