

2004年12月期 第3四半期(1～9月)決算説明会

2004年 10月29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

I. 2004年12月期第3四半期業績

ならびに通期予想

1. 2004年12月期第3四半期総括	…… 3頁
2. 決算概要	…… 4頁
3. 通期予想	…… 11頁
4. 三笠CCBC	…… 13頁

II. マーケティング活動

1. マーケットの状況	…… 15頁
2. ブランド別状況	…… 17頁
3. チャンネル別状況	…… 20頁
4. 今後の活動	…… 22頁

資料集

1. 財務諸表

(1) 損益計算書(連結・・・第3四半期)	……27頁
(2) 損益計算書(連結・・・通期)	……28頁
(3) 連結貸借対照表	……29頁
(4) キャッシュ・フロー(連結)	……31頁

2. 販売数量の推移

(1) ブランド別販売数量	……32頁
(2) パッケージ別販売数量	……33頁
(3) チャンネル別販売数量	……34頁
(4) 新製・商品の販売状況	……35頁

3. 自動販売機の設置状況

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	……38頁
(2) メーカー別ホームマーケットシェア	……39頁
(3) カテゴリー別ホームマーケットシェア	……40頁
(4) 業種別ホームマーケットシェア	……41頁

5. 設備投資、減価償却

6. グループ会社の状況

7. 日本コカ・コーラシステム

8. 用語の解説

I .2004年12月期第3四半期業績 ならびに通期予想

1. 2004年12月期第3四半期(1~9月)総括



(1) 販売数量

- ・1~7月は好調であったが、8~9月は台風上陸をはじめとした天候不順の影響を受けて苦戦し、計画比 $\Delta 1.4\%$ 、前年比 $+2.8\%$ となった。

(2) 業績(1~9月)・・・連結

- ・売上高は、計画比 $\Delta 0.8\%$ ($\Delta 15$ 億円)、前年比 $+6.4\%$ ($+116$ 億円)
- ・営業利益は計画比 $\Delta 1.6\%$ ($\Delta 2$ 億円)、前年比 $\Delta 3.8\%$ ($\Delta 5$ 億円)

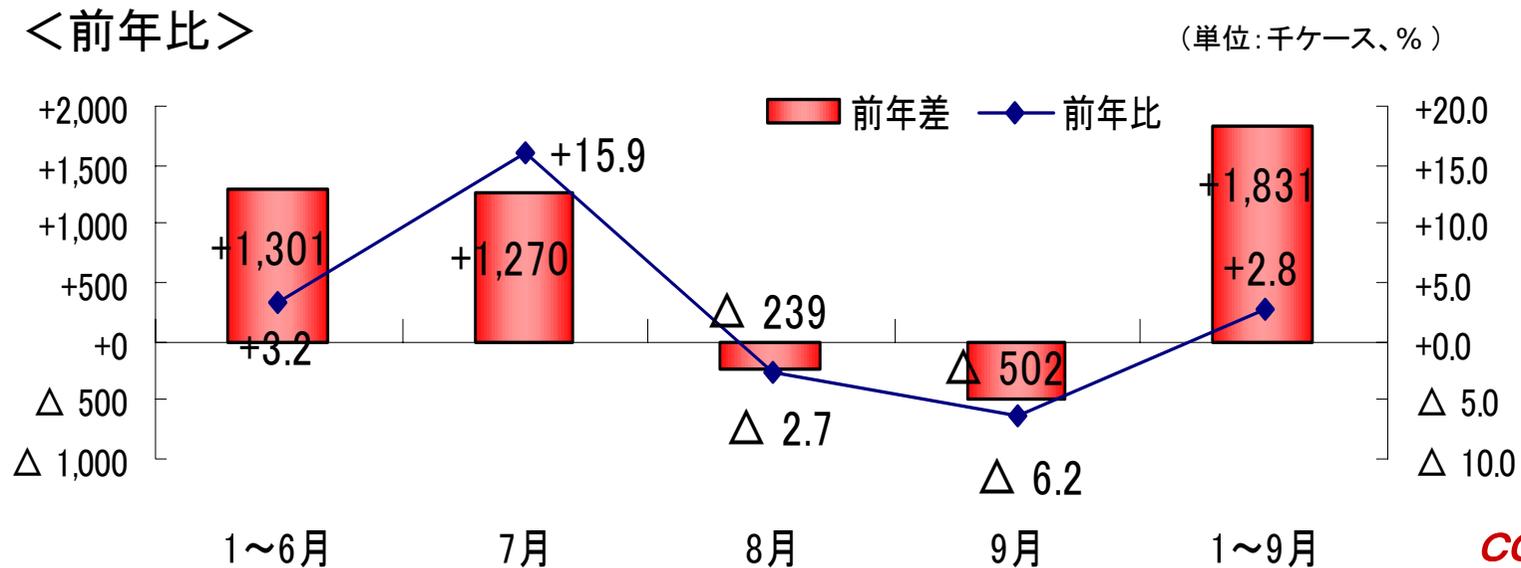
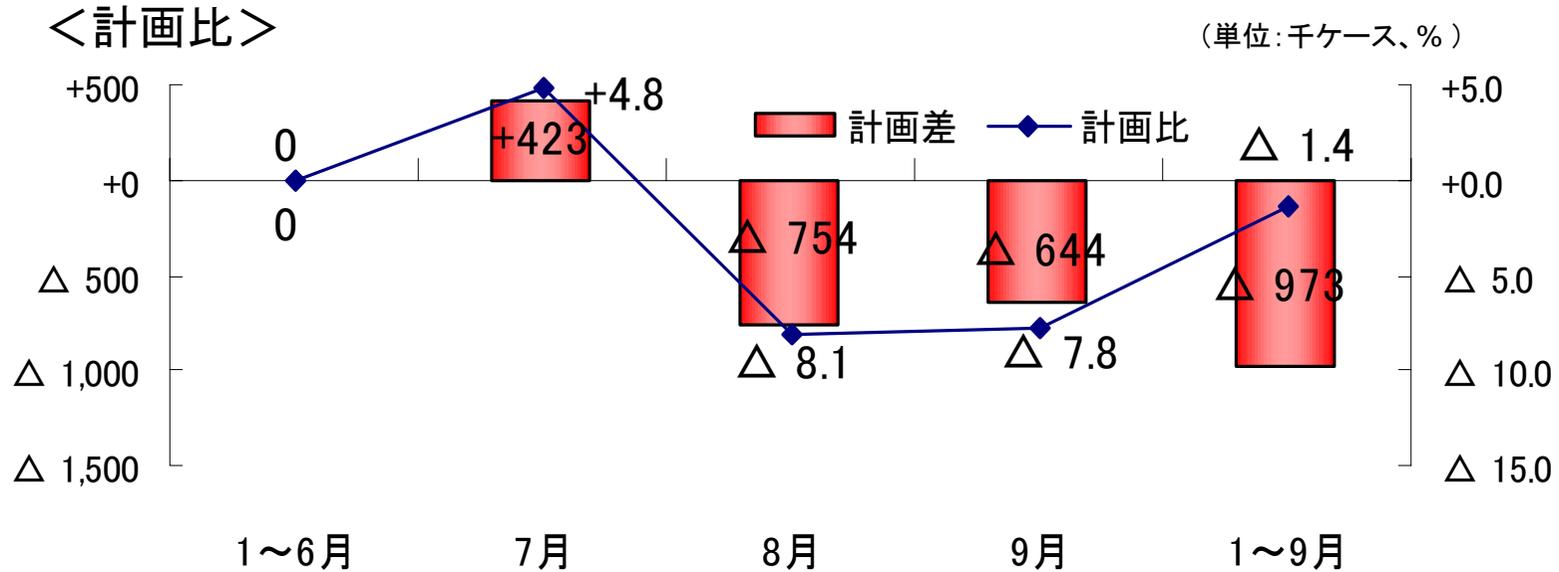
(3) 三笠社好調

- ・販売数量・・・計画比 $+1.4\%$ 、前年比 $+6.4\%$
- ・営業利益・・・計画比 $+2.4$ 億円、前年比 $+9$ 億円

2. 決算概要



(1) 販売数量の月別状況(エリア内)



(2) 第3四半期決算(連結・・・1～9月)

(単位:百万円、%)

	2003年 第3四半期	2004年第3四半期					
		計 画 ※	実 績	計 画 比		前 年 比	
				増 減	増 減 率	増 減	増 減 率
売 上 高	180,716	193,900	192,305	△ 1,594	△ 0.8	11,588	6.4
営 業 利 益	14,929	14,600	14,364	△ 235	△ 1.6	△ 564	△ 3.8
経 常 利 益	15,164	14,700	14,533	△ 166	△ 1.1	△ 630	△ 4.2
四半期純利益	8,283	8,200	8,094	△ 105	△ 1.3	△ 189	△ 2.3

※計画・・・2004年8月2日付で発表した通期の業績予想値に基づく数値。

(3) 第3四半期決算(単体・・・1～9月)

(単位:百万円、%)

	2003年 第3四半期	2004年第3四半期					
		計 画 ※	実 績	計 画 比		前 年 比	
				増 減	増 減 率	増 減	増 減 率
売 上 高	139,242	150,400	147,923	△ 2,476	△ 1.6	8,681	6.2
営 業 利 益	13,568	13,200	12,508	△ 691	△ 5.2	△ 1,060	△ 7.8
経 常 利 益	14,024	13,600	12,962	△ 637	△ 4.7	△ 1,062	△ 7.6
四半期純利益	7,848	7,800	7,279	△ 520	△ 6.7	△ 569	△ 7.3

