■株主メモ

決算期	3月31日
定時株主総会	6月
利益配当金支払株主確定日	3月31日
中間配当金支払株主確定日	9月30日
公告掲載新聞	日本経済新聞
名義書換代理人	三菱信託銀行株式会社
同事務取扱場所	東京都千代田区丸の内一丁目4番5号 三菱信託銀行株式会社　証券代行部
お問い合せ先　郵便物送付先	〒171-8508 東京都豊島区西池袋一丁目7番7号 三菱信託銀行株式会社　証券代行部 フリーダイヤル　0120-707-696 （受付時間　土・日・祝日を除く　9：00～17：00）
同取次所	三菱信託銀行株式会社　全国各支店
各種手続用紙のご請求	住所変更、配当金振込指定・変更に必要な各用紙および株式の相続手続依頼書のご請求は、名義書換代理人のフリーダイヤル（0120-86-4490）で24時間承っておりますので、ご利用ください。

■株主優待商品発送のご案内

株主の皆様に、6月末にお届けいたしました株主優待商品（飲料製品詰め合わせセット）につきまして、まだお手元に届かない株主様がおられましたら、お手数ですが、下記のお問い合わせ先までご連絡ください。

JT株主優待事務局
（商品発送代行：株式会社ジェイティクリエイティブサービス）
フリーダイヤル　0120-791-187
（受付時間　土・日・祝日を除く　9：00～17：00）

なお、株主優待につきましては、株主名簿に記載されておりますご住所宛にお届けいたしております。
引越し等により、ご住所に変更があった場合には、当社の名義書換代理人であります三菱信託銀行へ速やかにお届出をお願いいたします。
（住所変更のお手続きにつきましては、21ページをご参照ください。）

日本たばこ産業株式会社
〒105-8422 東京都港区虎ノ門2-2-1 JTビル
電話：03-3582-3111
http://www.jti.co.jp/

この事業報告書はエコマーク認定の再生紙（古紙100%）を使用するとともに、大豆油インキを使用しています。

日本たばこ産業株式会社　事業報告書

Welcome to the Delight World Vol.10

株主の皆様へ

2005年度第1四半期決算のご報告

文豪たちとたばこ
志賀直哉

群雄割拠
●たばこ新製品13銘柄、7月1日より一挙投入

特集
●One to Oneマーケティング

ニュース掲示板

JT商品のご案内
●「ルーツ ローストワン カリビアンバレー」好評発売中
●「Iceland Spring [アイスランド・スプリング]」好評発売中
●「ミニカレーパン」好評発売中
●「肉みそ炸醤飯」好評発売中

MEET YOUR DELIGHT「チャレンジャーたちの軌跡」
●SEC創世記　「ひろえば街が好きになる」を合言葉に！
——全国に広がる市民参加型清掃活動「ひろえば街が好きになる運動」

株式の諸手続について

表紙の花：ヒマワリ

ご　あ　い　さ　つ

2005年度は前年度までに築いた事業基盤のもと、
成長戦略の実行と持続的成長に向けた積極的な経営活動に
全社を挙げて取り組んでいるところです。
2005年度第1四半期においては、
希望退職やマールボロライセンス契約の終了、
JTインターナショナルの日本市場統合といった、
人員構成、事業構造の大きな変化の中で、
中期経営計画「JT PLAN-V」完遂に向けた体制へ円滑に移行しました。

2005年度第1四半期決算の概要

2005年度第1四半期決算は表1をご覧いただくとおり、減収増益となりました。

売上高（たばこ税を除く税抜売上高）を事業別に見ると、図1の通り、国内たばこ事業が販売数量の減少により、前年同期比45億円の減収となりました。海外たばこ事業は、グローバル・フラッグシップ・ブランド（「キャメル」、「ウィンストン」、「マイルドセブン」、「セーラム」、以下「GFB」）販売数量の伸張により、前年同期比78億円の増収となりました。また、医薬事業では、抗HIV薬の導出に伴う一時的な収入により、前年同期比3億円の増収、食品事業では、飲料自動販売機販路の拡大等により、前年同期比37億円の増収となりました。なお、その他事業は前年同期比91億円の減収となりました。この結果、当第1四半期の売上高は、前年同期比16億円の減収の4,927億円となりました。

営業利益に関しては、図2の通り、人件費の減少、国内たばこ事業をはじめとする各事業のコスト削減に加え、海外たばこ事業におけるGFBの伸張による利益成長等により、前年同期比180億円増益の855億円となりました。

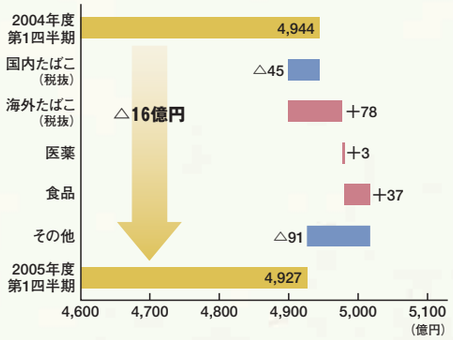
また、固定資産除売却損等の増加に伴い、特別損益が悪化しましたが、四半期純利益においても、前年同期比42億円の増益の475億円となりました。

■表1　（単位：億円）

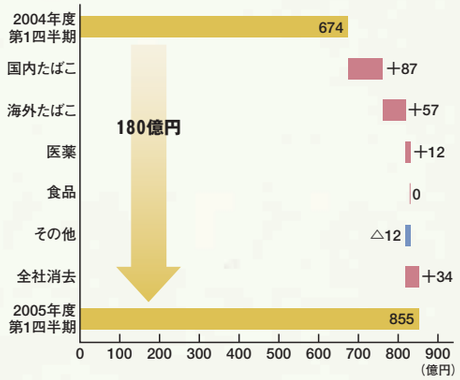
	2004年度第1四半期	2005年度第1四半期	増減
税込売上高	11,610	11,510	△100
税抜売上高	4,944	4,927	△16
EBITDA(注)	986	1,158	172
営業利益	674	855	180
経常利益	655	843	188
四半期純利益（純損益）	433	475	42

（注）EBITDA=営業利益＋減価償却費

■図1　税抜売上高



■図2　営業利益



■表2　2005年度業績予想（2005年4月27日発表）　（単位：億円）

	2004年度	2005年度見込	増減
売上高	46,645	46,400	△245
EBITDA(注)	4,001	4,230	228
営業利益	2,733	2,970	236
経常利益	2,702	2,930	227
当期純利益	625	1,800	1,174
株主資本当期純利益率	4.2%	11.4%	7.2%
フリーキャッシュフロー	2,694	1,080	△1,614

（注）EBITDA=営業利益＋減価償却費

2005年度の通期業績予想について

今期は「JT PLAN-V」の2005年度における経営目標を凌駕する利益水準を見込んでいますが、第1四半期の実績は前頁の通り、順調に推移しています。従いまして、前回の事業報告書で皆様にご報告した2005年度の業績予想（表2, 2005年4月27日発表）については、今回、変更しておりません。

「JT PLAN-V」の完遂に向けて

2005年度は、「JT PLAN-V」の最終年度であり、「JT PLAN-V」の完遂はもとより、利益成長を実現するために、組織力・人的競争力強化や事業基盤の充実・強化といった、将来に向けた積極的な経営活動に全社を挙げて取り組んでいるところです。今後につきましては、国内たばこ事業において、7月からの新注意文言による総需要への影響、競合企業との競争激化等、注視すべき要因もありますが、シェア反転攻勢に向けた課題を着実に遂行し、引き続き、利益目標の達成を目指していきたいと考えています。

2005年8月
代表取締役社長

本田勝彦

●将来に関する記述等についてのご注意

本資料に記載されている、当社又は当社グループに関連する業績見通し、計画、方針、経営戦略、目標、予定、事実の認識・評価等といった、将来に関する記述は、当社が現在入手している情報に基づく、本資料の日付時点における予測、期待、想定、計画、認識、評価等を基礎として記載されているに過ぎません。また、見通し・予想数値を算定するためには、過去に確定し正確に認識された事実以外に、見通し・予想を行うために不可欠となる一定の前提（仮定）を使用しています。これらの記述ないし事実または前提（仮定）については、その性質上、客観的に正確であるという保証も将来その通りに実現するという保証もありません。また、あらたな情報、将来の事象、その他の結果にかかわらず、常に当社が将来の見通しを見直すとは限りません。これらの記述ないし事実または前提（仮定）が、客観的には不正確であったり将来実現しないという可能性の原因となりうるリスクや要因は多数あります。その内、現時点で想定される主なものとして、以下のような事項を挙げることができます（なおかかるリスクや要因はこれらの事項に限られるものではありません）。

