2008年
第３四半期決算説明会

2008年 10月31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　経営企画グループ　IRチーム
TEL　092-283-5724　FAX　092-283-5729
URL　http://www.ccwh.co.jp/　E-mail shigeki-okamoto@ccwh.co.jp

本日の内容

Ⅰ．第３四半期決算概要

Ⅱ．第４四半期計画

Ⅲ．CCWグループの構造改革

本日のサマリー

【第3四半期決算概要(7-9月)】

・販売数量:8月のCCNBCによる製品供給不足と天候不順の影響で、計画を下回り、ほぼ前年並み。

・8月計画比:△2,179千C/S → 3Q計画比:△2,157千C/S

・業　績　:8月のセールスの影響等により、計画比、前年比ともに減収減益。

【第4四半期計画(10-12月)】

・販売数量　:販売数量計画を修正(前年比+4.8%⇒+0.3%)

・業績予想　:3Q業績および4Qの業績変動リスクを織り込み、第4四半期/通期業績予想を下方修正。

・自己株式の取得:上限 130万株、3,250百万円(期間:10月30日～12月31日)

【CCWグループの構造改革】

・CCW(4社統合後)の基本的な考え方:更なる統合効果を創出できる体制を確立する。

①営業体制の統合と変革

②SCM体制の変革

③コスト構造改革

④資産効率の向上

・2009年度からの新SCM体制:市場の変化やお客さまのニーズに一層迅速・柔軟に対応するため、西日本における当社を中心としたSCM体制を構築

Ⅰ．第3四半期決算概要

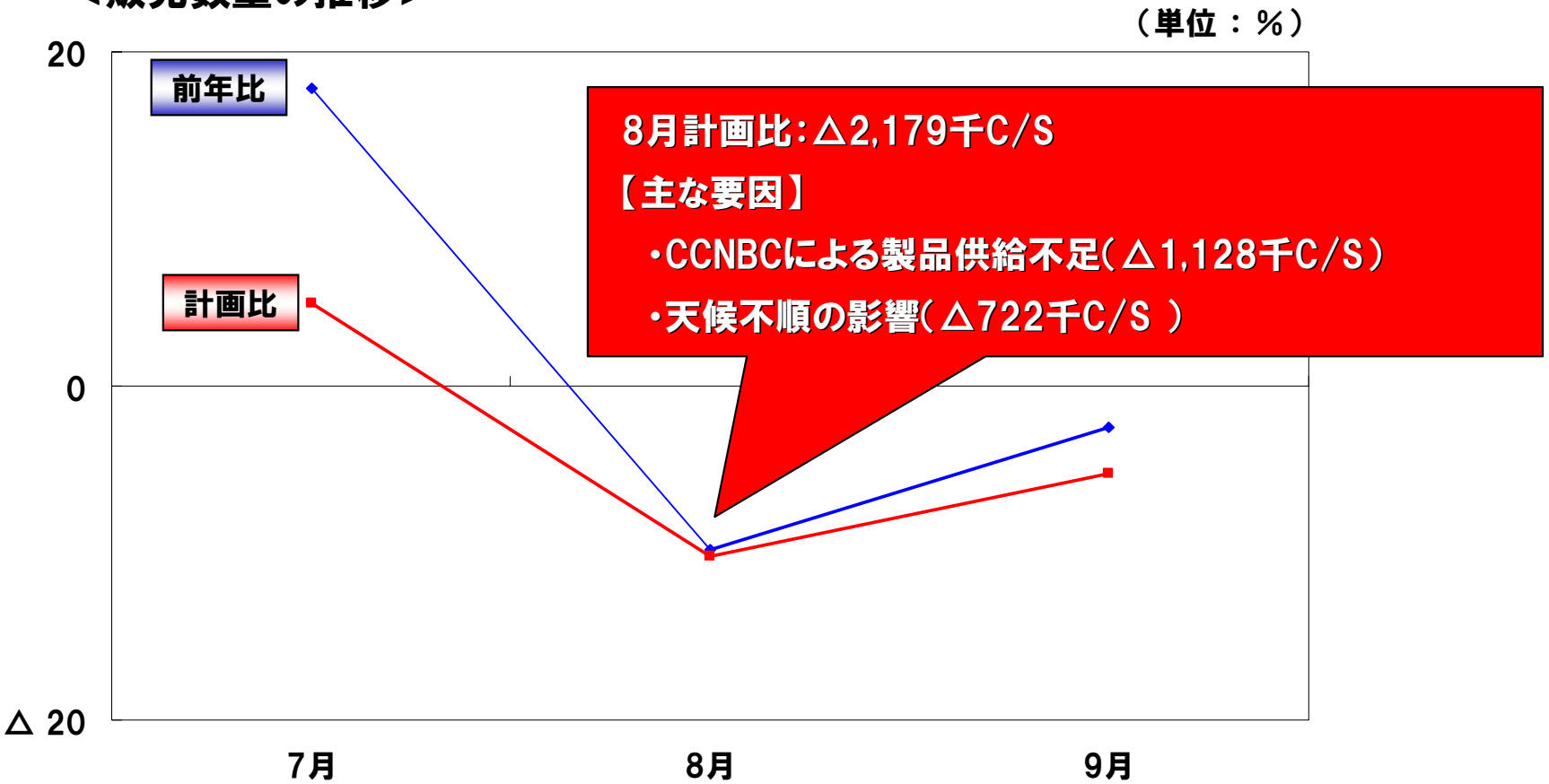
第3四半期決算(7-9月) ー 販売数量

（単位：千ケース、％）

	実　績	計画比　※1		前年比	
		増減	増減率	増減	増減率
第３四半期（７-９月）	55,894	△2,157	△3.7	+480	+0.9

※1)計画比は2008年8月4日付けで発表した業績予想値に基づく数値との比較

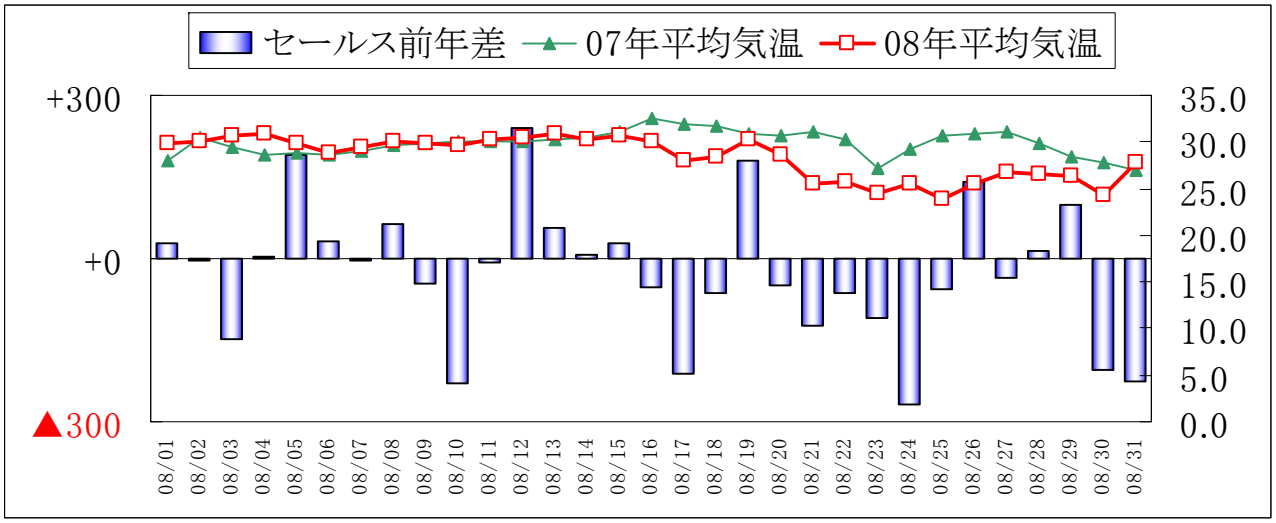
＜販売数量の推移＞



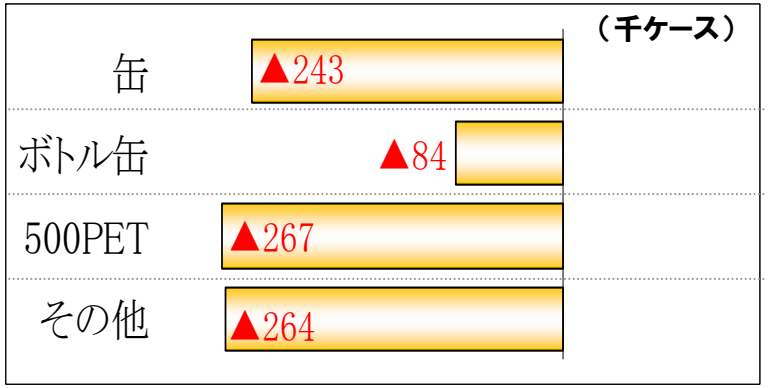
第3四半期決算(7-9月) ー 8月の状況

➢8月単月で、計画に対して2,179千C/S下回った。(第3四半期計画比:△2,157千C/S)
主な要因:CCNBCによる製品供給不足の影響で△1,128千C/S、天候不順で△722千C/Sのダメージ。

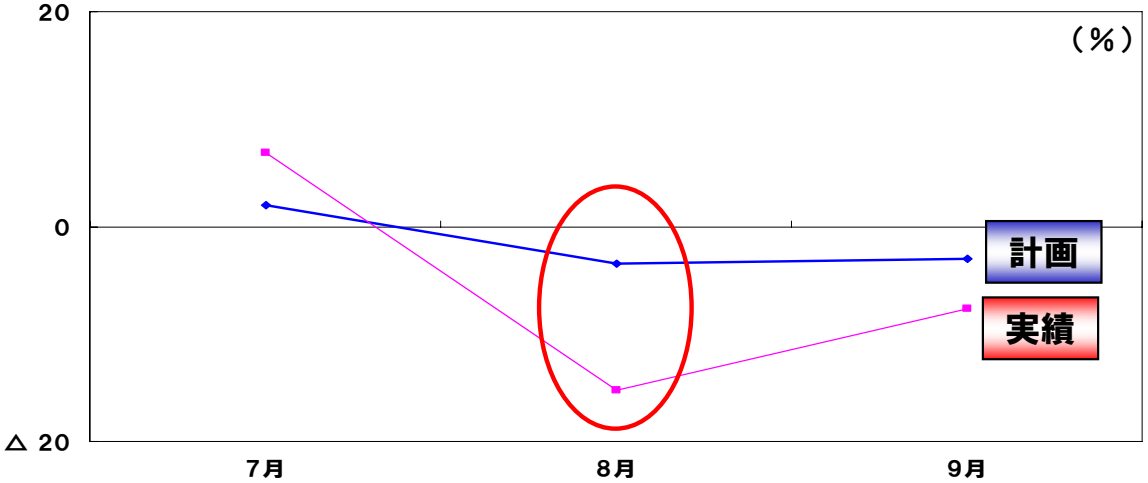
8月 日次セールス前年差/平均気温(近畿)



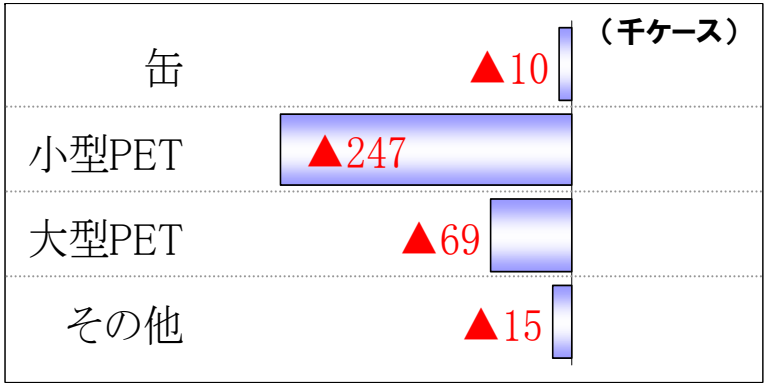
8月 ベンディングチャネル パッケージ別計画差



自販機1台当たりのセールス前年比(近畿) ※カップ自販機除く



8月 スーパーマーケットチャネル パッケージ別計画比



第3四半期決算(7-9月) ー ブランド別販売数量

ブランド別 販売実績

(単位:千ケース、%)

		2008年 第3四半期(7-9月)				
		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	6,197	△101	△1.6	+384	+6.6
	ジョージア	9,655	△929	△8.8	+39	+0.4
	爽健美茶	4,881	△591	△10.8	△507	△9.4
	アクエリアス	8,421	+12	+0.1	+146	+1.8
	小計	29,154	△1,609	△5.2	+61	+0.2
優先活動		9,175	+184	+2.0	+908	+11.0
その他		17,564	△732	△4.0	△489	△2.7
合 計		55,894	△2,157	△3.7	+480	+0.9

