

2008年12月期 コカ・コーラ セントラル ジャパン株式会社 中間決算説明会





# 目 次

1. 2008年上半期活動レビュー(サマリー)	P. 1
2. 2008年上半期営業活動レビュー 1)チャネル/ブランド別実績 2)パッケージ別実績	P. 2 P. 3
3)重点活動	P. 4
4)フルサービス 5)スーパー	P. 5 P. 6
6)STAR/フードサービス	P. 7
3. 2008年連結中間決算	P. 8
4. 2008年下半期活動計画(サマリー)	P. 9
5. 2008年下半期営業活動計画	
1) チャネル/ブランド別計画 2) オリンピックを活用した販売強化	P.10
2)オリンピックを沿用した販売短16 3)フルサービス	P.11 P.12
4)スーパー	P.13
5)STAR/フードサービス	P.14
6. 2008年連結期央予算概要	P.15
7. 株券電子化の対応について	P.16
(参考資料 用語集)	P.17

# 1. 2008年上半期活動レビュー(サマリー)

当社を取巻く環境

- 原油・資源高による物価上昇
- 相次ぐ、食品偽装・異物混入事件
- 小売業による自社PB商品の拡大
- 例年より早い梅雨入り・天候不順

全国清涼 飲料市場

■ 清涼飲料市場全体は▲1%

<チャネル別> スーパー +2% ・ 自販機 ▲1% CVS ▲2% ・ その他 ▲3%

当社

対前年+2.2%(全国ボトラー12社中2位)

自販機 ビジネス改革

- 市場展開自販機の質改善
- ・ロケーション特性に応じた品揃えの実施

数量前年割れ

新規開拓の遅れ

OTC(※1) 営業力の強化

- •CCCMC(※2)との連携強化
- ・ACP(※3)実施による協働取組みの実践

数量前年比 スーパー+6.3%

組織能力の開発

- ・中京地区営業本部及び CS中京広域アカウント営業部の新設
- 土岐セールスセンター稼働
- ・ITシステム活用による課題把握及び対策の迅速化

CS中京地区 数量前年比 +7.2%

SCM/商品力の強化

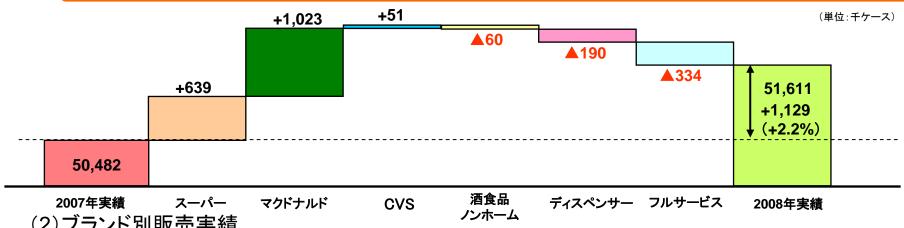
- •品質管理活動の継続強化
- ·EEP活動(※4)の実施
- ・CCJCへ商品情報の発信

