2014 年 4 月 24 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速報（2014 年 1-3 月期）

JTI　引き続き増収、為替一定ベースの利益は 2 桁成長を継続

(億本、百万ドル)	1-3 月 2014	1-3 月 2013	前年同期比増減率
総販売数量 [1]	877	928	-5.4%
GFB 販売数量 [1]	553	585	-5.5%
自社たばこ製品売上収益	2,761	2,729	1.2%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	2,868	2,729	5.1%
調整後営業利益 [2]	1,023	976	4.8%
為替一定ベース 調整後営業利益	1,117	976	14.5%

ハイライト
3 ヶ月実績（2014 年 1-3 月期）

- 自社たばこ製品売上収益は、堅調な価格・ミックス改善効果が数量減の影響を上回り、1.2%増。
- 為替一定ベースでは、自社たばこ製品売上収益は 5.1%増、調整後営業利益は 14.5%増。
- 総販売数量及び GFB 販売数量は、英国、スペイン、フランス、ロシア等、複数の主要市場における市場縮小の影響及びトルコにおける流通在庫量調整と低価格帯での競争激化によるダウントレードの影響を受け、それぞれ 5.4%減、5.5%減。Fine cut は欧州を中心に GFB が 34.1%成長し、数量ベースで 10.5%増。
- 紙巻きたばこ及び fine cut を含む市場シェア[3] は、イタリア、英国、スペイン、トルコ、フランスを含む殆どの主要市場において引き続き伸長若しくはフラットに推移。ロシアでは売上シェア[4]及び GFB 市場シェアが引き続き伸長。

業績レビュー
3ヶ月実績(2014 年 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、 139 百万ドル増 (5.1%増) の 2,868 百万ドル。この成長は、価格・ミックスの改善効果 272 百万ドルが、数量減の影響を上回ったことによるもの。

為替一定ベースでの調整後営業利益は、141 百万ドル増 (14.5%増)の 1,117 百万ドル。この成長は、価格・ミックス改善効果 276 百万ドルによるもの。

財務報告ベースでの自社たばこ製品売上収益は 1.2%増の 2,761 百万ドル、調整後営業利益は 4.8%増の 1,023 百万ドル。

総販売数量

総販売数量は、特に英国、スペイン、フランス、ロシアにおける市場縮小の継続及びトルコにおける流通在庫量調整と低価格帯での競争激化によるダウントレードの影響により、5.4%減の 877 億本となりました。コーカサス、ドイツ、中東・アフリカの一部市場、ハンガリー、フィリピン、ポルトガルでは成長したものの、イタリア、英国、スペイン、台湾、トルコ、フランス、ロシアにおける数量減が上回りました。Fine cut は、英国、ドイツ、ハンガリー、フランス、ベネルクス、ポーランド、ポルトガルでの成長により 10.5%増となりました。

(億本)	1-3 月		前年同期比
地域	**2014**	**2013**	**増減率**
South & West Europe	140	148	-5.9%
North & Central Europe	123	120	3.1%
CIS+	362	392	-7.8%
Rest of the World	252	267	-5.6%
Total JTI	**877**	**928**	**-5.4%**

GFB 販売数量

GFB 販売数量は、複数の主要市場での市場縮小及びトルコの影響により 5.5%減少し、553 億本となりました。GFB の fine cut は、「ウィンストン」、「キャメル」、「LD」がドイツ、ハンガリー、フランス、ベネルクス、ポーランドでの成長により 34.1%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 63.0%となりました。

「ウィンストン」の販売数量は、台湾、ドイツ、フィリピン、ルーマニアにおいて好調に推移したものの、スペイン、フランス、ロシアでの市場縮小の影響及びトルコにおける流通在庫量の調整と低価格帯での競争激化によるダウントレードの影響により 7.1%減の 276 億本となりました。欧州において、「ウィンストン」の fine cut は、24.1%増となりました。

