



JT International

2010年 海外たばこ事業実績速報

February 8, 2011

Tokyo, Japan

quality commitment innovation synergy



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

Pierre de Labouchere

President
&
Chief Executive Officer

- JT International 2010年 実績 -

3

2010年 ハイライト

- EBITDAは、財務報告ベースで10.6%、為替中立ベースで7.7%と力強く成長、見込みの6.2%を上回る
- 着実な値上げの実行
- ほぼ全ての主要市場でシェア増
- 回復の兆し
- イノベーションおよびトップライン成長に引き続き注力

4

	Year-over-Year Growth	
	Constant rates of exchange	Reported
TOTAL SHIPMENT VOLUMES		(1.5%)
GFB SHIPMENT VOLUMES		2.7%
CORE NET SALES	4.8%	5.6%
EBITDA	7.7%	10.6%

- 総販売数量は下半期に改善、GFB販売数量は引き続き成長
- 単価上昇効果が調整後税売上高およびEBITDAの成長を牽引
- 為替中立ベースのEBITDAは、当初見込みを上回る成長

Note: (1) Core Net Sales excludes revenue from distribution, private label, contract manufacturing and other peripheral businesses

5

主要市場におけるシェア増

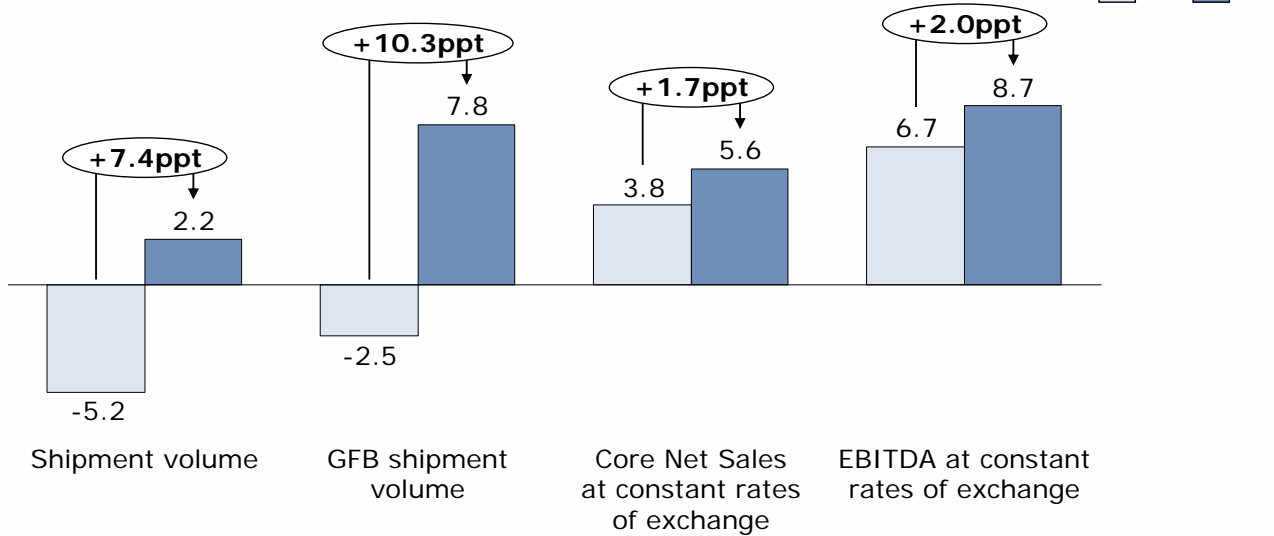
	2009	2010	ppt. change
RUSSIA	36.8%	37.0%	0.2
FRANCE	14.8%	16.0%	1.2
ITALY	18.5%	19.7%	1.2
SPAIN	20.6%	20.8%	0.2
UK	39.2%	39.0%	(0.2)
TURKEY	19.0%	22.6%	3.6
TAIWAN	38.0%	38.4%	0.4

- ブランド、充実したポートフォリオ、営業力により英国を除く全ての主要市場においてシェア増

Note: (1) Data sourced from AC Nielsen, Logista, Altadis and JTI estimates
 (2) 12 month moving average share of market
 (3) Market shares do not include Roll-Your-Own / Make-Your-Own

6

Year over year variation, 2010 vs. 2009, %

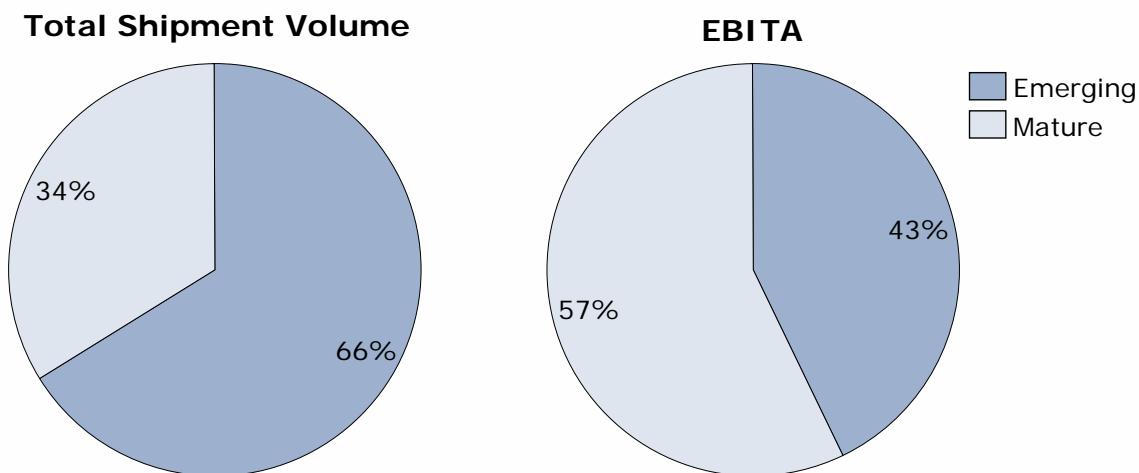


- 総販売数量およびGFB販売数量は、厳しかった2009年下半期から、2010年下半期に反転
- 為替中立ベースの調整後税抜売上高およびEBITDAの成長は、2010年下半期に加速

Note: (1) Core Net Sales excludes revenue from distribution, private label, contract manufacturing and other peripheral businesses

将来にわたり成長可能な地域構成

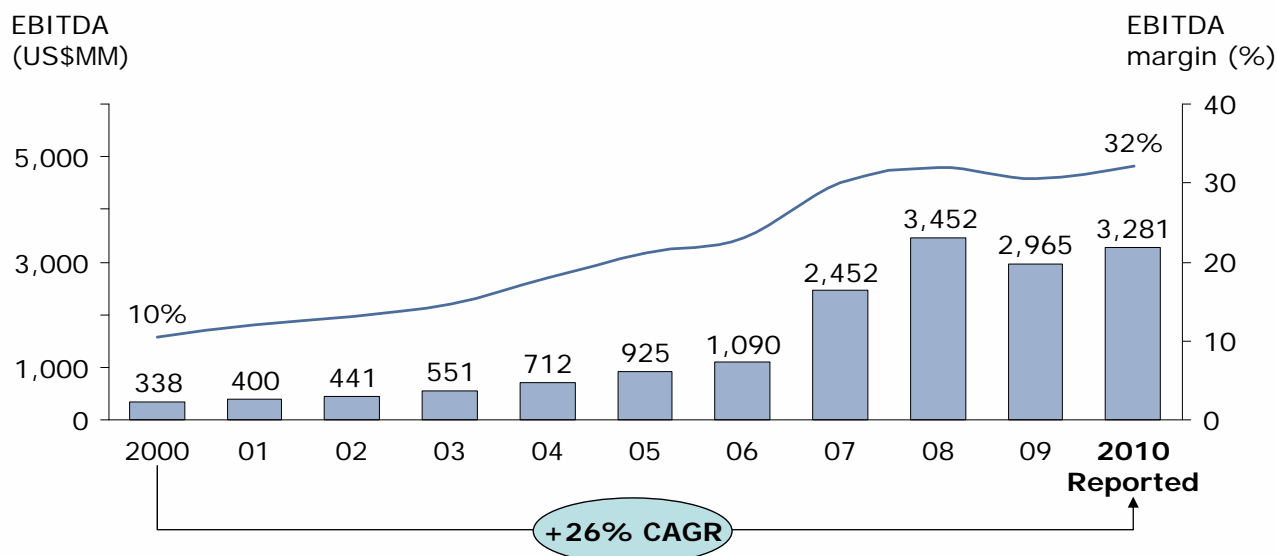
Emerging markets' share of Volume and EBITA, %



