JT International
2011年　海外たばこ事業　実績速報

Tokyo, Japan
February 07, 2012

将来に関する記述等についてのご注意

本資料に記載されている、当社又は当社グループに関連する業績見通し、計画、方針、経営戦略、目標、予定、事実の認識・評価等といった、将来に関する記述は、当社が現在入手している情報に基づく、本資料の日付時点における予測、期待、想定、計画、認識、評価等を基礎として記載されているに過ぎません。また、見通し・予想数値を算定するためには、過去に確定し正確に認識された事実以外に、見通し・予想を行うために不可欠となる一定の前提（仮定）を使用しています。これらの記述ないし事実または前提（仮定）については、その性質上、客観的に正確であるという保証も将来その通りに実現するという保証もありません。また、あらたな情報、将来の事象、その他の結果にかかわらず、常に当社が将来の見通しを見直すとは限りません。これらの記述ないし事実または前提（仮定）が、客観的には不正確であったり将来実現しないという可能性の原因となりうるリスクや要因は多数あります。その内、現時点で想定される主なものとして、以下のような事項を挙げることができます（なおかかるリスクや要因はこれらの事項に限られるものではありません）。

1) 喫煙に関する健康上の懸念の増大
2) たばこに関する国内外の法令規則による規制等の導入・変更（増税、たばこ製品の販売、マーケティング及び使用に関する政府の規制等）、喫煙に関する民間規制及び政府による調査の影響等
3) 国内外の訴訟の動向
4) 国内たばこ事業、海外たばこ事業以外へ多角化する当社の能力
5) 国際的な事業拡大と、日本国外への投資を成功させる当社の能力
6) 市場における他社との競争激化、銘柄嗜好の変化
7) 買収やビジネスの多角化に伴う影響
8) 国内外の経済状況
9) 為替変動及び原材料費の変動

本プレゼンテーション内にてたばこのパッケージ写真が掲載されていますが、投資家に事業を説明する目的で作成されたものであり、消費者へのたばこの販売促進もしくは喫煙を促す目的はありません。

© Copyright JTI 2012

Pierre de Labouchere
President &
Chief Executive Officer

JT International
2011年　事業実績

トップライン成長が牽引し、力強い実績を達成

2011年　ハイライト

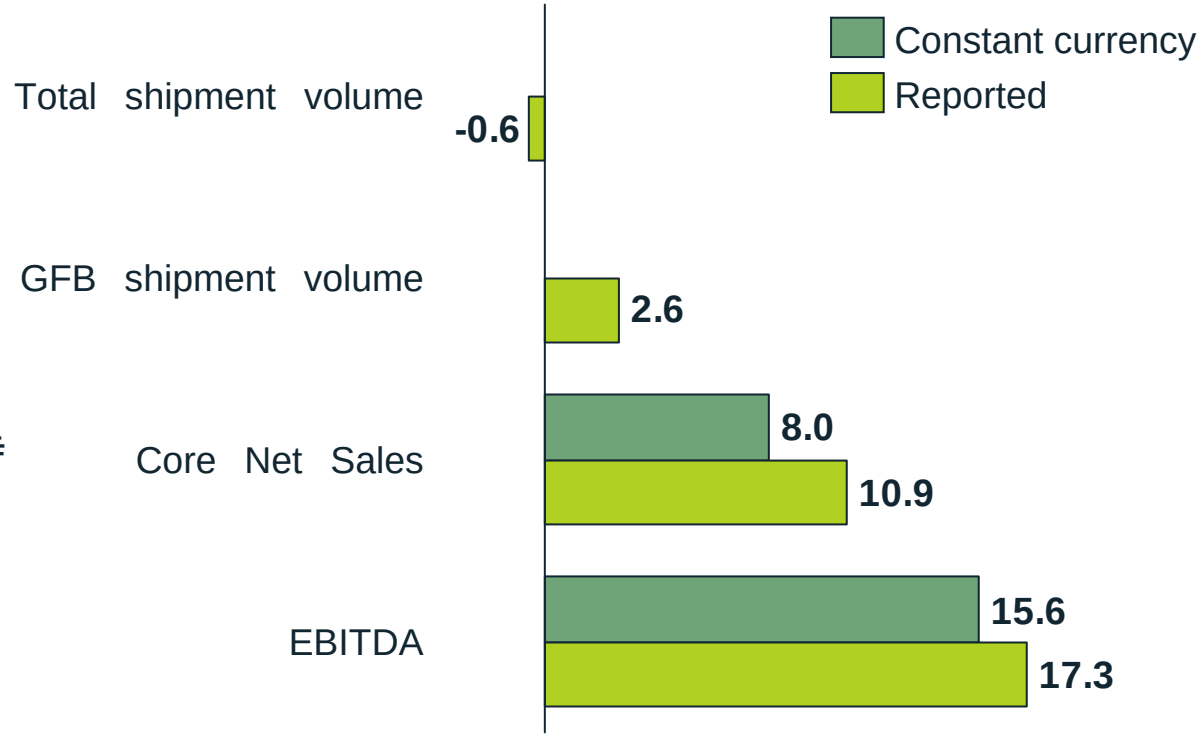
EBITDAは力強く成長
財務報告ベースで17.3%
為替中立ベースで15.6%と見込みの
14.0%成長を上回る

<u>キー・ドライバー：</u>

- 着実な値上げの実行
- ほぼ全ての主要市場でシェア伸長
- 総需要が減少する中、総販売数量を堅持し、GFB販売数量は引き続き成長

トップライン成長への注力および収益基盤拡充へ引き続き注力

Key Performance Indicators 2011
Year-over-Year Growth (%)



Note: Core Net Sales excludes revenue from distribution, private label, contract manufacturing and other peripheral businesses

© Copyright JTI 2012

ほぼ全ての主要市場でシェアは引き続き伸長

Share Of Market (12-month moving avg.)	2011	ppt change vs. last year
Russia	36.9%	0.0
France	16.4%	+0.4
Italy	20.7%	+1.0
Spain	21.2%	+0.4
UK	38.8%	-0.1
Turkey	24.1%	+1.5
Taiwan	38.2%	0.0

Note: Market shares do not include Roll-Your-Own / Make-Your-Own

キー・ドライバー:

- ブランド・エクイティ強化のための投資
- アップトレーディング/ダウントレーディング双方に対応可能なバランスの取れたブランドポートフォリオ
- 優れた営業力

© Copyright JTI 2012

GFB販売数量は引き続き成長し、ミックス改善

2011 GFB shipment volume
Year-on-Year variation (BnU)

		% Total Shipment Volume	YoY Change
2010	249.8	58.3%	2.7%
Engine	**4.1**	40.2%	2.4%
Stronghold	**3.3**	17.4%	4.6%
Future Potential	**-0.7**	2.6%	-5.8%
2011	256.5	60.2%	2.6%

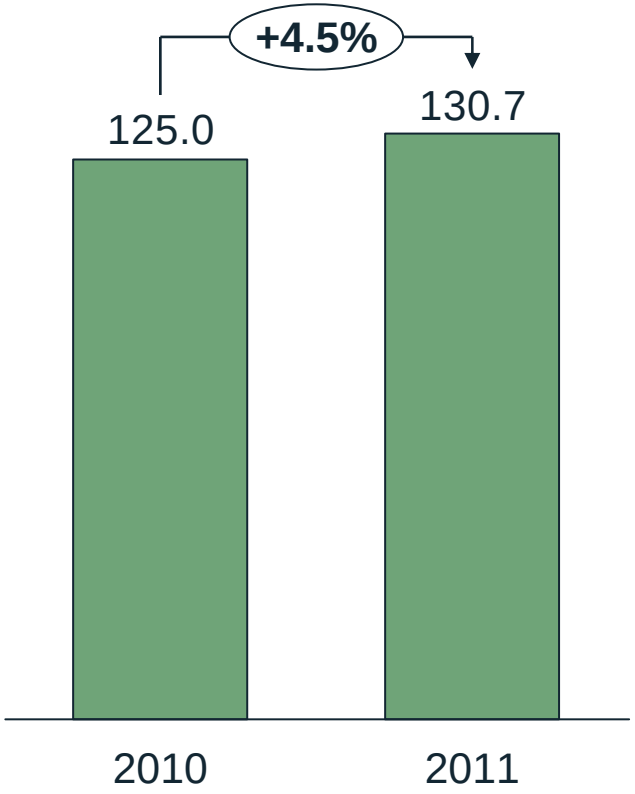
© Copyright JTI 2012

Winston: リニューアルとイノベーションを通じ、世界第2位のブランドとしての地位を強化

GFB パフォーマンス

- ほぼ全てのクラスターで販売数量を伸ばし、過去最高の実績を達成
- ポートフォリオの改善・拡張を実施
  - ベース・ファミリーのリニューアルに成功
  - 革新的なXS ファミリーの拡販

Winston shipment volume
(BnU)



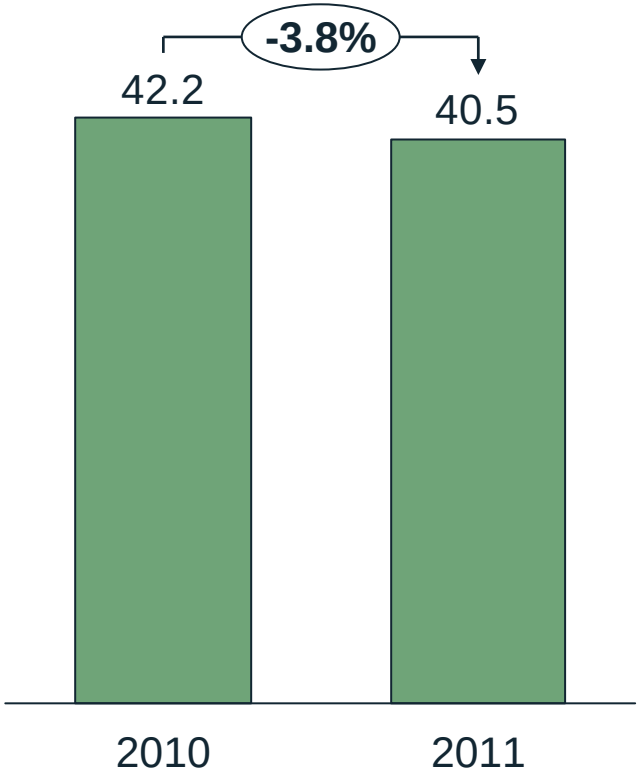
© Copyright JTI 2012

Camel: ダウントレーディングの圧力がある中、底堅いパーフォマンス

GFB パフォーマンス

- 強固なアイコンブランドを梃入れ:
  - 革新的な製品の投入
  - 韓国、レバノン市場への参入
  - モダンなイメージの*Black & White*ファミリーを現在拡販中
- 2012年Q1からベース・ファミリーを革新的な*Curve*パッケージへとリニューアル予定

Camel shipment volume
(BnU)



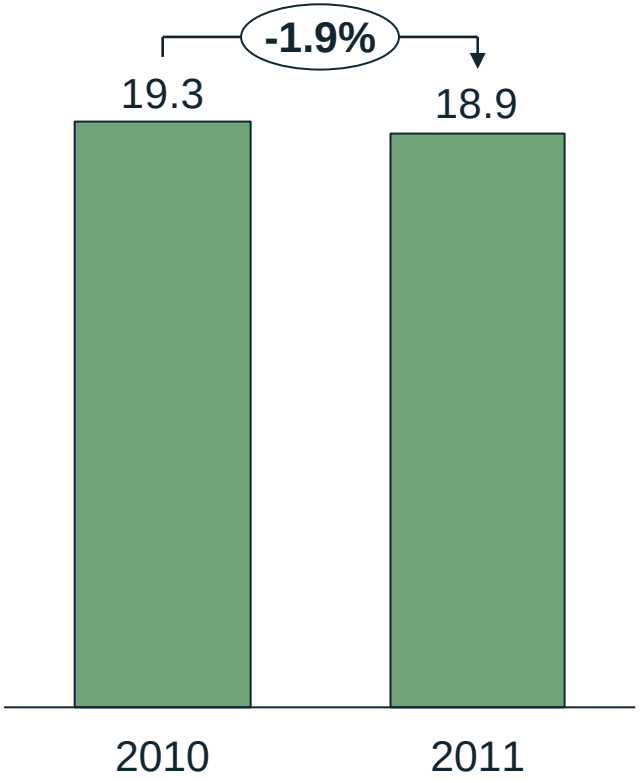
© Copyright JTI 2012

Mild Seven: プレミアムセグメントへの逆風にも関わらず、堅調なパーフォマンスを維持

GFB パフォーマンス

- 台湾および韓国において一時的に不利な価格差が生じたことにより、数量は減少
- 2012年Q1に革新的な新製品REVOをロシアで投入

Mild Seven shipment volume
(BnU)



