

「企業価値の増大に向けて」

2008年3月14日

日本たばこ産業株式会社



当資料取扱上の注意点

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

JTは今...

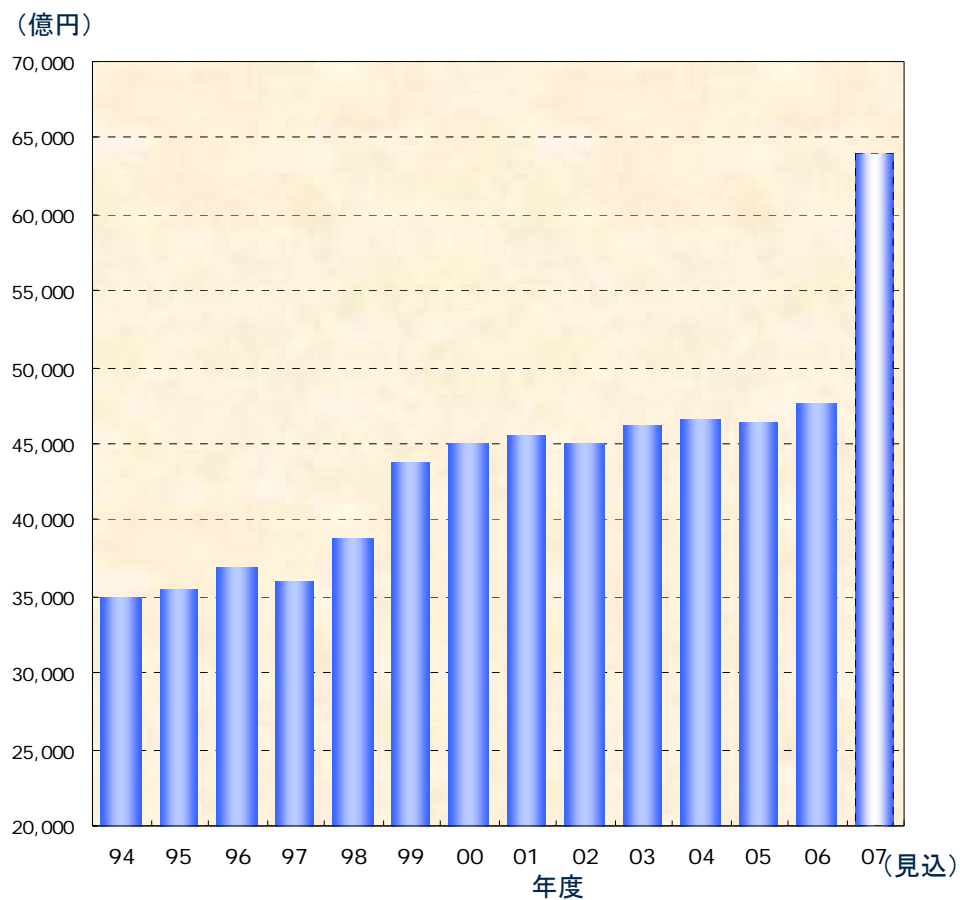


The
Delight
Factory

着実な規模の拡大と持続的な利益成長

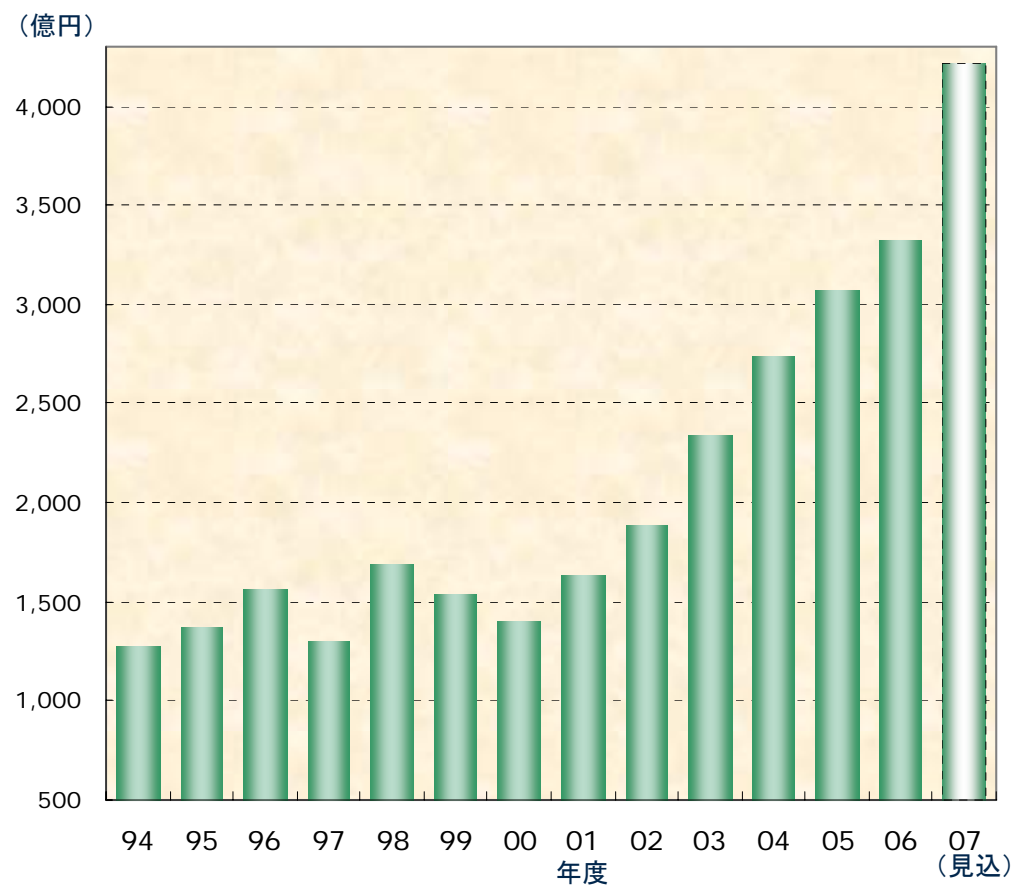
■ 売上高

◆ 2007年度は、6兆円を超える売上高を見込む



■ 営業利益

◆ 積極的な事業拡大、コスト削減の推進により、営業利益も拡大



株価動向と配当の推移

■ 株式分割の実施

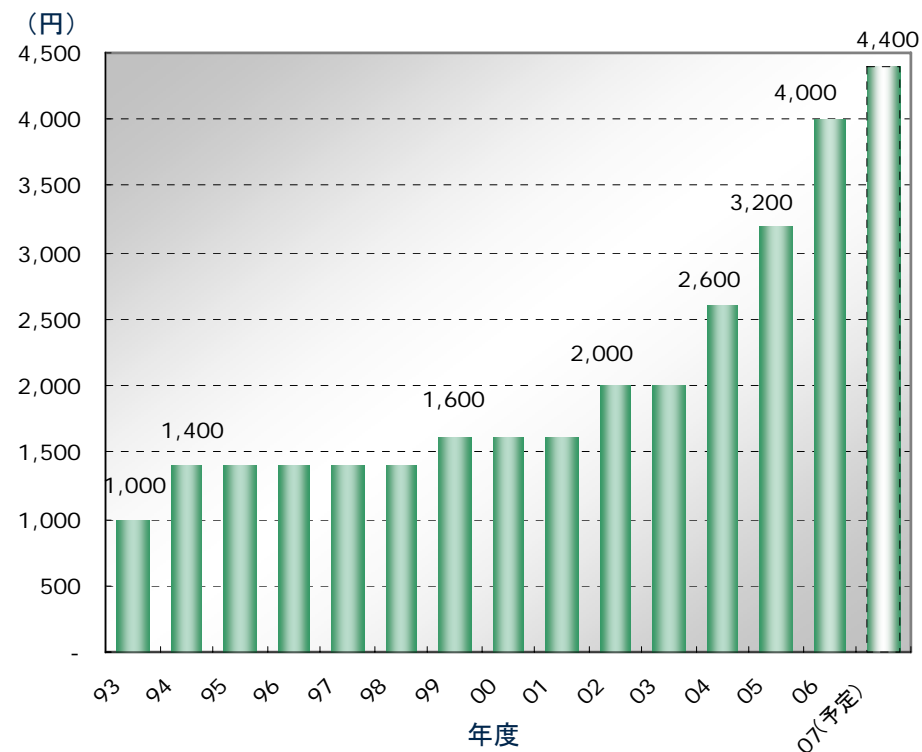
- ◆ 2006年4月1日、株式1株につき5株の割合で株式分割を実施

■ 株価動向※(月間、終値)



■ 配当※

- ◆ 中長期的な成長戦略の実施状況や連結業績見通しを踏まえつつ、資本市場における競争力ある株主還元を目指すことを基本方針とし、当面、連結配当性向20%を目指し、配当水準の向上を図る



※2006年4月1日に1:5の株式分割を実施。2006年3月以前の株価、配当は遡及して修正。

成長戦略

～ここに至る背景と今後の戦略



The
Delight
Factory

JTの目指す企業像(長期ビジョン)

「価値創造ビジネスを多角的に展開するグローバル成長企業」

- ◆ 国内たばこ事業
「利益創出の中核」として、母国市場である国内市場において、全ての面で競合他社を圧倒する
- ◆ 海外たばこ事業
収益性あるいは市場シェアにおいて、リーディングカンパニーとしての地位を継続しうる市場を数多く保有し、「利益成長の牽引役」としての役割を果たし続ける
- ◆ 医薬事業
柱事業として、強固な事業基盤をベースに安定黒字化を達成する
- ◆ 食品事業
総合食品メーカーとして、世界水準の競争優位性を確立する

たばこ事業

■ 世界第3位のグローバルたばこ企業

◆ 国内たばこ事業

➢ 国内における販売数量上位10銘柄のうち、8銘柄を販売(2006年度)

