さようなら「平成時代」数字で見る30年の歩み

紙巻たばこ売行き上位銘柄の販売実績の変化

［資料出典:日本たばこ協会・JT］

平成時代30年の「たばこ」は、今に続く喫煙規制の強化、喫煙と健康への社会的関心・反喫煙運動の高まり、たばこ増税など、激しい逆風にさらされた。この間、愛煙家はどう対応したのか。それを推測するために売行き上位銘柄の変化を追ってみた。

嗜好の多様化で上位銘柄のシェア減少

ファミリー化促進で選択の幅を広げる

市場をリードした「マイルドセブン」

売行き上位銘柄の10年ごとの販売実績は別表の通り。ただし、平成元年度から9年度までは上位10銘柄のみの公表だった

そのため、上位10銘柄実績の総需要に占める合計シエアを10年ごとにみると、65・8％→52・4％→32・7％→23・2％と大きく減少、さらに元年度と30年度の比較では42・6ポイントの下落である。また、上位20銘柄の合計シェアでは10年度の64・0％から47・1％、36・6％へと落ち込んでいる。これは、愛煙家の好み（嗜好）が多様化し、分散したことによるものだ。

商品は「成長期」→「成熟期」→「衰退期」という栄枯盛衰のサイクルが宿命といわれるが、たばこに関しては、各たばこメーカーが主力ブランドに魅力ある新製品の投入や既存銘柄のリニューアルなどによるファミリー化戦略により、ブランドごとにグループを形成して、愛煙家の長年にわたるブランドへのこだわりと愛着、そして嗜好の多様化に応えてきた。

際立つのは国内トップブランドのマイルドセブン（現・メビウス。以下、平成25年までマイルドセブンと表記：**特記事項参照**）の健闘ぶりである。上位ベスト20入りのマイルドセブン・ファミリー銘柄数は、元年度と10年度は4銘柄、20年度は10銘柄、30年度のメビウスは11銘柄と増えた。また、国内に流通するファミリー全体の銘柄数は、元年度8銘柄で合計シェアは40・5％だったのが、30年度では39銘柄でシェアは31％強である。嗜好の多様化が進む中で、愛煙家の選択の幅を広げて対応してきたことが分かる。

【特記事項】メビウス＝JTのトップブランド「マイルドセブン」が、平成25年（2013年）2月よりブランドの名称を「メビウス」に刷新するとともにパッケージデザインも変更した。

マールボロ＝JTがPM社とのライセンス契約により国内で製造・販売していたマールボロ・ファミリーが、平成17年（2005年）4月末をもって契約を終了し、同ファミリーはPM社製品となった。

50年の根強い人気「セブンスター」

次にトップ銘柄をみてみよう。元年度は「マイルドセブン」がシェア約21％で、2位以下を大きく引き離して第1位、以降9年度までトップの座を確保。その後は、「マイルドセブン・スーパーライト」が10年度から19年度までトップに君臨（この間、14年度から16年度までは「マイルドセブン・ライト」）。このことからもマイルドセブン・ファミリーがたばこ市場を牽引したことがうかがえる。

ところが、20年度に異変が起きた。「セブンスター」がトップに躍り出て、今日に至る。「セブンスター」は昭和44年（1969年）の発売から50年を経過しているにもかかわらず、歴史と伝統ある根強い人気に支えられてトップの座をキープしているのは稀有なことだ。7年度（1995年）に発売された弟分の「セブンスター・ボックス」も16年度にベスト20入りして、30年度にベスト4位に浮上した。なお、昭和時代にトップ銘柄だった「ハイライト」は16年度以降、圏外に去った。

一方、輸入たばこをみてみよう。ベスト20の銘柄数は元年度が3銘柄、10年度が4銘柄、20年度が3銘柄、30年度が3銘柄とほぼ同じ。

元年度に13位だったPM社の「ラーク・マイルド・ボックス」は3年度にベスト8にランクアップし、以降18年度までベスト10入りした。また、17年度には輸入たばことなったPM社の「マールボロ・ライト・メンソール・ボックス」は6位にランクされ、以降、今日まで国内メンソール製品のトップ銘柄である。

（次号に続く）

紙巻たばこ売行き上位銘柄の年度別推移

（単位:百万本・%）

◆平成元年度（1989年度）

順位	銘柄	数量	シェア
1	マイルドセブン	65,629	20.9
2	マイルドセブン・ライト	36,738	11.7
3	セブンスター	27,951	8.9
4	キャスター・マイルド	14,646	4.7
5	マイルドセブンFK	12,924	4.1
6	キャスター	11,706	3.7
7	ハイライト	10,299	3.3
8	マイルドセブン・スーパーライト	8,994	2.9
9	ホープ（10）	8,991	2.9
10	キャビン85・マイルド・ボックス	8,440	2.7
	合計	206,318	65.8

※参考:本紙推計による11位から20位までの順位は次の通り。
⑪キャビン85・マイルド⑫エコー⑬ラーク・マイルド・ボックス⑭ピース（20）⑮ハイライト・マイルド⑯ピース・ライト⑰ラーク・マイルド⑱リベラ・マイルド⑲ケント・マイルド⑳わかば

◆平成10年度（1998年度）

順位	銘柄	数量	シェア
1	マイルドセブン・スーパーライト	33,308	9.9
2	マイルドセブン・ライト	32,947	9.8
3	マイルドセブン	32,077	9.5
4	セブンスター	23,682	7.0
5	キャスター・マイルド	19,178	5.7
6	キャビン・マイルド・ボックス	10,151	3.0
7	フロンティア・ライト・ボックス	7,637	2.3
8	ラーク・マイルド・ボックス	6,677	2.0
9	ホープ（10）	5,863	1.7
10	マールボロ・ライト・メンソール・ボックス	4,973	1.5
11	ハイライト	4,615	1.4
12	マールボロ・ボックス	4,513	1.3
13	ピース・ライト・ボックス	4,317	1.3
14	マイルドセブン・エクストラライト・ボックス	4,156	1.2
15	キャスター・スーパーマイルド・ボックス	4,139	1.2
16	キャビン・ウルトラマイルド・ボックス	3,864	1.1
17	キャビン・スーパーマイルド・ボックス	3,716	1.1
18	パーラメント100ボックス	3,578	1.1
19	バージニア・スリム・ライト・メンソール	3,311	1.0
20	ケント・ワン・ボックス	3,185	0.9
	合計	215,887	64.0

