

2005年12月期第3四半期 決算説明会

2005年 10月27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 kimamura@ccwj.co.jp

目次



I. 2005年12月期 第3四半期決算

- 1. 2005年12月期 第3四半期決算概要 3頁
- 2. コカ・コーラナショナルビバレッジの状況 12頁

II. 通期予想

- 1. 販売数量予想 14頁
- 2. 通期予想 15頁

III. 第3四半期マーケティング活動の振返り

- 1. マーケットの状況 24頁
- 2. 当社販売実績の概況 26頁
- 3. セールスマックスについて 45頁

IV. 第4四半期マーケティング活動

- 1. 第4四半期の活動のポイント 47頁
- 2. ブランド戦略 48頁
- 3. チャネル戦略 52頁
- 4. 第4四半期販売予想達成のシナリオ 55頁

[参考]

- 1. 日本のコカ・コーラシステム 57頁
- 2. グループ会社の状況 59頁
- 3. 用語の解説 61頁

I .2005年12月期 第3四半期決算

1. 2005年12月期第3四半期決算概要

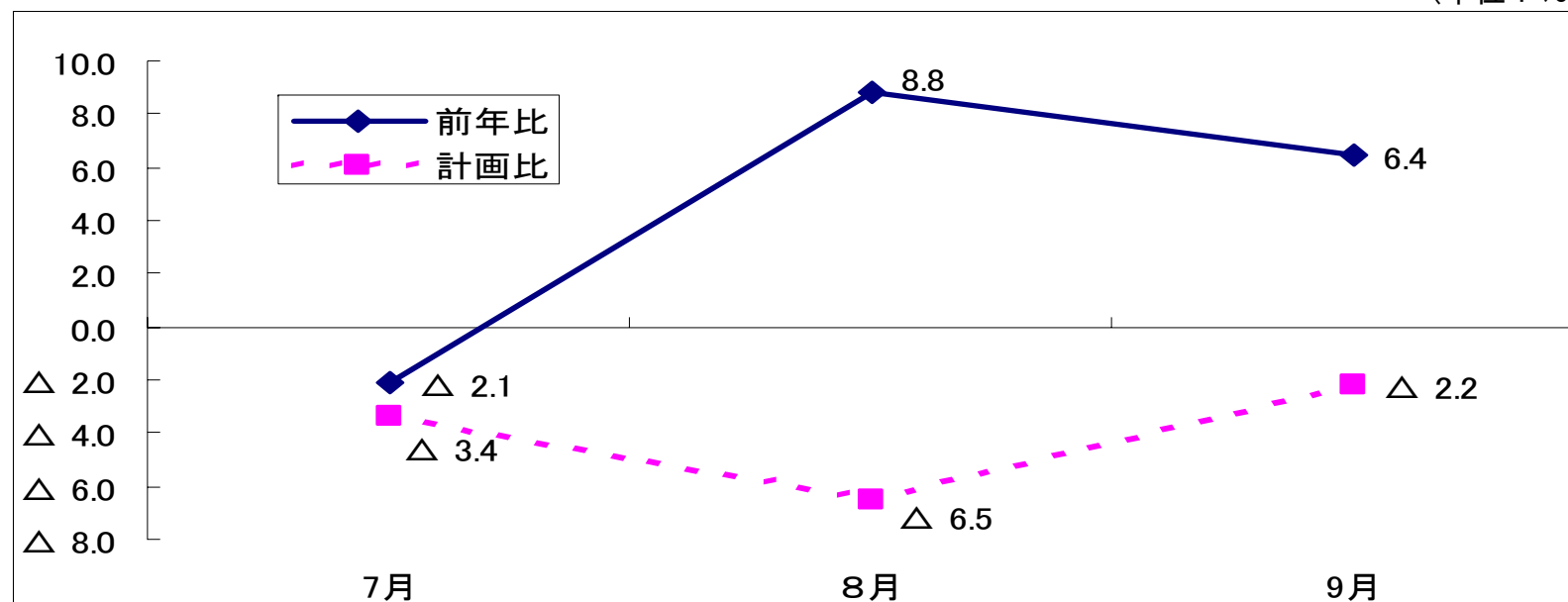


(1) 販売数量

(単位 千ケース、%)

	2004年 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
7月	9,245	9,363	9,048	△315	△ 3.4	△197	△ 2.1
8月	8,543	9,948	9,298	△651	△ 6.5	754	8.8
9月	7,599	8,270	8,086	△184	△ 2.2	487	6.4
第3四半期計	25,386	27,581	26,431	△1,150	△ 4.2	1,045	4.1
1月～9月計	66,903	68,269	67,120	△1,150	△ 1.7	217	0.3

(単位 : %)



(2) 第3四半期決算概要(連結)

① 第3四半期

(単位 百万円、%)

	2004年 第3四半期 実績	2005年第3四半期					
		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	72,455	73,440	69,957	△ 3,482	△ 4.7	△ 2,497	△ 3.4
営 業 利 益	6,070	5,686	4,720	△ 966	△ 17.0	△ 1,349	△ 22.2
経 常 利 益	6,145	5,790	4,746	△ 1,043	△ 18.0	△ 1,398	△ 22.8
四半期純利益	3,368	3,256	2,594	△ 662	△ 20.4	△ 773	△ 23.0

② 1～9月

(単位 百万円、%)

	2004年 1～9月 実績	2005年1～9月					
		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	192,305	190,800	187,317	△ 3,482	△ 1.8	△ 4,988	△ 2.6
営 業 利 益	14,364	11,000	10,033	△ 966	△ 8.8	△ 4,330	△ 30.1
経 常 利 益	14,533	11,300	10,256	△ 1,043	△ 9.2	△ 4,276	△ 29.4
四半期純利益	8,094	5,800	5,137	△ 662	△ 11.4	△ 2,956	△ 36.5

※上記計画は、2005年8月4日付で発表した通期の業績予想に基づく数値であります。

参考 ①：単体

1) 第3四半期

(単位 百万円、%)

	2004年 第3四半期 実績	2005年第3四半期					
		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	55,876	57,086	53,809	△ 3,277	△ 5.7	△ 2,067	△ 3.7
営 業 利 益	4,755	4,590	3,646	△ 944	△ 20.6	△ 1,109	△ 23.3
経 常 利 益	4,839	4,693	3,662	△ 1,031	△ 22.0	△ 1,177	△ 24.3
四半期純利益	2,567	2,651	2,003	△ 647	△ 24.4	△ 563	△ 22.0

2) 1～9月

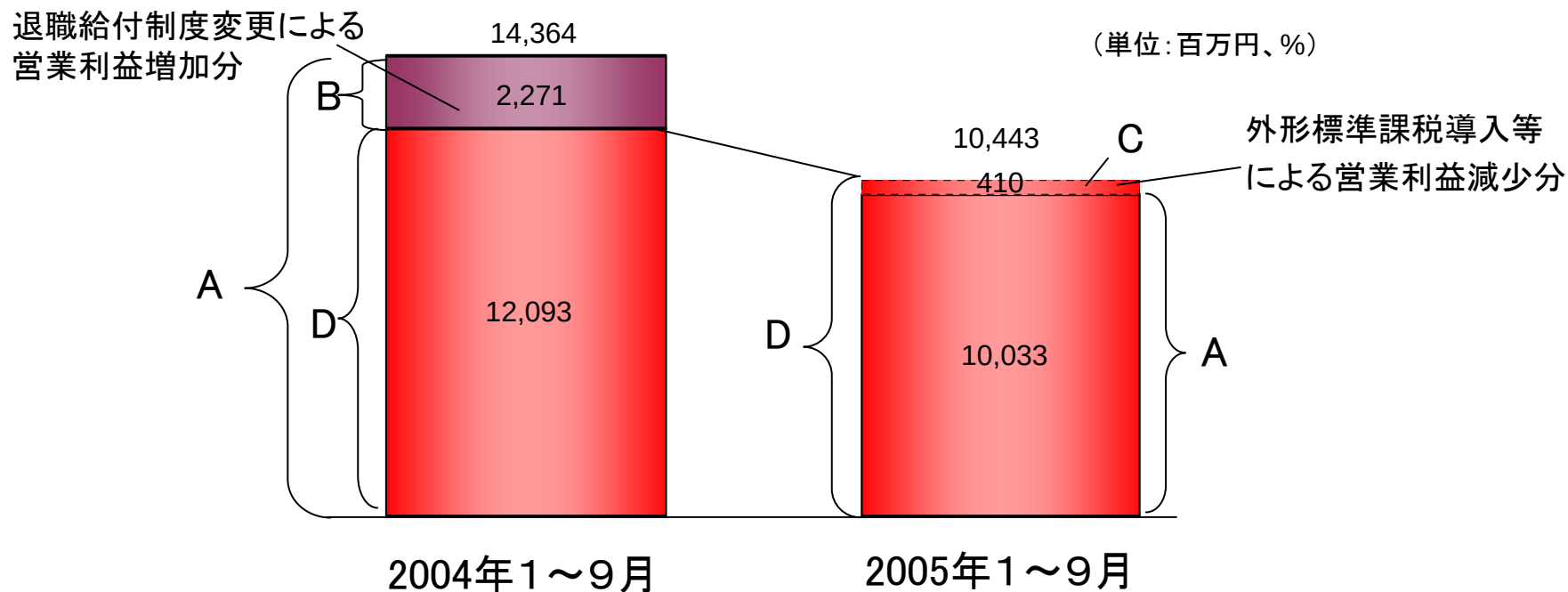
(単位 百万円、%)

	2004年 1～9月 実績	2005年1～9月					
		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	147,923	146,300	143,022	△ 3,277	△ 2.2	△ 4,901	△ 3.3
営 業 利 益	12,508	10,100	9,155	△ 944	△ 9.4	△ 3,353	△ 26.8
経 常 利 益	12,962	10,600	9,568	△ 1,031	△ 9.7	△ 3,393	△ 26.2
四半期純利益	7,279	5,800	5,152	△ 647	△ 11.2	△ 2,127	△ 29.2

※上記計画は、2005年8月4日付で発表した通期の業績予想に基づく数値であります。

参考 ②：営業利益の対前年比較(連結 1～9月)

... 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



	2004年 1～9月	2005年 1～9月	増減	
			額	率
営業利益 (A)	14,364	10,033	△ 4,330	△ 30.1
退職給付制度変更によ る営業利益調整分 (B)	△ 2,271	-	2,271	-
外形標準課税導入等によ る営業利益調整分 (C)	-	410	410	-
差引き営業利益 (D) = (A) + (B) + (C)	12,093	10,443	△ 1,650	△ 13.6

(3) 対計画増減要因(連結 第3四半期)

	第3四半期 増減額	増減要因	第3四半期 増減額
売上高	△34億円	・エリア内販売数量の減 ・セールスマックスによる減 ・三笠グループの減 ・その他グループ会社の減他	△22億円 △10億円 △1億円 △1億円
営業利益	△9億円	<u>売上高</u> 売上原価 ・エリア内販売数量の減 ・セールスマックスによる増 ・三笠グループの増 ・その他グループ会社の減他 販売費および一般管理費 ・人件費の減 ・販売手数料の減 ・減価償却費の減 ・業務委託費の減 ・その他	<u>34億円減</u> 11億円減 △12億円 +2億円 +1億円 △2億円 14億円減 △3億円 △4億円 △2億円 △2億円 △3億円
経常利益	△10億円	営業外収益 営業外費用	- 1億円増
四半期純利益	△6億円	<u>経常利益</u> 特別利益 特別損失 法人税等	<u>10億円減</u> - 1億円増 5億円減

参考 ①：売上総利益、営業利益の対計画増減要因(連結 第3四半期)

<売上総利益>

(単位:億円)

2005年第3四半期計画売上総利益

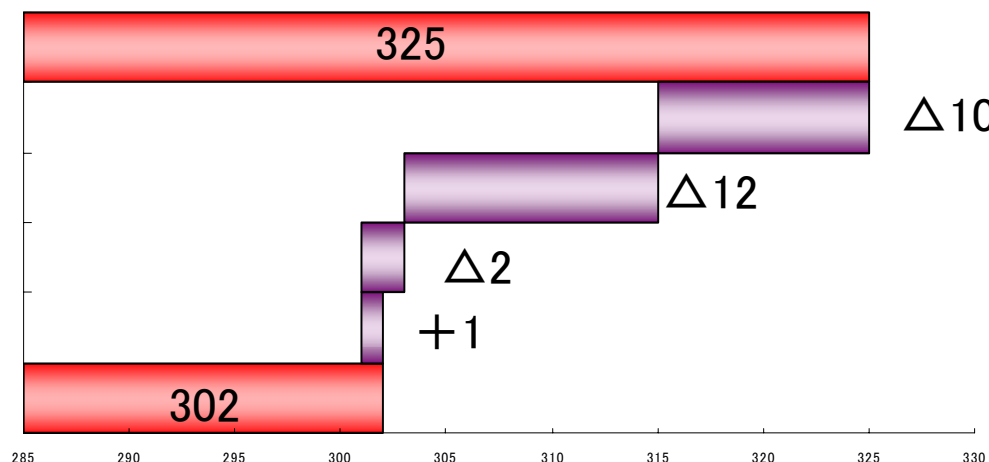
エリア内販売数量の減

セールスミックスによる減

三笠グループの減

その他グループ会社の増

2005年第3四半期実績売上総利益



<営業利益>

(単位:億円)

2005年第3四半期計画営業利益

売上総利益の減

人件費の減

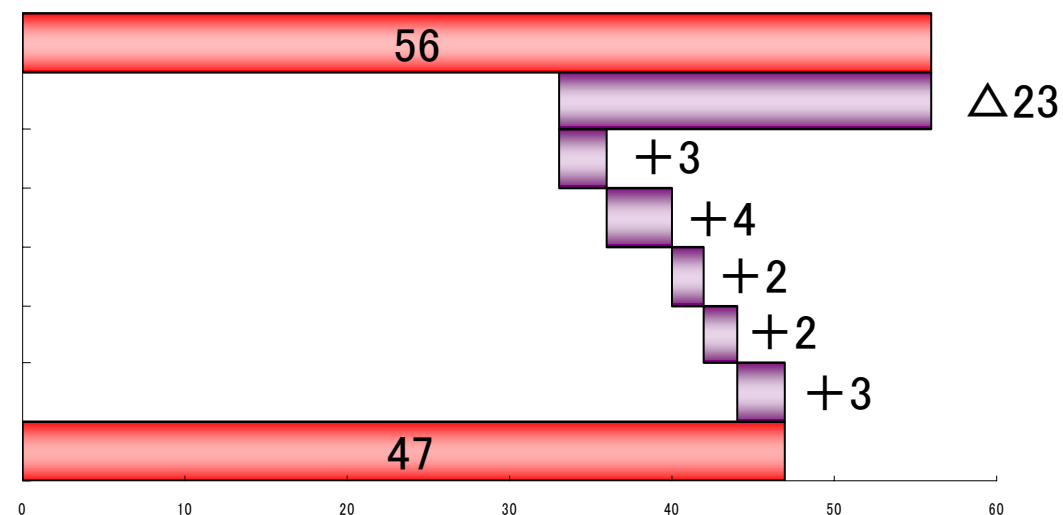
販売手数料の減

減価償却費の減

業務委託費の減

その他

2005年第3四半期実績営業利益



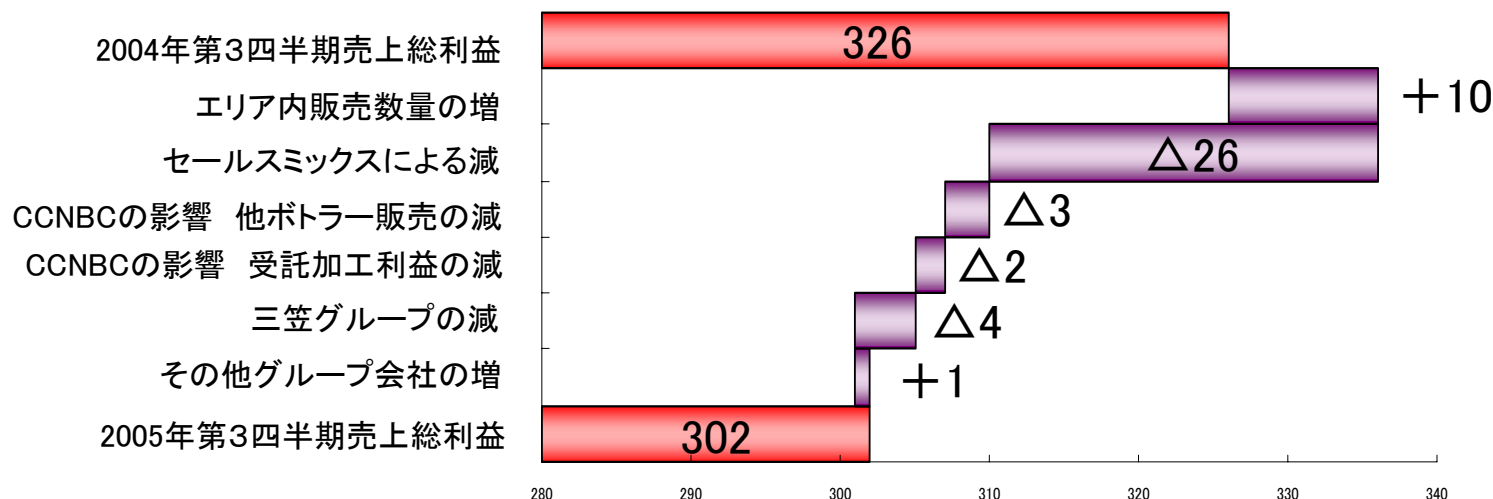
(4) 対前年増減要因(連結 第3四半期)

