2004年12月期
中間決算説明会

2004年 8月 4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

Ⅰ．2004年12月期中間決算ならびに通期予想

1．2004年12月期中間期総括 ・・・・ 3頁
2．2004年12月期中間決算概要 ・・・・ 4頁
3．通期予想 ・・・・ 11頁
4．三笠CCBC ・・・・ 14頁

Ⅱ．マーケティング活動

1．マーケットの状況 ・・・・ 16頁
2．ブランド別状況 ・・・・ 17頁
3．チャネル別状況 ・・・・ 21頁
4．下半期マーケティング計画 ・・・・ 24頁

Ⅲ．自販機IT化

1．自販機IT化の目指すもの ・・・・ 27頁
2．自販機マーケットの状況 ・・・・ 28頁
3．自販機ビジネスにおける今後の取組み ・・・・ 29頁
4．自販機IT化の概要 ・・・・ 30頁
5．パイロット営業所と評価 ・・・・ 33頁
6．今後の展開 ・・・・ 39頁

資料集

1．財務諸表
（1）損益計算書（連結・・・中間期） ・・・・41頁
（2）損益計算書（連結・・・通期） ・・・・42頁
（3）連結貸借対照表 ・・・・43頁
（4）キャッシュ・フロー（連結） ・・・・45頁

2．販売数量の推移
（1）ブランド別販売数量 ・・・・46頁
（2）パッケージ別販売数量 ・・・・47頁
（3）チャネル別販売数量 ・・・・48頁
（4）新製・商品の販売状況 ・・・・49頁

3．自動販売機の設置状況 ・・・・50頁

4．ホームマーケットシェア
（1）インテージ社ストアオーディットとは ・・・・52頁
（2）メーカー別ホームマーケットシェア ・・・・53頁
（3）カテゴリー別ホームマーケットシェア ・・・・54頁
（4）業種別ホームマーケットシェア ・・・・55頁

5．株主の状況 ・・・・57頁
6．設備投資、減価償却 ・・・・59頁
7．グループ会社の状況 ・・・・60頁
8．日本コカ・コーラシステム ・・・・64頁
9．用語の解説 ・・・・66頁

Ⅰ.2004年12月期中間決算
ならびに通期予想

1. 2004年12月期中間期総括

～中期経営計画「皆革」は順調に進行中～

（1）販売数量

◆計画比＋0.2%

◆前年比＋3.2%

・基幹ブランドの貢献

・新製品・・・コカ･コーラC2（6月度セールス　368千ケース）

（2）収益の柱ベンディング部門が好調（前年比＋9.2%）

（3）三笠社はセールス好調　（計画比＋1.3%、前年比＋4.3%）

増収増益・・・営業利益は計画比＋5.0% 、前年比＋8.3%

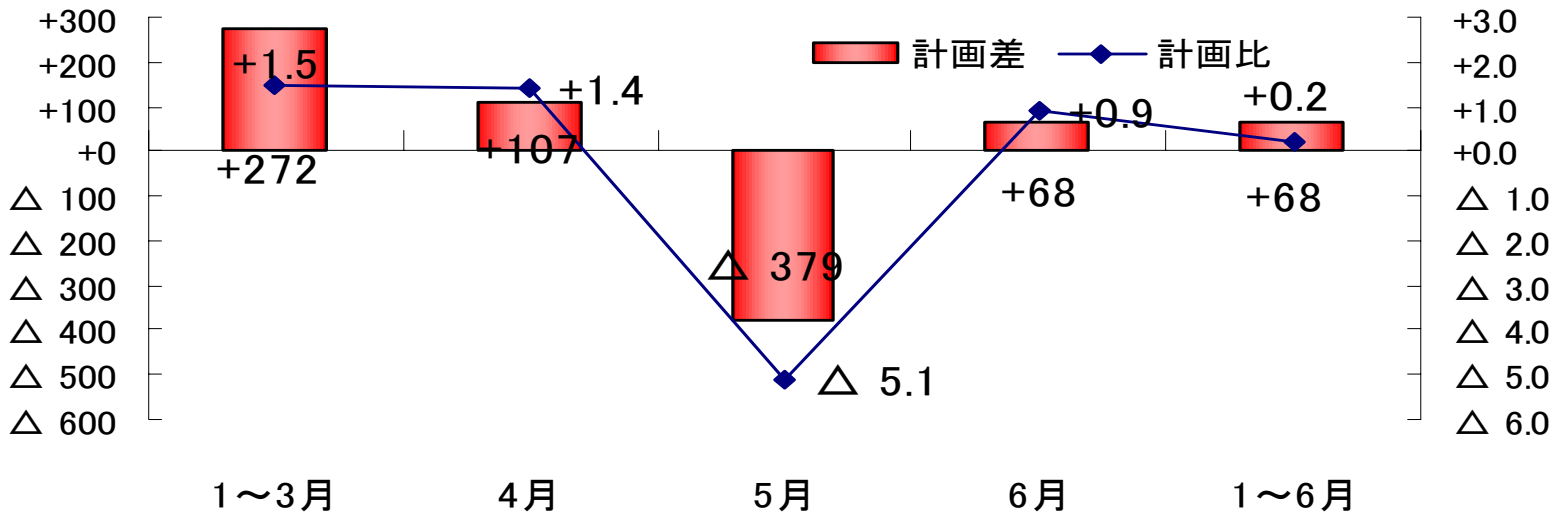
2004年配当予定　年間40円（当初予定36円）

2. 2004年12月期中間決算概要

(1)販売数量の月別状況(エリア内)

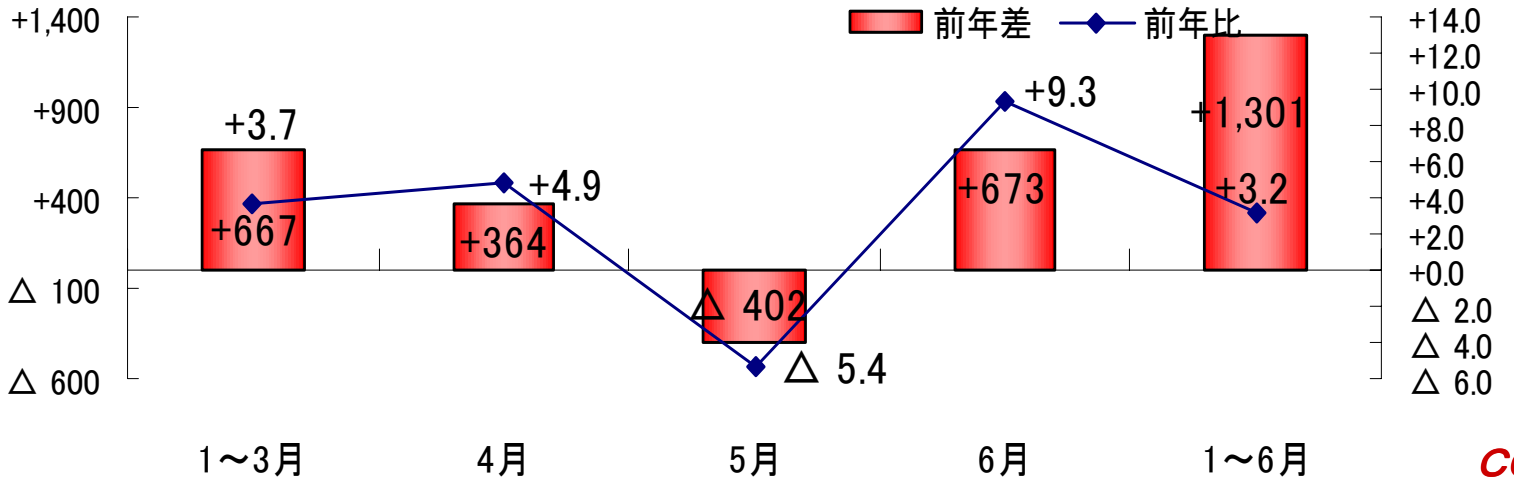
＜計画比＞

（単位：千ケース、％）



＜前年比＞

（単位：千ケース、％）



(2)中間決算(連結)

(単位:百万円、%)

	2003年中間期	2004年中間期					
		計 画 ※	実 績	計画比		前年比	
				増減	増減率	増減	増減率
売 上 高	113,117	118,900	119,850	950	0.8	6,732	6.0
営 業 利 益	7,658	7,900	8,294	394	5.0	635	8.3
経 常 利 益	7,847	7,900	8,387	487	6.2	540	6.9
中 間 純 利 益	4,152	4,400	4,726	326	7.4	573	13.8

※計画・・・2004年2月6日発表値

(3)中間決算(単体)

(単位:百万円、%)

	2003年中間期	2004年中間期					
		計 画 ※	実 績	計画比		前年比	
				増減	増減率	増減	増減率
売 上 高	86,768	92,200	92,047	△ 152	△ 0.2	5,278	6.1
営 業 利 益	7,666	7,600	7,753	153	2.0	86	1.1
経 常 利 益	8,056	7,700	8,123	423	5.5	66	0.8
中 間 純 利 益	4,459	4,300	4,712	412	9.6	252	5.7

※計画・・・2004年2月6日発表値

<販売実績>

(単位:千ケース、%)

含む他ボトラー	43,475	45,538	46,057	519	1.1	2,582	5.9
エ リ ア 内	40,216	41,449	41,517	68	0.2	1,301	3.2

（4）対計画増減主要因（連結）

売上高	**＋10億円**	・販売数量の増	＋10億円
		・セールスミックス等	△9億円
		・受託加工収入	＋2億円
		・三笠社分	＋7億円
		・鷹正宗分	＋3億円
		・その他グループ会社分	△3億円
営業利益	**＋4億円**	**売上原価**	**9億円増**
		・販売数量の増	＋6億円
		・セールスミックス等	△3億円
		・受託加工原価	＋2億円
		・三笠社分	＋3億円
		・鷹正宗分	＋2億円
		・その他グループ会社分	△1億円
		販売費および一般管理費	**3億円減**
		・販売手数料の増	＋4億円
		・人件費他	△7億円
経常利益	**＋5億円**	**営業外収益**	**1億円増**
		営業外費用	**－**
中間純利益	**＋3億円**	**特別利益**	**1億円増**
		特別損失	**－**
		法人税等	**2億円増**
		少数株主利益	**1億円増**

