

◆主要ニュース◆

- 全協・全国たばこ販売政治連盟の2022年度事業計画(骨子)/全国たばこ販売政治連盟への加入のお願い.....2面
- 「たばこ組合加入店」ステッカーを全組合員に配付/藤木しんや参議院議員からのメッセージ/藤木しんや後援会への加入促進を展開中/自民党たばこ議員連盟新規加入議員紹介/JTの喫煙所マナー向上プロジェクト始動.....3面
- 2021年度第3四半期累計たばこ販売実績/一服啓上・「健康懸念物質とは何か?」を考える.....5面
- 大分県組合がボランティア清掃活動に参加/分煙環境整備活動・各地で精力的に展開中/新煙告知新◎/たばこ生協・太郎と花子のQ&A.....6面
- 先人の言葉◎「三方よし」(新連載)/頭の体操おもしろクイズ/江戸川柳と嗜好品◎/話題「いつもきれいで、親しみやすい」喫煙処.....7面
- お便りコーナー/「たばこ屋さん目録」からの川柳/「喫煙所の確保・維持・設置・拡大」の実現に向けた標語応募の途中経過報告/手作りPOP講座.....8面

全国たばこ新聞

2022年4月 April 第912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

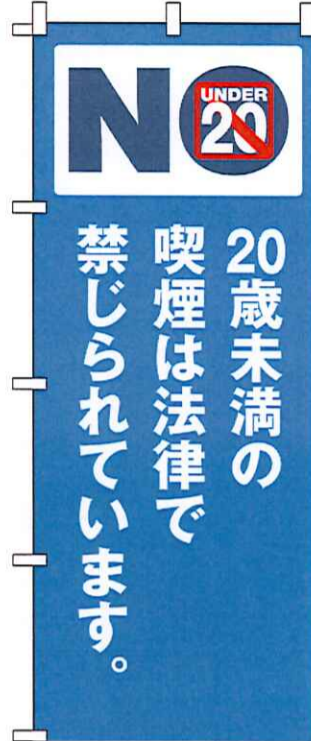
●企画編集責任/株式会社アーネスト
〒105-0004 東京都港区新橋6-9-2
新橋第一ビル TEL.03(3432)8346

成人年齢を20歳から18歳に引き下げ 「20歳未満喫煙禁止」は現行通り継続

成人年齢を20歳から18歳に引き下げる改正民法が4月1日に施行される。成人年齢は1876年(明治9年)の太政官布告で20歳とされたが、2018年6月に改正民法が成立したことにより、140年以上続いた成人・未成年の定義が変更され、18歳になれば成人である。ただし、改正民法施行後に18歳の成人年齢に達しても「20歳未満喫煙禁止」の適用範囲は継続される。

4月1日に改正民法施行

民法改正に伴い、1900年4月1日に施行された「未成年者喫煙禁止法」の法律名も「20歳未満喫煙禁止法」に改称される。禁止法及び未成年者飲酒禁止法において規定している喫煙禁止に改めている。また、「20歳未満喫煙禁止対策協議会」の啓発活動、「20歳未満喫煙防止強化月間」に改名するとともに、標語も「20歳未満に売らない、買わない、吸わない」に改められている。

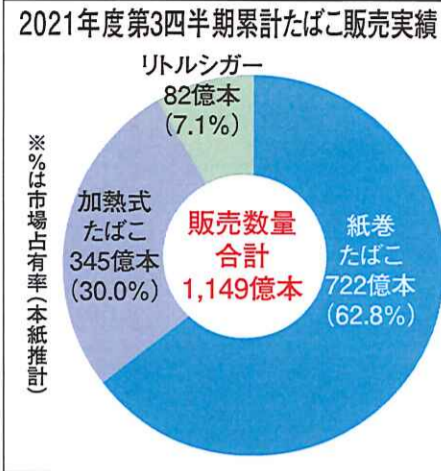


全協作成ののぼり旗

たばこ業界の全協連合会単位組合が作成する、のぼり旗、ステッカー、ポケットティッシュ等の表示文言を「20歳未満喫煙禁止」に改めている。また、「20歳未満喫煙禁止対策協議会」の啓発活動、「20歳未満喫煙防止強化月間」に改名するとともに、標語も「20歳未満に売らない、買わない、吸わない」に改められている。

加熱式たばこ 成長著しく市場占有率3割に到達

加熱式たばこの市場占有率が30.0%に到達——日本たばこ協会(JTO)が2月28日に発表した2021年度第3四半期累計(4月〜12月)の販売実績によると、紙巻たばこ722億本(前年度比5.8%減)、加熱式たばこ345億本(同12.0%増)、リトルシガー82億本(同15.5%増)で、この合計数量1149億本(同2.0%増)を総需要と推定した場合は、市場占有率は、紙巻たばこ62.8%、加熱式たばこ30.0%、リトルシガー7.1%と



シガー7.1%となり、加熱式たばこが初の市場の3割を占めるに至った。

紙巻たばこの引き続き減少傾向と、リトルシガーの大幅減の中で、成長著しい加熱式たばこの市場拡大により、総需要は前年同期に比べて2%の減少にとどまっている。

一方、販売単価代金は、紙巻たばこ1兆9187億円(同1.3%増)、加熱式たばこ9255億円(同17.8%増)と、定価改定(値上げ)等の影響もあって前年実績を上回ったものの、リトルシガーは数量の大幅減により1688億円(同2.8%減)に落ち込んだ。

その合計代金は3兆円を超える3兆130億円(1591億円・5.6%増)で

4月1日に国内営業組織を全国47支社体制に改編

JTは4月1日国内営業組織を1都道府県に1支社を設置する、全国47支社体制に改編する。

従来の「本社—15支社—145支店」の3階層から支店を廃止して「本社—47支社」の2階層体制へと再編するもの。JTでは「お客様満足向上に向けた地域密着型の営業体制をさらに推進するため」としている(5月号に特集)。

また、4月に原料(葉たばこ)調達機能の適正配置として、中四国地方原料本部(香川県高松市)・南九州地方原料本部(宮崎県都城市)を西日本原料本部(熊本県合志市)に集約。九州工場(福岡県筑紫野市/たばこ製造工場)は3月末に廃止する。

たばこ小売販売業者の届出の提出義務

たばこ小売販売業者には、たばこ事業法に基づき、次の届出の提出義務が定められています。届出の提出を忘れることのないよう、十分に注意してください(届出に関する問い合わせは、財務局又はJTの許可事務担当支社まで)。

● 休止の届出(病気や店舗改装等の正当な理由がある場合。休止前には必ず届出を！) 1月を超えて営業を休止する場合、休止前には必ず届出を提出する必要があります。

● 商号等の変更の届出(商号や住所等に変更があった場合)

● 承継の届出(相続、合併又は分割等があった場合)

● 廃止の届出(小売販売業を廃止した場合)

● 出張販売取りやめの届出(出張販売を取りやめた場合)

2段広告

組合員の経営と生活を守るためには 組織政治力の結集・発揮が不可欠!

