

わが国のタバコ問題とCSRに関する企業経営

Tobacco Issues in Japan and Business Strategy: On the Corporate Social Responsibilities

村上 了 太
Ryota, Murakami

目 次

0. はじめに
1. タバコ企業の利害関係者
2. タバコ問題とは何か
3. 原料に関する問題
4. 販売に関する問題
5. 他業界からの教訓
6. タバコ問題の解法そして商品開発
7. まとめ

Abstract

The issues that Tobacco faces in Japan are framed by 1) emotional (or idealism) debate and 2) scientific debate. The emotional debate is driven by a fundamental dislike of tobacco (smoke or odor). The scientific debate can be considered in terms of a) medical science (medical care) and b) economical issues.

However, the issue of segregating smokers and non-smokers is addressed by The Health Promotion Law enacted in 2003, as well many public facilities have moved to address this issue. It is therefore out of scope of this paper.

The conclusions from this paper can be summarized as follows. A Tobacco company is a company. They have a responsibility to ensure their sustainability. It is also necessary to expand both youth smoking prevention activities and initiatives for separating smokers and non-smokers. However, taking a long terms perspective, I believe the radical measures to be necessary.

0. はじめに

タバコ企業（製造業）も一つの営利企業である。わが国を初め、1つの国に必

ず1社もしくはそれ以上の割合でタバコ企業は存在している状況である。各国で喫煙可能年齢は飲酒の場合と同様に各国の法律の規程で異なっている。法的に

禁止されている年齢層を単純に未成年者（underageもしくはyouth）と位置づければ、そうした未成年者による喫煙問題も抜本的な解決が必要である。また、本文でも指摘するように女性の社会進出が増えるにつれて女性の喫煙率の上昇が男性の場合より高くなっていることも事実である。さらに先進国におけるタバコ規制（たとえば、アイルランド共和国のように庶民の憩いの場であるパブでさえ全面禁煙の運びとなり、その法律の違反者には罰則が加えられるようになったこと。その一方で英国ではパブを規制対象には指定せずに、公共施設や公共機関の全面禁煙化を進めることに相違点がある）は大小を問わず喫煙に対する抑止効果が期待されている。

その一方で、企業は需要の構造的な減退を補わなければ、株主をはじめとする利害関係者（ステーク・ホルダー）をはじめとして、あらゆる意味での責任を果たしたことはない。世界を見渡せば、規制緩和と公企業民営化が叫ばれて久しい。市場が万能に機能しているのだから、政府の介入は最小限度に抑えておくべきだという傾向も定着してきたように見られる。タバコ企業は、他業種に比べると、世界の動きとは逆行している。すなわち1980年代から専売公社が民営化（全額出資の株式会社化、もしくは特殊会社化）されて各国の市場が開放されたにも関わらず、「再規制」が加えられているのである。ここにタバコ産業の特徴があり、その道筋は酒類業界よりも厳格さを増していることを付け加えておきたい。

2003年の健康増進法の施行にも後押しされて国民的な議論になりつつあるタ

バコ問題は、単に喫煙問題を取り上げるだけではなく、少子・高齢化社会における小さな政府（歳入増大と歳出削減）という概念に立脚した議論でもある。すなわち、タバコから得られる「租税」という果実よりも、タバコからもたらされる害毒を治療するために要する「社会保障費」の支出の増大のほうが多いということがわが国の縦割り行政の弊害として表されている。そこには少子・高齢化を迎えてより小さな政府に向かう先進諸国にとっては改革に値する議論でもある。

本稿の目的は、ひとえにタバコ問題を根底から考えることにある。分析手法は、第一にタバコ問題を幾つかの要素に分けることから議論を進める。そして第二にタバコ企業を取り巻く利害関係者の位置づけを探っていく。第三には、1) 感情論、2) 科学論という分類法を基にして、議論を深めていく。1) については理由を深く求めることなく喫煙を嫌い、また喫煙の容姿や態様が気に入らないなど、種々の感情から生ずる議論をまとめる。第三に、先進国の喫煙規制を斟酌した場合の議論として、医学的な立場による議論そして経済学的な議論に分けて考えていく。第四に企業経営という立場を取り入れて、賛否両論からタバコ問題を取り上げ、両者の打開策を探る。この打開策を基礎にした「第三の道」としての商品開発を進めていく上での「新しい」ビジネス・モデルを吟味していきたい。

1. タバコ企業の利害関係者

1-1 規制強化と税制

企業統治および企業の社会的責任が叫ばれるようになってきた昨今、社会から

の糾弾・圧力を浴び続けている業界の一つにタバコ産業があると思われる。その理由は、タバコに起因する疾病の誘発（肺ガンや胃ガンなど）を促す有害物質が含まれているということが明るみにされて以来、およそ半世紀にわたる啓蒙活動の「成果」も踏まえて世界規模で規制強化の動きが見られるようになったからである。種々の疾病を誘発することが明らかであれば、医療費の国庫負担を増大させることは明らかである。それゆえ疾病の根治療法としての禁煙政策が有効であるという見解であり、その意図するところは財政問題に結びついていく。

タバコは酒類と同じく嗜好品であり、その税率は生活必需品よりも高い¹。税務当局からすればタバコによる税収が国と地方を合わせて1兆円を上回る規模であり、さらに増税を実施しても社会の反発を受ける事例も多くはない²。それゆえ「安易」な課税が可能な商品であるために、タバコは税源の一つとしてのこれまでの貢献度を無視することはできない³。

ただし、タバコの規制強化の波は世界規模で進められている。WHO（世界保健機関）が締結した2003年作成の「タバコ規制枠組み条約」（Framework Convention on Tobacco Control）がその最たる事例である。この条約は、タバコの被害を最小限に抑えることを最大の目的に位置づけ、その手法として警告文の内容を厳格にすることや禁煙化のさらなる促進を実現することがうたわれている⁴。

1-2 消費構造の変遷

タバコ規制およびそれに対する啓蒙活

動が奏功して、わが国のタバコの消費人口＝喫煙者は、過去10年連続で下落の傾向にある。2005年の消費人口は男性が2,281万人、女性が739万人で合計3,020万人であるが、これを喫煙率で表すと男性が45.8%、女性が13.8%であり、平均すると29.2%という数値になる⁵。

消費人口および喫煙率の10年にわたる下落傾向は、ひとえにタバコ規制（喫煙場所の規制を含めて）および製品価格の値上げ（増税が中心）に伴う影響といえるであろう。また「禁煙セラピー」と題する文献もいくつか出版されるようになり、折からの健康ブームにもあやかっただけでその消費量の下落はとどまることを知らない。このように指摘すれば成人人口に占める喫煙率の減退傾向を説明するには十分な裏付けが存在しているといえる。だが、女性の喫煙率が微増傾向にあることを、これらの要因だけでは説明できないことは明白である。女性の社会進出の機会が増すことにより喫煙率が增大することは、健康志向・喫煙規制の効果に乏しい世代が存在していると指摘せざるを得ない。

極端ではあるが、タバコ＝男性の先入観をもってすれば、昨今の女性の喫煙率の上昇は、過去に例をみなかった現象である。その事実として20歳から30歳代の（つまり、男女共同参画社会を現実に自らのものにしようとしている世代）喫煙率は、いわば社会進出および就職率の向上によってもたらされた心理的な影響も加味されなければその推移を説明することはできないであろう⁶。