※計画・・・2004年8月2日付で発表した通期の業績予想値に基づく数値。

<販売実績>

(単位:千ケース、%)

含む他ボトラー	70,525	75,451	74,709	△ 742	△ 1.0	4,184	5.9
エ リ ア 内	65,072	67,876	66,903	△ 973	△ 1.4	1,831	2.8

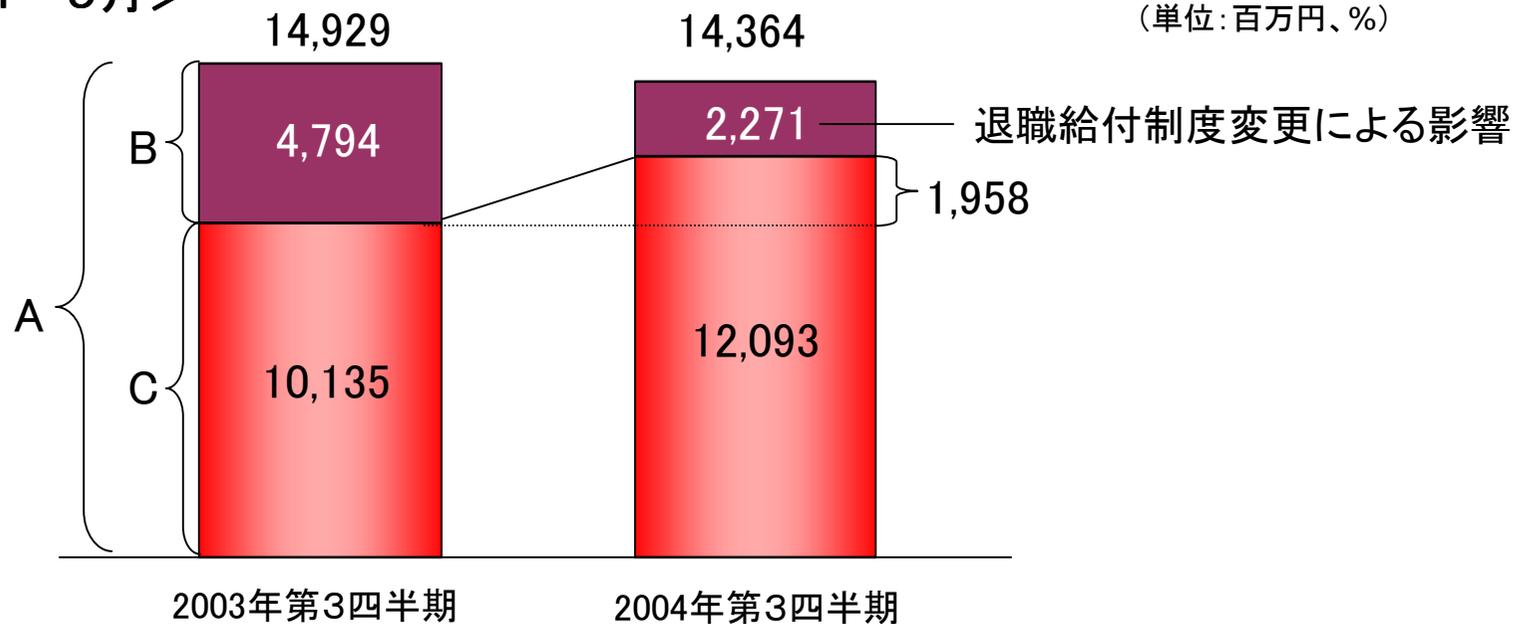
(5) 対前年増減主要因(連結)

売上高 +116億円	・販売数量の増	+76億円
	・セールスマックス	+16億円
営業利益 △5億円	・受託加工収入	+1億円
	・三笠社分	+20億円
経常利益 △6億円	・その他グループ会社分	+3億円
	売上原価 64億円増	
四半期純利益 △2億円	・販売数量の増	+54億円
	・セールスマックス	△1億円
	・受託加工原価	+2億円
	・三笠社分	+11億円
	・その他グループ会社分	△2億円
	販売費および一般管理費 57億円増	
	・人件費の増(退職給付制度変更等)	+29億円
	・販売手数料	+14億円
	・広告宣伝費	+8億円
	・業務委託費他	+6億円
	営業外収益 -	
	営業外費用 1億円増	
	特別利益 2億円減	
	特別損失 4億円減	
	・商品廃棄損	△3億円
	・新紙幣対応費用	+3億円
	・台風災害損失	+1億円
	・子会社再編費用他	△5億円
	法人税等 5億円減	
	少数株主利益 3億円増	

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

<1~9月>

(単位: 百万円、%)



	2003年	2004年	増減	
	第3四半期実績	第3四半期実績	額	率
A: 営業利益	14,929	14,364	△ 564	△ 3.8
B: 退職給付制度変更による影響	4,794	2,271	△ 2,523	△ 52.6
C: A-B	10,135	12,093	1,958	19.3

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)

		1～9月実績	年間計画
旧トール製品供給価格の減		948	500
共同調達	FC製品資材	390	300
	販売機器購入	91	200
	計	481	500
合計		1,429	1,000

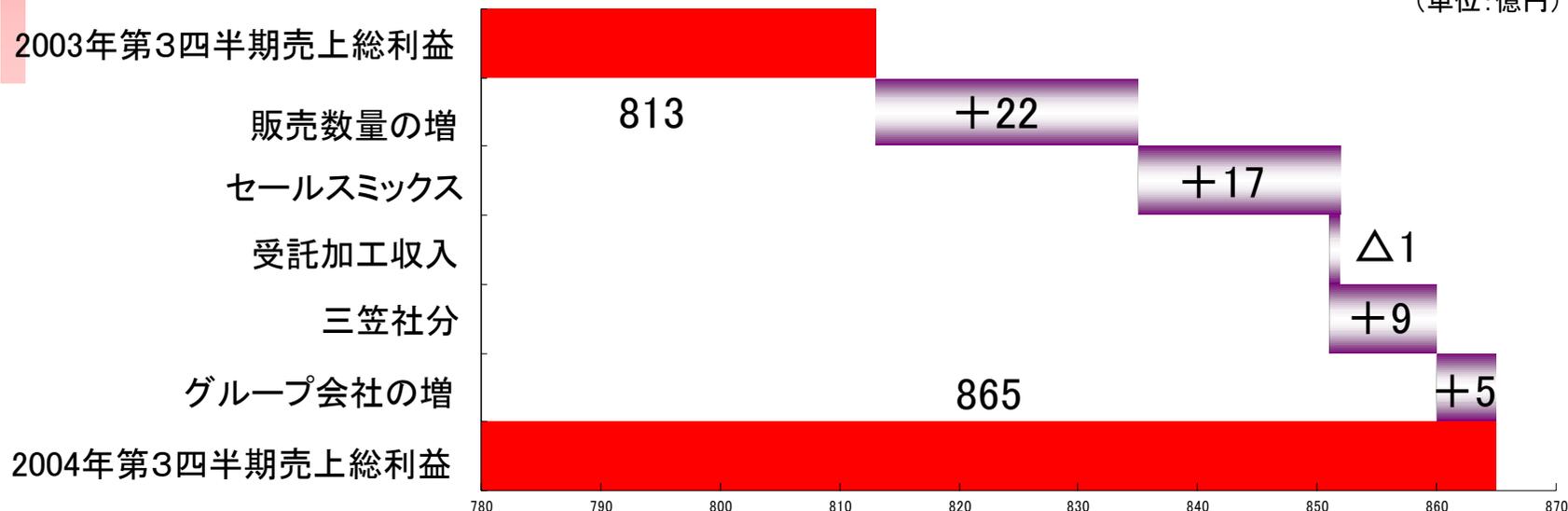
※FC製品資材…缶、PETボトル、キャップ、段ボール等

※販売機器…全ての機器(缶自販機、CVM機、シロップ機等)