◆平成20年度（2008年度）

順位	銘柄	数量	シェア
1	セブンスター	12,473	5.1
2	マイルドセブン・スーパーライト	12,066	4.9
3	マイルドセブン・ライト	10,579	4.3
4	マイルドセブン	8,889	3.6
5	マイルドセブン・ワン・100's・ボックス	8,052	3.3
6	マイルドセブン・エクストラライト	6,679	2.7
7	マールボロ・ライト・メンソール・ボックス	6,607	2.7
8	キャスター・マイルド	5,804	2.4
9	セブンスター・ボックス	4,575	1.9
10	キャビン・マイルド・ボックス	4,325	1.8
11	マイルドセブン・ワン	4,034	1.6
12	ケント・ウルトラ1・100's・ボックス	3,909	1.6
13	ピアニッシモ・ワン	3,812	1.6
14	キャスター・ワン・100's・ボックス	3,677	1.5
15	マイルドセブン・ライト・ボックス	3,525	1.4
16	マールボロ・KSボックス	3,497	1.4
17	マイルドセブン・ワン・ボックス	3,388	1.4
18	マイルドセブン・スーパーライト・100's・ボックス	3,304	1.3
19	ホープ（10）	3,173	1.3
20	マイルドセブン・エクストラライト・ボックス	3,130	1.3
	合計	115,498	47.1

◆平成30年度（2018年度）

順位	銘柄	数量	シェア
1	セブンスター	5,384	4.1
2	メビウス・ワン・100's・ボックス	3,995	3.1
3	メビウス・スーパーライト	3,433	2.6
4	セブンスター・ボックス	2,944	2.3
5	メビウス・エクストラライト	2,694	2.1
6	メビウス・ライト	2,639	2.0
7	メビウス	2,554	2.0
8	わかば	2,392	1.8
9	メビウス・スーパーライト・100's・ボックス	2,131	1.6
10	メビウス・エクストラライト・100's・ボックス	2,123	1.6
11	エコー	2,019	1.6
12	ケント・1・100・ボックス	1,950	1.5
13	ウィンストン・キャスター・ホワイト・ワン・100's・ボックス	1,926	1.5
14	マールボロ・KSボックス	1,854	1.4
15	マールボロ・メンソール・8・ボックス	1,727	1.3
16	メビウス・エクストラライト・ボックス	1,715	1.3
17	メビウス・プレミアムメンソール・オプション・パープル・5	1,689	1.3
18	ウィンストン・キャスター・ホワイト・5	1,604	1.2
19	メビウス・ワン	1,602	1.2
20	メビウス・ワン・ボックス	1,365	1.1
	合計	47,740	36.6

※シェアは国内紙巻たばこ総販売数量に占める割合　【出典:日本たばこ協会】

江戸川柳とたばこ④

谷匡輔（江戸川柳研究家）

甲州たばこ

現在の山梨県（甲斐国・甲州）は、葡萄や桃の産地として知られているが、江戸時代はたばこの産地として有名であり、〈甲州たばこ〉は江戸にも多く出荷されていた。

元禄5年（1692）刊の『本朝食鑑』には、甲州の門前、小松、石火箭（いしびや）が、正徳2年（1712）刊の『和漢三才図会』には、小松、荻原が産地として挙げられている。また、享保17年（1732）村上氏某の筆になる『甲州噺』には、「和田小松村の判付烟草、古府中辺の梅桜たばこ、西河内の薬袋（みない）たばこ、又龍王たばこと申すは、四十年来之を作る」という記述が見られ、これらから甲州でたばこが銘産化していった時期は、寛文～延宝年間（1661～1682）ごろではないかと推測される。

さらに弘化3年（1846）刊の『狂歌烟草百首』は、甲斐（国）巨摩郡・山梨郡の龍王村・八幡・篠原・薬袋・高砂・猪野・萩原・室伏・柚木・藤木・小屋舗を産地として紹介し、「甲州地方で栽培されるたばこは〈龍（竜）王〉という名前で総称されるが、別に〝甲州の鬼殺し〟と呼ばれるほど、その喫味は強烈な辛さをもっている」と記している。

江戸川柳にも**姑婆甲州月に二斤呑み**とか、**甲州をぱくりぱくりと姑婆**と詠まれているが、この二句の意味するところは、「鬼殺しと呼ばれる甲州たばこを、月に二斤（一斤はふつう160匁で、約600グラム）も吸うとは、口うるさい姑（しゅうとめ）だけあって、辛口が口に合うらしい」というもの。

そのほか、**気の様なたばこ信玄きこし召しや大将もたばこもきつい一ケ国**という句も拾える。最初の句の「信玄」という言葉から甲州たばこを詠んだものとわかり、その次の句は「大将」だけでは誰のことかわからないが、「たばこもきつい」で甲州たばこと信玄を掛けた句だと判断でき、戦国時代の名将・武田信玄も辛口の甲州たばこを嗜んだであろうとする。しかし、信玄が没した天正元年（1573）には、まだたばこは我が国では流行していない。従ってこれは、想像の中で作られた川柳で、「想像句」と呼ばれるものである。

『富嶽百景』（葛飾北斎画、天保5年〔1834〕刊）より「葉たばこ乾燥の図」

交通災害共済は減少傾向緩和

7年連続の組合員還元「利用分量割戻し」実施

2019年度たばこ生協総代会

全国たばこ販売生活協同組合（横田圭二会長）の2019年度通常総代会が5月29日、東京ベイ有明ワシントンホテルで開催され、全議案が原案どおり可決・承認された。平成30年度の事業概要では、火災生命共済・交通災害共済の加入状況は引き続き減少傾向にあるが、交通災害共済は「50周年記念キャンペーン」施策により、減少傾向は緩和された。また、自然災害見舞金の支払いは、台風21号、北海道胆振地方中東部地震などが多発したため大幅に増えた。収支面では、異常危険準備金積立超過額の戻し入れなどにより、当期剰余金（税引後）は4億2500万円、そのうちの約4900万円を「利用分量割戻し」に充てるとし、火災共済契約1口につき200円を加入者の出資金に繰り入れることとなった。これは7年連続の加入組合員への還元措置である（表2参照）。

挨拶する横田会長（円内は議長の森岡和夫総代・東京支部・中野組合理事長）

総代会では、横田会長が、平成30年度事業概要の報告と日頃の単位組合及び支部の取り組みに感謝の言葉を述べた後、「今後とも組合員とのコミュニケーションを一層密にした加入促進活動をお願いしたい」と挨拶。議長には森岡和夫総代（東京支部）が選任され議事に入り、全議案が承認された。主なポイントは次の通り。

【平成30年度事業報告】

加入状況：火災生命共済は前年度実績に比べて9.5％の減少だが、交通災害共済は6.3％の減少となり、減少幅が2.8ポイント緩和された（表1参照）。

給付状況：共済金及び見舞金の総額は2億7800万円。そのうち、火災共済金は7千万円（前年度比294・4％増）となったが、これは平成29年度の火災が極端に少なかったためで、前4年度の実績と比較するとほぼ平年並みである。生命共済金は1億900万円（同5.4％減）、交通災害共済金は2500万円（同9.3％減）。一方、災害見舞金総額は7300万円（同148・5％増）。そのうち、自然災害見舞金は6951万円（171・1％増）となったが、これは災害救助法が適用される災害が頻発したためである（表3参照）。

