



2016年2月4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補足資料(2015年1-12月期及び10-12月期)

JTI GFB 好調とプライシングにより二桁の利益成長

	1-12月		前年同期比 増減率	10-12月		前年同期比 増減率
	2015	2014		2015	2014	
(億本、百万ドル)						
総販売数量 ¹	3,939	3,980	-1.0%	984	1,014	-3.0%
GFB 販売数量 ¹	2,736	2,622	4.3%	682	679	0.5%
自社たばこ製品売上収益 ²	10,338	11,911	-13.2%	2,516	2,809	-10.5%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	12,739	11,911	7.0%	2,976	2,809	5.9%
調整後営業利益	3,257	4,253	-23.4%	543	799	-32.1%
為替一定ベース 調整後営業利益	4,712	4,253	10.8%	797	799	-0.2%

ハイライト

12ヶ月実績(2015年1-12月期)

- 為替一定ベースでの調整後営業利益は、力強い価格・ミックス効果及び GFB 販売数量の増加により 10.8%増。財務報告ベースでの調整後営業利益は、不利な為替影響を受けて 23.4%減。
- 為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は 7.0%増。財務報告ベースでは 13.2%減。
- GFB 販売数量は、「ウィンストン」、「キャメル」、「LD」、「ベンソン・アンド・ヘッジス」及び「ソブラニー」の力強い成長を受けて、4.3%増。Fine cut の販売数量は、GFB が 30.8%成長したことにより 13.1%増。総販売数量は、ロシアにおける大幅な市場縮小や中東における不安定な事業環境の影響の中でも 1.0%減と健闘。
- 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、英国、スペイン、台湾、トルコ及びフランスにおいて伸長。ロシアでは「LD」が貢献し、GFB 市場シェアが引き続き伸長。

3ヶ月実績(2015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、堅調な価格・ミックス効果及び GFB 販売数量の増加により 5.9%増。為替一定ベースでの調整後営業利益は、価格・ミックス効果が堅調であったものの、投資増の影響により 0.2%減。
- 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て、それぞれ 10.5%減、32.1%減。
- GFB 販売数量は、「ウィンストン」、「LD」、「ベンソン・アンド・ヘッジス」及び「ソブラニー」の成長により、0.5%増。Fine cut の販売数量は GFB が 24.8%成長したことにより、12.1%増。総販売数量は、ロシアにおける市場縮小と流通在庫調整に加え、中東での不安定な事業環境の影響を受け 3.0%減。

業績レビュー

12ヶ月実績(2015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、829百万ドル増(7.0%増)の12,739百万ドル。この成長は、価格・ミックス効果997百万ドルによるもの。

為替一定ベースでの調整後営業利益は、458百万ドル増(10.8%増)の4,712百万ドル。この成長は、価格・ミックス効果973百万ドルが数量減や投資増の影響を上回ったことによるもの。

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それぞれ13.2%減、23.4%減。

総販売数量

総販売数量は1.0%減の3,939億本となりました。これはカザフスタン及びロシアの市場縮小や中東における不安定な事業環境の影響が、イタリア、イラン、チェコ、ドイツ、トルコ、フランス及びベネルクスの数量増を上回ったことによるものです。Fine cutは、主に英国、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成長により13.1%増となりました。

(億本) 地域別	1-12月		前年同期比 増減率
	2015	2014	
South & West Europe	632	598	5.7%
North & Central Europe	530	516	2.6%
CIS+	1,525	1,657	-7.9%
Rest-of-the-World	1,252	1,208	3.6%
Total JTI	3,939	3,980	-1.0%

GFB 販売数量

GFB販売数量は、イタリア、イラン、ウクライナ、カナダ、スペイン、チェコ、ドイツ、トルコ、フランス、ベネルクス及びルーマニアに牽引され、4.3%増の2,736億本となりました。GFBのfine cutは、主にイタリア、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、30.8%増となりました。総販売数量に占めるGFB販売数量の構成比は前年同期比で3.6パーセントポイント増加し、69.4%となりました。

「ウinston」の販売数量は、イラン、チェコ、ドイツ、トルコ、フランス、ベネルクス及びポーランドでの成長を受けて、1.9%増の1,321億本となりました。「ウinston」のfine cutはスペイン、ドイツ、フランス及びベネルクスにおいて成長し、39.4%増となりました。

