# 2004年12月期第1四半期 決算説明会

2004年 4月 28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

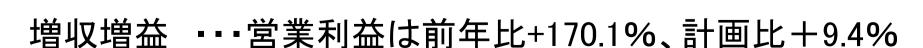


2	2頁	資料集	
		1. 財務諸表	
(	3頁	(1)連結	20頁
(	3頁	(2)単体	21頁
/	4頁	(3)貸借対照表	22頁
į	5頁	(4)キャッシュ・フロー	24頁
		2. 販売数量の推移	
{	8百	(1)ブランド別販売数量	25頁
		(2)パッケージ別販売数量	26頁
		(3)ビジネスユニット別販売数量	27頁
1	1百	(4)新製・商品の販売状況	28頁
		3. 自動販売機の設置状況	29頁
		4. ホームマーケットの状況	
		(1)メーカー別ホームマーケットシェア	30頁
		(2)カテゴリー別ホームマーケットシェア	31頁
1	5貝	(3)業種別ホームマーケットシェア	32頁
1	7頁	5. 設備投資、減価償却	
		(1)設備投資、減価償却(連結)	34頁
		6. 日本コカ・コーラシステム	35頁
		7. 用語の解説	37頁
	···· ; ···· ; ···· ; ···· 10 ··· 11 ··· 13 ··· 14 ··· 15	···· 8頁 ···· 10頁 ··· 11頁 ··· 12頁 ··· 13頁 ··· 15頁 ··· 17頁	1. 財務諸表 (1)連結 (2)単体 (3)貸借対照表 (4)キャッシュ・フロー 2. 販売数量の推移 (1)ブランド別販売数量 (1)ブランド別販売数量 (2)パッケージ別販売数量 (3)ビジネスユニット別販売数量 (3)ビジネスユニット別販売数量 (4)新製・商品の販売状況 3. 自動販売機の設置状況 4. ホームマーケットの状況 (1)メーカー別ホームマーケットシェア (2)カテゴリー別ホームマーケットシェア (3)業種別ホームマーケットシェア (3)業種別ホームマーケットシェア (3)業種別ホームマーケットシェア (3)業種別ホームマーケットシェア

# 1. 2004年12月期第1四半期総括



- <mark>(1</mark>)販売数量は好調
  - ・冬場の主力ブランド「ジョージア」が対前年3.3%増加し、数量増 に貢献
  - ・リニューアル、新キャンペーン等により、コカ・コーラ、爽健美茶 も販売数量を拡大
- (2)ホームマーケットシェアは前年比2.4ポイントダウンの30.7%
  - ・健全なボリュームとシェアの拡大
- (3)三笠社は販売数量が伸び当初計画を上廻る



好調なスタート

# 2. 2004年12月期第1四半期決算概要



# <mark>(1)連結</mark>

(単位 百万円、%)

	2003年		2004年第1四半期				
	第1四半期	計画	実 績	計画が	讨比	前年刻	付比
				増減	増減率	増減	増減率
売 上 高	51,489	54,000	55,129	1,129	2.1	3,640	7.1
営業利益	1,660	4,100	4,484	384	9.4	2,824	170.1
経常利益	1,815	4,100	4,549	449	11.0	2,734	150.6
四半期純利益	900	2,400	2,626	226	9.4	1,726	191.8

# (2)単体

(単位 百万円、%)

	2003年		2004年第1四半期				
	第1四半期	計画	実 績	計画分	讨比	前年対	寸比
				増減	増減率	増減	増減率
売 上 高	39,342	41,500	42,173	673	1.6	2,831	7.2
営業利益	2,114	4,300	4,332	32	0.7	2,218	104.9
経常利益	2,435	4,400	4,681	281	6.4	2,246	92.2
四半期純利益	1,388	2,500	2,832	332	13.3	1,444	104.0

#### <販売実績>

(単位 千ケース、%)

含む他ボトラー	19,451	20,170	20,713	543	2.7	1,262	6.5
エリア内	18,063	18,458	18,730	272	1.5	667	3.7



### (3)対計画増減主要因(連結)

売上高 +11億円

・販売数量の増	十13億円
・セールスミックス等	△5億円
•三笠社分	+3億円

営業利益 +4億円

売上原価	10億円増	
・販売数量の増		+7億円
<ul><li>セールスミックス等</li></ul>		+1億円
│ ・三笠社分		+2億円
販売費および一般管理費	3億円減	
・販売手数料の増		+2億円
•広告宣伝費他		△5億円

経常利益 +4億円

 営業外収益

 営業外費用

当期純利益 +2億円

特別利益-特別損失-法人税等2億円増



### (4)対前年増減主要因(連結)

売上高 +36億円

・販売数量の増 +26億円・受託加工収入等 +3億円・三笠社分 +4億円・西日本ビバレッジ社分 +3億円

営業利益 +28億円

売上原価 20億円増 ・販売数量の増 +15億円 ・セールスミックス +2億円 ・CCNBC事業開始に伴う影響 △1億円 •受託加工原価等 十1億円 •三笠社分 +2億円 ・西日本ビバレッジ他 +1億円 販売費および一般管理費 12億円減 ・人件費の減 △18億円 •販売手数料 +4億円 \*業務委託費 +3億円 ・その他 △1億円

