

**香港 (中華人民共和国)**  
**Hong Kong**  
(People's Republic of China)

**たばこ産業の特徴**

1. 香港市場は国際ブランドのアメリカン・ブレンドが(95%以上)支配しており、次いでメンソール、バージニア・タイプとなっており、大部分が高価格帯に属している。
2. 2002年の消費数量は45億本(2003年は人口増により推定8%増の49億本)。
3. 香港で製造されるシガレット(2002年で126億本)は大部分が輸出向けであり、輸出需要に応じるために香港で製造されるシガレットはバージニア・タイプである。
4. 地元シガレット・メーカーはNan Yang Brothers、Hongta、香港たばこの3社ある。
5. 1991年にたばこ税が増税になって以来密輸は大きな問題になっており、香港で消費されているシガレットの40%が密輸製品であると推定されている。
6. 香港の喫煙者率は過去20年間大幅に減少し続けており、香港は世界でも最も喫煙率の低い国の一つである(喫煙率12.4%)。
7. 喫煙規制が厳しい市場であり、1990年から電波媒体広告は禁止されている。

**[1]法規制****警告文等:**

包かのトップの所に白と黒で大きく健康注意表示を行い、タール量も表示しなければならない。シガレットの包かに表示する警告文に新たに3種類が加わった。「喫煙は子供に有害」、「喫煙は呼吸器の病気を引き起こす」、「喫煙は肺ガンを引き起こす」。

**喫煙規制:**

国内線航空機、バス、電車、映画館、劇場、銀行、デパート、スーパーマーケット、ショッピングモールでは禁煙。

200席以上の規模のレストランは少なくとも1/3は禁煙席を設けなければならない。

政府・公営機関の職場では、一定の状況下で禁煙。

**販売規制:**

未成年者へのシガレット販売禁止。タール20mg以上のシガレットの販売は違法。

スモークレス・シガレットの販売禁止、自動販売機禁止。

**広告規制:**

POS広告を除き広告禁止。POS広告には健康注意表示とタール群を明記必要。

**販売促進:**

サンプリング禁止。スポンサーシップは原則禁止。

**[規制の動向]**

香港の反喫煙運動は活発である。

マーケティング活動を規制した後は、未成年者や公共の場所での禁煙運動に向かっている。

2001年に香港政府は以下のような規制案を提案した。

- ・全てのレストラン、バー、カラオケ店での喫煙禁止。
- ・教育施設の屋外、屋内での喫煙禁止
- ・バスハウス、ナイトクラブ、マージャン店を含むライセンス店を除き、全ての屋内職場での喫煙禁止。
- ・現在は、露店と従業員が2名を超えない小売店でのたばこ広告ディスプレイは許されているが、これの廃止。
- ・価格ボードと価格表の大きさの指定。
- ・他の商品との抱き合わせによるたばこ製品販売の禁止。
- ・すべてのスポンサー付きイベントにたばこのブランド名を使用することの禁止。
- ・たばこ製品に絵とグラフィックによる注意表示をすること。
- ・たばこ管理庁に強制執行の権限を与えること。

香港政府は2002年7月に提案に対するパブリックコメントの結果を発表した。

大部分は政府提案を支持している。一番議論を呼んだのはレストラン、バー、カラオケでの喫煙禁止である。

政府は寄せられたコメントを検討することを約束し、2003年末前に立法院へ修正案を出す予定である。

## [2] 税制

従量税	シガレット1,000本当たり	580 HK\$
従価税	輸出品、輸入品に課される	
VAT(付加価値税) システムはない。		
小売価格に対する税負担率		51.90%

香港政府は2002年7月に地元住民が帰国するときの免税特権を修正した。  
18歳以上の香港住民が24時間以上香港域外に滞在した後入国する際に持ち込める免税たばこはシガレットが60本、あるいは葉巻15本、あるいはたばこ製品75グラムである。  
密輸を防ぐために香港たばこ協会と関税物品税局は、1994年以来シガレット押収通報報償制度を実施して

## [3] 喫煙者プロフィール

香港の喫煙者率は過去20年間、大幅に減少し続けており、香港は世界でも最も喫煙者率の低い国の一つである。

15歳以上の喫煙者率は1982年の23.3%から、現在の調査によれば12.4%に減っている。

喫煙者数は人口増により1990年の69.2万人から、2002年には82.5万人に増えている。

1日の喫煙本数は1982年の16本から現在は13本に減っている。

女性喫煙者の低喫煙率は伝統的に女性の喫煙が軽蔑されてきたためである。

女性の社会進出が進んでいるにもかかわらず喫煙者率が低下しているということは、それだけ健康意識が高まっていることを示している。

男性の喫煙者率も低下している。男子で喫煙者率が上昇しているのは唯一15～19歳の年齢層である。

男子で喫煙者率が最も高い年齢層は50～59歳である。

1人当たりの喫煙本数は増えそうにないが、人口増により総消費本数は増えるであろう。

成人喫煙率(2000年)	若者(15歳)の喫煙率
男性 25.2%	男児 17%
女性 4.4%	女児 13%

### 喫煙率の推移

	1982年	1990年	2000年
喫煙者数(単位 1,000人)	888.4	691.9	692.5
15歳以上の喫煙者率 %	23.3	15.7	12.4

(出典 Gain Report 2003)

