



イタリア共和国 Republic of Italy



たばこ産業の特徴

- シガレット消費数量は年間1,003億本（2000年）。EU域内では1人当たり消費本数は一番多い。
- ETI（旧イタリア専売）は毎年シェアを落としており、1990年の56%から2000年には29.9%に低下している。Philip Morrisのシェアは1996年の54.3%から2000年には60.3%に増加。
- 主力ブランドはイタリア専売のM.S.K.S.とPMのMarlboro。低タールシガレットが市場占有率を伸ばしている。
- イタリアはヨーロッパの葉たばこの主力生産国であり、またGD、Sasib、Comas、Garbuioのようなたばこ用機械メーカーの他に紙、フィルタなどの材料品のサプライヤーとしても利益を上げている。
- 密輸入と不法路上販売が大きな問題となってきている。
- 男性の喫煙率が下降する一方で、女性の喫煙が増えている。

[1] 法規制

警告文:

EUの一員としてEU指令に基づき、全てのシガレットの箱に2つの標準警告文を記載する義務あり。標準警告文は包かの表面に「タバコは健康を大きく損なう」、裏面には6つの警告文のうち1つを記載。包かの側面にNT量表示の義務あり。

喫煙場所規制:

国内線、バス、映画館、劇場は禁煙。
国際線及び鉄道は時間と場所を指定して許されている。
憲法裁判所の判決により、雇い主は非喫煙者をETSから護る措置が必要になった。
2000年9月からは公共の建物やバー、レストラン、ホテルなど私有の屋内は「換気装置」の表示が無い場所は全面的に禁煙。
違反者は罰金。

販売規制:

たばこ製品の販売には免許が必要。
喫煙年齢は法律で決められていないが、購入できる年齢は14歳以上。

広告規制:

あらゆるメディアによる広告、サンプリングは禁止されている。

販売促進活動:

現在唯一残っている広告ルートはスポーツなどのイベント後援による方法であるが、多くの制約がある。

[2] 税制

イタリアの税制は価格に比例した税金の比重が重いことが特徴。

一般的なブランドの小売り価格に対する税率

従価税	小売り価格に対して	54.27%
付加価値税	小売り価格に対して	16.67%
特別税		3.65 USドル/1,000本
小売価格に対する税負担率		74.50%
関税率		63%

[3] 喫煙者プロフィール

男性の喫煙率は女性よりもはるかに高い。
しかし、男性の喫煙者数が減少する一方で、女性の喫煙者は増え続けている。
これが低タール、軽い香味、スリム・シガレットの増加の原因になっている。
1998年の男性喫煙率は33.8%（1994年：32.8%）、女性喫煙者率は22.3%（1994年：21.9%）。
（出典：Nomisma Institute of Economic）

シガレット消費データ

	1970年	1980年	1990年	1995年	1997年
喫煙本数(本/年人)	1,850	2,350	1,997	1,813	1,901
1970年を100とする	100	123.3	108.5	101.7	100.3
合計消費数量(100万本)	75,087	103,099	95,802	88,569	93,162

（出典 tcr European Tobacco Control Country Profiles Database 2000）

[4] 市場概況

- 1992年後半のイタリア専売労働者によるストライキによる製造数量減のために市場は大きく歪められ、ブック・マーケットや国際ブランドが伸びた。
1985年の年間販売数量1,053億本が最高。
その後停滞していたが、1999年のシガレット販売数量は6%増加し、2000年の販売数量は約1,003億本。
- 市場はETI（旧専売）とPhilip Morrisの2社で国内市場を事実上独占。
Philip Morrisは事実上イタリア市場での最大のシガレット企業である。
- ETIのMSファミリーの10年に及ぶ覇権は輸入製品の猛攻により数年で崩壊し、50%以上のシェアを失った。
輸入製品とはMarlboroを意味するが、ETIはMarlboroを製造している。
ETIとPhilip Morrisは4年間の提携契約を結び、2001年9月にスタートさせた。
この契約によれば、Philip Morrisに代わって年間16万トンのシガレットを2005年12月31日まで製造す以前のライセンス製造から契約製造になる。
「ライセンス製造」の表示は、「Philip Morrisの許可により製造」あるいは「輸入」という表示に変更される。
- Philip Morrisのシェアは60.3%（2000年）、ETIのシェアは同29.9%（1995年には42.1%）で毎年シェアを落としている。
ETIによれば外国製シガレットは大部分が密輸製品であり、これが正規製品に置き換わったためにシェアが落ちた。
ETIはEU域内の免税販売廃止により、海外での販売数量も1999年には対前年比で26.5%減少。
ETI製造のダークたばこの消費者離れも進んでいる。
- 輸入品のうち71%は、オランダにあるPhilip Morrisのような多国籍企業の工場から来ている。
- EU域内で一人当たり消費数量が一番高い。
イタリアはヨーロッパの主力葉たばこ生産国であると同時に、機械や材料品の重要なサプライヤーである。

