



英国 (グレートブリテン及び北アイルランド連合王国) United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland



たばこ産業の特徴

1. イギリス政府は健康増進のために、たばこの高課税政策により喫煙を減らそうとしている。
2. 年間消費本数は2001年の840億本（2001年）から2003年には740億本に減少。
3. シガレットの高価格化により高価格帯の製品が減り、中低価格帯製品のシェアが増えた。
違法製品の流入とRYOへの移行が顕著である。
4. イギリスのシガレット市場はGallaher、Imperial Tobacco、Rothmans/BAT（1999年にBATと合併、2004年1月にBAT UKに名前を変更）の3社で90%以上が支配されている。
5. 3社の合計製造数量は1,300億本（2003年）。このうち半分以上が輸出されている。
6. EU単一市場化と増税のために、シガレットの不法販売が市場の大きな問題になっている。
7. イギリスのシガレットの物品税は世界で最高、シガレット製品の価格は世界一。

[1] 法規制等

警告文等：

EU指令(89/622/EEC)により包かの表面には、「たばこは著しく健康を損なう」を、裏面には6種類の警告文をローテーションで記載しなければならない。
包かの側面にNT量の表示義務あり。

喫煙場所規制：

公共輸送機関は喫煙制限されている。国内線、国際線は全面禁煙。

販売制限：

16歳以下の喫煙は違法ではないが、16歳以下の子供に販売することは禁止されている（その年齢近くに見られる者は身分証明書の提示を要求）。
小売り業者はライセンスを必要としない。

販売促進：

サンプリング、クーポン券は禁止。

広告規制：

新聞、ビルボード、ポスター広告は禁止。1971年以来の政府と業界との自主協定による規制は、法律による規制に変わる。
テレビ、ラジオ、映画での広告は禁止されている。

最近の規制動向

イギリス政府は健康政策として喫煙率を下げようとしており、反喫煙イニシアティブが強まっている。高課税政策に加えて、各種のEU指令を完全に支持している。
2002年10月にたばこ広告・販売促進規制法が制定され、新聞、ビルボード、ポスター、インターネット広告は2003年初めから禁止され、メーリング販売、クーポン券の包かへの同封、製品の無料頒布、ナショナルイベントのスポンサーも禁止された。
世界的なイベントのスポンサーは2005年7月31日から禁止される。更に、店頭販売やブランド・シェアリングの規制も予定されている。
健康注意表示の変更に合わせて、イギリスのたばこ製品の課税マークも3mmの黒い縁取りで囲んだ所に、白地に黒で表示されるようになる。
イギリスは販売促進で多くの自主規制協定があるが、法律での規制により協定の多くは無くなる。

[2] 税制

イギリス政府のたばこ税制政策は1990年代初めからほとんど変わっておらず、たばこの消費を減らすことと（特に16歳未満の子供の喫煙を止めさせること）、これにより喫煙に関連する病気の健康保険治療費を削減することを目指している。
このためにイギリスのたばこ税は世界でも最も税負担の重い国になっている。その結果、グレーやブラック市場がブームになっている。
年間95億ポンドの税収をもたらすたばこの税金は、国の歳入の約3%を占めている。

一般的なシガレットの小売価格に対する税負担率

物品税		92.25 ポンド/1000本
従価税	小売り価格の22%	22%
販売税		17.50%
税負担率		84.50%

[3] 喫煙者プロフィール

成人のシガレット消費本数は減少している（1998年の1,748本/年から2000年には1,374本/年）。喫煙者率は1982年の35%から、2001年には27%に減っている。イギリスでは地域、社会経済的階層により喫煙者率に差がある。

