

責任ある マーケティング原則



責任あるマーケティング原則

A Better Tomorrow™（より良い明日）を築くために、BAT は責任あるマーケティング原則を、たばこ、ニコチン、ゼロニコチン製品およびブランドのマーケティング方法を決定する際の指針としています。BAT は、適用される現地の法律よりも厳しい場合においても、事業を展開するすべての市場において同じ高い基準を維持します。

たばことニコチンの消費は成人のみの選択肢であると考えます。未成年者はたばこやニコチンを含む製品を喫煙したり使用したりすべきではありません。

BAT が販売する製品にはさまざまなリスク特性がありますが、リスクのない製品は存在しないことは理解しています。また、成人消費者が十分な情報に基づいて選択を行うために必要な情報を得て初めて、リスク低減の可能性を秘めた製品*† がたばこによる害の低減（たばこハームリダクション）へと貢献できる可能性が最大限に高まることも理解しています。だからこそ、BAT の製品に関して明確で有意義な情報を消費者に提供することが不可欠です。

すべての BAT 企業、社員、およびいかなる立場であっても BAT の業務に携わるすべての人は、これらのマーケティング原則を採用し、常に誠実に適用するよう努めなければなりません。

BAT の責任あるマーケティング原則:

1. BAT の製品は成人消費者を対象としています
2. BAT のマーケティングは成人消費者を対象としています
3. BAT は未成年者の入手・利用防止に取り組んでいます
4. BAT のマーケティングは公正かつ正確です
5. BAT の製品はリスクフリーではないことを消費者にお知らせします
6. BAT は適用されるすべての法律を尊重し、遵守します
7. BAT はパートナーに対し、責任を持って製品を販売することを要求しています

用語定義

成人 – 18歳以上の人、または販売または宣伝されている種類の製品を合法的に販売、購入、所有、または消費できる当該市場における最低年齢がそれ以上の場合は、その最低年齢以上の人。

消費者 – 製品に関して、成人のたばこまたはニコチン使用者を意味します。

マーケティング – 成人消費者に対して BAT の製品のいずれかを宣伝または販売促進することを目的としたあらゆるコミュニケーション、活動、またはブランディング（製品およびパッケージを含む）。

製品 – 消費方法を問わず、たばこ、ニコチン、またはゼロニコチン製品。これらの製品の消費に必要なデバイスおよび関連アクセサリも含まれます。この定義には、次の製品は含まれません。

- 1) 医薬品または禁煙製品
- 2) たばこやニコチンを含まず、たばこやニコチン製品に使用されている、または使用されていたブランドを使用していない非吸入製品
- 3) BAT のウェルビーイング&スティミュレーション事業部、または Btomorrow Venture 投資先会社が販売する製品

リスク低減製品*† (RRP) – 従来の紙巻たばこを喫煙する場合に比べて健康リスク低減の可能性のある製品で、加熱式たばこおよびハーブ加熱製品、スヌース、モイストスナッフ、噛みたばこ、たばこまたはニコチンまたはゼロニコチンパウチ、ニコチンまたはゼロニコチンのベイプ製品が含まれます。

*紙巻たばこ喫煙からの完全な移行を前提とした、科学的根拠の重み付けに基づく。これらの製品に健康へのリスクがないことを意味するものではありません。これらの製品は依存性のあるニコチンを含みます。

† 米国で販売されている BAT のベイプ製品 Vuse (Alto, Solo, Ciro, Vibe を含む) および Velo, Grizzly, Kodiak, Camel Snus などの特定の製品は、アメリカ食品医薬局 (FDA) の規制対象であり、当局の承認なしにこれらの製品に関するリスク低減の主張は行われません。

未成年者 – 18歳未満の人、または販売または宣伝されている種類の製品を合法的に販売、購入、所有、または消費できる当該市場の最低年齢がそれ以上の場合は、その最低年齢未満の人。