

4月9日付ロイター通信の記事に関するJohnson & Johnsonの声明

ニュージャージー州ニューブランズウィック 当社はジョンソン ベビーパウダーを支持しています。科学によりアスベストフリーであり安全に使用することができることを 確証しているからです。当社に対する告発は偽りであるだけでなく、当社が意図的かつ体系的に社会 を標的としているという考えはあまりに理不尽で不条理です。当社についてこのような疑惑をかける人 がいるということに対し、悲しみと怒りの狭間に立たされています。

40年以上にもわたる徹底的な内部、また独立した検査と臨床研究により、ジョンソン ベビーパウダーが安全であり、アスベストを含んでいないことが証明されています。米国のFDAなど世界 中の規制機関やNGOが、広範な証拠に基づいてタルクは安全であり、ジョンソン ベビーパウダーにアスベストが含まれていないと結論付けています。

さらに、当社の消費者製品は、一般市民が使用するためのものです。お客様が誰であるかを判断す る努力と、お客様にとって意味がありその生活体験に訴えかける広告を利用することこそが、マーケティ ングの本来の意味です。ジョンソン ベビーパウダーは安全で、当社のキャンペーンは多文化で包括的です。当社は、すべてのコミュニティに 対してマーケティングを行うことは消費者のニーズを尊重する証であると考えており、また多文化マーケ ティングの先駆者であることを誇りに思っています。

当社の異なるターゲット層に対する広告について、タルク裁判で原告側弁護士がこのような主張をす ることを禁止するにあたり、裁判所は、「様々な消費者層に対し広告やマーケティングを行うことは、不 適切でも不作法でもない」と説明しました。

原告側弁護士は、Johnson & Johnsonにプレッシャーを与えることが「自らの利益になる」ことを公に認めており、訴訟で優位な立場 に立つ目的のためだけにこのような根拠のない、とんでもない物語を作り上げています。

Johnson & Johnsonのあらゆる取組みが、世界中の消費者の医療問題に対するソリューションに貢献しています 。批判者が当社のビジネス慣行に関し提起する主張は、正当ではなく、誤解を招くものです。当社が 企業として取り組む中核事業は、消費者の健康上の問題に耳を傾け、ソリューションを提供すること です。他の企業と同様に、顧客が求めているものに基づいて製品をつくり、販売しています。それにはそ のような製品を最も必要とする人々に対し、マーケティングを行うことも含まれます。この状況に違いは ありません。

当社は、ジョンソン ベビーパウダーの安全性と、お客様とのコミュニケーションの方法を完全に支持しています。

###

以下は、数十年にわたる当社の多様なマーケティングのサンプルです。

* 1990年代、ジョンソン ベビーパウダーの広告は最小限にとどまっていた

1971



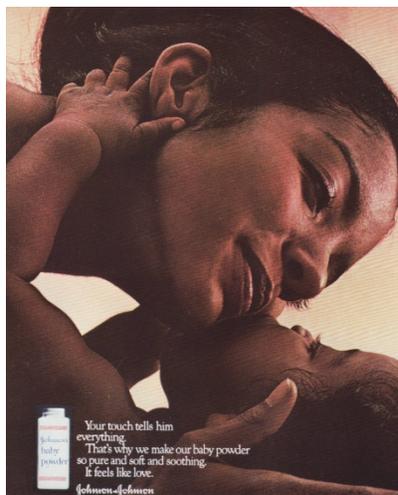
1972



1980



1981



1988



2008

