



“飲料ビジネスの未来を創造します”



2008年12月

コカ・コーラウエストホールディングス（株）

証券コード：2579

Coca-Cola **West**

本日の内容

- I. コカ・コーラウエストホールディングスの概要
- II. 経営環境の変化
- III. CCWHがやろうとしていること
- IV. 株主価値向上・企業の社会的責任に向けた取り組み

Ⅰ. コカ・コーラウエストホールディングスの概要

1. コカ・コーラボトラーとは

① 基本的な仕組み

ザ コカ・コーラカンパニー(TCCC)

- 『世界のコカ・コーラの総本山』
- ・本社はアメリカジョージア州アトランタ市
 - ・コカ・コーラ、ファンタ等の商標を所有している会社
 - ・世界各国におけるコカ・コーラビジネスの戦略を立案

100%出資

日本コカ・コーラ(CCJC)

- 『日本のコカ・コーラビジネスの中核会社』
- ・日本におけるコカ・コーラ製品の販売戦略や製造基準の決定
 - ・新製品の開発やマーケティング戦略を立案
 - ・日本国内のボトラーに唯一原液を提供する会社(フランチャイザー)

原液を供給

ボトラー(12社)

- 『地域密着型の営業』
- ・各ボトラーは営業地域(テリトリー)を持つ
 - ・日本コカ・コーラより原液を購入し、それぞれの担当地域の中で製品の製造および販売を行う。(フランチャイジー)

1999年6月以前	16社
1999年7月	15社
2001年7月	14社
2006年7月	12社



② ボトラーとフランチャイズシステム

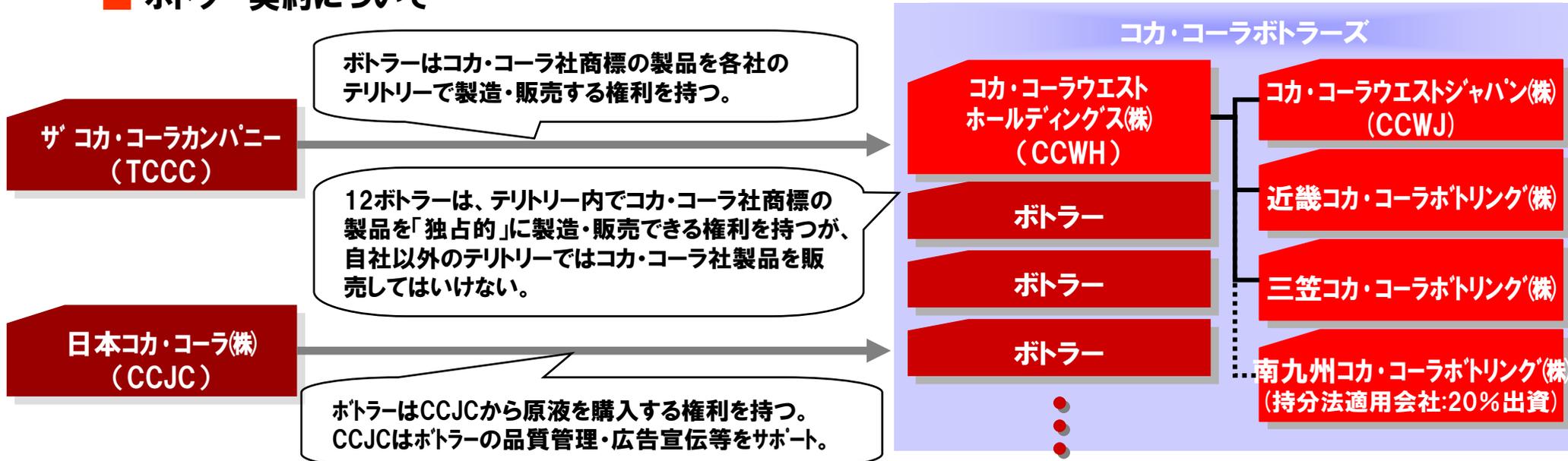
■ ボトラーについて

- ・日本のコカ・コーラボトリング会社(ボトラー)は、現在全国各地に12社。
- ・ボトラーは、フランチャイズシステムにより地域別に独立したそれぞれの企業として、コカ・コーラ社製品の製造・販売を行っている。
- ・トレードマークを使用したものを製造・販売する権利を持つ。

■ フランチャイズシステムとは

ザ コカ・コーラ カンパニーとボトラーが一定地域内でのコカ・コーラの製造(瓶詰め、缶詰め等)・販売に関する独占契約を結び、コカ・コーラの製造・販売を行う。・・・ ボトラー体制のはじまり

■ ボトラー契約について



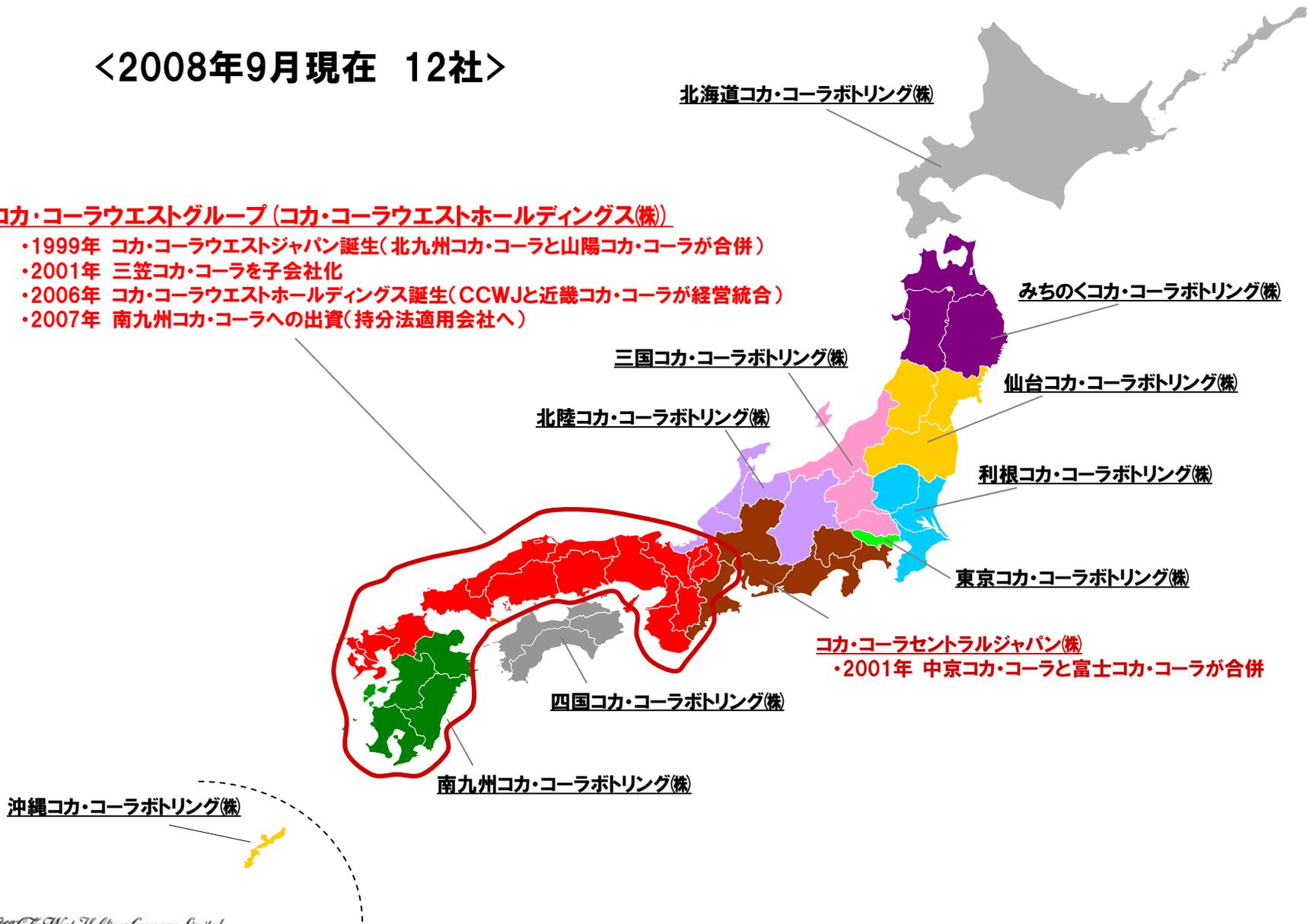
③ 日本のコカ・コーラボトラー
 <1999年6月以前 16社>



<2008年9月現在 12社>

コカ・コーラウエストグループ (コカ・コーラウエストホールディングス(株))

