



TASTE THE FEELING®

2016年度 上期/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 ジャワハル・ソライ

2016年8月15日

(2016年8月12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

将来の業績に関する見通しについて

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。



2016年度 上期/第2四半期 決算説明会資料



Introduction – イントロダクション

- 概要と業績のポイント

上期/第2四半期業績概況

- 販売数量、市場シェア、業績

下期に向けて

- 主要マイルストーン、活動計画



上期/第2四半期の業績は好調に推移

- ✓ 上期の営業利益（財務報告ベース）は前年同期比4倍以上と大幅増
- ✓ 金額・数量ともバランスのとれた市場シェア成長の勢いを維持
- ✓ 上期の売上高は、2015年4月1日付の仙台コカ・コーラボトリング株式会社（仙台社）統合による寄与や販売数量の増加等により、前年同期比5%増
- ✓ 数量・価格・ミックスの粗利益への影響は3四半期連続でポジティブ
- ✓ サプライチェーンの費用削減効果は引き続き好調、粗利率の改善継続
- ✓ 通期営業利益予想 140億円の達成は射程圏内



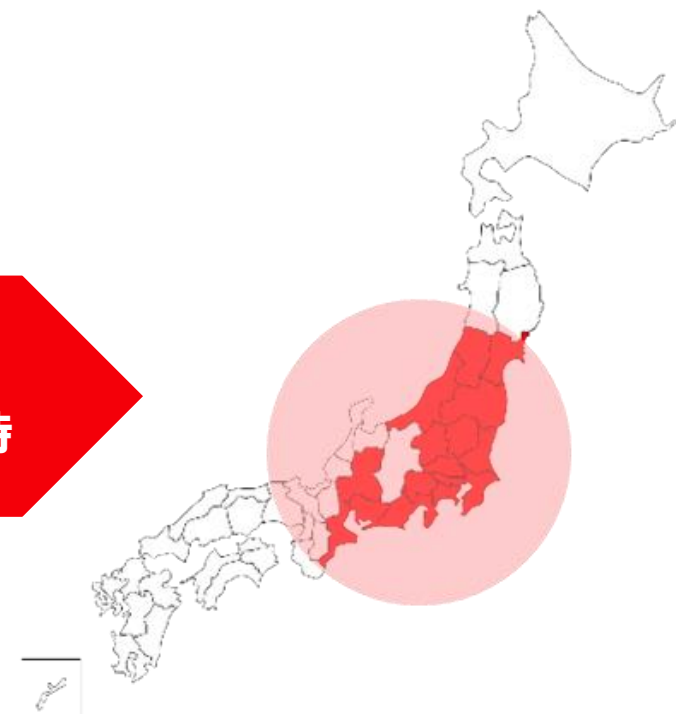
変革の成果がもたらす好業績

スピードをもって、規模、ケイパビリティ、
シナジーを最大化させる統合の成功モデル

成長に向けた
事業基盤確立

好業績の達成

好調な
モメンタム維持





2016年度 上期 / 第2四半期

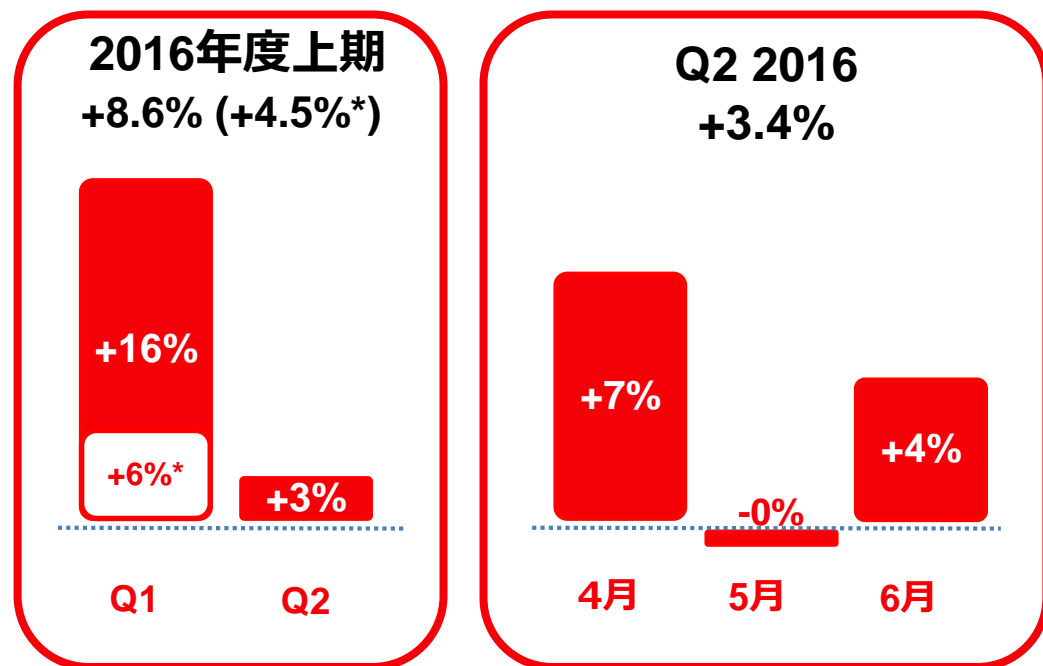
営業の概況

Coca-Cola East Japan

コカ・コーライーストジャパン株式会社

カテゴリー、チャネルにわたり着実に成長

