各位

2012 年 2 月 6 日
日本たばこ産業株式会社

Japan Tobacco International、EBITDA 及び GFB 数量が力強く成長
主要市場でシェアが伸長

海外たばこ事業実績速報 2011 年 1-12 月期、10-12 月期

実績概要

2011 年 1-12 月期

- 当社の海外たばこ事業を運営する Japan Tobacco International の通期 EBITDA は、17.3%増。為替中立ベースでは 15.6%増と、予想を上回る成長。
- 調整後売上高[1]は、GFB[2]販売数量増及び単価上昇効果により 10.9%増。為替中立ベースでは 8.0%増。
- GFB 販売数量は、2.6%増。ロシア、中東での成長が寄与。
- 市場シェア[3]は、トルコ、イタリア、フランス、スペインを含む、殆どの主要市場において増加。

2011 年 10-12 月期

- 調整後売上高は、単価上昇効果により 5.3%増。為替中立ベースでは 7.0%増。
- ロシア、中東での GFB 販売数量増がスペイン、フィリピンにおける数量減を一部相殺。

2010 年及び 2011 年の海外たばこ事業実績[4]　　(　)：前年同期比増減率

	2010 年					2011 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)	941	1,107	1,148	1,089	4,284	945 (+0.5%)	1,104 (-0.2%)	1,147 (-0.0%)	1,061 (-2.6%)	4,257 (-0.6%)
うち GFB 販売数量 (億本)	546	637	667	648	2,498	558 (+2.1%)	662 (+4.0%)	706 (+5.8%)	638 (-1.6%)	2,565 (+2.6%)
調整後売上高 (百万ドル)	2,343	2,571	2,593	2,606	10,113	2,447 (+4.4%)	2,925 (+13.8%)	3,094 (+19.3%)	2,745 (+5.3%)	11,211 (+10.9%)
調整後千本当売上高[5] (ドル)	25.2	23.4	22.8	24.2	23.8	26.1 (+3.9%)	26.7 (+14.0%)	27.2 (+19.3%)	26.1 (+8.0%)	26.6 (+11.7%)
通期 EBITDA (JT へのロイヤリティー支払前)（百万ドル）					3,338					3,916 (+17.3%)

[参考]

2010 年及び 2011 年の為替中立ベースでの事業実績　　(　)：前年同期比増減率

	2010 年					2011 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
調整後売上高 (百万ドル)	2,343	2,571	2,593	2,606	10,113	2,495 (+6.5%)	2,725 (+6.0%)	2,916 (+12.5%)	2,789 (+7.0%)	10,925 (+8.0%)
調整後千本当売上高 (ドル)	25.2	23.4	22.8	24.2	23.8	26.7 (+6.0%)	24.9 (+6.2%)	25.6 (+12.5%)	26.5 (+9.7%)	25.9 (+8.9%)
通期 EBITDA (JT へのロイヤリティー支払前)（百万ドル）					3,338					3,859 (+15.6%)

地域別[6]販売実績：2011 年 10-12 月期

South & West Europe 地域の GFB 販売数量は 7.5％減、総販売数量[7]は 8.7％減となりました。この減少は、スペインでの市場縮小によるものでした。市場シェア [3] はイタリア、フランス、スペインで増加しました。

North & Central Europe 地域の GFB 販売数量は、ポーランド、チェコ、オーストリアにおける数量増により 0.7％増となりました。総販売数量は 3.1％減となりました。これは、英国での市場縮小及び値上げ時期の異なる前年同期との比較によるものです。市場シェアはポーランド、チェコ、ドイツで伸長しました。

CIS+地域での GFB 販売数量は、ロシア、ルーマニア、ウクライナでの成長により 5.5％増となりました。総販売数量は、3.5%減となりました。この減少はロシアでの GFB 販売数量増により、一部相殺されました。また、ロシアでは GFB 販売数量増により、市場シェアを維持しました。

Rest-of-the-World 地域の総販売数量は、中東での成長により 2.5%増加しました。GFB 販売数量は、8.8％減となりました。この減少は、2011 年 1 月の値上げに先立ち流通在庫増となったフィリピンでの前年同期との比較によるものです。市場シェアはトルコで伸長しました。

グローバル・フラッグシップ・ブランド(GFB)：2011 年 10-12 月期

「ウィンストン」の販売数量は、ロシア及び中東での成長により 0.1％増となりました。これらの市場での増加は、スペインでの市場縮小影響やフィリピンにおける前年同期からの相対的減少を相殺しました。

「キャメル」の販売数量は、スペインでの市場縮小及びダウントレーディングの影響により、7.4％減となりました。

「マイルドセブン」の販売数量は、韓国で価格劣位に立ったことや、台湾における市場縮小及びダウントレーディングの影響を受け、13.2％減となりました。

「LD」は、ロシア及びポーランドでの数量増により、10.7％増となりました。

2011 年 1-12 月期実績

調整後売上高は、GFB 販売数量増及び単価上昇効果により 10.9％増の 11,211 百万ドルとなりました。為替中立ベースでの調整後売上高は、8.0％増となりました。

GFB 販売数量は、ロシア及び中東での成長により 2.6％増の 2,565 億本となりました。一方、総販売数量は 0.6％減の 4,257 億本となりました。中東、ルーマニア、イタリアにおける数量増は、ウクライナ、スペイン、ロシアでの市場縮小の影響を補いきれませんでした。

通期 EBITDA は予想を上回る 17.3％増の 3,916 百万ドルとなりました。為替中立ベースでは 15.6％増となりました。

脚注

[1]調整後売上高については、物流事業、製造受託等を控除した売上高を用いています。なお、たばこ税相当額を売上高及び売上原価に含める方法から、これを控除する方法に 2011 年度より変更しています。

[2]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。

[3]出典：AC Nielsen、Logista、Altadis 及び JTI 内部データ。12 ヶ月移動平均ベース、2011 年 12 月。ドイツは、12 ヶ月移動平均ベース、2011 年 11 月。

[4]JTI は米国会計基準に代わり国際会計基準（IFRS）を今年（2011 年 12 月期）当初より採用しており、これに伴い 2010 年の実績についても遡及表示しています。

[5]調整後千本当売上高については、脚注 7 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脚注 1 の調整後売上高を用いています。

[6]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。

[7]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。

【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