【2019年度事業計画】

火災生命共済及び交通災害共済とも加入維持促進に組織をあげて取り組むとし、あらゆる機会・場面をとらえ、活動の基本である組合員とのコミュニケーションに努める。具体的な加入促進活動として①新規許可店の加入勧奨②既許可店であっても組合未加入店に対する加入勧奨③現組合員の契約維持④組合員の勧奨――を展開することとなった。また、睡眠組合員の整理を行うこととされた。

■総代会に先立ち平成30年度の加入成績優秀組合として、年間表彰組合・交通災害共済50周年特別表彰式が執り行われた（受賞組合は左上表参照）。

共済別の加入口数の推移　（カッコ内は前年度比）　【表1】

区　分	平成28年度	平成29年度	平成30年度
火災生命共済	295,659口（8.4％減）	270,347口（8.6％減）	244,792口（9.5％減）
交通災害共済	145,087口（9.5％減）	131,836口（9.1％減）	123,556口（6.3％減）

平成30年度剰余金処分　（単位:円）【表2】

科　目	金　額
Ⅰ当期未処分剰余金	515,388,142
Ⅱ剰余金処分額	483,958,400
1. 法定準備金	85,000,000
2. 利用分量割戻金	48,958,400
3. 任意積立金	350,000,000
（損失補填準備金）	150,000,000
（災害見舞給付準備金）	200,000,000
Ⅲ次期繰越剰余金	31,429,742

（注）次期繰越剰余金には教育事業等繰越金22,000,000円を含む。

〈付帯決議〉

利用分量に応ずる割戻しの方法

利用分量割戻金は、火災共済契約1口につき200円とし、消費生活協同組合法第52条2項（剰余金の割戻しに関する規程）ならびに定款77条の規定により、当該各組合員の出資金に繰り入れるものとする。

平成30年の大規模災害と支払い金額　【表3】

災害名	主な摘要地域	延べ件数	金額（円）
平成30年2月4日からの大雪	福井市ほか	66	2,869,000
平成30年大阪府北部を震源とする地震（6月18日）	大阪市ほか	50	1,548,000
平成30年台風7号及び前線等に伴う大雨 平成30年7月豪雨による災害	安芸市（高知県）、鳥取市、広島市、岡山市、福知山市、豊岡市、今治市、高山市ほか	103	4,729,409
平30年台風21号	大阪市ほか	607	18,795,672
平成30年北海道胆振地方中東部を震源とする地震（9月6日）	北海道全域	343	17,614,617
平成30年台風第24号	静岡市ほか	266	9,804,384

交通災害共済50周年特別表彰上位組合

●【増加口数】

順位	組合名	支部名
1	高　松	高　松
2	埼玉東	埼玉県
3	津　山	岡　山
4	三重県（尾鷲熊野）	東　海
5	福岡県	福　岡
6	三重県（津・伊勢）	東　海
7	南　信	上信越
8	出雲（本部）	広　島
9	三　崎	神奈川
10	新　潟	上信越

●【増加口数率】

順位	組合名	支部名
1	三　崎	神奈川
2	三重県（尾鷲熊野）	東　海
3	秋田県（鹿角）	東　北
4	南北海道（寿都）	札　幌
5	山梨県（都留）	山　梨
6	迫	東　北
7	高　松	高　松
8	大分県（国東）	熊　本
9	豊　前	福　岡
10	長野県（佐久）	上信越

●【平均口数】

順位	組合名	支部名
1	宮城県（気仙沼）	東　北
2	唐　津	福　岡
3	前橋（沼田）	上信越
4	大分県（日田）	熊　本
5	北北海道（名寄）	札　幌
6	新潟（新発田）	上信越
7	高崎（渋川）	上信越
7	三　崎	神奈川
9	秋田県（鹿角）	東　北
9	高　田	上信越

※カッコ内は組合支部名

平成30年度年間表彰上位組合

◆火災生命共済

順位	組合名	支部名
1	杵　築	熊　本
2	太　田	上信越

◆交通災害共済

順位	組合名	支部名
1	高　松	高　松
2	津　山	岡　山
3	埼玉東	埼玉県

交通災害共済50周年特別表彰受賞組合に聞く

生協本部事務局では、今回受賞の増加口数一位の高松組合・高木孝司副理事長、増加口数率一位の三崎組合・小牧貞仁理事長、平均口数一位の宮城県組合気仙沼支部・菅原俊朗支部長に日頃の取り組みを伺った（文中・敬称略）。

理解と協力を得ることが出来た全店訪店

高木・高松組合副理事長

小牧・三崎組合理事長

菅原・気仙沼支部長

事務局　それぞれ一位となった秘訣は何ですか。

高木　組合と組合員との接点が密接なのが我が組合の強み。職員全員が手分けして各店舗を訪店し、事前に加入データを確認の上、それをもとに増口をお願いしています。香川県は交通事故発生率が不本意ながら全国上位だから、組合員の関心も高い。「共済に加入していてよかった」の声を励みに、事例をあげながら年間掛金1口400円を強調し、「お守りの代わりに一口加入を」との勧誘がかなり効果的だったようです。

小牧　6年前に理事長に就任して以来、2件の死亡事故があり、満額給付事例に関心が高まりました。また、金銭的に負担の少ない交通災害共済ですから加入勧奨に注力した。私自身が全店を訪店して声掛けしたところ、組合員が気持ちよく増口に応じてくれました。何よりも廃業された方も継続組合員として加入してくれたことがうれしい。

菅原　東日本大震災の被災で共済に対する認識が深まりました。とくに、全国組合員からの義援金は、組合員の感銘を与え、「私たち仲間の共済」との意識が広まったことも一因だと思います。組合役員はもちろんのこと、大店舗では従業員も加入してくれました。職員の全店訪店の頑張りのお陰です。

事務局　今後の取り組みは?

高木　今年度も頑張り、優秀組合になれるよう組合役職員ともども精一杯努力したい。

小牧　近い将来に我が組合は統合します。今回、三崎組合としての名を残せたことはよかった。これからも組合員から「組合に加入していてよかった」といわれる組合にしたいですね。

菅原　交通災害はいつ起きるか全く分からないから共済加入は必要です。更なる増口活動に取り組みたい。

連合会総会から

全国21連合会の2019年度通常総会が終了したが、ここでは2連合会の事業計画の要点のみを紹介する。

◆施行細則の内容を注視

東京都連合会（水谷章道会長：5月24日）＝事業計画には（来年4月の東京都受動喫煙防止条例の全面施行に向けては、施行細則の内容を注視するとともに、条例の拡大解釈や過剰運用による行き過ぎた喫煙機会の喪失など、業界・愛煙家に過度な不利益にならぬよう、都議会自民党「たばこ推進政策研究会」などへの働きかけを強化する）など。理事・監事補選では、新理事に中野淳一氏（東京東部組合理事長）、田川雅彦氏（連合会事務局長）、新監事に小池博氏（員外）が選任された。なお、来賓の東京財務事務所、たばこメーカー3社、TSネットワークの代表者及び中川雅治・丸川珠代参議院議員、都議会自民党「たばこ推進政策研究会」の秋田一郎幹事長が挨拶した。

