

## 調査結果

### 【personal eye 消費者購買データ】

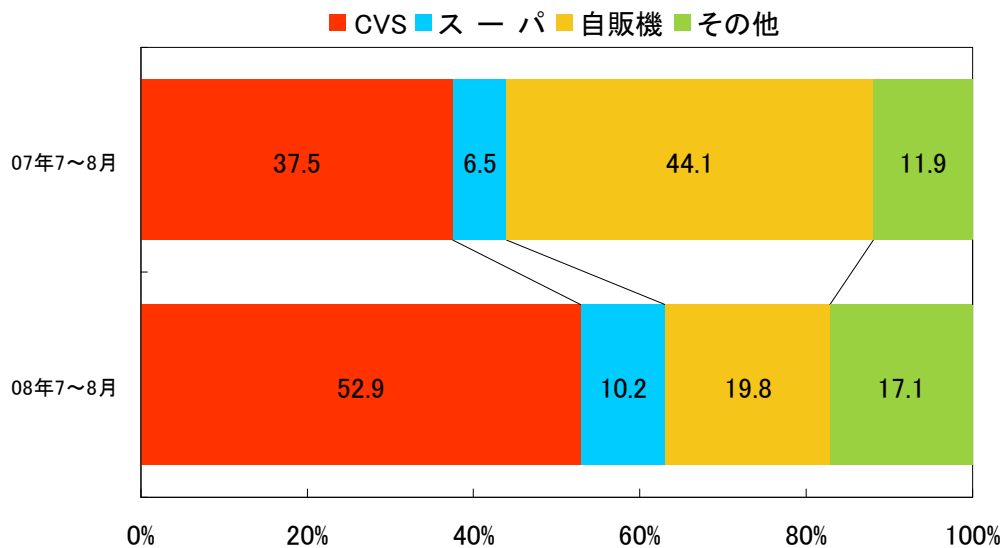
#### ①taspo 導入におけるタバコ購買チャンネルの変化(2007年/2008年7~8月比較)

※20歳~59歳(京浜+近畿)

personal eye 消費者購買データにて、taspo 導入後の2008年7~8月2カ月のチャンネル別購買状況を昨年同期間と比較した。

2007年のタバコ購買チャンネルは、自販機が44.1%とトップであったが、taspo 導入後の2008年では、CVS(コンビニエンスストア)が52.9%で大きく増加、自販機は19.8%と大きく減少していることがわかる。

タバコ 購入チャンネル構成比(箱数) 昨年比較<2007年7~8月 vs. 2008年7~8月>  
(京浜+近畿) \*集計: 自家用+共用

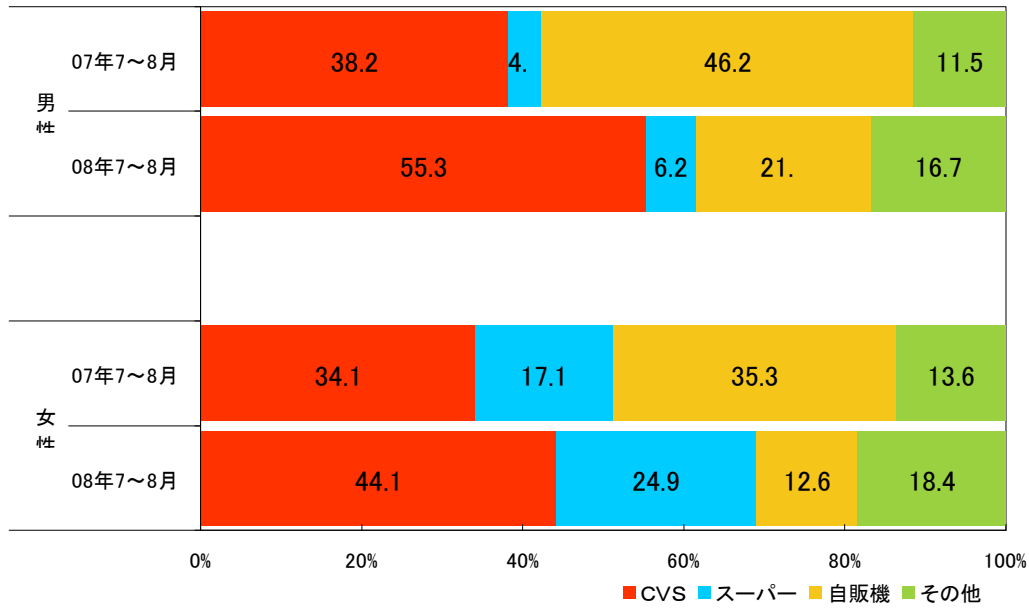


#### ②男女別 taspo 導入におけるタバコ購買チャンネルの変化(2007年/2008年7~8月比較)

※20歳~59歳(京浜+近畿)

