

Japan Tobacco International (JTI)
海外たばこ事業実績補足資料(2016年1-12月期及び10-12月期)

JTI 力強いプライシング効果が発現し、二桁の利益成長率を達成

	10-12月		前年同期比 増減率	1-12月		前年同期比 増減率
	2016	2015		2016	2015	
(億本、百万ドル)						
総販売数量 ¹	945	984	-3.9%	3,987	3,939	1.2%
GFB 販売数量 ¹	674	682	-1.1%	2,837	2,736	3.7%
自社たばこ製品売上収益 ²	2,429	2,516	-3.5%	10,490	10,338	1.5%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	2,539	2,516	0.9%	11,215	10,338	8.5%
調整後営業利益	468	543	-13.7%	3,095	3,257	-5.0%
為替一定ベース 調整後営業利益	559	543	3.0%	3,693	3,257	13.4%

ハイライト

12ヵ月実績(2016年1-12月期)

- 為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益及び調整後営業利益は、主に単価上昇効果により、それぞれ8.5%増、13.4%増。
- 財務報告ベースでは、不利な為替影響を受けたことにより、自社たばこ製品売上収益は1.5%増、調整後営業利益は5.0%減。
- 総販売数量及びGFB販売数量は、市場シェアの伸長、seeding marketsでの数量増、買収効果、及び主に第一四半期における流通在庫調整を要因とする前年同期との比較上のプラス影響により、それぞれ1.2%増、3.7%増。Fine cutは、GFBが17.7%増加したことにより、8.1%増。
- 紙巻たばこ及びFine cutを含む市場シェア³は、主要市場であるイタリア、スペイン、台湾及びフランスにおいて伸長。英国及びロシアでは、GFB市場シェアは引き続き伸長。

3ヵ月実績(2016年10-12月期)

- 為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益及び調整後営業利益は、単価上昇効果により、それぞれ0.9%増、3.0%増。
- 財務報告ベースでの自社たばこ製品売上収益及び調整後営業利益は、不利な為替影響を受けたことにより、それぞれ3.5%減、13.7%減。
- 総販売数量及びGFB販売数量は、主にCIS+地域でのパフォーマンスの低下により、それぞれ3.9%減、1.1%減。Fine cutは、GFBが5.9%増加したことにより、1.2%増。

業績レビュー

自社たばこ製品売上収益及び調整後営業利益

12ヶ月実績(2016年1-12月期)

- 為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、877百万ドル増(8.5%増)の11,215百万ドル。これは、単価上昇効果721百万ドル及び数量増によるもの。
- 為替一定ベースでの調整後営業利益は、435百万ドル増(13.4%増)の3,693百万ドル。これは、今後の持続的な事業成長のための seeding markets や emerging products への事業投資を行う中、単価上昇効果690百万ドルによるもの。
- 財務報告ベースの自社たばこ製品売上収益は、単価上昇効果及び数量増が不利な為替影響を上回り、1.5%増。一方、調整後営業利益は不利な為替影響により5.0%減。

3ヶ月実績(2016年10-12月期)

- 為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、24百万ドル増(0.9%増)の2,539百万ドル。これは、単価上昇効果110百万ドルによるもの。
- 為替一定ベースでの調整後営業利益は、16百万ドル増(3.0%増)の559百万ドル。これは、事業投資を着実に実施する中、単価上昇効果94百万ドルによるもの。
- 財務報告ベースでの自社たばこ製品売上収益及び調整後営業利益は、不利な為替影響を受けたことにより、それぞれ3.5%減、13.7%減。

総販売数量

(億本)	10-12月			1-12月		
地域別	2016	2015	前年同期比 増減率	2016	2015	前年同期比 増減率
South & West Europe	140	144	-3.3%	652	632	3.2%
North & Central Europe	129	129	-0.6%	542	530	2.3%
CIS+	333	376	-11.6%	1,414	1,525	-7.3%
Rest-of-the-World	344	334	3.1%	1,379	1,252	10.1%
Total JTI	945	984	-3.9%	3,987	3,939	1.2%

