



マレーシア
Malaysia



たばこ産業の特徴

- シガレット販売市場規模は約200億本であるが、最近の相次ぐ値上げの影響を脱しきっていない。2003年の製造数量は280億本。
- バーブニア製品がトータル市場の約50%を占めているが、近年、アメリカンブレンドの伸びが著しい。
プレミアム・ブランドが2/3を占めている成熟市場である。
- 市場はBAT、JTI、Philip Morrisの3社で占められており、BATがシェア約67%を占めている。
- マーケティング規制や公共の場所での喫煙規制は世界でも厳しい国の一つ。
- 高関税政策で国内の葉たばこ産業を保護しているが、ASEANの自由貿易協定により、保護政策が見直されている。

[1] 規制等

警告文等：

シガレット包かの側面に法定の警告文の表示である、「マレーシア厚生省の警告：喫煙は健康に危険」の記載が必要。

成分規制：

最大ニコチン量1.5mg、タール15mg。包かにタール、ニコチン量の表示が必要。

喫煙場所規制：

大部分の公共の場所では喫煙が規制されている。
国内線航空機、公共交通機関、映画館、病院、政府機関の職場、一般人がアクセスできる職場は禁煙。

広告規制：

1983年の食品法に基づき、ラジオ、テレビ、新聞、雑誌、リーフレット、映画、ビデオテープを含むあらゆる印刷メディアによるたばこ製品の直接広告は禁止。
スポンサー禁止。広告はたばこ店のみ可。
2003年1月1日から、非たばこ製品やサービスによるたばこブランドに間接的効果がある広告に対して、厳しい規制が課されるようになった。
しかし、店頭や対面でのマーケティングは規制されていない。

販売促進：

サンプリング、自動販売機、病院内でのたばこ製品の販売、未成年への販売は禁止。

[最近の動向]

マレーシア政府は2003年1月1日から、ブランド名が付いたノベルティー・グッズや旅行招待などを含む全ての形のシガレット関係のプロモーションを禁止した。
これに伴いBAT、JTI、PMの3社はシガレット関係のあらゆる形の広告を2003年末から中止する。
マレーシアは2003年にたばこ管理枠組み条約に署名した。

[2] 税制

物品税：	40 MYR/kg(国産シガレット)
販売税：	25% %
輸入税：	180 MYR/kg(大部分の最恵国) 90 MYR/kg(アセアン)
ビディの税率は	2.5~5.0 %
小売価格に対する税負担率	33.90% %

[税制の動向]

2004年7月から、マレーシア国内で販売されるシガレット包かに物品税ラベル証票を強制的に貼らせることになった。
メーカー、輸入業者、販売業者、消費者はそれぞれ必要なシガレットの税金を確実に支払わさせられる。

[3] 消費者プロフィール

マレーシアの喫煙者はブランドロイヤルティーが高い。
大部分の喫煙者は国際ブランドを好んでおり、多国籍企業に有利。
喫煙者率は1986年の21.5%から1996年には24.8%になっている。
現在では成人男性の半分、成人女性は10人に3.5人が喫煙者である。喫煙者人口は推定360万人。
若者の男性と女性の喫煙者の比率は1996年の6:1から1999年には4:1になり、何も対策を取らないと今後10年で1:1になると厚生相は述べている。

年間消費本数の変化

	1980年	1990年	1995年	2000年
1人当たり消費本数	1,963	1,660	1,601	1,274
総消費本数(100万本)	16,389	18,807	20,522	18,653

(出典 WHO)

