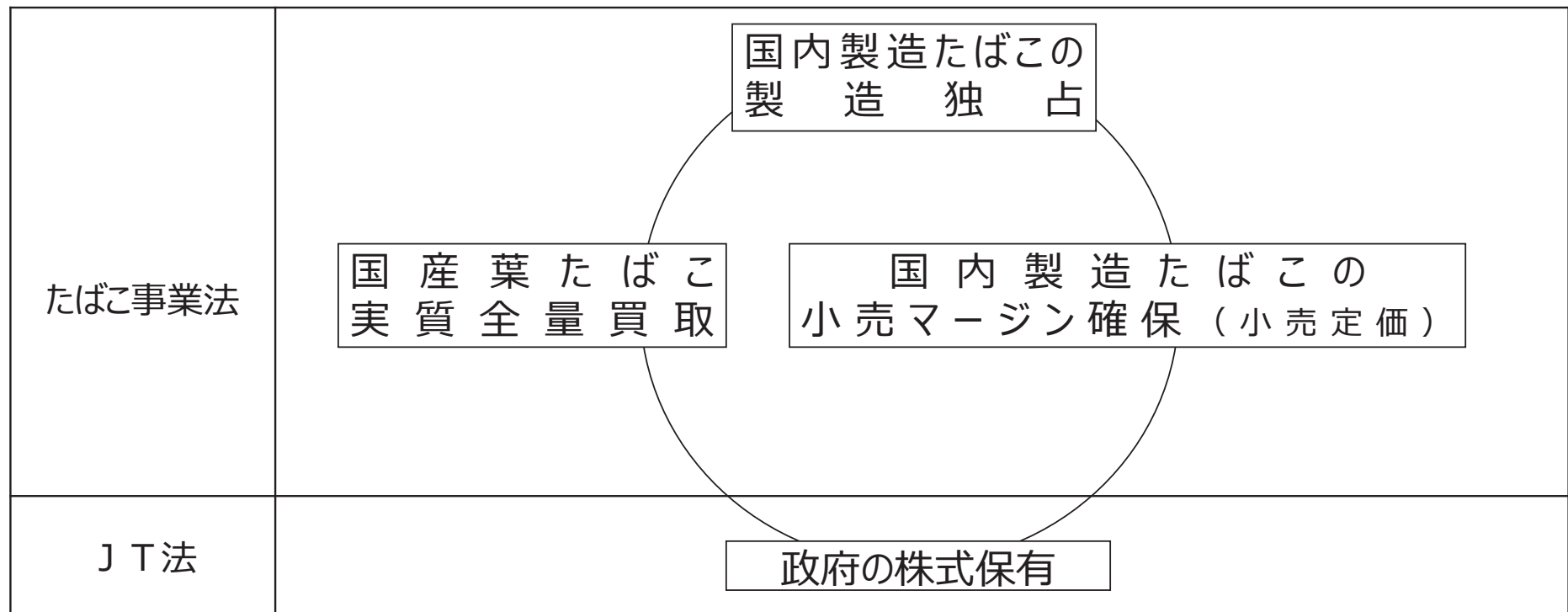


たばこ・塩を巡る最近の諸情勢について

令和 7 年 5 月 28 日
財務省理財局

たばこ事業法制の全体像

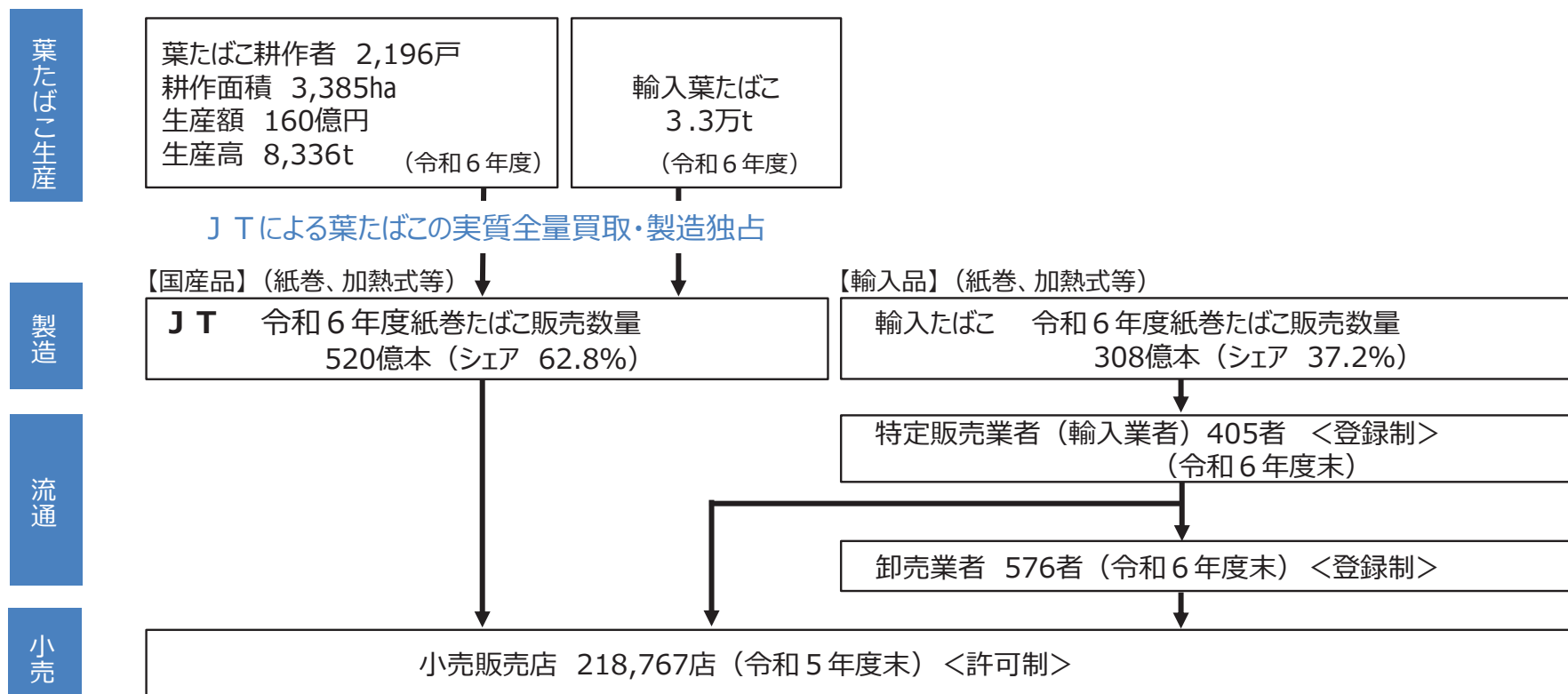
- たばこ事業法第1条において、「この法律は、・・（略）・・我が国たばこ産業の健全な発展を図り、もって財政収入の安定的確保及び国民経済の健全な発展に資することを目的とする。」と規定されている。
- この政策目的を達成するため、JTをJT法に基づく特殊会社とし、**政府の株式保有義務**を規定。また、たばこ事業法制の下で、JTに**国産葉たばこの実質的な全量買取**を義務付けるとともに、**国内製造たばこの製造独占権**を付与。
- さらに、製造独占の弊害を防止し、小売店の経営を安定させるため、**小売定価の認可制**を定めている。



