

2002年12月期中間決算説明会

2002年 8月 29日



コカ・コーラウエストジャパン株式会社

連絡先 広報室

TEL 092-641-8591 FAX 092-632-4304

URL <http://www.ccwj.co.jp/> E-mail mtakase@ccwj.co.jp

1.中間期総括	… 2頁
2.中間決算概要	
(1)連結中間期実績	… 3頁
(2)単体中間期実績	… //
(3)対計画増減主要因	… 4頁
(4)対前年増減主要因	… 5頁
3.上半期の主要活動	
(1)CCWJグループ企業の再編	… 6頁
(2)マーケティング活動	… 9頁
(3)ローコスト活動	… 14頁
4.通期予想	
(1)連結通期予想	… 17頁
(2)単体通期予想	… //
(3)下半期の活動	… 19頁

資料集

1.損益の推移	
(1)連結 (中間期)	… 27頁
(2)連結 (通期)	… 28頁
2.販売数量の推移	
(1)ブランド別販売数量	… 29頁
(2)パッケージ別販売数量	… 30頁
(3)チャネル別販売数量	… 31頁
(4)新製・商品の販売状況	… 32頁
3.自動販売機の設置状況	… 33頁
4.マーケットの状況 (マーケットシェア)	
(1)メーカー別シェア	… 34頁
(2)カテゴリー別シェア	… 35頁
5.株主の状況	
(1)株主数・株式数	… 36頁
(2)配当金・配当性向	… 37頁
(3)株式分割	… //
6.設備投資、減価償却、キャッシュフロー	
(1)設備投資、減価償却(連結)	… 38頁
(2)キャッシュフロー(連結)	… //
7.三笠CCBCの状況	
(1)自販機の設置状況	… 39頁
(2)マーケットの状況	… 40頁

1. 中間期総括



(1) マーケットの状況

・清涼飲料マーケット全体の前年比	+1.1%
・販売数量の前年比	+2.2%
・マーケットシェア	35.4% (+1.6ポイント)

(2) CCWJグループ企業の再編

4月… CCWJとセールスカンパニーの統合
製造専門会社 (CCWJPC) の稼動開始

7月… 同一事業を運営する子会社の統合
(物流、ベンディングセールス、自販機関連サービス)

(3) 業績 (連結)

売上高は計画を下回ったが、営業利益・経常利益ともに計画を上回る。

2. 中間決算概要



(1) 連結中間期実績

(単位 百万円、%)

	2001年 中間期	2002年中間期					
		計 画	実 績	計画対比		前年対比	
				増減	増減率	増減	増減率
売 上 高	99,047	119,000	117,211	1,789	1.5	18,164	18.3
営業利益	7,475	6,300	6,614	314	5.0	861	11.5
経常利益	7,413	6,300	6,764	464	7.4	649	8.8
中間純利益	96	2,600	3,145	545	21.0	3,049	-

退職給付費用等の計上

(2) 単体中間期実績

(単位 百万円、%)

	2001年 中間期	2002年中間期					
		計 画	実 績	計画対比		前年対比	
				増減	増減率	増減	増減率
売 上 高	71,307	78,500	74,327	4,173	5.3	3,020	4.2
営業利益	6,412	5,100	3,662	1,438	28.2	2,750	42.9
経常利益	6,836	5,200	4,234	966	18.6	2,602	38.1
中間純利益	250	2,400	2,251	149	6.2	2,001	797.6

< 販売実績 >

(単位 千ケース、%)

含む他ボトラー	43,225	44,992	45,053	61	0.1	1,828	4.2
エリア内	40,532	41,782	41,437	345	0.8	905	2.2

(3)対計画増減主要因 (連結)

