

2024 年 12 月 27 日
日本たばこ産業株式会社

2024 年 11 月 24 日開催 個人投資家向けオンライン会社説明会
ご質問への回答につきまして

平素より格別のご高配を賜り、厚くお礼申し上げます。

2024 年 11 月 24 日開催の個人投資家向けオンライン会社説明会におきまして、当日は多数のご質問を頂き、誠にありがとうございました。頂いたご質問のうち、説明会当日に回答できなかったご質問につきまして、下記のとおり回答申し上げます。

なお、説明会当日に回答いたしましたご質問につきましては、オンデマンド配信をご確認ください。

記

Q1	たばこ事業において、ロシア・ウクライナ紛争の影響はどのようにお考えでしょうか。事業撤退などもあるのでしょうか。
A	ロシア事業については、国内外におけるあらゆる制裁措置・規制等を順守した上で足元は事業運営を継続しております。製品の製造・販売を継続する一方、事業環境は厳しさを増しており、当社は適用される規制や国際的な制裁措置を遵守しつつ、状況の変化に対応するために必要な意思決定を継続している状況です。 ロシア・ウクライナ情勢が長期化・複雑化している中、当社グループによる安定的かつ持続的な事業運営に著しい支障が生じる蓋然性を踏まえ、2022 年第 1 四半期決算発表の場において「ロシア事業におけるたばこ事業については、当社グループからの経営の分離を含めた選択肢の検討を行っている」旨を公表しており、このスタンスに変更はございません。撤退に関しては、何らかの単一要因がトリガーとなるとは必ずしも想定しておらず、当社による事業継続の可能性、企業価値への影響、レピュテーションリスク等、様々な要素を多面的、総合的に考慮し判断することになると考えております。 いずれにせよ、その時点で当社の 4S モデル（お客様、株主、社会、従業員）に則り、最適な結論を導いてまいります。

Q 2	足元では海外市場の販売数量が増えていますが、詳細について教えてください。
A	2024 年 1-9 月における総販売数量は、継続的な市場シェアの伸張及び RRP 販売数量増加により、前年同期比 2.2%増加しました。EMA (※1) における販売数量増加が、Asia 及び Western Europe における複数市場での総需要減少による販売数量減少を上回りました。Combustibles (燃焼性のたばこ製品) の販売数量は、前年同期比 1.8%増加しました。特に GFB (※2) の販売数量は、Winston・Camel の伸長 (それぞれ+4.6%、+8.5%) により前年同期比 4.0%増加しました。RRP 販売数量についても、Ploom 販売数量が日本において前年同期比 32.7%増加、海外市場においても約 2.5 倍の成長となったことにより、前年同期比 22.8%増加しました。 また、市場シェアは、イタリア・フィリピン・ロシア・台湾等の主要市場を含めた多くの市場で継続的に伸張しています。 (※1) EMA : 東欧、中近東、アフリカ、トルコ、南北アメリカ大陸及び Global Travel Retail を含む (※2) GFB (Global Flagship Brands) : Winston、Camel、MEVIUS、LD の 4 ブランドが含まれる

Q 3	Vector 買収の目的や今後の成長性について、教えてください。
A	米国における Vector 社買収の目的は、大きく次の 3 点です。 ① 金額ベースで世界最大の市場規模を誇り、また、収益性が最も高い市場の一つである米国におけるプレゼンスの強化 ② Combustibles (燃焼性のたばこ製品) における収益性の向上・改善の実現 ③ 安定的な収益・キャッシュフローの獲得による財務基盤の強化 Vector 社は、低価格帯に戦略的にブランドを配置しており、この価格帯は Combustibles カテゴリにおいて近年唯一拡大しているセグメントです。このセグメントに属するモンテゴ及び LD はここ数年で成長している上位 5 ブランドのうちの 2 つであり、今後も継続的な成長を見込んでおります。

