

# 2005年12月期中間決算説明会

2005年 8月 5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 | <a href="http://www.ccwj.co.jp/">http://www.ccwj.co.jp/</a> | E-mail kimamura@ccwj.co.jp |

# 目次



## I. 2005年12月期 中間決算

### 1. 2005年12月期 中間決算概要

- (1) 販売数量 ..... 3頁
- (2) 中間決算概要 ..... 4頁
- (3) 対計画増減主要因(連結) ..... 6頁
- (4) 対前年増減主要因(連結) ..... 8頁
- (5) グループ会社の状況(中間期) ..... 11頁

### 2. コカ・コーラナショナルビバレッジの状況 ..... 12頁

### 3. 中間期のまとめ ..... 14頁

## II. 通期予想

### 1. 下半期の活動課題 ..... 16頁

### 2. 販売数量計画 ..... 17頁

### 3. 通期予想 ..... 18頁

## III. 第2四半期マーケティング活動の振返り

### 1. マーケットの状況 ..... 23頁

### 2. 当社販売実績の概況 ..... 26頁

### 3. 第2四半期のまとめ ..... 52頁

## IV. 第3四半期マーケティング活動

### 1. 第3四半期の活動のポイント ..... 54頁

### 2. ブランド戦略 ..... 55頁

### 3. チャネル戦略 ..... 64頁

### 4. 下半期販売数量計画達成のシナリオ ..... 67頁

### 5. 2005年目標 ..... 68頁

## [参考]

### 1. 日本のコカ・コーラシステム ..... 70頁

### 2. グループ会社の状況 ..... 72頁

### 3. 用語の解説 ..... 74頁

# I .2005年12月期 中間決算

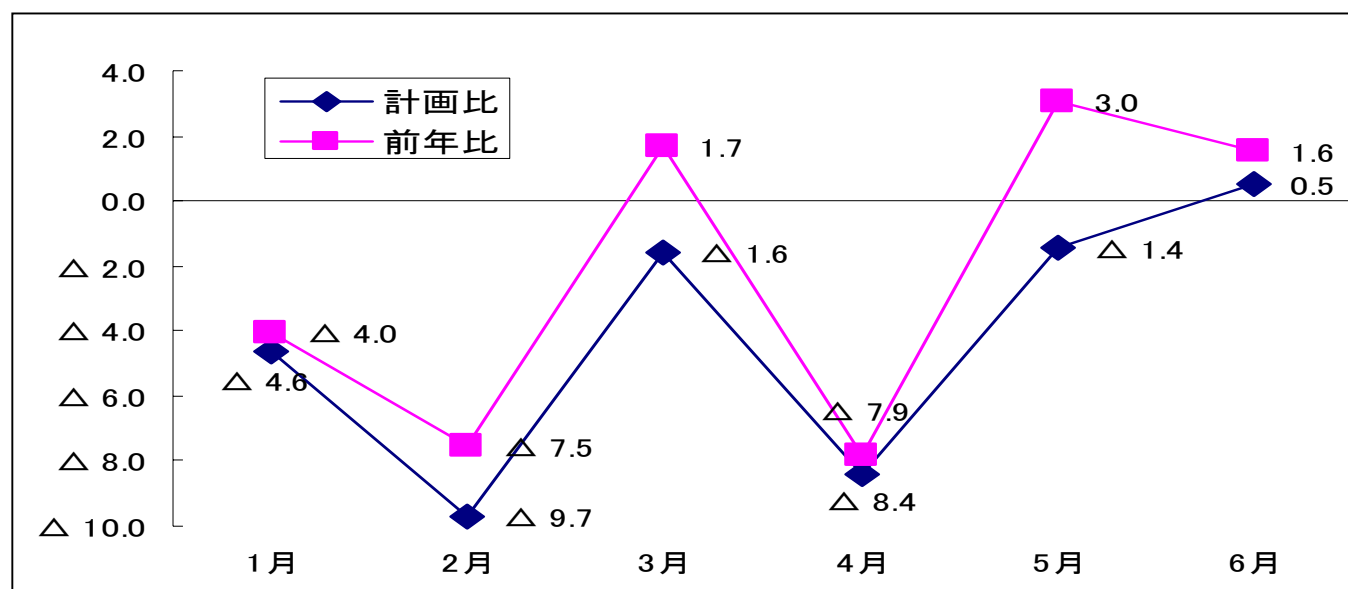
# 1. 2005年12月期中間決算概要



## (1) 販売数量

(単位 千ケース、%)

|        | 2004年<br>実績 | 2005年  |        |        |       |      |       |
|--------|-------------|--------|--------|--------|-------|------|-------|
|        |             | 計 画    | 実 績    | 計画対比   |       | 前年対比 |       |
|        |             |        |        | 増減     | 増減率   | 増減   | 増減率   |
| 第1四半期計 | 18,730      | 19,138 | 18,171 | △967   | △ 5.1 | △559 | △ 3.0 |
| 4月     | 7,759       | 7,806  | 7,150  | △656   | △ 8.4 | △610 | △ 7.9 |
| 5月     | 7,094       | 7,416  | 7,310  | △107   | △ 1.4 | 216  | 3.0   |
| 6月     | 7,934       | 8,017  | 8,058  | 42     | 0.5   | 124  | 1.6   |
| 第2四半期計 | 22,787      | 23,239 | 22,518 | △721   | △ 3.1 | △269 | △ 1.2 |
| 上半期計   | 41,517      | 42,377 | 40,689 | △1,689 | △ 4.0 | △828 | △ 2.0 |



## (2) 中間決算概要(連結)

### ① 第2四半期

(単位 百万円、%)

|         | 2004年<br>第2四半期<br>実績 | 2005年第2四半期 |        |         |        |         |        |
|---------|----------------------|------------|--------|---------|--------|---------|--------|
|         |                      | 計 画        | 実 績    | 計画対比    |        | 前年対比    |        |
|         |                      |            |        | 増減      | 増減率    | 増減      | 増減率    |
| 売 上 高   | 64,721               | 64,800     | 63,193 | △ 1,606 | △ 2.5  | △ 1,527 | △ 2.4  |
| 営 業 利 益 | 3,809                | 4,200      | 3,523  | △ 676   | △ 16.1 | △ 285   | △ 7.5  |
| 経 常 利 益 | 3,837                | 4,200      | 3,594  | △ 605   | △ 14.4 | △ 242   | △ 6.3  |
| 四半期純利益  | 2,099                | 2,300      | 1,715  | △ 584   | △ 25.4 | △ 384   | △ 18.3 |

### ② 中間期

(単位 百万円、%)

|         | 2004年<br>中間期<br>実績 | 2005年中間期 |         |         |        |         |        |
|---------|--------------------|----------|---------|---------|--------|---------|--------|
|         |                    | 計 画      | 実 績     | 計画対比    |        | 前年対比    |        |
|         |                    |          |         | 増減      | 増減率    | 増減      | 増減率    |
| 売 上 高   | 119,850            | 120,600  | 117,359 | △ 3,240 | △ 2.7  | △ 2,491 | △ 2.1  |
| 営 業 利 益 | 8,294              | 6,100    | 5,313   | △ 786   | △ 12.9 | △ 2,981 | △ 35.9 |
| 経 常 利 益 | 8,387              | 6,200    | 5,509   | △ 690   | △ 11.1 | △ 2,878 | △ 34.3 |
| 中間純利益   | 4,726              | 3,000    | 2,543   | △ 456   | △ 15.2 | △ 2,182 | △ 46.2 |

## 参考：単体

### ①第2四半期

(単位 百万円、%)

|         | 2004年<br>第2四半期<br>実績 | 2005年第2四半期 |        |         |        |         |        |
|---------|----------------------|------------|--------|---------|--------|---------|--------|
|         |                      | 計 画        | 実 績    | 計画対比    |        | 前年対比    |        |
|         |                      |            |        | 増減      | 増減率    | 増減      | 増減率    |
| 売 上 高   | 49,874               | 50,300     | 48,269 | △ 2,030 | △ 4.0  | △ 1,604 | △ 3.2  |
| 営 業 利 益 | 3,420                | 3,600      | 3,142  | △ 457   | △ 12.7 | △ 278   | △ 8.1  |
| 経 常 利 益 | 3,441                | 3,700      | 3,234  | △ 465   | △ 12.6 | △ 206   | △ 6.0  |
| 四半期純利益  | 1,879                | 2,100      | 1,653  | △ 446   | △ 21.3 | △ 225   | △ 12.0 |

#### <販売数量>

(単位 千ケース、%)

|         |        |        |        |       |       |       |       |
|---------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|
| エ リ ア 内 | 22,787 | 23,239 | 22,518 | △ 721 | △ 3.1 | △ 269 | △ 1.2 |
|---------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|

### ② 中間期

(単位 百万円、%)

|         | 2004年<br>中間期<br>実績 | 2005年中間期 |        |         |        |         |        |
|---------|--------------------|----------|--------|---------|--------|---------|--------|
|         |                    | 計 画      | 実 績    | 計画対比    |        | 前年対比    |        |
|         |                    |          |        | 増減      | 増減率    | 増減      | 増減率    |
| 売 上 高   | 92,047             | 93,400   | 89,213 | △ 4,186 | △ 4.5  | △ 2,833 | △ 3.1  |
| 営 業 利 益 | 7,753              | 6,200    | 5,509  | △ 690   | △ 11.1 | △ 2,244 | △ 28.9 |
| 経 常 利 益 | 8,123              | 6,500    | 5,906  | △ 593   | △ 9.1  | △ 2,216 | △ 27.3 |
| 中間純利益   | 4,712              | 3,600    | 3,148  | △ 451   | △ 12.5 | △ 1,563 | △ 33.2 |

#### <販売数量>

(単位 千ケース、%)

|         |        |        |        |         |       |       |       |
|---------|--------|--------|--------|---------|-------|-------|-------|
| エ リ ア 内 | 41,517 | 42,377 | 40,689 | △ 1,688 | △ 4.0 | △ 828 | △ 2.0 |
|---------|--------|--------|--------|---------|-------|-------|-------|

### (3) 対計画増減主要因(連結)

|       | 第2四半期<br>増減額 | 中間期<br>増減額 | 増減要因                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 第2四半期<br>増減額                                                                                                        | 中間期<br>増減額                                                                                                            |
|-------|--------------|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 売上高   | △16億円        | △32億円      | <ul style="list-style-type: none"> <li>・エリア内販売数量の減</li> <li>・セールスミックスによる減</li> <li>・他ボトラー販売の減他</li> <li>・CCWJロジスティクス社の増</li> <li>・その他グループ会社の増</li> </ul>                                                                                                                                                         | △14億円<br>△4億円<br>△1億円<br>+3億円<br>-                                                                                  | △34億円<br>△6億円<br>△1億円<br>+6億円<br>+3億円                                                                                 |
| 営業利益  | △7億円         | △8億円       | <b>売上高</b><br><b>売上原価</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・エリア内販売数量の減</li> <li>・セールスミックスによる増</li> <li>・他ボトラー販売の減他</li> <li>・CCWJロジスティクス社の増</li> <li>・その他グループ会社の増</li> </ul> <b>販売費および一般管理費</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・人件費の減</li> <li>・減価償却費の減</li> <li>・販売手数料の減</li> <li>・その他</li> </ul> | <b>16億円減</b><br><b>2億円増</b><br>△8億円<br>+4億円<br>△1億円<br>+3億円<br>+4億円<br><b>11億円減</b><br>△6億円<br>△1億円<br>△1億円<br>△3億円 | <b>32億円減</b><br><b>4億円減</b><br>△18億円<br>+7億円<br>△1億円<br>+4億円<br>+4億円<br><b>20億円減</b><br>△10億円<br>△2億円<br>△1億円<br>△7億円 |
| 経常利益  | △6億円         | △7億円       | 営業外収益<br>営業外費用                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 1億円増<br>-                                                                                                           | 1億円増<br>-                                                                                                             |
| 当期純利益 | △6億円         | △4億円       | <b>経常利益</b><br><b>特別利益</b><br><b>特別損失</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新紙幣対応費用の増</li> <li>・その他</li> </ul> <b>法人税等</b>                                                                                                                                                                                 | <b>6億円減</b><br>1億円増<br>5億円増<br>+3億円<br>+2億円<br>4億円減                                                                 | <b>7億円減</b><br>2億円増<br>5億円増<br>+4億円<br>+1億円<br>6億円減                                                                   |

# 参考 ①: 中間期売上総利益、営業利益の対計画増減主要因(連結)

## <売上総利益>

(単位: 億円)

2005年計画中間期売上総利益

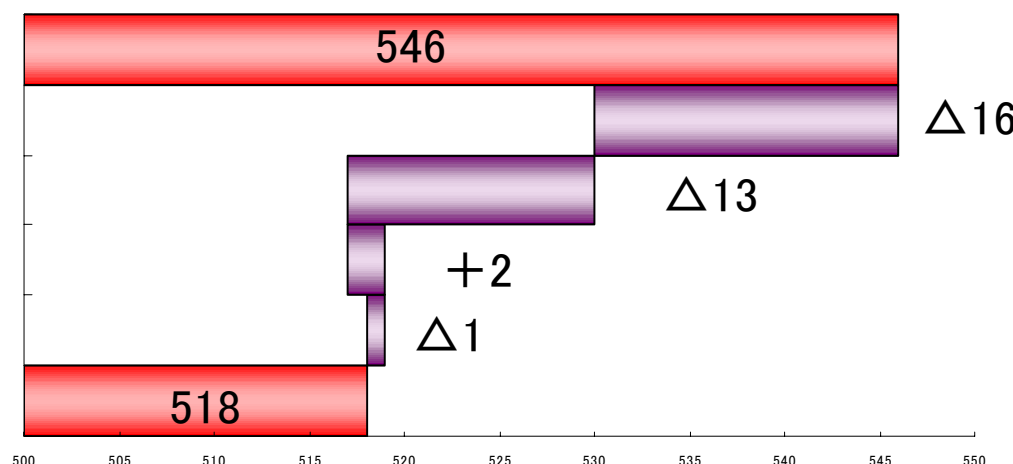
エリア内販売数量の減

セールスマックスによる減

CCWJロジスティクスの増

その他グループ会社の減

2005年実績中間期売上総利益



## <営業利益>

(単位: 億円)

2005年計画中間期営業利益

売上総利益の減

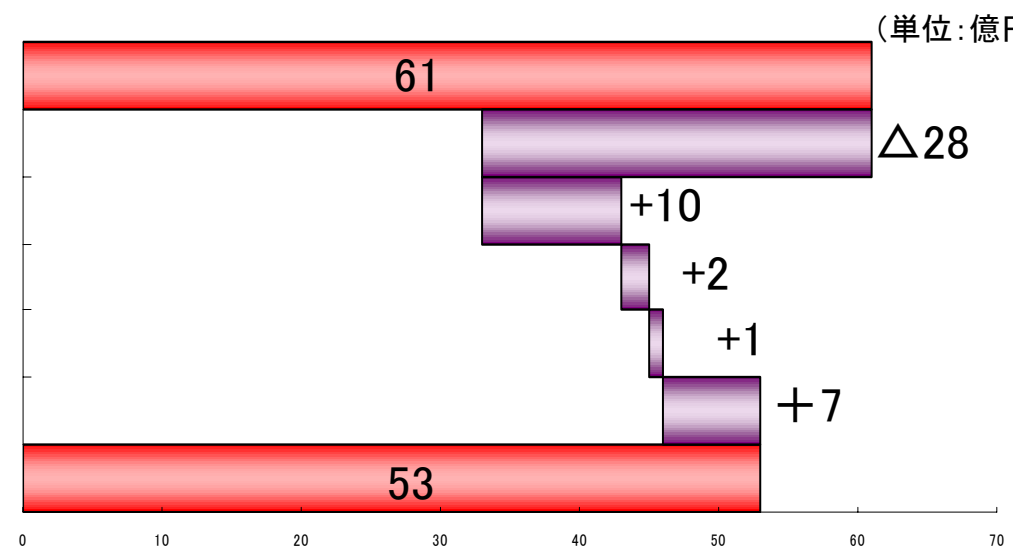
人件費の減

減価償却費の減

販売手数料の減

その他

2005年実績中間期営業利益





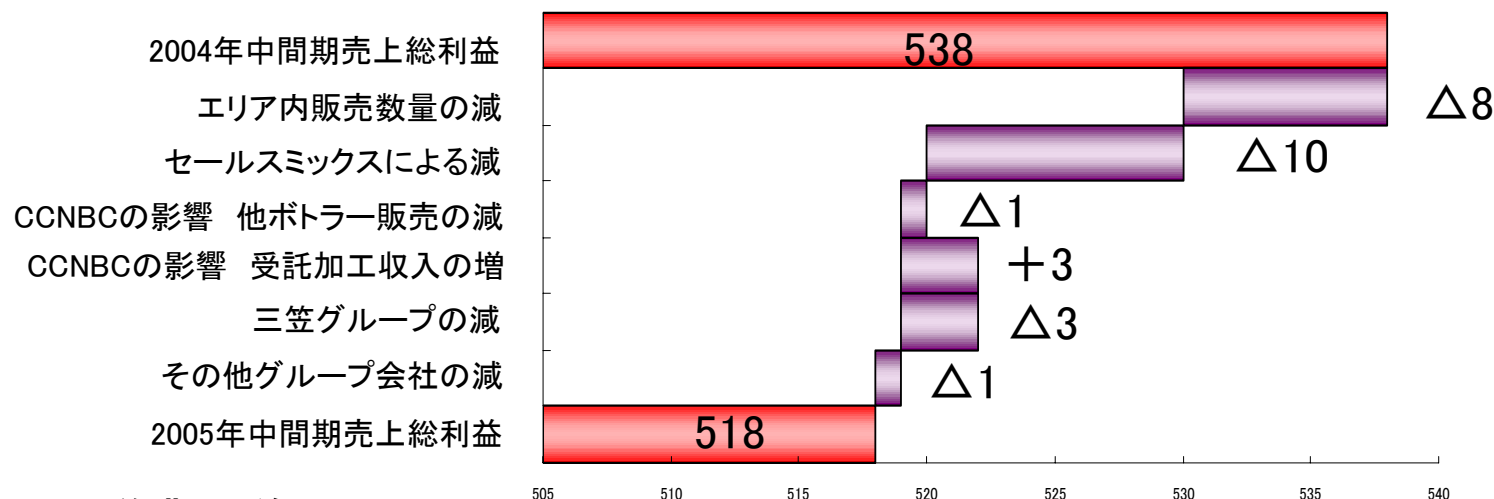
## (4) 対前年増減主要因(連結)

|       | 第2四半期<br>増減額 | 中間期<br>増減額 | 増減要因                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 第2四半期<br>増減額                                                                                                                  | 中間期<br>増減額                                                                                                                     |
|-------|--------------|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 売上高   | △15億円        | △24億円      | <ul style="list-style-type: none"> <li>・エリア内販売数量の減</li> <li>・セールスミックスによる減</li> <li>・CCNBCの影響 他ボトラー販売の減</li> <li>・CCNBCの影響 受託加工収入の増</li> <li>・三笠グループの減</li> <li>・その他グループ会社の増</li> </ul>                                                                                                                                                                        | △5億円<br>△5億円<br>△23億円<br>+15億円<br>△6億円<br>+9億円                                                                                | △17億円<br>△7億円<br>△34億円<br>+31億円<br>△8億円<br>+11億円                                                                               |
| 営業利益  | △2億円         | △29億円      | <b>売上高</b><br><b>売上原価</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・エリア内販売数量の減</li> <li>・セールスミックスによる増</li> <li>・CCNBCの影響 他ボトラー販売の減</li> <li>・CCNBCの影響 受託加工原価の増</li> <li>・三笠グループの減</li> <li>・その他グループ会社の増</li> </ul> <b>販売費および一般管理費</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・人件費(退職給付制度の変更による影響等)の増</li> <li>・業務委託費の増</li> <li>・輸送費の減</li> <li>・その他</li> </ul> | <b>15億円減</b><br><b>3億円減</b><br>△3億円<br>+4億円<br>△21億円<br>+14億円<br>△3億円<br>+6億円<br><b>10億円減</b><br>△1億円<br>+2億円<br>△5億円<br>△6億円 | <b>24億円減</b><br><b>4億円減</b><br>△9億円<br>+3億円<br>△33億円<br>+28億円<br>△5億円<br>+12億円<br><b>9億円増</b><br>+20億円<br>+2億円<br>△8億円<br>△5億円 |
| 経常利益  | △2億円         | △28億円      | 営業外収益<br>営業外費用                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | -<br>-                                                                                                                        | -<br>1億円減                                                                                                                      |
| 当期純利益 | △3億円         | △21億円      | <b>経常利益</b><br><b>特別利益</b><br><b>特別損失</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新紙幣対応費用の増</li> <li>・その他</li> </ul> <b>法人税等</b>                                                                                                                                                                                                                              | <b>2億円減</b><br>-<br><b>5億円増</b><br>+4億円<br>+1億円<br><b>4億円減</b>                                                                | <b>28億円減</b><br><b>1億円増</b><br><b>10億円増</b><br>+9億円<br>+1億円<br><b>16億円減</b>                                                    |

