

Japan Tobacco International (JTI)
海外たばこ事業実績補足資料(2016年4-6月期及び1-6月期)

JTI 力強い事業モメンタムとプライシングにより堅調な実績

	4-6月		前年同期比 増減率	1-6月		前年同期比 増減率
	2016	2015		2016	2015	
(億本、百万ドル)						
総販売数量 ¹	1,053	1,031	2.2%	1,997	1,912	4.4%
GFB 販売数量 ¹	744	719	3.4%	1,407	1,319	6.7%
自社たばこ製品売上収益 ²	2,771	2,693	2.9%	5,239	5,061	3.5%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	3,004	2,693	11.6%	5,700	5,061	12.6%
調整後営業利益	866	889	-2.6%	1,729	1,770	-2.3%
為替一定ベース 調整後営業利益	1,016	889	14.3%	2,083	1,770	17.7%

ハイライト

3ヵ月実績(2016年4-6月期)

- 為替一定ベースでの調整後営業利益は、事業投資によるコスト増はあったものの、複数の市場における力強い価格・ミックス効果と総販売数量の増加により14.3%増。財務報告ベースでの調整後営業利益は為替影響を受けて2.6%減。
- 力強い事業モメンタム及びプライシングにより、為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は11.6%増、財務報告ベースでは2.9%増。
- 総販売数量及びGFB販売数量は、それぞれ2.2%増、3.4%増。これは市場シェアが引き続き伸長したこと及び買収効果によるものです。Fine cutは、GFBが22.0%成長したことにより、9.6%増。
- 紙巻たばこ及びfine cutを含む市場シェア³は、主要市場であるイタリア、英国、スペイン、台湾、フランスにおいて伸長。ロシアでは、「LD」の貢献及び堅調な「ウインストン」の実績により、GFB市場シェアは引き続き伸長。

6ヵ月実績(2016年1-6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・ミックス効果及びGFB販売数量の増加により、それぞれ12.6%増、17.7%増となりました。Seeding marketsやemerging productsを中心とする事業投資も加速しております。
- 財務報告ベースでの自社たばこ製品売上収益は、為替影響を受けたものの、力強い事業モメンタムにより3.5%増。調整後営業利益は、為替影響の結果、2.3%減。
- 総販売数量及びGFB販売数量は、市場シェアの伸長、買収効果及び第一四半期における流通在庫調整を要因とする前年同期との比較上のプラス影響により、それぞれ4.4%増、6.7%増。Fine cutは、GFBが27.1%成長したことにより、13.3%増。

業績レビュー

自社たばこ製品売上収益、及び調整後営業利益

3ヶ月実績(2016年4-6月期)

- 為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、312百万ドル増(11.6%増)の3,004百万ドル。この成長は、価格・ミックス効果214百万ドル及び数量増によるもの。
- 為替一定ベースでの調整後営業利益は、127百万ドル増(14.3%増)の1,016百万ドル。この成長は事業投資を着実に実施する中であって、価格・ミックス効果213百万ドルによるもの。
- 財務報告ベースでの自社たばこ製品売上収益は、為替影響を受けたものの、力強い事業モメンタムにより2.9%増、一方、調整後営業利益は、為替影響により2.6%減。

6ヶ月実績(2016年1-6月期)

- 為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、639百万ドル増(12.6%増)の5,700百万ドル。この成長は、価格・ミックス効果403百万ドル及び数量増によるもの。
- 為替一定ベースでの調整後営業利益は、313百万ドル増(17.7%増)の2,083百万ドル。この成長は価格・ミックス効果390百万ドル及び数量増を、seeding markets や emerging products への事業投資の加速によるコスト増が一部相殺したことによるもの。
- 財務報告ベースでは、為替影響により自社たばこ製品売上収益は3.5%増、調整後営業利益は2.3%減。

総販売数量

(億本)	4-6月			1-6月		
地域別	2016	2015	前年同期比 増減率	2016	2015	前年同期比 増減率
South & West Europe	175	169	4.0%	345	320	7.9%
North & Central Europe	138	132	4.5%	270	258	4.5%
CIS+	392	422	-7.2%	703	735	-4.4%
Rest-of-the-World	347	308	13.0%	679	599	13.4%
Total JTI	1,053	1,031	2.2%	1,997	1,912	4.4%

3ヶ月実績(2016年4-6月期)

総販売数量は、買収効果及びイタリア、イラン、韓国、コーカサス、台湾、ドイツ、東南アジア市場、トルコ、フィリピンでの成長が、主にロシアにおける市場縮小を要因とする数量減を上回り、2.2%増の1,053億本となりました。Fine cut は、イタリア、英国、ドイツ、ハンガリー及びフランスで成長し9.6%増となりました。

6ヶ月実績(2016年1-6月期)

