

At a Glance

JTグループは、130以上の国と地域で製品を販売するたばこ事業を中核としたグローバル企業です。本ページでは、主要な数値を通じて当社の全体像を紹介します。

JTグループのグローバル事業基盤



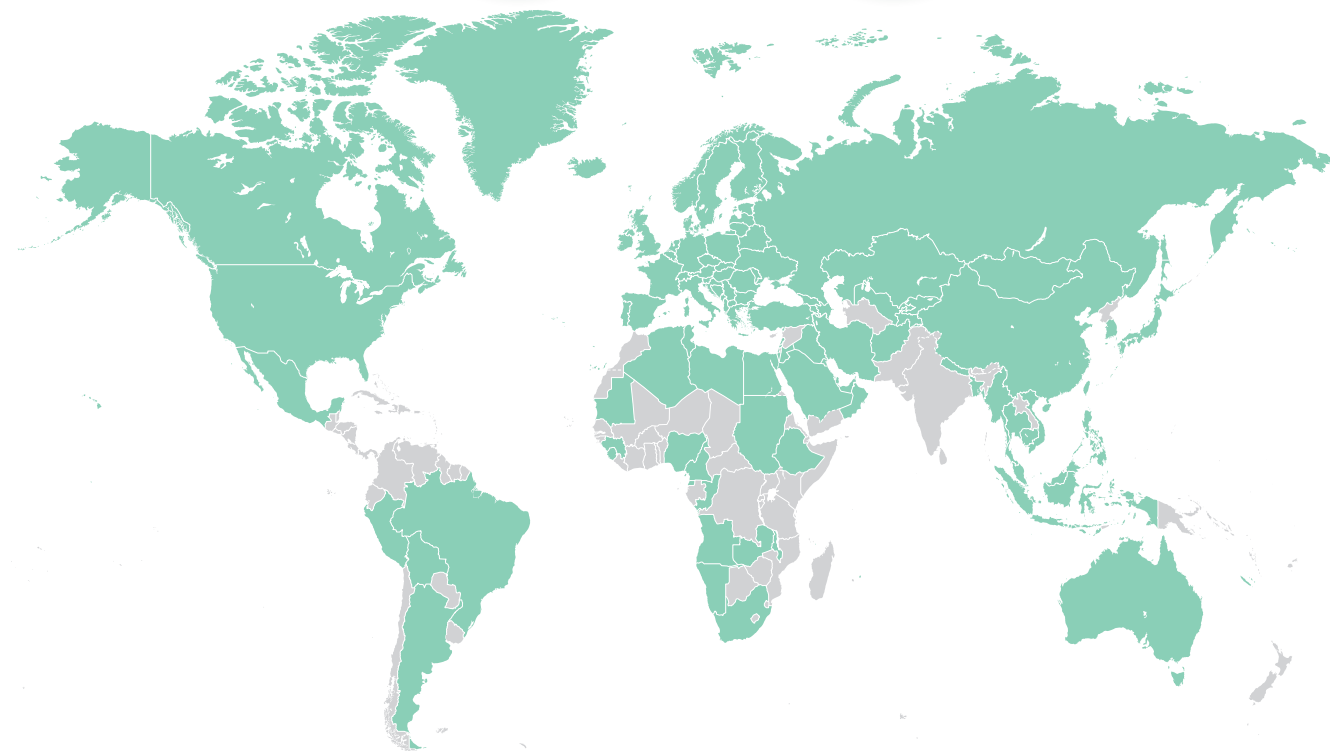
たばこ事業

130以上の
マーケット



加工食品事業

20以上の
マーケット



JTグループの概要 (2025年度・2025年12月末)

Combustibles販売数量*1

世界第**3**位

Heated Products展開市場数

28市場

従業員数(連結)

52,867人

在籍国籍数

100カ国以上

JTグループ会社数

連結子会社**225**社

持分法適用会社**20**社

売上収益(連結)

3兆4,677億円

調整後営業利益(連結)