高品質な 商品の提供

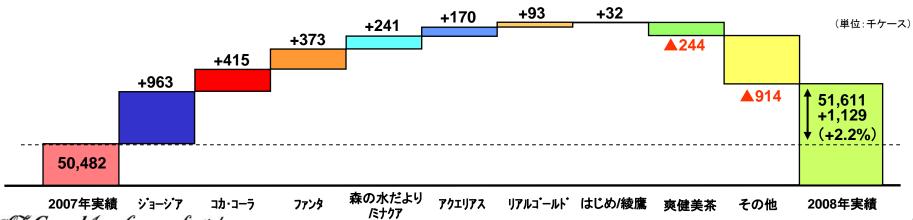
# 2. 2008年上半期営業活動レビュー 1)チャネル/ブランド別実績

#### (1)チャネル別販売実績

スーパーが堅調な伸びを示しCVSもプラスに転じたことにより、合計でもプラスとなった。



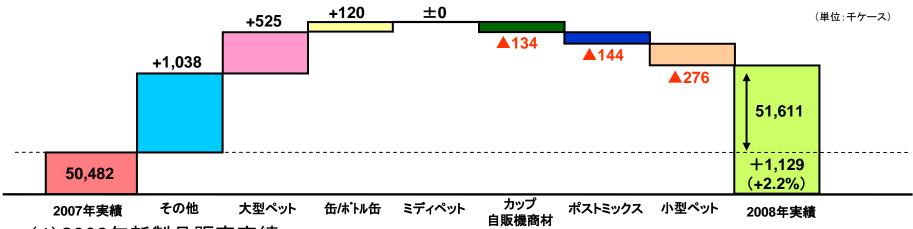
- (2)ブランド別販売実績
  - ・レギュラーコーヒーの大きな貢献とエメラルドマウンテンブレンド3カラーの展開により、ジョージアが伸長した。
  - ・新製品ふるふるシェイカーの好調によりファンタが伸張した。
  - ・コカ・コーラは昨年発売したコカ・コーラゼロの貢献が続き、大きく伸張した。



# 2. 2008年上半期営業活動レビュー 2)パッケージ別実績

#### (3) パッケージ別販売実績

- ・大型PETはスーパー、ニューチャネルにおいてコカ・コーラTMが堅調に推移したことに加え、森の水だよりの販売を 強化したことにより、大きく伸張した。
- ・その他はマクドナルドのレギュラーコーヒー貢献により伸張した。



(4)2008年新製品販売実績

ジョージアエメラルドマウンテンブレンド3カラー展開、ファンタふるふるシェイカーが販売数量増に貢献したものの、 新製品貢献度は昨年より減少した。

(単位: 千ケース)

【主な新製品】

(単位: 千ケース)

		Į	頁			目			
品				種				数	
販	į		売		娄	女		量	
1	品	種	当	IJ	販	売	数	量	
販	売	数	量	比	,		( %	<b>ó</b> )	

2008年	2007年	前年差
65	69	<b>▲</b> 4
3,256	4,520	▲ 1,264
50	66	▲ 16
9.5%	13.3%	▲ 3.8%

品 目	発売日	販売数量
- ( は じ め ) 茶 花	3月17日	545
シ゛ョーシ゛アエメラルト゛マウンテンフ゛ラック	3月31日	502
シ゛ョーシ゛アエメラルト゛マウンテンカフェオレ	3月31日	480
ファンタふ る ふ るシェイカーオレンシ゛	4月21日	339
アクェリアスセ゛ロ	5月12日	284







※パッケージ製品のみ

※新製品については新ブランド、パッケージフレーバー追加のみとしブランドリニューアルは含まず

※エメラルト、マウンテン3カラー 左よりブラック、オリシブナル、 カフェオレ -3-

# 2. 2008年上半期営業活動レビュー 3)重点活動

### 最重点活動【エメマンEEP活動】

- •2-4月にエメマンEEP活動を実施、新キャンペーン を活用した売場獲得と、最大規模のMD実施が 図れた。
- 新製品「エメラルドマウンテンブラック・カフェオレ」 の発売に合わせて、エメラルドマウンテン3カラー 展開が図れた。





エメマンEEP活動中のジョージアは、101.4%と伸長した。

## 重点活動【コーク、AQ、無糖茶】

- SMにおいて、コークwith Mealプロモーションを活用した売場獲得が図れた。
- ・新製品「茶花」の展開強化を実施した。
- ・アクエリアスのリニューアルを実施、新キャンペーンと連動して露出の最大化を図った。







活動の結果、コーク、AQ、無糖茶いずれも伸長した。

# 2. 2008年上半期営業活動レビュー 4)フルサービス

## 既存機のVPM(※5)向上

- ①季節感を持った自販機作りの推進
  - ・EEP活動に連動した一体感のあるMD展開。





#### (オリジナルMDの展開)



売れ筋ランキング の紹介



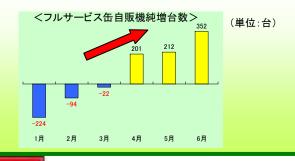
・メタボリック予防コーナーの展開

### 投資に見合う自販機展開

- ①自販機リロケーション活動の実施
  - ・新設/既存共に、セールス/機歴の検証・ 交換を行い投資効率の改善を図った。
- ②不採算機の撤去
  - ・年間50C/S以下の自販機を対象に撤去を 進め、生産性の向上に努めた。

