

三国コカ・コーラボトリング株式会社



2012年12月期決算説明会

2013年2月15日(金)

一緒だと、もっとおいしい。





目次

. 2012年12月期決算概要	3 ページ
. 2013年事業計画	11 ページ
. 2013年活動概要	14 ページ
. 中期経営構想2010～2012レビュー	21 ページ
. 関東4ボトラー社経営統合概要	24 ページ
. 資料	

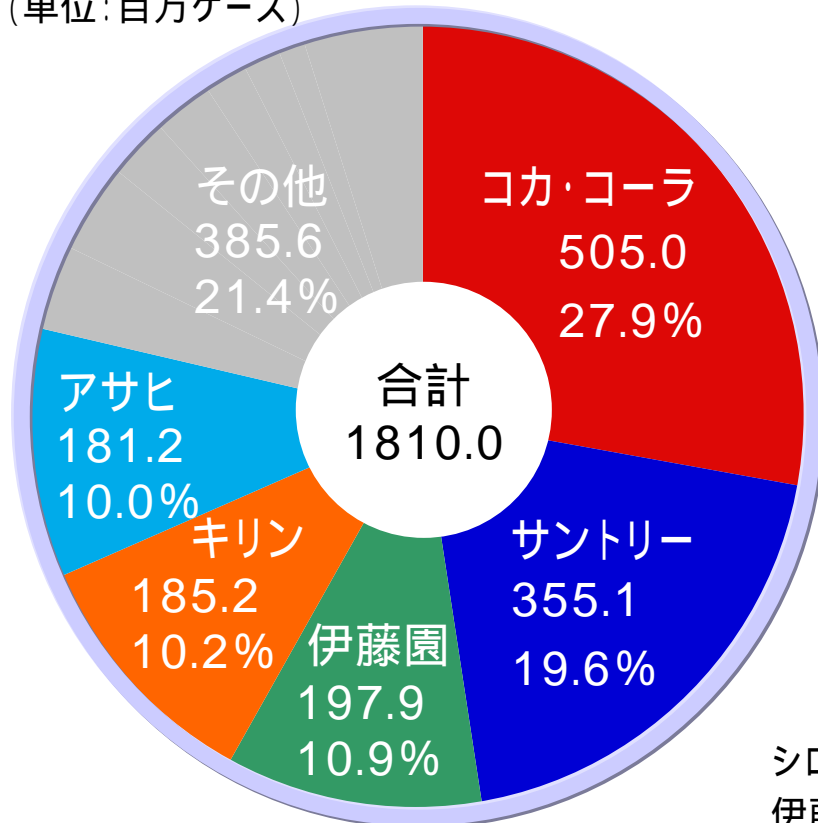
I . 2012年12月期決算概要



2012年飲料業界状況

- 2012年の清涼飲料市場は大震災の反動もあり、出荷数量ベースで前年比+3%となった。
- 一方で、市場での販売価格競争の激化による単価の下落は続いており、厳しい状況で推移した。

■ 2012年メーカー別出荷数量とシェア
(単位:百万ケース)



■ 2012年メーカー別成長率 (%)

1位 カゴメ	113	7位 カルピス	101
2位 アサヒ	112	8位 JT	101
3位 キリン	109	9位 ポッカ	98
4位 伊藤園	108	10位 ダイドー	97
5位 サントリー	103	11位 サッポロ	93
6位 コカ・コーラ	102	12位 大塚	92

シロップ除くPKGセールス
伊藤園はNBのみ

アサヒは単体ベース
飲料総研調べ



2012年12月期連結決算概要

(単位:百万円)

	2012年	2011年	前年増減	前年比	通期修正 計画	修正計画 増減	期首計画
売上高	121,731	119,673	+2,057	+1.7%	123,000	1,269	122,000
営業利益	3,505	4,189	684	16.3%	4,000	494	4,600
経常利益	3,662	3,633	+28	+0.8%	3,900	238	4,500
当期純利益	1,861	1,861	0	+0.0%	2,000	138	2,500