*優先活動ブランド: ファンタ、ウォーター(ミナクア・森の水だより)、ミニッツメイド、ー/綾鷹

振り返り

■コカ・コーラ
- CCNBCによる供給不足の影響をうけ、セールスロスが発生。
- 8四半期連続で前年を上回り、上昇トレンド継続。

■ジョージア
- 基幹商品を中心にセールス回復傾向。

■爽健美茶
- 季節限定商品のセールスが減少し、計画、前年ともに下回る。

■アクエリアス
- 上記供給不足の影響をうけ、セールスロスが発生。

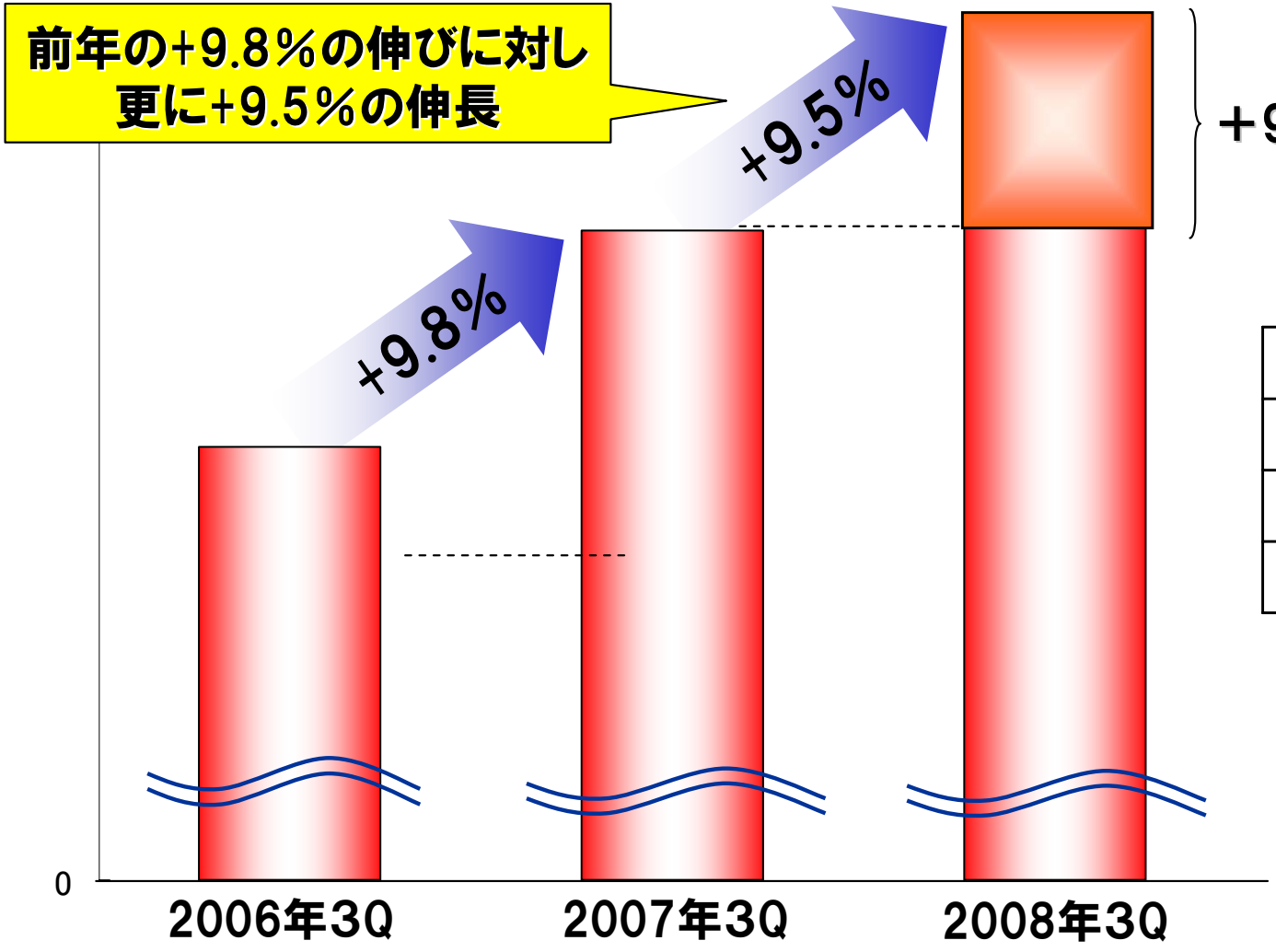
■優先活動ブランド
- ファンタ:「ふるふるシェイカー」の貢献により計画、前年ともに上回る。
(計画比:+5.4%、前年比+25.4%)

第3四半期決算(7-9月) ー 炭酸飲料の状況

➢コカ・コーラTM、ファンタを中心に炭酸飲料のセールスを拡大。

（第3四半期　炭酸飲料販売実績：計画比＋0.4％、前年比＋9.5％）

＜第3四半期　炭酸飲料販売実績の推移(2006年～2008年)＞



（単位：千ケース、％）

	前年差	前年比
コカ・コーラTM	＋384	＋6.6
ファンタ	＋643	＋25.4
その他	△93	△6.1
炭酸計	＋934	＋9.5

第3四半期決算(7-9月) ー ジョージアの状況

➢基幹商品を中心にセールスは回復傾向。
（第3四半期　ジョージア販売実績:計画比△8.8%、前年比+0.4%）

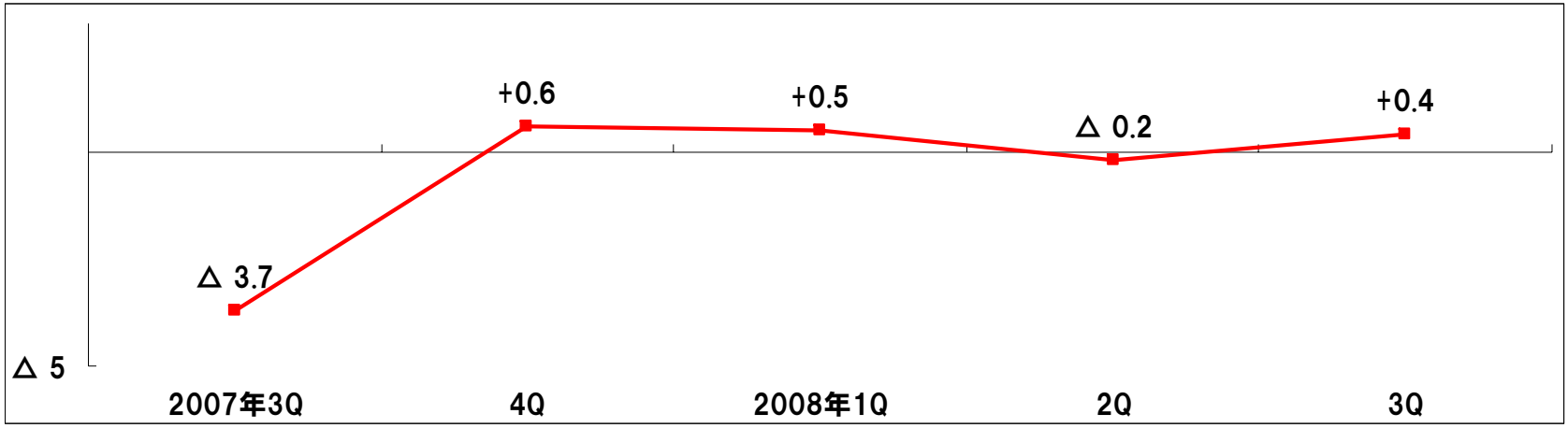
＜第3四半期　フレーバー別販売実績＞

（単位:千ケース、%）

	販売数量	前年差	前年比
ヨーロピアン	1,763	+32	+1.8
エメラルドマウンテンブレンド(スタンダード)	1,538	+152	+11.0
〃　（カフェオレ）	633	+633	ー
〃　（ブラック）	574	+574	ー
その他	5,147	△1,352	△20.8
ジョージア計	9,655	+39	+0.4

＜ジョージア　販売実績(前年比)の推移＞

（単位 : %）



第3四半期決算(7-9月) ー チャネル別販売数量

チャネル別 販売実績

(単位:千ケース、%)

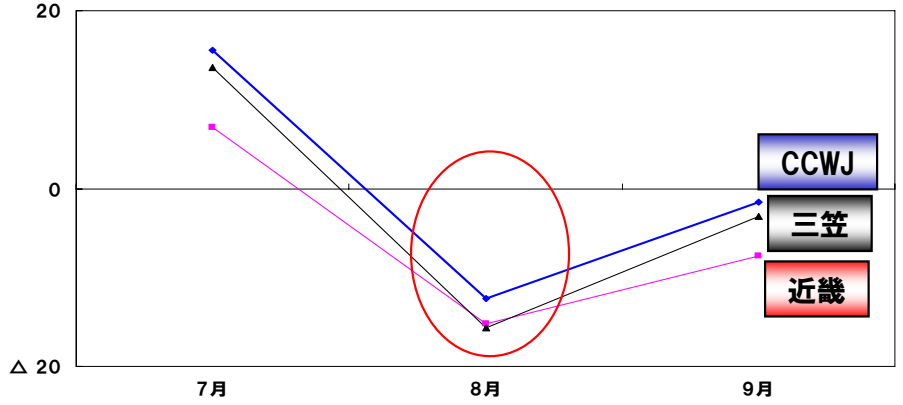
	2008年 第3四半期(7-9月)				
	実績	計画比		前年比	
		増減	増減率	増減	増減率
ベンディング	16,547	△1,321	△7.4	△188	△1.1
チェーンストア	14,816	+210	+1.4	+980	+7.1
コンビニエンスストア	5,467	△7	△0.1	+251	+4.8
リテール	7,252	△334	△4.4	△409	△5.3
フードサービス	5,356	△228	△4.1	+41	+0.8
その他	6,455	△479	△6.9	△195	△2.9
合 計	55,894	△2,157	△3.7	+480	+0.9

