◆主要ニュース◆
●全協：新型コロナウイルス感染予防対策で書面による各種会議開催へ・JTの科学的な研究結果・店頭での年齢確認や財政貢献等のアピールを!!・21連合会総会日程……2面
●リトルシガー市場：大手3社が積極的に参入・新煙故知新……3面
●ニュース斜め読み・「百害あって一利なし」言説の背景を追う⑧・江戸川柳とたばこ⑧……5面
●特集Q&A：改正健康増進法の施行と喫煙場所の現状と課題・新商品紹介……6面
●たばこマンの岡目八目・おもしろクイズ・手作りPOP講座……7面
●たばこ自販機普及台数・「たばこ屋さん目線」からの川柳・お便りコーナー・投稿……8面

全国たばこ新聞
2020年5月　May第889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

全協 「喫煙目的室」のステッカー配付

たばこ販売店は「条件満たせば店内喫煙可能に!!」

4月1日に全面施行された改正健康増進法は、屋内施設がほぼ原則禁煙だが、たばこ販売店は「喫煙目的施設」に該当し、条件を満たせば店内のすべての場所及び一部の場所で喫煙できる。全協では、「喫煙目的室」設置の当該店に標識掲示義務があることから、組合員へのサポート策の一環として、「喫煙目的室」表示の特製ステッカー（A4サイズ：写真）を連合会及び単位組合を通じて全組合員対象に配付する。ステッカーは、①店内すべてを喫煙可能とした場合②店内の一部を喫煙室とした場合――の実情を想定し、お店の入口、喫煙室の入口にも貼付する2種類をセットにしたものだ。

「喫煙目的室」の出入口の見やすい場所に標識掲示義務

たばこ販売店の店頭スタンド灰皿と店内喫煙可能の「喫煙目的室」設置は、お店にとっては〝鬼に金棒〟であり、常連及び一見のお客様にとっても朗報となる。ただ、お店には、次のような主な施設条件をクリアする必要がある。

①喫煙できる場所があること②たばこの対面販売又は喫煙器具を販売していること③陳列棚のうち、たばこ又は喫煙器具の占める割合が約5割を超えること（一般的なコンビニは該当しない）④設備を設けて客に飲食をさせる営業を行っていないこと⑤店内の全部を喫煙目的室（喫煙可能）とした場合は、主な出入口の見やすい場所に喫煙目的室であることの標識（ステッカー等）を掲示すること⑥店内の一部が喫煙目的室（店内喫煙室）の場合は、お店の入口に標識を掲示及び喫煙目的室の入口に表示を掲示すること⑦喫煙目的室には「20歳未満の立ち入り禁止」を表示すること。

今回、全協が配付するステッカーには、前記の①、⑤、⑥、⑦を表示するとともに、たばこ組合のロゴマークと、「加熱式たばこを吸うことが含まれます」の文言が付記されている。

◆**「喫煙目的施設」とは？**＝多数の者が利用する施設のうち、喫煙をする場所を提供することを主目的とする施設で、具体的には①店内で喫煙可能なたばこ販売店（条件別掲）②喫煙を主たる目的とするバー・スナック等（たばこの対面販売〈出張販売を含む〉をしており、主として〈通常主食と認められる食事〉を提供していないこと）③公衆喫煙所（屋内の全部を専ら喫煙をする場所とする施設）――の3つの施設が対象である。

◆**たばこ店の施設適用**＝たばこ販売店が「喫煙目的施設」となったのは、全協・全国政治連盟の各方面への働きかけにより実現したものだ。全協は、2018年10月24日に開催された自民党たばこ議員連盟（野田毅会長）総会において、改正健康増進法の施行に伴う政省令に関して、「喫煙目的の定義については、たばこの販売許可を取得している施設を喫煙目的施設として取り扱ってもらいたい」と強く求めるなど、数々の要請活動を展開した。

地方たばこ税を活用した分煙環境整備も訴えよう!!

店頭・自販機用たばこ税周知ステッカー配付

店頭から地方たばこ税の財政貢献と税を活用した分煙環境整備を訴えよう!!――全協では、今年度も店頭・自販機貼付用の「たばこ税周知ステッカー」（A4サイズ：写真）を全組合員に配付する。今年度のステッカーは、〈地方たばこ税を活用した分煙環境整備〉を地域社会にアピールする重要な意味を持っている。

全協をはじめたばこ業界が、かねてより関係方面に強く要望していることのひとつに、自治体が地方たばこ税の一部を喫煙所整備などに活用する全国的な制度ルール作りがある。その結果、「令和2年度税制改正大綱」には「地方公共団体が積極的に屋外分煙施設等の整備を図るよう促す」との今後の方向性が明示された。

これを受け、総務省が去る1月23日に各都道府県及び、各指定都市に対して「受動喫煙対策や地方たばこ税の安定的な確保の点から屋外分煙施設等の整備を図るため、積極的に地方たばこ税の活用を検討していただきたい」旨の事務連絡を行った。

今年度は、地方たばこ税を活用した分煙環境整備への動きが具体化しつつある。組合組織も既に自治体の首長や議員等に陳情や要望等を行っているが、それを後押しするためにも店頭でのステッカーなどを活用した財政貢献周知などの草の根運動が不可欠となっている。

全協が書面による臨時総会を開く

新型コロナウイルス感染拡大防止策

全協では3月25日、書面による臨時総会を開催し、2020年度の「事業計画」「予算書」「賦課金額及び徴収方法」などの議案をすべて原案通り可決決定した。

今回、書面による臨時総会としたのは、新型コロナウイルスの感染拡大防止対策の一環である。

また、政府が4月7日にコロナ対応の「緊急事態宣言」を発令したことに伴い、全国21連合会及び傘下単位組合は、4月、5月に開催予定の2020年度定時総会を書面総会に切り替えることや、組合の年間恒例活動でもある環境美化活動の延期も検討している。

なお、全協では、4月23日に開催の理事会、連合会長会議も書面による会議となっている。

（関連記事2面）

2段広告

4月、5月の各種会議は『書面による開催を基本とする』ことを決定
新型コロナウイルス感染症対策で――全協

4月7日、政府の新型コロナウイルス感染症対策本部（本部長＝内閣総理大臣）では、新型コロナウイルス感染症について、国民の生命及び健康に著しく重大な被害を与える恐れがあり、全国的かつ急速な蔓延により国民生活に甚大な影響を及ぼす恐れがある事態が発生したと認め、新型インフルエンザ等対策特別措置法第32条第1項の規定に基づき「新型コロナウイルス感染症緊急事態宣言」を発令した（実施期間：2020年4月7日～5月6日、実施区域：埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県・大阪府・兵庫県・福岡県）。【4月25日現在、実施区域は全国に拡大された】。

こうした状況の中、全協では4月8日、各連合会に対し、「4月、5月は、組織としての重要な会議が予定されているが、最新の新型コロナ感染状況、政府・自治体の要請等を踏まえつつ、『三密（密閉・密集・密接）』を避け、会議参加者の安全第一の観点より、4月、5月に予定されている一連の各種会議については『書面による開催を基本とする』ことを決定した」と通知した。

