

2015年度 第2四半期 決算説明会

コカ・コーライーストジャパン株式会社

代表取締役社長 CEO カリン・ドラガン
代表取締役副社長 CFO マイケル・クームス
2015年8月7日

(2015年8月6日掲載)

Coca-Cola East Japan

コカ・コーライーストジャパン株式会社
www.ccej.co.jp



100 YEARS OF THE

COCA-COLA BOTTLE

将来の業績に関する見通しについて

Coca-Cola East Japan

2015年度 第2四半期・上期

本資料に記載の事業計画、業績予想、および事業戦略は、本資料配布時点での情報を考慮した上でのコカ・コーライーストジャパン株式会社（以下当社）経営陣の仮定および判断に基づくものです。これらの予想は、以下のリスクや不確定要因により、実際の業績と大きく異なる可能性があることに留意してください。

なお、リスクおよび不確定要因は以下のものに限られるものではありません。当社の有価証券報告書等にも記載されていますので、ご参照ください。

- 市場における価格競争の激化
- 当社の事業を取り巻く経済動向の変化
- 資本市場における大きな変動
- 為替レートの変動、特に日本円と米ドルの為替レートの変動
- 原材料費の高騰
- 課税環境の変化
- 経営陣が計画した水準・時期に、生産効率の向上や設備投資を実施する当社の能力
- 効果的に市場投入かつ流通させる当社の能力
- 上記以外の不確定要因

本資料の情報は、情報の提供を目的としており、当社証券への投資勧誘を目的するものではありません。

また、当社は新しい情報あるいは将来のイベントにより、本資料の内容を更新する義務を負いません。皆様におかれましては、当社発行の証券に投資する前に、ご自身の独立した調査に基づいて判断をお願いいたします。

TRY！ #利きコーク（CM映像）

Coca-Cola East Japan

2015年度 第2四半期・上期



(コカ・コーラ ゼロ「みんなも、#利きコーク」)
<http://www.cokezero.jp/movie/#movie09>

えっ!これ、 ゼロなの?

COKE or COKE ZERO?

TRY!
#利きコーク

× 中居正広

誕生。コーク史上最高のゼロへ。

kikicoke.jp



- 6月から7月に実施
- 約10万本の試飲缶を配布
- CCEJテリトリー内では9箇所でイベント開催



Let's TRY! #利きコーク



Introduction - インTRODクシヨN

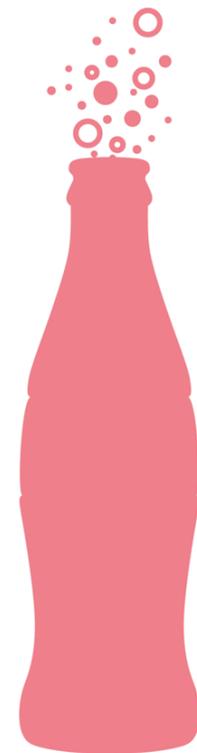
- 概要と業績のポイント
- 変革に向けて

第2四半期・上期業績

- 市場シェア、販売数量、業績

下期見通し

- マーケティング計画、主要マイルストーン



- ✓ 上期の比較可能ベース*の営業利益は、昨年Q1に実施した会計方針の変更等の影響を含め、前年同期比約38億円改善
- ✓ サプライチェーン分野におけるシナジー効果を引き続き実現するも、Q2はERPシステム立ち上げに伴い生じたサポート、労務費、製品在庫管理等の経費増により、効果の一部が相殺され、計画を下回って推移
- ✓ Q2の市場シェアは、前年同期のシェア成長や、Q2末（6月）に販促活動を抑制したことで低下
- ✓ Q2、上期ともバランスのとれた販売数量と売上高成長を実現
- ✓ お茶、水、コーヒーはコンビニエンスストアを中心に引き続き成長
- ✓ 仙台コカ・コーラボトリング株式会社（以下「仙台社」）を事業統合し、第2四半期（Q2）から連結業績に反映

*仙台社の第2四半期以降の業績を含む

2015年度 第2四半期 および上期の状況

Coca-Cola East Japan

コカ・コーライーストジャパン株式会社

www.ccej.co.jp

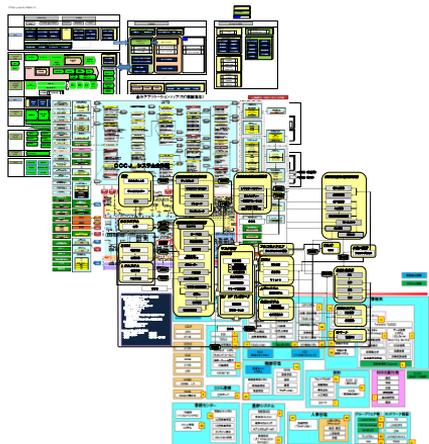


第2四半期における主な変革

Coca-Cola East Japan

2015年度 第2四半期・上期

- ✓ 迅速な組織変革と統合を継続：仙台社を事業統合、FVイーストジャパン株式会社（以下「FVEJ」）発足
- ✓ 製造設備2ラインの更新を完了、稼働開始（茨城工場、海老名工場）
- ✓ ERPシステムのフェーズ1稼働開始。稼働後の調整や“ハイパーケア”サポート体制に想定以上の負荷が発生。移行期の製品供給の安定化に注力するも、一部に欠品が発生
- ✓ 適切な価格取引条件の適用を推進し、価格およびミックスを改善
- ✓ 間接購買機能をコカ・コーラビジネスサービス株式会社(CCBSC)に移管