振り返り

■ベンディング

・天候不順とCCNBCによる製品供給不足の影響をうけ、自販機1台当たりのセールス(VPM)が低下。

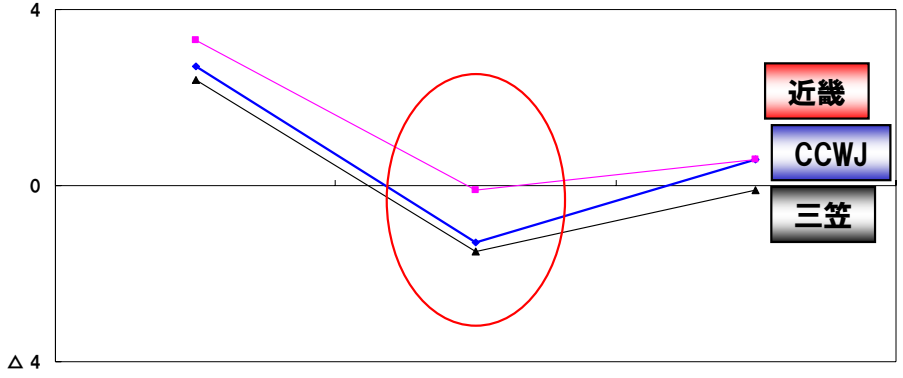
<フルサービスVPM前年比(%)> カップ自販機除く



■チェーンストア

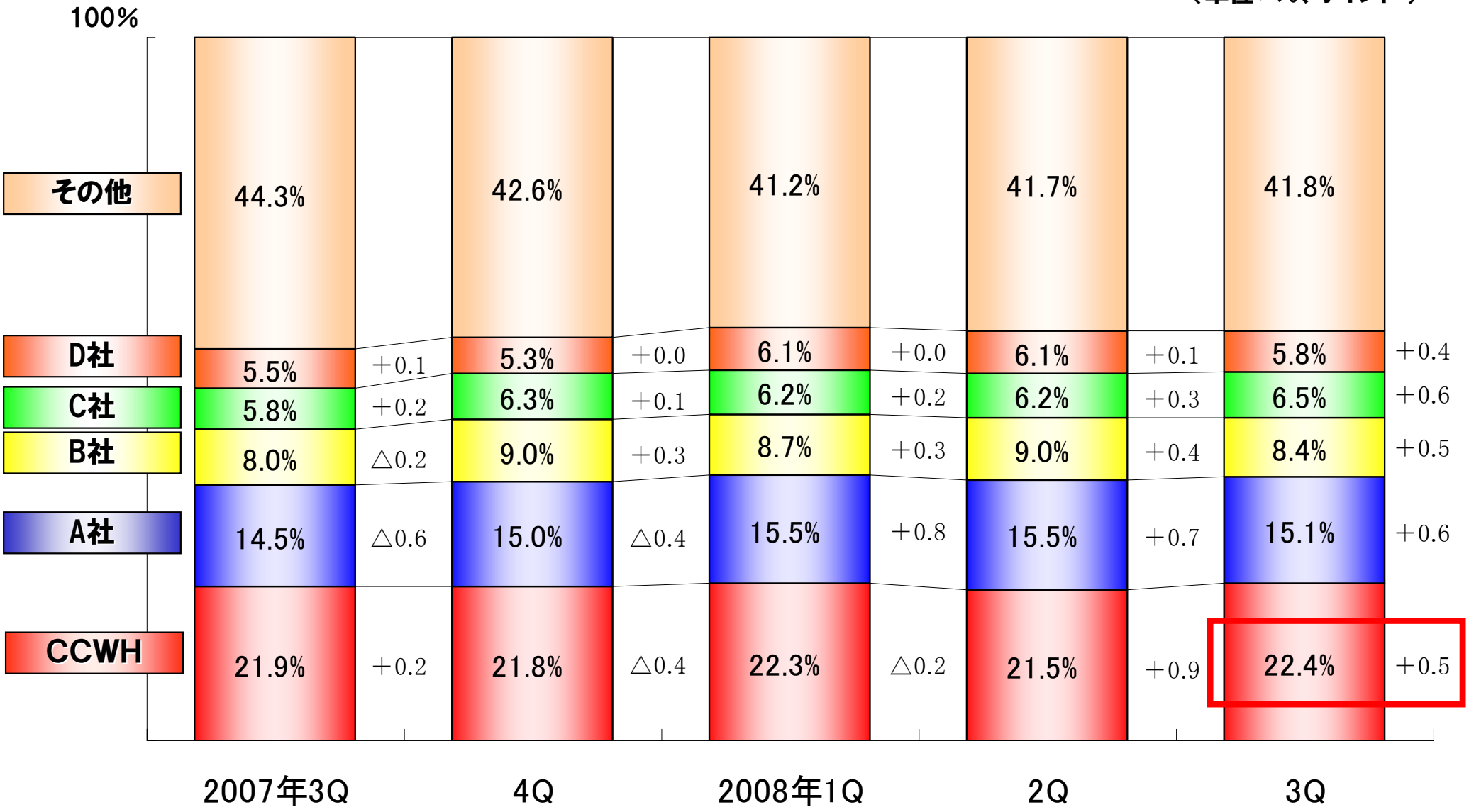
・上記製品供給不足の影響をうけた8月は、全エリアでシェアを落とすも、9月は回復。

<マーケットシェア前年比(%)>



第3四半期決算(7-9月) ー マーケットシェア(除く自販機)

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)ー　業績(連結)

（単位:百万円、％）

	2008年		計画比		2007年 ※2	前年比		2007年	前年比	
	計画　※1	実績	増減	増減率	実績(組替後)	増減	増減率	実績	増減	増減率
販売数量	58,051	55,894	△ 2,157	△ 3.7	55,413	480	0.9	55,413	480	0.9
売上高	122,000	114,632	△ 7,367	△ 6.0	117,653	△ 3,021	△ 2.6	117,653	△ 3,021	△ 2.6
売上総利益	51,600	47,517	△ 4,082	△ 7.9	49,541	△ 2,024	△ 4.1	49,541	△ 2,024	△ 4.1
営業利益	8,400	6,562	△ 1,837	△ 21.9	7,328	△ 765	△ 10.4	7,360	△ 798	△ 10.8
経常利益	8,900	6,804	△ 2,095	△ 23.5	7,725	△ 921	△ 11.9	7,758	△ 954	△ 12.3
当期純利益	4,500	3,022	△ 1,477	△ 32.8	4,583	△ 1,561	△ 34.1	4,602	△ 1,580	△ 34.3

※1)2008年10月29日に通期業績予想を修正しましたが、上記計画は2008年8月4日付で発表した通期業績予想に基づく数値です。

※2)前年同比較をするため、2007年第3四半期実績(7－9月)を下記のとおり組替えた数値(2007年に会計処理方法を変更)

組替えの内容:近畿エリアにおける前払費用の会計処理方法変更(一括償却⇒期間償却):32百万円費用を加算

第3四半期決算(7-9月)増減要因 － 計画比

	2008年 第3四半期		
	計画	実績	増減額
売上高	1,220	1,146	△ 74
売上総利益	516	475	△ 41
営業利益	84	65	△ 19
経常利益	89	68	△ 21
当期純利益	45	30	△ 15

（単位:億円）

主な増減要因	増減額
・CCNBCによる製品供給不足の影響	△ 21.0
・販売数量の減	△ 19.3
・セールスミックスによる減	△ 27.5
・受託事業の増	+ 3.4
・その他関係会社の増減等	△ 9.3
・CCNBCによる製品供給不足の影響	△ 8.7
・販売数量の減	△ 9.1
・セールスミックスによる減	△ 20.5
・受託事業の増	+ 3.7
・その他関係会社の増減等	△ 6.2
＜販管費の増減＞	
・販売手数料の減	+ 8.3
・広告宣伝費の減	+ 7.3
（うち、値引きで使用）	(+3.0)
・業務委託費の減	+ 3.4
・人件費の減	+ 3.4
・その他	△ 0.5
・特別損失の増減(投資有価証券評価損等)	△ 1.8
・法人税等	+ 8.1

第3四半期決算(7-9月) ー 月別販売数量/売上高/営業利益の状況

（単位：千CS,百万円）

	販売数量			売上高			営業利益		
	計画	実績	差異	計画	実績	差異	計画	実績	差異
7月	18,845	19,811	966	40,115	40,920	804	2,312	2,494	182
8月	21,374	19,194	△ 2,179	43,807	38,586	△ 5,220	3,765	2,029	△ 1,735
9月	17,832	16,888	△ 945	38,078	35,126	△ 2,952	2,323	2,039	△ 284
合計	58,051	55,894	△ 2,157	122,000	114,632	△ 7,368	8,400	6,562	△ 1,837

※8月における減収・減益の主な要因

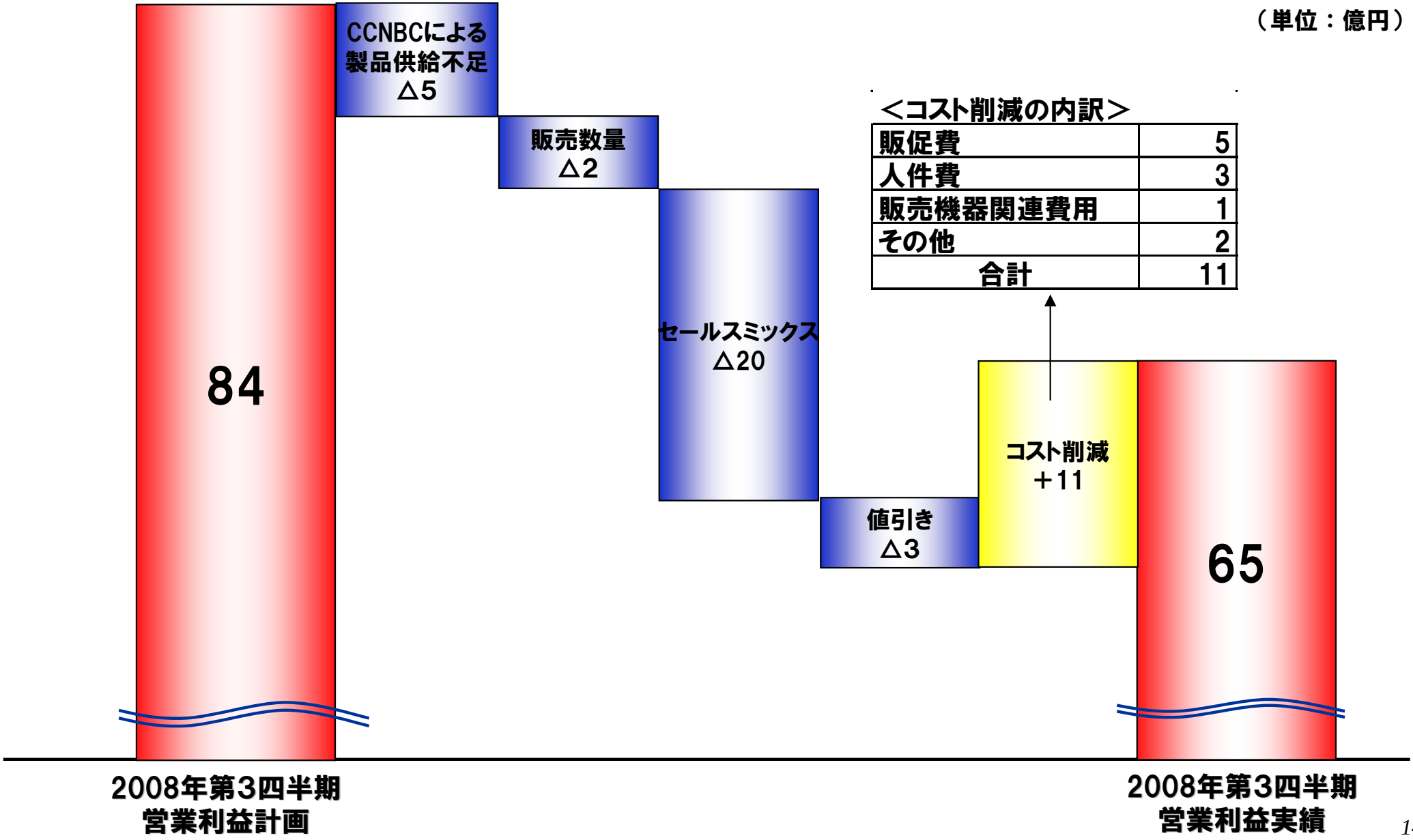
要因	販売数量（千CS）	売上高（百万円）	営業利益（百万円）
CCNBCによる製品供給不足の影響	△1,128	△2,098	△474
8月後半からの天候不順による影響	△722	△1,343	△303
セールスミックスの変化による影響	ー	△900	△412
小計	△1,850	△4,341	△1,189

■チャネル構成の変化（ベンディングの構成減少、チェーンストアの構成増加 等）
売上高：△346百万円、営業利益：△200百万円

■品種構成の変化（小型PET・ジョージア缶の構成減少、大型PET構成増加　等）
売上高：△554百万円、営業利益：△212百万円

第3四半期決算(7-9月) ー　営業利益増減要因(計画比)

（単位：億円）



＜コスト削減の内訳＞

販促費	5
人件費	3
販売機器関連費用	1
その他	2
合計	11

第3四半期決算(7-9月)増減要因 － 前年比(前年組替後)

	2007年 第3四半期	2008年 第3四半期	増減額
売上高	1,176	1,146	△ 30
売上総利益	495	475	△ 20
営業利益	73	65	△ 8
経常利益	77	68	△ 9
当期純利益	45	30	△ 15

(単位:億円)

主な増減要因	増減額
・販売数量の増	+ 8.9
・受託事業の増	+ 7.7
(うち、糖類高騰の影響)	(△1.0)
・子会社売却による影響	△ 22.7
・セールスミックスによる減	△ 21.3
・その他関係会社の増減等	△ 2.9
・販売数量の増	+ 3.9
・セールスミックスによる減	△ 16.5
・子会社売却による影響	△ 4.6
・受託事業の減	△ 0.8
(うち、燃料/糖類高騰の影響)	(△3.6)
・その他関係会社の増減等	△ 2.2
＜販管費の増減＞	
・子会社売却による影響	+ 4.4
・人件費の減	+ 4.3
・広告宣伝費の減	+ 4.0
・販売手数料の減	+ 1.1
・燃料費の増	△ 1.1
・特別損失の増減(グループ再編費用等)	△ 13.9
・法人税等	+ 7.6

第3四半期決算(1-9月) ー 業績(連結)

(単位:百万円、%)

	2008年		計画比		2007年 ※2	前年比		2007年	前年比	
	計画 ※1	実績	増減	増減率	実績(組替後)	増減	増減率	実績	増減	増減率
販売数量	144,792	142,635	△ 2,157	△ 1.5	141,950	685	0.5	141,950	685	0.5
売上高	310,500	303,202	△ 7,297	△ 2.4	310,520	△ 7,317	△ 2.4	310,520	△ 7,317	△ 2.4
売上総利益	131,000	126,916	△ 4,083	△ 3.1	132,325	△ 5,409	△ 4.1	132,325	△ 5,409	△ 4.1
営業利益	11,600	9,705	△ 1,894	△ 16.3	10,940	△ 1,234	△ 11.3	11,498	△ 1,792	△ 15.6
経常利益	12,700	10,580	△ 2,119	△ 16.7	12,051	△ 1,470	△ 12.2	12,610	△ 2,029	△ 16.1
当期純利益	4,900	3,455	△ 1,444	△ 29.5	6,969	△ 3,513	△ 50.4	7,293	△ 3,837	△ 52.6