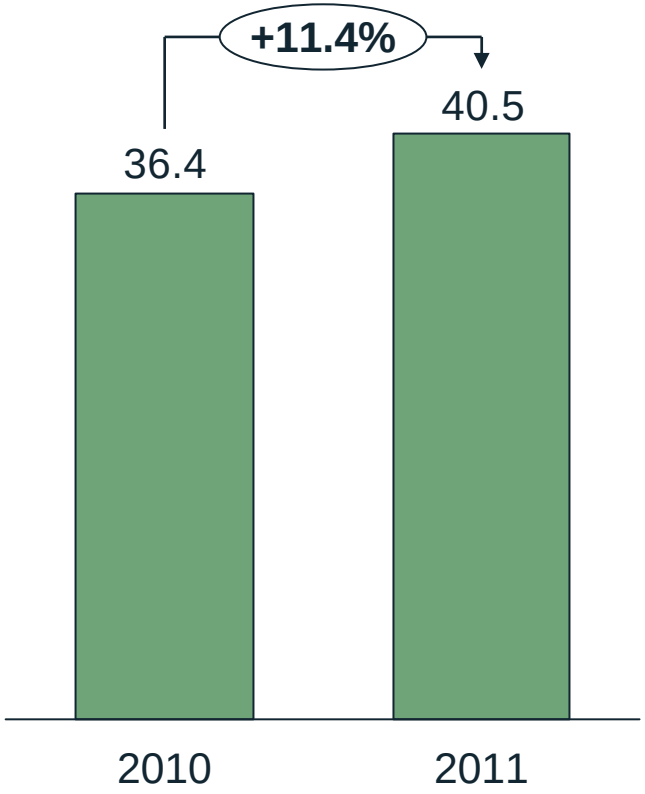
© Copyright JTI 2012

LD: 国際的なバリューブランドとしての地位を強化

GFBパーフォマンス

- ブランド・エクイティの強化およびダウントレーディングの捕捉により、販売数量は力強く成長
- シェアはほぼ全ての市場で伸長、ロシアではNo2.ポジションを獲得

LD shipment volume
(BnU)



© Copyright JTI 2012

着実な値上げとコスト抑制がEBITDA成長を牽引

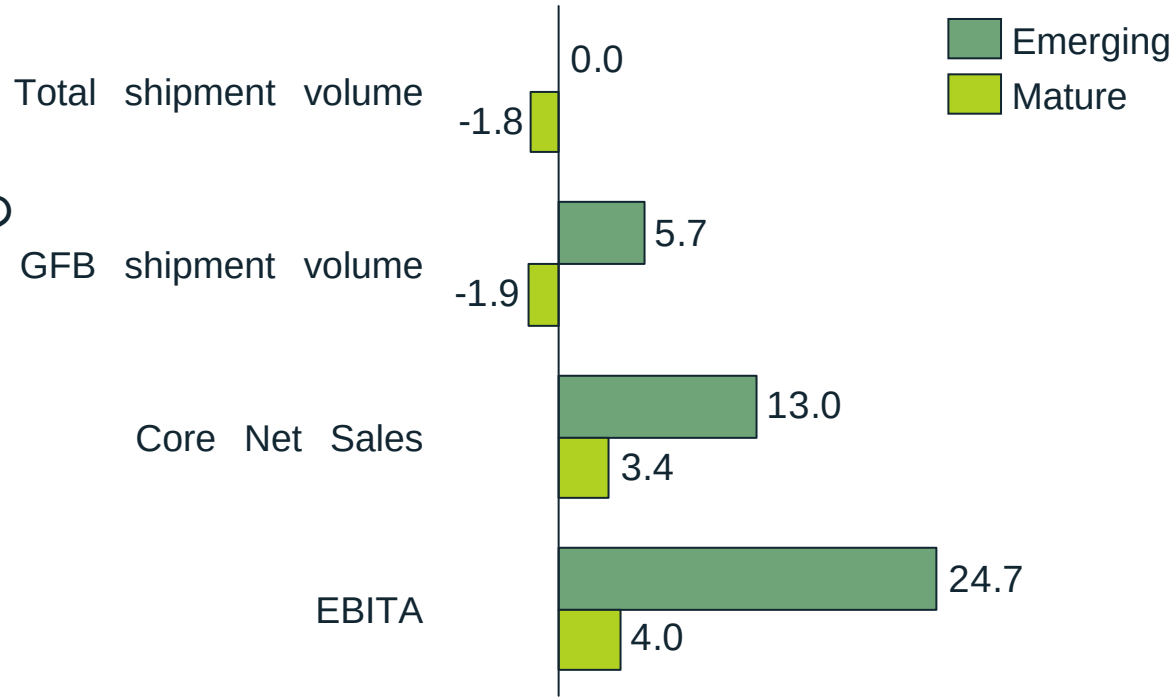
- 全ての主要市場で値上げを実施、EBITDA成長へのプライス/ミックス貢献はUS$812百万ドル
  - 増税は価格に転嫁するという原則を遵守
  - 数量減影響を相殺すべく、マージン改善の機会を捕捉
- スペイン及びトルコにおける混迷を克服
- 各国政府は増税の必要に迫られているが、極端に大幅な増税が税収減を招くと認識
- 規律あるコスト管理の継続

© Copyright JTI 2012

将来成長の基盤が整い、新興市場がパフォーマンスを牽引

- 新興市場でのプレゼンスが向上し、バランスの取れた地域構成
- 新興市場における力強いトップライン成長
- 成熟市場での堅調なEBITA成長
- 新興市場がトップライン・ボトムライン成長の双方を牽引

Emerging / Mature markets' performance
2011 vs. 2010 at constant currency (%)



Notes: Core Net Sales excludes revenue from distribution, private label, contract manufacturing and other peripheral businesses
Definition of mature and emerging market as per World Bank classification

© Copyright JTI 2012

スーダンにおける100日間でのビジネス統合計画策定は予定通りに進捗

収益基盤拡充

- 注力点:
  - ブランドポートフォリオの強化
  - 流通網の強化
  - 工場の近代化と製品品質の改善
  - 従業員の育成と能力向上

- 新興市場での成長機会探求へのコミットメントの体現

© Copyright JTI 2012

Ploom社とのパートナーシップにより、JTI初のEmerging Product事業へ参入

収益基盤拡充

- 概要:
  - 米国以外での独占的商業化権を取得
  - Ploom社の少数株式を取得

- JTIのグローバルな資源とPloom社の独創的なプロダクト・デザインの融合
- 過熱するタイプのユニークな製品(非燃焼)
- さまざまな'ポッド'の選択肢により、ユーザーに更なる楽しさと体験を提供

© Copyright JTI 2012

Roland Kostantos
Chief Financial Officer

2011年　財務･事業概況

力強い2011年業績

BnU, US$ MM

	2010	2011	% Change	
			Reported	Constant currency
Total shipment volume	428.4	425.7	-0.6%	
GFB shipment volume	249.8	256.5	+2.6%	
Core Net Sales	10,113	11,211	+10.9%	+8.0%
EBITDA	3,338	3,916	+17.3%	+15.6%

Note: Core Net Sales excludes revenue from distribution, private label, contract manufacturing and other peripheral businesses

© Copyright JTI 2012

2011年下半期も成長が継続

BnU, US$ MM

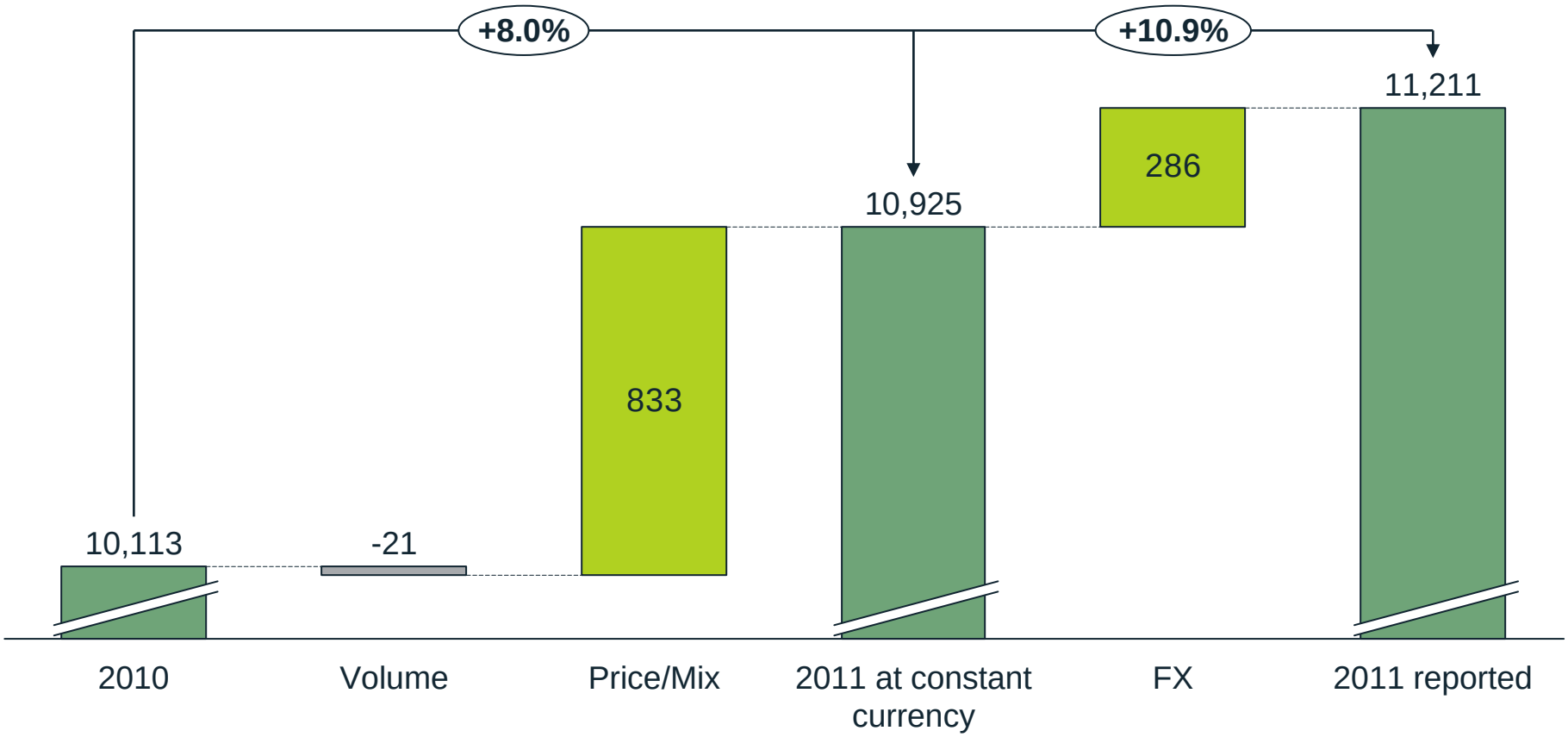
	H1 '11	Change		H2 '11	Change	
		Abs.	%		Abs.	%
Shipment Volume						
• Total	204.9	0.2	+0.1%	220.8	-2.9	-1.3%
• GFB	122.0	3.7	+3.2%	134.4	2.9	+2.2%
Actual						
• Core Net Sales	5,372	458	+9.3%	5,839	640	+12.3%
• EBITDA	1,962	250	+14.6%	1,954	328	+20.2%
Constant currency						
• Core Net Sales	5,220	306	+6.2%	5,705	507	+9.7%
• EBITDA	1,939	228	+13.3%	1,920	294	+18.1%

Note: Core Net Sales excludes revenue from distribution, private label, contract manufacturing and other peripheral businesses

© Copyright JTI 2012

値上げとGFBミックスの改善が調整後売上高の成長を牽引

Core Net Sales drivers (US$ MM)

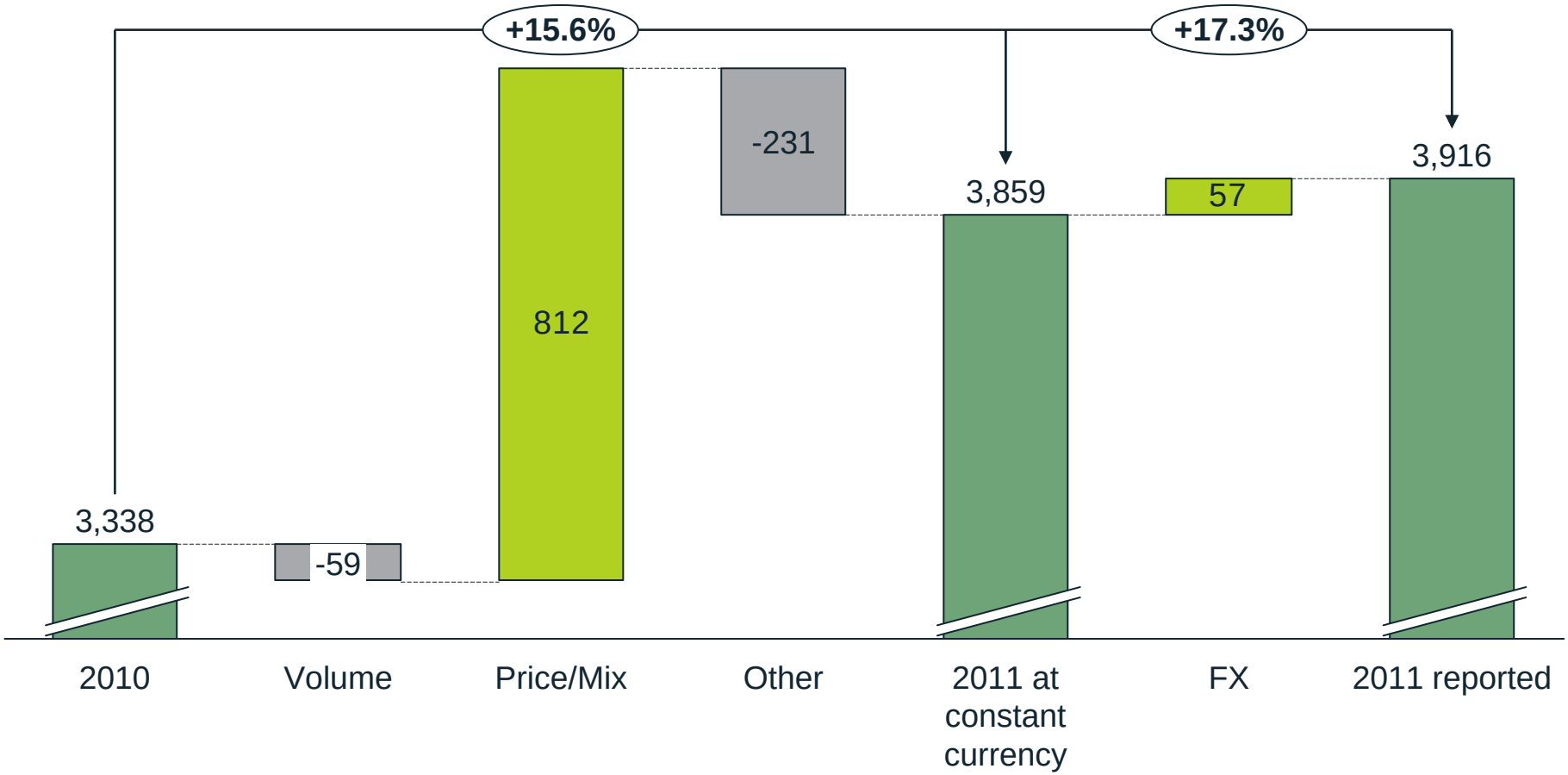


Note: Core Net Sales excludes revenue from distribution, private label, contract manufacturing and other peripheral businesses

