



オランダ王国 Kingdom of the Netherlands



たばこ産業の特徴

1. オランダはヨーロッパ最大のシガレット製造国。製造数量は1999年で約1,200億本。
2000年の国内シガレット販売数量は166.8億本（1996年は153億本）で、前年に比べて0.8%増加。
2. オランダは世界第2位のシガレットとRYOの輸出国で、2000年には1,197.1億本を輸出した（1996年は622.5億本）。
オランダで製造されたシガレットの98%はEU諸国、特にフランスとイタリアへ輸出されており、輸出製造基地として位置づけられている。
3. トップ企業はPhilip Morris Holland B.V.とRothmans Netherlands B.V.であるオランダ市場は世界最大のRYO市場であり伝統的にRYOが強い。
4. 45%は手巻きの喫煙者であるが近年減少しつつある。
5. オランダはアメリカに次いで世界第2位の葉巻製造国。1998年で20億1,500万本製造。
6. オランダは伝統的に喫煙には寛容であり、マーケティングの自由を認め、徹底した禁煙は希であった。
しかし国際的な圧力に直面してオランダ当局は再検討を始めた。
最近に至り、反喫煙キャンペーンが強化された。

[1] 法的規制

警告文等:

EUの標準警告文には従っておらず、独自の警告文の包かへ記載義務あり。

「喫煙は貴方の健康に有害 - 肺癌や心臓疾患を引き起こすことがある」健康注意表示とタール、ニコチン量を包かに表示する必要あり。

喫煙場所規制:バス、国内線、政府の建物は全面禁煙。国際線、鉄道は通常の規則に従う。

映画館、劇場は全面禁煙。カフェ、職場にはそれぞれ喫煙規制がある。

広告規制:

広告は法律では禁止されていないが、法律や自主規制で事実上制限されている
テレビ、ラジオによる広告は1981年以来法律で禁止。

1996年以来映画。での広告禁止。

スポーツ雑誌、若者向けの出版物の広告は自主規制。

自主規意表示が必要。2箇所のオランダ競技場以外はビルボードでの広告は禁止。

広告は喫煙と健康、若者、ヘルスケアとリンクするものは禁止。

25歳未満の若者を広告に登場させてはならない。

学校、病院の近くでの広告は禁止。

販売促進活動:

スポンサーは許されているが、収容人員1000人を越えるスタジアムに限られている。

無料サンプリングは禁止。

(規制の動向)

オランダは伝統的に喫煙には寛容であり、マーケティングの自由を認め、徹底した禁煙は希であった。
しかし国際的な圧力に直面してオランダ当局は再検討を始め、最近に至り反喫煙キャンペーンが強化された。

健康福祉スポーツ相は、広告の厳しい規制と未成年者の喫煙防止を中心とするオランダたばこ法の改訂を提案している。

残されている広告メディアの屋外、映画館、雑誌もまもなく変更されるものと思われる。

スポンサーは2002年に禁止され、印刷メディアによる広告は2003年には無くなる。

実質的にはシガレットとRYOは店頭でしか広告できなくなる。

法的規制強化により長く続いてきた自主規制の慣行が急激に変化するであろう。

修正提案には非喫煙者、16歳未満を広告のターゲットにしないことが含まれている。

公共の場所での自動販売機による未成年者の購入をどのように規制するか問題になっている。

業界も未成年者の喫煙防止を支持している。

BVT（オランダたばこ情報オフィス）は、たばこメーカー組織により設立されたものである。

BVTの目的は、喫煙に対する寛容の環境を維持することにある。

喫煙者と非喫煙者との常識とコミュニケーションにより解決しようとしている。

EUは以下の政策を早期に採択することで合意している。

- 2003年12月31日から最大タール・レベルは1本につき10mg、ニコチンは1mg、一酸化炭素は10mg。
- 製造メーカー、輸入業者は、たばこ以外の添加物を含むたばこの成分リストをブランド毎に提出の義務付け。
- 包かの25%に「喫煙は貴方を殺す」の警告を大きく明確に表示、喫煙とある種の病気の関係と、妊娠女性には特に危険であるとの注意表示が義務付け。
- 「低タール」、「マイルド」の文言の使用禁止。

[2] 税制

税金は平均的な小売り価格に対して、付加価値税（17.5%）、従価税（21.05%）、特別税（1000本当たり47.3ドル）の3種類で構成されている。

小売り価格に対する税率は73.0%。

最近、激しいロビー活動と議会での議論の末、1包か当たり50セントの増税は否決されたが、今後3年間にわたり年間15セントずつ増税されることになった。

EU加盟国は歳出入の均衡を厳しく求められているので、たばこの増税は一番手っ取り早い方法であるとされている。

反喫煙団体はたばこの増税を要求しているが、もし増税すれば密輸が増えるだけであるとされている。

RYOセグメントは物品税が45.2%、付加価値税は16%である。

物品税の税収は35億NLG、付加価値税は9億7,100万NLGである。

[3] 喫煙者プロフィール

- オランダの喫煙人口は減少しているが、他のヨーロッパ諸国に比べると喫煙者率は高い。
男性44.3%、女性37.7%、全体では41.1%。
- RYOは多くの喫煙者が個性を楽しむのと、自分のたばこを作る喜びのために選択されている。
オランダ社会のあらゆる階層の喫煙者の大部分が自分でたばこを巻き、男女共にRYOカテゴリーを受け入れている。
- マーケティング規制によりシガレット消費本数がどの程度減るかは未知である。
最近では喫煙者の数は非常に僅かながら減っているが、これが反喫煙キャンペーンの成果であるかどうかを知ることは不可能である。

