



デンマーク王国 Kingdom of Denmark



たばこ産業の特徴

1. シガレット市場は年間87億本（1999年）規模。税金が高い割には消費量は安定している。
2. Skandinavisk Tabakskompagniはデンマーク市場でメイン・プレイヤーであり、シェアは96%以上である。
3. House of Princeブランドはデンマークでシガレット販売の97%のシェアを得ている。
4. 販売されている全シガレットの25%が手巻きたばこである。
5. パイプたばこの人気が高い市場である。
6. 女性の喫煙率が男性をわずかではあるが上回っている。
7. 伝統的にデンマークは喫煙者に非常に友好的であるが、変化の兆候が見られる。

[1] 法規制

警告文等：

包かの表面には、「EUの厚生大臣:たばこは著しく健康を害する」を表示、裏面には4種類の警告文をローテーションで記載しなければならない。

包かの側面にはTN含有量を記載する必要あり。

喫煙場所規制：

国内線は全面禁煙。バス、鉄道、国際線は規制されている。

劇場、映画館は全面禁煙。ホテル、カフェ、レストランは大幅な規制はされていない。

広告規制：

テレビ、ラジオ、映画、ビルボードによる広告は禁止。

新聞・雑誌広告は政府と業界との自主協定で管理されている。

スペース、位置、警告文のスペース（最低15%）等について規制されている。

広告には若者、医療関係職員、有名人の写真の使用が禁じられている。

社会的成功をイメージする広告も禁止されている。

警告文「医務総監は、喫煙が貴方の健康に危険であると考えている」を併せて掲載する必要あり。

販売促進活動：

サンプリングを含め禁止されている。

イベントのスポンサーになることについて規制されている。

飲食物と一緒に販売されている店を除いて、POP広告は大きな規制はないが、たばこの販売は他の物と明確に区分しなければならない。

(規制の動向)

他のノルディック諸国よりも反喫煙規制は少ないが、これは現在変わりつつあり、2002年1月1日から発効する全面的広告禁止について議論が沸いている。

EU委員会のたばこ広告禁止の提案はEU議会に支持されており、EUのシガレットメーカー、新聞、その他のメディアの強力なロビー活動にもかかわらず、2006年10月1日までは広告は完全に禁止されることにならう。

[2] 税制

デンマークはEUで一番税金が高い。

最も一般的なブランドの税率

従価税	小売価格の	21.22%
付加価値税	小売価格の	20.00%
特別税		77.1 USドル/1000本
税負担率	小売価格に対して	79.10%

輸入シガレットについてはEUの関税率は70.3%から68.4%に引き下げられた。

噛みたばこの輸入関税は49.4%。それに加えて噛みたばこの税率は、付加価値税を除く小売価格の23%である。

湿り噛みたばこの税率は付加価値税を除く小売価格の39%である。

輸入パイプたばこの輸入関税は95.9%から88.9%へ下がっている。

[3] 喫煙者プロフィール

EU域内で最高税率にもかかわらず喫煙者数は減っていない。

成人人口の30.8%が工場製シガレットを喫煙し、女性はわずかに男性を上回っている。

人口510万人のうち、喫煙者は160万人である。

[4] 市場概況 (シガレット)

- デンマークのシガレット小売価格はデンマーク競争評議会で決定されていたが、79年の歴史に幕を閉じて、1992年1月1日にこのやり方は廃止された。
価格自由化政策は、ディスカウント品としてシガレットを利用できるスーパーマーケットから歓迎された。
小売りマージンは5.7%であり、これが輸入シガレットが入りにくい原因の一つになっている。
- 年間のシガレット消費市場は87億本規模。
1993年に急激に減少して79.9億本になったが、その後消費は再び増加に転じた。
一時増加したRYOシガレットの喫煙者が工場製シガレットに転向したことが増加の理由の一つである。
- デンマークのたばこ市場はScandinavian Tobacco Company(ST)に支配されている。
同社はあらゆる市場トレンドや変化を注意深くモニタしており、必要とあればすぐに製品を出せる状態にあり、新製品の発売には大規模な広告キャンペーンが行われる。
シェアは96.3%。STの独占を崩そうとする試みが時々なされるが成功していない。
マーケット開発の機会はデンマークでは非常に限られている
- デンマークの喫煙者はEU域内の免税販売の廃止により、国内製シガレットに戻っている。
- ノンフィルタ・シガレット(1994年当時は16%)の犠牲の下にフィルタ付きシガレットの消費数量が増加している。
現在国内で消費されるシガレットの約10%がノンフィルタ・シガレットである。
しかしこの割合は今後更に減ると予想されている。
- 量的には少ないが、外国製品の輸入が増えている。
主にMarlboroで全市場の約2.2%のシェアを得ている。
デンマークで消費されるシガレットの約3%が輸入製品である。

