



**2007年12月期
第3四半期決算説明会**

2007年 10月30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3四半期決算概要

II. 第4四半期計画

III. 次世代に向けた取り組み

[参 考]

- パッケージ別販売数量
- ブランド別・チャネル別構成比
- 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

I. 第3四半期決算(7-9月)

- ①**販売数量** : 2006年第4四半期以降、4四半期連続で前年を上回り、上昇トレンド継続。マーケットシェアは前年を上回る。
- ②**業績** : 計画比では減収増益、前年比では増収増益。

II. 第4四半期計画(10-12月)

- ①**販売数量計画**は前年比+1.7%。
- ②**ホットマーケティング活動の徹底**。プレミアム緑茶「綾鷹」を投入。

III. 次世代に向けた取り組み

- ①**世界のリーディングボトラーを目指し、2つのプロジェクトを開始**
 - ・マーケティング次世代モデルプロジェクト
 - ・ベンディング次世代モデルプロジェクト

I. 第3四半期決算概要

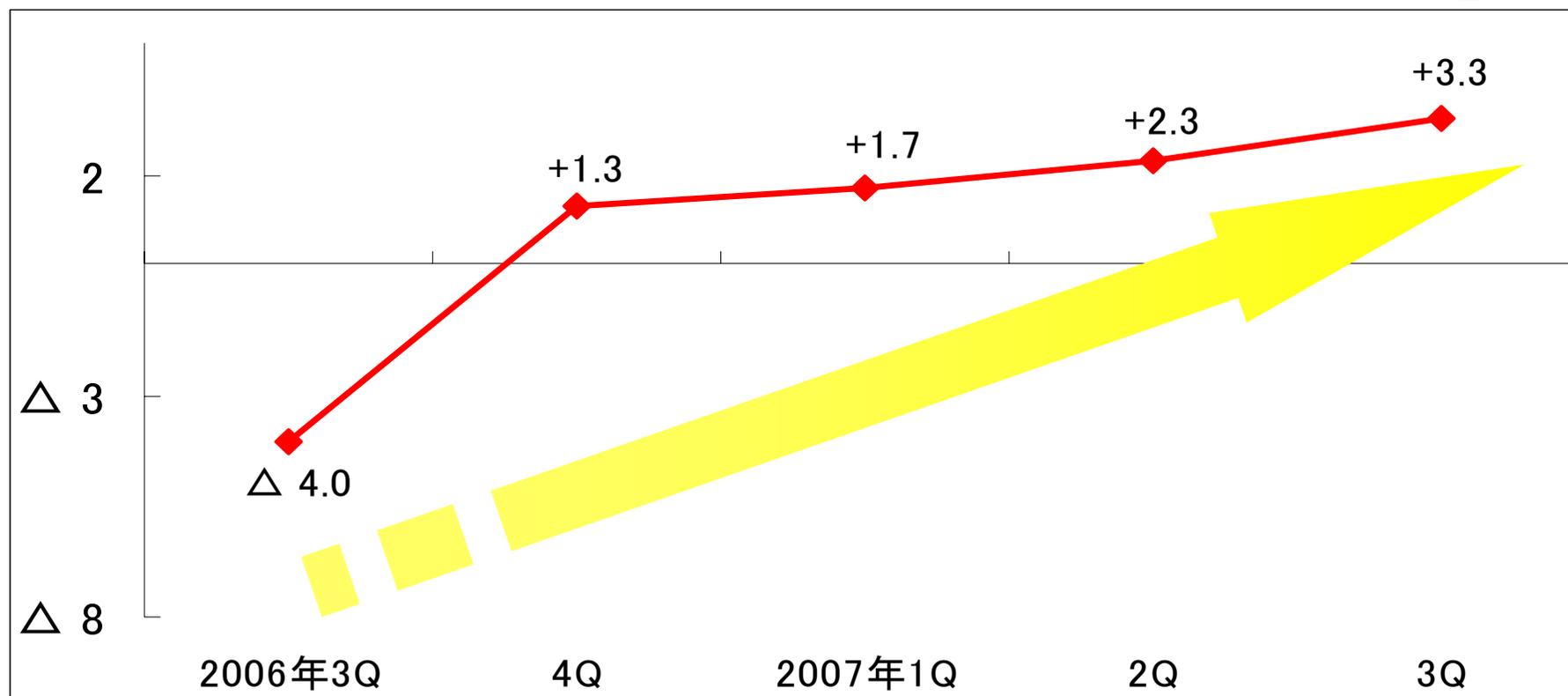
第3四半期決算(7-9月) - 販売数量

(単位：千ケース、%)

2006年 第3四半期 実績	2007年第3四半期					
	計 画	実 績	計 画 比		前 年 比	
			増減	増減率	増減	増減率
53,663	55,847	55,413	△433	△0.8	+1,750	+3.3

<販売数量(前年比)の推移>

(単位：%)



第3四半期決算(7-9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3四半期				
		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	5,813	+572	+10.9	+1,152	+24.7
	ジョージア	9,616	△ 840	△ 8.0	△ 365	△ 3.7
	爽健美茶	5,388	+213	+4.1	+437	+8.8
	アクエリアス	8,275	△ 72	△ 0.9	△ 51	△ 0.6
優先活動		4,757	+615	+14.8	+1,542	+48.0
補完育成		7,324	△ 761	△ 9.4	△ 1,106	△ 13.1
その他		14,240	△ 160	△ 1.1	+141	+1.0
合計		55,413	△ 433	△ 0.8	+1,750	+3.3

*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

- ・昨年4Qから4四半期連続で前年を上回り好調継続(前年比:+24.7%)
- コカ・コーラゼロが好調

■ジョージア

- ・残暑および昨年の3基幹フレーバーのリニューアルの影響により、前年を下回る(前年比:△3.7%)
- 3基幹フレーバー:ヨーロピアン/エメラルド/テイスティ

■爽健美茶

- ・季節限定商品が好調で前年に比べ二桁に近い伸長(前年比:+8.8%)

■アクエリアス

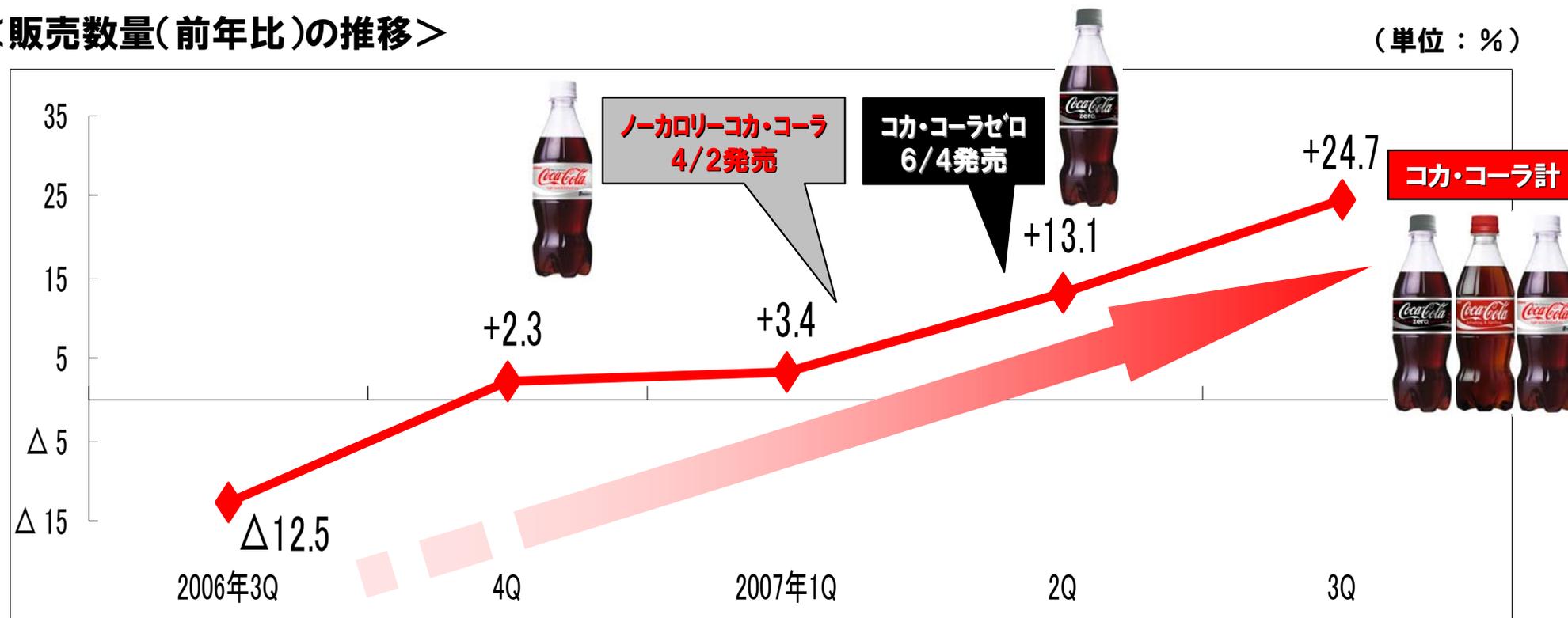
- ・昨年の「森の水だより」供給制限に伴う拡販と新商品「フリースタイル」の夏場前の導入の影響により、ほぼ前年並み

<優先活動ブランド>

- ・ウォーター:昨年の「森の水だより」供給制限の影響、および「ミナクア」、「森の水だより」の2ブランド戦略によりセールス拡大(前年比:+56.0%)
- ・ミニッツメイド:健康志向の飲用者を獲得し前年を上回る(前年比:+39.8%)

第3四半期決算(7-9月) - コカ・コーラの状況

<販売数量(前年比)の推移>



<フレーバー別販売実績(7-9月)>

(単位: 千ケース、%)

	ターゲット	販売数量	構成比	前年比
Red (コカ・コーラ)	16~24才の男女	3,901	67.1	+5.1
Silver(ノーカーロリーコカ・コーラ)	25才以上の女性	621	10.7	△ 14.6
Black(コカ・コーラゼロ)	25才以上の男性	1,290	22.2	-
コカ・コーラ計		5,813	100.0	+24.7

※ダイエットコカ・コーラとの比較

第3四半期決算(7-9月) - ジョージアの状況

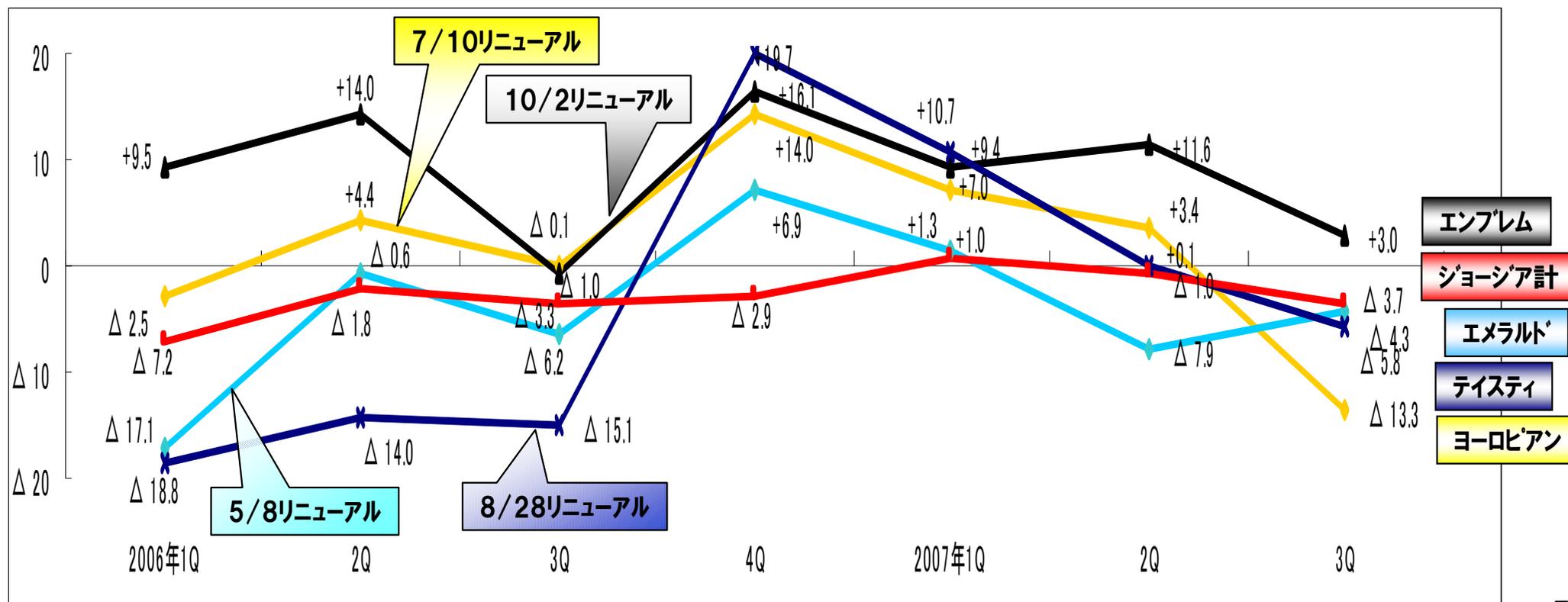
<基幹フレーバー別販売実績(7-9月)>

(単位:千ケース、%)

