

Coca-Cola West

2006年12月期第3四半期 決算説明会

2006年 10月25日

コカ・コーラウエストホールディングス株式会社(2579)

連絡先

広報・IRグループ

TEL 092-283-5718

FAX 092-283-5729

URL <http://www.ccwh.co.jp/>

E-mail masahiro-takase@ccwh.co.jp

目次

I. 業績

1. 第3四半期決算	... 3頁
2. 第3四半期 連結利益増減要因	... 5頁
3. グループ会社の状況	... 7頁
4. 第4四半期業績予想	... 8頁
5. 第4四半期 連結利益増減要因	... 9頁
6. 通期業績予想	...10頁

II. グループ再編について

1. グループの成長戦略	...12頁
2. グループ再編等について	...13頁
3. 今後のグループ再編	...14頁
4. 物流会社の統合	...15頁
5. 物流会社統合のシナジー	...16頁
6. 近畿社、三笠社、 関西ビバレッジサービス社の減資	...17頁
7. 大山ビバレッジ社の社名変更	...18頁

III. マーケティング

1. 第3四半期の振返り	
①ブランド重点活動	...21頁
②チャンネル重点活動	...23頁
③第3四半期の総括	...25頁
2. 第4四半期 活動計画	
①ブランド戦略	...27頁
②パッケージ戦略	...29頁
③チャンネル戦略	...30頁
④販売数量達成のシナリオ	...31頁

[参考]

・手売りマーケットシェア(除く自販機)	...33頁
・ブランド別・チャンネル別 販売数量/売上高/売上総利益 構成比	...34頁
・業績推移(連結)	...35頁
・経営指標	...36頁
・日本のコカ・コーラシステム	...37頁
・グループ会社概要	...39頁
・用語の解説	...40頁



I . 業 績

第3四半期決算(7-9月) — 販売数量

➤販売数量 ; 計画比 $\Delta 2.3\%$ 、前年比 $\Delta 4.0\%$

(単位 : 千ケース、%)

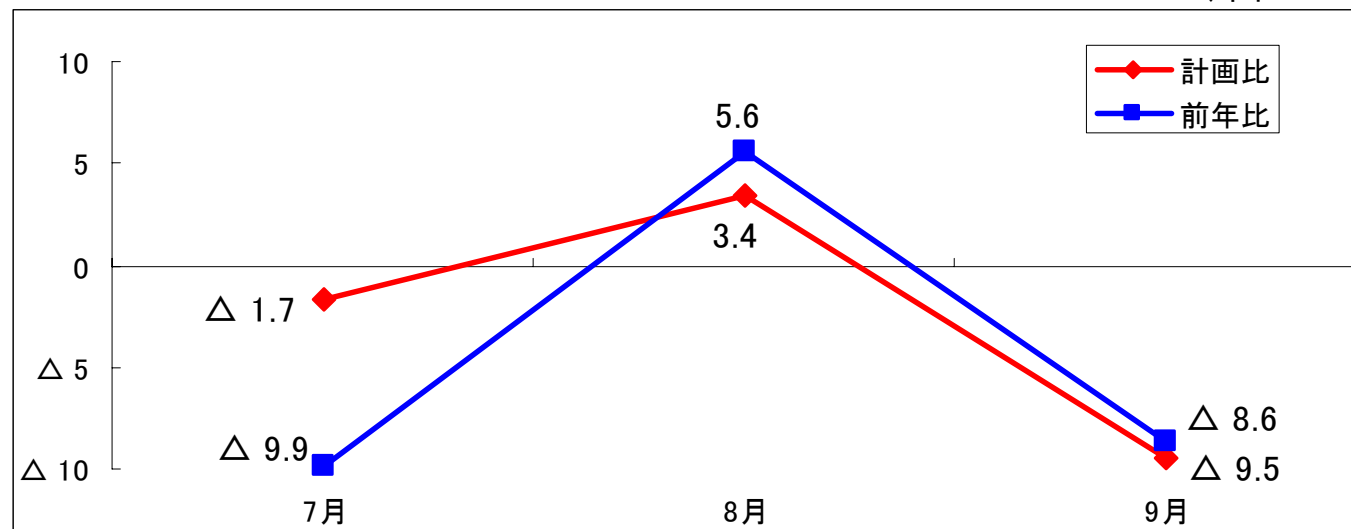
	2005年 実績 ※1	2006年第3四半期					
		計 画 ※2	実 績	計 画 比		前 年 比	
				増減	増減率	増減	増減率
7月	19,087	17,505	17,201	$\Delta 304$	$\Delta 1.7$	$\Delta 1,886$	$\Delta 9.9$
8月	19,934	20,361	21,058	697	3.4	1,124	5.6
9月	17,414	17,596	15,919	$\Delta 1,677$	$\Delta 9.5$	$\Delta 1,495$	$\Delta 8.6$
第3四半期計	56,436	55,462	54,178	$\Delta 1,284$	$\Delta 2.3$	$\Delta 2,257$	$\Delta 4.0$

※1 上記前年実績は、CCWJ社、近畿社、三笠社の前年実績値の合計

※2 上記計画は2006年8月8日付で発表した業績予想値に基づく数値

<月別販売実績(計画比/前年比)>

(単位 : %)



第3四半期決算(7-9月) — 連結損益

- 売上高 ; 計画比 2,009百万円減(△1.7%)、前年比 46,539百万円増(+66.5%)
- 営業利益 ; 計画比 34百万円増(+0.6%)、前年比 983百万円増(+20.8%)

(単位:百万円、%)

	2005年 第3四半期 実績 ※1	2006年第3四半期					
		計 画 ※2	実 績	計 画 比		前 年 比	
				増 減	増 減 率	増 減	増 減 率
売 上 高	69,957	118,507	116,497	△ 2,009	△ 1.7	46,539	66.5
営 業 利 益	4,720	5,670	5,704	34	0.6	983	20.8
経 常 利 益	4,746	5,936	5,909	△ 26	△ 0.5	1,162	24.5
四 半 期 純 利 益	2,594	3,470	3,455	△ 14	△ 0.4	861	33.2

※1 上記前年実績は、存続会社(旧CCWJ)グループ連結実績値

※2 上記計画は2006年8月8日付で発表した業績予想値に基づく数値

■参考 : 旧近畿グループの前年実績値を加えた場合

(単位:百万円、%)

	2005年 第3四半期 実績 ※	2006年第3四半期		
		実 績	前 年 比	
			増 減	増 減 率
売 上 高	120,900	116,497	△ 4,403	△ 3.6
営 業 利 益	7,500	5,704	△ 1,796	△ 23.9
経 常 利 益	7,600	5,909	△ 1,691	△ 22.3
四 半 期 純 利 益	4,100	3,455	△ 645	△ 15.7

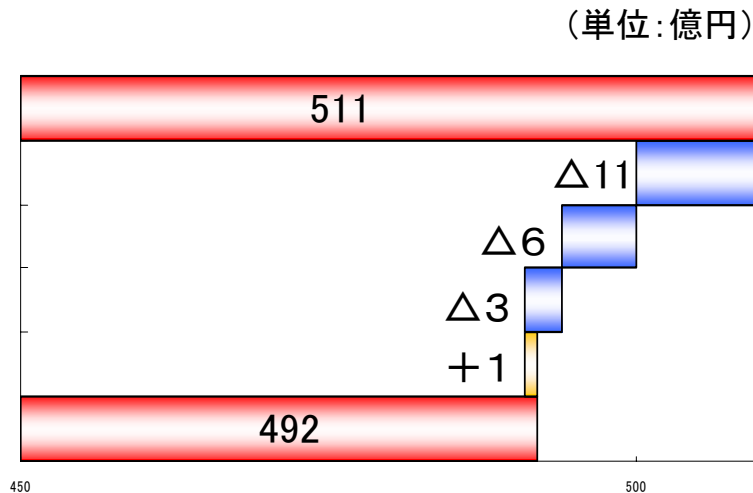
※上記前年実績は、存続会社(旧CCWJ)グループの前年実績値に旧近畿グループ前年実績値を加え、

コカ・コーラウエストグループ間の取引消去を調整した実績値

第3四半期 連結利益増減要因(計画比)

<売上総利益>

2006年第3四半期 売上総利益計画
 販売会社の影響(※) 販売数量の減
 販売会社の影響(※) セールスマックスによる減
 その他グループ会社の減
 その他の増
 2006年第3四半期 売上総利益実績



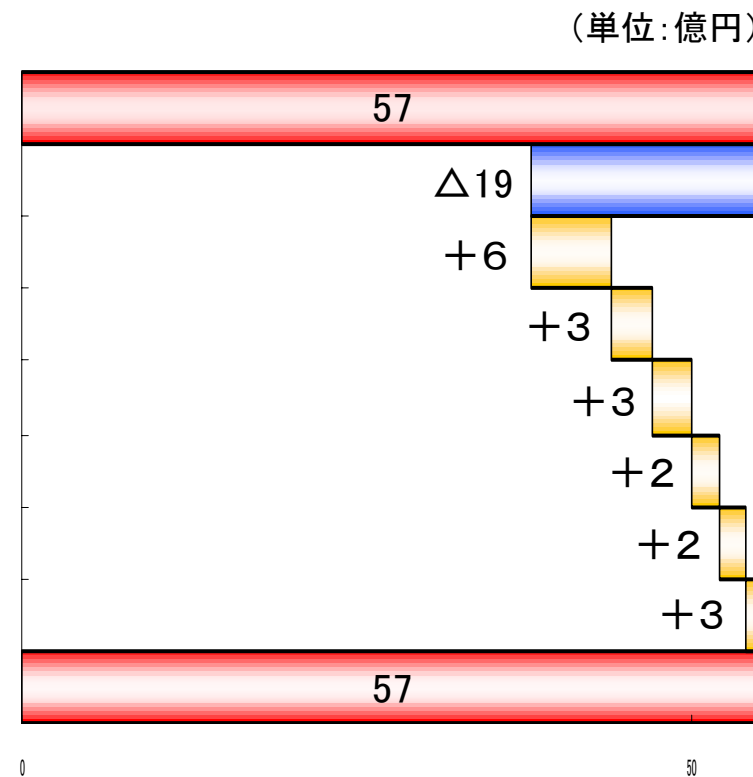
* 主な減益要因

- ・販売会社(※)の影響
販売数量の減 $\Delta 11$ 億円
- ・セールスマックス $\Delta 6$ 億円
- ・その他グループ会社の減 $\Delta 3$ 億円

