



コカ・コーラウエストジャパン株式会社

Corporate Book 2003

2003年12月期



プロフィール

コカ・コーラウエストジャパン株式会社は、1999年7月1日、山陽コカ・コーラボトリング株式会社と北九州コカ・コーラボトリング株式会社が合併、あわせてザ コカ・コーラ カンパニーの資本参加を得て、日本初のアンカーボトラーとしてスタートしました。

アンカーボトラーである当社は、ザ コカ・コーラ カンパニーの戦略的パートナーとして、日本におけるコカ・コーラビジネスをさらに発展させていくうえで中心的な役割を果たしています。

目次

1	連結財務ハイライト	25	経営成績
2	社長メッセージ	30	財務データ一覧
3	末吉CEOに聞く中期経営計画「皆革」	34	連結貸借対照表
8	中期経営計画「皆革」	36	連結損益計算書
10	お客様の買い方、 得意さまの売り方に応じた体制	37	連結剰余金計算書
18	コカ・コーラウエストジャパンの基幹ブランド	38	連結キャッシュ・フロー計算書
20	私達は、社会に貢献します	39	グループ会社一覧
24	6年間の推移	40	株式情報
		41	会社概要／取締役・監査役・ 執行役員・グループ執行役員

予想および見通しに関して

このコーポレートブックには、将来についての計画や戦略、業績に関する予想および見通しの記述が含まれております。これらの記述は過去の事実ではなく、当社が現時点で把握可能な情報から判断した仮定および所信に基づく見込みです。また経済動向、飲料業界における厳しい競争、市場需要、税制や諸制度などに関するリスクや不確実性を際限なく含んでいます。このため実際の業績は当社の見込みとは異なるかもしれないことをご承知おきください。

連結財務ハイライト

(単位:百万円)

会計年度:	2002	2003
売上高	247,737	240,825
営業利益	16,704	19,638
経常利益	17,005	19,895
当期純利益	7,086	9,380
総資産	204,070	204,180
株主資本	164,658	165,454

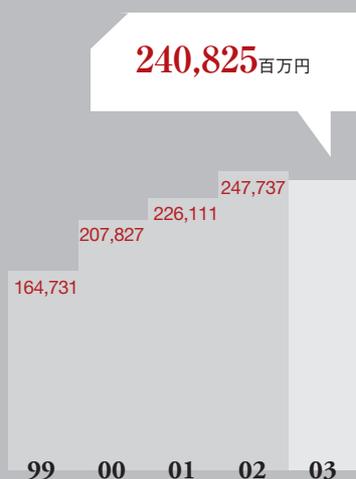
(単位:円)

1株当たり情報:

当期純利益	85.49	116.25
配当金	34.00	36.00

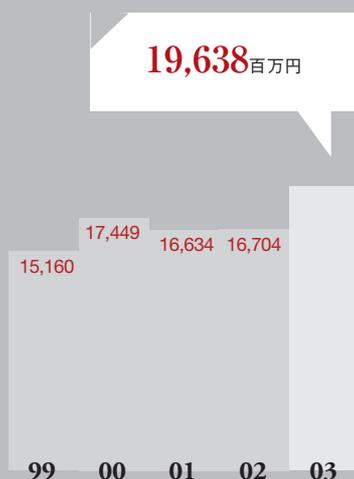
売上高

(単位:百万円)



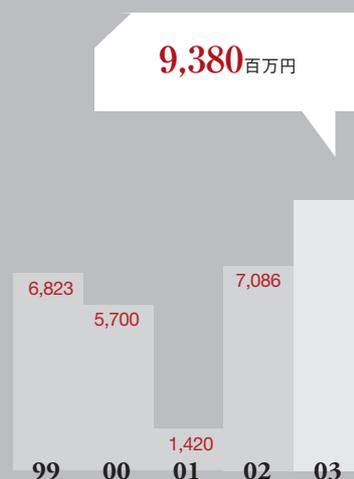
営業利益

(単位:百万円)



当期純利益

(単位:百万円)



社長メッセージ



株主、投資家のみなさまにおかれましては、ますますご清栄のこととお喜び申し上げます。2003年12月期の業績をはじめ、当社の方針や戦略をご報告させていただきます。

2003年12月期の経営概況と業績

2003年は、景気回復への期待も高まりましたが、夏期の天候不順などの影響で清涼飲料市場は低調に推移しました。また、ここ数年の傾向をみても市場規模は伸び止まっており、清涼飲料各社は厳しい競争を繰り広げております。

このような状況の中で、連結ベースの当期の経営成績は、売上高は前期比2.8%減の2,408億2千5百万円、営業利益は前期比17.6%増の196億3千8百万円、経常利益は前期比17.0%増の198億9千5百万円ならびに、当期純利益は前期比32.4%増の93億8千万円となりました。

なお、営業利益、経常利益、当期純利益のいずれにおいても過去最高となりました。

「皆革」の推進で足場固め

当社は、2003年から2005年までの中期経営計画「皆革」を策定し、その初年度である2003年度を「足場を固める年」として、種々の活動に取り組んでまいりました。

まず、営業体制をお客さまの買い方、お得意さまの売り方に応じたものへ転換し、新たな営業体制のもとで営業力の強化、鮮度管理といった活動を展開いたしました。また、コカ・コーラビジネスすべての機能をグループ内の会社に整備統合し、各社が責任を持ってその役割・機能をきちんと遂行できる体制を整えました。さらに、社員のやりがい、働きがいを高め、成果を最大化するために、グループ全体において適性に応じた人材の配置も行いました。

これらの中期経営計画に沿った活動に加え、日本コカ・コーラ株式会社およびすべてのコカ・コーラボトラーとの協働により、全国規模の最適なサプライチェーンマネジメントの構築を通じてコスト削減をはかる、コカ・コーラナショナルビバレッジ株式会社が10月より事業を開始いたしました。

「確実に成果を実現する年」に向けて

清涼飲料市場は引き続き厳しい状況が継続するものと予想されます。このような状況の中、当社は、グループ一体となった中期経営計画「皆革」に継続して取り組んでまいります。特に、中期経営計画2年目である2004年度は、これまでに行ってきた足場固めをもとに、「確実に成果を実現する年」とし、中期経営計画最終年度となる2005年のさらなる飛躍に向けた活動を展開してまいります。

あわせて、日本コカ・コーラ株式会社や全国のコカ・コーラボトラーとの協働活動にも継続して取り組んでまいります。

コカ・コーラウエストジャパングループ一体となった取り組みにより、長期にわたって成長し続けることのできる、強く揺るぎない経営基盤の確立に全力をつくしてまいります。

株主、投資家のみなさまにおかれましては、今後とも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。

2004年4月

代表取締役
社長兼CEO

末吉紀雄

末吉CEOに聞く中期経営計画「^{かいかく}皆革」

末吉社長にインタビューを行い、2003年度の施策とその業績、全国SCM構築の状況、2004年度の見通し、将来像などについて聞きました。

2003年12月期の業績について

Q.1 昨夏は10年ぶりの記録的な冷夏でいろいろな方面に影響が出ました。飲料業界ではいかがでしたか？

もちろん冷夏によるダメージがあったことは否めません。清涼飲料市場の2003年の伸長率は、2002年に比べ、1.0%のマイナスでした。夏の壊滅的な状況を考えれば、結果として小幅な落ち込みであったといえます。しかし、ここ数年の傾向を見ると、これまで市場拡大の牽引役であったメジャーブランドの低迷や新商品の不調で市場規模は伸び止まっており、清涼飲料各社は厳しい競争を強いられています。

Q.2 その中でコカ・コーラウエストジャパンの業績はいかがでしたか？

当期の業績は、売上高は前年比2.8%減、営業利益が17.6%増、当期純利益では32.4%増という結果でした。夏場の天候不順などの影響により、売上は苦戦しましたが、人事制度の見直しなどの経営体質の改善により、営業利益、経常利益、当期純利益は過去最高となりました。利益率は営業利益で前年より1.5ポイント、当期純利益で1.0ポイント上昇しました。

Q.3 業績上何が問題だと考えていますか？

日本の清涼飲料市場の伸長率は前年度比で1.0%の減少で、当社の販売数量はそれより低い伸長となりました。これにより、当社のマーケットシェアも前年度の32.6%から当期は30.4%へと2.2ポイント低下しました。売上およびシェアの低下は優先的に解決すべき問題として、今後は売上拡大に向けた施策にも注力していきたいと考えています。

中期経営計画「皆革」について

Q.4 昨年からスタートした中期経営計画について教えてください。

市場のトレンドが大きく急速に変化する中で、その動きに柔軟に対応できる体制や組織にすることが急務であるとの認識から、グループとしての競争力の強化とさらなる成長を実現するために策定したのが中期経営計画です。当社のお客さま、お得意さまにとって、より便利でより必要とされる機能や役割を持った存在となり、企業価値を高めることを目指しています。





Q.5 中期経営計画の基本方針「皆革」の意味は？

構造改革といっても、組織の形だけ変えるのでは何も変わりません。社員一人一人が変わり、そして全員が変わらなければいけないという心構えを「皆革」という言葉で表わしました。「皆革」とは、この3年間でマーケットに即応できる会社の仕組みを構築すべく、「役員・社員全員が自らを変えること」「役員・社員全員で会社をつくり変えること」に取り組むという意味をこめたものであります。

Q.6 初年度である2003年度の「皆革」では、具体的にどのような「皆革」に取り組みましたか？

中期経営計画「皆革」の初年度である2003年度は「足場を固める年」と位置づけ、主として営業体制の変更、人事制度の変更などに取り組みました。

営業体制については、お客さまの買い方、お得意さまの売り方に応じたマーケティング活動を徹底すべく、グループ全体を機能および事業単位でビジネスユニットに再編し、チャンネル別営業体制への転換をはかり、企画から営業第一線までの一気通貫体制を構築いたしました。

人事制度については、役割・機能の徹底強化をはかるために、人材の適性配置を行いました。あわせて、給与、賞与、退職金および年金などの見直しを行い、スリムな経営体質ができあがりました。

さらに、グループ全体として目標を達成するためには、各組織が的確な業績管理を行うことが不可欠であることから、新たな業績管理指標を設定するとともに、この指標に基づく予算制度を導入するなど、新業績管理制度の本格運用開始に向けた準備を整えました。

Q.7 フレッシュネス活動とは何を目的にどういったことを行うのですか？また、その効果は？

コカ・コーラビジネスの基本は「いつでも」「どこでも」「誰にでも」高品質で安心して飲んでいただける商品を提供することにあります。それをどう実現するかを考えていくと、安心して飲んでいただくためにはより新鮮な商品の提供が、「いつでも」「どこでも」「誰にでも」飲んでいただくためには品切れを起こさないことが必要です。即ち、製造した新鮮な商品を品切れさせることなく迅速にお客さまの手元に届けることがフレッシュネス活動です。

Q.8 具体的にはどのような方法でフレッシュネスを保つのですか？

具体的には、製造から販売までの各段階で鮮度目標を設定し、商品の鮮度管理を強化します。現在ではフレッシュネスへの取り組みに対する社内の意識も大きく変わり、特に社内在庫数量は前年度と比べて3割以上減少するなど、着実に効果はあがってきています。他社にないきめ細やかな営業網を活用して鮮度管理の強化を徹底し、お客さまの満足につなげていきたいと考えています。

