

2002年12月期決算説明会

2003年 2月 24日



コカ・コーラウエストジャパン株式会社 (2579)

	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

目次



1. 2002年 12月期 決算

(1)総括	2頁
(2)決算概要	
連結	5頁
単体	5頁
対計画増減主要因 (連結)	7頁
対前年増減主要因 (連結)	8頁

2. 2003年 12月期 計画

(1)中期経営基本方針	9頁
(2)基本政策	9頁
(3)損益計画	
連結	11頁
単体	11頁
対前年増減要因 (連結)	12頁
(4)主要活動	
CCWJグループ経営の強化	13頁
新たなビジネスシステムの構築	15頁
人材マネジメント改革	26頁
社会との共生	29頁

資料集

1. 損益の推移	
(1)連結	31頁
(2)単体	32頁
2. 販売数量の推移	
(1)ブランド別販売数量	34頁
(2)パッケージ別販売数量	35頁
(3)ビジネスユニット別販売数量	36頁
(4)新製・商品の販売状況	37頁
3. 自動販売機の設置状況	38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	39頁
(2)カテゴリー別シェア	40頁
5. 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)	42頁
(2)キャッシュフローの状況 (連結)	”
6. 株主の状況	
(1)株主数・株式数	43頁
(2)配当金・配当性向	44頁
(3)株式分割	”
7. 三笠CCBC	45頁

1.2002年12月期 決算



(1) 総括

販売数量

前年比 +0.3%

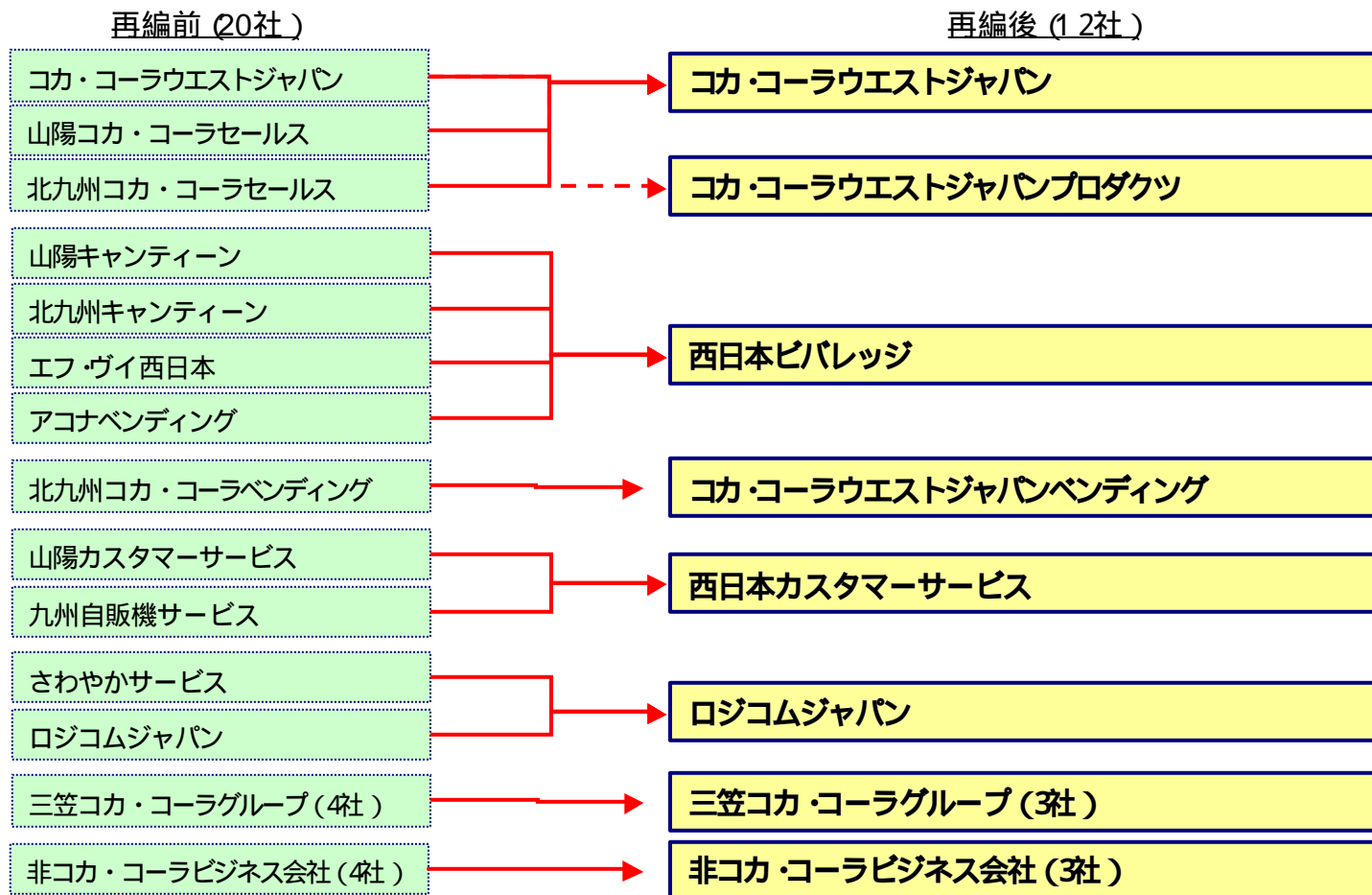
マーケットシェア

34.6% (+0.7ポイント)