◆ 海外たばこ事業

➢ 世界における販売数量上位5ブランドのうち、ウィンストン、キャメル、マイルドセブンの3銘柄を販売(2006年)

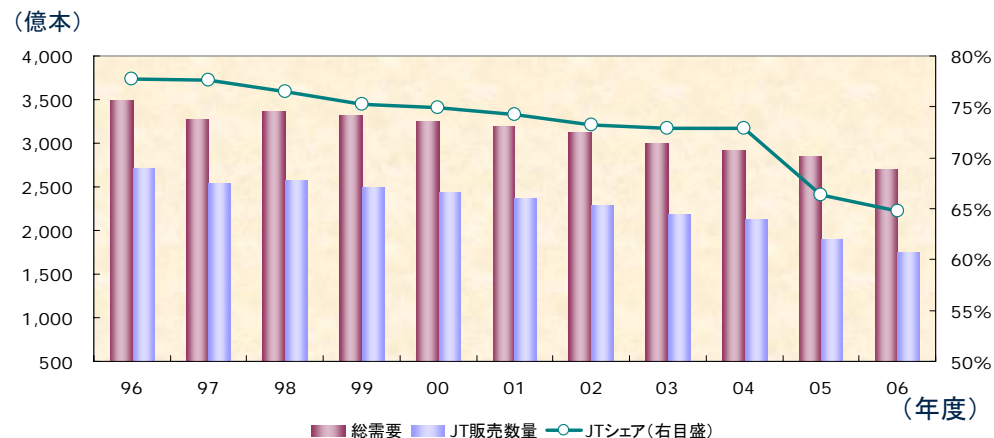
➢ 世界約120カ国でビジネスを展開



国内たばこ事業 -事業環境と効率化への取組-

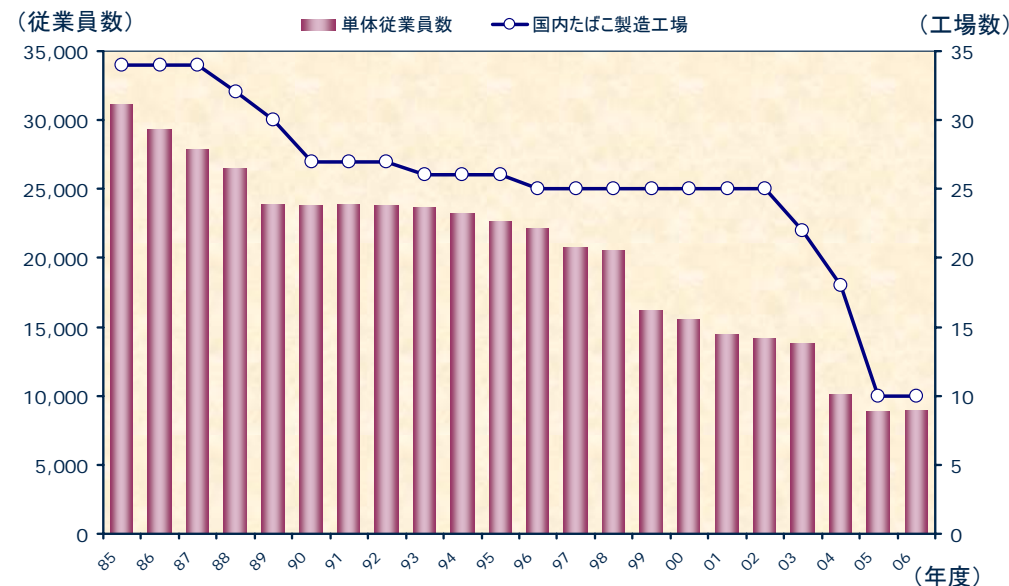
■ 成人人口の減少、高齢化の進展、喫煙環境等の影響により、販売数量は減少傾向

- ・中核ブランドの価値向上
- ・マイルドセブンの育成
- ・地域に密着したマーケティング施策展開
- ・においを抑えたたばこ; D-Spec製品拡充



■ 前中計「JT PLAN-V」において、大規模な効率化を遂行

- ・マールボロのライセンス終了
- ・製造工場 18工場から10工場体制へ
- ・希望退職の募集

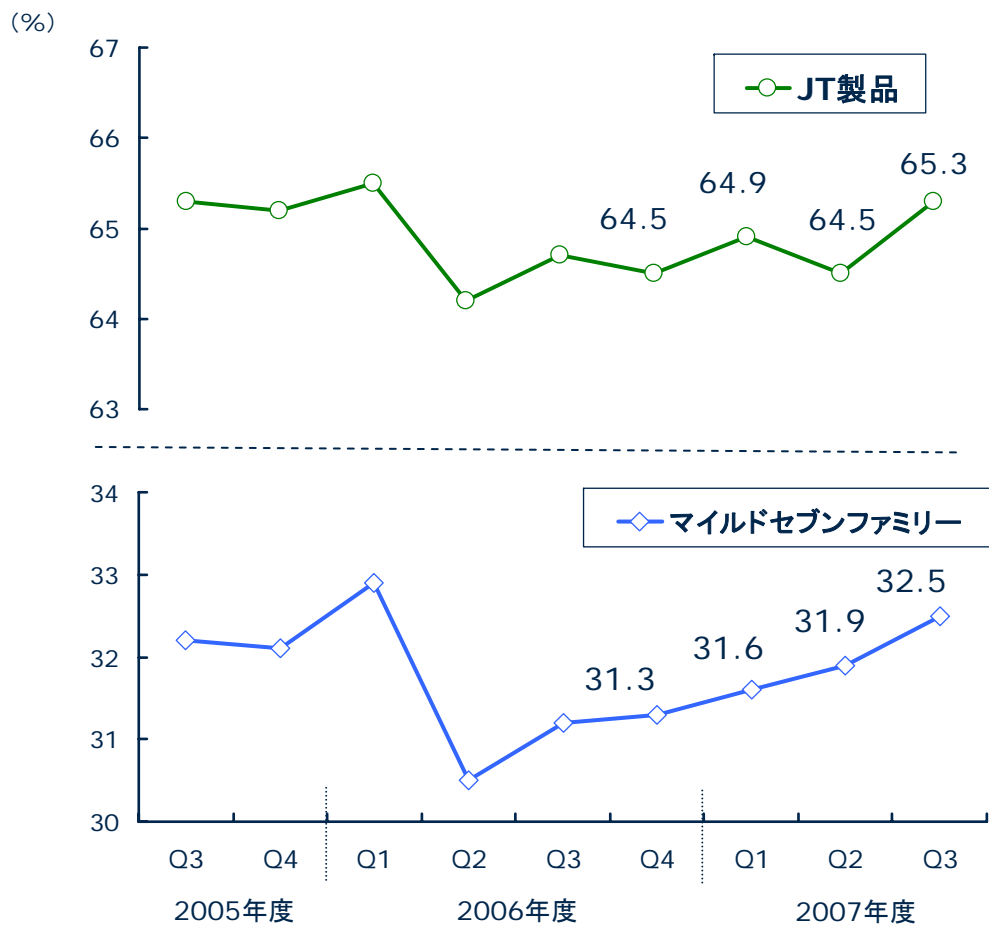


出典: JT 従業員数は、1998年度以前は在籍人員ベース、1999年度以降は就業人員ベース

国内たばこ事業 -商品戦略-

■ JT製品の市場シェア ※

※ 新ベース=JTオリジナルブランド + JTの国内向け製品(キャメル・ウinston・セラム等)



■ 高付加価値商品の発売

- ◆ 2006年10月地域限定販売のピース・インフィニティ(350円)が好調に推移
