



ロシア連邦 Russian Federation



たばこ産業の特徴

1. 4,200万人の喫煙者が年間2,700～2,800億本のシガレットを消費する世界第4位のたばこ市場である。
2. ロシアのたばこ産業は過去10年間で大きく変化し、製造数量は1996年の年間1,500億本から2002年には3,900億本になり、約30%が過剰生産になっている。
3. ロシアのたばこ市場の2/3は多国籍企業で占められており、Philip Morrisは24.2%のシェア（2002年）で市場のリーダーである。
4. ブランドの種類の多さと、ロシア・スタイルの製品に人気があることがロシア市場の特徴である。
5. 規制が次第に厳しくなりつつある。

[1] 規制

警告文：

全てのシガレットには「厚生大臣は、喫煙は危険であると警告する」との健康注意表示を包かに記載する必要あり。

これは包か表面の25%を占める必要あり。

2003年1月1日からロシアのシガレット包かは基本的な警告表示「喫煙は貴方の健康に有害である」に加えて、4種類の注意表示から平等に選んで包かに記載しなければならなくなった（半年間の猶予期間あり）。

成分規制：

シガレットのデリバリーはロシア厚生省内の国家衛生疫病管理委員会により規制されている。

タールとニコチンの最高レベルは新しい技術の導入により、2001年7月の喫煙規制法によりフィルタ付き製品のタール含有量は12mg、ニコチン1.1mg、ノンフィルタ製品で16mg、1.2mgに下げられ、2003年から施行された。

喫煙場所規制：

国内線、バス、電車、映画館、劇場、政府建物、教育施設、病院、職場での喫煙は禁止されている。

ホテル、レストラン、カフェなど公共の場所での喫煙は規制されている。

3時間未満の国内路線の飛行は禁煙。

エアロフロートは自主的に全面禁煙にしている。

販売規制：

特定の場所でのたばこの販売は規制されている。

スモークレスたばこの販売は禁止。

未成年者への販売禁止。

自動販売機は規制。

広告規制：

メディアによるたばこの広告は連邦法により禁止されている。

映画、出版物、屋外広告による広告は規制されているが、実際は機能していない。

たばこ業界は1995年1月から自主規制を行っており、午後10時以前のテレビによる広告、18歳未満を対象とする広告の中止、学校から100メートル以内でのビルボード広告の中止を決めている。

販売促進活動：

たばこ製品の無料頒布は禁止されている。

スポンサーシップは規制。

規制の動向

国会は喫煙規制法を通過させ、たばこの広告を全面的に禁止するために、広告法の修正が検討された。

しかし、2001年10月に、国内経済の一番ダイナミックな分野の一つである合法商品に対しては広告禁止は適切でないとしてこの議論は延期された。

Tabakpromは、18歳未満へのたばこ製品の販売禁止やシガレットのバラ売り禁止のようないくつかの提案は支持している。

同協会はまた健康、文化、教育、スポーツ・センターなどの施設やそれらの施設から100メートルの範囲内でのたばこ製品販売中止の提案も支持している。

ビルボードの広告は現在認められているが、行き過ぎのためにある程度まで減らす傾向にある。

[2] 税制

- ・ 新物品税は、フィルタ付きの場合は1000本当たり50ルーブルに工場出荷価格の5%を加えたもの、フィルタ無しとオーバルは1000本当たり19ルーブルに工場出荷価格に5%を加えたものになる。新しい税制は2003年1月1日から施行される。
（旧税制では、フィルタ付きシガレットが1000本当たり39.2ルーブル、フィルタ無しとオーバルが同11.2ルーブルであった）。
- ・ 2003年から膨化中骨関税は20%から10%へ下げられた。

税制の今後の動向

財務省はたばこ製品の物品税率を2004年1月1日から20～25%増税することを提案している。

[3] 喫煙者プロフィール

- ・ロシアの多くの老人はストロングな喫味の旧ソ連ブランドに愛着を感じている。
- ・喫煙者率
 - A) 男性67% 女性25～30%(1998年)
 - B) 10～14歳男児 19% 15～18歳男児 35%(1993年ロシアアカデミー調査)
 - C) 10～14歳女児 4% 15～18歳女児 10%(1993年ロシアアカデミー調査)

