コカ・コーラウエストジャパン株式会社

Corporate Book 2004

2004年12月期

プロファイル

**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

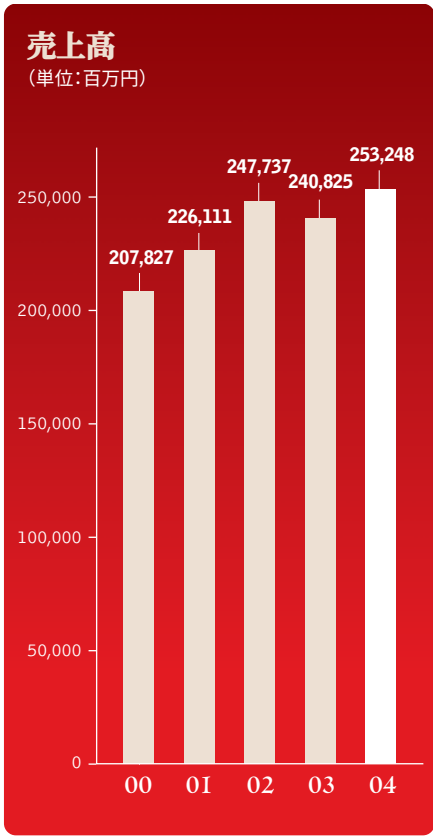
予想および見通しに関して

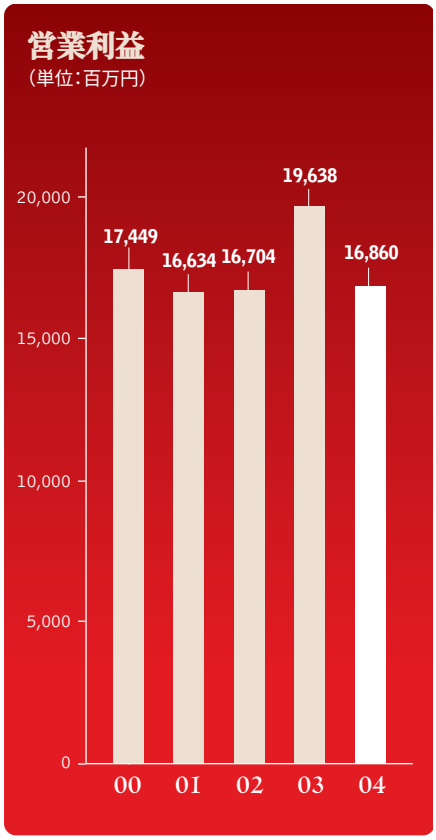
このコーポレートブックには、将来についての計画や戦略、業績に関する予想および見通しの記述が含まれております。これらの記述は過去の事実ではなく、当社が現時点で把握可能な情報から判断した仮定および所信に基づく見込みです。また経済動向、飲料業界における厳しい競争、市場需要、税制や諸制度などに関するリスクや不確実性を際限なく含んでいます。このため実際の業績は当社の見込みとは異なるかもしれないことをご承知おきください。

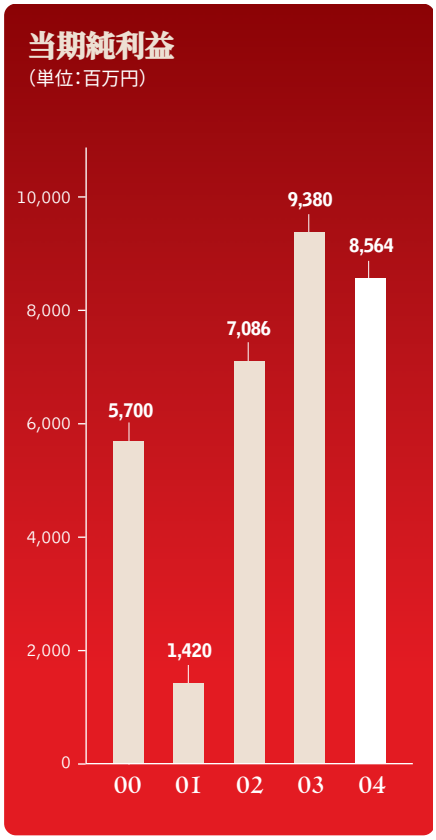
連結財務ハイライト

(単位:百万円)

会計年度:	2003年	2004年
売上高	¥240,825	¥253,248
営業利益	19,638	16,860
経常利益	19,895	17,065
当期純利益	9,380	8,564
総資産	204,180	207,216
株主資本	165,454	167,036
		(単位:円)
1株当たり情報:		
当期純利益	¥ 116.25	¥ 108.80
配当金	36.00	40.00







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拝察申しあげます。2004年12月期の業績をはじめ、当社グループの方針や戦略をご報告させていただきます。

2004年12月期の経営概況と業績

2004年12月期におけるわが国の経済は、企業収益の回復による設備投資の増加、雇用情勢の改善を背景とした景気回復の基調はあったものの、海外経済の減速や原油価格の高騰などにより本格的な景気回復にはいたりませんでした。

清涼飲料業界においては、例年にない数の台風襲来による影響はありましたが、夏季の記録的な猛暑により市場成長はプラスとなりました。しかし、激しい価格競争やパッケージの多様化によるコスト増加傾向は継続しており、依然として厳しい状況にあります。

このような中、当社グループは、2003年にスタートした中期経営計画「皆革」の達成に向け、2年目となる今期を、前期実施した足場固めをもとに「確実に成果を実現する年」と位置付け、「皆革」の効果を創出すべく種々の活動にグループ一丸となって取り組んでまいりました。

この結果、当期連結ベースでの経営成績は、売上高は前期比5.2%増の2,532億4千8百万円、営業利益は前期比14.1%減の168億6千万円、経常利益は前期比14.2%減の170億6千5百万円ならびに、当期純利益は前期比8.7%減の85億6千4百万円となりました。

なお、2003年に行いました退職給付制度変更の影響を除いた営業利益は前期比12.2%増の145億8千9百万円となっております。

「皆革」達成に向けた今期の取り組み

営業面におきましては、「コカ・コーラC2」の世界先行発売、「爽健美茶」「アクエリアス」の新パッケージグラフィックの導入、「ジョージア」の新キャンペーンなど、4大ブランドの強化や特定保健用食品をはじめとする新たな分野への取り組みなど、積極的なマーケティングを行うとともに、ボトラービジネスの基本であるオペレーションの品質向上や商品のフレッシュネスの推進に努めました。また、お客さま・お得意さま視点に立った強い営業に向けた基盤づくりとして、自動販売機活用のためのIT化などに取り組みました。

生産面におきましては、今後のボトル缶商品の販売拡大を踏まえた工場缶ラインのボトル缶ラインへの改造、生産体制の見直しによる稼働率の向上など、徹底してコスト低減に取り組むとともに、高品質で安心してお飲みいただける商品を提供するため、品質に対するさらなる社員の意識向上や品質に関する事故の予防活動を推進するなど、品質マネジメントの強化にも努めました。

さらに、経営管理の面におきましては、グループ目標を確実に達成すべく導入した新たな業績管理制度「V-Comix」などの本格運用を開始いたしました。また、グループ全体での経営効率をはかるため、現在グループ各社で行っている間接業務の集約化に向けた取り組みも進めております。

環境問題への取り組みとしましては、世界的な環境問題の重要課題である温室効果ガス削減を中心に、「私たちができる環境に配慮した活動」に取り組んでまいりました。

地域社会貢献活動につきましては、青少年の健全な育成を目的とする「市村自然塾 九州」への支援をはじめ、福祉活動支援や文化・教育活動支援など、経営理念「Our Total Happiness」に沿った種々の活動を継続いたしました。

一方、日本コカ・コーラ株式会社とすべてのコカ・コーラボトラーの協働により設立した全国サプライチェーンマネジメント統合を担うコカ・コーラナショナルビバレッジ株式会社は、これまで各ボトラーが生産してきたフランチャイズ商品を新たな事業範囲として取り込むための準備を推進してまいりました。今後は、コカ・コーラシステム全体での長期的な競争力の強化に向け、調達から製造、物流までの一元的な供給体制のもと、さらなるコスト低減に取り組んでいくこととなります。

「皆革」達成に向けたさらなる飛躍

今後の見通しにつきましては、米国・中国経済の減速に伴う輸出や設備投資の鈍化による景気の停滞が見込まれます。また、年金問題や税負担の増加といった先行き不安からの個人消費の低迷も続く恐れがあり、清涼飲料市場の大幅な伸びは期待できず、引き続き厳しい状況が続くものと予想されます。

このような中、当社グループは、中期経営計画「皆革」の最終年度となる2005年を「さらなる飛躍の年」と位置付け、グループ一体となって「皆革」達成に向けた活動に継続して取り組んでまいります。

配当金について

2004年12月期の期末配当金につきましては、株主のみなさまのご支援にお応えすべく1株につき20円とし、中間配当金を含めました年間配当金は、前期に比べ4円増配の40円とさせていただきました。

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わりますようお願い申しあげます。

2005年4月

代表取締役
社長兼CEO　末吉紀雄

グループ一体となって「皆革(かいかく)」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。
中期経営計画最終年度となる2005年は、「さらなる飛躍の年」とし、
グループ一体となって「皆革」達成に向けた活動に継続して取り組んでまいります。

中期経営基本方針

(2003年～2005年)

「皆革(かいかく)」

- 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

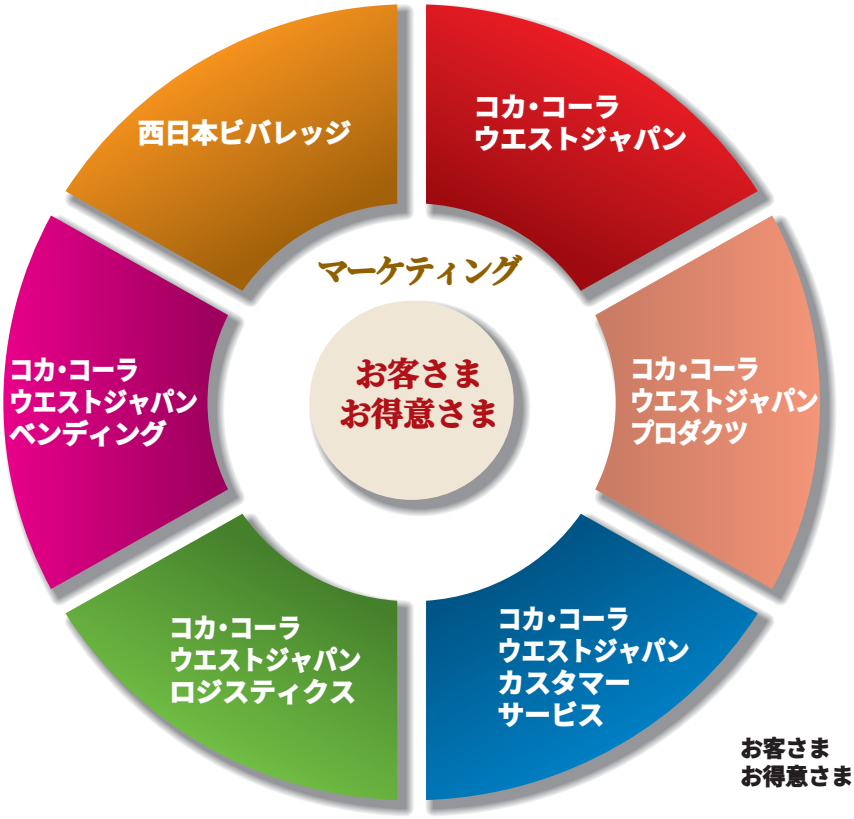
4 社会との共生

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。



お客さま　＝消費者
お得意さま＝顧客

■ 西日本ビバレッジ（ベンディングセールス）

コカ・コーラ製品を中心とした自動販売機の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。

■ コカ・コーラウエストジャパン（商流）

商流（営業）の役割を担うコカ・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。

■ コカ・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カ・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。

■ コカ・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カ・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。

■ コカ・コーラウエストジャパンロジスティクス（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コカ・コーラウエストジャパンロジスティクスは、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。

■ コカ・コーラウエストジャパン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コカ・コーラウエストジャパン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。

当社グループは、中期経営計画「皆革」のもと、さまざまな革新的なビジネスシステムの構築に取り組んでいます。その取り組みの中から、収益の根幹を支える自動販売機とIT技術を結び付けた「自動販売機のIT化」と、お客さまに商品をおいしく飲んでいただくために商品の鮮度管理を強化する「フレッシュネス活動」の2つをご紹介します。

自動販売機のIT化

IT化の目指すところ

日本のコカ・コーラシステムにおける自動販売機は、約100万台という業界No.1の台数規模であり、販売数量、売上高、収益においてまさにビジネスの生命線といえます。この自動販売機とIT技術を結び付けることで、「さらなる収益の拡大」と「世界一のオペレーション」を達成させていかなければならないと考えています。

自動販売機とIT技術の融合

このシステムは、自動販売機にオンライン部品を取り付けて、販売情報や故障情報など、あらゆる情報をリアルタイムに収集して活用するシステムです。このシステムにより、売筋商品や故障への迅速な対応、鮮度低下・売切れの回避、情報に基づく計画的な訪問、最適な品揃えが可能となります。市場に設置されている自動販売機を可視化することで、従来と違った先進的なビジネスへと発展させることができます。