- 新興市場における単価上昇効果が、EBITA成長を牽引
- 持続的成長を可能とする優れた地域構成
- 新興市場は、トップライン成長機会をもたらす

Note: (1) Definition of mature and emerging market as per World Bank classification
 (2) EBITA on a reported basis, excluding distribution, private label, contract manufacturing and other peripheral businesses

EBITDA and EBITDA margin, 2000-2010



➤ 2011年は、為替中立ベースでEBITDA10%成長を目指す

Note: (1) As of 2009, EBITDA margin excludes distribution, private label, contract manufacturing and other peripheral businesses

Roland Kostantos

Chief Financial Officer

- 財務概況 -

(US\$MM / BNU)

	2009	2010	Change	
			Abs.	%
Shipment Volume				
- Total	434.9	428.4	(6.5)	(1.5%)
- GFB	243.4	249.8	6.5	2.7%
Reported				
- Core Net Sales excl. tax	9,682	10,223	540	5.6%
- EBITDA	2,965	3,281	316	10.6%
Constant Rates of Exchange				
- Core Net Sales excl. tax	9,682	10,144	462	4.8%
- EBITDA	2,965	3,192	227	7.7%

- 単価上昇効果およびGFB販売数量の増加により、財務報告ベースの調整後税売上高は5.6%成長、EBITDAは10.6%成長
- EBITDA成長は見込みを上回る

Note: (1) Core Net Sales excludes revenue from distribution, private label, contract manufacturing and other peripheral businesses

11

2010年実績 上期・下期比較

(US\$MM / BNU)

	H1 10	Change		H2 10	Change	
		Abs.	%		Abs.	%
Shipment Volume						
- Total	204.7	-11.3	-5.2%	223.7	4.8	2.2%
- GFB	118.3	-3.0	-2.5%	131.5	9.5	7.8%
Reported						
- Core Net Sales excl. tax	4,970	419	9.2%	5,252	122	2.4%
- EBITDA	1,684	179	11.9%	1,596	137	9.4%
Constant Rates of Exchange						
- Core Net Sales excl. tax	4,727	175	3.8%	5,417	287	5.6%
- EBITDA	1,606	100	6.7%	1,587	127	8.7%

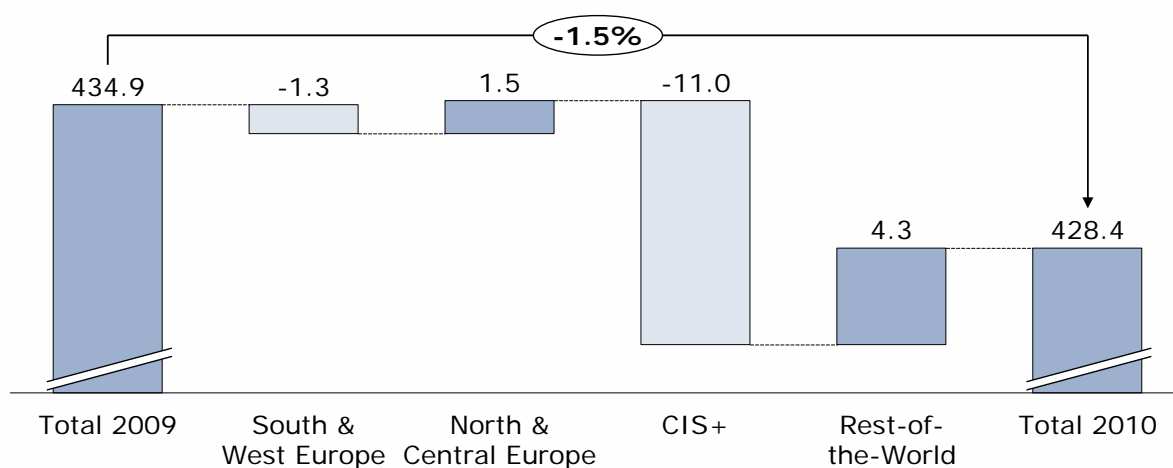
- GFB販売数量の大幅な改善が、下期の力強い業績を牽引
- EBITDAは、年間を通して堅調に成長し、見込みを上回る

Note: (1) Core Net Sales excludes revenue from distribution, private label, contract manufacturing and other peripheral businesses

12

総販売数量増減のクラスター別内訳

BNU

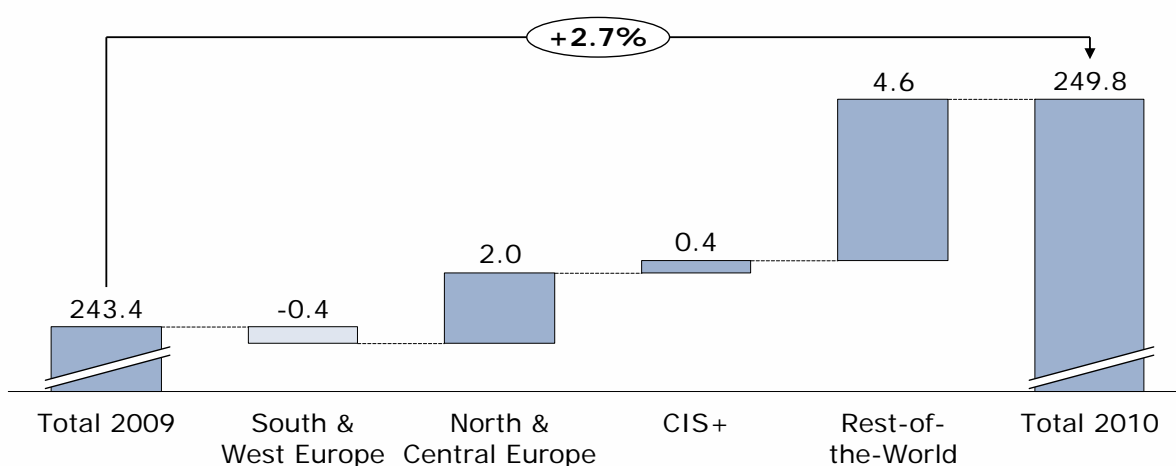


- Rest-of-the-WorldおよびNorth & Central Europeの数量増により CIS+の数量減を一部相殺するも、総販売数量は減少
- CIS+の販売数量は安定化

