

この資料は、英国ブリティッシュ・アメリカン・タバコ（以下、BAT）が 2022 年 12 月 8 日（現地時間）に発表したプレスリリースを日本語に翻訳・要約したもので、資料の内容および解釈については英語が優先されます。また、日本の法規制などの観点から一部、削除、改変または追記している部分があります。英語版は[こちら](#)をご参照ください。

2022 年 12 月 8 日

## ブリティッシュ・アメリカン・タバコ（BAT plc） 2022 年下半期決算前事業報告

### 目標達成と事業転換が進む

事業報告 – 2023 年 1 月 1 日から始まるクローズド期間を目前に控えて

ジャック・ボールズ 最高経営責任者は、次のように述べています。

「BAT の『A Better Tomorrow™（より良い明日）』を目指す事業変革は引き続き着実に進展しています。2022 年の業績予想を達成し、当社の事業の強みと適応性を改めて示すことができたと確信しています。私は当社の社員、そして BAT が掲げる 3 つの戦略的な優先事項の実現に向けて注力する従業員を誇りに思います。

ニュー・カテゴリー製品は販売数量、売上高、市場シェアの力強い成長が続いており、グループの業績に大きく貢献しています。

積極的な新製品の発売と革新、さらに地理的な拡大も加わり、2022 年 1～9 月に当社の非燃焼式製品利用者数<sup>1</sup>は 320 万人増加し、2,150 万人に達しました。

ニュー・カテゴリー製品への投資により持続的な成長を達成すると同時に、営業損失も着実に減少しています。2022 年は、すべてのニュー・カテゴリー製品およびすべての地域による利益貢献が拡大すると予想されます。2025 年を目途としたニュー・カテゴリー製品の 50 億ポンドの売上高と収益性の確保という目標を達成できると確信しています。

燃焼式たばこ製品では、ターゲットを絞ったブランド・ポートフォリオの各価格帯全般に、APME（アジア太平洋地域および中東地域）<sup>※1</sup>、AMSSA（米国を除く北米・南米地域およびサハラ以南のアフリカ地域）<sup>※2</sup>、欧州の各地域で販売数量に牽引される堅調な業績を達成できる見込みです。

米国では、マクロ経済要因およびコロナ後の消費パターンの正常化による影響を受け、業界全体の販売数量の低迷が続いています。今年下半期に低価格帯の製品への移行が加速する兆しがみられたことに対して、BAT はこのほど、特定のブランド、販売チャネル、州においてコマーシャル計画を始動しました。

サプライチェーン全般におけるインフレの加速にもかかわらず、調整後営業利益率は大幅に改善する見込みです。これは、堅調な価格、当社ブランドの規模、マーケティング投資への更なる注力を通じて達成されています。3 年間にわたる「プロジェクト・クオンタム」により、2022 年末までに年間 15 億ポンドを超えるコスト削減を達成できる見通しです。

BAT グループのキャッシュ・ジェネレーションは高水準に達しており、2022 年も営業キャッシュ・コンバージョンは目標の 90%を大きく超える見込みです。最近の世界的な金利上昇のスピードと幅、さらに為替変動を反映して正味金融費用は増加すると予想されますが、債務の 90%が固定金利型であり、また平均年限が 10 年を超えることによりその影響は緩和される見通しです。

ニュー・カテゴリー製品の業績に牽引されて BAT の事業変革は加速しており、通期の業績予想を達成できる見込みです。これにより、当社事業の変革へのさらなる投資とその加速が可能になります。」

#### 2022 年の業績予想：

- 同一為替レートベースの売上高成長率は 2～4%となる見込み
- 同一為替レートベースの調整後希薄化 1 株当たり利益（EPS）成長率は、約 2%と予想される取引上の為替変動によるマイナス影響を考慮し 1 桁台半ばとなる見通し
- 世界のたばこ業界の販売数量は、コロナ後の新興国市場の回復が持続していることにより、およそ 2%減にとどまる見通し（従来予想はおよそ 3%減）
- 正味金融費用は、金利上昇と米ドル高を反映して 16 億ポンドを上回る見込み
- 2022 年の調整後希薄化 1 株当たり利益（EPS）成長率に対する為替差損によるマイナス影響は 7%前後<sup>2</sup>と予想
- 2022 年の営業キャッシュ・コンバージョンは調整後営業利益比 90%超
- 現時点の為替レートを年末まで適用して算出した通期の調整後純負債<sup>3</sup>/調整後 EBITDA<sup>4</sup> 倍率は 2～3 倍のレンジの上限となる見込み

#### 業績アップデートの詳細：

##### Vuse はペーパー製品における世界の代表的な銘柄としての基盤<sup>5</sup>を強化

- 世界のペーパー市場における Vuse の金額ベースのシェアは 9 月時点で 2021 年比 2.2 ポイント拡大、ペーパー製品の主要市場<sup>6</sup>におけるシェアは 35.7%を記録
- Vuse は全米首位<sup>7</sup>の座をさらに強化し、35 州でトップシェアを確保しており、全米規模でもペーパー製品全体の金額ベースのシェアは 9 月時点で 2021 年比 6.8 ポイント拡大して 39.3%
- 使い捨てタイプを牽引役として、世界的にもこの分野の力強い成長が持続
- 最近投入した「Vuse Go」は英国とフランスで金額ベースで 2 位のシェアを達成
- 「Vuse Go」の新市場への展開が急速に進展しており、現在 12 市場で販売

