

Japan Tobacco International (JTI)
海外たばこ事業実績補足資料(2014年1-12月期及び10-12月期)

JTI 為替一定ベースで13.1%の利益成長

(億本、百万ドル)	1-12月		前年同期比 増減率	10-12月		前年同期比 増減率
	2014	2013		2014	2013	
総販売数量 ¹	3,980	4,175	-4.7%	1,014	1,055	-3.9%
GFB販売数量 ¹	2,622	2,675	-2.0%	679	687	-1.2%
自社たばこ製品売上収益 ²	11,911	12,273	-3.0%	2,809	3,206	-12.4%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	12,700	12,273	3.5%	3,260	3,206	1.7%
調整後営業利益	4,253	4,206	1.1%	799	879	-9.2%
為替一定ベース 調整後営業利益	4,757	4,206	13.1%	1,040	879	18.2%

ハイライト

2014年度実績(1-12月期)

- 調整後営業利益は堅調な価格・ミックス改善効果により1.1%増、為替一定ベースでは13.1%増。
- 自社たばこ製品売上収益は、為替影響により3.0%減、為替一定ベースでは3.5%増。
- 総販売数量及びGFB販売数量は、主に市場縮小の影響により、それぞれ4.7%減、2.0%減。
- Fine cutはGFBが32.7%成長したことにより、数量ベースで11.1%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、トルコ及びフランスにおいて伸長。ロシアでは「ウinston」が貢献し、GFB市場シェアが引き続き伸長。

3ヶ月実績(10-12月期)

- 為替一定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、堅調な価格・ミックス改善効果により、それぞれ1.7%増、18.2%増。
- 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、主にルーブル対ドルの為替影響により、それぞれ12.4%減、9.2%減。
- 総販売数量及びGFB販売数量は、主に市場縮小の影響により、それぞれ3.9%減、1.2%減。Fine cutはGFBが37.6%成長したことにより、数量ベースで13.3%増。

業績レビュー 2014 年度実績(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 427 百万ドル増(3.5%増)の 12,700 百万ドル。この成長は、価格・ミックス改善効果 958 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、551 百万ドル増(13.1%増)の 4,757 百万ドル。この成長は、価格・ミックス改善効果 938 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は 3.0%減の 11,911 百万ドル、調整後営業利益は 1.1%増の 4,253 百万ドル。

総販売数量

主にロシアでの市場縮小により、総販売数量は 4.7%減の 3,980 億本となりました。コーカサス、中東・アフリカの一部市場、トルコ、ドイツ、ハンガリー、ベネルクスにおいて総販売数量の増があったものの、イタリア、ウクライナ、カザフスタン、ロシアにおける数量減が上回りました。Fine cut は、アイルランド、英国、スイス、ドイツ、ハンガリー、フランス、ベネルクス、ポーランドで成長しました。

(億本) 地域	1-12 月		前年同期比 増減率
	2014	2013	
South & West Europe	598	611	-2.2%
North & Central Europe	516	513	0.8%
CIS+	1,657	1,852	-10.5%
Rest-of-the-World	1,208	1,199	0.8%
Total JTI	3,980	4,175	-4.7%

GFB 販売数量

GFB 販売数量は、「キャメル」、「ベンソン・アンド・ヘッジス」、「ソブラニー」の成長があったものの、2.0%減の 2,622 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、ベネルクス及びポーランドで成長し、32.7%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 1.8 パーセントポイント増加し、65.9%となりました。

「ウinston」の販売数量は、スペイン、台湾、中東・アフリカの一部市場、ドイツ、ベネルクス、ルーマニアで成長しましたが、主にウクライナ、ロシアでの市場縮小及びイタリア、トルコにおけるダウントレーディングにより 8.1%減の 1,296 億本となりました。「ウinston」の fine cut は 34.1%増となりました。

「キャメル」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、及びベネルクスにおいて成長し、16.9%増の 464 億本となり、1999 年に同ブランドを取得してから最も多くなりました。「キャメル」の fine cut は 21.2%増となりました。