たばこ事業の全体像

- 我が国のたばこ事業は、専売制度改革（昭和60年）に際して制定された「たばこ事業法」に基づき、各種の制度により規制。
 - ・ **国内製造** J T（日本たばこ産業株式会社）に「**国産葉たばこの実質的な全量買取契約**」を求める一方で「**国内製造独占権**」を付与
 - ・ **輸入・流通** 輸入業者（特定販売業者）、卸売業者の**登録制**
 - ・ **販売** 小売販売業の**許可制**（距離制限を含む）、小売定価の**認可制**等
- これらの規制の下、J Tが国産葉たばこ等を使用して製造した国産たばこと、輸入業者が輸入した輸入たばこを小売販売店で販売。

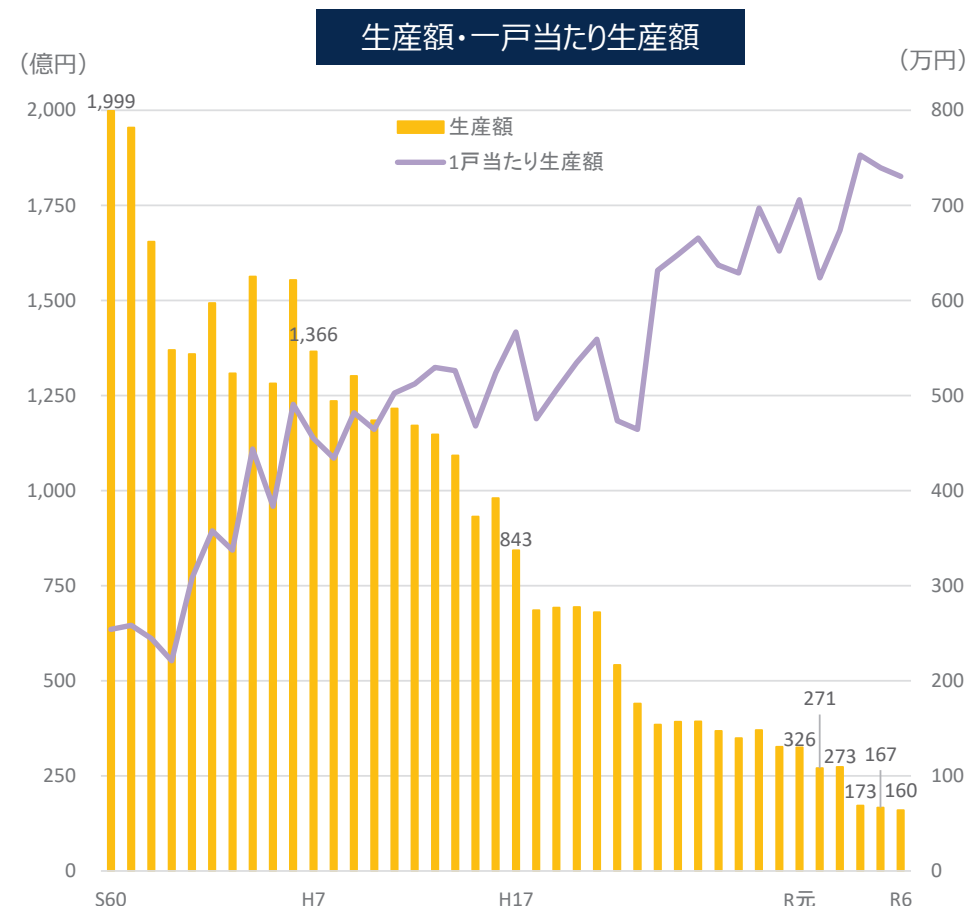
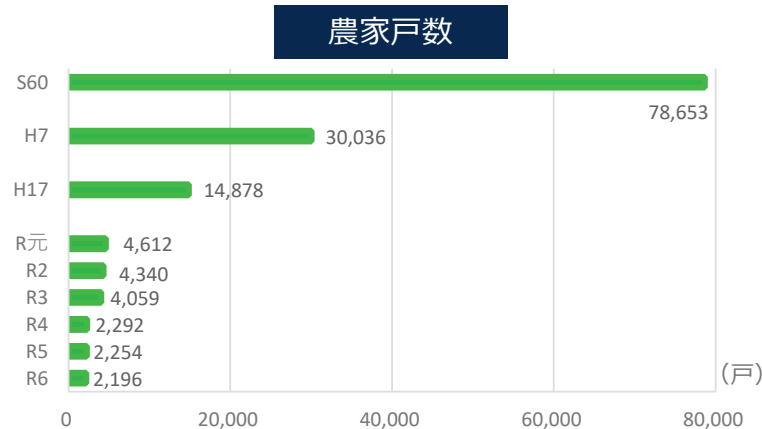
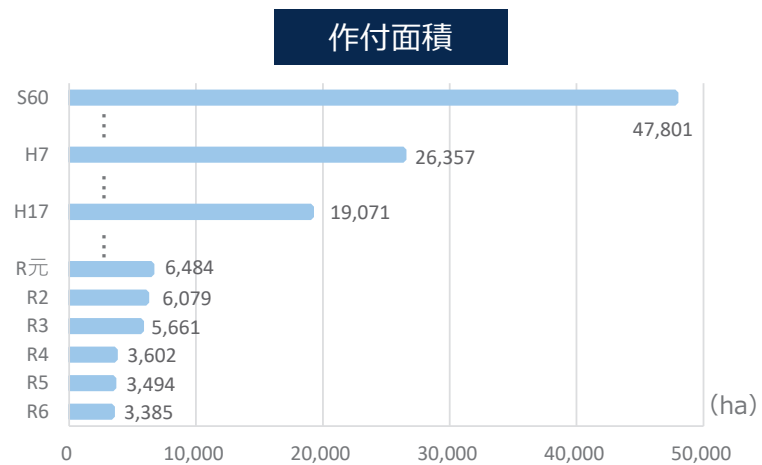
日本におけるたばこ産業の概観