# 参考 ①: 中間期売上総利益、営業利益の対前年増減主要因(連結)

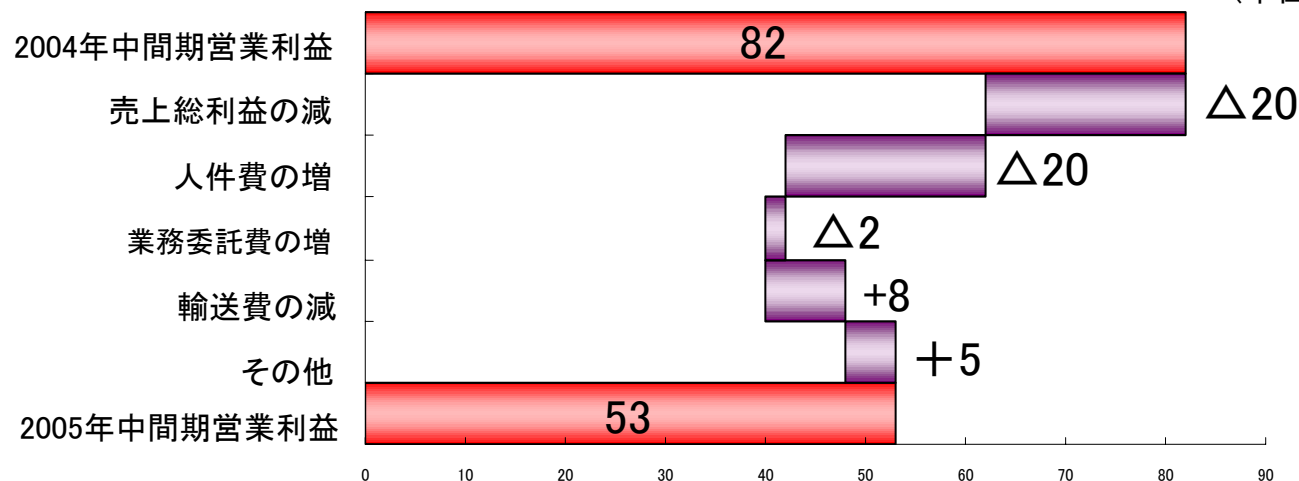
## <売上総利益>

(単位: 億円)



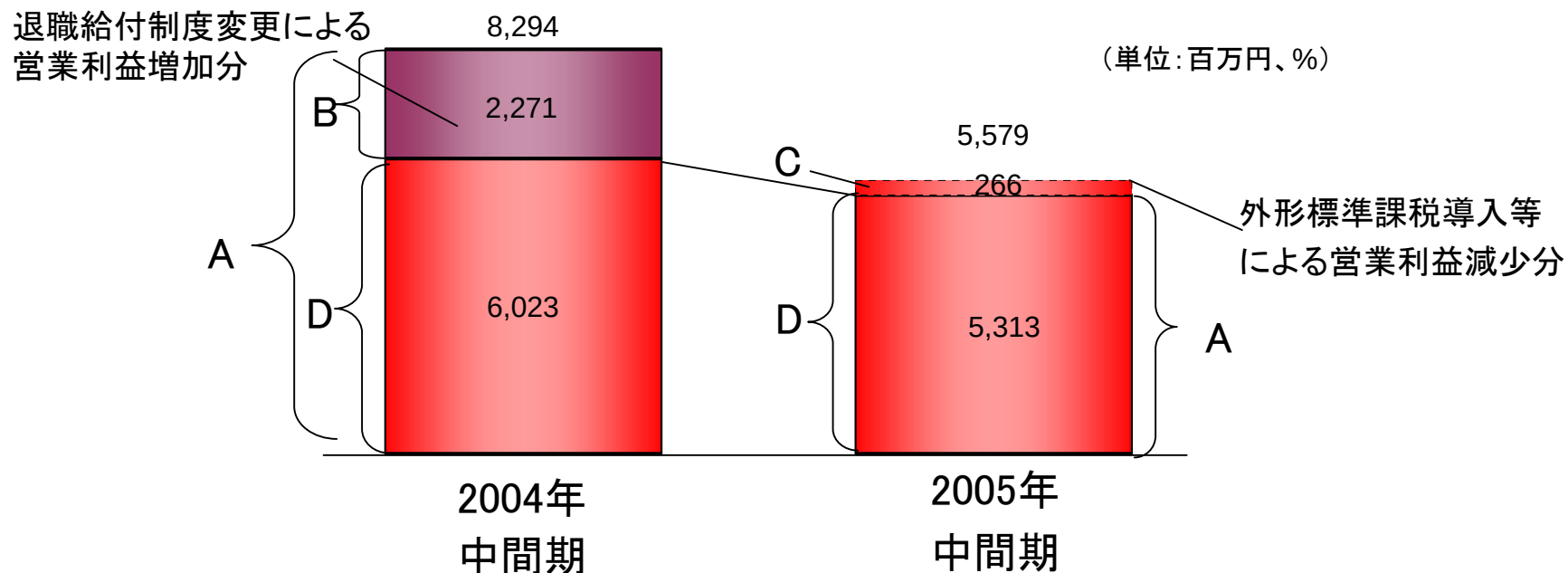
## <営業利益>

(単位: 億円)



## 参考 ②: 中間期営業利益の対前年比較(連結)

... 退職給付制度変更、外形標準課税導入等による営業利益増加分を除いた場合の比較



|                               | 2004年<br>中間期 | 2005年<br>中間期 | 増減      |        |
|-------------------------------|--------------|--------------|---------|--------|
|                               |              |              | 額       | 率      |
| 営業利益 (A)                      | 8,294        | 5,313        | △ 2,981 | △ 35.9 |
| 退職給付制度変更による営業利益増加分 (B)        | 2,271        | -            | △ 2,271 | -      |
| 外形標準課税導入等による営業利益減少分 (C)       | -            | 266          | 266     | -      |
| 差引き営業利益 (D) = (A) - (B) + (C) | 6,023        | 5,578        | △ 444   | △ 7.4  |

## (5) グループ会社の状況(中間期)

### <三笠コカ・コーラグループ>

(単位: 百万円、千ケース、%)

|      | 2004年<br>中間期<br>実績 | 2005年中間期 |        |      |       |       |       |
|------|--------------------|----------|--------|------|-------|-------|-------|
|      |                    | 計画       | 実績     | 計画比  |       | 前年比   |       |
|      |                    |          |        | 増減   | 増減率   | 増減    | 増減率   |
| 販売数量 | 7,464              | 7,639    | 7,659  | 20   | 0.3   | 195   | 2.6   |
| 売上高  | 15,293             | 14,494   | 14,431 | △ 63 | △ 0.4 | △ 862 | △ 5.6 |
| 営業利益 | △ 7                | 42       | 54     | 11   | 28.3  | 61    | —     |

### <西日本ビバレッジ>

(単位: 百万円、千ケース、%)

|      |        |       |       |      |       |       |       |
|------|--------|-------|-------|------|-------|-------|-------|
| 売上高  | 10,236 | 9,714 | 9,687 | △ 27 | △ 0.3 | △ 549 | △ 5.4 |
| 営業利益 | △ 85   | △ 48  | 46    | 95   | —     | 132   | —     |

### <コカ・コーラウエストジャパンプロダクツ>

(単位: 百万円、千ケース、%)

|      |       |       |       |     |     |     |      |
|------|-------|-------|-------|-----|-----|-----|------|
| 売上高  | 3,030 | 3,221 | 3,352 | 131 | 4.1 | 321 | 10.6 |
| 営業利益 | △ 193 | △ 122 | 14    | 136 | —   | 207 | —    |

### <コカ・コーラウエストジャパンロジスティクス>

(単位: 百万円、千ケース、%)

|      |       |       |       |     |      |     |      |
|------|-------|-------|-------|-----|------|-----|------|
| 売上高  | 4,181 | 4,254 | 4,887 | 633 | 14.9 | 705 | 16.9 |
| 営業利益 | △ 21  | △ 43  | 149   | 192 | —    | 170 | —    |

## 2. コカ・コーラナショナルビバレッジ(CCNBC)の状況



### (1)オペレーションの状況

2003年10月-2004年12月

CCNBC  
旧トール製品  
約2億ケース  
400 品種

ボトラー社  
旧フランチャイズ製品  
約4億ケース  
500 品種

2005年1月～

CCNBC  
  
約6億ケース  
900 品種

2005年の活動

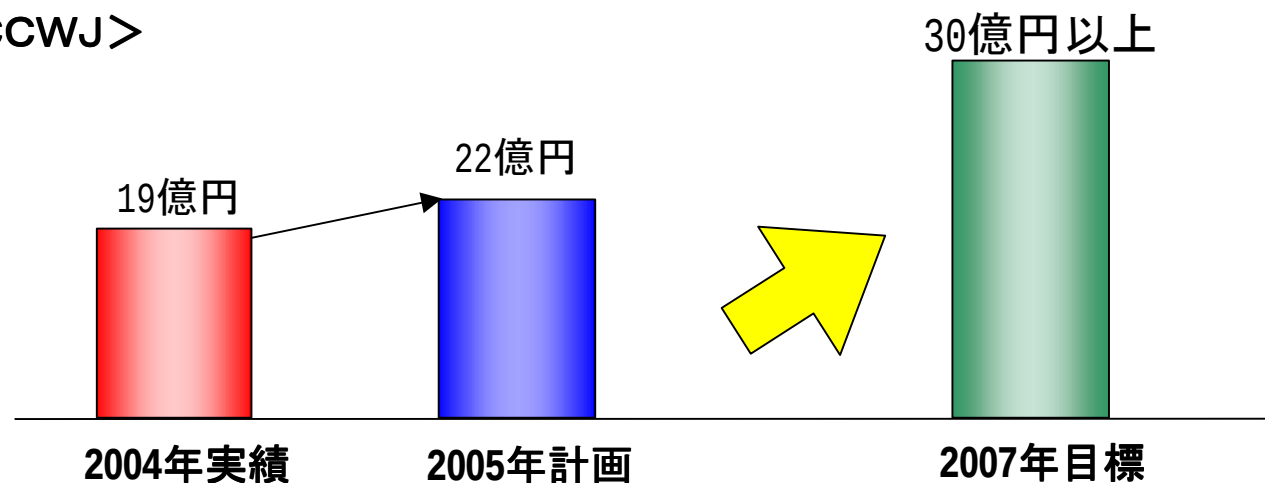
- ・約3ヶ月でカットオーバーを安定
- ・2005年中に学習しながらIT、プロセス、組織を整備
- ・真の最適化に向けた、さらなる効率化

※ トール製品：お茶・水など従来コカ・コーラティープロダクツが製造し、ボトラー社が仕入れて販売していた製品

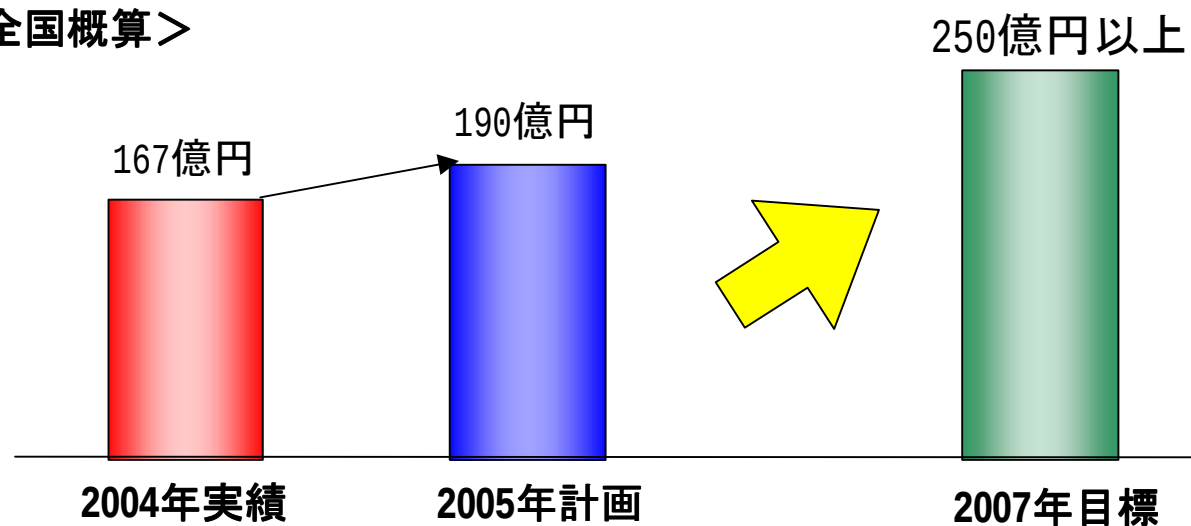
※ フランチャイズ製品：炭酸飲料、コーヒーなどボトラー社が日本コカ・コーラから仕入れた原液を使用し、製造・販売していた製品

## (2) CRP(コスト削減)効果目標(2003年対比)

<CCWJ>



<全国概算>



### 3. 中間期のまとめ



#### (1) 販売数量

◆ 当社の販売数量とマーケットシェア

- ＜第2四半期＞
  - ・ 対計画  $\Delta$  3.1 % 、対前年  $\Delta$  1.2 %
  - ・ 手売りマーケットシェア : 27.5 % (対前年  $\Delta$  1.2 ポイント)
- ＜中間期＞
  - ・ 対計画  $\Delta$  4.0 % 、対前年  $\Delta$  2.0 %
  - ・ 手売りマーケットシェア : 28.4 % (対前年  $\Delta$  1.2 ポイント)

#### (2) 連結業績

- ＜第2四半期＞
  - ・ 売上高 : 631億円 (対計画 16億円減、対前年 15億円減)
  - ・ 営業利益 : 35億円 (対計画 6億円減、対前年 2億円減)
- ＜中間期＞
  - ・ 売上高 : 1,173億円 (対計画 32億円減、対前年 24億円減)
  - ・ 営業利益 : 53億円 (対計画 7億円減、対前年 29億円減)

※ 退職給付制度変更等の影響を除くと、対前年 4億円減

## Ⅱ.通期予想



## 1. 下半期の活動課題



### 経営課題の徹底追求

- ・ 売上とシェアの拡大
- ・ 収益改善

- 
- (1) 最盛期におけるセールス最大化
  - (2) コスト効率の追求
  - (3) グループ事業の強化

## 2. 販売数量計画



(単位: 千ケース、%)

|        | 2004年<br>実績 | 2005年    |          |        |       |       |       |
|--------|-------------|----------|----------|--------|-------|-------|-------|
|        |             | 当初<br>計画 | 修正<br>計画 | 当初計画対比 |       | 前年対比  |       |
|        |             |          |          | 増減     | 増減率   | 増減    | 増減率   |
| 上半期計   | 41,517      | 42,377   | 40,689   | △1,689 | △ 4.0 | △828  | △ 2.0 |
| 第3四半期計 | 25,386      | 27,032   | 27,581   | 549    | 2.0   | 2,195 | 8.6   |
| 第4四半期計 | 20,193      | 21,591   | 21,814   | 224    | 1.0   | 1,622 | 8.0   |
| 下半期計   | 45,579      | 48,623   | 49,395   | 772    | 1.6   | 3,816 | 8.4   |
| 通期     | 87,096      | 91,000   | 90,084   | △916   | △ 1.0 | 2,988 | 3.4   |

### 3. 通期予想



#### (1) 下半期(連結)

(単位 百万円、%)

|       | 2004年<br>実績 | 2005年   |         |        |     |       |      |
|-------|-------------|---------|---------|--------|-----|-------|------|
|       |             | 当初計画    | 修正計画    | 当初計画対比 |     | 前年対比  |      |
|       |             |         |         | 増減     | 増減率 | 増減    | 増減率  |
| 売上高   | 133,398     | 134,200 | 135,900 | 1,700  | 1.3 | 2,501 | 1.9  |
| 営業利益  | 8,565       | 9,500   | 9,900   | 400    | 4.2 | 1,334 | 15.6 |
| 経常利益  | 8,678       | 9,700   | 10,000  | 300    | 3.1 | 1,321 | 15.2 |
| 当期純利益 | 3,838       | 5,600   | 5,700   | 100    | 1.8 | 1,861 | 48.5 |

