

Japan Tobacco International (JTI)  
海外たばこ事業実績補足資料(2016年7-9月期及び1-9月期)

## JTI GFB 好調とプライシングにより力強い実績

	7-9月		前年同期比 増減率	1-9月		前年同期比 増減率
	2016	2015		2016	2015	
(億本、百万ドル)						
総販売数量 <sup>1</sup>	1,045	1,043	0.1%	3,042	2,956	2.9%
GFB 販売数量 <sup>1</sup>	755	735	2.8%	2,163	2,054	5.3%
自社たばこ製品売上収益 <sup>2</sup>	2,823	2,761	2.2%	8,062	7,823	3.1%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	2,976	2,761	7.8%	8,676	7,823	10.9%
調整後営業利益	897	945	-5.0%	2,626	2,715	-3.3%
為替一定ベース 調整後営業利益	1,051	945	11.2%	3,134	2,715	15.4%

### ハイライト

#### 3ヵ月実績(2016年7-9月期)

- 為替一定ベースでの調整後営業利益は、事業投資を継続する中でも、堅調な単価上昇効果により11.2%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5.0%減。
- GFB 販売数量の増加及び堅調な単価上昇効果により、為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は7.8%増、財務報告ベースでは2.2%増。
- 総販売数量及び GFB 販売数量は、それぞれ0.1%増、2.8%増。これは継続した市場シェアの伸長に加えて、seeding marketsでの成長、及び買収効果によるものです。Fine cut は、GFB が12.5%成長したことにより、5.1%増。
- 紙巻たばこ及び fine cut を含む市場シェア<sup>3</sup>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、GFB 市場シェアは引き続き伸長し、「LD」と「ウインストン」の市場シェアはそれぞれ過去最高となりました。

#### 9ヵ月実績(2016年1-9月期)

- 為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益及び調整後営業利益は、力強い数量増及びプライシングにより、それぞれ10.9%増、15.4%増となりました。Seeding markets や emerging products を中心とする事業投資も加速しております。
- 財務報告ベースでの自社たばこ製品売上収益は、為替影響を受けたものの、数量増及び力強いプライシングにより3.1%増。調整後営業利益は、為替影響の結果、3.3%減。
- 総販売数量及び GFB 販売数量は、市場シェアの伸長、seeding marketsでの成長、買収効果及び主に第一四半期における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り、それぞれ2.9%増、5.3%増。Fine cut は、GFB が21.9%成長したことにより、10.4%増。

## 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(2016年7-9月期)

- 為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、215百万ドル増(7.8%増)の2,976百万ドル。この成長は、単価上昇効果208百万ドルによるもの。
- 為替一定ベースでの調整後営業利益は、106百万ドル増(11.2%増)の1,051百万ドル。この成長は事業投資を着実に実施する中であって、単価上昇効果206百万ドルによるもの。
- 財務報告ベースでの自社たばこ製品売上収益は、為替影響を受けたものの、GFB販売数量の増加及び単価上昇効果により2.2%増。一方、調整後営業利益は、為替影響により5.0%減。

#### 9ヶ月実績(2016年1-9月期)

- 為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、853百万ドル増(10.9%増)の8,676百万ドル。この成長は、主に単価上昇効果611百万ドルによるもの。
- 為替一定ベースでの調整後営業利益は、419百万ドル増(15.4%増)の3,134百万ドル。この成長は単価上昇効果596百万ドル及び数量増を、seeding marketsやemerging productsへの事業投資の増加が一部相殺したことによるもの。
- 財務報告ベースでは、為替影響により自社たばこ製品売上収益は3.1%増、調整後営業利益は3.3%減。

### 総販売数量

(億本)	7-9月			1-9月		
地域別	2016	2015	前年同期比 増減率	2016	2015	前年同期比 増減率
South & West Europe	168	168	-0.1%	513	488	5.1%
North & Central Europe	144	143	0.9%	414	401	3.2%
CIS+	378	414	-8.7%	1,081	1,149	-5.9%
Rest-of-the-World	355	319	11.3%	1,034	918	12.7%
Total JTI	1,045	1,043	0.1%	3,042	2,956	2.9%

#### 3ヶ月実績(2016年7-9月期)

総販売数量は、買収効果及びイラン、カザフスタン、スペイン、台湾、中東及び北アフリカの一部市場、ドイツ、トルコ、フィリピン、ブラジル、フランス及びルーマニアでの成長が、主にロシアにおける市場縮小を要因とする数量減を上回り、0.1%増の1,045億本となりました。Fine cutは、主に英国、スイス、ドイツ、ハンガリー及びフランスで成長し5.1%増となりました。

#### 9ヶ月実績(2016年1-9月期)

総販売数量は、イタリア、イラン、カザフスタン、韓国、スペイン、中東及び北アフリカの一部市場、ドイツ、東南アジア市場、トルコ、フィリピン、ブラジル及びフランスでの成長に加え、買収効果、並びに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り、2.9%増の3,042億本となりました。買収効果及び流通在庫調整の影響を除いた場合も、総販売数量は成長しています。Fine cutは、ヨーロッパのクラスターにおいて堅調に成長し、10.4%増となりました。

