



2007年12月期 中間決算説明会

2007年 8月10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

I. 第2四半期決算概要

II. 中間期決算概要

III. 下半期計画

[参考]

- 手売りマーケットシェア(除く自販機)
- ブランド別・チャンネル別構成比
- グループ会社の状況
- 業績/経営指標の推移
- 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
- 日本のコカ・コーラシステム
- 用語の解説

サマリー

1. 第2四半期決算(4-6月)

- ①販売数量 : 計画を下回ったものの、2006年第4四半期以降、3四半期連続で前年を上回る。
- ②業績 : 計画比では減収減益。前年比では増収増益。
※減価償却方法の変更

2. 中間期決算(1-6月)

- ①販売数量 : 概ね計画どおり。
- ②業績 : 計画比では減収減益。前年比では増収増益。
※減価償却方法の変更

3. 下半期計画(7-12月)

- ①販売数量 : 計画は前年比+3.0%。茶系カテゴリで大型新商品を投入。
- ②業績予想 : 下半期/通期の利益を上方修正。
※減価償却方法変更等による影響

1. 第2四半期決算概要

第2四半期決算(4-6月) - 販売数量

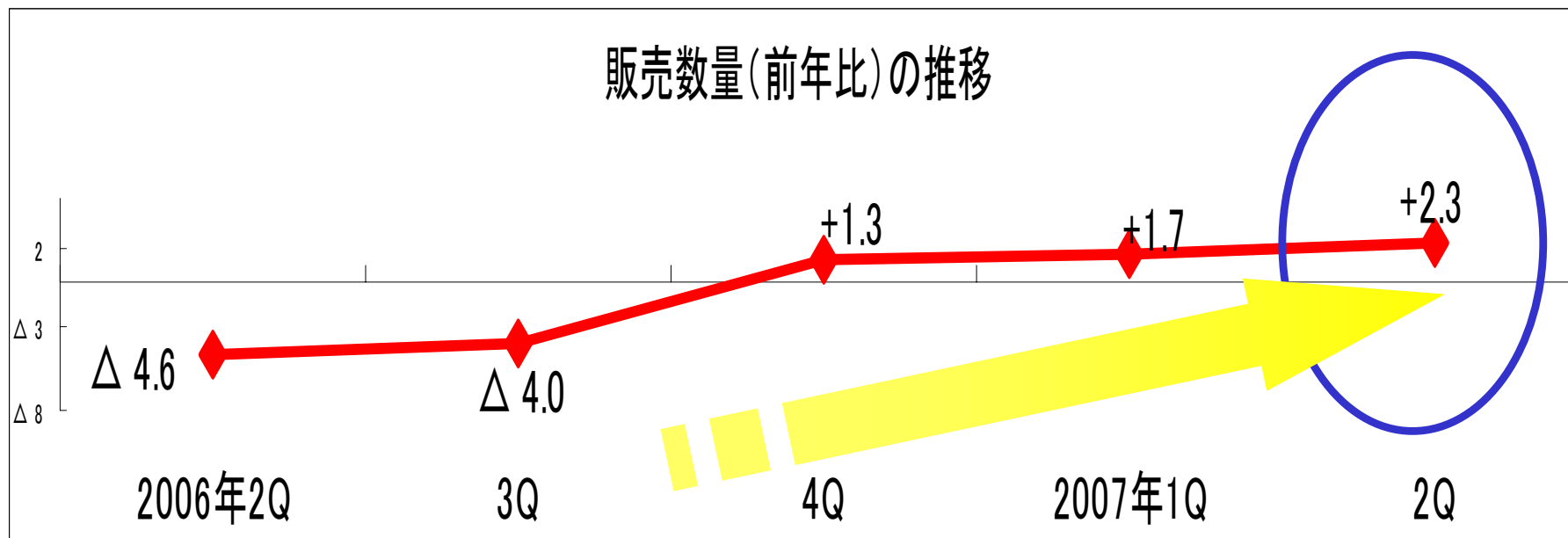
(単位：千ケース、%)

2006年 第2四半期 実績※1	2007年第2四半期					
	計 画 ※2	実 績	計 画 比		前 年 比	
			増 減	増 減 率	増 減	増 減 率
46,369	48,029	47,425	△604	△1.3	+1,056	+2.3

※1) 2006年実績は、CCWJ社、近畿社、三笠社の合計

※2) 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2四半期決算(4-6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2四半期				
		実績	計画比		前年比	
			増減	増減率	増減	増減率
最重点	コカ・コーラ	4,530	+393	+9.5	+523	+13.1
	ジョージア	10,349	△ 623	△ 5.7	△ 104	△ 1.0
	爽健美茶	3,950	+59	+1.5	+182	+4.8
	アクエリアス	4,933	△ 476	△ 8.8	△ 193	△ 3.8
優先活動		3,838	+584	+18.0	+1,293	+50.8
補完育成		6,418	△ 832	△ 11.5	△ 850	△ 11.7
その他		13,405	+290	+2.2	+205	+1.6
合計		47,425	△ 604	△ 1.3	+1,056	+2.3

※ 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、ミニッツメイド、からだ巡茶、
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

- ・3カラー戦略の徹底した展開により、各ターゲットの新規飲用者を獲得し二桁伸長(前年比:+13.1%)
 - －ノーカーロリーコカ・コーラの二桁伸長(前年比:+32.5%)
 - －コカ・コーラゼロの好調なスタート(6/4発売)

■ジョージア

- ・昨年5月のエメラルドマウンテンリニューアルの反動等により、前年比マイナス(前年比:△1.0%)
 - －基幹フレーバーはエメラルドを除く3フレーバーで伸長
 - －新商品セールスは前年を上回る(+32.1%)
 - ⇒エリア限定新商品「エンブレムカフェオレ」投入(6/11発売)

■爽健美茶

- ・女性の季節毎の美をテーマとした季節限定商品「ヴィーナスホワイト」導入により伸長(前年比:+4.8%)

■アクエリアス

- ・昨年の新商品「フリースタイル」の反動により、前年比マイナス(前年比:△3.8%)

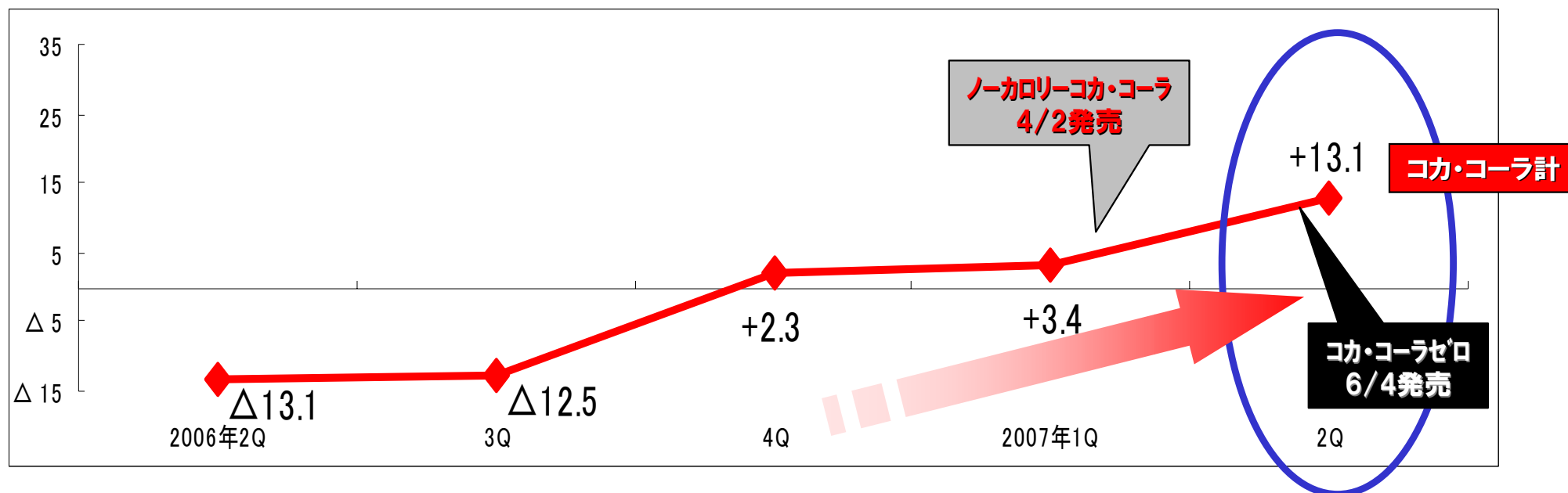
<優先活動ブランド>

- ・スプライトはリニューアル効果継続(前年比:+120.1%)
- ・ミニッツメイドは健康志向の飲用者を獲得し伸長(前年比:+45.4%)
- ・ウォーターは小型PET「アクアセラピーミナクア」、大型PET「森の水だより」を棲み分け、配荷拡大(前年比:+44.4%)

第2四半期決算(4-6月) - コカ・コーラの状況

- 3カラー戦略の徹底した展開により、各ターゲットの新規飲用者を獲得し二桁の伸長(前年比:+13.1%)
- ノーカロリーコカ・コーラは、二桁伸長を続けていたダイエットコカ・コーラを更に上回る伸長
(前年比:+32.5%)

<販売数量の推移(前年比)>



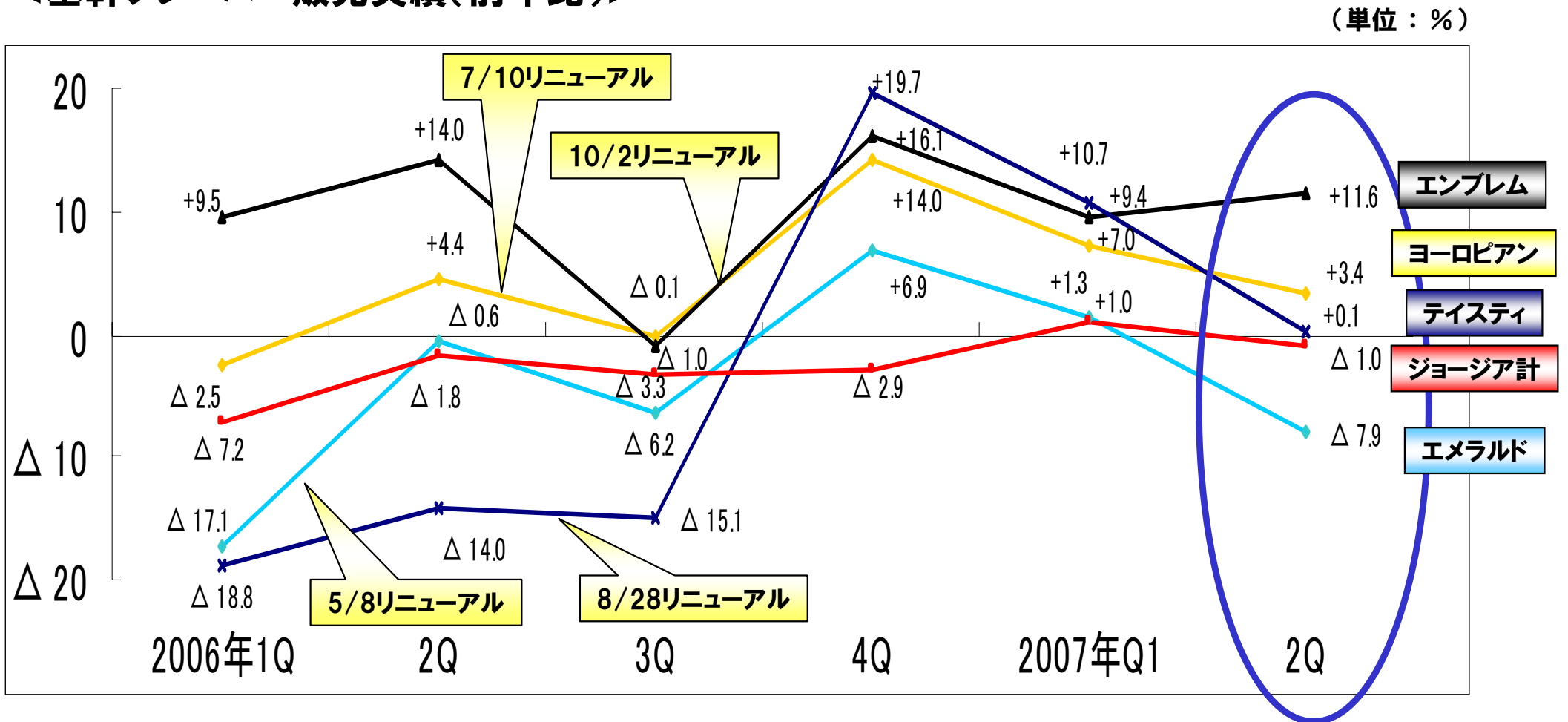
<参考:7月販売実績>

	ターゲット	販売数量(千C/S)	構成比(%)
Red (コカ・コーラ)	16~24才の男女	1,180	66.3
Silver(ノーカロリーコカ・コーラ)	25才以上の女性	203	11.4
Black(コカ・コーラゼロ)	25才以上の男性	397	22.3
コカ・コーラ計		1,780	100.0

第2四半期決算(4-6月) - ジョージアの状況

- 基幹フレーバーはエメラルドマウンテンを除く3フレーバーで伸長
- 昨年5月のエメラルドマウンテンリニューアルの反動等により、ジョージアトータルでは前年比マイナス
(前年比: $\Delta 1.0\%$)

<基幹フレーバー販売実績(前年比)>



第2四半期決算(4-6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2四半期				
	実績	計画比		前年比	
		増減	増減率	増減	増減率
ベンディング	14,776	△ 415	△ 2.7	+82	+0.6
チェーンストア	10,107	△ 215	△ 2.1	+576	+6.0
コンビ	4,337	△ 420	△ 8.8	△ 173	△ 3.8
リテール	7,144	+198	+2.8	△ 106	△ 1.5
フードサービス	4,544	+106	+2.4	+312	+7.4
代理店	444	+8	+1.8	+11	+2.5
その他	6,073	+135	+2.3	+355	+6.2
合計	47,425	△ 604	△ 1.3	+1,056	+2.3

※ 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: +6.5%
- ・CCWJ ベンディング 前年比: +8.4%

*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	+0.1	+0.5	+3.5
チェーンストア	+3.1	+9.8	+5.1

■ベンディング⇒全エリアでVPM向上

CCWJ:・重点アカウントのセールスが伸長

・低セールスロケーションの改善

近畿 :・グループ協働によるマーチャンダイジング活動の強化

・引揚阻止活動による引揚台数の減少

三笠 :・500PETの配荷拡大

■チェーンストア⇒各社の重点活動を徹底した結果、全エリアでセールス伸長

CCWJ :・500PET強化(セールス前年比:+16.6%)

・取扱い商品拡大

近畿 :・最重点ブランド、森の水だよりの強化

三笠 :・ローカルアカウントでの500PET拡大
(500PETセールス前年比:+8.6%)