現在の喫煙者は1,500万人、成人人口の約30%である。

その内パイプたばこ喫煙者は50万人であるが、半分以上は55歳以上であり消費が減少している。

政府の反喫煙イニシアティブは、2010年までに喫煙者率を24%に下げようとしている。

喫煙者率（16歳以上の成人、2001年）
男性：28%、女性：26%

若年者喫煙者率（11～15歳、2000年）
男児 8%、女児 11%

[4] 市場概況

- イギリスのたばこに対する課税は世界で最も重く、シガレットの価格はEUで一番高い。小売り価格の84.5%が税金である。このために、シガレット販売本数は2001年の790億本から、2002年には760億本に減っており、2003年には740億本になったと推定されている。2002年の消費数量760億本の内200億本は税金がかかっていない製品であり、その内3/4は違法に密輸されたもの、1/4は越境貿易や免税製品であると推定されている。
- フィルタ製品の消費が確実に減少している反面、RYOシガレットへシフトしており、全ない包か製品に切り替えたり、あるいは低・超低価格製品に移ったりしている。RYOへの転向もあり、プレミアム製品が減っている。中・低価格セグメントは課税市場全体の50%のシェアを占めており、今後もプレミアム・セグメントを犠牲にして伸びると思われる。
- フィルタ付きシガレットのシェアを安定させるために、たばこメーカーはエコノミー・ブランドを発売している。例えばGallaherのバリューフォーマネー・ブランドの“Mayfair Superkings”は成功している。Imperialの“Richmond”も伸びている。
- 多くの消費者は合法、密輸製品を問わず税金不払い製品へ移っている。イギリスでの価格はフランス、ベルギー、オランダなど近隣諸国の2倍もする。プレミアム・ブランドは闇市では正規価格の半額、超低価格製品でも1ポンド（1.9ドル）安い。
- イギリスのたばこ産業はGallaher、Imperial Tobacco Ltd.、BATの3社が支配している。3社は2002年にイギリスで1,330億本を製造し、2001年に比べて5.4%増加した。2003年の製造数量はやや減少して1,300億本になったと推定される。
- 2002年の市場リーダーはImperial Tobaccoであり、50.7%のシェアを得ている。これは、イギリスにおけるPhilip Morris製品販売契約と課税製品の販売が安定しているためである。Lambert & Butlerブランドのシェアは16%、Richmondファミリーのシェアは11%に増えて利益増に寄与している。Marlboroファミリーも増加し続けておりシェアは7.3%。Marlboro Lightsが強い。Gallaherは38%のシェアで第2位。BATは6.6%である。
- イギリスはシガレット貿易では黒字であり、国内製造の半分以上を輸出している。輸出先はEUではドイツ、スペイン、極東ではシンガポール、香港、韓国、中近東のサウジアラビアである。2002年には輸出は減少したが、2003年は増加している。
- イギリスのシガレット輸入の半分近くはドイツからで、2002年は100億本で60%を占め次いでアメリカが17%を占めている。正規輸入製品に加えて、2002年には200億本の違法シガレットが流入したと推定されている。

シガレット市場（単位 100万本：出典 Gain Report 2003）

	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年
製造数量	134,568	126,105	126,141	133,014	130,000
輸入数量	25,041	71,801	246,584	10,428	15,000
輸出数量	92,267	104,110	100,468	72,369	636,765
課税製品消費数量	63,000	56,300	55,500	56,000	55,500
私的/違法輸入製品数量	21,000	25,200	23,500	20,000	18,500
合計消費数量	84,000	81,500	79,000	76,000	74,000

シガレットの企業別シェア（2001年）

Gallaher	39.90%
Imperial Tobacco Ltd.	39.70%
Rothmans UK	13.80%
その他	6.60%

[5] 製品概況

[シガレット]

- ・ 伝統的に100%バージニアタイプのシガレットが好まれている。
メンソール製品は1980年代から50%伸びているが、全体のシェアは4.6%である。
イギリス市場はフィルタ付きが支配しているが、近年RYOへの移行で減っている。
低タール化は進んでいる。
低中タール製品61%、低タール製品19.4%、メントール製品4.6%、ブレン製品1%。Marlboroのシェアはイギリス市場が一番弱い、イギリス市場で成長しているプレミアム・ブランドとしては唯一のものである。
- ・ イギリスの製品は3つの価格帯に分かれている。
高価格帯のシェアは落ち、中・低価格帯の新製品やマーケティング活動で競争が激しくなっている。
PBブランドのシェアは8%。
メーカー製の安価なブランドとして1991年に発売された25本入りのRothmans Royalsが、PBブランドの25本入りの発売を誘発した。
- ・ インフレ率を上回る増税による課税シガレットの値上げにより、喫煙者はプレミアム・ブランドから中・低級製品へ移行している。
大手企業は安いシガレットを求める喫煙者の要望に応じて、エコノミー・ブランドを発売し非常に成功している。
業界の推定によれば、低価格セクターは全市場の50%を占めて更に伸びている。
Lambert & Butlerブランド・ファミリーは伸びており、このセクターで75%のシェア、市場全体では11.8%のシェアを占めている。
- ・ プレミアム・セクターはトータル市場の1/3であるが、Imperialのプレミアム・ブランドのEmbassyとRegalは減少している。
Gallaherの主力ブランドBenson & HedgesとSilk Cutはプレミアムセクター市場のリーダーであり、販売の53%を占めている。
- ・ GallaherはSilk Cut で低タールセクターを開拓している。6mg以下のこのセクターは伸びており、トータルの17.5%を占めている。
Gallaherの低タールブランドはこのカテゴリーで56%を占めている。
- ・ ImperialのSuperkingsとJPSのブランドファミリーは確実に伸びているが、このセクターは減少しており、トータル市場の20%にまで落ちている。
- ・ 密輸のプレミアム・ブランドは正規製品の半分以上であり、一番安い超低価格ブランドよりも1.45USドル近くも安い。