	第3四半期 増減額	増減要因	第3四半期 増減額
売上高	△25億円	・エリア内販売数量の増 ・セールスマックスによる減 ・CCNBCの影響 他ボトラー販売の減 ・CCNBCの影響 受託加工収入の増 ・三笠グループの減 ・その他グループ会社の増	+21億円 △24億円 △35億円 +15億円 △8億円 +6億円
営業利益	△13億円	<u>売上高</u> 売上原価 ・エリア内販売数量の増 ・セールスマックスによる増 ・CCNBCの影響 他ボトラー販売の減 ・CCNBCの影響 受託加工原価の増 ・三笠グループの減 ・その他グループ会社の増 販売費および一般管理費 ・輸送費の減 ・減価償却費の減 ・人件費の減 ・その他	<u>25億円減</u> 1億円減 +11億円 +2億円 △32億円 +17億円 △4億円 +5億円 11億円減 △6億円 △5億円 △1億円 +1億円
経常利益	△14億円	営業外収益 営業外費用	- 1億円増
四半期純利益	△8億円	<u>経常利益</u> 特別利益 特別損失 法人税等 少数株主利益	<u>14億円減</u> 1億円増 1億円増 5億円減 1億円減

参考 ①：売上総利益、営業利益の対前年増減要因(連結 第3四半期)

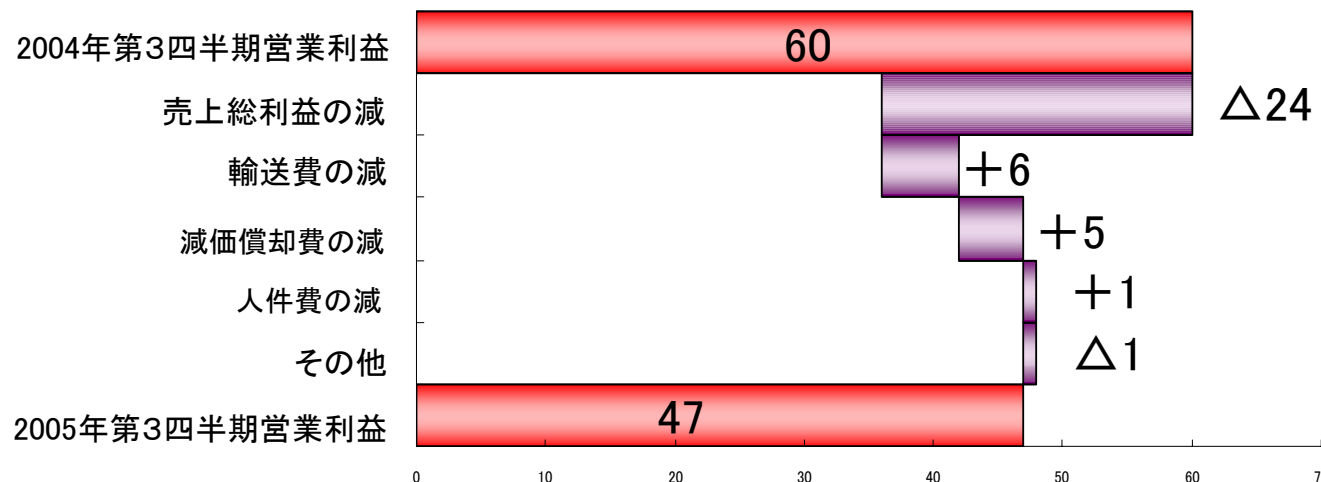
<売上総利益>

(単位:億円)



<営業利益>

(単位:億円)



(5) グループ会社の状況(第3四半期)

＜三笠コカ・コーラグループ＞

(単位: 百万円、千ケース、%)

	2004年 第3四半期 実績	2005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
販 売 数 量	4,841	4,921	4,922	1	0.0	81	1.7
売 上 高	9,658	8,943	8,809	△ 134	△ 1.5	△ 848	△ 8.8
営 業 利 益	562	426	330	△ 96	△ 22.5	△ 232	△ 41.3

＜西日本ビバレッジ＞

(単位: 百万円、千ケース、%)

売 上 高	5,747	5,160	5,147	△ 13	△ 0.3	△ 599	△ 10.4
営 業 利 益	△ 1	22	56	33	150.1	57	—

＜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	1,867	1,935	1,884	△ 51	△ 2.6	16	0.9
営 業 利 益	310	314	324	9	2.9	13	4.4

＜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	2,675	3,340	3,227	△ 113	△ 3.4	551	20.6
営 業 利 益	182	366	401	35	9.7	218	119.6

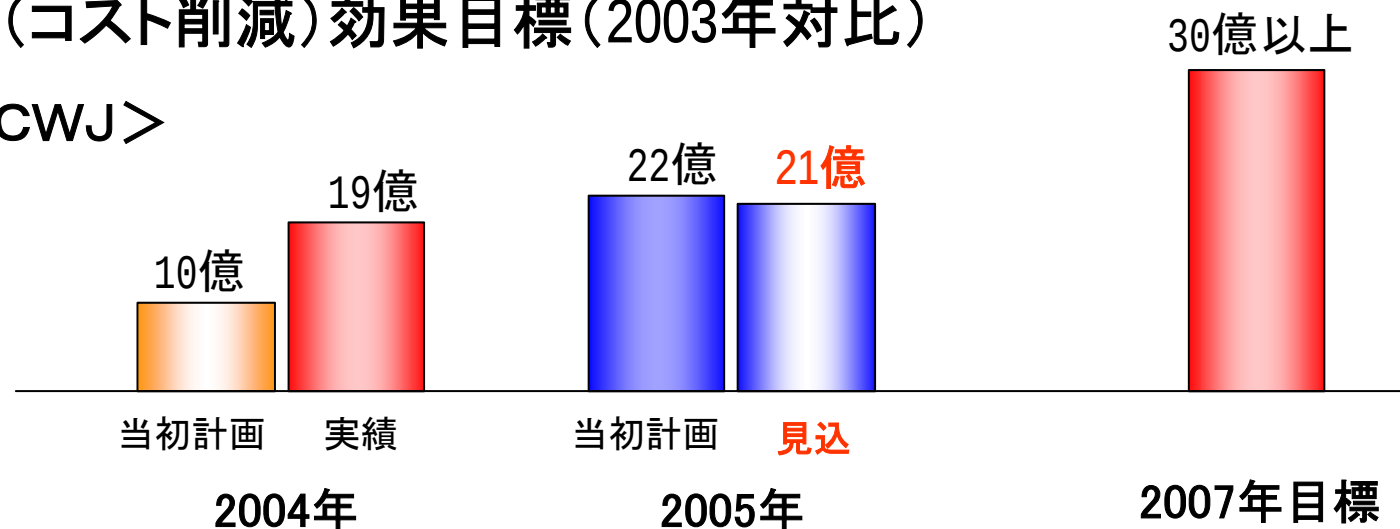
※上記計画は、2005年8月4日付で発表した通期の業績予想に基づく数値であります。

2. コカ・コーラナショナルビバレッジ(CCNBC)の状況

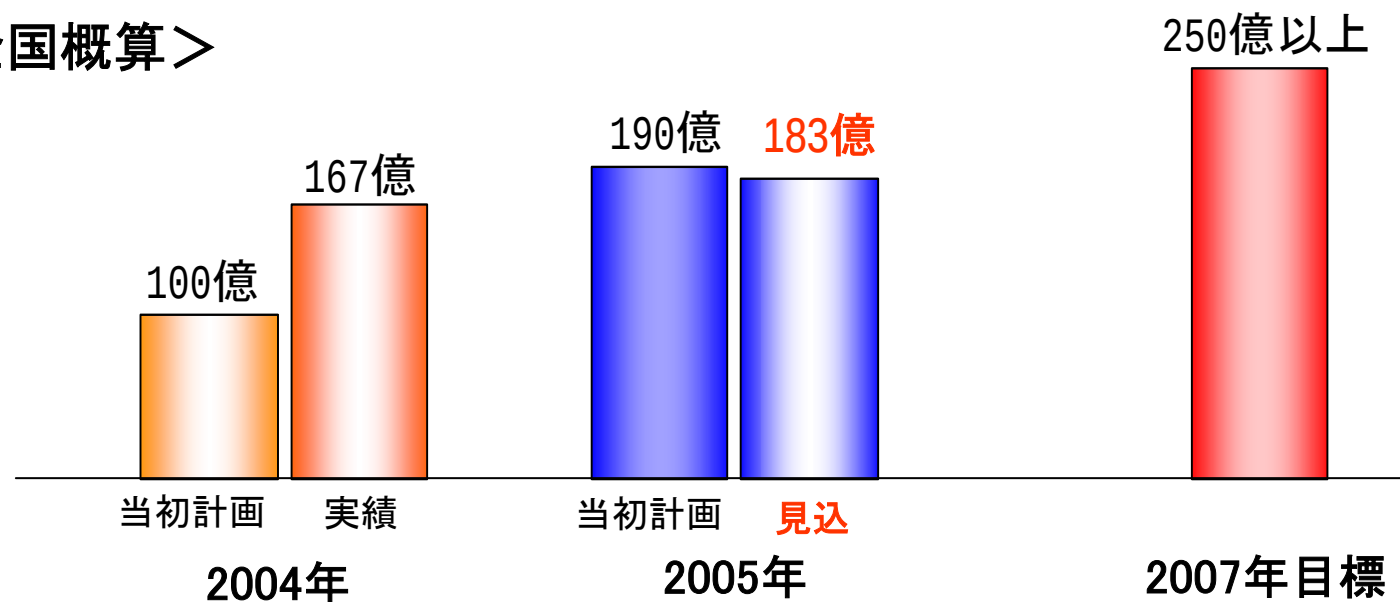


CRP(コスト削減)効果目標(2003年対比)

<CCWJ>



<全国概算>



Ⅱ.通期予想

1. 販売数量予想



(単位: 千ケース、%)

	2004年 実績	2005年					
		計画 ※	今回予想	計画対比		前年対比	
				増減	増減率	増減	増減率
1月～9月計	66,903	68,269	67,120	△ 1,149	△ 1.7	217	0.3
第4四半期計	20,193	21,814	21,590	△ 224	△ 1.0	1,397	6.9
通期	87,096	90,084	88,710	△ 1,374	△ 1.5	1,615	1.9

※上記計画は、2005年8月4日付で発表した通期の業績予想に基づく数値であります。

2. 通期予想



(1) 第4四半期(連結)

(単位 百万円、%)

	2004年 第4四半期 実績	2005年第4四半期					
		計画 ※	今回予想	計画対比		前年対比	
				増減	増減率	増減	増減率
売上高	60,942	62,500	62,100	△ 400	△ 0.6	1,159	1.9
営業利益	2,495	4,200	3,400	△ 800	△ 19.0	904	36.2
経常利益	2,532	4,200	3,300	△ 900	△ 21.4	767	30.3
四半期純利益	470	2,400	1,900	△ 500	△ 20.8	1,429	303.6

(2) 通期(連結)

(単位 百万円、%)

	2004年 実績	2005年					
		計画 ※	今回予想	計画対比		前年対比	
				増減	増減率	増減	増減率
売上高	253,248	253,300	249,500	△ 3,800	△ 1.5	△ 3,748	△ 1.5
営業利益	16,860	15,200	13,400	△ 1,800	△ 11.8	△ 3,460	△ 20.5
経常利益	17,065	15,500	13,600	△ 1,900	△ 12.3	△ 3,465	△ 20.3
当期純利益	8,564	8,200	7,100	△ 1,100	△ 13.4	△ 1,464	△ 17.1

※上記計画は、2005年8月4日付で発表した通期の業績予想に基づく数値であります。

参考①: 単体

1) 第4四半期

(単位 百万円、%)

	2004年 第4四半期 実績	2005年第4四半期					
		計画 ※	今回予想	計画対比		前年対比	
				増減	増減率	増減	増減率
売上高	47,143	49,000	47,000	△ 2,000	△ 4.1	△ 143	△ 0.3
営業利益	2,515	4,500	3,500	△ 1,000	△ 22.2	984	39.1
経常利益	2,582	4,500	3,500	△ 1,000	△ 22.2	917	35.5
四半期純利益	1,073	2,700	2,100	△ 600	△ 22.2	1,026	95.6

2) 通期

(単位 百万円、%)

	2004年 実績	2005年					
		計画 ※	今回予想	計画対比		前年対比	
				増減	増減率	増減	増減率
売上高	195,066	195,300	190,000	△ 5,300	△ 2.7	△ 5,066	△ 2.6
営業利益	15,024	14,600	12,700	△ 1,900	△ 13.0	△ 2,324	△ 15.5
経常利益	15,545	15,100	13,100	△ 2,000	△ 13.2	△ 2,445	△ 15.7
当期純利益	8,353	8,500	7,300	△ 1,200	△ 14.1	△ 1,053	△ 12.6

※上記計画は、2005年8月4日付で発表した通期の業績予想に基づく数値であります。

(3) 対計画増減要因(連結 第4四半期)

	第4四半期 増減額	増減要因	第4四半期 増減額
売上高	△4億円	・エリア内販売数量の減 ・セールスミックスによる減 ・鷹正宗決算期変更による増	△5億円 △16億円 +17億円
営業利益	△8億円	売上高	4億円減
		売上原価	6億円増
		・エリア内販売数量の減 ・セールスミックスによる減 ・鷹正宗決算期変更による増	△2億円 △6億円 +14億円
		販売費および一般管理費	2億円減
		・販売手数料の減 ・人件費の減 ・鷹正宗決算期変更による増 ・その他	△1億円 △1億円 +2億円 △2億円
		営業外収益	1億円減
		営業外費用	-
		経常利益	9億円減
四半期純利益	△5億円	特別利益	-
		特別損失	1億円減
		・新紙幣対応費用の減	△1億円
		法人税等	3億円減

参考 ①：売上総利益、営業利益の対計画増減要因(連結 第4四半期)

<売上総利益>

(単位: 億円)

