

Investor Field Trip Luxembourg/Trier
September 19-20, 2011

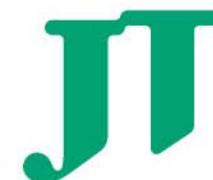
国内たばこ事業

-2010年増税定価改定と東日本大震災からの回復状況について

佐伯 明
常務執行役員 たばこ事業本部事業企画室長

※本資料に含まれる数値は各事業の業績を分かりやすく説明するために使用しており、
財務諸表の数値と異なる場合があります。

※詳しくはFootnotesをご覧ください。



当資料取扱上の注意点

将来に関する記述等についてのご注意

本資料に記載されている、当社又は当社グループに関連する業績見通し、計画、方針、経営戦略、目標、予定、事実の認識・評価等といった、将来に関する記述は、当社が現在入手している情報に基づく、本資料の日付時点における予測、期待、想定、計画、認識、評価等を基礎として記載されているに過ぎません。また、見通し・予想数値を算定するためには、過去に確定し正確に認識された事実以外に、見通し・予想を行うために不可欠となる一定の前提(仮定)を使用しています。これらの記述ないし事実または前提(仮定)については、その性質上、客観的に正確であるという保証も将来その通りに実現するという保証もありません。また、あらたな情報、将来の事象、その他の結果にかかわらず、常に当社が将来の見通しを見直すとは限りません。これらの記述ないし事実または前提(仮定)が、客観的には不正確であったり将来実現しないという可能性の原因となりうるリスクや要因は多数あります。その内、現時点で想定される主なものとして、以下のような事項を挙げることができます(なおかかるリスクや要因はこれらの事項に限られるものではありません)。

- (1) 喫煙に関する健康上の懸念の増大
- (2) たばこに関する国内外の法令規則による規制等の導入・変更(増税、たばこ製品の販売、マーケティング及び使用に関する政府の規制等)、喫煙に関する民間規制及び政府による調査の影響等
- (3) 国内外の訴訟の動向
- (4) 国内たばこ事業、海外たばこ事業以外へ多角化する当社の能力
- (5) 国際的な事業拡大と、日本国外への投資を成功させる当社の能力
- (6) 市場における他社との競争激化、銘柄嗜好の変化
- (7) 買収やビジネスの多角化に伴う影響
- (8) 国内外の経済状況
- (9) 為替変動及び原材料費の変動

注

- (1) JT注カブランド合計シェア = マイルドセブン、セブンスター、ピアニッシモ(2010年1月にピアニッシモに統合したアイシーン、ルーシア込みで遡及)
- (2) JT販売数量 = 輸入たばこ、国内免税、中国事業等を控除
- (3) 調整後税抜売上高 = 輸入たばこ、国内免税、中国事業等を控除
- (4) JT単体従業員数 = 2000年3月期以降 就業人員ベース

目次

- 国内たばこ事業の役割と戦略
- 増税定価改定影響
- 震災影響
- シェア奪回の取組み
- まとめ
- Appendix

国内たばこ事業の役割と戦略

JTグループの利益創出の中核として

国内市場における総需要の減少とそれに伴う競争激化といった事業を取り巻く環境の変化を克服し、引き続き事業価値増大を図る

価格に相応しい品質・サービス提供による持続的成長に向けた
マーケティング・ミックス効果の最大化

- 強靱なブランドポートフォリオの構築
- 圧倒的露出優位性の確保
- お客様満足の最大化のため、品質向上のあくなき追及、出荷保証体制の更なる強化
- コスト効率性の高い事業運営体制の構築
- リーディングカンパニーとしての責務
 - たばこを吸う方と吸われない方の共存できる社会の実現をめざす

2010年10月 増税にともなう定価改定における戦略

2010年10月～ たばこ税増税(3.5円/本)

