

2003年12月期決算説明会

2004年 2月13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. 2003年12月期 総括	…… 2頁	資料集	
2. 2003年12月期 決算概要		1. 損益の推移	
(1) 連結	…… 3頁	(1) 連結	…… 38頁
(2) 単体	…… 3頁	(2) 単体	…… 39頁
(3) 対計画増減主要因(連結)	…… 4頁	(3) 貸借対照表	…… 40頁
(4) 対前年増減主要因(連結)	…… 5頁	2. 販売数量の推移	
3. 2004年12月期 計画		(1) ブランド別販売数量	…… 42頁
(1) 中期経営基本方針	…… 6頁	(2) パッケージ別販売数量	…… 43頁
(2) 基本政策	…… 6頁	(3) ビジネスユニット別販売数量	…… 44頁
(3) 2004年の位置づけ	…… 7頁	(4) 新製・商品の販売状況	…… 45頁
(4) 損益計画		3. 自動販売機の設置状況	…… 46頁
① 連結	…… 8頁	4. マーケットの状況(マーケットシェア)	
② 単体	…… 8頁	(1) メーカー別シェア	…… 48頁
③ 対前年増減要因(連結)	…… 9頁	(2) カテゴリー別シェア	…… 49頁
(5) コカ・コーラナショナルビバレッジ	…… 10頁	(3) 業種別シェア	…… 50頁
(6) 三笠社	…… 11頁	5. 設備投資、減価償却、キャッシュフロー	
4. 2004年マーケティング活動	…… 12頁	(1) 設備投資、減価償却(連結)	…… 52頁
5. 2004年ブランド戦略	…… 22頁	(2) キャッシュフローの状況(連結)	…… 52頁
		6. 株主の状況	
		(1) 株主数・株式数	…… 53頁
		(2) 配当金・配当性向	…… 54頁
		(3) 株式分割	…… 54頁
		7. 日本のコカ・コーラシステム	…… 55頁

(1) 中期経営計画「皆革」のスタート

- ・2003年度の位置づけ「足場を固める年」
- ・秋口より販売数量に明るい兆し・・・10～12月対前年＋2.7%

(2) コカ・コーラシステムの動き

- ・コカ・コーラナショナルビバレッジ稼動開始(10月)
 - ・・・全国SCMの統合

(3) 業績

- ・売上高は夏場の天候不順等により苦戦
- ・営業利益、経常利益、当期純利益は過去最高

(4) 配当

- ・2003年期末配当金 19円(2円増配)

2. 2003年12月期 決算概要



(1) 連結

(単位 百万円、%)

	2002年 実績	2003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	247,737	240,200	240,825	625	0.3	△ 6,912	△ 2.8
営業利益	16,704	19,000	19,638	638	3.4	2,934	17.6
経常利益	17,005	19,300	19,895	595	3.1	2,890	17.0
当期純利益	7,086	10,300	9,380	△ 919	△ 8.9	2,293	32.4

※計画…2003年 10月31日発表値

(2) 単体

(単位 百万円、%)

	2002年 実績	2003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	174,594	185,500	186,176	676	0.4	11,581	6.6
営業利益	12,834	17,800	17,881	81	0.5	5,047	39.3
経常利益	13,774	18,300	18,323	23	0.1	4,548	33.0
当期純利益	5,378	10,100	10,259	159	1.6	4,881	90.8

<販売実績>

(単位 千ケース、%)

含む他ボトラー	95,935	93,340	94,219	879	0.9	△ 1,716	△ 1.8
エリア内	88,450	85,978	86,025	47	0.1	△ 2,425	△ 2.7

(4) 対前年増減主要因(連結)

売上高 **△69億円**

・販売数量の減	△43億円
・セールスマックス	△6億円
・受託加工収入等	+11億円
・三笠社分	△18億円
・その他関係会社等	△13億円

営業利益 **+29億円**

売上原価	30億円減	
・販売数量の減		△22億円
・セールスマックス		+6億円
・受託加工原価等		+8億円
・三笠社分		△9億円
・その他関係会社等		△13億円
販売費および一般管理費	68億円減	
・退職給付費用		△62億円
・人件費		△6億円
・広告宣伝費		△4億円
・販売機器費		△3億円
・販売手数料		+6億円
・業務委託費等		+1億円

経常利益 **+29億円**

営業外収益	1億円減
営業外費用	1億円減

当期純利益 **+23億円**

特別利益	42億円減	
・厚生年金基金代行部分返上益等		△42億円
特別損失	69億円減	
・移籍一時金		△45億円
・子会社等再編費用		△11億円
・固定資産売却損等		△18億円
・品質問題対策損失		+5億円
法人税等	40億円増	
少数株主利益	7億円減	

(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

(3) 2004年の位置づけ

2003年

足場を固める年

2004年

確実に成果を実現する年

(4) 損益計画

① 連結

(単位 百万円 %)

	2003年	2004年	増減額	増減率
高 上 売	240,825	254,000	13,174	5.5
益 利 業 営	19,638	17,700	△ 1,938	△ 9.9
益 利 常 経	19,895	18,000	△ 1,895	△ 9.5
益 利 純 期 当	9,380	10,400	1,019	10.9

② 単体

(単位 百万円 %)

	2003年	2004年	増減額	増減率
高 上 売	186,176	198,500	12,323	6.6
益 利 業 営	17,881	16,100	△ 1,781	△ 10.0
益 利 常 経	18,323	16,400	△ 1,923	△ 10.5
益 利 純 期 当	10,259	9,100	△ 1,159	△ 11.3

< 販売計画 >

(単位 千ケース %)

ー ラ ト ボ 他 含	94,219	98,548	4,329	4.6
内 ア リ エ	86,025	89,400	3,375	3.9

③対前年増減主要因(連結)

売上高 +132億円

・販売数量の増	+86億円
・セールスマックス	+42億円
・受託加工収入等	△5億円
・三笠社分	+9億円
・西日本ビバレッジ分	+9億円
・その他関係会社等	△9億円

営業利益 △19億円

売上原価	57億円増	
・販売数量の増	+45億円	
・セールスマックス	+14億円	
・受託加工原価等	△1億円	
・三笠社分	+8億円	
・西日本ビバレッジ分	+2億円	
・その他関係会社等	△11億円	
販売費および一般管理費	94億円増	
・退職給付費用	+60億円	
・販売手数料	+13億円	
・業務委託費	+9億円	
・広告宣伝費	+7億円	
・減価償却費等	+5億円	