- 1999年 コカ・コーラウエストジャパン誕生(北九州コカ・コーラと山陽コカ・コーラが合併)
- 2001年 三笠コカ・コーラを子会社化
- 2006年 コカ・コーラウエストホールディングス誕生(CCWJと近畿コカ・コーラが経営統合)
- 2007年 南九州コカ・コーラへの出資(持分法適用会社へ)

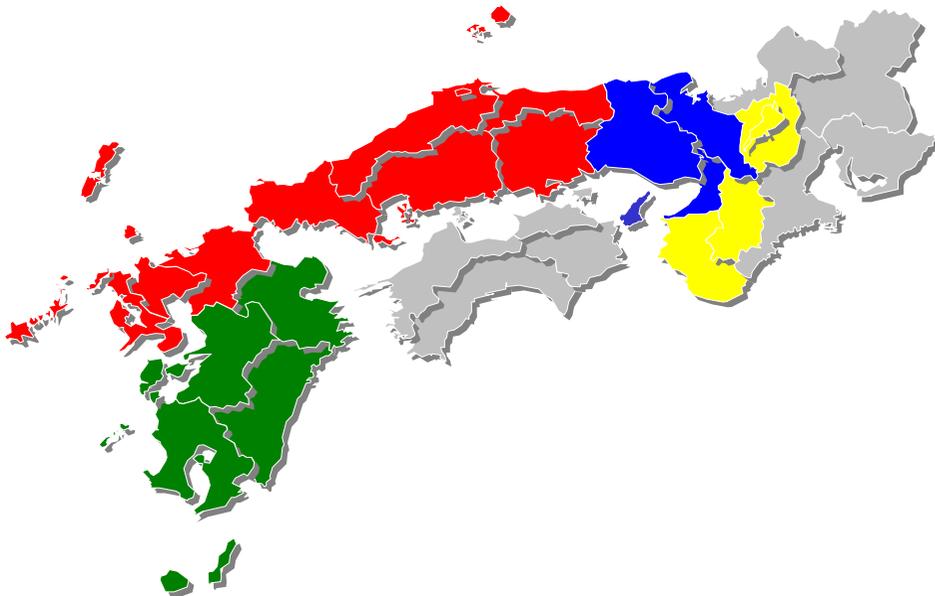


2. コカ・コーラウエストホールディングスの概要

① 事業規模等

【販売地域】

- ◇三笠エリア : 奈良県/滋賀県/和歌山県
- ◇近畿エリア : 大阪府/京都府/兵庫県
- ◇CCWJエリア : 広島県/岡山県/山口県/島根県/
鳥取県/福岡県/佐賀県/長崎県
- ◇南九州エリア : 熊本県/鹿児島県/宮崎県/大分県



【事業規模】

1. エリア人口(構成比)	4,200万人(33%)
2. 社員数	10,384名
3. セールス(全国占有率)	2億1,900万C/S(33%)
4. 卸取引軒数(全国占有率)	38万軒(33%)
5. 壺缶自販機台数(全国占有率)	30万台(36%)
6. 手売マーケットシェア	22.8%
・南九州エリア	29.0%
・北九州エリア	26.3%
・中国エリア	25.1%
・近畿エリア	17.5%
・三笠エリア	21.1%
7. 屋外自販機台数シェア	38.6%
・南九州エリア	52.3%
・北九州エリア	54.7%
・中国エリア	43.9%
・近畿エリア	25.1%
・三笠エリア	30.6%
8. 売上高規模	約5,000億円

② 世界のコカ・コーラボトラーにおける位置づけ

販売数量

順位	ボトラー名	百万ユニットケース
1	CCE	4,019
2	FEMSA	2,121
3	CCHBC	2,019
4	Amatil	504
5	ARCA	480
6	CCI	472
7	Andina	441
8	Continental	406
	CCWH+南九州	306
9	CCWH	251
10	CCCJ	153

売上高

順位	ボトラー名	百万円
1	CCE	2,240,152
2	CCHBC	1,020,980
3	FEMSA	692,510
	CCWH+南九州	502,639
4	CCWH	409,521
5	Amatil	389,248
6	CCCJ	205,448
7	ARCA	185,727
8	CCI	167,554
9	CCBCC	153,652
10	Andina	137,099

ボトラー名		主要テリトリー
CCE	コカ・コーラ・エンタープライズ	アメリカ46州、カナダのほぼ全域および欧州(6ヶ国)
FEMSA	フォメント・エコノミコ・メヒカーノ	中南米(メキシコ、アルゼンチン、ブラジルの一部他)
CCHBC	コカ・コーラ・ヘレニック・ボトリング・カンパニー	欧州(28ヶ国)
Amatil	コカ・コーラ・アマティル	オーストラリア、ニュージーランド、インドネシア、フィジー他
ARCA	エンボテヤドラス・アルカ	メキシコの一部
Andina	エンボテヤドラス・アンディナ	チリ、ブラジル、アルゼンチンの一部
CCI	コカ・コーラ・アイチエジェック	トルコおよび中東・ユーラシア6カ国
Continental	グルポー・コンチネンタル	メキシコの一部
CCBCC	コカ・コーラ・ボトリング・カンパニー・コンソリデーテド	アメリカの一部
CCCJ	コカ・コーラセントラルジャパン	神奈川県、静岡県、山梨県、愛知県、岐阜県および三重県