シガレット関係データ（単位100万本、出典 Gain Report）

	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年
製造数量	51,481	51,900	50,681	45,065	46,500
輸入数量	39,305	41,512	42,000	50,492	49,000
輸出数量	3,826	205	309	235	300

国産ブランド&国際ブランドのシェア・データ（%、出典Gain Report）

	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年
国産製品	37.9	35.5	33.4	32.1	31.4
ライセンス製品	15.3	15.2	14.7	16.6	14.4
輸入製品	36.7	38.7	41.1	42.3	50.2

国際企業のイタリアにおけるシェア（市場規模 1,003億本、出典 TJI 6/2001）

PM 60.3% : Marlboroファミリー、Dianaファミリー
 BAT 4.8% : Rothmans, Pall Mall, Kim
 JTI 4.0% : Camelファミリー

[5] 製品概況

- 1993年1月1日からイタリア市場で売られるシガレットは、タール含有量を15mg以下にしなければならなくなってきた以来、イタリアのシガレット市場は低タール製品への切り替えが続いている。
- 過去においてストロング・ブレンドの国産シガレットが市場を支配していたが、現在では国際ブランドとライト・ブランドがファッショナルになっている。
低タール製品が1/3を占めている。
イタリア市場では低タール区分はタール含有量8mg以下。
喫煙者はMarlboro LightsやMS Lightsに切り替えている。
- イタリアには現在220のシガレット・ブランドがある。
PMの委託製造のMarlboroファミリーが60.3%、ETIのMSファミリーが25.3%。
Marlboroの人気増大に反してMSブランドは着実に減っている。
- イタリア国産ブランドの主力はMSシガレットとTOSCANO葉巻。
MS Filtroは1969年に発売された専売初のアメリカン・ブレンドで、1969年の発売後直ぐに国のシンボルになり、1980年代にはイタリアのシガレット市場のシェアを43%占め、欧州で単一ブランドでは最大のシェアを占めたこともあった。
輸入シガレットの販売強化と低タールシガレットへの嗜好のために80年代末から減り始め、90年代には密輸外国製品の低価格販売で急速にシェアを落とし、市場地位が脅かされている。
- MSファミリーはイタリア市場の約25%のシェア。
全部で11のブランドファミリーがある。
MSファミリーの製造数量は232億本。
中核ブランドはMS FILTRO。MS FILTROのニコチン量は1.00mg、タールは11mg、MILDは0.8mg、9mgである。
LIGHTSは0.35mg、4mg、EXTRA LIGHTSは0.1mg、0.9mg。

- 2001年6月にETIは新製品“MS821”をイタリア市場で発売。
“MS821”はMSブランドファミリーの新ラインである。
イタリア市場で外国製ブランドに対抗するためのアメリカンブレンドであり、バージニア原料、深く加香・ローストされたバーレー葉と、芳香性が高いオリエント葉がブレンドされている。
MS821ブランドはMSのブランドイメージを若返らせる目的がある。
- ETIはスタート後において既存銘柄の包装デザインを新しくしたり、新ブランドを発売したりしている。
ETIの糧のブランドであるMSファミリーは、トップ4ブランドだけで200億本以上が売れている。
- イタリア市場はキングサイズのシガレットが圧倒的で全体の85%を占め、100mmが9%、レギュラーが2%。
フィルタ付きのシェアは99%である。
- イタリアの葉巻市場は非常に大きい。
毎年売上げはわずかずつ減少しているが、ETIのメインブランドのToscano Garibaldiは増加している。
ETIの葉巻ブランドToscanoは伝統的な方法で製造されている。
Toscano葉巻はイタリアの葉巻市場で77%のシェアを得ている。
2000年の販売量は474トン。
販売の伸びは0.4%で頭打ち。
- プレミアム葉巻は売上げが12.7%増え、スタンダードな葉巻は6.6%減少している。
プレミアムのToscanosブランドファミリーは全体の41%を占めており、葉巻市場の31%を占めている。
他にTOSCANO ORIGINALE、TOSCANO ANTICAがある。
2001年7月にToscanello Aroma Anice(アニスの香りをつけた葉巻)を発売した。
これは21世紀においてToscanoの加香製品としては初の葉巻である。
- パイプたばこの新製品にはSavinelli Armoniaがある。
これは有名なパイプたばこメーカーSavinelliの商標を使って、イタリア市場の中級～上級市場を確保する目的がある。

ETIの主要銘柄の販売数量(2001年)

MS FULL FLAVOR	129億本
MS MILD	53億本
MS LIGHTS	12億本
MS EXTRA LIGHTS	11億本

シガレットの平均販売価格

国産ブランド	2.16USドル
外国ブランド	3.03USドル

シガレットのシェア(%、出典 Gain Report 2000)

