



JT International

2008年 海外たばこ事業実績(速報)

2009年2月10日

Tokyo, Japan

quality commitment innovation synergy



1

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

2

Pierre de Labouchere

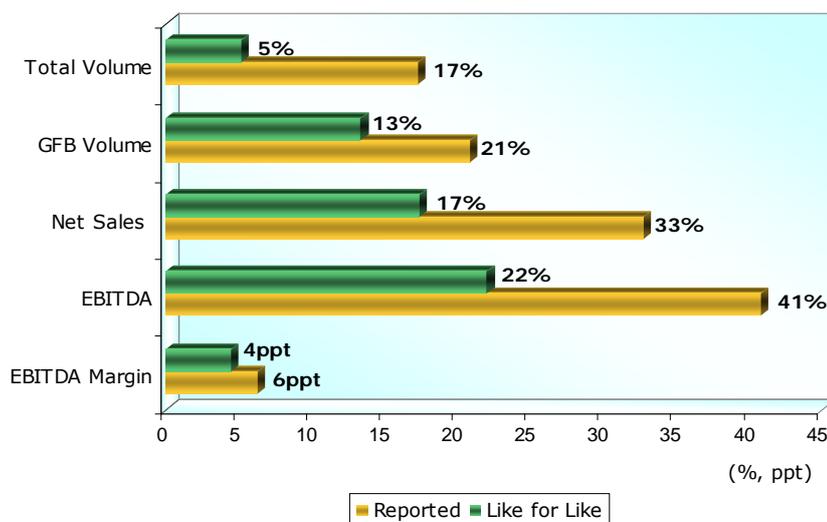
President
&
Chief Executive Officer

- JT International 2008年 実績 -

3

業績ハイライト

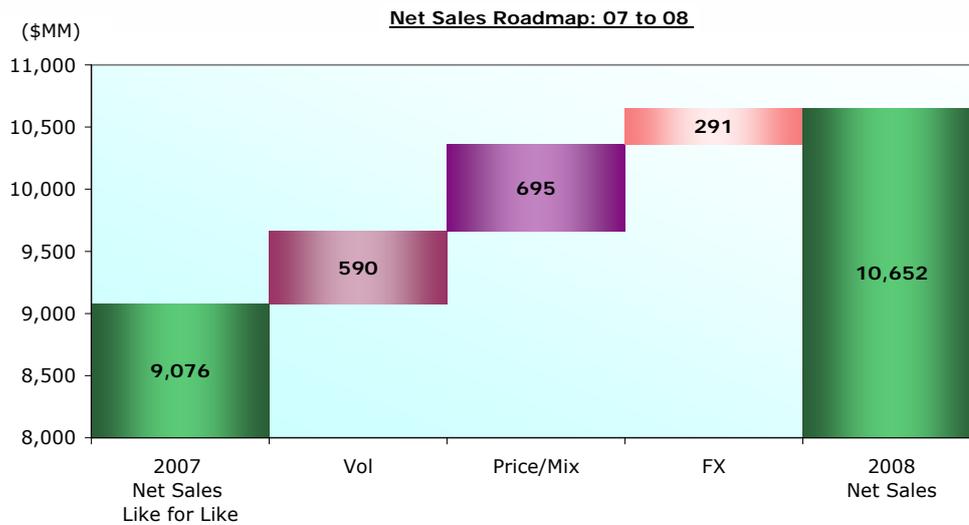
08 vs 07 Growth



- トップライン成長とGFBに集中する一貫した戦略により、EBITDAは22%成長を実現
- 為替のプラス影響を除いても、EBITDAは+17.4%成長

Notes: (1) Like-for-like – 2007 includes Gallaher pro-forma
(2) Net Sales and EBITDA margin excludes Distribution business

