

# 2003年12月期中間決算説明会

2003年 8月 7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](mailto:mtakase@ccwj.co.jp)

<b>1.中間期総括</b>	2頁	<b>資料集</b>	
<b>2.中間決算概要</b>	5頁	1.損益の推移	39頁
<b>3.上半期主要活動</b>		2.販売数量の推移	41頁
(1)基本方針	… 8頁	3.自動販売機の設置状況	45頁
(2)基本政策	… 8頁	4.マーケットシェア	46頁
(3)新たなビジネスシステムの構築	… 9頁	5.株主の状況	50頁
(4)グループ経営の強化	… 10頁	6.設備投資、減価償却、キャッシュフロー	52頁
(5)人材マネジメント改革	… 11頁	7.三笠CCBCの状況	53頁
(6)社会との共生	… 13頁	8.日本のコカ・コーラシステム	54頁
(7)コカ・コーラナショナルビバレッジ	… 14頁	9.用語の説明	55頁
<b>4.通期予想</b>	… 15頁		
<b>5.上半期マーケティング活動</b>	… 18頁		
<b>6.下半期マーケティング活動計画</b>	… 28頁		
<b>6.ストアオーディット変更について</b>	… 33頁		

## (1) 販売数量

・天候不順等により、計画比 3.0%、前年比 3.0%

## (2) マーケットシェア (インテージ社ストアオーデイト)

・31.2% (前年比 1.7ポイント)

## (3) 業績 (連結)

・売上高は販売数量の減等により、計画比 4.5%、前期比 3.5%

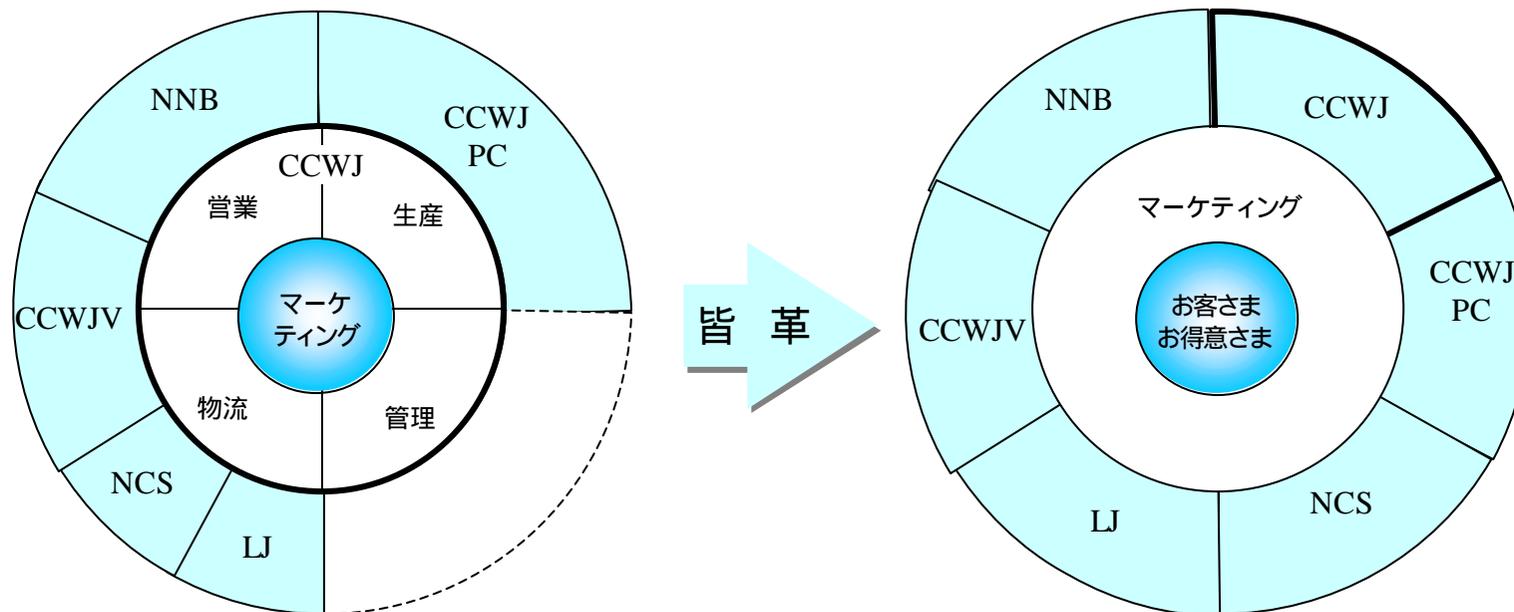
・営業利益は売上原価、販管費の減により計画比 + 39.2%、  
前年比 + 15.8%

## (4)中期経営計画 「皆革」進捗

・お客さま、お得意さまを中心とした活動への皆革

・グループ一体となった経営

- 機能、事業単位でビジネスユニットを編成
- ビジネスユニット毎の販売体制の構築
- お客さま、お得意さまに直接、接する機能の強化
  - …自販機オペレーション / 物流、店舗ディスプレイ / 自販機メンテナンスの品質向上
  - …アウトソーシングではなくグループ一体運営 (コストではなく、売上をあげる仲間)



## (5)人事制度の変更

### ・人材の適正配置

- …移籍の実施 :CCWJ社員は各人の役割・機能に応じてグループ会社へ
- 給与・賞与…CCWJグループ全て業界水準ベースへ
- 退職金・年金制度…退職金水準の見直し、職責に応じたポイント制の導入
- 福利厚生制度…政府管掌健康保険への移行、CCWJグループ共済会の設立

## (6)コカ・コーラシステムとしての動き

- ・コカ・コーラナショナルビバレッジの設立 (4月)
- ・大山ビバレッジの稼動開始 (6月)

## 2. 中間決算概要

### (1) 連結中間期実績

(単位 百万円、%)

	2002年 中間期	2003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	117,211	118,500	113,117	5,383	4.5	4,094	3.5
営業利益	6,614	5,500	7,658	2,158	39.2	1,044	15.8
経常利益	6,764	5,700	7,847	2,147	37.7	1,083	16.0
中間純利益	3,145	3,300	4,152	852	25.8	1,007	32.0

計画値…2月18日発表値

### (2) 単体中間期実績

(単位 百万円、%)

	2002年 中間期	2003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	74,327	90,500	86,768	3,732	4.1	12,441	16.7
営業利益	3,662	5,800	7,666	1,866	32.2	4,004	109.3
経常利益	4,234	6,000	8,056	2,056	34.3	3,822	90.3
中間純利益	2,251	3,500	4,459	959	27.4	2,208	98.1

#### < 販売実績 >

(単位 千ケース、%)

含む他ボトラー	45,053	45,107	43,475	1,632	3.6	1,578	3.5
エリア内	41,438	41,454	40,216	1,238	3.0	1,222	3.0

### (3)対計画増減主要因 (連結)

売上高 54億円

・販売数量の減	31億円
・セールスマックス	4億円
・受託加工収入減	1億円
・三笠社分	11億円
・その他関係会社等	7億円

営業利益 + 21億円

<b>売上原価</b>	<b>32億円減</b>
・販売数量の減	19億円
・セールスマックス	4億円
・受託加工原価減	3億円
・三笠社分	4億円
・その他関係会社等	2億円

<b>販売費および一般管理費</b>	<b>43億円減</b>
・退職給付制度変更	19億円
・広告宣伝費	5億円
・販売機器費等	9億円
・三笠社分	6億円
・その他関係会社等	4億円

経常利益 + 21億円

営業外収益	1億円増
営業外費用	1億円増

中間純利益 + 8億円

特別利益	—
特別損失	8億円増
・商品廃棄損等	+ 4億円
・ゴルフ会員権等評価損等	+ 4億円
法人税等	5億円増

## (4)対前年増減主要因 (連結)

**売上高 41億円**

・販売数量の減	30億円
・セールスマックス	3億円
・受託加工収入	+ 6億円
・三笠社分	5億円
・その他関係会社等	9億円

**営業利益 + 10億円**

<b>売上原価</b>	<b>14億円減</b>	
・販売数量の減		17億円
・セールスマックス		+ 4億円
・受託加工収入		+ 5億円
・三笠社分		2億円
・その他関係会社等		4億円
<b>販売費および一般管理費</b>	<b>37億円減</b>	
・退職給付制度変更		27億円
・人件費		9億円
・広告宣伝費		4億円
・販売手数料等		+ 4億円
・三笠社分		1億円