◆諸活動の積極的推進

神奈川県連合会（横田圭二会長：5月21日）＝事業計画には、（たばこ業界を取り巻く厳しい情勢認識を共有し、組合員とのコミュニケーションを強化する。組合員、愛煙家、社会貢献のための活動では、引き続き対面販売の再活性化、喫煙場所確保、規制強化へ対応、未喫防止・美化活動等の諸活動を積極的に推進する）など。なお、来賓にはJT神奈川支社、TSネットワーク代表者など多数が列席した。

―全日本たばこ販売センター定時株主総会―

総売上高は前期並みに　配当は1株当たり50円

㈱全日本たばこ販売センター（横田圭二社長）の第61回定時株主総会が5月28日に開催された。

第1号議案の「第53期（2018年度）事業報告及び計算書類承認に関する件」では、貸室部門・業務部門の当期総売上高は2億5410万円（前期比0.7％減）と前期並みとなり、法人税などを控除した当期純利益は6113万円（同1.4％減）とする業績結果が承認された。なお、貸室部門は売上高2億2946万円（同0.1％減）の微減だった。

第2号議案の「剰余金の処分承認に関する件」では、普通株式1株当たりの配当金は前期と同額の普通配当50円（総額2千万円）、その他3千万円を修繕積立金とするなどが承認された。

第3号議案「退任取締役の退職慰労金に関する件」も原案通り承認された

第879号　2019年6月25日（火）　全国たばこ新聞　（月1回25日発行）　（12）

『環境美化』『マナーの啓発』など たばこ組合の地域社会への貢献活動

全協主導で2004年（平成16年）度より行われている全国統一美化活動が、今年も5月30日から6月5日までの一週間、21連合会傘下の組合が一つになって清掃活動、喫煙マナーの啓発活動などを行い、広く社会にアピールした。この活動は、地域社会・マスコミなどからも高い評価を受けている。本紙では、期間中に活動を展開した組合の中から12組合を紹介する（なお期間中、悪天候などで順延・中止したケースもあった）。

落ち葉拾い・雑草取りなども　上信越連合会・桐生組合（群馬県）

上信越連合会（茂木英重会長）では、群馬・長野・新潟県内の49か所で、美化活動が行われた。

群馬県内では9か所で活動が行われ、このうち桐生組合（朝賀盛一理事長）では、女性部（丹羽ひさ子部長）が中心となって、総勢17名が桐生が岡公園内で美化活動と、落ち葉拾い、雑草取りなどを行った。

総勢60名がJR長岡駅周辺で　上信越連合会・長岡組合（新潟県）

同じく、上信越連合会の新潟県では27か所で活動が展開され、このうち長岡組合（三上健一理事長）では、女性部（佐藤愛子部長）が中心となって、総勢60名でJR長岡駅周辺の美化活動と、未成年者喫煙防止の啓発などを行った。

なお、活動には新潟たばこ文化愛好会の代表10名も参加した。

JR浦和駅周辺で「彩の国たばこ愛好会」も参加　埼玉県連合会・埼玉中央組合

埼玉県連合会（髙沢啓会長）では、28か所で美化活動が行われた。このうち、埼玉中央組合（髙橋隆理事長）では、女性部（藤田由美子部長）を中心に総勢14名が、JR浦和駅周辺で美化活動を行った。

なお、浦和駅では、彩の国たばこ愛好会のメンバー18名も参加し、埼玉中央組合と連携を取りながら美化活動を行った。

道の駅周辺などで雑草取りも実施　東北連合会・秋田県組合男鹿支部

東北連合会（平賀ノブ会長）では、青森・岩手・秋田・宮城・山形県内の61か所で美化活動が行われた。

秋田県組合（保坂廣樹理事長）では、12か所で行われたが、このうち県組合男鹿支部（谷口咲子支部長）は、大潟村の運動公園と道の駅周辺で、谷口支部長はじめ女性部が中心となって総勢24名が美化活動を展開した。

当日は、実施場所周辺の清掃活動のほか、雑草取りも実施、さらに、活動終了後は、参加者がグランドゴルフ（女性部主催）を楽しんだ（写真㊦）。

鶴ヶ城公園内でマナー啓発も行う　福島県連合会・会津組合若松支部

福島県連合会（渡邊直忠会長）管内では、22か所で美化活動が行われた。

このうち、会津組合（戸川兼一理事長）では、女性部（齋藤宏子部長）を中心に総勢24名が、会津若松市の鶴ヶ城（会津若松城）公園内で美化活動を行うとともに、喫煙マナー啓発のティッシュや携帯灰皿を配付した。

携帯灰皿の配付では、観光客に大いに喜ばれ、お礼に自分で撮った鶴ヶ城の写真をハガキにしたものをいただく、といったエピソードも。

JR常陸大子駅周辺などで　茨城県連合会・茨城組合大子支部

茨城県連合会（小林政弘会長）管内では、23か所で美化活動が行われた。

このうち、茨城組合（小林政弘理事長）では、大子支部（鈴木一成支部長）が、女性部（植木時子部長）を中心に総勢14名が、JR常陸大子駅周辺と国道118号沿道で美化活動を行った。

活動終了後には女性部の会合を行い、秋の日帰り旅行計画などの話題で親睦を深めた。なお、大子支部では、秋には袋田地区の皆さんと一緒に「袋田の滝」周辺の美化活動も実施している。

特集 全国統一美化活動

主役は女性部・地域に根付く地道な活動

全国21連合会傘下のたばこ組合が展開

JR鳥取駅周辺から繁華街で　東中国連合会・鳥取組合

東中国連合会（増中憲明会長）では、岡山・鳥取県内の14か所で美化活動が行われた。

鳥取県では3か所で美化活動行われ、このうち鳥取組合（米澤至明理事長）では、女性部（盛田敏子部長）が中心となって総勢21名が、JR鳥取駅周辺と市内の繁華街通りまで範囲を広げて、美化活動を行った。

JR豊後森駅などで　九州中部連合会・大分県組合玖珠支部

九州中部連合会（益田龍朗会長）では、熊本・大分県内の50か所で美化活動が行われた。

大分県では17か所で美化活動行われ、このうち大分県組合（安部純一理事長）の玖珠支部（松本真由美支部長）では、女性部（松本真由美部長）が中心となって総勢17名が、JR豊後森駅周辺から玖珠町の商店街までの通りで美化活動を行った。

総勢95名が市内中心部で　九州南部連合会・鹿児島組合

九州南部連合会（福島洋一会長）では、鹿児島・宮崎県内の29か所で美化活動が行われた。

鹿児島県では19か所で美化活動行われ、このうち鹿児島県組合（二之宮行宣理事長）では、女性部（山本幸子部長）が中心となって総勢95名（うち、組合関係は48名）が、市内中心部の天文館アーケイド街・天文館公園などの美化活動を行った。なお、「さつま紫煙の会」から27名の参加があった。

