

電子タバコの浸透度と認識の実態

平澤 佑奈 (文教大学情報学部メディア表現学科)

1. はじめに

タバコは江戸時代から存在するといわれている。電子タバコはいつから存在していたのだろうか。タバコが日本に伝えられて以降、長くにわたり日本独自の喫煙文化が築かれてきた。刻みタバコが伝わり、その後、紙巻きタバコが作られた。電子タバコは主流となった紙巻きタバコが長い年月を経て進化の1つとして誕生したものである。そもそも電子タバコはどのようなものなのか。電子タバコとは一般的に、加熱用電池のバッテリーと、液体(リキッド)の容器にあたるカートリッジ、液体を熱して蒸気を発生させるアトマイザー、発生した蒸気の吸い口、などから構成される。タバコの葉は使用せず、リキッド部分に、自分で液を流し込んで補充するタイプや、液入りの容器をセットするタイプなどがある。

近年ではアイコスやプルームテックなどの可燃式タバコも増え、それにより電子タバコの普及も増えてきた。このことについて世の中の反応、認識はどのようなものなのだろうか。過去にとられた電子タバコに関するアンケートを探し、中でも今回のアンケートと同じような20代が多く回答しているものがあった。三年前に行われたアンケートのデータは電子タバコの認知度を調べるものであった。「電子タバコを知っていますか?」という質問には868人のうちの465人が「名前だけは聞いたことがある」と答えており(図1)、「電子タバコを使用したことがありますか?」という質問には868人中822人が使用したことがないと回答している(図2)。これらから電子タバコの浸透度の低さがうかがえた(ヨコハマeアンケート 電子タバコに関するアンケート)。

図1 電子タバコの認知度

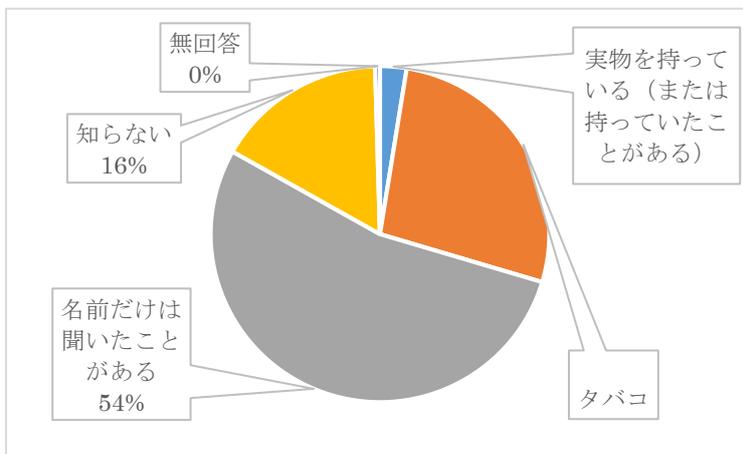
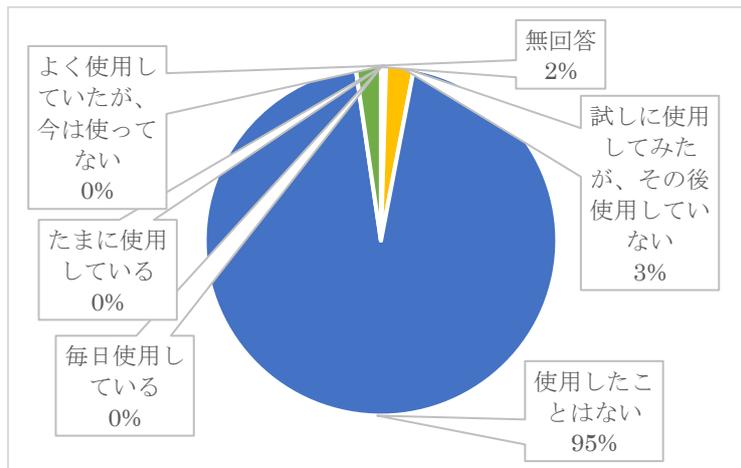