**経常利益 + 10億円**

<b>営業外収益</b>	<b>1億円減</b>
<b>営業外費用</b>	<b>1億円減</b>

**中間純利益 + 10億円**

<b>特別利益</b>	<b>—</b>	
<b>特別損失</b>	<b>6億円減</b>	
・子会社等再編費用減		7億円
・固定資産売却損		3億円
・商品廃棄損等		+ 4億円
<b>法人税等</b>	<b>6億円増</b>	

## (1) 基本方針

# 『<sup>かい</sup>皆<sup>かく</sup>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

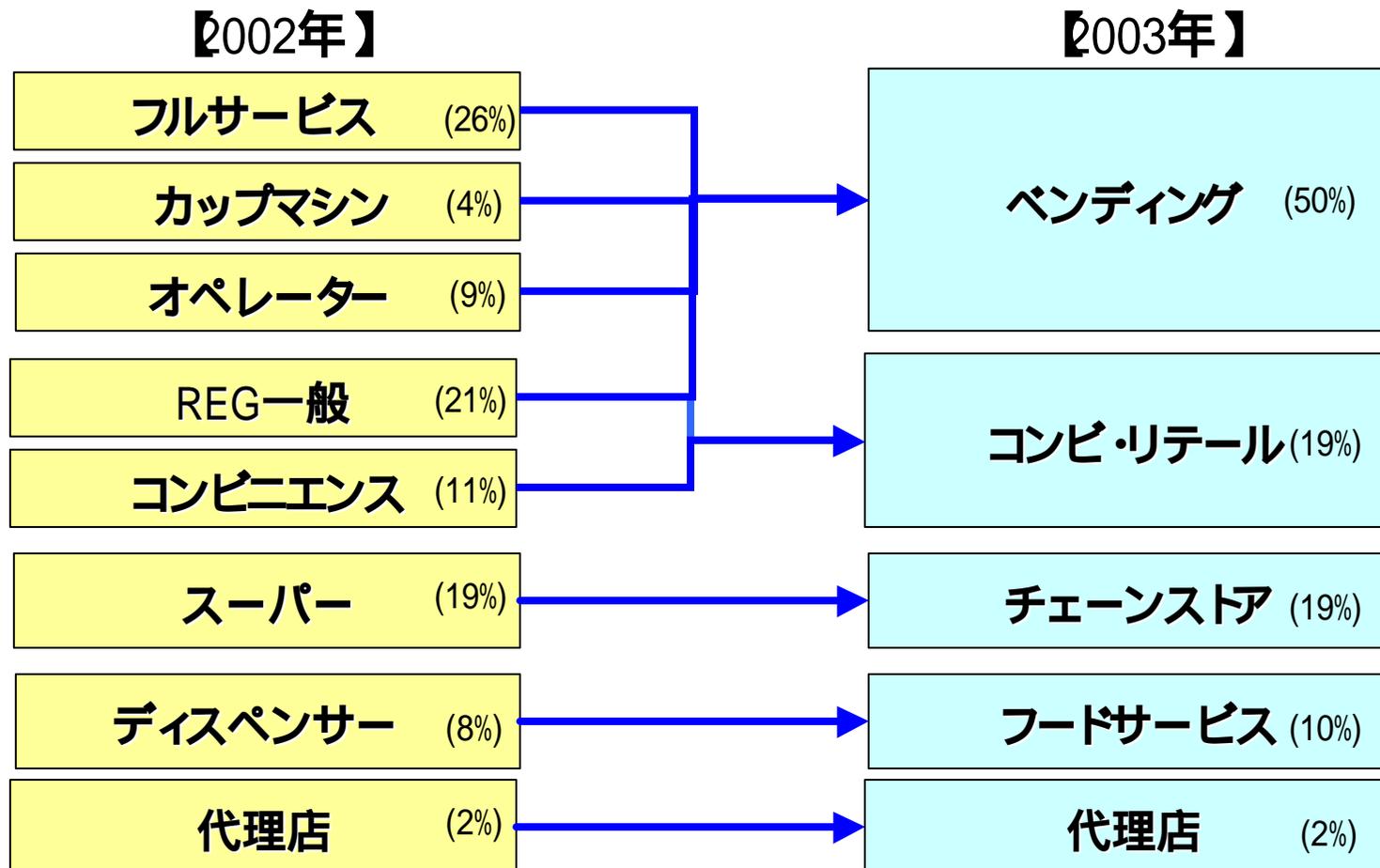
人材マネジメント改革

社会との共生

### (3) 新たなビジネスシステムの構築

#### 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

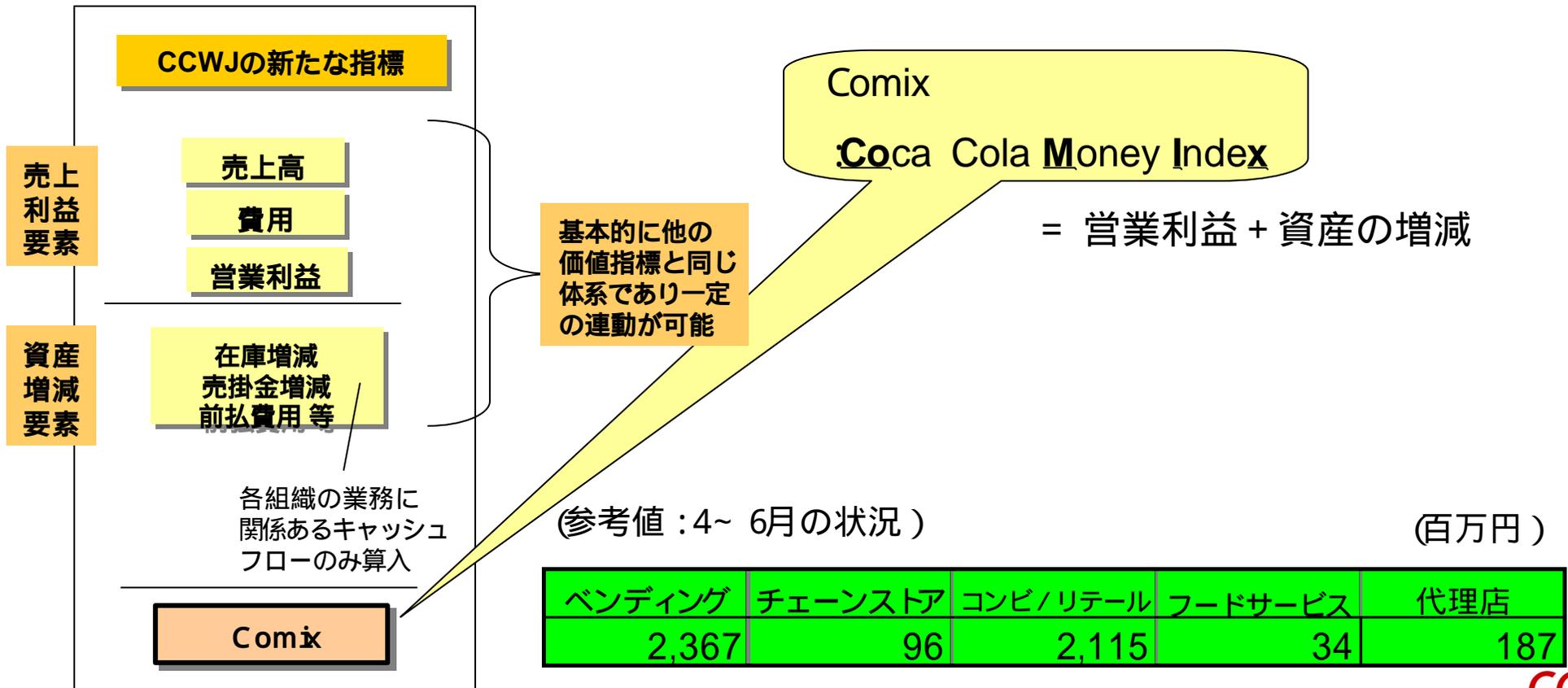
# (4) グループ経営の強化

## グループ一体となった経営

グループ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編成  
 ポート機能と執行機能を明確に分離

- ビジネスユニット長には執行役員を配置

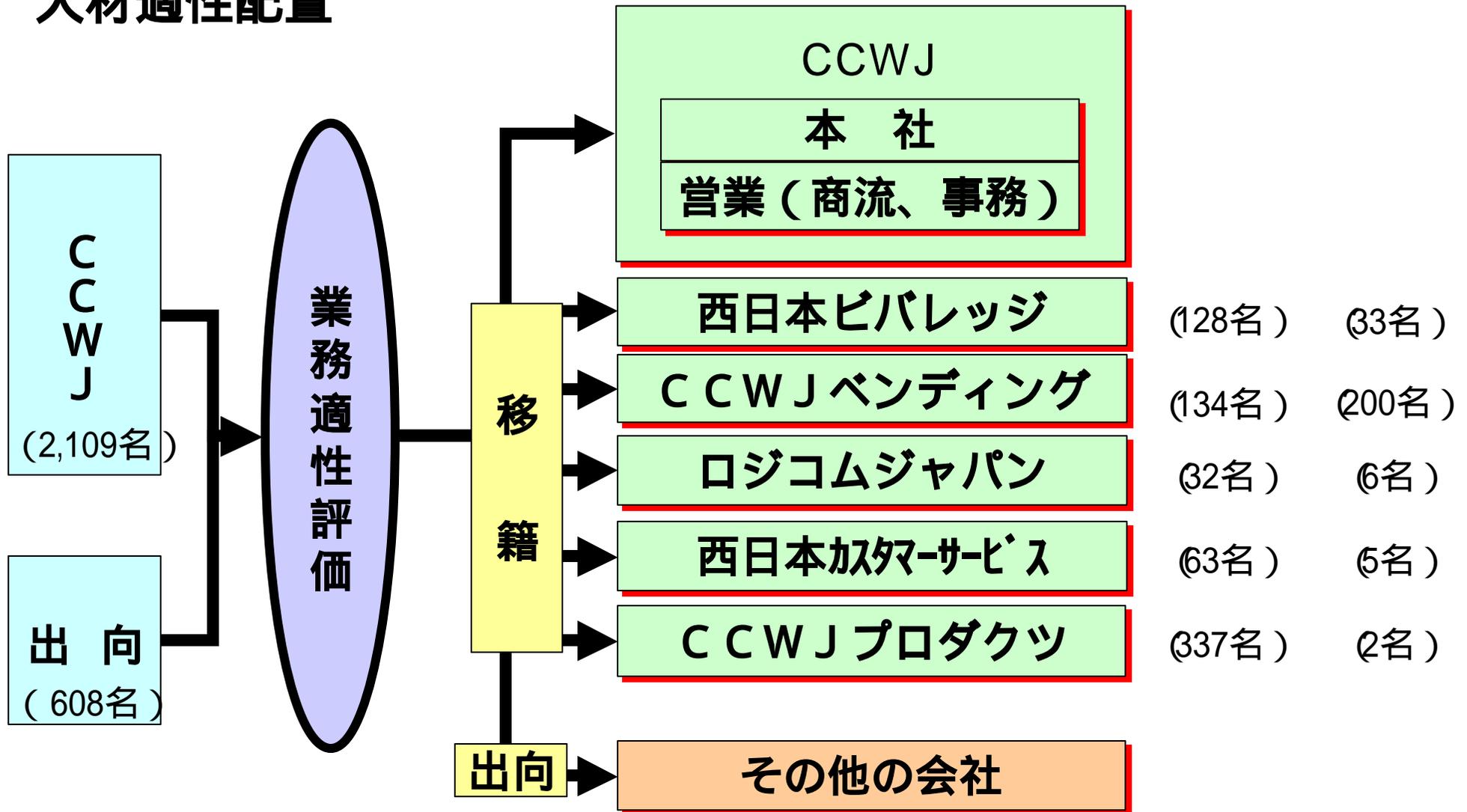
## グループ評価制度 (Comix) の構築



# (5)人材マネジメント改革

## 人材適性配置

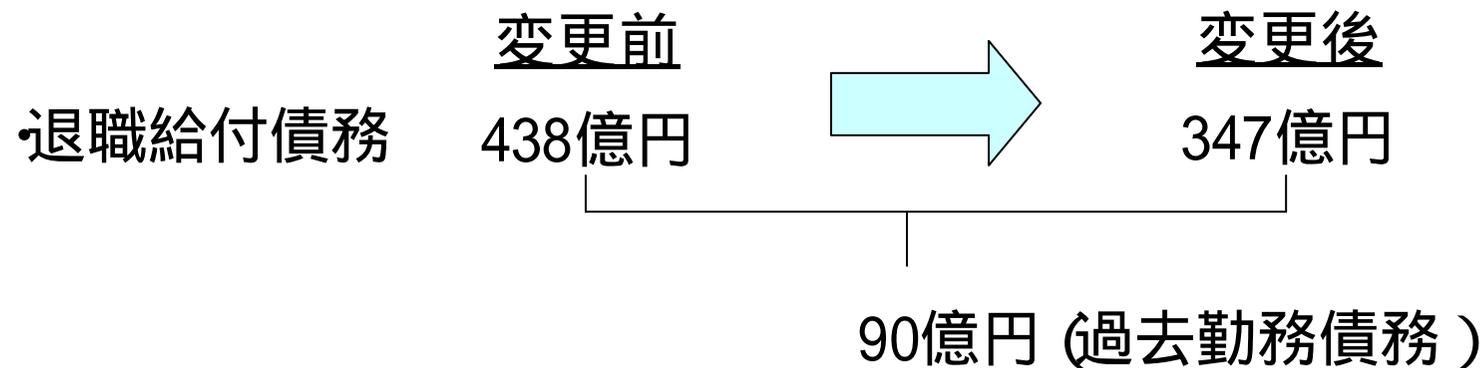
移籍者数 出向者数



- 第1四半期に移籍を完了 (694名)

## 退職金 / 年金制度への取り組み

- ・2002年 9月 厚生年金基金給付利率引下げ  
 …現役 (4.5 ~ 5.5% → 3.0%) \ OB (4.5 ~ 5.5% → 4.0%)
- ・2002年12月 厚生年金基金代行部分の返上
- ・2003年 6月 退職給付制度の変更



### 営業利益への影響

2003年4 ~ 12月

58億円

2004年1 ~ 3月

22億円

## (6)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 -

### 企業倫理体制の強化

・グループ全体の取り組み・・・浸透活動 / 研修活動