(1) 喫煙に関する健康上の懸念の増大
(2) たばこに関する国内外の法令規則による規制等の導入・変更（増税、たばこ製品の販売、マーケティング及び使用に関する政府の規制等）、喫煙に関する民間規制及び政府による調査の影響等
(3) 国内外の訴訟の動向
(4) たばこ事業以外へ多角化する当社の能力
(5) 国際的な事業拡大と、日本国外への投資を成功させる当社の能力
(6) 市場における他社との競争激化、銘柄嗜好の変化
(7) 買収やビジネスの多角化に伴う影響
(8) 国内外の経済状況
(9) 為替変動及び原材料費の変動

TOP Interview
社長インタビュー

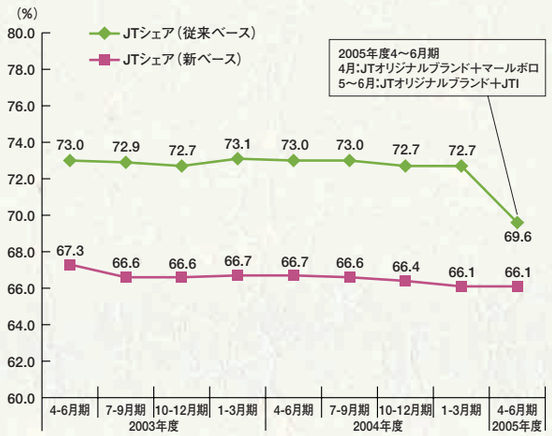
マールボロライセンス契約終了後の国内たばこ事業におけるシェアはどのように推移していますか。

従来ベースの市場シェアについては、図1のグラフの通り、4月末のマールボロライセンス契約終了を主因として低下し、69.6%となりました。しかし、マールボロを除き、JTインターナショナルの国内向け製品を加えて算出した新ベースの市場シェアで見れば、1-3月期から横ばいとなっており、足許の2年間で見てもほぼ横ばいで推移しています。先日、発表した13銘柄（詳細は13ページからの特集をご覧ください）の市場投入が7月からであること、JTインターナショナルの日本市場統合が5月からで、まだ間もないことから、新製品投入効果、日本市場統合効果を顕在化させるには至っていませんが、シェア反転攻勢に向けて、営業面、商品面の強化を引き続き、図っていきます。

伸張セグメントにおけるJTのシェアはどのように推移していますか。

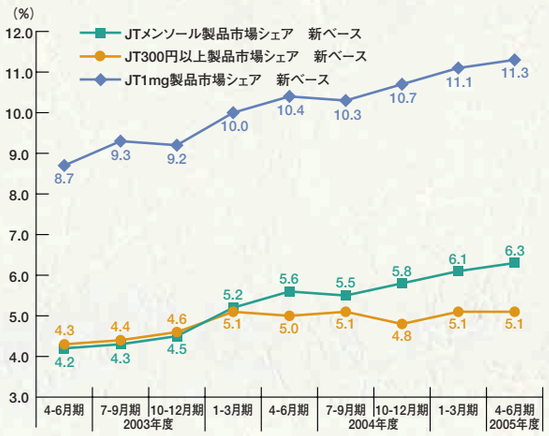
JTインターナショナルの日本市場統合や積極的な新商品投入と販売エリア拡大により、図2のグラフの通り、新ベースでは1mg製品セグメント、メンソール製品セグメントともに、シェア拡大のペースを維持しています。また、新ベースの300円以上製品セグメントにおいても、5%程度のシェアを安定的に維持しています。

■図1



（注）従来ベース：JTオリジナルブランド＋2005年4月末までのマールボロ＋2005年5月以降のJTIの国内向け製品（キャメル・ウインストン・セーラム等）
新ベース：JTオリジナルブランド＋JTIの国内向け製品（キャメル・ウインストン・セーラム等）

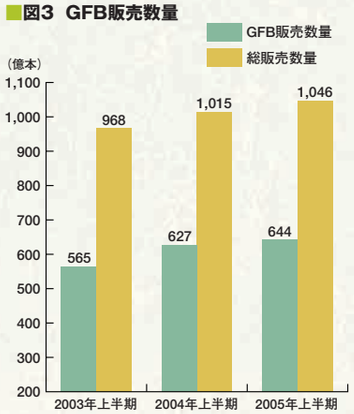
■図2



海外たばこ事業における上半期（1-6月）の販売実績はどのように推移していますか。

上半期の総販売数量は、ライセンス市場であるフィリピンでの減少、増税後のトルコ、韓国での減少があったものの、ロシア、イラン、ウクライナ、イタリア、台湾での数量増加により、前年同期に比べて31億本増の1,046億本となりました。また、GFB（グローバル・フラッグシップ・ブランド）販売数量は、ロシア、イラン、ウクライナ、イタリア等におけるウィンストンや、イタリア等におけるキャメル、台湾におけるマイルドセブンが好調に推移したことから、前年同期比16億本増の644億本となりました。

■図3 GFB販売数量



CSR（企業の社会的責任）推進組織を設置した経緯を教えてください。

企業の社会的責任を果たす観点から、従来より、お客様、株主、従業員、社会の四者に対する責任をバランス良く高い水準で果たしていくため、企業価値の増大、企業としての発展に向け、努力しているところです。コンプライアンス、地球環境、社会貢献活動等についても既存関係組織を中心に全社的な取り組みを推進しているところですが、既存の取り組みを更に充実させつつ、従来にもまして全社的な推進を図っていくために、CSR推進組織を設置することとしました（詳細は17ページをご覧ください）。また、1997年度より毎年発行しておりました「JT環境報告書」については、環境面のみならず、広く社会全体を視野に入れつつ内容を充実させるという観点から、今年度は「社会・環境報告書」として発行しました。

アドバイザリー・コミッティ外部委員の異動があったようですが。

経営に関する中長期の方向やこれに準ずる重要事項、あるいは決算等ガバナンス上の重要事項について、幅広く社外有識者の助言を得る機関として、2001年7月よりアドバイザリー・コミッティを設置しました。この度、外部委員に第一生命保険相互会社の会長を務められております森田富次郎氏を選任しました。森田氏からは投資家の視点に立った、経営に関する貴重な意見、助言がいただけるものと考えております。

JT社会・環境報告書 2005

たばこ事業

国内たばこ事業では、高齢化の進展、喫煙と健康に関する意識の高まり、喫煙をめぐる規制の強化等を背景に総需要の減少傾向が続く中、本年4月末日にマールボロ製品の日本国内におけるライセンス契約を終了したこと等から、シェア競争はさらに激化し、事業環境は一層厳しさを増しています。このような環境の中、当社は、売上成長戦略とコスト構造改革の両面を通じた諸施策により、国内たばこ事業の事業価値増大に向けた取り組みを進めています。

売上成長戦略では、JTIの国内向け製品を本年5月から当社自ら販売を行うとともに、伸張セグメントであるタール1mg市場、メンソール市場及びプレミアム（高価格帯）市場を中心に積極的な新製品の投入を行い、市場特性に応じた積極的かつ効率的な販売促進活動に努めています。当第1四半期においては、地域限定で発売していた製品のうち、お客様の支持が強い製品4銘柄（表1）について、本年4月から全国拡販いたしました。さらに、本年7月からは、10ブランド13銘柄を発売しています。

なお、「たばこ事業法施行規則の一部を改正する省令（平成15年11月13日財務省令第103号）」に従い、本年7月以降出荷されるすべてのたばこ製品の包装に、新たな注意文言を表示しています。

利益成長のためのコスト構造改革については、不断の努力により、コスト競争力の強化に努めています。たばこ製造工場については、本年3月末に7工場の閉鎖等を行い、4月から全国10工場体制での効率稼動に取り組んでいます。また、営業部門においては、本年6月末に営業拠点の統廃合を行い、原料部門においても、昨年7月より、組織再編を段階的に実施していることに加え、葉たばこ原料処理工場のうち都城工場を本年3月末に閉鎖するなど、固定費の削減、変動費の低減に努め、柔軟なコスト構造の構築に向けた諸施策を順次進めています。