※販売会社とは、CCWJ、近畿コカ・コーラボトリング、三笠コカ・コーラボトリング

<営業利益>

2006年第3四半期 営業利益計画
 売上総利益の減
 広告宣伝費の減
 販売手数料の減
 業務委託費の減
 賃借料の減
 減価償却費の減
 その他費用の減
 2006年第3四半期 営業利益実績



* 主な減益要因

- ・売上総利益の減 $\Delta 19$ 億円

* 主な増益要因

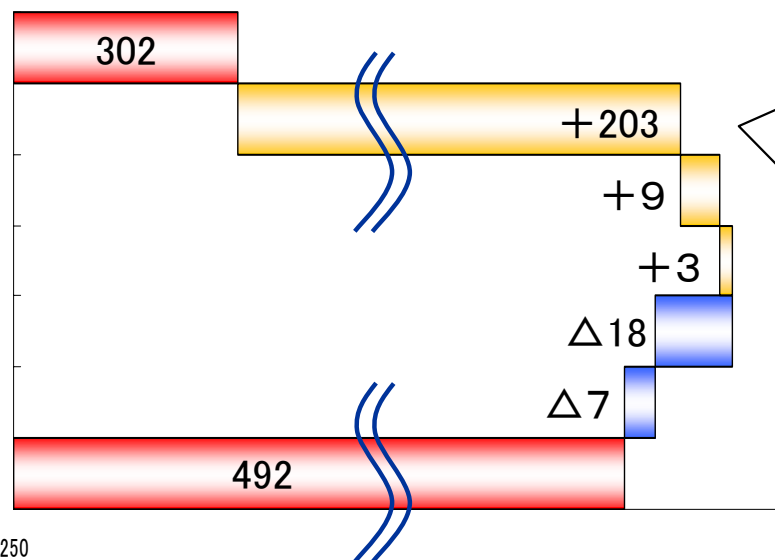
- ・広告宣伝費の減 6億円
- ・販売手数料の減 3億円
- ・業務委託費の減 3億円
- ・賃借料の減 2億円
- ・減価償却費の減 2億円

第3四半期 連結利益増減要因(前年比)

<売上総利益>

(単位:億円)

2005年第3四半期 売上総利益
 近畿グループ分の純増
 セールスマックスによる増
 その他の増
 販売数量の減
 計上科目変更による減
 2006年第3四半期 売上総利益



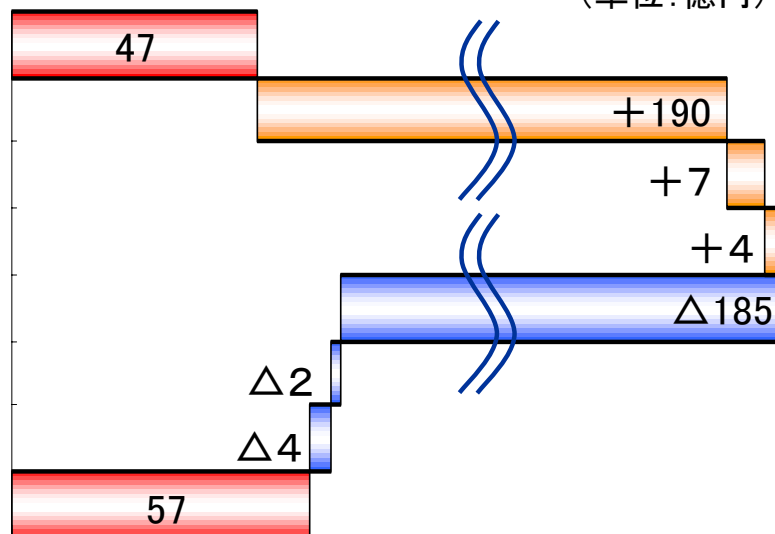
- * 主な増益要因
- ・近畿グループ分の純増 203億円
 - ・セールスマックス 9億円
- * 主な減益要因
- ・販売数量の減 △18億円
 - ・計上科目変更 △7億円

250

<営業利益>

(単位:億円)

2005年第3四半期 営業利益
 売上総利益の増
 計上科目変更による増
 広告宣伝費の減
 近畿グループ販管費による減
 減価償却費の増
 その他費用の増
 2006年第3四半期 営業利益



- * 主な増益要因
- ・売上総利益の増 190億円
 - ・計上科目変更 7億円
 - ・広告宣伝費の減 4億円
- * 主な減益要因
- ・近畿グループ販管費 △185億円
 - ・減価償却費の増 △2億円

0

グループ会社の状況

<コカ・コーラウエストジャパン>

(単位:百万円、%)

	2005年 第3四半期 実績 ※1	計画 ※2	実績	2006年第3四半期			
				計画比		前年比	
				増減	増減率	増減	増減率
売上高	50,957	49,768	48,343	△ 1,425	△ 2.9	△ 2,613	△ 5.1
営業利益	2,407	2,549	2,293	△ 255	△ 10.0	△ 114	△ 4.7

<近畿コカ・コーラボトリング>

売上高	46,001	45,865	45,472	△ 393	△ 0.9	△ 528	△ 1.1
営業利益	1,687	809	1,549	739	91.3	△ 137	△ 8.1

<三笠コカ・コーラボトリング>

売上高	8,304	8,056	8,051	△ 5	△ 0.1	△ 253	△ 3.0
営業利益	303	276	226	△ 50	△ 18.1	△ 77	△ 25.4

<西日本ビバレッジ>

売上高	5,147	4,987	4,954	△ 32	△ 0.6	△ 193	△ 3.7
営業利益	56	135	142	7	5.2	86	153.6

<関西ビバレッジサービス>

売上高	8,897	9,044	8,785	△ 259	△ 2.9	△ 112	△ 1.3
営業利益	575	361	373	11	3.0	△ 202	△ 35.1

<三笠ビバレッジサービス>

売上高	723	756	743	△ 13	△ 1.7	19	2.6
営業利益	16	28	30	1	3.6	13	81.3

※1 CCWJ社、近畿社、三笠社の前年実績は、当期と同じ会社形態・取引だったものと仮定し、当期ベースに組替

※2 上記計画は、2006年8月8日付で発表した業績予想値に基づく数値

第4四半期業績予想(10-12月) — 連結損益

(単位：百万円、%)

	2005年 第4四半期 実績 ※	2006年第4四半期		
		計画	前年比	
			増減	増減率
売上高	58,557	103,200	44,643	76.2
営業利益	1,796	3,600	1,804	100.4
経常利益	1,999	3,900	1,901	95.1
四半期純利益	2,168	2,200	32	1.5

※上記前年実績は、存続会社(旧CCWJ)グループ連結実績値

■参考：旧近畿グループの前年実績値を加えた場合

(単位：百万円、%)

	2005年 第4四半期 実績 ※	2006年第4四半期		
		計画	前年比	
			増減	増減率
売上高	100,900	103,200	2,300	2.3
営業利益	2,700	3,600	900	33.3
経常利益	2,800	3,900	1,100	39.3
四半期純利益	2,800	2,200	△ 600	△ 21.4

※上記前年実績は、存続会社(旧CCWJ)グループの前年実績値に旧近畿グループ前年実績値を加え、

コカ・コーラウエストグループ間の取引消去を調整した実績値

第4四半期 連結利益増減要因(前年比)

<売上総利益>

(単位:億円)

2005年第4四半期 売上総利益

255

近畿グループ分の純増

+198

販売数量の増

+5

セールスマックスによる増

+1

計上科目変更による減

△11

受託加工利益の減

△2

その他の減

△2

2006年第4四半期 売上総利益

444

* 主な増益要因

- ・近畿グループ分の純増 198億円
- ・販売数量の増 5億円
- ・セールスマックス 1億円

* 主な減益要因

- ・計上科目変更 △11億円
- ・受託加工利益の減 △2億円

<営業利益>

(単位:億円)

2005年第4四半期 営業利益

18

売上総利益の増

+189

計上科目変更による増

+11

人件費の減

+4

その他費用の減

+6

近畿グループ販管費による減

△189

減価償却費の増

△3

2006年第4四半期 営業利益

36

* 主な増益要因

- ・売上総利益の増 189億円
- ・計上科目変更 11億円
- ・人件費の減 4億円

* 主な減益要因

- ・近畿グループ販管費 △189億円
- ・減価償却費の増 △3億円

通期業績予想

■ウエストグループ下半期計画＋旧CCWJグループ上半期連結実績 (単位：百万円、%)

	2005年 実績 ※	2006年		
		計画	前年比	
			増減	増減率
売上高	245,874	333,400	87,526	35.6
営業利益	11,830	12,400	570	4.8
経常利益	12,256	13,300	1,044	8.5
当期純利益	7,305	7,400	95	1.3

※上記前年実績は、存続会社(旧CCWJ)グループ連結年間実績値

■参考：旧近畿グループの前年実績値を加えた場合

(ウエストグループ通期＋旧近畿グループ上半期連結実績) (単位：百万円、%)