13

GFB販売数量増減のクラスター別内訳

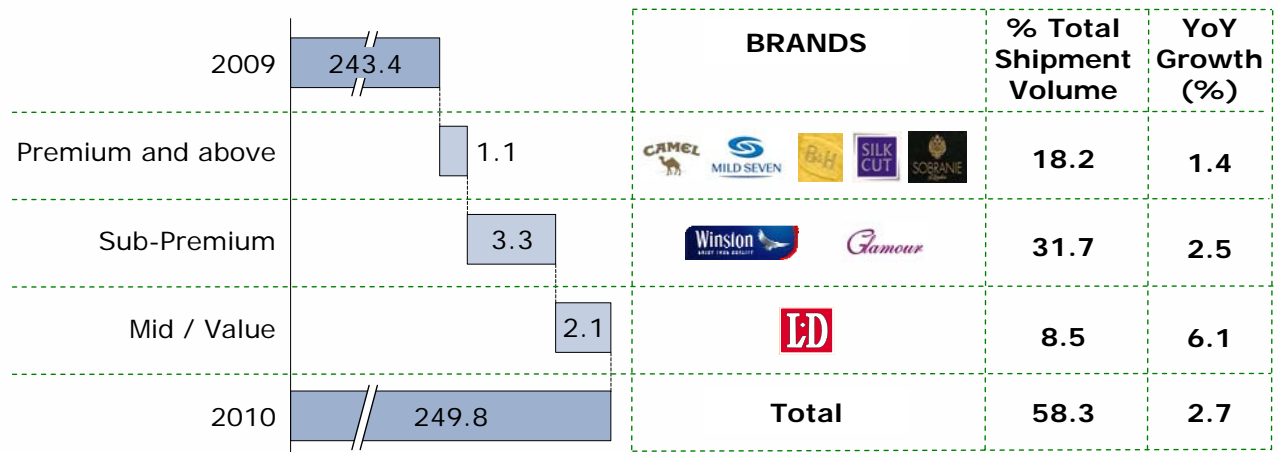
BNU



- GFB販売数量はWinston、LD、Mild SevenおよびCamelが牽引し、ほぼ全てのクラスターで力強く成長

14

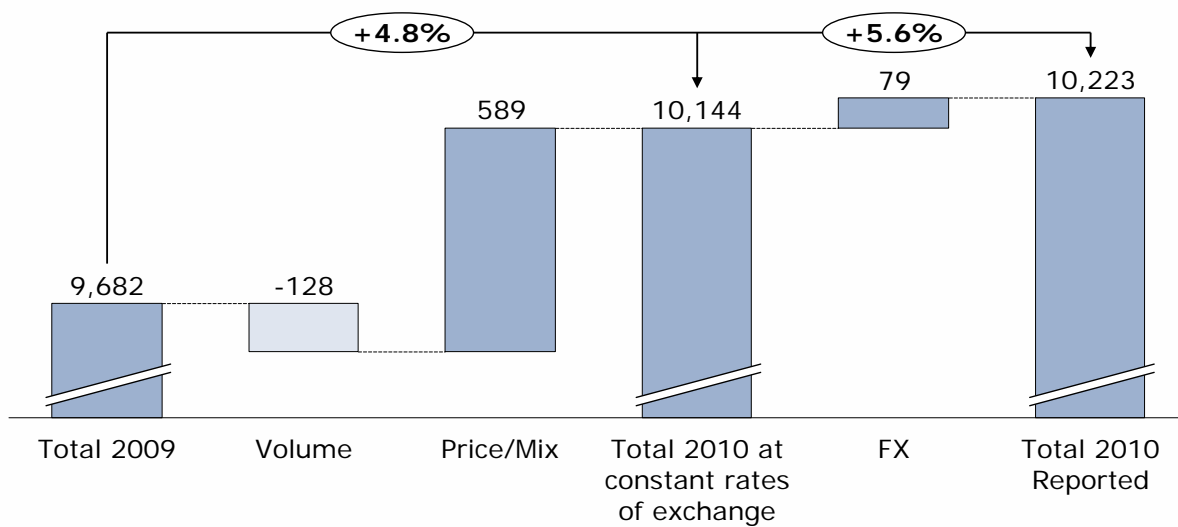
2010 GFB shipment volumes vs. 2009 (BNU)



- 経済危機にもかかわらず、GFBへの注力により成長を継続
- WinstonおよびLDがトップライン成長を牽引
- GFBミックスは前年比2.4pp増の58.3%に改善

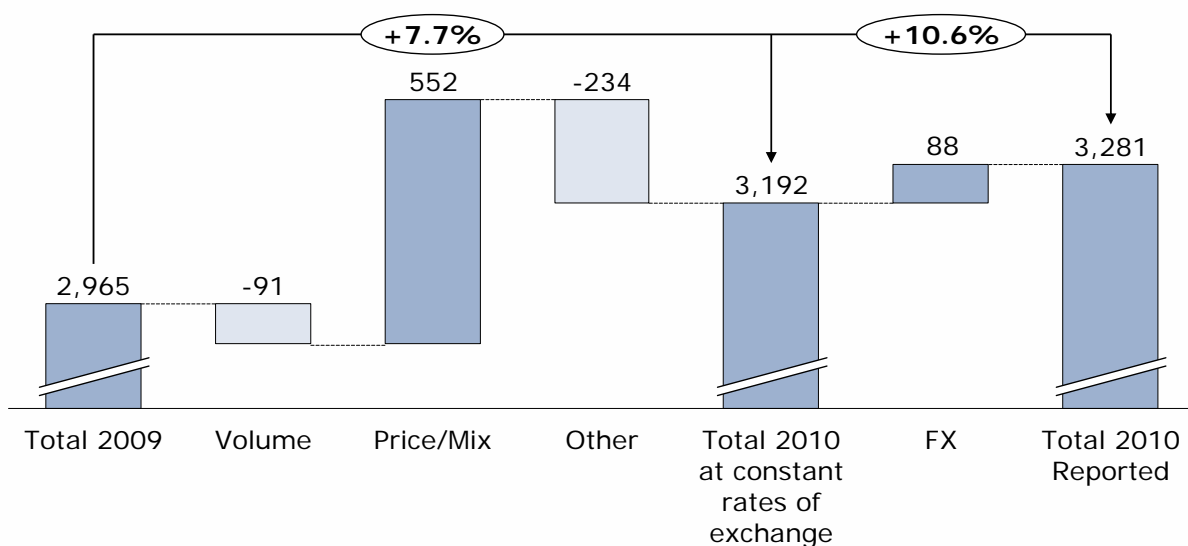
調整後税抜売上高の進捗

US\$MM



- 単価・商品構成の改善継続およびGFB販売数量の成長が牽引し、調整後税抜売上高は成長

US\$MM



- 販売数量の減少影響およびコスト増を上回る、単価上昇効果により EBITDAは成長

	2009 Average	2010 Average	Jan 2011 Average	2010 vs 2009	2011 vs 2010
RUB	31.77	30.36	30.11	4.6%	0.8%
GBP	0.65	0.65	0.63	0.2%	1.6%
EUR	0.73	0.75	0.75	-3.0%	-0.1%