#### (2) 通期(連結)

(単位 百万円、%)

|       | 2004年<br>実績 | 2005年   |         |         |       |         |       |
|-------|-------------|---------|---------|---------|-------|---------|-------|
|       |             | 当初計画    | 修正計画    | 当初計画対比  |       | 前年対比    |       |
|       |             |         |         | 増減      | 増減率   | 増減      | 増減率   |
| 売上高   | 253,248     | 254,800 | 253,300 | △ 1,500 | △ 0.6 | 51      | 0.0   |
| 営業利益  | 16,860      | 15,600  | 15,200  | △ 400   | △ 2.6 | △ 1,660 | △ 9.8 |
| 経常利益  | 17,065      | 15,900  | 15,500  | △ 400   | △ 2.5 | △ 1,565 | △ 9.2 |
| 当期純利益 | 8,564       | 8,600   | 8,200   | △ 400   | △ 4.7 | △ 364   | △ 4.3 |

## 参考①: 単体

### 1) 下半期

(単位 百万円、%)

|       | 2004年<br>実績 | 2005年   |         |        |      |       |      |
|-------|-------------|---------|---------|--------|------|-------|------|
|       |             | 当初計画    | 修正計画    | 当初計画対比 |      | 前年対比  |      |
|       |             |         |         | 増減     | 増減率  | 増減    | 増減率  |
| 売上高   | 103,019     | 104,900 | 106,100 | 1,200  | 1.1  | 3,080 | 3.0  |
| 営業利益  | 7,270       | 8,100   | 9,100   | 1,000  | 12.3 | 1,829 | 25.2 |
| 経常利益  | 7,422       | 8,300   | 9,200   | 900    | 10.8 | 1,777 | 23.9 |
| 当期純利益 | 3,640       | 4,700   | 5,400   | 700    | 14.9 | 1,759 | 48.3 |

### 2) 通期

(単位 百万円、%)

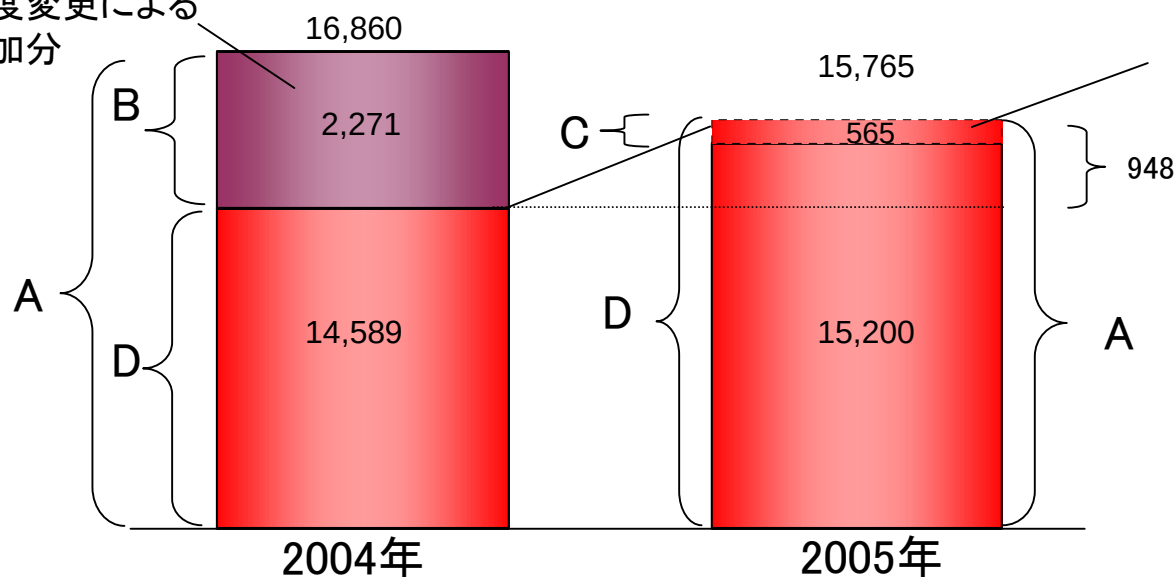
|       | 2004年<br>実績 | 2005年   |         |         |       |       |       |
|-------|-------------|---------|---------|---------|-------|-------|-------|
|       |             | 当初計画    | 修正計画    | 当初計画対比  |       | 前年対比  |       |
|       |             |         |         | 増減      | 増減率   | 増減    | 増減率   |
| 売上高   | 195,066     | 198,300 | 195,300 | △ 3,000 | △ 1.5 | 233   | 0.1   |
| 営業利益  | 15,024      | 14,300  | 14,600  | 300     | 2.1   | △ 424 | △ 2.8 |
| 経常利益  | 15,545      | 14,800  | 15,100  | 300     | 2.0   | △ 445 | △ 2.9 |
| 当期純利益 | 8,353       | 8,300   | 8,500   | 200     | 2.4   | 146   | 1.7   |

## 参考②: 通期営業利益の対前年比較(連結)

・・・退職給付制度変更、外形標準課税導入等による影響を除いた場合の比較

退職給付制度変更による  
営業利益増加分

(単位: 百万円、%)  
外形標準課税導入等  
による営業利益減少分



|                               | 2004年<br>実績 | 2005年<br>通期予想 | 増減      |       |
|-------------------------------|-------------|---------------|---------|-------|
|                               |             |               | 額       | 率     |
| 営業利益 (A)                      | 16,860      | 15,200        | △ 1,660 | △ 9.8 |
| 退職給付制度変更による営業利益増加分 (B)        | 2,271       | -             | △ 2,271 | -     |
| 外形標準課税導入等による営業利益減少分 (C)       | -           | 565           | 565     | -     |
| 差引き営業利益 (D) = (A) - (B) + (C) | 14,589      | 15,765        | 1,176   | 8.1   |

### (3) グループ会社の通期修正計画

#### <三笠コカ・コーラグループ>

(単位: 百万円、千ケース、%)

|      | 2004年<br>通期<br>実績 | 2005年通期 |        |       |       |         |       |
|------|-------------------|---------|--------|-------|-------|---------|-------|
|      |                   | 当初計画    | 修正計画   | 当初計画比 |       | 前年比     |       |
|      |                   |         |        | 増減    | 増減率   | 増減      | 増減率   |
| 販売数量 | 16,075            | 16,400  | 16,430 | 30    | 0.2   | 355     | 2.2   |
| 売上高  | 32,614            | 30,606  | 30,526 | △ 80  | △ 0.3 | △ 2,088 | △ 6.4 |
| 営業利益 | 503               | 495     | 541    | 46    | 9.3   | 38      | 7.6   |

#### <西日本ビバレッジ>

(単位: 百万円、千ケース、%)

|      |        |        |        |       |       |         |       |
|------|--------|--------|--------|-------|-------|---------|-------|
| 売上高  | 21,075 | 19,764 | 19,476 | △ 288 | △ 1.5 | △ 1,599 | △ 7.6 |
| 営業利益 | △ 220  | 53     | 150    | 97    | 183.0 | 370     | —     |

#### <コカ・コーラウエストジャパンプロダクツ>

(単位: 百万円、千ケース、%)

|      |       |       |       |     |       |     |     |
|------|-------|-------|-------|-----|-------|-----|-----|
| 売上高  | 6,592 | 6,644 | 6,772 | 128 | 1.9   | 180 | 2.7 |
| 営業利益 | 137   | 70    | 144   | 74  | 105.7 | 7   | 5.1 |

#### <コカ・コーラウエストジャパンロジスティクス>

(単位: 百万円、千ケース、%)

|      |       |       |        |       |       |       |       |
|------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|
| 売上高  | 9,125 | 9,233 | 10,718 | 1,485 | 16.1  | 1,593 | 17.5  |
| 営業利益 | 266   | 205   | 545    | 340   | 165.9 | 279   | 104.9 |

## Ⅲ.第2四半期マーケティング活動の振返り

# 1. マーケットの状況



## (1) 出荷ベース販売数量 ... メーカー出荷時点

### ① カテゴリー別前年比(全国)

(単位 : %)

|     | カテゴリー計 | 炭酸 | コーヒー | 紅茶 | ウーロン茶 | 日本茶 | スポーツ | ミネラルウォーター |
|-----|--------|----|------|----|-------|-----|------|-----------|
| 上半期 | +2     | 0  | +2   | +3 | △ 8   | +8  | △ 4  | +22       |

出典: 飲料総研

### ② メーカー別前年比(全国)

(単位 : %)

|        | 第1四半期 | 4月  | 5月  | 6月  | 第2四半期 | 上半期 |
|--------|-------|-----|-----|-----|-------|-----|
| 市場計    | +2    | △ 1 | +5  | +3  | +2    | +2  |
| コカ・コーラ | +1    | △ 3 | +5  | +1  | +1    | +1  |
| サントリー  | +4    | +1  | +5  | +4  | +3    | +4  |
| 麒麟     | +1    | 0   | +4  | +10 | +5    | +3  |
| 伊藤園    | +10   | +10 | +10 | +6  | +8    | +9  |
| アサヒ    | +8    | +20 | +17 | +11 | +16   | +12 |

出典: 飲料総研



## (2) 手売りマーケットシェア（除く自販機） ... 店舗販売時点

### ① 全国

（単位：％、ポイント）

|        |     | 第1四半期 | 4月    | 5月    | 6月    | 第2四半期 | 上半期   |
|--------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| コカ・コーラ | シェア | 22.8  | 21.8  | 22.7  | 23.0  | 22.5  | 22.7  |
|        | 前年比 | △ 0.1 | △ 0.7 | +0.3  | +1.3  | +0.3  | +0.2  |
| サントリー  | シェア | 15.7  | 16.0  | 15.3  | 15.3  | 15.5  | 15.6  |
|        | 前年比 | +0.2  | △ 0.1 | △ 0.1 | +0.1  | △ 0.0 | +0.0  |
| 麒麟     | シェア | 9.6   | 9.9   | 9.2   | 9.4   | 9.5   | 9.5   |
|        | 前年比 | △ 0.7 | △ 0.6 | △ 0.7 | △ 0.4 | △ 0.6 | △ 0.6 |
| 伊藤園    | シェア | 6.2   | 5.7   | 6.2   | 5.6   | 5.8   | 6.0   |
|        | 前年比 | +0.4  | +0.1  | +0.1  | △ 0.6 | △ 0.2 | +0.1  |
| アサヒ    | シェア | 5.1   | 6.5   | 5.6   | 5.1   | 5.7   | 5.4   |
|        | 前年比 | +0.5  | +1.7  | +0.7  | +0.3  | +0.9  | +0.7  |

出典：インテージストアオーディット

## ②CCWJテリトリー

(単位: %、ポイント)

|       |     | 第1四半期 | 4月    | 5月    | 6月    | 第2四半期 | 上半期   |
|-------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| CCWJ  | シェア | 29.6  | 27.1  | 27.9  | 27.4  | 27.5  | 28.4  |
|       | 前年比 | △ 1.2 | △ 2.3 | △ 1.1 | △ 0.4 | △ 1.2 | △ 1.2 |
| サントリー | シェア | 12.1  | 12.7  | 11.7  | 11.6  | 11.9  | 12.0  |
|       | 前年比 | +0.1  | △ 0.0 | +0.2  | +0.0  | +0.0  | +0.1  |
| 麒麟    | シェア | 8.9   | 9.2   | 8.5   | 8.8   | 8.8   | 8.8   |
|       | 前年比 | +0.1  | +0.3  | +0.0  | +0.1  | +0.1  | +0.1  |
| 伊藤園   | シェア | 5.1   | 4.9   | 5.3   | 5.2   | 5.1   | 5.1   |
|       | 前年比 | +0.3  | +0.2  | +0.1  | △ 0.3 | △ 0.0 | +0.1  |
| アサヒ   | シェア | 5.0   | 6.3   | 5.5   | 5.2   | 5.6   | 5.3   |
|       | 前年比 | +0.8  | +1.7  | +1.0  | +0.3  | +1.0  | +0.9  |

出典: インテージストアオーディット

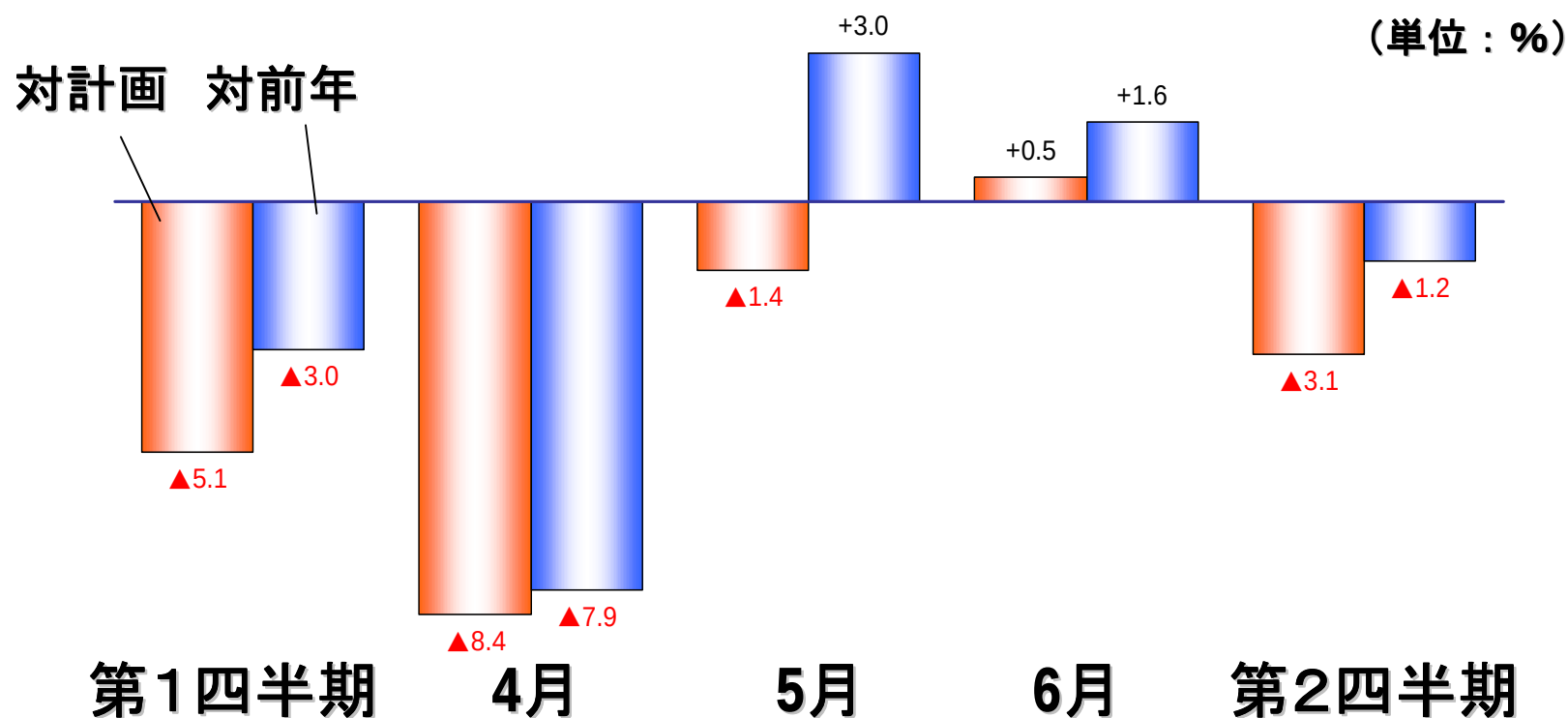
## 2. 当社販売実績の概況



### (1) 月別販売実績実績推移

(単位: 千ケース、%)

|       | 対計画     |       | 対前年   |       |
|-------|---------|-------|-------|-------|
|       | 増減      | 増減率   | 増減    | 増減率   |
| 第1四半期 | △ 967   | △ 5.1 | △ 559 | △ 3.0 |
| 第2四半期 | △ 721   | △ 3.1 | △ 269 | △ 1.2 |
| 上半期   | △ 1,689 | △ 4.0 | △ 828 | △ 2.0 |