この結果、当第1四半期における紙巻たばこの販売数量は、本年5月以降、JTIの国内向け製品を統合したことによる数量増効果があったものの、本年4月末日をもってマールボロ製品の日本国内におけるライセンス契約を終了したこと等により、前年同期に比べ36億本減少し、505億本(注)（前年同期比6.8%減）、シェアは69.6%（前年同期比3.4ポイント減）となり、千本当税抜売上高は前年同期に比べ39円減少し、3,901円となりました。売上高は、販売数量の減少により、前年同期比175億円減収の8,656億円（前年同期比2.0%減）、営業利益は、前年度までに実施した事業構造強化施策の効果により、前年同期比87億円増益の596億円（前年同期比17.3%増）となりました。

（注）国内たばこ事業の販売数量には、当該数値の他に、国内免税市場及び当社中国事業部管轄の中国・香港・マカオ市場の当第1四半期における販売数量8億本があります。

■表1

銘柄	価格／本数	タール／ニコチン値	備考
ピース・アロマメンソール・ボックス	300円/20本	7mg/0.6mg	メンソール製品
セブンスター・ライト・ボックス	280円/20本	7mg/0.7mg	
ホープ・スーパーライト	140円/10本	6mg/0.5mg	
キャスター・クールバニラ・メンソール・ボックス	270円/20本	3mg/0.3mg	メンソール製品

海外たばこ事業では、当社グループの利益成長の牽引役として全社経営目標の達成に貢献できるよう、これまでの基本戦略を踏襲し、グローバル・フラッグシップ・ブランド（「キャメル」、「ウインストン」、「マイルドセブン」、「セーラム」、以下「GFB」）のさらなる伸張等による利益成長を図っていくとともに、収益性・成長性の観点から選択した中核市場に引き続き注力のうえ、不断の事業体質強化に取り組んでいます。

なお、GFBにおけるブランド価値向上の一環として、世界各国で流通している「マイルドセブン」ファミリーのパッケージデザインを、日本仕様である「ブルーウインド」マークを採用した新デザインに統一し、本年7月より順次切替を行っています。

当第1四半期における紙巻たばこの販売数量は、ライセンス市場であるフィリピンでの減少、トルコ、韓国での増税後の数量減、スペインにおける一時的な流通在庫の出荷調整による減少があったものの、ロシア、イラン、イタリア、ウクライナ、台湾での数量増が貢献し、前年同期に比べ10億本増加し、490億本（前年同期比2.0%増）となりました。GFB販売数量は、ロシア、イラン、イタリア、ウクライナ等でウィンストンが好調に推移したこと等により、前年同期に比べ3億本増加し、303億本（前年同期比1.0%増）となりました。また、売上高は、販売数量の増加等により、前年同期比125億円増収の1,968億円（前年同期比6.8%増）、営業利益は、GFBの伸張による利益成長に加え、日本市場統合に備えた販促費の効率化などの一時的な増益要因により、前年同期比57億円増益の195億円（前年同期比41.2%増）となりました。

※ 海外たばこ事業については、2005年1～3月の実績を当第1四半期の実績としています。

医　薬　事　業

医薬事業では、自社における研究開発力の一層の充実・強化を進めています。

開発状況としては、C型肝炎治療薬「JTK-003」の開発を中止しましたが、骨粗鬆症治療薬「JTT-305」が臨床試験段階に移行したことにより、現在、自社開発品6品目が臨床試験の段階にあります。

米国アグロン社と共同開発し、米国、欧州及び日本等で販売しております抗HIV薬「ビラセプト」のロイヤリティ収入では、市場における競争の激化により、減少しました。

また、子会社鳥居薬品㈱では、主力品である蛋白分解酵素阻害剤「注射用フサン」、外用副腎皮質ホルモン剤「アンテベート」、抗HIV薬「ビリアード」等の伸張に加え、本年4月から抗HIV薬「ツルバダ」等の販売を開始したものの、尿酸排泄薬（痛風治療薬）「ユリノーム」、肝臓疾患用剤・アレルギー用薬「強力ネオミノファーゲンシー」の売上高の減少及び昨年10月にシート状生物学的組織接着・閉鎖剤「タココンブ」をZLBベーリング㈱へ販売移管した影響により減収となりました。

この結果、売上高は、鳥居薬品㈱における減収、「ビラセプト」のロイヤリティ収入の減少はあったものの、抗HIV薬「JTK-303」を前年度に米国ギリアド・サイエンシズ社へ導出したことに伴う一時的収入を当第1四半期に計上したことにより、前年同期比3億円増収の136億円（前年同期比3.0%増）となりました。この一時的収入に加え、当社における研究開発費の減少により、営業利益は前年同期比12億円増益の3千万円（前年同期は12億円の営業損失）となりました。

なお、本年4月からの改正薬事法の完全実施を契機として、グループとしての製造機能の効率化等を図るため、当社医療用医薬品の製造拠点である防府製薬工場を2006年3月末をもって廃止し、鳥居薬品㈱佐倉工場と統合することを本年4月に決定しています。

■医薬事業　臨床開発品目（2005年8月1日現在）

開発名	開発段階	適応症	詳　細	権　利
JTE-607（注）	国内：Phase2 海外：Phase1	全身性炎症反応症候群	全身性炎症反応症候群（敗血症など）において生じる炎症性サイトカインの産出を抑制することにより、症状を改善する全身性炎症反応症候群治療薬	
JTT-705（経口）	国内：Phase1	脂質代謝異常	HDL（高密度リポ蛋白：善玉コレステロール）中のコレステロールをLDL（低密度リポ蛋白：悪玉コレステロール）に転送するCETPを阻害することにより、血中HDLを増加させる脂質代謝異常治療薬	スイスのロシュ社と日本・韓国を除く全世界の開発・商業化権を導出するライセンス契約を締結。（2004年10月）
JTT-130（経口）	国内：Phase2 海外：Phase1	高脂血症	MTPを阻害することにより、コレステロール及びトリグリセリドの吸収を抑制し、脂質値を低下させる高脂血症治療薬	
JTK-303（経口）	国内：Phase1	抗HIV	HIV（ヒト免疫不全ウイルス）の増殖に関わる酵素であるインテグラーゼの働きを阻害するインテグラーゼ阻害剤	米国ギリアド・サイエンシズ社と日本を除く全世界の開発・商業化権を導出するライセンス契約を締結。（2005年3月）
JTT-302（経口）	海外：Phase1	脂質代謝異常	HDL（高密度リポ蛋白：善玉コレステロール）中のコレステロールをLDL（低密度リポ蛋白：悪玉コレステロール）に転送するCETPを阻害することにより、血中HDLを増加させる脂質代謝異常治療薬	
JTT-305（経口）	国内：Phase1	骨粗鬆症	副甲状腺細胞のCaSRに作用し，血中Caの感知を阻害することで副甲状腺ホルモンの分泌を促し、骨の代謝回転を高めることにより骨形成を促進する骨粗鬆症治療薬	

食　品　事　業

食品事業では、新製品の開発・投入、販売チャネルの強化及び事業全般にわたる効率化の推進を通じてさらなる事業価値の増大を図り、次の飛躍に向けた営業利益黒字体質の強化に努めています。

加工食品事業では、市販用冷凍食品の「お弁当大人気！」シリーズを中心に、「いまどき和膳」シリーズ等のラインアップの充実・強化や調味料・調味加工食品分野における独自の自社技術を活用した高核酸酵母エキス等の開発・上市など、差別性の高い価値ある製品の積極的な投入を通じて事業規模の拡大及び収益力の強化に取り組んでいます。

飲料事業では、自動販売機オペレーター子会社である㈱ジャパンビバレッジを中心とした着実な拡大を図るとともに、基幹ブランドである「ルーツ」を中心に、差別化を徹底的に追求した新製品等を積極的に開発・投入しました。

また、より多くのお客様のニーズに応えるため、本年7月より、新販路としてインターネット通販「JT Online Shop」（http://www.shopjt.com/）を開始しています。

この結果、売上高は加工食品事業における事業規模の拡大及び飲料事業における自動販売機販路の拡大等により、前年同期比37億円増収の691億円（前年同期比5.8%増）となりました。また、営業利益はさらなる拡販に向けた経費投入等を積極的に行い、前年同期比6千万円増益の10億円（前年同期比6.3%増）となりました。