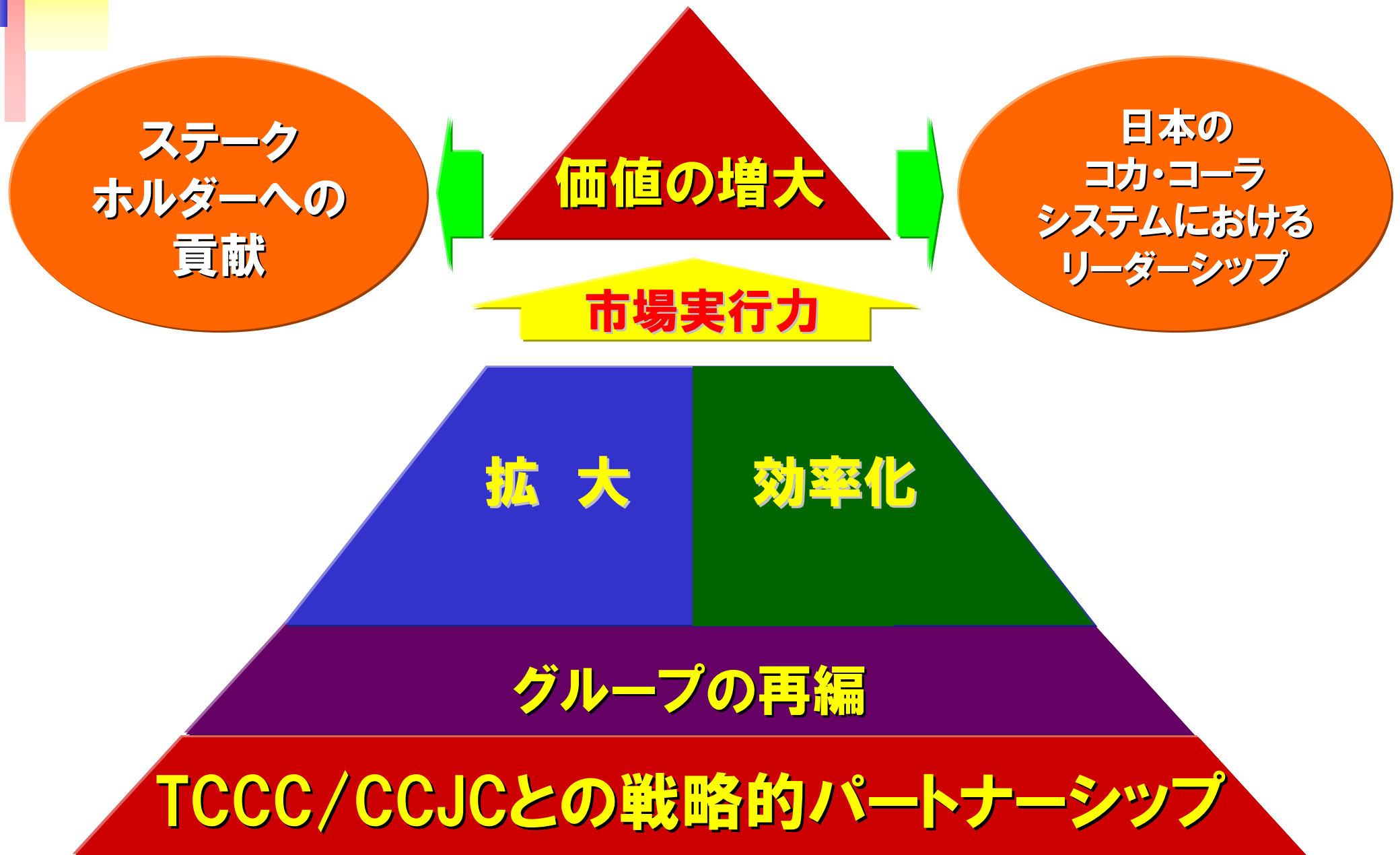
	2005年 実績 ※	2006年		
		計画	前年比	
			増減	増減率
売上高	417,444	413,800	△ 3,644	△ 0.9
営業利益	17,812	13,100	△ 4,712	△ 26.5
経常利益	18,065	13,800	△ 4,265	△ 23.6
当期純利益	10,554	6,400	△ 4,154	△ 39.4

※上記実績は、存続会社(旧CCWJ)グループ連結年間実績値に旧近畿グループ連結年間実績値を加え、コカ・コーラウエストグループ間の取引消去を調整した年間実績値



Ⅱ. グループ再編について

グループの成長戦略



グループ再編等について

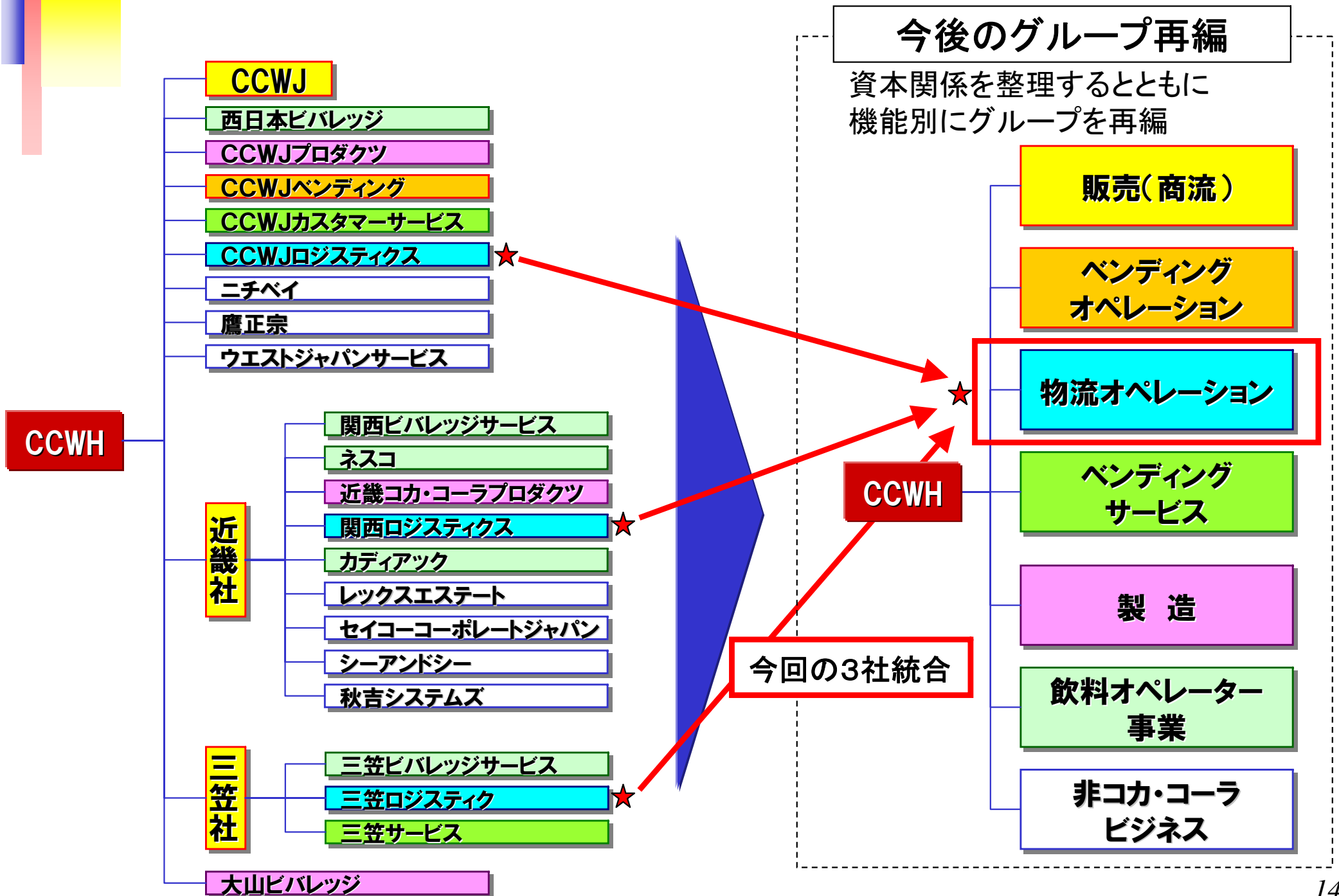
ウエストグループが更なる成長・発展をするために
グループ会社の再編等を実施

物流会社の統合

近畿社、三笠社、関西ビバレッジサービス社の減資

大山ビバレッジ社の社名変更

今後のグループ再編



物流会社の統合

➤ 物流機能子会社3社はウエストグループの更なる成長・発展をはかるために合併する。

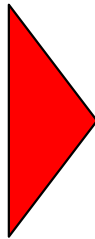
<合併の目的>

- ① 広域化による事業拡大と効率化による品質の向上
- ② ベストプラクティスおよびローコスト化のノウハウ共有と推進
- ③ 同一業種ワンボイス化の推進による意思決定の迅速化と実行力の強化
- ④ 管理・間接部門の集約
- ⑤ CCNBCを中心とした外部ビジネスチャンスの獲得

CCWJロジスティクス

関西ロジスティクス

三笠ロジスティク



合併期日; 2007年 1月 1日 (予定)

<合併後の状況>

商号	コカ・コーラウエストロジスティクス(株)
事業内容	貨物自動車運送業
本店所在地	広島市中区
代表者(予定)	河辺 捷義
資本金	70百万円
総資産	3,362百万円
決算期	12月

(注) 総資産は2005年12月末現在での各社の単純合算

物流会社統合のシナジー

<統合のシナジー>

■統合による自車両運営の拡大

- 関西エリアへの自車両の配置 : 自車稼働率 35%確保
- 輸送協力会社のM&Aも政策実現のために検討

■西日本エリア広域ネットワークによる復荷獲得

■回収・リサイクル事業の拡大

■管理・間接部門の統廃合 等

《参考》想定損益計算書概要

(単位:百万円)

	2006年	2007年	2008年	2009年
売上高	16,630	16,770	17,650	18,360
営業利益	490	590	710	920
営業利益率	3.0%	3.5%	4.0%	5.0%

近畿社、三笠社、関西ビバレッジサービス社の減資

- 近畿社、三笠社、関西ビバレッジサービス社の資本金を1億円とする無償減資を行う。

＜減資の目的＞

- ・グループの飲料販売機能会社として、
機関設計の柔軟性確保など経営の機動力を高めるため、
会社法上の小会社(大会社以外の会社)へ移行を図る。

- ✓ 近畿コカ・コーラボトリング ; 109億円 ⇒ 1億円
- ✓ 三笠コカ・コーラボトリング ; 41億円 ⇒ 1億円
- ✓ 関西ビバレッジサービス ; 14億円 ⇒ 1億円

実施時期; 2006年12月中旬(予定)

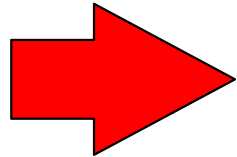
《参考》 コカ・コーラウエストジャパン資本金; 1億円

大山ビバレッジ社の社名変更

<社名変更の理由>


- ・本年8月の100%子会社化を受けて、「コカ・コーラウエスト」の商号を使用することでグループ会社としての位置づけの明確化および一体感の醸成につなげる。

大山ビバレッジ



新社名:コカ・コーラウエスト大山プロダクツ

社名変更時期; 2006年12月31日(予定)



Ⅲ. マーケティング



第3四半期の振り返り

第3四半期の振り返り — ブランド重点活動(1)