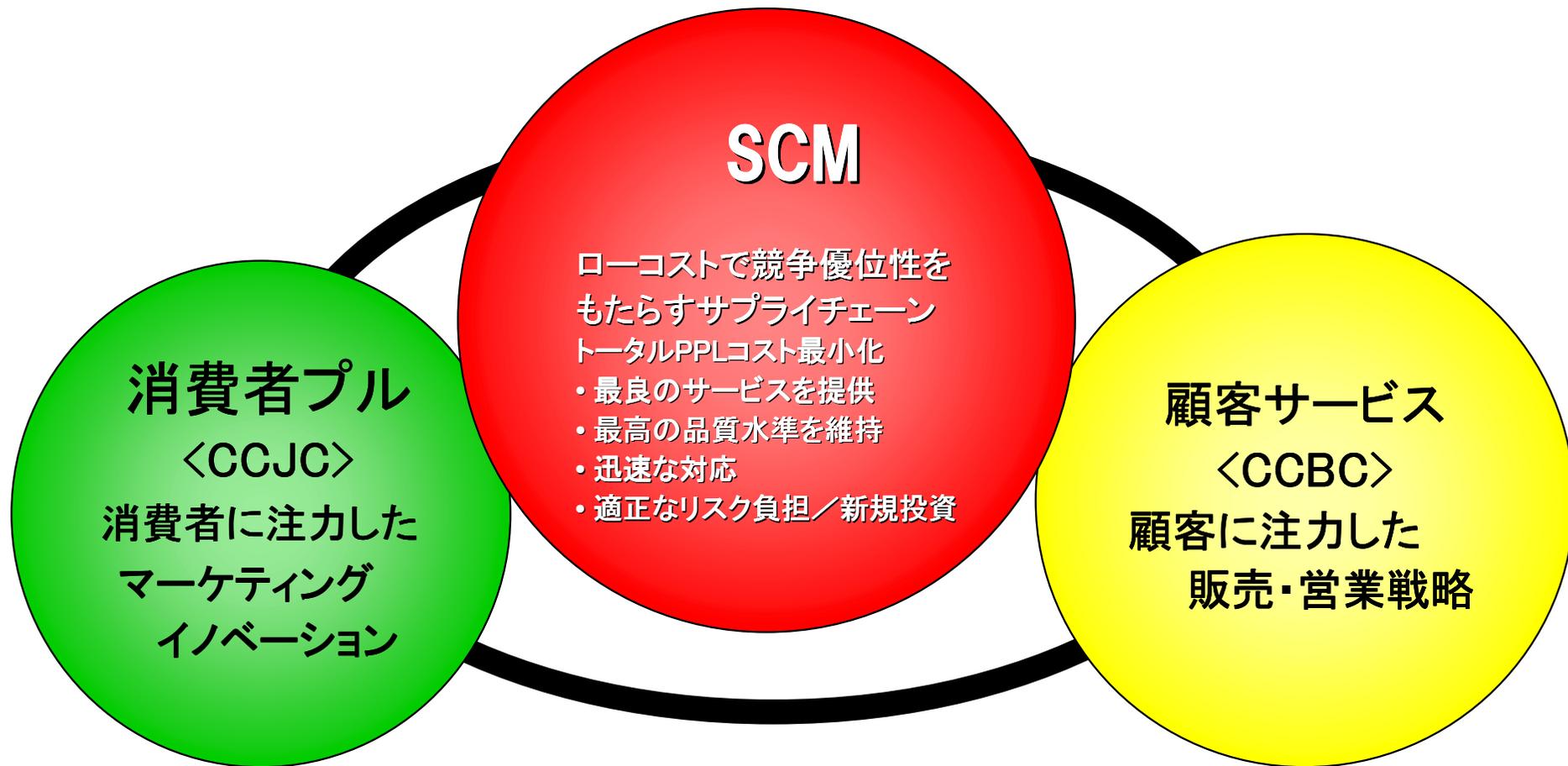
経常利益 △19億円

営業外収益	1億円減
営業外費用	1億円減

当期純利益 +10億円

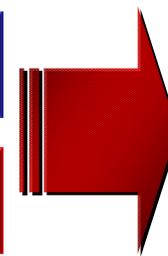
特別利益	2億円増	
特別損失	14億円減	
・新紙幣対応費用	+6億円	
・子会社等再編費用等	△15億円	
・品質問題対策損失	△5億円	
法人税等	19億円減	
少数株主利益	7億円増	

(5) コカ・コーラナショナルビバレッジ



著しいコストの削減達成を最優先

持続的なシステムの競争力の構築を長期的な目標



**コカ・コーラ
システムの
長期的な競争力**

(6) 三笠社

<業績>

(単位 百万円、千ケース)

	2003年	2004年暫定	増減	増減率
売上高	29,608	30,476	868	2.9
営業利益	△ 454	6	460	—
経常利益	△ 430	5	435	—
当期純利益	△ 2,091	398	2,489	—

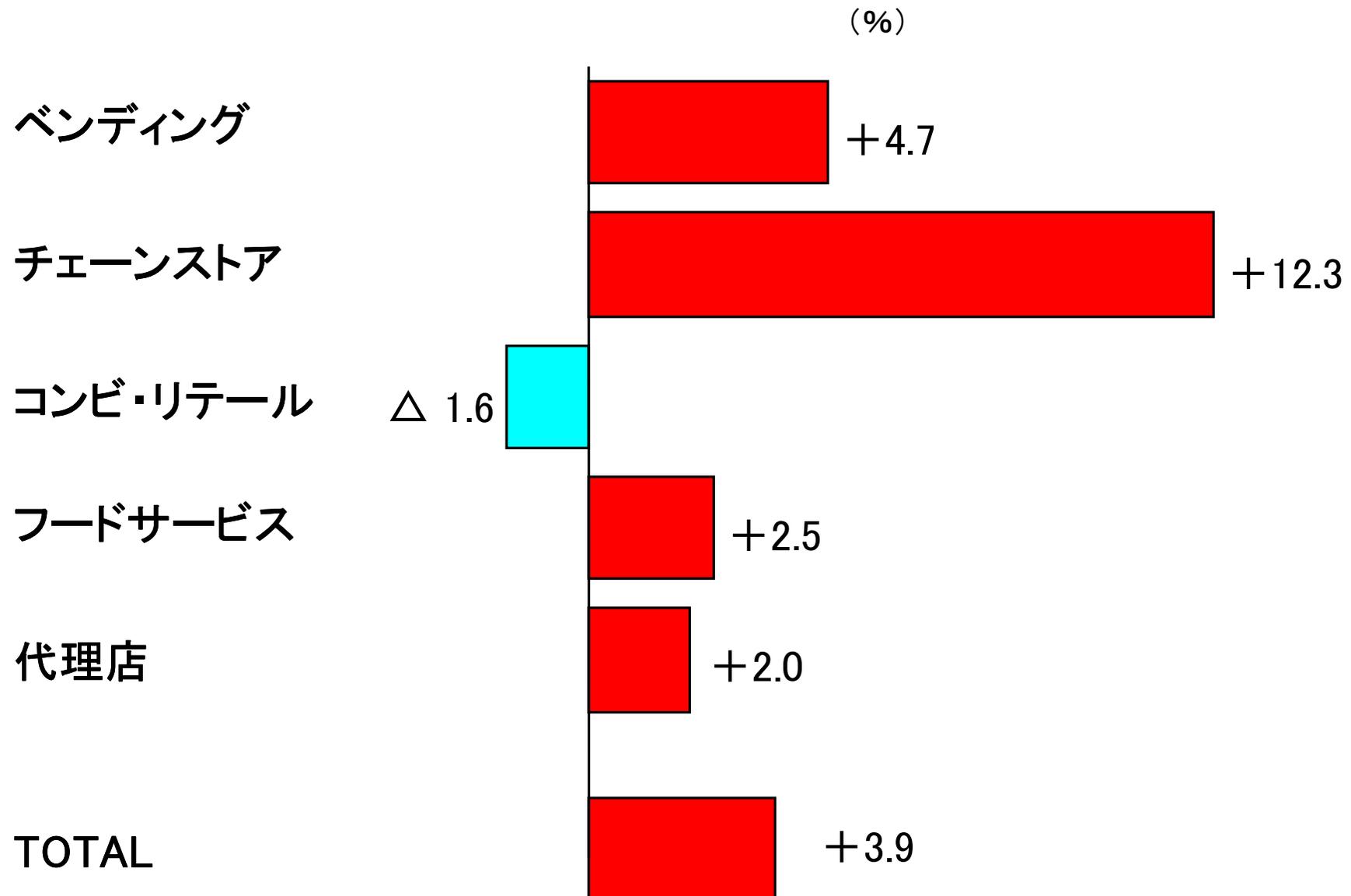
販売数量	15,220	15,690	470	3.1
------	--------	--------	-----	-----