「メビウス」の販売数量は、台湾におけるダウントレーディングが継続し、3.0%減の 178 億本となりました。

「LD」の販売数量は、ウクライナ、カザフスタン、カナダ及びハンガリーにおいて成長しましたが、主にロシアでの減少により、0.8%減の 449 億本となりました。「LD」の fine cut は 56.5%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
	2014	2013	
総販売数量	598	611	-2.2%
GFB 販売数量	514	514	-0.0%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	2,051	2,161	-5.1%

South and West Europe 地域の総販売数量は、主にイタリア及びフランスでの減少により 2.2%減となりました。GFB 販売数量は、スペイン、ベネルクス及びポルトガルでの成長がイタリアにおける減少を相殺し、対前年同期比でフラットとなりました。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、イタリア及びフランスを主要因とした数量減及び価格・ミックスの減(55 百万ドル)があったため、5.1%減となりました。

フランスでは、市場規模が 4.2%縮小する中でも、総販売数量及び GFB 販売数量はそれぞれ 2.1%減、1.0%減に、fine cut は数量ベースで 7.1%増となりました。市場シェアは、「ウinston」及び「キャメル」が牽引し、0.8 パーセントポイント増の 20.8%に伸長しました。

イタリアでは、総販売数量及び GFB 販売数量は、価格帯の変更に伴うダウントレーディングの影響を受け、それぞれ 7.9%減、7.6%減となりました。「ベンソン・アンド・ヘッジス」は 2 月に Value 価格帯へ投入したことが貢献し、28.6%増となりました。Fine cut は GFB に牽引され、数量ベースで 8.3%増となりました。市場シェアは、1.8%パーセントポイント減の 19.9%となりました。

スペインでは、「ウinston」、「キャメル」及び「ベンソン・アンド・ヘッジス」が貢献し、総販売数量及び GFB 販売数量はそれぞれ 0.6%増、4.9%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 2.2%増となりました。市場シェアは、「ウinston」を中心に GFB が好調に推移し、0.7 パーセントポイント増の 21.7%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
	2014	2013	
総販売数量	516	513	0.8%
GFB 販売数量	278	264	5.4%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	2,315	2,148	7.7%

North and Central Europe 地域の総販売数量及び GFB 販売数量は、主にドイツ、チェコ及びハンガリーが貢献し、それぞれ 0.8%増、5.4%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、主に英国が価格・ミックス改善効果(173 百万ドル)を牽引し、7.7%増となりました。

オーストリアでは、総販売数量は 2.0%減となったものの、「ウinston」、「キャメル」及び「ベンソン・アンド・ヘッジス」が牽引し、GFB 販売数量は 5.6%増となりました。市場シェアは、0.2 パーセントポイント減の 32.0%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 2.9%減、2.7%減となりました。市場シェアは「キャメル」及び「LD」が牽引し、1.0 パーセントポイント増の 15.9%となりました。

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 3.7%減、GFB 販売数量は 7.6%減となりました。Fine cut は数量ベースで 2.0%増となりました。市場シェアは、「オールドホルボーン」及び同市場全体で No.1 ブランドの座にある「アンバーリーフ」により、0.5 パーセントポイント増の 41.3%に伸長しました。

CIS+

(億本、百万ドル)	1-12 月		前年同期比 増減率
	2014	2013	
総販売数量	1,657	1,852	-10.5%
GFB 販売数量	1,157	1,238	-6.5%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	4,735	4,364	8.5%

CIS+ 地域では、ウクライナ、カザフスタン及びロシアにおける減少により、総販売数量は 10.5%減、GFB 販売数量は 6.5%減となりました。7-12 月期ではロシアの総販売数量の減少幅は、GFB により縮小しました。

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、主にウクライナ及びロシアが価格・ミックス改善効果 (835 百万ドル) を牽引し、8.5%増となりました。

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 0.2%増、18.9%増となりました。市場シェアは、主に「ウinston」、「ベンソン・アンド・ヘッジス」及び「ソブラニー」が貢献し、0.9 パーセントポイント増の 25.0%となりました。

