



## トルコ共和国 Republic of Turkey



### たばこ産業と特徴

- シガレット産業は2001年の経済危機の影響をほとんど受けない握りの事業分野の一つである。  
1970年から2000年の間にトルコのシガレット消費量は375億600万本から207%増加した。
- トルコの2001年のシガレット販売数量は1,117億3,400万本（2000年は1,116億9,600万本）であった。  
2001年のシガレット製造数量は約1,280億本で前年と変わっていない。
- ECA地域（ヨーロッパと中央アジア）でのシガレット消費量全体（7,571億5,100万本）の15%をトルコが占めている。  
世界全体の消費量ではトルコが2.2%を占めている。  
たばこを取り巻く環境は悪くない。
- 市場は、アメリカン・ブレンド（シェア58.7%：2001年）と伝統的なトルコ巻（同41.3%）に大別されている。
- 現在のところ、国営たばこ・アルコール専売（TEKEL）は葉たばこを全量購入することが義務付けられているが、TEKELの民営化に備えて新しい法律が準備されている。  
TEKELは原料たばこ、たばこ製品、塩、アルコールの4つの企業に分離した後、2004年までに民営化する。
- トルコではすでに二つの産業コングロメリットSabanci HoldingとKoc Holdingが外国企業と取引している。  
Sabanci HoldingはPhilip Morris、Koc HoldingはBATとの関係がある。  
国内と輸出需要に対応するために多国際企業は製造能力を増やし、新しい工場に投資している。
- トルコは世界第4位の葉たばこ生産国で、年産約25万トン（世界の生産量の4%）生産している。  
オリエント葉の65%はトルコで生産されている。

### [1] 法規制等

強力なたばこ規制法が1996年に施行された。

#### 警告文：

国産・輸入シガレットの箱の側面に「たばこは健康に有害である」の表示が必要。  
TN量の表示義務、最高含有量規制はない。

#### 喫煙規制：

病院・健康関係施設、教育施設、政府建物、公共運輸機関、少なくとも5人が働く職場、自国航空会社の国内・国際線は禁煙。

その他公共の場所での喫煙 規制あり。

#### 販売規制：

18歳未満はたばこ製品購入禁止。特定場所での販売禁止。

#### 広告規制：

広告はラジオ、テレビ、政府建物内は禁止。

印刷メディアでの広告禁止。

間接的広告（たばこやたばこ製品その他のブランド名を使用した）と、たばこやたばこ製品の使用を促進するためのあらゆるたばこキャンペーンは禁止。

#### 販売促進規制：

製品の無料サンプリングは禁止。

#### その他規制：

トルコのラジオとテレビと民間のテレビ・チャンネルは、たばこの有害性について少なくとも1ヶ月に90分間放送しなければならない。

#### （最近の反喫煙の動向）

トルコ医学協会はノンスモーカーを対象にして活発に活動している。

喫煙に関する委員会は厚生省、関係各省、トルコ医学協会、国内当局、反喫煙団体、トルコ大学とフォーラムを結成してスポット広告を行っている。

メディアを関わらせて資料を配布し、世界ノーたばこ日を催している。

メーカーは印刷、放送メディアで製品を広告することが禁止されている。

新製品のニュースでさえも隠れた広告であると攻撃されている。

## [2] 税制

IMFは政府に対して新しい特別消費税（OTV）の導入と税制の簡素化、増税を勧告し、新税制は全ての消費者製品に適用される。

新しい税制は、葉たばこの輸入、購買、シガレットの製造、流通、販売などにかかる7つの税制を簡素化することになる。

現行税制（出典 TEKEL）

たばこ基金：	国産シガレット	3 USドル/kg、
	輸入シガレット	0.4 USドル/1包か
防衛産業基金：	工場出荷価格に対し	10%
加算税：	工場出荷価格に対し	120%
教育基金：	小売り価格に対して	15%
牧草地基金：	小売り価格に対して	2%
退役軍人基金：	小売り価格に対して	2%
付加価値税：	小売り価格に対して	17%
小売り価格に占める税率		77%
関税率：	（出典 ERC 1999）	68.40%