	2001年	2002年	前年比
コカ・コーラ	33.9	34.6	0.7
競合計	66.1	65.4	0.7
サントリー / ペプシ	11.0	10.8	0.2
キリン	6.9	6.9	0.0
アサヒ	5.5	4.5	1.0
大塚	5.2	4.7	0.5
伊藤園	3.9	4.1	0.2
カルピス	3.9	4.1	0.2
その他	29.7	30.3	0.6

ピックアップ

1) グループ企業の再編 「営業力の強化と経営の効率化」





2)大山ビバレッジ社 (鳥取県)の設立 ・ ・5月

・西日本5ボトラー (中京、近畿、四国、南九州、CCWJ)の共同出資

森の水だより」2003年4月稼動予定

3)三笠社の近畿社との共同経営・・・11月

4)中期経営計画の策定

・2003年～2005年3ヵ年計画

・中期経営基本方針 **「皆革」**

・マーケットの変化に即応できる会社の仕組みの構築

(2) 決算概要

連結

(単位 百万円、%)

	2001年 実績	2002年					
		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	226,111	255,000	247,737	7,263	2.8	21,626	9.6
営業利益	16,634	16,900	16,704	196	1.2	70	0.4
経常利益	16,021	17,100	17,005	95	0.6	984	6.1
当期純利益	1,420	8,800	7,086	1,714	19.5	5,666	399.0

計画...2002年 8月29日発表値

単体

(単位 百万円、%)

	2001年 実績	2002年					
		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	153,196	182,000	174,594	7,406	4.1	21,398	14.0
営業利益	15,426	13,700	12,834	866	6.3	2,592	16.8
経常利益	16,151	14,500	13,774	726	5.0	2,377	14.7
当期純利益	2,515	8,400	5,378	3,022	36.0	2,863	113.8

< 販売実績 >

(単位 千ケース、%)

含む他ボトラー	94,067	97,940	95,936	2,004	2.0	1,869	2.0
エリア内	88,178	91,100	88,450	2,650	2.9	272	0.3

参考値 ボトラービジネス

…CCWJ単体 + 山陽・北九州 SC + CCWJPC

(単位 百万円、%)

	2001年	2002年	増減率
売上高	189,096	189,581	0.3
売上原価	100,918	103,423	2.5
売上総利益	88,178	86,157	2.3
販管費	72,963	70,881	2.9
営業利益	15,214	15,275	0.4
営業外収支	798	941	17.9
経常利益	16,011	16,216	1.3

対前年増減主要因 (連結)

売上高 + 216億円

・販売数量の増	+ 30億円
・受託加工収入	+ 10億円
・セールスマックス	36億円
・三笠社分	+ 145億円
・西日本ビバレッジ (FV、アコナ) 分等	+ 67億円

営業利益 + 1億円

売上原価	135億円増	
・販売数量の増	+ 25億円	
・受託加工原価	+ 5億円	
・セールスマックス	6億円	
・三笠社分	+ 82億円	
・西日本ビバレッジ (FV、アコナ) 分等	+ 28億円	
販売費および一般管理費	80億円増	
・退職給付費用	17億円	
・その他	3億円	
・三笠社分	+ 62億円	
・西日本ビバレッジ (FV、アコナ) 分	+ 37億円	

経常利益 + 10億円

営業外収益	-	
営業外費用	9億円減	9億円

当期純利益 + 57億円

特別利益	59億円減	
・退職給付信託設定益	97億円	
・固定資産売却益	6億円	
・厚生年金基金代行部分返上益他	+ 44億円	
特別損失	152億円減	
・会計基準変更時差異	199億円	
・特別退職金	26億円	
・移籍一時金	+ 45億円	
・固定資産売却損等	+ 29億円	
法人税等	46億円増	

2. 2003年12月期計画



(1) 中期経営基本方針

『かい皆かく革』

- ・お客さま、お得意さまに必要とされるCCWJグループへの『皆革』
- ・飲料ビジネスをリードするCCWJグループへの『皆革』
- ・役割・機能を徹底追求するCCWJグループへの『皆革』
- ・社員と組織の活力を引き出すCCWJグループへの『皆革』
- ・社会と共生するCCWJグループへの『皆革』