1-3 利害関係者

さて、これまでの市場環境を概観した

ことを踏まえて、あらためてタバコ企業を取り巻く利害関係者について整理・分類しておきたい。なぜならば、タバコメーカーと喫煙者だけの関係でタバコ企業の社会的責任を考えるには早計であるといわざるを得ないからである。そしてわが国のタバコ問題は健康志向という組織目的のない動きではなく、国家の財政問題にも少なからざる関係を持っていると考えられるからである。

図1において葉タバコ耕作農家とは、JTの場合はほとんどの場合が国内の農家を指している。だが、実際には国産葉タバコだけを使用して製品化しているわけではないため、厳密には輸入業者や世界の葉タバコ農家も含まれることになる。世界の葉タバコ耕作農家で最大の生産量および生産額を計上しているのは米国である。その他には、ギリシャ、トルコ、ジンバブエそしてマラウイなどが主要産地である。つまり、わが国でも主流になっている「アメリカン・ブレンド」あるいは「ヴァージニア葉」タイプのタバコには、国産品と輸入品を「一定」割合のブレンドが施された上で製品化されている⁷。

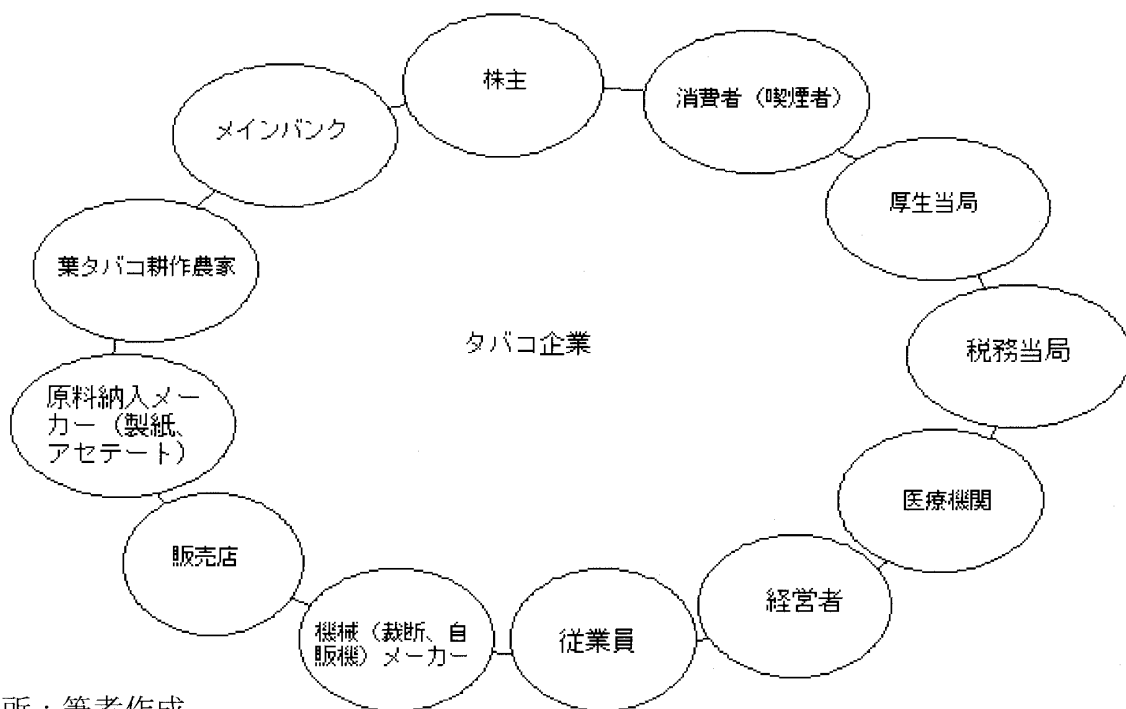
機械メーカーとは、葉タバコを乾燥させた上に、細刻するための機械や、巻紙を葉タバコに巻く機械そして裁断する機械などを製造する企業のことである。また、タバコの自動販売機を製造するメーカーや、シガレットのフィルター部分に使用される触媒（アセテートを原料にする）を製造するメーカーもある。製紙メーカーは、シガレットを巻くための紙製品や包装品を製造している。自動販売機についても機械メーカーの範疇に入れられるが、タバコの自動販売機の62万台と

いう数字は、飲料の223万台には及ばないが、自動販売機総数550万台の10%強を占めている⁸。その他には、シガレットの包装紙に含まれる銀紙などのメーカーもある。こうした納入業者（サプライヤー）からすればタバコは収益源であるといえよう。

他方、医療機関は、直接タバコ企業とは関係はないが、「禁煙外来」および肺ガン患者を治療する組織であるから、禁煙を促す役割を果たすという意味で利害関係者にある。なお、禁煙外来はわが国では自費診療扱いであったのだが、2006年からは保険診療扱いになる可能性が示唆されたため、本格的な禁煙措置が講じられようとしている⁹。禁煙を促す機関として医療機関や保険行政の監督庁である厚生労働省にとってタバコは彼らの利益に反する組織であるといえる。

タバコ企業における利害関係者については、日本たばこ産業株式会社法によりわが国でのタバコ製造は日本たばこ産業（JT）以外のものによることは認められていない。それゆえ世界最大のアルトリア、第2位のBATおよびJTの関連会社／子会社によってでも、タバコの製造は行われていない。

図1 タバコ企業を取り巻く利害関係者



出所：筆者作成

2. 日本のタバコ問題

2-1 タバコ問題の要素分解

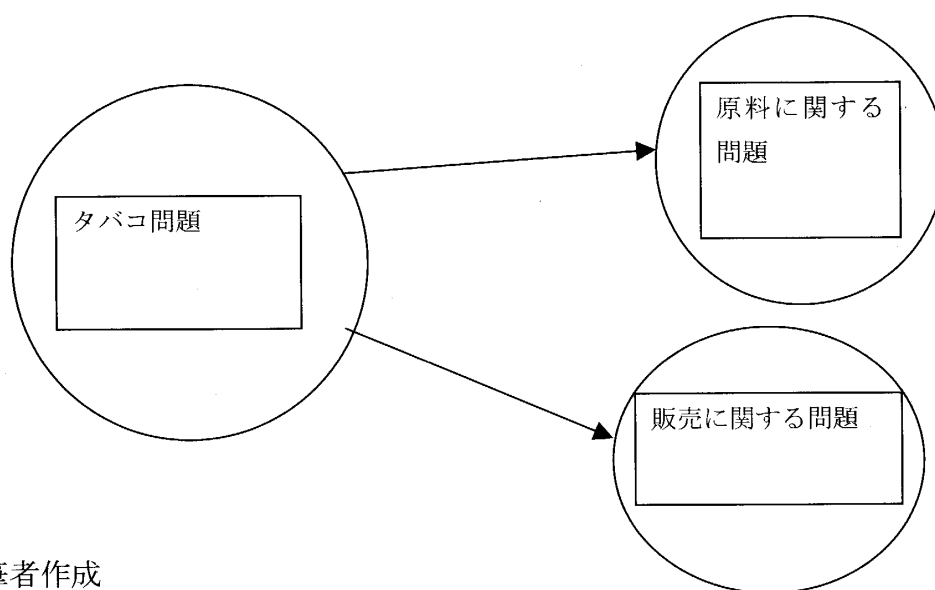
タバコ問題は、一般的には1) 感情論と2) 科学論の2つに分けられる。なぜ2つの議論に分けられているかといえば、反タバコ運動は必ずしも科学的な根拠による議論に立脚したものだけではないと思われるからである。まず感情論とは、いわば観念論ともいえる視点に立脚したもので、単なるタバコ嫌い（煙や臭いを含めて）がその要因である¹⁰。非喫煙者においてはタバコ嫌いの理由を喫煙の態様（姿勢）や、先端部分（副流煙）と口腔部から発せられる煙（主流煙）の臭いが衣服や頭髮に付着することを感覚的に嫌がることや、また喫煙の「禁断症状」が生ずる際に喫煙者の冷静さが失われて議論や会話が中断されることなど、様々な要因があげられる。喫煙そのものがいわば「ファッション」とは逆行させる現

