

2008年12月期決算説明会

2009年2月17日

三国コカ・コーラボトリング株式会社

Mikuni Coca-Cola Bottling Co., Ltd.

連絡先： 経営企画部法務IR課

TEL 048-774-3131

FAX 048-774-1400



目次

Jump!!!

I. 2008年12月期決算		III. 2009年事業計画	
1. 決算の概要	4	1. 基本的考え方	20
II. 2008年活動結果		2. 業績計画	21
1. 重点チャンネル／ブランド実績	9	IV. 2009年活動計画	
2. フルサービスチャンネル	11	1. 重点活動	25
3. スーパーチャンネル	13	2. フルサービスチャンネル	27
4. サマリー	16	3. スーパーチャンネル	28
		4. ジョージア	31

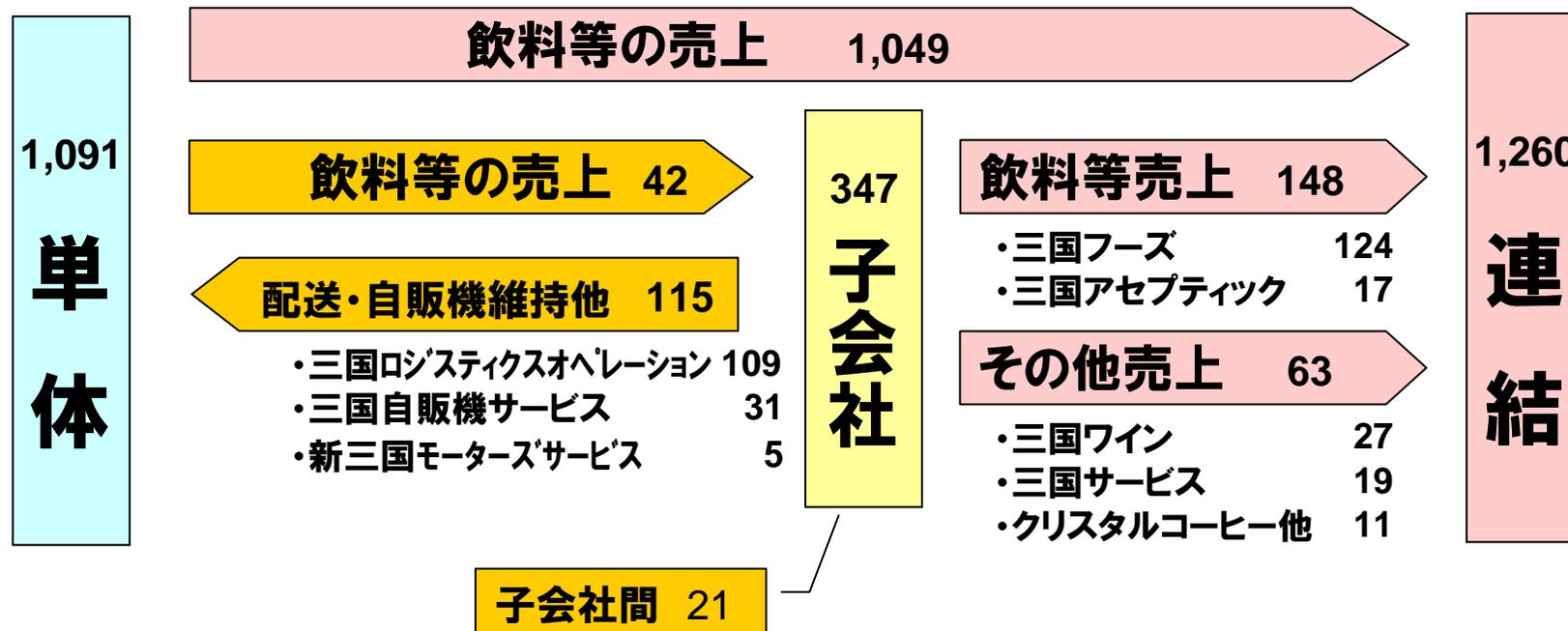
2008年12月期決算

1. 決算の概要

Jump!!!

◆ 事業の全体像

(売上高単位:億円)



《 単体業績 》

	2008年	2007年	増減
営業利益	2,510	3,735	△ 1,224
経常利益	3,113	4,518	△ 1,405
純利益	2,201	2,569	△ 367

《 連結業績 》 (単位:百万円)

	2008年	2007年	増減
営業利益	3,796	4,822	△ 1,026
経常利益	3,768	5,010	△ 1,242
純利益	2,156	2,755	△ 599

1. 決算の概要

Jump!!!

◆ 単体・連結の業績

■ 単体

注)2007年売上高実績は、2008年の会計処理と同等比較するため、1,491百万円調整しております。

単位:百万円、千ケース、%

	2008年 実績	2007年 実績	前年比		2008年 計画	計画比	
			増減	増減率		増減	増減率
販売数量	56,901	57,570	△669	△1.2	58,167	△1,266	△2.2
売上高	109,189	108,008	1,182	1.1	110,000	△811	△0.7
営業利益	2,510	3,735	△1,224	△32.8	3,000	△490	△16.3
経常利益	3,113	4,518	△1,405	△31.1	3,600	△487	△13.5
当期純利益	2,201	2,569	△367	△14.3	2,200	1	0.0

■ 連結

単位:百万円、%

	2008年 実績	2007年 実績	前年比		2008年 計画	計画比	
			増減	増減率		増減	増減率
売上高	126,096	128,102	△2,006	△1.6	125,000	1,096	0.9
営業利益	3,796	4,822	△1,026	△21.3	4,100	△304	△7.4
経常利益	3,768	5,010	△1,242	△24.8	4,300	△532	△12.4
当期純利益	2,156	2,755	△599	△21.8	2,400	△244	△10.2

※計画は2008年10月31日発表の修正計画

1. 決算の概要

Jump!!!