そ　の　他　事　業

その他事業では、子会社株式を譲渡したことによる連結対象会社の減少等により、売上高は、前年同期比91億円減収の57億円（前年同期比61.3%減）、営業利益は、前年同期比12億円減益の18億円（前年同期比39.9%減）となりました。

連結貸借対照表

（単位：百万円）

科　目	2006年3月期 第1四半期 (2005年6月30日現在)	対2005年3月 期末増減
（資産の部）		
流動資産	1,441,933	△ 62,515
固定資産	1,483,527	5,948
有形固定資産	639,344	△ 310
建物及び構築物	251,208	△ 5,650
機械装置及び運搬具	141,387	776
土地	168,888	△ 2,058
その他	77,860	6,622
無形固定資産	571,921	2,213
連結調整勘定	331,155	9,741
商標権	206,132	△ 5,391
その他	34,634	△ 2,136
投資その他の資産	272,260	4,045
繰延資産	9	△ 18
資産合計	2,925,471	△ 56,585

（注）記載金額は、百万円未満を切り捨てて表示しております。

希望退職実施に伴う、2005年3月末退職者への退職金支払い、たな卸資産等の減少により、流動資産は減少しました。

「連結調整勘定」とは事業取得時の取得価額と時価純資産額との差額です。RJRインターナショナル（現JTインターナショナル）や（株）ユニマットコーポレーション（現（株）ジャパンビバレッジ）株式取得時に生じました。

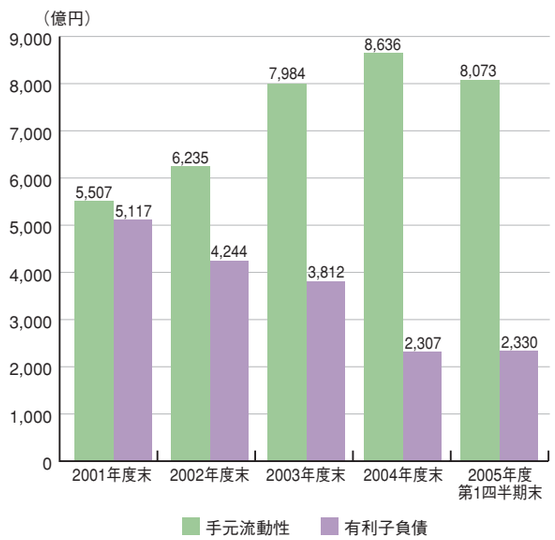
商標権の主な内容は、RJRインターナショナル（現JTインターナショナル）取得時にあわせて取得したCAMEL、Winston、Salemといったグローバル・フラッグシップ・ブランドの商標権です。

（単位：百万円）

科　目	2006年3月期 第1四半期 (2005年6月30日現在)	対2005年3月 期末増減
（負債の部）		
流動負債	669,747	△ 72,591
固定負債	653,490	△ 34,426
負債合計	1,323,237	△ 107,017
（少数株主持分）		
少数株主持分	54,409	812
（資本の部）		
資本金	100,000	—
資本剰余金	736,400	—
利益剰余金	837,887	31,960
その他有価証券評価差額金	17,766	878
為替換算調整勘定	△ 69,651	16,781
自己株式	△ 74,578	—
資本合計	1,547,823	49,619
負債、少数株主持分及び資本合計	2,925,471	△ 56,585

（注）記載金額は、百万円未満を切り捨てて表示しております。

希望退職実施に伴う、退職金等支払により、未払金が減少したことから、流動負債は減少しました。



（注）手元流動性＝現預金＋有価証券＋CP現先
有利子負債＝短期借入金＋社債＋長期借入金

連結損益計算書

（単位：百万円）

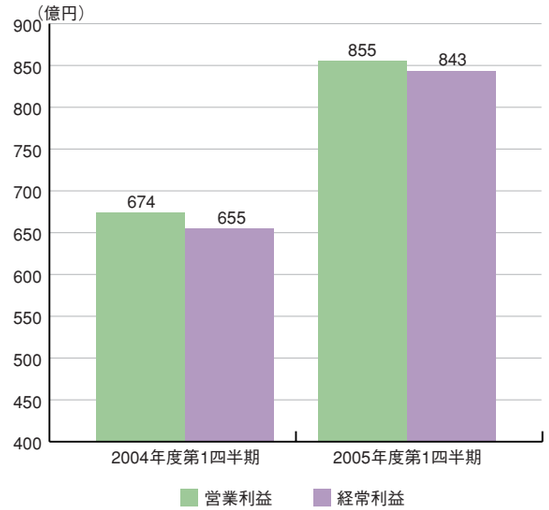
科　目	当第1四半期 (2005年4月1日から 2005年6月30日まで)	対前年同期増減
売上高	1,151,053	△ 10,017
売上原価	914,880	△ 9,418
売上総利益	236,172	△ 599
販売費及び一般管理費	150,632	△ 18,643
営業利益	85,540	18,044
営業外収益	2,787	△ 1,380
営業外費用	3,981	△ 2,180
経常利益	84,346	18,843
特別利益	4,619	△ 255
特別損失	9,077	6,477
税金等調整前四半期純利益	79,888	12,109
法人税、住民税及び事業税	31,371	8,768
法人税等調整額	—	—
少数株主利益	992	△ 872
四半期純利益	47,524	4,214

（注）記載金額は、百万円未満を切り捨てて表示しております。

国内たばこ市場における総需要の減少等により、売上高は減少しました。

昨年度までに実施した事業構造強化施策によるコスト削減により、国内たばこ事業が増益となった他、海外たばこ、医薬、食品事業それぞれが増益となり、営業利益は増益となりました。

事業構造強化費用、固定資産除売却損等により増加しました。

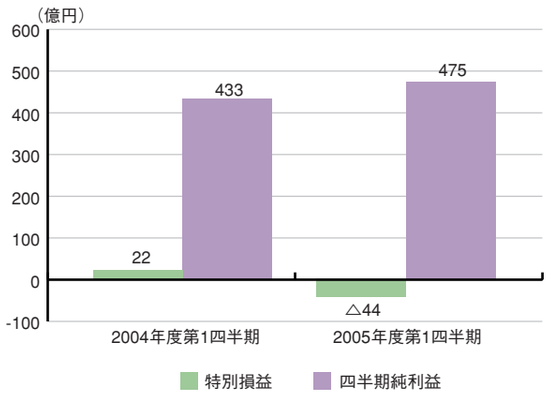


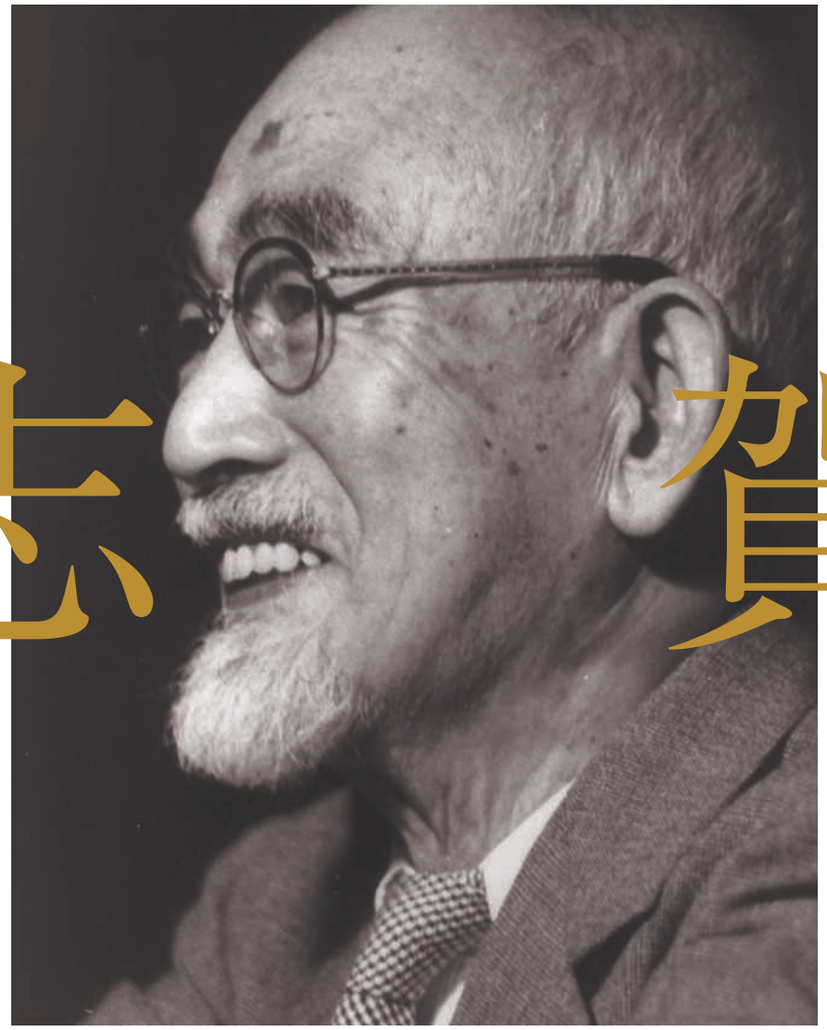
連結キャッシュ・フロー計算書

（単位：百万円）

科　目	当第1四半期 (2005年4月1日から 2005年6月30日まで)	対前年同期増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	△ 24,135	△ 36,598
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 17,812	△ 165,527
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 14,334	△ 2,369
現金及び現金同等物に係る換算差額	2,538	3,344
現金及び現金同等物の増減額	△ 53,744	△ 201,151
現金及び現金同等物の期首残高	829,087	227,426
現金及び現金同等物の四半期末残高	775,343	26,274

