



禁煙推進企業 コンソーシアム



禁煙白書2021

企業の禁煙推進を一步進める調査データ

2021年7月
禁煙推進企業コンソーシアム
事務局



喫煙者の実態調査



本調査の目的

2019年4月に23の企業・団体で発足した禁煙推進企業コンソーシアムも会員数が36社となりました。加盟する企業は、自社の禁煙推進だけでなく、禁煙推進をする企業が1社でも増えて、企業の禁煙推進がムーブメントとなることを目指しております。禁煙推進では、喫煙者に対する理解だけでなく、自社の現状把握が非常に重要となります。このたび、禁煙推進企業コンソーシアムでは、自社の客観的な現状把握をしていただくために、会員以外の企業も巻き込んだ大規模調査をして世の中に発表することといたしました。皆様方の禁煙推進が少しでも進むことを願っております。

喫煙者の実態調査

・20～60代の働く男女:500名 (Web調査)

【アンケート項目】

- ・喫煙状況／喫煙理由／禁煙意向度／禁煙理由
- ・健康被害情報希望度／企業の禁煙推進への心理状態
- ・禁煙推進参加意向度ほか

企業の禁煙推進の実態調査

・法人人事部／健康経営担当者 200社 (Web調査)

【アンケート項目】

- ・会社概要／年喫煙率／経営層喫煙率／喫煙率推移
- 受動喫煙対策／採用への制限／喫煙者の喫煙制限
- 禁煙推進施策／情報伝達方法／インセンティブほか

Special Thanks



喫煙者実態調査 2021年5月

本調査は、Web調査会社を活用し、20～60代までの働く人を対象に調査を実施しました(2021年5月実施)

年齢(合計500人)

		%
全体		100.0
1	20-29歳	20.0
2	30-39歳	20.0
3	40-49歳	20.0
4	50-59歳	20.0
5	60-69歳	20.0

性別

		%
全体		100.0
1	男性	74.4
2	女性	25.6

本調査質問項目

Q1	現在のあなたが吸っている「たばこ」の種類を教えてください。(SA)
Q2	あなたの「たばこ」を吸う理由を教えてください。(MA)
Q3	「たばこ」を現時点でやめたいと思いますか？(SA)
Q4	たばこを辞めるとしたら、何がキッカケになりますか？(MA)
Q5	ご自身の購入している「たばこ代」がいくら値上げしたら、禁煙も考えますか？(SA)
Q6	たばこの健康被害について情報を知りたいですか？(SA)
Q7	禁煙のススメ、禁煙達成へのステップなどの禁煙チャレンジへの有益な情報を、あなたは聞きたいでしょうか？(SA)
Q8	勤めている企業が「禁煙推進」を開始した場合、どうしますか？(SA)
Q8A	喫煙者を集めた「禁煙セミナー」が会社であった場合、あなたはどうしますか？(SA)
Q8B	自社の経営者が、従業員の「健康」について考えてくれることに関して、どう思いますか？(SA)
Q9	現時点で禁煙できない理由は何でしょうか？(MA)
Q10	今まで禁煙にチャレンジしたことはありますか？(SA)
Q11	会社のサポート／制度で何があれば禁煙にチャレンジしますか？(MA)
Q12	会社の上司が喫煙者の場合、禁煙しない理由になりますか？(SA)
Q13	加熱式たばこ／電子たばこは、紙巻たばこより健康的だと思いますか？(SA)



たばこの種類

		%
	全体	100.0
1	紙巻きたばこのみ	58.6
2	加熱式たばこ・電子たばこのみ※アイコス／グロー／	23.2
3	紙巻きたばこと加熱式・電子たばこの併用	18.2

現在のあなたが吸っている「たばこ」の種類を教えてください。(SA)

ポイント 加熱式たばこ／電子たばこ
41.4%

喫煙理由

		%
	全体	100.0
1	仕事の効率が上がるから	17.4
2	リラックスできるから	75.2
3	ストレスが溜まっているから	42.4
4	コミュニケーションツールになるから	14.0
5	かつこいいから	2.0
6	その他	3.6

あなたの「たばこ」を吸う理由を教えてください。(MA)

ポイント リラックスやストレス発散での
喫煙理由がトップ
「かつこいいから」はほとんどいない

禁煙意向度

		%
	全体	100.0
1	1か月以内にやめたい	8.0
2	半年以内にやめたい	7.4
3	期間は決まっていないがやめたい	41.6
4	やめる予定はない	43.0

「たばこ」を現時点でやめたいと思いますか？(SA)

ポイント 時期未定での禁煙意向
41.6%

禁煙のキッカケ

		%
	全体	100.0
1	社会情勢(吸えない環境)	28.4
2	たばこ代高騰	62.2
3	会社の制度／環境	9.0
4	上司からのススメ	3.6
5	家族からのススメ	10.6
6	自身の健康被害	48.4
7	何がなんでも禁煙はしない	6.8
8	その他	1.0

たばこを辞めるとしたら、何がキッカケになりますか？(MA)

ポイント たばこの高騰が禁煙キッカケ
自身の健康被害も2番目



禁煙キッカケ(たばこの価格)

		%
全体		100.0
1	+100円	21.8
2	+101～300円	27.8
3	+301～500円	21.0
4	+501～1000円	11.4
5	+1001円以上	6.8
6	値段に関わらず禁煙の予定はない	11.2

ご自身の購入している「たばこ代」がいくら値上げしたら、禁煙も考えますか？(SA)

ポイント たばこ値上げ300円未満で禁煙
49.6%

たばこの健康被害情報の摂取希望

		%
全体		100.0
1	詳しく聞きたい	16.6
2	少しなら聞きたい	30.2
3	なんとも思わない	25.4
4	聞きたくない	11.4
5	うんざりする	16.4

たばこの健康被害について情報を知りたいですか？(SA)

ポイント たばこの健康被害に関して
27.8%が拒否反応

禁煙チャレンジ情報の摂取希望

		%
全体		100.0
1	詳しく聞きたい	14.0
2	少しなら聞きたい	31.2
3	なんとも思わない	27.4
4	聞きたくない	14.4
5	うんざりする	13.0

禁煙のススメ、禁煙達成へのステップなどの禁煙チャレンジへの有益な情報を、あなたは聞きたいでしょうか？(SA)

ポイント たばこの健康被害と同様
禁煙チャレンジ情報も拒否反応あり

企業の禁煙推進に対する反応

		%
全体		100.0
1	無視して吸う	18.2
2	隠れて吸う	21.8
3	抗議する	6.8
4	いつか禁煙しようと思う	43.0
5	すぐ禁煙しようと思う	8.2
6	その他	2.0

勤めている企業が「禁煙推進」を開始した場合、どうしますか？(SA)

ポイント 企業の禁煙推進
ルール破りが4割



禁煙セミナーへの反応

		%
全体		100.0
1	積極的に参加したい	4.8
2	参加したい	20.0
3	なんとも思わない	29.6
4	参加しない	43.2
5	抗議する	2.2
6	その他	0.2

喫煙者を集めた「禁煙セミナー」が会社であつた場合、あなたはどうしますか？(SA)

ポイント

禁煙セミナー参加意向度
24.8%

経営者の健康経営への関与

		%
全体		100.0
1	とても嬉しく思う	9.6
2	嬉しく思う	34.8
3	なんとも思わない	40.0
4	余計なお世話だと思う	15.6
5	その他	0.0

自社の経営者が、従業員の「健康」について考えてくれることに関して、どう思いますか？(SA)

ポイント

経営者の関与、喫煙者も
約半数は肯定的

禁煙が出来ない理由

		%
全体		100.0
1	上司が吸うから	5.6
2	家族／パートナーが吸うから	8.4
3	同僚が吸うから	10.4
4	顧客が吸うから	6.0
5	ストレス発散	54.8
6	特にない	29.6
7	その他	3.2

現時点で禁煙できない理由は何でしょうか？(MA)

ポイント

ストレス発散が理由で
約半数が禁煙できない

過去の禁煙経験

		%
全体		100.0
1	一回もない	38.0
2	一回ある	22.8
3	数回ある	31.4
4	数えきれないほどある	5.8
5	今、禁煙チャレンジ中	2.0

今まで禁煙にチャレンジしたことはありますか？(SA)

ポイント

喫煙者の禁煙経験
62.0%が経験あり



興味のある禁煙サポート

		%
	全体	100.0
1	職場内／勤務時間内禁煙	12.6
2	禁煙成功お祝い金	38.8
3	禁煙外来補助	21.6
4	禁煙プログラム補助	16.0
5	メンタルヘルス相談	7.4
6	上司からの伝達	2.4
7	その他	0.4
8	サポート／制度があっても禁煙にはチャレンジしない	33.4

会社のサポート／制度で何があれば
禁煙にチャレンジしますか？(MA)

ポイント

喫煙者のサポートは
禁煙お祝い金がトップ
禁煙外来補助や禁煙プログラムも有効

上司喫煙者の禁煙への影響

		%
	全体	100.0
1	関係無く辞められる	46.0
2	多少は関係する	35.6
3	大いに関係する	8.0
4	上司が吸っている限り辞めない	10.4

会社の上司が喫煙者の場合、禁煙しない
理由になりますか？(SA)

ポイント

上司が喫煙者だった場合
54.0%が禁煙に影響

加熱式たばこに対する印象

		%
	全体	100.0
1	とてもそう思う	7.0
2	そう思う	28.6
3	どちらでも無い	35.8
4	そう思わない	19.6
5	分からない	9.0

加熱式たばこ／電子たばこは、紙巻たばこ
より健康的だと思いますか？(SA)

ポイント

加熱式たばこに対しての印象
**35.6%が
紙巻きたばこより健康**



クロス集計

たばこを吸う理由



禁煙意向度

	該当数	仕事の効率が上がるから	リラックスできるから	ストレスが溜まっているから	コミュニケーションツールになるから	かっこいいから	その他
全 体	500	17.4	75.2	42.4	14.0	2.0	3.6
1か月以内にやめたい	40	30.0	55.0	40.0	12.5	7.5	2.5
半年以内にやめたい	37	18.9	64.9	43.2	13.5	2.7	0.0
期間は決まっていないがやめたい	208	12.5	76.0	45.7	13.0	1.0	4.3
やめる予定はない	215	19.5	80.0	39.5	15.3	1.9	3.7

Data

*喫煙の理由を『仕事の効率向上』と答えている方は、禁煙意向度を「1か月以内にやめたい」と答えている方が多い。

*喫煙理由に『かっこいいから』と答えてる人はほとんどおらず、『リラックスできる』こと『ストレス発散』を挙げている。

*時期が決まっていないが禁煙意向がある方は、喫煙理由に『リラックスできる』を挙げている。

禁煙推進のポイント

「喫煙理由＝仕事の効率向上」と答えている喫煙者にとっては、禁煙をすることにより「仕事の効率が下がるのではないかな？」という不安があるでしょう。一般的に依存を止めれば生活は改善するのに、依存症の人は止めた後の生活を不安視します。禁煙推進担当者としては、禁煙達成者にボランティアを募り協働するなど禁煙することのマイナスイメージを補完する、禁煙後の具体的な情報を提供していく必要があります。



クロス集計

たばこを吸う理由



たばこ本数／種類

		該 当 数	仕 事 の 効 率 が 上 が る	リ ラ ク ス で き る か	ス ト レ ス が 溜 ま っ て い る か	コ ミュ ニ ケー ション に な る か	か っ こ い い か ら	そ の 他
全 体		500	17.4	75.2	42.4	14.0	2.0	3.6
た ば こ の 本 数	～3本	41	17.1	75.6	34.1	9.8	0.0	0.0
	4～10本程度	172	14.0	73.8	40.7	11.0	2.9	4.1
	11～20本程度	225	18.7	76.0	44.9	14.7	1.3	4.0
	21本以上	45	26.7	80.0	40.0	24.4	4.4	4.4
	現在、禁煙チャレンジ中（禁煙開始から半年以内）	17	11.8	64.7	52.9	17.6	0.0	0.0
	たばこは吸わない（もしくは禁煙半年以上）	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
た ば こ の 種 類	紙巻きたばこのみ	293	16.4	75.1	42.3	7.8	1.0	3.4
	加熱式たばこ・電子たばこのみ※アイコス／グロ	116	16.4	71.6	44.0	19.0	3.4	4.3
	紙巻きたばこと加熱式・電子たばこの併用	91	22.0	80.2	40.7	27.5	3.3	3.3

Data

- * 圧倒的に、喫煙理由は自分自身の問題（リラックス／ストレス軽減）が多い。
- * たばこの本数によって、喫煙理由に差異は、ほとんど見られないが、たばこの本数が多い人のほうが、「コミュニケーションになること」を重視していることが分かった。
- * また、コミュニケーションを喫煙理由に挙げる方は、紙巻きたばこより、紙巻きと加熱式たばこの併用のほうが多い。

禁煙推進のポイント

喫煙理由の上位が「リラックス／ストレス軽減」である以上、喫煙しなくても「リラックスできる環境／ストレス発散できる仕組み」を作っていく必要があります。

タバコを吸うとリラックスできる、ストレス解消ができるという思いは、ニコチン依存症で説明できます。血中のニコチン濃度が下がると、落ち着きがなくなる、集中力が落ちるなどニコチンの離脱による症状を感じ、ニコチンが供給されると、これらが解消されるので、タバコを吸うとリラックスできると感じてしまうのです。全社的なニコチン依存症に対する教育が重要です。

また、社内のコミュニケーションもタバコに頼らないものを構築する必要があります。



クロス集計

禁煙の意志



健康情報／禁煙情報への関心

		該 当 数	に 1 や か め 月 た い い 内	や 半 め 年 た い い 内 に	いいま が っ や て め い 決 た な	は や な め い る 予 定
全 体		500	8.0	7.4	41.6	43.0
健康被害情報	詳しく聞きたい	83	16.9	7.2	45.8	30.1
	少しなら聞きたい	151	6.6	9.9	49.0	34.4
	なんとも思わない	127	9.4	7.9	33.1	49.6
	聞きたくない	57	1.8	5.3	54.4	38.6
	うんざりする	82	3.7	3.7	28.0	64.6
禁煙の 煙の有 益情報	詳しく聞きたい	70	22.9	11.4	42.9	22.9
	少しなら聞きたい	156	6.4	9.0	50.6	34.0
	なんとも思わない	137	5.8	6.6	43.1	44.5
	聞きたくない	72	5.6	5.6	37.5	51.4
	うんざりする	65	3.1	3.1	20.0	73.8

Data

* 1か月以内にやめたいという方は、「健康被害に対する情報」や「禁煙チャレンジに関する情報」を聞きたいという方は多い。

* 健康被害情報に関しては、27.8%、禁煙チャレンジ情報に関しては、27.4%の方が否定的（聞きたくないorうんざりする）と答えている。

* 「うんざりする」と答えた方の半数以上は「やめる予定が無い」と答えている。

禁煙推進のポイント

禁煙推進企業コンソーシアムは「喫煙者と非喫煙者の対立構造を生まない仕組み」を推奨しています。ポイントは禁煙に関する情報に対して、「聞きたくないorうんざりする」と答えるかたへの配慮です。喫煙の害などの情報は禁煙に挑戦中の人や実施する覚悟のできた人には有用ですが、まだそこまで至っていない人には負担に感じられます。したがって情報発信をする前に、部署ごとに設置した禁煙推進現場担当者と綿密なすり合わせが欠かせません。



クロス集計

たばこの本数



禁煙予定・情報接種他

		該 当 数	3 本 以下	4 5 10 本 程度	11 20 本 程度	21 本 以上	現在、禁煙 から半年以内 （禁煙開始）	年（たばこは 以上）は吸 は禁煙ない 半
全 体		500	8.2	34.4	45.0	9.0	3.4	0.0
禁 煙 予 定	1か月以内にやめたい	40	17.5	22.5	17.5	12.5	30.0	0.0
	半年以内にやめたい	37	8.1	35.1	40.5	8.1	8.1	0.0
	期間は決まっていないがやめたい	208	8.7	40.4	43.8	6.7	0.5	0.0
	やめる予定はない	215	6.0	30.7	52.1	10.7	0.5	0.0
た ば こ の 健 康 被 害 情 報	詳しく聞きたい	83	10.8	26.5	48.2	9.6	4.8	0.0
	少しなら聞きたい	151	9.3	39.1	44.4	4.0	3.3	0.0
	なんとも思わない	127	6.3	35.4	44.9	10.2	3.1	0.0
	聞きたくない	57	8.8	26.3	52.6	8.8	3.5	0.0
	うんざりする	82	6.1	37.8	37.8	15.9	2.4	0.0
禁 煙 キ ャ ン ペ ー ン 情 報	詳しく聞きたい	70	14.3	27.1	40.0	12.9	5.7	0.0
	少しなら聞きたい	156	7.7	36.5	47.4	5.1	3.2	0.0
	なんとも思わない	137	6.6	36.5	46.7	6.6	3.6	0.0
	聞きたくない	72	8.3	27.8	51.4	9.7	2.8	0.0
	うんざりする	65	6.2	40.0	33.8	18.5	1.5	0.0
や め ら れ な い 理 由	上司が吸うから	28	10.7	39.3	42.9	3.6	3.6	0.0
	家族／パートナーが吸うから	42	7.1	45.2	35.7	9.5	2.4	0.0
	同僚が吸うから	52	7.7	34.6	46.2	9.6	1.9	0.0
	顧客が吸うから	30	6.7	30.0	53.3	10.0	0.0	0.0
	ストレス発散	274	5.9	38.7	47.1	6.2	2.2	0.0
	特にな	148	12.8	28.4	42.6	11.5	4.7	0.0
	その他	16	0.0	31.3	25.0	25.0	18.8	0.0