Q4	事業ポートフォリオについて、今後もたばこ事業へ優先的に注力していくのでしょうか？非たばこ事業を育てることは考えているのでしょうか？
A	まず、たばこ産業の将来性について、2035 年までの市場予測としては、中国を除くグローバルでの Combustibles（可燃性のたばこ製品）と RRP を含めた産業全体の販売数量は年平均 1 %程度減少するものの、Combustibles の単価上昇効果、RRP 市場の大幅な成長等を要因とし、売上収益は年平均 3%程度の成長を続ける見通しです。 このような市場環境の認識のもと、事業ポートフォリオの在り方については常に検討を行っており、当社は、中長期に亘る持続的利益成長の実現に向けて、「利益成長の中核かつ牽引役」としてのたばこ事業および「利益成長を補完する役割」としての医薬・加工食品事業によって、事業ポートフォリオを構成しています。たばこ事業が当社グループの利益成長の中核かつ牽引役であるという点に変更はなく、中長期に亘り持続的な利益成長を実現していく所存です。 また、中長期的な企業価値の向上に向けて、新規事業についても、コーポレート R&D（研究開発）組織である D-LAB を中心に、「心の豊かさ」を提供価値とした、多角的研究や未来の事業シーズ（種）の探索・創出を実施しているところでございます。 今後も、4S モデルの理念に則り、中長期に亘る持続的な利益成長につながる事業投資を最優先していきます。

Q5	今後も M&A を行っていくのでしょうか。
A	外部資源の獲得は、重要な経営手段の一つと捉えております。戦略として意味があり、経済合理性があれば、今後とも M&A を積極的に実行していく所存です。

Q6	今後も安定して配当を出せるのでしょうか。
A	当社は、4S モデル及び JT Group Purpose に則り、経営資源の配分を行っています。事業投資を最優先することで、中長期にわたる持続的な利益成長の実現を目指し、事業投資による利益成長と株主還元のバランスを重視していく方針に変更はございません。 一方で、積極的な事業投資を継続しながらも、起こりうる環境変化にも対応できる強固な財務基盤を維持することは、事業継続の観点からも重要であると考えており、こうした点を踏まえ、株主還元方針については、資本市場で競争力のある水準として配当性向 75%を株主還元の目安とし、維持していく所存です。 株主還元方針の詳細につきましては、当社 Web サイトにて公開しておりますのでご覧ください。 https://www.jti.co.jp/investors/finance/yield/index.html

Q7	各地で禁煙活動が行われておりますが、それに対する JT の考え方をお聞かせください。 また、海外ではどのような販促活動をされているのか、併せてお聞かせください。
A	規制等の進展により、喫煙できる場所が減少してきていること、そして今後も減少傾向にあることは十分認識しております。 当社としましては「たばこを吸われる方、吸われない方が共存できる社会」の実現を目指しており、その実現に向けて、以下の3つに取り組んでおります。 ① 喫煙マナー広告や市民参加型清掃活動を中心とする「マナー啓発活動」 ② 喫煙所設置や分煙コンサルティング活動による「分煙推進活動」 ③ 周囲への配慮という観点において共存社会の実現に貢献しうる、燃烧による煙を出さずにおいの少ない「新しいスタイルのたばこ製品の研究・開発」 今後とも、たばこを吸われる方、吸われない方がともに快適に過ごせる共存社会の実現を目指し、さまざまな活動を積極的に実施してまいります。 また、海外での販促活動につきましては、各国の商慣習や当該国での現在の当社のプレゼンス、市場参入時の経緯等により、各国において様々な営業体制をとっているため、一概には申し上げることはできません。 例を挙げますと、日本のように流通会社が流通を担い、自社の営業員が営業活動を展開している市場もあれば、たばこ販売店様への製品流通と営業活動ともに自前で展開している市場、また流通・営業活動ともに外部パートナーを活用している市場等もあります。 いずれにしても、日本と同様、海外においても各市場でのシェア向上を図っていくうえで営業活動の強化は最も重要な要素の一つでありますので、今後も各国の事業環境にあわせ、効果的な形でお客様に当社製品をお届けする体制を整えていく所存です。