CokeOne+ ERPシステム導入前：

- 標準化されていない業務プロセス
- 社内報告資料が手薄
- グループ会社の統合（26社→4社）
- 200弱の業務システムがばらばらに存在
- 2,500もの複雑なインターフェース
- 複数のマスターデータ



BE "one"

2015年4月～
クラウドベースの
統合されたひとつの業務システム

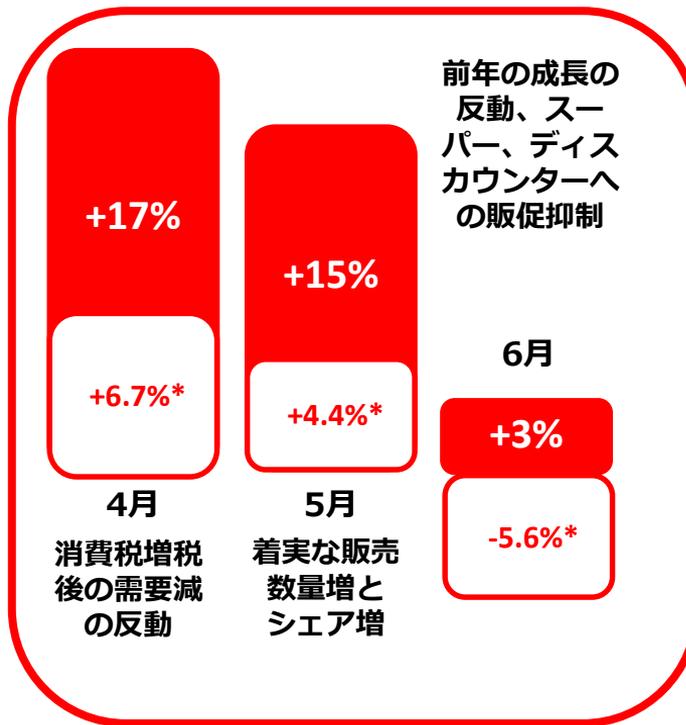
- **CokeOne+は会計、購買、支払、製造、在庫管理、輸送等、業務プロセス全般と日常の業務の全面的変革**
- **統合された経営管理システムは、事業活動そして今後の更なる事業変革の基盤として必要不可欠**
- **稼働後、サプライチェーンに一時的な影響があり、対応の追加経費が発生**

上期の販売状況

上期販売数量 (%は前年同期比)



第2四半期販売数量 (月次) (%は前年同期比)



Q2のハイライト

- ・ 仙台社を事業統合(4月1日)
- ・ 4月：前年の消費税率引き上げ後の需要減の反動で増加
- ・ 6月：販促活動を抑制（2Lの水）、競合他社の積極的な新製品導入と販促活動

今後の見通し

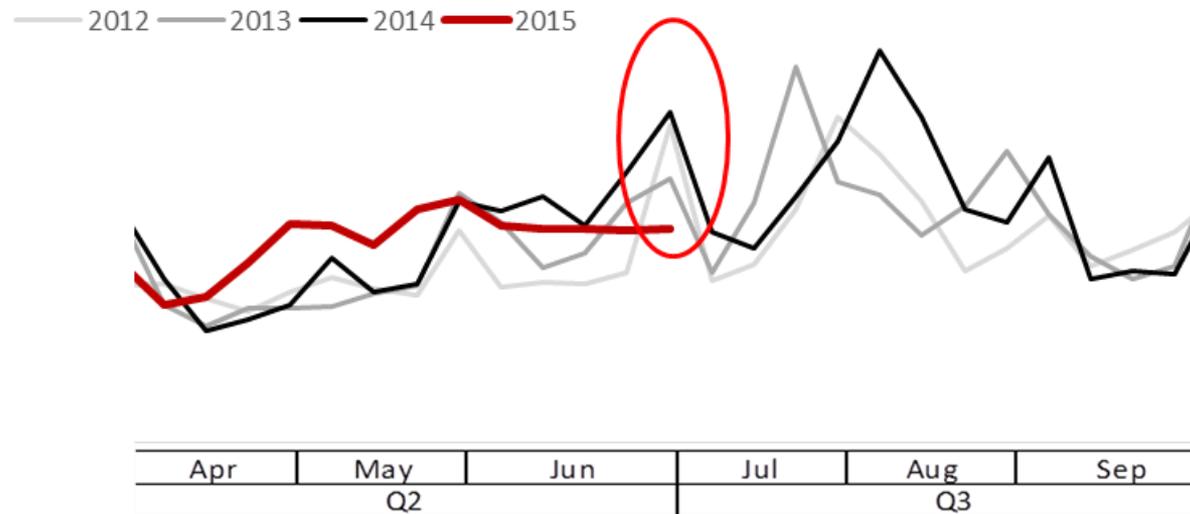
- ・ 下旬の梅雨明けで、7月は緩やかなスタート
- ・ 競合他社は、積極的な販促活動や新製品導入を継続
- ・ Q3はボトルービジネスの最盛期