（注）記載金額は、百万円未満を切り捨てて表示しております。





志賀直哉

**強い倫理観、鋭い感受性、
そして強靱な自我に
ささえられた作風で
的確で簡潔な小説世界を
構築した志賀直哉。
”小説の神様“と称された文豪の
唯一の長編小説『暗夜行路』に
描かれた
「たばこ」とは――**

**専売局「みのり」ポスター
（昭和5年）**
日本のグラフィックデザインの基礎を
築いたことで知られる
杉浦非水に依頼したポスター。

「みのり」のたばこパッケージ

『暗夜行路』は、大正10（1921）年～昭和12（1937）年にわたって、断続的に雑誌『改造』に発表された。志賀直哉が残したただひとつの長編小説である。その前身となった小説『時任謙作』から数えると、25年余りの歳月をかけて完成しており、文字通り、彼が半生を費やしてできあがった作品ということができる。

主人公の謙作は、彼の祖父と母の間に生まれた子であり、本人だけがそれを知らずに苦しむ。作品自体には、目立ったストーリーはないが、日々の小さなできごとによって、謙作の気持ちが動く、その気持ちの中の発展を描いており、その気持ちの発展により、彼が自分の運命からくる苦しみをできるだけ賢く、意志的に抜け出そうと努力する過程が描かれている。

物語の前半、謙作がまだたばこを習慣としていないころには、「興味本位のたばこ」が出てくる。

『彼は思い出したように袂から巻煙草を出して吸い始めた。彼は煙草はのんでもよし、のまなくてもよしという程度のものだった。』

最初は謙作にとって「のんでもよし、のまなくてもよしという程度」だったたばこだが、いろいろな経験を経ていくうちに、なくてはならない習慣的なものとなっていく。

『謙作は秋らしい静かな気持ちになって、煙草を吸っていた。手紙の主と会うにはちょうどいい気持ちだと思った。』

妹にラブレターをくれた男に会うために、神社の境内で男が現れるのを待っている場面である。謙作の吸っているたばこが、彼が落ち着いた静かな気分であることを表現している。

『彼は巻煙草に火をつけ、立ち上がって、庭へおり、流れにかけ渡した一枚板の橋から河原へ出てみた。』

自分が、母と祖父の間に生まれた不義の子であるという事実を知らされ、東京での生活に心身ともに疲れきった謙作であるが、京都へ来て、いくらか救われた気持ちになっている。その日も家を探すつもりで結局寺回りで一日を過ごし、宿に帰ってホッとした気分で巻たばこを吸いながら庭を散歩している場面である。悩み苦しむ中でたばこを覚えていった謙作が、そのたばこによって安らぎを与えられる情景が描かれている。

『暗夜行路』には、安らぎを求めてたばこを吸う場面が多く登場する。時には必死になってたばこに安らぎを求めようとすることもある。そのことが、主人公・謙作をはじめとする登場人物たちの苦悩、人生の重みをも感じさせるのである。

TASC研究報告　文学作品にみる嗜好-8
「1920年代の文学作品の嗜好品」より
（昭和56年3月　（財）たばこ総合研究センター）
写真提供：毎日新聞社

群雄割拠

2005.7.1 ゴングは鳴った。
～いざ、最強伝説へ!!!～

史上最大規模の新製品発売

たばこ新製品13銘柄、7月1日より一挙投入

JTは、7月1日より、たばこ新製品10ブランド13銘柄を一斉に発売します。13銘柄のうち、1銘柄は全国販売、12銘柄は地域限定にて発売します。なお、13銘柄の同時発売は過去最大となります。

4月末にマールボロのライセンス契約が終了し、5月には、1999年の旧RJRI買収に伴い取得したブランドである「キャメル」「ウィンストン」「セーラム」「ピアニッシモ」等計24銘柄の国内販売事業をJTの国内たばこ事業に統合しました。今回、これら国内統合ブランドから、JTの商品戦略に基づいた初の新製品を計4銘柄発売します。

今回発売する13銘柄は、以下の通り、特色ある新製品を揃えた、バラエティー豊かなラインナップとしています。

- 国内統合ブランド「キャメル」「ウィンストン」「ピアニッシモ」から計4銘柄
- D-spec新製品(※)は4銘柄。D-spec製品は全11銘柄に拡大
- 成長するタール1mg市場に対して、「マイルドセブン」「キャビン」から100's サイズの新製品
- 新ブランドとして、“ポップ&カジュアル”をコンセプトとした「イジット」2銘柄
- 昨年販売した「シエスタ」について、製品サイズ、タール値を変更し装い新たに再投入
- 59年に及ぶ「ピース」の歴史の中で初となる、チャコールフィルターを採用した新製品

※D-spec（ディー・スペック）とは、たばこの気になる“におい”を低減した（Decreased）、上品な（Decent）良い香りが楽しめる製品の総称です。

マイルドセブン・ワン・メンソール・100's・ボックス

製品サイズ:フィルター付スーパーキングサイズ
フィルタータイプ:プレーンフィルター
タール値:1mg
ニコチン値:0.1mg
包装形態:20本入　ハードパック
定価:270円

全国

大変ご好評いただいています「マイルドセブン・ワン・メンソール・ボックス」の味香りはそのままに、100's サイズが新登場。より長く、マイルドセブンらしいすっきりしたうまさと、しっかりした強いクーリング感を楽しめるのが特徴です。タール1mg製品を吸いたいが“少し物足りない”と感じているお客様も多く、そんな方にも満足していただける仕上がりとなっています。

シエスタ

製品サイズ:フィルター付キングサイズ
フィルタータイプ:プレーンフィルター
（香りを染み込ませた天然のコットン糸を使用）
タール値:5mg
ニコチン値:0.4mg
包装形態:20本入　ハードパック
定価:300円

昨年7月に神奈川県限定で発売し、ご好評いただいた「シエスタ」の、製品サイズをスーパーキングスリムサイズからキングサイズに、タール値を1mgから5mgに変更し、装いも新たにして発売します。さわやかなレモングラス(※)の香り。メンソールの刺激的な爽快感とは一味違う、やさしいさわやかさ、リラックス感のある香りが新鮮です。

(※)レモングラスとは、アジアの代表的なハーブのひとつ。ハーブティーにして飲んだり、料理に使ったり、アロマを楽しんだり、様々な用途で用いられます。レモンのようなさわやかな香りが特徴です。

ピース・スムースアロマ・ボックス

製品サイズ:フィルター付キングサイズ
フィルタータイプ:チャコールフィルター
タール値:6mg
ニコチン値:0.5mg
包装形態:20本入
ハードパック（ラウンドボックス）
定価:300円

ピースでは初めてとなるチャコールフィルターを採用し、“辛味”や“刺激”を抑えています。今までのピースと同様、ほのかに甘い華やかな香りをお楽しみいただけ、この香りがおいしさを引き立たせています。

キャメル・フルフレーバー・ボックス（左）

製品サイズ:フィルター付キングサイズ
フィルタータイプ:チャコールフィルター
タール値:12mg
ニコチン値:0.9mg
包装形態:20本入　ハードパック
定価:300円