経常利益 +27億円

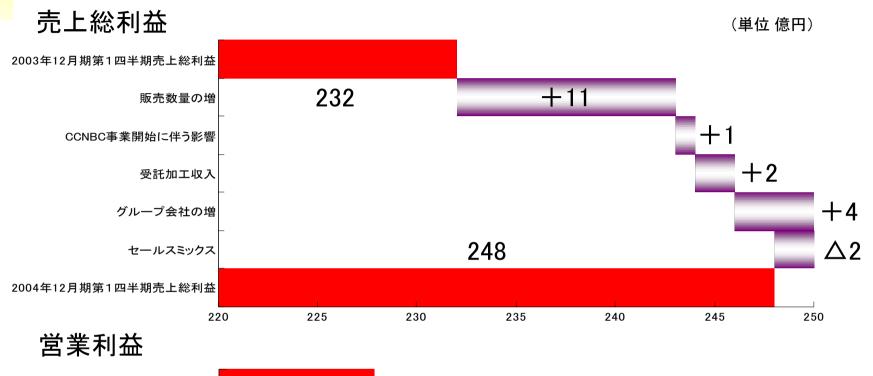
営業外収益 1億円減 営業外費用 -

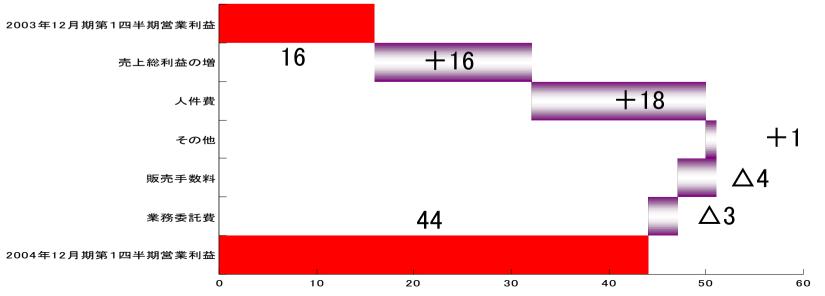
当期純利益 +17億円

特別利益1億円減特別損失3億円減・投資有価証券評価損等△3億円法人税等+12億円増



### 参考①: 売上総利益、営業利益の増減(連結)







# 参考②:退職給付制度変更による影響

<1~3月>

(単位 百万円、%)

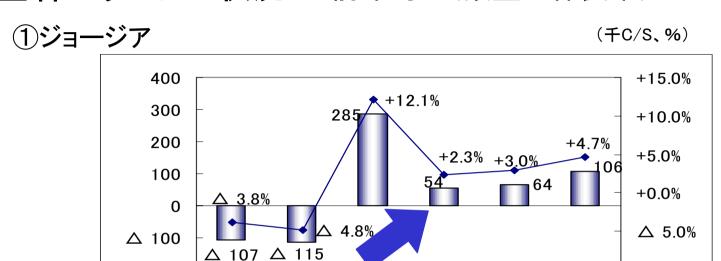
	2003年   2004年		増減		
	実績	実績	額	率	
A: 営業利益	1,660	4,484	2,824	170.1	
B: 退職給付制度 変更による影響	425	2,271	1,846	434.4	
A-B	1,235	2,213	978	79.2	

# 3. マーケティング活動



### (1) **基幹ブランドの状況・・・**前年対比(数量/伸長率)

11月



12月

1月

2月

3月

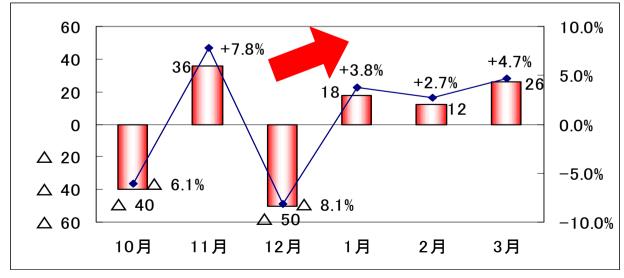
②コカ・コーラ

△ 200

10月

(千C/S、%)