※ 上場ボトラー社だけのランキング

CBO (Consolidated Bottler Operation - TCCC連結ボトラー社)は除く

販売数量・売上高は、非コカ・コーラビジネスも含む

Amatilは、売上高は飲料ビジネスのみの業績

※ 数値は2007年度の数値に基づく

II. 経営環境の変化

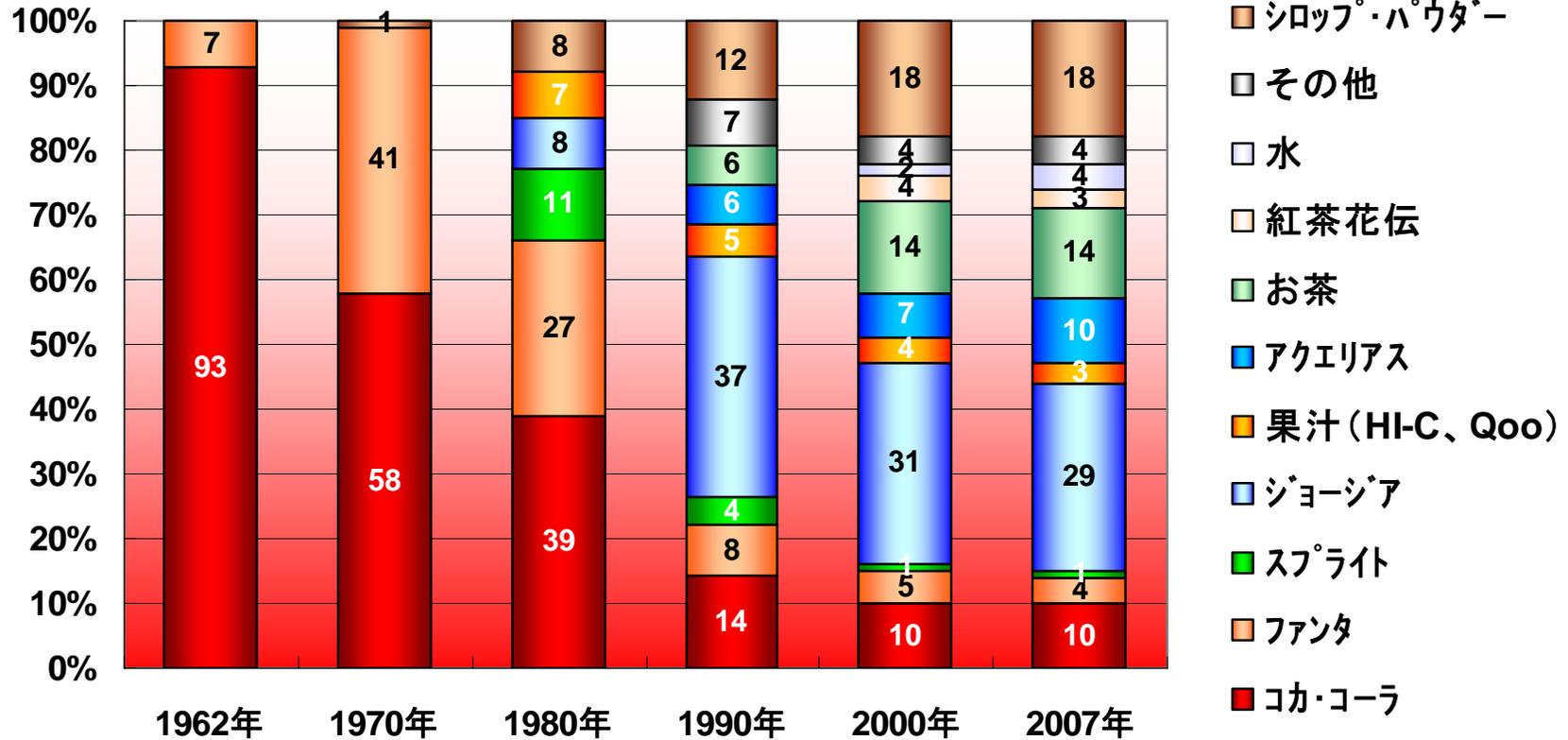
1. マーケットの変化

	創業期(1960年代)	発展～安定期(1970～80年代)	最近(1990年代～現在)
消費環境	・モノ不足の作れば売れる時代 (メーカー主体)	・高度成長期・安定期 (飲料市場形成)	・低成長、消費停滞 (消費者嗜好の多様化、高度化) (少子化、高齢化) (環境対応の要請強化)
競合	・ラムネ・ジュース事業者 (比較的小規模/ 地域限定の生産者)	・大手ビール会社参入 (大規模生産会社) 競争激化 ・特徴あるメーカーが規模拡大 (大塚製薬等)	・飲料事業分社化、専門化 ・大資本を背景とした提携・合併 (JT、ネスレ等)
カテゴリー	・炭酸	+果汁、コーヒー、スポーツ飲料	+茶飲料、ミネラルウォーター
パッケージ	・壺(190ml、1000mlなど)	+缶、大型PET	+小型PET、ボトル缶
チャネル	・非連鎖独立小売店 (酒屋、食料品店) ・非連鎖喫茶、外食 (喫茶店、食堂) ・その他 (映画館、パチンコ店など)	・連鎖大手小売店 (コンビニ、スーパー) ・連鎖大手外食店 (マクドナルド、ケンタッキー等) ・道路、交通マーケット ・大型レジャー施設 ・自動販売機	・非連鎖独立小売店の衰退 ・組織化された連鎖大手顧客の拡大
価格決定権	・メーカー主体	・流通業者主体	・消費者主体