	販売数量	前年比	前年差
ヨーロッパ	1,731	△ 13.3	△267
エメラルド	1,386	△ 4.3	△62
テイスティ	638	△ 5.8	△39
エンブレム	1,009	+3.0	30
ジョージア計	9,616	△ 3.7	△365

<基幹フレーバー販売実績(前年比)の推移>

(単位: %)



第3四半期決算(7-9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	16,735	△ 240	△ 1.4	+185	+1.1
チェーンストア	13,836	+427	+3.2	+1,131	+8.9
コンビ	5,216	△ 288	△ 5.2	△ 140	△ 2.6
リテール	7,661	△ 4	△ 0.1	△ 98	△ 1.3
フードサービス	5,315	+31	+0.6	+416	+8.5
その他	6,650	△ 359	△ 5.1	+257	+4.0
合計	55,413	△ 433	△ 0.8	+1,750	+3.3

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: +3.7%
- ・CCWJ ベンディング 前年比: +5.5%

*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)

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	+0.2	+1.8	+3.3
チェーンストア	+9.1	+10.7	+2.1

■ベンディング

CCWJ:・最盛期における販売ロスの低減

...死に筋、売切、空コラムの削減

・ミナクアプロモ、増量缶プロモの展開

近畿 :・コカ・コーラ3カラー戦略の徹底した展開

・引揚抑止活動の徹底

三笠 :・売切、故障等の早期改善活動の実施

・新規開発活動の強化

■チェーンストア

CCWJ:・アクエリアス、森の水だよりの配荷拡大

近畿 :・大型ペットサマープロモによる大陳獲得

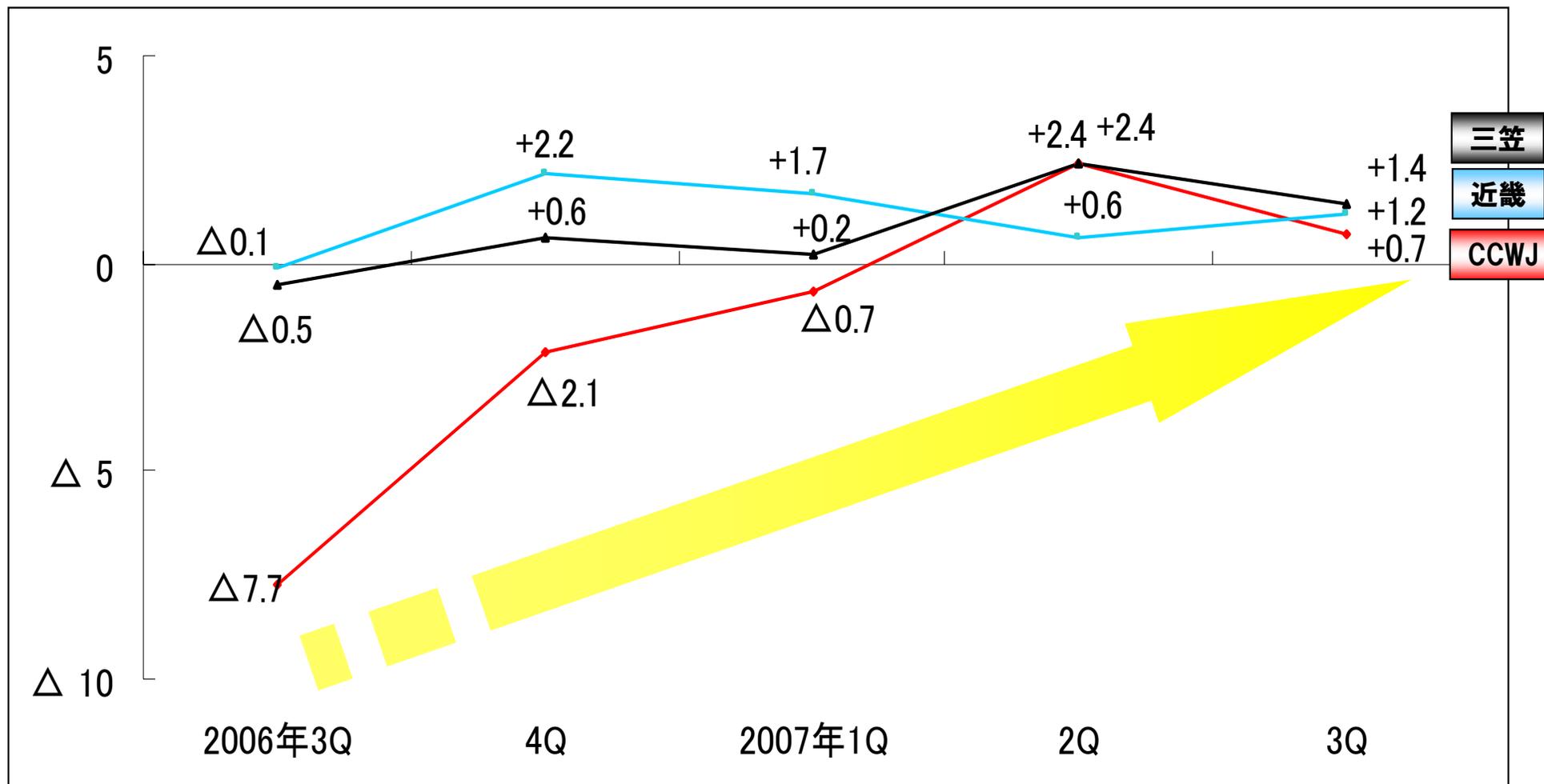
三笠 :・サマープロモによるアクエリアス、爽健美茶、
森の水だより拡大

第3四半期決算(7-9月) - ベンディングの状況

※VPM...自動販売機1台当りのセールス

<エリア別フルサービスVPMの推移(前年比)> ※カップ自販機除く

(単位: %)



第3四半期決算(7-9月) - チェーンストアの状況

<チェーンストア エリア別売上総利益(前年比)>

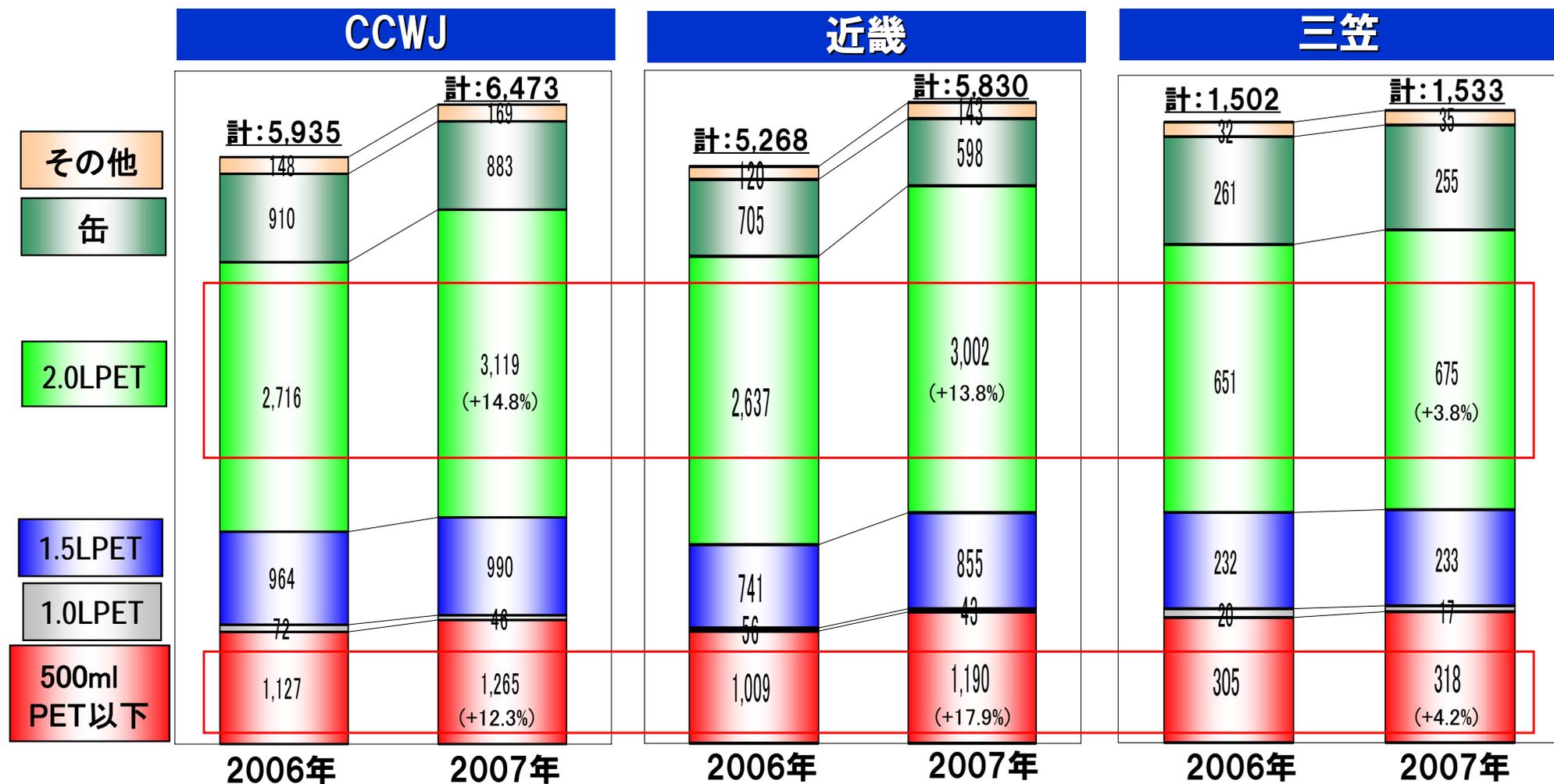
(単位:%)