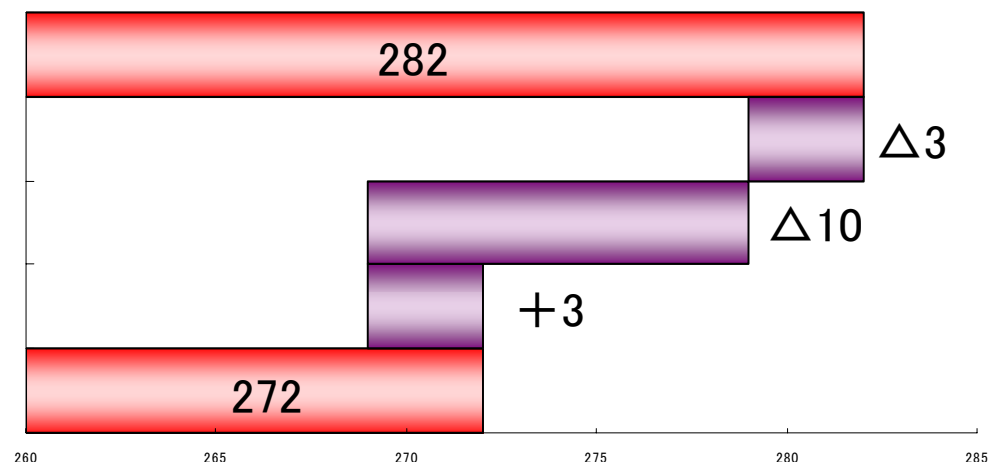
2005年第4四半期計画売上総利益

エリア内販売数量の減

セールスミックスによる減

鷹正宗決算期変更による増

2005年第4四半期予想売上総利益



<営業利益>

(単位: 億円)

2005年第4四半期計画営業利益

売上総利益の減

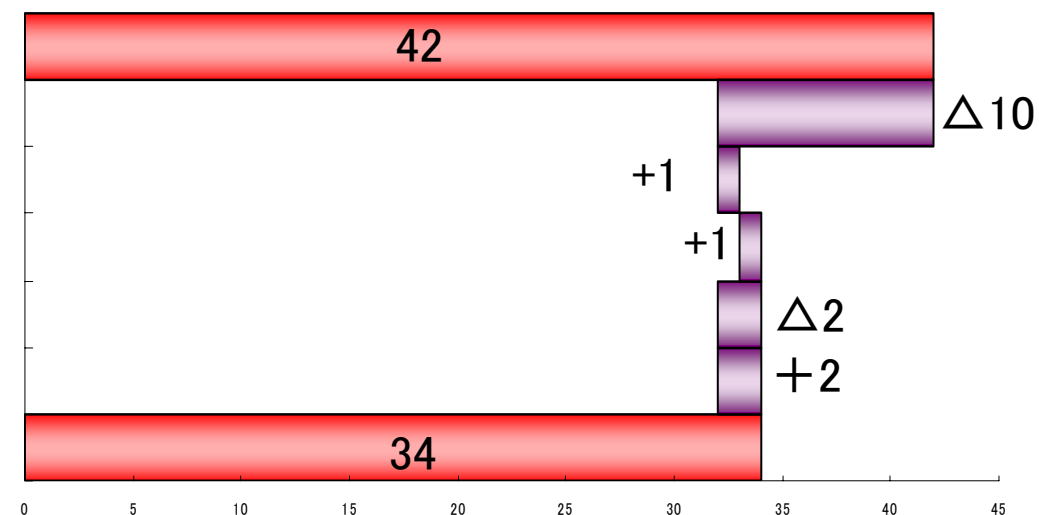
人件費の減

販売手数料の減

鷹正宗決算期変更による販管費の増

その他

2005年第4四半期予想営業利益



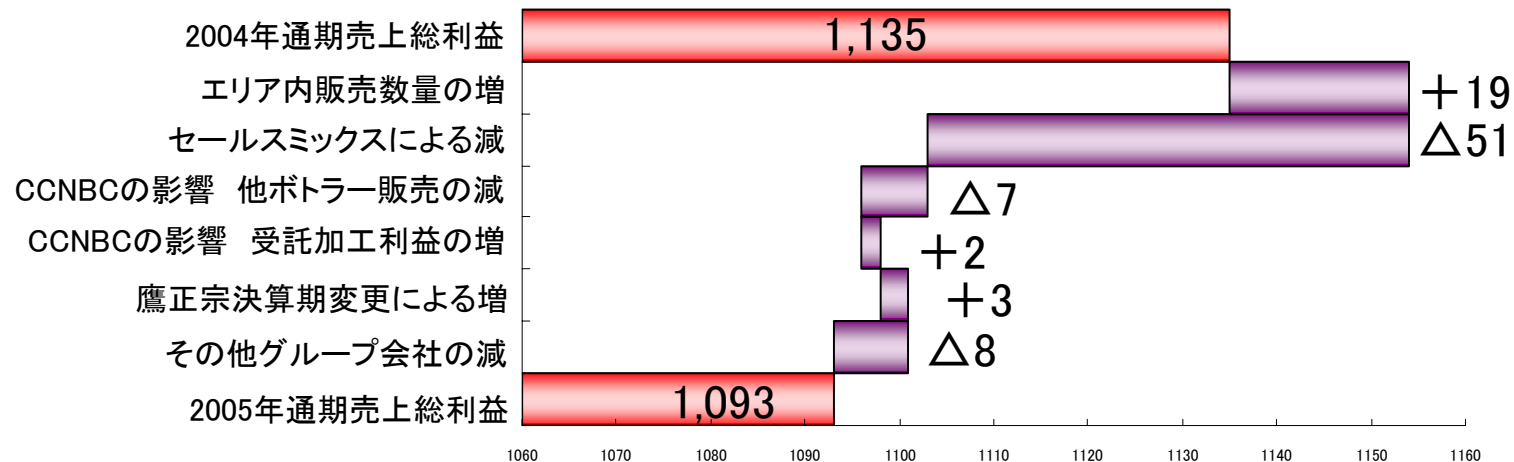
(4) 対前年増減要因(連結 通期)

	通期 増減額	増減要因	通期 増減額
売上高	△37億円	・エリア内販売数量の増 ・セールスマックスによる減 ・CCNBCの影響 他ボトラー販売の減 ・CCNBCの影響 受託加工収入の増 ・鷹正宗決算期変更による増 ・その他グループ会社の増	+35億円 △43億円 △108億円 +61億円 +17億円 +1億円
営業利益	△34億円	売上高 売上原価 ・エリア内販売数量の増 ・セールスマックスによる増 ・CCNBCの影響 他ボトラー販売の減 ・CCNBCの影響 受託加工原価の増 ・鷹正宗決算期変更による増 ・その他グループ会社の増 販売費および一般管理費 ・人件費(退職給付制度の変更による影響等)の増 ・販売手数料の増 ・輸送費の減 ・減価償却費の減 ・鷹正宗決算期変更による増 ・その他	37億円減 5億円増 +16億円 +8億円 △101億円 +59億円 +14億円 +9億円 8億円減 +15億円 +5億円 △18億円 △11億円 +2億円 △1億円
経常利益	△34億円	営業外収益 営業外費用	1億円増 1億円増
当期純利益	△14億円	経常利益 特別利益 特別損失 ・新紙幣対応費用の増 ・退職給付信託一部返還に伴う数理差異一括償却の減 ・その他 法人税等	34億円減 1億円増 7億円減 +6億円 △6億円 △7億円 12億円減

参考 ①：売上総利益、営業利益の対前年増減主要因(連結 通期)

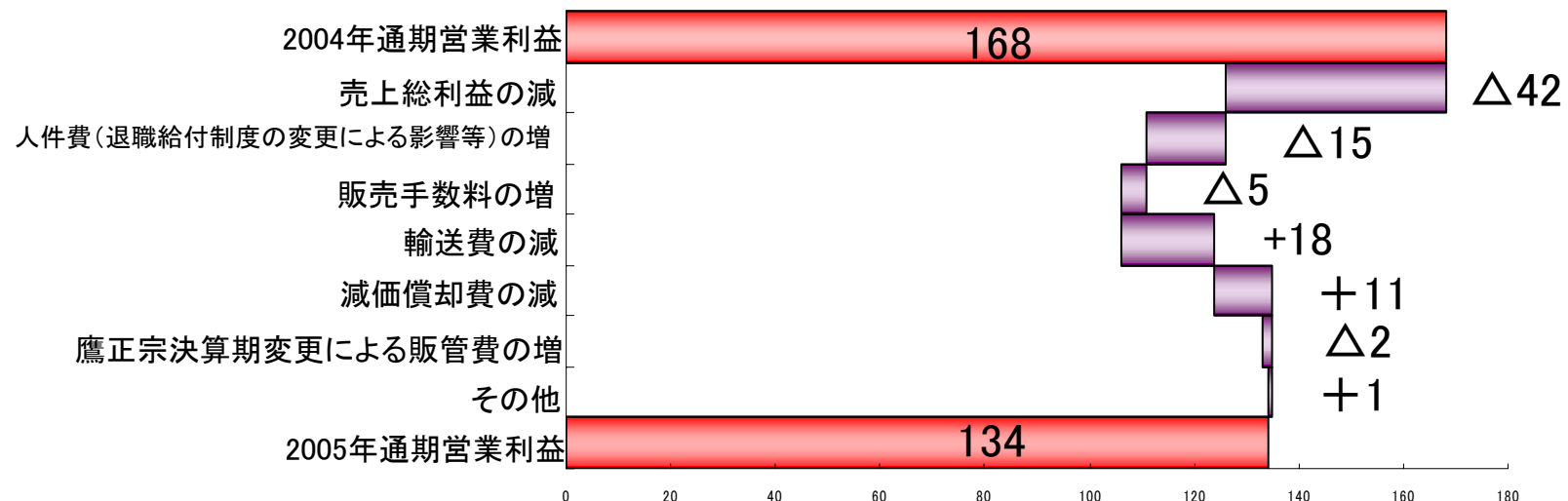
<売上総利益>

(単位: 億円)



<営業利益>

(単位: 億円)

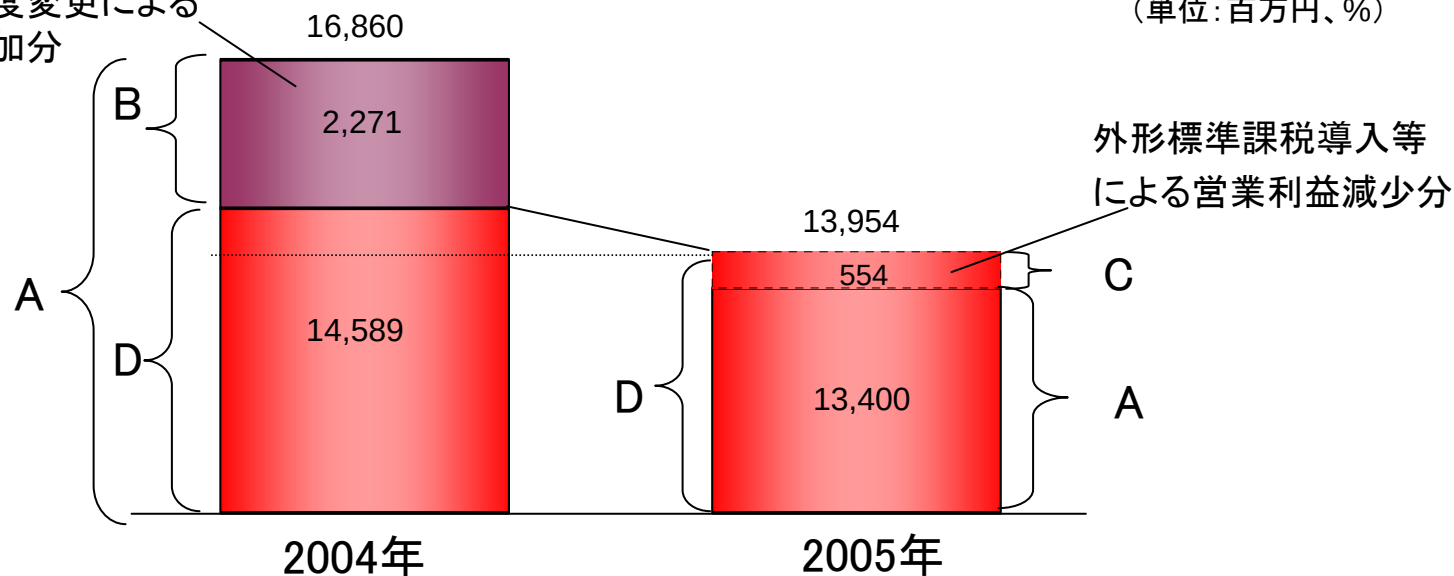


参考 ②：営業利益の対前年比較(連結 通期)

... 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、%)



	2004年 実績	2005年 通期予想	増減	
			額	率
営業利益 (A)	16,860	13,400	△ 3,460	△ 20.5
退職給付制度変更による営業利益調整分 (B)	△ 2,271	-	2,271	-
外形標準課税導入等による営業利益調整分 (C)	-	554	554	-
差引き営業利益 (D) = (A) + (B) + (C)	14,589	13,954	△ 635	△ 4.4

(5) グループ会社の通期予想

＜三笠コカ・コーラグループ＞

(単位: 百万円、千ケース、%)

	2004年 通期 実績	2005年通期			
		計画 ※	今回予想	前年比	
				増減	増減率
販 売 数 量	16,075	16,430	16,430	355	2.2
売 上 高	32,614	30,526	30,526	△ 2,088	△ 6.4
営 業 利 益	503	541	541	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	19,476	19,476	△ 1,599	△ 7.6
営 業 利 益	△ 220	150	150	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	6,772	6,772	180	2.7
営 業 利 益	137	144	144	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	10,718	10,718	1,593	17.5
営 業 利 益	266	545	545	279	104.9

※上記計画は、2005年8月4日付で発表した通期の業績予想に基づく数値であります。

Ⅲ.第3四半期マーケティング活動の振り返り

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

出典: 飲料総研

① カテゴリー別前年比(全国)

➤ ミネラルウォーター、緑茶が伸長

(単位: %)

	市場計	炭酸	コーヒー	紅茶	ウーロン茶	ブレンド茶	緑茶	スポーツ	ミネラルウォーター
7~9月	+1	△ 3	+5	0	△ 7	△ 19	+10	△ 1	+17

② メーカー別前年比(全国)