販売数量



*2015年1月から仙台社を統合していたものとして比較した場合の前年同期比

Q1ハイライト

- 通期に向けて着実なスタートを切る - 2015年度第4四半期からの好調を維持
- 仙台社の統合寄与

Q2ハイライト

- 好調な新製品が販売数量増を牽引
- チャネルでは、ドラッグストア・量販店、スーパーマーケット、コンビニエンスストアが成長
- 製品カテゴリーでは、水、コーヒー、お茶が成長
- 5月は前年の好業績の反動



収益力の高い新製品が上期の成長を牽引

- ✓ 消費者志向のマーケティング活動
- ✓ 小型パッケージ、チャネル専用製品の導入増加



コカ・コーラ サマーキャンペーン



Coke ONアプリと「スマホ自販機」の導入展開

収益力の高い新製品群



コアブランド リニューアル/新製品



カスタマー/チャネル専用製品



事業環境と当社の施策

イノベーション、卓越した市場実行、売上拡大に注力

当社の現状

チャンネルミックス

- 自動販売機チャンネルの収益力回復に向けたテコ入れ
- スーパー、コンビニ、自動販売機チャンネルのケースあたり販売価格（取引納価）改善
- ドラッグストア・量販店チャンネルの高い成長

製品構成

- 高付加価値SKUの急成長
- ボトル缶製品の成長

市場環境

- 業界全般にわたる価格競争
- 全般的な経済環境は厳しさ継続

当社のアクション

- Coke ON対応「スマホ自販機」とインドア設置機は好調
- 価値創出につながる活動に注力。「数量増」だけを狙った活動の抑制
- 戦略的な目標に基づき、量販店チャンネルでの売場を確保しながら、小型パッケージで価値創出
- 収益力の高い新製品を小型パッケージで展開
- チャンネル専用製品/SKUは前途有望
- 強力な新製品ラインナップと市場実行
- RGM(Revenue Growth Management)とPTC（適切な価格取引条件）を最重要課題として実行
- 新製品による数量成長、価値創出、市場シェア成長
- 収益力を伴うオンラインチャンネルの拡大