- ◆ 昨年10月より全国発売



■ 中核ブランドの価値向上

- ◆ マイルドセブン・ブランドの強化
発売30周年に合わせ、デザインを変更し、ブランド・イメージの統一による価値向上

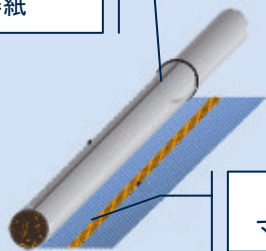


国内たばこ事業 -D-spec技術(ニオイを抑えるJTの独自技術)-

■ 「D-spec」の技術

シトラスフレーバー香料の添加図

副流煙を少なくする
二重巻紙



固定化した
マスキングフレーバー

二重巻紙採用の効果

- [その1] 2枚の巻紙の間に塗った香料を定着させることができる
- [その2] 副流煙を抑える

たばこを吸う人にうれしい。
吸わない人にもやさしい。
におわず、香る
「SMART SMOKE」



D-spec
におわず、香る。



ふんわりピーチの
メンソール

ピアノッシモ・ペシエ・
メンソール・ワン



シトラス香る、
爽やかメンソール

ルーシア・シトラスフレッシュ・
メンソール・ワン



マイルドセブン本来
のよい香り

マイルドセブン・D-spec・
スーパーライト・ボックス

「D-spec」の”D”とは？

「Decreased(ディクリーズド):たばこの気になる”におい”を低減した」、「Decent(ディーセント):上品な香りが楽しめる」という2つの単語の”D”という頭文字を取って、「D-spec」と呼んでいます。

