

JT 業績報告書

株主メモ

決算期
定時株主総会
期末配当金支払株主確定日
中間配当金支払株主確定日
公告の方法

3月31日
6月
3月31日
9月30日
電子公告
当社ホームページ(下記URL)に掲載
<http://www.jti.co.jp/>

※やむを得ない事由により、電子公告による公告をすることができない場合は、日本経済新聞に掲載

株主名簿管理人・特別口座管理機関

三菱UFJ信託銀行株式会社
(事務取扱場所)
東京都千代田区丸の内一丁目4番5号
三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
(お問い合わせ先 郵便物送付先)
〒137-8081
東京都江東区東砂七丁目10番11号
三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
フリーダイヤル 0120-232-711
(受付時間 土・日・祝日を除く 9:00~17:00)
(特別口座に関する手続用紙のご請求)
特別口座をご利用の株主様の住所変更、配当金振込指定・変更に必要な各用紙及び株式の相続手続依頼書のご請求は、特別口座管理機関のフリーダイヤル(0120-244-479)で24時間承っておりますので、ご利用ください。
口座を開設されている証券会社までお問い合わせください。

株式の諸手続き

株主優待商品発送のご案内

2009年9月末の株主の皆様あてに11月に送付させていただきました株主優待のご案内につきまして、期限までにお申し込みいただいた場合は12月末より優待商品をお届けしておりますが、まだお手元に届かない株主様がおられましたら、お手数ですが、下記のお問い合わせ先までご連絡ください。

JT株主優待事務局
(商品発送代行:株式会社ジェイティクリエイティブサービス)
フリーダイヤル 0120-791-187
(受付時間 土・日・祝日を除く 9:00~17:00)

なお、株主優待商品につきましては、株主名簿にご登録いただいておりますご住所あてにお届けしております。引越し等により、ご住所に変更があった場合には、口座を開設されている証券会社へ速やかにお届出をお願いいたします。特別口座をご利用の株主様につきましては、特別口座管理機関であります三菱UFJ信託銀行株式会社へ速やかにお届出をお願いいたします。

日本たばこ産業株式会社

〒105-8422 東京都港区虎ノ門2-2-1 JTビル
電話:03-3582-3111
<http://www.jti.co.jp/>



contents

2010年3月期(2009年度)第3四半期決算のご報告

旅路の先で出会う温故知新
清宗根付館

2009年海外たばこ事業実績(速報)

JTIの社会貢献活動

ゴルフ日本シリーズJTカップ

ニュース掲示板

JTグループ商品のご案内

- ルーツ「ローストワン グランレッド」 新発売
- 「果実体感 ほおぼる白桃」 新発売
- 「小分けうどん(細麺) 6袋」 新商品
- 「えび五目炒飯」 新商品

株式の諸手続きについて

2010年3月期(2009年度) 第3四半期決算のご報告



ごあいさつ

株主の皆様におかれましては、ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。また、平素より当社の事業運営に格別のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。

2010年3月期(2009年度)の業績予想は、第2四半期時点の見込から売上高、EBITDA(営業利益+減価償却費)ともに上方修正いたしました。これは、主に海外たばこ事業における販売数量及び為替前提の上方修正によるものです。厳しい経済環境の中でも、私どもは世界の主要市場においてシェアを確実に上昇させています。必要な投資を行い事業基盤を整えることにより、お客様の支持を獲得し、景気の回復期にはさらなる飛躍を遂げたいと考えています。国内たばこ事業については、総需要の趨勢減がやや加速していることから、販売数量見込を5億本下方修正しておりますが、利益面についてはコスト削減努力等により数量減の影響を相殺する見込です。引き続き対面販路での露出強化、競争優位性の向上を図るとともに、マイルドセブン・ファミリーの新商品投入やデザイン変更をはじめとしたブランド施策の強化を行い、シェア維持を目指します。

2010年3月期(2009年度)第3四半期決算は、国内たばこ事業における販売数量の減少及び海外たばこ事業における為替影響により減収

減益となりました。国内たばこ事業においては、JTシェアは前年同水準を堅持しております。海外たばこ事業においては、積極的な価格戦略により、仮に為替水準が昨年と中立であるならばドルベースのEBITDAは9.0%成長していたとみており、事業は堅調に推移しております。

2010年はJTグループにとって大きな転換点となる年です。日本では成年人口の減少や高齢化等の構造的な要因により、たばこの販売数量が趨勢的に減少している中で、今年の10月には過去に例のない大幅なたばこ増税が行われることとなりました。需要の減少や競争の激化といった厳しい事業環境が予想され、当社にとって試練ともいえる年になりますが、私どもは品質やサービスに一層磨きをかけ、お客様にご納得いただけるブランド価値の提供を通じ、「お客様第一」の実践に努めてまいり所存です。

株主の皆様におかれましては、当社の事業運営につきまして、より一層のご理解とご支援を賜りますようお願い申し上げます。

2010年2月
代表取締役社長

木村 宏

2010年3月期(2009年度)第3四半期決算の概要

2010年3月期(2009年度)第3四半期決算は、表1のとおり、減収減益となりました。税抜売上高は、国内たばこ事業における販売数量の減少、海外たばこ事業における為替のマイナス影響により、前年同期比2,679億円減収の1兆4,961億円となりました。EBITDA(営業利益+減価償却費)は、売上高の減少を受け、前年同期比1,156億円減益の4,257億円となりました。営業利益は減収の影響を旧RJRインターナショナルに係る商標権償却の終了が一部相殺し、前年同期比

771億円減益の2,525億円となりました。経常利益は、支払利息の減少及び為替差損益の改善が営業利益の減少を一部相殺し、前年同期比534億円減益の2,156億円、純利益は経常利益の減少に加え、固定資産売却益が減少する一方、前年計上していたフィリピン市場の事業構造変更に伴う費用、成人識別たばこ自販機導入費用及び廃止社宅等の取壊し撤去費用を含む関連損失がなくなったこと等により、前年同期比245億円減益の1,069億円となりました。

表1 2010年3月期第3四半期決算(累計)

(単位:億円)

	2008年度	2009年度	増減
税込売上高	53,461	46,518	-13.0%
税抜売上高 ^{※1}	17,641	14,961	-15.2%
EBITDA ^{※2}	5,413	4,257	-21.4%
営業利益	3,296	2,525	-23.4%
経常利益	2,690	2,156	-19.9%
四半期純利益	1,314	1,069	-18.7%

※1 たばこ税、国内たばこ事業における輸入たばこ・国内免税・中国事業・その他及び海外たばこ事業における物流事業・PB・製造受託・その他を控除

※2 EBITDA=営業利益+減価償却費 キャッシュフローベースの利益

参考: のれんの償却影響を除く主要利益

営業利益	4,101	3,269	-20.3%
経常利益	3,494	2,900	-17.0%
四半期純利益	2,119	1,813	-14.4%

各事業の概要

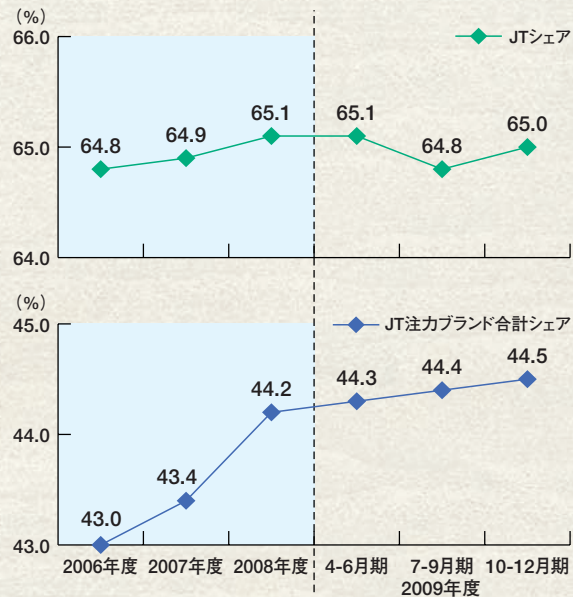
国内たばこ事業

国内たばこ事業の第3四半期累計の販売数量は前年同期比5.0%減少となりました。これは成人人口の減少等の構造的な要因による趨勢減4.6%程度と、お客様の「taspo(タスポ)」カードを持たないことによる一時的な購買機会の損失の影響0.4%程度によるものです。長引く不況の影響に加え、昨年後半の増税議論がお客様に及ぼした心理的な影響により、趨勢減がやや加速したと考えています。足元の状況を踏まえ、2009年度通期の販売数量見込を5億本下方修正し、1,520億本といたします。EBITDAについては、さらなるコスト削減努力等により数量減影響を相殺する見込であり、修正は行いません。