- たばこ事業法の堅持!!
- 許可制度・定価制度の維持!!
- 地方たばこ税を活用した分煙環境整備!!
- 更なるたばこ税、増税阻止!!
- 過度な喫煙規制の阻止!!
- 喫煙場所の確保!!

全国たばこ販売政治連盟の旗の下に 一致団結し、国政・地方行政に 「たばこ店の声」を反映させよう!!

全国たばこ販売政治連盟は、全国たばこ販売協同組合連合会(全協)では法律によって禁止されている政治活動を、全協と一体となって展開する政治団体です。

中小零細な事業者の「小さな声・小さな力」を、より大きく、より強くするための組織が「たばこ組合」です。そして、その組織の力を政治的な場面で発揮できるのが、全国たばこ販売政治連盟です。「小さな声・小さな力」を結集し、一致団結、国政や地方行政に反映させよう。

全国たばこ販売政治連盟は、国政・地方行政に中小零細な「たばこ店」の声を反映させるため、「真にたばこを理解し、応援する、国会議員・地方(県・市区町村)議会議員が一人でも多くなるよう活動しています。とりわけ、自由民主党は、党内に「たばこ特別委員会」「たばこ議員連盟」という組織があり、たばこ事業の維持・発展のために尽力し、「たばこ組合の声」に耳を傾け、要望実現に向け、汗をかいている政党です。

組織の団結力と自由民主党たばこ議員連盟等の尽力により「地方たばこ税を活用した屋外分煙施設等の整備の促進」について、総務省自治税務局による都道府県等への3度目の通知を実現!!

全国たばこ販売政治連盟は、自由民主党たばこ議員連盟と手を取り合って「禁煙より分煙を 目指せ 分煙先進国!!」の実現に向け活動を展開しています。

全国たばこ販売政治連盟の年会費
会員一人当たり 1,200円(1月当たり100円)

全国たばこ販売政治連盟へのご加入をお願い致します!!

申し込みは政連支部(組合)へ

組合員のための活動

- JT・PM・BAT社自販機撤退に伴う譲渡購入に対する支援等
自販機を購入した際に、JT機は1台当1万円、PM・BAT機は1台当5千円を助成。自販機撤去に伴う自己所有機購入支援として1台当1万円を助成。
- 座談会の支援とサポート
組合組織の統合等を推進する中で、今まで以上に重要になる組合員間の情報交換とコミュニケーションの強化(コロナ禍の中で柔軟に対応)。
- 対面販売の強化
対面販売の更なる活性化のためのサポートを実施。
- 新型たばこ自販機の開発検討
新硬貨、新紙幣、タスポ以外の成人識別装置の搭載などに対応した自販機の開発検討に向け、自販機メーカーとの交渉を実施
- 各種ツール支援・関係情報等の発信

愛煙家のための活動

- たばこ税増税反対活動
今後も、「財源確保を盾にした安易な増税議論」「たばこの消費の抑制を目的とした増税議論」などの噴出を懸念。業界および愛煙家の声を社会に訴えるための組織的活動を展開。
- 喫煙規制への取り組み
改正健康増進法の成立を受け、地方自治体において禁煙化も含めた一律過度な規制の議論が拡大しており、共存社会の実現に向け、国政・関係省庁・自治体をはじめとした関係機関等への主体的対話等を積極的に発信、理解・協力を求めていく。
- 地方たばこ税を活用した分煙環境整備
たばこ税を活用した分煙環境整備の制度化について、適時、自治体をはじめとした関係機関等へ主体的に要望・要請等の活動を展開する。
- 喫煙スペース確保活動の強化
店頭喫煙スペース確保活動の推進、組織を挙げて販売店頭等におけるスタンド灰皿設置の維持・強化を図ることとする。

社会のための活動

- 20歳未満喫煙防止活動の徹底
対面販売時での20歳未満喫煙防止対策のより一層の強化をはかるため、関係団体との協働推進、協議会の開催(たばこ組合主導による都道府県単位における20歳未満喫煙防止推進協議会の取り組み強化)。対面販売における20歳未満喫煙防止のより一層の強化。
- 環境美化活動の推進
社会的評価向上に向け継続実施。
全国統一美化活動は2022年5月30日~6月5日の予定。
参加者の拡大とマスコミへの働きかけの強化。
- 喫煙マナー向上の訴求
- 火災予防キャンペーン活動

組織基盤強化に向けた取り組み

- 組織再編プランの策定・推進
- 組織再編活動への支援
- 財政基盤の強化
- 組合員データベース(電子化ツール)の適切な更新と活用
- 女性部活動の活性化
- 組合員の新規勧誘・脱退阻止
- たばこ新聞活用による情報提供の充実
- 全協ホームページ活用による情報発信の拡大
- 基盤事業の実施

全国たばこ販売政治連盟 2022年度事業計画(骨子)

「たばこ事業法の堅持」「許可制度・定価制度の維持」を常に念頭に置き、たばこ販売業界の健全な発展に資するため、次のような重点事項に取り組む。

- ① 地方たばこ税を活用した分煙環境整備に関する取り組み
中央ならびに地方での対話活動やメディア対策を通じて、本施策の基盤強化を図り、全国的制度の実現に向けて粘り強く取り組んでいく。
- ② 過度な喫煙規制阻止に関する取り組み
自由民主党に対して、たばこ議員連盟幹部、たばこ特別委員会等との不断の対話を通じ、たばこ業界の安定的発展のため、たばこ事業法(許可制度・定価制度)の堅持をはじめ、国及び地方によるたばこを巡る諸問題、特に過度な喫煙規制の阻止に重点を置いて活動していく。また、各地区本部・支部が、日頃から首長、関係部門等とコミュニケーションを図り、地方条例による国法との二重規制の回避、過度な喫煙規制が地方財政に及ぼす影響、分煙自治体の提唱等を働きかけていく。
- ③ 更なるたばこ税増税阻止に関する取り組み
④ 自由民主党たばこ議員連盟を中心とした議員等との関係強化
政連本部・各地区本部・支部において、たばこに理解のある議員や自治体首長等との関係強化。また、たばこ議員連盟の総会等において、各地区本部長等全国の代表が集結し、議員等との関係強化を図るとともに、全国たばこ販売政治連盟の組織力向上意識高揚を図る。
- ⑤ 選挙活動への積極的取り組み
今後も、本年度に予定されている参議院議員通常選挙をはじめ、国政及び地方選挙では、政連本部・各地区本部・支部の各組織が一丸となって、たばこに理解のある自由民主党候補者への積極的な応援協力を図り、必勝体制で取り組む。
- ⑥ 議員及び関係諸団体等との関係情報の収集と整備
- ⑦ 全国たばこ販売政治連盟会員への積極的な勧誘による組織力強化