海外たばこ事業 -成長の軌跡-

1999年 RJRナビスコ社の米国を除くたばこ事業を取得

2007年～

飛躍的な規模の拡大により、世界のたばこ業界のリーディングカンパニーへ

2007年4月

ギャラハー社を約75億ポンドで取得

2000年～2006年

一貫した戦略の遂行により6年連続2桁の利益成長を実現

1999年5月

RJR ナビスコの海外たばこ事業を78.3億ドルで取得

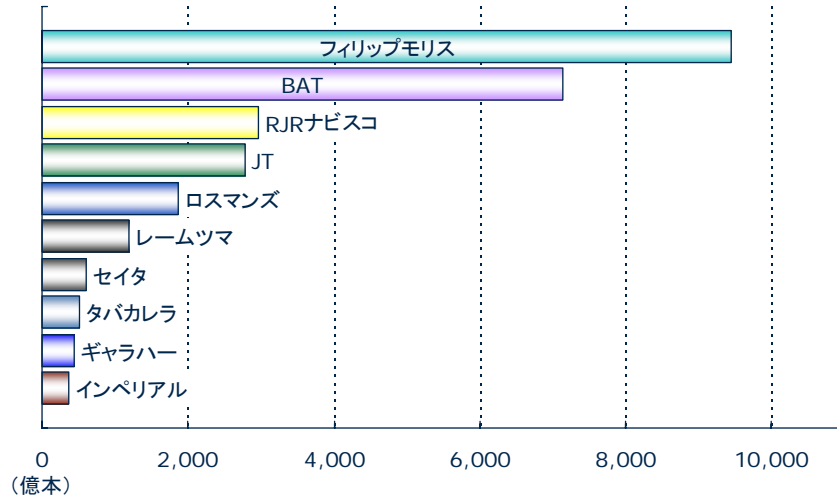
1985年～1998年

輸出中心の事業から脱し、本格海外展開を模索

2007年 英国ギャラハー社の発行済株式を100%取得

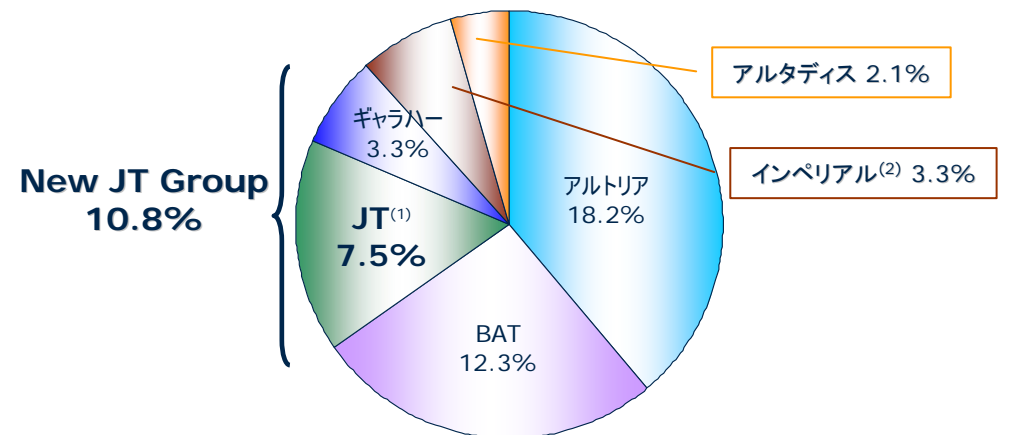
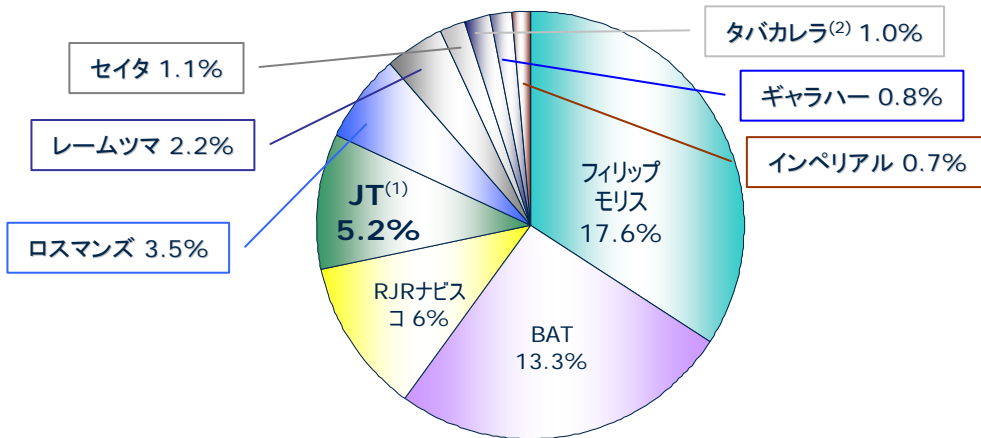
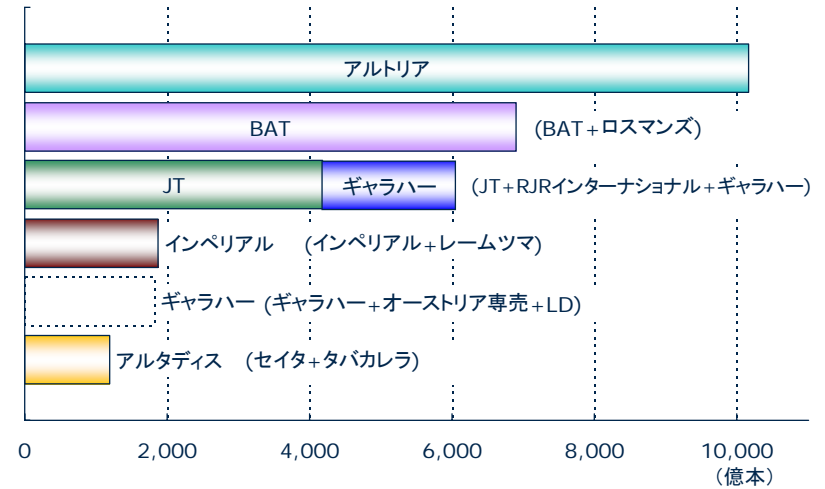
海外たばこ事業 -JTは、世界第3位のポジション-