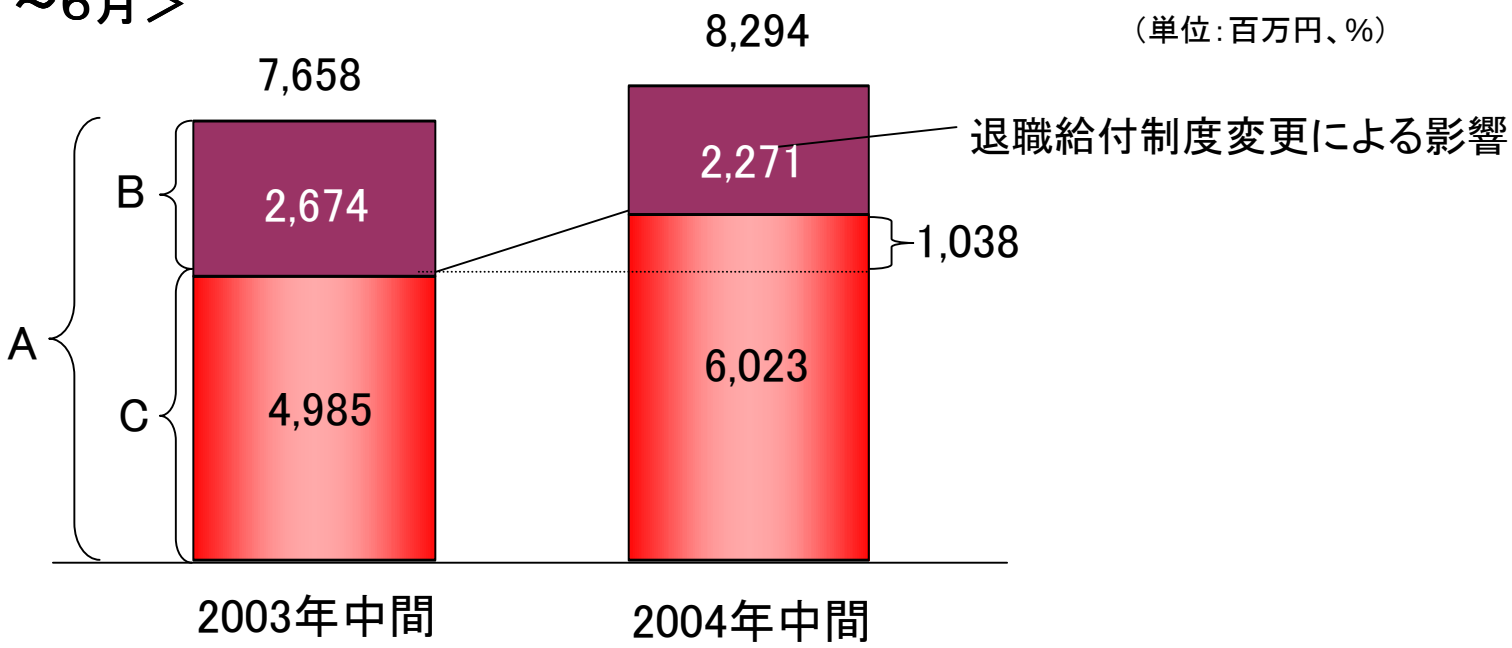
（5）対前年増減主要因（連結）

売上高　＋67億円	・販売数量の増	＋45億円
	・セールスミックス	＋8億円
	・受託加工収入等	＋3億円
	・三笠社分	＋9億円
	・その他グループ会社分	＋2億円
営業利益　＋6億円	**売上原価**	**37億円増**
	・販売数量の増	＋30億円
	・受託加工原価	＋2億円
	・三笠社分	＋6億円
	・その他グループ会社分	△1億円
	販売費および一般管理費	**24億円増**
	・販売手数料	＋9億円
	・広告宣伝費	＋6億円
	・人件費の増（退職給付制度変更等）	＋5億円
	・業務委託費他	＋4億円
経常利益　＋5億円	**営業外収益**	－
	営業外費用	**1億円増**
中間純利益　＋6億円	**特別利益**	**1億円減**
	特別損失	**6億円減**
	法人税等	**3億円増**
	少数株主利益	**1億円増**

参考①:連結営業利益・・・退職給付制度変更による影響を除いた場合の比較

＜1～6月＞

（単位:百万円、%）



	2003年 中間期実績	2004年 中間期実績	増減 額	増減 率
A: 営業利益	7,658	8,294	635	8.3
B: 退職給付制度変更による影響	2,674	2,271	△ 403	△ 15.1
C: A－B	4,985	6,023	1,038	20.8

参考②:コカ･コーラナショナルビバレッジ(CCNBC)の当社への貢献

CRP(Cost Reduction Program)内訳と貢献

(単位:百万円)

		中間期実績	年間計画
旧トール製品供給価格の減		453	500
共同調達	FC製品資材	200	300
	販売機器購入	79	200
	計	279	500
合計		732	1,000

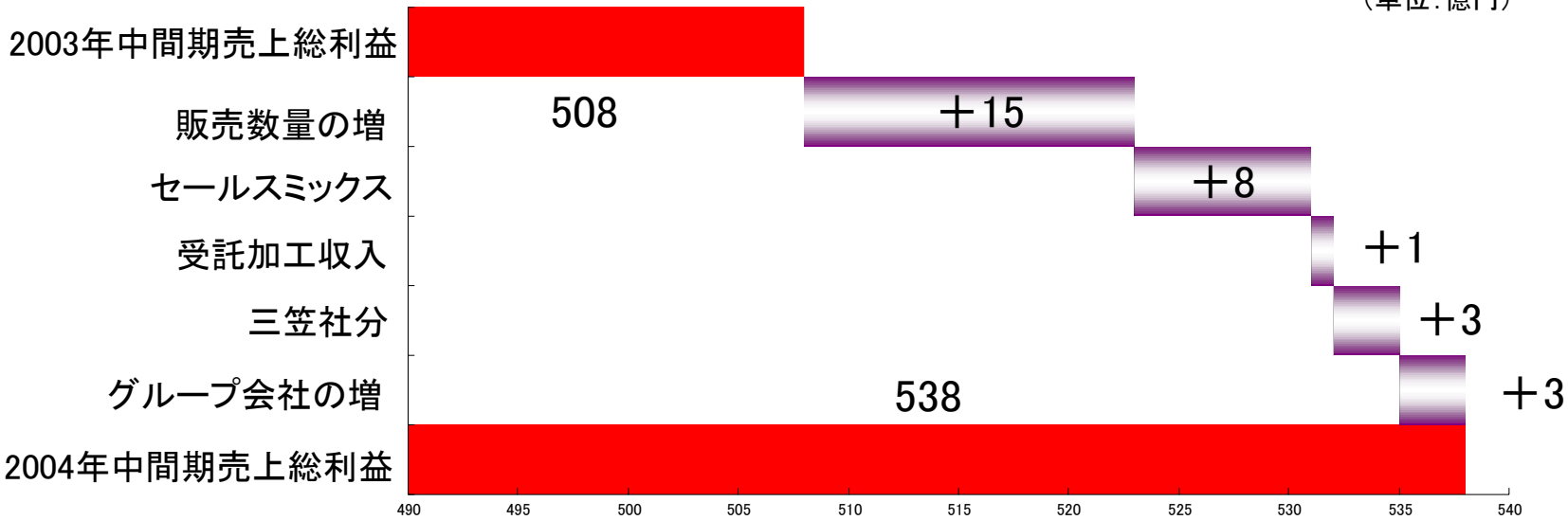
※FC製品資材･･･缶、PETボトル、キャップ、段ボール等

※販売機器･･･全ての機器(缶自販機、CVM機、シロップ機等)

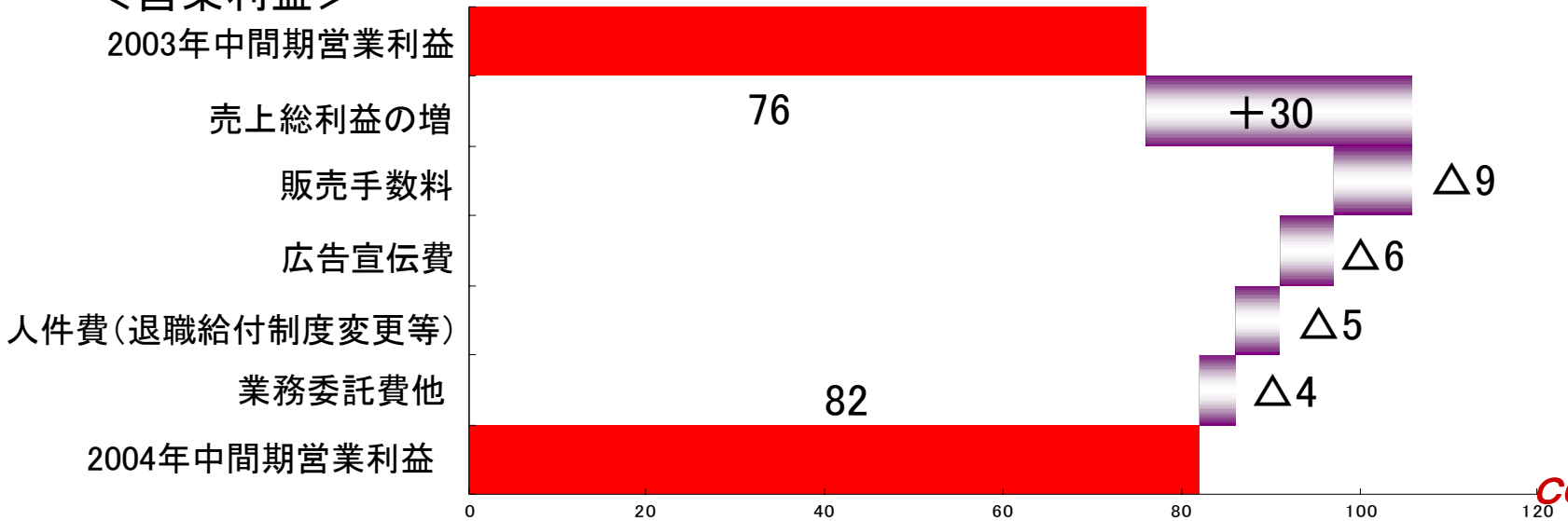
参考③:売上総利益、営業利益の増減(連結)

＜売上総利益＞

（単位:億円）



＜営業利益＞



3. 通期予想

(1)下半期の販売数量計画

(単位:千ケース)

	下半期			＜参考＞
	当初計画	修正計画	増減	中間期 計画と実績の増減
ベンディング	15,431	15,807	376	371
チェーンストア	10,493	10,007	△ 486	△ 290
コンビ	5,169	5,164	△ 5	6
リテール	7,777	7,732	△ 45	64
フードサービス	4,222	4,242	20	144
代理店	968	971	3	3
その他	3,891	3,539	△ 352	△ 230
合計	47,951	47,462	△ 489	68

※チェーンストアの収益重視活動を考慮し下方修正

※ベンディングを上方修正

※夏の好天候影響は含まず

（2）通期予想

①連結

（単位：百万円、%）

	2003年 実　績	2004年					
		当初計画 ※	修正予想	計画比		前年比	
				増減	増減率	増減	増減率
売　上　高	240,825	254,000	255,000	1,000	0.4	14,174	5.9
営 業 利 益	19,638	17,700	18,000	300	1.7	△ 1,638	△ 8.3
経 常 利 益	19,895	18,000	18,300	300	1.7	△ 1,595	△ 8.0
当期純利益	9,380	10,400	10,000	△ 400	△ 3.8	619	6.6

※計画・・・2004年２月６日発表値

②単体

（単位：百万円、%）

	2003年 実　績	2004年					
		当初計画 ※	修正予想	計画比		前年比	
				増減	増減率	増減	増減率
売　上　高	186,176	198,500	199,000	500	0.3	12,823	6.9
営 業 利 益	17,881	16,100	16,300	200	1.2	△ 1,581	△ 8.8
経 常 利 益	18,323	16,400	16,700	300	1.8	△ 1,623	△ 8.9
当期純利益	10,259	9,100	9,200	100	1.1	△ 1,059	△ 10.3

※計画・・・2004年２月６日発表値

＜ 販売計画＞

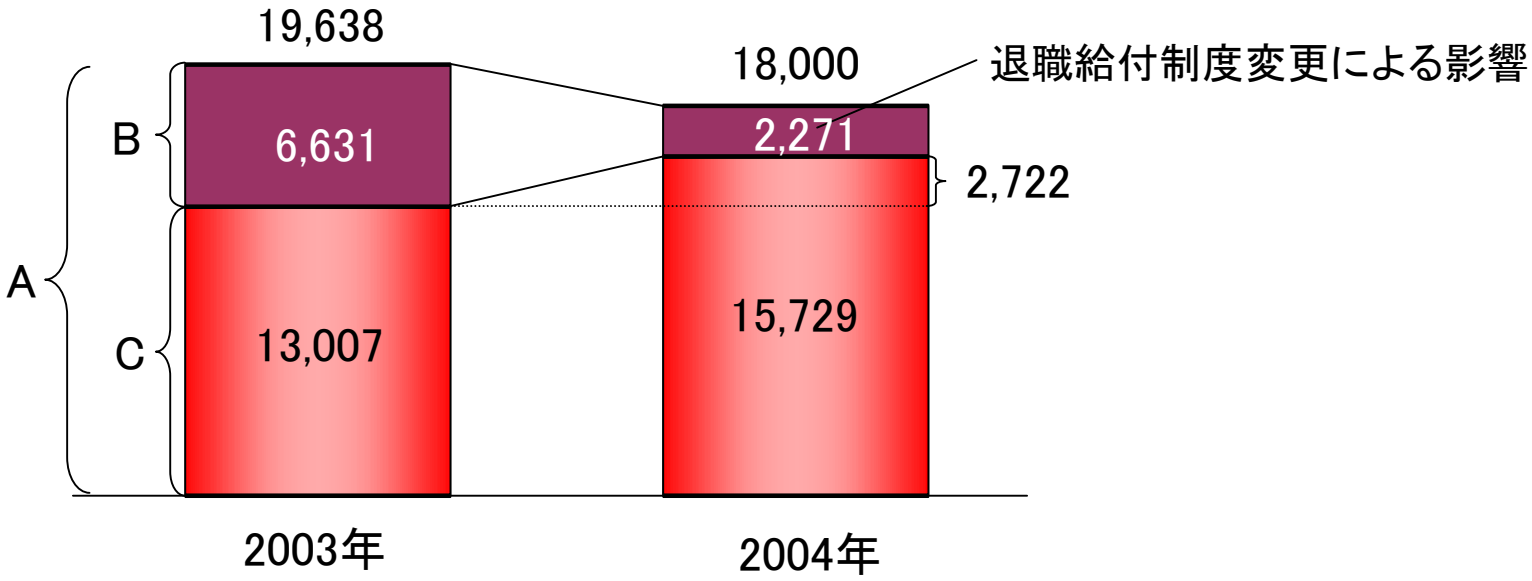
（単位：千ケース、%）

含む他ボトラー	94,219	98,548	99,117	569	0.6	4,898	5.2
エ リ ア 内	86,025	89,400	88,978	△ 422	△ 0.5	2,953	3.4

