

主要Q&A

2015年度第2四半期

<全社>

Q: 2015年度第2四半期決算（2015年1-6月 vs 2014年1-6月）の実績概要は。

A: 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加え、すべての事業において前年実績を上回ったことから14.1%の成長となりました。

売上収益は、為替のネガティブ影響を、海外たばこ事業の単価上昇効果等が相殺し、前年と同水準となりました。

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、不動産除却損や飲料事業の撤退関連費用を計上したことから6.7%の減益となっております。

一方、四半期利益は、4.7%の増益となりました。

これは、前年同期に過年度分も含めてJTIの留保利益に係る繰延税金負債を一括計上していましたが、今期には同様の計上がないことから、法人所得税費用が相対的に減少したことによるものです。

Q: 2015年全社修正見込の概要は。

A: 為替一定調整後営業利益については、対前年6.8%成長の見込に変更はございません。

売上収益については、当初見込みから為替前提を変更したことによる為替のポジティブな要因があるものの、飲料事業において自販機オペレーター事業を8月以降連結業績から除外する影響により、当初計画を若干下回る見込です。

調整後営業利益は、為替前提の変更に伴い、ルーブル高や円安影響等のポジティブな影響を反映し上方修正いたします。

営業利益および当期利益については、飲料事業の製造販売事業からの撤退費用を織り込むものの、自販機オペレーター事業の株式譲渡益を見込むことから、大幅に上方修正いたします。

<海外たばこ事業>

Q: 2015年1-6月期実績の概要は。

A: 1-6月期のGFB販売数量は、対前年7.2%の成長となりました。

これは、ロシア等において総需要の減少があったものの、トルコでCamelをPopular価格帯へリポジショニングした効果の継続に加え、フランス、スペイン、イタリアでのシェア伸長、およびこれら欧州市場での流通在庫の充実等といった一時的な要因によるものです。

総販売数量については、各市場における総需要減少影響があったものの、GFBのパフォーマンスに牽引され、前年とほぼ同水準となりました。

為替一定調整後営業利益は力強いプライシング効果を主因に、対前年14.6%の増益となりました。

通年見込の対前年8%成長に対し、1-6月の実績が14.6%と高い成長となった要因は、上期の数量成長率が特殊要因によりやや強めであったことや、経費執行が下期に高めの計画であることに加えて、上期から下期へ経費執行の期ズレが起きたことによるものです。

一方、財務報告ベースの調整後営業利益は、ルーブル等の現地通貨安による為替のネガティブな影響を受け、17.5%の減益となりました。

なお円ベース調整後営業利益は、現地通貨安の影響を円安影響が一部相殺し3.2%の減益にとどまっております。

Q: 2015年4-6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、一部市場での増税値上げによる総需要の減少があったものの、主にフランス、スペイン、イタリアおよびベネルクス等の市場で、Winston、CamelのFine Cut等を中心に好調なGFBが牽引し、1-3月期に引き続き総販売数量が増加しました。

North & Central Europeクラスターでは、ドイツ、チェコ、ハンガリーおよびポーランド等の市場でGFB販売数量が好調に推移したことにより、総販売数量、GFB販売数量ともに伸長しました。

総需要は減少しておりますが、ポーランドでのWinston好調およびUKでのFine Cut好調が販売数量の増加に寄与しております。

一部欧州市場での総需要については、前年と比べて緩やかな改善が見られるものの、下期以降も減少傾向は継続していくものとみており、楽観視はできない状況です。

CIS+クラスターは、1-3月期と比べて4-6月期の総販売数量、GFB販売数量は、ともに大幅に改善いたしました。これはロシアでの総販売数量、GFB販売数量の改善に加え、ウクライナ、カザフスタンにおけるLDの好調等によるものです。

ロシアでは、1-3月期には流通在庫調整のネガティブな影響があったことから販売数量が大きく減少しましたが、4-6月期にはその影響がなくなったことにより総販売数量は対前年5.7%、GFB販売数量は3.9%の減少に留まりました。

また、4-5月の総需要の減少が4%台半ばと、1-3月の9%の減少から大きく改善したことも影響しております。1-5月のロシアの総需要は-7%となりましたが、下期には、需要が増える夏場の消費動向を見極める必要があることから、9-11%の減少という総需要の通年見直しを変更しておりません。

Rest of the Worldクラスターでは、一部市場でのローカルブランドの販売数量減少がありましたが、トルコをはじめ、GFBの好調なモメンタムが継続しています。

トルコでは、昨年5月にCamelをPopular価格帯にリポジショニングした効果が引き続き貢献し、GFB販売数量が増加しました。

現在、CamelはトルコでNo.1のブランドとなっております。

また、台湾でのWinston好調、MEVIUSのシェア回復、東南アジアの一部市場における販売数量成長も寄与しております。

Q: ロシアのMoscow工場閉鎖の背景は。

A: ロシア市場においては、度重なる増税や規制の強化、経済環境の悪化を背景に総需要が大幅に減少するなど、事業環境が劇的に変化しております。

事業環境の変化に適切に対応し、事業量に見合った効率的な製造体制を維持する観点から閉鎖することを決定いたしました。

Moscow工場は2016年末までに閉鎖し、当該工場での製造機能を同国のSt. Peterburg工場へ移管する予定です。なお、本件における当社グループの2015年12月期連結業績への影響は軽微ですが、リストラ費用として約50MMUSDを2015年見込に織り込んでおります。また、コスト削減効果と致しましては、年間約20MMUSDを見込んでおり、太宗は2017年より発現する見通しです。