◆ 対前年増減主要因(単体)

■ 単体通期

注)2007年売上高実績は、2008年の会計処理と同等比較するため、
1,491百万円調整しております。

(単位:億円)

	増減額	増減要因	増減額	2008年	2007年
売上高	11億円 (1,080⇒1,091)	・ 数量減少及び単価・構成差 ・ 在庫一元化によるフーズ社向け売上など	△22億円 34億円		
売上総利益	△23億円 (442→419)	・ 売上総利益の減少 販売数量の減少 単価差/構成差 CCNBC原価差異調整金	△23億円 △6億円 △11億円 △6億円	419	442
営業利益	△12億円 (37→25)	・ 販管費の減少 フルサービス手数料の減少 物流関係費の減少 労務費の減少 自販機関係費の減少 広告販促費の増加 その他経費の減少	11億円 1億円 2億円 1億円 5億円 △1億円 3億円	394	405
経常利益	△14億円 (45→31)	・ 営業外損益の減少 営業外収益の減少 営業外費用の増加	△2億円 △1億円 △1億円	6	8
当期純利益	△4億円 (26→22)	・ 特別損益の増加 ・ 法人税等の減少	6億円 4億円	3 △12	△3 △16

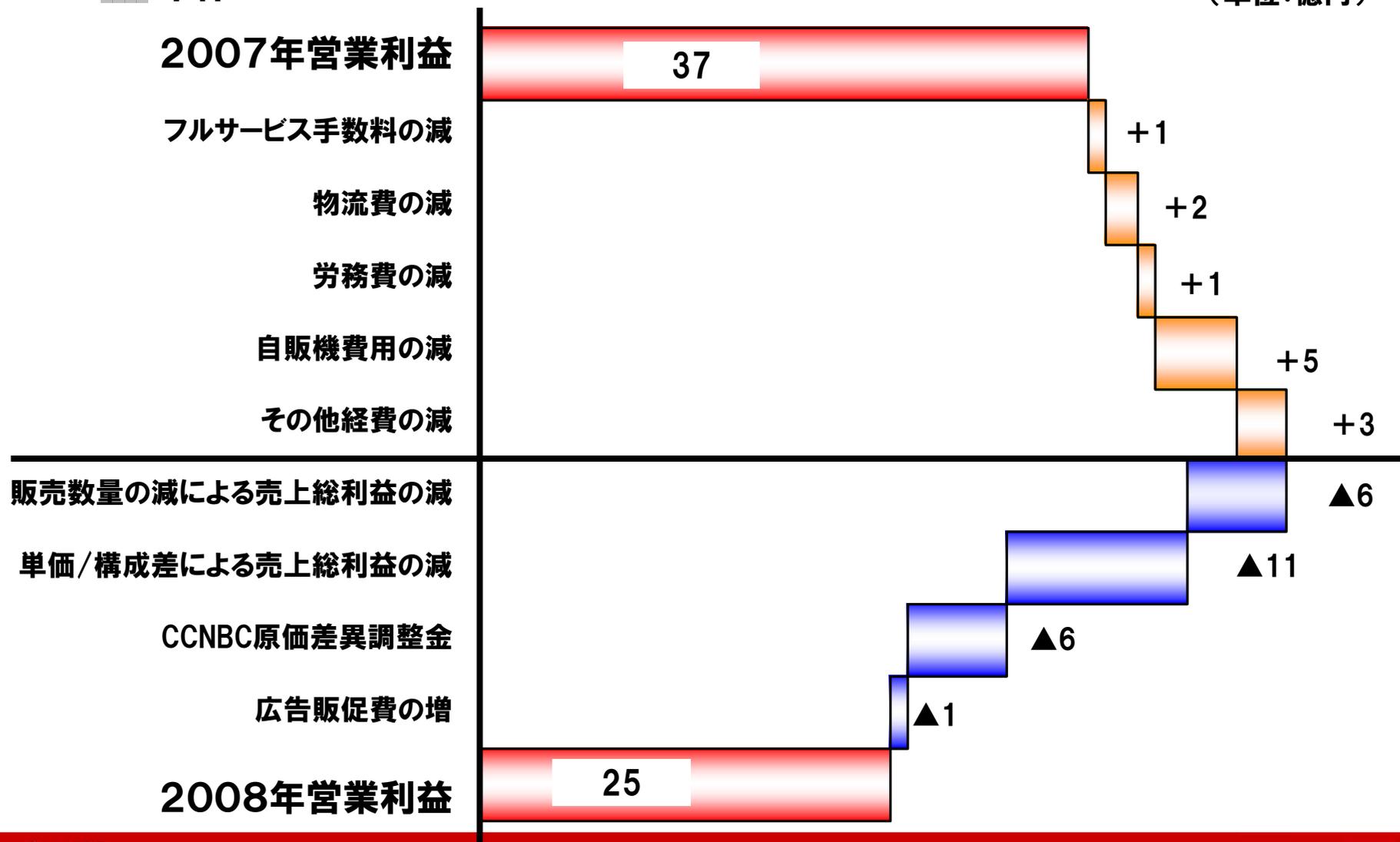
1. 決算の概要

Jump!!!

◆ 対前年営業利益増減内訳(単体)

■ 単体

(単位:億円)