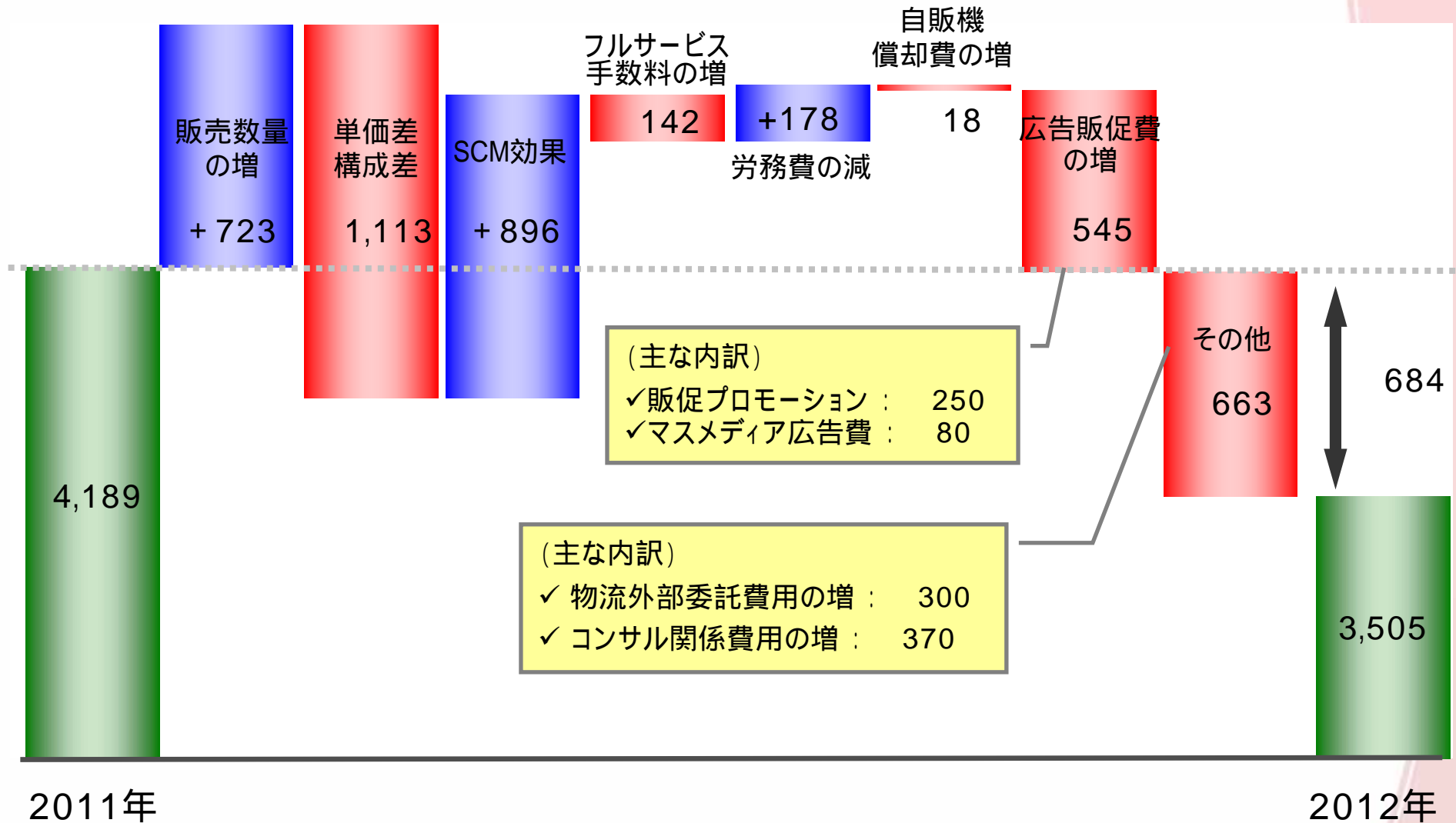
< 前年比較の主要因 >

- 売上高は、販促活動の強化及び前年震災の反動により+2,057百万円(+1.7%)の増収
- 営業利益は、販売単価の下落の影響及び販管費の増加により 684百万円 (16.3%)の減益
- 前年震災の影響による持分法損益(CCEJP)改善により、経常利益は+28百万円 (+0.8%)の増益、当期純利益は前年と同等



連結営業利益の対前年増減内訳

(単位:百万円)





2012年12月期単体決算概要

(単位:百万円・千ケース)

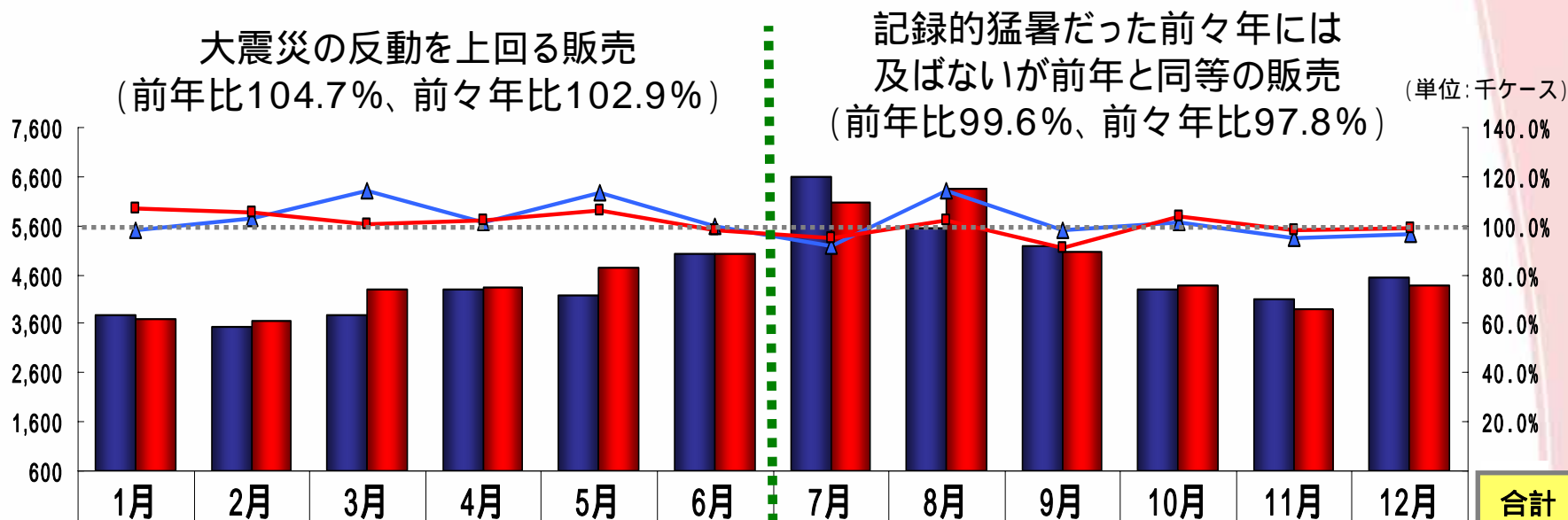
	2012年	2011年	前年増減	前年比	通期修正 計画	修正計画 増減	期首計画
販売数量	55,912	54,886	+1,026	+1.9%	-	320	56,232
売上高	107,106	106,107	+999	+0.9%	109,000	1,894	108,000
営業利益	2,330	2,920	590	20.2%	2,800	470	3,400
経常利益	2,908	3,515	607	17.3%	3,300	391	3,900
当期純利益	1,567	2,126	559	26.3%	1,800	232	2,300