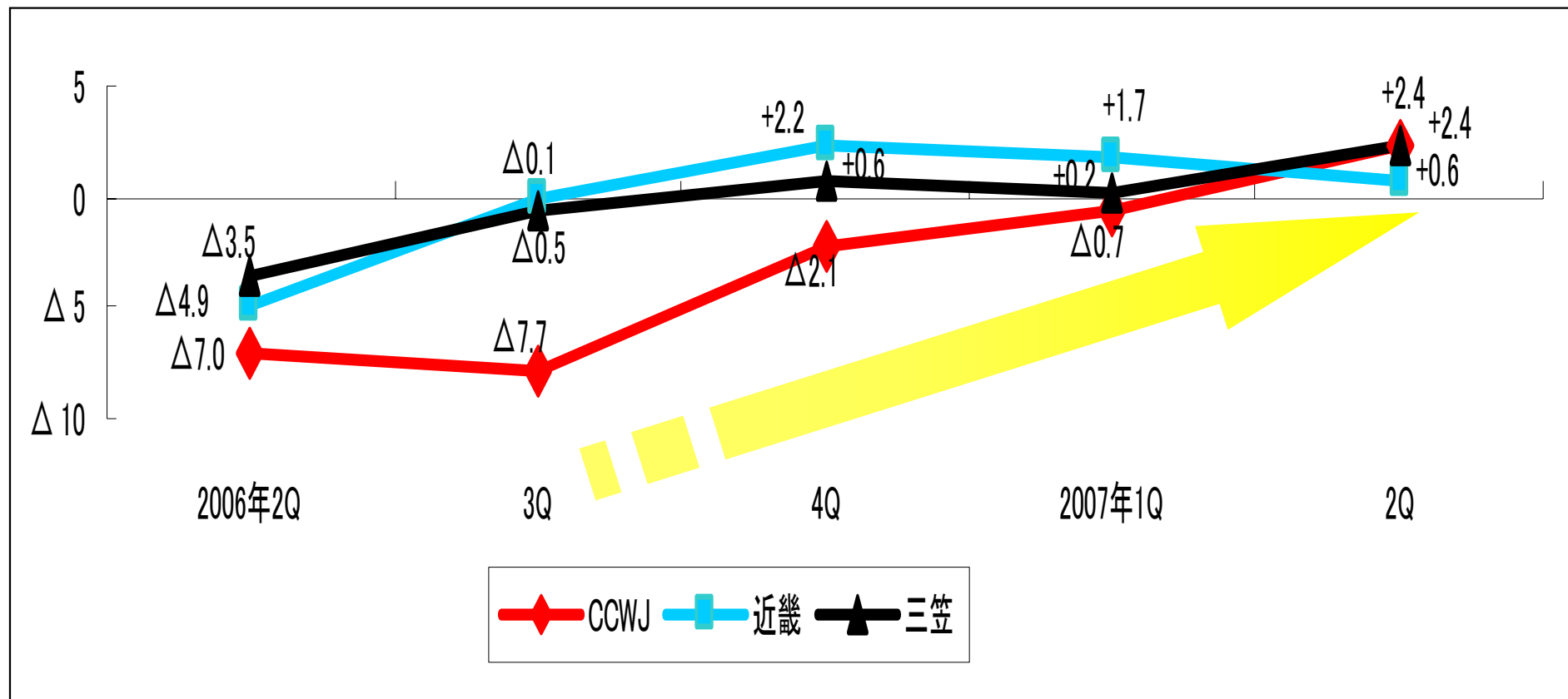
・TOP20チェーンのカスタマーマネジメント強化

第2四半期決算(4-6月) - ベンディングの状況

- ベンディングセールスの6割を占める最重点ブランドの徹底強化等により、全エリアでVPM伸長
(最重点ブランドセールス前年比: +2.9%) ※VPM...自動販売機1台当りのセールス
- CCWJは、最重点ブランドの強化に加え、低セールス機の改善を積極的に進めた結果、
VPMは前年比プラスとなる(改善台数:計画:3,000台 ⇒ 実績:3,550台)

<エリア別フルサービスVPMの推移(前年比)>

(単位: %)



第2四半期決算(4-6月) - チェーンストアの状況

➤CCWJ、三笠は計画以上に収益改善が進む

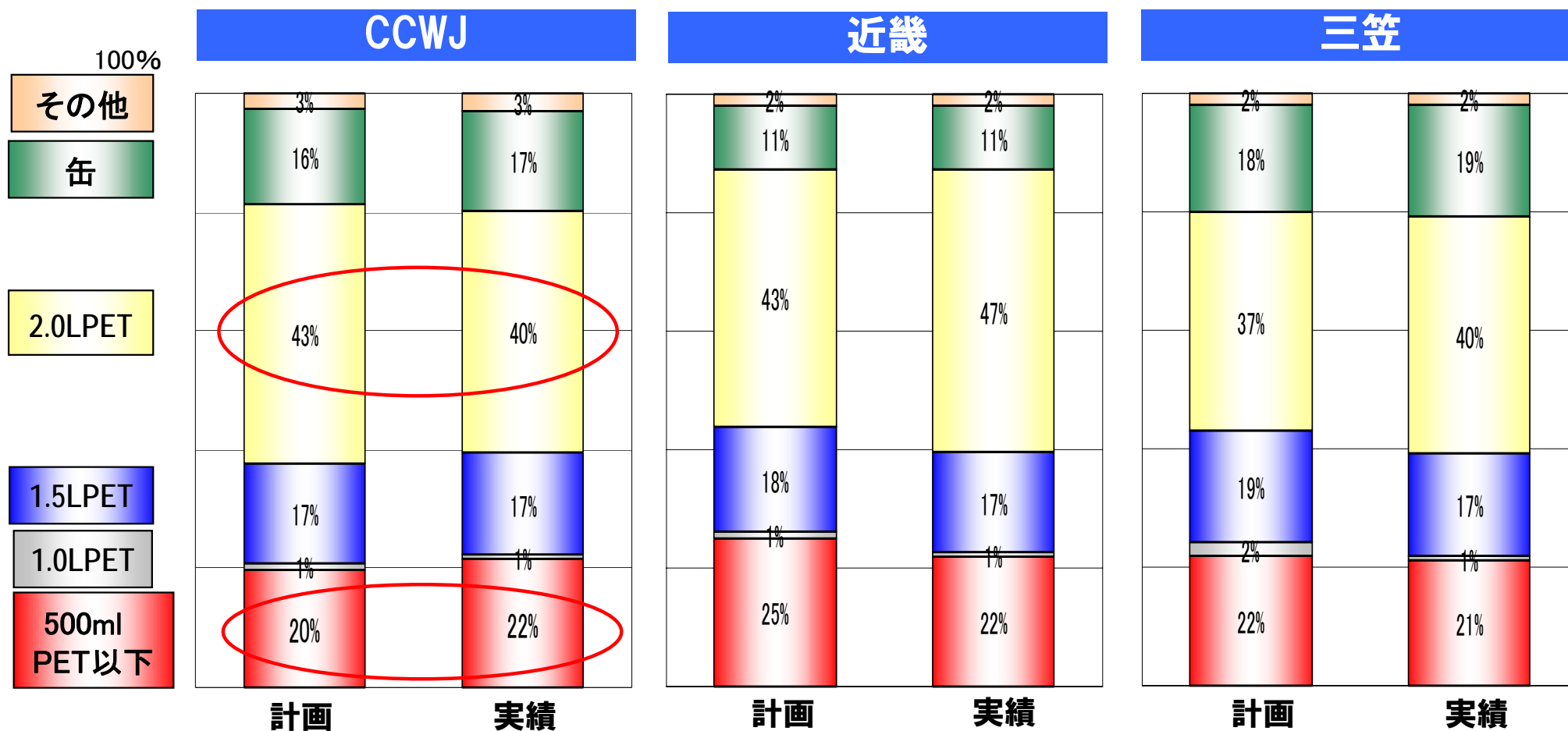
・CCWJ :売上総利益 計画比:+8.9%

...500PET強化によるパッケージミックス改善、アカウント別取引内容(P/L指標)の可視化等

・三笠 :売上総利益 計画比:+1.3%...ローカルアカウント中心に、500PET拡大/大型PET絞込み

➤近畿は、前年比では収益改善傾向 ⇒売上総利益 前年比:+5.9%

<チェーンストア パッケージ別販売数量構成比(計画比)>



第2四半期決算(4-6月) - 業績(連結)

	2006年 第2四半期 実績 ※1	計 画 ※2	実 績	2007年第2四半期			
				計 画 比		前 年 比	
				増減	増減率	増減	増減率
売 上 高	59,972	106,400	102,963	△ 3,436	△ 3.2	42,990	71.7
売 上 原 価	34,030	60,800	59,277	△ 1,522	△ 2.5	25,247	74.2
売 上 総 利 益	25,941	45,600	43,685	△ 1,914	△ 4.2	17,743	68.4
販売費及び一般管理費	24,254	41,800	40,578	△ 1,221	△ 2.9	16,323	67.3
営 業 利 益	1,687	3,800	3,107	△ 692	△ 18.2	1,419	84.2
営 業 外 収 益	375	500	759	259	51.8	383	102.0
営 業 外 費 用	182	300	269	△ 30	△ 10.0	87	48.2
経 常 利 益	1,880	4,000	3,596	△ 403	△ 10.1	1,715	91.2
特 別 利 益	-	100	59	△ 40	△ 40.7	59	-
特 別 損 失	119	250	506	256	102.8	387	324.8
税金等調整前 四半期純利益	1,761	3,850	3,148	△ 701	△ 18.2	1,387	78.8
法 人 税 等	953	1,650	1,236	△ 413	△ 25.1	283	29.7
少数株主利益又は 少数株主損失(△)	△ 28	-	1	1	-	30	-
四 半 期 純 利 益	837	2,200	1,910	△ 289	△ 13.2	1,073	128.2

(単位:百万円、%)

南九州社の影響額: +154百万円 ▼

※1) 2006年実績は、存続会社(旧CCWJグループ)の連結実績値

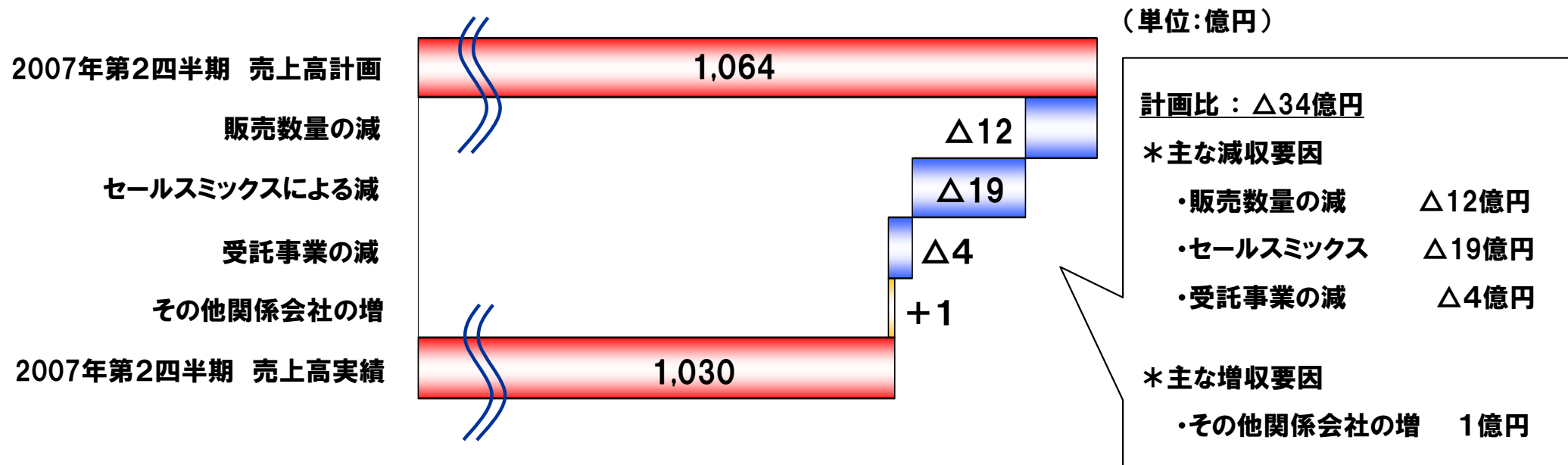
※2) 計画は2007年2月7日付で発表した通期業績予想に基づく数値

<参考:減価償却方法変更による影響額を控除した場合の利益>

	2006年 第2四半期 実績 ※1	計 画 ※2	実 績	2007年第2四半期			
				計 画 比		前 年 比	
				増減	増減率	増減	増減率
営 業 利 益	1,687	3,800	3,575	△ 225	△ 5.9	1,888	111.9
経 常 利 益	1,880	4,000	4,064	64	1.6	2,184	116.2

減価償却方法
変更による
影響額:
△468百万円

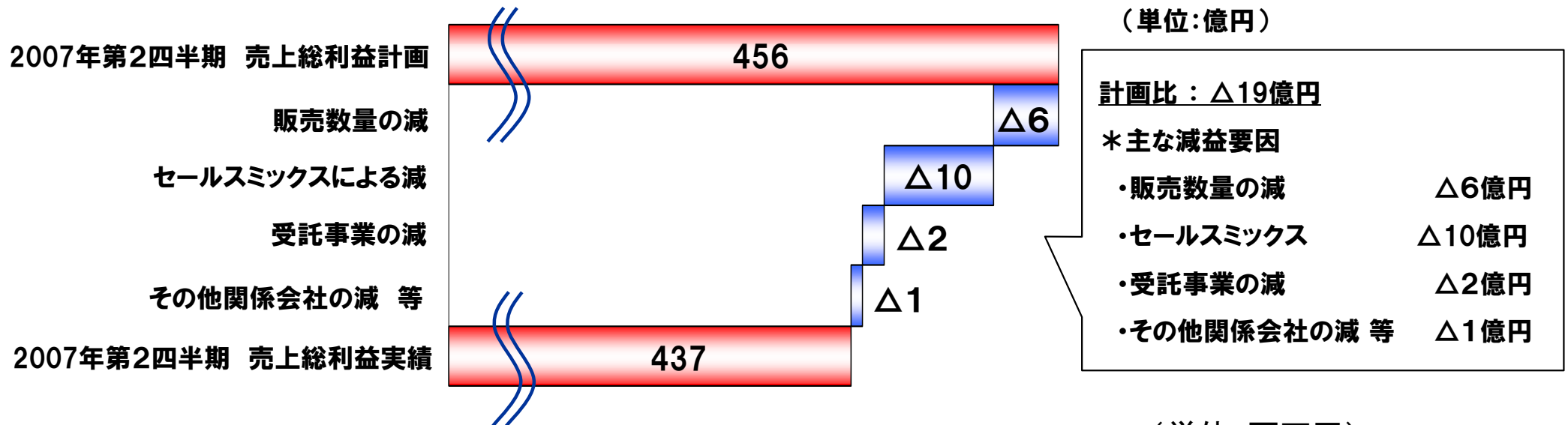
第2四半期(4-6月)売上高増減要因 - 計画比



(単位: 百万円)

		売上高
CCWJ社	販売数量の減(△16千C/S)	△ 32
	セールスマックス	△ 891
	計	△ 923
近畿社	販売数量の減(△604千C/S)	△ 1,217
	セールスマックス	△ 830
	計	△ 2,047
三笠社	販売数量の増(+16千C/S)	32
	セールスマックス	△ 167
	計	△ 135
受託事業の減		△ 448
その他関係会社の増減 等		117
計		△ 3,436

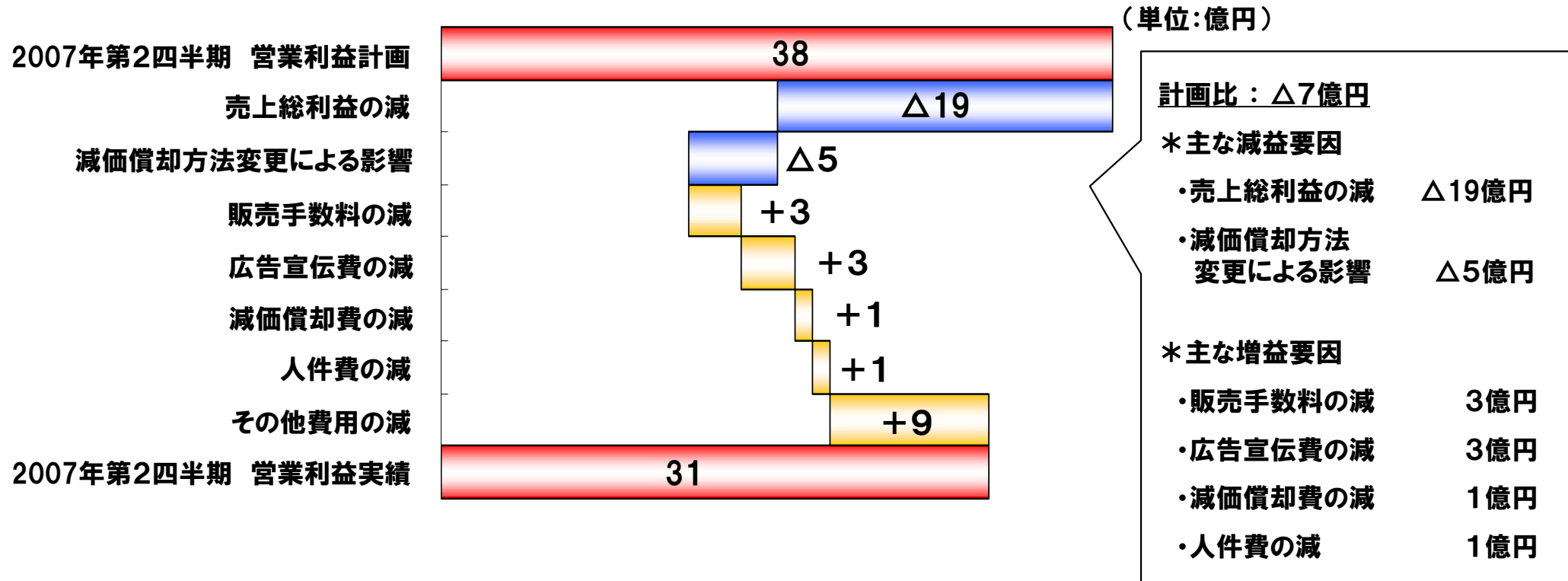
第2四半期(4-6月) 売上総利益増減要因 - 計画比



(単位:百万円)