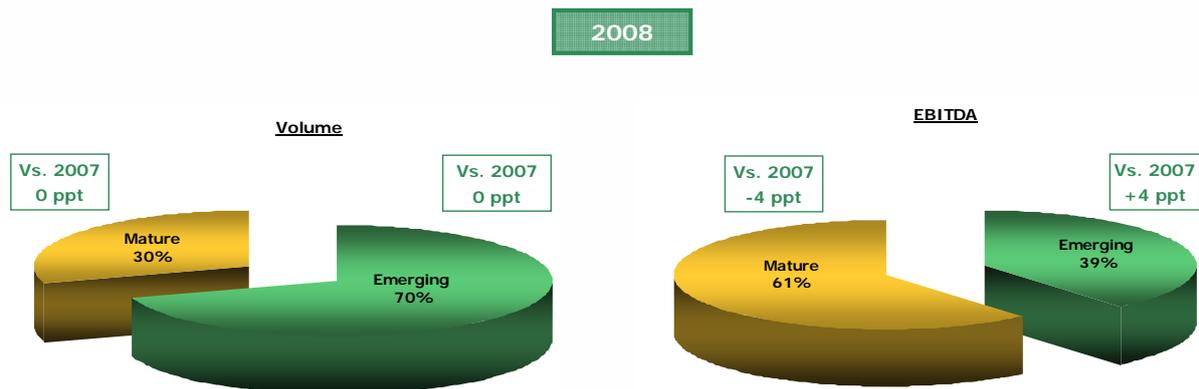
4



➤ 力強いGFBの実績および値上げにより税抜売上高は100億ドルを超える

Notes: (1) 2007 like-for-like includes Gallaher pro-forma
 (2) Net Sales excludes Distribution business

5



➤ 販売数量の30%は成熟市場、利益の39%は新興市場と、優れた地域構成
 ➤ 新興市場は、短期的には為替変動リスクを伴うが、長期的には競争上の優位性を成す

Notes: (1) Emerging / Mature based on World Bank classification (GNI per capita > US\$ 11456 = mature)

6

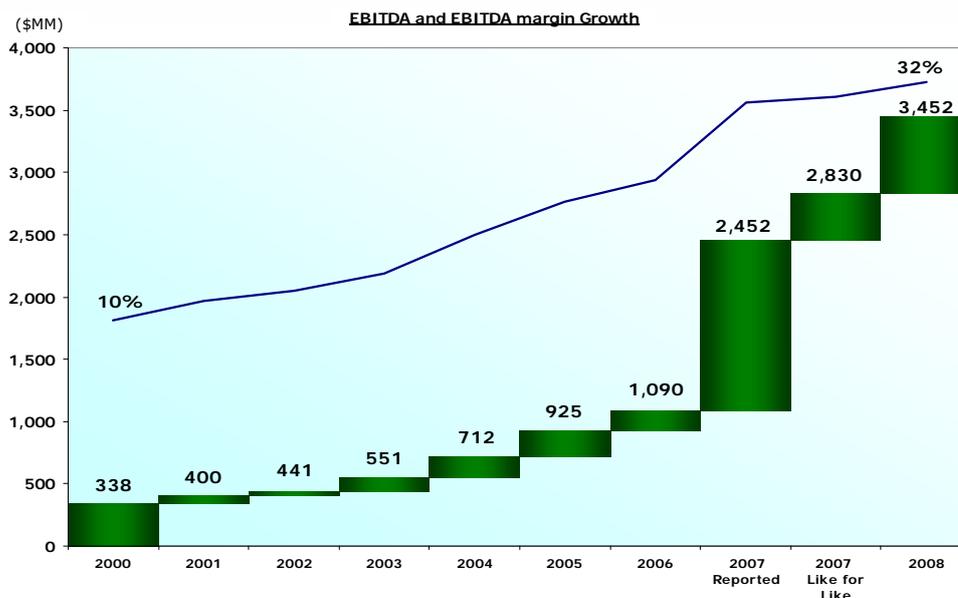
GFB Portfolio: 54% of 2008 Total Volumes

		% of Total Vol.	YOY % gwth.
Prestige		1%	+18.7%
Premium		17%	+7.2%
Sub-Premium		30%	+15.5%
Mid / Value		6%	+20.7%

- Winstonが引き続きトップライン成長を牽引
- Camelの成長モメンタムがプレミアム市場でのポジションを強化
- LD が中/低価格帯をリード

Notes: (1) Year on year growth based on like-for-like comparison

トップライン成長の追求により、再び好業績を実現



- 2000年以降の年平均EBITDA成長率は34%
- 為替レートが一定との前提のもと、少なくとも年率10%のEBITDA成長をコミット

Notes: (1) 2007 like-for-like includes Gallaher pro-forma
 (2) EBITDA includes Distribution business
 (3) EBITDA margin excludes Distribution business

Yasushi Shingai

Chief Financial Officer
and Deputy CEO

- 事業概況 -

9

2008年実績: 好調な like-for-like 実績

通年実績
(比較可能ベース)

