

2005年12月期 決算説明会



近畿コカ・コーラボトリング株式会社【2576】

<http://www.kinki.ccbc.co.jp>

2006年2月



■ 2005年 レビュー

中計2年目の取り組み	3
販売状況	4
業績(連結)	5
主な利益増減の要因	7

■ 2006年 事業計画

方針	9
お客様から見た 企業ブランド価値向上	10
経営力の強化	12
計画(連結)	13
主な利益増減の要因	14

■ 営業戦略

2005年 レビュー	16
めざす方向	20
2006年 計画	
販売計画(連結)	21
基本戦略と重点課題	22
活動計画・ブランド	23
・スーパー	24
・ベンディング	25
・ファウンテン	27
・レギュラー	28
第1四半期重点活動	29

■ 添付資料(決算関連)

2005年 実績	31
2006年 計画	33

2005年 レビュー



企業価値の向上

お客様から見た
企業ブランド価値向上

近畿2府1県のお客様に支持され、
最も身近で好きと言われる飲料企業グループに

経営力の強化

中長期に生き残る 強い経営体制を構築し、
グループ全体で収益力を強化

【2005年の取り組み】

- お客様購買接点の拡大
 - <スーパー> 取扱い品種の増加、売場の増加
シェア拡大
 - <ベンディング> 自動販売機稼働台数の増加
- ダイレクトコミュニケーションの推進
 - 京都工場見学ツアー(36,500名)
 - HP刷新(会員制ページスタート)
- 社員一丸となった地域ファンづくり活動
 - イベント実施 463件 26万人への協賛

- 全国SCMシステムがスタート
- C C W J社との業務提携
- グループ組織の再編
 - レックスリース社株式譲渡
- C S R戦略の策定
 - 地域共生推進部の設置(7/1~)
 - リスクマネジメントの再構築
- 株主政策の実施
 - 増配、くくり直し、優待制度

2005年 販売状況



環境

- 飲料市場の成長は1%で着地（近畿地区）
- 猛暑の反動（特に7月）
- 市場競争の激化（CVS業態の低売価戦略・オペレーター競争激化）

ボリューム

連結 84,633千ケース（対前年99.8%）

販売の取組み

- レベニュー グロウス マネジメント
リージョナルローカルスーパーでの取組み

ミックスの改善

+

納価の改善

パッケージ別構成比

	04年	→	05年	差異
大型PET	63.9%		62.4%	1.5%
1L PET	1.0%		1.4%	0.4%
500mlPET	16.2%		17.7%	1.5%
CAN	1.5%		1.8%	0.3%

大型PETから500mlPETへシフト

納価（単価）の改善の推移
（対前年増減額の推移 03年～05年）

	03年	04年	05年
標準納価	+23円	+9円	+12円
値引き	+43円	+23円	+6円
納価	20円	14円	+6円

- ・ミックスの改善等により標準納価の引き上。
- ・値引きの増加は続くが、値引きの幅は縮小。
- ・2005年は前年と比べ、納価がプラスに転化。

2005年業績（連結）

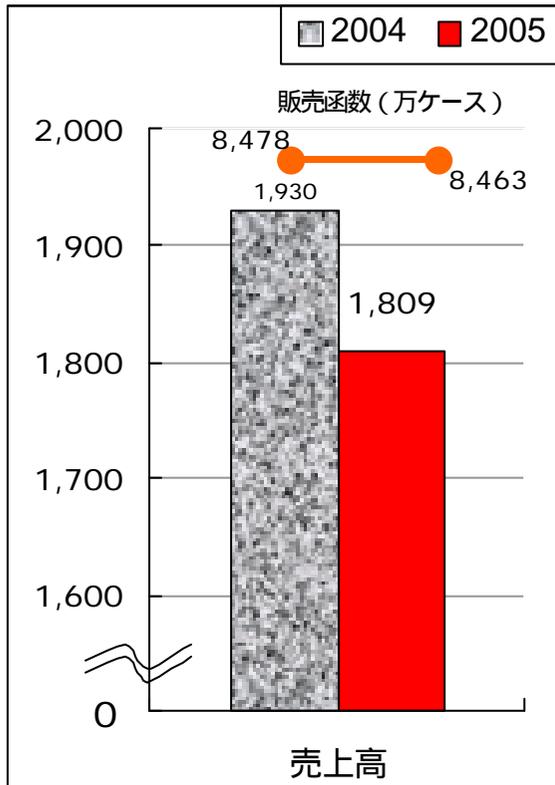
KINKI Coca-Cola Bottling Co., Ltd.