1998年



出典: 各社事業報告書よりJT作成

2006年



出所: 各社事業報告書, The Maxwell Report

(1): 1999年3月期実績

(2): 1998年9月期実績

出所: 各社事業報告書, The Maxwell Report

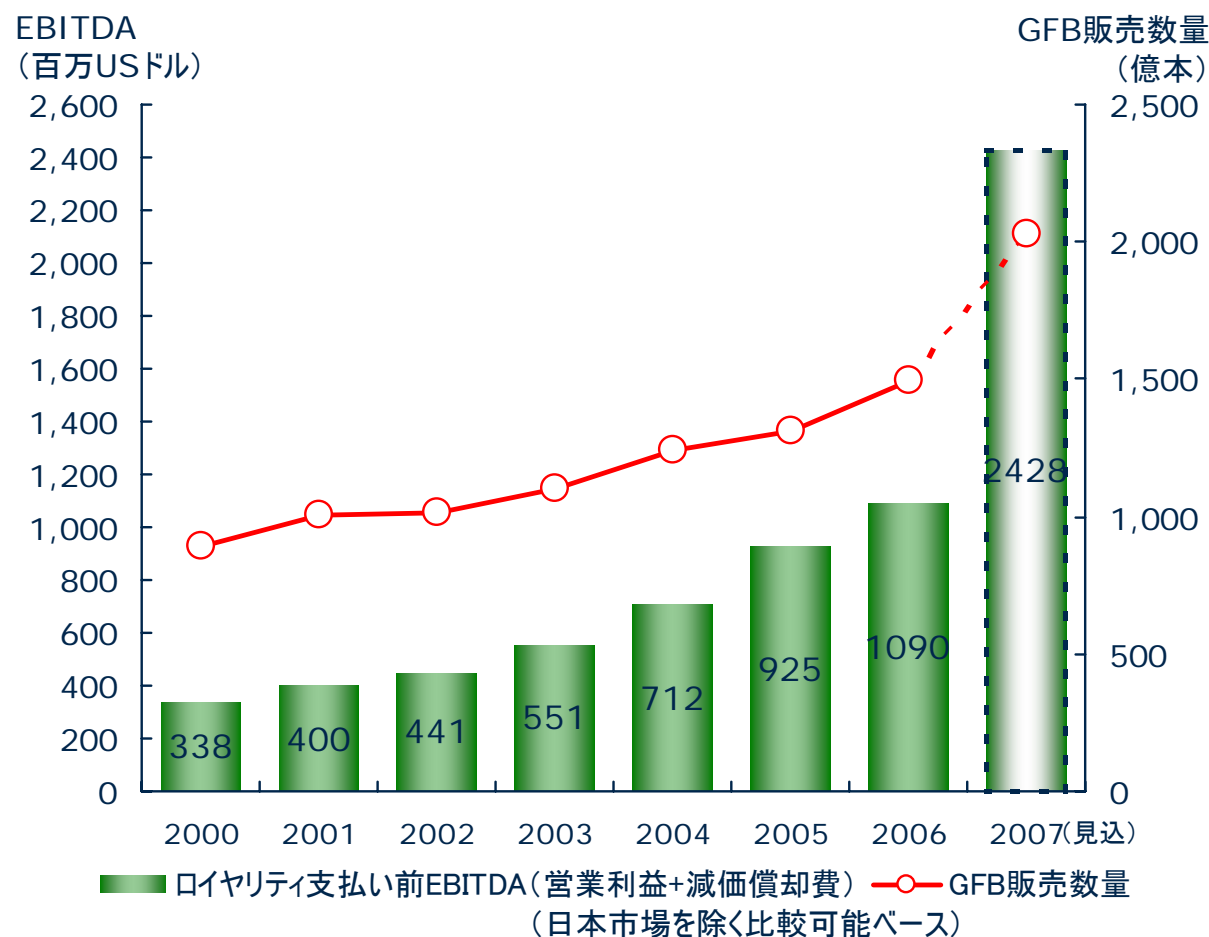
(1): 2007年3月期実績

(2): 2006年9月期実績

海外たばこ事業 -JTの利益成長を牽引-

■ グローバル・フラッグシップ・ブランドの成長による利益成長

- ◆ グローバル・フラッグシップ・ブランド＝ウィンストン、キャメル、マイルドセブン、ベンソン&ヘッジス、シルクカット、LD、ソブラニー、グラマー



医薬事業

■ 国際的に通用する特色ある研究開発主導型事業へ

- ◆ 抗HIV薬「ビラセプト」を開発、上市
- ◆ 国内での販売機能はグループ企業の鳥居薬品(株)が担う

臨床開発品目(2008年2月7日現在)

