各位

2012 年 10 月 30 日
日本たばこ産業株式会社

Japan Tobacco International
厳しい事業環境下において、GFB 販売数量及び総販売数量が成長
主要市場でのシェアが伸長

海外たばこ事業実績速報 2012 年 7-9 月期及び 1-9 月期

実績概要

2012 年 7-9 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（以下 JTI と呼びます）の GFB[1]販売数量は、特に西ヨーロッパでの市場縮小により厳しい事業環境にあるものの、ロシア、カザフスタン、CIS+地域[2]の他の複数市場に加え、トルコにおける成長により 1.4%増。
- 総販売数量[3]は、HCTF 社[4]及び Gryson 社[5]の買収効果を含むベースで 0.7%増。
- 自社たばこ製品売上収益[6]は、GFB 数量成長及び単価上昇効果により 1.0%増。
- 為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は 9.8%増。同じく千本当自社たばこ製品売上収益[7]は 9.0%増。

2012 年 1-9 月期 （前年同期比）

- 厳しい事業環境の下、総販売数量は GFB 販売数量成長及び買収効果により、4 地域全てにおいて成長。ヨーロッパにおける総販売数量は、1.2%増。GFB 販売数量は、ロシア、トルコ、カザフスタン及び CIS+地域の他市場での成長により 5.1%増。
- 自社たばこ製品売上収益は、単価上昇効果、数量成長により 4.6%増。
- 為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、12.1%増。同じく千本当自社たばこ製品売上収益は、9.2%増。

主要市場での市場シェア[8]は、トルコ、スペイン、イタリア、フランス、台湾において伸長。

2012 年 1-9 月期の海外たばこ事業実績

	2011 年				2012 年			
	1-3 月	4-6 月	7-9 月	1-9 月	1-3 月	4-6 月	7-9 月	1-9 月
総販売数量（億本）	945	1,104	1,147	3,196	989 (+4.7%)	1,135 (+2.8%)	1,155 (+0.7%)	3,279 (+2.6%)
うち GFB 販売数量（億本）	558	662	706	1,927	611 (+9.5%)	697 (+5.2%)	716 (+1.4%)	2,025 (+5.1%)
自社たばこ製品売上収益（百万ドル）	2,447	2,925	3,094	8,466	2,731 (+11.6%)	2,997 (+2.5%)	3,125 (+1.0%)	8,853 (+4.6%)
千本当自社たばこ製品売上収益（ドル）	26.1	26.7	27.2	26.7	27.8 (+6.5%)	26.6 (−0.4%)	27.2 (+0.2%)	27.2 (+1.8%)

（ ）: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	7-9 月	1-9 月	1-3 月	4-6 月	7-9 月	1-9 月
自社たばこ製品売上収益（百万ドル）	2,447	2,925	3,094	8,466	2,824 (+15.4%)	3,269 (+11.8%)	3,397 (+9.8%)	9,491 (+12.1%)
千本当自社たばこ製品売上収益（ドル）	26.1	26.7	27.2	26.7	28.8 (+10.1%)	29.0 (+8.6%)	29.6 (+9.0%)	29.2 (+9.2%)

（ ）:前年同期比増減率

地域別販売実績: 2012 年 7-9 月期

South & West Europe 地域の総販売数量及び GFB 販売数量は、イタリア、スペインでの市場縮小の継続と景気低迷により、それぞれ 4.8%減、4.9%減となりました。一方、市場シェアはスペイン、イタリア、フランス、ギリシャで伸長しました。

North & Central Europe 地域の総販売数量は、殆どの市場において GFB が成長したことにより 0.5%増となりました。GFB 販売数量は、特にポーランド、スウェーデン、オーストリアでの成長により、1.6%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、主にロシアにおける低価格の現地ブランドの販売数量減少により、2.8%減となりました。一方、GFB 販売数量は、ロシアに加えコーカサスやウズベキスタンなど複数の市場で成長したことから 6.5%増となり、総販売数量減を一部相殺しました。ロシアでは、引き続き堅調な成長により、売上シェア[9]及び GFB シェアが伸長しました。市場シェアは前年比で減少しました。

Rest-of-the-World 地域の総販売数量は、主に HCTF 社買収により 8.4%増(買収影響を除くと 3.9%増)となりました。中東での政情不安が継続する中、GFB 販売数量は 2.2%減となりました。トルコ、台湾において GFB 販売数量及び市場シェアが伸長しました。

グローバル・フラッグシップ・ブランド(GFB) : 2012 年 7-9 月期

「ウィンストン」の販売数量は、ロシア、トルコでの堅調な成長が中東における減少の太宗を補い、1.8%増となりました。

「キャメル」の販売数量は、イタリア及びスペインでの市場縮小の継続と景気低迷により 3.4%減となりました。

「マイルドセブン」の販売数量は、韓国における 2011 年 5 月の定価改定以降の販売数量が回復し、5.2%増となりました。

「LD」の販売数量は、トルコ、コーカサス、カザフスタンでの数量増により 6.9%増となりました。

2012 年 1-9 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 販売数量成長により、4.6%増の 8,853 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、12.1%増となりました。

千本当自社たばこ製品売上収益は、1.8%増、為替一定ベースでは 9.2%増となりました。

GFB 販売数量は、厳しい事業環境にあるものの、ロシア、トルコ、カザフスタン、ポーランド、CIS+地域の他の複数市場での成長により、5.1%増の 2,025 億本となりました。総販売数量は GFB の堅調な成長、HTCF 社及び Gryson 社の買収効果により、2.6%増の 3,279 億本となりました。また、買収影響を除いた総販売数量は 1.2%増の 3,234 億本となりました。

注記:

[1]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。
[2]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。
[3]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。
[4]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。
[5]JT は、Gryson NV の買収を 2012 年 8 月 14 日に完了しています。
[6]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。
[7]千本当自社たばこ製品売上収益については、注記 3 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 6 の自社たばこ製品売上収益を用いています。
[8]出典: Nielsen、Logista、Altadis 及び JTI 内部データ。2012 年 9 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。ただし、ドイツに関するデータは、2012 年 8 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。
[9]売上シェアは、小売価格ベースの市場売上高に対する自社製品の占有比率を示すものです。市場売上高は、販売数量に小売価格を乗じて算出されます。出典: Nielsen。

【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