◆主要ニュース◆

●定価改定のまとめ買い促進対策・「まとめ買い」のお客様は固定客化につながる‼・5連合会の同一デザインPOP……2面
●特集:「プルーム・エックス」とは?:スティック3銘柄が新登場……3面
●3連合会管内で20歳未満喫煙防止啓発イベント・新煙故知新㊴・「人は、なぜたばこを吸うか」③……5面
●「新500円硬貨は使用できません」――全協がステッカー配付・栃木県連合会と栃の葉組合がのぼり旗作製・日本医師会の会員喫煙率調査・話題・JTの新商品……6面
●たばこ屋さんのハタラキ⑥・おもしろクイズ・江戸川柳と嗜好品⑤・投稿……7面
●お便りコーナー・「たばこ屋さん目線」からの川柳・思い出の写真・投稿・手作りPOP講座……8面

全国たばこ新聞

2021年9月 September 第905号

■発行元/全国たばこ販売協同組合連合会
〒105-0014 東京都港区芝1丁目6番10号
芝SIAビル7階　TEL.03(5476)7551
■企画編集責任/株式会社アーネスト
〒105-0004 東京都港区新橋6-2-1
木村ビル801　TEL.03(3432)8346

組合員のみなさまへ

たばこ税の「手持品課税」について

手持品課税は令和3年10月1日（金）の所持数量に基づき行われます。

たばこ税の「手持品課税」は、令和3年10月1日（金）午前0時現在において、販売用のたばこを合計2万本以上所持するたばこ販売業者の方に対して行われます。所持する販売用のたばこが合計2万本未満の場合には、申告・納付は不要です（参考:2万本=1,000箱=100カートン）。

納税申告書の提出期限は令和3年11月1日（月）です。

「手持品課税」の対象となるたばこ販売業者の方は、令和3年11月1日（月）までに、「たばこ税等の手持品課税納税申告書」を作成・提出してください。提出期限を過ぎますと、加算税又は加算金が課される場合がありますので、期限内の申告をお忘れにならないようご注意ください。

また、申告書は、地方たばこ税の申告書を含め、次の宛先に一括して郵送提出してください。

- **内部事務のセンター化対象となっている税務署へ提出する場合:センター宛**
- **上記以外の税務署へ提出する場合:税務署宛**

なお、内部事務のセンター化については、国税庁ホームページをご確認ください（「**国税庁　センター化**」で検索）。

納付期限は令和4年3月31日（木）です。

申告書の提出期限から納付期限まで5か月間ほど期間が空きます。納付期限を過ぎますと、延滞税又は延滞金が課される場合がありますので、期限内の納付をお忘れにならないようご注意ください。

「加熱式たばこ」や「葉巻たばこ」の「紙巻たばこ」への本数換算について

「加熱式たばこ」や「葉巻たばこ」の「紙巻たばこ」への本数換算に当たっては、国税庁ホームページに掲載予定の「加熱式たばこの簡易換算表」及び「主な葉巻たばこの簡易換算表」をご活用ください。

★　★　★

「手持品課税」についてのお問い合わせは、最寄りの税務署、都道府県税務課・県税事務所又は市区町村税務課までお尋ねください。また、国税庁ホームページや総務省ホームページにも、「手持品課税」に関する情報が掲載されています（「**令和3年10月　たばこ税手持品課税**」で検索）。

JTのたばこ税増税等に伴う小売定価改定認可

紙巻たばこは40円・30円・10円アップ

10月1日から実施　リトルシガーは税水準の見直しで大幅増

JTでは、来る10月1日に実施される1本当たり1円のたばこ税増税に伴い、7月30日に加熱式たばこ等を除く紙巻たばこ、リトルシガー等173銘柄についての小売定価改定を財務省に認可申請し、8月13日に申請通りに認可を受けた。内訳をみると、主な紙巻たばこ1箱20本入りの値上げ幅は40円、30円だが、「キャメル」ブランド8銘柄のみは増税分を下回る10円となっている。また、軽量な葉巻たばこ（リトルシガー）は紙巻たばこと税率が同水準となるため、主な銘柄で100円、110円と値上げ幅が大きくなっている。新定価は10月1日から実施される。なお、BATJ、PMJもJTに続いて小売定価改定の認可申請を行うが、8月18日現在で未発表である（小売定価改定関連記事2面）。

JTの小売定価改定173銘柄の認可は、紙巻たばこ127銘柄、パイプたばこ3銘柄、刻みたばこ3銘柄、かぎたばこ22銘柄の計173銘柄である（「紙巻」には後日発売予定の新製品1銘柄、在庫売り尽くしで販売終了する廃止8銘柄などを含む）。

JTでは、小売定価改定の背景・理由について〈国内市場において、成年人口の減少や高齢化の進展等の構造的要因、喫煙規制の強化等の影響により、販売数量の減少が継続し、厳しい環境にある。これらを踏まえて、今回のたばこ税増税及びリトルシガーの課税方式の見直しに際し、検討の結果、各銘柄の品質・ブランド価値を維持するために、銘柄によっては増税分以上の小売定価改定を行う〉としている。

紙巻たばこ（1箱20本入り）110銘柄の現行価格と新定価との値上げ幅を銘柄数でみると、40円が64銘柄と約6割を占め、30円が38銘柄、10円が8銘柄となっており、40円、30円銘柄は合わせて9割以上を占める。

主要銘柄では、「メビウス」34銘柄が40円アップの580円・9銘柄（スーパースリムロングサイズ）が30円アップの530円と同一ブランドで値上げ幅が異なる。「セブンスター」7銘柄は40円アップの600円、「ウィンストン」（キャスター・キャビン）は11銘柄が40円アップの540円のほか5銘柄が30円アップの530円、「ハイライト」2銘柄は30円アップの520円、「キャメル」8銘柄は10円アップの460円と低価格に抑えている。10本入りの「ホープ」と「ピース」は20本入り換算で40円の値上げである（**別表参照**）。2020年10月の定価改定では、主力銘柄の「メビウス」と「セブンスター」は50円の値上げ幅であったが、今回は40円である。

リトルシガーは18銘柄、70円～130円の値上げ幅だが、主な銘柄では、「キャメル・シガー」の8銘柄が100円アップの500円、「キャメル・シガー（スリムタイプ）」の5銘柄が110円アップの490円、「わかば・シガー」が90円アップの500円、「エコー・シガー」は100円アップの500円。

リトルシガーの値上げ幅が大きいのは、紙巻たばこの税負担率の適正化を図るため、2020年10月の税水準見直しに続き、今回2回目の見直しにより、紙巻たばこと同水準の税率に引き上げられたことが要因。2020年10月の40円～50円アップに比べ、100円～110円へと2倍強の値上げ幅となる。

