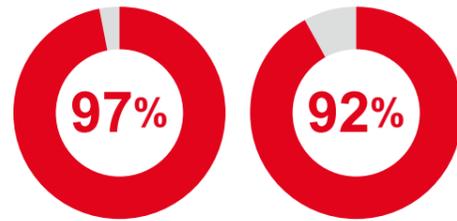


事業紹介

清涼飲料事業

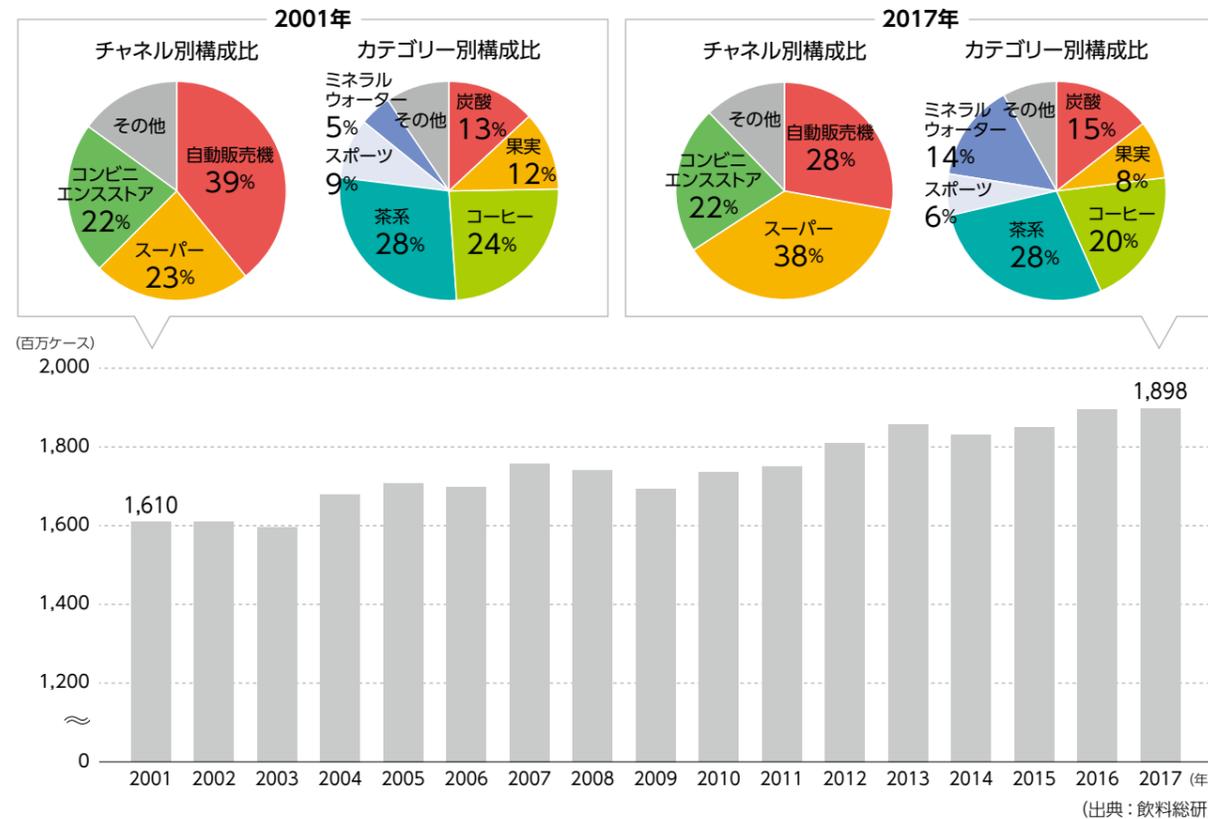
清涼飲料事業 2017年実績
売上高構成比 営業利益構成比



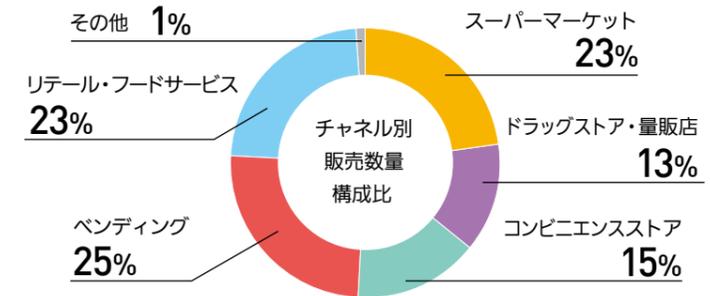
日本の清涼飲料市場

日本の清涼飲料市場は着実に成長しており、市場規模は16年間で約18%拡大しました。

市場規模の推移



チャネル別の概況



2017年プロフォーマ実績



チェーンストア

(スーパーマーケット/ドラッグストア・量販店/コンビニエンスストア)

スーパーマーケットやドラッグストア、量販店では、特定保健用食品や機能性表示食品を積極的に展開するとともに、季節に合わせたキャンペーンを実施するなど、売場の活性化に努めました。また、業態やお得意さまの状況に応じ、適切な製品(ブランド・容量等)を最適な卸売価格で販売するなど、きめ細かい営業活動に取り組みました。コンビニエンスストアでは、新製品の投入やお得意さまとの共同企画製品の発売等により、売上げ増加を図りました。



スーパーマーケットでの売場づくり

ベンディング(自動販売機)

自動販売機の魅力を向上すべく、ロケーションに応じた最適な品揃えを徹底するとともに、「コカ・コーラ コーヒープラス」などの自動販売機限定製品やキャンペーンを展開しました。また、スマートフォンアプリ「Coke ON」を通じてプロモーションを実施するなど、お客さまとの結びつきを強め、新たな価値の提供に努めました。

リテール・フードサービス(飲食店/売店等)