文京区役所・後楽園駅周辺で　東京都連合会・新宿文京組合

東京都連合会（水谷章道会長）では、26か所で美化活動が行われた。

このうち、新宿文京組合（塩田孝二理事長）では、女性部（秋葉由利子部長）を中心に総勢19名が、文京区の東京メトロ「後楽園」駅・文京区役所・後楽園周辺で美化活動を行った。

豊国神社参道周辺で　東海連合会・愛知県組合名古屋東支部

東海連合会（石原央会長）では、愛知・静岡・岐阜・三重県内の56か所で美化活動が行われた。

愛知県組合（大矢武理事長）では14か所で美化活動行われ、このうち愛知県組合名古屋東支部（大矢武支部長）では、女性部（宮地登志子部長）が中心となって総勢18名が、市内の中村公園内にある豊国神社参道周辺で美化活動を行った。

今回は、いつも参加するJTに加え、TSTC社（トゥルースピリットタバコカンパニー＝ナチュラルアメリカンアメリカンスピリットの販売促進会社）が初めて参加し、活動に華を添えた。

JR大阪駅の周辺で　関西連合会・大阪北組合

関西連合会（室肇会長）では、大阪府・京都府と兵庫・和歌山・奈良・滋賀県内の100か所で美化活動が行われた。

大阪府では40か所で美化活動行われ、このうち大阪北組合（大西勉理事長）では、女性部（片尾聖子部長）が中心となって、総勢45名がJR大阪駅の北口と南口周辺で美化活動を行った。なお、活動には、関西たばこ問題を考える会も参加した。

大阪北組合は期間中、JR大阪駅の他、10か所で美化活動を実施した。

円滑な支部活動の方向性を再確認
福岡県組合の「支部役員等合同会議」

福岡県組合（加藤正信理事長）は先ごろ、2017年4月の福岡県下9組合合併後、2回目の「経理担当役員・美化活動役員及び支部長合同会議」を開催した。

参加者は11支部の33名。合同会議では、合併後約2年経過したことを踏まえて、改めて円滑な支部活動を実施する上での諸問題の整理と支部活動費等の改善点について活発な協議を行い、今後の方向性を再確認した。

同組合では合併以降、旧組合（現：支部）の事務員が行っていた事務を、組合本部が一括して処理するという全面的なサポート体制をとって、支部業務を軽減させている。当初は、合併後に事務員が不在となるため、支部業務の一部を支部役員が行うとしていたことから、「無理だ」「大変だ」と懸念する声があったが、その後の業務遂行に大きなトラブルもなく、順調に推移している。

なお、支部役員の多くから「組合本部の円滑なサポートによって、各支部の固定費や人件費が削減されたことにより、事業費が増え、組合員への還元策の幅が広がった」など、合併効果を高く評価する声があがっている（**1面に関連記事**）。

合同会議で挨拶する加藤正信理事長

「環境美化」で環境大臣表彰を受賞
千葉県組合かしわ支部
地域社会から厚い信頼と高い評価

長年にわたる地域の環境美化に貢献――千葉県組合かしわ支部（鈴木馨支部長）は6月12日、環境省が提唱する、6月の「環境月間」に合わせて都内で開催された「令和元年度環境保全功労者等環境大臣表彰式」の「地域環境美化功績者表彰」部門で、環境大臣表彰を受賞した。受賞理由は、「昭和48年（1973）から駅周辺の清掃活動等を継続的に実施している」ことなど、長年にわたり地域の環境美化に尽力したこと、また、地元自治会や学校関係者等と協働したキャンペーン活動の功績などが認められたものだ。

同支部は、鈴木支部長のリーダーシップにより、美化活動のみならず、数々の社会貢献活動を継続的に実施している。平成20年（2008）7月より、「世界の子どもにワクチンを」の趣旨に賛同したペットボトルのキャップリサイクル活動を行っており、これまでのキャップ回収実績は約3万9010kg、個数にして1560万4千個（1kgは400個）にものぼる。また、数年前から社会福祉協議会に使用済み切手・ベルマークの提供や衣類などを寄付しており、地道で息の長い「たばこ組合」のボランティア活動は、地域社会から厚い信頼と高い評価を得ている。

表彰状を手にした鈴木支部長

「環境美化推進協議会会長賞」を受賞
宮城県石巻組合女性部
長年にわたる環境美化活動などで

石巻組合（四倉俊一理事長）は、2011年の東日本大震災以降、組合員の減少等により、様々な組合活動が以前のようには出来にくくなっているが、「継続は力なり」と、組合員が一体となり、精力的に様々な活動を展開している。

そうした活動の中心となっている石巻組合女性部（横山隆子部長）が、長年にわたり駅前や商店街を中心に、ゴミ拾いなどの環境美化活動を行うとともに、ティッシュなどの配付による環境美化啓発活動など（年間延べ120名余りが参加）が評価され、「環境美化推進協議会会長賞」を受賞した。

女性部の活動は、地元では評判となっており、いつも感謝や労いの言葉が掛けられ、夏の炎天下での活動では、熱中症予防の冷却グッズや塩飴などの差し入れなどもある。

表彰授与式は5月24日、石巻市環境美化推進協議会の令和元年度総会の席で行われ、石巻組合女性部の横山部長に表彰状が授与された（**写真**）。

2019ひろしまフラワーフェスティバル
「ひろえば街が好きになる運動」に参加
中国連合会・広島組合・同女性部

広島組合女性部（玖島輝子部長）は、5月のゴールデンウイークの3日間、広島市中区の平和記念公園・平和大通り一帯で開催された、「広島と世界を結ぶ平和の花の祭典：ひろしまフラワーフェスティバル」において実施されたJTの「ひろ街」に参加し、清掃活動などに汗を流した。

当日は、広島組合の伊勢榮一理事長を先頭に女性部を中心として、広島組合・中国連合会職員14名が揃いの緑色のエプロン・帽子で、大いに存在をアピールすることができた。

「ひろ街」に参加したみなさん

「たばこ屋さん目線」からの川柳

今月号の「たばこ屋さん目線」からの川柳（全協協賛）では、5月15日までに寄せられた156句の「川柳」の中から、次の5名の方の作品、6句を紹介します。

●紹介作品●

●**休憩を　「たばごだヨ」とは　秋田弁**
●**酒好み　愛煙家なれど　医者知らず**
（秋田県組合・菊地　サツ子さん）

●**たばこ屋は　老にも出来る　ご奉公**
（兵庫県龍野組合・藤原　まきのさん）

●**なぜ叩く　たばこも酒も　嗜好品**
（山口県山口組合・石川　貴美枝さん）

●**たばこ屋が　過疎集落の　灯を灯し**
（徳島県徳島西部組合・石原　恵津子さん）

●**遍路人（へんろびと）　マイ灰皿で　一休み**
（愛媛県松山組合・清水　玉美さん）

【おことわり：6月号は、紙面の都合により「たばこ屋さん目線」をお休みさせていただきましたので、今月号では締め切りを5月15日とし、16日以降の応募作品は8月号の選考対象としました】

ご応募をお待ちしています

「たばこ屋さん目線からの川柳」

●**応募対象**…全国のたばこ組合員および組合関係者
●**応募締切**…特になし
●**応募方法**…①川柳は、ハガキまたはFAXで。1回の応募は3首（3作品）まで。未発表のものに限る。応募作品の中から優秀な作品などを随時、新聞で紹介（薄謝進呈）。②写真は封筒でお願いします（写真は必ず返却致します）。掲載作品には薄謝進呈。

「あの日あの時・思い出の写真」

★応募に当たっては、住所・氏名・年齢・電話番号・所属組合名を忘れずに!!