* 仙台社を除いた場合の前年同期比成長率

- 最適な価格取引条件の適用に注力し、6月の販促活動を従来に比べ抑制
- 数量と価格の最適なバランスを見いだすべく、2015年通期では、2~300万ケース減の影響を見込む
- 6月の販売数量減が、収益と市場シェアに影響
- 引き続き市場で様々な施策を実施し、その評価に基づき実施内容を調整

過去の販売数量実績（週次）

（ドラッグ&ディスカウンターチャネルの例）



第2四半期：マーケティングプラン

消費者との結びつきを強化

Coca-Cola East Japan

2015年度 第2四半期・上期

Q2

「コカ・コーラ」ボトル100周年



コカ・コーラ ライフ

TRY! #利きコーク



「コカ・コーラ」 スリムボトル (アルミ製コンツアーボトル)

Share-a-Coke



エリア限定 オムゴドルも！
みんなと、いっしょに飲もう。



コカ・コーラ 史上最高のゼロ

Q2

カスタマー限定製品

ジョージア ヨーロピアン リニューアル

ジョージア プライベートリザーブ



はじめ



いろ・は・す アロエ



また一步、理想のおいしさに近づきました。
ジョージア ヨーロピアン

期間限定カフェ 「コーヒーハウス ヨーロピアン」 を表参道に開設



Q2

いろ・は・す

トクホ

ペコらくボトル

日本の烏龍茶 つむぎ

Toreta!



いろ・は・す とまと



特定保健用食品 からだすこやか茶.W



1L PET パッケージ展開



国産茶葉 100%



コカ・コーライーストジャパン株式会社

前年同期の成長の反動でシェアは微減

Coca-Cola East Japan

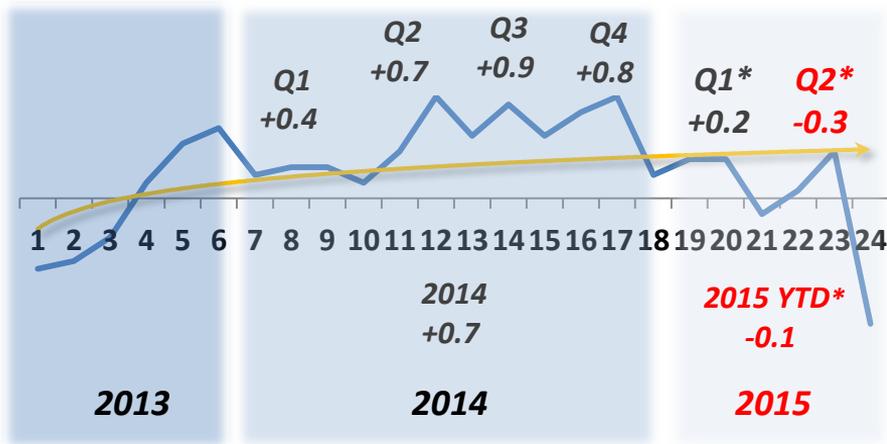
2015年度 第2四半期・上期



2015 市場シェア*	前年同期比	
	Q2	上期
数量	-0.3	-0.1
金額	-0.4	-0.1

数量・金額シェアは7四半期中6四半期で拡大
 コーラ、お茶、水カテゴリーでシェアを拡大
 その他炭酸飲料に課題
 6月の市場シェアは販促活動の抑制が影響

数量シェア対前年比増減



金額シェア対前年比増減

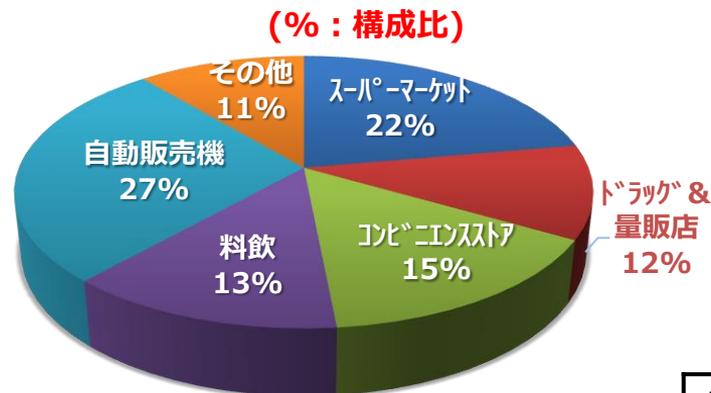


*仙台社を含む

**出典：インターゲジ OTC チャネル（清涼飲料水）

販売チャネル別の状況

Q2 2015 チャネル別販売数量



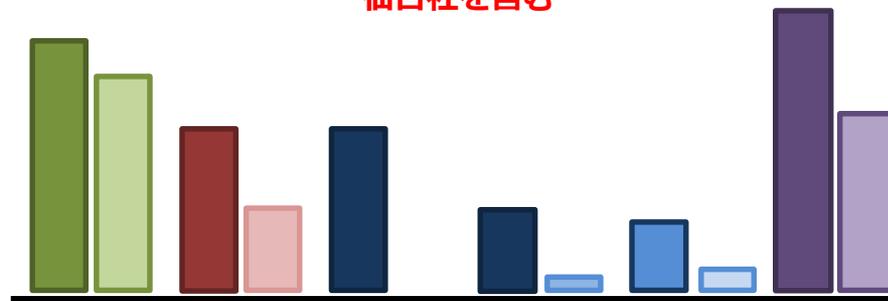
販売数量 (仙台社含む)

