

2016年5月2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(2016年1-3月期)

JTI 数量増と力強いプライシングを背景に、好調なパフォーマンス

(億本、百万ドル)	1-3月		前年同期比 増減率
	2016	2015	
総販売数量 ¹	944	881	7.1%
GFB 販売数量 ¹	664	600	10.7%
自社たばこ製品売上収益 ²	2,468	2,369	4.2%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	2,696	2,369	13.8%
調整後営業利益	863	881	-2.1%
為替一定ベース 調整後営業利益	1,067	881	21.1%

ハイライト

2016年度実績(1-3月期)

- 総販売数量及びGFB販売数量は、それぞれ7.1%増、10.7%増。これは、市場シェアの増加と買収効果に加え、流通在庫調整を要因とする前年同期との比較上のプラス影響によるもの。総販売数量及びGFB販売数量は有利な一時的要因を除いても成長。
- Fine cutの販売数量は、GFBが32.8%成長したことにより、17.3%増。
- GFB販売数量は、紙巻たばこ及びfine cut共に、「inston」、「キャメル」及び「LD」が牽引し、力強い成長。
- 紙巻たばこ及びfine cutを含む市場シェア³は、主要市場であるイタリア、英国、スペイン、台湾及びフランスにおいて伸長。ロシアでは「LD」が貢献し、GFB市場シェアが引き続き伸長。
- 為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、数量増効果と堅調な価格・ミックス効果、買収効果により13.8%増、財務報告ベースでは4.2%増。
- 為替一定ベースでの調整後営業利益は、力強いトップライン成長により21.1%増。財務報告ベースでの調整後営業利益は不利な為替影響を受けて2.1%減。

業績レビュー

自社たばこ製品売上収益、及び調整後営業利益

3ヶ月実績(1-3月期)

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、327 百万ドル増(13.8%増)の 2,696 百万ドル。この成長は、買収効果を含む数量増効果(138 百万ドル)と価格・ミックス改善効果(189 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、186 百万ドル増(21.1%増)の 1,067 百万ドル。この成長は価格・ミックス改善効果(177 百万ドル)と数量増効果を Emerging Products と新興市場への投資が一部相殺したことによるもの。

財務報告ベースでの調整後営業利益は、不利な為替影響により 2.1%減、自社たばこ製品売上収益は 4.2%増。

総販売数量

(億本) 地域別	1-3 月		前年同期比 増減率
	2016	2015	
South & West Europe	170	151	12.2%
North & Central Europe	132	126	4.5%
CIS+	311	313	-0.6%
Rest-of-the-World	332	291	13.9%
Total JTI	944	881	7.1%

3ヶ月実績(1-3月期)

総販売数量は 7.1%増の 944 億本となりました。これは、イタリア、イラン、カザフスタン、カナダ、スペイン、中東・アフリカの一部市場、ドイツ、フィリピン、フランス及びベネルクスにおける好調な市場シェアと自律的成長に加え、買収効果、及び流通在庫調整を要因とする前年同期との比較上のプラス影響によるものです。Fine cut は、イタリア、スペイン、ドイツ、ハンガリー、フランス及びベネルクスで成長し、17.3%増となりました。

GFB 販売数量

(億本) 地域別	1-3 月		前年同期比 増減率
	2016	2015	
South & West Europe	152	133	14.3%
North & Central Europe	80	69	15.6%
CIS+	237	230	3.1%
Rest-of-the-World	194	167	16.3%
Total JTI	664	600	10.7%

3ヶ月実績(1-3 月期)

GFB 販売数量は、全てのクラスターにおいて成長し、10.7%増の 664 億本となりました。特に South and West Europe 地域、North and Central Europe 地域、及び Rest-of-the-World 地域において二桁成長を達成しております。この堅調な実績は自律的成長に加え、流通在庫調整を要因とする前年同期との比較上のプラス影響と「ナチュラル・アメリカン・スピリット」の買収効果によるものです。GFB の fine cut は、イタリア、スペイン、ドイツ、ハンガリー、フランス及びベネルクスで成長し、32.8%増となりました。総販売数量における GFB 販売数量構成比は前年同期比で 2.3 パーセントポイント増加し、70.3%となりました。

