

2015年度 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
2016年2月15日

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

(2016年2月12日掲載)



将来の業績に関する見通しについて

Coca-Cola East Japan
Q4 & Full-Year 2015

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。

Taste The Feeling: 「コカ・コーラ」 新グローバルキャンペーン

Coca-Cola East Japan
Q4 & Full-Year 2015



Introduction - イントロダクション

- 概要と業績のポイント

2015年度 業績概況

- 市場シェア、販売数量、業績

成長に向けたOne+ ロードマップ

- 概要

2016年度 業績予想

- 事業計画

まとめ



業績の概要とポイント

Coca-Cola East Japan
Q4 & Full-Year 2015

- ✓ 2015年度の営業利益（財務報告ベース）は、2015年10月に発表した修正後の業績予想を若干上回る
- ✓ 数量・価格・ミックスの粗利益への影響は、第4四半期でポジティブに転じた
- ✓ 製造と調達のシナジー効果により通期の粗利率改善
- ✓ 新製品の投入やマーケティング活動により、第4四半期の市場シェアは数量・価格とも拡大
- ✓ 事業変革を継続：第4四半期の主な実績
 - ・ 新規製造設備 1 ライン（岩槻工場）稼働開始
 - ・ 仙台コカ・コーラボトリング株式会社（仙台社）の法人格を統合し、CCEJのERPシステムの展開を完了（2016年1月1日付）
 - ・ 普通社債160億円を発行
- ✓ マネジメントの変更を発表（ファイナンス、コーポレート・コミュニケーション）

統合から2年半。2015年度の主な実績

- 仙台社の事業統合（2015年4月1日付）、法人格統合とERP展開の完了（2016年1月1日付）
- 当社製品および他社製品を取り扱う自動販売機（ミックス自販機）オペレーター子会社8社を統合した、FVイーストジャパン株式会社（FVEJ）の発足（2015年4月1日付）
- 新規製造設備4ライン（茨城、岩槻、海老名工場）、ボトル缶製造ライン（東海工場）稼働開始
- ERPシステム「CokeOne+」フェーズ1導入の完了と安定化
- RTMのフェーズ1導入を完了し、営業プロセスを標準化。最適化に向けたフェーズ2を開始
- ケイパビリティ強化（組織、人材）を継続

2015年度 営業の概況

Coca-Cola East Japan

コカ・コーライーストジャパン株式会社

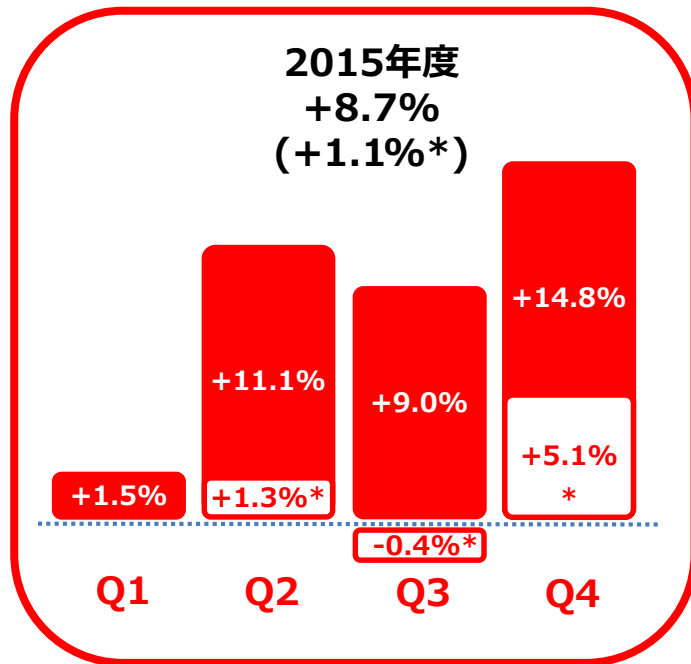
www.ccej.co.jp



販売数量の状況

Coca-Cola East Japan
Q4 & Full-Year 2015

四半期別販売数量 (前年同期比)



*Q2に統合した仙台社を除いた場合の前年同期比増減率

各四半期のハイライト

Q1

- ・ 2014年の消費税増税前の駆け込み需要の反動

Q2

- ・ 仙台社を事業統合(4月1日)
- ・ 4月：前年の消費税増税後の需要減の反動で増加
- ・ 6月：数量増を目的とした販促活動の抑制（2Lの水）

Q3

- ・ 最盛期の天候不順（平年より涼しく、多雨）
- ・ 自販機チャネルの軟調継続
- ・ 大容量（2L）の納価値引抑制で数量減
- ・ 競合他社の積極的な販促活動と新製品投入の継続