2008年の活動結果

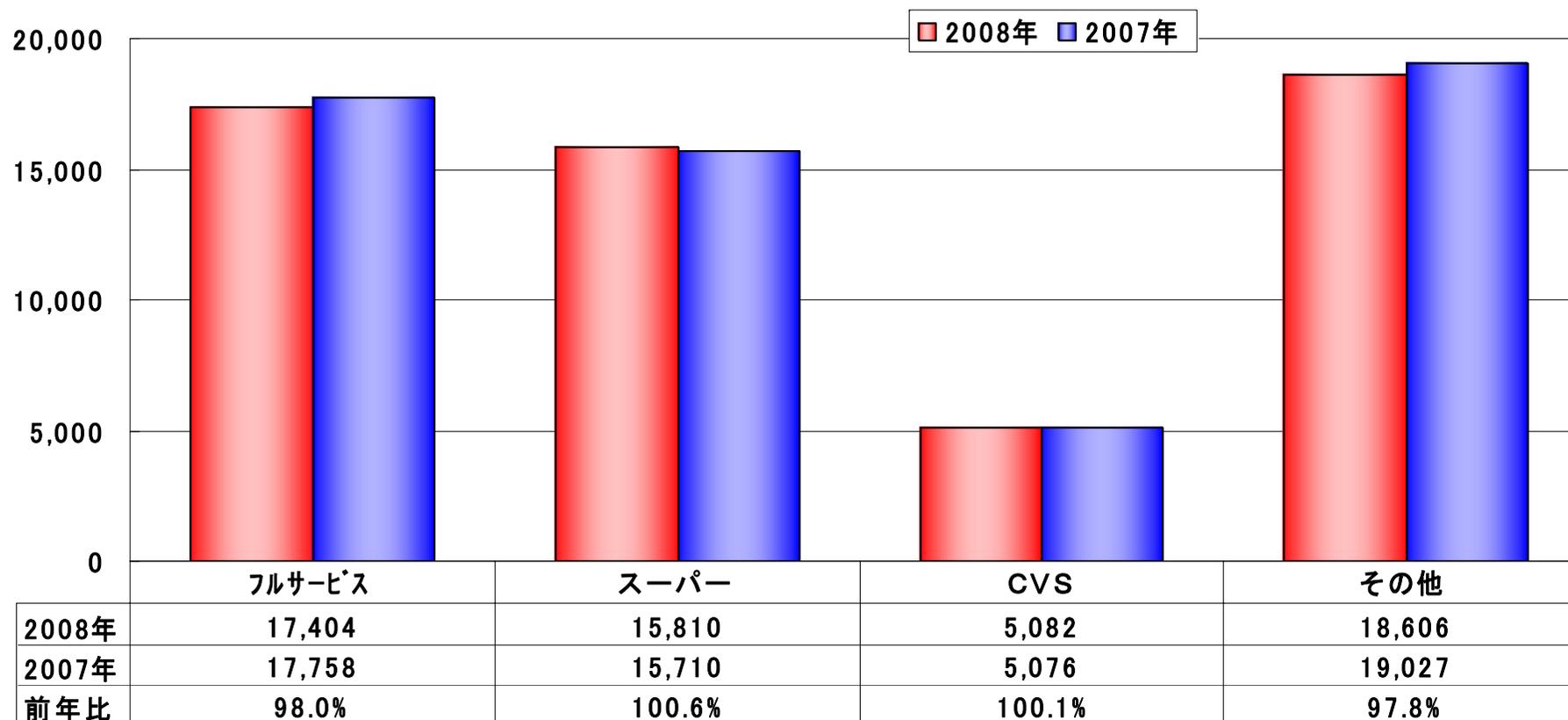
1. 重点チャネル／ブランド販売実績

Jump!!!

◆重点チャネル販売実績

- 景気後退、消費低迷の影響を受け、フルサービスで前年割れ、スーパーで伸ばすことが出来なかった。

(単位:千ケース)

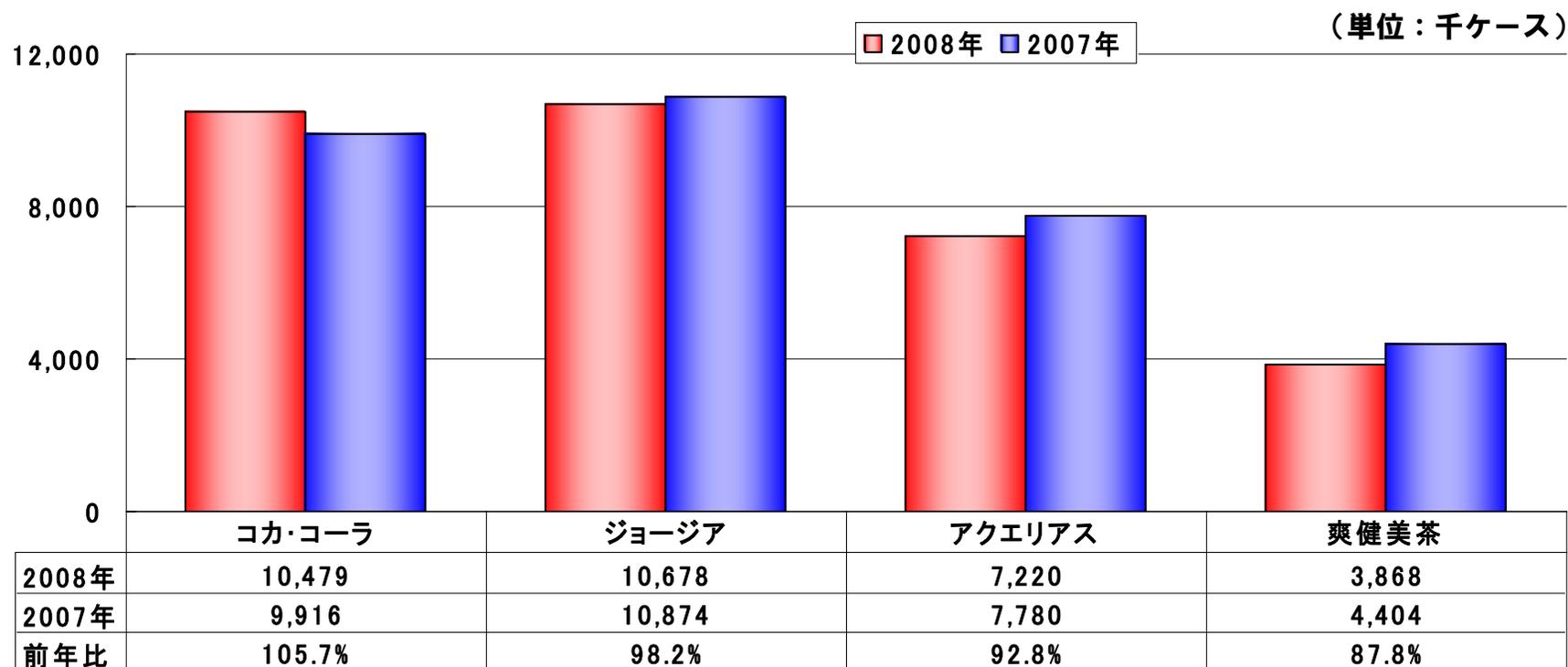


1. 重点チャネル／ブランド販売実績

Jump!!!