今後の展開

現在、6,600台の自動販売機のオンライン化が完了しました。今後5年間でベンディングチャネルの50%以上の約45,000台をオンライン化することを計画しており、ボトラー各社や日本コカ・コーラ、アトランタ本社からも注目されています。

このほかにも、自動販売機そのものにITを組み込んだIT自動販売機も積極的に展開しております。全国のIT自動販売機設置台数の過半数は、当社グループでの展開台数です。今年も必要なロケーションを見極めながら、効果的な投入をすすめてまいります。

フレッシュネス活動

フレッシュネス活動の根幹

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お届けすること」にあります。この基本を実現するためには、①新鮮な商品をお届けする、②絶対に品切れをおこさない、③お客さまに「笑顔」でお買上げいただくという真の売上を追求する、の3つを徹底する必要があります。当社グループのフレッシュネス活動は、この徹底すべき3つのポイントにグループをあげて取り組み、商品の鮮度管理を強化していく活動であります。

具体的な活動

具体的には、まず製造から販売までの各段階で鮮度目標を設定、賞味期限までの残存期間に応じた出荷停止・市場からの自主回収などの基準も設け、この実現に向けて、お客さま・お得意さまの視点に立った営業活動の展開、精度の高い需要予測を目指した新需給システムの導入、品質向上のためのインフラ整備など抜本的な「皆革」を推進してまいりました。

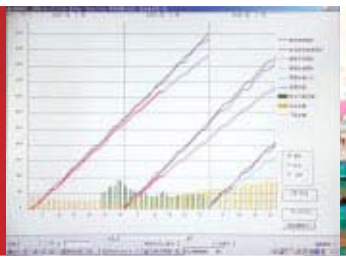
一方、これらの仕組みづくりとともに、市場における定期的な鮮度調査と改善活動も実施しております。当社グループが保有する自動販売機では、商品鮮度チェックに基づく徹底的な在庫コントロールを行っています。一般食料品店や酒店などでは、「新鮮組見廻り」と称し、支店の幹部がお得意さまの自動販売機、クーラー、倉庫の在庫について鮮度調査と改善を実施しています。スーパーマーケットでは、「テンラウンド（店廻り）」と呼ばれる他社商品との鮮度比較調査を行い、鮮度の改善を進めています。

また、社内在庫についても毎月、全拠点において全商品の鮮度調査を行い、鮮度向上につなげています。

活動の効果

このような活動の結果、お客さまに一層新鮮でおいしい商品をお届けできるようになったのはもちろんのこと、社内在庫についても製造後1ヶ月以内の商品が拡大し、在庫数量と在庫日数も大きく低減しており、着実に効果があがってきております。

今後もこうした地域に密着したきめ細やかな活動を通して、さらに鮮度管理強化を徹底し、お客さまに爽やかな憩いのひとときを提供し続けていきたいと考えています。



コカ・コーラナショナルビバレッジの状況

コカ・コーラナショナルビバレッジの目的

全ボトラー社と日本コカ・コーラ株式会社の共同出資により設立されたコカ・コーラナショナルビバレッジ株式会社（CCNBC）は2003年10月より全国SCM構築のために稼働を開始しております。

CCNBCは日本におけるコカ・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、全国最適による効率化の向上と、それを支える業務プロセスの標準化や情報システムの統合によるコスト低減を目指しています。

コスト低減により創出される原資は、営業を中心とした競争力の強化に向けて再投資をいたします。特に自動販売機の設置台数の増加や消費者への価値の向上、そしてチェーンストアでの提案型営業を支援するツールなど、営業展開力と製造能力の強化に重点的に投資し、市場での競争力の向上を目指しております。

また在庫の適正化により、いままで以上に新鮮な製品を市場にお届けすることが可能になるとともに、全国に販売網を持つ大手顧客へのサービスの向上もはかり、急速に変化する市場へ迅速かつ柔軟に対応する能力を強化してまいります。そして、日本のコカ・コーラグループの長期的な収益の成長を実現していきます。

CCNBCのビジョン：コカ・コーラシステムに持続的な競争優位をもたらす

進捗状況

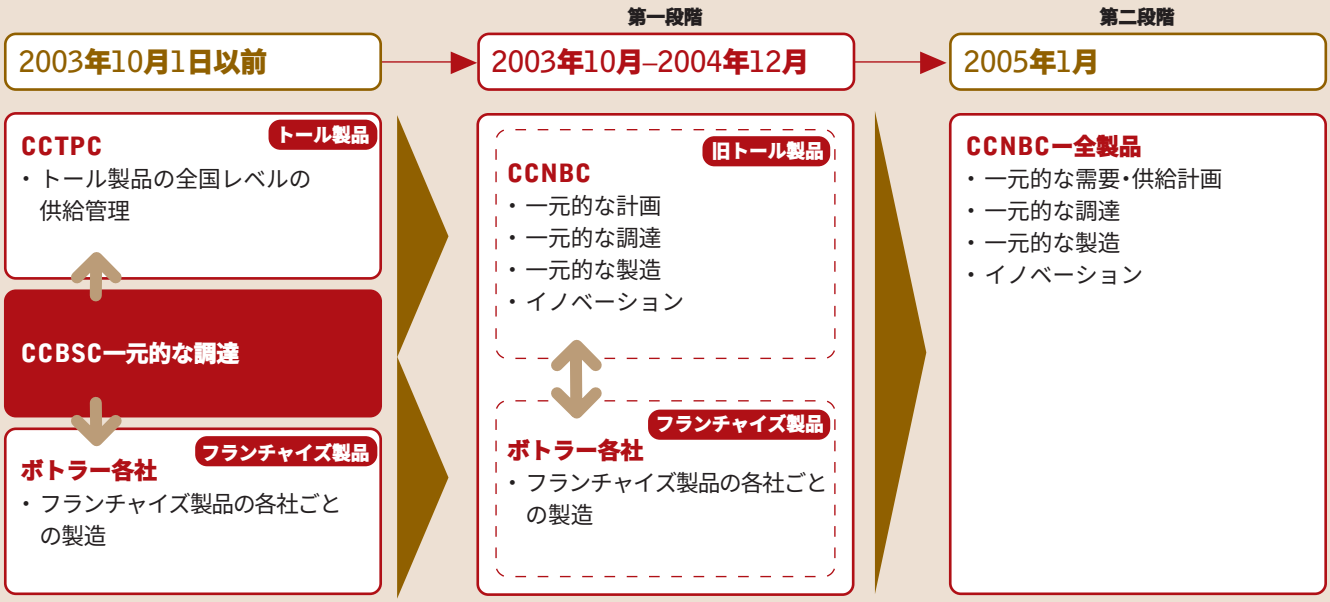
CCNBCは、まず、第一段階として、2003年10月からトール製品(注1)の製造・供給と原材料・資材の調達業務を開始しました。そして第二段階として、ボトラー社が所管していたフランチャイズ製品(注2)の製造業務が、2005年1月にCCNBCに移管されたことにより、従来のトールとフランチャイズという異なった製造の仕組みが統合され、CCNBCがコカ・コーラシステムの全製品を全国規模で統括する新サプライチェーンマネジメント（SCM）が本格始動しました。

この新しいサプライチェーンモデルの下で、ボトラー社は従来にも増して重要な役割を担っております。第1にCCNBCの株主として、引き続き全国統合サプライチェーンにかかわる重要な意思決定に参加しております。第2にCCNBCから、すべての最終製品を購入しております。そして第3にボトラー社は、CCNBCから業務委託を受け、それぞれ所管の工場での製品の製造と品質管理、そして物流サービスを担当することとなりました。

注1）トール製品
お茶、水、新カテゴリー飲料など、従来コカ・コーラティープロダクツ株式会社が製造してボトラー社に納入していた製品。

注2）フランチャイズ製品
ボトラー社が日本コカ・コーラ株式会社から仕入れた原液を使用して製造・販売していた炭酸飲料、コーヒーなどの製品。

SCM統合に向けたCCNBCのロードマップ



コスト削減効果

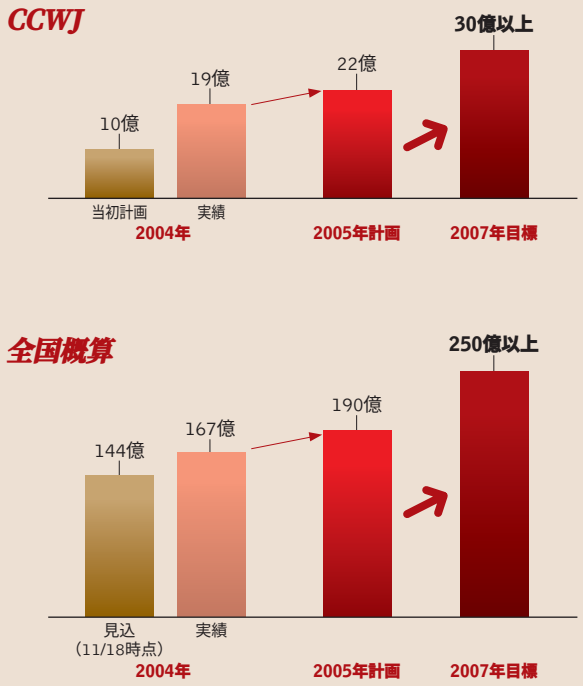
2004年のコスト削減効果は当初計画を上回る成果が出ております。全国的に見ましても2004年11月18日の「全国SCM計画発表会」時点では、2004年度は、144億円のCRP(注)効果を見込んでおりましたが、それを上回る167億円という効果が表われております。当社におきましても、年当初計画10億円を大きく上回る19億円の効果となっております。

2005年につきましては、原油価格の高騰などが、PET原料であるレジンや缶の原材料であるメタルなどの資材調達に影響を与えることも考慮して、全国的には190億円のCRP効果を見込んでおります。当社におきましても、22億円の効果を見込んでおります。

なお、2005年度計画は極めて保守的に最低限達成可能な試算に基づき策定しており、より一層のCRP効果増大を目指し、新情報システムの構築などにも積極的に取り組み、システム全体で「1円でも安くつくる」ことを徹底し、結果として、計画を上回る成果を生み出してまいります。

そして、2007年には全国で年間250億円以上、コカ・コーラウエストジャパンでは30億円以上のコスト削減効果を実現していきます。

CCNBCのCRP効果(2003年対比)



注) CRP(Cost Reduction Program)
コスト削減策。「コスト削減金額」またはその裏返しとして「利益」という意味でも使用される。

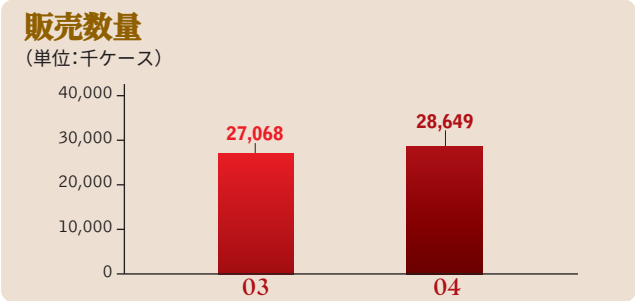
ベンディング

ベンディングチャネルは、自動販売機を通じてお客さまに商品をお届けするビジネスであり、コカ・コーラウエストジャパングループの中核となるチャネルです。

2004年度の概況

ベンディングチャネルは、2004年度の売上高構成比で51%を占め、グループの収益の柱として売上・利益ともに貢献しております。2004年度の販売数量は28,649千ケースと、2003年度と比較して5.8%増加しました。販売数量構成比は2003年度から1.4ポイント増加して、2004年度は32.9%となりました。

また、2004年末における当社の自動販売機設置台数は2003年末から1,033台増加して、136,185台となり、台数シェアは、アウトマーケットで対前年1.1ポイント減の51.5%、インマーケットでは、対前年0.2ポイント増の28.5%となっております。



取り組みの成果

ベンディングチャネルでは、2004年度は、自動販売機の販売数量に応じた機器投入や販売見込算出システムの活用、グループ協働での取り組みにより、優良ロケーションの開拓を進めてまいりました。

また、「自動販売機のIT化」にも取り組み、商品鮮度の向上、売切れ発生率の削減、機器修理レスポンス時間の短縮など、オペレーションの品質は確実に向上し、自動販売機1台当たりの売上拡大に貢献しております。

さらには、全社的なフレッシュネスへの取り組みにより、お客さま満足度調査報告(注)では、品質管理に関する項目で1位を獲得しております。

注)2004年7月J.D.Power Asia Pacific社によるコカ・コーラウエストジャパン販売地域内調査。

今後の方針

ベンディングチャネルに求められるもの、それは「コカ・コーラウエストジャパングループの売上・収益の柱として、拡大と効率の追求によるベンディングビジネスのさらなる成長をはかる」ことです。

このような考え方のもと、ベンディングチャネルの活動基本方針は、「徹底した消費者/アカウントサービスを基軸とした競争力/収益力の向上〜世界一(No.1)のベンディングビジネスの創造〜」であります。

世界No.1とは、まず、営業については、世界一付加価値の高い提案営業を実践できること。オペレーションは、世界一新鮮で魅力ある商品を提供できること。機器サービスでは、世界一品質の高い機器サービス(故障・修理)を提供し、消費者の満足に応えることです。