Q4

- ・ 成長を回復し市場シェアを拡大
- ・ コーヒー、フレーバーウォーターの新製品の成功
- ・ 数量と価格のバランスに的を絞った販促活動

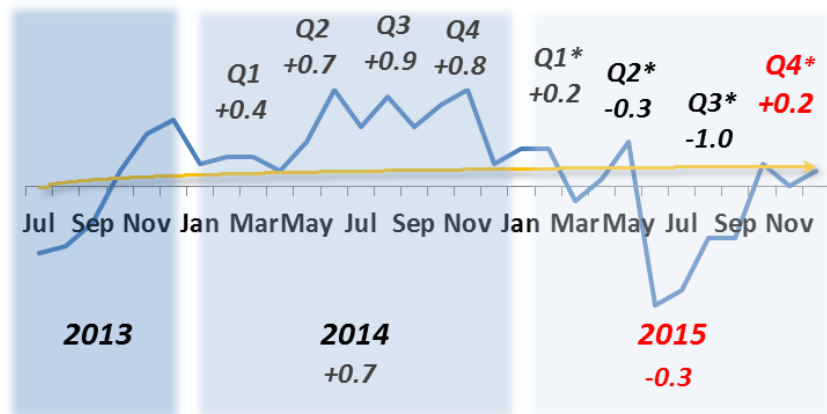
激しい競争下においても市場シェアを回復

Coca-Cola East Japan
Q4 & Full-Year 2015

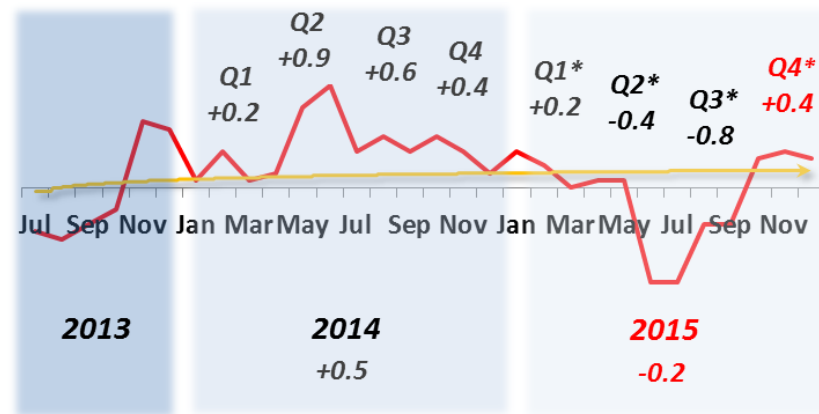
2015 市場シェア*	前年同期比	
	Q4	累計
数量	+0.2	-0.3
金額	+0.4	-0.2

- ・ コーラ飲料、お茶、水カテゴリーでシェアを拡大
- ・ スーパー、コンビニ、ドラッグ&量販店で金額シェア拡大
- ・ 金額シェアが数量シェアを上回って拡大

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：イメージ OTC チャネル（清涼飲料水）

店頭小売価格の傾向

- ・ 当社製品の店頭小売価格は、市場動向を反映して前年同期を下回る
- ・ 当社製品の店頭小売価格は大型・小型PETとも、納価値引きの抑制や的を絞った販促活動の効果もあり、Q3のトレンドを維持し、市場平均を上回って推移している

当社製品 店頭小売価格 (2016/1/3時点)	対前年同期比 (円)	
	直近12週	通年
大型 PET	-1.8	-2.2
500ml PET	-1.2	-1.6

当社製品 店頭小売価格 (2016/1/3時点)	対市場平均比 (円)	
	直近12週	通年
大型 PET	+11.9	+13.7
500ml PET	+1.2	+0.5

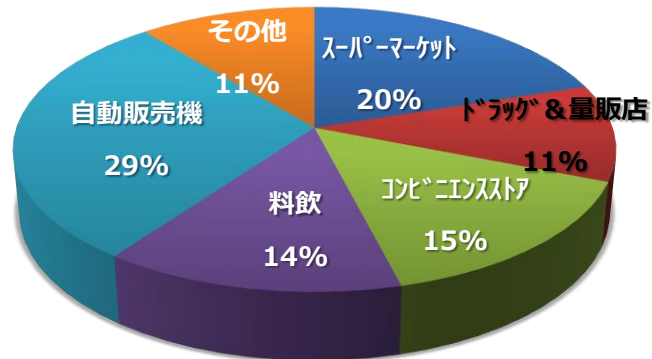


出典：インテージ OTC チャネル（清涼飲料水）

販売チャネル別の状況：ミックス改善

Coca-Cola East Japan
Q4 & Full-Year 2015

Q4 販売数量構成比



販売数量（仙台社含む）

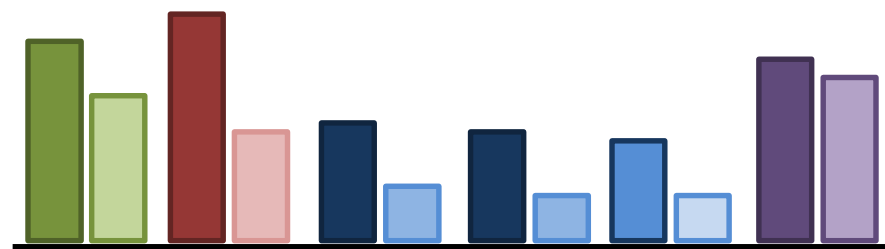
Q4：+14.8%増 通期：+8.7%

Q4(仙台社除く)主な要因

- ・コンビニ：水、コーヒー、お茶が成長を牽引
- ・ドラッグ&量販店：全カテゴリーで成長
- ・スーパー：お茶、水、コーヒーの成長で回復
- ・自動販売機：新製品「ジョージア ザ・プレミアム」や新しいPicOS（理想の売場を実現する品揃え展開）で回復
- ・料飲：新規店舗数増で成長

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
Q4 2015	+22%	+25%	+13%	+12%	+11%	+20%
FY 2015	+16%	+12%	+6%	+5%	+5%	+18%

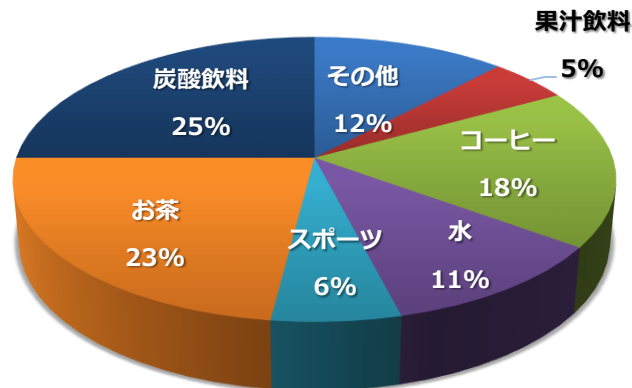
販売数量（仙台社除く）→
Q4：+5.1% 通期：+1.1%

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
Q4 2015	+11%	+11%	-1%	+5%	+1%	+12%
FY 2015	+8%	+2%	-5%	-1%	-3%	+11%