男女別に購買チャンネルの変化を見ると、男性は自販機での購入が半減し、CVS(コンビニエンスストア)の購入が55.3%と増えた。一方、女性は、CVSとスーパーでの購買構成比が、ともに増えていることがわかる。ただし、男女別タバコ購入箱数構成比は、約8:2(参考参照)のため男性の購買傾向がトータルには強く影響している。

男女別 タバコ 購入チャネル構成比 昨年比較<2007年7~8月 vs. 2008年7~8月>  
(京浜+近畿) \*集計: 自分用+共用

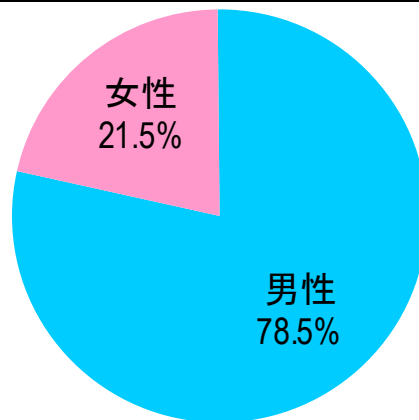


《参考》

男女別 タバコ購入箱数構成比(集計期間:2008年7~8月)

※20歳~59歳 (京浜+近畿) \*集計: 本人使用+共用

2008年7-8月 タバコ購買構成比(箱数)



【PEAS:personal eye 付帯調査】PEAS: personal eye additional survey

③taspo 所有状況(2008年5月 ⇒ 7月) ※20歳～59歳 喫煙者ベース(京浜+近畿)

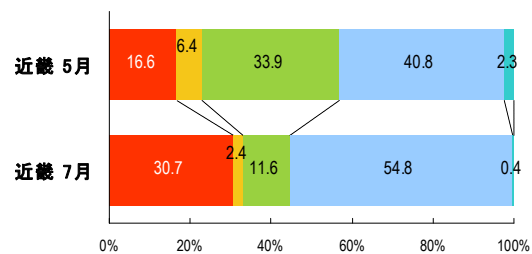
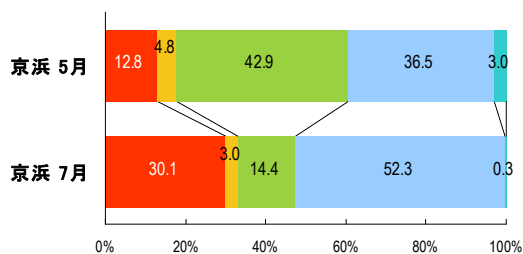
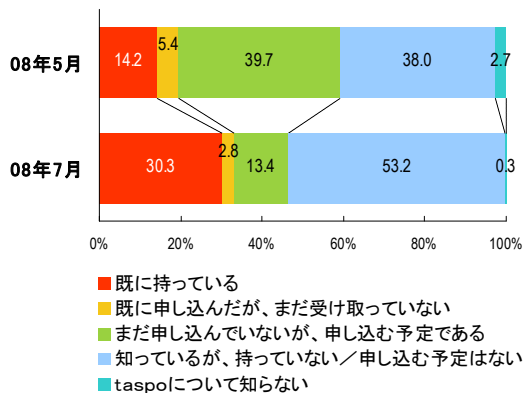
自販機でタバコを購入する場合、2008年7月以降は taspo が必要となった。そのため taspo 非所有者(喫煙者の約 67%(\*))は、taspo がなくてもタバコを購入することができる自販機以外、特に CVS へ流れたと推測される。