◆重点ブランド販売実績

- コカ・コーラはコカ・コーラゼロの寄与があり、5%増
- アクエリアス、爽健美茶はスーパーでの落ち込みが大きい

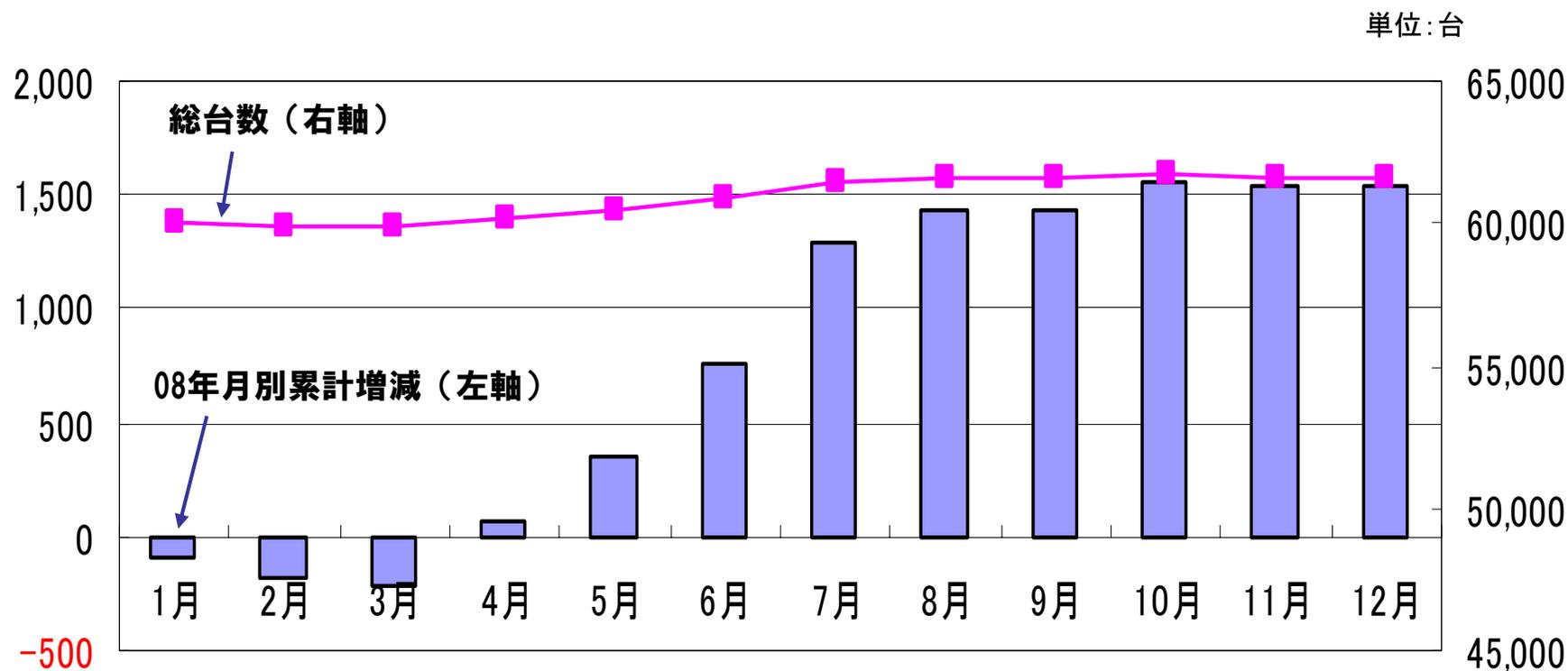


2. フルサービスチャネル

Jump!!!

◆月別自販機純増台数

- 9月以降、景気悪化により設置台数が減少し、下期純増計画は達成できなかったが、年間で1,536台純増(+2.5%)



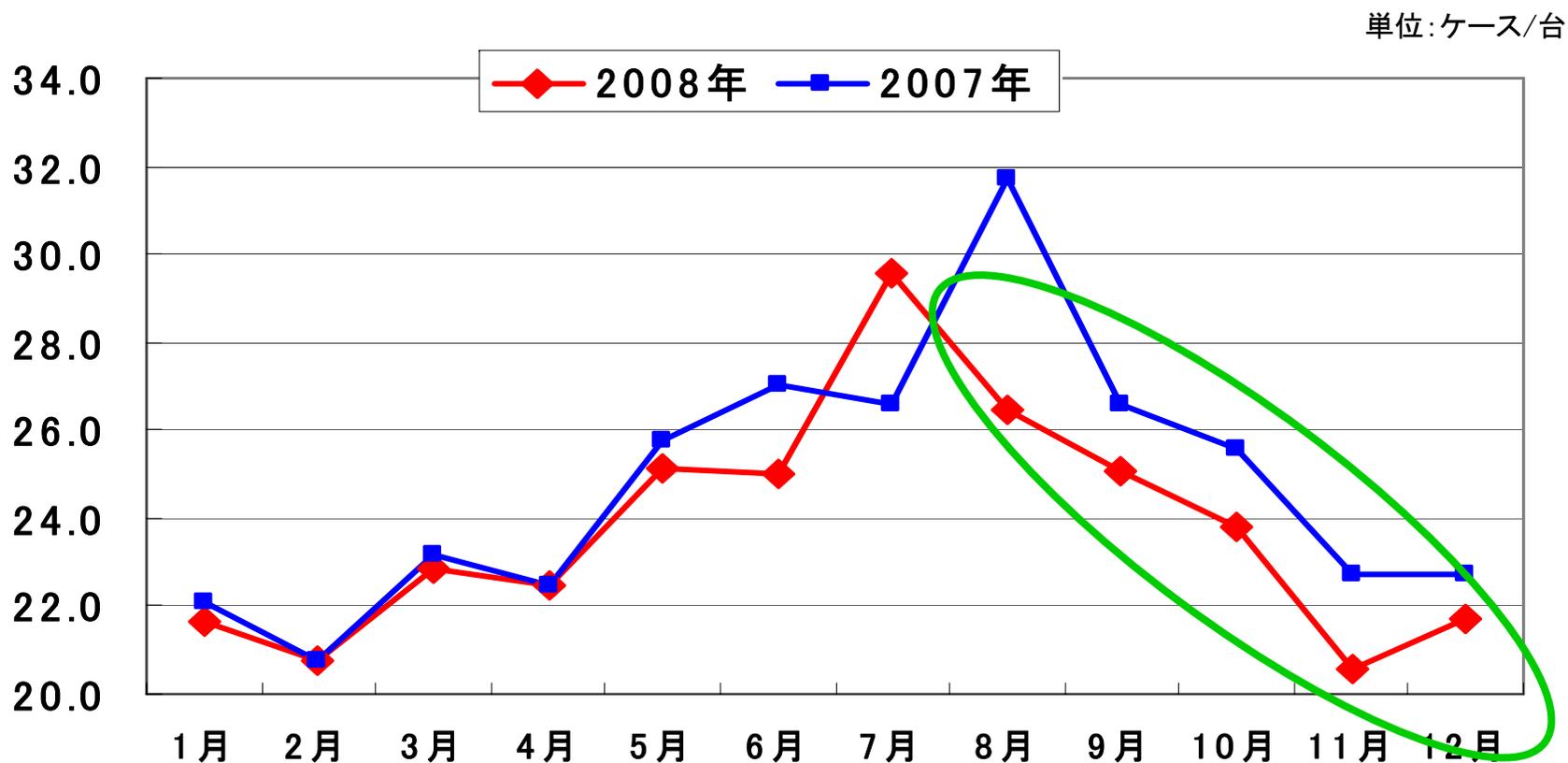
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
累計増減	-101	-189	-213	67	352	766	1,297	1,438	1,441	1,548	1,532	1,536
総台数	60,026	59,938	59,914	60,194	60,479	60,893	61,424	61,565	61,568	61,675	61,659	61,663