図2 電子タバコの利用度



ヨコハマ e アンケートでは電子タバコの認知度は上がり、利用度の上昇もみられるが、一度利用したことがあっても継続使用につながっていない、という分析がされていた。この分析は私自身も予備調査を行う中で感じたことであった。しかし、予備調査後、電子タバコの CM やイベントなどを見かけるようになり、社会が電子タバコに対して積極的になってきたのではないかと考えた。この出来事の後を取るアンケートならいい結果が出るのではないだろうか、このアンケートに対して前向きな気持ちになることができた。

さて、今回行われたアンケートの結果はどうだろうか。今回のアンケートでは浸透度だけでなく、電子タバコの広告や情報に触れて最も象に残っていることや、電子タバコに持つイメージ、タバコを吸っていて何を気にしているのか、タバコ・電子タバコを利用して困ったこと、電子タバコは禁煙に役立つと思うか、電子タバコは禁煙席と喫煙席のどちらに分けられるかと思うかなどを聞いた。電子タバコのイメージの設問からは、環境や人体への影響を気にする人が多いのではないかと考察する。電子タバコのイメージが環境に良いのではないかと考える人は電子タバコに対して積極的な考えを持つのではないかと考えた。電子タバコの持つ問題点として考えられるのは利用度の低さ以外でも何かあるのではないだろうかと考えたのだ。

2. 調査方法

2-1 調査研究の経緯

- 5月 調査テーマ思考
- 6.7月 予備調査実施・集計
- 8~10月 本調査検討・本調査票作成
- 11.12月 本調査集計・分析

2-2 本調査

調査期間：2018年11月20日～12月4日

調査対象者：文教大学湘南キャンパス・文教大学越谷キャンパス

調査方法：Google アンケート機能を利用した、オンライン調査

→サンプリング方法

2018年度の文教大学学生を集計し表にしたものを用い、文教大学湘南キャンパス・越谷キャンパスに在籍する学生数を学科ごとに17の層を作成する。層別に見た構成比を計算し、計算標本数（湘南キャンパス300人・越谷キャンパス500人）を構成比によって各層に割り当てる。

文教大学生集計表を用いて、学科ごとの学籍番号で構成されたリストを作成し、各層に割り当てられた人数（小数点第一位切り上げ）を抽出するため、学科ごとに該当する番号を起点として湘南キャンパスは10人間隔、越谷キャンパスは11人間隔（小数点第一位切り捨て）で系統抽出をする。

ただし、他のメンバーと対象者が被らないようにするため各層の割り当て人数は切り上げなど考慮した結果、最終的な配布数は湘南キャンパスが計算標本数の300より24人多い324人、そのうち何らかの理由で配布できなかった人が25人いたので実質299人が湘南キャンパスでの最終配布数である。越谷キャンパスが計算標本数の500より33人多い533人、そのうち何らかの理由で配布できなかった人が3人いたので実質530人が越谷キャンパスでの最終配布数である。合計で829人にアンケートを配布した。

図3 調査該当者学科別割り当て表 湘南キャンパス

		学生数	割合	割り当て数	学生数/割り当て数
情報	情報システム	1274	35.47%	106.40	11.91
	情報社会				
	メディア表現			107.00	11.00
経営	経営	736	20.49%	61.47	11.87
				62.00	11.00
国際	観光	1153	32.10%	96.30	11.00
	理解			97.00	
健康栄養	管理栄養	429	11.94%	35.83	11.00
				36.00	
	合計	3592	100.00%	300.00	

図4 調査該当者学科別割り当て表 越谷キャンパス

人間科学	人間科学	1846	35.60%	178.01	10.31
	心理				
	臨床心理				
文学	英米語英米文学	1699	32.77%	163.84	10.36
	外国語				10.00
	日本語日本語文学				10.00
	中国語中国文学				10.00
教育	学校教育課程	1640	31.63%	158.15	10.31
	心理教育課程				10.00
	合計	5185	100.00%	500	

