



2014年10月30日  
日本たばこ産業株式会社

Japan Tobacco International (JTI)  
海外たばこ事業実績速報(2014年7-9月期及び1-9月期)

## JTI 利益二桁成長が継続

	7-9月		前年同期比 増減率	1-9月		前年同期比 増減率
	2014	2013		2014	2013	
(億本、百万ドル)						
総販売数量 <sup>1</sup>	1,060	1,100	-3.6%	2,966	3,120	-4.9%
GFB 販売数量 <sup>1</sup>	714	707	1.0%	1,943	1,988	-2.2%
自社たばこ製品売上収益	3,225	3,227	-0.1%	9,101	9,067	0.4%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	3,357	3,227	4.0%	9,441	9,067	4.1%
調整後営業利益	1,308	1,248	4.8%	3,454	3,327	3.8%
為替一定ベース 調整後営業利益	1,395	1,248	11.8%	3,718	3,327	11.8%

### ハイライト

#### 3ヶ月実績(2014年7-9月期)

- 調整後営業利益は堅調な価格・ミックス改善効果により4.8%増、為替一定ベースでは11.8%増。
- 自社たばこ製品売上収益は、為替影響により0.1%減、為替一定ベースでは4.0%増。
- GFB 販売数量は、主にスペイン、中東の一部市場及びトルコの増加に牽引され、1.0%増。Fine cut はGFBが19.2%成長し、数量ベースで5.7%増。
- 総販売数量は、主にロシアでの市場縮小の影響を受け3.6%減。
- 紙巻きたばこ及びfine cutを含む市場シェア<sup>2</sup>は、主要市場である英国、スペイン、トルコ及びフランスにおいて伸長。ロシアでは「ウィンストン」が貢献し、GFB市場シェアが引き続き伸長。

#### 9ヶ月実績(2014年1-9月期)

- 自社たばこ製品売上収益は、堅調な価格・ミックス改善効果が数量減及び為替影響を上回り、0.4%増。
- 為替一定ベースでは、自社たばこ製品売上収益は4.1%増、調整後営業利益は11.8%増。
- 総販売数量及びGFB販売数量は、主にロシアにおける市場縮小の影響により、それぞれ4.9%減、2.2%減。Fine cutはGFBが31.0%成長し、数量ベースで10.4%増。

## 業績レビュー

### 3ヶ月実績(2014年7-9月期)

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、131百万ドル増(4.0%増)の3,357百万ドル。この成長は、価格・ミックスの改善効果254百万ドルが、数量減の影響を上回ったことによるもの。

為替一定ベースでの調整後営業利益は、147百万ドル増(11.8%増)の1,395百万ドル。この成長は、価格・ミックス改善効果242百万ドルによるもの。

財務報告ベースでの自社たばこ製品売上収益は0.1%減の3,225百万ドル、調整後営業利益は4.8%増の1,308百万ドル。

### 総販売数量

主にロシアにおいて市場縮小が継続し、総販売数量は3.6%減の1,060億本となりました。韓国、スペイン、中東の一部市場、トルコ、ドイツ、ベネルクス、マレーシアでは販売数量の増があったものの、イタリア、英国、ウクライナ、カザフスタン、台湾、ポーランド、ロシアにおける数量減が上回りました。Fine cutは、主にアイルランド、イタリア、英国、ドイツ、ハンガリー、フランス、ベネルクスでの成長により5.7%増となりました。

総販売数量の減少幅は、GFB販売数量の増加により、4-6月期と比べて改善しました。

(億本) 地域	7-9月		前年同期比 増減率
	2014	2013	
South & West Europe	161	165	-2.3%
North & Central Europe	137	140	-1.7%
CIS+	440	493	-10.8%
Rest-of-the-World	322	302	6.4%
Total JTI	1,060	1,100	-3.6%

### GFB販売数量

GFB販売数量は、「キャメル」、「ベンソン・アンド・ヘッジス」、「ソブラニー」が成長し、1.0%増の714億本となりました。GFB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で成長し、19.2%増となりました。総販売数量におけるGFB販売数量構成比は前年同期から3.1パーセントポイント増加し、67.3%となりました。

「ウinston」の販売数量は、スペイン、台湾、中東の一部市場、ドイツ、フランス、ベネルクス、マレーシア及びブルーマニアにおいて好調に推移したものの、主にロシアでの市場縮小の影響及びトルコにおけるPopular価格帯での価格競争により5.6%減の347億本となりました。「ウinston」のfine cutは、22.0%増となりました。

「キャメル」の販売数量は、スペイン、トルコ及びベネルクスにおいて成長し、26.8%増の135億本となりました。「キャメル」のfine cutは、14.5%増となりました。

「メビウス」の販売数量は、韓国及びマレーシアで成長したものの、台湾における価格競争によるダウントレーディングが継続し、4.3%減の47億本となりました。

「LD」の販売数量は、ウクライナ、カザフスタン及びカナダで成長しましたが、主にロシアにおける市場縮小及び競争激化により、1.1%減の121億本となりました。「LD」のfine cutは、16.4%増となりました。