2. 当社の販売構成の推移

【カテゴリー別販売構成の推移】

構成比

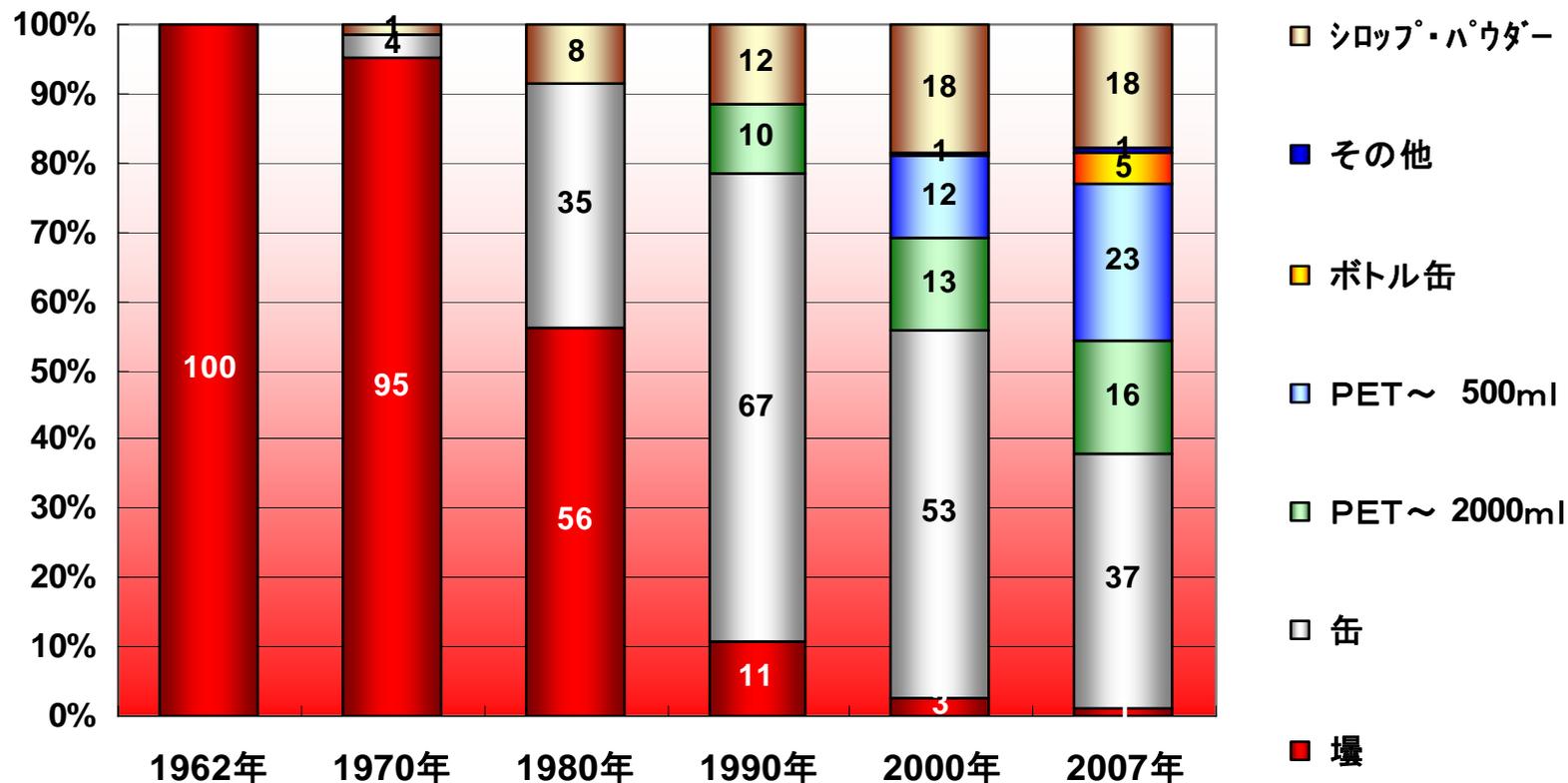


※シロップ・パウダー …… 希釈水と混合して製品化する原料

※数値はCCWJエリアにおける数値

【パッケージ別販売構成の推移】

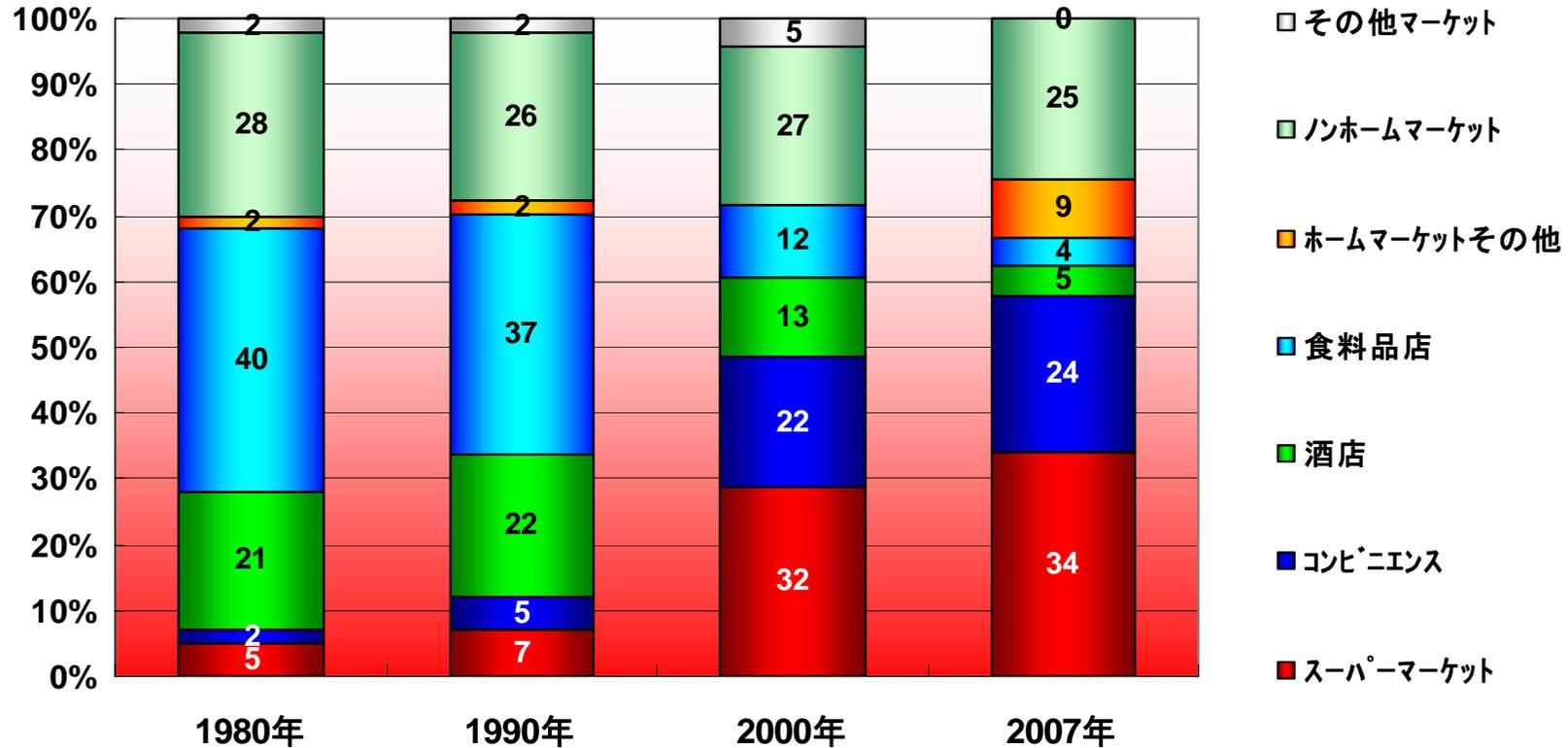
構成比



※数値はCCWJエリアにおける数値

【チャンネル別販売構成の推移】

構成比 (卸売部門)



※ノンホームマーケット …… 飲食店、レジャー施設、駅、職場等

※数値はCCWJエリアにおける数値

3. 経営へのインパクト

	変化の内容	経営へのインパクト
消費者	嗜好の単一→嗜好の多様化	• 一律的なマーケティングから多種多様なマーケティングへ
競合	弱(小企業)→強(大企業)	• シェア争い&価格競争激化 • 他社との差別化
カテゴリー	単一(炭酸)→多品種(茶・水等)	• 新商品開発&市場投入 • 多品種少量生産
パッケージ	壺→缶→PET(大型→小型)	• 生産設備マルチ化&新設 • リサイクルへの対応
チャネル	食料品店・酒店→コンビニ・スーパー	• マージン額アップ、値引の増額 • 販促策要求

- マーケティング戦略の多様化・高度化
- 営業&製造体制 見直しの必要性
- 環境問題に対する社会的要請の高まりへの対応
- 市場投資・設備投資の増加
- 収益性の悪化

