各位

2013 年 1 月 31 日
日本たばこ産業株式会社

Japan Tobacco International
数量及び利益成長により、力強い実績を達成
海外たばこ事業実績速報 2012 年 1-12 月期及び 10-12 月期

実績概要

2012 年 1-12 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 の通期調整後 EBITDA[1]は 9.1%増。為替一定ベースでは 22.5%[2]増。いずれも業績予想を上回る実績。
- 自社たばこ製品売上収益は、単価上昇効果及び総販売数量成長により 5.4%増。為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益及び千本当自社たばこ製品売上収益は、それぞれ 12.6%[3]増、9.7%増。
- GFB 販売数量は全ての地域において成長し、4.8%増。特にロシア、トルコ、カザフスタン、ウクライナ及び CIS+地域の他の市場が牽引。
- 総じて厳しい事業環境の中でも、総販売数量は GFB 販売数量の成長により 2.5%増。ヨーロッパにおける総販売数量は、2.5%増。

2012 年 10-12 月期 （前年同期比）

- 自社たばこ製品売上収益は、単価上昇効果及び GFB 販売数量成長により 8.0%増。為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は 14.1%増、千本当自社たばこ製品売上収益は、11.3%増。
- GFB 販売数量は、トルコ、ロシア及び CIS+地域の他の市場で強力なブランド・エクイティが引き続き力強い成長を牽引し、4.0%増。
- 総販売数量は、GFB 販売数量の成長により 2.4%増。

紙巻きたばこ及びfine cut[4]を含む市場シェア[5]は、イタリア、英国、スペイン、台湾、トルコ、フランスにおいて伸長。

2012 年 1-12 月期の海外たばこ事業実績　　( ):前年同期比増減率

	2011 年					2012 年				
	1-3 月	4-6 月	7-9 月	10-12 月	1-12 月	1-3 月	4-6 月	7-9 月	10-12 月	1-12 月
総販売数量 (億本)	945	1,104	1,147	1,061	4,257	989 (+4.7%)	1,135 (+2.8%)	1,155 (+0.7%)	1,086 (+2.4%)	4,365 (+2.5%)
うち GFB 販売数量 (億本)	558	662	706	638	2,565	611 (+9.5%)	697 (+5.2%)	716 (+1.4%)	663 (+4.0%)	2,688 (+4.8%)
自社たばこ製品売上収益 (百万ドル)	2,447	2,925	3,094	2,745	11,211	2,731 (+11.6%)	2,997 (+2.5%)	3,125 (+1.0%)	2,963 (+8.0%)	11,817 (+5.4%)
千本当自社たばこ製品売上収益 (ドル)	26.1	26.7	27.2	26.1	26.6	27.8 (+6.5%)	26.6 (−0.4%)	27.2 (+0.2%)	27.5 (+5.3%)	27.3 (+2.7%)
調整後 EBITDA (百万ドル)					3,944					4,302 (+9.1%)

[参考] 為替一定ベースでの事業実績　　( ):前年同期比増減率

	2011 年					2012 年				
	1-3 月	4-6 月	7-9 月	10-12 月	1-12 月	1-3 月	4-6 月	7-9 月	10-12 月	1-12 月
自社たばこ製品売上収益 (百万ドル)	2,447	2,925	3,094	2,745	11,211	2,824 (+15.4%)	3,269 (+11.8%)	3,397 (+9.8%)	3,132 (+14.1%)	12,623 (+12.6%)
千本当自社たばこ製品売上収益 (ドル)	26.1	26.7	27.2	26.1	26.6	28.8 (+10.1%)	29.0 (+8.6%)	29.6 (+9.0%)	29.1 (+11.3%)	29.1 (+9.7%)
調整後 EBITDA (百万ドル)					3,944					4,830 (+22.5%)

地域別実績: 2012 年 10-12 月期

South & West Europe 地域の総販売数量は 7.8%増となりました。 大幅な市場縮小にもかかわらず、イタリア及びスペインでのfine cut[4]の好調な推移により、総販売数量及び GFB 販売数量は、買収影響を除き 0.8%、0.1%の微減にとどまりました。市場シェアは、イタリア、ギリシャ、スペイン、フランスで伸長しました。

North & Central Europe 地域の総販売数量は、Gryson 社の買収効果により 1.0%増、買収影響を除くと 0.5%増となりました。GFB 販売数量は特にドイツ及びスウェーデンでの成長の結果、1.7%増となりました。市場シェアは、英国及びドイツで伸長しました。

CIS+地域における 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結果、6.9%増となりました。総販売数量は、主に低価格帯現地ブランドの販売数量の減少により、1.6%減となりました。ロシアの売上シェア[6]及び GFB の市場シェア、カザフスタン及びコーカサスでの市場シェアは伸長しました。

Rest-of-the-World 地域の総販売数量は、地域内で広範に亘るウィンストンの成長及びトルコで LD の成長が継続し 6.9%増、スーダンにおける買収影響を除くと 4.9%増となりました。GFB 販売数量は 2.9%増となりました。カナダ、台湾、トルコにおいて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)販売数量 ：2012 年 10-12 月期

「ウィンストン」の販売数量は、ロシア、トルコ及び CIS+地域の他の市場での堅調な成長により、6.0%増となりました。

「キャメル」の販売数量は、トルコ及びイタリアでの成長によって 2.5%増となりました。

「マイルドセブン」の販売数量は、韓国における販売数量の回復が継続し、6.1%増となりました。

「LD」の販売数量は、トルコ、コーカサス、カザフスタンでの成長により 3.8%増となりました。

2012 年 1-12 月期実績

通期調整後 EBITDA は 9.1%増の 4,302 百万ドルとなりました。為替一定ベースでは 22.5%増となり、ともに業績予想を上回りました。

自社たばこ製品売上収益は、単価上昇効果及び総販売数量成長により 5.4%増の 11,817 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 12.6%増となりました。

千本当自社たばこ製品売上収益は 2.7%増、為替一定ベースでは 9.7%増となりました。

GFB 販売数量は、ロシア、トルコ、カザフスタン、ウクライナ及び CIS+地域の他の市場における成長により 4.8%増の 2,688 億本となりました。GFB 販売数量は全ての地域において成長しました。GFB 数量増は、全て買収効果を含まない自律的成長によるものでした。

総販売数量は、GFB 販売数量の成長により 2.5%増の 4,365 億本、買収影響を除くと 1.0%増の 4,293 億本となりました。

注記:

[1]調整後 EBITDA=営業利益+有形固定資産の減価償却費+無形資産の償却費+のれんの減損±リストラクチャリングに係る収益及び費用

[2]急激なインフレに対応するための単価上昇効果(6 パーセントポイント程度)を含みます。これは、当該通貨の引き下げ影響を緩和する目的で実施したのもです。

[3]急激なインフレに対応するための単価上昇効果(2 パーセントポイント程度)を含みます。これは、当該通貨の引き下げ影響を緩和する目的で実施したのもです。

[4]Fine cut とは、Roll Your Own(お客様が巻紙を用いご自身で手巻きにする際に使用する刻たばこ)とMake Your Own(お客様が器具と筒状の巻紙を用いご自身で作成する際に使用する刻たばこ)を指します。

[5]出典: Nielsen、Logista、Altadis 及び JTI 内部データ。2012 年 12 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。ただし、カザフスタンおよびドイツに関するデータは、2012 年 11 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。

[6]出典は Nielsen。2012 年 12 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。

その他の定義については http://www.jti.co.jp/investors/release/financial_report/definitions/index.html をご参照ください。

【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