参考①:連結営業利益・・・退職給付制度変更による影響を除いた場合の比較

＜1～12月＞

（単位:百万円、%）



	2003年 通期実績	2004年 通期予想	増減 額	増減 率
A: 営業利益	19,638	18,000	△ 1,638	△ 8.3
B: 退職給付制度変更による影響	6,631	2,271	△ 4,360	△ 65.8
C: A－B	13,007	15,729	2,722	20.9

4. 三笠CCBC

(1)業績(連結)

①中間期

(単位:百万円、%)

	2003年中間期	2004年中間期					
		当初計画	実　績	計画比		前年比	
				増減	増減率	増減	増減率
売　上　高	14,398	14,607	15,293	686	4.7	895	6.2
営 業 利 益	△ 407	△ 244	△ 7	237	−	400	−
経 常 利 益	△ 410	△ 261	3	264	−	413	−
中 間 純 利 益	△ 195	△ 191	△ 15	176	−	180	−

＜販売実績＞

(単位:千ケース、%)

エ リ ア 内	7,154	7,365	7,464	99	1.3	310	4.3

②通期

(単位:百万円、%)

	2003年通期実績	2004年通期					
		当初計画	通期予想	計画比		前年比	
				増減	増減率	増減	増減率
売　上　高	30,014	30,819	31,670	851	2.8	1,656	5.5
営 業 利 益	△ 443	△ 36	266	302	−	709	−
経 常 利 益	△ 451	△ 72	260	332	−	711	−
当 期 純 利 益	△ 1,432	183	105	△ 78	△ 42.6	1,537	−

＜販売実績＞

(単位:千ケース、%)

エ リ ア 内	15,220	15,690	15,803	113	0.7	583	3.8

Ⅱ.マーケティング活動

1. マーケットの状況（1～6月）

（1）全国

・好天候、各メーカーの新製品好調等により総市場は＋4%

・メーカー別前年比（%）

市場計	コカ･コーラ	サントリー	キリン	伊藤園	アサヒ	大塚
＋4%	＋3%	＋8%	＋7%	＋13%	＋4%	＋1%

※出典：飲料総研

（2）当社エリア

・ホームマーケットの推定前年比　＋5.3%

・ホームマーケットシェア　29.6%（△1.7ポイント）

※出典：インテージストアオーディット（52ページ参照）

2. ブランド別状況

（1）基本戦略

新しい価値の創造

基本価値の見直しと強化

- 「ジョージア」の徹底強化
- 「コカ・コーラ」の活性化
- 無糖茶の拡大・強化
- 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
- 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

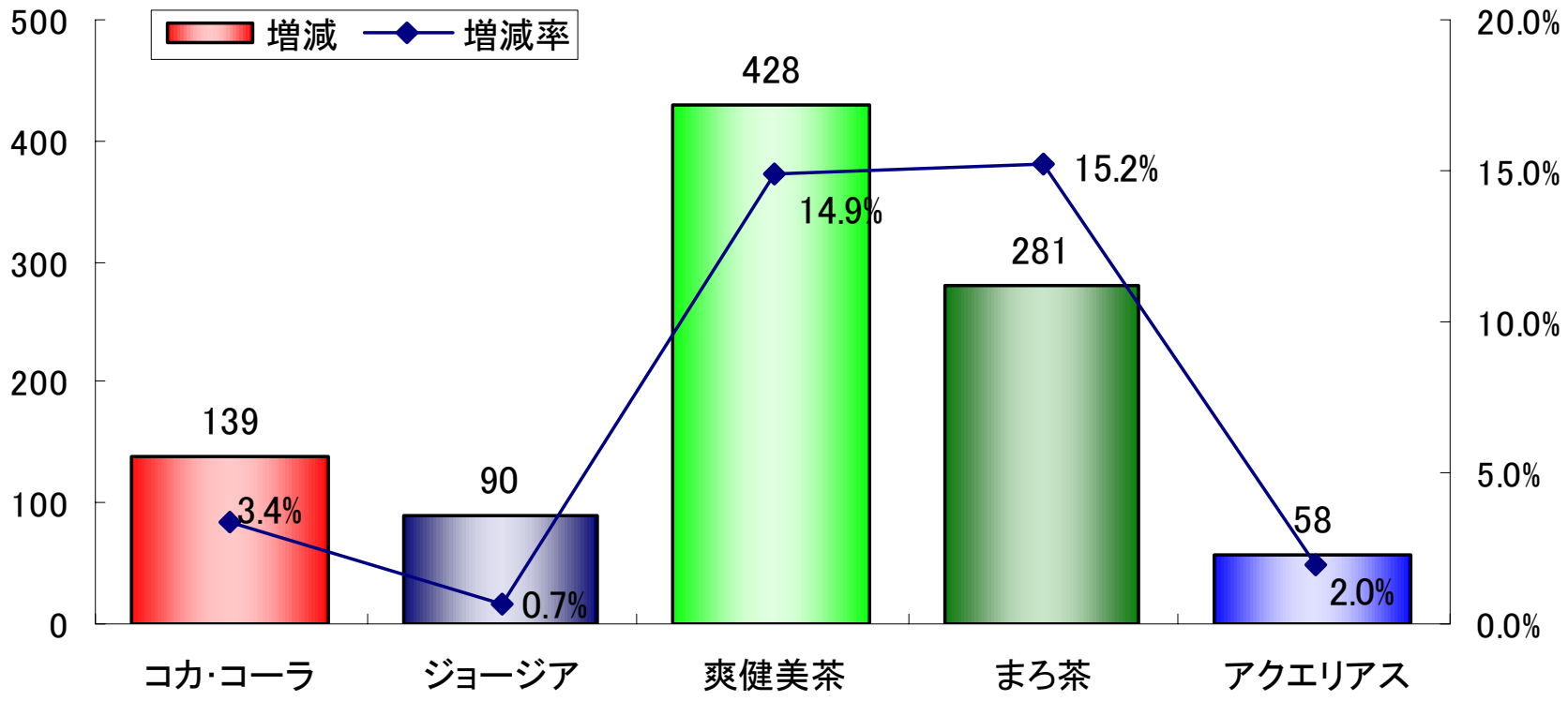
イノベーション（革新）

- 新規分野への取組み（健康飲料・既存飲料市場外への参入）
- 業態別ニーズに対応した商品・パッケージの展開

（2）基幹ブランドの状況

◆販売数量・・・1～6月前年比（数量／伸長率）

（千ケース、%）



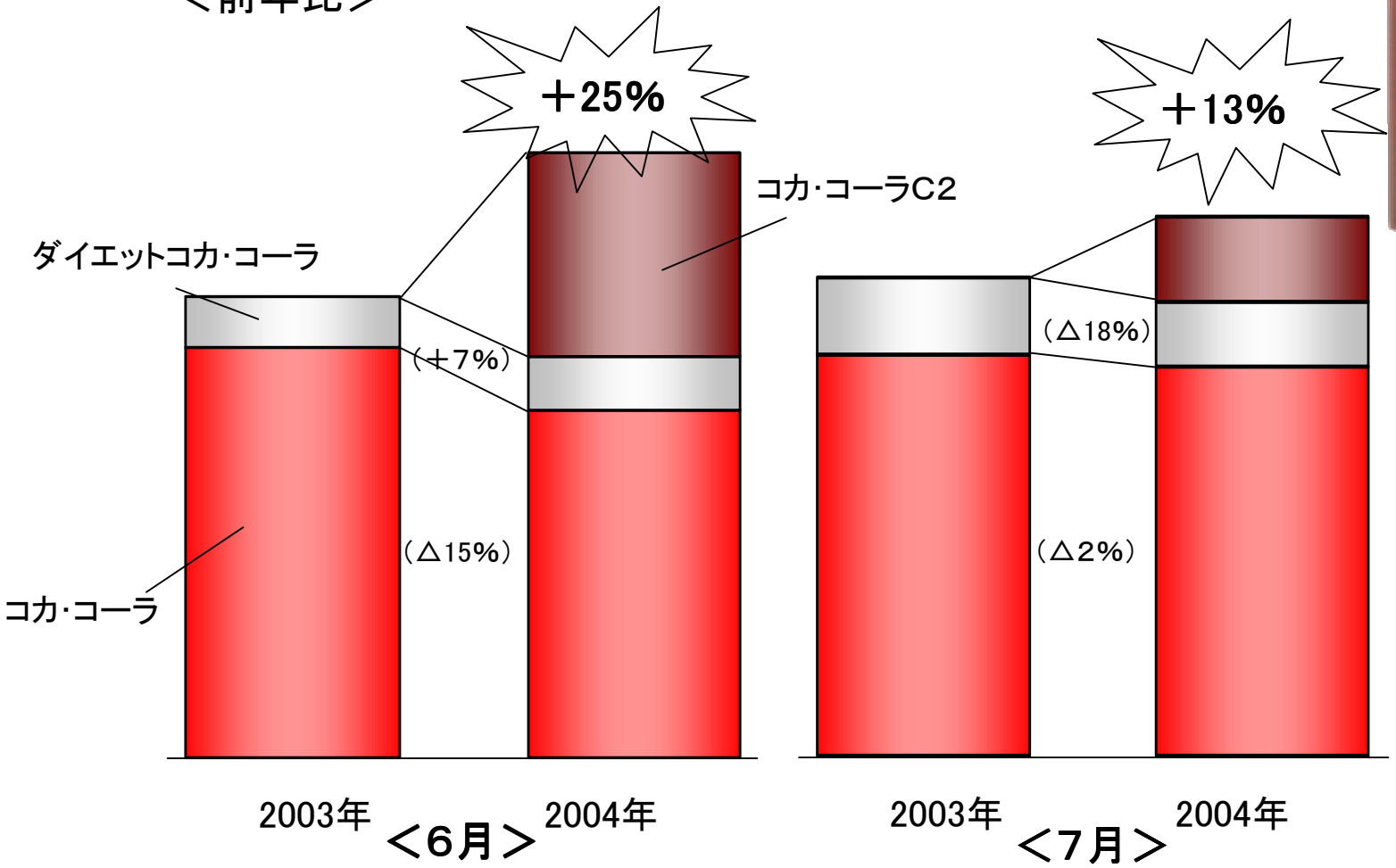
	コカ･コーラ	ジョージア	爽健美茶	まろ茶	アクエリアス
シェア	81.0%	72.1%	80.6%	13.5%	50.8%
前年比	（+1.9）	（+2.9）	（+5.0）	（△3.4）	（△1.4）
	No.1	No.1	No.1	No.3	No.1

