



ブラジル連邦共和国 Federative Republic of Brazil



たばこ産業の特徴

1. 正規市場の販売数量は1990年がピークで1,641億本。過去数年、正規製品の販売は減っている。2003年の合法市場での販売量は974億本。
2. 値上げによる密輸製品増加により、たばこ市場の1/3は違法製品であると言われている。
3. BATの子会社のSouza Cruz社のシェアは84%、Philip Morris Brazil社 (Santa Cruz)のシェアは14%で、市場を二分している(2002年)。
4. 前大統領時代に反喫煙の急先鋒の厚生大臣により厳しい反喫煙法が導入され、たばこ産業は逆風を受けている。
5. カナダに次いで包かに写真と警告文を載せる世界で二番目の国になった。包かにはライト等の表示は禁止。
6. 2002年9月からタール(10mg)、ニコチン(1mg)、CO(10mg)以下に成分量が規制された。
7. たばこ産業はブラジルの主要産業であり220万人が関わっている。
8. 世界第4位の葉たばこ生産国(2002年:約70万トン)、葉たばこ輸出量は世界第1位である(2001年:約44.3万トン)。
9. Souza Cruz社は世界最大の葉たばこ輸出会社でもある。

[1]法規制等

・警告文等:

2001年1月1日から包かの片側全面に写真と警告文をローテーションで掲載することが義務付けられた。例えば、「病院のベッドの赤ん坊」の写真と「喫煙は妊娠女性に有害である」との警告文や、「喫煙は肺がんを引き起こす」という文言と「病院で死亡した男の像」を組み合わせたものを表示しなければならない。包かへの警告表示は黒地に白い文字で表示。写真と警告文はPOPのポスターや広告マテリアルにも表示必要。新しい規則は2002年1月31日までに実施。包かの側面には健康注意表示とニコチン、タール含有量を表示が必要。無料禁煙電話の電話番号が包かの横に表示される。

・成分規制:

2002年9月からタール含有量10mg、ニコチン含有量1mg、一酸化炭素含有量10mg以下に規制された。

・喫煙場所規制:

公共の場所での喫煙禁止。航空機、バス、列車での喫煙禁止。

・販売規制:

18歳未満の者は購入禁止。「製品は成人のみに販売を許される」との警告は、「未成年にシガレットを販売する者は刑務所行き」に代わった。

この法律の意味するところは若者の喫煙発生率を減らすことであり、2003年末までに施行される。

学校や病院でのシガレット販売禁止。通信販売禁止。インターネットによるたばこ販売は明確に禁止。

・広告規制:

たばこ広告全面禁止。インターネット広告禁止。ポスターや広告マテリアルは全面的広告禁止の唯一の例外であり、ポスター広告はショッピング・センターと店頭でのみ認められる。

・販売促進規制:

2003年からスポーツや文化イベントのたばこ産業のスポンサーは禁止。ライト、メディアム、ウルトラ・ライトの表現は禁止。

反喫煙の動向

Fernando Henrique Cardoso前大統領の下にSerra厚生大臣は厳しい喫煙禁止法を導入したが、2002年末の大統領選挙で左派大統領に代わった。

Lura新大統領は現実派であり、現在のところ、新大統領は反たばこ法を強化することには関心を示していない。しかし反たばこ法はブラジルの喫煙者3,000万人には影響していないようである。

シガレット業界はニコチンやタール規制は密輸製品の増加を促すだけであると主張し、サンパウロの新聞の世論調査では、喫煙者は包かの写真表示には注意していないと言っている。

ブラジル初の喫煙者協会がサンパウロで設立された。喫煙者の権利を守り、差別反対を掲げている。2001年1月から9月までに元喫煙者から29件の訴訟があったが、会社側が全て勝訴している。