※1)2008年10月29日に通期業績予想を修正しましたが、上記計画は2008年8月4日付で発表した通期業績予想に基づく数値です。

※2)前年同比較をするため、2007年第3四半期実績(1-9月)を下記のとおり組替えた数値(2007年に会計処理方法を変更)

組替えの内容:近畿エリアにおける前払費用の会計処理方法変更(一括償却⇒期間償却):558百万円費用を加算

II. 第4四半期計画（10-12月）

第4四半期(10-12月)　販売数量計画

（単位:千ケース、％ ）

	2007年 第４四半期 実績	2008年　第４四半期		
		修正計画 ※1	前年比	
			増減	増減率
CCWHエリア内	44,288	44,428	+141	+0.3

※1)上記計画は2008年10月29日付けで発表した業績予想に基づく数値

ブランド別販売計画

		2007年 第４四半期 実績	2008年 第４四半期		
			修正計画	前年比	
				増減	増減率
最重点	コカ・コーラ	3,773	3,806	+33	+0.9
	ジョージア	11,632	11,727	+95	+0.8
	爽健美茶	3,427	3,375	△ 52	△ 1.5
	アクエリアス	3,332	3,396	+65	+1.9
優先活動		5,753	5,831	+78	+1.4
その他		16,371	16,293	△ 78	△ 0.5
合　計		44,288	44,428	+141	+0.3

＊優先活動ブランド: ファンタ、ウォーター(ミナクア・森の水だより)、
ミニッツメイド、一/綾鷹

チャネル別販売計画

	2007年 第４四半期 実績	2008年 第４四半期		
		修正計画	前年比	
			増減	増減率
ベンディング	14,251	14,428	+176	+1.2
チェーンストア	8,311	8,767	+456	+5.5
コンビニエンスストア	4,634	4,906	+271	+5.9
リテール	6,084	5,596	△487	△ 8.0
フードサービス	4,711	4,716	+5	+0.1
その他	6,296	6,015	△281	△ 4.5
合　計	44,288	44,428	+141	+0.3

第４四半期活動のポイント

HOT最盛期における、ジョージアの徹底強化

- 自販機チャネルでの強化
  - －品揃えの強化（新商品+定番商品）
- 全国プロモーションのマーチャンダイジング活動の強化
- 手売チャネルでの拡販活動
  - －取り扱い品種数/配荷のアップ

ジョージアの強化

➢品揃えの強化（新商品+定番商品）

新商品（リニューアル含む）

定番商品

➢全国秋季プロモーションの活用

- 過去**最大規模**の当選者数**総計10万人**
- **初実施**「50pt+9,800円」で必ず手に入る「2008ジョージア上出来エココート」

第4四半期(10-12月) 業績予想

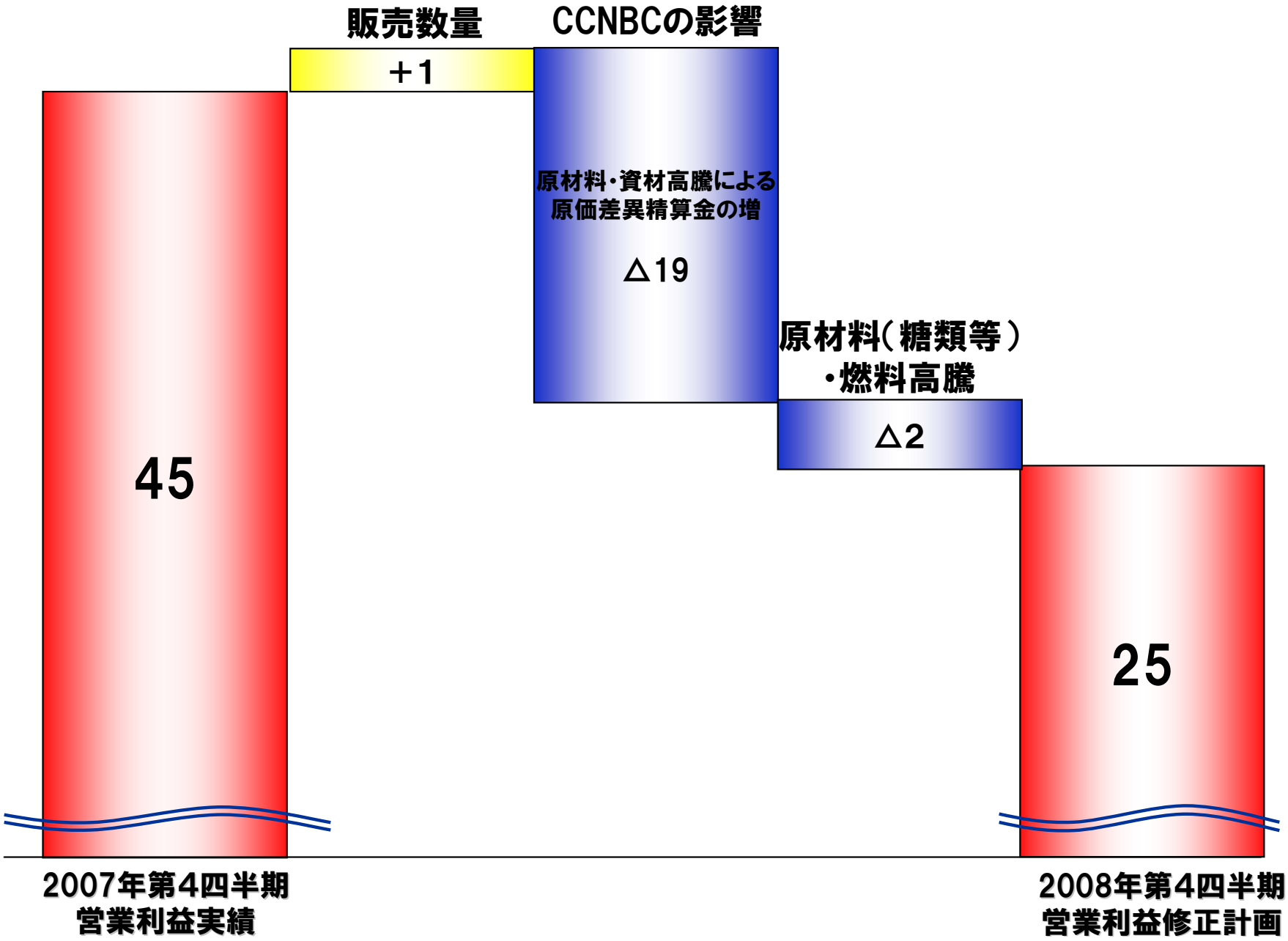
（単位:百万円、％）

	2007年 第4四半期実績 組替後※1	2008年 第4四半期					
		計画 ※2	修正計画 ※3	計画比		前年比	
				増減	増減率	増減	増減率
売上高	99,001	101,800	97,900	△ 3,900	△ 3.8	△ 1,101	△ 1.1
売上総利益	42,883	44,400	41,100	△ 3,300	△ 7.4	△ 1,783	△ 4.2
営業利益	4,553	4,400	2,500	△ 1,900	△ 43.2	△ 2,053	△ 45.1
経常利益	4,879	4,800	2,900	△ 1,900	△ 39.6	△ 1,979	△ 40.6
当期純利益	2,079	2,300	△ 2,300	△ 4,600	ー	△ 4,379	ー

※1)前年同比較をするため、2007年第4四半期実績を下記のとおり組替えた数値(2007年に会計処理方法を変更)
　　組替えの内容:近畿エリアにおける前払費用の会計処理方法変更(一括償却⇒期間償却):6百万円費用を加算
※2)2008年8月4日に発表した通期業績予想に基づく数値
※3)2008年10月29日に修正発表した通期業績予想に基づく数値

第4四半期(10-12月) 営業利益予想増減要因 － 前年比

（単位：億円）



2008年通期業績予想(1-12月)

(単位:百万円、%)

	2007年 実績 組替後※1	2008年					
		計画 ※2	修正計画※3	計画比		前年比	
				増減	増減率	増減	増減率
売上高	409,521	412,300	401,000	△ 11,300	△ 2.7	△ 8,521	△ 2.1
売上総利益	175,208	175,400	168,000	△ 7,400	△ 4.2	△ 7,208	△ 4.1
営業利益	15,492	16,000	12,200	△ 3,800	△ 23.8	△ 3,292	△ 21.3
経常利益	16,929	17,500	13,500	△ 4,000	△ 22.9	△ 3,429	△ 20.3
当期純利益	9,048	7,200	1,000	△ 6,200	△ 86.1	△ 8,048	△ 88.9

※1)前年同比較をするため、2007年実績を下記のとおり組替えた数値(2007年に会計処理方法を変更)
組替えの内容:近畿エリアにおける前払費用の会計処理方法変更(一括償却⇒期間償却):563百万円費用を加算
※2)2008年8月4日に発表した通期業績予想
※3)2008年10月29日に修正発表した通期業績予想

通期業績予想(1-12月)の修正要因

➢ 第3四半期業績および第4四半期の業績変動リスクを織り込み、通期業績予想を修正。

	売上高	利益
1. 第4四半期の業績変動リスク ①販売数量修正による影響(2,000千C/Sの減少を見込む) ②コスト削減	△39億円	△15億円 ＋7億円
2. CCNBCの影響 ①原材料・資材高騰による原価差異精算金の増加 ②CCNBCの業務移管に伴う清算損(特別損失)		△11億円 △8億円
3. 株価下落の影響 ①10/24現在の時価が、簿価の50%を下回る国内上場株式の評価損(特別損失)		△50億円

※参考:今期の特別損失の主な内容(総額104億円)

	3Q累計	4Q	年間
・統合関連費用	6億円	4億円	10億円
・販売機器設置対策費用	11億円	7億円	18億円
・CCNBCの業務移管に伴う清算損	-	8億円	8億円
・固定資産除却損	6億円	-	6億円
・有価証券評価損	4億円	50億円	54億円
・鷹正宗整理損	5億円	-	5億円

売上高:
△39億円

営業利益:
△19億円

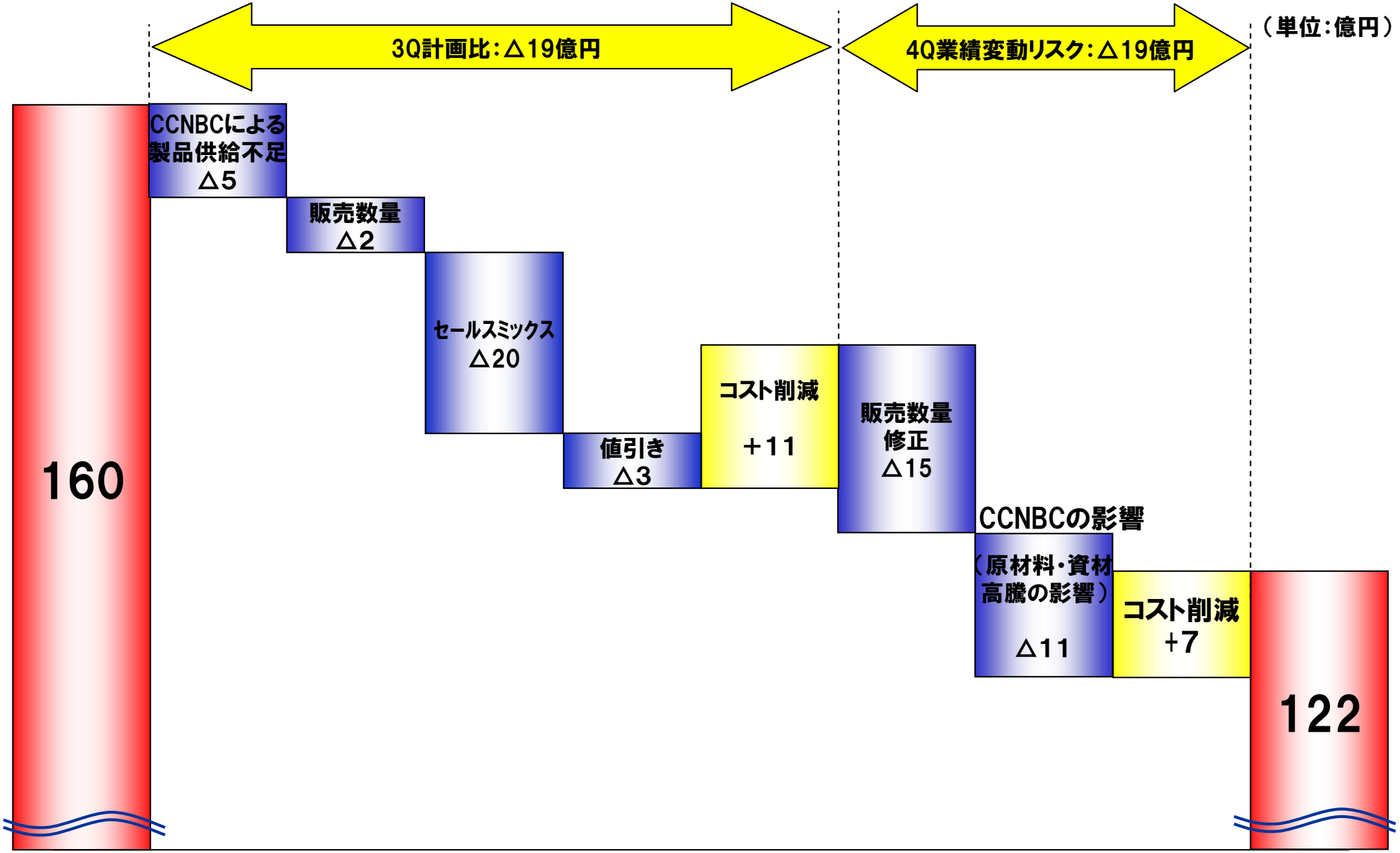
税引前利益:
△77億円

当期純利益:
△46億円

※株式評価損の税金費用について

・株式評価損は、回収の時期がスケジュール不能なものとして税金費用のマイナス(法人税等の減額)を計上できないが、過去の年金信託設定益(2001年)に対して繰延税金負債を計上しているため、それを取り崩すことで税金費用のマイナス(法人税等の減額)を計上している。

