

2007年12月期第1四半期 決算説明会

2007年 4月26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

1. 第1四半期決算概要

- ·第1四半期決算
- ·第1四半期 連結利益増減要因

Ⅱ. 第2四半期計画

- •第2四半期 業績予想
- •第2四半期 連結利益增減要因
- ・第2四半期 ブランド計画
- ・第2四半期 チャネル計画
- ・第2四半期 販売数量達成のシナリオ
- •2007年 通期業績予想

Ⅲ. 統合関係

- •近畿社との経営統合の目的
- •近畿社との経営統合を活かした取り組み
- •近畿社との経営統合後のマーケット状況
- •南九州社との資本業務提携について
- •南九州社の業績
- •CCWグループと南九州社を合わせた事業規模
- •世界のボトラーとの比較
- •CCNBCの考え方

[参考]

- ▶手売りマーケットシェア(除く自販機)
- >ブランド別・チャネル別構成比
- **≻グループ会社の状況**
- >業績の推移
- ≻経営指標の推移
- **≻グループ会社の事業内容**
- ≻日本のコカ・コーラシステム
- ▶南九州社グループ概要
- ≻用語の解説

サマリー

1. 第1四半期決算

- ①販売数量は対前年、対計画ともに上回り、06年第4四半期からの上昇トレンド継続
 - ・活動を集中した最重点ブランド、優先活動ブランドが大きく伸長
 - <mark>・近畿エリアのセールスが特に好調</mark>
- ②業績予想も達成し、中計「W'ing」の初年度である2007年は順調なスタートをきる

2. 第2四半期計画

- ①最重点ブランドを中心とした新商品の効果的投入
- ②ベンディングは低セールス機の改善活動継続によるVPM・収益向上 併せて最盛期における設置台数拡大にむけ付加価値自販機の提案強化

3. 統合関係

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

- ①TCCC/CCJCとの戦略的パートナーシップ強化の取り組みが本格的にスタート
 - <mark>・マネジメントミーティング、</mark>マーケティングフォーラム実施
 - ・協働マーケティング開始
- ②南九州社との資本業務提携
 - ・西日本、九州が1つになったビジネス展開による競争優位性の更なる向上
 - ・日本のリーディングボトラーとしての位置づけが更に高まり、 TCCC/CCJCとのパートナーシップが更に強化
- ③今後のCCNBCとの関係
 - ・広域ボトラーとしての対応

1. 第1四半期決算概要

第1四半期決算(1-3月) - 販売数量

▶対計画、対前年ともに上回り、2006年第4四半期からの上昇トレンドを継続

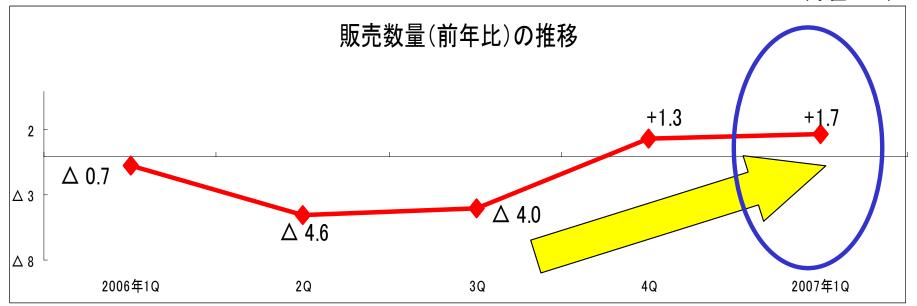
▶販売数量 : 計画比 +0.6%、 前年比 +1.7%

(単位:千ケース、%)

2006年		2007年第1四半期							
第1四半期	計画	実 績	計画比		前年	F比			
実績※1	※ 2		増減	増減 増減率		増減率			
38,463	38,865	39,104	+239	+0.6	+641	+1.7			

- ※1 上記2006年実績は、CCWJ社、近畿社、三笠社の合計
- ※2 上記計画は2007年2月7日付で発表した業績予想値に基づく数値

(単位:%)



第1四半期決算(1-3月) - ブランド別販売数量

ブランド別 販売実績

(単位:千ケース、%)

		2007年 第1四半期						
		実績	計画	〕比	前年	₹比		
		天祖	増減	増減率	増減	増減率		
	コカ・コーラ	2,857	+132	+4.9	+93	+3.4		
最重	ジョージア	10,776	+66	+0.6	+105	+1.0		
当点	爽健美茶	2,893	+270	+10.3	+223	+8.4		
λιŃ	アクエリアス	2,876	+107	+3.9	+303	+11.8		
優:	先活動	2,146	+122	+6.0	+710	+49.5		
補完育成		5,563	△614	△ 9.9	△544	△ 8.9		
その他		11,992	+156	+1.3	△249	△ 2.0		
	合 計	39,104	+239	+0.6	+641	+1.7		

※ 前年実績は、CCWJ社、近畿社、三笠社の合計

*優先活動ブランド:スプライト、からだ巡茶、ミニッツメイド、

ウォーター(ミナクア・森の水)

*補完育成ブランド:一(はじめ)、ファンタ、Qoo、紅茶花伝、

カナダドライ、煌

振り返り

<最重点ブランド>

■コカ・コーラTM

- ・新キャンペーン"the Coke side of life" の徹底した 露出強化(1/29スタート)
- ・ダイエットコカ・コーラの二桁伸長(前年比:+10.0%)

■ジョージア

- ・前年比マイナスからプラスに転じ上昇トレンドへ (06年4Q:△2.9% ⇒ 07年1Q:+1.0%)
 - 基幹フレーバーの回復
 - 新商品セールスが上昇トレンドへ転じる(06年4Q:△19.9% ⇒ 07年1Q:+83.1%)ジョージアカフェエスプレッソ好調
 - -純金名刺プロモーション応募数倍増(前年比:+170%)

■爽健美茶

- ・ブレンド茶による内面からの健康・美容訴求により 二桁に迫る伸長(前年比:+8.4%)
- ・季節限定フレーバー「オリエンタルスタイル」が好調 に拍車をかける

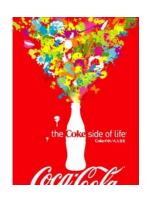
アクエリアス

・水分補給のブルー、体重管理のアクティブダイエット に次ぐ、栄養補給の「ビタミンガード」導入により、 二桁伸長(前年比:+11.8%)

<優先活動ブランド>

・リニューアルしたスプライトは大きく伸長し、透明炭酸市場においてシェア奪取(セールス前年比:+125.9%)

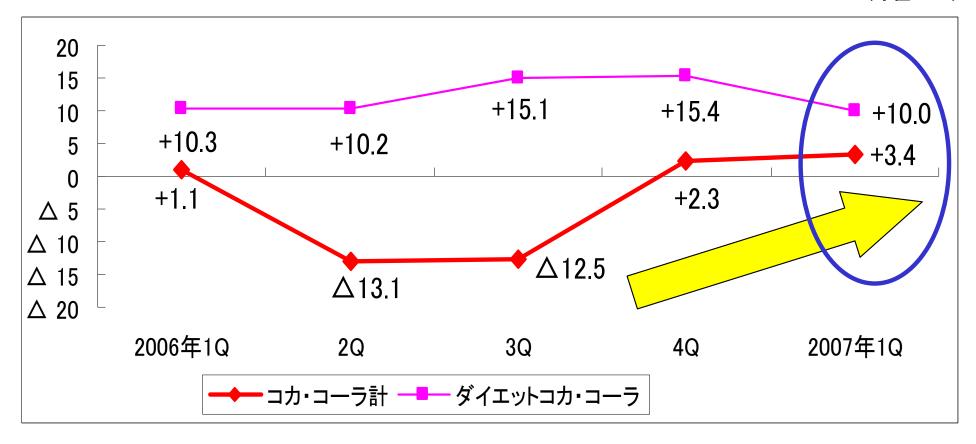
第1四半期決算(1-3月)ーコカ・コーラの状況



- ▶2006年第4四半期からのプラス基調を継続
- >ダイエットコカ・コーラは二桁伸長を継続

<販売数量の推移(前年比)>

(単位:%)