主な紙巻たばこ（1箱20本入り）の改定価格

銘柄名	現行価格	改定価格	値上げ幅
メビウス34銘柄	540円	580円	40円
メビウス（100'sスリムタイプ）9銘柄	500円	530円	30円
セブンスター7銘柄	560円	600円	40円
ピース⑳など3銘柄	560円	600円	40円
ウィンストン（キャスター・キャビン）11銘柄	500円	540円	40円
ウィンストンなど5銘柄	500円	530円	30円
ナチュラル アメリカン スピリット6銘柄	570円	600円	30円
ピアニッシモ9銘柄	540円	570円	30円
ハイライト2銘柄	490円	520円	30円
キャメル8銘柄	450円	460円	10円
◆1箱10本入り銘柄◆			
ホープ4銘柄	280円	300円	20円
ピース1銘柄	280円	300円	20円

主なリトルシガー（1箱20本入り）の改定価格

銘柄名	現行価格	改定価格	値上げ幅
キャメル・シガー8銘柄	400円	500円	100円
キャメル・シガー（スリムタイプ）5銘柄	380円	490円	110円
わかば・シガー	410円	500円	90円
エコー・シガー	400円	500円	100円

2段広告

◆定価改定のまとめ買い促進対策◆
きめ細かく予約注文の獲得に努めよう

まずはお客様への積極的な声掛けを基本に!!
―リトルシガーの大幅値上げに要注意―

店頭からお客様への声掛けを!!（イメージ）

来る10月1日の定価改定は、2018年の「たばこ税増税」、2019年の「消費税率引き上げ」（8%→10%）、2020年「たばこ税増税」に引き続き4年連続となる。これまでのたばこ増税による紙巻たばこ主力銘柄の値上げ幅は1箱20本入りで40円～50円、消費税率引き上げの際は10円程度であった。

今回の9月中に必ず発生する定価改定に伴うまとめ買い（仮需要・駆け込み需要）対策は、お店にとって過去3年連続の実績などを参考に諸対策を講じることとなるが、今回の値上げ幅もメーカー戦略により一律ではない。JTの紙巻たばこは1箱20本入りで10円、30円、40円と値上げ幅が異なる。

特に注意すべき点は、リトルシガー（軽量葉巻）が紙巻たばこと同等の税負担になるように見直しされるため、100円程度の大幅値上げになることである。また、加熱式たばこも4回目となる課税方式の見直しが行われる。

お店にとっては、4年連続の「値上げ慣れ」から、「前回と同程度ではないか」と思い込んでしまうかもしれないが、お客様は、嗜好の多様化が進む一方で値上げ幅（価格）に敏感であることから、ターゲットを絞り、より一層のきめ細かな声掛けと事前周知による予約注文獲得が必要となる。

たばこは定価制であり、どのお店で買うかは、お客様の自由である。企業系小売店にお客様が流れないようにするために、一般店の最大の強みを最大限に発揮して売り損じを避けましょう。その強みとは、顔見知りの〝お客様〟との日頃の会話や交流である。また、お客様の常喫銘柄、転移銘柄を把握していることから、お客様ごとに値上げ額の事前告知とまとめ買いについて、積極的に声掛けなどの働きかけをすることが可能となる。まずは、POP等を活用しながらお客様に直接声掛けすることを基本とし、予約注文の獲得によるまとめ買い促進に努めましょう。主なまとめ買い対策のポイントは**別掲**の通り。

お店のまとめ買い対策のポイント

- ◆来店するお客様に10月1日の値上げを積極的に声掛けする。
- ◆店頭・店内に値上げ周知の手書きPOP、ポスター等を掲出する。
- ◆予約注文獲得のため独自のチラシ配付や予約注文受付けノート（銘柄名・個数・氏名等を記入）の記載依頼、もしくは予約表を手渡す。
- ◆自販機のコイン入口付近に値上げ周知のPOP等を掲示する。
- ◆通常の売上げ状況を参考にまとめ買いを見込んで発注量を決める。
- ◆こまめに在庫量を確認し、発注漏れや過剰在庫及び欠品に注意する。

「まとめ買い」のお客様は固定客化につながる!!

本紙では別掲の通り、定価改定に伴う値上げのお店の対応策として、お客様へカートン買いなどのまとめ買い促進に万全を期すよう訴えてきたが、その理由は、まとめ買いのお客様は、お店にとって安定した固定客として位置付けられるからだ。

お客様の定価改定に対する心境を考えてみよう。

値上げを機会に禁煙する人、経済的理由で節煙する人や低価格銘柄にシフトする人、値上げに関係なく継続する人などさまざまだ。

その中で、通常、カートン買いなどのまとめ買いしたお客様は禁煙するケースは少ないといわれ、現在吸っている銘柄を継続することの意思表示でもあり、値上げ後も常連客として再来店してくれる可能性が高い。

お店のまとめ買い対応を聞いてみると「今年は、新型コロナ感染拡大により、お店とお客様もマスク越しのため笑顔の会話ができず、残念ながら最小限の会話にとどめたい。お客様との意思交流が難しい面もあるが、POP広告を有効に活用したい」と話している。

お店とお客様との日頃の信頼関係をベースに、1人でも多くのまとめ買いのお客様を獲得（囲い込む）することは、今後のお店の経営安定化につながる重要なポイントとなる。

店頭POP　東京都・神奈川県・新千葉県・埼玉県・山梨県連合会の5連合会は、このほど同一デザインで『10月1日からたばこの値上げ　たばこカートン予約受付』の店頭POP（縦36㎝×横13㎝＝**写真**）を全組合員に配付した。

【たばこ増税の流れ】

2021年（今年）10月の増税は2018年度税制改正大綱の決定による。同大綱では、2018年10月1日より「1本当たり1円の税率引き上げ」を4年間で3回実施するという、段階的増税を決定した。この間、2019年10月の消費税率引き上げを含めると、2021年で4年連続の増税である。更に市場拡大する加熱式たばこについては、同大綱に「課税区分を新設した上で、課税方式を見直す」とし、2018年10月から2022年10月まで5回の課税方式の見直しが決まっている。2021年は4回目。さらに、低価格で成長著しいリトルシガー（軽量葉巻たばこ）についても2022年度税制改正大綱で「紙巻たばこと同等の税負担となるよう最低税率を設定する」とされ、2020年10月及び2021年10月と2回目の課税方式の見直しが決定している。

自民党たばこ議連　新規加入者紹介

自民党たばこ議員連盟（会長:野田毅衆議院議員）にこのほど新規加入があり、この結果、8月15日現在の自民党たばこ議員連盟の会員数は、256名となっている。新規加入の国会議員は下記のとおり（順不同・敬称略）。

