

Japan Tobacco International (JTI)  
海外たばこ事業実績補足資料(2015年1-6月期及び4-6月期)

## JTI 力強いプライシングにより為替一定ベースで増収増益

(億本、百万ドル)	4-6月		前年同期比 増減率	1-6月		前年同期比 増減率
	2015	2014		2015	2014	
総販売数量 <sup>1</sup>	1,031	1,029	0.2%	1,912	1,906	0.3%
GFB 販売数量 <sup>1</sup>	719	677	6.2%	1,319	1,230	7.2%
自社たばこ製品売上収益 <sup>2</sup>	2,693	3,115	-13.6%	5,061	5,876	-13.9%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	3,331	3,115	6.9%	6,272	5,876	6.7%
調整後営業利益	889	1,124	-20.9%	1,770	2,147	-17.5%
為替一定ベース 調整後営業利益	1,305	1,124	16.1%	2,461	2,147	14.6%

### ハイライト

#### 3ヵ月実績(2015年4-6月期)

- 為替一定ベースでの調整後営業利益は、複数の主要市場における力強い価格・ミックス効果と GFB 販売数量の増加により 16.1%増。財務報告ベースでの調整後営業利益は為替影響を受けて 20.9%減。
- 為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は 6.9%増。財務報告ベースでは為替影響を受けて 13.6%減。
- 総販売数量及び GFB 販売数量は、それぞれ 0.2%増、6.2%増。これは、イタリア、ウクライナ、カザフスタン、スペイン、チェコ、ドイツ、トルコ、フランス及びベネルクスにおける成長によるものです。Fine cut は、GFB が 36.6%成長したことにより、数量ベースで 13.9%増。
- 紙巻たばこ及び fine cut を含む市場シェア<sup>3</sup>は、主要市場である英国、スペイン、台湾、トルコ、フランスにおいて伸長。ロシアでは「ウinston」及び「LD」が貢献し、GFB 市場シェアは引き続き伸長。

#### 6ヵ月実績(2015年1-6月期)

- 為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益及び調整後営業利益は、堅調な価格・ミックス効果及び GFB 販売数量の増加により、それぞれ 6.7%増、14.6%増となりました。
- 財務報告ベースでの自社たばこ製品売上収益及び調整後営業利益は、為替影響を受けて、それぞれ 13.9%減、17.5%減。
- 総販売数量及び GFB 販売数量は、イタリア、スペイン、台湾、チェコ、ドイツ、トルコ、フランス及びベネルクスにおける増加に加え、中東とトルコにおける昨年の流通在庫調整のプラス要因により、それぞれ 0.3%増、7.2%増。Fine cut は GFB が 34.2%成長したことにより、数量ベースで 13.8%増。

## 業績レビュー

### 3ヶ月実績(2015年4-6月期)

- 為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、216 百万ドル増(6.9%増)の 3,331 百万ドル。この成長は、価格・ミックス効果 235 百万ドルによるもの。
- 為替一定ベースでの調整後営業利益は、181 百万ドル増(16.1%増)の 1,305 百万ドル。この成長は価格・ミックス効果 227 百万ドルによるもの。
- 財務報告ベースでの自社たばこ製品売上収益及び調整後営業利益は、不利な為替影響により、それぞれ 13.6%減、20.9%減。

### 総販売数量

総販売数量は、主にイタリア、ウクライナ、カザフスタン、スペイン、チェコ、ドイツ、トルコ、フランス、ベネルクスの成長が、ロシアにおける市場縮小、及び中東・アフリカの一部市場におけるローカルブランドの減少を上回り、0.2%増の 1,031 億本となりました。Fine cut は、スペイン、ドイツ、フランス及びベネルクスで成長し 13.9%増となりました。

(億本) 地域	4-6 月		前年同期比 増減率
	2015	2014	
South & West Europe	169	160	5.0%
North & Central Europe	132	130	2.0%
CIS+	422	432	-2.3%
Rest-of-the-World	308	307	0.3%
<b>Total JTI</b>	<b>1,031</b>	<b>1,029</b>	<b>0.2%</b>

### GFB 販売数量

GFB 販売数量は、イタリア、ウクライナ、カザフスタン、スペイン、チェコ、ドイツ、トルコ、フランス、ベネルクス、ルーマニアに牽引され、6.2%増の 719 億本となりました。GFB の fine cut は、スペイン、ドイツ、フランス及びベネルクスで成長し、36.6%増となりました。総販売数量における GFB 販売数量の構成比は前年同期比で 4.0 パーセントポイント増加し、69.7%となりました。

「ウinston」の販売数量は、スペイン、チェコ、ドイツ、トルコ、フランス、ベネルクス、ポーランドにおいて成長し、2.2%増の 348 億本となりました。「ウinston」の fine cut はスペイン、ドイツ、フランス、ベネルクスにおいて成長し、48.7%増となりました。

「キャメル」の販売数量は、イタリア、韓国、チェコ、トルコ、ベネルクスにおいて成長し、12.2%増の 132 億本となりました。「キャメル」の fine cut は主にスペイン及びベネルクスにおいて成長し、28.3%増となりました。

