

Japan Tobacco International (JTI)
海外たばこ事業実績補足資料(2015年1-3月期)

JTI 力強いプライシングにより為替一定ベースで増収増益

(億本、百万ドル)	1-3月		前年同期比 増減率
	2015	2014	
総販売数量 ¹	881	877	0.5%
GFB販売数量 ¹	600	553	8.4%
自社たばこ製品売上収益 ²	2,369	2,761	-14.2%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	2,941	2,761	6.5%
調整後営業利益	881	1,022	-13.8%
為替一定ベース 調整後営業利益	1,156	1,022	13.1%

ハイライト

2015年度実績(1-3月期)

- 為替一定ベースでの調整後営業利益は、GFB販売数量の増加に加え、複数の主要市場における力強いプライシングにより13.1%増。財務報告ベースでの調整後営業利益は為替影響を受けて13.8%減。
- 為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は6.5%増。財務報告ベースでは為替影響を受けて14.2%減。
- 総販売数量及びGFB販売数量は、それぞれ0.5%増、8.4%増となりました。これは、イタリア、スペイン、台湾、中東、トルコ、ドイツ、フランス及びベネルクスにおける成長に加え、中東での出荷調整及び、トルコにおける流通在庫量調整やキャメルの伸長による前年同期と比較上のプラス要因によるものです。Fine CutはGFBが31.7%成長したことにより、数量ベースで13.6%増。
- 紙巻たばこ及びfine cutを含む市場シェア³は、主要市場である英国、スペイン、トルコ、フランスにおいて伸長。ロシアでは「ウinston」、「LD」が貢献し、GFB市場シェアが引き続き伸長。

業績レビュー 3ヶ月実績(1-3月期)

- 為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、180 百万ドル増(6.5%増)の 2,941 百万ドル。この成長は、価格・ミックス改善効果 210 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、134 百万ドル増(13.1%増)の 1,156 百万ドル。この成長は価格・ミックス改善効果 202 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、不利な為替影響により、それぞれ 14.2%減、13.8%減。

総販売数量

総販売数量は 0.5%増の 881 億本となりました。これは、イタリア、スペイン、台湾、中東、トルコ、ドイツ、フランス、ベネルクス及びルーマニアにおける成長に加え、中東とトルコにおける流通在庫量調整による前年同期との比較上のプラス要因によるものです。Fine Cut は、アイルランド、イタリア、英国、スペイン、チェコ、ドイツ、ハンガリー、フランス、ベネルクスで成長しました。

(億本) 地域	1-3 月		前年同期比 増減率
	2015	2014	
South & West Europe	151	140	8.2%
North & Central Europe	126	123	2.1%
CIS+	313	362	-13.5%
Rest-of-the-World	291	252	15.4%
Total JTI	881	877	0.5%

GFB 販売数量

GFB 販売数量は、イタリア、ウクライナ、カナダ、スペイン、台湾、チェコ、中東の一部市場、東南アジア市場、トルコ、ドイツ、フランス、ベネルクス、ベラルーシ、マレーシア、ルーマニアに牽引され、8.4%増の 600 億本となりました。GFB の fine cut は、イタリア、スペイン、ドイツ、ハンガリー、フランス及びベネルクスで成長し、31.7%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比で 5.0 パーセントポイント増加し、68.0%となりました。

「ウinston」の販売数量は、スペイン、中東・アフリカの一部市場、トルコ、ドイツ、フランス、ベラルーシにおいて成長し、3.9%増の 287 億本となりました。「ウinston」の fine cut はスペイン、ドイツ、フランス、ベネルクスにおいて成長し、47.6%増となりました。

「キャメル」の販売数量は、主にトルコにおける価格帯変更により 34.2%増の 118 億本となりました。「キャメル」の fine cut は主にスペイン、フランス及びベネルクスにおいて成長し、22.7%増となりました。

「メビウス」の販売数量は、台湾、東南アジア、マレーシアにおいて成長しましたが、韓国での市場縮小を受けて 2.4%減の 39 億本となりました。

「LD」の販売数量は、主にウクライナ及びカナダにおいて成長し、7.1%増の 103 億本となりました。「LD」の fine cut は 4.4%減となりました。

地域別実績

South and West Europe

(億本、百万ドル)	1-3 月		前年同期比 増減率
	2015	2014	
総販売数量	151	140	8.2%
GFB 販売数量	133	118	12.3%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	550	488	12.8%

South and West Europe 地域では、主にスペイン、フランスにおける成長及び流通在庫量調整により、総販売数量及び GFB 販売数量は、それぞれ 8.2%増、12.3%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、数量増効果に加え、イタリア、スペイン及びフランス等が価格・ミックス改善効果(17 百万ドル)を牽引し、12.8%増となりました。

フランスでは、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」に牽引され、それぞれ 13.6%増、18.3%増となりました。Fine cut は「ウinston」及び「キャメル」が貢献し、数量ベースで 17.0%増となりました。市場シェアは、0.7 パーセントポイント増の 20.9%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、主に「キャメル」が牽引し、それぞれ 8.3%増、8.6%増となりました。「ベンソン・アンド・ヘッジス」は引き続き伸長しています。Fine cut は GFB に牽引され、数量ベースで 17.1%増となりました。市場シェアは、「ベンソン・アンド・ヘッジス」が 0.2 パーセントポイント増の 2.3%となったものの、1.7 パーセントポイント減の 19.7%となりました。なお、3 ヶ月移動平均ベースの市場シェアは、「ウinston」と「キャメル」共に 0.2 パーセントポイント増となり、0.5 パーセントポイント増の 19.9%となりました。