### 環境経営への取り組み強化

・ISO14001の認証取得・・・グループ内全事業所での取得準備

・北九州さわやかリサイクルセンター設立準備 (10月竣工予定)

- 販売したものはきちんと回収し、リサイクルする企業姿勢の具現化



### 地域社会貢献活動の強化

・社会福祉活動、スポーツ活動、文化・教育活動を通して青少年の健全育成支援、地域とのコミュニケーション促進を図る。

## (7) コカ・コーラナショナルビバレッジ

### 現在の作業進捗状況

- ・全国 SCM構築に向けた最適な組織・業務プロセス・情報システムおよび経済的効果の検証・検討は予定通り進捗
- ・現在、最終的な詰めの段階

### 参画社

- ・4月設立時・・・6ボトラー (三国社、利根社、東京社、CCCJ、近畿社、CCWJ) とCCJC



- ・現在・・・沖縄社除く全ボトラー社とCCJC

### 内容詳細の発表

- ・9月末までに発表

# 4.通期予想

## (1)連結通期予想

(単位 百万円、%)

	2002年 実績	2003年					
		計 画	予想	計画対比		前年対比	
				増減	増減率	増減	増減率
売 上 高	247,737	254,000	249,000	5,000	2.0	1,263	0.5
営業利益	16,704	15,000	19,700	4,700	31.3	2,996	17.9
経常利益	17,005	15,300	20,000	4,700	30.7	2,995	17.6
当期純利益	7,086	9,000	10,500	1,500	16.7	3,414	48.2

計画値・・・2月18日発表値

## (2)単体通期予想

(単位 百万円、%)

	2002年 実績	2003年					
		計 画	予想	計画対比		前年対比	
				増減	増減率	増減	増減率
売 上 高	174,594	194,000	191,000	3,000	1.5	16,406	9.4
営業利益	12,834	14,000	18,000	4,000	28.6	5,166	40.3
経常利益	13,774	14,900	18,500	3,600	24.2	4,726	34.3
当期純利益	5,378	8,600	10,100	1,500	17.4	4,722	87.8