(注) 財務省「貿易統計」、財務局及び税関からの報告資料、全国たばこ耕作組合中央会資料、一般社団法人日本たばこ協会資料をもとに作成

葉たばこ農家の作付面積、戸数等の推移

- 葉たばこ農家の作付面積、農家戸数、生産額については、いずれも減少傾向が継続。
- 一戸当たり生産額は、直近において減少しているものの、生産の効率化等により、増加傾向にある。



(注) 全国たばこ耕作組合中央会資料をもとに作成。

日本たばこ産業株式会社（ＪＴ）について

- たばこ事業法に基づき、我が国における「製造たばこ」の製造はＪＴが独占。
- ＪＴは、たばこ事業法及びＪＴ法に基づき事業を実施。政府は、ＪＴ法に基づき、発行済株式総数の1/3超を保有。
- ＪＴの約3.1兆円の売上収益のうち、たばこ事業が約9割を占める。

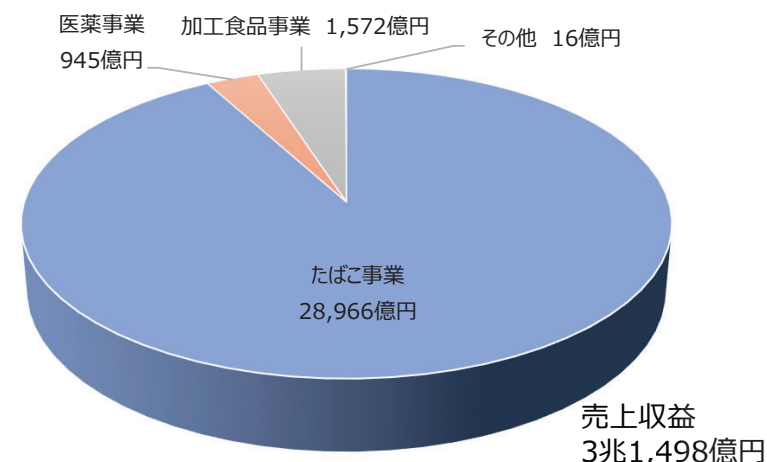
日本たばこ産業株式会社（ＪＴ）の概要

- ◇ 根拠法：日本たばこ産業株式会社法（昭和59年法律第69号）
- ◇ 設立年月日：昭和60年4月1日
（日本専売公社の設立は昭和24年6月1日）
- ◇ 資本金：1,000億円
- ◇ 発行済株式総数：20億株
- ◇ 代表取締役社長：寺畠 正道

ＪＴに関する主な規制

- ◇ たばこ事業法
 - ・ 国産葉たばこの実質全量買取契約
 - ・ 製造独占 等
- ◇ 日本たばこ産業株式会社法（ＪＴ法）
 - ・ 政府による株式保有義務（発行済株式総数の1/3超）
 - ・ 事業の範囲を製造たばこの製造、附帯事業、目的達成事業に限定
 - ・ 財務大臣の認可事項
 - 取締役等の選任等の決議
 - 定款の変更、剰余金の処分等の決議
 - 事業計画の策定・変更 等

ＪＴの事業構成（令和6年度）



（注）日本たばこ産業株式会社（ＪＴ）資料をもとに作成。

（参考）自社たばこ製品売上収益 クラスター別

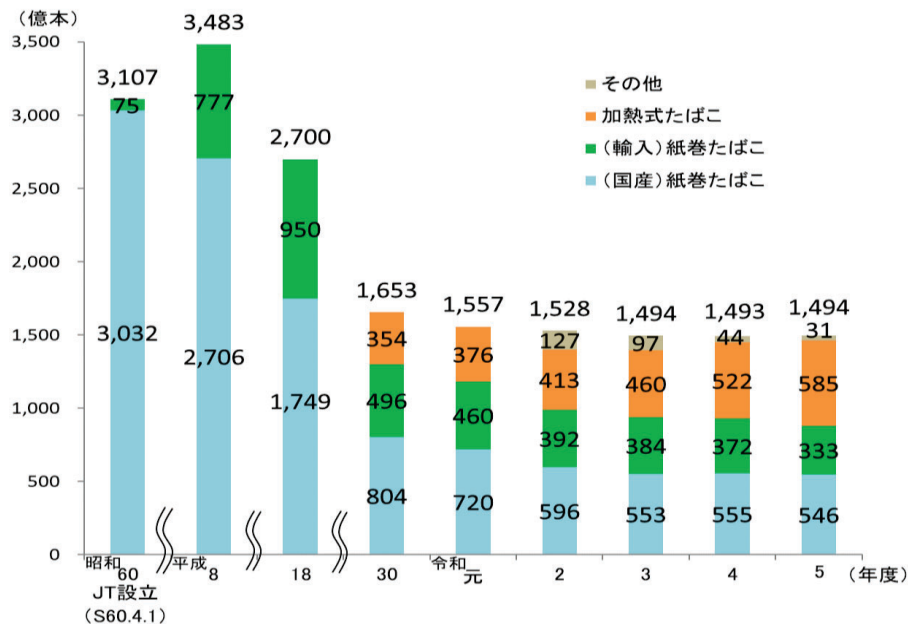


（注）日本たばこ産業株式会社（ＪＴ）資料をもとに作成。

製造たばこ（紙巻・加熱式等）の販売数量・たばこ小売店数の推移等について

- 紙巻たばこの販売数量は平成8年度をピークに減少傾向であるものの、近年、加熱式たばこの伸長により全体としてはほぼ横ばい。
- 近年の小売店数は、廃業店数が新規店数を上回って推移していることから、減少傾向が継続。
（令和5年度：廃業店数8,142店、新規店数2,254店）
- 営業形態は、コンビニの割合が26.7%と最も高く、次いで酒類販売業が13.9%、たばこ専門店が12.7%。