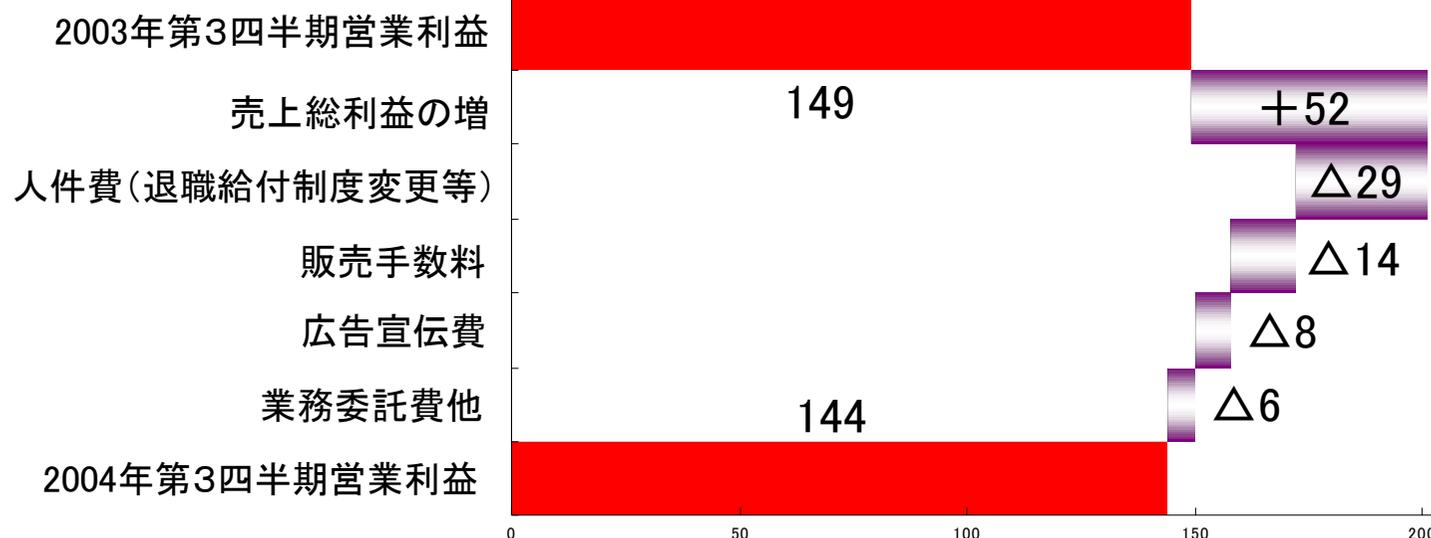
参考③: 売上総利益、営業利益の増減(連結)

<売上総利益>

(単位: 億円)



<営業利益>



3. 通期予想

(1) 通期予想

① 連結

(単位: 百万円、%)

	2003年 実績	2004年		
		予想	前年比	
			増減	増減率
売上高	240,825	255,000	14,174	5.9
営業利益	19,638	18,000	△ 1,638	△ 8.3
経常利益	19,895	18,300	△ 1,595	△ 8.0
当期純利益	9,380	10,000	619	6.6

② 単体

(単位: 百万円、%)

	2003年 実績	2004年		
		予想	前年比	
			増減	増減率
売上高	186,176	199,000	12,823	6.9
営業利益	17,881	16,300	△ 1,581	△ 8.8
経常利益	18,323	16,700	△ 1,623	△ 8.9
当期純利益	10,259	9,200	△ 1,059	△ 10.3

< 販売計画 >

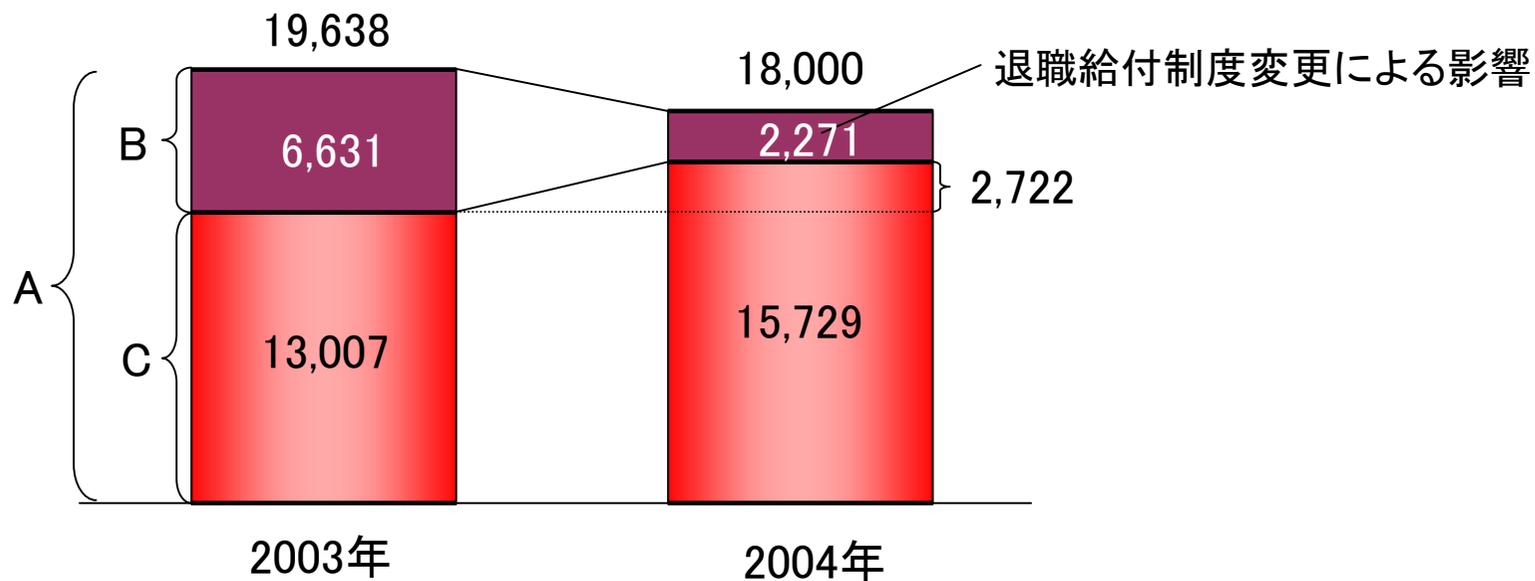
(単位: 千ケース、%)

含む他ボトラー	94,219	99,117	4,898	5.2
エリア内	86,025	88,978	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	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 第3四半期(1~9月)

(単位:百万円、%)

	2003年 第3四半期	2004年第3四半期					
		計画	実績	計画比		前年比	
				増減	増減率	増減	増減率
売上高	22,899	24,336	24,951	615	2.5	2,051	9.0
営業利益	△ 344	316	555	239	75.6	900	-
経常利益	△ 354	323	563	240	74.2	918	-
四半期純利益	△ 182	183	339	155	84.8	522	-

<販売実績>

(単位:千ケース、%)

エリア内	11,566	12,130	12,305	175	1.4	739	6.4

② 通期

(単位:百万円、%)

	2003年 通期実績	2004年		
		予想	前年比	
			増減	増減率
売上高	30,014	31,670	1,656	5.5
営業利益	△ 443	266	709	-
経常利益	△ 451	260	711	-
当期純利益	△ 1,432	105	1,537	-

<販売実績>

(単位:千ケース、%)

エリア内	15,220	15,803	583	3.8

Ⅱ.マーケティング活動

1. マーケットの状況

(1) 全国

<メーカー別前年比(%)>

※出典: 飲料総研

	市場計	コカ・コーラ	サントリー	麒麟	伊藤園	アサヒ	大塚
7~9月	+10%	+8%	+19%	+10%	+14%	+14%	+9%
1~9月	+6%	+5%	+12%	+8%	+14%	+9%	+4%

(2) 当社エリア(ホームマーケット)

	推定前年比	当社シェア
7~9月	+9.4%	26.9%(△1.9ポイント)
1~9月	+7.0%	28.5%(△1.8ポイント)

※出典: インテージストアオーディット(38ページ参照)

(3) シェアを拡大しているブランド(7~9月)

(ポイント)

	スーパー	CVS	一般店	ドラッグ
サントリー	伊右衛門 +2.0	伊右衛門 +3.0		アミノ式 +2.1
	天然水 +0.4	ゲータレード +0.5		カテキン式 +1.0
	ゲータレード +0.3	天然水 +0.1		伊右衛門 +0.8
	アミノ式 +0.1	烏龍茶 +0.1		天然水 +0.7
伊藤園	おーいお茶緑茶 +0.3		おーいお茶緑茶 +0.7	おーいお茶緑茶 +5.0
	金の烏龍茶 +0.1		金の烏龍茶 +0.1	金の烏龍茶 +1.3
アサヒ	凍頂烏龍 +0.3	三ツ矢サイダー +0.4	凍頂烏龍 +0.4	
	三ツ矢サイダー +0.4	バヤリース +0.2	三ツ矢サイダー +0.7	
	ドデカミン +0.1	ドデカミン +0.1	フキゲン +0.1	
	ワンダ +0.1	凍頂烏龍 +0.1	ドデカミン +0.1	
カルピス	ブレンディ +0.6		ブレンディ +0.2	アミノウォーター +0.6
	加比°ソーダ +0.1		カルピス +0.1 加比°ソーダ +0.1	加比°ソーダ +0.3 ブレンディ +0.3
ダイドー	復刻堂(乳酸) +0.1	復刻堂 +0.1	復刻堂 +0.1	
	デミダス +0.1	超のどごしスイーティー +0.1 果実で微発泡 +0.1	デミダス +0.1 超のどごしスイーティー +0.3	
花王		ヘルシア緑茶 +1.8		
その他	PB緑茶 +0.2	ウコンの力 +0.4	雪印コーヒー +0.4	
	PB烏龍茶 +0.6	さわやかレモン水 +0.3	スジャータコーヒー +0.2	
		グリコ果汁 +0.2	農協果汁 +0.2	
まる茶	1.8% 1.6% (0.2)	1.4% 1.1% (0.3)	3.4% 3.2% (0.2)	0.9% 0.8% (0.1)