適切な価格形成に向けた戦略が功を奏しつつある

取引納価の動向

取引納価（CCEJからの販売価格）の対前年同期変動には、チャンネル毎の重点戦略の違いが反映



スーパーマーケット

- 「価値創出」に注力



ドラッグストア・量販店

- 売場の拡大、即時消費（IC）製品への注力



コンビニ

- カスタマー限定製品



自動販売機

- 「質」に注力 - 専用製品/SKU、Coke ON、女性向け自動販売機、ミックス改善等

店頭小売価格の動向

当社製品の店頭小売価格は大型・小型PETとも市場平均を上回って推移。ドラッグストア・量販店で展開している大型PETの水の影響で前年同期比を下回る

当社製品 店頭小売価格 (2016年上期/6月30日時点)	対市場平均	対前年同期
大型PET	+11.6	-4.1
500ml PET	+0.9	-0.9

単位：円

出典：インテージ OTC チャンネル（スーパーマーケット、ドラッグストア・量販店）

戦略的パッケージの新規展開（Q2）

1L PETを導入。少人数世帯をターゲットに、大型PETへの販促プレッシャーの軽減も目論む

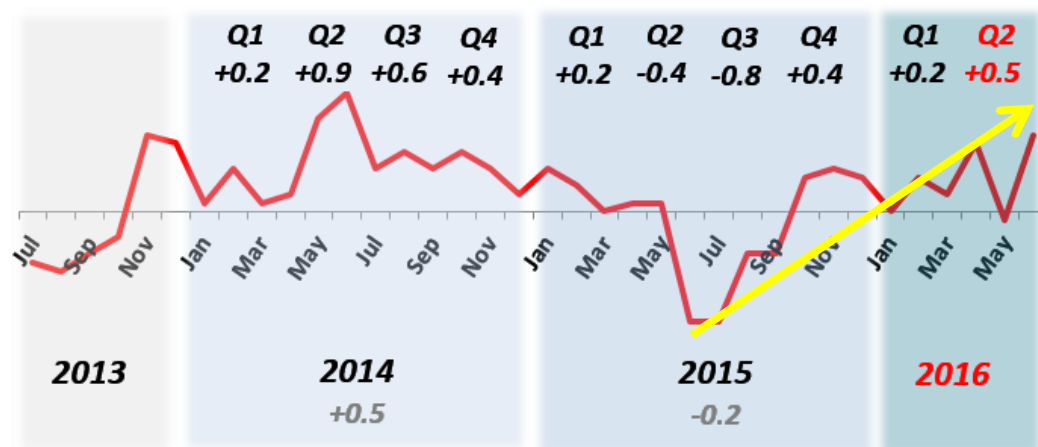


当社製品市場シェアは回復と成長を続ける

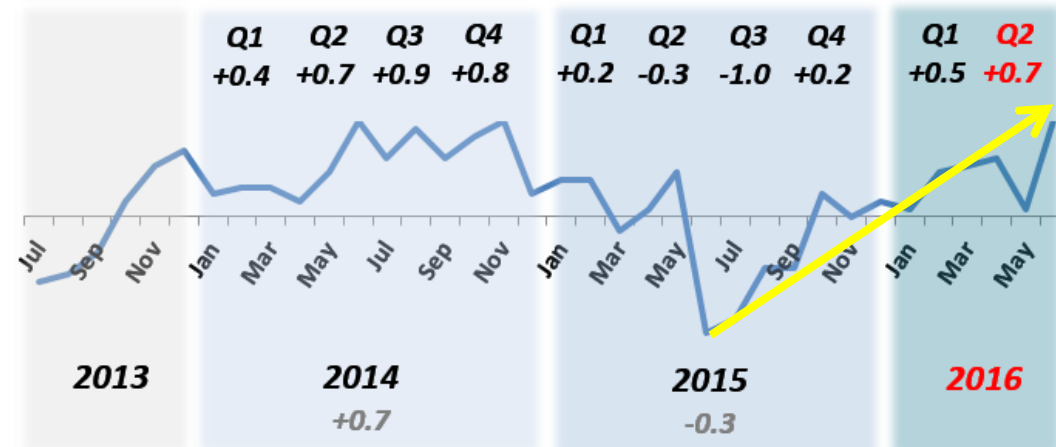
市場シェア	前年同期比	
	Q2 2016	上期
金額	+0.5	+0.4
数量	+0.7	+0.6

- ・ 金額・数量シェアとも成長基調を維持
- ・ 金額シェア：ドラッグ・量販店、スーパー、コンビニチャネルで拡大
- ・ 数量シェア：コーヒー、コーラ飲料、水、お茶カテゴリーで拡大

