



インド  
India



### たばこ産業の特徴

1. インドは世界第2位の葉たばこ生産国であるが、シガレットに使用される葉たばこ原料の割合はわずかに14%に過ぎない。
2. ビディは1億人の愛用者があり、消費本数はシガレットの12倍と推定されている。増税や規制はシガレットが中心。
3. シガレット市場は1998年の年間消費数量1,042億本から、増税により2002年には878億本へ急減。2003年には915億本に回復。最近2年間は4%の伸びを示している。
4. ノンフィルタのバージニア製品のシェアが高いが、最近、シェアが落ちている。
5. インド経済の好調のためにキングサイズ・フィルタ製品の伸びが顕著。
6. インド民族系3社でシガレット全体の90%を占めている。
7. 外国資本のたばこ企業進出は非常に制約を受けている。
8. 政府は2003年に強力な喫煙規制に乗り出した。

### [1] 法規制等

#### 警告文：

シガレット包装正面に "Smoking is injurious to health." と表示する必要がある。NT値は今後表示の方向。

#### 喫煙場所規制：

国内航空機、映画館、劇場、政府・州の公共の職場は全面禁煙。駅、公共輸送機関は全面禁煙。ホテル、レストランでの喫煙規制の方向。

#### 広告規制：

シガレットやたばこ製品の広告全面的禁止の方向へ進んでいる。

#### 販売規制：

未成年者への販売禁止。教育機関から100メートル以内での販売禁止。ムンバイ、グジャラートなど複数の州政府は噛みたばこを禁止している。

#### 販売促進活動：

スポーツや文化イベントのスポンサーシップ禁止に向けて進んでいる。

#### 規制の動向

- ・ 大統領、たばこ法案を承認(2003年5月)。この法案はシガレットや他のたばこ製品の広告の全面的禁止と、メーカーによるスポーツや文化イベントのスポンサー・シップを禁止している。包かに図や写真で健康注意表示することも求めている。中央政府により通告される日からこの法律は有効になる。この新しい法律はたばこ産業を中央政府の管理下に置くことを求めている。
- ・ インド政府はインド国内に100%外資によるシガレット企業設立を禁止する法律を作り、外国企業による市場支配を除外しようとしている。
- ・ インド政府は反シガレットに重点を置いており、他のたばこ製品は置き去りにしている。ビディが反たばこ運動の枠外に置かれているのは強力なロビー活動のためであると言われている。
- ・ ムンバイ政府は噛みたばこの製造、販売、貯蔵、展示の5年間禁止命令を出した。2002年8月1日から施行された。タミールナドゥー、ケララ、アンドラ、パラディッシュ、ゴア、グジャラートの各州はすでに同様の禁止令を出している。禁止の理由は学校や大学の学生が多数中毒にかかっているためであるとされている。

### [2] 税制

連邦税は物品税として課税されている。1987年に従価税から、シガレットのタイプとサイズにより違う従量税に変わった。

- \* 長さ60mm未満のノンフィルタ・シガレットは46インドルピー (0.97ドル)/1000本。
- \* 長さ85mm以上のフィルタ付きシガレットは1,545インドルピー (32.7ドル)/1000本。
- \* 19の州は州税として関税や釐済税が2%~20%課税されている。
- \* ビディの税率は6インドルピー (0.12ドル)/1000本。ビディと噛みたばこの物品税はシガレットに比較して非常に税率は低く、税率はキログラム換算でビディがシガレットの21倍、噛みたばこが17倍である。

#### 課税の動向

2003年4月からたばこに付加価値税(税率12.5%)が各州で課税されることになり、シガレットや他のたばこ製品の価格が値上がりした。

### [3] 喫煙者プロフィール

インドの喫煙者2.5億人のうち14%がシガレット喫煙者、48%がビディ、38%が嗅ぎたばこと噛みたばこのユーザーである。  
何らかのたばこ製品を消費する者は成人男性の60%。  
インドでは女性の喫煙は社会的に許されていないが、最近では女性でも特に噛みたばこの消費が増えている。  
これは社会的に上下層階級の両方で見られる現象である。  
シガレットの消費本数は年間101本で、世界平均の10%以下である。