通期営業利益予想増減要因－当初計画と修正計画の比較



自己株式の取得について

■目　的　　：資本効率の向上および経営環境の変化に対応した機動的な資本政策の遂行を可能とするため
■取得株式数　　：130万株（上限）　※発行済株式総数に対する割合　1.1％
■取得価額の総額　　：3,250 百万円（上限）
■取得期間　　：2008年10月30日～12月31日

＜2008年 自己株式取得実績の推移＞

	取得株式数（千株）	取得価額総額（百万円）
第1回（2月～3月）	1,500	3,320
第2回（4月～6月）	1,874	4,779
第3回（8月～9月）	1,491	3,666
取得実績	4,865	11,766
第4回（10月～12月）予定	1,300（上限）	3,250（上限）
合計（予定）	6,165	15,016

※自己株式の保有状況

	自己株式数（千株）	発行済株式総数（千株）
2008年9月末	9,846（8.9％）	111,125
2008年12月末予定	11,146（10.0％）	

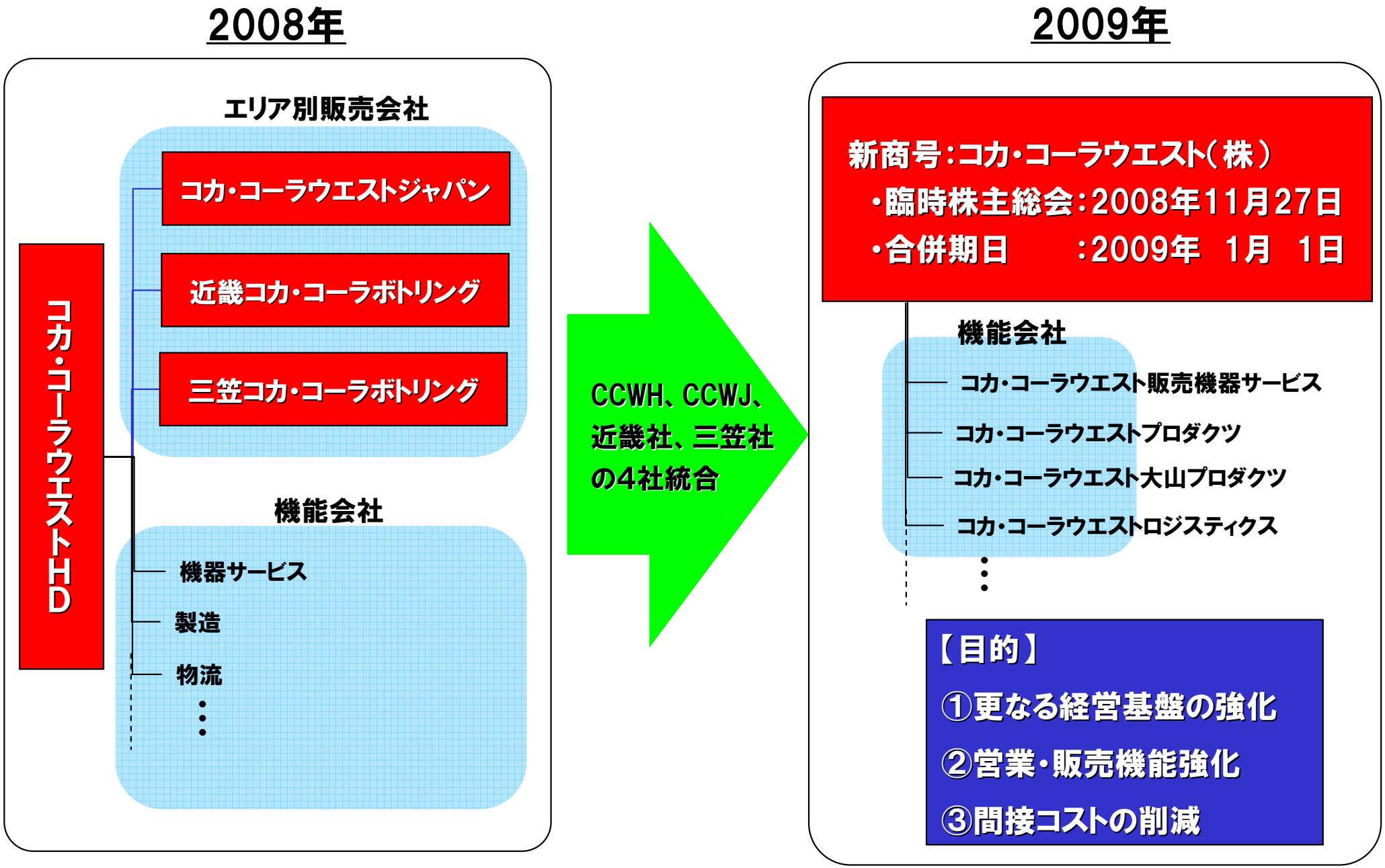
※（　）内は発行済株式総数に占める割合

Ⅲ.CCWグループの構造改革

1. 2009年度のCCWの体制
2. 2009年度からの新SCM体制

1．2009年度のCCWの体制

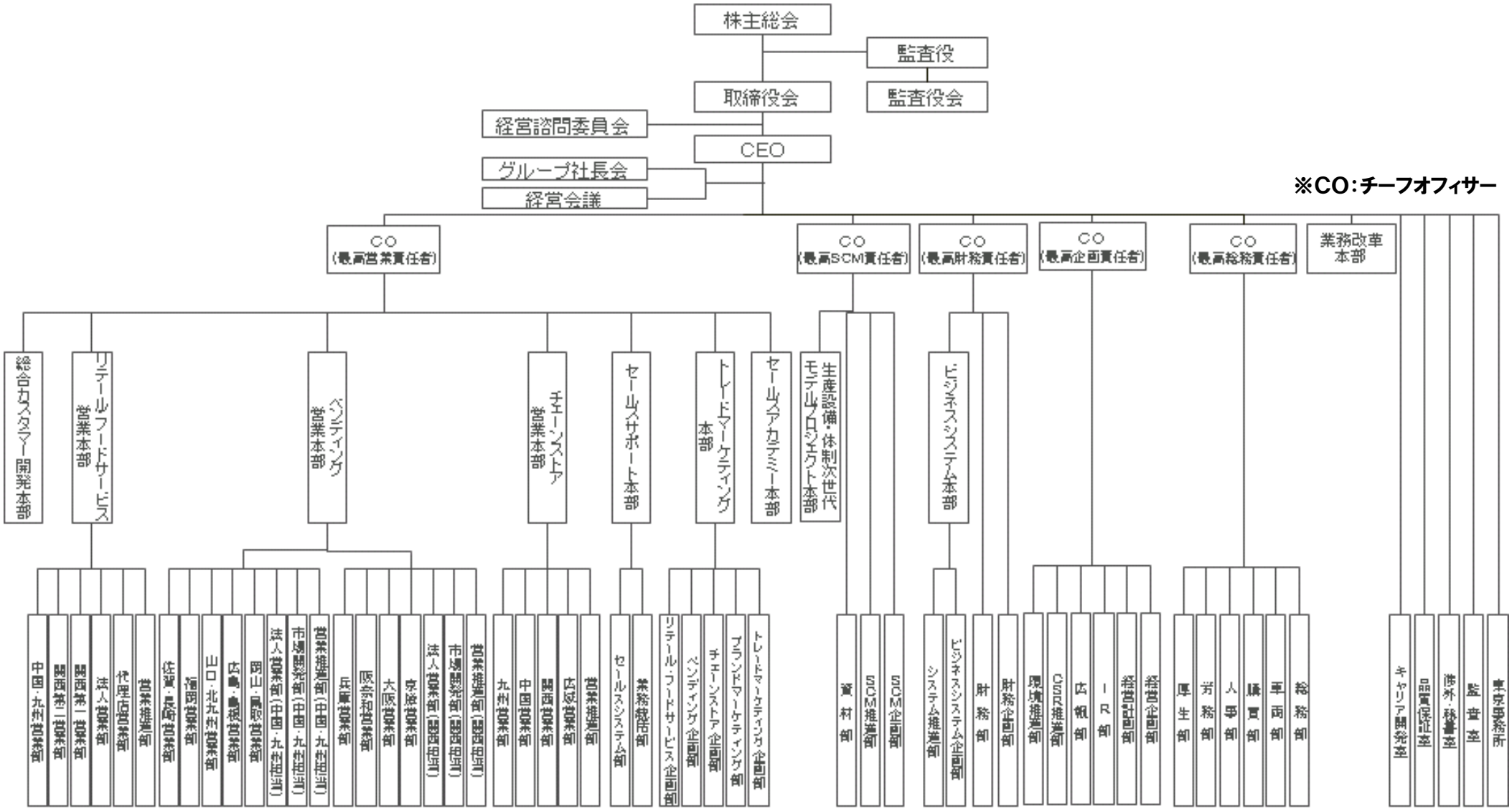
グループ再編(４社統合)について



コカ・コーラウエストの2009年度の体制

（2009年1月）

※CO：チーフオフィサー



2009年度の基本的な考え方

「世界のリーディングボトラー（ありたい姿）」に向けたステップとして、早期に統合効果を創出できる体制を確立する

世界のリーディングボトラー（ありたい姿）

- 競合を圧倒的に上回る成長
- 確固たる収益基盤の確立

2009年度の基本的な考え方

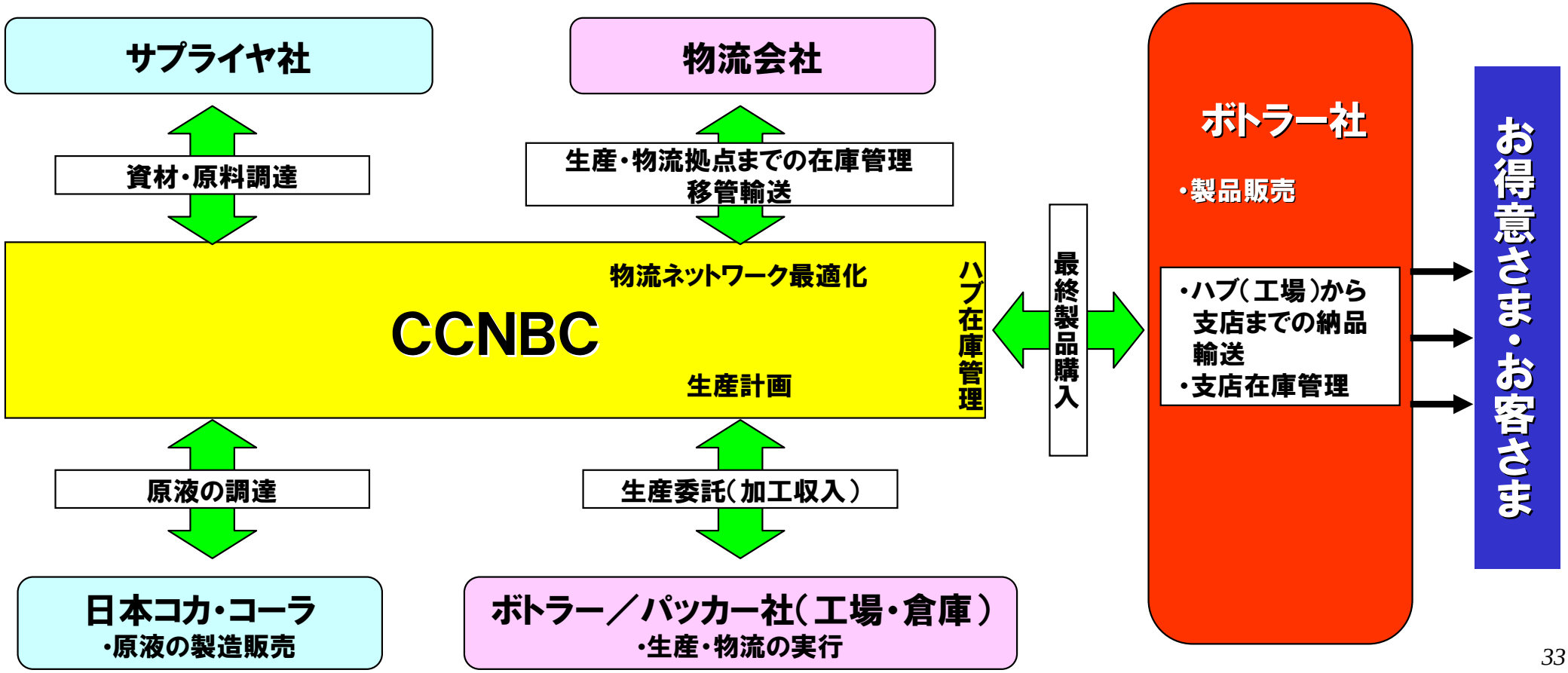
■営業体制の統合と変革	▸購買者を基点とした科学的な戦略を確実に実行することによるボリューム・シェアの向上 ▸効率的な組織・販売体制の確立
■SCM体制の変革	▸営業活動と密接に連携し、需要の変動に柔軟に対応できる供給体制の確立 ▸全国調達会社と連携した調達単価の抑制とSCM関連コストの削減
■コスト構造改革	▸CCWが継続して成長し続けるために最低限必要となるキャッシュの確保 ▸売上高に応じた費用予算編成と管理の徹底
■資産効率の向上	▸無駄な資産の排除および固定資産の有効活用

