

2014年実績

<全社 Like for Like ベース（1-12月）実績>

Q: 2014年1-12月の実績の概要は。

A: 為替一定ベースの調整後営業利益は、対前年+10.6%と、中長期の目標レンジであるmid- to high-single digitの成長を達成しました。また、為替一定ベースの調整後EPSについても、対前年11.1%成長と、high single-digit成長の中長期目標レンジを達成しています。引き続き、海外たばこ事業が利益成長を牽引しました。

為替影響を含む売上収益、調整後営業利益は、事業成長及び円安のポジティブ影響が、ロシアルーブルをはじめとした現地通貨安のネガティブ影響を上回り、それぞれ対前年2.6%、7.8%成長となりました。

営業利益、当期利益は、国内たばこ事業における競争力強化施策、海外たばこ事業における欧州製造拠点再編に伴うリストラクチャリング費用の計上を主因として、減益となりました。なお、国内たばこ事業のリストラクチャリング費用は約570億円、海外たばこ事業では約290億円を計上しています。

<海外たばこ 実績>

Q: 2014年1-12月期の実績の概要は。

2014年もJTIは力強い財務実績を達成しました。

総販売数量は対前年4.7%減、GFB販売数量は対前年2.0%減となりましたが、これはロシアでの総需要減少の影響が大きかったことによります。ロシア以外の市場を合わせたパフォーマンスを見ると、総販売数量はほぼ前年並の水準であり、GFB販売数量は1.5%の増加となります。

販売数量は減少しましたが、様々な市場でしっかりと値上げを実施し、財務面では力強い成長を遂げました。自社たばこ製品売上収益、調整後営業利益および営業利益率は、為替中立ベースで、それぞれ、3.5%の増収、13.1%の増益、3.2%ポイントの上昇となっています。

高いエクイティを保持するブランド、また、こうしたブランドを市場ニーズを汲み取りつつ適切に組み合わせたブランド・ポートフォリオという強み有していることから、値上げの機会を捉えることができました。

加えて、効率的な経費執行、またロシア流通会社メガポリスへの出資効果も、この利益成長に貢献しました。

Q: 西欧市場での実績は。

South & West Europeクラスターに属する市場の経済環境は、徐々に改善の兆しを見せていますが、可処分所得については、未だ厳しい状況が続いていると認識しています。

2014年、このクラスターの総需要は引き続き減少しました。但し、減少率は過去数年と比較し緩やかなものとなっています。

個々の市場を見てみますと、フランスにおいては、景気の低迷により総需要は減少しています。加えて、増税が実施されたにも関わらず競合他社が値上げを行わなかったため、市場全体の収益性も悪化しています。このような競争環境の中、JTIも増税負担を価格に転嫁することができませんでしたが、様々な価格帯に強いブランドを有するバランスの取れたポートフォリオを背景に、2014年も数量シェアを拡大させています。

イタリアでは、競合他社が一部の既存製品の価格を見直し、低価格セグメントへ配置するという戦略を取りました。この結果、各価格セグメント間の価格差が拡大し、ダウントレーディングが加速しました。このような動きを受けイタリア市場全体の収益は大きく悪化しています。

JTIのSouth & West Europe クラスターのパフォーマンスについては、このように厳しい事業環境下にあったフランスとイタリアでの数量減およびプライス/ミックスの悪化を受け、為替一定ベースの自社たばこ製品売上収益、調整後営業利益は、それぞれ5.1%、10.3%の減少となりました。

Q: ロシア市場の実績は。

2014年のロシアの総需要は、過去最大の増税と景気後退の影響により9.5%の減少となりましたが、これは年度当初の想定範囲内の結果でした。

こうした状況下で、JTIは主力銘柄であるWinstonの小売価格を、2013年12月からの1年間で54ルーブルから71ルーブルへ、17ルーブル、30%強値上げしました。大幅な値上げを実施したにも関わらず、強固なブランド・エクイティに支えられ、Winstonの数量シェアは過去最高の15%を記録しています。