- 2009年以降のRUBに対するドル安傾向は、2010年中でも殆どの期間で追い風に
- EURに対するドル高影響の一部はナチュラルヘッジにより相殺

Pierre de Labouchere

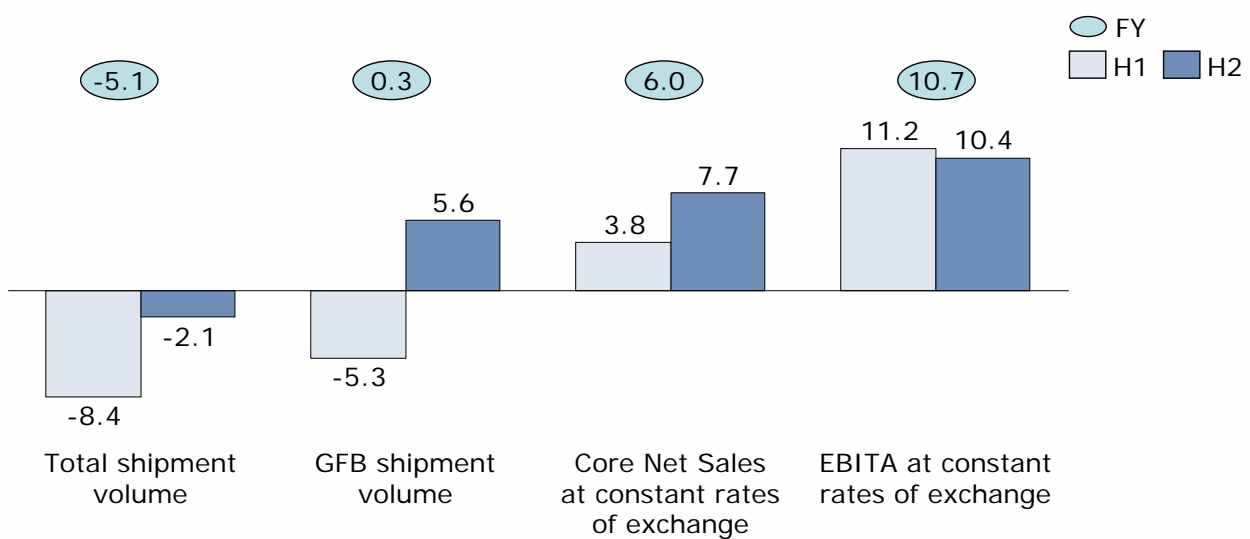
President
&
Chief Executive Officer

- 事業概況 -

19

CIS+ 主要指標

Year over year variation, 2010 vs. 2009, %



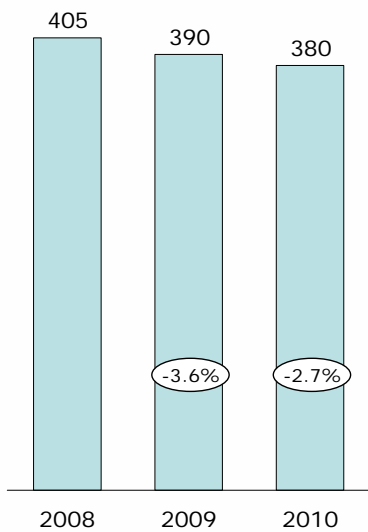
- 著しい総需要の減少は、徐々に緩やかに
- シェアの増加および単価上昇効果により、調整後税抜売上高およびEBITAは成長

Note:

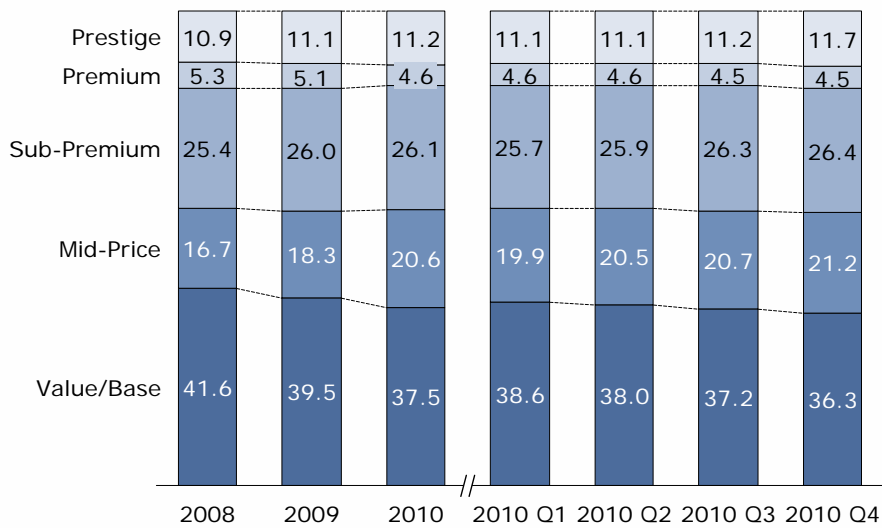
(1) Core Net Sales excludes revenue from distribution, private label, contract manufacturing and other peripheral businesses

20

Total Industry Size (BNU)



RMC Price Segment Evolution (%)

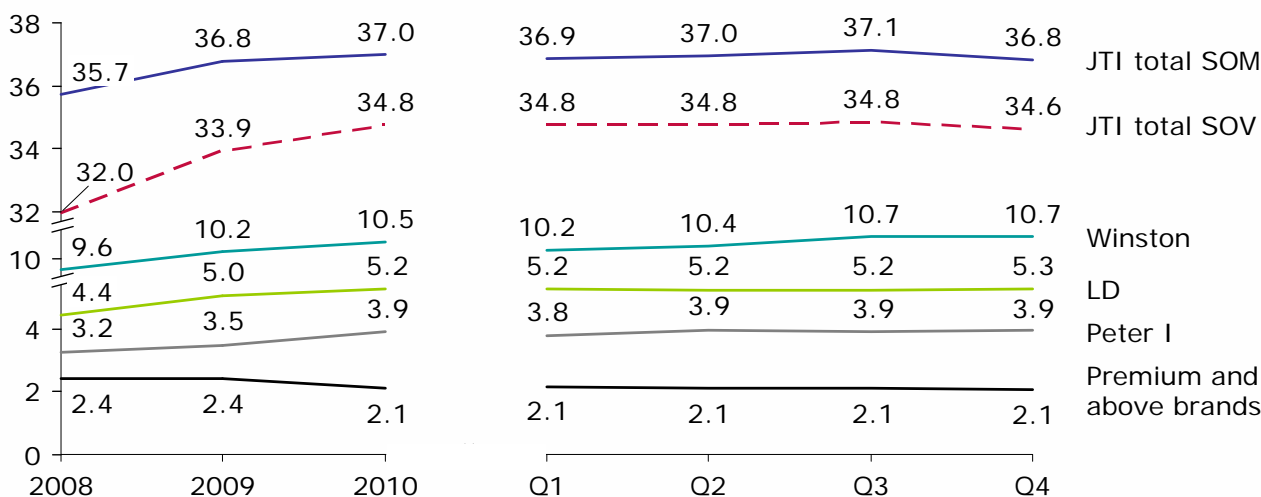


- 総需要の減少は、2010年下期から落ち着きを見せる
- ミッドプライス以上の価格帯へのアップトレーディングの再開

Note: (1) Data sources: Industry size, JTI estimates; Price segments, A.C.Nielsen