(2) 基本政策

- ・新たなビジネスシステムの構築
- ・CCWJグループ経営の強化
- ・人材マネジメント改革
- ・社会との共生

< 2003年の位置づけ >

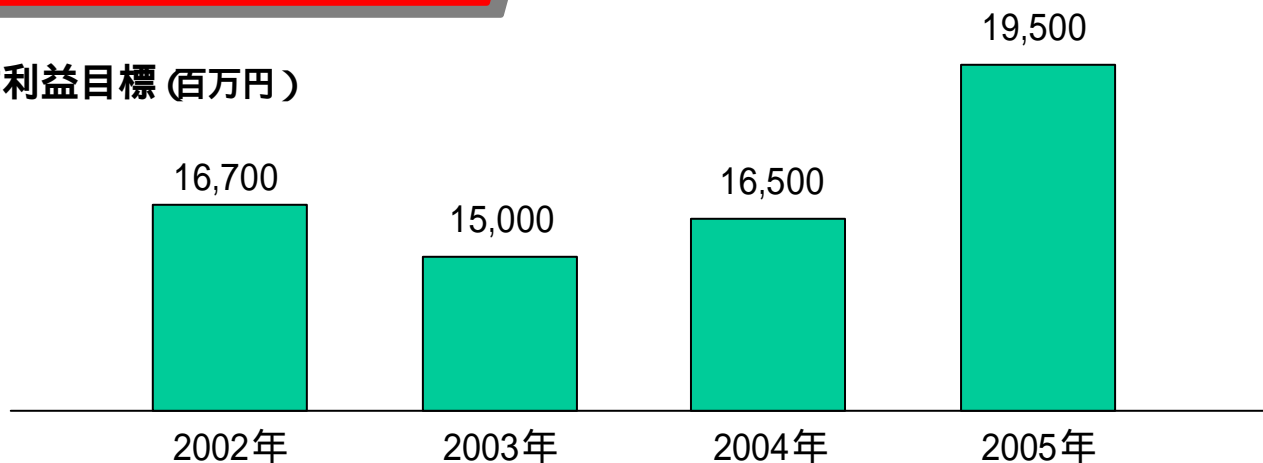
2003年

- ・ これからの成長のために
足場を固める年
- ・ グループ全体で経営サイクルを回す
- ・ マーケットインの営業体制の構築と活動
- ・ 組織の再構築と人材の適正配置
- ・ コスト削減と企業体質のスリム化

2004年～2005年

- ・ マーケットの変化に即応する
強いCCWJグループを築く
- ・ 高い成長力をもつ
新生CCWJグループの誕生

営業利益目標 (百万円)



(3) 損益計画

連結

(単位 百万円 %)

	2002年	2003年	増減額	増減率
売上高	247,737	254,000	6,263	2.5
営業利益	16,704	15,000	1,704	10.2
経常利益	17,005	15,300	1,705	10.0
当期純利益	7,086	9,000	1,914	27.0

単体

(単位 百万円 %)

	2002年	2003年	増減額	増減率
売上高	174,594	194,000	19,406	11.1
営業利益	12,834	14,000	1,166	9.1
経常利益	13,774	14,900	1,126	8.2
当期純利益	5,378	8,600	3,222	59.9

< 販売計画 >

(単位 千ケース %)

含む他ボトラー	95,936	97,045	1,109	1.2
エリア内	88,450	89,400	950	1.1

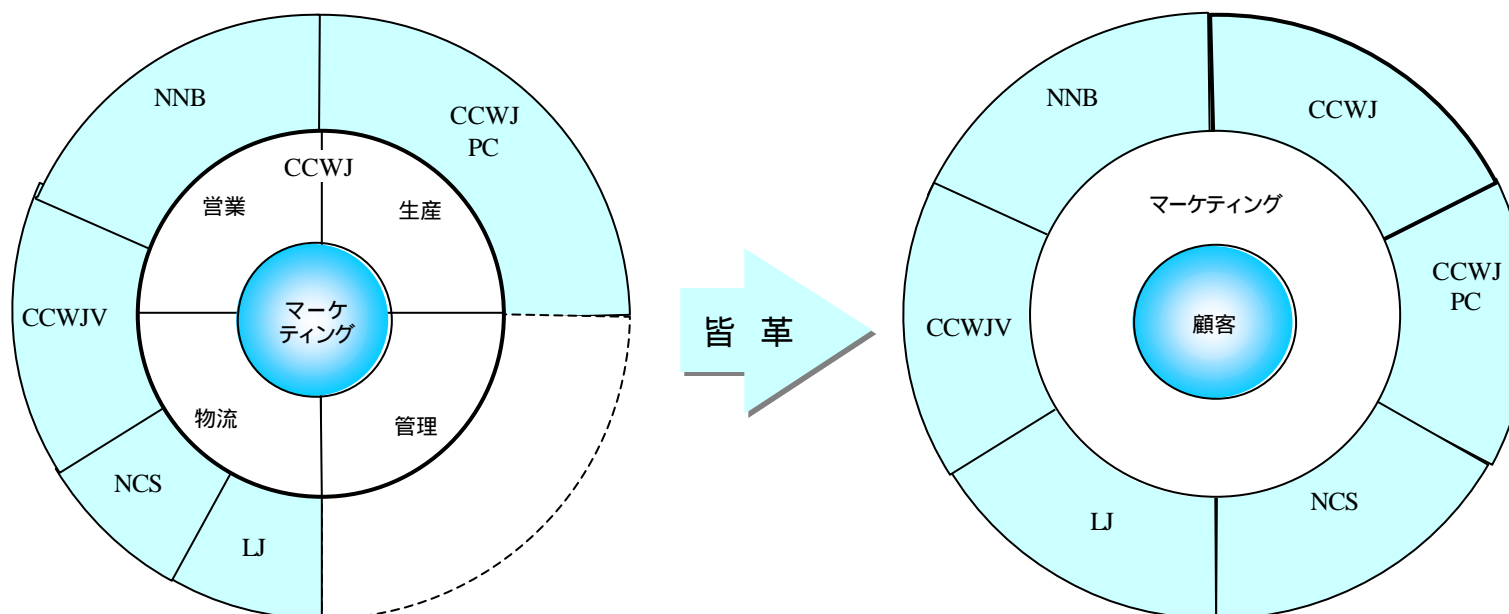
対前年増減主要因 (連結)