2.2009年度からの新SCM体制

CCNBCの業務概要とボトラー社との関係（2008年12月まで）

CCNBCとは、

- 全国ボトラー社とTCCCの共同出資により設立されたSCM機能統合会社
- 調達・製造・物流を一元管理し、全国最適の観点からオペレーションを実施
  - ・調達：CCNBCは、原液および製造用資材を調達
  - ・製造：CCNBCは、ボトラー工場およびパッカーへ生産委託
  - ・物流：CCNBCは、生産拠点および物流拠点までの在庫管理、移管輸送を担当
- CCNBCとボトラー社の取引は、製品売買と製造工場の委託（加工収入）での取引関係

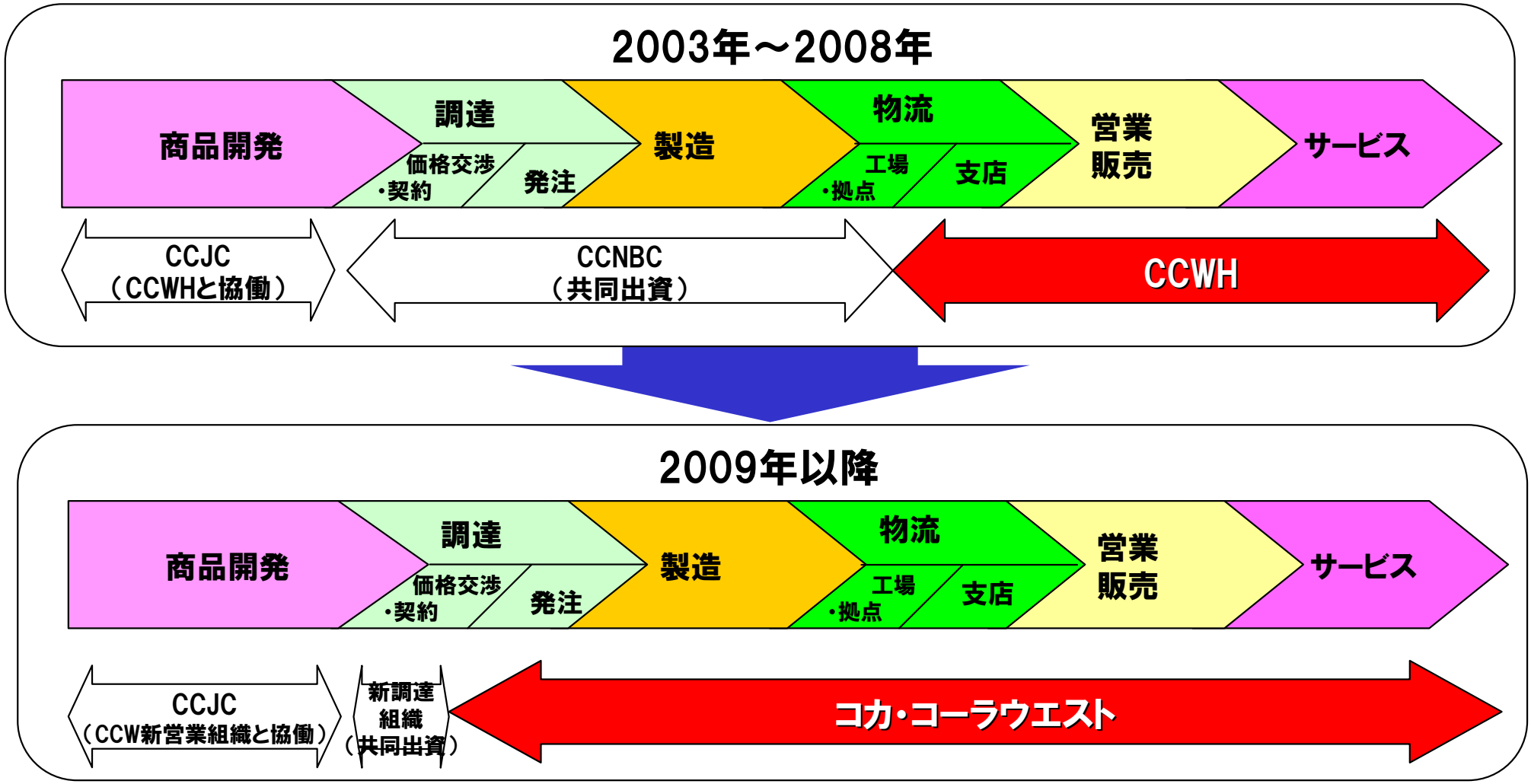


2009年1月からのSCM体制の変更点

＜変更点＞

- CCNBCが行なっていた製造・物流業務をボトラー社へ移管
- 原材料・資材の調達のうち、価格交渉・契約に関する業務は、新調達組織による共同調達を継続
  一方、発注に関する業務は、ボトラー社へ移管

⇒当社の意思による「調達・製造・物流・販売」の一気通貫体制による運営を実現



当社における次世代SCMモデルの考え方

- コカ・コーラシステムにおける新たなSCMの基本思想にそって、当社による自主・自立したSCM体制を構築する。
- 各社でのSCMを基本とするが、西日本においては、当社を中心にしたSCMを構築する。

〔コカ・コーラシステムの新たなSCMの基本思想〕

リスクとリターンが一体化し、各社毎に経営判断ができるガバナンスが機能する構造

各社/グループでのSCMを原則とするが、シナジーを前提とした協力関係を構築する

〔当社に必要なこと〕

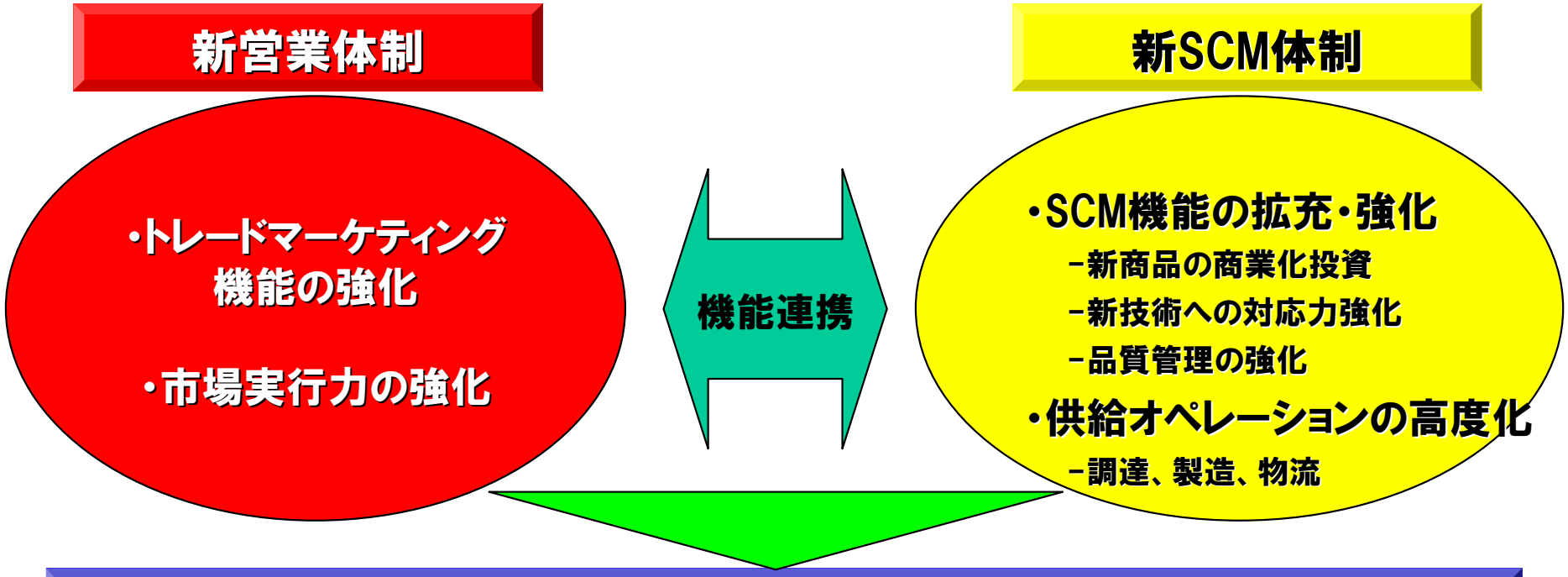
- 4社統合後の新営業体制と密接に連動した新しいSCM体制
- 当社の製造資産、物流資産の有効活用
- SCM上の必要な機能の拡充

当社による自主・自立したSCM体制の構築

西日本における当社を中心にしたSCMの構築

新SCM体制が目指す姿

➢「新営業体制」とCCNBCからの業務移行後の「新SCM体制」において、
営業企画機能とSCM機能の連携を図り、市場対応力を強化する。



1．営業企画機能とSCM展開機能の連携強化
- 新商品／新パッケージ導入におけるCCJC開発プロセスへの営業・SCMの協働参画
- 営業／SCM連携による投資判断、導入意思決定のスピード化
- 新商品における新技術対応、品質管理の社内推進体制の強化

2．西日本エリアでのきめ細かな供給オペレーションの実行
- 需要変動に対するフレキシブルな対応（品切れ／廃棄の防止）
- 自社製造対応比率の向上、物流効率化によるコスト削減