		売上高	売上原価	売上総利益
CCWJ社	販売数量の減(Δ16千C/S)	Δ 32	Δ 18	Δ 14
	セールスマックス	Δ 891	Δ 468	Δ 423
	計	Δ 923	Δ 486	Δ 437
近畿社	販売数量の減(Δ604千C/S)	Δ 1,217	Δ 598	Δ 619
	セールスマックス	Δ 830	Δ 373	Δ 457
	計	Δ 2,047	Δ 971	Δ 1,076
三笠社	販売数量の増(+16千C/S)	32	17	15
	セールスマックス	Δ 167	Δ 81	Δ 86
	計	Δ 135	Δ 64	Δ 71
受託事業の減		Δ 448	Δ 289	Δ 159
その他関係会社の増減 等		117	188	Δ 71
その他			100	Δ 100
計		Δ 3,436	Δ 1,522	Δ 1,914

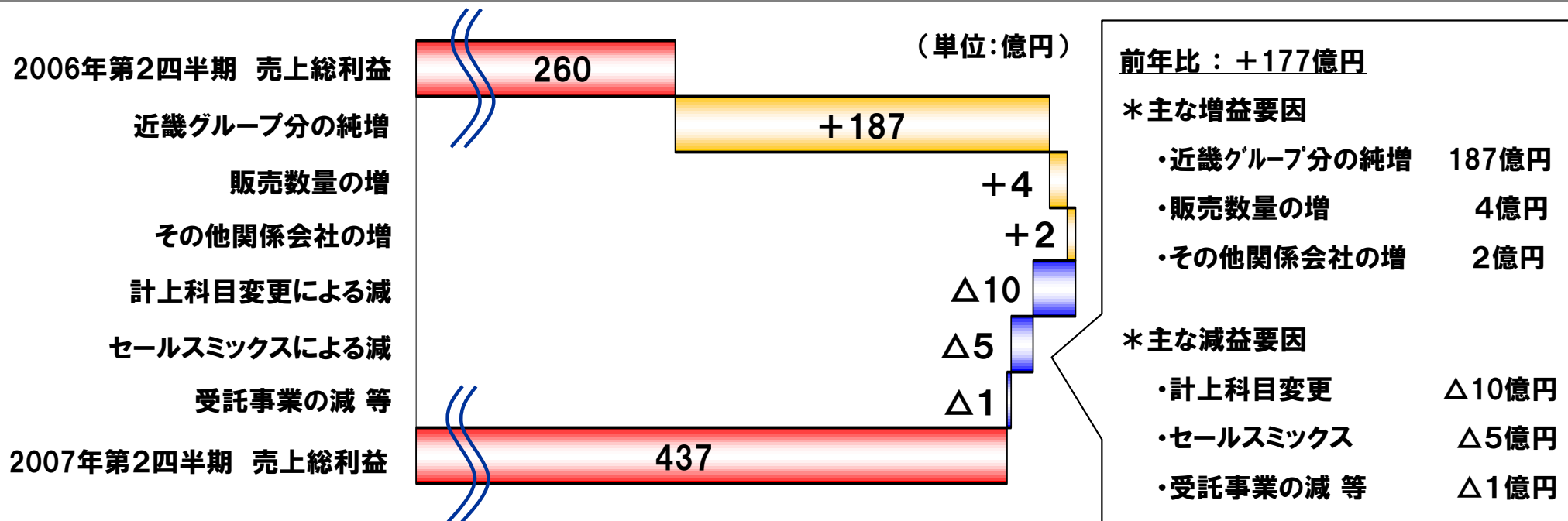
第2四半期(4-6月) 営業利益増減要因 - 計画比



(単位:百万円)

主な増減要因		増減額
売上総利益の減		△ 1,914
CCWJ社	販売費及び一般管理費	614
近畿社	〃	611
三笠社	〃	93
減価償却方法変更による影響		△ 461
その他		365
計		△ 692

第2四半期(4-6月) 売上総利益増減要因 - 前年比

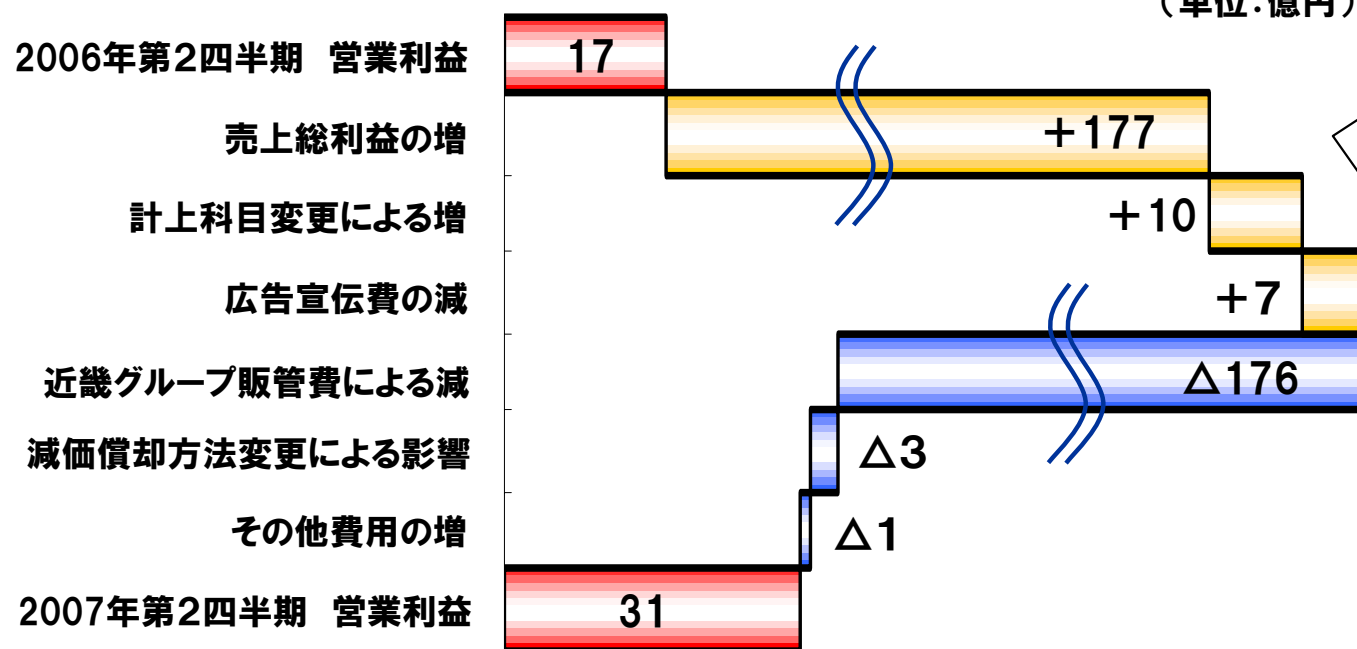


(単位: 百万円)

		売上高	売上原価	売上総利益
経営統合による近畿グループの増		42,825	24,087	18,738
CCWJ社	販売数量の増(+335千C/S)	680	379	301
	セールスマックス	△ 891	△ 447	△ 444
	計	△ 211	△ 68	△ 143
三笠社	販売数量の増(+114千C/S)	220	113	107
	セールスマックス	△ 99	△ 87	△ 12
	計	121	26	95
計上科目変更による影響		93	1,127	△ 1,034
受託事業の減		△ 118	△ 55	△ 63
その他関係会社の増減 等		280	58	222
その他			72	△ 72
計		42,990	25,247	17,743

第2四半期(4-6月) 営業利益増減要因 - 前年比

(単位:億円)



前年比: +14億円

*主な増益要因

- ・売上総利益の増 177億円
- ・計上科目変更 10億円
- ・広告宣伝費の減 7億円

*主な減益要因

- ・近畿グループ販管費 △176億円
- ・減価償却方法変更による影響 △3億円

(単位:百万円)

主な増減要因		増減額
売上総利益の増		17,743
経営統合による近畿グループ販管費 (※減価償却方法変更による影響 △144)		△ 17,618
CCWJ社	販売費及び一般管理費	708
三笠社	〃	45
計上科目変更による影響		1,034
減価償却方法変更による影響		△ 317
その他		176
計		1,419

参考:第2四半期決算(4-6月) - 業績(連結)
2006年第2四半期実績に旧近畿グループ実績を加えた場合との対比

	2006年 第2四半期 実績 ※1	2007年第2四半期		
		実績	前年比	
			増減	増減率
売上高	103,512	102,963	△ 548	△ 0.5
売上原価	59,588	59,277	△ 310	△ 0.5
売上総利益	43,924	43,685	△ 238	△ 0.5
販売費及び一般管理費	41,490	40,578	△ 911	△ 2.2
営業利益	2,434	3,107	673	27.7
営業外収益	600	759	159	26.5
営業外費用	408	269	△ 138	△ 33.9
経常利益	2,626	3,596	970	36.9
特別利益	-	59	59	-
特別損失	1,867	506	△ 1,360	△ 72.8
税金等調整前 四半期純利益	759	3,148	2,389	314.8
法人税等	243	1,236	993	408.9
少数株主利益又は 少数株主損失(△)	0	1	1	-
四半期純利益	515	1,910	1,394	270.7

(単位:百万円、%)

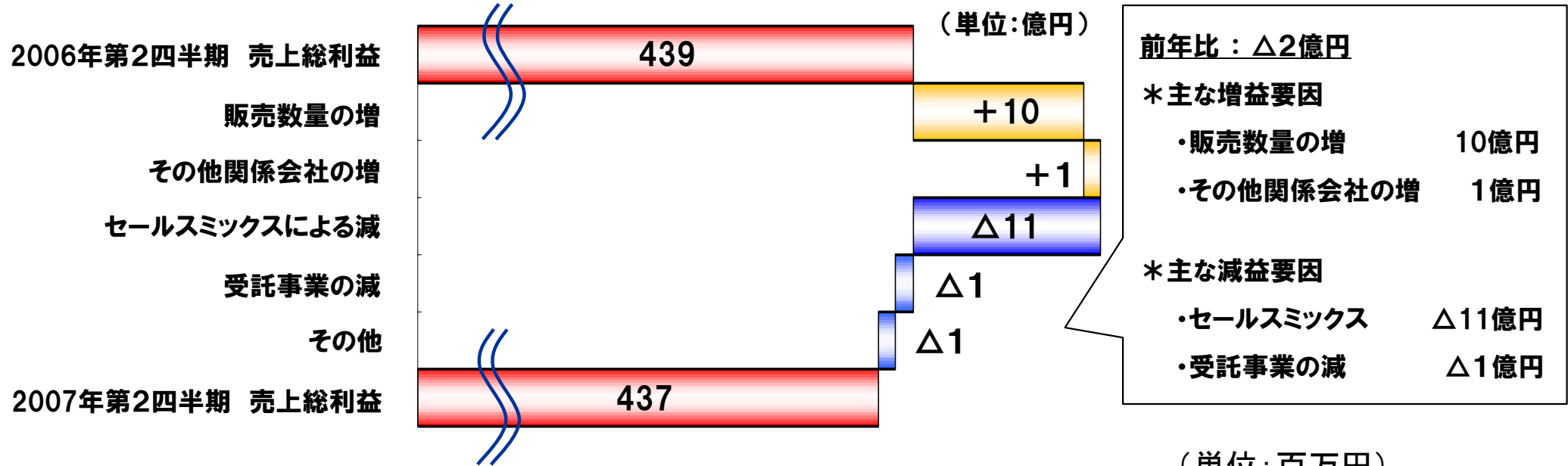
※1) 2006年実績は、存続会社(旧CCWJグループ)の連結実績値に旧近畿グループの連結実績値を合算し、両グループ間の取引消去を調整した参考数値

<減価償却方法変更による影響額を控除した場合の利益>

	2006年 第2四半期 実績 ※1	2007年第2四半期		
		実績	前年比	
			増減	増減率
営業利益	2,434	3,575	1,141	46.9
経常利益	2,626	4,064	1,438	54.8

減価償却方法
変更による
影響額:
△468百万円

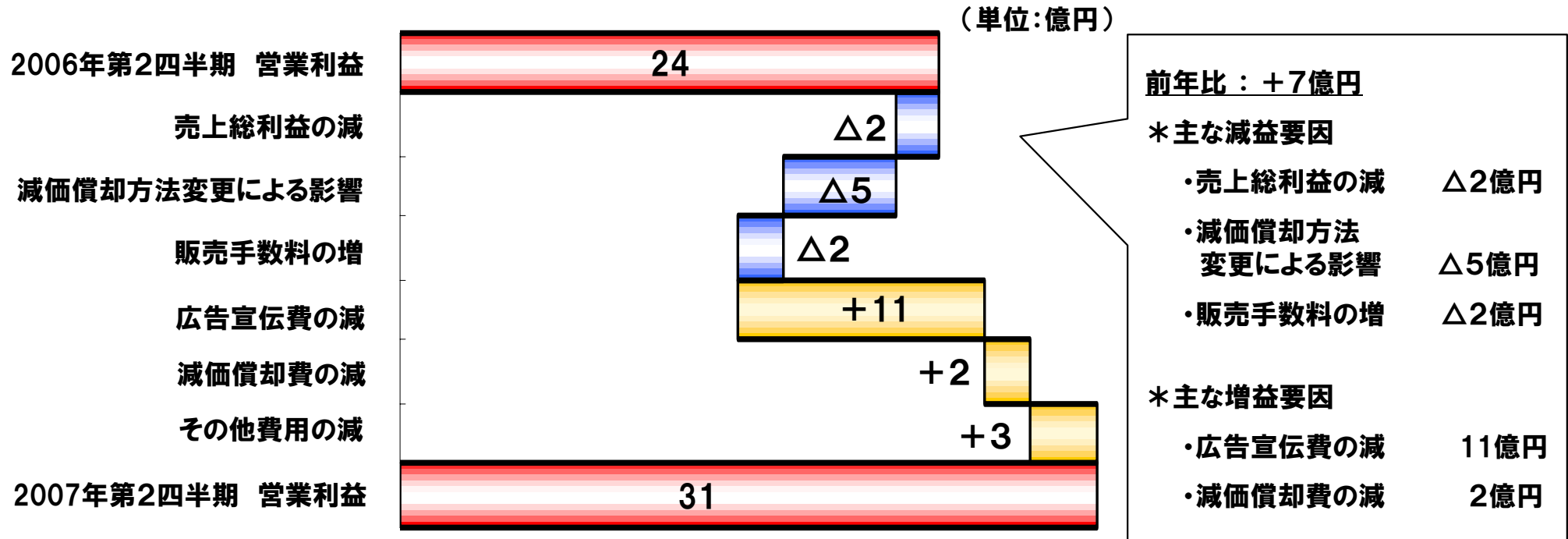
参考:第2四半期決算(4-6月) - 売上総利益増減要因 2006年第2四半期実績に旧近畿グループ実績を加えた場合との対比



(単位:百万円)

		売上高	売上原価	売上総利益
CCWJ社	販売数量の増(+335千C/S)	680	379	301
	セールスマックス	△ 891	△ 447	△ 444
	計	△ 211	△ 68	△ 143
近畿社	販売数量の増(+606千C/S)	1,216	595	621
	セールスマックス	△ 1,119	△ 435	△ 684
	計	97	160	△ 63
三笠社	販売数量の増(+114千C/S)	220	113	107
	セールスマックス	△ 99	△ 87	△ 12
	計	121	26	95
受託事業の減		△ 227	△ 79	△ 148
その他関係会社の増減 等		△ 328	△ 426	98
その他			77	△ 77
計		△ 548	△ 310	△ 238

参考：第2四半期決算(4-6月) - 営業利益増減要因 2006年第2四半期実績に旧近畿グループ実績を加えた場合との対比



(単位：百万円)

主な増減要因		増減額
売上総利益の減		Δ 238
CCWJ社	販売費及び一般管理費	708
近畿社	〃	637
三笠社	〃	45
減価償却方法変更による影響		Δ 461
その他		Δ 18
計		673