全協 2022年度事業計画(骨子)

広告3段

第26回参議院議員通常選挙・全国たばこ販売政治連盟推薦候補者



藤木しんや参議院議員からのメッセージ

使命を果たすべく全力を尽くします

たばこ販売耕作に携わる皆さまに国政の場に送り出したいから約6年が経ちました...

「誇り」を持って、安心して働いていただけるような環境作りに全力を尽くすことが私の大きな使命です。

益田龍朗会長も「藤木先生は、全国たばこ新聞でもこ...



藤木しんや参議院議員と益田龍朗全国たばこ販売政治連盟会長(左)

「後援会加入」についてのお問い合わせは、所属の政治連盟地区本部までお願い...

『街の灯台』の声を国政の場に!!

全国たばこ販売政治連盟(益田龍朗会長)では現在、藤木しんや参議院議員後援会への加入促進を展開中である。

報告しているように、国政の場において『街の灯台』であるたばこ販売店を守るために活躍していらっしゃいます。

ねばならない大切な方です。組織「丸」となった支援をお願いします。

全国たばこ販売組合 加入店 QRコードも掲載 12年ぶりにデザイン一新

全国たばこ販売組合 加入店 QRコードも掲載 12年ぶりにデザイン一新

お客様の〈安心・信頼〉を得る証 QRコードも掲載 12年ぶりにデザイン一新

全協では、4月以降、連合会単位組合を通じて「たばこ組合加入店」ステッカーを全組合員(約3万5千店)に順次配付する。

自民党たばこ議員連盟 新規加入議員紹介

このほど、自民党たばこ議員連盟に衆議院議員4名の加入がありました。これにより、3月15日現在のたばこ議員連盟加入者は、衆議院議員163名、参議院議員58名、合計221名です。

「たばこ組合加入店」ステッカーに全組合員に配付へ

また、新たにステッカーにQRコードを掲載。QRコードをスマートフォンに読み込んで全協のホームページにアクセスできる。

JTの喫煙所マナー向上プロジェクト始動

仕掛けを施した灰皿や喫煙所のアイデア

パーティーション灰皿

花びら型の仕切りを備えた灰皿で、そのまわりをパーソナルスペース化(個人を取り囲む空間)とし、その形状が持つ不思議な魅力により、吸う人を誘導する。

「仕掛学」を活用した灰皿や喫煙所のアイデア例(写真:JT提供)



灰皿+マネキン

灰皿の隣に独特のポーズをしたマネキンを設置。例えば灰皿にたばこを捨てようとするポーズのマネキンを設置することで、つい真似してたばこを灰皿に捨てたくなるような仕掛けを施す。

光学迷彩型喫煙所

ミラーを用いた光学迷彩型喫煙所は、光学迷彩(視覚的に対象を透明化する技術)を用いることで喫煙所が街の景観に溶け込む仕掛けを施す。

喫煙所のマナー向上に向けた斬新なプロジェクトが始動

JTは、喫煙マナー向上の取り組みの一環として、大阪大学大学院経済学研究科の松村真宏教授と協業して、同教授が提唱する新しい学問分野の「仕掛学」を活用した喫煙所の喫煙マナー向上プロジェクトを立ち上げた。

「仕掛学」とは、新たな「仕掛け」により、人の行動を無理やりに変えようとするのではなく、自発的に「仕掛学」を誘発する仕掛けを...

※松村真宏教授... 1975年大阪生まれ。大阪大学基礎工学部卒業。東京大学大学院工学系研究科博士課程修了。大阪大学大学院経済学研究科講師、同大学院准教授を経て2017年7月より現職。

2021年度第3四半期累計(4月~12月) 紙巻たばこ上位20銘柄販売実績 (単位:百万本・シェア%)

| 順位 | 銘柄 | 数量 | シェア | 2020年度 | |
|----|----------------------------------|-------|-----|--------|-----|
| | | | | 順位 | シェア |
| 1 | セブンスター | 3,027 | 4.2 | 1 | 4.3 |
| 2 | メビウス・ワン・100's・ボックス | 1,902 | 2.6 | 2 | 3.1 |
| 3 | セブンスター・ボックス | 1,826 | 2.5 | 3 | 2.6 |
| 4 | メビウス・スーパーライト | 1,642 | 2.3 | 4 | 2.5 |
| 5 | メビウス・エクストラライト | 1,369 | 1.9 | 5 | 2.0 |
| 6 | メビウス・ライト | 1,305 | 1.8 | 6 | 1.9 |
| 7 | メビウス | 1,296 | 1.8 | 7 | 1.9 |
| 8 | メビウス・エクストラライト・100's・ボックス | 1,220 | 1.7 | 8 | 1.8 |
| 9 | ウinston・キャスター・ホワイト・ワン・100's・ボックス | 1,141 | 1.6 | 10 | 1.6 |
| 10 | ケント・1・100・ボックス | 1,132 | 1.6 | 11 | 1.6 |
| 11 | メビウス・スーパーライト・100's・ボックス | 1,107 | 1.5 | 9 | 1.7 |
| 12 | マールポロ・KSボックス | 1,030 | 1.4 | 12 | 1.5 |
| 13 | ケント・エス・シリーズ・1・100・ボックス | 975 | 1.3 | 15 | 1.3 |
| 14 | メビウス・プレミアムメンソール・オプション・パープル・5 | 923 | 1.3 | 13 | 1.4 |
| 15 | メビウス・エクストラライト・ボックス | 907 | 1.3 | 14 | 1.3 |
| 16 | ウinston・キャスター・ホワイト・5 | 855 | 1.2 | 17 | 1.2 |
| 17 | メビウス・ワン | 854 | 1.2 | 16 | 1.3 |
| 18 | ラッキー・ストライク・エキスパートカット・6 | 840 | 1.2 | - | - |
| 19 | マールポロ・メンソール・8・ボックス | 791 | 1.1 | 18 | 1.2 |
| 20 | ホープ(10) | 765 | 1.1 | 20 | 1.1 |