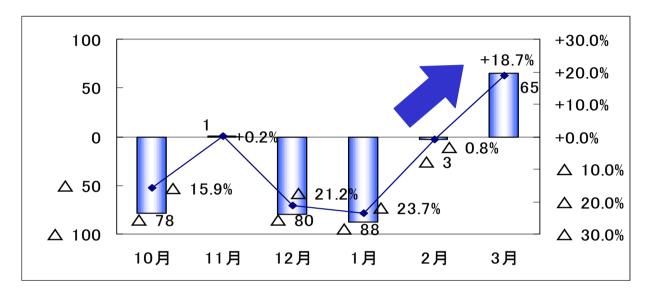
△ 10.0%





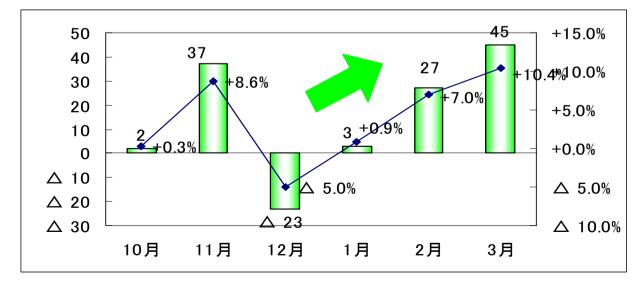
### ③アクエリアス

(千C/S、%)



### 4爽健美茶

(千C/S、%)

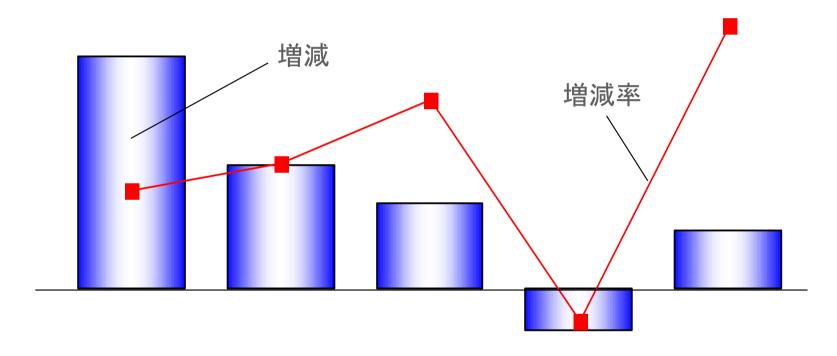




# (2)ビジネスユニット状況

### ①対前年

<販売数量>



	TOTAL	ベンディング	チェーンストア	コンビ・リテール	フードサービス
対前年増減	+667	+357	+245	△ 123	+167
対前年増減率	+3.7%	+5.0%	+7.9%	△ 2.3%	+11.3%

# 4. CCNBCと当社へのインパクト



### (1)全国SCM統合の目的

# SCM

<CCNBC>

ローコストで競争優位性をもたらす サプライチェーン

- ・トータルPPLコスト最小化/
- ・最良のサービスを提供
- ・最高の品質水準を維持
- ・迅速な対応
- ・適正なリスク負担/新規投資

顧客サービス 〈CCBC〉

顧客に注力した 販売・営業戦略

消費者プル 〈CCJC〉

消費者に注力した マーケティングイノベーション

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<sub>ルノ</sub>



### (2) CRP (Cost Reduction Program)

- -2004年2月12日「事業戦略発表会」
  - ···2003年10月から2004年12月末までの15ヵ月間でコスト削減100億円
- ・CRP実績と予想

(百万円)

	2003年	2004年
	10~12月	年間
全国	2,100	8,100
CCWJ	250	1,000

2003年度・・・旧トール製品供給価格の減

2004年度・・・旧トール製品供給価格の減+共同調達(FC製品資材、販売機器)



### (3)CRPの内訳と当社へのインパクト(2004年度)

		全国	当	社
		土坦	年間	1~3月
旧トール製品供給価格の減		4,900	500	149
共同調達	FC製品資材	1,800	300	90
	販売機器購入	1,400	200	25
	計	3,200	500	115
合計		8,100	1,000	264

※FC製品資材・・・缶、PETボトル、キャップ、段ボール等

※販売機器・・・全ての機器(缶自販機、CVM機、シロップ機等)



# (4)受託生産方式変更によるインパクト

(百万円)

	2004年		
	年間	1~3月	
ベンチマーク価格導入に伴う受託加工料の減	△ 320	△ 176	
生産受託による利益 ※1	950	400	

※1:ベンチマークされた受託加工料よりも低いコストでオペレーションすることによって生み出される利益

# 5. 三笠CCBC



# <mark>(1</mark>)業績(単体)

	2003年		2004年第1四半期						
	第1四半期	計画	実 績	計画が	計画対比		+画対比 前年対」		讨比
				増減	増減率	増減	増減率		
売 上 高	6,291	6,346	6,683	337	5.3	392	6.2		
営業利益	△ 378	△ 297	△ 233	64	1	145	_		
経常利益	△ 368	△ 297	△ 222	75	_	146	_		
四半期純利益	△ 248	△ 270	△ 201	69	_	47	_		
く販売数量)	>								

ト纵光双里ノ

_	- 7 77	17 - 77 1								
	I I	<b>ノア</b>	内	3,106	3,180	5 /n 5	83	126	157	5.1



### (2)具体的な活動

- ①経営体制の刷新
  - ・トップマネジメントの交代・・・CCWJより派遣
- ②新人事制度の展開
  - •4月1日より導入
- ③近畿社と協働でのマーケティング活動
  - ・徹底した市場開発
  - 中古自販機の協働運用