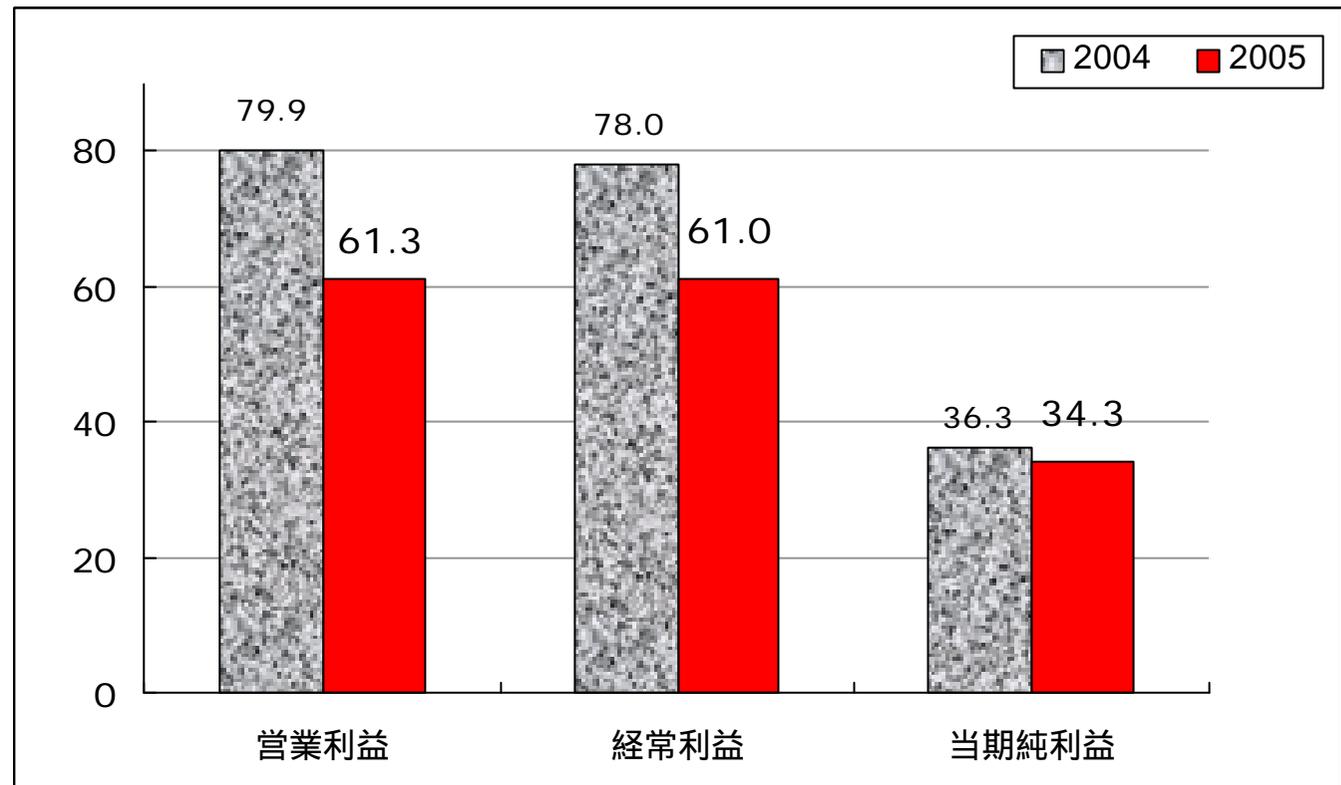
		2004/12	2005/12	増減	前年比
販売函数	(千ケース)	84,782	84,633	149	99.8%
売上高	(百万円)	193,082	180,999	12,083	93.7%
売上原価	(百万円)	105,115	101,075	4,040	96.2%
売上総利益	(百万円)	87,967	79,924	8,043	90.9%
営業利益	(百万円)	7,991	6,133	1,859	76.8%
経常利益	(百万円)	7,808	6,106	1,702	78.2%
税引前当期純利益	(百万円)	5,306	5,366	60	101.1%
当期純利益	(百万円)	3,638	3,435	202	94.4%

2005年 連結業績

販売函数 (万ケース)
売上高 (億円)



利益 (億円)