政府税収にたばこ税が占める割合は11%、44億ドルで、ヨーロッパ、ECA諸国では最高である（1999年）。

## [3] 喫煙者プロフィール

- 1970年から2000年の間に、1人当たりの年間消費量は90包かから121包かへと34%増えている。1990年から1999年の10年間のシガレット消費増加率はパキスタンに次いで世界第2位、52%の成長率である。
- ECA地域（ヨーロッパと中央アジア）のシガレット消費量全体（7,571億5,100万本）の15%をトルコが占めている。世界全体の消費量ではトルコが2.2%を占めている。
- 喫煙者率：1997年の成人男性喫煙者率は51.5～65%、成人女性で38～49%とされている（調査機関により異なる）。1992年の調査では15～17歳の高校生の20%が毎日喫煙している。1996年の調査では7～13歳の男子で13.9%、女子は9.1%とされる。

喫煙者と喫煙者率

	1995年	1997年
男性喫煙率%	63	63
男性喫煙者(100万人)	13.2	13.26
女性喫煙率%	35	38
女性喫煙者(100万人)	6.98	7.75
全体喫煙率%	49.2	51.5
喫煙者数(100万人)	20.18	21.01

（出典 Market file/UN/National Statistic）

## [4] 市場概況

- シガレット産業は2001年の経済危機の影響をほとんど受けない握りの事業分野の一つである。自動車や消費者産業など他の産業では消費が50%も減り、工場閉鎖や遊休施設を抱えている。
- 国内消費量は変わらないが、シガレットの製造と輸出は増えている。1999年に販売量が急増した後、2000年の国内消費は安定したが、これはイラク北部への国境貿易が減ったためである。トルコの2001年のシガレット販売数量は1,117億3,400万本（2000年は1,116億9,600万本）であった。2001年のシガレット製造数量は約1,280億本（2000年は1,155億本）。
- 1970年から2000年の間にトルコのシガレット消費量は375億600万本から1,155億本へと207%増加した。同期間の1人当たりの消費量は90包かから121包かへと34%増えている。
- 1990年から1999年の10年間のシガレット消費増加率はパキスタンに次いで世界第2位で、52%の成長率である（1990年：732億7,000万本、1999年：1,115億本）。ECA地域（ヨーロッパと中央アジア）でのシガレット消費量全体（7,571億5,100万本）の15%をトルコが占めている。世界全体の消費量ではトルコが2.2%を占めている。
- トルコではインフレに対応して絶えずシガレット価格が上昇してきたが1995年以降は比較的安定している。一般的には外国ブランドは国産ブランドより高い（外国ブランド：1.32ドル、国産ブランド：0.99ドル、出典EIU 1999）。2000年の価格値上げは1999年の地震による政府の増税のためである。
- 経済危機による生活水準低下により、2001年にはフルフレーバーやプレミアム・アメリカンブレンドのシガレットを犠牲にして、低、中価格帯のオリエンタル巻やライト・フレーバー・シガレットがシェアを増や
- 国内と輸出需要に対応するために国際企業は製造能力を増やし、新しい工場に投資している。
- TEKELの民営化に備えて新しい法律が準備されており、これはTEKELのシガレット製造と葉たばこ購買を分離して、TEKELが他の企業と提携できるようにさせる。民間メーカーは、新しい法律によりトルコ産葉たばこと輸入原料の等量購入を義務付けられ、輸出シガレットに輸入原料の使用を義務付けられることに懸念を示している。

- ・ 2000年のトルコのシガレット輸出は125億本である。  
輸出の95%は民間メーカーのもので、残りがTEKELである。主な輸出地は中近東諸国とFSUである。