### < 販売実績 >

(単位 千ケース、%)

含む他ホトラ-	95,936	97,045	95,185	1,860	1.9	751	0.8
エリア内	88,450	89,400	88,162	1,238	1.4	288	0.3



## (4) 通期 対前年増減主要因 (連結)

**売上高 + 13億円**

・販売数量の減	8億円
・セールスマックス	+ 5億円
・受託加工収入増	+ 12億円
・その他関係会社等	+ 4億円

**営業利益 + 30億円**

<b>売上原価</b>	<b>14億円増</b>	
・販売数量の減	4億円	
・セールスマックス	+ 4億円	
・受託加工収入増等	+ 12億円	
・その他関係会社等	+ 2億円	
<b>販売費および一般管理費</b>	<b>31億円減</b>	
退職給付制度変更	46億円	
人件費	17億円	
販売手数料	+ 17億円	
法定福利費	+ 5億円	
広告宣伝費	+ 3億円	
輸送費	+ 4億円	
販売機機器費等	+ 3億円	

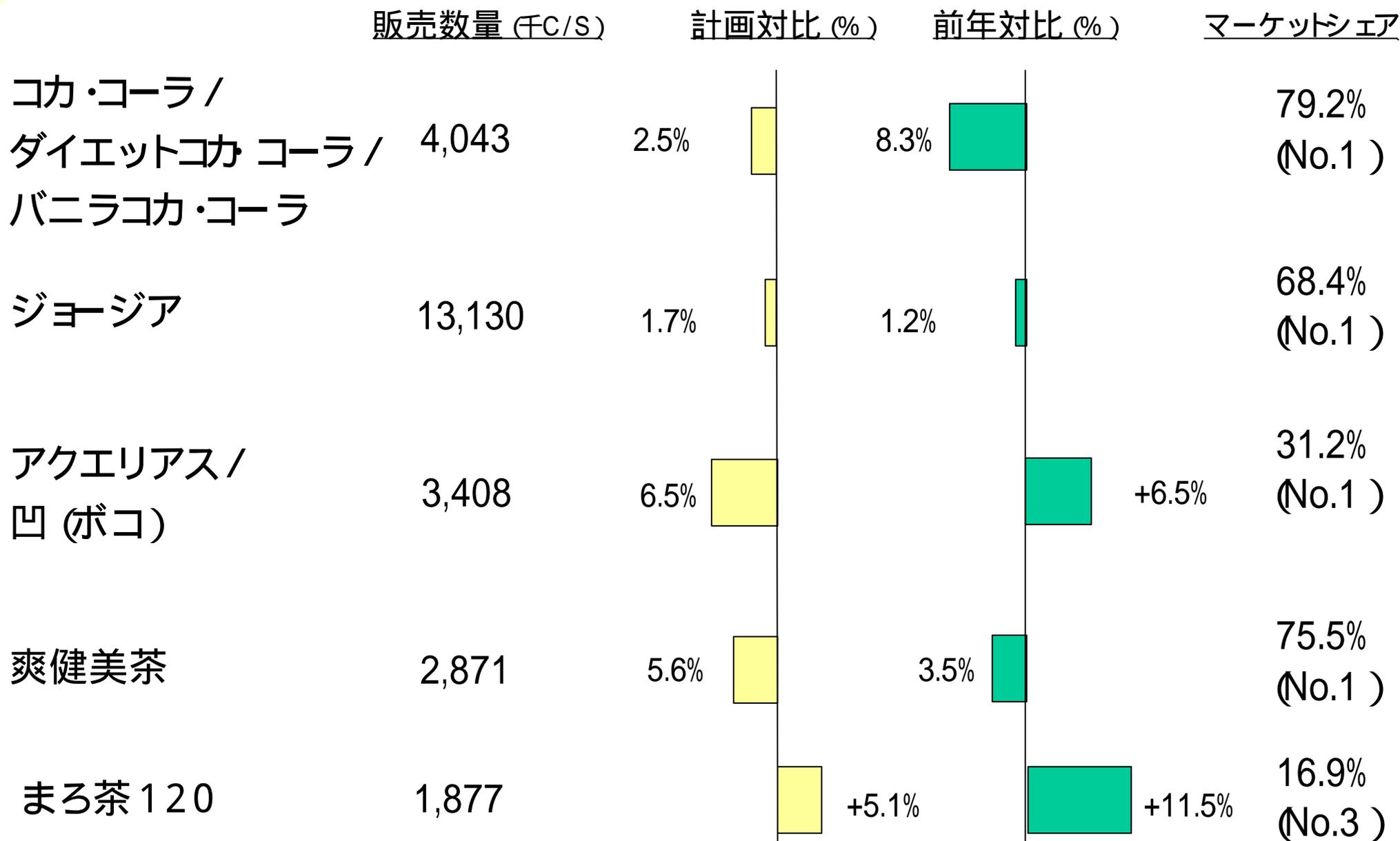
**経常利益 + 30億円**

<b>営業外収益</b>	<b>3億円減</b>	-
<b>営業外費用</b>	<b>3億円減</b>	

**当期純利益 + 34億円**

<b>特別利益</b>	<b>41億円減</b>	
代行部分返上益等	41億円	
<b>特別損失</b>	<b>75億円減</b>	
・移籍一時金	45億円	
・子会社等再編費用	18億円	
・固定資産売却損等	12億円	
<b>法人税等</b>	<b>30億円増</b>	

## (1) 基幹ブランドの状況



## (2)ペンディング

### 販売数量

(千ケース、%)

2002年 中間期実績	2003年中間期		計画対比		前年対比	
	計画	実績	増減	増減率	増減	増減率
16,110	16,035	15,686	349	2.2	424	2.6

### 主要活動

#### 1)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

・アップグレードVCCS自販機 (販売支援型自販機)への切り替えによる  
 IT活用プロモーションの基盤整備

…1,100台

・量販口ケ設置自販機のグレードアップ (PET販売可能機へ) …8,460台

- PET販売可能自販機率 73%

## 2) 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

- ・上半期 (グループ計)・・・2,060台 (計画対比 120台)

- ・1社管理アカウントの拡大・・・CCWJ、NNB (西日本ビバレッジ)との協働

1社管理：1アカウントに複数メーカーの自販機が設置されていたものをCCWJグループにて管理するもの。競合製品についてはNNBがメーカーより仕入れて販売。

### 開拓アカウントの質追求

- ・・・見込みセールス250C/S (2002年) 320C/S (2003年)

### 競合対策の強化 (競合排除 / コカ・コーラ自販機設置)

- ・ターゲットを絞ったプレダトリー “プロジェクトS”

- ・・・目標 1,000台 (プレダトリー成約 1,130台)

## 3) ハイクオリティとローコスト化の追求によるBEPの改善

### メンテナンスサービス向上による “お客様が購入できない時間の短縮”

- ・修理受付～完了時間の短縮 24時間 15時間 (含む事故機)

- 2.3時間 (除く事故機)

- ・当日修理完了率 73% 80%

## )FSオペレーション体制の構築

- …訪問計画システムの中国地区への導入完了 (29営業所)
- …自販機オンライン化の準備

## )低セールス自販機 (年間セールス50C/S以下)の引揚

- …740台

## )機器管理費用の低減

- 全国ボトラーとの共同調達
  - …自販機購入コストの低減： 9千円 / 台
- 西日本カスタマー社との共同管理
  - …自販機管理費の低減： 107百万円 (計画対比 + 20百万円)

## )セールスランク別設置自販機の見直し

- セールス規模というよりも競合をにらんでの機種選定 (場所押さえ型)



- 低セールスロケ、中型ロケ、量販ロケに応じた機種選定

### (3)チェーンストア ~ 収益性を伴った健全なボリュームとシェアの拡大 ~

#### 販売数量

(千ケース、%)

2002年 中間期実績	2003年中間期		計画対比		前年対比	
	計画	実績	増減	増減率	増減	増減率
7,443	7,830	7,435	395	5.0	8	0.1

