



大韓民国 Republic of Korea



たばこ産業の特徴

- シガレットの市場規模は年間1000億本本を超える。
消費量は増加しており、世界第9位の市場。
- 1988年に市場が開放された。
市場は韓国たばこ人蔘公社が支配しているが、外国ブランドのシェアが急上昇中（15.2%、2001年中期）。
- 韓国たばこ人蔘公社は民営化の途上にあるが、2002年7月には外国のたばこ資本にも直接投資が許可された。
- 最近に至り外国ブランドが非常に伸びている。
- 厳しい反喫煙法がある。

[1] 法規制等

警告文等：

シガレット包装の側面に次の警告文を記載する義務あり。
「喫煙は肺ガンを引き起こす危険があり、特に妊娠中の女性には有害です」。
現在NT量表示の義務はないが、2002年から包かと広告に記載が強制される予定。

喫煙場所規制：

吸殻を道端に捨てるとその場で罰金。
指定された以外の場所で喫煙した場合も同様。

販売規制：

20歳未満の者のシガレット購入および喫煙は違法。
1993年1月1日、青年基本法が発効し、専ら青少年が施用する施設の50メートル以内では、シガレットの自販機および手売りによる販売が禁止された。

広告規制：

テレビ、ラジオ、映画、ポスターなどの広告は全面禁止。
新聞・雑誌広告は可。ただし、警告文の記載義務あり。
また、掲載誌に関する規制もある。
例、若年層を主たる読者とする雑誌への広告掲載は不可。
また、年間に掲載される雑誌広告は120回に制限される。
1997年7月からたばこアルコール飲料の屋外広告が禁止された。
ビルの壁面の広告は幅の80%、高さの40%、全表面積の20%に制限された。
学校や病院から一定の距離以内の場所では、ネオンサインは許可されない。
赤や原色は規制され、文字の大きさも制限された。

販売促進活動：

上記警告文を掲載すれば可、サンプリングやイベント後援も可。
ただし、たばこ企業のメッセージが不適切な対象に届かないことを保証するための指針がある。

- * 主要な反喫煙団体を支援しているのは韓国保健省。
一方、韓国たばこ人蔘公社は韓国財務省の管理下にあり、反喫煙団体への対策はほとんど講じていない。
- * 韓国公正取引委員会は2002年から、ニコチンとタール含有量を包かと広告に載せるために規制を実施する。

[2] 税制

VAT/販売税：	10.00% (小売価格に対して9.09%)
特別税：	30.21 USドル/1000本当たり
小売価格に対する税率	68.40% (1USドル=1276ウオン)
輸入関税率：	40%

1988年にアメリカとの覚書により外国製シガレットに関税をかけないこととし、その代わりに国内に外国のたばこ工場の建設を作るのを阻止した。

2001年7月1日から外国製シガレットに10%の関税をかけ、次第に税率を上げ、2004年に40%にする。
同時に韓国政府は国内に外国のたばこ工場建設禁止法を改訂し、外国企業にも直接投資を認めることになった。

[3] 消費者プロフィール

- 韓国人は年間平均142包か（1日に7.8本、年間2,841本:1998年）喫煙している。
- 喫煙人口は1980年の1,000万人から、1999年には1,240万人に増加。
- 喫煙者の伸びはティーンエージャーの女性が一番高い。
女性喫煙者では15～19歳グループでは、1980年の2万6,000人から、1999年には15万3,000人に増加。
- 韓国の喫煙者は愛国心が強いと言われている。

成人（18歳以上）の喫煙者率 男性： 68.28%
女性： 5.50%

[4] 市場概況

- 世界的に反喫煙のトレンドの中で、韓国のシガレット市場は成人男性の喫煙者率が68.2%という高さであり、他のどの市場よりも高い。
市場規模は1,000億本を超え、58億ドル市場である。
- 1988年に韓国はシガレット市場を外国に開放した。
これにより、輸入業者は自由に流通ルートを構築し、価格を設定できる建前となった。
KT&G製品の価格は政府が設定するが、輸入製品よりも低く設定されることが多い。
KT&Gは、「輸入銘柄を店に置くと小売免許を取り上げる」などの脅しや、「外国メーカーはKT&Gの売れ筋銘柄を販売店の棚から撤去させている」との中傷などの手を使い、実質的広告全面禁止と併せて、輸入銘柄の伸長を阻止してきた。
- 外国ブランドのシェアが拡大しており、1998年の4.9%から2001年には平均15.2%（2001年11月時点）に3倍も増加している。
KT&Gは、外国ブランド・シェア上昇の原因は喫煙者の外国シガレット嫌いが減ったためであると指摘している。
- 2001年7月に外国のたばこ企業に直接投資を認めた。
外国メーカーは韓国国内に工場を建設して参入しようとする動きが活発化している。
BATは2011年11月に南慶山省のサッチョンにシガレット工場建設を開始。
PMI、JTIもこれに続くものと思われる。韓国国内での外国企業による製造は、2004年までに関税率が40%になることへの対策である。
- KT&Gは競争力強化のために業務提携の形で外国のパートナーを探している。
また、KT&Gは外国ブランドに対抗するためにハイエンドの新ブランドを発売する計画である。
- 韓国製シガレットの輸出市場は"Pine"ブランドを中心に、アフガニスタン、ウズベキスタン、カザフスタンを含む中央アジアである。

