



2015年11月4日  
日本たばこ産業株式会社

Japan Tobacco International (JTI)  
海外たばこ事業実績補足資料(2015年7-9月期及び1-9月期)

## JTI GFB 及びプライシングにより堅調な実績

	7-9月		前年同期比 増減率	1-9月		前年同期比 増減率
	2015	2014		2015	2014	
(億本、百万ドル)						
総販売数量 <sup>1</sup>	1,043	1,060	-1.5%	2,956	2,966	-0.4%
GFB 販売数量 <sup>1</sup>	735	714	3.0%	2,054	1,943	5.7%
自社たばこ製品売上収益 <sup>2</sup>	2,761	3,225	-14.4%	7,823	9,101	-14.0%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	3,492	3,225	8.3%	9,764	9,101	7.3%
調整後営業利益	945	1,308	-27.7%	2,715	3,454	-21.4%
為替一定ベース 調整後営業利益	1,454	1,308	11.2%	3,915	3,454	13.3%

### ハイライト

#### 3ヶ月実績(2015年7-9月期)

- 為替一定ベースでの調整後営業利益は、複数の市場における力強い価格・ミックス効果及び GFB 販売数量の増加により 11.2%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 27.7%減。
- 為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は 8.3%増。財務報告ベースでは為替影響を受けて 14.4%減。
- GFB 販売数量は、イタリア、ウクライナ、ドイツ、ベネルクス及びルーマニアでの力強い成長を反映し 3.0%増。Fine cut は GFB が 30.9%成長したことにより、数量ベースで 12.9%増。総販売数量は、主に CIS+や中東での市場縮小の影響を受け 1.5%減。
- 紙巻きたばこ及び fine cut を含む市場シェア<sup>3</sup>は、主要市場であるイタリア、英国、スペイン、台湾、トルコ及びフランスにおいて伸長。ロシアでは「ウinston」と「LD」が貢献し、GFB 市場シェアが引き続き伸長。

#### 9ヶ月実績(2015年1-9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 7.3%増、13.3%増。
- 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 14.0%減、21.4%減。
- GFB 販売数量は、イタリア、イラン、ウクライナ、チェコ、ドイツ、トルコ、フランス、ベネルクス及びルーマニアでの成長を反映し 5.7%増。Fine cut は GFB が 33.0%成長したことにより、数量ベースで 13.4%増。総販売数量は、主に中東及びロシアの影響を受け 0.4%減。

## 業績レビュー

### 3ヶ月実績(2015年7-9月期)

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、267百万ドル増(8.3%増)の3,492百万ドル。この成長は、価格・ミックス効果293百万ドルによるもの。

為替一定ベースでの調整後営業利益は、146百万ドル増(11.2%増)の1,454百万ドル。この成長は、価格・ミックス効果288百万ドルが数量減や投資増の影響を上回ったことによるもの。

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それぞれ14.4%減、27.7%減。

### 総販売数量

総販売数量は1.5%減の1,043億本となりました。これはカザフスタン、中東及びロシアの市場縮小が、イタリア、イラン、チェコ、ドイツ、ハンガリー、フィリピン、フランス、ベネルクス及びルーマニアの数量増を上回ったことによるものです。Fine cutは、主にイタリア、ドイツ、ハンガリー、フランス及びベネルクスでの成長により12.9%増となりました。

(億本) 地域別	7-9月		前年同期比 増減率
	2015	2014	
South & West Europe	168	161	4.4%
North & Central Europe	143	137	3.8%
CIS+	414	440	-5.9%
Rest-of-the-World	319	322	-0.9%
Total JTI	1,043	1,060	-1.5%

### GFB 販売数量

GFB 販売数量は、イタリア、イラン、ウクライナ、チェコ、ドイツ、東南アジア市場、フランス、ベネルクス及びルーマニアに牽引され、3.0%増の735億本となりました。GFBのfine cutは、主にイタリア、ドイツ、ハンガリー、フランス及びベネルクスで成長し、30.9%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3.1パーセントポイント増加し、70.4%となりました。