販売数量実績

- 東日本大震災の発生した2011年との比較は+2%、猛暑もあいまって好調だった2010年と比較してもプラスの販売数量となった。

販売数量 月別の推移



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
■ 2011年	3,794	3,536	3,771	4,299	4,189	5,019	6,596	5,564	5,170	4,314	4,083	4,553	54,886
■ 2012年	3,710	3,645	4,318	4,346	4,739	5,009	6,060	6,353	5,069	4,380	3,885	4,399	55,912
▲ 前年比	97.8%	103.1%	114.5%	101.1%	113.1%	99.8%	91.9%	114.2%	98.0%	101.5%	95.1%	96.6%	101.9%
■ 前々年比	107.1%	105.5%	100.9%	101.8%	106.5%	97.9%	95.0%	102.1%	91.0%	103.4%	97.8%	99.2%	100.1%



販売数量実績 - チャネル別

スーパーマーケット

機材・資材の展開による売場拡大活動の強化及び大型PETのみならず小型PETの拡販により、前年比 + 4.9%となった。

コンビニエンスストア

綾鷹 い・ろ・は・すの伸長に加え、新製品(マテ茶・シュエップス・スプライトなど)の寄与により前年比 + 3.5%となった。

ベンディング

インドアへの組織的な新規開発の強化、コラム活用の強化・自販機プロモーションの集中的な実施により+2.1%となった。

(単位:千ケース)

チャネル	2012年 実績	2011年 実績	前年比	
			増減	増減率
スーパーマーケット	16,505	15,724	781	+ 4.9%
コンビニエンスストア	5,783	5,596	187	+ 3.5%
ベンディング	16,235	15,934	301	+ 2.1%
その他	17,389	17,632	243	1.5%
合計	55,912	54,886	1026	+ 1.9%



販売数量実績 - ブランド/パッケージ別

(単位:千ケース)

ブランド名	増減グラフ		2012年 実績	2011年 実績	前年 増減	パッケージ別前年増減					前年比
	(-)	(+)				缶	ボトル 缶	小型 PET	大型 PET	シロップ パウダー など	
コカ・コーラ			7,866	8,204	338	35	52	131	34	86	4.1 %
コカ・コーラ ゼロ			2,527	2,678	151	59	-	104	14	26	5.6 %
ファンタ			3,846	3,973	127	313	4	246	98	42	3.2 %
ジョージア			9,561	9,329	232	249	252	259	-	30	2.5 %
爽健美茶			2,420	2,948	527	1	-	311	215	0	17.9 %
綾鷹			3,239	2,422	817	97	-	427	477	10	33.7 %
アクエリアス			6,690	6,873	184	30	-	166	9	3	2.7 %
い・る・は・す			2,884	2,711	173	-	-	195	22	-	6.4 %
主要ブランド計			39,032	39,138	106	784	196	415	101	34	0.3 %
その他			16,880	15,748	1,132	127	65	929	383	243	7.2 %
合計			55,912	54,886	1,026	657	131	1,344	484	276	1.9 %

< 主要因 >

- コカ・コーラTMは他社の参入により小型パッケージがマイナスとなり合計で 4.5%となった。
- ジョージアは再栓可能なボトル缶・小型ペットを拡販したことにより販売好調となり+ 2.5%となった。
- 爽健美茶は緑茶飲料へのお客様ニーズのシフトにより 17.9%となった。
- 綾鷹はTV-CMによる商品訴求効果やパッケージリニューアル効果によりにより+ 33.7%となった。
- アクエリアスはオリンピック効果により夏場は伸長したもののスポーツ飲料カテゴリーの縮小により 2.7%となった。
- い・る・は・すはサブブランド効果などによりマーケットシェアが順調に伸張し+ 6.4%となった。
- その他はマテ茶・シュエップス・スプライトの新製品効果が特に小型PETで大きく寄与し+ 7.2%となった。

Ⅱ. 2013年事業計画



2013年事業計画

(単位:百万円)

< 連結 >	上期計画	下期計画	通期計画	前年増減	前年比
売上高	56,900	67,100	124,000	+ 2,268	101.9%
営業利益	700	2,900	3,600	+ 94	102.7%
経常利益	500	3,000	3,500	162	95.6%
当期純利益	200	1,800	2,000	+ 138	107.4%