Q8	JT の強みについて教えてください。
A	当社は、4S モデルの理念に則り、事業投資を最優先し、中長期に亘る持続的な利益成長の実現を目指しています。これを実現するための当社の強みは、これまでの歴史・実績で培った「強固な財務基盤」、「卓越したブランド力」、「人財の多様性」の3点であると認識しております。今後は、目まぐるしく変化する事業環境を更なる成長の機会と捉え、これまで培った3つの強みをより一層活用しながら適切かつ誠実にグローバルビジネスを運営し、JT Group Purpose の実現及び持続的な利益成長を実現していく所存です。

Q9	完全民営化について、JT の考え方をお聞かせください。
A	当社は、日本たばこ産業株式会社法（JT 法）に基づき、政府による当社株式の保有義務が定められております。その目的は、当社による国産葉たばこの全量買取や当社の適正な業務運営を担保するためのものであり、当社の完全民営化については、政府において、たばこ関連産業への影響等、様々な考慮すべき課題を総合的に判断しつつ、検討されるべきものと認識しております。 当社としては、株主様からご信認いただいている 4S モデルに則り、当社の提供する価値が社会に認められ、中長期に亘る持続的な利益成長を実現し続けることができるよう、引き続き、経営基盤の更なる強化や各ステークホルダーとのコミュニケーションにしっかりと取り組んでまいります。

Q10	社員の喫煙率は何%ですか
A	当社では当社従業員の喫煙有無の調査は行っておらず、お答えすることができません。ご容赦ください。

Q11	現在の TVCM は、どのようなコンセプトで行っているのでしょうか？
A	当社は「心の豊かさを、もっと。」という JT Group Purposeのもと、より多くのお客様やパートナーと、さまざまな事業や取組みを通じて、社会に心の豊かさを育んでいくことを目指しており、その第一歩として当社は世の中の皆様と一緒に「心の豊かさって、なんだ？」と、自分に、周りに、問うことから始めていきたいと考えています。 そして、「心の豊かさ」は、時代や、社会背景、個人によって様々であり、絶えず変化していき、この先の未来においては、さらに多様化していくものだと考えます。今回の広告には、今まで世の中の皆様に提供してきた「心の豊かさ」を次のステージに繋げるために、この先の社会において求められる「心の豊かさ」とは何か考え、問い続けることで進化していきたいという想いを込めました。 今回の新たな企業広告では、山田孝之さん扮する、心の豊かさの存在を知らない鬼が、様々な人間に出会い、それぞれの価値観に触れ、自分自身に「心の豊かさ」を問い続けていきます。そして、少しずつ、いろいろな「心の豊かさ」に気づいていく、というストーリーになっております。当社は TVCM に登場する鬼を応援しながら、皆様と一緒に「心の豊かさ」を探す旅路を歩んでいきたいと考えております。

Q12	JT 株が人気銘柄として挙げられることが多いですが、その理由として何が考えられますか。
A	Q8 でお伝えした点に加え、事業投資による利益成長と株主還元のバランスを重視する方針のもと、資本市場における競争力ある水準として配当性向 75%を目安としつつ、中長期の利益成長を実現することによって、株主還元の向上を目指すことがご評価いただいているものと認識しております。

Q13	株式分割の予定はありますか。
A	東証が「望ましい投資単位の水準」として 50 万円未満と明示していることは認識しており、また昨今多くの企業が株式分割を行っていることも承知しています。過去には当社も株式分割を行っており、主に流動性向上の観点から 2006 年に 5 分割、2012 年に 200 分割（同時に単元株式を導入したため、実質 2 分割）しています。 一般的に、株式分割については、株式の流動性を高め、より多くの投資家様が株式を購入する機会を得ることができ、ひいては、長期的に会社のファンを増やすことができるのはメリットである一方、分割の内容によっては、株価や流通量を大きく変化させてしまい、市場・株価の安定性を損ないかねないことも想定されます。 こういった観点も踏まえながら、引き続き、市場環境、株価や株主構成の状況に加え、株式分割に関する市場の皆様からの要請状況や上場各社における分割の状況等についてもモニタリングを行ってまいります。

※同趣旨のご質問につきましては、当社にてまとめさせていただきましたのでご理解くださいますようお願いいたします。

※多くの株主様の読みやすさの観点から、ご質問の趣旨を損なわない範囲で質問内容の一部について要約・補足等を行っております。

以上