カテゴリー別の状況：製品価値を訴求

Coca-Cola East Japan
Q4 & Full-Year 2015

Q4 販売数量構成比



販売数量（仙台社含む）

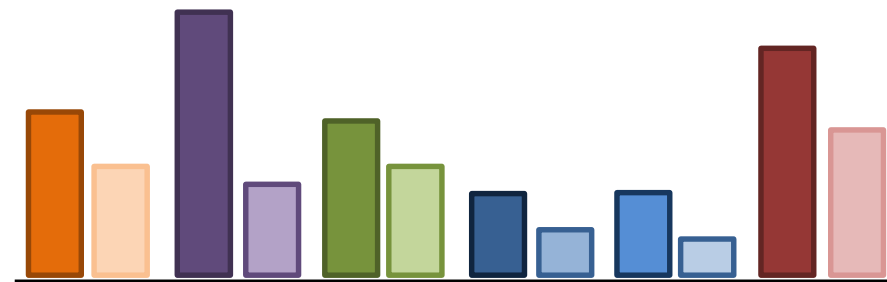
Q4：+14.8%増 通期：+8.7%

Q4(仙台社除く)主な要因

- ・水：新製品「いろ・は・す もも」の導入が寄与
- ・お茶（無糖茶）：「綾鷹」の好調継続
- ・コーヒー：「ジョージア ザ・プレミアム」とカスタマー限定製品が牽引
- ・炭酸飲料：料飲とドラッグ・量販店の成長で前年並に回復
- ・果汁飲料：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
Q4 2015	+18%	+29%	+17%	+9%	+9%	+25%
FY 2015	+12%	+10%	+12%	+5%	+4%	+16%

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
Q4 2015	+10%	+17%	+4%	前年並	-2%	+15%
FY 2015	+6%	+2%	+3%	-2%	-5%	+8%

販売数量（仙台社除く）→
Q4：+5.1% 通期：+1.1%

2015年度 業績概況

Coca-Cola East Japan

コカ・コーライーストジャパン株式会社

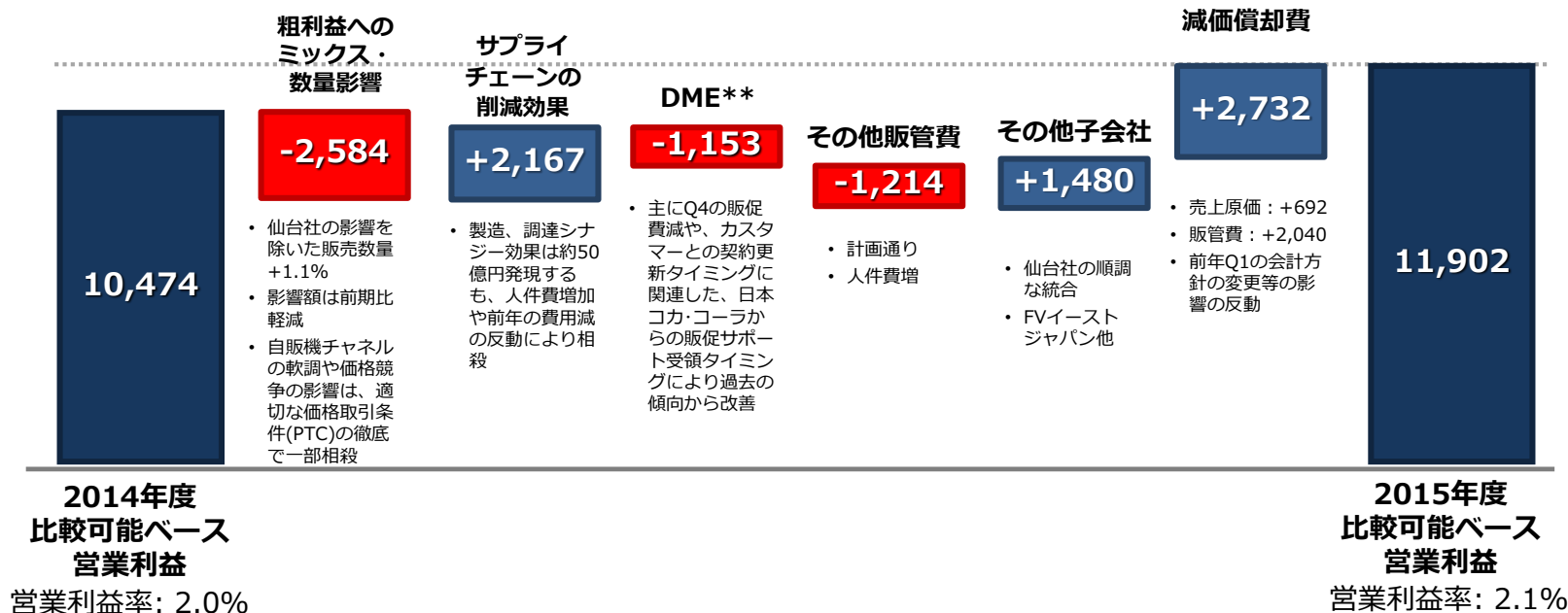
www.ccej.co.jp



2015年度 営業利益 増減要因

Coca-Cola East Japan
Q4 & Full-Year 2015

単位：百万円



*一時発生費用（2014年:1,118百万円、2015年:1,111百万円）の調整を含む。

**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。

2015年度 損益計算書概要

Coca-Cola East Japan
Q4 & Full-Year 2015

- Q4に販売数量増と売上増が加速
- 製造効率向上と調達効率化で粗利率が改善
- 販管費は販促、マーケティング費用、物流費用、仙台社統合等により増加
- 当期純利益は実効税率が前期比低下したことにより増加