以下は、taspo 開始前の5月と開始後の7月の taspo 所有状況(京浜&近畿)を比較したデータである。

※喫煙者=直近1年の personal eye データ(消費者購買データ)から、自分用もしくは共用でタバコを購入した personal eye 対象者

(\* ) personal eye 付帯調査より

taspo 所有者率(既に持っている+申込済み)は、19.6%(5月)から 33.1%(7月)に増えた。「申し込む予定」と回答していた割合は、5月に比べ7月には減少し、一方で「持っていない/申し込まない」が増えている。



エリア: 京浜+近畿

集計ベース: personal eye対象者20～59歳のうち喫煙者(＊)

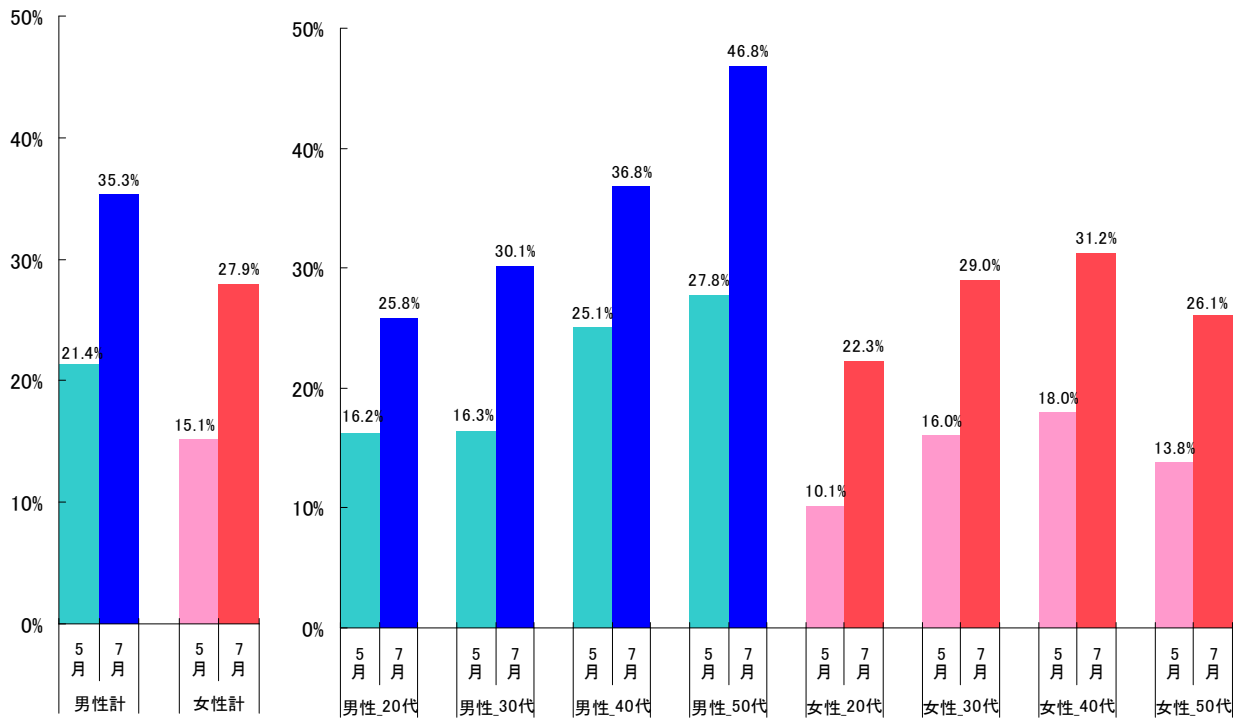
(＊)喫煙者=personal eye実購買データより直近1年間に自分用or共用のためのタバコ購入ありのモニター

④性年代別 taspo 所有状況(2008年5月 ⇒ 7月)

※20歳～59歳 喫煙者ベース(京浜+近畿)

personal eye 付帯調査結果から性年代別に taspo 所有状況を見ると、7月には喫煙者ベースで、男性 35.3%・女性 27.9%。特に男性 50代は、喫煙者の約半数は、taspo を所有している。

男女別 taspo所有率 推移('08年5月⇒7月)



エリア: 京浜+近畿

集計ベース: personal eye対象者20～59歳のうち喫煙者\*

\* 喫煙者≡personal eye実購買データより直近1年間に自分用or共用のためのタバコ購入ありのモニター