第3四半期の累計実績は、販売数量の減少により減収、EBITDAも減益となりました。営業利益が対前年で増加しているのは、一部商標権の償却が終了したことによるものです。シェアについては前年同期比同の65.0%ポイントとなりました。特に10-12月期では、7-9月期と比較してシェアは0.2%ポイント回復しています。これは主に、12月に全国発売した「ピアニッシモ・アイシーン・メンソール・ワン」が好調な

スタートを切ったこと等によるものです。今後も主力ブランドを中心とした販促施策やコンビニエンスストア等対面販路での露出強化及び市場ニーズをとらえた新製品の投入等を図ることにより、シェアの維持を目指します。

■図1 JT主要ブランド及びJT製品の市場シェア



■表2 国内たばこ事業第3四半期実績(累計)

(単位: 億円)

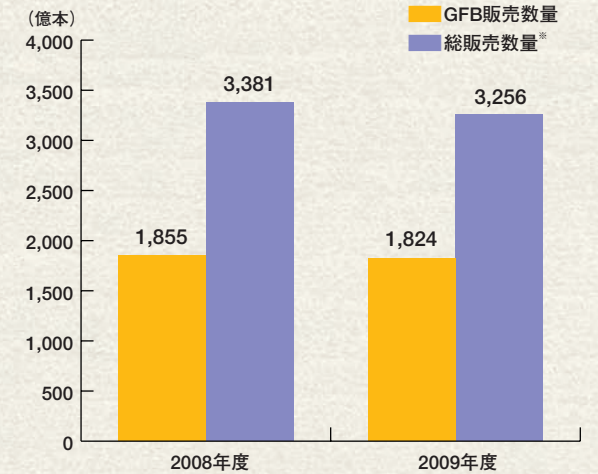
	2008年度	2009年度	増減
税売上高 ^{※1}	5,017	4,764	-5.1%
EBITDA ^{※2}	2,132	2,051	-3.8%
営業利益	1,522	1,639	7.7%
JT販売数量(億本) ^{※3}	1,236	1,174	-5.0%

※1 たばこ税、輸入たばこ・国内免税・中国事業・その他を控除
 ※2 EBITDA=営業利益+減価償却費 キャッシュフロー・ベースの利益
 ※3 輸入たばこ・国内免税・中国事業を控除

海外たばこ事業

海外たばこ事業の2009年1-9月期の販売数量については、トルコ、イギリス、イタリア、フランス等において順調に成長しましたが、イランにおける不安定な事業環境の継続、ウクライナにおけるセールスポリシーの強化に加え、ルーマニアやカザフスタン等の景気後退に伴う総需要減少、フィリピンの事業モデル変更影響等により、総販売数量は3.7%減の3,256億本、グローバル・フラッグシップ・ブランド(GFB)の販売数量は1.7%減の1,824億本となりました。税売上高及びEBITDAについては、為替のマイナス影響を受け、減収減益となっています。一方、仮に前年と為替水準が一定であったとすれば、各市場における値上げ効果が原材料費増等の影響を上回り、税売上高は5.7%成長、EBITDAは、9.0%成長となりました。

■図2 海外たばこ事業販売数量第3四半期実績(累計)



※ PB、製造受託を除き、シガー/パイプ/スヌース(かみたばこ)込み
 (注) 海外たばこ事業実績は1-9月期を連結

●2009年1-9月期 地域別販売実績[※]

	総販売数量	GFB販売数量
南欧・西欧	-1.8%	-0.2%
北欧・中欧	+6.4%	+6.2%
CIS+	-3.5%	+0.6%
その他地域	-8.8%	-8.7%

※ PB、製造受託を除き、シガー/パイプ/スヌース(かみたばこ)込み
 ※ 対前年同期販売数量成長率

■表3 海外たばこ事業第3四半期実績(累計)

(単位: 百万ドル)

	2008年度	2009年度	増減
税売上高 ^{※1}	8,043	7,028	-12.6%
EBITDA ^{※2}	2,950	2,354	-20.2%
販売数量(億本) ^{※3}	3,381	3,256	-3.7%
GFB販売数量(億本) ^{※3}	1,855	1,824	-1.7%

参考: 前年の為替レートを使用した場合の実績

(単位: 百万ドル)

	2008年度	2009年度	増減
税売上高 ^{※1}	8,043	8,500	5.7%
EBITDA ^{※2}	2,950	3,214	9.0%

※1 たばこ税、物流事業、PB、製造受託・その他を控除
 ※2 EBITDA=営業利益+減価償却費 キャッシュフロー・ベースの利益、JTへのロイヤリティ支払い前
 ※3 PBを除き、シガー/パイプ/スヌース(かみたばこ)込み

各事業の概要

医薬事業

医薬事業については、売上高は137億円減収の343億円、EBITDAは148億円悪化し62億円の赤字となりました。グループ会社の鳥居薬品(株)において抗HIV薬「ツルバダ錠」や制吐剤「セロトーン」等の売上が伸長したことに加え、3月に販売を開始した血液透析患者における経口そう痒症改善剤「レミッチカプセル」が順調に推移しましたが、前年同期は導出医薬品に関する

契約一時金収入や開発の進展にかかるマイルストーン収入があったため、減収減益となりました。臨床開発については、C型肝炎治療薬「JTK-853」が新たに臨床開発段階に移行したことにより、自社開発品は10品目となりました。今後とも臨床開発品の着実なステージアップと研究開発パイプラインの充実を図っていきます。

■ 医薬事業 臨床開発品目 (2010年2月9日現在)

開発名	開発段階	主な適応症	詳細	権利
JTT-705 (経口)	国内:Phase2	脂質異常症	HDL(高密度リポ蛋白:善玉コレステロール)中のコレステロールをLDL(低密度リポ蛋白:悪玉コレステロール)に転送するCETPを阻害することにより、血中HDLを増加させる	スイスのロシュ社へ日本を除く全世界の開発・商業化権を導出(同社ではPhase3)
JTT-130 (経口)	国内:Phase2 海外:Phase2	脂質異常症	MTPを阻害することにより、コレステロール及びトリグリセリドの吸収を抑制し、脂質値を低下させる	
JTK-303 (経口)	国内:Phase1	HIV感染症	HIV(ヒト免疫不全ウイルス)の増殖に関わる酵素であるインテグラーゼの働きを阻害する	米国ギリアド・サイエンシズ社へ日本を除く全世界の開発・商業化権を導出(同社ではPhase3)
JTT-302 (経口)	海外:Phase2	脂質異常症	HDL(高密度リポ蛋白:善玉コレステロール)中のコレステロールをLDL(低密度リポ蛋白:悪玉コレステロール)に転送するCETPを阻害することにより、血中HDLを増加させる	
JTT-305 (経口)	国内:Phase2	骨粗鬆症	副甲状腺細胞のCaSRに作用し、血中Caの感知を阻害することで副甲状腺ホルモンの分泌を促し、骨の代謝回転を高めることにより骨形成を促進する	米国メルク社へ日本を除く全世界の開発・商業化権を導出
JTS-653 (経口)	国内:Phase1	鎮痛、過活動膀胱	知覚神経に存在するTRPV1の働きを阻害することにより症状を改善する	
JTT-654 (経口)	国内:Phase1 海外:Phase2	2型糖尿病	HSD-1の働きを阻害することにより、過剰なグルココルチコイド作用を抑制する	
JTK-656 (経口)	海外:Phase1	HIV感染症	HIV(ヒト免疫不全ウイルス)の増殖に関わる酵素であるインテグラーゼの働きを阻害する	
JTT-751 (経口)	国内:Phase2	高リン血症	消化管内で食物から遊離するリンを吸着することで、リンの体内吸収を抑える	米国ケリックス・バイオフィーマシューティカルズ社より日本における開発・商業化権を導出(鳥居薬品と共同開発)
JTK-853 (経口)	海外:Phase1	C型肝炎	HCVの増殖に関わる酵素であるポリメラーゼを阻害する	