製造たばこ（紙巻・加熱式等）の販売数量の推移

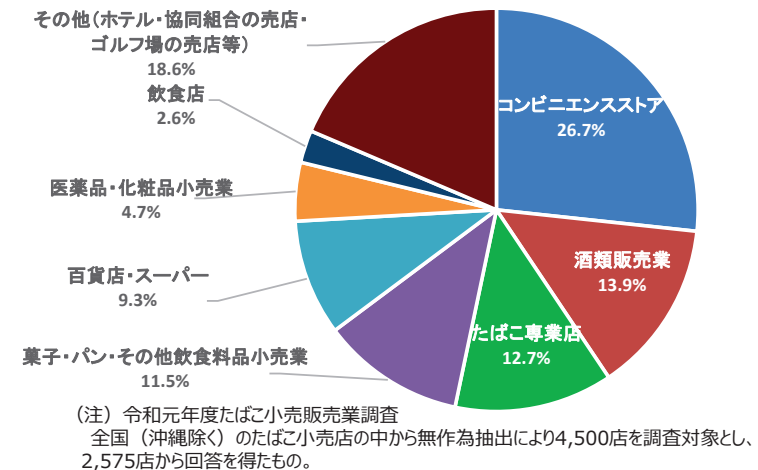


- （注1）一般社団法人日本たばこ協会資料をもとに作成。平成29年度～令和元年度の加熱式たばこの販売数量については財務省調べ。
- （注2）その他の製造たばこ（軽量の葉巻たばこ）は、一般社団法人日本たばこ協会より令和2年度から集計・公表を開始。
- （参考）令和5年度における紙巻たばこ、加熱式たばこ及びその他の製造たばこ（軽量の葉巻たばこ）の販売に占める加熱式たばこのシェアは、約39%（推計値）。

たばこ小売店数の推移

年度	S60	H13	R元	R2	R3	R4	R5
小売店数（万店）	26.7	30.7 （ピーク）	23.7	23.3	22.9	22.5	21.9

営業形態の構成比率



注意表示規制及び広告規制について

- たばこ事業法においては、製造たばこの消費と健康等の観点から、①**注意表示規制**、②**広告規制**を実施。
- ① J T や輸入業者に対し、喫煙と健康の関係に関する注意文言のパッケージへの表示を義務付ける。
- ② 広告を行う者に、20歳未満の者の喫煙防止や健康との関係に配慮するとともに、過度な広告とならないよう求める。併せて、財務省告示で広告を行う際の指針を示す。

注意表示規制

- 喫煙が本人と周囲の者の健康にリスクがあることを踏まえ、個人が自己責任において喫煙を選択するか否か判断できるよう喫煙と健康に関する適切な情報を提供。

(表面)

(裏面)

TOBACCO	TOBACCO LIGHTS	TOBACCO
望まない受動喫煙が生じないよう、屋外や家庭でも周囲の状況に配慮することが、健康増進法上、義務付けられています。	望まない受動喫煙が生じないよう、屋外や家庭でも周囲の状況に配慮することが、健康増進法上、義務付けられています。 「LIGHTS」の表現は、健康への悪影響が他製品より小さいことを意味するものではありません。	20歳未満の者の喫煙は、法律で禁じられています。喫煙は、様々な疾病になる危険性を高め、あなたの健康寿命を短くするおそれがあります。ニコチンには依存性があります。

- ◆ 表示面積は主要面の50%。
- ◆ 「他者への影響」に関する注意文言を表面に、「20歳未満の者の喫煙防止」等に関する注意を裏面に表示。

広告規制

広告指針（告示）

- 広告の内容や媒体等広告方法別に制限が必要な事項について定める（喫煙を促進しない企業活動、マナー広告等は対象外）。
 - ◆ テレビ、ラジオ等における広告は、20歳以上の者のみを対象とすることが技術的に可能な場合を除き、行わない。
 - ◆ 新聞、雑誌等における広告は、主に20歳以上の読者を対象としたものに限定。
 - ◆ 広告中に、パッケージに表示する注意文言と同様の「20歳未満の者の喫煙防止」「他者への影響」「喫煙者本人への影響」に関する注意文言を表示。

業界自主規準

- たばこ事業者で組織する（一社）日本たばこ協会において、広告指針を上回る自主的な制限に係る規準を定める。
 - ◆ テレビ、ラジオ等での製品広告は行わない。
 - ◆ 新聞、雑誌等については、統計調査で読者の90%以上が20歳以上の者であるとの結果が得られているものに限定。
 - ◆ テレビで行うマナー広告について、特定のたばこ製品等のブランドを想起させる内容を含まない、たばこをふかした描写等を用いない等規制。

健康増進法について（令和2年4月改正法全面施行）

- 望まない受動喫煙の防止を図るため、多数の者が利用する施設等の区分に応じ、当該施設等の一定の場所を除き喫煙を禁止。喫煙可能な設備を持った施設には、指定された標識の掲示が義務付け。



※ 法律の施行後5年を経過した場合において、改正後の規定の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて必要な措置を講じることとしている。

国際規制の動向について



たばこの規制に関する世界保健機関枠組条約（FCTC）

WHO Framework Convention on Tobacco Control

- たばこの健康に対する悪影響を減らして人々の健康の改善を目指し、各国の実情を踏まえ、**たばこに関する広告、包装の形容的表示等の規制について規定。**
- 2003（平成15）年5月、WHO総会で条約採択。日本は2004（平成16）年6月に条約締結、その他英、仏、独、加、豪、中等183か国が締結。2005（平成17）年、発効後2年おきに締約国会議（COP）を開催。

条約のポイント

締約国は、以下に定める措置をとる。

- ① たばこの需要を減少させるための価格及び課税に関する措置
- ② 公共の場所でのたばこの煙にさらされることからの保護を定める措置
- ③ たばこ製品の含有物（情報開示を含む）に関する措置
- ④ たばこ製品の包装及びラベルに関する措置
- ⑤ たばこの広告、販売促進及び後援を禁止又は制限するための措置
- ⑥ たばこ製品のあらゆる形態の不法取引をなくすための措置
- ⑦ 未成年者に対するたばこ販売を禁止するための措置