この基本方針に基づく2005年度の重点戦略は、「既存アカウントの活性化」です。特にセールスの大きな重点アカウントに対する取り組みを再強化し、「選択と集中」の観点で経営資源を集中し、全体セールスを押し上げていきます。

さらには「ターゲットを絞った新規開拓」として、アウトマーケットと比較すると当社のシェアが低いものの、潜在的なセールスの見込めるインマーケットの優良なロケーションの開拓を徹底強化します。インロケーションの開拓について、組織的な開拓を推進していくために、2005年1月から新たに市場開拓専門の体制を整え、効果的・積極的な開拓を行ってまいります。

また、自動販売機IT活用による競争優位性の獲得にも継続して取り組んでまいります。

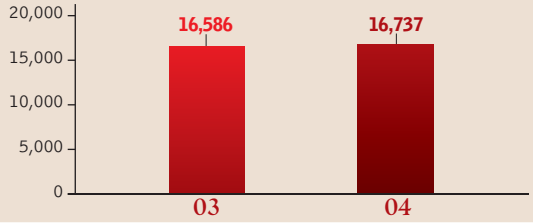
チェーンストア

**チェーンストアチャネルは、
スーパーマーケットにおけるビジネスであり、
消費者のニーズも高く、
特に成長が著しいチャネルであります。**

2004年度の概況

2004年度のチェーンストアチャネルの販売数量は16,737千ケースと、2003年度と比較して0.9%増加しました。販売数量構成比は2003年度の19.3%から0.1ポイント減少して2004年度は19.2%となりました。2004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、収益面では貢献利益構成比は2003年度と変わらず、全体の8.0%に留まっております。今後もなお一層の利益の拡大を目指してまいります。

販売数量
（単位：千ケース）



取り組みの成果

チェーンストアチャネルでは、アカウント別分析に基づいた戦略を進めてまいりました。これは、販売数量と収益性の二軸でお得意さまを区分し、その特性に応じてそれぞれのお得意さま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あります。

また、当社の組織をアカウントの本部から店舗まで一気通貫となる営業体制に変更し、特に主要アカウントとの関係を強化しております。

今後の方針

当社のチェーンストアチャネルに求められるもの、それは「ボリューム・シェアの拡大による収益の拡大」と「全国ボトラーのモデルとなるビジネス構造づくり」です。つまり、全国ボトラーに先駆けて、売上を上げれば利益が上がる仕組みをつくることを通じて、さらにお客さま・お得意さまへのサービス品質を向上させることにあります。お客さまには価値を提供し、お得意さまと当社は売上と利益を上げる、3者がWin-Win-Winの関係になることであります。

このような考え方のもと、チェーンストアチャネルの活動基本方針は、「収益性を伴った健全な売上とシェアの拡大」であります。

この基本方針に基づく2005年度の重点戦略として、レベニューグロウスマネジメント（RGM）の推進を行います。RGMとは、お客さまの満足を高めて、お客さまに商品を買っていただけるきめ細かな買場づくりにお得意さまと一緒に取り組んでいこうというものです。

RGMを推進するために具体化した取り組みが「テンラウンド・10」であります。「テンラウンド・10」とは、お得意さまと当社のボリュームと売上高の源である「買場」を今より10%拡大しようという意味であり、お客さまがワクワクする買場をつくる「買場皆革」、アカウント基軸の営業活動をさらに進化させる「アカウント営業皆革」、販売する商品のパッケージ構成を見直す「商品皆革」の3つの「皆革」に取り組んでまいります。

また、現在、日本コカ・コーラとの協働でスーパーマーケットにおける事業構造を再構築するプロジェクトを立ち上げ、取り組みを開始しております。

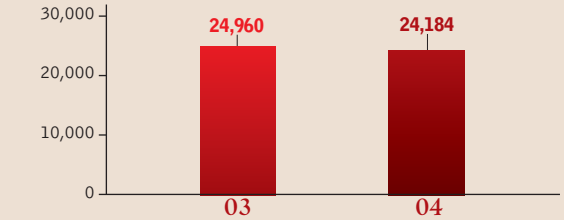
コンビ・リテール

**コンビ・リテールチャネルは、
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。**

2004年度の概況

2004年度のコンビ・リテールチャネルの販売数量は24,184千ケースと、2003年度と比較して3.1%減少しました。販売数量構成比は2003年度の29.0%から1.2ポイント減少して2004年度は27.8%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。

販売数量
（単位：千ケース）



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ていただいて以来の、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。

2004年度は相次ぐ台風の影響はあったものの、選択と集中で取り組んだ業態別、お得意さま別施策の実行により、量販店でのセールス増や店内における販売拠点の獲得ができ、新規オープンも順調に進みました。また、フレッシュネス活動も継続強化し、商品鮮度の向上によるお客さま満足度の向上がはかられています。

コンビニエンスストアについては、個店での商談ができない大きなチェーンではコカ・コーラナショナルセールスと協働し、地区本部との商談を確実に行い、個店で商談が可能なチェーンでは、定期的な訪問を徹底して行い、個店活動を充実させました。

今後の方針

コンビ・リテールチャネルに求められるもの、それは「拡大」と「効率」のバランスをとりながら「高収益チャネルとしての役割を堅持する」ことです。つまり、利益が出る業態に対して資源を集中する「質の良い拡大」。そして、無駄なコストは掛けず、資産を有効活用することによって生産性を高める「効率」。すなわち、「業態別」「セールスランク別」の戦略が大変重要であるということです。

このような考え方のもと、コンビ・リテールチャネルの活動基本方針は、「お客さまの視点に立ったマーチャンダイジング活動を基軸としたシェアの拡大と収益の改善～世界一（No.1）のマーチャンダイジングの創造～」であります。

この基本方針に基づく2005年度の重点戦略は、「セグメント営業の強化」です。昨年に引き続き、業態に応じた「選択と集中」のマーケティングを展開いたします。

さらには「潜在セールスの開拓」として、新業態開発におけるあらゆるポテンシャルの獲得にチャレンジし、自動販売機のIT化やフレッシュネス活動の継続強化などにより、効率的なセールスの開拓を行ってまいります。

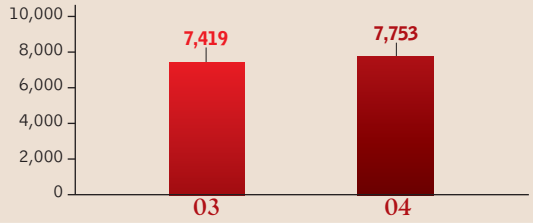
フードサービス

フードサービスチャネルはファーストフード、映画館、スポーツ施設、ファミリーレストラン、テーマパークなどを中心に、今後のコアターゲットである若年層が特に集まるマーケットにおいてシロップ販売を行うビジネスです。

2004年度の概況

2004年度のフードサービスチャネルの販売数量は7,753千ケースと、2003年度と比較して4.5%増加しました。販売数量構成比は2003年度の8.6%から0.3ポイント増加して2004年度は8.9%となりました。また、利益面では収益性を考慮した営業活動と相まって、利益が大幅に改善し、2002年の損失計上から2004年度は営業利益ベースで黒字転換を実現しております。

販売数量
（単位：千ケース）



取り組みの成果

2004年度は、重点戦略として、「顧客視点での営業活動強化によるマーケットの拡大」と「収益改善に向けたコスト削減と効率化の徹底」に取り組みました。

まず、マーケットの拡大に向け、ブランド力の徹底強化という面においては、お得意さまのニーズに合った活動により、炭酸飲料の活性化、コーヒー飲料の拡大を達成しております。また、市場開発の徹底強化という面では、収益性を考慮した活動やホット機の積極活用により、セールスを拡大、競合への攻勢も順調に推移しました。

さらに収益改善に向け、低セールス店における機器の撤去およびセールスアップによる改善と在庫機の徹底活用に注力した活動を実施いたしました。

今後の方針

フードサービスチャネルの使命は、「全員が常にお客さま・お得意さまに誠意と熱意をもって『真のサービス』を提供できる『風土（フード）』をつくり、コンサルティングセールスに徹する。そして、活動を通して『真の売上』を追求していく。」ことです。

このような使命のもと、フードサービスチャネルの活動基本方針を、「新たなファウンテンビジネスの構築」としております。中期経営計画「皆革」がスタートして2年間の活動でその土台づくりを行っており、今年はそれをベースに全ての活動において、「質」と「量」を徹底追求してまいります。

この基本方針に基づく2005年度の重点戦略は、「消費者視点での市場活動の強化」です。具体的には、「新規マーケットの獲得」として、年間600ケース以上のセールスが見込まれる新規取引先の開発、レギュラーコーヒー機やパウダー機の投入によるホットマーケットの開発、競合への徹底攻撃・取引奪取に取り組み、さらには、ナショナルチェーンを中心とした重点プログラムの導入などによる「既存店の潜在セールス発掘」を進めてまいります。

このような活動によって、お客さまのニーズを的確に掴み、ライフスタイルに応じた新たなるマーケットを創造していくことが、フードサービスチャネルの営業活動の原点であると考えております。

当社は4つのブランドを基幹ブランドと位置付け、徹底強化をはかっております。

コカ・コーラ

ジョージア

爽健美茶

アクエリアス

当社の販売量の約1割を占める「コカ・コーラ」は、マーケットシェアは全国で79%、当社エリアにおいても79%と圧倒的なシェアを占めております。2004年度は、「コカ・コーラC2」の世界先行発売や新キャンペーン“Special Magic Coca-Cola”(スペシャルマジック　コカ・コーラ)を展開し、より強力にアピールいたしました。2005年度は、新広告キャンペーン“つながる瞬間に。コカ・コーラ”キャンペーンの実施などにより、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。

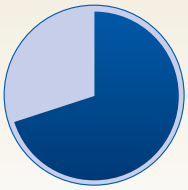
ホームマーケットシェア(2004年)
※手売りマーケット(除く自動販売機)

79%

コーラ飲料

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47%、当社エリアにおいてはそれを大幅に上回る70%と圧倒的なシェアを誇っております。2004年度は、“つぎいってみよー!ジョージア”キャンペーンを展開いたしました。「ジョージア」が発売されて30年目になる2005年度は、“ジョージア30周年プロモーション”を展開し、揺るぎない地位の確立を目指してまいります。

ホームマーケットシェア(2004年)
※手売りマーケット(除く自動販売機)



70%

缶入りコーヒー飲料

“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、当社が全国的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79%、当社エリアにおいてはそれを上回る82%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。2004年度は、パッケージデザインを一新。同時に新キャンペーン“So Beautiful.爽健美茶”を展開しました。また、「緑茶ブレンド」も新発売し、販売数量とシェアの拡大に大きく貢献いたしました。2005年度は、新広告キャンペーン“爽健美人は、あなたの中にいる。”の展開や「緑茶ブレンド」のリニューアルを行い、より確固たる基盤づくりをはかってまいります。

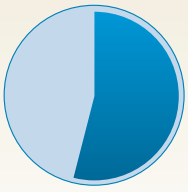
ホームマーケットシェア(2004年)
※手売りマーケット(除く自動販売機)

82%

ブレンド茶

日本で育ち、海外へ広がっていった「アクエリアス」は日本におけるNo.1スポーツ飲料であります。マーケットシェアは全国で48%、当社エリアにおいてはそれを上回る54%と圧倒的なシェアを占めております。2004年度は、“BODY!ゴーゴー”キャンペーンを展開し、スポーツとアクエリアスの結びつきを強烈にアピールいたしました。2005年度は、新パッケージグラフィックの導入や新キャンペーン“スポーツ科学で進化した。アクエリアス”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。

ホームマーケットシェア(2004年)
※手売りマーケット(除く自動販売機)



54%

スポーツ飲料

当社グループは、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、株主のみな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

「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」の4つの活動を柱に、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すすめてまいります。

文化・教育活動

●**市村自然塾 九州の運営**
「生きる力を大地から学ぶ」を基本理念に、農作業や共同生活を通じて子供たちの健全育成・成長を支援。

●**コカ・コーラウエストジャパン ファミリーミュージカル**
夏休みに親子を対象としたミュージカルを開催。応募・抽選により地域のみなさまをご招待。

●**さわやかコンサート**
夏休みに親子を対象として、地元オーケストラと著名なゲスト歌手による楽しいコンサートを開催。

●**さわやかクラシックコンサート**
質の高いクラシック音楽を楽しんでいただこうと、応募・抽選により地域のみなさまをご招待。

●**金鷲旗・玉龍旗高校柔剣道大会**

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**

地域社会貢献活動

Coca-Cola WJ

社会福祉活動

●**盲・聾・養護学校への教材贈呈**
子供たちの自立を願い、公立の盲・聾・養護学校に教材としてパソコンなどを寄贈。

スポーツ活動

●**小学校への一輪車贈呈**
子供たちのバランス感覚を養う教材として公立小学校に一輪車を寄贈。

●**コカ・コーラウエストジャパンカップ少年サッカー大会**
エリア内の各県代表チーム参加によるサッカー大会を「さわやかスポーツ広場」において開催。

●**さわやか杯少年ラグビー大会**

●**さわやかラグビークリニック**
小・中・高校生を対象に、コカ・コーラウエストジャパンラグビー部員がラグビーの基本技術を指導。

地域イベント

●**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)