第1四半期決算(1-3月) - ジョージアの状況

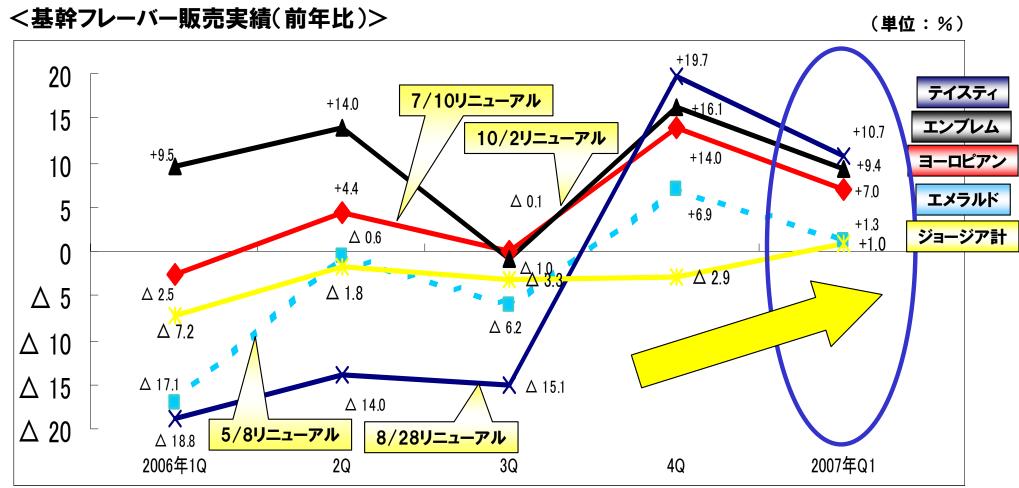


≻ジョージアセールスは前年比プラスに転じ上昇トレンドへ

 $(06年4Q: \triangle 2.9\% \Rightarrow 07年1Q: +1.0\%)$

▶ジョージアセールスの約6割を占める基幹フレーバーはリニューアル後の

回復基調継続



第1四半期決算(1-3月) - チャネル別販売数量

チャネル別 販売実績

(単位:千ケース、%)

	2007年 第1四半期							
	実績	計画比前		前	年	比		
	天限	増減	増減率	増減	坩	曽減率		
ベンディング	13,235	+32	+0.2	△49		△ 0.4		
チェーンストア	7,114	+124	+1.8	+515		+7.8		
コンビ	4,414	+42	+1.0	+179		+4.2		
リテール	4,936	△151	△ 3.0	△455		△ 8.4		
フードサービス	3,801	+185	+5.1	+207		+5.8		
代理店	344	+7	+2.1	+2		+0.7		
その他	5,259	+1	+0.0	+242		+4.8		
合 計	39,104	+239	+0.6	+641		+1.7		

※ 前年実績は、CCWJ社、近畿社、三笠社の合計

CCWJ/NNB事業調整に伴う影響を除いた場合

・CCWH ベンディング 前年比: +3.0%

•CCWJ ベンディング 前年比: +5.0%

*CCWJのカップ自販機等をNNBへ移管、 NNBのコカ・コーラ自販機をCCWJへ移管 (NNBへの販売数量はその他で計上)

振り返り

<エリア別販売実績(前年比)>

(単位:%)

	CCWJ	近畿	三笠
ベンディング	△ 2.0	+1.4	△ 0.1
チェーンストア	+4.3	+12.9	+4.6

■ベンディング

·CCWJ: 低セールスロケの改善(7,500台)

引揚: 2,000台、引揚再設置: 5,500台

・近畿 : 徹底した引揚抑制活動

・三笠 : ロケーションに応じたコラム最適化

■チェーンストア

·CCWJ: カスタマー別協働取り組みによる最重点

ブランドの活性化

近畿 : カスタマーマネジメントの強化による

定番棚の拡大

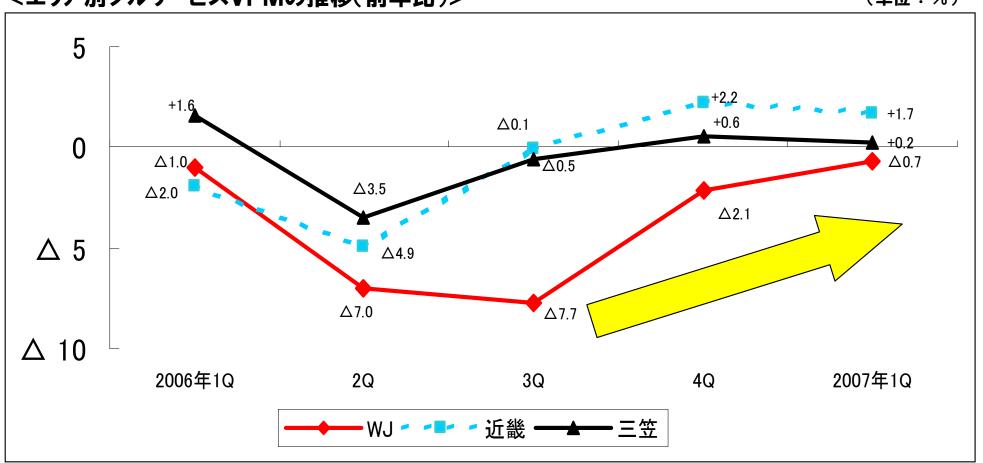
・三笠 : 500PET商材の配荷拡大

第1四半期決算(1-3月) - VPMの推移

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

<エリア別フルサービスVPMの推移(前年比)>

(単位:%)



第1四半期決算(1-3月) 一連結損益

▶売上高 : 計画比 803百万円増(+0.9%)、前年比 38,182百万円増(+73.8%)

▶営業利益:計画比 530百万円増(+106.1%)、前年比 412百万円減(△28.6%)

(単位:百万円、%)

	2006年	2007年第1四半期						
	第1四半期	計画	実 績	計画	比	前年比		
	実績 ※1	※ 2		増減	増減率	増減	増減率	
売 上 高	51,720	89,100	89,903	803	0.9	38,182	73.8	
売 上 原 価	28,453	49,900	50,804	904	1.8	22,351	78.6	
売 上 総 利 益	23,267	39,200	39,098	Δ 101	△ 0.3	15,830	68.0	
販売費及び一般管理費	21,824	38,700	38,067	△ 632	Δ 1.6	16,243	74.4	
営 業 利 益	1,442	500	1,030	530	106.1	△ 412	△ 28.6	
営 業 外 収 益	320	400	465	65	16.4	144	45.1	
営 業 外 費 用	179	200	240	40	20.2	60	33.8	
経 常 利 益	1,583	700	1,255	555	79.4	△ 328	△ 20.7	
特 別 利 益	_	200	217	17	9.0	217	_	
特 別 損 失	_	50	35	△ 14	△ 29.9	35	_	
税金等調整前四半期純利益	1,583	850	1,438	588	69.2	△ 145	△ 9.2	
法 人 税 等	756	350	655	305	87.4	Δ 100	△ 13.3	
少数株主利益又は 少数株主損失(Δ)	△ 65	_	1	1		67	_	
四 半 期 純 利 益	892	500	780	280	56.1	△ 112	△ 12.6	