実績

- これまでに締約国会議を計10回開催し、不法取引に係る議定書及び各分野におけるガイドライン（注）を策定。

（注）締約国が条約の規定の実施を支援するためのガイダンス

今後の予定

- 第11回会合を、2025（令和7）年11月にジュネーブにて開催予定。
- 第11回会合以降、以下の論点について議論の可能性あり。
 - ✓ たばこの含有物及び情報開示に関する履行状況
 - ✓ 新興たばこ（加熱式たばこ・電子たばこ）に係る規制
 - ✓ ハームリダクション関連

COP10の主な内容 [2024（令和6）年2月]

- **第9条（たばこ製品の含有物に関する規制）・第10条（情報開示に関する規制）の履行**
第9条・第10条ガイドラインの空白部分の策定に向けた専門家および/または作業グループの設置はコンセンサスに至らず、COP11に持ち越し。
- **国境を越えるたばこ広告、販売促進・後援防止にかかる特定ガイドライン**
新規娯楽メディア（SNSや動画配信メディア等）の普及を受け、条約第13条ガイドラインを補完する目的で「国境を越えるたばこ広告、販売促進・後援防止にかかる特定ガイドライン」案が提案され、自国の憲法上包括的な規制ができない国に配慮し、脚注に第13.3条（制限）を記載する形で修正した特定ガイドラインを承認。
- **新規・新興たばこ製品**
加熱式たばこに関するエビデンス、市場動向等の最新情報を含むWHOからの報告書を留意。

塩事業の概要

塩事業の制度

- 塩事業法に基づき、良質な塩の安定的な供給を確保するため、必要最小限の範囲に限って、公的関与を行うこととされている。
- 具体的には、「塩需給見通し」の策定及び公表、塩の製造、特定販売（輸入）及び卸売の事業に係る登録制度、塩事業センターによる生活用塩の供給等の業務並びに緊急時対策等の必要な措置を講ずることで、**良質な塩の安定的な供給の確保と我が国塩産業の健全な発展を図る**こととされている。

（参考）塩の重要性

- 塩は、体内でナトリウムイオン（ Na^+ ）と塩化物イオン（ Cl^- ）の状態で存在し、体の機能を保つため、①消化と吸収を助ける、②細胞を保つ、③刺激の伝達といった働きをしており、人間が生きていく上で必要不可欠であり、代替品が存在しない。

（参考）塩事業制度の変遷

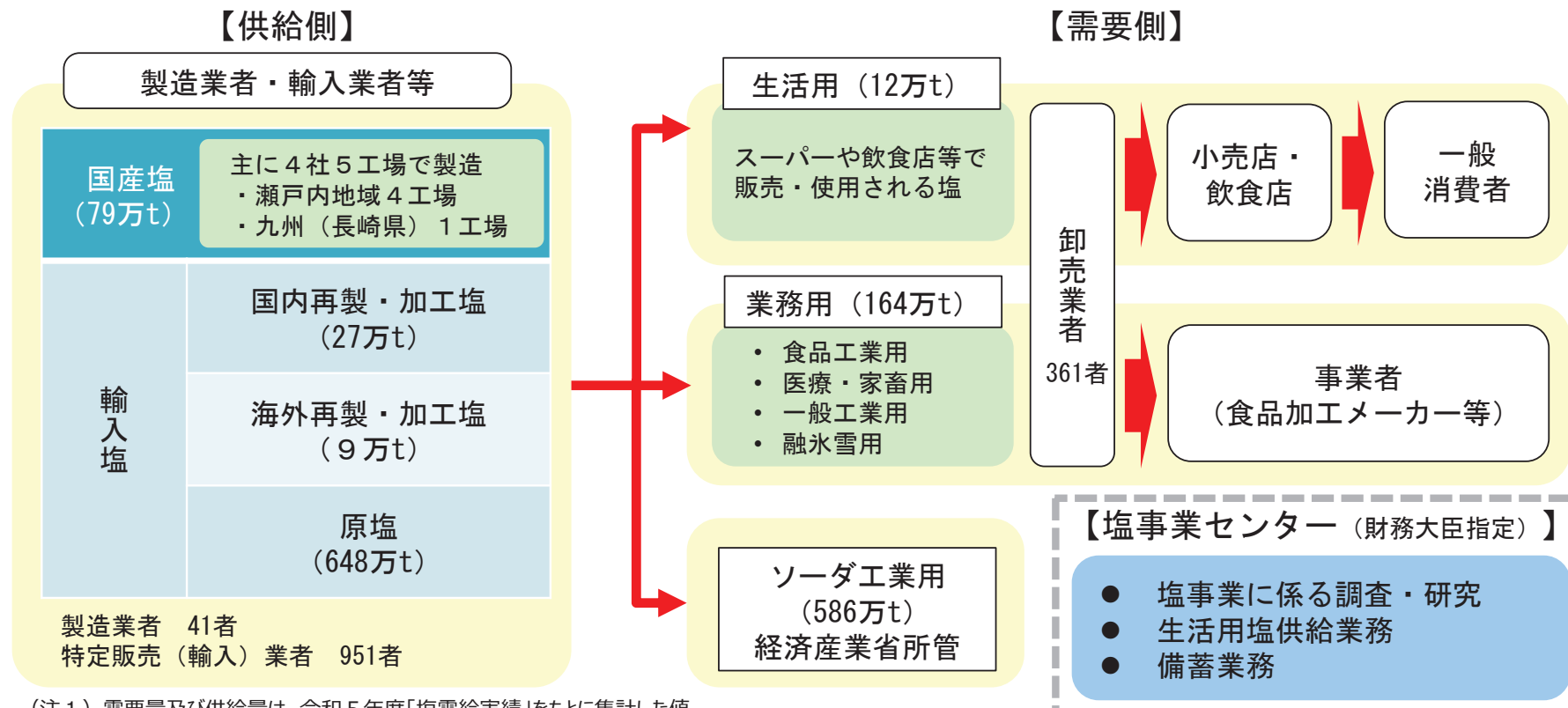
- 塩が生命維持に不可欠な代替性のない生活必需物資であること等の特殊性に鑑み、公益専売として専売制度の対象となっていたもの。平成9年に塩専売制度を廃止し原則自由化。