12ヶ月実績(2016年1-12月期)

総販売数量は、イタリア、イラン、エジプト、カザフスタン、韓国、スペイン、台湾、ドイツ、トルコ、フィリピン、ブラジル、フランス及びミャンマーでの増加に加え、買収効果、及び主に第一四半期に発生した流通在庫調整を要因とする前年同期との比較上のプラス影響により、1.2%増の3,987億本となりました。Fine cut は、イタリア、英国、スイス、スペイン、ドイツ、ハンガリー及びフランスにおいて増加し、8.1%増となりました。

3ヶ月実績(2016年10-12月期)

総販売数量は、ロシアやウクライナでのパフォーマンスの低下により、3.9%減の945億本となりました。Fine cut は、主に North & Central Europe 地域で増加し、1.2%増となりました。

GFB 販売数量

(億本)	10-12月		前年同期比 増減率	1-12月		前年同期比 増減率
	2016	2015		2016	2015	
地域別						
South & West Europe	125	128	-2.1%	586	558	5.0%
North & Central Europe	79	76	3.5%	336	305	10.4%
CIS+	254	284	-10.6%	1,071	1,133	-5.4%
Rest-of-the-World	217	195	11.5%	844	740	14.0%
Total JTI	674	682	-1.1%	2,837	2,736	3.7%

12ヶ月実績(2016年1-12月期)

GFB 販売数量は、イタリア、イラン、英国、カザフスタン、カナダ、スペイン、台湾、ドイツ、フランス及びルーマニアに加え、seeding markets であるエジプト、韓国、フィリピン、ブラジル及びミャンマーでの増加、並びに「ナチュラル・アメリカン・スピリット」の買収効果(20億本)に牽引され、3.7%増の2,837億本となりました。GFBのFine cutは、主にイタリア、英国、スイス、スペイン、ドイツ、ハンガリー、フランス及びベネルクスでの増加及び「ナチュラル・アメリカン・スピリット」の貢献により、17.7%増となりました。

総販売数量におけるGFB販売数量の構成比は前年同期比で1.7パーセントポイント増加し、71.2%となりました。

「ウインストン」は、20市場において過去最高の市場シェアとなりました。販売数量は、主にイタリア、イラン、エジプト、北アフリカ市場、台湾、ドイツ、トルコ、フィリピン、ブラジル及びフランスにおいて増加し、5.5%増の1,393億本となりました。「ウインストン」のFine cutはイタリア、ドイツ、ハンガリー、フランス及びベネルクスにおいて増加し、11.2%増となりました。

「キャメル」の販売数量は、主にイタリア、イラン、コーカサス市場、スペイン、フィリピン、ブラジル、フランス、ベネルクス及び南アフリカにおいて増加し、2.5%増の522億本と過去最高となりました。「キャメル」のFine cutはイタリア、チェコ、フランス、ベネルクス及びポーランドにおいて増加し、8.2%増となりました。

「メビウス」の販売数量は、韓国、東南アジア市場及びミャンマーでの好調が牽引し、4.7%増の179億本となりました。

「LD」は、カザフスタン、カナダ、台湾、ルーマニア及びロシアを含む12市場において過去最高の市場シェアとなりました。販売数量は、カザフスタン、カナダ、トルコ及びルーマニアにおいて引き続き増加しましたが、主にロシアでの市場規模の縮小影響、並びにコーカサス市場及びウクライナでのパフォーマンスの低下により、3.9%減の476億本となりました。「LD」のFine cutは主にハンガリーにおいて増加し、2.1%増となりました。

3ヶ月実績(2016年10-12月期)

GFB販売数量は、ロシアやウクライナでのパフォーマンスの低下により、1.1%減の674億本となりました。GFBのFine cutは、ヨーロッパのクラスターにおいて増加し、5.9%増となりました。

地域別実績

12ヶ月実績(2016年1-12月期)