2. フルサービスチャネル

Jump!!!

◆パーマシンスールス

- 8月の天候不順によるセールス減少
- 9月以降の急激な景気後退の影響によるセールス減少

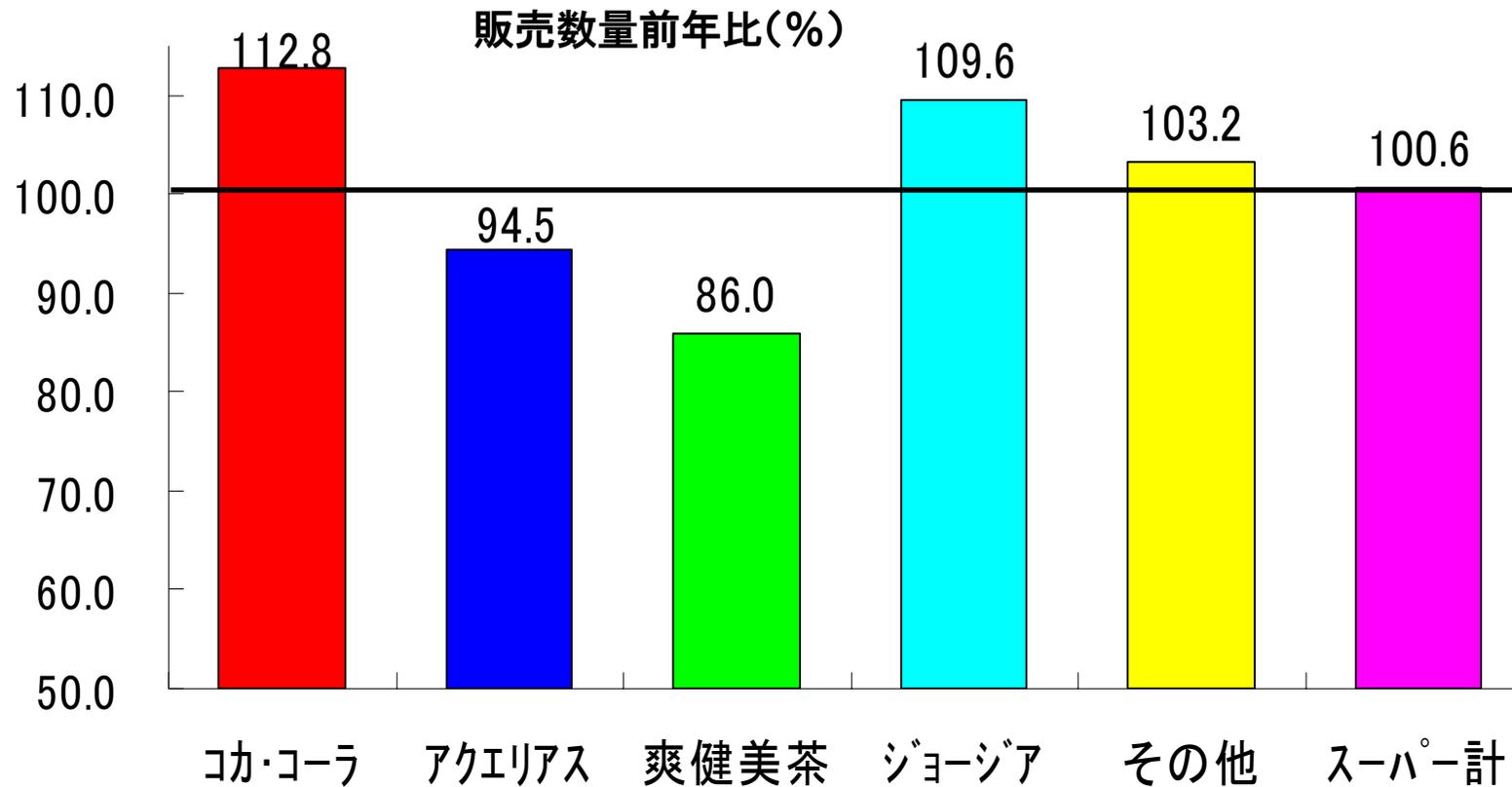


3. スーパーチャネル

Jump!!!

◆重点ブランド実績

- コカ・コーラ、ジョージアで数量増加
- アクエリアス、爽健美茶で大きく数量を落とした



3. スーパーチャネル

Jump!!!