## [5] 製品プロフィール

- ・ 市場はアメリカンブレンドと、国産葉のオリエント葉による伝統的なトルコ巻きに分けられる。増大する密輸に対抗するために、TEKELは1984年からブレンド製品の輸入を始め、1988年には自社開発のアメリカンブレンドのTEKEL 2000を発売した。  
2001年現在のTEKEL 2000のシェアは15.8% (1996年には25.3%)。
- ・ 原料を米国産からマラウイやジンバブエ産へ変えてコストダウンしたTekeI 2001も成功している (2001年のシェア14.1%)。  
オリエント巻のMaltepeとSamsunは、TekeI 2000とPhilip Morrisブランドの影響を受けて減少している (1996年のシェアはそれぞれ24.8%、21.4%から、2001年には17.6%、19.0%に減っている)。
- ・ 2001年のライト・シガレットの販売数量は109億4,700万本、シェアは9.8% (前年は93.3億本)、フルフレーバー・シガレットは1,00億7,800万本、シェアは90.2% (前年は1,022億3,600万本) であった。
- ・ 2001年のアメリカンブレンドの販売数量は656億2,800万本で、シェアは58.7% (前年は672億2,930万本でシェアは60.7%) であった。  
オリエント・ブランドは461億60万本でシェアは41.3% (前年は444億20万本、シェアは39.8%) であった。
- ・ Camel、Salem、Parliamentを含むプレミアム・ブランドの2001年の販売数量は196億7,700万本、シェアは17.6%に低下している (2000年は243億9,800万本、シェアは21.8%)。
- ・ Chesterfield、Winstonなどの中価格帯は245億8,000万本、シェアは22%に増えている (2000年は243億9,800万本、シェアは21.6%)。
- ・ L&M、Monte Carlo、TEKEL 2000などのポピュラー・ブランドは213億6,900万本、シェアは19.1%に増えている (2000年は187億9,000万本、シェアは16.8%)。

トルコ市場のシガレット販売数量とシェア (単位100万本)

ブランド	1998年	1999年	2000年 (11月迄)
Samsun	19,902 (18.3%)	20,077 (17.5%)	19,792 (19.0%)
Maltepe	20,391 (18.8%)	20,191 (17.6%)	18,312 (17.6%)
TEKEL 2000	17,798 (16.4%)	18,996 (16.6%)	16,477 (15.8%)
Marlboro	16,761 (15.4%)	17,368 (15.2%)	15,634 (15.0%)
TEKEL 2001	9,955 (9.2%)	16,566 (14.5%)	14,734 (14.1%)
Parliament	5,548 (5.1%)	6,055 (5.5%)	5,916 (5.7%)
Winston	3,499 (3.2%)	3,409 (3.0%)	3,904 (3.8%)
Monte Carlo	3,122 (2.8%)	3,415 (3.0%)	2,772 (2.7%)
L & M	3,228 (3.0%)	1,688 (1.5%)	1,048 (1.0%)
Chesterfield	73 (0.1%)	809 (0.7%)	988 (0.9%)
Camel	1,207 (1.1%)	1,105 (1.0%)	813 (0.8%)
その他	7,137 (6.6%)	4,784 (4.1%)	3,696 (3.6%)
合計	108,621	114,463	104,086

(出典 TI 2001.1/2)

トルコ市場のシガレット・タイプ別シェア (単位100万本、%)

タイプ	1998年	1999年	2000年 (11月迄)
オリエント	41,283 (38.0%)	41,253 (36.0%)	38,882 (37.4%)
ブレンド	65,274 (60.1%)	71,769 (62.7%)	64,339 (61.8%)
ノンフィルタ	2,064 (1.9%)	1,441 (1.3%)	865 (0.8%)
合計	108,621	114,463	104,086

(出典 TI 2001.1/2)

シガレットの価格 (2001年4月現在 US\$ = 607,000トルコリラ)

TEKELはインフレ防止による政府の価格ガイドラインに従って価格を維持しているが、民間メーカーは小売価格を微調整して引き上げている。

Philip Morris		
Marlboro 100's		850,000
Marlboro Light		850,000
Parliament		800,000
JTI		
Camel 85mm Light		800,000
Salem		850,000
Winston 100's		600,000
TEKEL		
Maltepe 100's		325,000
Samsun		325,000
TEKEL 2000 100s		650,000

## [6] 小売り流通

外国メーカーはTEKELの流通サービス網を使っているために、TEKELはトルコ市場の流通を独占している。外国企業は自社の小売りルートを使うことは禁じられていないが、TEKELが長年にわたって築き上げた流通網を利用することが有利であるとしている。