### 自販機開拓の強化

- ・FVセントラル社(※6)と協働した大手職域、 量販店の開拓により、新規自販機設置を図った。
- ・年初より、自販機開拓が遅れていたが、支店 と開拓部署との情報連携を強化し、4月以降、 自販機開拓は改善傾向である。



# 2. 2008年上半期営業活動レビュー 5)スーパー

## 重点カスタマーへの取組み強化

TOP65カスタマーに対して年間の販促計画 の合意を図り、進捗管理を実施できた。

> TOP65カスタマーセールス **前年比 + 9.2%**

## 取り扱い品目の拡大

新製品、ゼリー飲料の展開強化により スーパーでの取り扱い品目の拡大ができた。

スーパー1店舗あたり平均品目数 + 3.1 品目

## 販売箇所の獲得

クーラーの新規設置や、ゼリー飲料の強化を実施した事で販売箇所の拡大ができた。





【ジョージア】

【アクエリアスゼリー】

## 店舗活動の強化

新製品・キャンペーンを活用した売場演出 により店舗活動の最大化を図った。







【ジョージア】

# 2. 2008年上半期営業活動レビュー 6) STAR/フードサービス

## <u>ドライランド開拓(※7)(STAR※8)</u>

- 未取引店舗への新規開拓活動を実施することができた。
- ・業務用酒販店との協働開拓活動を積極的に 行なった結果、セールス拡大につなげること ができた。

【開拓実績】

785軒



#### Bay Side Project(STAR)

•First Target Area (横浜駅周辺)に集中した開

拓活動を実施した。 【開拓実績】

117車干 【資材·機材設置】 104車干



## 新規開拓の拡大(フードサービス)

- ・ターゲットリストを作成し、集中して活動した結果、新規開拓を実施することができた。
- 競合取引店舗に対する活動を強化できた。

【開拓実績】

1,340台 (HOTディスペンサー128台)



・フレーバーの活性化、MD活動を強化すること により、既存店の活性化を図ることができた。





# 3. 2008年連結中間決算

	0000 &	0007 /	124 1-25		項目	増 減	主 な 要 因	金額	
(単位:百万円)	2008年	2007年	増減	増減率(%)					
<b>販売数量</b> (千ケース)	51, 611	50, 482	1, 129	2. 2			テリトリー内販売 レキ゛ュラー取 引 販 売 数 量 増 ル 単価/構成差 フルサーヒ゛ス取 引 販 売 数 量 減	956 ▲ 365 ▲ 887	
売 上 高	96, 076	95, 227	849	0. 9	売 上 高	849	ッ 単価/構成差 そ の 他 取 引 増 売上値引/価格プロモーション増	203 190 <b>•</b> 784	
売上原価	<b>▲</b> 57, 659	<b>▲</b> 56, 374	<b>▲</b> 1, 284	2. 3			CCNBC関連(受託加工料収入の減少他) 関係会社の増加他	▲ 168 1,632	
売上総利益	38, 417	38, 853	<b>▲</b> 435	<b>▲</b> 1.1			テリトリー内販売 レキ゛ュラー取 引 販 売 数 量 増 "単価/構成差	482 <b>A</b> 76	
販 管 費	<b>▲</b> 37, 203	<b>▲</b> 37, 222	18	▲ 0.0	売上総利益	<b>▲</b> 435	フルサーヒ゛ス取引販売数量減 〃 単価/構成差	▲ 529 234	
営業利益 (利益率 %)	1, 213 ( 1. 3)	1, 631 ( 1. 7)	▲ 417 (▲ 0.4)	▲ 25.6			その他取引増 売上値引/価格プロモーション増 CCNBC関連損益の影響	53 ▲ 784 ▲ 34	
営業外損益	22	<b>▲</b> 238	261				関係会社の増加他 	332	
経常利益	1, 236	1, 392	<b>▲</b> 155	▲ 11.2	版 管 費	18	フルサービス手数料減 人 件 費 増 自 販 機 費 増	133 ▲ 138 ▲ 95	
特別損益	▲ 387	▲ 347	<b>4</b> 0			以 日 貝	10	広告宣伝費増   地所建物費増   車 両費増	▲ 45 ▲ 41 ▲ 38
税引前利益	849	1, 045	<b>▲</b> 196	▲ 18.8			関係会社の増加他	▲ 118	
法人税等	<b>▲</b> 412	<b>▲</b> 546	133	<b>▲</b> 24.5	営業外損益	261	棚 卸 資 産 廃 棄 損 減 廃 棄 有 価 物 売 却 益 増	248 49	
中間純利益	436	498	▲ 62	<b>▲</b> 12.5	特別損益	<b>▲</b> 40	固 定 資 産 除 却 損 増 CCNBC関連(共同ライン設備廃棄負担金)	▲ 42 ▲ 20	