III. CCWHがやろうとしていること

Coca-Cola West

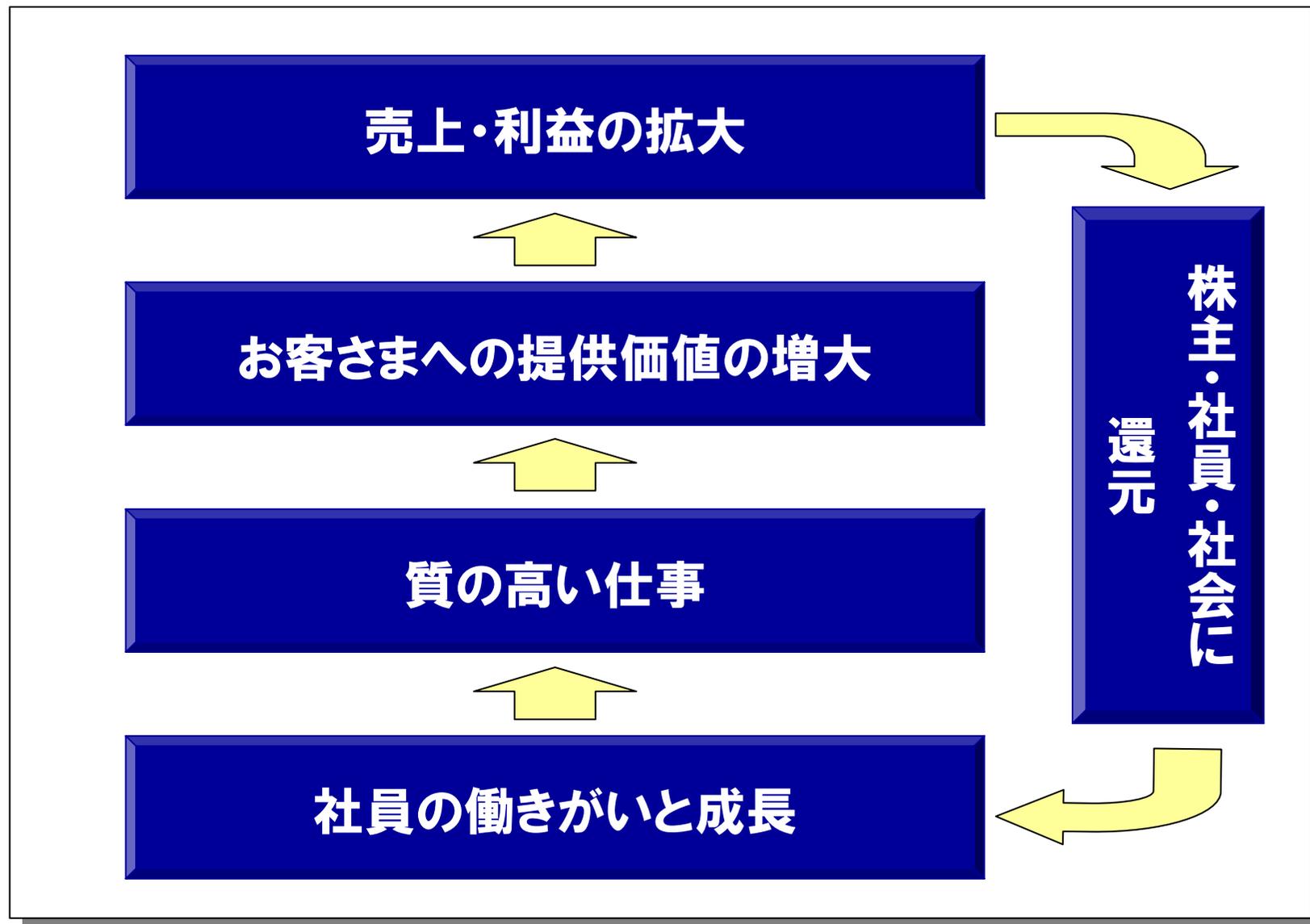
—コカ・コーラウエストグループ経営理念—

飲料ビジネスの未来を創造します

私たちは、

- ❖ お客さまに喜んでいただける商品・サービスをお届けします
- ❖ 社員一人ひとりの働きがいと生活を大切にします
- ❖ 継続的な成長により株主の信頼や期待に応えます
- ❖ 社会や環境とのつながりを育みます

2. 目指す経営の姿



グループ経営

- グループ成長のため、あたかもひとつの会社のように融合し、事業を行う
 - グループ各社は「自主自立した経営」を実現する
- ※ 自主自立とは、
- 必要十分な権限のもと、責任を持って主体的に経営を行い、コミットメントを達成すること
 - 他社に依存しない自己完結の経営を行い、グループの企業価値を向上させること

コーポレートガバナンス

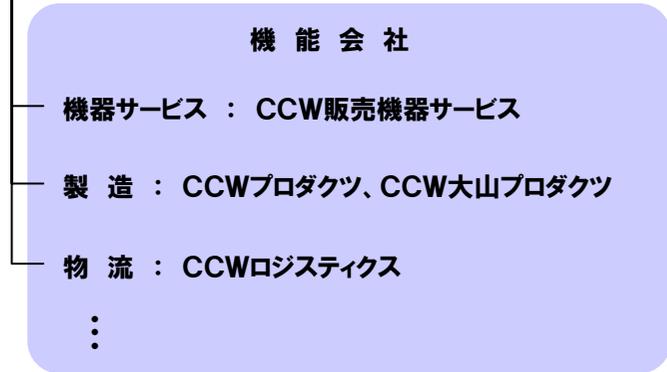
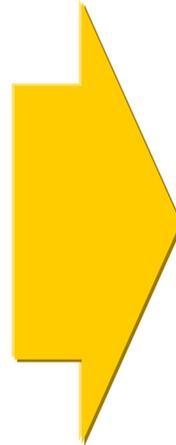
- 経営の効率化と意思決定の迅速化
 - 二重の意思決定を避け、意思決定の効率化・迅速化を図るシンプルな機関設計
- 責任の明確化と高い透明性の実現
 - 責任の明確化: 役割と達成すべき成果が明確な組織設計および明確な権限基準の整備
 - 高い透明性: 同質同量の情報共有
- 監督機能の強化
 - グループ各社の自主自立を基本とした、意思決定および執行に関するモニタリング機能の強化

社会的責任 (CSR)

- 日々の活動を通じた、株主・お客さま・社会・地域(全ステークホルダー)からの信頼獲得
- 人として、企業としてあたり前の事をあたり前にすること
 - 経営トップから現場で働く社員までが、日常業務の中で常に「社会」を意識し活動する
 - 社会・地域の発展とCCWグループの企業価値向上が同時に実現できる取組みにする
 - 全てのステークホルダーから「良い会社」といっていただくための活動にする