売上高 17億円

・セールスミックス	12億円
・受託加工収入減	1億円
・三笠社分	6億円
・子会社の売上増等	+ 2億円

営業利益 + 3億円

売上原価	3億円減	
・セールスミックス		8億円
・受託加工原価減		1億円
・三笠社分		+ 1億円
・子会社の売上原価増等		+ 5億円
販売費および一般管理費	17億円減	
・減価償却費		2億円
・賃借料		2億円
・輸送費		1億円
・租税公課等		3億円
・三笠社分		6億円
・子会社の販管費減等		3億円

経常利益 + 4億円

営業外収益	2億円増
営業外費用	1億円増

当期利益 + 5億円

特別利益	2億円増	
・有価証券売却益		+ 2億円
特別損失	4億円増	
・三笠社退職給付費用		+ 2億円
・固定資産売却損等		+ 2億円
法人税等	3億円減	

(4) 対前年増減主要因 (連結)

売上高 + 181億円

販売数量増	+ 35億円
セールスマックス	29億円
受託加工収入増	+ 1億円
三笠社分	+ 149億円
子会社の売上増等	+ 25億円

営業利益 8億円

売上原価	106億円増	
販売数量増	+ 10億円	
セールスマックス	7億円	
三笠社分	+ 85億円	
子会社の売上原価増等	+ 18億円	
販売費および一般管理費	83億円増	
業務委託費	+ 8億円	
退職給付費用	+ 4億円	
販売手数料	+ 3億円	
減価償却費、賃借料等	8億円	
三笠社分	+ 65億円	
子会社の販管費増	+ 11億円	

経常利益 6億円

営業外収益	-	-
営業外費用	2億円減	

当期利益 + 30億円

特別利益	97億円減	
退職給付信託設定益等		97億円
特別損失	154億円減	
会計基準変更時差異償却		161億円
退職給付信託設定損		3億円
有価証券売却損		3億円
子会社等再編費用		+ 7億円
固定資産売却損等		+ 6億円
法人税等	21億円増	

3. 上半期の主要活動

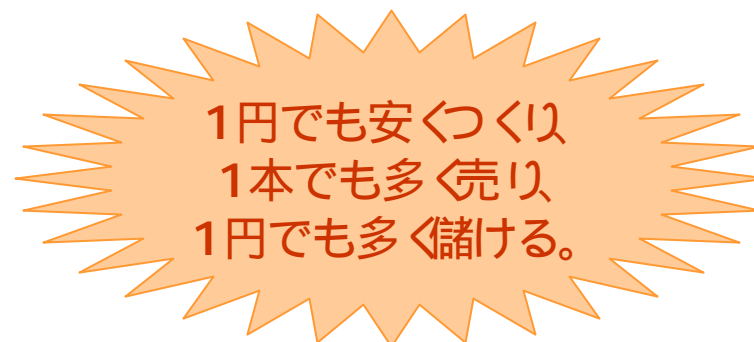
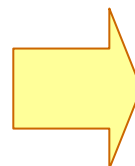
(1) CCW Jグループ企業の再編

目的

営業・販売機能の徹底強化

経営意思決定の迅速化

間接コストの削減

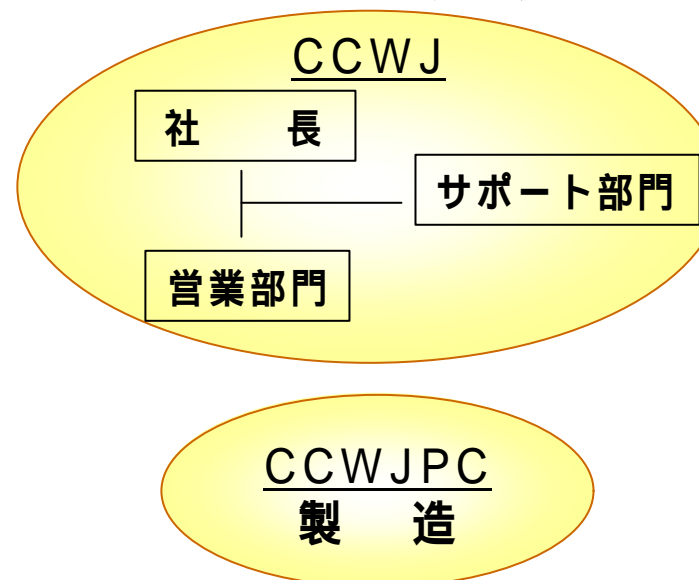
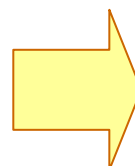


