

社団法人 日本たばこ協会

製造たばこに係る広告、販売促進活動及び包装に関する自主規準

1. 目的

本規準は、たばこ事業法等関係法令の趣旨に鑑み、未成年者の喫煙防止及び製造たばこ(以下製品という。)の消費と健康との関係に配慮するとともに、広告及び販売促進活動が過度にわたらないこと、及び消費者の商品選択に資すること等を目的とする。

2. 定義

- (1) 製造たばことは、たばこ事業法第2条第3号に規定する「製造たばこ」をいう。
- (2) 広告とは、銘柄間の選択を促すことを目的とする消費者に対するコミュニケーション活動をいう。また、同様の意図をもって製品の商標又はロゴを使用する場合は広告とみなす。
- (3) 公共性の高い場所とは、公共施設、街頭、駅構内、地下街、遊園地等、不特定の人々が往来できる、あるいは集散できる場所をいう。
- (4) 販売促進イベントとは、銘柄の販売促進を目的として企画・実施する又は全面的に支援するイベント又は活動をいう。
- (5) スポンサーシップとは、第三者が企画・実施するイベント、チーム又は活動において、銘柄の販売促進を目的として参加又は貢献するものをいう。
- (6) 屋外広告看板とは、屋外で公衆に表示されるもので、次のものをいう。
 - ・広告掲示板(ポスター看板・電飾看板・カットアウトボード)
 - ・描画用壁面、交通機関の停留所又は駅の広告
 - ・ネオンサイン
 - ・懸垂幕、横断幕
 - ・電光ニュース板
- (7) 日刊新聞紙とは、全国紙、ブロック紙、地方紙をいい、スポーツ紙、夕刊紙、専門紙は含まない。
- (8) 学校とは、学校教育法に定める小学校、中学校及び高等学校をいう。
- (9) 営業用具とは、営業用車両・衣服等をいう。
- (10) 店頭物品とは、たばこ販売店の売り場における広告物をいう。

3. 適用の範囲

本規準は、製品に係る日本国内(免税地域を含む。)における広告、販売促進活動(たばこ販売店等の取引関係者に対して行う活動を除く。以下同じ。)及び包装について適用するものとし、企業広告、喫煙マナー向上広告、未成年者喫煙防止広告には適用しない。なお、企業広告、喫煙マナー向上広告、未成年者喫煙防止広告については、特定の製品及びブランドを想起させる内容としないこととする。

4. 広告及び販売促進活動の規準

製品に係る広告及び販売促進活動を行う場合には、現に日本国内で適用されている法令、規則等に従うほか、本規準の規定及びその精神を尊重し遵守するものとする。

(1) 媒体に関する規準

- a. テレビ・ラジオ・シネマ・TVボード・インターネットサイト又はこれらに類似する媒体による製品広告は行わない。ただし、成人のみを対象とすることが技術的に可能な場合は、この限りでない。
- b. ビデオ・オーディオカセット・CD・DVD又はこれらに類似する媒体において、成人のみを対象とする場合を除き、映像又は音声による製品広告は行わない。
- c. 新聞、雑誌又は類似の印刷出版物(以下、出版物という。)による製品広告は、次による。
 - ① 以下の事項について、合理的な根拠がない場合には、当該出版物に広告を掲出しない。
 - (a)成人の読者が読者全体の75%以上であること。
 - (b)未成年者の読者数が未成年者総数の10%未満であること。
 - (c)女性の読者が読者全体の50%未満であること。
 - ② 一般読者向け出版物の包装あるいは外表紙を広告に使用しないこと。
 - ③ 未成年者向けに特に訴求する記事等に隣接する場所に意図して広告を掲出しないよう合理的な措置を講ずること。
 - ④ 新聞における製品広告は、ブランドファミリー毎に1紙につき1広告とし、ブランケット判においては1/3ページ、タブロイド判においては1ページの大きさを超えないこと。
 - ⑤ 日刊新聞紙への広告掲載は、会員1社につき1紙あたり年間12回まで、かつ月間3回までとし、また、第一面、最終面、テレビ番組面、家庭面、児童面及びスポーツ面には広告を掲載しないこととし、平成16年(2004年)9月30日までに実施すること。
ただし、平成16年(2004年)10月1日から平成17年(2005年)3月31日までの期間の広告掲載は、会員1社につき1紙あたり6回までかつ月間3回までとする。
また、日刊新聞紙への広告掲載の実績を毎月、日本たばこ協会(以下、TIOJという。)事務局に報告する。
 - ⑥ 雑誌における製品広告は、ブランドファミリー毎に1誌につき1広告とし、連続2ページの大きさ(見開き)を超えないこと。
- d. 以下の場合には、製品広告を行わない。
 - ① 屋外広告看板などの公共性の高い場所での広告。ただし、たばこの販売場所(自販機を含む。)及び喫煙所を除く。
平成17年(2005年)3月31日までに終了することとし、平成16年(2004年)3月31日までの新たな契約についても行なわないこととする。
なお、解約が極めて困難な長期契約がある場合には、遅くとも平成17年(2005年)9月30日までに終了することとし、平成17年(2005年)4月1日以降は、本規準4(3)c に定める文言を表示する。