## [4] 市場概況

- 2002年の消費数量は約45億本、2003年は8%増の約49億本。
- 2002年のシガレット製造数量は中国やフィリピン向けの輸出需要が増加したために、13%増の約126億本であった。  
香港の製造能力は十分にあるが、主要輸出市場の中国の需要が減りつつあるために製造数量は頭打ちになっている。
- 香港市場はアメリカン・ブレンドが支配(95%以上)しており、次いでメンソール、バージニア・タイプとなっている。  
大部分が高価格帯に属している。トップ・テンはMarlboro、Hilton、Salem、Victory、Kent、Winfield、Winston、More、Virginia、YSLである。  
キングサイズ・フィルター製品が市場の約92%以上を占めている。
- ユニークなブランドDJ Mixが昨年香港で発売された。DJ Mixはフルーツ・フレーバーが特徴である。  
レモン・フレーバーは2002年に市場でテスト販売された。この新製品の韓国や日本市場での反応に比べて、香港での反応ははかばかしくない。  
これは香港の喫煙者が比較的保守的なことも原因している。  
2003年にはイチゴ・フレーバーの製品が発売された。
- 広告禁止以来、マーケット・シェアは固定化する傾向にある。Marlboroの強さによりPhilip Morrisが市場を60%獲得している。
- 香港で製造されるシガレットは大部分が輸出向けである。  
最大の輸出市場はベトナム、トルコ、フィリピン、中国本土である。  
これらの輸出市場はバージニア・タイプを好むために、香港で製造されるシガレットはアメリカン・ブレンドではなくて、イギリス・タイプである。  
2002年にはフィリピン向け輸出は62%、中国向け輸出は74%増加した。  
フィリピンへの大幅増加は輸入政策の寛大さと輸送経費が安いことが原因している。  
中国への輸出増は深土川や珠海の免税売店での香港製シガレットの需要が増えたためである。  
昨年、香港やマカオへの中国人観光客が中国のビザが緩和されたために大幅に増えた。  
中国の免税売店の需要のみで、昨年香港たばこメーカー1社で60～70%も増加した。  
2003年は香港でのSARS発生の影響で中国人観光客が大幅に減り、免税効果は無くなり輸出や製造は減るであろう。

香港のシガレット関係統計データ (単位 100万本)

	2001年	2002年	2003年
フィルタ付き製造数	11,136	12,554	12,600
ノンフィルタ製造数	0	0	0
合計製造数量	11,136	12,554	12,600
輸入数量	21,158	20,460	20,400
合計供給数量	32,294	33,014	33,000
輸出数量	27,831	28,497	28,119
国内消費数量	4,463	4,517	4,881

2003年は推定

(出典 Gain Report 2003)

[5] 製品プロフィール

- 香港で消費されるシガレットの約90% はアメリカンブレンド製品である。香港で販売されるシガレットの99% がフィルター付である。キングサイズ製品が市場の約92% を占める。次に人気の高いのは100 ミリ製品で7%を占める。
  - Marlboroのシェアは1970年代から一貫して増加しており、現在市場のほぼ半分を占めている。Marlboroの成長はPhilip Morris の優れたマーケティング戦略によるもの。これにより、競争銘柄のWinston やViceroy などの国際銘柄やGood CompanionやDouble Happinessなどの地場銘柄は食われている。
  - Salem は1993年にシェア10% 強を占め、第2 位銘柄となった。これは近年のメンソール製品の人気上昇を反映するものである。
  - Marlboroなどのプレミアム・ブランドの小売価格はHK\$32。地元銘柄のDouble HappinessはHK\$ 22。
  - 香港の喫煙者はより一層健康に関心を持つようになってきているために、タールやニコチンの含有量が少ない製品へ移行する傾向が明白である。
- 2002年にテストした85ブランドの内、低タール・グループ (0~9mg) は37ブランドあり、中タール・グループ (10~14mg) は34ブランド、高タールグループ (15~17mg) は14ブランドであった。

タール・ニコチン平均含有量の推移

	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年
タール含有量 mg	12.4	11.6	11.2	11.2	10.8
ニコチン含有量 mg	0.97	0.9	0.87	0.87	0.85

(出典 Gain Report 2003)

シガレットの卸売り価格、小売り価格 (単位 HKドル)

