



Japan Tobacco Inc./JT International

2006年 海外たばこ事業実績（速報）

2007年2月9日

Tokyo, Japan

quality commitment innovation synergy



1

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

2

Jean-François Leroux

Senior Vice President
Finance, Information Technology and CFO

- 財務実績概要 -

たばこ業界最速の継続的な成長
各主要指標は全て2桁の成長率

- 総販売数量 10.4%増*
- Global Flagship Brand (GFB) 販売数量 13.6%増*
- 税抜売上高 11.1%増*
- EBITDA 17.8%増*^

* Like-for-like 2006 vs. 2005

^ 本資料のEBITDAは全てJTへのロイヤリティ支払い前

ハイライト – 通年実績 (like-for-like)



	2005	2006	Change	
総販売数量	2,175	2,401	226	10.4%
GFB販売数量	1,312	1,491	179	13.6%
(億本)				
税抜売上高*	4,256	4,729	473	11.1%
EBITDA	925	1,090	165	17.8%
(百万US\$)				

*2005年の税抜売上高は2006年の会計基準(US GAAP)に基づいて修正。従来より日本市場における売上高は、連結消去されている。

Like-for-like:

- 2005年の日本市場向けJTI製品を除く
- 本資料中、以降のスライドにおいては、比較のため、特に注記したものを除き全て like-for-likeベースで記載