➤ 第3四半期でのコカ・コーラグループは、市場計を上回る+3%の伸び

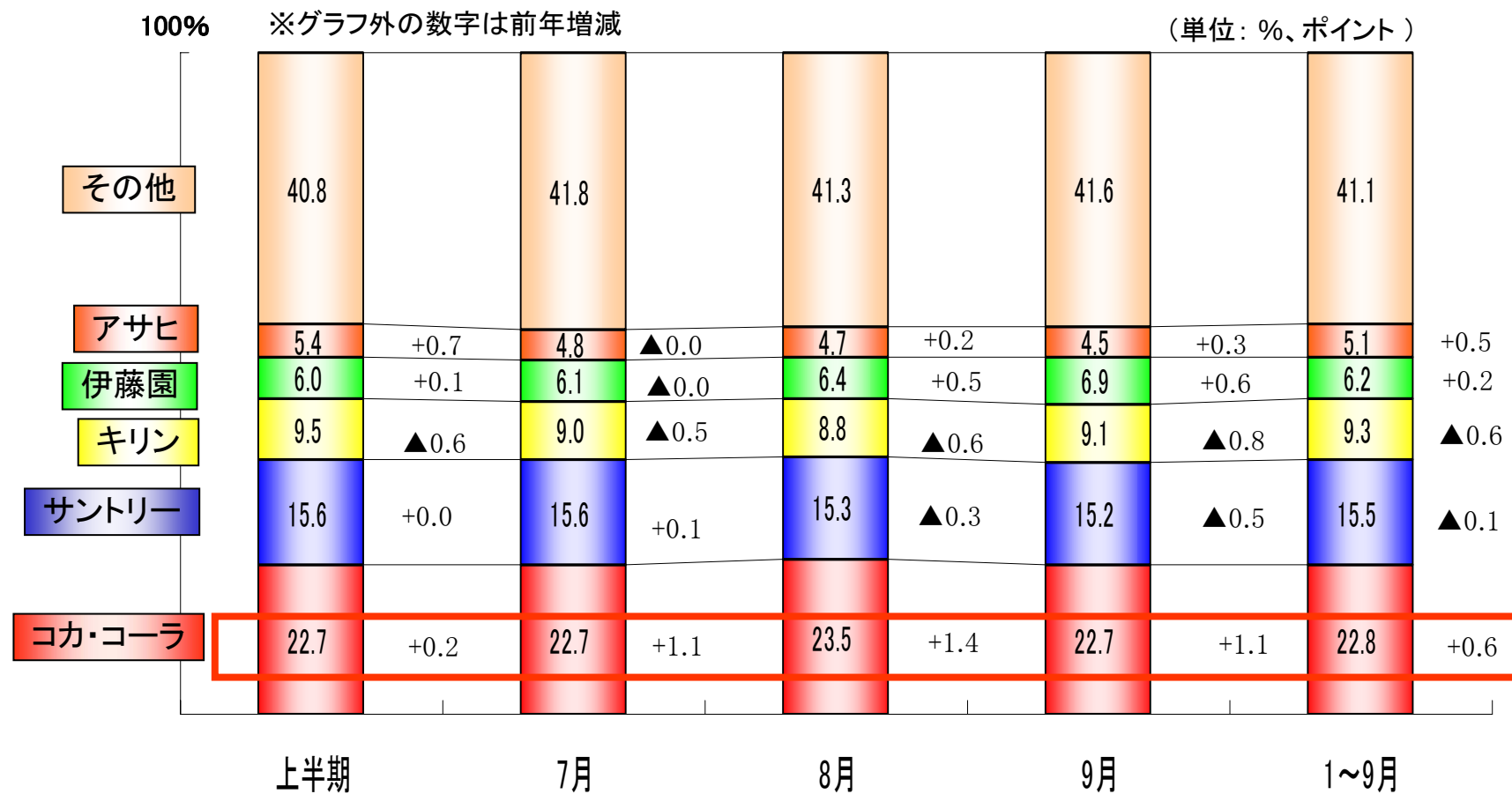
➤ 他社では第1四半期に続いて、伊藤園・アサヒが伸長

(単位: %)

	上半期	7月	8月	9月	第3四半期	1~9月
市場計	+2	△ 9	+6	+6	+1	+2
コカ・コーラ	+1	△ 7	+9	+6	+3	+2
サントリー	+4	△ 9	+3	+6	△ 2	+2
キリンビバ	+3	△ 14	+4	+5	△ 2	+1
伊藤園	+9	+2	+20	+20	+14	+11
アサヒ	+12	△ 5	+14	+16	+7	+10

(2) 手売りマーケットシェア(全国、除く自販機) ... 店舗販売時点 出典: インテージ

➤ コカ・コーラグループは、5月以降5ヶ月連続シェアアップ



2. 当社販売実績の概況



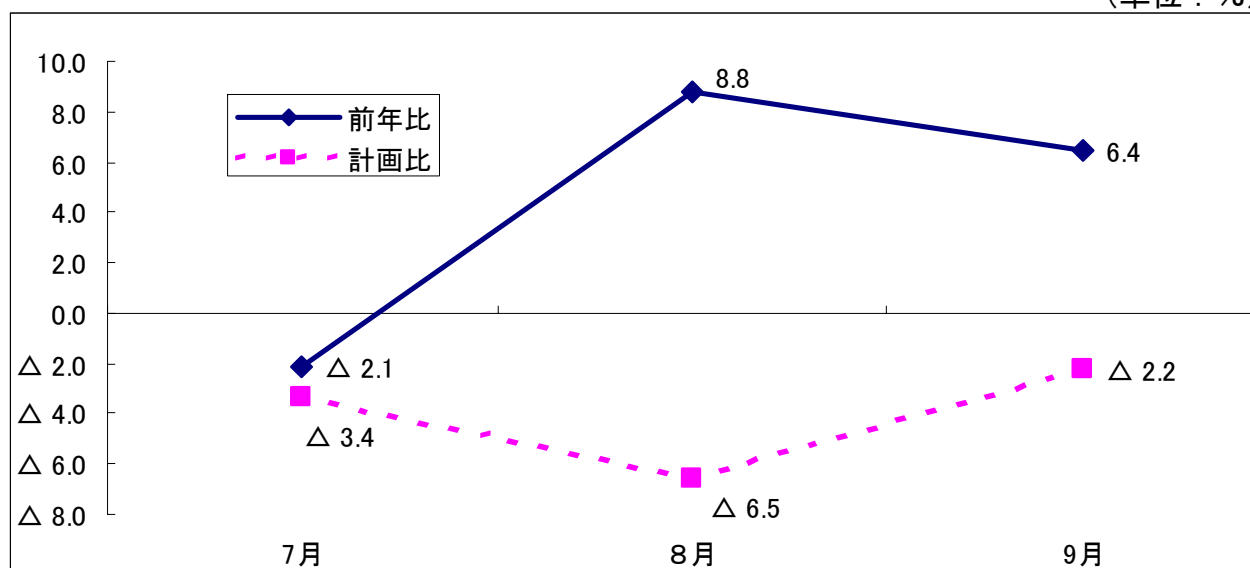
(1) 月別販売実績推移

- 計画：7月は昨年の猛暑、8・9月は台風の影響を考慮
- 実績：対前年 +4.1%、対計画 Δ 4.2% 確実な回復基調

(単位:千ケース、%)

	計画対比		前年対比		<参考> 計画の 前年比
	増減	増減率	増減	増減率	
7月	Δ 315	Δ 3.4	Δ 197	Δ 2.1	+1.3
8月	Δ 651	Δ 6.5	+754	+8.8	+16.4
9月	Δ 184	Δ 2.2	+487	+6.4	+8.8
第3四半期計	Δ 1,150	Δ 4.2	+1,045	+4.1	+8.6

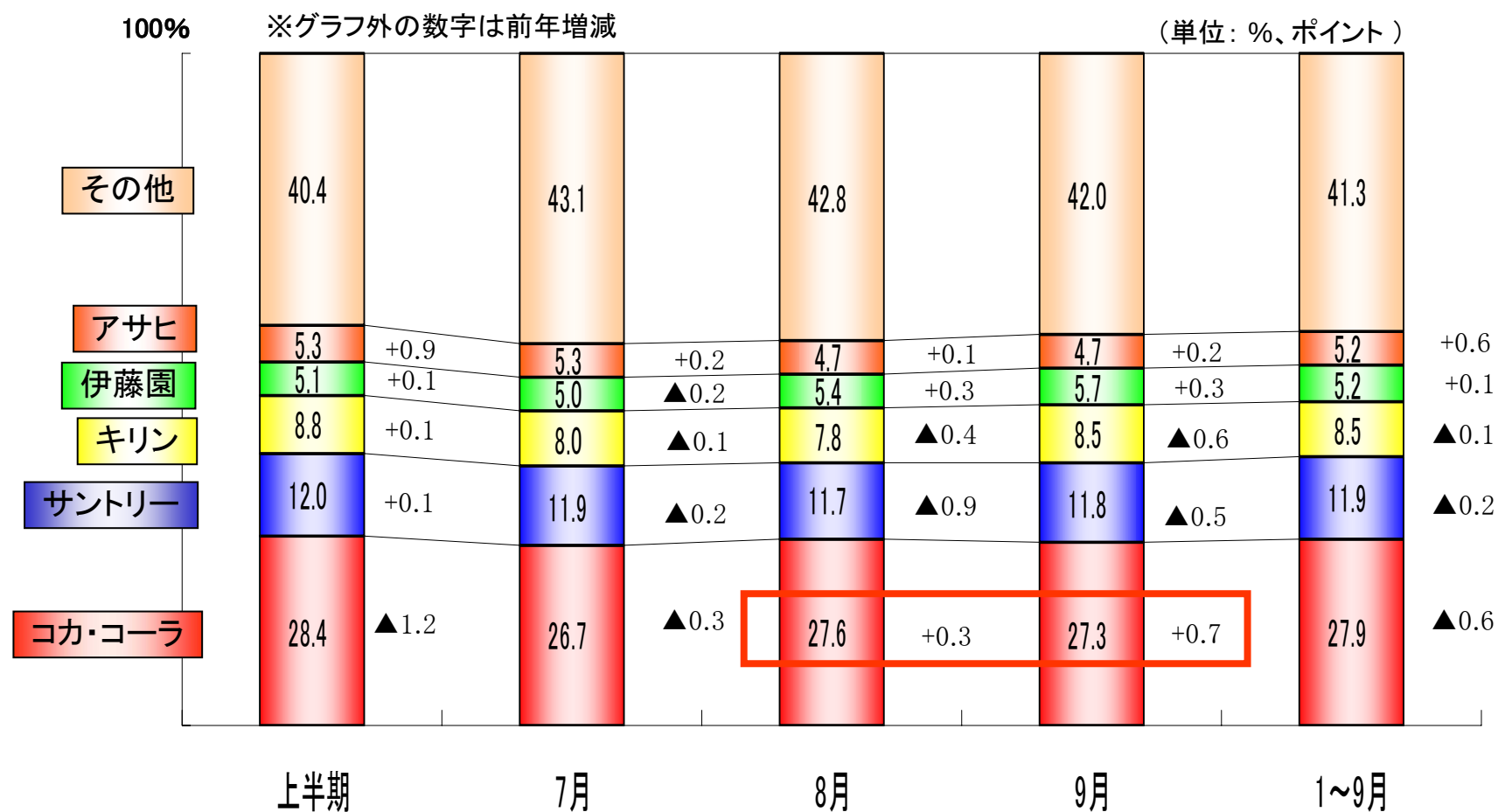
(単位: %)



(2) 手売りマーケットシェア(CCWJエリア、除く自販機)

出典: インテージ

➤ CCWJは、8月よりシェアをプラスに転じた



(3) ブランドの状況

- 計画対比：コカ・コーラ、ジョージア、爽健美茶、その他のブランドで未達
- 前年対比：爽健美茶でマイナスしたものの、それ以外のブランドでは前年をクリア

＜第3四半期ブランド別販売実績＞

(単位:千ケース、%)

	2005年第3四半期				
	実 績	計画対比		前年対比	
		増減	増減率	増減	増減率
コカ・コーラ	2,746	△356	△ 11.5	△44	△ 1.6
ジョージア	6,240	△526	△ 7.8	+197	+3.3
アケリアス	3,869	+436	+12.7	+745	+23.8
爽健美茶	2,159	△202	△ 8.6	△510	△ 19.1
一／まろ茶	1,814	+61	+3.5	+392	+27.6
小計	16,828	△588	△ 3.4	+779	+4.9
森の水だより	964	+177	+22.5	+295	+44.0
その他	8,639	△739	△ 7.9	△29	△ 0.3
合計	26,431	△1,150	△ 4.2	+1,045	+4.1

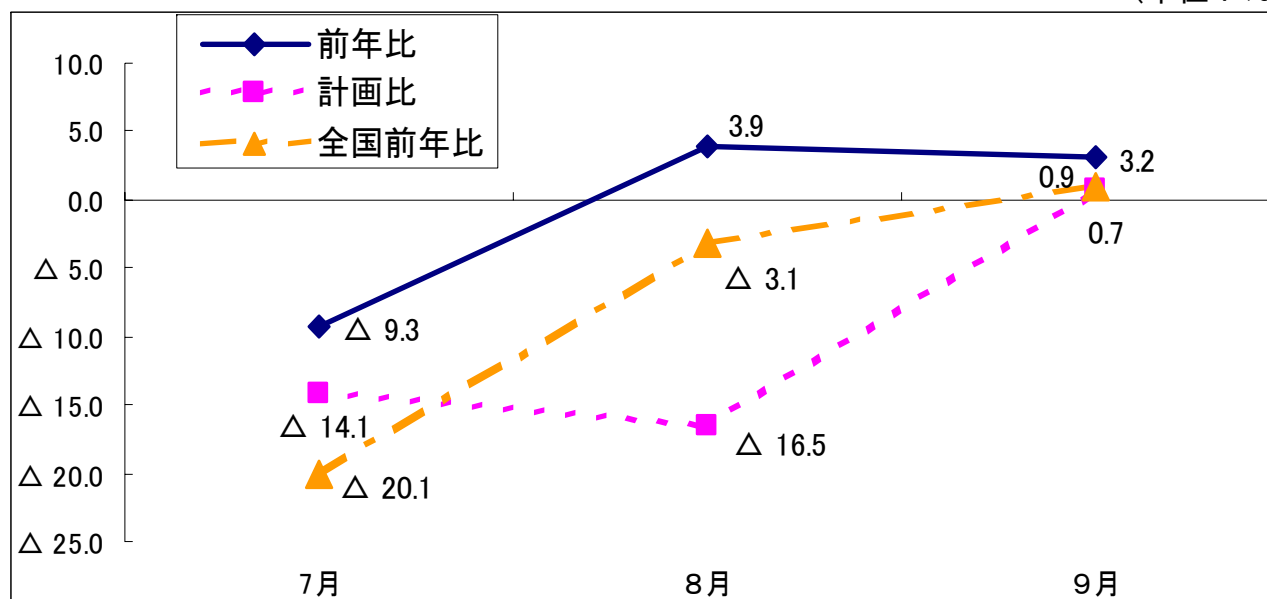
① ブランド別増減要因

1) コカ・コーラ

- 計画比：コカ・コーラレモンの計画未達によりマイナス
- 前年比：コカ・コーラC2のマイナス分をコカ・コーラレモン、増量缶でほぼカバー

<販売数量>

(単位：%)



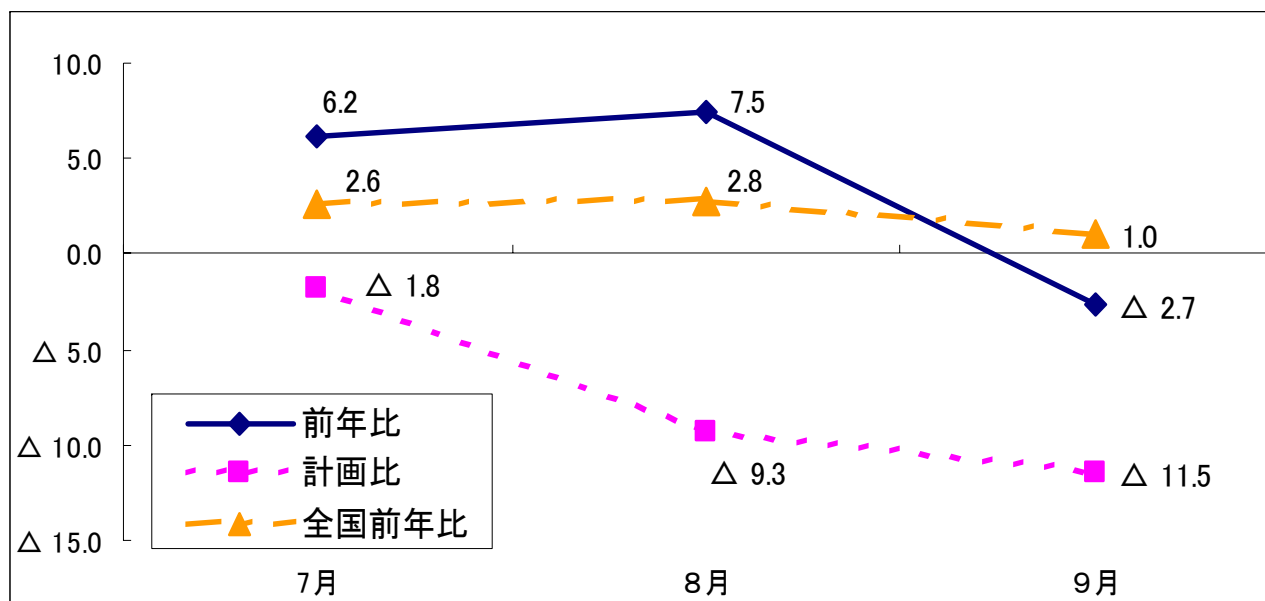
第3四半期計
 前年比 $\Delta 1.6\%$
 計画比 $\Delta 11.5\%$