II. 中間期決算概要

中間期決算(1-6月) - 販売数量

2006年 中間期 実績※1	2007年中間期						(単位:千ケース、%)
	計画 ※2	実績	計画比		前年比		
			増減	増減率	増減	増減率	
84,832	86,898	86,532	△366	△ 0.4	1,701	+2.0	

※1) 2006年実績は、CCWJ社、近畿社、三笠社の合計
 ※2) 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

ブランド別 販売実績

		2007年 中間期				
		実績	計画比		前年比	
			増減	増減率	増減	増減率
最 重 点	コカ・コーラ	7,387	+526	+7.7	+616	+9.1
	ジョージア	21,125	△557	△ 2.6	+1	+0.0
	爽健美茶	6,843	+329	+5.1	+405	+6.3
	アケリアス	7,810	△369	△ 4.5	+110	+1.4
優先活動		5,984	+706	+13.4	+2,003	+50.3
補完育成		11,988	△1,445	△ 10.8	△1,395	△ 10.4
その他		25,395	+444	+1.8	△40	△ 0.2
合 計		86,532	△366	△ 0.4	+1,701	+2.0

*優先活動: 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: 一(はじめ)、ファンタ、Qoo、紅茶花伝、カナダドライ、煌

チャンネル別 販売実績

		2007年 中間期				
		実績	計画比		前年比	
			増減	増減率	増減	増減率
ベンディング		28,015	△385	△ 1.4	+36	+0.1
チェーンストア		17,222	△91	△ 0.5	+1,091	+6.8
コンビニ		8,751	△377	△ 4.1	+6	+0.1
リテール		12,080	+47	+0.4	△561	△ 4.4
フードサービス		8,345	+291	+3.6	+518	+6.6
代理店		788	+15	+1.9	+13	+1.7
その他		11,331	+134	+1.2	+596	+5.6
合 計		86,532	△366	△ 0.4	+1,701	+2.0

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: +5.8%

中間期決算(1-6月) - 業績(連結)

	2006年 中間期 実績 ※1	2007年中間期					
		計 画 ※2	実 績	計画比		前年比	
				増減	増減率	増減	増減率
売 上 高	111,693	195,500	192,866	△ 2,633	△ 1.3	81,173	72.7
売 上 原 価	62,484	110,700	110,082	△ 617	△ 0.6	47,598	76.2
売 上 総 利 益	49,208	84,800	82,783	△ 2,016	△ 2.4	33,574	68.2
販売費及び一般管理費	46,079	80,500	78,646	△ 1,853	△ 2.3	32,566	70.7
営 業 利 益	3,129	4,300	4,137	△ 162	△ 3.8	1,007	32.2
営 業 外 収 益	696	900	1,224	324	36.1	527	75.8
営 業 外 費 用	361	500	510	10	2.1	148	41.1
経 常 利 益	3,464	4,700	4,851	151	3.2	1,387	40.0
特 別 利 益	-	300	277	△ 22	△ 7.6	277	-
特 別 損 失	119	300	542	242	80.7	422	354.2
税金等調整前 当期純利益	3,345	4,700	4,586	△ 113	△ 2.4	1,241	37.1
法 人 税 等	1,709	2,000	1,892	△ 107	△ 5.4	182	10.7
少数株主利益又は 少数株主損失(△)	△ 94	-	3	3	-	97	-
中間期純利益	1,729	2,700	2,690	△ 9	△ 0.3	961	55.6

(単位:百万円、%)

うち、南九州社の影響額: +154百万円 ▼

※1) 2006年実績は、存続会社(旧CCWJグループ)の連結実績値

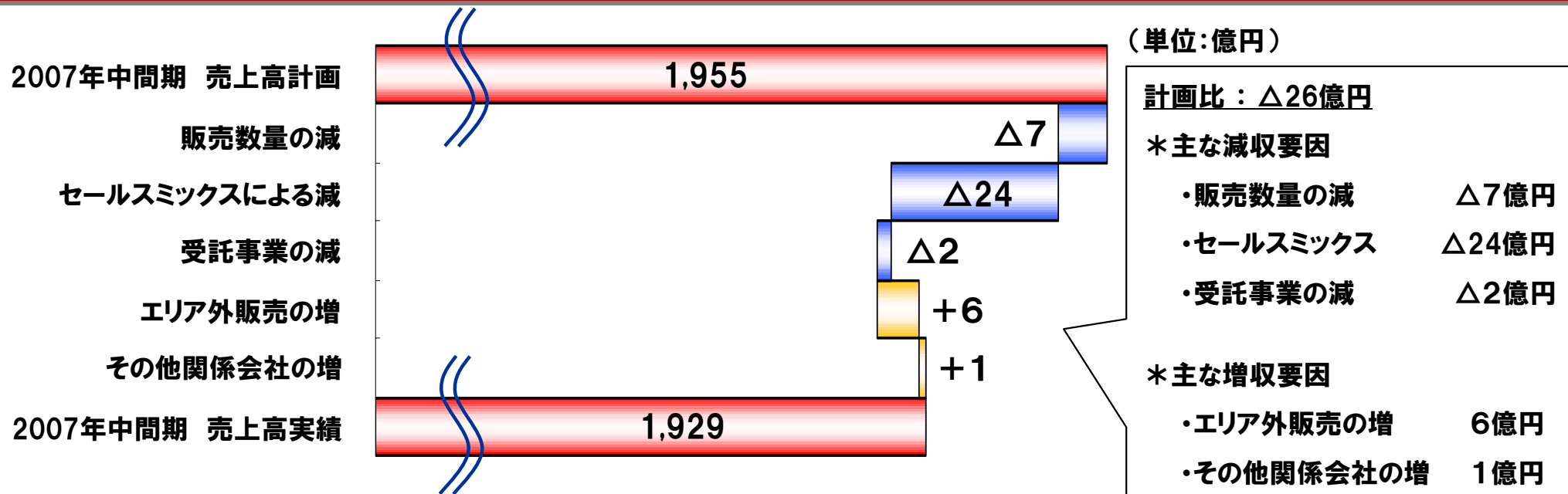
※2) 計画は2007年2月7日付で発表した通期業績予想に基づく数値

<参考:減価償却方法変更による影響額を控除した場合の利益>

	2006年 中間期 実績 ※1	2007年中間期					
		計 画 ※2	実 績	計画比		前年比	
				増減	増減率	増減	増減率
営 業 利 益	3,129	4,300	4,606	306	7.1	1,476	47.2
経 常 利 益	3,464	4,700	5,320	620	13.2	1,855	53.6

減価償却方法
変更による
影響額:
△468百万円

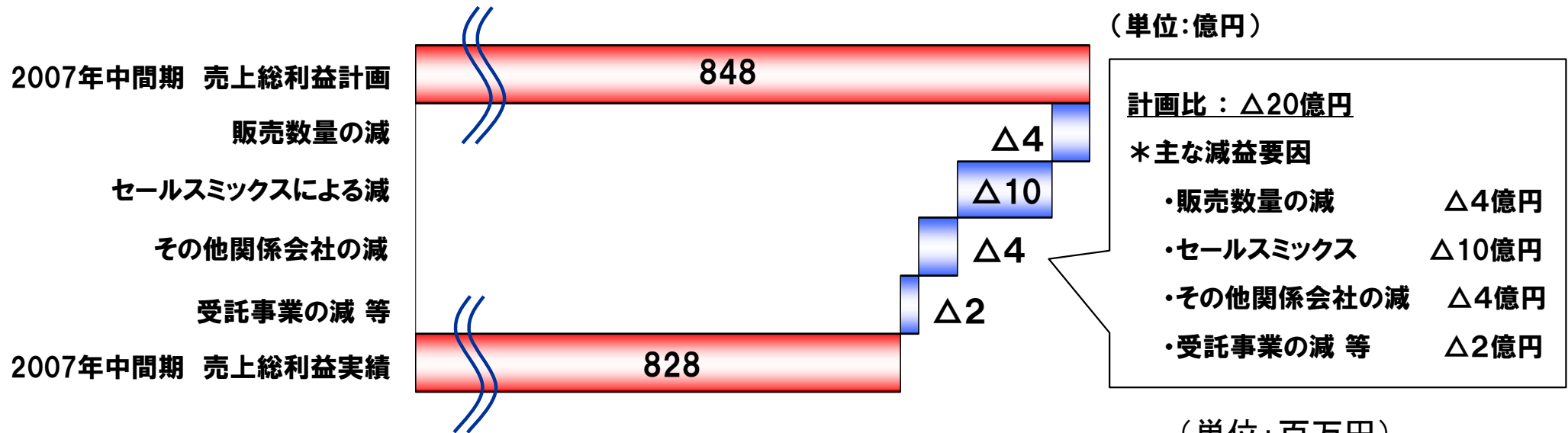
中間期決算(1-6月)売上高増減要因 - 計画比



(単位:百万円)

		売上高
CCWJ社	販売数量の増(+105千C/S)	217
	セールスマックス	△ 1,040
	計	△ 823
近畿社	販売数量の減(△463千C/S)	△ 932
	セールスマックス	△ 1,113
	計	△ 2,045
三笠社	販売数量の減(△8千C/S)	△ 16
	セールスマックス	△ 210
	計	△ 226
受託事業の減		△ 236
エリア外販売の増		623
その他関係会社の増減等		74
計		△ 2,633

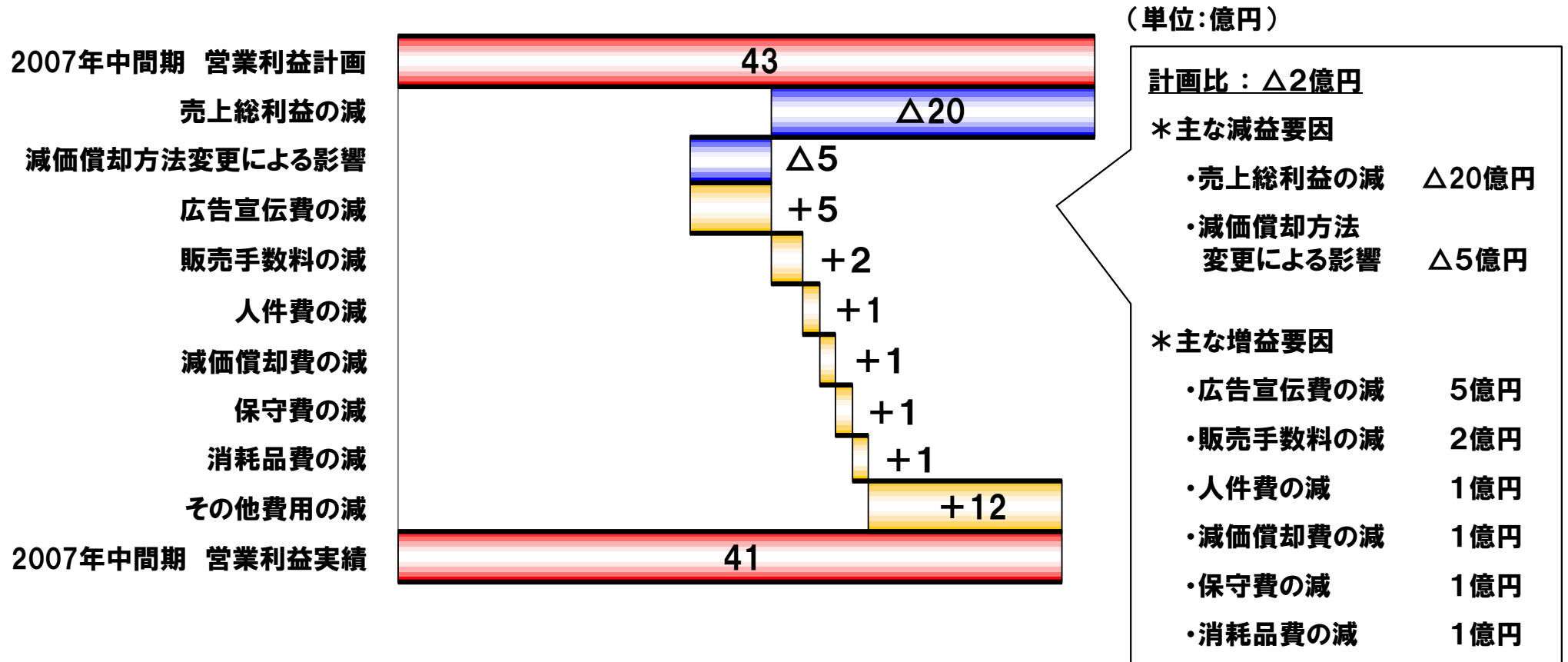
中間期決算(1-6月) 売上総利益増減要因 - 計画比



(単位: 百万円)

		売上高	売上原価	売上総利益
CCWJ社	販売数量の増(+105千C/S)	217	116	101
	セールスマックス	$\Delta 1,040$	$\Delta 707$	$\Delta 333$
	計	$\Delta 823$	$\Delta 591$	$\Delta 232$
近畿社	販売数量の減($\Delta 463$ 千C/S)	$\Delta 932$	$\Delta 457$	$\Delta 475$
	セールスマックス	$\Delta 1,113$	$\Delta 565$	$\Delta 548$
	計	$\Delta 2,045$	$\Delta 1,022$	$\Delta 1,023$
三笠社	販売数量の減($\Delta 8$ 千C/S)	$\Delta 16$	$\Delta 8$	$\Delta 8$
	セールスマックス	$\Delta 210$	$\Delta 86$	$\Delta 124$
	計	$\Delta 226$	$\Delta 94$	$\Delta 132$
受託事業の減		$\Delta 236$	$\Delta 84$	$\Delta 152$
エリア外販売の増		623	587	36
その他関係会社の増減等		74	444	$\Delta 370$
その他			143	$\Delta 143$
計		$\Delta 2,633$	$\Delta 617$	$\Delta 2,016$

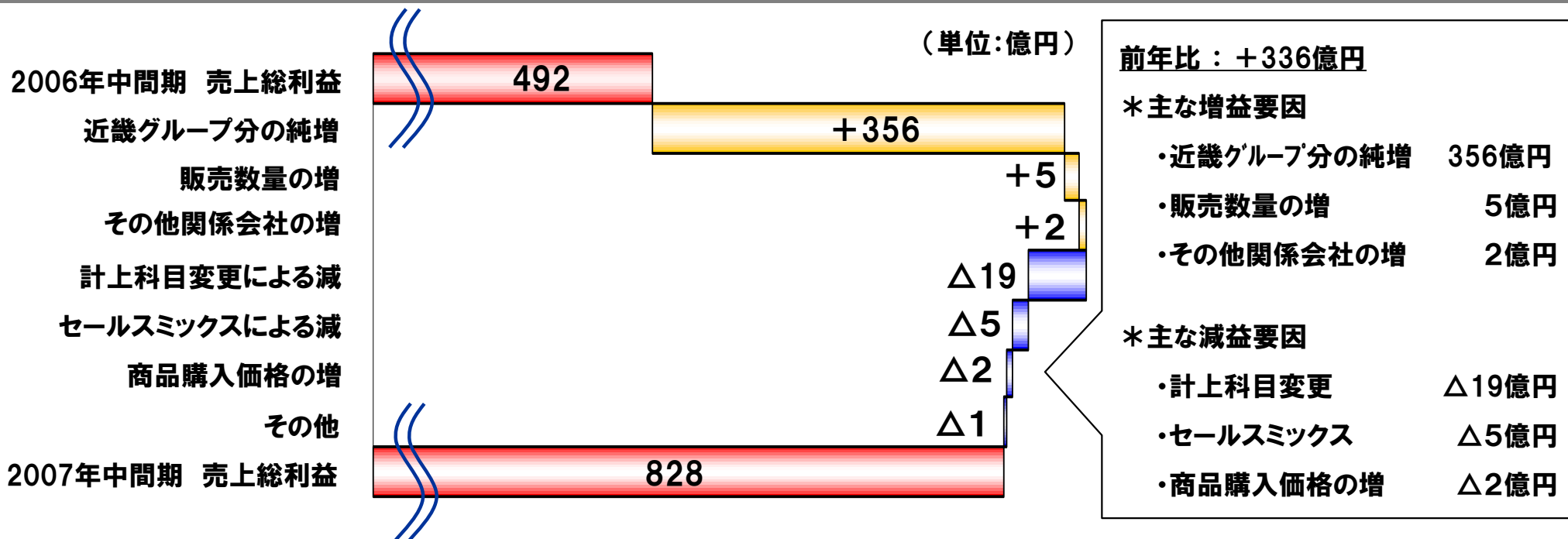
中間期決算(1-6月) 営業利益増減要因 - 計画比



(単位:百万円)