CCWJとセールス社の合併・プロダクトカンパニー稼働開始

CCWJ

山陽コカ・コーラセールス

北九州コカ・コーラセールス

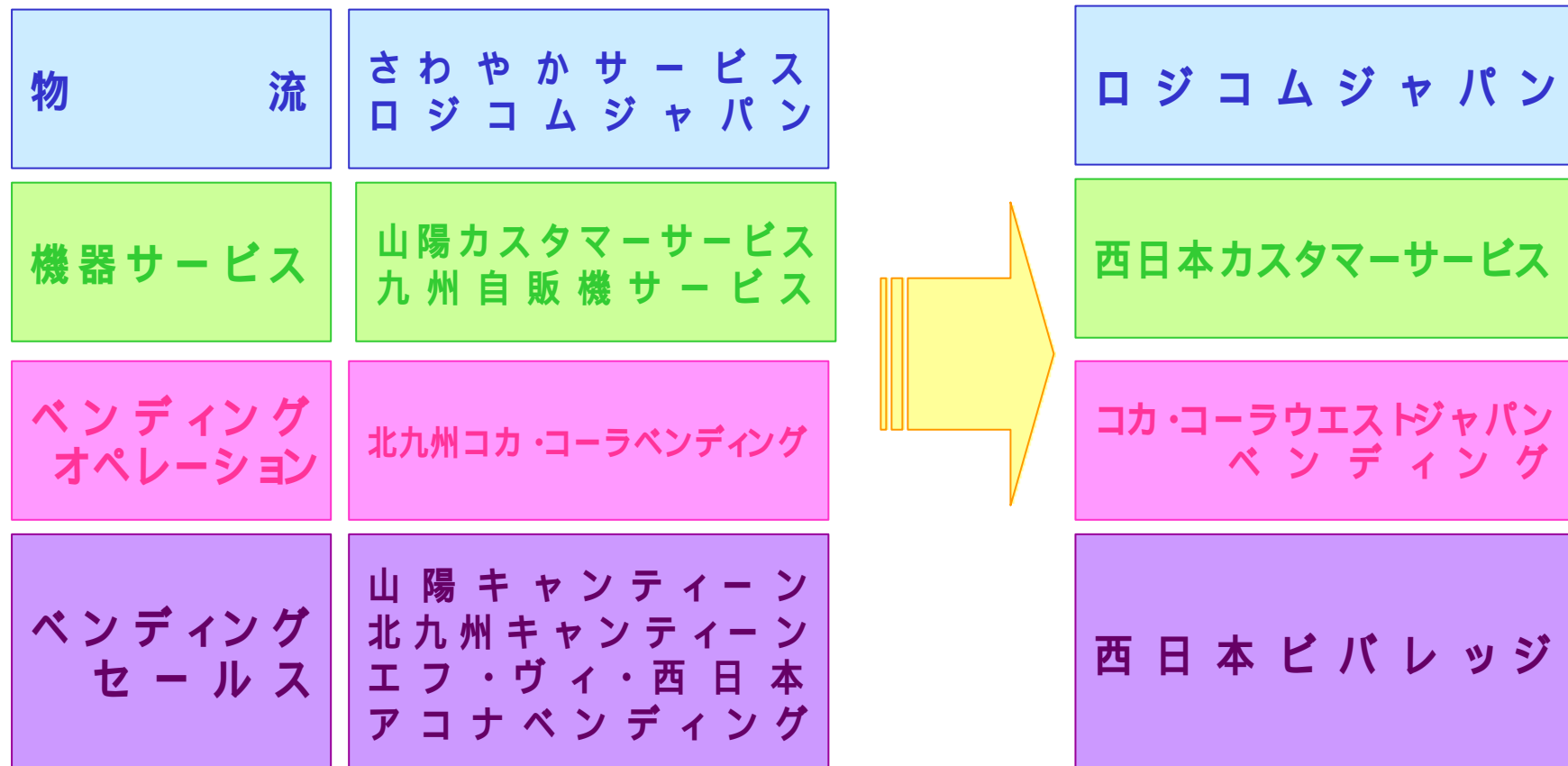


グループ会社の再編