## (2) ブランドの状況

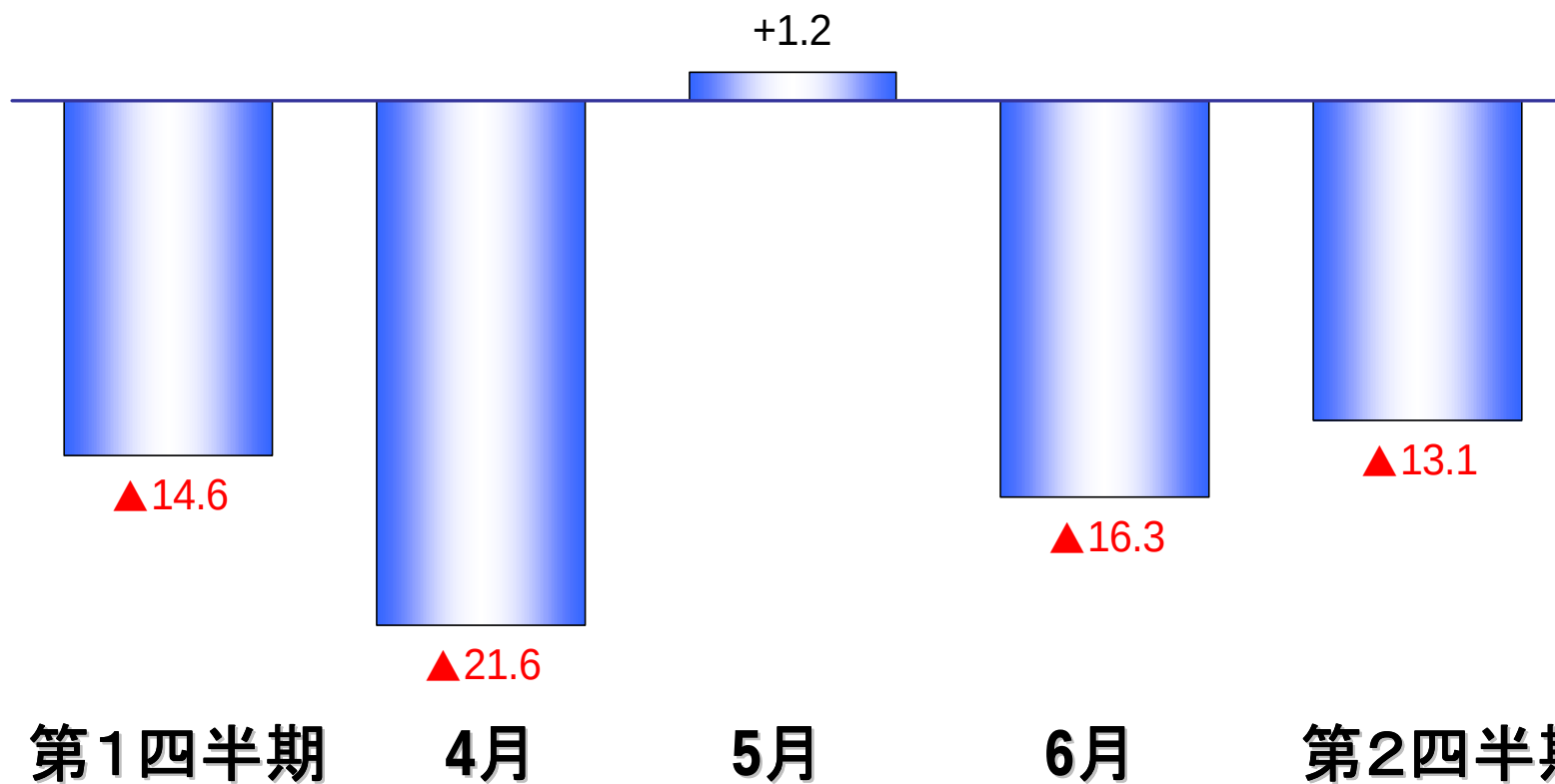
(単位:千ケース、%)

|   |        | 2005年第2四半期 |      |        |      |        | 2005年上半期 |        |        |      |        |
|---|--------|------------|------|--------|------|--------|----------|--------|--------|------|--------|
|   |        | 実 績        | 計画対比 |        | 前年対比 |        | 実 績      | 計画対比   |        | 前年対比 |        |
|   |        |            | 増減   | 増減率    | 増減   | 増減率    |          | 増減     | 増減率    | 増減   | 増減率    |
| ★ | コカ・コーラ | 2,291      | △161 | △ 6.5  | △347 | △ 13.1 | 3,611    | △605   | △ 14.4 | △571 | △ 13.7 |
|   | ジョージア  | 6,285      | △160 | △ 2.5  | 28   | 0.4    | 13,158   | △28    | △ 0.2  | △62  | △ 0.5  |
| ★ | アケリアス  | 2,420      | 207  | 9.4    | 502  | 26.2   | 3,495    | 125    | 3.7    | 552  | 18.8   |
| ★ | 爽健美茶   | 1,718      | △587 | △ 25.5 | △307 | △ 15.1 | 2,945    | △951   | △ 24.4 | △354 | △ 10.7 |
|   | 一／まる茶  | 1,644      | 170  | 11.5   | 440  | 36.5   | 2,662    | 171    | 6.8    | 528  | 24.7   |
|   | 小計     | 14,358     | △530 | △ 3.6  | 316  | 2.3    | 25,872   | △1,289 | △ 4.7  | 92   | 0.4    |
|   | 森の水だより | 612        | 75   | 14.0   | 65   | 11.9   | 1,009    | 25     | 2.5    | 17   | 1.7    |
|   | その他    | 7,548      | △267 | △ 3.4  | △651 | △ 7.9  | 13,808   | △425   | △ 3.0  | △938 | △ 6.4  |
|   | 合計     | 22,518     | △721 | △ 3.1  | △269 | △ 1.2  | 40,689   | △1,689 | △ 4.0  | △828 | △ 2.0  |

# ① コカ・コーラ

## <月別セールス前年比較>

(単位：%)



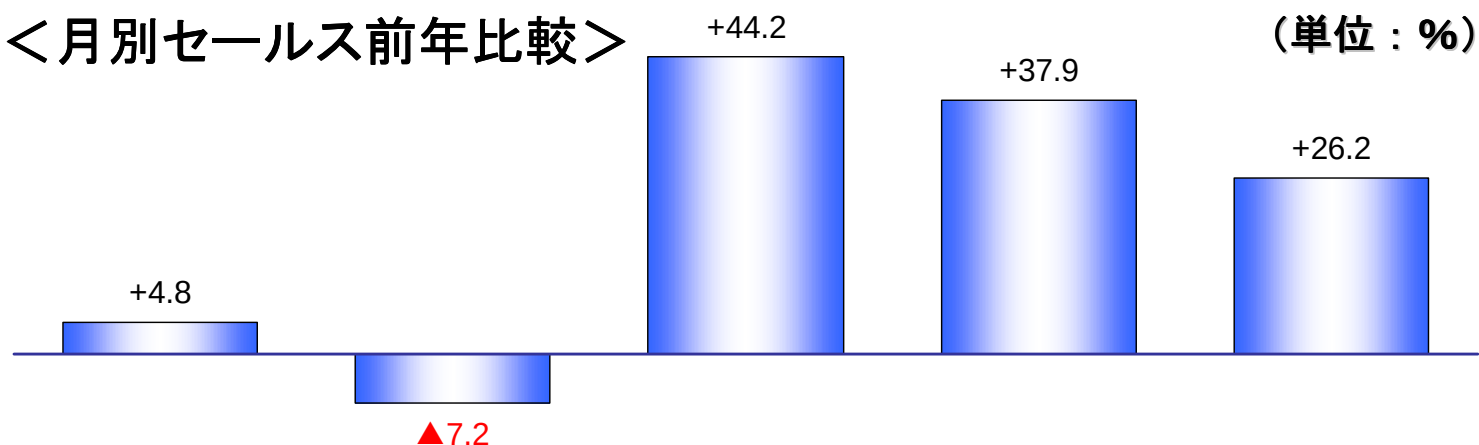
## ＜パッケージ別セールス前年比較(第2四半期)＞

(単位：千ケース、%)

|                 |    | 280缶   | 350缶   | 500缶   | 500PET | 1.5LPET | ボトル缶   | 合計     |        |
|-----------------|----|--------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|
|                 |    |        |        |        |        |         |        | 数量     | %      |
| コカ・コーラ          | 数量 | △ 70   | △ 21   | △ 180  | +11    | △ 17    | +63    | △ 193  | △ 10.0 |
| ダイエット<br>コカ・コーラ | 数量 | △ 16   | △ 2    |        | △ 5    | +2      | △ 31   | △ 50   | △ 15.2 |
| コカ・コーラ<br>レモン   | 数量 | +33    |        |        | +81    | +39     | +71    | +237   | —      |
| コカ・コーラ<br>C2    | 数量 |        | △ 2    |        | △ 168  |         | △ 171  | △ 341  | △ 92.1 |
| 合計              | 数量 | △ 53   | △ 25   | △ 180  | △ 81   | +24     | △ 68   | △ 347  |        |
|                 | %  | △ 23.8 | △ 26.3 | △ 43.7 | △ 12.9 | +5.1    | △ 11.9 | △ 13.1 |        |

## ② アクエリアス

### <月別セールス前年比較>



第1四半期      4月                  5月                  6月                  第2四半期

### <パッケージ別セールス前年比較(第2四半期)>

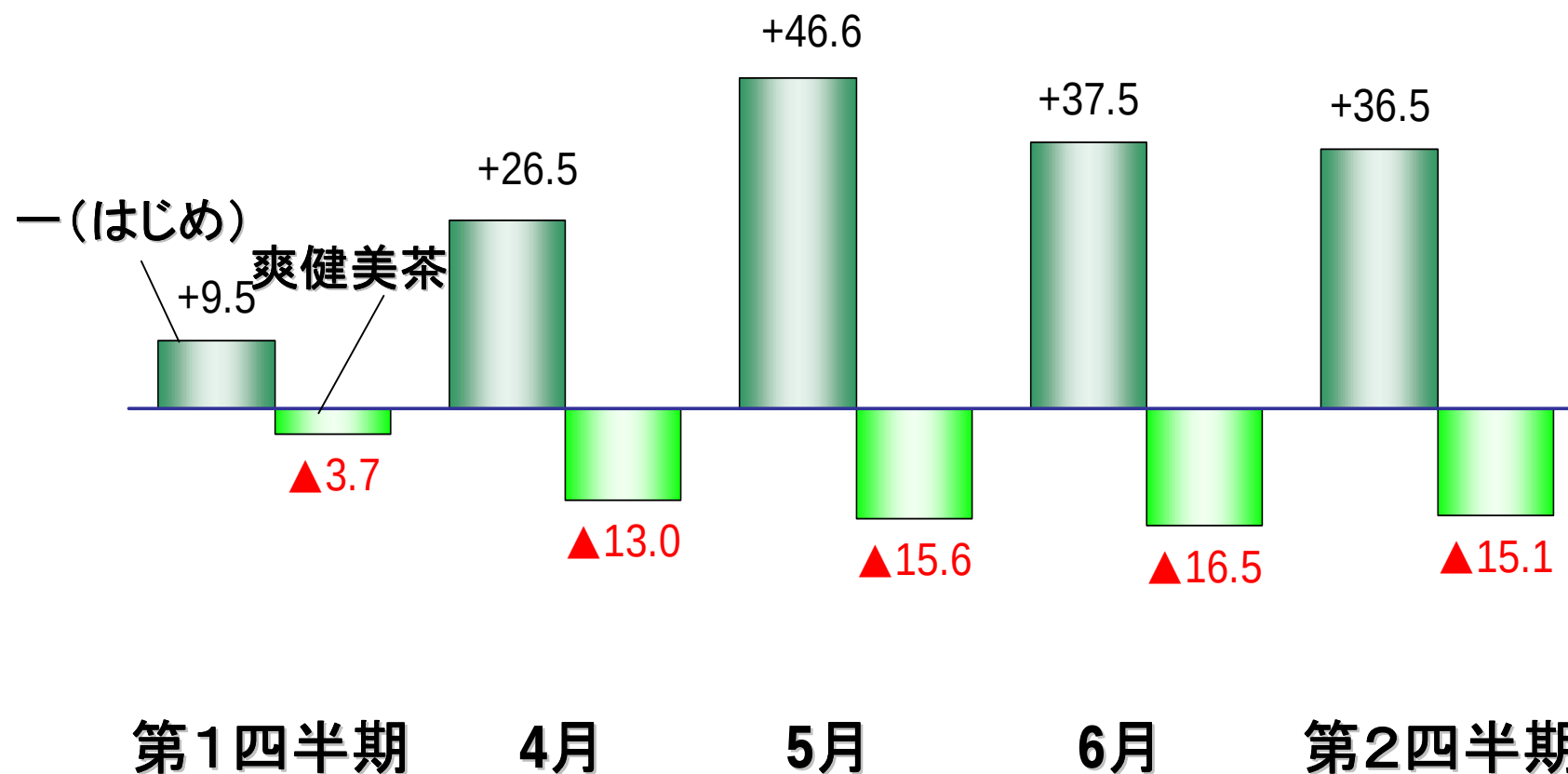
(単位：千ケース、%)

|            |    | 500缶   | 500PET | 2LPET | ボトル缶  | 合計    |      |
|------------|----|--------|--------|-------|-------|-------|------|
|            |    |        |        |       |       | 数量    | %    |
| アクエリアス     | 数量 | △ 141  | +57    | +35   | +15   | +2    | +0.1 |
| アクティブダイエット | 数量 |        | +180   | +141  | +126  | +500  | -    |
| 合計         | 数量 | △ 141  | +237   | +176  | +141  | +502  |      |
|            | %  | △ 43.4 | +53.2  | +23.0 | +51.0 | +26.2 |      |

### ③爽健美茶／一（はじめ）

<月別セールス前年比較>

(単位：%)





## ＜パッケージ別セールス前年比較(第2四半期)＞

(単位 : 千ケース、%)

|       |            |    | 350缶   | 280PET | 500PET | 2.0LPET | 合計    |        |
|-------|------------|----|--------|--------|--------|---------|-------|--------|
|       |            |    |        |        |        |         | 数量    | %      |
| 一／まろ茶 |            | 数量 | △ 57   | +227   | +263   | +28     | +440  | +36.5  |
| 爽健美茶  | 爽健美茶       | 数量 | △ 60   | △ 37   | △ 43   | △ 39    | △ 130 | △ 7.6  |
|       | 爽健美茶緑茶ブレンド | 数量 |        | △ 22   | △ 126  | △ 31    | △ 177 | △ 54.0 |
|       | 計          | 数量 | △ 60   | △ 59   | △ 169  | △ 70    | △ 307 | △ 15.1 |
| 合計    |            | 数量 | △ 117  | +168   | +94    | △ 42    | +133  |        |
|       |            | %  | △ 43.4 | +24.0  | +6.8   | △ 5.6   | +4.1  |        |

## ④ 新商品

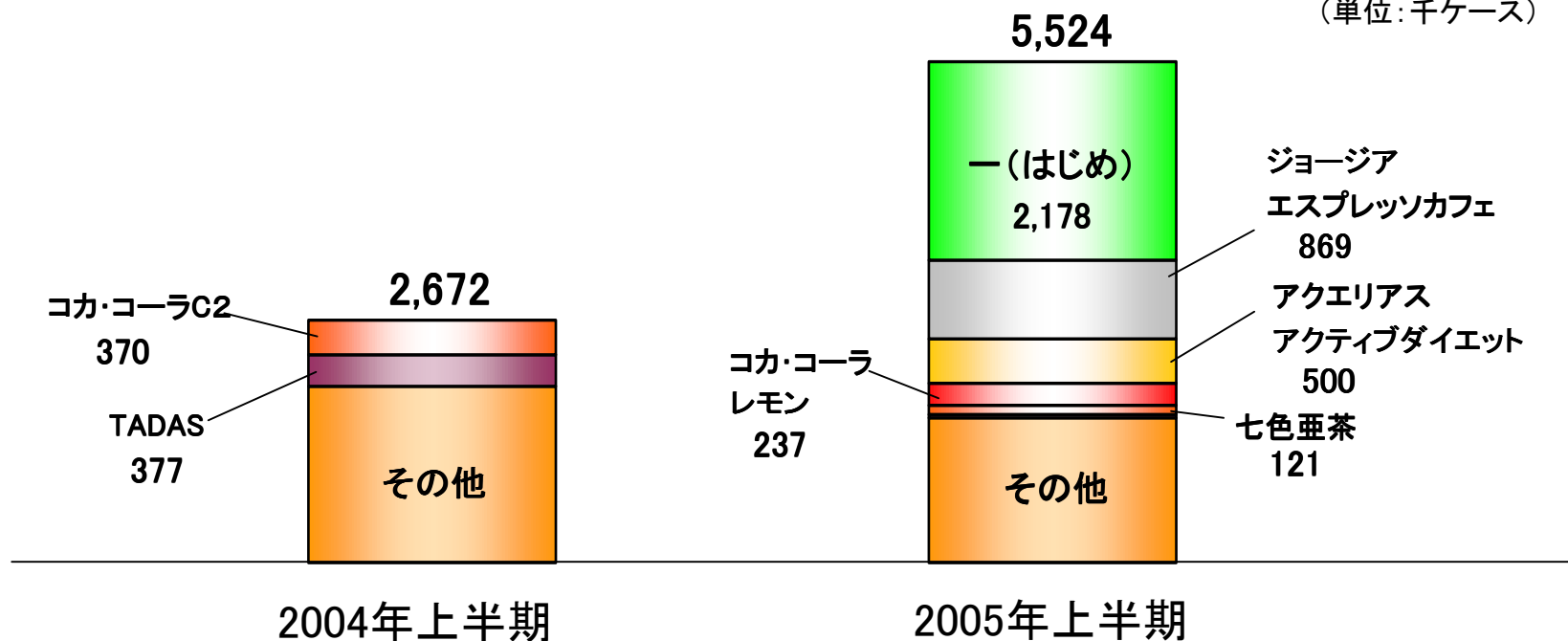
### <品種数および販売数量>

(単位: 品種、千ケース)

|      | 2004年 |       |       | 2005年 |       |       | 前年増減  |       |       |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|      | 第1四半期 | 第2四半期 | 上半期   | 第1四半期 | 第2四半期 | 上半期   | 第1四半期 | 第2四半期 | 上半期   |
| 品種数  | 23    | 54    | 77    | 27    | 47    | 74    | 4     | △ 7   | △ 3   |
| 販売数量 | 725   | 1,947 | 2,672 | 1,257 | 4,267 | 5,524 | 532   | 2,320 | 2,852 |

### <販売数量前年比較>

(単位: 千ケース)