セクター別シェア (2001年)

プレミアム価格帯	35.70%
ミドル価格帯	14.90%
低価格帯	49.40%
低タール・セグメント (0~6mg)	19.40%
10s/12s	17.80%
メンソール製品	4.60%

20本入りシガレットの平均小売り価格 (出典 EIU 2002年)

国産ブランド	6.93ドル
外国ブランド	6.93ドル

イギリスのベストセラー・シガレット・ブランド (2002年)

Lambert & Butler King Size	Imperial
Benson & Hedges King Size	Gallaher
Mayfair King Size	Gallaher
Superkings	Imperial
Marlboro Lights	Imperial
Silk Cut King Size	Gallaher
Richmond Superkings	Imperial
Rothmans Royal King Size	Rothmans (UK)
Lambert & Butler Gold	Imperial
Richmond King Size	Imperial

[手巻き製品 (RYO)]

RYO市場はイギリスでは第二の重要なたばこ市場であり、RYOのレギュラー喫煙者は550万人、シガレットを併用して喫煙する者は100万人いる。

近年、課税たばこ製品の価格が上がり、RYOの人気の高まっている。

RYO製品の約1万トンが違法製品であり、課税製品は2,800トンに過ぎないと推定されている。

調査によれば、一度RYO製品へスイッチした喫煙者はシガレット製品には戻らない。

RYO関連製品産業が繁栄しており、巻紙産業は1.6億ドル規模になっている。

RYOはImperialのGolden Virginiaがトップ。最近、イギリス国内では販売が許可されていないドイツのDrumが密輸で入り込み、第3位になっている。

50グラム入りで7.47ポンドする正規RYO製品の密輸品はこの半分の価格でパブ、クラブ等で売られてい
RYOの62%がEU諸国からのものであると云われている。

Imperialの主要ブランドはGolden VirginiaとDrumファミリー、GallaherのブランドはAmber Leafブランド。

RYOたばこの企業別シェア (2001年)

Imperial 60.6%
Gallaher 32.2%

RY0たばこのベストセラー・ブランド（2002年）

Golden Virginia
Amber Leaf
Drum
Old Holborn
Cutters Choice
Samson
Drum Gold

【葉巻】

葉巻の消費は近年減少している。

葉巻市場は5億ポンド（7.5億ドル）市場で、2002年の販売数量は9億本。

葉巻セグメントの中でスモール・シガーは増加し続けている。

2004年にはスモール・シガーのシェアは葉巻セクターで50%を超えると予想されている。

GallaherのHamletは葉巻市場の50%を占めており、ImperialのClassic、King Edward Coronets、Henri WintermanのSlim Panatellasがある。

葉巻市場はGallaherとImperial Tobaccoで二分しているが（葉巻人口は100万人）、アメリカでの葉巻の復活はイギリスでは見られない。

葉巻はGallaherが47.3%のシェアを占めている。

葉巻の企業別シェア（2001年）

Gallaher 47.3%
Imperial 29.1%

葉巻のベストセラー・ブランド（2002年）

Hamlet
Hamlet Miniatures
HW Café Creme Blue
Classic
HW Café Creme
Panama
King Edward Coronets
King Six
Ritmeester R/D miniatures
Small Classic Filter

【パイプたばこ】

パイプたばこは減り続けており、2002年には10%減少した。

イギリスの約40万人のパイプ喫煙者が2002年に600～675トンのパイプたばこを消費した。

市場価値は7,500万ポンド（1.2億ドル）である。

ニッチ市場として老人喫煙者が特徴のパイプたばこ市場は、縮小し続けるものと思われる。

パイプたばこではGallaherがトップでCondorブランドが主要ブランド。

ImperialのブランドはSt. Bruno Ready RubbedとGold Block。

パイプたばこの企業別シェア（2001年）

Gallaher 48.7%
Imperial 38.4%
その他 12.9%

パイプたばこのベストセラー・ブランド（2002年）

St Bruno Ready Rubbed
Condor Ready Rubbed
Clan Mixture
B & H Mellow Virginia Ready Rubbed
Gold Black
St Bruno Flake