Q2 : 11.1%増 上期 : 5.4%増

- コンビニの成長は水、お茶、コーヒーが牽引
- ドラッグ&量販店、スーパーマーケットは納価値引きの抑制と2Lの水の出荷抑制が影響
- 自動販売機は天候とチャネルミックス変化で悪化。インドア機はアウトドア機より良好
- 新規店舗数増で料飲が成長

チャネル別販売数量増減

仙台社を含む



前年同期比	コンビニエンスストア	ドラッグ&量販店	全国チェーンスーパー	地域チェーンスーパー	自動販売機	料飲
Q2 2015	+20%	+13%	+13%	+7%	+6%	+23%
2015年上期	+17%	+6%	前年並	+1%	+2%	+14%

*BAPC: Bottler Actual Physical Cases/ボトラー社実箱数

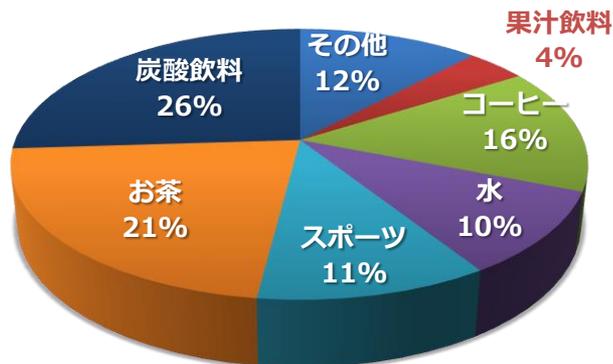
販売数量 (仙台社除く) →
Q2 : 1.3%増 上期 : 0.1%増

前年同期比	コンビニエンスストア	ドラッグ&量販店	全国チェーンスーパー	地域チェーンスーパー	自動販売機	料飲
Q2 2015	+8%	+1%	-1%	前年並	-4%	+15%
2015年上期	+11%	-1%	-8%	-3%	-3%	+10%

カテゴリー別の状況

Q2 カテゴリー別販売数量

(% : 構成比)



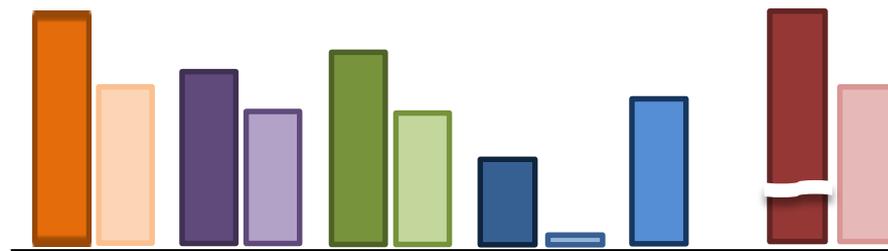
販売数量 (仙台社含む)

Q2 : 11.1%増 上期 : 5.4%増

- 無糖茶は**新製品**で成長
- 水は**2Lの販促抑制**が影響
- コーヒーは**カスタマー限定製品**が牽引
- 炭酸飲料とスポーツは**自動販売機チャネルの悪化**が影響
- 果汁飲料は**新規店舗数増**で成長

カテゴリー別販売数量増減

仙台社を含む



前年同期比	無糖茶	水	コーヒー	炭酸飲料	スポーツ	果汁飲料
Q2 2015	+16%	+12%	+14%	+6%	+9%	+22%
2015年上期	+11%	+8%	+8%	+1%	前年並	+10%

*BAPC: Bottler Actual Physical Cases/ボトラー社実箱数

販売数量 (仙台社除く) →
Q2 : 1.3%増 上期 : 0.1%増

前年同期比	無糖茶	水	コーヒー	炭酸飲料	スポーツ	果汁飲料
Q2 2015	+8%	+1%	+1%	-3%	-2%	+12%
2015年上期	+6%	+2%	+1%	-4%	-7%	+5%