(単位: 億本)

	2007	2008	前年比増減	
販売数量	4,302	4,523	221	5.1%
GFB販売数量	2,166	2,455	289	13.3%

(単位: 百万ドル)

税売上高	9,076	10,652	1,576	17.4%
EBITDA	2,830	3,452	622	22.0%

- 追加投資がGFB販売数量の13.3%成長に寄与
- 好調なGFB販売数量成長と値上げにより税売上高は17.4%成長
- 為替影響を除いても、EBITDAは17.4%成長

Notes: (1) Like-for-like – 2007 includes Gallaher pro-forma
(2) Net Sales excludes Distribution business

10

主要市場での代表的な取引構造

	Key Currency
収入	Local
葉たばこコスト	US\$
材料品コスト	Euro/Local
その他コスト	Local

	Forex Rate vs. USD		
	08 Average	Feb. 6, 2009	08/09
RUB	24.84	36.37	-32%
GBP	0.53	0.68	-22%
EUR	0.68	0.78	-13%

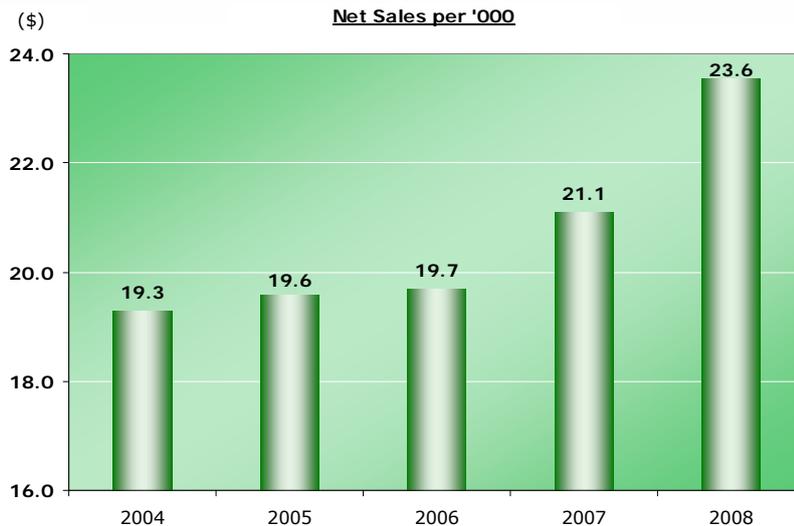
- JTIのEBITAは4地域でほぼ同じだが、売上・コストに占める通貨構成が異なるため、特定の通貨の感応度が大きい
- 仮にUSドルが全ての通貨に対して1%強くなるとEBITAは\$40MM減少
- 上記減少の内訳としては、ルーブル影響45%、ポンド影響15%

力強いGFB成長が継続



- 2002年から2008年までの年平均GFB成長率は14.4%
- Winston(2008年:+14%成長)はロシア、ウクライナ、トルコおよびスペインにおいて力強い成長を達成
- Camellは10%、Mild Sevenは 11%成長し、Glamourはロシアでの好調により40%成長

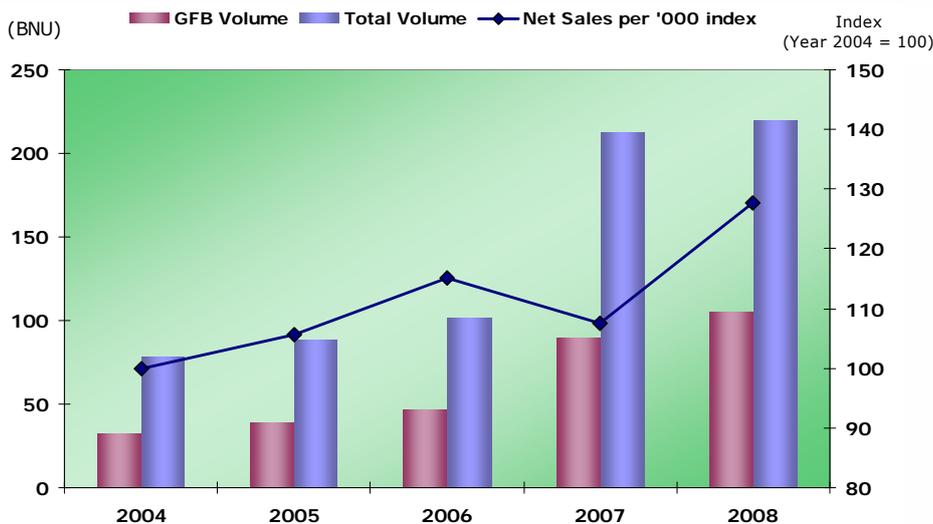
Notes: (1) 2007 like-for-like includes Gallaher pro-forma
 (2) Salem excluded from 2007 onward due to reclassification of Global Flagship Brands