<参考>

明治38年（1905年）	塩専売制の導入（財政専売）
大正8年（1919年）	公益専売へ移行
昭和24年（1949年）	専売公社制の導入
昭和60年（1985年）	日本たばこ産業株式会社が発足（塩専売事業を承継）
平成9年（1997年）	塩専売制度の廃止、塩事業法施行
平成14年（2002年）	経過措置期間の終了により、原則自由の市場構造へ移行

塩事業の全体像

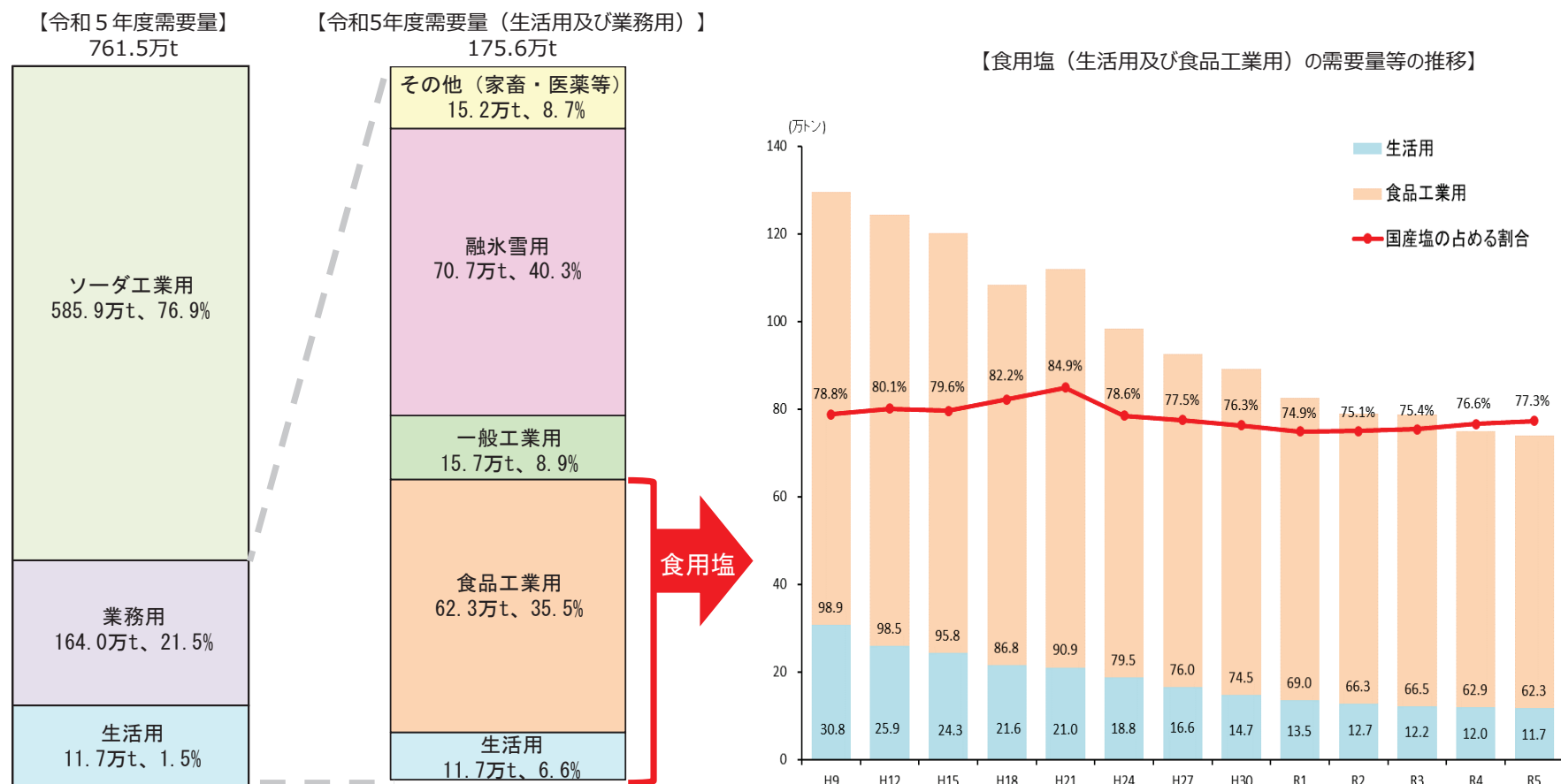
- 我が国の塩は、①海水を濃縮し煮詰めて製造した国産塩と②輸入した原塩やそれを再製・加工したものからなり、これらが、生活用や業務用といった各分野に卸売業者等を通じて供給。
- 塩事業センターは、塩事業法に基づき指定され、生活用塩供給業務の他、塩の調査研究や緊急時に備えた備蓄等を実施。



(注 1) 需要量及び供給量は、令和 5 年度「塩需給実績」をもとに集計した値。
 (注 2) 需要量と供給量は同一でないため、需要量の計と供給量の計は一致しない。
 (注 3) 各業者数は、令和 5 年度末時点の値。

塩の需要

- 塩の需要は、概ね800万トン前後で推移。大半は、ソーダ工業用で需要の約8割。
- 生活用や業務用のうち食品工業用を合わせた食用塩の需要は、消費者の減塩志向等により、総じて減少傾向。なお、食用塩の需要のうち国産塩が占める割合は、例年、概ね8割程度で推移。



(注) 数値は、令和5年度「塩需給実績」をもとに集計した値

参考資料

(参考) 製造たばことは

- 製造たばことは、たばこ事業法（第2条第3号）において以下と定義。
「葉たばこを原料の全部又は一部とし、喫煙用、かみ用又はかぎ用に供し得る状態に製造されたもの」

製造たばこ

※令和7年4月現在

喫煙用の製造たばこ

かみ用の製造たばこ



噛みたばこ
たばこの葉を含む混合物を、噛むことにより香を楽しむ。最も古いたばこの楽しみ方

<銘柄例>
Tulsi 00 10g : 500円

かぎ用の製造たばこ



乾燥した葉たばこ粉末を鼻から吸引（鼻孔用）
湿った葉たばこをティバッグ状にし、上唇と歯茎の間につけて楽しむ（口腔用）
カートリッジ内の葉たばこの香りを吸引して楽しむ