ロシア事業の近況

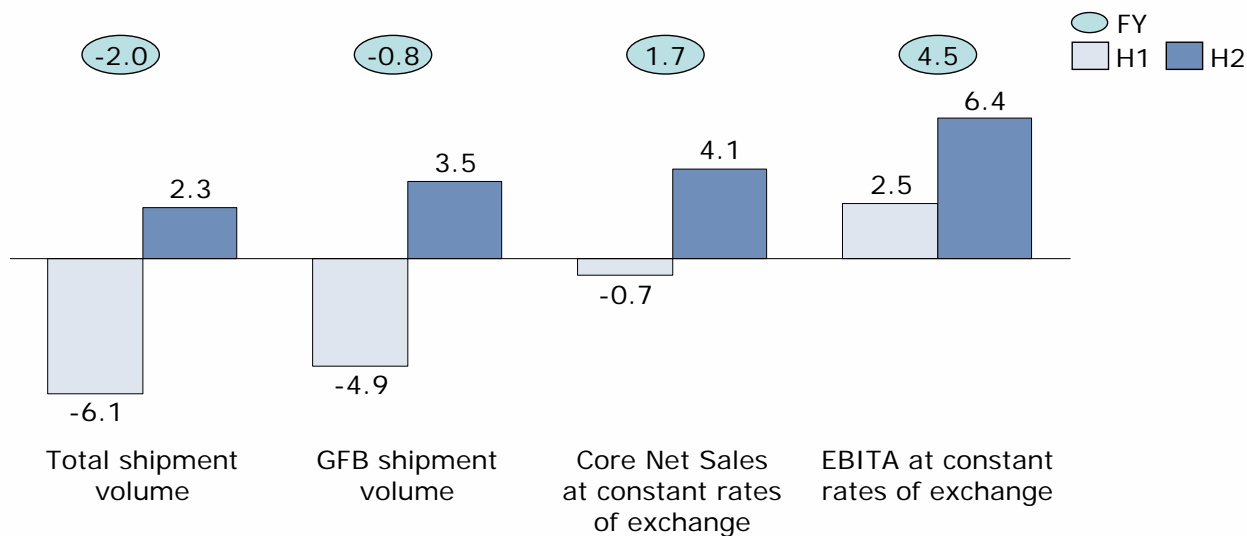
Market share, %



- 市場シェア首位の地位を更に強化するとともに、売上高シェアも成長
- GFBのブランドエクイティに継続して注力

Note: (1) Data sourced from AC Nielsen

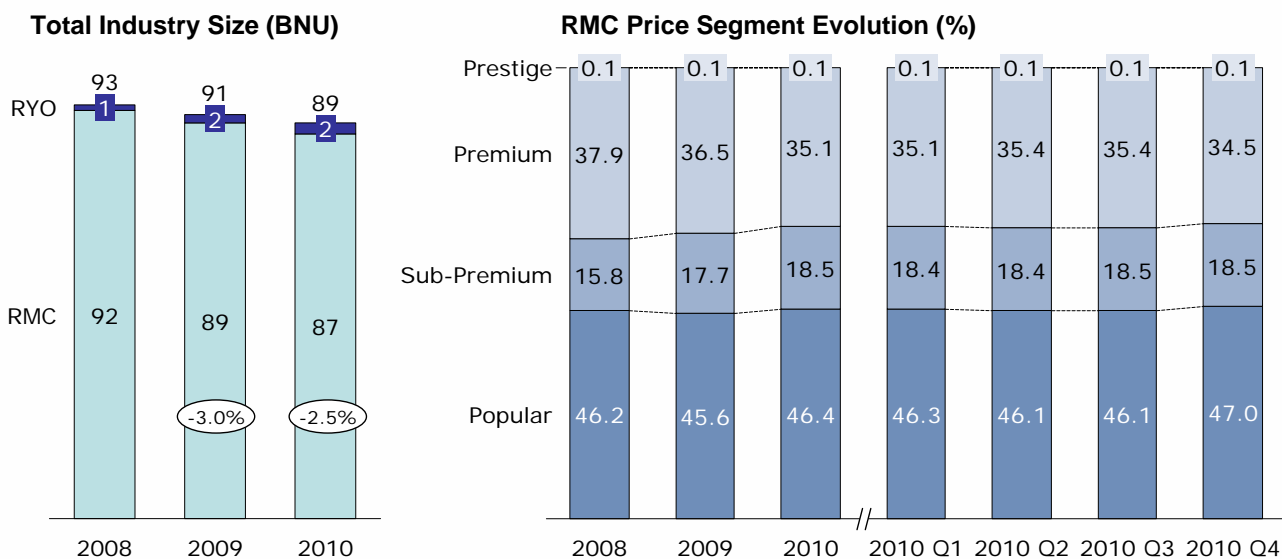
Year over year variation, 2010 vs. 2009, %



- 総需要の減少が継続するも、2010年下期には数量増に転じる
- JTIは全ての主要市場においてシェアを伸長
- 販売数量の減少を単価上昇効果が相殺し、調整後税抜売上高およびEBITAは成長

Note: (1) Core Net Sales excludes revenue from distribution, private label, contract manufacturing and other peripheral businesses

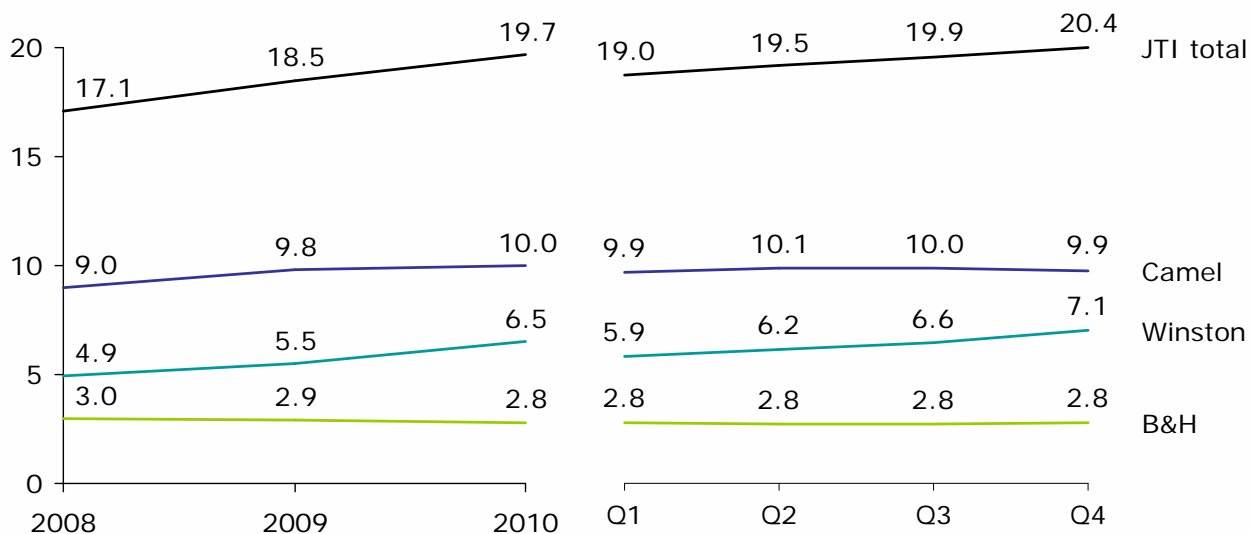
イタリア: 市場規模およびセグメントの状況



- 2010年も総需要の減少は継続
- ポピュラー価格帯へのダウントレーディングにより、Winstonが成長

Note: (1) Data sources: Industry size, JTI estimates; Price segments, A.C.Nielsen

Market share, %

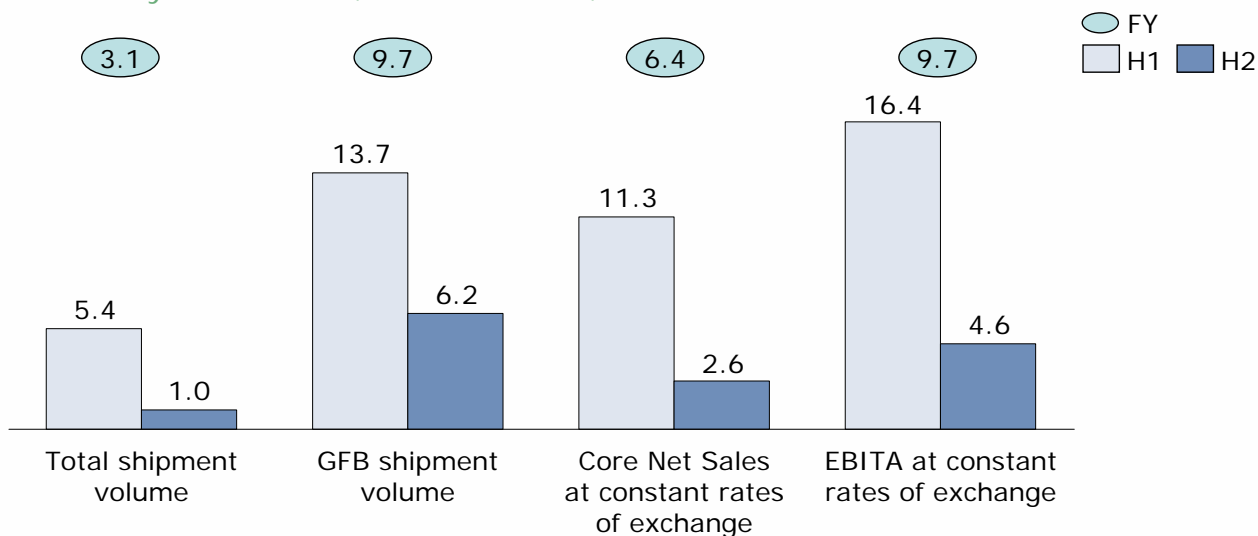


➤ JTIはイタリア市場で唯一シェア増を達成、これは最速成長ブランドであるWinstonが牽引

Note: (1) Data sourced from AC Nielsen

North and Central Europe 主要指標

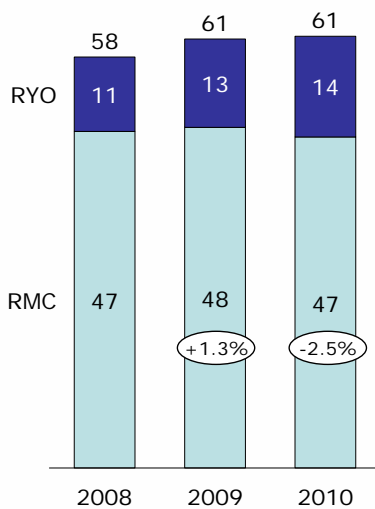
Year over year variation, 2010 vs. 2009, %