配布数：829

有効回答数：190

回収率：22.9%

3. 調査結果

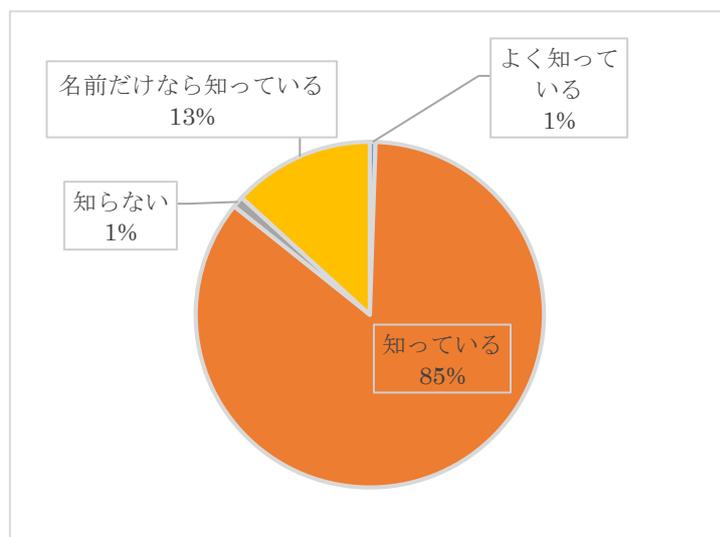
3-1 調査対象の属性

性別の属性としては、男性 70 人(36.8%)、女性 119 人(58.5%)、その他 1 人(0.5%)で女性のほうが多い結果となった。平均年齢は大学生がサンプルであり、20.1 歳という結果であった。

3-2 電子タバコの利用度と浸透度

「電子タバコが存在を知っていますか」という質問に対しては図 5 のグラフのようになった。「よく知っている」は 1%(1)、「知っている」は 85.3%(162)、「名前だけなら知っている」13%(25)、「知らない」1.1%(2)となり、「知っている」を選んだ人が最も多かった。

図5 電子タバコの浸透度の円グラフ

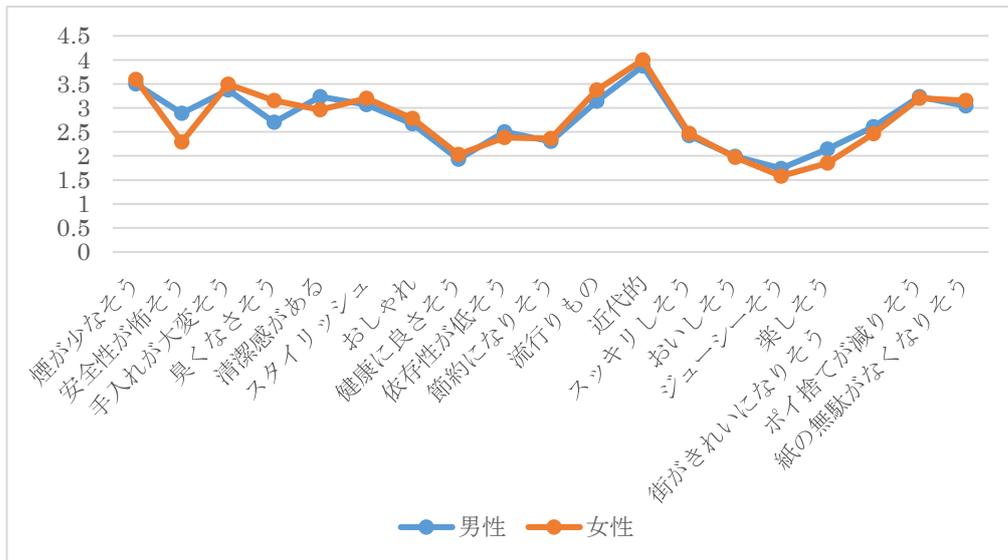


3-3 性別から見る電子タバコに対するイメージ

3-3-1 電子タバコについてのイメージ

電子タバコについてのイメージは細かい分析をするため、20個の項目で質問をした。機能性に関する項目から環境に関する項目などのバランスを注意した。

図6 性別別にみたイメージ結果



性別に関する質問と、電子タバコのイメージにおいて煙が少なそう・安全性が怖そう・手入れが大変そう、に関する質問を t 検定で整理した結果、煙が少なそうに関してのみ有意差が見られた。

性別に関する質問と、電子タバコのイメージにおいて健康に良さそう・依存性が低そう・節約になりそう、に関する質問を t 検定で整理した結果、依存性が低そうに関してのみ有意差が見られた。