環境推進活動

基本理念

環境好感度No.1企業へ

環境美化・環境保全・資源リサイクルに努めることは、お客さまや地域社会に対する責務であると認識し、グループ全社員が各職場で環境負荷削減活動に取り組み、豊かな社会の実現に努めています。

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。

リサイクルの推進

北九州さわやかリサイクルセンターの運営

2003年、北九州市若松区響灘臨海工業団地（北九州エコタウン）内に『北九州さわやかリサイクルセンター』を建設。福岡県、佐賀県の支店が回収した空容器（びん、缶、ペットボトル）を分別処理し、リサイクルを推進しています。

さらなる施設の充実を行い、安全・衛生・処理面のレベルアップを目指します。

グリーン製品の調達

エコカーの導入

輸送・営業車両のハイブリッド自動車、天然ガス自動車の積極導入を行い、環境に配慮したエコドライブを推進しています。

グリーン製品購入の推進

グループ購入ガイドラインにより、環境保全、リサイクルに向け、環境への負荷が少ない製品の購入を積極的に進めています。

ISO14001認証取得

環境管理の国際規格『ISO14001』の認証取得をグループ9社のうち7社達成し、今後も認証取得を推進します。あわせてコカ・コーラ独自の環境マネジメントシステム(eKOシステム)を含んで効果的に運用し、地球温暖化対策活動を推進しています。

学校ビオトープ事業

子供たちが自分で考えた設計図をもとに先生や保護者や地域の人たちと一緒になって生き物たちが生育できる場所を手づくりで完成させます。自然環境のすばらしさや大切さを学ぶことを目的とした環境教育教材の提供を行っています。

地球温暖化対策

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、子供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を行っています。

環境推進活動

地域環境教育支援

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により、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を開催しています。

地域環境保全活動

コカ・コーラクリーンデー

グループ社員一人ひとりの環境問題に対する自己啓発や地域のみなさまへの貢献を目的として、地域社会での環境美化活動を毎月8日に、グループ全事業所で実施しています。

コーポレート・ガバナンス

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ており、同委員会は2004年および2005年におきましては、各1月にそれぞれ開催されました。

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10名中7名が社外取締役、監査役5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等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しております。また、2005年1月に、企業の社会的責任の遂行の徹底などを目的としたCSR統括部を設置いたしました。

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。

取締役・監査役・執行役員・グループ執行役員

（2005年4月1日現在）

取締役

代表取締役	桜井正光	会長、株式会社リコー代表取締役社長
代表取締役	末吉紀雄	※
取締役	原田忠継	※
取締役	森井孝一	※
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	松尾新吾	九州電力株式会社 代表取締役社長
取締役	榎本一彦	福岡地所株式会社代表取締役会長、ロイヤル株式会社代表取締役会長
取締役	石原進	九州旅客鉄道株式会社 代表取締役社長
取締役	井上雄二	株式会社リコー常務取締役、株式会社リコーグループ執行役員、リコーリース株式会社代表取締役社長
取締役	赤星敏明	株式会社リコー福岡支店長、リコー九州株式会社代表取締役社長

※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	新見泰正	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	株式会社西日本シティ銀行 代表取締役専務
監査役	松崎隆	弁護士、德永・松崎・斉藤法律事務所パートナー、日本弁護士連合会副会長

執行役員

社長兼CEO	末吉紀雄	
副社長	原田忠継	社長補佐（営業・ビジネスシステム・SCM担当）
副社長	森井孝一	社長補佐（管理部門担当）兼CSR統括部長兼皆革推進室長
専務執行役員	森田聖	経営管理統括部長
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	営業企画統括部長
常務執行役員	磯部満夫	SCM統括部長
常務執行役員	野見山昌三	リテール・ベンディング営業統括部長
常務執行役員	池龍彦	市場開発統括部長
執行役員	山崎正雪	SCM企画部長
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	代理店営業部長
執行役員	津川勝造	チェーンストア営業統括部長
執行役員	佐藤繁次郎	ビジネスシステム統括部長
執行役員	時枝直剛	総務部長
執行役員	田口忠憲	財務部長
執行役員	姫野孝	福岡支社長
執行役員	麻原芳基	広島支社長

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	コカ・コーラウエストジャパンロジスティクス株式会社 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	コカ・コーラウエストジャパン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	柴田暢雄	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	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	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 取締役、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 取締役、常務執行役員

6年間の主要財務データ

(単位:百万円)

	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年
売上高	¥ 164,731	¥ 207,827	¥ 226,111	¥ 247,737	¥ 240,825	**¥ 253,248**
営業利益	15,160	17,449	16,634	16,704	19,638	**16,860**
経常利益	15,889	18,516	16,021	17,005	19,895	**17,065**
売上高経常利益率(%)	9.6	8.9	7.1	6.9	8.3	**6.7**
当期純利益	6,823	5,700	1,420	7,086	9,380	**8,564**
1株当たり当期純利益(円)	113.67	77.83	17.62	85.49	116.25	**108.80**
売上高当期純利益率(%)	4.1	2.7	0.6	2.9	3.9	**3.4**
総資産	182,316	181,637	202,713	204,070	204,180	**207,216**
株主資本	154,395	157,604	157,129	164,658	165,454	**167,036**
株主資本比率(%)	84.7	86.8	77.5	80.7	81.0	**80.6**
1株当たり株主資本(円)	2,107.74	2,151.52	1,950.07	2,009.39	2,089.94	**2,149.99**
ROE(株主資本当期純利益率)(%)	5.6	3.7	0.9	4.4	5.7	**5.2**
キャッシュ・フロー	17,319	20,175	15,067	22,481	25,268	**23,491**
設備投資額	14,937	14,634	11,355	21,027	13,846	**15,611**
減価償却費	10,496	14,475	13,647	15,395	15,888	**14,927**

マーケット情報

日本における清涼飲料市場の動向

2000年度以降、日本の清涼飲料市場は、頭打ちの状況にありましたが、2004年度は、相次ぐ台風の影響はあったものの、夏季の記録的な猛暑により、久しぶりに高成長を果たしております。

また、2004年度のカテゴリー別販売動向は、大幅に伸びたのは日本茶とミネラルウォーターだけで、それ以外のカテゴリーはマイナスまたは総市場の伸びを下回りました。特に、日本茶などの無糖茶市場は猛暑を追い風に急拡大し、初めてコーヒー市場を逆転、最大の市場に踊り出ております。

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。2004年人口統計および住民基本台帳によると、日本の総人口は126,824千人、当社テリトリー人口は15,105千人で、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、2004年度においては189本でした。近年伸び率が鈍化しておりましたが、2004年度は猛暑の影響も加わって大幅に増加しております。

テリトリー内ホームマーケットシェア（手売りマーケット、除く自動販売機）

当社のテリトリー内における手売りマーケットシェアは20%台後半で推移しており、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。

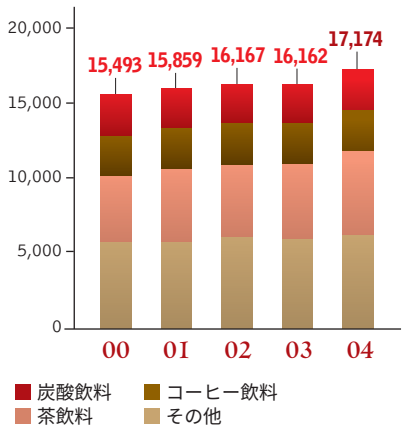
自動販売機設置状況

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、2004年度におけるシェアは51.5%で、設置台数は2003年度から1,033台増加して、136,185台となっています。インマーケットにおける台数シェアは、対前年0.2ポイント増の28.5%であります。アウトマーケットにおいてはシェアに若干の低下が見られますが、これは昨年から引き続き自動販売機の収益性を重視して設置ロケーションの見直しを行っているためです。

ブランド別全国対比

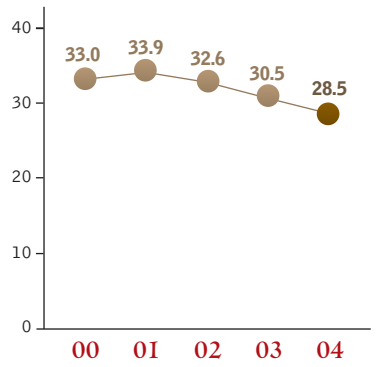
当社のテリトリー内の各ブランドのマーケットシェアは、全国での各ブランドのマーケットシェアを上回っており、特に基幹ブランドととらえている「コカ・コーラ」「ジョージア」「爽健美茶」「アクエリアス」の4つの商品では高いマーケットシェアを獲得しています。特に「ジョージア」においては全国のマーケットシェアを大きく上回り、テリトリー内での圧倒的な強さを顕著にしています。

清涼飲料（全体）の生産量
（単位：1,000kl）



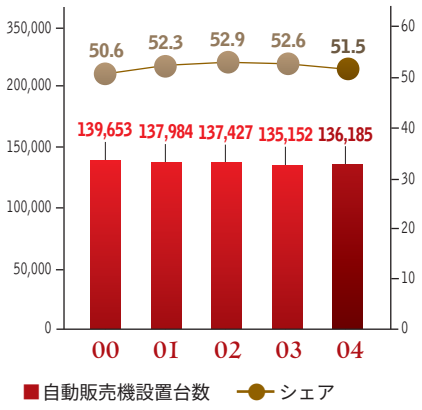
出典：（社）全国清涼飲料工業会『清涼飲料関係統計資料』（2004年度）

テリトリー内ホームマーケットシェア
※手売りマーケット（除く自動販売機）
（単位：%）



出典：2000年～2001年ニールセン・ジャパン（株）『ストアオーディット』
2002年～2004年（株）インテージ『ストアオーディット』

自動販売機設置台数／シェア
（単位：台／%）



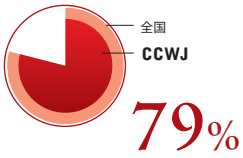
出典：ニールセン・ジャパン（株）『オープンマーケット自販機サーベイ』（2004年度）

カテゴリー別ホームマーケットシェア(2004年)

※手売りマーケット(除く自動販売機)

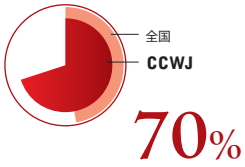
コーラ飲料

No.1コカ・コーラ



缶入りコーヒー飲料

No.1ジョージア



ブレンド茶

No.1爽健美茶

スポーツ飲料

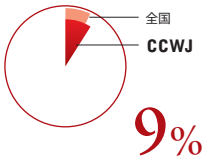
No.1アクエリアス

日本茶

No.4まろ茶

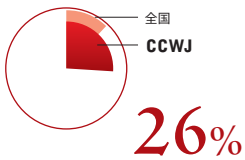
果汁飲料

No.1Qoo



ミネラルウォーター

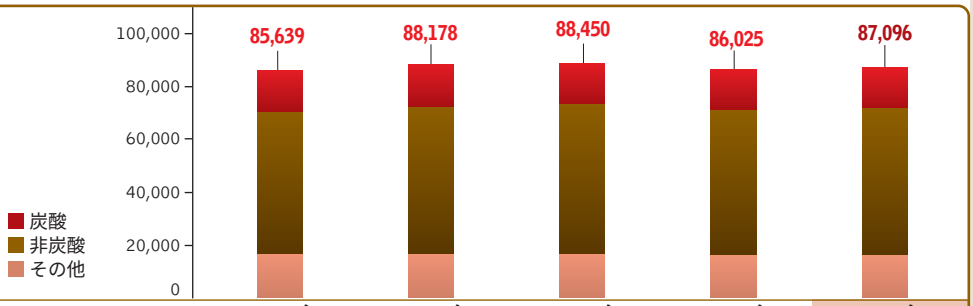
No.1森の水だより



(出典:(株)インテージ『ストアオーディット』)

カテゴリー別販売数量

(単位:千ケース)



		2000年	2001年	2002年	2003年	2004年
炭酸	コカ・コーラ	8,278	9,403	8,967	8,484	8,581
	ファンタ	3,932	4,077	4,251	3,991	4,440
	その他	3,368	2,798	2,346	2,799	2,645
	計	15,578	16,278	15,564	15,274	15,666
非炭酸	ジョージア	26,584	26,998	27,543	27,041	26,483
	アクエリアス	6,325	6,656	7,181	6,275	7,299
	爽健美茶	7,207	6,759	6,925	6,638	7,567
	まろ茶(日本茶計)	2,890	4,065	3,669	4,360	4,546
	紅茶花伝	3,016	2,523	2,064	1,977	2,144
	Qoo / HI-C	2,750	2,490	2,328	2,260	1,951
	森の水だより(ミネラルウォーター計)	1,523	1,777	1,948	2,010	2,057
	その他非炭酸	3,510	4,229	5,001	4,456	3,635
	計	53,805	55,497	56,659	55,017	55,682
その他		16,256	16,403	16,227	15,734	15,748
合計		85,639	88,178	88,450	86,025	87,096