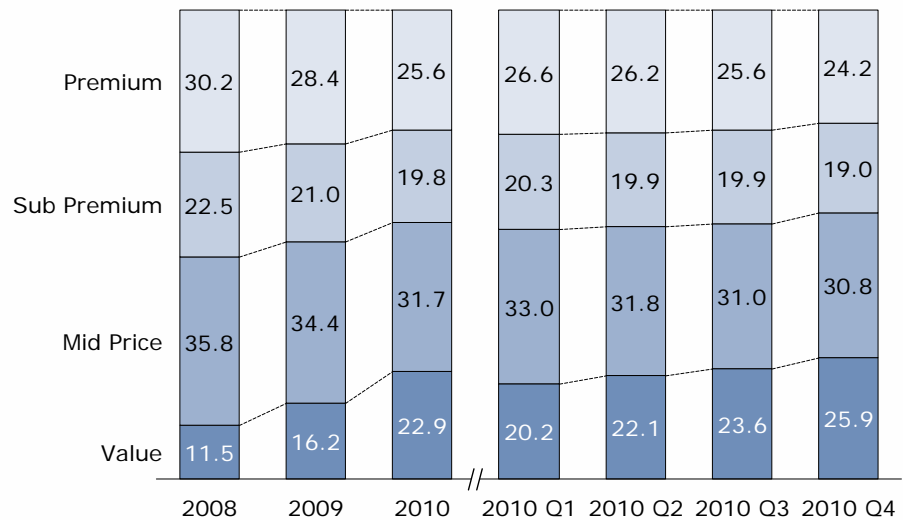
➤ 総販売数量およびGFB販売数量は堅調に増加
 ➤ 力強い単価上昇効果が調整後税抜売上高およびEBITAの成長を牽引

Note: (1) Core Net Sales excludes revenue from distribution, private label, contract manufacturing and other peripheral businesses

Total Industry Size (BNU)



RMC Price Segment Evolution (%)

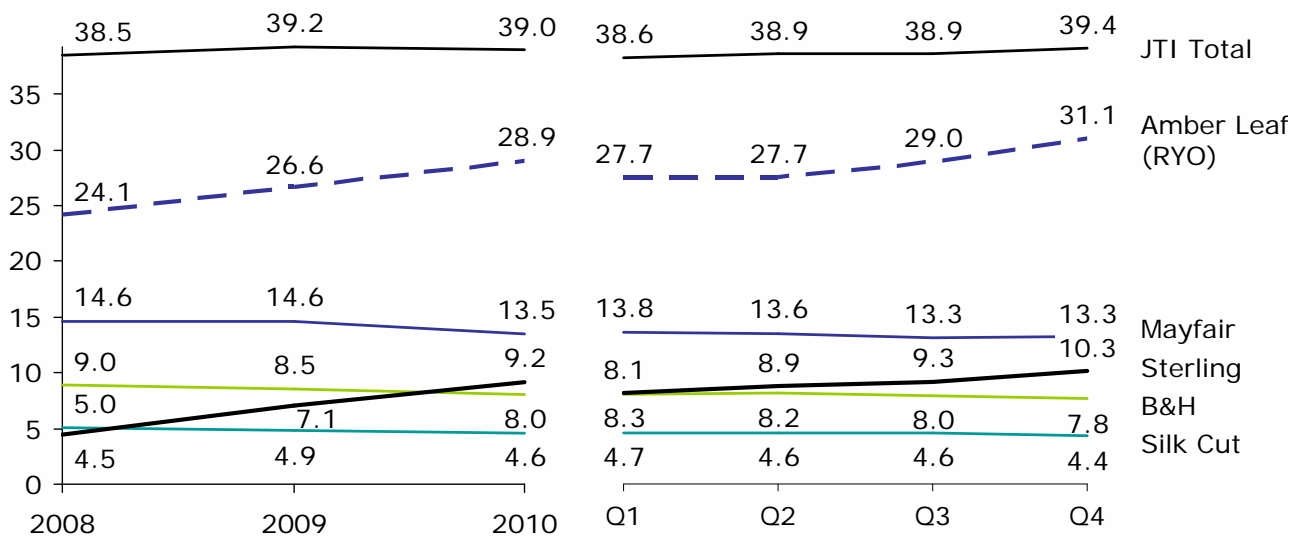


- 総需要の減少およびダウントレーディングの加速
- RYOカテゴリーが急成長、市場全体の23%を占有

Note: (1) Data sources: Industry size, JTI estimates; Price segments, A.C.Nielsen
(2) Share figures restated, due to a change in data source

英国事業の近況

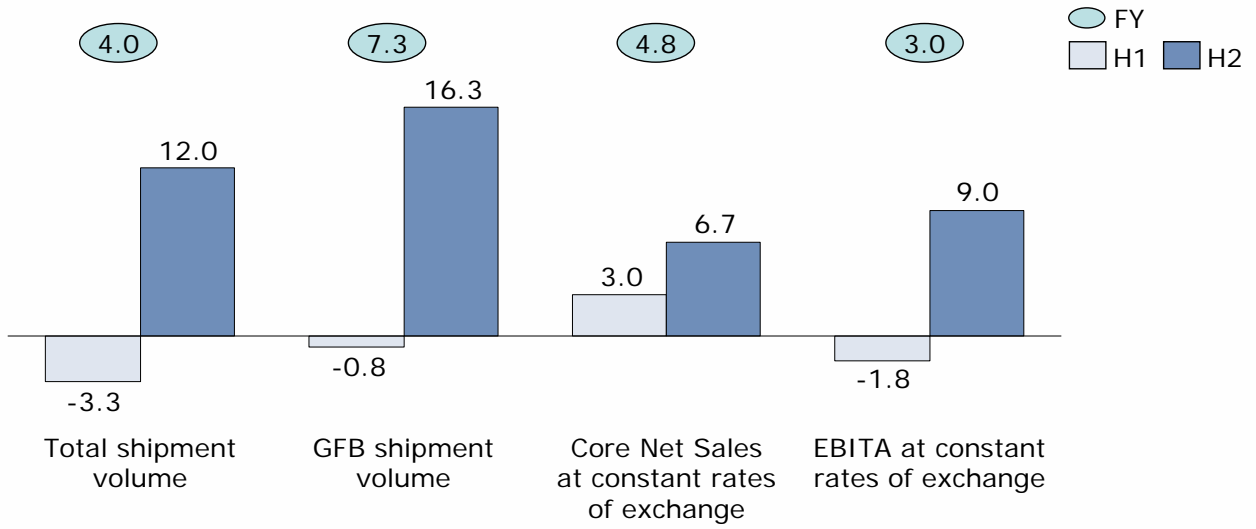
Market share, %



- 市場シェアは一時的に不利な価格差により減少したものの、2010年下期に安定化
- ダウントレーディングの恩恵を受け、Sterlingはバリュー価格帯のリーダーとして成長を継続
- 急成長するRYOセグメントにおいてシェアを拡大

Note: (1) Data sourced from A.C. Nielsen
(2) Share figures restated, due to a change in data source