### (3)通期予想(単体)

(単位 百万円、%)

	2003年	2004年予想	増減	増減率
売 上 高	29,608	30,476	868	2.9
営 業 利 益	△ 454	101	555	_
経 常 利 益	△ 430	100	530	_
当期純利益	△ 2,091	123	2,214	_

# 6. 中間/通期予想



### (1)連結

(単位 百万円 )

				2003年	200	)4年
				通期実績	中間	通期
売	上		高	240,825	118,900	254,000
営	業	利	益	19,638	7,900	17,700
経	常利益		益	19,895	7,900	18,000
当	期純	〕利	益	9,380	4,400	10,400

# (2)単体

(単位 百万円 )

				2003年	200	)4年
				通期実績	中間	通期
売	上		高	186,176	92,200	198,500
営	業	利	益	17,881	7,600	16,100
経			益	18,323	7,700	16,400
当	期純	利	益	10,259	4,300	9,100

### く販売計画>

(単位 千ケース)

含も	3他7	ボトラ	ラー	94,219	45,538	98,548
エ	IJ	ア	内	86,025	41,449	89,400







# 資料集

# 1.財務諸表



# <mark>(1</mark>)連結

(単位 百万円 %)

				п		1		
					2003年 第1四半期	構成比	2004年 第1四半期	構成比
売		上		高	51,489	100.0	55,129	100.0
売	上		原	価	28,213	54.8	30,231	54.8
売	上	総	利	益	23,276	45.2	24,897	45.2
販	売 費 及	びー	- 般管	理 費	21,616	42.0	20,413	37.0
営	業		利	益	1,660	3.2	4,484	8.1
営	業	外	収	益	344	0.7	273	0.5
営	業	外	費	用	189	0.4	208	0.4
経	常		利	益	1,815	3.5	4,549	8.3
特	別		利	益	148	0.3	_	_
特	別		損	失	335	0.7	_	_
税	金等調	整 前	当期純	利益	1,628	3.2	4,549	8.3
法	人		税	等	787	1.5	1,997	3.6
少	数	朱 :	<u></u> 主 損	失	△ 59	△ 0.1	△ 73	△ 0.1
当	期	純	利	益	900	1.7	2,626	4.8



# <mark>(2</mark>)単 体

(単位 百万円 %)

					2003年 第1四半期	構成比	2004年 第1四半期	構成比
販	売		数	量	19,452	_	20,713	_
売		上		高	39,342	100.0	42,173	100.0
売	上		原	価	21,455	54.5	23,037	54.6
売	上	総	利	益	17,887	45.5	19,135	45.4
販	売 費 及	び-	- 般管	理 費	15,772	40.1	14,802	35.1
営	業		利	益	2,114	5.4	4,332	10.3
営	業	外	収	益	487	1.2	535	1.3
営	業	外	費	用	166	0.4	186	0.4
経	常		利	益	2,435	6.2	4,681	11.1
特	別		利	益	189	0.5	_	_
特	別		損	失	214	0.5	_	_
税	金等調	<u> </u>	当期純	利益	2,410	6.1	4,681	11.1
法	人		税	等	1,021	2.6	1,848	4.4
当	期	純	利	益	1,388	3.5	2,832	6.7



# (3)貸借対照表

(単位:百万円)

				(年位,日月7月)
	2003年	2004年	増減額	増減主要因
	12月期末	第1四半期末	- II " > V II > V	
流動資産	57,134	57,058	△ 76	
現金及び預金	15,295	15,150	△ 144	
受取手形及び売掛金	13,175	11,245	△ 1,930	
有価証券	7,141	10,098	2,957	MMF等購入による増
たな卸資産	12,570	11,530	△ 1,039	在庫数量減による減
その他	9,069	9,120	50	
貸倒引当金	△ 118	△ 88	29	
固定資産	147,045	147,895	849	
有形固定資産	86,982	88,154	1,171	
建物及び構築物	18,852	18,518	△ 334	
機械装置及び運搬具	14,674	14,413	△ 261	
販売機器	17,740	19,299	1,558	販売機器購入による増
土地	34,722	34,940	217	
その他	992	982	△ 9	
無形固定資産	2,718	2,611	<b>△</b> 106	
連結調整勘定	118	97	△ 20	
その他	2,599	2,514	△ 85	
投資その他の資産	57,344	57,129	△ 215	
投資有価証券	40,636	37,717	△ 2,918	公社債等解約による減
前払年金費用	13,306	15,940	2,634	√平成15年4月新退職給付制度導入に伴う
その他	3,666	3,738	71	過去勤務債務の処理(退職給付費用戻入)
貸倒引当金	△ 264	△ 267	△ 3	による増
資産合計	204,180	204,953	773	



# (3)貸借対照表

(単位:百万円)