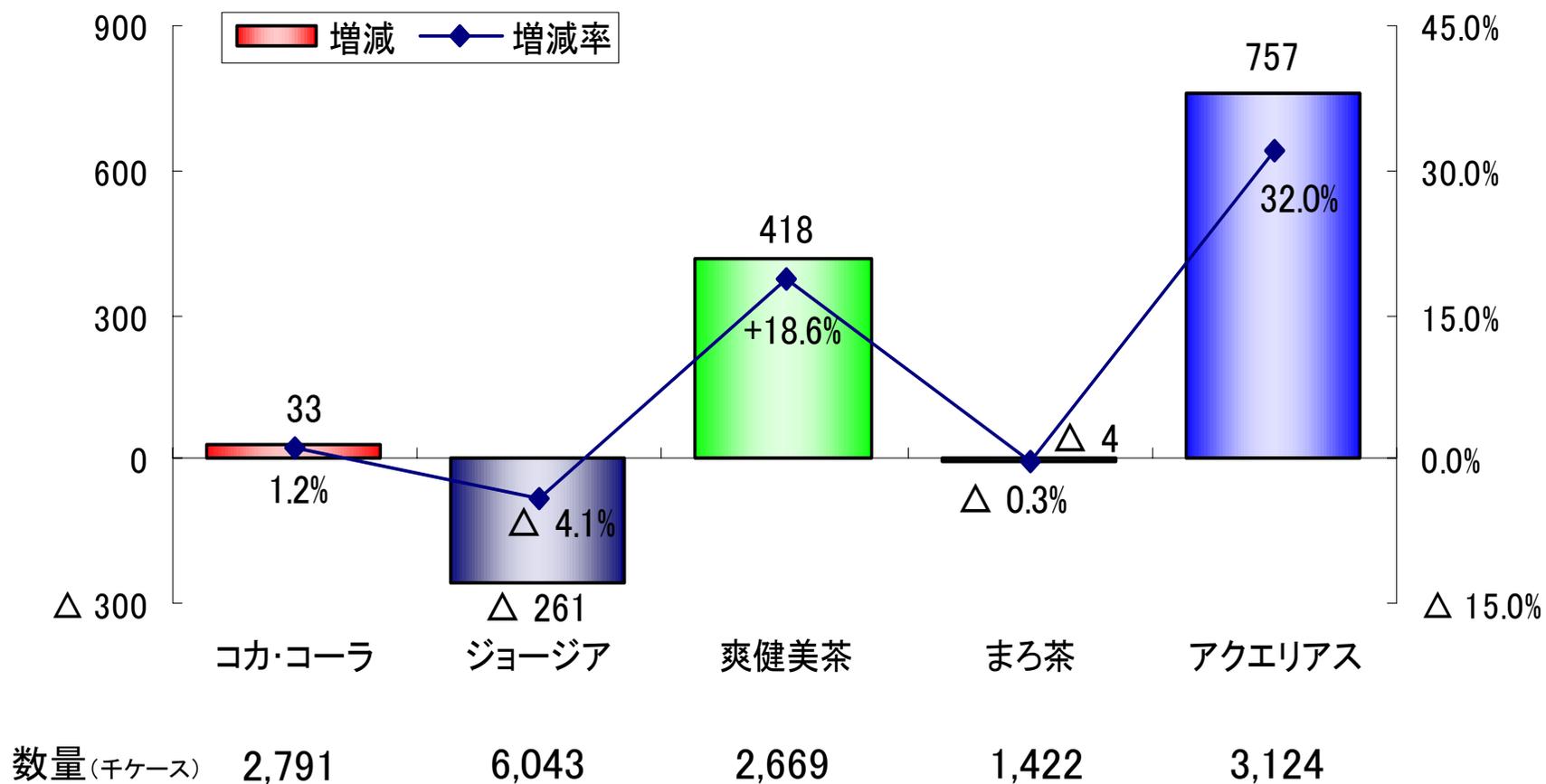
2. ブランド別状況(7~9月)



(1) 基幹ブランドの状況

◆販売数量前年比(数量/伸長率)

(千ケース、%)

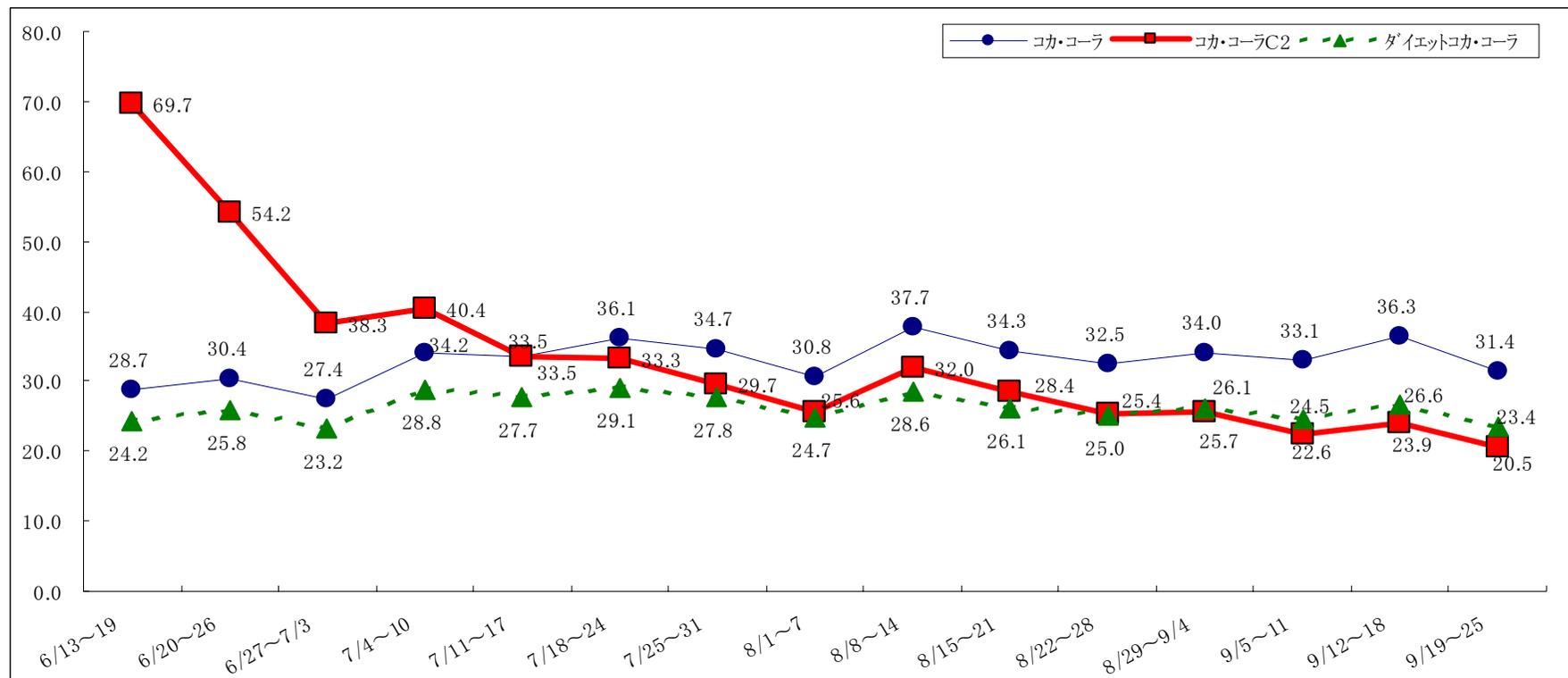


(2) 新製品トピックス

① コカ・コーラC2

＜ブランドコカ・コーラ300mlボトル缶1台当りセールス週別推移＞

(本)



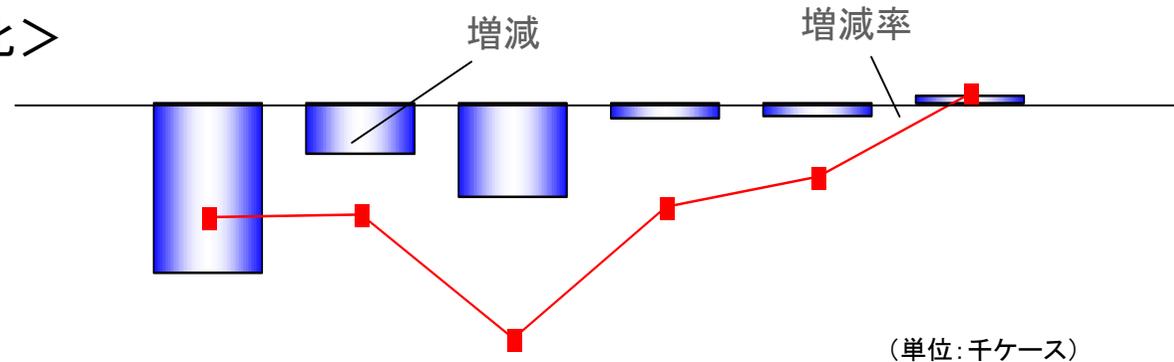
②新規分野

	セールス状況(千ケース)										9月取引軒数 (軒/台)	
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	1-9月計		
春のミント習慣 (花粉症対策)	16	5	2	1							23	—
スカイモルト (ビールテイスト)			5	9	2	1	2	2	1	23	610	
爽果発泡 (酎ハイテイスト)					9	2	1	1		14	370	
モーニングデリ (ゼリー飲料)				37	46	23	24	26	21	178	3,480	
ボディスタイルウォーター (資生堂とのコラボレーション /香りダイエット飲料)				21	9	3	1			34	160	
颯爽 (血糖値対策/特保)					35	19	15	10	7	85	10,730	
theWellnwss小瓶3品 (カルシウム/美容/体力)					49	8	4	5	1	67	470	
パワーエイド (大豆ペプチド)							14	12	8	34	3,410	