◆パッケージ別実績

- 無糖茶価格訴求商品の貢献により、大型ペットが伸長
- ジョージア、ファンタふるふるシェイカーの貢献により、缶が伸長
- 500MLペットの落ち幅が大きい

単位：千ケース、%

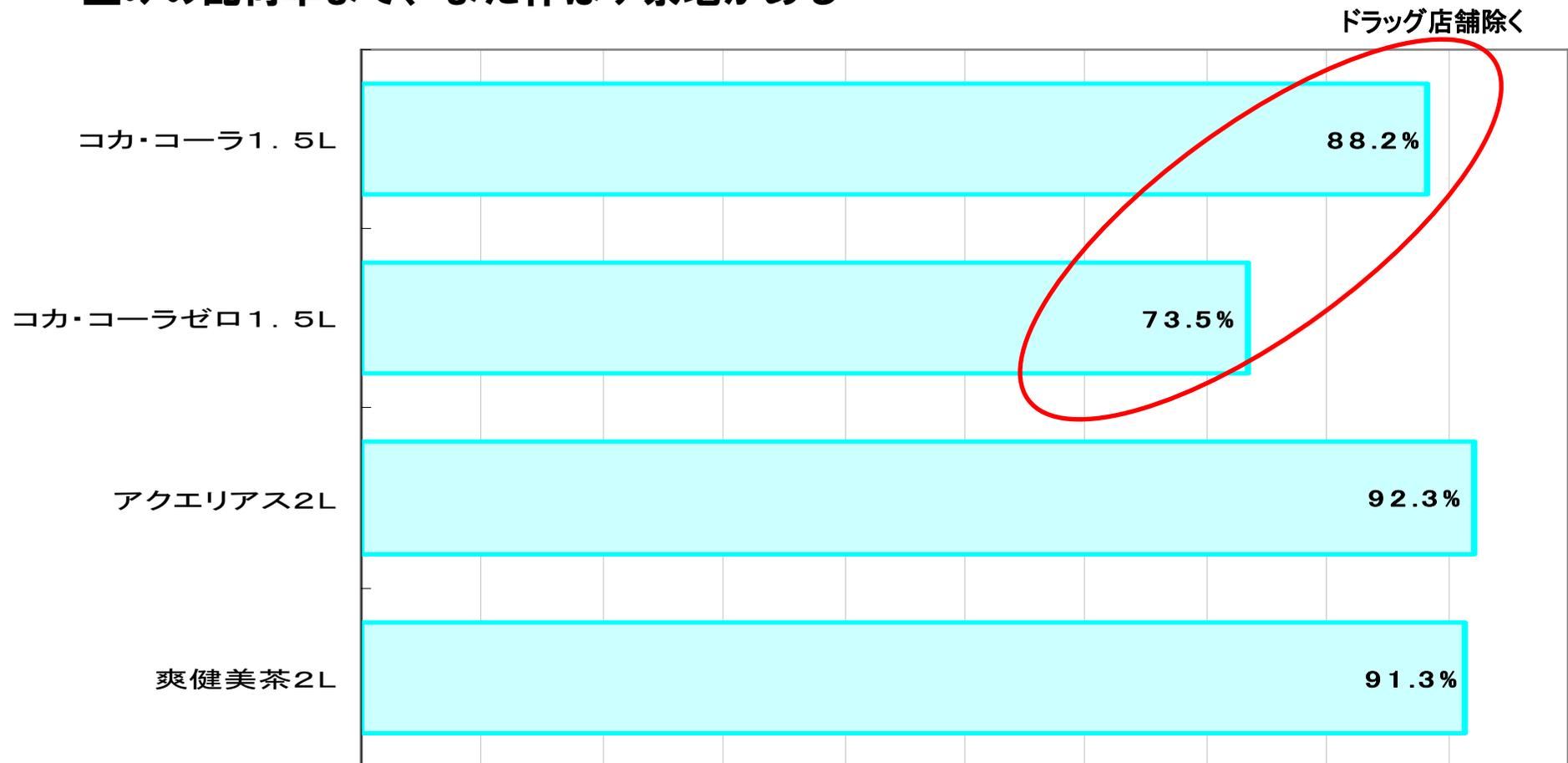
パッケージ	2008実績	2007実績	前年差	前年比
大型ペット	10,129	10,045	85	100.8
500mlペット	3,030	3,204	-174	94.6
小型ペット	349	330	19	105.7
他ボトル	89	122	-34	72.4
缶	1,923	1,738	185	110.7
パウダー	96	102	-7	93.4
その他	194	168	26	115.7
スーパー計	15,810	15,710	100	100.6

3. スーパーチャネル

Jump!!!

◆主要大型ペット 2008年末配荷率

➤ コカ・コーラゼロはコカ・コーラブランドの数量増に貢献したが、コカ・コーラ並みの配荷率まで、まだ伸ばす余地がある



4. サマリー

Jump!!!

◆中計に基づく2008年の取り組み

営業力の*Jump!*

- 開発マネージャー12名増員(50名体制)
- MIX機活用によるインドア開発強化
- 戦略的本部商流の実施 販促費の効果的活用
- シロップマーケットの改善

コスト競争力の*Jump!!*

- 三国フーズとの在庫一元化
- 中古自販機・中古部品の活用

人材の*Jump!!!*

- グループ内人材の交流
- 新人事制度に沿った教育プログラム

4. サマリー

Jump!!!

◆想定以上の環境悪化

販売数量の減少

- 景気後退による工場の操業時間短縮、就業人員減少
 - 消費マインドの冷え込み
 - ー工場、職域での自販機売上減少
 - ー小売店、娯楽施設などの売上減少
 - ー外食の減少によりシロップマーケットの売上減少
- 【売上総利益の減少 6億円】