<銘柄例>
ゼロスタイル・スヌース 6.1g : 500円

紙巻たばこ



<銘柄例>
メロウズ : 580円
マルホロ : 600円
ケト : 520円

葉巻たばこ



<銘柄例>
ジョーバ・ローストス : 12,100円
ダビッドス NO.2 : 4,500円
カブ 460 コネクト : 2,090円
(いずれも一本当たり)

パイプたばこ



<銘柄例>
ピーターズ 50g : 2,600円
キャル(手巻き) 25g : 770円
AL Fakher 50g : 1,550円

加熱式たばこ



<銘柄例>
メロウズ・フルム用 : 500円
テリア : 580円
ネオ・スティック・glo hyper : 500円

刻みたばこ



<銘柄例>
こいき 10g : 600円
松風 30g : 830円

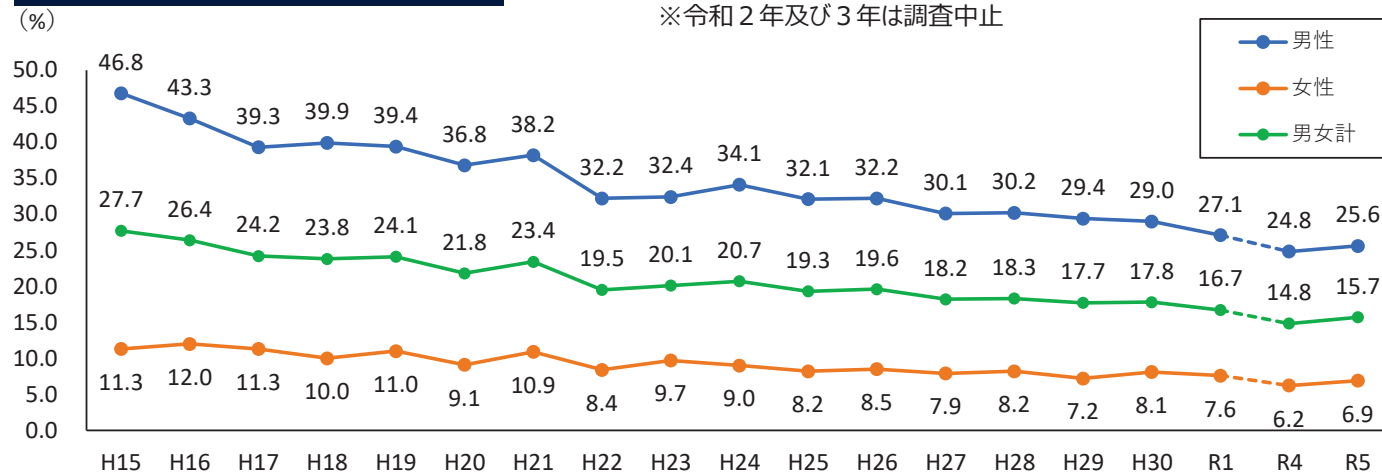
(注) 日本たばこ産業株式会社（J T）資料等をもとに作成

(参考) 喫煙者率について

- 我が国における喫煙者率は減少後横ばいの状態にあり、その水準は他の先進国並み。

国内喫煙者率の推移

(出典：国民健康・栄養調査 ※男女計が公表されているH15年から掲載)
※令和2年及び3年は調査中止



諸外国の喫煙者率

(出典：Euromonitor)

紙巻+加熱式 (%)	2023		
	男女計	男性	女性
ロシア	32.1	43.1	23.1
フランス	25.1	26.3	24.1
イタリア	23.8	28.8	19.1
ドイツ	22.6	25.4	20
日本	18.4	28.4	9.1
カナダ	14.3	16.6	12.1
UK	13.5	15.2	12
米国	12.4	14.1	10.9

紙巻 (%)	2023		
	男女計	男性	女性
ロシア	27.0	36.8	18.9
フランス	24.9	26.1	23.9
ドイツ	21.3	24.0	18.8
イタリア	19.6	23.9	15.6
カナダ	14.0	16.3	11.9
UK	13.2	14.8	11.7
米国	12.4	14.1	10.9
日本	11.0	17.6	4.8

加熱式 (%)	2023		
	男女計	男性	女性
日本	7.4	10.8	4.3
ロシア	5.1	6.3	4.2
イタリア	4.2	4.9	3.5
ドイツ	1.3	1.4	1.2
カナダ	0.3	0.3	0.2
UK	0.3	0.4	0.3
フランス	0.2	0.2	0.2
米国	-	-	-

（参考）たばこ販売に係る年齢識別について

- 二十歳未満の者の喫煙の禁止に関する法律第4条では、たばこの販売者に対して、二十歳未満の者の喫煙防止のため、「年齢確認その他の必要な措置を講じること」とされており、また、同法第5条では、二十歳未満の者の自用に供するものを販売者が知って販売した場合の罰則が規定されていることから、たばこの販売の際には年齢確認の実施が必要となっている（セルフレジ等の省人化店舗であっても、デジタル技術を活用した方法により年齢確認を実施している）。
- たばこを自動販売機で販売する場合も、「年齢識別装置を装備したたばこ自動販売機」に該当するものとして定価等部会で判定（事実認定）を受けた自動販売機により、年齢確認が実施されている。
- 令和6年6月の定価等部会にて、パスポート方式も年齢識別装置として判定を受けている。
- タスポカード方式については、現在使用している通信回線サービス終了時期（令和8年3月末）をもって、事業を終了することとしており、その後は、運転免許証・マイナンバーカード方式による年齢識別が中心になると想定される。

「年齢識別装置を装備したたばこ自動販売機」に該当すると判定したたばこ自動販売機・年齢識別装置の機種一覧

開発会社又は運営主体	年齢識別方式	
株式会社松村エンジニアリング	I Cカード（タスポカード）方式	
	運転免許証方式	
	運転免許証・マイナンバーカード方式	
	パスポート方式	