[4] 市場概要

- ・ロシアでは4,200万人の喫煙者が年間2,700～2,800億本のシガレットを消費している世界第4位のたばこ市場である。年間製造数量は3,900億本あり、30%が過剰生産になっている。
過剰供給にもかかわらず、ロシアはシガレットの消費数量の規模が大きいため、多国籍企業にとって最も関心
- ・10年間でロシアのたばこ産業は大きく変化した。
製造数量は1996年の1,500億本から、2002年には3,900億本に増えた。
正規輸入製品は同期間中に600億本から70億本に減り、ロシアは輸入依存国からたばこ製品輸出国になった。
- ・過去10年間にロシアのたばこ部門に20億ドル以上が投じられたが、このうち15億ドルは海外からの投資である。
外国企業は工場や製造施設改善のための投資だけでなく、マネージメント、財務、マーケティングの専門知識も。
- ・過剰供給はロシアに企業が多すぎるのも一因である。
約100社のたばこメーカーが操業 許可を得ているが、60～70%しか市場で活動していない。
- ・今日のロシアの喫煙者は高品質のシガレットを望んでいるが、小企業はこれに対応できない。
当分の間、多国籍企業は過剰生産の解消のために減産せず、市場の隙間を獲得する競争を繰り広げるであろう。
- ・ロシア市場の2/3は多国籍企業で占められており、PMIは24.2% (2002年度)のシェアで明らかにリーダーシップを
- ・2002年のシガレット輸入数量は57億1,700万本で前年に比べて25.4%減であった。
金額にして9,780万ドルで、多くは西ヨーロッパとアメリカから輸入されている。
急激な輸入減少は国内での過剰製造が原因である。

シガレット・データ (単位100万本)

	1996年	1999年	2000年	2001年	2002年
生産数量	150,000	263,000	330,000	341,100	390,000
輸出数量	3,000	2,500	na	20,000*	20,770*
輸入数量	60,000	44,500	12,000	6,847	5,715

*パピロシを含む。

2002年企業別シェア% (カッコ内は対前年比増減)

Philip Morris	23.80% (+4.7%)
JTI	15.30% (+0.5%)
Gallaher	14.10% (-0.2%)
BAT	13.00% (*2001年のシェア)
Balkan Star	7.80% (+0.8%)
Imperial (旧Reemtsma)	4.80% (+1.5%)

[5] 製品プロフィール

ブランド種類の多さ:

ロシアのたばこ製品の種類は非常に多く、毎日その数が増えているので誰にも正確なブランド数は分からない程である。

モスクワやサンクト・ペテルブルグではParliamentがステータスシンボルとして、地方の村ではパピロシのBelomorkanakやオーバルのPrimaが依然として名物になっている。

ロシアでは所得が非常に不平等であるために、価格帯の範囲は極端に広がっている。

主要ブランド:

トップ10ブランドで販売シェアの60%を占めている。

このリストにはPrima, Yava Zolotaya, Peter、Belomorkanal, Balkanskaya Zvezda, Yava, Apollo-Soyuzが含まれている。

トップ10ブランドの中で国際ブランドはL&MとBond Streetの二つのみ。

トップ・ブランド:

伝統的なオーバルやパピロシが減っているとはいえ、マーケット・リーダーのOval Primalは成功するブランドの特徴を示して、時間と共に発展している。

多くのメーカーがこのブランドのフィルタ・バージョンを発売している。

ReemtsmaはPrima Luxeというファミリーを発売。Liggett-Ducatはフィルタ付きのPrima Classicを、ATWはYour Primaを、JTIはOur Primaを発売。

Pogar Tobacco Factoryさえ、ベストセラーの新しいフィルタ・バージョンPrima Nostalgiaを発売している。

喫煙嗜好:

ロシアの多くの老人はストロングな喫味のブランドに愛着を感じており、これがこれらのシガレットの人気が続いている理由である。

1包かが3ルーブル(1ルーブル=0.03ドル)以下で売られており、パピロシとオーバル・シガレットは最低価格帯を形成しているが、この価格帯は販売数量で40%、金額で15%を占めている。

