



インドネシア共和国 Republic of Indonesia



たばこ産業の特徴

- シガレット市場規模は2,000億本以上。クレテック製品が全体の87.5%を占める特異市場である。
- 成人男性の喫煙者率は69%と世界最高の国一つである。
- シガレットの物品税は政府が最低指示価格を製造規模別に定め、これに同規模別の税率をかけるシステムになっている。
- クレテック・メーカーはGudang Garam等大手3社の他に、零細メーカーを含む中小企業が約800社ある。
- クレテックは東南アジア諸国へ年間310億本輸出されている。
- ホワイト・シガレット（非クローブ・シガレット）は増税により退潮気味。
- クレテックを含むシガレットのタール/ニコチン含有量が規制された。
- 極めて良質の葉巻用ラッパ原料を生産し、ヨーロッパへ輸出されている。

[1] 法規制

警告文：

シガレット包装の側面に法定警告文を表示する義務あり。
"Smoking can damage your health."

成分規制：

ホワイト・シガレットに対する規制は2002年6月からスタートした。
レテックへの規制は機械巻きは2007年、手巻きクレテックは2010年までに実施される。

喫煙場所規制：

ガルーダ航空は自主規制。
2時間以内の国内線は禁煙。
病院・教育機関は禁煙。
政府機関は自主規制。
公共運輸機関・公共の場所は制約あり。

広告規制：

新聞、ラジオ、テレビでの広告規制あり。
国営ラジオ、テレビでの広告は禁止。独立系テレビでの広告は銘柄名やイメージに限られており、包装や喫煙を表現することは禁止。

販売促進活動：

サンプリング、自動販売機は制限あり。

[規制の動向]

タールとニコチンの規制が始まるにつれて、クローブシガレット・メーカーと政府の間で測定方法に関する議論が始まった。

メーカーはクレテックとホワイト・シガレットを同じ定義をしていることを批判しており、両者の意見は分かれている。

手巻きクレテック・シガレット・メーカーは、彼らの製品と機械巻きフィルタ付きシガレットは直接比較できないとして、新しいタール規制に含めるべきでないとしている。

機械巻きフィルタ付きクレテックのメーカーは、自分たちの製品とホワイト・シガレットの測定方法を同じにできないと主張している。

[2] 税制

政府が製造規模に応じて最低小売価格を設定し、その価格が物品税を計算するベースになっている。
メーカーはそれを上回る小売価格を設定することができる制度になっている。

物品税：	製造数量規模に応じて 製造数量規模に応じて	クレテック製品は小売価格の8%～22%、 ホワイト・シガレットは26～40%。
販売税：	10% (小売価格に対して8.2%)。	零細企業は免除。
関税率：	15%	

製造規模別区分

クラス 製品：20億本を越えるもの。
クラス 製品：5億本～20億本。
クラス 製品：5億本未満。

政府指示最低小売価格（1本当たり；2002年11月から）

機械巻きクレテックのクラス 製品：0.8USセント	手巻きクレテックのクラス 製品：0.64USセント
同 クラス 製品：0.64USセント	同 クラス 製品：0.53USセント
同 クラス 製品：0.53USセント	同 クラス 製品：0.42USセント
(機械巻きのホワイト・シガレットも値上げされた)	家内零細製造の手巻きクレテック：0.26USセント