「ウィンストン」の販売数量は、イタリア、イラン、チェコ、ドイツ、トルコ、フランス、ベネルクス及びポーランドにおいて成長し、1.4%増の351億本となりました。「ウィンストン」のfine cutはドイツ、フランス及びベネルクスにおいて成長し、35.9%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、フランス及びベネルクスにおいて成長し、1.6%増の137億本となりました。「キャメル」のfine cutは主にフランス及びベネルクスにおいて成長し、24.8%増となりました。

「メビウス」の販売数量は、東南アジア市場と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、3.2%減の46億本となりました。

「LD」の販売数量は、主にウクライナ、カザフスタン、カナダ、コーカサス市場及びルーマニアにおいて成長し、12.5%増の136億本となりました。なお同ブランドはカナダにおいては最速の成長率を見せております。「LD」のfine cutはポーランドにおいて成長し、9.9%増となりました。

## 地域別実績

### South and West Europe

(億本、百万ドル)	7-9 月		前年同期比 増減率
	2015	2014	
総販売数量	168	161	4.4%
GFB 販売数量	149	140	6.4%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	591	557	6.1%

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、フランス及びベネルクスにおける成長により、それぞれ 4.4%増、6.4%増となりました。市場シェアはイタリア、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(12 百万ドル)が牽引し、6.1%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」と「キャメル」に牽引され、それぞれ 3.8%増、6.6%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 13.3%増となりました。市場シェアは、「ウinston」、「キャメル」及び「フリュードペイ」が牽引し、0.7 パーセントポイント増の 21.2%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、「キャメル」と「ウinston」が力強く牽引し、それぞれ 13.6%増、13.9%増となりました。Fine cut は数量ベースで 39.2%増となりました。市場シェアは、「キャメル」及び「ベンソン・アンド・ヘッジス」が牽引し 0.2 パーセントポイント増の 20.5%となりました。なお、市場シェアは 8 月単月では過去最高の 21.7%を記録し、3 カ月移動平均ベースでは対前年同期と比して 2.0 パーセントポイント増の 21.6%<sup>4</sup>となりました。

スペインでは、主に「ウinston」の在庫調整のマイナス要因により、総販売数量及び GFB 販売数量はともに 11.8%減となりました。Fine cut は「アンバーリーフ」の成長は継続しているものの、数量ベースで 1.3%減となりました。市場シェアは、「ウinston」と「キャメル」が牽引し、0.5 パーセントポイント増の 22.2%となりました。

### North and Central Europe

(億本、百万ドル)	7-9 月		前年同期比 増減率
	2015	2014	
総販売数量	143	137	3.8%
GFB 販売数量	83	74	12.8%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	700	634	10.4%

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 3.8%増、12.8%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(54 百万ドル)及び数量増効果により、10.4%増となりました。

オーストリアでは、総販売数量及び GFB 販売数量は、「ベンソン・アンド・ヘッジス」、「ウインストン」及び「キャメル」が牽引し、それぞれ 1.5%増、10.5%増となりました。市場シェア<sup>4)</sup>は、「ベンソン・アンド・ヘッジス」及び「キャメル」が貢献し、3 ヶ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増の 31.5%となりました。

ポーランドでは、「ウインストン」が牽引し、総販売数量及び GFB 販売数量がそれぞれ 4.0%増、4.7%増となりました。市場シェアは「ウインストン」が牽引し、0.8 パーセントポイント増の 16.5%となりました。

英国では、「ベンソン・アンド・ヘッジス」が牽引し GFB 販売数量は 2.0%増となりました。総販売数量は、市場縮小及びダウントレーディングの影響を受け 4.1%減となりました。Fine cut は数量ベースで 0.7%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」、及び紙巻き製品で No.1 ブランドである「スターリング」が貢献し、0.7 パーセントポイント増の 41.8%に伸長しました。

## CIS+

(億本、百万ドル)	7-9 月		前年同期比 増減率
	2015	2014	
<b>総販売数量</b>	414	440	-5.9%
<b>GFB 販売数量</b>	310	310	-0.1%
<b>為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益</b>	1,240	1,117	11.0%

CIS+ 地域では、ウクライナとルーマニアでの成長をロシアにおける市場縮小が相殺し、GFB 販売数量は対前年同期と比べ同水準となりました。なお、ロシアにおいて GFB の市場シェアは引き続き伸長しております。総販売数量は主にカザフスタンとロシアにおける市場縮小により、5.9%減となりました。市場シェアは、ウクライナで伸長しました。