## 地域別実績

### South and West Europe

(億本、百万ドル)	7-9 月		前年同期比 増減率
	2014	2013	
総販売数量	161	165	-2.3%
GFB 販売数量	140	139	0.6%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	553	587	-5.8%

South and West Europe 地域の総販売数量は、主にイタリアでの減少により、2.3%減となりました。GFB 販売数量は、スペイン及びベネルクスでの成長により、0.6%増となりました。市場シェアはオランダ、ギリシャ、スイス、スペイン、フランス、ベルギー及びルクセンブルクで伸長しました。

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、数量減およびイタリアを主要因とした価格・ミックスの減(17 百万ドル)があったため、5.8%減となりました。

フランスでは、市場規模が 2.5%縮小する中、総販売数量は 0.6%減となりました。GFB 販売数量は、主に「ウinston」が貢献し、1.4%増となりました。Fine cut は数量ベースで 2.2%増となりました。市場シェアは、「ウinston」及び「キャメル」が牽引し、0.6 パーセントポイント増の 20.6%に伸長しました。

イタリアでは、総販売数量及び GFB 販売数量とも 7.4%減となりました。「ベンソン・アンド・ヘッジス」は厳しい競争下にある Value 価格帯において、引き続き大幅に成長しました。Fine cut は GFB に牽引され、数量ベースで 13.8%増となりました。市場シェアは、1.4 パーセントポイント減の 20.3%となりました。

スペインでは、「ウinston」、「キャメル」及び「ベンソン・アンド・ヘッジス」が貢献し、総販売数量及び GFB 販売数量はそれぞれ 6.7%増、11.9%増となりました。Fine cut は、2013 年 6 月の増税以降の同カテゴリーの縮小を受け、数量ベースで 11.1%減となりました。市場シェアは、「ウinston」を中心に GFB が好調に推移し、0.8 パーセントポイント増の 21.5%に伸長しました。

### North and Central Europe

(億本、百万ドル)	7-9 月		前年同期比 増減率
	2014	2013	
総販売数量	137	140	-1.7%
GFB 販売数量	74	73	1.1%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	606	570	6.3%

North and Central Europe 地域では、主に英国及びポーランドでの減少により、総販売数量は 1.7%減となりました。GFB 販売数量は、ドイツ、スウェーデン、チェコ及びハンガリーが貢献し、1.1%増となりました。市場シェアは、アイルランド、英国、オーストリア、ドイツ、ハンガリー及びポーランドで伸長しました。

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、主に英国が価格・ミックス改善効果(48 百万ドル)を牽引し、6.3%増となりました。

オーストリアでは、「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

2.0%増となったものの、総販売数量は 4.8%減となりました。市場シェアは、「ベンソン・アンド・ヘッジス」及び「ウinston」が貢献し、0.2 パーセントポイント増の 32.3%となりました。

ポーランドでは、主に市場縮小の影響により、総販売数量及び GFB 販売数量とも 8.4%減となりました。市場シェアは、「キャメル」及び「LD」が好調に推移し、1.5 パーセントポイント増の 15.8%に伸長しました。

英国では、市場縮小及び Value 価格帯へのダウントレーディングの影響を受け、総販売数量は 4.2%減、GFB 販売数量は 10.6%減となりました。Fine cut は数量ベースで 2.6%増となりました。市場シェアは、英国市場全体で引き続き No.1 ブランドの座にある「アンバーリーフ」により、0.7 パーセントポイント増の 41.3%に伸長しました。

## CIS+

(億本、百万ドル)	7-9 月		前年同期比 増減率
	2014	2013	
<b>総販売数量</b>	440	493	-10.8%
<b>GFB 販売数量</b>	310	326	-5.0%
<b>為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益</b>	1,259	1,156	8.9%

CIS+地域では、主にロシアにおける減少により、総販売数量は 10.8%減、GFB 販売数量は 5.0%減となったものの、4-6 月期と比べ減少幅が改善しました。これは主にロシア、カザフスタン及びルーマニアでの GFB 販売数量の改善が寄与しました。現在のウクライナ東部における情勢不安による特段の事業影響はありません。

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、主にロシアが価格・ミックス改善効果(231 百万ドル)を牽引し、8.9%増となりました。

ルーマニアでは、「ベンソン・アンド・ヘッジス」、「ウinston」及び「ソブラニー」の成長により、GFB 販売数量は 23.5%増となりましたが、総販売数量は 0.6%減となりました。市場シェアは主に「ウinston」が貢献し、0.8 パーセントポイント増の 24.9%となりました。