食品事業

食品事業については、売上高は445億円減収の3,032億円、EBITDAは82億円増益の140億円となりました。チルド加工食品からの撤退及び一部子会社を連結対象外とした影響等により減収となり、EBITDAはリース会計基準の変更影響及びコスト削減等の効果により増益となり

ました。なお、本年1月1日より、加工食品事業及び調味料事業を担う当社子会社である(株)加ト吉がテーブルマーク(株)へと社名を変更いたしました。社名変更後も変わらぬご愛顧のほどをよろしくお願いいたします。

「2010年3月期(2009年度)業績予想」

2010年3月期(2009年度)の業績予想については、主に海外たばこ事業における販売数量上方修正と為替前提の見直しにより、利益を上方修正いたしました。国内たばこ事業については、販売数量、売上高を下方修正いたしますが、経費節減努力等によりその影響を相殺し、EBITDAの見込の修正は行いません。海外たばこ事業については、販売数量の上方修正と為替前提の見

直しにより売上高、EBITDAともに上方修正いたしました。医薬事業の売上高及びEBITDAは若干の上方修正、食品事業については、消費低迷と水産市況の悪化により売上高を下方修正、経費節減努力により減収影響を一部相殺し、EBITDAについても若干の下方修正となっています。

■ 表4 2009年度通期業績予想

(単位:億本、億円)

	前回見込	修正見込	増減	2008年度実績
国内たばこ事業販売数量	1,525	1,520	△5	1,599
海外たばこ事業販売数量	4,320	4,349	29	4,459
売上高	60,900	61,300	400	68,323
税抜売上高 ^{※1}	19,740	19,820	80	22,432
EBITDA ^{※2}	5,050	5,140	90	6,462
営業利益	2,720	2,830	110	3,638
経常利益	2,350	2,460	110	3,075
当期純利益	1,080	1,220	140	1,234

※1 たばこ税、国内たばこ事業における輸入たばこ・国内免税・中国事業・その他及び海外たばこ事業における物流事業・PB・製造受託・その他を控除
 ※2 EBITDA=営業利益+減価償却費 キャッシュフロー・ベースの利益

参考: のれんの償却影響を除く当期純利益

当期純利益	2,050	2,190	140	2,289
-------	-------	-------	-----	-------

● 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又は前提(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又は前提(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

連結財務諸表

連結貸借対照表

(単位:百万円)

科目	前連結会計年度末 (2009年3月31日)	当第3四半期末 (2009年12月31日)	増減金額
資産の部			
流動資産	1,095,682	1,249,837	154,155
固定資産	2,784,121	2,668,018	△ 116,102
有形固定資産	668,742	667,122	△ 1,620
無形固定資産	1,831,843	1,747,001	△ 84,842
のれん	1,453,961	1,370,195	△ 83,765
商標権	347,372	348,756	1,384
その他	30,509	28,049	△ 2,460
投資その他の資産	283,534	253,894	△ 29,640
資産合計	3,879,803	3,917,855	38,052

(注) 記載金額は、百万円未満を切り捨てて表示しております。

海外たばこ事業における葉たばこ買付量の増加及び単価上昇に伴う原材料の増加や休日影響による売掛金の増加によるものです。

償却及び為替の影響により減少しました。

(単位:百万円)

科目	前連結会計年度末 (2009年3月31日)	当第3四半期末 (2009年12月31日)	増減金額
負債の部			
流動負債	1,093,403	1,161,769	68,365
固定負債	1,162,111	1,087,789	△ 74,321
負債合計	2,255,514	2,249,559	△ 5,955
純資産の部			
株主資本	1,986,810	2,040,098	53,287
評価・換算差額等	△ 433,997	△ 445,609	△ 11,612
新株予約権	364	507	143
少数株主持分	71,109	73,298	2,188
純資産合計	1,624,288	1,668,296	44,007
負債及び純資産合計	3,879,803	3,917,855	38,052

(注) 記載金額は、百万円未満を切り捨てて表示しております。

社債の償還及び借入金の返済が進んだものの、コマーシャルペーパーの発行や年末の休日影響で未払たばこ税が増加したことにより増加しています。

有利子負債の返済を進める一方、国内債を発行しています。

連結損益計算書

(単位:百万円)

科目	前第3四半期 (2008年4月1日から 2008年12月31日まで)	当第3四半期 (2009年4月1日から 2009年12月31日まで)	増減金額
売上高	5,346,145	4,651,891	△ 694,254
売上原価	4,332,945	3,801,168	△ 531,777
売上総利益	1,013,200	850,722	△ 162,477
販売費及び一般管理費	683,545	598,179	△ 85,365
営業利益	329,654	252,542	△ 77,111
営業外収益	16,769	10,528	△ 6,240
営業外費用	77,398	47,462	△ 29,936
経常利益	269,024	215,609	△ 53,415
特別利益	41,785	27,510	△ 14,274
特別損失	70,392	26,491	△ 43,901
税金等調整前四半期純利益	240,417	216,628	△ 23,788
法人税等	104,511	104,565	53
少数株主利益	4,451	5,136	685
四半期純利益	131,454	106,926	△ 24,527

(注) 記載金額は、百万円未満を切り捨てて表示しております。

国内たばこ事業における総需要の減少に伴う販売数量の減少、海外たばこ事業における為替のマイナス影響により減収となりました。

国内たばこ事業における一部商標権の償却終了に伴う減価償却費の減少があったものの、売上高の減少を受け、減益となりました。

支払利息及び為替差損の減少により営業外損益が改善したものの、営業利益の減少を受け、経常利益は減益となりました。

固定資産売却益が減少する一方、フィリピン市場の事業構造変更に伴う費用、成人識別たばこ自販機導入費用及び廃止社宅等の取壊し撤去費用を含む関連損失が当期は計上されないため特別損失は改善しましたが、経常利益の減少を受け、四半期純利益は減益となりました。

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

科目	前第3四半期 (2008年4月1日から 2008年12月31日まで)	当第3四半期 (2009年4月1日から 2009年12月31日まで)	増減金額
営業活動によるキャッシュ・フロー	358,722	283,340	△ 75,382
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 31,636	△ 65,397	△ 33,761
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 260,538	△ 254,170	6,368
現金及び現金同等物に係る換算差額	△ 23,511	5,416	28,927
現金及び現金同等物の増減額	43,036	△ 30,812	△ 73,848
現金及び現金同等物の期首残高	215,008	167,257	△ 47,750
連結除外に伴う現金及び現金同等物の減少額	△ 953	—	953
現金及び現金同等物の四半期末残高	257,091	136,445	△ 120,646

(注) 記載金額は、百万円未満を切り捨てて表示しております。

『清宗根付館』 [京都府京都市]



1年に4度のみ出会う至高の世界美に彩られた“現代根付”に酔う

京都市中京区にある『清宗根付館』は、江戸時代に発明された“根付”を専門に収集・展示をする美術館です。同館館長の本下宗昭氏が、根付の魅力伝えるべく2007年の秋に開館させた私設美術館です。建物は京都市に現存する唯一の武家屋敷である“旧神先家”の住居。同建物は京都市の有形文化財にも指定されています。

根付とは、たばこ入れや印籠などを着物の帯にさげて携帯する際に、落とさないようにヒモの先に付けた留め具のこと。細やかな細工が施され、“西洋人を驚嘆させた小さな芸術品”とも称されてきた日本の伝統工芸の一つです。

『清宗根付館』の大きな特徴は、戦後に作られた“現代根付”を数多く収蔵・展示している点です。一般的に、博

物館や資料館などで見られる根付の多くは、江戸時代に作られた“古典根付”や、明治時代から昭和初期にかけて作られた“近代根付”と呼ばれるものです。

これらの根付に対して現代根付は、伝統的な技術を継承しながらも、素材のバリエーションやデザイン・モチーフが豊富であり、時代の変化に呼応した新たな様式美の根付といえます。

