

各位

2010年4月28日
日本たばこ産業株式会社

調整後税抜売上高 10%増並びに殆どの主要市場でのシェア増を達成
海外たばこ事業実績速報 2010年1~3月期

実績概要

- 当社の海外たばこ事業を運営する Japan Tobacco International(以下 JTI と呼びます)はロシア、英国、トルコでの単価上昇効果および為替影響により、調整後税抜売上高 ¹10.4%増の 2,372 百万ドル(2009 年度:2,148 百万ドル)を達成。また、為替中立ベース*での調整後税抜売上高は 1.8%増の 2,185 百万ドル。
*前年の為替レートを使用した場合
- 均衡のとれたブランドポートフォリオにより、JTI は困難な経済状況の下、ロシア、イタリア、フランス、トルコを含む殆どの主要市場で市場シェア ²伸長を継続。
- 総販売数量 ³は 6.8%減の 941 億本、GFB⁴販売数量は 4.4%減の 546 億本。数量減少は失業率増加、大幅増税に伴う多数の市場における総需要減少、2009 年半ばに発生したイランでの不安定な事業環境によるもの。
- 調整後千本当税抜売上高 ⁵は 18.6%増の 25.5 ドル(2009 年度:21.5 ドル)。為替中立ベースの調整後千本当税抜売上高は 9.2%増の 23.5 ドル。

2010年1~3月期の海外たばこ事業実績

(2010年1月~3月は速報値)

	2009年 1月~3月	2010年 1月~3月	対前年比 (%)
総販売数量 (億本)	1,009	941	-6.8
うち GFB 販売数量 (億本)	571	546	-4.4
調整後税抜売上高 (百万ドル)	2,148	2,372	10.4
調整後千本当税抜売上高 (ドル)	21.5	25.5	18.6

¹ 調整後税抜売上高については、物流事業、プライベートブランド、製造受託、その他を控除した売上高を用いています。

² 出典：AC Nielsen、Core EPOS 及び JTI 内部データ。12ヶ月移動平均ベース。

³ 総販売数量は、プライベートブランド、製造受託の製品を除き、シガー、パイプ、スヌースを含めた販売数量を用いています。

⁴ GFB はウィンストン、キャメル、マイルドセブン、ベンソン・アンド・ヘッジス、シルクカット、LD、ソプラニー、グラマーの 8 ブランドです。

⁵ 調整後千本当税抜売上高については、プライベートブランド、製造受託を除き、シガー、パイプ、スヌースを含めた総販売数量から、売上高に計上していないジョイントベンチャーの販売数量を控除した販売数量を用いています。

地域別⁶販売実績

South & West Europe 地域での総販売数量は、スペインおよびイタリアでの前年同期の在庫水準が高めであったことおよび総需要減少により、9.2%減となりました。フランスにおける「ウィンストン」および「キャメル」の伸長により、スペイン、イタリアを除いた South & West Europe 地域の販売数量は増加しました。JTI の市場シェアはイタリア、フランス、ギリシャ、スイス、オランダにおいて前年同期比で増加しました。

North & Central Europe 地域での総販売数量は、6.9%増となりました。主に英国における「スターリング」の成長と2010年3月の増税前に発生した在庫調整影響、並びにポーランドでの「LD」の伸長が寄与しました。GFB 販売数量は16.2%増となりました。JTI の市場シェアは英国、アイルランド、スウェーデン、ドイツ、ポーランドにおいて前年同期比で増加しました。

CIS+地域での総販売数量は、主にロシアでの総需要減少の影響により、9.7%減となりました。ロシアでは、景気後退に伴う総需要の著しい減少(対前年同期比-11%)が2009年下期から発生しました。ルーマニアとウクライナでは増税に伴う値上げおよび景気後退に伴う総需要の深刻な減少を受け、数量が減少しました。GFB の販売数量は5.3%減となりました。JTI の市場シェアはロシアにおいて前年の36.1%から36.8%に伸長し、カザフスタンでも増加しました。

Rest of the World 地域での総販売数量は、2009年下期に発生したイランでの不安定な事業環境による数量減がカナダ、フィリピンなど複数の市場での成長を相殺し、5.9%減となりました。GFB の販売数量は4.5%減となりました。JTI の市場シェアは、トルコ、マレーシア、韓国、カナダにおいて前年同期比で増加しました。

グローバル・フラッグシップ・ブランド(GFB)

「ウィンストン」の販売数量は、中近東、フィリピン、フランスにおいて増加したものの、ロシア、イラン、スペイン、トルコでの減少により、6.5%減となりました。

「キャメル」の販売数量は、トルコ、ウクライナにおいて引き続き成長した一方、イタリア、スペインでの減少により、4.7%減となりました。

「マイルドセブン」の販売数量は韓国で成長したものの、台湾での販売数量減により、9.3%減となりました。

「LD」はロシアで総需要減の影響を受け、販売数量が減少しました。一方、中・低価格帯商品であり、ポーランド、ウクライナで数量を伸ばしたことから、総販売数量が9.2%増となりました。

⁶ JTI の事業をより深く理解していただくために、世界を4地域(South & West Europe, North & Central Europe, CIS+, Rest of the World)に区分けしていますが、JTI の経営管理区分を反映したものではありません。

[参考]

為替中立ベースでの事業実績

(2010年1月～3月は速報値)

	2009年 1月～3月	2010年 1月～3月	対前年比 (%)
調整後税抜売上高 (百万ドル)	2,148	2,185	1.8
調整後千本当税抜売上高 (ドル)	21.5	23.5	9.2

【本件に関するお問い合わせ】

JT IR 広報部 東京都港区虎ノ門 2-2-1 代表 03-5572-4291