[2] 税制

税率は74%で税率の高さでは世界5番目であるが、小売り価格は世界でも最も安い国の一つである。

従量税	小売り価格の	41.25%
付加価値税	小売り価格の	25%
その他	小売り価格の	8.48%
税負担率	小売り価格に対して	74.70%

その他

政府はアセテートウや巻紙のようなシガレット製造材料品の物品税税率を15%から30%に増税した。正規メーカーはシガレットの販売時にたばこ税からその分を還付を受ける制度になっている。

[3] 喫煙者プロフィール

ブラジルの人口1.7億人のうち喫煙者は3,000万人である。
成人喫煙率：男性 35.4%、女性 26.9%、平均 31.0% (2000年)

[4] 市場概況

- 正規市場の販売数量は1990年がピークで1,641億本。2003年にはシガレット・メーカーは合法市場で約1,000億本を販売したが、過去数年販売減に直面している。
- 合法製品の販売減は繰り返される値上げのためである。2003年末にコスト増と増税のために小売り価格が20%値上げされ、2004年初めには再び値上げされた。
- 値上げによる密輸増加が正規市場をむしばんでいる。
- 政府の密輸対策のために、パラグアイとウルガイへの葉たばこ輸出と、南アメリカ近隣諸国やカリブ諸国へのシガレット輸出に150%の課税をしている。

このために、シガレット製造数量は、1997年に最高1,830億本に達した後、1999年には1,100億本に急減し輸出数量は1998年の730億本から1999年には87億本へ急減した。輸出課税実施後、正規製品の販売数量は1999年には4.5%上がり1,015億本になった。

- 政府の努力にもかかわらず密輸製品が市場にあふれており、35%が密輸、偽造製品であると推定される。タールやニコチンを守らない偽物も売られている。これらの製品は近隣諸国、主にパラグアイとウルグアイ
- BATの子会社Souza Cruzは依然として市場リーダーで2003年には768億本を販売、シェアは76.8%であるが、2002年の819億本から減少している。
- BATの子会社Souza Cruzはトップテン・ブランドの7つを保有しており、これが密輸業者のターゲットになっている。

販売数量減のみならず製品イメージを損なうことで損害を受けている。

- ブラジル市場はBATの子会社Souza Cruzが84.0%のシェアを占め、次いでPMの子会社 Santa Cruzが15.0%、残りを中小の国内メーカーでシェアを分けている。

Souza Cruz (BAT)のシェア：2000年：85.3%、2001年：85.7%、2002年：84.0%。

Santa Cruz (Philip Morris)のシェア：2000年：13.7%、2001年：13.3%、2002年：15.0%。

製品関係データ

	2000年	2001年	2002年
Santa Cruz (PM)	13.7	12.3	15
Marlboro	6.8	6.4	6.8
Dallas Suave KS	2.7	2.9	NA
L&M KS	1.9	1.9	NA
Souza Cruz (BAT)	85.3	85.7	84
Derby Suave LS FTB	38	44.5	43.9
Free KS FTB	17.7	14.5	13.8
Hollywood KS	12.4	11.1	10.8
Sudan Febricos		NA	0.8
フィルタ付き%	99.6	99.6	100
包かタイプ別%			
ハードパック	24.8	26.6	24.2
ソフトパック	75.2	73.4	75.8
消費数量	1,040億本	1,090億本	974億本

(出典 Maxwell Report 2002/10, 2003/10)

シガレット製造関係データ (単位 100万本)

	1980年	1990年	1995年	2000年
製造数量	142,700	173,987	173,694	104,900
輸入数量	NA	NA	11	60
輸出数量	1	12,435	63,417	842