South and West Europe

(億本、百万ドル)	1-12月		前年同期比 増減率
	2016	2015	
総販売数量	652	632	3.2%
GFB販売数量	586	558	5.0%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	1,982	1,870	6.0%

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、数量効果(68百万ドル)及び単価上昇効果(45百万ドル)が牽引し、6.0%増となりました。

総販売数量及び GFB 販売数量は、大半の市場における好調なシェアと、イタリア、ギリシャ、スイス、スペイン、フランス及びベネルクスにおける「ナチュラル・アメリカン・スピリット」の加入が貢献し、それぞれ3.2%増、5.0%増となりました。市場シェアは、イタリア、ギリシャ、スイス、スペイン、フランス及びベネルクスで伸長しました。

フランスでは、総販売数量及び GFB 販売数量は、「ウinston」及び「キャメル」が牽引し、それぞれ2.4%増、3.5%増になりました。Fine cut は「ウinston」、「キャメル」及び「フリュードベイ」が貢献し、6.9%増となりました。市場シェアは、「ウinston」、「キャメル」及び「フリュードベイ」が牽引し、0.6パーセントポイント増の22.0%となりました。

イタリアでは、総販売数量及び GFB 販売数量は、「ウinston」、「キャメル」及び「ベンソン・アンド・ヘッジス」が牽引し、それぞれ7.6%増、7.9%増となりました。Fine cut は「ウinston」、「キャメル」及び「ナチュラル・アメリカン・スピリット」が牽引し、34.3%増となりました。市場シェアは、1.6パーセントポイント増の22.7%となりました。

スペインでは、総販売数量及び GFB 販売数量は、主に「キャメル」及び「ベンソン・アンド・ヘッジス」が牽引し、それぞれ2.2%増、2.5%増となりました。Fine cut は「キャメル」、「ナチュラル・アメリカン・スピリット」及び「アンバーリーフ」が牽引し、4.3%増となりました。市場シェアは、主に「キャメル」及び「ベンソン・アンド・ヘッジス」が牽引し、0.5パーセントポイント増の22.8%となりました。

North and Central Europe

(億本、百万ドル)	1-12月		前年同期比 増減率
	2016	2015	
総販売数量	542	530	2.3%
GFB販売数量	336	305	10.4%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	2,427	2,306	5.3%

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、単価上昇効果(77百万ドル)により、5.3%増となりました。

総販売数量及び GFB 販売数量は、主にドイツでの増加が牽引したことに加え、アイルランド、英国、オーストリア及びドイツにおける「ナチュラル・アメリカン・スピリット」の貢献により、それぞれ 2.3%増、10.4%増となりました。市場シェアは、アイルランド、オーストリア、スウェーデン、チェコ、ドイツ及びハンガリーで伸長しました。

オーストリアでは、主に「ウinston」、「キャメル」及び「ベンソン・アンド・ヘッジス」が牽引し GFB 販売数量は 9.2%増となったものの、総販売数量は市場規模の縮小影響により 0.4%減となりました。市場シェアは、「ウinston」、「キャメル」及び「ベンソン・アンド・ヘッジス」が牽引し、0.2 パーセントポイント増の 31.4%となりました。

ポーランドでは、総販売数量及び GFB 販売数量は市場シェア減により、それぞれ 3.3%減、2.7%減となりました。市場シェアは「ウinston」及び「キャメル」が伸長したものの、競争激化による「LD」のシェア減が影響し、0.4 パーセントポイント減の 16.0%となりました。

英国では、GFB 販売数量は、「ベンソン・アンド・ヘッジス」の牽引及び「ナチュラル・アメリカン・スピリット」の買収効果により、24.3%増となりました。総販売数量は、主に市場規模の縮小影響により 2.7%減となりました。Fine cut は、「スターリング」、「アンバーリーフ」及び「ナチュラル・アメリカン・スピリット」が貢献し、3.9%増となりました。市場シェアは、同市場において No.1 ブランドである「アンバーリーフ」、及び「ベンソン・アンド・ヘッジス」が成長したものの、0.2 パーセントポイント減の 41.7%となりました。