売上高	+ 63億円	販売数量の増	+ 19億円	
		受託加工収入	+ 12億円	
営業利益	17億円	セールスマックス	+ 8億円	
		三笠社分	+ 9億円	
		西日本ビバレッジ分等	+ 15億円	
		売上原価	50億円増	
		販売数量の増	+ 11億円	
		セールスマックス	+ 20億円	
		受託加工	+ 10億円	
		三笠社分	4億円	
		西日本ビバレッジ等	+ 12億円	
		販売費および一般管理費	30億円増	
給与、賞与の減	16億円			
退職給付費用	+ 10億円			
健康保険、厚生年金保険料等	+ 7億円			
販売手数料等	+ 8億円			
その他	+ 7億円			
三笠社分	+ 11億円			
西日本ビバレッジ分	+ 2億円			
経常利益	17億円	営業外収益	3億円減	
		営業外費用	3億円減	
当期純利益	+ 19億円	特別利益	42億円減	
		代行部分返上益の減	42億円	
		特別損失	88億円減	
		移籍一時金	45億円	
		固定資産売却損等	43億円	
		法人税等	10億円増	

(4) 主要活動

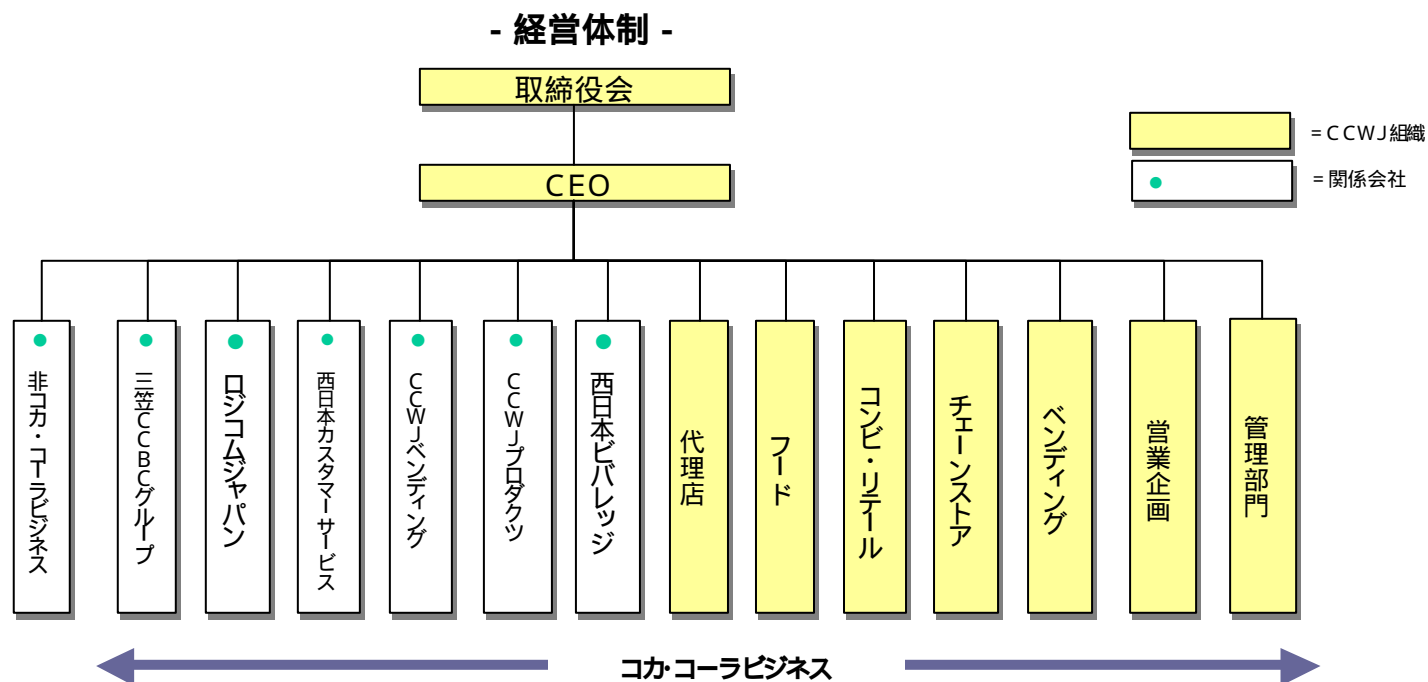
CCWJグループ経営の強化

お客さまを中心としたマーケティング活動をグループ会社が一体となり展開
 …親会社・子会社の関係 役割 機能ごとの並列の関係へ



< グループ一体の経営 >

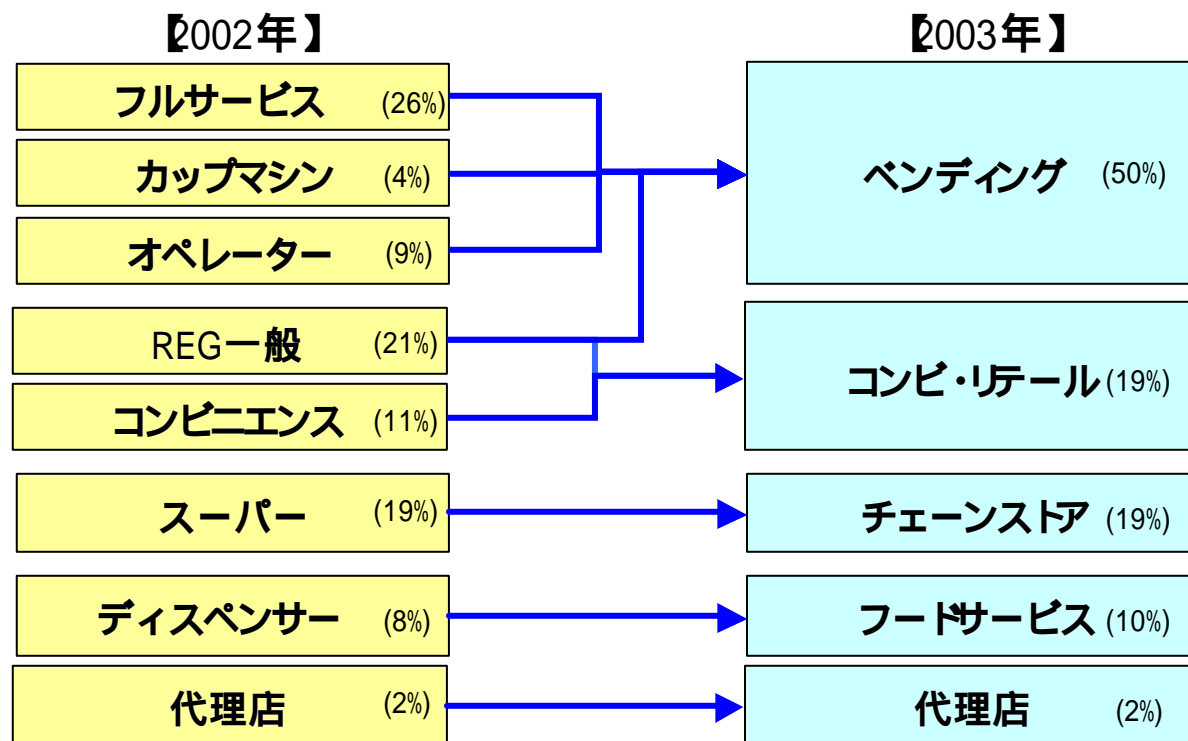
- グループが一体となって経営を行うために、機能・事業単位でビジネスユニットを構成する。
 - 役割と求められる成果が明確で、かつ、迅速な意思決定と行動ができる体制
 - 自己完結型の業務体制(= PDCAが同一ユニットで完結する体制)