2) ジョージア

- 計画比：ジョージア強化による計画を未達
- 前年比：7・8月はサマー缶、アイス珈琲の貢献によりプラス
9月は残暑の影響、競合の攻勢によりマイナス

<販売数量>

(単位：%)

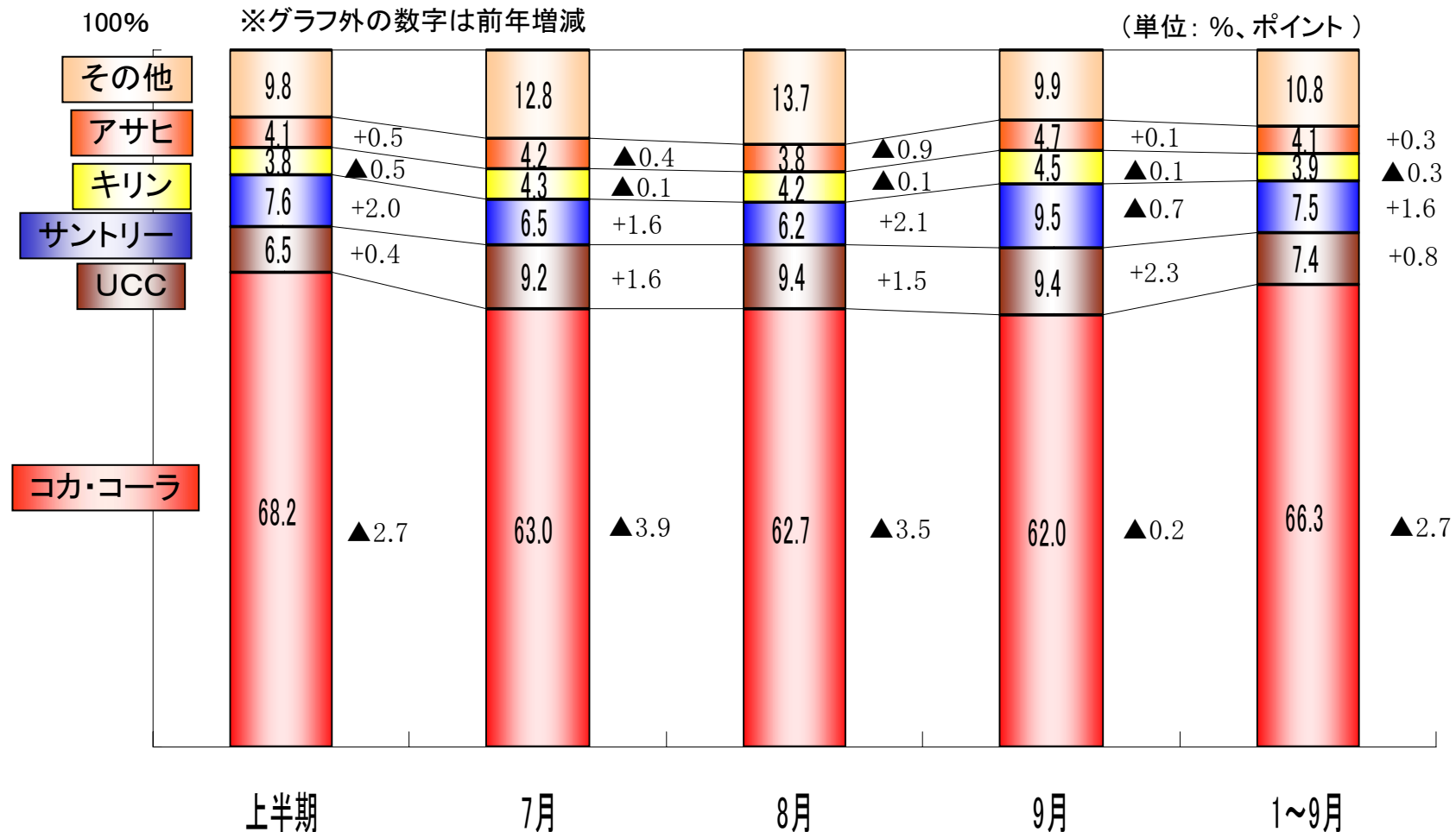


第3四半期計
前年比 +3.3%
計画比 △7.8%



参考：ジョージアの状況・・・手売りマーケットシェア推移(CCWJエリア)

出典：イメージ

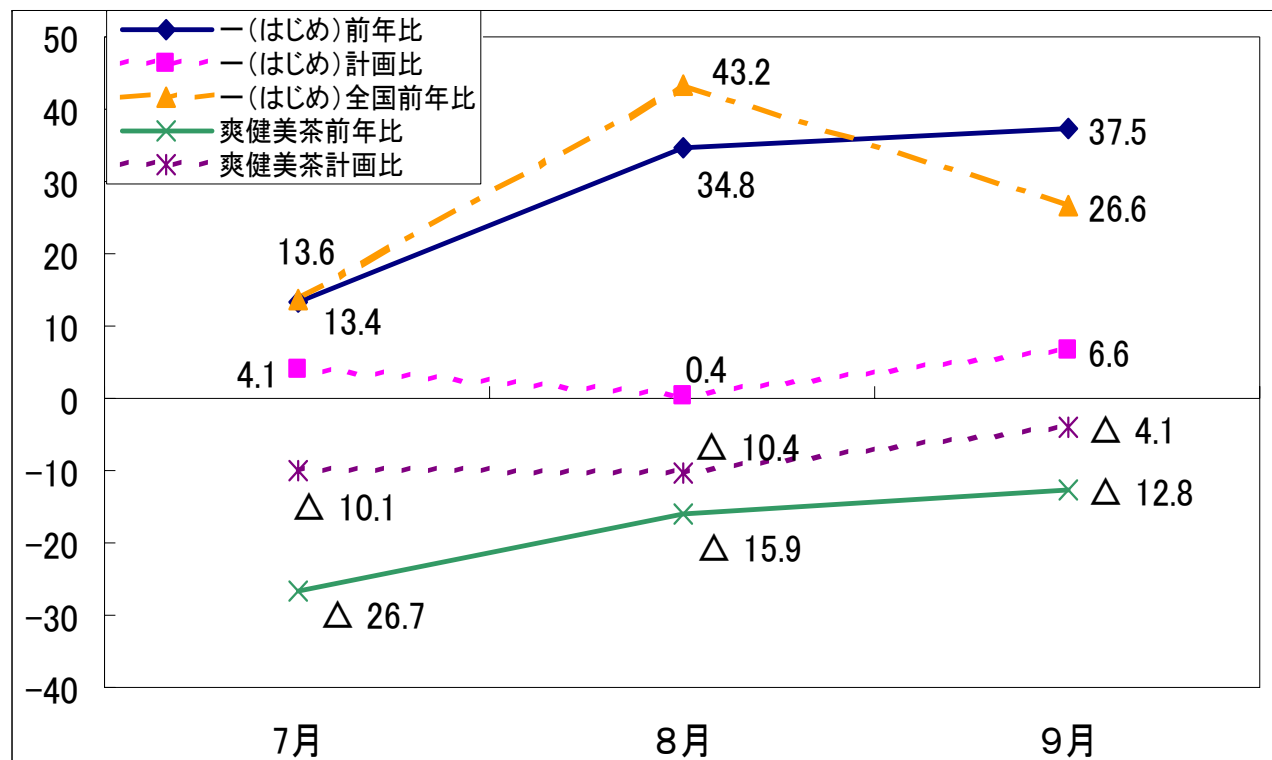


3) 爽健美茶／一(はじめ)

- 計画比
 - 前年比
- 一(はじめ)は好調、爽健美茶は低調ながら回復傾向

<販売数量>

(単位：%)



第3四半期計

一(はじめ)

前年比 +27.6%

計画比 +3.5%

爽健美茶

前年比 Δ 19.1%

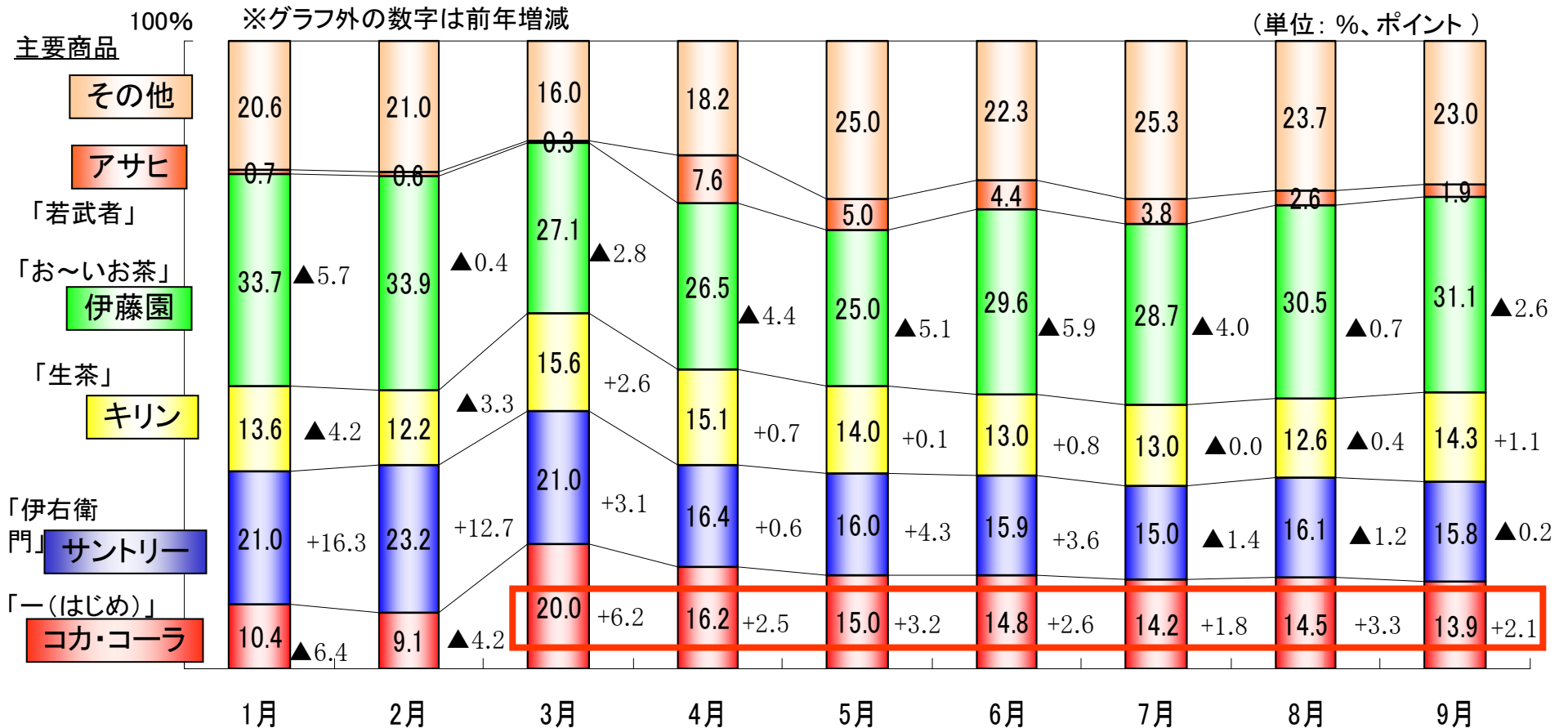
計画比 Δ 8.6%



参考：ー（はじめ）の状況 … 手売りマーケットシェア推移(CCWJエリア)

➤ 9月に第4位に落ちるものの、3月以降連続シェアアップ

出典：インテージ



② 新商品

➤ 昨年の2倍の貢献

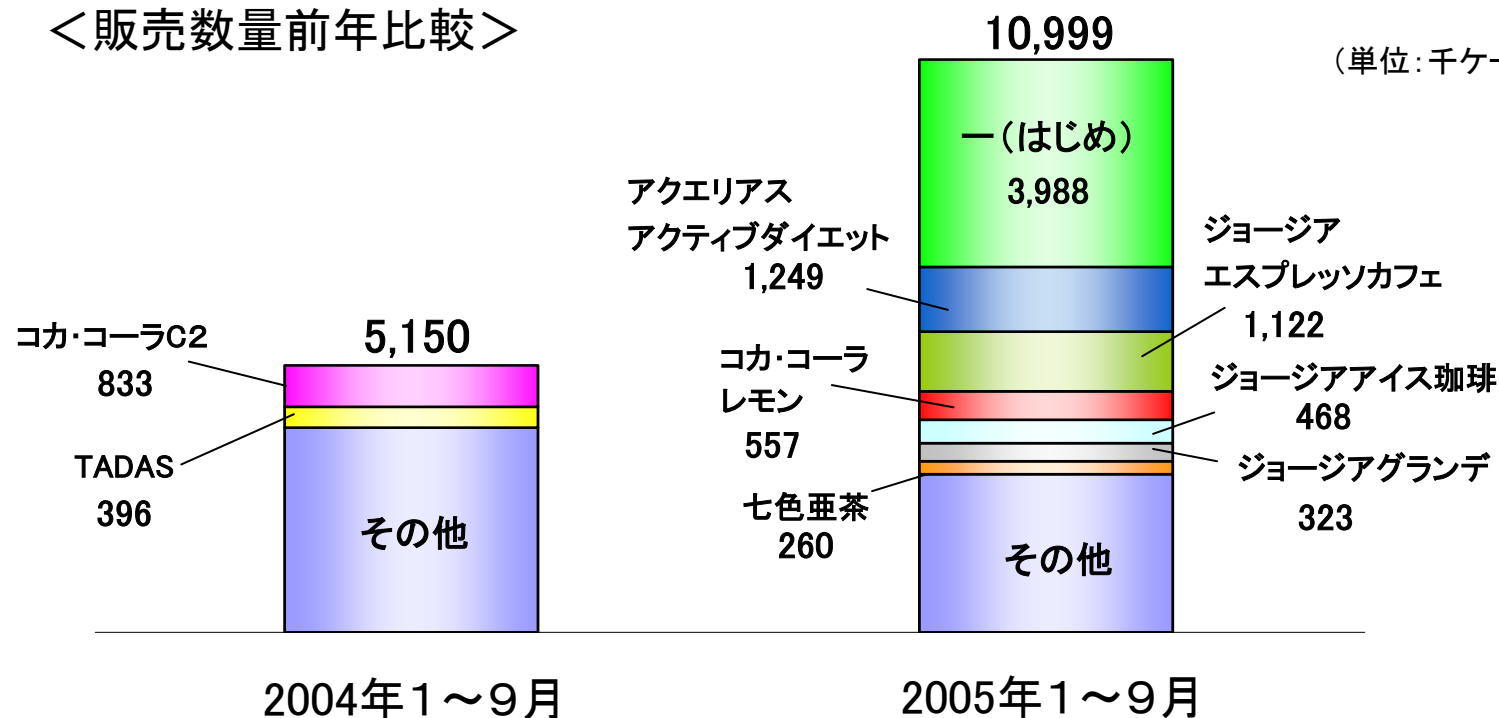
< 品数および販売数量 >

(単位: 品種、千ケース)

	2004年			2005年			前年増減		
	上半期	第3四半期	1～9月	上半期	第3四半期	1～9月	上半期	第3四半期	1～9月
品数	77	16	93	74	31	105	△ 3	+15	+12
販売数量	2,672	2,478	5,150	5,524	5,475	10,999	+2,852	+2,997	+5,849

< 販売数量前年比較 >

(単位: 千ケース)