#### マーケットシェア

コカ・コーラ	28.4%	2.3ポイント
サントリー	12.3%	0.2ポイント
キリン	7.7%	+ 1.9ポイント
その他	22.7%	+ 0.9ポイント

#### 主要活動

##### 1)営業力強化によるボリュームの拡大

・売り切れを絶対に出さないサービス体制によるアカウントとのWin-Winの関係

- 日祭日における店頭商品補充者の配置・・・福岡市、北九州市、広島市、岡山市

・教育・研修

- 職務、スキルに応じた研修の実施 (新人、中級、上級)

・戦略アカウント(20アカウント)強化

- 前年比 + 4.5% (目標 + 6.0%)

## 2) 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 年間	2003年			2003年 年間計画
		第 1四半期	第 2四半期	計	
2LPET	43.1%	39.2%	41.4%	40.2%	41.2%
1.5LPET	20.9%	25.3%	19.8%	21.9%	20.4%
500mIPET	14.4%	15.2%	16.0%	15.6%	15.2%
160缶	10.4%	9.9%	11.8%	10.9%	10.5%
190缶	4.1%	5.3%	3.8%	4.3%	4.5%
その他	7.1%	5.1%	7.3%	7.1%	8.2%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

営業利益 …4~ 6月 :昨年までの赤字から黒字へ

< 参考 > 店頭小売価格… コカ・コーラ製品

		2002年 第 4四半期	2003年	
			第 1四半期	第 2四半期
2LPET	お茶	181	187	188
	水	118	134	124
1.5LPET		191	194	194
500mIPET		110	109	107

(出典 インテージ)

## (4) コンビ/リテール～選択と集中による効果的なマーケティング活動の実施～

### 販売数量

(千ケース、%)

	2002年 中間期実績	2003年中間期		計画対比		前年対比	
		計画	実績	増減	増減率	増減	増減率
コンビニ	4,544	4,625	4,646	21	0.5	101	2.2
リテール	8,129	7,857	7,386	471	6.0	744	9.1
計	12,673	12,482	12,031	451	3.6	642	5.1

### 主要活動

#### 1) コンビニエンス

- ・カスタマーマネジメントの強化
  - 取り扱いアイテム数の拡大

(品種)

	2002年 12月末	2003年	
		3月末	6月末
セブンイレブン	38	44	49
ローソン	50	58	67
ファミリーマート	47	47	47

#### 2) リテール

- ・クラブコカ・コーラ政策により潜在需要の拡大
- ・FS化・・・4,600台 (計画比 1,900台)

- お得意さま自身が自販機を大切に管理したいとの声を反映し、今後の展開見直し

## (5)フードサービス ~ 顧客視点での営業活動によるマーケットの拡大 ~

### 販売数量

(千ケース、%)

2002年 中間期実績	2003年中間期		計画対比		前年対比	
	計画	実績	増減	増減率	増減	増減率
4,186	4,125	4,056	68	1.7	130	3.1

### 主要活動

#### 1)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340台 (計画対比 20台)
- ドリンクバー、娯楽・レジャー施設への展開

#### 2)機器サービス、衛生管理体制の徹底

- ・深夜メンテナンス体制の構築準備

#### 3)コスト削減と効率化の徹底

- ・年間セールス250ケース以下の引揚・・・920台 (計画対比 + 80台)
- 引揚店舗の内70%は壺 缶での取引継続
- ・取り扱い商品の絞込み・・・98品種 83品種へ

営業利益・・・4~6月 昨年までの赤字からほぼトントンへ

## (6)代理店 ~ビジネスパートナーシップの強化による市場開拓・育成~

### 販売数量

(千ケース、%)

2002年 中間期実績	2003年中間期		計画対比		前年対比	
	計画	実績	増減	増減率	増減	増減率
804	797	805	8	1.0	1	0.1

### 主要活動

#### 1)マーケティング活動の強化

- ・本土並みのマーケティング戦略の実行・・・特に中国地区
- ・自販機の積極投入・・・140台 (計画対比 10台)

#### 2)営業体制の強化

- ・ダイレクトセールスからプレセールスシステムへの変更支援
- ・フルサービスシステム導入支援

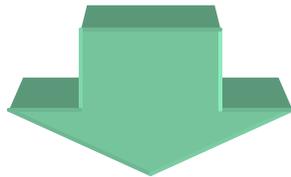
## (7)最適需給の仕組みづくり

### コカ・コーラビジネスの基本

「お客さま、お得意さまに高品質で安心して飲んでいただける商品を提供すること」

### 実現のためのポイント

- ・競合よりも新鮮な製品を提供する
  - ・品切れをおこさない
  - ・真の売上 (お客さまが買われる時) を追求する
- お客さまへは製造後 1ヶ月以内  
→ お得意さまへは製造後 2週間以内



### 経営品質向上部会の中に3つのプロジェクト設置

- ・「営業の売り方皆革」… 自販機における売り方皆革 (340万コラムのPOS管理)  
手売り皆革 (マーケット(売場)の事実に基づいた売り方)
- ・「SCMの革新」… 在庫削減の実施 (前年比 100万ケース)
- ・「品質保証の強化」

## (1) 概要

**ベンディング**  
・・・オペレーションの拡充

**チェーンストア**  
・・・収益性向上

**競合 攻撃**

**ジョージアキャンペーン**

## (2)ビジネスユニット別活動計画

「足場を固める年として、上半期活動を継続強化する」

ベンディング

### 1)オペレーションの拡充

- ・365日体制の本格化による1本でも多く売る体制の整備
- ・装填品種数のアップおよび売り切れ率の引き下げ徹底

### 2)自販機の II を活用した活動

- ・タイムサービスプロモーション (9月より)・・・1,100台
- ・オンラインシステム (販売情報、故障情報の収集・対応)・・・2,000台、福岡市内

### 3)特定競合自販機対策の徹底「防御から攻撃へ」

- ・プレダトリー活動を活用した活動
- ・ジョージア九州限定缶の活用

### 4)情報共有化 (SFA) によるインマーケット開発の推進

### 5)自販機用小型加温PETの投入

## チェーンストア

### 1)収益性向上へむけた現行活動の継続強化

・お客さまニーズに合わせたパッケージミックス展開継続による営業利益黒字化

・ボリュームの回復

- プログラムV

- 販売機材の投入による売り場作りの改善

- お得意さまの販売支援 (日祭日を中心とした商品の品出し活動)による

Win-Winの関係確立

## コンビ/リテール

- ・コンビニエンス各店舗における取り扱いアイテム数の継続拡大
- ・クラブコカ・コーラを中心としたリテール部門の販売確保
- ・HOT商材 (小型PET)の拡大

## フードサービス

- ・コカ・コーラカスタマーセールスを中心とした広域チェーンへの取り組み
- ・低セールス機の引揚拡大・・・300台 500台へ
- ・競合攻撃

## 代理店

- ・営業体制変更のサポート実施 (プレシステム / FSシステム)

### (3)ジョージア新キャンペーン…乞う ご期待!!

新製品…ロイヤルブレンド他

新しいプロモーション…「人気があるから当たらない」感の払拭

(1)ニールセン社からインテージ社へ

(2)より市場実態に対応した調査サンプルの構成

スーパー・CVSにおける大規模チェーンの増加

【トップ30チェーンカバー数】

		インテージ	ニールセン	差異
スーパー	中国エリア	12	7	+ 5
	九州エリア	11	7	+ 4
CVS	中国エリア	6	3	+ 3
	九州エリア	7	5	+ 2

## サンプル店/サンプル数の見直し

- ・ミニセルフ店の業態変更 (スーパー 一般店)
- ・より市場代表性のあるサンプル店の抽出と軒数の見直し

### 【サンプル軒数と構成比】

	軒数			軒数構成比(%)		
	インテージ	ニールセン	差異	インテージ	ニールセン	差異
スーパー	148	159	11	30	26	+ 4
CVS	100	62	+ 38	20	10	+ 10
一般店	246	384	138	50	63	14
計	494	605	111	100	100	+ 0

## 参考 ... 業態別セールス規模構成比

### <市場セールス規模構成比>

### <当社セールス構成比> 社内販売実績

(%)	<u>インテージ</u>	<u>ニールセン</u>	<u>CCWJ</u>
スーパー	51	60	49
CVS	28	30	29
一般店	19	10	21
ドラッグストア	2	-	1
合計	100	100	100