※シェアは紙巻たばこ総販売数量に占める割合
※順位は○印はランクアップ、□印はランクダウン銘柄 (出典:TIOJ)

紙巻たばこは、市場縮小が続いているものの、今なお市場の約63%を占める主力商品である。その中で、連続したたばこ増税(値上げ)に対応したお客様の動きともいえる、低価格帯(買い求めやすい価格)へのシフトが目立つ。

別表上位20銘柄販売実績のうち、価格別区分では、1箱20本入り(以下、同)600円が5銘柄(ホープ10含む)、580円が10銘柄だが、そのほかの5銘柄はランクアップ(順位の○印)だ。その価格は、540円2銘柄、520円1銘柄、500円最近の動きでは、PMJが加熱式たばこは、数量・代金ともに10%以上の伸びを続けている。推定市場占有率も、2020年度販売実

績で27.0%だったのが、2021年度第1四半期実績では29.1%、第2四半期では29.5%、第3四半期では29.9%と伸び続けている。累計では31.7%と伸び、累計では30.0%となった。こうした成長ぶりは「日本の加熱式たばこ市場は世界最大」(メディア情報)といわれるほどだ。

大手3社も今後の市場拡大を視野に入れ、JTは「ブルーム」、PMJは「アイコス」、BATJは「グロ1」ブランドで活発な販売促進に注力し、新機能の搭載・斬新なデザインのパッケージ、香り豊かなスティック等の新発売が相次いでいるが、どちらも価格面での競争が激しさを増している。

なお、JTでは、2022年2月以降、「キヤメルシガ1」ウルトラライト・ボックスなどの3銘柄を在庫の売り尽くしをもって販売を終了した。現在、「キヤメルシガ1」シリーズは10銘柄である。

紙巻たばこは、市場縮小が続いているものの、今なお市場の約63%を占める主力商品である。その中で、連続したたばこ増税(値上げ)に対応したお客様の動きともいえる、低価格帯(買い求めやすい価格)へのシフトが目立つ。

別表上位20銘柄販売実績のうち、価格別区分では、1箱20本入り(以下、同)600円が5銘柄(ホープ10含む)、580円が10銘柄だが、そのほかの5銘柄はランクアップ(順位の○印)だ。その価格は、540円2銘柄、520円1銘柄、500円最近の動きでは、PMJが加熱式たばこは、数量・代金ともに10%以上の伸びを続けている。推定市場占有率も、2020年度販売実

績で27.0%だったのが、2021年度第1四半期実績では29.1%、第2四半期では29.5%、第3四半期では29.9%と伸び続けている。累計では31.7%と伸び、累計では30.0%となった。こうした成長ぶりは「日本の加熱式たばこ市場は世界最大」(メディア情報)といわれるほどだ。

大手3社も今後の市場拡大を視野に入れ、JTは「ブルーム」、PMJは「アイコス」、BATJは「グロ1」ブランドで活発な販売促進に注力し、新機能の搭載・斬新なデザインのパッケージ、香り豊かなスティック等の新発売が相次いでいるが、どちらも価格面での競争が激しさを増している。

なお、JTでは、2022年2月以降、「キヤメルシガ1」ウルトラライト・ボックスなどの3銘柄を在庫の売り尽くしをもって販売を終了した。現在、「キヤメルシガ1」シリーズは10銘柄である。

2021年度第3四半期累計たばこ販売実績
2021年度第3四半期累計(4~12月)のたばこ販売実績は1面掲載の通り、前年同期に比べ紙巻たばこが45億本(5.8%)減りトリスガーが15億本(15.5%)増、下回った一方で、加熱式たばこは37億本(12.0%)増と躍進。その結果、国内総需要は23億本(2.0%)減の114.9億本となった。販売代金では、10月1日の定価改定(たばこ増税)の影響により、紙巻たばこが13%増、加熱式たばこが17.8%増となったが、数量が落ち込んだトリスガーは2.8%減。その合計代金は5.6%アップの3兆130億円となった。種類別動向は次の通り。

2021年度四半期別販売実績の推移 (数量単位:億本)

| 区分 | 第1四半期(4~6月) | 第2四半期(7~9月) | 第3四半期(10~12月) | 第3四半期累計(4~12月) |
|--------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| 紙巻たばこ | 数量 239 対前年比 94.3% 市場占有率 62.7% | 数量 269 対前年比 91.5% 市場占有率 62.6% | 数量 214 対前年比 97.6% 市場占有率 63.3% | 数量 722 対前年比 94.2% 市場占有率 62.8% |
| 加熱式たばこ | 数量 111 対前年比 113.1% 市場占有率 29.1% | 数量 127 対前年比 111.4% 市場占有率 29.5% | 数量 107 対前年比 111.5% 市場占有率 31.7% | 数量 345 対前年比 112.0% 市場占有率 30.0% |
| リトルシガー | 数量 31 対前年比 103.3% 市場占有率 8.1% | 数量 34 対前年比 91.9% 市場占有率 7.9% | 数量 17 対前年比 56.7% 市場占有率 5.0% | 数量 82 対前年比 84.5% 市場占有率 7.1% |
| 合計 | 数量 381 対前年比 100.0% | 数量 430 対前年比 96.6% | 数量 338 対前年比 98.0% | 数量 1,149 対前年比 98.0% |

●加熱式たばこ販売数量は1箱当たり紙巻たばこ20本として換算。実績数値はTIOJ公表値。市場占有率は本紙推計(単位未満四捨五入のため符号あり)。2021年10月1日にたばこ増税実施。

「健康懸念物質とは何か?」
JTが加熱式たばこの調査結果を発表しました。加熱式たばこ、紙巻たばこ、禁煙のグループに分けて健康懸念物質の代謝・排泄量を比較した結果、加熱式たばこと禁煙で、健康懸念物質の摂取量に差はありませんでした(詳細2021年6月号2面を参照)。

「健康懸念物質とは何か?」
これはJTの造語のようではないかと懸念される、たばこの煙の中に含まれる「化学物質」という意味だと思えます。JTの資料では15種類の化学物質が列挙されていますが、それらの摂取量に有意差がなかったという点です。加熱式たばこなら、普通の空気を吸っているのと健康への害は同じです。