※出典：インテージストアオーディット

（3）新製品トピックス

①コカ･コーラC2

＜前年比＞



※7月度は7月27日現在の実績

②新規分野商品

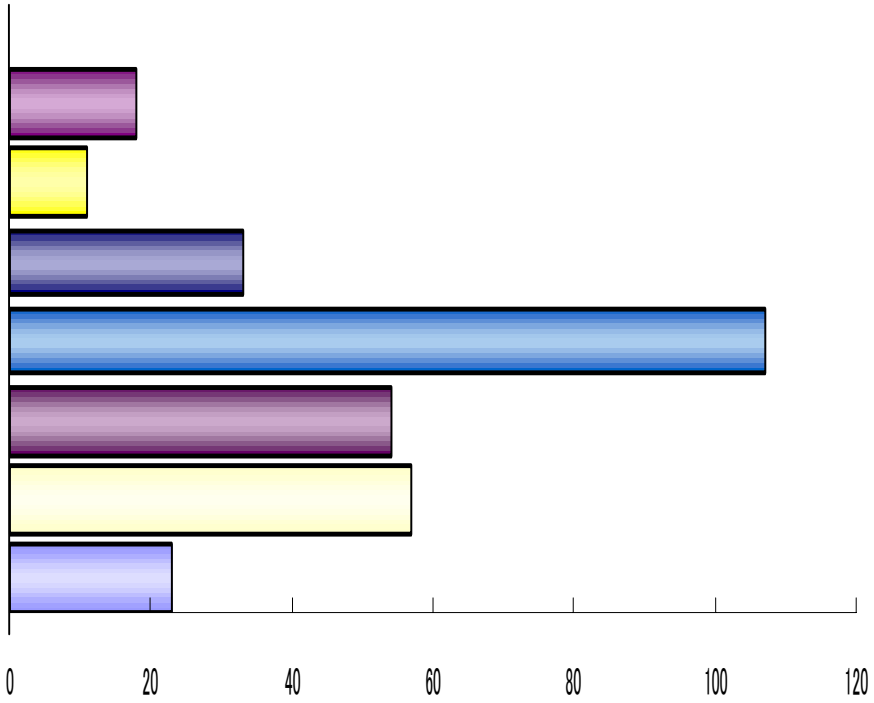
【 スカイモルト/ボディスタイルウォーター/モーニングデリ/颯爽/theWellness/爽果発泡 】

◆ 商品特性上、他商品とのカニバリは発生せず、純増セールスに貢献。
◆ 今後、育成する上で、新しい売り方を研究。

＜ 上半期販売数量 ＞

（単位：千ケース）

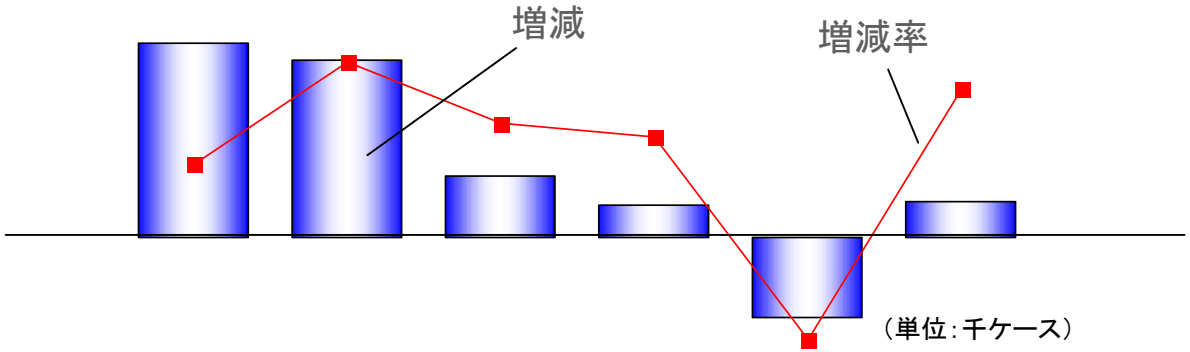
	発売月	販売数量	取引軒数
スカイモルト	3月	18	7,884軒
爽果発泡（2品種）	5月	11	7,453軒
ボディスタイルウォーター	4月	33	6,685軒
モーニングデリ（2品種）	4月	107	12,800軒
颯爽	5月	54	30,948軒
theWellness（3品種）	5月	57	15,355軒
春のミント習慣	1月	23	7,345軒



3. チャネル別状況

(1)販売数量

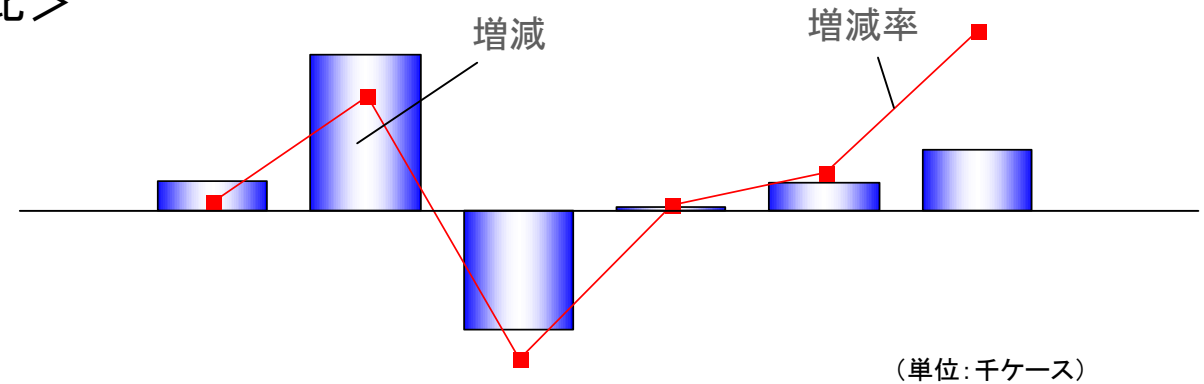
＜前年比＞



（単位：千ケース）

	合計	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
前年差	+1,301	+1,189	+420	221	△ 529	+248
前年比	+3.2%	+9.2%	+5.6%	+4.8%	△ 7.2%	+7.6%

＜計画比＞



（単位：千ケース）

	合計	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
計画差	+68	+371	△ 290	6	64	+144
計画比	+0.2%	+2.7%	△ 3.6%	+0.1%	+0.9%	+4.3%

（2）ベンディング

◆セールスランク別施策の展開

・・・A･Bランクの台数増加によるセールスの増

・・・低セールス機の引揚げ

→ 1台当りセールス5C/S増

		2003年12月末		2004年5月末	
		台数構成比	1台当りセールス	台数構成比	1台当りセールス※
A	501C/S以上	14%	873C/S	15%	870C/S
B	201C/S～500C/S	38%	314C/S	39%	315C/S
C	101C/S～200C/S	29%	148C/S	29%	149C/S
D	51C/S～100C/S	14%	77C/S	13%	77C/S
	50C/S以下	5%	35C/S	4%	36C/S
合計		100%	300C/S	100%	305C/S

※年間推定

（3）チェーンストア

◆消費者ニーズに合わせたパッケージミックスの展開

＜ﾊﾟｯｹｰｼﾞ構成の状況＞

	2002年 年間実績	2003年 年間実績	2004年 1～6月実績	2004年 年間目標
2LPET	43%	42%	41%	37%
1.5LPET	21%	20%	21%	18%
1.0LPET	－	－	1%	3%
500mlPET	14%	15%	17%	16%
その他	22%	23%	20%	26%
合計	100%	100%	100%	100%