5

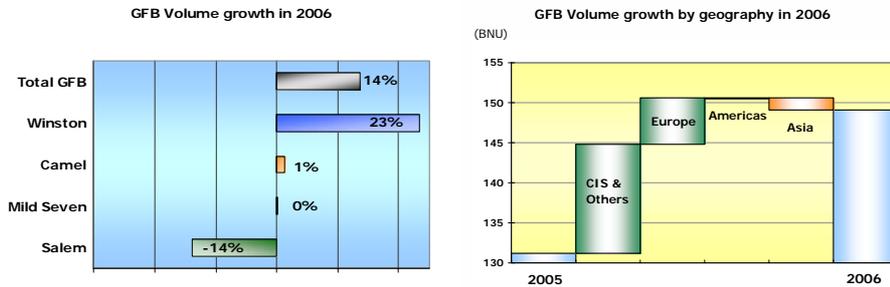
成長を支えるドライバー – 販売数量の推移



- バランスのとれた力強い継続的数量成長
- Global Flagship Brands (GFB)は総販売数量の62%を占める

6

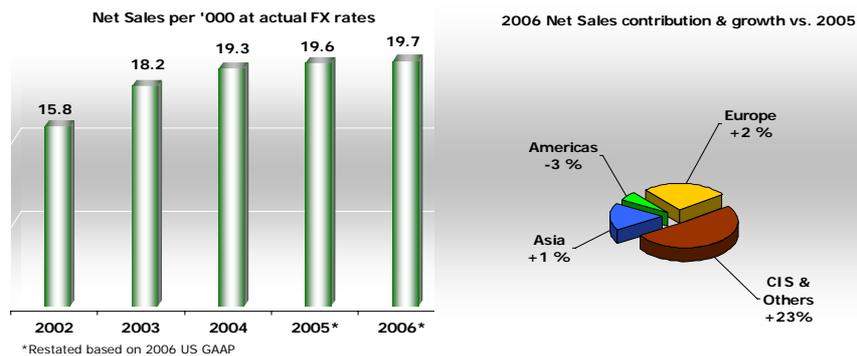
成長を支えるドライバー – GFB販売数量



- ウィンストンの販売数量は900億本を突破
- CISその他地域と西欧地域がGFB販売数量の成長を牽引

7

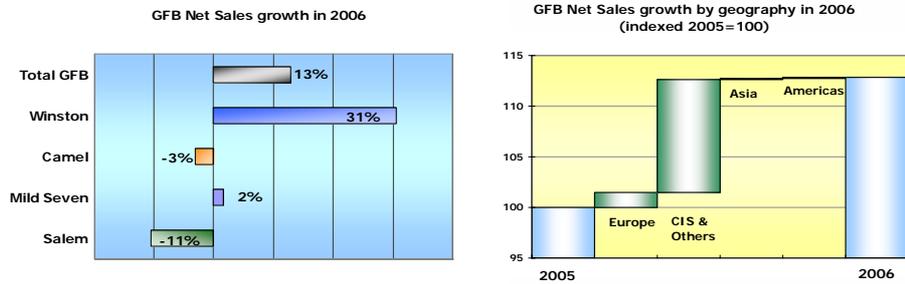
成長を支えるドライバー – 税抜売上高



- 限定された千本当税抜売上高の成長は、価格競争の激化による
- 西欧地域の税抜売上高の成長率は、スペインの影響を受ける

8

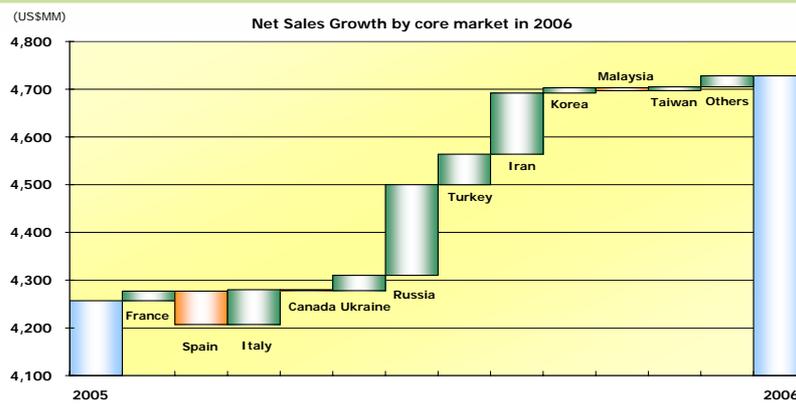
成長を支えるドライバー – GFB税売上高



- ウィンストンがGFB税売上高の成長を牽引、キャメルはスペインの影響を受ける
- 全ての地域がGFB税売上高の増加に貢献

9

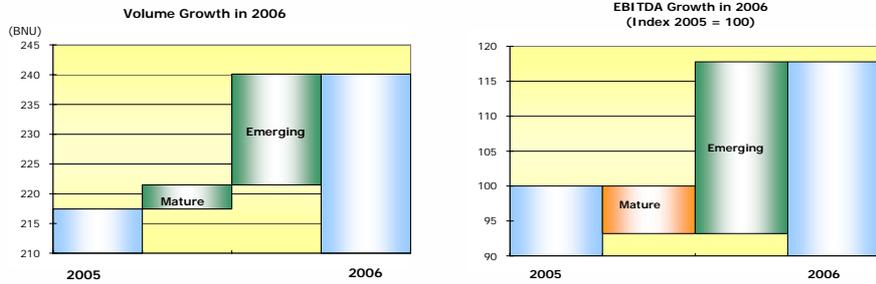
成長を支えるドライバー – 中核市場の税売上高



- 中核市場がJTIの税売上高を牽引
- スペインの減収は西欧地域内だけで補完

10

成長実現への取り組み – 新興市場と成熟市場*

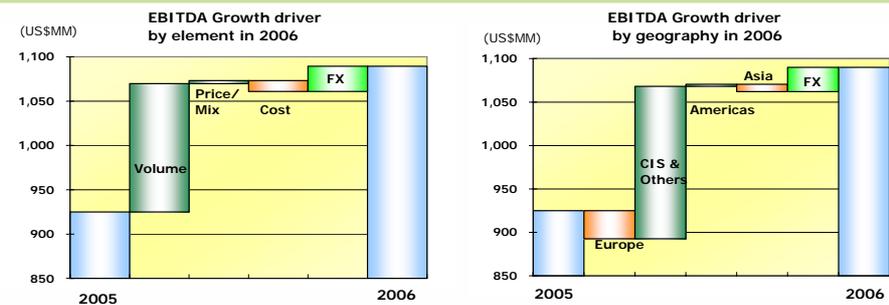