図7 性別から見る各イメージの t 検定

煙が少なそう	男性 3.50	t = -.553	df = 186	*
	女性 3.59			
安全性が怖そう	男性 2.89	t = -.233	df = 186	*
	女性 2.29			
手入れが大変そう	男性 3.37	t = -.684	df = 186	NS
	女性 3.49			
臭くなさそう	男性 2.70	t = -2.588	df = 186	NS
	女性 3.15			
清潔感がある	男性 3.23	t = .405	df = 186	NS
	女性 2.96			
スタイリッシュ	男性 3.07	t = -.666	df = 186	NS
	女性 3.20			
おしゃれ	男性 2.67	t = -.494	df = 186	NS
	女性 2.78			
健康に良さそう	男性 1.93	t = -.666	df = 186	NS
	女性 2.03			
依存性が低そう	男性 2.50	t = .699	df = 186	*
	女性 2.38			
節約になりそう	男性 2.30	t = -.394	df = 186	NS
	女性 2.36			
流行りもの	男性 3.14	t = -.1260	df = 186	NS
	女性 3.37			
近代的	男性 3.87	t = -.914	df = 186	NS
	女性 4.00			
スッキリしそう	男性 2.42	t = -.232	df = 186	NS
	女性 2.47			
おいしそう	男性 1.99	t = 2.152	df = 186	NS
	女性 1.97			
ジューシーそう	男性 1.74	t = 1.362	df = 186	NS
	女性 1.58			
楽しそう	男性 2.14	t = 1.826	df = 186	NS
	女性 1.85			
街がきれいになりそう	男性 2.61	t = .835	df = 186	NS
	女性 2.46			
ポイ捨てが減りそう	男性 3.23	t = 1.826	df = 186	NS
	女性 3.20			
紙の無駄がなくなりそう	男性 3.04	t = 1.826	df = 186	NS
	女性 3.15			

3-4 電子タバコに対するイメージ分類

次に、図8は電子タバコに対するイメージに関する20項目の質問をそれぞれの平均得点を算出し、バリマックス回転を用いて、主成分分析による因子分析をした結果である。

図8 電子タバコに対するイメージ分類表

	機能	対人	本人	主観	社会	環境	平均
煙が少なそう	0.053	0.069	0.07	0.806	0.104	0.17	0.212
安全性が怖そう	0.132	-0.16	-0.064	-0.075	0.726	0.348	0.151
手入れが大変そう	-0.012	0.245	0.061	0.048	0.802	-0.181	0.161
臭くなさそう	0.071	0.182	0.217	0.747	-0.135	-0.151	0.155
清潔感がある	0.284	0.376	0.269	0.463	-0.028	-0.459	0.151
スタイリッシュ	0.294	0.71	0.139	0.191	0.011	-0.163	0.197
おしゃれ	0.452	0.718	0.06	0.077	0.006	-0.092	0.204
健康に良さそう	0.525	0.019	0.242	0.26	-0.01	-0.439	0.1
依存性が低そう	0.41	-0.139	0.439	0.304	-0.284	-0.007	0.121
節約になりそう	0.466	-0.145	0.568	0.144	-0.071	0.113	0.179
おいしそう	0.879	0.134	0.038	0.088	0.06	0.04	0.207
ジューシーそう	0.867	0.108	0.061	0.084	0.082	0.002	0.201
楽しそう	0.73	0.366	0.098	-0.179	0.007	-0.02	0.167
スッキリしそう	0.53	0.291	0.13	0.296	-0.047	0.322	0.245
流行りのもの	0.038	0.808	-0.038	0.048	0.021	0.28	0.193
若い人が吸いそう	0.174	0.391	0.126	0.145	0.072	0.615	0.245
近代的	-0.001	0.761	0.149	0.082	0.09	0.086	0.195
ポイ捨てが減りそう	0.018	0.107	0.918	0.072	0.052	0.019	0.198
紙の無駄がなくなりそう	0	0.158	0.898	0.026	0.125	-0.02	0.198
街がきれいになりそう	0.18	0.193	0.634	0.263	-0.16	-0.093	0.17
固有率	3.46	3.033	2.853	1.892	1.357	1.236	
寄与率	17.299	15.163	14.264	9.456	6.785	6.181	
累積寄与率	69.15						

その結果、6つの因子が検出された。第1因子には「煙が少なそう」「安全性が怖そう」「手入れが大変そう」などの「電子タバコの備わっている機能性」に関わるものが抽出された。