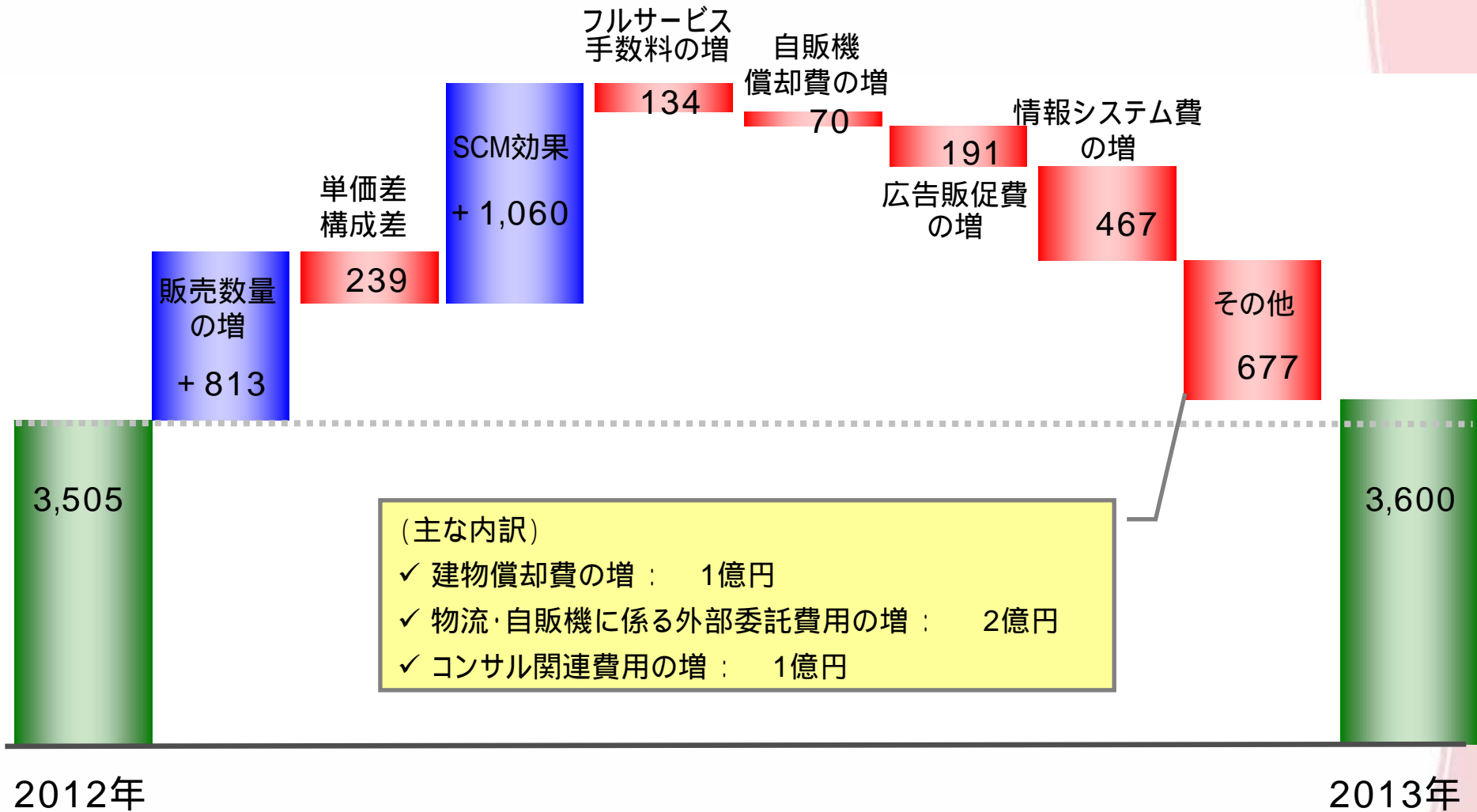
< 単体 >	上期計画	下期計画	通期計画	前年増減	前年比
販売数量(千CS)	26,275	30,797	57,072	+ 1,160	102.1%
売上高	50,000	58,000	108,000	+ 894	100.8%
営業利益	400	2,200	2,600	+ 270	111.6%
経常利益	800	2,300	3,100	+ 192	106.6%
当期純利益	500	1,400	1,900	+ 333	121.2%

本年7月1日に経営統合を行う予定であり、下期・通期の計画は参考値として記載しております。



連結営業利益の対前年増減内訳

(単位:百万円)



Ⅲ. 2013年活動概要



2013年営業活動戦略

スーパー チャンネル

- コカ・コーラTMのシェア拡大
- 小型PET商品の拡販による収益構造改善
- 売場箇所の更なる獲得

ベンディング チャンネル

- 市場における新規開発の強化
- 既存お得意先様との関係強化

レギュラー チャンネル

- COA活動の更なる強化
- ホワイトスペース開拓
(多様な機材・商品活用)



スーパーチャネル活動計画

コカ・コーラTMのシェア拡大

▶ プロモーションを最大限活用し、効果的な販促を通じた配荷アップ・売場箇所拡大に取り組む



小型PET商品拡販による収益構造改善

▶ 新商品・成長商品最大活用と売場箇所の拡大

前年比と本年計画

2010年	2011年	2012年	2013年
103.4%	102.7%	105.6%	(106.5%)