- これまでにない大幅な増税
- 大幅な販売数量減少を想定

最適な価格体系の構築

税抜平均単価の向上

バランスのとれたポートフォリオ構築

- ミックスの改善
- 価格帯の幅の拡大

価格に見合う付加価値向上

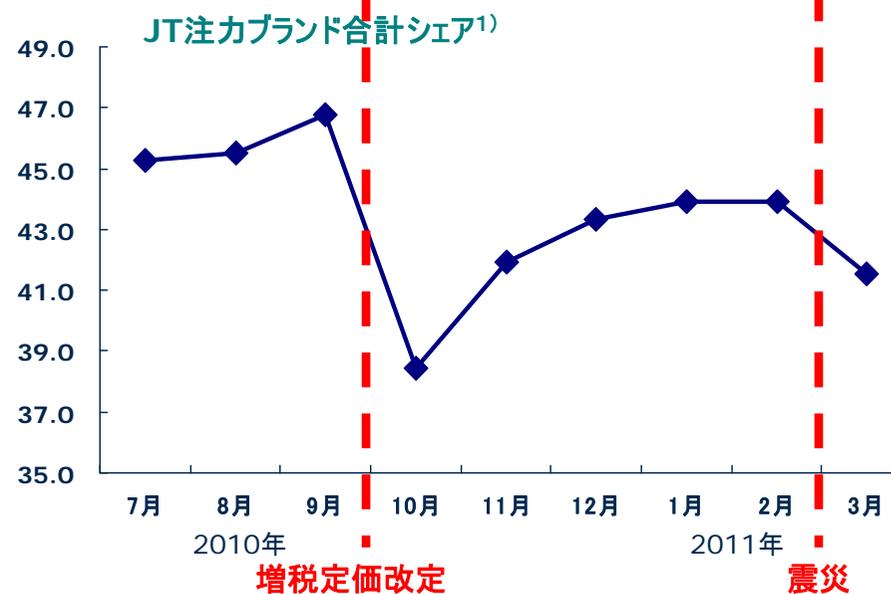
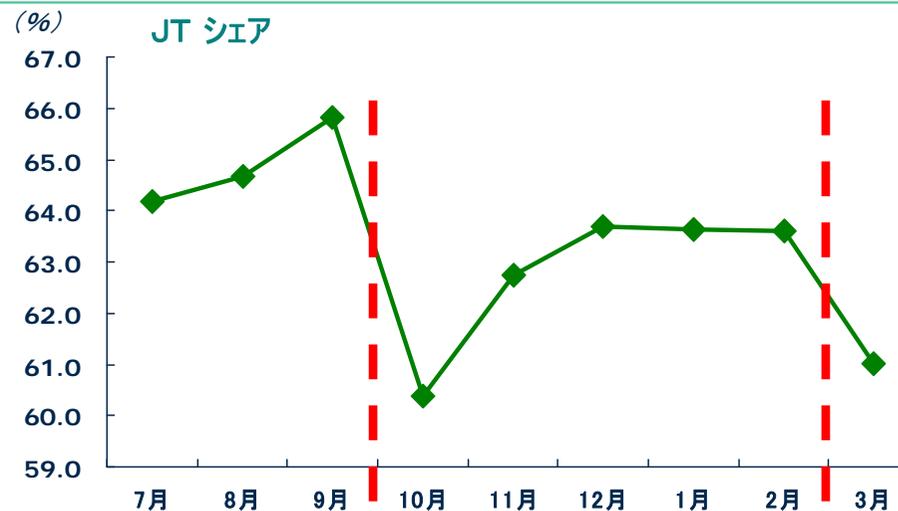
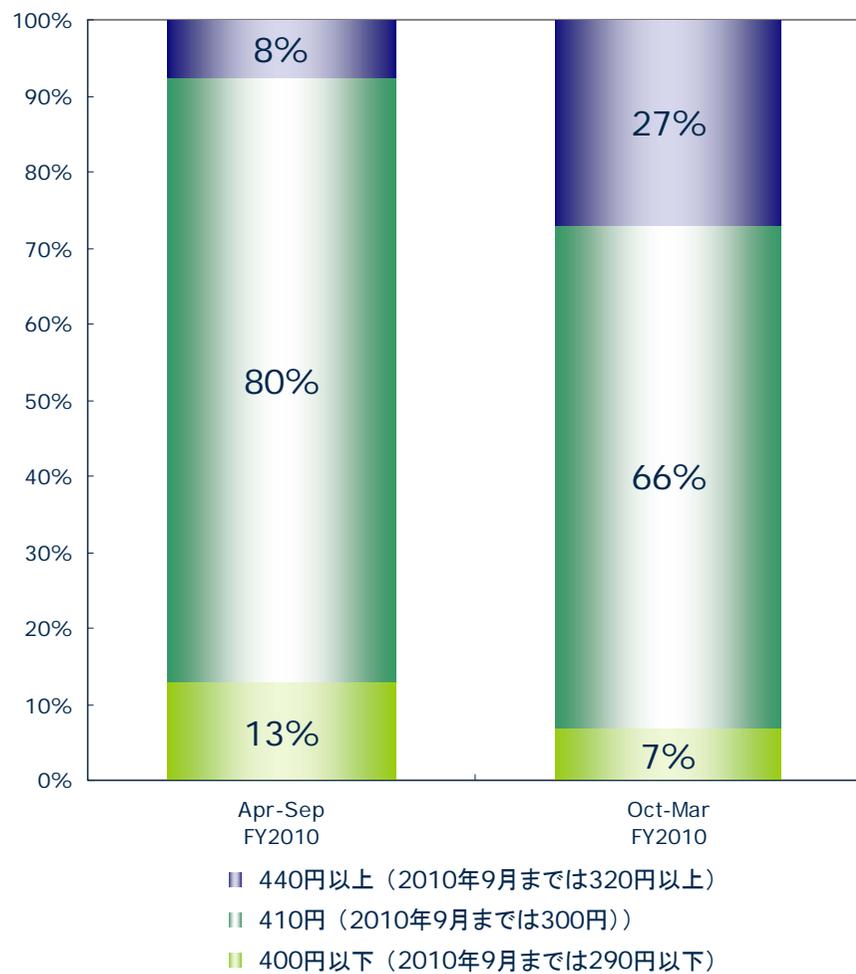
増税後の価格体系