- 下半期の景気後退にもかかわらず、成熟市場、新興市場の双方で値上げを実施
- 為替影響を除いても、千本当税抜売上高は8.6%増加し、22.9ドルまで上昇

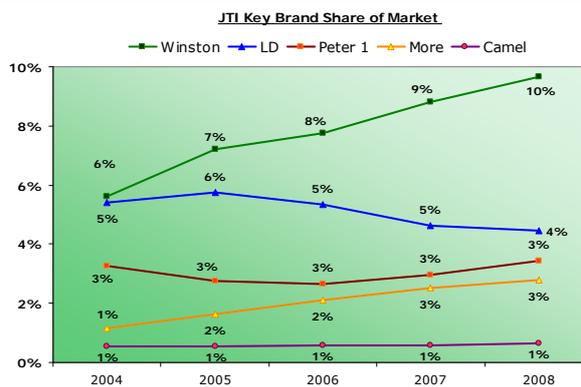
Notes: (1) 2007 Like-for-like includes Gallaher pro-forma
 (2) Net Sales per mille excludes Distribution business

CIS+ : 値上げとアップ・トレーディング



- 販売数量は3%増加、GFB販売数量は17%増加
- Winston は同地域で前年比15%成長し、No.1の地位を強化
- CIS+域内全市場で値上げの実施と商品構成改善

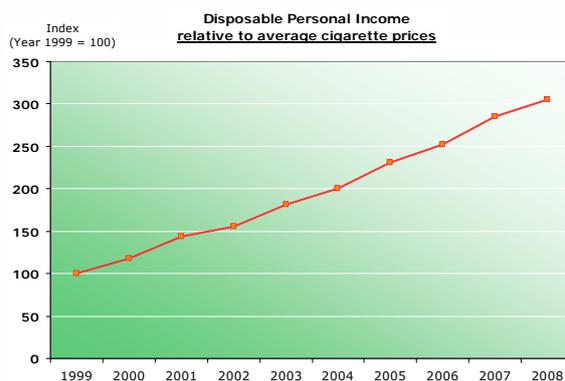
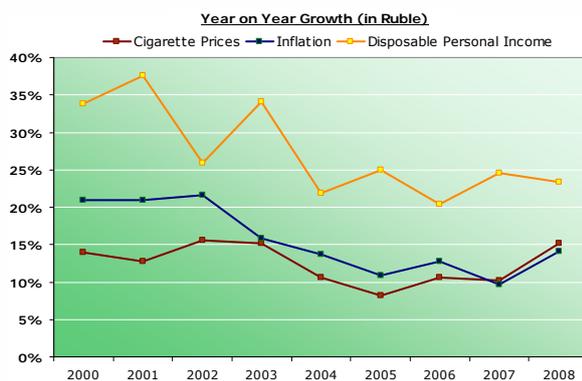
Notes: (1) 2007 Like-for-like includes Gallaher pro-forma



- すべての価格帯において強いプレゼンスを持ち、市場におけるリーディング・ポジションを堅持
- Winston はNo.1ブランドであり、サブプレミアム・セグメントにおいて37.8%もの圧倒的なシェアを誇る
- LD は中価格帯においてNo.1ブランド