2015年度 財務報告ベース実績 (単位：百万円)		2015年度 一時発生費用	2015年度 比較可能 ベース	2014年度 比較可能 ベース	前年同期比	
					差異	%
販売数量 (BAPC, 千ケース)	305,951	-	305,951	281,586	+24,365	+8.7
売上高	563,162	-	563,162	523,299	+39,862	+7.6
売上原価	302,087	-	302,087	283,963	+18,123	+6.4
売上総利益	261,075	-	261,075	239,336	+21,739	+9.1
販管費	250,284	-1,111	249,173	228,861	+20,312	+8.9
営業利益	10,791	1,111	11,902	10,474	+1,428	+13.6
税引前当期純利益	8,286	2,901	11,187	10,643	+544	+5.1
当期純利益	5,354	1,867	7,221	5,975	+1,246	+20.9

*一時発生費用（2014年:1,118百万円）の調整を含む。

※2014年度累計期間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1,028百万円、販管費に4,545百万円含まれています。

※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。

コカ・コーライーストジャパン株式会社

成長に向けた One+ロードマップ

Coca-Cola East Japan

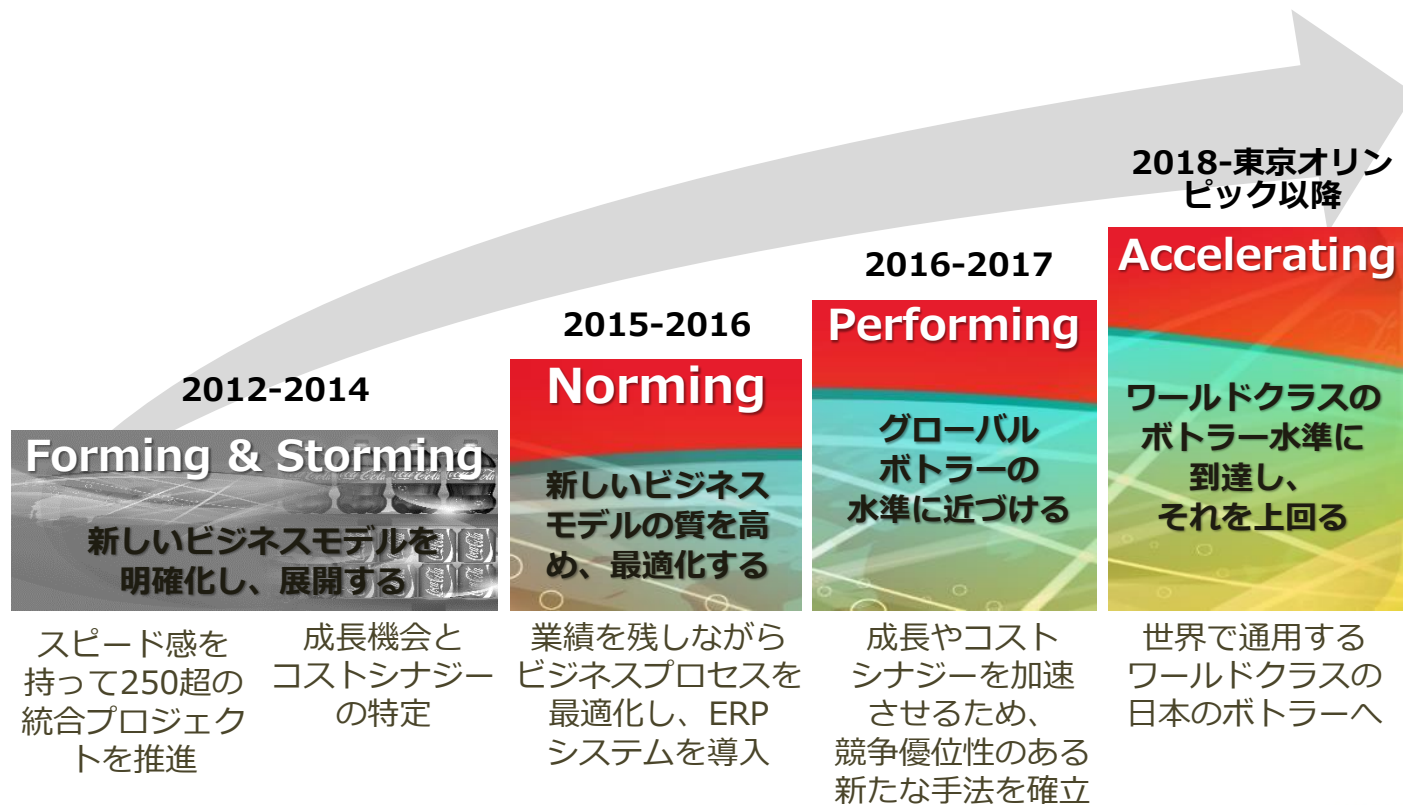
コカ・コーライーストジャパン株式会社

www.ccej.co.jp



成長に向けたOne+ロードマップ

Coca-Cola East Japan
Q4 & Full-Year 2015

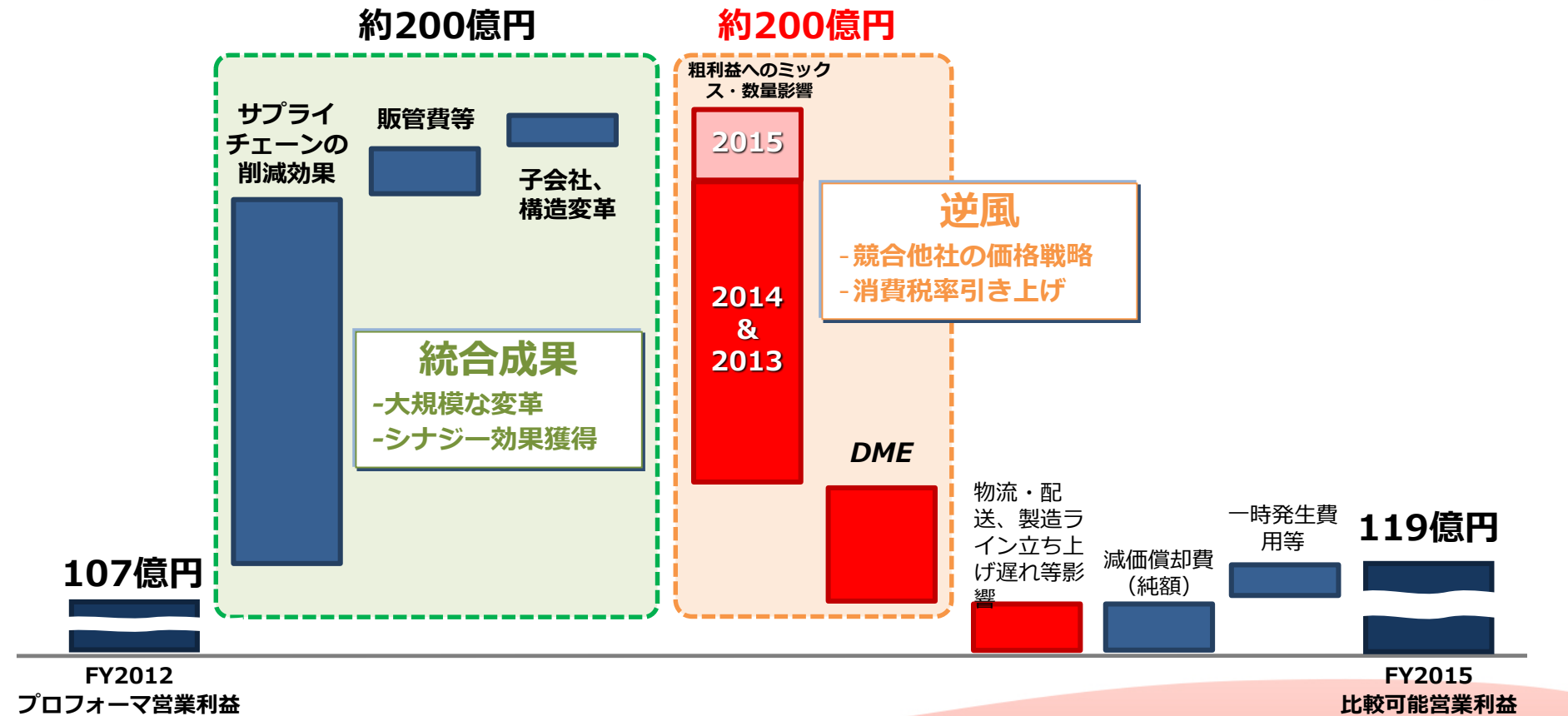


TOKYO 2020



2012年から2015年の営業利益増減要因

統合の著しい成果がトップライン減（粗利益への影響等）に相殺される



FY2012
プロフォーマ営業利益

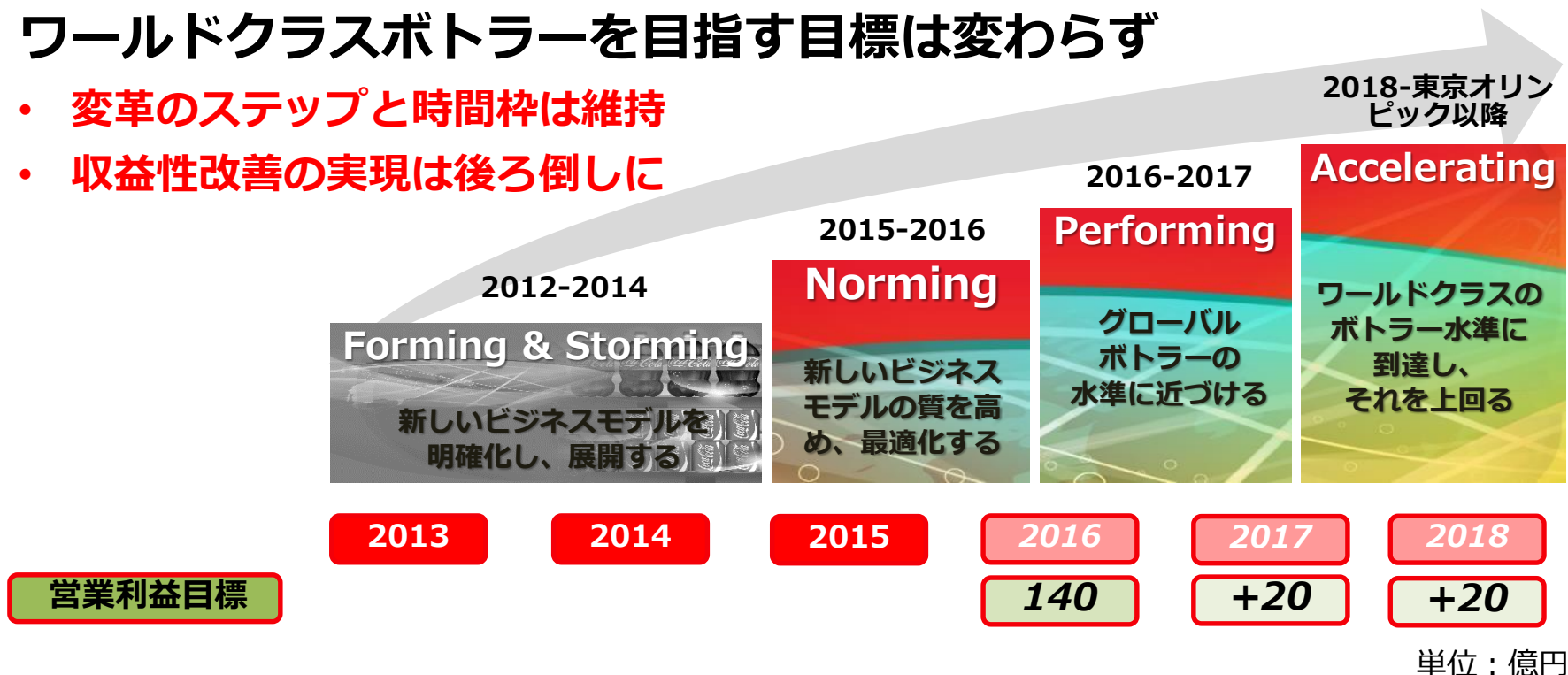
FY2015
比較可能営業利益

*端数省略

コカ・コーライーストジャパン株式会社

ワールドクラスボトラーを目指す目標は変わらず

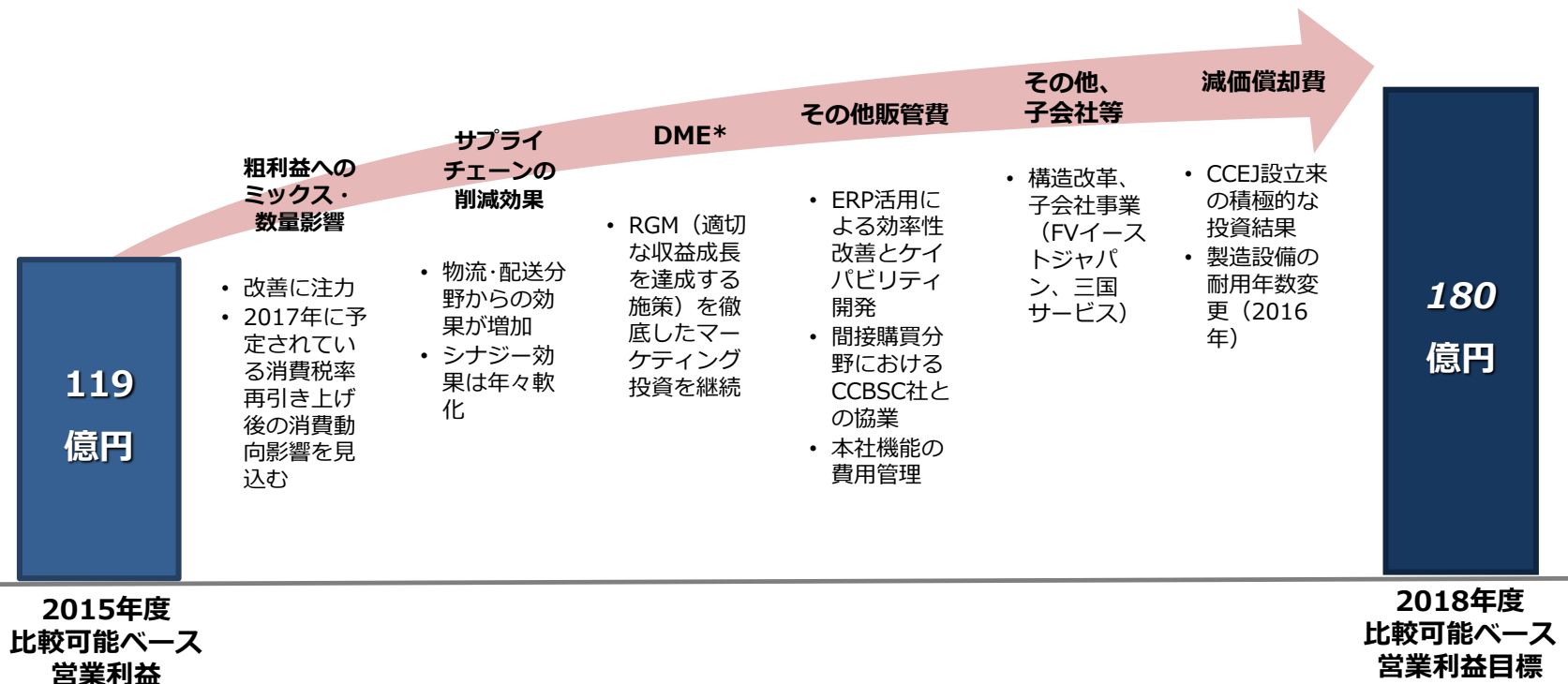
- 変革のステップと時間枠は維持
- 収益性改善の実現は後ろ倒しに



2018年に向けて

シナジー確保の機会追求、トップラインを安定化

Coca-Cola East Japan
Q4 & Full-Year 2015



*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。

統合初日に掲げた注力分野とその進捗

Coca-Cola East Japan
Q4 & Full-Year 2015