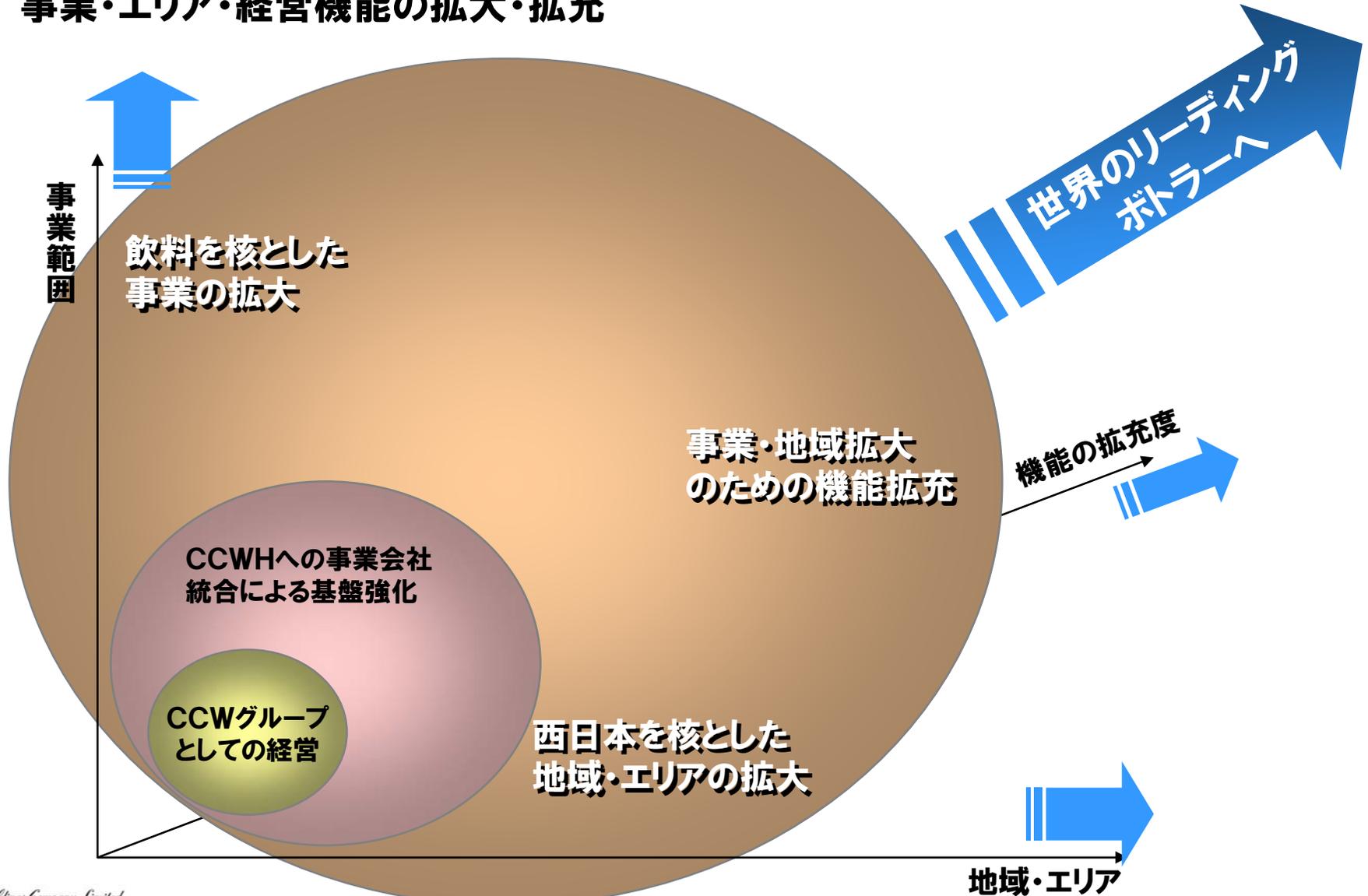
4. グループ経営体制

【運営スタイル(グループ経営)】



5. CCWHの拡大・拡充イメージ

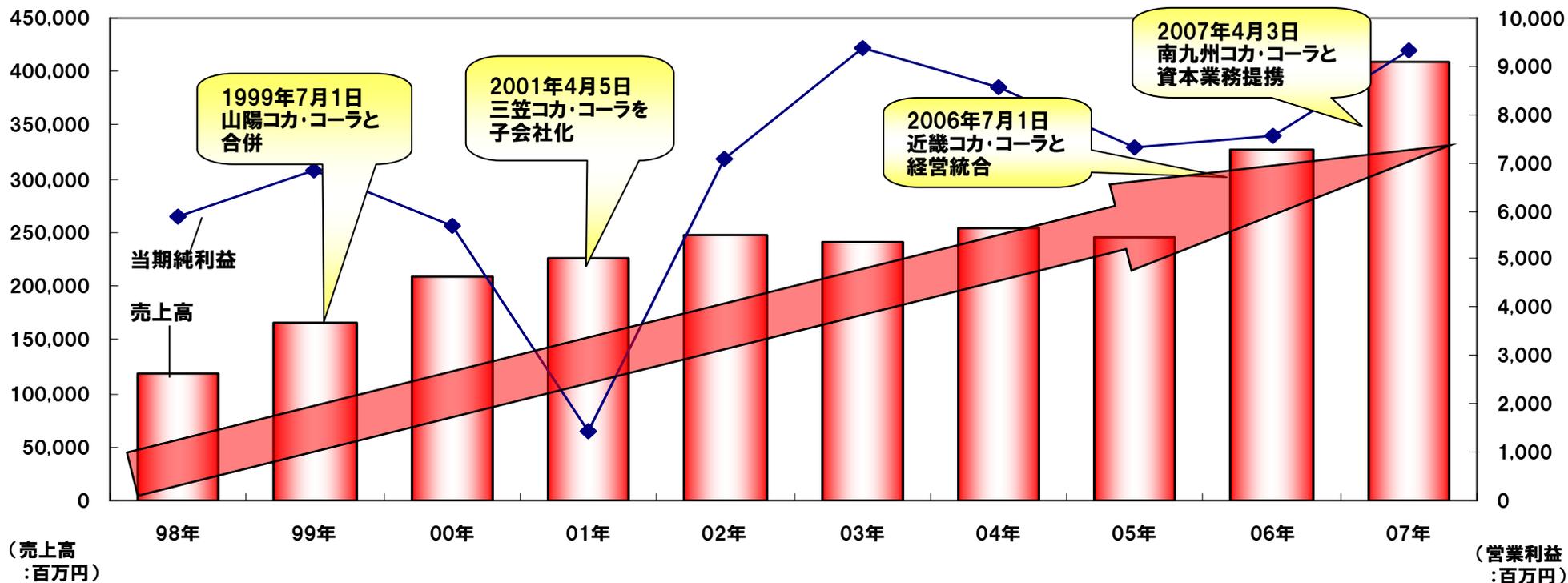
➤ 事業・エリア・経営機能の拡大・拡充



6. 業績の推移

(単位: 百万円)

	98年	99年	00年	01年	02年	03年	04年	05年	06年	07年
売上高	117,991	164,731	207,827	226,111	247,737	240,825	253,248	245,874	327,821	409,521
営業利益	12,533	15,160	17,449	16,634	16,704	19,638	16,860	11,830	12,321	16,056
経常利益	12,510	15,889	18,516	16,021	17,005	19,895	17,065	12,256	13,225	17,493
当期純利益	5,872	6,823	5,700	1,420	7,086	9,380	8,564	7,305	7,570	9,375



The background features a decorative, wavy orange and red gradient that flows across the bottom half of the slide, creating a sense of movement and depth. The text is centered over this graphic.

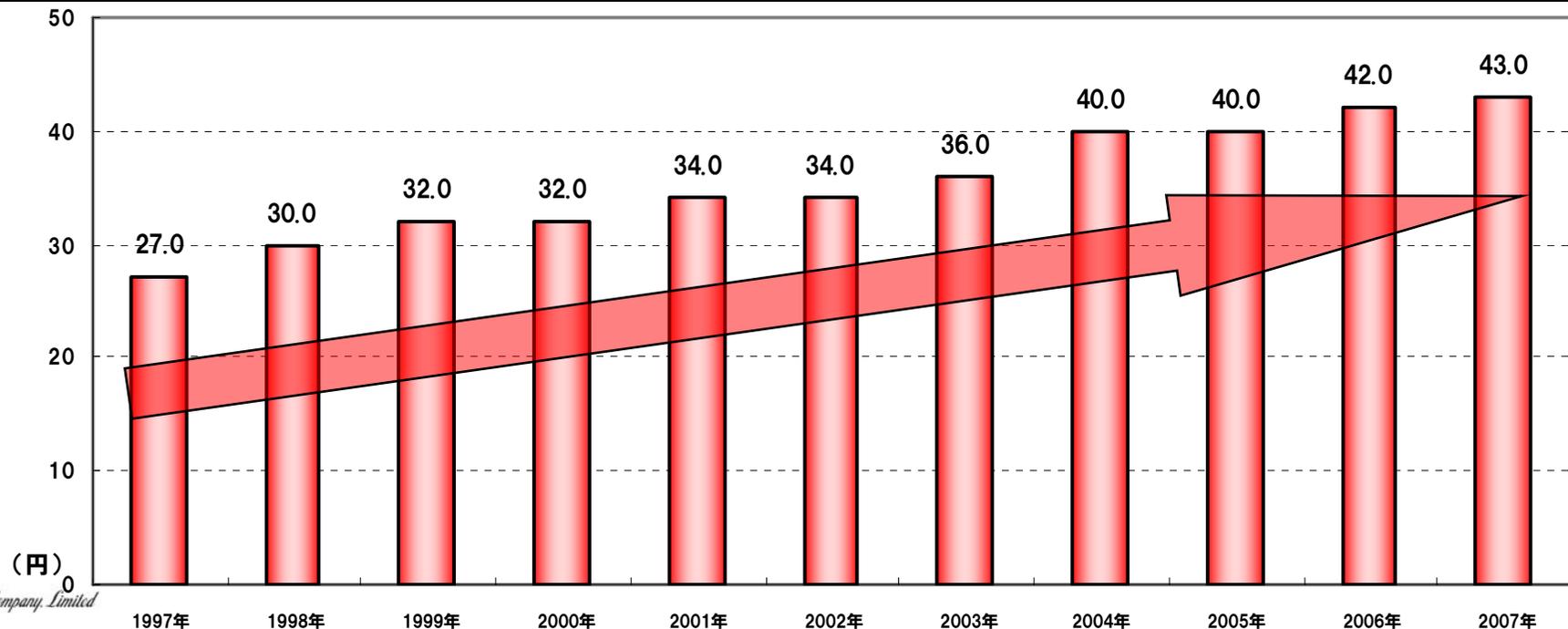
IV. 株主価値向上・企業の社会的責任に 向けた取り組み

1. 配当について

- 安定的、継続的な配当を基本に、魅力ある利益還元を随時検討
- 過去10年間で7回増配を実施

〈配当金推移〉

	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年
1株当たり 年間配当金 (円)	27.0	30.0	32.0	32.0	34.0	34.0	36.0	40.0	40.0	42.0	43.0
(中間) (円)	13.5	15.0	15.0	16.0	16.0	17.0	17.0	20.0	20.0	20.0	21.0
(期末) (円)	13.5	15.0	17.0	16.0	18.0	17.0	19.0	20.0	20.0	22.0	22.0
配当性向 (%)	21.7	24.5	28.2	41.1	193.0	39.8	31.0	36.8	42.8	51.1	48.7