当社の営業販売地域における販売数量の状況

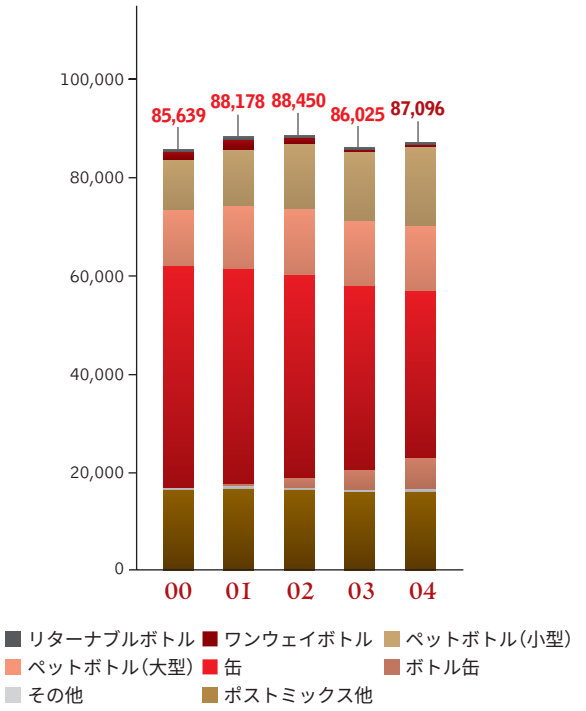
当社製品の販売動向

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」、「爽健美茶」、「アクエリアス」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。2004年度の総販売数量は、前期比1,071千ケース(1.2%)増の87,096千ケースとなりました。このうち炭酸飲料の販売数量は前年度比392千ケース(2.6%)増の15,666千ケース、非炭酸飲料の販売数量は前年度比665千ケース(1.2%)増の55,682千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増加しました。

2004年度の販売数量を製品ブランド別に見ると、炭酸飲料15,666千ケースのうち「コカ・コーラ」の構成比が54.8%、「ファンタ」が28.3%となり、この二つのブランドで全体の83.1%を占めています。一方、非炭酸飲料では、55,682千ケースのうち「ジョージア」が47.6%と半数近くを占め、「爽健美茶」が13.6%、「アクエリアス」が13.1%、「まろ茶」などの日本茶が8.2%と続いています。パッケージの多様化を含めた、2004年度に投入した新製品数は208種類で、その販売数量は前年度比11,642千ケース(50.6%)増の34,664千ケース(リニューアル含む)でした。

パッケージ別販売実績

(単位:千ケース)



注) 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。

パッケージ別販売数量

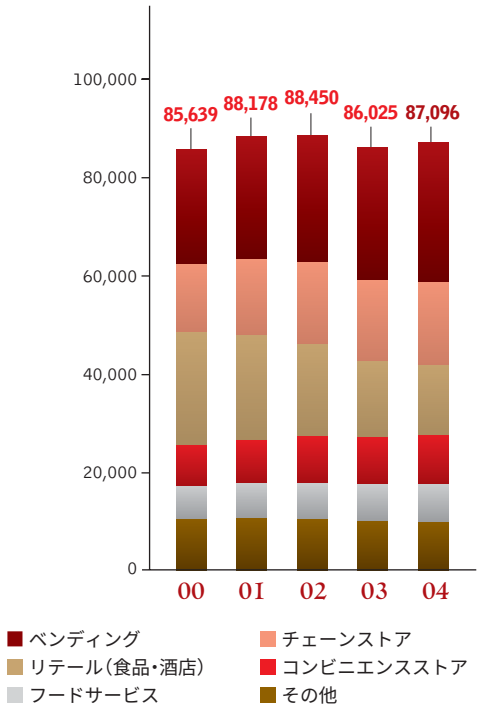
パッケージ別の販売数量を構成比で見ると、缶が前年度比4.6ポイント減の39.0%、ペットボトルが前年度比2.1ポイント増の33.7%と、依然缶からペットボトルへのシフトが続いています。また、ペットボトルの中では350ml以下の小型ペットボトルの伸びが大きく、2003年度の3,515千ケースから2004年度には4,786千ケースへと36.2%の増加となっています。女性をターゲットとした商品を拡充することによって、今後も小型ペットボトルの販売数量を引き続き拡大していく方針です。

さらに、ボトル缶の販売数量も2003年度の4,066千ケースから、2004年度には6,330千ケースへと55.7%増加しており、今後もさらなる伸びが見込まれています。

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応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の見直しや引き揚げを行い、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、2004年度の総販売数量は2003年度より1.2%増加しました。内訳としては、リテールチャネルにおいては若干低下しましたが、ベンディング、チェーンストア、コンビニエンスストア、フードサービスチャネルにおいては前年を上回りました。

チャネル別販売実績
（単位：千ケース）



なお、経常利益は前年度比28億2千9百万円（14.2%）減の170億6千5百万円、当期純利益は前年度比8億1千5百万円（8.7%）減の85億6千4百万円となり、1株当たり当期純利益は、2003年度の116.25円から2004年度は108.80円となりました。なお、年間配当金は1株当たり年間で40円、配当性向は37.7%でした。

〈事業セグメントの業績〉

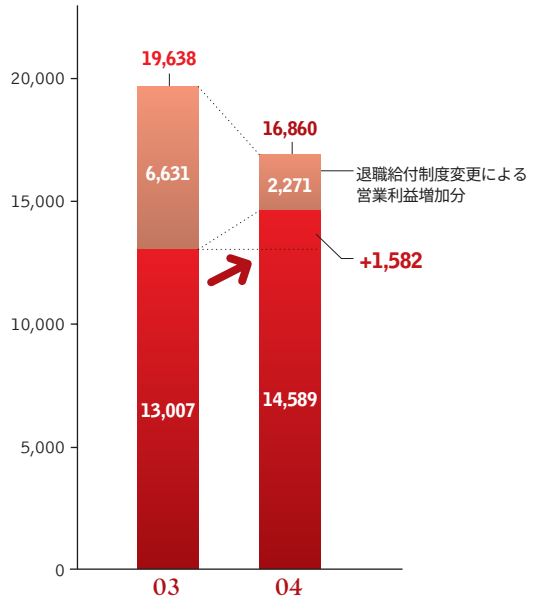
事業の種類別セグメントの業績については、「飲料・食品の製造・販売事業」における当年度のセグメント間消去前売上高は前年度比5.2%増の2,492億2千9百万円、営業利益は前年度比2.2%減の217億2千3百万円となりました。また、物流事業および自動販売機関連事業などの「その他の事業」における2004年度のセグメント間消去前売上高は前年度比5.9%増の192億4千9百万円、営業利益は前年度比95.1%増の7億9百万円となりました。

業績の概況

2004年度の売上高は、台風の影響はあったものの、夏季の記録的な猛暑により、前年度比124億2千2百万円（5.2%）増の2,532億4千8百万円となりました。

また、積極的なマーケティングを行うとともに、オペレーションの品質向上や商品のフレッシュネスの推進に努めました。これにより販売数量が増加し、売上総利益は増加したものの、販売手数料の増加や退職給付制度変更の影響などにより、販売費及び一般管理費が大きく増加しました。この結果、営業利益は前年度比27億7千7百万円（14.1%）減の168億6千万円となりましたが、退職給付制度変更に伴う影響を除いた場合、2003年度の営業利益196億3千8百万円のうち66億3千1百万円が制度変更による営業利益増加分であり、実質的な営業利益は130億7百万円となります。2004年度の営業利益168億6千万円における営業利益増加分は22億7千1百万円、実質的な営業利益は145億8千9百万円となり、2003年度より15億8千2百万円増加しています。

〈参考〉退職給付制度変更の影響を除いた営業利益
（単位：百万円）



財政状態

総資産は前年度末に比べ30億3千6百万円(1.5%)増加して2,072億1千6百万円となりました。流動資産は、前年度末に比べ24億6百万円(4.2%)増加しています。これは主として、一年以内に償還される債券等の投資有価証券が固定資産より振り替えられ、有価証券が増加したことによるものです。固定資産は、前年度末に比べ6億3千万円(0.4%)増加しています。これは主として、投資有価証券等の投資その他の資産の増加が、有形固定資産の減少を上回ったことによるものです。

一方、流動負債は、前年度末に比べ5億9千7百万(2.5%)増加しています。これは主として、支店倉庫の増改築に伴う未払金が増加したことによるものです。固定負債は、前年度末に比べ7億7千1百万円(7.3%)増加しています。これは主として、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負債(注)が増加したことによるものです。

株主資本については、前年度末に比べ15億8千2百万円(1.0%)増加して1,670億3千6百万円となりました。これは主として、資本政策の一環としての自己株式取得による減少があったものの、当期純利益による利益剰余金の増加が上回ったことによるものです。この結果、株主資本比率は前年度末の81.0%から0.4ポイント下がり80.6%となりましたが、1株当たり株主資本は前期末の2,089.94円から2,149.99円に約3%増加しました。

(注)繰延税金負債
法人税等税金の額を会計上の発生ベースに期間対応させるうえで、会計上の理論税金に対し後払(将来支払わなければならないもの)となっているもの。

連結キャッシュ・フローについて

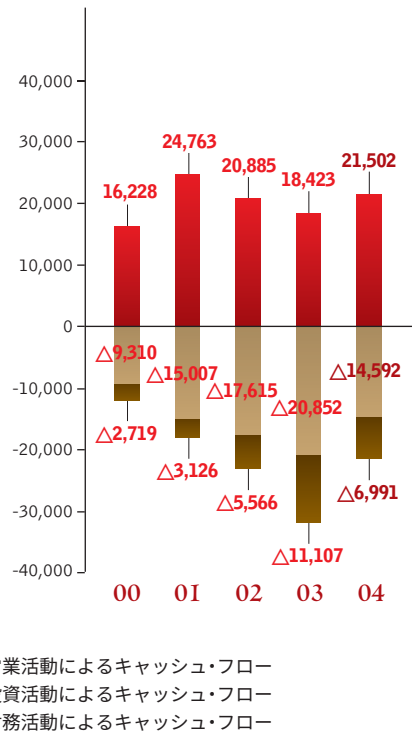
営業活動によるキャッシュ・フローは215億2百万円のプラス(前年度比16.7%増)となりました。2003年度は、移籍一時金の支払い(45億1千6百万円)を行ったことなどにより営業活動によるキャッシュ・フローが低い水準であったため、2004年度の営業活動によるキャッシュ・フローは、2003年度に比べ30億7千9百万円増加しています。

投資活動によるキャッシュ・フローは145億9千2百万円のマイナス(前年度比30.0%減)となりました。2004年度は資金運用の一環として行っている債券等の投資有価証券の取得規模を減少させたことなどにより、投資活動によるキャッシュ・フローは、2003年度に比べ62億5千9百万円支出が減少しました。

財務活動によるキャッシュ・フローは69億9千1百万円のマイナス(前年度比37.1%減)となりました。2004年度は、資本政策の一環として実施している自己株式の取得規模が減少したことなどにより、財務活動によるキャッシュ・フローは、2003年度に比べ41億1千5百万円支出が減少しました。

以上の結果、2004年度における現金及び現金同等物は、2003年度末に比べ8千1百万円減少し、217億8千8百万円(前年度比0.4%減)となりました。

連結キャッシュ・フロー
(単位:百万円)



当コーポレートブックに記載した経営成績などに関連するリスクのうち、投資者の判断に重要な影響をおよぼす可能性のあると考えられる主な事項を記載しております。当社グループは、これらのリスクが発生する可能性を認識したうえで、発生の回避および発生した場合の対処に努めてまいります。

なお、ここに記載した将来や想定に関する事項は、2005年3月25日現在において当社グループが判断したものであります。

(1) 米国ザ コカ・コーラカンパニーおよび日本コカ・コーラ株式会社との契約について

当社および連結子会社である三笠コカ・コーラボトリング株式会社は、米国ザ コカ・コーラカンパニー、日本コカ・コーラ株式会社およびコカ・コーラナショナルビバレッジ株式会社との間の製造許諾契約ならびに米国ザ コカ・コーラカンパニーおよび日本コカ・コーラ株式会社との間のディストリビューション許諾契約に基づき、事業活動を行っております。

(2) コカ・コーラナショナルビバレッジ株式会社との連携について

当社は、全国のコカ・コーラグループにおける調達、製造および物流業務を一元的に統括し、全国で最適なサプライチェーンマネジメントを構築し、コスト削減をはかるために設立されたコカ・コーラナショナルビバレッジ株式会社に資本参加し、他のコカ・コーラボトラーとその協働事業に取り組んでおりますが、今後の同社のコスト削減計画などの進捗如何によっては、当社グループの業績に影響をおよぼす可能性が生じます。

(3) 品質管理について

当社グループの商品は飲料水であります。当社グループにおきましては、お客さま(消費者)に高品質で安心してお飲みいただける商品を提供するため、品質に対するさらなる社員の意識向上や品質に関する事故の予防活動を推進しておりますが、万一、品質に関する事故が発生した場合には、その発生が当社グループに起因するものであるか否かを問わず、ブランドイメージを著しく損ねる恐れがあります。そのような事態が発生した場合には、当社グループの業績に影響をおよぼす可能性が生じます。

(4) 清涼飲料業界について

①市場競争力

当社グループの商品である飲料水の売上げは、お客さま(消費者)の嗜好の変化に左右されやすい特性を有しており、そのような飲料市場において、当社グループは、今後も魅力的な商品やサービスを継続して提供していくことに努めてまいりますが、市場の変化を充分に予測できない場合には、当社グループの業績に影響をおよぼす可能性が生じます。