5つの注力分野のうち4つは順調なるも、トップライン成長に課題

成長

スピード

シナジー

インフラ

人材

2015年は従来までの傾向から改善がみられた

かつてないスピードと変革領域

コスト削減と効率性の向上

最適なオペレーション体制の擁立

ワールドクラスのモデルになる従業員



2016年度 業績予想

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



2016年度 事業計画概要

Coca-Cola East Japan
Q4 & Full-Year 2015

営業利益	140億円
売上高成長率	+1.4%
営業利益率	2.5%

マクロ経済環境	・ 軟調な消費動向 ・ 為替（円高）、エネルギー・コモディティ価格の下落
清涼飲料市場	・ 市場規模は前年並みか縮小 ・ チャネルミックス変遷の継続 ・ 小売価格へのプレッシャーの継続
CCEJの施策	・ 価格およびミックスの適正化、数量と価格のバランス ・ 重要な自販機チャネルの収益力改善に向けた挺子入れ ・ 適切な収益成長を達成すべくRGM（Revenue Growth Management）施策に注力 ・ サプライチェーン費用と販管費削減努力を継続

2016年度 業績予想

Coca-Cola East Japan
Q4 & Full-Year 2015

2016年度 業績予想（財務報告ベース） （単位：百万円）	
販売数量 (BAPC, 千ケース)	313,893
売上高	571,300
売上総利益	271,172
営業利益	14,000