[5] 製品概要

- 政府の規定により、ブラジルのシガレット市場は"A"から"G"までの7つの価格帯に分けられている。
(価格はA < < G)
ソフト包かはA, B, C, の価格帯でしか販売できず、低タールとキングサイズ製品はC価格帯よりも安く販売することはできない。
このためメーカーは安いソフト包か製品を発売している。
- 健康への懸念と喫煙嗜好の変化により低タール製品へ移行している。
- 喫煙者が安い製品へ切り替える傾向に合わせて、Souza CruzはDerby、Philip Morris はDallasをA価格帯で発売し、他のブランドのシェアを奪っている。
- フィルタ付きシガレットのシェアは99.6%、ソフト包か製品のシェアは73.4%。
- 2002年の正規製品の平均価格は1.42リアル、密輸製品は0.78リアル。
- 主要ブランドは、Souza Cruz社 (BAT系)のDerby Suave、Free KS、Hollywood KS。Philip Morris系のSanta CruzのMarlboro、Dallas Suave KS、L&M Lights KS。

[6] 企業概要

企業動向:

1989年まではブラジルのシガレット・メーカーは国内消費向けの製造に限っていたが、国内消費減少のために過剰製造能力を輸出に向けた。

1999年に違法逆輸入防止のために輸出税制を導入したために輸出が急減した。

ブラジルのシガレット・メーカーにとっては、新しい高速機の導入を含む近代化計画の最中であるために、減産はデリケートな問題である。

数工場の閉鎖にもかかわらず過剰生産能力を抱えている。

・Souza Cruz S.A.

沿革: 1903年にポルトガルの移民Souza Cruzがリオデジャネイロで16人の従業員と毎分5本の機械1台でシガレット工場を作った。

この時のブランドはDalilaであり地元喫煙者の人気になった。

1914年にBATの子会社になりHollywood, Free, Carlton, Derbyなどのブランドでブラジル最大のシガレット・メーカーになった。製造能力は約1,400億本以上。

2003年に創立100周年を祝った。

製造工場:

Uberlandia, Recife-PE, Sao Paulo-SP, Petropolis-RJ,

Uberlandia工場で全製造数量の65%を24時間操業で製造し、それより小さなSao Pauloの工場も24時間操業。Recife工場も24時間操業が可能。

2003年4月に南部ブラジルのCachoeirinhaに新工場を正式に操業を開始した。この最新の工場は年産450億本である。これまでに5億R\$を投じた。

現在の製造数量は300億本。フル操業では858名の従業員になる。新工場によるコスト低減は10%で、年間の節減金額は350万ドルになる。

Cachoeirinhaには今後さらに4億R\$を投じて製造関係施設を拡充し、南半球最大の製造センターになる。これにはパッケージング工場とR&Dセンターが含まれている。

両方共に現在ハリオデジャネイロにあるが、R&DセンターはBATの世界での4大R&Dセンターのひとつである。

Cachoeirinha工場は20ヘクタールあるが、これはSouza Cruzの所有する土地の1/10に過ぎず、残りは自生林や湖を持つエコロジカル公園になっている。

新工場はブラジル南部の原料産地に近く、ここにはSouza Cruz最大の原料工場がある。Souza Cruzは製造をCachoeirinhaとMinas Gerais州のUberlândiaに集中している。

後者はラテンアメリカ最大の工場であり年産600億本。

主要ブランド:

Derby, Hollywood, Belimpmt, Free, Carlton, Lucky Strike。国際市場で最も重点を置いているのはHollywoodとBelmontで、ラテンアメリカ諸国で重要なブランドになっている。Hollywoodブランドは東欧で成功している。

流通:

ブラジル全土に流通網を持ち、1995年に完成した統合流通センターを持っている。

葉たばこ:

50ヶ国に輸出しており世界最大の葉たばこ輸出業者の一つ。

2.5万トンをストックできる低温葉たばこ倉庫を持ち、年間15万トン処理できる世界最大の原料庫。2001年の葉たばこ輸出量は7万1,300トンで、2000年の30.8%増であった。

その他情報:

1995年にはキューバのUnion de Empresas del Tabaco(UNETA)社と、UNETAの工場の近代化、合弁Souza Cruzはシガレットの添加物量を表示する世界初のシガレット・メーカーになる。