年に4度限定で開館される『清宗根付館』では、このような現代根付を中心に800以上もの根付を公開。また季節など、その時々テーマに沿った現代根付作家の作品も特別展示しています。館内に一歩、足を踏み入れれば、熟練した職人技に裏打ちされた、さまざまな根付の個性に圧倒されてしまうことでしょう。



特別展示が行われる1階のスペースは、根付の制作に使用する道具なども展示。現代根付と共に、作家のプロフィールも知ることができる



右は現代根付の作家・高木喜峰氏の作品である「一球入魂」。左は江戸時代に作られた古典根付の「親子猿」



江戸時代に建てられた武家屋敷を再利用した建物。閑寂な武家屋敷の中で根付を眺めると、江戸時代へタイムスリップした感覚に陥る



「壬生寺表門」



「近藤勇胸像」

『清宗根付館』のある一帯は“壬生”と呼ばれ、正面には、新撰組とゆかりの深い“壬生寺”があります。新撰組は文久3(1863)年にこの地で結成され、壬生寺は、彼らが武芸や大砲の訓練を行う兵法訓練場として使われました。境内には、壬生塚と呼ばれる新撰組隊士の墓石や、新撰組局長であった近藤勇の胸像および遺髪塔などがあり、現在でも新撰組隊士をしのぶ多くの人々が訪れています。『清宗根付館』をはじめ、江戸時代の遺構が多く残る壬生の地。古き良き壬生の町並みが、訪れる者の心を豊かにしてくれることでしょう。

■清宗根付館

- 所在地
〒604-8811
京都府京都市中京区壬生賀陽御所町46-1
(JR「京都」駅から、市バス26・28・71系統で「壬生寺通」下車。徒歩2分。
京福電気鉄道嵐山本線「四条大宮」駅及び阪急京都線「大宮」駅から、徒歩約15分)
 - お問い合わせ先
075-802-7000
 - 入館料
大人：1,200円、中学・高校生：600円
※開館期間
春季：4月1日～30日、夏季：7月1日～31日、
秋季：11月1日～30日、冬季：2月1日～28日の年4回。
時間は午前10時～午後5時(最終入館は午後4時30分まで)
- <http://www.netsukekan.jp/>



2009年海外たばこ事業実績(速報)



2010年2月10日、JTアートホール「アフィニス」において、機関投資家向けに「海外たばこ事業実績説明会」を開催し、JTインターナショナルのピエール・ドゥ・ラボシエール (Pierre de Labouchere) 社長兼CEO及びローランド・コスタントス (Roland Kostantos) CFOが2009年の実績について説明しました。プレゼンテーションの要約は以下の通りです。なお、内容はすべて速報値となっています。(プレゼンテーションの資料は、JTのホームページでご覧になれます。<http://www.jti.co.jp/investors/explain/index.html>)

●2009年(1-12月)実績速報

JTインターナショナル(以下「JTI」)は2009年、未曾有ともいえる経済環境悪化の中で、堅調な業績となりました。

総販売数量は前年比2.5%減少し4,349億本、グローバル・フラッグシップ・ブランド(以下「GFB」)販売数量は前年比0.9%減少し2,434億本となりました。しかしながらイランにおける不安定な事業環境、ウクライナにおけるセールスポリシーの強化、フィリピンにおける事業構造の変更という特殊要因を除くと、総販売数量は1.5%成長、GFB販売数量は2.4%成長となり、力強い事業成長が継続しています。

税売上高は7.3%減少し9,682百万ドルとなりましたが、為替影響を除けば7.2%成長し11,192百万ドルとなりました。景気後退やたばこ税の大幅増税により、2009年は多くの市場で

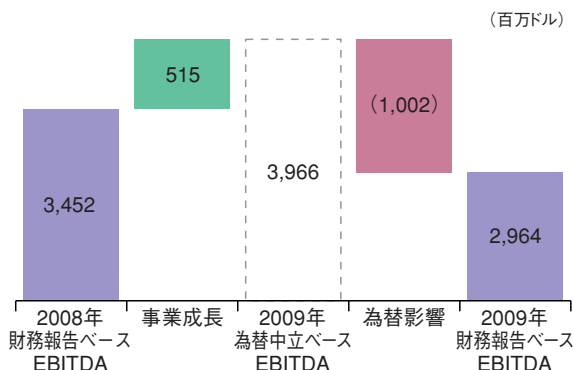
総需要が減少し、より価格の低い商品をお客様が増えました。また新興市場では通貨安の影響を大きく受けました。これらの影響を補うために、積極的な値上げを実施したことや欧州における数量増が為替中立ベースの売上高成長の要因となりました。

EBITDA(営業利益+減価償却費)は14.1%減少しましたが、為替影響を除けば14.9%成長しました。2008年実績は約35億ドルでしたが、事業成長により5億ドルを創出し、2009年度の為替影響を除いたEBITDAは約40億ドルとなりました。この40億ドルに対し、為替変動が約10億ドルのマイナス影響を及ぼしましたが、その影響額は年度当初の想定からは大きく縮小し、結果として、財務報告ベースのEBITDAは約30億ドルとなりました。

表1 財務実績

	2008	2009	増減	
為替影響を除く(百万ドル)				
税売上高	10,445	11,192	747	7.2%
EBITDA	3,452	3,966	514	14.9%
財務報告ベース(百万ドル)				
税売上高	10,445	9,682	△762	△7.3%
EBITDA	3,452	2,964	△488	△14.1%
販売数量(+億本)				
総販売数量	445.9	434.9	△11.0	△2.5%
GFB販売数量	245.5	243.4	△2.1	△0.9%

図1 EBITDA増減



●主要市場におけるシェアの上昇

2009年は、台湾市場を除くすべての主要市場においてシェアの増加を達成しました。JTIがリーディングカンパニーである台湾では、6月に積極的な価格戦略を取ったことにより、シェアが一時的に減少しましたが、その後回復基調にあります。その他の主要市場では、サブプレミアム価格帯と中価格帯に強みを持つ私たちの商品構成が有利に働いたことにより、シェアは力強く伸長しています。これは、私たちの事業基盤の強固さを裏付けるとともに、これまでのブランドへの投資が正しいものであったことを物語っています。強力なブランド群が私たちのビジネスにこれからも恩恵をもたらしてくれると考えています。

図2 主要市場のシェア

	2008	2009	変化率
ロシア	35.7%	36.8%	1.1
フランス	14.2%	14.8%	0.6
イタリア	17.1%	18.5%	1.4
スペイン	20.5%	20.6%	0.1
イギリス	39.1%	40.4%	1.3
トルコ	17.0%	18.8%	1.8
台湾	38.7%	38.0%	△0.7