●**衆議院議員**　**中山　展宏**（選挙区=神奈川県9区・選出エリア=南関東ブロック）

●**参議院議員**　**岩本　剛人**（北海道）/ **加田　裕之**（兵庫県）

広告3段

特集 「プルーム・エックス」（Ploom X）とは？

新機能等を搭載して本格的な吸い応えの追求

JTとJTインターナショナル（JTの海外たばこ事業を担う）が総力を結集して共同開発した高温加熱型の加熱式たばこ用デバイス「プルーム・エックス（Ploom X）」は、去る8月17日から世界に先駆けて日本市場で全国発売されている（本紙8月号既報）。同社が、〝最重要カテゴリー〟と位置付けた加熱式たばこ市場の一歩先を見据えて世界各地のお客様のニーズに応える〈次世代グローバル共通モデル〉として新発売したものだ。これに合わせてたばこスティック3銘柄を全国発売（別掲）し、6月16日にリニューアルした9銘柄を加えると全12銘柄となり、味・香りの好みに合わせて選択できる豊富なラインナップとなった。

次世代グローバルモデル 高温加熱型の 加熱式たばこ用デバイス

JTグループの総力を結集して開発

「プルーム・エックス」は、スタイリッシュなデザイン、優れた操作性と新発想の加熱技術など同社が保有する専門的な技術、知識、経験を結集した、自信の最新デバイスであり、同社の従来品より吸い応えを向上させた。

加熱式たばこが日本市場に新登場して5年余。喫煙に伴う健康へのリスクを低減させる可能性があることを背景に、「たばこ市場の次世代を担う」成長カテゴリーとして注目されたが、その期待に応えるように年毎に成長して2020年度の市場占有率は推定27%にまでに伸張している。大手3社の市場競争も激し激しい中で、JTが満を持して新発売した「プルーム・エックス」の主な特長は次の通り。

▼主な特長▲

◆**デザイン**　イタリア語でリボンを意味する「Nastro（ナストロ）」デザインを採用。デバイスの表面にボタンを出さずに、リボンのように切れ目がない、滑らかなアルミボディを特徴としている。

◆**新発想の加熱技術**　緻密な加熱温度コントロールに加え、空気の流れに着目した新発想の加熱技術「HEATFLOW®」（ヒートフロー：JTの登録商標）を搭載し、同社の従来品に比べ吸い応えが向上した。

◆**たばこスティック**　「HEATFLOW®」と相性のよいたばこ葉のブレンドを追求し、たばこ葉に秘められた、繊細で奥深い味わいを引き出した。レギュラー銘柄には香り高い葉肉部分「ラミナ」をブレンドしている。

◆**フロントパネルの選択**　デバイス本体に装着されているフロントパネルはマグネット式で簡単に取り換え可能。

フロントパネルは、シルバー・スレートグレイ・ウォームシルバー・セレストブルー・アマゾングリーン・ラヴァレッド・オーシャンブルーの7色のカラーバリエーションがあり、好みにあわせて選択できる（付属品以外のフロントパネルは別売り）。

◆**Bluetooth®通信機能**　スマートフォンでバッテリー残量が確認できるほか、スマートフォンとデバイスを最後に接続した場所が確認できるため、紛失時にデバイスを探すことができる。

【商品概要】

◆**内容物**　プルーム・エックス本体、クリーニングスティック、USB Type C™ケーブル
◆**カラー**　シルバー・スレートグレイ
◆**サイズ**　43.5×88.5×24㎜
◆**重さ**　約95g
◆**希望小売価格**　3,980円（税込）
◆**機能**　加熱待ち時間:約25秒、1本当たり使用可能時間:約5分、最高加熱温度:約295度
（※このほど販売終了となった高温加熱型「プルーム・エス・2.0」との比較では、加熱待ち時間は約5秒短く、1本当たり使用可能時間は約30秒長く、最高加熱温度は約55度高い）

「プルーム・エックス」用たばこスティック3銘柄が新登場

全12銘柄にラインアップ

別記の通り、8月17日より順次全国発売された「プルーム・エックス」のたばこスティック3銘柄は、たばこ葉の中でも香り高い葉肉「ラミナ」を丁寧にブレンドし、深みある味わいを実現したレギュラータイプの「メビウス・リッチ」と、透きとおる爽快感が愉しめる「メビウス・メンソール・フレッシュ」、そして、コクのある香ばしい味わいが愉しめるレギュラータイプの「キャメル・リッチ」である。3銘柄の商品概要等は次のとおり。

メビウス・リッチ・プルーム・エックス・プルーム・エス用

メビウス・メンソール・フレッシュ・プルーム・エックス・プルーム・エス用

キャメル・リッチ・プルーム・エックス・プルーム・エス用

◆**メビウス・リッチ・プルーム・エックス・プルーム・エス用**＝内容物：たばこスティック20本／喫味：レギュラータイプ／価格：540円（税込）

◆**メビウス・メンソール・フレッシュ・プルーム・エックス・プルーム・エス用**＝内容物：たばこスティック20本／喫味：メンソールタイプ／価格：540円（税込）

◆**キャメル・リッチ・プルーム・エックス・プルーム・エス用**＝内容物：たばこスティック20本／喫味：レギュラータイプ／価格：500円（税込）

「プルーム・エックス」で使用できるたばこスティックは、6月16日にリニューアルした9銘柄に加え、全12銘柄となる。20本入り価格の内訳は「メビウス」4銘柄が540円、「キャメル」8銘柄が500円である。

なお、「プルーム・エックス」用たばこスティックは、「プルーム・エス」及びこのほど売り尽くしをもって販売を終了した「プルーム・エス・2.0」でも使用可能である。

募集締切 10/15（金）

組合員のみなさまに耳よりな情報です！

たばこ販売店総合保険のご案内

※ご加入できるのは、全国たばこ販売協同組合連合会の組合員様のみです。

同居のご家族も入れます！

お店のリスクに備えたい！

売上金の盗難

自動販売機の破損

日常生活のリスクに備えたい！

日常生活のケガ　交通事故によるケガ　自転車による賠償事故

問い合わせ先　（取扱代理店）MSK保険センター株式会社 本店営業第一部　TEL:03-3259-7902

株式会社　全日本たばこ販売センター

＊この広告は保険の特徴を説明したものです。詳細はパンフレットをご覧ください。

20歳未満喫煙防止啓発イベント

東北、新千葉県、北陸連合会管内で万全な感染防止対策等を行い実施

新型コロナの感染状況の先行きが見えない中、感染状況等を見きわめ、万全な新型コロナ感染防止対策を行った上で、7月に東北、新千葉県、北陸連合会の管内で20歳未満喫煙防止啓発活動が実施された。

東北連合会　宮城県・山形県の4か所で実施

JR仙台駅で活動を展開した宮城県組合のみなさん

JR山形駅で活動を展開した山形県組合のみなさん

宮城県組合（平賀ノブ理事長）は、7月6日にJR仙台駅西口において、山形県組合（菊地守理事長）は、7月20日にJR山形駅東西連絡通路において、そして、鶴岡組合（加藤宏昭理事長）と山形県組合新庄支部（西田修平支部長）は、7月21日にそれぞれJR鶴岡駅前とJR新庄駅前において啓発キャンペーンを実施した。

