

全米に 7600 店舗を持つ CVS



与えること必至だ。

方向転換したCVS

プレス発表では、タバコの害と健

日米のドラッグストア・スーパーマーケットのタバコ販売事情

～名ばかりのコンセプトは通用しない～

鋭い消費者は、企業倫理観を注視している

加藤一晴 浜名医師会・理事／日本臨床内科医会公益事業委員会・委員

全米で 7600 店舗以上において事業展開をしている CVS (<http://www.cvs.com/>) が、タバコ販売を停止したのは 2014 年 9 月。この衝撃的な決定は、世界中に驚きと共感、そして称賛が湧き上がった。

はじめに

およそ 8 万人の従業員を擁する米国 CVS の設立は 1963 年 5 月。この決定のために、年間 20 億ドルの売り上げを失うことになるが、オンライン販売を通じ、処方薬のほか、美容用品、化粧品、写真現像、季節商品、グリーティング・カード、食料品といった日用生活雑貨販売に加え、全米最大の「ウォークイン・クリニック」や企業等向けの総合健康サービス等を運営している。20 億ドルの損失は、同社のビジネス全体からすればわずかな割合だ。

米国では、ウォルグリーン（設立 1901 年 7000 店舗）、CVS（設立 1963 年 7600 店舗）、ライトエイド（設立 1962 年 5000 店舗）が 3 大ドラッグストアで、全米の売り上げ高の 6 割を占め、2013 年の場合、1600 億ドル（約 17 兆円）を超えた。「タバコ販売をしない」という CVS の決定は、他の 2 社に影響を

康増進の重要性について、非のうたどころのない説明を並び立てた。だがその裏側には、顧客に CVS の店舗を、新しい種類の目的地、つまり、単に商品を買うに行くのではなく、健康のための総合ケアを受けるために行く場所として見てほしいという、同社の希望があった。

同時に「我々の店舗には、2 万 6000 人の薬剤師やナース・プラクティショナー（米国で臨床医と看護師の間職と位置づけられる上級看護職であり、一定レベルの診断や治療などを行なえる）たちがいる。多くの顧客や患者が、毎日必要とするヘルスケアを提供してもらえると信頼を寄せてくれている」と述べた。

マーケティングの世

界では、脱タバコの動きで CVS が展開しているような、積極的な宣伝攻勢以上に効果的なものはない。更に米国オバマ大統領からの「CVS の決定は米国の政策と一致する方針」というコメントほど心強いものはないだろう。

12 カ月後の結果

その結果、CVS が小売薬局市場の 15% 以上を占めている州では、CVS が存在しない州と比較してタバコ販売数が 1% 減少した。販売数が減少した州では、喫煙者のタバコ購入数は 8 カ月間で平均 5 個少なく、合計では約 9500 個の減少となった。

これは、CVS がタバコ販売を中止したことにより、喫煙者は他店舗へと購入場所を移しただけでなく、販売中止をきっかけに禁煙も含めて購入個数そのものを減らしたことを意味している。また、タバコ販売中止のさらなる好影響として、CVS が 15% 以上の小売薬局市場を占めている州では、販売



バラク・オバマ米大統領は、政府にタバコメーカーを規制する強力な権限を付与する新たばこ規制法案に署名し（6月22日）、政府は規制強化へと動いている。

だけに、販売中止にはお叱りの声のほうが多かったという。

平成22年に販売をやめた東北大学生活協同組合（仙台市）は、大学の「キャンパス内全面禁煙宣言」を受け、理事会が全会一致で決めた。当時の理事会は、「タバコ販売をめぐっては長い間、賛否両論あった。販売中止によって、健康で安全なキャンパスライフを支えることに貢献できたと思う」と話している。直近では、静岡県内中部エリアを中心に33店舗を展開する静鉄ストア（静岡市）

に注目が集まっている。静鉄ストアのタバコ売り上げは、9000万円（平成23年度）あった。26年に店舗改装をキッカケに、段階的に自販機販売に切り替えていった。

同社は「安心・安全・健康・美味しい・楽しい」を企業理念に掲げており、「健康をモットーにする会社」として、健康に害を及ぼすタバコ販売に決別したのは、当然の帰結だろう。更に嬉しいことに、平成28年夏に、静岡県健康福祉部長から「健康づくり推進事業所」の第一号に認定

された。竹田社長は「4月からはタバコ販売をやめ、全従業員に禁煙するように呼び掛けている」と同社の取り組みを紹介している。

発がん性物質とタバコ税

厚生労働省は、2022年の目標喫煙率12%と提示した。タバコは担税力の高い依存性商品であり、将来的にかなりの確率のタバコ病（COPD・肺がん・心筋梗塞など）が待っている。実際、世界中からタバコによる健康被害が伝えられている。確かにタバコ税は国や地方自治体にとって垂涎（すいぜん）的である。現実には吸わない人から「タバコ税が減ったら社会が困るだろう」の意見が聴かれるが、大概この時期の視点は宙をさまっている。

いっぽうで、彼らは消費税や電気料金の値上げには、猛烈に反対する。つまり、永年の国家的刷り込みにより、自治体首長や役人（すなわち税を納められる側）のスタンスになるのだ。彼らにとって、タバコは知ら