●**応募先（問い合わせ先）**
〒105-0004　東京都港区新橋6-2-1木村ビル801　㈱アーネスト
●**FAX**…03-3432-8347
（☎03-3432-8346）

●「喫煙者率調査」の年次推移の記事を読み、昭和・平成と変わりゆく「たばこ」の歴史を、垣間見ました。長年にわたって、たばこを販売して感じていたことですが、数字を見て、改めて喫煙者の減少の推移に、思わずため息が出ました。しかし、愛煙家は不滅だと思います。愛煙家がいらっしゃる限り、「たばこ」を売り続けていく覚悟です。皆さんも頑張りましょう。
（北海道・田島　詳子さん）

●「たばこ」には、お酒・お茶・コーヒーなどと同じように、人を和ませるリラックス効果などがあると思うのですが、何故か、「たばこ」だけが悪者扱いされています。「たばこの煙が絶対嫌だ」という人もいますが、喫煙者が周囲を気遣い、「吸う人も吸わない人も共存」できるよう、上手に喫煙すれば、「たばこ」を少しは理解してくれる人も、増えるのではないかと思うのですが、いかがでしょう。
（長野県・折山　君栄さん）

●私の家（お店）の前は、小学校・中学校の通学路になっており、毎日、1000人くらいの生徒が行き来します。そして、家のすぐそばが校庭になっています。店頭灰皿を設置し、毎日、大勢の愛煙家に利用されていたのですが、場所が場所だけに、役所や学校・PTAから、何か言われる前に泣く泣く、撤去しました。その日は、とても悔しく、悲しい1日でした。
（東京都・守屋　英夫さん）

●たばこ屋は、姑の代から70年、嫁に来て50年になります。自販機を4台、店頭に置いています。もちろん、スタンド灰皿と椅子も。売り上げ確保のために、安価なたばこ、コンパクトなたばこ、珍しいたばこなど、色々と工夫して置いています。失敗もありますが、『ここにしかない』とか『コンビニにも売っていない』と、遠方から買い求めに来てくださるお客様も多く、商売冥利です。常連のお客様は年配者が多く、おしゃべりは日課で、灰皿と椅子は必需品です。お巡りさんも、週に2回は「何か困ったことは？」と訪ねてくれます。75歳のお婆ですが、誰もが気軽に話しかけてくれる『モテモテ』の看板娘（？）です。
（大阪府・安田　道子さん）

話題　新スタイルのメンソールリトル・シガー「クール・ループド・5」「クール・ループド・8」

ブリティッシュ・アメリカン・タバコ・ジャパン（BATJ）から、たばこ葉を紙状にした巻紙を使用したメンソールの爽快感が味わえる、新しいスタイルのリトル・シガー「クール・ループド・5」と「クール・ループド・8」が、6月10日より全国発売され、話題となっている。

「クール・ループド・5」と「クール・ループド・8」は、リトル・シガーとしての、たばこ本来の味わいに加え、北海道産のミントオイルを使用している他の「クール」と同様に、「クール」独自の爽やかなメンソール感も楽しめる商品であることが、評判となっているようだ。商品概要などは次のとおり。

クール・ループド・5

クール・ループド・8

■**クール・ループド・5**＝スーパースリム・キングサイズボックス／20本入り・350円

■**クール・ループド・8**＝スーパースリム・キングサイズボックス／20本入り・350円

【なお、製品名・パッケージの「5」及び「8」の数字は、「味わい」「吸い応え」の指標で、タール値を表すものではない】

頭の体操 おもしろクイズ

すでに漢字が入っているマス目の、三字熟語の空白部分（○印）を埋めて、完成させてください。2つの熟語には、同じ漢字が入ります（ヒント有）。そして、丸で囲んだⒶ・Ⓑと、Ⓒ・Ⓓと、Ⓔ・Ⓕに入る漢字を導き出して、二字熟語を3個、完成させてください。それが答です。

値千○	三○鏡	自信○	洗○台
時刻○	○気力	感Ⓔ量	張○人
時Ⓒ劇	Ⓓ字塔	中古○	○詞家
新商Ⓑ	一Ⓐ気	自立心（ヒント）	○現力
Ⓕ務署	心電図（ヒント）	所得○	○名詞

答　○○（ⒶとⒷ）　○○（ⒸとⒹ）　○○（ⒺとⒻ）

★正解者の方から抽選で10名様に3000円の図書カードをプレゼント!

【応募方法】
ハガキに**7月号**と記入の上、**答え、住所、氏名、年齢、電話、所属組合**、今月号の「**興味のあった記事**」と「**興味のなかった記事**」を明記してお送りください。**締め切りは2019年8月5日**（当日消印有効）。当選者と正解の発表は本紙2019年9月号です。
★住所、氏名等は分かりやすい字で!!

【クイズ・お便りコーナー応募先】
〒105-0014　東京都港区芝1-6-10　芝SIAビル7階
全国たばこ新聞「○○○」係　（☎03-3432-8346）

5月号クイズの正解と当選者

●正　解　ヤ マ ハ サ カ ミ チ

●当選者（敬称略）

長尾　伸（北海道・根室地方組合）　阿部　美紀（宮城県・築館組合）
坂本　可雄（福島県・平組合）　石川　佳宏（埼玉県・埼玉北組合）
溝上　功（東京都・板橋練馬組合）　田中百合子（京都府・福知山組合）
小池　朝美（新潟県・佐渡組合）　中村　章（石川県・金沢組合）
氏家　倫子（香川県・琴平組合）　諸井　京子（宮崎県・日南組合）