Q.9 初年度は「足場固めの年」と位置づけられていましたが、足場は固まったと考えていますか？

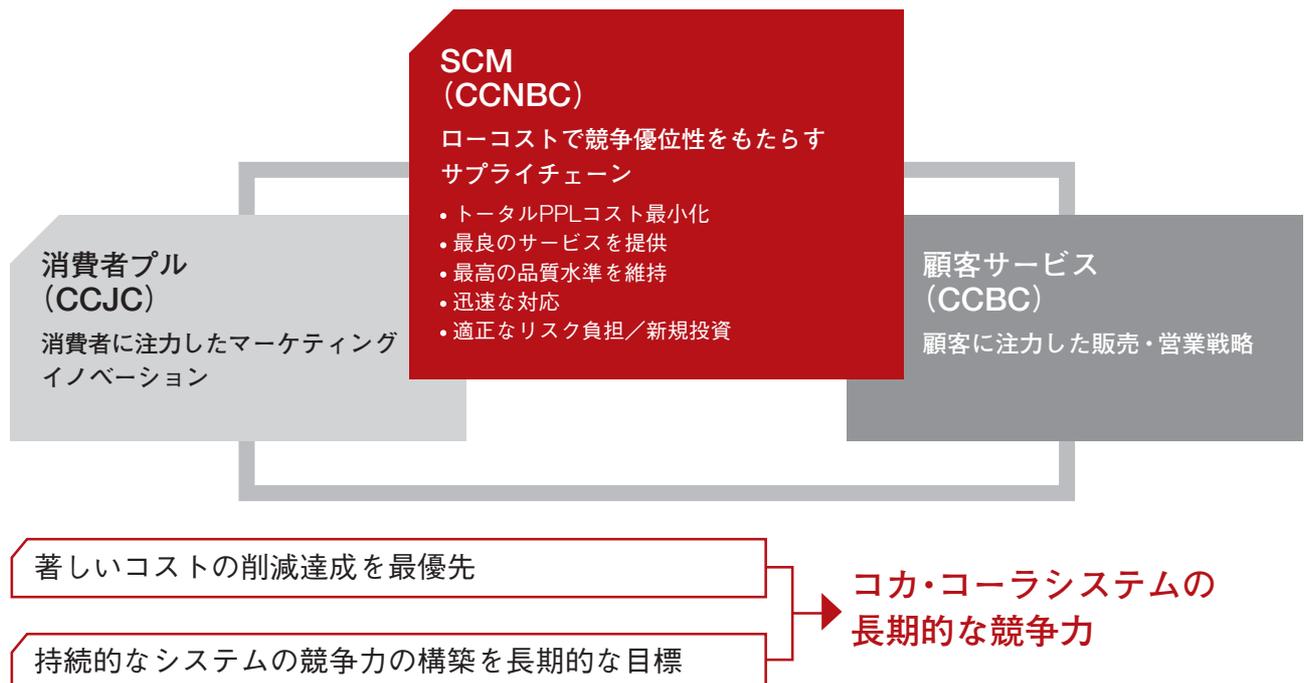
この1年で、総合力を発揮できる組織基盤と、お客さま、お得意さまにより近い販売体制が構築できたことから、足場は固まったといえます。そして2004年は「確実に成果を実現する年」とし、中期経営計画最終年度となる2005年のさらなる飛躍に向け、グループ一体となった活動を展開してまいります。

全国SCM構築について

Q.10 全国SCM構築のために2003年10月、コカ・コーラナショナルビバレッジが稼働を開始しましたが、この目的について教えてください。

コカ・コーラナショナルビバレッジ(CCNBC)は、日本のコカ・コーラグループにおける調達・製造・物流業務を一元的に統括し、全国規模で最適なSCMを構築することによりコストの低減をはかります。その結果、創出される原資は、市場でのマーケティング活動強化と顧客サービスの向上に向けて再投資し、日本のコカ・コーラグループの長期的な成長を目指すものです。

全国SCM統合の概念図



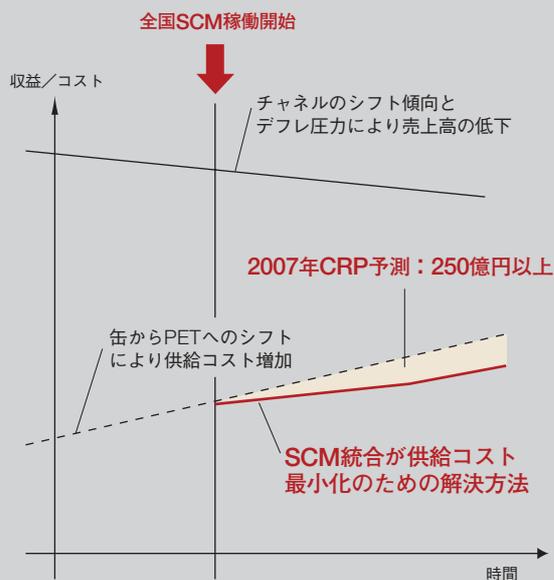
Q.11 コカ・コーラウエストジャパンがSCM構築に期待するものは？

全国的なSCMが構築されれば、効率化とコスト削減に加え、お客さまおよびお得意さまのニーズの変化に対応できる柔軟な供給体制が確立でき、顧客サービスの向上にもつながる魅力的な計画です。また、当社のみでは実現できない、地域を超えた規模の効率化が進むことにも期待しています。

Q.12 将来的には、ボトラー社に経済的なメリットは出るのでしょうか？

現在コカ・コーラナショナルビバレッジ社を中心として、2005年の全国一元化を目標に順次調達・製造・物流業務の統合が進められています。ボトラー各社共通の業務プロセスには、統合された情報システムの適用で効率的に運営され、製造・物流は、各地のボトラーの製造施設を用いて全体最適化を考慮して管理されるようになります。販売は従来どおり各ボトラーが地域に密着して行っていきます。そして、情報システム支援の拠点管理による生産性向上、製造ラインの最大活用や在庫の適正化などによって、2007年までに年間250億円以上のコスト削減を実現する見通しです。

PPLにおける供給コストの削減



*PPL= Procurement/Products/Logistics=調達/製造/物流
*CRP=Cost Reduction Profit

今後の見通しについて

Q.13 2004年度はどのような年になると見えていますか？

今後の見通しとしては、国内の経済状況は企業の設備投資の増加基調と輸出の増加が堅調なことから、着実に回復してはいるものの、景気回復の動きが個人消費や雇用に広がっていないことから、清涼飲料市場は引き続き厳しい状況が継続するものと予想されます。当社においては、当期に引き続き売上の拡大と利益の向上を目指し、2004年度の業績は売上高2,540億円、営業利益177億円、当期純利益104億円と見込んでいます。

Q.14 中期経営計画で「確実に成果を実現する年」とするために、どのようなことを進める予定ですか？

2004年はお客さま、お得意さまと直接接する営業第一線を中心とした業務運営、新業務標準の徹底による業務の実践をポイントとして考えています。商品戦略面では、「コカ・コーラ」「ジョージア」「爽健美茶」「アクエリアス」の4大ブランドの活性化に加え、高付加価値新商品の導入とチャネル特性に対応したブランド、パッケージ、価格の展開で収益を伴う成長を狙います。付加価値の高い新商品として、機能性健康志向商品やアルコールテイスト飲料などのボーダレス商品の導入を計画しています。チャネル別商品としては、自動販売機専用商品の拡充やスーパーマーケット向け新容器の投入などで販売機会の拡大をはかっていきます。

2003年に構築した営業体制のもと、2004年は大いなる成長のための活動を徹底してまいります。



Q.15 コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方を教えてください。

当社のコーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方は、経営の効率性・透明性を向上させ、「株主価値」の増大に努めることであります。

具体的には、意思決定および経営監督機能と業務執行機能を分離すべく、1999年3月に取締役会の改革および執行役員制の導入を行い、また、2001年度には、取締役および監査役候補者選任の透明性および公正さを高め、かつ、取締役報酬の適正さを確保するため、取締役会の諮問機関として人事・報酬委員会を設置いたしました。なお、この委員長は社外取締役の中から選任されることとしております。

社外取締役および社外監査役の選任状況につきましては、現在、取締役9名中6名が社外取締役、監査役4名中3名が社外監査役であります。

また、取締役および監査役は、執行役員で構成される経営会議などの重要な会議にも参加し、執行役員の業務執行を充分監視できる体制となっております。

弁護士および会計監査人につきましては、業務執行上、疑義が生じた場合に、適宜、助言を仰いでおります。

なお、コンプライアンス面では、「企業活動を行うにあたって、すべての法律・ルールおよびその精神はもとより、社会的規範・正しい商慣習に従い行動する」という企業姿勢を示した当社グループの役員および社員の行動規範を策定するとともに、担当役員および専任スタッフの配置を行い、企業倫理体制の強化に努めております。

今後につきましても、引き続きコーポレート・ガバナンスの充実をはかるべく取り組んでまいります。

Q.16 日本での唯一のアンカーボトラーとして、今後の位置づけは？

当社はアトランタに本社があるザ コカ・コーラカンパニーの資本参加を得ている日本で唯一のアンカーボトラー(*)です。

日本の清涼飲料業界は現在、販売チャネルの変化やお客さまの嗜好の多様化などが急速に進んでおり、ボトラーはその対応に体力や対応力を必要とされる時代となっています。当社は、日本のコカ・コーラシステムをリードするアンカーボトラーとして、営業力やオペレーションの質の向上といった、より本質的な力の追求で競合他社との差別化をはかり、競争優位性を確立していくことによって、自らの存在意義を高めていきたいと考えています。

(*)アンカーボトラーとは、ザ コカ・コーラカンパニーと特別な関係を持つボトラーのことをいい、現在当社を含めて世界で10社がアンカーボトラーとなっています。優れた財務力、経営力を有し、ザ コカ・コーラカンパニーと資本関係を持ち、ともに成長し、目標を共有する広域ボトラーをアンカーボトラーと呼称し、ザ コカ・コーラカンパニーの戦力的パートナーとして位置づけられています。

当社はザ コカ・コーラカンパニーの世界戦略の一翼を担うものとしてアジア大洋州地域のコカ・コーラボトラーへの投資機会が与えられています。

中期経営計画「^{かいかく}皆革」

グループ一体となって「^{かいかく}皆革」に取り組みます。

当社は、2003年から2005年までの中期経営計画を推進中です。

中期経営基本方針として「皆革」を掲げ、グループが一体となって5つの皆革を実行してまいります。

中期経営計画2年目となる2004年は、2003年に行った足場固めをもとに、「確実に成果を実現する年」とし、中期経営計画最終年度となる2005年のさらなる飛躍に向けた活動を展開してまいります。

中期経営基本方針(2003年～2005年)

^{かいかく} 「皆革」

お客さま、お得意さまに必要とされる
CCWJグループへの「皆革」

飲料ビジネスをリードする
CCWJグループへの「皆革」

役割・機能を徹底追求する
CCWJグループへの「皆革」

社員と組織の活力を引き出す
CCWJグループへの「皆革」

社会と共生する
CCWJグループへの「皆革」

中期経営基本政策

1 新たなビジネスシステムの構築

1. 営業体制の変革
2. 新ビジネスユニットによる営業力の強化
3. 商品の育成・開発
4. 品質へのこだわり
5. 最適需給の仕組みづくり
6. CSの追求

2 CCWJグループ経営の強化

1. グループ内事業(業務)の最適配置
2. グループ経営管理制度の構築
3. コミュニケーションの強化

3 人材マネジメント改革

1. 適性配置による機能強化
2. 役割・機能に応じた新人事・福利厚生制度の構築
3. 仕事の棚卸しと役割に応じた要員構成
4. 労働時間の適正化
5. 人材の育成・獲得
6. 会社と社員の新しい話し合いの仕組みづくり