②天候要因による影響

当社グループの商品である飲料水の売上げは、その特性上、天候の影響を受けやすい傾向にあります。例えば、冷夏および暖冬などは、お客さま(消費者)の需要に大きな影響を与えます。当社グループは、そのような天候要因による売上げへの影響を軽減することに努めてまいりますが、天候要因による影響を排除できる保証はありません。

(5)経済状況による影響について

①個人消費の動向

当社グループの商品である飲料水の売上げは、個人消費の動向と密接な関係があります。現在のわが国経済の状況から、今後の個人消費が急激に回復するとは想定しておりませんが、急速に個人消費が減少した場合には、当社グループの業績に影響をおよぼす可能性が生じます。

②保有資産の価値変動

当社グループが保有する土地や有価証券などの価値が変動することにより、当社グループの業績および財政状態に影響をおよぼす可能性が生じます。例えば、有価証券につきましては、時価を有するものはすべて時価にて評価しているため、株式市場などにおける時価の変動の影響を受けます。

(6)公的規制について

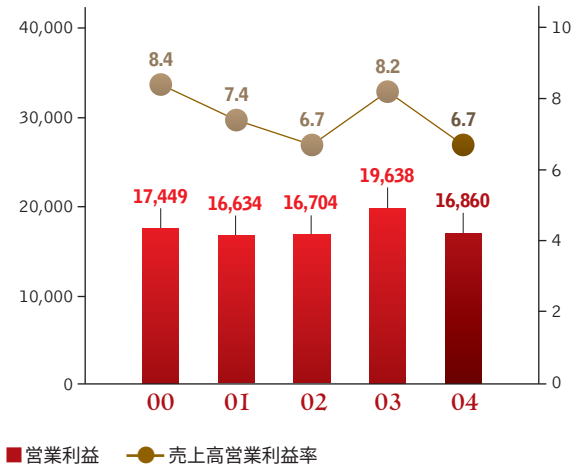
当社グループが営む飲料・食品の製造・販売事業におきましては、「食品衛生法」「不当景品類及び不当表示防止法」などのさまざまな規制が存在します。当社グループは、これらすべての規制を遵守し、安全かつ安心な商品の提供に努めてまいります。したがって、これらの規制が強化された場合などには、規則遵守にかかわる費用などが新たに発生することにより、当社グループの業績に影響をおよぼす可能性が生じます。

(7)災害による影響について

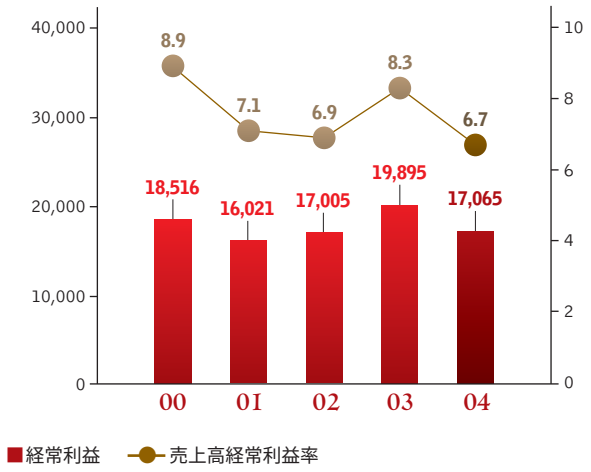
当社グループにおいては、停電の発生など想定が必要であると考えられる事態につきましては、事業活動への影響を最小化する体制を敷いておりますが、台風、地震などの天災につきましては、想定の範囲を超える事態が発生することも考えられます。したがって、このような事態が発生した場合には、当社グループの業績および財政状態に影響をおよぼす可能性が生じます。

財務データ一覧

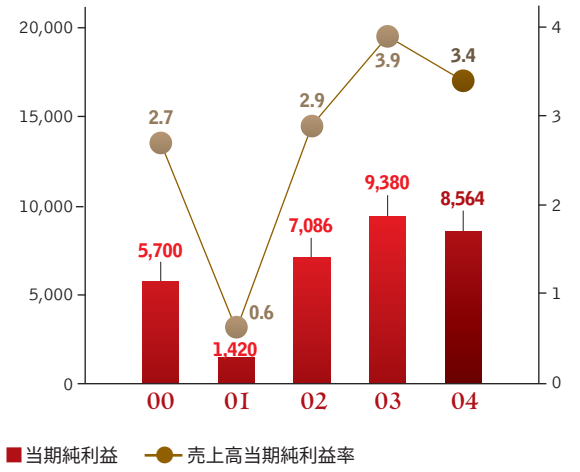
営業利益／売上高営業利益率
（単位：百万円／%）



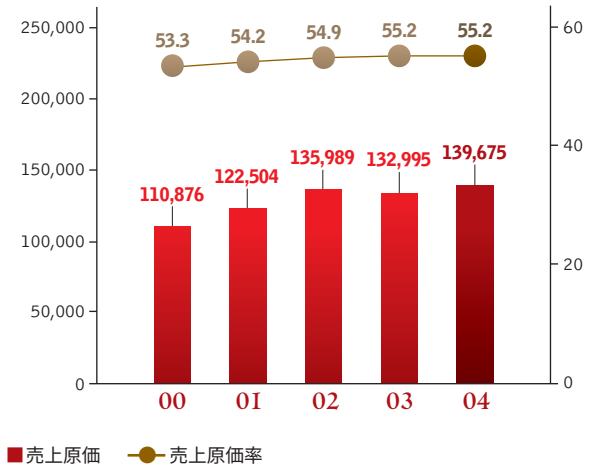
経常利益／売上高経常利益率
（単位：百万円／%）



当期純利益／売上高当期純利益率
（単位：百万円／%）



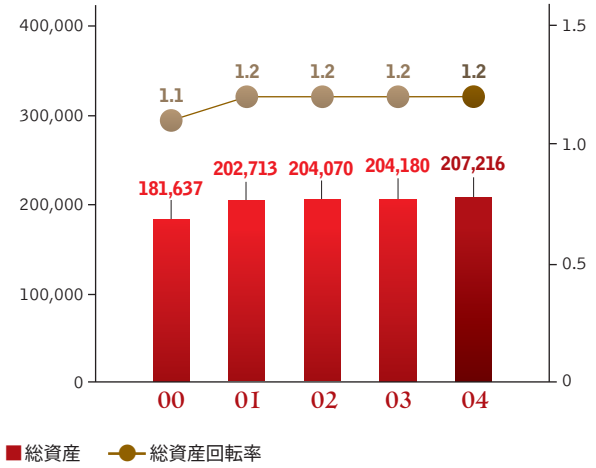
売上原価／売上原価率
（単位：百万円／%）



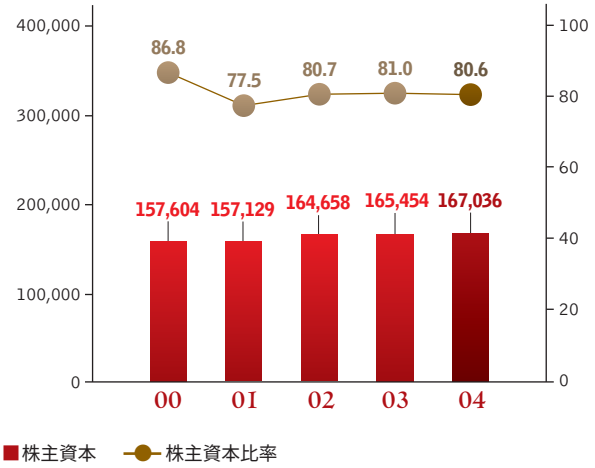
（単位：百万円）

項目名	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年
営業利益	17,449	16,634	16,704	19,638	16,860
売上高営業利益率（%）	8.4	7.4	6.7	8.2	6.7
経常利益	18,516	16,021	17,005	19,895	17,065
売上高経常利益率（%）	8.9	7.1	6.9	8.3	6.7
当期純利益	5,700	1,420	7,086	9,380	8,564
売上高当期純利益率（%）	2.7	0.6	2.9	3.9	3.4
売上原価	110,876	122,504	135,989	132,995	139,675
売上原価率（%）	53.3	54.2	54.9	55.2	55.2

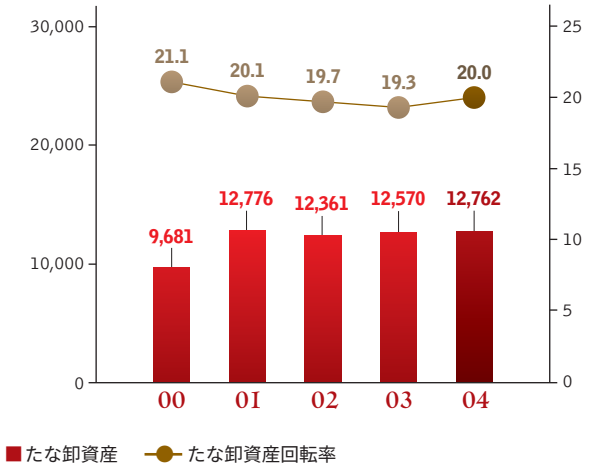
総資産／総資産回転率
（単位：百万円／回）



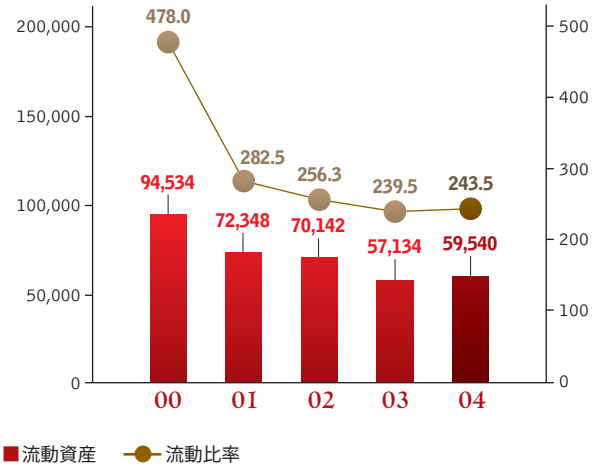
株主資本／株主資本比率
（単位：百万円／%）



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／%）

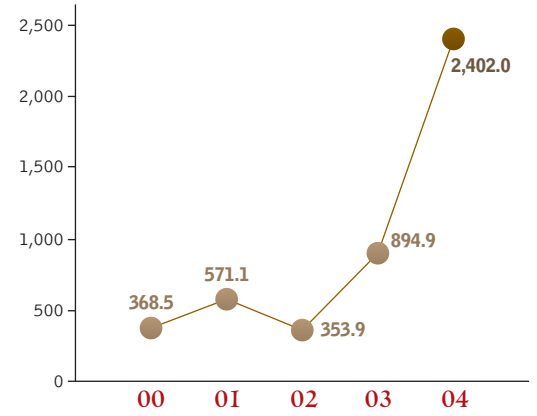


（単位：百万円）

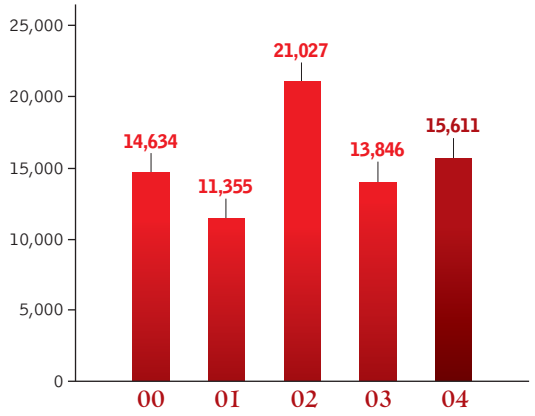
項目名	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年
総資産	181,637	202,713	204,070	204,180	207,216
総資産回転率（回）	1.1	1.2	1.2	1.2	1.2
株主資本	157,604	157,129	164,658	165,454	167,036
株主資本比率（%）	86.8	77.5	80.7	81.0	80.6
たな卸資産	9,681	12,776	12,361	12,570	12,762
たな卸資産回転率（回）	21.1	20.1	19.7	19.3	20.0
流動資産	94,534	72,348	70,142	57,134	59,540
流動比率（%）	478.0	282.5	256.3	239.5	243.5