Data

＊1日のたばこの本数が1～3本しか吸っていない方は、1か月以内に禁煙予定と答えるかたがデータの多い。禁煙をスタートするにあたり、1～3本ぐらいに減らしている可能性がある。

＊健康被害の情報または、禁煙キャンペーン情報を聞きたい方は、たばこの本数で意向度が上がったりすることは無い。

＊喫煙者のたばこをやめられない理由の約30%は、たばこをやめられない理由を「特にな」と答えており、何となくたばこを吸っている方が多い。

禁煙推進のポイント

喫煙率が高かった時代は一律の対応も可能でしたが、社内でも喫煙率が低くなるにつれて禁煙できない理由にも個別の配慮が欠かせなくなってきました。タバコをやめられない理由を特になと答えているかたには、より綿密なコミュニケーションをとることが重要です。また、タバコをやめられない理由を上司や顧客としている場合は、会社の責任として労働環境の改善が必要でしょう。

クロス集計

たばこの種類		× たばこ本数／禁煙予定			
		該 当 数	紙 巻 き た ば こ の み	ムス 等 ／ グ ロ ー ／ プ ル ー コ	加 熱 式 た ば こ ・ 電 子 た ば こ の 加 併 熱
全 体		500	58.6	23.2	18.2
た ば こ 日 本 の 数	～3本	41	65.9	17.1	17.1
	4～10本程度	172	58.7	21.5	19.8
	11～20本程度	225	55.6	26.7	17.8
	21本以上	45	64.4	24.4	11.1
	現在、禁煙チャレンジ中（禁煙開始から半年以内）	17	64.7	5.9	29.4
	たばこは吸わない（もしくは禁煙半年以上）	0	0.0	0.0	0.0
禁 煙 予 定	1か月以内にやめたい	40	72.5	17.5	10.0
	半年以内にやめたい	37	48.6	37.8	13.5
	期間は決まっていないがやめたい	208	59.1	23.6	17.3
	やめる予定はない	215	57.2	21.4	21.4

Data

- *たばこを1箱以上吸う方の中で、紙巻きたばこだけ吸う方が約65%
加熱式たばこを吸っている方は、～3本以内でおさまらず、11本以上吸う方のほうが多くなる傾向がある。
- *加熱式たばこ・電子たばこだけ吸う方は、23.2%に対して、「半年以内にやめたい」と答えている方は37.8%と比率が高まっている。

禁煙推進のポイント

*加熱式タバコの利用者は、紙巻タバコを継続できない事情があり移行した可能性が高く、禁煙推進者がコミュニケーションを積極的にとることで、禁煙の推進に有用な様々な情報が得られることがあります。一般的な進めかたとして、加熱式タバコを利用している意図を確認したうえで、その気遣いを称賛して、利便性や費用、特有のにおいの問題などをどう考えているのか聞く方法があるでしょう。

クロス集計

たばこをやめるきっかけ



たばこ本数／種類

		該当数	社会情勢（吸えない環境）	たばこ代高騰	会社の制度／環境	上司からのススめ	家族からのススめ	自身の健康被害	何がなんでも禁煙はしない	その他
全 体		500	28.4	62.2	9.0	3.6	10.6	48.4	6.8	1.0
たばこ 一日の 本数	～3本	41	39.0	53.7	4.9	0.0	0.0	53.7	4.9	0.0
	4～10本程度	172	29.1	63.4	8.1	2.3	14.0	47.1	4.7	0.6
	11～20本程度	225	27.6	64.4	10.7	4.4	10.7	48.4	8.0	0.9
	21本以上	45	15.6	51.1	6.7	6.7	4.4	48.9	13.3	2.2
	現在、禁煙チャレンジ中（禁煙開始から半年以内）	17	41.2	70.6	11.8	5.9	17.6	47.1	0.0	5.9
	たばこは吸わない（もしくは禁煙半年以上）	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
たばこ 種類の	紙巻きたばこのみ	293	23.9	58.7	6.8	1.4	8.2	48.5	7.2	0.7
	加熱式たばこ・電子たばこのみ※アイコス／グロ	116	32.8	62.9	13.8	9.5	14.7	48.3	7.8	1.7
	紙巻きたばこと加熱式・電子たばこの併用	91	37.4	72.5	9.9	3.3	13.2	48.4	4.4	1.1

Data

- *たばこをやめる理由のトップは、本数に関わらず「たばこ代の高騰」を挙げている。
ただし、一日に21本以上吸う方は他の層に比べて低い傾向がある。たばこ代に関わらず、高いニコチン中毒であることが推測される。
- *たばこをやめる理由に、「健康被害」をあげる人は全体の2番目に多い理由。1日のたばこの本数が3本未満の方は多少上がるが、たばこの本数によっては左右されない。
- *数字自体は少ないものの、会社の制度や上司からのススめなども一定数存在。

禁煙推進のポイント

- *タバコをやめる理由のトップは、タバコの本数や種類に関わらず「タバコ代の高騰」を挙げています。タバコ税の毎年の増税は2022年10月で一段落する予定ですが、増税の見通しなどが明らかなきは禁煙推進のセミナー等にて必ず伝えるべき情報です。
- *現在の労働環境からは、上司が直接禁煙をすすめることは難しいでしょう。上司は、組織全体を「吸えない環境作り／吸う言い訳を作らせない労働環境づくり」を担うことが労働衛生の面からも必要と思われます。



クロス集計

自社の禁煙推進への対応



たばこ本数／種類

		該 当 数	無 視 し て 吸 う	隠 れ て 吸 う	抗 議 す る	う い つ か 禁 煙 し よ う と 思 う	す ぐ ら う 禁 煙 し よ う と 思 う	そ の 他
全 体		500	18.2	21.8	6.8	43.0	8.2	2.0
た ば こ 一 日 の 本 数	～3本	41	9.8	12.2	2.4	58.5	17.1	0.0
	4～10本程度	172	18.0	19.8	6.4	48.3	7.0	0.6
	11～20本程度	225	18.7	25.8	8.4	40.4	4.0	2.7
	21本以上	45	31.1	22.2	4.4	24.4	13.3	4.4
	現在、禁煙チャレンジ中（禁煙開始から半年以内）	17	0.0	11.8	5.9	35.3	41.2	5.9
	たばこは吸わない（もしくは禁煙半年以上）	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
た ば こ の 種 類	紙巻きたばこのみ	293	18.4	21.2	4.4	45.4	8.2	2.4
	加熱式たばこ・電子たばこのみ※アイコス／グロ	116	21.6	19.8	10.3	38.8	7.8	1.7
	紙巻きたばこと加熱式・電子たばこの併用	91	13.2	26.4	9.9	40.7	8.8	1.1

Data

- * 自社が禁煙推進の施策をスタートした際に、一番多い回答は『いつか禁煙しようと思う』という方が4割以上おり、たばこの本数が少ない方ほどその傾向は高い。
- * 同様にすぐに禁煙しようと思う方も10%ほどおり、注目すべきは21本以上の方も禁煙意向が高まるということ。たばこの種類によってはさほど差異は無い。
- * 逆に無視して吸う／隠れて吸う方は、たばこの本数が多い方に多い傾向がでている。

禁煙推進のポイント

- * 施策をスタートした際に禁煙意向が一気に高まるので、企業が「喫煙率削減」を発表するタイミングが重要です。ただし、制度に反発する方も4割弱いることや、せっかくの制度も効果が薄れる可能性もあります。時間の経過とともに慣れてしまうのは当然なので、トップからの禁煙に関するコミットメントをどう継続するかが重要です。



クロス集計

禁煙セミナー参加意向度



たばこ本数／種類／禁煙予定

		該 当 数	た い 積 極 的 に 参 加 し	参 加 し た い	い な ん と も 思 わ な	参 加 し な い	抗 議 す る	そ の 他
全 体		500	4.8	20.0	29.6	43.2	2.2	0.2
た ば こ 日 本 の 数	～3本	41	9.8	22.0	14.6	46.3	7.3	0.0
	4～10本程度	172	2.3	25.0	32.6	39.5	0.6	0.0
	11～20本程度	225	5.3	18.7	31.1	42.2	2.2	0.4
	21本以上	45	8.9	6.7	26.7	53.3	4.4	0.0
	現在、禁煙チャレンジ中（禁煙開始から半年以内）	17	0.0	17.6	23.5	58.8	0.0	0.0
	たばこは吸わない（もしくは禁煙半年以上）	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
た ば こ の 種 類	紙巻きたばこのみ	293	4.4	19.8	25.9	47.4	2.0	0.3
	加熱式たばこ・電子たばこのみ※アイコス／グロ	116	6.0	16.4	35.3	40.5	1.7	0.0
	紙巻きたばこと加熱式・電子たばこの併用	91	4.4	25.3	34.1	33.0	3.3	0.0
禁 煙 予 定	1か月以内にやめたい	40	15.0	25.0	15.0	42.5	2.5	0.0
	半年以内にやめたい	37	5.4	35.1	37.8	18.9	2.7	0.0
	期間は決まっていないがやめたい	208	4.8	29.3	28.8	36.1	0.5	0.5
	やめる予定はない	215	2.8	7.4	31.6	54.4	3.7	0.0

Data

＊禁煙セミナーを実施する際に、「参加しない」と表明する喫煙者は、たばこの本数や種類に関わらず4割以上の方が存在する。特に1日1箱以上のヘビースモーカーは半数以上の方が参加しない意向を示している。

＊ただし、禁煙セミナーに参加意向を示している方も約25%おり、たばこの本数やたばこの種類、禁煙意向度に関わらず、様々な方がいる。

禁煙推進のポイント

＊一般人を対象にした健康教室などでも「禁煙」と名付けると喫煙者は来ません。企業にとって喫煙は大きな負担ですが、タバコだけにフォーカスを当てるのは特定の社員に対する不適切な対応とも見なされかねません。ポイントは、「喫煙者だけを悪者にしない」です。禁煙は、長く健康的に働くための一つの重要な要因であることを企画・運営の際には常に念頭に置く必要があります。



クロス集計

たばこ止められない理由



たばこ本数／種類

		該 当 数	上 司 が 吸 う か ら	が 吸 う か ら 家 族 ／ パ ー ト ナ ー	同 僚 が 吸 う か ら	顧 客 が 吸 う か ら	ス ト レ ス 発 散	特 に な い	そ の 他
全 体		500	5.6	8.4	10.4	6.0	54.8	29.6	3.2
た ば こ 日 本 数	～3本	41	7.3	7.3	9.8	4.9	39.0	46.3	0.0
	4～10本程度	172	6.4	11.0	10.5	5.2	61.6	24.4	2.9
	11～20本程度	225	5.3	6.7	10.7	7.1	57.3	28.0	1.8
	21本以上	45	2.2	8.9	11.1	6.7	37.8	37.8	8.9
	現在、禁煙チャレンジ中（禁煙開始から半年以内）	17	5.9	5.9	5.9	0.0	35.3	41.2	17.6
	たばこは吸わない（もしくは禁煙半年以上）	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
た ば こ の 種 類	紙巻きたばこのみ	293	4.8	7.8	4.8	4.8	55.3	29.7	3.8
	加熱式たばこ・電子たばこのみ※アイコス／グロ	116	7.8	10.3	19.8	9.5	53.4	27.6	2.6
	紙巻きたばこと加熱式・電子たばこの併用	91	5.5	7.7	16.5	5.5	54.9	31.9	2.2

Data

＊たばこの本数が一日3本以下の人の約半数は、たばこを止められない理由を「特にない」と答えており、何気なく吸ってしまっている人が多いと思われる。

＊たばこを4本～20本（1箱）ほど1日に吸っている方の約6割の方が、「やめられない理由」は、「ストレス発散」と言っている。

＊たばこの種類によっての「たばこを止められない理由」は、ほとんど差異は見られなかった。また、加熱式たばこは同僚が吸うから止められないという方が多い。

禁煙推進のポイント

＊タバコを止められない理由のトップには、ストレス発散が挙げられており、ニコチン依存症の疾患教育が欠かせません。また、喫煙の本数が少なく、やめられない理由が明確でない方も一定数いますが、タバコがない場合に吸わないでいられるか（買いに行かないか）などの依存の程度に合わせた対応が必要でしょう。タバコを止められない理由に、家族や同僚や上司を挙げる方も一定以上います。その場合、家族を含めた禁煙の支援も選択肢に上がってくるでしょう。加えて、職場の雰囲気や喫煙を許容することの無いような環境の整備をトップが主導して進めることが必要です。

クロス集計

禁煙チャレンジ



たばこ本数／禁煙予定

		該 当 数	一 回 も な い	一 回 あ る	数 回 あ る	ど 数 え き れ な い ほ ど	今 、 禁 煙 チ ャ レ ン ジ 中
全 体		500	38.0	22.8	31.4	5.8	2.0
た ば こ 日 本 の 数	～3本	41	58.5	17.1	22.0	0.0	2.4
	4～10本程度	172	34.3	26.2	31.4	7.0	1.2
	11～20本程度	225	38.7	24.0	32.0	5.3	0.0
	21本以上	45	44.4	11.1	35.6	8.9	0.0
	現在、禁煙チャレンジ中（禁煙開始から半年以内）	17	0.0	17.6	35.3	5.9	41.2
	たばこは吸わない（もしくは禁煙半年以上）	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
禁 煙 予 定	1か月以内にやめたい	40	20.0	15.0	32.5	10.0	22.5
	半年以内にやめたい	37	8.1	37.8	35.1	16.2	2.7
	期間は決まっていないがやめたい	208	27.4	25.5	41.3	5.8	0.0
	やめる予定はない	215	56.7	19.1	20.9	3.3	0.0

Data

＊たばこを吸っている人の約6割が禁煙経験者。

1日に3本以下の喫煙者は、禁煙経験が少ない傾向。

＊数えきれないほど禁煙をしたことがあり（失敗している人）が、全体の5%ほどいる。

＊禁煙予定は、過去に禁煙をしたことがある人のほうが禁煙意向が高まることが分かる。

禁煙推進のポイント

＊禁煙は何度か失敗して成功するものなので、「後にとっておく」ようなものではなく、思い立った時にチャレンジしてもらうことが重要です。職場での禁煙キャンペーンも禁煙希望者の肩を押す効果があるでしょう。一方、その際は、ニコチン依存症の疾患教育とともに組織全体で「失敗してもよいからチャレンジしましょう！」という組織風土を醸成することが参加者を増やすためにも重要です。

クロス集計

禁煙意向度上がる施策



たばこ本数／種類

		該 当 数	内 職 場 内 ／ 勤 務 時 間	禁 煙 成 功 お 祝 い 金	禁 煙 外 来 補 助	助 禁 煙 プ ロ グ ラ ム 補	談 メン タル ヘル ス 相	上 司 か ら の 伝 達	そ の 他	サ ポ ー ト ／ 制 度 は あ っ て も 禁 煙 し な い 人 の 数
全 体		500	12.6	38.8	21.6	16.0	7.4	2.4	0.4	33.4
た ば こ 本 数	～3本	41	17.1	36.6	19.5	9.8	4.9	0.0	0.0	41.5
	4～10本程度	172	15.7	40.1	21.5	17.4	10.5	2.3	0.6	27.3
	11～20本程度	225	9.8	38.7	21.3	15.1	5.3	2.2	0.0	36.4
	21本以上	45	8.9	24.4	26.7	22.2	6.7	6.7	2.2	44.4
	現在、禁煙チャレンジ中（禁煙開始から半年以内）	17	17.6	70.6	17.6	11.8	11.8	0.0	0.0	5.9
	たばこは吸わない（もしくは禁煙半年以上）	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
た ば こ の 種 類	紙巻きたばこのみ	293	12.6	36.5	18.4	14.0	5.8	1.7	0.3	35.5
	加熱式たばこ・電子たばこのみ※アイコス／グロ	116	12.9	38.8	25.9	18.1	12.1	6.0	0.9	32.8
	紙巻きたばこと加熱式・電子たばこの併用	91	12.1	46.2	26.4	19.8	6.6	0.0	0.0	27.5

Data

- * 禁煙意向度が高まる施策としては、1) お祝い金 2) 禁煙外来補助 3) 禁煙プログラム補助が上位3つ。お祝い金に関しては、たばこの本数や種類に関わらず最上位に来る。
- * 禁煙外来補助や禁煙プログラムは、紙巻きたばこのみの方より、加熱式たばこを吸っている方の方が興味がある。
- * 10本以下の喫煙者は、職場内の制度の広報により、禁煙意向度があがることが分かる。ただ、禁煙をしたい気持ちが高まる施策は全体的にばらけることも分かった。

禁煙推進のポイント

* サポートがあったとしても、禁煙をしない！と答えている人が、実に33%もいます。逆に言うと、2/3の方は禁煙を考えている人がいるとも言えます。ある禁煙推進企業コンソーシアムの会員企業でも、20%台の喫煙率が3年で7%まで落ちました。まずはこの選択肢に上げられたような制度の充実と社員への紹介を進め、その先に、ある程度の喫煙率の低下を見たら健保組合なども含めた個別の対応を進めていく必要があるでしょう。