<今後の対応>

- ・経営体制の刷新
- ・事業計画の再編
 - ・・・近畿社との統一マーケティングの強化
 - ・・・新人事制度の構築

4. 2004年マーケティング活動

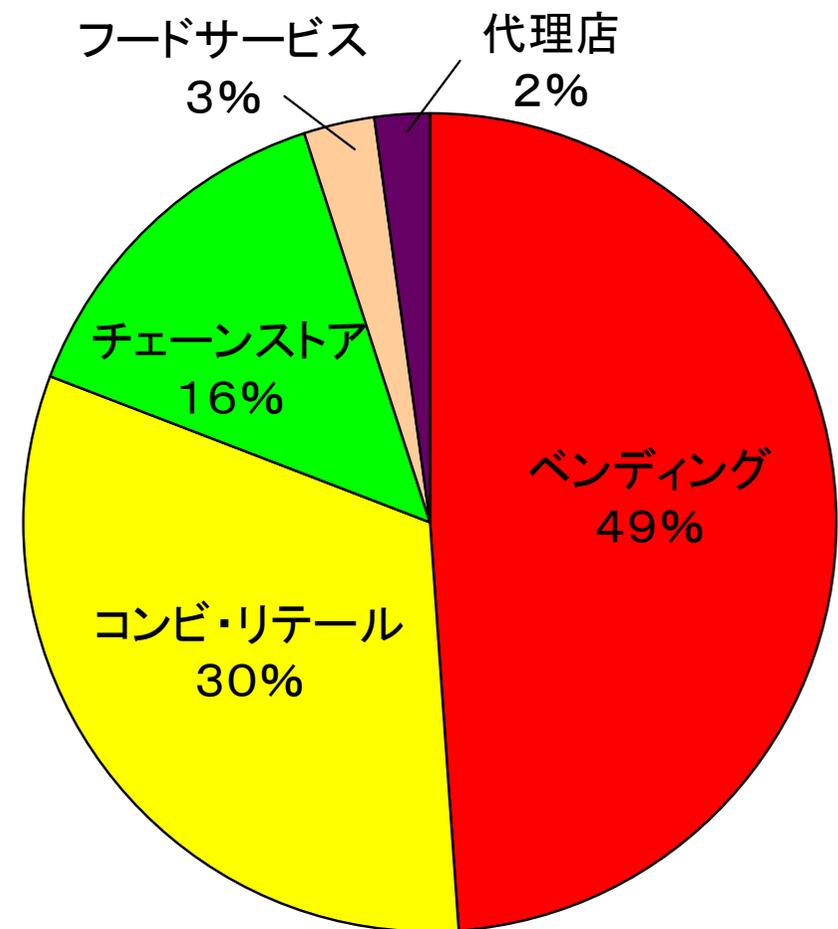
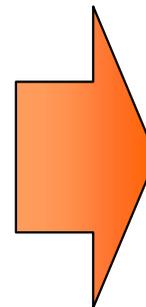
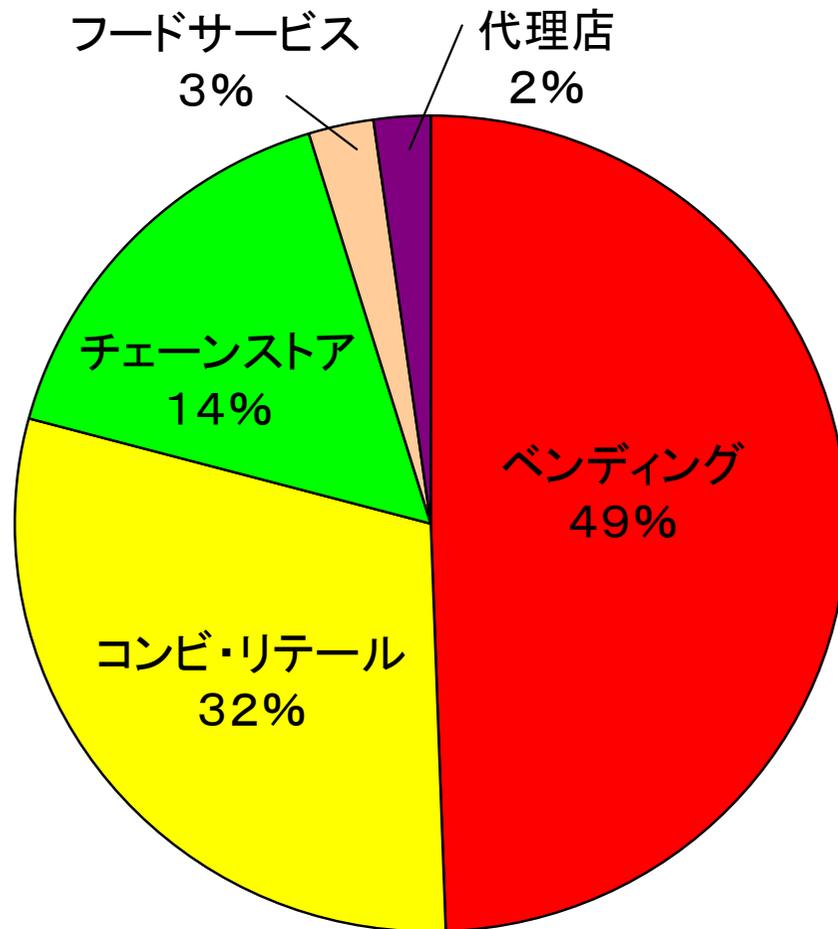
(1) ビジネスユニット別販売数量伸長率(2004年)



(2) 売上高構成

2003年

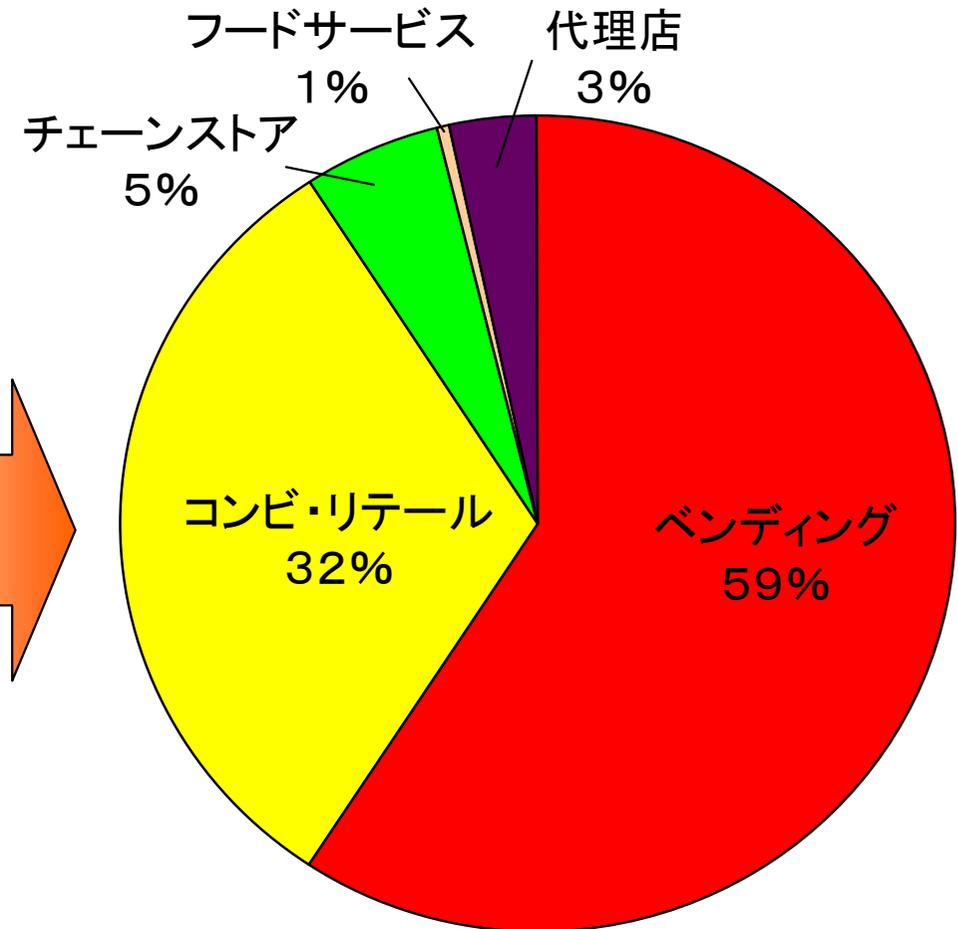
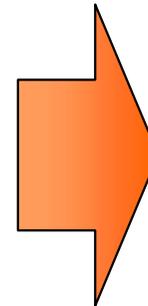
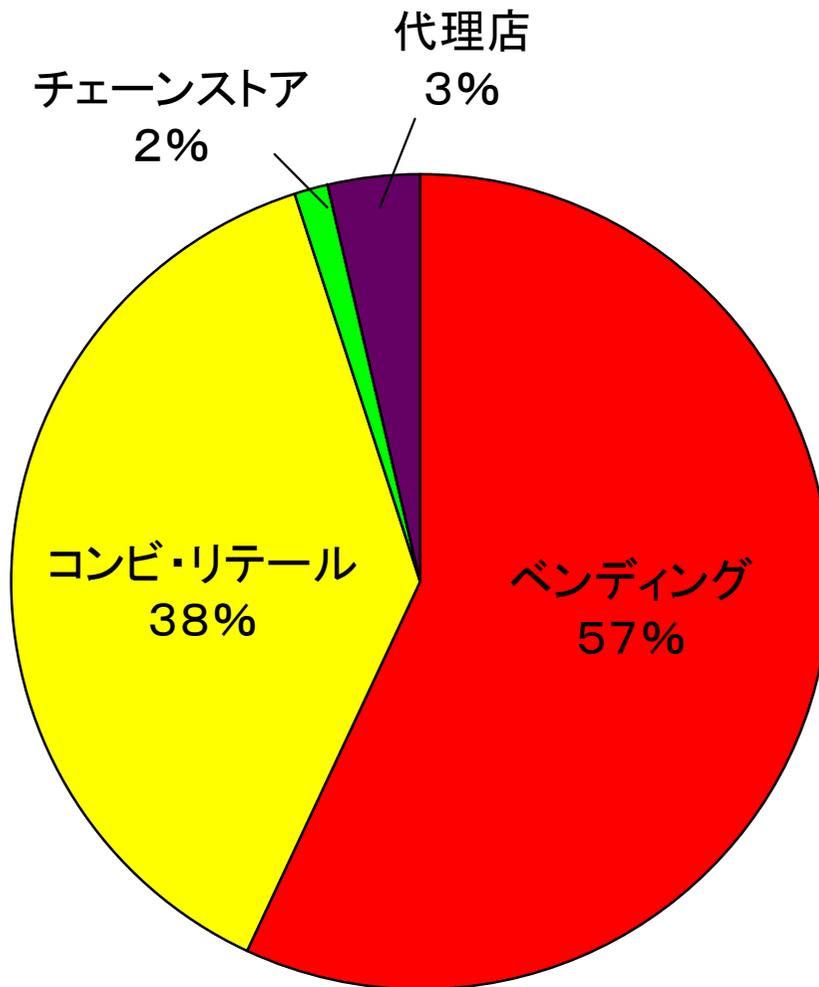
2004年