4 社会との共生

1. 企業倫理体制の強化
2. 「環境好感度No.1企業」の実現
3. 地域社会貢献活動の強化

「皆革」とは、

- 全グループの役員・社員全員(皆)が自らを変える(革)
- 全グループの役員・社員全員(皆)で会社・グループをつくり変える(革)

グループ各社が一体となり、お客さま、お得意さまを中心としたマーケティング活動を展開します。



■西日本ビバレッジ(ベンディングセールス)

ココ・コーラ製品を中心とした自動販売機オペレーター事業の役割を担う西日本ビバレッジは、自動販売機を通じて、お客さまへ質の高いサービスを提供することにより、販売の拡大と収益の拡大を追求してまいります。



■ココ・コーラウエストジャパン(商流)

商流(営業)の役割を担うココ・コーラウエストジャパンは、お得意さまに1本でも多く販売していただけるよう、販促プランの提案、自動販売機の新設などを通じて、販売(シェア)の拡大による収益拡大を追求するとともに、グループ各社と一体となり企業価値の増大を目指してまいります。



■ココ・コーラウエストジャパンベンディング(ベンディングオペレーション)

自動販売機オペレーションの役割を担うココ・コーラウエストジャパンベンディングは、ロケーション、季節に応じたコラムづくりや絶対に品切れを出さない活動を通じて、お客さまに1本でも多く飲んでいただくための質の高いオペレーションを提供してまいります。



■ココ・コーラウエストジャパンプロダクツ(製造)

製造の役割を担うココ・コーラウエストジャパンプロダクツはお客さま、お得意さまが求めている高品質で新鮮な製品を質の高い生産サービスで「1円でも安く、1分でも早く」提供いたします。



■ロジコムジャパン(物流および店舗オペレーション)

物流および店舗オペレーションの役割を担うロジコムジャパンは、お得意さまに1本でも多く販売していただけるよう、安全、確実、迅速、丁寧に真心を込めた高品質の物流サービスを提供してまいります。



■西日本カスタマーサービス(機器サービス)

販売機器にかかわる、設置、故障対応、衛生管理などの役割を担う西日本カスタマーサービスは、お客さまに1本でも多く飲んでいただくための質の高い機器サービスを提供してまいります。



お客様の買い方、お得意さまの売り方に応じた体制

ベンディング

ベンディング部門は、自動販売機を通じてお客様に商品をお届けするビジネスであり、販売チャネルの中核となる部門です。





当期の概況

ベンディング部門は2003年度の売上高構成比で49%を占めています。これまで、収益の柱として売上・利益ともに貢献してきました。当期の販売数量は33,318千ケースと、2002年度の32,185千ケースと比較して3.5%増加しました。販売数量構成比は2002年度の36.4%から2.3ポイント増加して当期は38.7%となりました。

また、2003年末における当社の自動販売機設置台数は135,152台となり、アウトマーケットにおける台数シェアは52.6%です。

取り組みの成果

ベンディング部門では、2003年度には小型PET、ボトル缶の積極的な導入、C-mode自販機、販売支援型自販機といったIT自販機の投入、そしてITを活用したプロモーションの実施など、お客さまが自動販売機を利用したくなるような魅力的な自動販売機づくりを進めてきました。

また、グループ会社である西日本ビバレッジ社と協働し、職域、病院、学校などのインマーケットの開拓も積極的に実施いたしました。

損益分岐点の改善としては、オペレーションはグループ会社のコカ・コーラウエストジャパンベンディング社に委託してコスト低減をはかり、機器管理費用については、全国ボトラーとの共同調達やグループ会社である西日本カスタマー社との共同での管理コスト低減も実施してまいりました。

また、フレッシュネス活動による鮮度管理強化で、より新鮮でおいしい商品の提供を徹底しました。さらに自動販売機の機種やロケーション、品揃えの見直しを推進した結果、2003年度においては自動販売機の設置台数は減少しましたが、販売数量および利益面では業績に大きく貢献することができました。

今後の方針

既存自動販売機の活性化

これまでは、設置したすべての既存の自動販売機のパフォーマンスを良くすることを目標にしていましたが、今後はより効率を重視する方針とし、自動販売機の販売数量に応じてランク分けを行い、ランク別にきめ細かな取り組みを進めていきます。たとえば販売数量の多い自動販売機は、品質管理や温冷リモート切り替え機能のついたIT自動販売機に順次グレードアップを実施し、中規模の自販機についてはローコスト機への切り替えや取引条件の見直しを進めていきます。なお、売上拡大の見込めない低セールス機については、お客さまに新鮮な商品を提供できないこともあり、すべてを引き揚げることにしました。こうした取り組みにより、さらなる収益の改善を目指しています。

ターゲットを絞った新規開拓

新規に自販機を設置する場合の収益性も今後は重視していきます。2003年度に新規に設置した自販機は目標とする販売数量を下回るロケーションが多かったことから、今後は確実にセールスが見込めるロケーションの開拓を徹底し、1台当たりの販売数量拡大に向けた活動の徹底をはかってまいります。



お客様の買い方、お得意さまの売り方に応じた体制

チェーンストア

チェーンストア部門は、スーパーマーケットにおけるビジネスで、消費者ニーズの高まりもあり、近年その販売数量は拡大しています。





当期の概況

当期のチェーンストア部門の販売数量は16,586千ケースと、2002年度の16,618千ケースと比較して0.2%減少しました。販売数量構成比は2002年度の18.8%から0.5ポイント増加して当期は19.3%となりました。2003年度のチェーンストア向けの販売数量を2000年度と比較すると2割以上増加しており、数量面では着実に成長してきました。一方、収益面では、2003年度に営業利益ベースで黒字転換させることができ、今後も利益の拡大を目指しています。

取り組みの成果

チェーンストア部門では、「収益性を伴った健全なボリュームとシェアの拡大」を目指しており、中期経営計画では2005年度には売上高営業利益率5%を目標としています。その目標達成に向け、チェーン本部との商談では、双方にメリットのある共同での販促手法の提案を行い、個店での商談には、商談時間の拡大と提案力の強化に努めました。また、営業体制を見直し、マーチャндаイザーの業務分担やお得意さま担当者の配置適正化を進めたことにより、効率化を進めることもできました。

一方で、大型ペットボトルを中心とした価格競争の激化により、利益の確保は厳しい状況が続いてきました。その対応策として、当期はパッケージ別販売構成を、お客さまのニーズに合わせて大型パッケージから中小型パッケージへとシフトすることとしました。こうした結果が収益の改善につながったといえます。また、水・お茶の2000mlPETを工場からお得意さまの拠点に直接配送を行う物流の効率化にも取り組みを開始いたしました。

今後の方針

2003年度の黒字転換に弾みをつけるべく、2003年から実施している消費者ニーズに合わせたパッケージミックスの展開をさらに推進します。これまでは、消費者のニーズよりも当社やお得意さまでの販売のしやすさを優先する傾向があり、大型パッケージ商品を優先した商品構成となりがちでした。そのため、価格訴求力を追求する競合他社やお得意さま間の激しい競争の中で、収益性の向上が課題となっていました。今後は、商品構成を消費者ニーズに合わせることで、販売数量の拡大をはかってまいります。

具体的には、2004年は1000mlPETの導入や500mlPETのミックスマルチ販売を実行します。これは、「重たい」や「量が多い」といった大型ペットボトルに対する消費者の不満が解消できると同時に、小型パッケージ商品の構成比率を高めることで収益性の向上にもつながる戦略です。

また、お得意さま別分析に基づいた戦略も進めてまいります。これは、販売数量と収益性の二つの軸でお得意さまを位置づけ、その特性に応じてそれぞれの顧客のニーズに応じた販売政策をとることで、販売数量、収益の両面を追求していく戦略です。



お客様の買い方、お得意さまの売り方に応じた体制

コンビ・リテール

コンビ・リテール部門は、コンビニエンス・チェーン店やドラッグストア、一般食料品店や酒店などの手売りマーケットにおけるビジネスです。





当期の概況

当期のコンビ・リテール部門の販売数量は24,960千ケースと、2002年度の28,238千ケースと比較して11.6%減少しました。販売数量構成比は2002年度の31.9%から1.9ポイント減少して当期は29.0%となりました。当部門の最近の販売動向としては、コンビニエンスでの売上は増加、リテールでは縮小の傾向が見られます。

取り組みの成果

リテールチャネルのお得意さまは、創業期に一軒ずつ訪問してお得意さまとなっただいて以来の、取引の長いお得意さまが多いのが特徴です。現在では、スーパー、コンビニエンスストアといった販売ルートも多様化したことから、マーケットの変化に対応した販売の方法が必要となっており、マーケットの需要を先取りした提案営業に注力しています。

お得意さまにより密着した商品構成や販売方法の提案を行うために、商談方法も顧客の形態に合わせて柔軟に行っています。コンビニエンスストアについては、商談の対象が本部にあるチェーンと個店で商談が可能なチェーンとのそれぞれに合わせた商談の内容や方法を充実させることで営業力を強化しました。その結果、本部商流のチェーンにおいては取り扱いアイテム数の拡大に成功しました。さらに全国チェーンへの対応には、他ボトラーとの協働体制による販促活動などが功を奏し、販売数量の拡大につなげることができました。

小売向けのリテールにおいては、ドラッグストア、ホームセンター、酒ディスカウントをはじめとした一般量販店に対して営業時間、価格、売り方といったそれぞれのお得意さまの販売特性に応じた活動を展開しました。

また、フレッシュネス活動による鮮度管理の強化活動がお得意さまにおける在庫量の適正化にもつながり、プラスの効果が出てきました。

今後の方針

コンビニエンスストアについては、個店商流ができない大手チェーンについては、地区本部との商流を確実に実行し、着実な販売数量の増、売上高の増を目指します。個店商流が可能なチェーンについては、マーチャンダイザーが店舗を定期的に訪問して徹底した提案営業を行い、需要の掘り起こしに努めます。

一般量販店向けにはそれぞれのお得意さまの販売特性に応じた量販店政策を徹底します。特に、ドラッグストアにおける販売数量の伸びが大きいことから、今後より注力して売上拡大に努めていく計画です。食料品店や酒店などに対しては、それぞれの店舗の立地や顧客層を把握し、ニーズに合った提案を行ってまいります。



お客様の買い方、お得意さまの売り方に応じた体制

フードサービス

フードサービス部門はファーストフード、ファミリーレストラン、映画館、スポーツ施設、娯楽施設などを中心にシロップ販売を行うビジネスです。





当期の概況

当期のフードサービス部門の販売数量は7,418千ケースと、2002年度の7,387千ケースと比較して0.4%増加しました。販売数量構成比は2002年度の8.4%から0.2ポイント増加して当期は8.6%となりました。また、利益面では、2002年の損失計上から当期は収支均衡まで改善させることができました。当期は、夏期の天候不順により、レジャー施設などの集客が低調であったものの、ホット商品の拡大などの営業強化により、販売数量はほぼ横ばいに推移しました。なお、効率化策として、低セールス店に対する収益改善策などが功を奏し、当期は営業利益ベースでの黒字転換も視野に入ってきました。