(噛みたばこ)

噛みたばこの製造と消費の両方ともに1998年には減り、消費は1999年も引き続き減少するものと思われる

これらの製品の愛好者が減り、特に若者に魅力がないためである。
減少してはいるが、トローチタイプの噛みたばこは好まれているようである。

(パイプたばこRYO)

業界情報によればパイプたばこの製造は毎年1%ずつ減少しており、RYO用のたばこの製造は毎年2%減少し

減少の主な理由はRYO用に適している刻の税率を高くしたためである。
そのために喫煙者の一部は工場製シガレットへシフトした。
工場製シガレットを買うよりもRYOの方がかなり安く、パイプたばこや刻たばこの85%がRYOシガレットに使われ

パイプたばこの税金が安いためにこの方法が起きている。

シガレット統計(単位100万本、出典 Gain Report 1999)

	1997年	1998年	1999年
フィルタ付き	10,912	11,152	11,500
ノンフィルタ	1,350	1,240	1,200
合計製造数量	12,262	12,392	12,700
輸入数量	1,141	1,640	2,000
輸出数量	4,329	5,523	6,000
国内消費数量	9,074	8,509	8,700

[5] 製品概況 (シガレット)

- House of Prince社のPrinceは1957年に発売され、アメリカンブレンドにフィルタを付けた製品として有名である。
2000年のPrinceファミリーのシェアは52.1%。
主要ブランドはPrince RedとPrince Lights、House of Prince社のシガレットは1999/2000年には5.5%伸びた。
この現象の主な理由の一つは1999年にEU域内の免税販売中止であり、これにより多くの喫煙者が自国の販売店に戻ったためである。
- House of PrinceのPrince(HofP)はスカンジナビアでは一番よく売れており、2000年のシェアは44%である。
- 世界のほとんどの市場へも進出しているMarlboroの名前を使っているPhilip Morrisは、愛国的な小国デンマークの市場では2%のシェアである。

シガレット・ブランドのトップテン（2001年）

ブランド	シェア%
Prince Red	23.50%
Prince Lights	15.20%
Cecil Red	8.20%
Prince Red 100'	5.90%
Look Red	5.80%
Cecil Green	5.20%
Look Menthol	4.90%
Look Lights	4.90%
Prince Lights 100'	4.40%
Prince Ultra Lights	3.10%

（全てHouse of Prince製）

（RYO）

RYOたばこの消費は最近工場製シガレットに比べて人気が下がっている。これは税制の変更によりノルウエーと同じようにRYOのインセンティブが下がっているためである。成人人口の9.4%が愛用しているが、女性54対男性46で女性の方が愛用者が多い。手巻きよりもシガレット・チューブ(94%)がデンマークのRYO世界の特徴である。この市場はEscortブランドが支配している。デンマーク市場でのOrlikのシェアは昨年87%から90%に増加したが、ドイツとの国境貿易の増加により事業は危うくなっている。