なお、全協では、4月23日に開催の理事会、連合会長会議も書面による会議となっており、5月26日に開催予定の全協通常総会、および27日開催予定であった生協総代会は、1日前倒しの26日開催とし、書面による開催が基本となる方向である。なお、27日に予定されていた全協集会については、中止の見通しとなっている。

全協では3月27日、全国中小企業団体中央会からの、「新型コロナウイルスの感染拡大を踏まえた中小企業組合の総（代）会の対応（書面による議決権の行使などにより、会議などに参集する出席者を出来るだけ少なくすることなど）」に関する要請について、各連合会に通知している。

2020年度の全国21連合会の総会日程は次の通り。

◆茨城県連合会＝4月28日◆福島県連合会＝5月12日◆東北連合会＝5月13日◆四国連合会＝5月13日◆東中国連合会＝5月14日◆南四国連合会＝5月14日◆神奈川県連合会＝5月19日◆北海道連合会＝5月21日◆上信越連合会＝5月21日◆山梨県連合会＝5月21日◆東海連合会＝5月21日◆関西連合会＝5月21日◆中国連合会＝5月21日◆九州中部連合会＝5月21日◆栃木県連合会＝5月22日◆新千葉県連合会＝5月22日◆東京都連合会＝5月22日◆九州南部連合会＝5月22日◆北陸連合会＝5月25日◆九州北部連合会＝5月26日◆埼玉県連合会＝6月10日

なお、本年度は、全協通常総会、生協総代会は、いずれも開催は5月26日となり、全協集会は中止の見通し。

店頭での年齢確認の徹底や財政貢献等のアピールを!!

全協2020年度の事業計画等については、本紙4月号2面に詳報しているが、その中で特に、組合員の日常活動において、お客様や地域社会にアピールするポイントは4項目（イラスト参照）である。

年齢確認の徹底＝店頭での対面販売時において20歳未満と思われるお客様には年齢確認のため、必ず証明書の提示を求めること。

財政貢献のアピール＝地方たばこ税は、自治体にとって地元の暮らしを支える貴重な財源である。たばこ税周知ステッカー（**1面掲載**）を貼付して、たばこ税の財政貢献を人々に訴えよう。

タスポの普及＝たばこ自販機は、お店にとって有力な販売手段ある。その活用促進には、タスポの普及が不可欠である。普及促進を積極的に展開しよう。

環境美化活動＝組合主催の社会貢献活動の一環である美化活動には、仲間を誘って積極的に参加するとともに、仲間同士の絆を強めよう（適切な時期に）。

21連合会の総会日程

「プルーム・テック使用者」のたばこ関連疾患指標値は「非喫煙者」に近い!!
―JTの科学的な調査・研究結果―

4月1日の改正健康増進法の施行により、加熱式たばこは、〝現時点の科学的知見では、受動喫煙による健康影響は明らかでない〟とのことから経過措置として、屋内加熱式たばこ専用喫煙室での飲食を可能とした。いわば、グレーゾーンの扱いだが、その真偽を確かめる科学的な調査・研究が進んでいる。

JTでは、これまで加熱式たばこ、プルーム・テックの健康リスク低減に関する科学的な調査・研究を実施しており、2018年11月には「プルーム・テック使用時の体内に取り込まれる健康懸念物質量（曝露量）の低減」などの科学的なデータや知見を公表している。その一環として、3月26日には「プルーム・テック使用者の生体影響に関する調査・研究結果」を発表した。

調査は、喫煙に関連する疾患（虚血性心疾患や慢性閉塞性肺疾患）との関係が報告されている生体指標値について「プルーム・テック使用者グループ」（259名）、「紙巻たばこ喫煙者グループ」（100名）、「非喫煙者（たばこ製品及びニコチン含有製品を使用した経験がない人）グループ」（100名）を対象に実施した。

その結果は、測定したすべての生体指標について、「プルーム・テック使用者グループ」の値は、紙巻たばこ喫煙者の値と顕著に異なり、「非喫煙者グループ」の値に近いことが分かった。

JTでは「プルーム・テックの使用により、紙巻たばこの喫煙に伴う健康へのリスクを低減させる可能性を示した」とコメントしている。

●社名変更　紙巻たばこ「ウエスト」、電子たばこ「マイブルー」で知られる、インペリアル・タバコ・ジャパン株式会社は、4月1日に「**インペリアル・ブランズ・ジャパン株式会社**」に社名を変更するとともに、オフィスを下記に移転した。

記

●移転先
〒105-0001　東京都港区虎ノ門2-10-4
オークラ プレステージタワー 10階

広告3段

注目のリトルシガー市場 大手3社が積極的に参入

価格帯「330円～360円」に勝る満足感の提供へ

今、最も注目されているのはリトルシガー市場である。リトルシガーは、巻紙に「シートたばこ」（タバコ葉の細粉を紙状にしたもの）を使用したものだ。最大の特徴は、葉巻に分類されしかも軽量であるため税金が相対的に低いことから主力紙巻たばこに比べ約3割減の低価格を実現している。JT・BATJそしてこのほど新たに参入したPMJの大手3社は、「330円～360円」価格を軸に、節約志向のお客様へのアプローチを強めており、新たな市場を構築しつつある。

◆ブランドのファミリー化

価格面では、「ゴールデンバット」2銘柄の280円を除き、330円が5銘柄、340円が2銘柄、350円が1銘柄、360円が13銘柄（販売予定含む）となっている（**左表参照**）。この30円の価格差に3社の戦略があるようだ。また、各社とも紙巻たばこのブランド知名度を生かしたファミリーを形成している。JTは来る5月1日発売予定の3銘柄含めてキャメルブランドが8銘柄、BATJはクールブランドが4銘柄、ラッキー・ストライクブランドが4銘柄、PMJはフィリップモリスブランドが3銘柄である。

◆「紙巻」並みの布陣に

銘柄仕様は、全銘柄がフィルター付きだ。「ゴールデンバット」、「わかば」、「エコー」はソフトパック、それ以外はボックスタイプのキングサイズである。お客様に支持される要素に価格以外にフレーバー（味・香り）がある。各社とも「たばこ本来の味わい」、「吸い応え」、さらには「メンソール」については「爽快感」、「すっきりした味わい」を高めるため、カプセル搭載やスーパースリムタイプなど、さまざまな機能・特徴が付加されており、価格に勝る「満足感」の提供に向け、有力紙巻たばこ並みのラインアップに近づきつつある。

◆購買動機を考えよう!!