	1999年	2000年
Philip Morris	59.9	60.3
Marlboro family	24.2	25.6
Diana family	12.4	16.2
Merit family	8.2	8.3
Monital	31.7	29.9
M.S.family	25	25.3
British American Tobacco	4.4	4.4
JTI	3.1	4
Camel family	2.2	3.6
Seita	0.4	0.4
Reemtsma	0.3	0.3
Austria Tabak	0.2	0.2
消費数量(億本)	946	1,003

[6] 小売り流通

国営事業が全てのシガレットの流通を管理していたが、ETIの流通部門を分離してETINERAを設立した。
TERZIAはFIT(たばこ店協会)や郵便局とETIが合併で設立した会社で、たばこ店のeコマースや在庫管理の他に、非たばこ製品も販売している。

価格上昇と密輸が市場に影響し、正規品の販売が減った。

密輸品は1992年がピークで約130億本に達した。

それ以来密輸品はわずかに減り、現在では100～110億本であると推定されている。

[7] メーカー概要

ETI:

ETI(Ente Tabacchi Italiana)の前身はAAMS (Amministrazione Autonoma de Monopoli de Stato)。

イタリー専売は1854年に塩とたばこ事業で正式にスタート。

たばこ製品の製造、卸売り流通、販売を管理する政府専売であった。

EU加盟による欧州連合体の法律に合わせるために、1999年1月にイタリー専売は、フィルタ製造、巻紙・パッケージング製造、原料ブレンド事業などを統括する新しい持ち株会社ETI(Ente Tabacchi Italiana)になり、2000年7月に株式会社になった。

ETIは専売が行っていたたばこ製品の製造・販売を行っている。

ETIはスタート時に15のシガレット工場の他に、原料処理工場とブレンド工場を持っていた。

シガレット工場に関しては現在、最も効率的な5工場(Mologne, Chiaravalle, Rovereto, Scafati, Lecce)に減っている。

葉巻のToscanoとSENESIはLucca工場で製造されているが、少量の注文はToscano工場でも製造されるようになった。

その他の葉巻はCava dei Terreni工場で製造されている。

従業員は8,000名から3,800名に削減された。

- 塩事業のAtisaleは分離。

非中核事業のフィルタ会社FiltratiliはFiltronaへ、巻紙・パッケージング会社Aticartaはイタリア最大の製紙メーカーReno de Mediciグループへそれぞれ売却された。

ETIは原料処理を行っていたATI SpAを自主的に解散して、国際葉たばこ市場へ踏み出した。

ETIの流通部門は分離して新会社ETINERAを設立し、巨大な流通システムを担当させると同時に、競争力と中立性が要求されるイタリアのたばこ耕作者の事業を保証させ、これによりEU法にクリアーしている。

またFIT(たばこ小売り協会)はイタリア郵便と合併で、TERZIAを設立して、たばこ店のeコマースやたばこ以外の製品のオンライン注文、在庫管理などを行っている。

流通関係では、588箇所の卸売店を約300店に減らし、20箇所のデポは2つの流通センターと9箇所の中継点にした。

- ETIは合理化の一環として、55のシガレット・ブランドの内すでに15を廃止し、MSシガレット・ファミリーとTOSCANO葉巻ファミリーの二つのラインに統合しようとしている。
- 2000年の税引き前所得は1,100億リラ(5,072万USドル)で1999年(520億リラ、2,400万USドル)に比べて大幅に改善された。
イタリアの2000年のたばこ市場での売上げ高は24兆リラ(11.08億USドル)で前年に比べて6%増加した。
- 自社ブランドの製造数量は320億本。
アンダー・ライセンス製造は77億本。
契約製造が55億本。合計製造数量は452億本(2001年)。
葉巻製造数量は9,400万本、パイプたばこは7万3,800kg(2001年)。
- BATがETIの買収に関心があると伝えられている。

[8] 葉たばこ概況

イタリアはEU域内の葉たばこ生産の40%を占める、葉たばこの主要生産/輸出国である。

主な種類はケンタッキー、ブライツイタリア、バージニア、メリーランド種である。

1980年代後半に比べると耕作面積は半分以上減少しているが、葉たばこ産業はイタリアでは重要である。

1996年の耕作面積は47,000haで、60%はCampaniaとPugliaで耕作されている。

1989年には9万ha以上あったが、EUの規制も減少の一因である。

1998年の生産量は13.2万トン。70%が輸出されている。

葉たばこ統計データ(単位トン)

	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年
生産数量	111,001	133,286	119,850	112,625	112,370
輸入数量	27,952	34,473	38,765	38,845	33,660
輸出数量	138,829	98,984	98,179	93,900	94,500