# 4. 2008年下半期活動計画(サマリー)

自販機投資効率の向上 現場実行 地域特性に 自販機ビジネス改革 高VPMロケーション開拓 カスタマーマネジメント OTC営業力の強化 の強化 力 応じ の 地域密着体制の構築 向 組織能力の開発 CCJCとの協働取組み た施策】 SCM/商品力の強化 次世代SCMの確立

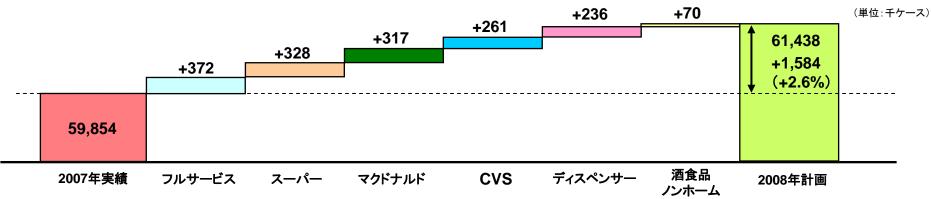
2009年以降の成長基盤の構築

# 5. 2008年下半期営業活動計画 1)チャネル/ブランド別計画

#### (1)チャネル別販売計画

既存機の活性化、高VPMロケーション開拓、及びスーパー・CVSにおけるカスタマーとの協働取組の継続強化により、セールス拡大を図る。

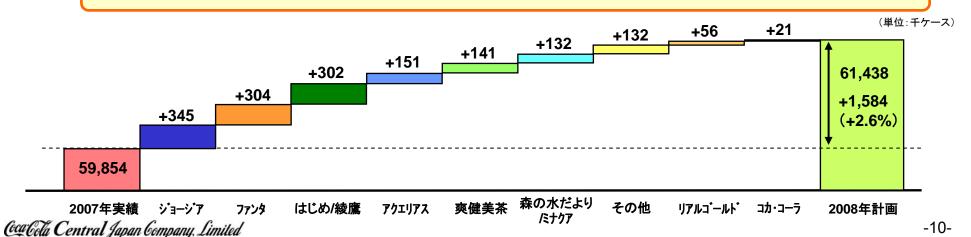
また、STARチャネル・ディスペンサーにおいても新規開拓活動を強化し、セールス拡大を図る。



#### (2)ブランド別販売計画

・エメラルドマウンテンブレンド3カラ一戦略の維持、9月以降のMD強化活動によりジョージアセールスの拡大を図る。





# 5. 2008年下半期営業活動計画

## 2)オリンピックを活用した販売強化

#### スーパーマーケット

#### 売場での露出最大化

・オリンピックを活用した売場演出により売場の最大化を図る。

【売場獲得計画】 3,600箇所



### 製品

#### オリンピックデザイン製品の展開

・オリンピックデザイン製品の展開により、競合との差別化 を図り、販売を拡大する。





【コカ・コーラ】

【アクエリアス製品】

# オリンピックを 最大限活用

### 自動販売機

#### マーチャンダイジングの強化

・オリンピックを活用した自販機のマーチャンダイジングを 実施し、販売強化を図る。

【展開台数計画】 66.000台

### プロモーション

### オリンピックプロモーションの実施

オリンピックを活用したプロモーションを実施し、販売 拡大を図る。





# 5. 2008年下半期営業活動計画 3)フルサービス

### 既存機のVPM向上

#### ①自販機MD活動の徹底

•オリンピックEEPからジョージアEEPへの スムースな切り替え。





## 次世代型自販機の展開

#### ①環境問題に配慮した自販機(e-40)

・従来型より約40%の省エネルギーを実現。

#### ②品揃えを重視した自販機(ハピネスカフェ)

•中型PETやパウチ製品の販売が可能。

#### ③災害対応型自販機(地域貢献型自販機)

・災害時における製品の無償提供、及び電光掲示板による各種メッセージの伝達。







(e-40)