© Copyright JTI 2012

トップライン成長によりEBITDAは17.3%増

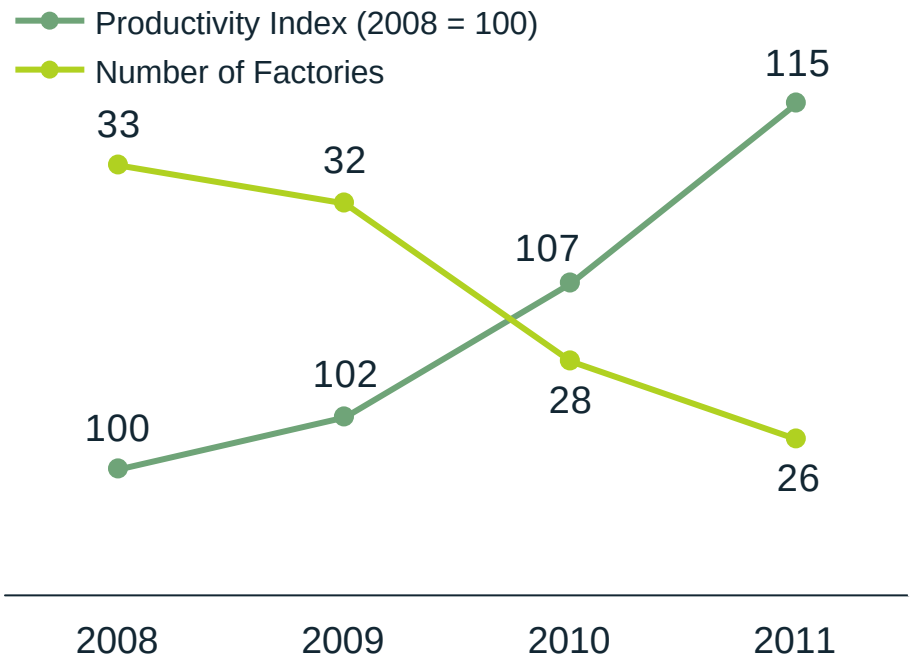
EBITDA drivers (US$ MM)



© Copyright JTI 2012

生産性と効率性の向上に引き続き注力

Productivity and Number of Factories



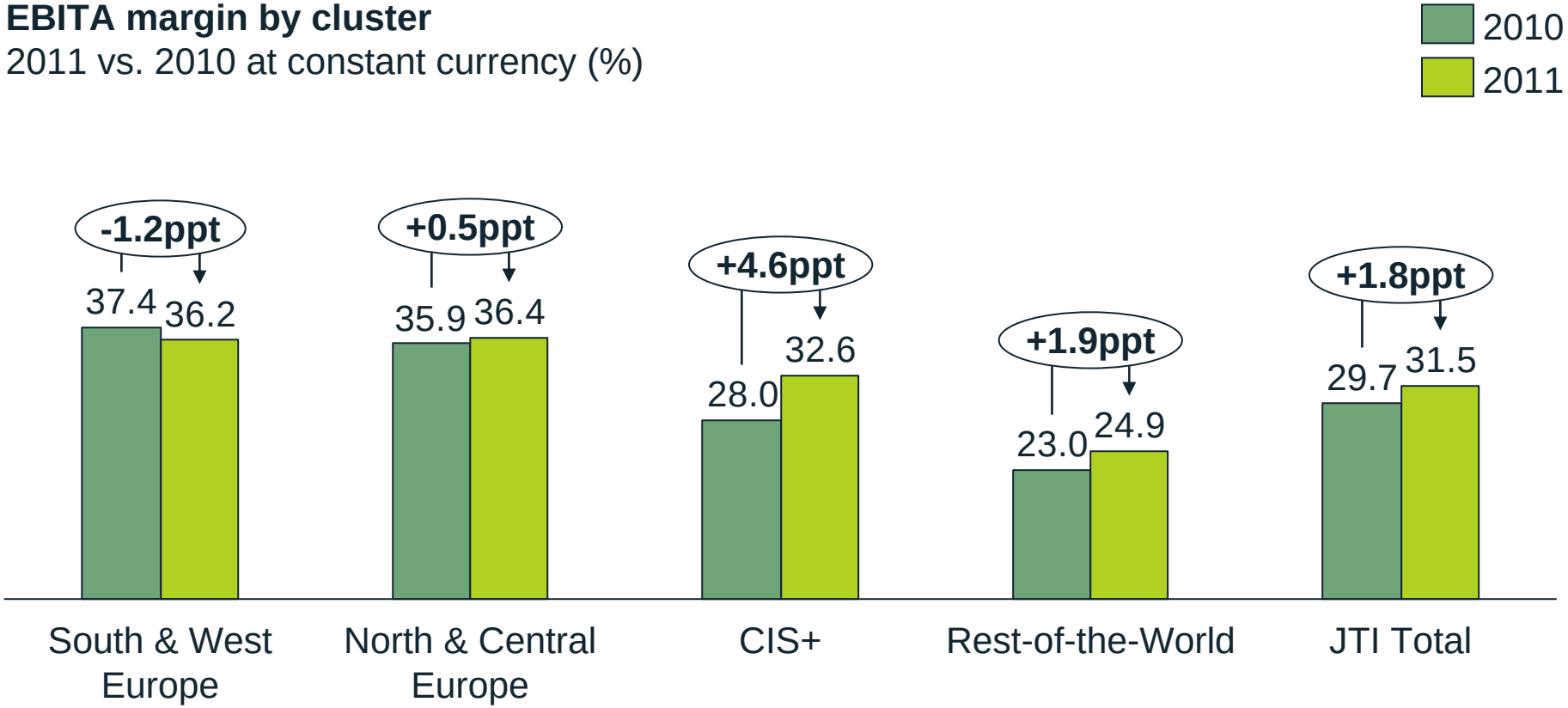
- 2008年以降、7工場を閉鎖
- Hainburg工場閉鎖とVienna事業所の合理化を発表
- 2008年より工場の総生産性は15%改善
- キャッシュコンバーション率は、競合他社水準

Notes: Productivity based on cigarettes produced per man-hour
Number of factories in 2011 includes Hainburg factory but excludes two factories in Sudan

© Copyright JTI 2012

CIS+とRest-of-the-Worldが収益性改善を牽引

EBITA margin by cluster
2011 vs. 2010 at constant currency (%)



Note: JTI Total EBITA margin includes earnings from distribution, private label, contract manufacturing and other peripheral businesses.

© Copyright JTI 2012

CIS+: JTI全体の成長を牽引

Key Performance Indicators

(BnU, US$ MM)	2011	Change
Total shipment volume	197.8	-2.8%
GFB shipment volume	112.2	+6.5%
Core Net Sales	3,658	+14.1%
EBITA	1,192	+32.8%
EBITA margin	32.6%	+4.6ppt

- ウクライナおよびベラルーシでの厳しい事業環境
- ロシア、ルーマニアおよびカザフスタンで値上げを実施
- トップライン成長への注力を継続し、リーディングポジションを強化

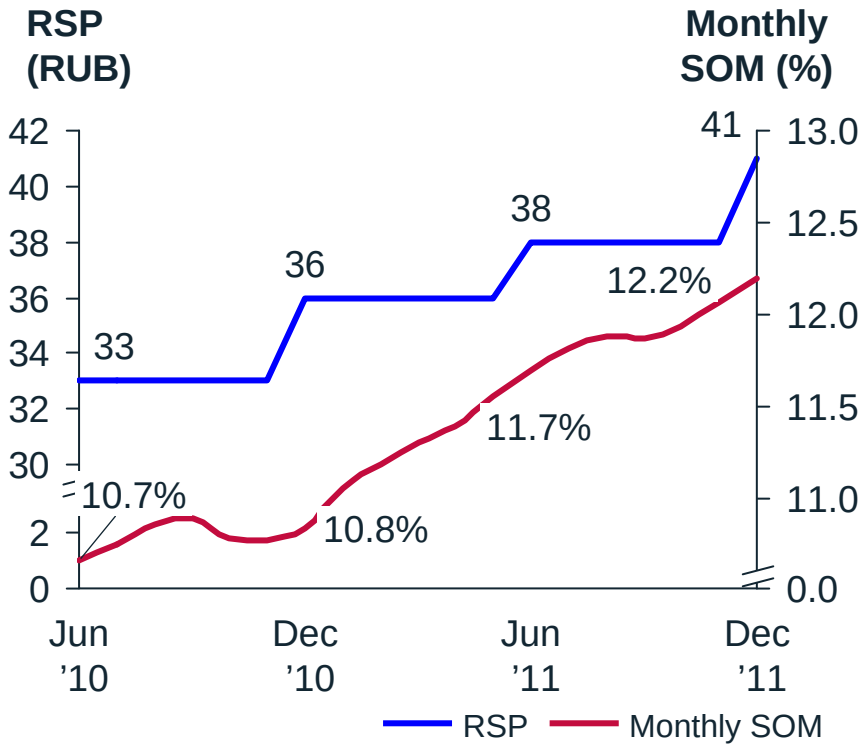
Note: Core Net Sales excludes revenue from distribution, private label, contract manufacturing and other peripheral businesses
Core Net Sales and EBITA at constant rates of exchange

© Copyright JTI 2012

ロシア: GFB成長と着実な値上げ

- 総需要の減少は落ち着きをみせ、アップトレーディングは継続
- 増税の転嫁とマージン改善に資する値上げの実行
- 強力なブランド・エクイティを背景に、市場シェアを堅持しつつ、売上高シェア首位の地位を更に強化
  - Winstonは市場シェアを伸ばし、No. 1ブランドとしての地位を更に強化
  - LDはNo. 2ブランドの地位を獲得
- 規制・税制を巡る環境は、厳しいながらも対応可能と認識

Winston Pricing and SOM



Notes: RSP – Retail Selling Price ; SOM – Share of Market ; SOV – Share of Value
Core Net Sales excl. revenue from distribution, private label, contract manufacturing and other peripheral businesses
Data source: A.C.Nielsen

© Copyright JTI 2012

South & West Europe: スペインの厳しい事業環境にも拘わらず、堅実なパフォーマンスを達成

Key Performance Indicators

(BnU, US$ MM)	2011	Change
Total shipment volume	60.8	-3.8%
GFB shipment volume	53.5	-3.2%
Core Net Sales	2,045	+0.5%
EBITA	740	-2.6%
EBITA margin	36.2%	-1.2ppt

- スペインでは、16.5%と総需要の大幅な減少に加え不安定な価格動向
- スペインを除いた場合:
  - 総販売数量2.1%成長
  - GFB販売数量2.2%成長
  - EBITA、EBITAマージン成長
- 多くの市場で値上げを実施しつつ、市場シェア増を達成
- イノベーションにより、シェアは引き続き成長

Note: Core Net Sales excludes revenue from distribution, private label, contract manufacturing and other peripheral businesses
Core Net Sales and EBITA at constant rates of exchange

© Copyright JTI 2012

North & Central Europe: 販売数量及び利益の拡大

Key Performance Indicators

(BnU, US$ MM)	2011	Change
Total shipment volume	49.1	+0.3%
GFB shipment volume	23.4	+4.7%
Core Net Sales	1,875	+4.2%
EBITA	682	+5.6%
EBITA margin	36.4%	+0.5ppt

- チェコ、ハンガリー、ポーランドにおいてGFB販売数量は堅調に増加
- 英国、ポーランド、ドイツ、チェコ、スウェーデンで値上げを実施
- 英国ではダウントレーディング及び総需要の減少があるも、引き続き利益成長を達成
- 更なる投資によりGFB成長をサポート

Note: Core Net Sales excludes revenue from distribution, private label, contract manufacturing and other peripheral businesses
Core Net Sales and EBITA at constant rates of exchange