リトルシガーは前述の通り、葉巻たばこに分類されるため、タール・ニコチンの表示義務はない。お客様からすれば、ブランド名のレギュラー・メンソール・ライト・ウルトラ・スリム・スーパースリムなどから推測するしかない。

では、店頭におけるお客様の選択（購買）基準とは、①価格②紙巻たばこから転移の場合は、これまでの常喫ブランド名の商品にする③パッケージデザインや個装の形状から判断する④好みのフレーバーから判断する――などのさまざまな購買動機が考えられる。

お店での販売促進・お客様サービスは、銘柄群ごとの目立つプライス表示、お客様の興味に沿った商品特徴の説明（アドバイス）をすることが必要といえよう。

（関連記事：6面）

3社のリトルシガー 一覧表（各銘柄とも20本入り）

（2020年4月27日現在）

【JT】銘柄	価格	発売月
ゴールデンバット・シガー（※）※ゴールデンバット2銘柄は北海道限定発売	280円	2019年2月
ゴールデンバット・シガー・メンソール（※）	280円	2019年2月
わかば・シガー	360円	2019年9月
エコー・シガー	350円	2019年9月
キャメル・シガー・ボックス	360円	2019年12月
キャメル・シガー・ライト・ボックス	360円	2019年12月
キャメル・シガー・メンソール・ボックス	360円	2019年12月
キャメル・シガー・メンソール・スリム	330円	2020年3月
キャメル・シガー・メンソール・ライト・スリム	330円	2020年3月
キャメル・シガー・ウルトラライト・ボックス	360円	2020年5月予定
キャメル・シガー・メンソール・ウルトラライト・ボックス	360円	2020年5月予定
キャメル・シガー・メンソール・ライト・ボックス	360円	2020年5月予定
【BATJ】銘柄	価格	発売月
クール・ループド	360円	2019年6月
クール・ループド・プラス	360円	2019年6月
ラッキー・ストライク・フィルター・シガリロ・ブロンズ	360円	2019年8月
ラッキー・ストライク・フィルター・シガリロ・ブラック	360円	2019年8月
クール・ループド・サングリア	360円	2020年3月
クール・ループド・トロピカル	360円	2020年3月
ラッキー・ストライク・フィルター・シガリロ・ライト	340円	2020年3月
ラッキー・ストライク・フィルター・シガリロ・メンソール	340円	2020年3月
【PMJ】銘柄	価格	発売月
フィリップモリス・ロードスター	330円	2020年3月
フィリップモリス・ロードスター・メンソール	330円	2020年3月
フィリップモリス・ロードスター・ミックス	330円	2020年6月予定

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㉔

たばこの効用を見直そう!!

この記事を書いている時点で、中国・武漢で最初に発症したとされる新型コロナウイルスに対して、わが国をはじめ各国が必死になって封じ込めの対策に努めている。そのような中、海外では外出禁止措置による運動不足、さらに自宅に閉じこもっているというストレスから、いつもより食事や菓子を取り過ぎて体重が増えてしまったという話を聞く。

もともと肥満による弊害は先進国では国民的課題であり、男女を問わず肥満防止のために躍起となっている。そのためにジョギングをはじめ、スポーツジムでのストレッチングや水泳など、体重管理に日々努めている人びとを見かけるが、外出禁止や運動施設の閉鎖で、こうした運動はままならず、肉体的にも精神的にも負担が掛かっているという状況である。そうした中、たばこが持つ効用に目を向けてみたい。

アメリカでは、ハムスターを使った「たばこと肥満防止」に関わる興味深い実験が行われていて、それによると生後二か月のハムスター150匹を二つのグループに分け、一方に一日十分間、煙を浴びたグループのほうが全体的に軽く、これが長生きの要因になっていたという。即ち、たばこの煙が体重を抑えるのになんらかの作用を果たしていると、実験は報告している。

この他にも、ニコチンの薬理作用が肥満防止に関係しているという説もある。

つまり、ニコチンが血液中に入ると、その作用で血糖値が上がり、その結果一時的に空腹感が緩和され、食べ過ぎを抑えるという説である。事実、たばこを止めたら太ったという話はよく聞く。これは口寂しさで飴や菓子などを絶えず口にして、ということもあろうが、それだけではなくて、ニコチンがもたらす作用がなくなり空腹感が増した結果、つい菓子などに手を出してしまうこともあるのだろう。さらにたばこには昔から、人の心を和ませ、ゆとりを持たせ、精神を安定させる効果があると言われる。

去る4月1日から受動喫煙対策を強化する改正健康増進法が全面施行されたが、単純に喫煙の害だけを報じるのではなく、たばこが持つ効用についても改めて考えてみるべきではないかと思う、今日この頃である。

3段広告

飲食店 喫煙者

「改正法施行」と「コロナショック」の二重苦

望まない受動喫煙を防止することを目的とした改正健康増進法が、さる4月1日に全面施行された。改正法は、もともと「煙のない五輪」を見据えて策定されたものだが、新型コロナウイルス（以下、コロナ）の影響で東京五輪・パラリンピックが1年延期された。それに追い討ちをかけたのが、戦後最大の危機といわれる深刻なコロナ感染拡大である。マスコミはほぼコロナ報道一色の様相となった。改正法は、ほとんどの屋内施設が原則禁煙、しかも違反した施設管理者と喫煙者には罰則が適用されるという「事業者・喫煙者包囲網」の強化が、政府のコロナ対応の「緊急事態宣言」発令という厳しい環境下でスタートした。

ニュース斜め読み

広がる混乱と動揺の影響

ところが、想定外の混乱と動揺を広げる緊急事態が発生した。4月7日に政府が発出したコロナ対応の「緊急事態宣言」である。発令前後では、「外出自粛」、「在宅勤務」、「飲食店の営業短縮」といった各種要請の動きが表面化したが、さらに加えて、中小飲食店は、いわゆる前代未聞のコロナショックの直撃により、シャッターを下し「一時休業」、「閉店」、中には「廃業」が続出したなどの報道が相次いだ。

通勤客・観光客など街から人出が消えることは、経済活性化の原動力である、ヒト・モノ・カネが動かなくなることである。お客様相手の飲食店に限らず、すべての事業に多大な経済的損失を及ぼす。今回のコロナ問題と同時期に施行された改正法は、飲食店のみならず喫煙者にとっても二重苦となった。飲食店はお客様の激減必至による経営不振、喫煙者は外出自粛で自宅にこもり、喫煙機会が極端に少なくなった。

あるたばこ販売店主は「自宅内喫煙が出来る家庭は極々少数である。屋外の喫煙所は少なく、しかも遠い。事実、お客様の来店数が減っている」と嘆く。たばこ総需要の減少に拍車をかけかねない。

なお、改正法の違反者は、保健所が指導・勧告を行うことになっているが、昨今のコロナ騒動で「それどころではない」状況である。週刊誌では「早急に施行延期を検討すべき」、「新型コロナウイルスがこれほど世界を震撼させているのに、禁煙だ、禁煙だ（たばこ規制）と騒いでいる人たちの気が知れません」との識者のコメントを紹介していた（週刊新潮／4月2日号）。

店は喫煙者のお客様が多く、経営上、店内に喫煙室の設備投資を必要とする分煙か、もしくは全面禁煙のどちらにするかは悩ましいところかも知れない。

4月1日の改正法施行日。中小の飲み屋が軒を連ねる都内の盛り場における、飲食店店頭の喫煙可否ステッカーの貼付状況は、「全席喫煙店」、そのほか「喫煙可能店」、「喫煙専用室あり」、「テーブル・カウンター席禁煙・お座敷は加熱式たばこ専用室あり」や「禁煙」のステッカー（写真参照）や無表示の店などに分かれていた。ただ、喫煙規制により、喫煙者の常連客の足が少しずつ遠のくことは確実である。ある店主は「改正法の施行後の売行きが心配だ」と話した。