ベストプラクティスやローコスト施策等のノウハウの共有化

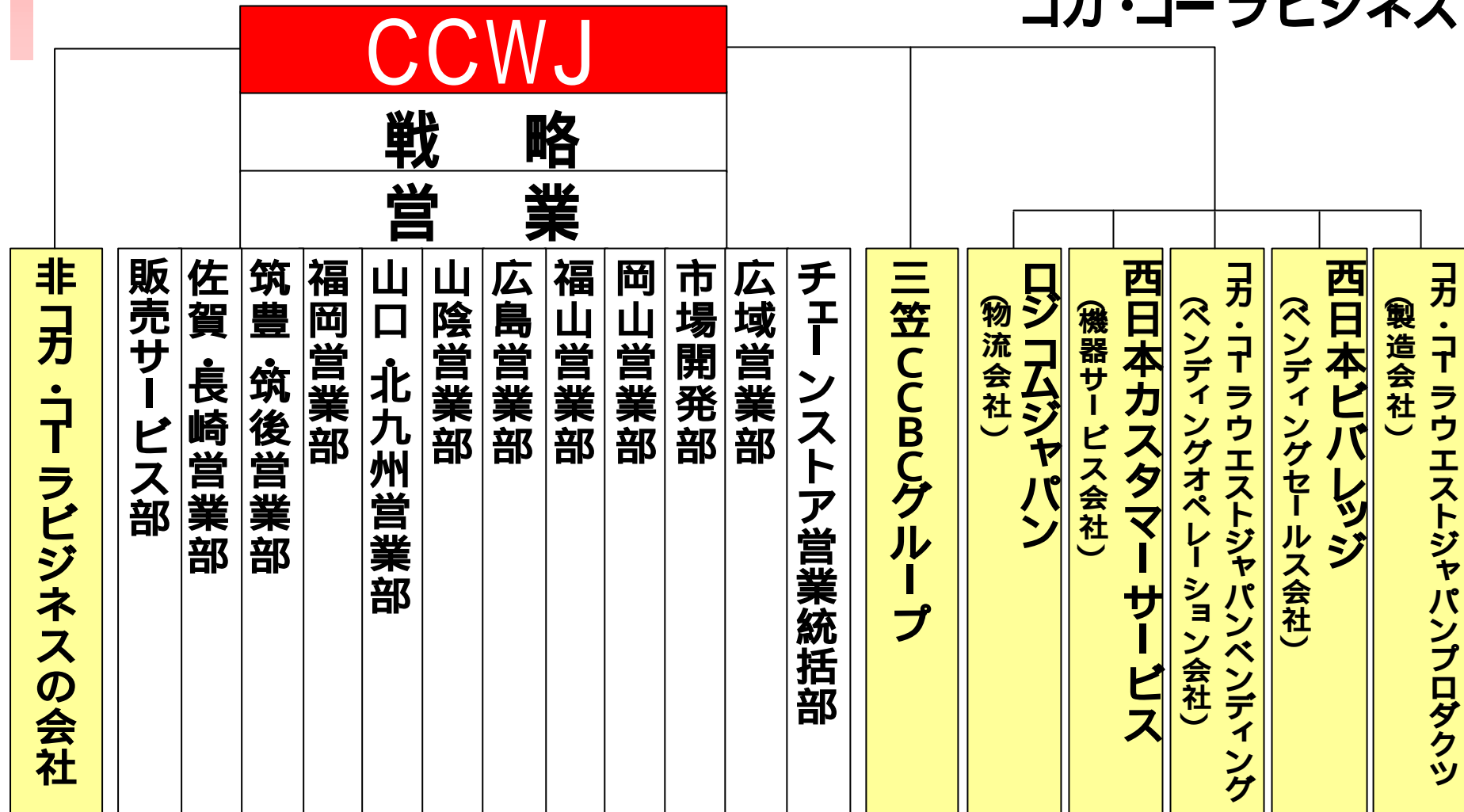
管理・間接部門の集約

子会社管理業務の効率化



<グループ再編概要>

コカ・コーラビジネス



(4社)