開発名	適応症	開発段階
JTT-705(経口)	脂質代謝異常	国内:Phase1
JTT-130(経口)	高脂血症	国内:Phase2 海外:Phase2
JTK-303(経口)	HIV感染症	国内:Phase1
JTT-302(経口)	脂質代謝異常	海外:Phase2
JTT-305(経口)	骨粗鬆症	国内:Phase2 海外:Phase1
JTT-552(経口)	高尿酸血症	国内:Phase2
JTT-553(経口)	肥満症	海外:Phase1
JTT-651(経口)	2型糖尿病	国内:Phase1
JTK-652(経口)	C型肝炎	海外:Phase1
JTK-653(経口)	鎮痛、過活動膀胱	国内:Phase1

*JTT-705: 導出先のロシュ社がPhase3移行を決定



《重点研究領域》



食品事業

- 飲料・加工食品・調味料を柱とする総合食品メーカーとして、お客様が求める新しい価値を生み出すことを目指す。



- 冷凍食品への農薬混入事案について抜本的な食の安全管理対策に着手

I リスク低減に向けた取り組み

- (1) 製造工場に対する監査や、原材料・製品に関する検査について範囲や頻度を大幅に拡大。
- (2) 検査項目に農薬等の化学物質を加え、国内外の自社検査体制を充実。

II お客様への対応の強化

- (3) お客様からの苦情等に対する徹底的な調査・検査を実施。健康被害が発生するおそれが認められる場合には、自主回収を含めた迅速かつ適切な措置を講じる。対応にあたり関係当局と密接に連携。
- (4) 商品情報や原材料情報など食の安全に関わる情報を、包装上の表記や当社ホームページ等を通じて広く公開。

III 組織・体制の強化

- (5) 本年3月1日に、食の安全管理を一元的に担う「食の安全管理担当」を新規配置、並びに中国において品質管理業務を行う常駐の組織を新設。日本・中国において早急に検査センターを新設・充実させるなど、食の安全管理に関する社内体制を強化。
- (6) 株式会社加ト吉の子会社化を踏まえ、安全管理面でも同社との事業統合を視野に入れた協働の実施。
- (7) 複数の外部専門家の方を顧問として招聘し、定期的に当社の安全管理体制に関する評価、助言をいただくなど、外部専門家の知見・多様な視点を積極的に取り入れる体制を早期に構築。

企業の社会的責任

地球環境問題への取り組み

具体的な取り組み事例

■ JTでは地球環境問題を経営の最重要課題の一つと位置づけ、地球温暖化問題、廃棄物の削減等の様々な環境問題に対し、積極的に取り組んでいます。

営業・物流における 二酸化炭素排出量の削減

原料や製品の輸送・配送に使用するトラックや営業車両などから排出される二酸化炭素量の削減など、環境負荷の低減に取り組んでいます。

たばこ用の原料・製品の長距離輸送では鉄道輸送を多用しており、2005年度のモーダルシフト^(*)率は54%でした。また、たばこ事業では従来から積載率の効率化に取り組み、工場から流通基地に送る製品輸送における10tトラックの積載率は、99.6%（バレット換算）となっています。

営業活動に使用する車両については低公害車の導入を推進し、2006年3月末の全営業車両3,042台中1,370台が低公害車となっており、低公害車の導入割合は約45%です。このうち236台は、ガソリン車に比べ一酸化炭素、窒素酸化物や二酸化炭素の排出量が少ない天然ガス車となっています。また、たばこ製品の配送を担当するTSネットワーク側の配送用トラックでも27台の天然ガス車を導入しています。



*モーダルシフト 運賃負担の少ない量輸送機関である鉄道・海上船舶輸送を活用することです。
モーダルシフト比率とは500km以上の長距離輸送における鉄道・海上船舶による輸送量の割合です。

商品・販売促進ツールの改善

●たばこ包装容器の軽量化・簡易化
たばこ容器包装では、商品品質を維持した中でパッケージの紙使用量を低減するとともに、2005年度はボックス製品の設計を変更し、小箱の折り込み部分を短くするなどして、軽量化を図りました。

また、2006年11月以降、10個詰め製品包装形態を紙箱にプラスチックでフィルムがけした「カートン包装」から、包装紙のみの「バーセル包装」への変更を進めており、国内で販売する銘柄のうち、一部テストマーケット銘柄を除いて、今年度中の切替完了を目指しています。