以上10名の方が当選いたしました。おめでとうございます。

たばこマンの岡ハ目

平成は嗜好品にとって転換期だった

◆平成を振り返ると

嗜好品にとっての「平成」時代を振り返ってみたいと思います。さて最初に質問です。

Q1　日本国内におけるたばこ販売本数が一番多かったのはいつでしょうか?
①平成3年度、②平成8年度、③平成13年度

Q2　たばこ、ビール、お茶を販売数量のピークをつけた順にならべると?
①たばこ→ビール→お茶、②たばこ→お茶→ビール、③ビール→たばこ→お茶（＊答えは文末に）

◆たばこにとっての平成

いかがでしょうか。簡単だったでしょうか?平成は、たばこにとって転換点となった時代でした。喫煙率は昭和40年（1965年）以降低下していましたが、平成になってからは喫煙環境が厳しくなり急速に低下しました。一方、国内での販売本数は、喫煙率の低下に関わらず日本の成年人口が増えたこともあり、ピークをつけたのは平成8年度（1996年度）。さらに販売代金のピークはその3年後の平成11年度（1999年度）でした。平成時代に喫煙率は減りましたが、人口が増えて、たばこの単価が上昇したことによりたばこの販売代金は20世紀末まで上昇したのです。

（＊一般社団法人日本たばこ協会HP「紙巻たばこ統計データ」から）

◆アルコールにとっての平成

国税庁の発表によるとビール（課税数量ベース）がピークをつけたのは平成6年度（1994年度）でしたが、ビール以外のアルコール飲料として、発泡酒や第三のビールが登場したことによりアルコール全体でのピークは平成8年度（1996年度）でした。アルコール飲料は多様化しておりテレビCMもたくさん出していることから販売数量も伸びているような気がしていましたが、現実は違いました。ちなみに日本の生産年齢人口（15～64歳）の人口のピークは平成7年（1995年）でしたので、大人の嗜好品（たばこ・酒）は生産年齢人口がピークをつけた前後にピークをつけたようです。

（＊国税庁HP「酒類課税数量の推移」から）

◆お茶にとっての平成

昔お茶は急須で飲むイメージでしたが、最近はペットボトルも大人気なので、きっとお茶は大人の嗜好品（たばこや酒）と違って消費が伸びているはずだと思い調べてみました。しかしお茶の消費ピークは平成13年度（2001年度）でした。平成29年度（2017年度）にはピークと比較して28%も減少しており、驚きました。日本の総人口のピークが平成16年度（2004年度）だったので、お茶はその前に消費のピークをつけたということになります。

（＊全国茶生産団体連合会・全国茶主産府県農協連絡協議会HP「茶ガイド」から）

◆平成は嗜好品にとって時代の転換点だった

これらを年代別に並べると次の通りになります。

▽平成6年度（1994年度）：ビール課税数量のピーク
▽平成7年（1995年）：日本の生産年齢人口（15～64歳）の人口のピーク
▽平成8年度（1996年度）：たばこ販売本数のピーク、アルコール全体課税数量のピーク
▽平成13年度（2001年度）：お茶の消費ピーク
▽平成16年（2004年）：日本の総人口ピーク

平成は振り返ってみると、たばこやアルコールそしてお茶の消費がピークを打った時代だったのです。それは日本の生産年齢人口が減り、総人口が減ったから当然だと。という意見もありますが、嗜好品の中でコーヒーだけは平成時代を通じて消費が増えています。これは注目すべきことです（全日本コーヒー協会HP「全国のコーヒー需給表」から）。きっと人口減少を上回る魅力がコーヒーにはあったから消費が増えたのでしょう。今月号は過ぎ去った平成を振り返ってみました。

（＊冒頭の質問の答えは、Q1が②、Q2が③です）

新・煙知故知新

たばこと塩の博物館：谷田　有史

たばこ雑学講座⑮

漫画に登場する愛煙家

映画やテレビにおける喫煙シーンについての風当たりが、ますます強くなっている。

現在放映中のNHK大河ドラマ『いだてん～東京オリムピック噺～』は、1910年～1960年代が舞台であり、時代の雰囲気を表わすため喫煙の場面も多く登場するが、これに対して公益社団法人受動喫煙撲滅機構はNHKに、「『いだてん』で受動喫煙場面が放映されたことについて、番組テロップなどで謝罪をしてください」などの抗議を申し立てたという。

この申し入れに対して世間の反応は、「そろそろ映画、ドラマなどから喫煙シーンを排除してもいい頃だ」と賛同する声も聞かれる一方、「時代背景などの描写に必要な喫煙シーンを削るのは、あまりに行き過ぎではないか」と反発する声も根強い。

さて、漫画に登場する主人公の中にも愛煙家は多いが、海外では何と言ってもポパイが代表であろう。ポパイは1929年にアメリカの漫画家エルジー・クリスラー・シーガーが生み出した主人公で、漫画を原作とした映画やテレビアニメが数多く製作されている。

物語は、ほうれん草を食べると超人的パワーを出すセーラー服姿のポパイと、その恋人オリーブを中心としたコメディで、敵（かたき）役の大男のブルートが恋人オリーブを襲う危機に、ほうれん草を一気食いしてパワーを全開、最後にはブルートを倒して恋人を救うという筋書きは誰でも知っているだろう。

そして、主人公ポパイのトレードマークがパイプであることも有名だ。自慢の力こぶとともにパイプから勢いよく吐き出される煙には、ヒーローのたくましさが表われており、古くから子供から大人まで愛されているキャラクターである。

しかし、反喫煙団体は映画やテレビにおける喫煙シーンのみならず、最近は漫画における喫煙シーンについてもやり玉に挙げ始めている。こうした風潮は、譬（たと）えて言うならば秦の始皇帝が行なった「焚書坑儒（ふんしょこうじゅ）」を彷彿させ、文化に対する行き過ぎた介入ではないかと深く憂慮する今日この頃である。

投稿　たばこ特別税とは

「たばこ」は、国鉄清算事業団等の負債支援のため、1998年（平成10年）以来、20年もの間、1000本当たり820円（20本入り1箱当たり16・4円）の『たばこ特別税』を負担させられています。

当分の間の特別な法律として創設されたのですが、今日まで、問題とされることもなく続いています。

この特別税は、1999年（平成11年）度の2735億円から、販売本数の減少により2017年（平成29年）度の1337億円へと減っていますが、約20年間の総額は、3兆5千億円を超えています。ご存知でしたか。

「たばこを吸う人も、吸わない人もそれぞれ平等に快適な旅行を」提供するための努力をせず、喫煙者に対する規制だけを強化しているのがJRです。しかも、前身である国鉄の赤字（負債）を、〝喫煙者にだけ強いる〟という不条理が、何と20年も続いているのです。

「ぼ～と、たばこを吸っている」場合ではなく、もっともっと大きな声を上げるべき時だと思うのですが。

（東京都三多摩たばこ友の会：T・K）

組合員の皆さまへ

大正製薬（株）のリポビタンDをお店で販売してみませんか。

指定医薬部外品
肉体疲労時の栄養補給、滋養強壮に。

問い合わせは所属の組合まで。

リポビタンD
㈱全日本たばこ販売センター

たばこ販売再チェック

お客様の動向で売れる商品が変わってきます！

変化を見逃さないようにしましょう！

■お客様の変化に対応できていますか？

お店を始めた頃のことを思い出してみましょう。市場調査とは言わないまでも、お店の周りにはどのような人が住んでいるのか。お店の前を通る人は男性と女性のどちらが多いのか、そして年代の分布はどうなのか。付近にはどのようなお店があるのか。などを調べた上で、来て欲しいお客様をイメージされたのではないでしょうか。別な言い方をすれば、前述のような調査をして、どのようなお客様をターゲットとするのかを決め、そのお客様のニーズを満たす商品を中心に品揃えをされたはずです。