下半期 ブランド重点活動

<夏季需要の最大化>

■ コカ・コーラ

⇒ ダイエットコカ・コーラの導入拡大
⇒ 増量缶の展開

■ アクエリアス

⇒ 価格、熱中症対策活用
⇒ 増量缶導入等の販促展開
⇒ アクティブダイエット、フリースタイル導入拡大

■ 無糖茶

⇒ からだ巡茶：カバレッジ維持、新たな販促展開

<ジョージアの活性化>

⇒ 新商品/リニューアル商品の最大導入と店舗露出の拡大
⇒ 新キャンペーン最大展開と売場演出の連動

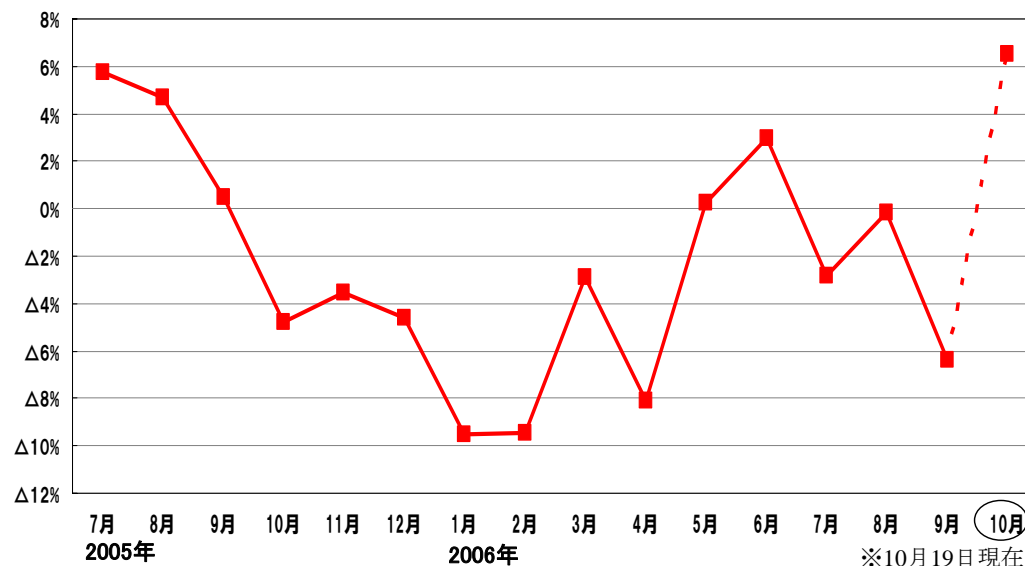
<ー(はじめ)の活性化>

⇒ 季節商材とサブフレーバー展開によるブランド再活性化

ブランド別 販売実績

(単位:千ケース、%)	2006年 第3四半期				
	実績	計画比		前年比	
		増減	増減率	増減	増減率
コカ・コーラ	4,661	△721	△ 13.4	△664	△ 12.5
ジョージア	9,982	△596	△ 5.6	△338	△ 3.3
爽健美茶	4,951	74	+1.5	40	+0.8
アクエリアス	8,327	218	+2.7	320	+4.0
ー(はじめ)	2,543	△891	△ 26.0	△737	△ 22.5
森の水だより/ミナクア	1,891	△229	△ 10.8	△151	△ 7.4
その他	21,824	862	+4.1	△728	△ 3.2
合計	54,178	△1,284	△ 2.3	△2,257	△ 4.0

ジョージア 月別 販売実績 (前年比)



第3四半期の振り返り – ブランド重点活動(2)

下半期 ブランド重点活動

<新商品による機会最大化>

⇒上半期新商品の継続育成



⇒付加価値新商品の導入



⇒主要ブランドの季節フレーバー展開



主要な新商品の販売状況(7-9月)

- 720万 ケース
- 構成比16.9% (対前年△5.9ポイント)

アクエリアスフリースタイル	99 万ケース (4月発売)
ジョージアディーププレツソ	73 万ケース (7月 ")
からだ巡茶	61 万ケース (5月 ")
ジョージアファイブブレンド	28 万ケース (8月 ")
コカ・コーラシトラ	22 万ケース (5月 ")
ー(はじめ)じっくり旨み	12 万ケース (9月 ")
ー(はじめ)澄みぎよくろ	9 万ケース (7月 ")
DASANIスパークリング	6 万ケース (8月 ")

他

第3四半期の振り返り - チャンネル重点活動(1)

下半期 チャンネル重点活動

■ベンディング

- ⇒市場設置台数の拡大
- ⇒VPM※向上策の展開
- ⇒チルド商品のテスト導入への取り組み

※VPM...自動販売機1台当りのセールス
(Volume Per Machine)

■スーパーマーケット

- ⇒一(はじめ)、ミネラルウォーター、
アクエリアス中心に大型PET価格戦略
の展開
- ⇒カテゴリーマネジメントの取り組み強化

■オンプレミス※

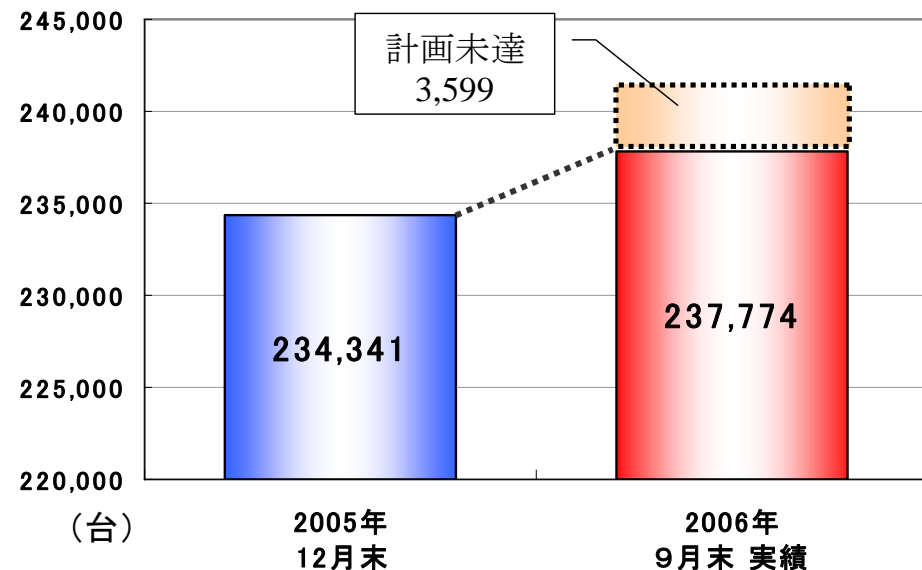
- ⇒新規優良チャンネル中心に市場開拓
- ⇒既存の重点アカウントの販売強化

※オンプレミス...外食マーケットの店内消費において、
シロップおよびパッケージ商品販売を行う
ビジネスのこと

チャンネル別 販売実績

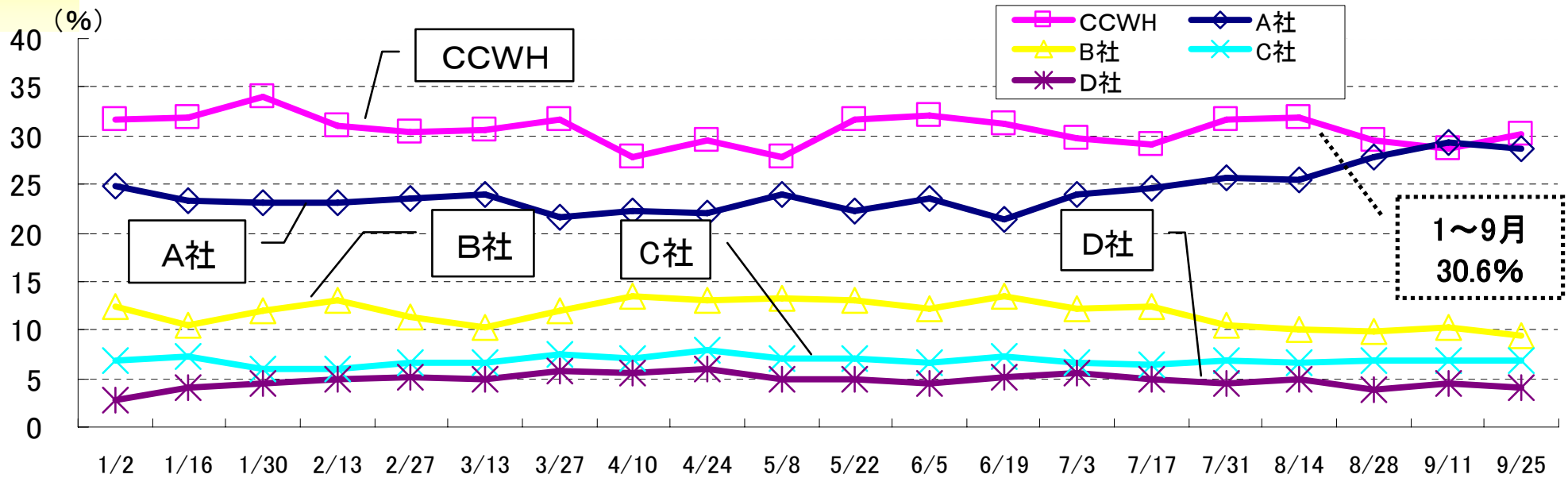
(単位:千ケース、%)	2006年 第3四半期				
	実績	計画比		前年比	
		増減	増減率	増減	増減率
ベンディング	16,459	△142	△ 0.9	△307	△ 1.8
チェーンストア	12,983	△347	△ 2.6	97	+0.8
コンビニ	5,365	△164	△ 3.0	△248	△ 4.4
リテール	7,788	△75	△ 0.9	△1,067	△ 12.1
フードサービス	5,332	△172	△ 3.1	△316	△ 5.6
代理店	493	△31	△ 6.0	△45	△ 8.4
その他	5,758	△353	△ 5.8	△371	△ 6.1
合計	54,178	△1,284	△ 2.3	△2,257	△ 4.0

自動販売機 市場設置台数 (カップマシン除く)

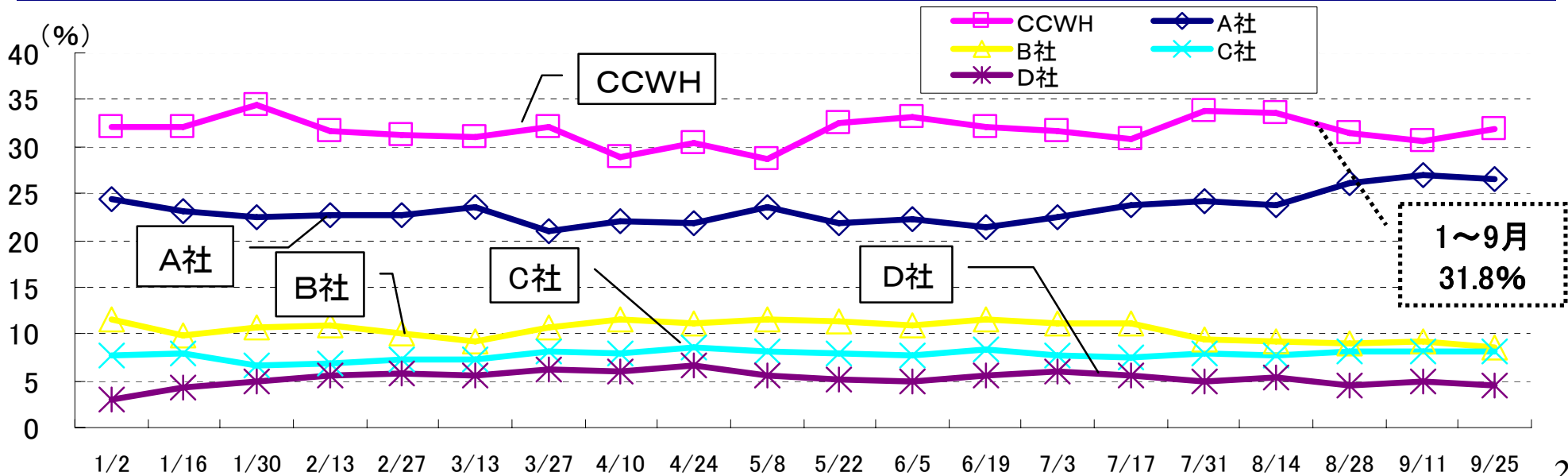


第3四半期の振り返り - チャネル重点活動(2)