西日本エリアにおける新SCM体制

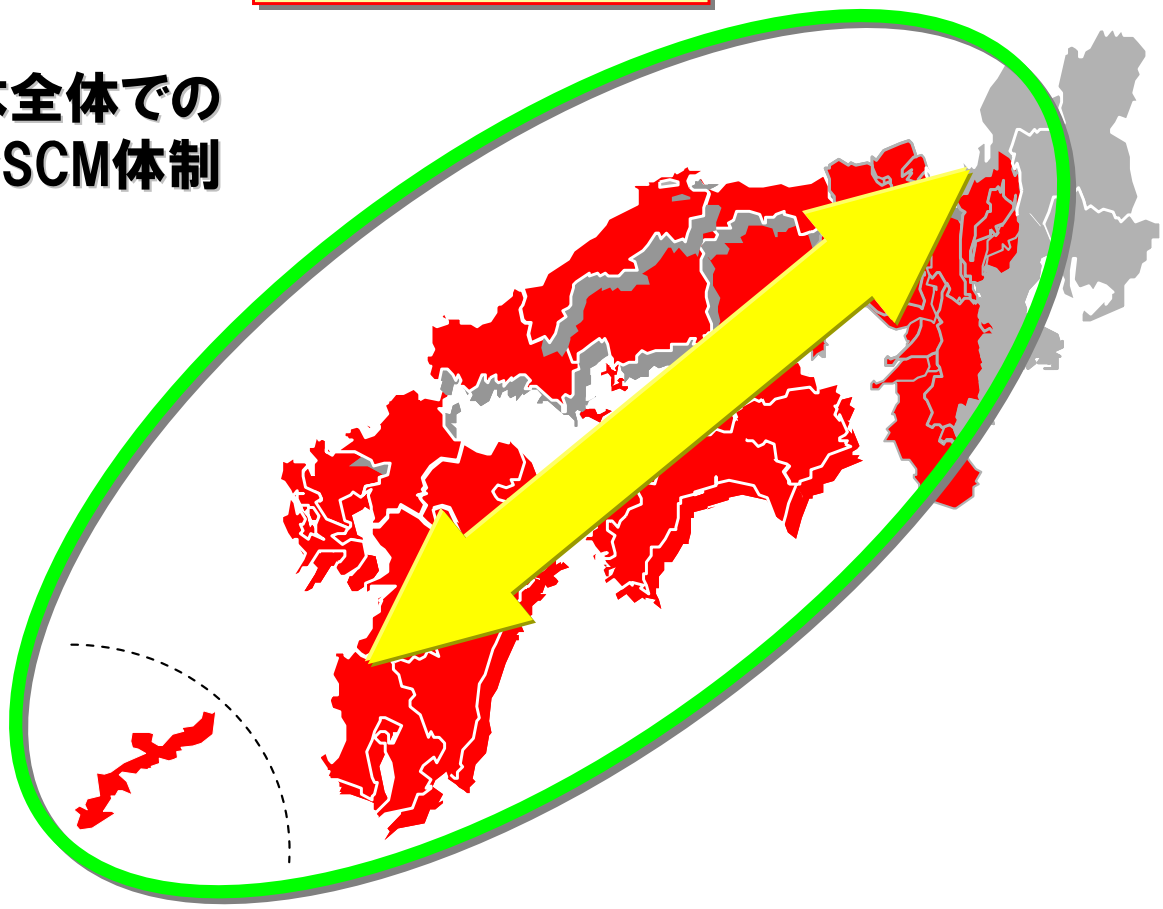
➢各社ごとの経営判断によるSCMを基本としながら、当社を中心にしたSCM体制を構築する。

・ライン数が多い当社を中心にした、西日本での最適な供給ネットワークを構築（生産・物流計画）

・物流は、当社子会社「CCWロジスティクス社」による取り纏めにて、物流効率化を推進

2009年1月以降

西日本全体での
最適なSCM体制



［参　考］

2007年会計処理方法の変更について（１）

➢減価償却方法を変更（2007年中間決算）

≪内容≫

◆販売機器の収益と費用の対応関係をより適正化させるため、旧定率法から新定額法に変更

－期首に保有するすべての販売機器に対して定額法を適用

－期首時点で耐用年数を越えているものは、営業費用にて2007年から3期で均等償却

≪変更の影響≫

◆変更時点での残存耐用年数の短い（１～2年）資産は、償却費が増加

◆残存耐用年数の長い（４～5年）資産は、償却費が減少

➢前払費用の処理方法をグループで統一（2007年1月）

≪内容≫

◆グループ内の会計処理方法を統一するため、近畿エリアにおける1年以内の前払費用を一括費用処理する方法から、期間に対応させて処理する方法に統一

≪変更の影響≫

◆2006年度に発生した前払費用が一括費用処理されているため、2007年度は費用が減少

2007年会計処理方法の変更について(２)

＜2007年会計処理方法変更による費用への影響額＞

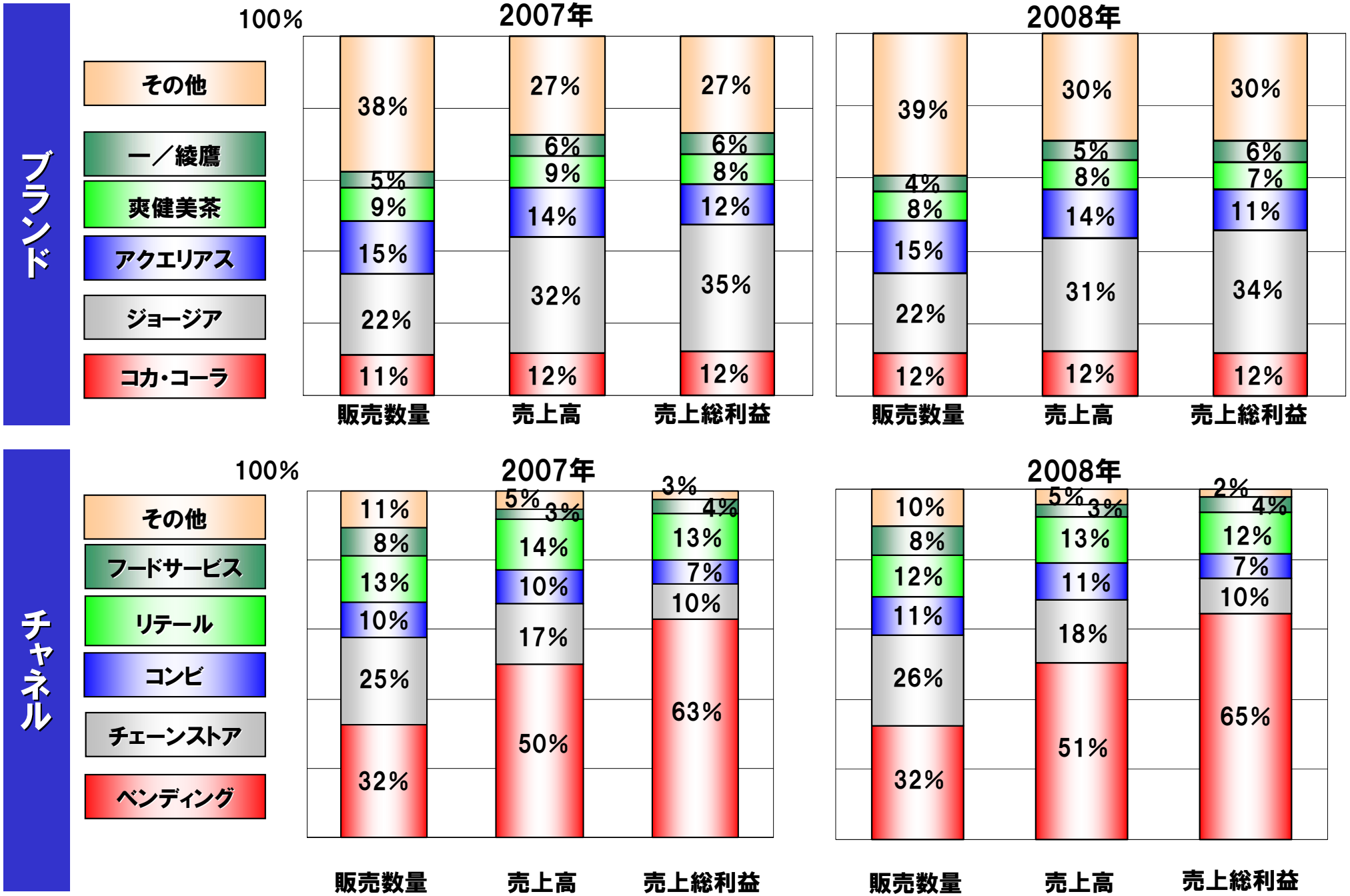
（単位:百万円）

	上半期			下半期			
	第1四半期	第2四半期	小計	第3四半期	第4四半期	下半期	年間
減価償却方法変更の影響 (旧定率法⇒新定額法)	711	△711	0	0	0	0	0
前払費用処理方法統一の影響 (一括償却⇒期間償却)	333	192	525	32	6	38	563
合計	1,044	△519	525	32	6	38	563

第3四半期(7-9月) パッケージ別販売数量

		2008年 第３四半期（７-９月）				
		実績	計画比		前年比	
			増減	増減率	増減	増減率
ボトル		596	+51	+9.4	+19	+3.4
PET	1,000ml以下	12,827	△1,796	△12.3	△1,182	△8.4
	1,001ml以上	11,657	+708	+6.5	+858	+7.9
	計	24,484	△1,088	△4.3	△323	△1.3
缶（ボトル缶含む）		17,412	△698	△3.9	+825	+5.0
その他		1,899	△84	△4.3	△41	△2.1
シロップ、パウダー、食品		11,502	△339	△2.9	△0	△0.0
合　　計		55,894	△2,157	△3.7	+480	+0.9

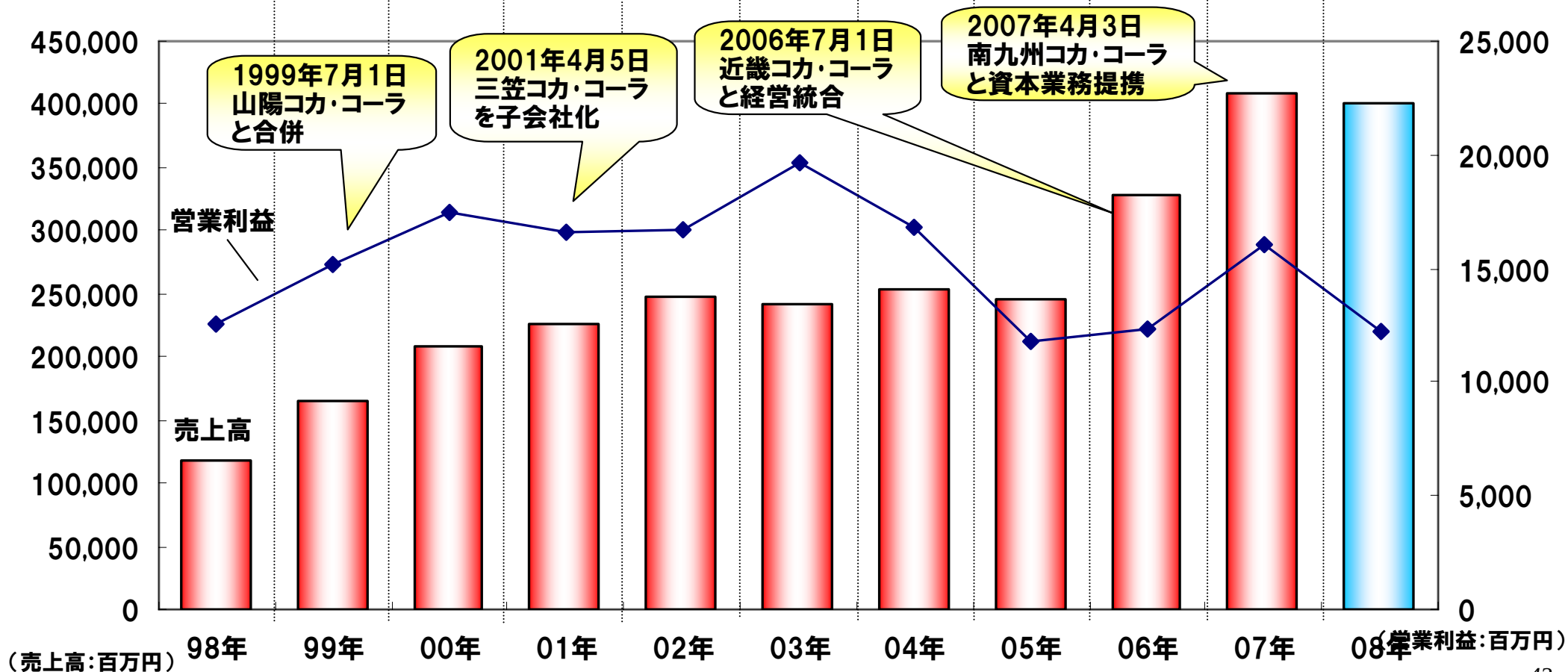
第3四半期(7-9月) ブランド別・チャネル別構成比



業績の推移

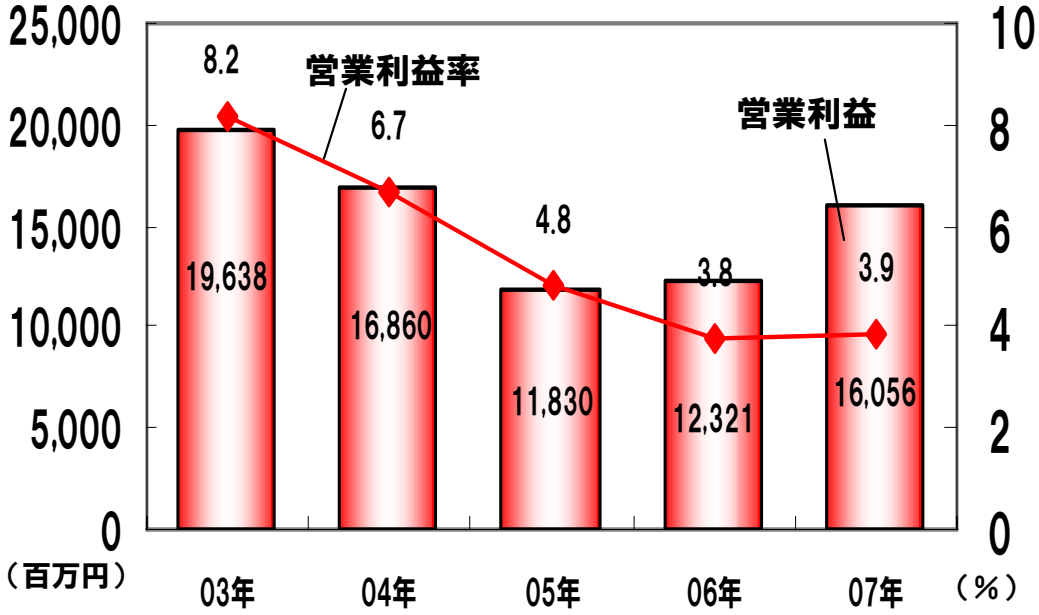
（単位：百万円）

	98年	99年	00年	01年	02年	03年	04年	05年	06年	07年	08年計画
売上高	117,991	164,731	207,827	226,111	247,737	240,825	253,248	245,874	327,821	409,521	401,000
営業利益	12,533	15,160	17,449	16,634	16,704	19,638	16,860	11,830	12,321	16,056	12,200
経常利益	12,510	15,889	18,516	16,021	17,005	19,895	17,065	12,256	13,225	17,493	13,500
当期純利益	5,872	6,823	5,700	1,420	7,086	9,380	8,564	7,305	7,570	9,375	1,000