4. 下半期マーケティング活動

（1）ベンディング

◆自販機IT化の促進

・オンライン自動販売機の拡大

◆低セールス自販機の改善・引揚げ

・・・資産効率の向上（年間セールス100ケース以下）

（2）チェーンストア

◆アカウント別分析に基づく戦略の徹底

・・・チェーン毎の個店毎の活動計画強化

◆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→中小型パッケージへのシフト促進

・350ml缶製品の販売拡大

・・・自販機におけるリシーラブル缶装填の定着、350ml缶をスーパー商材へ

（3）ブランド戦略

＜ジョージア＞

・ジョージアは、2005年２月に発売開始30周年

・活動テーマ：「つぎのステージへ。The　30thジョージア」

・広告キャンペーン、新製品導入、マーケットの開拓

The　30th
ジョージア

Ⅲ.自販機IT化

1．自販機IT化の目指すもの

自販機＝コカ･コーラビジネスの生命線

☆自販機での収益の最大化

☆日本一のオペレーション

2. 自販機マーケットの現状（CCWJエリア）

缶自販機台数

143,000台

CCWJ 130,000台

西日本ビバレッジ 13,000台

FS 92,000台

レギュラー 38,000台

台数シェア

アウトマーケット 51.5%

インマーケット 28.5%

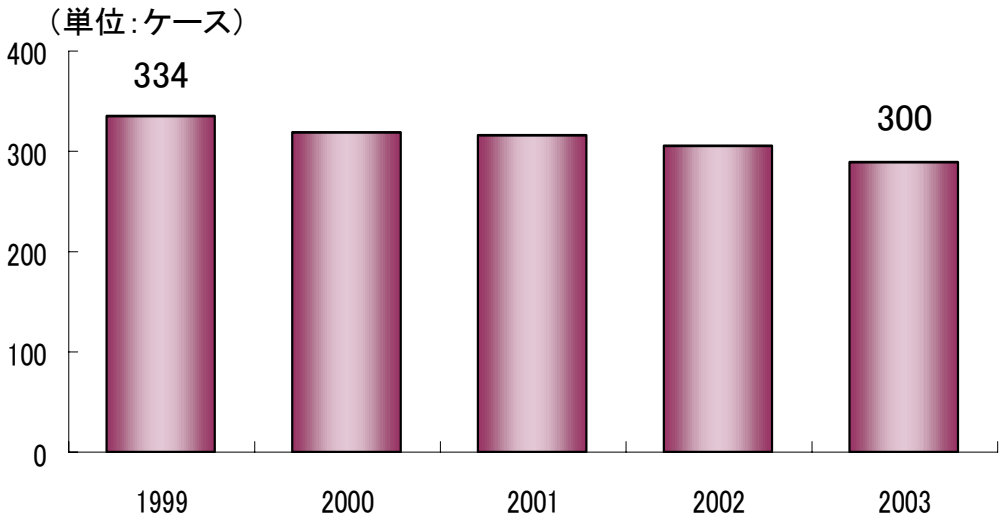
自販機セールス

全体の60%

収益

全体の75%

1台当りセールスの推移（FS）



3. 自販機ビジネスにおける今後の取組み

「340万コラムの管理と有効活用」

（1）日本一のオペレーション

①鮮度、売切れ

・鮮度・・・お客さま申し出の90%は自販機より発生

・売切れ・・・売切れ品種発生率（2003年度） 3.7%

②オペレーション、サービス

・ものを言わぬセールスマン→ものを言うセールスマン

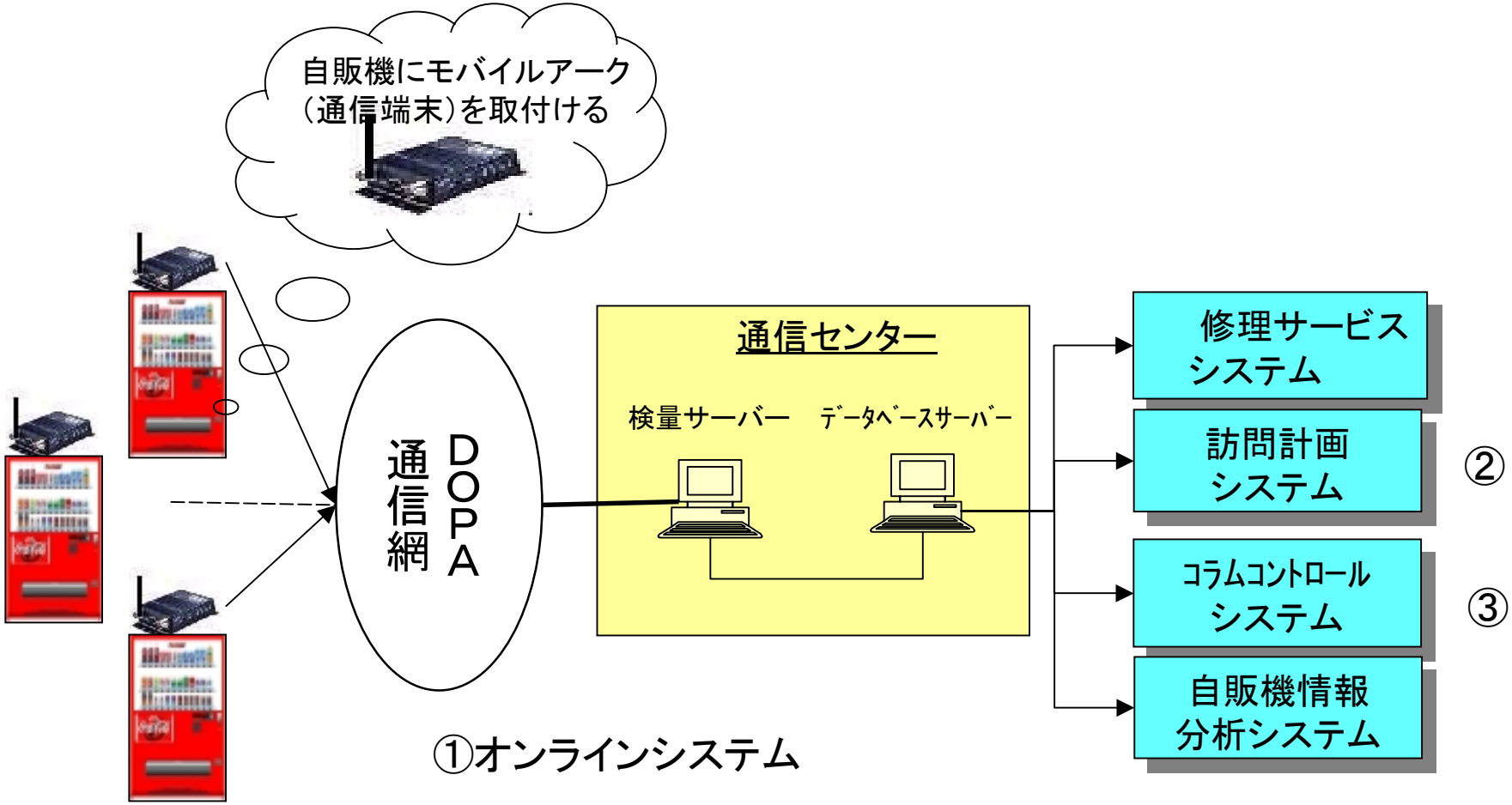
（2）収益の最大化

①売場づくり・・・ 売筋商品、死筋商品

② 1台当りセールスの向上

4. 自販機IT化の概要

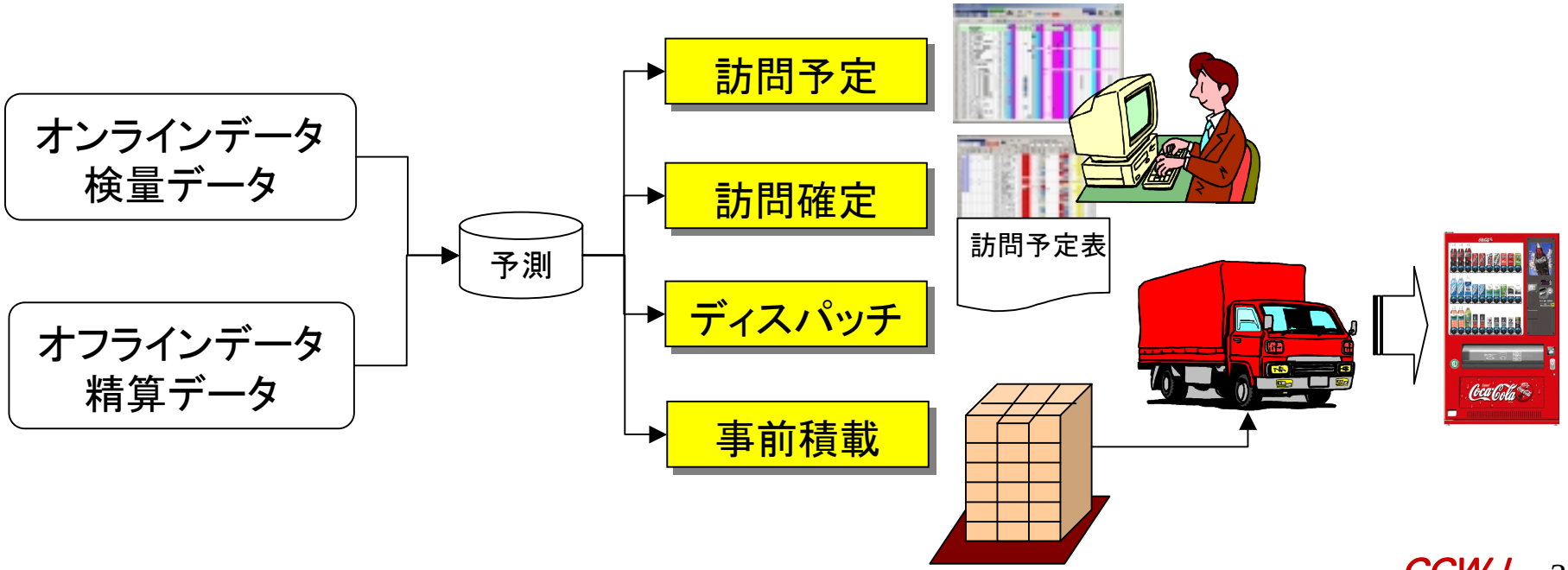
自販機にオンライン部品を取付け、NTTドコモ社の通信サービスを介し、販売情報/故障情報を収集し活用するシステム。



②訪問計画システム

現行システムに、オンラインデータによる予測補充率を加え、月間訪問計画の作成も可能なシステム。

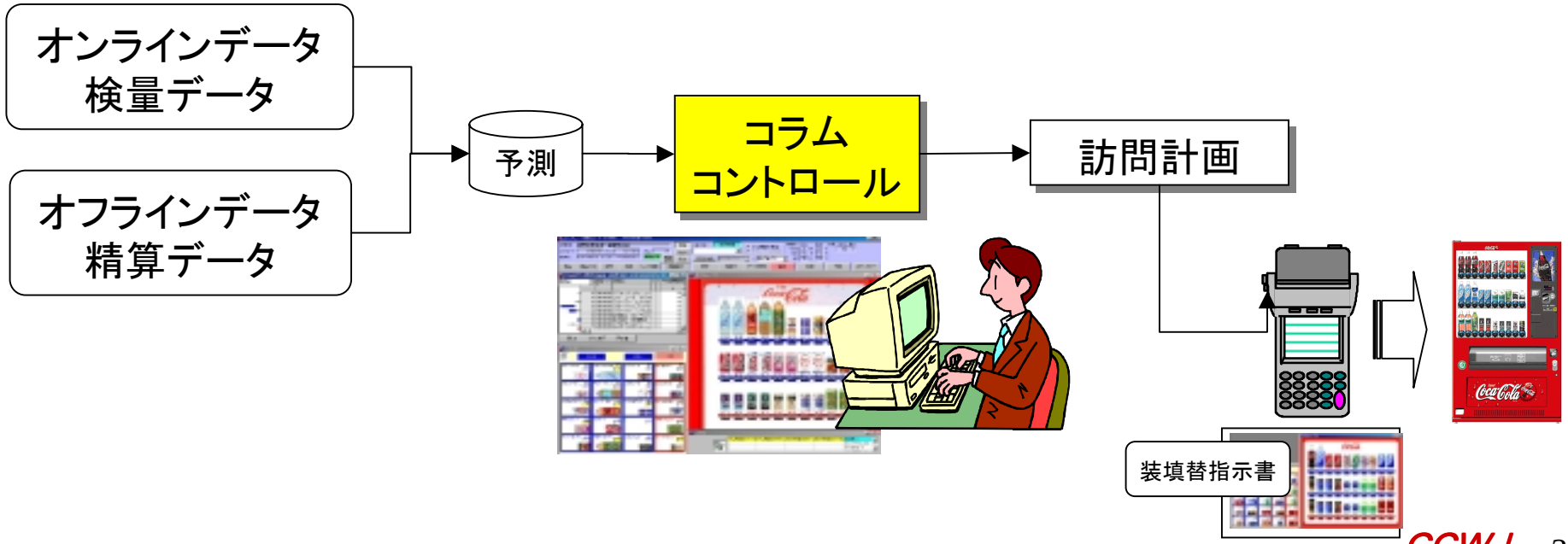
- ・オンラインデータの活用による予測精度向上
- ・月間訪問計画、週間訪問計画の作成機能の追加
- ・新商品装填等の作業計画の作成、イベント情報登録が可能
- ・売切れ予測機能の追加
- ・パソコンの簡単な操作で訪問、未訪問の決定が出来る



③コラムコントロールシステム

既存商品/新商品の装填、コラム配列、ダミー缶の配列設定等を事前にパソコン上で計画できるシステム。

・品種別の情報を参照しながら変更作業が行える
・コラム変更による予測効果がすぐに確認出来る
・画像データの移動により、コラム変更、ダミー配列の変更ができる
・変更情報はポータブルへ引き渡される
・品種の変更情報は、訪問日の事前積載データに反映する