^{※1} 上記2006年第1四半期実績は、存続会社(旧CCWJグループ)の連結実績値

^{※2} 上記計画は2007年2月7日付で発表した通期業績予想に基づく数値

第1四半期(1-3月)連結利益増減要因 - 計画比

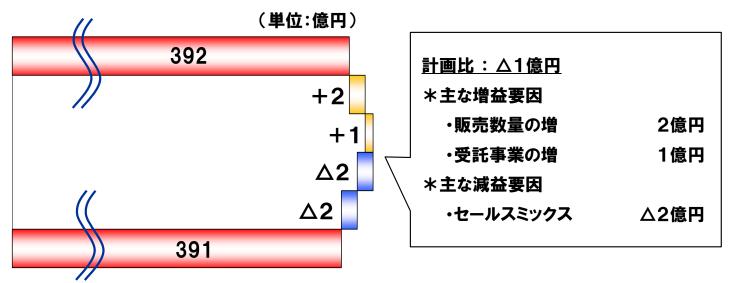
<売上総利益>

2007年第1四半期 売上総利益計画 販売会社の影響(※) 販売数量の増 受託事業の増

販売会社の影響(※)セールスミックスによる減

その他

2007年第1四半期 売上総利益実績



※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

△1億円

△1億円

2億円

1億円

1億円

11

<営業利益>

2007年第1四半期 営業利益計画

売上総利益の減

販売手数料の増

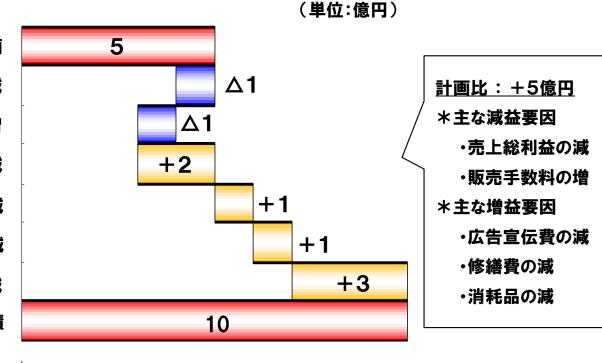
広告宣伝費の減

修繕費の減

消耗品の減

その他費用の減

2007年第1四半期 営業利益実績



第1四半期(1-3月)連結利益増減要因 - 前年比

<売上総利益>

2006年第1四半期 売上総利益 近畿グループ分の純増

販売数量の増 受託事業の増

計上科目変更による減

セールスミックスによる減

CCNBCの影響 商品購入価格の増

その他

2007年第1四半期 売上総利益

(単位:億円) +168 +2 +1 △6 △2 △2 △2 △3 391

前年比: +158億円

*主な増益要因

近畿グループ分の純増 168億円

・販売数量の増

2億円

・受託事業の増

1億円

*主な減益要因

·計上科目変更

△6億円

・セールスミックス

△2億円

・CCNBCの影響

商品購入価格の増

△2億円

<営業利益>

2006年第1四半期 営業利益

売上総利益の増

計上科目変更による増

賃借料の減

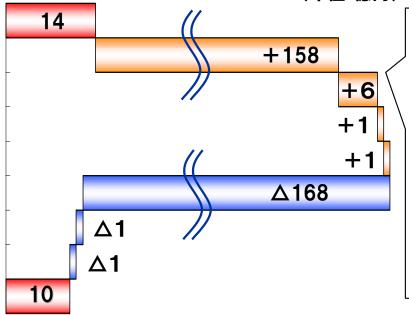
租税公課の減

近畿グループ販管費による減

販売手数料の増

その他費用の増

2007年第1四半期 営業利益



前年比:△4億円

*主な増益要因

(単位:億円)

・売上総利益の増 158億円

·計上科目変更

6億円

・賃借料の減

1億円

・租税公課の減

1億円

*主な減益要因

・近畿グループ販管費 △168億円

・販売手数料の増

△1億円

<連結損益>

(単位:百万円、%)

	2006年	200	期		
	第1四半期	実 績	前年	丰比	
	実績 ※1		増減	増減率	
売 上 高	89,234	89,903	669	0.7	
売 上 原 価	49,715	50,804	1,089	2.2	
売 上 総 利 益	39,518	39,098	△ 420	△ 1.1	
販売費及び一般管理費	38,214	38,067	△ 146	△ 0.4	
営業利益	1,303	1,030	△ 273	△ 21.0	
営業外収益	491	465	△ 26	△ 5.3	
営業 外費用	381	240	△ 141	△ 37.0	
経 常 利 益	1,414	1,255	△ 158	△ 11.2	
特 別 利 益	3	217	214		
特 別 損 失	192	35	△ 157	△ 81.8	
税金等調整前四半期純利益	1,224	1,438	213	17.4	
法 人 税 等	715	655	△ 59	△ 8.4	
少数株主利益又は 少数株主損失(Δ)	2	1	0	_	
四半期純利益	506	780	273	54.0	

^{※1} 上記2006年第1四半期実績は、存続会社(旧CCWJグループ)の連結実績値に旧近畿グループの連結実績値を合算し、両グループ間の取引消去を調整した実績値

<売上総利益>

2006年第1四半期 売上総利益

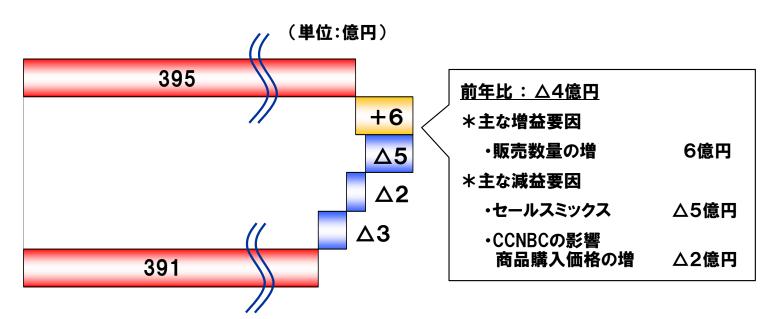
販売数量の増

セールスミックスによる減

CCNBCの影響 商品購入価格の増

その他

2007年第1四半期 売上総利益

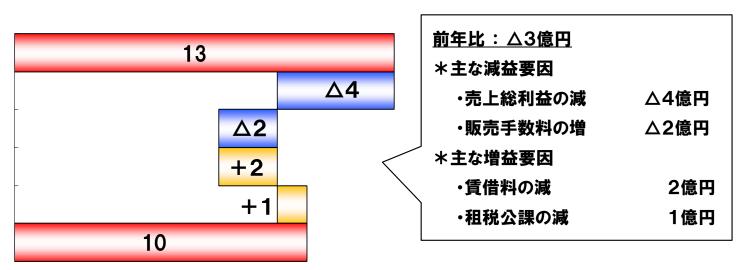


<営業利益>

(単位:億円)

2006年第1四半期 営業利益 売上総利益の減 販売手数料の増 賃借料の減 租税公課の減

2007年第1四半期 営業利益



11. 第2四半期計画

第2四半期 業績予想(4-6月)

<販売数量>

(単位:千ケース、%)

	2006年	2007	7年 第2四-	半期
	第2四半期	計画	前年	F比
	実績※1	計画	増減	増減率
CCWHエリア内	46,368	48,021	+1,654	+3.6

※1 上記2006年実績は、CCWJ社、近畿社、三笠社の合計

<連結損益>

(単位:百万円、%)

				2006年		200	07年 第2四-	半期
					第2四半期	計画	前生	年比
					実績※1	前四	増減	増減率
売		上		高	59,972	106,400	46,428	77.4
営	業		利	益	1,687	3,800	2,113	125.3
経	常	, ,	利	益	1,880	4,000	2,120	112.8
当	期	純	利	益	837	2,200	1,363	162.8

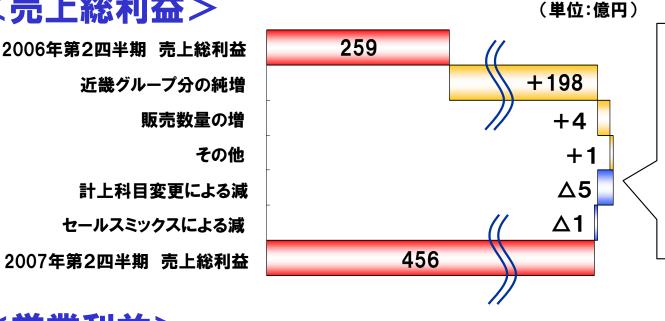
※1 上記2006年第2四半期実績は、存続会社(旧CCWJグループ)の連結実績値

第2四半期 連結利益増減要因(前年比)