客席面積100㎡以下の個人又は中小企業の零細既存飲食店（新規開業店は除く）は、喫煙可能を表示することで店内喫煙が認められるが、あくまで「経過措置」であり、該当するのは全国の飲食店の55％と推計されている。それ以外の45％の飲食

店頭ステッカーのいろいろ

江戸川柳とたばこ ⑧

谷 匡輔（江戸川柳研究家）

〈舘たばこ〉については、**請け出され舘というもの呑み習い**という句があり、これによれば〈国府〉や〈舞留・舞〉といった高級たばこに比べると、喫味の面ではランクが落ちるたばこであったと推測される。また〈舘〉には二種類あって、一つは〈上州舘〉と呼ばれ、もう一つは〈秩父舘〉と呼ばれていた。

弘化三年（1846）刊の『狂歌烟草百首』は、「上州高崎の南の方に、山名村広大寺境内に産する煙草は、香気他に異なり。口中佳味にして奇なる名葉なり。香気佳なる時は果たして辛烈ものなり。この葉は柔和にして薫あり。然りといへども、漸八畝に過ぎざる畠に産するものなれば、販売するに足ず。近郷の土人忍んで此寺内の土を採帰り、我種する煙草の茎の元へ置時は、匂芳と云。都て山名村の産は寺内には劣といへども、味他に勝れり。これを高崎の市に販ゆゑに高崎多葉粉の名あり。其他上品の土地といへども、止葉、土葉の類は価賤し」と記しているが、これによれば〈上州舘〉は別名、〈高崎たばこ〉とも称されていたことが分かる。〈高崎たばこ〉を詠んだ川柳として、

高崎のたばこの虫は食い次第

という句があり、この句からも高崎で盛んに〈舘たばこ〉が栽培されていたと想像される。

さらに『狂歌烟草百首』では武蔵国秩父郡の地名31か所を挙げ、「然といへども、年々作方豊凶により、下品の地足りとも上品を産するものもあり。上品の地といへども、暑中雨降ざる時は、脂流れざる故至て辛し。価賤し。総て諸葉斯のごとし。この産を秩父舘といふ。上州舘村の産に葉形似たるを以て名とす」と解説しているが、これが〈秩父舘〉である。なお〈秩父舘〉は、天明三年（1783）七月の浅間山の噴火の影響で〈上州舘〉の生育に影響が出て来た後に、秩父地方において栽培方法に工夫を凝らし、上質の葉たばこを産出するようになったとも『狂歌烟草百首』に記されている。

〈舘たばこ〉を詠んだ川柳には、**舞よりも舘をくんなと稲荷町**という句もあり、〈上州舘〉か〈秩父舘〉のどちらを詠んだものなのかは分からないが、意味するところは次の通り。

「稲荷町」とは、江戸歌舞伎の下っ端の役者の異称で、そうした役者のことだから吸うたばこも値段の高い〈舞〉よりも値段の安い〈舘〉を好むだろうと。なお、この句は〈舞〉と〈舘〉それぞれに、幹部級の役者が務める所作事の踊り（舞い）と、下っ端役者が務める殺陣のことも一緒にかけて詠んでいるのである。

舘たばこ

「百害あって一利なし」言説の背景 ⑧

武田 良夫

Q 先月号で見たように、「男性の肺がんの7割はたばこが原因」というような疫学研究にもとづいた〈因果仮説〉は現状との乖離を説明できません。疫学者はどう考えているのでしょうか？

A それについて、「JPHC（Japan Public Health Center）」という多目的コホート研究を統括している組織（事務局／国立がん研究センター・予防研究グループ）のホームページに、「多目的コホート研究の結果について」と題する興味深い解説が載っています。本紙2016年3月号でも引用しましたが、再掲しましょう。

『コホート研究は、疫学研究の中ではより信頼性の高い方法で行われ、あるテーマについての結論を導くための科学的根拠の一つとして参考になると考えられます。しかし、まず、観察型研究の限界として、結果を見え難くするさまざまな要因（偶然、偏り、交絡）をすっきりと排除できないという問題があります。他のコホート研究と結果が一致しないこともありますし、観察期間や対象の取り方によって結果が変わってしまう可能性もあります。また、**ある結果が観察されたということは、逆にその結果の実現によって目的が達成できることと同じではありません。**その確認には、研究を介入型の試験という次の段階に進める必要があります。

また、**あくまで1つの基礎的な医学論文による報告であり、そのまま広く応用できるという段階のものではありません。**応用のためには、さらに、いくつかの科学的根拠を総合的に評価した上で作成された指針を参考に、性別、年齢、ライフステージなどそれぞれの背景に応じて、**健康に良い面と悪い面のバランスを考えた上で生活に取り入れるというステップが必要です』**

Q 観察型の疫学研究の限界に言及した〝正論〟ですね。

A そうです。ところが、個別の疫学研究になると「観察結果の実現によって目的は達成できる」という〈因果仮説〉の形で発表されるものが殆どです。この〝正論〟が載っている「JPHCリサーチ・ニュース」に、厚労省研究班の「多目的コホート研究の成果」として「喫煙と脳卒中の発症」という研究報告（2004年）があります。内容は「アンケートの生活習慣に回答した男女4.2万人を11年間追跡調査した結果、非喫煙者に比べ、喫煙男性は1.3倍、喫煙女性は2.0倍脳卒中になりやすいことがわかった」として、「これを日本全体の脳卒中に当てはめると、1.5万人の死亡と16万人の患者がたばこを吸わないことで予防できる計算になる」としています。また、同じパネルによる「喫煙と虚血性心疾患の発症」の研究（2006年）では「喫煙者は非喫煙者に比べて男女共に虚血性心疾患リスクが3倍になることがわかった」として、「これを日本全体の虚血性心疾患に当てはめると、8.3千人の死亡と30・5万人の患者がたばこを吸わないことで予防できる計算になる」と書いています。

Q アンケート回答をベースにした限られた期間のデータからの推計に過ぎないのに、「『観察結果の実現（禁煙）』によって『目的（○○人の脳卒中や虚血性心疾患の予防）』が達成できる」ような書き方ですね。

A ドイツの哲学者ニーチェは「原因と結果と人は言うけれども、その二つが直接に結びついているわけではない。**そもそも原因も結果もいつも何かの途中の状態でしかないのだから、どこから見るかだけの違いしかない。**そこに**強引に線引きして名前を与えているのは私たちの頭だ**」（超訳「ニーチェの言葉Ⅱ」白鳥春彦編訳／ディスカバー21／2012年）と述べていますが、ある期間の観察調査から得られたデータを「強引に線引きして〈因果律〉にしてしまう私たちの頭」が〝脳の錯覚〟を生むのでしょうか。

しかし、昨今の禁煙原理主義の風潮の下では、メディア（新聞）は「疫学調査結果→因果仮説→観察結果を実現すれば目的は達成できる」と〝強引に線引きする〟研究者ばかりを登場させ、〝正論〟のような疫学の限界を冷静に説く学者を全く取り上げないのが残念です。