JR新庄駅における山形県組合新庄支部の活動風景

それぞれの活動では、コロナ感染防止策として「①参加者は例年の半分程度に縮小、②全員がマスクを装着、③20歳未満喫煙防止を訴えるティッシュの配布者はゴム手袋を装着、④ティッシュはかごに盛りつけ、歩行者にはかごから取っていただくよう促す、⑤ハンドマイクによる呼びかけを禁止」という中での取り組みとなった。

新千葉県連合会　JR千葉駅東口周辺で実施

JR千葉駅東口周辺で活動を展開した千葉県組合千葉支部のみなさん

千葉県組合（岩田富久司理事長）では、7月16日にJR千葉駅東口周辺において、例年より規模を縮小の上で実施した。千葉県組合千葉支部（小池寿子支部長）が中心となり、関東財務局千葉財務事務所、JT東関東支社、千葉愛煙家友の会、新千葉県連合会からの参加を得て展開された。

北陸連合会　JR福井駅西口広場で実施

JR福井駅西口周辺で活動を展開した福井組合のみなさん

福井組合（脇本行雄理事長）では、7月16日にJR福井駅西口広場において、例年より規模縮小の上で実施した。脇本理事長、坂下浩三専務理事はじめ組合員が中心となり、北陸財務局福井財務事務所、福井警察署、JT福井支店からの参加を得て、新型コロナ感染防止対策を行った上で展開された。なお、当日の模様は、福井新聞に掲載された。

新・煙・故・知・新

たばこと塩の博物館・谷田　有史

たばこ雑学講座㊴

二十一世紀・タバコの新たな使用法

タバコは1492年のコロンブスによる新大陸（アメリカ大陸）到達以降、まず旧大陸（ヨーロッパ大陸）に伝わり、その後、世界中に広まった植物である。

最初は万病に効く薬草という扱いであったが、やがて嗜好品として使用されるようになり、コロンブスの新大陸到達から二世紀が過ぎる頃には、わが国にも伝わったと考えられている。

現在もタバコは世界中で栽培され、広く人々の間で嗜好品として使用されているが、二十一世紀に入って嗜好品以外の分野で新たな使用法が模索されている。

例えばタバコの茎は通常、使い道がないものとして破棄されるが、フィリピンではタバコのパルプを使って紙が作られ、ブルガリアの研究者は、茎からセルロースを抽出し、工業的に漂白することにより品質の高い紙を作り出すことに成功している。

また別の分野の研究者たちは、タバコをバイオ燃料の原料として使用することで、石油由来の燃料の代替となる可能性を研究しているとも伝え聞く。もし、これが実現すれば電気や水素と共に、タバコを原料とした燃料で動く自動車が生まれるかもしれない。

この新種のタバコは、地中の地雷から出る二酸化炭素に触れると葉の色が緑から赤へ変化し、これにより地雷の敷設場所を特定するのだと言う。地雷除去作業は通常、探知犬や巨大な地雷除去装置などを使って数センチずつ行われるが、「地雷を探知するバイオセンサーとしてのタバコの機能は、地雷除去作業の効率化を高める」ため、この試みが成功すれば、コスト的にかなり安く済ませることができ、費用面でも利点は大きい。

そのほかにもアメリカでは、HIV（エイズ・後天性免疫不全症候群）の治療薬の製造にタバコを利用した方法を研究しているとされ、別の研究者グループは、エボラ出血熱やマールブルグ出血熱といった感染症から猿を守るワクチンを、タバコから開発したりもしている。

このようにタバコ由来のフィトケミカル（植物栄養素）の経済的有意性が高まっていて、薬・茎・成長した苗など、タバコの成長サイクルから多くの化合物が抽出できることが実証されている。

タバコ由来の自然化合物やその派出物が、医療・食品・栄養など、さまざまな分野で活用される時代が来るのも、そんなに遠くではないだろう。

さらに意外な使用法として注目されるのが、地雷探知であろう。地雷がそばにあると葉が赤く変色するタバコが、デンマークで新たに開発され、実用化に向けた試験が行われていて、成功すれば地雷の処理に悩まされている80以上の国での利用が期待される。

「人は、なぜたばこを吸うか」③

武田　良夫

〝社交する〟人間はたばこを吸う

Q　昨年亡くなった劇作家の山崎正和さん（2018年文化勲章受章）が新聞に「たばこは正統な文化であり、依存性は文化の本質的な要素である。個人の次元でも共同体の次元でも文化はいわば身に付いたクセであり、文化の産物である」と書いています（1998・5・10／毎日新聞「時代の風―たばこと文化」）。

A　山崎さんは「人間が文化的生活を送る上では〈社交〉が欠かせない」ことをテーマにした「社交する人間―ホモソシアビリス」（中央公論新社／2006年）という本を出していますが、古今東西、いつの時代でも社交の場には酒とたばこが付きものでした。

Q　内田樹・神戸女学院大学名誉教授が月刊誌（中央公論／2020・9月号）に書いている「失われる習慣―共飲・共喫儀礼によって人類が確かめてきたもの」というエッセイも興味深いですね。

A　〝共喫〟という言葉は聞き慣れませんが、アメリカ先住民や中東の水パイプの〈回し喫み〉の風習がイメージされます。わが国でも祭事などでたばこを回してお互いに火を付け、ひととき休息の時間を持つのも共喫かもしれませんし、居酒屋などでたばこを切らしたとき、隣の人から「さあ、どうぞ」と一本差し出されたり、ライターで火を付けてもらうのも共喫に含めてよいのでしょう。

内田先生は共飲・共喫儀礼について「儀礼を持たない共同体は存在しない。その儀礼に用いられるのは『分別できないもの』である。気体と液体は分別所有できないから、この儀礼において〈コモン（共有物）〉として特権的な地位を占める。だから共飲・共喫は『友愛の儀礼』として機能したのである」と書いています。

―社交する人間はたばこを吸う―（19C/ドイツ）

Q　山崎先生の「たばこ文化」論にせよ内田先生の「共喫儀礼」論にせよ、近代西洋医学が「エビデンス（科学的根拠）が得られない」として没却している、たばこの文化的・社会的な意義をあらためて強調しており、心強いですね。

A　余談ながら、過日の新聞に、1990～2020年代に国公私立大の入試問題によく出題された著者のベストテンを予備校大手の東進ハイスクールが調査した記事が載っていましたが、山崎先生が第2位、内田先生が第4位だったということです。

Q　ところで、コロナ禍でテレワークが普及してきました。たしかにそれで仕事は進むのかもしれませんが、やはり〝巣ごもり〟による問題を指摘する人が多くなりました。コロナ禍以来、DV（家庭内暴力）や虐待、うつなどの精神疾患、さらには自殺が増えたことが懸念されています。

A　前・京大総長の山極寿一さんは「オンラインは情報を共有するためには大変便利な手段だが、頼りすぎると、私たちが生きる力を得てきた文化の力が損なわれる。とりわけ、まだまだ文化的な付き合いに慣れていない若い世代から社交の機会が失われるのは大きな問題だ。社会的距離を適切に取りながらも、私たちは『集まる自由』を駆使して社交という行為を続けるべきだと思う」と書いています（2021・2・11／朝日新聞／科学季評「文化の力奪うオンライン」）。