3. チャネル別状況(7~9月)

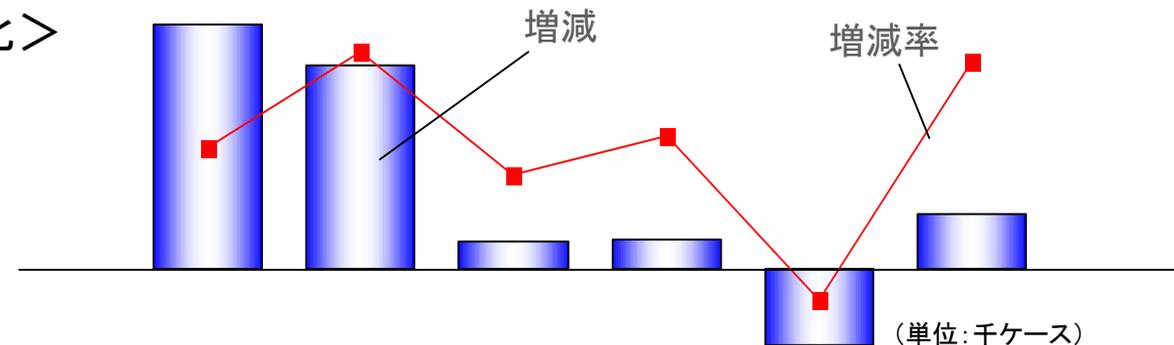
(1) 販売数量

<計画比>



	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	△ 974	△ 301	△ 537	△ 89	△ 86	+37
計画比	△ 3.7%	△ 3.6%	△ 8.9%	△ 3.3%	△ 2.0%	+1.6%

<前年比>



	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	+530	+444	+58	65	△ 165	+119
前年比	+2.1%	+5.8%	+1.1%	+2.6%	△ 3.7%	+5.4%

(2) チェーンストア

<パッケージ構成の状況>

・・・新角型1リットルPETボトルの導入

	2002年 年間実績	2003年 年間実績	2004年 1~9月実績	2004年 年間目標
2LPET	43%	42%	42%	37%
1.5LPET	21%	20%	19%	18%
1.0LPET	—	—	1%	3%
500mlPET	14%	15%	17%	16%
その他	22%	23%	21%	26%
合計	100%	100%	100%	100%

4. 今後の活動

(1) 本格的な秋・冬商戦でのホットマーケティング活動の徹底

① ジョージア強化策の徹底による冬のコーヒー戦線での勝利

<自販機/CVS・一般店>

- ・新商品/リニューアル商品の早期展開
- ・既存商品の強化
 - 配荷率のアップ(ロケーションのニーズに応じた既存商品の強化)
 - 自販機コラムの50%をジョージアに
- ・消費者キャンペーンの徹底
 - ナンバーチャレンジ(11/1~1/31)
 - ラッキーキャッププロモ(11/29~)

<スーパーマーケット>

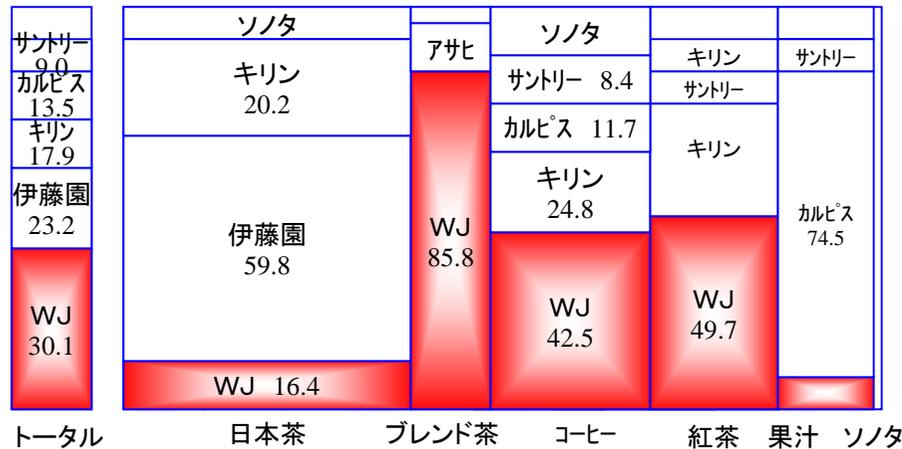
- ・品揃えの強化
 - ウォーマー(小型ショーケース)投入によるホット販売拠点の獲得
- ・まとめ買いの促進によるセールスの拡大
 - トートバッグベタ付け、ケース販売の強化

②小型加温PETの強化

1)ホットPETのホームマーケットシェア

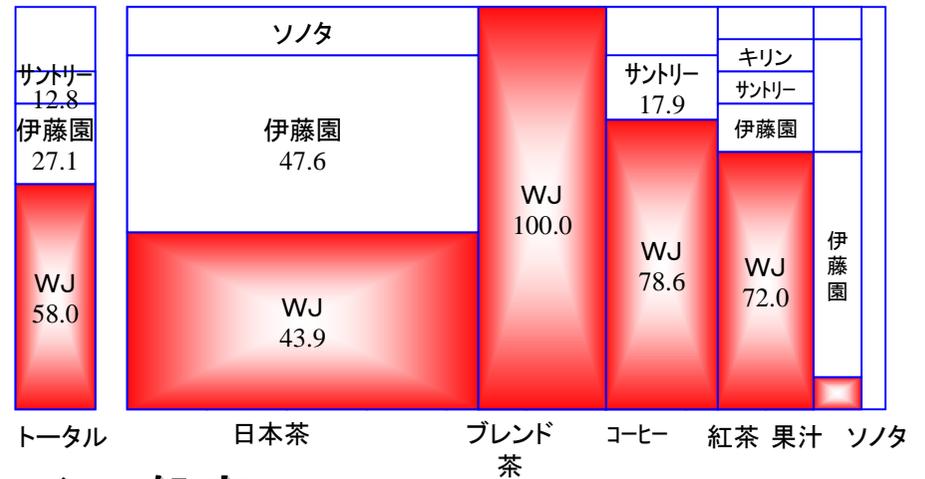
◆業種計(03.9-04.3)

※データ: インテージ



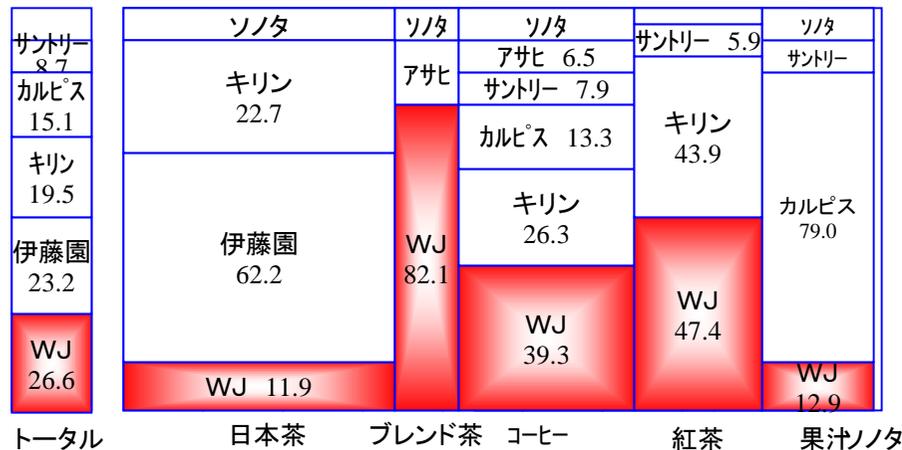
◆スーパー

※データ: インテージ



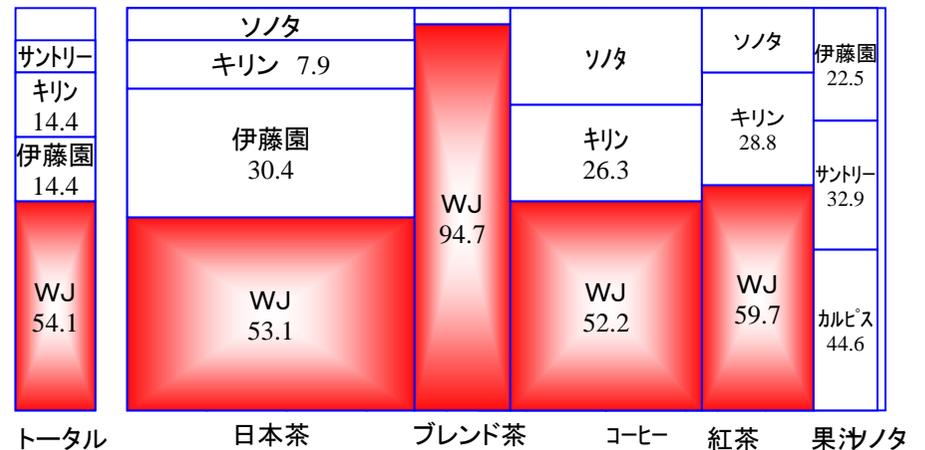
◆CVS

横幅: 市場規模



◆一般店

※データ: インテージ



2) 展開計画

	スーパー	CVS	REG一般(手売り)	自販機(REG+FS)
商品	爽健美茶/まろ茶新商品の拡大			
	5品種 (前年:4品種)	7品種 (前年:6品種)	5品種 (前年:5品種)	4品種 (前年:2品種)
取引軒数 (前年対比)	900軒 (前年並み)	4,000軒 (前年並み)	2,000軒 (前年並み)	33,000台 (前年:12,000台)
販売計画 (9~12月)	60千ケース (前年:40千ケース)	350千ケース (前年:270千ケース)	80千ケース (前年:60千ケース)	210千ケース (前年:70千ケース)
	合計:700千ケース(前年:440千ケース)			