クロス集計

上司の禁煙



たばこ本数／禁煙予定

		該 当 数	関 係 無 く 辞 め ら れ る	多 少 は 関 係 す る	大 い に 関 係 す る	上 司 が 吸 っ て い る 限 り
全 体		500	46.0	35.6	8.0	10.4
た ば こ の 種 類	紙巻きたばこのみ	293	45.7	36.2	8.2	9.9
	加熱式たばこ・電子たばこのみ※アイコス／グロ	116	43.1	34.5	6.9	15.5
	紙巻きたばこと加熱式・電子たばこの併用	91	50.5	35.2	8.8	5.5
禁 煙 予 定	1か月以内にやめたい	40	55.0	32.5	7.5	5.0
	半年以内にやめたい	37	27.0	54.1	16.2	2.7
	期間は決まっていないがやめたい	208	49.5	41.3	7.2	1.9
	やめる予定はない	215	44.2	27.4	7.4	20.9

Data

- * 上司の喫煙は、喫煙者の半数以上がなんらかの影響をする。特に全体の2割の人は、上司が吸っている限り禁煙をしない可能性が高い。
- * やめる予定が無いと答えている人は、「上司」が吸っていることを理由にやめない意思が高まっている。
- * 一方、関係なく禁煙が出来る方も46%もいる。

禁煙推進のポイント

* 禁煙するかしないかは自分の意志ですが、「一步を踏み出す」ときに上司が吸っていることが影響する人が半数以上いると今回の調査で判明しました。上司が吸っているというのは喫煙時間、喫煙所への移動等への付度などで吸いやすい環境が作られていることになります。加えて、禁煙推進の道のりは長く、トップからの明確な発信がないと運動自体もそのうち減衰します。労働衛生のためにもまた生産性向上のためにも、トップからの継続的な禁煙推進が不可欠です。

クロス集計

加熱式より紙たばこは健康か



たばこ本数／種類／禁煙予定

		該 当 数	と と も そ う 思 う	そ う 思 う	ど ち ら で も 無 い	そ う 思 わ な い	分 か ら な い
全 体		500	7.0	28.6	35.8	19.6	9.0
た ば こ の 本 数	～3本	41	9.8	34.1	34.1	12.2	9.8
	4～10本程度	172	2.9	32.6	37.2	19.8	7.6
	11～20本程度	225	8.0	26.7	37.3	18.7	9.3
	21本以上	45	13.3	20.0	22.2	35.6	8.9
	現在、禁煙チャレンジ中(禁煙開始から半年以内)	17	11.8	23.5	41.2	5.9	17.6
	たばこは吸わない(もしくは禁煙半年以上)	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
た ば こ の 種 類	紙巻きたばこのみ	293	4.1	21.8	35.2	27.3	11.6
	加熱式たばこ・電子たばこのみ※アイコス／グロ	116	15.5	37.9	33.6	8.6	4.3
	紙巻きたばこと加熱式・電子たばこの併用	91	5.5	38.5	40.7	8.8	6.6
禁 煙 予 定	1か月以内にやめたい	40	20.0	27.5	30.0	15.0	7.5
	半年以内にやめたい	37	8.1	51.4	21.6	13.5	5.4
	期間は決まっていないがやめたい	208	6.3	29.8	38.0	17.3	8.7
	やめる予定はない	215	5.1	23.7	37.2	23.7	10.2

Data

- * 加熱式たばこは、紙たばこより健康だと思っている方は、全体の35%ほどいる。加熱式たばこを現状吸っている方は、その傾向が顕著に出ている。
- * 加熱式たばこのほうが、健康的だとの質問に、「とてもそう思う」と答えた方は、ヘビースモーカーのほうが、その傾向が高まっている。

禁煙推進のポイント

- * 禁煙推進企業コンソーシアムでは、加熱式タバコも紙巻タバコも同様にタバコであり、健康被害があると捉えております。一方、喫煙者にとっては「健康」への配慮から加熱式タバコに変えた人がいることも事実です。担当者が加熱式タバコと紙巻タバコの違いを理解する必要がありますが、加熱式タバコの喫煙者に、加熱式タバコについて教えてもらう、というのも一つのコミュニケーションになるかも知れません。



企業の禁煙推進 実態調査



法人 禁煙推進 実態調査 2021年5月

本調査は、禁煙推進企業コンソーシアムの事務局より過去のイベント参加者または健康経営認定企業へのDMにてアンケート依頼をして答えていただいた企業様のデータです。

従業員数

	回答数	%
1～10名	6	2.50%
11～50名	7	2.90%
51～100名	27	11.30%
101～500名	60	25.00%
501～1000名	30	12.50%
1000～3000名	52	21.70%
3001名以上	58	24.20%
無回答	0	0.00%
全体	240	100.00%

業種

	回答数	%
農林・水産業	0	0.00%
林業	0	0.00%
漁業	0	0.00%
鉱業	0	0.00%
建設業	17	7.10%
製造業	87	36.30%
電気・ガス	4	1.70%
運輸・通信業	21	8.80%
卸売・小売・飲食業	23	9.60%
金融・保険	13	5.40%
不動産	2	0.80%
サービス	47	19.60%
分類不能産業	26	10.80%
無回答	0	0.00%
全体	240	100.00%

健康経営認定取得

	回答数	%
健康経営認定未取得	51	21.30%
健康経営銘柄	10	4.20%
健康経営優良法人(大規模法人部門／ホワイト500含む)	110	45.80%
健康経営優良法人(中小規模法人部門／ブライツ500含む)	55	22.90%
分からない	14	5.80%
無回答	0	0.00%
全体	240	100.00%

従業員規模／業種ともに幅広い企業にご回答いただいております。
健康経営の認定企業数が多いことから、全ての企業の実態調査ではなく健康経営に取り組んでいる企業の実態調査としてご覧いただければと思います。



法人 禁煙推進 実態調査 2021年5月

本調査は、Webでのアンケートフォームにご回答いただく形で
30問以上の回答にお答えいただきました。

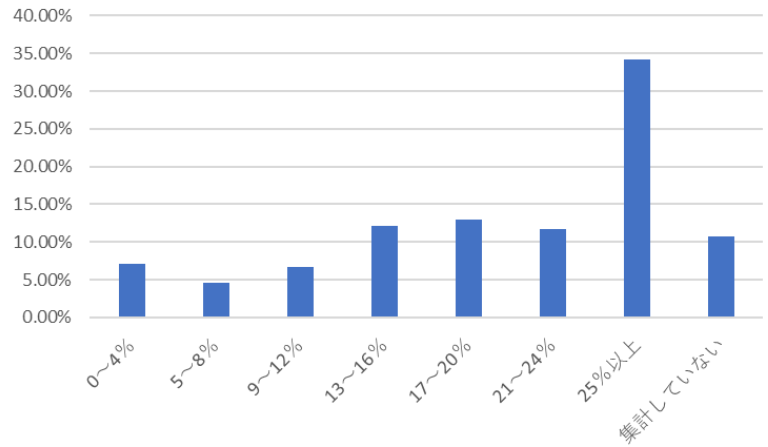
本調査質問項目

1	最新の従業員の喫煙率(全体平均)を教えてください。
2	最新の従業員の喫煙率(男性平均)を教えてください。
3	最新の従業員の喫煙率(女性平均)を教えてください。
4	あなたの会社の代表取締役の喫煙状況を教えてください。
5	代表を含む社内取締役の喫煙率を教えてください。
6	2019から2020年での喫煙率増減を教えてください。※直近の増減率で結構です。
7	喫煙率削減に対しての目標設定に関して教えてください。
8	会社内の喫煙所(加熱式タバコ／電子タバコ含む)に対する対応を教えてください。
9	あなたの会社は、『改正健康増進法の受動喫煙防止』を遵守していますか？
10	新規採用者に対する喫煙者雇用に関して教えてください。
11	喫煙者に対する喫煙制限(時間／場所の制限)に関して教えてください。
12	会社側(人事部など)による特定喫煙者の把握に関して教えてください。
13	喫煙者の禁煙サポート施策で実施していることを教えてください。
14	従業員に対しての(喫煙に関する)制度で実施していることを教えてください。
15	禁煙推進の施策(または必要性)を従業員に伝える方法を教えてください。
16	禁煙推進の施策(または必要性)を従業員に伝える人はどなたでしょうか？
17	禁煙推進のノウハウはどこから取得していっていますか？
18	経営層からの禁煙推進(または健康領域)に関するメッセージ発信の頻度を教えてください。
19	禁煙推進で実施している施策を全てお答えください。
20	自社で効果があったと思われる施策をお選びください。
21	自社で禁煙推進の課題をお選びください。
22	禁煙推進の研修／eラーニングの対象者を教えてください。
23	禁煙推進に関しての社外PR方法を教えてください。
24	喫煙者が禁煙に成功した際に(禁煙成功者に)インセンティブは出していますか？
25	喫煙者が禁煙に成功した際のインセンティブはいくらでしょうか？
26	非喫煙者へのインセンティブは出していますか？
27	非喫煙者へのインセンティブはいくらでしょうか？
28	禁煙推進に関して、現時点で欲しい情報は何でしょうか？
29	社長や禁煙推進担当者からのメッセージ発信で工夫している点を記載ください。
30	受動喫煙対策関係で工夫している点をご記載ください。
31	喫煙制限や禁煙に関する制度設計で工夫をしている点をご記載ください。
32	非喫煙者が喫煙者の禁煙推進を応援する仕組みで工夫している点をご記載ください。
33	その他、禁煙推進に関してコメントがありましたら教えてください。

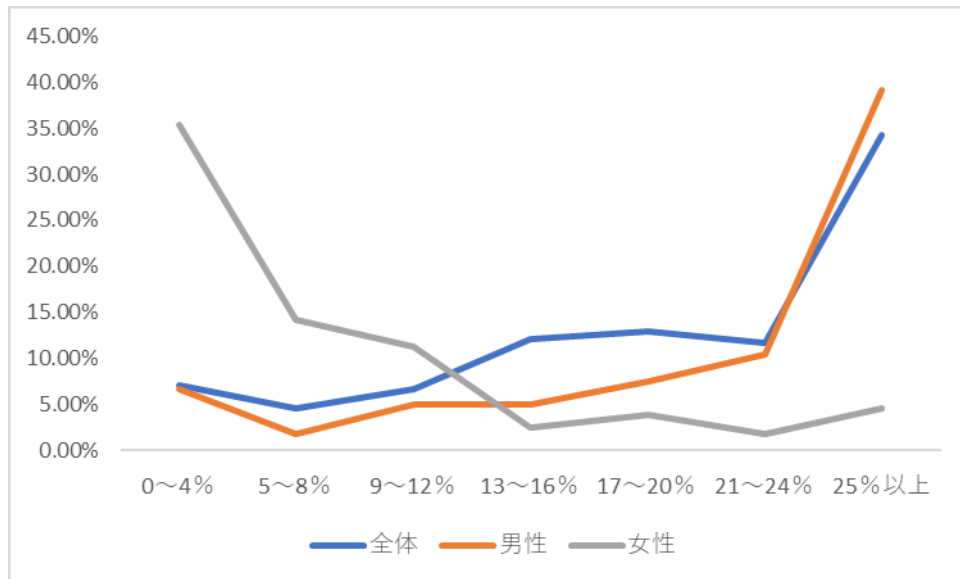


喫煙率(全体)

	回答数	%
0～4%	17	7.10%
5～8%	11	4.60%
9～12%	16	6.70%
13～16%	29	12.10%
17～20%	31	12.90%
21～24%	28	11.70%
25%以上	82	34.20%
集計していない	26	10.80%
無回答	0	0.00%
全体	240	100



喫煙率(性別比較)



	全体	男性	女性
0～4%	7.10%	6.70%	35.40%
5～8%	4.60%	1.70%	14.20%
9～12%	6.70%	5.00%	11.30%
13～16%	12.10%	5.00%	2.50%
17～20%	12.90%	7.50%	3.80%
21～24%	11.70%	10.40%	1.70%
25%以上	34.20%	39.20%	4.60%
集計していない	10.80%	24.60%	26.70%
無回答	0.00%	0.00%	0.00%

- 今回の調査では、喫煙率が25%以上と答えた企業が約35%と一番多くあとは5～10%程度で同数ずついる。
- 全体の喫煙率と、男性の喫煙率はほぼ同じカーブを描く。
- 女性の喫煙率は、約半数が8%以下、約35%が4%以下という結果となった。



喫煙率(従業員別)

		喫煙率									
		0～4%	5～8%	9～12%	13～16%	17～20%	21～24%	25%以上	集計して いない	無回答	全体
従業員 人数	1～10名	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	11～50名	57.1%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	28.6%	0.0%	0.0%	100.0%
	51～100名	7.4%	3.7%	0.0%	3.7%	14.8%	18.5%	40.7%	11.1%	0.0%	100.0%
	101～500名	1.7%	11.7%	8.3%	10.0%	8.3%	11.7%	30.0%	18.3%	0.0%	100.0%
	501～1000名	0.0%	3.3%	13.3%	6.7%	20.0%	10.0%	40.0%	6.7%	0.0%	100.0%
	1000～3000名	1.9%	0.0%	1.9%	13.5%	23.1%	15.4%	36.5%	7.7%	0.0%	100.0%
	3001名以上	5.2%	3.4%	10.3%	20.7%	6.9%	8.6%	34.5%	10.3%	0.0%	100.0%

* 中小企業は、喫煙率が4%以下と、25%の企業と両端が多い。

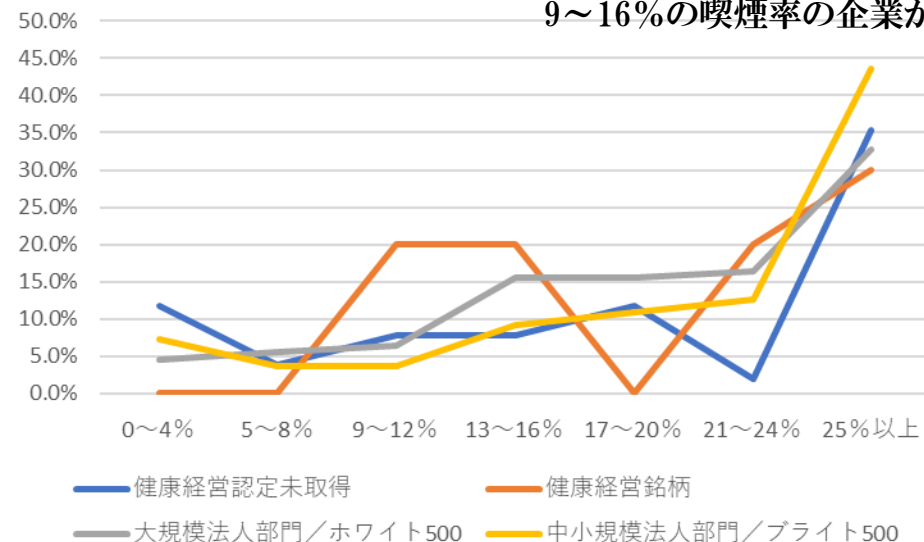
* 大企業は12～13%ぐらいに壁があるように取れる。

喫煙率(認定別)

		喫煙率								
		0～4%	5～8%	9～12%	13～16%	17～20%	21～24%	25%以上	集計して いない	全体
健康経営 認定	健康経営認定未取得	11.8%	3.9%	7.8%	7.8%	11.8%	2.0%	35.3%	19.6%	100.00%
	健康経営銘柄	0.0%	0.0%	20.0%	20.0%	0.0%	20.0%	30.0%	10.0%	100.00%
	大規模法人部門／ホワイト500	4.5%	5.5%	6.4%	15.5%	15.5%	16.4%	32.7%	3.6%	100.00%
	中小規模法人部門／ブライツ500	7.3%	3.6%	3.6%	9.1%	10.9%	12.7%	43.6%	9.1%	100.00%
	分からない	14.3%	7.1%	7.1%	7.1%	14.3%	0.0%	7.1%	42.9%	100.00%

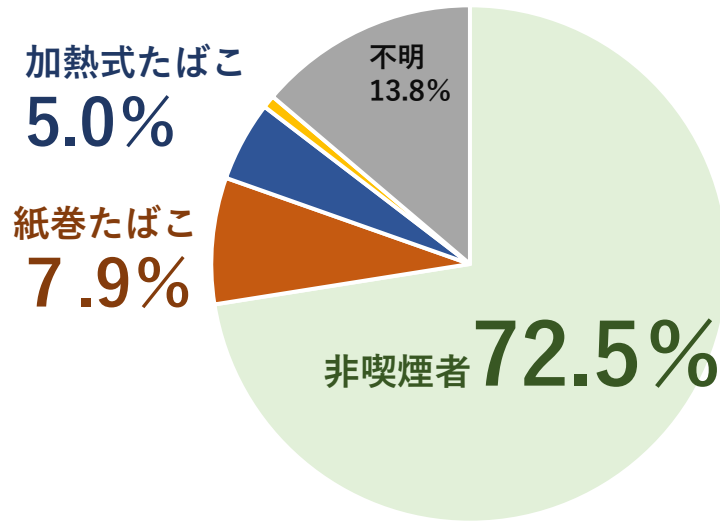
健康経営銘柄の企業のなかでも
9～16%の喫煙率の企業が40%

中小企業は、認定取得企業でも
喫煙率25%以上の企業が
まだ40%以上いる。



経営者の喫煙状況

経営層の喫煙状況

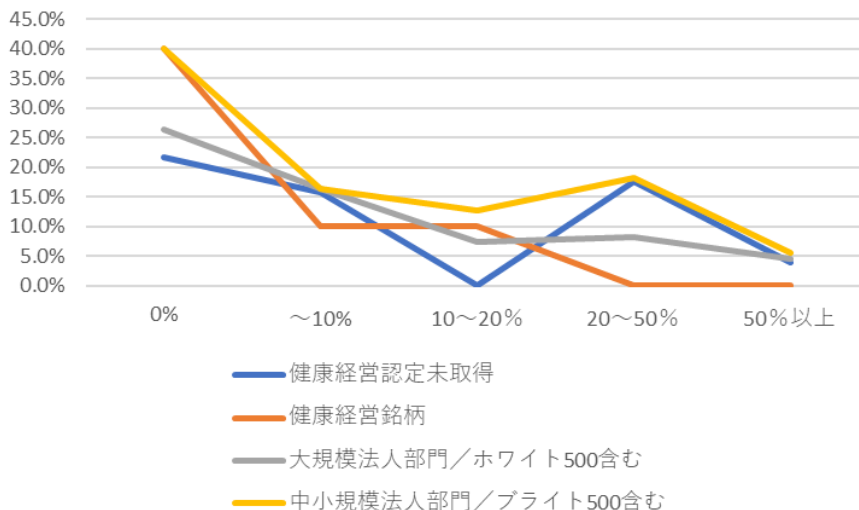


	回答数	%
0%（誰も吸っていない）	68	28.30%
～10%	40	16.70%
10～20%	17	7.10%
20～50%	29	12.10%
50%以上	11	4.60%
分からない	75	31.30%
全体	240	100.00%