● 売上高減少の要因

CCNBC本格稼動による取引形態の変更等

● 営業利益減少の要因

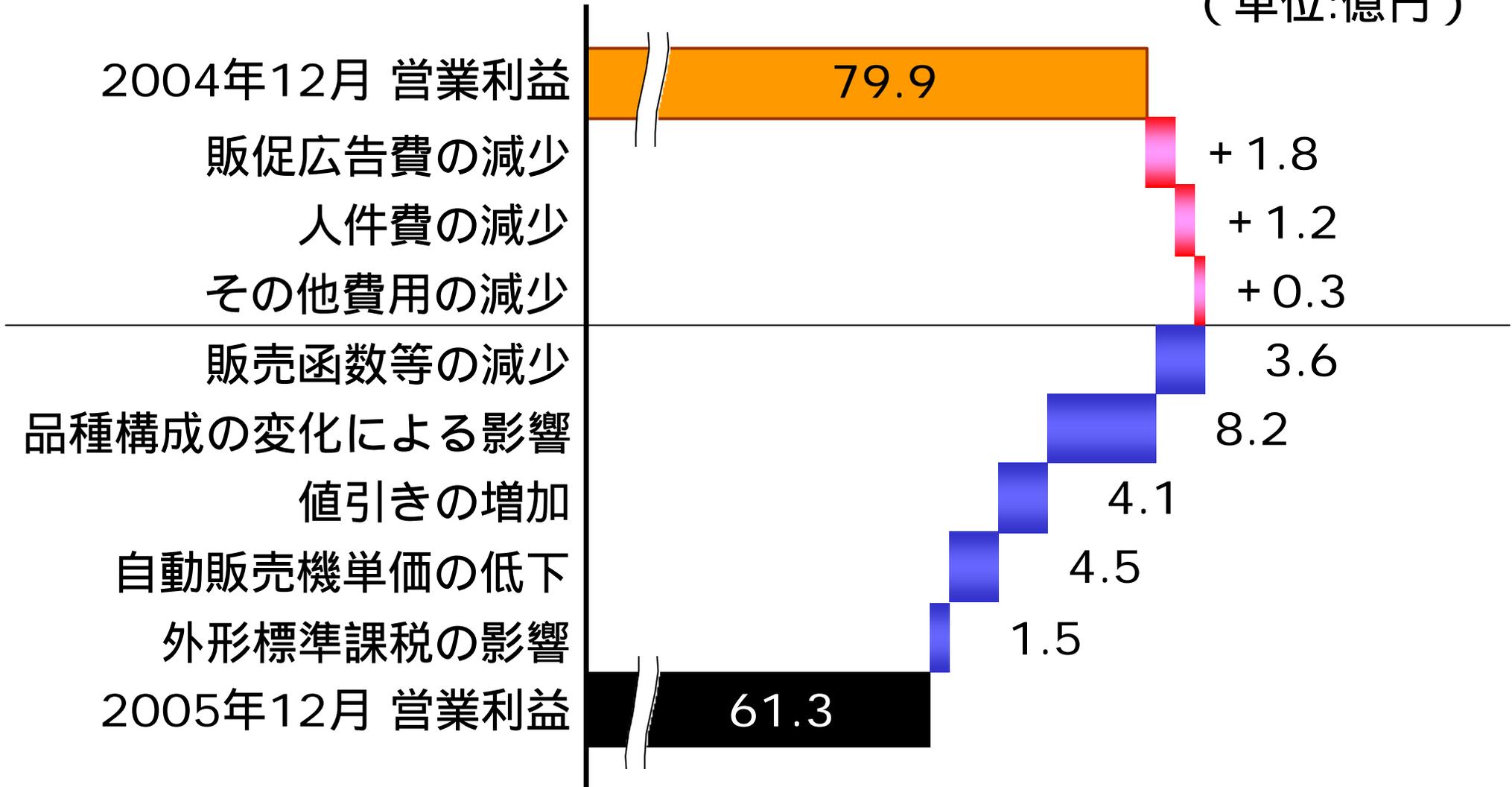
品種ミックスの影響
自動販売機での販売単価の低下

主な利益増減の要因 [2005年・連結]

KINKI Coca-Cola Bottling Co., Ltd.



(単位:億円)



2006年 事業計画



企業価値の向上

お客様から見た
企業ブランド価値向上

×

経営力の強化

お客様に対する新たな価値の提供
～ 好感度アップを販売につなげる ～

コスト構造改革による収益力の強化
経営基盤の更なる強化

グループ一体となって
お客様満足活動を更に活性化するとともに、
PDCAをきっちり回し、
目標利益を達成する

お客様から見た企業ブランド価値向上

KINKI Coca-Cola Bottling Co., Ltd.



お客様に対する新たな価値の提供
(好感度アップを販売につなげる)

企業価値の向上

お客様から見た
企業ブランド価値向上

×

経営力の強化

● レベニュー・グロウス・マネジメント

お客様の購買行動をベースとしたカテゴリーマネジメント実践 (CS営業部)

お客様の視点に立ち、自動販売機パーマシンスールスアップに向けた営業改革 (FS営業部)

● キャッシュレスの多様化に向けた高付加価値自動販売機設置の推進

PiTaPa対応自販機のマーケット拡大 C-mode 2

● お客様とのダイレクトコミュニケーション活動の強化

ロイヤルファンづくりに向けた工場見学プログラムの拡充

● 本業を通じた社会貢献活動

災害時における拠点在庫開放、災害対応型自動販売機、地域貢献型自動販売機など

お客様から見た企業ブランド価値向上

KINKI Coca-Cola Bottling Co., Ltd.