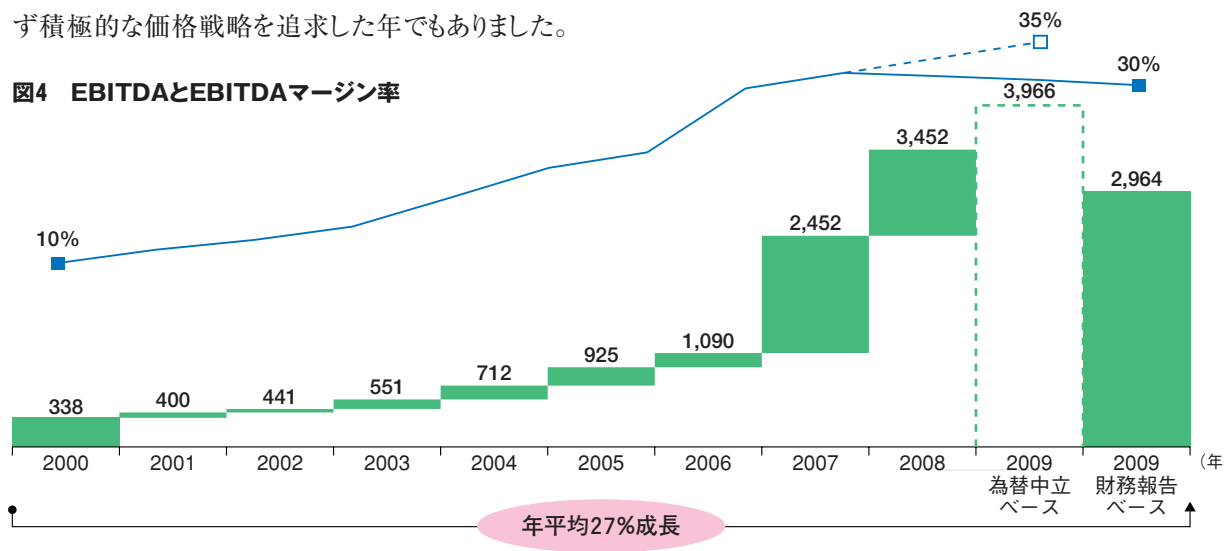
※ACニールセン、CoreEPOS、JTI資料より。12か月移動平均

●トップライン成長の追求/2010年度見通し

トップライン成長(事業規模拡大及び売上高増加)を追求した結果、経済環境の悪化にもかかわらず、2009年の為替影響を除いたドルベースEBITDAは約15%の成長を達成するとともに、ほぼすべての主要市場においてシェアを増加させることができました。市場シェア成長の鍵は、力強い商品群を持ち続けることにありますから、それぞれの価格帯における重要ブランドへの投資を継続しました。また2009年は、機会を逃さず積極的な価格戦略を追求した年でもありました。

2010年のEBITDAは、この1月の為替レートが今年1年間続くと仮定した場合、財務報告ベースで2桁成長を達成できると見込んでいます。これは、為替中立ベースでは1桁後半の成長に相当します。また、中期的にはEBITDA年平均2桁成長を目指す目標に変わりはありません。2010年度については、グローバル経済の動きやお客様の動向にこれまで以上に注視し、適切な事業運営に努めてまいります。

図4 EBITDAとEBITDAマージン率



■ 地域別の状況

JTIでは4地域に分けて実績をご説明しています。各地域の概要は次の通りです。

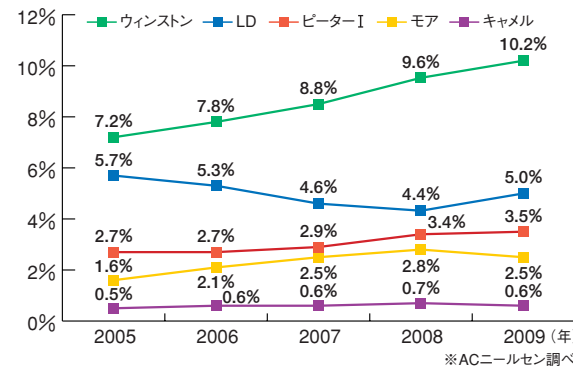
■ CIS+地域

CIS+地域では、金融危機の影響により、ほとんどの現地通貨が大きく下落しました。CIS+地域全体の市場規模は縮小し、中価格帯や低価格帯等割安な価格帯への消費シフトが起きました。CIS+地域全体のJTI販売数量は2.4%減少しましたが、この数量減少の大半はウクライナにおける不正取引防止のための取り組みによるものであり、この影響を除くと、厳しい事業環境にもかかわらず数量減少はわずか0.4%にとどまりました。

CIS+地域の代表的な市場であるロシアでも、割安な価格帯への消費シフトが発生し、受け皿となる中価格帯が急成長しました。JTIは、すべての価格帯に強力なブランドを配置しておりますが、この中価格帯成長のトレンドをうまくとらえたことから市場シェアは1.1%増加の36.8%となり、ロシア市場におけるマーケットリーダーとしての地位をより強固なものとししました。「ウinston」は市場首位を維持し、シェアは0.6%ポイント成長の10.2%となりました。中

価格帯を牽引するブランドである「LD」のシェアは5.0%へと成長しています。低価格帯においては、私たちの持つ全ブランドがシェアを伸ばし、この価格帯におけるリーダーシップはさらに強化されました。特に「ピーター-I」は大きく躍進し、市場5位のブランドとなっています。私たちは、No.1、No.2ブランドを含め市場上位5ブランドのうち3つを有するまでになっており、JTIは一層強固な基盤を確立した上で、経済危機からの回復を迎えることができると確信しています。

ロシア市場のJTI主要ブランド別シェア



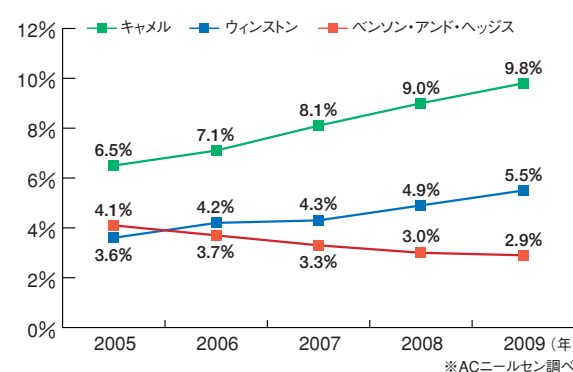
■ 南・西欧地域

南・西欧地域では需要の減少が加速しているにもかかわらず、JTIの販売数量は0.4%増加しました。販売数量の86%を占めるGFBが成長の牽引役であり、25%もの成長を遂げています。GFBに対する投資がイタリア、スペイン、フランスという主要市場におけるシェア成長をもたらしました。

南・西欧地域の中でもイタリアは、JTIの代表的な成功事例と言えます。「キャメル」と「ウinston」がイタリアの紙巻たばこ製品の中で引き続き最も高い成長率を誇っており、両ブランドの好調なパフォーマンスにより、2001年には5.4%であったJTIのシェアは、2009年には18.5%まで成長しました。2009年には総需要が3.0%縮小する中、JTIは販売数量を10%成長さ

せました。サブプレミアム価格帯は市場全体の16%を占め、JTIは同価格帯でのリーダーとしての地位を維持しています。「キャメル」は同価格帯のトップブランドであり、シェアは0.8%ポイント上昇し9.8%となりました。また、

イタリア市場のJTI主要ブランド別シェア



ポピュラー価格帯では「ウinston」が最も高い成長率を誇るブランドであり、シェアは

■ 北・中欧地域

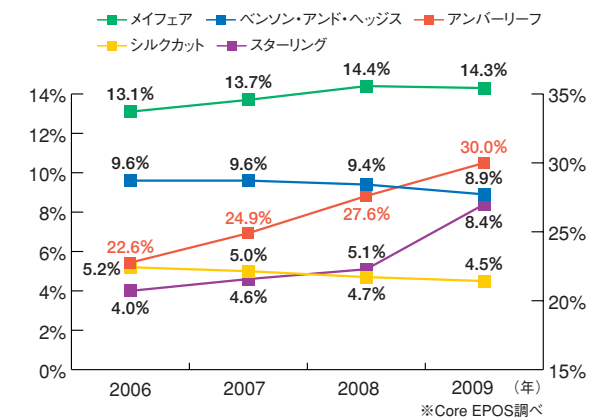
北・中欧地域では、総販売数量、GFB販売数量ともに成長を遂げ、それぞれ7.6%、9.4%の増加となりました。10%の数量成長を遂げた英国と、22%販売数量が伸びたポーランドが大きく寄与しています。

英国市場は、経済危機によって大きく二つの影響を受けました。消費者の割安なブランドへのシフトがこれまで以上に進んだこと、また、海外への渡航者が減少したことにより国内総需要が増加したことの二つです。その結果、2009年は紙巻たばこ市場は1.1%、手巻きたばこ市場は17.8%成長しました。英国における低価格帯のトップブランドである「スターリング」により、加速する割安なブランドへの消費者シフトを受け止め、JTIの市場シェアは1.3%ポイント上昇し、40.4%となりました。「スターリング」は3.3%シェアを増加させ目覚ましい成長を遂げました。また、急成長する低価格手巻きたば