販売単価の下落

- 消費者の低価格志向が進む
 - 小売店PBによる価格引き下げ
 - 競合との価格競争
- 【売上総利益の減少 11億円】

生産コストの上昇

- CCNBC原価差異調整金
- 【売上総利益の減少 6億円】

4. サマリー

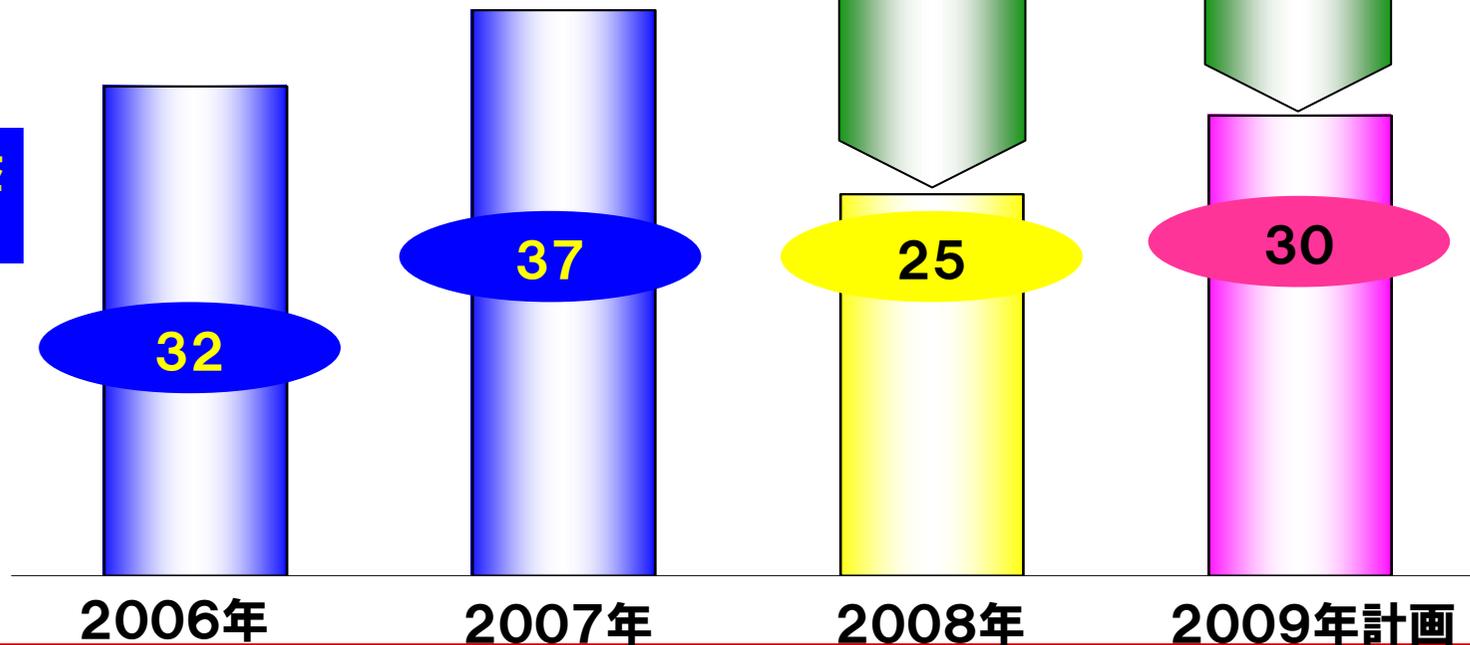
Jump!!!

◆中期経営計画の進捗

【単体営業利益】

- 2009年の到達点 45～55億円
- 2008年の進捗 25億円
- 想定以上の環境悪化 15～20億円

単体営業利益
(億円)



2009年事業計画

1. 基本的考え方

Jump!!!

中期経営計画のビジョン

日本一質の高い魅力あるボトラー

ビジョンの実現に向け、積極的な投資を実施し
盤石な経営基盤をつくる

➤ 営業基盤強化の投資

➤ コスト競争力の強化

➤ 人材育成への投資

2. 業績計画

Jump!!!

(1) 利益計画

■ 単体

単位：百万円、千ケース、%

	上期計画	下期計画	通期		
			計画	前年実績 増減	前年実績 増減率
販売数量	27,210	31,311	58,521	1,620	2.8
売上高	53,500	60,600	114,100	4,910	4.5
営業利益	1,000	2,000	3,000	489	19.5
経常利益	1,500	2,000	3,500	386	12.4
当期純利益	1,000	1,100	2,100	△ 101	△ 4.6

■ 連結

単位：百万円、%

	上期計画	下期計画	通期		
			計画	前年実績 増減	前年実績 増減率
売上高	59,600	67,800	127,400	1,303	1.0
営業利益	1,300	2,700	4,000	203	5.4
経常利益	1,300	2,700	4,000	231	6.1
当期純利益	800	1,500	2,300	143	6.7

2. 業績計画

Jump!!!

(2) 対前年増減主要因(単体)

単体通期

(単位:億円)

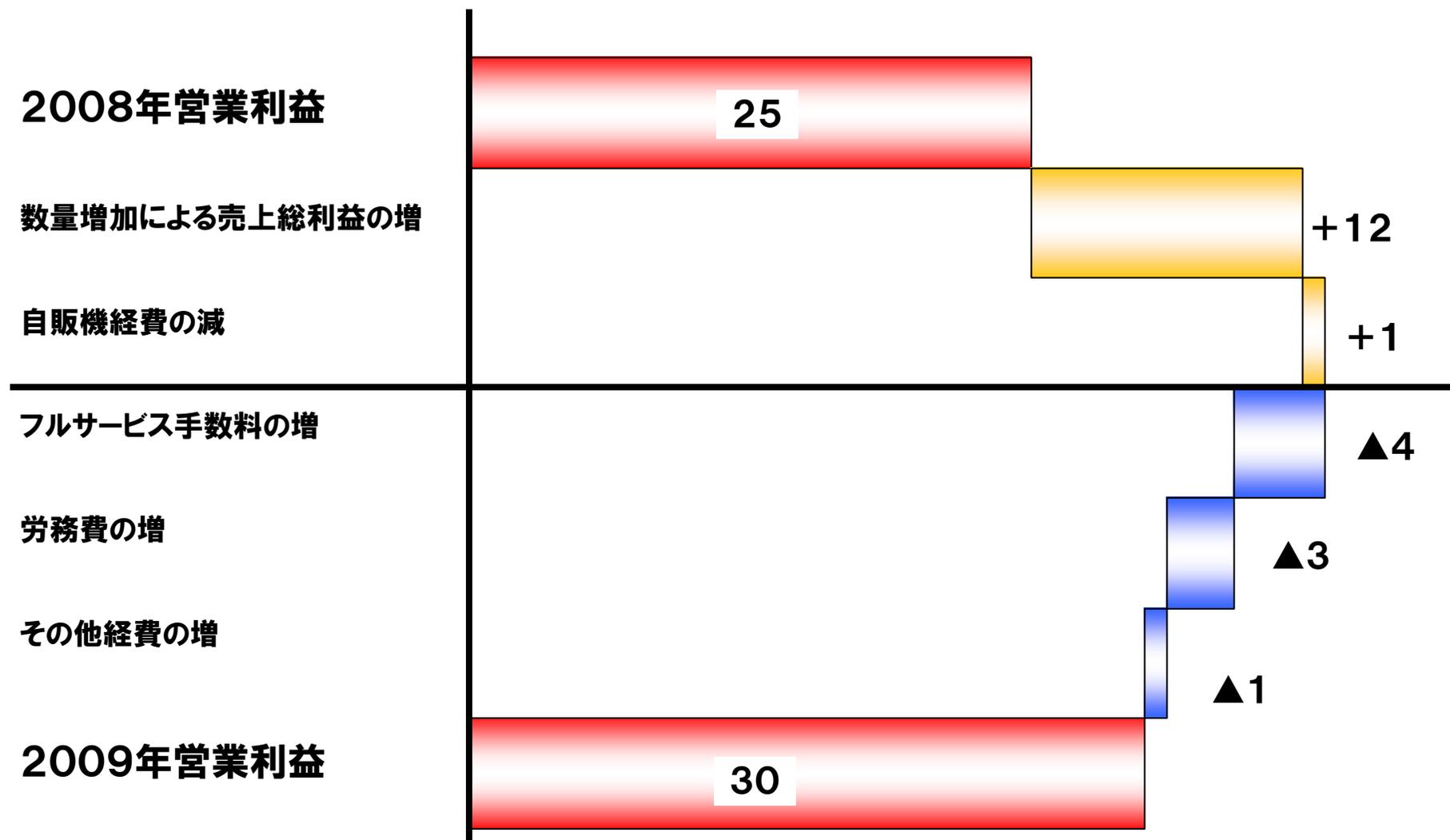
	増減額	増減要因	増減額	計画	'08年
売上高	+49億円 (1,091⇒1,141)	・ 販売数量の増加(1,620千ケース)単価差/構成差等	+49億円	1,141	1,091
売上総利益	+12億円 (419⇒431)	・ 売上総利益の増加	+12億円	431	419
		販売数量の増加 単価差/構成差	+12億円 +0億円		
営業利益	+5億円 (25⇒30)	・ 販管費の増加	△7億円	401	394
		フルサービス手数料の増加	△4億円	78	74
		物流費の増加	△0億円	84	84
		労務費の増加	△3億円	82	79
		自販機関係費用の減少	1億円	63	64
		広告販促費の増加	△0億円	38	38
		その他経費の増加	△1億円	56	55
経常利益	+4億円 (31⇒35)	・ 営業外損益の減少	△1億円	5	6
当期純利益	△1億円 (22⇒21)	・ 特別損益の減少	△3億円	0	3
		・ 法人税等の増加	△2億円	△14	△12