そして、社交の場にはたばこが付きものだったのですから喫煙場所をやみくもに廃止・撤去するのではなく、いろいろな人が出会いコミュニケーションする「社交の場」として、ゆったりしたスペースの喫煙所を設置することは、多額のたばこ税を徴収している行政の社会的役割・義務ではないでしょうか。

「プルーム・テック・プラス」からエナジーラインの新フレーバーが登場！
グレープ炭酸飲料をイメージした「ポップグレープ・ミント」
8月5日より、数量限定で発売　JT

JTは、低温加熱型の加熱式たばこ用デバイス「プルーム・テック・プラス」シリーズにおいて、専用たばこカプセル「メビウス・エナジー・ポップグレープ・ミント」を、8月5日より順次、CLUB JTオンラインショップ、全国のPloom Shop及び一部たばこ販売店にて、数量限定で発売している。

メビウス・エナジー・ポップグレープ・ミント・プルーム・テック・プラス専用

同商品は、炭酸飲料で人気のフレーバーであるグレープをイメージしたたばこカプセルで、グレープ炭酸フレーバーの爽快な味わいを愉しめる。

商品概要等は次のとおり。

◆**メビウス・エナジー・ポップグレープ・ミント・プルーム・テック・プラス専用**＝内容物:たばこカプセル5本、カートリッジ1本入り／喫味:メンソールタイプ／価格:550円（税込）

全協が全組合員にステッカー配付
「新500円硬貨は使用できません」

全協では、来る11月中に市中に出回る新しい500円硬貨の対応策として、各組合を通じて全組合員に「新500円硬貨使用不可告知ステッカー」を配付する。

財務省は今年度中に2億枚の新硬貨の発行を見込んでいるようだが、現在、約50億枚の500円硬貨が流通していることから、新500円硬貨が広く一般に置き換わるには相当の期間を要するという。また、既存自販機が新硬貨に対応するためには改修作業を必要とする。

こうしたことを踏まえて、組合員が当面の間、改修しない場合の措置として、自己所有機に「新500円硬貨は使用できません」の告知ステッカーを硬貨投入口近くに貼付するもの。配付されるのは、縦110㎜×横95㎜の2枚がセット（**写真**）となっており、「たばこ」以外の自販機にも兼用できる。

なお、500円硬貨は1982年に新登場し、2000年には偽造防止対策としてデザインが変更され、今回の新硬貨は3代目である。

のぼり旗で〈元気なたばこ屋〉表示へ
―栃木県連合会・栃の葉組合―

栃木県連合会ののぼり旗

栃の葉組合ののぼり旗

当店は元気なたばこ屋です。ぜひお立ち寄りください――栃木県連合会（樽見行雄会長）と傘下の栃の葉組合（中山武理事長）は、このような願いを込めて、このほど目立つ「たばこ」の文言と「20歳未満の喫煙禁止」、「たばこは地元で買いましょう」を併記した組合名入りののぼり旗を作製・配付した。

連合会初ののぼり旗（ポリエステル大）350枚は、7月に栃の葉組合を除く各単協に、栃の葉組合ののぼり旗（綿・小）360枚は、これに先立ち6月に組合員1人当たり2枚を配付した。

新のぼり旗は、2022年4月の改正民法施行により、成年年齢が18歳以上となっても、喫煙と飲酒の禁止年齢は現行通り「20歳未満」となることから、のぼり旗の文言も従来の「未成年者」を「20歳未満」に改められた。

連合会では「昨今の売上げ不振の厳しい環境下で、意気消沈することなく、〈元気なたばこ屋〉の意志を店頭になびかせ、お店の認知度・集客力アップに役立てて売上げ増進につなげたい」と話している。

話題
たばこ耕作で廃作募集
国内需要減で10年振り

JTが7月29日、国内たばこ市場の縮小を受けて、「葉たばこ農家から廃作の希望を募る」と発表し、話題になっている。廃作を募るのは2011年（平成23年）以来、10年振り。廃作に応じる農家には、耕作面積10a当たり36万円を支払う。同日に開催された第56回葉たばこ審議会に諮問し、諮問どおりの答申を受けたことによるもの。

JTは、国内産の葉たばこは原料として不適用なものを除き、全量を買い取るように義務付けられている。国内たばこ市場は、喫煙規制の強化やたばこ税、消費税の増税などにより、販売数量が減少する中、JTとしては、中長期的な需給バランスを取るためには、協力金を支払って、農家の自主的な廃作を後押しする必要があると判断したようだ。ちなみに、2020年の面積は6080ha、人員は4340人（同年度の紙巻たばこの販売数量は988億本）。

話題
〝お医者様〟の喫煙率は?!
「第6回日本医師会員喫煙意識調査報告」より

男性医師の喫煙率は7.1％、女性は2.1％

喫煙する医師は、男性7.1％、女性2.1％――公益社団法人日本医師会（中川俊男会長）が先ごろ発表した「第6回（2020年＝令和2年）日本医師会員喫煙意識調査報告」の結果である（2019年時点の日本医師会員＝17万人余＝の中から、無作為に抽出した男性6000人、女性1500人を対象。回収率は75・9％）。

日本医師会では、「禁煙推進活動の一環として、会員への喫煙意識調査」を2000年（平成12年）より4年ごとに実施しているが、今回（2020年）の調査では、加熱式たばこの使用実態と意識についても調査が行われた。

2000年から4年ごとの医師の喫煙状況は表①のとおりで、参考として掲載した厚労省国民健康・栄養調査（調査結果は2019年の数値）による一般の喫煙者率と同様に減少傾向となっている。ちなみに、この20年間で男性医師は喫煙者率が20％減少しており、女性医師は4.7％減少している（参考の喫煙者率では19年間となるが、男性が20・3％、女性が3.9％の減少となっている）。

男女別・年代別の喫煙率

男女別・年代別の結果は表②のとおりで、男性では今回の調査で平均（7.1％）を上回っているのは20歳～39歳（9.0％）と、40歳～49歳の8.6％、60歳～69歳（8.1％）、50歳～59歳（7.5％）となっており、唯一、70歳以上だけが平均を下回っている結果となっている。

女性で平均（2.1％）を上回っているのは、60歳～69歳（3.3％）、50歳～59歳（2.3％）で、20歳～39歳では1.0％、40歳～49歳では1.3％と、平均を大きく下回っている。

診療科別の喫煙率

診療科別の喫煙率では、男性で平均（7.1％）を上回っていたのは、順に、泌尿器科（12・9％）、産婦人科（11・9％）、精神科（11・6％）、皮膚科（9.1％）、眼科（8.6％）、消化器科（8.4％）、整形外科（8.2％）、外科（8.1％）となっており、呼吸器科（4.0％）、循環器科（3.0％）では平均を下回っている。