	前年比		
	CCWJ	近畿	三笠
売上総利益	+4.7	+4.3	+0.0

<チェーンストア パッケージ別販売数量(前年比)>

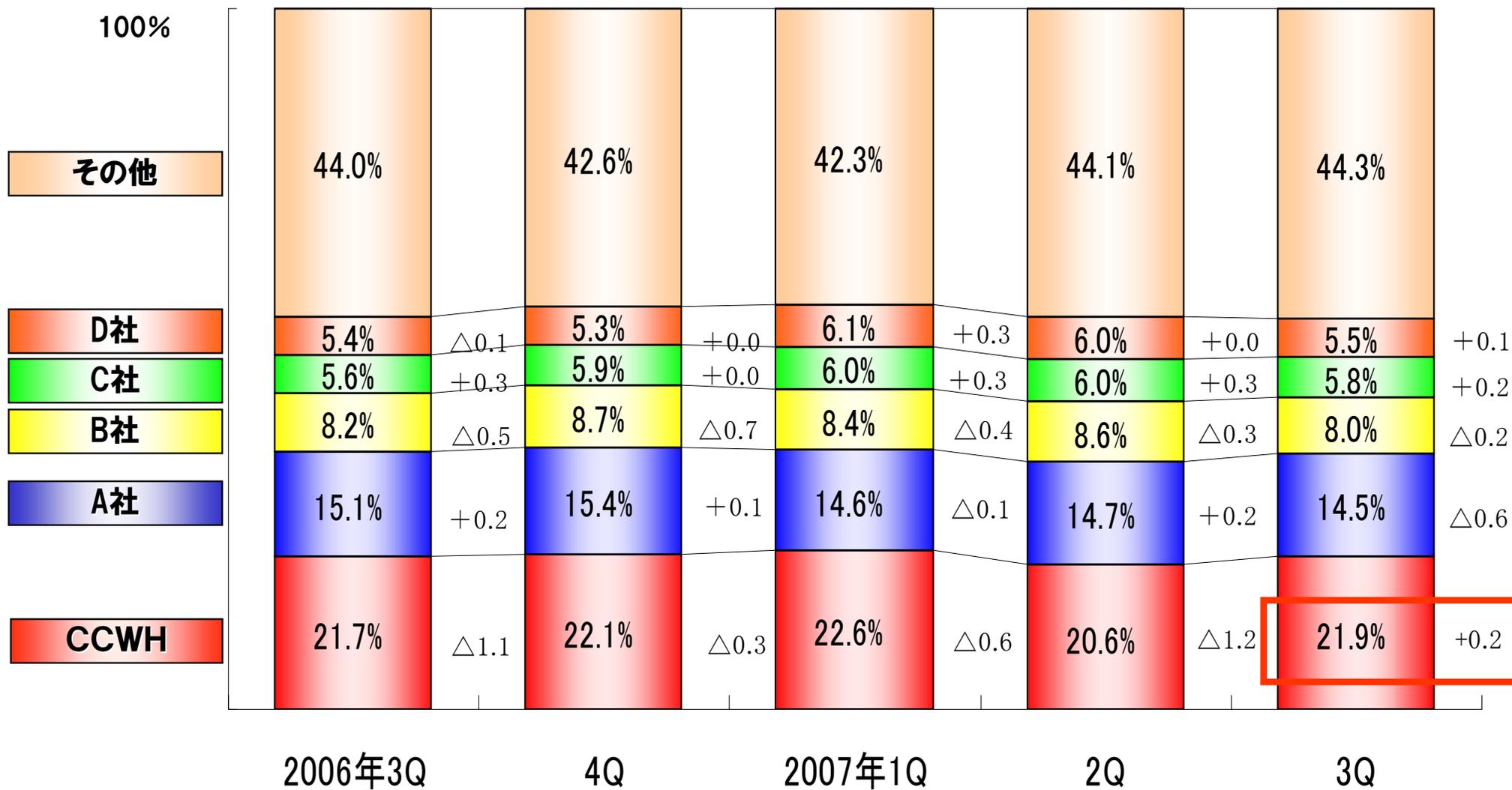
(単位:千ケース)

※ ()内の数字は前年比



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)



第3四半期決算(7-9月) - 業績(連結)

(単位:百万円、%)

	2006年 第3四半期 実績	2007年第3四半期					
		計 画 ※	実 績	計 画 比		前 年 比	
				増 減	増 減 率	増 減	増 減 率
売 上 高	116,497	118,000	117,653	△ 346	△ 0.3	1,156	1.0
売 上 原 価	67,272	68,100	68,111	11	0.0	839	1.2
売 上 総 利 益	49,225	49,900	49,541	△ 358	△ 0.7	316	0.6
販売費及び一般管理費	43,520	43,400	42,181	△ 1,218	△ 2.8	△ 1,339	△ 3.1
営 業 利 益	5,704	6,500	7,360	860	13.2	1,656	29.0
営 業 外 収 益	476	600	628	28	4.7	151	31.8
営 業 外 費 用	272	200	230	30	15.4	△ 41	△ 15.2
経 常 利 益	5,909	6,900	7,758	858	12.4	1,849	31.3
特 別 利 益	28	—	—	—	—	△ 28	—
特 別 損 失	542	200	185	△ 14	△ 7.3	△ 356	△ 65.8
税金等調整前 四半期純利益	5,395	6,700	7,572	872	13.0	2,177	40.3
法 人 税 等	1,936	2,594	2,965	371	14.3	1,029	53.2
少数株主利益又は 少数株主損失(△)	4	6	5	0	△ 13.3	0	19.0
四 半 期 純 利 益	3,455	4,100	4,602	502	12.3	1,147	33.2

南九州社の
影響額:
+199百万円

※ 計画は2007年8月9日付で発表した通期業績予想に基づく数値

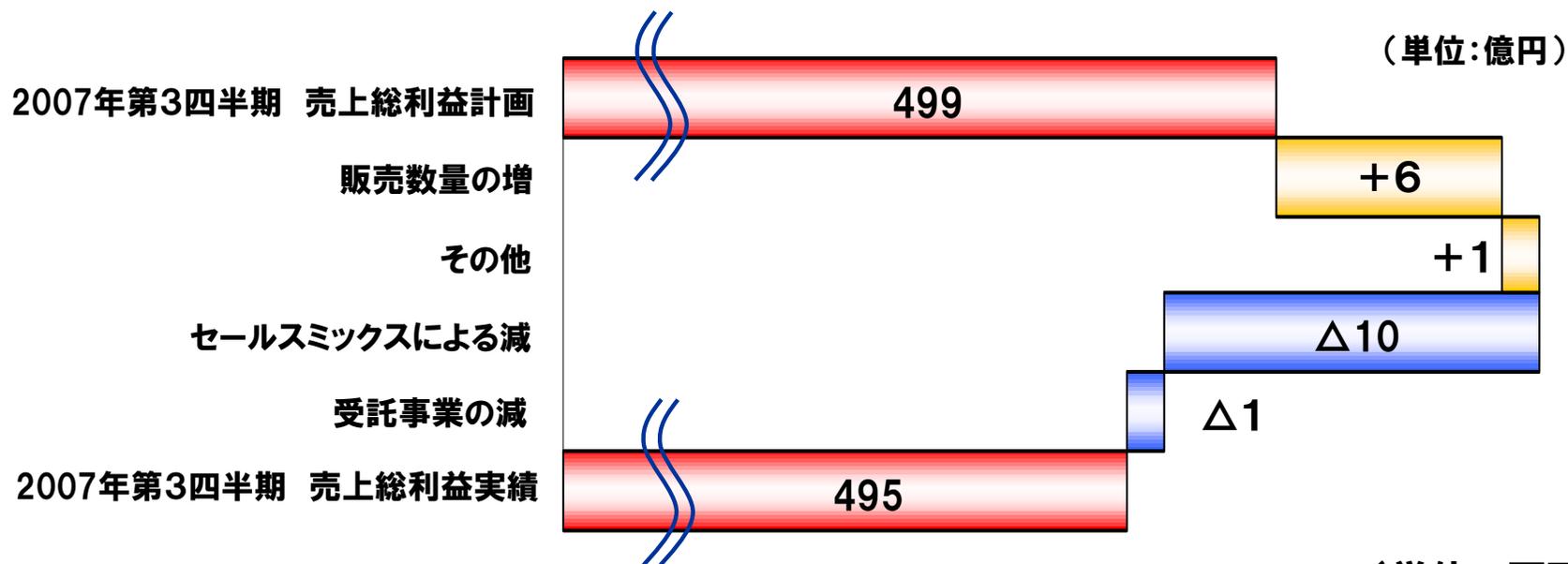
<参考:減価償却方法変更による影響額を控除した場合の利益>

減価償却方法変更による利益への影響額: +510百万円

(単位:百万円、%)

	2006年 第3四半期 実績	2007年第3四半期		
		実 績	前 年 比	
			増 減	増 減 率
営 業 利 益	5,704	6,850	1,145	20.1
経 常 利 益	5,909	7,247	1,338	22.7

第3四半期決算(7-9月) 売上総利益増減要因 - 計画比

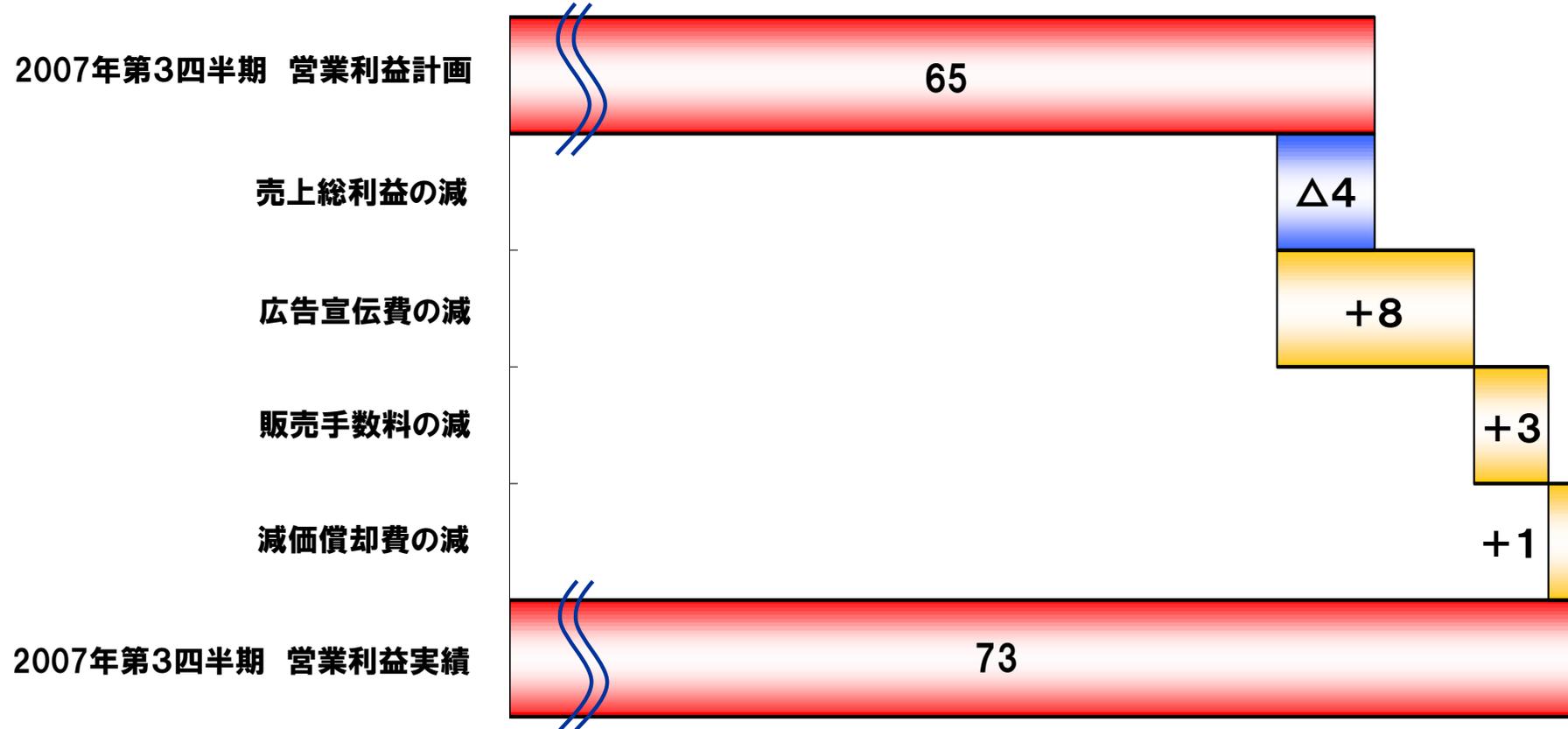


(単位:百万円)