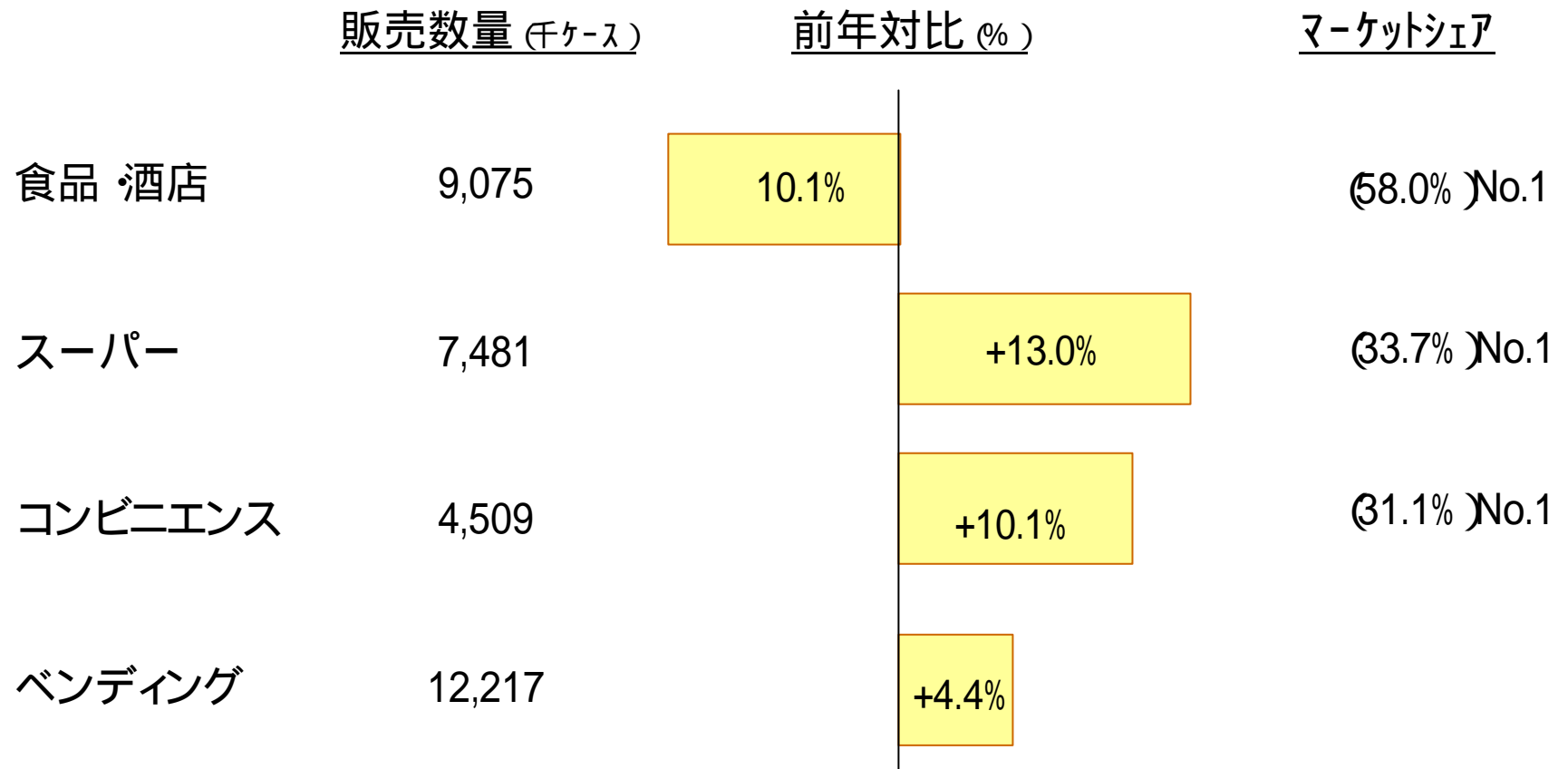
(2)マーケティング活動

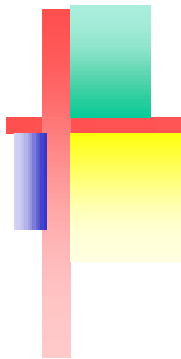
商品戦略

「基幹ブランドの強化」

	販売数量 (千ケース)	前年対比 (%)	マーケットシェア
コカ・コーラ/ダイエットコカ・コーラ ・「No Reason」キャンペーン ・ワールドカップキャンペーン	4,409	+3.8%	(83.2%) No.1
ジョージア 新商品 … ヨーロピアンブレンド カフェレーチェ/モカレーチェ	13,283	+3.7%	(73.9%) No.1
アクエリアス ・ワールドカップキャンペーン	3,201	+16.0%	(55.0%) No.1
爽健美茶 ・商品のリニューアル ・DREAMS COME TRUEとのコラボレーション	2,974	+0.3%	(72.9%) No.1

チャネル戦略 チャネルの状況





チェーンストア

< スーパーマーケット 対前年 + 13.0% >

・スーパー専門営業所の新設 (2月)

…山陰CS・下関CSの2営業所

・カスタマーマネジメントの強化

…チェーンごとに年間計画を立案し、費用の効果的活用と収益管理の実行

< コンビニエンスストア 対前年 + 10.1% >

・新商品

…アカウント限定商品の導入による取扱数拡大

・他ボトラーカット商品の継続販売 (ナショナルコンビ)