女性で平均（2.1％）を上回っていたのは、順に、耳鼻咽喉科（6.1％）、眼科（4.9％）、整形外科（4.5％）、外科（3.7％）となっており、呼吸器科、循環器科、精神科、泌尿器科では0.0％となっている。

喫煙しているたばこ製品の種類

現在喫煙者（男性7.1％、女性2.1％）に、喫煙しているたばこ製品の種類を調査した結果では、男性は紙巻たばこが70・9％、加熱式たばこが32・7％、その他2.6％となっている。女性では、紙巻たばこが83・3％、加熱式たばこが16・7％、その他8.3％である。

男女別・年代別の調査結果は、表③のとおりで、参考として2018年（平成30年）の厚労省国民健康・栄養調査による数値を掲載した。日本医師会の調査も厚労省の調査も、男女とも年齢が高くなるにつれ、紙巻たばこの割合が高くなっている。特に女性の70歳以上では、二つの調査とも紙巻たばこが100％となっている。

【表①】日本医師会員の喫煙状況の分布（単位:％）

◆男　性

年（西暦）	非喫煙者	過去喫煙者	現在喫煙者	参　考
2000年	35.0	37.9	27.1	47.4
2004年	37.5	41.0	21.5	43.3
2008年	39.3	45.7	15.0	36.8
2012年	41.2	46.3	12.5	34.1
2016年	44.9	44.2	10.9	30.2
2020年	50.5	42.3	7.1	27.1(*)

（参考は、厚労省国民健康・栄養調査による喫煙者率。＊同調査の2020年の調査結果は未発表なので、2019年の結果を掲載。女性も同様）

◆女　性

年（西暦）	非喫煙者	過去喫煙者	現在喫煙者	参　考
2000年	84.9	8.3	6.8	11.5
2004年	87.3	7.3	5.4	12.0
2008年	88.6	6.7	4.6	9.1
2012年	88.2	8.9	2.9	9.0
2016年	91.1	6.5	2.4	8.2
2020年	90.2	7.8	2.1	7.6(*)

【現在喫煙者＝「毎日吸っている」あるいは「時々吸っている」と回答したもの。過去喫煙者＝過去に6か月以上の喫煙習慣を有し、かつ、現在喫煙者に該当しないもの。非喫煙者＝現在喫煙者と過去喫煙者のいずれにも該当しないもの】

【表②】年齢階層別の推移（単位:％）

◆男　性

年（西暦）＼年代	20-39	40-49	50-59	60-69	70以上	合 計
2000年	30.3	31.0	27.6	23.7	22.9	27.1
2004年	26.4	24.0	24.4	17.8	15.9	21.5
2008年	16.0	15.7	17.0	15.2	11.4	15.0
2012年	14.8	12.9	12.9	15.4	8.2	12.5
2016年	10.8	12.4	12.2	11.6	7.3	10.9
2020年	9.0	8.6	7.5	8.1	4.5	7.1

◆女　性

年（西暦）＼年代	20-39	40-49	50-59	60-69	70以上	合 計
2000年	4.9	7.8	7.4	5.8	8.2	6.8
2004年	6.4	5.7	6.8	0.8	4.7	5.4
2008年	4.6	6.3	3.5	5.5	2.3	4.6
2012年	2.7	2.5	2.9	5.3	1.4	2.9
2016年	2.2	2.0	1.9	3.1	3.7	2.4
2020年	1.0	1.3	2.3	3.3	2.0	2.1

【表③】男女別・年代別現在喫煙者の使用しているたばこ製品（単位:％）

◆男　性

種類＼年代	20-39	40-49	50-59	60-69	70以上	合 計
紙　巻	53.8 (60.0)	43.8 (68.6)	66.3 (76.9)	80.2 (89.5)	88.2 (98.4)	70.9 (77.0)
加熱式	46.2 (51.7)	60.4 (42.4)	37.3 (30.2)	23.4 (15.7)	15.7 (1.6)	32.7 (30.6)
その他	0.0 (1.0)	2.1 (1.6)	2.4 (3.6)	4.5 (0.5)	0.0 (0.8)	2.6 (1.5)

◆女　性

種類＼年代	20-39	40-49	50-59	60-69	70以上	合 計
紙　巻	100.0 (67.6)	75.0 (81.1)	87.5 (94.6)	75.0 (92.6)	100.0 (100.0)	83.3 (84.9)
加熱式	0.0 (41.2)	25.0 (31.1)	12.5 (14.3)	25.0 (13.0)	0.0 (3.1)	16.7 (23.6)
その他	0.0 (0.0)	25.0 (1.4)	12.5 (0.0)	0.0 (0.0)	0.0 (0.0)	8.3 (0.4)

（カッコ内は、2018年＝平成30年＝厚労省国民健康・栄養調査結果による）

頭の体操 おもしろクイズ

■数　独■

今月号のクイズも、数独（9字数独）です。タテの9マス・ヨコの9マス、そして、青い線で囲んだ9マスには、1から9までの数字が入ります。

ただし、タテ・ヨコ、青い線で囲んだ9マスには、同じ数字は入りません。

すべてのマス目に1から9までの数字を入れ、ⒶとⒷとⒸとⒹとⒺに入る数字の合計がいくつになるか、答えてください。

Ⓐ	5		4		9		2	
7	4	6				9	1	8
	9		8	Ⓑ	7	Ⓔ	6	
4		9		8			7	1
	8		7		3			
2		7	Ⓒ	9		8	5	
	7			5	8		9	
8	2	5			Ⓓ	7		6
	1		6	7			8	4

答：Ⓐ Ⓑ Ⓒ Ⓓ Ⓔ ⇨◯

★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9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2021年10月5日（当日消印有効）。当選者と正解の発表は本紙2021年11月号です。

★住所、氏名等は分かりやすい字で!! 忘れずに!

【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「クイズ」係　（☎03-3432-8346）

7月号クイズの正解と当選者

●正　解　　ナツヤマダイスキ

●当選者（敬称略）

西野美由紀（北海道・北北海道組合）　小澤　君子（岩手県・岩手県組合）
志村　敬子（埼玉県・彩の国組合）　入木千代子（神奈川県・かながわ組合）
福元　　令（静岡県・浜松組合）　岡本美津子（大阪府・大阪南部組合）
小河　廣幸（和歌山県・和歌山県組合）　滝本　啓子（富山県・富山組合）
金丸　千雪（香川県・琴平組合）　水落ち伸子（佐賀県・佐賀県組合）

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。

たばこ屋さんのハタラキ⑥

「世間の光と影―多様な効能を知る―」

旧聞に属しますが、空き巣に入りやすい地域は、自転車が放置されていたり、掲示板のポスターが古い所だそうです。緊張感のなさや他人に無関心であることがうかがわれるからです。一方、空き巣に入りにくい地域は、きちんとしたゴミ出し、躾けられた犬、外で遊ぶ子どもたちという所ですが、何よりもの特徴は道行く人々が挨拶を交わしていることだそうです。その風景こそが世間を象徴しているのです。