商売を始めた頃は、当初の狙いどおりのお客様が来店し、取り揃えた商品が売れたのではないかと思います。それに安心して、変わらずに商売を続けていたらどうでしょう。以前はこの商品が売れたのに、在庫になってきた。今まで来てくれたお客様の顔が見えなくなった、などということはありませんでしたか。

それは、最初はお店がお客様を選んで商売をしていましたが、いつの間にかお店を選んでくれるお客様が少なくなったからです。その結果は売上減少となって表れます。もちろん、近くに強力な同業者が出店したためと言うこともあるでしょう。でも一番の原因は、お客様の変化に対応出来なかったからです。

■周辺の環境も、お客様も変わります

お店周辺の環境は時間とともに変化し、それに伴い当然、お客様も変わります。団地であれば最初は若い人が入居し、やがて子どもが生まれ、一時、人口は増えます。その子どもたちが、独立して他所で生活するようになれば、高齢の両親だけの生活になります。また、道路が新しく開通した、人が多く集散する施設が出来た、あるいは撤退したなどはお客様の数や属性（性別・年齢・職業等）の変化に繋がります。

それによりターゲットとしたお客様の数が減り、お客様の求めるものと、お店が提供する商品が合わなくなれば売上に影響します。お客様がどのように変化しているのかを知ろうとする「振り返り」がなく、ただ単に売れなくなった、近くに強力な同業者が出店したなどのせいにしていませんか。売れないと嘆く前にすることがあります。

■変化を感じ取り的確に対応すること

それは、これまで売れていた商品が引き続き売れているか、来店したお客様が何も買わずに出ていくことはないか、お客様に言われた商品が欠品している、あるいは取り扱っていなかったことはないか、などなどを思いだしてみて下さい。思い当たることがあれば、お客様のニーズに合った品揃えでなくなってきていると思って下さい。それが続けば客足が遠のき、売上が減少します。人口が減少してお客様の絶対数が少なくなって、売上が減少することはもちろんあります。是非、このようなことがないかどうかを振り返ってみて下さい。

周辺の環境が変われば、それに伴ってお客様の数や属性も変化します。その変化に自店の商品構成が合っているのかを考えてみて下さい。その結果で、自店のターゲットとするお客様と商品の品揃えを見直すことが必要になります。

お客様の変化を感じ取り、それに的確に対応している商店が繁盛店です。人口減少の中でも生き残って行けると思います。しっかりお客様の変化を見ましょう！

（Y・K）

じっくりと熟成された「遅摘み葉」を原料に「ナチュラル アメリカン スピリット アガット」

7月下旬より全国新発売　JT

JTでは、7月下旬より「ナチュラル アメリカン スピリット アガット」を全国で新発売する。

「ナチュラル アメリカン スピリット アガット」は、「たばこ葉本来の味わい」を広げる一つの挑戦として、収穫時期を遅らせ、畑の中で太陽と大地によってじっくりと熟成された「遅摘み葉」を使用し、力のある味わいを、確かな香り立ちとふくよかな旨みとともに楽しめる。

「ナチュラル アメリカン スピリット　アガット」は、他の「ナチュラル アメリカン　スピリット」と同じく、「100％無添加のたばこ葉」「高品質のたばこ葉のみを使用」「ぎっしり詰まったたばこ葉」が特長となっている。

パッケージカラーは、「ナチュラル　アメリカン　スピリット」の誕生の地、米国ニューメキシコ州サンタフェの、力強い夕日で真っ赤に染まった空の色「アガット」を表現している（**写真**）。

なお、期間・数量限定、一部販売店のみの販売で10本入り（定価：260円）も発売される。

商品概要などは次のとおり。

■**ナチュラル　アメリカン　スピリット　アガット**＝通常サイズ（FK）／チャコールフィルター／タール値10mg・ニコチン値1.5mg／20本入りボックス・520円

歴史ある世界的なキャメルブランドから吸い応えある「キャメル・ボックス」

7月26日より全国新発売　JT

JTでは、7月26日より「キャメル・ボックス」を全国で新発売する。キャメルブランドは、1913年にアメリカで誕生し、現在では、世界100か国以上の市場で販売されている。日本でも、キャメルブランドは、2018年に「キャメル・ライト・ボックス」「キャメル・メンソール・ライト・ボックス」を全国発売し、味・香り、そして買い求めやすい400円という価格で好評を得ている。

「キャメル・ボックス」は、しっかりとした『たばこ感』と、吸い応えのある、バランスの取れた本格的なアメリカンブレンドである。

なお、パッケージ上部の背景に「CAMEL」の文字が隠されており、シンプルながら遊び心を感じさせるデザインとなっている。商品概要などは次のとおり。

■**キャメル・ボックス**＝通常サイズ（FK）／プレーンフィルター／タール値12mg・ニコチン値1.0mg／20本入りボックス・400円

紙巻たばこ5銘柄を廃止　JT

JTは、2019年7月以降、紙巻たばこ5銘柄について、在庫売り尽くしをもって販売を終了し、廃止する。

廃止銘柄は次のとおり。

■ウィンストン・ミニ・ビター！レッド・12＝400円（タール値12mg・ニコチン値0.8mg）

■ウィンストン・ミニ・ストレート・ブルー・8＝400円（タール値8mg・ニコチン値0.6mg）

■ウィンストン・ミニ・スイート・ホワイト・ワン＝400円（タール値1mg・ニコチン値0.1mg）

■ピアニッシモ・ティモア・6＝490円（タール値6mg・ニコチン値0.4mg）＝福岡県・沖縄県限定発売

■ピアニッシモ・ティモア・ワン＝490円（タール値1mg・ニコチン値0.1mg）＝福岡県・沖縄県限定発売

7月のP.O.Pの作り方

カラーコピーでPOPを作ってみましょう。

●カラーコピーを利用して簡単にPOPを作ってみましょう！
お近くのカラーコピーで拡大コピーをプリントして、A4厚紙に貼り、切り抜きます。（コピーでわからない点はお店で相談してみてください。）

用意する道具：ハサミ、スティックのり（太めサイズ）またはスプレーのり、手芸用ボンド、定規、両面テープ、カッター

用意する材料：厚紙（あまり厚くないボール紙）A4サイズ1枚、ダンボール（5×5cmくらい）1枚、

この点線内を200%（A4サイズ）に拡大カラーコピーします。

作り方と陳列

手作り POP講座
店頭演出で集客アップ!!
タスポはインターネットでお申込みOK!
Design: イザ・デザイン