2016年度 一時発生 項目予想
-
-
-
-

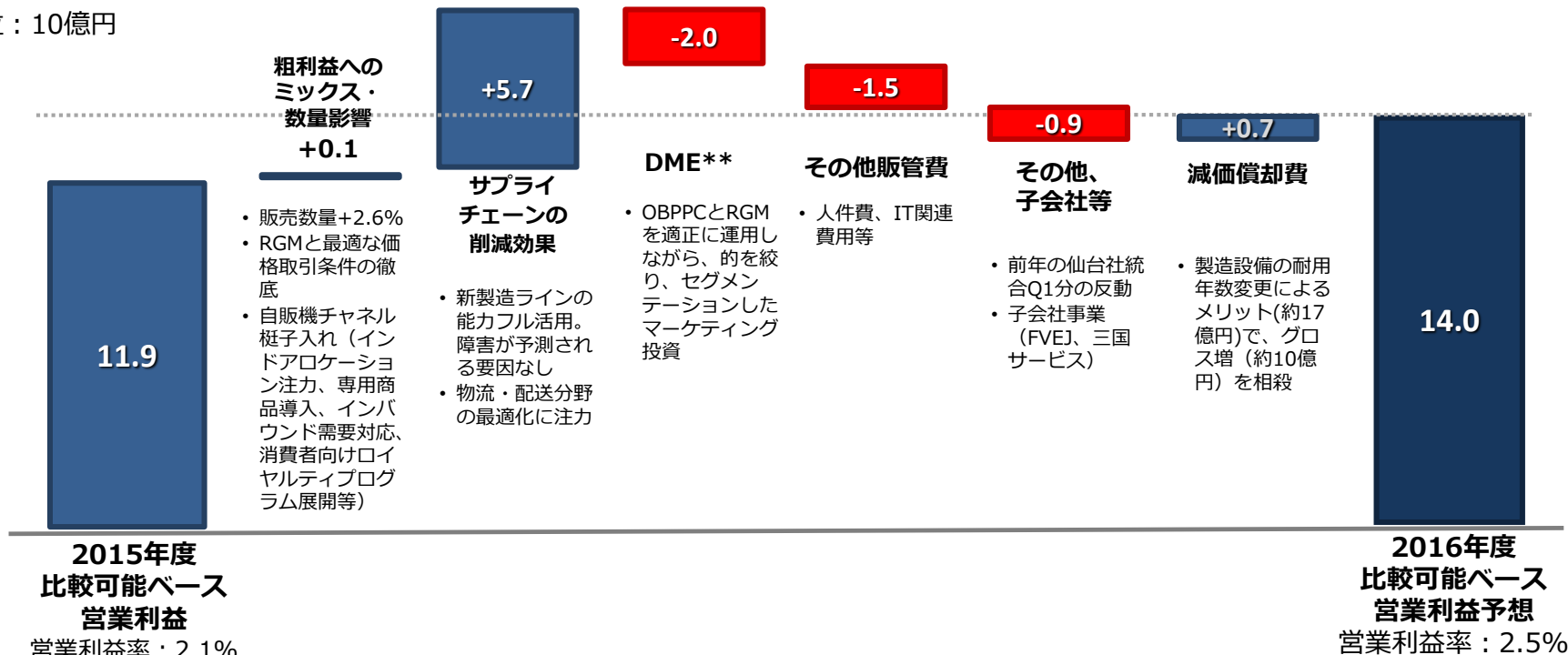
2016年度 比較可能 ベース 業績予想
313,893
571,300
271,172
14,000

2015年度 比較可能 ベース実績	前年比	
	差異	%
305,951	+7,942	+2.6
563,162	+8,138	+1.4
261,075	+10,097	+3.9
11,902	+2,098	+17.6

2016年度 営業利益 増減要因

Coca-Cola East Japan
Q4 & Full-Year 2015

単位：10億円



*端数省略

**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。

2016年度 各部門の主要施策

Coca-Cola East Japan
Q4 & Full-Year 2015

コマーシャル (営業)	• OBPPC*、適切な価格取引条件(PTC; Price, Terms & Conditions)の徹底によるRGMへの注力継続 • 自動販売機を含めすべてのチャネルで提供コストの全体的なレビュー • 的を絞り、セグメンテーションしたマーケティング投資、製品やSKU展開
サプライ チェーン (製造・物流・配送)	• 57億円のサプライチェーン削減効果創出 • 新しい製造能力のフル活用 • 物流・配送の最適化に向け注力をシフト
間接部門	• 人材開発、業務プロセス標準化、システムの安定化、能力主義の文化 • 本社機能オーバーヘッドの見直し等による、その他販管費の適切な管理 • 導入済のERPシステム「CokeOne+」のフェーズ1を最大限に活用し、フェーズ2の開発を継続

*Occasion, Brand, Package, Price, Channel : 資料末尾用語集を参照下さい。

第1四半期の主なマーケティング活動

Coca-Cola East Japan
Q4 & Full-Year 2015

自販機チャネルの挺子入れ

- ・ 的を絞り、セグメンテーションしたマーケティング投資やPicOS*徹底による最適な品揃えの展開。インドアロケーション拡大注力
- ・ 自販機専用商品の導入
- ・ スマートフォンアプリによるロイヤルティプログラム展開
- ・ インバウンド旅客需要への対応



280ml (自販機専用)



多言語対応の
購入方法説明
や製品説明

炭酸飲料

「コカ・コーラ」新グローバルキャンペーン
“Taste The Feeling”
味わおう、はじけるおいしさを。



「コカ・コーラ」「コカ・コーラ ゼロ」
史上最大級のサンプリング実施



「カナダドライ」
リニューアル



シュウェップス
グレープ
スパークリング



ジョージア、お茶、水等

ジョージア
ティーピンバクト



からだすこやか茶W
(トクホ製品)
リニューアル



紅茶花伝
さくらんぼ香る
ロイヤルミルクティー

「ひな祭」販促



日本の烏龍茶
つむぎ
リニューアル



コカ・コーライーストジャパン株式会社

2016年度 収益モデルの補足材料

Coca-Cola East Japan
Q4 & Full-Year 2015

✓ 各四半期の収益状況

- 年間の営業利益の大半はQ3に発生

✓ 設備投資見通し

- 自販機やクーラー等の販売機器、車両、工場、製造設備等に投資、2015年度の計画未実行分を含む

✓ 減価償却費

- 製造設備の耐用年数を実態に即した使用可能予測期間に基づいて見直した結果、従来の10年から、7～20年に変更。変更により見込まれる減価償却費の減少（約17億円）を業績予想に反映済