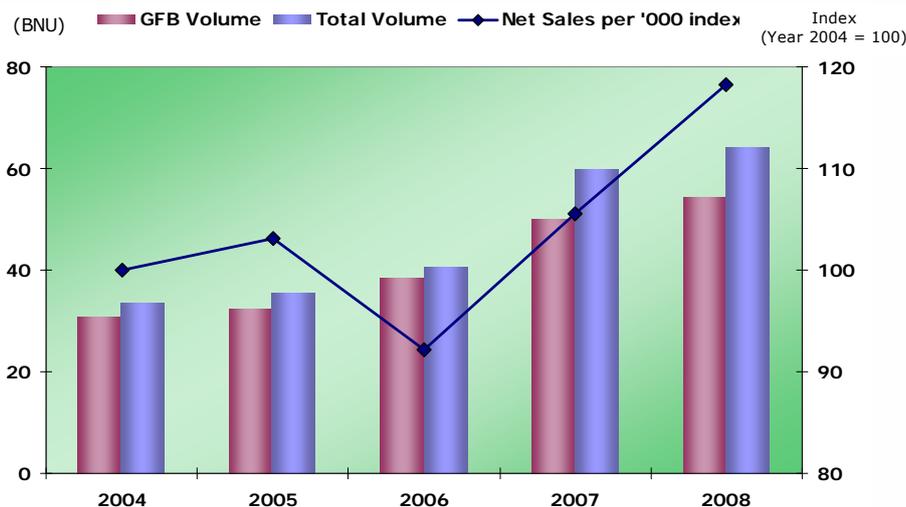
Notes: (1) Market data sourced from Business Analytica in 2004 & AC Nielsen 2005 to 2008

ロシア事業の近況:
たばこの価格の値上げの余地



- ロシアにおけるたばこ価格の上昇率は、可処分所得の伸び率を下回る
- アップ・トレーディングが起きているにも関わらず、1999年に比べるとたばこ一箱の価格は3倍も手頃な価格となっている

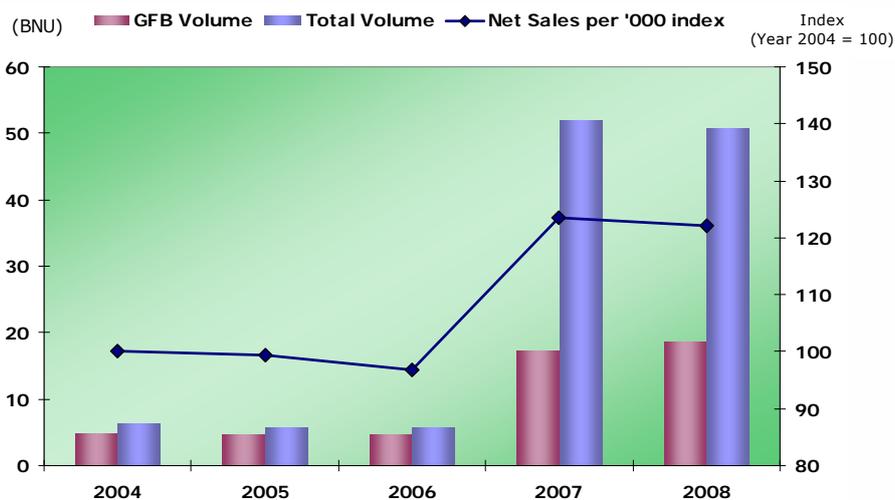
Notes: (1) Average cigarette prices sourced from Business Analytica to 2004 and AC Nielsen thereafter
 (2) All Other economic data sourced from Global Insight
 (3) Disposable Personal Income (DPI) relative to average cigarette prices (ACP) - DPI / ACP and then indexed



- 販売数量は7%増加、全体の85%を占めるGFBは9%増加
- 市場再投入の成功によりCamelは6%増加、Winstonは17%増加
- マーケットシェア上昇と値上げにより、イタリア、スペイン、フランスでは優れたパフォーマンスを發揮

Notes: (1) 2007 Like-for-like includes Gallaher pro-forma

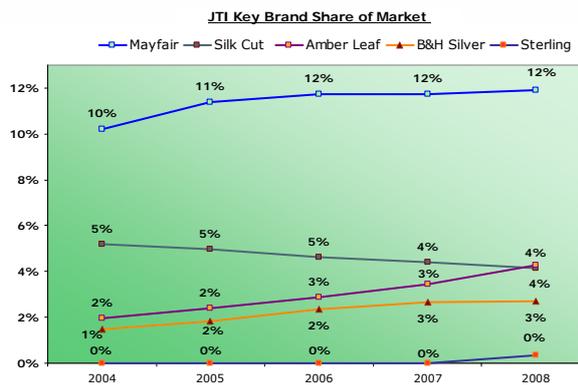
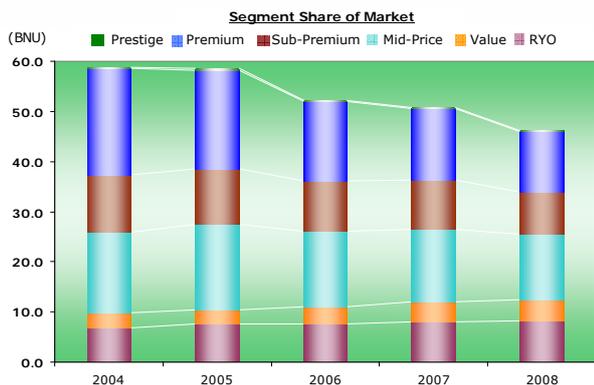
17