5. パイロット営業所と評価

（1）パイロット営業所

・時期：2004年３月～

・場所：福岡市内の１営業所

・展開状況：オンライン2,000台（営業所総台数：3,400台）

・評価項目：①システムの安定稼動と社員の活用度

②オペレーション上の効果

－自販機内商品の鮮度向上、売切れ減少

－故障対応

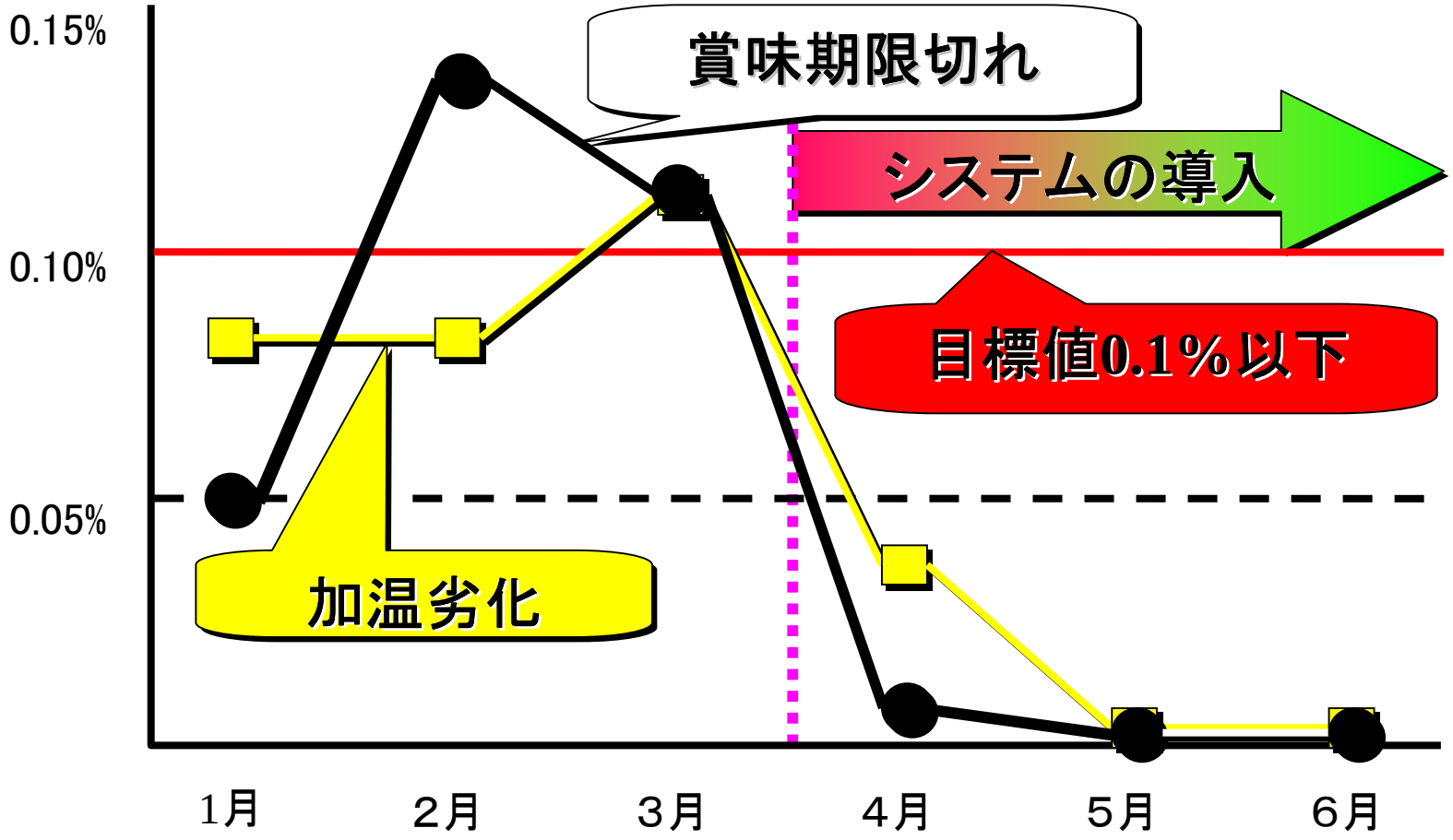
－オペレーションの向上

③1台当りセールスの向上

（2）評価

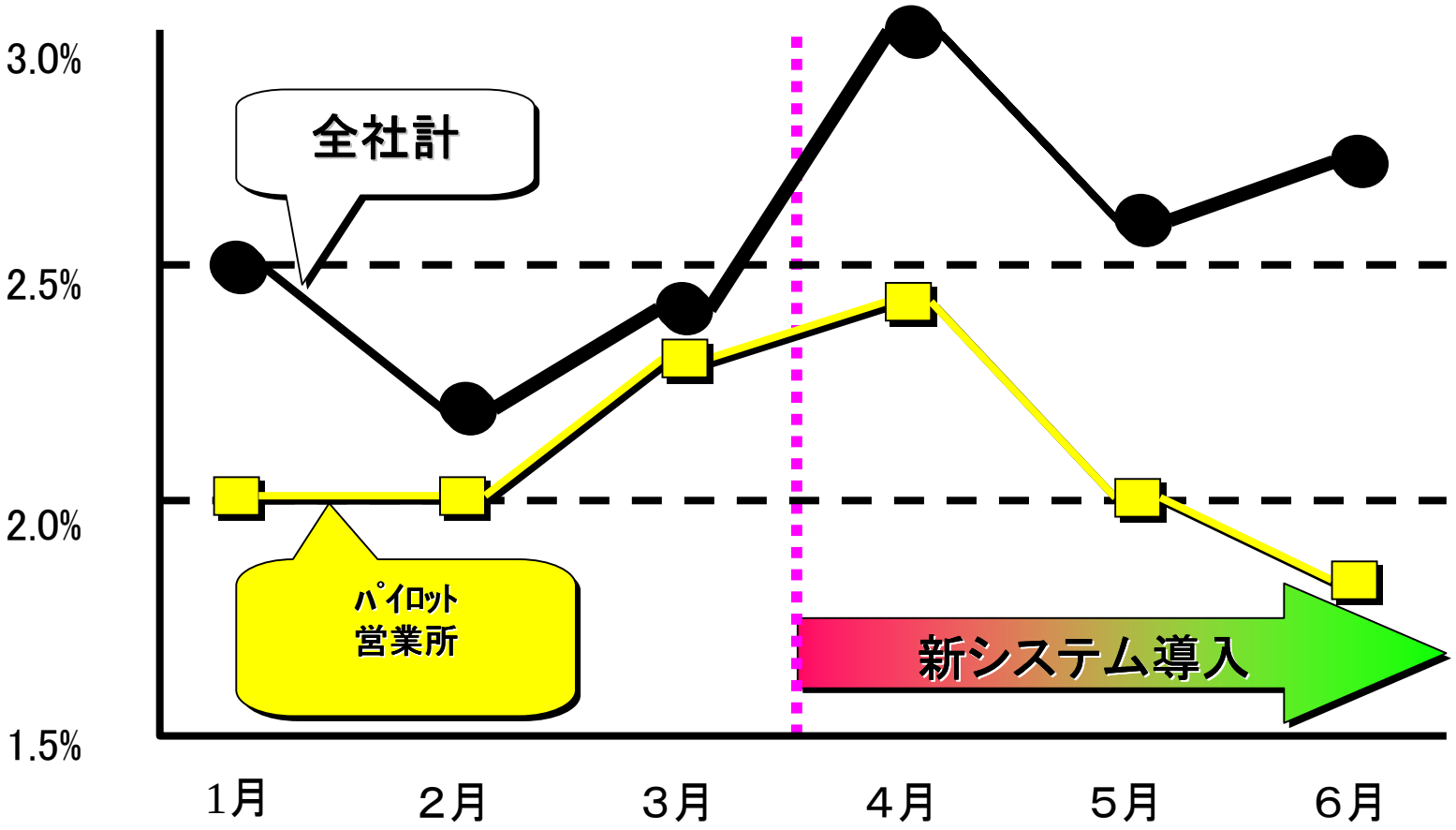
①鮮度

ー廃棄商品の発生率（%）・・・廃棄数／販売実績



②売切れ防止

ー売切れ品種発生率(%)・・・売切れ品種数／装填品種数



③故障対応時間

－故障発生から修理完了までの時間

（単位：時間）

オンライン機	1.8
通常機	45.6

④訪問計画システム

－予測の精度（予測正解率　81～119%の範囲の割合）

（単位：%）

	～80	81～119	120～
オンライン機	4	91	5
通常機	9	56	35

⑤セールス状況

＜1台当りセールス　･･･1～5月前年比＞

（単位：%）

オンライン機	＋4.7
通常機	△ 0.4

＋5.1ポイント

＜販売目標達成率＞

（単位：%）

	1～3月	4～6月
パイロット営業所	6.8	4.2
全社	2.4	△ 1.2
差	4.2	5.4

⑥投資対効果

＜投資＞

（1台当り金額）

ソフトウェア開発費	約5,000円／年
機器関連投資（ﾓﾊﾞｲﾙｱｰｸ等）	
ランニングコスト（通信費等）	約7,000円／年
計	約12,000円／年

＜効果＞

－1台当りセールスの向上

1台当り平均セールス300ｹｰｽを5％ｱｯﾌﾟ程度で吸収可

「1日、自販機1台当り、1本多く販売すれば1台当りセールスは5％増（365本÷24本＝15ｹｰｽ）」

－オペレーション効率の向上

ルート当りの生産性向上による人件費の削減

6. 今後の展開

（1）社内展開

・年内・・・福岡市内の4営業所へ5,000台のオンライン化

・今後・・・5ヵ年でフルサービス設置台数の50％以上（約45,000台）をオンライン化

年間セールス300ケース以上の全自販機

（2）全国ボトラーへの展開

・日本コカ･コーラとの協働による新しい自販機ビジネスシステムの確立と拡大

「日本の自販機オンラインビジネスのスタンダードづくり」

資料集

1.財務諸表

(1)損益計算書(連結・・・中間期)

(単位:百万円、%)

	2003年中間期	構成比	2004年中間期	構成比
売上高	113,117	100.0	119,850	100.0
売上原価	62,310	55.1	66,036	55.1
売上総利益	50,807	44.9	53,814	44.9
販売費及び一般管理費	43,148	38.1	45,519	38.0
営業利益	7,658	6.8	8,294	6.9
営業外収益	599	0.5	563	0.5
営業外費用	411	0.4	471	0.4
経常利益	7,847	6.9	8,387	7.0
特別利益	231	0.2	64	0.1
特別損失	820	0.7	210	0.2
税金等調整前中間純利益	7,257	6.4	8,241	6.9
法人税等	3,184	2.8	3,501	2.9
少数株主利益又は少数株主損失(△)	△ 79	△ 0.1	13	0.0
中間純利益	4,152	3.7	4,726	3.9

（2）損益計算書（連結・・・通期）

（単位：百万円、%）

	2003年	構成比	2004年予想	構成比
売上高	240,825	100.0	255,000	100.0
売上原価	132,995	55.2	139,500	54.7
売上総利益	107,829	44.8	115,500	45.3
販売費及び一般管理費	88,191	36.6	97,500	38.2
営業利益	19,638	8.2	18,000	7.1
営業外収益	1,100	0.5	1,100	0.4
営業外費用	843	0.4	800	0.3
経常利益	19,895	8.3	18,300	7.2
特別利益	231	0.1	100	0.0
特別損失	2,141	0.9	700	0.3
税金等調整前当期純利益	17,985	7.5	17,700	6.9
法人税等	9,300	3.9	7,570	3.0
少数株主利益又は少数株主損失（△）	△ 695	△ 0.3	130	0.1
当期純利益	9,380	3.9	10,000	3.9

(3)連結貸借対照表

（単位：百万円）

	2003年 12月末	2004年 6月末	増減額	増減主要因
流動資産	**57,134**	**58,147**	**1,013**	
現金及び預金	15,295	13,872	△ 1,422	
受取手形及び売掛金	13,175	13,321	145	
有価証券	7,141	7,401	260	
たな卸資産	12,570	11,987	△ 583	在庫減による減
その他	9,069	11,663	2,594	
貸倒引当金	△ 118	△ 99	19	
固定資産	**147,045**	**149,857**	**2,811**	
有形固定資産	**86,982**	**89,897**	**2,914**	
建物及び構築物	18,852	18,339	△ 513	
機械装置及び運搬具	14,674	15,234	560	
販売機器	17,740	20,263	2,523	販売機器購入による増
土地	34,722	34,793	70	
その他	992	1,266	274	
無形固定資産	**2,718**	**2,500**	**△ 217**	
連結調整勘定	118	76	△ 41	
その他	2,599	2,424	△ 175	
投資その他の資産	**57,344**	**57,458**	**113**	
投資有価証券	40,636	37,905	△ 2,731	公社債解約による減等
前払年金費用	13,306	16,275	2,969	平成15年4月新退職給付制度導入に伴う
その他	3,666	3,547	△ 118	過去勤務債務の処理（退職給付費用戻入）
貸倒引当金	△ 264	△ 269	△ 4	による増
資産合計	**204,180**	**208,005**	**3,825**	

(3)連結貸借対照表

（単位：百万円）

	2003年 12月末	2004年 6月末	増減額	増減主要因
流動負債	**23,853**	**26,857**	**3,004**	
支払手形及び買掛金	8,950	8,341	△ 609	
1年以内に返済する長期借入金	203	203	―	
未払法人税等	2,924	2,447	△ 476	
未払金	5,426	7,515	2,089	
設備支払手形	667	197	△ 470	
その他	5,681	8,151	2,470	
固定負債	**10,595**	**11,738**	**1,143**	
退職給付引当金	3,394	3,215	△ 178	
役員退職引当金	323	315	△ 8	
その他	6,877	8,207	1,330	
負債合計	**34,449**	**38,596**	**4,147**	
少数株主持分	**4,276**	**4,300**	**24**	
資本金	**15,231**	**15,231**	―	
資本剰余金	**35,399**	**35,399**	**0**	
利益剰余金	**122,372**	**125,564**	**3,192**	
その他有価証券評価差額金	**411**	**791**	**380**	
自己株式	**△ 7,960**	**△ 11,879**	**△ 3,918**	自己株式取得による増
資本合計	**165,454**	**165,108**	**△ 346**	
負債、少数株主持分及び資本合計	**204,180**	**208,005**	**3,825**	

（4）キャッシュフロー（連結）

（単位：百万円）

	2003年 中間期	2004年 中間期	2004年 通期見込
営業活動による キャッシュ・フロー	7,694	9,755	24,143
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 8,591	△ 6,753	△ 16,354
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 9,754	△ 5,422	△ 6,977
現金及び現金同等物 中間期末（期末）残高	24,754	19,449	22,681

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 中間期	2004年 中間期	'04/'03
コカ・コーラ	4,043	4,182	3.4
ジョージア	13,130	13,220	0.7
爽健美茶	2,871	3,300	14.9
まろ茶	1,853	2,135	15.2
煌	554	499	△ 9.9
アクエリアス	2,886	2,943	2.0
ファンタ	1,864	2,116	13.5
カナダドライ	419	446	6.5
リアルゴールド	556	563	1.3
Qoo、Hi-C	889	918	3.3
森の水だより	791	992	25.5
紅茶花伝	1,016	1,050	3.4
その他	1,996	1,711	△ 14.3
計	32,868	34,075	3.7
シロップ、パウダー、食品	7,348	7,442	1.3
合計	40,216	41,517	3.2