③コカ・コーラC2

- ・コカ・コーラ3品種(コカ・コーラ/コカ・コーラC2/ダイエットコカ・コーラ)の位置づけの見直し

④新規分野

- ・商品・売り方を含めて見直し

⑤チェーンストア(スーパーマーケット)対策

- ・収益性を伴ったセールス活動の継続

- ・新しいビジネスモデル構築への取組み

・・・コスト構造/売上高(納価)/業務面/管理面/組織面/提案力の一層強化・拡充等

資料集

1.財務諸表



(1) 損益計算書(連結・・・第3四半期)

(単位 百万円、%)

	第3四半期(1~9月)				7~9月			
	2003年		2004年		2003年		2004年	
	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比
売上高	180,716	100.0	192,305	100.0	67,599	100.0	72,455	100.0
売上原価	99,403	55.0	105,829	55.0	37,093	54.9	39,792	54.9
売上総利益	81,312	45.0	86,476	45.0	30,505	45.1	32,662	45.1
販売費及び一般管理費	66,383	36.7	72,111	37.5	23,235	34.4	26,592	36.7
営業利益	14,929	8.3	14,364	7.5	7,270	10.8	6,070	8.4
営業外収益	833	0.5	828	0.4	233	0.3	265	0.4
営業外費用	599	0.3	660	0.3	187	0.3	189	0.3
経常利益	15,164	8.4	14,533	7.6	7,316	10.8	6,145	8.5
特別利益	231	0.1	64	0.0	0	0.0	0	0.0
特別損失	940	0.5	548	0.3	119	0.2	337	0.5
税金等調整前四半期純利益	14,455	8.0	14,049	7.3	7,197	10.6	5,808	8.0
法人税等	6,233	3.4	5,747	3.0	3,048	4.5	2,246	3.1
少数株主利益又は少数株主損失(△)	△ 62	0.0	207	0.1	17	0.0	193	0.3
四半期(当期)純利益	8,283	4.6	8,094	4.2	4,131	6.1	3,368	4.6

(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 9月末	増減額	増減主要因
流動資産	57,134	58,397	1,263	
現金及び預金	15,295	15,363	68	
受取手形及び売掛金	13,175	13,129	△ 46	
有価証券	7,141	6,628	△ 512	
たな卸資産	12,570	12,061	△ 509	在庫減による減
その他	9,069	11,299	2,229	
貸倒引当金	△ 118	△ 85	33	
固定資産	147,045	148,720	1,674	
有形固定資産	86,982	87,975	992	
建物及び構築物	18,852	18,051	△ 800	
機械装置及び運搬具	14,674	14,669	△ 5	
販売機器	17,740	18,893	1,152	販売機器購入による増
土地	34,722	34,793	70	
その他	992	1,568	576	
無形固定資産	2,718	2,494	△ 223	
連結調整勘定	118	55	△ 62	
その他	2,599	2,438	△ 160	
投資その他の資産	57,344	58,250	905	
投資有価証券	40,636	38,189	△ 2,446	公社債解約による減等
前払年金費用	13,306	16,630	3,324	
その他	3,666	3,615	△ 51	平成15年4月新退職給付制度導入に伴う 過去勤務債務の処理(退職給付費用戻入) による増
貸倒引当金	△ 264	△ 186	78	
資産合計	204,180	207,117	2,937	

(3) 連結貸借対照表

(単位:百万円)

	2003年 12月末	2004年 9月末	増減額	増減主要因
流動負債	23,853	24,101	248	
支払手形及び買掛金	8,950	8,034	△ 916	
1年以内に返済する長期借入金	203	203	-	
未払法人税等	2,924	2,827	△ 96	
未払金	5,426	5,683	257	
設備支払手形	667	30	△ 637	
その他	5,681	7,322	1,641	
固定負債	10,595	11,757	1,162	
退職給付引当金	3,394	3,166	△ 227	
役員退職引当金	323	330	6	
その他	6,877	8,260	1,382	
負債合計	34,449	35,859	1,410	
少数株主持分	4,276	4,489	212	
資本金	15,231	15,231	-	
資本剰余金	35,399	35,400	0	
利益剰余金	122,372	127,379	5,006	
その他有価証券評価差額金	411	644	233	
自己株式	△ 7,960	△ 11,887	△ 3,927	自己株式取得による増
資本合計	165,454	166,768	1,313	
負債、少数株主持分及び資本合計	204,180	207,117	2,937	

(4) キャッシュ・フロー(連結)

(単位:百万円)

	2003年 第3四半期	2004年 第3四半期	2004年 通期見込
営業活動による キャッシュ・フロー	13,382	16,509	24,143
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 15,177	△ 10,944	△ 16,354
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 11,103	△ 6,984	△ 6,977
現金及び現金同等物の 四半期末(期末)残高	22,507	20,450	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、%)

	第3四半期(1~9月)			7~9月		
	2003年	2004年	04/'03	2003年	2004年	04/'03
コカ・コーラ	6,801	6,973	2.5	2,758	2,791	1.2
ジョージア	19,434	19,263	△ 0.9	6,304	6,043	△ 4.1
爽健美茶	5,123	5,968	16.5	2,251	2,669	18.6
アケリアス	5,253	6,068	15.5	2,367	3,124	32.0
まろ茶	3,280	3,557	8.4	1,426	1,422	△ 0.3
煌	1,012	790	△ 22.0	458	290	△ 36.7
ファンタ	3,174	3,585	12.9	1,310	1,469	12.1
カナダドライ	697	746	7.1	278	300	7.9
リアルゴールド	936	947	1.2	380	383	0.8
Qoo、HI-C	1,461	1,553	6.3	572	634	10.8
森の水だより	1,513	1,662	9.9	722	670	△ 7.2
紅茶花伝	1,416	1,500	5.9	401	449	12.0
その他	3,326	2,485	△ 25.3	1,330	778	△ 41.5
計	53,426	55,097	3.1	20,557	21,022	2.3
シロップ、パウダー、食品	11,646	11,806	1.4	4,299	4,364	1.5
合計	65,072	66,903	2.8	24,856	25,386	2.1

※他ボトル販売を除く

(2) パッケージ別販売数量

(単位 千ケース、%)

		第3四半期(1~9月)			7~9月		
		2003年	2004年	'04/'03	2003年	2004年	'04/'03
ボ ト ル	リターナブル	438	442	1.0	165	165	0.0
	ワンウェイ	427	339	△ 20.6	126	123	△ 2.4
	計	865	781	△ 9.6	291	288	△ 1.0
P E T	~ 350ml	2,468	3,497	41.7	989	1,440	45.6
	~ 500ml	8,299	9,189	10.7	3,578	3,994	11.6
	~ 1000ml	320	440	37.5	168	228	35.7
	~ 1500ml	3,181	3,181	0.0	1,173	1,166	△ 0.6
	~ 2000ml	6,786	6,986	3.0	3,120	3,102	△ 0.6
	計	21,054	23,293	10.6	9,029	9,931	10.0
缶	~ 200ml	16,799	18,047	7.4	5,617	5,803	3.3
	~ 250ml	1,904	1,726	△ 9.4	702	626	△ 10.8
	~ 280ml	5,436	2,947	△ 45.8	1,958	677	△ 65.4
	~ 350ml	2,395	1,414	△ 41.0	741	479	△ 35.4
	~ 500ml	1,375	1,323	△ 3.8	537	573	6.7
	計	27,909	25,457	△ 8.8	9,555	8,159	△ 14.6
ボトル缶		3,235	4,990	54.3	1,514	2,384	57.5
その他		363	576	58.6	168	260	54.8
シロップ、パウダー、食品		11,646	11,806	1.4	4,299	4,364	1.5
合計		65,072	66,903	2.8	24,856	25,386	2.1

※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、%)

	第3四半期(1~9月)			7~9月		
	2003年	2004年	'04/'03	2003年	2004年	'04/'03
ベンディング	20,344	21,797	7.1	7,600	8,044	5.8
チェーンストア	12,886	13,363	3.7	5,451	5,509	1.1
コンビ/リテール	18,989	18,582	△ 2.1	6,958	6,858	△ 1.4
コンビ	7,153	7,440	4.0	2,508	2,573	2.6
リテール	11,835	11,142	△ 5.9	4,450	4,285	△ 3.7
フードサービス	5,475	5,841	6.7	2,200	2,319	5.4
代理店	1,304	1,362	4.4	499	542	8.6
その他	6,074	5,958	△ 1.9	2,148	2,114	△ 1.6
合 計	65,072	66,903	2.8	24,856	25,386	2.1

※他ボトルー販売を除く

(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 1～9月	2004年 1～9月
新規商品	83品種	93品種
リニューアル	44品種	83品種
計	127品種	176品種
販売数量	15,004	23,783