ロシア・スタイル：

ロシア・スタイルのブランドが、ロシア人の愛国心のために受け入れられている。

JTIのPeter は5%のシェアを得て成功している。

原則として高価格のニッチ市場をターゲットにしていたPhilip Morrisでさえ、Optimaというロシア・ブランドを2000年秋に発売した。

これは低価格帯のフィルタ・セグメントである。低価格帯のフィルタ・セグメントはロシア市場で30%を占めている。

Liggett-DucatはPack USSR、Troikaのようなエキゾチックなブランドを製造している。

同社はロシア初のスリム・シガレットLa Femme Slimを発売。

チャコール・フィルタのElementsを発売。

LDブランドのGoldとPlatinumバージョンも発売した。

ロシアの企業はBalkan Starやナポレオン戦争に19世紀に勝利した1812ブランドなど、愛国的なブランドを発売している。

Nevo Tabakは新ブランドのLeningrad specialを出している。

今後の動向：

低タール、低ニコチン・シガレットへの傾向は不可避である。

近い将来、ノンフィルタ・シガレットはより儲かるフィルタ製品で置き換えられるであろう。

この傾向は外国の投資家には有利であり、小規模メーカーの多くが市場から締め出されている。

最低価格帯セグメントのシェアは1999年の55%から、2001年始めには40%に落ちており、所得増とともに高品質シガレットを買う余裕がでてきている。

外国の大企業や国内メーカーが全て自分たちのブランドのライト・バージョンを出している。

2000年にはライト・シガレットの消費は2倍に増え、今日ではロシアの販売市場の数量的に10%、金額では20%を占めている。

チャコールフィルタ製品のシェアは1999年の3%から、2002年には10%に伸びている。

トップ・ブランドのシェア（2000年）

Cigarette/papirossy	シェア%
Prima（フィルタ無し）	30.0
Belmotkanal（papirossy）	5.2
Peter	5.1
L&M	4
Bond Street	4
Yava Gold	3.9
Balkan Star	3.6
Apollo Soyuz White	3.2
Yava	3.2
Troika	2.1

（出典：2000/Business Analytica Europe Ltd.）

タイプ別シェア

フルフレーバー・シガレット	91.20%
ライト	8.60%
スパー・ライト	0.20%
フィルタ付き	61.50%
フィルタ無し	30.20%
チャコールフィルタ付き	3.20%
パピロシー	5.10%

（出典：2000/Business Analytica Europe Ltd.）

[6] 流通

- 2000年4月に全てのたばこメーカーと卸売り業に対して、ロシア市場で事業を行うために公式の免許を与える制度ライセンス制度は違法あるいは闇製造を無くすためである。
多くの小企業は品質に適切な注意を払わずに偽造製品を製造したり、密輸原料を加工している。
96のシガレット・メーカーの内70のメーカーが免許を得ている（2000年9月現在）。
流通関係の数千の卸売り会社の中で免許を得た会社は200社である。
- 公式の統計では密輸や偽造シガレットは現在ロシア市場の3～5%を占めている。
しかし独立系の専門家はこれらの製品のシェアは10%、場合によっては20%に達すると推定している。
密輸はロシアから近隣諸国、特にウクライナへ確実に増加している。国家間の義務に合わせようとして、ロシアは14
最近の決定で物品税を50%増税したが、近隣諸国に比べると同国の課税基準は遙かに低い。

[7] 企業概要

- 1990年代初めにたばこ産業は他のセクターと同じように政府から非優先産業として見捨てられて、たばこ公団の24のシガレット工場は、地方政府により民営化され合資会社に転換し独して自由市場の中に放置された。
- 今日ではロシアには13の主要たばこ工場があり、そのうち10工場は多国籍企業に属している。主要メーカーは5大多国籍企業であり、彼らは11工場を操業して国内シェアの67%を占めている。
- ロシア企業はDonskoy Tabak、Balkan Star、Nevo Tabakの3社ある。その他に60を超える中小国内メーカーがあり、ロシアのたばこ企業の国内シェアは33%である。
- 観測筋によれば、近い将来15メーカーと50の流通業者が残るのみであると予想されている。生き残れるのは大部分が多国籍企業と、それに加えてロシアの3工場のDonskoy Tabak、Balkanskaya ZvezdaとNevo-Tabakであろうと予想されている。ロシア民族資本の国内メーカーのいくつかは彼らの工場の近代化をして、最新技術を使って高品質の製品を製造している。