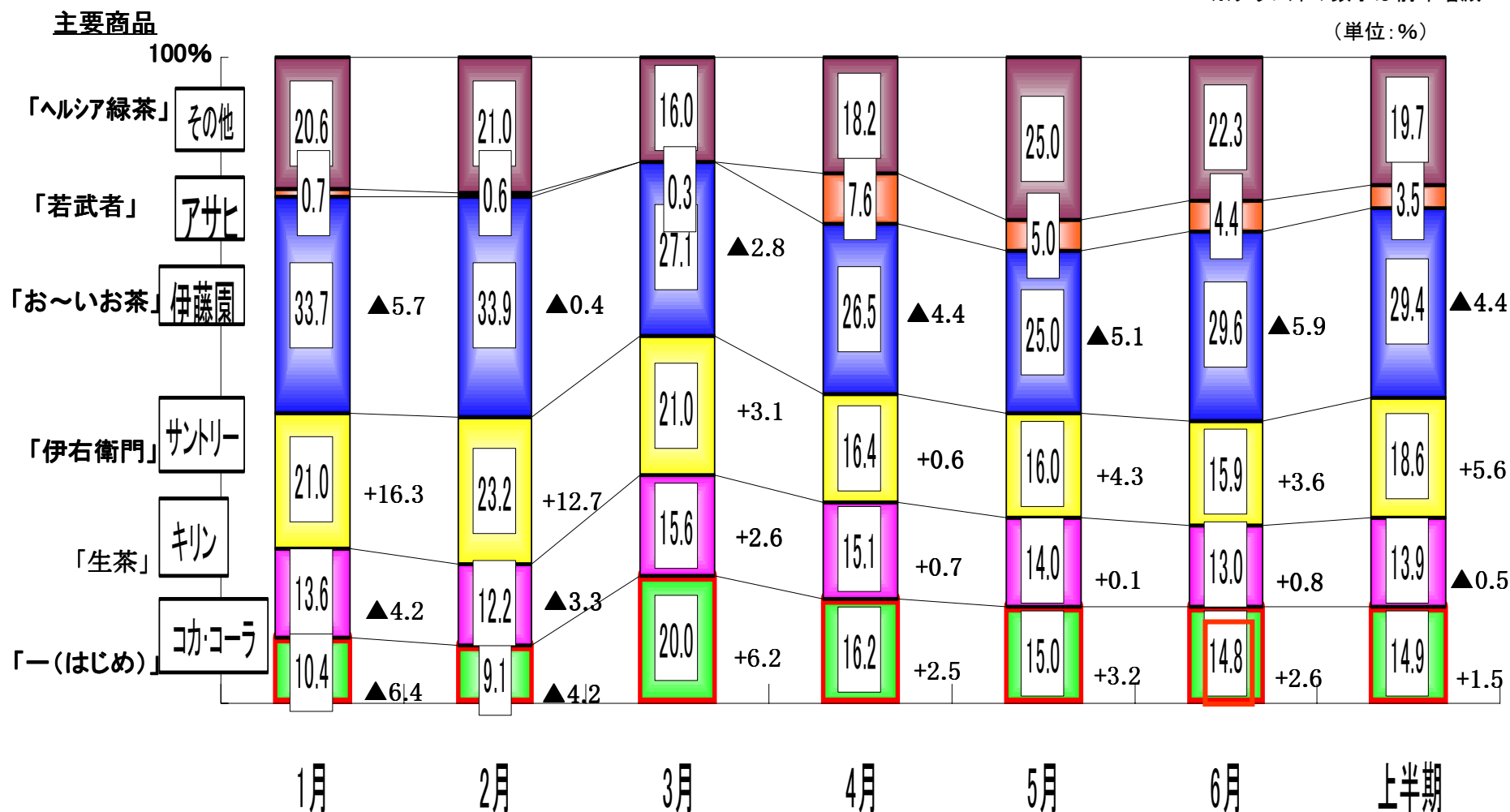
## 参考：一（はじめ）の状況

### 1) 日本茶マーケットシェア推移(CCWJエリア)

出典：インテージ

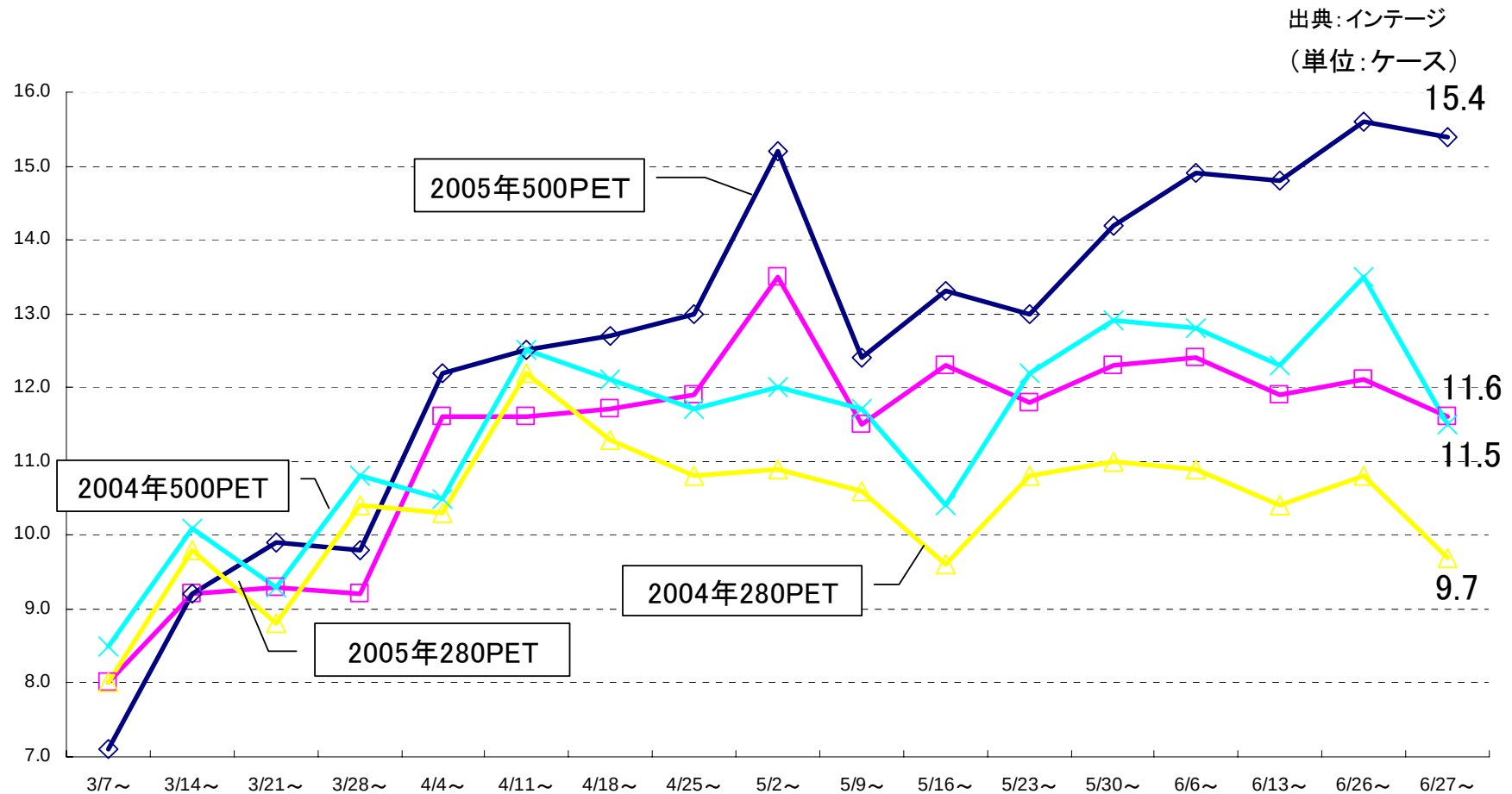
※グラフ外の数字は前年増減

(単位：%)





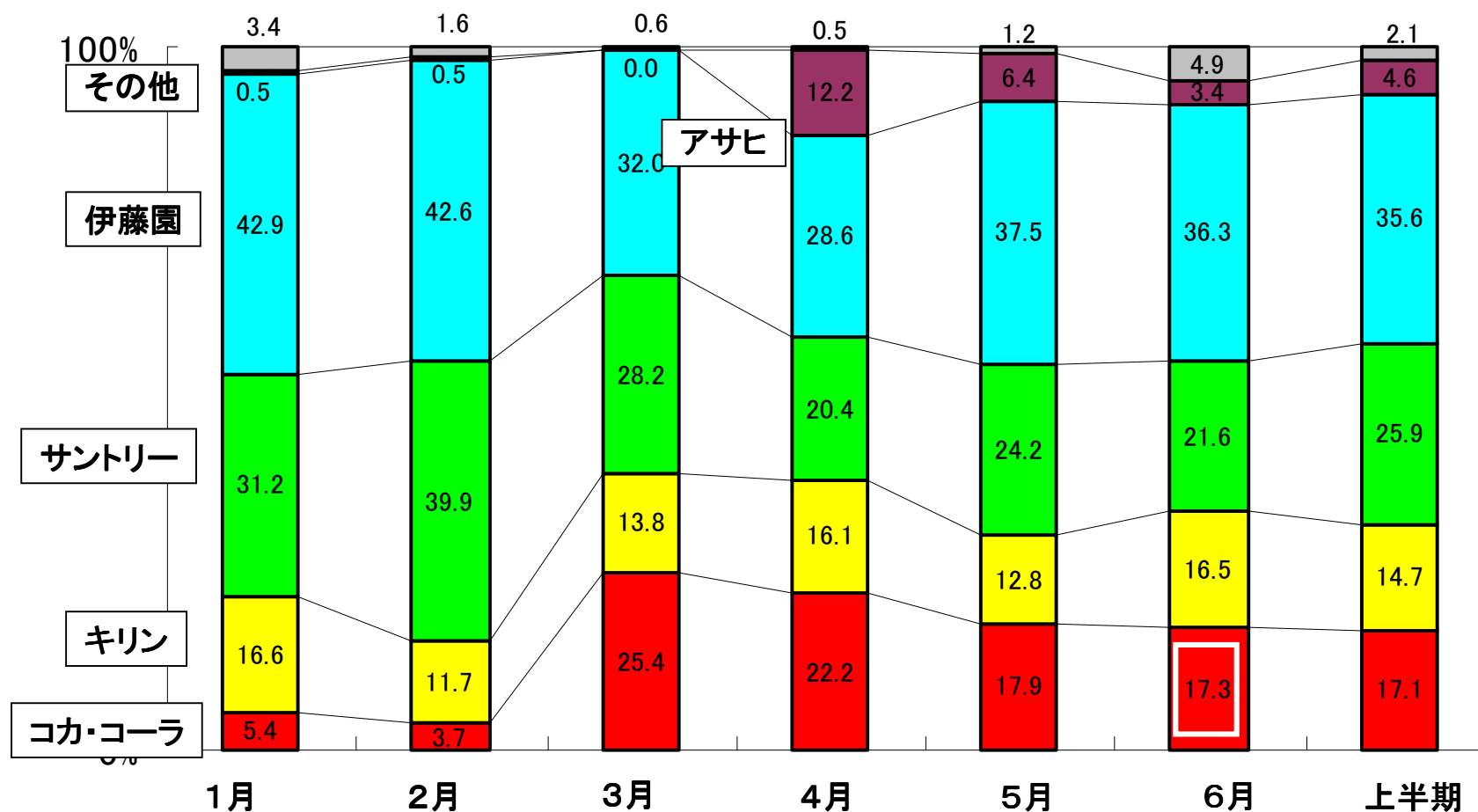
## 2) フルサービス自販機日本茶VPM対前年推移(CCWJエリア)





### 3) コンビニエンス日本茶500PETシェア推移(CCWJエリア)

出典: インテージ  
(単位: %)

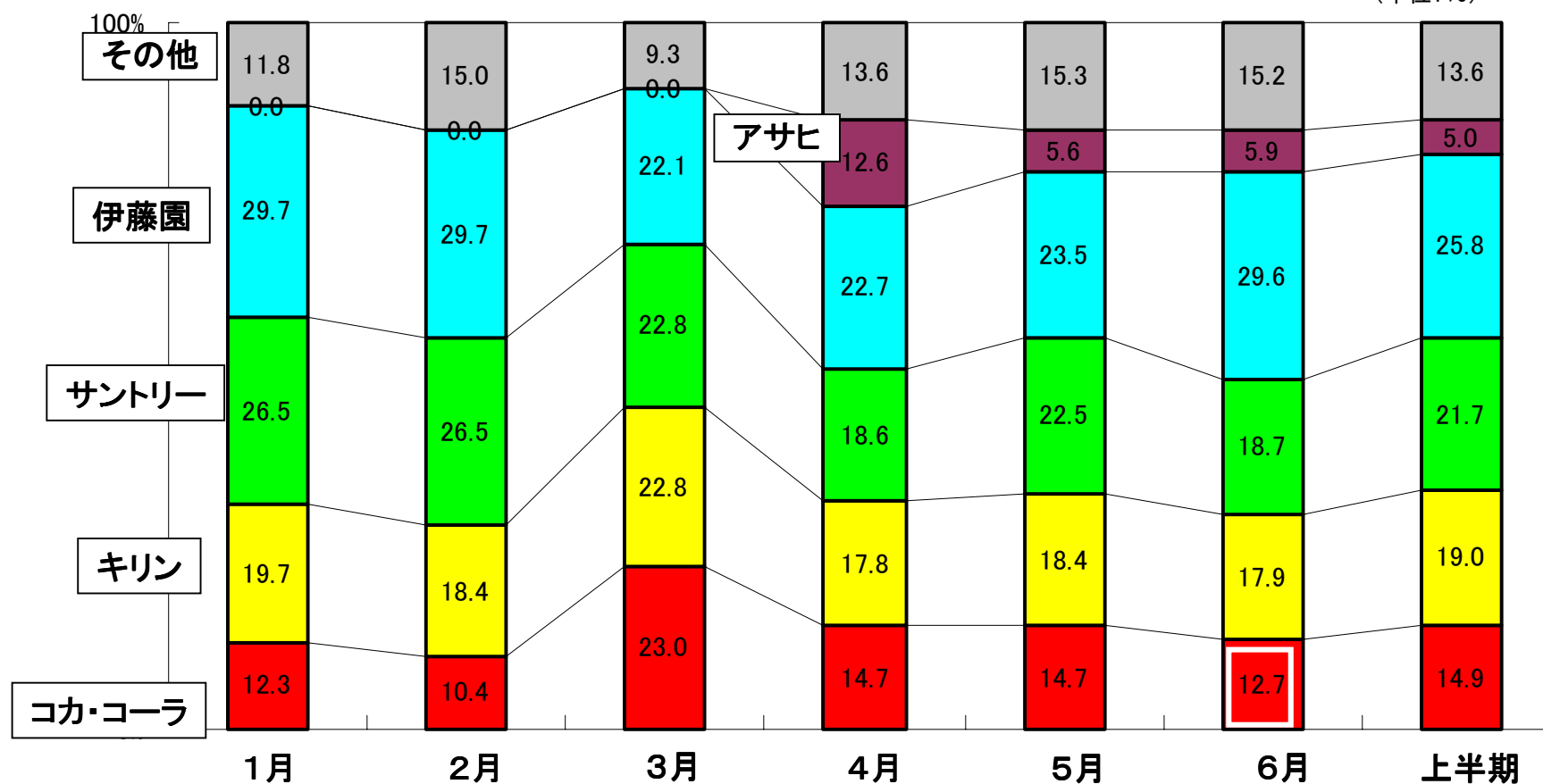




#### 4) スーパーマーケット日本茶2LPETシェア推移(CCWJエリア)

出典: インテージ

(単位: %)



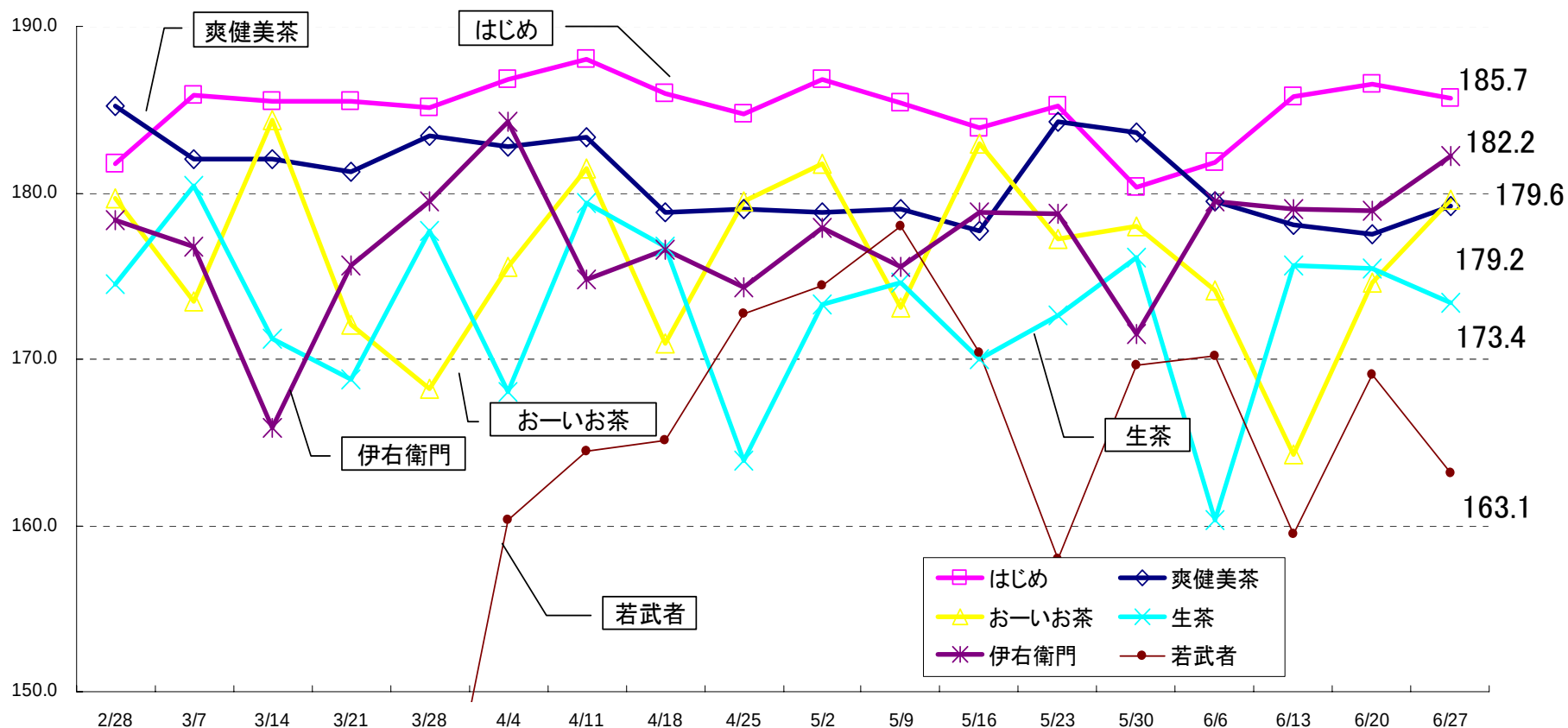


## 5) スーパーマーケット日本茶2LPET価格推移(CCWJエリア)

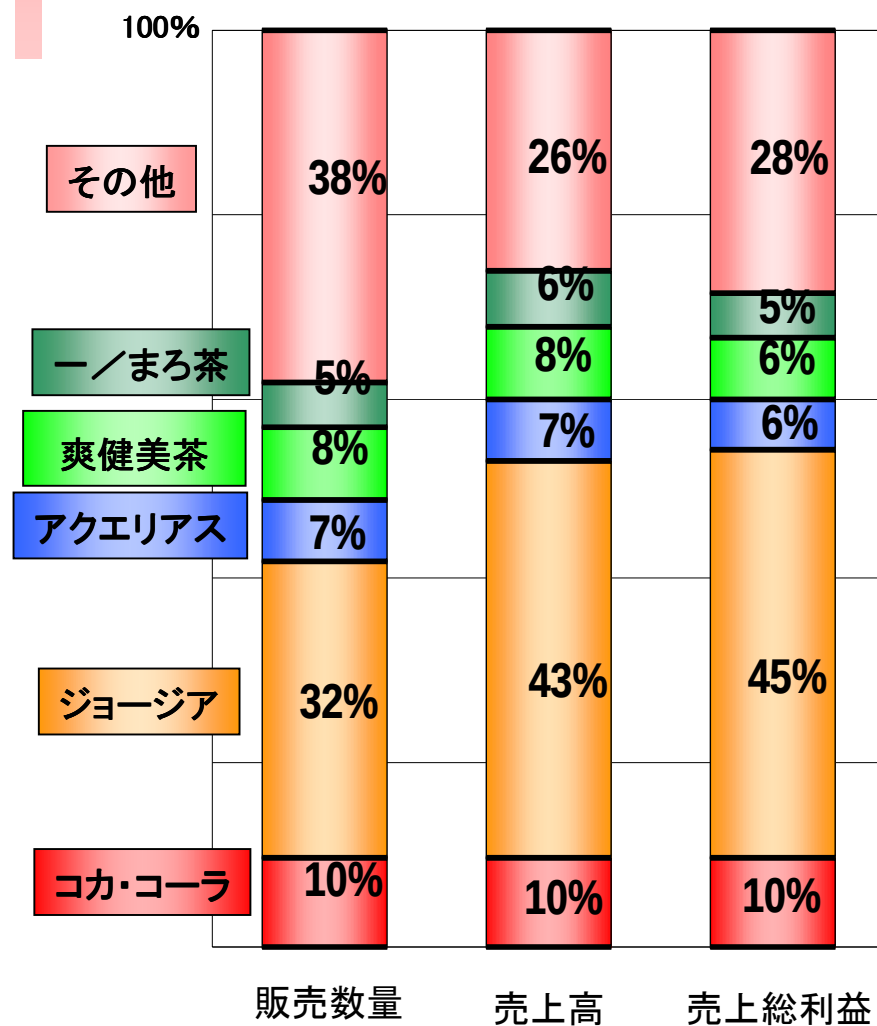
出典: インテージ

(単位: 円)