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

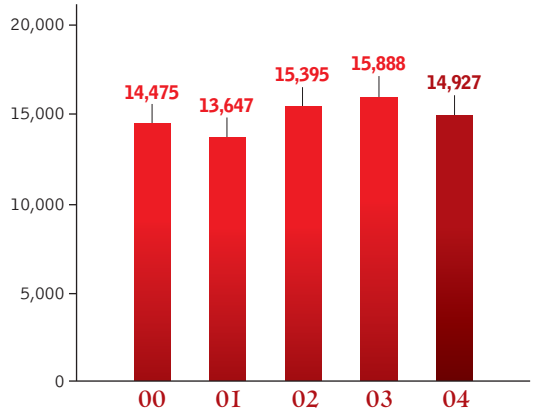
インタレスト・カバレッジ・レシオ
（単位：倍）



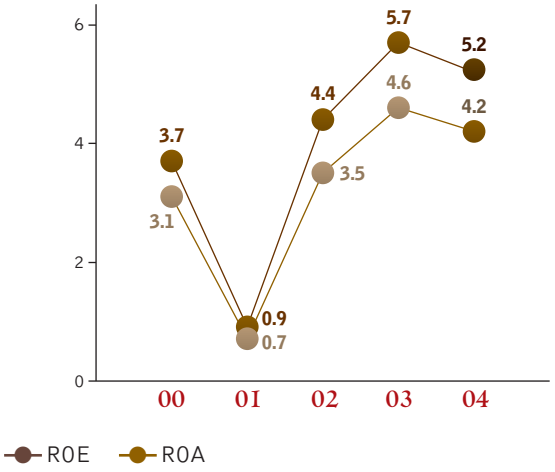
設備投資額
（単位：百万円）



減価償却費
（単位：百万円）



ROE／ROA
（単位：%）

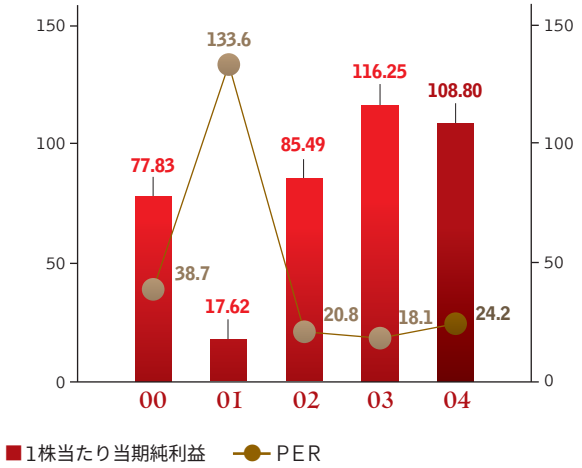


（単位：百万円）

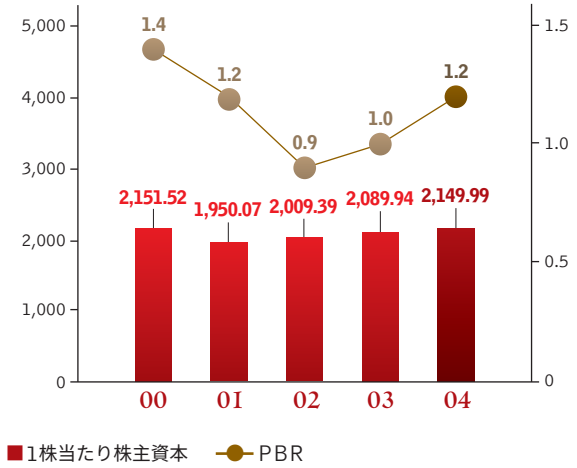
項目名	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年
インタレスト・カバレッジ・レシオ（倍）	368.5	571.1	353.9	894.9	2,402.0
設備投資額	14,634	11,355	21,027	13,846	15,611
減価償却費	14,475	13,647	15,395	15,888	14,927
ROE（%）	3.7	0.9	4.4	5.7	5.2
ROA（%）	3.1	0.7	3.5	4.6	4.2

インタレスト・カバレッジ・レシオ＝営業キャッシュ・フロー÷利払い(注)
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
注）利払いについては、連結キャッシュ・フロー計算書の利息の支払い額を使用しております。

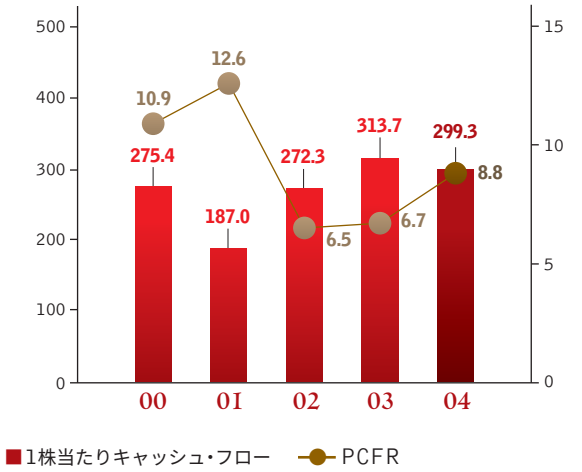
1株当たり当期純利益／PER
（単位：円／倍）



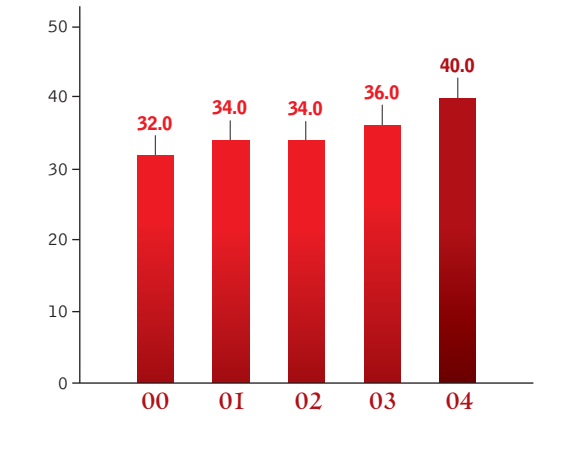
1株当たり株主資本／PBR
（単位：円／倍）



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	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年
1株当たり当期純利益	77.83	17.62	85.49	116.25	**108.80**
PER（倍）	38.7	133.6	20.8	18.1	**24.2**
1株当たり株主資本	2,151.52	1,950.07	2,009.39	2,089.94	**2,149.99**
PBR（倍）	1.4	1.2	0.9	1.0	**1.2**
1株当たりキャッシュ・フロー	275.4	187.0	272.3	313.7	**299.3**
PCFR（倍）	10.9	12.6	6.5	6.7	**8.8**
1株当たり配当金	32.0	34.0	34.0	36.0	**40.0**

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	2002年	2003年	2004年
（資産の部）			
流動資産：			
現金及び預金	¥ 19,182	¥ 15,295	¥ 15,524
受取手形及び売掛金	11,664	13,175	13,669
有価証券	16,484	7,141	8,923
たな卸資産	12,361	12,570	12,762
繰延税金資産	1,279	841	812
その他	9,287	8,227	7,930
貸倒引当金	△117	△118	△81
流動資産合計	**70,142**	**57,134**	**59,540**
固定資産：			
有形固定資産：			
建物及び構築物	20,187	18,852	18,559
機械装置及び運搬具	15,774	14,674	14,252
販売機器	17,487	17,740	17,196
土地	34,637	34,722	34,389
建設仮勘定	261	44	93
その他	1,019	947	1,344
有形固定資産合計	**89,367**	**86,982**	**85,837**
無形固定資産：			
連結調整勘定	250	118	34
その他	3,566	2,599	2,808
無形固定資産合計	**3,817**	**2,718**	**2,843**
投資その他の資産：			
投資有価証券	31,940	40,636	47,369
繰延税金資産	1,735	569	890
前払年金費用	–	13,306	7,749
その他	7,178	3,097	3,265
貸倒引当金	△110	△264	△279
投資その他の資産合計	**40,743**	**57,344**	**58,995**
固定資産合計	**133,928**	**147,045**	**147,676**
資産合計	**¥204,070**	**¥204,180**	**¥207,216**

(単位:百万円)

科　目	2002年	2003年	2004年
(負債の部)			
流動負債:			
支払手形及び買掛金	¥ 7,787	¥ 8,950	¥ 7,891
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	180	–	–
1年以内に返済する長期借入金	334	203	203
未払法人税等	902	2,924	3,743
未払金	6,153	5,426	7,125
設備支払手形	1,485	667	96
その他	8,369	5,681	5,390
流動負債合計	**27,366**	**23,853**	**24,451**
固定負債:			
繰延税金負債	1,906	5,880	6,911
退職給付引当金	3,683	3,394	3,146
役員退職引当金	372	323	345
その他	1,092	996	963
固定負債合計	**7,055**	**10,595**	**11,366**
負債合計	**34,421**	**34,449**	**35,817**
(少数株主持分)			
少数株主持分	**4,990**	**4,276**	**4,362**
(資本の部)			
資本金	**15,231**	**15,231**	**15,231**
資本剰余金	**35,399**	**35,399**	**35,400**
利益剰余金	**115,771**	**122,372**	**127,849**
その他有価証券評価差額金	**341**	**411**	**449**
自己株式	**△2,086**	**△7,960**	**△11,895**
資本合計	**164,658**	**165,454**	**167,036**
負債、少数株主持分及び資本合計	**¥204,070**	**¥204,180**	**¥207,216**

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	2002年	2003年	2004年
売上高	¥247,737	¥240,825	¥253,248
売上原価	135,989	132,995	139,675
売上総利益	111,747	107,829	113,572
販売費及び一般管理費	95,043	88,191	96,712
営業利益	16,704	19,638	16,860
営業外収益	1,280	1,100	1,090
受取利息	306	254	273
受取配当金	32	35	37
持分法による投資利益	–	59	44
不動産賃貸料	302	294	294
その他	638	456	440
営業外費用	979	843	884
支払利息	47	22	8
持分法による投資損失	2	–	–
固定資産除却損	471	441	463
不動産賃貸原価	268	188	135
その他	188	191	276
経常利益	17,005	19,895	17,065
特別利益	4,419	231	158
貸倒引当金戻入益	38	–	–
固定資産売却益	–	231	71
国庫補助金収入	–	–	86
投資有価証券売却益	211	–	–
厚生年金基金代行部分返上益	4,169	–	–
特別損失	9,006	2,141	2,564
固定資産売却損	1,472	45	161
減損損失	–	–	505
水害損失	–	43	–
台風損害損失	–	–	168
投資有価証券売却損	–	31	–
子会社株式売却損	764	–	–
特別退職金	148	–	–
固定資産除却損	–	17	88
投資有価証券評価損	39	97	40
ゴルフ会員権等評価損	39	189	55
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	–
子会社販売体制整備費用	–	–	383
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	–
新紙幣対応費用	–	–	583
退職給付信託一部返還に伴う数理差異一括償却額	–	–	576
税金等調整前当期純利益	12,418	17,985	14,659
法人税、住民税及び事業税	2,241	3,768	5,310
法人税等調整額	3,089	5,532	707
少数株主利益又は少数株主損失（△）	1	△695	76
当期純利益	¥ 7,086	¥ 9,380	¥ 8,564

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	2002年	2003年	2004年
（資本剰余金の部）			
資本剰余金期首残高	¥ 29,687	¥ 35,399	¥ 35,399
資本剰余金増加高	5,860	–	0
自己株式処分差益	–	–	0
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	35,400
（利益剰余金の部）			
利益剰余金期首残高	111,586	115,771	122,372
利益剰余金増加高	7,086	9,380	8,564
当期純利益	7,086	9,380	8,564
利益剰余金減少高	2,901	2,779	3,087
配当金	2,859	2,738	3,057
役員賞与	37	41	30
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	¥127,849

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	2002年	2003年	2004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	¥ 12,418	¥ 17,985	¥ 14,659
減価償却費	15,395	15,888	14,927
減損損失	–	–	505
連結調整勘定償却額	138	132	83
役員退職引当金の増加額（△減少額）	△99	△49	21
退職給付引当金の減少額	△3,094	△289	△247
前払年金費用の減少額（△増加額）	△4,109	△9,196	5,556
退職給付信託一部返還に伴う投資有価証券の増加額	–	–	△8,722
受取利息及び受取配当金	△339	△290	△310
支払利息	47	22	8
移籍一時金	4,516	–	–
持分法による投資損益（△利益）	2	△59	△44
有価証券・投資有価証券の売却損益（△利益）	△162	62	38
子会社の株式売却損益（△利益）	764	–	–
有価証券・投資有価証券の評価損	39	97	40
固定資産売却損益（△利益）	1,461	△181	112
固定資産除却損	363	353	460
売上債権の増加額	453	△1,511	△493
たな卸資産の増加額	398	△209	△191
その他の資産の減少額（△増加額）	△907	△565	68
仕入債務の増加額（△減少額）	△282	1,163	△1,058
その他の負債の増加額（△減少額）	△1,211	939	241
役員賞与の支払額	△37	△41	△30
その他	△210	194	72
小計	25,544	24,445	25,697
利息及び配当金の受取額	404	262	304
利息の支払額	△59	△20	△8
移籍一時金の支払額	–	△4,516	–
法人税等の支払額	△5,005	△1,746	△4,491
営業活動によるキャッシュ・フロー	**20,885**	**18,423**	**21,502**
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	△6,246	△12,121	△5,718
有価証券・投資有価証券の売却による収入	4,477	3,118	5,682
固定資産の取得による支出	△21,062	△14,575	△15,049
固定資産の売却による収入	1,618	2,896	511
子会社株式の取得による支出	△191	–	–
子会社の売却による収入	4,223	–	–
関係会社に対する貸付けによる支出	△436	△192	–
関係会社からの貸付金の回収による収入	–	–	62
定期預金の預入による支出	–	–	△100
定期預金の払戻による収入	15	10	15
その他	△12	12	3
投資活動によるキャッシュ・フロー	**△17,615**	**△20,852**	**△14,592**
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	△481	△180	–
長期借入金の返済による支出	△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	△3,937
自己株式売却による収入	–	–	3
配当金の支払額	△2,859	△2,738	△3,057
その他	△73	△30	–
財務活動によるキャッシュ・フロー	**△5,566**	**△11,107**	**△6,991**
現金及び現金同等物の減少額	**△2,296**	**△13,536**	**△81**
現金及び現金同等物の期首残高	**37,702**	**35,406**	**21,869**
現金及び現金同等物の期末残高	**¥ 35,406**	**¥ 21,869**	**¥ 21,788**