… まろ茶500mlPET

・個店対応の強化

…地区本部、個店への積極的な働きかけによる取扱品種の増

バンディング <対前年 +4.4%>

・マーケットの積極開発

- 設置台数…前年対比 +7.2%
- インマーケット …上半期計画 1,480台 / 実績 1,700台
- 中国地区アウトマーケット …上半期計画 710台 / 実績 840台

新商品の導入

- ボトル缶

・不採算機の引揚、再設置

- 上半期計画 800台 実績 746台

・オペレーションの改善

- 中国地区へコカ・コーラウエストジャパンバンディングがテリトリー拡大 (16営業所)

<参考>

パーマシンスールスの状況

2000年 年間	2001年 年間	2002年 1~6月
4.7	0.9	2.5

(参考)月別マーケットシェアと対前年増減

(単位 %、ポイント)

		1月	2月	3月	4月	5月	6月
中国エリア	シェア	31.1	29.0	30.5	28.2	28.3	27.9
	対前年増減	+2.8	+2.2	+2.2	+0.1	+0.7	+1.9
九州エリア	シェア	44.4	44.4	44.0	42.7	43.9	43.4
	対前年増減	+3.4	+4.2	+2.4	+1.7	+1.9	+1.9
CCW J	シェア	37.0	35.8	36.5	34.5	35.2	34.5
	対前年増減	+2.7	+2.7	+2.0	+0.4	+1.0	+1.5