[4] 市場概況

- 200億本規模のマレーシアのシガレット市場は、1993年の100%増税によりマイナス成長に陥った。1998年末には物品税が40%増税になり6%販売数量が落ち、1999年には更に7%ダウンした。アジアの通貨危機の際は喫煙本数が減り、安いブランドに転換したために市場拡大の勢いは落ちた。2001年10月末にシガレット会社は輸入税と物品税の増税で製品を8.7%値上げした。国内シガレット市場はこの影響から完全には回復していない。
- 2001年の国内のシガレット販売は190億本を超えた。これは1997年レベルである。2002年の販売数量は208億本。2003年は更に2~3%伸びたものと思われる。
- マレーシアのシガレット市場はシェア67%を占めるBATに支配されており、残り33%をJTIとPhilip Morrisで分けている。
- バージニア・ブレンド・セクターは市場の約半分を占めているが、ライト・セグメントが伸びている。ライト・セグメントの大部分がアメリカン・ブレンドであり、シェアは1998年の38%から、2002年には50%近くに伸びている。若い喫煙者が好んでいるために、アメリカン・ブレンド・シガレットのシェアは増加し続けている。
- プレミアム・セクターは市場の80%を占めている。メンソールも重要なセグメントであり、15%のシェアを占めている。
- マレーシアのシガレット製造数量は2002年には8%減少したが、これは主に海外需要が大幅に減ったためである。しかし、2003年には製造数量は8%増加し280億本。
- 輸入シガレットは2002年には34%増加した。香港と中国からの輸入製品が増えており、スイスやシンガポールからのプレミアム・ブランドの輸入も続いている。一般的に、非常に高いマレーシアの関税のために国内へのシガレット輸入は制約されている。例えば、マレーシアに住んでいる日本人の日本ブランドの人気製品は、日本からの輸入品ではなくマレーシア製である。アメリカやヨーロッパの輸入製品は高価格ショップ向けである。インドネシアからのクレテック・シガレットの輸入数量が大幅に増えている。
- 2002年4月にGallaherグループとSampoerna Internationalは、共同でマレーシア製造のSobranie Classicを発売した。Sobranie Classicはプレミアムのバージニアブレンド・シガレットである。Sobranie ClassicはGallaherのアジア・パシフィックでの主要ブランドである。Sampoerna社のイポー工場で製造される。
- 国内のたばこ耕作者を保護するために、1990年代初めから輸入たばこに高い関税が掛けられている。しかし収穫量や耕作者数の減少により、国内たばこメーカーの所要量の50%しか原料を供給できなくなった。このために国内製造シガレットのコストや価格に重大な影響を及ぼしている。
- マレーシアの一次産業省は2010年からのASEAN自由貿易地域共通関税の導入に当たり、2004年1月からたばこ産業の効率、生存能力、競争力を向上させる政策を導入した。この目的のために、シガレット・メーカーは、5,000 MYR(1,316万USドル)を耕作者と再乾燥業者に補助することに同意している。

シガレット製造本数と輸出入本数(単位100万本)

	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年
製造数量	30,567	33,000	28,450	26,100	28,100
輸入数量	na	na	9,475	6,925	8,000
輸出数量	na	na	1,236	1,657	1,400

(出典: TJI Tobacco Traveler)

マレーシア・シガレット情報

	2001年	2002年
消費数量	192億本	194億本
フィルタ付きシェア	98.60%	98.70%
バージニア製品・シェア	60.00%	na
ハードパック製品シェア	79.60%	81.60%
BATシェア	67.10%	67.30%
JTIシェア	16.30%	16.50%
Philip Morrisシェア	16.40%	16.10%

(出典: Maxwell Report)

[5] 製品プロフィール

- ・マレーシア市場の主要製品はDunhill、Marlboro、Salem、Benson & Hedgesである。
 - ・MarlboroはSalemを追い越している。他に良く売れているのはCamel、Winston、Kent、Lucky Strike、Peter Stuyvesantなどがある。
- ストレート・バージニアとイギリス巻セグメントのトップブランドはDunhill、Benson & Hedgesである。

2002年のトップブランドはDunhill(シェア40%)、Marlboro(同7.2%)、Salem(同9%)、Benson & Hedges(同6.8%)であった。

・シガレットのタイプ別割合：プレミアム・ライト5.8%。バリュー19.6%。プレミアム・メントール9%、プレミアム・アメリカン・フルフレーバー15.9%。包かサイズは25本、20本、14本、7本入りがある。バージニア・タイプが50%を占めている。