ロシアでは、増税に伴う値上げにより市場規模が当期⁴ 9.5%縮小したことに加え、中価格帯から低価格帯での価格競争の影響を受け、総販売数量及び GFB 販売数量は、それぞれ 13.6 %減、10.1%減となりました。市場シェアは、1.4 パーセントポイント減の 34.9%となったものの、GFB 市場シェアは「ウinston」が 15.0%に到達したことにより、0.4 パーセントポイント増の 23.6%となりました。売上シェア⁵は 0.9%減の 35.8%となりました。

Rest-of-the-World

(億本、百万ドル)	1-12 月		前年同期比 増減率
	2014	2013	
総販売数量	1,208	1,199	0.8%
GFB 販売数量	672	659	2.1%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	3,600	3,600	0.0%

Rest-of-the-World 地域では、韓国、中東・アフリカの一部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 0.8%増、2.1%増となりました。市場シェアはカナダ、トルコ及び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、前年同期比でフラットとなりました。

台湾の総販売数量及び GFB 販売数量は、価格競争によるダウントレーディングにより、それぞれ 5.3% 減、0.1% 減となったものの、10-12 月期での GFB 販売数量は「メビウス」に牽引され、前年同期比で 10.9% 増となりました。通年での市場シェアは 1.0 パーセントポイント減の 38.4% となりましたが、「ウinston」は 1.2 パーセントポイント伸長し、4.8% となりました。JTI は引き続き、市場シェア及び売上シェアにおいて同市場 1 位を堅持しています。

トルコでは、「キャメル」を Popular 価格帯に配置したことで成長が継続し、総販売数量及び GFB 販売数量はそれぞれ、2.3% 増、0.7% 増となりました。市場シェアは、「キャメル」が 6.0 パーセントポイント増の 7.9% となったことが貢献し、2.4 パーセントポイント増の 29.0% へ伸長しました。10-12 月期での「キャメル」の市場シェアは 12.5% となりました。

業績レビュー 3ヶ月実績(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、価格・ミックス改善効果 191 百万ドルにより、53 百万ドル増 (1.7% 増) の 3,260 百万ドル。

為替一定ベースでの調整後営業利益は、価格・ミックス改善効果 184 百万ドルにより、160 百万ドル増 (18.2% 増) の 1,040 百万ドル。

総販売数量は、主にロシアを要因として、3.9% 減の 1,014 億本となりました。Fine cut は、GFB がイタリヤ、スペイン、ドイツ、ハンガリー、フランス、ベネルクス及びポルトガルで堅調に推移したことにより、数量ベースで 13.3% 増となりました。GFB 販売数量は、特にトルコ及びロシアでの「ウinston」の販売数量が影響し、1.2% 減の 679 億本となりました。

販売数量

(億本)	総販売数量		前年同期比 増減率	GFB 販売数量		前年同期比 増減率
	10-12 月			10-12 月		
地域別	2014	2013		2014	2013	
South and West Europe	137	144	-4.8%	119	124	-4.1%
North & Central Europe	126	129	-2.0%	68	66	3.2%
CIS+	423	461	-8.1%	302	317	-4.9%
Rest-of-the-World	328	322	1.7%	190	180	5.5%
Total JTI	1,014	1,055	-3.9%	679	687	-1.2%

為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益

(百万ドル)	10-12 月		前年同期比 増減率
	2014	2013	
地域			
South & West Europe	482	521	-7.4%
North & Central Europe	607	585	3.8%
CIS+	1,237	1,151	7.5%
Rest-of-the-World	933	949	-1.7%
Total JTI	3,260	3,206	1.7%

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。

Fine cut カテゴリーの消費動向について調査した結果に基づき、High Volume Tobacco 製品を紙巻きたばこ相当に換算する際の換算レートを 2014 年より変更。2013 年度数値についても同換算レートを遡及適用しております。

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 2014 年 12 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。スペイン及びドイツに関するデータは 2014 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 2013 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。2014 年 1-12 月ベース。

⁵ 出典は Nielsen。2014 年 12 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