象であると認識できる。かつては映画俳優やタレントが登場してテレビのコマーシャルが流され、また新聞や雑誌にも広告・宣伝がなされてきたこともあり、わが国の喫煙文化は維持・普及してきたものと思われる。

その一方、科学論とは、a. 医学、b. 社会科学によって提起されてきた問題が存在する。医療科学においては喫煙と健康に関する研究が続けられており、心筋梗塞、肺ガン、舌ガンなどあらゆる疾病の原因と目されるようになって以来、その抑制を図るために禁煙外来を設ける医療機関も登場するようになった。そして種々の精神的な側面から禁煙を実現するというプログラムによって、タバコ依存症に対する治療が施されている。

なお、2003年に施行された健康増進法による公共施設での禁煙対策、および路上喫煙に対して地方自治体が罰則条例を制定するなど、全国各地で禁煙対策が

図2 日本のタバコ問題の要素分解



出所：筆者作成

進行中である。官民あげての喫煙規制は今後とも強化されていくことは明白であるため、本稿では検討の対象外とする¹¹。なお、上記の説明を図解すれば、図2のようになるであろう。

2-2 感情論

ファッション（流行）とは、男女を問わず衣服や装飾品だけではなく、周囲の人に「何か」を感じてもらふ行為の総称であろう。また時代の流行を周囲の人に感じてもらうことによって、他人に影響または刺激を与え、あるいは結果的には自己満足を得るものであるように、その追求は果てることを知らない。裏を返せば消費者を飽きさせないように常に変化をもたらすという企業戦略が存在していなければファッション産業も衰退の危機にさらされるであろう。人間の欲求と同じでそれがとどまることはなきに等しい。

ファッションは、喫煙の容姿・姿態のみならず、何かを感じてもらふためには自らのあるいは周囲の「臭気（臭い）」にも反応するはずである。その反応の仕

方にもよるが、ここで敏感とか鈍感という言葉も出てくるであろう。そして香水がその最たる事例となる。香水とタバコの臭いを比較すると理解が容易になる。香水でも高価なもの、あるいはブランド品になればなるほど、臭気への反応は敏感になる。他人にわかってもらいたい臭気をタバコの臭気で遮られることは、ファッションを阻害することと同義である。それゆえ衣服や毛髪にタバコの臭いが付着することを嫌がる人は、感情的にタバコ嫌いになるのである。また、単に何気なくタバコを喫煙する姿を嫌う人さえいる。

さらに美食（グルメ）と称する食文化の進展は、タバコ嫌いを加速させているといえる。喫煙の常態化によって喫煙者の味覚が変わる（鈍感になる）とさえいわれている昨今¹²、美食を求めることによって、またそれを堪能してより多くの満足を得られるようにするためには人々は禁煙しなければならない。必ずしも感情論と見ることはできないであろうが、ファッションという感性を必要とする生活の一側面においてもタバコは敬遠され

る存在である。

喫煙によって食欲が鈍感になることから、一見したところではダイエットに繋がるとさえ噂されている。喫煙者が禁煙すれば逆に食欲が増してきて、体型・体重に敏感に反応する人にとっては、むしろダイエットを逆行させることになる。それゆえ喫煙を続けるということも、一種の感情論に当てはまるのではないだろうか。

いずれにせよこうした問題は、昨今のタバコ問題で取り上げられている間接喫煙以前の議論である。主流煙と副流煙に分解されるタバコの煙の両方がファッションとの乖離をもたらすとなれば、不用意な喫煙を防止できる手段として有効な対策となるであろう。

2-3 科学論

a 医療科学

1962年に米国のテリーレポート(Terry Report)¹³によって喫煙と肺ガンの関係が指摘されたことは、タバコの歴史においても一つの転機となった出来事である。それ以来、その疾病を防ぐ方法として喫煙を防止させることが得策であると内外に公表されてきたのである¹⁴。その疾病とは肺ガン、心筋梗塞、咽頭ガン、舌ガンなどであり、様々な疾病を誘発する原因物質としてタバコが位置づけられてきたのである。

他には、その人たちが幼少期や成人期において喘息やその他の呼吸器系の疾患を患い、治療のために苦難の道を歩んできたという場合である。治療が施されたにもかかわらず、再発の恐れも残されているから、喫煙行為は必然的に遠ざけられるのである。それだけではなく、自動

車の排気ガスや工場における排煙などにも敏感ではあるが、事実上その煙から非喫煙者を遠ざけられるようでそれができないのがタバコである。

いずれにせよ、喫煙は個人で楽しむものであるが、タバコ問題は、喫煙を傍若無人な行為と位置づけることが必要である。個人で喫煙を楽しむことは、他人には迷惑をかけない範囲という了解事項が前提にある。だが、喫煙者本人への問題はともかく、他人にも疾病を誘発するとなれば、タバコを規制対象の商品とみなす必要がでてくるのである。

さらに、女性の肌状態と喫煙関係についての調査結果が2005年に美容品メーカーによって明らかにされた。すなわち、「年齢別の平均メラニン量は、(タバコを：筆者注) 吸い始めて間もない20歳では大差ないが、以後は全年齢で喫煙者の方が1～2割程度多く、ほぼ5歳上の非喫煙者のメラニン量に相当。吸わない人より『肌年齢』が5歳老けている状態だった。更に、紫外線によく当たる生活をしているか否か、という条件を加えると「よく当たりたばこも吸う」人と「あまり当たらずたばこも吸わない」人の肌年齢の差は10歳以上に広がった。原因について同社は『メラニンの生成や色を抑えるビタミンCが、喫煙によって破壊されるためと考えられる』と分析されている¹⁵。この調査は、女性の喫煙率の上昇による「肌年齢の老化」に対する警鐘として注目に値する。

b. 社会科学

医療経済学の研究の進展はタバコ嫌いを加速させた。いわゆる嫌煙権というかたちで確立されつつあるのだが、その議

論の一方で喫煙権 (smokers right) の確立も叫ばれている¹⁶。先進国では少子・高齢化が現実と化しており、それに伴って「小さな政府」が叫ばれるようになった。つまり、増税に伴う財政収入の増大と医療費抑制という社会保障費の歳出削減が政府によって進められている。財政の黒字化の御旗の下で、タバコという嗜好品にも社会全体からメスが加えられようとしている。従来のタバコとは税源(財政物資)としての(官僚の)期待が込められて貢献してきたわけであるが、その反面で医療費支出の増大も引き起こしており、ここに現代の社会科学からのタバコ抑制が進められている。

税収と歳出のバランスからいえば、タバコそのものの消費を減少させることが得策である。さらに、需要抑制策としての価格の引き上げは、必然性を伴う措置であるという考え方が医療経済学には内在しているのである。