第2因子には「臭くなさそう」「清潔感がある」「スタイリッシュ」「おしゃれ」などの「見た目などのポジティブな見解」に関わるものが抽出された。

第3因子には「健康に良さそう」「依存性が低そう」「節約になりそう」などの「自分に關

わるポジティブな見解」に関わるものが抽出された。

第4因子には「おいしそう」「ジューシーそう」「楽しそう」「スッキリしそう」などの「感覚的でポジティブな見解」に関わるものが抽出された。

第5因子には「流行りもの」「若い人が吸いそう」「近代的」などの「俯瞰的見解」に関わるものが抽出された。

第6の因子には「ポイ捨てがなくなりそう」「紙の無駄がなくなりそう」「街がきれいになりそう」などの「電子タバコが影響させる環境」に関わるものが抽出された。

つまり、人の持つイメージは様々な空間に分けられることができる。ここでは電子タバコの機能、対人的・社会的・主観的な空間が存在する。

次に、喫煙者と非喫煙者では電子タバコに対するイメージに差があるのではないかと考えた。6因子あるなかから1、2個選択し、そのイメージの度数を従属変数とし、喫煙者か非喫煙者かを独立変数とし、1要因3水準被験者間計画の分散分析を実施した。

第1因子からは「手入れが大変そう」、第2因子からは「清潔感がある」「おしゃれ」、第3因子からは「健康に良さそう」、第4因子からは「おいしそう」、第5因子からは「流行りもの」、第6因子からは「街がきれいになりそう」、これらを従属変数とした。

図9 手入れ

	n	MEAN	SD	F	df	p
吸う	17	3.88	1.05	2.11	2, 19	0.13
吸っていた	6	2.83	1.33			
吸ったことはない	166	3.42	1.16			

図10 清潔感がある

	n	MEAN	SD	F	df	p
吸う	17	4.00	1.00	8.02	2, 19	.00
吸っていた	6	3.17	0.98			
吸ったことはない	166	2.87	1.13			

図11 おしゃれ

	n	MEAN	SD	F	df	p
吸う	17	3.82	1.07	7.47	2, 19	0.00
吸っていた	6	2.50	0.84			
吸ったことはない	166	2.63	1.24			

図 12 健康に良さそう

	n	MEAN	SD	F	df	p
吸う	17	2.71	1.36	4.43	2, 19	0.01
吸っていた	6	1.83	0.41			
吸ったことはない	166	1.93	1.0038			

図 13 おいしそう

	n	MEAN	SD	F	df	p
吸う	17	2.47	1.28	5.23	2, 19	0.01
吸っていた	6	1.67	0.52			
吸ったことはない	166	1.72	0.89			

図 14 流行りもの

	n	MEAN	SD	F	df	p
吸う	17	4.12	0.99	6.69	2, 19	0.00
吸っていた	6	4.17	1.17			
吸ったことはない	166	3.18	1.19			

図 15 街がきれいになりそう

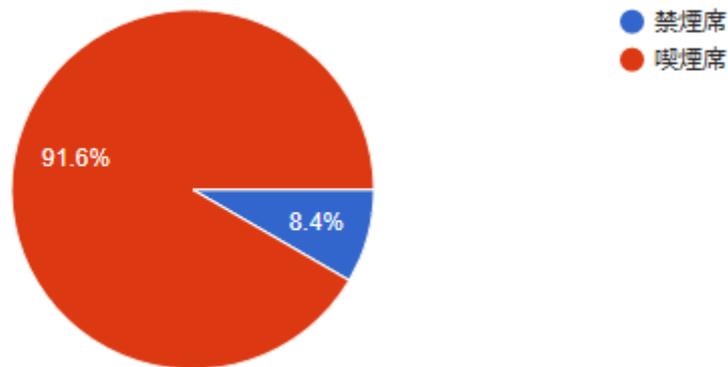
	n	MEAN	SD	F	df	p
吸う	17	3.29	1.21	3.69	2, 19	0.03
吸っていた	6	2.50	0.84			
吸ったことはない	166	2.45	1.24			