2015年度 第2四半期および 上期業績

Coca-Cola East Japan

コカ・コーライーストジャパン株式会社

www.ccej.co.jp

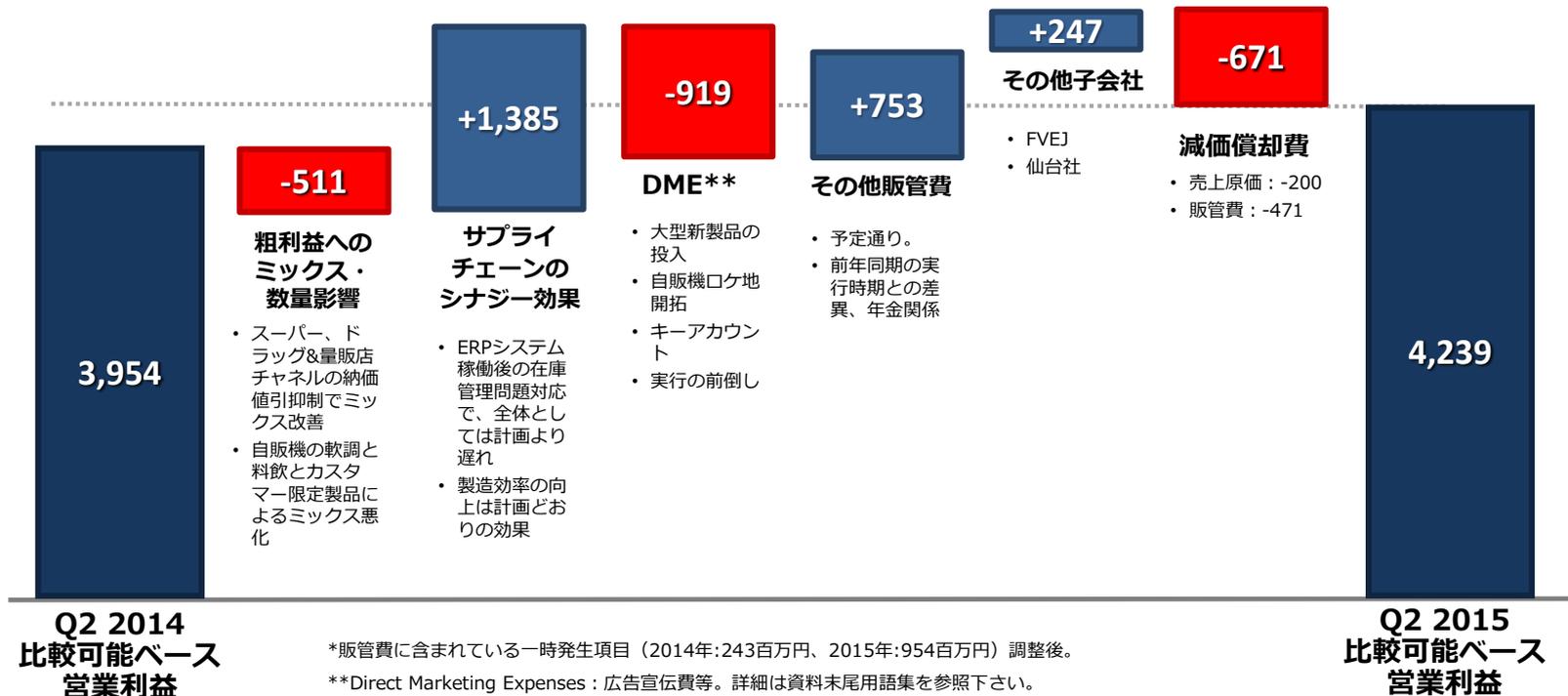


第2四半期営業利益 増減分析

Coca-Cola East Japan

2015年度 第2四半期・上期

単位：百万円



第2四半期 業績概要

Coca-Cola East Japan

2015年度 第2四半期・上期

- バランスのとれた販売数量と売上成長
- 製造効率向上で粗利率が改善
- 販管費は販促、マーケティング費用や人件費増により増加
- 税金はFVEJに統合した子会社の繰延税金資産の追加計上が影響

Q2 2015 財務報告ベース実績 (単位：百万円)		Q2 2015 一時発生 項目	Q2 2015 比較可能 ベース	Q2 2014 比較可能 ベース	前年同期比	
					差異	%
販売数量 (BAPC, 千ケース)	80,784	-	80,784	72,725	8,059	+11.1
売上高	151,828	-	151,828	136,580	15,248	+11.2
売上原価	81,204	-	81,204	74,229	6,975	+9.4
売上総利益	70,623	-	70,623	62,351	8,272	+13.3
販管費	67,338	△954	66,384	58,397*	7,987	+13.7
営業利益	3,285	954	4,239	3,954	285	+7.2
税引前当期純利益	2,850	1,414	4,219	4,086	133	+3.3
当期純利益	2,531	910	3,441	2,437	1,005	+41.2