一方で、Winstonが属するサブプレミアムよりも下の価格帯では、競合他社が価格面で戦略的な動きを取り、競争が激化し、これまでのアップトレーディングのトレンドが鈍化し始めています。2014年は、ロシア市場の価格セグメント動向を見ると、サブプレミアム価格帯とミッドプライス価格帯が伸張する結果となりました。

JTIは、サブプレミアム価格帯内シェア57%のWinstonを有し、この価格帯でのNo.1の地位を堅持しています。また、競争が激化しているミッドプライス価格帯においても、LD、Peter 1 といったブランドを保有し、同価格帯内でのリーディングポジションを維持しました。

なお、LDの数量シェアは、2014年上期には競合他社による戦略的価格設定の影響を受け、一時的に減少しましたが、下期はシェア成長への回帰を果たしました。下期のシェア回復は、これまで築き上げてきた強固な基盤の上に、新たに、より値ごろ感のある製品を投入し、ポートフォリオを拡大させたことが奏功したためです。

この結果、GFBの数量シェアは対前年で0.4%ポイント伸長し、23.6%となりました。

<国内たばこ事業 Like for Like ベース（1-12月）実績>

Q: 2014年1-12月の実績の概要は。

A: 2014年の総需要は3.4%の減少となりました。

JTの販売数量は当初見込どおり、対前年-3.6%となりましたが、値上げ幅が比較的大きい20円値上げを行ったブランドへの販促強化および、付加価値の高い新製品の投入による単価効果が貢献し、自社たばこ製品売上収益は、対前年-1%にとどまりました。調整後営業利益は、単価効果に加え、効率的な経費執行により、対前年1.8%成長となりました。

Q: 国内のシェアの状況は。

A: 2014年4月の消費増税後、20円の値上げを行ったブランドを中心に、お客様リテンション施策などの販売促進を強化してきました。加えて、秋以降、「ピース」、「キャビン」、「キャスター」といったブランドから、より付加価値の高い新製品を積極的に投入しています。これら高付加価値製品は、ベースラインよりも高い価格で販売しているにもかかわらず、お客様からご支持をいただいています。

結果、競合他社による価格戦略を含めた販促活動が活発化し、競争環境が厳しさを増すことになりましたが、その中でも、JTのシェアは底堅く推移しています。

特に、MEVIUSは、メビウス・プレミアム・メンソール・オプションを中心に堅調な実績となっており、これまでのブランド投資に支えられたエクイティの強さを証明していると考えています。

Q: 国内外のリストラチャリング、飲料製品の製造・販売からの撤退という従業員に厳しい施策を実施する中で、自社株取得の実施により株主還元を強化するのは、「4S」モデル経営に反するのではないか。

A: JTグループは「お客様を中心として、株主、従業員、社会の4者に対する責任を高い次元でバランスよく果たし、4者の満足度を高めていく」ことを目指す「4S」モデルを経営理念としています。

自社株取得については、経営計画で掲げている、中長期に亘る「調整後EPS（為替一定）」のHigh single-digit成長という目標の達成をより確かなものとするべく、1,000億円を上限に実施することとしました。

JTの経営計画は、3年を期間とし、毎年ローリングを行い策定しています。「調整後EPS（為替一定）」の成長率についてもこのプロセスの中で確認を行い、自社株取得を実施しなくても、今計画期間中の目標達成には一定の自信を得ることができました。一方で、更に長期的な視点から2015年を「投資強化の年」と位置付け、将来の成長に向けた追加的な投資を実施することとしました。