(ハピネスカフェ)

(地域貢献)

### 高VPMロケーションの開拓

#### ①大型物件獲得による、セールスの最大化

- ・法人営業統括部と支店担当者との協働による、開拓活動の強化。
- •横濱開港150周年記念イベント(2009年)に 向けた周辺自販機の開拓強化。

# 5. 2008年下半期営業活動計画 4)スーパー

## カスタマーマネジメントの強化

- ①カスタマーとのQCP(※9)実施により、進捗管理を徹底し、更なる活動強化を図る。
- ②カスタマーの本部・店舗に対して、一体となった営業活動を継続して実施し、更なる関係強化を図る。

## パッケージミックスの改善

高収益製品の500mlペット、ジョージアの販売を拡大し、収益を拡大する。





## エリアマーケティングの強化

強化エリア・チャネルにおいて、製品カテゴリー 別に分析検証を実施し、取扱いSKUを拡大す る事で、シェア拡大を図る。

## ジョージア製品の販売強化

専用販売機材の設置、マルチパック製品の展開強化により、ジョージア製品の販売強化を図る。







# 5. 2008年下半期営業活動計画 5) STAR/フードサービス

### ドライランド開拓(STAR)

チャネルに合わせた販売方法による新たな提案 を展開。

例)オフィス ・・・ クーラー設置

スポーツ関連・・・ アクエリアス3カラー展開

【開拓計画】

2,300軒

## 業務用酒販店による開拓(STAR)

- ・協働開拓業務店の拡大
- ・Coca-Cola ZERO レギュラ一瓶の販売エリア拡大

横浜エリア→神奈川県全域







## 販売機会の拡大(フードサービス)

- ・エリア、ターゲットを絞った集中開拓活動の継続。
- ・プログラム提案による新たな販売機会提案による セールス拡大

【開拓計画】

1,700台

【プログラム提案計画】

700軒

## 既存店の活性化(フードサービス)

- ・品質管理活動強化による安心・安全の提供
- ・全国規模の夏季MD強化活動への参加
- ・個店プロモーションによるセールス拡大





# 6. 2008年連結期央予算概要

	0000 /=	0007/=	124 2-24		項目	増 減	主 な 要 因	金額	
(単位:百万円)	2008年	2007年	増減	増減率(%)		1			
<b>販売数量</b> (チケース)	113, 049	110, 336	2, 713	2. 5			テリトリー内販売 レキ゛ュラー取 引 販 売 数 量 増 〃 単価/構成差	2, 383 ▲ 407	
売 上 高	209, 600	205, 448	4, 151	2.0	売 上 高	4, 151	フルサーヒ゛ス取 引 販 売 数 量 増	71 425 310	
売上原価	<b>▲</b> 126, 061	▲ 122, 175	<b>▲</b> 3,886	3. 2				売上値引/価格プロモーション増 CCNBC関連(受託加工料収入の減少他)	▲ 1,083 ▲ 235
売 上 総 利 益	83, 538	83, 273	264	0.3			関係会社の増加他	2, 356	
販 管 費	▲ 78,838	<b>▲</b> 77, 741	<b>▲</b> 1,096	1.4			テリトリー内販売 レキ゛ュラー取 引 販 売 数 量 増 "単価/構成差	1, 248 ▲ 11	
営業利益(利益率 %)	4, 700 ( 2. 2)	5, 531 ( 2. 7)	▲ 831 (▲ 0.5)	▲ 15.0	売上総利益	264	フルサーヒ゛ス取引販売数量増 〃 単価/構成差	34 541	
営業外損益	200	<b>▲</b> 135	335				その他取引増 売上値引/価格プロモーション増 CCNBC関連損益の影響	131 ▲ 1,083 ▲ 788	
経 常 利 益	4, 900	5, 395	<b>▲</b> 495	▲ 9.2			関係会社の増加他	187	
特別損益	▲ 938	▲ 856	▲ 82				人 件 費 増 車 両 費 増	▲ 306 ▲ 123	
税引前利益	3, 961	4, 539	<b>▲</b> 578	<b>▲</b> 12.7	販 管 費		フルサービス手数料増 情報処理費増 96 広告宣伝費増	▲ 120 ▲ 64 ▲ 60	