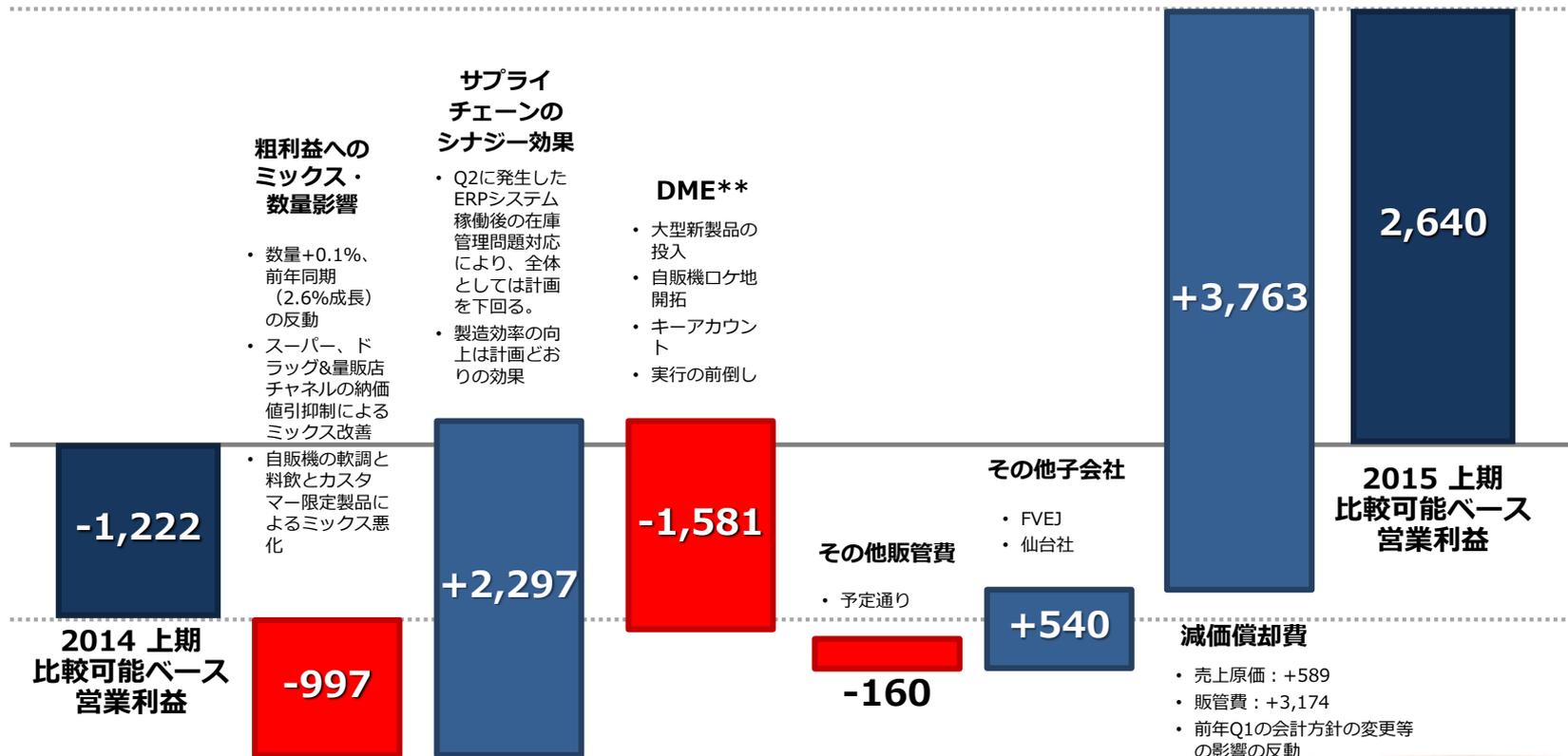
*2014年度第2四半期の一時発生項目243百万円の調整を含む
 ※集計方法の標準化を行ったため、2014年の販売数量実績は新しい集計方法による数字に変更しております。なお、この変更については2014年度決算発表時にもご案内しております。

上期営業利益 増減分析

Coca-Cola East Japan

2015年度 第2四半期・上期

単位：百万円



*販管費に含まれている一時発生項目（2014年:651百万円、2015年:1,295百万円）調整後。

**Direct Marketing Expenses : 広告宣伝費等。詳細は資料末尾用語集を参照下さい。

上期 業績概要

Coca-Cola East Japan

2015年度 第2四半期・上期

- バランスのとれた販売数量と売上成長
- 製造効率向上で粗利率が改善
- 原価と販管費は前年Q1の会計方針の変更等の反動が影響
- 税金はFVEJに統合した子会社の繰延税金資産の追加計上が影響

2015 上期 財務報告ベース実績 (単位：百万円)		2015上期 一時発生 項目	2015上期 比較可能 ベース	2014上期 比較可能 ベース	前年同期比	
					差異	%
販売数量 (BAPC, 千ケース)	139,794	-	139,794	132,610	7,184	+5.4
売上高	262,049	-	262,049	248,495	13,554	+5.5
売上原価	140,051	-	140,051	135,781	4,270	+3.1
売上総利益	121,997	-	121,997	112,714	9,283	+8.2
販管費	120,651	△1,295	119,356	113,936*	5,420	+4.8
営業利益	1,345	1,295	2,640	△1,222	3,862	-
税引前当期純利益	131	2,445	2,576	△1,036	3,612	-
当期純利益	988	1,574	2,562	△1,540	4,102	-

*2014年度上期の一時発生項目651百万円の調整を含む

※2014年度上期の業績には有形固定資産の残存価額を備忘価額に変更し、残存価額を備忘価額まで償却したことによる影響額が売上原価に805百万円、販管費に3,850百万円含まれています。

※集計方法の標準化を行ったため、2014年の販売数量実績は新しい集計方法による数字に変更しております。なお、この変更については2014年度決算発表時にもご案内しております。