	2003年 7～9月	2004年 7～9月
	13品種	16品種
	2品種	14品種
	15品種	30品種
	552	1,128

②2004年 主な新製・商品

第3四半期(1～9月)

(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	2,318
2	アクエリアス 2,000mlPET	2月	2,309
3	爽健美茶 500mlPET	2月	1,836
4	爽健美茶 2,000mlPET	2月	1,523
5	まろ茶 茶葉の功 500mlPET	3月	1,263
6	アクエリアス 500mlPET	2月	1,250
7	まろ茶 茶葉の功 280mlPET	3月	693
8	アクエリアス 300mlボトル缶	2月	662
9	ジョージア カフェラッテ 190g缶	4月	644
10	アクエリアス 500g缶	2月	594

7～9月

(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	9月	216
2	ジョージア エンブレムブラック 190g缶	8月	203
3	ジョージア ミルク&ビター 190g缶	9月	203
4	ジョージア カフェオレ 250ml缶	9月	88
5	FRESS(フレス) 280mlPET	7月	72
6	ファンタ ホワイトストロベリー 500mlPET	8月	43
7	URUN(うるん) 280mlPET	7月	37
8	FRESS(フレス) 500mlPET	7月	36
9	POWERADE 350mlPET	7月	34
10	Qoo グレープフルーツブレンド 1,500mlPET	9月	27

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	
		2003年 12月末	2004年 9月末	2003年 12月末	2004年 9月末	2003年 12月末	2004年 9月末
資産 機	レギュラー(缶)	34,165	34,627	17,311	18,194	16,854	16,433
	フルサービス(缶)	89,369	91,593	36,214	37,824	53,155	53,769
	カップマシン	7,562	6,990	5,541	5,157	2,021	1,833
	小計	131,096	133,210	59,066	61,175	72,030	72,035
売却機(缶)		4,056	2,885	1,937	1,293	2,119	1,592
合計		135,152	136,095	61,003	62,468	74,149	73,627

(2) プレダトリー

(単位 台)

		CCWJ		中国地区		九州地区	
		2003年 9月末	2004年 9月末	2003年 9月末	2004年 9月末	2003年 9月末	2004年 9月末
プレダトリー		2,861	3,571	624	1,298	2,237	2,273

(3) シェア

		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1-9月末		2004年 9月末
			投入	引揚	
※1	レギュラー(無償)	36,108	2,448	3,929	34,627
FS	※2 UGVCCS	1,370	1,157	4	2,523
	※3 C-mode	310	36	1	345
	※4 CV	35	94	0	129
	通常	87,654	7,162	6,220	88,596
計		89,369	8,449	6,225	91,593
レギュラー(売却)		4,056	0	1,171	2,885
カップマシン		7,562	277	849	6,990
小計		137,095	11,174	12,174	136,095
ディスプレイ		12,187	1,805	1,682	12,310
合計		149,282	12,979	13,856	148,405

※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 (1~9月)

(単位 %)

	CCWJ		中国地区		九州地区	
	2003年	2004年	2003年	2004年	2003年	2004年
CCWJ	30.3	28.5	28.8	27.2	32.0	29.9
競合計	69.7	71.5	71.2	72.8	68.0	70.1
サントリー／ペプシ	11.8	12.1	11.7	12.0	11.9	12.2
キリン	9.2	8.6	9.3	8.7	9.1	8.5
アサヒ	4.2	4.6	4.1	4.4	4.4	4.8
サッポロ	0.7	0.7	0.6	0.6	0.8	0.8
大塚	4.8	4.4	4.9	4.5	4.7	4.3
伊藤園	4.7	5.1	4.4	4.7	5.1	5.5
ダイドー	0.7	0.7	1.0	1.0	0.4	0.4
JT	1.0	0.5	1.0	0.5	0.9	0.4
UCC	1.0	0.9	1.5	1.2	0.6	0.5
カルピス	4.4	4.6	4.4	4.8	4.4	4.4
その他	27.2	29.3	28.3	30.4	25.7	28.3

(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。

(3) カテゴリー別ホームマーケットシェア (1~9月)

(単位 %)

	CCWJ		中国地区		九州地区	
	2003年	2004年	2003年	2004年	2003年	2004年
合計	30.3	28.5	28.8	27.2	32.0	29.9
炭酸	53.7	53.1	53.5	54.0	53.9	52.4
コーラ炭酸	77.2	79.4	76.3	77.0	78.3	81.9
透明炭酸	6.3	7.1	5.0	6.2	7.6	8.0
フレーバー炭酸	59.7	61.1	60.9	65.4	58.3	56.5
果汁	11.9	9.0	13.2	10.0	10.4	7.8
コーヒー	30.9	27.0	25.0	21.7	38.1	33.4
缶コーヒー	68.1	69.0	58.7	59.1	77.8	79.2
ティー	30.7	27.6	31.0	27.9	30.5	27.4
中国茶	15.1	13.4	15.2	13.2	14.9	13.6
紅茶	17.1	15.6	15.5	14.3	19.6	17.6
日本茶	16.5	12.8	15.4	11.0	17.4	14.4
ブレンド茶	77.3	81.6	75.7	80.6	79.2	83.2
スポーツ	53.2	53.3	54.0	53.6	52.1	52.8
フィットネス	10.1	6.3	10.1	6.0	10.0	6.7
乳類	14.9	5.8	12.8	4.9	18.2	7.6
ミネラルウォーター	24.3	25.8	12.2	14.4	33.2	34.8

(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 (1~9月)

(単位 %)

	CCWJ		中国地区		九州地区	
	2003年	2004年	2003年	2004年	2003年	2004年
合計	30.3	28.5	28.8	27.2	32.0	29.9
スーパー	28.0	26.9	26.2	25.7	30.3	28.4
CVS	24.3	23.1	25.1	24.1	23.6	22.2
酒店	47.9	42.9	42.9	37.6	54.2	50.0
食料品店	50.7	49.9	50.1	44.8	51.2	53.6
ドラッグストア	16.8	15.9	10.6	10.7	29.8	26.6

(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)

		10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
CCWJ	シェア	30.7	30.7	32.1	32.1	30.3	30.1	29.5	29.0	27.7	26.9	27.2	26.5
	対前年増減	▲ 2.0	▲ 3.2	▲ 2.5	▲ 2.1	▲ 2.0	▲ 2.9	▲ 1.4	▲ 1.5	▲ 0.9	▲ 1.0	▲ 1.9	▲ 2.7
中国地区	シェア	29.5	29.6	30.5	30.4	28.6	28.2	27.9	27.8	26.3	26.0	26.5	25.1
	対前年増減	▲ 1.1	▲ 2.6	▲ 3.2	▲ 2.2	▲ 1.9	▲ 3.1	▲ 1.2	▲ 0.8	▲ 0.3	▲ 0.9	▲ 1.7	▲ 2.7
九州地区	シェア	31.9	32.0	33.7	33.8	32.1	32.1	31.2	30.4	29.2	27.9	28.0	28.1
	対前年増減	▲ 2.9	▲ 3.8	▲ 1.8	▲ 2.0	▲ 2.2	▲ 2.7	▲ 1.6	▲ 2.3	▲ 1.7	▲ 1.1	▲ 2.2	▲ 2.8
サントリー	シェア	10.7	10.2	11.4	11.1	11.6	13.2	12.7	11.5	11.6	12.1	12.6	12.3
	対前年増減	▲ 0.3	▲ 1.0	▲ 0.9	▲ 0.5	0.0	+1.8	+0.6	▲ 0.5	▲ 0.4	+0.6	+0.7	+0.5
キリン	シェア	9.7	10.2	9.4	9.0	8.6	8.7	8.9	8.4	8.7	8.1	8.3	9.1
	対前年増減	+1.1	+1.9	+1.5	+0.8	+0.3	▲ 0.8	▲ 1.0	▲ 1.2	▲ 0.6	▲ 1.4	▲ 0.8	+0.2
アサヒ	シェア	3.9	3.9	4.1	4.1	4.3	4.2	4.5	4.6	4.8	5.0	4.7	4.4
	対前年増減	+0.2	+0.4	+0.5	+0.2	▲ 0.4	▲ 0.6	+0.1	+0.5	+0.9	+0.7	+0.7	+0.3
大塚	シェア	4.5	4.4	4.3	4.8	5.0	4.2	4.3	4.0	4.2	4.7	4.5	4.1
	対前年増減	+0.3	0.0	▲ 0.6	▲ 0.9	▲ 0.2	▲ 0.4	+0.1	▲ 0.4	▲ 0.4	+0.2	▲ 0.6	▲ 1.1
伊藤園	シェア	5.1	5.3	5.0	5.0	4.7	4.7	4.8	5.2	5.5	5.2	5.1	5.4
	対前年増減	+0.1	+0.5	+0.8	+0.5	+0.3	+0.7	+0.6	+0.7	+0.3	+0.1	+0.0	+0.4

(出典: インテージストアオーデイト)

※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. 設備投資、減価償却



(1) 設備投資、減価償却(連結)