世間とは顔が見える人間関係の環（ネットワーク）のことで、個人・家族と国家・社会の中間にあって、社会関係をつくりあげる基盤となっているものです。親族、会社、地域、学校、サークルなど人間の関係性ごとに世間は多種多様にあります。因みに、それらは既存の人間関係であって、個人はその既存の人間関係の中に「入れてもらう」という立場にあります。

それぞれの世間には独自の秩序（序列）がありますが、共通していることは「長幼の序」という絶対的な平等原則です。さらに、共通の時間意識が流れています。「先日は有難うございました」という挨拶言葉は、過去時間の共有意識の表れです。また、「今後も宜しく」という挨拶用語は、未来時間の共有意識を表しています。

このような世間には、人間関係の遠近という特徴があります。最も近い関係をミウチといい、次にナカマ、さらに少し距離を置いた関係がタニン、その先にはアカノタニンがいます。この遠近感覚の下に、時と場合に応じてウチとソトの区別が厳格に行われます。

ソトに対しては激しい排他的感情を有しますが、ウチでは遠慮がなく、人情が支配します。甘えが自然に許される非合理の世界ですが、贈与・互酬の形式が重視されます。贈与・互酬は相互扶助の感情を生み出す有償の助け合いであり、世間に所属していることを証明する身分証明書のような性格を有するからです。

この世間には世間体という掟があります。それは共通の生活パターンと生活共同体意識をベースとして形成されたものであり、暗黙の約束として属する人々を拘束します。これがなくなると気儘な個人主義がはびこり、社会の一員という自覚がなくなってしまいます。加えて、世間では対人関係が本音と建前で行われます。このため鬱陶しく思うことがありますが、この鬱陶しさも個人の我儘を抑えて社交能力を高める働きをもつと捉えれば、人間的成長を促す頼もしさとなります。

ところで、共助意識が働く世間は、認められたいという欲望を満たしてくれる世界ともなります。人は認められることによって自分の居場所が確認でき、安心を得られます。しかし、それも身近であるが故の嫉妬や羨望を生じさせたり、また、ある時には義理に絡められた堅苦しい関係を余儀なくさせます。因みに、この関係から少し遠くなると、甘えは許されますが配慮と遠慮を働かせねばならなくなります。

忘れてはならないことは、世間は「お互いさま」と「お蔭さま」で成り立っていることです。お互いさまの精神は、人間が自然に備えている思いやりや慈しみの心が人情として発露したものであり、自分は生かされているという感謝・報恩の心がお蔭様の精神となっているのです。これらの精神が固有の文化に根ざしていることは言うまでもありません。

世間には光と影がありますが、それが多様な効能を醸し出し、人間の成長に必要とされる能力を開拓してくれます。人間は社会生活を営む生き物です。コロナ禍の影響もあって、多様なニーズに基づく人間関係が模索されている昨今に鑑みれば、世間を青少年に教える大切さが御理解いただけるのではないでしょうか。また、これこそがたばこ屋さんをはじめとする大人の役割といえるのではないでしょうか。

（目黒川　三保）

江戸川柳と嗜好品 ⑤

谷　匡輔（江戸川柳研究家）

東西を代表する茶舗・山本山と上林

「上から読んでも山本山。下から読んでも山本山」と言うキャッチフレーズが昔、テレビコマーシャルなどで流されていたことを覚えている方もいらっしゃると思う。

現在も東京都中央区日本橋二丁目に本社を構える山本山は、江戸時代から続く有名な茶舗である。その創業は、初代嘉兵衛（山本氏）が元禄三年（1690）に始めたとされる。江戸でも老舗中の老舗で、山本山に関係する江戸川柳としては、**「山本は茶にされないと越後勢イ」**や**「山本を入れて越後の菓子を出し」**などという句が拾える。

二句に詠まれた「山本」とは、川中島の合戦など、越後の虎と言われた上杉謙信との戦いにおいて、甲斐の龍と言われた武田信玄の懐刀として活躍した軍師の山本勘助を、茶舗である山本山にかけたもの。また、**「山本を入れて越後の菓子を出し」**の句は、謙信と信玄の戦いを念頭に、「お茶」と「米所の越後の菓子（米菓）」をかけてもいるのだろう。

そのほかに**「山本山て金時を茶受けにし」**という句も拾えるが、これは謡曲『山姥』に「山又山に　山めぐり」とあり、その捩りで、小豆餡の金時を配した趣向。

なお、山本山は茶のほかに現在は海苔も販売しているが、これは昭和になって九代目の山本嘉兵衛が、一年で二度の旬を味わってほしいという思いから、春が旬のお茶に加え、冬が旬の海苔の販売を始めたことによるという。

東の茶舗・山本山に対する西の茶舗は、上林である。上林は山本山よりもさらに歴史が古く、16世紀中ごろ宇治に定着した上林久重の代から有力茶師として活躍していたとされる。そして久重の子である竹庵こと政重は、徳川家康に仕えて戦功のあった武将で、のちに長兄の久茂と共に製茶業にたずさわったが、慶長五年（1600）の関ヶ原の戦いの前哨戦である伏見城籠城戦で徳川方に味方し、戦死した。その功績を認めた家康は同八年（1603）、上林一族に宇治茶の総支配を命じている。

「煮へかへる軍中て死ス茶師の忠」は、茶師でもあった上林越前守政重を詠んだ句。また、**「はたけへも手水で見舞かんばやし」**という句も拾えるが、これは徳川幕府御用の茶を育てているので、茶畑へ行くにも手を洗って行くとの意。

なお、現在の宇治茶問屋の中で唯一茶師の系統をひく上林春松家（上林春松本店）は、上林久重の三男で政重のすぐ上の兄にあたる春松が初代である。ちなみに、コンビニなどに置かれているペットボトル入り日本茶の「綾鷹」は、この上林春松本店の協力を得て開発されたものである。

投稿　今日も元気だ　たばこがうまい

富山県の神本俊子さんより、本紙4月号（3月25日発行）に掲載された、兵庫県の藤原まきのさんからの、「たばこは地元で買いましょう」という標語の「たばこは地もとで」の頭文字から、たばこ屋さんの想いなどをつづった投稿をみて、「私もやってみよう」と次のような投稿が寄せられました。

それは、「今日も元気だ　たばこがうまい」の標語の「たばこがうまい」の頭文字を上手に当てはめて作った作品です。

た たそがれや 街の灯かりの たばこ屋さん
ば 晩ご飯 まずは一服 吸ってから
こ コロナにも 逆境にも負けぬ 白寿まで
が 頑張ろう たばこ小唄を 口ずさみ
う 運動の 後のたばこは またうまい
ま また値上げ 常連客に ただ感謝
い 癒される 喫煙所見つけ 急ぎ足