(3) 営業利益構成

2003年

2004年

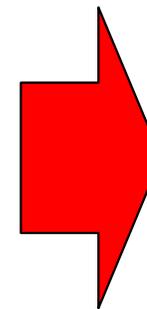


(4) ベンディング

① 既存アカウントの活性化

・セールスランク別施策の展開

		2003年	
		台数構成比	パーマシン
A	501C/S以上	14%	860C/S
B	201C/S~500C/S	39%	310C/S
C	101C/S~200C/S	30%	150C/S
D	51C/S~100C/S	13%	80C/S
	50C/S以下	4%	40C/S
合計		100%	300C/S



		2004年	
		台数構成比	パーマシン
		15%	870C/S
		43%	310C/S
		30%	150C/S
		12%	80C/S
		0%	0
		100%	320C/S

A: IT自販機へのグレードアップ

…販売支援型自販機、C-mode、コミュニケーション自販機

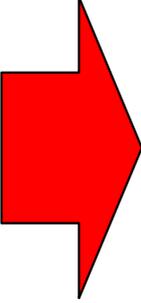
B: ローコスト機等への切替

C: 取引条件の見直し

D: 引揚げ(特に50ケース以下は完全引揚げ)

②ターゲットを絞った新規開拓

- ・年間セールス200ケース以上が見込めるロケーションの開拓

	2003年		2004年
200ケース以上 構成比	58%		100%
新規開拓の 平均パーマシン	370C/S		460C/S

- －開拓の90%はインマーケット
- －岡山、広島、福岡地区

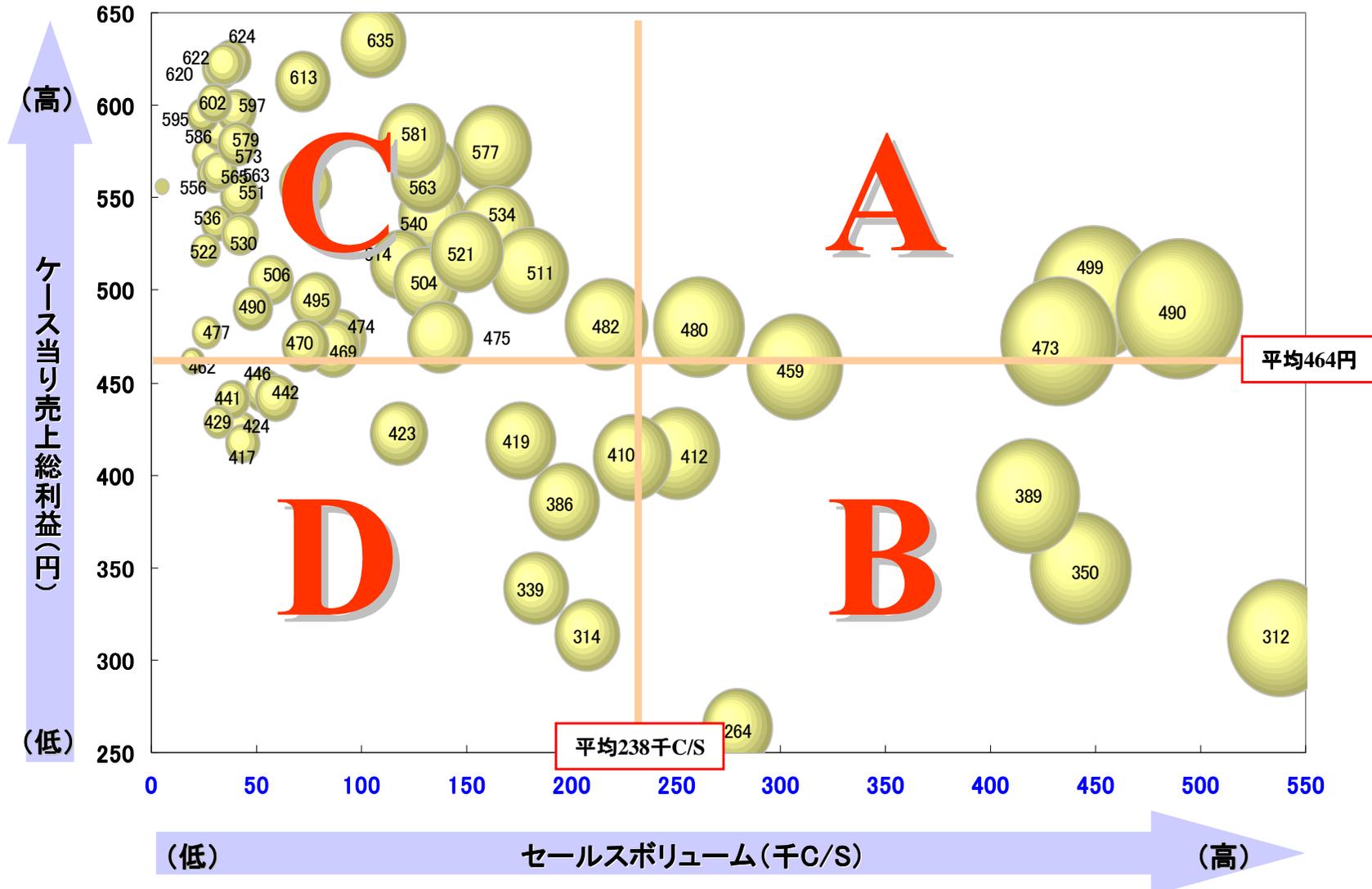
③消費者ニーズに対応した自販機オペレーション

- ・装填品種数率(装填品種数/総コラム数)→70%以上
- ・売り切れ発生率→3%以下

(5) チェーンストア

① アカウント別分析に基づく戦略の策定

・ボリュームと収益性の二軸によるアカウントの位置付け



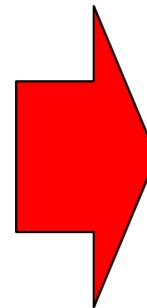
②消費者ニーズに合わせたパッケージミックスの展開

…大型パッケージから中・小型パッケージへのシフトによる収益改善

・1LPET、500PETミックスマルチの導入

	2003年 年間
2LPET	42%
1.5LPET	20%
1.0LPET	—
500mlPET	15%
その他	23%
合計	100%

ケース当たり売上総利益	—
-------------	---



2004年 年間計画
37%
18%
3%
16%
26%
100%

+30円

2003年 市場構成比
32%
16%
5%
16%
31%
100%

出典：インテージ

(6) コンビ／リテール

① コンビニエンス

- ・非商流チェーン(前年比 +5%)
 - ・・・本部商流の強化、CCNCとの連携強化
- ・商流チェーン(前年比 ±0%)
 - ・・・マーチャンダイザーによる個店活動の徹底
(定期訪問、棚割コンサルティングセールス 他)

② リテール

- ・量販店施策の徹底
 - ▶ クラブコカ・コーラ(前年比 +2%)
 - ーお得意さまのタイプ別活動取り組み
(スーパータイプ、コンビタイプ、ディスカウントストア 他)
 - ▶ ドラッグストア(前年比 +40%)
 - ▶ 交通マーケット(前年比 ±0%)
 - ーJR、ハイウェイ、エアライン
 - ▶ 職域マーケット(前年比 +2%)
 - ー自衛隊、大学生協 他

(7)フードサービス

①顧客視点での営業力強化によるマーケット拡大

- ・ブランド力の徹底強化
 - 取引先ニーズに応じたフレーバーチェンジ
 - 健康飲料の新商品導入
- ・マーケット開発の強化
 - 新規店の獲得・・・1,000軒
 - ホットでの販売機会拡大・・・530台投入
- ・アカウントマネジメントの強化

②収益改善に向けた「コスト削減と効率化」の徹底

- ・低セールス店(年間セールス250ケース以下)の改善
 - ・・・1,500軒(3年計画を2年で完了)
- ・取扱い品種の整理・・・10品種

5. 2004年ブランド(商品)戦略

ブランド再生 —新しい価値の創造—

- 原点回帰：基本価値の見直しと強化
- イノベーション：今のマクロ環境市場変化に即した新付加価値の提案

新しい価値の創造

基本価値の見直しと強化

イノベーション
(革新)

①

「ジョージア」の徹底強化

②

「コカ・コーラ」の活性化

③

無糖茶の拡大・強化

④

スポーツ・機能性飲料市場におけるシェア／ボリューム拡大

⑤

果汁・フレーバー炭酸・水市場における競合からのシェア奪取

⑥

新規分野への取組み(健康飲料・既存飲料市場外への参入)

⑦

業態別ニーズに対応した商品・パッケージの展開

①「ジョージア」の徹底強化

1. 『気分は、ジョージア。』のより一層の強化

- ナンバーチャレンジ 5人に1人がCCWJエリア

2. 新商品/基幹商品のリニューアル

3. 次世代CVMの投入

- ジョージアカフェマティック

1. 新キャンペーン“Special Magic”によるブランドイメージの強化
2. 新フレーバー/新パッケージ
 - ダイエットコカ・コーラレモンリニューアル
 - 2500WB

