

ここでは、たばこ産業及び当社を取り巻く主な制度ならびに事業環境等の概要を説明します。



▲成人識別機能付自動販売機 (p.47参照)

当社を取り巻く事業環境

Business Environment Surrounding JT

たばこ事業を取り巻く国際的な制度等

WHO「たばこ規制枠組条約」

1999年5月のWHO総会において、「たばこ規制枠組条約」採択に向けた作業開始が決議され、6回の政府間交渉を経た後、2003年5月の同総会において採択がなされ、締約国数が40カ国に達した日の90日後に当たる2005年2月27日に発効しました。また、同条約の発効を受けて、2006年2月に、日本を含む締約国110カ国、非締約国49カ国、及び国連機関等が参加して、第1回締約国会議が開催され、締約国会議の手続規則や次回会議に向けた報告等に関する事項、並びにガイドライン案及び議定書案の作成等について議論が行われました。2006年6月13日時点で131カ国（EC含む）が同条約の締約国となっており、日本政府は2004年3月9日に同条約に署名し、2004年6月8日に同条約を受諾しています。同

条約には各種の規定が盛り込まれており、締約国に法的義務を課す条項もあれば、解釈・実施につき締約国の裁量を認める条項もあります。主要な条項は次の通りです。

- 価格及び課税措置（課税主権を害されることなく、適当な場合、課税政策・価格政策の実施、免税販売を禁止／制限することが可能等）
- 包装及びラベル（有害性が低いとの誤った印象を生み出す用語等によりたばこ製品の販売を促進しないことを確保する効果的措置、主たる表示面の30%以上の警告表示等）
- 広告等（広告・販売促進・後援を包括的に禁止。憲法上の原則により包括的禁止を行う状況にない国はあらゆる広告等を規制等）
- 未成年者への販売（未成年者への販売を禁止する効果的措置を採択／実施）

—代替活動への支援の提供（適当な場合、耕作者及び販売業者等に対し代替活動を促進）

当社は、未成年者喫煙防止・不正取引の防止等、同条約に規定されている事項の幾つかについて従来から自主的・積極的に取り組んでいます。他方、たばこに対する規制については、各国の異なる法制度、文化、社会情勢を前提として、それぞれの国が自国の実情に照らして最も相応しい規制内容を決定すべきであると考えています。当社としては、各国が同条約を実施するに際しては、各国の実情に応じた適切かつ合理的な措置が講ぜられるよう働きかけを継続していく所存です。

たばこ製品マーケティング国際規準

2001年9月、当社は、他のたばこ会社とともに、「たばこ製品マーケティング国際規準」に合意しました。本国際規準は、世界各国でのたばこ製品の責任あるマーケティング活動の基本を定めたものです。本国際規準はブランドマーケティングが決して未成年者を対象とせず、健康に関する情報を認識し、喫煙することを選択した成人のお客様のみに向けられることを目的とする最低限度のもので、日本におけるマーケティング活動もその対象に含まれます。

本国際規準の主な規定は以下のとおりです。

—「広告宣伝」、「販売促進イベント」及び「スポンサーシップ」の統一的定義

—たばこ製品の広告宣伝に適用される厳格なガイドライン

- ・印刷広告は、少なくとも読者の75%が成人である出版物にしか掲載しない。
- ・35m²より大きな屋外広告は行わない。
- ・TVやラジオ、インターネット上の広告は、視聴者が100%成人であることを認証できない場合、広告を行わない。
- ・成人観客が75%以上であると合理的に判断されない限り、映画での広告を行わない。
- ・広告には著名人や25歳以下と思われる人物を使用しない。また、喫煙がスポーツ又は運動競技上、職業上、人気、あるいは性的な成功・向上を示唆する広告も行わない。

—広告等への健康に関する注意文言の表示

- ・250cm²未満の店頭用ツールなどごく一部の例外を除き、実質的にすべての広告、販売促進及びマーケティングツールに表示しなくてはならない。

—スポンサーシップの制限

- ・たばこ製品のブランド名を付すイベント又は活動において、すべての競技者及びその他の積極的参加者は成人でなければならない。
- ・2006年12月1日からたばこ製品のブランドプロモーションを目的とするスポンサーシップの対象であるイベント又は活動における観客の75%以上が成人でなければならない、またこれらのイベントの電子媒体による偶発的な露出以外は不可。

—認証された成人喫煙者に限定されたすべての販売促進活動

未成年者喫煙防止

未成年者喫煙問題は社会全体で取り組む必要のある問題です。当社は、世界各国における法令、自主規準及び「たばこ製品マーケティング国際規準」に基づき、世界各国において、適切に事業運営を行うとともに、未成年者喫煙問題に向けた様々な取り組みを行っています。