	2010年度 4-9月	2010年度 10-3月	増減
平均小売価格 (20本/箱)	298	408	37%
千本当税抜売上高	4,053	5,536	37%

ミックスの改善

《JT価格帯別商品構成比》



付加価値向上施策

《プロダクトイノベーション/パッケージイノベーション》



セブンスターシリーズ
リニューアル



マイルドセブン ラウンドボックス化



「ピアニッシモ・スーパースリム・
メンソール・ワン」
2010年11月発売



「マイルドセブン・ディースペック・
ワン・100's・ボックス」
2011年1月発売

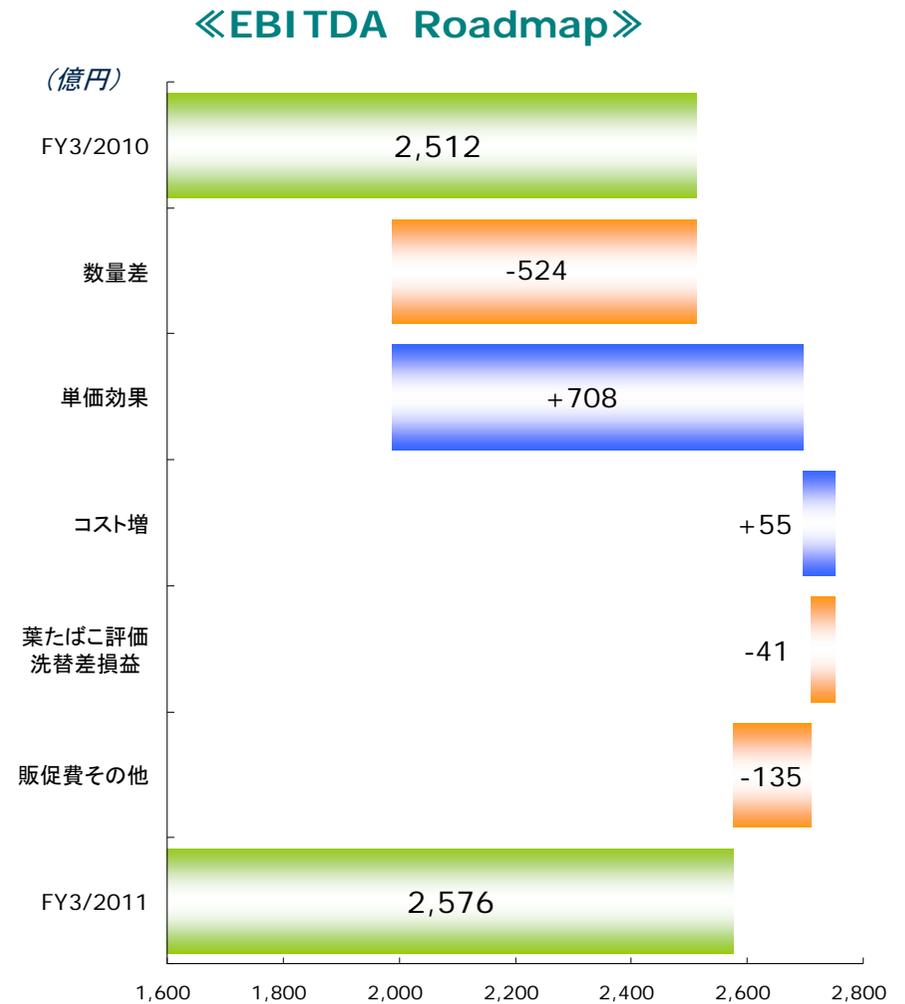
期間限定パッケージ



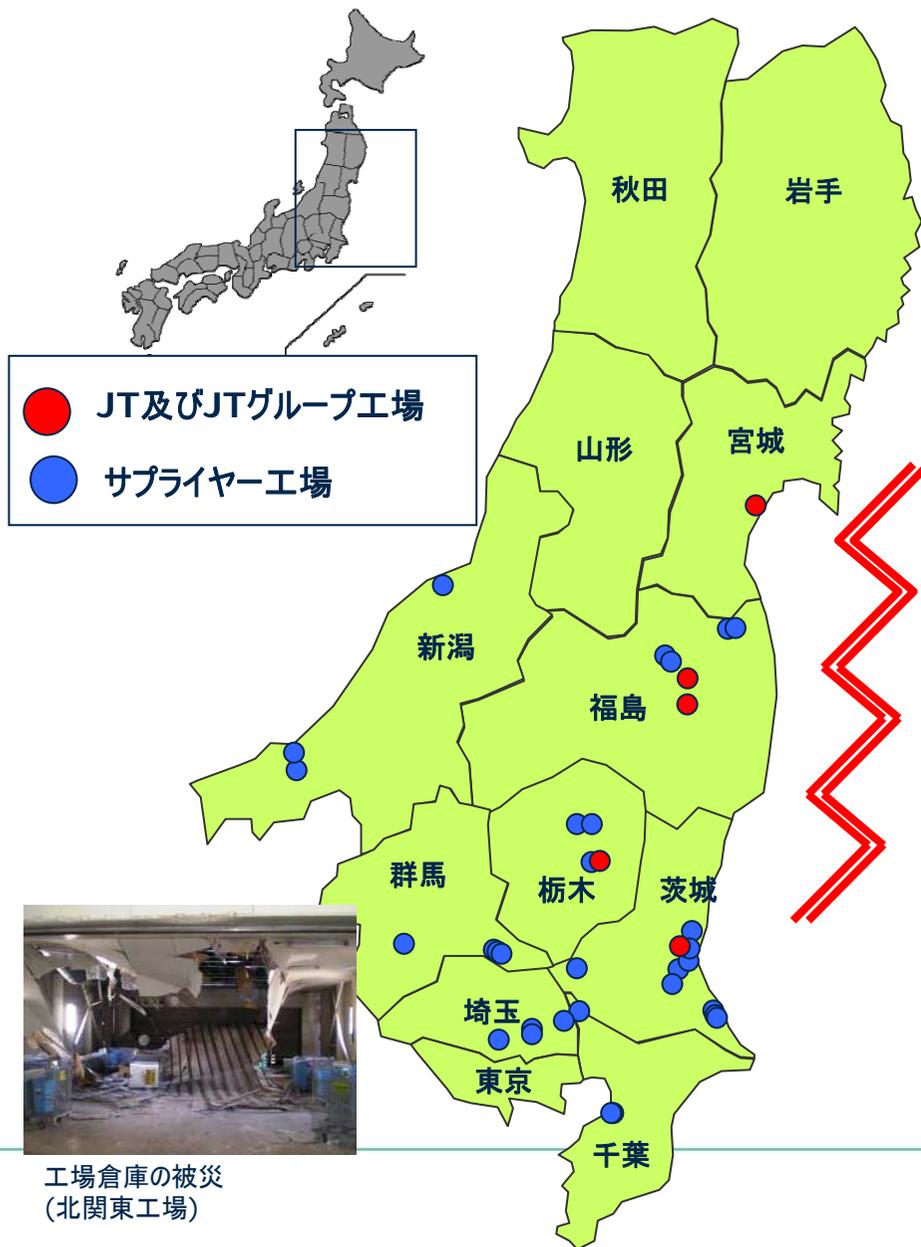
このスライドは投資家に業績を説明する目的で作成されたものです。
消費者へのたばこの販売もしくは喫煙を促す目的ではありません

2011年3月期は増収増益

(億本, 億円)	FY 3/2010	FY 3/2011	増減
JT販売数量 ²⁾	1,518	1,346	-11.3%
調整後税売上高 ³⁾	6,159	6,179	+0.3%
EBITDA	2,512	2,576	+2.6%
営業利益	1,987	2,129	+7.1%



3.11 東日本大震災影響



- 工場被災(たばこ製造工場2ヶ所、原料工場2ヶ所、グループ会社のフィルター工場1ヶ所)
- 半製品・原材料品の調達の制約



- ✓ JTIからの半製品緊急輸入
- ✓ 迅速なサプライヤーの変更

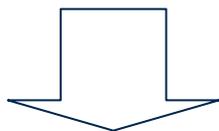
- ✓ 東海以西の工場による増産
- ✓ 被災工場の早期復旧



- 6月までにフィルター工場を除く被災工場が稼動再開
- 原材料供給面での対応も進み、供給を漸次再開

供給の復旧

- 製品一時出荷停止(3/30-4/10)
- 製造体制の復旧にともない、漸次供給銘柄数を拡大、出荷量の制限を段階的に解除(4/11以降)
- 73銘柄供給体制確立(7/18)
- 全銘柄の出荷量限定を解除(8/1)