金額シェア対前年同期比



数量シェア対前年同期比

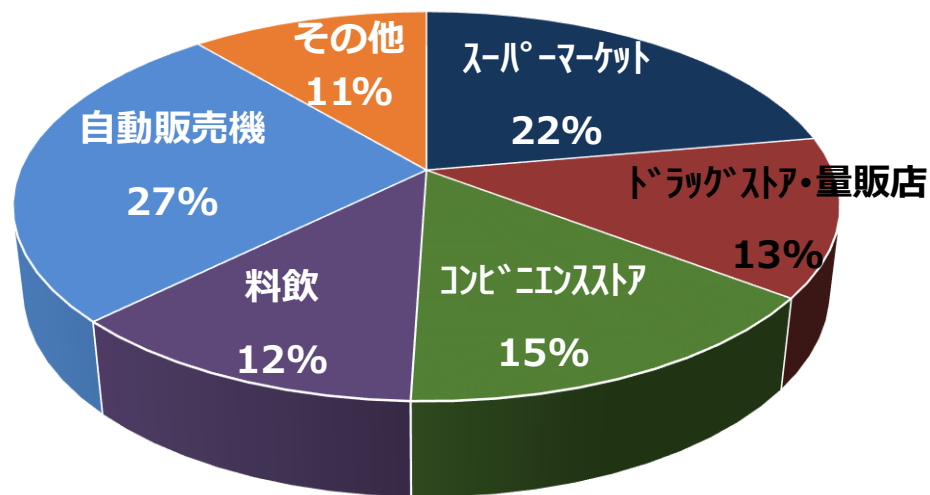


出典：インテージ OTC チャネル（清涼飲料水）



販売チャネル別の状況

Q2販売数量構成比



前年同期比：Q2 3.4%増・上期8.6%増 (+4.5%増*)

Q2前年同期比主要因

- ドラッグ&量販店：多くのカテゴリーで成長
- スーパーマーケット：合理的な価格形成を目指した施策の影響で穏やかな数量増
- 自販機：コーヒーと「い・ろ・は・す」が成長、インドア設置機とスマホ自販は数量増
- 料飲：前年の新規店舗獲得の反動減

チャネル別販売数量（前年同期比）

vs. PY	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 2016	+3%	+20%	-1%	+6%	-2%	-1%
上期	+12%	+24%	+7%	+8%	+3%	+6%

↓ 2015年1月から仙台社を統合していたものとして、比較した場合の前年同期比

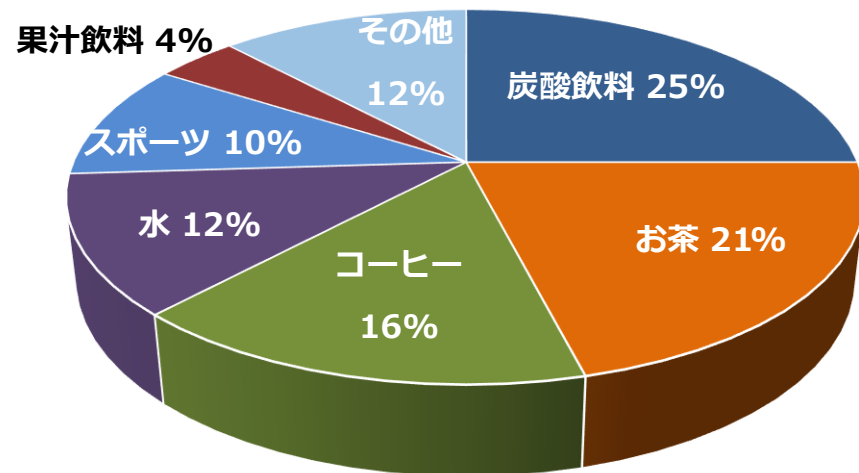
vs. PY	コンビニエンスストア	ドラッグ&量販店	全国チェーンスーパー	地域チェーンスーパー	自動販売機	料飲
上期	+7%	+18%	+1%	+6%	-1%	+3%

販売数量：4.5%増



カテゴリー別の状況

Q2販売数量構成比



前年同期比：Q2 3.4%増・上期8.6%増 (4.5%増*)

Q2前年同期比主要因

- 水：「い・ろ・は・す」「森の水だより」それぞれバランスのとれた成長
- コーヒー：カスタマー限定製品と「ジョージア ザ・プレミアム」が牽引
- 無糖茶：「綾鷹にごりほのか」の寄与で「綾鷹」が好調維持
- 炭酸飲料：前年の「コカ・コーラ ライフ」の反動減の影響受けるも市場シェアは拡大

カテゴリー別販売数量（前年同期比）

vs. PY	無糖茶	水	コーヒー	炭酸飲料	スポーツ	果汁飲料
Q2 2016	+3%	+18%	+9%	+0%	-9%	-1%
上期	+9%	+23%	+15%	+5%	-4%	+7%