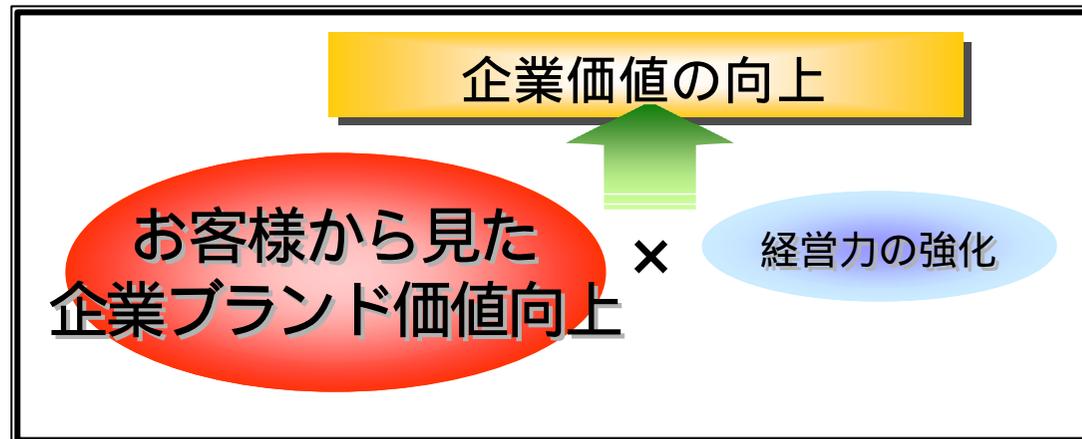


● 本業を通じた社会貢献活動

「災害時における飲料の提供協力に関する協定」

社会貢献型自動販売機

U - CITY構想『ユビキタス児童見守り自動販売機』



災害対応型自販機

災害時メッセージが流れ
自販機内飲料を無料提供



兵庫県障害者 スポーツ支援自販機

売上金の一部が障害者スポーツ支
援金として寄付される

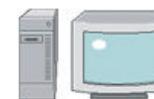


U-CITY構想

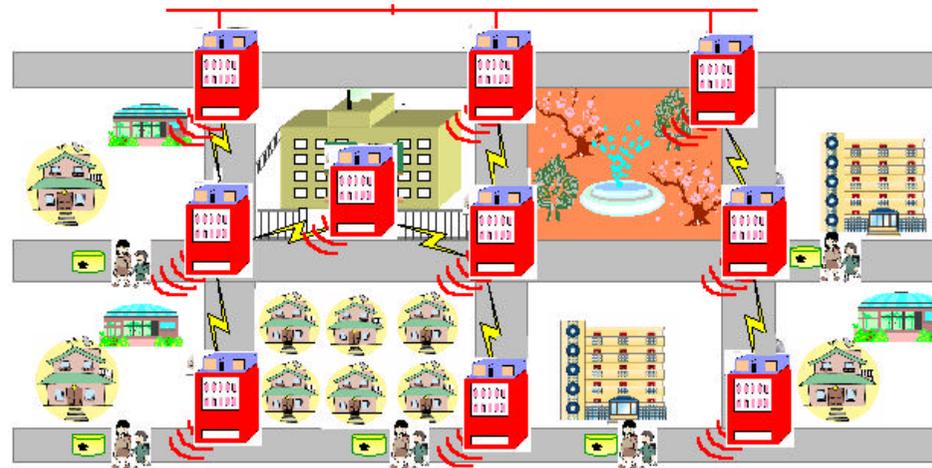
『ユビキタス街角見守り自販機』

児童がICタグを携帯し、登下校の状況を把握。

[イメージ図]

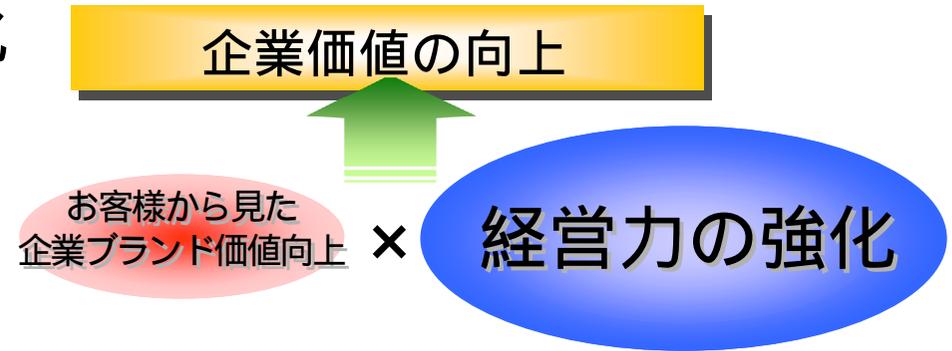


大阪府データセンター





コスト構造改革による収益力の強化
経営基盤の更なる強化



- 全国SCM組織の更なる効率化の推進

適正在庫維持のために、オペレーションルール見直しなど、機能を強化する

- CCWJ社との業務提携開始

4つの分野で取り組み中

- 企業市民としてCSRの推進

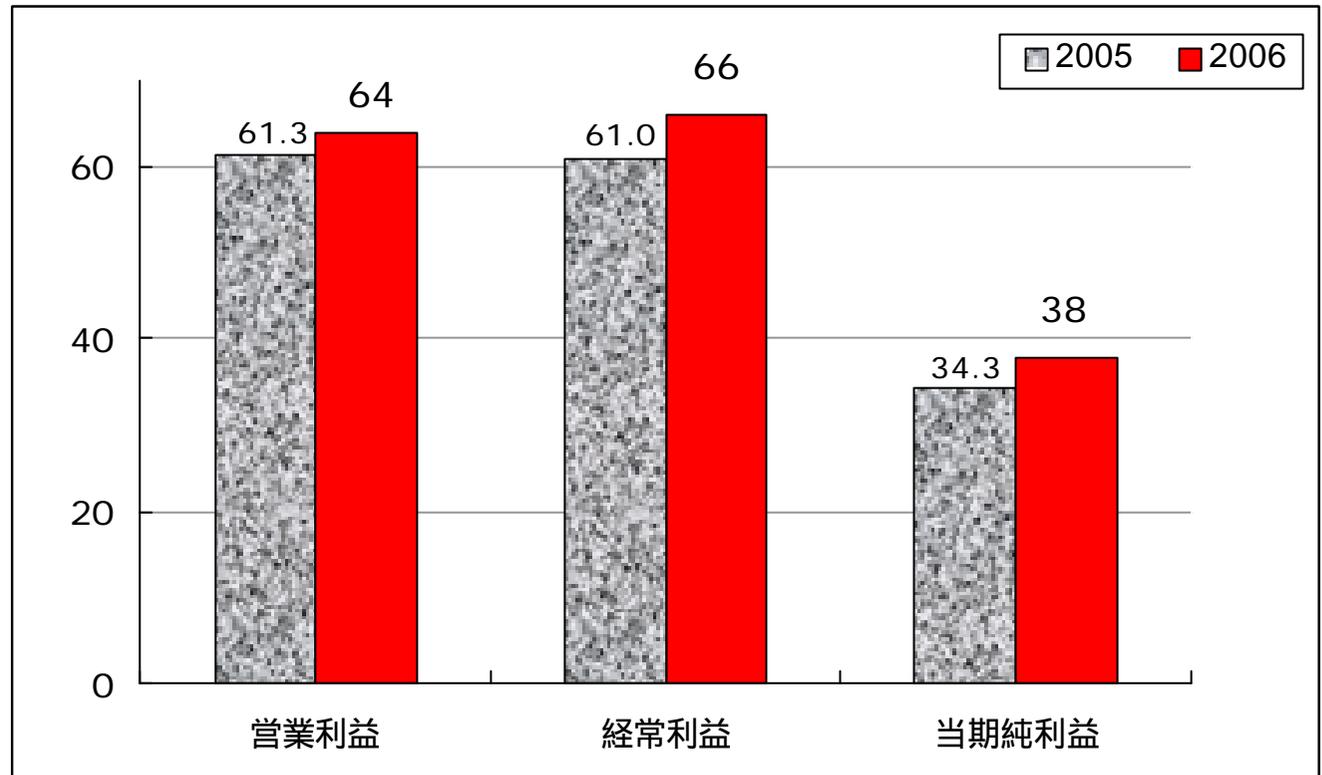
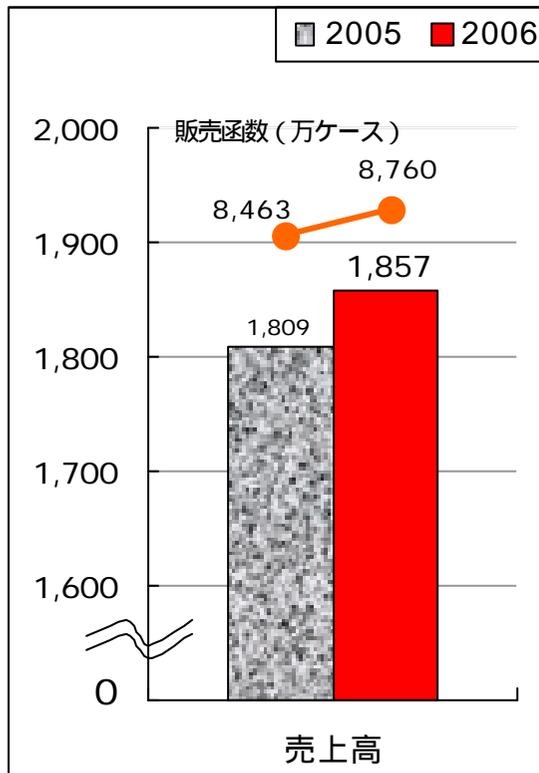
リスク管理の推進、CSR報告書作成

