

主要Q&A

2015年度第1四半期

<全社 Like for Likeベース>

Q: 2015年度第1四半期決算（2015年1-3月 vs 2014年1-3月）の概要は。

A: 売上収益は、海外たばこ事業における為替影響、および前期に国内たばこ事業において消費税増税前の駆け込み需要があったことから販売数量が減少し、5.5%の減収となりました。

一方、全社利益指標である「為替一定調整後営業利益」は、海外たばこ事業における力強いプライシングにより対前年で5.6%成長となりました。

これには昨年が変則期決算であったことによる連結消去のノイズがポジティブに作用したのも含まれています。

前期には、消費税増税前の駆け込み需要が発生しておりますが、今期はこの特殊要因が剥落する中での利益成長であり、通期でのmid- to high-single digitの成長に向け、順調なスタートが切れたと考えています。

営業利益は、海外たばこ事業における為替のネガティブな影響に加え、今期に遊休不動産除却損を計上したことなどから8.4%の減益となりました。

四半期利益は、前期に過年度分も含めて留保利益に係る繰延税金負債を一括計上したことにより、法人所得税費用が相対的に減少し、16.7%の増益となりました。

<海外たばこ事業 Like for Likeベース>

Q: 2015年1-3月期の概要は。

A: 厳しい事業環境の中、力強いGFBのパフォーマンスと、ワンタイムのポジティブな特殊要因により、総販売数量は0.5%、GFB販売数量は8.4%の成長となりました。

為替一定調整後営業利益は力強いプライシングにより13.1%の増益となった一方、財務報告ベースでは、現地通貨安による為替のネガティブな影響を受け13.8%の減益となりました。

円ベース実績は、円安によるポジティブな影響を受け、自社たばこ製品売上収益、調整後営業利益とも、前年とほぼ同水準の実績となっております。

Q: 2015年1-3月期のクラスター別実績は。

A: South & West Europeクラスターでは、各国での景気停滞・増税値上げによる総需要減少影響が継続しているものの、シェアの伸長に加え、フランス、スペイン、イタリアでの流通在庫の充実等により総販売数量、GFBともに伸長いたしました。

フランス、スペインではWinston/Camel、イタリアではB&Hが好調に推移しております。また、これらの主要市場においてFine cutも堅調に推移しており、シェアの伸長に貢献しております。

North & Central Europeクラスターは、UK、ポーランド、特にオーストリアで引き続き総需要が減少しているものの、ドイツ、チェコ等の多くの市場でのGFB販売数量の好調により、総販売数量、GFBともに伸長いたしました。オーストリアではWinstonをはじめとするGFBが、ポーランドではLD、UKではFine cutがシェア伸長に寄与しております。

欧州の一部市場での総需要の減少は、前年と比べて緩やかになっておりますが、大幅な改善を期待することはできません。長期にわたる景気の低迷等により、第2四半期以降も総需要の減少傾向は継続していくものと見ており、楽観視できない状況です。

CIS+クラスターは、新製品投入等をきっかけとしウクライナ等でLDが好調に推移したものの、ロシア、カザフスタンでの総需要減少などにより総販売数量は-13.5%、GFB販売数量は-5.3%となりました。

ロシアでは、総販売数量、GFB販売数量はそれぞれ-19.9%、-12.7%と大幅に減少しました。これは、総需要9.0%の減少に加え、流通在庫調整による一時的な影響や、Mid-Price/Value価格帯での競争が継続したことによるものです。

第2四半期以降は、流通在庫調整の影響は希薄化するため、1-3月期のような大きな減少にはならないものと見込んでいます。

また、Sub-premium価格帯のWinstonの1-3月期の平均シェアは15.2%と前年10-12月期と比べ、0.2ppt改善しています。厳しい環境が続く中、Mid-price価格帯では、LDが好調に推移しております。

Rest of the Worldクラスターでは、様々な市場で数量を伸ばしています。加えて、トルコ、イランでの前年同期の特殊要因による相対的増加もあり、数量が伸長しました。

トルコでは、前年1-3月期には、一時的に数量が低い水準であったことに加え、昨年5月にCamelをPopular価格帯に再配置した効果が継続していることから、GFBを中心に販売数量が大きく伸長しました。

また、台湾でのWinston好調、MEVIUSシェアの回復も数量成長に寄与しております。

以上のように、S&WEクラスター、RoWクラスターでは、一時的な特殊要因により数量が強めに出ております。第2四半期以降はこうした要因の剥落や、トルコでのCamelの価格帯再配置効果が一巡すると見込んでいます。

Q: 米国「Logic社」買収の意義は。

A: 本買収は、JTグループがEmerging Productsカテゴリーでグローバルリーダーを目指すための取組みの一環です。米国市場は、電子たばこの分野において世界最大の規模を有し、最速の成長を続けております。Logic社は、米国市場においてトップ3の地位を有しており、その強力なブランド及び製品ポートフォリオの獲得、流通・販売網の活用により、米国市場への参入機会を得るとともに、強固な事業基盤の確立を更に進めることができると考えています。

また、2014年に買収したZandera社のE-Litesは英国で強固な事業基盤を有しており、今後、欧州においてはE-Lites、米国においてはLogic社製品の基盤強化を行っていく考えです。

Q: 2015年度第1四半期の概要は。

A: 2015年1-3月期の総需要は前年の駆け込み需要の影響を受け13.9%の減少となりました。その影響を除くと、総需要は3.5%前後の減少と見ております。

JTの販売数量はMEVIUS等のシェアの大きいブランドの駆け込み需要がより多く発生したため、総需要の減少を上回り、対前年で16.2%の減少となりました。

前年との比較では大きな減少となっておりますが、この1-3月期の販売数量はほぼ想定通りに推移していると考えております。

自社たばこ製品売上収益は、MEVIUSなどを中心とした注カブランドへの販促強化の効果および単価効果が販売数量の減少を一部相殺し、対前年で12.6%の減少となりました。

調整後営業利益は、継続的なコスト削減等はあるものの、販売数量減影響がそれらを上回り、対前年14.3%の減益となりました。

Q: シェアの状況は。

A: 2014年4月の消費税増税後、MEVIUSをはじめとする注カブランドを中心に販売促進を強化しております。

今年2月に新発売した「メビウス・プレミアムメンソール・オプション・イエロー」3銘柄を含めた「メビウス・プレミアムメンソール・オプション」シリーズはお客様からのご支持をいただいております、MEVIUSシェアは32.1%と堅調に推移しております。