サントリー	シェア	10.6	10.6	10.5	12.0	11.0	10.2
	対前年増減	1.7	1.5	1.8	0.4	+0.1	+0.1
キリン	シェア	6.6	6.1	7.2	6.8	6.6	6.6
アサヒ	シェア	4.3	4.6	5.1	5.0	4.7	4.9
大塚	シェア	5.2	5.3	4.6	4.8	4.5	4.6
伊藤園	シェア	4.3	4.5	3.7	3.5	4.0	3.5

(出典：ニールセンストアオーディット)

(3)ローコスト活動

コカ・コーラウエストジャパンプロダクツの設立

製造オペレーション業務と生産計画、管理業務を委託

生産設備の強化

鳥栖工場ボトル缶ライン ……4月16日稼動開始

基山工場小型無菌PETライン ……6月5日稼動開始

近畿社、三笠社との協働プロジェクト

年間2.4億円コストダウン

- 自販機および自販機関連部品の共同調達等

SCMの仕組みづくり

西日本における調達、生産、物流面での高品質の体制づくりの開始

大山ビバレッジの設立

- 中京社、近畿社、四国社、CCW J社、南九州社の共同出資
- 西日本におけるミネラルウォーター供給体制の整備

参考 三笠CCBC

(1)マーケットの状況

・清涼飲料マーケット全体の前年比	+1.0%
・販売数量の前年比	+5.5%
・マーケットシェア	22.8% (+2.5ポイント)

(2)業績 (連結)

(単位 百万円、%)

	2001年 中間期	2002年中間期					
		計 画	実 績	計画対比		前年対比	
				増減	増減率	増減	増減率
売 上 高	15,344	15,559	14,937	622	4.0	407	2.7
営 業 利 益	94	77	152	229	297.4	246	261.7
経 常 利 益	184	54	194	248	459.3	378	205.4
中間純利益	41	2	200	202	-	159	387.8

< 販売実績 >

(単位 千ケース)

含む他ボトラ	7,912	7,924	7,846	78	1.0	66	0.8
エ リ ア 内	6,979	7,340	7,362	22	0.3	383	5.5

(3) 主要活動

・自販機の積極的投入

(単位 台)

	年間計画	1～6月実績
新規口ケ	1,840	941
新品機への切替	3,000	3,048
計	4,840	3,989

新品機への切替効果・・・パーマシム15.1ポイントアップ

新品機	+ 3.0%
未実施機	12.1%

・積極的な販促活動

スーパーマーケットにおける大型パッケージの強化 (森の水だより 茶等)

マーケットシェア

	2002年1月	2002年6月
コカ・コーラ	21.9%	22.8%
サントリー	18.4%	16.6%
差	3.5	6.2

4. 通期予想



(1) 連結通期予想

(単位 百万円、%)

	2001年 実績	2002年					
		計 画	修正予想	計画対比		前年対比	
				増減	増減率	増減	増減率
売上高	226,111	257,000	255,000	2,000	0.8	28,889	12.8
営業利益	16,634	16,900	16,900	0	0.0	266	1.6
経常利益	16,021	17,100	17,100	0	0.0	1,079	6.7
当期純利益	1,420	8,800	8,800	0	0.0	7,380	519.7

(2) 単体通期予想

(単位 百万円、%)

	2001年 実績	2002年					
		計 画	修正予想	計画対比		前年対比	
				増減	増減率	増減	増減率
売上高	153,196	186,000	182,000	4,000	2.2	28,804	18.8
営業利益	15,426	15,100	13,700	1,400	9.3	1,726	11.2
経常利益	16,151	15,500	14,500	1,000	6.5	1,651	10.2
当期純利益	2,515	8,600	8,400	200	2.3	5,885	234.0

< 販売実績 >

(単位 千ケース)

含む他ボトラー	94,067	98,340	97,940	400	0.4	3,873	4.1
エリア内	88,178	91,500	91,100	400	0.4	2,922	3.3

(参考)三笠CCBC通期予想 (連結)

(単位 百万円、%)