取り組みの成果

市場開発の強化と販売機器の設置見直しを中心としたコスト削減に取り組み、収益構造の改善に力を入れてきたわけですが、市場開発の強化策としては、レストラン、娯楽・レジャー施設でのホット飲料の販売機会拡大をはかり、消費者から好評を得ることができました。また、お得意さまの営業支援サービス強化として、機器サービス・衛生管理体制の徹底をはかることはもちろんのこと、深夜におけるメンテナンス体制の構築も進めてまいりました。一方、効率化策としては、年間の販売量が少ない店舗に対しては、消費者の方にフレッシュな製品を飲んでいただくという点から、壺・缶での取引に変更するとともに、コスト削減と商品、取扱い機器の見直しも進めました。これらの施策による成果により、2003年度の収益向上が実現できたと考えています。

今後の方針

2004年度の戦略は二つあります。ひとつは顧客視点での営業力強化によるマーケット拡大、もうひとつは収益改善に向けた「コスト削減と効率化」の徹底です。

マーケットの拡大に向け、取引先のニーズに応じたドリンクの提供など、商品面でのサービスの充実と、新規店の獲得とホットでの販売機会拡大策の継続で市場を広げるよう努めていきます。

また、販売量の少ない店舗に対する取り組みも2003年に引き続き進めていきます。低セールス店の改善は本来3年の計画で進めてきましたが、黒字化が視野に入ってきたことから、1年前倒しの2004年中に完了することとしています。また、取り扱い品種を整理し、その中で顧客のニーズに応じた商品の提供を行っていくことで効率化を進めてまいります。

コカ・コーラウエストジャパンの基幹ブランド

当社は販売数量の約6割を占め、安定した実績を確保しているコカ・コーラ、ジョージア、爽健美茶、アクエリアスの4つのブランドを基幹ブランドと位置づけ、徹底強化をはかっております。

いずれも、絶対数が大きいため、爆発的な成長が望めるブランドではありませんが、継続的な活動を行うことで高いシェアの確保をはかってまいります。

コカ・コーラ

当社の販売数量の約1割を占めるコカ・コーラは、マーケットシェアは全国で76%、当社エリアにおいてはそれを上回る78%と圧倒的なシェアを占めております。2003年度は、グラフィックを一新し、ブランドのイメージをより新鮮に、より強力にアピールいたしました。2004年度は、3年ぶりの新キャンペーン、“Special Magic Coca-Cola”（スペシャルマジック コカ・コーラ）を3月より大々的に展開し、さらなるボリュームおよびシェアの拡大を目指してまいります。

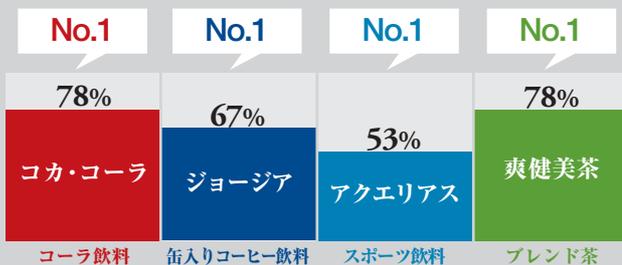


ジョージア

1975年に登場し、今や缶コーヒーの代名詞となった「ジョージア」は当社が全国に先駆けて導入した商品です。「ジョージア」は当社の販売数量の30%以上を占めており、マーケットシェアは全国で45%、当社エリアにおいてはそれを大幅に上回る67%と圧倒的なシェアを誇っております。2003年度は、流行語大賞にもなった「明日があるさ」キャンペーンを一新し、「気分はジョージア」キャンペーンの展開を開始いたしました。同時に実施したジョージアナンバーチャレンジプロモーションは大変好評であり、当社の応募数は全国No.1となりました。2004年度も、引き続き「気分はジョージア」キャンペーンを強化し、絶対的な揺るぎない地位の確立を目指してまいります。



カテゴリー別マーケットシェア(2003年)



アクエリアス

日本で育ち、海外へ広がっていった「アクエリアス」は、誰からも愛されるスポーツ飲料です。マーケットシェアは全国で46%、当社エリアにおいてはそれを上回る53%と圧倒的なシェアを占めております。

2003年度は、すべてのスポーツをテーマに「一生スポーツ」キャンペーンを展開いたしました。2004年度はキャンペーンを一新し、「BODY! ゴーゴー」キャンペーンの展開により、さらなる優位性の向上をはかってまいります。



爽健美茶

「爽やかに、健やかに、美しく」をコンセプトとした、健康や美容を気遣う人々のためのお茶である爽健美茶は、当社が全国に先駆けて導入した商品です。マーケットシェアは全国で73%、当社エリアにおいてはそれを上回る78%という圧倒的なシェアを占めております。今や爽健美茶はブレンド茶の代名詞といえます。2003年度は、「しぜんに。しぜんに。爽健美茶」キャンペーンを、そして2004年度は、このキャンペーンを一新し、新たに「So Beautiful 爽健美茶」キャンペーンの展開により確固たる基盤づくりをはかってまいります。



私達は、社会に貢献します

コカ・コーラウエストジャパングループは、常に社会の立場で考え行動する「企業市民」を目指し、さまざまな地域社会貢献活動・環境推進活動を展開しています。

この活動を継続性のあるものとするために、株主の皆さまのご理解を得て、利益処分の中から毎年一定額を地域社会貢献・環境推進のために積み立てています。

地域社会貢献活動

基本姿勢

地域とともに

青少年の健全育成の支援や、地域とのより密接なコミュニケーションをはかっていくことを目的として、「社会福祉支援」「スポーツ活動支援」「文化・教育活動支援」「地域イベント支援」という活動を行うことを基本姿勢としています。



■市村自然塾九州

■コカ・コーラウエストジャパン
ファミリーミュージカル



■さわやかコンサート



■さわやかクラシックコンサート

■金鷲旗・玉龍旗高校柔剣道大会



■世界水泳選手権大会福岡2001



■山口きらら博(2001年)



■北九州博覧祭(2001年)



■ロボカップ2002福岡・釜山



■世界車椅子バスケットボール大会
(2002年)

文化・教育 活動



■盲・聾・養護学校への教材贈呈



■小学校への一輪車贈呈



■さわやかラグビークリニック



■さわやか杯少年サッカー大会
■コカ・コーラウエスト
ジャパンカップ
少年サッカー大会



■さわやか杯少年ラグビー大会

社会福祉
活動

地域社会貢献活動



スポーツ
活動

その他

- 全国高等学校総合体育大会(インターハイ)
- 全日本少年サッカー大会
- 高円宮杯全日本中学英語弁論大会



地域
イベント

環境推進活動

基本理念

環境好感度No.1企業へ

コカ・コーラウエストジャパングループは、責任ある企業市民としての自覚のもとに、人間・社会・自然の調和を常に大切にしながら事業活動を推進します。海と山に囲まれた自然豊かな中国・北部九州地区で清涼飲料水の製造・販売と、それにかかわる各種事業を行う私たちは、環境美化・環境保全・資源のリサイクルに努めることがお客さまや地域社会に対する責務と認識しています。全社員がそれぞれの職場で自ら責任を持ち、安心して暮らせる豊かな社会の実現に貢献します。

行動指針

- クリーンで安全な商品・サービスを提供します。
- エネルギー使用の効率化を推進し、地球温暖化を防止します。
- 水を有効に活用し、水資源の保護に努めます。
- 廃棄物の削減・リサイクルに努め、循環型社会の実現に貢献します。
- 環境保全・資源のリサイクルに優れた資材の購入に努めます。
- 地域における環境活動に積極的に取り組みます。
- 環境教育・広報活動を通じ、人材の育成に努めます。

北九州さわやかリサイクルセンターの建設・運営

2003年、北九州市若松区響灘臨海工業団地(エコタウン)内に北九州さわやかリサイクルセンターを建設。福岡県、佐賀県の空容器(缶、PET、ビン)を収集し、すべてリサイクルを行っています。



リサイクル
の推進

エコカーの導入

車両の燃料消費により排出される排気ガスに含まれる二酸化炭素削減のため、ハイブリッド自動車や天然ガス車の導入も行っています。

グリーン購入の推進

グループをあげてリサイクル製品の積極的な使用を進め、特にペットボトルのリサイクル製品の利用に力を入れています。



グリーン
調達



ISO14001 認証取得

製造を担うコカ・コーラウエストジャパンプロダクツ(株)の3工場、コカ・コーラウエストジャパンの本社に続き2003年にコカ・コーラウエストジャパンの営業所部門、コカ・コーラウエストジャパンベンディング(株)の全事業所や西日本カスタマーサービス(株)の本社部門などにおいて環境マネジメントの国際規格であるISO14001の認証を取得し、環境マネジメントシステムの構築を進めております。

省資源・
省エネルギー

環境推進活動



地域の環境
保全活動

学校ビオトープ設置事業

「学校ビオトープ」は、子どもたちが先生や保護者の力を借りながら、生き物たちが生息できる場所づくりを自分たちの手で行うことにより、自然の仕組みや大切さを体験していくことを目的とした、環境教育を効果的にすすめる教材です。



学校植林事業

「どんぐりの森をつくろう」をキャッチフレーズに、子どもたちに、どんぐりの苗木の里親になってもらい大きな苗木に育てた後、山に植樹することを体験して、自然環境の大切さと愛着心を育むことを目的とした活動です。



コカ・コーラエコロジースクール

自然環境教育インストラクターの指導で、山野樹木、昆虫などを教材に自然と共存する大切さを体験してもらう環境学習教室です。

コカ・コーラクリーンデー

社員一人ひとりの環境問題に対する自己啓発を目的として、地域社会での環境保全推進活動(クリーン活動)を毎月8日に、グループ全社員で実施しております。



6年間の推移

(単位:百万円)

	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年
売上高	117,991	164,731	207,827	226,111	247,737	240,825
営業利益	12,533	15,160	17,449	16,634	16,704	19,638
経常利益	12,510	15,889	18,516	16,021	17,005	19,895
売上高経常利益率(%)	10.6	9.6	8.9	7.1	6.9	8.3
当期純利益	5,872	6,823	5,700	1,420	7,086	9,380
1株当たり当期純利益(円)	122.20	113.67	77.83	17.62	85.49	116.25
売上高当期純利益率(%)	5.0	4.1	2.7	0.6	2.9	3.9
総資産	102,278	182,316	181,637	202,713	204,070	204,180
株主資本	87,298	154,395	157,604	157,129	164,658	165,454
株主資本比率(%)	85.4	84.7	86.8	77.5	80.7	81.0
1株当たり株主資本(円)	1,816.64	2,107.74	2,151.52	1,950.07	2,009.39	2,089.94
ROE(株主資本当期純利益率)(%)	6.9	5.6	3.7	0.9	4.4	5.7
キャッシュ・フロー	12,552	17,319	20,175	15,067	22,481	25,268
設備投資額	6,670	14,937	14,634	11,355	21,027	13,846
減価償却費	6,680	10,496	14,475	13,647	15,395	15,888