TEKELは小売り配給独占権に加えて、自社で多数の小売り店を経営している。

## [7] 企業概要

### (TEKELの民営化進展の現状)

- トルコではすでに二つの産業コングロマリットであるSabanci HoldingはPhilip Morrisと、Koc HoldingはBATと取引している。
- SabanciはPhilip MorrisのMarlboro、Chesterfield、L&M、Parliamentを販売してトルコ市場で約22.7%のシェアを得ており、2001年7月にはトルコの喫煙者には新ブランドであるLarkを発売した。Koc Holdingの子会社はBATと取引しており、Duzey Marketingと契約している。
- トルコ連立政府は2001年6月20日にたばこ耕作と販売に自由市場メカニズムを導入し、耕作者への農業補助金に代えて直接に所得支援を行い、TEKELのリストラと民営化をスピードアップするために、新しいたばこ自由化法案を議会に提出し、法律が制定された。これによれば、TEKELは原料たばこ、たばこ製品、塩、アルコールの4つの企業に分離した後、2004年までに民営化する。2001年7月に大統領はこの法律に拒否権を発動した。2001年9月に政府は法案を修正せずに議会へ差し戻した。2002年1月に2度目の拒否権は発動できないために、大統領はこのたばこ法を承認した。2002年にトルコ憲法裁判所は中道右派の「真実の道党」による異議申立てを審理することに同意した。これは、外国企業のTEKELへの参画を留保する動きのように見える。
- BAT、Philip Morris、Imperialを含む多くの国際企業はTEKELの民営化に関して投資をコミットしている。BATはトルコへの投資を表明している。多くの外国企業がTEKELのシガレット工場の買収申し入れをしているが、TEKELは政府の法的なフレームワークが無いままに工場を売却することを非難している。労働組合も売却により過剰になる労働者の職場を要求している。
- TEKELが民営化された場合のたばこ部門に対する外国資本の関心は高い。2002年1月にImperial Tobacco Group、Reemtsma、Altadisは正式にTEKELとの合併の申し入れをした。これらの申し込みは製造と販売での協力が中心になっている。トルコ政府はTEKELの民営化のスピードアップになるとして合併に賛成している。外国メーカーはシガレット工場の買収よりも、TEKELの人気ブランドの製造権に関心がある。ジェネリック・ブランドの製造権を買収するほうが重要であるとPhilip Morrisは言っている。新たばこ法は多国籍たばこ企業にトルコの覇権を与えるようなものである、と草の根のたばこ農家から支持を受けている「真実の道」党は反対している。

### (各企業の動向)

#### TEKEL :

- オリエンタ葉の生産では世界第1位、葉たばこ生産では第5位のトルコの葉たばこ耕作者を保護するために、1932年に設立された国営のシガレット会社。トルコ国営のたばこ専売TEKELは国内で最も儲かる企業の一つであり、販売収入では国内第10位、2000年の純所得は1億2,030万ドルでトルコ第5位の儲かっている企業である。2001年の輸出は1億5,590万ドルで、国内第12位の輸出企業でもある。
- 1988年に初めて自社開発のアメリカンブレンドTekel 2000を開発した。シェアは76.4%。主要銘柄はオリエンタ巻のMaltepe、Samsun、アメリカンブレンドのTEKEL 2000。
- TEKELが必要とする原料は年間18万トンであるが、購入義務があるために現在50万トンが過剰在庫になっており、損失は15億ドルに達している。これは政府が支払っている。
- TEKELは民営化に備えて、品質向上のために8箇所の工場を近代化し、Izmir及びSamsunの時代遅れの2工場を閉鎖し、代わりにBallicaとAkhisarに新しい工場を建設する計画を持っている。一方24の原料処理工場を閉鎖し、従業員を少なくとも全体の16%、6,000人削減する計画を立てている。1960年代にはTEKELには7万人の従業員がいたが、2001年11月末時点で3万5,000人になっている。2001年には3,500人が退職した。最終的には2万人にする。老朽化している24の原料処理工場は手作業で、空調もない。これらの工場には1,500人いる。7つのシガレット工場、塩工場、アルコール工場も従業員が削減される計画がある。TEKELの1,696名の従業員は50歳を超えており、早期退職となる。スレッシング工場を含む6箇所の工場は近代的なものであり、そのまま残る。一方、TEKELは国内の需要増に対応して、マニサの遊休シガレット工場を再整備してシフト当たり50億本にする計画を立てている。
- アルゼバイジャン、カザフスタン等CIS6ヶ国は多くがトルコ語を話し文化的にも地域的にもトルコとの結びつきが強いが、TEKELからCISへのシガレット輸出は期待ほどには増えていない。TEKELはCISへ1992年に1億ドルのシガレットを輸出した。TEKELはJTIとCISの中で第2番目に大きいカザフスタン・中央アジア国のシガレット工場でJTIと合併事業を行っている。アルゼバイジャンへのTEKELのシガレット工場の投資は1999年に失敗した。これは事業運営に必要な政策的、特別な関係を作ることが出来なかったためである。