経営者の非喫煙者は、全体の72%。一方、経営者を経営層（取締役）に広げると喫煙者が72%となる。

認定種別×経営層の喫煙率

	0%	～10%	10～20%	20～50%	50%以上	分からない
健康経営認定未取得	21.6%	15.7%	0.0%	17.6%	3.9%	41.2%
健康経営銘柄	40.0%	10.0%	10.0%	0.0%	0.0%	40.0%
大規模法人部門／ホワイト500含む	26.4%	16.4%	7.3%	8.2%	4.5%	37.3%
中小規模法人部門／ブライト500含む	40.0%	16.4%	12.7%	18.2%	5.5%	7.3%
分からない	14.3%	28.6%	7.1%	7.1%	7.1%	35.7%

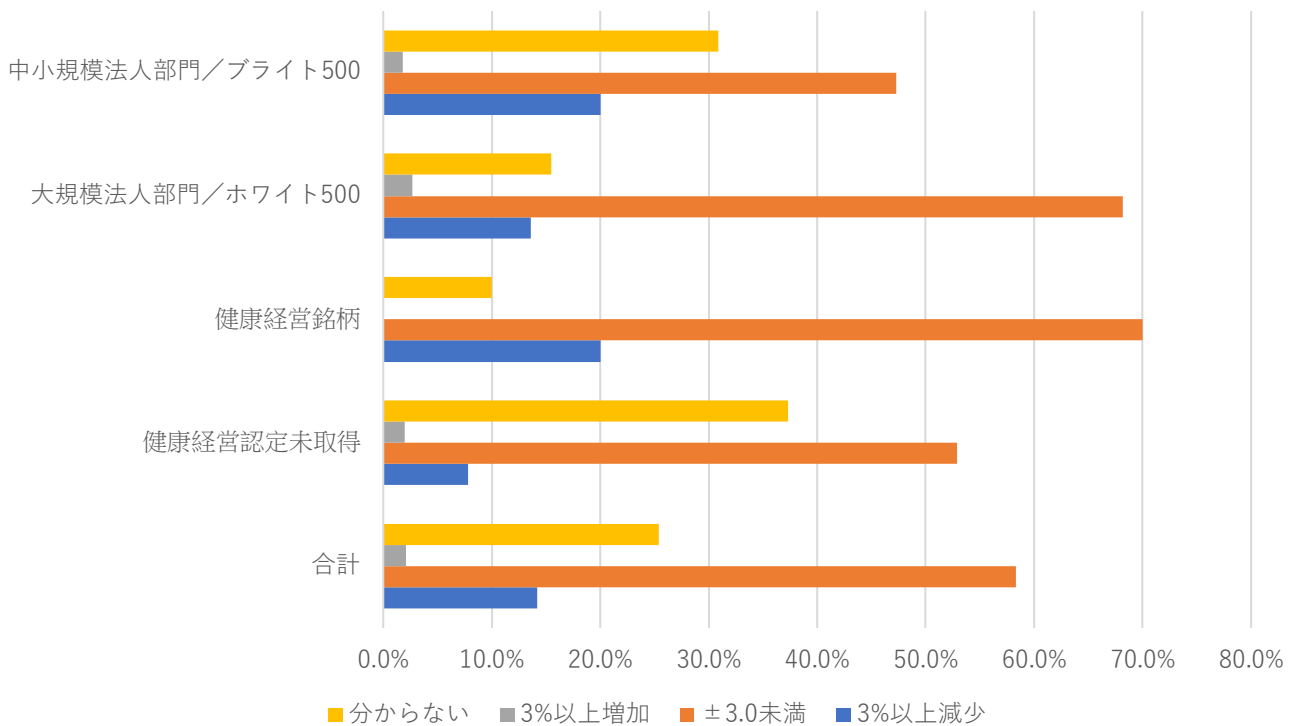


健康経営銘柄の40%は経営層全体が非喫煙者となっている。

経営層全体の喫煙率を把握していない企業もまだ1/3ほどいる。経営層の喫煙率を落とすことが、従業員の禁煙推進にも影響するので、しっかりと現状把握に努めていただきたい。

直近の喫煙率増減

	3%以上減少	±3.0未満	3%以上増加	分からない
合計	14.2%	58.3%	2.1%	25.4%
健康経営認定未取得	7.8%	52.9%	2.0%	37.3%
健康経営銘柄	20.0%	70.0%	0.0%	10.0%
大規模法人部門／ホワイト500	13.6%	68.2%	2.7%	15.5%
中小規模法人部門／ブライト500	20.0%	47.3%	1.8%	30.9%
分からない	14.3%	35.7%	0.0%	50.0%

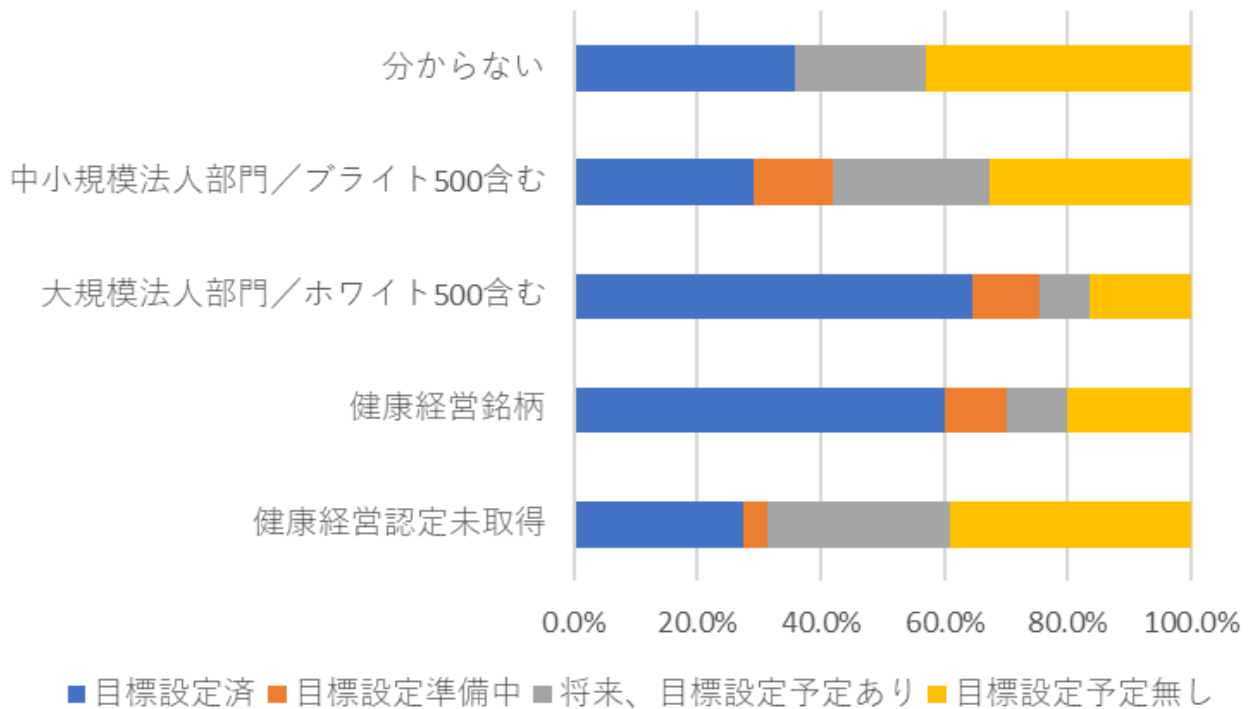


＊喫煙率は、3%以上増加している企業は、ほとんど存在しないと言ってよいでしょう。一方、3%以上の喫煙率低下は、自然減少ではない企業努力が感じられます。喫煙率の目標数値は、あくまでも現状の喫煙率によりますが、例えば25%の喫煙率の企業の場合、先進企業だと1年目は2～4%。2年目に5～8%ぐらい落ちている企業事例もあります。早い企業で15%の喫煙率を3～4年で落とす目標を設定しております。ただし、その背景には禁煙推進担当者の企業努力が当然必要です。



目標設定に関して

	目標設定済	目標設定準備中	将来、目標設定予定あり	目標設定予定無し
ALL	46.7%	9.2%	17.5%	26.7%
健康経営認定未取得	27.5%	3.9%	29.4%	39.2%
健康経営銘柄	60.0%	10.0%	10.0%	20.0%
大規模法人部門／ホワイト500含む	64.5%	10.9%	8.2%	16.4%
中小規模法人部門／ブライト500含む	29.1%	12.7%	25.5%	32.7%
分からない	35.7%	0.0%	21.4%	42.9%

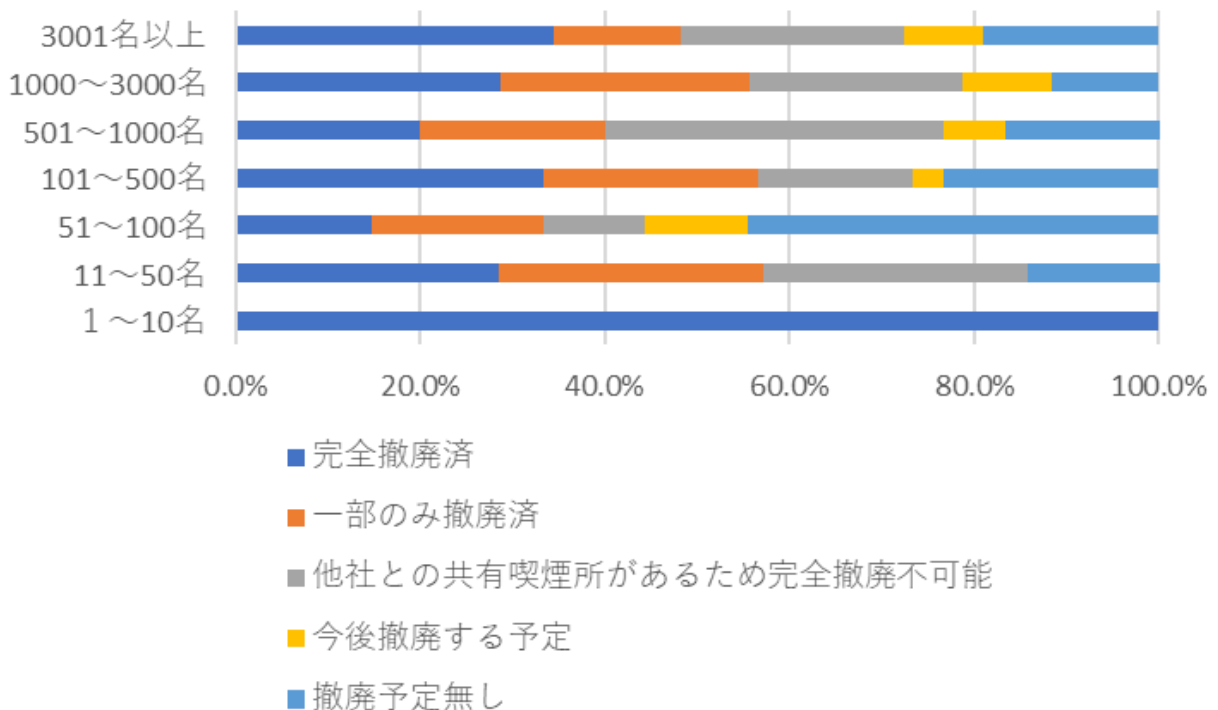


喫煙率削減の目標設定をすることは、大企業の健康経営認定企業では目標設定準備中も含めて7割以上にのぼり、スタンダードになってきたと言えます。一方、中小企業は健康経営認定企業はまだ30%にも満たない状況です。禁煙推進企業コンソーシアムでは入会条件を1)経営者の宣言(コミットメント)と2)喫煙率の目標設定としています。全体の目標設定だけでなく、部署ごとの喫煙者削減目標、禁煙宣言する目標設定などにも力を注いでいただければと思います。



社内喫煙所の対応

	完全撤廃済	一部のみ撤廃済	他社との共有喫煙所があるため完全撤廃不可能	今後撤廃する予定	撤廃予定無し
	30.40%	20.40%	21.70%	7.10%	20.40%
1～10名	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
11～50名	28.6%	28.6%	28.6%	0.0%	14.3%
51～100名	14.8%	18.5%	11.1%	11.1%	44.4%
101～500名	33.3%	23.3%	16.7%	3.3%	23.3%
501～1000名	20.0%	20.0%	36.7%	6.7%	16.7%
1000～3000名	28.8%	26.9%	23.1%	9.6%	11.5%
3001名以上	34.5%	13.8%	24.1%	8.6%	19.0%



* 500名以上の大企業では、従業員数が多いほど「喫煙所の完全撤廃」の率は高く、3001名以上の企業では、1/3以上の企業が完全撤廃と答えています。

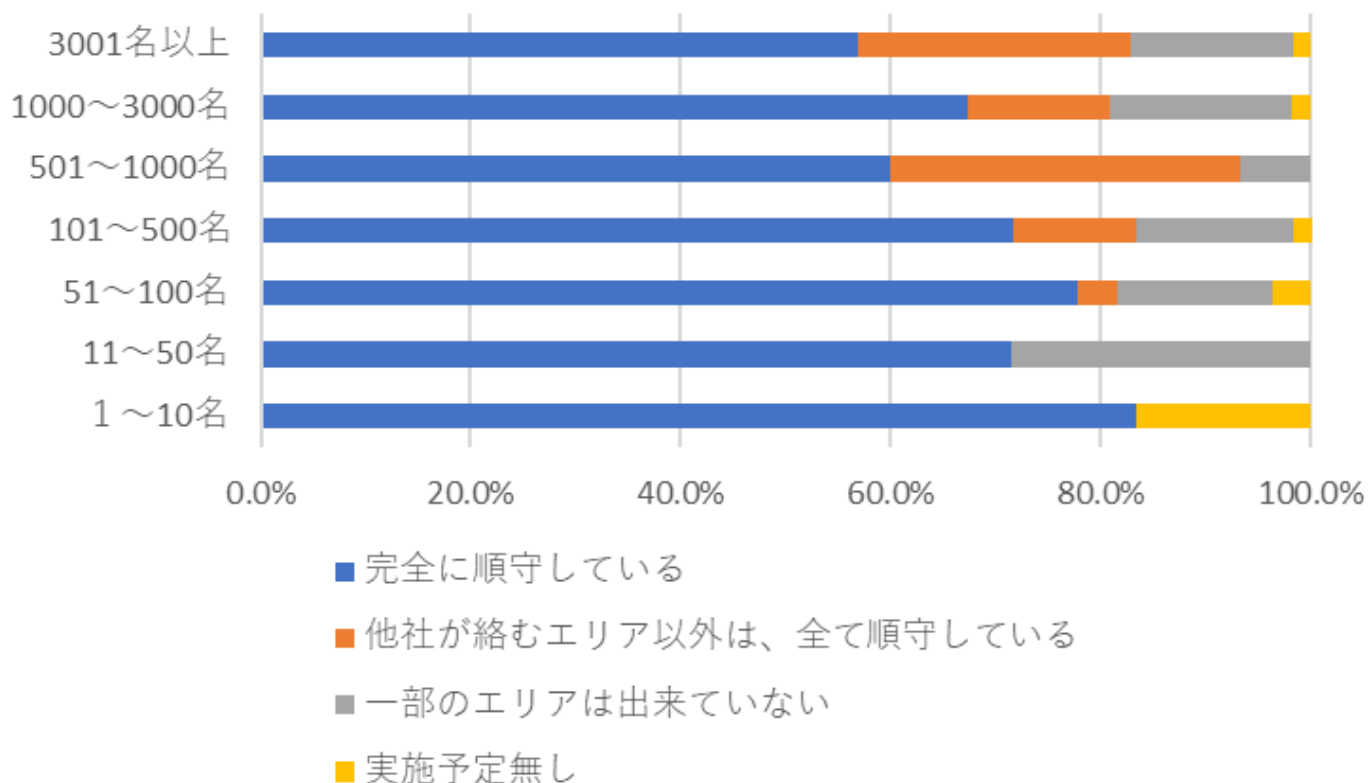
* 一方、他社との共同喫煙所があるため完全撤廃が難しいと答える大企業も多く、

特に、従業員501名～1000名の企業では36.7%の企業は完全撤廃が難しいと答えています。ビルの共用部分で確かに完全撤廃が難しいケースもあるかと思いますが、そのビルに入っている企業全てと話し合い、喫煙所を撤廃している話も聞きます。そして完全撤廃が難しい場合でも、企業として作った勤務時間内禁煙等の制度をしっかりと運用できるような体制を作っていただきたいと思います。