飲食店では、ノンアルコールカクテル「モクテル」など、当社製品を使用したドリンクメニューを提案することで、当社製品の取り扱い拡大を図りました。売店やホテルでは、インバウンド需要に対応すべく、観光名所のイラストを描いた「コカ・コーラ」スリムボトル地域デザインなどの展開を強化しました。



当社製品を使用したドリンクメニュー お土産店での売場づくり

日本のコカ・コーラシステムにおけるコカ・コーラ ボトラーズジャパンの役割

コカ・コーラシステムはフランチャイズシステムを採用しています。当社グループは、コカ・コーラボトラーズジャパン(株)が中心となり、フランチャイジーとして、最終製品の製造・販売を行っています。一方、フランチャイザーである日本コカ・コーラ(株)(ザ コカ・コーラ カンパニーの100%子会社)は、製品の企画開発や広告などのマーケティング活動、原液の供給を行っています。

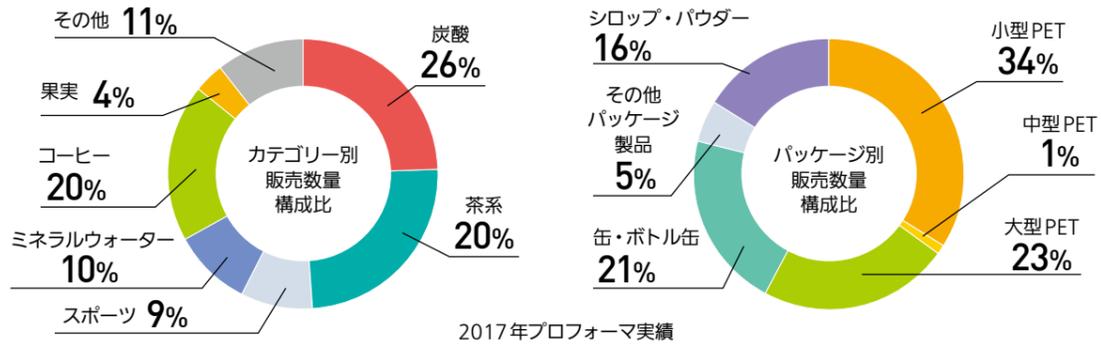


コカ・コーラ コーヒープラス (自動販売機限定) スマートフォンアプリ「Coke ON」



「Coke ON」アプリダウンロードはこちら

製品別の概況



Coca-Cola コカ・コーラ

「コカ・コーラ」史上初の特定保健用食品「コカ・コーラ プラス」の発売に加え、「コカ・コーラ」スリムボトルに季節や地域に合わせたイラストを描いた製品を投入し、販売強化に努めました。また、ウィンターキャンペーンでは、アタリくじ付きの「コカ・コーラ」リボンボトルを展開するなど、ブランドの活性化を図りました。



GEORGIA ジョージア

「ジョージア」ブランドでは、スペシャルティコーヒー専門店「猿田彦珈琲」監修による「ジョージア ヨーロピアン」シリーズから、芳醇な香りとコクを楽しめる「ジョージア ヨーロピアン ヴィンテージブレンド」などさまざまな新製品を発売しました。また、需要が高まる冬季には、加温製品をよりおいしく飲用いただける温度で提供する「自販機+2℃キャンペーン」を実施し、販売強化に努めました。



爽健美茶 Sankuicha

「爽健美茶」ブランドでは、アレルギー特定原材料等27品目不使用の新設計で刷新したブレンド茶「爽健美茶」と、「体についた脂肪を減らす」機能性表示食品「爽健美茶 健康素材の麦茶」を発売しました。また、「爽健美茶」オリジナルアレンジのディズニーミュージックが聴ける「爽健美「音」キャンペーン」を実施するなど、売上げ増加に努めました。



いろはす I LOHAS

「いろはす」では、厳選された日本の天然水を使用したスパークリングウォーターに長野県産手摘みぶどうエキスを加えた「いろはす スパークリングぶどう」を発売しました。さらに、国内屈指のブランドいちごである福岡県産あまおうのエキスをを使用した「いろはす あまおう」を2月に九州エリアで限定発売しました。SNS等で全国発売を希望する声を多くいただき、9月には全国販売を開始いたしました。



Topics 2017年 新製品

特定保健用食品・機能性表示食品

お客さまの健康志向の高まりを受け、2017年は主要なカテゴリーである「炭酸」「無糖茶」を中心に、特定保健用食品(トクホ)や、機能性表示食品の新製品を発売しました。おいしさと機能性を兼ね備えた「コカ・コーラ」史上初の特定保健用食品「コカ・コーラ プラス」や、「爽やかに、健やかに、美しく」をコンセプトとするブレンド茶「爽健美茶」ブランドの機能性表示食品「爽健美茶 健康素材の麦茶」など、さまざまなラインナップを取り揃えています。



自動販売機限定製品

収益性の高いベンディングチャンネルでの売上げ拡大に向け、自動販売機の魅力向上に取り組んでいます。製品面では、自動販売機でしか購入できない限定製品の導入を進めており、地域や設置場所の特性に応じ、品揃えを強化しています。



「コカ・コーラ」スリムボトル 限定デザイン

観光名所を描いた「地域デザイン」や、満開の桜の花びらをあしらった「桜デザイン」等、デザイン性の高い「コカ・コーラ」スリムボトルを発売しました。2017年は、8種の地域デザインボトル(東京、京都、熊本等)、4種の季節限定ボトル(桜、花火等)を発売しました。地域の魅力と日本らしい季節感の演出により、観光客のみなさまを中心にご好評いただきました。



特定保健用食品・機能性表示食品に関する許可表示等の詳細は、<https://www.cocacola.co.jp/brands/all-products> をご覧ください。