「ウインストン」の販売数量は、イタリア、イラン、台湾、中東・アフリカの一部市場、ドイツ、トルコ、フィリピン、フランス、ベネルクス、ポーランド及びロシアにおいて成長し、10.3%増の 316 億本となりました。「ウインストン」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、29.7%増となりました。

「キャメル」の販売数量は、イタリア、韓国、コーカサス、フィリピン、ベネルクス及びフランスにおいて成長し、8.8%増の 128 億本となりました。「キャメル」の fine cut は主にイタリア、スペイン、フランス及びベネルクスにおいて成長し、19.4%増となりました。

「メビウス」の販売数量は、2015 年に大幅に市場が縮小した韓国での数量が回復したことに加え、東南アジアでも好調に成長し、8.9%増の 43 億本となりました。

「LD」の販売数量は、ウクライナ、カザフスタン、カナダ、トルコ、ルーマニア及びロシアにおいて成長し、9.2%増の 113 億本となりました。「LD」の fine cut はハンガリー及びポーランドにおいて成長し、8.8%増となりました。

地域別レビュー

3ヶ月実績(1-3 月期)

South and West Europe

South and West Europe 地域では、主にイタリア、スイス、スペイン、フランス、ベネルクスにおける自律的成長に加え、有利な流通在庫調整及び「ナチュラル・アメリカン・スピリット」の買収効果により、総販売数量及び GFB 販売数量は、それぞれ 12.2%増、14.3%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、好調な市場シェア、及び価格・ミックス改善効果(16 百万ドル)により、14.8%増の 517 百万ドルとなりました。

フランスでは、総販売数量及び GFB 販売数量は、総需要の増加に加え、「ウインストン」及び「キャメル」に牽引され、それぞれ 7.4%増、8.2%増になりました。Fine cut は「ウインストン」「キャメル」及び「フリュードペイ」が貢献し、数量ベースで 17.0%増となりました。市場シェアは、「ウインストン」、「キャメル」、「フリュードペイ」が貢献し、0.5 パーセントポイント増の 21.4%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、総需要の増加、有利な流通在庫調整に加え、「キャメル」及び「ウインストン」が牽引し、それぞれ 29.2%増、29.9%増となりました。Fine cut は、「ウインストン」、「キャメル」及び「ナチュラル・アメリカン・スピリット」の買収効果によって数量ベースで 56.7%増となりました。市場シェアは、「キャメル」、「ウインストン」及び「ベンソン・アンド・ヘッジス」が貢献し 1.9 パーセントポイント増の 21.6%となりました。

スペインでは、有利な流通在庫調整に加え、「ウインストン」が貢献し、総販売数量及び GFB 販売数量は、それぞれ 4.6%増、3.6%増となりました。Fine cut は主に「ウインストン」が貢献し、数量ベースで 31.9%増となりました。市場シェアは、「ウインストン」、「キャメル」及び「アンバーリーフ」が牽引し、0.4 パーセントポイント増の 22.4%となりました。

North and Central Europe

North and Central Europe 地域の総販売数量及び GFB 販売数量は、主にアイルランド、オーストリア、チェコ、ドイツ及びハンガリーが貢献し、それぞれ 4.5% 増、15.6% 増となりました。市場シェアは、アイルランド、英国、オーストリア、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・ミックス改善効果(22 百万ドル)に加え、数量の伸長と「ナチュラル・アメリカン・スピリット」の買収効果により、6.4% 増の 596 百万ドルとなりました。

オーストリアでは、総販売数量及び GFB 販売数量は有利な流通在庫調整及び「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 3.4% 増、15.8% 増となりました。市場シェアは、「ウインストン」、「ベンソン・アンド・ヘッジス」及び「キャメル」が牽引し、0.4 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、総販売数量及び GFB 販売数量は、「ウインストン」が貢献し、それぞれ 0.4% 増、1.4% 増となりました。市場シェアは、「ウインストン」が牽引し、0.2 パーセントポイント増の 16.3% となりました。