[6] 小売り流通・密輸

- イギリスのシガレットは65%以上がコンビニエンス・ストアで売られており、27%は小売店で販売されている。
販売ルートは、食料品雑貨店が45%、菓子・たばこ・新聞販売店(CTN)が29%、自動販売機が7%、ガソリンスタンドが8%、パブが2%。販売店は5万店ある。
CTNから次第にガソリンスタンド、コンビニ、雑貨店へ移りつつある。
- EU単一市場協定により免税範囲を合法的に使う、フランスやスペインから安い製品が輸入され、路上、パブ等で不法に販売されるようになっている。
イギリス政府は二つの密輸領域であるシガレットと手巻きたばこに、税金支払い済みマーク制度を導入している。
しかしこの制度の実効性については意見が分かれている。
- イギリス政府は密輸のために55億USドル(2000年)の税収を失っている。
イギリスで販売されたシガレットの1/3が、税金を払っていないと推定されている。
政府は大幅な税収減に悩まされているが、イギリスのメーカーは自社ブランドが大陸から還流してくるので、さほど心配していない。
イギリスの税制を変えない限り密輸増加傾向は続くと言われている。
喫煙を減らそうとするイギリスの税制の有効性が減っている。

[7] 企業概況

(企業の動向)

- イギリスの大手のメーカーは、Gallaher、Imperial Tobacco、Rothmans/BAT(1999年にBATと合併、2004年1月にBAT UKに名前を変更)の3社。
シガレット市場はこの大手3社で90%以上が支配されている。
Rothmansは外国部隊としてのBATを通じて海外事業を行っている。
BATはイギリスで輸出用シガレットを製造しているが、イギリス国内では旧Rothmans(現BAT UK Ltd)がBAT子会社として事業活動をしている。
- 企業別シェア(2001年)は、Imperial社40.5%、Gallaher社38.5%、BATが7%(推定)である。
- 2001年下半期においてイギリスのシガレット・メーカーの構造が変化した。
PMは1999年に、Rothmans InternationalがBATと合併したために、法的な裁定を経て1989年以来続いてきたRothmans社との提携を解消した。
その結果、Imperial TobaccoがMarlboro系続いてきたRothmans社との提携を解消した。
ブランドの販売権を獲得し、PMの他のブランドと共に国内で販売を開始した。
この結果、企業の国内シェアに大きな変化が見られた。
- 高税率による密輸品増大や広告禁止のためメーカーの海外市場志向は当然であるが、厳しい国内状況にもかかわらず、イギリス国内市場はイギリスの企業にとって当面重要な柱になっている。

Gallaher:

米国企業のAmerican Brands社が所有していたが、1996年に本体からGallaherを分離してロンドン株式市場に上場された。

イギリスの2大ブランドのBenson & Hedges Special FilterとSilk Cutを製造するプレミアム製品を中心とするトップ企業。

1999年にSweden Match社、続いてロシアのLiggett-Ducat社、更に2001年にはAustria Tabak(AT)社を買収。

AT社が経営していたドイツの自動販売機事業も継承。イギリス、アイルランド共和国、ロシア、カザフスタンに製造工場がある。

中東欧での地位が強化され、ロシアとリンクしている東欧でのプラットフォームが拡大。

CISでの地歩を固めつつあり2003年には10.9%増の825億本を販売。

ロシアでのシェアは15%で、特に中高価格帯では94%のシェアを占めている。

ロシア、CISでのブランドにはSovereign, LD, Novost, Sobranieなどがある。

2002年8月にはCNTCと中国でのシガレットの製造、販売で意向書に署名しているが、2003年11月に、上海たばこ製造販売ライセンス契約を結び、上海たばこはGallaherの"Memphis"ブランドを中国で製造販売し、Gallaherは中国の"Golden Deer"ブランドをロシア市場向けにロシアのLiggett-Ducatで製造販売する。Gallaherはすでに上海たばこの"Chunghwa"ブランドをロンドンで販売している。

2003年にはダブリン工場の閉鎖とオーストラリア、イギリスでの合理化で430名を削減した。

2002年にはスウェーデンのMalmo工場(2001年にAustria Tabakを買収した時に取得した工場)を閉鎖している。

同社には世界的に1万人の従業員がいる。

2003年度の総売上高は90億4,800万ポンド、イギリス国内のEBITAは2億8,700万ポンド。

グループ全体のシガレット売上げ数量は1,602億本(海外が1,399億本、イギリス国内が203億本)である。

Imperial Tobacco:

1985年以降Hanson社の一部門になっていたが、HansonはImperialを分離したので、Imperialは独自に株式市場で取引されている。

John Player Superkingsの成功でシェアが伸びた。製品セグメント全体にブランド・ポートフォリオを確立している。

工場はノッチンガムにある。旗艦ブランド“Lambert & Butler”でイギリス市場をリード。

他にRegal KS、JP Superkings、Embassy No.1がある。

2001年には英国国内でマールボロ等PM製品を販売する権利を得ている。

2001年にTabaccor社をBollor of France社から買収。

Tabaccor社はサハラ砂漠以南のアフリカ第2位のシガレット製造・流通会社。

2002年5月にドイツのReemtsmaを51億ドルで買収。ReemtsmaのたばこブランドEmbassy、West、Davidoff、R1を取得した。

Reemtsmaとの経営統合では800名を削減した。

ドイツの製造拠点はハンブルグである。

2004年5月に生産性向上と経営改善を進めるために、ヨーロッパの製造事業をリストラし、ハンガリー、スロベニアとスロバキアでのシガレット製造を中止した。

ハンガリーでのフィルタ製造センターも閉鎖した。計約940名が仕事を失った。

2003年の総売上高は114億1,200万ポンド（前年比38%増）、営業利益は8億8,100万ポンド（同46%増）。

世界全体で2,200億本を販売している。130カ国に展開している。

Imperialは世界的に18,000名の従業員がいる。

2003年のシェアは44.2%。主要ブランドはLambert & Butlerが16.3%、Richmondが11.9%。

RY0は2,800トンでシェア64.5%。

Rothmans UK Limited: 2004年1月27日に、BATのイギリスでの事業会社Rothmans UK LimitedはBritish American Tobacco UK Limitedに名前が変わった

1999年にBATと合併。その結果PMのMarlboroの販売権を失った。

過去数年でシェアを伸ばしたが、これは25本入りのRothmans Royalの成功が大きい。

ダーリントンとスペニムーアに工場がある。

主なブランドはRothmans KS、Raffles、Dunhill、Royals、Craven、

ロスマンズ社の買収に伴う社内リストラが終わり、2004年1月27日に、BATのイギリスでの事業会社Rothmans UK LimitedはBritish American Tobacco UK Limitedに名前が変わり、RothmansはBATのイギリス国内の子会社になり、エールズベリーに拠点を置く企業になった。

B.A.T. Industries:

イギリス国内では製品を自らの手では販売していない。

子会社のBritish American Tobacco UK Limited(元Rothmans UK Limited)が国内事業を行っている。

BATはRothmansとの合併で世界第2位のシガレット・メーカーになり、ラテンアメリカ、アフリカ、アジア、オーストラリア、西ヨーロッパ、アメリカで大きなシェアを持っている。

世界市場での販売数量は6,700億本。

170数ヶ国で販売し、50ヶ国以上でシガレットを製造している。

たばこでの収益は全体の64%、保険金融事業が36%の複合企業である。

1997年末に、金融部門をスイスのチューリッヒ保険会社と合併すると同時に、たばこ部門を分離しBritish American Tobaccoとして上場。

BATはRothmans社が失ったMarlboroに代わるものとして、Lucky Strikeのイギリスでの販売を検討している。

BATはEUに加盟を見越してチェコ、ハンガリー、ポーランド、スロバキヤ、スロベニアのBenson & Hedges、Silk Cutの商標権をGallaherに売却した。

エストニア、アルバニアでのSilk Cutの商標権も売却した。

BATのこれらの市場でのシェアは極めて少ない。

2003年7月には国営イタリア専売ETIを23.2億ユーロで買収した。

キャメルとウィンストン・ブランドを保有するRJ Reynolds Tobacco Holdings Inc.の買収も視野に入れている。

2004年7月に、中国は世界第2位のたばこメーカーBATに対して中国への投資を許可した、と報じられている。

China Eastern Investments Corporation Limitedと合併会社を設立する。

年間1,000億本を製造する計画である。

合併会社を通じてBATブランドの流通販売が可能になる。

BATは現在世界的に85,000名の従業員と約85工場を持ち、価格競争のために製造コスト削減を進めている。

2003年6月18日に、現在市場が成長している東欧とアジアへ製造をシフトさせるために、イギリスとカナダで1,300名（全従業員の1.5%に相当）の人員を削減すると発表。

2004年末までにダーリントン(北イングランド)工場を閉鎖し、490名を削減する。

サウサンプトン工場は残す。

BATのカナダの子会社(Imperial Tobacco Canada)は、モントリオール工場とエールマーのスレッシング工場を2003年末に閉鎖、840名が職を失った。

西ヨーロッパと北米でたばこの販売が減っており韓国、ロシアとナイジェリアを含む重要市場での製造を増やす。

世界第2位のBATはスタンダードアンドプアーズとムーディーズからAの評価を得ている。