スーパーマーケットにおける 2LPETメーカー別 『ボリュームシェア』 推移



スーパーマーケットにおける 2LPETメーカー別 『販売金額シェア』 推移



第3四半期の総括

■セールス

⇒8月は西日本の好天の影響によりセールスが好調だったものの、9月は九州エリアにおいて天候不順だったため、セールス不振となった。その結果、第3四半期は計画比△2.3%、前年比△4.0%となった。

■ブランド

⇒ジョージアは基幹商品のリニューアルが成功し回復基調。
⇒爽健美茶はリステージの効果やフィットボトルの導入により順調に回復。
⇒アクエリアスは夏季需要を取り込み、磐石なポジションを築いている。
⇒コカ・コーラ、一(はじめ)は対計画・対前年を下回った。

■チャネル

⇒ベンディングでは市場設置台数は増加しているものの、目標未達。
⇒チェーンストアでは、最盛期における大型PET価格戦略により、計画を下回ったものの、前年を上回った。

第4四半期の活動のポイント

(1)ブランド戦略

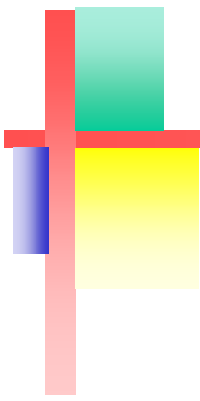
⇒最重点ブランドの徹底強化

(2)パッケージ戦略

⇒加温商品の品揃えの強化と積極的な市場展開

(3)チャネル戦略

⇒ベンディング、チェーンストアへの資源集中投下



第4四半期 活動計画

第4四半期重点活動 — ブランド戦略

ブランド別販売計画

(単位:千ケース、%)

	2005年 第4四半期 実績※	2006年 第4四半期 計画		
		計画	前年比	
			増減	増減率
コカ・コーラ	3,132	3,337	205	+6.6
ジョージア	11,906	12,628	722	+6.1
爽健美茶	2,931	3,211	280	+9.6
アクエリアス	3,053	3,647	594	+19.4
ー(はじめ)	2,221	2,362	141	+6.4
森の水だより/ミナクア	1,291	1,392	101	+7.8
その他	18,966	18,774	△192	△ 1.0
合計	43,499	45,351	1,852	+4.3

※上記実績は、CCWJ社、近畿社、三笠社の前年実績値の合計

活動のポイント

➤最重点ブランドの徹底強化

■ジョージア

⇒最需要期における徹底強化

★次頁に詳細を記載

■コカ・コーラ

⇒ダイエットコカ・コーラの拡大継続

⇒クリスマスをテーマにした売り場創造による
セールス拡大

■アクエリアス

⇒サブフレーバー「ビタミンガード」の導入による
好調セールスの維持・拡大

⇒加温商品のテスト導入

■無糖茶

⇒からだ巡茶のカバレッジ維持、新たな販促展開

⇒加温商品の導入

第4四半期重点活動 — ジョージア強化策

■ ジョージア：最需要期における徹底強化

- 新商品・リニューアル商品の最大導入と店舗露出の拡大
⇒ 新エンブレムブラックの導入強化（10/2～）
- 秋季プロモーションの展開
⇒ ジョージア G1チャレンジ（8/28～）
- ハーフケースの導入、まとめてチョイス（スーパー）
- 加温商品の導入



1着・2着の数字を当てれば、必ずもらえる! ジョージアG1チャレンジ

ジョージアオリジナル ワンセグTV

対象商品: ジョージア 190g缶製品

GEORGIA EUROPEAN GEORGIA HEPPRESSO

NEW GEORGIA. START!

新しいジョージアはじまる。
www.georgia.jp

第4四半期重点活動 — パッケージ戦略

■ ジョージア、PETを中心とした加温商品の展開

⇒ 自動販売機 : ホット化へのスムーズな移行と、
ホットを中心とした自動販売機コラムの
最適化によるVPMの拡大

※VPM...自動販売機1台当りのセールス
(Volume Per Machine)

⇒ 手売り : ジョージア、無糖茶中心のカバレッジ
最大化による「冬の売り場」づくり

加温PET商品



チャネル別販売計画

(単位:千ケース、%)

	2005年 第4四半期 実績※	2006年 第4四半期 計画		
		計画	前年比	
			増減	増減率
ベンディング	14,205	15,039	834	+5.9
チェーンストア	7,639	8,285	647	+8.5
コンビニ	4,531	4,898	368	+8.1
リテール	6,613	6,542	△72	△ 1.1
フードサービス	4,619	4,835	216	+4.7
代理店	418	398	△20	△ 4.8
その他	5,475	5,354	△121	△ 2.2
合計	43,499	45,351	1,852	+4.3

※上記実績は、CCWJ社、近畿社、三笠社の前年実績値の合計

活動のポイント

■ベンディング

- ⇒自販機コラム最適化
 - ...秋から冬商品へのスムーズな移行
 - ...ロケーションに応じた加温商品の展開
- ⇒市場設置台数の拡大
 - ...優良ロケの開発強化と引揚の抑制
- ⇒チルド商品のテスト導入

■スーパーマーケット

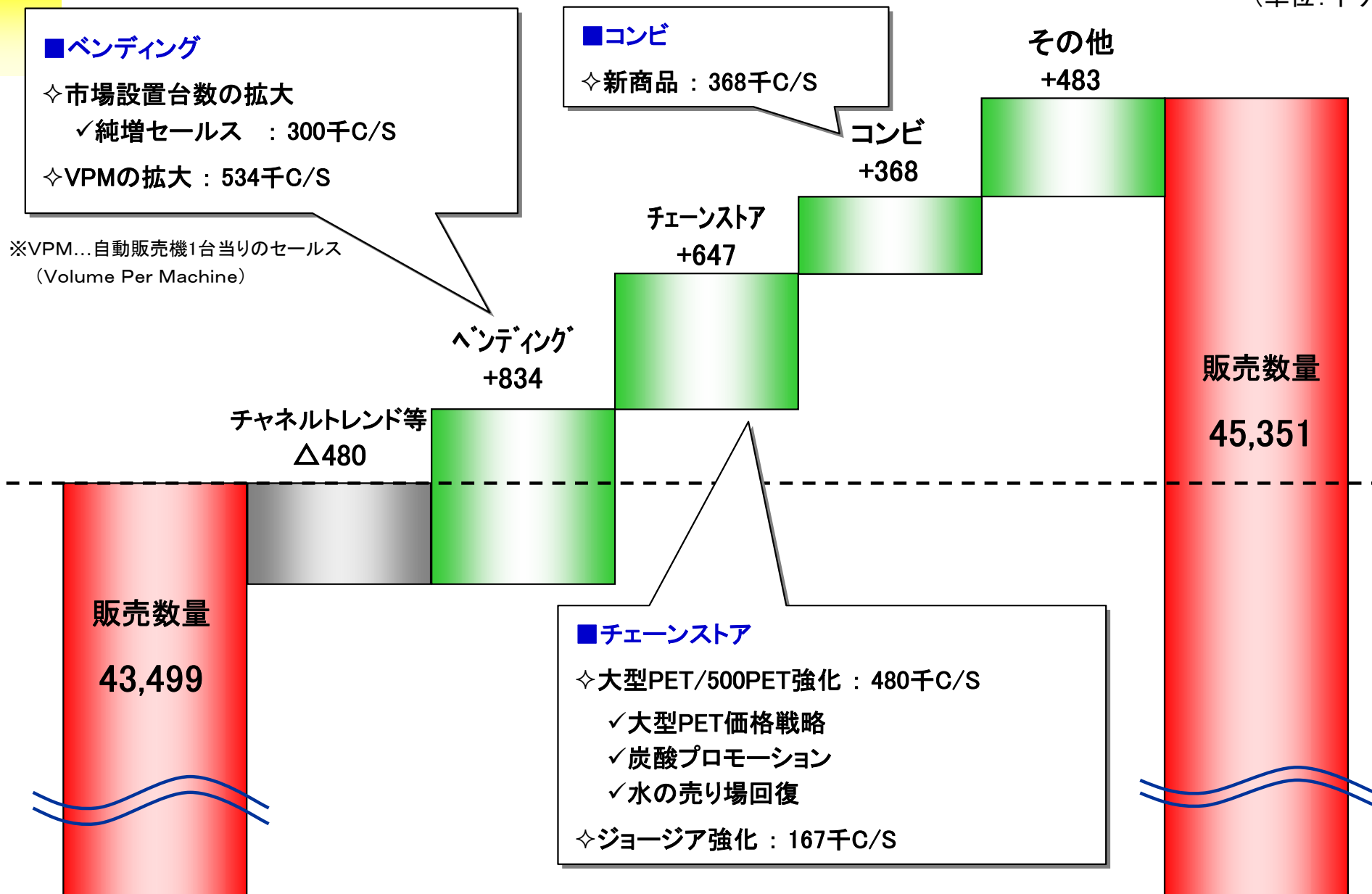
- ⇒冬季の炭酸大型PETプロモーションによる
冬場の炭酸商品セールスの最大化
- ⇒ミネラルウォーターの売場回復
- ⇒カテゴリーマネジメントの取組み強化継続

■オンプレミス

- ⇒市場攻略の新ビジネスモデル構築に向けた
検討

第4四半期販売数量達成のシナリオ

(単位:千ケース)