・Santa Cruz S.A. (Philip Morris Brazil)

沿革: Philip Morris Internationalの子会社。

RJRはブラジルで15年間事業をしていたが、利益が出ないために葉たばこ業者のDibrell Brothers Inc.へ1990年に会社を売却し、更にDibrell Brothersはシガレット部門をPhilip Morrisへ売却して出

* 国内でのシェアは低下していたが15.0%に回復(2001年は13.3%)。積極的に輸出キャンペーンを始めている。

* Curitiba工場での製造を2倍にして年間500億本にし、増えた分を東欧、中近東、アフリカへ輸出しようとしている。

フル操業になれば年間700億本輸出できるようになる。すでに年間300億本を輸出し

* CuritibaとSanta Cruz do Sulの2工場があり、85台の巻上機と包装機がある。

* 主要ブランド: Dallas(A), Mustang(B), Luxor(C), Palace(C), L&M(C/D), Marlboro(E)

・Sudan Industria E Comercio De Cigarros Ltda. (Sudan Tobacco)

100%ブラジル資本の会社であったが、1991年にアメリカの貿易会社United Mand a Inc.へ売却された。

Sudanは低価格のシガレットを製造しており、シェアは1%以下である。

*黄色種、バーレー種の販売、アメリカンブレンド・シガレット、刻の製造販売をしている。

[7] 流通

国内の26万店以上の販売店でたばこが売られている。国内で消費される数量の1/3が密輸製品や偽造製品であると言われている。

Souza Cruzは市場の変化、特に70年代と80年代のインフレ時代に迅速に対応した。現在ブラジル国内に20万店を持ち、1,500人の営業員と1,000台を超える車両を持つ自社流通網を通じて毎日3億本を配達している。受注と配達には24時間で可能。これは6箇所の流通センターと150の流通ポイントを通じてコントロール

[8] 葉たばこ概要

1. ブラジルは中国、アメリカ、インドに次いで世界第4位の葉たばこ生産国。
2003/2004年の栽培シーズンの葉たばこ生産量は830,000 ~ 850,000トンで、過去最高に達するものと推定されている。2002/2003年シーズンには636,871トンが収穫された。
2. 2000年 黄色種が43万9,450トン、パーレーが9万2,550トン、葉巻用が3万8,000トン、在来種が7,040トンであった。
3. 葉たばこ輸出国としては世界第1位である。2001年の輸出は44万3,846トン。ブラジルの葉たばこ生産量の70%が輸出されている。
輸出先はドイツが第1位、次いでアメリカ、イギリス、日本、オランダの順である。
4. トン当たりの価格は2.602ドルで1994年以来の最低である（2000年）。
5. ブラジルは契約栽培制度であり、収穫前でも全生産量を契約者へ売却するシステム。
この制度は1918年から南部ブラジルで行われている。業界は契約農家に1,500人の技術者や農業学者を耕作地に派遣して技術指導、融資を行い、葉たばこを畑から原料工場まで運搬する。
また種子、農薬、肥料を提供し、適切に使用するように指導し、土壌改良も行う。葉たばこ購買価格は事前に両方で生産者原価を客観的なデータをもとに協議のうえ決定する。
2001/02年の耕作地は28万6,180ヘクタール。
6. 葉たばこ耕作は72.3万人の仕事を提供しており、間接人員を含めれば220万人が関わっている。
耕作者の1.8%が50ヘクタールを超える大規模農家であるが、大部分は小規模農家である。
7. ブラジル南部には小規模な葉たばこ耕作者は14.8万戸あり、これらは20ヘクタールを所有しているが、このうち葉たばこ耕作地は平均2ヘクタールである。
8. BATの子会社Souza Cruzは世界最大の葉たばこ輸出国会社である。2001年には10.3万トン、2億8,020万ドルを輸出した。葉たばこたばこ製品はブラジル第4位の輸出品目である。