- マーチャンダイジングの専門組織体制の検討

2006年 連結計画

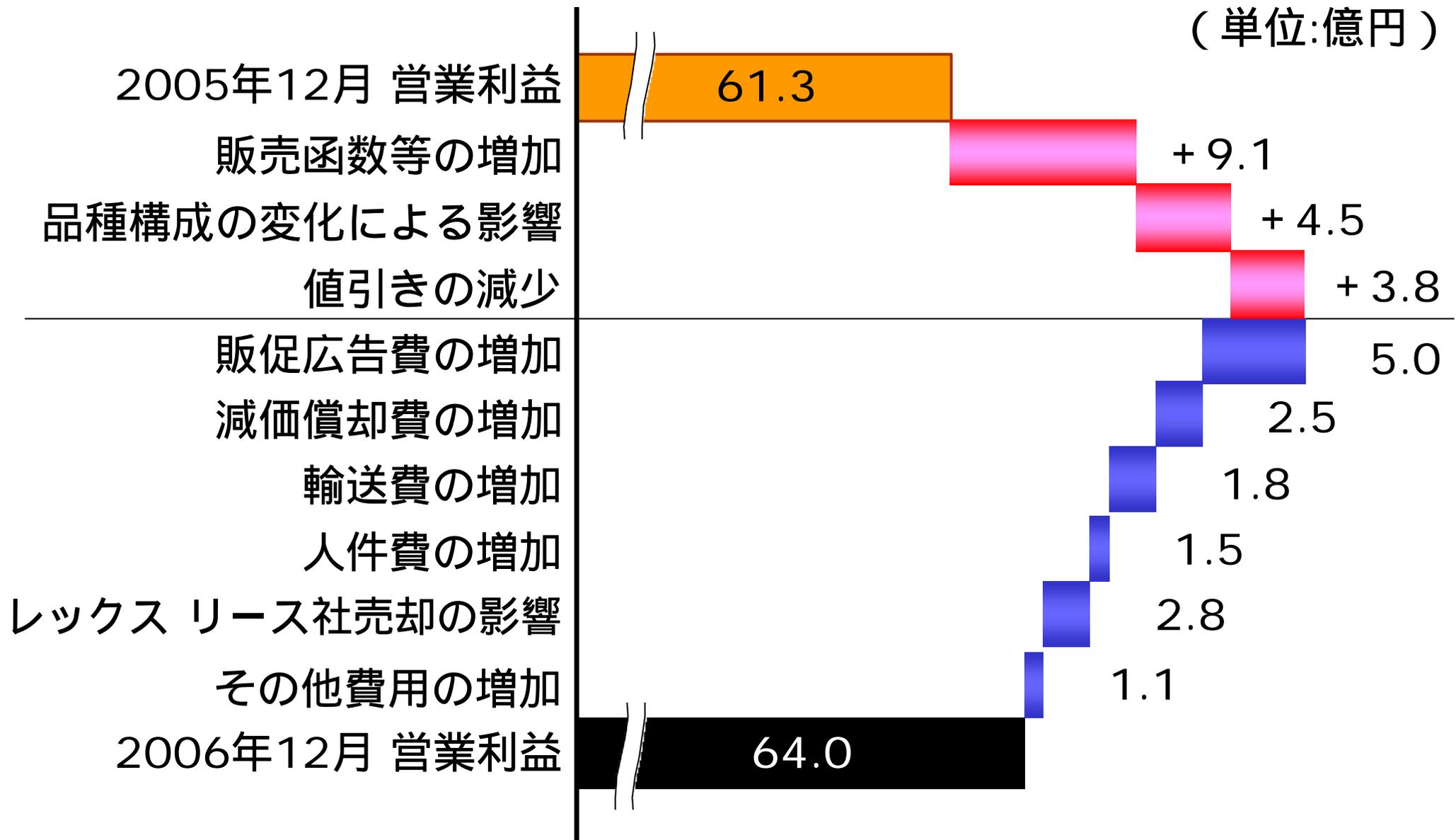
販売函数 (万ケース)
売上高 (億円)

利益 (億円)



主な利益増減の要因 [2006年・連結]

KINKI Coca-Cola Bottling Co., Ltd.