（※A文中のゴチック体は、いずれも引用者）

「原因・結果は、いつも何かの途中の状態でしかない」

〈因果仮説〉は脳の錯覚!? 3

キャメル・シガーシリーズから3銘柄が新登場

5月1日より全国で新発売　JT

「キャメル・シガー・ウルトラライト・ボックス」
「キャメル・シガー・メンソール・ウルトラライト・ボックス」
「キャメル・シガー・メンソール・ライト・ボックス」

JTは、歴史あるキャメルブランドから、通常サイズのリトルシガーとして、「キャメル・シガー・ウルトラライト・ボックス」、「キャメル・シガー・メンソール・ウルトラライト・ボックス」、「キャメル・シガー・メンソール・ライト・ボックス」の3銘柄を、買い求めやすい360円という価格で、5月1日より全国で順次、発売する。3銘柄とも、ライトな吸い応えと、爽やかな強いメンソール感を伴う、すっきりとした味わいを楽しめる。商品概要などは、3銘柄とも次のとおり。

■通常サイズ（FK）・ボックス／プレーンフィルター／20本入り／360円

（注）リトルシガーは、「葉巻たばこ」に分類され、葉巻たばこについては、タール・ニコチン値の確立された測定方法が存在しないことから、タール・ニコチン値は記載されていない。なお、法令上（財務省令）も、紙巻たばこと異なり、「葉巻たばこ」にタール・ニコチン値の表示は義務付けられていない。

キャメル・シガー・ウルトラライト・ボックス

キャメル・シガー・メンソール・ウルトラライト・ボックス

キャメル・シガー・メンソール・ライト・ボックス

フィリップモリスから リトル・シガー3銘柄が新登場

PMJ

「フィリップモリス・ロードスター」
「フィリップモリス・ロードスター・メンソール」
「フィリップモリス・ロードスター・ミックス」

フィリップ モリス ジャパン（PMJ）は、フィリップモリスから、リトル・シガー「フィリップモリス・ロードスター」「フィリップモリス・ロードスター・メンソール」と「フィリップモリス・ロードスター・ミックス（6月予定）」の3銘柄を順次、発売。

3銘柄とも、買い求めやすい330円という価格で、「フィリップモリス・ロードスター」は、しっかりとした吸い応えと味わいのあるリトル・シガーである。「フィリップモリス・ロードスター・メンソール」は、吸い応えと満足感に加え、爽快感を味わえるメンソール。「フィリップモリス・ロードスター・ミックス」は、カプセルを搭載し、吸い応えと満足感、爽快感に清涼な味わいを加えている。商品概要などは、3銘柄とも次のとおり。

■スーパースリムサイズ・ボックス／20本入り／330円

フィリップモリス・ロードスター

フィリップモリス・ロードスター・メンソール

フィリップモリス・ロードスター・ミックス

新デバイス「glo hyper（グロー・ハイパー）」3種類（ブルー、ホワイト、オレンジ）を新発売

BATJ

ブリティッシュ・アメリカン・タバコ（BATJ）では、4月13日より、新デバイス「glo hyper（グロー・ハイパー）」3種類（ブルー、ホワイト、オレンジ）を新発売した。

「グロー・ハイパー・ブルー」

「グロー・ハイパー」では、従来の「neo（ネオ）」のスティックより4ミリ太いスティックを使用、また、たばこ葉も30%増量した全く新しいスティックで、より強い吸い応えと濃厚な味わいを実現している。「グロー・ハイパー」3種類（ブルー、ホワイト、オレンジ）の商品概要などは次のとおり。

●**重量**＝約106g／**充電時間**＝約90分／**希望小売価格**＝3980円（税込）

「neo（ネオ）」からも「グロー・ハイパー」用スティック6銘柄を新発売

また、加熱式たばこ「neo（ネオ）」から「グロー・ハイパー」用スティック6銘柄も同時に発売した。「グロー・ハイパー」用スティック6種類（ネオ・テラコッタ・タバコ、ネオ・フレスコ・メンソール、ネオ・フリーズ・メンソール、ネオ・フローレセント・シトラス、ネオ・ブリリアント・ベリー、ネオ・トロピカル・スワール）の商品概要などは次のとおり。

●キングサイズ・ボックス／20本入り／500円

グロー・ハイパー用スティック「ネオ・テラコッタ・タバコ」

同「ネオ・フレスコ・メンソール」

同「ネオ・ブリリアント・ベリー」

特集（Q&A）改正健康増進法の施行と喫煙場所の現状と課題

「喫煙所の設置」は分煙環境作りの第一歩

Q 去る4月1日から改正健康増進法が施行されました。主な課題は何でしょうか？

■窮屈な喫煙環境に

A 改正法は「望まぬ受動喫煙を防止する」ことを目的として全面施行されました。喫煙規制の強化の反面、たばこを吸う人と吸わない人が共存できる分煙社会を目指すものです。しかし、屋内のほとんどは原則禁煙となり（**本紙4月号1面**）、従来のようにたばこを吸いながら飲酒・食事することができなくなりました。喫煙者（お客様）にとってかなり窮屈な喫煙環境になります。

一方、中小飲食店では、昨年10月の消費税増税、2月以降の新型コロナウイルスの感染拡大ショック、そして今回の改正法の施行と、いわば三重苦に見舞われ、大幅な消費の減速・客離れを起こしています。一部には、「経営の維持・存続が不安で、とても喫煙室の設置など、資金面を含めて、分煙対策に手が回らない状況」という声さえあります。

Q **とはいえ、法を順守しなければなりません。お客様が安心してたばこを吸える場所が、ますます必要となりますね。**

■"喫煙難民"を救う

A 改正法は一部施設を除き屋内が対象ですから、お客様は必然的に屋外で喫煙する機会が多くなります。屋外で安心して吸える場所は、たばこ販売店の店頭スタンド灰皿や屋外公共喫煙所などとなります。屋外公共喫煙所は、数が少なく喫煙者がはみ出すほど混み、一服するのに待機しなければなりません。これが"喫煙難民"です。今こそ、分煙環境整備に向けての喫煙場所の拡大・充実が急務となっています。

Q **店頭スタンド灰皿の設置運動は、これまで長きにわたり全協主導により全国展開していますね。**

■「一服の場所」提供

A これまで自治体の喫煙規制条例が各地で施行されてきました。灰皿設置運動は、条例拡大の流れに対する対応策でした。目的は、お客様に「一服を愉しむ場所」を提供することで、お店の売上アップにつなげるとともに、環境美化・喫煙マナーの向上を目指したものです。

残念ながら現時点での組合員皆さんのスタンド灰皿設置率は全体の60%強にすぎません。お客様が必ず立ち寄るたばこ販売店の灰皿は一層重要となり、いわば"心を込めたおもてなし"であり、"サービスの提供"といえるでしょう。

Q **ただ、お客様が灰皿を利用しても、「売上アップに直結しないのではないか」との声がありますね。**

店頭スタンド灰皿は必ず設置しましょう!!