経営成績

マーケット情報

日本における清涼飲料市場の動向

近年の日本の清涼飲料市場全体の生産量は、微増ではあるものの、着実に生産量を伸ばし、市場は拡大基調にありました。しかし、2003年度においては夏場の天候不順やメジャーブランドの低迷もあり、生産量は若干減少しました。

飲料の種類別動向では、炭酸飲料には減少傾向が、コーヒー飲料および茶飲料(含紅茶類)には増加傾向が見られます。特に、茶飲料は1980年代後半に市場に投入されて以来2000年ころまでは年々生産量を拡大して清涼飲料市場におけるシェアを伸ばし、ここ数年も微増ながら生産量を伸ばしています。

当社の営業販売地域における市場情報

対象市場の人口推移

コカ・コーラウエストジャパンは中国地方の5県(広島、岡山、山口、鳥取、島根)と北部九州の3県(福岡、佐賀、長崎)を営業対象販売地域(テリトリー)としています。2003年の人口統計および住民基本台帳によると、日本の総人口は126,688千人、当社テリトリー人口は15,116千人

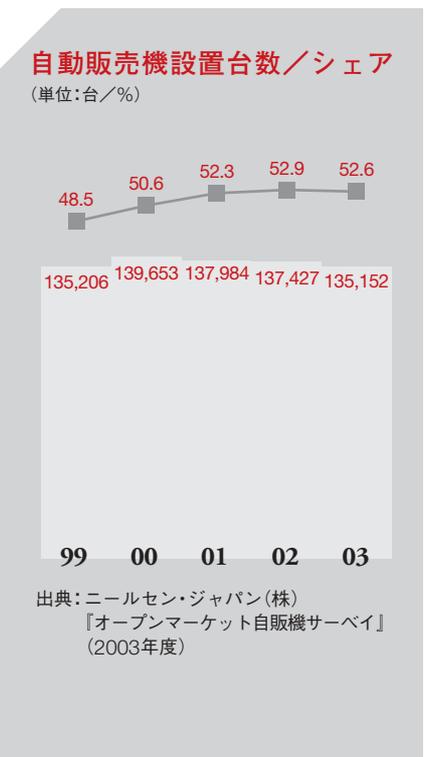
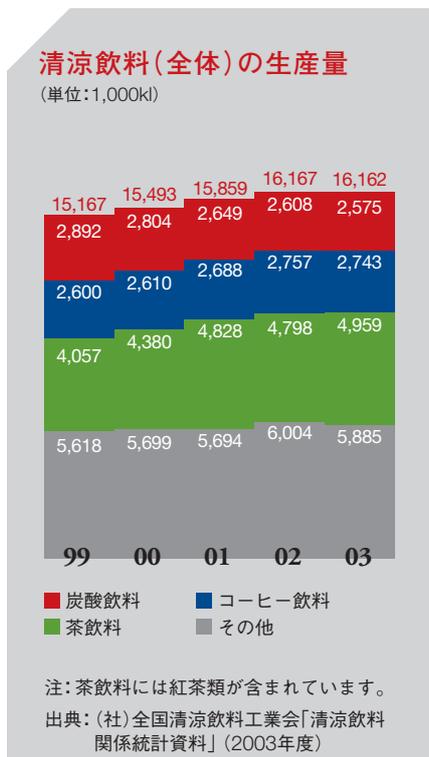
で、当社テリトリー人口の総人口シェアは11.9%となっています。当社テリトリー人口はここ数年、15,000千人台で推移しています。また、当社テリトリー市場における1人当たりの年間飲用本数は、1本当たり237ml換算で、2003年度においては185本でした。これまで年率2%から3%で伸びてきましたが、近年伸び率が鈍化しており、2003年度は冷夏の影響も加わって減少に転じました。

テリトリー内マーケットシェア

当社のテリトリー内における清涼飲料マーケットシェアは30%台前半で推移しており、2003年度のシェアは30.4%でした。当社は九州地区において特に高いシェアを獲得しています。

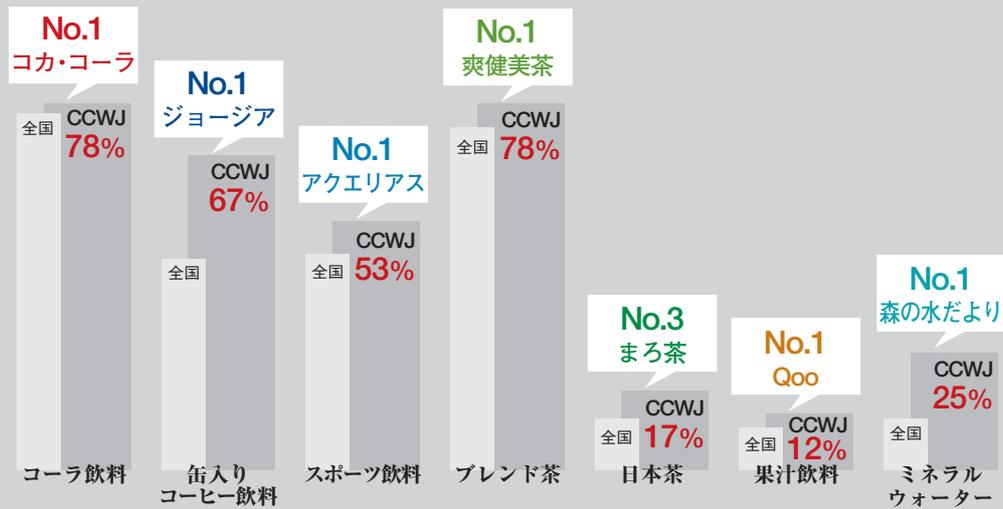
自動販売機設置状況

当社はテリトリー内において、50%を超える高い自動販売機の設置台数シェアを獲得しており、2003年度におけるシェアは52.6%で、設置台数は135,152台となっています。2003年度は設置台数やシェアに若干の低下が見られますが、これは自動販売機の収益性を重視して設置ロケーションを見直したためです。



カテゴリー別マーケットシェア (2003年)

(単位:%)

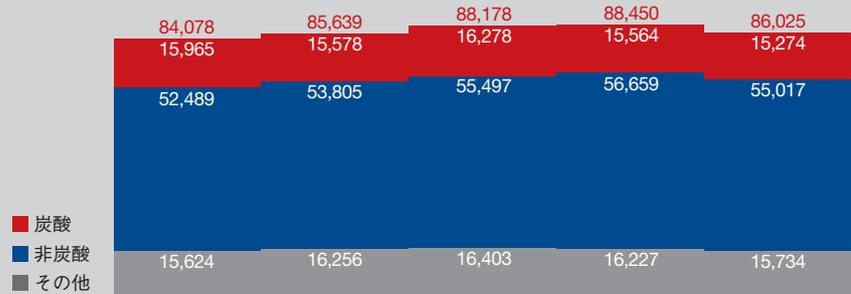


出典: (株) インテージ「ストアオーディット」(2003年度)

26

カテゴリー別販売数量

(単位:千ケース)



		1999年	2000年	2001年	2002年	2003年
■ 炭酸	コカ・コーラ	8,482	8,278	9,403	8,967	8,484
	ファンタ	3,664	3,932	4,077	4,251	3,991
	その他	3,819	3,368	2,798	2,346	2,799
	計	15,965	15,578	16,278	15,564	15,274
■ 非炭酸	ジョージア	26,665	26,584	26,998	27,543	27,041
	アクエリアス	5,696	6,325	6,656	7,181	6,275
	爽健美茶	7,037	7,207	6,759	6,925	6,638
	まろ茶(日本茶計)	2,135	2,890	4,065	3,669	4,360
	紅茶花伝	2,978	3,016	2,523	2,064	1,977
	Qoo / HI-C	1,827	2,750	2,490	2,328	2,260
	その他非炭酸	6,151	5,033	6,006	6,949	6,466
計	52,489	53,805	55,497	56,659	55,017	
■ その他	15,624	16,256	16,403	16,227	15,734	
合計	84,078	85,639	88,178	88,450	86,025	

ブランド別全国対比

当社のテリトリー内の各ブランドのマーケットシェアは、全国での各ブランドのマーケットシェアを上回っており、特に基幹ブランドととらえている「コカ・コーラ」「ジョージア」「アクエリアス」「爽健美茶」の4つの商品では高いマーケットシェアを獲得しています。特に「ジョージア」においては全国のマーケットシェアを大きく上回り、テリトリー内での圧倒的な強さを顕著にしています。

当社の営業販売地域における販売数量の状況

当社製品の販売動向

当社の販売する飲料は、カテゴリーとしてコカ・コーラ、ファンタを中心とする「炭酸飲料」と、コーヒー飲料であるジョージア、アクエリアス、爽健美茶を中心とする「非炭酸飲料」、および「その他」に分けられています。2003年度の総販売数量は、前期比2,425千ケース(2.7%)減の86,025千ケースとなりました。このうち炭酸飲料の販売数量は前期比290千ケース(1.9%)減の15,274千ケース、非炭酸飲料の販売数量は前期比1,642千ケース(2.9%)減の55,017千ケースとなっており、炭酸飲料、非炭酸飲料ともに販売数量が低下しました。

2003年度の販売数量を製品ブランド別に見ると、炭酸飲料15,274千ケースのうちコカ・コーラの構成比が55.5%、ファンタが26.1%となり、この二つのブランドで炭酸飲料の81.6%を占めています。一方、非炭酸飲料では、55,017千ケースのうちジョージアが49.2%と半数近くを占め、爽健美茶が12.1%、アクエリアスが11.4%、日本茶が7.9%と続いています。パッケージの多様化を含めた、2003年度に投入した新製品数は155種類で、その販売数量は前期比1,959千ケース(9.3%)増の23,022千ケースでした。

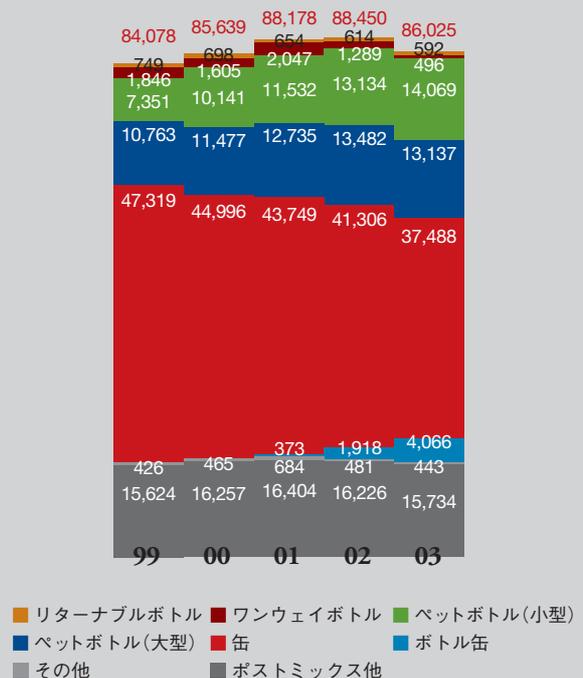
パッケージ別販売数量

パッケージ別の販売数量を構成比で見ると、缶が前期比3.1ポイント減の43.6%、ペットボトルが前期比1.5ポイント増の31.6%と、缶からペットボトルへのシフトが続いています。特に、ペットボトルの中では350ml以下の小型ペットボトルの伸びが大きく、2002年度の1,990千ケースから2003年度には3,515千ケースへと76.6%の増加となっています。女性をターゲットとした商品を拡充することによって、今後も小型ペットボトルの販売数量を引き続き拡大していく方針です。