各国における取り組みについては、以下のホームページで詳しく紹介しています。

<http://www.jti.co.jp/sstyle/think/underage/index.html> (日本)

http://www.jti.com/english/corp_responsibility/youth_smoking_prevent.aspx (海外)

国内たばこ事業を取り巻く制度等

日本たばこ産業株式会社法

JTは、製造たばこの製造、販売及び輸入に関する事業を営営することを目的として、「日本たばこ産業株式会社法」に基づいて設立されました。政府は、この法律において、常時、JTの成立のときに政府に無償譲渡されたJT株式の総数の2分の1（2006年4月1日に実施した株式分割後の株式数:500万株）以上に当たる株式を保有することとされており、かつその保有比率については今後の株式の増加数も含め、JTの発行済株式総数の3分の1を超えるものでなければならないこととされています。また、JTが発行する株式若しくは新株予約権を引き受けようとする者の募集をしようとする場合、または株式交換に際して株式、新株予約権若しくは新株予約権付社債を交付しようとするときは、財務大臣の認可を受けなければなりません。この法律では、財務大臣の認可を受けて、JTが製造たばこの製造、販売及び輸入の事業ならびにこれに附帯する事

業の他に、会社の目的を達成するために必要な事業を行うことが認められています。取締役、執行役及び監査役の選任及び解任の決議、ならびに定款の変更、剰余金の処分(損失の処理を除く。)、合併、分割又は解散の決議には財務大臣の認可が必要とされています。また、毎事業年度終了後3カ月以内に、貸借対照表、損益計算書及び事業報告書を財務大臣に提出する必要があります。

たばこ事業法

「たばこ事業法」は、日本のたばこ産業の健全な発展を図り、財政収入の安定的確保及び国民経済の健全な発展に資することを目的として1984年8月に制定されました。この法律は、製造たばこの原料用としての葉たばこの生産及び買入れならびに製造たばこの製造及び販売等に関して規定しています。原料用国内産葉たばこの買入れにあたっては、JTはあらかじめ耕作者との間で、葉たばこの種類別の耕作面積ならびに葉たばこの種類別及び品位別の価格を定めた葉たばこの買入れに関する契約を締結することが義務づけられています。JTは、契約に基づいて生産された製造たばこの原料に適するすべての葉たばこを買い入れることになっています。JTはこの契約を締結する際、葉たばこの種類別の耕作総面積及び葉たばこの価格について、「葉たばこ審議会*」の意見を尊重しなければなりません。JTは法律で定められた日本における唯一のたばこ製造業者であり、製造する製造たばこの品目別卸売販売価格の最高額について、財務大臣の認可を受ける必要があります。製造たばこの輸入業者と卸売業者は、財務大臣の登録を受ける必要があります。また製造たばこの小売販売業者は、財務大臣の許可を受ける必要があります。JTの製造する製造たばこ及び輸入業者の輸入する製造たばこの小売定価は、財務大臣の認可を受けなければなりません。財務大臣は、消費者の利益を不当に害することになると認めるときなどを除き、申請された小売定価を認可することとされています。小売販売業者は、財務大臣の認可を受けた小売価格によらなければ、製造たばこを販売してはならないとされています。

*「葉たばこ審議会」：JTの代表者の諮問に応じ、原料用国内産葉たばこの生産及び買入れに関する重要事項につき調査審議するための審議会。委員は11人以内で、耕作者を代表する者及び学識経験のある者のうちから財務大臣の認可を受けてJTの代表者が委嘱します。

注意文言の改定等

日本では、たばこ事業法第39条に基づき、製造たばこの包装にたばこ事業法施行規則第36条で定める「製造たばこの消費と健康

との関係に関して注意を促すための文言」(注意文言)を表示することが義務付けられています。2003年11月、たばこ事業法施行規則が改正され、製造たばこの包装に表示するたばこの消費と健康に関する注意文言の見直しが行われました。改正された同施行規則では、注意文言は、直接喫煙(肺がん、心筋梗塞、脳卒中及び肺気腫)に関する4種類の文言と、妊婦の喫煙、受動喫煙、喫煙への依存及び未成年者の喫煙に関する4種類の文言の計8種類の文言とすること、直接喫煙に関する4種類の文言とそれ以外の4種類の文言のうち、それぞれ1つ以上を選び、たばこ包装の「主要な面」に1つずつ表示し、これらの文言が年間を通じて品目及び包装ごとに概ね均等に表示されるようにすること、これらの文言の表示場所については、それぞれ「主要な面」の面積の30%以上を占める部分とすること等が規定されています。当社では、同施行規則附則に定める経過措置の終了日である2005年6月30日迄に当社たばこ製品全銘柄の包装デザインの切り替えを完了し、2005年7月1日以降当社が出荷した全ての製造たばこには、これら規定に従った注意表示が付されています。加えて、改正された同施行規則では、「マイルド」、「ライト」等の用語を使用する場合には、消費者にたばこの消費と健康との関係に関して誤解を生じさせないための文言を、それらの用語を使用しているたばこの包装に表示しなければならない旨の規定が設けられており、2005年7月1日以降、当社が出荷するすべての製造たばこには、本規定に従った表示が付されています。当社グループは、かかる条件に従って今後とも「マイルド」、「ライト」等の用語を国内で使用する予定です。