0.6%ポイント上昇し、5.5%を占めています。

こセグメントでは、「アンバーリーフ」がNo.1ブランドの地位を確保し、プレミアム手巻きたばこセグメントに投入した「ベンソン・アンド・ヘッジス RYO(手巻き)」もまた堅調に推移しています。「メイフェア」はシェア14.3%を獲得し、引き続き英国内で第2位の販売実績を誇っております。

イギリス市場のJTI主要ブランド別シェア



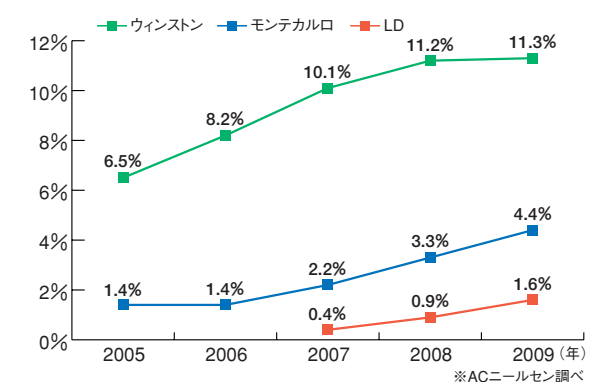
■ その他地域

その他地域では、イランとフィリピンにおける特殊要因により、販売数量、GFB数量ともに減少しましたが、トルコと中東では力強い成長を見せました。

トルコ市場においては、厳しい経済環境の中でも紙巻たばこの総需要は安定的に推移しました。しかしながら7月の増税以降、割安なブランドへの消費シフトにより低価格帯が伸長し、同価格帯のシェアは2008年の10.1%から2009年には14.0%に拡大しました。トルコではこの1月にも増税が行われており、このトレンドは継続するものと予測しています。JTIは2009年トルコにおいて、たばこメーカーとして最も高い数量成長率を達成しました。販売数量は12.5%成長、市場シェアは1.8%ポイント上昇し18.8%となっています。また、2009年はすべての主要ブランドが成長を見せました。「ウinston」

は依然としてリーディングブランドであり、シェアは11.3%へと増加しています。「モンテカルロ」は新製品の投入により堅調な成長を見せ、シェアは1.1%ポイント上昇し4.4%となりました。「LD」は割安なブランドへの消費シフトの受け皿となり、シェアは0.7%ポイント成長し1.6%となりました。

トルコ市場のJTI主要ブランド別シェア



JTIの社会貢献活動

JTグループでは、自らが事業を行っている地域社会の発展に貢献するために世界中でさまざまな社会貢献活動に取り組んでいます。

JTグループの海外たばこ事業の中核を担うJTインターナショナル(JTI)では、社会貢献活動が事業を行う地域社会への責任として不可欠な要素となっています。JTグループの社会貢

献活動の基本方針に沿って、活動方針とガイドラインを定め、社会福祉(慈善活動)、文化・芸術、被災地への支援の3分野で積極的に社会貢献活動に取り組んでいます。

社会貢献活動の主な取り組み

●社会福祉(慈善活動)

JTIルーマニアでは、高齢者の日常生活の質を改善するための高齢者プロジェクトを長年支援してきました。2009年も引き続き、支援を必要とする人々への食事の提供、衣類の寄贈、外出の手伝いなどの活動に、従業員が積極的に参加しました。

「高齢者支援」(JTIルーマニア)



アイルランドではJTIの支援のもと、プロの俳優や音楽家のグループが、施設でケアを受けて生活している人々に対して演劇や演奏を披露しました。また、識字教育とコンピュータースキルの通年プログラムも支援しています。これは身体の不自由な成人を対象に、社会参加と雇用機会を促進・改善することを目標としています。

「オープンラーニングセンター」(JTIアイルランド)

JTIポーランドでも成人の識字教育のテーマに取り組んでいます。自社の工場に近いゴストコ地域で、コンピューター教育に関連したプロジェクトを実施しています。この地域は従来より高い失業率に苦しんでいましたが、このプロジェクトを通じて参加者にコンピュータースキルを高めてもらうことで、雇用機会が増えました。

「コンピューターコースの参加者」(JTIポーランド)



●被災地域への支援

2009年も引き続きJTI財団は、地震被害を迅速かつ正確に予測するシステムモデルの開発に対して、支援を行いました。この開発により、世界中で行われる救援活動の効果が大きく高まることが期待されます。さらに、世界各地で率先して救援活動に取り組むトルコの救援組織を継続的に支援しました。またベトナムでは、昨年に続き、災害で家を失った被災者に住宅を提供するため、ベトナム赤十字社へ寄付を行いました。



「ベトナム赤十字の家」(JTI財団)

●社会福祉(慈善活動)

高齢者介護に重点を置いた取り組みや、読み書きに困難を伴う成人を支援する取り組みなど、多数のプロジェクトを支援しています。

●文化・芸術

世界各地で数多くの文化プロジェクトや展覧会の支援に意欲的に取り組んでいます。

●被災地域への支援

2001年、JTIは世界中の恵まれない人々を支援するためにJTI財団を設立しました。特に地震や自然災害での被災者への支援に力を入れています。JTI財団は、赤十字社などの主要な救援組織や各国政府、NGOなどと協力して活動しています。

●文化・芸術

1993年以来、JTIイベリアは、スペインのプラド美術館を支援しています。特に、最近ではプラド美術館のギャラリーガイドブックの多言語化を支援しています。これにより2008年は日本語、2009年はイタリア語が追加されました。各言語で詳細な情報を提供することで、さらに多くの観光客がその傑作群を楽しめるようになりました。



「プラド美術館のギャラリーガイド」(JTIイベリア)



「ロンドンフィルハーモニー管弦楽団」(JTIイギリス)
©写真:ベンジャミン・エアロベガ

JTIイギリスは、ロンドンフィルハーモニー管弦楽団と2008年より5年間のパートナーシップを結びました。年間50回を超えるコンサートを世界各地で開催するほか、ロンドンのロイヤル・フェスティバル・ホールやグラインドボーン・フェスティバル・オペラで活動しています。JTIは、同管弦楽団の「フライデー・シリーズ」コンサートが継続的に開催され、幅広い人たちが手ごろな価格で演奏を楽しむことができるよう支援しています。

ロシアのマリンスキー劇場は、同国で最古の音楽劇場であり、2世紀以上にわたって国立オペラ・バレエ学校の役割を果たしています。JTIロシアは、新しいコンサートホール建設に資金面で支援するなどのパートナーシップを構築してきましたが、2008年よりさらに3年間延長し、2つの大きな公演のメインスポンサーになりました。このパートナーシップにより高齢者や社会的に恵まれない人々を対象にした慈善コンサートなど、計100回以上のコンサートを行うことが可能になりました。



「マリンスキー劇場」(JTIロシア)

魅せられる 国内最高峰のプレーに



金選手との熾烈なプレーオフを制し、優勝を決めた瞬間にガッツポーズする丸山選手。最終戦にふさわしいドラマチックな戦いを魅せてくれた



注目の若手有望株の二人、石川遼選手(左)と池田勇太選手(右)。この二人による賞金王争いは最終戦まで注目を集めた

第46回ゴルフ日本シリーズ JTカップレポート 2009.12/3(木)~12/6(日)

丸山選手、国内ツアー10年ぶりの優勝!!

史上最年少賞金王を目指す石川遼選手、それを阻止したいプロ3年目の池田勇太選手。昨年12月に開催された「第46回ゴルフ日本シリーズJTカップ」は、2009年男子ゴルフ界を盛り上げた二人のライバルの行方に注目が集まりました。その戦いを一目見ようと期間中は過去最高の32,810名のギャラリが訪れました。しかし初日から石川選手、池田選手ともに大崩れによる波乱の幕明け。結局、両選手とも最後まで本来の実力を出せずに、石川選手が19位、池田選手が23位で最終日を終えた。そのまま池田選手を制した石川選手が、史上最年少で賞金王に輝きました。

一方、優勝争いを演じたのは、10年ぶりに国内ツアーに本格参戦した(日本シリーズは8年ぶり8回目の出場)丸山茂樹選手と韓国の金庚泰(キム キョンテ)選手。初日こそ5位スタートの丸山選手でしたが、2日目には単独首位に躍り出ます。3日目には一度4位に後退しますが、最終日の前半後半ともに快進撃をみせ、トップタイになった金選手との最終18番ホールで行われたプレーオフを4ホール目で制し、見事優勝を飾りました。優勝後のインタビューでは、感極まり涙を見せた丸山選手。さまざまな苦境を乗り越えた勝者の言葉に感動された方も多いことでしょう。毎回ドラマや名場面を生むJTカップ、男子ゴルフツアーを締めくくるトーナメントとして、今後も注目です。



ゴルフ観戦の合間に「JT PLAZA」で一息!