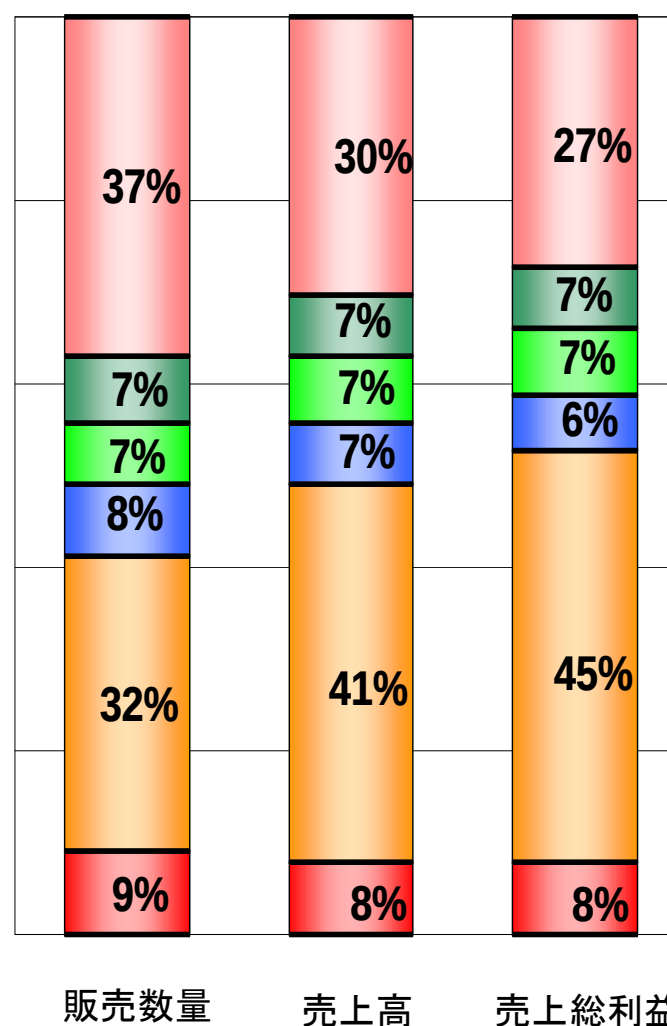
<平均単価(円)>



## ⑤ ブランド別構成比



2004年上半期



2005年上半期



### (3)チャネルの状況

(単位:千ケース、%)

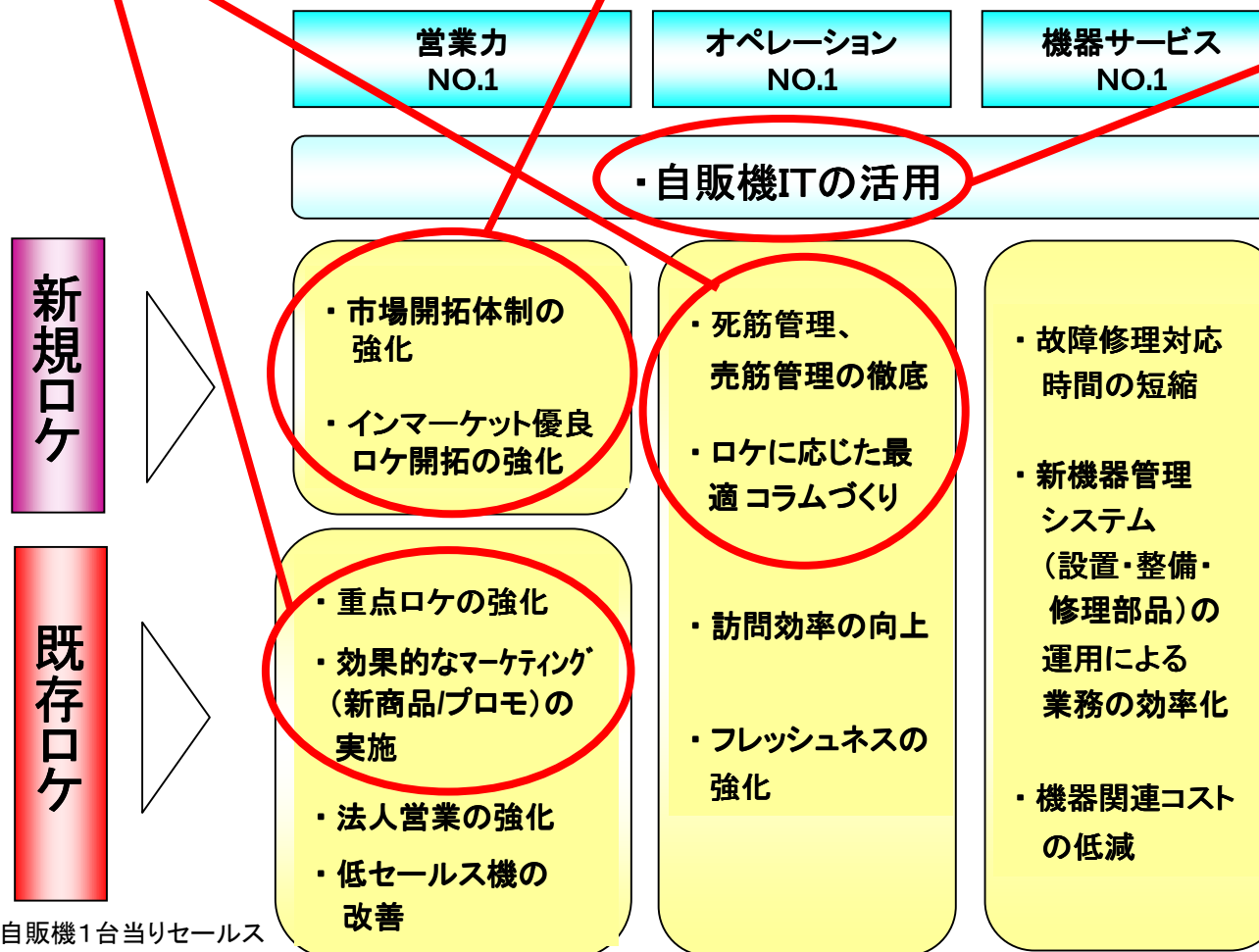
|   |         | 2005年第2四半期 |      |        |      |        | 2005年上半期 |        |        |      |        |
|---|---------|------------|------|--------|------|--------|----------|--------|--------|------|--------|
|   |         | 実 績        | 計画対比 |        | 前年対比 |        | 実 績      | 計画対比   |        | 前年対比 |        |
|   |         |            | 増減   | 増減率    | 増減   | 増減率    |          | 増減     | 増減率    | 増減   | 増減率    |
| ★ | ベンディング  | 7,586      | △83  | △ 1.1  | 289  | 4.0    | 13,901   | △317   | △ 2.2  | 148  | 1.1    |
| ★ | チェーンストア | 4,624      | △56  | △ 1.2  | 116  | 2.6    | 7,706    | △352   | △ 4.4  | △148 | △ 1.9  |
|   | コンビニ    | 2,530      | △102 | △ 3.9  | 58   | 2.3    | 4,865    | △198   | △ 3.9  | △2   | △ 0.0  |
|   | リテール    | 3,683      | △163 | △ 4.2  | △278 | △ 7.0  | 6,509    | △244   | △ 3.6  | △347 | △ 5.1  |
|   | フードサービス | 1,964      | △46  | △ 2.3  | 89   | 4.8    | 3,594    | △135   | △ 3.6  | 72   | 2.0    |
|   | 代理店     | 466        | △12  | △ 2.5  | 5    | 1.0    | 816      | △32    | △ 3.8  | △4   | △ 0.5  |
|   | その他     | 1,664      | △260 | △ 13.5 | △549 | △ 24.8 | 3,298    | △410   | △ 11.1 | △546 | △ 14.2 |
|   | 合計      | 22,518     | △721 | △ 3.1  | △269 | △ 1.2  | 40,689   | △1,689 | △ 4.0  | △828 | △ 2.0  |

# ①ベンディング

## 1) VPMの回復

## 2) 新規開発活動の強化

## 3) IT化の推進



※ VPM : 自販機1台当りセールス

## 1) VPMの回復

※ VPM : 自販機1台当りセールス

### ◆重点アカウント計23千台(FS自販機の22%)の強化

... 1～6月セールス前年比 102.3%

### ◆自販機OEP活動によるコラムの最適化

※ OEP : 活動指標(KBI)に基づいたオペレーション改善活動  
(Operation Effectiveness Project)

### <フルサービス自販機全体のVPM推移>

(単位: ケース、%)

|       | 第1四半期 | 4月    | 5月     | 6月     | 第2四半期  | 上半期   |
|-------|-------|-------|--------|--------|--------|-------|
| 2004年 | 66.1  | 24.1  | 23.7   | 26.2   | 74.0   | 140.2 |
| 2005年 | 63.1  | 23.6  | 24.9   | 27.0   | 75.6   | 138.6 |
| 前年比   | 95.3% | 98.0% | 105.2% | 103.0% | 102.1% | 98.9% |

## 2) 新規開発活動の強化

◆全エリアにおける開発クルー活動(4月～5月)

◆市場開発統括部による組織開発を強化

◆地域貢献型自販機の展開

... 災害対応型自販機、サッカー/行政支援自販機等

### <開発活動実績>

(単位:台)

|    | 第1四半期   | 4月    | 5月    | 6月    | 第2四半期 | 上半期     |
|----|---------|-------|-------|-------|-------|---------|
| 計画 | 3,463   | 1,372 | 1,161 | 1,191 | 3,724 | 7,187   |
| 実績 | 2,257   | 1,331 | 1,047 | 1,373 | 3,751 | 6,008   |
| 増減 | △ 1,206 | △ 41  | △ 114 | +182  | +27   | △ 1,179 |

### <市場開発統括部の開発活動実績>

|                |    | 第1四半期 | 第2四半期 | 上半期 |
|----------------|----|-------|-------|-----|
| 台数(台)          | 計画 | 220   | 290   | 510 |
|                | 実績 | 273   | 449   | 722 |
| 年間獲得セールス(千ケース) |    | 159   | 242   | 401 |
| VPM(ケース)       |    | 582   | 534   | 555 |

※ VPM : 自販機1台当りセールス

### 3)IT化の推進

オンラインシステムの拡大、IT自販機の投入は、計画に沿って進行中

#### <事例紹介:災害対応型自販機>

##### 災害対応型自販機の概要

- ・ 電光掲示板で災害情報を表示
- ・ 災害発生時、清涼飲料水を無料提供
- ・ 島根県安来市に西日本初導入(20台)
- ・ 山陰地方を中心に複数自治体に拡大中



#### 4) ベンディング(FS)における販売数量の状況

##### <販売数量の状況>

(単位:千ケース、%)

|     |    | 第1四半期 | 4月    | 5月    | 6月    | 第2四半期 | 上半期    |
|-----|----|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| 実績  |    | 6,314 | 2,369 | 2,504 | 2,713 | 7,586 | 13,901 |
| 前年比 | 数量 | △ 140 | △ 12  | 166   | 134   | 289   | 148    |
|     | %  | △ 2.2 | △ 0.5 | 7.1   | 5.2   | 4.0   | 1.1    |
| 計画比 |    |       |       |       |       |       |        |
| 計画比 | 数量 | △ 234 | △ 109 | △ 41  | 67    | △ 83  | △ 317  |
|     | %  | △ 3.6 | △ 4.4 | △ 1.6 | 2.5   | △ 1.1 | △ 2.2  |

②チェーンストア

# テンラウンド・10

～買場の垂直・水平拡大 10%UP！～

## ① 買場皆革

5つの買場づくり

## ② 商品皆革

買場づくりを  
可能にする  
商品政策

## ③ アカウント営業皆革

買場づくりを  
可能にする  
マネジメント

## 1) 買場皆革

◆全店舗(3,157店)で買場調査と進捗管理

◆機材、資材の積極投入による買場拡大

・冷却機器の投入

... 小型HOT&COLDクーラー 投入台数 : 191 台 (2004年末比 +30%)

... 平型クーラー 投入台数 : 397 台 (2004年末比 +39%)

◆総品種数の拡大

... 6月末時点1店舗当り品種数:29.2(2004年末比 +9%)

<第2四半期買場実績 ... 1店舗当りの買場数>

| 店舗数    | 品種数    | フェイス  | 機材・資材 | 販売箇所  |
|--------|--------|-------|-------|-------|
| 3,157店 | 29.2品種 | 85.3列 | 1.5台  | 2.0箇所 |



## 2) 商品皆革

### ◆大型パッケージのボリューム・シェアの回復

... ボリューム獲得商材の設定と柔軟な価格政策

### ◆重点商品の拡大

#### ・ミディPETコーナーの獲得活動

... 6月末時点1店舗当り品種数：4.0（2004年末比 +0.8）

#### ・500PETまとめてチョイスコーナーの獲得活動

... 6月末時点1店舗当り品種数：9.1（2004年末比 +0.7）

### <パッケージ別セールス前年比>

（単位：千ケース、％）

|         | 2005年第1四半期 |        | 2005年第2四半期 |       | 2005年上半期 |       |
|---------|------------|--------|------------|-------|----------|-------|
|         | 数量         | %      | 数量         | %     | 数量       | %     |
| 2LPET   | △223       | △ 15.9 | +84        | +4.7  | △139     | △ 4.4 |
| 1.5LPET | △ 76       | △ 9.6  | △6         | △ 0.7 | △83      | △ 5.0 |
| 1LPET   | +37        | +588.2 | +19        | +38.2 | +56      | +99.3 |
| 500PET  | +13        | +2.7   | +24        | +3.0  | +37      | +2.9  |

### 3) アカウント営業皆革

#### ◆ディスカウント系9アカウントの業績回復

- ・本社直轄組織への変更(5月)
- ・アカウントの特性に応じた改善活動
  - ... 本部との関係強化
  - ... カテゴリーマネージメント

#### ◆重点アカウント・個店の強化

- ・重点53アカウントからの重点個店の選出(827店)
  - ... 戦略個店として重点的な活動を展開

#### <アカウント区分別セールス前年比>

(単位:千ケース、ポイント)

|                | 2005年第1四半期 |       | 2005年第2四半期 |       | 2005年上半期 |       |
|----------------|------------|-------|------------|-------|----------|-------|
|                | 数量         | %     | 数量         | %     | 数量       | %     |
| ディスカウント系9アカウント | △183       | △23.4 | △28        | △2.9  | △211     | △11.9 |
| 重点アカウント        | △18        | △1.4  | +124       | +7.4  | +106     | +3.6  |
| CCNSC/NK       | +34        | +7.1  | +99        | +16.0 | +133     | +12.1 |
| その他            | △98        | △11.5 | △78        | △6.4  | △177     | △8.5  |
| 合計             | △265       | △7.9  | +116       | +2.6  | △148     | △1.9  |

※ CCNSC : コカ・コーラナショナルセールス社扱いのナショナルチェーンスーパーマーケット

NK : CCJCとボトラー社の共同扱いのチェーンスーパーマーケット

#### 4) チェーンストアにおける販売数量とシェアの状況

##### ＜販売数量の状況＞

(単位: 千ケース、%)

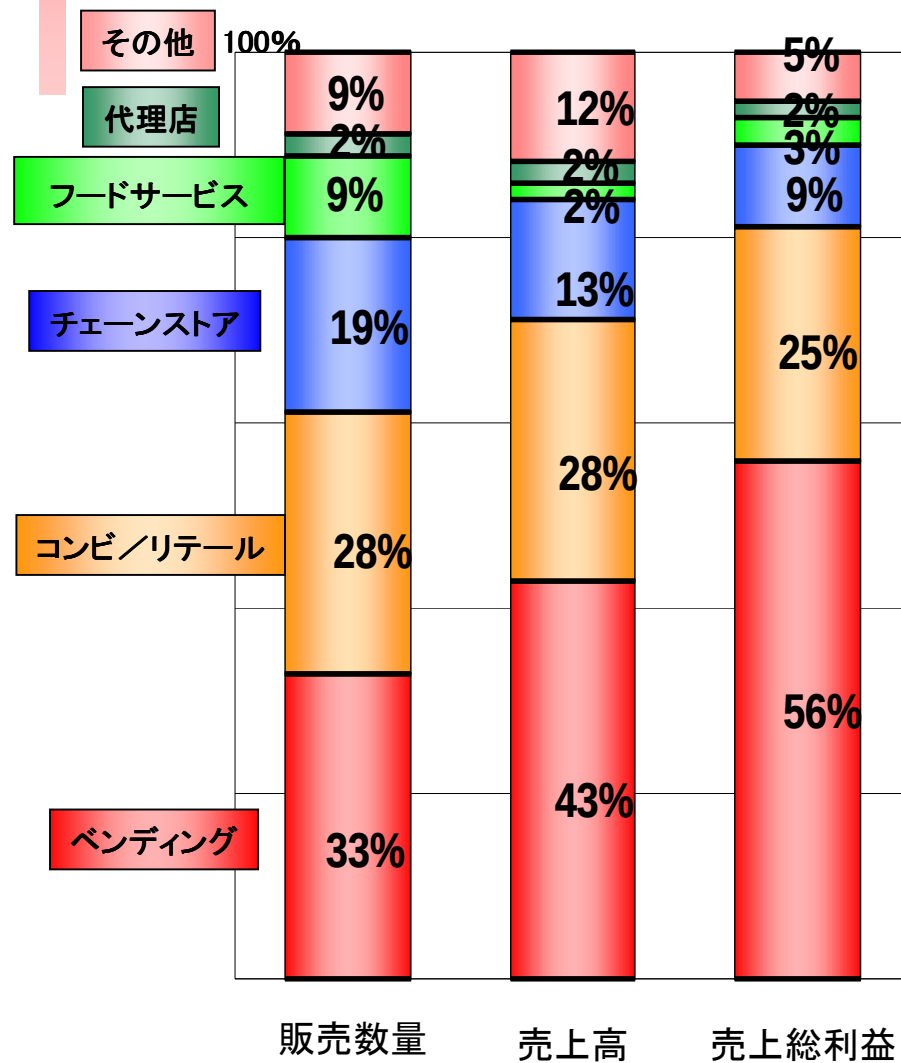
|     |    | 第1四半期 | 4月     | 5月    | 6月    | 第2四半期 | 上半期   |
|-----|----|-------|--------|-------|-------|-------|-------|
| 実績  |    | 3,083 | 1,375  | 1,508 | 1,740 | 4,624 | 7,706 |
| 前年比 | 数量 | △ 265 | △ 118  | 74    | 160   | 116   | △ 148 |
|     | %  | △ 7.9 | △ 7.9  | 5.2   | 10.1  | 2.6   | △ 1.9 |
| 計画比 | 数量 | △ 297 | △ 153  | 53    | 44    | △ 56  | △ 352 |
|     | %  | △ 8.8 | △ 10.0 | 3.7   | 2.6   | △ 1.2 | △ 4.4 |