				(単位:日ガロ)
	2003年	2004年	増減額	増減主要因
	12月期末	第1四半期末		4/%工文凸
流動負債	23,853	22,167	Δ 1,686	
支払手形及び買掛金	8,950	7,420	△ 1,529	
1年以内に返済する長期借入金	203	203	_	
未払金	5,426	6,539	1,112	
設備支払手形	667	11	△ 656	
その他	8,605	7,992	△ 612	
固定負債	10,595	11,757	1,161	
退職給付引当金	3,394	3,279	△ 114	
役員退職引当金	323	312	△ 11	
その他	6,877	8,164	1,287	
負債合計	34,449	33,924	△ 524	
少数株主持分	4,276	4,210	<b>△</b> 66	
資本金	15,231	15,231	_	
資本剰余金	35,399	35,399	_	
利益剰余金	122,372	123,464	1,092	
その他有価証券評価差額金	411	688	277	
自己株式	△ 7,960	△ 7,965	△ 5	
資本合計	165,454	166,818	1,364	
負債、少数株主持分及び資本合計	204,180	204,953	773	



# (4)キャッシュフロー(連結)

(単位 百万円)

	2003年 第1四半期	2004年 第1四半期	2004年 通期見込
営業活動による キャッシュ・フロー	2,020	5,702	23,112
投資活動による キャッシュ・フロー	5,415	2,336	17,807
財務活動による キャッシュ・フロー	1,504	1,509	3,007
現金及び現金同等物 期末残高	30,505	23,726	24,167

# 2. 販売数量の推移



# (1)ブランド別販売数量

(単位 千ケース、%)

	2003年 第1四半期	2004年 第1四半期	'04/'03
ジョージア	6,738	6,962	3.3
コカ・コーラ	1,488	1,544	3.8
爽健美茶	1,200	1,275	6.3
まろ茶	777	931	19.7
煌	219	230	4.7
アクエリアス	1,052	1,026	△ 2.5
ファンタ	684	833	21.9
カナダドライ	186	195	5.2
リアルゴールド	223	226	1.1
Qoo、Hi-C	383	354	△ 7.6
森の水だより	301	445	48.0
紅茶花伝	603	626	3.8
その他	794	703	△ 11.5
計	14,648	15,350	4.8
シロップ、パウダー、食品	3,415	3,380	△ 1.0
合計	18,063	18,730	3.7



# (2)パッケージ別販売数量

(単位 千ケース、%)

		2003年 第1四半期	2004年 第1四半期	'04⁄'03
ボ	リターナブル	120	122	2.0
	ワンウェイ	135	73	△ 45.8
ル	計	255	195	△ 23.3
	~ 350 ml	667	976	46.2
	~ 500 ml	1,852	1,917	3.5
P   E	~ 1,000 ml	60	69	16.0
=	~ 1,500 ml	953	968	1.5
'	~ 2,000 ml	1,482	1,680	13.4
	計	5,014	5,610	11.9
	~ 200 ml	5,672	6,277	10.7
	~ 250 ml	579	539	△ 6.9
缶	~ 280 ml	1,590	1,380	△ 13.2
"	~ 350 ml	840	478	△ 43.1
	~ 500 ml	3	6	104.6
	計	8,684	8,680	0.0
	ボトル缶	624	799	27.9
	その他	71	66	△ 7.0
シロ	ップ、パウダー、食品	3,415	3,380	△ 1.0
	合計	18,063	18,730	3.7



# (3)ビジネスユニット別販売数量

(単位 千ケース %)

	2003年 第1四半期	2004年 第1四半期	04/'03
ベンディング	7,212	7,569	5.0
チェーンストア	3,103	3,348	7.9
コンビ/リテール	5,414	5,291	△ 2.3
フードサービス	1,480	1,647	11.3
代理店	360	358	△ 0.6
その他	494	517	4.7
合 計	18,063	18,730	3.7



# (4)新製・商品の販売状況(含むリニューアル)

### ①販売状況

(単位 品種、千ケース)

	2003年	2004年
	第1四半期	第1四半期
新規商品	31	23
リニューアル	19	67
計	50	90
販売数量	2,658	3,057

# ②2004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 エメラルドマウンテン 190g缶	2月	631
2	爽健美茶 500mlPET	2月	284
3	アクエリアス 2,000mlPET	2月	281
4	爽健美茶 2,000mlPET	2月	216
5	ジョージア 気分はジョージア 190g缶	1月	163
6	アクエリアス 500mlPET	2月	134
7	まろ茶 茶葉の功 500mlPET	3月	120
8	まろ茶 茶葉の功 340g缶	3月	100
9	爽健美茶 340g缶	2月	79
10	ジョージア ガラナブラック 190g缶	3月	78

# 3. 自動販売機の設置状況



# <mark>(1)</mark>設置台数

(単位 台)