2005年 第4四半期実績

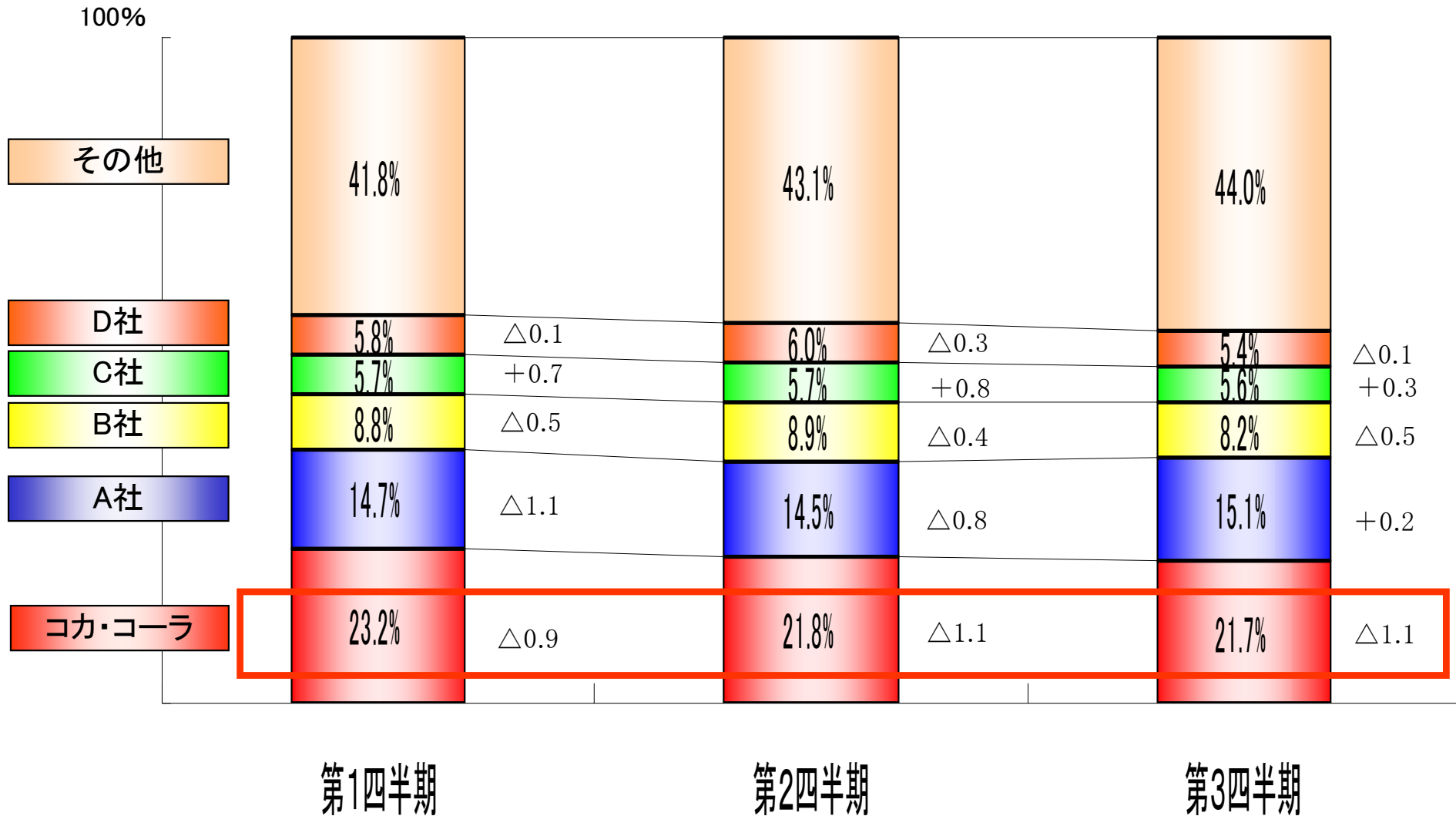
2006年 第4四半期計画



[参 考]

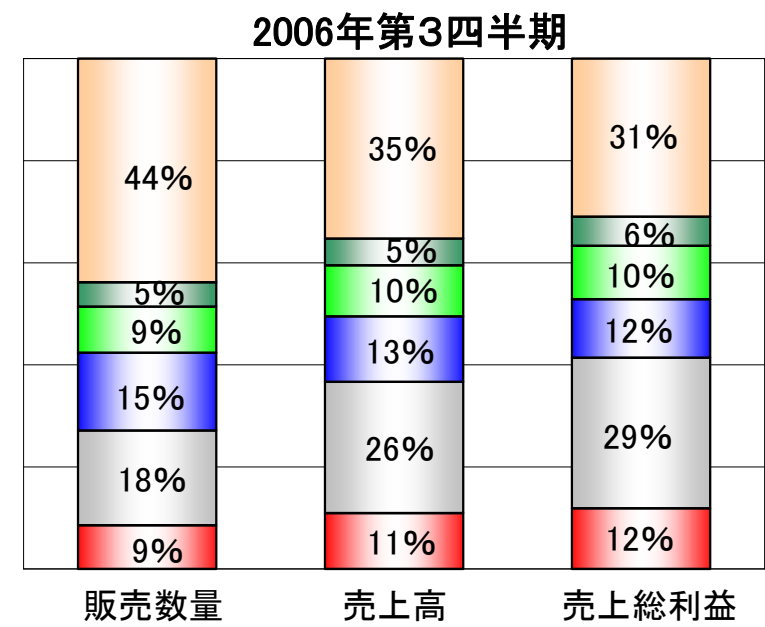
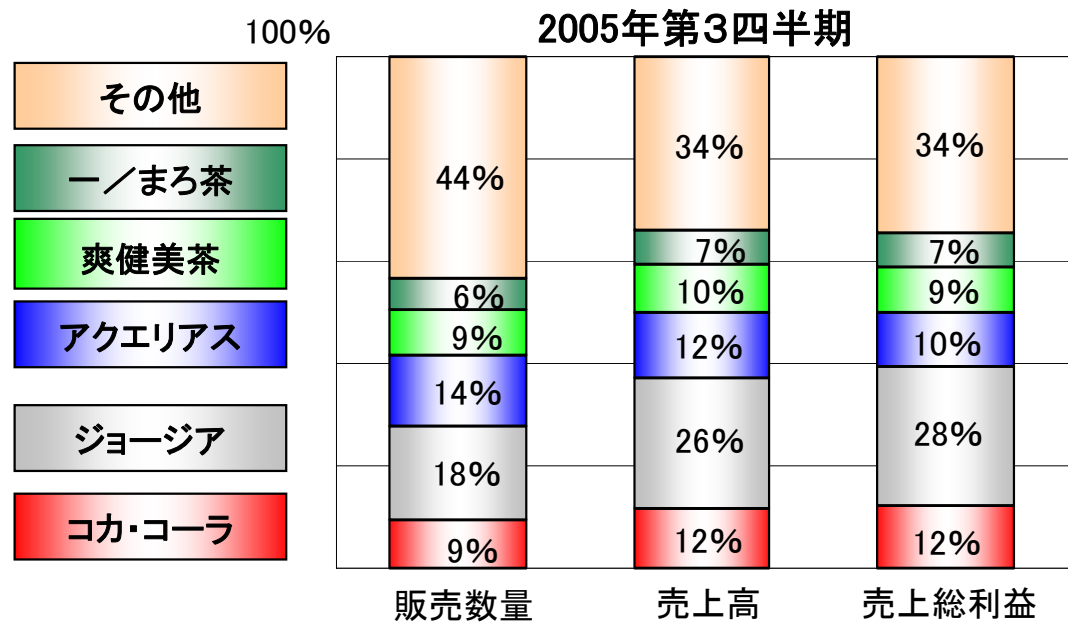
手売りマーケットシェア（除く自販機）－ CCWHエリア

出典：インテージ
 ※グラフ外の数字は前年増減
 （単位：％、ポイント）

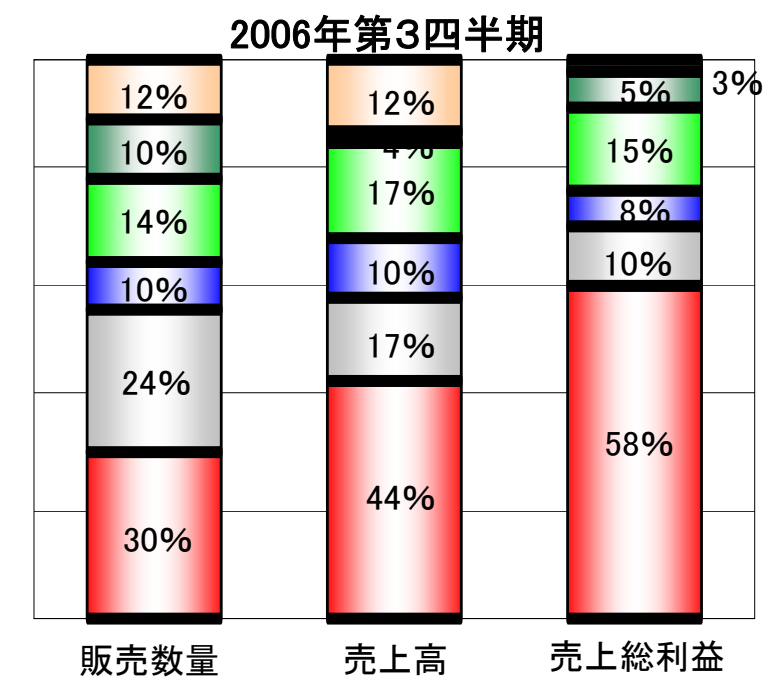
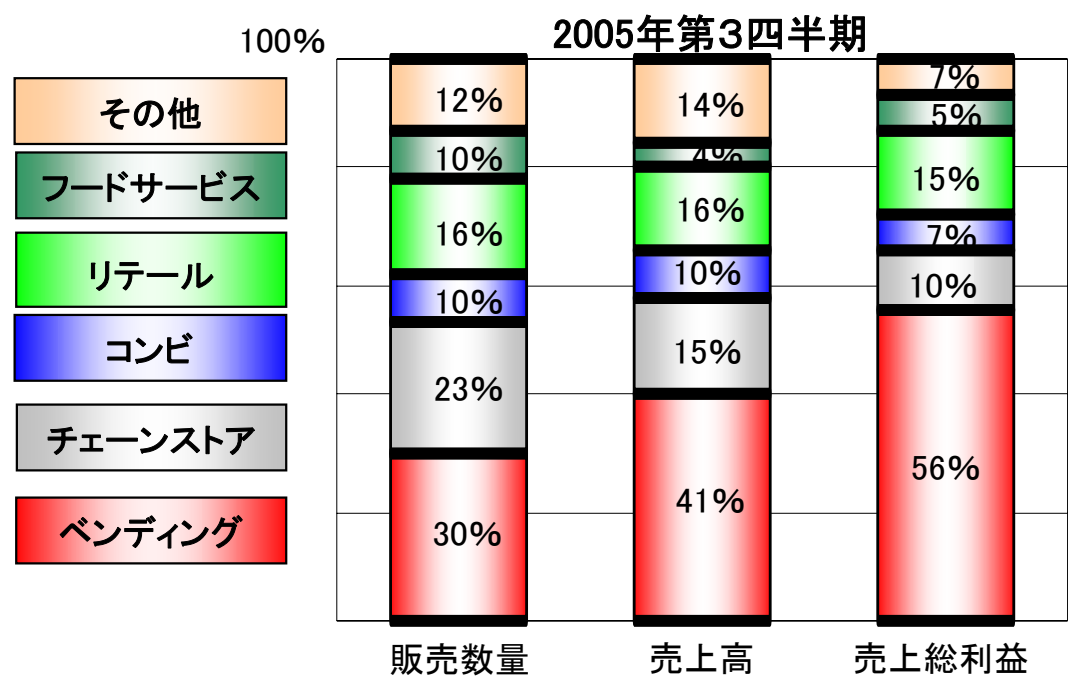