2015年度 下期見通し

Coca-Cola East Japan

コカ・コーライーストジャパン株式会社

www.ccej.co.jp



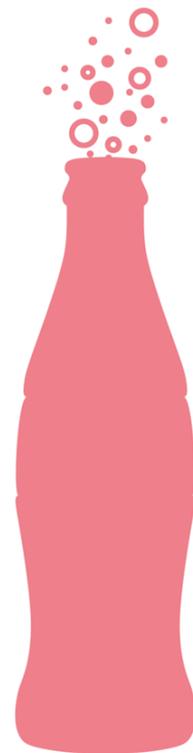
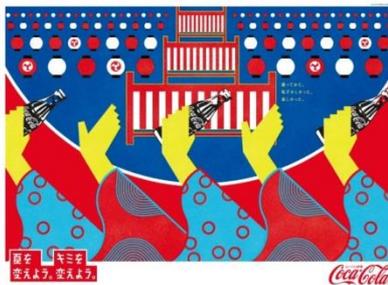
100 YEARS OF THE

COCA-COLA BOTTLE

コカ・コーラサマーキャンペーン

Coca-Cola East Japan

2015年度 第2四半期・上期



夏を変えよう。
キミを変えよう。

コカ・コーライーストジャパン株式会社

- ✓ **最盛期の第3四半期に向けた準備は完了**
- ✓ **重要販売チャネルにおけるマーケティング活動の強化**
 - 堅実なマーケティング・製品導入計画
 - 適切な価格取引条件に則り、的を絞った販促活動
- ✓ **物流・輸送最適化に注力**
 - 製品直送（工場からセールスセンター）の増加、ハブ間製品移動の削減
 - 製品輸送距離の削減、トラック積載効率の向上
- ✓ **あらゆる経費の徹底的な見直しを実施中**

- ✓ **新しいERPシステムの安定運用と活用、新システムへの完全移行による製品の安定供給体制の確立**
- ✓ **製造設備2ライン稼働開始（岩槻工場）**
- ✓ **ボトル缶ライン稼働開始（東海工場、Q3）**
- ✓ **仙台社およびFVEJのオペレーション統合**
- ✓ **リジョンレベルでのサプライチェーン最適化**
- ✓ **適切な価格取引条件と販促活動の継続**