<売上総利益>

2006年第2四半期 売上総利益 近畿グループ分の純増 販売数量の増 その他 計上科目変更による減

セールスミックスによる減



前年比: +197億円

*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

4億円

*主な減益要因

計上科目変更

△5億円

セールスミックス

△1億円

<営業利益>

2006年第2四半期 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

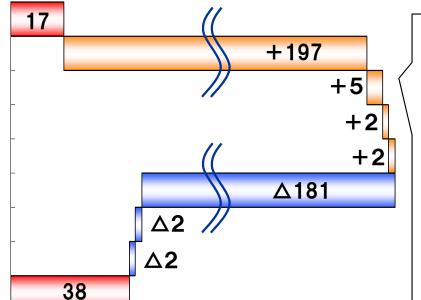
その他費用の減

近畿グループ販管費による減

販売手数料の増

減価償却費の増

2007年第2四半期 営業利益



(単位:億円)

前年比: +21億円

*主な増益要因

・売上総利益の増

197億円

·計上科目変更

5億円

・広告宣伝費の減

2億円

*主な減益要因

・近畿グループ販管費 △181億円

・販売手数料の増

△2億円

・減価償却費の増

△2億円

<連結損益>

(単位:百万円、%)

	2006年	2007年第2四半期		
	第2四半期	計画	前年	比
	実績 ※1		増減	増減率
売 上 高	103,860	106,400	2,539	2.4
営業利益	2,432	3,800	1,367	56.2
経常利益	2,624	4,000	1,375	52.4
当期純利益	513	2,200	1,686	328.5

※1 上記2006年第2四半期実績は、存続会社(旧CCWJグループ)の連結実績値に 旧近畿グループの連結実績値を合算し、両グループ間の取引消去を調整した実績値

第2四半期 ブランド計画(4-6月)

ブランド別販売計画

(単位:千ケース、%)

		<u> </u>				
		2006年	200	7年第2四半	' 期	
		第2四半期	파	前年比		
		実績※1	計画	増減	増減率	
В	コカ・コーラ	4,007	4,137	130	+3.2	
最重点	ジョージア	10,453	10,972	519	+5.0	
占	爽健美茶	3,768	3,891	123	+3.3	
λιί	アクエリアス	5,127	5,410	283	+5.5	
優:	先活動	2,545	3,254	709	+27.8	
補完育成		7,261	7,243	∆18	△ 0.3	
その他		13,207	13,115	△91	△ 0.7	
	合 計	46,368	48,021	1,654	+3.6	

※1 上記2006年実績はCCWJ社、近畿社、三笠社の合計

*優先活動ブランド:スプライト、からだ巡茶、ミニッツメイド、

ウォーター(ミナクア・森の水)

*補完育成ブランド: 一(はじめ)、ファンタ、Q00、紅茶花伝、

カナダドライ、煌

活動のポイント

▶最重点ブランドを中心に新商品を効果的に投入し、 セールス・シェアの拡大をはかる。

<最重点ブランド>

■コカ・コーラTM

- ✓ 3カラー戦略による新規飲用者の徹底した掘りおこし
 - ・Red(コカ・コーラ) :若年層(16~24才の男女)
 - ·Silver(ノーカロリーコカ・コーラ):25才以上の女性
 - Black(コカ・コーラゼロ):25才以上の男性

■ジョージア

- ✓ ウエストエリア限定新商品導入
- ✓ 新手法プロモーションの実施
 - ・携帯4コマ漫画/黄金の扇子(黄金シリーズ継続)

■爽健美茶

✓ 夏の美容テーマに対応した季節限定新商品の導入による女性層の獲得

■アクエリアス

✓ 大型新商品(疲労回復機能)導入

第2四半期 ブランド計画(4-6月) - 最重点ブランド新商品

Coca Cola 3カラー戦略





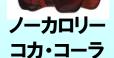
Silver

4月2日発売



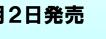






Coca Cola















シーズンズベスト 第2弾



ダブルストレート



新プロモーション 黄金の扇子

第2四半期 チャネル計画(4-6月)

チャネル別販売計画

(単位:千ケース、%)

	· · — · · · ·				
	2006年	2007年第2四半期			
	第2四半期	計画	前年比		
	実績※1	計画	増減	増減率	
ベンディング	14,694	15,184	+490	+3.3	
チェーンストア	9,532	10,323	+791	+8.3	
コンビ	4,509	4,756	+247	+5.5	
リテール	7,249	6,946	△303	△ 4.2	
フードサービス	4,232	4,438	+205	+4.8	
代理店	433	436	+3	+0.7	
その他	5,719	5,939	+220	+3.8	
合 計	46,368	48,021	+1,654	+3.6	

※1上記2006年実績はCCWJ社、近畿社、三笠社の合計

CCWJ/NNB事業調整に伴う影響を除いた場合

・CCWH ベンディング 前年比:+6.5%

・CCWJ ベンディング 前年比: +8.5%

*CCWJのカップ自販機等をNNBへ移管、 NNBのコカ・コーラ自販機をCCWJへ移管 (NNBへの販売数量はその他で計上)

活動のポイント

<エリア別販売計画(前年比)>

(単位:%)

	CCWJ	近畿	三笠
ベンディング	+1.8	+4.0	+8.9
チェーンストア	+3.5	+16.2	+0.9

■ベンディング

・CCWJ:既存店の強化による低セールスロケーションの

改善活動

・近畿 :ターゲットを明確化した優良ロケーションの拡大

と既存店の拡大

・三笠 :レギュラー自販機のフルサービス化促進、

品種構成の見直しによる既存ロケーションの

VPM拡大

※VPM…自動販売機1台当りのセールス

(Volume Per Machine)

■チェーンストア

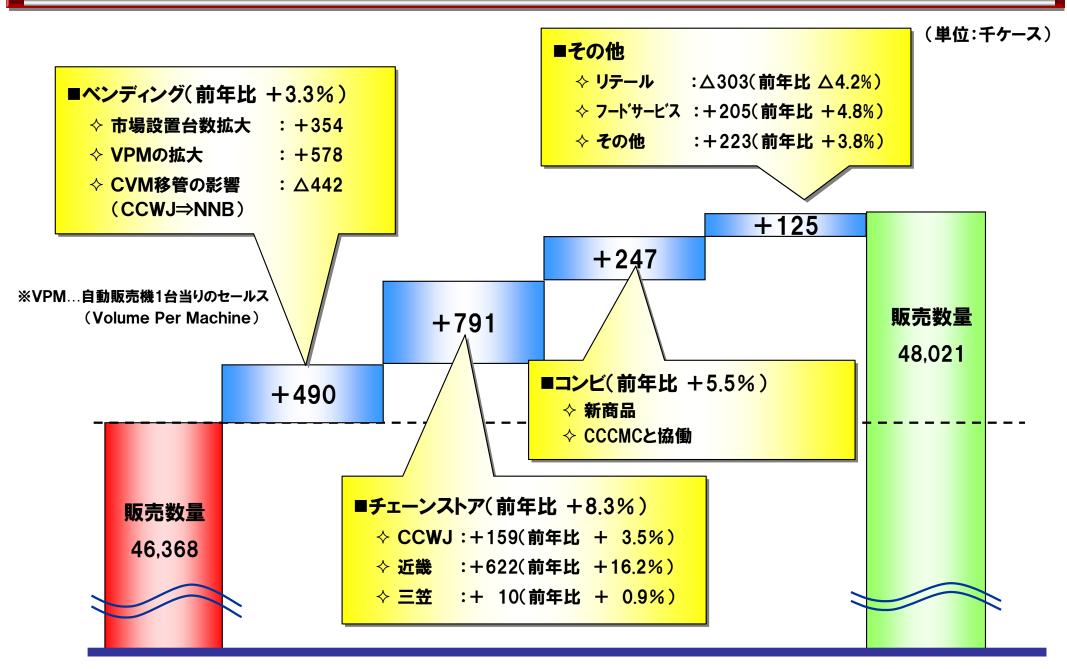
・CCWJ: 小型PET強化にむけた機器投入

・近畿 : カスタマーマネジメントの高度化による新商品

の定番導入 …ITシステム活用

・三笠 :新商品の配荷拡大による売場の獲得

第2四半期 販売数量達成のシナリオ



2006年第2四半期実績

2007年通期業績予想(1-12月)