■効果的な「のぼり旗」

A そういったことも考えられますね。その対応策が、「のぼり旗」の掲出です。掲出は、「当店の店頭でたばこを吸えますよ」の意思表示です。全協が先ごろ組合員の皆さんに配付しました、多言語の「のぼり旗」は、外国人にも強くアピールすることができます。

ご注意いただきたいのは、灰皿は自治体の「路上喫煙禁止」条例等の指定場所や公道への設置はできません。「のぼり旗」も、公道の掲出は禁止ですし、私有地であっても通行の妨げにならないような注意が必要です。

Q **一方、店内で喫煙できるたばこ販売店は「喫煙目的施設」に該当すると聞いていますが。**

A 「喫煙目的施設」とは、喫煙を主目的とする施設のことで、具体的には①店内で喫煙可能なたばこ販売店②バー、スナック等③公衆喫煙所（屋内施設の全部を専ら喫煙する場所）の3つです。

たばこ販売店の場合の条件は、たばこ（対面販売をしていること）又は喫煙器具を販売していること。また、店内での陳列棚は、たばこ又は当該喫煙器具の占める割合が約5割を超える必要があります。もう一つ、設備を設けて客に飲食をさせる営業を行っていないことです（**1面参照**）。店頭灰皿と店内喫煙可能は"鬼に金棒"です。当該店はぜひご検討ください。

Q **さきほど、数少ない屋外公共喫煙所の話がありましたが、もっと数多く設置されればいいですね。**

■地方たばこ税の目的税化

A 今、組合組織が各関係方面に要望しているのが、「地方たばこ税を活用した分煙環境整備」の実現です。全国の市町村たばこ税は、年間8623億円（2017年度実績）にのぼります。この金額は、紙巻たばこ20本入り定価490円のうち113・84円（定価の23・2%）の積み重ねです。しかも、市町村には徴税費なしで毎月確実に納付されます。この最大のメリットを当然として享受していることが、逆に、安易なたばこ規制強化になっているとも考えられます。

組合組織の願いは、市町村税の一部を喫煙所の設置に充当する目的税化です。実現するためには、国会議員の皆さん、地方自治体の首長や関係議員の皆さんの協力と理解が不可欠です。

組合員の皆さんも、ぜひ要請活動への積極的な支援をお願いいたします。

■笑顔の声掛け忘れずに

A では、お客様の心理を考えてみましょう。公共喫煙所での喫煙風景を見てください。各々がお互いを気遣いしながら黙々とたばこを吸っています。お客様の皆さんは、心やさしい"消費者"といえるのではないでしょうか。

毎日、あるいは2～3日ごとにお店に訪れるお客様は、口にはせずとも、感謝や遠慮の気持ちがあるはずです。お客様との接点拡大は、「たまには買ってみよう」との購入動機になるかもしれません。大切なことは、いつも灰皿を清潔にすること（日々の管理徹底）、さらに効果的なのは、「どうぞゆっくり愉しんでください」といったやさしい、笑顔の声掛けです。大切なことはお客様の気持ちになって考えてみることです。

Q **しかし、通りすがりのお客様は、初めてのお店の灰皿を利用することに躊躇（ちゅうちょ）するのではないでしょうか。**

A そうですね。その対応策が、「のぼり旗」の掲出です。掲出は、「当店の店頭でたばこを吸えますよ」の意思表示です。全協が先ごろ組合員の皆さんに配付しました、多言語の「のぼり旗」は、外国人にも強くアピールすることができます。

ご注意いただきたいのは、灰皿は自治体の「路上喫煙禁止」条例等の指定場所や公道への設置はできません。「のぼり旗」も、公道の掲出は禁止ですし、私有地であっても通行の妨げにならないような注意が必要です。

■喫煙目的施設とは!!

Q **一方、店内で喫煙できるたばこ販売店は「喫煙目的施設」に該当すると聞いていますが。**

A 「喫煙目的施設」とは、喫煙を主目的とする施設のことで、具体的には①店内で喫煙可能なたばこ販売店②バー、スナック等③公衆喫煙所（屋内施設の全部を専ら喫煙する場所）の3つです。

たばこ販売店の場合の条件は、たばこ（対面販売をしていること）又は喫煙器具を販売していること。また、店内での陳列棚は、たばこ又は当該喫煙器具の占める割合が約5割を超える必要があります。もう一つ、設備を設けて客に飲食をさせる営業を行っていないことです（**1面参照**）。店頭灰皿と店内喫煙可能は"鬼に金棒"です。当該店はぜひご検討ください。

Q **さきほど、数少ない屋外公共喫煙所の話がありましたが、もっと数多く設置されればいいですね。**

■地方たばこ税の目的税化

A 今、組合組織が各関係方面に要望しているのが、「地方たばこ税を活用した分煙環境整備」の実現です。全国の市町村たばこ税は、年間8623億円（2017年度実績）にのぼります。この金額は、紙巻たばこ20本入り定価490円のうち113・84円（定価の23・2%）の積み重ねです。しかも、市町村には徴税費なしで毎月確実に納付されます。この最大のメリットを当然として享受していることが、逆に、安易なたばこ規制強化になっているとも考えられます。

組合組織の願いは、市町村税の一部を喫煙所の設置に充当する目的税化です。実現するためには、国会議員の皆さん、地方自治体の首長や関係議員の皆さんの協力と理解が不可欠です。

組合員の皆さんも、ぜひ要請活動への積極的な支援をお願いいたします。

「禁煙より分煙を。目指せ、分煙先進国!!」

たばこマンの岡目八目

◆「岡目八目」から嗜好品研究が始まった

「岡目八目」の執筆を始めたのが2011年（平成23年）、大震災の年ですので、今から9年前。当時は、営業の話題を中心に岡目八目を書いていました。

執筆を続けているうちに、「なぜ、たばこは存在しているのか」について研究したいと思い、TASC（公益財団法人たばこ総合研究センター）の勤務を希望したところ、幸運にも異動することができました。

TASCでの仕事の中心は、「嗜好品に関する心理学研究」でした。

特に、「たばこは百害あって一利なし、あってもなくてもいいもの」などと世間から酷評されることも多いのですが、**「長い人類の歴史の中で、500年以上存在し続けてきたものですので、必ず存在価値があるはずだ。それを心理学的立場から解明しよう！」**と意気込んで、仕事に取り組み始めた事を思い出します。

～人生こんなもんだと思ったら終わり～

◆嗜好品の心理学研究の道を切り開きたい

元々日本には、嗜好品の心理学研究を行ってきた研究者はいませんでしたので、著名な臨床心理学の大学教授にトップになっていただき、全国各地の心理学者のお力を借りて研究会を開催するとともに、若手の心理学者を研究員としてTASCで採用して、嗜好品の心理学研究をスタートしました。

嗜好品の心理学研究開始後7年間で、16テーマについての嗜好品の心理学研究を行い、現時点で11本の研究論文を学会誌に掲載することができました。論文を投稿して分かった事は、研究対象に「たばこ」が含まれるだけで、論文として審査されない学会誌もあるという厳しい事実です。

学会の論文審査の厳しい査読を通過し、学会誌に掲載されるのは想像以上に大変で、時間もかかりました。その意味では、**学会誌に掲載された11本の研究論文は、専門家の公平で厳しい審査を通過した価値の高いものだと思います。**

また、日本で一番大きな心理学の学会である日本心理学会において4年間にわたり、嗜好品をテーマとした自主企画シンポジウムを開催できたという事は、**心理学において、嗜好品研究が一定の存在価値を得た証だと思っています。**