「メビウス」の販売数量は、台湾、東南アジア市場、マレーシアにおいて成長したものの、韓国における 2015 年 1 月の急激な増税に伴う市場縮小による数量減の影響が上回り、0.9%減の 43 億本となりました。

「LD」の販売数量は、主にウクライナ、カザフスタン及びカナダにおいて成長し、17.7%増の 133 億本となりました。「LD」の fine cut はポーランドにおいて成長し、5.7%増となりました。

## 地域別実績

### South and West Europe

(億本、百万ドル)	4-6 月		前年同期比 増減率
	2015	2014	
総販売数量	169	160	5.0%
GFB 販売数量	148	137	8.0%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	616	574	7.3%

South and West Europe 地域の総販売数量及び GFB 販売数量は、主にイタリア、スペイン、フランス、ベネルクスにおける成長により、それぞれ 5.0%増、8.0%増となりました。市場シェアはギリシャ、スイス、スペイン、フランス及びベネルクスで伸長しました。

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、堅調な数量増に加え、価格・ミックス効果(21 百万ドル)が牽引し、7.3%増となりました。

フランスでは、総販売数量及び GFB 販売数量は、「ウinston」に牽引され、それぞれ 6.7%増、9.9%増となりました。Fine cut は「ウinston」、「キャメル」及び「フリュードペイ」が貢献し、数量ベースで 18.0%増となりました。市場シェアは、「ウinston」と「キャメル」が牽引し、0.7 パーセントポイント増の 21.1%となりました。

イタリアでは、総販売数量及び GFB 販売数量は、主に「キャメル」、「ウinston」及び「ベンソン・アンド・ヘッジス」が牽引し、それぞれ 5.0%増、5.6%増となりました。Fine cut は GFB に牽引され、数量ベースで 15.8%増となりました。市場シェアは、0.9 パーセントポイント減の 20.0%となりました。なお、3 ヶ月移動平均ベースでは「キャメル」及び「ベンソン・アンド・ヘッジス」が牽引し、1-3 月期と比して 1.1 パーセントポイント増の 21.0%となりました。

スペインでは、「ウinston」、「キャメル」及び「ベンソン・アンド・ヘッジス」が貢献し、総販売数量及び GFB 販売数量はそれぞれ 4.0%増、7.0%増となりました。Fine cut は主に「ウinston」、「キャメル」及び「アンバーリーフ」が貢献し、数量ベースで 38.3%増となりました。市場シェアは、「ウinston」が牽引し、0.7 パーセントポイント増の 22.0%となりました。

### North and Central Europe

(億本、百万ドル)	4-6 月		前年同期比 増減率
	2015	2014	
総販売数量	132	130	2.0%
GFB 販売数量	76	71	7.8%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	638	594	7.4%

North and Central Europe 地域の総販売数量及び GFB 販売数量は、主にチェコ、ドイツ、ハンガリー及びポーランドが貢献し、それぞれ 2.0%増、7.8%増となりました。市場シェアは、アイルランド、英国、スウェーデン、チェコ、ドイツ、ハンガリー及びポーランドで伸長しました。

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、価格・ミックス効果(41 百万ドル)及び GFB の数量増効果により、7.4%増となりました。

オーストリアでは、総販売数量は市場縮小により 4.0%減となったものの、「ウinston」及び「キャメル」が牽引し、GFB 販売数量は 2.0%増となりました。市場シェア<sup>4</sup>は、3 カ月移動平均ベースでは、対前年同期と比して 0.2 パーセントポイント減の 31.4%となりました。

ポーランドでは、「ウinston」が牽引し、総販売数量及び GFB 販売数量がそれぞれ 4.5%増、5.0%増となりました。市場シェアは「LD」、「キャメル」及び「ウinston」が牽引し、0.9 パーセントポイント増の 16.4%となりました。

英国では、市場縮小及び Value 価格帯へのダウントレーディングの影響を受け、総販売数量は 2.8%減、GFB 販売数量は 9.3%減となりました。Fine cut は数量ベースで 2.3%増となりました。市場シェアは、同市場において No.1 ブランドである「アンバーリーフ」、及び「スターリング」が貢献し、0.5 パーセントポイント増の 41.6%に伸長しました。

## CIS+

(億本、百万ドル)	4-6 月		前年同期比 増減率
	2015	2014	
<b>総販売数量</b>	422	432	-2.3%
<b>GFB 販売数量</b>	309	302	2.4%
<b>為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益</b>	1,181	1,052	12.3%

CIS+ 地域では、ウクライナ、カザフスタン及びルーマニアが牽引し、GFB 販売数量が 2.4%増となりましたが、総販売数量は主にロシアにおける市場縮小により、2.3%減となりました。

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、価格・ミックス効果(167 百万ドル)により、12.3%増となりました。