改正健康増進法の受動喫煙防止遵守

	完全に順守している	他社が絡むエリア 以外は、全て順守 している	一部のエリアは出 来ていない	実施予定無し
ALL	66.7%	16.7%	14.6%	2.1%
1～10名	83.3%	0.0%	0.0%	16.7%
11～50名	71.4%	0.0%	28.6%	0.0%
51～100名	77.8%	3.7%	14.8%	3.7%
101～500名	71.7%	11.7%	15.0%	1.7%
501～1000名	60.0%	33.3%	6.7%	0.0%
1000～3000名	67.3%	13.5%	17.3%	1.9%
3001名以上	56.9%	25.9%	15.5%	1.7%



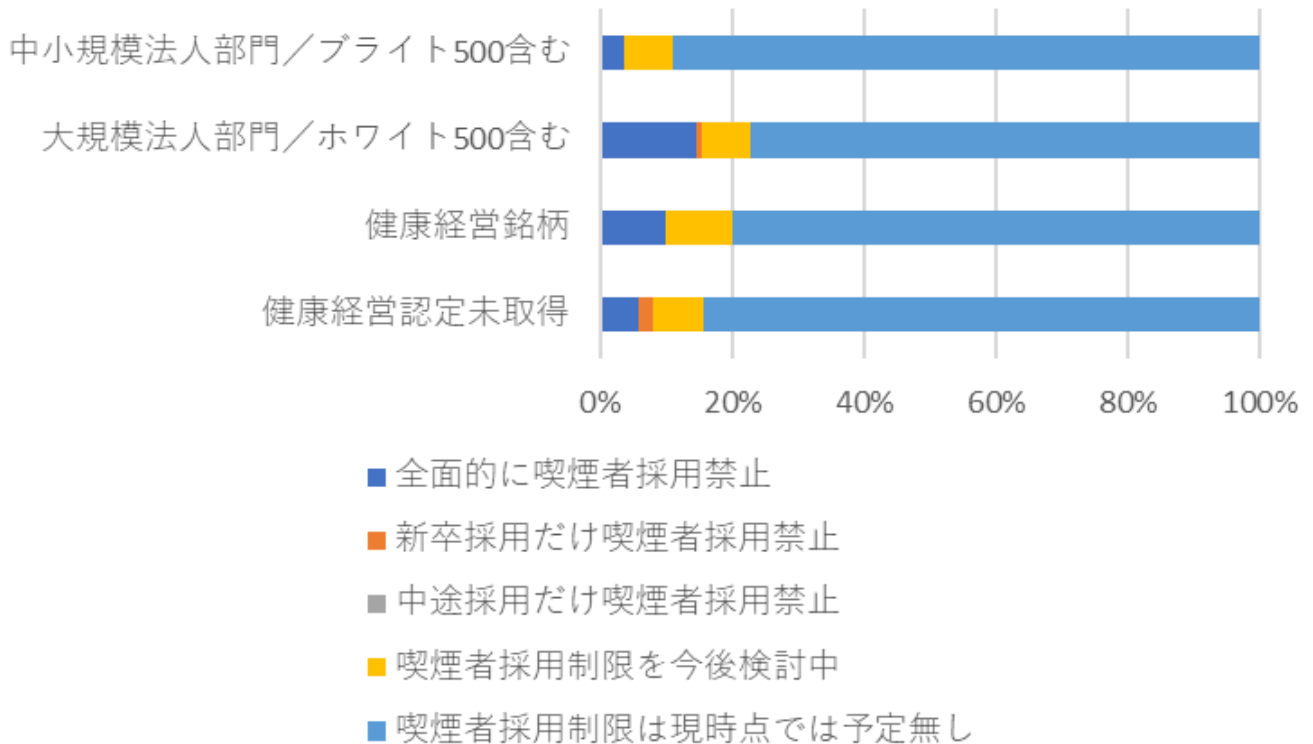
＊2018年7月に健康増進法の一部を改正する法律が成立し、2020年4月1日より全面施行された受動喫煙防止。厚生労働省が掲げる「望まない受動喫煙防止の取り組み」が確実に浸透をしてきております。ただし、今回の調査では健康経営認定企業が多かったため当然高いスコアになっています。

受動喫煙対策は、マナーからルールへ変わっております。そして、今や健康経営は自社だけでなくグループ企業、取引先まで浸透をすることが先進企業に求められております。皆様の力で是非受動喫煙対策を日本に広めていきましょう。



採用活動における喫煙者制限

	全面的に喫煙者 採用禁止	新卒採用だけ喫 煙者採用禁止	中途採用だけ喫 煙者採用禁止	喫煙者採用制限 を今後検討中	喫煙者採用制限 は現時点では予 定無し
ALL	9.2%	1.3%	0.0%	8.3%	81.3%
健康経営認定未取得	5.9%	2.0%	0.0%	7.8%	84.3%
健康経営銘柄	10.0%	0.0%	0.0%	10.0%	80.0%
大規模法人部門／ホワイト500含む	14.5%	0.9%	0.0%	7.3%	77.3%
中小規模法人部門／ブライト500含む	3.6%	0.0%	0.0%	7.3%	89.1%
分からない	0.0%	7.1%	0.0%	21.4%	71.4%



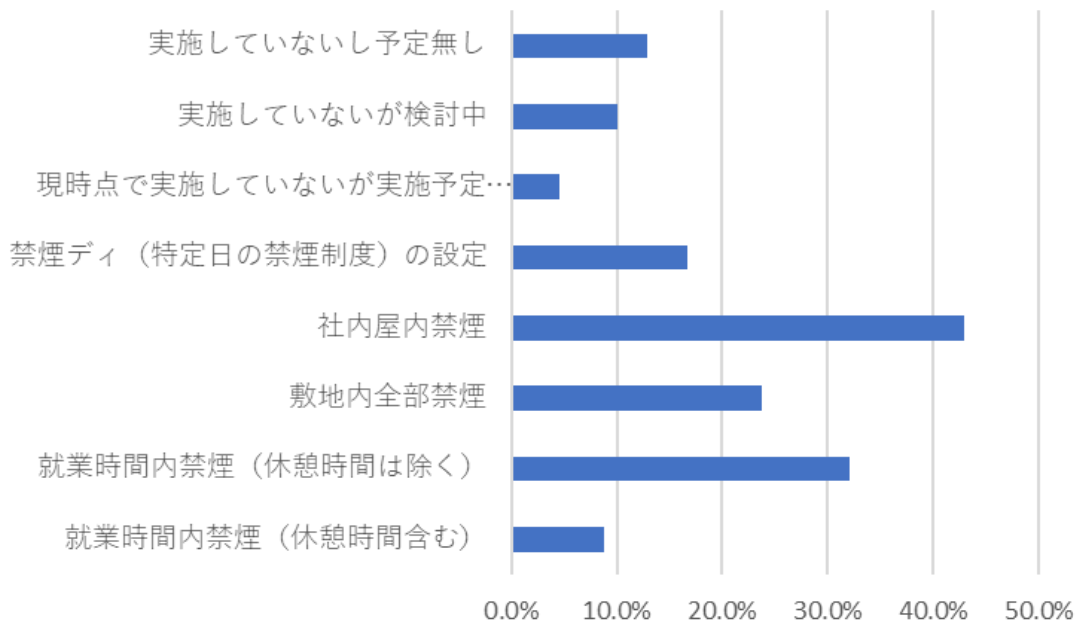
＊採用の条件に、「喫煙者採用禁止」を掲げている企業は、大企業を中心に増加傾向と言えます。現在は、大規模認定企業の約15%が「全面的に喫煙者採用禁止」と言っていますが、「喫煙者の採用制限準備中」も含めると20%を超えています。年々、「採用への喫煙制限」は加速するとみて良いでしょう。

大学4年生の喫煙率は、学生生活実態調査によると10%を切っている大学もあります。禁煙推進企業コンソーシアムの会員企業でも、新卒採用に喫煙者を制限している企業がありますが、学生からの反応も良く、報道関係者からの問い合わせも多いです。採用に関わる禁煙戦略は、もはや禁煙推進の枠を超えた企業ブランド価値創造と広報戦略にも関わるものです。



喫煙者における喫煙制限

	就業時間内禁煙（休憩時間含む）	就業時間内禁煙（休憩時間は除く）	敷地内全部禁煙	社内屋内禁煙	禁煙ディ（特定日の禁煙制度）の設定	現時点で実施していないが実施予定あり	実施していないが検討中	実施していないし予定無し
ALL	8.8%	32.1%	23.8%	42.9%	16.7%	4.6%	10.0%	12.9%
健康経営認定未取得	9.8%	25.5%	29.4%	49.0%	13.7%	5.9%	5.9%	17.6%
健康経営銘柄	0.0%	40.0%	20.0%	70.0%	30.0%	0.0%	10.0%	0.0%
大規模法人部門／ホワイト500含む	10.9%	36.4%	25.5%	31.8%	21.8%	4.5%	12.7%	10.9%
中小規模法人部門／ブライト500含む	3.6%	29.1%	12.7%	60.0%	5.5%	3.6%	10.9%	12.7%
分からない	14.3%	28.6%	35.7%	21.4%	21.4%	7.1%	0.0%	21.4%



＊喫煙者への制限では、「社内屋内禁煙」が全体の4割でトップ。

次いで、32%で就業時間内禁煙。

＊健康経営銘柄では、7割が社内屋内禁煙を実施しています。

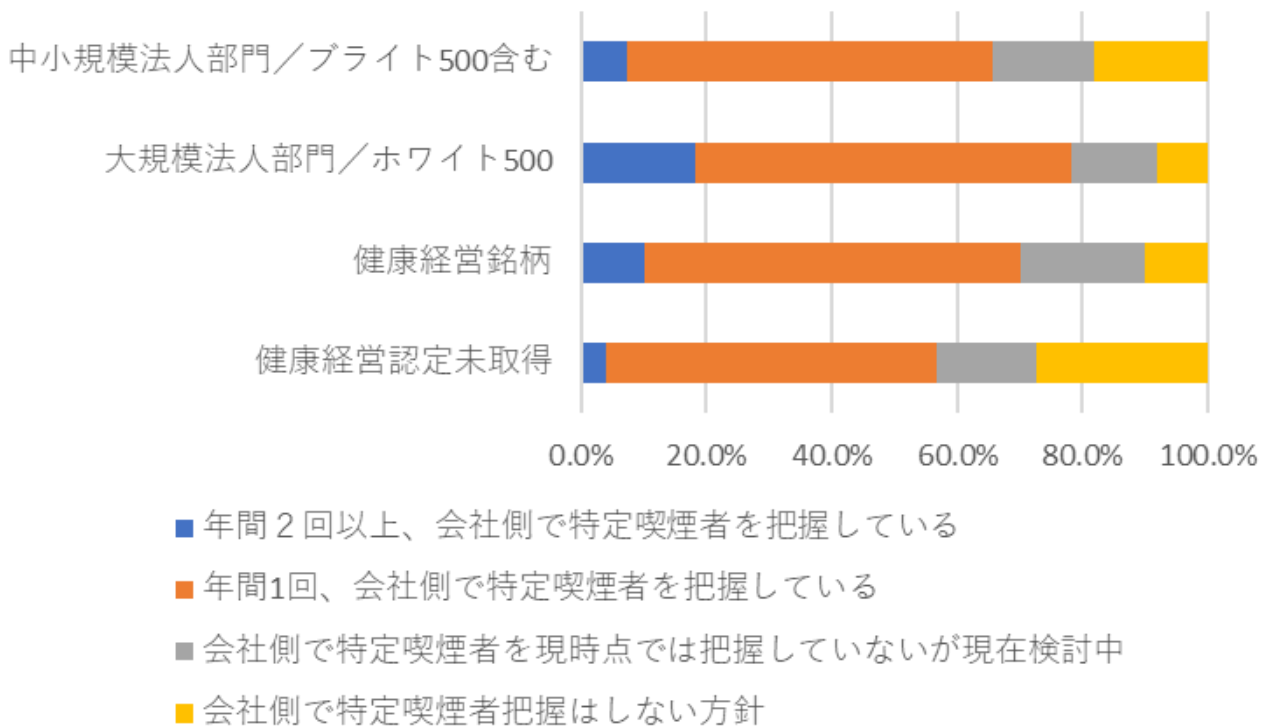
＊議論になるのが「休憩時間も含めての勤務時間内禁煙」ですが、従業員の反発を呼ばないように、顧問弁護士とも相談の上、段階的に実施していただくことをおススメいたします。たびたび話題となる「喫煙をする権利」ですが、職場で他人に迷惑がかかる可能性がある場合には、喫煙を制限することが可能です。

また会社のルールとして、「職場内完全禁煙」を定めている場合や、接客業で喫煙を禁止している場合は、休憩時間まで禁煙を制度に定めることが可能と言われております。社内の顧問弁護士と決めていただければと思います。



会社側での喫煙者把握

	年間2回以上、会社側で特定喫煙者を把握している	年間1回、会社側で特定喫煙者を把握している	会社側で特定喫煙者を現時点では把握していないが現在検討中	会社側で特定喫煙者把握はしない方針
ALL	12.1%	56.3%	15.8%	15.8%
健康経営認定未取得	3.9%	52.9%	15.7%	27.5%
健康経営銘柄	10.0%	60.0%	20.0%	10.0%
大規模法人部門／ホワイト500	18.2%	60.0%	13.6%	8.2%
中小規模法人部門／ブライト500含む	7.3%	58.2%	16.4%	18.2%
分からない	14.3%	28.6%	28.6%	28.6%



＊特定の喫煙者の把握は、全体の85%の企業が実施を検討含めて進めています。

従来は、健康診断の間診での「喫煙者把握」だっただけの企業も、人事部でも喫煙者の特定をしていることが増えています。人事での特定喫煙者の方法は様々ですが、人事部が独自の調査をしているケースや、健康診断の間診の喫煙の部分を開示することの許諾を従業員に求めているケースがあります。

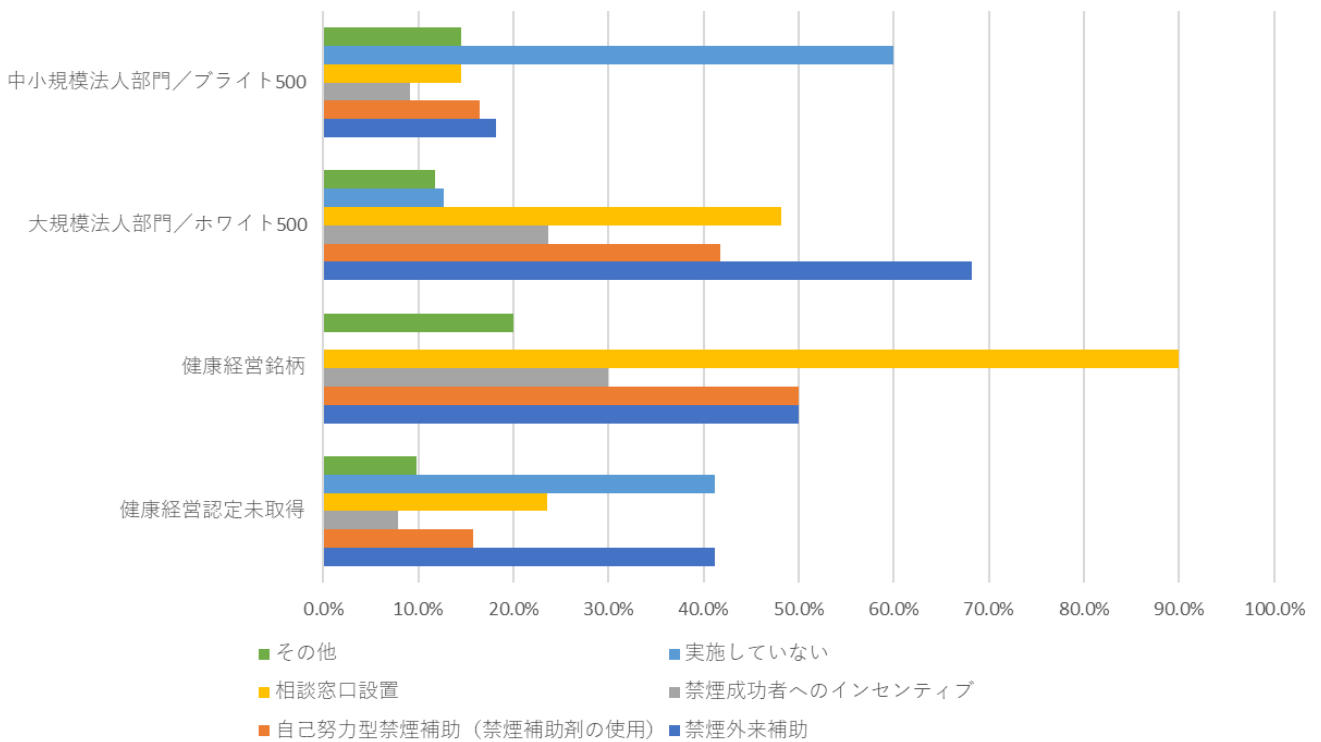
＊大規模法人の認定では、9割以上の企業が特定喫煙者の把握をするような流れになってきております。禁煙推進企業コンソーシアムの会員企業の実施例で多いことは