© Copyright JTI 2012

Rest-of-the-World: 成長機会を捕捉

Rest-of-the-World Key Performance Indicators

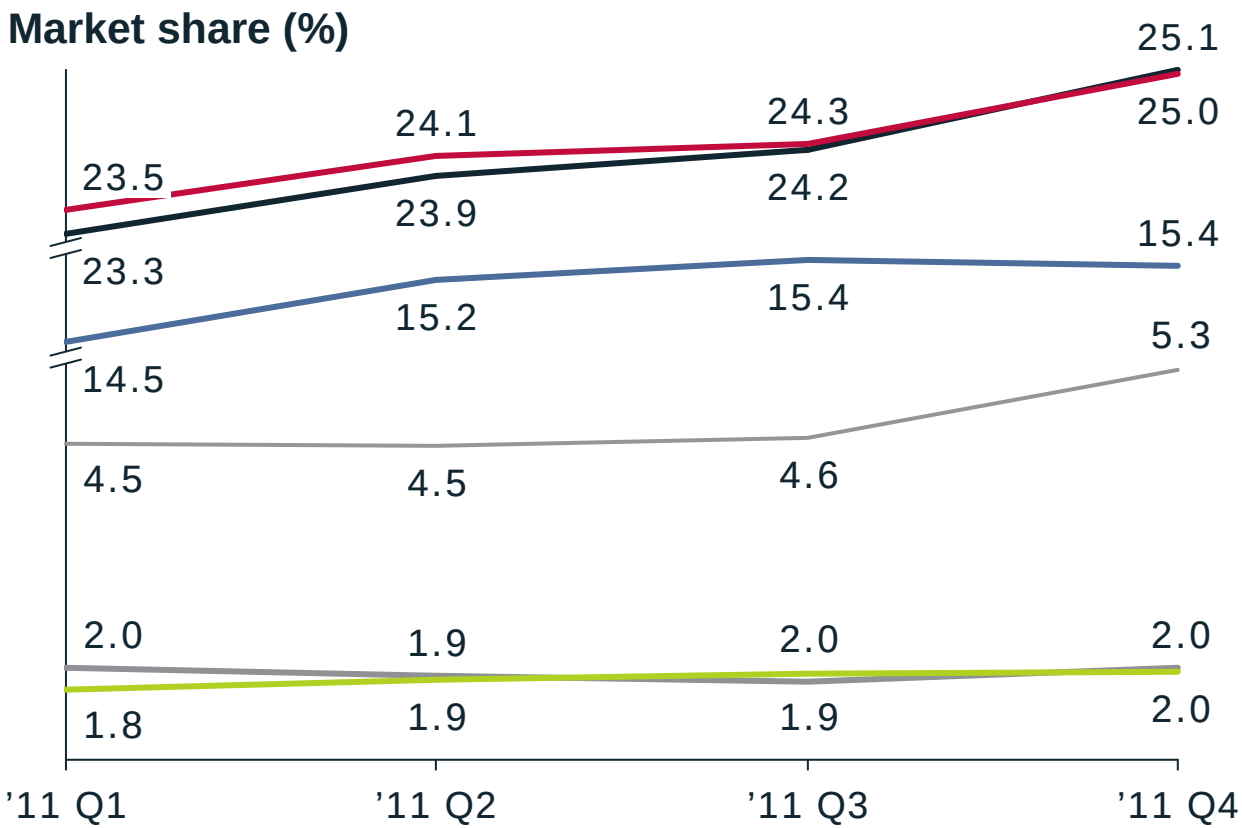
(BnU, US$ MM)	2011	Change
Total shipment volume	118.0	+4.7%
GFB shipment volume	67.4	+0.7%
Core Net Sales	3,347	+8.9%
EBITA	833	+17.7%
EBITA margin	24.9%	+1.9ppt

- 中東およびアフリカに牽引され、力強い数量成長を実現
- 多くの市場における数量増および値上げが牽引し、利益率改善
- トップライン/ボトムライン成長の機会

Note: Core Net Sales excludes revenue from distribution, private label, contract manufacturing and other peripheral businesses
Core Net Sales and EBITA at constant rates of exchange

© Copyright JTI 2012

Turkey: 市場シェアと売上高シェアのモメンタム持続



- 売上高シェア成長が加速
- Winston: トルコにおける No. 1ブランド
- 市場シェア第2位に迫る

Note: SOM – Share of Market ; SOV – Share of Value
Data source: A.C.Nielsen

© Copyright JTI 2012

2011年サマリー

- 着実な値上げとGFBミックスの改善
- ほぼ全ての主要市場でシェア増
- 総需要の減少にも拘わらず、（スペインを除くベースでは）全てのクラスターにおいてGFBが成長
- 継続的な投資およびコスト最適化
- EBITDA成長はガイダンスを上回り着地
- 事業基盤の拡充

© Copyright JTI 2012

Pierre de Labouchere

2012年見通し

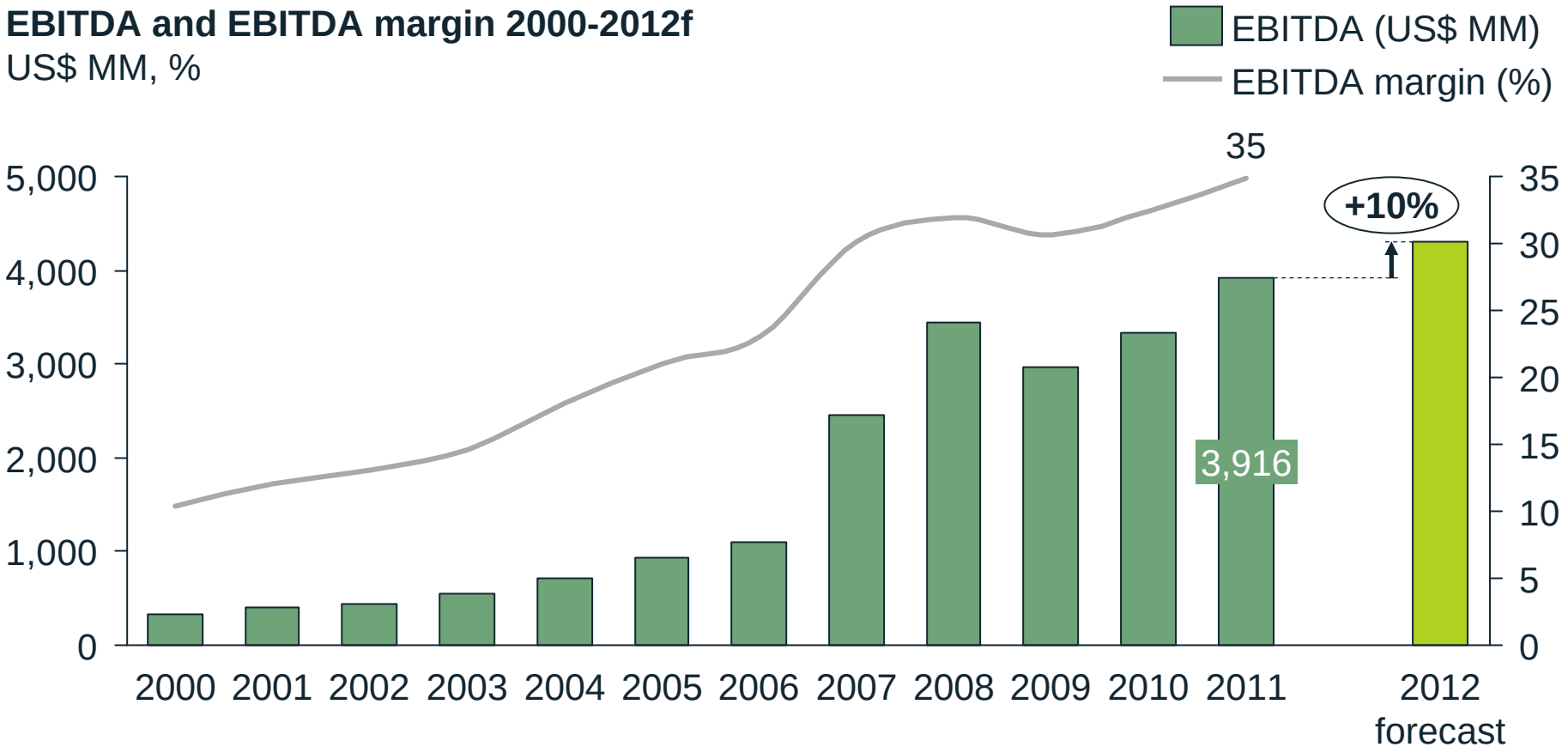
2012年見通し

- トップライン成長と収益基盤拡充へ引き続き戦略的に注力
- 不確実性が2012年のチャレンジに
- これまでの実績で、強固な事業基盤、組織としての柔軟な対応力は実証済み
- 実証された組織力を持ってチャレンジに対処し、引き続き成長を見込む

© Copyright JTI 2012

2012年も為替中立ベースEBITDA10%成長

EBITDA and EBITDA margin 2000-2012f
US$ MM, %



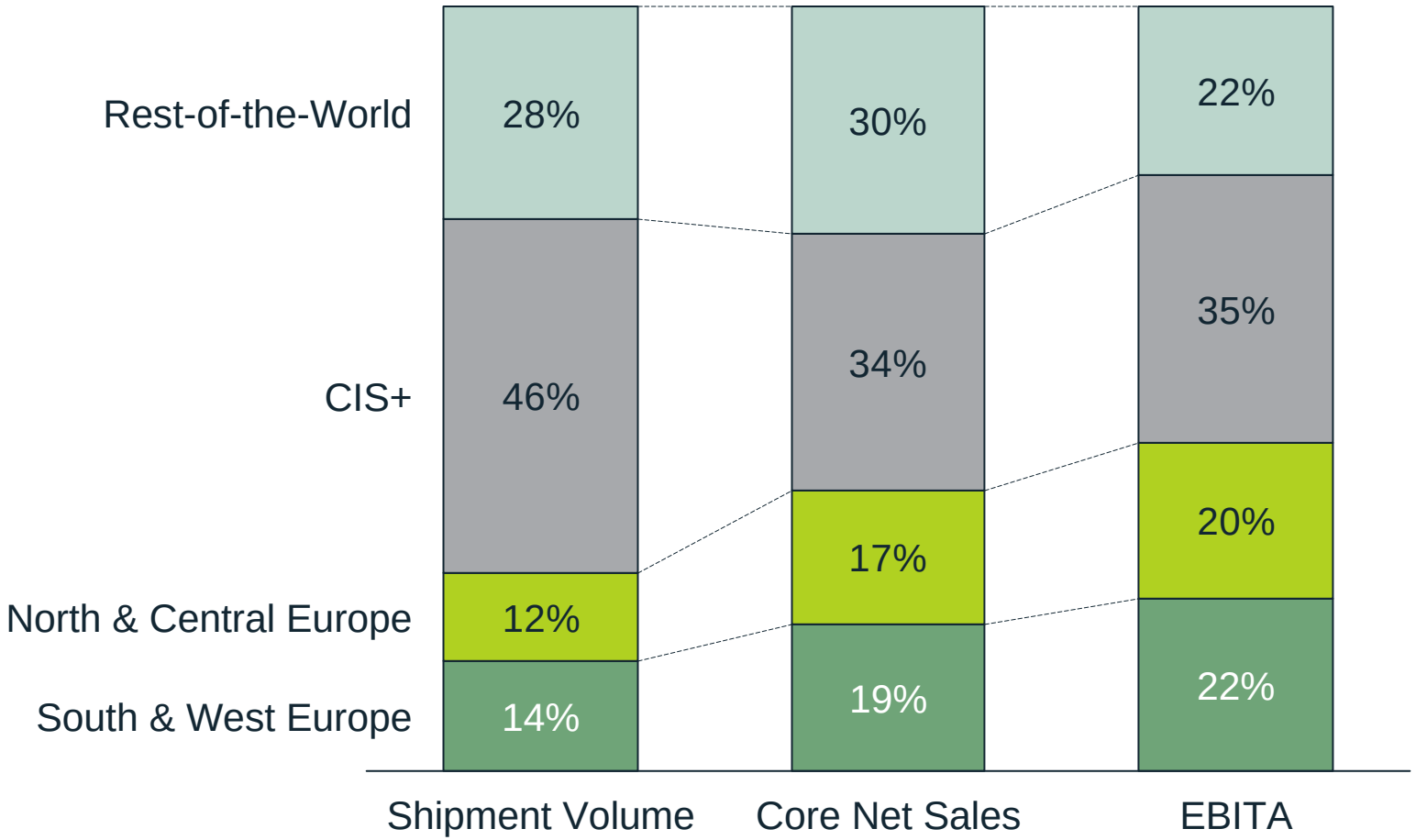
Note: EBITDA margin excludes revenues from distribution, private label, contract manufacturing and other peripheral businesses

© Copyright JTI 2012

補足資料

地域別分析

Clusters contribution to Volume, Core Net Sales and EBITA



© Copyright JTI 2012

為替レート

Key local currency exchange rates vs. US$

Currency	2011	2010
RUB	29.4	30.4
GBP	0.63	0.65
EUR	0.72	0.75
CHF	0.89	1.05
TWD	29.4	31.7