### [4] 市場概況

- インドのたばこ産業は約2,600万人の生活を支えており、喫煙人口は2億1,500万人。
- ビディたばこは1億人の愛用者がいる。噛みたばこも人気があり、7,500万人の愛好者がいる。ビディたばこは零細企業あるいは1人作業で作られる手巻きたばこ。インド全土では500万人がビディを巻いていると推定されている。ビディの販売数量は把握できないが、シガレットの12倍であるとされている。過去数年、北米、中近東、ミャンマーへのビディの輸出が増えている。
- インドは世界第3位の葉たばこ生産国であるが、シガレットに使用される葉たばこは全体のわずか18%。シガレット会社はたばこ産業から徴収される税金全体の90%を負担している。シガレット産業はビディたばこ競争しなければならない構造になっている。
- インドでは購買力が低いために、バラ売りやノーブランドのシガレットが多く売られており、60~70%がバラ売りである。
- 2002年には工場製シガレットの平均価格は、20本入りで57%も値上がりした。
- 年間のシガレット消費数量は1998年3月末のピーク1,042億本から、2002年3月末で878億本に減少。しかしその後減少傾向は止まり、2003年には915億本になったと推定され、トンネルの先に明るさが見られるようになった。
- 2003年の製造数量は930億本と推定されている。
- 最近のインドの経済成長が好調のために、キングサイズ製品、特にキングサイズ・フィルタ製品がシェアを高めている。東アジアに比べてインドはノンフィルタ・キングサイズ製品の販売が重要である。シガレット会社はノンフィルタ製品には力を入れていない。ほとんどのシガレット会社はフィルタ付き製品で利益を得ている。ITC、VST、Godfrey Philip 3社の販売数量減少にもかかわらず、プレミアム・フィルタ製品の増加で利益を得ている。インドの3大企業で工場製シガレットの97%を占めている。
- インドのシガレット市場の規模に魅力があるために、多国籍企業の何社かは強力に参入を図ろうとしているが、インド政府は新たな投資や製造能力の拡大を制限しようとしている。現在のところ、Philip Morris、BAT、JTIが計画を縮小させられている。
- 免税販売用以外はシガレットの輸入は認められておらず、外国ブランドのインド国内での製造は不可欠である。インドのシガレット市場へ参入しようとしている外国資本の勢いは低下しているようである。ITCと提携しているBATの"State Express 555"や"Benson & Hedges"の販売は、密輸製品のためには成果は得られていない。
- インドのシガレット輸出数量は少ない。2000年の11.4億本から、2000年にはわずかに増加した。インドの主要輸出先はUAEであり、2000年は3億9,800万本、2002年は5億本。マレーシアへの輸出は1999年が3億本であったが、その後減少している。マレーシア製の高品質製品がインドからの輸出を妨げている。シンガポールへは2000年に7,300万本を輸出した。
- Philip MorrisはMarlboroをインドでGodfrey Philip Morris India(GPI)を介さずに直接販売する方針を2003年5月に発表。PMIはこの貴重なブランドを直接コントロールする。Philip Morris Service India SA (PMSI)は非独占的販売契約をBarakat Foods and Tobacco Pvt Ltd (BFT)と結びMarlboroをインドで販売する。PMSIの監督下にBFTが販売促進を行う。Marlboroはスイスで製造しPMSIが輸入する。20本入り75ルピー。Marlboroのインド国内での製造は、インド政府の現在の方針では新しい製造ライセンスを与えないであろうと見られている。

インドのシガレット統計データ(単位 100万本)