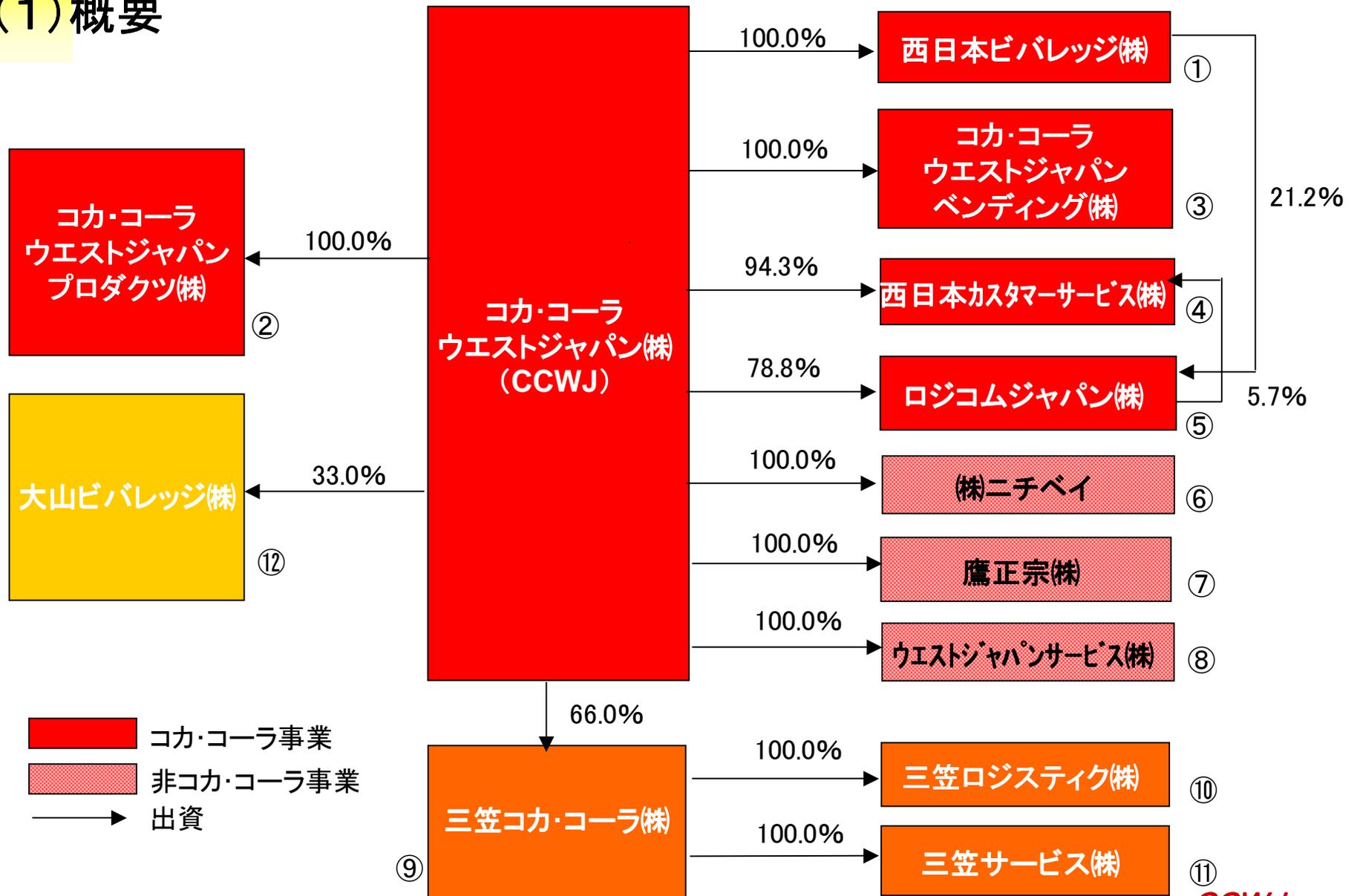
(単位 百万円)

		2003年 第3四半期	2004年	
			第3四半期	通期見込
設 備 投 資 額	土地	92	214	1,434
	建物・構築物	329	423	1,993
	機械及び装置	923	1,942	2,546
	販売機器	8,273	7,405	8,810
	その他	1,584	2,232	3,126
	計	11,204	12,218	17,910
	減価償却費	11,295	10,911	15,053

6. 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

⑤ロジコムジャパン株式会社…貨物自動車運送業

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第3四半期(1~9月)

(単位:百万円)

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益	
	2003年 第3四半期	2004年 第3四半期	2003年 第3四半期	2004年 第3四半期	2003年 第3四半期	2004年 第3四半期	2003年 第3四半期	2004年 第3四半期
西日本ビバレッジ	15,868	15,984	67	△ 87	85	△ 98	16	△ 70
コカ・コーラウエストジャパンポダクツ	5,239	4,898	101	116	103	116	56	61
コカ・コーラウエストジャパンベンディング	3,634	4,501	171	89	173	91	95	53
西日本カスタマーサービス	5,017	5,218	162	209	163	206	86	114
ロジコムジャパン	5,875	6,857	155	161	159	162	107	89
ニチベイ	259	252	20	22	21	24	10	12
鷹正宗	3,808	3,783	130	206	121	202	65	114
ウエストジャパンサービス	1,128	727	63	42	65	45	22	25
三笠コカ・コーラボトリング	22,571	24,714	△ 369	499	△ 347	534	△ 244	584
三笠ロジスティク	1,034	908	16	45	16	44	8	52
三笠サービス	1,048	932	21	27	21	27	10	16

※各社とも単体の業績(連結修正前)

②通期

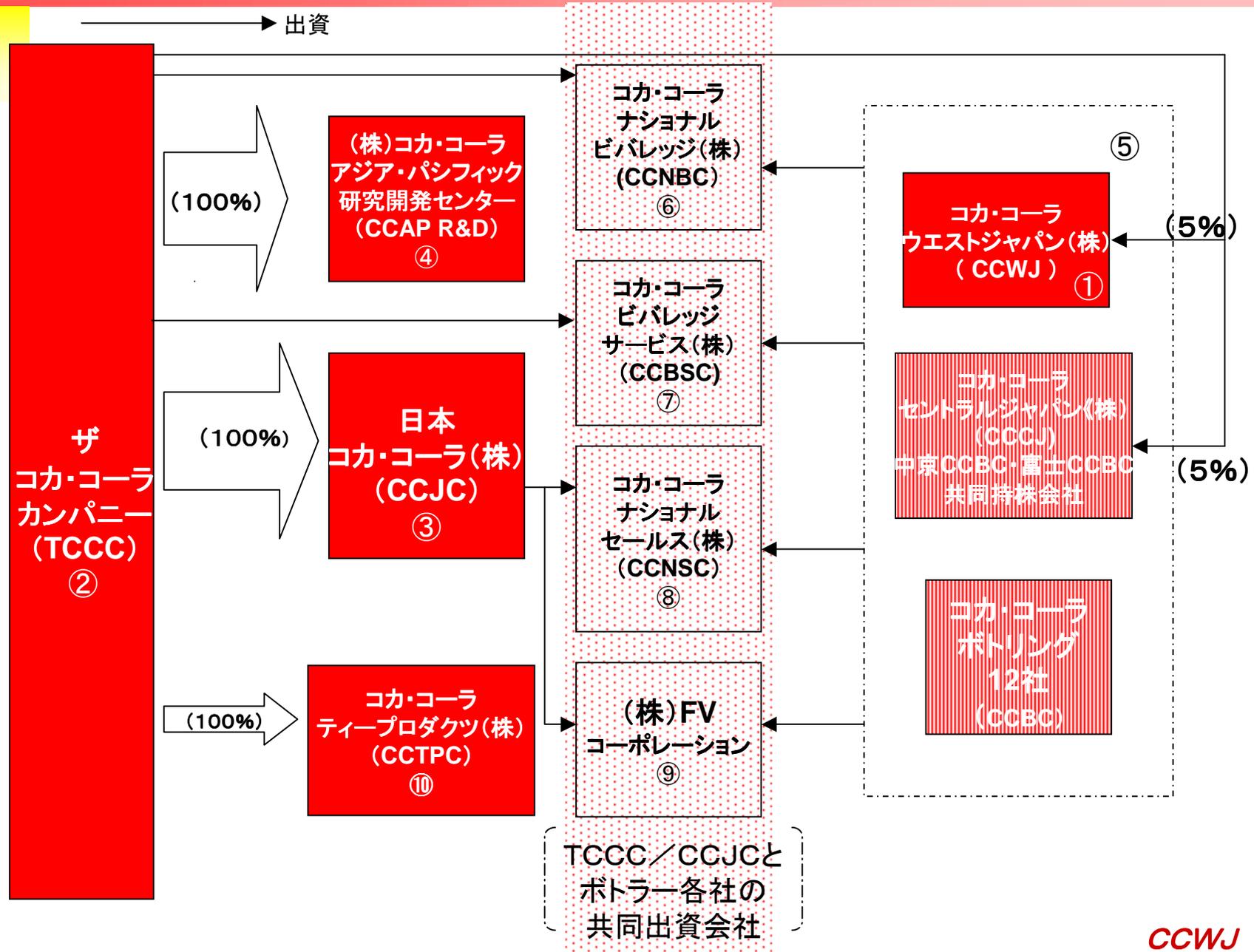
(単位:百万円)

	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・コーラウエストジャパンプロダクツ	6,907	6,673	266	117	268	115	150	58
コ・コーラウエストジャパンペンディング	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)

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。

8.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の大幅な変動
- ・上記以外の様々な不確定要素