ロシアでは、主に増税に伴う値上げにより市場規模が当期<sup>3</sup>約 10.4%縮小したことに加え、中価格帯から低価格帯での価格競争の影響を受け、総販売数量及び GFB 販売数量は、それぞれ 14.5%減、8.2%減となりました。市場シェアは、0.9 パーセントポイント減の 35.4%となったものの、GFB 市場シェアは「ウinston」が初めて 15.0%に到達したことにより、0.8 パーセントポイント増の 23.6%となりました。3 ヶ月平均ベースでは、当期の市場シェアは 4-6 月期と比して 0.3 パーセントポイント増の 34.9%となりました。売上シェア<sup>4</sup>は 0.4%減の 36.1%となりました。

## Rest-of-the-World

(億本、百万ドル)	7-9 月		前年同期比 増減率
	2014	2013	
<b>総販売数量</b>	322	302	6.4%
<b>GFB 販売数量</b>	190	168	12.8%
<b>為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益</b>	940	914	2.8%

Rest-of-the-World 地域では、韓国、中東の一部市場、トルコ及びマレーシアでの成長により、総販売数量は 6.4%増、GFB 販売数量は 12.8%増となりました。市場シェアはカナダ、トルコ、マレーシアで伸長しました。

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、主にトルコによる数量増効果(35 百万ドル)が価格・ミックスの減を上回り、2.8%増となりました。

台湾の総販売数量及び GFB 販売数量は、価格競争によるダウントレーディングにより、それぞれ 6.0%減、1.6%減となりました。市場シェアは 1.2%減の 38.3%となった一方、「ウinston」は 1.4 パーセントポイント伸長し、4.6%となりました。売上シェアは 0.2 パーセントポイント減の 44.2%となりましたが、3 ヶ月平均ベースでは、4-6 月期と比して 0.4 パーセントポイント増の 44.3%へ伸長しました。

トルコでは、「キャメル」を Popular 価格帯に配置したことで成長が継続し、総販売数量及び GFB 販売数量はそれぞれ、21.2%増、23.9%増となりました。市場シェアは、「キャメル」が 2.4 パーセントポイント増の 4.4%となったことが貢献し、27.6%へ伸長しました。

## 業績レビュー

### 9ヶ月実績(2014年1-9月期)

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、374 百万ドル増(4.1%増)の 9,441 百万ドル。この成長は、価格・ミックスの改善効果 767 百万ドルが、数量減の影響を上回ったことによるもの。

為替一定ベースでの調整後営業利益は、391 百万ドル増(11.8%増)の 3,718 百万ドル。この成長は、価格・ミックス改善効果 754 百万ドルによるもの。

総販売数量は、主にロシアを要因として、4.9%減の 2,966 億本となりました。Fine cut は英国、ドイツ、ハンガリー、フランス、ベネルクス及びポーランドでの成長により 10.4%増となりました。GFB 販売数量は 2.2%減の 1,943 億本となりました。

### 販売数量

(億本)	総販売数量		前年同期比 増減率	GFB 販売数量		前年同期比 増減率
	1-9 月			1-9 月		
地域別	2014	2013		2014	2013	
South and West Europe	461	468	-1.4%	396	391	1.3%
North & Central Europe	390	384	1.7%	210	198	6.1%
CIS+	1,234	1,391	-11.3%	855	921	-7.1%
Rest-of-the-World	881	877	0.4%	482	479	0.8%
<b>Total JTI</b>	<b>2,966</b>	<b>3,120</b>	<b>-4.9%</b>	<b>1,943</b>	<b>1,988</b>	<b>-2.2%</b>

### 為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益

(百万ドル)	1-9 月		前年同期比 増減率
	2014	2013	
地域			
South & West Europe	1,569	1,640	-4.3%
North & Central Europe	1,707	1,563	9.2%
CIS+	3,498	3,213	8.9%
Rest-of-the-World	2,667	2,651	0.6%
<b>Total JTI</b>	<b>9,441</b>	<b>9,067</b>	<b>4.1%</b>

## 注記:

- <sup>1</sup> Fine cut カテゴリーの消費動向について調査した結果に基づき、High Volume Tobacco 製品を紙巻きたばこ相当に換算する際の換算レートを2014年より変更。2013年度数値についても同換算レートを遡及適用しております。
- <sup>2</sup> 出典: IRI、Logista、Nielsen 及び JTI 内部データ。特に言及がない限り2014年9月時点の12ヶ月移動平均ベース。オランダ、スペイン、ドイツ、トルコ、ベルギー及びブルクセンブルクに関するデータは2014年8月時点の12ヶ月移動平均ベース。増減算出の比較対象は2013年9月時点の12ヶ月移動平均ベース。
- <sup>3</sup> 出典: JTI 内部データ。2014年7-8月ベース。
- <sup>4</sup> 出典は Nielsen。特に言及がない限り2014年9月時点の12ヶ月移動平均ベース。

その他の定義については [http://www.jti.co.jp/investors/release/financial\\_report/definitions/index.html](http://www.jti.co.jp/investors/release/financial_report/definitions/index.html) をご参照ください。

### 【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