2. 業績計画

Jump!!!

(3) 対前年計画営業利益増減内訳(単体)

(単位: 億円)



2009年活動計画

1. 2009年重点活動

Jump!!!

改革プラン JUMP

営業力の強化

- 2支社制を導入、エリア特性に応じた施策の実施
- 人員配置を見直し、お得意先様への営業力強化

コスト競争力の強化

- 人員体制のスリム化
- グループ外流出費用の内製化
【単年 4億円、3年累計 7億円の効果を見込む】

人材の育成と活用

- 人材育成予算の増加

1. 2009年重点活動

Jump!!!

中期経営計画*Jump!!!*に基づく活動

営業力の*Jump!*

- インドアフルサービス開発強化
- カスタマーとの協働取り組み強化

コスト競争力の*Jump!!*

- 中古自販機の活用
- 全社BPRの推進

人材の*Jump!!!*

- グループ内人材の交流強化
- 自ら「学ぶ」姿勢、企業風土の醸成

2. フルサービスチャネル

Jump!!!

◆2009年のフルサービスチャネル活動方針

インドアマーケットシェアの拡大

インドアロケーション増加

環境提案を含めた魅力的な提案

パーマシンスールスアップ

台数集約ロケニーズへの対応

省エネ自販機



e-40



ノンフロンヒートポンプ

e-40の特長

- ・“世界NO1”の省エネノンフロンキャッシュレス自販機（ヒートポンプ機）
- ・蛍光灯を使わないLED照明
- ・マルチキャッシュレス

ヒートポンプ機の特長

- ・冷却時発生熱を利用し、加温庫内暖め
- ・電気量削減（03年に比べ、50%削減）
- ・二酸化炭素排出量削減（03年に比べ、50%削減）

3. スーパーチャネル

Jump!!!

◆2009年のスーパーチャネル活動方針

取扱製品の追加によるシェア拡大

注力商品

コカ・コーラゼロ
配荷拡大



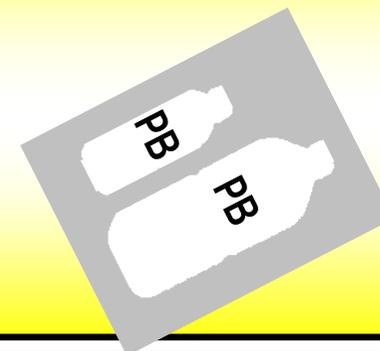
Jリーグスポンサープロモーションを最大限活用した
シェア向上



大型ペット価格
訴求商品



消費者の低価格ニーズへの
対応



3. スーパーチャネル

Jump!!!

◆コカ・コーラゼロ プロモーション予定

2/9-
フルリニューアル

3/2-
「コカ・コーラ

5/中
Phase 2

新フォーミュラ

NEW
保存料ゼロ

デザインパッケージ



Jリーグ協



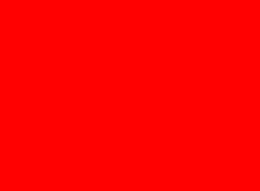
新グラフィック



SM大陳コン



ン



ング



新広告 / 新



ン



ン



ローカル
資



マクドナルド
全国展開



3. スーパーチャネル

Jump!!!

◆コカ・コーラゼロのJリーグオフィシャルスポンサー契約



- ・ 全36チーム/700試合が対象
- ・ リーグ/チーム/選手肖像のマーケティング使用権
- ・ ゴールシーン/試合情報のマーケティング使用
- ・ 観戦チケット+ホスピタリティ
- ・ 大規模・斬新な会場露出
- ・ プログラム参加+選手稼動

4. ジョージア GEORGIA.

Jump!!!

◆エメラルドマウンテンリニューアル 1 / 2 6

◆マックスコーヒー全面展開 2 / 1 6

◆上出来キャンペーン継続展開



昨年のセールスに大きく貢献したエメラルドマウンテンの3カラー戦略を継続し、缶コーヒー市場でのシェア拡大を図る

この資料に掲載しております当社の計画及び業績の見通し、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、あらかじめご承知置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
- ・ 事業環境を取り巻く経済動向の変動
- ・ 資本市場における相場的大幅な変動
- ・ 上記以外の様々な不確定要素