（パイプたばこ）

他のノルディック市場ではほとんど無視できるパイプたばこは、異常なほどデンマークでは人気がある。成人人口の約5%が常時パイプたばこを喫煙しており、2000人の女性パイプたばこ喫煙者がいる。デンマークには200のブランドがあり、リーダーはOrlik社でシェアは76%、同社のGolden Sliced (15.2%のシェア)、MacBaren Mixture (15.1%)、Sweet Dublin Mixture (14.5%)がある。年間の市場規模は約500トン。Orlikはこの市場でも76%のシェアを持っている。特に2000年に競争会社のAlfred & Christian Pertersenを買収してからシェアが大きくなっている。

（葉巻）

葉巻はSTのビッグ・ビジネスであるが、デンマークの葉巻市場はそれほど大きくはない。市場規模は年間1.5億本(葉巻440万本、両切り葉巻2,670万本、シガリロ1億2,340万本)。葉巻は1994年の2億本から1998/99年には1.5億本に減少。STは市場の90.8%のシェアを持っている。STは子会社のNobel Holdingを通じてヨーロッパで手広く事業を行っており、1999/2000年には合計で7億500万本を販デンマークのトップブランドにはFlora Danica、Manne Corona、Apostoladoがある。

[6] 小売り流通

全国的に14,000店の専門販売店がある。

[7] 企業概要

Skandinavisk Tobakkompagni A/s(ST) :

各種たばこ製品を製造する別会社で構成されている。デンマークでの独占的シガレット・メーカーであり、市場シェアは97%。1993年に一時的に製造が減少したが(109億8,000万本)、その後以前の水準にまで製造は回復し(約120億本)、増加さえしている。スウェーデン及びノルウエー市場向けにライセンス製造で年間40億本を製造し、他のヨーロッパ諸国へも輸出している。東欧ではラトビアとポーランドで工場を買収している。1972年にNordisk British/American Tobaccoと合併している。ST社は特にギリシャとドイツで"Prince"シガレットの販売は非常に成功している。ギリシャとドイツだけでなく、"Prince"は重要性の低い市場でもマーケット・シェアを維持している。同社はデンマーク市場の嗜好の傾向と変化を注意深くモニタリングすることにより現在のシェアを維持している。デンマークであらゆる喫味セグメントをカバーすることが同社の方針である。ST社は葉巻市場でも90.8%のシェアを持っている。ST社は子会社のNobel Holdingを通じてヨーロッパで手広く事業を行っており、1999/2000年には合計で7億500万本を販売し、世界でも最大の葉巻製品輸出業者になった。2000年にはST Cigar Group Holdingsをオランダに設立して、持ち株会社の事業活動を取得した。

House of Prince :

Skandinavisk Tobakkompagni A/s(ST)の関連会社。シガレットのシェアは98%。House of Princeの主なブランドは、Prince、Look、Cecil and Kings、リーディング・ブランドはPrinceでノルディック市場のシェアは44.7%である。HofPの世界販売数量は1999年で264億本。HofPの免税売店の売上げはEU域内の免税販売廃止により5%に落ちた。

Nobel Holding社：

ST社の子会社。

1996年にNobel HoldingはBATからHenri Wintermans (HW)を取得して、大きな葉巻製造能力を得た。

1997年にHWは親会社になり、HWは再び純粹の製造子会社になった。

葉巻、シガリロ、チューイングたばこを製造し、葉巻市場では93%、チューイングたばこでは100%のシェアである。

63%は国内で消費されている。

Orlik Tobacco Company：

STが50%の株式を所有しており、44%はAssens Tobaksfabrikが、6%はC B Moeller&Co.が所有しており、5大ヨーロッパ・スモークたばこメーカーの一つである。

デンマークでのパイプたばこ市場で76%のシェアを有する。

2000年に競争会社のAlfred & Christian Pertersenを買収してシェアを伸ばした。

年間の市場規模は約500トンである。RYOも製造している。

House of Oliver Twist：

1805年に設立されたデンマークで一番古いたばこ会社で、手作りのチューイングたばこを製造しており、主に輸出向けである。

Philip Morris：

シェア2.0%。

その他：

BAT、Rothmans、JTIの3社を合わせてもシェアは1%である。

[8] 葉たばこ概況

輸入量 1万6,000トン 輸出量 2,500トン (2000年)