また、2001年度の構成比が0.4%であったボトル缶の販売数量は、2002年度には2.2%、2003年度には4.7%となる4,066千ケースまで増加し、今後も伸びが見込まれています。

パッケージ別販売実績

(単位:千ケース)



注: 1. ポストミックスとは、希釈式濃縮飲料で、主に紙コップ式自動販売機にて販売しています。

2. 当社テリトリー内における販売実績を表記しています。

チャネル別販売数量

当社では、市場構造の変化に対応するために、それぞれの販売チャネルの需要に即したマーケティングを推進しています。たとえば、ベンディング(自動販売機)においては、販売数量が多く稼働率の高い自動販売機はIT化の進んだ付加価値の高い機種に入れ替え、販売数量の少ないロケーションの自動販売機は設置場所を見直したり引き揚げたりして、販売数量と収益性の拡大に努めています。また、スーパーマーケットでは、店舗ごとに商品や販売方法の提案を行うなど、きめの細かい対応を進めています。その結果、当期の総販売数量は前期より減少しましたが、スーパーマーケットではほぼ横ばい、コンビニエンスストア、ベンディング、ディスパンサー(ファーストフード店などでのシロップ販売)チャネルにおいては前年を上回りました。

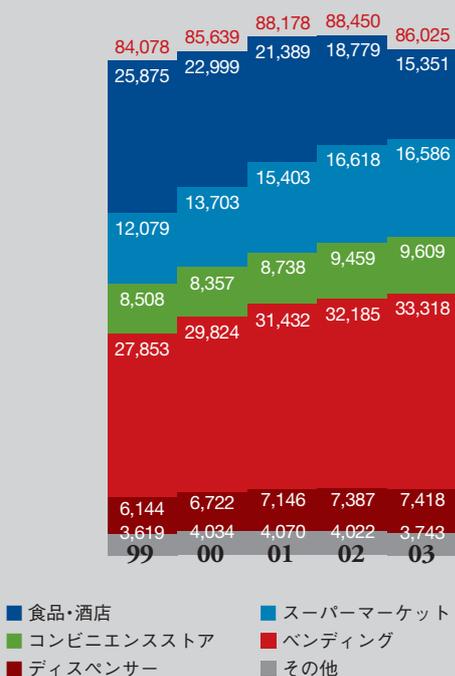
業績の概況

2003年度の売上高は、天候不順などにより販売数量が減少したことから、前期比69億1千2百万円(2.8%)減の2,408億2千5百万円となりました。営業利益は、人事制度の見直しをはじめとした経営体質の改善などによる販売費および一般管理費の削減が功を奏し、前期比29億3千3百万円(17.6%)増の196億3千8百万円となりました。また、経常利益は前期比28億9千万円(17.0%)増の198億9千5百万円、当期純利益は前期比22億9千3百万円(32.4%)増の93億8千万円となり、売上高は微減でしたが、利益は大幅に増加しました。

事業の種類別セグメントの業績については、「飲料・食品の製造・販売事業」における当年度のセグメント間消去前売上高は前期比2.6%減の2,369億2千5百万円、営業利益は前期比7.0%増の222億1千6百万円となりました。また、物流事業および自動販売機修理業などの「その他の事業」における当年度のセグメント間消去前売上高は前期比7.4%減の181億7千5百万円、営業利益は前期比64.2%減の3億6千3百万円となりました。

チャネル別販売実績

(単位:千ケース)



注：当社テリトリー内における販売実績を表記しています。
また、昨年度までその他に含まれていたオペレーター向け販売をベンディングとして計算しています。

1株当たり当期純利益の状況

当期純利益は、前期比32.4%増の93億8千万円となりました。この結果、1株当たり当期純利益は、前期の85.49円から当期は116.25円となりました。なお、年間配当金は1株当たり年間で36円、配当性向は28.3%でした。

財政状態

総資産は前期末に比べ1億9百万円(0.1%)増加して2,041億8千万円となりました。流動資産は、前期末に比べ130億8百万円(18.5%)減少しています。これは主として、自己株式の取得および移籍一時金の支払いなどに対応した現金および預金ならびに有価証券の減少によるものです。固定資産は、前期末に比べ131億1千7百万円(9.8%)増加しています。これは主として、前払年金費用が増加したことによるものであり、退職給付制度の変更に伴い、当期末に認識すべき退職給付債務に対して、当期末に認識すべき年金資産などが超過したことによるものです。

一方、流動負債は、前期末に比べ35億1千2百万円(12.8%)減少しています。これは主として、転換社債の償還による減少および移籍一時金の支払いに伴う未払費用の減少によるものです。固定負債は、前期末に比べ35億4千万円(50.2%)増加しています。これは主として、繰延税金負債が増加したことによるものです。前期までは、退職給付費用に係る税金相当額を、将来の所得から減算できるものとして繰延税金資産に計上しておりましたが、退職給付制度の変更に伴う退職給付費用の戻入により、繰延税金資産が減少し、退職給付信託設定益などに係る将来支払う税金相当額としての繰延税金負債が上回ったことによるものです。

株主資本については、前期末に比べ7億9千6百万円(0.5%)増加して1,654億5千4百万円となりました。株主資本比率は前期末の80.7%から0.3ポイント上昇して81.0%となり、1株当たり株主資本も前期末の2,009円から2,090円に約4%増加しました。

連結キャッシュ・フローについて

当連結会計年度における現金および現金同等物は、前連結会計年度末に比べ135億3千6百万円減少し、218億6千9百万円(前期比38.2%減)となりました。

営業活動によるキャッシュ・フローは184億2千3百万円のプラス(前期比11.8%減)となりました。当連結会計年度は、前連結会計年度に特別損失として計上した移籍一時金の支払額が45億1千6百万円あったものの、前連結会計年度の未払法人税等の計上額が移籍一時金の計上などもあり少額であったため、法人税等の支払額が減少しました。これに加え、仕入債務の増加を上回り売上債権が増加したことなどにより、営業活動によるキャッシュ・フローは前連結会計年度に比べ24億6千1百万円減少しました。

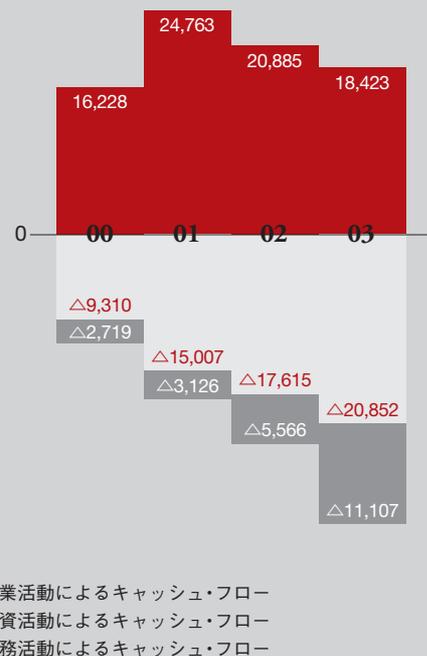
投資活動によるキャッシュ・フローは208億5千2百万円のマイナス(前期比18.4%増)となりました。当連結会計年度は、新規工場設備などの大型投資案件がなかったため固定資産の取得による支出が減少したものの、資金運用の一環として債券などの投資有価証券の取得を行ったことによる支出が増加したこと、また、前連結会計年度には子会社である三笠コカ・コーラボトリング株式会社の株式を一部売却したことによる収入があったことにより、投資活動によるキャッシュ・フロー

は前連結会計年度に比べ32億3千7百万円支出が増加しました。

財務活動によるキャッシュ・フローは111億7百万円のマイナス(前期比99.5%増)となりました。当連結会計年度は、資本政策の一環として自己株式の取得を行ったことに加え、転換社債を償還したことにより、財務活動によるキャッシュ・フローは前連結会計年度に比べ55億4千万円支出が増加しました。

連結キャッシュ・フロー

(単位:百万円)



■ 営業活動によるキャッシュ・フロー
 □ 投資活動によるキャッシュ・フロー
 ■ 財務活動によるキャッシュ・フロー

財務データ一覧

営業利益／売上高営業利益率

(単位:百万円/%)



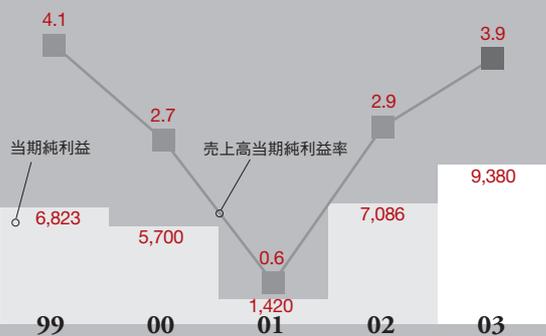
経常利益／売上高経常利益率

(単位:百万円/%)



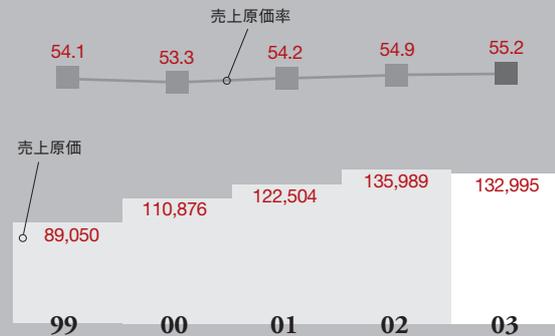
当期純利益／売上高当期純利益率

(単位:百万円/%)



売上原価／売上原価率

(単位:百万円/%)



(単位:百万円)

項目名	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年
営業利益	15,160	17,449	16,634	16,704	19,638
売上高営業利益率 (%)	9.2	8.4	7.4	6.7	8.2
経常利益	15,889	18,516	16,021	17,005	19,895
売上高経常利益率 (%)	9.6	8.9	7.1	6.9	8.3
当期純利益	6,823	5,700	1,420	7,086	9,380
売上高当期純利益率 (%)	4.1	2.7	0.6	2.9	3.9
売上原価	89,050	110,876	122,504	135,989	132,995
売上原価率 (%)	54.1	53.3	54.2	54.9	55.2

総資産／総資産回転率

(単位:百万円/回)



株主資本／株主資本比率

(単位:百万円/%)



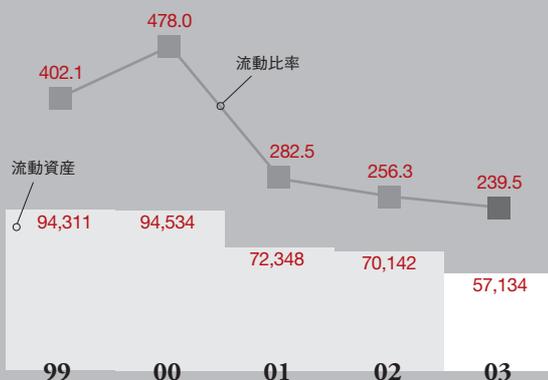
たな卸資産／たな卸資産回転率

(単位:百万円/回)



流動資産／流動比率

(単位:百万円/%)



(単位:百万円)