健康懸念物質は有毒物質で、たばこの煙の中に含まれるものです。しかし、これらは普通のたばこ改定により、20本入りで100円以上値上げされたことが数量を直撃したといえる。定価改定後の第3四半期(10~12月)実績では前年同期のほぼ半減に近い17億本(43.3%減)と失速したが、リトルシガーから前述した紙巻たばこの低価格品への転移が進行したものと

「健康懸念物質とは何か?」
JTが加熱式たばこの調査結果を発表しました。加熱式たばこ、紙巻たばこ、禁煙のグループに分けて健康懸念物質の代謝・排泄量を比較した結果、加熱式たばこと禁煙で、健康懸念物質の摂取量に差はありませんでした(詳細2021年6月号2面を参照)。

数量・代金とも10%超の伸び 加熱式 市場の規模拡大続く

値上げが影響 リトルシガー 大幅減少に

目立つ低価格帯へのシフト 紙巻 450円銘柄が18位

一服啓上 橋内章

人体には有毒物質を代謝・排泄して無毒化する能力があります。その処理能力を超える量なら有毒の化学物質も、処理能力の範囲内なら、長年摂取しても蓄積することはない、無害です。

では何故、JTは「健康懸念物質」という新語まで作って、これらの物質の摂取量を調査したのでしょうか。それはもちろん、喫煙に目くらまを立てる嫌煙家への対策でしょう。

しかし、加熱式たばこなら、有毒と懸念される物質も、ただの空気を吸っているのと同じですから、嫌煙家は黙るでしょうか。そうは思えません。空気と違ってニコチンは摂取出来るのですから、嫌煙家は反論するでしょう。彼らは喫煙する隣人の健康を心配しているわけではありません。嫌煙家の真意は、ニコチンの知的能力向上効果を利用して、自分よりも偉くなるのを心配しています。知的能力向上効果はニコチンガムやパッチでは難しいですから、ニコチンを喫煙という手段で摂取することを、あくまでも邪魔するはずなんです。

次は、どんな屁理屈を思い付くでしょうか。

実は、喫煙で悪化する病気があります。肺気腫などのCOPDと言われる慢性閉塞性肺疾患です。しかし、この病気の遺伝的素質が関与していて、特定の人だけがなる病気です。普通の人には元々無縁の病気ですが、COPDの素質のあるマウスの実験で、悪化させる因子はたばこの煙の煤煙であることが確認されました。つまり、煤煙が出ない加熱式たばこならこの素質の人大丈夫です。

さて、ニコチンには難しいものですが、有難いものを常用していると、いつかはパチが当たるとはならないかと心配になるのが人の性です。「長年たばこを吸っていると、身体に悪いに違いない」と思っている人は多いでしょう。

ところが、そうでもないのです。たばこは脳に対して自動車のエンジンオイルのような役割を果たします。エンジンオイルをグレードアップするとエンジンの回転がスムーズになり、高回転で伸びが良くなるのを実感することがありますが、良いエンジンオイルはエンジンの寿命を伸ばします。ニコチンは脳に対してそんな効果がある。長年たばこを吸っている人は高齢でのアルツハイマー病(認知症、老人ボケ)の発症率が半分から1/3と少ないのが疫学調査でわかっています。そして、ニコチンにアルツハイマー病の予防・治療効果があることが動物実験で確認されました。つまり、ニコチンは頭の回転を良くするだけではなく、脳細胞の寿命を伸ばします。

喫煙の有益性は、最近流行りのサプリメントや健康食品などよりも、遙かに長い時間と多くの研究結果に裏付けられています。

もし、たばこが本当に悪いだけのものなら、嫌煙家もここまで熱心にたばこを非難しなかつたでしょう。喫煙が隣人にかかる迷惑は酒と比べると些細なものです。嫌煙家の執拗なパッシングこそが、正にニコチンの実効性の証です。

「第70回記念・別府大分毎日マラソン」の前日に実施された 市民・事業者・行政の協働によるボランティア清掃活動に参加 大分県組合



ボランティア清掃活動に参加した大分県組合のみなさん

大分県組合(田邊俊則理事長)では、「第70回記念別府大分毎日マラソン」(2月6日正午スタート)の前日(2月5日)



万全なコロナ感染予防対策を行って清掃活動を実施

に行われた、市民・事業者・行政の協働によるボランティア清掃活動に参加した。これは、昨年はコロナ禍によって中止となった「別府大分毎日マラソン」が、今年には開催される運びとなつたことから、大分を舞台にした「大イベントの機会を捉え、日本一きれいなまちづくり」のより一層の推進を図るとともに、日本

全協が取りまとめた3月10日現在の「分煙環境整備活動」の総活動実績数は1222件で、そのうち、自治体へ陳情・要望等を行った事例は378件、自治体の議会において陳情等が採択されたのが82件、国への意見書提出が42件などとなっている。全協では、分煙環境整備活動を「事業環境の維持、及び喫煙者・非喫煙者の共存社会実現に向けた非常に重要な活動」と位置づけ、現在、各連合会において、各自自治体議会に対し、精力的な対話活動等を行っている。今後も、連合会傘下の販売組合主導の下、関係団体等との協働により、1か所でも多くの喫煙場所の創出を目指している。

分煙環境整備活動各地で精力的に展開中
全協が取りまとめた3月10日現在の「分煙環境整備活動」の総活動実績数は1222件で、そのうち、自治体へ陳情・要望等を行った事例は378件、自治体の議会において陳情等が採択されたのが82件、国への意見書提出が42件などとなっている。

現在、たばこを販売するためにポスターを制作して、大々的な宣伝広告を行うことはなくなっている。しかし、昭和30〜40年代終わり頃までの日本の高度経済成長期には、数多くの優れたたばこポスターが制作され、街角のたばこ屋さんなどに貼られていた。

新煙故知新

たばここと塩の博物館・谷田 有史

今回は昭和31年に東洋広報株式会社を設立(平成15年解散)して、日本専売公社時代に数々のたばこポスターを制作し、日本たばこ産業株式会社社名変更された後も、たばこ屋さん向けの情

昭和30年から40年代の初めにかけて、浜美枝や児玉清など当時人気の女優さん、男優さんをモデルにしたたばこポスターが数多く創られた。撮影はそれぞれの分野でトップ写真家であった、秋山庄太郎さん、林忠彦さん、樋口忠

たばこ雑学講座 ④6

形を撮るな、心を撮れ



パイプたばこ(桃山)の発売ポスター(昭和33年)

