

日本たばこ産業について

基礎演習 8 組

提出日 1 9 9 8 年 1 月 9 日 (金)

はじめに

日本のたばこ産業が、来春（98年、春）からのたばこのCM全廃などの諸規制により、どのような影響を受け、どう変わっていくかを分析していきたいと思います。

第1章 たばこCMの全廃

（1）来春のたばこCMの全廃

日本たばこ産業（JT）や外国たばこの日本法人、輸入商社などが加盟する日本たばこ協会は、未成年者の喫煙につながる可能性があるとして、来年四月からテレビとラジオのたばこの銘柄を宣伝するコマーシャル（CM）を全面的に廃止することを決め、JTなどの加盟各社は、97年9月30日に各広告代理店に通知しました。

従ってたばこのCMは、来春（1998年）以降全面的に廃止されることが確定したといえます。

（2）たばこCMが廃止される原因

それでは、なぜ、たばこのCMが来春から廃止されるのかを考えてみましょう。そうすると、様々なたばこ問題が挙げられます。主なたばこ問題としては、たばこによる健康への害や環境への害、公共の場での規制が不徹底なこと、そして、青少年育成への悪影響などが列挙できます。このようなことを考慮して、来春からのたばこCMの全面的な廃止という自主規制へと踏み切ったのではないかと思います。

（3）日本たばこ協会が行った自主規制

それでは、日本のたばこ協会は、これまでにどのような自主規制を行ってきたのかを見ていきましょう。

「1985年4月、TIOJの前身であるたばこ会社の協議会において、たばこ事業法第40条（未成年の喫煙防止への配慮、広告が過度にわたらないこと等）の趣旨に沿い、広告・販売促進活動に関する自主規制を設けました。

また、1989年5月には、自主基準の見直しを行うとともに、放送表示に関する基準を設け、さらに1995年10月より電波媒体の広告量削減、屋外看板の設置規制、パッケージや広告物の表示文言の明瞭化など自主基準を改定し実施することといたしました。」

上記に述べられているような日本たばこ協会が実施した自主規制は、世論などを反映して行ったものではないでしょうか。

¹読売新聞（読売新聞大阪本社）「1997年10月1日朝刊」

(4) たばこに関する法規制

しかし、なぜ、日本たばこ産業株式会社（JT）は、わざわざたばこが売れなくなるような自主規制を行ってきたのか、自主規制以前にたばこに関して法律で定められていることへの当然の対応であったり、様々な世論を反映したのかもしれませんが、それで、ここでは、たばこに関して法律で定められていることを調べてみました。

まずはたばこに関する制度として、たばこ事業法があります。たばこ事業法には、国内産業たばこの生産および買入れ・製造たばこの製造・製造たばこの販売・小売定価などが定められています。「たばこ事業法は、JTのみに適用される葉たばこ買入および製造独占の規定を除き、たばこ事業関係者すべてへ適用されます」。このほかに葉たばこ税に関する法律があります。「たばこには、従量税として、1,000本につき3,126円の『国たばこ税』および同額の『地方たばこ税』が課税されています」。他にも、未成年者の喫煙が禁止されていることなどは、法律による規制です。

結局、日本たばこ協会の行ってきた自主規制は、法律で規制されていることと、何らかの関係が多少あると思いました。

第2章 たばこ問題の解決策

(1) 日本と諸外国の違いとこれからの課題

日本のたばこ問題への措置は、世界的に見てもあまりにも遅すぎる措置であるといえます。

なぜなら、イギリスがCMの法規制をしたのは約三十年前、欧米各国も七十年代には法律で規制しています。今や各国とも、たばこ問題を政治的課題として真剣に捕らえています。しかし、我が国は、1998年にCMの廃止を日本たばこ協会が自主規制により実行するのです。このように時期を見てもイギリスや欧米各国と20年から30年もCMの廃止が遅れているのです。そして何よりも、イギリスや欧米各国はたばこCMを法規制しているが、日本は、日本たばこ協会の自主規制であるという大きな違いが生じているということになるのです。

従って、日本も諸外国同様、たばこ問題を政治的課題として捕らえ、国会の場で討議すべき問題ではないかと思えます。

(2) たばこCM以外の販売促進活動の廃止

現在、たばこのCM以外にも、様々なたばこ販売促進活動が行われています。その例としては、インターネットでの銘柄宣伝や街頭での新製品などの配布による販売促進活動などが行われています。しかし、来春からは、このような様々な販売促進活動もたばこのCM廃止とあわせて全面的に廃止されます。このようなことにより日本たばこ協会は数々のた

² ばこ問題を解決していこうと考えているのではないかと思います。³

第3章 日本のたばこ産業の将来

(1) 日本のたばこ産業の衰退

現在、テレビでは国産、外国たばこあわせて、二十五銘柄のたばこ PRCM が放映されています。JTでは八十五年、まず午後六時から同九時前の時間帯にテレビCMを流さないようにし、さらに九十一年からは午後十時五十五分以降午前五時に限ってCMを放映、九十五年からは土、日曜日は一切、流さないようにするなど自主規制を強めてきました。

しかし、今年の六月の調査で、深夜から未明にかけても未成年者のテレビ視聴率が増加していることがわかり、このままでは世間の批判に堪えられないと日本たばこ協会は考えて、全面的に禁止することに決めたのです。ラジオは、土、日曜日に限って禁止されていましたが、これも全面禁止になることが決定しました。小、中、高校の校門の近くのみ禁止していた見本たばこの配布も、すべての街頭で禁止することに決まりました。

このように、世間の批判の声に堪えきれず、様々な自主規制を行っている日本たばこ産業は、自分の首を自ら絞めているように思えました。そして、これからの日本のたばこ産業は、社会からどんどん疎外されて、衰退し始めるのではないかと思います。

(2) 日本たばこ産業株式会社(JT)のこれからの方針

来春のたばこCMの廃止を筆頭に上記であげたようないろいろな規制が実行されます。このような規制により、日本のたばこ産業は、経営困難に陥ることが十分に予測することができます。

このように衰退していくたばこ産業の将来を見据えてJTでは海外たばこ事業や事業の多角化に力を注いでいます。

しかし、結果的にJTは、日本のたばこ産業を独占していながら衰退が予想されるたばこ産業から目を背け、海外進出やたばこ以外の製品を売ることでJTという会社を守っていこうとしています。このままでは日本のたばこ産業は、これから衰退の一途をたどるのではないかと思います。

² 日本たばこ協会(TIOJ) - 1985年4月に設けられたたばこ会社の協議会を母体として、TIOJは、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おります。ちなみにJTは1985年以来正会員として加入しております。

³ JT(日本たばこ産業株式会社)のホームページ「自主規制・たばこに関する制度・海外たばこ事業・事業の多角化」

おわりに

JTは、社会の批判に堪えきれず、数々の自主規制を行っています。しかしこれにより確実に日本のたばこ産業は衰退し始めるということは予測ができます。そして、JTは、事業の多角化や海外へのたばこ事業進出と言った方法でたばこ産業が衰退するといった傷を少しでも癒そうとがんでいるのです。

このままでは、日本たばこ産業株式会社という名の会社は生き残りますが、結果として日本のたばこ産業は衰退していくと思います。

参考文献リスト

- 1、読売新聞（読売新聞大阪本社）・1997年（平成9年）10月1日（水曜日）付。
- 2、JT(日本たばこ産業株式会社)のホームページ
- 3、日本たばこ産業株式会社の現状と課題（大蔵省印刷局）・1991年