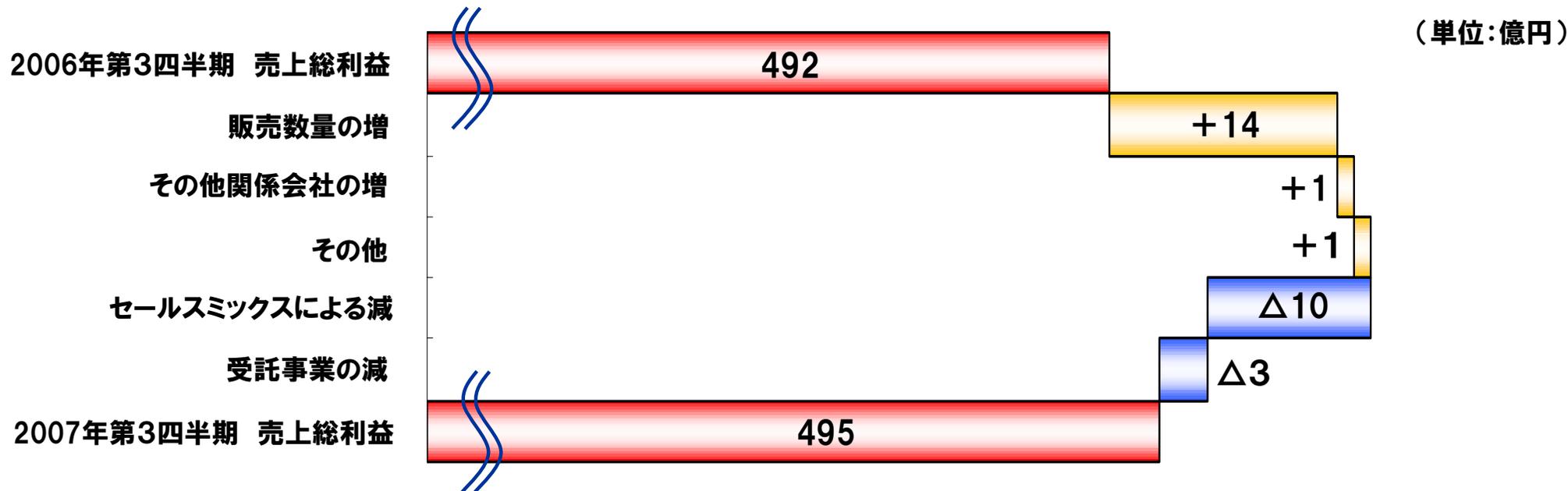
		売上高	売上原価	売上総利益
CCWJ社	販売数量の増 (+417千C/S)	815	442	373
	セールスマックス	△ 689	△ 124	△ 565
	計	126	318	△ 192
近畿社	販売数量の増 (+269千C/S)	491	223	268
	セールスマックス	△ 632	△ 241	△ 391
	計	△ 141	△ 18	△ 123
三笠社	販売数量の減 (△ 9千C/S)	△ 15	△ 9	△ 6
	セールスマックス	△ 110	△ 21	△ 89
	計	△ 125	△ 30	△ 95
受託事業の減		△ 72	9	△ 81
その他関係会社の増減 等		△ 185	△ 210	25
その他		51	△ 58	109
計		△ 346	11	△ 358

第3四半期決算(7-9月) 営業利益増減要因 - 計画比

(単位: 億円)



第3四半期決算(7-9月) 売上総利益増減要因 - 前年比

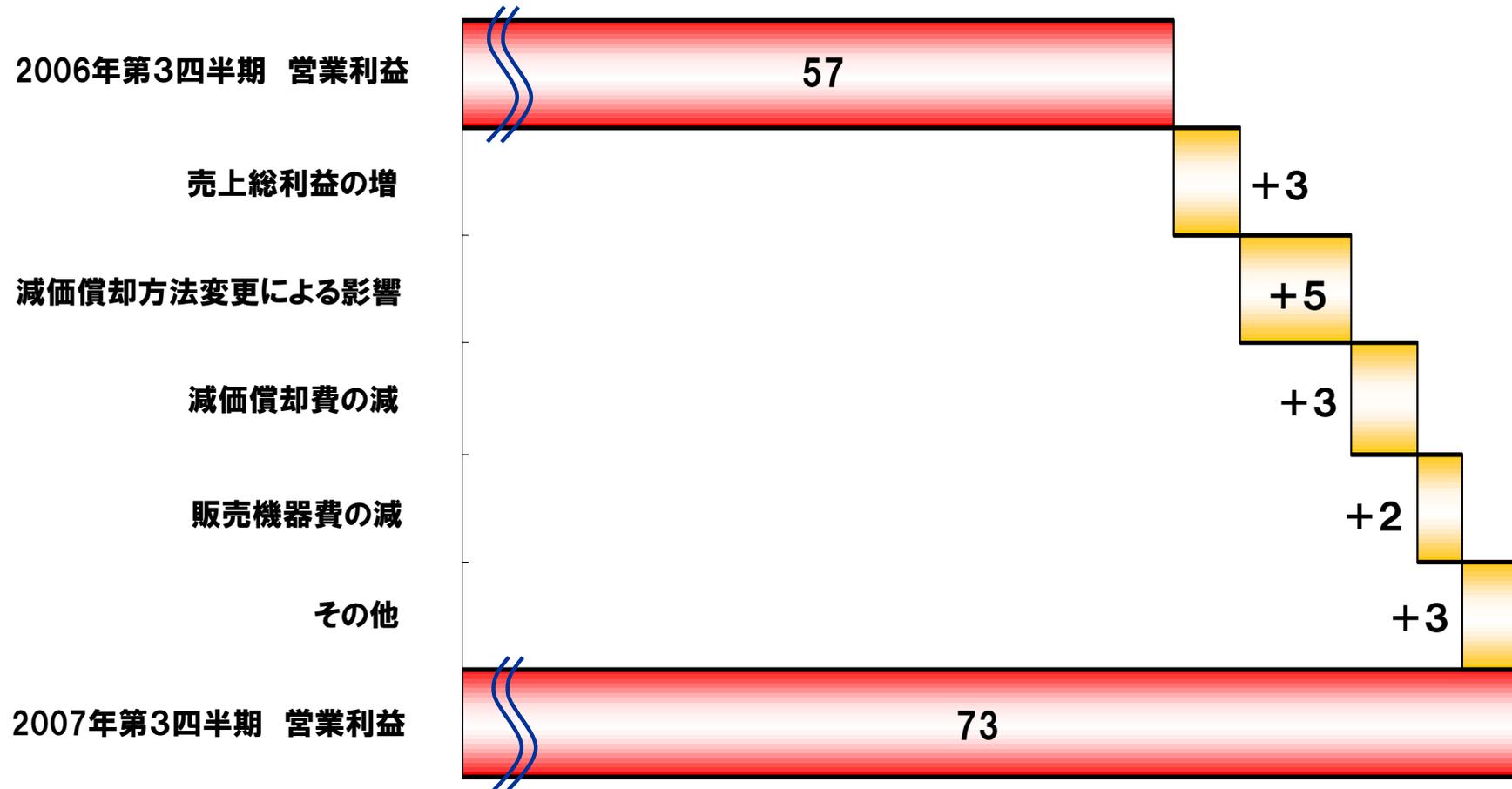


(単位:百万円)

		売上高	売上原価	売上総利益
CCWJ社	販売数量の増 (+952千C/S)	1,881	1,030	851
	セールスマックス	△ 1,214	△ 563	△ 651
	計	667	467	200
近畿社	販売数量の増 (+793千C/S)	1,358	768	590
	セールスマックス	△ 865	△ 524	△ 341
	計	493	244	249
三笠社	販売数量の増 (+6千C/S)	10	6	4
	セールスマックス	△ 107	△ 93	△ 14
	計	△ 97	△ 87	△ 10
受託事業の減		△ 24	296	△ 320
その他関係会社の増減 等		117	48	69
その他		-	△ 129	129
計		1,156	839	316

第3四半期決算(7-9月) 営業利益増減要因 - 前年比

(単位:億円)



第3四半期決算(1-9月)

業績(1-9月) — 計画比

(単位:百万円、%)

	計 画		実 績		増 減	
	金 額	構成率	金 額	構成率	金 額	増減率
売 上 高	310,800	100.0	310,520	100.0	△ 279	△ 0.1
売 上 原 価	178,100	57.3	178,194	57.4	94	0.1
売 上 総 利 益	132,700	42.7	132,325	42.6	△ 374	△ 0.3
販売費及び一般管理費	122,000	39.3	120,827	38.9	△ 1,172	△ 1.0
営 業 利 益	10,700	3.4	11,498	3.7	798	7.5
営 業 外 収 益	1,900	0.6	1,852	0.6	△ 47	△ 2.5
営 業 外 費 用	800	0.3	741	0.2	△ 58	△ 7.4
経 常 利 益	11,800	3.8	12,610	4.1	810	6.9
特 別 利 益	300	0.1	277	0.1	△ 22	△ 7.6
特 別 損 失	800	0.3	727	0.2	△ 72	△ 9.1
税金等調整前当期純利益	11,300	3.6	12,159	3.9	859	7.6
法 人 税 等	4,490	1.4	4,857	1.6	367	8.2
少数株主利益又は少数株主損失(△)	10	0.0	8	0.0	△ 1	△ 12.0
当 期 純 利 益	6,800	2.2	7,293	2.3	493	7.3

業績(1-9月) — 前年比

(単位:百万円、%)

	1-9月					
	前年		実績		増減	
	金額	構成率	金額	構成率	金額	増減率
売上高	228,190	100.0	310,520	100.0	82,329	36.1
売上原価	129,756	56.9	178,194	57.4	48,438	37.3
売上総利益	98,434	43.1	132,325	42.6	33,891	34.4
販売費及び一般管理費	89,599	39.3	120,827	38.9	31,227	34.9
営業利益	8,834	3.9	11,498	3.7	2,663	30.2
営業外収益	1,173	0.5	1,852	0.6	679	57.9
営業外費用	633	0.3	741	0.2	107	16.9
経常利益	9,373	4.1	12,610	4.1	3,236	34.5
特別利益	28	0.0	277	0.1	248	858.9
特別損失	661	0.3	727	0.2	65	10.0
税金等調整前当期純利益	8,741	3.8	12,159	3.9	3,418	39.1
法人税等	3,645	1.6	4,857	1.6	1,211	33.2
少数株主利益又は少数株主損失(△)	△ 89	0.0	8	0.0	98	—
当期純利益	5,185	2.3	7,293	2.3	2,108	40.7

<参考> 当期の減価償却方法変更による影響額を控除した場合の利益

(単位:百万円、%)

	前年		実績		増減	
	金額	構成率	金額	構成率	金額	増減率
営業利益	8,834	3.9	11,456	3.7	2,622	29.7
経常利益	9,373	4.1	12,568	4.0	3,194	34.1

参考:業績(1-9月)- 前年比 前年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、%)

	1-9月					
	前年		実績		増減	
	金額	構成率	金額	構成率	金額	増減率
売上高	308,821	100.0	310,520	100.0	1,698	0.6
売上原価	176,499	57.2	178,194	57.4	1,695	1.0
売上総利益	132,322	42.8	132,325	42.6	3	0.0
販売費及び一般管理費	122,881	39.8	120,827	38.9	△ 2,053	△ 1.7
営業利益	9,441	3.1	11,498	3.7	2,057	21.8
営業外収益	1,568	0.5	1,852	0.6	283	18.1
営業外費用	1,062	0.3	741	0.2	△ 321	△ 30.3
経常利益	9,947	3.2	12,610	4.1	2,662	26.8
特別利益	29	0.0	277	0.1	247	843.2
特別損失	2,599	0.8	727	0.2	△ 1,871	△ 72.0
税金等調整前当期純利益	7,377	2.4	12,159	3.9	4,782	64.8
法人税等	2,895	0.9	4,857	1.6	1,962	67.8
少数株主利益又は少数株主損失(△)	7	0.0	8	0.0	1	23.5
当期純利益	4,475	1.4	7,293	2.3	2,818	63.0