わが国のタバコの価格は、戦後はもちろん、明治期から散発的に引き上げられてきた。しかし2005年には抜本的なタバコ税の改革をめぐる議論が活発化した。その内容は、「平成に入ってたばこ税の増税は3回実施された。しかし、旧国鉄職員の年金債務の穴埋めなど、予算のつじつま合わせに利用されることが多く、本格的な増税は実施されていない。たばこが肺気腫(きしゅ)、心筋梗塞(こうそく)、肺がんなどの原因の一つになることは医学的に実証され、包装箱にも記載されている。増税で消費量が減れば、結果として医療費の削減につながる可能性が高い。政府が本格増税に消極的だったのは、消費減に伴って山間部に多い葉タバコ農家や、零細な小売業者の生活が

苦しくなると考えたため、とされる。何らかの配慮は必要としても、財政や国民の健康といった大きな観点に立った政策を阻害することがあってはならない¹⁷と記されている。

利害関係者を重視した経営という観点からこれまでタバコに対する抜本的な税制改正の動きは見られなかったのだが、2005年に来て消費の抑制と税収増を見据えた方策の必要性が説かれている。

3. 原料関係

3-1 スヌースやニコレットへの商品戦略

わが国では一般にタバコを「煙」の出る商品と認識されている。江戸時代のキセルに始まり、現代のシガレットや葉巻なども含めて、日本人のタバコに対する認識は「煙」である。それゆえ、tabacuumというラテン語にあてがわれた言葉も「煙草」である。

その一方で、現代日本人の一般認識を変えさせる出来事があった。2003年にスウィーディッシュ・マッチ (Swedish Match AB) が東京で試供品として配布した「ファイアー・ブレイク」(Fire Break) という製品がそれである¹⁸。タバコのもつ有害物質の典型であるタールは0mg、ニコチンでさえ1mgである。これはニコレットと類似した成分であることに留意が必要である。つまり事実上医薬品(厳密には政府の許認可を得たことによって初めて認められるもの)と類似した商品と位置づけることさえ可能である。だが、ファイアー・ブレイクは厚生当局から食品衛生法あるいは関連する許認可の手続きを怠っていた。わが国は、

時代が変わっても役人がなにがしかの形で市場に介入することが半ば常態化している。ただ、試験販売を通して販売が始められていることも事実であるが、企業側の見切り発車ではなかったかと思われる。

3-2 戦後日本

第二次世界大戦において、わが国ではタバコ工場も被災した。生産設備を破壊されただけでなく、製造のための人員も確保できない状況であった。また葉タバコの調達量も一時は激減するなど、葉タバコの「確保」も社会問題化していた。それゆえ、葉タバコ耕作地も他の食糧の増産に用途が変更されたため、一時期はタバコも「飢饉時代」に陥ったのである¹⁹。敗戦直後には「イタドリ」を葉タバコの代用品として使用される時期もあった。しかしイタドリは代用品であったことから、その風味は喫煙者にとっては不評であった²⁰。葉タバコの代替品は、専売制度が実施される以前の、いわゆる民製時代から利用されており、「カラスバ、山帰来（サンキライ）種、蓮（ハス）、イタドリ、榛（ハン）、トチ、カヅラ、ツタ、イバラ、ヤマアジサイなど多種の草木の葉を混ぜて配合することが広く行われた²¹と記された文献もある。

こうした混乱期を脱してわが国のタバコ産業は1947年頃には復興するとともに、一般会計に占める専売納付金の割合も増大していくことになった。戦前来一般会計歳入における専売納付金の割合は逡増の方向にあり、その頂点は1947年であった²²。他の税目が相対的に凋落したことも原因である。

いずれにせよ、タバコという商品が葉

タバコから作られてきたわけではなく、その代替品が幾種類も存在したという事実からすれば、葉タバコおよびその加工品の燃焼過程を考慮してより安全なタバコの研究・開発も可能ではないかと思われる。

4. 販売関係

4-1 自動販売機

オーストリアの自動販売機は焦げ茶色をしており、マリア・テレジアン・イエロー（Maria Teresian Yellow、ハプスブルク家の象徴であるマリア・テレジアが好んだ、淡い黄色で目立たない色）を多く使用する建物が点在する街並みにおいては影を潜めるように立地していた²³。街並みそのものが穏やかな色の建物が多いため、自動販売機も目立つ色は使用されていない。その一方わが国の場合は、商品ディスプレイの下に広告をつけられるようになっていることに加え、概観が白色かあるいは薄い茶色のものがほとんどである。未成年者の喫煙対策としては有効であるが、自動販売機の存在そのものが目立ちすぎる存在である。

わが国の場合もタバコの販売は、店頭と自動販売機の2系統から成り立っている。店頭販売においては随時年齢確認の対策がなされており、未成年者への販売を予防する効果がある。その一方、自動販売機については多くの場合において午前5時から午後11時までの販売に時間が限定されてはいるが、その一方で年齢識別のための対策がなされていない。つまり、300円程度を所持していれば、未成年者でさえ購入が可能な状況である。これについては後述するが、種子島にお

ける試験結果を踏まえて随時全国規模で識別装置付きの自動販売機が導入される見込みである。

4-2 未成年者への禁煙対策

未成年者への喫煙防止は、各種の媒体を通して呼びかけられている。また、スーパー・マーケットやコンビニ・ストアなどでの店頭、そして一部地域の自動販売機では身分証明書の提示を求めるなどの措置がとられている²⁴。タバコ問題をその入り口である小売（販売）の段階から規制を敷いて、またより一層強化していくことは未成年者対策には効果的である。

ひとえに未成年者の喫煙（Youth Smoking）は、喫煙をすることが大人の第一歩であるという認識があるからである。同様に、飲酒についても大人の象徴であるかのような錯覚を未成年者、特にいわゆる思春期の世代に想定されていることである。もちろん、未成年者の喫煙と飲酒は、「法律」で禁じられている行為である。法治国家である以上、これらの法律を犯してまでも喫煙と飲酒に未成年者が走ることは、成年者に対する責任でもある。

4-3 成人女性の喫煙率

女性の社会進出率が増大することにも因果関係があるように思われるが、男性喫煙率の減少に比べて女性のそれが増大していることも指摘しておく必要がある。わが国のシガレットにも警告表示が加えられ、さらにその文言の内容および表現方法が強化されている。中でも妊婦への影響を指摘しているものもあるが、抑止効果がいかにほどまでに働いているかが問題である。

先のように女性の社会進出が盛んになるにつれて日常のストレスを発散させようとして喫煙に手を出す機会が増えているとすれば、抜本的な対策はあるのだろうか。

5. 他業界からの教訓

5-1 ビール業界

税法では、含有物の比率によってビールが定義されている。タバコと並ぶほど高い税率が賦課されている。ビール業界は、主原料の麦芽の比率を下げた「発泡酒」（Bubbly Sake）を開発した。さらに発泡酒への課税が増大するとともに麦芽の使用比率も下げられてきた。そして課税競争の顛末は、原料そのものを大豆や他のものに転換させたその他雑種②に分類される「第三のビール」を投入させたのである。経済指標だけでは計り知れない庶民の嗜みとして、第三のビールは市場を席卷している。第三のビールは、原料を麦芽から大豆に転換させており、一般消費者にも「節税ビール」として市場に浸透している。小売り段階では第三のビールは、一般のビールよりも4割程度安い。2005年に至っては酒税の税率改正が報道されて、増税の動きがある。