## GFB 販売数量

(億本)	7-9月		前年同期比 増減率	1-9月		前年同期比 増減率
	2016	2015		2016	2015	
地域別						
South & West Europe	150	149	1.2%	461	430	7.1%
North & Central Europe	91	83	8.9%	258	229	12.6%
CIS+	290	310	-6.4%	818	849	-3.7%
Rest-of-the-World	225	193	16.2%	626	545	14.9%
<b>Total JTI</b>	<b>755</b>	<b>735</b>	<b>2.8%</b>	<b>2,163</b>	<b>2,054</b>	<b>5.3%</b>

### 3ヶ月実績(2016年7-9月期)

GFB 販売数量は、イラン、英国、カザフスタン、スペイン、台湾、中東及び北アフリカの一部市場、ドイツ、トルコ、フィリピン、ブラジル、フランス及びルーマニアでの成長、並びに「ナチュラル・アメリカン・スピリット」の買収効果に牽引され、2.8%増の 755 億本となりました。GFB の fine cut は、主に英国、スイス、ドイツ、ハンガリー、フランス及びベネルクスで成長し、12.5%増となりました。

「ウィンストン」の販売数量は、主にイラン、ウクライナ、カザフスタン、スペイン、台湾、中東の一部市場、ドイツ、トルコ、フィリピン、ブラジル及びフランスにおいて成長し、6.5%増の 374 億本となりました。「ウィンストン」の fine cut はフランス及びドイツにおいて成長し、7.2%増となりました。

「キャメル」の販売数量は、イラン、フィリピン、ブラジル、フランス及びポーランドにおいて成長し、1.2%増の 138 億本となりました。「キャメル」の fine cut は主にベネルクスにおいて成長し、1.1%増となりました。

「メビウス」の販売数量は、主にシンガポール及び中央アジア市場において成長し、0.6%増の 46 億本となりました。

「LD」の販売数量は、カザフスタン、カナダ及びトルコにおいて引き続き成長しましたが、主にウクライナ、コーカサス及びロシアでの市場規模の縮小により、6.9%減の 127 億本となりました。「LD」の fine cut は主にポーランドにおいて成長し、2.2%増となりました。

### 9ヶ月実績(2016年1-9月期)

GFB 販売数量は、イタリア、イラン、英国、カザフスタン、カナダ、韓国、スペイン、台湾、中東及び北アフリカの一部市場、ドイツ、東南アジア市場、トルコ、フィリピン、ブラジル、フランス、ベネルクス及びルーマニアでの成長、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、5.3%増の 2,163 億本となりました。GFB の fine cut は、ヨーロッパのクラスターにおいて引き続き成長し、21.9%増となりました。

総販売数量における GFB 販売数量の構成比は前年同期比で 1.6 パーセントポイント増加し、71.1%となりました。

## 地域別実績

### 3ヶ月実績(2016年7-9月期)

#### South and West Europe

(億本、百万ドル)	7-9月		前年同期比 増減率
	2016	2015	
総販売数量	168	168	-0.1%
GFB販売数量	150	149	1.2%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	521	500	4.2%

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、単価上昇効果(17百万ドル)が牽引し、4.2%増となりました。

GFB販売数量は、主にスイス、スペイン、フランス及びベネルクスにおいて成長し、1.2%増となりました。総販売数量は、イタリアにおける流通在庫調整の不利な影響があったものの、GFB販売数量の増加によりフラット(0.1%減)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。

フランスでは、総販売数量及びGFB販売数量は、「ウinston」、「キャメル」及び「ナチュラル・アメリカン・スピリット」に牽引され、それぞれ2.4%増、3.5%増になりました。Fine cutは「ウinston」が貢献し、2.5%増となりました。市場シェアは、「ウinston」と「キャメル」及び「フリュードペイ」が牽引し、0.5パーセントポイント増の21.8%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、主に流通在庫調整の不利な影響を受け、それぞれ6.1%減、5.6%減となりました。Fine cutは「ウinston」及び「ナチュラル・アメリカン・スピリット」が好調であったものの、13.9%減となりました。市場シェアは、全てのGFBで伸長し1.8パーセントポイント増の22.4%となりました。

スペインでは、総販売数量及びGFB販売数量は、主に「ウinston」、「キャメル」及び「ベンソン・アンド・ヘッジス」において成長し、それぞれ4.9%増、4.7%増となりました。Fine cutは4.4%増となりました。市場シェアは、主に「ウinston」、「キャメル」及び「ベンソン・アンド・ヘッジス」が牽引し、0.4パーセントポイント増の22.6%となりました。

#### North and Central Europe

(億本、百万ドル)	7-9月		前年同期比 増減率
	2016	2015	
総販売数量	144	143	0.9%
GFB販売数量	91	83	8.9%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	653	623	4.7%

