



中華人民共和国 People's Republic of China



たばこ産業の特徴

1. 中国は世界最大の葉たばこ生産、シガレット製造・消費の国である。
2. シガレットの市場規模は年間1兆6,980億本(2002年)で、世界市場の1/3を占めている。
3. シガレット製造数量は1兆7,225億本(2002年)。製造能力はこの倍あり、過剰設備に悩まされている。
4. パーヰニア・ブレンドが95%を占めており、高タール/ニコチン製品が多いが、次第にアメリカン・ブレンド製品が増えている。
ブランドは1,049種類あるが、大部分は地域ブランドである。
5. 1982年に設立された中国たばこ総公司(CNTC)が葉たばこ生産、シガレット製造、流通、販売を全てコントロールしている。
CNTCの下に123のシガレット工場があるが、大部分は小規模工場であり、採算上の問題がある。
6. CNTCの上部管理機関として1994年に設立された国家たばこ専売局(STMA)がCNTCを監督している。
7. 高関税のために密輸や偽造が多い。
8. 葉たばこ生産は年間210万トンで、世界の生産量の38%を占めている。
9. 外国企業との新規合併事業は認められていないが、技術協力は盛んである。

[1] 法規制

- ・警告文等：
 - 包かの側面に「喫煙は貴方の健康に危険です」との記載が義務付けられている。
 - 広告にも同警告文(スペースの10%以上)を載せなければならない。
 - タール含有量の記載も必要。タール含有量は段階的に2005年までに12mg以下に規制。
 - 2004年7月1日からタール含有量が15mgを超える製品の製造・販売は禁止。
- ・喫煙場所規制：
 - 国内線航空機は全面禁煙。国際線は自主規制。1992年7月からバス・電車等の公共輸送機関での喫煙規制も実施。公営・民営の職場、映画館・劇場、カフェ、レストランも一定の喫煙規制あり。
- ・販売規制：
 - 全ての小売店と製造業者はたばこ販売の免許が必要。
- ・広告規制：
 - テレビ、ラジオ、印刷媒体でのたばこ広告は禁止。空港、待合室、映画館での広告は禁止。
 - 競技場のビルボード、ポスターは禁止。たばこ製品の広告は事前に当局の許可が必要。
- ・販売促進活動：
 - スポーツイベントではたばこの製品名、流通業者名を出してはならない。
 - 放送、映画の始めと終わりにスポンサー名を出すことは可能。
 - 一般頒布の印刷物にスポンサー名の使用は可能。

[規制の動向]

2003年11月に中国政府は、たばこ規制枠組み条約に署名するとの意向を表明した。

[2] 税制

2001年の税制改革で、従来の等級別税率から、数量と単位当たりの価格に基づく税率により課税されるようになった。
固定基本税は1ケース当たり18.14USドルで、それにシガレットの価格に応じて従価税が加わる。
1カートン(200本)当たり6.05UDドル未満では税率は30%。
6.05USドル以上では税率は45%。国家のたばこからの税収は国家歳入の10%を占めている。

[3] 喫煙者プロフィール

- ・喫煙人口は3~3.5億人と推定されている。
- ・喫煙率
15歳以上の成人男性:53.4%、女性:4.0%、平均:28.9%(1998年)

女性の喫煙人口はもっと多いと思われる。都会地における女性の喫煙率は全国レベルより高い。若年喫煙者のうち女性が上海では29%、北京では30%を占める。可処分所得が増加しており、喫煙者数は増加すると思われる。増加は都会地よりも地方の方が多いと期待される。