売場箇所の更なる獲得



- 本部商談を通じた3売場の獲得
 - ✓ ACP(年間活動計画)
 - ・QCP(四半期活動計画)の提案
 - ✓ カテゴリーリーダー獲得の提案



連携

- 現場商談を通じた5売場の獲得
 - ✓ クロスマーチャンドライジング提案
 - ✓ 資材・機材の活用提案



ベンディングチャンネル活動計画

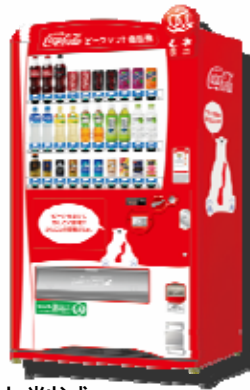
市場開発における新規開発の強化

- 開発機能の強化
市場開発部二部の増設(増員)
- ポーラベア自販機の最大活用

製品は冷たいまま、一番電力需要が高い
日中の冷却用電力ゼロを実現

6つの主な特長

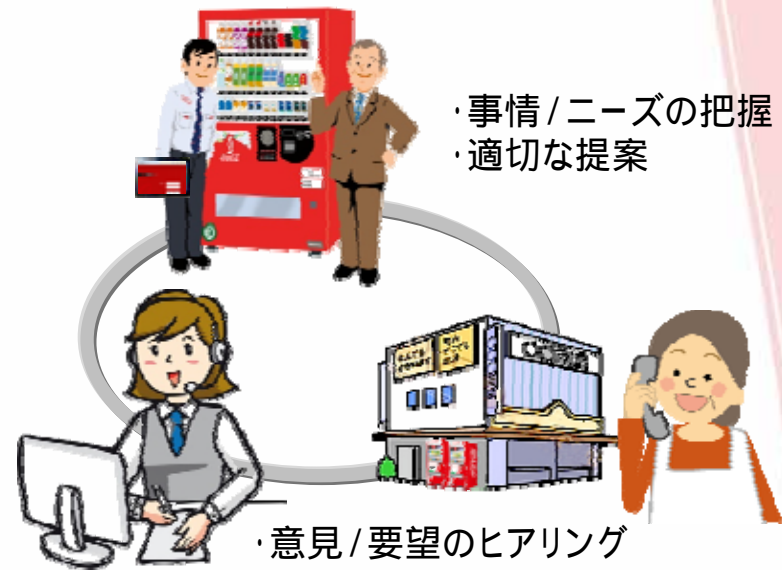
- 日中コンプレッサーを止めても製品が冷えている(最長16時間)
- 夏の日中の冷却運転停止中は消費電力95%削減
- 年間消費電力量一般機に対して10%以上削減
- 音がしない、インドアロケへの新しい提案
- 25%以上速いリカバリー時間
- 加温時もエネルギー効率が8.5倍



+

既存お得意先様との関係強化

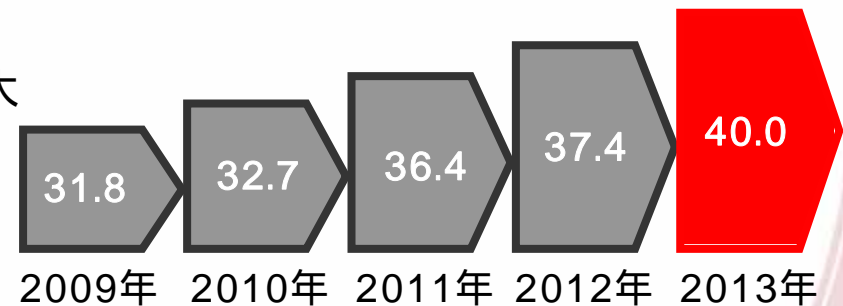
- 現場商流者の訪問頻度・滞留時間の向上
- テレセンターによるフォローコール
(本年2月より開始済)



■ 自販機プレダトリー計画
4,500台

■ 自販機純増計画
1,000台

■ インドアジア拡大
シェア40%



* 出典: インドア調査 2012 Mcnet



レギュラーチャネル活動計画

COA活動の更なる強化

➤ エリア拡大

参加店舗数拡大 (651店舗 2012年末時点)



➤ 地域活性の更なる深化

料飲店を中心とする地域全体との協働取組みによる新たなビジネスモデル化を構築



オリジナルカクテルの展開



メディアを活用したPR活動



ホワイトスペース(新市場)開拓 [多様な機材/商品活用]

オリジナル機材活用



エリア限定プロモーション実施



1,000台





地域社会への貢献活動

■ 社会貢献型自販機の設置推進

40以上の支援先団体をサポート

➤ 2012年323台設置、『累計1,112台』の設置と地域貢献を強化

支援区分	社会福祉支援	スポーツ支援	観光誘致	環境支援	教育・防犯等支援 その他
累計設置 台数	601台	258台	67台	17台	169台
具体例	<ul style="list-style-type: none"> □ 難病支援 □ ピンクリボン啓蒙 □ 日本赤十字 □ ハートリンク(小児ガン) □ オレンジリボン啓蒙 □ 共同募金 □ おぎゃー貢献基金等 	<ul style="list-style-type: none"> □ 浦和REDS □ 大宮アルティージャ □ 西武ライオンズ □ 新潟アルビレックス □ フライトドリームス □ 群馬県ソフトボール □ 群馬県スキー連盟等 	<ul style="list-style-type: none"> □ 新潟柳都観光 □ 糸魚川シオパーク □ 秩父あの花支援 □ 草加ふらささ祭り □ 館林まち作り □ さいたま竜神まつり □ その他 	<ul style="list-style-type: none"> □ 埼玉県緑の募金 □ 群馬県緑の募金 □ APARA植林活動 □ トキ支援 □ その他 	<ul style="list-style-type: none"> □ 長岡米百俵 □ 柏崎ライフセービング □ ホーイスカウト埼玉県 □ 新潟青い羽募金 □ 夢の貯金箱 □ 群馬防犯協会 □ 埼玉国際交流等
設置画像					



販売計画 – チャネル別

(単位:千ケース)

チャネル	2013年 計画	2012年 実績	前年比	
			増減	増減率
スーパーマーケット	16,965	16,505	+ 460	+ 2.8%
コンビニエンスストア	5,977	5,783	+ 194	+ 3.4%
ベンディング	16,644	16,235	+ 409	+ 2.5%
その他	17,486	17,389	+ 97	+ 0.6%
合計	57,072	55,912	+ 1,160	+ 2.1%

IV. 中期経営構想2010~2012レビュー



中期経営構想の骨子

ビジョン

夢に向かって進化するNo. 1 ボトラー

スローガン

CHANGE 3

基本方針

営業力の強化／コスト競争力の強化／人材の育成と活用

基本戦略

- 手売り市場の再活性化
- フルサービス事業の構造改革
- SCM改革
- グループ内事業再編によるシナジー効果の創出
- グループ内人材交流による人材育成と活用の規模拡大