<参考> 当期の減価償却方法変更による影響額を控除した場合の利益

(単位:百万円、%)

	前年		実績		増減	
	金額	構成率	金額	構成率	金額	増減率
営業利益	9,441	3.1	11,456	3.7	2,015	21.3
経常利益	9,947	3.2	12,568	4.0	2,620	26.3

II. 第4四半期計画

第4四半期(10-12月) 販売数量計画/業績予想

<販売数量計画>

(単位:千ケース、%)

	2006年 第4四半期 実績	2007年 第4四半期		
		計画	前年比	
			増減	増減率
CCWHエリア内	43,712	44,462	750	+1.7

<業績予想(連結)>

(単位:百万円、%)

	2006年 第4四半期 実績	2007年 第4四半期		
		計画	前年比	
			増減	増減率
売上高	99,631	101,800	2,168	2.2
売上総利益	43,122	44,100	977	2.3
営業利益	3,486	4,300	813	23.3
経常利益	3,851	4,500	648	16.8
四半期純利益	2,385	2,600	214	9.0

南九州社の影響額:
+124百万円

<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利益への影響額: +644百万円

(単位:百万円、%)

	2006年 第4四半期 実績	2007年 第4四半期		
		計画	前年比	
			増減	増減率
営業利益	3,486	3,656	170	4.9
経常利益	3,851	3,856	5	0.1

第4四半期(10-12月) 連結利益増減要因(前年比)

(単位:億円)

<売上総利益>

2006年第4四半期 売上総利益

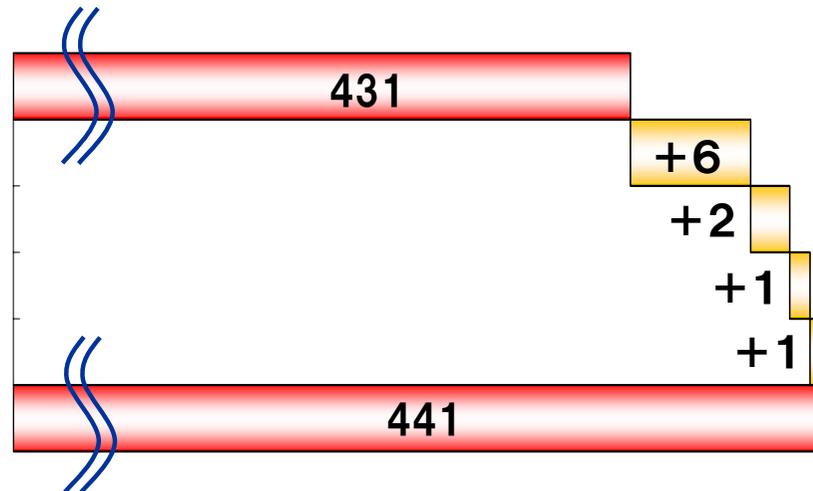
販売数量の増

セールスマックスによる増

その他関係会社の増

その他

2007年第4四半期 売上総利益



前年比: +10億円

*主な増益要因

・販売数量の増	6億円
・セールスマックス	2億円
・その他関係会社の増	1億円

<営業利益>

2006年第4四半期 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

販売機器費の減

減価償却費の減

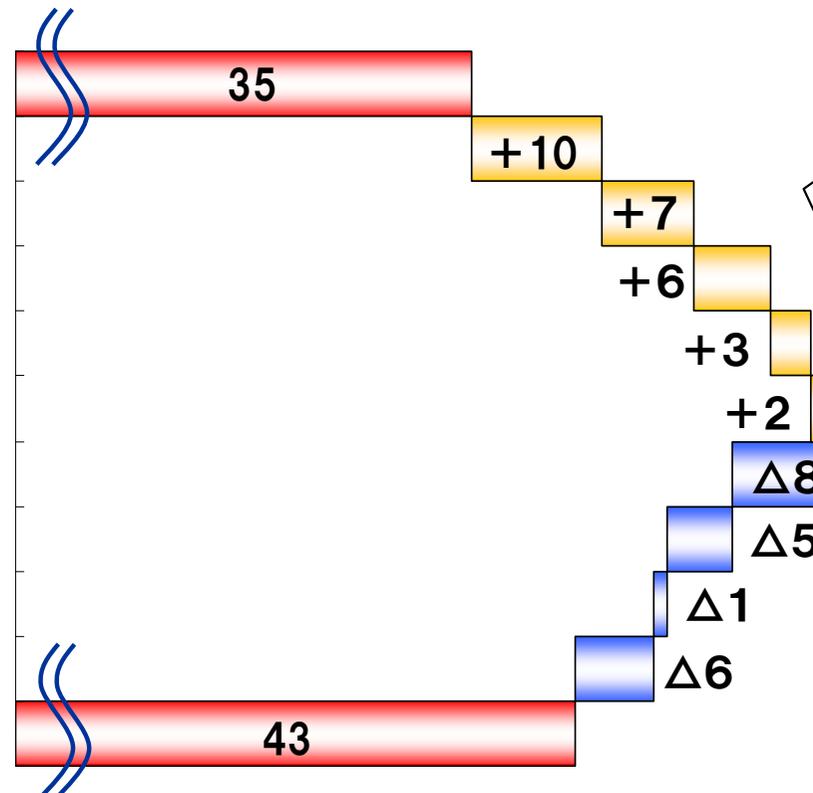
広告宣伝費の増

販売手数料の増

業務委託費の増

その他

2007年第4四半期 営業利益



前年比: +8億円

*主な増益要因

・売上総利益の増	10億円
・減価償却方法変更による影響	7億円
・人件費の減	6億円
・販売機器費の減	3億円
・減価償却費の減	2億円

*主な減益要因

・広告宣伝費の増	△8億円
・販売手数料の増	△5億円
・業務委託費の増	△1億円

第4四半期(10-12月) マーケティング活動のポイント

➤ホットマーケティング活動の徹底

①自販機チャネル

- ・ジョージアのフレーバーセグメント(スタンダード/ビター/無糖/カフェオレ)を考慮した展開
- ・その他カテゴリー(茶系/スポーツ・機能性/スープ/ココア)の積極的投入

②手売りチャネル

- ・カテゴリーラインナップを充実させ、魅力ある品揃えの徹底
- ・缶ウォーマー、HOTエアカーテンの積極的投入

カテゴリーラインナップ(HOT専用)

	コーヒー		ブレンド茶		緑茶		紅茶		スポーツ・機能性		その他		
													
自販機		○		○		○		○		○		○	○
手売り	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

第4四半期(10-12月) ブランド計画

ブランド別販売計画

(単位:千ケース、%)

		2006年 第4四半期 実績	2007年 第4四半期		
			計画	前年比	
				増減	増減率
最重点	コカ・コーラ	3,202	3,516	314	+9.8
	ジョージア	11,560	11,676	116	+1.0
	爽健美茶	3,322	3,425	103	+3.1
	アクエリアス	3,271	3,300	29	+0.9
優先活動		2,453	2,715	262	+10.7
補完育成		6,604	6,504	△100	△ 1.5
その他		13,299	13,326	27	+0.2
合計		43,712	44,462	750	+1.7

*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>

■コカ・コーラ

- ✓ 3カラー戦略の徹底した展開の継続
- ✓ ノーカロリーコカ・コーラの新CMにリア・ディゾン起用

■ジョージア

- ✓ 秋季全国プロモーションの最大露出と売場獲得
- ✓ ウィンテージレーベルの強化継続
- ✓ エンブレム強化によるボリューム獲得
 - ・ブラックリニューアル(10/22)
 - ・カフェオレ配荷強化(近畿エリアにも拡大)

■爽健美茶

- ✓ 季節毎の女性の美をテーマにした季節限定商品第4弾
「ウィンターヴィーナス」投入(11/19)

■アクエリアス

- ✓ ホット商品「ビタミンガード ホット」投入(11/5)

<その他>

- ✓ プレミアム緑茶「綾鷹」投入(10/8)

第4四半期(10-12月) ブランド計画 - 緑茶

➤ 新たな価値創造とシェアアップを同時に狙う2ブランド(綾鷹、一(はじめ))によるアプローチ

➤ プレミアム緑茶ブランド「綾鷹」の投入(10/8~)

目的	新しい価値の創造
パッケージ	小容量のみ
チャネル	ベンディングとコンビニエンス中心
価格	プレミアム価格



<「綾鷹」特徴>

- ◆ 緑茶本来の「にごり」があり、舌に旨みが残るふくよかな味わい
- ◆ 創業450年余の老舗茶舗「上林春松本店」の特別な茶葉を贅沢に使用
- ◆ 切子グラスを想起させる専用の容器

第4四半期(10-12月) チャネル計画

チャネル別販売計画

(単位:千ケース、%)

	2006年 第4四半期 実績	2007年第4四半期		
		計画	前年比	
			増減	増減率
ベンディング	14,229	14,681	+451	+3.2
チェーンストア	7,920	8,128	+209	+2.6
コンビ	4,731	4,743	+12	+0.3
リテール	6,259	6,081	△178	△ 2.8
フードサービス	4,406	4,618	+212	+4.8
その他	6,167	6,211	+44	+0.7
合計	43,712	44,462	+750	+1.7

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: +4.2%
- ・CCWJ ベンディング 前年比: +4.3%
- ※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	+3.2	+8.5
チェーンストア	+0.9	+6.0	△ 2.5

■ベンディング

CCWJ:・秋冬に向けた売場づくり...気温に応じたHOT化

- ・低セールス機改善活動の再開(目標:1,600台)

近畿:・開発体制強化による優良ロケーションの拡大

(支店単位での開発特化活動)

- ・ジョージア強化、ミニッツメイドアセロラ投入によるVPM向上

三笠:・IT機の効果的投入(300台)

■チェーンストア

CCWJ:・小型パッケージを中心とした定番商品数の拡大

近畿:・ジョージア、アクエリアス、炭酸の拡販

...プロモの展開最大化、ホット商品の売り場獲得

- ・クリスマス/歳末売り場獲得(1,400箇所)

