

若者と禁煙空間 —対人関係との関連性—

網 川 亜希子

現在、日本は禁煙時代に突入した。

幼い頃から禁煙教育を受け、タバコに対する厳しい風当たりの中で育った若者は、どのような喫煙行動をとり、どんな意識を持って「タバコ」に接しているのだろうか。本論文では、特に「喫煙空間」や「人の影響」に着目し、喫煙者に対するアンケートを中心として、探った。

喫煙について、負の部分がクローズアップされる今日。歴史を振り返ってみても、タバコは厳しい目にさらされることも多かったが、それと同時に、独特の喫煙文化を生み、また、人々のささやかな楽しみとして、生活の中に根付いてきた。これからも、タバコは仕事の合間の息抜きに用いられ、人と人との出会いの場で雰囲気や和らげたり、気持ちを切り替えたりと大切な役割を果たすだろう。

今回、若者の喫煙行動、喫煙空間を調査し、若者にとってタバコは、人と人をつなぐ「コミュニケーションツール」であることを強く実感した。タバコを選ぶ際にも、喫煙空間を選ぶ際にも、「人の影響」を受け、あまり親しくない人とでも、タバコという共通項を見つければ、ずっと一緒にタバコをくゆらす。

一方、非喫煙者に対しては、自分がはく煙の影響を気にする、一緒にカフェに行くときは禁煙席

に座るなど、マナー意識が高い。それは、各機関のマナー向上への取り組みや、反タバコ教育が影響しているといえよう。このように、喫煙空間は相手との関係性や、喫煙者・非喫煙者という相手の分類によって規定されるのである。

今後も、タバコの増税が予見されるなど、更なる反たばこの動きの増大がうかがえる。私は、これから喫煙者と非喫煙者が気持ちよく共存するためにも、若者の今以上の喫煙マナー意識の向上が必要に思える。若者のマナー調査結果より、非喫煙者に対するマナー意識は非常に高かったのに対し、喫煙者同士でいる時のマナー意識は低いことが分かった。ここで、上記で述べた、タバコは若者にとってのコミュニケーションツールという最大の利点を生かし、タバコ自体にマナー広告を載せるという、新たなマナー向上への取り組みを提案したい。タバコ自体がメディアとなって、話題になることで、自然と喫煙者同士でも、もちろん非喫煙者とも、マナーについて考える機会が増えるだろう。

喫煙者だけでなく、非喫煙者も一緒になって喫煙マナーを考え、改善していくことによって、新たな喫煙の歴史を創造していくことができると考える。

地域活性化におけるインキュベータの現状と課題 ～大田区の産業集積地における活動を事例に～

山 口 真理子

「21世紀は中小企業の時代」と言われる中で、国内の各地域ではグローバル経済下において、「産業集積の崩壊」と見える現象が相次いで起こっている。特に、下請け仕事に依存してきた中小企業集積地域では、親会社の海外移転に伴う工場閉鎖や生産量縮小・発注打ち切りにより、倒産・廃業が増加し、失業者の激増と再就職の困難さに伴う地域の中小小売商店や、サービス業者の衰退や常住人口の減少、若年労働者の流

出加速など、地域社会の崩壊へと続く状況が目立つ傾向にある。

このような危機的状況を打開するために、早急な地域社会復興策が求められている。一昔前までは、財政支援、大企業の工場誘致といった中央依存的考えが主流であった。しかし現在は、それぞれの地域住民の主体的活動による内発的地域振興こそが、地域に根を張った永続性のある地域発展をもたらすものだという考えに変化