企業と徴税当局との課税を巡る「闘い」が続いている限りは、少子・高齢化で成熟していく市場への対策を行政が阻害していると指摘されよう。

図3 ビール業界の商品開発コンセプト

ビール業界の商品開発コンセプト

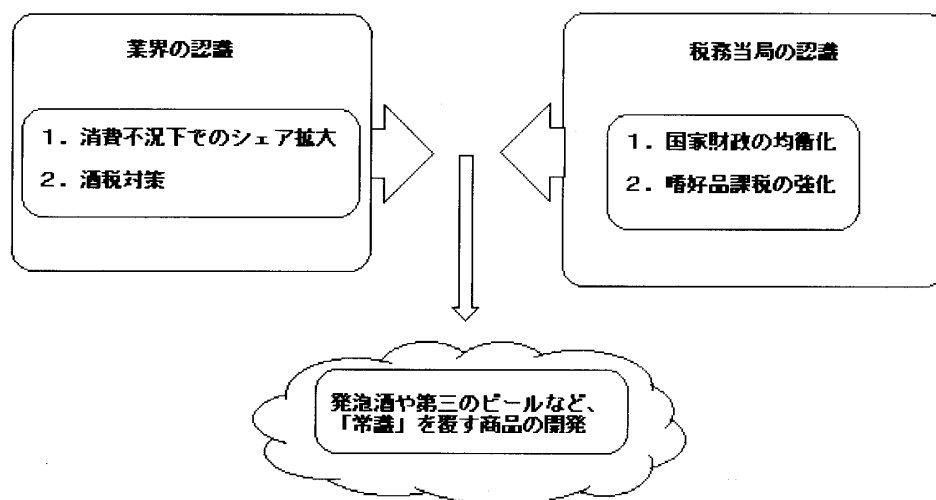
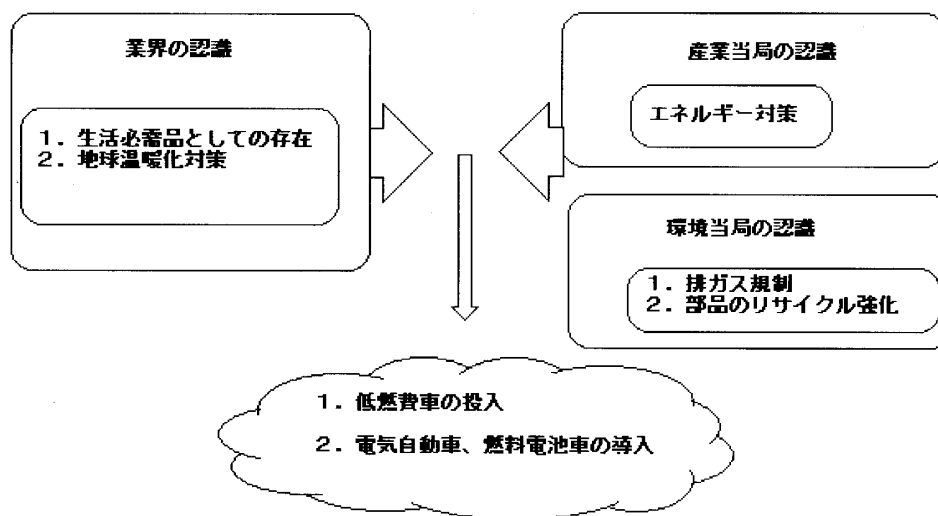


図4 自動車業界の商品開発コンセプト

自動車業界の商品開発コンセプト



5-2 自動車業界

自動車業界は、地球環境に直結した問題を抱えている。自動車の台数が増えれば、自ずと地球温暖化も加速させてしまう。そのため、1) 燃費の優れている自動車、2) 燃料電池自動車など、温暖化の下での製品の販売量を維持または拡大するための製品開発が進められている。とりわけ、ハイブリッド・カーは、地球環境とその問題の根源である自動車の、

双方が利益を生む仕組みの代表例であると思われる²⁵。

また、自動車メーカー各社では、2005年には自動車事故を未然に防ぐ装置の開発も進められている。自動車産業は、各国の経済成長のための基幹産業であると同時に、温暖化や環境問題を引き起こす要因となっている。付随する問題とすれば交通事故、環境破壊を伴う道路工事、橋梁やトンネル掘削などの公共工

事、騒音など、あらゆる側面において負の効果をもたらしている。しかし自動車メーカーには排ガス規制が随時厳格化し、自動車リサイクル法の施行などにより、問題解決の糸口も見えかけてはいるが、禁煙対策のような官民双方による自動車の需要抑制対策は行われていない。

6. 日本のタバコ問題と解決策

6-1 無煙商品の普及

製薬会社が「禁煙商品」と称してニコチン入り製品を製造・販売するのであれば、タバコ企業においても「禁煙」と銘打って商品を製造・販売することができるのではないだろうか。1) 日本人の「ライト」感覚に見合うスヌースの研究開発が必要である。現行のスヌース（スウィーディッシュ・マッチの商品を例にすると）は、ティーバッグ状の袋に入れたとしても刺激が強くてなじまない。たとえば、コーヒーや紅茶など、他の嗜好品との併用でその強さは変わるけれども、単独で利用するには日本人の感覚にはなじまないであろう。2) ガムタイプのスヌースを研究・開発してはどうだろうか。法令遵守の観点から食品衛生法やその他の関係法令に基づく認可が必要である²⁶。

6-2 原料の転換

葉タバコからの原料を転換することも一策ではないか。例えば、サトウキビ、ジャガイモなど本来換金作物でも食用に適さない部位があるはずである。葉タバコにはもともとニコチンが含まれているため、その毒性は強い。このことから原料段階でも無害といえる代用品を開発する余地はある。

だが、タバコ企業に課せられている問題としては、原料の「燃焼」過程が伴っている以上、その燃焼の過程で有害物質を発生させているわけである。

6-3 自動販売機

まずは自動販売機の「配色」を暗いものにすべきである。焦げ茶色や、周囲の建物に見合う色を使用し、また販売機前面の宣伝・広告等も禁煙を促すと同時に商品広告は抑えるべきである。繁華街や人通りの多い道路に面した場所に整然と置かれている自動販売機は、飲料用のものと並べられていることもある。そして未成年者への購入機会を増やし、また購入意欲や好奇心を倍加させていることも事実ではあろう。

あるいは究極的には、タバコの自動販売機そのものをわが国から排除することも得策であろう。なぜなら、多くのコンビニエンス・ストアは24時間営業であり、店員が常駐している。それゆえ未成年者への販売においても店員による年齢確認方法が可能であるため、現金を投入すれば誰でも購入ができるような自動販売機よりは未成年対策が容易にできる。

6-4 未成年者対策へのシナジー効果

未成年者は、タバコと酒を大人の象徴と捉えているのではないか。タバコ業界が未成年者対策を進めても、単独では限界がある。そこで酒類業界とのタイアップを図り、協力して未成年者対策をとる必要がある。たとえば「酒とタバコは20歳から」「やめよう未成年の酒・タバコ」などのロゴやポスターを作って、シナジー効果（統合効果）を狙う必要もある。

その一方、タバコ会社は、わが国においてはテレビ、ラジオなどの広告媒体に商品の販売促進の宣伝を自主規制している。このことは一方では、有害物質を促進させないというささやかな業界の取り組みである一方、広告費というコストの削減も可能にさせるという二面性を有している。

6-5 他の利害関係者との「協調」

①対立から協調へ

タバコ企業と消費者のみの関係からタバコ企業の社会的責任を果たすには困難を極める。たとえば行政当局や非営利組織による健康増進に関する啓蒙活動を抱えている限りは、かつての製薬企業がニコレットを医師によって処方させたように、無煙タバコを医師会や業界関係者などに理解と協力を得るという方法がある。タバコのどこに問題があるかといえば、その主因は肺ガンを誘発するという点である。