BAT :

現地法人はBritish American Tobacco-STFとOJSC British American YAVA、3工場を所有。総投資額は2億9,000万ドル。BATのロシア国内での製造能力は400億本以上。
Yava工場:モスクワにある。
製造能力は200億本。フィルタシガレットでは最大の製造工場である。
この工場には国産ブランドとして独自のYavaブランドがある。
ノンフィルタのPrimaブランドの人気の高い。
1998年末までに1億ドルの資本を投下した。
Saratov工場:モスクワから東南700kmのボルガ川のほとりにある。
1995年末の操業開始。年産100億本。
1998年末までに5,000万ドルを投資。
2001年前半の6月でBATの3つのロシア工場の製造数量は40%増加し、220億本を製造した。
シェアは13%。主要ブランドのYava Zolotayaの販売は非常に安定しており、Kentの販売もスムーズである。

JTI :

現地法人はJT International Russia (1992年に5億ドル投資)。
St.Petersburg工場:ロシア初の民営化工場(200億本以上の製造能力)。
ロシア国内で開発したアメリカンブレンドのNorth Starブランドを製造。
2001年には500億本製造。
Yeletsたばこ工場:中央ロシアにある。
旧ソ連・東欧唯一のフランスの技術を使用したシートたばこ工場(年間1万トンの製造能力がある)。
JTI(旧RJR)は1,000万ドルを投資して近代化した。
JTI-Armavirtabak:南ロシアのクラスノダルにあるArmavirtabak社の経営支配権を持っている。
この工場は年産40億本。
アメリカンブレンドを製造。
JTIのシェアは約16%。
主要ブランド:Our Prima, Peter、Camel, Mild Seven, Russky Styleなど。

Philip Morris :

現地法人はOAO Philip Morris Kuban, ZAO Philip Morris Izhora, ZAO Philip Morris Neva。
PMはロシアに2工場と流通会社のPM Salesがあり、国内には104の支店がある。
PMのロシアでの全投資額は5億ドルである。
Philip Morris Izhora工場:サンクト・ペテルブルグに建設。
年間製造数量は400億本。
3.3億ドルを投資して1999年にスタートさせた。
これはPMの東欧での最大、最新鋭工場である。
2003年までに投資を回収できる見込み。
Philip Morris Kuban工場:クラスノダルにある。
2002年には330億本を製造。2001年に比べて36.4%の製造増である。
PMのロシアでの全製造数量は2000年が400億本、2001年は500億本、2002年には700億本のシガレットを製造。
同社のロシアでの市場シェアは24%をやや下回っている。
人気のあるブランドはL&Mが国内第3位である。

Gallher :

現地法人はLiggett-Ducat Ltd.(2001年に設立)。
Liggett社はロシアで最も有名であったモスクワのDucat工場との繋がりを確立した。
Liggettが70%、残りは従業員が株を持っている。
Liggett-DucatはGallaherグループが所有しており、株主はBritish Gallaher Group Plcに属するアメリカのWestern Tobacco Investments LLCである。
Gallaher Groupは2003年にLiggett-Ducat社へ1億ドルを融資する。
Liggett-Ducat工場:1999年にモスクワに新工場を建設。
8,500万ドルを投資。
年間400億本を製造しているが、6,000万ドルを投資して650億本製造する計画がある。
Liggett-Ducatのシェアは14%、同社のトップ・ブランドはLD Platinumと最近発売したTroikaブランドがある。
Troikaの販売数量は2002年6月の1ヶ月だけで10億本に達して市場第2位になった。
UCB Films社は上包フィルムを独占的に供給している。

Imperial :