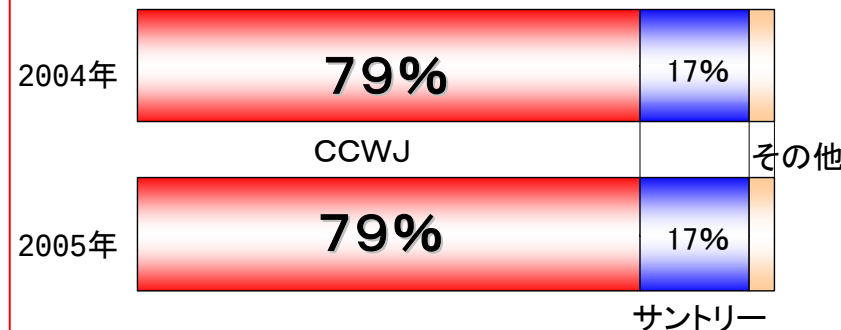
③ ブランド別シェア（CCWJエリア 2005年1～9月）

出典：インテージ

手売りマーケット、除く自販機

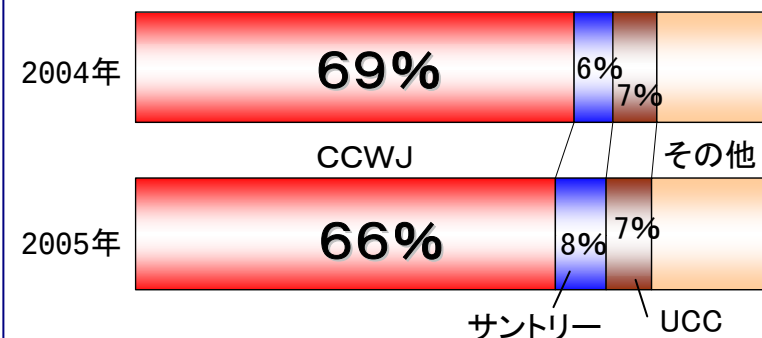
コカ・コーラ

コーラ飲料



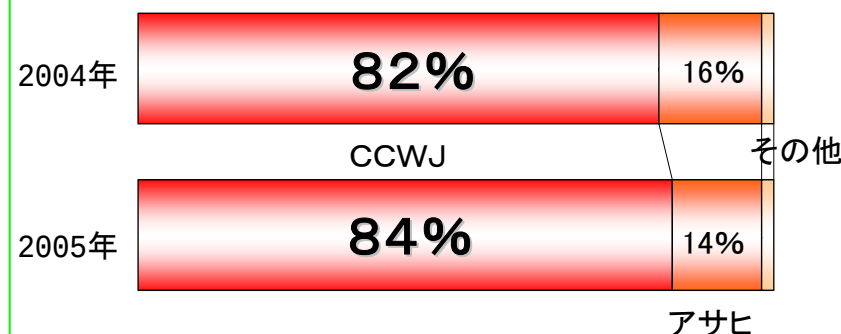
ジョージア

コーヒー飲料



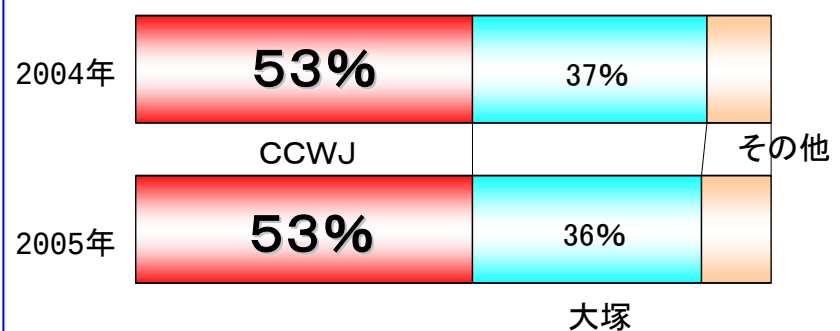
爽健美茶

ブレンド茶

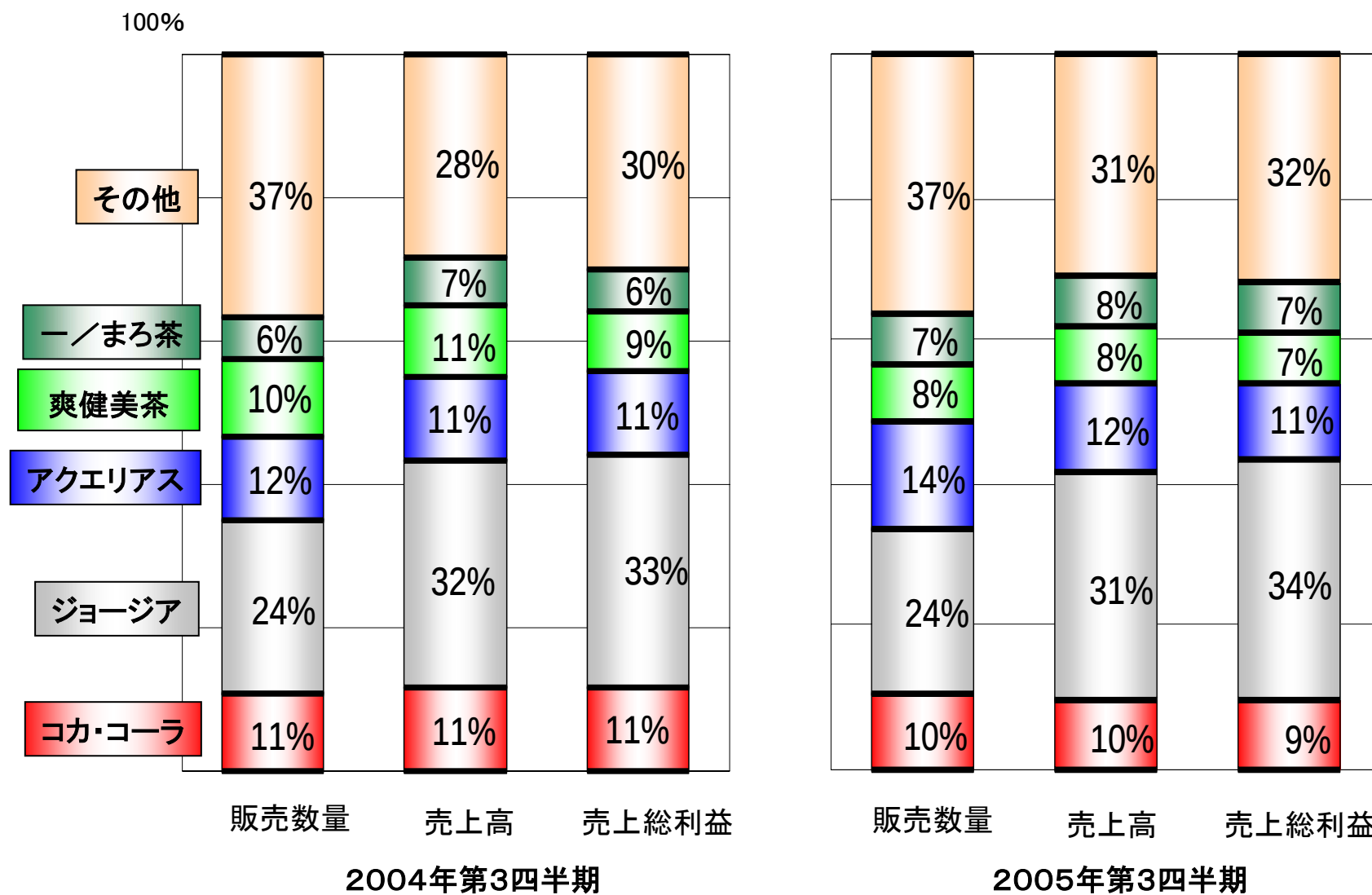


アクエリアス

スポーツ飲料



④ ブランド別構成比（CCWJ 2005年第3四半期）



(4) チャンネルの状況

- 計画比：コンビニを除く、全チャンネルで計画未達
- 前年比：ベンディング、チェーンストア、コンビニでは前年を大きく上回る

＜第3四半期チャンネル別販売実績＞

(単位:千ケース、%)

	2005年第3四半期				
	実 績	計画対比		前年対比	
		増減	増減率	増減	増減率
ベンディング	8,685	△416	△ 4.6	+641	+8.0
チェーンストア	6,008	△270	△ 4.3	+500	+9.1
コンビニ	2,803	+168	+6.4	+231	+9.0
リテール	4,049	△301	△ 6.9	△236	△ 5.5
フードサービス	2,346	△134	△ 5.4	+27	+1.2
代理店	538	△39	△ 6.7	△4	△ 0.7
その他	2,001	△157	△ 7.3	△113	△ 5.4
合計	26,431	△1,150	△ 4.2	+1,045	+4.1

① ベンディング

1) 市場設置台数の拡大

- 計画には届かなかったものの、確実に台数を拡大
- インマーケットを中心とした優良ロケを獲得

<新規設置台数>

(単位: 台)

	上半期	第3四半期
計画	7,187	3,462
実績	6,008	3,377
増減	△ 1,179	△ 85
達成率(%)	83.6	97.5

2004年
第3四半期
実績

2, 320

2) VPMの拡大

※ VPM : 自販機1台当りセールス

- プロモーション(増量缶、ジョージア、森の水だより)の実施により、VPMは大きく向上
- 9月よりジョージア新キャンペーンを展開

＜フルサービス自販機全体のVPM推移＞

(単位: ケース)

	上半期	7月	8月	9月	第3四半期
2004年	140.2	29.6	26.9	24.7	81.3
2005年	138.6	29.4	30.2	26.4	86.0
増減	△ 1.6	△ 0.2	+3.3	+1.7	+4.7
伸長率(%)	△ 1.1	△ 0.8	+12.0	+6.6	+5.8

② チェーンストア

1) 売場皆革

➤ 最盛期の販売拠点を獲得する活動により、売場の量・質ともに向上

- ・全店舗(3,135店)で売場調査と進捗管理の実施
- ・機材、資材の積極投入による売場の増加
- ・取扱品種数の増加

＜売場実績 ... 1店舗当りの売場数＞

	第2四半期	第3四半期	増減
品種数(品種)	29.2	31.1	+1.9
フェイス(列)	85.3	103.0	+17.7
機材・資材(台)	1.5	2.0	+0.5
販売箇所(箇所)	2.0	2.8	+0.8

2) 商品皆革

➤ 1.5LPETを除く、全てのパッケージで前年を上回る

・特に1LPET、500PET強化の成果が表れる

＜パッケージ別セールス前年比＞

(単位: 千ケース、%)

	2005年上半期			2005年第3四半期		
	数量	前年比	構成比	数量	前年比	構成比
2LPET	△139	△ 4.4	39.7	+239	+9.7	45.2
1.5LPET	△83	△ 5.0	20.4	△1	△ 0.2	15.7
1LPET	+56	+99.3	1.5	+50	+82.3	1.8
500PET	+37	+2.9	17.4	+99	+11.0	16.7
190缶・350缶	+33	+7.8	5.8	+37	+10.3	6.5
その他	△53	△ 4.3	15.2	+76	+10.0	14.0
合計	△148	△ 1.9	100.0	+500	+9.1	100.0

3) アカウント営業皆革

➤ 全てのアカウント区分でセールスが拡大

・特にディスカウント系9アカウントおよび重点アカウントでのセールスが增加

＜アカウント区分別セールス前年比＞

(単位: 千ケース、%)

	2005年上半期			2005年第3四半期		
	数量	前年比	構成比	数量	前年比	構成比
ディスカウント系9アカウント	△211	△11.9	20.2	+131	+10.9	22.0
重点アカウント	+106	+3.6	39.2	+221	+10.6	38.2
ナショナルチェーン/New KAM	+133	+12.1	15.9	+108	+13.1	15.6
その他	△177	△8.5	24.6	+40	+2.8	24.2
合計	△148	△1.9	100.0	+500	+9.1	100.0

※ ナショナルチェーン : 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

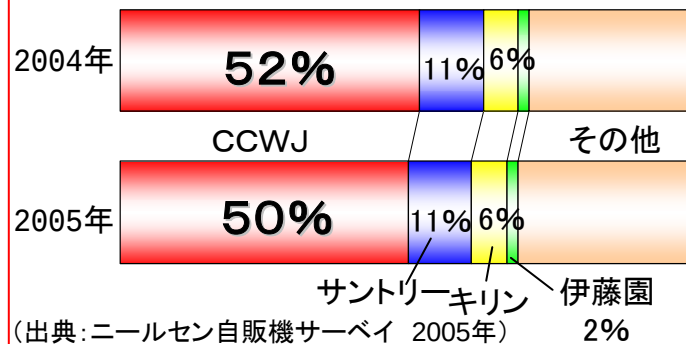
New KAM : CCJCとボトラー社の共同扱いのチェーンスーパーマーケット

③ チャネル別シェア（CCWJエリア 2005年1～9月）

ベンディング

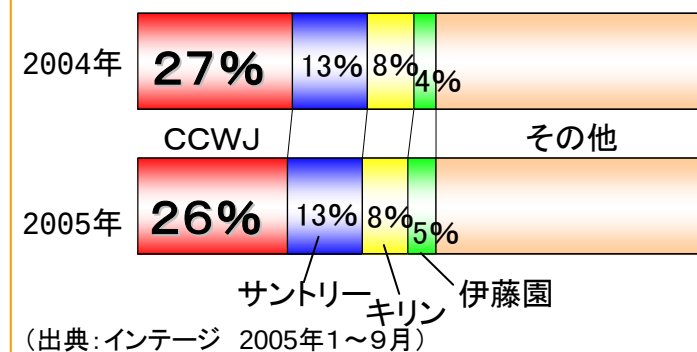
リテール

屋外の自販機台数シェア



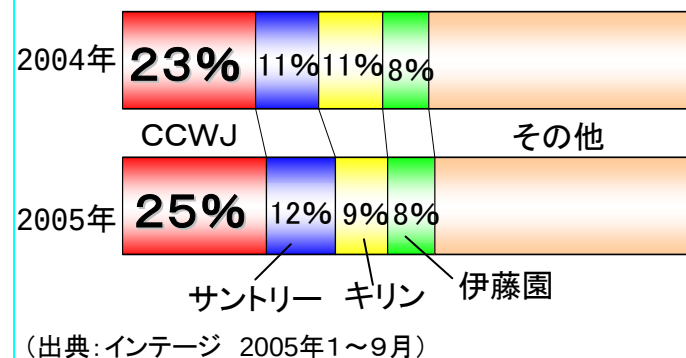
チェーンストア

手売りマーケットシェア(スーパーマーケット)



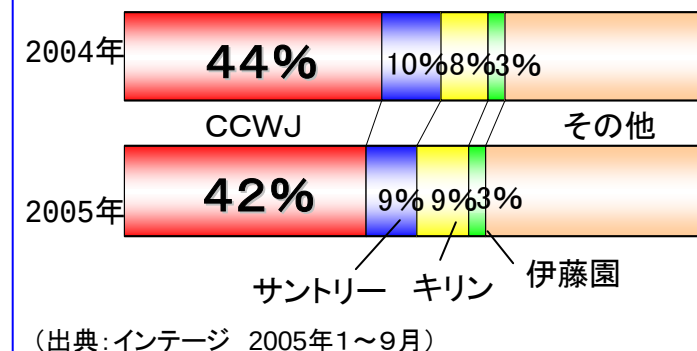
コンビ

手売りマーケットシェア(コンビ)