こうした前提に立ち、「調整後EPS（為替一定）」成長目標の達成の確度を一層高め、株主様に対する責任を果たすべきと考え、自社株取得の実施を決定しました。

国内外のリストラチャリングの実施や、飲料製品の製造・販売からの撤退は、それぞれの事業が置かれている環境、当社のリソース等を勘案した結果の決断です。

例えば飲料事業については、様々なオプションを検討しましたが、今後ますます厳しくなる事業環境下で持続的成長を実現する戦略の策定は困難であるとの結論に至りました。中長期的な事業の展望を描けない中で、従業員に対し、報われる可能性の低い努力を求めることは、経営として不適切な判断であり、従業員に対する責任を果たすことはできないものと考えます。

Q: 医薬事業、加工食品事業についての中期的な展望は。

A: 医薬事業、加工食品事業については、中長期的なJTグループの利益成長を補完するという役割を引き続き担っています。

医薬事業においては、近年上市した「スタリビルド」の売上伸長および烏居薬品での新薬の売上成長により、早ければ2016年度中にも黒字転換する手応えを感じています。

加工食品事業については、冷凍うどん、冷凍お好み焼等カテゴリーNo. 1の製品を有し、冷食業界トップ3の地位を盤石なものとしています。加えて、円安の逆風の中でも着実に利益成長を果たしており、加工食品事業を担うテーブルマークグループでは、マーケティング力、コストマネージメント力などの組織としての能力が向上していると考えています。引き続き、少なくとも業界平均に比肩する営業利益率を実現し、グループの利益貢献を目指していく考えです。

事業投資については、たばこの成長投資を最重要視し、医薬・加工食品事業においては、将来の利益貢献につながる基盤強化に向けた投資に注力するという考え方に変更はありません。

Q: 2015年以降の株主還元の方針は。

A: 配当性向については、これまでお約束してきた通り、2015年に連結配当性向50%を実現し、2016年以降は、50%を下限とし、Global FMCGに比肩する水準の実現を目指してまいります。

為替一定ベースの調整後EPSは、中長期に亘ってHigh-single digit成長することを目標としてまいります。なお、自社株買いについては、この目標達成を補完するための手段として検討する、というスタンスに変更はありません。

2015年度業績予想

<全社>

Q: 全社の2015年度業績予想の概要は。

A: 2014年秋以降のロシアンルーブル、ユーロ等の現地通貨安による為替のネガティブ影響を受け、2015年は財務報告ベースでは減収・減益を見込んでいます。財務報告ベースの調整後営業利益は、円安影響が一部相殺するものの、現地通貨対ドルでは1,500億円程度のネガティブな影響を見込んでいます。このネガティブ影響のうち、ロシアンルーブルがおよそ3分の2を占め、その他では、ユーロとスターリングポンドを合わせて10%強と試算しています。

なお、営業利益、当期利益については、2014年に計上した、たばこ事業におけるリストラクチャリング費用が大きく減少することを主因として、調整後営業利益と比べれば、減益幅・減少率が縮小する見込です。

一方、全社利益指標である為替一定ベース調整後営業利益は、海外および国内たばこ事業の成長により、対前年6.8%成長の、7,050億円を見込んでおり、引き続き、中長期に亘る持続的成長を実現できると考えています。

フリー・キャッシュ・フローは、調整後営業利益の減少に加え、一時的要因として競争力強化施策などにもなう費用の支出、および不動産収入の減少などにより、2,820億円を見込んでいます。

2015年度の、一時的要因を除いたフリー・キャッシュ・フローは3,400億円程度と見えています。資本的支出は、主に海外たばこ事業における投資を強化することから、増加する見通しです。

<海外たばこ事業>

Q: 海外たばこ事業の2015年度業績予想の概要は。

A: 2015年の事業環境は引き続き厳しいものとなり、ロシア、欧州等で総需要減少が継続し、JTIの総販売数量に影響を及ぼすものと見ております。

総販売数量については厳しい見通しですが、引き続きGFBをはじめとしたブランド・エクイティ強化と地理的拡大を進めていくことで、GFB販売数量は成長路線へ回帰することを見込んでいます。