### (3) 業態およびカテゴリーのカバレッジ拡大

- ・業態カバレッジ追加 : ドラッグストア、ホームセンター、DS、酒DS、業務用酒販店
- ・カテゴリーカバレッジ追加 : 牛乳、医薬部外品など



## (4)マーケットシェアの変化 (2002年 年間)

(% )	全国			CCWJ			中国地区			九州地区		
	インテージ (新)	ニールセン (従来)	差異	インテージ (新)	ニールセン (従来)	差異	インテージ (新)	ニールセン (従来)	差異	インテージ (新)	ニールセン (従来)	差異
スーパー	22.9	22.9	+ 0.0	30.7	33.3	2.6	28.6	27.8	+ 0.8	33.3	41.8	8.5
CVS	17.9	19.4	1.5	24.6	29.7	5.1	24.6	24.9	0.3	24.8	34.6	9.8
一般店	36.8	40.6	3.8	49.6	57.0	7.4	48.6	47.1	+ 1.5	50.4	64.1	13.7
小 計	24.2	23.9	+ 0.3	32.6	34.6	2.0	31.1	28.5	+ 2.6	34.1	42.4	8.3
ドラッグストア	20.6	-	-	12.5	-	-	9.3	-	-	21.1	-	-
合 計	23.9	23.9	+ 0.0	32.1	34.6	2.5	30.4	28.5	+ 1.9	33.9	42.4	8.5

### 変更時期

・2003年4月より (但し 2002年1月に遡り月別にデータを保有)

# 資料集

# 1. 損益の推移

## (1) 連結 (中間期)

(単位 百万円、%)

	2002年中間期		2003年中間期	
	実績	構成比	実績	構成比
売上高	117,211	100.0	113,117	100.0
売上原価	63,686	54.3	62,310	55.1
売上総利益	53,525	45.7	50,807	44.9
販売費及び一般管理費	46,910	40.0	43,148	38.1
営業利益	6,614	5.6	7,658	6.8
営業外収益	703	0.6	599	0.5
営業外費用	554	0.5	411	0.4
経常利益	6,764	5.8	7,847	6.9
特別利益	253	0.2	231	0.2
特別損失	1,407	1.2	820	0.7
税金等調整前当期純利益	5,610	4.8	7,257	6.4
法人税等	2,463	2.1	3,184	2.8
少数株主利益	1	0.0	79	0.1
当期純利益	3,145	2.7	4,152	3.7

## (2)連結 (通期)

(単位 百万円、%)

	2001年期末		2002年期末		2003年期末	
	実績	構成比	実績	構成比	予想	構成比
売上高	226,111	100.0	247,737	100.0	249,000	100.0
売上原価	122,504	54.2	135,989	54.9	137,400	55.2
売上総利益	103,607	45.8	111,747	45.1	111,600	44.8
販売費及び一般管理費	86,973	38.5	95,043	38.4	91,900	36.9
営業利益	16,634	7.4	16,704	6.7	19,700	7.9
営業外収益	1,342	0.6	1,280	0.5	1,000	0.4
営業外費用	1,954	0.9	979	0.4	700	0.3
経常利益	16,021	7.1	17,005	6.9	20,000	8.0
特別利益	10,351	4.6	4,419	1.8	300	0.1
特別損失	24,234	10.7	9,006	3.6	1,500	0.6
税金等調整前当期純利益	2,138	0.9	12,418	5.0	18,800	7.6
法人税等	1,420	0.6	5,330	2.2	8,300	3.3
少数株主利益	702	0.3	1	0.0		0.0
当期純利益	1,420	0.6	7,086	2.9	10,500	4.2

## 2. 販売数量の推移

### (1) プラント別販売数量

(単位 千ケース、%)

		2002年 中間期	2003年 中間期	'03/ '02
炭酸	コカ・コーラ	3,784	3,377	10.8
	バニラ コカ・コーラ		42	
	ダイ エットコカ・コーラ	625	624	0.2
	ファンタ	1,829	1,821	0.4
	スプライト	344	239	30.5
	リアルゴールド	515	556	8.0
	カナダドライ	198	419	111.6
	その他	28	22	21.4
	計	7,322	7,101	3.0
非炭酸	ジョージア	13,283	13,130	1.2
	アクエリアス	3,201	2,886	9.8
	爽健美茶	2,974	2,871	3.5
	中国茶(煌/茶宝)	1,045	612	41.4
	日本茶(なごみ/まる茶)	1,684	1,877	11.5
	紅茶花伝	1,033	1,016	1.6
	ラブボディ		178	
	Qoo、HI-C他	1,251	1,190	4.9
	森の水だより	785	791	0.8
	くまのプーさん	564	158	72.0
	凹		522	
	その他	647	459	29.1
	計	26,466	25,689	2.9
その他 / 食品		7,649	7,425	2.9
合計		41,438	40,216	3.0

他ポトラー販売を除く

## (2)パッケージ別販売数量

(単位 千ケース、%)

		2002年 中間期	2003年 中間期	'03/ '02
ボ ト ル	リターナブル	282	273	3.2
	ワンウェイ	700	301	57.0
	計	982	574	41.5
P E T	～ 350 m l	685	1,478	115.8
	～ 500 m l	5,147	4,721	8.3
	～ 1,000 m l	148	152	2.7
	～ 1,500 m l	2,085	2,008	3.7
	～ 2,000 m l	3,799	3,666	3.5
	計	11,864	12,025	1.4
缶	～ 200 m l	10,740	11,181	4.1
	～ 250 m l	1,540	1,202	21.9
	～ 280 m l	4,115	3,478	15.5
	～ 350 m l	3,285	1,654	49.6
	～ 500 m l	756	839	11.0
	計	20,436	18,354	10.2
ボトル缶		405	1,720	324.7
その他 / 食品		7,751	7,544	2.7
合計		41,438	40,216	3.0

他ボトラー販売を除く

### (3)ビジネスユニット別販売数量

(単位 千ケース、%)

	2002年 中間期	2003年 中間期	'03/ '02
ベンディング	16,110	15,686	2.6
チェーンストア	7,443	7,435	0.1
コンビ/リテール	12,673	12,031	5.1
コンビ	4,544	4,646	2.2
リテール	8,129	7,386	9.1
フードサービス	4,187	4,056	3.1
代理店	804	805	0.1
その他	220	202	8.2
合 計	41,438	40,216	3.0

他ポトラー販売を除く

## (4)新製・商品の販売状況 (含むリニューアル)

### 販売状況

(単位 千ケース)

	2002年 中間期	2003年 中間期
品目数	52	114
販売数量	7,465	8,568

### 2003年 主な新製・商品

(単位 千ケース)

	製・商品名	発売月	販売数量
1	ジョージア ヨーロピアンブレンド 190g缶	1月	1,937
2	まる茶 120 500mlPET	2月	539
3	ジョージア エスプレッソマイルド190 g缶	1月	465
4	ジョージア モーニングコーヒー 190 g缶	3月	440
5	まる茶 120 340ml缶	2月	439
6	煌 烏龍茶 2,000mlPET	3月	323
7	ジョージア カフェレーチェ280缶	4月	291
8	まる茶 120 2,000mlPET	2月	233
9	凹 500mlPET	3月	201
10	凹 300mlボトル缶	3月	176

# 3. 自動販売機の設置状況

## (1) 設置台数

(単位 台)

		CCWJ		中国地区		九州地区	
		2002年 中間期	2003年 中間期	2002年 中間期	2003年 中間期	2002年 中間期	2003年 中間期
資産 機	レギュラー (缶)	46,035	37,146	23,968	18,862	22,067	18,284
	フルサービス (缶)	75,788	85,336	29,044	34,126	46,744	51,210
	カップマシン	8,070	7,713	5,932	5,654	2,138	2,059
	小計	129,893	130,195	58,944	58,642	70,949	71,553
売却機 (缶)		7,750	4,918	3,623	2,323	4,127	2,595
合計		137,643	135,113	62,567	60,965	75,076	74,148

## (2) プレダトリー

(単位 台)

		CCW J		中国地区		九州地区	
		2002年 中間期	2003年 中間期	2002年 中間期	2003年 中間期	2002年 中間期	2003年 中間期
プレダトリー		2,404	1,514	754	379	1,650	1,135

## (3) シェア

(単位 %)