2005年現在においても医療機関はタバコ企業と反目しあっている最大の利害関係者の一つであると思われる。企業戦略として必要とされるのは、禁煙促進を必要な政策にとりあげつつも、両者の対話と協調が必要である。対話についてはシガレットの抑制を前面に押しながら企業としての持続可能性を探り、協調については医療機関の助力を得ながら新製品開発を促すということである。では、どうすべきだろうか。一つの解としては無害なタバコを医療機関および製薬メーカーとのタイアップで開発することになるであろう。

②協調の具体化

医療機関とのタイアップを実現するという姿勢は、要するに医薬品あるいは医薬部外品などに分類される商品を開発するという点である。協調の方法がたとえばタバコ企業単独で開発・製造するばかりではなく、製薬メーカーとの共同研究による開発・製造も可能であろう。さらに医薬品や医薬部外品としての許認可を伴う場合であれば、「禁煙」製品という位置づけでの商品戦略も可能ではないかと思われる。

ただしニコチンやタールなど、従来のシガレットに含まれる害毒の組成や割合などは、タバコ企業も所有しているものであれば、ニコチン依存症あるいはタバコ中毒の原因と対処法を生み出すにも不可能なことではない。そこで喫煙に関係する臨床実験やその他の資料を用いて製薬メーカーおよび厚生当局に対して開示するとともに、開発を進めることもタバコ問題を解決するための、そしてタバコ企業の社会的責任を明示するためにも必要なことと思われる。

6-6 価格政策

市場の価格が上昇すれば一般的に需要量は減少する。この原理を追求しているのが欧州である。英国では20本入りのシガレットが1箱1,000円（約5ポンド）である。他方、米国のノースカロライナ州では同じく400円（3.4ドル）である。なお、州単位で価格が異なる。また各国によって価格政策が異なり、たとえばタバコ販売店、コンビニエンス・ストアそしてホテルなどで同一商品を購入しても価格が異なる場合があるのである。わが国の場合は同一製品同一価格の原則があっ

て、場所や販売先を選ばず一律に300円前後で設定されている。

上記の国際比較でもわかるように、未成年者にも購買可能な価格設定に問題があることから、「欧州並み」の価格水準への引き上げも必要である。このことは、一方では未成年者への購買抑止力が働き、また成人に対しても購買力を減退させて需要規模そのものが減少するのだが、1

箱1,000円程度の値上げまでは企業の収益は増大するという調査結果もある¹。わが国の場合は、タバコの値上げは企業の理由によるものが皆無であり、財政事情による税収増とそれに付随するかたちで行われていることから、医療経済学で提示されている価格政策がわが国でも有効に機能するかどうかは問題である²⁷。

図5 酒類業界とタバコ業界の共通点

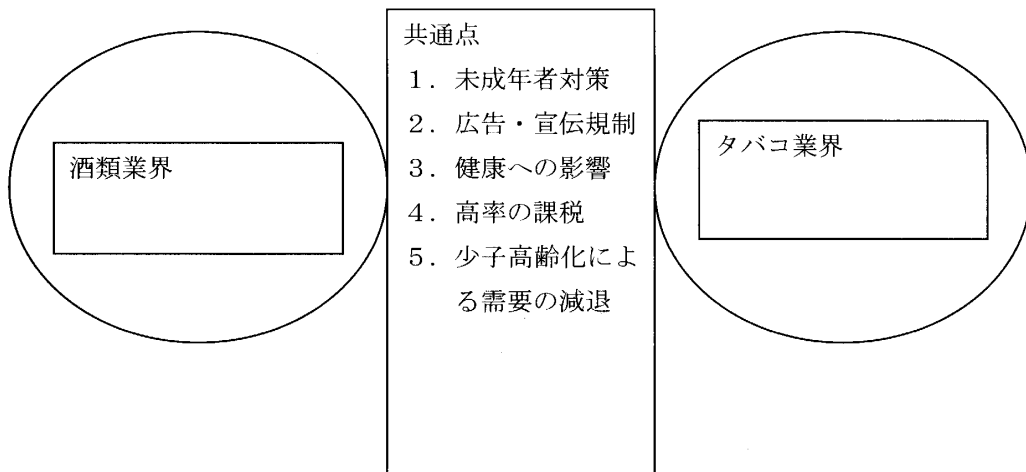
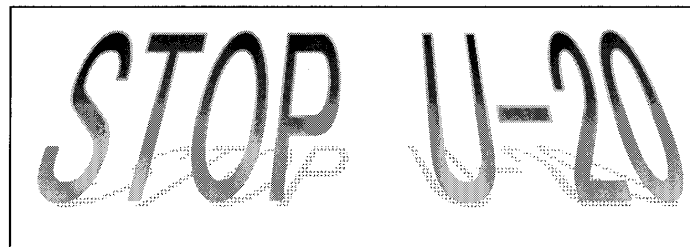


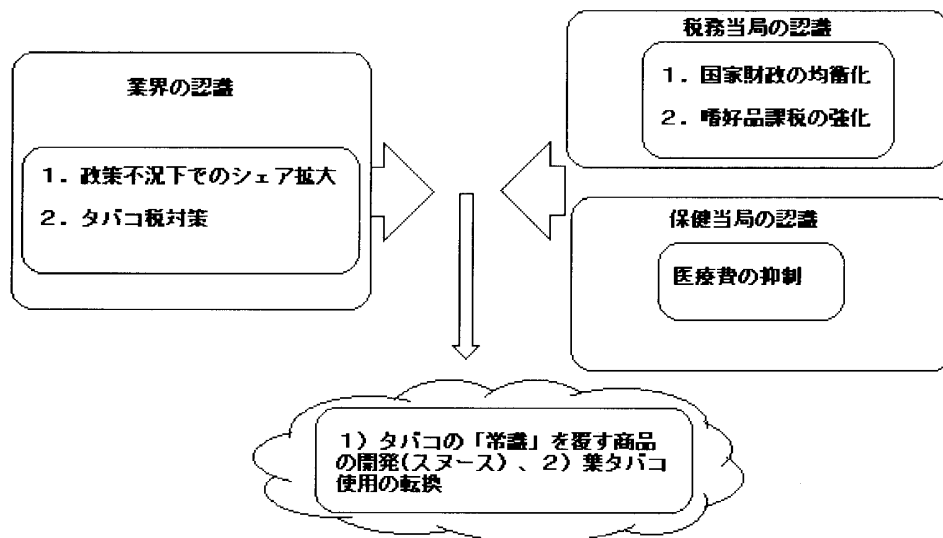
図6 禁酒と禁煙のシナジー効果



未成年者の飲酒と喫煙は法律で禁じられています。
未成年者の飲酒と喫煙は、健康に対する悪影響やお酒とたばこへの依存を強めます。

図7 タバコ業界の商品開発コンセプト

タバコ業界の商品開発コンセプト



7. まとめ

本報告の結論は、下記の図のようにまとめることができる。まず原則としていえることはタバコ企業も企業であることである。つまりタバコ企業も継続事業体として種々の社会的責任を果たしていく運命にある。従来に分煙措置や未成年者へのタバコ対策などを拡充することも必要なことである。ただ、長期的な視点からみても下記のような抜本的な対策も必要である。

たとえば製薬企業が製造・販売する禁煙補助製品でさえタバコの成分が一部含有されており、薬品か嗜好品かの区別は厚生労働省が認めるか認めないかによって決定される。医療機関も禁煙外来によって「煙」をやめさせる一方で、一種の嗜みタバコを処方する。利害関係者にある厚生労働省や医療機関と反目するよりも、タバコ企業の持続可能性を追求することこそが社会的責任を実現させる方策ではないかと考えられる。

