

## 中央大学国際経営学部 企業訪問報告書

調査テーマ	グローバル市場で活躍する JT の事業戦略と多角化の実践
調査日	2024 年 10 月 25 日(金)13:30~16:00
調査先	JT 本社 (東京都港区虎ノ門 4 丁目 1-1 神谷町トラストタワー30 階) COUNTRY P&C RECRUITMENT 松永 隆司郎 様、久富 菜実子 様 MARKETING RMC PRODUCT & BRAND MEVIUS 日比野 興祐 様 MARKETING M&S PLANNING MARKETING PLANNING 柴田祐基 様 MARKETING RRP PRODUCT & BRAND BRAND DIGITAL COMMUNICATION 大堀 梢 様
担当 CVS	小林 城司、永田 葉結希、丸山 航汰
授業科目/学部企画名	訪問調査「企業訪問」
参加学生数(学年)	3 年生:2 名、2 年生:9 名、1 年生:7 名
調査趣旨・目的	JT 本社にて、企業の経営戦略やグローバル展開、パーパス経営の実践について学びました。特に、たばこ事業や加工食品事業における戦略や、RRP (加熱式たばこ)などの次世代製品の開発に関する議論が行われました。
調査結果	<p>今回企業訪問として日本たばこ産業株式会社(JT)に訪問させていただいた。訪問のなかでは会社についてのお話を伺い、その後社員の方々との座談会の時間を設けていただいた。</p> <p>はじめに、JTの会社概要について松永様と久富様からお話を伺った。JTは時価総額国内 22 位を誇る企業であり、食品分野では 1 位の企業である。JTは group purpose として「心の豊かさを、もっと。」というものを掲げている。そもそも group purpose とは、なぜその会社が社会に存在するのかを示す考えであり、会社の存在意義を示す中でも一番上位に存在する定義であると考えられているものである。上記を踏まえ、JTは group purpose を基軸に4Sモデルと呼ばれるお客様を中心として株主、従業員、社会の四者に対する責任を高い次元でバランスよく果たし、四者の満足度を高めていくという考えを実践している。</p> <p>JTはたばこ、加工食品、医薬分野で事業を展開している。それぞれの事業割合はたばこが 91.2%、加工食品が 5.4%、医薬が 3.3%である。たばこを中核事業としながらも、加工食品・医薬を利益成長の補完的役割として事業を行っている。JTの中核であるたばこはさらに combustibles(燃烧系のたばこ)と、RRP(Reduced,Risk,Products)の二つの分野に分かれている。Combustiblesの分野では継続的なシェアと価格戦略の最大化を狙っており、RRPの分野ではJTの商品である Ploom X 拡大のための資源の投入を行っている。加工食品分野では収益性を高くしつつ成長を目指している。医薬分野は価格戦略の最大化に向けて補完的役割を担っている。</p> <p>また、JTはグローバル事業を広げておりM&amp;Aによって、海外進出を行っている。1999年のRJRナビスコの買収を筆頭に、2007年にギャラハー社の買収を行った。直近では2022年にスイスのジュネーブにたばこ事業の本社機能を移しており、2024年にはベクター社を買収した。海外企業の買収を推し進める理由としては、国内市場の縮小と規制並びに発展途上国などへの投</p>

資を増やし、利益を増やしていくことが挙げられるとおっしゃっていた。

会社概要について説明を受けたのち、マーケティング部の方々との座談会を行った。座談会では企業のマーケティングに関わる話や、実際の営業の様子、JTの人材育成プログラム、キャリアパスなどのお話を伺うことができ、企業理解を深める時間となった。

今回の企業訪問ではたばこという嗜好品を扱う中での戦略や、企業としての経営の仕方などを学ぶことができた。また社員の方々のお話を直接お伺いし、企業がさらに成長していくためにどのような姿勢で、どのような考え方で臨むべきかを学ぶことができた。今回の企業訪問を通して、自分自身のこれからの考え方やキャリアを見つめ、考える機会となった。

#### ※調査時の写真



会社概要や多角化経営などたくさんの貴重な話を聞くことができました。



社員の方々との座談会の様子です。活発に質問が飛び交いました。



最後に集合写真を撮影して締めくくりました。貴重な機会をいただき、本当にありがとうございました。