結果、「手入れが大変そう」のみ有意さが見られなかった。

3-4 電子タバコは喫煙席と禁煙席のどちらなのか

電子タバコは禁煙席なのか、喫煙席のどちらに分けられるか、という質問には 9 割以上の人が電子タバコは喫煙席にわけられると回答した。

図 16 電子タバコは喫煙席と禁煙席か、分類円グラフ



この結果の違いは電子タバコの広告や情報に受けた印象によって違いが出るのではないかと考えた。

図 17 電子タバコのイメージ別、禁煙席・喫煙席分類表

	禁煙席	喫煙席	計
機能性が良さそう	2 11.1%	16 88.9%	18 100.0%
世間受けが良さそう	4 17.4%	19 82.6%	23 100.0%
体に影響が少なそう	6 9.7%	56 90.3%	62 100.0%
味がよさそう	0 0.0%	4 100.0%	4 100.0%
環境によさそう	2 10.0%	18 90.0%	20 100.0%
特にない	2 3.2%	60 96.8%	62 100.0%
計	16 8.5%	173 91.5%	189 100.0%

電子タバコの広告や情報に触れて一番印象に残っていることによって、電子タバコは喫煙席か禁煙席なのか違いがあるかをみるためカイ二乗検定を行った。その結果、印象に残っていることによって有意な差が見られなかった。 $(X^2(5)=5.27, p<.05)$ 。

これより、人が電子タバコの広告から受ける情報が「体に影響が少なそう」や「環境によさ

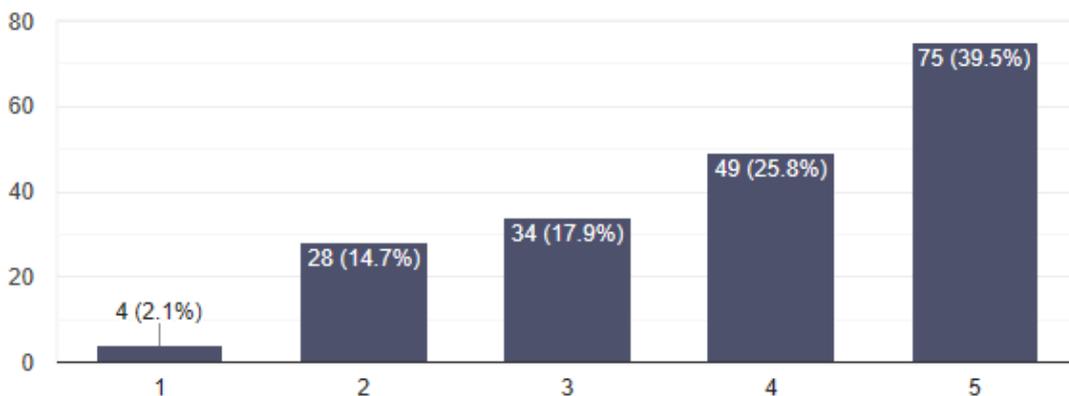
そう」だというプラスな印象であっても、タバコは禁煙席だと考える人が多いことがわかった。

4. まとめ

本調査では電子タバコについての調査を行ってきた。電子タバコの浸透度からはじめ、電子タバコに対するイメージを中心として、性別や喫煙者と禁煙者などで分別し、分析を行った。結果的には三年前に取られていたアンケートに比べて、浸透度は確実に上がっていたが利用度があまり変わっておらず、環境や世間の認識が浅いところで止まってしまっているためタバコの利用が多くても電子タバコにまで進むことがないのではないのだろうか。

このことがよくわかったのは、電子タバコは禁煙席なのか、喫煙席のどちらに分けられるか、という質問と電子タバコの広告や情報に受けた印象の質問をクロス集計したときだ。広告や情報に触れてプラスな印象を受けたなら電子タバコは禁煙席に分類されると考える人が多いのではと考えたが、結果は真逆あり、プラスの印象を電子タバコの広告や情報で受けても電子タバコは禁煙席に分類する人が多くいた。これ以外でも、電子タバコは禁煙に役立つと思いますかという質問でも票の3分の1以上が「まったく思わない」と回答しており、電子タバコの利用度が上がっていくにはまだまだ情報の浸透が欠かせないと感じた。

図 18 電子タバコは禁煙に役立つ割合（1=とても思う、5=あまり思わない）



このほかにも喫煙所が少ないことなどが電子タバコを吸っていて困っていることだとあげられており、社会も変わっていかねばいけないのだとわかった。

また数年経ってからアンケートを取ることでまた多くの視点から思考ができるのではないだろうか。アンケート自体を電子タバコの浸透度を調べるだけのものにならないように工夫し、浅い分析にならないように気を付けたが、利用者が少なければ取りようのないものであり、調査の大変さを痛感した。

