各位

2012 年 7 月 30 日
日本たばこ産業株式会社

Japan Tobacco International、売上収益及び GFB 販売数量が力強く成長
主要市場におけるシェアが伸長

海外たばこ事業実績速報 2012 年 4-6 月期及び 1-6 月期

実績概要

2012 年 4-6 月期 （前年同期比）

- 当社の海外たばこ事業を運営する Japan Tobacco International の自社たばこ製品売上収益[1]は、単価上昇効果、総販売数量[2]及び GFB[3]数量の成長により 2.5%増。
- 為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、11.8%増。千本当自社たばこ製品売上収益[4]は、8.6%増。
- CIS+地域[5]及び Rest-of-the-World 地域での成長により、総販売数量はスーダンでの HCTF 社買収[6]効果を除いても 1.5%増、買収効果込みで 2.8%増。GFB 販売数量は、特にロシア及び CIS+地域の複数の新興市場、トルコでの成長により 5.2%増。

2012 年 1-6 月期 （前年同期比）

- 自社たばこ製品売上収益は、単価上昇効果、GFB 数量成長により 6.6%増。
- 為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、13.4%増。千本当自社たばこ製品売上収益は、9.3%増。
- 総販売数量は全地域において成長。GFB 販売数量は、ロシア、スペイン、イタリア、トルコでの成長により 7.2%増。

市場シェア[7]は、トルコ、スペイン、イタリア、カナダ、フランスを含む殆ど全ての主要市場において伸長。

2012 年 1-6 月期の海外たばこ事業実績

	2011年			2012年		
	1-3月	4-6月	1-6月	1-3月	4-6月	1-6月
総販売数量（億本）	945	1,104	2,049	989 (+4.7%)	1,135 (+2.8%)	2,124 (+3.7%)
うちGFB販売数量（億本）	558	662	1,220	611 (+9.5%)	697 (+5.2%)	1,308 (+7.2%)
自社たばこ製品売上収益（百万ドル）	2,447	2,925	5,372	2,731 (+11.6%)	2,997 (+2.5%)	5,728 (+6.6%)
千本当自社たばこ製品売上収益（ドル）	26.1	26.7	26.4	27.8 (+6.5%)	26.6 (-0.4%)	27.2 (+2.8%)

( ):前年同期比増減率

[参考]
為替一定ベースでの事業実績

	2011年			2012年		
	1-3月	4-6月	1-6月	1-3月	4-6月	1-6月
自社たばこ製品売上収益（百万ドル）	2,447	2,925	5,372	2,824 (+15.4%)	3,269 (+11.8%)	6,093 (+13.4%)
千本当自社たばこ製品売上収益（ドル）	26.1	26.7	26.4	28.8 (+10.1%)	29.0 (+8.6%)	28.9 (+9.3%)

( ):前年同期比増減率

地域別販売実績: 2012 年 4-6 月期

South & West Europe 地域の総販売数量及び GFB 販売数量は、市場縮小の継続により前年同期比でそれぞれ 3.5%減、2.9%減となりました。こうした状況にもかかわらず、市場シェアはスペイン、イタリア、フランスで伸長し、全体的に堅調でした。

North & Central Europe 地域の総販売数量は、主に UK での市場縮小により 1.8%減となりました。GFB 販売数量はドイツ、オーストリアでの成長により、0.7%増となりました。市場シェアはポーランド、ドイツで拡大しました。

CIS+地域における総販売数量は 3.1%増となりました。この成長は、GFB 販売数量が 12.4%増加したことによるものでした。GFB の成長は、ロシア及び比較的小規模な複数の市場において継続しました。ロシアでの市場シェアは、GFB シェアの伸長が続いたことにより、3 ヶ月移動平均ベースで 2 四半期継続して拡大しました。

Rest-of-the-World 地域の総販売数量は、スーダンにおける HCTF 社買収等により、7.7%増(買収効果を除くと 2.9%増)となりました。GFB 販売数量は、主にトルコ、台湾、フィリピンでの成長により、1.3%増となりました。市場シェアはトルコ、カナダで伸長しました。

グローバル・フラッグシップ・ブランド(GFB) : 2012 年 4-6 月期

「ウィンストン」の販売数量は、ロシア、イタリア、ウクライナ、CIS+地域の他市場で力強く成長し、8.4%増となりました。

「キャメル」の販売数量は、South & West Europe 地域での市場縮小とダウントレーディングの影響をロシアでの成長が一部相殺し、2.9%減となりました。

「マイルドセブン」の販売数量は、主に台湾で前年同期に実施された流通在庫調整がプラスに影響し、1.5%増となりました。

「LD」の販売数量は、ロシアでのアップトレーディングに伴う成長、トルコとカザフスタンにおける増加により 13.6%増となりました。

2012 年 1-6 月期実績

自社たばこ製品売上収益は、単価上昇効果及び GFB 販売数量増により、6.6%増の 5,728 百万ドルとなりました。為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、13.4%増となりました。

千本当自社たばこ製品売上収益は 2.8%増、為替一定ベースでは 9.3%増となりました。

GFB 販売数量はロシア、スペイン、イタリア、トルコでの成長により、7.2%増の 1,308 億本となりました。総販売数量は、GFB 成長、スーダンにおける買収効果、主に前年 1-3 月期のスペイン、イタリア等の複数の国における流通在庫の変動がプラス要因となり、3.7%増の 2,124 億本となりました。

注記:

[1]自社たばこ製品売上収益(従来は「調整後売上高」と表示)については、物流事業、製造受託等を控除した売上収益を用いています。
[2]総販売数量は、製造受託を除き、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。
[3]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、ソブラニー、グラマーの 8 ブランドです。
[4]千本当自社たばこ製品売上収益については、注記 2 の総販売数量からジョイントベンチャーの販売数量を除いた販売数量及び注記1の自社たばこ製品売上収益を用いています。
[5]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。
[6]JT は、Haggar Cigarette & Tobacco Factory Ltd. (North Sudan)及び Haggar Cigarette & Tobacco Factory Ltd. (South Sudan) (以上併せて「HCTF 社」)の買収を、2011 年 11 月末に完了しています。
[7]出典:AC Nielsen、Logista、Altadis 及び JTI 内部データ。2012 年 6 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。ただし、地域別販売実績:2012 年 4 月-6 月期のロシアに関するデータは 2012 年6月及び 3 月時点の 3 ヶ月移動平均ベース。

【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