		CC	WJ	中国	地区	九州地区		
		2003年 期末	2004年 第1四半期	2003年 期末	2004年 第1四半期	2003年 期末	2004年 第1四半期	
資	レギュラー(缶)	34,165	35,296	17,311	18,723	16,854	16,573	
産	フルサービス(缶)	89,369	89,756	36,214	36,921	53,155	52,835	
機	カップマシン	7,562	7,368	5,541	5,414	2,021	1,954	
	小計	131,096	132,420	59,066	61,058	72,030	71,362	
売却機(缶)		4,056	3,625	1,937	1,709	2,119	1,916	
	合 計	135,152	136,045	61,003	62,767	74,149	73,278	

# (2)プレダトリー

(単位 台)

	CC	WJ	中国	地 区	九州地区		
	2003年	2004年	2003年	2004年	2003年	2004年	
	第1四半期	第1四半期	第1四半期	第1四半期	第1四半期	第1四半期	
プレダトリー	656	767			504	494	

# (3)シェア

(単位 %)

	CCWJ 2002年 <b>2003年</b>		中国	地区	九州地区		
			2002年	2003年	2002年	2003年	
シェア	52.9 52.6		47.1	47.4		59.2	

※2004年度については6月に調査予定

(出典:ニールセンオープンマーケット自販機サーベイ)(調査期間:毎年6月)

# 4.ホームマーケットシェア



# (1)メーカー別ホームマーケットシェア

(単位%)

	CC	WJ	中国	地区	九州	地区
	2003年	2004年	2003年	2004年	2003年	2004年
	第1四半期	第1四半期	第1四半期	第1四半期	第1四半期	第1四半期
CCM1	33.1	30.7	31.4	28.9	34.9	32.5
競合計	66.9	69.3	68.6	71.1	65.1	67.5
サントリー/ペプシ	11.5	12.0	11.5	12.3	11.5	11.7
キリン	8.7	8.8	8.8	9.1	8.5	8.5
アサヒ	4.5	4.2	4.2	4.0	4.8	4.5
サッポロ	0.6	0.8	0.6	0.7	0.6	0.9
大塚	5.2	4.7	5.1	4.9	5.3	4.5
伊藤園	4.3	4.8	3.8	4.5	4.8	5.1
ダイドー	0.7	0.7	1.1	1.0	0.3	0.4
JT	1.2	0.7	1.3	0.7	1.1	0.6
UCC	0.8	0.7	1.1	1.0	0.5	0.5
カルピス	3.6	3.8	3.8	4.1	3.3	
その他	25.8	28.0	27.1	28.8	24.4	27.3

(出典:インテージ ストアオーディット)



# (2)カテゴリー別ホームマーケットシェア

(単位%)

	CC	WJ	中国	地区	九州地区		
	2003年	2004年	2003年	2004年	2003年	2004年	
	第1四半期	第1四半期	第1四半期	第1四半期	第1四半期	第1四半期	
トータル	33.1	30.7	31.4	28.9	34.9	32.5	
炭酸	59.4	58.1	59.4	59.4	60.0	57.6	
コーラ炭酸	82.3	81.7	81.3	78.4	83.0	84.9	
透明炭酸	9.9	7.5	8.5	4.5	11.4	10.5	
フレーバー炭酸	65.6	65.2	66.2	69.9	65.6	60.7	
果汁	14.9	8.6	16.3	9.4	13.2	7.8	
コーヒー	41.4	38.2	35.1	32.2	48.9	44.8	
缶コーヒー	70.6	73.0	63.1	64.2	78.2	81.7	
ティー	30.7	27.9	31.2	28.1	30.4	27.9	
中国茶	14.5	14.0	15.4	13.8	14.0	14.6	
紅茶	21.0	21.2	19.1	19.8	24.3	23.9	
日本茶	16.4	14.5	15.6	12.7	17.1	16.0	
ブレンド茶	77.1	79.2	77.0	78.6	77.9	79.9	
スポーツ	50.8	50.8	51.9	50.2	49.5	51.6	
フィットネス	7.8	7.9	7.5	7.4	8.3	8.4	
乳類	3.5	6.9	1.4	5.6	7.0	8.1	
ミネラルウォーター	24.3	30.7	11.6	18.5	35.2	40.2	

(出典:インテージ ストアオーディット)

※ホームマーケットシェアとはスーパー、CVS、酒店、食料品店におけるシェアをいう. *CCWJ* 



# (3)業種別ホームマーケットシェア

(単位%)

	CC	WJ	中国	地区	九州地区		
	2003年	2004年	2003年	2004年	2003年	2004年	
	第1四半期	第1四半期	第1四半期	第1四半期	第1四半期	第1四半期	
合計	33.1	30.7	31.4	28.9	34.9	32.5	
スーパー	30.8	29.1	28.9	27.6	33.4	30.9	
CVS	26.7	25.4	27.0	25.9	26.4	25.0	
酒店	50.2	43.9	44.0	37.2	57.9	52.3	
食料品店	53.8	51.2	54.2	45.4	53.5	55.2	
ドラックストア	18.1	18.3	10.7	11.2	33.4	31.0	

(出典:インテージ ストアオーディット)

※ホームマーケットシェアとはスーパー、CVS、酒店、食料品店におけるシェアをいう.