いずれにせよ、タバコ企業は酒類業界

や自動車業界などに比べるとその規制が強化され、また今後とも強化されていくことは確かである。しかし重要なことはタバコ企業のみが肺ガンや咽頭ガンを誘発していないということ、その一方で輩出される「煙」が自動車に比べて少量であるにしても排出される煙の規制も必要とされよう。

注：

*本稿は、2005年度沖縄国際大学特別別研究費の助成を受けた研究成果の一部を公表したものである。執筆に際しては、2005年8月10日にブリティッシュ・アメリカン・タバコ・ジャパン（British American Tobacco Japan Limited、以下、BATジャパン）で開催されたダイアログ・セッション（企業の社会的責任に関するもの）での筆者の所見および同社の対応状況を基に加筆・修正されたものである。

まずBATの歴史と現状について少し説明しておこう。BATジャパンとは、ロンドンに本社を持つBAT（British

American Tobacco plc) の日本法人である。1902年に設立されたBATは、米国タバコ・トラストであるアメリカン・タバコ (American Tobacco、1911年に米国連邦最高裁で反トラスト法違反により分割・解体されて以降、幾度かのM&Aを経て1994年にBATによって吸収された。このことは、子会社が親会社を買収したということになる) と英国タバコ・トラストであるインペリアル・タバコ (Imperial Tobacco、2005年も現存) が、英米両国以外での事業領域を可能にさせるために (つまり、相互不可侵を前提として) 1902年に設立された企業である。1904年にわが国ではタバコ専売制度の実施されたため製造設備、人員などが国有化された。つまり、私企業 (とりわけ民間製造業) がわが国から閉め出されたこと (市場を失う)、1949年には中華人民共和国の誕生により資本家が国外へ追放されたことなどにより日本および中国市場からも閉め出された。1947年にはわが国ではタバコ専売事業を民営化する議論が起きた。規制緩和も含んだ議論が展開されたが、1951年に「時期尚早」として民営化の議論は意気消沈した。現状維持か民営化かという議論の下で、日本専売公社が発足した。制度面での経営形態の展開が議論されていた頃、しかし水面下では日本の政財界とBATの中国法人チャイナ・アメリカン・タバコ (China American Tobacco) が非公式に会合をもって民営化と規制緩和の構想が練られていたのである。この構想は、幾つかの条件が満たされないという理由によって中国法人から日本政府に合弁会社の設立を断念するという決定が伝えられて、立ち消えとなった。その結果、日

本専売公社の経営は1985年まで続けられることになる。なお、日米合弁構想は、日本専売公社発足以後も民営化の議論が続けられていた。

このようにアジア進出を事業の主目的において、なおかつ英米両国の親会社の妥協の産物として発足したBATであったが、その歴史は資本主義諸国における専売制度の導入および社会主義国家の誕生を目の当たりするなど、本来のトラスト同士の「地割り」による新市場の開拓と定着というもくろみが外れてしまった。アジアの魅力を増大させつつもBATは、事業拡大には困難を伴う歴史をたどってきたといえる。そしてわが国に再上陸したのは、日本専売公社が民営化 (全額政府出資による株式会社化) される直前の1984年のことであった。民営化よりも早期であった理由は、徐々に専売制度への国際的な批判を受けてタバコ市場の規制緩和が徐々にではあるが進められてきたからである。

わが国の市場規模 (販売金額および販売数量の両面において) は毎年のように凋落の一途にある。これをもってタバコは衰退産業といえるのだが、BATジャパンは市場規模が縮小しているにもかかわらず、ひとり市場占有率 (シェア) を拡大させていることが特徴的である。全体の70%をJTが占めており、フィリップモリス・インターナショナル (アルトリアの事業会社)、BATジャパンと続く。BATは2004年現在、シェアは10%程度である。

ただし、本稿はBATジャパンとは独立した見解をまとめたものであり、また同社の見解を代表するものではないことを付言しておく。

注.

- 1 しかしドイツでは、ビールが伝統産業として、また伝統ある飲料として位置づけられている。そのため、税率は全国的に低い。
- 2 たとえばビール、発泡酒（麦芽の利用率を減らしたもの）、「第三のビール」（原料そのものを大豆に転換したものや、リキュールに分類されるようなもの）などは原材料およびその使用率によって税率が異なる。ビール企業は、原材料を調整して低価格のアルコール飲料として新商品を開発してきた。税務当局は、こうした現状を踏まえてビールの税率を単純化する意向であるが、企業の開発を阻害するとして、この「大衆課税」に反発している。
- 3 たとえば、戦後直後わが国の一般会計収入に占めるタバコ税収（専売納付金）に占める割合は1949年には50%を超過するほどであった。この理由は単にタバコの製造設備が復旧して供給体制がととのったことだけを意味するものではない。その他の税源が低調であったことがタバコの重要性を逆に増大させたのであった。村上了太『日本公企業史』ミネルヴァ書房、2001年、第3章と第4章を参照されたい。
- 4 この条約は、WHOのウェブサイトで各国語版（英語、フランス語など）が公表されている（<http://www.who.int/tobacco/framework/>:2005.11.18）。また日本語は、外務省のウェブサイトに掲載されている（http://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/treaty/pdfs/treaty159_17a.pdf:2005.11.18）。
- 5 『日本経済新聞』2005年10月19日。なお、喫煙率全体では10年連続の下落であるにもかかわらず、女性のそれは微増傾向にあることが特徴である。年齢別には男性の30歳代と女性の20歳代と30歳代が最も高く、地域別には北海道が最も高いと分析されている。
- 6 想像の域でしかないが、一般に女性の健康意識およびダイエットに対する執着は、男性のそれよりも強いといえる。喫煙は一種の麻薬作用を伴い、なおかつ食欲が減退することもあるから、ダイエットが期待されるという誤解があると思われる。
- 7 JTのウェブサイトには主なブレンド方法の説明がある（http://www.jti.co.jp/JTI/tobacco/Wonderland/cigarette/01_2.html:2005.12.15）。ブレンド方法は、アメリカン、ヴァージニア、ドメスティックそしてジャーマンの4つの方法がある。葉タバコをブレンドした上に、酒類やメントールを香料としてさらに製品が細分化される。なお、中国の北京煙草工場の製品には漢方を調合したものもある。
- 8 日本自動販売機工業会『自販機普及台数及び年間自販金額』平成16（2004）年版、2ページ。
- 9 『朝日新聞』2005年11月9日。保険適用外としての禁煙外来とは、不必要な喫煙に対する診療を全額自己負担しているだけでは禁煙効果に乏しいという当局の判断により、保険適用の措置が講じられたものと思われる。保険適用は、喫煙をニコチン依存症という一種の「治療」と位置づけることによって禁煙指導を促し、喫煙率の下落を目的とした措置となる。
- 10 反タバコ運動が強まる昨今の情勢を紐解く著書に、小谷野敦・斉藤貴男・