中止直後にニコチンパッチの販売量が4%増加したことも、今回の調査で分かった。

同社の医療責任者は「1年前、我々は人々がより健康になるように支援することを理由に、タバコの販売を中止した。そして今日、我々の決断が、小売業全体を通じたタバコ販売数の減少という、公衆衛生によい影響をもたらしたことを示す新たなデータを公開できることを嬉しく思う」と語っている。

なお、CVSによると、タバコ販売中止の影響は別のデータからも明らかになっている。同社のタバコ販売中止以来、CVS系列のミニッツ・クリニクの禁煙外来の相談者は2倍以上になり、薬剤師は26万人以上のカウンセリングを実施し、ニコチン置換療法により約60万人に処方したという。

我が国のタバコ販売許可事情

それに対し、我が国のタバコ販売

システムは前時代的だ。小売業の許可申請は、申請書に添付書類を添えてJ-T（日本たばこ産業）営業所（何と申請書が置いてあるのもJ-T）に提出する。

何故、公的審査を民間企業に提出するのか不明だが、申請すればすぐ許可が下りるのではない。まず審査があり、取扱予定高が原則4万本以上であることなどの制限がある。そのなかでもコンビニで問題になるのは、距離制限といわれる。

距離制限とは、最寄りのたばこ販売店と開設を予定している営業所との距離で、市街地では短く（最短25メートル）、住宅地では長く（300メートルなど）なっている。

距離制限には例外がある。例えば、ビルの階数をまたぐ場合や片道2車線の道路をまたぐ場合などの距離は測定しないことになる。

昨今、未成年年齢引き下げに伴い、国会で飲酒・喫煙の可否が議論されたが、現在は辛うじて20歳からになっている。いっぽう、米国の一部の

州では、喫煙可能年齢を18歳から21歳に引き上げた。これは、我が国の喫煙開始年齢引き下げ擁護論調と真逆だ。まして多くの州では、当然のことのように学校や運動場から半径330メートル以内での看板の禁止を徹底している。

タバコ販売をしない店舗

そんな中、日本国内ではちらほらタバコ販売を停止したスーパーマーケット・ドラッグストアも散見され始めた。株式会社スギ薬局（全国996店舗）、株式会社スギヤマ薬品（東海3県、100店舗以上）もタバコ販売中止して久しい。

いっぽう、30年以上も前に販売をやめた会社もある。千葉県内で8店舗を展開する京北スーパー（千葉県柏市）は、昭和59年にタバコの害が社会問題となったことをきっかけに中止。社長の「お客さまの健康のため」というトップダウンで決定。ただ、当時は国の事業としてタバコを販売し、その税収が期待されていた

ない地方の人々が栽培し、どこかで製造されるが、匿名性の高い喫煙者からのタバコ税収は貴重なものだ。それでは、「貴方がタバコをまとめて買って保存し、税収に貢献するのはどう？」と聞くと、「何故そんなことをしなくてはならないのだ！」と逆切れされるのがオチである。「貴重な納税者」とうそぶく喫煙者には、「果たして貴方は、税収の何%のタバコ税を納めていると考えるか？」と問えば、微々たることであることに気づく。つまり、貴方が止めても税収に与える影響は僅かなのだ。

CVSの慈善活動

米国CVSは慈善活動にも積極的に取り組んでおり、禁煙や喫煙防止のプログラムに100万米ドル以上の助成金を提供し、さらにTobacco-Free Kids、Stand Up To Cancer、そして米国肺協会が主宰するプログラム、LUNGFORCEなどとも連携している。

さらに、同日CVSヘルスは、こ

の1年間の成功を祝うとともに、新たなコミットメントも発表された。今後同社は、出版物や教育、メディアなどを通じ、若者の喫煙防止および喫煙の健康への影響に関する理解向上を目的として、学校を拠点としたプログラムも導入するという。「人々の健康を支援する」という自社のミッションとの一貫性、インテグリティ（誠実、真摯、高潔などの概念）を重視してタバコ販売を中止したCVSヘルスの決断は、実際に米国の人々の健康に大きな好影響を生み出している。

おわりに

ふり返って我が国のタバコ擁護スタンスは前時代的である。政財界・マスコミが、国民に向けてあからさまな情報操作や隠匿工作を繰り返している。これを変えなければ、世論形成などできないだろう。

我が国で環境問題が叫ばれた昭和50年、マスキー法（排ガス規制）が制定された。最後まで対策を取らな

かったトヨタに非難の声があがった。多くの車種を抱え、新聞広告に苦し紛れにトンボの画像を示し「複眼の思想」と言い訳したが、技術の劣性は明らかだった。その時の悔しさが、ハイブリッドカー・プリウスの開発を盤石にしたのかも知れない。トップ企業としての矜持を見せ、しんがりからトップに躍り出たのだ。

我が国のドラッグストアやスーパーマーケット経営者も、消費者は「裏でソロバンを弾き、ほくそ笑む姿」に違和感があることを肝に銘じなくてはならない。行き過ぎた経済至上主義とは決別すべきで、いつ方向転換をするのか待っているのだ。

今のところ、国家的に喫煙率を減らす取り組みはない。民間による「販売箇所規制」と「喫煙場所制限」を展開することで、確実に喫煙率は減少する。タバコは「合法であるが不適切な商品」の最たるものであり、ドラッグストアやスーパーマーケットも「名ばかりのコンセプトでは通用しない」とに気づかなければならない。