総販売数量は、主にイタリア、イラン、カザフスタン、韓国、コーカサス、ドイツ、東南アジア市場、トルコ、フィリピン、フランス及びルーマニアでの成長に加え、買収効果、及び流通在庫調整を要因とする前年同期との比較上のプラス影響により、4.4%増となりました。Fine cut は、ヨーロッパのクラスターにおいて成長し、13.3%増となりました。

GFB 販売数量

(億本)	4-6月		前年同期比 増減率	1-6月		前年同期比 増減率
	2016	2015		2016	2015	
地域別						
South & West Europe	158	148	6.6%	310	282	10.2%
North & Central Europe	87	76	14.0%	167	146	14.8%
CIS+	291	309	-6.0%	528	540	-2.1%
Rest-of-the-World	208	185	12.3%	402	352	14.2%
Total JTI	744	719	3.4%	1,407	1,319	6.7%

3ヶ月実績(2016年4-6月期)

GFB 販売数量は、主にイタリア、イラン、英国、カナダ、台湾、ドイツ、東南アジア市場、トルコ、フィリピン、ブラジル及びルーマニアでの成長、及び「ナチュラル・アメリカン・スピリット」の買収効果に牽引され、3.4%増の 744 億本となりました。GFB の fine cut は、イタリア、英国、ドイツ、ハンガリー、フランス及びベネルクスで成長し、22.0%増となりました。

「ウinston」の販売数量は、主にイタリア、イラン、台湾、ドイツ、東南アジア市場、トルコ、フィリピン及びブラジルにおいて成長し、2.8%増の 358 億本となりました。「ウinston」の fine cut はドイツ、ベネルクス及びポルトガルにおいて成長し、13.0%増となりました。

「キャメル」の販売数量は、イタリア、スペイン、チェコ、フィリピン、ブラジル、フランス及び南アフリカにおいて成長し、3.7%増の 137 億本となりました。「キャメル」の fine cut はイタリア、フランス及びベネルクスにおいて成長し、11.9%増となりました。

「メビウス」の販売数量は、東南アジア市場、及び 2015 年 1 月の急激な増税に伴う市場縮小の反動影響がある韓国において成長し、8.3%増の 47 億本となりました。

「LD」の販売数量は、カザフスタン、カナダ、トルコ及びルーマニアにおいて力強く成長しましたが、主にウクライナ、コーカサス及びロシアでの減少により、2.1%減の 131 億本となりました。「LD」の fine cut はハンガリーにおいて成長し、7.8%増となりました。

6ヶ月実績(2016年1-6月期)

GFB 販売数量は、主にイタリア、イラン、英国、韓国、ドイツ、東南アジア市場、トルコ、フィリピン、フランス、ベネルクス及びルーマニアでの成長、流通在庫調整、及び買収効果により、6.7%増となりました。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、27.1%増となりました。

総販売数量における GFB 販売数量の構成比は前年同期比で 1.5 パーセントポイント増加し、70.5%となりました。

地域別実績

3ヶ月実績(2016年4-6月期)

South and West Europe

(億本、百万ドル)	4-6月		前年同期比 増減率
	2016	2015	
総販売数量	175	169	4.0%
GFB販売数量	158	148	6.6%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	531	503	5.6%

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、数量増に加え、価格・ミックス効果(6百万ドル)が牽引し、5.6%増となりました。

総販売数量及び GFB 販売数量は、主にイタリア、スイス及びフランスにおける成長と流通在庫調整により、それぞれ 4.0%増、6.6%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。

フランスでは、総販売数量及び GFB 販売数量は、「ウinston」、「キャメル」及び「ナチュラル・アメリカン・スピリット」に牽引され、それぞれ 0.7%増、3.0%増になりました。Fine cut は「ウinston」及び「キャメル」が貢献し、3.7%増となりました。市場シェアは、「ウinston」と「キャメル」及び「フリュードペイ」が牽引し、0.5パーセントポイント増の 21.6%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、「ウinston」、「キャメル」、「ベンソン・アンド・ヘッジス」及び「ナチュラル・アメリカン・スピリット」の貢献と流通在庫調整により、それぞれ 14.4%増、14.6%増となりました。Fine cut は「キャメル」及び「ナチュラル・アメリカン・スピリット」に牽引され、60.4%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 2.0パーセントポイント増の 22.0%となりました。

スペインでは、総販売数量が 0.7%減となる中、GFB 販売数量は「キャメル」及び「ナチュラル・アメリカン・スピリット」が貢献し、0.6%増となりました。Fine cut は 2.4%減となりました。市場シェアは、「ウinston」と「キャメル」が牽引し、0.4パーセントポイント増の 22.5%となりました。