爽健美茶

- 新パッケージグラフィックの導入
- 新広告キャンペーン

まる茶

- おいしさと健康のアピール
 - ✓ まろ茶120 まろ茶茶葉の功
- 松たか子の起用(味わいと健康のアピール)
- 自販機用専用缶

ラブボディ

- 新フォーミュラ/新パッケージ/新TV広告

煌

- 価格戦略

新ブランド(シノア)

- 「食事中」の飲用機会の獲得
- すっきりと洗練された味とパッケージ

アクエリアス

- フォーミュラの進化
- パッケージデザインの進化
- コミュニケーションの進化
- アテネオリンピック

新ブランド

TADAS

Qoo

- リニューアル
- 新製品(CVSチャンネル)

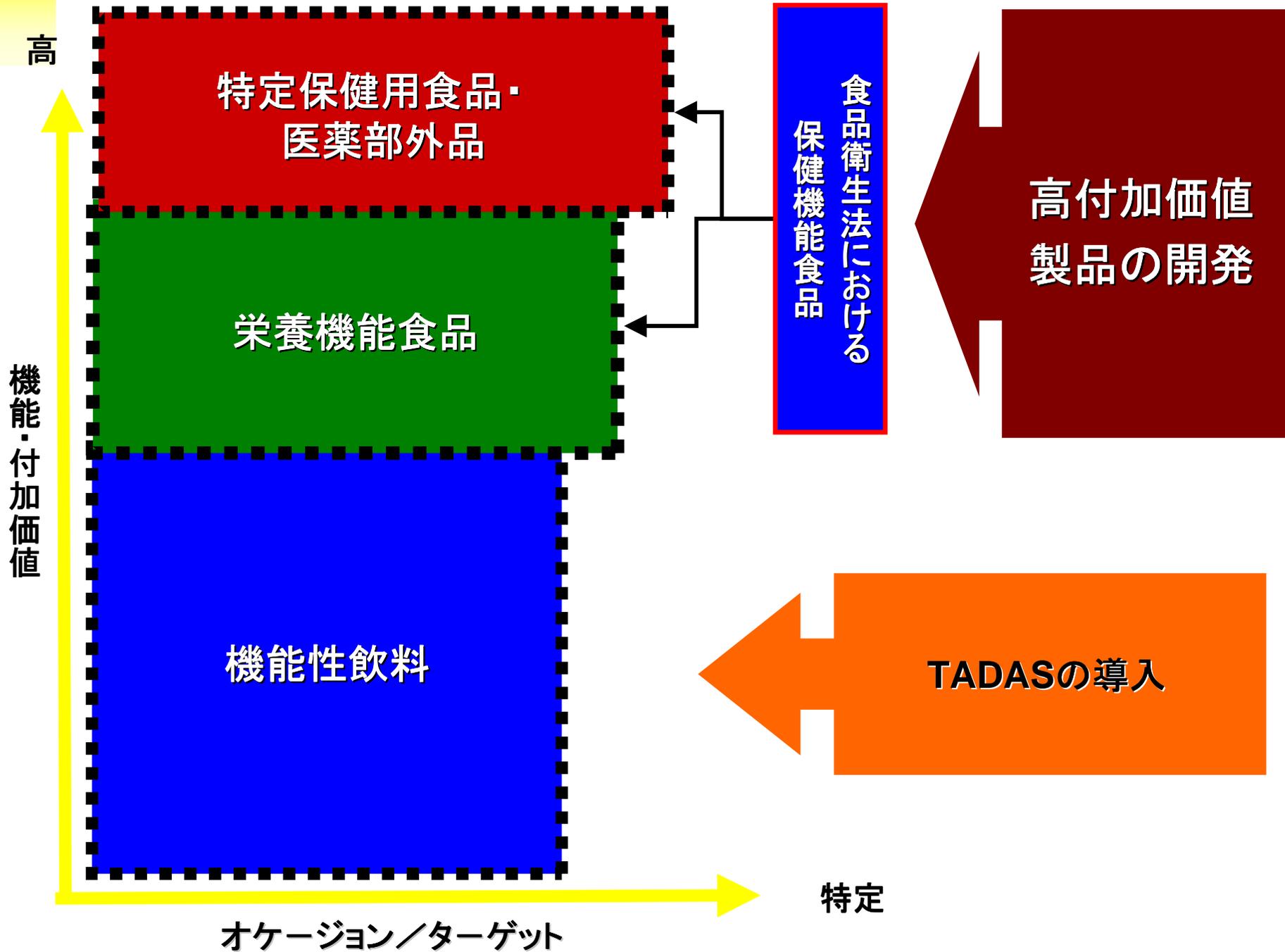
フレーバー炭酸

- 新フレーバー
- 新製品

⑥新規分野への取組み

■新しい事業ブランドの構築

- 保健機能食品市場への本格的な取組み
- 潜在ニーズの開拓・先進技術への取組みによる中長期的な商品開発・導入
- 健康ビジネスを行う上で最適な体制の構築



⑥新規分野への取組み

新規領域

ポードレス
商品の導入

■アルコールテイスト飲料分野への取組み

—アルコールテイスト飲料の導入による純増セールス・利益の確保

■ゼリータイプ商品の導入

—新規売場の獲得による純増セールス・利益の確保

新規
パッケージ
の導入

■競合と差別化されたパッケージによる消費者需要の喚起

—新型500PET(シノア)／広口190gボトル缶(紅茶花伝)