9,022億円

FCF*2

2,727億円

*1 2024年度データ(Euromonitorのデータに基づく、中国国家煙草総公司を除く)

*2 カナダにおける訴訟の和解金に係る頭金の支払い影響を含む

At a Glance

JT Group Purpose 「心の豊かさを、もっと。」を起点に、私たちは「4Sモデル」を企業活動の軸として、すべてのステークホルダーにとって最良の価値の創出を目指しています。

この姿勢こそが、中長期の利益成長と企業価値の向上につながる最も確かな道筋だと考えています。

たばこ事業は中長期に亘る持続的・利益成長の中核としてグループ全体を牽引し、加工食品事業は利益成長を補完する役割を担います。

また、コーポレートR&D組織であるD-LABは、まだ見ぬ「心の豊かさ」をコンセプトとして、その研究や将来の事業シーズの探索・創出を進めています。

たばこ事業

Creating fulfilling moments. Creating a better future.

Eddy Pirard

President & CEO,
JT International S.A.



2025年度のたばこ事業は、極めて力強い業績を達成し、当事業が掲げる戦略的フレームワークの有効性と、そのもたらす価値の大きさを改めて示す一年となりました。私たちの戦略は、CombustiblesとRRP(Reduced-Risk Products)*という二つの成長の柱を中核として構築されており、両者はいずれも本戦略フレームワークの下で推進されています。

Combustiblesにおいては、質の高いトップライン成長の実現と、効率的な事業運営を通じたROIの向上に注力しています。一方、RRPでは、Heated Productsを最優先の投資領域と位置づけ、当社ブランドであるPloomの成長を支えるための投資を継続しています。また、E-VaporやModern Oralといったその他のカテゴリについては、市場環境や成長ポテンシャルを慎重に見極めながら、より選択的で柔軟なアプローチを採用しています。

こうした二つの成長の柱を基盤として、私たちは、ダウントレーディングの継続、全カテゴリにおける競争の激化、さらにはマクロ経済環境の不確実性といった逆風に直面する中であっても、2026年から2028年にかけて、調整後営業利益の年平均high single digitの成長を目指しています。

今後も、RRPにおけるお客様獲得を一層加速させるとともに、Combustiblesの強いモメンタムを維持することで、変化の激しい事業環境を乗り越えていきます。そして、すべてのステークホルダーの皆様に対し、高品質で持続的な価値を提供し続けていく考えです。

* RRP(Reduced-Risk Products): 喫煙に伴う健康リスクを低減させる可能性のある製品

加工食品事業

食事をうれしく、食卓をたのしく。

中込 敬介

執行役員
食品事業担当



冷食・常温事業を担うテーブルマークグループは、冷凍うどんやお好み焼等、市場シェア一位*1の冷凍食品を複数販売しております。冷凍うどんは発売50周年を超え、冷凍麺として売上世界一のギネス世界記録™**認定をいただきました。

また調味料事業を担う富士食品工業グループでは、調味料の元となるエキス素材から自社製造しています。調味加工技術を活かしたオリジナリティある商品で、各国の味のトレンドを捉え、世界各国でビジネスを行っています。

2022年には食品総合研究所を設立し、美味しさを追求したプラントベースフードの開発や、将来の原料枯渇、環境保全等、食の課題に向けた研究を進めています。これらは世界の「食事をうれしく、食卓をたのしく。」という、加工食品事業パーパスの実現に向けた取り組みです。

加工食品事業では、両グループ主力商品の価値向上により継続した利益成長を実現しながら、将来の食についての研究を進め、事業機会が増大している海外市場での展開に注力してまいります。

*1 富士経済「2025年食品マーケティング便覧 No.2」冷凍うどん、冷凍お好み焼き、冷凍たこ焼き、冷凍肉団子・ミートボールカテゴリ2024年実績

*2 ●記録名:最大の冷凍麺ブランド(最新年間売上) ●正式英語記録名:Largest frozen noodle brand -current ●対象商品:冷凍麺(パスタ除く) ●認定根拠:第三者によるグローバル調査データに基づく ●対象期間:2024年1~12月