「キャメル」の販売数量は、中東・アフリカの一部市場、ドイツ、ベネルクス及びポルトガルにおいて成長しましたが、スペインとフランスでの市場縮小の影響を受けて 3.7%減の 88 億本となりました。欧州において、「キャメル」の fine cut は、12.7%増となりました。

「メビウス」の販売数量は、主に台湾で同価格帯の競合製品との価格差が生じたため、8.1%減の 40 億本となりました。

「LD」の販売数量は、ウクライナ、コーカサス、ハンガリーで成長しましたが、ロシアにおける市場縮小及び競争激化により、2.6%減の 96 億本となりました。

地域別実績

South and West Europe

(億本、百万ドル)	1-3 月 2014	1-3 月 2013	前年同期比増減率
総販売数量	140	148	-5.9%
GFB 販売数量	118	123	-3.8%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	470.1	515.7	-8.8%

South and West Europe 地域では、特にフランス及びスペインにおける市場縮小の影響により、総販売数量は 5.9%減、GFB 販売数量は 3.8%減となりました。市場シェアはオランダ、ギリシャ、スイス、スペイン及びフランスで伸長し、市場縮小の影響を一部相殺しました。

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、主にイタリアを主要因とする価格・ミックスの悪化（11 百万ドル）と、数量減が影響し、8.8%減となりました。

フランスの総販売数量及び GFB 販売数量は、市場縮小によりそれぞれ 7.4%減、7.2%減となった一方で、fine cut は数量ベースで 4.6%増となりました。市場シェアは、「ウィンストン」と「キャメル」が牽引し、1.7 パーセントポイント増の 20.1%に伸長しました。

イタリアの総販売数量及び GFB 販売数量は、主に低価格帯及び fine cut カテゴリーにおける競争激化により、それぞれ 9.5%減、8.3%減となりました。3 ヶ月移動平均ベースの当期市場シェアは、2013 年 10-12 月期から 0.5 パーセントポイント減の 20.8%となりましたが、12 ヶ月移動平均ベースの市場シェアは 21.5%となりフラットでした。

スペインでは、主に市場縮小の影響により、総販売数量及び GFB 販売数量はそれぞれ 8.7%減、2.9%減。市場シェアは、「ウィンストン」、「キャメル」、「ベンソン・アンド・ヘッジス」が牽引し、0.8 パーセントポイント増の 21.0%に伸長しました。

North and Central Europe

(億本、百万ドル)	1-3 月 2014	1-3 月 2013	前年同期比増減率
総販売数量	123	120	3.1%
GFB 販売数量	65	60	8.3%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	545.6	496.3	9.9%

North and Central Europe 地域では、オーストリア、スウェーデン、チェコ、ドイツ、ハンガリーにおいて GFB が好調に推移したことにより、総販売数量は 3.1%増、GFB 販売数量は 8.3%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、ドイツ、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、主に英国、オーストリア及びポーランドが価格・ミックス改善効果（43 百万ドル）を牽引したことに加え、数量増も貢献し 9.9%増となりました。

オーストリアでは、主に「ウィンストン」と「ベンソン・アンド・ヘッジス」の成長により、総販売数量及び GFB 販売数量は、それぞれ 1.2%増、11.2%増となりました。市場シェアは、0.4 パーセントポイント増の 32.3%となりました。

英国では、市場縮小の影響を受け、総販売数量 2.5%減となりましたが、「アンバーリーフ」、「スターリング」が牽引し、市場シェアは 0.9 パーセントポイント増の 40.7%に伸長しました。両ブランドとも、引き続き各カテゴリー首位であり、「アンバーリーフ」においては英国市場全体で No.1 ブランドの座を堅持しました。Fine cut は数量ベースで 4.5%増となり、fine cut カテゴリーの市場シェアは 1.2 パーセントポイント伸長しました。

ポーランドでは、「キャメル」、「LD」の fine cut の成長が牽引し、総販売数量及び GFB 販売数量はそれぞれ 1.6%増、2.0%増となりました。市場シェアは 1.9 パーセントポイント増の 15.2%に伸長しました。