Q: 2015年海外たばこ事業修正見込の概要は。

A: 販売数量については、上期にはフランス、スペイン、イタリアでの流通在庫の充実や、トルコ等での前年の一時的な要因による相対的な数量増といった要因が含まれ、高めの実績となりました。
下期は、これらの一時的要因がなくなることや、トルコでのCamelのPopular価格帯へのリポジショニング効果が一巡すること等、数量成長が減速する要因を認識しています。
加えて、市場環境は引き続き不安定であり、特にロシアについては、例年需要が増える夏場の販売動向、7月の値上げの影響を見極める必要があることから、現時点では総販売数量の見込を変更しておりません。
なお、GFBについては、足元でトルコのCamel/Winston、および欧州のFine Cutが好調に推移していることから、20億本の上方修正といたします。

為替一定調整後営業利益については、上期は10%を超える成長を実現しましたが、下期において、Emerging Productsの更なる強化、地理的基盤の拡大、ブランドエクイティ強化等、将来の持続的成長を支える投資が本格化することに加え、主要市場における経済状況や競争激化等もあることから、対前年8%成長という通期見込を変更しておりません。

今回、現地通貨対ドル、および連結時のドル円レートの為替前提を変更いたしました。

ルーブルレートの変更は損益上ポジティブな影響がありますが、英国ポンド、トルコリラ、ウクライナグリブナ等のレートはネガティブな方向への変更であり、特にトルコリラ、ウクライナグリブナは一定程度のネガティブなインパクトを認識しております。

売上収益と調整後営業利益では通貨構成が異なることから、売上収益にはネガティブに、調整後営業利益にはポジティブに影響すると見込んでおります。

<国内たばこ事業>

Q: 2015年度第2四半期（2015年1-6月 vs 2014年1-6月）の概要は。

A: 1-6月期のJT販売数量は趨勢減に加え、昨年4月の消費税増税影響により総需要が減少したことを主因に、対前年3.7%の減少となりました。

自社たばこ製品売上収益は、販売数量の減少があるものの、主に1-3月期に発現した単価上昇効果等が一部相殺し、対前年1%の減少となりました。

一方、調整後営業利益は、6.8%の増益となりました。これは、単価上昇効果や、4-6月期に発現した競争力強化施策効果に加え、前年の定価改定に伴うコスト等の一時費用の減少が販売数量の減少影響を上回ったことによるものです。

Q: シェアの状況は。

A: 2014年4月の消費税増税以降、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。
競合他社によるベースラインよりも低い価格帯への新製品投入など競争が激化する中、MEVIUSシェアは底堅く推移しております。

中でも「メビウス・プレミアムメンソール・オプション」シリーズが引き続き好調に推移しており、MEVIUSの堅調な実績をしっかりと支えています。

なお、Cabin、CasterのWinstonへのブランド統合について、予定通り8月上旬より名称変更、10月中旬より新デザインへの刷新を実施してまいります。

Q: Caster、CabinのWinston統合を発表しているが、その背景及び統合後のWinstonの位置づけは。

A: 現在の日本市場の価格帯を大きく3つに分けると、400円未満のバリュー価格帯、410円から430円のサブプレミアム価格帯、450円以上のプレミアム価格帯となります。サブプレミアム価格帯は、MEVIUSの430円の価格帯、また、我々のWinston、Cabin、Caster、hi-liteといったブランドや他社の知名度の高いブランドが配置されている420円もしくは410円の価格帯の2つに大きく分けることができます。

2014年4月の消費税増税の際に、MEVIUSについては20円値上げを行いました。また、昨今、他社も含め様々な価格帯の製品展開がなされており、価格の幅が広がってきました。消費税増税後、価格帯を超えて移動し、他の銘柄を選ぶお客様の動きが顕著に表れるようになってきたと我々は分析しています。よって、価格帯毎にベースとなる強いブランドを構築し、各価格帯をリードすることが今後の重点課題であると考えています。

価格帯毎のJTシェアを見てみると、我々がリーディングポジションにあるのはバリュー価格帯と430円の価格帯であり、それ以外の価格帯においては当社にとっての競争が厳しい状況にあります。価格改定を実施した際に価格帯を超えて移動されるお客様が相当数いると想定すると、各価格帯で強いブランドを持ち、移動されるお客様に我々のブランドを選択いただくことが重要な戦略となってくるわけです。そのためのブランド強化の一環として、Cabin、CasterをWinstonへ統合し、投資を集中することにより、将来的にはWinstonをサブプレミアム価格帯No1ブランドとして強化していきたいと考えています。

Q: 2015年国内たばこ事業修正見込の概要は。

A: 通年での総需要は対前年で2.5%程度の減少になると考えております。

厳しい競争環境が継続しておりますが、販売数量については当初見込の達成に向けて努力してまいります。

なお、インバウンド消費の拡大による国内免税における販売数量の増加を受け、自社たばこ製品売上収益は上方修正いたしました。

売上収益は上方修正するものの、調整後営業利益は、円安の進行による原材料費の上昇、および下期での販促強化を織り込み、当初見込からの変更はございません。