CIS+

(億本、百万ドル)	1-12 月		前年同期比 増減率
	2016	2015	
総販売数量	1,414	1,525	-7.3%
GFB 販売数量	1,071	1,133	-5.4%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	2,882	2,799	3.0%

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、単価上昇効果(289 百万ドル)が数量減を上回り、3.0 %増となりました。

総販売数量及び GFB 販売数量は、主にロシアでの市場規模の縮小、並びにロシア及びウクライナでの市場シェアの減少影響を受け、それぞれ 7.3%減、5.4%減となりました。GFB の市場シェアは、カザフスタン、ルーマニア及びロシアで伸長しました。

ルーマニアでは、総販売数量及び GFB 販売数量が、主に「ウinston」、「LD」及び「ソブラニー」の伸長により、それぞれ 2.7%増、13.8%増となりました。市場シェアは、「ウinston」、「ソブラニー」、及び「モア」を統合した「LD」の伸長により、0.5 パーセントポイント増の 26.1%となりました。

ロシアでは、総販売数量及び GFB 販売数量が、それぞれ 8.6%減、3.2%減となりました。これは主に当期の市場規模が 5.1%縮小 4)したことに加え、低価格帯での競争継続の影響によるものです。市場シェア及び売上シェアはそれぞれ 1.0 パーセントポイント減の 32.8%、0.6 パーセントポイント減の 34.2%となりました。GFB の市場シェアは、No.1 ブランドである「ウinston」、及び「LD」が牽引し、0.5 パーセントポイント増の 24.7%となりました。

Rest-of-the-World

(億本、百万ドル)	1-12 月		前年同期比 増減率
	2016	2015	
総販売数量	1,379	1,252	10.1%
GFB 販売数量	844	740	14.0%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	3,924	3,363	16.7%

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、力強い数量増、買収効果及び単価上昇効果(310 百万ドル)により、16.7%増となりました。

総販売数量及び GFB 販売数量は、イラン(アリヤン・タバコ・インダストリー社の買収効果を含む)、北アフリカ市場、台湾及びトルコでの好調に加え、エジプト、韓国、フィリピン、ブラジル及びミャンマーといった seeding markets での増加により、それぞれ 10.1%増、14.0%増となりました。市場シェアは、カナダ、台湾、フィリピン、ブラジル及びマレーシア等で伸長しました。

台湾では、「モア」の統合が功を奏した「ウinston」、及び「LD」の貢献により、総販売数量及び GFB 販売数量は、それぞれ 1.3%増、11.0%増となりました。市場シェア及び売上シェアは、「ウinston」及び「LD」が牽引し、それぞれ 0.7 パーセントポイント増の 39.9%、0.9 パーセントポイント増の 46.2%となりました。

トルコでは、総販売数量及び GFB 販売数量は、市場環境の変化が「ウinston」及び「LD」に有利に働き、それぞれ 1.1%増及び 0.6%増となりました。市場シェアは、「ウinston」及び「LD」が伸長したものの「キャメル」の減少により、0.9 パーセントポイント減の 29.4%となりました。

注記:

- ¹ 製造受託、水たばこ製品及び emerging products を除き、fine cut、シガー、パイプ、スヌースを含み、JTI からの売渡ベースの販売数量を用いています。
- ² 物流事業、製造受託等を控除した売上収益(水たばこ製品及び emerging products を含む)を用いています。
- ³ 出典: IRI、Logista、Nielsen 及び JTI 内部データ。特に言及がない限り 2016 年 12 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。カザフスタン、シンガポール、ドイツ、フィリピン及びブラジルに関するデータは 2016 年 11 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。増減算出の比較対象は 2015 年 12 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。
- ⁴ 出典: JTI 内部データ。2016 年 1-12 月ベース。

【本件に関するお問い合わせ】

JT IR 広報部 東京都港区虎ノ門 2-2-1 代表 03-5572-4291