三笠:・500PET拡大

第4四半期(10-12月) 販売数量達成のシナリオ

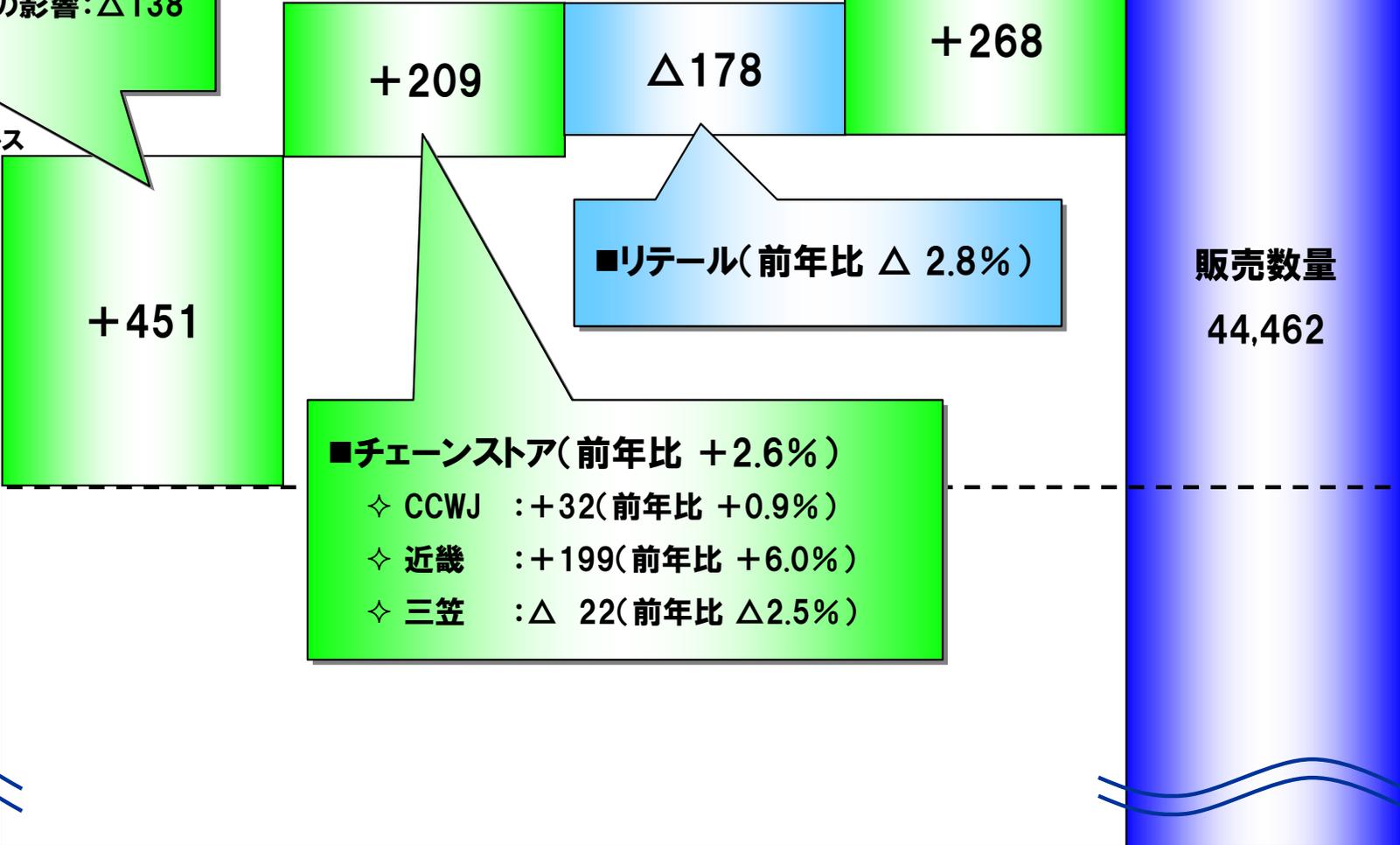
(単位:千ケース)

- ベンディング(前年比 +3.2%)
 - ◇ 市場設置台数の拡大 : +247
 - ◇ VPMの向上 : +342
 - ◇ カップ自販機等移管の影響: Δ138 (CCWJ⇒NNB)

※VPM...自販機1台当りのセールス (Volume Per Machine)

■その他チャンネル

- ◇ コンビ : +12(前年比 +0.3%)
- ◇ フードサービス : +212(前年比 +4.8%)
- ◇ その他 : +44(前年比 +0.7%)

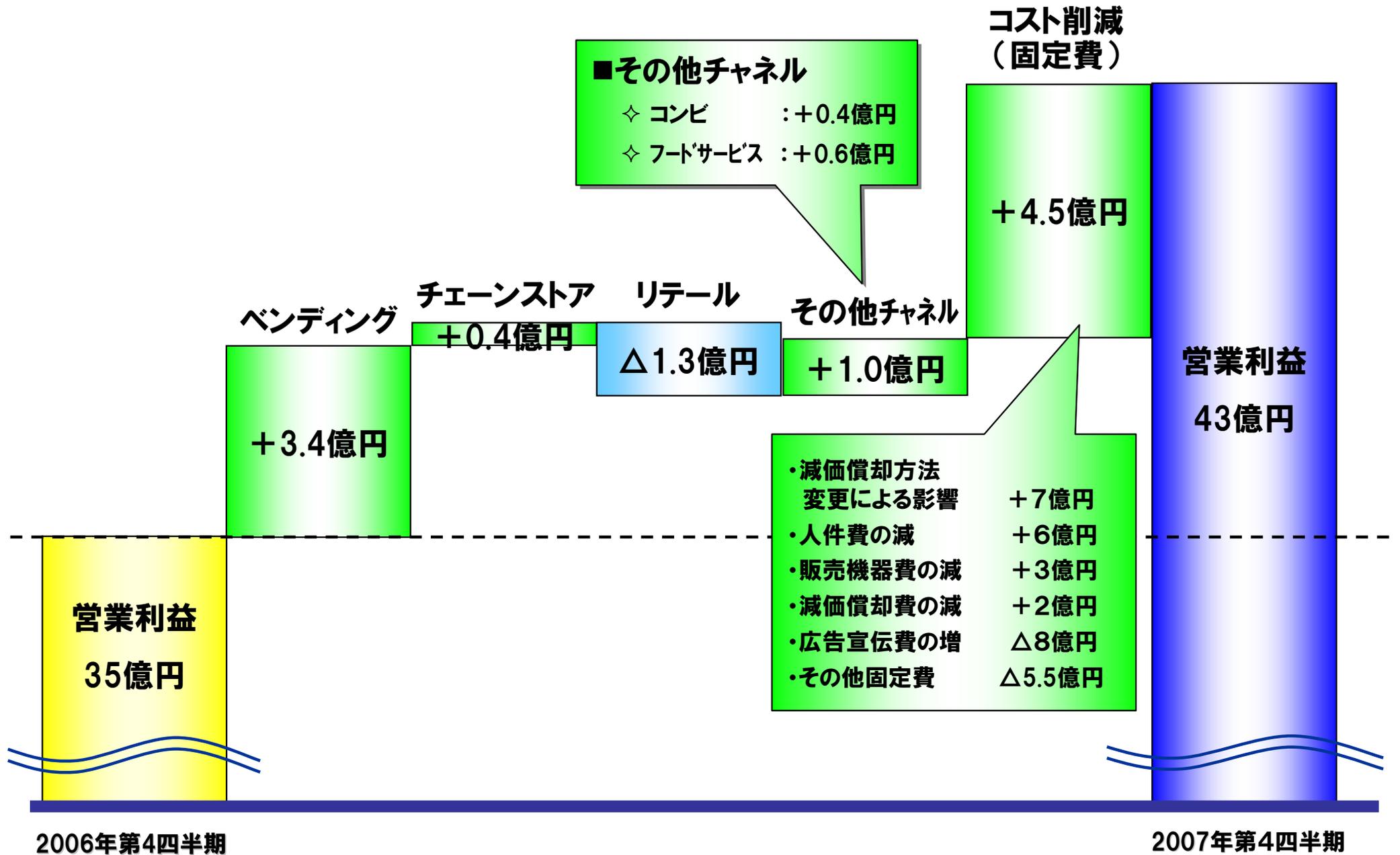


■チェーンストア(前年比 +2.6%)

- ◇ CCWJ : +32(前年比 +0.9%)
- ◇ 近畿 : +199(前年比 +6.0%)
- ◇ 三笠 : Δ 22(前年比 Δ2.5%)

■リテール(前年比 Δ 2.8%)

第4四半期(10-12月) 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 ※	2007年		
		計画	前年比	
			増減	増減率
売上高	327,821	412,600	84,778	25.9
売上総利益	141,556	176,800	35,244	24.9
営業利益	12,321	15,000	2,678	21.7
経常利益	13,225	16,300	3,074	23.2
当期純利益	7,570	9,400	1,829	24.2

南九州社の影響額:
+477百万円

※ 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>

減価償却方法変更による利益への影響額: +686百万円

(単位:百万円、%)

	2006年 実績 ※	2007年		
		計画	前年比	
			増減	増減率
営業利益	12,321	14,314	1,993	16.2
経常利益	13,225	15,614	2,389	18.1

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 ※	2007年		
		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

※ 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

<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>

(単位:百万円、%)

	2006年 実績 ※	2007年		
		計画	前年比	
			増減	増減率
営業利益	12,927	14,314	1,387	10.7
経常利益	13,799	15,614	1,815	13.2

Ⅲ. 次世代に向けた取り組み

「世界のリーディングボトラー」に向けたプロジェクト

①マーケティング次世代モデルプロジェクト

②ベンディング次世代モデルプロジェクト

次世代に向けたプロジェクト(1)

①マーケティング次世代モデルプロジェクト

「お客さま基点」による質の高いオペレーションの実現

➤マーチャндаイジングおよび
お客さま・お得意さまへの
サービスの競争力強化

➤営業第一線を支える
サポート機能のあり方

➤世界中で豊富なコカ・コーラ
プロジェクトの経験がある
海外コンサルティング会社と
の協働
➤TCCC/CCJCとの連携

次世代に向けたプロジェクト(2)

②ベンディング次世代モデルプロジェクト

先進的で魅力あるビジネスモデルの構築

➤市場競争に勝つビジネスモデルづくり

- ・魅力ある機器や商品の開発
- ・商品の適切なパッケージング
- ・車両の改良、開発
- ・ITを活用した一往復オペレーションの具体化・実用化

➤各社の取り組みを統合

- ・CCWH、各事業会社それぞれの取り組みを統合
- ・ベンディング協働機構(※)との協働

※ベンディング協働機構:コカ・コーラシステムのベンディング事業について、戦略立案から自販機メンテナンス、廃棄に至るまでの全ての業務を支援する組合組織。2007年1月より業務を開始。

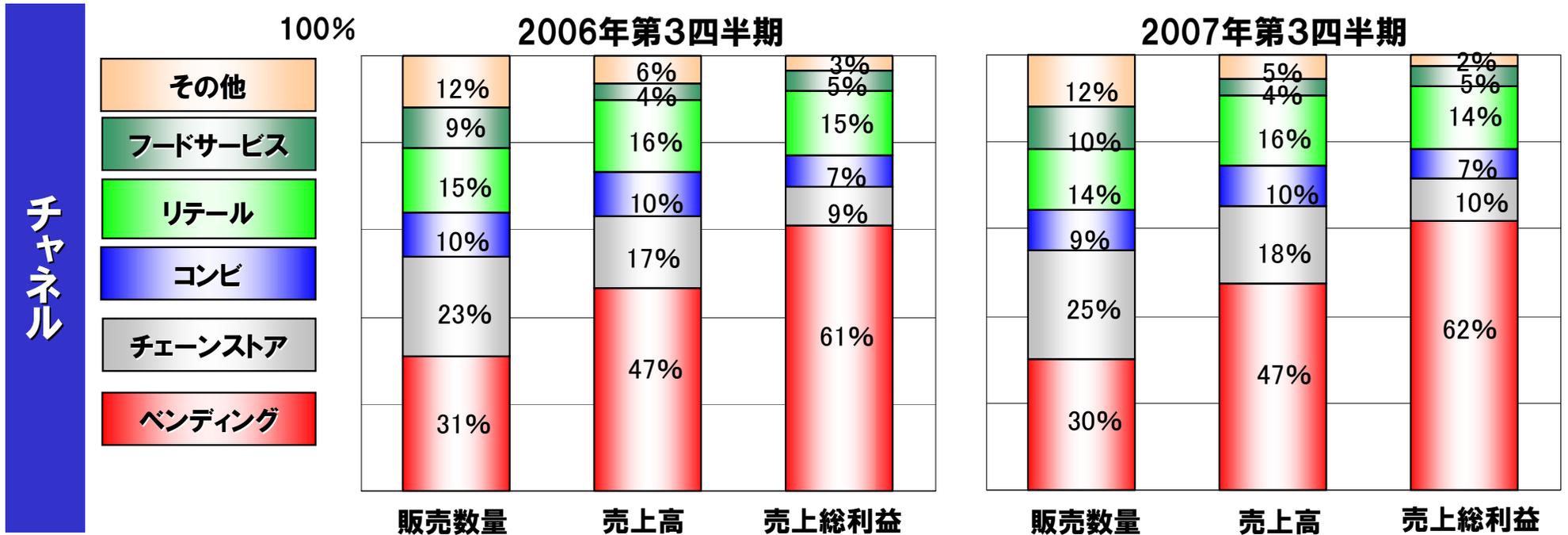
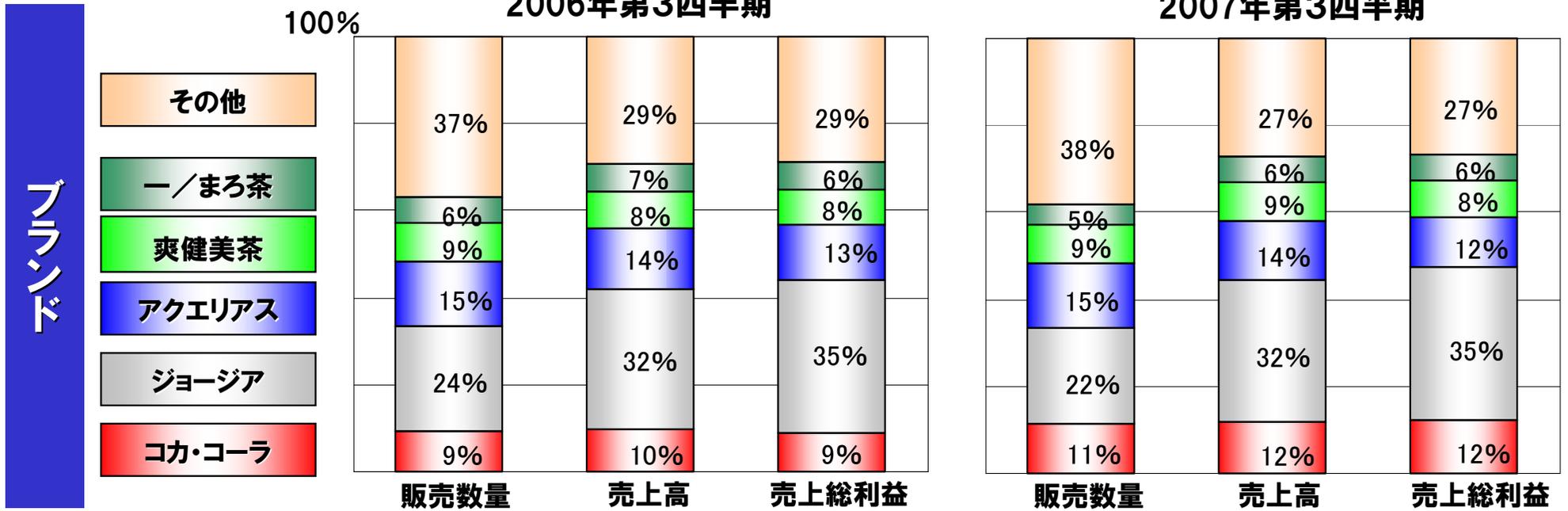
[参 考]