主な増減要因		増減額
売上総利益の減		△ 2,016
CCWJ社	販売費及び一般管理費	935
近畿社	〃	665
三笠社	〃	160
減価償却方法変更による影響		△ 461
その他		555
計		△ 162

中間期決算(1-6月) 売上総利益増減要因 - 前年比

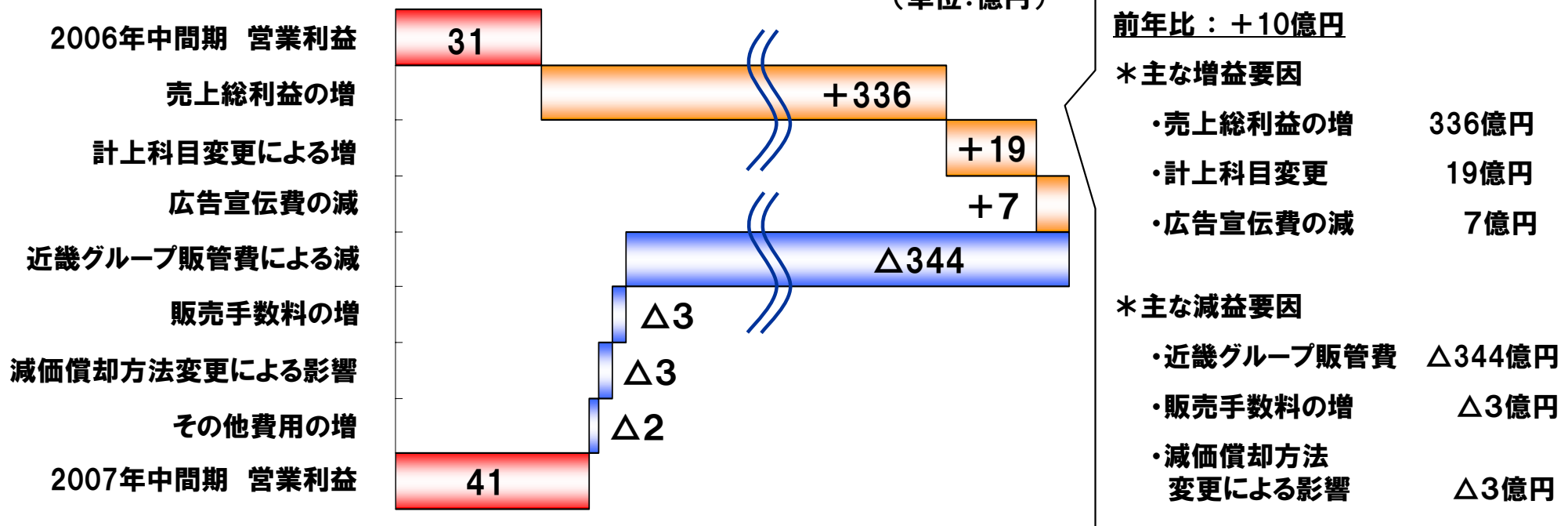


(単位:百万円)

		売上高	売上原価	売上総利益
経営統合による近畿グループの増		80,601	45,029	35,572
CCWJ社	販売数量の増(+379千C/S)	780	433	347
	セールスマックス	△ 1,167	△ 748	△ 419
	計	△ 387	△ 315	△ 72
三笠社	販売数量の増(+131千C/S)	253	130	123
	セールスマックス	△ 119	△ 67	△ 52
	計	134	63	71
計上科目変更による影響		202	2,103	△ 1,901
商品購入価格の増			202	△ 202
その他関係会社の増減等		520	367	152
受託事業の増		103	50	53
その他			99	△ 99
計		81,173	47,598	33,574

中間期決算(1-6月) 営業利益増減要因 – 前年比

(単位:億円)



(単位:百万円)

主な増減要因		増減額
売上総利益の増		33,574
経営統合による近畿グループ販管費 (※減価償却方法変更による影響 △144)		△ 34,423
CCWJ社	販売費及び一般管理費	328
三笠社	〃	105
計上科目変更による影響		1,901
減価償却方法変更による影響		△ 317
その他		△ 161
計		1,007

参考:中間期決算(1-6月) - 業績(連結)

2006年中間期実績に旧近畿グループ実績を加えた場合との対比

	2006年 中間期 実績 ※1	2007年中間期		(単位:百万円、%)	
		実績	前年比		
			増減		増減率
売上高	192,324	192,866	542	0.3	
売上原価	109,227	110,082	855	0.8	
売上総利益	83,096	82,783	△ 313	△ 0.4	
販売費及び一般管理費	79,360	78,646	△ 714	△ 0.9	
営業利益	3,736	4,137	401	10.7	
営業外収益	1,092	1,224	132	12.1	
営業外費用	790	510	△ 280	△ 35.4	
経常利益	4,038	4,851	813	20.1	
特別利益	-	277	277	-	
特別損失	2,056	542	△ 1,514	△ 73.6	
税金等調整前 当期純利益	1,982	4,586	2,604	131.4	
法人税等	959	1,892	933	97.3	
少数株主利益又は 少数株主損失(△)	2	3	0	30.9	
中間期純利益	1,020	2,690	1,670	163.8	

※1) 2006年実績は、存続会社(旧CCWJグループ)の連結上半期実績値に旧近畿グループの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参考数値

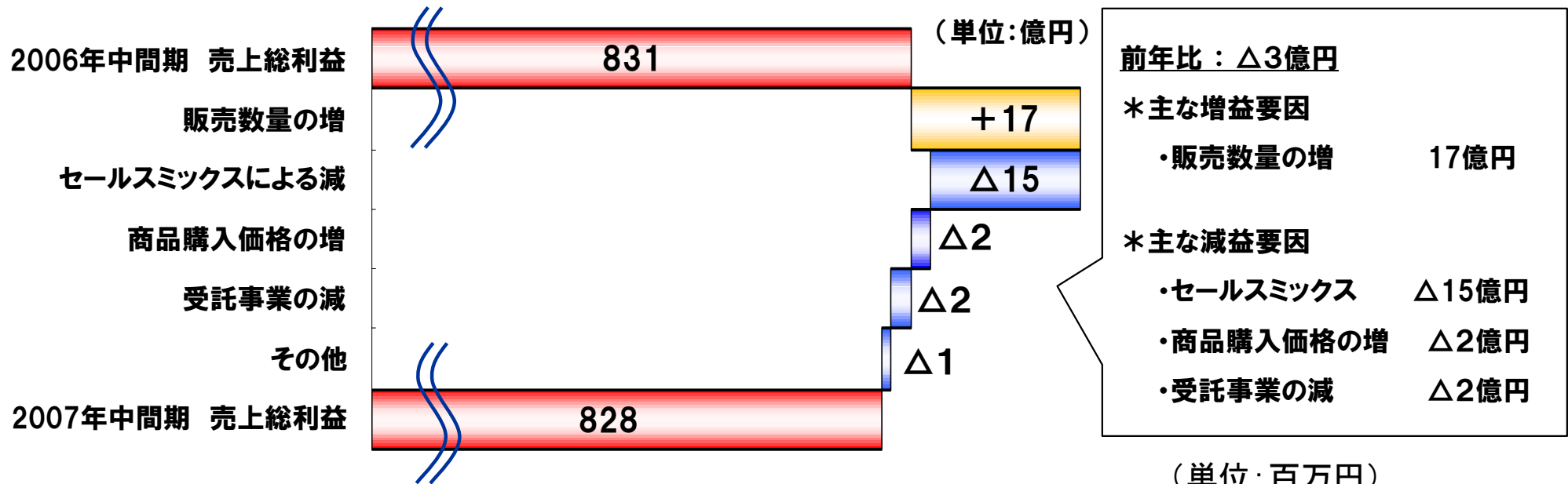
<減価償却方法変更による影響額を控除した場合の利益>

	2006年 中間期 実績 ※1	2007年中間期		
		実績	前年比	
			増減	増減率
営業利益	3,736	4,606	869	23.3
経常利益	4,038	5,320	1,282	31.7

減価償却方法
変更による
影響額:
△468百万円

参考:中間期決算(1-6月) - 売上総利益増減要因

2006年中間期実績に旧近畿グループ実績を加えた場合との対比

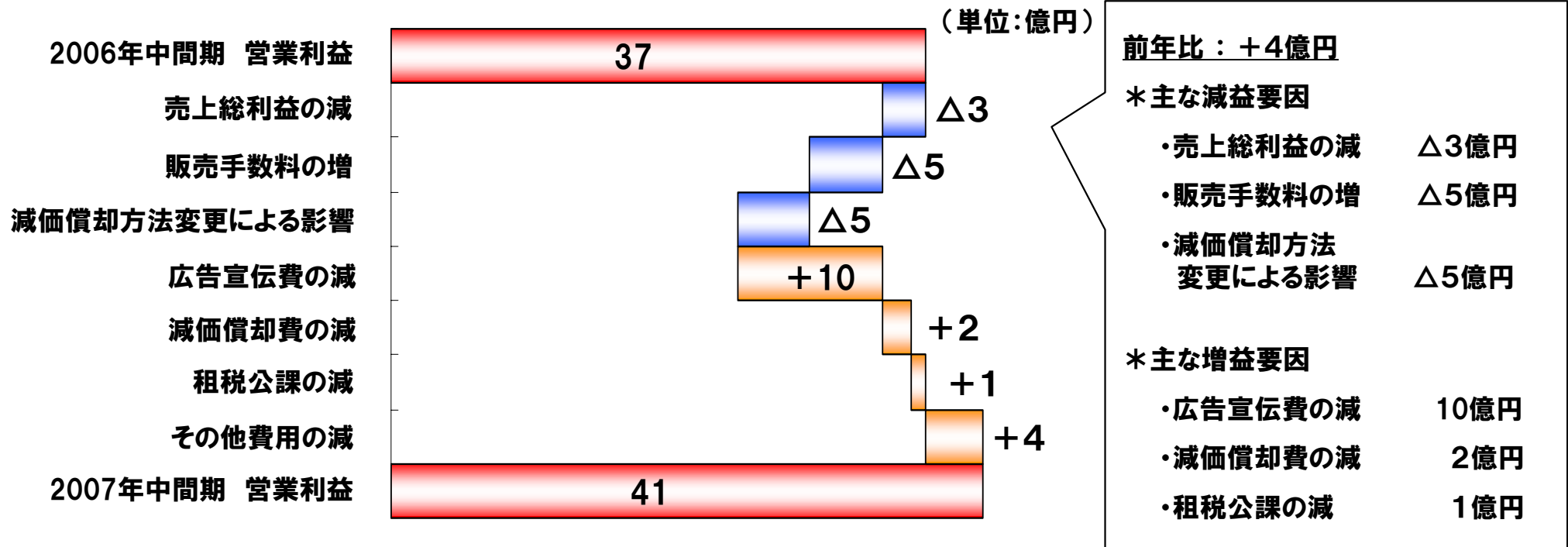


(単位:百万円)

		売上高	売上原価	売上総利益
CCWJ社	販売数量の増(+379千C/S)	780	433	347
	セールスマックス	△ 1,167	△ 748	△ 419
	計	△ 387	△ 315	△ 72
近畿社	販売数量の増(+1,191千C/S)	2,390	1,159	1,231
	セールスマックス	△ 1,387	△ 353	△ 1,034
	計	1,003	806	197
三笠社	販売数量の増(+131千C/S)	253	130	123
	セールスマックス	△ 119	△ 67	△ 52
	計	134	63	71
商品購入価格の増			213	△ 213
受託事業の減		△ 175	22	△ 197
その他関係会社の増減等		△ 33	△ 73	40
その他			139	△ 139
計		542	855	△ 313

参考:中間期決算(1-6月) - 営業利益増減要因

2006年中間期実績に旧近畿グループ実績を加えた場合との対比



(単位:百万円)

主な増減要因		増減額
売上総利益の減		△ 313
CCWJ社	販売費及び一般管理費	328
近畿社	//	530
三笠社	//	105
減価償却方法変更による影響		△ 461
その他		212
計		401

減価償却方法の変更について

《背景》

- 2007年税制改正として、減価償却制度の見直しが行われた。

狙い: 企業の設備投資促進の環境整備 ⇒ 企業活動の活性化 ⇒ 経済成長
(減価償却制度変更のポイント)

- ① 新規(2007年4月以降)取得資産には、
 - ・償却のスピードが早い、新たな償却方法(新定率法/新定額法)が適用でき、
 - ・1円まで償却可能(従来は取得価額の95%まで)
- ② 既存資産も1円まで償却可能
(取得価額の95%まで償却の後、翌事業年度より5年間で1円まで均等償却可能)

この改正を機に、
CCWグループのあるべき減価償却方法を検討し、変更

《減価償却方法変更の内容》

投下資本の早期回収を行い、財務体質の強化をはかるため、税制改正による新償却方法を採用する。

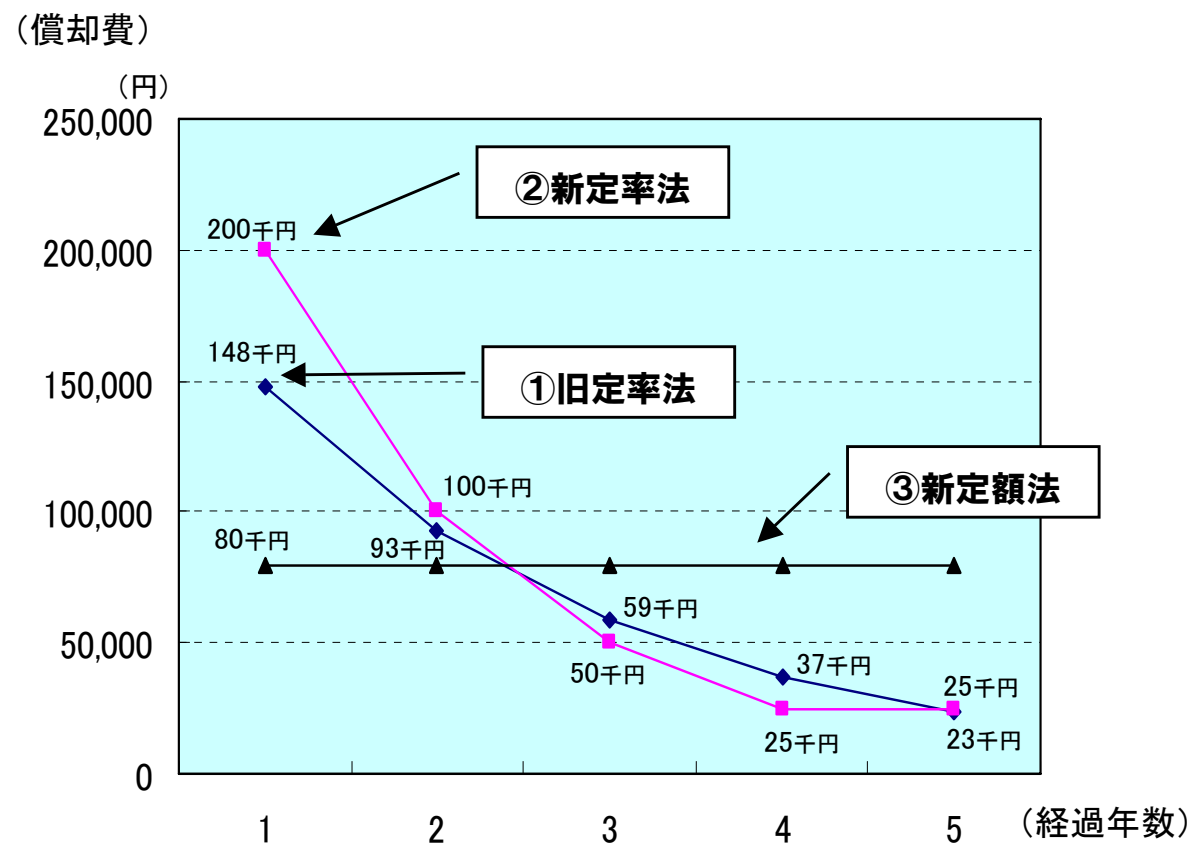
- ◆ 販売機器以外の新規取得資産(4月以降取得分)については、(新)定率法を採用
- ◆ 当社グループの主要事業である飲料事業において、特有かつ重要性の高い資産である販売機器については、収益と費用の対応関係をより適正化させるため、(新)定額法を採用
 - 期首に保有するすべての販売機器に対して(新)定額法を適用
 - 期首時点で耐用年数を越えているものは、営業費用にて今期(07年)から3期で均等償却