ルーマニアでは、総販売数量が 0.8%減となったものの、「ウinston」、「ソブラニー」、及び「ベンソン・アンド・ヘッジス」が貢献し、GFB 販売数量は 19.8%増となりました。市場シェアは、GFB が貢献し 0.1 パーセントポイント増の 25.2%となりました。

ロシアでは、総販売数量及び GFB 販売数量が、それぞれ 5.7%減、3.9%減となりました。これは主に当期の市場規模が 4.5%縮小<sup>5</sup>したことに加え、低価格帯での競争継続の影響によるものです。市場シェア及び売上シェアがそれぞれ 1.5 パーセントポイント減の 34.2%、1.3 パーセントポイント減の 35.1%となりました。GFB の市場シェアは、「ウinston」のシェア 15.2%、及び「LD」のシェア 6.1%に牽引され 0.3 パーセントポイント増の 23.8%となりました。

## Rest-of-the-World

(億本、百万ドル)	4-6 月		前年同期比 増減率
	2015	2014	
<b>総販売数量</b>	308	307	0.3%
<b>GFB 販売数量</b>	185	166	11.2%
<b>為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益</b>	896	895	0.1%

Rest-of-the-World 地域では、総販売数量は 0.3%増となりました。GFB 販売数量は、カナダ、台湾、中東、東南アジア市場、及びトルコでの成長により 11.2%増となりました。市場シェアは、カナダ、韓国、台湾、トルコ、マレーシアで伸長しました。

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、0.1%増となりました。

台湾では、総販売数量及び GFB 販売数量が、「メビウス」、「ウinston」、及び「LD」に牽引され、それぞれ 2.3%増、2.8%増となりました。市場シェア及び売上シェアは、それぞれ 0.3 パーセントポイント増の 39.0%、0.5 パーセントポイント増の 44.8%となり、市場 No.1 の地位をより強固にしております。

トルコでは、総販売数量及び GFB 販売数量は、「キャメル」及び「ウinston」が好調に推移し、それぞれ 28.2%増及び 28.8%増となりました。市場シェアは、「キャメル」が 9.2 パーセントポイント増の 12.0%に伸長し、同市場で No.1 ブランドとなったことを受け、3.9 パーセントポイント増の 30.8%となりました。

## 業績レビュー

### 6ヶ月実績(2015年1-6月期)

- 為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、396 百万ドル増(6.7%増)の 6,272 百万ドル。この成長は、価格・ミックス効果 446 百万ドルによるもの。
- 為替一定ベースでの調整後営業利益は、314 百万ドル増(14.6%増)の 2,461 百万ドル。この成長は価格・ミックス効果 429 百万ドルによるもの。
- 総販売数量及び GFB 販売数量は、主にイタリア、スペイン、台湾、チェコ、ドイツ、トルコ、フランス及びベネルクスでの成長に加え、中東とトルコにおける昨年の流通在庫調整のプラス要因により、それぞれ 0.3%増、7.2%増。Fine cut は GFB がスペイン、ドイツ、フランス、ベネルクスなどの複数のヨーロッパ市場で成長したことにより、数量ベースで 13.8%増。

### 販売数量

(億本)	総販売数量		前年同期比 増減率	GFB 販売数量		前年同期比 増減率
	1-6 月			1-6 月		
地域別	2015	2014		2015	2014	
South and West Europe	320	300	6.5%	282	256	10.0%
North & Central Europe	258	253	2.0%	146	136	6.9%
CIS+	735	794	-7.4%	540	545	-1.0%
Rest-of-the-World	599	559	7.2%	352	292	20.4%
<b>Total JTI</b>	<b>1,912</b>	<b>1,906</b>	<b>0.3%</b>	<b>1,319</b>	<b>1,230</b>	<b>7.2%</b>

### 為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益

(百万ドル)	1-6 月		前年同期比 増減率
	2015	2014	
地域			
South & West Europe	1,166	1,062	9.8 %
North & Central Europe	1,274	1,167	9.2 %
CIS+	2,079	1,989	4.5 %
Rest-of-the-World	1,753	1,658	5.7 %
<b>Total JTI</b>	<b>6,272</b>	<b>5,876</b>	<b>6.7 %</b>

## 注記:

- <sup>1</sup> 製造受託、水たばこ製品及び Emerging Products を除き、fine cut、シガー、パイプ、スヌースを含み、JTI からの売渡ベースの販売数量を用いています。
- <sup>2</sup> 物流事業、製造受託等を控除した売上収益(水たばこ製品及び Emerging Products を含む)を用いています。
- <sup>3</sup> 出典: IRI、Logista、Nielsen 及び JTI 内部データ。特に言及がない限り 2015 年 6 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。アイルランド、英国、ギリシャ、スイス、スペイン、ドイツ、フランス、ベネルクス、及びルーマニアに関するデータは 2015 年 5 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。増減算出の比較対象は 2014 年 6 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。
- <sup>4</sup> 出典は JTI 内部データ。2015 年 6 月時点の紙巻きたばこ及び fine cut における 3 ヶ月移動平均ベース。
- <sup>5</sup> 出典: JTI 内部データ。2015 年 4-5 月ベース。

### 【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