株式情報

（2004年12月31日現在）

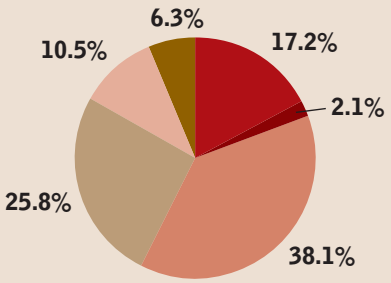
会社が発行する株式の総数：	270,000千株
発行済株式の総数：	82,898千株
株主数：	13,077名

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	21.7
財団法人新技術開発財団	5,294	6.8
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	5.3
株式会社西日本シティ銀行	3,703	4.8
メロン バンク トリーティー クライアンツ オムニバス	3,048	3.9
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口）	2,922	3.8
ザ チェース マンハッタン バンク エヌエイ ロンドン	2,312	3.0
ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー	1,842	2.4
昭和炭酸株式会社	1,650	2.1
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	1,591	2.1

（注）当社は、自己株式5,225千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：



〈株式数の構成比〉

	株主数（人）	所有株式数（千株）
金融機関	66	14,238
証券会社	30	1,742
その他の法人	319	31,578
外国法人等	198	21,429
個人その他	12,463	8,684
自己株式	1	5,225

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年
PER（倍）	38.7	133.6	20.8	18.1	**24.2**
PBR（倍）	1.4	1.2	0.9	1.0	**1.2**
期末株価（円）	2,735	2,355	1,775	2,100	**2,630**
配当金（円）	32.0	34.0	34.0	36.0	**40.0**
配当性向（%）	42.7	108.9	52.1	28.3	**37.7**

（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

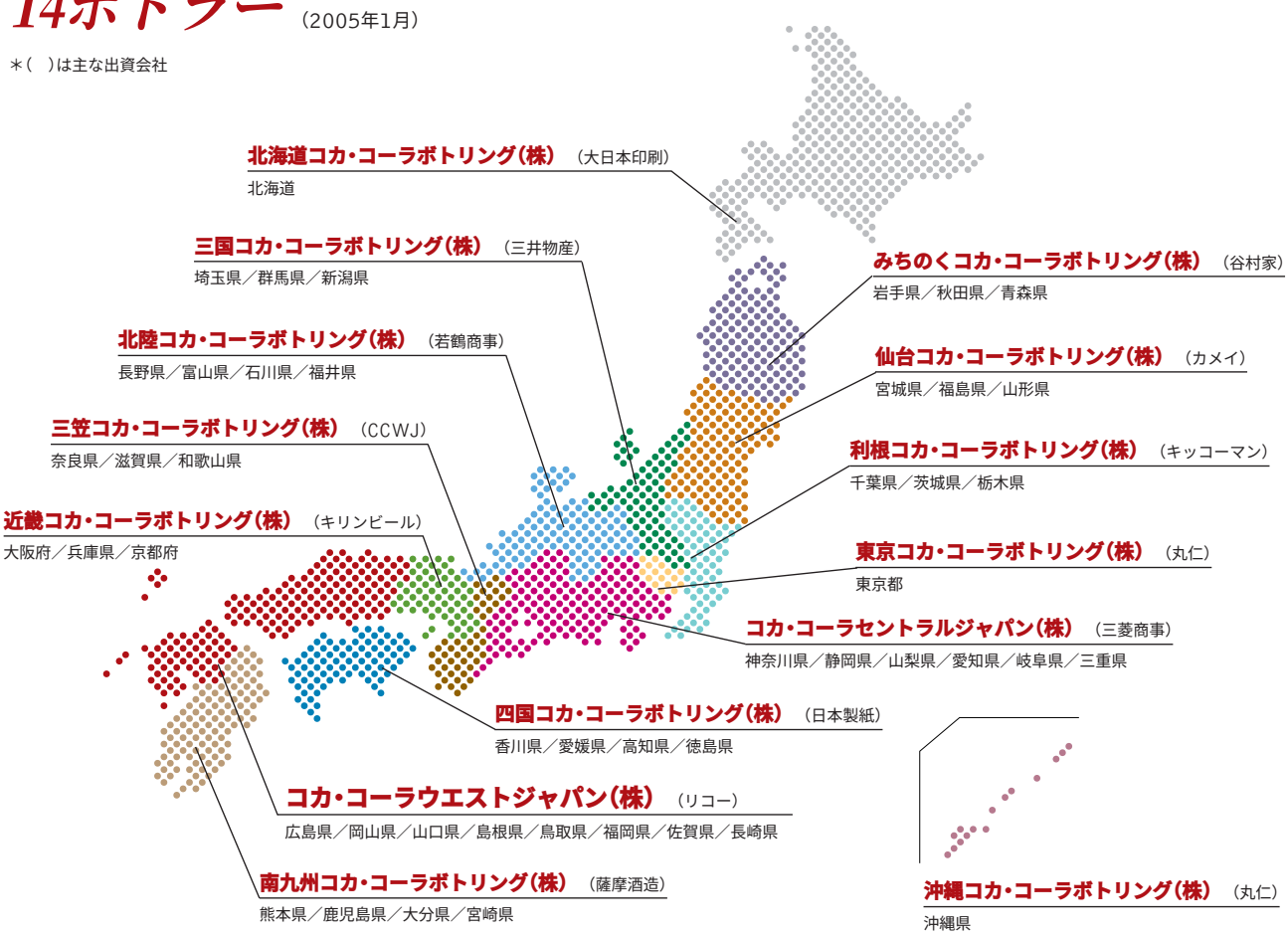
	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年
日本格付研究所（JCR）					
長期優先債務格付	AA⁻	AA⁻	AA⁻	AA⁻	**AA⁻**
格付投資情報センター（R&I）					
長期優先債務格付	A⁺	A⁺	A⁺	A⁺	**A⁺**

日本のコカ・コーラシステムは、日本コカ・コーラ株式会社と、各地域で製品の製造・販売を行う、14のボトリング会社（ボトラー社）で構成されています。

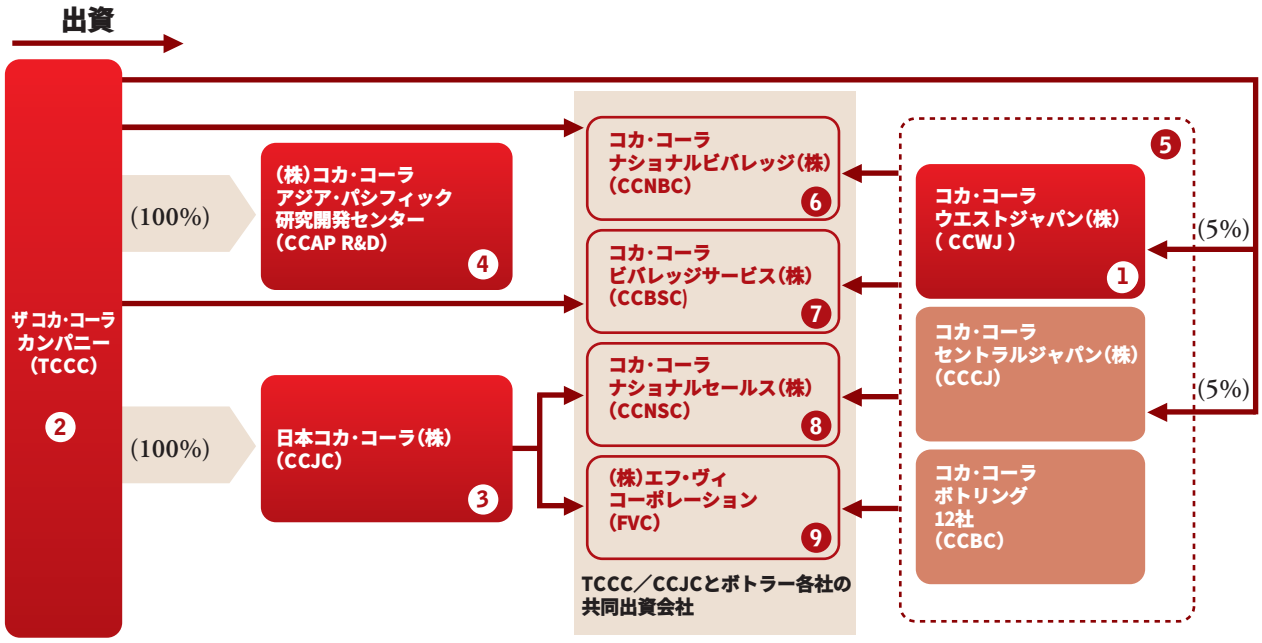
日本コカ・コーラ株式会社がコカ・コーラなどの原液を製造し、調達・製造・物流を全国レベルで一元管理するコカ・コーラナショナルビバレッジ株式会社を通じて全国のボトラー社に供給。ボトラー各社はそれぞれの工場で厳重な品質管理のもとに各種の製品を製造しています。完成した製品は、ボトラー各社の販売拠点となっている全国466ヶ所の支店に配送された後、ルートトラックと呼ばれる配送車で全国約120万軒のお店まで直接配送されます。また、お客さまの利便性を考え、約98万台の自動販売機を広範囲にかつ効率的に設置しています。このように地域の産業や人々とともに成長するのがコカ・コーラ社独自のシステムです。

14ボトラー（2005年1月）

＊（　）は主な出資会社



全体図



①コカ・コーラウエストジャパン株式会社(CCWJ)
1999年7月に山陽コカ・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の合併により誕生、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。

②ザ コカ・コーラ カンパニー(TCCC)
1919年に米国ジョージア州アトランタに設立。コカ・コーラ社製品の製造・販売をボトラーに許諾する権利を有し、同社もしくは、その子会社とボトラー社がボトリング契約を結ぶ。

③日本コカ・コーラ株式会社(CCJC)
1957年に米国 ザ コカ・コーラ カンパニーの全額出資により、日本飲料工業株式会社として東京都に設立。1958年に日本コカ・コーラ株式会社に社名変更。日本におけるマーケティング、企画、原液の製造・供給を行う。

④株式会社コカ・コーラ アジア・パシフィック研究開発センター(CCAP R&D)
1993年1月に米国 ザ コカ・コーラ カンパニーの全額出資により設立。1995年1月より、アジア地域のニーズに即した製品開発・技術サポートを行う。

⑤コカ・コーラ ボトラー社(CCBC)
日本には、担当地域別に14のボトラー社があり、製品の製造および販売を行う。

⑥コカ・コーラ ナショナルビバレッジ株式会社(CCNBC)
日本のコカ・コーラグループにおける全国サプライチェーンマネジメント(SCM)構築のために、ザ コカ・コーラ カンパニーおよびボトラー社の共同出資により2003年4月に設立、2003年10月より事業開始。原材料・資材の共同調達と全国規模での製造・需給計画および調整業務を統括し、ボトラー社へ製品を供給する。

⑦コカ・コーラビバレッジサービス株式会社(CCBSC)
ザ コカ・コーラ カンパニーおよびボトラー社の共同出資により、1999年6月設立、1999年9月より事業開始。2003年10月に調達業務をコカ・コーラナショナルビバレッジ株式会社に移管、現在は、日本のコカ・コーラシステムにおける情報システム改革の推進業務を行う。

⑧コカ・コーラナショナルセールス株式会社(CCNSC)
1995年10月に設立。全ボトラー社と日本コカ・コーラ株式会社の共同出資。ナショナルチェーンカスタマー向けの営業活動を行う。

⑨株式会社エフ・ヴィ コーポレーション(FVC)
日本コカ・コーラ株式会社と全ボトラーの共同出資により、2001年5月に設立。自販機事業において広域法人への営業を行い、コーポレート商品(日本コカ・コーラ株式会社認定商品)以外の商品も扱う。

会社概要

（2004年12月31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：　4,964名（連結）
●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

グループ会社一覧

（2005年4月1日現在）

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

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　佐賀県鳥栖市轟木町二本松1670の2
●資本金　100百万円
●代表者　柴田　暢雄

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　山﨑　裕二

コカ・コーラウエストジャパンカスタマーサービス株式会社(注1)
●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

コカ・コーラウエストジャパンロジスティクス株式会社(注2)
●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

注1）2005年4月1日に西日本カスタマーサービス株式会社より社名変更
注2）2005年4月1日にロジコムジャパン株式会社より社名変更

株式会社ニチベイ
●主な事業内容　食品の加工
●本社所在地　佐賀県鳥栖市藤木町字若桜6番9号
●資本金　80百万円
●代表者　合原　昭

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

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

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

三笠ロジスティク株式会社
●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

三笠ビバレッジサービス株式会社
●主な事業内容　飲料の販売
●本社所在地　奈良県天理市嘉幡町643番地
●資本金　10百万円
●代表者　樽谷　中

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/

PRINTED WITH SOY INK
この冊子は環境にやさしい大豆インキを使用しています