単位：10億円	設備投資*	
	2015 実績**	2016 計画
売上原価計上	7.3	31.2
販管費計上	29.9	25.3
TOTAL	37.2	56.5

減価償却費	
2015 実績**	2016 計画
7.3	6.8
16.5	17.2
23.8	24.0

*設備投資予定額には建設仮勘定を含む。

**2015年Q2に仙台社を統合したため、2015年実績には仙台社のQ1分は含まれていない。

まとめ

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



ロードマップの変革ステップと時間枠は維持、成長に注力

成長

2016年も改善に向けて注力、理性的な価格トレンドへ

スピード

かつてないスピードと変革領域

シナジー

コスト削減と効率性の向上

インフラ

最適なオペレーション体制の擁立

人材

ワールドクラスのモデルになる従業員

APPENDIX

Coca-Cola East Japan

コカ・コーライーストジャパン株式会社

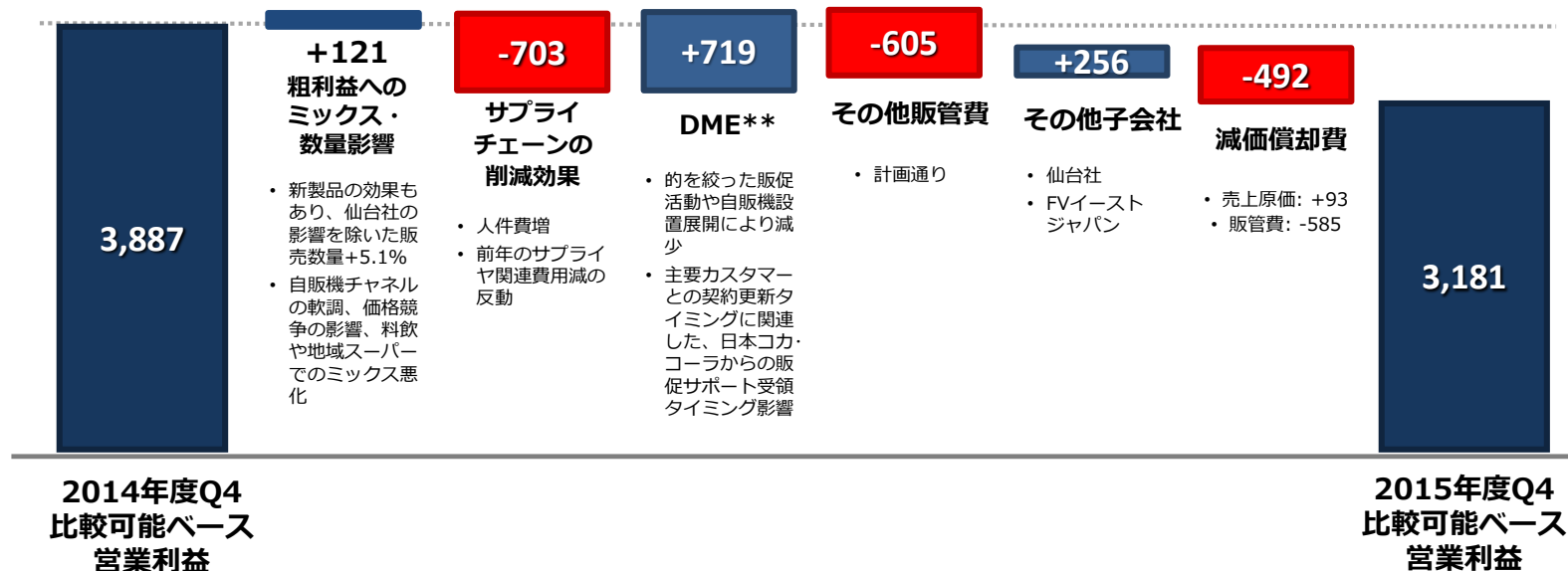
www.ccej.co.jp



第4四半期 営業利益 増減要因

Coca-Cola East Japan
Q4 & Full-Year 2015

単位：百万円



*一時発生費用（2014年Q4:263百万円、2015年Q4:81百万円）の調整を含む。

**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。

第4四半期 損益計算書概要

Coca-Cola East Japan
Q4 & Full-Year 2015

- 粗利率は人件費増と前年同期の反動で若干低下
- 販管費は、物流・配送費、減価償却費、仙台社統合等により増加
- 有価証券売却益への課税の再計算や繰延税金資産の変更等により税金費用が増加

Q4 2015 財務報告ベース実績 (単位：百万円)		Q4 2015 一時発生費用	Q4 2015 比較可能 ベース	Q4 2014 比較可能 ベース	前年同期比	
					差異	%
販売数量 (BAPC, 千ケース)	75,373	-	75,373	65,663	+9,710	+14.8
売上高	137,632	-	137,632	122,698	14,934	+12.2
売上原価	74,089	-	74,089	64,809	9,280	+14.3
売上総利益	63,543	-	63,543	57,889	5,653	+9.8
販管費	60,441	-81	60,360	54,002	6,357	+11.8
営業利益	3,102	81	3,183	3,887	-704	-18.1
税引前当期純利益	2,384	168	2,551	3,854	-1,303	-33.8
当期純利益	1,174	108	1,281	2,619	-1,338	-51.1

*一時発生費用（Q4 2014:263百万円）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。

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。

コカ・コーライーストジャパン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。



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・コーラアイ・ビー・エス株式会社 (CCIBS)	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・コーラビジネスソーシング 株式会社 (CCBSC)	原材料・資材、機材、間接材等の共同調達。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 (CCCMC)	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・コーラ社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。

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

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。
PicOS	Picture of Success の略。売場の品揃えや広告展開、販売機器設置、自販機の品揃え等、理想の売場を実現するための基準や具体例を示したガイド。
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 決算説明会 2016年2月15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

www.facebook.com/cocacolaeastjapan/