[3] 喫煙者プロフィール

成人喫煙者率（15歳以上：2001年）
 男性 69%、女性 3% 平均 33

若者喫煙率（2000年）
 男性 36.7%、女性 5% 平均 22%

[4] 市場概況

- 10年前は世界で第19位のシガレット消費量であったが、現在は世界第7位の2,000億本規模の大市場になっている。
- インドネシアはシガレット製造数量では世界第5位であるが、たばこ市場は同国の歴史と関係する独自の特殊性がある。
 1880年代に咳きや喘息を軽くするために開発されたタクロブをブレンドしたクレテック・シガレットは、インドネシアのたばこ市場のシンボルになっている。
- 市場は、クレテック・シガレット（シェア87.5%）とホワイト・シガレット（シェア12.5%）の二つのタイプに分けられる。
 クレテックは手巻きと機械巻きで2,000のブランドがある。
 ホワイト・シガレットはインドネシアの喫煙者の嗜好に合わない。
 ホワイト・シガレットの不成功は伝統と価格、経済不振ともリンクしている。
 ホワイト・シガレットの市場シェアは減少し続けており、2001年には約2%減った。
- 1990年からの10年間で43%も消費量が増加したが、最近では値上げにより2000年の2,107億本をピークにして、2003年には2000年の15%減になっている。
 政府は2003年に数回にわたり物品税を増税し、メーカーは増税分の一部を価格に転嫁したために消費が減り製造数量も減った。
- シガレットの合計製造数量は2002年は2,102億本（内ホワイト・シガレットは12.5%）、2003年が1,900億本、2004年には5%増の2,000億本になると予想されている。
- シガレット・メーカーは現在799社あり、大手のクレテック・メーカーGudang Garam、Sampoerna、Djarumの3社の他に中規模企業が6社、小企業は357社、家内工業的メーカーは433社ある。
 地元メーカーに加えてBAT、Philip Norrisなど国際企業が、最も重要な新興市場であるインドネシア市場へ参入している。
- 1998年の経済危機から回復のために、インドネシアは伝統的商品や軽工業製品の輸出に重点を置いて繊維、たばこ製品、テニスシューズなどの輸出ビジネスが盛んである。
 国内需要減退を補うためにシガレット・メーカーは輸出に努力している。
 クレテック製品の輸出は2000年の225億本から、2001年には311億本へと38.4%増加し、金額にして1億7,210万USドルになった。
 2002年のASEAN諸国への輸出は好調であった。
- アメリカの製紙メーカーSchweitzer-Mauduit Internationalは、スマトラにある特殊製紙メーカーPT Kimsari Paper Indonesiaを買収した。
 Kimsari社は1985年に巻紙の製造を開始した企業である。
 現在はプラグ巻取紙も製造しており、巻紙など全てインドネシア市場向けである。年間生産量は3,200ト
- 世界的に消費者の好みはライト・シガレットに移行している事実はインドネシアでも見られ、ライト・シガレット・セグメントは現在クレテック・シガレット製造全体の10%を占めている。
 クレテック・シガレットメーカーは低タール/低ニコチンにするために開孔巻紙を導入しており、これによりある程度の効果を上げている。
- レーザー開孔技術がインドネシアではマーケティング・ツールになることが分かっている。
 多くのブランドが「レーザー・マイルド」というような言葉を使用して製品の宣伝をしている。
 消費者は新しい技術の助けを借りた製品に親近感を持っている。
- シガレット業界の明白な傾向はホワイト・シガレットからの撤退である（1980年代のシェア40%から2002年には12.5%にダウン）。
 1999年にはホワイト・シガレットの最低価格が他製品より高く設定され、物品税は300%増税されたために283億本にまで落ちた。
 第二の傾向はマイルド・シガレットに対する需要増である。1994年にはマイルド・セグメントは実質的に無かったが、1999年にはシェアが7%になっている。
 今後、更にマイルド・セグメントが増加するものと思われ、メーカーはこの分野に重点を置いている。

シガレット/クレテック統計データ（単位 100万本）

	1999年	2000年	2001年	2002年
フィルタ付き	142,067	146,769	135,142	122,600
ノンフィルタ	83,352	85,955	86,151	87,400
たばこ製品合計	225,419	232,427	221,293	210,000
輸入数量	121	400	206	220
輸出数量	16,999	22,473	31,108	30,500
製造数量合計	225,540	233,124	221,499	210,220
国内消費数量	208,541	210,651	190,481	179,720

(出典 FAS/USDA)

クレテック・シガレットの輸出先と数量（単位 100万本）

	2000年	2001年
タイ	7,710	11,715
カンボジア	6,075	9,929
マレーシア	5,266	5,315
シンガポール	850	902
アメリカ合衆国	593	670
フィリピン	346	548
ベトナム	137	498
その他	1,496	1,531
合計	22,473	31,108

(出典 FAS/USDA)