ブランド別・チャネル別 販売数量/売上高/売上総利益構成比

ブランド



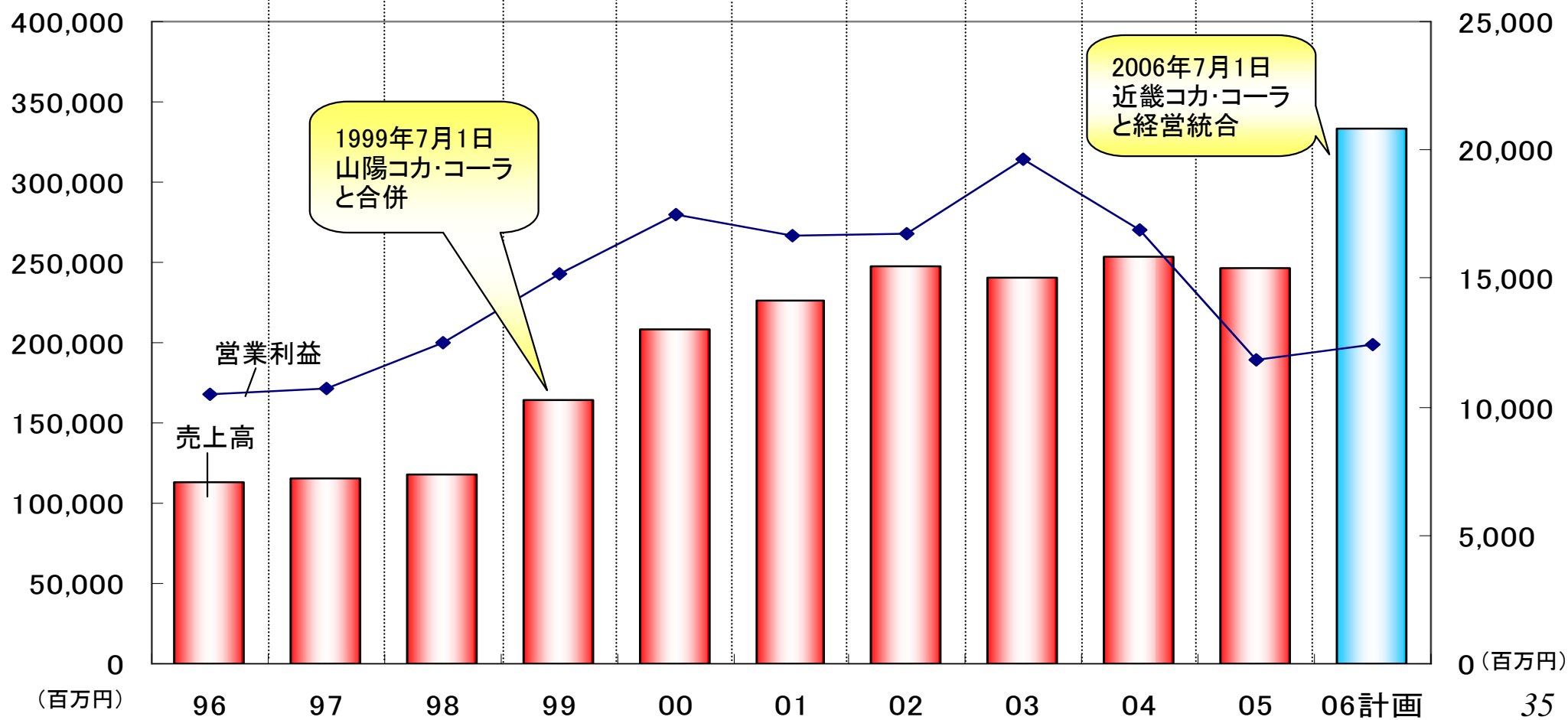
チャネル



業績推移(連結)

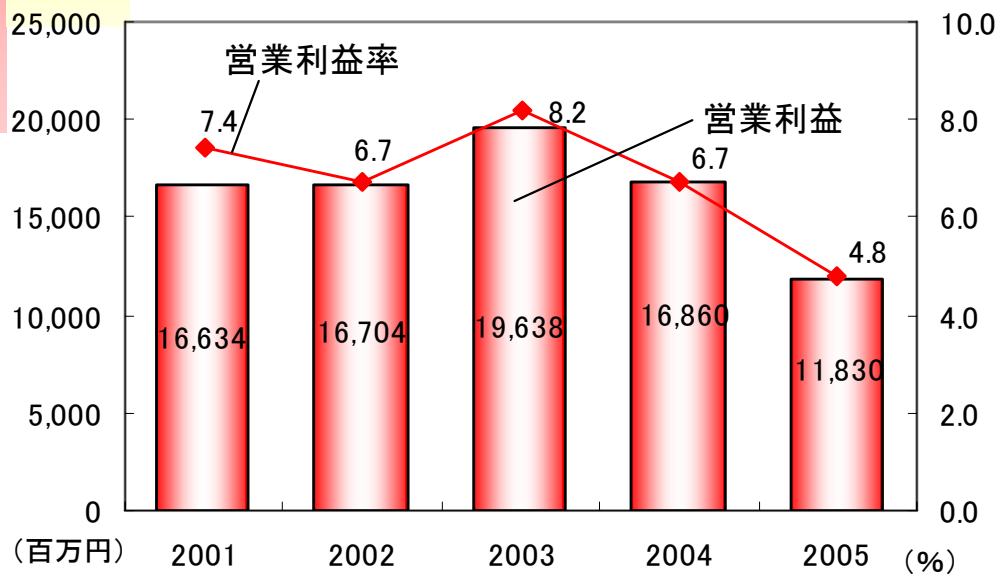
(単位: 百万円)

	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年計画
売上高	113,490	115,408	117,991	164,731	207,827	226,111	247,737	240,825	253,248	245,874	333,400
営業利益	10,481	10,737	12,533	15,160	17,449	16,634	16,704	19,638	16,860	11,830	12,400
経常利益	11,273	11,054	12,510	15,889	18,516	16,021	17,005	19,895	17,065	12,256	13,300
当期純利益	5,721	5,428	5,872	6,823	5,700	1,420	7,086	9,380	8,564	7,305	7,400