項目名	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年
総資産	182,316	181,637	202,713	204,070	204,180
総資産回転率(回)	1.2	1.1	1.2	1.2	1.2
株主資本	154,395	157,604	157,129	164,658	165,454
株主資本比率(%)	84.7	86.8	77.5	80.7	81.0
たな卸資産	10,045	9,681	12,776	12,361	12,570
たな卸資産回転率(回)	22.4	21.1	20.1	19.7	19.3
流動資産	94,311	94,534	72,348	70,142	57,134
流動比率(%)	402.1	478.0	282.5	256.3	239.5

総資産回転率=売上高÷期首・期末平均総資産

株主資本比率=株主資本÷総資本

たな卸資産回転率=売上高÷期首・期末平均たな卸資産

流動比率=流動資産÷流動負債

インタレスト・カバレッジ・レシオ

(単位:倍)



設備投資額

(単位:百万円)



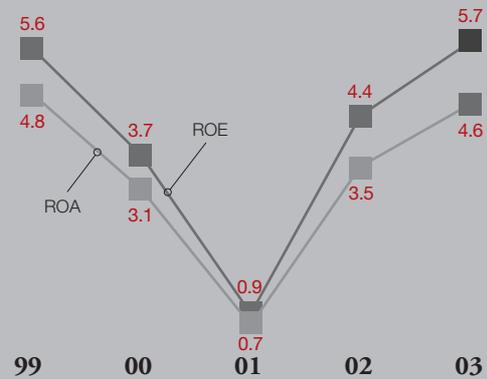
減価償却費

(単位:百万円)



ROA/ROE

(単位:%)



(単位:百万円)

項目名	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年
インタレスト・カバレッジ・レシオ(倍)	445.1	410.4	394.7	357.4	901.9
設備投資額	14,937	14,634	11,355	21,027	13,846
減価償却費	10,496	14,475	13,647	15,395	15,888
ROE (%)	5.6	3.7	0.9	4.4	5.7
ROA (%)	4.8	3.1	0.7	3.5	4.6

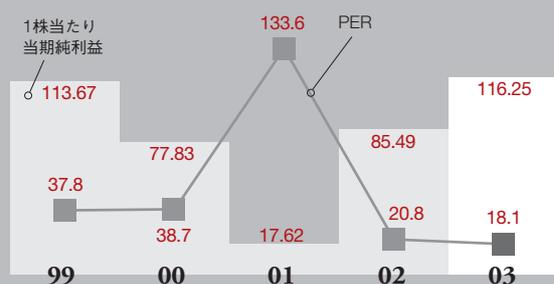
インタレスト・カバレッジ・レシオ=(営業利益+受取利息・配当金)÷支払利息

ROE=当期純利益÷期首・期末平均株主資本

ROA=当期純利益÷期首・期末平均総資本

1株当たり当期純利益/PER

(単位:円/倍)



1株当たり株主資本/PBR

(単位:円/倍)



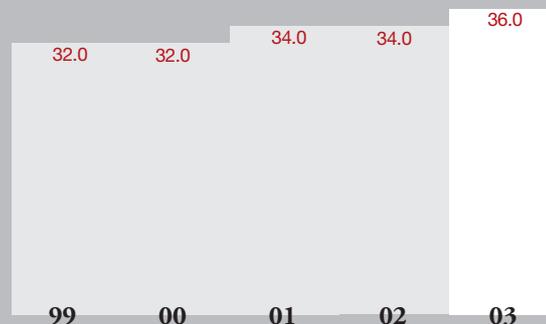
1株当たりキャッシュ・フロー/PCFR

(単位:円/倍)



1株当たり配当金

(単位:円)



(単位:円)

項目名	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年
1株当たり当期純利益	113.67	77.83	17.62	85.49	116.25
PER(倍)	37.8	38.7	133.6	20.8	18.1
1株当たり株主資本	2,107.74	2,151.52	1,950.07	2,009.39	2,089.94
PBR(倍)	2.0	1.4	1.2	0.9	1.0
1株当たりキャッシュ・フロー	288.54	275.44	187.00	272.28	313.70
PCFR(倍)	14.9	10.9	12.6	6.5	6.7
1株当たり配当金	32.0	32.0	34.0	34.0	36.0

1株当たり当期純利益=当期純利益÷期中平均株式数

PER=期末株価÷1株当たり当期純利益

1株当たり株主資本=株主資本÷期末発行済株式数

PBR=期末株価÷1株当たり株主資本

1株当たりキャッシュ・フロー=キャッシュ・フロー÷期中平均株式数

PCFR=期末株価÷1株当たりキャッシュ・フロー

連結貸借対照表

(12月31日現在)

(単位:百万円)

科 目	金 額		
	2001年	2002年	2003年
(資産の部)			
流動資産:			
現金および預金	23,863	19,182	15,295
受取手形および売掛金	12,172	11,664	13,175
有価証券	14,648	16,484	7,141
たな卸資産	12,776	12,361	12,570
繰延税金資産	1,678	1,279	841
その他	7,388	9,287	8,227
貸倒引当金	△178	△117	△118
流動資産合計	72,348	70,142	57,134
固定資産:			
有形固定資産:			
建物および構築物	19,212	20,187	18,852
機械装置および運搬具	12,674	15,774	14,674
販売機器	17,270	17,487	17,740
土地	36,662	34,637	34,722
建設仮勘定	1,339	261	44
その他	1,131	1,019	947
有形固定資産合計	88,290	89,367	86,982
無形固定資産:			
連結調整勘定	1,861	250	118
その他	3,718	3,566	2,599
無形固定資産合計	5,580	3,817	2,718
投資その他の資産:			
投資有価証券	30,002	31,940	40,636
繰延税金資産	4,100	1,735	569
前払年金費用	—	—	13,306
その他	2,512	7,178	3,097
貸倒引当金	△120	△110	△264
投資その他の資産合計	36,494	40,743	57,344
固定資産合計	130,364	133,928	147,045
資産合計	202,713	204,070	204,180

(単位:百万円)

科 目	金 額		
	2001年	2002年	2003年
(負債の部)			
流動負債:			
支払手形および買掛金	8,093	7,787	8,950
1年以内に償還期限の到来する転換社債	—	2,154	—
短期借入金	806	180	—
1年以内に返済する長期借入金	384	334	203
未払法人税等	3,671	902	2,924
未払金	6,558	6,153	5,426
設備支払手形	1,138	1,485	667
その他	4,952	8,369	5,681
流動負債合計	25,605	27,366	23,853
固定負債:			
転換社債	2,154	—	—
長期借入金	21	—	—
繰延税金負債	1,784	1,906	5,880
退職給付引当金	6,783	3,683	3,394
役員退職引当金	490	372	323
その他	1,186	1,092	996
固定負債合計	12,419	7,055	10,595
負債合計	38,025	34,421	34,449
(少数株主持分)			
少数株主持分	7,558	4,990	4,276
(資本の部)			
資本金	—	15,231	15,231
資本剰余金	—	35,399	35,399
利益剰余金	—	115,771	122,372
その他有価証券評価差額金	—	341	411
自己株式	—	△2,086	△7,960
資本合計	—	164,658	165,454
資本金	15,231	—	—
資本準備金	29,687	—	—
連結剰余金	111,586	—	—
その他有価証券評価差額金	628	—	—
自己株式	△4	—	—
資本合計	157,129	—	—
負債、少数株主持分および資本合計	202,713	204,070	204,180

連結損益計算書

(12月31日に終了した1年間)

(単位:百万円)

科 目	金 額		
	2001年	2002年	2003年
売上高	226,111	247,737	240,825
売上原価	122,504	135,989	132,995
売上総利益	103,607	111,747	107,829
販売費および一般管理費	86,973	95,043	88,191
営業利益	16,634	16,704	19,638
営業外収益	1,342	1,280	1,100
受取利息	398	306	254
受取配当金	80	32	35
持分法による投資利益	-	-	59
不動産賃貸料	304	302	294
その他	558	638	456
営業外費用	1,954	979	843
支払利息	43	47	22
持分法による投資損失	1,004	2	-
固定資産除却損	293	471	441
不動産賃貸原価	271	268	188
その他	341	188	191
経常利益	16,021	17,005	19,895
特別利益	10,351	4,419	231
貸倒引当金戻入益	-	38	-
固定資産売却益	605	-	231
投資有価証券売却益	6	211	-
退職給付信託設定益	9,739	-	-
厚生年金基金代行部分返上益	-	4,169	-
特別損失	24,234	9,006	2,141
固定資産売却損	77	1,472	45
水害損失	-	-	43
投資有価証券売却損	50	-	31
子会社株式売却損	-	764	-
地震災害損失	23	-	-
特別退職金	2,811	148	-
固定資産除却損	201	-	17
投資有価証券評価損	667	39	97
ゴルフ会員権等評価損	137	39	189
退職給付会計基準変更時差異償却額	19,930	-	-
退職給付信託設定損	332	-	-
大量退職に伴う退職給付費用	-	171	-
移籍一時金	-	4,516	-
子会社等再編費用	-	1,855	753
商品廃棄損	-	-	269
商品評価損	-	-	112
香料成分問題対策損失	-	-	113
品質問題対策損失	-	-	466
税金等調整前当期純利益	2,138	12,418	17,985
法人税、住民税および事業税	6,021	2,241	3,768
法人税等調整額	△4,601	3,089	5,532
少数株主利益又は少数株主損失(△)	△702	1	△695
当期純利益	1,420	7,086	9,380

連結剰余金計算書

(12月31日に終了した1年間)

(単位:百万円)

科 目	金 額		
	2001年	2002年	2003年
(資本剰余金の部)			
資本剰余金期首残高	-	29,687	35,399
資本剰余金増加高	-	5,860	-
株式交換に伴う資本準備金増加高	-	5,860	-
資本剰余金減少高	-	148	-
子会社株式の売却に伴う資本準備金減少高	-	148	-
資本剰余金期末残高	-	35,399	35,399
(利益剰余金の部)			
利益剰余金期首残高	-	111,586	115,771
利益剰余金増加高	-	7,086	9,380
当期純利益	-	7,086	9,380
利益剰余金減少高	-	2,901	2,779
配当金	-	2,859	2,738
役員賞与	-	37	41
子会社株式の売却に伴う利益準備金減少高	-	4	-
利益剰余金期末残高	-	115,771	122,372
連結剰余金期首残高	112,685	-	-
連結剰余金減少高	2,519	-	-
配当金	2,461	-	-
役員賞与	58	-	-
当期純利益	1,420	-	-
連結剰余金期末残高	111,586	-	-

連結キャッシュ・フロー計算書

(12月31日に終了した1年間)

(単位:百万円)