	卸売り価格 (200本当たり)	小売り価格 (20本当たり)
Double Happiness	199 HKドル	22 HKドル
Salem	289 HKドル	32 HKドル
Mild Seven	289 HKドル	32 HKドル
YSL	316 HKドル	35 HKドル
Winston	235 HKドル	26 HKドル
Kent	289 HKドル	32 HKドル
Dunhill	289 HKドル	32 HKドル
Rothmans	298 HKドル	33 HKドル
Marlboro	289 HKドル	32 HKドル
Philip Morris	244 HKドル	27 HKドル
Virginia	289 HKドル	32 HKドル

(2001年10月以降変更無し)

[6] 流通 (密輸)

公式統計によれば香港は2002年に約205億本輸入したが、密輸製品は国内消費数量の約40%を占めていると推定されている。  
1,000本当たり804 HKドルの高税率が密輸の動機になっている。  
また、中国南部から香港を経由して色々な国へ密輸出されている。

[7] メーカー概要

中国がWTOへ加盟したことにより、香港のたばこ企業は中国市場に足掛かりを作ろうとしている。  
Philip Morrisがシェア60%、BATが23%、JTI(RJRI)が13%、Nan Yang Brothers Tobacco Co.が4%となっている (1999年時点)。

地元企業

製造工場はNan Yang Brothers、Hongta、香港たばこの3つある。  
2002年には3社で126億本を製造、2001年に比べて13%増加した。  
製造が増加した理由は、新工場が軌道に乗ったこととである。  
Nanyang Brothersは1998年に新工場へ移転し、Hongtaは1999年に操業を開始した。  
第2の理由は、中国やフィリピンへの輸出需要が増加したことである。

• **Nan Yang Brothers :**

香港最大の工場を持ち製造能力は年間150億本。2002年の製造本数は110億本。その内わずか2~3%しか地元市場では販売しておらず、残りは輸出している。この工場は人気のある中国ブランド“Double Happiness”を製造している。また、“Business Club”、“DJ Mix”を製造している。“Business Club”は中近東のEuropean Tobacco社が所有するブレンド・シガレットである。

• **Hongta :**

中国本土の企業が所有する香港の工場である。これは、中国本土以外で製造を許可されている唯一の中国のたばこ会社である。1999年の年産8,500万本から、2002年には7億1,800万本になっている。“Hong Ta Shan”という中国ブランドのシガレットを製造している。香港たばこという代理店を通じて香港で流通販売している。香港での販売の他に香港で製造された“Hong Ta Shan”は台湾市場でも販売されているが、これが高製造コストにもかかわらず香港で中国工場を作る理由になっている。Hongtaは“Ao Uy”という名前のシガレットをマカオへも出している。また、Brass、Plaza、Strand、Marble、Eastern Blue、Easter Redのようなブランドをライセンス製造している。Hongtaは半製品を中国から輸入して、香港で巻上げと包装の最終工程で製造している。

• **香港たばこ :**

2002年に8億7,900万本製造した。同社はChampionと呼ばれるメンソール・シガレットを東南アジア諸国へ輸出している。

**国際企業の動向**

- 中国への統合により戦略的重要性が増す中、Philip Morris が主導権を握りつつある。PMの優位はMarlboroの成長によるもの。
- BAT のKentは徐々にシェアを回復しつつある。同社は、製造基地を香港からマレーシアへ移転した。
- JTIは“Salem”のシェア増大が大きな支えになっている。JTI香港はスイスのJTIの管轄下にあったが、中国でのビジネス・チャンスに合わせて2003年4月に新しい会社を作り、中国と香港専門の事業ポートフォリオを展開している。新しい会社はJT(HK) Ltdと言われ日本の親会社JTの管理下に入った。この再構築は中国たばこ専売とJTと密接な関係が反映している。この再構築により中国大陸でのJTの事業にはより有利になるであろう。

主要シガレット・メーカーのシェア(%)

	1994年	1995年	1998年	1999年
Philip Morris	52.9	54.9	60	60
BAT	22.4	21.6	20	23
JTI (R.J.R)	18.2	17.4	14	13
Nan Yang Broth.	1.6	1.3	na	4

(Source: TMA)

**[7] 葉たばこ概要**

2002年の香港の葉たばこ消費量は黄色種が4,328メトリックトン、パーレー葉が607メトリックトンであっ葉たばこは全て輸入に頼っている。輸入国は黄色種がジンバブエ(44%)、中国(32%)、パーレー葉はギリシャ(34%)、中国(26%)である。アメリカ産パーレー葉は第4位(16%)、米国産黄色種は少量(4%)である。

**[8] 展望**

香港では喫煙者数は1990年の69万2,000人から、2002年には82万人に増えている。これは人口の自然増加によるためである。喫煙者率は下がり、平均喫煙本数も減少気味であるが、人口増による販売数量は増加するであろう。しかし正規の課税シガレットは1990年の水準から50%以上減少している。明らかに多くの喫煙者は密輸製品を求めている。政府は密輸品防止に重点を置いている。他の成熟市場と同じように、香港の反喫煙運動は活発である。マーケティング活動を押さえた後、規制は未成年者の禁煙や公共の場所での禁煙に向かっており、規制はより厳しくなるであろう。