5. 参考文献

- ・ヨコハマ e アンケート 電子タバコに関するアンケート (2019/1/24)

<http://www.city.yokohama.lg.jp/shimin/kochosodan/kocho/eenq/kekka/27/27-10.html>

- ・JT 公式ホームページ (2019/1/24)

https://www.jti.co.jp/tobacco/knowledge/variety/electronic_cigarette/index.html

6.本調査質問紙と単純集計結果

電子タバコに関する調査

2018年10月

所属：情報学部メディア表現学科3年

「メディア調査研究法Ⅲ」

調査員：平澤 佑奈

連絡先：b6p51083@shonan.bunkyo.ac.jp

担当教員：日吉昭彦

本調査にご協力いただきましてありがとうございます。

本調査は電子タバコについての調査です。

(目的を書きたい方はここに調査の目的を記入)

本調査は文教大学湘南キャンパスと文教大学越谷キャンパスを調査対象としています。

回答者のプライバシーの保護に配慮し、ご回答はすべてコンピューターで統計的に処理しますのでご迷惑をおかけすることは一切ございません。

調査についてのご意見・ご質問がありましたら上記に記載されている連絡先にご連絡ください。

お忙しいところ誠に申し訳ございませんが、ご協力よろしくお願いいたします。

ご記入にあたってのお願い

1. 調査には、必ず調査票を受け取った本人が回答・ご記入ください。
2. お答えになりにくい質問に関しては、無回答で結構です。
3. 質問への回答は、特に指示のない限り当てはまる項目番号に○をつけてください。
4. ご記入は、鉛筆・シャープペンシル・黒か青のボールペンでお願いします。また、回答を訂正する場合は、前の回答を消しゴムで消すか、×印をつけるなどして、訂正したことを明示してください。
5. 回答方法などについてのご質問がございましたら、調査員にお尋ねしてください。
6. ご記入が終わりましたら、担当者が回収に参りますので指示をお待ちください。
7. 他の授業などでこの調査に回答したことがある方は、お手数ですが担当者にお声掛けください。

問1. あなたは電子タバコの存在を知っていますか？

1. よく知っている(1 0.5%) 2. 知っている(162 85.5%)

2. 名前だけなら知っている(25 13.2%) 3. 知らない(2 1.1%)

問2. あなたが知っているもの全てに○をつけてください。

1. アイコス(169 88.9%) 2. グロー(66 34.7%) 3. プルームテック(38 20%)
4. ベイプ(30 15.5%) 5. ビタフル(26 13.7%)
6. 知っているものはない(20 10.5%)

問3. あなたは電子タバコの広告をみたことがありますか。当てはまるもの全てに○をつけてください。

1. CM(71 38.2%) 2. ネット広告(51 27.4%) 3. 紙媒体広告(54 29%)
4. 店頭広告(93 50%) 5. どれも無い(30 16.6%)

問4. あなたは電子タバコをどこで見聞きしましたか？当てはまるもの全てに○をつけてください。

1. 口コミで聞いた(65 35.5%) 2. SNS で見た(45 24.9%)
3. テレビで吸っているのを見た(51 28.2%) 4. 雑誌で見た(10 5.5%)
5. YouTube で見た(24 13.3%) 6. ネットニュースで見た(38 21%)
7. その他(知人・親が吸っていた、町の広告、バイト先で取り扱っている)

問5. あなたが電子タバコの広告や情報に触れて1番印象に残っていることはなんですか。当てはまるもの1つに○をつけてください。

1. 機能がよさそうということ(62 32.8%)
2. 世間受けがよさそうということ(23 12.2%)
3. 体に影響が少なそうということ(62 32.8%)
4. 味がよさそうということ(4 2.1%)
5. 環境にやさしそうということ(20 10.6%)
6. 特にない(62 32.8%)