營業戰略

2005年セールスレビュー

KINKI Coca-Cola Bottling Co., Ltd.



■ 販売函数は対前年 0.2% (14.9万ケース)

ブランド別 (RTD製品)

● 最重点ブランド 対前年 0.7%



6.9%



+0.7%



13.2%



+17.1%

● 主要ブランド
対前年 3.4%



4.6%



0.8%



+27.2%

● 最重点新製品

パッケージ別

● 缶製品 対前年 0.7%

うち ボトル缶 : +1.2%

● PET製品 対前年 +3.1%

~ 350ml : +6.1% 500ml : +3.7%
1.0L : +193.1% 1.5L : 6.1%
2.0L : +0.4%

チャネル別

● スーパー 対前年 +9.2%

● CVS 対前年 0.2%

● ニューチャネル 対前年 1.3%

● 酒販店 対前年 13.8%

2005年 活動レビュー

KINKI Coca-Cola Bottling Co., Ltd.



できたこと

スーパーマーケット

- マーケットシェアが上昇
函数シェア (対前年+1.4%) 金額シェア (対前年+1.3%)
- パッケージMIXが改善傾向(RGMの推進)
500PETの販売構成比が拡大した (対前年+1.5%)
- 取扱い品種数/売場数が増加
品種数 (対前年+2.2SKU) 売場数 (対前年+0.7箇所)

ベンディング

- 稼働台数の増加(FS)
FS自販機 (対前年+2,500台)
- チャンネル別コラムスタンダードの推進
ロケーションニーズに合った品揃えを柔軟に実践した。
- グループ協調での組織営業力の強化
お客様課題解決に、営業・販売協調で取り組んだ。

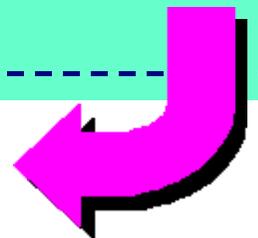
ファウンテン

- 一般チャンネルでのシェア拡大
重点個店への取組み貢献で、函数シェア (対前年+3.9%)
- 品質維持活動
営業・販売の協同で、賞味期限切れ商品の撲滅に努めた。
- 新規開拓活動
新機軸市場開拓により、対計画+254台(323千cs)

課題として残ったこと(改善すべきこと)

- 更なるパッケージMIXの変更
 - ・350缶/GA缶のマルチ販売強化
 - ・まとめてチョイスの更なる推進
- カスタマーマネジメント、組織営業力の強化
 - ・本部商談の先行管理の再構築
 - ・本部商談の結果を、店舗で確実に実行する組織構築
- パーマシンの低下傾向の改善(FS)
04年猛暑の影響やジョージア不振により、対前年 2.6%と苦戦した ターゲティング型営業により改善
- 収益性の減少傾向の改善(対前年 2.2%)
 - ・不採算ロケーションの改善
 - ・経済条件(ロケコミッション、契約金等)の高騰
価格競争から価値競争へ
- 全チャンネルでのシェア拡大
大手ナショナルアカウントとの取引停止で、対前年 1.6%となったが、価値戦略でシェア回復へ
- 不採算店への対策
 - ・1店当りの投入台数が増加したため、投資効率を改善
 - ・新規店での不採算への対策