[5] 製品プロフィール

- インドネシア国内で製造されているシガレットは手巻きクレテック、機械巻きクレテック、ホワイト・シガレット（非クレテック）の3種類。

クレテックは高ニコチン、高タールにもかかわらず人気が高くシェアは90%。

男性の60%が吸っている。最近、低ニコチン、低タールのクレテック・シガレットの需要が増えている。

- クレテックは3つの価格帯に分けられている。

高価格帯：	手巻き製品（クレテック製品全体の約30%を占める）。
中価格帯：	機械巻き製品（クレテック製品の大半を占める）。
低価格帯：	Djarum社の"Cristal"など。

- ニコチン、タール平均含有量

手巻きクレテック：	ニコチン5mg、タール60mg。
機械巻きクレテック：	ニコチン2mg、タール50mg。
インドネシア製ホワイトシガレット：	ニコチン2mg、タール20mg。

- Sampoerna社の手巻きクレテック"Djie Sam Soe"はプレミアム市場ではトップ。
"A-International"は人気がある。ホワイト・シガレットの有力ブランドは "Ardath"、"Kansas"、"Commodore"。Marlborolは販売数量が落ちている。

税込み平均小売り価格（出典 EIU 2002）

国産ブランド 0.73USドル

外国ブランド 0.70USドル

[6] 小売り流通

大小3万の諸島からなるインドネシアには、30万店以上のたばこ小売店があると推定されている。

[7] メーカー概要

約800のメーカーがシガレットとクレテックを製造している。

大手企業は3社、中規模のシガレット・メーカーは6社、小規模企業は357社、家内企業は約430社ある。

登録している約150社でインドネシア・シガレット工業会(GAPPRI)を組織している。

クレテック・シガレットには14万人が従事しており、地方経済に寄与している。

クレテック・シガレットに使用するクロープの生産者は17万人。

面積51万2,500haで年間11万トンを生産。

以前クロープは専売制であったが、IMFは経済危機の際の援助条件としてクロープ専売制（BPPC：クロープ販売サポート委員会）の廃止を求めて廃止された。

クレテック市場のリーダーはGudang Garam（シェア45%）、第2位はHanjava Mandala, Sampoerna（同20%）、Djarumは15%。PT Gudang Garam, PT Hanjava Mandala Sampoerna, PT Bentoel Internasional Investamaの3社はジャカルタ証券市場に上場している。

Gudang Garam：

1958年に中国人により設立された会社。

1950年代末に東ジャワで事業を開始したインドネシア最大のクレテック・メーカー。

安価な機械巻きクレテック・シガレットのリーダーであり、このセグメントのシェアは45%と推定されてフィルタ付きシガレットのシェアは2002年で38%を占めている。

同社の年間製造能力は、機械巻きと手巻きのクレテックとホワイト・シガレットを含めて1,060億本。

従業員4万2,000名。製造数量709億2,500万本（2000年実績）。

製紙、パッケージング、不動産、金融サービス会社を買収し、多角化を図っている。

シガレットからの収益が93%、製紙部門が6%。2000年度の売上は16.5億USドル。

主なブランドはGudang Garam International, Gudang Surya。

関連会社のPT Karyadibya Mahardikaが所有する工場を7,500万ドルで買収して拡大している。

同工場の製造能力は年間130億本であり、低タール、低ニコチンのクロープ・ブレンド・シガレット製造して、伸びているマイルド・セグメントに参入。

2001年にはドイツのReemtsma(現Imperial)とインドネシア市場での戦略的提携を結び、Reemtsmaの国際ブランドImperial/RothmansのWestとDavidoffブランドをGudang Garamの全国流通網を通じて販売開始。

Hanjava Mandala Sampoerna社 :

H.M. Sampoerna : Sampoerna Internationalの親会社でありシガレット製造、流通、印刷・パッケージング、運輸、不動産開発、ゴルフコースを運営。収益内訳はシガレット事業から85%、その他で13%である。Gudang Garam社と激しく競争している第2位のたばこメーカーで、手巻きのクレテックが多く、都会では有力企業でありシェアは27%である。