「キャメル」の販売数量は、特にイタリア、韓国、スペイン、チェコ、トルコ、フランス及びベネルクスにおいて成長し、9.7%増で過去最高の509億本となりました。「キャメル」のfine cutは主にフランス及びベネルクスにおいて成長し、23.0%増となりました。

「メビウス」の販売数量は、カザフスタン、東南アジア市場及びマレーシアにおいて成長したものの、韓国における2015年1月の急激な増税に伴う市場縮小による数量減の影響が上回り、3.5%減の171億本となりました。

「LD」の販売数量は、主にウクライナ、カザフスタン、カナダ及びルーマニアでの成長を受けて、10.2%増で過去最高の495億本となりました。「LD」のfine cutはハンガリー及びポーランドにおいて成長し、5.5%増となりました。

地域別実績

South and West Europe

(億本、百万ドル)	1-12 月		前年同期比 増減率
	2015	2014	
総販売数量	632	598	5.7%
GFB 販売数量	558	514	8.5%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	2,228	2,064	8.0%

South and West Europe 地域では、経済環境が改善する中、総販売数量及び GFB 販売数量は、主にイタリア、スペイン、フランス及びベネルクスにおける成長により、それぞれ 5.7%増、8.5%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。

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、堅調な数量増に加え、価格・ミックス効果(55 百万ドル)が牽引し、8.0%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」と「キャメル」に牽引され、それぞれ 6.4%増、9.4%増となりました。Fine cut の販売数量は「ウinston」、「キャメル」及び「フリュードペイ」が貢献し 13.8%増となりました。市場シェアは、「ウinston」、「キャメル」及び「フリュードペイ」が牽引し、0.6 パーセントポイント増の 21.4%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、「キャメル」、「ウinston」及び「ベンソン・アンド・ヘッジス」が力強く牽引し、それぞれ 9.3%増、9.7%増となりました。Fine cut の販売数量は「ウinston」が貢献し 16.0%増となりました。市場シェアは、全ての GFB が牽引し 1.2 パーセントポイント増の 21.1%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、全ての GFB に牽引され、それぞれ 1.9%増、4.4%増となりました。Fine cut の販売数量は主に「ウinston」が貢献し 18.9%増となりました。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、0.6 パーセントポイント増の 22.3%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
	2015	2014	
総販売数量	530	516	2.6%
GFB 販売数量	305	278	9.5%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	2,588	2,381	8.7%

North and Central Europe 地域の総販売数量及び GFB 販売数量は、主にチェコ、ドイツ及びハンガリーが貢献し、それぞれ 2.6%増、9.5%増となりました。市場シェアは、アイルランド、英国、スウェーデン、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・ミックス効果(178 百万ドル)及び数量増効果により、8.7%増となりました。

オーストリアでは、総販売数量は、2.2%減なったものの、GFB 販売数量は 5.4%増となりました。これは GFB 販売数量を牽引する「ウinston」と「キャメル」がシェアを獲得したことによるものです。市場シェアは、0.2 パーセントポイント減の 31.2%となりました。

ポーランドでは、「ウinston」が牽引し、総販売数量及び GFB 販売数量がそれぞれ 1.0%増、1.7%増となりました。市場シェアは、0.5 パーセントポイント増の 16.4%となりました。

英国では、市場シェアが 0.7 パーセントポイント増の 42.0%となり、市場シェア No.1 となりました。「アンバーリーフ」及び「スターリング」は、それぞれ同市場全体での No.1 ブランド及び紙巻き製品での No.1 ブランドとしての地位を堅持しています。総販売数量及び GFB 販売数量は市場縮小とダウントレーディングの影響により、それぞれ 2.9%減、1.8%減となりました。Fine cut の販売数量は、「アンバーリーフ」と「スターリング」が貢献し、2.9%増となりました。

CIS+

(億本、百万ドル)	1-12 月		前年同期比 増減率
	2015	2014	
総販売数量	1,525	1,657	-7.9%
GFB 販売数量	1,133	1,157	-2.1%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	4,261	4,005	6.4%