##### glo™のシェア拡大が続く

- 加熱式たばこ製品の主要市場<sup>8</sup>における 9 月時点の数量ベースのシェアは 1.6 ポイント拡大して 19.5%
- 欧州では、加熱式たばこ製品の主要市場<sup>9</sup>における 9 月時点の販売数量ベースのシェアは 4.0 ポイント拡大して 20.4%
- 日本では「glo™ hyper」が好調で、たばこ製品市場（紙巻たばこ製品や加熱式たばこ製品を含むすべてのたばこ製品を対象とする市場）における 9 月時点の glo™の販売数量ベースのシェアは 2021 年比で 0.5 ポイント増加して 7.3%、競争の激しい加熱式たばこ製品市場における 9 月時点の販売数量ベースのシェアは 1.0 ポイント減少して 20.2%
- 日本での 9 月末から 10 月の順次全国展開および最近の世界の主要 19 市場での発売後の「glo™ hyper X2」の動向は良好で、年末までに他の市場でも販売を開始する予定

##### VELO は欧州トップの地位を維持、新興国市場に進出

- 欧州のモダン・オーラル製品市場における 9 月時点の数量ベースのシェアは 69.1%でトップ
- VELO は、「VELO Mini」パウチや「VELO Max」を含む革新的な製品に牽引され欧州の 15 市場で数量ベースでトップのシェアを維持

- モダン・オーラル製品の主要市場<sup>10</sup>における9月時点のシェアは、米国にて、より市場規模の大きいペーパー製品への投資を引き続き優先したことを主因に2021年比で4.1ポイント減少して30.6%
- BATにとって3番目に大きいモダン・オーラル製品市場となっているパキスタンでは、月間販売数量が4,000万パウチを突破し、新興国市場におけるモダン・オーラル製品の可能性を証明

### 燃焼式たばこ製品は堅調

- 米国とAPME<sup>※1</sup>の増加をAMSSA<sup>※2</sup>と欧州の減少が相殺し、9月時点の売上高ベースのシェアは事業全体では横ばい
- 主として地域構成によるマイナス影響が引き続き堅調な価格動向を部分的に相殺
- 米国の金額ベースのシェアは、高価格帯の製品を牽引役に9月時点では0.1ポイント拡大
- 米国の業界全体の販売数量は下半期のマクロ経済面での圧迫の高まりを反映する見込み
- 事業全体の業績は米国における前年の在庫の取り崩しと昨年8月の当社イラン事業の売却による影響を反映することになる見通し
- 主要市場のバングラデシュ、パキスタン、ポーランド、ルーマニア、ブラジルを含めAPME<sup>※1</sup>、AMSSA<sup>※2</sup>、欧州全般の業績は好調

### ESGへの取り組みと目標を強化

- 9月に公表した「低炭素移行計画」に、国連主導のグローバルキャンペーン「Race to Zero（レース・トゥ・ゼロ）」への取り組みを明記
- 2030年までにバリューチェーン全体の温室効果ガス排出量を半減<sup>11</sup>し、遅くとも2050年までにネットゼロ（温室効果ガス排出量実質ゼロ）とする目標を設定
- これまでに18の製造施設および販売施設がカーボンニュートラル認証を取得<sup>12</sup>
- BATの米国最大の製造施設がAlliance for Water Stewardship（AWS）による認証を取得、2025年までにグループのすべての施設での認証取得が目標