(単位:百万円、%)

								· · · · ·	
				2006年		2	2007年計	画	
				実績※1	上半期	下半期	合計	増減	増減率
売		上	高	327,821	195,500	220,200	415,700	87,878	26.8
営	業	利	益	12,321	4,300	10,200	14,500	2,178	17.7
経	常	利	益	13,225	4,700	10,600	15,300	2,074	15.7
当	期	純 利	益	7,570	2,700	6,200	8,900	1,329	17.6

※1 上記2006年実績は、CCWグループ連結通期実績(CCWグループ連結下半期実績+旧CCWJグループ連結上半期実績)

■参考:2006年実績に旧近畿グループ上半期実績を加えた場合

(単位:百万円、%)

	2006年	2007年			
	2000年 実績 ※1	計画	前年	F比	
	天根 次1		増減	増減率	
売 上 高	408,240	415,700	7,460	1.8	
営業利益	13,071	14,500	1,429	10.9	
経常利益	14,005	15,300	1,295	9.2	
当期純利益	6,955	8,900	1,945	28.0	

※1 上記2006年実績は、CCWグループ連結年間実績値に、旧近畿グループ連結上半期実績値を合算し、 両グループ間の取引消去を調整した実績値

|||. 統合関係

近畿社との経営統合の目的

マーケットの変化への対応

- 清涼飲料市場の成長鈍化
- 競合メーカーの競争力拡大
- 小売業の業態変化、広域化

固定的な投資・コスト の効率化

- SCM分野の高コスト体質
- 情報システム基盤整備の遅延

TCCC/CCJCとの パートナーシップ強化

- 消費者基点のマーケティング 強化
- システム内における意思決定 スピードの遅延

「戦略的リーディングパートナー」への更なる進化

- ≻日本のコカ・コーラシステムにおける変革のリーダー
- ≻モデルとなる業績を実現させるボトラー
- ≻世界のリーディングボトラー

近畿社との経営統合を活かした取り組み - 第1四半期(1)

▶TCCC/CCJCとの戦略的パートナーシップ強化の取り組みが本格的スタート

売上・シェア拡大に比例して増益になるビジネスモデル構築にむけCCJCと協働推進

- ①マネジメントミーティング/マーケティングフォーラム実施
 - ・セールス/シェア/収益/戦略の進捗と修正アクションの共有
 - ・CCJCマーケティング戦略/プログラムの市場性討議
- 2協働マーケティングの実施
 - ・既存チャネル/ブランドの活性化
 - ・新規領域の商品・市場開発

- ⇒ジョージア エリア限定新商品導入
- ⇒自販機チルドのテスト展開 ⇒近畿エリアで拡大中(現在:150台)
- ⇒カップ自販機の商品開発取り組み開始
- ⇒CCWグループ一体でマーチャンダイジング活動を行う全社活動に CCJCも参画し市場接点を深める

<自販機のマーチャンダイジング活動を行うCCJCセイヤー社長(福岡市内)>









(アビスパ福岡支援自販機)

近畿社との経営統合を活かした取り組み - 第1四半期(2)

▶経営の基本スタンスをより強固なものとするため、「CCWグループの機関設計」、 「グループ執行役員制度の導入」および「CCWグループ組織運営体制と決裁権限基準の 改正」を行った。

経営の基本スタンス

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



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
- ■責任の明確化と高い透明性の 実現
- ■監督機能の強化



- ①CCWグループの機関設計
 - ・コカ・コーラビジネスグループ各社 の取締役会を廃止
- ②グループ執行役員制度の導入
 - ・執行役員制度統一
- ③組織運営体制に応じた権限基準の 改正



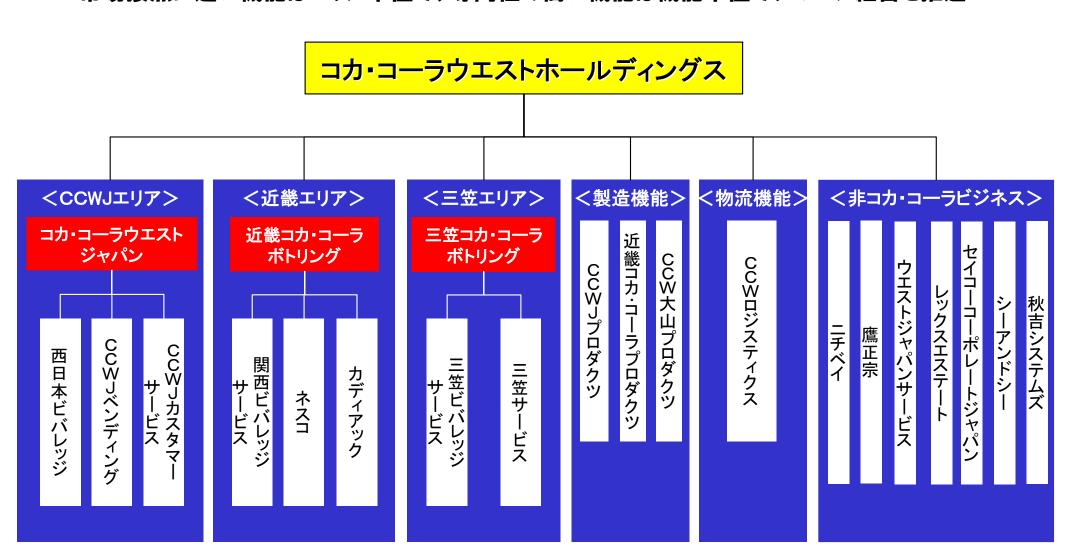
CCWグループ 機関設計

グループ 執行役員制度

組織運営体制と 決済権限基準

コカ・コーラウエストグループ経営体制

▶市場接点に近い機能はエリア単位で、専門性の高い機能は機能単位でグループ経営を推進



近畿社との経営統合を活かした取り組み - 第1四半期(3)

- >事業基盤の更なる強化にむけ機能強化、効率化を推進
- 1.物流機能会社「コカ・コーラウエストロジスティクス」スタート(2007年1月1日) (CCWJロジスティクス、関西ロジスティクス、三笠ロジスティクの3社を統合)
- 2.旧ボトラーテリトリー概念を越えたSCM展開
 - ・納品物流(明石工場⇒CCWJ支店)
 - ・協働需給(三笠エリアの需給を近畿エリアと統合)
- 3.ITインフラの統合化・集約化・高度化
 - ・CCIBSと協働による全国ボトラーのモデルとなる基幹システム構築スタート 領域:「カスタマー/ベンディング」、「SCM」、「購買」、「財務」
 - ①「SCALEプロジェクト※」のテンプレートをベースに、日本標準の仕組み構築開始
 - ※世界主要ボトラー12社による、プロセス/データ/システムの標準化を行う、グローバルの活動 (System Collaboration Approach Leveraging Excellence)
 - ②「SCM」、「購買」、「財務」領域は、全国ボトラー社で日本標準のプロセス/ データ/アプリケーションが合意 2008年1月の稼動に向けシステム構築の実行計画を策定中
 - ③「カスタマー/ベンディング」領域は、より詳細化を進め第3四半期までに実行計画作成

近畿社との経営統合後のマーケット状況

- ▶統合後、四半期別のセールス伸長は、近畿エリアがCCWJエリアを上回る
- ▶マーケットシェア(対前年増減)も近畿エリアがCCWJエリアを上回る
 - ⇒大規模マーケット(近畿エリア)の掘りおこしが着実に進む

<セールス伸長率(対前年)>

(単位:%)

		2007年		
	2Q	2Q 3Q 4Q		1Q
近畿	△ 5.9	△ 2.0	+1.4	+3.4
CCWJ	△ 3.4	△ 6.3	+0.8	+0.2

経営統合後

<手売りマーケットシェア対前年増減(除く自販機)

(単位:ポイント)