販売機器において(新)定額法を採用した理由

理由:収益と費用(減価償却費)の対応関係の適正化をはかる

<収益と費用の対応関係:自動販売機(400千円)の売上高と償却費の対応関係>

- ・売上高:毎年1,000千円程度で安定推移
- ・償却費:売上高と償却費の対応関係が最も適正なのは、③新定額法



減価償却方法変更による影響

<業績>

(単位:百万円)

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
変更前の減価償却費 (①)	21,043	20,530	20,370	20,824	20,735
販売機器以外の資産	7,955	8,058	8,124	8,635	8,668
販売機器	13,088	12,472	12,246	12,189	12,067
変更後の減価償却費 (②)	20,360	20,260	20,824	21,708	21,975
販売機器以外の資産	8,118	9,003	9,214	9,783	9,897
販売機器	12,242	11,257	11,610	11,925	12,078
営業利益への影響額 (①-②)	683	270	△ 454	△ 884	△ 1,240
販売機器以外の資産	△ 163	△ 945	△ 1,090	△ 1,148	△ 1,229
販売機器	846	1,215	636	264	△ 11

- 今期(2007年)は、販売機器の償却費の減少により利益が増加
⇒営業利益への影響額: +683百万円(上半期:△468百万円/下半期: +1,151百万円)
- 2010年以降は、現行水準より10億円程度償却費が増加

<キャッシュ・フロー>

(単位:百万円)

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
キャッシュ・フローの増減額	△ 1,122	△ 572	△ 1,013	541	951

- 2010年以降は、新償却方法採用によるメリットが発生

Ⅲ. 2007年下半年計画

2007年下半期 販売数量計画/業績予想

<販売数量計画>

(単位:千ケース、%)

	2006年 下半期 実績	2007年 下半期		
		計画	前年比	
			増減	増減率
CCWHエリア内	97,375	100,309	2,934	+3.0

<業績予想(連結)>

(単位:百万円、%)

	2006年 下半期 実績	2007年下半期					
		当初計画	修正計画	当初計画比		前年比	
				増減	増減率	増減	増減率
売上高	216,128	220,200	219,800	△ 400	△ 0.2	3,672	1.7
売上総利益	92,347	95,200	94,000	△ 1,200	△ 1.3	1,653	1.8
営業利益	9,191	10,200	10,800	600	5.9	1,609	17.5
経常利益	9,760	10,600	11,400	800	7.5	1,640	16.8
当期純利益	5,840	6,200	6,700	500	8.1	860	14.7

南九州社の影響額: +365百万円 ▼

<参考:減価償却方法変更による影響額を控除した場合の利益>

減価償却方法変更による影響額: +1,151百万円

	2006年 下半期 実績	2007年下半期					
		当初計画	修正計画	当初計画比		前年比	
				増減	増減率	増減	増減率
営業利益	9,191	10,200	9,649	△ 551	△ 5.4	458	5.0
経常利益	9,760	10,600	10,249	△ 351	△ 3.3	489	5.0

2007年下半期 連結利益増減要因(前年比)

(単位:億円)

<売上総利益>

2006年下半期 売上総利益

販売数量の増

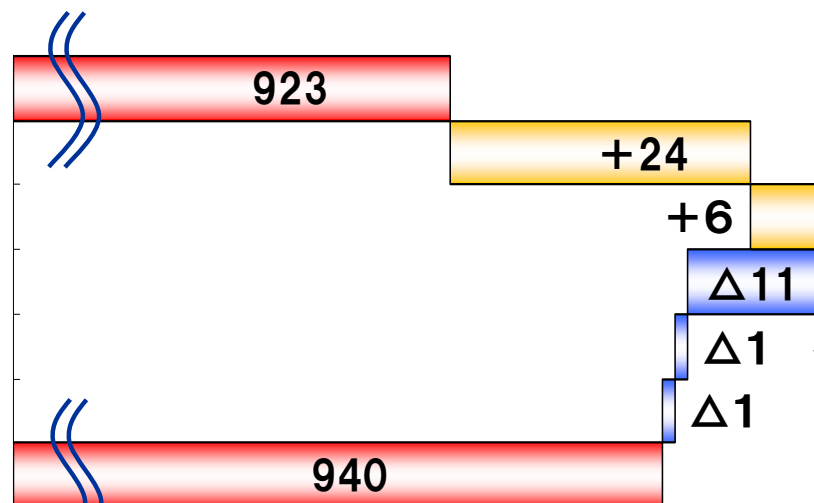
セールスマックスによる増

7月の販売数量の減

受託事業の減

商品購入価格の増

2007年下半期 売上総利益



前年比: +17億円

*主な増益要因

- ・販売数量の増 24億円
- ・セールスマックス 6億円

*主な減益要因

- ・7月の販売数量の減 $\Delta 11$ 億円
- ・受託事業の減 $\Delta 1$ 億円
- ・商品購入価格の増 $\Delta 1$ 億円

<営業利益>

2006年下半期 営業利益

売上総利益の増

減価償却方法変更による影響

人件費の減

減価償却費の減

販売機器費の減

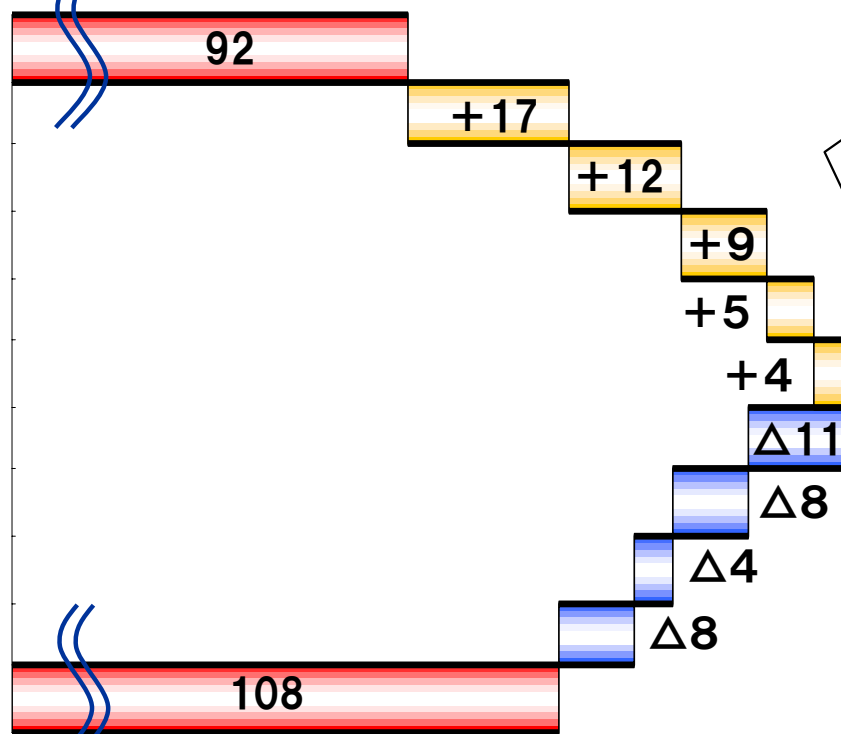
広告宣伝費の増

販売手数料の増

業務委託費の増

その他費用の増

2007年下半期 営業利益



前年比: +16億円

*主な増益要因

- ・売上総利益の増 17億円
- ・減価償却方法変更による影響 12億円
- ・人件費の減 9億円
- ・減価償却費の減 5億円
- ・販売機器費の減 4億円

*主な減益要因

- ・広告宣伝費の増 $\Delta 11$ 億円
- ・販売手数料の増 $\Delta 8$ 億円
- ・業務委託費の増 $\Delta 4$ 億円

2007年下半期 ブランド計画(7-12月)

ブランド別販売計画

(単位:千ケース、%)

		2006年 下半期 実績	2007年下半期		
			計画	前年比	
				増減	増減率
最重点	コカ・コーラ	7,863	8,357	493	+6.3
	ジョージア	21,542	22,683	1,141	+5.3
	爽健美茶	8,273	8,400	127	+1.5
	アクエリアス	11,598	11,797	199	+1.7
	優先活動	5,668	6,757	1,090	+19.2
	補完育成	15,034	14,588	△445	△ 3.0
	その他	27,398	27,727	329	+1.2
	合計	97,375	100,309	2,934	+3.0

*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

活動のポイント

- ▶ 最重点ブランドを中心とした、チャネル毎の消費者特性に応じた個別プログラムの展開
- ▶ 特に、ジョージアおよびHOT商材の徹底強化

<最重点ブランド>

■コカ・コーラ

- ✓ 3カラー戦略の徹底展開継続に加え、Coke+iTunesプロモ活用による最盛期での拡大

■ジョージア

- ✓ 9月初旬に大型新商品の導入に加え、秋季消費者プロモ(10月)によるブランド強化

■爽健美茶

- ✓ 季節限定商品 第3弾「オータムヴィーナス」導入

■アクエリアス

- ✓ 世界陸上大阪開催時での露出の最大化
- ✓ メディア投下によるサブブランドの訴求

■その他

- ✓ 茶系カテゴリーで大型新商品導入

2007年下半期 チャネル計画(7-12月)

チャネル別販売計画

(単位:千ケース、%)

	2006年 下半期 実績	2007年下半期		
		計画	前年比	
			増減	増減率
ベンディング	30,779	31,656	+877	+2.8
チェーンストア	20,624	21,537	+912	+4.4
コンビニ	10,087	10,197	+110	+1.1
リテール	14,018	13,746	△272	△ 1.9
フードサービス	9,305	9,952	+647	+7.0
代理店	891	903	+12	+1.3
その他	11,669	12,317	+648	+5.5
合計	97,375	100,309	+2,934	+3.0

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 : +4.7%
- ・CCWJ ベンディング 前年比 : +6.0%

*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)

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	+2.2	+2.5	+9.0
チェーンストア	+2.5	+8.2	△ 1.1

■ベンディング

CCWJ:・IT機を中心とした自販機拡大

- ・ロケーション/業種に応じたマーチャライジング強化

近畿 :・既存店重視による引揚抑制活動の継続

- ・グループ協働による優良ロケーションの獲得

三笠 :・新規開発の徹底強化

- ・グレードアップによる既存ロケーションの活性化

■チェーンストア

CCWJ :・小型パッケージを中心とした取扱い商品の拡大

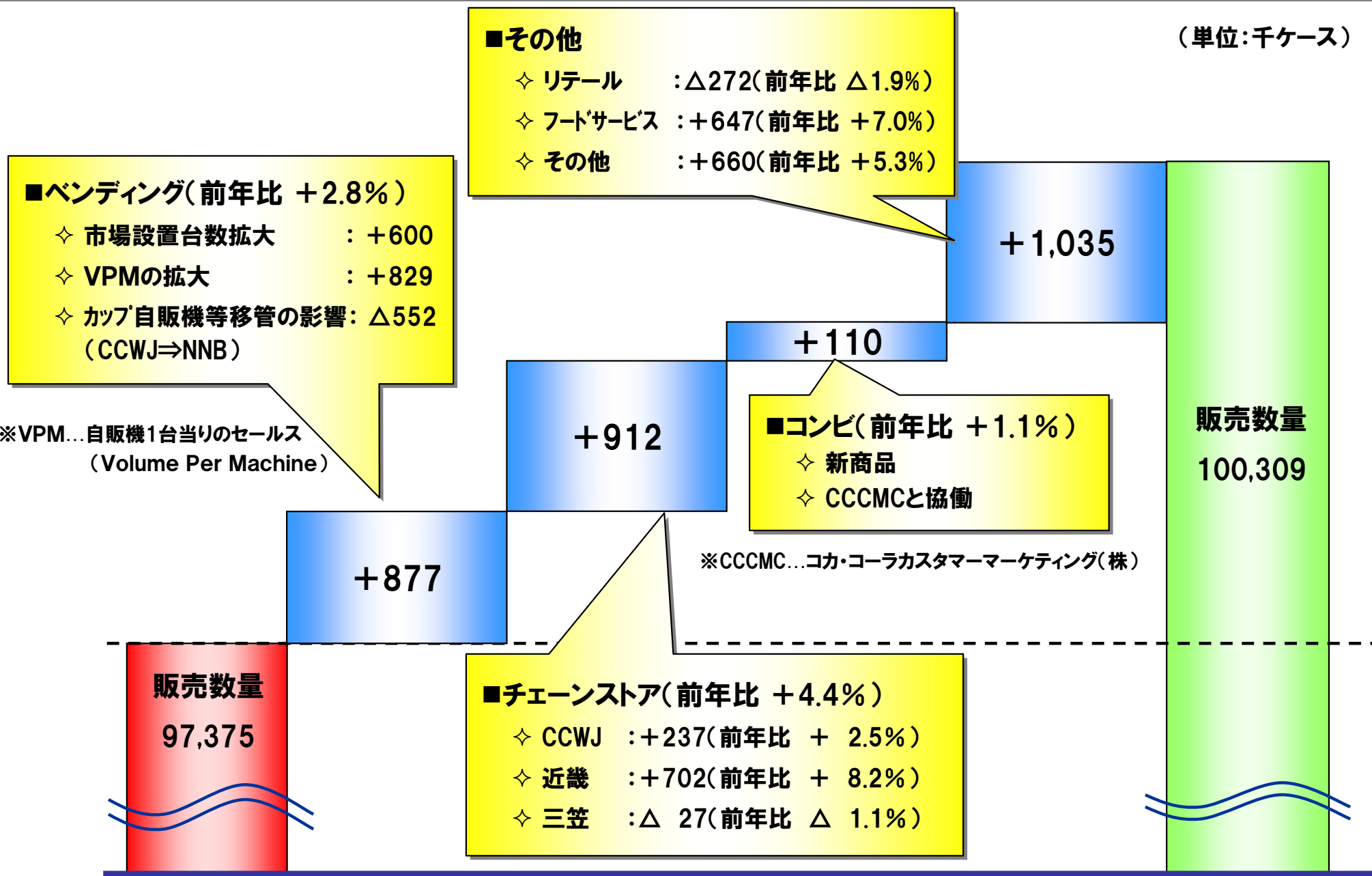
近畿 :・最重点ブランドを中心とした売場拡大
(500PETの露出強化)

三笠 :・RGM推進による利益の拡大

※RGM(Revenue Growth Management):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

2007年下半期 販売数量達成のシナリオ

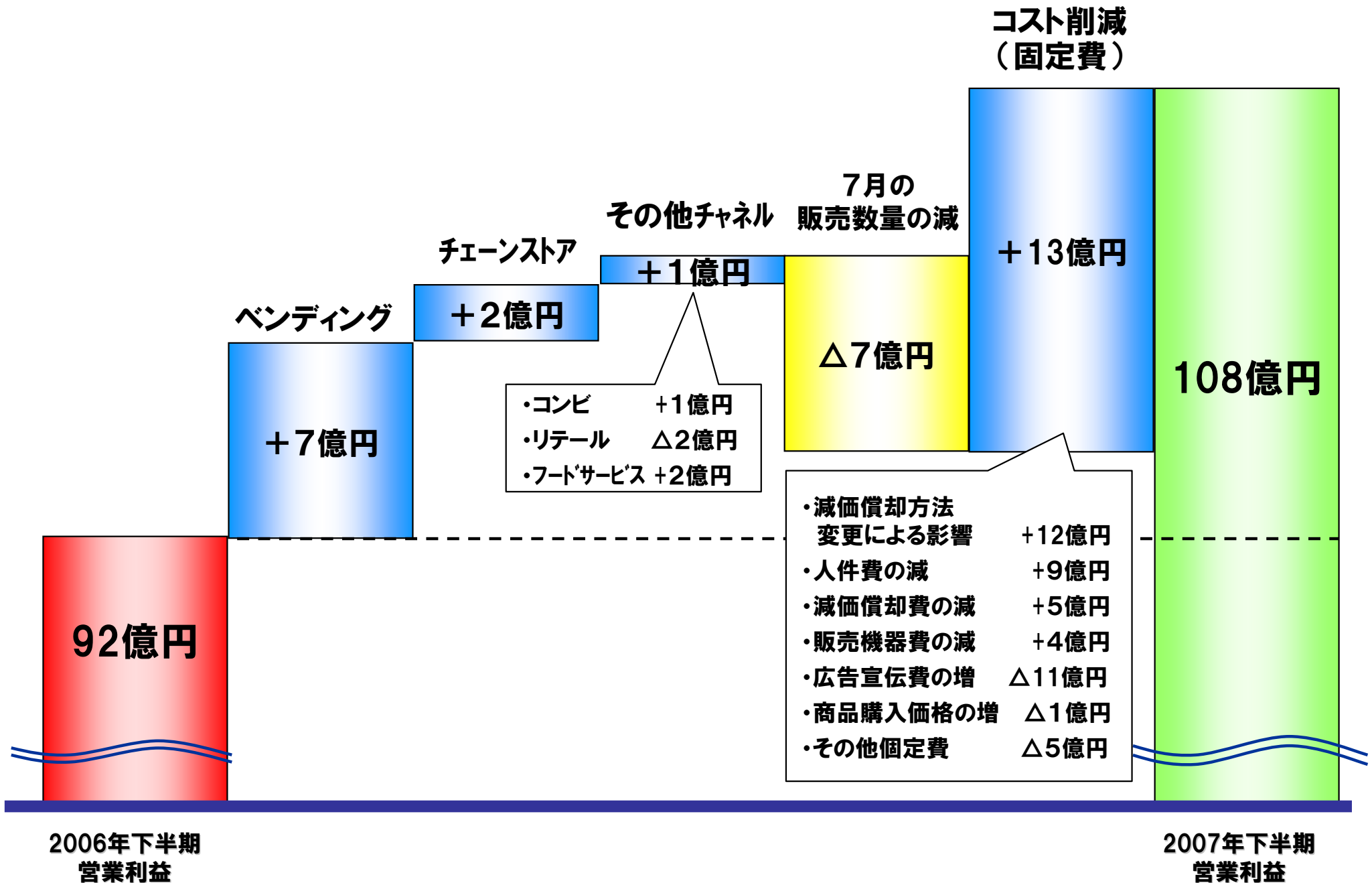
(単位:千ケース)