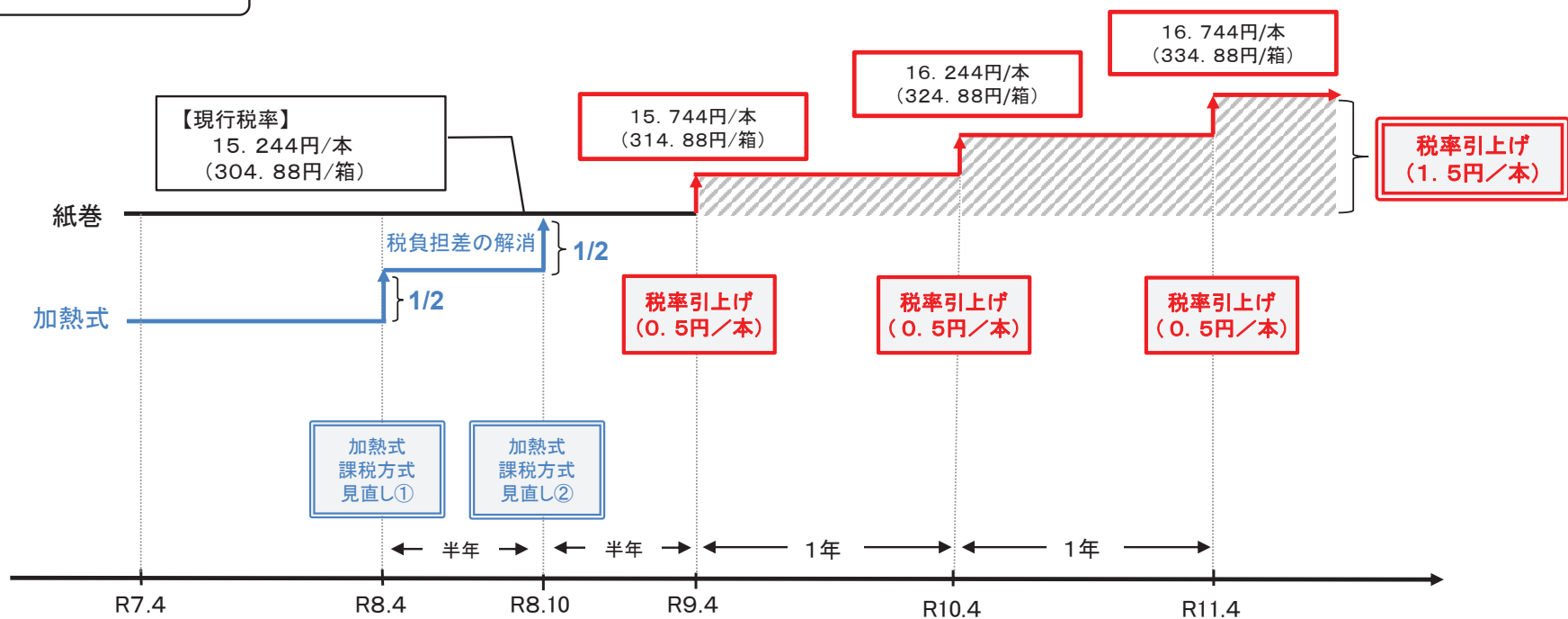
（注1） I Cカード（タスポカード）方式については、令和5年4月に運営主体を変更。変更前の運営主体は、一般社団法人日本たばこ協会。

（注2） 上記のほか、顔認証方式（株式会社竹田商事（旧：株式会社フジタカ））の自動販売機についても判定したが、同社の清算に伴い取り下げられ、平成27年12月22日までに設置された自動販売機のみ「年齢識別装置を装備したたばこ自動販売機」に該当するものとして取り扱うこととしている。

(参考) たばこ税見直しについて

- 加熱式たばこについて、紙巻たばこととの間の税負担差を解消するため、課税方式の適正化を行う。
- 加熱式たばこの課税方式の適正化については、消費者への影響に鑑み、令和8年4月及び同年10月の2段階で実施する。
- その上で、国のたばこ税の税率を、予見可能性を確保する観点も踏まえて、令和9年4月、令和10年4月及び令和11年4月にそれぞれ0.5円/1本ずつ3段階で引き上げる。

見直しの全体像



(備考) 上記の税率は、国税であるたばこ税及びたばこ特別税、地方税である道府県たばこ税及び市町村たばこ税の合計額であるが、税率引上げは国税のみ。

(参考) 関税及び国際交渉について

- 紙巻たばこ・加熱式たばこ等は、大手メーカーの工場の立地する韓国やインドネシア、欧州、精製塩は原塩の産地である中国からの輸入が、それぞれ大宗を占める。
- 貿易自由化の流れが強まる中、CPTPPや日EU・EPA等において、紙巻たばこは無税（即時撤廃）、精製塩も2028年度から撤廃という結果になっている。

主なたばこ及び塩の輸出入状況

(注) 財務省「貿易統計」をもとに作成

➤ 輸入実績（2024年）

	紙巻たばこ	加熱式たばこ	精製塩
1 位	韓国 (128億本、41%)	イタリア (17,760t、36%)	中国 (86,839t、88%)
2 位	インドネシア (97億本、31%)	韓国 (13,256t、27%)	オーストラリア (2,832t、3%)
3 位	セルビア (63億本、20%)	ルーマニア (7,999t、16%)	ドイツ (2,054t、2%)

※ 紙巻たばこの実行関税率は無税（基本税率：8.5% + 290.7円/千本、暫定税率：無税）。

※ 加熱式たばこの実行関税率は3.4%

※ 精製塩の実行関税率は、0.5円/kg。

➤ 輸出実績（2024年）

	紙巻たばこ
1 位	香港 (15億本、84%)
2 位	中国 (1億本、7%)
3 位	オーストラリア (0.4億本、2%)

E P A 交渉等の結果及び現状

	紙巻たばこ	加熱式たばこ	精製塩
CPTPP（2018年）	即時撤廃	2028年度から撤廃	2028年度から撤廃
日EU（2019年） 日英（2021年）	即時撤廃	2023年度から撤廃	2028年度から撤廃
RCEP（2022年）	交渉対象外	交渉対象外	交渉対象外

- 日トルコ、日コロンビア、日中韓、日バングラデシュ、日GCC、日UAE、につき交渉中。