パッケージ別販売数量 — 第3四半期(7-9月)

(単位:千ケース、%)

		2007年 第3四半期				
		実績	計画比		前年比	
			増減	増減率	増減	増減率
ボトル	リターナブル	432	+22	+5.4	+19	+4.7
	ワンウェイ	144	△14	△ 8.6	△59	△ 29.2
	小計	577	+9	+1.5	△40	△ 6.5
PET	~350	2,399	△219	△ 8.3	△89	△ 3.6
	~500	10,784	+246	+2.3	+1,096	+11.3
	~1.0L	825	△38	△ 4.4	△12	△ 1.4
	1.5L	2,496	△47	△ 1.9	+132	+5.6
	2.0L	8,302	+676	+8.9	+877	+11.8
	計	24,807	+617	+2.6	+2,005	+8.8
缶	~190	8,306	△910	△ 9.9	△8	△ 0.1
	~250	1,717	△102	△ 5.6	△146	△ 7.9
	~350	3,354	+253	+8.2	+471	+16.3
	~500	903	△53	△ 5.6	△19	△ 2.0
	計	14,280	△812	△ 5.4	+297	+2.1
ボトル缶		2,307	△8	△ 0.3	△890	△ 27.8
その他		1,940	△10	△ 0.5	+113	+6.2
シロップ、パウダー、食品		11,503	△228	△ 1.9	+265	+2.4
合 計		55,413	△433	△ 0.8	+1,750	+3.3

ブランド別・チャネル別構成比 — 第3四半期(7-9月)



グループ会社の状況 — 第3四半期(7-9月)

＜コカ・コーラウエストジャパン＞

(単位:百万円、%)

	2006年 第3四半期 実績	2007年第3四半期					
		計画 ※	実績	計画比		前年比	
				増減	増減率	増減	増減率
売上高	46,136	47,911	46,993	△ 918	△ 1.9	857	1.9
営業利益	2,211	3,203	3,267	63	2.0	1,056	47.8

＜近畿コカ・コーラボトリング＞

売上高	41,588	43,418	42,357	△ 1,060	△ 2.4	769	1.9
営業利益	1,031	2,090	2,091	1	0.0	1,060	102.8

＜三笠コカ・コーラボトリング＞

売上高	7,847	8,133	7,807	△ 326	△ 4.0	△ 39	△ 0.5
営業利益	223	401	367	△ 33	△ 8.4	144	65.0

＜西日本ビバレッジ＞

売上高	5,417	5,227	5,245	18	0.3	△ 171	△ 3.2
営業利益	176	326	240	△ 86	△ 26.5	63	36.3

＜関西ビバレッジサービス＞

売上高	8,785	9,026	8,658	△ 368	△ 4.1	△ 126	△ 1.4
営業利益	373	417	281	△ 136	△ 32.7	△ 92	△ 24.7

＜三笠ビバレッジサービス＞

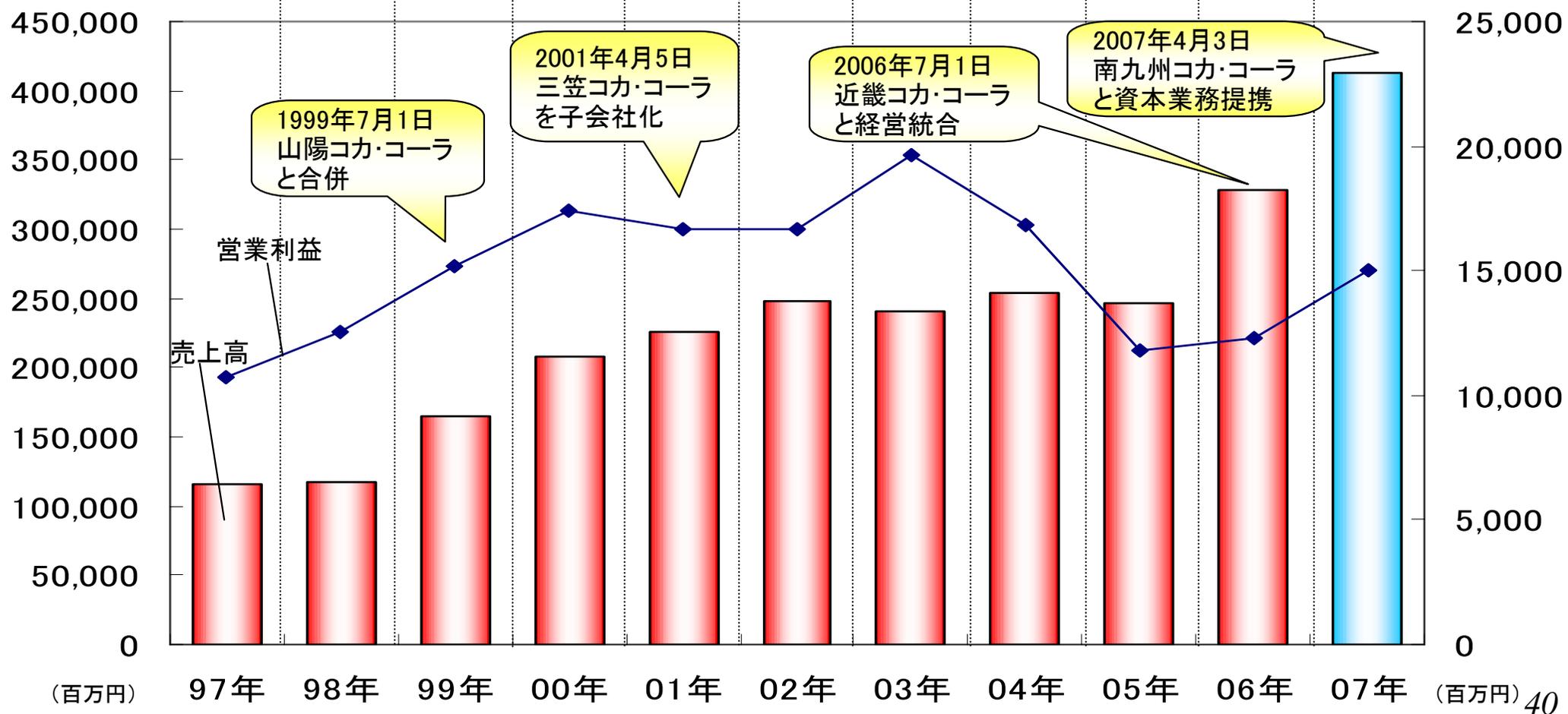
売上高	743	710	744	33	4.7	0	0.1
営業利益	30	34	30	△ 3	△ 10.8	0	0.1

※ 上記計画は、2007年8月9日付で発表した業績予想値に基づく数値

業績の推移

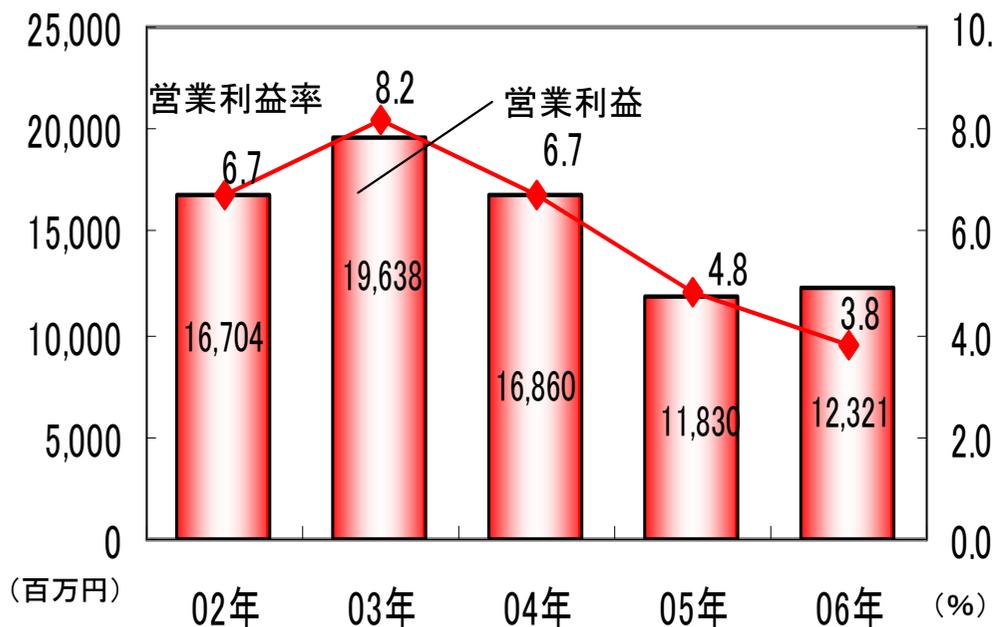
(単位: 百万円)