盗まれてしまうほど人気があった。美しい作品だけにファインとしてほしいものも欲しかったのだらう。

このポスターもその頃の一枚。女優さんではないが、昭和33年、パイプたばこ(桃山)がパウチ入りで発売になった時だ。

男さん、渡部雄吉さんたちだ。これらのポスターは、津々浦々のたばこ店に掲出されていたが、中でも女優さんのポスターは、

たばこ生協 太郎と花子のQ&A

加入の目安は評価額の7割以上に

いつも増口を勧められるけど、実際、何口ぐらい加入すればいいの？
理想を言えば評価額の全額加入するのが望ましい。評価額は、建物の大きさや家族構成などで異なるから、個々に計算する必要があるけど、ここでは平均的な評価額が幾らぐらいか簡易的に計算してみよう。2020年度末の全契約データから、単純平均延床面積は201.1㎡(60.9坪)、また、契約者の単純平均年齢は74.9歳。これをもとに計算すると、建物の評価額は「坪単価×延床面積」なので、木造住宅店の標準坪単価65万円×60坪＝3900万円、家財の評価額は60歳以上夫婦で1600万円、什器と商品が各々200万円と仮定すると、併せて5900万円となる。詳しくは、リーフレットの

たばこ屋さんのためのたばこ共済

加入を検討するに当たって、たばこ生協の火災共済のメリットは何？
先ずは「ずっと話してきたように、旧来から評価は再取得評価である。もし今建て替える(買い換える)としたら、幾ら掛かるかで算定する。それでは「損害時価額」の補填ではなく「お店の再建」を考えると、熱風や火の粉で簡単に穴が空いてしまうし、お店の什器や商品も目的物だなんて、やっぱり、たばこ屋さんのためのたばこ共済ね。早速、おばあちゃんやお父さんに相談するわ。万が一の火災に備えなくちゃ。

建物と動産で掛金が異なることもあるわね。それに、一般住宅と店舗とは掛金が違うことがあるわ。

また、たばこ屋さんにつきものの「テナント」や看板も建物の付属物として目的物に含まれる。それと、動産には、たばこ屋さんに無くてはならない店舗の自動販売機(店舗併設が前提)、また、店内の陳列棚や大型冷蔵庫などの什器も目的物に含まれる。それと、たばこをはじめ、お酒などの商品も含まれるよ。

テナントなんて、熱風や火の粉で簡単に穴が空いてしまうし、お店の什器や商品も目的物だなんて、やっぱり、たばこ屋さんのためのたばこ共済ね。早速、おばあちゃんやお父さんに相談するわ。万が一の火災に備えなくちゃ。

火災共済加入目安【加入基準】の計算方法

火災共済は他の火災共済・保険等を合わせて、建物・動産の加入基準額の範囲内で加入をお願いします。たばこ生協は下表の通り、建物は所在地・用途・構造・延面積・家財は世帯主の年齢・家族構成で加入の目安【加入基準】を定めています。加入形態により、「動産を含む」は①～④の合計額、「建物のみ」は①の金額、「動産のみ」は②～④の合計額が加入基準額となります。たばこ生協の火災共済にのみ加入している場合、「加入口数×100万円」が「⑤合計加入基準額」以下であれば、加入基準額の範囲内です(下表は簡易的な計算方法で加入基準を算出していますので、実際の査定とは異なる場合があります)。

| | |
|-----------------|--|
| ① 建物の加入基準額 | 延床面積 (坪) × 標準坪単価 (万円) × 地域別指数 (万円) = ① (万円) |
| ② 家財の加入基準額 | 世帯主(夫婦)の家財加入基準額 (万円) + 同居家族数(18歳未満) × 140万円 + 同居家族数(18歳以上) × 80万円 = ② (万円) |
| ③ 什器備品の額 | 帳簿等を参考にして什器備品購入価格の合計額を記入してください |
| ④ 商品の額 | 帳簿等を参考にして商品仕入価格の合計額を記入してください |
| ⑤ 建物・動産の合計加入基準額 | 火災共済は、合計加入基準額(①+②+③+④)以内でご契約ください |

| 世帯主(夫婦)の家財加入基準 | |
|----------------|---------|
| 世帯主の年齢 | 家財加入基準額 |
| 27歳以下 | 540万円 |
| 28~32歳 | 740万円 |
| 33~37歳 | 1,040万円 |
| 38~42歳 | 1,260万円 |
| 43~47歳 | 1,440万円 |
| 48~59歳 | 1,530万円 |
| 60歳以上 | 1,600万円 |

| 建物の標準坪単価 | | |
|----------|------|------|
| 用途 | 木造 | 鉄筋 |
| 住居・店舗 | 65万円 | 90万円 |
| 住宅 | 60万円 | 95万円 |
| 倉庫・工場 | 25万円 | 50万円 |
| 事務所 | 45万円 | 80万円 |

| 地域別指数 | |
|-------|-------|
| 都道府県 | 指数 |
| 東京都 | 1.00倍 |
| 埼玉県 | 0.97倍 |
| 千葉県 | 0.96倍 |
| 東京都 | 0.96倍 |
| 愛知県 | 0.95倍 |
| 北海道 | 0.94倍 |
| 北海道 | 0.94倍 |
| 宮城県 | 0.93倍 |
| 青森県 | 0.92倍 |
| 岩手県 | 0.91倍 |



今月号は3か月ぶりの漢字パズルです。リストの熟語を縦・横・斜めのすべてから探して、最後まで使われなかった5字の漢字で熟語を作ってください。ヒントは「毎日のありふれた行為や出来事」の意味です。

Word puzzle grid with characters: 真, 団, 日, 因, 定, 色, 牙, 象, 写, 援, 果, 勘, 期, 十, 他, 現, 道, 応, 盤, 過, 刊, 人, 常, 会, 報, 算, 大, 茶, 行, 十, 踏, 社, 格, 評, 路, 儀, 物, 舞, 利, 技, 価, 飯, 見, 走, 面, 記, 冥, 競, 場, 本, 久, 仮, 滑, 事, 者, 体, 市, 持, 代, 表, 取, 締, 役, 団

【リスト】役者冥利・見本市・十人十色・社会現象・報道写真・定期刊行物・過大評価・応援団・算盤勘定・記者団・滑走路・団体競技・象牙色・仮面舞踏会・市場価格・代表取締役・持久走・因果応報・他人行儀

答: ○ ○ ○ ○ ○

★正解者の方から抽選で10名様に3000円のクオカードをプレゼント!