Year over year variation, 2010 vs. 2009, %

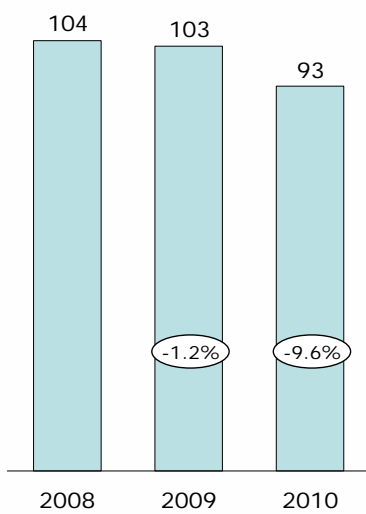


➤ 2010年下期におけるトルコおよび台湾の好転に加え、中東および韓国が力強い数量成長を牽引

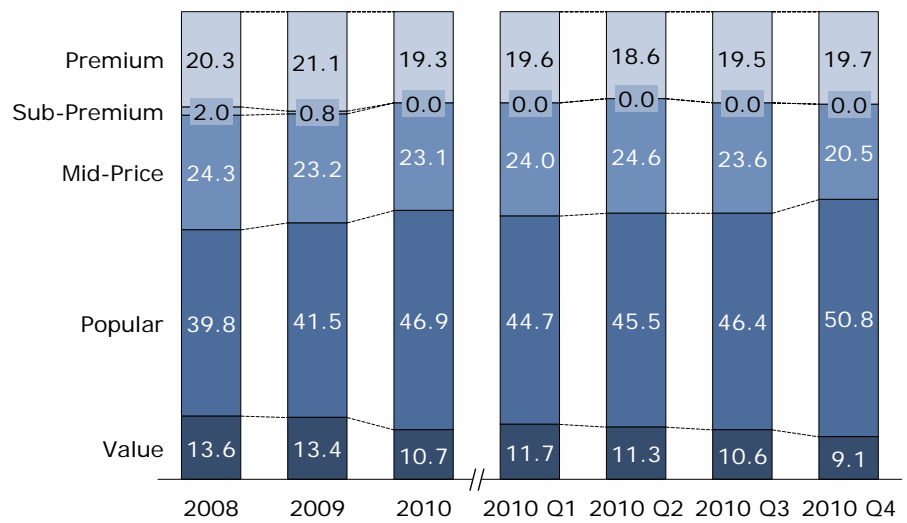
Note: (1) Core Net Sales excludes revenue from distribution, private label, contract manufacturing and other peripheral businesses

トルコ: 市場規模およびセグメント状況

Total Industry Size (BNU)



RMC Price Segment Evolution (%)



➤ 2010年1月の大幅な増税に伴い総需要は9.6%減少、ダウントレーディングが加速

Note: (1) Data sourced from AC Nielsen

Market share, %



➤ 競争が激化する中、Winstonのシェア伸長が寄与し、JTIは市場最速の成長を継続

Note: (1) Data sourced from A.C. Nielsen

結び

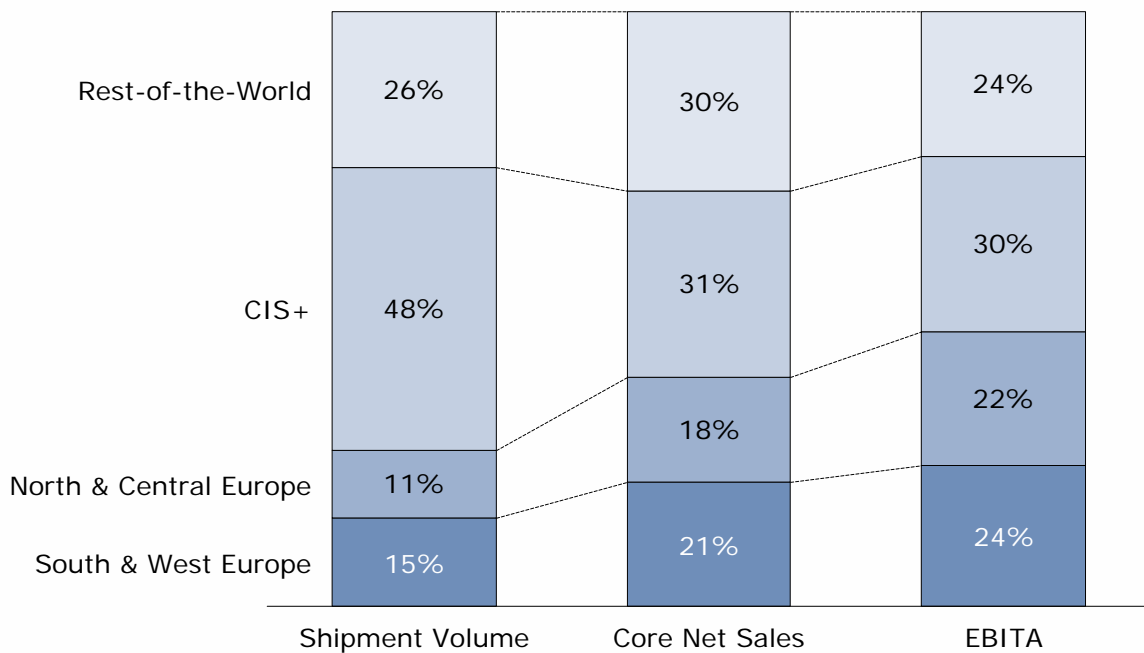
- EBITDAは、財務報告ベースで10.6%、為替中立ベースで7.7%と力強く成長、見込みの6.2%を上回る
- 着実な値上げの実行
- ほぼ全ての主要市場でシェア増
- 回復の兆し
- イノベーションおよびトップライン成長に引き続き注力

➤ 2011年は、為替中立ベースでEBITDA10%成長を目指す

補足資料

補足資料 A: 市場群別 内訳

Clusters contribution to Volume, Core Net Sales and EBITA, %



Note:

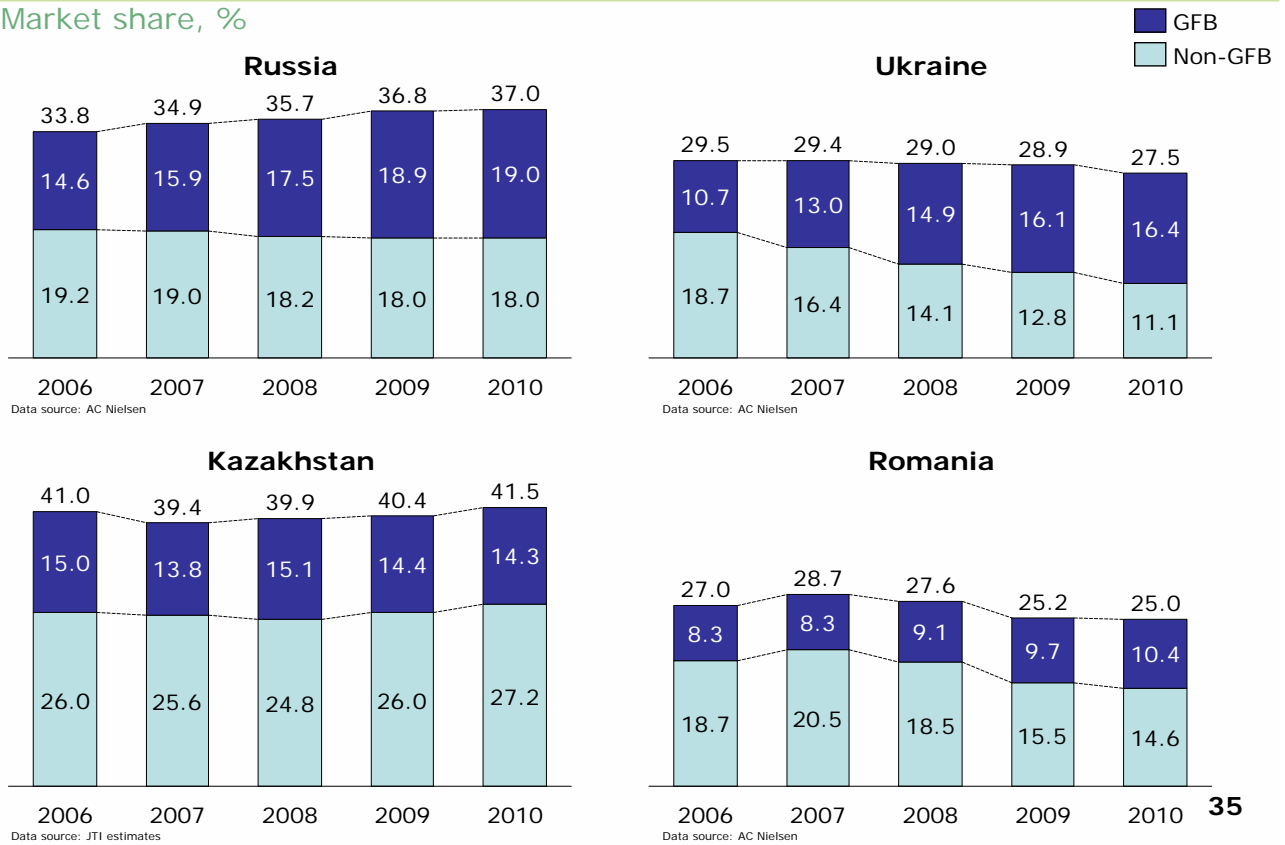
(1) HQ Core Net Sales including in RoW and EBITA before HQ allocation