★　★　★

【参　考】本紙4月号（3月25日発行）に掲載された、兵庫県の藤原まきのさんの作品。

《たばこは　地元で　買いましょう》

た たばこ屋は 年齢確認 しっかりと
ば バトンタッチ するまでと 日々願えども
こ 心から 感謝でたばこを 客の手に
は 灰皿は いつもきれいに 気持ち良く
地 地元でと 今朝もあの娘(こ)の たばこ屋で
も もう少し 待ってください 二十歳(はたち)まで
と 遠い日の 専売公社も なつかしい
で では又と 再会交わす 喫煙所

●茶道を習って数十年になります。会議室や応接室から灰皿が撤去されて久しいですが、茶道の世界では、今の茶会の席で〝煙草盆〟を持ち出します。利用されている方を見かけたことはありませんが、煙管（きせる）2本を添えて出されています。茶道は日本を代表する伝統文化です。その昔は、茶会の席に〝煙草盆、煙管、たばこ〟は、欠かせないものだったのでしょう。

（北海道・田嶋　祥子さん）

●今後、店で扱っている紙巻たばこはどんどん減っていき、加熱式たばこに移行していくのでしょう。紙巻も加熱式も全銘柄を仕入れることは出来ませんので、「どんなたばこを仕入れたらよいのか」とフィールド・マンに尋ねても「地域差があるので……」と、よくわからない様子。加熱式のグローのたばこを買い求めるお客様のために、私はコンビニでグローを買い求めて提供しています。グローを扱っている会社は、何も教えてくれませんし、営業マンの来店もありません。まだまだ、お店を続けたいと思っていますが、とてつもなく沢山ある銘柄の中から、何を仕入れ、どのように売り込んだら良いのか、悩んでいます。どなたかよい知恵があったら教えてください。

（秋田県・関谷　勇二さん）

今年の夏は雨が多かったケロ
（イラスト：新潟県・星ミユキさん）

お便りコーナー

●当店は、人通りも多く、比較的恵まれた環境にあるので、昔は、店売りは勿論、自販機でも大いに売れて、繁昌していました。しかし最近は、自販機での売り上げは減少し、店売りでの紙巻たばこの売上げも減ってきています。その一方で、加熱式たばこを買い求めるお客様が増えてきています。もっとも、近くにコンビニがあるので、厳しい競争の中、頑張っています。

（群馬県・清水　充佐子さん）

●店頭で灰皿を設置し、数時間おきに灰皿の清掃をしていますが、最近、携帯灰皿を持っている方が目立つようになり、携帯灰皿の吸い殻を設置している灰皿に捨てていく方が増えています。消火バケツのようなものもおいた方が良いのかな、と思っています。みなさん、どう思いますか。

（東京都・馬場　盛一さん）

●昔、昭和の時代に、私の家の隣に少し気難しく、怖そうな爺さんがいらっしゃいました。でも、そのお爺さんは、毎朝6時ごろ、私と顔を合わせると、ちょっと笑顔になって「おはよう」と大きな声で挨拶してくれました。その朝の挨拶がとても感じよく、いつも清々しい気分になりました。息子や娘にもこの話をし、挨拶の大切さを教えました。もちろん私も、常に大きな声で挨拶するように心掛けております。

（山口県・有馬　圭子さん）

投稿

「たばこ特別税」の廃止に向けて動き出す時

全国たばこ新聞8月号（7月25日発行）によると、1998年（平成10年）に創設され、同年の12月1日より毎年、課税されている〝20本（1箱）当たり16・4円〟の「たばこ特別税」は、今後、少なくとも40年間は課税され続けるとのこと。

国鉄（現JR）等の債務処理のため、喫煙者のみが税負担を強いられ続けている法律は、「税負担の公平性」と、「恣意的であってはならぬ」とする税の基本原則に反する悪法です。日本国憲法14条の基本原則に反する憲法違反の法律です。

財務省は、この法律が日本の税制史上に残る悪法であることは百も承知のはずです。JTを中心に、たばこ関係者が本腰を入れて、この憲法違反の「たばこ特別税」の廃止に向けて動き出す時ではありませんか。

（菊間　敏夫）

「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）は、8月10日までに寄せられた93句の「川柳」の中から、次の4名の方の作品、4句を紹介します。

◆紹介作品◆

●コロナゆえ　銘柄かえて　ワンコイン
（北海道・升　武志さん）

●打ち水や　くわえたばこに　ひぐらし鳴く
（宮城県・菊地　由晴さん）

●自販機の　お口に合わぬ　新硬貨
（大阪府・山本　珠貴さん）

●灰皿も　税に二役　ご奉公
（兵庫県・藤原　まきのさん）

奮ってご応募を

❶「川柳」
❷「思い出の写真」

●応募対象…①川柳も②写真も、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。
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】
★応募に当たっては、住所・氏名・年齢・電話番号・所属組合名の記入を忘れずに

●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
●電話…03-3432-8346
●FAX…03-3432-8347

私の思い出の写真

昔も今も女性部は……

1999年の11月に美化活動を終えて撮影した写真

今から22年ほど前、平成12年（2000年）頃は、まだまだたばこが良く売れていて、組合員のみなさんも、女性部も元気に、美化活動や交通安全週間に合わせた活動など、様々なイベントや活動に参加していました。

活動を終えた後は、みなさんでお茶をしながら意見交換、売れ筋商品の話やお店の陳列、お客様の獲得方法と常連様になっていただくための工夫など、色々な話で盛り上がりました。それは、貴重な情報交換の場であり、たばこ屋さんたちの息抜きのひと時でした。

昔の優しくて美しい女性部のみなさん（今でも美しさは衰えていません）の活発な雰囲気が漂ってくるような、懐かしい思い出の写真が出てきましたので、紹介させていただきました。

全国の女性部のみなさん、いつまでも可愛いく、優しい、美しい〝たばこ屋の娘〟として頑張りましょう。

（山口県・石川　貴美枝さん）

9月のP.O.Pの作り方

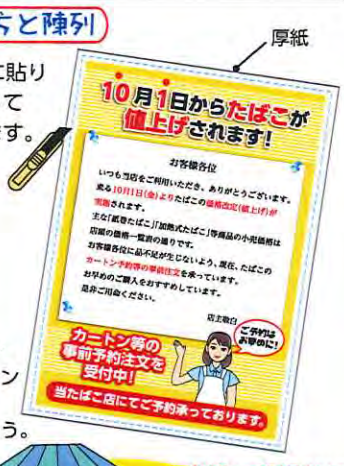
定価改定のまとめ買い促進告知ポスター
カラーコピーでPOPを作ってみましょう。

●カラーコピーで拡大して簡単に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、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。）
この点線内を 200%（A4サイズ）に 拡大カラーコピーします。

用意する道具	定規、カッター、スティックのり（太めサイズ）または スプレーのり、
用意する材料	厚紙 A4サイズ 1枚

作り方と陳列

厚紙(A4)に貼り点線にそって切り抜きます。



目立つ店頭や自販機のコイン入口付近に展示しましょう。