##### ＜マーケットシェア前年比＞

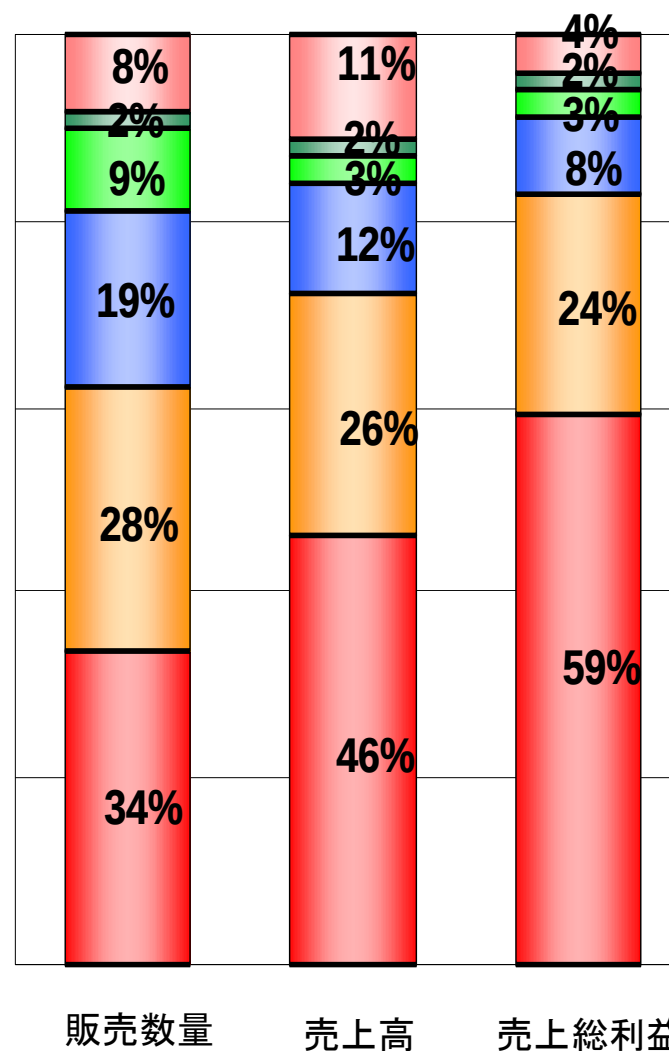
(単位: %、ポイント)

|       | 第1四半期 | 4月    | 5月    | 6月    | 第2四半期 | 上半期  |       |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|
|       |       |       |       |       |       | シェア  | 前年比   |
| CCWJ  | △ 2.0 | △ 2.0 | △ 1.0 | △ 0.5 | △ 1.1 | 26.3 | △ 1.5 |
| サントリー | △ 0.3 | △ 0.4 | △ 0.5 | △ 0.5 | △ 0.5 | 12.7 | △ 0.4 |
| 麒麟    | +0.8  | +0.8  | +0.5  | +0.4  | +0.6  | 8.5  | +0.7  |
| 伊藤園   | +0.4  | +0.4  | +0.4  | +0.2  | +0.3  | 4.5  | +0.4  |
| アサヒ   | +0.8  | +2.0  | +1.1  | +0.7  | +1.2  | 5.4  | +1.1  |

### ③ チャネル別構成比



2004年上半期



2005年上半期

### 3. 第2四半期のまとめ



#### < 全国の市場概況 >

- 4月：3月の反動(大型新商品発売)もあり、出荷伸びず  
緑茶への傾注により、その他の大型既存ブランド低迷
- 第2四半期の市場全体としては、継続して緑茶と水が牽引

#### < CCWJの状況 >

- 販売数量は対前年、対計画ともにマイナス
  - ✓ 5、6月は回復基調にあるものの4月のマイナスをカバーできず
- 今年度最重点新商品「一(はじめ)」および重点新商品アクエリアスアクティブダイエットが好調
  - ✓ 一方で、基幹ブランドの内、特にコカ・コーラ、爽健美茶が不振
- チャンネルにおいては、核となるベンディングとチェーンストアで5月以降、活動の成果が表れる

## IV.第3四半期マーケティング活動

# 1. 第3四半期の活動のポイント



## 最盛期におけるセールス最大化

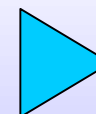
(1) 上半期セールスマイナス分のリカバリー

(2) ジョージア新キャンペーンの最大展開

(3) ベンディング／チェーンストアの徹底強化



ブランド戦略



チャネル戦略

## 2. ブランド戦略



### (1) ブランド別販売目標

#### <第3四半期販売計画>

(単位：千ケース、%)

|            | 上半期    |        | 2005年第3四半期 |        |       |        |        |
|------------|--------|--------|------------|--------|-------|--------|--------|
|            | 計画比    | 前年比    | 修正<br>計画   | 当初計画対比 |       | 前年対比   |        |
|            |        |        |            | 増減     | 増減率   | 増減     | 増減率    |
| コカ・コーラ     | △ 14.4 | △ 13.7 | 3,103      | +369   | +13.5 | +312   | +11.2  |
| ジョージア      | △ 0.2  | △ 0.5  | 6,766      | +254   | +3.9  | +723   | +12.0  |
| 爽健美茶       | △ 24.4 | △ 10.7 | 2,361      | △ 149  | △ 6.0 | △ 308  | △ 11.6 |
| アケリアス      | +3.7   | +18.8  | 3,433      | +209   | +6.5  | +309   | +9.9   |
| 一(はじめ)／まろ茶 | +6.8   | +24.7  | 1,753      | △ 60   | △ 3.3 | +331   | +23.3  |
| 森の水だより     | +2.5   | +1.7   | 787        | +153   | +24.1 | +118   | +17.6  |
| その他        | △ 1.6  | △ 6.3  | 9,378      | △ 228  | △ 2.4 | +710   | +8.2   |
| 合計         | △ 4.0  | △ 2.0  | 27,581     | +549   | +2.0  | +2,195 | +8.6   |



## (2) 上半期セールスマイナス分のリカバリー

### 第3四半期主要活動

|                      |                          | 実施時期      | 展開<br>チャンネル | 販売目標<br>(千ケース) |
|----------------------|--------------------------|-----------|-------------|----------------|
| 全国<br>プロモ            | サマープロモーション               | 7/1～8/31  | 全チャンネル      | —              |
|                      | ジョージア 新キャンペーン、全商品リニューアル  | 9月～       | 全チャンネル      | —              |
|                      | 爽健美茶 全国プロモーション           | 9月～       | 全チャンネル      | —              |
| CCWJ<br>オリジナル<br>プロモ | コカ・コーラ、爽健美茶、アクエリアス増量缶プロモ | 7/4～8/31  | 自販機         | 1,160          |
|                      | ジョージア 30周年記念缶／サマー缶       | 6/20～8/31 | 自販機         | 540            |
|                      | 森の水だより 500PETプロモ         | 6/20～8/31 | 自販機         | 210            |
|                      | 森の水だより 500PET、2LPET強化    | 7月～9月     | スーパー        | 420            |
|                      | —(はじめ) 2LPET強化           | 7月～9月     | スーパー        | 240            |
|                      | —(はじめ) 後押しプラン展開          | 7月～9月     | 全チャンネル      | 1,700          |
|                      | 爽健美茶 500PETニアパック         | 7/18～     | スーパー        | 20             |
|                      | 爽健美茶 森山直太郎ライブプロモ         | 7/11～7/31 | スーパー        | —              |

### 第3四半期新商品

|         |                                   | 発売日  | 展開<br>チャネル           | 販売目標<br>(千ケース) |
|---------|-----------------------------------|------|----------------------|----------------|
| ジョージア   | グランデ 190g缶                        | 9/5  | 全チャネル                | 267            |
|         | 黒豆ラッテ 280mlPET                    | 9月中旬 | 手売り                  | 21             |
|         | カフェラッテ 280mlPET (HOT)             | 9月下旬 | 手売り                  | 86             |
| 爽健美茶    | 深み香ばし爽健美茶 280mlPET/350mlPET (HOT) | 9/26 | 280 全チャネル<br>350 手売り | 92             |
| ー(はじめ)  | ー(はじめ) 350mlPET (HOT)             | 9/5  | 手売り                  | 181            |
| 七色亜茶    | 七色亜茶 280mlPET/350mlPET (HOT)      | 9/26 | 280 自販機<br>350 手売り   | 99             |
| ファンタ    | ファンタ ウルトラレモン500mlボトル缶             | 7/4  | 手売り                  | 19             |
|         | ファンタ 超ウルトラレモン500mlボトル缶            | 7/4  | 手売り                  | 27             |
|         | ファンタ キウイ 500mlPET/1.5LPET         | 8/29 | 手売り                  | 63             |
| Qoo(クー) | Qooもりもりくだもの 500mlPET/1.5LPET      | 9/12 | 全チャネル                | 49             |

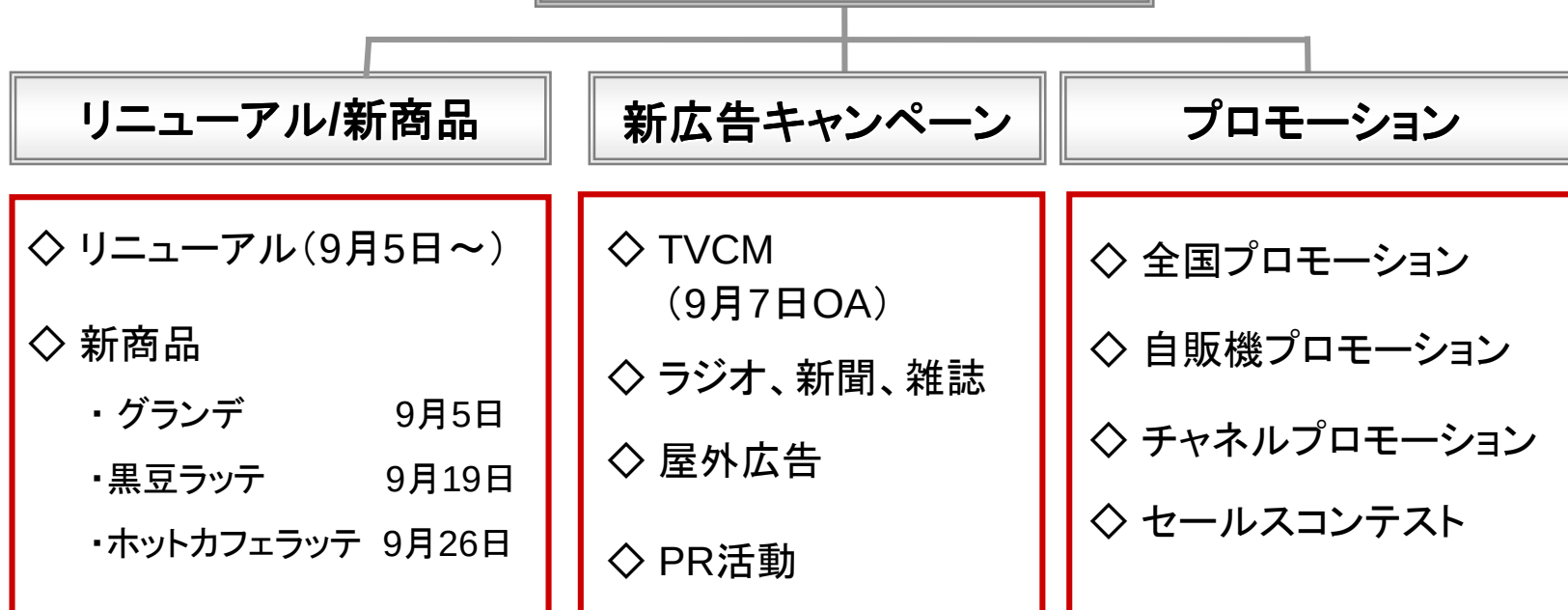
### (3) ジョージア新キャンペーンの最大展開

#### 基本方針

- 5年ぶりとなるリニューアルを最大限に活用し、ジョージアの新たな消費者の開拓を図る
- 新商品「グランデ」を軸に既存主力5フレーバーの徹底強化を図る



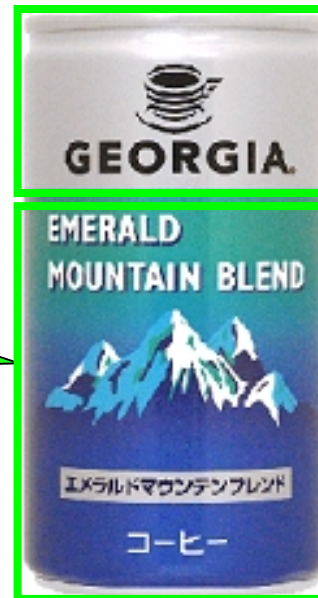
#### ジョージア新戦略展開概要





リニューアル

➤ ジョージアアイコンの資産であるコーヒーカップを活かしつつ、より現代的で洗練された印象を与えるデザイン



「高品質感」「洗練感」「現代的」「新しさ」を強化

「メジャー感」「王道感」を維持





新商品

## ジョージア グランデ

- ◆発売日 : 9月5日(月)
- ◆パッケージ : 190g缶
- ◆対象チャネル : 全チャネル
- ◆商品特徴 : ブラジル産の高級豆をふんだんに使用したコーヒー本来のうまみがぎっしり詰まったコーヒー  
豊かな豆から得られるコーヒー本来の上質な味わいが楽しめる
- ◆ターゲット : 若年層のコーヒーユーザー拡大 新しいスタンダードコーヒーの提案

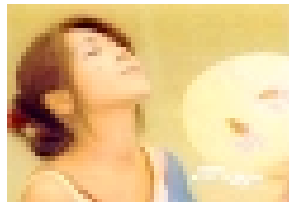




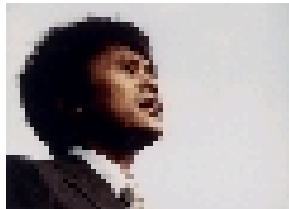
新広告キャンペーン

ジョージアの広告は、常に時代を先取りし、リードしてきた

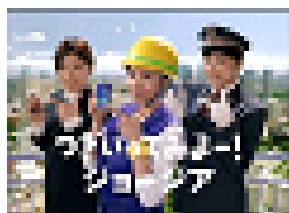
1994-1999年  
「安らぎ」



2000-2002年  
「明日があるさ」



2003-2005年  
「つぎいってみよー！」



これからの  
時代に必要な  
メッセージとは？

2005年秋新キャンペーン

『ブランドメッセージ広告』『製品広告』

キャンペーン  
コピー

出演者

音楽

セレブリティ





## PR活動

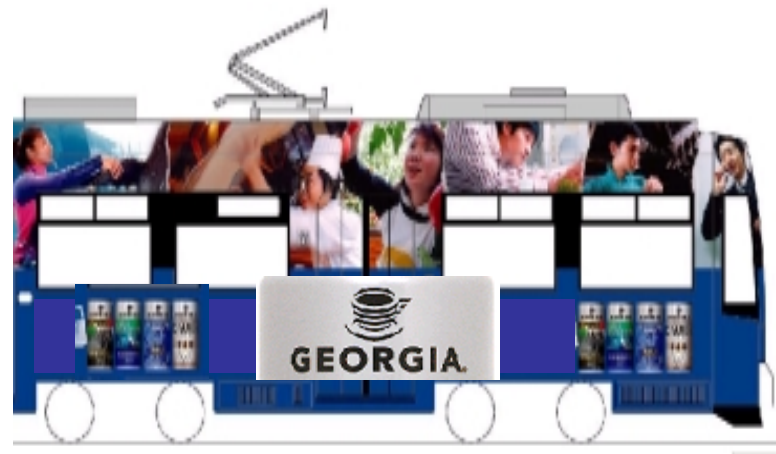
### 駅構内ジャック



### エンド展開



### ラッピング電車



### サンプリング

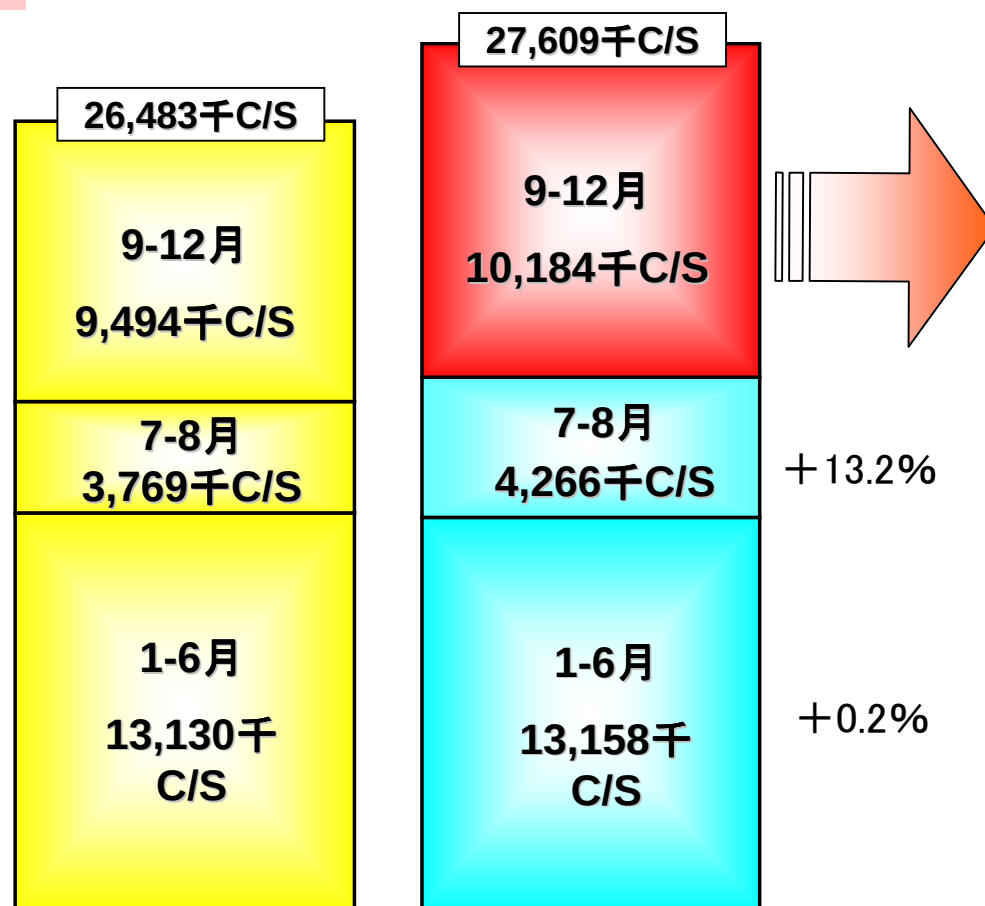


### フルデカル自販機





## セールス・シェア目標



## ジョージア新キャンペーン

**9-12月セールス**  
**10,184千C/S**  
**対前年 +7.3%**

**缶コーヒーシェア**  
**73%**  
**対前年 +3%**

2004年実績

2005修正計画

※シロップ/パウダー除く



### 3. チャネル戦略



#### (1) チャネル別販売目標

##### <第3四半期販売目標>

(単位 千ケース、%)