異業種
とのコラボ
レーション

■資生堂とのコラボレーションによる新しい価値の提案

—資生堂との共同開発、共同ブランドを活用したマーケティング

—売場でのコラボレーションによる市場拡大

⑦業態別ニーズに対応した商品・パッケージの展開

SM
商材

■消費者の購買・消費行動に基づいた商品・パッケージ展開

— 家庭内個飲用ニーズへの対応

...500PETミックスマルチの展開

— 大型PETへの不満と500PETより大きな個飲料ニーズへの対応

...1.0PETの展開

自販機
専用商品
の導入

■他チャネルとの差別化によるVPMの向上

— 自販機の利用率が高い職域自販機にフォーカス

小型PET
ボトル缶

■自販機小型PETの積極展開

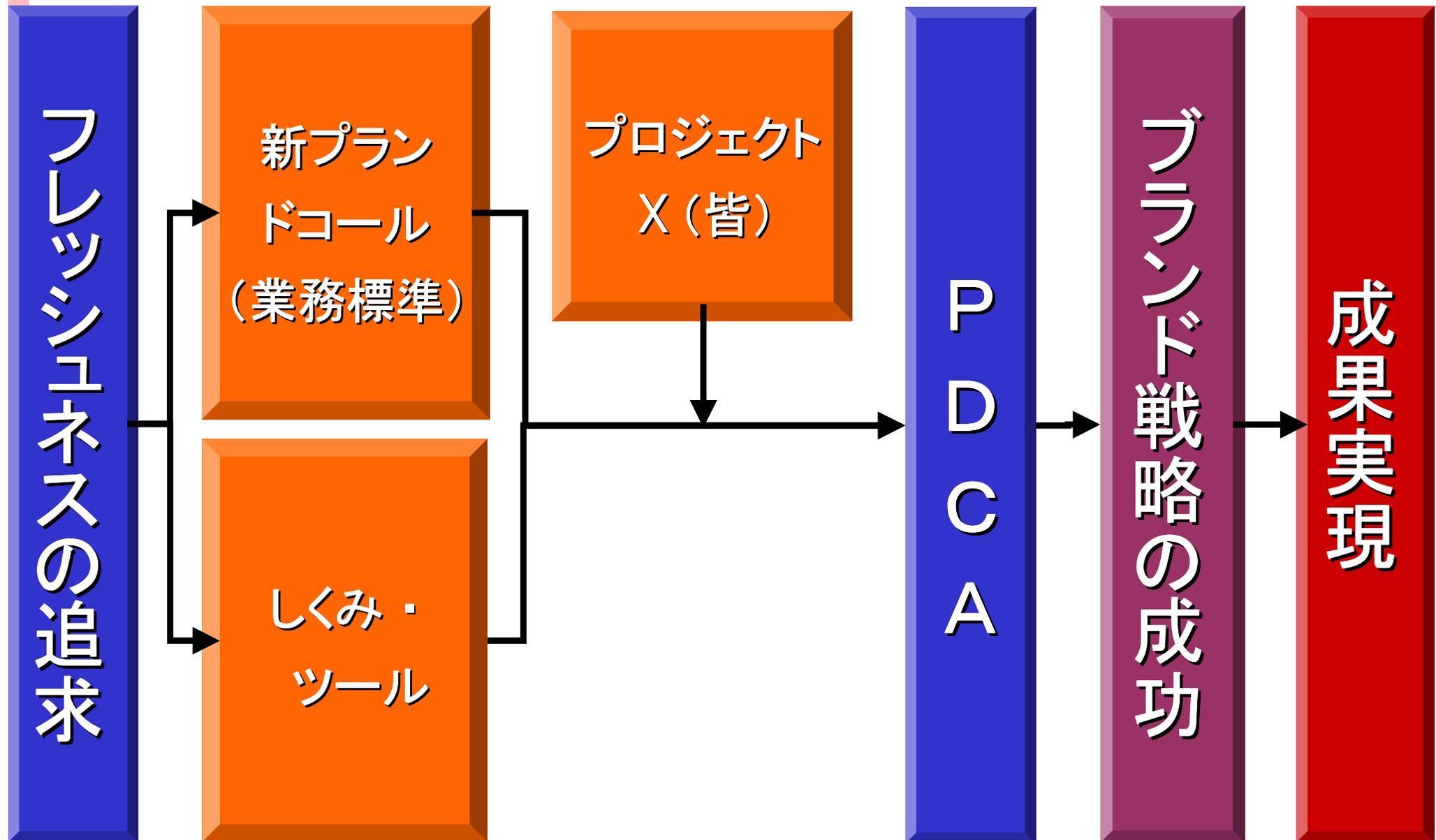
— 無糖茶340缶から280PETへの積極的切替え

■炭酸300ボトル缶装填拡大

2004年ブランド別セールス目標



コカ・コーラ	+	4%
ジョージア	+	3%
<hr/>		
無糖茶計	+	8%
爽健美茶	+	7%
まろ茶	+	13%
<hr/>		
機能性計	+	7%
アケリアス	+	7%
<hr/>		
Qoo	+	1%
ファンタ/カナダドライ	+	7%



資料集

— 2004年の数値は計画値

1. 損益の推移



(1) 連結

(単位 百万円 %)

	2002年	構成比	2003年	構成比	2004年	構成比
売上高	247,737	100.0	240,825	100.0	254,000	100.0
売上原価	135,989	54.9	132,995	55.2	138,700	54.6
売上総利益	111,747	45.1	107,829	44.8	115,300	45.4
販売費及び一般管理費	95,043	38.4	88,191	36.6	97,600	38.4
営業利益	16,704	6.7	19,638	8.2	17,700	7.0
営業外収益	1,280	0.5	1,100	0.5	1,000	0.4
営業外費用	979	0.4	843	0.4	700	0.3
経常利益	17,005	6.9	19,895	8.3	18,000	7.1
特別利益	4,419	1.8	231	0.1	500	0.2
特別損失	9,006	3.6	2,141	0.9	700	0.3
税金等調整前当期純利益	12,418	5.0	17,985	7.5	17,800	7.0
法人税等	5,330	2.2	9,300	3.9	7,370	2.9
少数株主利益	1	0.0	△ 695	△ 0.3	30	0.0
当期純利益	7,086	2.9	9,380	3.9	10,400	4.1

(2) 単 体

(単位 千ケース 百万円 %)

	2002年	構成比	2003年	構成比	2004年	構成比
販 売 数 量	95,935	—	94,219	—	98,548	—
売 上 高	174,594	100.0	186,176	100.0	198,500	100.0
売 上 原 価	98,673	56.5	103,241	55.5	109,100	55.0
売 上 総 利 益	75,920	43.5	82,934	44.5	89,400	45.0
販 売 費 及 び 一 般 管 理 費	63,086	36.1	65,052	34.9	73,300	36.9
営 業 利 益	12,834	7.4	17,881	9.6	16,100	8.1
営 業 外 収 益	1,807	1.0	1,227	0.7	1,000	0.5
営 業 外 費 用	866	0.5	785	0.4	700	0.4
経 常 利 益	13,774	7.9	18,323	9.8	16,400	8.3
特 別 利 益	4,233	2.4	259	0.1	0	0.0
特 別 損 失	8,819	5.1	905	0.5	500	0.3
税 金 等 調 整 前 当 期 純 利 益	9,189	5.3	17,677	9.5	15,900	8.0
法 人 税 等	3,810	2.2	7,417	4.0	6,800	3.4
当 期 純 利 益	5,378	3.1	10,259	5.5	9,100	4.6

(3) 貸借対照表

(単位: 百万円)

	2002年	2003年	増減額	増減主要因
流動資産	70,142	57,134	△ 13,008	
現金及び預金	19,182	15,295	△ 3,887	
受取手形及び売掛金	11,664	13,175	1,511	
有価証券	16,484	7,141	△ 9,343	移籍一時金支払い及び自己株式購入のための売却による減
たな卸資産	12,361	12,570	209	
繰延税金資産	1,279	841	△ 437	
その他	9,287	8,227	△ 1,059	
貸倒引当金	△ 117	△ 118	△ 1	
固定資産	133,928	147,045	13,117	
有形固定資産	89,367	86,982	△ 2,384	
建物及び構築物	20,187	18,852	△ 1,334	
機械装置及び運搬具	15,774	14,674	△ 1,099	
販売機器	17,487	17,740	252	
土地	34,637	34,722	85	
建設仮勘定	261	44	△ 216	
その他	1,019	947	△ 71	
無形固定資産	3,817	2,718	△ 1,099	
連結調整勘定	250	118	△ 132	
その他	3,566	2,599	△ 966	
投資その他の資産	40,743	57,344	16,601	
投資有価証券	31,940	40,636	8,696	債券等購入による増
繰延税金資産	1,735	569	△ 1,166	
前払年金費用	-	13,306	13,306	新退職給付制度導入に伴う退職給付費用戻入による増
その他	7,178	3,097	△ 4,081	
貸倒引当金	△ 110	△ 264	△ 153	
資産合計	204,070	204,180	109	

(3) 貸借対照表

(単位:百万円)

	2002年	2003年	増減額	増減主要因
流動負債	27,366	23,853	△ 3,512	
支払手形及び買掛金	7,787	8,950	1,163	
転換社債	2,154	-	△ 2,154	転換社債償還による減
短期借入金	180	-	△ 180	
長期借入金	334	203	△ 130	
未払法人税等	902	2,924	2,021	
未払金	6,153	5,426	△ 727	
設備支払手形	1,485	667	△ 817	
その他	8,369	5,681	△ 2,688	移籍一時金支払に伴う未払費用の減
固定負債	7,055	10,595	3,540	
繰延税金負債	1,906	5,880	3,974	新退職給付制度導入に伴う退職給付費用戻入等による増
退職給付引当金	3,683	3,394	△ 289	
役員退職引当金	372	323	△ 49	
その他	1,092	996	△ 95	
負債合計	34,421	34,449	27	
少数株主持分	4,990	4,276	△ 714	
資本金	15,231	15,231	-	
資本剰余金	35,399	35,399	-	
利益剰余金	115,771	122,372	6,600	
その他有価証券評価差額金	341	411	69	
自己株式	△ 2,086	△ 7,960	△ 5,873	自己株式購入による増
資本合計	164,658	165,454	796	
負債、少数株主持分及び資本合計	204,070	204,180	109	

2.販売数量の推移

(1)ブランド別販売数量

(単位 千ケース %)

		2002年	2003年	2004年	'03/'02	'04/'03
炭	コカ・コーラ	8,967	8,484	8,846	△ 5.4	4.3
	ファンタ	4,251	3,991	4,098	△ 6.1	2.7
	スプライト	720	483	259	△ 32.9	△ 46.4
	リアルゴールド	1,120	1,196	1,433	6.8	19.8
	カナダドライ	451	950	1,212	110.6	27.6
	その他	55	170	455	209.1	167.6
酸	計	15,564	15,274	16,303	△ 1.9	6.7
非	ジョージア	27,543	27,041	27,821	△ 1.8	2.9
	アケリアス	7,181	6,275	6,690	△ 12.6	6.6
	爽健美茶	6,925	6,638	7,099	△ 4.1	6.9
	烏龍茶(煌/茶宝)	2,140	1,357	1,314	△ 36.6	△ 3.2
	まろ茶	3,589	4,360	4,912	21.5	12.7
	紅茶花伝	2,073	1,977	1,806	△ 4.6	△ 8.6
炭	Qoo、HI-C	2,328	2,260	2,282	△ 2.9	1.0
	森の水だより	1,948	2,010	1,876	3.2	△ 6.7
	その他	2,932	3,099	3,861	5.7	24.6
	計	56,659	55,017	57,661	△ 2.9	4.8
シロップ、パウダー、食品他		16,227	15,734	15,436	△ 3.0	△ 1.9
合計		88,450	86,025	89,400	△ 2.7	3.9

※他ボトルー販売を除く

(2) パッケージ別販売数量

(単位 千ケース %)