- ・取締役会：支部／本部ごとの喫煙率の現状と目標／差分(年1回)
- ・部署ごとの会議：部署ごとのオリジナル施策も含めた禁煙推進担当者との会議(定例)
- ・禁煙推進担当者：個別の喫煙者への根気を出したコミュニケーション



喫煙者への禁煙サポート施策

	禁煙外来補助	自己努力型禁煙補助（禁煙補助剤の使用）	禁煙成功者へのインセンティブ	相談窓口設置	実施していない	その他
ALL	47.5%	29.2%	16.3%	36.7%	31.3%	12.1%
健康経営認定未取得	41.2%	15.7%	7.8%	23.5%	41.2%	9.8%
健康経営銘柄	50.0%	50.0%	30.0%	90.0%	0.0%	20.0%
大規模法人部門／ホワイト500	68.2%	41.8%	23.6%	48.2%	12.7%	11.8%
中小規模法人部門／ブライツ500	18.2%	16.4%	9.1%	14.5%	60.0%	14.5%
分からない	21.4%	14.3%	7.1%	42.9%	50.0%	7.1%



＊禁煙施策の中では、「禁煙外来補助」を挙げている企業が全体の約半数（47.5%）

次いで、相談窓口設置（36.7%）、禁煙補助剤使用（29.2%）

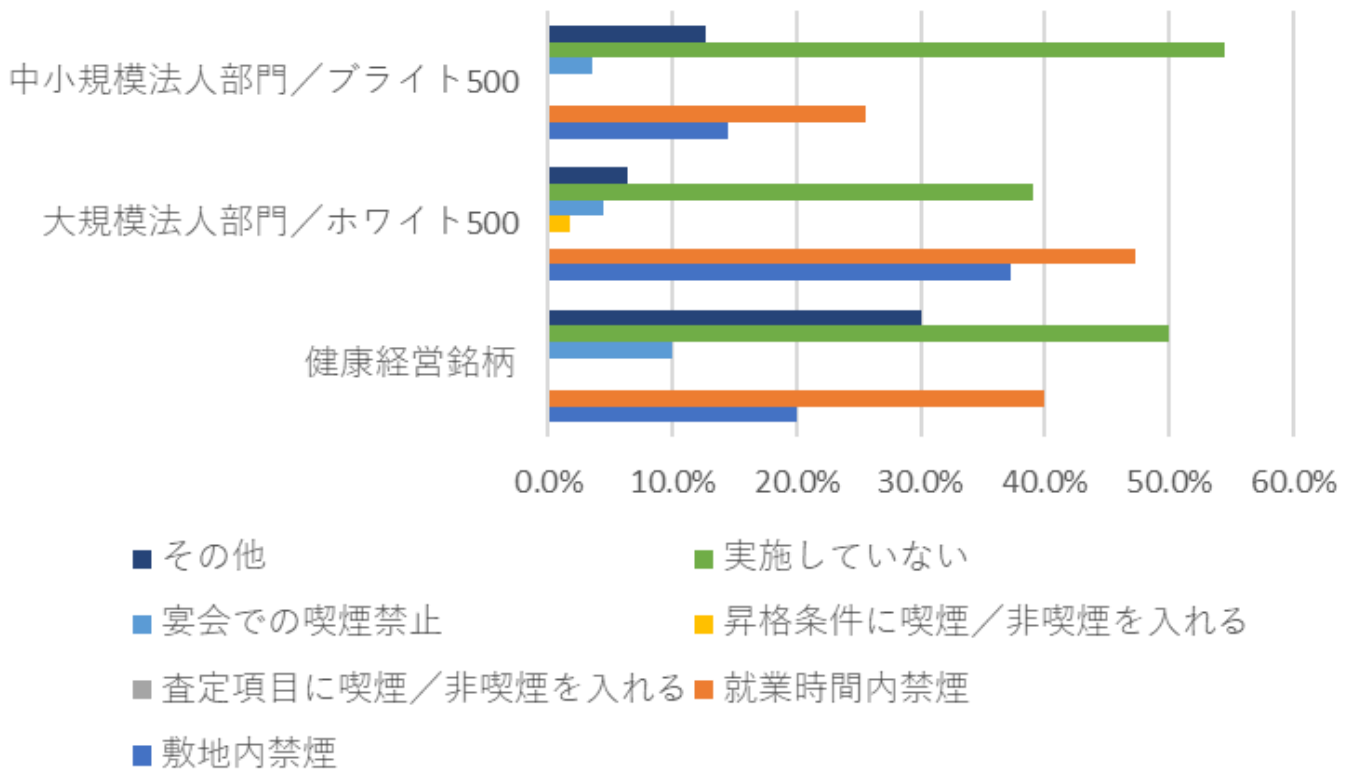
＊中小企業の6割が「実施していない」と答えている一方、健康経営大規模法人の約7割は禁煙外来補助を実施しています。

＊注目すべきは健康経営銘柄企業では「相談窓口設置」を9割以上が実施していることです。禁煙を個人が進めるときに、やはりメンタル面での不安が必ず出てきます。補助というもののだけでなく、組織だった相談窓口設置は効果的だと言えます。

＊中小企業は、禁煙外来に対しての正しい知識を提供することが今後求められます（協会けんぽでも適宜情報発信をしています）。

喫煙に関する制度

	敷地内禁煙	就業時間内禁煙	査定項目に喫煙／ 非喫煙を入れる	昇格条件に喫煙／ 非喫煙を入れる	宴会での喫煙禁止	実施していない	その他
ALL	31.7%	37.9%	0.0%	1.3%	4.2%	43.3%	9.2%
健康経営認定未取得	39.2%	31.4%	0.0%	0.0%	3.9%	39.2%	7.8%
健康経営銘柄	20.0%	40.0%	0.0%	0.0%	10.0%	50.0%	30.0%
大規模法人部門／ホワイト500	37.3%	47.3%	0.0%	1.8%	4.5%	39.1%	6.4%
中小規模法人部門／ブライト500	14.5%	25.5%	0.0%	0.0%	3.6%	54.5%	12.7%
分からない	35.7%	35.7%	0.0%	7.1%	0.0%	42.9%	7.1%



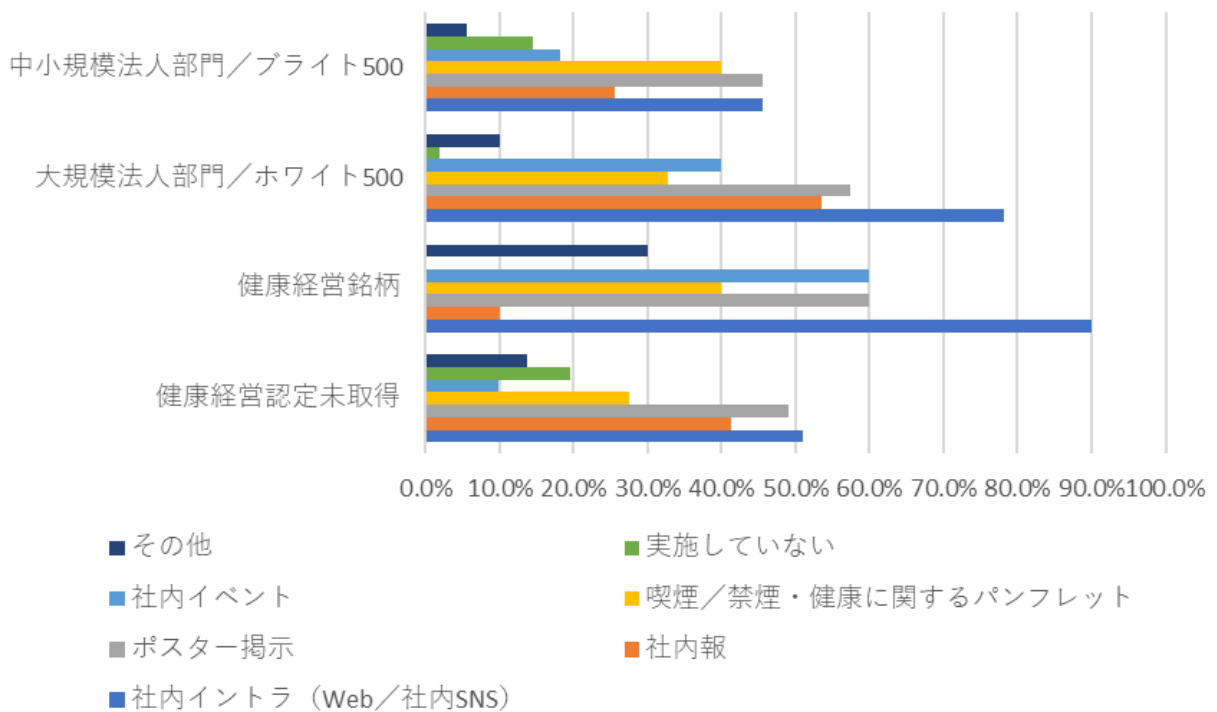
＊一番多く実施している施策が、就業時間内禁煙(37.9%)と敷地内禁煙(31.7%)

敷地内禁煙の場合、話にあがるのが休憩時間になると、敷地内の住宅地付近までわざわざ行って喫煙をする人。この行為が近隣住居者から会社側へクレームになるケースがあります。地域社会と企業は密接な関係があります。制度を作るときには、守らない人がどういう行動に出る可能性があり、それが企業にとってどうリスクになるのかを考えてみると良いと思います。禁煙推進企業コンソーシアムの会員企業の中には、敷地内禁煙だけでなく、敷地内＋αで禁煙制限を設けたり、敷地内から駅までの導線含めて禁煙を制度にいれたりしている企業もあります。

＊採用の禁煙制限だけでなく、ごく一部の企業に「昇格要件」に非喫煙者としているケースがあります。当企業は取締役になる際にそのような制限を設けているのですが、このような施策は「会社としての本気度」を上層部から見せる良いものだと感じています。

禁煙推進の情報発信方法

	社内イントラ (Web／社内 SNS)	社内報	ポスター掲示	喫煙／禁煙・ 健康に関する パンフレット	社内イベント	実施してい ない	その他
ALL	62.9%	42.1%	52.1%	33.3%	28.3%	9.6%	10.0%
健康経営認定未取得	51.0%	41.2%	49.0%	27.5%	9.8%	19.6%	13.7%
健康経営銘柄	90.0%	10.0%	60.0%	40.0%	60.0%	0.0%	30.0%
大規模法人部門／ホワイト500	78.2%	53.6%	57.3%	32.7%	40.0%	1.8%	10.0%
中小規模法人部門／ブライト500	45.5%	25.5%	45.5%	40.0%	18.2%	14.5%	5.5%
分からない	35.7%	42.9%	42.9%	28.6%	21.4%	21.4%	0.0%



* 禁煙推進の情報発信のTOP3は

1) 社内イントラ(62.9%)／社内報(42.1%)／ポスター掲示(52.1%)となりました。大規模法人では、様々な手段で禁煙推進を伝えていることが見て分かります。

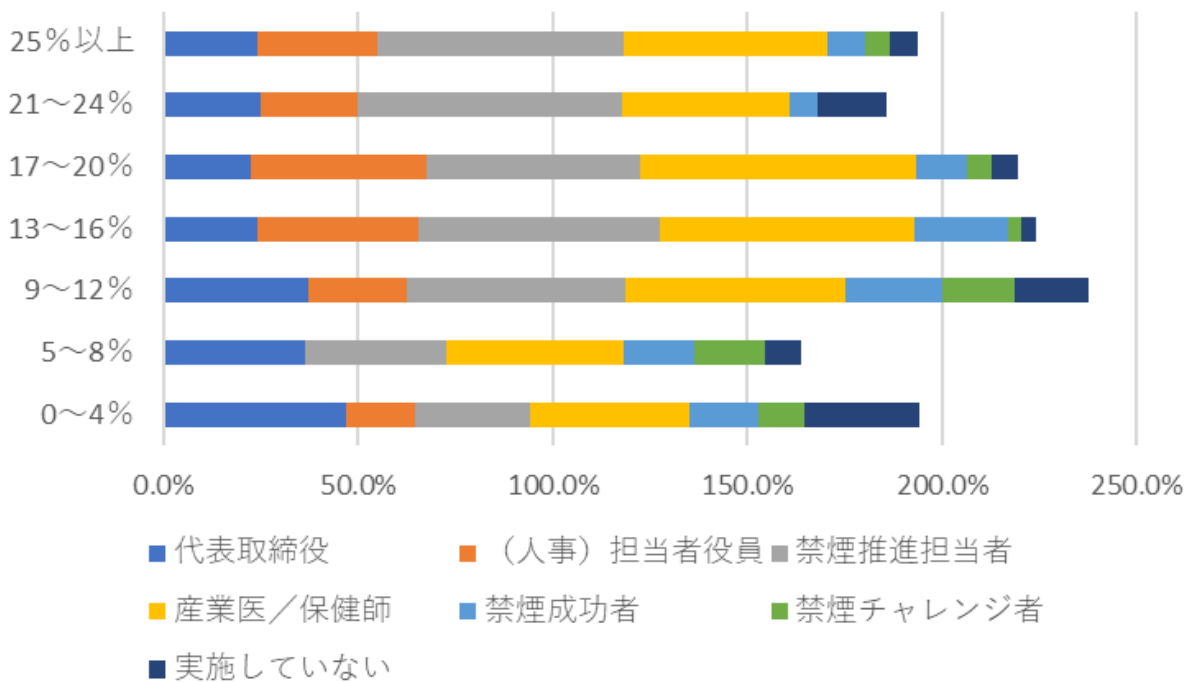
* ペーパーレスが言われている中ではありますが、禁煙推進はやはり場所を特定したポスター掲示が有効視されており、健康への被害を語るポスターも一時的には有効ですが、ずっと貼ってあるだけの状態では、視覚的にも慣れてしまい効果が薄れてしまいます。また、喫煙率の目標をポスターにして掲示している企業もありますが例えば「我々は、2022年までに12%の喫煙率を目指します」と書かれたところで、従業員にとって何をすれば良いか分からない目標になります。コミュニケーションをする場合には、効果が最大化されるような手法を是非考えてください。

そのポスターを見た人が、どんな会話をするか、どんな行動をとるかを考えてこそより良いコミュニケーションになると思います。



禁煙推進を伝える人

	代表取締役	(人事) 担当者 役員	禁煙推進担当者	産業医／保健師	禁煙成功者	禁煙チャレンジ 者	実施していない	その他
ALL	25.4%	28.3%	53.3%	53.8%	12.9%	6.3%	12.1%	11.3%
0～4%	47.1%	17.6%	29.4%	41.2%	17.6%	11.8%	29.4%	0.0%
5～8%	36.4%	0.0%	36.4%	45.5%	18.2%	18.2%	9.1%	27.3%
9～12%	37.5%	25.0%	56.3%	56.3%	25.0%	18.8%	18.8%	6.3%
13～16%	24.1%	41.4%	62.1%	65.5%	24.1%	3.4%	3.4%	17.2%
17～20%	22.6%	45.2%	54.8%	71.0%	12.9%	6.5%	6.5%	6.5%
21～24%	25.0%	25.0%	67.9%	42.9%	7.1%	0.0%	17.9%	7.1%
25%以上	24.4%	30.5%	63.4%	52.4%	9.8%	6.1%	7.3%	13.4%
未集計	7.7%	11.5%	15.4%	46.2%	3.8%	0.0%	23.1%	11.5%



* 禁煙推進を伝える人に関しては、TOP2が半数超えです。

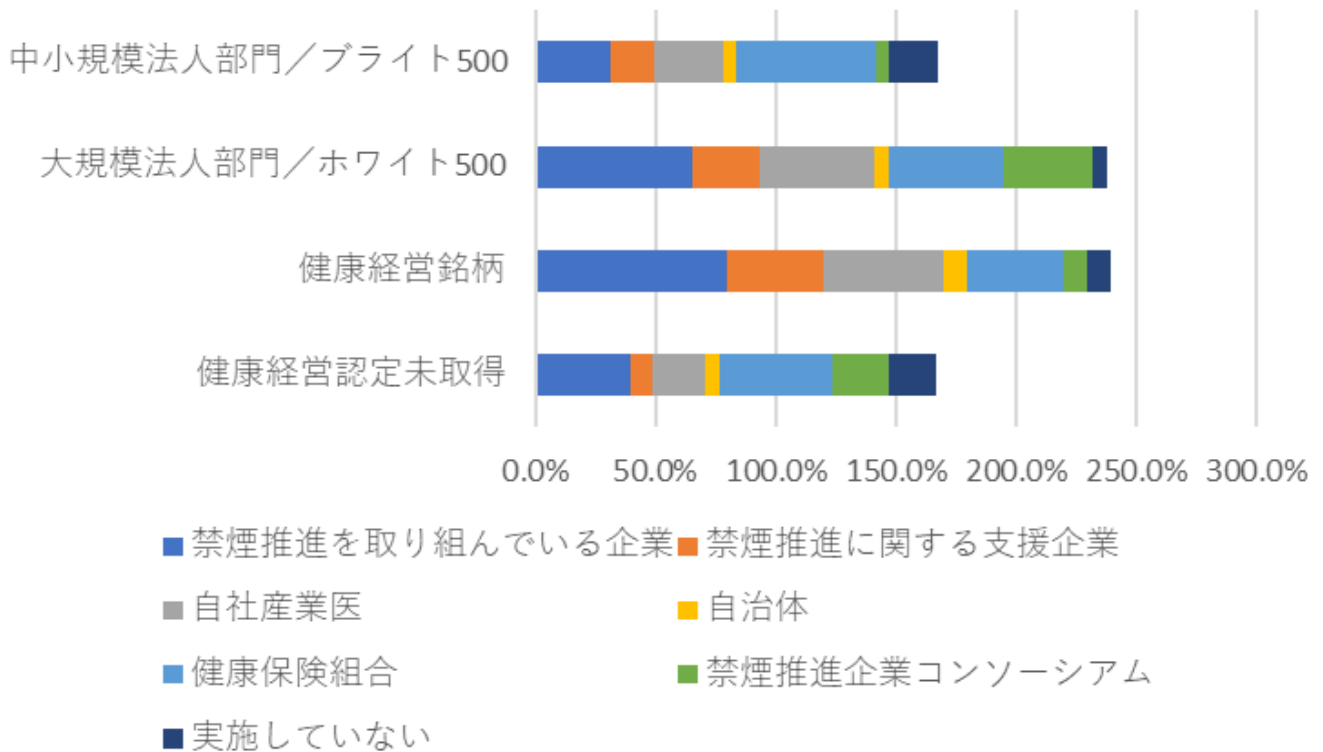
禁煙推進担当者(53.3%)／産業医保健師(53.8%)と皆様現場の方の努力が伺えます。