法人税等	<b>▲</b> 1,661	<b>▲</b> 1,906	244	<b>▲</b> 12.9	双 官 貫	1,000	地 所 建 物 費 増   販 売 促 進 費 増	▲ 48 ▲ 22	
当期純利益	2, 300	2, 633	▲ 333	▲ 12.7				減価 償 却 費 減関 係 会 社 の 増 加 他	412 ▲ 465
【公表見通しとの比較】	期央予算	期首予算	増減		営業外損益	335	棚卸資産廃棄損減廃棄有価物売却益増	262 57	
売 上 高	209, 600	211, 300	<b>▲</b> 1,700					<b>▲</b> 120	
営業利益	4, 700	5, 600	<b>▲</b> 900		特別損益	▲ 82	地震対策費(自販機据付改善)増	<b>▲</b> 49	
経常利益 当期純利益	4, 900 2, 300	5, 700 2, 800	<b>▲</b> 800 <b>▲</b> 500				CCNBC関連(共同ライン設備廃棄負担金) 転籍による特別退職金減	▲ 15 51	

## 7. 株券電子化の対応について

### 株式の分割および単元株制度の導入ならびに投資単位の引き下げの実施について

#### (1)目 的

2009年1月に実施が予定されている株券の電子化において、端株が取扱対象外とされるため、端株制度を採用している当社は、端株を解消するため、株式の分割を行うとともに単元株制度を導入致します。

また、投資家の皆様がより投資しやすい環境を整えるため、株式の分割および単元株制度の導入に合わせて、 投資単位当りの金額を現在の5分の1に引き下げることに致します。

#### (2)概要

## 1株を500分割し、1単元の株式数を100株と致します。

現行

#### 2009年1月4日以降(予定)

①株式数 普通株式 1株 ⇒ 普通株式 500株

②単元の株式数 1株 ⇒ 100株

③株価 800,000円(\*) ⇒ 1,600円(\*)

④投資単位 800,000円(\*) ⇒ 160,000円(\*)

⑤1株当り年間配当金 18,000円 ⇒ 36円

(\*)現行の株価が800,000円の場合

#### (3)日程

①株式分割

基 準 日:2009年1月3日(予定)効力発生日:2009年1月4日(予定)

②単元株制度の導入

· 効力発生日: 2009年1月4日(予定)

# (参考資料:用語集)

※1:OTC Over The Counterの略。

当社ではレギュラー手売りチャネル全般の意味として使用。

※2:CCCMC コカ・コーラ カスタマーマーケティング株式会社の略。

ナショナルSM/CVSの商談とCCJCのチャネルプランニング

を統合し2007年1月に設立。

※3:ACP Annual Customer Planの略。対顧客年間販売計画。

※4: EEP活動 Executional Effectiveness Project活動の略。

市場でのマーチャンダイジング活動を効果的に実行するプロジェクト活動。

※5: VPM Volume Per Machineの略。

自動販売機1台あたりの年間販売数量。

※6:FVセントラル社 グループ内の自販機オペレーター事業として、当社製品だけでなく、他社製品

自販機/他社製品と当社製品の混在したミックス機を通じた清涼飲料の販売を

行うグループ会社。

※7:ドライランド 未開拓の全てのロケーションを指す。

※8:STARチャネル Segment Traditional Activity Revenueチャネルの略。

伝統的な手売り市場全般を指す造語。

※9:QCP Quarterly Customer Planの略。対顧客四半期販売計画。



# http://www.cccj.co.jp



本資料に記載されております弊社の計画及び業績見通し、戦略などに関しましては資料作成時点においての弊社の判断に基づいております。 あくまでも将来の予測であり、今後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。