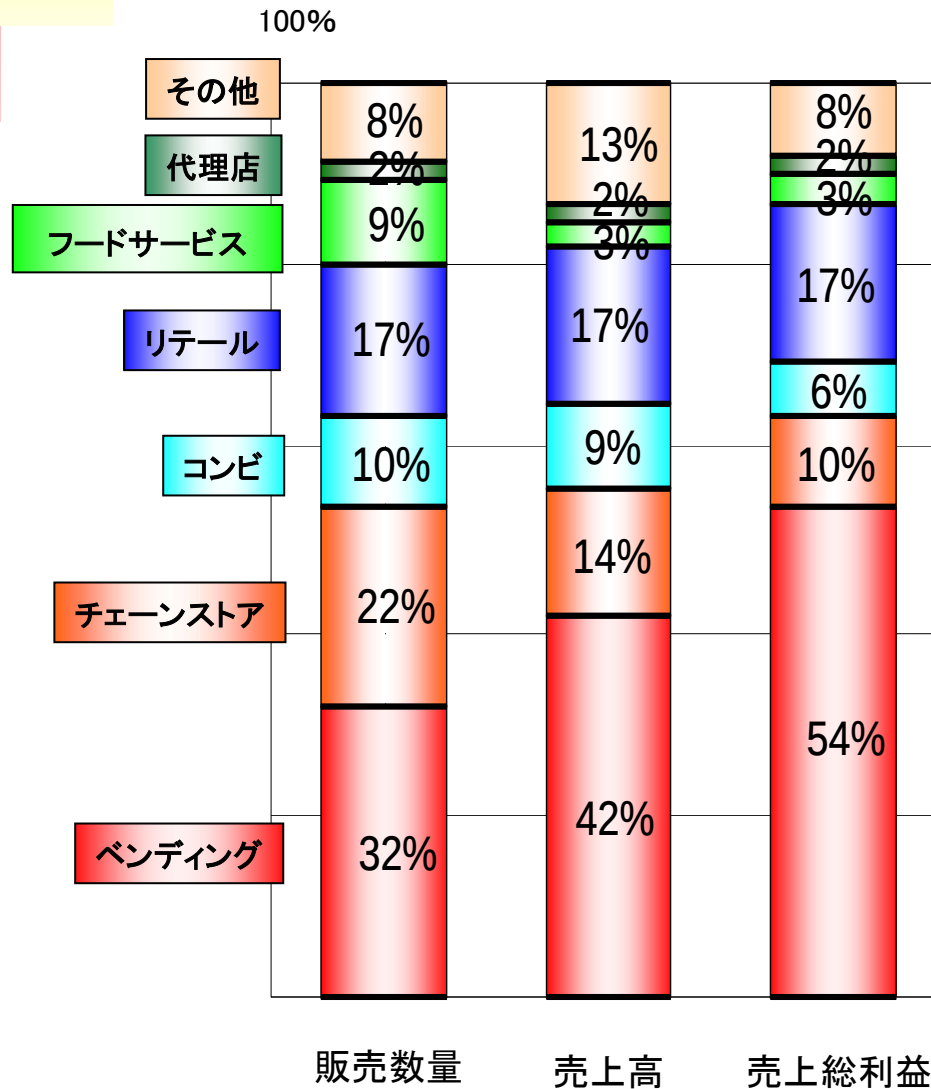


リテール

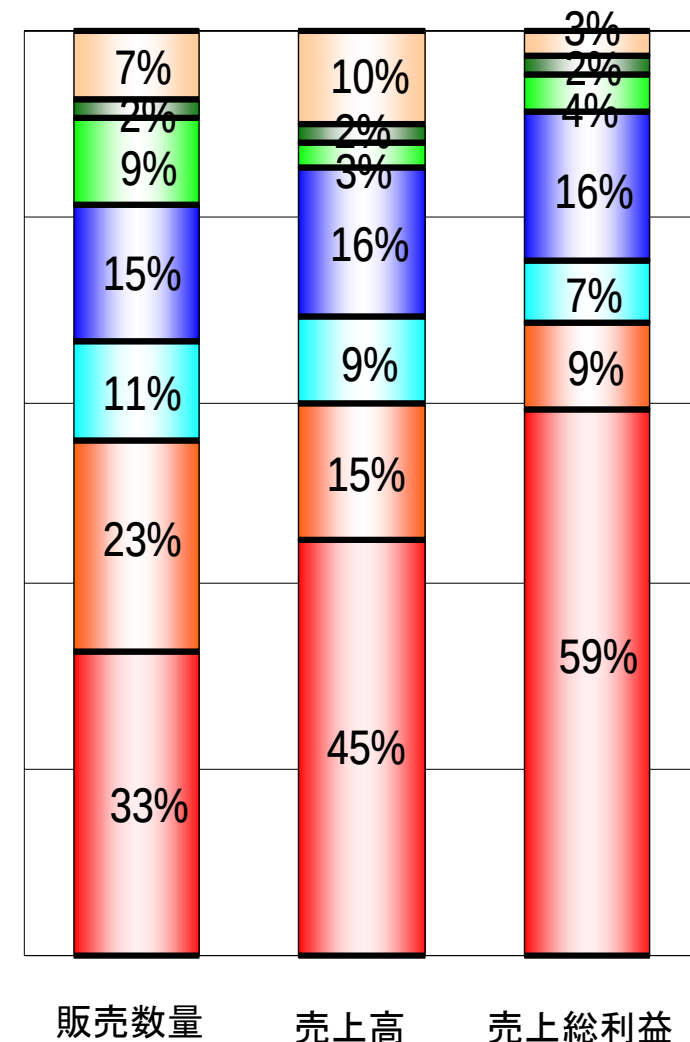
手売りマーケットシェア(一般食料品店、酒店等)



④ チャンネル別構成比（CCWJ 2005年第3四半期）



2004年第3四半期



2005年第3四半期

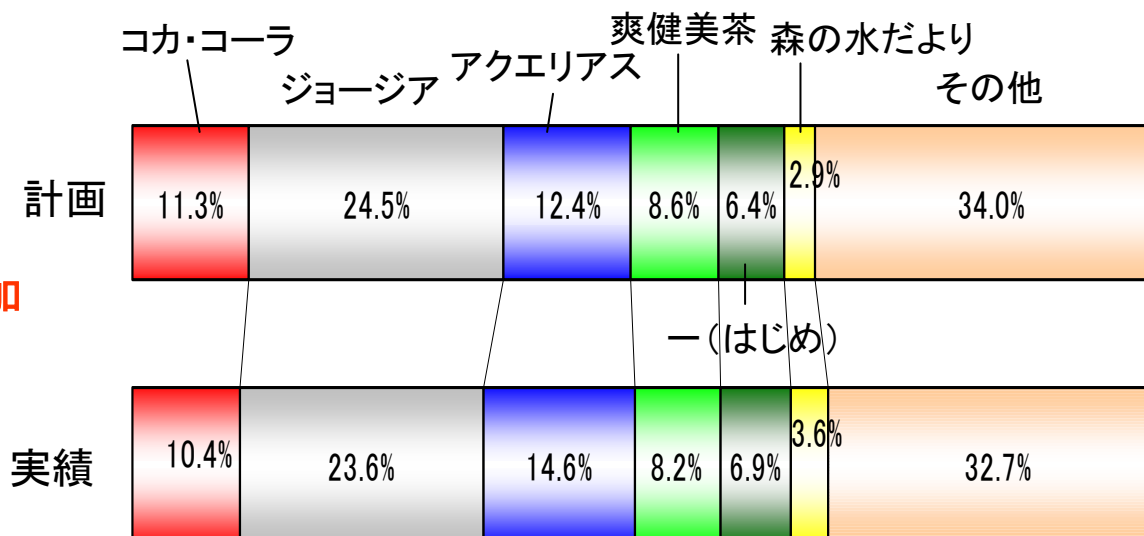
3. セールスマックスについて



◆ 品種構成の変化 ... 販売数量構成比の計画対比（CCWJ 2005年第3四半期）

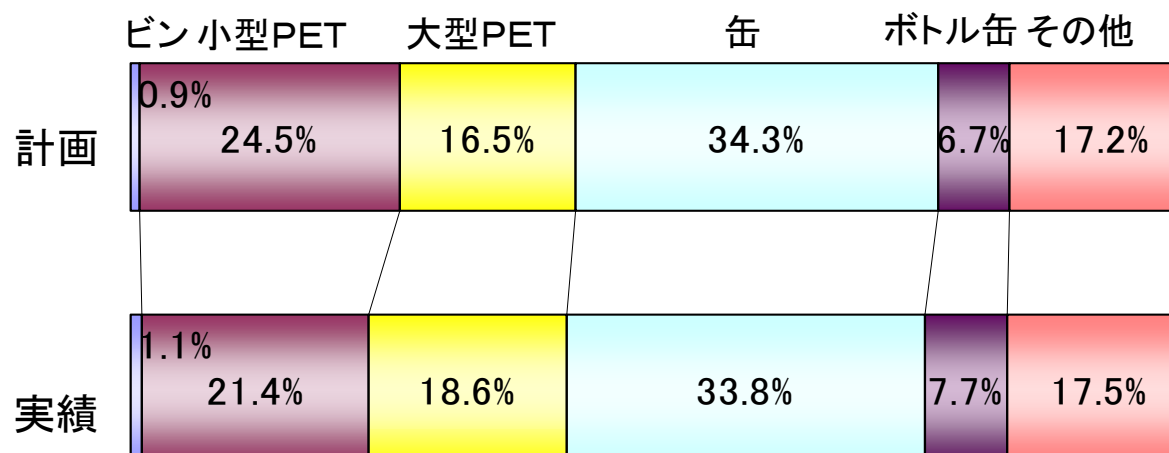
<ブランド>

- アクエリアス、森の水だよりが増加
コカ・コーラ、ジョージアが減少



<パッケージ>

- 大型PET、ボトル缶が増加
小型PET、缶が減少



IV.第4四半期マーケティング活動

1. 第4四半期の活動のポイント



(1) 秋・冬商戦でのホットマーケティングの徹底

① ジョージア強化策の更なる徹底

② HOT商材の拡充



ブランド戦略

(2) ベンディング／チェーンストアの徹底強化



チャネル戦略

2. ブランド戦略



(1) ブランド別販売予想

＜第4四半期販売予想＞

(単位：千ケース、%)

	2004年 第4四半期 実績	2005年第4四半期		
		計画	前年対比	
			増減	増減率
コカ・コーラ	1,609	1,690	+81	+5.1
ジョージア	7,221	7,390	+169	+2.3
アクエリアス	1,232	1,630	+398	+32.3
爽健美茶	1,598	1,480	△118	△7.4
一(はじめ)／まろ茶	989	1,340	+351	+35.4
森の水だより	395	430	+35	+8.8
その他	7,149	7,630	+481	+6.7
合計	20,193	21,590	+1,397	+6.9

(2) 秋・冬商戦でのホットマーケティングの徹底

① ジョージア強化策の更なる徹底

基本方針: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

		発売日／ 実施時期	展開 チャネル	販売計画 (千ケース)
新 商 品	マイルドコーヒー 190缶	10/10	自販機	235
	ホットカフェラッテ 加温280PET	10/31	自販機	99
	プレシャステイスト 190缶	11/7	全チャネル	86
	ジョージアン応援缶 190缶	11/28	全チャネル	83
プ ロ モ 消 費 者	ジョージアマイウェイチャレンジプロモ	10/1～11/30	全チャネル	—
	ジョージアラッキーキャッププロモ	12/1～	ベンディング	—



② HOT商材の拡充

基本方針：商品ラインナップ、カテゴリーラインナップを充実させ、
お客さまに魅力ある品揃えとし、セールス拡大を図る

		発売日	展開 チャネル	販売計画 (千ケース)
爽健美茶	深み香ばし爽健美茶 加温280mlPET/350mlPET	10/3	手売り／自販機	165
一(はじめ)	一(はじめ) 加温280PET/350PET	10/3	全チャネル	191
	一(はじめ) 茶園のぜいたく玉露 190缶	11/14	自販機	30
その他 HOT商材	紅茶花伝ロイヤルミルクティ 加温280PET	10/3	手売り／自販機	295
	七色亜茶 加温280PET/350PET	10/3	手売り／自販機	43
	ユーロプレミアムココア 190缶	10/31	手売り／自販機	141
	ビストローネ コーンポタージュ 190缶	10/31	手売り／自販機	71
	芯からぽかぽか しょうが湯 加温280PET/ 190缶	10/31	手売り／自販機	44
	ふるさとだより はちみつゆず 加温280PET	10/31	手売り	28

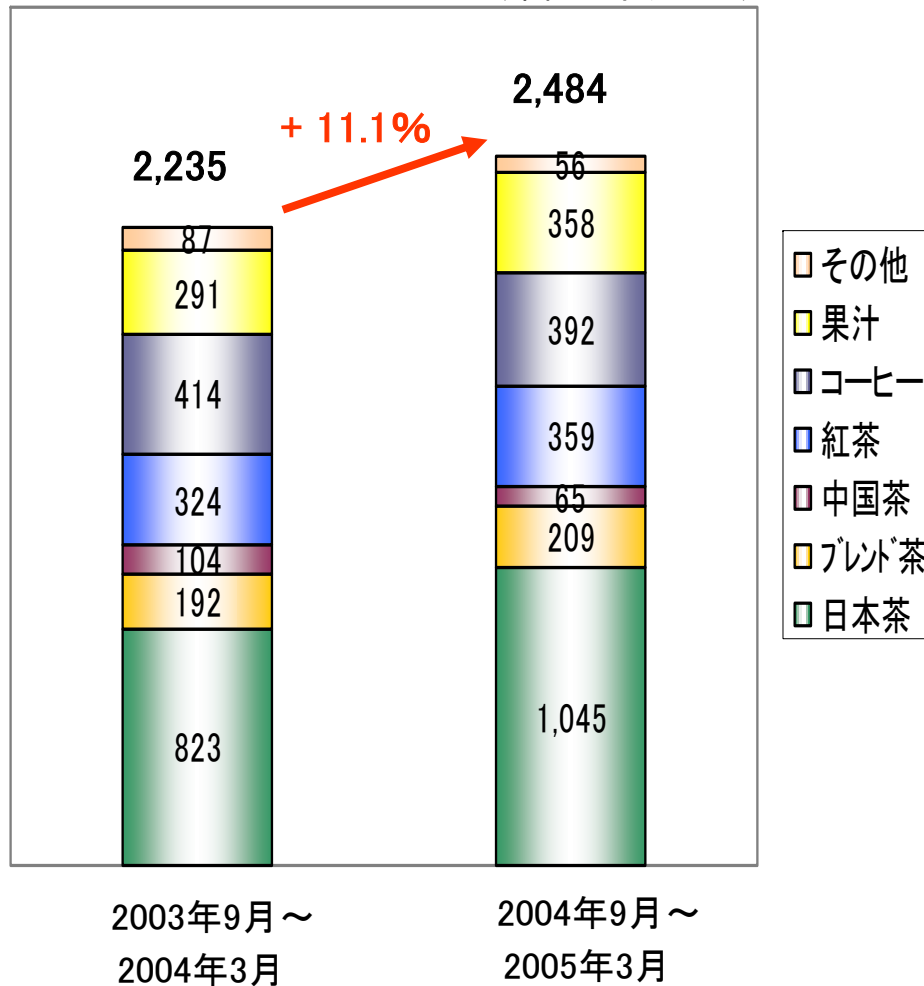


参考：HOT PET販売目標

<HOT PET市場推移(CCWJエリア)>

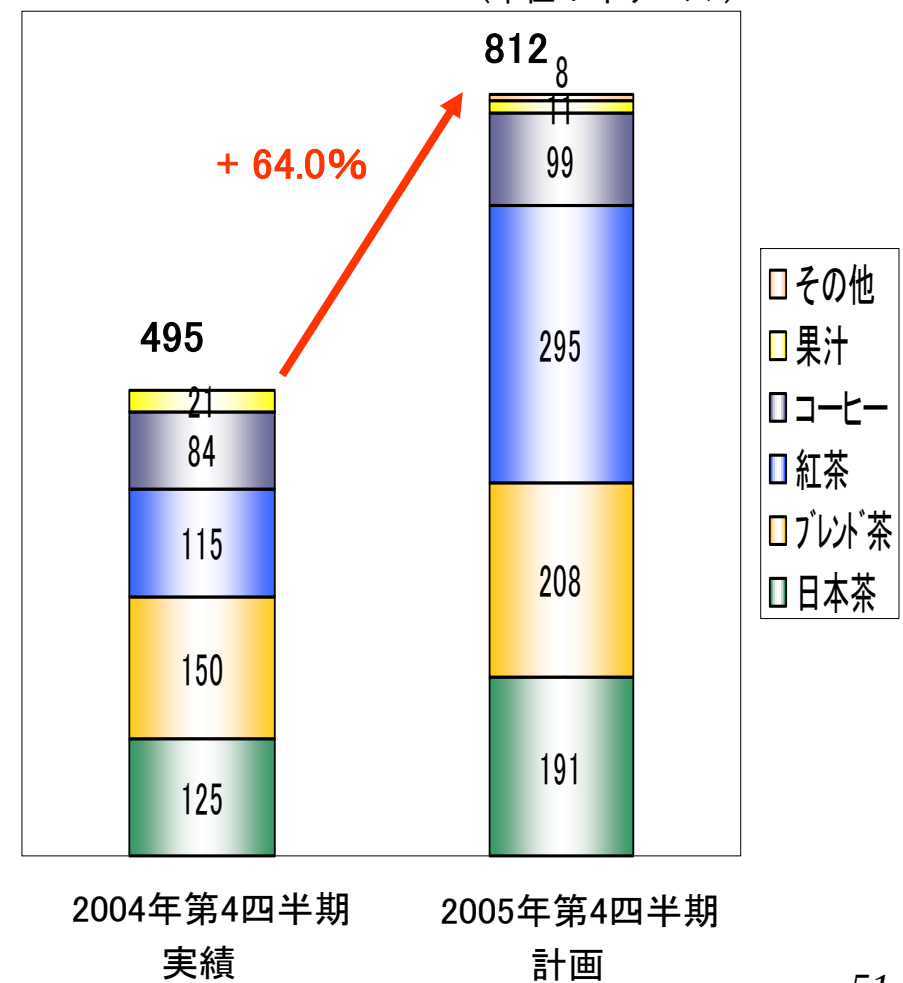
出典：インテージ

(単位：千ケース)