2006年下半期実績

2007年下半期計画

2007年下半期 営業利益達成のシナリオ



2007年通期業績予想(1-12月)

(単位:百万円、%)

	2006年 実績 ※1	2007年					
		当初計画	修正計画	当初計画比		前年比	
				増減	増減率	増減	増減率
売上高	327,821	415,700	412,600	△ 3,100	△ 0.7	84,778	25.9
売上総利益	141,556	180,000	176,800	△ 3,200	△ 1.8	35,244	24.9
営業利益	12,321	14,500	15,000	500	3.4	2,678	21.7
経常利益	13,225	15,300	16,300	1,000	6.5	3,074	23.2
当期純利益	7,570	8,900	9,400	500	5.6	1,829	24.2

南九州社の影響額: +519百万円

※1) 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:減価償却方法変更による影響額を控除した場合の利益>

	2006年 実績 ※1	2007年					
		当初計画	修正計画	当初計画比		前年比	
				増減	増減率	増減	増減率
営業利益	12,321	14,500	14,317	△ 183	△ 1.3	1,996	16.2
経常利益	13,225	15,300	15,617	317	2.1	2,392	18.1

減価償却方法変更による影響額: +683百万円

参考:2007年通期業績予想(1-12月)
2006年通期実績に旧近畿グループ上半期実績を加えた場合との対比

(単位:百万円、%)

	2006年 実績 ※1	2007年		
		修正計画	前年比	
			増減	増減率
売上高	408,452	412,600	4,148	1.0
売上総利益	175,444	176,800	1,356	0.8
営業利益	12,927	15,000	2,073	16.0
経常利益	13,799	16,300	2,501	18.1
当期純利益	6,860	9,400	2,540	37.0

※1) 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参考数値

<減価償却方法変更による影響額を控除した場合の利益>

	2006年 実績 ※1	2007年		
		修正計画	前年比	
			増減	増減率
営業利益	12,927	14,317	1,390	10.8
経常利益	13,799	15,617	1,818	13.2

減価償却方法変更による影響額: +683百万円

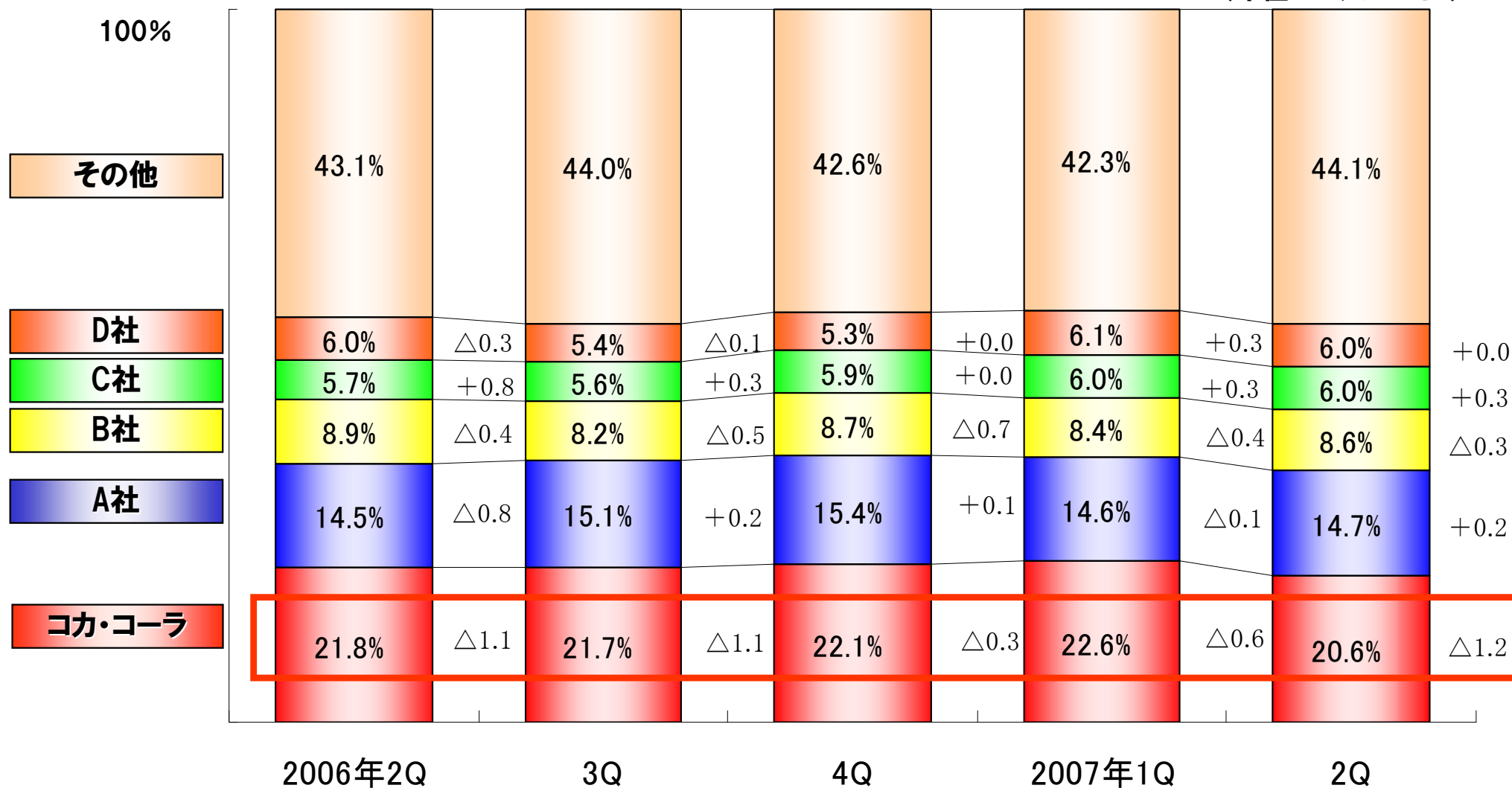
[参 考]

手売りマーケットシェア(除く自販機) – CCWHエリア

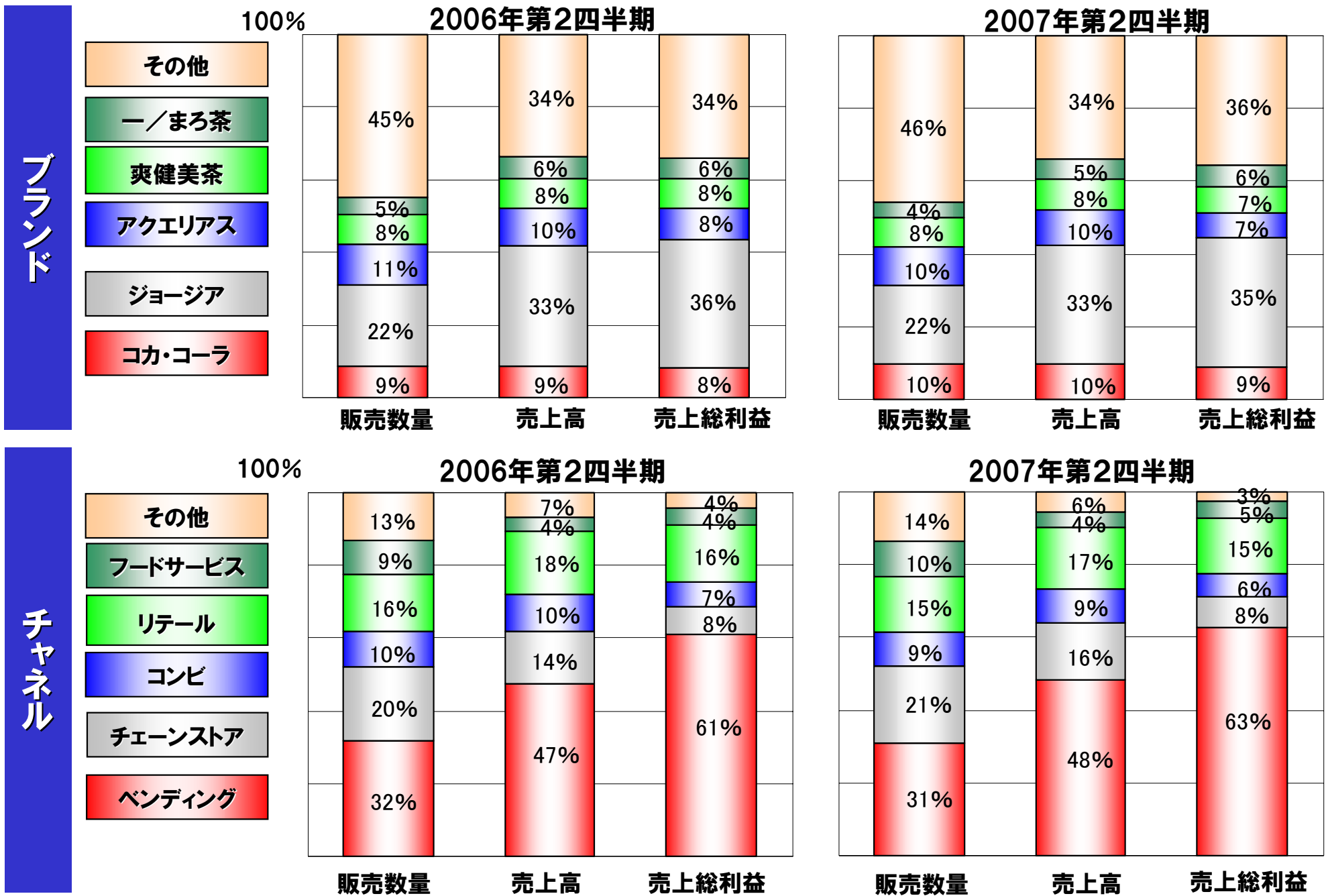
出典: インテージ

※グラフ外の数字は前年増減

(単位: %、ポイント)



ブランド別・チャネル別構成比 — 第2四半期



グループ会社の状況 – 第2四半期

＜コカ・コーラウエストジャパン＞ (単位:百万円、%)

	2007年第2四半期			
	計画 ※	実績	計画比	
			増減	増減率
売上高	41,985	41,201	△ 784	△ 1.9
営業利益	1,531	1,603	72	4.7

＜近畿コカ・コーラボトリング＞

売上高	38,047	36,101	△ 1,946	△ 5.1
営業利益	548	98	△ 450	△ 82.1

＜三笠コカ・コーラボトリング＞

売上高	6,994	6,859	△ 135	△ 1.9
営業利益	96	△ 17	△ 113	△ 117.7

＜西日本ビバレッジ＞

売上高	5,036	4,874	△ 161	△ 3.2
営業利益	278	90	△ 188	△ 67.6

＜関西ビバレッジサービス＞

売上高	8,604	8,178	△ 426	△ 5.0
営業利益	465	275	△ 190	△ 40.9

＜三笠ビバレッジサービス＞

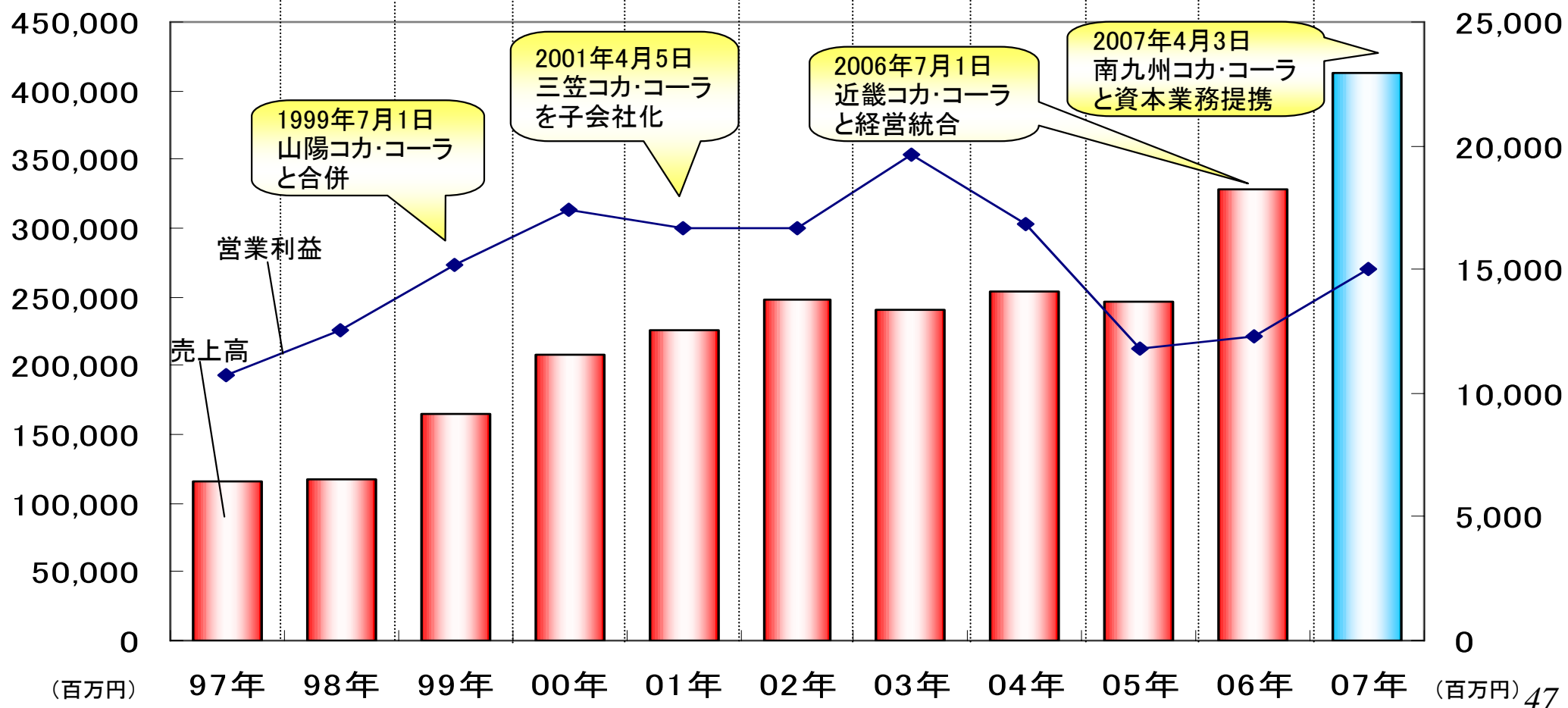
売上高	677	695	18	2.7
営業利益	13	8	△ 5	△ 38.5

※ 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

業績の推移

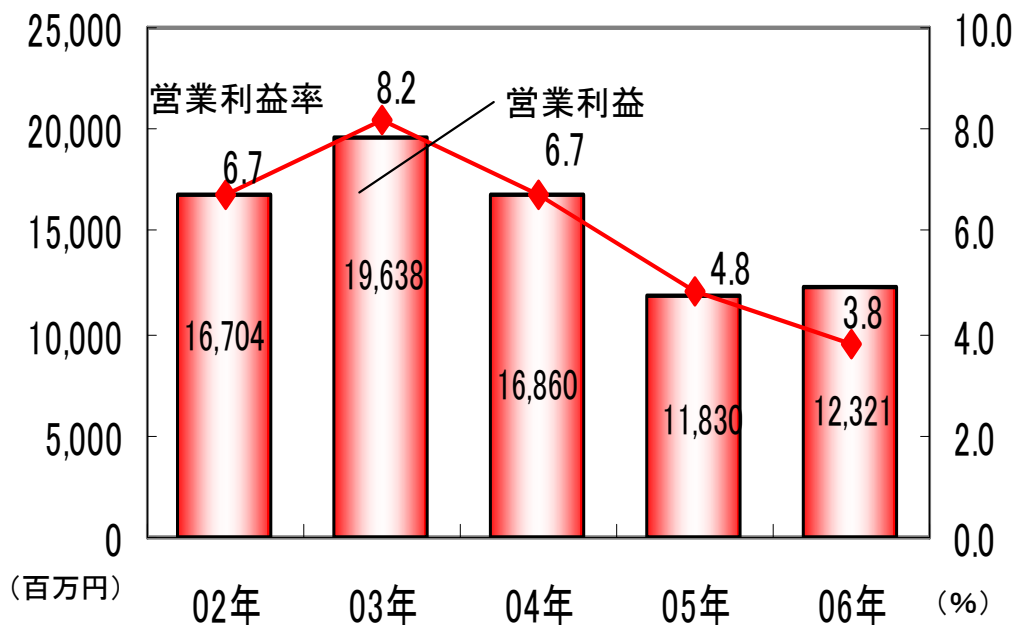
(単位: 百万円)

