



シンガポール共和国 Republic of Singapore



たばこ産業の特徴

1. 市場規模は年間約30億本。
2. 厳しい反喫煙措置が行われているが、国内のシガレット消費数量は政府の予想通りには減少していない。
3. シンガポールは周辺諸国への貿易上戦略的地位を占めている。
4. 国内市場は4つの国際的企業によって支配されている。

[1] 法規制等

警告文等：

シガレット包装上にはTN量表示とともに、4種の警告文を順次掲載しなければならない。

喫煙場所規制：

国内/ 国際航空機、バス、タクシー、映画館、劇場、病院、学校、レストラン、ショッピング・センターなどは禁止。

官庁/ 民間企業の職場、カフェなどは規制あり。

販売規制：

販売免許が必要。

18歳未満への販売禁止。

バラ売り禁止。

最小包装単位の規制あり。

広告規制：

あらゆる形態のシガレット広告は禁止。

販売促進活動：

サンプリングは禁止。

イベント後援は一定の規則遵守のもとに例外的に許される場合がある。

[2] 税制

1000本当たり107.58USドル

[3] 喫煙者プロフィール

18歳から24歳の男性の喫煙者率は、1987年の約17%から1998年には25%に増加している。

同じ年齢の女性は、1987年の0.4%から1998年には約6%に増えている。

1人当たり消費本数は1,230本/年である(1998年)。

[4] 市場概況

政府の反喫煙政策により、シガレット消費量は1988年から1993年にかけて7.1%減少した。

1985年以降では24%以上減少している。

1998年の消費数量は33億2,200万本(1993年は33億4,400万本)で横這いになっている。

シンガポールは古くからの貿易国として周辺地域への戦略的地位を占めている。

極東地域の専売国の市場開放影響から、1989-1994年間に輸入量は240%、輸出量は230%増大した。

しかし価格競争力を失いつつあり、シガレット製造ではBATが撤退している。

たばこ売上げの伸び(単位100万ドル)

1993年	1997年	1993～1997年の成長率
421	595	41.40%

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	15,823	15,980	11,339	12,875	12,875
輸入数量	46,848	57,611	55,600		
輸出数量	59,282	70,124	66,940		

シガレットの消費量(1988-1993年)(単位=100万本)

	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年	88-93 増加率(%)
販売量	3,600	3,403	3,334	3,381	3,520	3,344	
対前年比(%)	-	-5.5	-2	1.4	4.1	-5	-7.1

Source: USDA/World Tobacco

[5]製品プロフィール

市場はアメリカンブレンド製品とバージニアブレンド製品に二分されているが、前者の人気の徐々の上回りがつづつある。

メンソール・シガレットは人気があり、1993年には市場の約30% を占めた。

2大銘柄のMarlboroとSalem は、アメリカンブレンド製品の人気を反映しており、上位6 位中にSalemとConsulate がエントリーしているのはメンソール人気を反映するものである。

主要銘柄のシェア%(1991-1996)

	1991年	1992年	1993年	1994年	1996年
Marlboro	21.8	23.9	25.7	33.1	36.4
Salem	16.8	17.0	16.7	17.1	16.5
Dunhill	16.0	15.7	15.7	15.7	15.8
Lucky Strike	9.1	8.7	8.4	6.8	6.2
Consulate	6.5	6.6	6.7	5.7	5.3
Camel	4.4	4.3	4.3	2.6	2.6
Winston	4.0	4.1	4.3	2.1	2.0
P.Stuyve.	3.8	4.1	4.2	2.4	2.2
Kent	3.4	3.5	3.7	3.2	2.8
その他	14.2	12.1	10.3	11.3	10.2

Source: Industry Sources/World Tobacco/TR(Max Well Report)

[6]葉たばこ概況

葉たばこ統計データ(単位トン)

	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年
輸入数量	20,337	23,739	22,100	17,700	17,700
輸出数量	4,814	7,519	8,458	6,200	6,200

[7]メーカー概要

シガポール市場のシガレット売上げのほぼ全量が4つの企業によって占められている。

4社はいずれも国際企業と繋がりをもっている。

そのうち実際にシンガポールで製造を行っているのは2社である。

Philip Morris Asia Inc. :

シェア1 位であるが、製造基地をもたず輸出入センターとして機能している。

有力銘柄はMarlboro。1996年の同社の市場シェアは38.7%。

1999年第二四半期は数量、シェア共に伸びている。

BAT :

1999年1月にBATがRothmansを買収したために、BAT Sigapore Ltd.とRothmans Industries Ltdを完全子会社化した。

これはRothmans IndustriesがシンガポールやインドシアでBATと競合しているのを解決するための措置である。

BATはコスト削減のために1998年にシンガポール工場を閉鎖してシガレットの製造を中止し、従業員の80%、約300人をレイオフした。

BATは世界的に工場を閉鎖して、Lucky Strikeのようなベストセラー・ブランドに集中している。

Rothmans :

シェア2 位であり、現地製造を行っている。

有力銘柄はDunhill, Consulate,

Peter Stuyvesant。

1996年の同社の市場シェアは24.2 %

Thong Huat :

Salem, Camel, WinstonなどR.J. Reynolds の製品を扱っている。

1996年の同社の市場シェアは21.3 %。

Singapore Tobacco Company :

BAT の子会社で、Lucky Strike, Kent, Benson & Hedges, Capstanを販売している。

State Express 555などを現地生産している。

1996年の同社の市場シェアは15.2%。

メーカー別シェア (%)

	1995年	1996年
Philip Morris Asia	35.8	38.7
Rothmans of Pall Mall	24.7	24.2
Thong Haut (RJRI)	22	21.3
Singapore Tobacco (BAT)	16.9	15.2
その他	0.6	0.6

[8]展望

政府の反喫煙政策により、シガレット消費量は緩やかに漸減すると見込まれる。

国内市場の厳しい環境から、これまで現地メーカーは近隣の東南アジア諸国やインドへの輸出促進に努めてきた。

しかし人件費の増加から、コストの安い近隣諸国へ製造工場が更に移転するかもしれない。