（注記）

市場シェアと販売数量に関するデータは（特に明記しない限り）2022年1～9月までのもの

1. 非燃焼式製品利用者数の定義：非燃焼式製品利用者数は、非燃焼式製品を購入する法定年齢（最低18歳、米国では21歳）の利用者の推定値として定義される。定期的な消費者追跡調査が実施されている市場では、この推定値は第三者（Kantarを含む）が実施した成人消費者追跡調査から入手している。定期的な消費者追跡調査が実施されていない市場では、非燃焼式製品利用者数は、消費者追跡調査を実施している他の類似市場から得られた消費動向（Kantarを含む第三者が実施した調査を利用）を用いてかかる市場における消耗品およびデバイスの販売数量から算出。消費者獲得のターゲット市場は、成人喫煙者/ニコチン製品利用者。  
非燃焼式製品の伸びはBATのESG目標の重要な柱であり、事業の持続可能性に不可欠であることから、非燃焼式製品利用者数は、経営陣がBATのニュー・カテゴリー製品の定期的な利用者数を評価する際に使用している。BATの経営陣は、BATのESG目標と、非燃焼式製品群に関する事業の持続可能性との整合性から、この数値は投資家にとって有用であると考えている。
2. 米ドル/英ポンドの実勢為替レートは2022年12月6日時点で1.2366。
3. 調整後純負債とは、IFRSにより定義された尺度ではない。調整後純負債とは、関連デリバティブを含む総借入金から現金・現金同等物および公正価値で保有する現在の投資を差し引いた後の数値からレイノルズ・アメリカン（RAI）買収に伴う取得原価配分調整の一環としてRAIから引き継いだ債務の再評価による影響を除外したものである。
4. 調整後EBITDAはIFRSにより定義された尺度ではない。調整後EBITDAは、正味金融費用/収益、通常業務に課される税金、減価償却費、償却費、減損費用、関連会社および合併事業の税引後利益のグループ持分、その他の調整項目を控除前の当期利益。
5. 米国、カナダ、フランス、英国、ドイツのリスク低減の可能性を秘めたペーパー製品の小売売上高（すなわちペーパー製品全体の金額ベースの総小売売上高）における、Vuseの金額ベースの推定シェアに基づく。これらの5市場は世界のクローズド・システムのペーパー製品の売上の約80%を占めると推定される。
6. **ペーパー製品の5大市場**：米国（Marlin）、カナダ（Scan Data）、英国（Nielsen）、フランス（Strator）、ドイツ（Nielsen）
7. 米国のMarlinによるペーパー製品全体の金額ベースのシェア（2022年2月～2022年9月）に基づく。

8. **加熱式たばこ製品の9大市場**：日本（CVS-BC）、韓国（CVS）、イタリア（Nielsen）、ハンガリー（Nielsen）、ギリシャ（Nielsen）、ウクライナ（Nielsen）、ポーランド（Nielsen）、ロシア（Nielsen）、チエコ（Nielsen）。ロシアは、ロシア事業の譲渡が完了するまで加熱式たばこ製品の9大市場に含まれる。加熱式たばこ製品の9大市場は2022年下半期に見直されており、ドイツとルーマニアに代わってギリシャとハンガリーが加わった。これに伴い、glo™の2021年の販売数量ベースのシェアが新たな定義に基づき18.1%から17.9%に修正された。これらの9大市場は業界全体の加熱式たばこ製品売上高のおよそ80%を占める。  
カテゴリ別売上シェア（ロシアを除く）は18.8%で、前年同期比1.2ポイント増。
9. **欧州の加熱式たばこ製品7大市場**：イタリア（Nielsen）、ハンガリー（Nielsen）、ギリシャ（Nielsen）、ウクライナ（Nielsen）、ポーランド（Nielsen）、ロシア（Nielsen）、チエコ（Nielsen）。  
欧州（ロシアを除く）では、glo™の販売数量シェアは18.8%に達し、4.8ポイント増。
10. **モダン・オーラル製品の5大市場**：米国（Marlin）、スウェーデン（Nielsen）、デンマーク（Nielsen）、ノルウェー（Nielsen）、スイス（Scan Data、SPARとTop CC除く）。これらの5大市場は業界全体の売上高の推定80%を占める。
11. 2020年の水準を基準とする。スコープ1、スコープ2およびスコープ3の温室効果ガス排出量の50%の削減を対象としており、スコープ3の排出量は、購入した製品・サービス、上流分野の輸送・配送、販売した製品の仕様、販売した製品の廃棄によるものを含む。これらは、BATの2020年のスコープ3排出量の90%強を占めた。
12. カーボンニュートラルはスコープ1およびスコープ2の温室効果ガス排出量を対象としており、エネルギー効率化、排出量削減、再生可能エネルギーの利用、再生可能エネルギー証書の購入、カーボンオフセットなどの対策を組み合わせることにより達成される。

シェアの拡大は、加熱式たばこ製品とモダン・オーラル製品は販売数量ベースのシェア、パイパー製品は金額ベースのシェアに基づく。

ここでの販売数量ベースのシェアは、各製品カテゴリの総小売販売数量に対する当社の同製品の小売販売数量の割合。金額ベースのシェアは、各製品カテゴリの総小売売上高に対する当社の同製品の小売売上高の割合。これらの数字についての詳細は2021年 年次報告書のFORM 20-F、またその他のKPIについての詳細は同報告書の302および303ページに記載。

ニュー・カテゴリ製品は、加熱式たばこ製品、パイパー製品、モダン・オーラル製品で構成される。米国で販売されている当社製品（Vuse、VELO、Grizzly、Kodiak、Camel Snusなど）は、米食品医薬品局（FDA）の規制を受けており、FDAの許可なしにこれらの製品に関するリスク低減を主張することはない。

※1 アジア太平洋地域および中東地域を指す。主要な市場：アルジェリア、オーストラリア、バングラデシュ、日本、マレーシア、モロッコ、ニュージーランド、パキスタン、サウジアラビア、韓国、台湾、ベトナム。

※2 北米・南米地域（米国を除く）およびサハラ以南のアフリカ地域を指す。主要な市場：アルゼンチン、ブラジル、カナダ、チリ、コロンビア、メキシコ、ナイジェリア、南アフリカ。