【応募方法】

ハガキに4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「興味があった記事」と「興味なかった記事」を明記してお送りください。締め切りは2022年5月5日(当日消印有効)。当選者と正解の発表は本紙2022年6月号です。

【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)

2月号クイズの正解と当選者

●正解 2164

●当選者(敬称略)

- 藤井 恵子(北海道・北海道組合) 長谷川 清(山形県・鶴岡組合)
野内 謙一(福島県・新福島組合) 細野 律子(埼玉県・彩の国組合)
中川佐保子(新潟県・佐渡組合) 塚本 章子(滋賀県・近江八幡組合)
大倉 洋子(大阪府・大阪北組合) 古川 智康(富山県・富山組合)
長山 修自(高知県・高知組合) 宮田 知夏(鹿児島県・指宿組合)
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。

お詫びと訂正 3月号(2月25日発行)のクイズで、数独の第一列目で「733」との表示は誤りで、「732」でした。お詫びして訂正いたします。従いまして、3月号の応募につきましては、全員を正解とし、抽選対象といたします。

先人の言葉 ①

「三方よし」とは、「売り方よし、買い方よし、世間よし」という近江商人の経営方針です。商売というものは、自分の勝手や都合だけで行つてはいけない、取引先のことや世間、世の中全体を絶えず考えながら活動しなければならぬ、という処世訓でもあります。

「三方よし」

近江商人

この訓えを守つてきた近江商人とは、近江(滋賀県)を本拠地とする商人です。江戸時代に日本中を行商し、各地の需要に合わせた商売で経済の発展に大きく貢献しました。出店という組織的な商法と刻苦精励の態度で知られ、現代の著名な企業には近江商人の系譜をひくものも多くあります。

自分にも利があり他人をも利するという共存共栄のためには、第一に相手の立場に立つ態度が必要で、相手の立場に立つて、相手が何を求めているかを考えることから始めねばなりません。その上で、売り手も買い手も益がある道を探すのです。経営の神様と言われた松下幸之助は、「売り手は買い手の番頭たれ」と訓えました。また、

第三に、義を優先することです。近江商人の西川利右衛門の家訓に、「先義後利」という言葉があります。義や人情を第一とせよ、という訓えです。利益追求は後回しとすることで商売繁盛となり、やがて利益が生まれてその家は栄えるという考え方で、某百貨店の社是でもありました。

第四に、質の良い商品を提供することです。相手は

喜びますし、世の不足を埋めるといふ商売の面目躍如となります。良い商品とは良質であるとともに耐久性があり、再利用ができる商品のこと、即ち世のためになる商品のこと、言い換えると、見た目だけがよかつたり、すぐに飽きられるような商品は、資源の無駄遣いになるばかりです。第五に、暴利をむさぼつてはいけません。一度に大きな利益を得たり、相手を騙したり、利益を二重三重のり、二重三重のり、利益を得ることを繰り返すこと、これは「感謝の念」が流れていき、それは謙虚な姿勢となつて現れることも忘れてはなりません。(飛鳥山 望)

Advertisement for Ripo-Bitan D (リポビタンD) featuring product images and text: 組合員の皆さまへ、大正製薬(株)のリポビタンDをお店で販売していませんか? 問い合わせは所属の組合まで。指定医薬部外品、肉体的疲労時の栄養補給、滋養強壮に。

江戸川柳と嗜好品

12

谷 匡輔 (江戸川柳研究家)

「野掛け」とは、今でいうピクニックやハイキングで、季節が良くなると江戸の町に住む人たちは、武士も町人も郊外に出掛けた。野掛けだから、広々とした自然を満喫し楽しむはよさそうなのだが、酒好きの御仁は、こどもも飲みたくなるものらしい。酔えば帰り道が億劫になるのではな

野掛け

「手をわけて酒屋尋ねる野掛け道」「此の村にんと酒屋は「ごさらぬか」の二句は、花より団子ならぬ、花より酒」といふ呑助を詠む。さらに、「蝶々の生酔なふるのどやかさ」という句は、春の野掛け。酔つ払って歩く男の周りを、蝶がヒラヒラとなぶるように飛び交っているという、のどかな風景。「野掛け道生酔蝶になぶられ」、「よるけ放題にしてお

ねじ込み下戸野掛け」という句が拾える。次の「春道のつらき上戸の連れに下戸」「春道へ下戸山川を提げて行き」の二句については、少々説明が必要であろう。「春道」および「春道のつらき」は、延喜二十年(920)に、文章博士正六位上、老岐守に任ぜられた春道列樹という人物で、その姓名を振った句である。「山川」は、白酒の異称。春道列樹が詠んだ和歌は、「小倉百人一首」(第三十二番)に「山川に 風のかけたる しがらみは 流れもあへぬ 紅葉なりけり」と収められている。また、上戸も下戸も楽しんで行楽の終わりを詠んだ川柳として、「江戸入りだなどど野掛けは火をはたき」という句があるが、これは、江戸の町に戻れば、歩きたばこが出来なかつたことを詠んだもので、この点において江戸時代の喫煙者は、喫煙マナーをしっかり守つてい

話題

「いつもきれいで、親しみやすい」喫煙処

群馬県大泉町・服部商店

群馬県で、「いつもきれいで、利用しやすい」喫煙処が設置されているのは、群馬県大泉町の服部商店。以前は、お店のたばこ販売口(ウインドウ)の



現在の喫煙処。



以前の喫煙処。

【各地の話題の喫煙処。を紹介しています】

ご投稿をお待ちしています

●投稿先: 〒105-0004 東京都港区新橋6-9-2 新橋第一ビル (株)アーネスト・全国たばこ新聞

●たばこ税の値上げは、本
当にもうたくさんですね。私
の店では、たばこ自販機がそ
れなりの売り上げを確保し
ているので買い取りました。
しかし、タスポが4年後ぐら
いには終了するとのこと。た
ばこ税にしても、今後のこと
はわかりませんね。先のこと
を考えると、とても不安で
す。何とか、こうした不安を
振り払って、安心してたばこ
を売れるようになってほしい
とつくづく思います。

(群馬県 島田 節子さん)

●たばこは色々と言われ
ていますが、たばこを買って
おりに来て下さるお客様には、
胸を張り、自信をもってお売
りするようにしています。た
ばこ新聞で、学者の方や医学
博士の方が、たばこの効用な
どを解説していただいている
のを拝見し、大変心強く思っ
ています。今後も、たばこ屋

が元気になるような
情報を、よろしくお願
いいたします。
(埼玉県 野本 秀明さん)