[4] 市場概況

- 中国は世界最大のたばこ市場であり、2002年の消費数量は1兆6,980億本（1993年に比べて6.76%増加）。
- シガレットは主にアメリカン・ブレンドとバージニア・タイプの二つのカテゴリーに分けられる。バージニア・シガレットのシェアが95%を超えており、アメリカンブレンドの割合は非常に少ない。しかし経済やシガレット産業の発展によりアメリカン・ブレンドは特に若い喫煙者を引きつけており、シェアは増えている。
- ブランド数は1,049種類ある。ブランド当たりの平均シェアは15億本であり、大部分のブランドは地域的なものである。2002年の中国の大手ブランド“Baisha”（湖南省長沙シガレット工場製）でもシェアは2.4%、販売数量は427億本。中国の4大ブランドの合計シェアは16.05%しかない。長く存在している地元保護主義が、統一した中国市場形成を妨げている。中国のシガレット製品の国内市場は地域パワーにより強く独占化され、非常に細分化されている。
- 国内ブランドで人気があるのは「紅塔」、西側ブランドでは555 State ExpressとMarlboro。
- 毎年のシガレット製造数量は工場ごとにSTMAから割り当てられている。2002年末において、中国のシガレット製造の全体能力は3兆600億本に達しているが、2002年の実際の製造数量は1兆7,225億本であり、50%が過剰設備になっている。
- 設立以来、CNTCは国際市場の開拓の努力をしており、2002年の輸出数量は150億本に達した。中国のシガレット輸出量は製造数量に比べれば非常に少ない。葉たばこの安さと比較的安い製造コストのために、ブレンドタイプ・シガレットの輸出のほとんど90%は外国企業との「契約ブランド製造」である。北京シガレット工場のZhong Nanhaiのようなブレンド・タイプが少量輸出されているに過ぎない。現在、CNTCは固定的な海外市場を持っておらず、国際的販売網も持っていない。

シガレット統計データ（単位 100万本）

	1999年	2000年	2001年	2002年
F製品製造数	#####	#####	#####	NA
no-F製品製造数	36,740	33,970	30,330	NA
合計製造数量	#####	#####	#####	#####
輸入数量	3,440	2,088	2,129	NA
輸出数量	7,437	12,811	13,003	15,000
国内消費数量	#####	#####	#####	#####

[5] 製品プロフィール

- 中国市場は伝統的にバージニア・タイプの市場（シェア95%）であるが、アメリカン・ブレンドが伸びてい
- バージニア・タイプのみならず、ブレンド、メンソール、ハーブ・シガレットも製造している。価格帯も全ての領域をカバーしており、色々な喫煙者に対応している。国内産葉が安いためにシガレット価格は競争力がある。
- 中国は1997年以来低タール・低ニコチン化で努力しているが、これらの道のりは長い。2002年の製造1兆7,225億本のうち58%はタール含有量が15～17mg、38%は12～15mgであり、12mg以下のものは2%しかない。
- 伝統的にソフト包かの市場であったが、1990年以降ヒンジリッド包かが2倍になり、現在では市場の40%以上がハードボックスになっている。
- 中国のシガレット市場にはスーパープレミアム・ブランドを頂点とする価格帯が存在する。最高価格帯はZhonghua(中華：1箱20元3.47ドル)で最低価格帯の33倍以上であり、Marlboroの3倍。
- 主な銘柄：Chung Hwa, Camelia, Yunnan, Red Pagoda Mountain, Star Lake, Double Horse。
- 外国ブランドではState Express 555, Marlboroは現在市場でのベストセラー・ブランドであるが、輸入ブランドは1包かが1～2ドルで販売されており、ロシア（0.5ドル）などよりも高い。

[6] 企業概要

- 中国政府は1982年に中国たばこ総公司(CNTC)、1994年には中国たばこ専売局(STMA)を設立してたばこ産業の専売制を確立した。CNTCはSTMAの管理下にある。葉たばこ生産、シガレット製造、流通、マーケティング、販売、貿易、人事、財政に関して中央集権的管理が行われている。
- CNTCの傘下にある中国葉たばこ公司(CNLTC)は中国における葉たばこ栽培、キュアリング、プロセッシング、製造、貯蔵、輸送の全てを管理している。CNTLCはシガレット製造の需要に応じて、タイプ別生産量や処理などの年間収穫計画の基本計画を作る。葉たばこが収穫・処理された後、葉たばこ公司是葉たばこを契約に応じてシガレット工場へ運搬する。CNLTCはたばこ産業のニーズに適合するために、研究も行っている。
- 1985年に中国たばこ輸出入公司(CNTIEC)が、中国のたばこ輸出入事業を一元的に担当するために設立された。CNTIECはCNTCの管理下にあり、中国のたばこ輸出入事業を行う独占的組織体である。中国におけるシガレット製造のニーズに応じて、CNTIECは外国と交渉して、外国製品の輸入も行っている。