© Copyright JTI 2012

CIS+ : GFB & Non-GFBの市場シェア

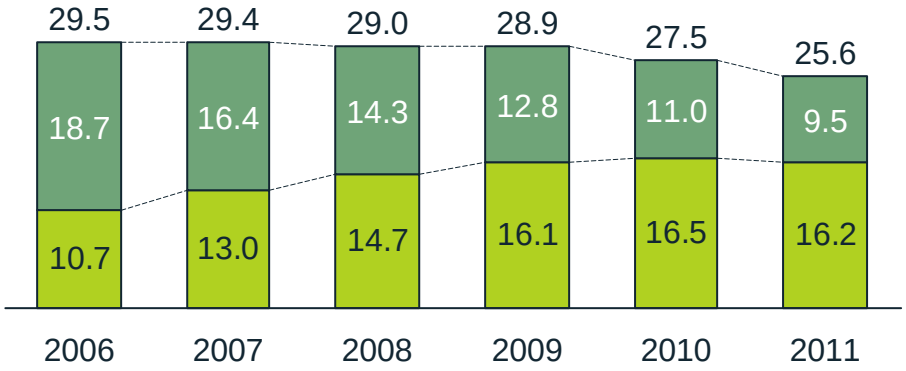
Market share, %

Non-GFB
GFB

Russia

Data source: AC Nielsen

Ukraine

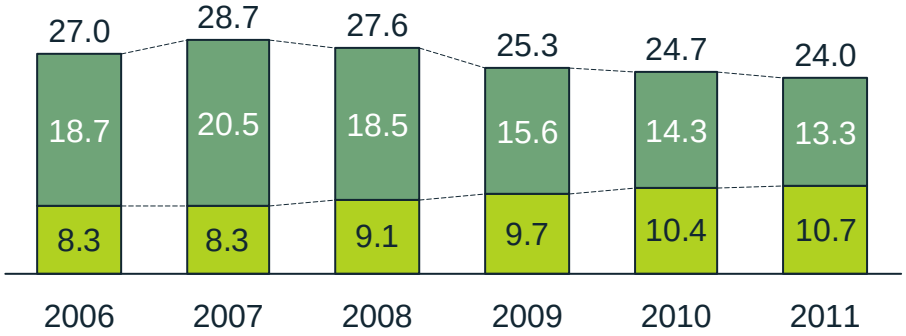


Data source: AC Nielsen

Kazakhstan

Data source: JTI estimates

Romania



Data source: AC Nielsen

© Copyright JTI 2012

South & West Europe：GFB & Non-GFBの市場シェア

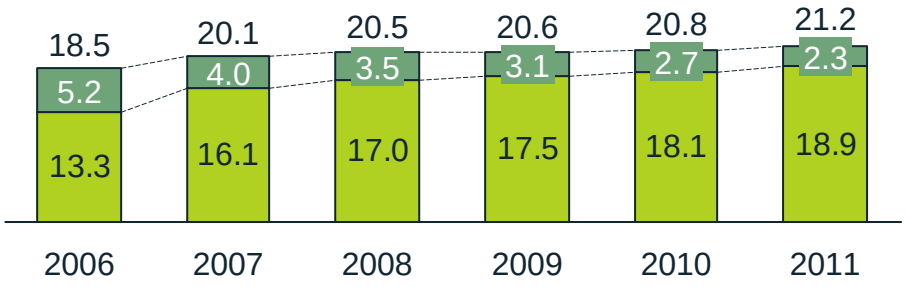
Market share, %

Non-GFB
GFB

Italy

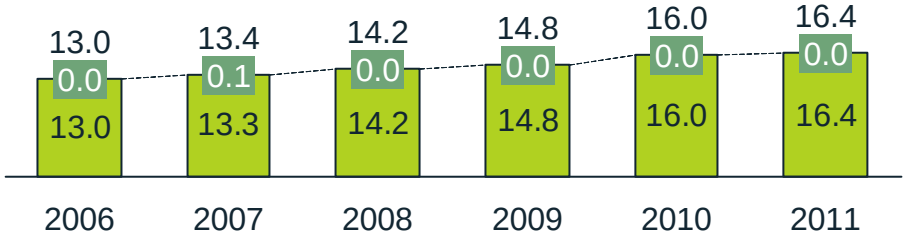
Data source: AC Nielsen

Spain



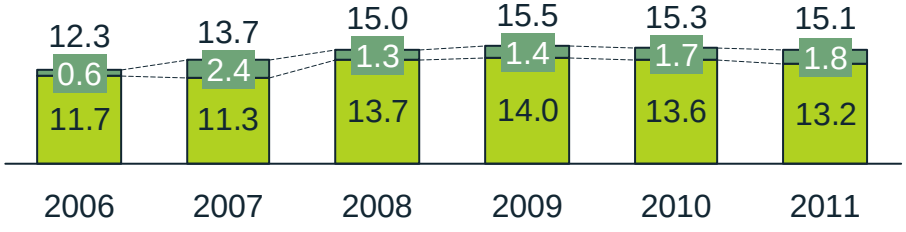
Data source: Logista

France



Data source: Altadis

Greece



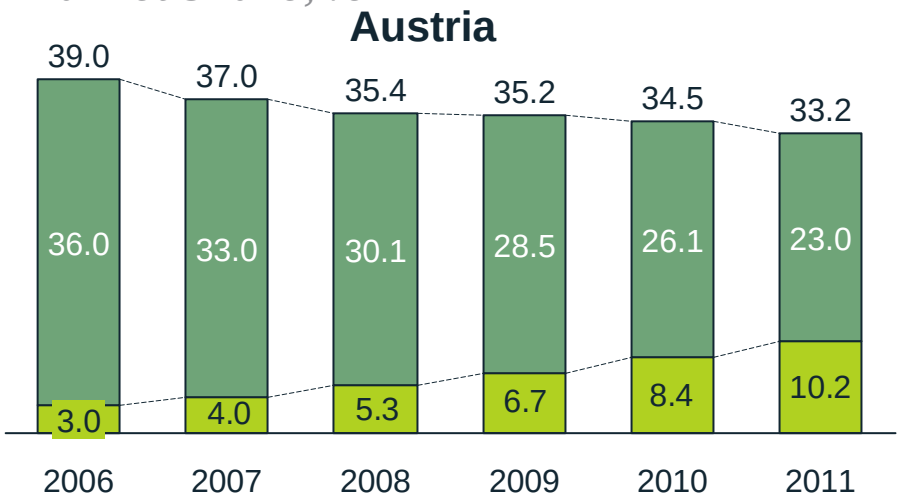
Data source: AC Nielsen

© Copyright JTI 2012

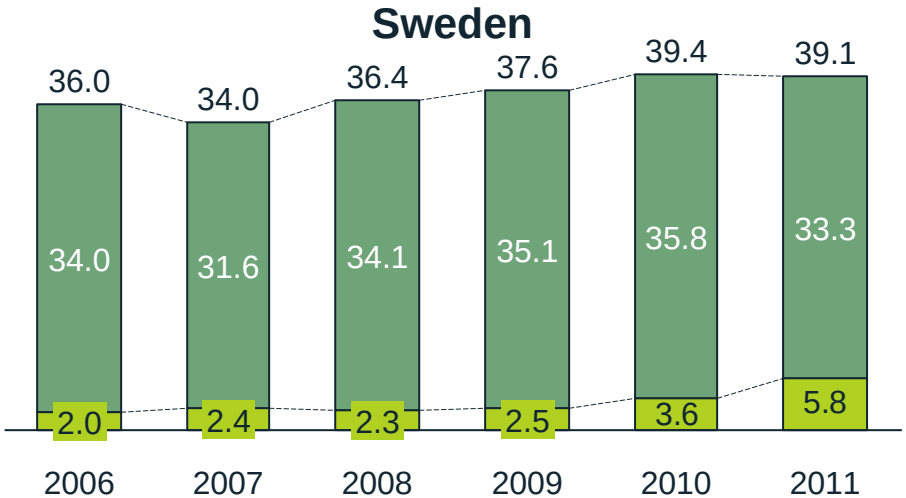
North & Central Europe：GFB & Non-GFBの市場シェア

Market share, %

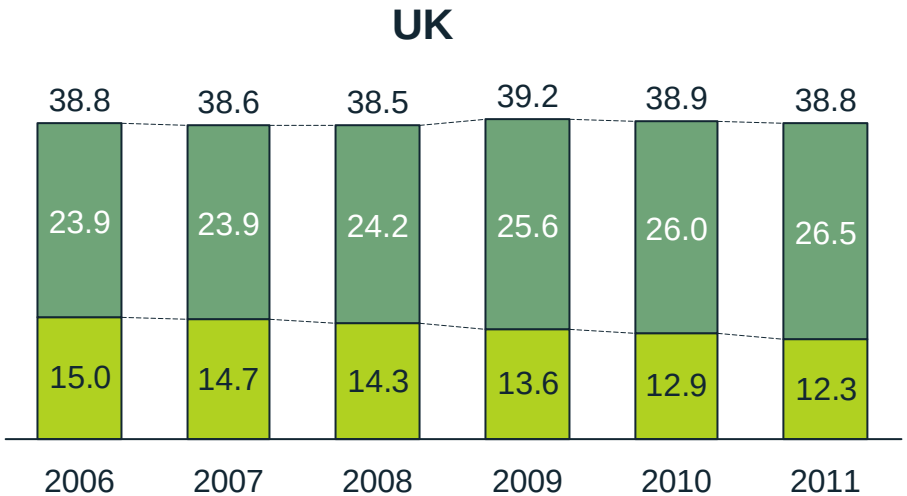
Non-GFB
GFB



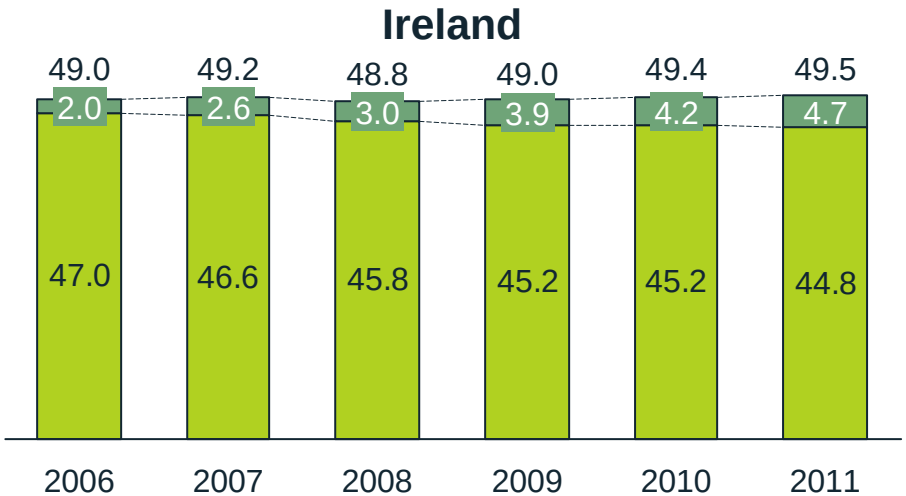
Data source: AC Nielsen



Data source: AC Nielsen



Data source: AC Nielsen



Data source: AC Nielsen

© Copyright JTI 2012

Rest of the World：GFB & Non-GFBの市場シェア

Market share, %

Non-GFB
GFB

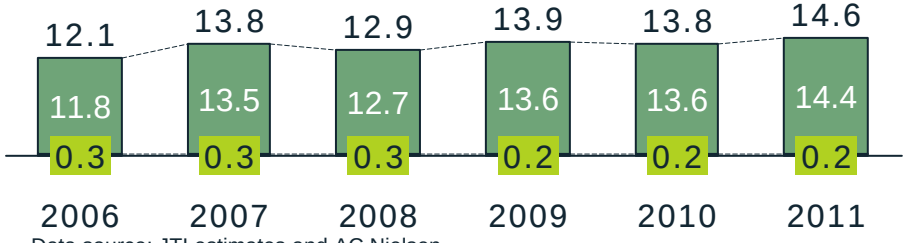
Turkey

Data source: AC Nielsen

Taiwan

Data source: AC Nielsen

Canada



Data source: JTI estimates and AC Nielsen

Malaysia

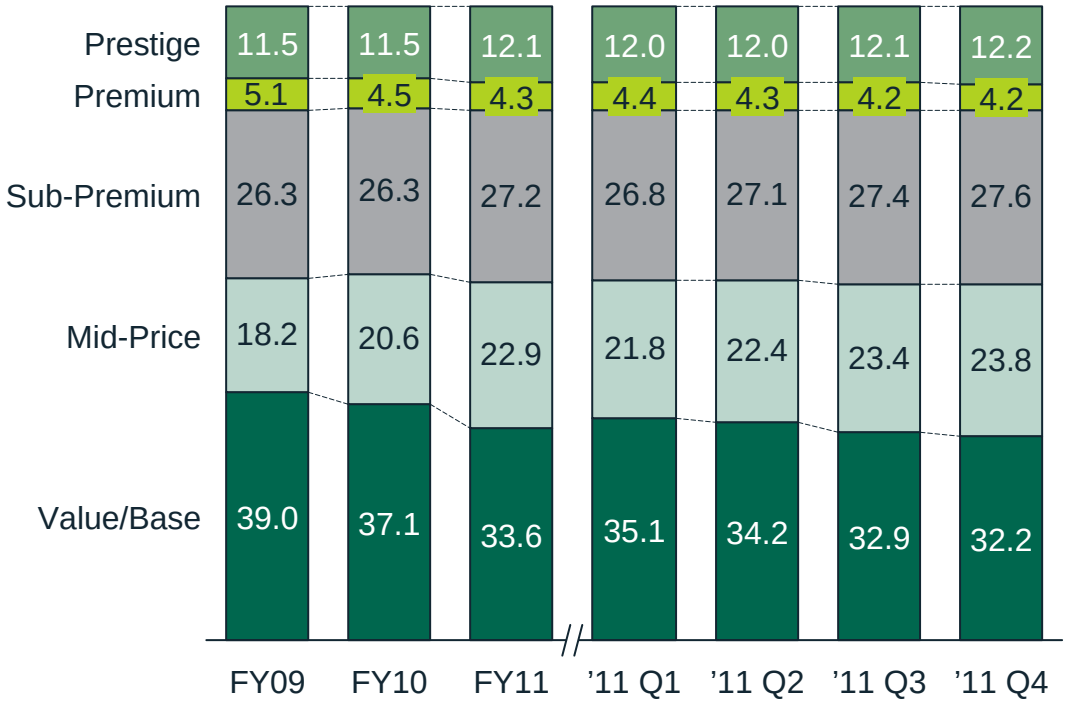
Data source: AC Nielsen

© Copyright JTI 2012

ロシア：総需要および価格帯別セグメントの推移

Total Industry Size (BnU)