2. 株主優待制度について

- 株主優待制度の一層の充実を図り、より多くの株主さまが利用していただける魅力あるものとするを旨として、株主優待制度の変更を実施

<優待内容>

贈呈基準		優待内容	贈呈時期
基準日	ご所有株式数		
6月30日	100株以上 500株未満	コカ・コーラギフト券 3枚	9月頃
	500株以上 1,000株未満	コカ・コーラギフト券 4枚	
12月31日	1,000株以上 5,000株未満	コカ・コーラギフト券 6枚	4月頃
	5,000株以上	コカ・コーラギフト券 12枚	

2008年12月31日を基準日とする株主優待制度から変更

贈呈基準		優待内容	贈呈時期
基準日	ご所有株式数		
6月30日	100株以上 500株未満	株主優待ポイント 30ポイント贈呈	9月頃
	500株以上 1,000株未満	株主優待ポイント 40ポイント贈呈	
12月31日	1,000株以上 5,000株未満	株主優待ポイント 60ポイント贈呈	4月頃
	5,000株以上	株主優待ポイント 120ポイント贈呈	

株主優待ポイント(1ポイント60円相当)を利用してWebサイトまたは商品カタログの中から、コカ・コーラ社製品詰め合わせセットや社会貢献活動への寄付などの商品と交換(詳細は後日お知らせする予定)

3. 自己株式の取得について

- 資本効率の向上および経営環境の変化に応じた機動的な資本政策を遂行するために、486万株、117億円の自社株買いを9月までに実施

<2008年 自己株式取得実績の推移>

	取得株式数 (千株)	取得価額総額 (百万円)
第1回(2月～3月)	1,500	3,320
第2回(4月～6月)	1,874	4,779
第3回(8月～9月)	1,491	3,666
取得実績	4,865	11,766
第4回(10月～12月)予定	1,300 (上限)	3,250 (上限)
合計(予定)	6,165	15,016

※自己株式の保有状況

	自己株式数 (千株)	発行済株式総数 (千株)
2008年9月末	9,846(8.9%)	111,125
2008年12月末予定	11,146(10.0%)	

※()内は発行済株式総数に占める割合

4. 同業他社との株式比較

- 投資に適した単元株式： 100株×2,035円≒20万円
- 積極的な利益還元： 配当性向 48.7%
- 魅力的な利回り： 配当・優待利回り 3.8%

〈単元株式数を購入、1年間保有した場合〉

(単位:円)

	投資金額	配当性向	配当利回り	配当・優待利回り
弊社	203,500	48.7%	2.1%	3.8%
A社	152,900	46.6%	2.5%	3.8%
B社	156,400	35.8%	1.0%	1.6%
C社	231,500	31.7%	2.2%	3.5%
D社	1,158,000	30.3%	1.8%	2.1%
E社	166,400	20.0%	1.1%	1.7%
F社	350,000	19.3%	1.4%	2.5%

※1:投資金額は11/28終値、その他配当利回り等については昨年度の実施内容を基に作成

※2:配当・優待利回りとは、配当金に株主優待(相当金額)を加えた場合の利回り

5. CSR活動 — 地域社会貢献活動

社会福祉活動支援

- 特別支援学校への教材贈呈



特別支援学校への教材贈呈

スポーツ活動支援

- 小学校への一輪車贈呈
- さわやかスポーツ広場
- さわやかラグビークリニック



小学校への一輪車贈呈

文化・教育活動支援

- さわやかコンサート
- さわやかクラシックコンサート
- さわやかファミリーミュージカル
- 市村自然塾九州



さわやかクラシックコンサート

地域大型イベント支援

- 第11回IAAF 世界陸上競技選手権 大阪大会(2007年)
- 第21回山口国民文化祭・やまぐち2006(2006年)
- 長崎さるく博 '06(2006年)



市村自然塾九州

5. CSR活動 — 環境推進活動

循環型社会の実現

- 北九州さわやかリサイクルセンターの運営(容器/自動販売機の再資源化)

水源涵養林保全活動

- とす、とっとり、きょうと、しが さわやか自然の森の展開

地球温暖化対策

- 環境配慮型自動販売機・エコカーの積極導入
- 温室効果ガス削減計画の推進
- 環境マネジメントシステム(ISO14001 など)の運用
- 工場における天然ガス化への燃料転換 など

環境教育支援活動

- 学校ビオトープづくり支援
- コカ・コーラエコロジースクール
- 学校植林支援
- さわやか環境教室

地域美化活動

- 事業所周辺の清掃活動の継続(コカ・コーラクリーンデー)
- 地域清掃活動への積極参加



自動販売機の再資源化



とす さわやか自然の森(枝打ち)



事業所周辺の清掃活動

1. 世界一のブランド「コカ・コーラ」

- ブランド価値は6兆円以上
- 誕生して122年、世界200カ国以上で愛飲
長い歴史と世界中での事業展開から培われたノウハウを持つ
…成功／失敗事例が豊富

2. 地域に密着した経営

- 西日本(2府12県)を事業エリアとする会社
- コミュニケーションの推進(地域社会貢献活動、環境推進活動等)
- エリアで採用し、生活する社員
- 地域の隅々まで網羅した販売ネットワーク

3. 進化・変革の精神

- 新商品(ジョージア、爽健美茶、アンバサ、Qoo等)
- 自動販売機(ネットワーク、IT)
- 統合／M&A(日本、海外)