② 電車、バス、タクシー、船舶、航空機等の公共交通機関での広告

平成16年(2004年)9月30日までに終了すること。

- e. 一般向け映画、テレビ番組、演劇、演奏、ビデオゲーム、又はこれらに類似する媒体において、製品及び製品広告又は製品名を付す物品の媒体内露出に対する対価の支払い又は支援は直接・間接を問わず行わない。

(2) 販売促進活動に関する規準

- a. 販売促進企画には、未成年者及び非喫煙者を対象とするものは含まないものとし、以下の事項を遵守する。
- ① 未成年者及び非喫煙者をダイレクトメール(Eメール等によるものを含む。)のリストから除外するよう合理的な措置を講ずること。
 - ② 応募者の年齢及び喫煙者であるか否かを確認すること。
 - ③ 懸賞類への応募葉書等配付用のものを自動販売機に設置しないこと。
- b. 販売促進イベントへの参加は成人のみに限定し、その告知広告は未成年者を対象として行わない。
- c. 販売促進物品の提供は次による。
- ① 販売促進物品は、主として成人を対象とするものとする。
 - ② 専ら未成年者の使用に供する物品に製品広告を表示しないこと。
 - ③ ショッピングバッグに製品広告を表示しないこと。
 - ④ 喫煙に関連する機能を有する物品を除く一般向け販売促進物品に合計掲出面積が25cm²を超える製品広告を表示しないこと。
 - ⑤ 製品名のついた衣服類は成人用サイズに限定すること。
 - ⑥ たばこ販売店を通じてたばこの特定銘柄の購入客に対し他の銘柄を景品類として提供しないこと。
 - ⑦ チラシ、カタログ、パンフレット等の配布を行う場合には、公共性の高い場所では行わないこと。
- d. 見本たばこの配付は未成年者及び非喫煙者を対象として行わないものとし、次による。
- ① 対象者の年齢及び喫煙者であるか否かを確認すること。
 - ② 公共性の高い場所では行わないこと。
成人のみが利用するよう区分けされた場所で行うこととし、また、たばこ販売場所(学校の敷地周囲100m以内にある販売店を除く)においては、人目を惹くことなく、たばこ購入者に個別に提供すること。
 - ③ 見本たばこの包装に「見本」の旨を表示し、通常の販売単位以下の包装規格のものを、1人当1個を超えない範囲で行うこと。
 - ④ 郵送による場合には、成人喫煙者であること、及び郵送を希望していることを確認した上で行うこと。

- e. 見本たばこの配付その他販売促進活動に直接従事するものは、21歳以上、かつ適切な訓練、指導を受けた者とする。

(3) 内容に関する規準

- a. 製品広告及び販売促進活動の内容に関しては、次による。
- ① 未成年者を対象とするもの、又は特に未成年者に訴求するものでないこと。
 - ② 主として未成年者に人気のあるタレント、モデル又はキャラクターを用いないこと。特に未成年者に訴求するアニメキャラクター等は用いないこと。
未成年者の人気度(男性又は女性)が50%以上のタレント又はモデルを使用しない。
- b. 製品広告については、前項によるほか次による。
- ① 著名人を用いないこと、又は著名人による製品の支持推薦を含むものでないこと。
知名度に関する第三者のデータ等により判断する。
 - ② 25歳未満の者を用いないこと、又25歳未満に見える描写をしないこと。
 - ③ 女性の喫煙ポーズを描写したものでないこと。
 - ④ 性、暴力など品位に欠ける表現、又は喫煙マナーに反する表現は行わないこと。
 - ⑤ 喫煙により、運動競技・職業上の成功、又は人気・性的魅力の向上を示唆するものでないこと。
 - ⑥ 大部分の人が喫煙者であることを示唆するものでないこと。
- c. 平成16年(2004年)10月1日以降、製品広告を新規に実施し、又は既存の製品広告を更新もしくは交換する場合には、次による。
- ただし、以下のものについてはこの限りでない。
- ・ 営業用具
 - ・ 広告の表示面積が250cm²未満の店頭物品
 - ・ 広告の表示面積が25cm²未満の販売促進物品
- ① 法令で定める喫煙と健康に関する注意文言の表示について、広告の掲出面積の15%に相当する面積をもつ表示スペースに、年間を通じて均等になるように、明瞭に読みやすく表示する。
詳細については、別途作成の「注意文言等の広告表示に関するマニュアル」による。
 - ② 法令で定める方法により測定したたばこ煙中に含まれるタール・ニコチン量(以下T/N量という。)について、広告中のパッケージ又は製品名の近くに、明瞭に読みやすく表示する。
 - ③ 法令で定める消費者に誤解を生じさせないための文言について、製品広告に明瞭に読みやすく表示する。
 - ④ 免税地域において広告を行う場合には、上記②のT/N量の表示は行わないことができる。
- d. 販売促進イベントの告知広告を行う場合には、上記c. ①および③を適用する。