		2007年		
	2Q 3Q 4Q		1Q	
近畿	Δ 1.0	Δ 1.2	+0.2	Δ 0.1
CCWJ	Δ 1.1	Δ 1.1	△ 0.9	Δ 1.2





南九州社との資本業務提携について

目的:CCWグループと南九州社の更なる成長と企業価値の一層の増大

概要:

- ▶南九州社へ20%出資し、2007年4月3日より持分法適用関連会社へ
 - ·出資金:10,829百万円
- ▶両社相互の取締役就任/CCWHから南九州社監査役就任
- □ 九州から関西までの西日本が一体となったコカ・コーラビジネスを展開し、 競争優位性の更なる向上をはかる。
- □ 日本のリーディングボトラーとしての位置づけが更に高まり、 TCCC/CCJCとのパートナーシップが更に強化
 - ✓ 日本のコカ・コーラシステムにおけるセールスの3割強を占める。
- □ バリューチェーンの各機能において、成長機会とシナジー効果を創出する。
 - ✓「CCJCとの協働マーケティング」、「販売・販売サービス」、「SCM」、 「情報システム」の4つの分野からスタート
 - ✓ 特に、九州の一体化による販売機能の強化とSCM機能の効率化を推進

南九州社の業績(2004年-2006年)

<連結>

(単位:百万円)

				2004年	2005年	2006年
売	上		高	111,008	107,201	90,887
営	業	利	益	6,562	5,435	3,056
経	常	利	益	7,623	7,472	4,031
当	期純	利	益	3,548	3,097	△ 682

^{※2006}年における当期純損失は主として減損損失計上に伴うものであります。

<単体>

(単位:百万円)

				2004年	2005年	2006年
売		<u>-</u>	高	83,927	80,015	76,757
営	業	利	益	4,784	3,088	3,436
経	常	利	益	6,154	5,303	4,289
当	期糸	电利	益	2,790	379	1,289

CCWグループと南九州社を合わせた事業規模

コカ・コーラウエストグループ

◆CCWJエリア :福岡県/佐賀県/長崎県/

広島県/岡山県/山口県/島根県/鳥取県

◇近畿エリア :大阪府/京都府/兵庫県

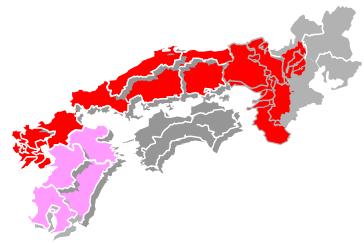
◇三笠エリア : 奈良県/滋賀県/和歌山県

◆エリア人口 : 3,600万人◆社員数 : 8.500名

◇'06年セールス:18,400万C/S

◇製造拠点 :7工場

(鳥栖、基山、本郷、大山、明石、京都、滋賀)



南九州コカ・コーラボトリング

◆南九州エリア :熊本県/鹿児島県/宮崎県/大分県

◆エリア人口 : 600万人◆社員数 : 2,900名◆'06年セールス : 3,900万C/S

◇製造拠点 : 3工場(えびの、熊本、白州(山梨県))

1. エリア人口(構成	比)	4,200万人(33%)
2. 社員数		11,400名
3. セールス(全国占	有率) 2億2,	300万C/S(33%)
4. 自販機台数(全国	国占有率)カップ 自販機	_除 < 29万台(36%)
5. 屋外自販機台数	シェア	39%
・九州エリア全	体	54%
北九州エリア	7	55%
・南九州エリフ	7	53%
6. 手売マーケットシェ	ェア	23%
・九州エリア全	体	28%
・北九州エリフ	7	28%
・南九州エリフ	7	29%
7. 売上高規模		約5,000億円
・世界の上場は	トラー順位	第4位
・日本の飲料則	反売メーカー順位	第2位
8. 製造拠点		10工場
・九州エリア全	体	4工場
北九州エリフ	7	2工場
・南九州エリス	7	2工場
-		-

世界のボトラーとの比較(上場ボトラーにおける位置づけ)

出来到头

▶CCWH·南九州2社単純合算で販売数量および売上高の順位に変わりはないが、

営業利益は更に上位となる。

※資料:コカ・コーラウエストホールディングス社調べ

販元	· 致重	<u> </u>		呂茅	<u>営業利益</u>		
順位	ボトラー名	順位	ボトラー名	順位	ボトラー名		
1	CCE	1	CCE	1	CCE		
2	FEMSA	2	ССНВС	2	FEMSA		
3	CCHBC	3	FEMSA	3	ССНВС		
4	Amatil		CCWH+南九州	4	Amatil		
5	CCBPI	4	CCWH	5	Arca		
6	Swire	5	Amatil		CCWH+南九州		
7	Arca	6	CCCJ(コカ・コーラセントラルジャパン)	6	Continental		
8	Continental	7	Consolidated	7	CCWH		
9	CCI	8	Arca	8	CCI		
10	Andina	9	Continental	9	ANDINA		
	CCWH+南九州	10	CCI	10	CCCJ(コカ・コーラセントラルジャハン)		
11	CCWH	11	CCBPI	11	Swire		
12	CCS	12	Swire	12	Consolidated		
13	CCCJ(コカ・コーラセントラルジャハン)	13	Andina	13	ССВРІ		

	ボトラー名	主要テリトリー
CCE	コカ・コーラ・エンタープライゼス	北米の78%、カナダの98%、欧州の一部
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 (26ヶ国, 13EU諸国)
Amatil	コカ・コーラ・アマティル	オーストラリア・インドネシア・フィジー・韓国・他
CCBPI	コカ・コーラ・ボトラーズ・フィリピンズ	フィリピン
Swire	スワイヤー・ビバレッジ	香港・台湾・中国の7地域・米国の10州
Arca	エンボテヤドラス・アルカ	メキシコの一部
Continental	グルポー・コンチネンタル	メキシコの一部
CCI	コカ・コーラ アイチェジェック (İçecek)	トルコ及び中東・ユーラシア6ヶ国
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
CCS	コカ・コーラ・サブコ	東南アフリカ (7ヶ国)・アジア(5ヶ国)
Consolidated	コカ・コーラ・ボトリング・カンパニー・コンソリデーテ	北米の一部

CCNBCの考え方

- 1. CCNBCとの協調
- 2. 広域テリトリーをもつCCWグループの目指す姿(体制・コスト 低減)の実現が前提
 - ①広域テリトリーにおけるSCM体制・拠点等の見直し (9工場、9物流拠点)
 - ー旧ボトラーエリアを前提とした配置・動きから、 西日本全体を前提とした配置・動きへ
 - ②物流機能会社(3社)の統合
 - 業務品質の向上と効率化
 - 広域かつエリア物流への対応
 - ③CCW大山プロダクツの100%子会社化
 - ーミネラルウォーター事業の強化
 - 一経営の効率化

[参考]

手売りマーケットシェア(除く自販機) — CCWHエリア

※グラフ外の数字は前年増減 (単位:%、ポイント) 100% その他 41.8% 43.1% 42.6% 42.3% 44.0% D社 5.8% 5.3% 6.1% $\triangle 0.3$ $\triangle 0.1$ +0.0+0.3 $\triangle 0.1$ 6.0% 5.4% C社 5.7% +0.05.9% +0.3+0.7+0.86.0% 5.7% 5.6% +0.3B社 8.8% $\triangle 0.5$ 8.7% $\triangle 0.7$ 8.4% $\triangle 0.4$ 8.2% $\triangle 0.5$ $\triangle 0.4$ 8.9% A社 +0.114.7% $\triangle 1.1$ 14.6% $\triangle 0.8$ 15.4% 14.5% 15.1% +0.2 $\triangle 0.1$ コカ・コーラ $\triangle 0.6$ 23.2% $\triangle 0.9$ $\triangle 1.1$ $\triangle 0.3$ 22.6% 21.8% $\triangle 1.1$ 22.1% 21.7%