### (参考)月別ホームマーケットシェアと対前年増減

(単位 %、ポイント)

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
00/4/1	シェア	30.7	30.5	28.5	27.8	29.1	29.2	30.6	30.6	32.0	32.0	30.2	30.0
CCWJ	対前年増減	<b>▲</b> 1.9	<b>▲</b> 1.5	<b>▲</b> 4.2	<b>▲</b> 2.9	<b>▲</b> 2.6	<b>▲</b> 3.3	<b>▲</b> 2.0	<b>▲</b> 3.2	<b>▲</b> 2.5	<b>▲</b> 2.1	<b>▲</b> 2.0	<b>▲</b> 2.9
나田차다	シェア	29.0	28.5	26.5	26.8	28.1	27.7	29.4	29.4	30.4	30.3	28.5	28.1
中国地区	対前年増減	<b>▲</b> 2.1	<b>▲</b> 2.0	<b>▲</b> 5.3	<b>▲</b> 2.5	<b>▲</b> 1.8	<b>▲</b> 2.5	<b>▲</b> 1.1	<b>▲</b> 2.6	<b>▲</b> 3.2	<b>▲</b> 2.2	<b>▲</b> 2.0	<b>▲</b> 3.1
+ 111142	シェア	32.6	32.6	30.8	28.9	30.1	30.8	31.8	31.9	33.6	33.8	32.0	32.0
九州地区	対前年増減	<b>▲</b> 1.5	<b>▲</b> 0.8	<b>▲</b> 3.0	<b>▲</b> 3.3	<b>▲</b> 3.6	<b>▲</b> 4.0	<b>▲</b> 2.9	<b>▲</b> 3.8	<b>▲</b> 1.8	<b>▲</b> 2.0	<b>▲</b> 2.2	<b>▲</b> 2.8
			1	Ī	1								
   サントリー	シェア	12.1	12.1	12.0	11.5	12.0	11.9	10.7	10.2	11.5	11.1	11.6	13.2
9217	対前年増減	<b>▲</b> 0.8	▲ 0.6	+0.8	<b>▲</b> 0.5	+0.3	+0.8	▲ 0.3	<b>▲</b> 1.0	▲ 0.9	▲ 0.5	+0.1	+1.8
キリン	シェア	9.9	9.6	9.3	9.5	9.1	8.9	9.7	10.2	9.4	9.0	8.6	8.7
<del>+</del> リノ 	対前年増減	+1.8	+1.9	+1.3	+1.6	+1.1	+0.8	+1.1	+2.0	+1.5	+0.8	+3.0	<b>▲</b> 0.8
アサヒ	シェア	4.5	4.1	3.9	4.3	4.0	4.1	3.9	3.9	4.1	4.1	4.3	4.2
7 7 L	対前年増減	<b>▲</b> 0.1	▲ 0.3	<b>▲</b> 0.4	+0.0	+0.2	+0.6	+0.2	+0.4	+0.5	+0.2	<b>▲</b> 0.4	<b>▲</b> 0.6
   大塚	シェア	4.2	4.4	4.6	4.5	5.1	5.2	4.5	4.4	4.3	4.8	5.0	4.2
八场	対前年増減	▲ 0.2	▲ 0.3	+0.2	<b>▲</b> 0.5	+0.1	+0.7	+0.3	0.0	<b>▲</b> 0.6	▲ 0.9	▲ 0.2	▲ 0.4
伊藤園	シェア	4.1	4.5	5.1	5.1	5.1	5.0	5.1	5.3	5.0	5.0	4.7	4.7
	対前年増減	+0.1	+0.1	+1.0	+0.5	+0.6	+0.3	+0.1	+0.5	+0.8	+0.6	+0.3	+0.7