|         | 上半期    |        | 2005年第3四半期 |        |       |        |       |
|---------|--------|--------|------------|--------|-------|--------|-------|
|         | 計画比    | 前年比    | 修正<br>計画   | 当初計画対比 |       | 前年対比   |       |
|         |        |        |            | 増減     | 増減率   | 増減     | 増減率   |
| ベンディング  | △ 2.2  | +1.1   | 9,101      | +436   | +5.0  | +1057  | +13.1 |
| チェーンストア | △ 4.4  | △ 1.9  | 6,278      | +196   | +3.2  | +769   | +14.0 |
| コンビニ    | △ 3.9  | 0.0    | 2,636      | △ 186  | △ 6.6 | +63    | +2.4  |
| リテール    | △ 3.6  | △ 5.1  | 4,350      | +90    | +2.1  | +65    | +1.5  |
| フードサービス | △ 3.6  | +2.0   | 2,480      | +12    | +0.5  | +161   | +7.0  |
| 代理店     | △ 3.8  | △ 0.5  | 577        | +12    | +2.1  | +35    | +6.4  |
| その他     | △ 11.1 | △ 14.2 | 2,158      | △ 12   | △ 0.5 | +44    | +2.1  |
| 合計      | △ 4.0  | △ 2.0  | 27,581     | +549   | +2.0  | +2,195 | +8.6  |

## (2)ベンディング

### ① 市場設置台数の拡大

- インマーケットを中心とした優良ロケ開発
- プレダトリー活動継続強化

展開規模  
(台)

2,000

1,750

### ② VPMの拡大

- 7～8月VPMの最大化
  - ・増量缶プロモーション
  - ・ジョージア30周年プログラム
  - ・森の水だより500PETプロモーション
  - ・UGVCCSタイムサービス活用プロモーション
  - ・500PET自販機装填強化
- 秋期の自販機コラムづくり
  - ・ジョージア新キャンペーン強力展開
  - ・茶系飲料の再強化
  - ・HOT商材のラインナップ

販売目標  
(千ケース)

841

406

170

243

—

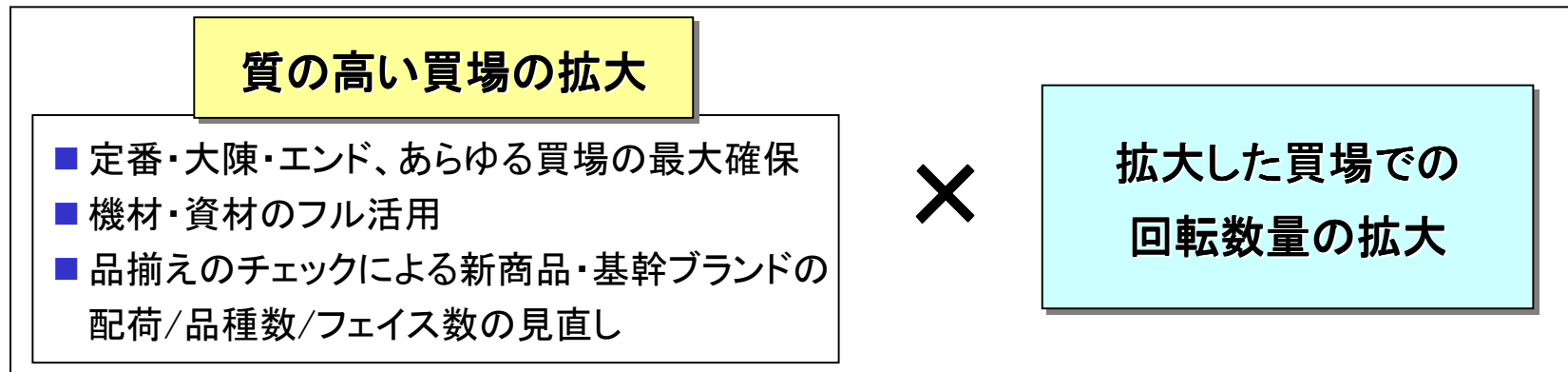
—

175

137

### (3)チェーンストア

#### ① 買場皆革 … 獲得した買場における売上の最大化



#### ② 商品皆革 … 基幹ブランドの拡大、重点新商品の定着

|                                                                                                                                           | 時期    | 実施規模<br>(千ケース) |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|----------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 無糖茶・水・炭酸の大型PETの徹底強化</li> <li>■ 缶パッケージ(350缶・ジョージア)の再強化</li> <li>■ 小型PET(COLD・HOT)の販売強化</li> </ul> | 7-8月  | 1,600          |
|                                                                                                                                           | 6-12月 | 1,250          |
|                                                                                                                                           | 9-12月 | 100            |

#### ③ アカウント営業皆革 … キーカスタマーのセールス回復と拡大

- ディスカウント系9アカウント強化活動の継続
- 重点アカウント・個店 827店の個別取組み強化

# 4. 下半期販売数量計画達成のシナリオ



2005年下半期  
修正計画

2005年  
5、6月伸長率  
+2.3%

2005年  
下半期  
当初計画

実質的な  
純増分  
1,144

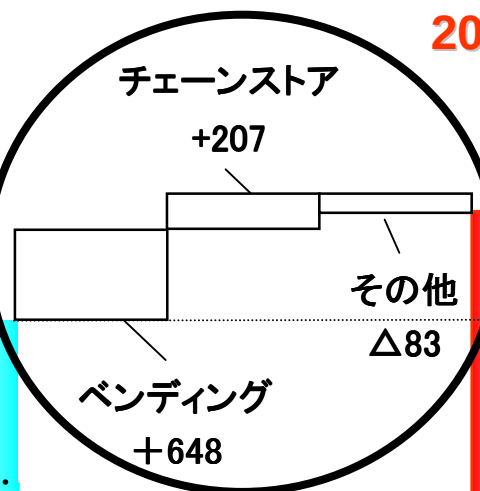
2.3%増

チェーンストア  
目標未達  
+1,000

台風被害  
+900

猛暑  
△600

新商品  
貢献不足  
+600



リカバリー分

リカバリープラン  
+772千ケース  
(+1.6%)

49,395

48,623

2004年  
下半期実績

45,579

(単位: 千c/s)

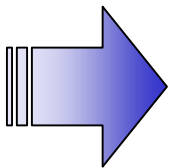
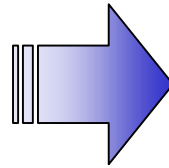
## 5. 2005年目標



### <営業基本方針>

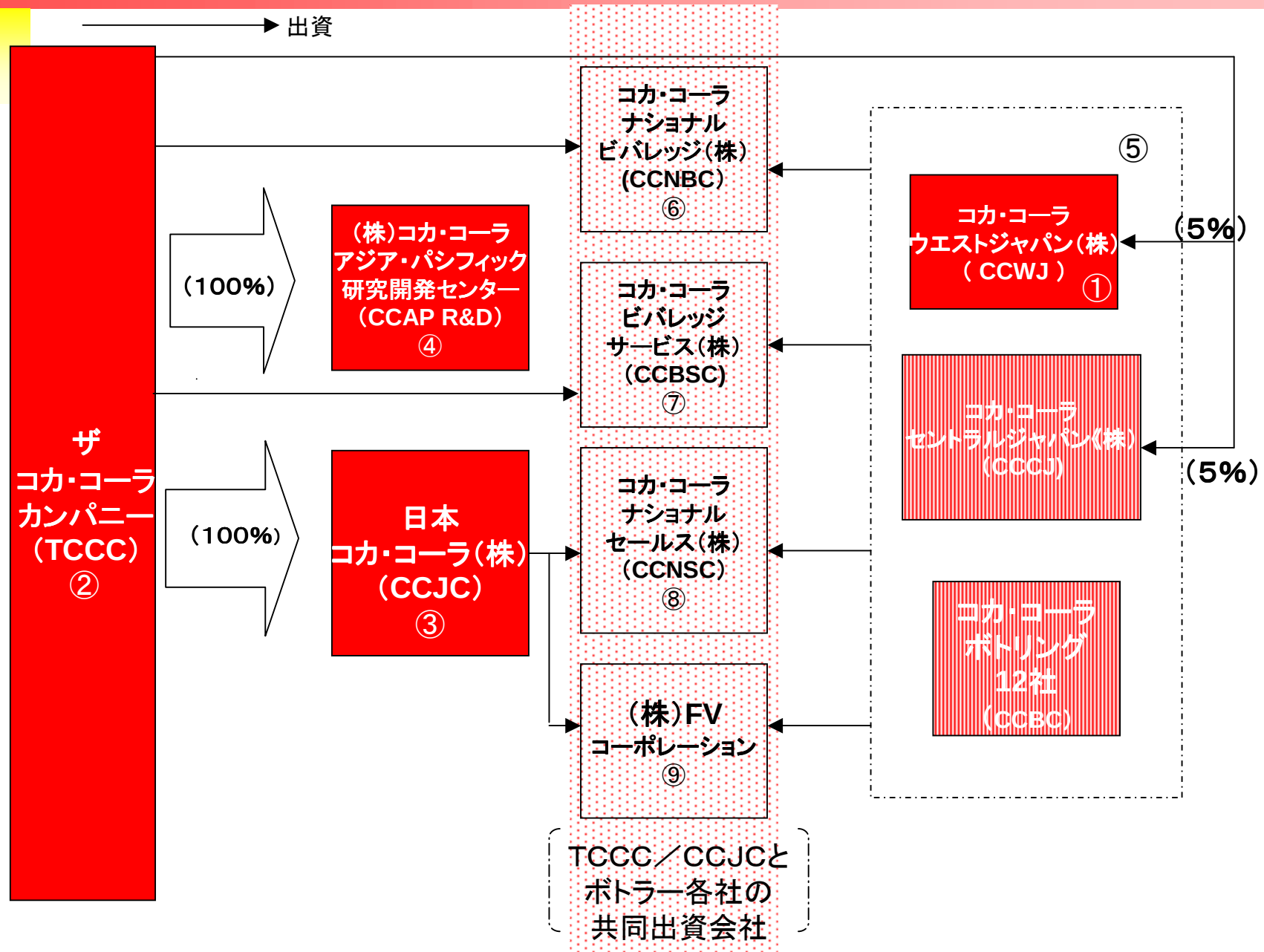
#### 営業皆革『拡大と効率化』

- 売上とシェアの拡大
- 収益改善

| <販売数量>         |  | 2004年実績    |                                                                                       | 2005年目標    |
|----------------|--|------------|---------------------------------------------------------------------------------------|------------|
|                |  | 8,710 万ケース |   | 9,000 万ケース |
| <トータルマーケットシェア> |  | 28.5 %     |  | 30.0 %     |

[参 考]

# 1.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、製品の販売を行う。

### 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・コーラシステムにおける全国統合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)

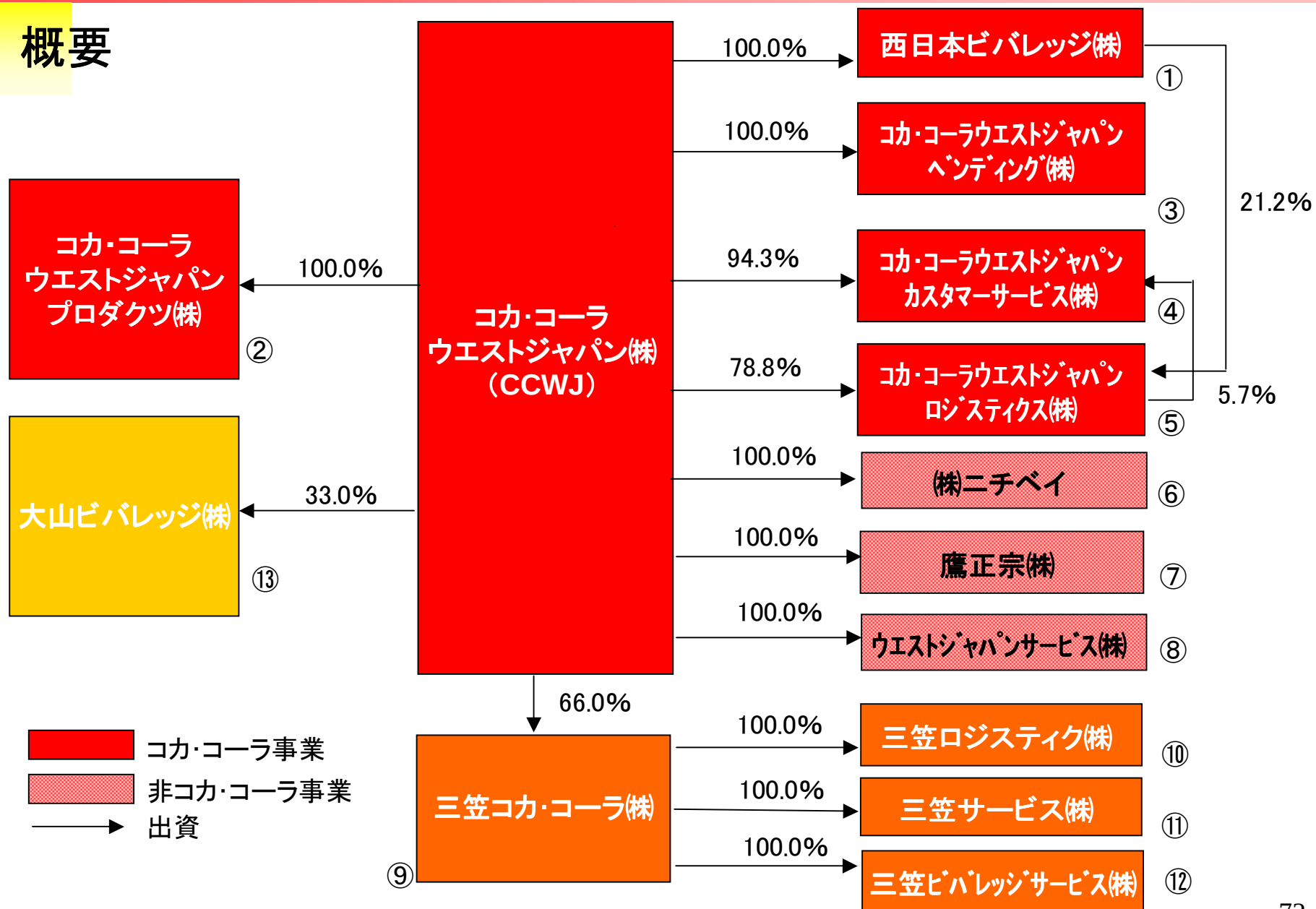
日本コカ・コーラ株式会社と全ボトラーの共同出資により、2001 年5 月に設立。自販機事業において広域法人への営業を行い、コーポレート商品(日本コカ・コーラ株式会社認定商品)以外の商品も扱う。



## 2. グループ会社の状況



### 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コカ・コーラウエストジャパン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

※2005年4月1日に西日本カスタマーサービス株式会社より社名変更

**⑤コカ・コーラウエストジャパンロジスティクス株式会社・・・貨物自動車運送業**

※2005年4月1日にロジコムジャパン株式会社より社名変更

**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ス株式会社・・・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

**⑫三笠ビバレッジサービス株式会社**

・・・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

**⑬大山ビバレッジ株式会社・・・飲料の製造**

### 3.用語の解説



#### 1. チャネル

##### ・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

・・・コンビニエンスチェーン店の手売りマーケットにおけるビジネスのこと。

##### ・リテール

・・・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、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. ベンディング関係

### ・レギュラー方式設置自販機

- ・・・お客様が管理されている、当社無償貸与の自販機。  
（当社がお客様へ卸売した商品を販売）

### ・フルサービス方式設置自販機

- ・・・当社が直接設置し、管理（製品補給、売上金管理等）している自販機。  
（設置先へロケフィーの支払い）

### ・インマーケット

- ・・・屋内の自動販売機で、利用するお客様が比較的に特定している。

### ・アウトマーケット

- ・・・屋外の自動販売機で、利用するお客様が比較的に不特定。

### ・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）

### ・VPM

- ・・・自販機1台当りのセールス

### 3. チェーンストア関係

- ・ナショナルチェーン
  - ・・・ CCNSC扱いのナショナルチェーンスーパーマーケット
- ・NK (New KAM)
  - ・・・ CCJCとボトラー社の共同扱いのチェーンスーパーマーケット
- ・リージョナルチェーン
  - ・・・ 2つ以上のボトラー社にまたがってストア展開を行っているチェーンスーパーマーケット
- ・ローカルチェーン
  - ・・・ 1つのボトラー社内でのみストア展開を行っているチェーンスーパーマーケット

### 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