賞金王に輝いた笑顔の石川遼選手。18歳80日での達成は、尾崎将司選手を抜き史上最年少記録を達成



大人からお子様まで気軽に楽しんでいたただけ、各イベントブースを設置。大きな「Roots」の看板が目印です

今年度の大会では、加吉(現テーブルマーク)の人気商品「のりこちキン」と「ふっくらオムレツ」の試食サービスを行いました



喫煙スペース完備のイベントカー「SmoCar2(スモーカー)」。車内には大会結果をリアルタイムでお知らせしているモニターなどをご用意

ゴルフ日本 シリーズ JTカップ。



『ゴルフ日本シリーズJTカップ』は、日本プロ、日本ツアー、日本オープンと並び、国内4大メジャーの一つとして数えられる、歴史と伝統のあるトーナメントです。歴代の優勝者には尾崎将司選手や青木功選手、片山晋呉選手などお馴染みのビッグネームが顔を揃えます。毎年暮れに、東京都稲城市の名門ゴルフクラブ「東京よみうりカントリークラブ」で決勝ラウンドが開催されています(延べ4日間の開催)。当社ではこの由緒あるトーナメントを12年に渡りサポートしています。

舞台となる東京よみうりカントリークラブは、過去に「読売国際オープン」や「ワールドレデ

イスチャンピオンシップ」など伝統的なプロツアーも開催され、ゴルファー憧れの名門クラブとして名を轟かせています。

JTカップは、その年の各トーナメントでの優勝者、あるいは賞金ランキング25位以内など厳しい出場条件をクリアしたトップ選手のみが出場できる国内最高峰のトーナメントです。トップ選手たちの華麗なプレーの競演が楽しめるトーナメントとして、往年のゴルフファンはもちろん、最近では若い世代や、家族連れなど多くの方が会場に駆けつけます。賞金総額は1億3,000万円、優勝賞金は国内最高賞金となり、男子ツアー最終戦または年度最優秀選手決定戦

として、ますますJTカップへの注目が集まっています。

JTカップは、国内ツアー最終戦にもあたり、なおかつ賞金王が決定することから、毎年テレビやスポーツ紙、ゴルフ雑誌など各メディアからも注目されるトーナメントです。最近では、若手選手の活躍などによる男子ゴルフ界の盛り上がりも見せており、テレビ視聴率をはじめ、幅広い層の方々にご観戦いただくなどご関心をいただいております。昨年の大会では、石川遼選手と池田勇太選手の両者による賞金王争いが最終戦までもつれ、ゴルフファンのみならずお茶の間の注目を集めました。



1963年の第1回から舞台となっている歴史と伝統の「東京よみうりカントリークラブ」。名物ホールとして知られる227ヤード、パー3最終18番ホールでは、毎年さまざまなドラマが生まれる

NEWS

●JT主要ブランド「マイルドセブン」強化策 主要15銘柄デザインリニューアルと新商品発売

JTは、国内販売シェアNo.1^(※1)ブランドである「マイルドセブン」ブランドの価値の強化・向上、継続的な成長を目指し、2010年2月上旬より「マイルドセブン」主要15銘柄のデザインをリニューアルすると同時に、新商品「マイルドセブン・インパクト・ワン・メンソール・ボックス」を発売しました。

「マイルドセブン」ブランドは、1977年6月の「マイルドセブン」発売以降、多くのお客様か

らご愛顧いただいています。1978年に国内販売シェアNo.1となってからは、30年以上その座を守り続けている日本で屈指のメジャーブランドであり、「セブンスター」「ピアニッシモ」とともにJTが注力する主要ブランドの一つです。

今回の施策により「マイルドセブン」の国内販売シェアNo.1ブランドとしての地位をより一層強化していきます。

(※1) 弊社調べ

■～時代の流れに合わせて進化し続ける～ 「マイルドセブン」主要15銘柄のデザインリニューアル

「マイルドセブン」主要15銘柄のデザインリニューアルでは、時代の流れに合わせて進化し続けることで、お客様の支持向上を図っていま

す。新デザインのテーマは「^{さっそう}颯爽」。広い空間に爽やかな風が通り抜けた時の気持ち良さ、次に向かう前向きな気持ちを視覚化しました。

デザインリニューアル15銘柄

マイルドセブン	ソフトパック、ボックス、100'sボックス
マイルドセブン・ライト	ソフトパック、ボックス、100'sボックス
マイルドセブン・スーパーライト	ソフトパック、ボックス、100'sボックス
マイルドセブン・エクストラライト	ソフトパック、ボックス、100'sボックス
マイルドセブン・ワン	ソフトパック、ボックス、100'sボックス

■～吸い応えのあるタール1mgの強メンソール～ 「マイルドセブン・インパクト・ワン・メンソール・ボックス」全国発売

「マイルドセブン」から発売した新商品「マイルドセブン・インパクト・ワン・メンソール・ボックス」は、多様化するお客様の嗜好に対応することを旨とした、吸い応えのあるタール1mgの強メンソール商品です。天然由来のメンソールを使用したフレーバー・スレッド・フィ

ルター^(※2)と、メンソール感を際立たせ、吸い応えをあげる独自のブレンド製法により、タール1mgでありながら、しっかりとした吸い応えと強メンソール感を実現しました。

(※2) メンソール等の香料を添加した紐(糸)を搭載したフィルター

JTグループ商品のご案内

新発売

ルーツ「ローストワン グランレッド」

185g缶/115円(消費税別)

- コーヒー豆は樹上になっている時間が長いほど、フルーティーな香りとなります。この豊かな香味のブラジル豆を使用し、3種類の深度で焙煎、ミックスすることでフルーティーな香りとおくのある味わいを引き出しました。
- 豊かな香味を育んだ太陽を象徴的に配置し、赤を基調としたデザインに、フルーティーな香りがより楽しめる「広口フタ」を採用しています。



☝ 太陽の恵みがいっぱいの味わい!

新発売

「果実体感 ほおぼる白桃」

350gペットボトル/140円(消費税別)

- 国産白桃ピューレを使用し、桃を食べたような味わいとぶるぶるとした食感が楽しめる飲料です。ボトルの振り方により変化する食感が特長で、振ればトロトロの食感が、振らずにぶるぶるの食感を楽しむことができます。
- パッケージは、みずみずしい桃のイラストと新食感ゼリーのアイコンにより、桃の新食感飲料であることをわかりやすく表現しました。



☝ “ゼリーinゼリー”が生み出す新食感!

新商品

「小分けうどん(細麺) 6袋」

6袋入(600g)



- 通常の1/2量に小分けした細うどんが6袋入りで、少し食べたい時の1袋、いつもの2袋、たくさん食べたい時の3袋と、使い方に応じて食べる量を加減することができます。
- 1袋ずつ個包装しているため、袋のまま電子レンジ調理が可能で、モチッとど越しのよい細うどんがお楽しみいただけます。

☝ お好みの量で使い色々!

新商品

「えび五目炒飯」

1食入(450g)



- 国産米を使用し、当社独自の製法「爆炒」でパラッとふっくら仕上げた炒飯。簡単レンジ調理で、いつでも本格的な炒飯をお楽しみいただけます。
- プリプリのえびのほか、卵、たまねぎ、ねぎ、たけのこ、チャーシュー、しいたけの7種の具材が入って彩りもきれいです。

※新製法「爆炒」^{パクチャー} 高温・短時間で均等にさっと炒めることができ、ご飯の一粒一粒はパラッと、中はふっくらとした理想的な炒飯に仕上げることができます。

☝ 家庭で本格中華の深い味わい!