分野別構想

営業

目販機
改革

製造

物流

人事

情報
システム

品質

資産
管理

財務

内部
統制

危機
管理

関係
会社

会社存続の前提

コンプライアンス



実施結果

- 営業・コスト・人材を柱とする様々な取り組みを実施し、一定の成果を創出してきた。
一方で販売競争による売上単価の下落スピードが想定より早く進み、減益傾向となった。

< 単体 >

	基盤 整備	フェーズ 中期経営計画 <i>Jump!!!</i>			フェーズ 中期経営構想 <i>CHANGE³</i>		
	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
販売数量(百万CS)	56.2	57.6	56.9	54.5	55.9	54.9	55.9
売上高(億円)	1,093.9	1,095.0	1,091.9	1,070.2	1,088.7	1,061.1	1,071.1
限界利益(億円)	295.2	281.6	261.0	239.2	252.4	242.9	245.4
営業利益(億円)	32.3	37.4	25.1	24.6	35.8	29.2	23.3
経常利益(億円)	42.1	45.2	31.1	32.2	41.6	35.2	29.1
当期純利益(億円)	25.7	25.7	22.0	20.2	22.9	21.3	15.7
売上単価(円)	1,827	1,781	1,764	1,728	1,702	1,704	1,687
変動費単価(円)	1,301	1,279	1,291	1,276	1,245	1,253	1,241
固定費単価(円)	484	440	431	411	404	408	409

本業(コカ・コーラ事業)での指標とするため、家賃やOEMなどの販売数量・売上を除外して算出しております。 23

V. 関東4ボトラー社経営統合概要



経営統合の背景・目的・目指す効果

飲料市場

(これまで)
様々な環境変化により、年々競争が激しく厳しい経営環境となった。



(これから)
さらに厳しい経営環境が続くことが見込まれる。

当社の対応

中期計画フェーズ・フェーズ を実行することで、成長戦略・効率化戦略を実施してきた。

企業価値を向上し株主様をはじめステークホルダーの皆様の期待に応え続けるために、経営統合による効果創出をあわせて実施する。

< 関東4ボトラー統合で目指す4つの効果 >

最適なサプライチェーンの構築による業界最高の市場実行力及びコスト競争力の実現

コカ・コーラシステム機能統合会社を含め全事業領域の業務プロセスの改善による、より効率的で強固なビジネスモデルの実現

意欲が高く有能な従業員の育成による持続的成長の基盤となる新たな企業文化の実現

地域に密着したビジネス活動を通じて人と人とを潤し、更なる社会貢献の実現



経営統合(ホールディング)のスケジュール

2012年12月	統合契約締結 12/14 株式交換契約締結 12/14
2013年2月	統合準備委員会立ち上げ
2013年3月	定時株主総会(4ボトラー社)
2013年6月	三国社上場廃止 6/26
2013年7月	株式交換効力発生 7/1予定 会社分割効力発生 7/1予定

コカ・コーラーストジャパン(株)設立
売上高世界TOP5のボトラー誕生



経営統合における規模感

■ コカ・コーラセントラルジャパン(株)

- ✓売上高(連結) : 193,081百万円
- ✓営業利益(連結) : 4,047百万円
- ✓従業員数(連結) : 2,531人

■ 三国コカ・コーラボトリング(株)

- ✓売上高(連結) : 119,673百万円
- ✓営業利益(連結) : 4,189百万円
- ✓従業員数(連結) : 1,761人

コカ・コーライーストジャパン(株)

売上高 : 5,700億円
営業利益 : 110億円
従業員数 : 7,000人

■ 東京コカ・コーラボトリング(株)

- ✓売上高(連結) : 148,421百万円
- ✓営業利益(連結) : 1,279百万円
- ✓従業員数(連結) : 1,677人

■ 利根コカ・コーラボトリング(株)

- ✓売上高(連結) : 118,161百万円
- ✓営業利益(連結) : 1,555百万円
- ✓従業員数(連結) : 1,114人



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の大幅な変動
- 上記以外の様々な不確定要素

【ご連絡先】 三国コカ・コーラボトリング株式会社 総務IR部
[TEL] 048-774-3131 [FAX] 048-774-1507
[URL] <http://www.mikuni-ccbc.co.jp/>
[E-mail] t.fukuda@mikuni-ccbc.co.jp