	2001年	2002年	2003年
フィルタ付き	36,000	38,000	40,000
フィルタ無し	50,300	52,000	53,000
製造本数計	86,300	90,000	93,000
輸入本数	40	55	60
輸出本数	950	1,100	1,900
国内消費本数	85,390	88,955	91,160

(出典 USDA)

シガレットの市場シェア(%)

	1999年	2000年
<b>India Tobacco Co.(BAT)</b>	<b>78.2</b>	<b>80.7</b>
Wills family	21.2	21.3
Scissors	16.2	15.5
Bristol	7.3	6.8
Charminar (filter)	6.9	6.5
<b>Godfrey Phillips India</b>	<b>12.3</b>	<b>10.5</b>
Four Square Filter Kings	5.4	4.2
Cavenders Magnum (plain)	3.4	3.2
Red & White Filter	3.2	2.4
<b>Golden Tobacco Company</b>	<b>9.3</b>	<b>8.7</b>
Panama (plain)	6.5	5.4
Chancellor	2.1	2.4
<b>National Tobacco Company</b>	<b>0.2</b>	<b>0.1</b>
Regent	0.2	0.1
<b>消費本数</b>	<b>985億本</b>	<b>959億本</b>

(出典Maxwell Report)

## [5] 製品プロフィール

- ・ インドのシガレット市場は非常にバージニア・ブレンド志向である。
- ・ 他のアジア諸国に比べてインド市場は依然としてレギュラーのノンフィルタ製品のシェアが高いが、最近ノンフィルタ製品のシェアは落ちている。  
2002年に製造されたシガレットの57%がノンフィルタである。  
2002年の増加はプレミアム・フィルタ製品によるものである。  
これはインド経済好調が原因である。
- ・ ビディは25本入り2インドルピー（0.04ドル）で販売されている。  
これはシガレットの平均価格の1/5以下である。
- ・ 70mm未満の長さのシガレットは税制上有利であるために価格は安い。  
このカテゴリーのフィルタ付きのシェアは60%を超えている。  
ショートフィルタ・シガレットの "Bingos" は一番人気があり、シェアは47.8%ある。
- ・ 60～69mmのブレンシガレットはノンフィルタ・セグメントであり、シェアは20%。
- ・ 平均的価格は10本当たり5ルピー、高級品は20ルピー。プレミアム・セグメントはインド市場全体の5%。
- ・ 包装形態は80%が10本詰めのシェルアンドスライドであるが、過去4～5年市場はシュエル・アンド・スライドからヒンジリッド包かへ移行しつつある。  
フィルタ・セグメントは全てフリップ・トップになっている。
- ・ 製品ミックスの改善：  
1998～2002年のシガレット・メーカーの製品ミックスはかなり変化した。  
キングサイズとフィルター付きが全体の80%を占めている。
- ・ ITC、プレミアム・ブランドを発売：  
20年前に発売したWills Classicのハイエンド製品Wills Insigniaを発売。  
同社として最も高価な20本入り100ルピー。  
97mmサイズである。  
John Player Black、Cartier、Dunhillなど国際ブランドに対抗するものである。

## [6] 小売り流通（密輸）

全国3000の町、600,000の村にわたって存在する売り子が1人の小規模店舗で、シガレットが売られている。

これらの店ではシガレットの他にも、ピンロウジなどを販売している。

ピンロウジは単独でまたはたばこと一緒に噛むものである。

販売されるシガレットの約65%は、箱から出してバラ売りされている。

シガレットの輸入は禁止されているが、増税のために密輸は20%も増加しており、密輸数量は市場全体の20%を占めていると推定されている。

ミャンマーやバングラディッシュから安価なGold Leaf、Rider、Vazirや、プレミアムブランドのMarlboro、Rothmans、State Express 555、Benson & Hedges、Dunhill、Camelが密輸されている。