・平均小売り価格：国産製品 1.08USドル、外国製品 1.32USドル (出典 EIU 2002/9)。
プレミアム・ブランドは約4.60MYR、バリュー・ブランドは3.30~3.40MYR。

[6] 小売り流通

- ・BAT、JTI、PMの3社はそれぞれ独立の流通システムを持っており、7万2,000店の小売店をカバーしている。
- ・税金を支払わない製品(密輸と偽造製品)は市場の20~22%、44億本を占めていると推定されている。政府は違法製品により年間2億6,300万ドルを失っている。
密輸製品は20本入りで1.70MYRで販売されており、消費者には魅力的。
- ・中国製偽造ブランドは包か外観は真正商品のように見えるが中身は低品質であり、消費者の苦情が多い。違法シガレットの取引を防ぐために、2004年5月から国内製シガレットにセキュリティー・マーク制度が導入される。

[7] メーカー概要

大手国際企業3社で市場を占めている。シェアはBAT67.3%、JTI16.5%、PMI16.1%。

BAT (Malaysia) :

1999年10月にMalaysian Tobacco(BATの子会社)はRothmans of Pall Mall(Malaysia)と合併。2社の統合によるコスト削減は2,400万USドルになったと推定されている。

旧Rothmans of Pall Mall社は、マレーシアでは最有カシガレット企業であった。

主力銘柄はDunhill、Peter Stuyvesantで、年間約160億本を製造。Malaysian Tobacco社の主力銘柄はBenson & Hedges、Gold Flake、Lucky Strikeで、年間約50億本製造。40%はアジア市場へ輸出している。

BATはコストの高い香港からマレーシアへ製造基地を移転した。

製造基地統合戦略をBATは取っている。2000年度の売上は7億2,948万USドル。

2002年の販売数量は190億本、シェアは67.3%であった。たばこ製造販売の他、旅行事業、宣伝広告サービス事業を行っている。

JTI Malaysia :

1999年にRJRIを買収。前身は1991年に現地たばこ会社Juara Perkaasa社をRJRIが買収。

1992年にはJTとライセンス契約を結びMild Sevenの製造を開始。

主力銘柄はSalem KS Menthol、Winston KS Box。

メンソールとライト・セグメントでニッチ・シェアを確保している。

Reemtsma社とマレーシアでの製造販売契約を結び、Davidoffでプレミアム・セグメントに参入。2000年度の売上は1億5,341万USドル。

JTIはDavidoffシガレットの製造販売により、利益率の高いバージニア・セグメントに参入している。

PMI Malaysia :

主力銘柄はMarlboro。新工場を建設したが、製造数量の80%を輸出するという条件で許可されたために、マレーシア国内での大幅なシェア・アップは期待できない。

[8] 葉たばこ概況

マレーシアでの葉たばこ栽培は1959年に始まり、地方では葉たばこは主要な収入源になっている。

黄色種の産地はケランタンとテレンガンである。

2002年の黄色種生産量は11,468トン。パーレー葉の主産地は東マレーシアのサバ。2002年のパーレー葉の生産量は1,400トン。

アメリカン・ブレンド製品の消費増に伴うパーレー種の需要増加に対応して、パーレー種の生産が増えている。

政府は国内の葉たばこ生産を徐々に他の作物へ転換させる政策を取っている。輸入原料には極めて高率の関税がかかっている。

葉たばこ統計(単位トン)

	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年
生産数量	na	na	9,395	12,868	13,500
輸入数量	18,990	27,000	28,550	39,675	36,150
輸出数量	252	na	433	1,269	1,100

[9] 展望

2000年における喫煙者数は350万人と推定されている。

2000年の成人喫煙者率25%(男性49.2%、女性3.5%)が20025年に20%にダウンしても(男性30%にダウン、女性20%にアップ)、2025年には人口増により喫煙者数は460万人になると推定される。

このために、マレーシアのたばこ産業は将来とも伸びると思われる。