- 数量成長、EBITDA成長は主に新興市場が牽引
- スペインを除けば、成熟市場はEBITDA成長に貢献

*新興市場と成熟市場の分類は、世界銀行の定義を参考にしている

11

成長実現への取り組み – EBITDAロードマップ

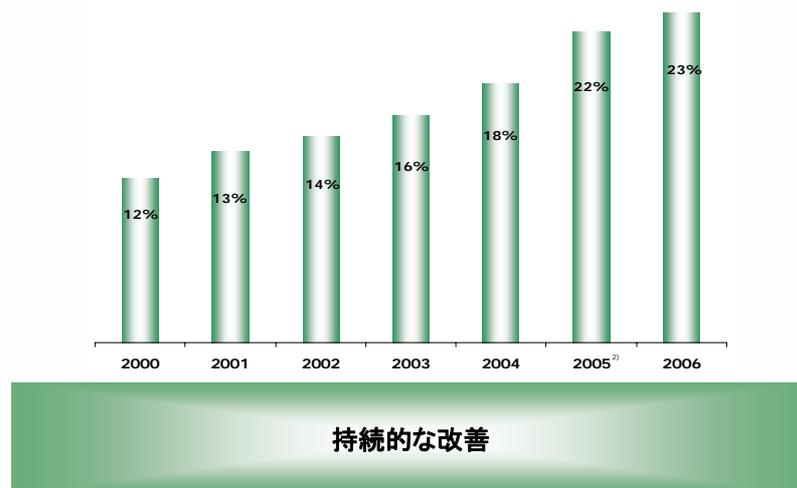


- 数量成長が利益成長を牽引
- 事業拡大を適切に支える組織力の強化に向けた投資

12

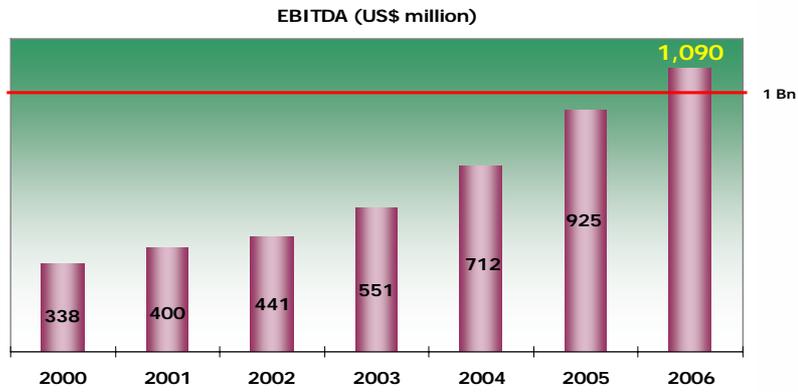
引き続き以下に注力:

- GFBブランド価値の強化
- ブランドポートフォリオの活用と展開
- 販売接点での競争力向上
- 中核市場への集中
- 製品品質を担保した上でのコスト削減
- 高次元での企業の社会的責任の遂行
- 人材への投資



1) EBITDAマージン = EBITDA / 税抜売上高
2) 2006年1月1日からの会計基準変更を適用したベースで算出

一貫性 – EBITDAの成長



EBITDAは10億ドルの大台を突破

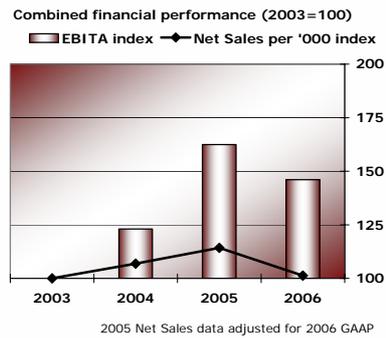
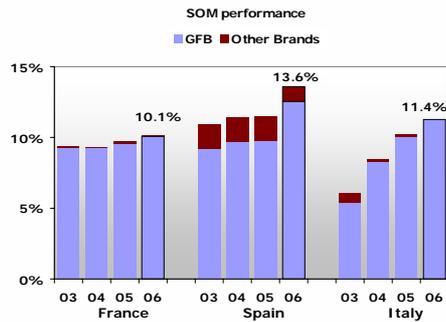


(このスライドは空白です)



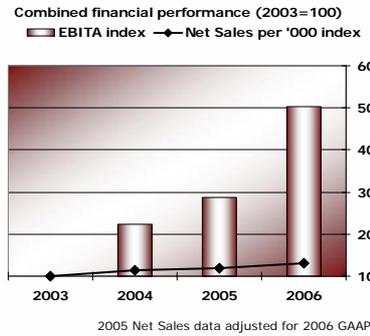
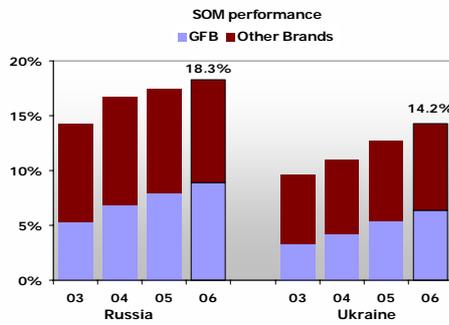
地域別事業基盤