キャメル・マイルド・フレーバー・ボックス（右）

製品サイズ:フィルター付キングサイズ
フィルタータイプ:チャコールフィルター
タール値:6mg
ニコチン値:0.5mg
包装形態:20本入　ハードパック
定価:300円

1913年の発売以降、長い歴史を持ち、世界第5位の販売数量を誇るグローバルシガレット“キャメル”から、新製品を2銘柄同時に発売。両銘柄ともに余計な苦味やクセを抑え“吸いやすく”、深みのあるまろやかな味わいで“吸い応えがある”味・香りが最大の特徴です。

ベヴェル・フィーナ・シャインベリー

製品サイズ:フィルター付スーパーキングスリムサイズ
フィルタータイプ:チャコールフィルター
タール値:5mg
ニコチン値:0.4mg
包装形態:20本入
ハードパック（ベヴェル・エッジ・タイプ）
定価:300円

D-spec

ベヴェル・フィーナ・シャインベリーは、ほのかなストロベリーの香りが楽しめるタール5mgの新しいD-spec製品です。また、たばこの気になる“におい”を抑えたことにより、たばこ本来のおいしさと、すっきりした後味をバランスよく味わえることも、特長です。

ウィンストン・メンソール・ボックス

製品サイズ:フィルター付キングサイズ
フィルタータイプ:プレーンフィルター
タール値:7mg
ニコチン値:0.5mg
包装形態:20本入　ハードパック
定価:280円

5月よりJT国内たばこ事業に統合した「ウィンストン」ブランドからの新製品です。最初の一服から最後の一服まで、安定した、メンソールの“やわらかい清涼感”が持続するタール7mg製品です。

マイルドセブン・プライム・スリム・スリー

製品サイズ:フィルター付
スーパーキングスリムサイズ
フィルタータイプ:チャコールフィルター
タール値:3mg
ニコチン値:0.2mg
包装形態:20本入
ハードパック（ラウンドボックス）
定価:300円

D-spec

「マイルドセブン・プライム・スリム・スリー」は、たばこの気になる“におい”を抑え、マイルドセブン本来のすっきりとした味・香りをより一層楽しめます。また、「プライム・シリーズ」の中で最も軽いタール3mgのD-spec製品で、滑らかな味・香りとすっきりした後味をバランスよく楽しめる製品です。

キャビン・ワン・100's・ボックス

製品サイズ:フィルター付スーパーキングサイズ
フィルタータイプ:チャコールフィルター
タール値:1mg
ニコチン値:0.1mg
包装形態:20本入　ハードパック
定価:270円

キャビン・ファミリーの喫味特徴である「芳ばしさ」「煙量感」を生かしたタール1mg製品。イヤな刺激は抑えながらも「味・吸いごたえ」を十二分に感じられる1mg製品です。また、1mg製品としては画期的なコルクチップフィルター（コルク地模様の茶色いフィルター）を採用。見た目にも吸いごたえや力強さを感じられる1mgです。

ピアニッシモ・ペシェ・メンソール・ワン

製品サイズ:フィルター付スーパーキングスリムサイズ
フィルタータイプ:プレーンフィルター
タール値:1mg
ニコチン値:0.1mg
包装形態:20本入　ハードパック（ラウンドボックス）
定価:300円

D-spec

ピアニッシモの特徴である、クセ・刺激の少ないメンソール感とともに、ふんわりと漂うピーチの香りをお楽しみいただけます。また、ふんわりピーチの香りが、たばこの気になる“におい”を抑えたタール1mgメンソール製品です。

イジット・ボックス（左）

製品サイズ:フィルター付キングサイズ
フィルタータイプ:チャコールフィルター
タール値:6mg
ニコチン値:0.5mg
包装形態:20本入　ハードパック
定価:300円

イジット・メンソール・ボックス（右）

製品サイズ:フィルター付キングサイズ
フィルタータイプ:プレーンフィルター
タール値:8mg
ニコチン値:0.6mg
包装形態:20本入　ハードパック
定価:300円

共通する喫味特徴は、「キツすぎず・軽すぎない味わい」「バランスのとれた旨さ」「吸いやすさ」。アクの強い個性派ではなく、日常にフィットする気軽な味わいとして楽しめるよう仕上げています。

セブンスター・レボ・スーパーライト・ボックス

製品サイズ:フィルター付キングサイズ
フィルタータイプ:チャコールフィルター
タール値:5mg
ニコチン値:0.5mg
包装形態:20本入　ハードパック
定価:300円

D-spec

D-specのタール5mg製品で新たな領域に挑むセブンスター。セブンスターならではの「しっとりした旨み」。味わいを一層引き立てる「ほんのり香る甘み」。その味わいは、日本伝統のブレンド技術と、D-specの最新技術の融合により実現しました。常にたばこの本質的な“旨さ”を追求しているセブンスターがこだわった味わいです。

特集

成人喫煙者に限定した次世代型マーケティング

新商品やキャンペーンを直接お客様にご紹介するダイレクトメールの一例。写真は7月1日に新発売となった「セブンスター・レボ・スーパーライト・ボックス」（静岡県限定／写真左）、「キャメル・マイルド・フレーバー・ボックス」（熊本県・大分県限定）のサンプルたばこ

One to One マーケティングの取り組み、着実に進行中！

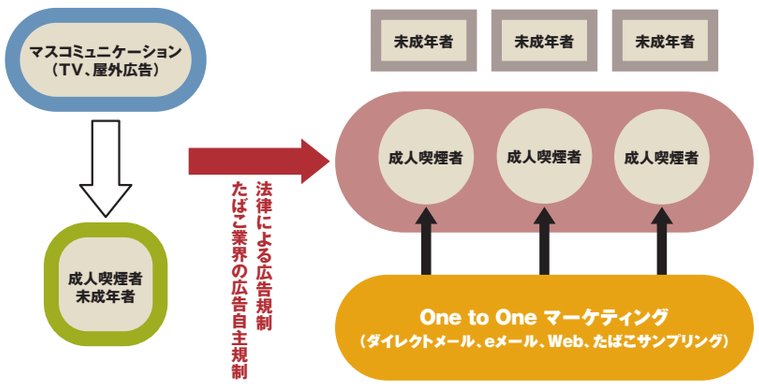
「One to Oneマーケティング」の取り組みが、今、注目されています。TVや屋外広告などでの「マス広告」に代わって登場した、新しいマーケティング方法である「One to Oneマーケティング」――。今回は、その取り組みの概要を紹介します。

成人喫煙者に限定したマーケティングが可能

JTは「未成年者は決して喫煙すべきではない」という認識の下、未成年者喫煙防止に向けて、さまざまな取り組みを行っています。そうした中、成人喫煙者のみを対象にマーケティングを行うことは、JTにとって長い間の課題となっていました。例えば、TVや屋外広告などでのマスコミュニケーションは広く一般に呼び掛けるため、成人喫煙者だけではなく、未成年者にもそのメッセージが届いてしまいました。「成人喫煙者に限定したマーケティング手法の確立」は、JTのみならず、たばこ業界全体にとっても大きな課題であったのです。

折しも、20世紀の終りごろに起きたIT革命の進展によるメディアの多様化と、消費者の行動の変化は、世の中の広告手法に大きな変化をもたらしました。不特定多数の方々に情報を伝えるマス広告はそのパワーを徐々に減らしつつあり、代わって、ダイレクトメールやeメール、Webなどを使い、特定のお客様を対象にした情報をお伝えすることが可能な「ダイレクトマーケティング」などのコミュニケーション手法が注目されてきました。さらにその先にあると言われているのが、お客様を特定して最適なマーケティングを行う「One to Oneマーケティング」です。

このような世の中の流れに加え、たばこ業界では1998年からTVでの広告展開を中止するなどの自主規制を行っており、さらに昨年からは法律により、TV、屋外広告等が禁止されることになりました。広告手法が狭まってきている中で、「One to Oneマーケティング」は「お客様を特定してマーケティングする」という意味で、成人喫煙者を限定するには最適のマーケティング方法と言えるのです。



「成人喫煙者」を識別

「One to Oneマーケティング」は、新商品やキャンペーンを直接お客様にご紹介する「ダイレクトメール」や「eメール」「Web」と、マーケットマネージャーを介してたばこ販売店頭で行う「たばこサンプリング」が大きな2本柱です。たばこサンプリングを実施する際には、お客様が成人喫煙者であることを確認したのち実施します。さらにキャンペーン応募に際しては、「成人喫煙者署名」と「生年月日」により、お客様が成人喫煙者であることを確認しています。