	97年	98年	99年	00年	01年	02年	03年	04年	05年	06年	07年計画
売上高	115,408	117,991	164,731	207,827	226,111	247,737	240,825	253,248	245,874	327,821	412,600
営業利益	10,737	12,533	15,160	17,449	16,634	16,704	19,638	16,860	11,830	12,321	15,000
経常利益	11,054	12,510	15,889	18,516	16,021	17,005	19,895	17,065	12,256	13,225	16,300
当期純利益	5,428	5,872	6,823	5,700	1,420	7,086	9,380	8,564	7,305	7,570	9,400

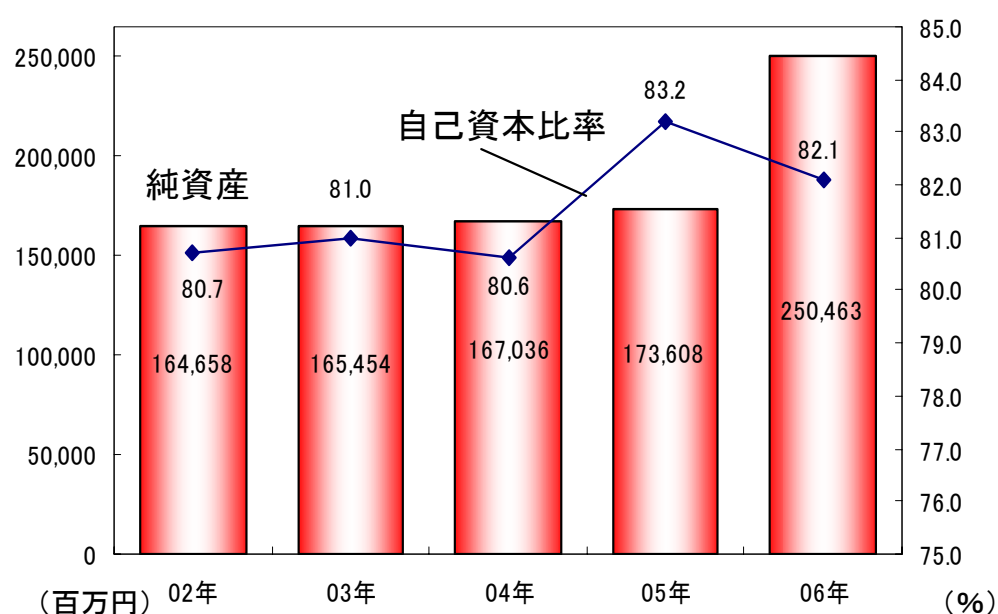


経営指標の推移

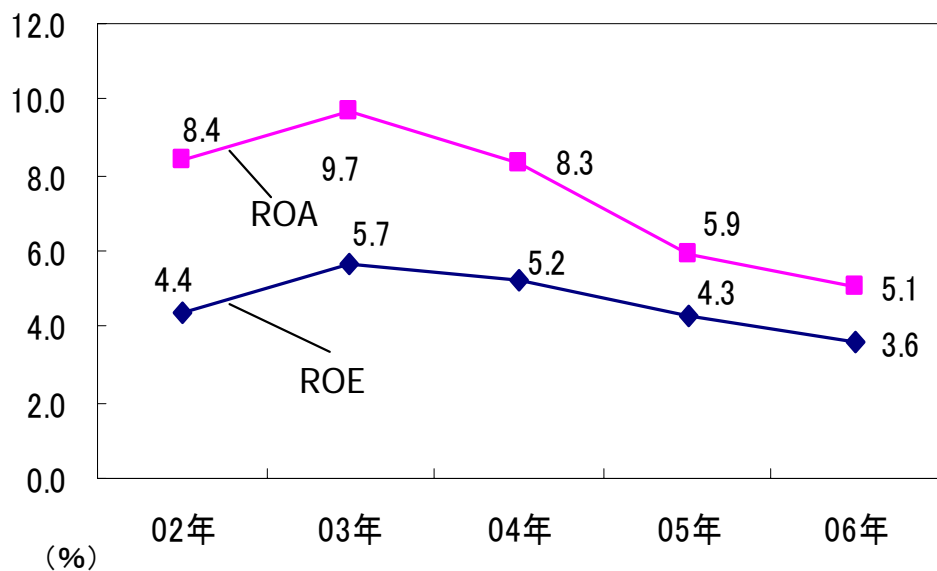
<営業利益／営業利益率>



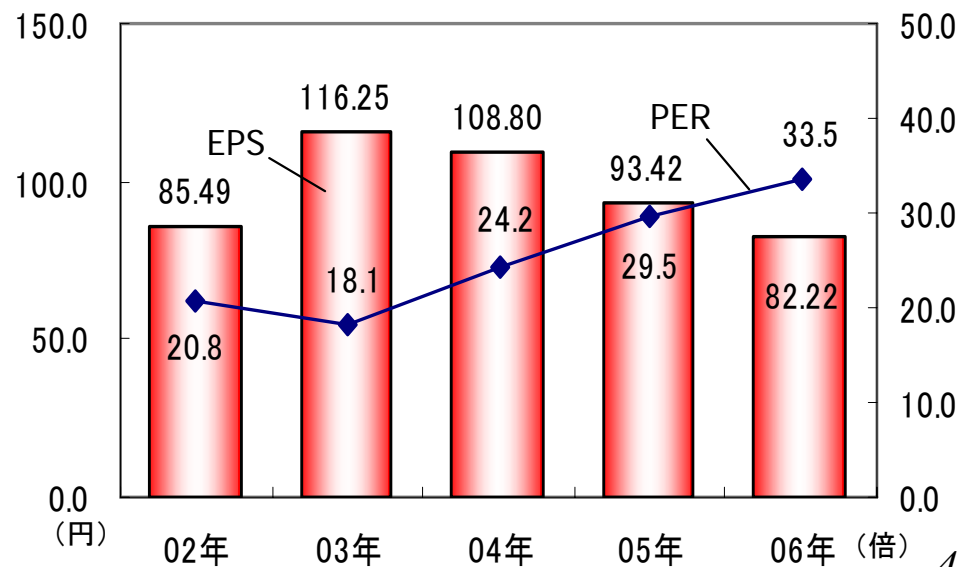
<純資産／自己資本比率>



<総資産経常利益率(ROA)／自己資本当期純利益率(ROE)>

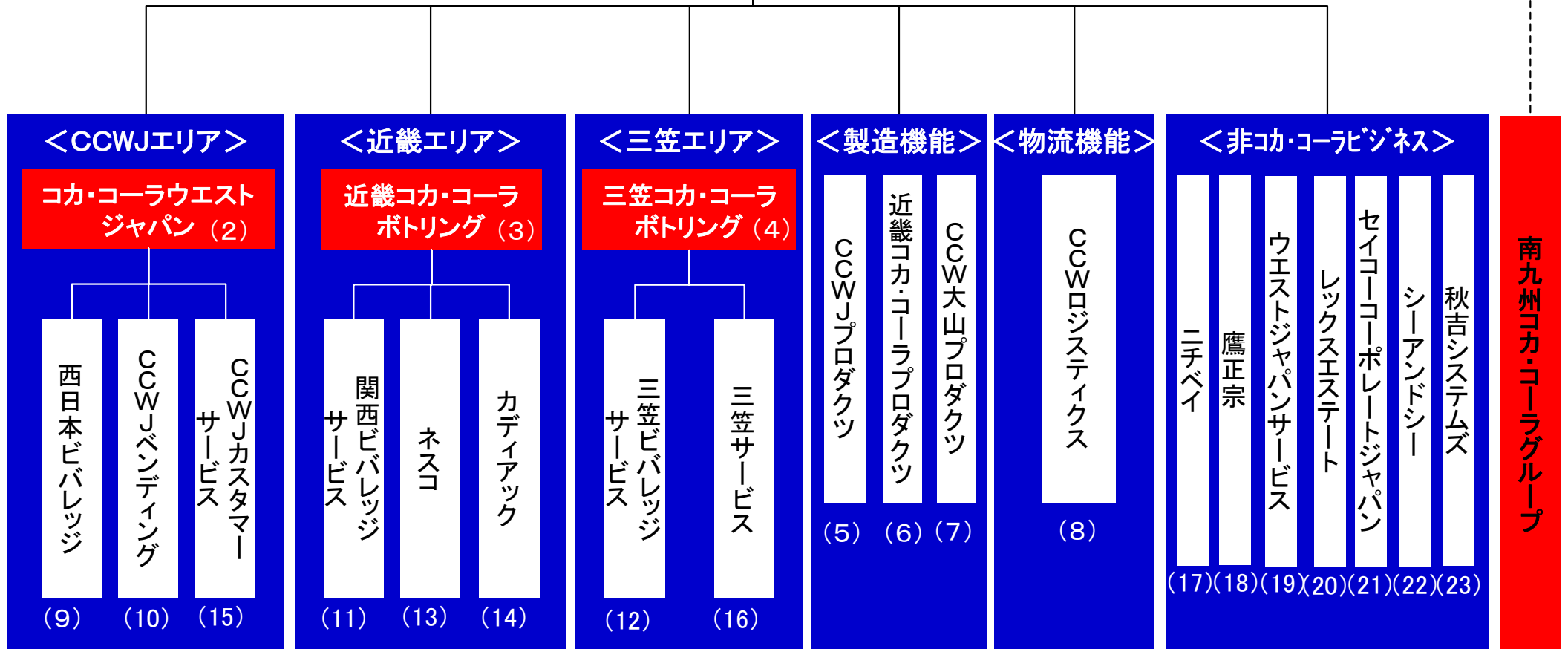


<1株当たり当期純利益(EPS)／株価収益率(PER)>



コカ・コーラウエストグループ経営体制

コカ・コーラウエストホールディングス (1)

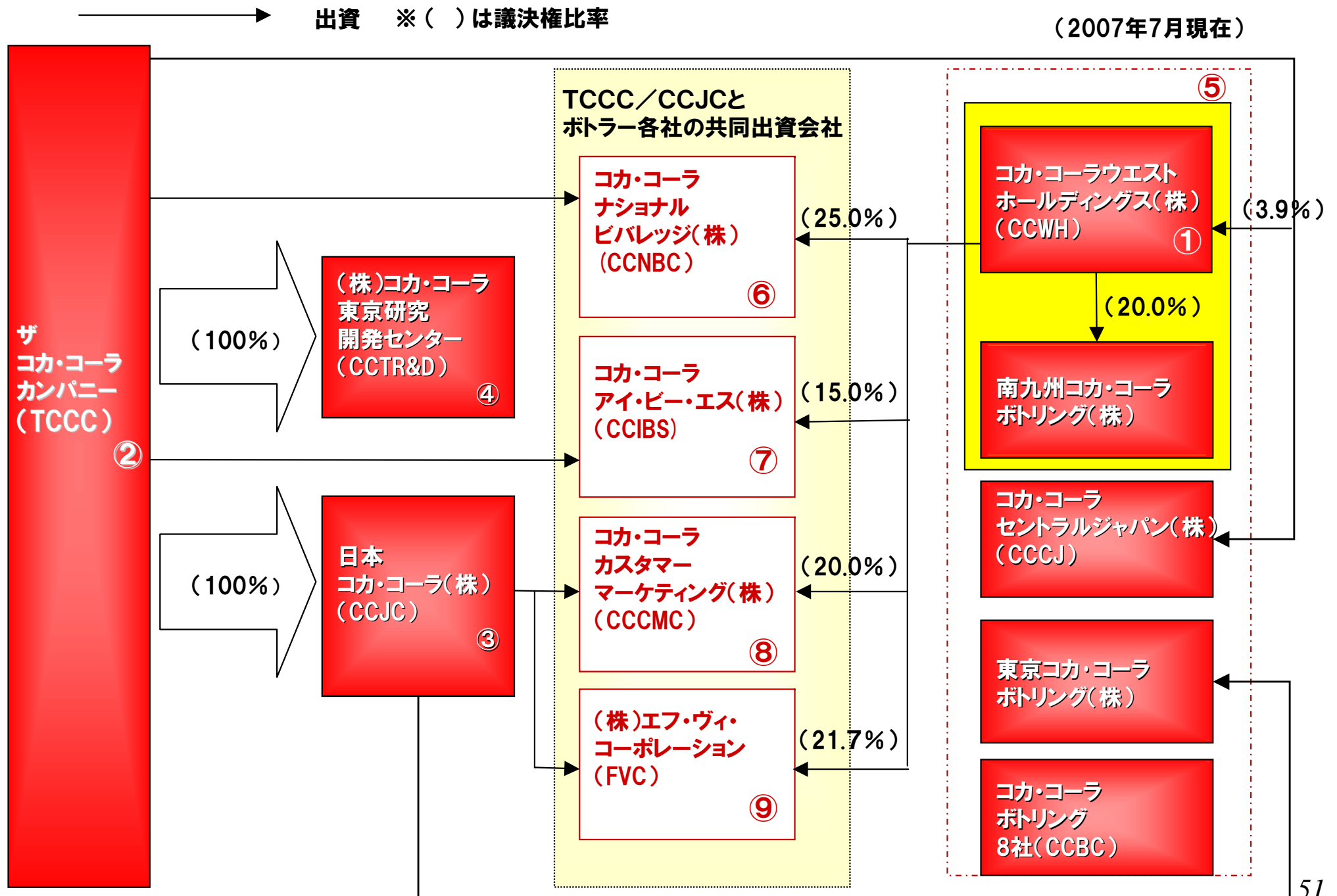


南九州コカ・コーラグループ

グループ会社の事業内容

社名	主な事業内容
(1)コカ・コーラウエストホールディングス(株)	グループ会社の経営管理等
(2)コカ・コーラウエストジャパン(株)	飲料の販売
(3)近畿コカ・コーラボトリング(株)	飲料の販売
(4)三笠コカ・コーラボトリング(株)	飲料の販売
(5)コカ・コーラウエストジャパンプロダクツ(株)	飲料の製造
(6)近畿コカ・コーラプロダクツ(株)	飲料の製造
(7)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
(8)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
(9)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)
(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)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
(12)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)
(13)(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
(14)(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
(15)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
(16)三笠サービス(株)	自動販売機の設置・メンテナンス業務
(17)(株)ニチベイ	食品の加工
(18)鷹正宗(株)	酒類の製造・販売
(19)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
(20)(株)レックスエステート	不動産関連事業
(21)(株)セイコーコーポレートジャパン	自動車関連事業
(22)(株)シーアンドシー	外食事業、食品の製造販売
(23)(株)秋吉システムズ	外食事業

日本のコカ・コーラシステム – 出資関係



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。2007年3月に南九州コカ・コーラボトリング株式会社と資本業務提携を行う。

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 カンパニーおよび全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・コーラカンパニーおよび全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・コーラ社および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・コーラ社および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。

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	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
・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
・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 (Channel、Brand、Package、Price、Promotion)	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 (Revenue Growth Management)	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の大幅な変動
- ・上記以外の様々な不確定要素