CIS+

(億本、百万ドル)	1-3 月 2014	1-3 月 2013	前年同期比増減率
総販売数量	362	392	-7.8%
GFB 販売数量	243	256	-4.9%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	1,049.7	915.9	14.6%

CIS+地域では、コーカサス及びルーマニアで GFB が引き続き好調に推移したものの、ロシアにおける市場縮小の影響により、総販売数量は 7.8%減、GFB 販売数量は 4.9%減となりました。市場シェアはウクライナとルーマニアで伸長しました。

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、主にウクライナ、カザフスタン及びロシアが価格・ミックス改善効果（217 百万ドル）を牽引し、14.6%増となりました。

ルーマニアでは、「ウィンストン」及び「モア」の成長により、総販売数量及び GFB 販売数量は、それぞれ 7.6%増、15.2%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 24.4%となりました。

ロシアでは、主に増税に伴う値上げにより市場規模が当期約 7.9%縮小したことに加え、中価格帯から低価格帯における価格競争が生じたことにより販売数量が減少したため、総販売数量及び GFB 販売数量は、それぞれ 12.1%減、10.3%減となりました。市場シェアは、0.1 パーセントポイント減の 36.2%となったものの、GFB 市場シェアは 1.3 パーセントポイント増の 23.4%、売上シェアは 0.3 パーセントポイント増の 36.6%となりました。

Rest-of-the-World

(億本、百万ドル)	1-3 月 2014	1-3 月 2013	前年同期比 増減率
総販売数量	252	267	-5.6%
GFB 販売数量	126	146	-13.6%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	802.5	800.8	0.2%

Rest-of-the-World 地域では、中東・アフリカの一部市場及びフィリピンで好調に推移しましたが、主にトルコにおける流通在庫調整及び低価格帯での競争激化によるダウントレードの影響や、台湾で同価格帯の競合製品と価格差が生じたことにより、総販売数量は 5.6%減、GFB 販売数量は 13.6%減となりました。市場シェアはカナダ、トルコ、マレーシアで伸長しました。

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、主にカナダ、台湾及びマレーシアの貢献による価格・ミックス改善効果（23 百万ドル）が、台湾、トルコにおける数量減の影響を上回り、0.2%増となりました。

台湾の総販売数量及び GFB 販売数量は、同価格帯の競合製品との価格差が生じた影響を受けて、それぞれ 11.5%減、5.8%減となりました。市場シェアは、0.1 パーセントポイント減の 39.2%となった一方、「ウィンストン」は 1.3 パーセントポイント伸長し 3.9%となりました。売上シェアは 0.9 パーセントポイント増の 44.5%となりました。

トルコでは、流通在庫調整及び低価格帯での競争激化によるダウントレードの影響で、総販売数量及び GFB 販売数量はそれぞれ、32.1%減、42.9%減となりました。3 ヶ月移動平均ベースの当期市場シェアは 2013 年 10-12 月期から 0.4 パーセントポイント減の 26.5%となりましたが、12 ヶ月移動平均ベースの市場シェアは 0.4 パーセントポイント増の 26.8%となりました。

注記：

[1] Fine cut カテゴリーの消費動向について調査した結果に基づき、High Volume Tobacco 製品を紙巻きたばこ相当に換算する際の換算レートを変更。2013 年度数値についても同換算レートを遡及適用しております。

[2] 今期から、JTI は調整後営業利益を開示しております。調整後営業利益=営業利益+買収に伴い生じた無形資産に係る償却費+調整項目（収益及び費用）*

*調整項目（収益及び費用）= のれんの減損損失±リストラクチャリング収益及び費用等

[3] 出典: DCS, IRI、Logista、Nielsen 及び JTI 内部データ。特に言及がない限り 2014 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 2013 年 3 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。ウクライナ、台湾、マレーシア、ルーマニアに関するデータは 2014 年 3 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。

[4] 出典は Nielsen。2014 年 2 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。ただし、台湾については 2014 年 3 月時点。

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