新たなビジネスシステムの構築

1) 営業体制

- ・お客さまの買い方、お得意さまの売り方に応じた営業体制への転換
- ・新ビジネスユニットにおいて企画から営業所までの一気通貫体制の構築



()は販売数量構成比

2)ビジネスユニット戦略

ベンディング・・・販売目標 44,060千C/S 前年比

フルサービス	+ 8.0%
レギュラー自販機	11.4%

～ 徹底した消費者、アカウントサービスを基軸とした競争力、収益力の向上～

既存アカウントの活性化

・お客さまが自販機を利用したくなる環境づくり

- 商品：キャップ付容器 (小型PET/ ボトル缶) の積極導入

- IT自販機の展開

アップグレードVCCS (販売支援型自販機)・・・1,500台

Cmode・・・150台

- IT自販機を活用したプロモーション

タイムサービスプロモ、e プロモ他

・レギュラー自販機のFS化/グレードアップの推進

- FS化・・・10,000台

- グレードアップ・・・10,000台



ターゲットを絞った新規開拓

- ・インマーケットの徹底開拓 (西日本ビバレッジ社との協働開拓、職域/病院/学校)
- ・重点エリアのアウトマーケット開拓 (中国エリア、岡山・広島・福岡の都市部)

	投入台数	自販機シェア目標
- インマーケット	1,900台	36% (+1ポイント)
- アウトマーケット	1,300台	54% (+1ポイント)

ハイクオリティとローコスト化の追求による損益分岐点改善

～売上高 営業利益率 1ポイントアップ / 年間セールス150ケースでも収益がでる体制～

- ・FSオペレーション体制の構築
 - 訪問計画に沿った活動の徹底
 - オペレーションの100%業務委託化 (CCWJベンディング)
- ・機器関連費用の低減
 - 全国ボトラーとの共同調達/西日本カスタマー社との共同管理
- ・低セールス自販機 (年間セールス50ケース以下)の引揚 … 900台

チェーンストア …販売目標 17,710千C/S (前年比 +5.9%)

～収益性を伴った健全な「ボリューム」と「シェア」の拡大～

- 売上高営業利益率5%の実現 (2005年度) -

営業力強化によるボリュームの拡大

・本部商流、店舗商流の両輪による営業力強化

- 本部商流 : Win Winの関係となる共同での課題解決
- 店舗商流 : 個店商談時間の拡大と提案力の強化
- 本部・店舗商流の連携 : 計画と結果の評価、グループでの情報共有化

・重点エリア、アカウントの設定による取組みの強化

- 重点強化エリア：広島・岡山・福岡
- 重点強化アカウント：20アカウント(ポテンシャル、影響力の大きなアカウントを対象)

収益性の向上

・消費者ニーズに合わせたパッケージミックスの展開

	2002年		2005年	市場構成比
2LPET	43%	➔	30%	30%
1.5LPET	21%		19%	18%
500mlPET	14%		17%	17%
160缶	10%		11%	2%
190缶	4%		5%	3%
その他	7%		17%	29%
合計	100%		100%	100%

ニールセンの市場実査 (2002年)

- 消費者ニーズに合わせたパッケージを適切な価格で販売
- 大型パッケージの収益改善・・・特定品種 (水、お茶) のダイレクト物流実施

・労務提供から提案/情報提供へ

- 品出し作業はコカ・コーラビジネスグループ会社および協力会社の担当へ
- アカウント別商流担当者の適正配置

コンビ/リテール …販売目標 16,450千C/S (前年比 2.1%)

～ 選択と集中による効果的なマーケティング活動の実施～

)コンビニエンス

- 西日本ボトラー社との共同による効果的なマーケティングの実施
- カスタマーマネジメントの強化
 - ・個店商流・ ・取り扱いアイテム数の拡大
 - ・CCNC地区本部商流・ ・エリア限定プロモの実施等
- 店頭自販機のFS化推進

)リテール (REG一般)

- 業態に応じた戦略、プログラムの実施
 - ・クラブコカ・コーラ
- 広域チェーンアカウントへの取り組み強化
 - ・ドラッグストア / ホームセンター / 酒DS / 100円ショップ等
- 店頭自販機のFS化推進・ ・10,000台

フードサービス …販売目標 9,420千C/S (前年比 +3.2%)

フードサービスとはシロップによる販売のこと

～顧客視点での営業活動によるフードサービスマーケットの拡大～

)市場開発の徹底強化

- ・ホットでの販売機会拡大・機器の投入 :500台 (ドリンクバー実施店)
- ・重点顧客活動の強化・「フードクラブ」を設置し、販促および競合侵入を阻止
- ・競合取引店への攻勢・セールス規模大/チェーンに的を絞ったプレダトリー活動

)コスト削減と効率化の徹底

低セールスディスプレイの引揚

- ・年間セールス250ケース以下は壺缶製品への切替 (1,000軒)

在庫機の有効活用と取扱機種絞り込み

取扱品種の絞り込み・20%削減

代理店 …販売目標 1,760千C/S (前年比 +1.0%)