JTは、お客様に直接手に取っていただく製品自体も、環境に配慮したものにしていきたいと考えています。

たばこ容器包装については、エコプロダクツに関する定義を作成し、体制を強化するなどして、資源消費量の削減などに積極的に取り組んでいきます。



「カートン包装」から「バーセル包装」への変更
パッケージの紙使用量の低減
ボックス製品の小箱の折り込み部分の短縮

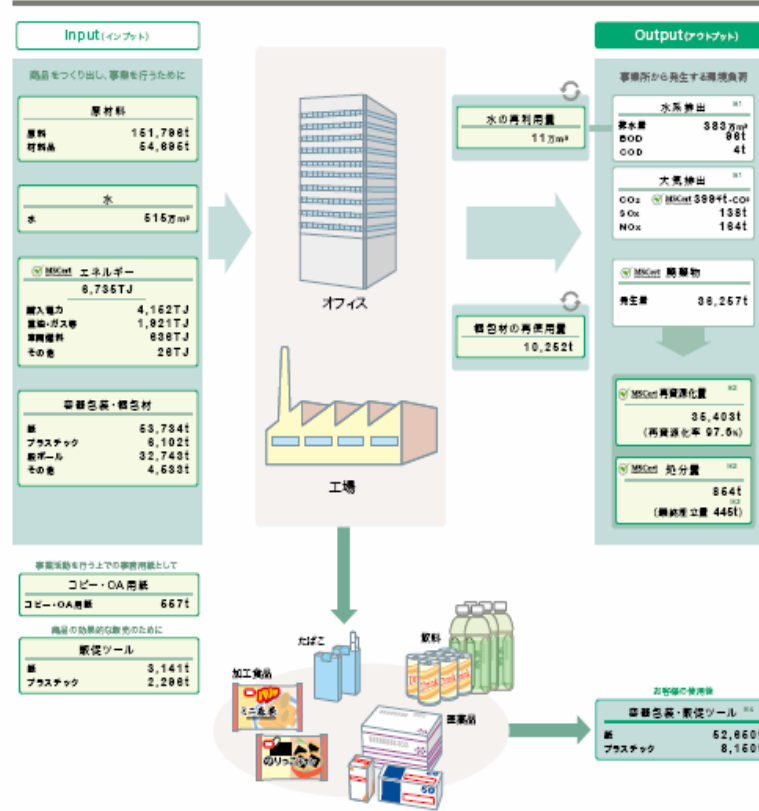


材料使用量の削減 (10個詰め製品用カールシール)
紙 27.6g → 27.5g
プラスチック 2.0g → 0g

●販売促進ツールにおける環境への配慮
(非塩ビ化・古紙使用)
営業活動に使用するポスター、ステッカーなどにおいても、1095年度から環境に配慮した取り組みを進め、塩化ビニール素材使用の販売ツールでは、2000年度に非塩化ビニール素材へ切り替えを完了し、紙製ツールでは古紙を40～60%配合した素材を使用しています。

環境配慮型販売促進ツール

事業活動と環境負荷 (国内環境マネジメント対象会社: JT およびグループ会社 19 社)



「CSR報告書2007」

JTの地球環境問題への取り組みの詳細につきましては、「CSR報告書2007」をご覧ください。

社会貢献活動への取り組み

JTグループの社会貢献活動の基本方針



社会と共生する「良き企業市民」を目指す

目標：地域コミュニティの再生と活性化

社会福祉

文化・芸術

重点活動分野の中より、
地域社会の重要課題について
個々に取り組む

良き隣人として、事業地域の貢献活動

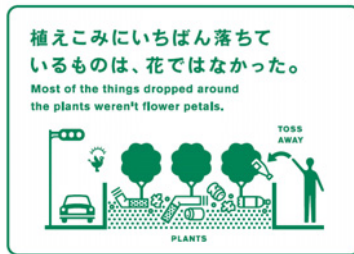
被災地域
への支援

環境保全



国内たばこ事業 -リーディングカンパニーとしての責務-

- たばこを吸われる方と吸われない方の共存に向けた積極的な取り組み
- 「ひろえば街が好きになる運動」を日本全国にて展開
- 成人識別機能付自動販売機の導入



新喫煙マナー広告



渋谷ハチ公前喫煙場所



成人識別
たばこ自動販売機

「taspo」を読み取り部に
タッチすることで、
たばこ購入が可能に

株主様との交流

株主優待

- ◆ 2004年度から株主優待を開始
 - ▶ 1株以上保有の株主様に対し、年2回、当社グループ商品(市価2,000円相当)を一律に贈呈

株主優待品(2007年12月)



株主様向け広報誌の刷新

- ◆ 2003年度以降、株主様へお送りする業績報告書の内容を大幅に刷新し、年4回発行

業績報告書



「企業価値の増大に向けて」

弊社に関する更に詳しい情報は：

<http://www.jti.co.jp/>



弊社の飲料製品は下記サイトにてお求めいただけます：

<http://www.shopjt.com/>