	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

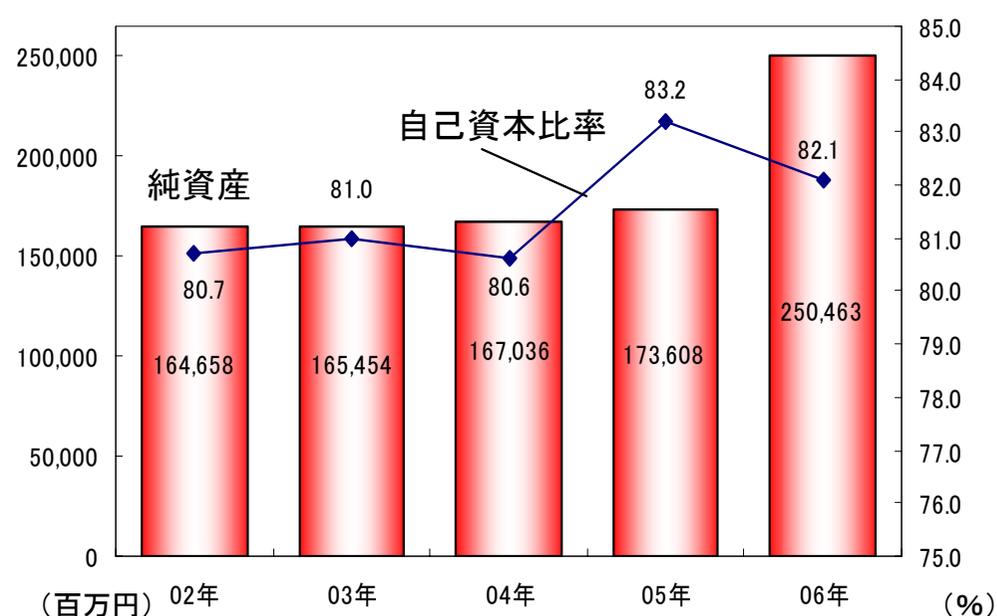


経営指標の推移

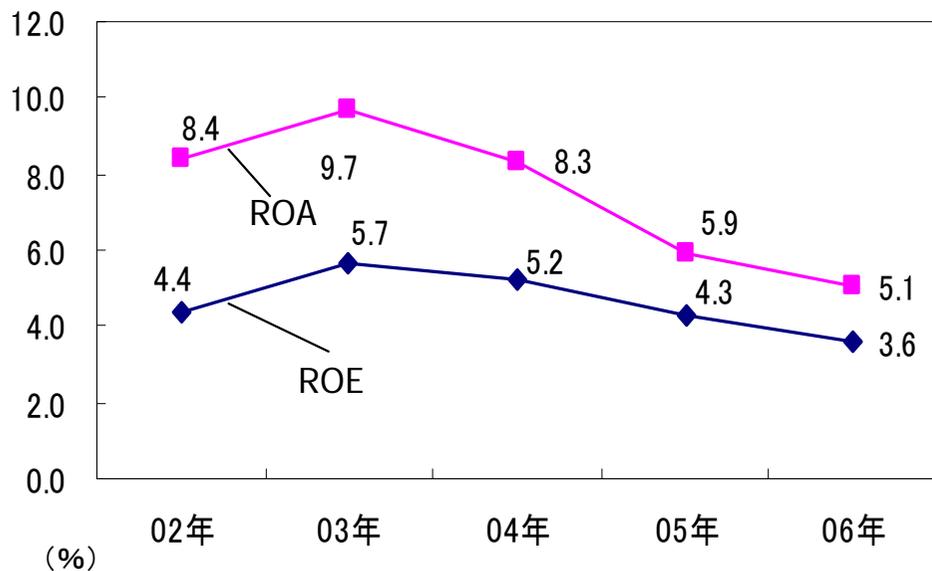
<営業利益／営業利益率>



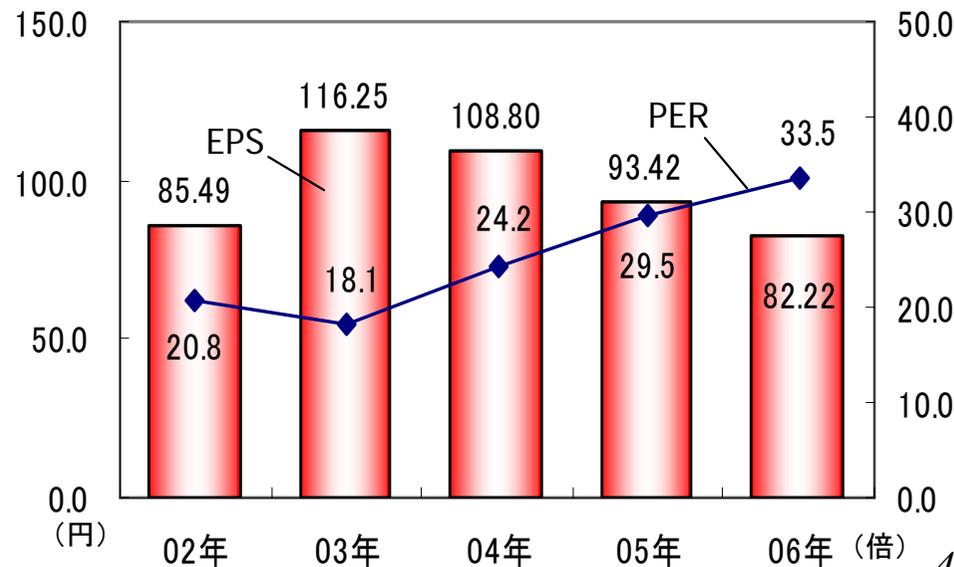
<純資産／自己資本比率>



<総資産経常利益率(ROA)／自己資本当期純利益率(ROE)>

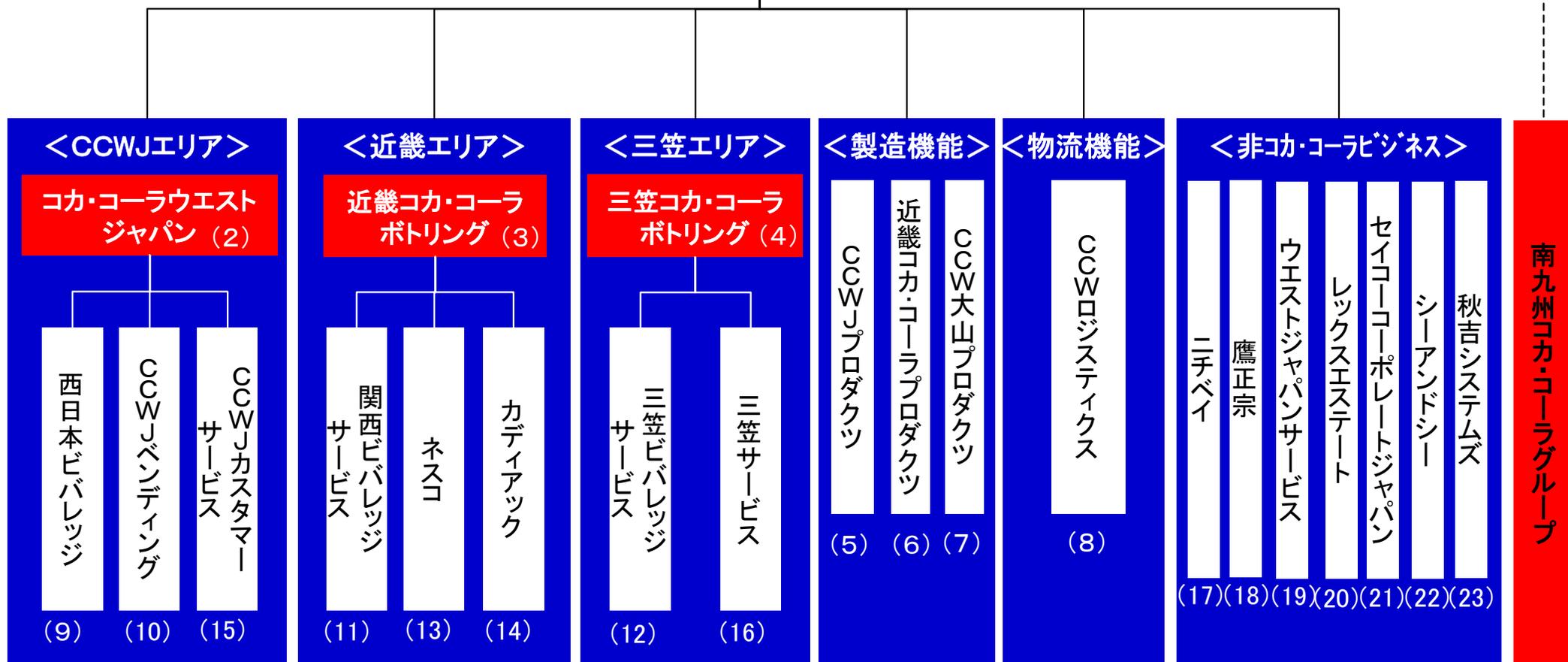


<1株当たり当期純利益(EPS)／株価収益率(PER)>



コカ・コーラウエストグループ経営体制

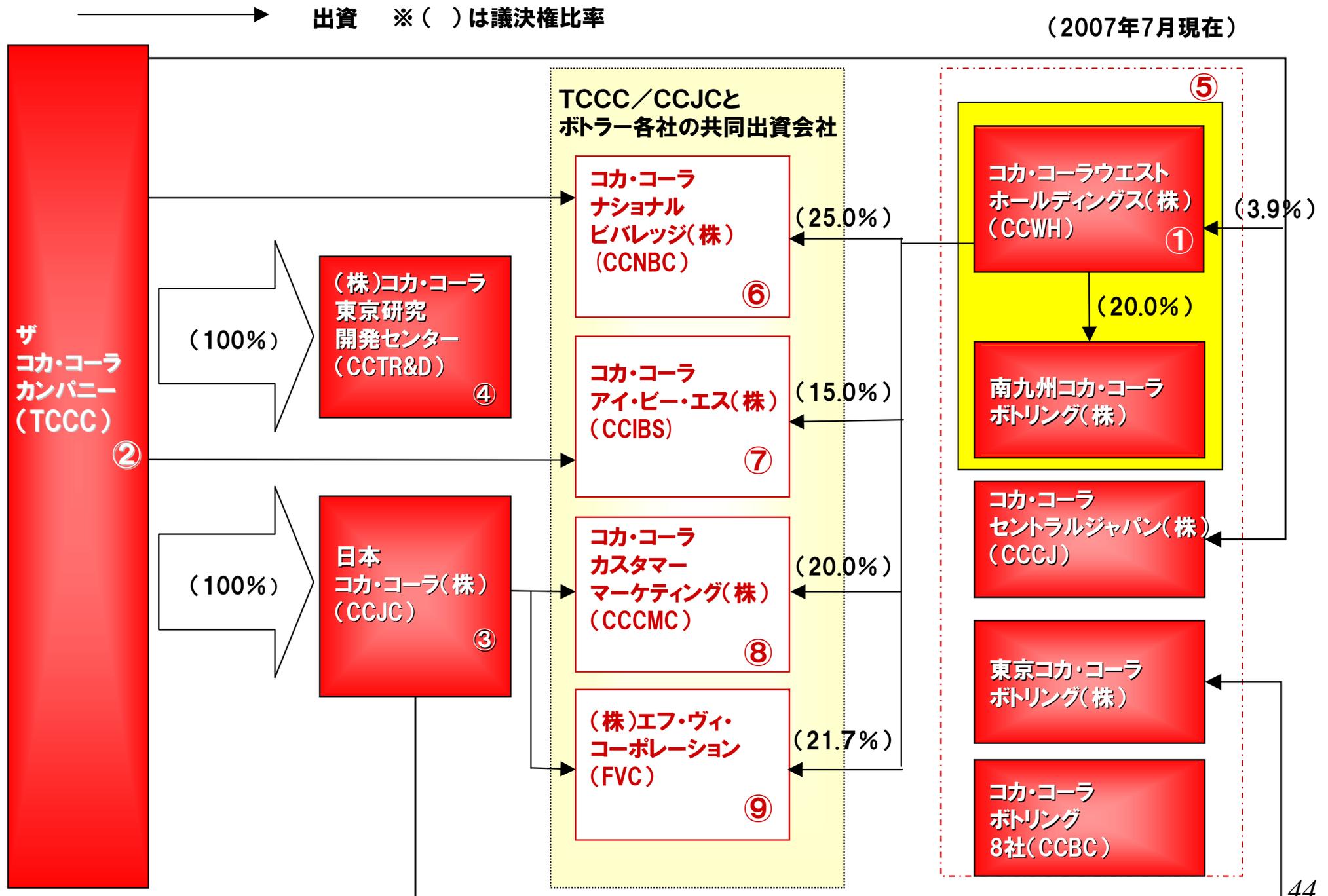
コカ・コーラウエストホールディングス (1)



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
・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
・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