* 喫煙率ごとの推移をみると、面白い傾向がみられました。20%以上の比較的高い喫煙率の場合には、まずは禁煙推進担当者からのコミュニケーションが多いです。

その後、徐々に下がってくると、【役員＋産業医】が従業員向けに伝えていることが分かります。これは役員からの制度の本気度を伝え、禁煙推進の中たるみを無くす効果があるとみられます。そして、喫煙率が1桁台になると、経営者からの発信が増えております。喫煙率が1桁台になってくると、岩盤層(絶対に禁煙しないと言っている人)もいますので、経営者が1人1人に呼び掛ける形で、会社の方向性を再度明確にしていると言えます。禁煙推進企業コンソーシアムの会員でも、1桁台になると、喫煙者で禁煙宣言をしていない人は、来月「私と個別の面談をします」と経営者からのメールを送っている会社もあります。従業員からすると、経営者との個別面談は緊張感があり効果も出ているようです。

禁煙推進の情報収集元

	禁煙推進に取り組んでいる企業	禁煙推進に関する支援企業	自社産業医	自治体	健康保険組合	禁煙推進企業コンソーシアム	実施していない
ALL	49.6%	21.7%	36.7%	5.8%	47.5%	23.8%	14.6%
健康経営認定未取得	39.2%	9.8%	21.6%	5.9%	47.1%	23.5%	19.6%
健康経営銘柄	80.0%	40.0%	50.0%	10.0%	40.0%	10.0%	10.0%
大規模法人部門／ホワイト500	65.5%	28.2%	47.3%	6.4%	47.3%	37.3%	6.4%
中小規模法人部門／ブライト500	30.9%	18.2%	29.1%	5.5%	58.2%	5.5%	20.0%
分からない	14.3%	14.3%	28.6%	0.0%	14.3%	0.0%	42.9%



＊禁煙推進の情報収集元のトップは、やはり禁煙推進の先進的企業(49.6%)

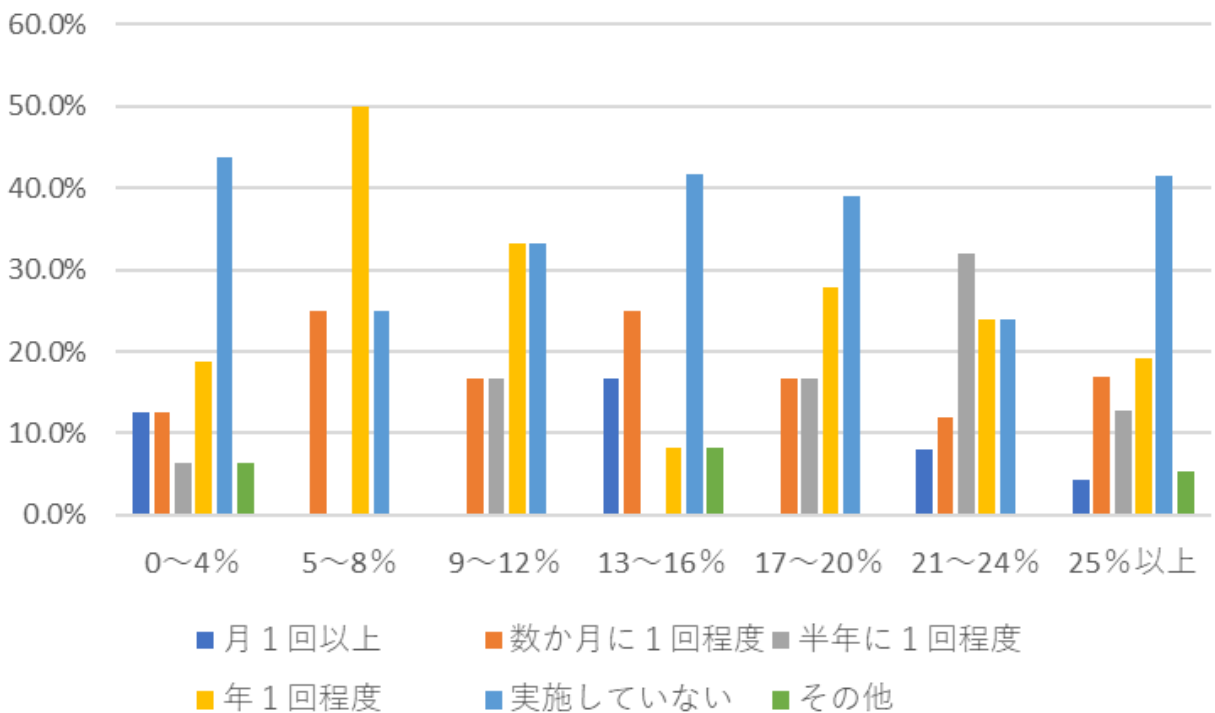
特に、健康経営銘柄の8割、大規模認定企業の65%は先進企業からの情報収集と答えています。大企業は、横とのネットワークも比較的持ってきている一方、中小企業は3割の企業でしか他社から情報を収集できていません。現在の禁煙推進のノウハウは主に大企業を中心とした取り組みであり、中小企業の禁煙推進まで情報が回っていないことが想像されます。

＊一方、情報の2番手は健康保険組合。特に中小企業は約6割が健保から情報を得ていることが分かります。

＊最近では、禁煙推進を支援する企業も活発化しており、支援企業自体にも様々なノウハウが溜まってきているので是非直接話を聞いてみると良いと思います。

禁煙推進の情報発信頻度

喫煙率（全体）	月 1 回以上	数か月に 1 回程度	半年に 1 回程度	年 1 回程度	実施していない	その他
ALL	5.8%	15.0%	14.2%	20.8%	41.3%	2.9%
0～4%	12.5%	12.5%	6.3%	18.8%	43.8%	6.3%
5～8%	0.0%	25.0%	0.0%	50.0%	25.0%	0.0%
9～12%	0.0%	16.7%	16.7%	33.3%	33.3%	0.0%
13～16%	16.7%	25.0%	0.0%	8.3%	41.7%	8.3%
17～20%	0.0%	16.7%	16.7%	27.8%	38.9%	0.0%
21～24%	8.0%	12.0%	32.0%	24.0%	24.0%	0.0%
25%以上	4.3%	17.0%	12.8%	19.1%	41.5%	5.3%



＊禁煙推進の情報発信は、年1回の企業が20%ほど。数か月～半年に1回の企業が30%ほどとなっています。高い喫煙率の際には半年～1年に1回のペースで情報を届けている企業が多いですが、少し喫煙率が下がってきたタイミングでは、数か月に1回のペースで情報発信をしている企業が増える傾向があります。

＊情報発信は、まさに禁煙推進企業コンソーシアムが推奨する「コミュニケーションデザイン」が大いに関係してくる領域です。頻度を考えるだけでなく、「誰に対して、誰から、どのようなメッセージを届けたいのか」を考えぬいた施策を実施していただきたいと思います。また、禁煙推進はただの施策ではなく、会社の社風や組織風土とかなり密接な関係があります。情報発信の際には「どんな会話が生まれることが理想か」も、しっかりと考えながらコミュニケーションの戦略を作っていくてください。



会社で力を入れている禁煙施策

	制度設計 (就業時間 禁煙、宴席 禁煙など)	喫煙時間／ 場所の制限	経営層から の伝達／声 掛け	部門長から の伝達／声 掛け	禁煙推進担 当者からの 伝達／声掛 け	部門ごとの 個別施策	禁煙外来等 補助	禁煙プログ ラム参加補 助（アプリ 活用等）	啓発ツール 作成（ポス ター、健康 情報等）	研修
ALL	22.1%	47.9%	18.3%	6.3%	30.4%	2.1%	30.4%	16.3%	39.2%	8.8%
健康経営認定未取得	21.6%	54.9%	7.8%	3.9%	31.4%	0.0%	27.5%	9.8%	49.0%	5.9%
健康経営銘柄	10.0%	60.0%	20.0%	10.0%	60.0%	0.0%	50.0%	30.0%	20.0%	20.0%
大規模法人部門／ホワイト500	29.1%	38.2%	23.6%	6.4%	34.5%	3.6%	38.2%	21.8%	31.8%	8.2%
中小規模法人部門／ブライト500	14.5%	56.4%	20.0%	7.3%	18.2%	1.8%	16.4%	7.3%	47.3%	10.9%
分からない	7.1%	57.1%	7.1%	7.1%	21.4%	0.0%	21.4%	21.4%	42.9%	7.1%

中小規模法人部門／ブライト500

大規模法人部門／ホワイト500

健康経営銘柄

健康経営認定未取得



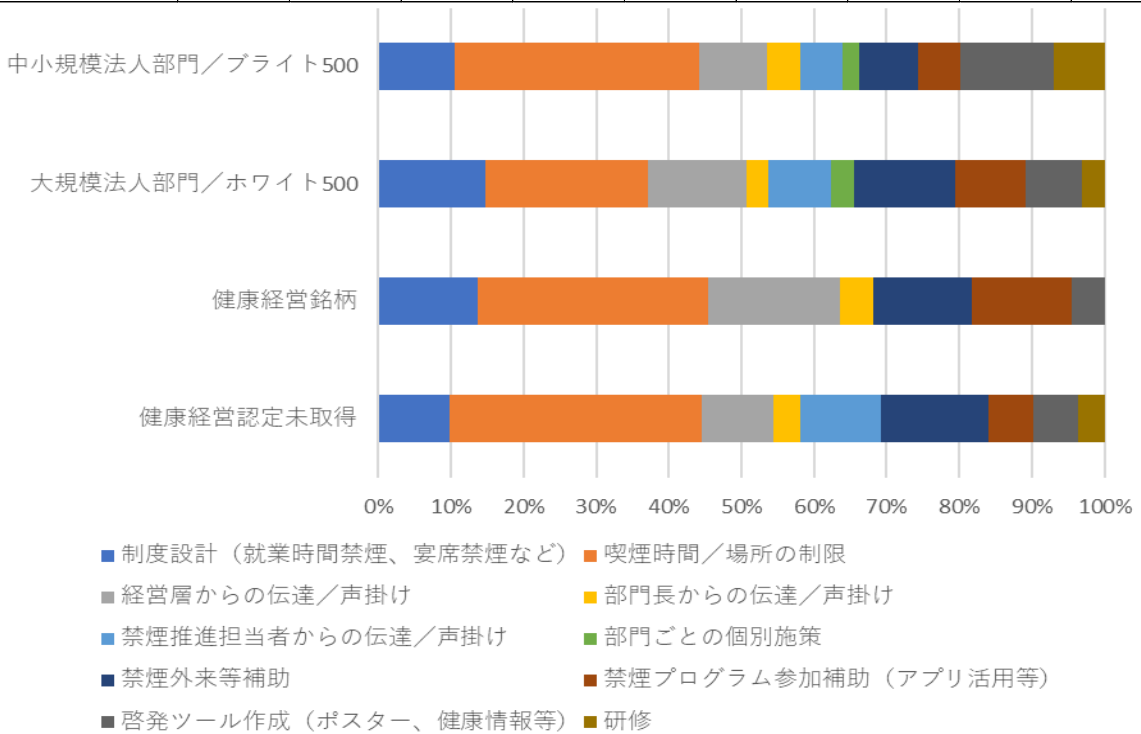
＊会社で力を入れている禁煙推進のトップ3は、喫煙時間・場所の制限(47.9%)、啓発ツールの作成(39.2%)、禁煙推進担当者からの伝達声掛け(30.4%)であることが分かりました。

＊大規模法人では、禁煙外来や禁煙プログラムの補助に力を入れている一方、中小企業は予算的にも手が回っていない可能性が高いです。

＊部署ごとの個別施策に関しては、今回の調査結果では非常に低い結果となっていますが、禁煙推進をする際に現場の協力無しではありえません。特に、日本全国支店がある企業は「部署ごとのオリジナルの施策」を是非検討していただきたいと思います。本社での統一のものより、部署のオリジナルな施策のほうが、より実態に沿った禁煙推進が出来ると考えております。

効果が出ている禁煙推進施策

	制度設計 (就業時間 禁煙、宴席 禁煙など)	喫煙時間／ 場所の制限	経営層から の伝達／声 掛け	部門長から の伝達／声 掛け	禁煙推進担 当者からの 伝達／声掛 け	部門ごとの 個別施策	禁煙外来等 補助	禁煙プログラ ム参加補助 (アプリ 活用等)	啓発ツール 作成 (ポス ター、健康 情報等)	研修
ALL	22.1%	50.8%	21.3%	6.7%	15.4%	3.8%	23.8%	15.0%	14.6%	6.7%
健康経営認定未取得	15.7%	54.9%	15.7%	5.9%	17.6%	0.0%	23.5%	9.8%	9.8%	5.9%
健康経営銘柄	30.0%	70.0%	40.0%	10.0%	0.0%	0.0%	30.0%	30.0%	10.0%	0.0%
大規模法人部門／ホワイト500	30.0%	45.5%	27.3%	6.4%	17.3%	6.4%	28.2%	20.0%	15.5%	6.4%
中小規模法人部門／ブライト500	16.4%	52.7%	14.5%	7.3%	9.1%	3.6%	12.7%	9.1%	20.0%	10.9%
分からない	0.0%	57.1%	7.1%	7.1%	28.6%	0.0%	28.6%	7.1%	7.1%	0.0%



＊前問の「力を入れている禁煙推進施策」と同じ回答で「効果が出ている禁煙推進施策」を聞いてみたところ、TOP3に変動が出ております。

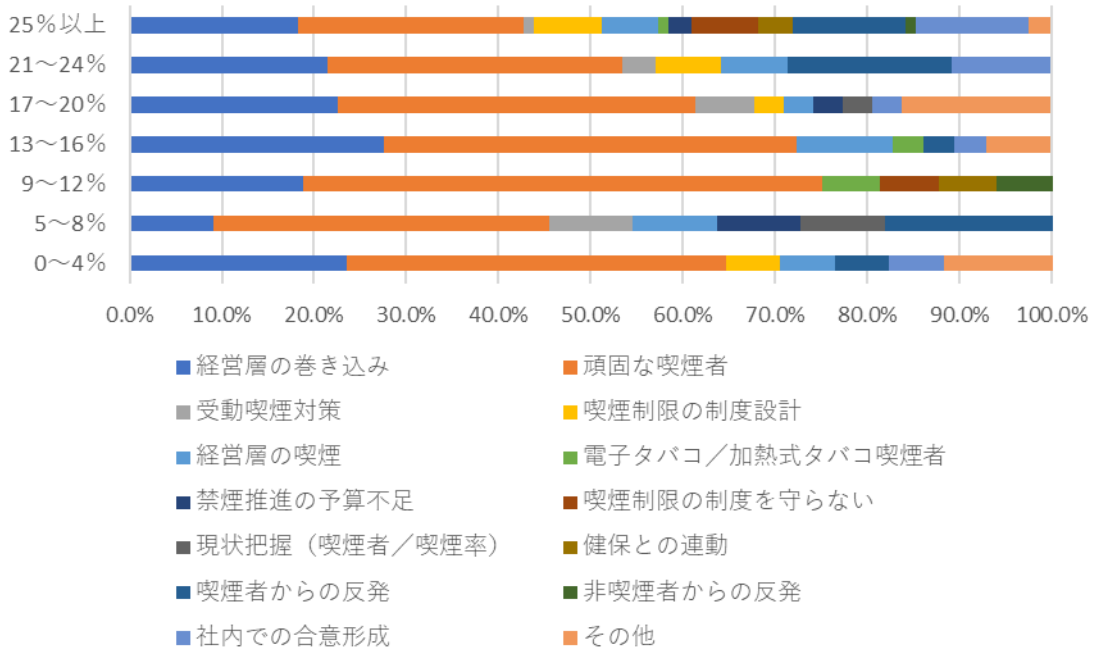
1位は変わらず禁煙時間／場所の制限。2位は禁煙外来の補助(23.8%)／3位は経営層からの声掛け(21.3%)となります。大企業では、2位と3位を効果が出ている施策に挙げている企業が多いことも特徴です。