CIS+地域では、市場縮小に加えて、カザフスタンとロシアでの流通在庫調整の影響もあり、総販売数量及び GFB 販売数量はそれぞれ 7.9%減、2.1%減となりました。市場シェアはウクライナ及びルーマニアにおいて伸長しました。

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、価格・ミックス効果(628 百万ドル)により、6.4%増となりました。

ルーマニアでは、総販売数量及び GFB 販売数量は「ウinston」、「LD」及び「ソブラニー」が貢献し、それぞれ 3.7%増、30.8%増となりました。市場シェアは、「ウinston」及び「ソブラニー」が貢献し、0.1 パーセントポイント増の 25.4%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 11.4%減、8.1%減となりました。これは主に当期の市場規模が 6.3%縮小⁴したことに加え、流通在庫調整と、低価格帯での競争継続が GFB 以外の業績に影響を与えたことによるものです。市場シェア及び売上シェアは、それぞれ 1.2 パーセントポイント減の 33.6%、1.2 パーセントポイント減の 34.6%となりました。GFB の市場シェアは、「LD」が牽引し、0.2 パーセントポイント増の 24.1%となりました。同市場 No.1 ブランドである「ウinston」は、市場シェアを堅持しています。

Rest-of-the-World

(億本、百万ドル)	1-12 月		前年同期比 増減率
	2015	2014	
総販売数量	1,252	1,208	3.6%
GFB 販売数量	740	672	10.0%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	3,662	3,461	5.8%

Rest-of-the-World 地域では、総販売数量及び GFB 販売数量は、主にイラン、東南アジア市場及びトルコにおける成長により、それぞれ 3.6%増、10.0%増となりました。市場シェアは、カナダ、韓国、台湾及びトルコで伸長しました。

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、主に販売数量増と、価格・ミックス効果(136 百万ドル)により、5.8%増となりました。

台湾では、「ウinston」と「LD」に牽引され、総販売数量及び GFB 販売数量が、それぞれ 1.3%増、1.6%増となりました。市場シェア及び売上シェアは、「メビウス」、「ウinston」及び「LD」に牽引され、それぞれ 0.8 パーセントポイント増の 39.2%、1.1 パーセントポイント増の 45.3%となり、市場 No.1 の地位をより強固にしています。

トルコでは、総販売数量及び GFB 販売数量は、「キャメル」と「ウinston」に牽引され、それぞれ 18.1%増、19.5%増となりました。市場シェアは、「キャメル」と「ウinston」が牽引し、1.1 パーセントポイント増の 30.2%となりました。

業績レビュー 3ヶ月実績(2015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、166 百万ドル増(5.9%増)の 2,976 百万ドル。この成長は、力強い価格・ミックス効果 258 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、ほぼフラットの 2 百万ドル減(0.2%減)の 797 百万ドル。これは、堅調な価格・ミックス効果 256 百万ドルを投資増が相殺したことによるものです。

GFB 販売数量は、主にイタリア、イラン、ウクライナ、カナダ、スペイン、チェコ、ドイツ、ハンガリー、ベネルクス及びルーマニアでの成長により、0.5%増。総販売数量は、ロシアにおける市場縮小と流通在庫調整の影響に加え、中東における不安定な事業環境の影響により、3.0%減。Fine cut の販売数量は欧州での GFB の力強い成長によって 12.1%増となりました。

販売数量

(億本)	総販売数量			GFB 販売数量		
	10-12 月		前年同期比 増減率	10-12 月		前年同期比 増減率
地域別	2015	2014		2015	2014	
South & West Europe	144	137	5.6%	128	119	7.7%
North & Central Europe	129	126	2.5%	76	68	11.0%
CIS+	376	423	-11.1%	284	302	-6.0%
Rest-of-the-World	334	328	1.9%	195	190	2.6%
Total JTI	984	1,014	-3.0%	682	679	0.5%

為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益

(百万ドル) 地域別	10-12 月		前年同期比 増減率
	2015	2014	
South & West Europe	471	445	6.0%
North & Central Europe	614	580	5.9%
CIS+	942	898	4.9%
Rest-of-the-World	948	886	7.0%
Total JTI	2,976	2,809	5.9%

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 2015 年 12 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。ギリシャ、スイス、スペイン、ドイツ及びベネルクスに関するデータは 2015 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 2014 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。2015 年 1-12 月ベース。

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