◆そして社会人から大学生に

自分は、3月末をもってTASCを定年退職し、37年間の社会人生活を卒業しました。

以前、「岡目八目」に書いたとおり、「人生こんなもんだ」と思ったら終わりですので、4月から音楽大学に学生として入学し、声楽の勉強を開始します。

嗜好品とは、栄養摂取を目的とせず、摂取時の心身の高揚感や感覚を楽しむためのものですが、広い意味で声楽も嗜好品の一種と自分は考えています。

なお、これからも「岡目八目」は引き続き執筆いたしますので、よろしくお願いいたします。

（平井　浩人）

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。

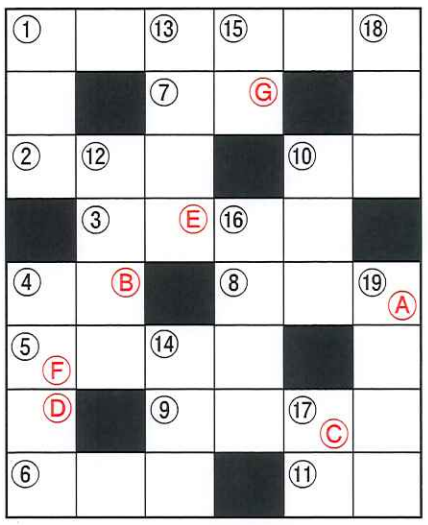
指定医薬部外品

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。

頭の体操 おもしろクイズ

今月号はクロスワードクイズです。ヒントを参考に空白文字を埋めて、Ⓐ～Ⓖに入る文字を順番に並べた言葉が答えです。ヒントは、世界共通の願いです。



<タテのヒント>

①食物をかまずに飲む込むこと。まる飲み。④梅の果実を塩漬けにしたあと日干ししたもの。⑩義務の反対語、「邪魔する○○○はない」。⑫商品や展示物の目録・説明書。⑬飲み物。飲料。⑭住むこと。生活。ひとり○○○。⑮飲む、○○、買う、の3道楽。○○手なし。⑯ヨーロッパの南方に位置する大陸。⑰○○寝入り。○○むし。⑱小型で細長い肉食哺乳類。○○○ごっこ。⑲神社の拝殿前や参道に左右「一対」となって鎮座する動物。

<ヨコのヒント>

①学校や地域で行われる体育的な行事。②皮をむきやすい小形のかんきつ類の総称。○○○の大器。③大根の漬物。○○○○和尚。④内部が空になっているところ。○○覚え。⑤目にさす薬。⑥体の構え。前向きの○○○。⑦学校＝国○○・公○○・私○○。⑧固定されたひも等の先端に重りをつけたもので、一定周期で振動する。⑨食事を用意して食べさせること。料理人たちの○○○○料理。⑩金銭や品物を惜しんで出さないこと。⑪カイコの繭から取った動物繊維。シルクともいう。

答 ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○
Ⓐ Ⓑ Ⓒ Ⓓ Ⓔ Ⓕ Ⓖ

【応募方法】**《ご注意ください！10月1日より通常はがきは63円に》**

ハガキに5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2020年6月5日**（当日消印有効）。当選者と正解の発表は本紙2020年7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）

3月号クイズの正解と当選者

●正　解　店舗と進捗

●当選者（敬称略）

渡部　義次（北海道・北北海道組合）　原　昌治郎（福島県・郡山組合）
成海　丈子（埼玉県・埼玉東組合）　宮嶋　和子（東京都・大田組合）
阿形　洋子（静岡県・浜松組合）　橋本　順子（福井県・福井組合）
斎藤　佳子（和歌山県・和歌山県組合）　森　恵美子（大阪府・岸和田組合）
竹﨑　玲子（愛媛県・大洲組合）　平松　溥之（大分県・大分県組合）

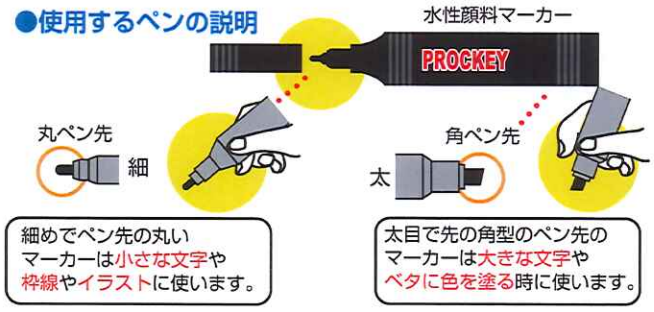
以上10名の方が当選いたしました。おめでとうございます。

ポスターの描き方

オリジナルPOPポスターを作ってみましょう。

用意する道具	定規、顔料マーカー角ペンと丸ペン（赤・黒・黄） 鉛筆（下書き用）
用意する材料	ケント紙又は画用紙（A4）1枚

●使用するペンの説明



●イラストの描き方

Design:イザ・デザイン

たばこ自動販売機普及台数

2019年12月末現在

前年比2万台強の減少だが本来の機能を発揮する環境に

一般社団法人日本自動販売システム機械工業会（JVMA）調べによると、2019年12月末現在のたばこ自販機（以下、自販機）普及台数は、13万1000台で、前年比2万2300台の減少となった。

過去5年間の12月末現在の普及台数の推移をみると、2015年：21万2400台（前年比90・8％）、2016年：19万3300台（91・0％）、2017年：17万1300台（88・6％）、2018年：15万3300台（89・5％）、2019年：13万1000台（85・5％）と、2016年には20万台割れとなり、2017年以降は10％を超える減少幅が続いている。

自販機台数は、2005年以降から下降線を描いているが、特に2008年ではタスポ導入に伴い、前年比約10万台の大幅な減少を契機としている。主な減少要因は、手売り中心でほとんど自販機を併設しないコンビニの店数拡大、タスポ導入の影響を受けて自販機併設の中小店の廃業などによるものと推測される。

自販機は本来、零細なたばこ販売店の省力化・合理化の重要な手段として普及・定着してきた歴史があり、今でもお店の重要な販売手段の一つとなっている。

その機能を発揮する新たな動きが出てきた。一般販売店の競合店でもあり、ほとんど自販機を併設していないコンビニ業界の動向である。全国で5万店を超すコンビニの中には、人出不足解消策として営業時間の短縮や加えて最近の新型コロナ感染防止対策として夜間営業の短縮・停止などの動きが目立つ。コンビニは、日頃、手売りで強力な営業力を発揮してきたが、夜間の従業員不在ではたばこの販売はできない。

このような状況で威力を発揮するのは一般店の自販機である。24時間営業・人出がいらず、タスポカード（2019年12月現在の発行枚数約1064万枚）による20歳未満喫煙防止への効果、自販機本来の機能を発揮する環境になりつつあるようだ。

「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、4月10日までに寄せられた96句の「川柳」の中から、次の6名の方の作品、7句を紹介します。

◆紹介作品◆

- **自販機で　たばことお茶の　常連さん**（埼玉県彩の国組合・岩崎　綾子さん）
- **注文日　お客減るのに　銘柄増**（富山県富山組合・神本　俊子さん）
- **たばこ屋も　別れと出会いの　春が来る**（大阪府北大阪組合・山本　珠貴さん）
- **野や山も　一服らしい　霞立つ**（兵庫県姫路組合・藤原　まきのさん）
- **喫煙所　唯一無二の　憩の場**
- **線香より　たばこ頼むが　遺言で**（徳島県徳島西部組合・石原　恵津子さん）
- **たばこより　コロナが怖いと　たばこ吸い**（愛媛県宇和島組合・井上　貴代さん）