3Q

4Q

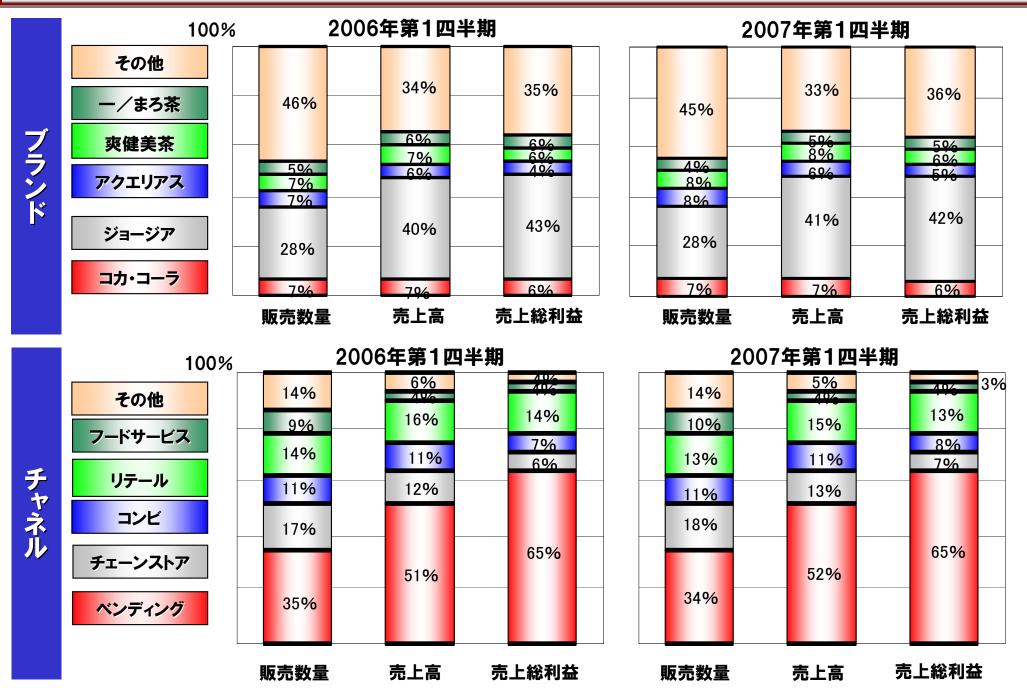
2Q

2006年1Q

2007年1Q

出典:インテージ

ブランド別・チャネル別構成比 - 第1四半期



グループ会社の状況 - 第1四半期

<コカ・コーラウエストジャパン> (単位:百万円、%)

				-				
			2007年第1四半期					
			計画	実 績	計画	可比		
			※		増減	増減率		
売	上	高	35,275	35,447	172	0.5		
営	業利	益	300	751	450	149.8		