4. 積極的な利益還元

- 高い配当性向、増え続ける配当金、自己株式取得



【株式情報/2008年の株価指数推移(TOPIX、TOPIX食品、当社)】

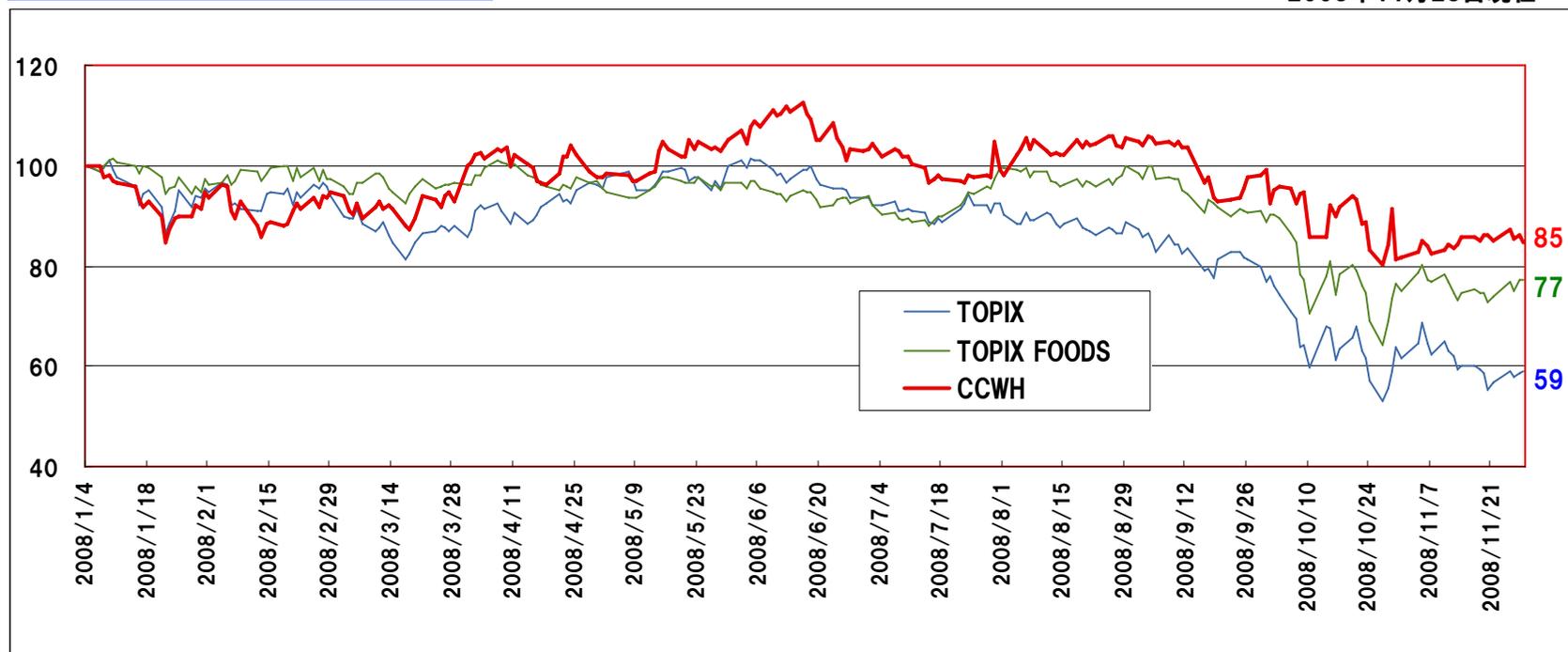
株式情報

事業年度	1月1日から12月31日まで	定時株主総会	毎年3月
基準日		1単元の株式数	100株
・定時株主総会	12月31日	株価(11/28終値)	2,035
・中間配当	6月30日	証券コード	2579
・期末配当	12月31日	上場証券取引所	東証1部、大証1部、福証

2008年の株価指数推移

※2008年1月4日の各株価を100とした場合

2008年11月28日現在



【ホームページのご紹介】

ホームページに個人投資家のみなさまのためのページを開設しています
<http://www.ccw.co.jp/ir/investors/index.php>

飲料ビジネスの未来を創造します

Coca-Cola West

コカ・コーラウエストホールディングス株式会社

小 中 大

サイト内検索

検索

ホーム サイトマップ English

会社情報

株主・投資家のみなさまへ

CSRへの取り組み

採用情報

ニュース一覧

お客さま相談室

コミュニティ

ホーム > 株主・投資家のみなさまへ > 個人投資家のみなさまへ トップメッセージ

印刷する

中期経営計画

決算情報

財務情報

株主・株式情報

個人投資家のみなさまへ

▶ トップメッセージ

▶ コカ・コーラウエスト
ホールディングスの特徴・強み

▶ 当社の株主になりませんか

▶ IRイベント

よくあるご質問 (FAQ)

関連情報

個人投資家のみなさまへ

平素よりコカ・コーラウエストグループを
ご支援いただきまして誠にありがとうございます。



トップメッセージ

成長・発展していくことを目指し
動に取り組んでいます。



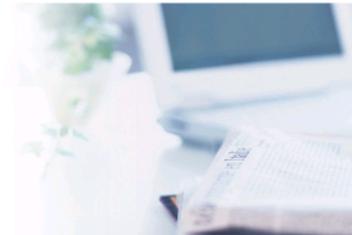
当社の株主になりませんか
コカ・コーラウエストホールディングス
会社にご興味いただき誠にありがとうございます。

IR ニュースメール配信登録

ご登録いただいた方へIR情報サイトの更新や決算発表、ニュース
リリースなどをタイムリーにお知らせします。

IRニュースメールのご登録・解除は
こちらからお進みください。

IRニュースメールご登録・解除



【工場見学のご案内】

鳥栖工場、基山工場、京都工場、本郷工場の4工場において工場見学を行っております。

お申し込みにつきましては、電話でのご予約となっております。

見学内容、休館日等は工場によって異なります。

みなさまのお越しをお待ちしております。



コカ・コーラの歴史や製造工程など、いろいろなことを楽しく学べます。目指せ、コカ・コーラ博士！

詳しくは、当社ホームページをご覧ください。
(トップページ → 会社情報 → 工場見学)

鳥栖工場（毎週火曜日から金曜日、土・日・月・祝日は未実施）

所在地：鳥栖市轟木町二本松1670の2

電話：0942-82-5141

入場料：無料

アクセス：(電車)JR鳥栖駅よりタクシーで約5分

(車)九州自動車道 鳥栖インターより約10分

基山工場（毎週火曜日から金曜日、土・日・月・祝日は未実施）

所在地：三養基郡基山町大字長野380番16

電話：0942-92-5251

入場料：無料

アクセス：(電車)JR基山駅よりタクシーで約5分

(車)九州自動車道 鳥栖インターより約10分

お近くの工場
をクリック



【コカ・コーラコンツアーボトルの立体商標登録】

コカ・コーラのコンツアーボトルは、「暗闇で触ったときにもそれがコカ・コーラのボトルとわかるもの」というコンセプトで開発され、1916年に今日の形状のボトルが完成し、アメリカで使用が開始されました。

日本においては、1956年に販売を開始して以来、今日も非常に多くのお客さまにご愛顧いただいております。

また、テレビコマーシャルをはじめとする各種広告にほぼ必ず登場し、コカ・コーラと言えば、「あの特別な形のくびれたボトル」と思い出しただけの存在となっております。

コンツアーボトルの立体商標登録に関しては、アメリカ、イギリス、ロシア、欧州共同体、中国など数十カ国で商標登録されており、今年5月、日本においても認められました。



立体商標が認められたコンツアーボトル

【コカ・コーラとサンタクロースの歴史】

サンタクロースといえば、白ひげに真っ赤な衣装をまとった陽気な紳士。現在、世界各国で定着しているイメージは、1931年にアメリカ人画家が製作したコカ・コーラの広告が始まりでした。

サンタクロースは1800年代の半ばにはクリスマスに欠かせないキャラクターとして当時既に広く知られていましたが、その起源について諸説が語られ、共通して思い描くサンタクロース像は存在してませんでした。

1931年の広告以降、コカ・コーラ自体が全世界に広まり、サンタクロースを使ったクリスマス広告が海外にも進出するにつれ、クリスマスの不朽のシンボルとして広く定着していきました。



2000年に発売した
コカ・コーラ
サンタクロース缶

注意事項

本資料は事業内容等に関する情報提供を目的としています。
当社株式への投資を推奨するものではありません。
また、本資料に掲載しております当社の計画および業績の見通し、戦略などは、資料作成時点において把握できる情報から得られた当社の経営者の判断に基づいています。あくまでも将来の予測であり、下記に掲げております様々なリスクや不確定要素により、実際の業績と大きく異なる可能性がございますことを、予めご承知おきくださいますようお願い申し上げます。

- ・市場における価格競争の激化
- ・事業環境をとりまく経済動向の変動
- ・資本市場における相場的大幅な変動
- ・上記以外の様々な不確定要素