↓ 2015年1月から仙台社を統合していたものとして、比較した場合の前年同期比

vs. PY	無糖茶	水	コーヒー	炭酸飲料	スポーツ	果汁飲料
上期	+6%	+18%	+9%	+1%	-7%	+4%

販売数量: 4.5%増



2016年度 上期 / 第2四半期

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

2016年度上期：大幅な営業利益増のドライバー

2015年度上期
比較可能ベース
営業利益

サプライ
チェーンの
削減効果

DME

2016年度上期
比較可能ベース
営業利益

粗利益への
数量・
価格/ミックス
影響

+4,300

-2,267

その他
販管費

その他
子会社

減価償却費

+1,092

+789

-1,105

+1,132

2,640

- 販売数量4.5%増
(前年Q1仙台社
を含む実績比)
- 新製品寄与

製造、物流、
配送、調達か
らの多くの削
減効果の創出

- 販売数量増
- グローバルキャンペーン
やコカ・コーラマーケッ
ン関連費用等
による前倒し
- より収益性の高い自販機設置場
所確保のための
投資

人件費等が減
少するも、販
売数量増に伴
う外注費や運
送費用等の増
加に一部相殺
される

- 前年Q1の仙台
社営業利益を
控除（前年Q2
から統合）
- ミックス機事
業の軟調（FV
イーストジャパン）

- 設備投資の実
施タイミング
- 製造機器の耐
用年数変更に
よるメリット
を含む

6,581

単位：百万円

ブランドや市場実行（販促、マーケティング活動）への
投資を行いつつ、統合や変革の成果からの好業績を実現



2016年度 上期 損益計算書概要

営業利益は大幅増

- 販売数量・売上高とも成長 ● サプライチェーンの費用削減効果が好調に推移し粗利率改善 ● 販管費はマーケティング費用等が増加するも、人件費や物流費等が減少

2016年度上期 財務報告ベース実績 (単位：百万円)		2016年度 上期 一時発生費用	2016年度 上期 比較可能 ベース	2015年度上期 比較可能 ベース	前年同期比	
					差異	%
販売数量 (BAPC, 千ケース)	151,858	-	151,858	139,801	12,058	+8.6%
売上高	275,528	-	275,528	262,049	13,479	+5.1%
売上原価	145,418	-116	145,302	140,051	-5,251	+3.7%
売上総利益	130,109	116	130,225	121,997	8,228	+6.7%
販管費	124,256	-613	123,643	119,356	4,287	+3.6%
営業利益	5,852	729	6,581	2,640	3,941	+149.3%
税引前当期純利益	5,174					
当期純利益	3,224					

- 設備投資額: 9,883 百万円 / 減価償却費: 10,970 百万円
- 一時発生費用は主にコカ・コーラウエスト(CCW)との経営統合の協議・検討関連費用

※前年同期の販売数量は、ERPシステム導入に伴う集計方法の標準化等により、前年に公表した数量と若干の差異が生じることがあります。



下期に向けて

Coca-Cola East Japan

コカ・コーライーストジャパン株式会社

コカ・コーラ サマーキャンペーン2016

まだまだ続く魅力的なキャンペーン



RIO 2016
限定ボトル!



RIO 2016
限定ボトル!

WORLDWIDE PARTNER



TOKYO 2020



RIO 2016
限定ボトル!



“ゴールドな瞬間”を、「コカ・コーラ」で味わおう！



コカ・コーラ サマーキャンペーンの大規模プロモーション活動



MIT (Market Impact Team)による大規模なキャンペーンプロモーション活動を実施

- ✓ 海外のコカ・コーラボトラーからの参加者を含め、のべ450名が当社の全チャネルで売場作り、自動販売機のフェース作り等の大規模なプロモーション活動に参加
- ✓ CCEJ社員も海外コカ・コーラボトラーのMITに参加
- ✓ 2020年に備え、CCEJ社員17名が2016年リオデジャネイロオリンピックの現場を直接体験



今後のマイルストーン、事業活動の概要

- 上期の好調な業績の勢いを下期以降の結果につなげる
- 引き続き重点戦略の実行に注力
 - 自動販売機チャネルの収益改善に向けたテコ入れ
 - 全チャネルにわたり売上成長戦略の推進
 - RTM2.0の完全展開
 - シナジーとコスト効率化目標の達成
- オペレーションモデルの最適化と簡素化を継続
 - コカ・コーライーストジャパンプロダクツ株式会社を2016年10月1日付で当社に吸収合併
- CCWとの経営統合に関する基本合意書に基づき、協議・検討を継続