<HOT PET販売目標(CCWJ)>

(単位：千ケース)



3. チャネル戦略



(1) チャネル別販売予想

＜第4四半期販売予想＞

(単位 千ケース、%)

	2004年 第4四半期 実績	2005年第4四半期		
		計画	前年対比	
			増減	増減率
ベンディング	6,852	7,220	+368	+5.4
チェーンストア	3,374	3,930	+556	+16.5
コンビニ	2,455	2,620	+165	+6.7
リテール	3,147	3,330	+183	+5.8
フードサービス	1,912	2,100	+188	+9.8
代理店	410	460	+50	+12.3
その他	2,043	1,930	△ 113	△ 5.5
合計	20,193	21,590	+1,397	+6.9

(2) ベンディング

① 市場設置台数の拡大

増加台数目標

■ 組織的開発の推進

- ・ 市場開発統括部、NNB、提案型自販機プロジェクト 等
... 新規設置台数 2,660台

700 台
(対前年
+42.3%)

② VPMの拡大

... 第4四半期目標 69.3ケース 対前年100%

実施規模

■ ジョージアを主体としたホットマーケティングの強化

- ・ 新商品展開 : ジョージア
: HOT PET
- ・ ジョージアラッキーキャッププロモーション

■ ITを活用したVPM向上

3,740千ケース
240千ケース
1,200千ケース

—

※ VPM : 自販機1台当りセールス

(3) チェーンストア

① 売場皆革 ... 売場10%拡大の継続

- クリスマス・年末に向けての売場の質・量の向上
- 販売機器の投入(レジ前HOT & COLDクーラー)

実施規模

—
150台

② 商品皆革

- 「はじめの日」設定による「一(はじめ)」展開強化
... 第4四半期 : 一(はじめ)セールス 対前年+71.1%
- 大型PET、500PETのセールス拡大プログラム

実施規模

160千ケース

300千ケース

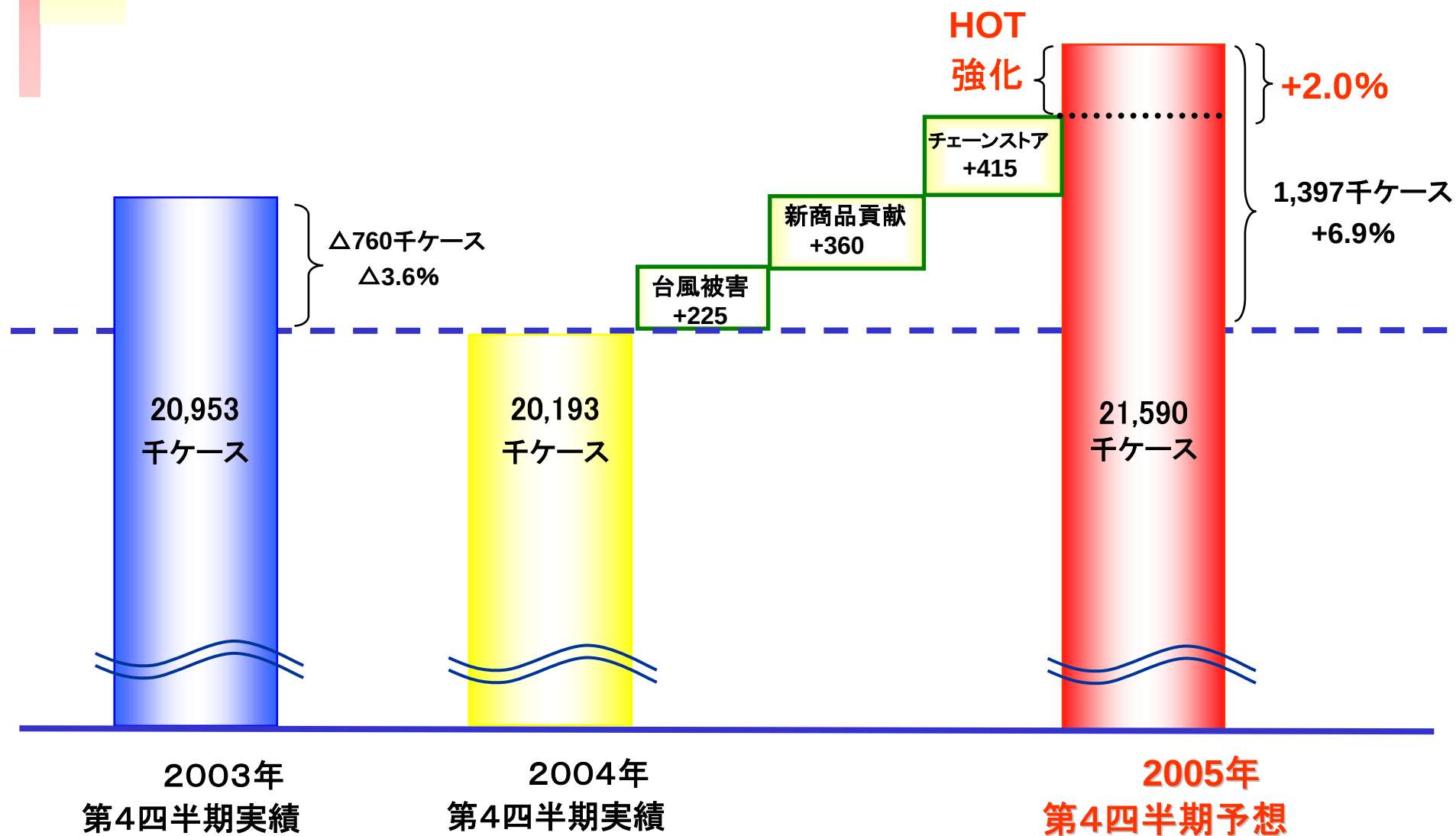
③ アカウント営業皆革

- キーカスタマー(30アカウント)への取組み強化
- アカウント個々のオリジナル企画の実施

前年伸長目標

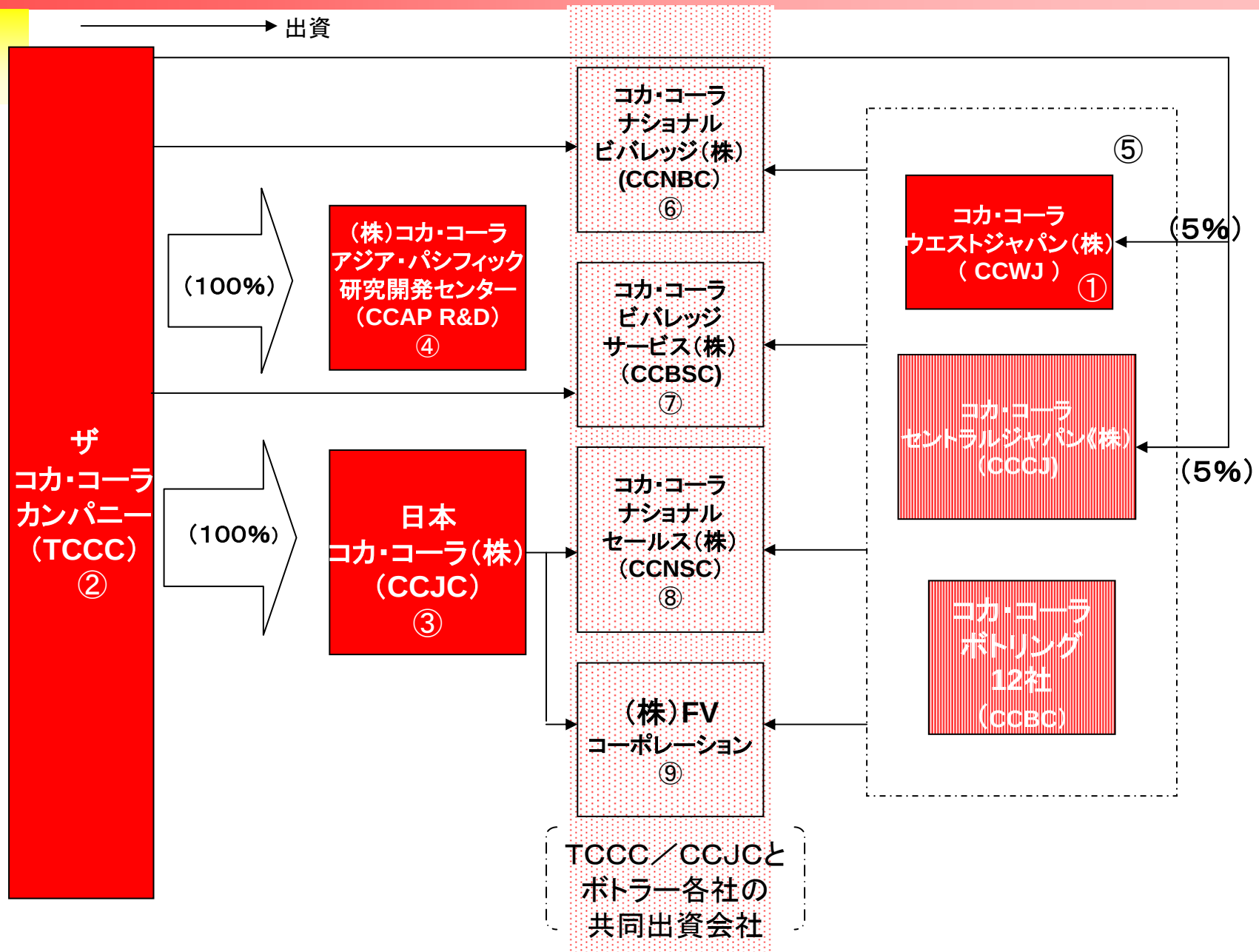
100~120%

4. 第4四半期販売予想達成のシナリオ



[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。

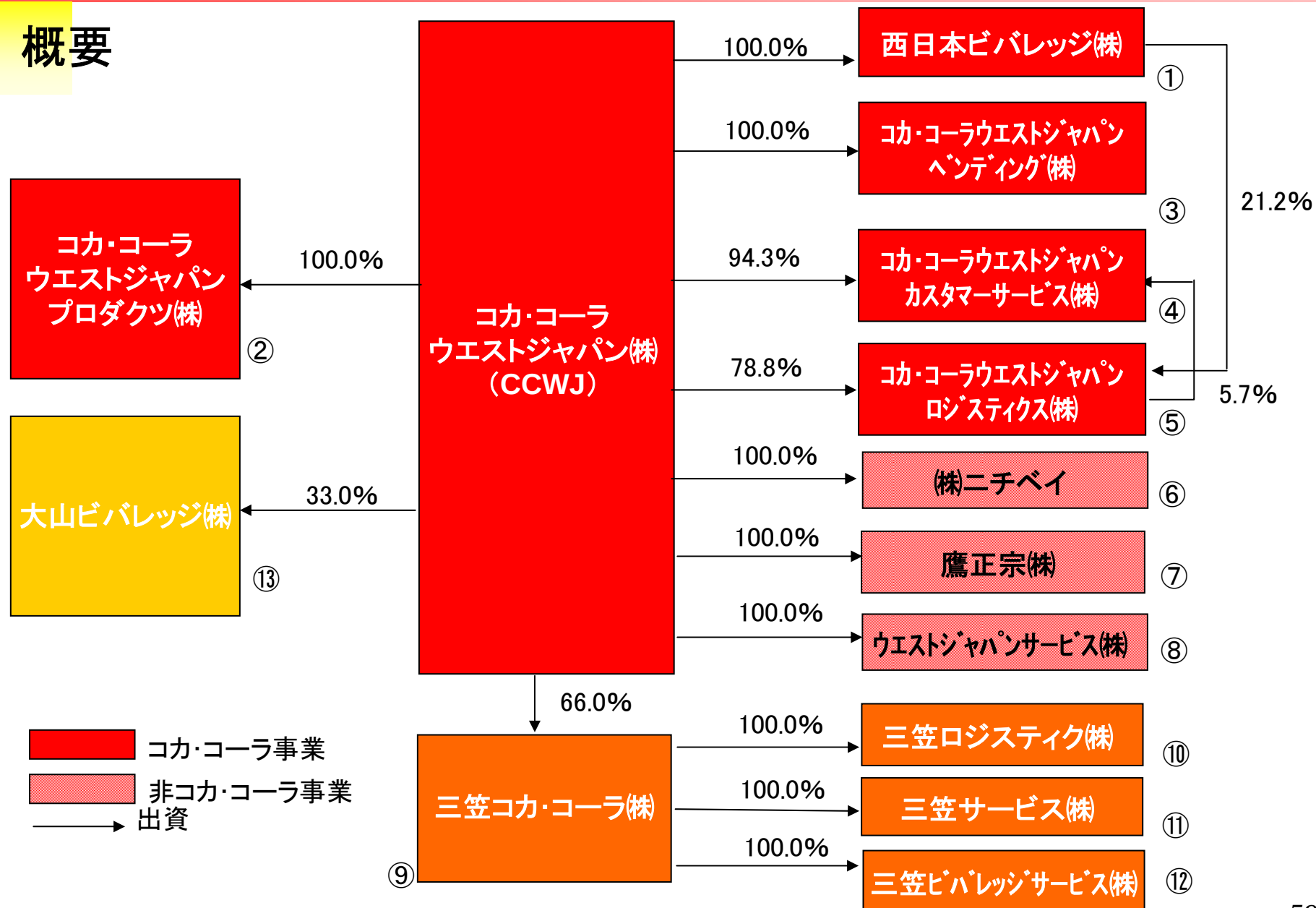
⑨株式会社エフ・ヴィ コーポレーション(FVC)

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

- ・・・ 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

- ・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

- ・・・ 品種構成のこと。

- 品種構成を分析するカテゴリーには、ブランド別、チャネル別、パッケージ別がある。

- 売上高、売上原価の増減要因には、

- これらの品種構成の変化による数量の予算実績差異(品種構成差異)に

- 単価の増減による予算実績差異(価格差異)が含まれる。

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