[4] 市場概要

- 市場のピークは1991年で、それ以後インフレ率を上回る値上げにより販売数量は減少していたが、RYOを犠牲にして工場製シガレットは対前年比で0.8%増加し2000年のシガレット販売数量は166.8億本になった。
全体的には安定した市場である。
- オランダは世界第2位のシガレットとRYOの輸出国であり、2000年には1,197.1億本を輸出。
（対前年比1.6%増）
イタリアとフランスが最大の輸出市場。
1998年のシガレット製造本数は1.162億6,300万本、1999年は1,199億8,300万本。
- オランダは伝統的にRYOが強い市場であるが、RYOのシェアは45%（RYOのみ喫煙する者の割合は22.1%、工場製シガレットとRYOをミックスして喫煙している者は28.3%）で、RYOは減ってきている。
減少の原因は、値上げと可処分所得の向上であろうと推定されている。
- RYOの消費が他の諸国に比べて多いのは、RYOの税金が工場製シガレットに比べて50%も安いこと、喫煙者が手巻きを楽しむこと、水分が4-5%高く独特の芳香性があるためである。
EUはRYOの税率をシガレットの水準に引き上げるよう求めている。
もしそうなれば、イギリス並みの4-5%に激減すると思われる。
- 葉巻の製造本数は20億1,500万本（1998年）。
アメリカに次いで世界第2位。葉巻とシガリロは100ヶ国以上へ輸出。
主な仕向地はフランス、ベルギー、ルクセンブルグ、UK、ドイツである。

主要国際企業のシェア（%）（市場規模155億本）

PM	40.4%	: Marlboro, Chesterfield, Philip Morris
BAT(Rothmans)	40.4%	: Barclay, Gladstone, Cabalero
JTI	14.2%	: Camel

[5] 製品概況

- 工場製シガレット・カテゴリーではMarlboroがトップで、次いでMarlboro Lights、Camel Filterの順である。
- MarlboroやCamelのような国際ブランドが増加している反面、オランダ国内の無名ブランドのシェアは落ちている。
フィルタ付きが増えている反面、プレーン・シガレットは減っている。
- RYOは1960年代に人気が出始めて、Drum、Samson、Van Nelleなどが人気銘柄である。
- Imperial TobaccoのDrumブランドがRYO市場を支配している。最近、Javaanse Jongens Darkブランドが成功している（シェア3.1%）。
RYOブランドのシェア: Drum Excellent;31.7%、Van Nelle Special Quality;15.1%、Samson halfzwaar;13.9%。
- RYOの輸出はドイツとベルギー向けが主である。2001年には1,410万kg輸出された。
- オランダでたばこ製品販売におけるRYOのシェアが低下しているために、RYOの輸出を強化しようとしている。
- 葉巻は、Wilde、Extra Seniorita、Mehari、Sprint、Cherie、Olinda等が有名である。

[6] 小売り流通

雑貨店とスーパー/ハイパー・マーケット（郊外の大型店）が販売の31%を占め、たばこ屋が21.0%である。

たばこ屋のシェアが他のヨーロッパ諸国に比べて高いのは、RYOたばこの比率が大きいためである。

しかし最近ではガソリンスタンドや食料雑貨店等の便利な店での販売が伸びている。

EU域内の旅行者は自己使用目的であれば持ち込み制限はない。

東欧からの密輸が大きな問題になっている。

アウトレットのシェア

たばこ専門店	21.0%
スーパーマーケット	31.4%
ガソリンスタンド	14.0%
レストラン・カフェ	20.4%
その他	13.2%

[7] 企業概要

Philip Morris Holland B.V.:

Philip Morris Internationalの子会社。オランダ第1位のメーカー。

主力製品はMarlboro、Marlboro Lightsである。

工場所在地はベルゲン・オブ・ゾーム。

製造規模は750億本。

オランダはEU近隣に対して地理的に有利なために、製造設備を拡大している。

Rothmans Tobacco Co.B.V.:

子会社のTurmacとLaurensが合併して設立された会社である。

主力製品はPeter Stuyvesant、Caballero、Pall Mallである。

Rothmansはベルリン工場を閉鎖し、オランダのZevenaar工場へ集中させている。

この工場はRothmansの世界最大の工場である。

オランダはEU近隣に対して地理的に有利なために、Rothmansも製造設備を拡大している。

Tabaksfabriek J.B.G.Bloemen B.V.:

RYO製品のメーカー。ブランドはAlleman、Arbo。

Royal Theodorous Niemeyer B.V.:

Rothmans International Tobacco Products(Export)の子会社。

パイプたばこのメーカー。

ブランドSamson、Bison、Twin。

Agio Sigarenfabrieken N.V.:

葉巻メーカー。ブランドはPanter、Balmoral、Agio。

Heupink & Bloemen Tabak :

Heupink & ReindersとTabaksfabriek Bloemenが合併して出来た会社。

H&Bは200グラム入りでは市場のリーダーで70%のシェアを獲得している。

代表的ブランドはLookoutである。

家族所有の会社である。

Douwe Egberts Van Nelle Tobacco:

アメリカの消費者製品グループSara Lee Corporationが所有していた国際的な細刻みたばこ企業。

同グループは1998年にDouwe Egberts Van Nelle TobaccoをイギリスのImperial Tobaccoグループに10.8億ドルで売却した。

ロッテルダムにあるは欧州市場への進出に利用されている。

Douwe Egbertsは細刻みでは世界で27%のシェア。

この買収によりImperial Tobaccoの細刻みのシェアは32%になる。