さらに万全のセキュリティ体制で個人情報を管理

JTは、このような「One to Oneマーケティング」を通じて得られた個人情報を「お客様からお預かりした大切な資産」と位置付け、ハガキ受付からお客様情報管理・DM発送、さらにはキャンペーン事務局運営まですべてを統合し、自社内の高度なセキュリティ環境の下で厳重に実施しています。

高度なセキュリティ体制と最先端のマーケティング技術に支えられた「One to Oneマーケティング」。成人喫煙者を識別し、「お客様一人ひとりに最適なマーケティング」を実現することが可能な次世代型のマーケティングとして、今や、JTのたばこマーケティングの柱の一つとして、着実に成長しています。

キャンペーンやたばこサンプリング（写真左）では、お客様が成人喫煙者であることを確認。得られた個人情報は、高度なセキュリティ環境の下で厳重に管理している

●ニュース掲示板 NEWS

■ CSR推進組織を設置 ―― 全社的な企業の社会的責任への取組みを強化

JTは、企業の社会的責任（CSR）を果たす取組みの更なる充実に向け、2005年7月1日付で、CSR推進組織を設置しました。

JTは、その事業活動を通じて、ステークホルダーの方々に「かけがえのないDelight（期待を越える驚き、歓びといった当社ならではの付加価値）」を、高い次元でバランスよく実現することにより、社会にとってかけがえのない企業として存続し続けることが企業の社会的責任であるとの認識のもと、グループミッション「JTブランディング宣言」にのっとり、企業価値の増大と企業としての発展に向けて取組んでいるところです。

現在、コンプライアンス、環境保全、社会貢献活動等についても、関係組織を中心に全社的な取組みを推進しているところですが、既存の取組みを更に充実させつつ、従来にもまして全社的な推進を図っていくことが必要であることから、全社レベルでのCSR推進の方向性等を検討し、ステークホルダーとのコミュニケーション活動を強化するため、CSR推進組織を設置することにしました。

具体的には、副社長をCSR責任者とし「CSR委員会」、並びに「CSR推進部」を設置します。

■「マイルドセブン・ファミリー」グローバル市場でのデザイン変更 ―― 7月以降、日本仕様に順次切り替え

世界21か国において販売しているマイルドセブン・ファミリー製品のパッケージを、日本仕様である「ブルーウインド」マークを採用した新デザインに統一し、7月より順次切り替えます。

日本国内では、昨年3月以降、「ブルーウインド」マークを配した新デザインに変更し、お客様から「すっきりしていて印象的」等の高い評価を得ると共に、販売においても減少が続いていたシェアが反転傾向であるなど好調に推移しています。今回のデザイン変更は、母国市場である日本のマイルドセブンと世界各国で流通しているマイルドセブンを「ブルーウインド」マークによりデザイン的に共通化し、一貫性を持たせることで、グローバルブランドとして、製品・ブランド価値をワールドワイドで向上させることを目的としたものです。

■ 青少年育成に関するNPO助成事業 ―― 2005年度分助成事業の決定および助成金交付式の開催について

社会貢献活動の一環として、特定非営利活動法人（NPO法人）をはじめとした非営利法人が行う「青少年の育成」に繋がる事業への助成を行うべく、昨年秋、2005年度における助成事業の募集を行った結果、本年3月、助成事業33件（総額 約52百万円）を決定しました。これを受け、今般決定した助成先に対し、助成先近隣のJT支店等においてそれぞれ助成金交付式を行います。

JTは、社会で歓迎される、より良き企業市民となるために、様々な社会貢献活動に取り組んでいます。その活動の一環として、人材育成、とりわけ次代の社会を担っていく「青少年の育成」に焦点をあてて、非営利法人が実施する「青少年の育成」に繋がる事業について助成を行っています。2004年度は22件の事業に総額約48百万円の助成を行ったところです。

JTは、今後とも、社会的責任ある企業の責務として、継続的に社会貢献活動に取り組んでまいります。

JT商品のご紹介

「ルーツ ローストワン カリビアンバレー」

好評発売中

185g缶／115円
（希望小売価格　消費税別）

- 「ルーツ ローストワン カリビアンバレー」は、標高1,200m以上で収穫された高地産コスタリカ豆を100％使用した缶コーヒーです。「3種の焙煎深度」で焙煎した豆を、焙煎後にアフターミックスすることにより、コスタリカ豆の奥深い味わいを最大限に引き出しました。
- また、ミルク分や甘さを控え目にすることで、素材本来の味わいが引き立つ爽やかな味わいのコーヒーに仕上げています。
- パッケージは、ターコイズブルーに澄んだカリブ海と、良質なコーヒー豆を栽培する条件が整ったコスタリカの高地“セントラルバレー”をイメージした夏にふさわしい鮮やかで爽やかなデザインとしました。

「Iceland Spring［アイスランド・スプリング］」

好評発売中

330mlペットボトル×24本／3,960円（ケース）
1.5Lペットボトル×12本／4,500円（ケース）
（販売価格　税・送料込）

- 「Iceland Spring［アイスランド・スプリング］」は、北極圏に接するアイスランド共和国レイキャビクの湧水を採水したピュア(※)なアルカリ性の天然水です。硬度はわずか15mg／Lの超軟水ですので、飲用だけでなく料理にも適した水です。
- 販売は、「アイスランドスプリング・ジャパン株式会社」が行い、電話・FAX・はがき・インターネット<http://www.icelandspring.jp/>からのお申し込みにより受付し、翌日、遅くとも二日後にはお客様のお手元にお届けします。（一部地域は除く）

（※）TDS（Total Dissolved Solids）総溶解固形分が少なく硬度（水の中に含まれるカルシウムとマグネシウムの合計量）の低いことをピュアと表現しています。

「ミニカレーパン」

好評発売中

6個入り（180g）／300円
（想定小売価格　消費税別）

- JTの子会社であるベーカリーチェーン「サンジェルマン」において、調理パン人気ランキング上位の一つであり、特に夏場に人気の高いカレーパンを、利便性を付加した冷凍食品として発売しました。
- JT独自のベーカリー技術と、電子レンジを使用した調理でも揚げたてのサクサク感を再現できる冷凍食品技術を融合し、さまざまな食シーンで簡単にご利用いただける商品に仕上げました。

「肉みそ炸醤飯」

好評発売中

450g／460円
（想定小売価格　消費税別）

- JTでは夏の冷凍食品市場を活性化する商品の一環として、夏場に適した素材を生かしたバラエティ米飯を提案してまいりました。
- 麦を加えたご飯に、肉とニラをはじめとする7種の野菜がたっぷり入った、ピリッと辛味の効いた中華味噌風味の「炸醤飯」は、中華そばの定番メニューであるジャージャン麺をアレンジした創作メニューで、夏のスタミナ回復にピッタリの一品です。

熱心にごみを拾ってくれる
小さなお子さんたちの姿も

たばこの光を街にともせ

Social
Environment
Creation

SEC 創世記

**「市民参加型清掃活動」は、全国各地の祭事やイベントで、
市民の皆さまが清掃活動にご参加いただくことで、
環境美化やマナーへの意識を高めてもらうきっかけづくりを行ってきました。
今年度は活動の名称を「ひろえば街が好きになる運動」と一新し、
全国的に有名な大規模な祭りから地域に密着したイベントまで、
幅広く清掃活動を展開していきます――。**

「ひろえば街が好きになる」を合言葉に！

――全国に広がる市民参加型清掃活動「ひろえば街が好きになる運動」

晴天に恵まれ、にぎわう清掃活動拠点
（2005.5.3〜4 「博多どんたく港まつり」にて）

JTでは、各地のたばこ販売協同組合などと協力し、30年近くに渡って「スモーキンクリーン」と題して清掃活動を行ってきました。この活動は、関係する自治体や市民の皆さまから一定のご理解と共感は得られていたものの、マナーへの意識を高める、といった目に見える変化にはなかなか結びつきにくく、また、一部の自治体から「実効性に乏しい」というご意見をいただいていました。

2004年、JTはこれまでの「スモーキンクリーン」活動を発展させた「市民参加型清掃活動」を打ち出しました。文字通り、市民の皆さまに清掃活動に参加していただく試みです。キャッチフレーズは「ひろえば街が好きになる」。ごみを拾い、街がきれいになるのを実感すれば、もっと街が好きになり、ポイ捨てをすることはなくなるはず――そんな願いが込められていました。