VI. 資料



用語集

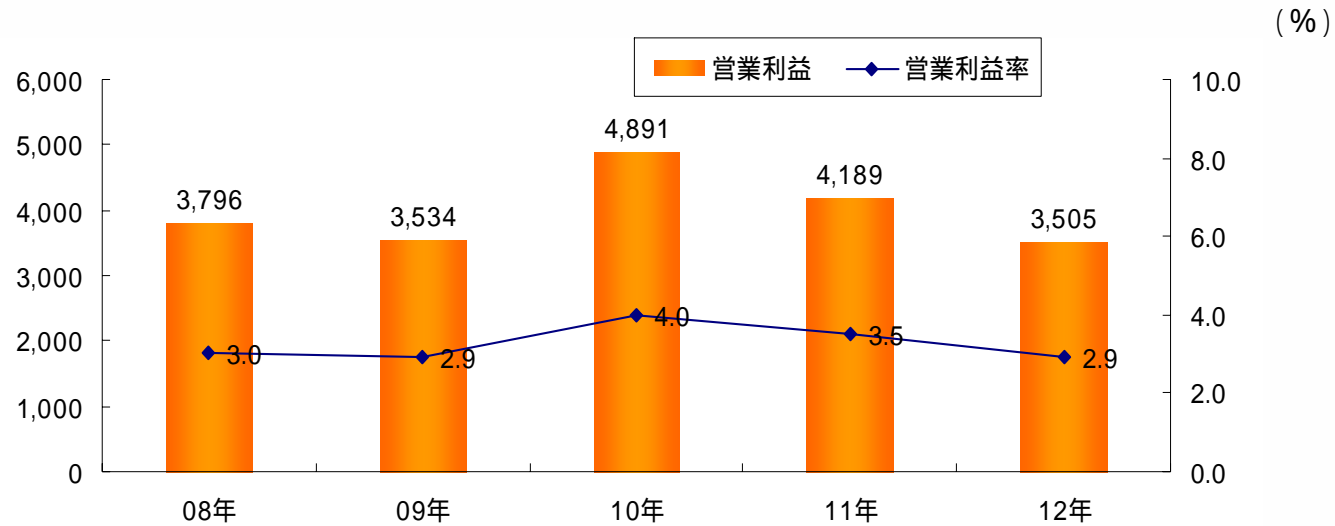
フルサービス	自販機を当社が直接管理(製品補充・売上金管理等)する方式
アドバンス	当社が製品を納品し、お得意先様が小売をする卸販売方式
ベンディング	フルサービスと同意語
コカ・コーラTM	コカ・コーラ トレードマークの略
ACP	年間活動計画
QCP	四半期活動計画
COA活動	業務酒販店との共同営業モデル 飲食店活性化プロジェクト
ホワイトスペース	新市場のこと
プレダトリー	競合自販機から当社自販機へ置き換えによる設置
機材	加温 / 冷却機能のある手売り用販売機材。平型クーラー、缶ウォーマーなど
資材	加温 / 冷却機能のない手売り用販売資材。ハンガーラックなど
BPR	ビジネス プロセス リエンジニアリングの略。業務効率化を図ること
CCEJP	関東4社(三国・セントラル・東京・利根)で共同出資している製造子会社



経営指標の推移

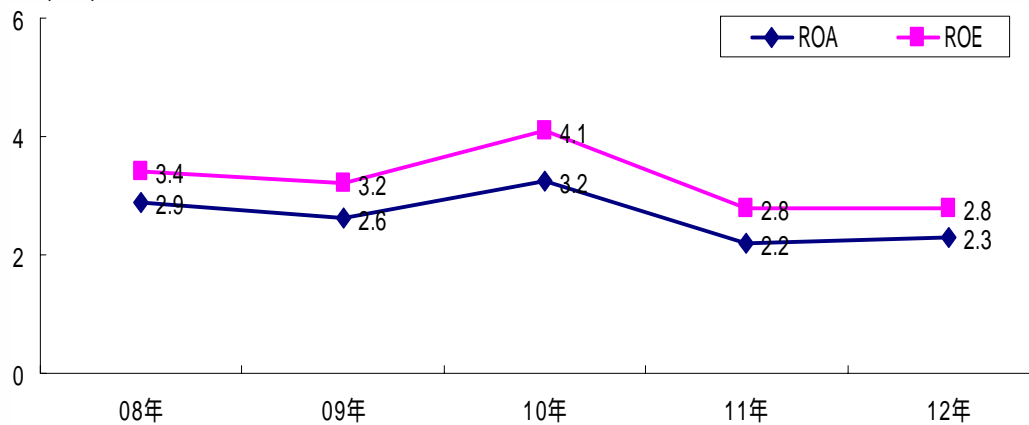
営業利益 / 営業利益率

(百万円)



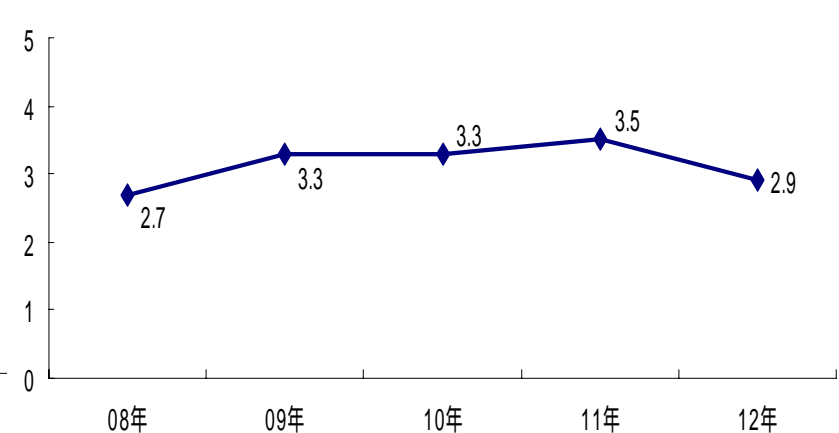
総資産当期純利益率 (ROA) / 自己資本当期純利益率 (ROE)

(%)