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(190 百万ドル)により、11.0%増となりました。

ルーマニアでは、総販売数量及び GFB 販売数量は「ウインストン」、「LD」及び「ソブラニー」が貢献し、それぞれ 8.2%増、38.6%増となりました。GFB 販売数量の成長は、「More」を「LD」へ統合したことによるものです。市場シェアは、0.1 パーセントポイント減の 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 6.6%減、3.9%減となりました。これは主に当期の市場規模が 4.2%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 1.6 パーセントポイント減の 33.8%、1.4 パーセントポイント減の 34.7%となりました。GFB の市場シェアは、「ウインストン」と「LD」が牽引し 0.1 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)	7-9 月		前年同期比 増減率
	2015	2014	
<b>総販売数量</b>	319	322	-0.9%
<b>GFB 販売数量</b>	193	190	1.6%
<b>為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益</b>	960	916	4.8%

Rest-of-the-World 地域では、GFB 販売数量は、イラン、カナダ、東南アジア市場及びフィリピンでの成長により、1.6%増となりました。総販売数量は、韓国、中東及びマレーシアでの数量減がイラン、東南アジア市場及びフィリピンでの成長を上回り、0.9%減となりました。市場シェアは、カナダ、韓国、台湾及びトルコで伸長しました。

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、主に価格・ミックス効果(36 百万ドル)により、4.8%増となりました。

台湾では、「ウinston」と「LD」に牽引され、総販売数量及び GFB 販売数量が、それぞれ 0.6%増、1.2%増となりました。市場シェア及び売上シェアは、「メビウス」、「ウinston」及び「LD」に牽引され、それぞれ 0.9 パーセントポイント増の 39.2%、1.0 パーセントポイント増の 45.1%となりました。

トルコでは、「ウinston」は好調であるものの、前年同期との比較上のマイナス影響によって総販売数量及び GFB 販売数量は、それぞれ 0.9%減、3.1%減となりました。市場シェアは、「キャメル」が同市場における No.1 ブランドとしての位置づけを確固たるものにしたことを受け、2.5 パーセントポイント増の 30.5%となりました。

## 業績レビュー 9ヶ月実績(2015年1-9月期)

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、662 百万ドル増(7.3%増)の 9,764 百万ドル。この成長は、価格・ミックス効果 739 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、460 百万ドル増(13.3%増)の 3,915 百万ドル。この成長は価格・ミックス効果 717 百万ドルによるもの。

GFB 販売数量は、主にイタリア、イラン、ウクライナ、カナダ、スペイン、台湾、チェコ、ドイツ、東南アジア市場、トルコ、フランス、ベネルクス及びルーマニアでの成長により、5.7%増。総販売数量は、GFB 販売数量の増加、並びにイラン及びトルコでの流通在庫調整のプラス要因が、主に中東及びロシアでの減少を一部相殺し 0.4%減。Fine cut は欧州での GFB の力強い成長によって 13.4%増となりました。

### 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
	1-9 月			1-9 月		
地域別	2015	2014		2015	2014	
South & West Europe	488	461	5.8%	430	396	8.7%
North & Central Europe	401	390	2.7%	229	210	9.0%
CIS+	1,149	1,234	-6.9%	849	855	-0.7%
Rest-of-the-World	918	881	4.2%	545	482	13.0%
<b>Total JTI</b>	<b>2,956</b>	<b>2,966</b>	<b>-0.4%</b>	<b>2,054</b>	<b>1,943</b>	<b>5.7%</b>

為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益

(百万ドル) 地域別	1-9 月		前年同期比 増減率
	2015	2014	
South & West Europe	1,757	1,619	8.5%
North & Central Europe	1,974	1,801	9.6%
CIS+	3,319	3,107	6.8%
Rest-of-the-World	2,714	2,574	5.4%
<b>Total JTI</b>	<b>9,764</b>	<b>9,101</b>	<b>7.3%</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 9 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。アイルランド、スイス、スペイン、ドイツ及びベネルクスに関するデータは 2015 年 8 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 9 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。
- <sup>4</sup> 出典: JTI 内部データ。2015 年 9 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 7-9 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