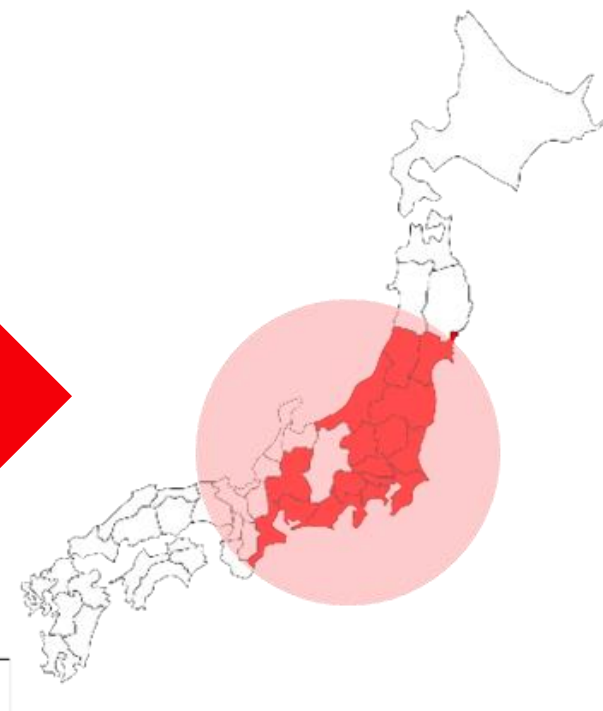
変革の成果がもたらす好業績

スピードをもって、規模、ケイパビリティ、
シナジーを最大化させる統合の成功モデル

成長に向けた
事業基盤確立

好業績の達成

好調な
モメンタム維持



通期営業利益予想 140億円の達成は射程圏内



Appendix

Coca-Cola East Japan

コカ・コーライーストジャパン株式会社

2016年度 第2四半期 営業利益のドライバー

Q2 2015
比較可能ベース
営業利益

4,239

粗利益への
数量・
価格/ミックス
影響

+303

- 販売数量3.4%増
- 新製品寄与

サプライ
チェーンの
削減効果

+2,742

製造、物流、
配送、調達か
らの多くの削
減効果の創出

DME

-916

- 販売数量増
- グローバルキャンペーンやコカ・コーラマーケティング関連費用等による前倒し
- より収益性の高い自販機設置場所確保のための投資

その他
販管費

+122

人件費等が減少するも、販売数量増に伴う外注費や運送費用等の増加に一部相殺される

その他
子会社

-151

ミックス機
事業の軟調
(FVイスト
ジャパン)

減価償却費

+634

- 設備投資の実施タイミング
- 製造機器の耐用年数変更によるメリットを含む

Q2 2016
比較可能ベース
営業利益

6,975

Unit: Million JPY



2016年度 第2四半期 損益計算書概要

- 他コカ・コーラボトラー向け販売減により売上高微減 ● サプライチェーンの費用削減効果が好調に推移し、粗利率改善 ● 販促関連費用が増加するも人件費や物流費等が昨年の反動で減少し、販管費は減少

2016年度Q2 財務報告ベース実績 (単位：百万円)		2016年度 Q2 一時発生費用	2016年度Q2 比較可能 ベース	2015年度Q2 比較可能 ベース	前年同期比	
					差異	%
販売数量 (BAPC, 千ケース)	83,509	-	83,509	80,791	+2,718	+3.4%
売上高	151,005	-	151,005	151,828	-823	-0.5%
売上原価	79,599	-116	79,483	81,204	-1,721	-2.1%
売上総利益	71,406	116	71,522	70,623	899	+1.3%
販管費	65,111	-563	64,547	66,384	-1,837	-2.8%
営業利益	6,294	679	6,975	4,239	+2,736	+64.6%
税引前当期純利益	6,280					
当期純利益	4,063					

- ・ 設備投資額：6,180 百万円 / 減価償却費：5,428百万円
- ・ 一時発生費用は主にCCWとの経営統合の協議・検討関連費用

※前年同期の販売数量は、ERPシステム導入に伴う集計方法の標準化等により、前年に公表した数量と若干の差異が生じることがあります。



コカ・コーラシステム

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



日本コカ・コーラ(株)	コカ・コーライーストジャパン(株)
<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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

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。



用語集

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。
DME	Direct Marketing Expenses の略。販促に関わる費用。損益計算書上は販管費の広告宣伝費及び販促費、ならびに販売手数料の一部に計上される。
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(Hotel)、レストラン(Restaurant)、カフェテリア(Cafeteria)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。
PTC	Price, Terms and Conditions の略。適切な価格取引条件。適切な価格取引条件を設定していくための社内のガイドライン。RGMとともに使われる。
RGM	Revenue Growth Management の略。売上・利益成長を実現していくための戦略および様々な施策の総称
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の。



THANK YOU

2016年度 第2四半期 決算説明会

2016年8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