<近畿コカ・コーラボトリング>

売	上	高	30,888	30,790	△ 97	△ 0.3
営	業利	益	△ 835	△ 845	△ 9	

<三笠コカ・コーラボトリング>

売	上	•	驴	5,567	5,478	△ 89	△ 1.6
営	業	利	益	△ 76	△ 67	9	_

<西日本ビバレッジ>

売	上	高	4,819	4,756	△ 62	△ 1.3
営	業	」益	285	222	△ 62	△ 21.9

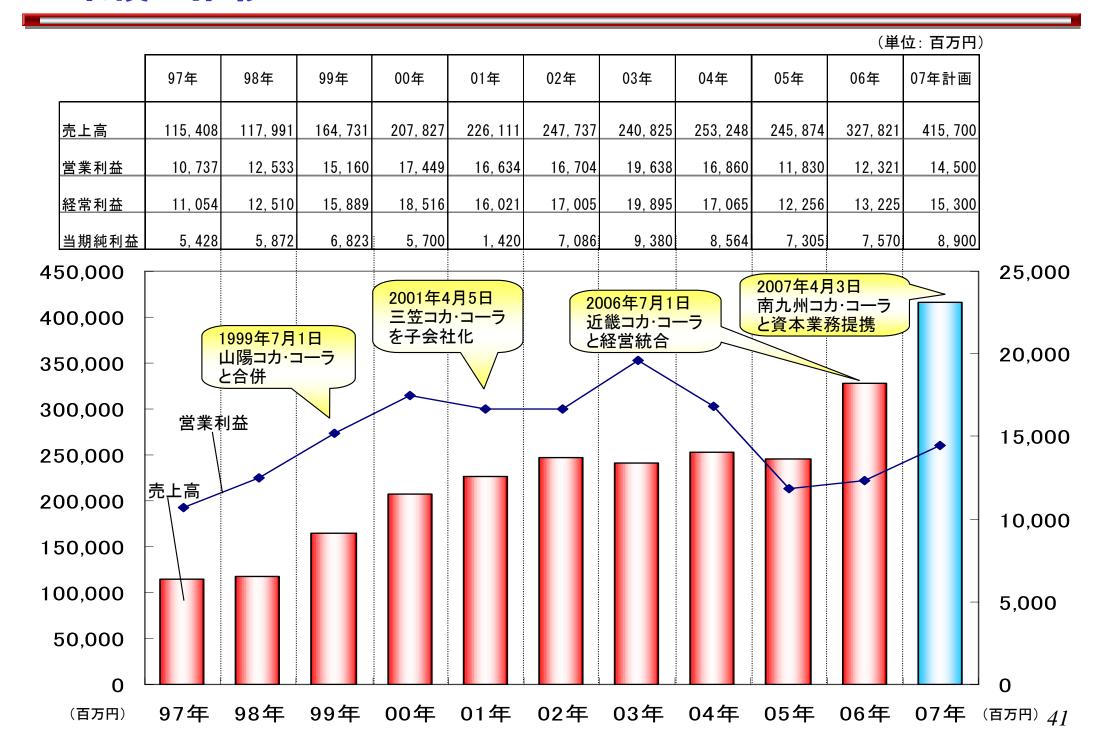
<関西ビバレッジサービス>

売	上	高	7,412	7,308	△ 104	△ 1.4
営	業利	益	141	216	75	53.6

<三笠ビバレッジサービス>

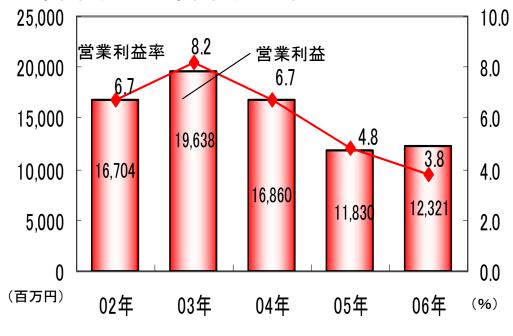
売	上	高	596	599	3	0.6
営	業利	益	△ 26	△ 24	2	

業績の推移



経営指標の推移

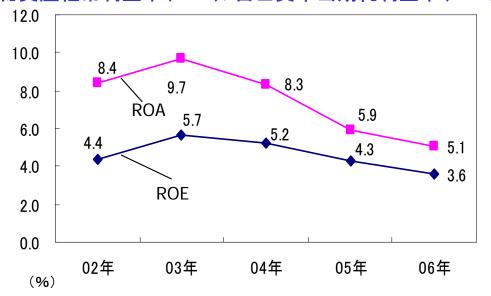
<営業利益/営業利益率>



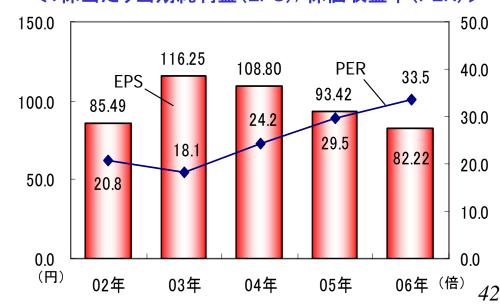
<純資産/自己資本比率>



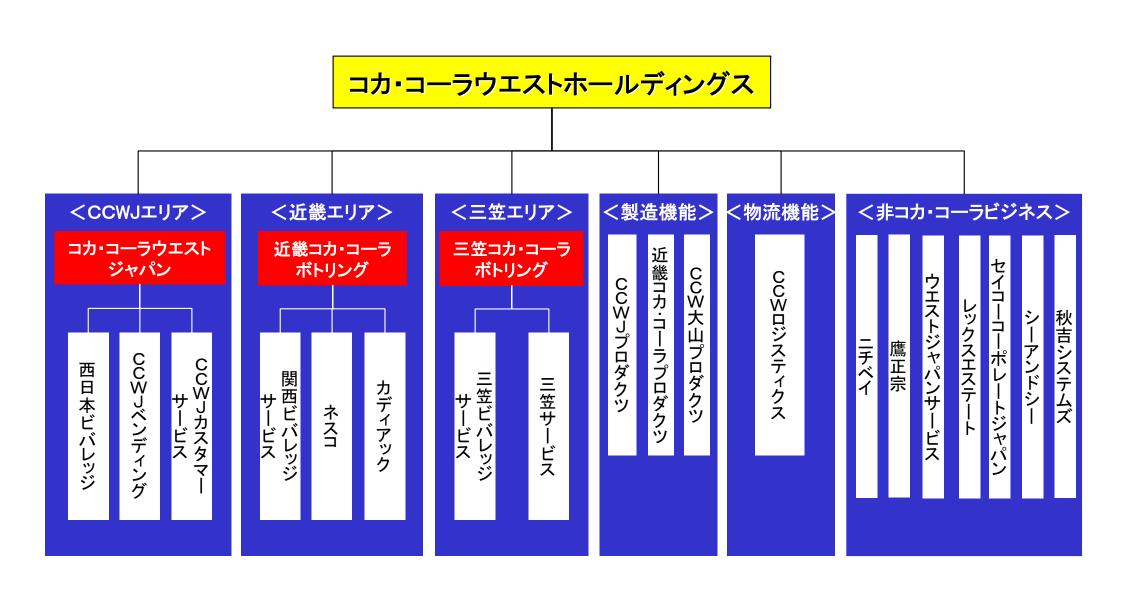
<総資産経常利益率(ROA)/自己資本当期純利益率(ROE)>



<1株当たり当期純利益(EPS)/株価収益率(PER)>



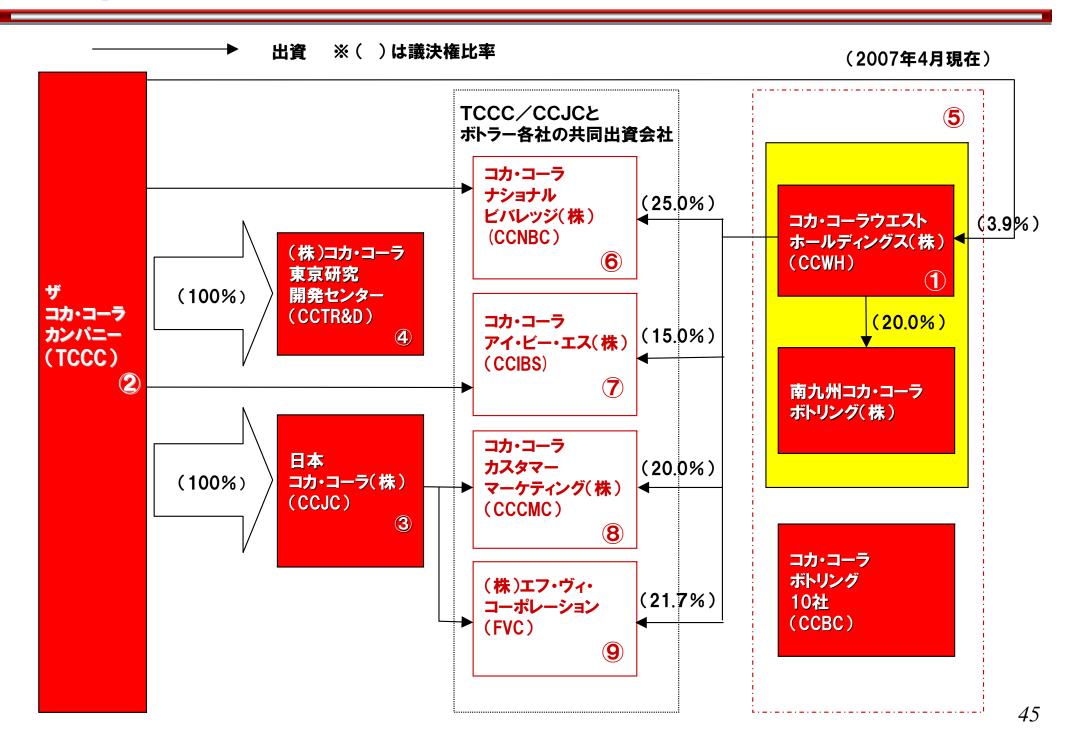
コカ・コーラウエストグループ経営体制



グループ会社の事業内容

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)コカ・コーラウエスト大山プロダクツ(株)	飲料(ミネラルウォーター)の製造
(7)コカ・コーラウエストロジスティクス(株)	飲料等の配送業務
(8)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)
(9)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)
(10)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業務(他社商品含む)・ 設置・メンテナンス業務
(11) 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)
(12)(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
(13)(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
(14)コカ・コーラウエストジャパン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
(15)三笠サービス(株)	自動販売機の設置・メンテナンス業務
(16)(株)ニチベイ	食品の加工
(17)鷹正宗(株)	酒類の製造・販売
(18) 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
(19)(株)レックスエステート	不動産関連事業
(20)(株)セイコーコーポレートジャパン	自動車関連事業
(21)(株)シーアンドシー	外食事業、食品の製造販売
(22)(株)秋吉システムズ	外食事業

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した日本最大のボトラー。

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、コカ・コーラ等の原液の製造を行う。

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、12のボトラー社があり各担当地域別に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サプライチェーンマネージメント(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 アイ・ビー・エス株式会社(CCIBS)

ザコカ・コーラカンパニーボトラー社の共同出資により、 2007年1月設立。日本のコカ・コーラシステムにおけるビジ ネスコンサルティングや、それを支える情報システムの開発、 およびその保守運用業務全般を担う。

⑧コカ・コーラ カスタマーマーケティング株式会社(CCCMC)

日本コカ・コーラ社と全ボトラー社の共同出資により2007年 1月設立。全国規模のコンビニエンスストアやスーパーマー ケットなどの大手小売店に対する商談窓口機能を担うほか、 販売促進や店頭活動に関する提案を行う。

(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。

南九州社グループ概要

【会社概要】

商				号	南九州コカ・コーラボトリング株式会社
設	立	年	月	日	昭和37年8月16日
本	店	所	在	地	熊本県熊本市
資		本		金	63億8,850万円
決		算		期	12月
代	表	取	締	役	本坊 幸吉
販	売	I	IJ	ア	熊本/鹿児島/宮崎/大分
社		員		数	2,900名(連結)/1,900名(単体)

【主要株主】

	株主	所有株式数の 割合 (対発行済株式)
1	薩摩酒造	21. 8%
2	MCAホールティンク・ス	20. 3%
3	CCWH	20. 0%
4	本坊酒造㈱	8. 1%
5	(株)本坊商店	6. 2%

- ※資本金および主要株主は2007年4月3日時点
- ※グループ会社概要は2007年1月1日時点



用語の解説

用語	解説
チャネル	
・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	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	料理飲食業市場において、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	
・レギュラ一方式設置自販機	お得意さまが管理されている、当社無償貸与の自販機(当社がお得さま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
・アウトマーケット	屋外の自動販売機で、利用するお客さまが比較的不特定
・インマーケット	屋内の自動販売機で、利用するお客さまが比較的特定
VPM(Volume Per Machine)	自販機1台当りのセールス
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―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 (Channel、Brand、	お客さま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
Package Price Promotion	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
Fackage, Frice, Fromodon/	定・実行すること
• RGM	 お客さまへの価値提供を通じ、お得意さまと協働で収益を伴った継続的な売上拡大を行うこと
(Revenue Growth Management)	83名であるの間に使用を通じ、83円息である間の「大量を行うに極視する九上が入る」」と
その他	
	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、チャネル別、パッケージ別が
・セールスミックス	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の大幅な変動
- ・上記以外の様々な不確定要素