科 目	金 額		
	2001年	2002年	2003年
営業活動によるキャッシュ・フロー:			
税金等調整前当期純利益	2,138	12,418	17,985
減価償却費	13,647	15,395	15,888
連結調整勘定償却額	199	138	132
役員退職引当金の減少額	△269	△99	△49
退職給付引当金の増加額(△減少額)	5,293	△3,094	△289
前払年金費用の増加額	-	△4,109	△9,196
受取利息および受取配当金	△479	△339	△290
支払利息	43	47	22
特別退職金	2,811	-	-
移籍一時金	-	4,516	-
持分法による投資損益(△利益)	1,004	2	△59
有価証券・投資有価証券の売却損益(△利益)	188	△162	62
子会社株式の売却損益(△利益)	-	764	-
有価証券・投資有価証券の評価損	667	39	97
固定資産売却損益(△利益)	△524	1,461	△181
固定資産除却損	426	363	353
退職給付信託拠出投資有価証券	4,038	-	-
売上債権の減少額(△増加額)	234	453	△1,511
たな卸資産の減少額(△増加額)	33	398	△209
その他の資産の減少額(△増加額)	2,276	△907	△565
仕入債務の増加額(△減少額)	281	△282	1,163
その他の負債の増加額(△減少額)	14	△1,211	939
役員賞与の支払額	△58	△37	△41
その他	143	△210	194
小計	32,111	25,544	24,445
利息および配当金の受取額	542	404	262
利息の支払額	△43	△59	△20
特別退職金の支払額	△2,863	-	-
移籍一時金の支払額	-	-	△4,516
法人税等の支払額	△4,984	△5,005	△1,746
営業活動によるキャッシュ・フロー	24,763	20,885	18,423
投資活動によるキャッシュ・フロー:			
有価証券・投資有価証券の取得による支出	△2,132	△6,246	△12,121
有価証券・投資有価証券の売却による収入	2,509	4,477	3,118
固定資産の取得による支出	△11,254	△21,062	△14,575
固定資産の売却による収入	1,886	1,618	2,896
子会社株式の取得による支出	△6,689	△191	-
子会社株式の売却による収入	-	4,223	-
関係会社に対する貸付けによる支出	△3,555	△436	△192
関係会社からの貸付金の回収による収入	650	-	-
定期預金の払戻による収入	3,562	15	10
その他	16	△12	12
投資活動によるキャッシュ・フロー	△15,007	△17,615	△20,852
財務活動によるキャッシュ・フロー:			
短期借入金の純減少額	△416	△481	△180
長期借入金の返済による支出	△184	△71	△130
転換社債の償還による支出	-	-	△2,154
自己株式の取得による支出	-	△2,081	△5,874
配当金の支払額	△2,461	△2,859	△2,738
その他	△64	△73	△30
財務活動によるキャッシュ・フロー	△3,126	△5,566	△11,107
現金および現金同等物の増加額(△減少額)	6,629	△2,296	△13,536
現金および現金同等物の期首残高	31,072	37,702	35,406
現金および現金同等物の期末残高	37,702	35,406	21,869

グループ会社一覧

(2004年4月1日現在)

コカ・コーラウエストジャパンプロダクツ株式会社

- 主な事業内容 飲料の製造
- 本社所在地 鳥栖市轟木町二本松1670の2
- 資本金 100百万円
- 代表者 合原 昭

ウエストジャパンサービス株式会社

- 主な事業内容 保険代理業、リース業、不動産関連事業
- 本社所在地 福岡市東区箱崎七丁目9番66号
- 資本金 60百万円
- 代表者 小田 信爾

西日本ビバレッジ株式会社

- 主な事業内容 飲料の販売
- 本社所在地 福岡市東区箱崎ふ頭五丁目1番6号
- 資本金 100百万円
- 代表者 末安 剛明

株式会社ニチベイ

- 主な事業内容 食品の加工
- 本社所在地 鳥栖市藤木町字若桜6番9号
- 資本金 80百万円
- 代表者 町田 勝彦

コカ・コーラウエストジャパンベンディング株式会社

- 主な事業内容 自動販売機のオペレーション業務
- 本社所在地 福岡市東区松田二丁目2番32号
- 資本金 80百万円
- 代表者 山崎 裕二

鷹正宗株式会社

- 主な事業内容 酒類の製造・販売
- 本社所在地 久留米市大善寺町黒田297番地
- 資本金 90百万円
- 代表者 三宅 俊樹

西日本カスタマーサービス株式会社

- 主な事業内容 自動販売機関連事業
- 本社所在地 福岡県古賀市谷山871番地
- 資本金 22百万円
- 代表者 後藤 正純

三笠コカ・コーラボトリング株式会社

- 主な事業内容 飲料の製造・販売
- 本社所在地 奈良県天理市嘉幡町643番地
- 資本金 4,159百万円
- 代表者 藤野 忠雄

ロジコムジャパン株式会社

- 主な事業内容 貨物自動車運送業
- 本社所在地 広島市中区東千田町二丁目11番20号
- 資本金 70百万円
- 代表者 河辺 捷義

三笠ロジスティック株式会社

- 主な事業内容 貨物自動車運送業
- 本社所在地 奈良県天理市嘉幡町643番地
- 資本金 50百万円
- 代表者 吉澤 稔

三笠サービス株式会社

- 主な事業内容 自動販売機関連事業
- 本社所在地 奈良県天理市嘉幡町643番地
- 資本金 90百万円
- 代表者 中嶋 脩貢

株式情報

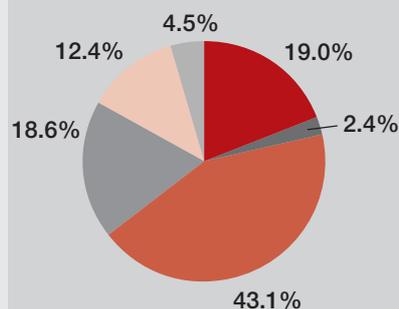
(2003年12月31日現在)

会社が発行する株式の総数： 270,000千株
 発行済株式の総数： 82,898千株
 株主数： 14,802名
 大株主：

株主名	持株数(千株)	議決権比率(%)
株式会社リコー	16,792	21.3
財団法人新技術開発財団	5,294	6.7
コカ・コーラホールディングズ・ウエストジャパン・インク	4,074	5.2
株式会社福岡シティ銀行	3,701	4.7
株式会社ニチレイ	2,970	3.8
メロンバンク トリーティークライアーツ オムニバス	2,458	3.1
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	2,235	2.8
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	2,039	2.6
昭和炭酸株式会社	1,650	2.1
高倉 一恵	1,383	1.8

(注)当社は、自己株式3,745千株を保有しておりますが、上記の表には記載せず、議決権比率の算定にも含めておりません。

所有者別株式数の状況：



	株主数(人)	所有株式数(千株)
■ 金融機関	80	15,748
■ 証券会社	27	1,998
■ その他の法人	338	35,722
■ 外国法人等	190	15,426
■ 個人その他	14,166	10,256
■ 自己株式	1	3,745

	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年
PER(倍)	37.8	38.7	133.6	20.8	18.1
PBR(倍)	2.0	1.4	1.2	0.9	1.0
期末株価(円)	4,300	2,735	2,355	1,775	2,100
配当金(円)	32.0	32.0	34.0	34.0	36.0
配当性向(%)	26.7	42.7	108.9	52.1	28.3

(注)2000年度のPERとPBRの算出にあたっては、期末株価が株式分割による権利落後の株価となっているため、期末株価をそれぞれ1.1倍し、修正して算出しております。

格付情報

	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年
日本格付研究所(JCR)					
長期優先債務格付	AA-	AA-	AA-	AA-	AA-
格付投資情報センター(R&I)					
長期優先債務格付	A+	A+	A+	A+	A+

会社概要

(2004年4月1日現在)

商号： コカ・コーラウエストジャパン株式会社
本社所在地： 福岡市東区箱崎七丁目9番66号
設立： 1960年12月20日
発行済株式の総数： 82,898,654株
資本金： 152億3千1百万円
従業員数： 1,793名
主な事業内容： コカ・コーラ、スプライト、ファンタおよびジョージア等の飲料の製造・販売
上場証券取引所： 株式会社東京証券取引所(市場第一部)
株式会社大阪証券取引所(市場第一部)
証券会員制法人福岡証券取引所



取締役・監査役・執行役員・グループ執行役員

(2004年4月1日現在)

取締役

代表取締役	久保 長	会長
代表取締役	末吉 紀雄	※
取締役	新見 泰正	※
取締役	浜田 広	株式会社リコー 代表取締役会長
取締役	手島 忠	株式会社ニチレイ 相談役
取締役	魚谷 雅彦	日本コカ・コーラ株式会社 代表取締役社長
取締役	大戸 武元	株式会社ニチレイ 代表取締役会長
取締役	井上 雄介	九州カード株式会社 代表取締役会長
取締役	有川 貞広	株式会社リコー MA事業部長兼民間事業センター所長

※印の者は、執行役員を兼務しております。

監査役

常任監査役	浜田 鴻之介	常勤
常任監査役	中川 龍二	常勤
監査役	平川 達男	株式会社リコー 代表取締役副社長
監査役	大内田 勇成	株式会社福岡シティ銀行 代表取締役専務

執行役員

社長兼CEO	末吉 紀雄	
副社長	新見 泰正	社長補佐(コンプライアンス・特殊プロジェクト担当)、 企業倫理担当・環境推進室・品質保証室担当
専務執行役員	森井 孝一	社長補佐(管轄推進委員会担当)兼管轄推進室長・広報室・ コカ・コーラウエストジャパンユニバーシティ・管轄推進室担当
専務執行役員	森田 聖	営業企画統括部長
専務執行役員	原田 忠継	経営管理統括部長
専務執行役員	柴田 暢雄	総務統括部長兼人事部長

常務執行役員	桂 淳治	フードサービス営業統括部長
常務執行役員	佐古 幸男	ベンディング事業統括部長
常務執行役員	野見山 昌三	コンビニ・リテール営業統括部長
常務執行役員	池 龍彦	チェーンストア営業統括部長
執行役員	山崎 正雪	プロジェクト担当部長
執行役員	三宅 益男	代理店営業部長
執行役員	瀬戸 俊憲	パートナー推進部長
執行役員	小川 速雄	オペレーター担当部長
執行役員	津川 勝造	営業企画部長
執行役員	佐藤 繁次郎	ビジネスシステム部長
執行役員	時枝 直剛	業務部長

グループ執行役員

グループ上席執行役員	末安 剛明	西日本ビバレッジ株式会社 代表取締役、社長
グループ上席執行役員	河辺 捷義	ロジコムジャパン株式会社 代表取締役、社長
グループ上席執行役員	合原 昭	コカ・コーラウエストジャパンプロダクツ株式会社 代表取締役、社長
グループ上席執行役員	三宅 俊樹	鷹正宗株式会社 代表取締役社長
グループ上席執行役員	後藤 正純	西日本カスタマーサービス株式会社 代表取締役、社長
グループ上席執行役員	木原 伸司	三笠コカ・コーラボトリング株式会社 取締役、専務執行役員
グループ上席執行役員	山崎 裕二	コカ・コーラウエストジャパンベンディング株式会社 代表取締役、社長
グループ上席執行役員	小田 信爾	ウエストジャパンサービス株式会社 代表取締役社長
グループ上席執行役員	磯部 満夫	コカ・コーラナショナルビバレッジ株式会社 執行役員
グループ上席執行役員	柴田 卓男	コカ・コーラウエストジャパンプロダクツ株式会社 取締役、常務執行役員
グループ執行役員	萩原 幹才	コカ・コーラビバレッジサービス株式会社 標準システム推進部長
グループ執行役員	福田 恒夫	コカ・コーラウエストジャパンプロダクツ株式会社 執行役員
グループ執行役員	浜崎 義明	コカ・コーラウエストジャパンベンディング株式会社 常務執行役員



このコーポレートブックは再生紙を使用しております。

コカ・コーラウエストジャパン株式会社

〒812-8650 福岡市東区箱崎七丁目9番66号

TEL (092) 641-8591

ホームページアドレス <http://www.ccwj.co.jp/>