急速に伸びているプレミアムと低タール・シガレット・セグメントのリーダーである。

フィルタ付きクレテックのシェアは20%。低タール、低ニコチンの " A-Mild " ブランドに力を入れており、このブランドのシェアは7%である。

同社は最近プレミアム・ブランドの販売に重点を置いている。

主なブランドはA Mild、Dji Sam Soe (手巻きクレテック) であり、全部で16ブランドを持っている。

2003年半ばには減少を食い止めるために、クレテック製品 " Sampoerna Exclusive " を58.8USセント(1包)で発売した。

フィリピン、台湾、ブラジルを含む色々な市場に進出して多角化を図っている。

フィリピンのSterling Tobacco 社の92.85%の株を所有しているが、2003年末にPhilip MorrisへBowling Gold、Bowling Green、Stork、Millerなどのブランドを1,500万USドルで売却した。

2001年の世界全体での販売数量は472億本 (2000年は423億本)。

2003年上半期の同社の国内販売数量は前年同期に比べて7.8%減の177億本であった。

製造数量376億5,800万本 (2000年実績)。2000年度の売上げは11億USドル。

Djarum社 :

手巻きクレテックに強い。1991年の定価改訂前は国内第1位であった。

" La Lights " は有力ブランド。製造数量は306億4,600万本 (2000年実績)。

2002年のシガレット市場のシェアは約18%である。

Bentoe International Investama :

機械巻きクレテックのみ製造。2001年の販売数量は78.6億本、2002年の販売数量は前年比27%減の62.2億本であった。

2003年は10%増を予想している。

ホワイト・シガレットの主要メーカー

P. T. BAT Indonesia Tbk社 :

シガレット、葉巻の製造販売。

主要銘柄は " Ardath "、" Commodore "、" Lucky Strike "、" State Express 555 "、" Kent "、" Benson & Hedges " 等。BATはインドネシアで製造されるたばこ製品の10%を占めている。

ホワイト・シガレットでは大手メーカーであり、同セグメントで50%のシェアを得ている。シレボン工場で製造されている地元ブランドのArdathとKansasはインドネシアに根付いている。

PT Rothmans of Pall Mall Indonesia社は " Dunhill " を製造。

BAT Indonesia社の合計製造数量は年間220億本。2000年度の売上げは9,616万USドル。従業員は1,717名。

P. T. Philip Morris Indonesia社 :

この会社は、" Marlboro " をアンダーライセンス製造していたTresno社を1998年に買収して設立された。

1998年に投資調整委員会は新しいシガレット工場の建設を許可し、東ジャワのマランに2,200万USドルを投じて新工場を完成させ、主にMarlboroやLong Beachを年間100億本製造している。

ホワイト・シガレットのシェアは30%で、本数にして100億本。Marlboroはプレミアム・セクターでは40~50%のシェアを占めている。

Smatra Tobacco Trading Co (STTC) :

ホワイト・シガレットで少量のシェアを持っており、超ディスカウントでホワイト・シガレットを販売している。

メーカー別シェア(2000年)

Gudang Garam	36.00%
Sampoerna	17.40%
Djarum	9.00%
その他	37.60%

[8] 葉たばこ概況

インドネシアは世界第6位の葉たばこ生産国。葉巻とシガレット向けの葉たばこを生産している。

主要産地はスマトラ及びジャワ島東部・中部である。ヨーロッパの葉巻原料として同国の原料は重要な地位を占めている。

スマトラは極めて良質なラッパ葉を生産している。

栽培と販売はタイプ別に色々なたばこ組合により組織化されている。

ヨーロッパ市場でのインドネシア産葉の販売は、ドイツ・プレーメンのたばこ取引所で行われている。

葉たばこ耕作者は約170万人。

更新データ 葉たばこ統計データ(単位 トン)

	2000年	2001年	2002年
生産数量	157,052	146,100	144,700
輸入数量	33,048	44,347	32,000
輸出数量	15,761	20,882	22,000
国内使用数量	170,540	166,125	155,140
期末在庫数量	6,348	9,888	8,748
黄色種データ			
生産数量	36,500	36,400	35,050
輸入数量	24,135	29,289	21,400
輸出数量	461	5,172	7,000
国内使用数量	48,000	47,500	35,765
期末在庫数量	1,024	3,191	6,776

(出典 FAS/USDA)

[9]シガレット市場の展望

インドネシアの年間成長率は3~4%で東南アジアでは一番高い。

過去15年間の伸び率を今後15年間続けるならば、インドネシアは中国に次いでアジア第2のシガレット市場になると予想される。