(4) スポンサーシップに関する規準

- a. スポンサーシップの提供は、次のものには行わない。

- ① スポンサーシップの提供を行うイベント又は活動の競技者及び運営従事者がすべて成人であると判断する合理的な根拠がない場合の、製品名を付すイベント又は活動。
 - ② スポンサーシップの対象者がすべて成人であるとは限らない場合における、製品名を付すチーム又は個人。
- b. 平成 18 年(2006 年)12 月 1 日以降、スポンサーシップの提供は、さらに次による。
- ① 観客の 75%以上が成人であること。
 - ② 未成年者に特に訴求するものでないこと。
 - ③ 電波媒体等による放送・通信を意図するものでないこと。
 - ④ 競技上の成功のために強い体力を必要とするものでないこと。
- c. スポンサーシップイベントに関連する広告にはすべて、本規準を適用する。
- ただし、次の事項については、平成 18 年(2006 年)11 月 30 日まで本規準の適用を除外する。
- ・ スポンサーシップイベントにおける会場内の看板。
 - ・ スポンサーシップイベントの偶発的なテレビ・ラジオ放送。
 - ・ スポンサーシップイベントの参加者、又は設備・備品における製品の商標又はロゴの使用。

5.包装に関する規準

(1)販売用の製品包装(最小販売単位の包装及び中間包装等)において、次に掲げる文言等を明瞭に表示する。

- a. 法令で定める喫煙と健康に関する注意文言
- b. 法令で定める方法により測定したたばこ煙中に含まれる T/N 量
- c. 法令で定める消費者に誤解を生じさせないために必要とされる文言
- d. 法令で定めるリサイクル促進のための特定容器包装である旨消費者が識別するための容器包装識別表示等。
- e. 免税地域において販売する場合には、上記 a. の文言にかかわらず、注意文言又は警告文言を適切に表示する。ただし、上記 a. の文言の表示を推奨する。また、上記 b.～ d. の表示は行わないことができる。

詳細については、別途作成の「包装表示に関するマニュアル」による。

ただし、平成 17 年(2005 年)6 月 30 日までに販売される製品については、なお従前の例によることができる。

(2)販売用の紙巻たばこ製品の個包装は、既存の製品を除き 10 本以上とし、バラ売りは行わない。

(3)販売用のパイプたばこ及び刻みたばこ製品の個包装は、10g 以上とする。

6. 銘柄識別のための造作物への注意文言表示に関する規準

消費者の銘柄識別のためにたばこ自動販売機に装填等され、又はたばこ小売販売店の陳列場所に設置若しくは貼付される造作物には、法令で定める喫煙と健康に関する注意文言を明瞭に表示する。詳細については、別途作成の「造作物への注意文言表示に関するマニュアル」による。

7. モニター

- (1) TIOJは第三者機関に委託して規準の実施状況をモニターすることができる。
- (2) 事務局長は、規準の実施状況を理事会に報告する。

8. TIOJの資料の使用

- (1) TIOJの資料を広告及び販売促進活動に使用する場合は公表(TIOJによる記者発表又は一般公表)されたものに限ることとする。
- (2) TIOJの名称を使用し、又はTIOJの資料を引用する場合は、TIOJの保証又は推奨を意味する使い方をしないこととする。
- (3) 公表されていないTIOJの資料を使用する場合は、事前にTIOJの承認を得ることとする。

9. 本規準遵守の推奨

たばこ販売店等の取引関係者が消費者に対して行う活動に関しては、これら取引関係者に対し、本規準の遵守を推奨する。

10. 本規準に関する疑義等の取扱い

本規準について疑義を生じた事項、又は本規準に定めのない事項に関しては、理事会において協議する。

11. 実施時期

本規準は、別に定めのある場合を除き、平成16年(2004年)4月1日から適用する。