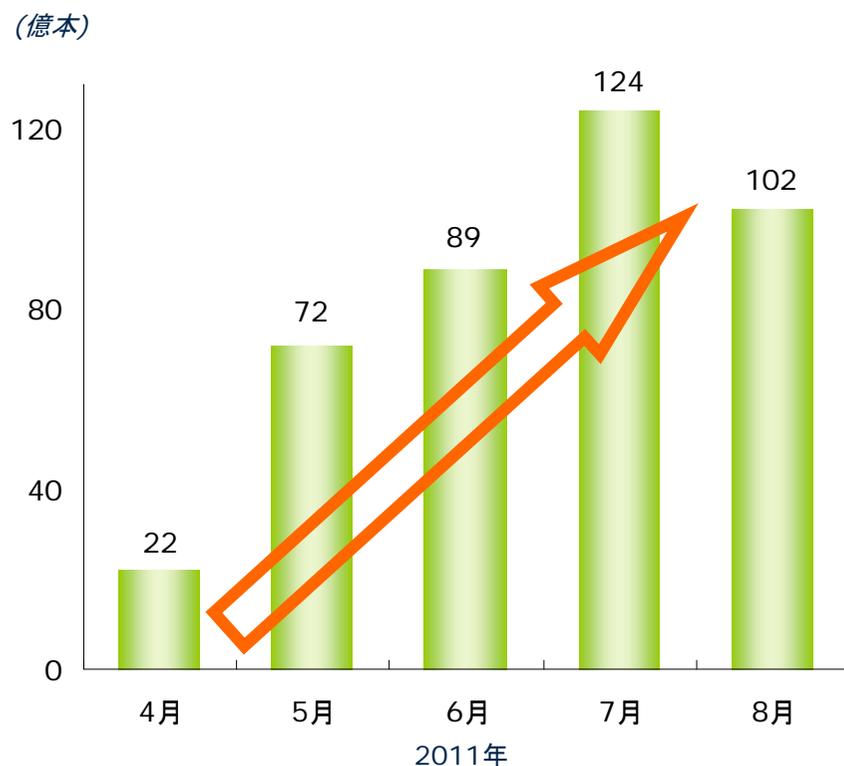


- 供給体制の平常化

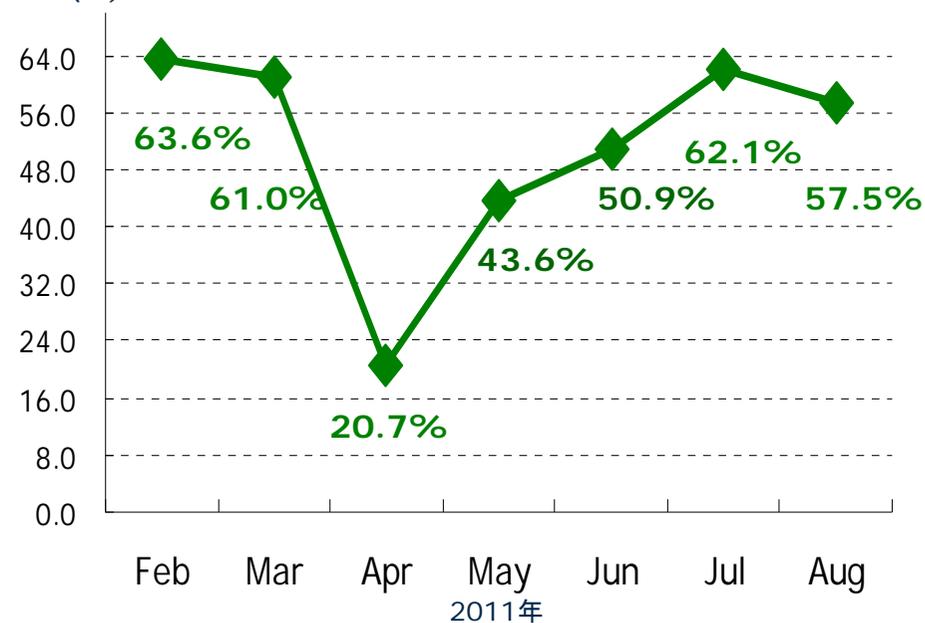


震災影響からの順調な回復-数量・シェア

《月次JT販売数量²⁾》



(%) JT シェア



出荷一時停止中の店頭の様子



出荷再開・正常化

このスライドは投資家に業績を説明する目的で作成されたものです。
消費者へのたばこの販売もしくは喫煙を促す目的ではありません

シェア奪回にむけて

- **新商品の投入**
 - 主要ブランド強化
- **消費者キャンペーン**
 - 消費者へのダイレクトアプローチ
- **売場確保の取組み**
 - 販売店様のモチベーションアップ施策

