

JTグループの変遷

JTグループは、「心の豊かさ」という価値を軸に据えながら、時代や環境の変化に向き合い、事業と組織のあり方を進化させてきました。国内中心の事業からグローバル展開へ、新たな製品やサービスを通じたより一層の価値創出へと、その姿は変わり続けています。今後も当社グループは、JT Group Purposeのもと、ステークホルダーの皆様を提供する価値を広げながら、持続的な成長を目指していきます。本ページでは、こうした主な変遷を整理しております。

なお、それぞれの転換の背景や経営上の意思決定については、特集「変化を力に常に進化し続けるJTグループ」にて詳しくご紹介しています。併せてご覧ください。

JTグループの原点と将来への構想

後のJT Group Purposeにつながる「心の豊かさ」という価値観の同定

1949年

日本専売公社設立

1968年

43長計

当時策定した長期経営計画であり、たばこ事業の社会的役割やその実現のためのグローバル化への意識を示したもの

「たばこ事業は、人間の微妙な感覚と心理の深層に対する多面で多様な働きかけを、短い一服の瞬間にこめて生活の緊張をほぐし、その内容に豊かなよるこびをおくるユニークな産業である」

1980

会社化を契機とした成長への取り組み

会社化を通じた選択肢の拡大

1985年

日本たばこ産業株式会社発足（会社化）

医薬事業部・食品事業部設置

ミッション「心の豊かさを創造するマーケティング・カンパニー」

1990

グローバル化への挑戦

グローバル成長を見据えた経営基盤の確立

1994年

経営理念として「4Sモデル」の追求を設定

株式公開・上場

1996年

JT経営ビジョン96

delightコンセプト「多様なあいの接点に生まれる発見、驚き、喜びの瞬間である」を策定

1998年

鳥居薬品(株)の発行済株式の過半数を取得

1999年

米国RJRナビスコ社の米国外たばこ事業を買収
グローバルでの成長を加速させる経営基盤拡大の転換点

[詳細はこちら](#) [特集\(P.12\)](#)

2000

グローバルメーカーへの飛躍

グローバルビジネスの拡大と持続的成長への決意

2002年

JTブランディング宣言公表

あらゆる企業活動を通じて、ステークホルダーの方々に「かけがえないDelight」＝「期待を超える驚き、喜びといった、JTならではの付加価値」を提供することを「ブランディング(Branding)」と定義し、それを実現することにより、社会において「かけがえない存在」を目指す

2003年

「JT PLAN-V」を実行

利益成長を重視した経営体質のさらなる強化を目指す改革

[詳細はこちら](#) [特集\(P.12\)](#)

2007年

英国Gallagher社を買収

2008年

JT-11公表

長期ビジョン:「JTグループならではの多様な価値をお客様に提供するグローバル成長企業」

(株)加ト吉(現 テーブルマーク(株))および富士食品工業(株)の発行済株式の過半数を取得

2010

事業環境の変化と新たな製品カテゴリの台頭

新たな領域への挑戦と新興市場の事業基盤強化

2012～2015年 海外たばこ事業

新たな製品カテゴリを含む製品ポートフォリオ強化に向けた買収(水たばこ・電子たばこ等)

2016～2018年 海外たばこ事業

さらなる地理的拡大に向けた買収(エチオピア・フィリピン・インドネシア・ロシア・Bangladesh等)

2016年

「Ploom TECH」発売(日本)

2020

心の豊かさを、もっと。

JTグループの目指す姿

JT Group Purpose

JT Group Purposeを起点とした進化の始動

2020年

コーポレートR&D組織「D-LAB」発足

2021年

Heated Products「Ploom X」発売(日本)

2022年

海外たばこ事業、国内たばこ事業の2事業体制を一本化(One Team)

新たな成長領域における競争力・収益力強化に向けたたばこ事業運営体制の強化

[詳細はこちら](#) [特集\(P.12\)](#)

2023年

JT Group Purpose

「心の豊かさを、もっと。」を策定

JTグループの中核的な提供価値「心の豊かさ」を明確化

[詳細はこちら](#) [特集\(P.12\)](#)

2025年

Heated Products「Ploom AURA」発売(日本)

医薬事業および鳥居薬品(株)の株式を譲渡