株式の諸手続きについて

(1) 株式の諸手続きについてのお問い合わせ先は？

当社株式の手続きにつきましては、原則として口座を開設されている証券会社までお問い合わせください。特別口座をご利用の株主様につきましては、特別口座管理機関であります三菱UFJ信託銀行株式会社までお問い合わせください。

◎住所変更の手続き

株主総会招集ご通知、配当金領収証又は配当金計算書、株主優待商品等のご登録のご住所あてにお送りさせていただいております。引越し等により、ご住所に変更があった場合には、口座を開設されている証券会社へ速やかにお届出をお願いいたします。特別口座をご利用の株主様につきましては、特別口座管理機関であります三菱UFJ信託銀行株式会社へ速やかにお届出をお願いいたします。

(2) 配当金の受取方法は？

◎配当金のお受取方法の種類

配当金のお受取方法については、現金受取と口座振込がございます。口座振込をご選択いただけますと安全かつ確実に配当金をお受け取りいただけます。現金受取をご選択の株主様には、配当金領収証をお送りいたしますので、お近くのゆうちょ銀行又は郵便局でお早めにお受け取りください。口座振込をご選択の株主様には、あらかじめご指定いただいた銀行・ゆうちょ銀行等の口座に配当金が振り込まれます。また、期末(中間)配当金計算書もお送りいたします。

口座振込には以下の3通りの方法がございます。

①個別銘柄(保有する各株式)ごとに銀行等の預金口座を指定してお受け取りいただく方法
保有する株式ごとにお受け取りいただく銀行等の預金口座を分けることができます。

②保有する株式の配当金を一括して銀行等の預金口座でお受け取りいただく方法

保有する株式の配当金を一括して、登録した振込先(銀行等の口座)でお受け取りいただけます。振込先の指定は、1つの金融機関に限ります。

③証券会社の取引口座でお受け取りいただく方法
証券会社の取引口座(複数の証券会社に残高がある場合は、残高に応じて配分します)で配当金をお受け取りいただけます。特別口座をご利用の株主様はご利用できません。

◎配当金のお受取方法の変更

口座を開設されている証券会社へご連絡ください。複数の証券会社に口座がある場合も、1つの証券会社で手続きができます。特別口座をご利用の株主様につきましては、特別口座管理機関であります三菱UFJ信託銀行株式会社へご連絡ください。

(3) 配当金関係の書類が届かない場合、又は配当金領収証を紛失した、あるいは払渡し期間を過ぎてしまった場合は？

上記の理由等により、配当金をお受け取りいただけなくなっている株主様は、当社の株主名簿管理人であります三菱UFJ信託銀行株式会社へご連絡ください。

●特別口座に関するお問い合わせ先

三菱UFJ信託銀行株式会社証券代行部
フリーダイヤル 0120-232-711
(受付時間 土・日・祝日を除く 9:00~17:00)

郵便物送付先

三菱UFJ信託銀行株式会社証券代行部
〒137-8081
東京都江東区東砂七丁目10番11号

特別口座に関する手続用紙のご請求

フリーダイヤル 0120-244-479
(三菱UFJ信託銀行株式会社24時間テレホン自動音声応答サービス)

役員

取締役

取締役会長 涌井 洋治
代表取締役社長 木村 宏
代表取締役副社長 武田 宗高
代表取締役副社長 住川 雅明
代表取締役副社長 小泉 光臣
代表取締役副社長 志水 雅一
取締役 大久保憲朗
取締役 古谷 貞雄
取締役 新貝 康司

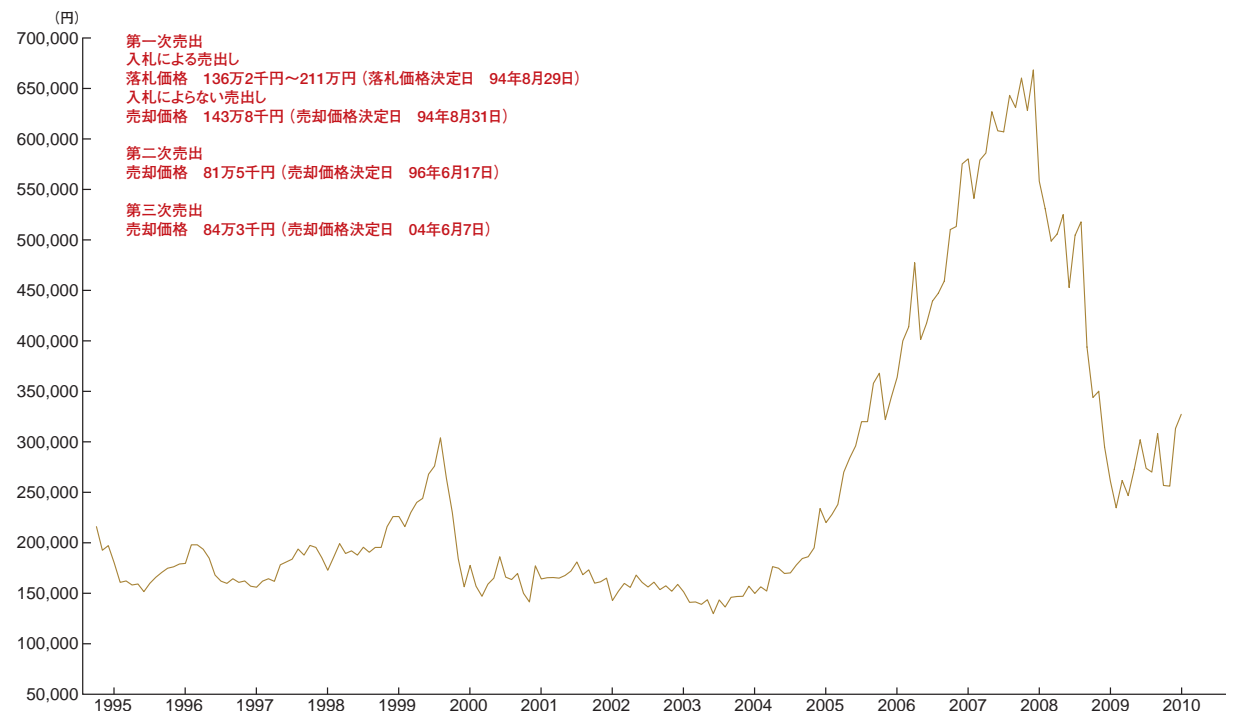
監査役

常勤監査役 立石 久雄
常勤監査役 塩澤 義介
監査役 藤田 太寅
監査役 上田 廣一

執行役員

社長 木村 宏
副社長 (コンプライアンス・財務・食品事業担当) 武田 宗高
副社長 (企画・人事・法務・監査担当) 住川 雅明
副社長 (たばこ事業本部長) 小泉 光臣
副社長 (コミュニケーション責任者 兼 CSR・総務担当) 志水 雅一
専務執行役員 (医薬事業部長) 大久保憲朗
専務執行役員 (法務責任者) 下村 隆一
常務執行役員 (たばこ事業本部 マーケティング&セールス責任者) 藤崎 義久
常務執行役員 (たばこ事業本部 R&D責任者) 岩波 正
常務執行役員 (たばこ事業本部 製造統括部長) 飯島 謙二
常務執行役員 (食品事業本部長) 古谷 貞雄
常務執行役員 (企画責任者) 岩井 睦雄
執行役員 (たばこ事業本部 R&D副責任者) 前島 宏敏
執行役員 (たばこ事業本部 原料統括部長) 村上 伸一
執行役員 (たばこ事業本部 中国事業部長) 川股 篤博
執行役員 (たばこ事業本部 事業企画室長 兼 渉外責任者) 佐伯 明
執行役員 (医薬事業部 医薬総合研究所長) 春田 純一
執行役員 (食品事業本部 飲料事業部長) 永田 亮子
執行役員 (人事責任者) 松本 智
執行役員 (財務責任者) 宮崎 秀樹
執行役員 (総務責任者) 千々岩良二

株価の推移 1994年10月27日上場~2010年1月 当社株価(東証終値,月間)



※2006年4月1日に1:5の株式分割を実施。2006年3月以前の株価は適宜修正。