APPENDIX

Coca-Cola East Japan

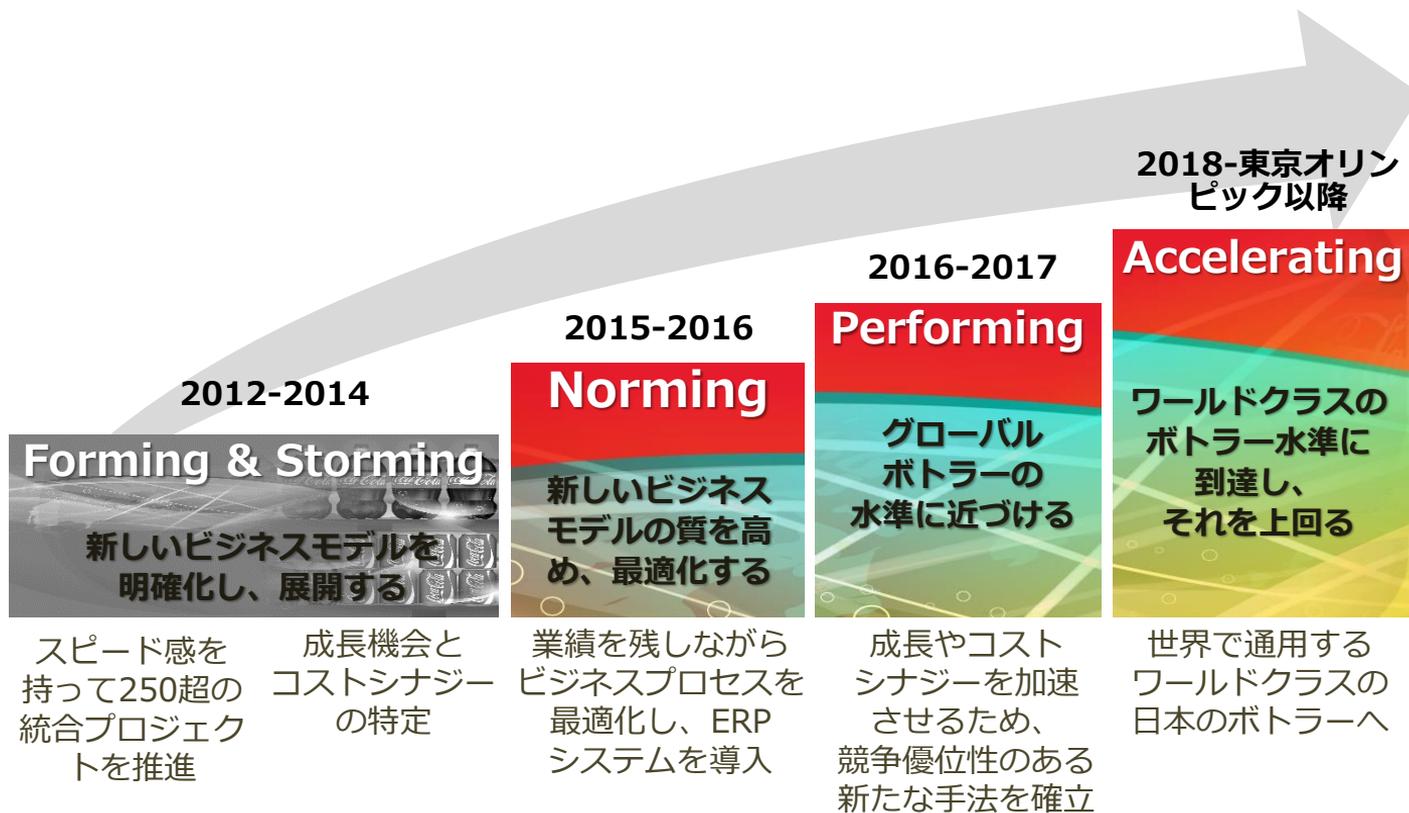
コカ・コーライーストジャパン株式会社

www.ccej.co.jp



成長に向けたOne+ロードマップ

Coca-Cola East Japan



TOKYO 2020



コカ・コーラビジネスを成長させる強固なパートナーシップ

日本のコカ・コーラシステムは、原液/飲料ベース（コーヒー豆、茶葉、果汁等）の供給と製品の企画開発や広告等のマーケティング活動を行う日本コカ・コーラ株式会社(CCJC)と、製品の製造・販売を行うボトラー社や関連会社などで構成されています。

CCJCは、フランチャイズオーナーとして、ボトラー各社に原液/飲料ベースを供給するほか、日本市場のトレンドの把握および消費者・購買者の分析を通じて製品開発やマーケティング戦略の策定を行い、その実行をリードしています。

CCEJをはじめとするボトラー各社は、フランチャイジーとして、製品製造をはじめとして物流・輸送、販売活動を行っています。生産の効率化や徹底した消費者志向、市場への迅速な対応や顧客サービスの強化、厳格な品質管理など、コカ・コーラシステムの全体最適を図ることによって、コカ・コーラビジネスのさらなる成長を目指して協働しています。



日本コカ・コーラ(株)

- ブランド
- イノベーション
- グローバルな視点
- 消費者志向
- 卓越した洞察力

コカ・コーライーストジャパン(株)

- サプライチェーン
- コストの最適化
- エリアに精通
- カスタマー志向
- 世界に誇れる実行力

その他コカ・コーラシステム関連企業の概要

株式会社コカ・コーラ東京研究開発センター (CCTR&D)	日本のニーズに即した製品開発・技術サポート。ザ コカ・コーラカンパニー(TCCC)の100%子会社。
コカ・コーラビジネスサービス株式会社 (CCBSC)	原材料・資材等の共同調達、ビジネスコンサルティング、情報システムの開発・保守運用。TCCCおよび全ボトラー社の出資により設立。
コカ・コーラカスタマーマーケティング株式会社 (CCMC)	全国規模の大手流通チェーンおよびフードサービスチェーンに対する商談窓口。CCJCおよび全ボトラー社の出資により設立。
株式会社エフ・ヴィ・コーポレーション (FVC)	自動販売機事業における広域法人への営業およびコカ・コーラ製品以外の商品の取扱。CCJCおよび全ボトラー社の出資により設立。

CDE	Cold Drink Equipment の略。自販機、クーラー、ディスペンサーなどの販売機器全般を指す。
クーラー	小売店や飲食店の店内・レジ前などに設置するブランドロゴの入った冷蔵・保温機器。商品を適温（コールド、ホット）で提供し主にIC需要を喚起する。
DME	販促に関わる費用、 Direct Marketing Expenses の略。損益計算書上、販管費の販売手数料の一部ならびに広告宣伝費及び販促費に計上される。
FC（将来消費）	Future Consumption の略。ICとは逆に家庭等での将来の飲用を目的として購入される商品（例、1リットル以上のペットボトルや小型パッケージを複数本セットにしたマルチパック等）やFC需要の多いチャネル（例、スーパーマーケット、ドラッグストア、ディスカウンター等）を指す。
HORECA	ホテル(<u>H</u> otel)、レストラン(<u>R</u> estaurant)、カフェテリア(<u>C</u> afeteria)の略。料飲店チャネル。
IC（即時消費）	Immediate Consumption の略。購入後、即飲用されることを目的として、適温（コールド、ホット）で提供する商品（例、缶や小型ペットボトル等、1リットル未満の小型パッケージやシロップ等）や、IC需要の多いチャネル（例、自販機、コンビニ等）を指す。
OBPPC	Occasion（機会）、Brand（製品ブランド）、Package（パッケージ種類）、Price（価格）、Channel（販売チャネル） の頭文字をとったもので、消費の各機会に適した商品を提供するセグメンテーション戦略。
オペレーショナル エクセレンス	Operational Excellence：全世界共通のツールと考え方を使って持続的な業務改善を行い、経営上の重点課題に注力し、人材と生産性の高い企業文化を育成し、高い企業価値の実現につなげる、コカ・コーラシステム共通の仕組み。
RTM	Route-To-Market の略。営業部門が売上成長を実現するためのフレームワーク、プロセス、実行手段などを定義したもの。

THANK YOU

2015年度第2四半期 決算説明会
2015年8月7日

〈お問い合わせ先〉

コカ・コーライーストジャパン株式会社
IR部

ir@ccej.co.jp

03-5575-3797

<http://investor-jp.ccej.co.jp/>

Coca-Cola East Japan

コカ・コーライーストジャパン株式会社

www.ccej.co.jp