North and Central Europe

(億本、百万ドル)	4-6月		前年同期比 増減率
	2016	2015	
総販売数量	138	132	4.5%
GFB販売数量	87	76	14.0%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	601	553	8.7%

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、力強い数量増及び価格・ミックス効果(23百万ドル)により、8.7%増となりました。

総販売数量及び GFB 販売数量は、主にオーストリア、スウェーデン、チェコ、ドイツ及びハンガリーの成長と「ナチュラル・アメリカン・スピリット」の買収効果により、それぞれ 4.5%増、14.0%増となりました。市場シェアは、アイルランド、英国、オーストリア、スウェーデン、チェコ、ドイツ及びハンガリーで伸長しました。

オーストリアでは、総販売数量及び GFB 販売数量は、「ウinston」及び「ベンソン・アンド・ヘッジス」が牽引し、それぞれ 5.8%増、19.0%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、0.7 パーセントポイント増の 31.7%となりました。

ポーランドでは、「ウinston」及び「LD」の減少によって、総販売数量及び GFB 販売数量がそれぞれ 4.3%減、3.6%減となりました。市場シェアは「LD」の減少により、0.2 パーセントポイント減の 16.2%となりました。

英国では、GFB 販売数量は、「ベンソン・アンド・ヘッジス」が牽引し、36.4%増となりました。総販売数量は、主に市場縮小及びダウントレーディングの影響を受け 0.6%減となりました。Fine cut は、「アンバーリーフ」、「スターリング」及び「ナチュラル・アメリカン・スピリット」が貢献し、6.5%増となりました。市場シェアは、同市場において No.1 ブランドである「アンバーリーフ」、及び紙巻き製品で No.1 ブランドである「スターリング」が貢献し、0.6 パーセントポイント増の 42.1%に伸長しました。

CIS+

(億本、百万ドル)	4-6 月		前年同期比 増減率
	2016	2015	
総販売数量	392	422	-7.2%
GFB 販売数量	291	309	-6.0%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	859	811	5.9%

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(101 百万ドル)により、5.9%増となりました。

総販売数量及び GFB 販売数量は、主にロシアにおける市場縮小によりそれぞれ 7.2%減、6.0%減となりました。GFB の市場シェアは、ルーマニア及びロシアで伸長しました。

ルーマニアでは、総販売数量及び GFB 販売数量が、「ウinston」、「LD」及び「ソブラニー」の伸長により、それぞれ 3.5%増、26.3%増となりました。「モア」の「LD」への統合が、GFB 販売数量増に貢献しています。市場シェアは、0.5 パーセントポイント増の 25.9%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 8.6%減、3.2%減となりました。これは主に当期の市場規模が 5.4%縮小⁴したことに加え、低価格帯での競争継続の影響によるものです。市場シェア及び売上シェアはそれぞれ 0.8 パーセントポイント減の 33.4%、0.7 パーセントポイント減の 34.4%となりました。なお、直近 9 か月の四半期ベースでの市場シェアはフラットに推移しています。GFB の市場シェアは、「LD」に加え、今年 1 月よりシェアが増加傾向にある「ウinston」の貢献により、0.3 パーセントポイント増の 24.4%となりました。

Rest-of-the-World

(億本、百万ドル)	4-6 月		前年同期比 増減率
	2016	2015	
総販売数量	347	308	13.0%
GFB 販売数量	208	185	12.3%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	1,013	825	22.8%

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、数量増及び価格・ミックス効果(84 百万ドル)により、22.8%増となりました。

総販売数量及び GFB 販売数量は、カナダ、韓国、台湾、東南アジア市場、トルコ、フィリピン、ブラジル、南アフリカ及びミャンマーでの成長に加え、アリヤン・タバコ・インダストリー社の買収効果を含んだイランの貢献により、それぞれ 13.0%増、12.3%増となりました。市場シェアは、カナダ、韓国及び台湾で伸長しました。

台湾では、総販売数量及び GFB 販売数量は、それぞれ 2.7%増、4.7%増となりました。市場シェアは、「ウinston」及び「LD」が伸長し、0.4 パーセントポイント増の 39.3%となりました。売上シェアは 0.9 パーセントポイント増の 45.7%となりました。

トルコでは、総販売数量及び GFB 販売数量は、主に「ウinston」及び「LD」が伸長し、それぞれ 2.7%増及び 2.1%増となりました。市場シェアは、0.9 パーセントポイント減の 29.9%となりましたが、直近 9 か月の四半期ベースでの市場シェアはフラットに推移しております。

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 2016 年 6 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。スイス、スペイン、ドイツ、トルコ、ペネルクス及びロシアに関するデータは 2016 年 5 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。増減算出の比較対象は 2015 年 6 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。
- ⁴ 出典: JTI 内部データ。2016 年 4-6 月ベース。

その他の定義については https://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