2006年への活動課題



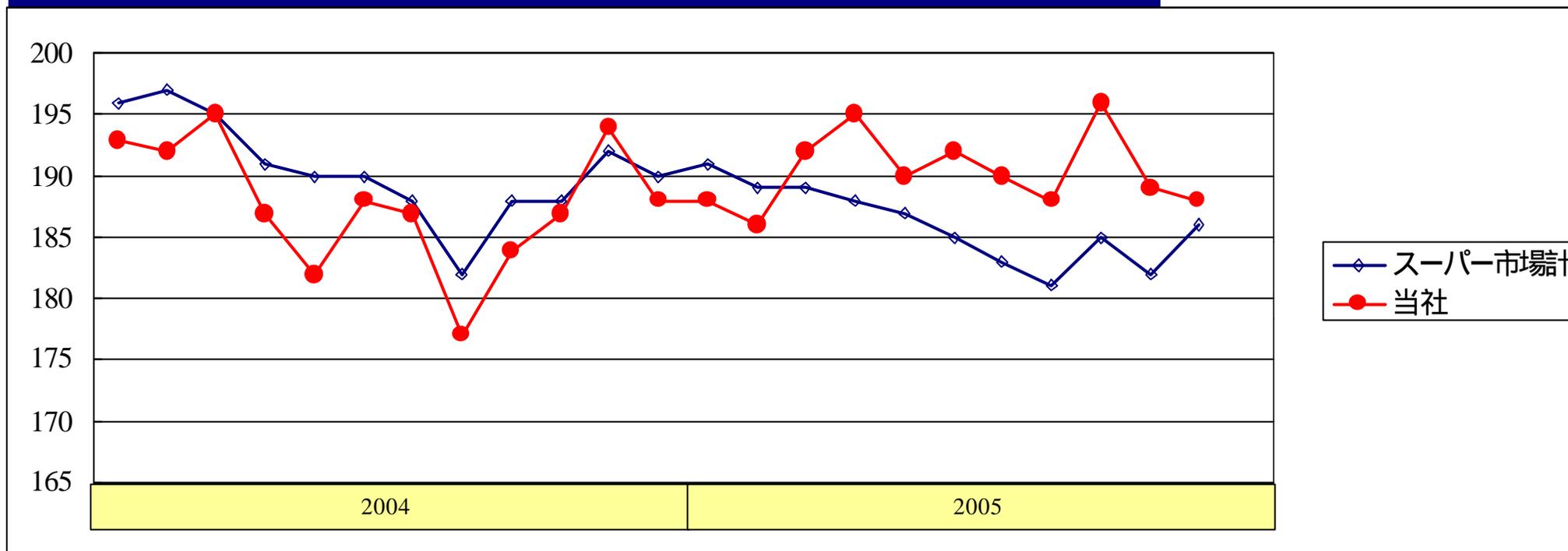
スーパーマーケットにおける大型PET平均売価の推移

KINKI Coca-Cola Bottling Co., Ltd.



スーパーマーケット 2.0LPET 平均売価 2004年～2005年月別推移

ミネラルウォーターを除く



【出展：インテージ】



利益あるボリューム成長、ブランド価値の向上

レベニューグロウスマネジメントの実践 Revenue Growth Management (RGM)

カスタマーマネジメント

- 価格整合性・一貫性の確保
- カスタマーポートフォリオに基づく優先的取り組み

CBPPPの最適な組み合わせ

(販売チャネルごとのブランド・製品パッケージ・価格・プロモーション)

消費者、購買者、チャネル、製品カテゴリーの動向を把握

組織能力開発

ツール開発と
PDCAサイクルの構築

2006年 販売計画

KINKI Coca-Cola Bottling Co., Ltd.



■ 販売函数計画は、対前年 +3.5% (+2,967千ケース)

ブランド別(連結)

	前年比	増減(千ケース)
コカ・コーラ	+3.5%	+229
ジョージア	+3.5%	+525
アクエリアス	+10.6%	+824
爽健美茶	+4.6%	+322
<最重点4ブランド>	+5.0%	+1,900
まる茶&ー(はじめ)	+3.3%	+128
Qoo/ファンタ	+1.7%	+86
その他ブランド	+5.1%	+853
合計	+3.5%	+2,967

パッケージ別(RTD)

PETボトル	+8.9%	+2,535
~ 350ml	+4.3%	+153
500ml	+4.4%	+504
ミディ	+56.4%	+524
大型	+5.6%	+731
ボトル缶	+4.9%	+187
350缶	1.0%	81

チャネル別(RTD)

スーパー	+11.1%	+1,300
CVS	+5.5%	+424
ニューチャネル	+9.3%	+350
フルサービス	+7.9%	+1,401
その他	4.7%	427

2006年 営業基本戦略と重点活動

KINKI Coca-Cola Bottling Co., Ltd.



基本戦略	重点活動	
	スーパー、ニューチャネル、他OTC	ベンディング
お客様満足を追求する営業活動	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 販売拠点の維持・拡大 (一人でも多くのお客様へ商品を) ▶ お客様が見易く、選び易い売場を、 お得意様(パートナー)と創造する。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ロケーションニーズにあったコラム スタンダード ▶ 常に、安心・安全な商品を提供する
RGMの推進	<ul style="list-style-type: none"> ▶ パッケージミックスの改善 ▶ 取扱い品種数アップ ▶ 納価の改善 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 新規優良ロケ開拓強化 ▶ パーマシンセールス向上政策
地域共生活動の推進	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 市場開発部専任者による推進 ▶ レギュラーサービス営業部による推進 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 災害対応型自販機 ▶ 環境保全型自販機 (ノンフロン・太陽光)
CCシステムとして取り組む課題に 対する積極的な参画	<ul style="list-style-type: none"> ▶ RGMの全国協働取組み ▶ HORECA(オンプレミス)マーケット の開拓 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 日本コカ・コーラ社との協働による プロジェクトの立ち上げ

ブランド別活動計画

KINKI Coca-Cola Bottling Co., Ltd.