代理店とは離島、遠隔地におけるオペレーションを担当している協力会社

～ビジネスパートナーシップの強化による市場開拓・育成～

)マーケティング活動の強化

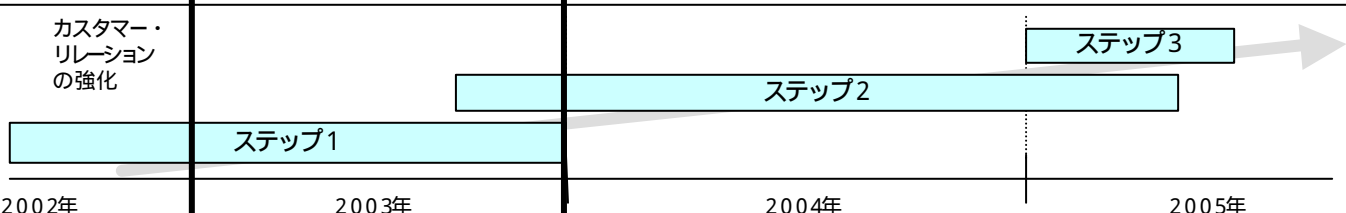
- ・本土並のマーケティング戦略の実行…新商品/プロモーション/市場活性化活動
- ・自販機の投入 (560台)
- ・スーパーマーケット向けプロモーションの強化

)営業体制の強化

- ・代理店セールスフォースの教育・研修強化
- ・対代理店への営業体制の強化
- ・代理店内におけるFSシステムの確立…福江島 (長崎県)

営業活動を支援する情報システムの構築 ... カスタマー・リレーションの強化

- ・店舗、直接営業、代理店、電話、インターネットなどさまざまな販売チャネルを通じた顧客の接触や取引の履歴情報を一元管理し、個々の顧客に最適な対応を実施することにより、顧客維持率を高める概念、またはそれを実現するための仕組み全体のこと。
- ・お客さま・お得意さまの情報をデータ化し、活用することで営業活動を側面から支援する。

カスタマー・リレーションの強化	ステップ1	ステップ2	ステップ3	
顧客情報の統合 (訪問営業、電話、端末、FAX インターネット、電子メール)	・SFA(営業支援システム)(注1) の導入	・お客さま相談センターの設立 (テレセンター・機器サービスセンター集約) ・CRMシステムの導入	・ホームページによる2ウェイ コミュニケーションの確立 (インターネット・電子メール)	
お客さまデータベースの構築	・お客さまデータベースの開発 (顧客データの一元管理)	・お客さまデータベースの拡張 (関連システムとの統合)		
顧客情報の活用推進 (ナレッジマネジメント(注2))	・ナレッジマネジメント体制の確立 (方針、体制、登録・更新プロセス)	・ナレッジマネジメントの拡充 (教育、評価制度との連携)		
カスタマー・リレーションの強化				
	2002年	2003年	2004年	2005年

(注1) SFA (Sales Force Automation) : 顧客情報、顧客との接触履歴、商談の進捗状況、営業資料、営業担当者の行動予定などを一元管理するシステム

(注2) ナレッジ・マネジメント (Knowledge management) : 営業担当者の専門知識・営業ノウハウ・情報等を文書等の他者が理解しやすい形態にして蓄え、知的財産として共有化し、組織や会社全体で活用する仕組みをつくりあげること

3)ブランド戦略

- コカ・コーラ



グラフィックデザインのリニューアル
『Shop No Reason』キャンペーン

- ジョージア



『明日があるさ2』キャンペーン
フレーバー展開 (カフェショップ等での人気フレーバーの導入)