## [7] メーカー概要

インド民族系の3大シガレット・メーカーで、インドのシガレット市場の90%を占めている。

3大企業は高品質の製品を製造するためと、技術の近代化のために多額の投資をしている。

また、葉たばこ耕作者を支援し原料輸出を促進している。

政府は100%外国資本によるシガレット企業の設立を禁止しているため、外国企業は現在の現地資本との提携を続けることになる。

主要シガレット・メーカー4社の市場シェア：

ITC 80.7%、GPI 10.5%、GTC 8.7%、NTC 0.1% (2000年)。

## Indian Tobacco Comapny Limited-India Tobacco Division (ITC) :

住所= Virginia House, 37 Chowringhee Road, Calcutta 700071 India  
Tel.(91)(33)299371, Fax.(91)(33)290715

インド4番目の財閥ITCの系列企業でインド最大のシガレット・メーカー。

株の34%はBATが持つBATの関連会社。

主要銘柄= Indian Kings, Bristol, Capstan, Gold Flake Kings, Wills Filter, Scissors, Classicなどと。

政府の許可を受けて、BATの"State Expres 555"と"Benson & Hedges"を製造販売している。

BATブランドはITCバンガロール工場で製造されている。

リターンが少ないミニ・シガレットから"Wills"や"Flake"のような確立されたブランドにシフトしている。

バンガロール工場は日産2億本。

流通網= 地域的にはバンガロールおよびカルカッタ地方で強いが、おしなべて全国規模で優勢。

これには24000人の従業員からなる全国規模の流通網が寄与している。

開発関係=原料葉の開発やバンガロール工場(年間150億本規模)の開発などのプロジェクトを持ち、市場の変化に対応した新製品の開発も行っている。

戦略的投資を開始: 2002年以降の2~3年間に工場拡張のために180億ルピー(3億6,900万ドル)を投じる。

シガレットでは製品とパッケージングにより製品価値を高めるために投資している。

インド初の包かの角が斜めになったパッケージングを発売し、フィルタ付き製品の全てをヒンジリッド製品にした。

ITCは昨年5包か入りのパッケージングを発売し、市場で好評を得ている。

新規事業: 1996年の脱税事件以来、中核のたばこ事業に回帰し、多角化のリストラを行い、アグリビジネス、食用油、金融業から撤退し、現在はホテル、印刷、パッケージング、1992年に買収した製紙事業を行っている。

2年前に"Wills Life Style"と言う衣料製品を発売してかなり成功している。

最近では食品製品も発売し、急速に拡大している。この食品は"Kitchens of India"というプレミアム・ブランドのインド料理である。

この食品製品ラインには菓子、スナックフードなどが含まれている。

中核のシガレット事業には1998年以来5ヶ年計画で85億ルピーを投資。

ホテル事業にも60億ルピーを投下。印刷事業はヒンジリッド包かや他のパッケージングを製造し、社内供給している。

## Vazir Sultan Tobacco Industries Ltd.(VST)社 :

ITCが買収したVazir Sultan Tobacco Industries Ltd.(VST)社は、以前はITCと同様BAT社が株式の34%を所有している主要銘柄はCharminar, Charms, Vijayなど殆どが中~低価格品である。

1994年には緩和な味のLeroy Mildを発売した。

初めてデュアルフィルター製品を市場投入。

インド葉輸出の中核企業。2002年度は横ばいの成績であった。

現在同社は最新の技術を取り入れて、合理化と旧式機械の更新により技術向上の最中である。

## Godfrey Phillip India Ltd.(GPI) :

住所= 49 Community Center, Friends Colony, New Delhi 110065 India

Tel.(91)(11)6832155, Fax.(91)(11)6840775

インド第2位のシガレット・メーカー。 年産250億本。

資本金110億Rs、持ち株比率= フィリップ・モリス社36%、Modi 36%の合弁企業。

(Modiはインド9番目の財閥)