RMC Price Segment Evolution (%)



Data source: JTI estimates and A.C.Nielsen

© Copyright JTI 2012

ロシア: ブランド別シェア

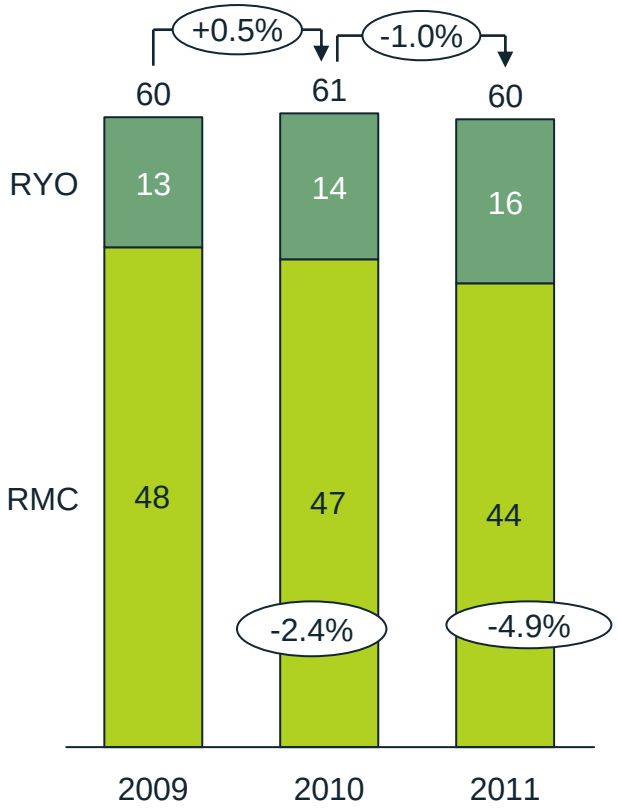
Market share (%)

Note: SOM – Share of Market ; SOV – Share of Value
Data source: A.C. Nielsen

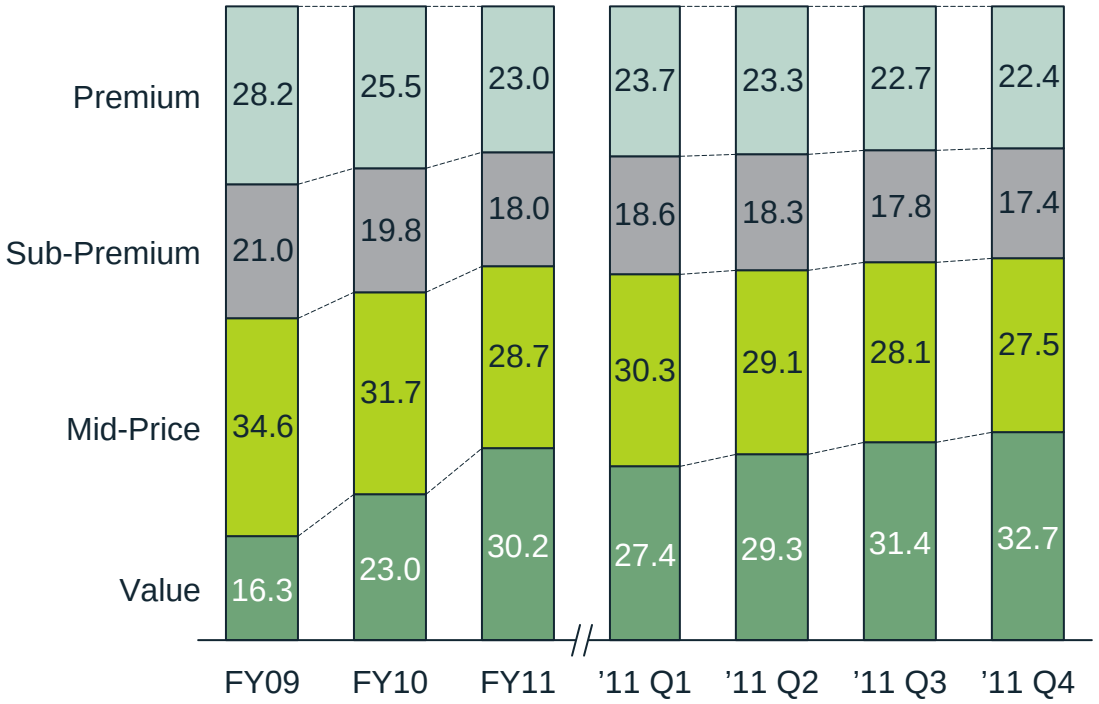
© Copyright JTI 2012

英国：総需要および価格帯別セグメントの推移

Total Industry Size (BnU)



RMC price segment evolution (%)

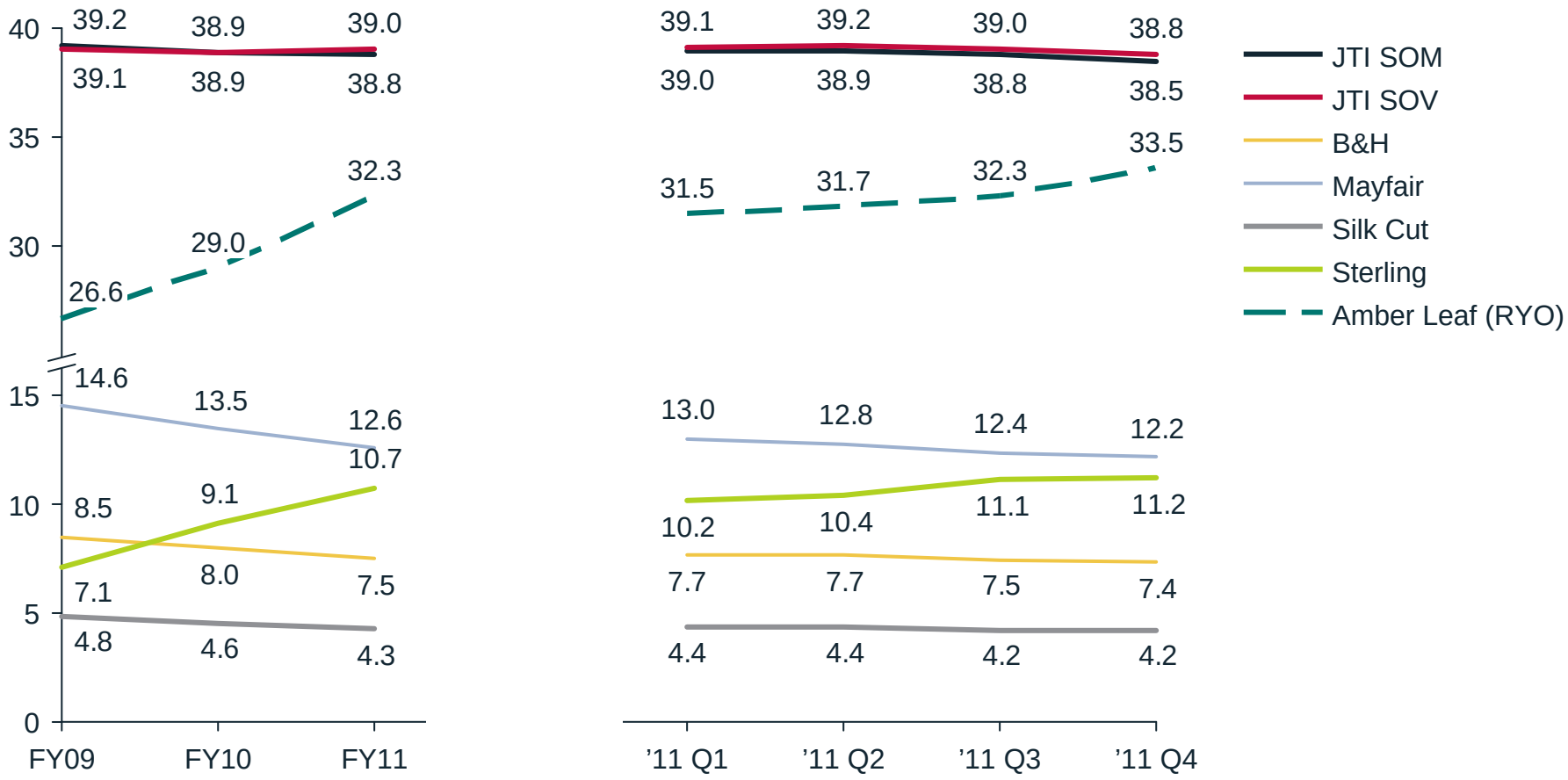


Data source: JTI estimates and A.C.Nielsen

© Copyright JTI 2012

英国: ブランド別シェア

Market share (%)

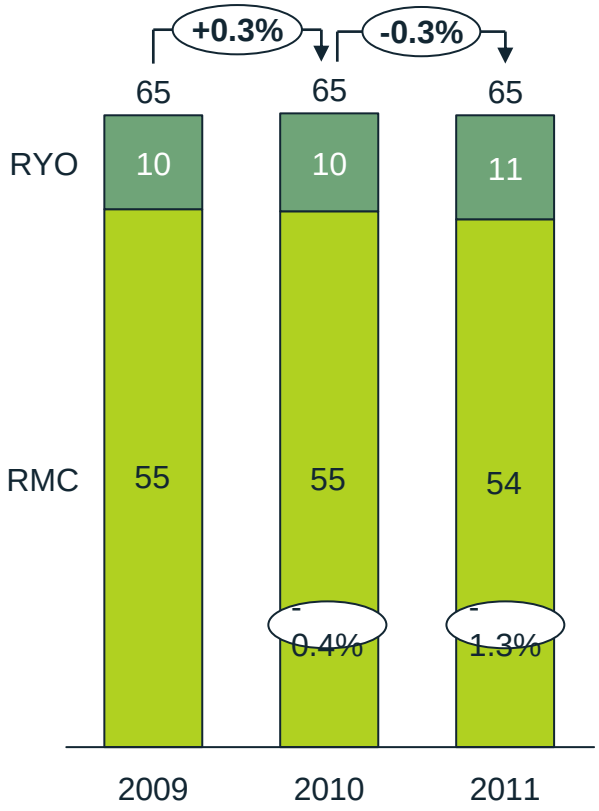


Note: SOM – Share of Market ; SOV – Share of Value
Data source: A.C. Nielsen

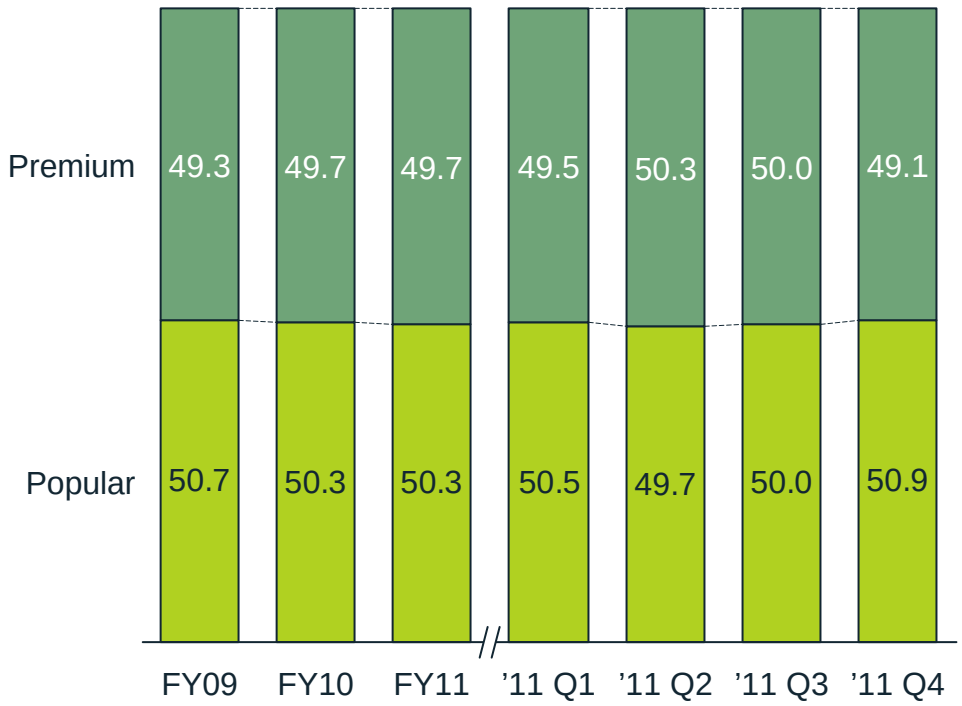
© Copyright JTI 2012

フランス：総需要および価格帯別セグメントの推移

Total Industry Size (BnU)



RMC Price Segment Evolution (%)