スペインでは、「ウinston」及び「キャメル」が貢献し、総販売数量及び GFB 販売数量はそれぞれ 13.3%増、18.3%増となりました。Fine cut は主に「ウinston」が貢献し、数量ベースで 37.5%増となりました。市場シェアは、GFB が牽引し、0.7 パーセントポイント増の 21.8%となりました。

North and Central Europe

(億本、百万ドル)	1-3 月		前年同期比 増減率
	2015	2014	
総販売数量	126	123	2.1%
GFB 販売数量	69	65	5.9%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	637	573	11.0%

North and Central Europe 地域の総販売数量及び GFB 販売数量は、主にアイルランド、ドイツ及びチェコが貢献し、それぞれ 2.1%増、5.9%増となりました。市場シェアは、アイルランド、英国、チェコ、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、価格・ミックス改善効果(50 百万ドル)及び数量増効果により、11.0%増となりました。

オーストリアでは、総販売数量は市場縮小により 5.9%減となったものの、「キャメル」及び「LD」が牽引し、GFB 販売数量はフラットとなりました。市場シェアは、「ウinston」、「キャメル」、「ベンソン・アンド・ヘッジス」がそれぞれ 0.4 パーセントポイント、0.2 パーセントポイント、0.2 パーセントポイント伸長したものの、全体では 0.5 パーセントポイント減の 31.9%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 販売数量がそれぞれ 1.9%減、1.5%減となりました。市場シェアは 0.8 パーセントポイント増の 16.1%となりました。「LD」は引き続き市場全体で No.2 ブランド、Value 価格帯で No.1 ブランドの地位にあります。

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 0.4%減、GFB 販売数量は 8.8%減となりました。Fine cut は数量ベースで 5.5%増となりました。市場シェアは、同市場において「オールドホルボーン」、「スターリング」及び、No.1 ブランドである「アンバーリーフ」が貢献し、0.5 パーセントポイント増の 41.5%に伸長しました。

CIS+

(億本、百万ドル)	1-3 月		前年同期比 増減率
	2015	2014	
総販売数量	313	362	-13.5%
GFB 販売数量	230	243	-5.3%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	897	937	-4.2%

CIS+ 地域では、カザフスタン、コーカサス及びロシアにおける減少により、総販売数量は 13.5%減、GFB 販売数量は 5.3%減となりました。

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、価格・ミックス改善効果(104 百万ドル)があったものの、数量減の影響が上回り、4.2%減となりました。

ルーマニアでは、「ウinston」、「ベンソン・アンド・ヘッジス」及び「ソブラニー」が貢献し、総販売数量及び GFB 販売数量はそれぞれ 1.5%増、28.4%増となりました。市場シェアは、GFB が貢献し 0.6 パーセントポイント増の 25%となりました。

ロシアでは、市場規模が当期⁴ 9%縮小し、規制強化及び経済低迷の影響を受ける中、流通在庫量の調整もあり、総販売数量及び GFB 販売数量は、それぞれ 19.9 %減、12.7%減となりました。市場シェアは中価格帯から低価格帯での価格競争の影響を受け、1.7 パーセントポイント減の 34.4%となったものの、GFB 市場シェアは「ウinston」と「LD」が牽引し 0.2 パーセントポイント増の 23.7%になりました。売上シェア⁵は 1.1 パーセントポイント減の 35.5%となりました。

Rest-of-the-World

(億本、百万ドル)	1-3 月		前年同期比 増減率
	2015	2014	
総販売数量	291	252	15.4%
GFB 販売数量	167	126	32.6%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	857	763	12.4%

Rest-of-the-World 地域では、主に台湾、中東の一部市場、東南アジア市場及びトルコでの成長により、総販売数量及び GFB 販売数量は、それぞれ 15.4%増、32.6%増となりました。市場シェアは、カナダ、韓国、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、数量増効果に加え、価格・ミックス改善効果(40 百万ドル)により 12.4%増となりました。

台湾の総販売数量及び GFB 販売数量は、「メビウス」、「ウinston」に牽引され、それぞれ 8.8%増、9.0%増となりました。市場シェアは、「ウinston」が 1.0 パーセントポイント増の 4.9%となったものの、0.5 パーセントポイント減の 38.6%となりました。3 ヶ月移動平均ベースでは、市場シェアは、「メビウス」、「ウinston」及び「LD」が牽引したことで、3 四半期連続で伸長し、39.3%となりました。JTI は市場シェア及び売上シェアにおいて引き続き No.1 の地位にあります。

トルコでは、昨年 5 月の「キャメル」の価格帯変更を受けた成長に加え、流通在庫量調整による前年同期との比較上のプラス要因により、総販売数量及び GFB 販売数量はそれぞれ、82.2%増、118.5%増となりました。市場シェアは、「キャメル」が 8.4 パーセントポイント増の 10.3%に伸長した結果、3.4 パーセントポイント増の 30.1%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: Nielsen 及び JTI 内部データ。特に言及がない限り、2015 年 3 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。アイルランド、英国、オランダ、ギリシャ、スイス、スペイン、ドイツ、フランス、ベルギー、ルクセンブルクは 2015 年 2 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。
- ⁴ 出典: JTI 内部データ。2015 年 1-2 月ベース。
- ⁵ 出典は JTI 内部データ。2015 年 3 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 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