- 2001年4月にTEKELとキューバ国営のCATECは合併で半々の持ち分でTEKA葉巻製造販売社を設立した。ハバナ巻きのFonescaとCoronaをTEKELのCevizliシガレット工場で製造開始した。製造された葉巻は国内消費と輸出に向けられる。

**Philip Morris :**

Philip MorrisとトルコのコングロマリットのSabanci持ち株会社との合併会社PHILSA Philip Morris Sabanci Sigara ve Tutunculukが事業を行っている (PMが75%を保有)。

イズミールの南東45マイルのトルバリに工場がある。

1993年に製造開始。シェアは22.7%(2001年)。

年間製造能力200億本であるが、拡張終了後は300億本になる。ソフトパックのMarlboro 100sが主体である。

原料加工はComas、GBEの才刻機、MK10巻上機(9000回転)とGD包装機の6ラインある。

オリエンタ葉は地元産、残りはアメリカでブレンドした原料を使用している。

**BAT :**

経済危機が襲っていた時に、BATはKoc HoldingsグループのSunek Tobaccoと共同して、エーゲ海沿岸のイズミールに近いティレ新工場に2億ドルを投資して新工場を建設して、トルコ市場へ参入した。

今後同工場に8~10年間にわたり1.5億ドルが投資される。

ティレ工場の年間製造数量は200億本、従業員は800人である。

過去数年、未完成のアクヒサルにあるTEKELのシガレット工場を買収する交渉を行っている。

以前にTEKELのブランドと工場を購入しようとしたBATは、イズミールに20億本の工場を建設しようとしている。

**JTI :**

RJRIが1993年に操業開始。工場はトルバリにある。

JTIが100%所有。60%を輸出している。

国内シェアは7.3%(2001年)。

製造数量は90億本、能力は180億本まで可能。

280億本に増やす計画があると伝えられている。

Protos 100とGDXのソフトとヒンジ包装機の組合せ。

原料加工はGarbuio、GBE Leggの才刻機。

**[8] 葉たばこ事情**

- トルコの葉たばこ生産量は世界第5位で、世界の生産量の4%を占めている。オリエンタ葉の65%はトルコで生産されている (ギリシャ25%、ブルガリアとユーゴスラビアで計10%)。
- たばこ産業には約60万人が従事している。主に小規模農家で成り立っており、黒海沿岸と東部、南部が産地である。現在のところたばこ農家は葉たばこを国営たばこアルコール専売のTEKELに販売することが義務付けられており、TEKELは政府が定める固定価格で70%を購入する必要がある。
- トルコは葉たばこの純輸出国であり、1999年には5億6,080万ドルの葉たばこを輸出し、2億9,340万ドルを輸入し、差し引き2億6,740万ドルの黒字であるが、1998年以来オリエンタ葉からの収入が減っている。2000年の輸出は7.5万トン (1999年は11万5,340トン) で急減している。原因は旧ソ連邦の経済情勢と西側諸国の反喫煙キャンペーンのためである。

オリエンタ葉統計データ (単位トン)

	1999年	2000年	2001年
国内生産量	201,600	157,000	125,000
輸出数量	115,340	75,000	75,000