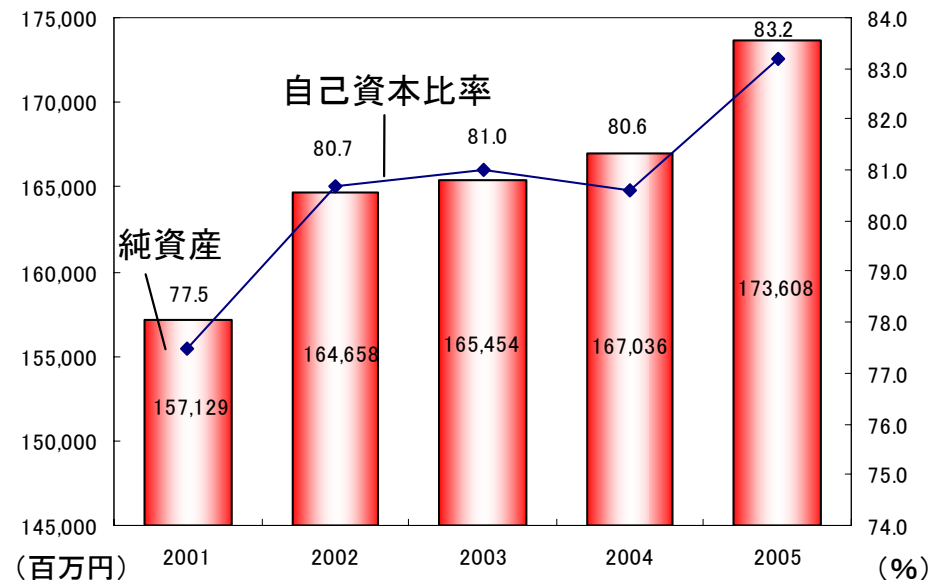


経営指標

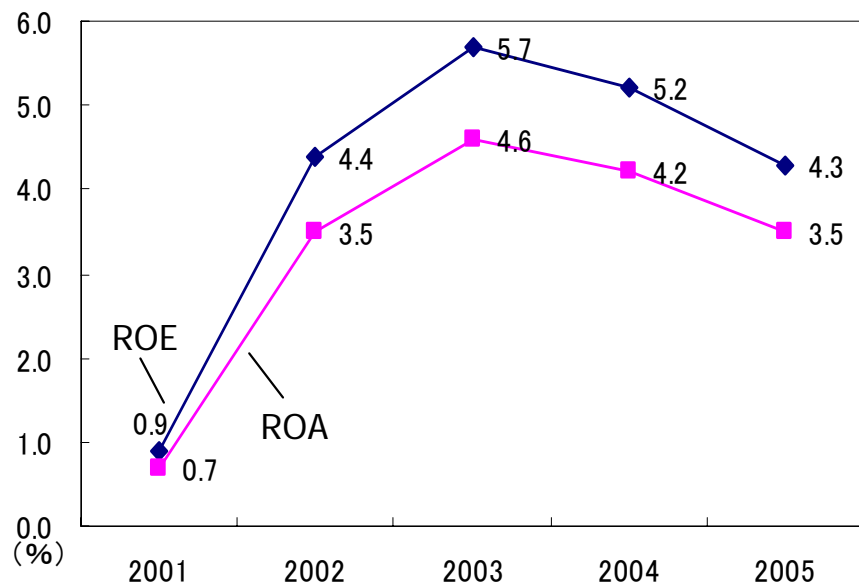
<営業利益／営業利益率>



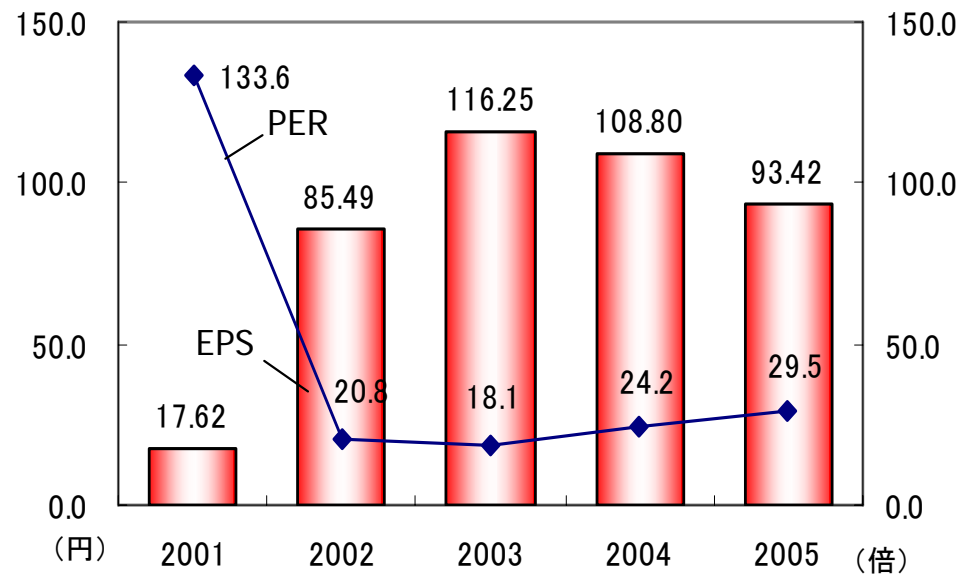
<純資産／自己資本比率>



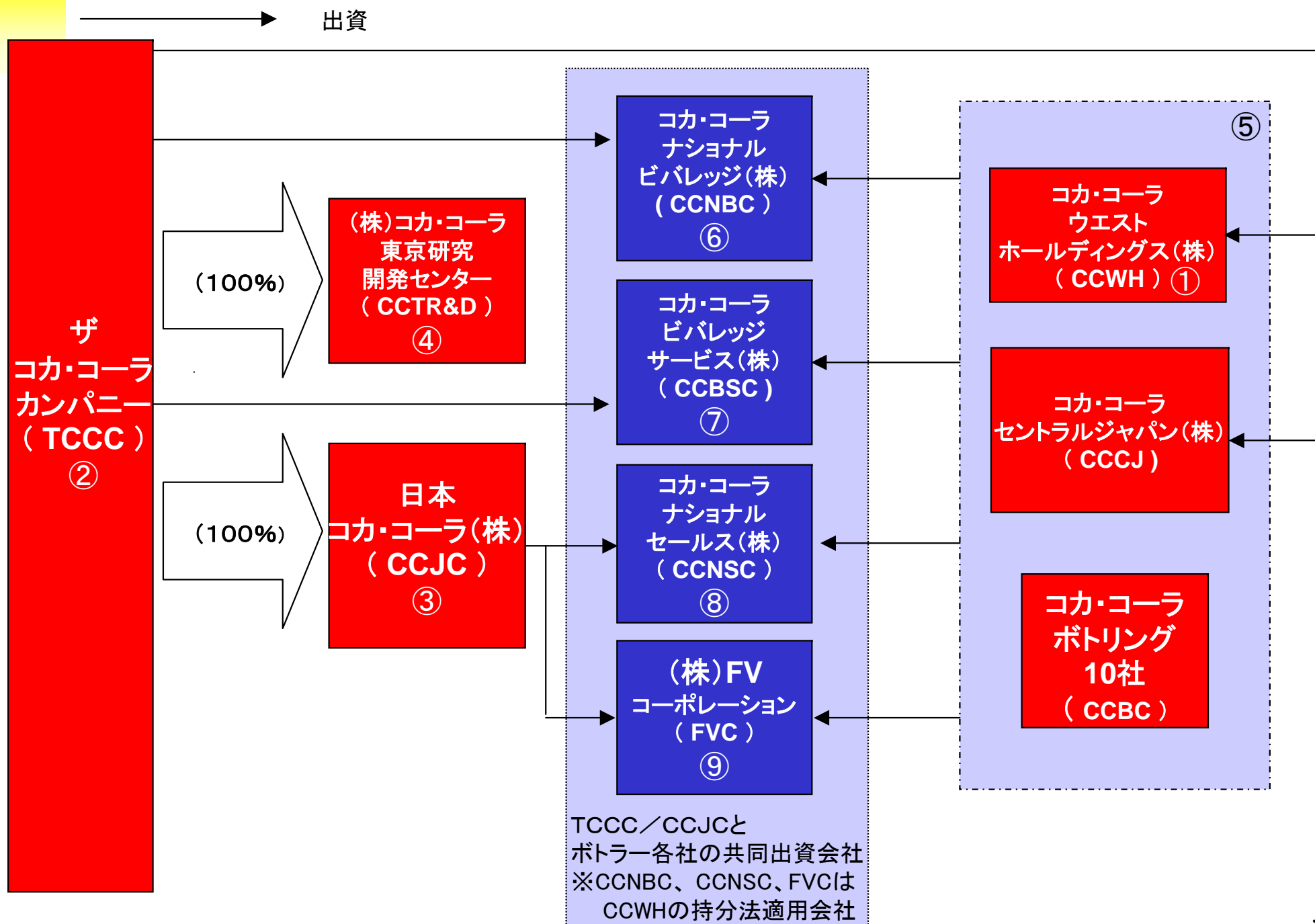
<ROA／ROE>



<EPS／PER>



日本のコカ・コーラシステム



コカ・コーラ関連企業とその役割

①コカ・コーラウエストホールディングス株式会社(CCWH)

2006年7月にコカ・コーラウエストジャパン株式会社と近畿コカ・コーラボトリング株式会社の経営統合により誕生。

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・コーラ東京研究開発センター(CCTR&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12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・コーラシステムにおける全国統合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。

グループ会社概要 — 主な事業内容

社名	主な事業内容
(1) コカ・コーラウエストジャパン(株)	飲料の販売
(2) 近畿コカ・コーラボトリング(株)	飲料の販売
(3) 三笠コカ・コーラボトリング(株)	飲料の販売
(4) コカ・コーラウエストジャパンプロダクツ(株)	飲料の製造
(5) 近畿コカ・コーラプロダクツ(株)	飲料の製造
(6) 大山ビバレッジ(株)	飲料(ミネラルウォーター)の製造
(7) コカ・コーラウエストジャパンロジスティクス(株)	飲料等の配送業務
(8) 関西ロジスティクス(株)	飲料等の配送業務
(9) 三笠ロジスティク(株)	飲料等の配送業務
(10) コカ・コーラウエストジャパンベンディング(株)	自動販売機のオペレーション業務(コカ・コーラ社商品のみ)
(11) 西日本ビバレッジ(株)	自動販売機によるマーケットの開発およびオペレーション業務(他社商品含む)
(12) 関西ビバレッジサービス(株)	自動販売機によるマーケットの開発およびオペレーション(他社製品含む)・設置・メンテナンス業務
(13) 三笠ビバレッジサービス(株)	自動販売機によるマーケットの開発およびオペレーション業務(他社商品含む)
(14) (株)ネスコ	アミューズメント業界を中心とした自動販売機のオペレーション業務
(15) (株)カディアック	関西国際空港内での自動販売機のオペレーション業務
(16) コカ・コーラウエストジャパカスタマーサービス(株)	自動販売機の設置・メンテナンス業務
(17) 三笠サービス(株)	自動販売機の設置・メンテナンス業務
(18) (株)ニチベイ	食品の加工
(19) 鷹正宗(株)	酒類の製造・販売
(20) ウエストジャパンサービス(株)	保険代理業、OA機器販売業、リース業
(21) (株)レックスエステート	不動産関連事業
(22) (株)セイコーコーポレートジャパン	自動車関連事業
(23) (株)シーアンドシー	外食事業、食品の製造販売
(24) (株)秋吉システムズ	外食事業

用語の解説

用語	解説
チャンネル	
・ベンディング	自動販売機を通じてお客さまに商品を届けるビジネスのこと(小売業)
・チェーンストア	スーパーマーケットにおけるビジネスのこと(卸売業)
・コンビニ	コンビニエンスチェーン店の手売りマーケットにおけるビジネスのこと
・リテール	一般食料品店、酒屋などの手売りマーケットにおけるビジネスのこと
・フードサービス	外食マーケットにおいて、シロップ販売を行うビジネスのこと
・オンプレミス	外食マーケットの店内消費において、シロップおよびパッケージ商品販売を行うビジネスのこと
・代理店	離島、遠隔地において、コカ・コーラ製品をオペレーションしていただいている協力会社のこと
ベンディング関係	
・レギュラー方式設置自販機	お客様が管理されている、当社無償貸与の自販機(当社がお客様へ卸売した商品を販売)
・フルサービス方式設置自販機	当社が直接設置し、管理(製品補給、売上金管理等)している自販機(設置先へロケフィーの支払い)
・アウトマーケット	屋外の自動販売機で、利用するお客様が比較的不特定
・インマーケット	屋内の自動販売機で、利用するお客様が比較的特定している
・VPM	自販機1台当りのセールス(Volume Per Machine)
チェーンストア関係	
・ナショナルチェーン	コカ・コーラナショナルセールス社扱いのナショナルチェーンスーパーマーケット
・リージョナルチェーン	2つ以上のボトラー社にまたがってストア展開を行っているチェーンスーパーマーケット
・ローカルチェーン	1つのボトラー社内でのみストア展開を行っているチェーンスーパーマーケット
・CBPPP戦略	お客様の来店動機に基づいてスーパーマーケット、ディスカウントストア、ドラッグストアなどの業態に分け、その業態に応じた最適な商品の品揃え、販売価格、販促プロモーション戦略を策定・実行すること
・RGM	お客様への価値提供を通じ、お客様と協働で収益を伴った継続的な売上拡大を行うこと
その他	
・セールスマックス	品種構成のこと。品種構成を分析するカテゴリーには、ブランド別、チャンネル別、パッケージ別がある。売上高、売上原価の増減要因には、これらの品種構成の変化による数量の予算実績差異(品種構成差異)に単価の増減による予算実績差異(価格差異)が含まれる。

将来見通しに関する注意事項

この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、発表日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