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、単価上昇効果(31百万ドル)により、4.7%増となりました。

総販売数量及び GFB 販売数量は、主にスウェーデン、スロバキア、ドイツ及びハンガリーでの成長と「ナチュラル・アメリカン・スピリット」の買収効果により、それぞれ 0.9%増、8.9%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、ドイツ及びハンガリーで伸長しました。

オーストリアでは、「ウinston」、「キャメル」及び「ベンソン・アンド・ヘッジス」が牽引し GFB 販売数量は 3.8%増となったものの、総販売数量は主に市場規模の縮小により 3.9%減となりました。市場シェアは、「ウinston」、「キャメル」及び「ベンソン・アンド・ヘッジス」が牽引し、0.5 パーセントポイント増の 31.6%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、それぞれ 1.2%減、0.6%減となりました。市場シェアは「ウinston」が伸長したものの、「LD」の減少により、0.5 パーセントポイント減の 15.9%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」、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、23.9%増となりました。総販売数量は、主に市場縮小の影響を受け 4.1%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、2.6%増となりました。市場シェアは、同市場において No.1 ブランドである「アンバーリーフ」、及び「ベンソン・アンド・ヘッジス」が貢献し、0.3 パーセントポイント増の 42.1%に伸長しました。

## CIS+

(億本、百万ドル)	7-9 月		前年同期比 増減率
	2016	2015	
<b>総販売数量</b>	378	414	-8.7%
<b>GFB 販売数量</b>	290	310	-6.4%
<b>為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益</b>	780	771	1.1%

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、単価上昇効果(73 百万ドル)により、1.1%増となりました。

総販売数量及び GFB 販売数量は、主に市場縮小の影響を受け、それぞれ 8.7%減、6.4%減となりました。GFB の市場シェアは、カザフスタン、ルーマニア及びロシアで伸長しております。

ルーマニアでは、総販売数量及び GFB 販売数量が、主に「ウinston」及び「ソブラニー」の伸長により、それぞれ 4.5%増、7.2%増となりました。市場シェアは、「ウinston」、「ソブラニー」の成長、及び「モア」を統合した「LD」の伸長により、0.7 パーセントポイント増の 26.1%となりました。

ロシアでは、総販売数量及び GFB 販売数量が、それぞれ 10.3%減、4.4%減となりました。これは主に当期の市場規模が 6.6%縮小<sup>4</sup>したことに加え、低価格帯での競争継続の影響によるものです。市場シェア及び売上シェアはそれぞれ 0.7 パーセントポイント減の 33.2%、0.4 パーセントポイント減の 34.5%となりました。GFB の市場シェアは、「ウinston」及び「LD」がそれぞれ過去最高の市場シェアを記録したことにより、0.5 パーセントポイント増の 24.6%となりました。

## Rest-of-the-World

(億本、百万ドル)	7-9 月		前年同期比 増減率
	2016	2015	
総販売数量	355	319	11.3%
GFB 販売数量	225	193	16.2%
為替一定ベース 自社たばこ製品売上収益	1,022	866	18.0%

為替一定ベースでの自社たばこ製品売上収益は、力強い数量増及び単価上昇効果(87 百万ドル)により、18.0%増となりました。

総販売数量及び GFB 販売数量は、イラン(アリヤン・タバコ・インダストリー社の買収効果を含む)、台湾、中東及び北アフリカの一部市場並びにトルコでの好調に加え、エジプト、フィリピン、ブラジル及びミャンマーを含む seeding markets の成長により、それぞれ 11.3%増、16.2%増となりました。市場シェアは、カナダ、韓国、台湾及びマレーシア等での市場で伸長しました。

台湾では、「モア」の「ウインストン」への統合が功を奏し、総販売数量及び GFB 販売数量は、それぞれ 2.6%増、21.4%増となりました。市場シェア及び売上シェアは、「ウインストン」及び「LD」が牽引し、それぞれ 0.3 パーセントポイント増の 39.5%、0.7 パーセントポイント増の 45.8%となりました。

トルコでは、総販売数量及び GFB 販売数量は、市場トレンドの改善により、それぞれ 4.4%増及び 3.2%増となりました。市場シェアは、「ウインストン」で伸長したものの「キャメル」の減少により、0.9 パーセントポイント減の 29.7%となりました。

### 注記:

- <sup>1</sup> 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。
- <sup>2</sup> 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。
- <sup>3</sup> 出典: IRI、Logista、Nielsen 及び JTI 内部データ。特に言及がない限り 2016 年 9 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。カザフスタン、スイス、スペイン及びドイツに関するデータは 2016 年 8 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 9 月時点の 12 ヶ月移動平均ベース。
- <sup>4</sup> 出典: JTI 内部データ。2016 年 7-9 月ベース。

その他の定義については [https://www.jti.co.jp/investors/release/financial\\_report/definitions/index.html](https://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