JT、TIESの技術援助により品質・生産性の向上(50%)を図った。また1995年には、ISO90029を取得した。

現在3工場を有するほか印刷工場を持つ。

初めてのチャーコールフィルター製品も発売。

現在の主要銘柄= Red & White, Cavenders, Four Square, Rothmans同社がライセンス生産しているのはRothmans King Sizeである。

1400人からなるセールス体制を有する。

GPIは新規ブランドの開発が困難であるために、アフリカや東南アジアのシガレット・ブランドを買収しようとしている。

またインドの原料葉たばこは低TNのために人気があり、輸出しようと計画している。

海外展開の一形態として現在、アフリカ・ブランドを数種類契約製造している。

年間のシガレット輸出は15億本、輸出ブランドは契約製造でありGPIの自社ブランドはない。

Altadis社の葉巻の輸入と流通も行っている。

シガレット市場のシェアは12%である。

2003年半ばにプレミアム・ブランドJaisalmerを発売。

この製品はITCのプレミアム製品Classicに対抗するものである。

イギリスのマスター・ブレンダーRichard Teoh氏が作ったこのキングサイズ・シガレットは主要都市や海外市場で発売される。

## Golden Tobacco Company Ltd.(GTC) :

住所= Tobacco House, Vile Parle Bombay 400056 India

Tel.(91)(22)836-3951 Fax.(91)(22)839-0785

主として20本入り製品のうち低価格群に属する製品を製造発売している。

1980年代の税体系の改革により、同社の製品は高価格群に移行したため、市場シェアが18%から6%へと大幅に落ち込んだ。

同社は従価税に復帰することを要求して「インドたばこ工業会」には加盟していない。

とはいえ、変貌する市場に対応して、同社も発売銘柄の再構築を図り建て直しを行いつつある。

(Rothmans とライセンス契約した模様)

#### JTI : IJRJR

旧RJRは Modipon およびHinditron との合併によるRJR Modi社を通じてインド市場に進出していた。当初農業面でのアドバイザーとして活動を開始し、RJRの人気銘柄の発売を計画。RJRIを買収したJTIはJT International(india)Private Limitedをバンガロール設立。工場はハイデラバードにある。

#### その他の製造関連情報

ITC印刷部門ではメタライズド・ペーパーを使用。

#### Cigfil社

Cigfil社(バンガロール所在のフィルター・メーカー) は従来ビスコースのみの使用であったが、アセテートの使用を開始

#### ITC-Filtrona (フィルターの合併企業)

ITC-Filtrona (フィルターの合併企業) は全てITC 社向け。

1996年にテアテープ・メーカーPayne社はBunzl社に買収された。

バンガロールにテアテープ加工工場を持っている。

### [8] 葉たばこ概況

インドは現在中国に次いで世界第2位のたばこ生産国である。

シガレット用、葉巻用、チェルースト用、噛みたばこ、嗅ぎたばこ用原料が生産されている。

黄色種30万トン、パーレー種7万トン、在来種5万トン。

主産地はアンドラ、プラディシュ。2003年の葉たばこ生産量は66万トンと推定されている。

インドの葉たばこは80ヶ国へ輸出されている。2001-2002年のたばこたばこ製品の輸出額は88億8,500万Rs、原料として80-85%、製造製品が15-20%である。

バージニア葉は輸出原料の75-80%を占めている。価格競争力は中国よりあるが品質が悪い。

#### インドの葉たばこ市場 (単位 トン)

	2001年	2002年	2003年
農家売渡し	585,600	650,000	660,000
輸入数量	1,230	1,130	1,200
輸出数量	85,500	120,000	125,000
国内消費数量	471,947	481,130	488,130

(出典 USDA)

### [9] 展望

インドのシガレット市場は巨大な成長潜在力があるが、税制、反喫煙活動に大きく左右される。

税制により中級以下のシガレットが大きく影響を受け、ビディへ移転する構造になっている。

プレミアム・セクターは量的には少ないが、伸び率は大きいと予想される。