※他ボトラー販売を除く

（2）パッケージ別販売数量

（単位：千ケース、%）

		2003年 中間期	2004年 中間期	’04／’03
ボトル	リターナブル	273	277	1.5
	ワンウェイ	301	216	△ 28.2
	計	574	493	△ 14.1
PET	～ 350 ml	1,478	2,056	39.1
	～ 500 ml	4,721	5,195	10.0
	～ 1,000 ml	152	212	39.9
	～ 1,500 ml	2,008	2,015	0.4
	～ 2,000 ml	3,666	3,884	6.0
	計	12,025	13,362	11.1
缶	～ 200 ml	11,181	12,262	9.7
	～ 250 ml	1,202	1,100	△ 8.5
	～ 280 ml	3,478	2,270	△ 34.7
	～ 350 ml	1,654	935	△ 43.5
	～ 500 ml	839	750	△ 10.6
	計	18,354	17,317	△ 5.7
ボトル缶		1,720	2,587	50.4
その他		195	316	61.6
シロップ、パウダー、食品		7,348	7,442	1.3
合計		40,216	41,517	3.2

※他ボトラー販売を除く

（3）チャネル別販売数量

（単位：千ケース、%）

	2003年 中間期	2004年 中間期	04／’03
ベンディング	12,991	14,180	9.2
チェーンストア	7,435	7,855	5.6
コンビ／リテール	12,031	11,724	△ 2.6
コンビ	4,646	4,867	4.8
リテール	7,386	6,857	△ 7.2
フードサービス	3,274	3,522	7.6
代理店	805	820	1.9
その他	3,680	3,416	△ 7.2
合　計	40,216	41,517	3.2

※他ボトラー販売を除く

（4）新製・商品の販売状況（含むリニューアル）

①販売状況

（単位：千ケース）

	2003年 中間期	2004年 中間期
新規商品	70品種	75品種
リニューアル	44品種	65品種
計	114品種	140品種
販売数量	8,568	11,959

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	1,516
2	アクエリアス　2,000mlPET	2月	1,044
3	爽健美茶　500mlPET	2月	953
4	爽健美茶　2,000mlPET	2月	753
5	まろ茶　茶葉の功　500mlPET	3月	626
6	アクエリアス　500mlPET	2月	563
7	まろ茶　茶葉の功　280mlPET	3月	344
8	ジョージア　カフェラッテ　190g缶	4月	341
9	アクエリアス　500g缶	2月	325
10	アクエリアス　300mlボトル缶	2月	266

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	
		2004年第1四半期	2004年中間期	2004年第1四半期	2004年中間期	2004年第1四半期	2004年中間期
資産機	レギュラー(缶)	35,296	34,922	18,723	18,394	16,573	16,528
	フルサービス(缶)	89,756	91,590	36,921	37,744	52,835	53,846
	カップマシン	7,368	7,147	5,414	5,289	1,954	1,858
	小計	132,420	133,659	61,058	61,427	71,362	72,232
売却機(缶)		3,625	3,231	1,709	1,491	1,916	1,740
合計		136,045	136,890	62,767	62,918	73,278	73,972

(2)プレダトリー

(単位: 台)

	CCWJ		中国地区		九州地区	
	2003年中間期	2004年中間期	2003年中間期	2004年中間期	2003年中間期	2004年中間期
プレダトリー	1,514	2,531	379	902	1,135	1,629

(3)シェア

(単位:%)

	CCWJ		中国地区		九州地区	
	2003年	2004年	2003年	2004年	2003年	2004年
アウトマーケットシェア	52.6	51.5	46.9	46.1	59.2	57.6
インマーケットシェア※	28.3	28.5	—	—	—	—

※インマーケットシェアは主要6市(福岡市、北九州市、長崎市、広島市、岡山市、松江市)トータルのシェア
(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）設置台数状況

（単位：台）

		2003年末	2004年1－6月末		2004年6月末
			投入	引揚	
※1 レギュラー（無償）		36,108	2,247	3,433	34,922
FS	※2 UGVCCS	1,370	909	81	2,198
	※3 C-mode	310	36	0	346
	※4 CV	35	71	5	101
	通常	87,654	6,204	4,913	88,945
計		89,369	7,220	4,999	91,590
レギュラー（売却）		4,056	0	825	3,231
カップマシン		7,562	226	641	7,147
小計		137,095	9,693	9,898	136,890
ディスペンサー		12,187	1,302	1,330	12,159
合計		149,282	10,995	11,228	149,049

※1 2003年末台数は西日本ビバレッジ社より移管分1943台を含む

※2 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）

※3 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

※4 コミュニケーション自販機：情報提供型自販機

4.ホームマーケットシェア

（1）インテージ社ストアオーディットとは

＜概　略＞

▼ストアオーディットとは、サンプル店舗のPOSデータおよび在庫調査より得られた販売データをもとに拡大推計したもの。

＜設計概要＞

（1）対象業種　：　ホームマーケット … スーパー、コンビニエンス、一般店（酒店/食料品店）、ドラッグストア

※ホームマーケット＝「家庭内消費を対象とするマーケット」

（2）サンプル店舗数　：　CCWJエリア … 640軒

（3）データ源　：　POSデータ＋在庫調査

（4）データレベル　：　販売データ … シェア、販売量（容量/個数/金額)、平均売価

（5）留意点　：　ホームマーケットのみの調査であり、自販機による販売を含めて市場全体のカバーはできていない。

・・・カバーは全体の約37％程度と推定される。

（2）メーカー別ホームマーケットシェア

（単位：%）

	CCWJ		中国地区		九州地区	
	2003年中間期	2004年中間期	2003年中間期	2004年中間期	2003年中間期	2004年中間期
CCWJ	31.3	29.6	29.5	28.1	33.3	31.3
競合計	68.7	70.4	70.5	71.9	66.7	68.7
サントリー／ペプシ	11.8	12.0	11.7	12.1	11.9	11.8
キリン	9.2	8.7	9.3	8.9	9.1	8.6
アサヒ	4.3	4.5	4.1	4.3	4.5	4.7
サッポロ	0.7	0.8	0.6	0.7	0.7	0.9
大塚	4.7	4.4	4.8	4.5	4.6	4.2
伊藤園	4.5	5.0	4.1	4.7	4.9	5.4
ダイドー	0.8	0.7	1.1	1.0	0.4	0.4
JT	1.1	0.5	1.2	0.6	0.9	0.5
UCC	1.0	0.9	1.3	1.2	0.5	0.5
カルピス	4.1	4.3	4.1	4.5	4.1	4.0
その他	26.5	28.6	28.2	29.4	25.1	27.7

（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.

（3）カテゴリー別ホームマーケットシェア

（単位：%）

	CCWJ		中国地区		九州地区	
	2003年中間期	2004年中間期	2003年中間期	2004年中間期	2003年中間期	2004年中間期
トータル	**31.3**	**29.6**	**29.5**	**28.1**	**33.3**	**31.3**
炭酸	56.0	56.2	55.5	56.5	56.6	55.7
コーラ炭酸	79.2	81.0	78.9	78.8	79.6	83.3
透明炭酸	7.2	8.2	6.1	6.6	8.3	9.5
フレーバー炭酸	63.2	65.0	63.0	68.6	63.5	60.6
果汁	13.2	8.9	14.4	9.8	11.7	8.0
コーヒー	35.6	32.1	29.4	26.4	43.1	38.7
缶コーヒー	69.2	72.1	60.5	62.9	78.2	81.4
ティー	29.6	27.9	29.5	28.0	29.9	27.8
中国茶	14.4	14.9	14.5	14.3	14.3	15.3
紅茶	19.2	18.0	17.5	16.8	22.2	20.0
日本茶	16.9	13.5	15.4	11.5	18.2	15.1
ブレンド茶	75.6	80.6	74.5	79.8	76.9	81.7
スポーツ	52.2	50.8	52.8	51.0	51.4	50.4
フィットネス	9.4	7.8	9.2	7.6	9.9	8.0
乳類	15.5	6.9	12.5	5.4	19.8	8.3
ミネラルウォーター	24.7	28.1	11.6	16.2	35.0	37.5

（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.

（4）業種別ホームマーケットシェア

（単位：%）

	CCWJ		中国地区		九州地区	
	2003年中間期	2004年中間期	2003年中間期	2004年中間期	2003年中間期	2004年中間期
合計	31.3	29.6	29.5	28.1	33.3	31.3
スーパー	28.6	27.8	26.6	26.4	31.3	29.5
CVS	25.7	24.5	26.2	25.4	25.3	23.7
酒店	49.1	44.4	43.6	38.7	56.1	51.8
食料品店	52.1	50.9	51.6	44.8	52.4	55.3
ドラックストア	17.3	16.4	10.5	10.8	31.5	27.7

（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）

		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
CCWJ	シェア	27.9	29.2	29.3	30.7	30.7	32.1	32.1	30.3	30.1	29.5	29.0	27.7
	対前年増減	▲ 2.9	▲ 2.6	▲ 3.3	▲ 2.0	▲ 3.2	▲ 2.5	▲ 2.1	▲ 2.0	▲ 2.9	▲ 1.4	▲ 1.5	▲ 0.9
中国地区	シェア	26.9	28.3	27.8	29.5	29.6	30.5	30.4	28.6	28.2	27.9	27.8	26.3
	対前年増減	▲ 2.5	▲ 1.8	▲ 2.5	▲ 1.1	▲ 2.6	▲ 3.2	▲ 2.2	▲ 1.9	▲ 3.1	▲ 1.2	▲ 0.8	▲ 0.3
九州地区	シェア	29.0	30.2	30.9	31.9	32.0	33.7	33.8	32.1	32.1	31.2	30.4	29.2
	対前年増減	▲ 3.3	▲ 3.6	▲ 4.0	▲ 2.9	▲ 3.8	▲ 1.8	▲ 2.0	▲ 2.2	▲ 2.7	▲ 1.6	▲ 2.3	▲ 1.7
サントリー	シェア	11.5	11.9	11.9	10.7	10.2	11.4	11.1	11.6	13.2	12.7	11.5	11.6
	対前年増減	▲ 0.5	+0.3	+0.8	▲ 0.3	▲ 1.0	▲ 0.9	▲ 0.5	0.0	+1.8	+0.6	▲ 0.5	▲ 0.4
キリン	シェア	9.5	9.0	8.9	9.7	10.2	9.4	9.0	8.6	8.7	8.9	8.4	8.7
	対前年増減	+1.6	+1.1	+0.8	+1.1	+1.9	+1.5	+0.8	+0.3	▲ 0.8	▲ 1.0	▲ 1.2	▲ 0.6
アサヒ	シェア	4.3	4.0	4.1	3.9	3.9	4.1	4.1	4.3	4.2	4.5	4.6	4.8
	対前年増減	+0.0	+0.2	+0.6	+0.2	+0.4	+0.5	+0.2	▲ 0.4	▲ 0.6	+0.1	+0.5	+0.9
大　塚	シェア	4.5	5.1	5.2	4.5	4.4	4.3	4.8	5.0	4.2	4.3	4.0	4.2
	対前年増減	▲ 0.6	+0.1	+0.7	+0.3	0.0	▲ 0.6	▲ 0.9	▲ 0.2	▲ 0.4	+0.1	▲ 0.4	▲ 0.4
伊藤園	シェア	5.1	5.1	5.0	5.1	5.3	5.0	5.0	4.7	4.7	4.8	5.2	5.5
	対前年増減	+0.5	+0.6	+0.3	+0.1	+0.5	+0.8	+0.5	+0.3	+0.7	+0.6	+0.7	+0.3

（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.