1998年のロシア経済危機で撤退した後、2001年にはFusionやImperialブランドの輸入を開始して、競争激化のロシア市場へ戻った。

Imperial社はVladikavkazのRed Tobacco社でアンダーライセンスの形で製造している。

Imperial Tabacco (Reemtsmaを含む)社のシェアは5%弱。

ブランドはImperial、Fusion、Super Kings、Regal、Reemtsma社のブランドのDavidoff、R1、R1-Minima、Slims Light、Westなど。

ボルゴグラードのReemtsma-Volga工場に1億ドルを投資して、2002年には200億本を製造。今後2年以内にロシア市場の10%獲得を目指している。

Rothmans :

Nevo Tabakと合併を行っている(75%の株式を保有)。

この合併会社はサンクト・ペテルブルグに8,500万ドルで新工場を建設する計画を持っている。

Rothmans Nevo工場: サンクトペテルブルグにある。

Bulgartabac :

ソチ、ポドリスク、ベルゴロトで3つの合併企業を作った。

Bulgartabacはロシアに3つ、ウクライナに1つ、ルーマニアに1つのシガレット工場を既に所有しているが、更にロシアに自社最大の工場を建設すると発表。

ソチの新工場はロシアでBulgartabac最大の投資になる。

新工場はロシアとBulgartabacの合併で、Bulgartabacが77%、Russian International Tobacco Corporationが23%出資する。

製造数量は年間1万トンのシガレットを製造し、3~4%がロシアのローカル市場に向けられる予定。

Brook Group:

モスクワのDuka工場の株式を58%所有。

House of Prince :

レニーグラード地区に工場を建設する予定。

Grand Tobacco :

アメリカ/カナダの合併会社のGrand Tobaccoは、2001年夏にニュー・ノボゴロドに工場を建設した。

Donskoy Tabak :

ロシア民族資本の企業。

2000年には370億本、2001年には400億本製造。

シェアは8~12%。21 Vekブランド・ファミリーがある。

このブランドは年間25億本の販売数量である。

新ブランドのDonskoy Tabak OriginalとDonskoy Tabak Lights、Donskoy Tabak Mentholの発売を予定している。

5年間で7億ドルの投資を計画。

この内1.1億ドルはシガレット工場に投資される。

売上げは3億ドルである。

Balkan Star :

ロシア民族資本。

2000年の製造数量は235億本。

シェアは8%。

ブランドはBS、Zolotoye Koltso 812がある。

Nevo Tabak :

ロシア民族資本。

2000年には134億本を製造。

[8] 葉たばこ概況

ロシアの葉たばこ生産量は極めて少量であり、主にクラスノダル地域で生産されている。

旧ソ連邦のモルジブ、キリギスタン、ウズベキスタン、タジキスタン、アゼルバイジャン等での栽培や収穫は急減して、これらの諸国からの葉たばこ供給量は減った。

このような状態の下で、葉たばこ不足は外国からの輸入で補われている。

これが、ロシアの工場が葉たばこ原料不足と共に購買資金不足に直面している理由である。

葉たばこ原料、主要材料、補助材料品、設備機器を自分たちで全て調達しなければならず、国からの支援は無い。

国際的な葉たばこディーラーは工場への供給状況を軽減するためのロシアに基地を確立した。

葉たばこデータ (単位トン)

	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年
生産量	540	600	500	560	na
輸出量	1,750	1,760	640	na	na
輸入量	148,000	184,900	200,830	259,500	na

[9] 展望

概してたばこ企業はロシアの将来については楽観視している。

物品税の増税により低品質の安価なシガレットを製造している小メーカーが駆逐され、過剰生産が解消されると予想している者もあるが、新税制はそうになっていないので、過剰生産は続くものと予想されている。

ロシア市場の消費数量は現在の2,800～2,850億本から、2010年までには2,600～2,700億本へ減少すると予想されている。

ウクライナやベラルーシへの輸出数量は減少しており、今後のロシアたばこ産業の停滞が予想されている。

この期間に製品の高価格帯への移行により、市場の売上金額は現在の50億ドルから60～80億ドルに増加すると予想されている。