Data source: JTI estimates and Altadis

© Copyright JTI 2012

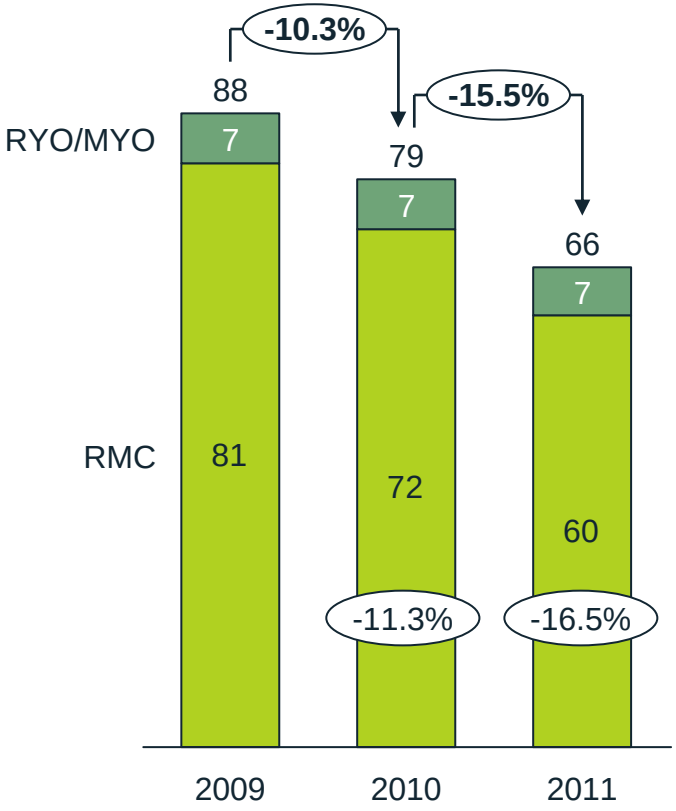
フランス: ブランド別シェア

Note: SOM – Share of Market ; SOV – Share of Value
Data source: Altadis

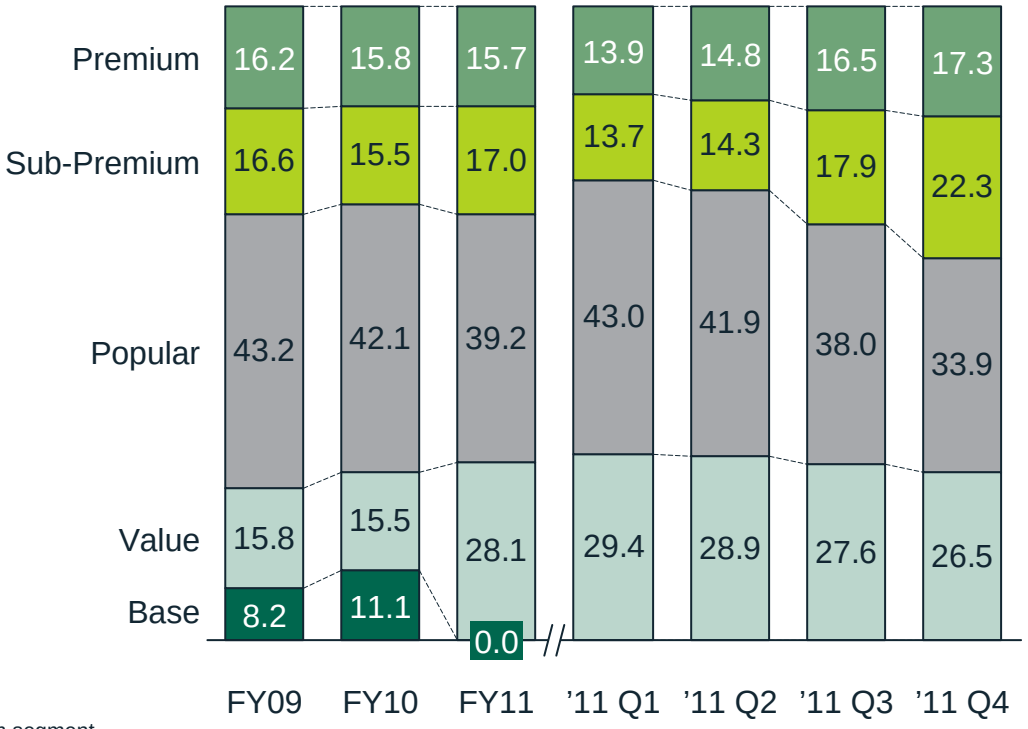
© Copyright JTI 2012

スペイン: 総需要および価格帯別セグメントの推移

Total Industry Size (BnU)



RMC Price Segment Evolution (%)

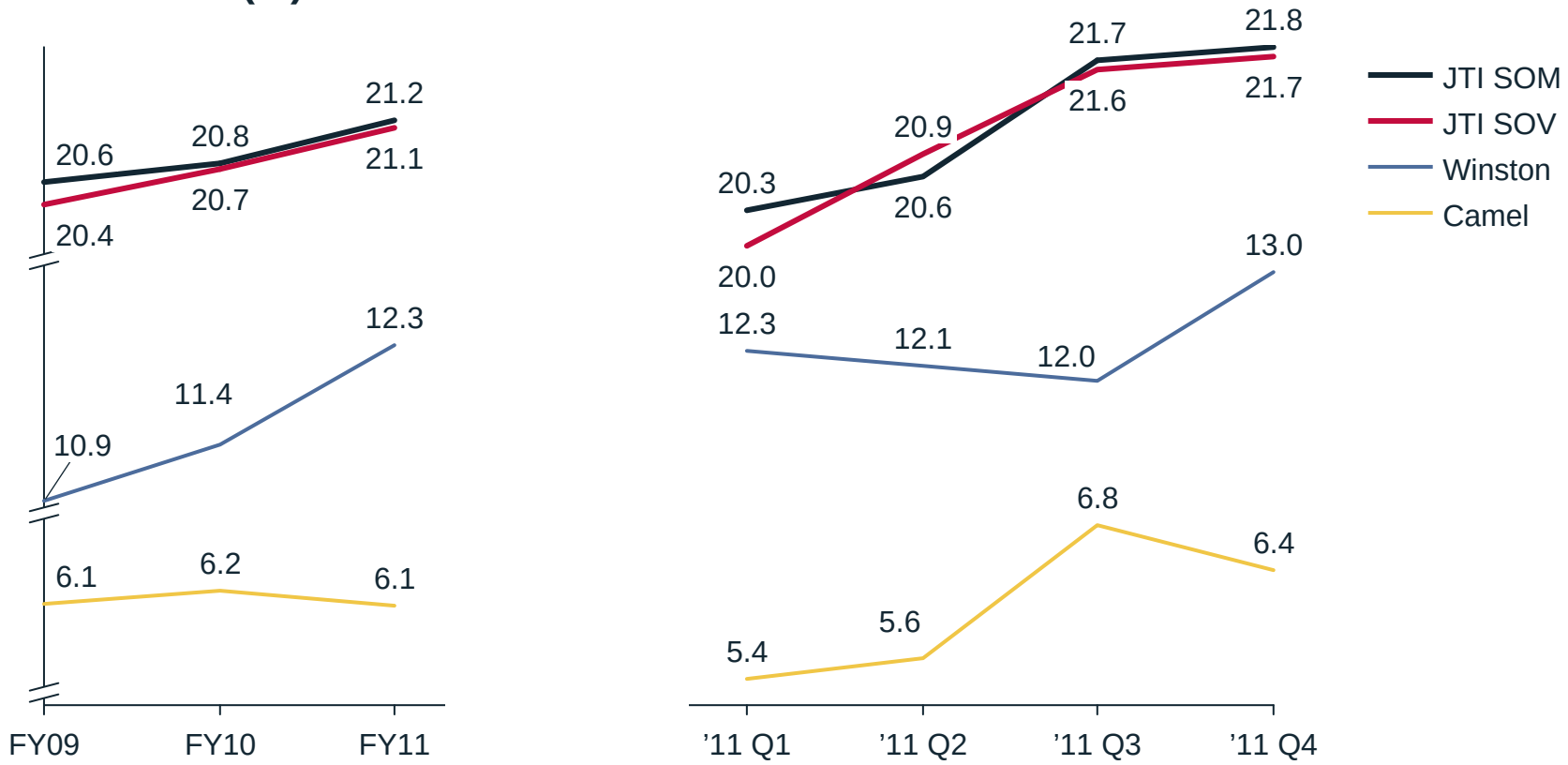


Note: Dark tobacco segment was reclassified in 2011 from Popular to Sub-Premium segment.
Data source: JTI estimates and Logista

© Copyright JTI 2012

スペイン: ブランド別シェア

Market share (%)

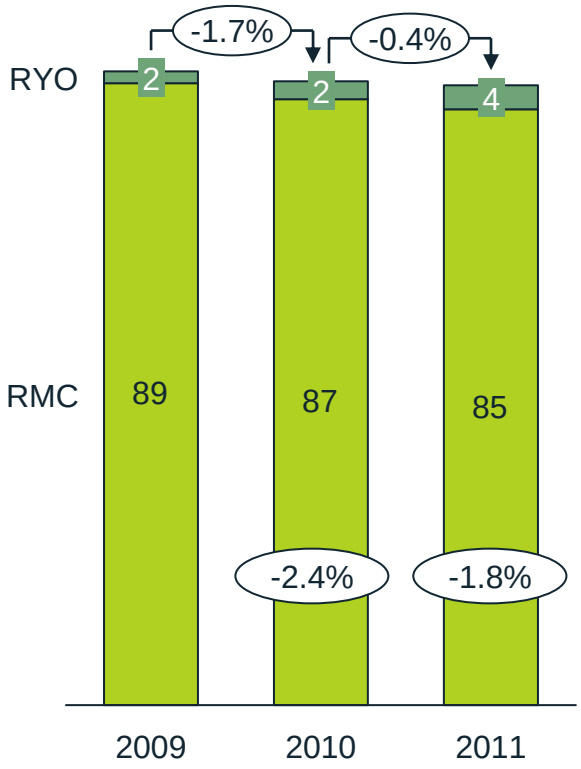


Note: SOM – Share of Market ; SOV – Share of Value
Data source: Logista

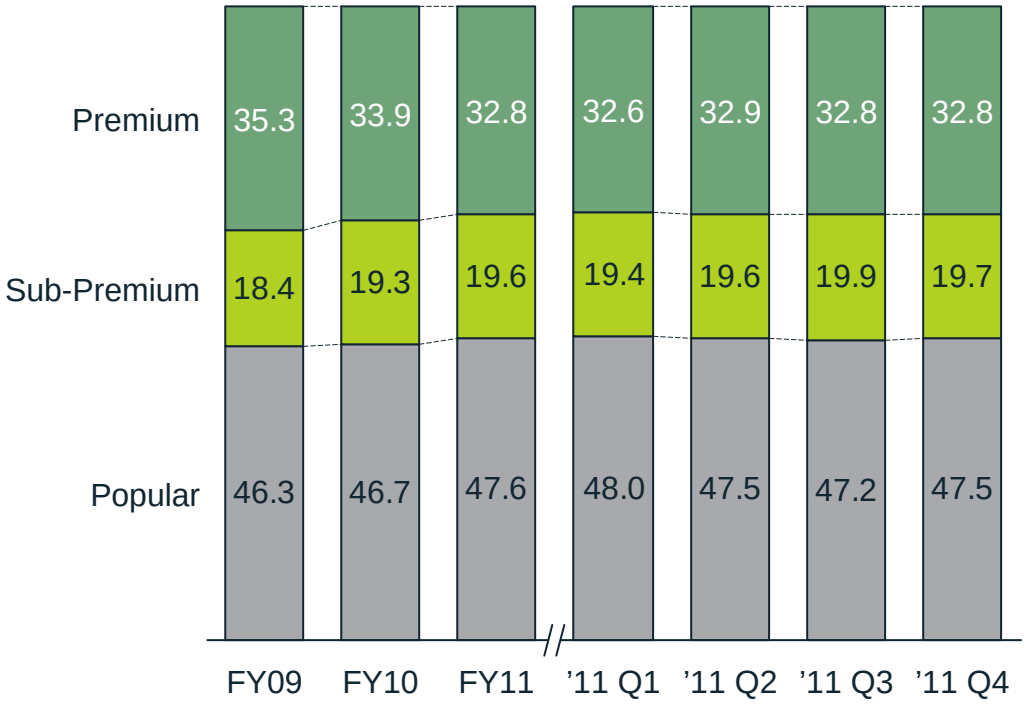
© Copyright JTI 2012

イタリア：総需要および価格帯別セグメントの推移

Total Industry Size (BnU)



RMC Price Segment Evolution (%)