- 販売数量は2%減少したものの、ブランド投資を増やしたことにより、GFBの商品構成改善を実現
- プライベートブランドを除けば、販売数量は1.7%増加

Notes: (1) 2007 like-for-like includes Gallaher pro-forma
(2) Net Sales per '000 excludes Distribution business

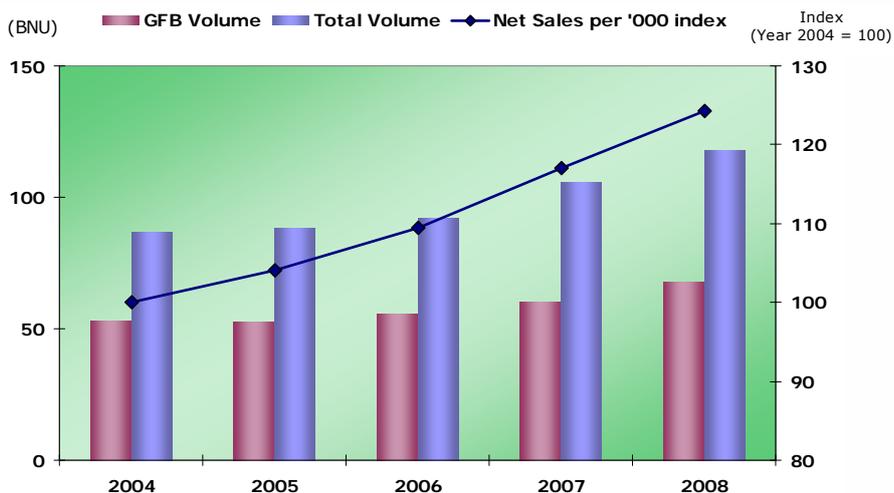
18



- 経済危機によりダウン・トレーディングが加速するリスクはあるが、JTIは優れたブランドポートフォリオを有する
- 効果的な統合 - 販売力強化、再活性化されたブランド戦略、追加投資
- 主要な戦略ブランドの販売数量及びマーケットシェアの成長は継続

Notes: (1) Market data sourced from AC Nielsen
(2) Super Value included in Value segment

Rest of the World:マーケットシェア上昇と値上げ



- 販売数量は11%増加、GFBは13%増加
- ほとんどの市場においてマーケットシェアは増加し、Near East、トルコ、カナダ、タンザニア、南アフリカ、台湾で値上げを実施