＊禁煙推進施策として挙げていた「禁煙推進担当者からの声掛け」ならびに「啓発ポスター」に関しては、順位を落とした結果となりましたが、自身のことを「効果がある」と答えづらいバイアスもかかっている可能性もあります。



禁煙推進の課題(喫煙率別)

	経営層の巻き込み	頑固な喫煙者	受動喫煙対策	喫煙制限の制度設計	経営層の喫煙	電子タバコ／加熱式タバコ喫煙者	禁煙推進の予算不足	喫煙制限の制度を守らない	現状把握(喫煙者／喫煙率)	健保との連動	喫煙者からの反発	非喫煙者からの反発	社内での合意形成	その他
ALL	22.1%	33.8%	2.1%	4.6%	6.3%	1.3%	1.7%	3.3%	1.3%	1.7%	8.8%	0.8%	7.9%	4.6%
0～4%	23.5%	41.2%	0.0%	5.9%	5.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.9%	0.0%	5.9%	11.8%
5～8%	9.1%	36.4%	9.1%	0.0%	9.1%	0.0%	9.1%	0.0%	9.1%	0.0%	18.2%	0.0%	0.0%	0.0%
9～12%	18.8%	56.3%	0.0%	0.0%	0.0%	6.3%	0.0%	6.3%	0.0%	6.3%	0.0%	6.3%	0.0%	0.0%
13～16%	27.6%	44.8%	0.0%	0.0%	10.3%	3.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.4%	0.0%	3.4%	6.9%
17～20%	22.6%	38.7%	6.5%	3.2%	3.2%	0.0%	3.2%	0.0%	3.2%	0.0%	0.0%	0.0%	3.2%	16.1%
21～24%	21.4%	32.1%	3.6%	7.1%	7.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	17.9%	0.0%	10.7%	0.0%
25%以上	18.3%	24.4%	1.2%	7.3%	6.1%	1.2%	2.4%	7.3%	0.0%	3.7%	12.2%	1.2%	12.2%	2.4%
集計していない	34.6%	26.9%	0.0%	3.8%	7.7%	0.0%	0.0%	3.8%	3.8%	0.0%	7.7%	0.0%	11.5%	0.0%



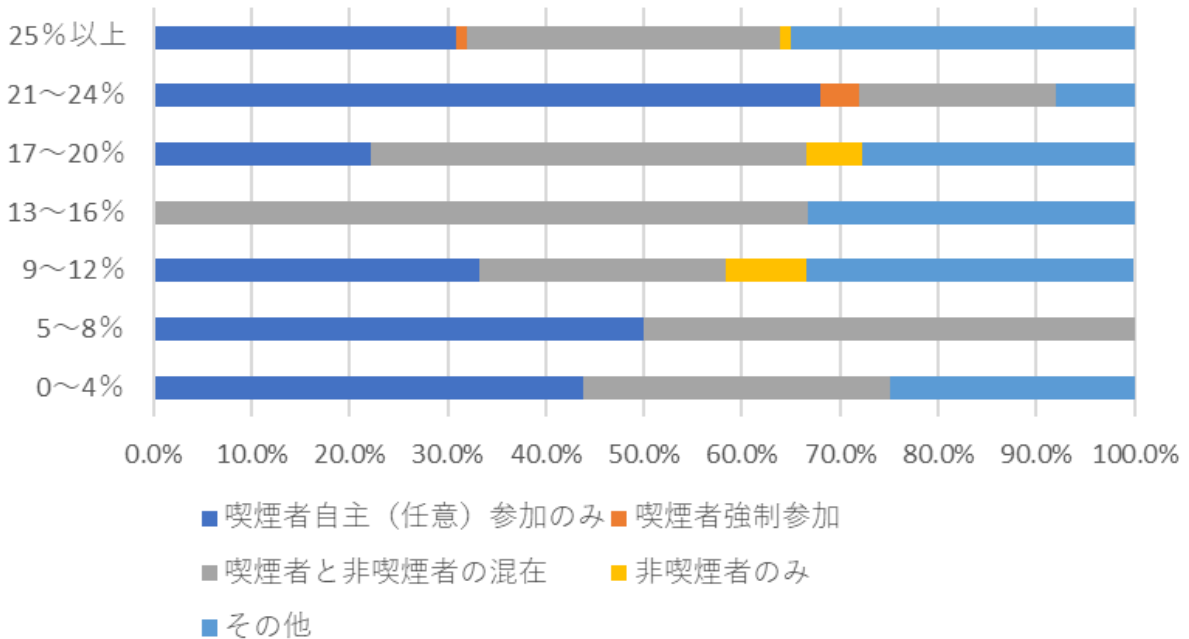
* 禁煙推進の課題は、TOP2が他を大きく差を広げる結果となりました。

1位は「頑固な喫煙者」／2位は「経営層の巻き込み」です。

* 喫煙率が10%を切ると、特に頑固な喫煙者問題が大きく見られます。頑固な喫煙者には2パターンいます。『制度に文句を言いながら吸っている頑固喫煙者』そして『制度関係なく、何も言わず吸っている頑固喫煙者』。まず対応をしたほうがよい層は無関心層の後者ではなく、なんらか反応をしてくれる前者です。実は、声を上げてくれる頑固喫煙者はチャンスなのです。もし口説き落として禁煙宣言をしてくれた場合、会社への影響度も大きいですし、何しろ喫煙者の気持ちの代弁者なので禁煙推進の施策を反発なく広報する際には、逆に非常に力になってくれる可能性があります。是非、臆することなく「反発をする頑固喫煙者」とコミュニケーションをとってみてください。

禁煙推進セミナー／eラーニング対象者

	喫煙者自主（任意）参加のみ	喫煙者強制参加	喫煙者と非喫煙者の混在	非喫煙者のみ	その他
ALL	35.4%	1.7%	31.3%	1.3%	30.4%
0～4%	43.8%	0.0%	31.3%	0.0%	25.0%
5～8%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%
9～12%	33.3%	0.0%	25.0%	8.3%	33.3%
13～16%	0.0%	0.0%	66.7%	0.0%	33.3%
17～20%	22.2%	0.0%	44.4%	5.6%	27.8%
21～24%	68.0%	4.0%	20.0%	0.0%	8.0%
25%以上	30.9%	1.1%	31.9%	1.1%	35.1%
集計していない	37.3%	3.4%	23.7%	0.0%	35.6%



＊喫煙率による特徴的な差はありませんでしたが、禁煙推進セミナーやeラーニングの対象者は1位 喫煙者自主参加(35.4%)／2位 喫煙者と非喫煙者の混在(31.3%)でした。禁煙推進企業コンソーシアムの会員企業でも、この2つを組み合わせで実施している企業が多いです。喫煙者が禁煙をするためには、組織を巻き込んだ応援をする風土があってこそです。そのためには、非喫煙者を巻き込んだ施策を実施することが非常に重要となります。

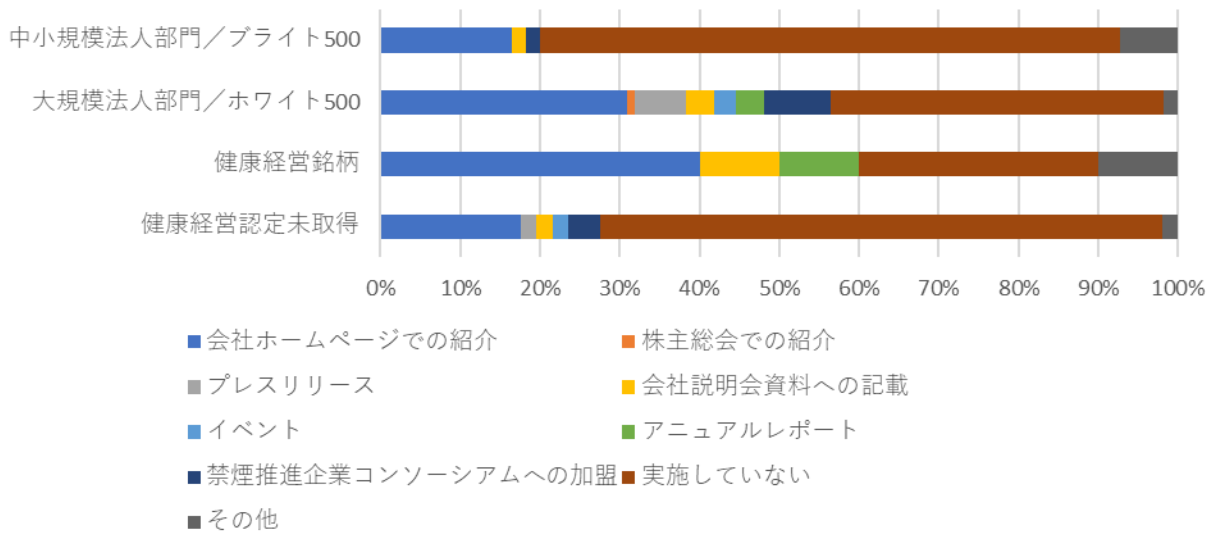
＊一部喫煙率が高い企業の中で「強制的喫煙者向け研修」を実施しているケースもありますが、喫煙者からの会社への反発と文句が出るケースが多いので、推奨はしていません。禁煙推進だけでなく、我々の会社が何故健康に向き合っているのかを、業種／社会性／経営者の思いを含めて全方位で伝えていただければ幸いです。



禁煙推進の社外PR

御礼

	会社ホームページでの紹介	株主総会での紹介	プレスリリース	会社説明会資料への記載	イベント	アニュアルレポート	禁煙推進企業コンソーシアムへの加盟	実施していない	その他
ALL	24.2%	0.4%	3.8%	2.9%	1.7%	2.5%	5.0%	56.3%	3.3%
健康経営認定未取得	17.6%	0.0%	2.0%	2.0%	2.0%	0.0%	3.9%	70.6%	2.0%
健康経営銘柄	40.0%	0.0%	0.0%	10.0%	0.0%	10.0%	0.0%	30.0%	10.0%
大規模法人部門／ホワイト500	30.9%	0.9%	6.4%	3.6%	2.7%	3.6%	8.2%	41.8%	1.8%
中小規模法人部門／ブライツ500	16.4%	0.0%	0.0%	1.8%	0.0%	0.0%	1.8%	72.7%	7.3%
分からない	14.3%	0.0%	7.1%	0.0%	0.0%	7.1%	0.0%	71.4%	0.0%



* 禁煙推進に関しての社外PRは、実施していない企業が約6割とまだまだ社内の施策だけに手が追われていることが分かります。

* 社外へのPRは、禁煙推進企業コンソーシアムでは重要視していることのひとつです。

社外PRを実施することのメリットは2点

- 1) 社外にPRしたことを社内へ広報することにより、会社の本気度が従業員に伝わる
- 2) 社外にPRすることで、従業員が禁煙推進に対する説明責任が生まれ、禁煙推進の社内浸透がスピードアップする。

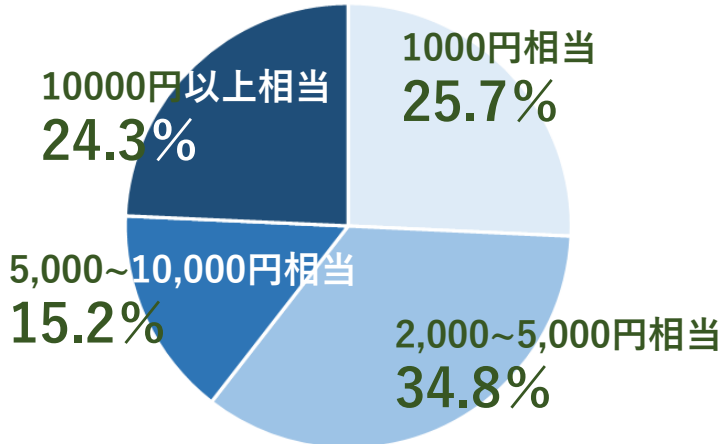
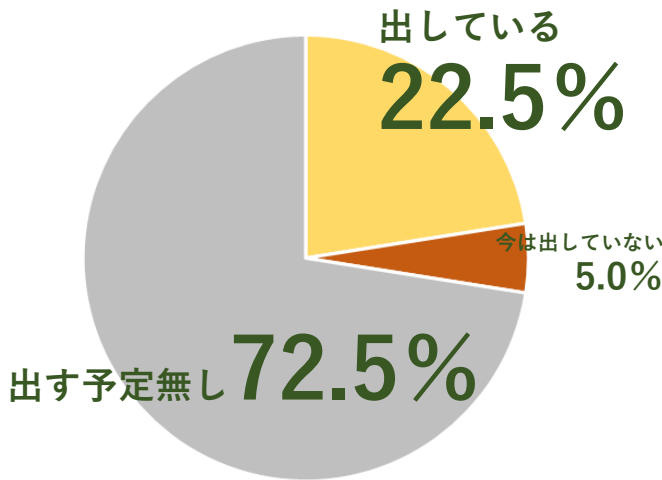
* 禁煙推進の施策は、健康経営の施策に比べて地味なものが多く報道が取り上げづらいですが、企業によっては会社の風土ならではの施策や、キャンペーン名の工夫などから、メディアへの取り上げまで視野に入れて実施している企業もあります。

* メディアによる取り上げが広まり、「企業＝禁煙推進」がスタンダードになることにより、一層禁煙推進が進みます(喫煙者も社会情勢を禁煙の理由に挙げている)

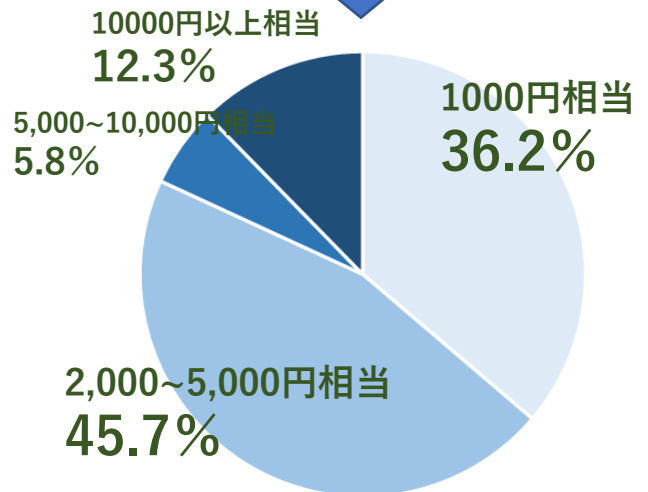
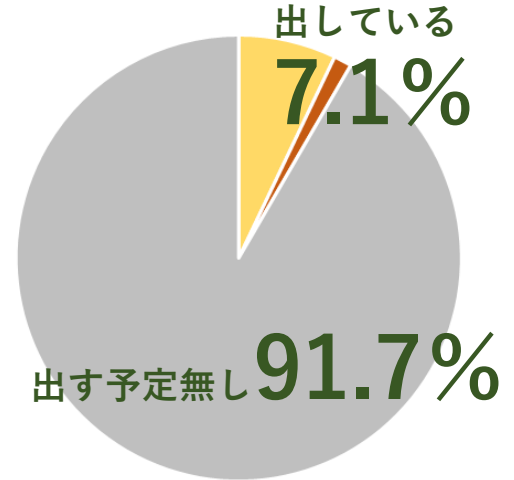
皆様、1社1社の禁煙推進＋広報活動、よろしくお願いいたします。

インセンティブの付与と付与額

喫煙者に対して



非喫煙者に対して



*喫煙者にとって「禁煙成功のインセンティブ」は今回の調査でも魅力的なことが分かっております。ただ実際は「喫煙者だけ不公平」という声もあり、インセンティブ自体を出していない企業が7割以上います。企業によっては不公平感をなくすため、非喫煙者にもインセンティブを何らかの形で出していることもあります。予算も関係する話なので、実際に実施している企業は全体の1割にも満たないことが分かりました。

インセンティブを出すことにより、余計「喫煙者と非喫煙者の対立」が組織の中で起こってしまうことは本末転倒です。もし、喫煙者にインセンティブを出す場合にも、コミュニケーションデザインの考えの元、誰からどうやって伝えるかを思案していただければと思います。そしてインセンティブを渡した後の問い合わせへのフォローアップ体制も忘れずをお願いいたします。



編集後記

このたびは、様々な企業のご協力を経て禁煙白書2021の発行をさせていただくことになり、大変嬉しく思います。冒頭でも述べさせていただきましたが、禁煙推進のまず一步は「現状把握」です。自社が今どんな状況にあるかを他社比較、世の中の情勢と照らし合わせてしっかりと把握をすることです。今回の調査では、禁煙推進のノウハウに結び付く様々なことが分かりました。

禁煙推進は、「必ず成功する施策」は無いのかもしれませんが、やればやるほど効果が必ず出るのも禁煙推進です。特に禁煙推進担当者は、日ごろから喫煙者の反発、経営層の巻き込みの苦勞などでストレスが溜まっている方も多いのではないのでしょうか。ただ、皆様のおかげで禁煙に成功して、健康年齢があがり幸せになっている人もいることも事実です。大変なこともあるかもしれませんが、禁煙推進コンソーシアムでは現場の禁煙推進者を応援しております。是非また個別にお話をさせていただければと思います。現在、36社の会員がおりますが、皆様の会員入会をお待ち申し上げます。

調査発行元
禁煙推進企業コンソーシアム
<https://kinen-support.com/>

info@kinen-support.com
事務局：米田／中山／松本

Special Thanks