# 設備投資、減価償却



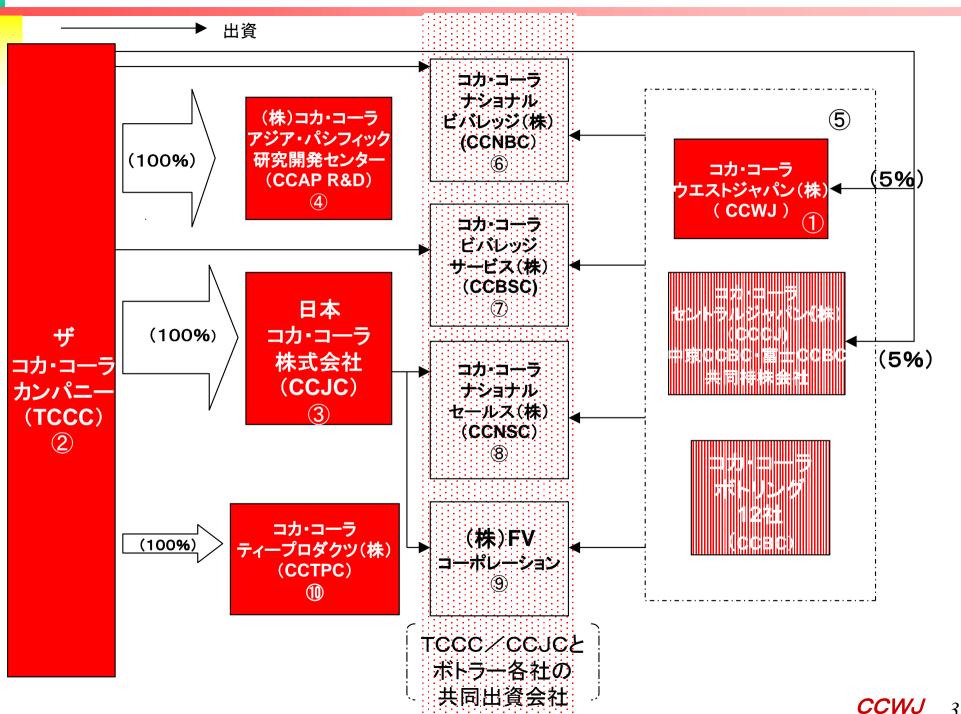
# (1)設備投資、減価償却(連結)

(単位 百万円)

		2003年	200	4年
		第1四半期	第1四半期	通期見込
設	土地	0	213	1,535
備	建物•構築物	21	63	2,953
投	機械及び装置	363	204	2,701
	販売機器	3,879	3,345	8,018
資	その他	347	600	2,144
額	計	4,612	4,425	17,351
	減価償却費	3,488	3,266	15,280

# 6. 日本のコカ・コーラシステム







#### <mark>コカ・コーラ関連企業とその役割</mark>

#### ①コカ・コーラウエストジャパン株式会社(CCWJ)

1999 年7月に山陽コカ・コーラボトリング株式会社と北九州コカ・コーラボトリング株式会社の合併により誕生、併わせてザコカ・コーラカンパニーの資本参加を得て、日本初のアンカーボトラーとしてスタート。

#### 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、原液の製造・供給を行う。

#### ④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。

#### ⑤コカ・コーラ ボトラー社(CCBC)

日本には、担当地域別に14のボトラー社があり、日本コカ・コーラ株式会社より原液を購入し、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・コーラグループ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ボトラー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。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株式会社に移管、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。

#### ⑧コカ・コーラナショナルセールス株式会社(CCNSC)

1995 年10月に設立。全ボトラー社と日本コカ・コーラ株式会社の共同出資。ナショナルチェーンカスタマー向けの営業活動を行う。

#### **⑨株式会社エフ・ヴィコーポレーション(FVC)**

日本コカ・コーラ株式会社と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。

#### ⑩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月設立。2003年10月、コカ・コーラナショナルビバレッジ株式会社(CCNBC)への業務移管に伴い、現在は、飲料製造用の一部設備資産の保有・管理、およびCCNBCへのリース契約管理を行う。

# 7. 用語の解説



#### <mark>1.</mark> ビジネスユニット

#### ・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/リテール

・・・コンビニエンスチェーン店や一般食料品店、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

・・・・ファーストフード、映画館、スポーツ施設、ファミリーレストラン、テーマパーク、などを中心に、今後のコアターゲットである若年層が特に集まる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。

#### ·代理店

・・・離島、遠隔地において、コカ・コーラ製品をオペレーションしていただいている協力 会社のこと。



#### 2. ベンディングユニット

- ・レギュラー方式設置自販機
  - ・・・お得意様が管理されている、当社無償貸与の自販機。 (当社がお得意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、利用するお客さま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、利用するお客さまが比較的不特定。
- ・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排除すること。
- ・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)



#### 3. コカ・コーラナショナルビバレッジ関係

- CRP(Cost Reduction Program)
  - ・・・コスト削減策。「コスト削減金額」またはその裏返しとして「利益」という意味でも使用される。
- •PPL (Procurement Product Logistic)
  - ・・・調達・製造・物流の3分野の総称であり、いわゆるSCMの機能のこと。

#### ・トール製品

・・・コカ・コーラティープロダクツが製造した商品をボトラー社が仕入れて販売する方式。 (お茶、水、新カテゴリー製品などが当方式を採用していた) 新規製造ラインへの投資が必要な急成長カテゴリーや、正確な販売予測が難しい新製品 について全国的な観点での生産や新規設備投資計画およびリスク管理が必要なため 当方式を採用していた。CCNBCの事業開始にともない全てがフランチャイズ化。

#### ・フランチャイズ製品

・・・ボトラー社がCCJCから仕入れた原液を使用し、自社の製品として製造・販売する方式。 (コカ・コーラ、ジョージア、ファンタ等は当方式を採用)



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