奮ってご応募を

「川柳」
- 応募対象…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…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。【掲載作品には薄謝進呈】

「思い出の写真」
- 応募対象…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…封筒で写真をご送付ください（写真は必ず返却致します）。【掲載作品には薄謝進呈】

「川柳」「思い出の写真」とも

★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
電話…03-3432-8346／FAX…03-3432-8347

●今の世の中、様々な情報が溢れていますが、一部の報道では、科学的にきちんと証明されているわけではないと思われることでも、あたかも真実のような権威付けをして流しています。それを信じてしまう世間も、どうかと思いますが……。また、SNSやツイッターなどで、直ぐに物事が拡散し、嘘か誠か分からなくても世間が大騒ぎする状況が生まれています。例えば、「たばこは悪い」ということが、あたかも当たり前のことのように広まっています。財政にも寄与する嗜好品「たばこ」は、自由に吸ってもよいと思うのですが、「たばこは有益」といったような情報は、まず、お目にかかれませんね。

（宮城県・阿部　美紀さん）

●抽選に「当たる、外れる」を度外視して、頭の体操に、毎回、挑戦しています。昨今の喫煙環境の激変と売り上げ減少に、狼狽するばかりで先行きが不安な毎日です。そんな中、全国たばこ新聞からの情報などは、現状を確認し、前途を見据えるための貴重な材料になっています。

（福島県・古川　幸子さん）

●たばこの売上げが、以前と比べてガクンと減り、週2回の配達が、現在では月2回になっています。そんな中、長年にわたってたばこに携わってきた義父が91歳で旅立ちました。厳しい環境の中ですが、亡き父の思いを継いで、たばこ販売を続けていかなければと思っています。

（長野県・折山　君栄さん）

●私の店は、電車の終着駅ですので、昔は、姑さんと二人で朝、昼、夕方と、食事と店番を手際良く交替しながらの忙しい毎日でした。今は、人も少なくなり、売り上げも減っていますが、昔のように、電車の時間を見計らってお客様に対応しています。そして、お客様と自販機に感謝しながら、朝と晩に店頭と自販機をお掃除しています。

（福井県・橋本　順子さん）

●昨今のように、世の中が沈滞ムードに包まれ、人々の気持ちが落ち込んで、憂鬱になっている時こそ、「たばこ」を一服しながら、コーヒーやお茶を飲んだりして気分転換する時間や、みんなで紫煙の輪を作って談笑したりする時間・場所が必要だと思うのですが……。

（静岡県・深澤　恵子さん）

●たばこが色々と悪く言われて、厳しい規制がなされていますが、店のお客様の県庁の方が、「3時に一服すると、仕事の効率が一段と上がる」と言っています。お酒が好きな人、たばこが好きな人が気兼ねなく、いつでも自由に「お酒」や「たばこ」をたしなむことができれば、もっと効率よく、楽しく仕事ができると思うのですが……。

（山口県・石川　貴美枝さん）

投稿

「パッケージの注意文言」表示面積の拡大に思う

日本は、いや世界は、今年に入ってガラッと変わってしまい、何とも言えない不穏な空気に包まれてしまっている。私にとっても、こんなに不安で、落ち着かない気持ちで迎える春は初めてだ。いつもなら、「もうじき桜が咲くね――」とか、「ストーブも、そろそろ片付けなくてはね」とか言って、呑気で穏やかなものであった。

ところが、今年の春はどうだ。右を向いても左を向いても、コロナ、コロナのオンパレード。テレビをつければ、各局の日替わりコメンテーターが、ああだ、こうだ、とまちまちなことをおっしゃり、視聴者としては、一層不安を募らせるばかり。

また、ネットを開けば、「コロナは人工ウイルスである。これはもはや戦争です」なんて声もある。田舎のおばさんにはよく解りません。

そんなある日、店に初めて来られた青年が、「ラッキーストライク下さい」と。「すいません。今、置いていないんです」と私。すると青年は「では、それを」と、ホープ・スーパー・ライトをお買い上げ。私は、「有難うございます」と言った後、ふと、気付いたことがあった。それは、たばこのネーミングって、絶妙だなということ。

改めて店内のたばこを見回してみると、セブンスター、ハイライト、ホープ、わかば、エコー、ピースなどなど、いずれも明るく、前向きなネーミングのオンパレードである。

時代を遡ると、憩（いこい）、しんせい、チェリー、大和、敷島（しきしま）、朝日など、その時代背景に大きな影響を受けたものも多い。

それぞれに、いろいろな由来が名前にはあるのだが、特にピースについては、第二次世界大戦後の混乱期に、平和な未来を願ってつけられたそうである。改めてその由来を知って、ハッとした。先ほどの青年に「ラッキー（幸運）ではないけれど、とびっきりのホープ（希望）をどうぞ」と言ってみたかったなぁ――。

それぞれに、いろいろな由来が名前にはあるのだが、特にピースについては、第二次世界大戦後の混乱期に、平和な未来を願ってつけられたそうである。改めてその由来を知って、ハッとした。先ほどの青年に「ラッキー（幸運）ではないけれど、とびっきりのホープ（希望）をどうぞ」と言ってみたかったなぁ――。

日本では昔から、言葉を言霊と言い、言葉には霊（たましい）が宿ると言うではないか。そう、今だから、こんな時だからこそ、思ったことがある。

「ホープ（希望）」が「エコー（こだま）」して世界が「ピース（平和）」になった様、この絶妙なたばこたちのネーミングに想いを込め、日々、接客していけたらと、強く思ったことでした。この田舎の小さな店で……。

（熊本県・仁田　直美）

「ホープ（希望）」が「エコー（こだま）」して世界が「ピース（平和）」になった

たばこパッケージ（包装）の注意文言表示面積が50％以上に拡大された商品が流通しています。国（省令）による義務付けとはいえ、販売者として、なんともやりきれない気持ちになります。確かに未成年者喫煙禁止法により、未成年者にたばこを売ってはいけませんし、受動喫煙への配慮の大切さは分かりますが、健康への影響をこれほど強くアピールする必要があるのかどうか疑問です。

たばこは嗜好品です。本来、たばこ販売の現場に立って感じることは、売りたいたばこを陳列しても、注意文言ばかりが目立ってPRのインパクトが弱いことです。また、お客様からも、「長たらしい商品名を言うよりも、指を差して購入するが、商品名が目立たないうえに、ファミリー化による多くの類似銘柄の中から選ぶのは煩わしい」との声も聞かれます。

商品のパッケージは、製造し、販売するものの創意や工夫、そしてその商品に対する深い思いが込められていると思います。パッケージの50％以上を注意文言にするなんて、全く、たばこという商品を軽視していると思います。

国の定めですから当然のことと認識していますが、もうこれ以上の表示面積の拡大や、根拠のない健康被害のカラー写真の刷記だけはご免こうむりたいものです。

（神奈川県：蒲　公英）