	2001年 実績	2002年					
		計 画	修正予想	計画対比		前年対比	
				増減	増減率	増減	増減率
売 上 高	32,777	32,926	32,488	438	1.3	289	0.9
営業利益	143	274	125	149	54.4	18	12.6
経常利益	219	224	57	167	74.6	162	74.0
当期純利益	1,985	62	77	139	-	1,908	96.1

< 販売実績 >

(単位 千ケース)

含む他ボトラー	16,850	17,293	17,215	78	0.5	365	2.2
エリア内	15,333	16,100	16,122	22	0.1	789	5.1

(3) 下半期の活動

経営のあり方に応じた仕組み、制度、システムづくり

・役割・業務に応じた新しい人事制度の構築

- 統合後の関連会社の機能・役割に応じた経営体制 (含む人事制度)
- 業務の質と量に応じた給与体系
- 業務の質に合った人員の配置

全従業員を対象に仕事の棚卸し、能力の棚卸しを実施

・年金制度の見直し

・営業所システムの中国・北九州の統一

マーケティング活動)基幹ブランドの強化

・コカ・コーラ



- 桑田佳祐とのコラボレーションの継続
- サマープロモーション

・ジョージア



- 秋季プロモーション
 - 新フレーバー導入
- 中国エリアのマーケットシェア (60%) 拡大
…九州エリア (85%) をベンチマークとした活動

・アクエリアス



- 新広告の展開
- 「一生スポーツ。アクエリアス」
… イアン・ソープ、ランディ・ジョンソン TV-CM出演

・爽健美茶



- DREAMS COME TRUE とのコラボレーション新展開

新商品の導入

・CVSの品揃え強化

- 新ブランド導入
フルーツラボ
ポケットドクター



- 小型加温PET

まる茶、爽健美茶、ラブボデイ等8品種



・自販機の活性化

- ボトル缶導入

炭酸275m l

アクエリアス 300/410m l



・新フレーバー導入

ジョージア3品種

まる茶「濃(こい)」

Qoo ぶどう





新広島営業拠点の稼動開始

- ・2002年12月よりセンター配送をスタート
- ・2003年1月より広島地区 4拠点体制を 2拠点体制へ
 - … 営業体制の強化と物流体制の効率化

本郷工場小型無菌PETラインの稼動開始

- ・2002年 9月
- ・設備投資額 約12億円
- ・爽健美茶を製造

西日本需給機構

- ・森の水だより(ミネラルウォーター)供給にむけた準備
- ・2003年3月稼動開始予定
- ・西日本地域の最適化されたSCMモデルの構築を目指す

ベンディング

）マーケットの積極的開拓

- ・インマーケット
- ・中国地区アウトマーケット

）自販機のIT化による競争優位性の推進

・Cmode自販機 ……新規、インマーケット用

- 消費者への新しいサービス発信
- 今年度180台展開

・販売支援型自販機 ……既存拠点強化用

- 付加機能 : プロモーション/温冷リモート切替/品質管理/
故障通知/広告宣伝通知
- 8月より100台フィールドテスト実施

）自販機専用商品の導入

・ボトル缶6品種 9月より

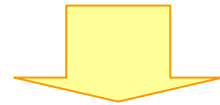




三笠社の強化

販売数量、マーケットシェアの拡大は成功

- 販売数量の前年比 +5.5% (全国 No.1)
- マーケットシェア 22.8% (+2.5ポイント)



「売ることに集中」できる体制にはなった。
儲かる仕組みの構築が必要

近畿社とのコラボレーション推進



中期経営計画

対象期間

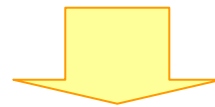
・2003年～2005年（3年計画）

対象範囲

・CCWJグループ：CCWJおよび連結対象会社14社

計画の基本的考え

「営業の強化」と「経営の効率化」を徹底するために
関係会社を含めて、その役割、機能の強化を図る。



1円でも安くつくり、1本でも多く売り、1円でも多く儲ける。

スケジュール

・中期経営計画策定プロジェクト（6～11月）

・発表（12月上旬）