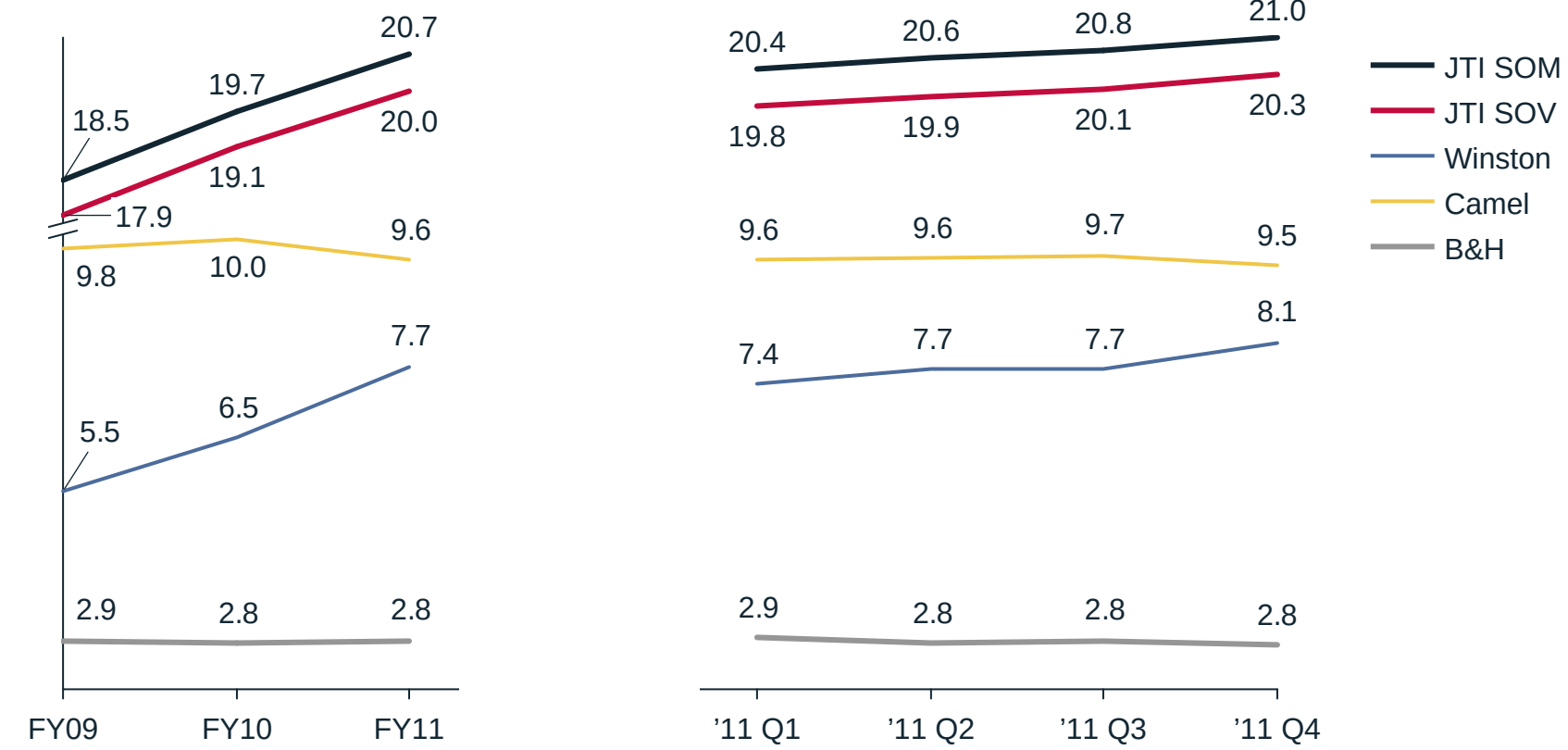


Data source: JTI estimates and A.C.Nielsen

© Copyright JTI 2012

イタリア：ブランド別シェア

Market share (%)

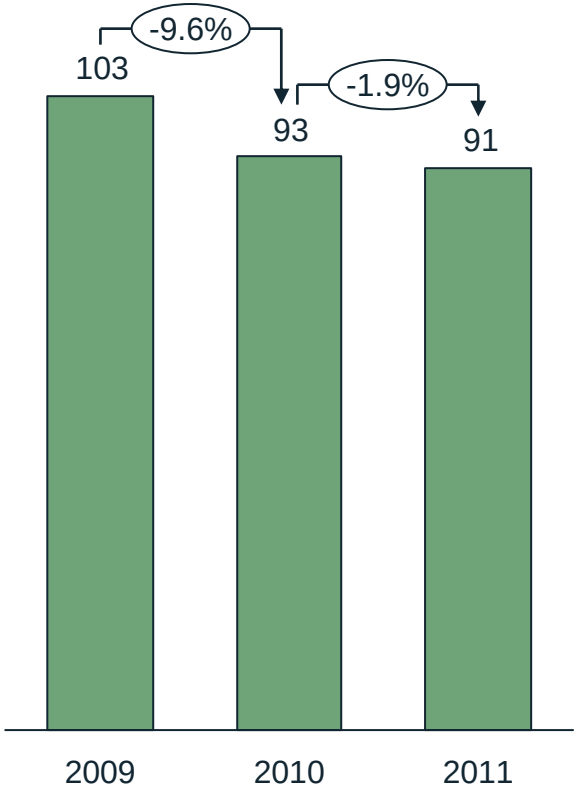


Note: SOM – Share of Market ; SOV – Share of Value
Data source: A.C.Nielsen

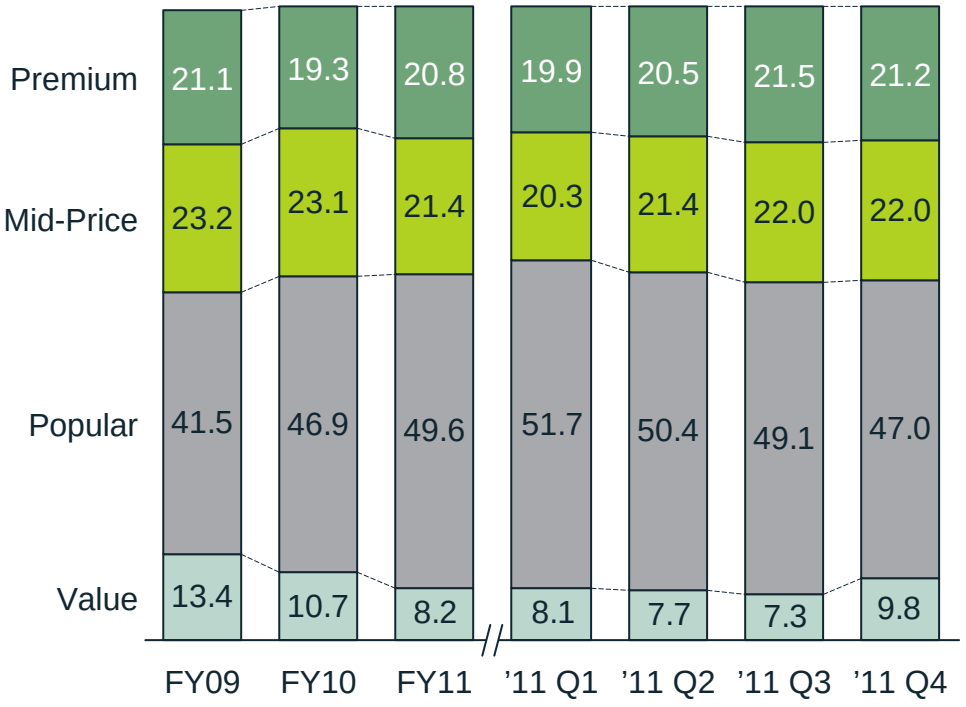
© Copyright JTI 2012

トルコ: 総需要および価格帯別セグメントの推移

Total Industry Size (BnU)



RMC Price Segment Evolution (%)



Data source: JTI estimates and A.C.Nielsen

© Copyright JTI 2012

トルコ: ブランド別シェア

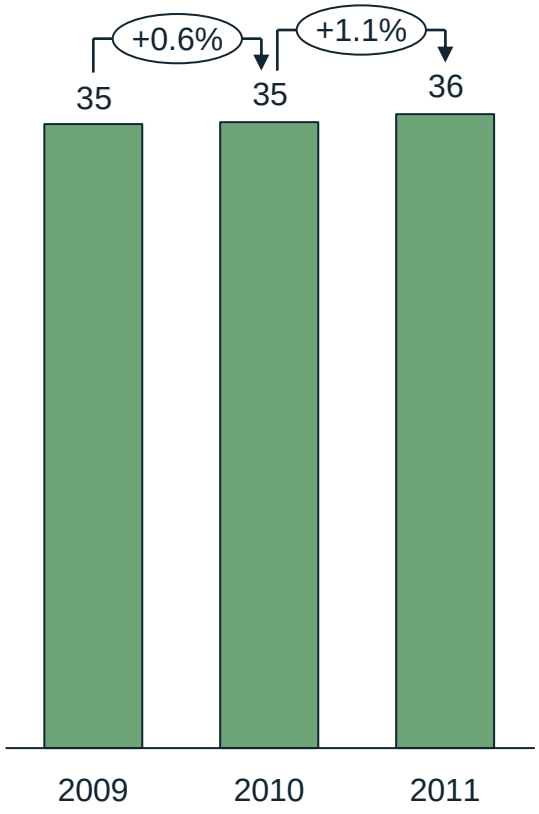
Market share (%)

Note: SOM – Share of Market ; SOV – Share of Value
Data source: A.C. Nielsen

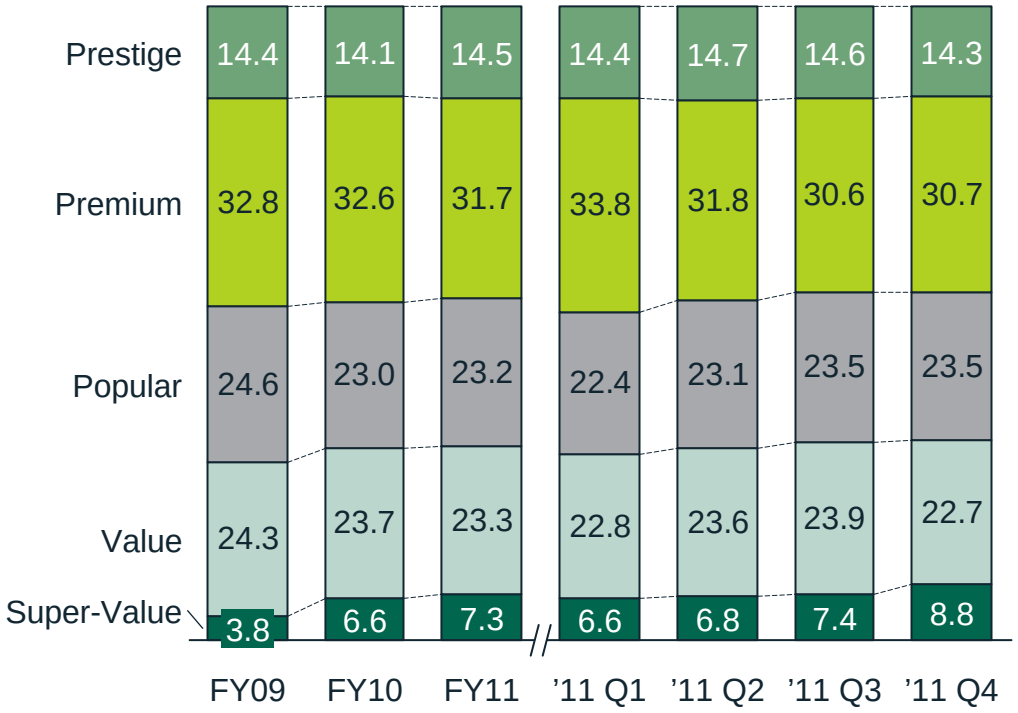
© Copyright JTI 2012

台湾：総需要および価格帯別セグメントの推移

Total Industry Size (BnU)



RMC Price Segment Evolution (%)

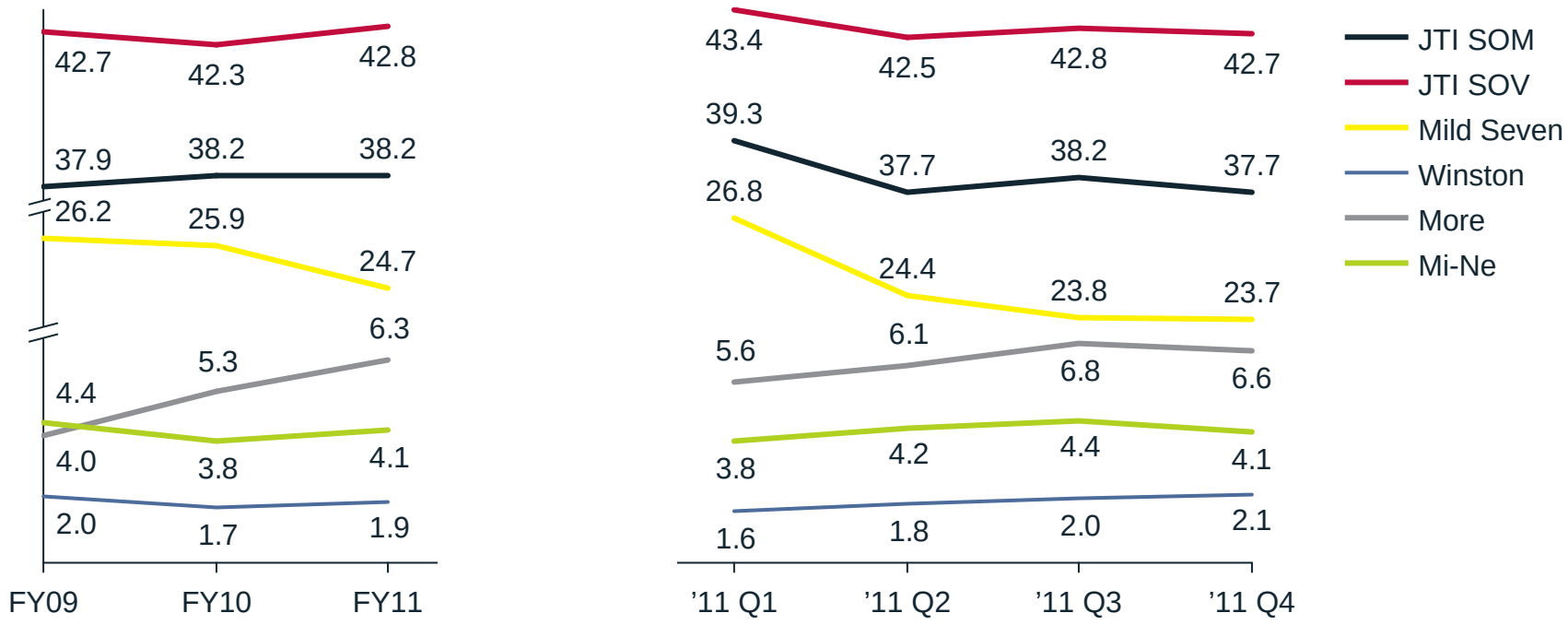


Data source: JTI estimates and A.C.Nielsen

© Copyright JTI 2012

台湾：ブランド別シェア

Market share (%)



Note: SOM – Share of Market ; SOV – Share of Value
Data source: A.C. Nielsen

© Copyright JTI 2012

JTI

Enterprising
Open
Challenging