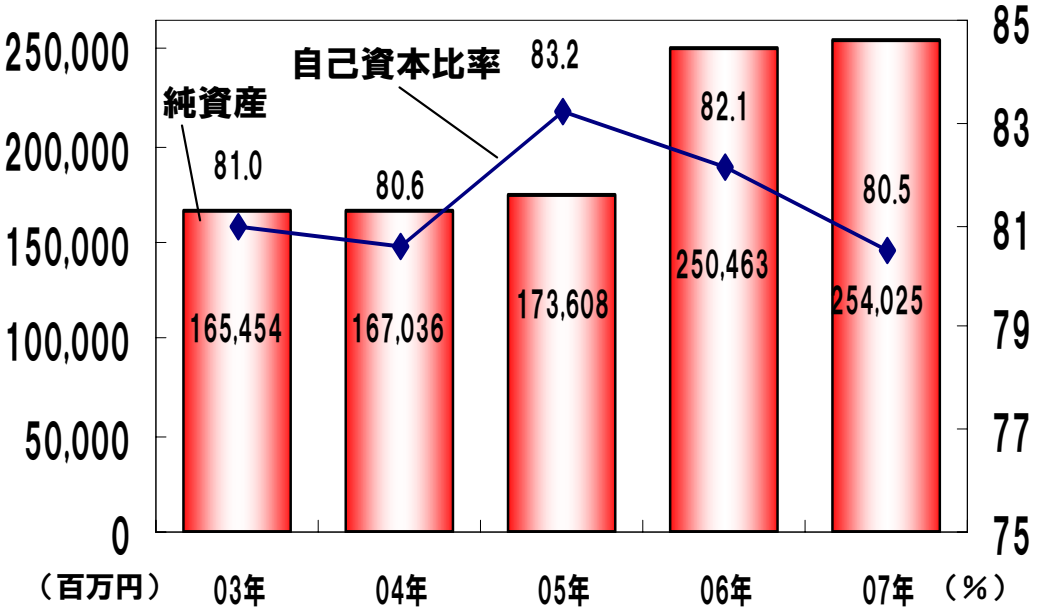


経営指標の推移

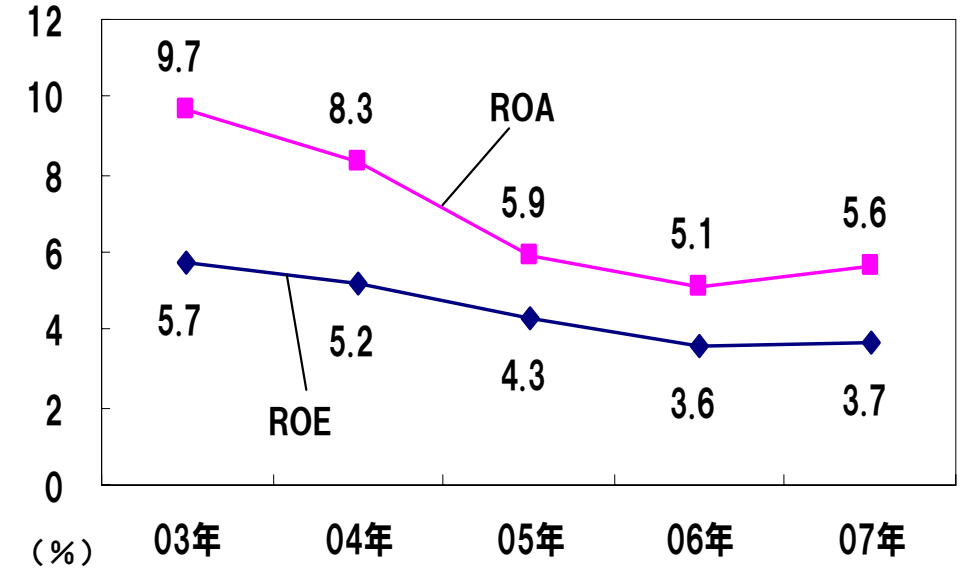
＜営業利益／営業利益率＞



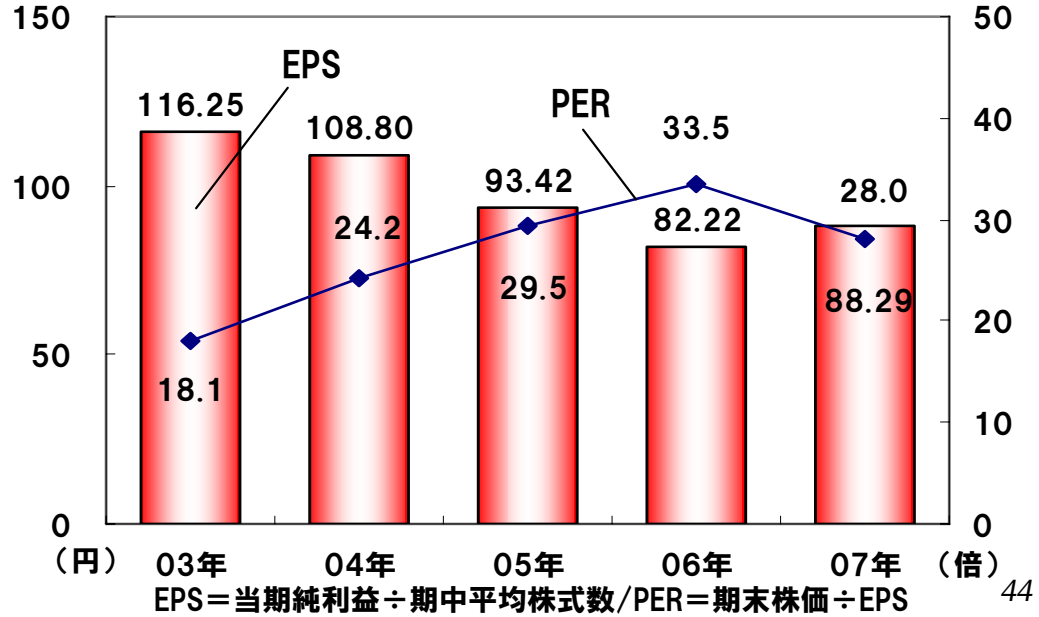
＜純資産／自己資本比率＞



＜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)＞



EPS＝当期純利益÷期中平均株式数/PER＝期末株価÷EPS

CCWグループ経営体制（主な事業内容）

コカ・コーラウエストホールディングス（グループ会社の経営管理等）

CCWJエリア

- **コカ・コーラウエストジャパン**（飲料の販売）
  - 西日本ビバレッジ（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）
  - CCWJセールス（自動販売機のオペレーション業務および販売配送、コカ・コーラ社商品のみ）

近畿エリア

- **近畿コカ・コーラボトリング**（飲料の販売）
  - 関西ビバレッジサービス（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）
  - 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）
  - 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）

三笠エリア

- **三笠コカ・コーラボトリング**（飲料の販売）
  - 三笠ビバレッジサービス（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）

販売機器サービス機能

- CCW販売機器サービス（自動販売機の設置・メンテナンス業務）

製造機能

- CCWプロダクツ（飲料の製造）
- CCW大山プロダクツ（飲料（ミネラルウォーター）の製造）

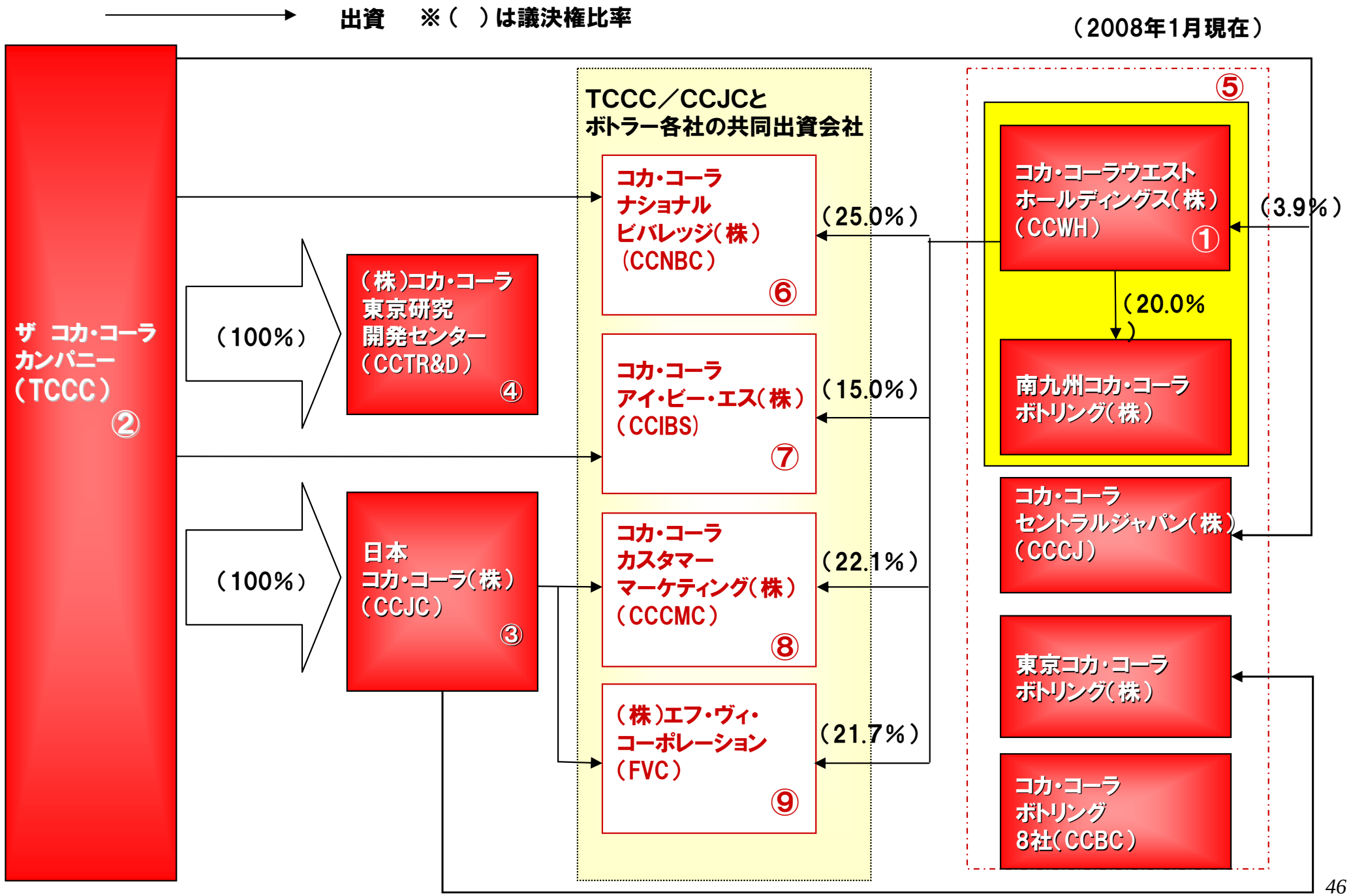
物流機能

- CCWロジスティクス（飲料等の物流業務）

その他関係会社

南九州コカ・コーラグループ

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）
・コンビニエンスストア	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
ベンディング関係	
・レギュラー方式設置自販機	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台当たりのセールス
チェーンストア関係	
・ナショナルチェーン	コカ・コーラカスタマーマーケティング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
その他	
・セールスミックス	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。
・トレードマーケティング	売場におけるブランドマーケティングを展開することであり、購買者やお得意さまに関する知識を活用し、購買者の商品購入数や購入価値の向上につながる売場戦略を構築すること。

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