(2) Core Net Sales, excluding distribution, private label, contract manufacturing and other peripheral businesses

補足資料 B: GFB & Non-GFBのマーケットシェア – CIS+



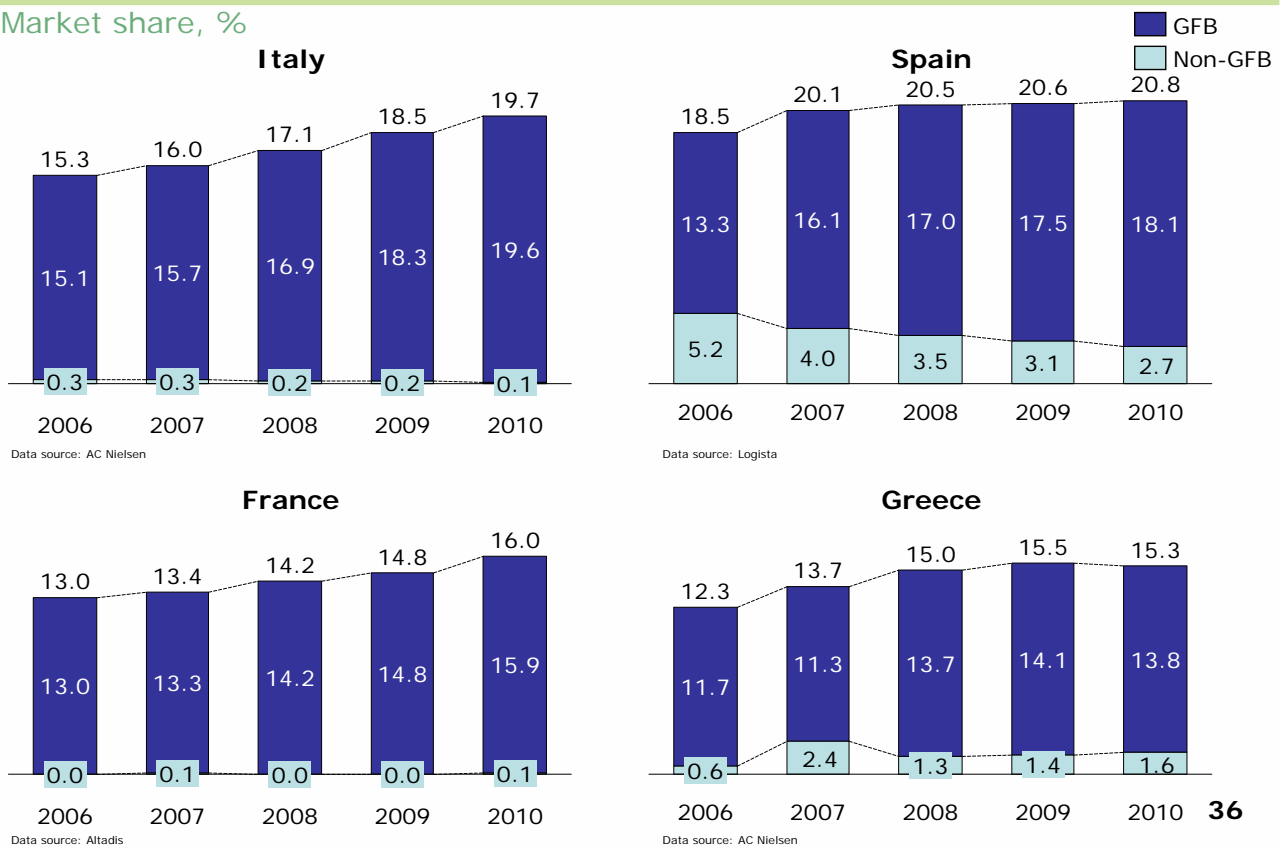
Market share, %



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



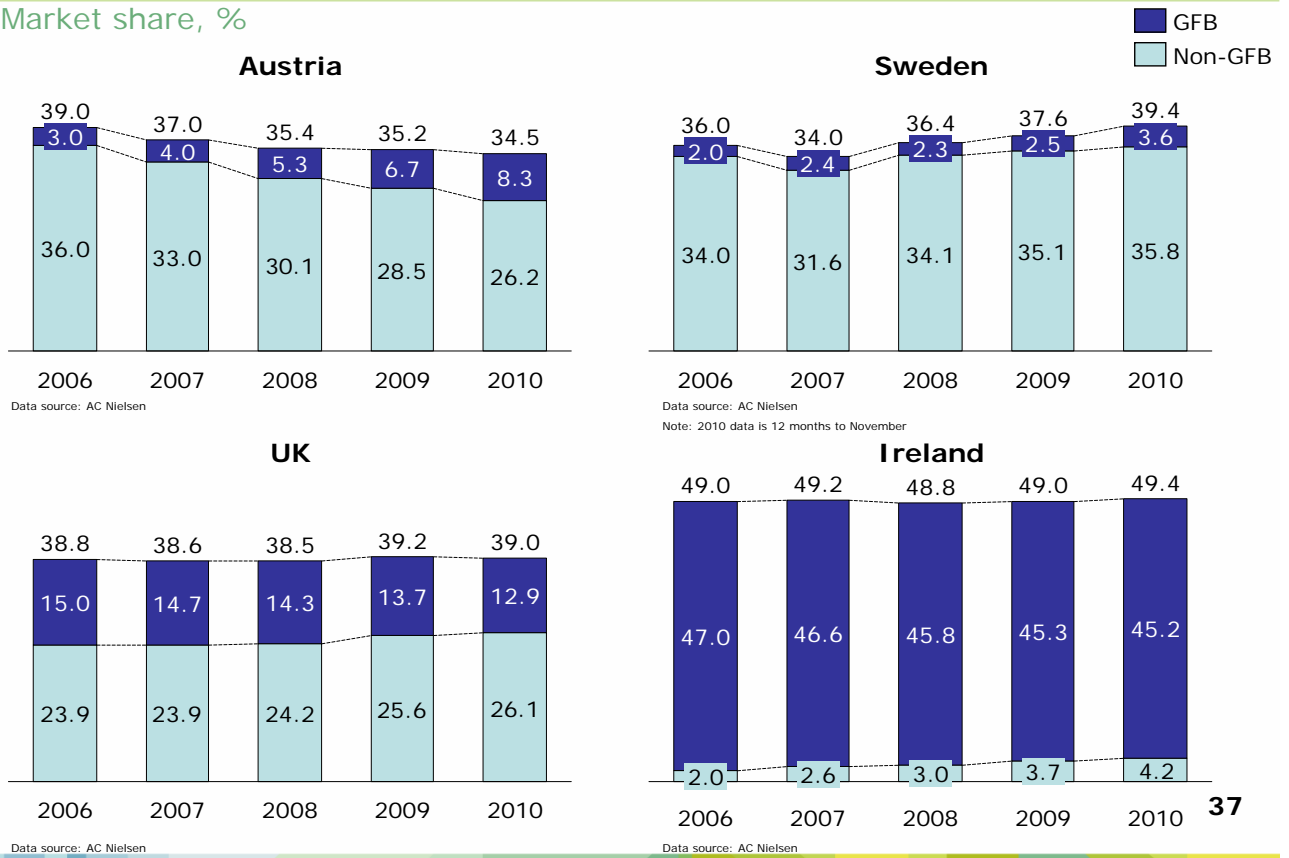
Market share, %



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



Market share, %



補足資料 B: GFB & Non-GFBのマーケットシェア – Rest-of-the-World



Market share, %