問6. 電子タバコのイメージはどれが一番近いですか？以下の項目でどの程度イメージと近いものをお答えください。

	とても そう 思う	そう 思う	ど ち ら で も な い	そ う 思 わ な い	全 く そ う 思 わ な い
ア.煙が少なそう	1 (34)	2 (86)	3 (35)	4 (21)	5 (13)
イ. 安全性が怖そう	1 (13)	2 (46)	3 (57)	4 (57)	5 (16)
ウ. 手入れが大変そう	1 (38)	2 (64)	3 (39)	4 (39)	5 (9)
エ.臭くなさそう	1 (12)	2 (70)	3 (37)	4 (85)	5 (25)
オ.清潔感がある	1 (15)	2 (58)	3 (45)	4 (50)	5 (21)
カ.スタイリッシュ	1 (23)	2 (65)	3 (41)	4 (37)	5 (23)
キ.おしゃれ	1(15)	2(49)	3(33)	4(55)	5(37)
ク.健康によさそう	1(4)	2(16)	3(31)	4(63)	5(75)
ケ.依存性が低そう	1(6)	2(36)	3(31)	4(74)	5(42)
コ.節約になりそう	1(4)	2(30)	3(38)	4(71)	5(46)
サ.若い人が吸いそう	1(34)	2(60)	3(46)	4(29)	5(20)
タ.流行りもの	1(31)	2(61)	3(48)	4(30)	5(19)
ナ.近代的	1(54)	2(93)	3(26)	4(12)	5(4)
ニ.スッキリしそう	1(6)	2(28)	3(50)	4(67)	5(38)
ヌ.おいしそう	1(2)	2(10)	3(25)	4(60)	5(92)

思う	思う	いけない	思わない	思わない
1	2	3	4	5
(4 2.4%)	(7 4.2%)	(4 2.4%)	(15 9%)	(137 82%)

問 1 2. あなたは電子タバコを吸ったことはありますか？

1. ある(18 75%) →問 1 3へ
2. ない(6 25%) →問 1 6へ

問 1 3. あなたが吸ったことのある電子タバコの製品に全てに○をつけてください。

1. アイコス(6 30%) 2. グロー(0 0%) 3. プルームテック(6 30%)
4. ベイプ(2 10%) 5. ビタフル(2 10%) 6. わからない(6 30%)
(無効票 3)

問 1 4. あなたは電子タバコを吸い続けたいと思いますか？

とても	まあまあ	どちらとも	あまり	全く
思う	思う	いけない	思わない	思わない
1	2	3	4	5
(2 10%)	(4 20%)	(4 20%)	(3 15%)	(7 35%)

問 1 5. あなたが電子タバコを吸っていて困ったことはなんですか。当てはまるもの1つに○をつけてください。

1. 喫煙所が少ない(5 27.8%) 2. 喫煙所が小さい(0 0%)
3. ほかにの人に嫌がられる(1 5.6%) 4. 単価が高い(3 16.7%)
5. やめられない(0 0%) 6. 手入れが大変(4 22.2%)
7. 特にない(4 22.2%) 8. その他 (おいしくない)

問 1 6. 電子タバコは禁煙に役立つと思いますか？

とても	まあまあ	どちらとも	あまり	全く
思う	思う	いけない	思わない	思わない
1	2	3	4	5
(4 2.1%)	(28 14.7%)	(34 17.9%)	(49 25.8%)	(73 38.5%)

問17.あなたは喫煙者に電子タバコを勧めたいと思いますか？

とても 思う	まあまあ 思う	どちらとも いけない	あまり 思わない	全く 思わない
1	2	3	4	5
(13 6.8%)	(47 24.7%)	(55 28.9%)	(28 14.7%)	(47 24.7%)

問18.電子タバコは禁煙席か喫煙席のどちらにわけられると思いますか？

1. 禁煙席(174 91.6%) 2. 喫煙席(16 8.4%)

問19. あなたの自身のことについてお聞きします。

性別 1.男性(70 36.8%) 2.女性(119 62.6%) 3.その他(1 0.5%)

学部 1.教育学部(25 13.2%) 2.人間科学部(47 24.7%)
3.文学部(30 15.8%) 4.情報学部(34 17.9%)
5.経営学部(16 8.4%) 6.国際学部(24 12.6%)
7.健康栄養学部(14 7.4%)

年齢 (平均年齢 20.1歳)

暮らし 1.実家暮らし(108 56.8%) 2.一人暮らし(82 43.2%)