Notes: (1) 2007 Like-for-like includes Gallaher pro-forma

補足資料 A: 2008年 公表実績

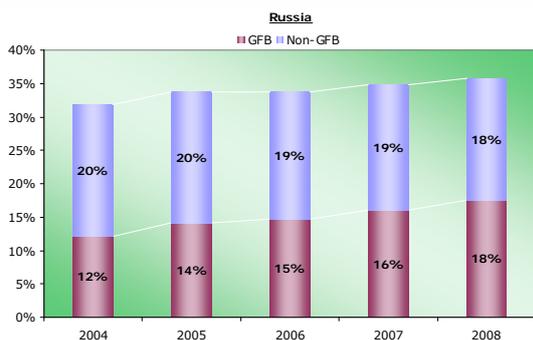
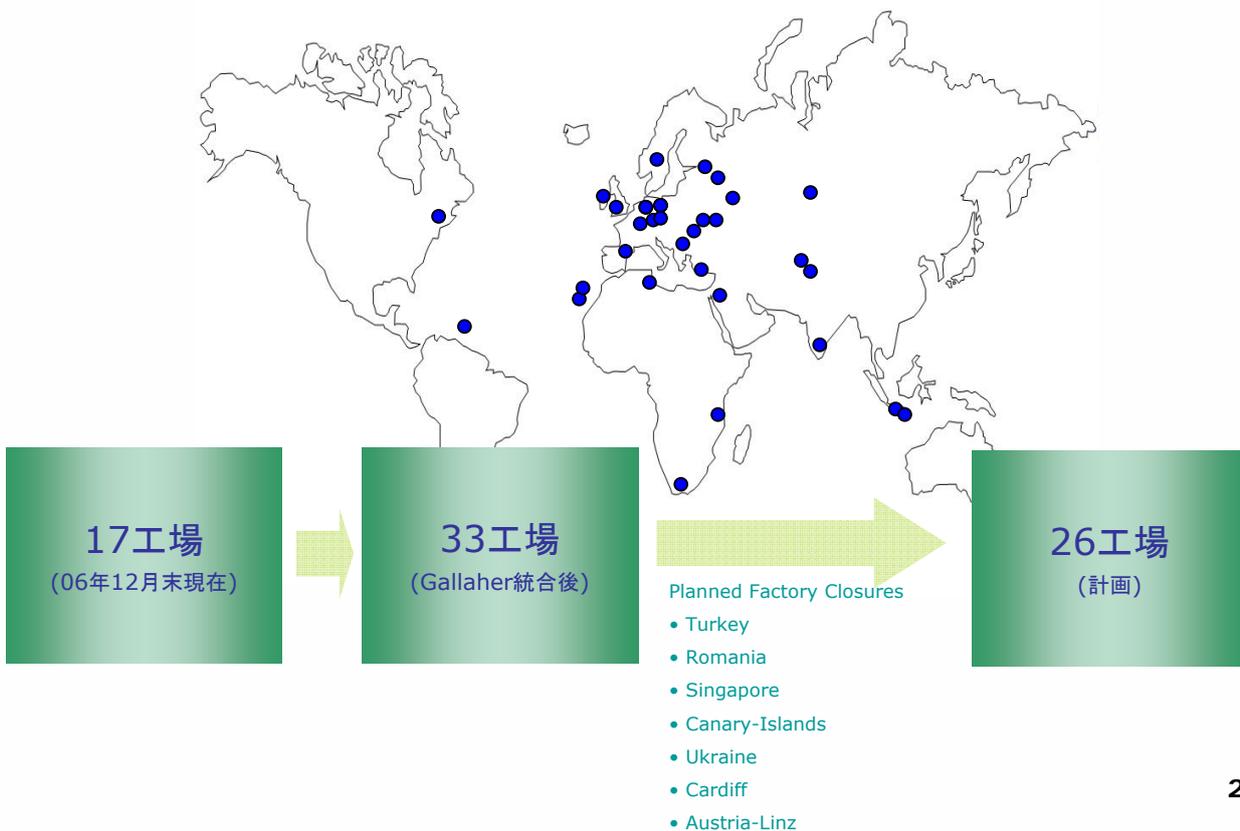
通年実績

(単位:億本)

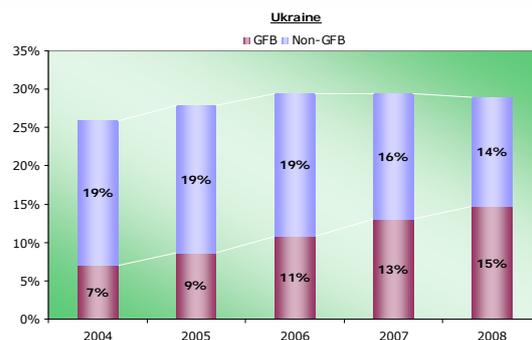
	2007	2008	前年比増減	
販売数量	3,856	4,523	667	17.3%
GFB販売数量	2,032	2,455	423	20.8%

(単位:百万ドル)

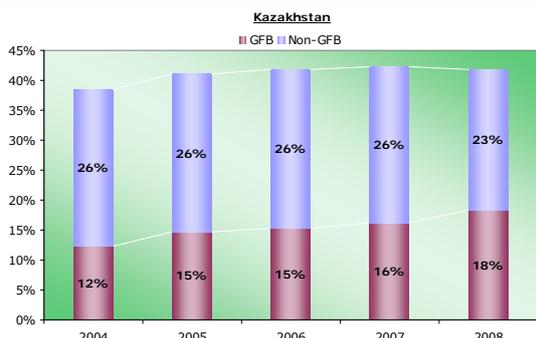
税抜売上高	8,027	10,652	2,625	32.7%
EBITDA	2,452	3,452	1,000	40.8%