		2002年	2003年	2004年	'03/'02	'04/'03
ボ ト ル	リターナブル	614	592	608	△ 3.6	2.7
	ワンウェイ	1,289	496	162	△ 61.5	△ 67.3
	計	1,903	1,088	770	△ 42.8	△ 29.2
P E T	～ 350 ml	1,990	3,515	4,674	76.6	33.0
	～ 500 ml	11,154	10,554	11,780	△ 5.4	11.6
	～ 1,000 ml	435	390	935	△ 10.3	139.7
	～ 1,500 ml	4,431	4,184	3,921	△ 5.6	△ 6.3
	～ 2,000 ml	8,615	8,563	8,411	△ 0.6	△ 1.8
	計	26,625	27,206	29,721	2.2	9.2
缶	～ 200 ml	22,143	23,697	26,374	7.0	11.3
	～ 250 ml	2,949	2,515	2,392	△ 14.7	△ 4.9
	～ 280 ml	8,657	6,962	3,638	△ 19.6	△ 47.7
	～ 350 ml	6,285	2,927	1,994	△ 53.4	△ 31.9
	～ 500 ml	1,272	1,386	1,473	9.0	6.3
	計	41,306	37,487	35,871	△ 9.2	△ 4.3
ボトル缶		1,918	4,066	6,329	112.0	55.7
シロップ、パウダー、食品他		16,698	16,178	16,709	△ 3.1	3.3
合計		88,450	86,025	89,400	△ 2.7	3.9

※他ボトルー販売を除く

(3) ビジネスユニット別販売数量

※2002年は体制変更前のため省略

(単位 千ケース %)

	2003年	2004年	'04/'03
ベンディング	33,328	34,900	4.7
チェーンストア	16,673	18,730	12.3
コンビ/リテール	25,285	24,887	△ 1.6
フードサービス	7,432	7,618	2.5
代理店	1,752	1,787	2.0
その他	1,555	1,478	△ 5.0
合 計	86,025	89,400	3.9

※他ボトラー販売を除く

(4) 新製・商品の販売状況

① 販売状況

(単位 品種、千ケース)

	2002年	2003年	2004年
新規商品	87	108	69
リニューアル	20	47	60
計	107	155	129
販売数量	21,063	23,022	27,797

② 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	4,342
2	まろ茶120 500mlPET	2月	1,530
3	ジョージア ロイヤルブレンド 180g缶	9月	1,197
4	ジョージア カフェレーチェ 280g缶	4月	1,110
5	煌 烏龍茶 2,000mlPET	3月	910
6	まろ茶120 340g缶	2月	882
7	まろ茶120 2,000mlPET	2月	635
8	まろ茶120 280mlPET	2月	605
9	ジョージア モーニングコーヒー 190g缶	3月	496
10	ジョージア エスプレッソマイルド 190g缶	1月	492

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	2003年	2002年	2003年	2002年	2003年
資産機	レギュラー(缶)	41,929	34,165	21,343	17,311	20,586	16,854
	フルサービス(缶)	80,958	89,369	32,272	36,214	48,686	53,155
	カップマシン	7,954	7,562	5,817	5,541	2,137	2,021
	小計	130,841	131,096	59,432	59,066	71,409	72,030
売却機(缶)		6,586	4,056	3,042	1,937	3,544	2,119
合計		137,427	135,152	62,474	61,003	74,953	74,149

(2) プレダトリー

(単位 台)

		CCWJ		中国地区		九州地区	
		2002年	2003年	2002年	2003年	2002年	2003年
プレダトリー		3,619	3,257	1,150	794	2,469	2,463

(3) シェア

(単位 %)

		CCWJ		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) 設置台数計画

(単位 台)

		2003年末	2004年		2004年末
			投入	引揚	
レギュラー(無償)		34,165	1,900	△ 3,600	32,465
FS	※1 UGVCCS	1,370	1,700	0	3,070
	※2 C-mode	310	50	0	360
	※3 CV	35	250	0	285
	通常	87,654	8,200	△ 9,141	86,713
計		89,369	10,200	△ 9,141	90,428
レギュラー(売却)		4,056	0	△ 500	3,556
カップマシン		7,562	350	△ 1,200	6,712
ディスペンサー		12,187	1,530	△ 1,650	12,067
合計		147,339	13,980	△ 16,091	145,228

※1 アップグレードVCCS:販売支援型自販機(プロモーション、温冷リモート切替等の付加機能がついた自販機)

※2 携帯電話による商品購入やコンテンツ購入が可能な自販機

※3 コミュニケーション自販機:情報提供型自販機

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

(単位 %)

	CCWJ		中国地区		九州地区	
	2002年	2003年	2002年	2003年	2002年	2003年
CCWJ	32.6	30.4	31.1	28.9	34.1	32.0
競合計	67.4	69.6	68.9	71.1	65.9	68.0
サントリー／ペプシ	11.8	11.6	11.4	11.5	12.2	11.7
キリン	7.9	9.3	7.9	9.4	8.0	9.2
アサヒ	4.0	4.2	3.9	4.1	4.1	4.3
サッポロ	0.7	0.7	0.7	0.6	0.7	0.8
大塚	4.7	4.7	4.8	4.8	4.6	4.7
伊藤園	4.5	4.8	4.0	4.5	5.0	5.2
ダイトー	0.8	0.7	1.0	1.0	0.5	0.4
JT	1.1	0.9	1.1	1.0	1.1	0.8
UCC	0.8	1.0	1.3	1.4	0.4	0.6
カルピス	4.1	4.3	4.3	4.3	4.0	4.2
その他	27.0	27.4	28.5	28.5	25.3	26.1

(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 %)

	CCWJ		中国地区		九州地区	
	2002年	2003年	2002年	2003年	2002年	2003年
合計	32.6	30.4	31.1	28.9	34.1	32.0
炭酸	58.0	54.6	57.2	54.5	58.8	54.6
コーラ	81.6	78.1	79.9	76.9	83.1	79.2
フレーバー炭酸	57.8	61.5	59.0	63.4	56.5	59.4
果汁	16.1	11.8	17.8	13.0	14.2	10.3
コーヒー	33.6	31.9	27.6	26.1	40.8	38.6
缶コーヒー	68.9	67.0	60.7	58.3	77.1	75.7
ティー	31.3	29.7	31.2	29.7	31.5	29.8
中国茶	21.8	15.4	20.5	15.5	22.9	15.3
紅茶	17.1	17.0	16.4	15.4	18.2	19.4
日本茶	14.0	16.5	13.3	15.3	14.6	17.5
ブレンド茶	81.9	78.0	79.7	76.2	84.2	80.1
スポーツ	56.0	52.9	56.9	53.6	54.8	51.9
フィットネス	2.4	10.2	2.1	10.4	2.7	10.0
乳類	7.4	12.8	4.9	11.0	11.1	15.4
ミネラルウォーター	27.0	25.2	16.6	13.3	34.0	34.1

(出典: インテージ ストアオーディット)

(3) 業種別シェア

(単位 %)

	CCWJ		中国地区		九州地区	
	2002年	2003年	2002年	2003年	2002年	2003年
合計	32.6	30.4	31.1	28.9	34.1	32.0
スーパー	30.7	28.1	28.6	26.4	33.3	30.3
CVS	24.6	24.4	24.3	25.2	24.8	23.7
酒店	49.7	47.1	45.3	42.3	55.3	53.2
食料品店	49.5	48.1	51.9	45.9	47.8	49.7
ドラッグストア	12.5	17.0	9.3	10.6	21.1	30.1

(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)

		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年間
CCWJ	シェア	34.1	32.2	32.9	30.7	30.5	28.5	27.8	29.1	29.2	30.6	30.6	32.0	30.4
	対前年増減	+0.2	▲0.5	▲0.7	▲1.9	▲1.5	▲4.2	▲2.9	▲2.6	▲3.3	▲2.0	▲3.2	▲2.5	▲2.1
中国地区	シェア	32.5	30.4	31.2	29.0	28.5	26.5	26.8	28.1	27.7	29.4	29.4	30.4	28.9
	対前年増減	▲0.3	▲1.7	▲1.6	▲2.1	▲2.0	▲5.3	▲2.5	▲1.8	▲2.5	▲1.1	▲2.6	▲3.2	▲2.1
九州地区	シェア	35.8	34.2	34.7	32.6	32.6	30.8	28.9	30.1	30.8	31.8	31.9	33.6	32.0
	対前年増減	+0.9	+0.8	+0.3	▲1.5	▲0.8	▲3.0	▲3.3	▲3.6	▲4.0	▲2.9	▲3.8	▲1.8	▲2.0
サントリー	シェア	11.6	11.6	11.5	12.1	12.1	12.0	11.5	12.0	11.9	10.7	10.2	11.5	11.6
	対前年増減	▲0.7	▲0.5	▲0.5	▲0.8	▲0.6	+0.8	▲0.5	+0.3	+0.8	▲0.3	▲1.0	▲0.9	▲0.2
キリン	シェア	8.2	8.3	9.5	9.9	9.6	9.3	9.5	9.1	8.9	9.7	10.2	9.4	9.3
	対前年増減	+0.9	+1.3	+1.4	+1.8	+1.9	+1.3	+1.6	+1.1	+0.8	+1.1	+2.0	+1.5	+1.4
アサヒ	シェア	3.9	4.7	4.8	4.5	4.1	3.9	4.3	4.0	4.1	3.9	3.9	4.1	4.2
	対前年増減	▲0.2	+0.5	+0.3	▲0.1	▲0.3	▲0.4	+0.0	+0.2	+0.6	+0.2	+0.4	+0.5	+0.1
大塚	シェア	5.7	5.2	4.7	4.2	4.4	4.6	4.5	5.1	5.2	4.5	4.4	4.3	4.7
	対前年増減	+0.6	+0.1	0.0	▲0.2	▲0.3	+0.2	▲0.5	+0.1	+0.7	+0.3	0.0	▲0.6	+0.0
伊藤園	シェア	4.5	4.4	4.0	4.1	4.5	5.1	5.1	5.1	5.0	5.1	5.3	5.0	4.8
	対前年増減	▲0.3	▲0.3	▲0.1	+0.1	+0.1	+1.0	+0.5	+0.6	+0.3	+0.1	+0.5	+0.8	+0.3