シェア奪回のための取組み-主要ブランド強化

■セブンスター・カッティング・メンソール



■セブンスターから初のスーパースリム商品

■「フレーバー・スレッド・フィルター」の搭載により
一点に突き刺さるような鋭くキレのあるメンソール感を実現

2011年8月下旬より全国で新発売



■セブンスター・アラスカ・メンソール・ボックス



■セブンスターに“タール5mg”超強メンソール”商品をラインナップ

■JT独自の”トリプルミント製法””トリプル加香”でクリアな”超強メンソール感”を実現

2011年10月下旬より全国発売

シェア奪回のための取組み-消費者へのダイレクトアプローチ

■日本のたばこキャンペーン

- 過去最大級のキャンペーンを実施（9月1日より）



日本のたばこキャンペーン JT

NIPPON

抽選で総計10万名様に
お好きなJTブランド特製Zippoを、さし上げます。

2011年11月30日(水)当日消印有効

JT たばこ全銘柄対象 【こいし、ソプラニー・カクテル・100、ソプラニー・ブラック・ロシアンは対象外です】

Zippoは全18種!! お好きなデザインを1つ選び、ご応募ください。



日本のたばこキャンペーン
NIPPON

この国のたばこを愛する皆様へ。

新たな一歩を踏み出すJTブランドより、
変わらぬご愛顧に、感謝を込めて。

抽選で総計10万名様に
お好きなJTブランド特製Zippoを、さし上げます。

このスライドは投資家に業績を説明する目的で作成されたものです。
消費者へのたばこの販売もしくは喫煙を促す目的ではありません

シェア奪回のための取組み-販売店様のモチベーションアップ施策

《販売接点の強化》



店頭什器への投資



店舗改装支援



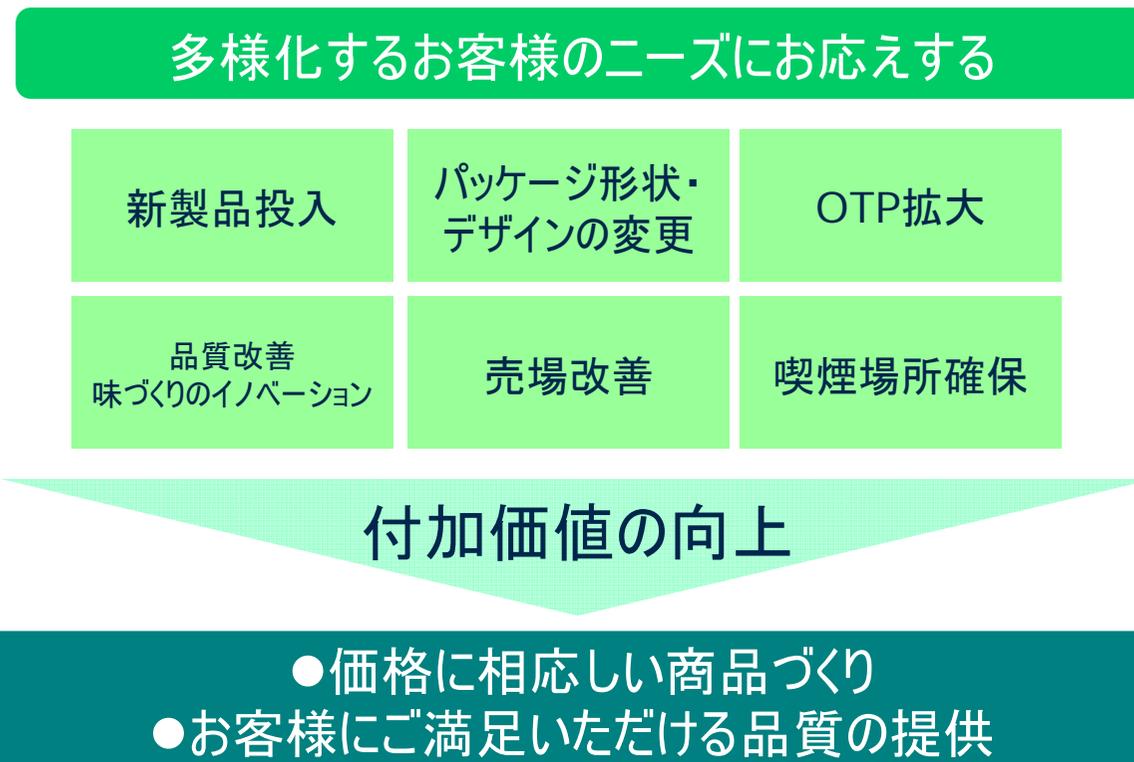
マイルドセブンショップ

このスライドは投資家に業績を説明する目的で作成されたものです。
消費者へのたばこの販売もしくは喫煙を促す目的ではありません

今後の成長戦略

JTグループの利益創出の中核として

➤ 付加価値の向上



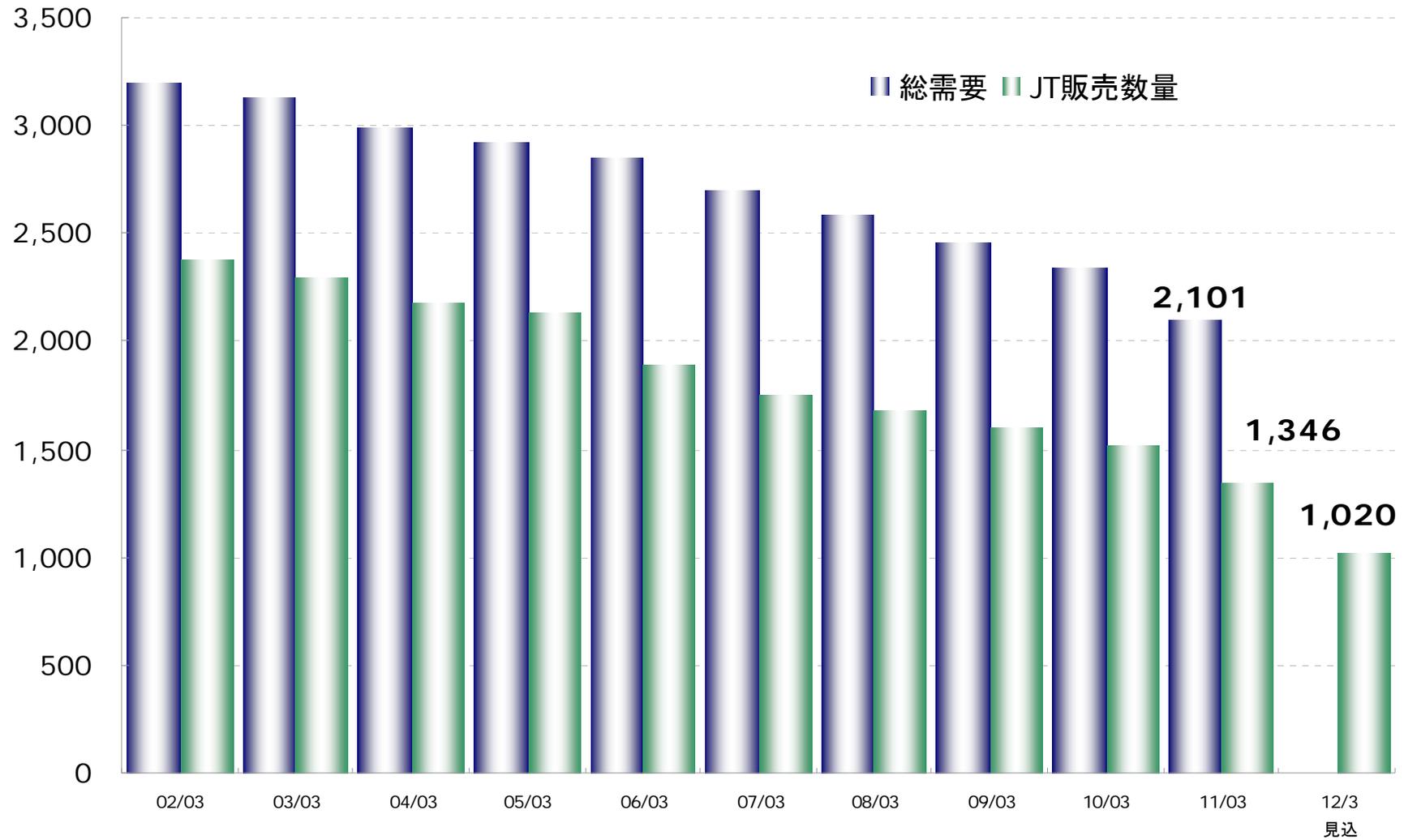
➤ 不断のコスト削減と効率性の追求

Appendix

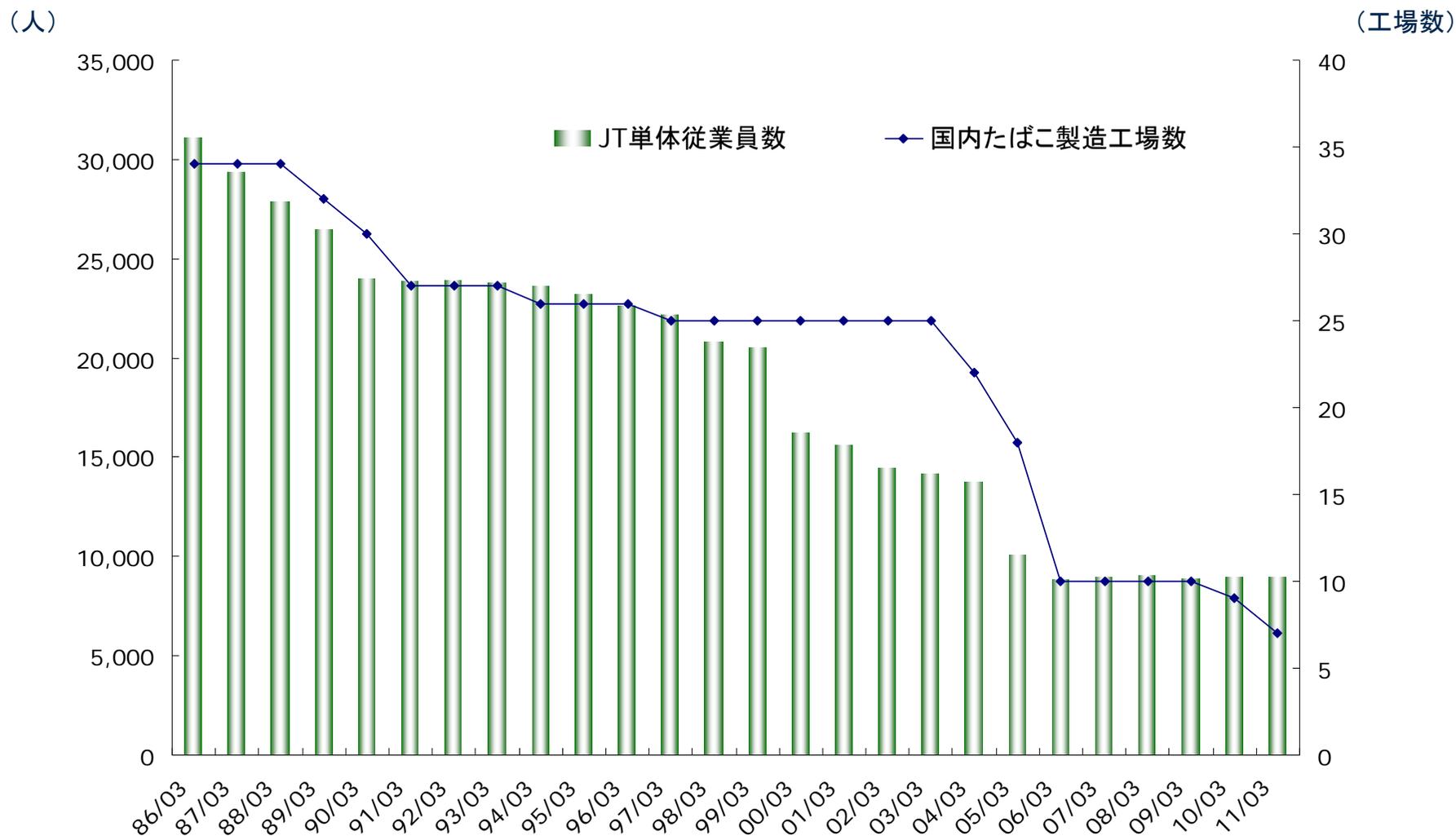


販売数量

(億本)