屋台の出店などごみが出がちなイベント会場で、ブースを設けてごみの回収を呼び掛ければ、清掃参加をきっかけに意識も高まるのでは、というのがJTの発想でした。強制ではない清掃活動に参加してくれる人がいるだろうか、全国の支店担当者と社会環境推進室は、さまざまなイベントの実行委員会や主催自治体と交渉する中で、そんな不安も抱いていました。

しかし、その不安はたちまち解消しました。「皆さまと一緒に清掃活動を行っています」。JTが設置したブースの前でスタッフが呼び掛ける声に、続々と人が集まりました。お子様連れのご家族、年輩のご夫婦、学生のグループ、参加者は多岐に渡りました。2004年度は、28都道府県で約4万2千人余の皆さまにご参加いただき、集められたゴミの総量は約21tとなりました。ご参加いただいた皆さまからのアンケートでは、88%の方が「今後ポイ捨てはしない」、93%の方が「ゴミ拾いが楽しかった」と回答され、この活動がマナー向上と環境美化意識向上に非常に有効な手段であることが証明されました。2005年度には「市民参加型清掃活動」から「ひろえば街が好きになる運動」と名称を一新し、全国でこの活動を展開しています。

イベント時にJTブースのシンボルとして
おなじみの存在になりつつあるSmōCar

キャンピングカーとバスを改造して開発した移動式喫煙スペース「SmōCar（スモーカー）」も、「ひろえば街が好きになる運動」と連動することにより、活用の幅が広がりました。各地のイベントでJTブースのシンボルとしておなじみの存在になりつつあります。

落ちているごみをいつも同じ人が拾うばかりでは、問題はなかなか解決しません。まず、捨てさせない仕組みづくりが必要です。マナー広告や自治体との連携、そして「ひろえば街が好きになる運動」。さまざまな活動を連動させながら、JTの取り組みは続いていきます。

街にポイ捨てがあるかぎり。

株式の諸手続について

●名義書換をするには？

新たに株式を購入されたり、保管振替制度のご利用を取りやめられた時には、お早めに名義書換の手続きをお取りください。名義書換の手続きがお済みでない場合には、株主総会の招集ご通知をはじめとした各種発送物がお手元に届かないばかりでなく、配当金等のお支払いについても以前の名義の方に支払われることになります。

◎名義書換の手続き

❶三菱信託銀行にお越しいただく場合

三菱信託銀行の本支店へ、株券と印鑑（お届出印となります）をご持参ください。その場で名義書換請求書にご記入していただき、いったん株式をお預かりして手続きをさせていただきます。手続きが終了し、お手元に株券が戻るまでには10日前後かかります。書換手数料は不要です。

❷証券会社を通じて行う場合

証券会社でも名義書換を依頼することができます。必要なものは三菱信託銀行にお越しいただく場合と同じですが、書換手数料がかかり、また場合によっては手続きに時間がかかることもありますので、手数料額・所要日数等詳しくは当該証券会社におたずねください。

❸郵便をご利用の場合

名義書換請求書を郵送するなど、名義書換に郵便をご利用になることもできます。詳しくは三菱信託銀行にお問い合わせください。

●住所変更をするには？

株主総会招集ご通知、郵便振替支払通知書（配当金通知書）、株主優待商品等はご登録の住所宛にお送りさせていただいております。引越し等により、ご住所に変更があった場合には、当社の名義書換代理人であります三菱信託銀行へ速やかにお届出をお願いいたします。

◎住所変更の手続き

❶三菱信託銀行にお越しいただく場合

三菱信託銀行の本支店へ、お届出印をご持参ください。その場で変更届にご記入し、ご提出していただきますと、手続きをさせていただきます。手数料は不要です。

❷郵便をご利用の場合

三菱信託銀行にお電話いただきますと、変更届をお送りいたしますので、必要事項をご記入のうえ、ご返送ください。株券のご提出は不要です。ご返送の費用についてはご負担いただくことになりますが、それ以外には手数料はいただきません。

●配当金の受取方法は？

❶配当金のお受取方法の種類

配当金のお受取方法については、現金受取と口座振込がございます。口座振込をご選択いただきますと安全かつ確実に配当金をお受け取りいただけます。

現金受取をご選択の株主様には、郵便局で受け取りができる証書（郵便振替支払通知書）をお送りいたしますので、お近くの郵便局でお早めにお受け取りください。

口座振込をご選択の株主様には、あらかじめご指定いただいた銀行・郵便局等の口座に配当金が直接振り込まれます。また、利益（中間）配当金計算書もお送りいたします。

❷現金受取から口座振込への変更

現在、現金受取を選択されており、これから金融機関等への口座振込を希望される株主様は、当社の名義書換代理人であります三菱信託銀行へご連絡ください。

●配当金関係の書類が届かない場合、または郵便振替支払通知書を紛失した、あるいは払渡し期間を過ぎてしまった場合は？

上記の理由等により、配当金をお受け取りいただけなくなっている株主様は、三菱信託銀行へご連絡ください。

株式の諸手続きについてのお問い合わせ先は

当社株式の手続きにつきましては、下記、当社の名義書換代理人であります三菱信託銀行までお問い合わせください。また、同行本店ならびに全国各支店におきましても各種手続きのお取り次ぎをいたしますのでご利用ください。なお、住所変更、配当金振込指定・変更に必要な各用紙および株式の相続手続依頼書のご請求につきましては、フリーダイヤル（0120-86-4490）で24時間承っておりますので、ご利用ください。

●お問い合わせ先

三菱信託銀行株式会社 証券代行部
フリーダイヤル 0120-707-696
（受付時間 土・日・祝日を除く 9:00～17:00）

郵便物送付先

三菱信託銀行株式会社 証券代行部
〒171-8508
東京都豊島区西池袋一丁目7番7号

各種手続用紙のご請求

フリーダイヤル 0120-86-4490
（三菱信託銀行 24時間テレホン自動音声応答サービス）

■ 役員（2005年6月24日現在）

取締役

代表取締役会長	涌井　洋治
代表取締役社長	本田　勝彦
代表取締役副社長	堀田　隆夫
代表取締役副社長	小幡　一衛
代表取締役副社長	西澤　省悟
取締役	金森　哲治
取締役	大久保憲朗
取締役	新貝　康司
取締役	木村　宏

監査役

常勤監査役	田中　寿
常勤監査役	住川　雅明
監査役	村山　弘義
監査役	藤田　太寅

執行役員

社長		本田　勝彦
副社長	（ｺﾝﾌﾟﾗｲｱﾝｽ・財務・ｺﾐｭﾆｹｰｼｮﾝ・総務・法務・監査担当）	堀田　隆夫
副社長	（企画責任者 兼 人事担当）	小幡　一衛
副社長	（たばこ事業本部長 兼 特機事業担当）	西澤　省悟
専務執行役員	（たばこ事業本部 商品ｸﾞﾙｰﾌﾟﾘｰﾀﾞｰ）	松永　康正
専務執行役員	（食品事業本部長）	金森　哲治
常務執行役員	（たばこ事業本部 研究開発統括部長）	熊倉　一郎
常務執行役員	（たばこ事業本部 営業統括部長）	西原　孝治
常務執行役員	（医薬事業部 医薬総合研究所長 兼 医薬科学責任者）	石黒　繁夫
常務執行役員	（総務責任者）	山田　良一
常務執行役員	（法務責任者）	下村　隆一
執行役員	（たばこ事業本部 製品開発統括部長）	岩波　正
執行役員	（たばこ事業本部 製造統括部長）	飯島　謙二
執行役員	（たばこ事業本部 原料統括部長）	久野　辰也
執行役員	（たばこ事業本部 事業企画室長）	小泉　光臣
執行役員	（たばこ事業本部 渉外企画部長）	佐藤　誠記
執行役員	（医薬事業部長）	大久保憲朗
執行役員	（食品事業本部 飲料事業部長）	塩澤　義介
執行役員	（食品事業本部 食品事業部長）	岩井　睦雄
執行役員	（人事責任者）	村井　良行
執行役員	（財務責任者）	新貝　康司
執行役員	（ｺﾐｭﾆｹｰｼｮﾝ責任者）	志水　雅一

■ 株価の推移

1994年10月27日上場～2005年7月　当社株価（東証終値,月間）