- 栗原裕一郎『禁煙ファシズムと戦う』KKベストセラーズ（ベスト新書）、2005年がある。
- 11 健康増進法の規定では、罰則規定がない。たとえばアイルランドにおける禁煙法では、罰則規定がある。
- 12 『日本経済新聞』（NIKKEIプラス1）2005年12月10日、15ページに「ニコチンが体内に取り込まれている間は血流が悪くなり胃腸の機能が落ちる。栄養吸収力の低下などに加え、ニコチンを排除しようと消費エネルギーが高まり、『喫煙中は体が自然に体重増加を抑える』。禁煙すると増加抑制機能が働かなくなる一方、味覚の改善と口さみしさからつい食べてしまう」とある。こうした「タバコ」によるダイエットが迷信ではないとすれば、禁煙に対する意欲が阻害されてしまうことになり、悪循環が始まる。
- 13 正式には、米国のLuther Terryによって1964年1月11日公表された、*Smoking and Health: Report of the Advisory Committee to the Surgeon General of the United States*と呼ばれる文書である。この文書は、タバコと健康の関係を世界で初めて明らかにしたものであり、その後の反タバコ運動の原点となった。しかし、世界で最も早期に喫煙と健康の因果関係を調査し始めたのはスウェーデンである。スウィーディッシュ・マッチのウェブサイト (<http://www.swedishmatch.com>) を要約しておこう。1957年同社が改組される前は、Svenska Tobaksmonopoletというタバコ専売局であった。このタバコ専売局の下に、医師および薬学者などで組織された独立機関が科学的な調査を開始し始めたのである。
- 14 テリーおよびテリーレポートについては米国の保健・福祉省のウェブサイト に詳細な記述がある (<http://www.surgeongeneral.gov/library/history/bioterry.htm>:2005.11.15)
- 15 『毎日新聞』2005年9月14日。
- 16 たとえば、英国のフォレストForestがその代表である。またわが国では大阪市に日本愛煙家協会が設立されている。喫煙権の確立と禁煙・嫌煙運動との妥協点としては、完全なる分煙化社会および吸い殻の始末による美化運動などがあげられる。
- 17 「社説」『読売新聞』2005年11月24日。
- 18 スウィーディッシュ・マッチが東京で試供品を配布したのは2003年8月である。ファイアー・ブレイクという商品は、ニコチンを含有したチューインガム・タイプの製品である。筆者は同年11月にストックホルム本社に赴いて、広報担当副社長のボー・オーリン氏 (Bo Aulin) と企業戦略に関するインタビューを行った。その際、日本の流通業者を通じてテストを行ったことなどを語っておられた。同社の原動力は「禁煙したくてもできない人がいる」という認識である。これを潜在市場と位置づけ、「禁煙」を促すタバコとしての存在意義が訴えられている。すなわち、禁煙とは「煙」を絶つことであるが、決してタバコの利用を妨げるものではないという理解が同社の企業戦略に存在している。
- 19 日本専売公社総務部編『たばこ専売五十年小史』日本専売公社、1953年、242ページ。

- 20 同上書、74ページ。「飢餓状態」とは供給不足による減少であるが、それと同時に「闇タバコ」が市中に出回り、事実上の脱税行為も行われていたことも指摘しておきたい。
- 21 日本専売公社専売史編集室編『たばこ専売史 第1巻』日本専売公社、1964年、199-200ページ。
- 22 日本専売公社総務部編前掲書、139-140ページ。1947年には4月、6月、11月そして12月と4度にわたる定価改定が行われたことも要因である。また年度内であれば、1948年1月にも実施された。このため、専売益金収入が極端といえるほどに増大したのである。
- 23 筆者がオーストリアのウィーンにタバコ関係の史料を収集するために渡航した2003年には、中世の面影を残した街並みにも目立たない存在で自動販売機が設置されていた。また、タバコ販売店(TABAK)そのものも街並みの「美観」を損ねずに立地していた。
- 24 日本たばこ協会のウェブサイト概要を要約しておこう(http://www.tioj.or.jp/work/f3_8.html;2005.11.18)。このウェブサイトによると、実証実験は、鹿児島県の種子島で開始されている。喫煙者(成年者でなおかつタバコを吸う人)に対してタバコ・カードという身分証明書を配布して、その所有者のみに自動販売機からタバコを購入できるという仕組みである。人口規模およびタバコに対する認識を勘案して実証実験が繰り広げられているのだが、全国展開となるとカードの発行費用やカードの貸借問題などが出てくる可能性も捨てきれない。また、2005年10月に

は2008年までにICを利用したタバコ・カードを全国の喫煙者に配布すると報道された。自動販売機での購入の際、このカードを利用しなければ購入できないという仕組みであり、カードを所有していない未成年者への喫煙防止に役立つ狙いがある。またこのカードによる販売方法の全国展開は2008年に予定されている。

- 25 しかし、根本的に解決されるべきは、廃車への対策である。自動車のリサイクルが法律の施行により義務付けられたことは、その対策への第一歩が刻まれたことになる。尤も自動車への利用を控えて、公共交通機関を利用することが最善の道である。そして自動車文化からの脱却こそが、交通事故、騒音、酸性雨、廃車(とりわけ、島嶼地域において)を含んだ地球温暖化問題を解決する方策である。もしも医療経済学によって社会保障費の抑制が進められるならば、わが国の場合はいくつもの指摘が必要である。自動車文化、すなわちモーターレーゼーションの到来と叫ばれるようになってすでに40年が経過する。他方では、ファーストフードに代表される肉食文化の到来にも助長されて、わが国の肥満率は急増の一途にある。自動車に乗って買い物をして、またファーストフードを手軽に食しているという、現代の食文化にもメスを入れる必要があり、ひとえに現代の社会医療費抑制策はタバコには限定されるものではないであろう。しかし他方では自動車業界は、現代の「ものづくり」の基本であり、経済のエンジンでもある。自動車産業が衰退すれば、雇用も税収も減少し、わが国の貿易収

支そのものも悪化させる。それゆえ、タバコと比較して、害毒をもたらしているにもかかわらず、行政のメスが入れないのはその税込、雇用、経済波及効果などに差違があるからである。また経営陣は財界団体の重職にも名を連ねるほどであるから、政治・経済双方への発言力は強い。

26 厚生労働省のかみタバコに関する見解は、『かみたばこ』については、紙巻きたばこによる喫煙と同様に、さまざまな健康への悪影響や依存性が指摘されています」としている (<http://www.mhlw.go.jp/topics/tobacco/jouhou/index.html>:2005.11.8)。

27 Jha, Prbhat and Chaloupka, Frank J., The Economics of Global Tobacco Control, *Clinical Review*, August, 2000, pp.360-361にタバコに対する医療経済学の姿勢が載せられているので要約しておく。チャロウプカらの研究によれば、1) タバコ規制を強めれば失業率を高めることになるが喫煙者はタバコ以外の商品への支出（たとえばチューインガムやキャンディーなど、タバコを紛らわせるための商品）に転

換されるにすぎないため、タバコの消滅による経済波及効果に代替する産業の活性化によってマクロでみれば雇用は確保できること、2) タバコ増税による需要抑制効果を推測すると、平均10%の増税分の値上げが小売価格にすべて転嫁されれば、財政収入の増収率は7%に下がるという結果から、財政的には増税が需要抑制効果をもたらすということ、そして3) 増税を繰り返せばタバコの密輸が増加する可能性をもつということ、などが指摘されている。この見解によると、現状のタバコ問題を解決することは決してタバコを社会から抹消することを意味するものではない。なぜならば、商品価格の値上げによる喫煙抑制が最も効果的な方法であることは、企業に対しても存続の余地が残されていることであるからである。かつて禁酒法を制定した米国では、潜在的なアルコール中毒者に対してマフィアが闇の商品を販売して巨利を得て、国家との間に種々の闘争をもたらしたという歴史がある。そこで社会からタバコを廃絶することは、かつての苦い経験を繰り返すことにすぎないのである。