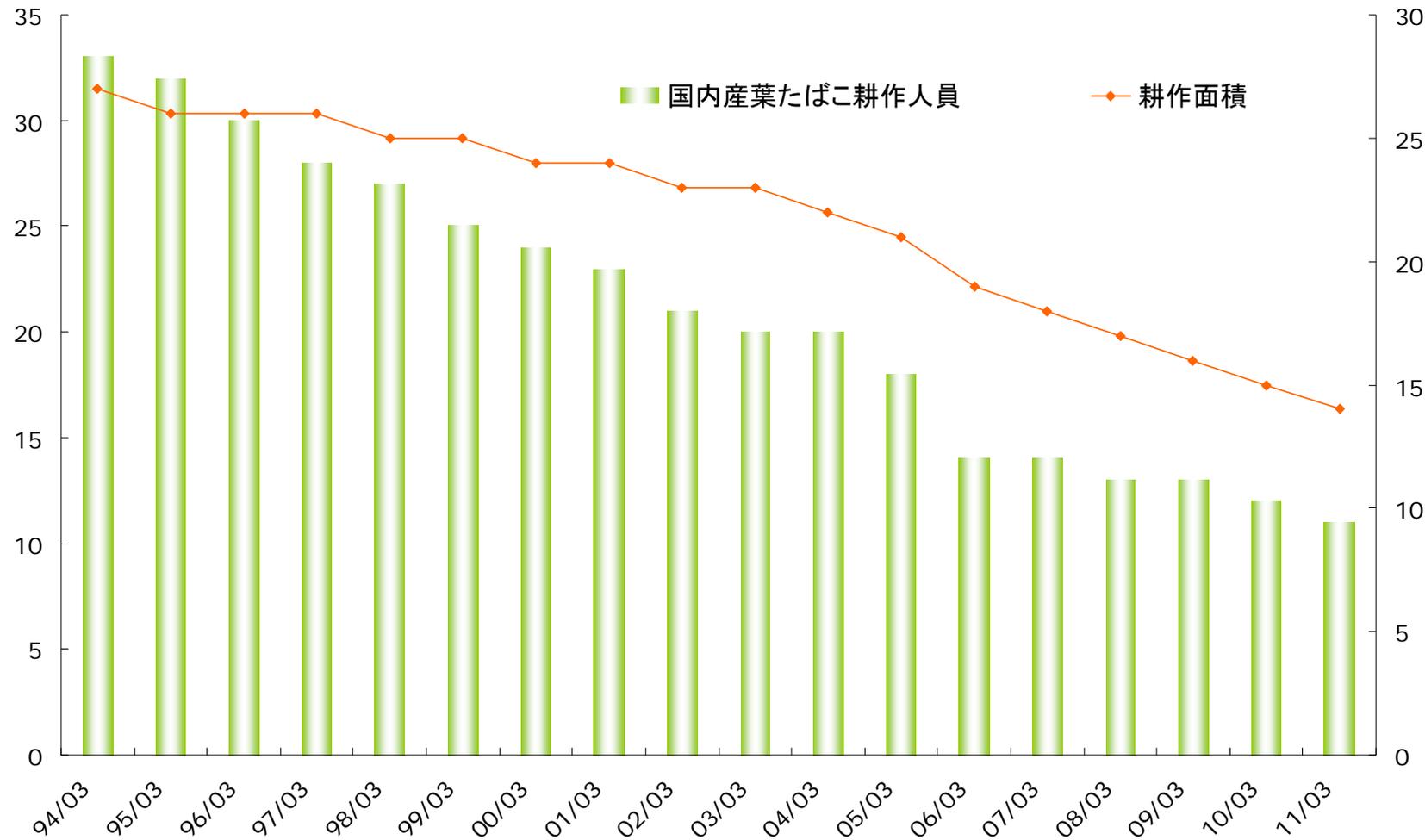
JT単体従業員数⁴⁾ および国内たばこ製造工場数



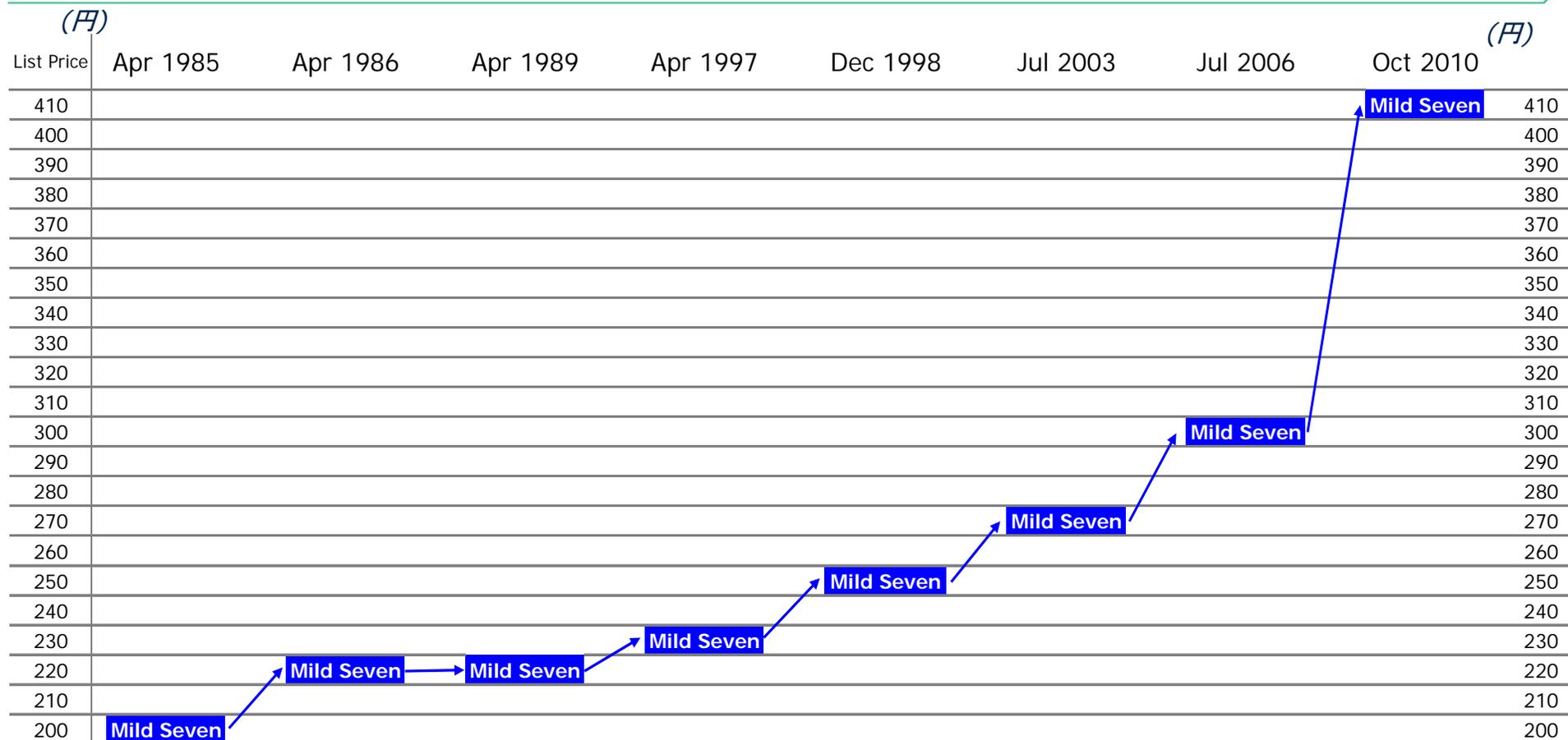
国内産葉たばこ耕作人員および耕作面積

(千人)

(千ha)