		CCW J		中国地区		九州地区	
		2002年	2003年	2002年	2003年	2002年	2003年
シェア		52.9	52.6	47.1	46.9	59.7	59.2

(出典 : ニールセン オープンマーケット自販機サーベイ)

(調査時期 : 毎年 6月)

# 4. マーケットシェア

## (1) メーカー別シェア

(単位 %)

	CCWJ		中国地区		九州地区	
	2002年 中間期	2003年 中間期	2002年 中間期	2003年 中間期	2002年 中間期	2003年 中間期
CCWJ	32.9	31.2	31.8	29.4	34.0	33.2
競合計	67.1	68.8	68.2	70.6	66.0	66.8
サントリー / ペプシ	12.1	11.8	11.4	11.7	12.8	11.9
キリン	7.8	9.2	7.8	9.3	7.7	9.1
アサヒ	4.4	4.3	4.2	4.1	4.5	4.5
サッポロ	0.7	0.7	0.7	0.6	0.7	0.7
大塚	4.7	4.8	4.8	4.8	4.6	4.6
伊藤園	4.3	4.5	3.9	4.1	4.8	4.9
ダイドー	0.8	0.8	1.0	1.1	0.5	0.4
JT	1.1	1.1	1.1	1.2	1.1	0.9
UCC	0.8	1.0	1.3	1.4	0.4	0.5
カルピス	3.9	4.1	3.9	4.1	3.8	4.1
その他	26.5	26.5	28.1	28.2	25.1	25.2

(出典 : インテージストアオーディット)

## (2)カテゴリー別シェア

(単位 %)

	CCW J		中国地区		九州地区	
	2002年 中間期	2003年 中間期	2002年 中間期	2003年 中間期	2002年 中間期	2003年 中間期
合計	32.9	31.2	31.8	29.4	34.0	33.2
炭酸	59.2	56.0	58.7	55.4	59.7	56.6
コーラ炭酸	82.8	79.2	81.0	78.8	84.4	79.6
透明炭酸	20.8	11.0	10.0	4.7	10.9	6.4
フレーバー炭酸	56.4	63.3	58.2	62.9	54.1	63.6
果汁	17.4	13.2	19.2	14.4	15.4	11.7
コーヒー	35.4	35.6	29.5	29.3	42.3	43.0
缶コーヒー	69.9	68.4	61.7	59.8	78.1	77.1
ティー	30.3	29.6	30.5	29.4	30.1	29.9
中国茶	21.5	14.4	21.7	14.5	21.2	14.4
紅茶	17.3	19.2	17.2	17.4	17.5	22.1
日本茶	15.1	16.9	14.6	15.3	15.6	18.2
ブレンド茶	78.2	75.5	76.1	74.5	80.3	76.8
スポーツ	55.0	52.2	56.1	52.8	53.7	51.5
フィットネス	2.9	9.4	2.5	9.1	3.2	9.8
乳類	9.1	15.4	6.7	12.7	12.5	19.5
ミネラルウォーター	24.5	24.3	16.3	11.3	30.0	34.4

### (3)業種別シェア

(単位 %)

	CCW J		中国地区		九州地区	
	2002年 中間期	2003年 中間期	2002年 中間期	2003年 中間期	2002年 中間期	2003年 中間期
合計	32.9	31.2	31.8	29.4	34.0	33.2
スーパー	30.7	28.4	29.3	26.4	32.4	31.1
CVS	25.4	25.7	24.8	26.2	25.8	25.3
酒店	50.0	49.1	45.6	43.6	55.7	56.1
食料品店	49.4	48.4	52.8	47.2	47.2	49.3
ドラッグストア	11.6	17.3	9.3	10.5	18.5	31.5

(出典：インテージストアオーディット)

## (参考)月別マーケットシェアと対前年増減

(単位 %、ポイント)

		H14.7月	8月	9月	10月	11月	12月	H15.1月	2月	3月	4月	5月	6月
CCWJ	シェア	30.7	31.6	32.4	32.6	33.8	34.5	34.1	32.2	32.9	30.7	30.5	28.5
	対前年増減	-	-	-	-	-	-	+0.2	0.5	0.7	1.9	1.5	4.2
中国地区	シェア	29.4	29.9	30.2	30.5	32.0	33.6	32.5	30.4	31.2	29.0	28.5	26.5
	対前年増減	-	-	-	-	-	-	0.3	1.7	1.6	2.1	2.0	5.3
九州地区	シェア	32.2	33.7	34.8	34.7	35.7	35.5	35.8	34.2	34.7	32.6	32.6	30.8
	対前年増減	-	-	-	-	-	-	+0.9	+0.8	+0.3	1.5	0.8	3.0

サントリー	シェア	12.0	11.6	11.0	10.9	11.2	12.3	11.6	11.6	11.5	12.1	12.1	12.0
	対前年増減	-	-	-	-	-	-	0.7	0.5	0.5	0.8	0.6	+0.8
キリン	シェア	7.9	8.0	8.1	8.6	8.2	7.9	8.2	8.3	9.5	9.9	9.6	9.3
アサヒ	シェア	4.3	3.8	3.5	3.7	3.5	3.6	3.9	4.7	4.8	4.5	4.1	3.9
大塚	シェア	5.1	5.0	4.5	4.2	4.4	4.9	5.7	5.2	4.7	4.2	4.4	4.6
伊藤園	シェア	4.6	4.5	4.7	5.0	4.8	4.2	4.5	4.4	4.0	4.1	4.5	5.1

(出典：インテージストアオーディット)

# 5.株主の状況

## (1)株主数・株式数

(単位 人、千株、%)

	2002年12月末				2003年6月末			
	株主数	構成比	株式数	構成比	株主数	構成比	株式数	構成比
金融機関	91	0.6	17,299	20.9	82	0.6	18,225	22.0
国内法人(証券会社)	381	2.6	40,706	49.1	372	2.5	38,160	46.1
外国法人等	164	1.1	12,968	15.6	159	1.1	12,290	14.8
個人その他	14,314	95.7	10,951	13.2	13,976	95.8	10,482	12.6
自己名義株式	1	0.0	975	1.2	1	0.0	3,742	4.5
合計	14,951	100.0	82,899	100.0	14,590	100.0	82,899	100.0

## (2) 配当金・配当性向

	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年 予定
一株当たり 当期純利益 (円)	201.83	152.56	144.08	124.27	122.20	113.67	77.82	17.62	85.49	132.65
一株当たり 株主資本 (円)	2,249.13	1,857.48	1,977.46	1,895.49	1,816.64	2,107.74	2,151.52	1,950.07	2,009.39	2,109.80
一株当たり 年間配当金 (円)	17.50	20.00	25.00	27.00	30.00	32.00	32.00	34.00	34.00	34.00
(中 間) (円)	0.00	10.00	12.50	13.50	15.00	15.00	16.00	16.00	17.00	17.00
(期 末) (円)	17.50	10.00	12.50	13.50	15.00	17.00	16.00	18.00	17.00	17.00
配当性向 (%)	9.2	13.7	18.0	21.9	25.9	26.7	42.7	108.9	52.1	27.9
みなし 配当性向 (%)	11.9	13.7	19.7	24.1	25.9	26.7	46.9	108.9	52.1	27.9

## (3) 株式分割

- 1994年 12月末日の株主に対して1 : 1.3 (1995年 2月 15日付)
- 1996年 12月末日の株主に対して1 : 1.1 (1997年 2月 20日付)
- 1997年 12月末日の株主に対して1 : 1.1 (1998年 2月 20日付)
- 2000年 12月末日の株主に対して1 : 1.1 (2001年 2月 20日付)

# 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)

(単位 百万円)

		2002年 中間期	2003年	
			中間期	通期見込
設 備 投 資 額	土地	1,562	92	762
	建物・構築物	1,480	158	2,448
	機械及び装置	2,996	832	1,802
	販売機器	7,212	6,670	9,680
	その他	2,414	1,108	2,487
	計	15,665	8,863	17,183
減価償却費		7,024	7,261	15,511

## (2)キャッシュフロー (連結)

(単位 百万円)

	営業活動による キャッシュフロー	投資活動による キャッシュフロー	財務活動による キャッシュフロー	現金および現金同等物 期末残高
2002年中間期	8,112	13,022	1,450	31,341
2003年中間期	7,694	8,591	9,754	24,754