●たばこ新聞を毎
回、楽しみにしており
ます。先ごろ、徳島組
合女性部の干支の人
形作りの記事を読み、
思わず昔のことを懐かしく思
い出しました。私共の組合の
淡路支部は、昔は女性部の人
数も多かったのですが、色々な活
動やイベントを行っていました。
その中で、年末には、徳島さ
んと同じように干支の人形
作りを行っていました。たば
こ販売も大変厳しい時代に
なってきたと思いますが、昔のこと
などを思い出しながら、頑張っ
ていきたいと思っています。

(兵庫県 齊藤 和代さん)

●小さなたばこ店が兵庫
の田舎町でスタートしたのが
平成10年(1998年)8月
7日。一番売れていたマイルドセ
ブン(現・メビウス)が230円
でした。この数年、たばこ税の連
続値上げ、仲間の減少、そして
数年後にはタスポが終了する
とのこと。兼業していた化粧品店
を閉めて3年、たばこで頑張

てきましたが、タスポの終了で
自販機での売り上げが大幅に
減るのは間違いありません。そ
ろそろ大決心をしなければな
らないかと思いつつ、何とか
頑張っている今日この頃です。
(兵庫県 玉川 久子さん)

●度重なるたばこ税の値上
げなどがあり、また、自販機
の売り上げも減っている中で、
新札の発行やタスポの終了な
ど先行きが大きい不安です。
そろそろ閉店する時期なのか
と感じている昨今ですが、店
が閉まっていると「どうした
の」「何かあったの」と気が
かけてくれる人もおり、体が
軽く限り、あともう少し、も
う少しと頑張っています。
(大分県 森山 辰子さん)



「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」からの川柳は、
3月10日までに寄せられた42句の「川柳」の中か
ら、次の3名の方の作品、4句を紹介いたします。

◆ 紹介作品 ◆

●一食分 食べたつもりで 吐く煙
(埼玉県 松本 世津子さん)

●またひとり 加熱にしたと 客が減り
(山口県 平田 勝子さん)

●たばこ屋は 置いてきぼりや 加熱式
(山口県 石川 貴美枝さん)

●たばこ屋を 閉めたくもあり
閉めたくもなし

(山口県 石川 貴美枝さん)



春、真最中ですね。孫のものは、何でも可愛いものです。
(イラスト・星ユキさん)

投稿

年度の「締め」といふべき確
定申告を終えた。納税は日本
国憲法第30条で「国民は、法
律の定めるところにより、納
税の義務を負ふ」とあるが、
多種多様な納税の多さを改
めて知らされる思いがした。

私にとつての「たばこ税」試算

色々ある税の中
で、個人が自覚しな
いで納税する税に間接税があ
る。たばこ税もその一つ。しか
も、たばこ税は年間総額約2
兆円が国及び地方自治体に徴
税費なしで、確実に納付されて
財政に大きく貢献している
と聞か、2千万人弱の喫煙者
のみが負担する財源である。
私は40年以上1日20本の喫
煙歴を持つ「ビースモーカー」であ

る。健康診断の際でも喫煙歴を
申告しているが、医師からは喫
煙による健康被害が見つから
ないのか、禁煙の勧めもなく、
あきらめ顔で黙認している。
そこで、私にとつてのたばこ
税額がどのくらいかを試算し
てみた。

現在、20本入り580円銘
柄を1日1箱欠かさず吸う。
1年間のたばこ代金は
(365日×580円)の計算
から年間21万1700円に
もなり、高級電化商品等を買
える額に相当する。その税負
担額は価格の61.7%を占めて
おり、13万を超える。そのう
ち、すべての商品に課されてい
る消費税額を除くと、たばこ
税額は年額11万5千円、月額で
1万円近くにもなる。

私は、立派な高額納税者で
あろう。にもかかわらず、現
在、喫煙する場所すら見つか
らない窮屈な喫煙環境にあ
る。また、改めて、パッケージ
を眺めてみると、パッケージの
デザインを無視して、正面と
裏面の面積50%
が、変な注意文言
が、変な注意文言
で占められている。嗜好品でこ
れだけの制約のあるのはたば
こくらいではないか。
禁煙すれば相当の経費節
約になると思うが、禁煙する
意思はない。これからも、他人
様(非喫煙者)に迷惑をかけ
ないでゆつくりと服を楽しま
たいと思っているのだが……。
(たばこ好きの高額納税者)

ご応募をお待ちしています

- ①「たばこ屋さん目線からの川柳」
- ②「あの日あの時・私の思い出の写真」
- ③各地の話題の「喫煙処」

●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。掲載作品には薄謝進呈。
②「思い出の写真」は、写真を封筒で、もしくは、写真データをメールに添付していただいてもOKです。なお、封筒で送付の写真は必ず返却致します。掲載作品には薄謝進呈。
③話題の「喫煙処」も写真を封筒で、もしくは、写真データをメールに添付していただいてもOKです。封筒で送付の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・所属組合名を忘れずに(分かりやすい字でお願い致します)。

●応募先(問い合わせ先)
〒105-0004
東京都港区新橋6-9-2 新橋第一ビル (株)アーネスト
●FAX…03-3432-8347 (☎03-3432-8346)
【メールアドレスについては、お問い合わせ下さい】

「喫煙所の確保・維持・設置拡大」
の実現に向けた標語
現在、審査に向け集計・整理中

全国たばこ新聞では、「喫煙所の確保・維持・設置拡大」の実現に向けた標語を募集、去る2月末日で応募を締め切りました。

その結果、全国から388名の応募があり、予想を超える1158句の標語が寄せられました。現在、みなさまから寄せられた標語の第一次審査に向けた集計・整理を行っており、その後、最終審査を行い、優秀作品などを決定する予定です。

このため、当初予定していた4月号(3月25日発行)での入選作品の発表が遅れる予定ですので、お知らせいたします。

4月のP.O.Pの作り方

カラーコピーでPOPを作ってみよう。

●カラーコピーで拡大して簡単にPOPを作ってみよう!
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。(コピーの拡大プリント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: ハサミ、カッター、定規、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
用意する材料: 厚紙 A4サイズ1枚

作り方と陳列: 1. 厚紙にコピーしたPOPを貼る。2. スティックのりやスプレーのりを使ってPOPを壁や柱に貼る。3. 店頭でPOPを陳列する。

新しいスタート! 応援します!

手作りのPOPで
店頭演出で集客アップ!!
講座
手作りのPOPで
お店を飾りましょう!
Design: イザ・デザイン