



## 慶應義塾大学ビジネス・スクール

# 日本たばこ産業株式会社

1999年夏、日本たばこ産業株式会社（J T (Japan Tobacco)）は、R J R ナビスコのアメリカ以外のたばこ事業を買収した後も、たばこ事業以外への多角化を積極的に検討していた。とりわけ、J Tは医薬品事業、食品事業およびアグリ事業を多角化の三本柱として重要視しており、これら事業をどのようにして強化すべきかが課題であった。 10

### 沿革

1898年（明治31年）、戦費調達のために葉煙草専売法が施行されて、大蔵省に専売局が設置され、葉たばこの生産・販売は国家管理下に入った。1904年（明治37年）には、煙草専売法が制定されて、たばこの製造と販売も政府の専管事業となった。 15

1949年6月、日本専売公社が設立された。1954年、日本専売公社は国産初のフィルター付製造たばこ「ホープ（10）」を発売した。1970年、日本専売公社は、アメリカン・ブランド・タイプの第1号製品として「チェリー」を発売した。<sup>1</sup> 1973年には、研究開発体制の充実・強化を図るため、中央研究所を横浜市に設立し、東京都より移転した。1975年、日本専売公社は、フィリップ・モリスとの間で、「マールボロ」のライセンス生産の契約を 20

---

<sup>1</sup> アメリカン・ブランド・タイプとは、原料葉たばこに香料などのソースを多量に添加して高温の熱風で乾燥させ、葉たばこ特有のクセや異味異臭を除去して新しい香りづけの特殊加工をした原料を配分した製品である。前尾毅，知られざるJ Tの底力（実業之日本社，1994年11月），p.40

このケースは、慶應義塾大学大学院経営管理研究科でのクラス討議のために、同大学教授の鈴木貞彦が、公表資料に基づいて作成したものである。このケースは、経営上の処理状況の適否を例示することを目的としたものではない。（1999年11月作成，2000年2月改定）

Professor Sadahiko Suzuki of Graduate School of Business Administration, Keio University, Japan prepared this case as the basis for class discussion rather than to illustrate either effective or ineffective handling of an administrative situation. (Prepared in November 1999 and revised in February 2000)

Copyright © 1999 by Professor Sadahiko Suzuki. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, used in a spreadsheet, or transmitted in any form or by any means - electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise - without the permission of the author.