マイルドセブンの小売価格推移



たばこ関連法令

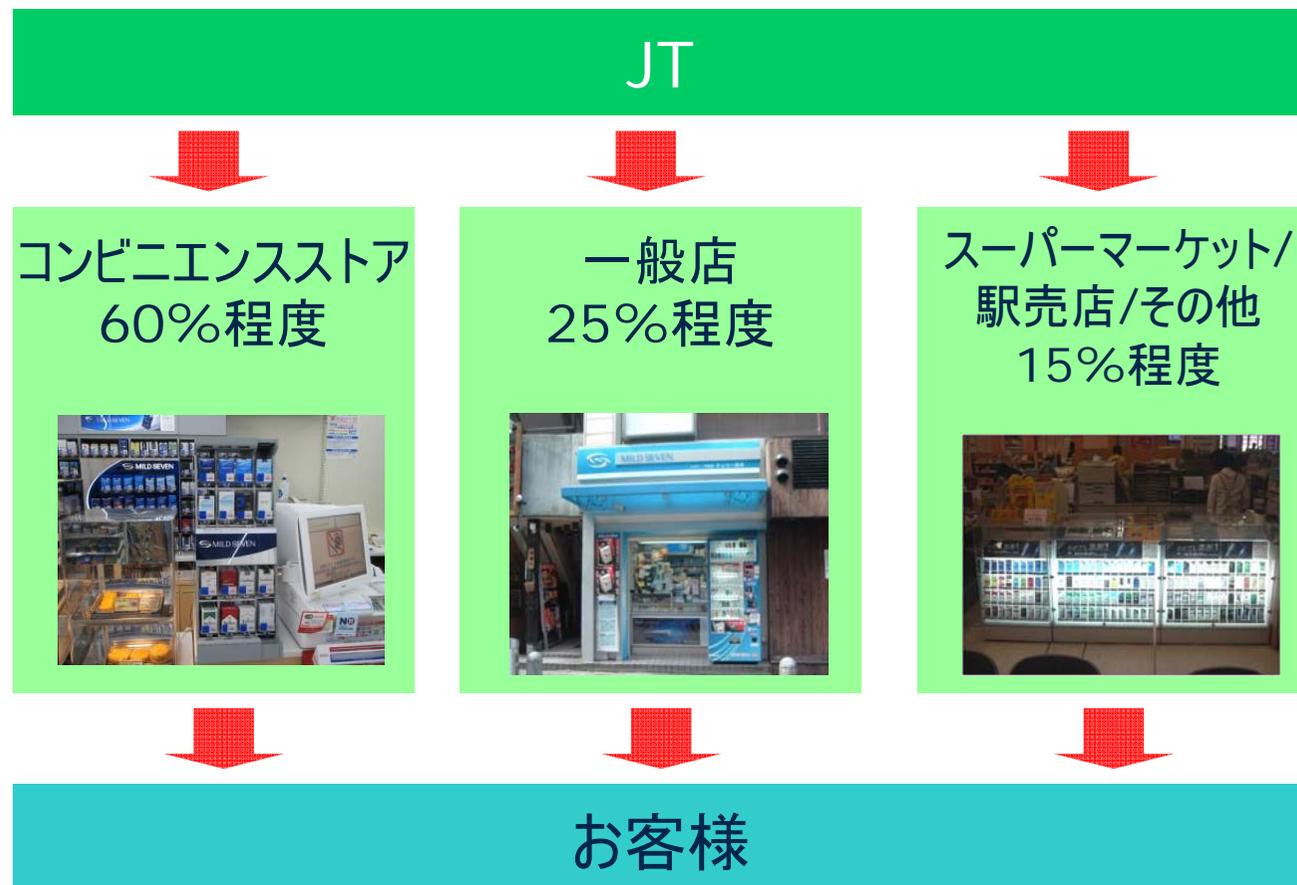
たばこ消費税創設 たばこ消費税増税 消費税創設 消費税増税 たばこ特別税創設 たばこ税増税 たばこ税増税 たばこ税増税

マイルドセブンの税負担率(消費税含む)

56.7% 59.7% 59.7% 59.1% 61.3% 63.2% 63.1% 64.5%

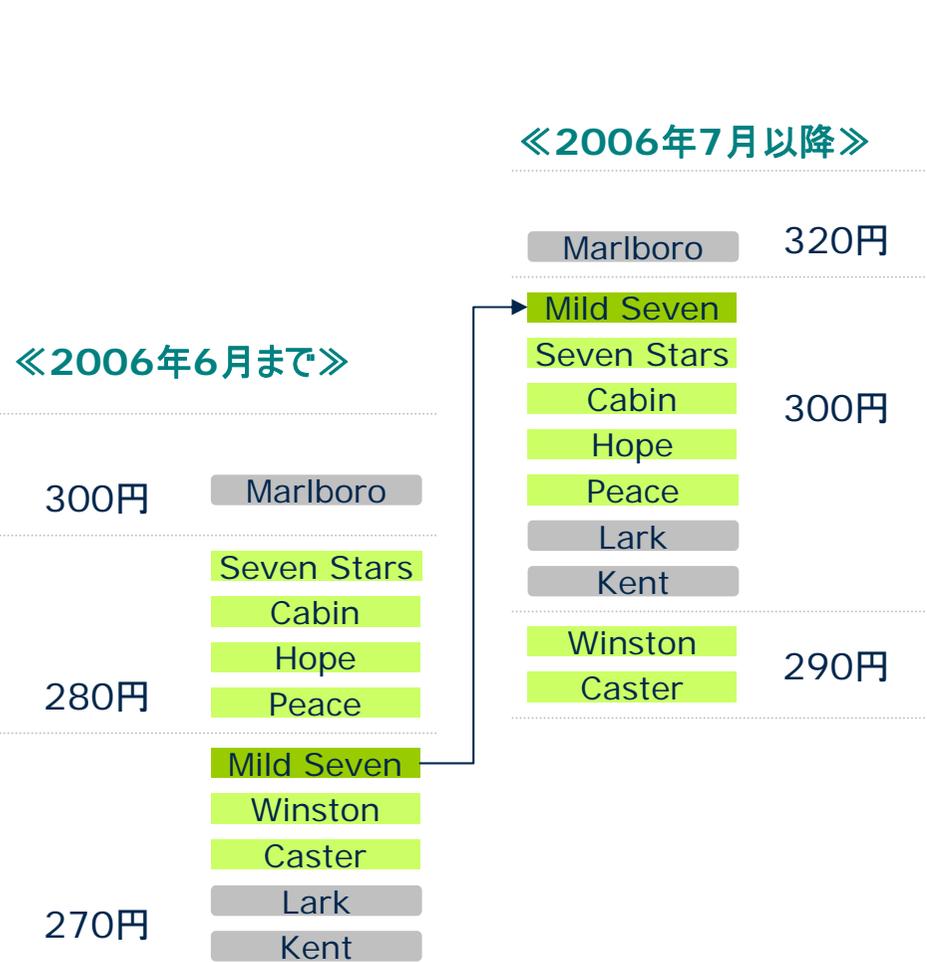


販売チャネル



2006年増税定価改定の際のMSの価格戦略とその後のシェア推移

《2006年の増税定価改定後2年間の四半期別シェア推移》



震災からの順調な回復-JT注カブランドシェア¹⁾