また、シェアについては、GFBを牽引役として伸長モメンタムの維持を目指します。

GFB販売数量の増加、シェア伸長に加え、着実に値上げを実施することにより、為替一定ベースの自社たばこ製品売上収益は4.9%の成長を見込んでいます。プライシング環境は堅調であり、2015年2月6日時点で、既に実施した値上げにより、2015年に想定している値上げ効果のおよそ50%を担保しています。

また、為替一定ベースの調整後営業利益については、対前年8%の成長を見込んでいます。プライシング効果をドライバーとし、引き続き高い水準の利益成長を達成する見通しである一方、2015年は、将来の持続的成長に向けた「投資強化の年」と位置付け、事業投資は前年より増加する計画です。

Q: 海外たばこ事業では投資を強化することだが、その内容は？

A: 主に Emerging product のポートフォリオ拡充のための投資を増加します。既に、いくつかの主要市場において、heat-not-burn 製品及び e-cigarette の双方を投入していますが、投資の加速により、heat-not-burnカテゴリーではPloom のアップグレード製品の開発および既存市場での販促強化、e-cigaretteカテゴリーではE-litesやイノベティブな新製品を複数の市場へ投入・拡販していく計画です。

加えて、将来の海外たばこ事業の利益成長を確かなものとすべく、伝統的なシガレット製品についても、JTIのプレゼンスが限られている既存市場での自律的成長を促進するとともに、新規市場への参入機会も積極的に追求していきます。

世界第3位のJTのたばこ事業は、短期的な成果にとらわれることなく、事業成長をより長い時間軸で検討しています。事業投資こそが我々の成功要因であり、上位2社との差を縮めるために取るべき道であるという信念を持っています。現状の厳しい環境下においてこそ、投資を加速することが将来の飛躍に繋がると考えています。

Q: ロシア市場の見通しは。

ルーブルの下落に伴うインフレ圧力により、景気は後退局面へ移行し、ダウントレーディングが進展する可能性があると考えています。

また、2015年通期の総需要については、2014年から大きく改善することは期待できず、9% から11% の減少になると見込んでいます。

しかしながら、こうした厳しい環境の中でも、我々はロシア市場において為替一定ベースでの力強い利益成長を継続することに自信を持っています。

紙巻たばこは比較的手頃な価格で販売されており、引き続き値上げの余地があると認識しています。但し、この厳しい経済環境下で、お客様が追加的な負担に対して過度に反応するリスクもあり、そのリスクが発現した場合には、長期的な収益にネガティブな影響を与えるおそれがあります。短期的な利益の確保と長期的な成長のバランスを勘案し、慎重に値上げ機会を追求していきます。

我々はロシア市場のトップ5のうち2ブランドを含む力強いブランド・ポートフォリオを有しており、GFB 数量シェアを引き続き成長させていくことができる優位なポジションにあると考えています。加えて、Winston XS や LD Clubといったラインエクステンションの投入により、アップトレーディング、ダウントレーディングの双方に対応し得るポートフォリオをさらに強化する考えです。

<国内たばこ事業>

Q: 国内たばこ事業の2015年度業績予想の概要は。

A: 2015年は、新たな運営体制がスタートする年となります。営業支社、製造工場、原料本部等の各拠点における権限拡大、機能強化を図り、変化に対し柔軟かつ機動的に対応することで、更なる競争力強化を図っていきます。加えて、引き続きMEVIUSを中心にブランドエクイティ強化を継続します。

2015年の総需要の見立てについては、現在のところ3%前後の減少と見ています。過去には増税を機に趨勢減が変化したこともあり、今後の状況を見極める必要があると考えています。

JT販売数量は、総需要減少影響により、対前年-3%の1,090億本を見込んでいます。自社たばこ製品売上収益は、販売数量減少の影響を単価効果が一部相殺し、対前年-2.3%の見込です。調整後営業利益については、単価効果および、4月以降の競争力強化施策の効果に加え、引き続き効率的な経費執行に取り組むことにより、対前年約5%の成長を目指していきます。