「製造たばこに係る広告を行う際の指針」の改正等

日本では、たばこ事業法第40条に基づき「製造たばこに係る広告を行う際の指針」が告示されており、社団法人日本たばこ協会(TIOJ)*においては、広告活動等に関し、本指針の趣旨に沿って自主規準を設け、当社を含む会員各社はこれを遵守しています。2004年3月、財務省は、「製造たばこに係る広告を行う際の指針」を改正しました。改正後の指針は、屋外におけるたばこ製品の広告(ポスター・看板等)はたばこの販売場所及び喫煙所を除き行わないこと、日刊新聞紙(スポーツ紙、夕刊紙等を除く)については広告方法等に配慮することなどのほか、たばこ広告に記載される注意文言の表示及び内容に関する事項を定めています。これを踏まえ、TIOJにおいては、同年3月、自主規準を改定し、当社を含

む会員各社は、屋外広告看板や公共交通機関車両での銘柄広告の中止、新聞における広告量及び掲載面の制限など必要な対応を実施しています。

*「社団法人日本たばこ協会(TIOJ)」: TIOJは、たばこに関する情報の収集及び普及を通じ、たばこに対する社会の公正かつ客観的な理解促進に貢献するとともに、たばこをめぐる社会環境に適切に対応しつつ諸活動を実施することにより、我が国のたばこ産業の健全な発展を図り、もって国民経済の健全な発展に資することを目的とする、業界を代表する公益法人です。
1985年に設けられたたばこ会社の協議会を母体として、1987年に任意団体として設立され、1990年に社団法人に改組されています。

成人識別機能付自動販売機

2001年11月、社団法人日本たばこ協会(TIOJ)、全国たばこ販売協同組合連合会及び日本自動販売機工業会の3団体は、「成人識別機能を搭載したたばこ自動販売機の開発・導入について、2008年をめどに全国一斉稼働させるための共同取り組みに合意しました。この取り組みは、自動販売機による未成年者のたばこ購入を防止する目的で、「たばこを自動販売機で販売するにあたり、ICカードを用いて購買者が購入時点で成人であるか否かを識別し、成人と確認された場合にのみ販売可能とする機能」を備えたたばこ自動販売機の開発・導入を目指すものです。2002年4月から1年間、千葉県八日市場市において、市当局等の積極的支援を賜り、導入検証を行い、技術面・運営面での基礎的な知見の収集、及び利用者の受容性を確認することができました。現在は、同市での検証結果、及び鹿児島県の種子島における2008年全国導入に向けたシステム構築のための検証結果を踏まえ、必要な準備を進めている段階にあります。当社としては、本共同取り組みの趣旨を尊重し、円滑な開発・導入の実現に向け積極的に参画していく考えです。

たばこ製品に関連する訴訟等

日本国以外における喫煙及び健康関連の訴訟については、個人の健康又は財産に係る損害賠償請求訴訟や政府機関等による医療費返還訴訟等があり、JT及びJTグループ企業を被告とする訴訟、又は当社がRJRNタバコ社の米国以外の海外たばこ事業を買収したことに伴い当社が責任を負担するものを合せて、2006年5月末時点において13件存在しています。

今日までのところ、JT及びJTグループ企業は一度も敗訴しておらず、JT及びJTグループ企業が被告とされている喫煙及び健康

関連の訴訟に関して和解金を支払ったこともありません。

また、たばこ製品については密輸及び偽造が広範囲にわたり行われており、たばこ業界全体が直面している主要な問題の一つとなつていますが、EUやカナダ政府等が密輸に関連して被ったと主張する損害の賠償を求めてJT及びJTグループ企業等を被告として提訴した訴訟に関係しています。また、JTのカナダ現地法人に対し、ケベック州税庁がたばこ税及び加算税の課税通知を行い、当該課税通知に対してJTのカナダ現地法人が課税処分の無効確認を求めて提起しています。

さらに、密輸に関連するものではありませんが、モスクワの税務当局から課税通知を受けたJTのグループ企業が当該課税通知の無効を裁判所に訴えている訴訟もあります。

当社は、これら訴訟における原告側の主張内容に対して、強く自らの正当性を主張していきます。当社の主張には多くの正当な論拠があると信じています。