Sources: フランス・スペインの市場シェアは出荷ベース、カナダの市場シェアはJTI推計
 イランの市場シェアは入手不能、その他全ての市場シェアはACNielsenによる



- 全ての中核市場でGFBの市場シェアは着実に増加
- スペインの影響を受けるも、2006年のEBITAは2003年比1.5倍に
- EBITAは、2003-2006年の間、年平均10%で成長

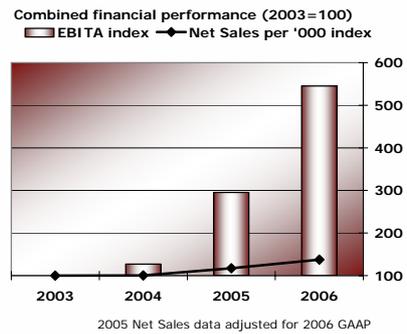
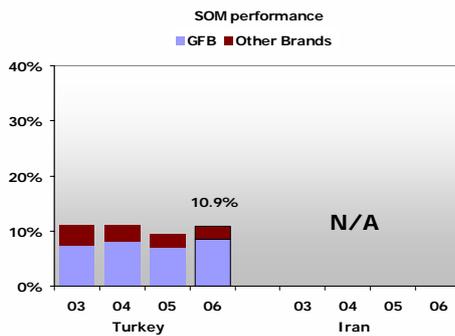
補足資料 – ロシア、ウクライナ



- 強固なインターナショナルブランドのポートフォリオが消費者の上位価格帯シフトを捉える
- 千本当税抜売上高は着実に改善
- EBITAは、2003-2006年の間、年平均50%で成長

18

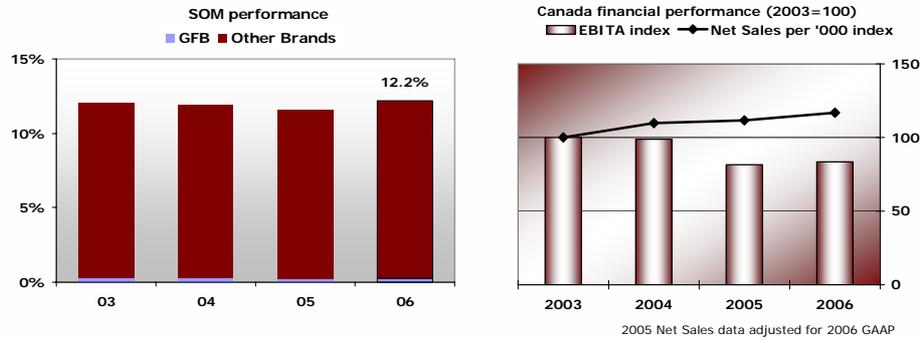
補足資料 – トルコ、イラン



- トルコでは、GFBが再び成長路線に回帰
- イランでは、No.1グローバルたばこ会社としての地位を更に拡大
- EBITAは2003-2006年の間、年平均53%で成長

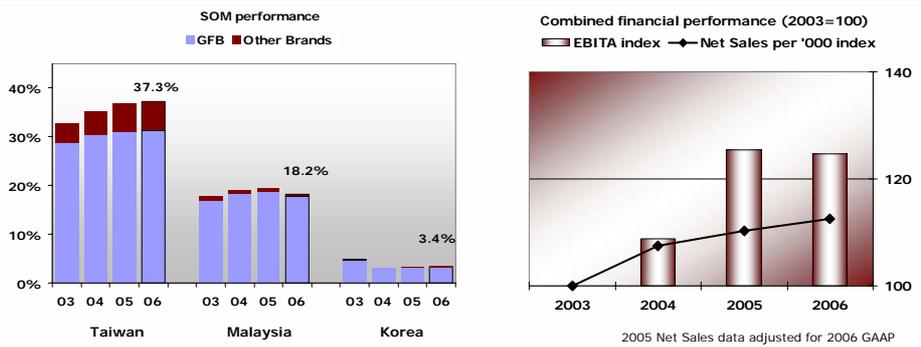
19

補足資料 – カナダ



- エクスポートAはプレミアムセグメント内シェアが増加
- EBITAは低価格帯セグメントの成長により減少

補足資料 – 台湾、マレーシア、韓国



- 市場シェアは、台湾で引き続き向上、韓国で安定化
- マレーシアは市場環境変化の影響が継続
- EBITAは2003–2006年の間、年平均6%で成長