英国では、GFB 販売数量は、「ベンソン・アンド・ヘッジス」の貢献に「ナチュラル・アメリカン・スピリット」の買収効果が加わり、24.8% 増となりました。総販売数量は、市場縮小の影響を受け、4.2% 減となりました。Fine cut は、「スターリング」及び「ナチュラル・アメリカン・スピリット」が貢献し、数量ベースで 2.4% 増となりました。市場シェアは、0.6 パーセントポイント増の 42.1% に伸長し、No.1 の地位をより強固なものとしました。

CIS+

CIS+ 地域では、GFB 販売数量は主にウクライナ、カザフスタン、ロシア及びルーマニアが貢献し 3.1% 増となりました。総販売数量は、主にコーカサス及び中央アジア市場における減少により、0.6% 減となりました。市場シェアは、ウクライナ及びルーマニアにおいて伸長しました。為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、価格・ミックス改善効果(83 百万ドル)により 13.9% 増の 628 百万ドルとなりました。

ルーマニアでは、「ソブラニー」及び「ウインストン」の伸長に加え、「モア」の「LD」への統合効果もあり、総販売数量及び GFB 販売数量はそれぞれ 3.2% 増、26.2% 増となりました。市場シェアは、0.3 パーセントポイント増の 25.8% となりました。

ロシアでは、GFB 販売数量は、「ウインストン」、「LD」及び「ソブラニー」が伸長し 4.5% 増となりました。市場規模が当期⁴ 4.4% 縮小し、低価格帯での競争が激化する中でも、有利な流通在庫調整に支えられ総販売数量はフラット(0.1% 減)となりました。流通在庫調整の影響を除いた場合、総販売数量は約 7% 減となります。GFB のシェアが「LD」の伸長により、0.3 パーセントポイント増の 24.2% となる一方、市場シェア及び売上シェアは、それぞれ 0.9 パーセントポイント減の 33.5%、1.0 パーセントポイント減の 34.5% となりました。

Rest-of-the-World

Rest-of-the-World 地域では、主にイラン、カナダ、中東・アフリカの一部市場、東南アジア、フィリピン、ミャンマーでの伸長に加え、韓国での前年同期との比較上のプラス要因により、総販売数量及び GFB 販売数量は、それぞれ 13.9% 増、16.3% 増となりました。総販売数量における成長には、イランにおいて買収したアリヤン・タバコ・インダストリー社による効果も含まれます。市場シェアは、カナダ、韓国、台湾及びマレーシアを含む複数の市場で伸長しました。為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、自律的成長と買収効果、価格・ミックス改善効果(68 百万ドル)により、18.3% 増の 954 百万ドルとなりました。

台湾の総販売数量及び GFB 販売数量は、「ウインストン」及び「LD」が伸長しましたが、前年同期との比較上のマイナス要因により、それぞれ 3.3%減、2.2%減となりました。市場シェア及び売上シェアは、「ウインストン」、「LD」が牽引し、0.7 パーセントポイント増の 39.3%、1.1 パーセントポイント増の 45.5%となりました。

トルコの総販売数量及び GFB 販売数量は、総需要増の影響に加え、「ウインストン」及び「LD」により、それぞれ 4.9%増、4.5%増となりました。市場シェアは、同市場 No.1 ブランドである「キャメル」が伸長したものの、0.2 パーセントポイント減の 29.9%となりました。

注記:

¹ 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。

² 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。

³ 出典: IRI、Logista、Nielsen 及び JTI 内部データ。特に言及がない限り 2016 年 3 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。アイルランド、ギリシャ、スイス、スペイン、ドイツ、フランス、ベネルクス、マレーシア及びロシアに関するデータは 2016 年 2 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。増減算出の比較対象は 2015 年 3 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。

⁴ 出典: JTI 内部データ。2016 年 1-2 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