### 主な内容

・営業活動	+ 129億円
・移籍一時金	43億円
・法人税等	9億円

# 7.三笠CCBCの状況

## 業績 (単体)

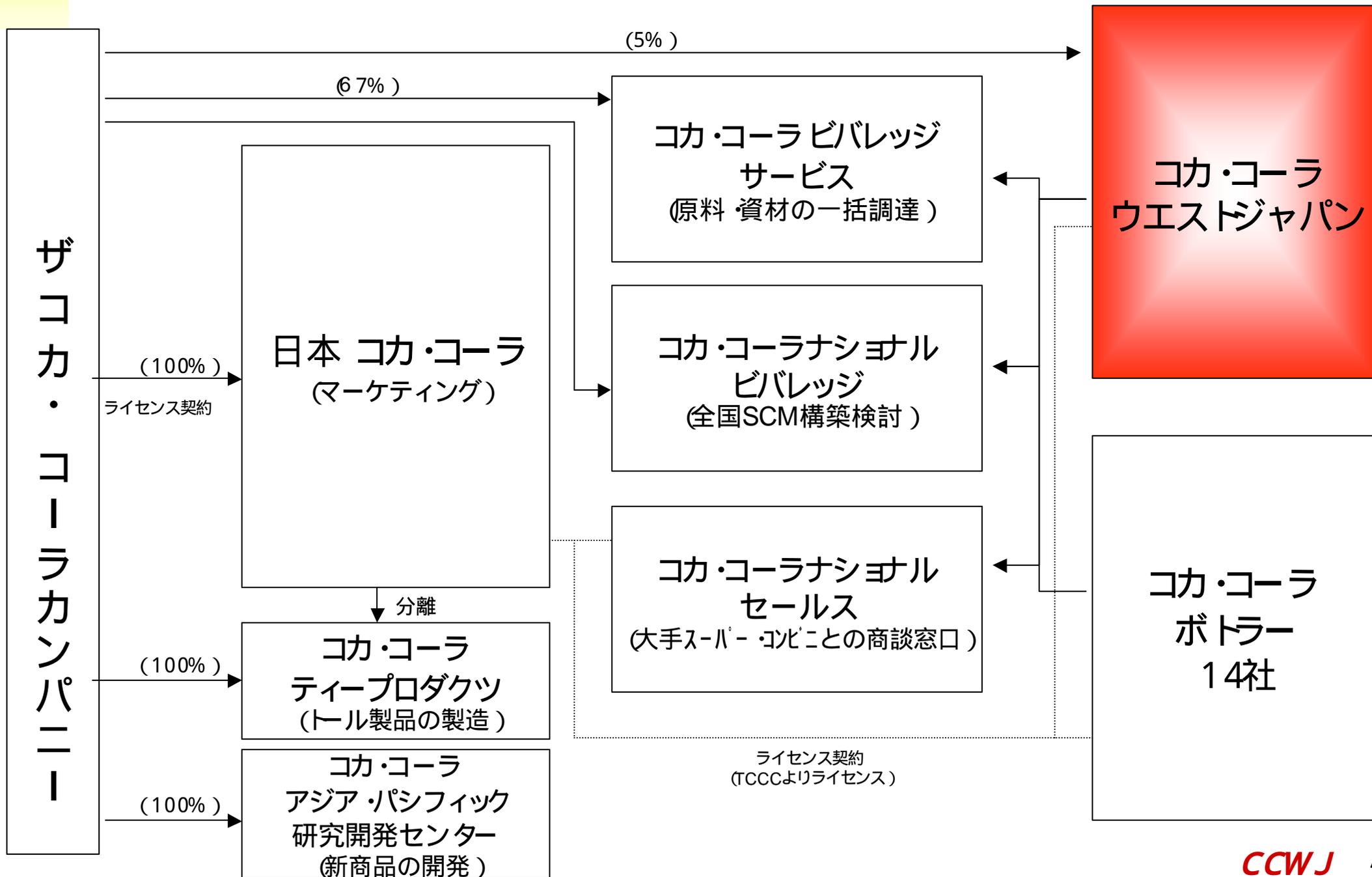
(単位 百万円、%)

	2002年 中間期	2003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	14,533	14,973	14,176	797	5.3	357	2.5
営業利益	224	126	412	286	—	188	83.9
経常利益	249	131	399	268	—	150	60.2
当期純利益	212	90	266	176	—	54	25.5

(単位 千ケース、%)

エリア内	7,361	7,686	7,174	512	6.7	187	2.5
------	-------	-------	-------	-----	-----	-----	-----

# 8 日本のコカ・コーラシステム



## 1. コカ・コーラシステム

・TCCC (The Coca-Cola Company )

・・・ザ コカ・コーラ カンパニー。本社 :アトランタ。コカ・コーラシステムの総本山。

・CCJC (Coca-Cola (Japan ) Co., Ltd . )

・・・日本コカ・コーラ。 ザ コカ・コーラ カンパニーの日本法人。

・CCNC (Coca-Cola National Sales Co., Ltd . )

・・・コカ・コーラナショナルセールス社。大手スーパー・コンビニに等に対しての一括商談を行っている会社

・CCNBC (Coca-Cola National Beverages Co., Ltd . )

・・・コカ・コーラナショナルビバレッジ株式会社。全国規模のSCMに最適な仕組を検証・検討している。

・CCBSC (Coca Cola Beverage Services Co., Ltd . )

・・・コカ・コーラビバレッジサービス株式会社。ボトラー各社の包装資材、甘味料、販売機器等の原料や資材を共同調達を行っている。

・TCO (Coca-Cola Tea Products Co., Ltd . )

・・・コカ・コーラティープロダクツ株式会社。お茶やミネラルウォーターの製造 物流管理を行っている。

## 2. ビジネスユニット

### ・ベンディング

・・・自動販売機による小売事業。

### ・チェーンストア

・・・スーパーマーケットにおける卸売事業。

### ・コンビ/リテール

・・・コンビニエンスストアならびに手売り(一般食料品店、酒屋等)による事業。

### ・フードサービス

・・・シロップ販売による事業。

### ・代理店

・・・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。

◆NNB (Nishinihon Beverage )

- ・・・西日本ビバレッジ株式会社。

主な事業 :コカ・コーラ製品を中心とした自動販売機の オペレーター事業。

◆CCWJP (Coca Cola West Japan Products )

- ・・・コカ・コーラウエストジャパンプロダクツ株式会社。

主な事業 :飲料の製造

◆CCWJV (Coca Cola West Japan Vending )

- ・・・コカ・コーラウエストジャパンベンディング株式会社。

主な事業 :自動販売機のオペレーション業務

◆NCS (Nishinihon Customer Service )

- ・・・西日本カスタマーサービス株式会社。

主な事業 :販売機器にかかわる、設置、故障対応、衛生管理等の自動販売機関連事業。

◆LJ (Logicom Japan )

- ・・・ロジコムジャパン株式会社。

主な事業 :貨物自動車運送業

### 3.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。  
(設置先へロケフィーの支払い)

#### ・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している。

#### ・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。

#### ・プレダトリー

- ・・・競合自販機の設置場所を奪取することおよび廃除すること。

#### ・グレードアップ

- ・・・お客様のニーズ、販売動向に応じて、既存店設置機を異なる自販機へ置き換えること。(自販機サイズの変更やPET販売可能機への置き換えなど)

#### ・アップグレードVCCS自販機

- ・・・従来の自販機には無い、メッセージ表示機能、オンラインによる冷温切替や故障通知機能等の付加機能を備えた自販機。

## 4. コンビ/リテール関係

### ・カスターマネジメント

・・・お得意さまに対して提案型セールスを行うことによって販売促進を行うこと。

### ・クラブコカ・コーラ

・・・提案型セールスを推進することにより潜在的な需要の掘り起こしが見込めるお得意さま。

## 5. その他

### ・コミックス

・・・ComixとはCoca-Cola Money Indexの略で「営業利益 + 資産の増減」をビジネスユニット別に算出した当社独自の業績評価指標

### ・セールスマックス

・・・製品の単価の増減による予算と実績の差異 (価格差異) と品種構成の変化による予算と実績の差異 (品種構成差異) を含めたもの

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的大幅な変動
- ・上記以外の様々な不確定要素