5.株主の状況

(1)株主数・株式数

（単位：人、千株、%）

	2003年12月末				2004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	80	0.5	15,749	19.0	80	0.6	15,368	18.5
国内法人（証券会社）	365	2.5	37,721	45.5	357	2.6	33,019	39.8
外国法人等	190	1.3	15,427	18.6	209	1.5	19,736	23.8
個人その他	14,166	95.7	10,256	12.4	13,179	95.3	9,557	11.5
自己名義株式	1	0.0	3,746	4.5	1	0.0	5,219	6.3
合計	**14,802**	**100.0**	**82,899**	**100.0**	**13,826**	**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	2004年見込
一株当たり当期純利益 （円）	194.12	145.61	139.21	123.08	116.02	124.84	74.99	31.22	64.75	127.18	118.44
一株当たり株主資本 （円）	2,184.43	1,800.97	1,916.18	1,838.60	1,758.75	2,063.53	2,104.58	1,921.02	1,958.60	2,048.22	2120.29
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	40.00
（中　間）（円）	0.00	10.00	12.50	13.50	15.00	15.00	16.00	16.00	17.00	17.00	20.00
（期　末）（円）	17.50	10.00	12.50	13.50	15.00	17.00	16.00	18.00	17.00	19.00	20.00
配当性向 （%）	9.2	13.7	18.0	21.9	25.9	26.7	42.7	108.9	52.1	28.3	33.8
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	33.8

（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

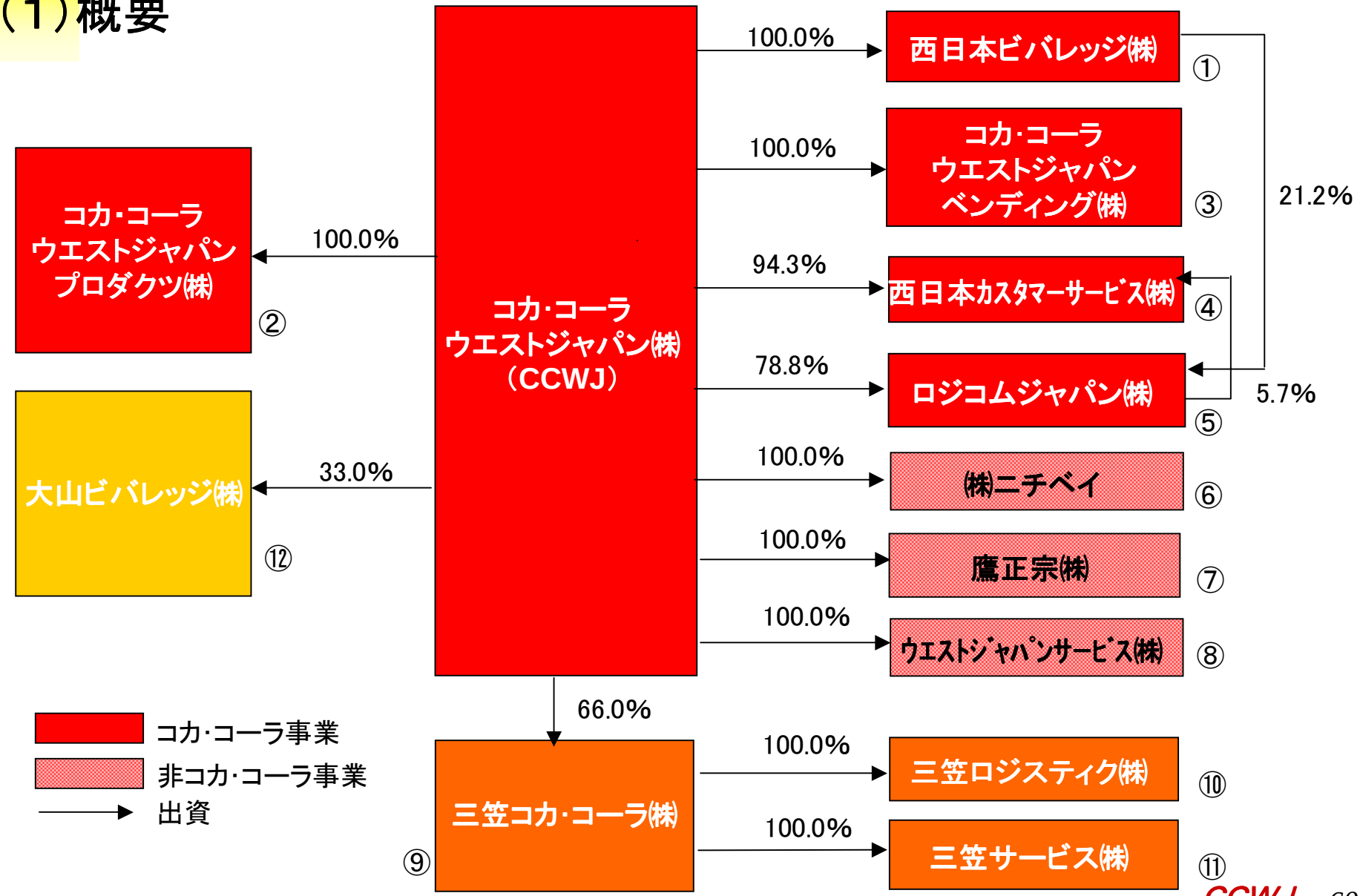
（1）設備投資、減価償却（連結）

（単位：百万円）

		2003年 中間期	2004年 中間期	2004年 通期見込
設備投資額	土地	92	214	1,434
	建物・構築物	158	314	1,993
	機械及び装置	832	1,715	2,546
	販売機器	6,670	6,484	8,810
	その他	1,108	1,417	3,126
	計	8,863	10,146	17,910
減価償却費		7,261	6,983	15,053

7. グループ会社の状況

（1）概要



①西日本ビバレッジ株式会社

・・・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

②コカ・コーラウエストジャパンプロダクツ株式会社・・・飲料の製造

③コカ・コーラウエストジャパンベンディング株式会社・・・自動販売機のオペレーション業務

④ロジコムジャパン株式会社・・・貨物自動車運送業

⑤西日本カスタマーサービス株式会社

・・・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

⑥株式会社ニチベイ・・・食品の加工

⑦鷹正宗株式会社・・・酒類の製造・販売

⑧ウエストジャパンサービス株式会社・・・保険代理業、リース業、不動産関連事業

⑨三笠コカ・コーラボトリング株式会社・・・飲料・食品の販売

⑩三笠ロジスティク株式会社・・・貨物自動車運送業

⑪三笠サービス株式会社

・・・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

⑫大山ビバレッジ株式会社・・・飲料の製造

（2）業績

①中間期

（単位：百万円）

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益	
	2003年中間期	2004年中間期	2003年中間期	2004年中間期	2003年中間期	2004年中間期	2003年中間期	2004年中間期
西日本ビバレッジ	10,163	10,236	8	△ 85	33	△ 89	△ 7	△ 53
ｺｶ･ｺｰﾗｳｴｽﾄｼﾞｬﾊﾟﾝﾌﾟﾛﾀﾞｸﾂ	3,378	3,030	△ 297	△ 193	△ 296	△ 196	△ 174	△ 119
ｺｶ･ｺｰﾗｳｴｽﾄｼﾞｬﾊﾟﾝﾍﾞﾝﾃﾞｨﾝｸﾞ	2,019	2,873	61	14	62	16	33	4
西日本カスタマーサービス	3,295	3,387	120	138	119	135	64	75
ロジコムジャパン	3,444	4,181	△ 26	△ 21	△ 20	△ 19	3	△ 14
ニチベイ	172	167	16	15	17	16	8	8
鷹正宗	2,480	2,537	70	152	69	151	36	86
ウエストジャパンサービス	791	517	41	27	43	29	25	16
三笠コカ･コーラボトリング	14,176	15,148	△ 412	△ 11	△ 399	18	△ 266	67
三笠ロジスティク	676	542	△ 3	16	△ 3	15	△ 2	21
三笠サービス	695	608	11	4	11	4	5	3

※各社とも単体の業績（連結修正前）

②通期

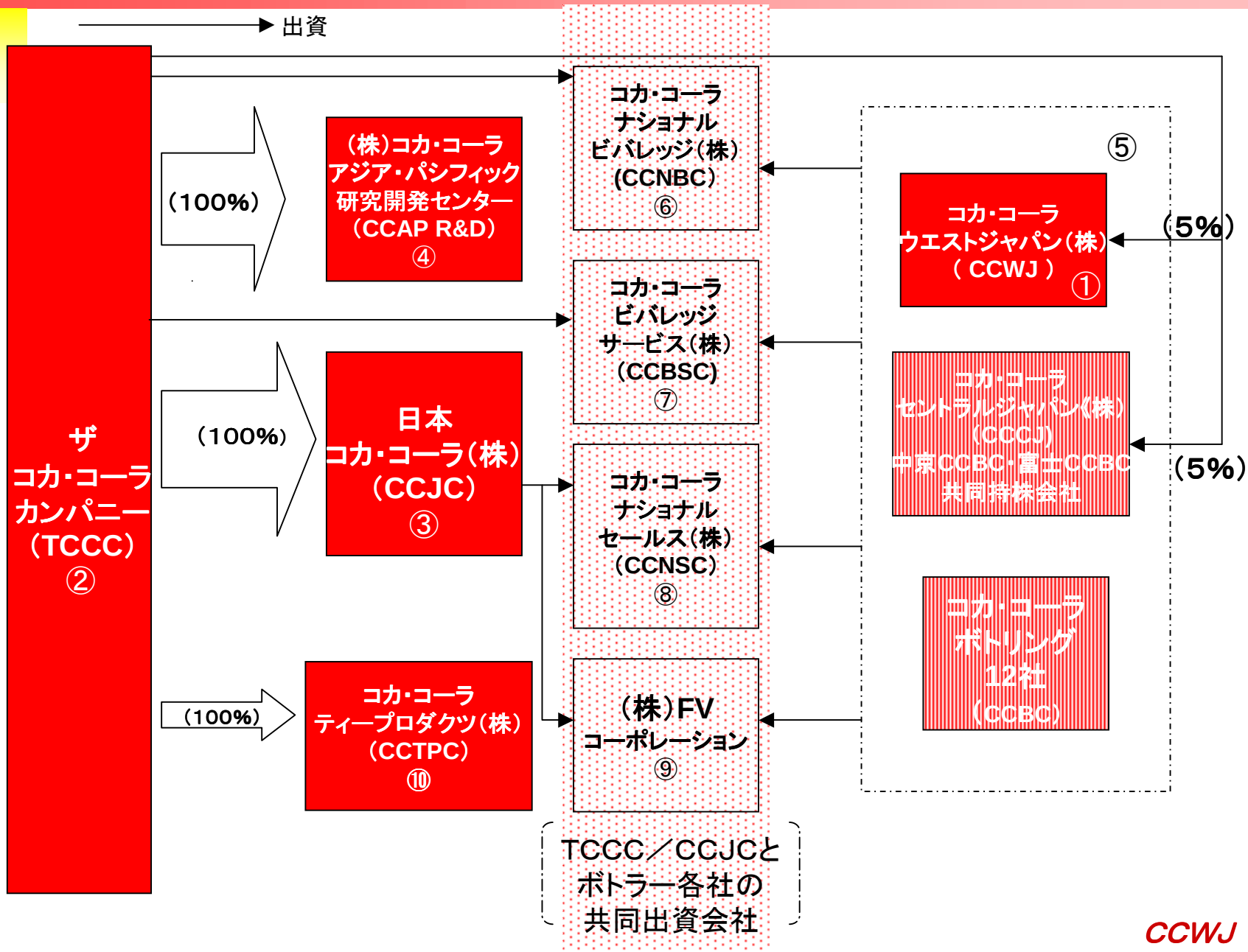
（単位：百万円）

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益	
	2003年	2004年※	2003年	2004年※	2003年	2004年※	2003年	2004年※
西日本ビバレッジ	21,096	21,189	192	64	190	34	△ 253	△ 25
ｺｶ･ｺｰﾗｳｴｽﾄｼﾞｬﾊﾟﾝﾌﾟﾛﾀﾞｸﾂ	6,907	6,673	266	117	268	115	150	58
ｺｶ･ｺｰﾗｳｴｽﾄｼﾞｬﾊﾟﾝﾍﾞﾝﾃﾞｨﾝｸﾞ	5,062	6,110	215	64	218	65	116	25
西日本カスタマーサービス	6,454	6,773	100	210	100	207	52	107
ロジコムジャパン	7,883	8,838	158	232	162	234	111	129
ニチベイ	366	373	35	48	38	50	20	26
鷹正宗	5,128	4,733	111	216	102	210	44	117
ウエストジャパンサービス	1,401	898	59	37	62	41	17	22
三笠コカ･コーラボトリング	29,608	31,345	△ 454	255	△ 430	285	△ 2,091	308
三笠ロジスティク	1,297	1,175	5	45	4	44	△ 1	47
三笠サービス	1,311	1,221	4	30	4	30	△ 19	18

※2004年は計画値

※各社とも単体の業績（連結修正前）

8. 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。

9.用語の解説

1. 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

・・・お得意さまが管理されている、当社無償貸与の自販機。
（当社がお得意さま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

・・・お客さまのニーズ、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）

4. その他

・セールスミックス

・・・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の大幅な変動

・上記以外の様々な不確定要素