シガレット統計データ(単位100万本)

	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年
製造数量	93,001	94,252	103,586	97,135	94,000
輸入数量	11,903	12,085	8,000		
輸出数量	1,903	2,029	2,200		

[5] 製品プロフィール

- 韓国産ブランドの主なものは"This"、"88 Light"、"Hanaro"、"Omar Sharif"。
輸入ブランドのリーディングブランドはMild Seven Light、Virginia Slim、Dunhill Light、Marlboro Lightsである。
- 近年、KT&Gの銘柄構成刷新の動きは目ざましく、旧来の多くの銘柄が廃止された結果、現行銘柄の最も古いものでも1980年発売のものとなっている。
KT&Gはまた、両切製品の廃止、フィルター化を促進したため、現在のフィルター構成比は100%となっている。
- 「88」ファミリー：1988年のソウル・オリンピックを記念して1987年に発売されたもの。
"Hanaro（再統合の意）"ファミリー：1992年に発売された低タール製品。
Glory：1993年にKT&Gが消費者との対話を通じて開発された低タール銘柄である。
- 1990年代の平均タール・レベルは7.7.mg～16.0mg、ニコチン・レベルは0.60mg～1.00mgであった。

韓国市場の主要銘柄のシェア(%)

	1997年	1998年
KT&G	88.8	95.1
This	34	47.3
[88]	16.3	10.8
Omar Sharif	10.1	7
Hanaro	7.8	5.5
Pine Tree/Sol	5.3	3
Overseas	11.2	4.9
Mild Seven	2.8	1.7
Virginia Slims	4	1.3
消費数量(億本)	1,043	1,066

(出典：Maxwel Report)

[6] 小売り流通

2000年10月にAltadis社が韓国のシガレットディストリビュータKitco社の株を75.7%買収して経営権を握った。

[7] メーカー概要

韓国専売庁の後継者である韓国たばこ人參公社が国内唯一のシガレット・メーカーである。

2001年7月に政府の決定により外国たばこ企業にも国内への直接投資が認められた。

BATが工場建設を進めている。

PMI、JTIも進出するものと思われる。

韓国たばこ人參公社(KT&G)：

韓国における唯一のシガレット・メーカーであり、国内に8つのシガレット工場を有している。

この他、KT&Gは葉たばこ生産管理、販売管理を行っている。

1988年に市場開放がなされたが、それ以前は韓国専売庁が市場を管理していた。

市場開放後も、専売庁の後身である韓国たばこ人參公社(KT&G)が実質的に市場を支配している。

1999年に民営化がスタートし、韓国財務省が34.4%、韓国工業銀行が35.5%、韓国開発銀行が8.1%を所有。

2000年の完全民営化に備えて、KT&Gは流通、放送、不動産などの事業へ進出する多角化計画を発表していた。

1999年度にはKT&Gの第二次リストラクチャリングを行い、1997年以来2000年末までに従業員を41%減らして6,177人から4,500人にし、14工場の内3工場を減らした。

将来は北朝鮮と合併でシガレットを製造する計画がある。

平壤とは葉たばこの栽培、合併でのブランド開発、処理工場、製造工場の設立することで基本的に合意に達している。

BAT Korea：

訴訟、消費減退のアメリカ・欧州市場を埋め合わせるために、BATはアジア等新興市場に進出する戦略を取っている。

韓国では4.4%のシェアを得ておりDunhillはリーダー的ブランドになっている。

2001年11月に南慶山省サッチョンに年産80億本のシガレット工場の建設を開始。

投資金額は1億ドル。

現在の韓国での販売数量は60億本。

新工場では韓国人向けの製品を製造する計画。

[8] 葉たばこ概況

韓国は国内使用および輸出用葉たばこの生産国であり、黄色種とパーレー種が生産されている。

1999年の生産量は5.7万トンと予想されており、2/3が黄色種、残りがパーレー種である。

1970年代のピークには5万トンが輸出されたが、その後ウルガイ・ランドのために、国内の葉たばこ生産は急速に減少した。

1990年代初めには輸出は停止に近い状態になった。

しかし1996年に輸出が再開、半分がヨーロッパ、24%がアフリカ、16%がアジア、13%がアメリカ諸国向けである。

1998年末にKT&Gはトルコと400トンの輸出契約を、アメリカとは10年間の長期輸出契約を結んだ。

黄色種は原州、忠清北道、忠清南道、京畿道および慶尚北道で、パーレー種は忠清南道、全羅北道、全羅南道で栽培されている。

輸出葉の主な仕向け地はアメリカ、ドイツ、イタリア、イギリス。

耕作面積・生産管理、耕作許可、葉たばこ買入れなど、葉たばこ生産はKT&Gが管理している。

葉たばこ統計(単位 トン)

	1996年	1997年	1998年	1999年
生産数量	54,909	48,949	46,836	na
輸出数量	8,021	2,642	500	500
輸入数量	15,745	12,927	18,000	18,000

(Source: TJI, 2000 Year Book)

[9] 展望

韓国のシガレット市場は更に伸びるものと思われる。

韓国のたばこ産業は2001年7月に自由化されたが、輸入シガレットの関税率を40%にすることと、KT&Gの合理化によりKT&Gが国内市場を外国企業に明け渡すことはない、アナリストは予測している。