- 爽健美茶



TVCMの一新とキャンペーン強化
SAZABYとのタイアッププロモーション

- アクエリアス



『一生スポーツ』キャンペーン
ダイエーホークス城島選手TV-CM出演
スマートレモンの導入

- まろ茶



120へのリニューアル 「健康に良い緑茶」

120とは、カテキンが従来と比較し、+ 20%含まれている

- Qoo



低果汁飲料からキッズビバレッジ飲料へ
乳性飲料への進出 「Qooホワイト」

- 新ブランド

The Tea for Dining...紅茶

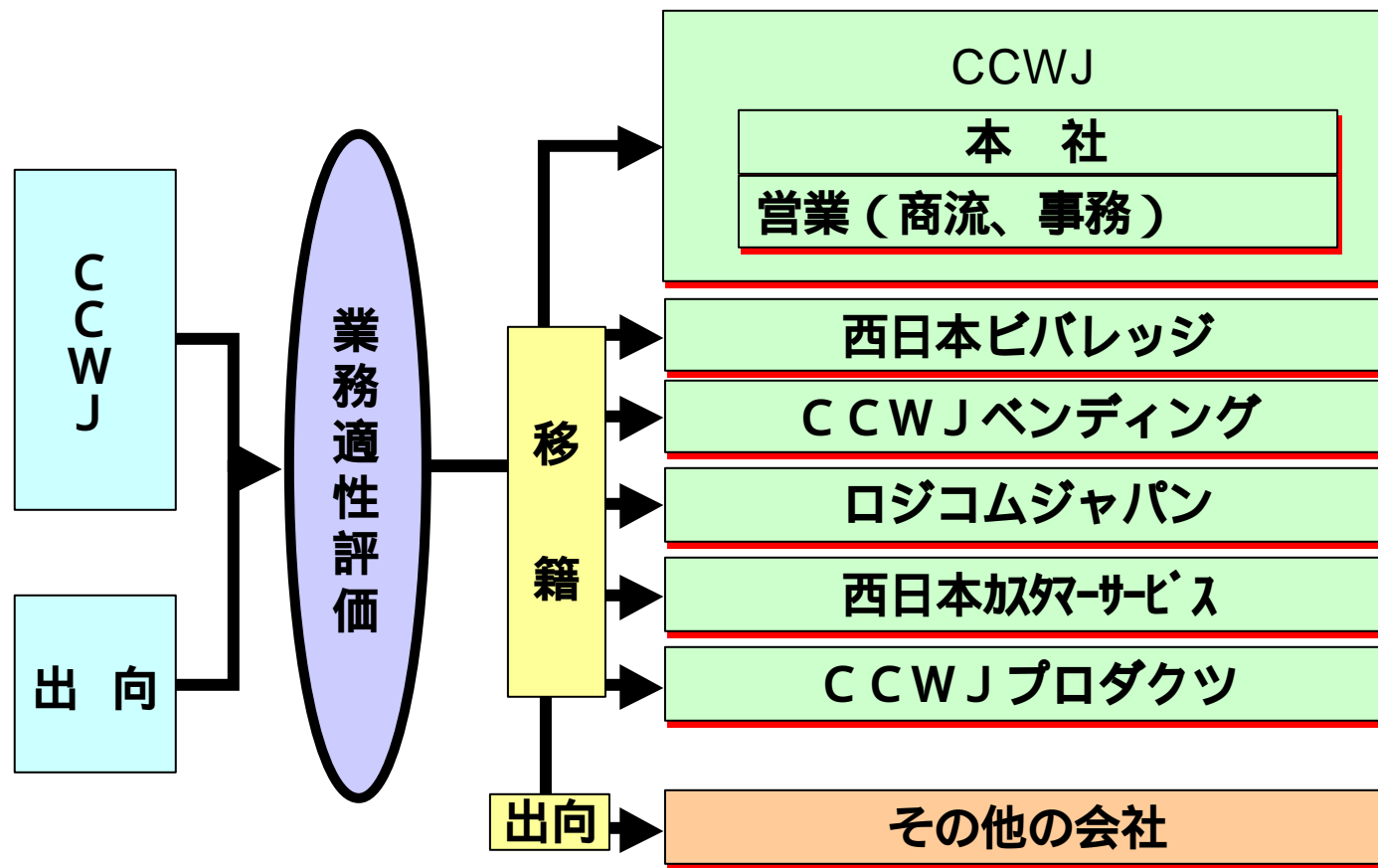


凹 boco」...ダイエットサポート飲料



人材マネジメント改革

1)人材適性配置の概要



2)人事制度の変更 (コカ・コーラビジネスグループ)

給与、賞与・・・年収で業界水準ベースへ

	現行	新制度
CCWJ	100	92

(参考) CCWJを100とした場合のグループ各社の水準

	CCWJ = 100
CCWJプロダクツ	85
西日本ビバレッジ	80
CCWJベンディング	80
西日本カスタマーサービス	80
ロジコムジャパン	80

(参考) 賞与の水準

	現行	新制度
CCWJ	100	80

退職金/年金

- ・厚生年金基金給付利率引下げ・・・2002年9月
- ・厚生年金基金代行部分の返上・・・2002年12月
- ・旧山陽、旧北九州の厚生年金の統合・・・2003年 上半期
- ・退職金ベースを業界水準ベースへ

現 行	新制度
100	60～70
勤続年数、個人給与を基準	職責等級に応じたポイントを基本

福利厚生制度

- ・健康保険組合の廃止 政府管掌健康保険へ (2003年3月)
- ・CCWJグループ共済会設立 (2003年4月)
 - ・・・安心して働ける体制と帰属意識の強化
 - ・・・健康のサポートや傷病の補償はグループ統一



社会との共生

- 企業倫理体制づくりと企業市民としての責任 -

1) 企業倫理体制の強化

- ・担当役員、専任スタッフの配置
- ・浸透活動、研修への取組み
- ・グループ各社への導入

2) 環境経営への取組み強化

- ・グループ内、全事業所でのISO14001の認証取得
- ・リサイクルセンターの建設（北九州市、2003年10月完成）
 - 当社の空容器収集、運搬の新システムを確立

3) 地域社会貢献活動の強化

- ・青少年の健全育成支援、地域との密接なコミュニケーション促進を目的に、社会福祉活動、スポーツ活動、文化・教育活動を継続実施