シガレット製造

- 統計によれば3つの合併事業と7つの製造ワークショップを含めて、29の省に123のシガレット工場がある。
42ヶ所の製造工場の年間製造数量は50億本以下、35工場は50～150億本、34工場は150～300億本、8工場は300～500億本、4工場が500億本以上。
製造工場と設備に関しては、中国のバックボーンのシガレットメーカーである紅塔グループ、上海グループ、長沙工場などは国際的企業と同レベルかそれより上である。
中国の大手工場は1万回転の巻上機を使用している。
- 最大規模の紅塔グループは玉溪、曲靖、洪河、大理の4つのシガレット工場で構成されており、製造数量は2,000億本、利益は25億ドルで中国たばこ産業全体の1/3を占めている。
- 中国のたばこ産業は全体として年間3兆本の刻みを製造する能力があり、巻上機の56%は7000回転、包装機の66%は400回転を超えている。DIETの年間能力は9万トンを超えている。
- 地元省政府の熱心な支持により不採算工場が多数存続している。
123社のうち70社は利益を出しているが、12ヶ所は損益ゼロ、41ヶ所は赤字で、これが中国のたばこ産業全体の収益力を弱くしている。
- CNTCは多国籍企業と技術協力によりブレンドの改良を行っている。

合併事業

外国企業は単独での投資は許可されておらず、全て合併事業の形で進出している。
しかし、当局は過剰製造設備を理由に新規の合併事業を認めていない。

JTI :

1988年にRJRが廈門にChina-American Cigarette Co.を設立。Winston、Camel、Golden Bridge(合併ブランド)などを製造。

BAT(Rothmans) :

1991年に山東省たばこ会社との合併契約により、Shandong Rothmans Tobacco Co. Ltd.を設立し新工場を建設した。

Rothmans King SizeとHorseman(合併ブランド)などを製造。

BATは2001年5月に省政府と合意書を結び、第2工場のために四川省の南西部に96ヘクタールの土地を得る権利を確保した。

しかし中央政府は過剰設備を理由に不許可とした。

四川省綿陽の国営工場とシガレット・フィルターの製造で合併会社設立の交渉をしている。

(四川省にはBATの既存工場とJTの合併事業の二つの合併会社がある)。

Philip Morris :

1993年にCNTCとの間で上海工場Marlboroの製造、国内・輸出向け銘柄の共同開発で契約を結んでいる。

Imperial Tobacco Group :

中国の巨人「紅塔」グループと合併でImperial Tobacco Groupのブランドの製造を開始した。

Imperial Tobaccoはこの合併事業のために今後10年にわたり毎年840万ドルを投資する。

中国でWestブランドを販売する予定。

たばこの合併事業は中国政府が許可していないが、Imperialはこの「紅塔」プロジェクトは提携であると主張している。

Westの製造開始は2003年末で、上海と昆明で販売される。

Gallaher Group :

イギリスのたばこ会社Gallaher Groupと上海たばこグループは2003年11月にライセンス契約を結び、中国とロシアでお互いに特定ブランドを製造・販売する。

上海たばこはGallaherのMemphisブランドを中国で製造・販売し、Gallaherは中国のGolden Deerブランドを

GallaherのLiggett-Ducatで製造・販売する。

Gallaherはすでに上海たばこのChunghwaブランドをロンドンで販売している。

Nan Yan Brothers :

香港企業であり、中国大陸でシガレットを製造しているが、全て輸出用である。

[7] 流通

- 専売法と現在の管理制度により、中国で製造されるシガレットと中国輸出入会社が輸入した外国製シガレットは、CNTCとその支社のみが販売することができる。
- 1998年にCNTCは全国的なシガレット販売と流通網スキームを作り始めた。
5年間の努力によりネットワークを作り、完成させた。
現在、CNTCの2,141ヶ所の支社が1万6,449ヶ所の卸売ステーションを持ち、中国全土の2,000の市と3万5,139の町の小売店360万ヶ所に直接製品を供給している。
ネットワーク・スキームを通じてCNTCは完全に国内市場をコントロールしている。
- 高関税のために密輸製品と偽造製品が市場に蔓延しており、違法製品の市場シェアは10%にもなると推定されている。