(出典: インテージ ストアオーディット)

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)

(単位 百万円)

		2002年	2003年	2004年
設備投資額	土地	1,655	371	1,535
	建物・構築物	2,848	690	2,953
	機械及び装置	5,281	1,519	2,701
	販売機器	8,962	9,276	8,018
	その他	2,278	1,988	2,144
	計	21,027	13,846	17,351
	減価償却費	15,395	15,888	15,280

(2) キャッシュフローの状況(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	20,885	△ 17,615	△ 5,566	35,406
2003年	18,423	△ 20,852	△ 11,107	21,869
2004年	23,112	△ 17,807	△ 3,007	24,167

6.株主の状況



(1)株主数・株式数

(単位 人、千株、%)

	2002年12月末				2003年12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	80	0.5	15,749	19.0
国内法人(証券会社)	381	2.6	40,706	49.1	365	2.5	37,721	45.5
外国法人等	164	1.1	12,968	15.6	190	1.3	15,427	18.6
個人その他	14,314	95.7	10,951	13.2	14,166	95.7	10,256	12.4
自己名義株式	1	0.0	975	1.2	1	0.0	3,746	4.5
合計	14,951	100.0	82,899	100.0	14,802	100.0	82,899	100.0

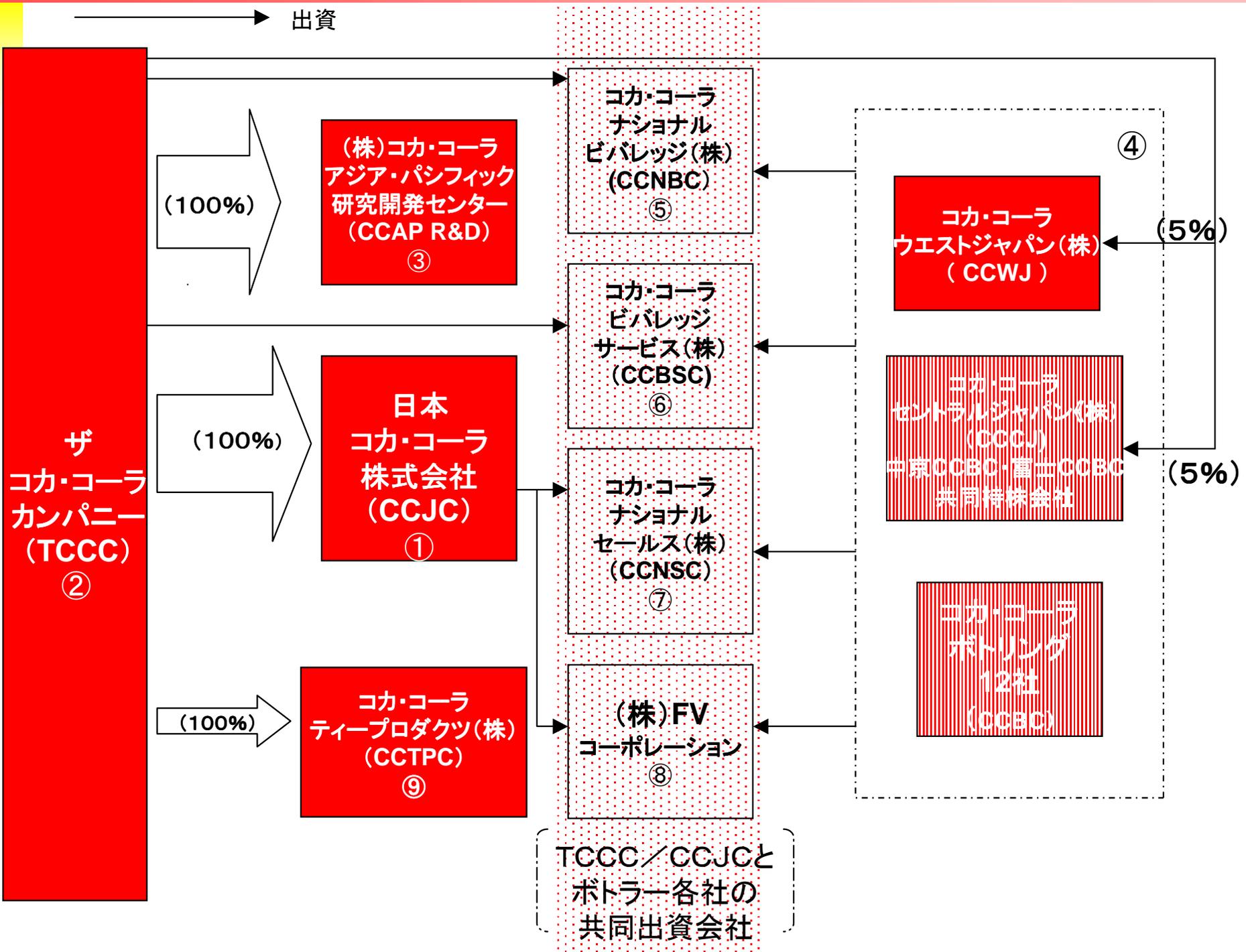
(2) 配当金・配当性向

	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年
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	116.25
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	2,089.94
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	36.00
(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	19.00
配当性向 (%)	9.2	13.7	18.0	21.9	25.9	26.7	42.7	108.9	52.1	28.3
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	28.3

(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)

7.日本のコカ・コーラシステム



コカ・コーラ関連企業とその役割

① 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港区に設立。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、原液の製造・供給を行う。

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 株式会社コカ・コーラ アジア・パシフィック研究開発センター (CCAP R&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。

④ コカ・コーラ ボトラー社 (CCBC)

日本コカ・コーラより原液を購入・製造は、担当営業地域に分かれたボトラー社。日本全国には15社のボトラー社があり、日本コカ・コーラとボトラー契約をもとに成り立っている。完成した製品は、ボトラー各社および各社の関係会社の販売拠点となっている営業所に配送された後、ルートトラックと呼ばれる配送車で店まで直接配送。

⑤ コカ・コーラ ナショナル ビバレッジ株式会社 (CCNBC)

ザ コカ・コーラカンパニーおよびボトラー6社《利根・三国・東京・セントラルジャパン・近畿・ウエストジャパン（注：中京と富士はセントラルジャパンが株主（三笠社については、三笠の株主であるウエストジャパンが出資））の共同出資により、調達、製造、物流において全国規模で最適なサプライチェーンを構築する事を目指して2003年4月1日に設立。現在は、全ボトラー社が出資参画。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。

⑥ コカ・コーラビバレッジサービス株式会社 (CCBSC)

ザ コカ・コーラ カンパニーおよびコカ・コーラ ウェストジャパン株式会社
の共同出資により、1999年6月設立、1999年9月より事業開始。現在
すべてのボトラー社が資本参加。2003年10月に調達業務をコカ・コーラ
ナショナルビバレッジ社に移管、現在は、日本のコカ・コーラシステムにお
ける情報システム改革の推進業務を行う。

⑦ コカ・コーラ ナショナルセールス株式会社 (CCNSC)

全ボトラー15社の共同出資により、1995年10月に設立。 ナショナルチェー
ンカスタマー向けの営業活動を行う。（注：中京と富士社はセントラルジャパンが
株主。現在、日本コカ・コーラも株主。）

⑧ 株式会社 エフ・ヴィ コーポレーション

日本コカ・コーラ社と全ボトラー15社の共同出資により、2001年5月に設立。
自販機事業において広域法人との商流や、コーポレート商品（日本コカ・コー
ラ社認定商品）以外の商品の調達を行う。

⑨ コカ・コーラ ティープロダクツ株式会社 (CCTPC)

ザ コカ・コーラ カンパニーの全額出資により一部製品の製造・供給を行うため
に1998年10月に設立。 2003年10月、コカ・コーラナショナルビバレッジ社
への業務移管に伴い、現在は、飲料製造用の設備資産の保有・管理および一
部の製品製造を行う。

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