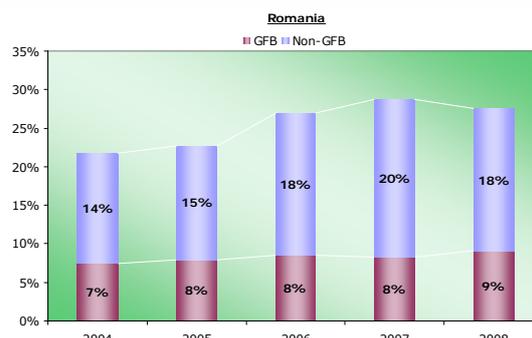
2004: Business Analytica - MIC, 2005-2008: AC Nielsen Global Track One



2004: AC Nielsen MIC, 2005-2008: AC Nielsen Global Track One

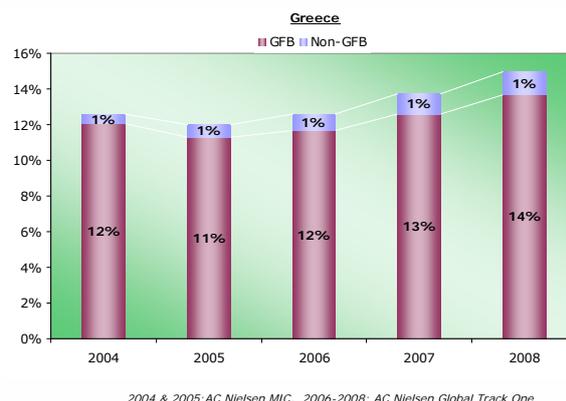
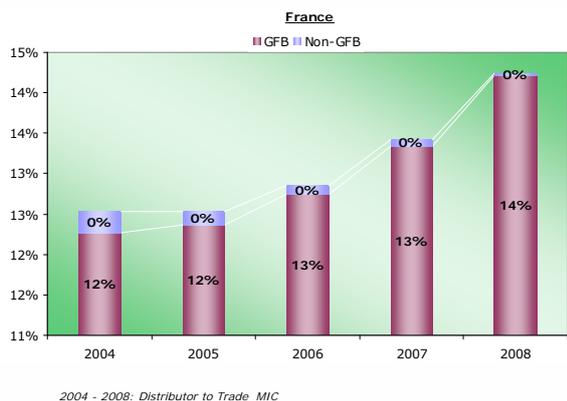
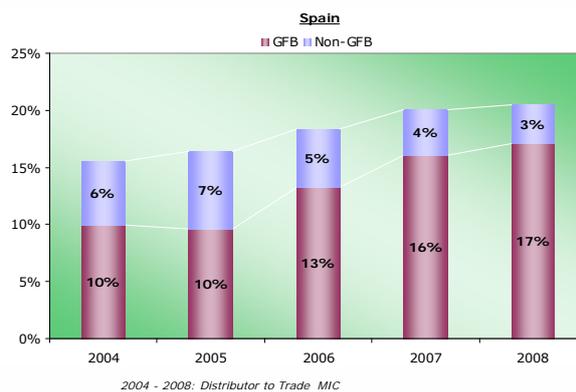
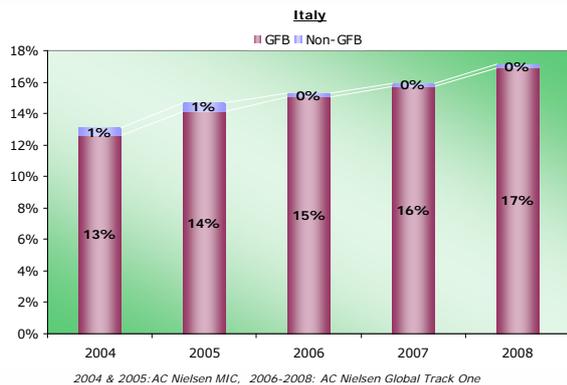


2004-2008: AC Nielsen RA



2004: AC Nielsen MIC, 2005-2008: AC Nielsen Global Track One

補足資料 D : GFBとNon-GFBのマーケットシェア – South & West Europe



補足資料 E : GFBとNon-GFBのマーケットシェア – North & Central Europe