[8] 葉たばこ概況

- 中国は黄色種、パーレー種、オリエント葉、サンキュアード種などほとんどあらゆるタイプの葉たばこを生産している。
メリーランド種を生産している世界でも数少ない国である。
多様な種類の葉たばこの生産は、バージニア巻からアメリカンブレンドまであらゆるタイプのシガレットの製造に応えるためである。
- 中国は収穫量に関しては世界最大の葉たばこ生産国である。2002年で544の郡で467.8万人が葉たばこ栽培に従事している。
63ヶ所にスレッシング再乾燥工場があり、年間処理能力は150万トン。
平均年産は約210万トンであり、世界の全生産量の38.03%を占めている。
- 栽培管理、キュアリング、プロセッシングなどの改善により、中国の葉たばこ品質は確実に向上しており、いくつかの省の葉たばこの品質は世界的品質になったと伝えられている。
- 中国の低生産コストは品質/価格競争力を高めている。国内のニーズを満たしながら、世界のほとんどの国へ葉たばこを輸出している。
国際的たばこ企業は毎年、中国産葉への需要を高めている。
BAT、Philip Morris、葉たばこディーラーのDimonなどは、湖北省、雲南省、貴州省、山東省などで葉たばこ耕作プロジェクトを中国と協力して行っている。
- 中国の葉たばこは次第に世界のシガレット・メーカーが国際ブランドに使用するようになってきている。現在、中国のシガレット製造で使用される葉たばこ全体の98%は国内からの供給でまかなわれている。
- シガレット品質の改善と製品競争力をさらに高めるために、中国は高品質の葉たばこを輸入している。2002年までは中国は40%の関税をかけていたが、WTO加盟後、次第に関税を下げていく。

葉たばこ統計データ

	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年
生産量	#####	#####	#####	#####	#####
輸出量	60,156	77,796	92,173	113,259	113,594
輸入量	13,705	14,834	9,757	10,481	37,594

[9] 展望

中国はアジア最大の最も重要なたばこ市場であり、JPモルガンは、世界のたばこ産業での将来の勝利者は中国市場へ最初に入り、競争者に先駆けてブランドを確立し、流通網に浸透した者になると予想している。アナリストによれば政府のたばこ資産の価値は200億ドルを超えると推定しており、Philip Morris、BATについてCNTCは世界第3位の価値を持つたばこ企業である。

中国市場は関税障壁、輸入数量割り当て、外国ブランド販売に関する小売店規制などにより護られている。

中国の合法的小売店の3%しか国際ブランドを取り扱うことが許されていなかったが、規制緩和として、2003年末からライセンスを受けている中国のたばこ小売店は輸入シガレットを売るのに別に事業免許を得る必要がなくなった。

しかし中国はたばこ市場を外国の競争に開放するという約束はしていない。たばこの小売りと流通はWTOへの市場開放の約束から除外されている。

輸入シガレットは中国で買えるが、外国企業は高関税を逃れるために国内での製造販売を求めている。2003年4月20日にビジネスポスト紙は、今後2年以内にたばこ専売は廃止され、世界最大のたばこ企業が証券市場に上場されると報じている。

構想によれば、STMの管理規制機能と事業機能を分離して、事業機能を中国たばこグループ公司(CTGC)へ移し、CTGCは葉たばこ栽培、製造、流通、輸出入・販売、工業機械を担当する5つの企業を持つことになし、STMAはこの報道を直ちに否定した。

中国が2001年にWTOへ加盟したことで、輸入関税が下がり、また中国市場の開放に圧力がかかるであろう。

JPモルガンは、多少例外はあるが、2006年には外国製品のシェアは10%になると推定している(2001年時点で2%)。