配当利回り

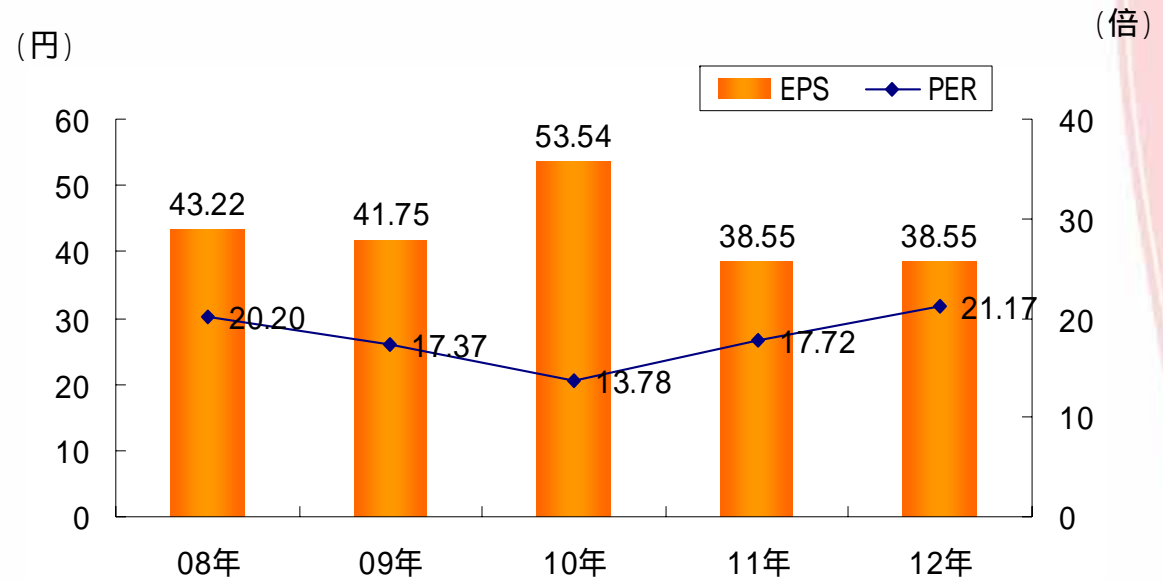
(%)



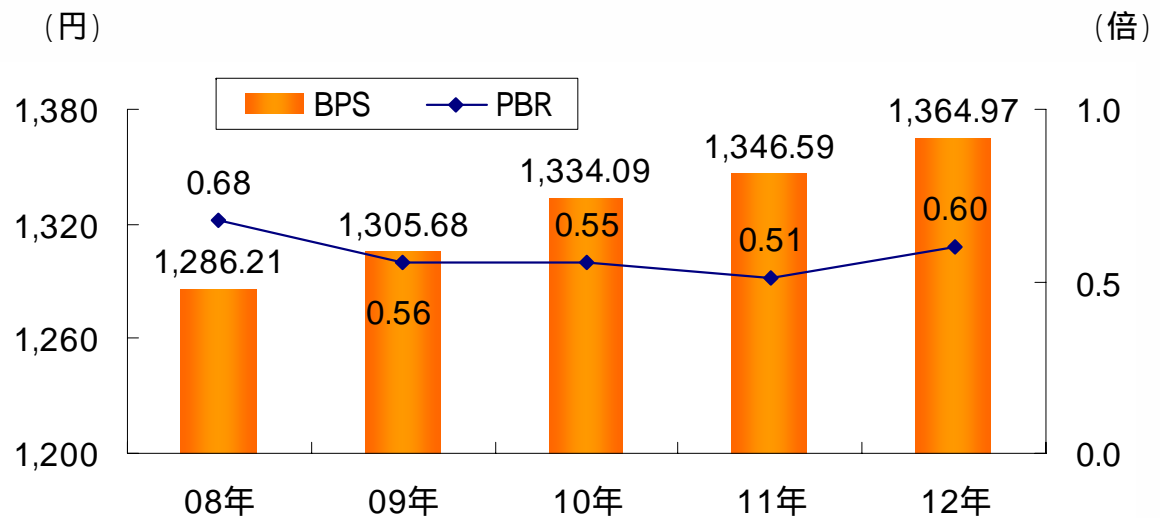


経営指標の推移

EPS (1株当たり当期純利益)
/ PER (株価収益率)



PBR (株価純資産倍率)
/ BPS (1株当たり純資産)





当社チャネル別マーケットシェア (OTC)

(単位: %)

チャネル	2010.1-6	2010.7-12	2011.1-6	2011.7-12	2012.1-6	2012.7-12
スーパー	20.7	23.2	19.0	20.3	21.1	20.4
CVS	14.9	17.5	15.9	17.0	17.6	16.6
酒食品店	31.4	30.9	31.3	29.9	30.4	27.8
OTC計	19.9	22.2	19.3	20.3	20.9	20.0

出典: インテージ



設備投資額及び減価償却実施額

(単位:百万円、%)

		2012年実績 2012Result	2011年実績 2011Result	増減 Amount	前年比 %	2013年通期計画 13Plan
設 備 投 資	販 売 機 器 Vending Machine	4,324	3,567	757	21.2	3,422
	建 物 ・ 構 築 物 Buildings	2,562	842	1,720	204.3	4,054
	土 地	1,466	604	862	142.6	-
	機 械 装 置 Equipment	220	358	138	38.4	484
	器 具 ・ 備 品 他 Others	348	341	7	2.1	277
	計 Total	8,923	5,713	3,209	56.2	8,239
	減 価 償 却 費 Depreciation	5,497	5,408	88	1.6	5,564



自動販売機稼動状況

(単位:台、%)

		2012年 末	2011年 末	前年増減		2012年 計画	計画増減		2012年 修正計画
				台数	増減率		台数	増減率	
機 種 別	缶/PET 自販機	66,253	66,668	415	0.6	67,718	1,465	0.3	67,000
	ボトル機	301	305	4	1.3	295	6	0.1	300
	紙パック機	1,822	1,839	17	0.9	1,839	17	0.1	1,800
	カップ機	4,412	4,435	23	0.5	4,395	17	0.1	4,400
	合 計	72,788	73,247	459	0.6	74,247	1,471	0.2	73,500
方 式 別	レギュラー	10,045	11,226	1,181	10.5	10,926	881	8.1	10,500
	フルサービス	62,743	62,021	722	1.2	63,321	578	0.1	63,000
	合 計	72,788	73,247	459	0.6	74,247	1,459	2.0	73,500
関係会社台数		13,939	13,867	131	0.1	14,217	278	2.0	14,217
新品投入台数		6,908	5,668	1,240	21.8	6,600	308	0.5	7,000