

責任ある マーケティング規範



責任あるマーケティング規範

BAT の責任あるマーケティング規範は、BAT が責任を負う一連の基準であり、BAT の責任あるマーケティング原則と連携して、意思決定プロセスの指針となります。当規範は、BAT のたばこ、ニコチン、ゼロニコチン製品およびブランドに適用され、製品設計から販売まで、マーケティングのすべての要素に適用されます。

1. 製品とパッケージ

- 1.1 BAT の製品とそのパッケージは成人消費者を対象としています。
- 1.2 BAT の製品およびそのパッケージは誤解を招くものではなく、また BAT の製品にリスクがないことを示唆するものでもありません。
- 1.3 BAT のパッケージには、はっきりと見えて読みやすい適切な警告が常に記載されています。
- 1.4 BAT は、製品およびパッケージのライフサイクル全体を通じて環境への影響を低減させることをコミットしています。

2. マーケティング

- 2.1 BAT のマーケティングは成人消費者を対象としています。
- 2.2 BAT のマーケティングは成人のみを考慮したものです。
- 2.3 BAT のマーケティングは、視聴者の多様性（人種、宗教、肌の色、民族、国籍、能力、性的指向、性別を含む）を尊重するものとします。
- 2.4 BAT のマーケティングは、BAT または BAT のブランドに由来することが明確なものになります。
- 2.5 BAT のマーケティングは、BAT 製品にリスクがないことを示唆するものではありません。
- 2.6 BAT のマーケティングは、BAT 製品が社会的または職業上の成功や性的魅力を高めることを示唆するものではありません。
- 2.7 BAT はマーケティングにおいて、適切ではっきりと見え、読みやすい警告を使用します。
- 2.8 BAT は、読者層が主に成人であると合理的に判断できない限り、印刷物に広告を掲載しません。
- 2.9 BAT は、主に未成年者が利用するエリア（学校など）の近くに屋外マーケティングを設置しません。

3. デジタルマーケティングとソーシャルメディア

- 3.1 すべてのデジタル マーケティング活動は成人消費者を対象としています。
- 3.2 BAT のデジタルマーケティングは、当該チャンネルの視聴者が主に成人であると合理的に判断できる場合にのみ実施します。

- 3.3 BAT は、紙巻たばこのブランドまたは製品のマーケティングにソーシャル メディアを使用しません。
- 3.4 BAT が第三者と協力してソーシャル メディアでリスク低減製品*† またはブランドを宣伝する場合、BAT は対象が成人であること、そしてその視聴者が主に成人であることを確実にします。
- 3.5 BAT の製品およびブランドに関するウェブサイトおよびアプリには年齢制限を設けます。

4. 販売

- 4.1 BAT の製品および関連ブランド品は成人にのみ販売されるべきものです。
- 4.2 BAT またはその取引パートナーを通じて未成年者が BAT の製品にアクセスしたり、未成年者に BAT 製品が販売されたりすることを防ぐために、未成年者アクセス防止プログラムを実施しています。
- 4.3 BAT は、法定最低年齢に満たない者への BAT 製品の販売を禁止する法律および規制を支持します。
- 4.4 BAT は、年齢制限のない地域では最低年齢を 18 歳にするよう政府に働きかけます。

5. 消費者エンゲージメント (1:1 マーケティング)

- 5.1 BAT またはそのパートナーは、年齢が認証された成人のみを対象に消費者エンゲージメント活動を実施します。
- 5.2 BAT は、自社紙巻たばこ製品に関して非喫煙者に対してエンゲージメントは実施しません。
- 5.3 マーケティング目的で成人と関わる社員または第三者のエンゲージメントスタッフは、BAT の代理として勤務していることを明確にする必要があります。

6. トレーニング

- 6.1 BAT 製品の開発、マーケティング、販売に携わる BAT の社員およびグローバル マーケティング エージェンシーのパートナーは、BAT の責任あるマーケティングの原則、責任あるマーケティングの規範、および適用可能なポリシーに関する年次トレーニングを完了することが義務付けられます。これは BAT 社員にとって、BAT の業務行動基準の一部となります。
- 6.2 BAT のマーケティング活動を実施する第三者は、BAT の責任あるマーケティング慣行について通知を受け、それを遵守する必要があります。

7. ガバナンスとオーナーシップ

- 7.1 責任あるマーケティング原則は PLC 取締役会によって承認されており、監査委員会がグループ全体のコンプライアンスを監視しています。

- 7.2 BAT の責任あるマーケティング原則と責任あるマーケティング規範は、BAT のすべてのマーケティング活動に適用される最低基準を定めています。
- 7.3 さらに、Global Responsible Marketing Committee (責任あるマーケティング グローバル委員会)が戦略的なガイダンスを提供し、監督を実施します。エスカレーションや説明が必要な問題は、責任あるマーケティング委員会に委ねられます。
- 7.4 BAT は、マーケティング規制に違反し、罰金、罰則、または規制上の警告を受けるような事例があれば、年次報告書および財務諸表の一部として公表します。
- 7.5 マーケティング部門は、グループのマーケティング活動の最終的な責任を負っており、すべてのマーケティング活動が責任あるマーケティング原則、責任あるマーケティング規範、およびその他の適用可能な基準に準拠していることを保証する責任を負っています。

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。

消費者エンゲージメント – BATの社員またはBATに代わって業務を行う第三者が、成人認証済みの成人消費者とBATの製品またはブランドについてエンゲージメントするマーケティング活動。

デジタルマーケティング – オンラインで行われるマーケティング。

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）。

包装 – 消費者に販売される製品を包む包装材。

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せん。

*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。

取引パートナー – BATの製品を販売し、BATと顧客関係がある、またはマーケティングや販売サービスを提供または受け取る契約を結んでいる第三者の事業体。



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。