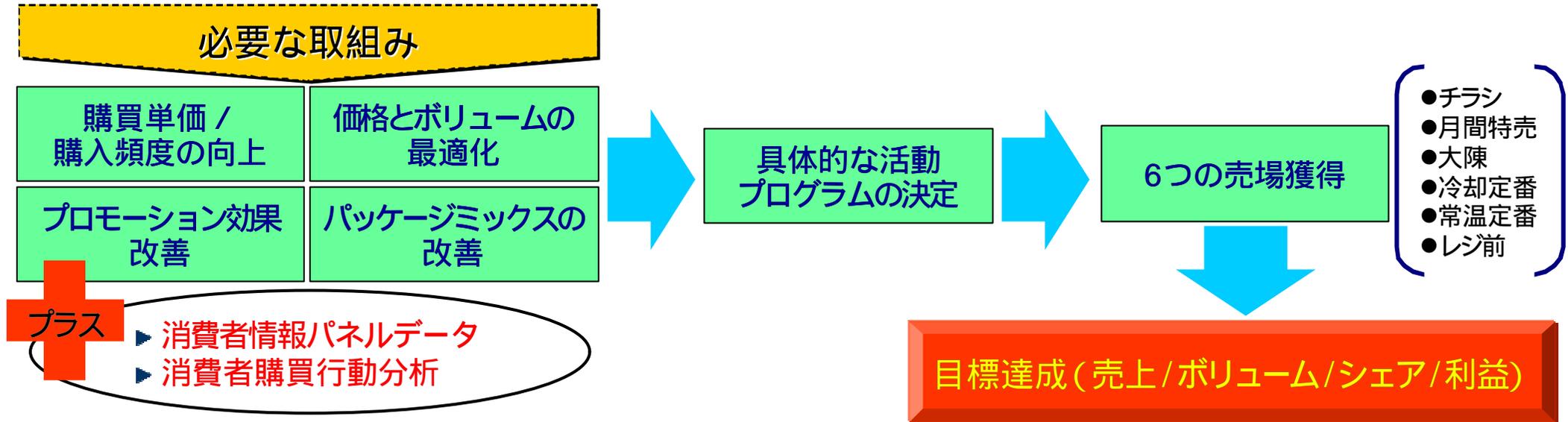
基本方針

最重点4ブランドを中心とした既存ブランドを徹底的に再活性化する。

優先順位	重点活動
最重点4ブランドの立直し、強化	<ul style="list-style-type: none">▶ コカ・コーラ・・・新広告キャンペーン、w杯キャンペーン、コカ・コーラ120周年「Coke Expo」等実施▶ アクエリアス・・・2つの新製品導入▶ 爽健美茶・・・1/30～リニューアル、新広告キャンペーン▶ ジョージア・・・1/16～ワイルドドリップ
重点ブランドの育成・強化	<ul style="list-style-type: none">▶ ー(はじめ)・・・バージョンアップ▶ ファンタ・・・3月にリニューアル
既存ブランドのテコ入れ	<ul style="list-style-type: none">▶ 紅茶花伝・・・リニューアル&フレーバー/パッケージ追加▶ カナダドライ・大豆ノススメ・ミニッツメイド・Qooリニューアル
新ブランド育成	<ul style="list-style-type: none">▶ 『新健康無糖茶(6月)』、『L-9 2緑茶』



1. RGMへの取り組み(下記PDCAサイクルを短くまわす)



2. 営業改革

1. マーケットの実態に応じた組織編成
2. RGM、カテゴリーマネジメントチームの増員・強化
3. MDの機能分化
4. 日本コカ・コーラ社、コカ・コーラシステム内での協働



1. 優良ロケの開発と撤収の抑制

(1) SFA(営業支援統合パッケージ)の活用

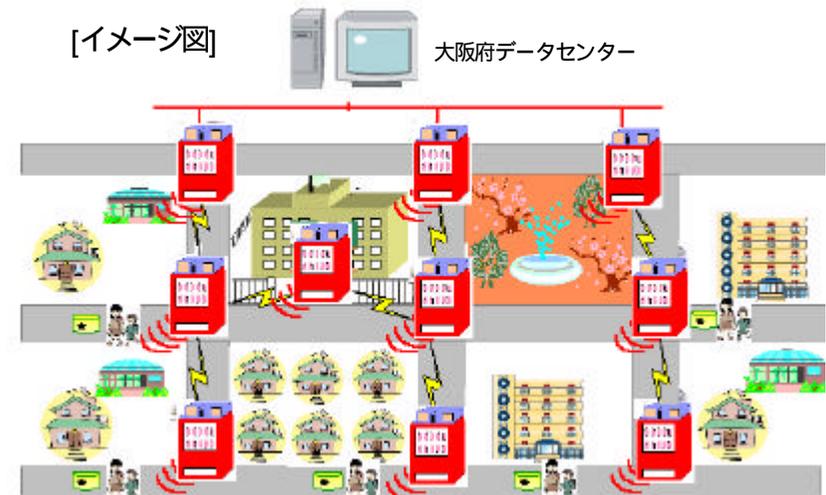
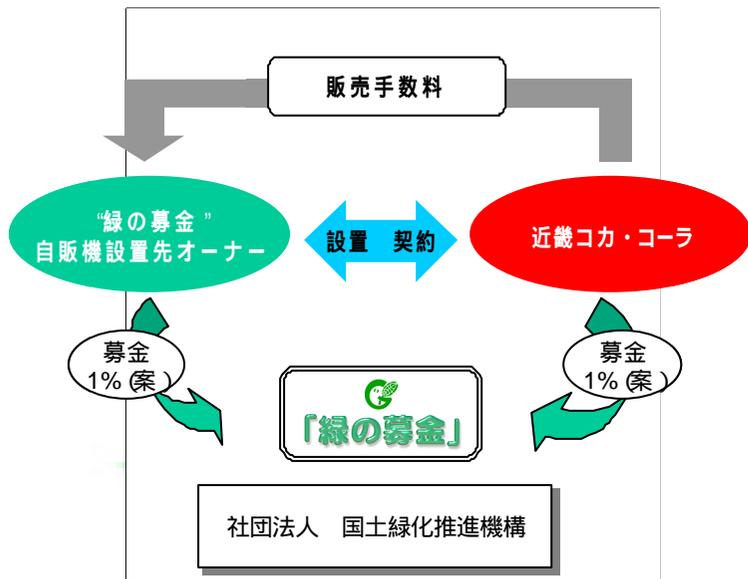
- ▶ 営業活動のツール各種を駆使して、拡販活動に繋げる。

(2) 次世代自販機・地域貢献型自販機の活用

- ▶ ネットワーク対応自販機、キャッシュレス自販機、災害対応型自販機、緑の募金自販機、障害者スポーツ支援型自販機、ユビキタス街角見守り自販機 等

(3) 自販機周辺、その他の環境提案

- ▶ ロケーションニーズに合った環境スペース提案、分煙提案等のサポート





2. 自販機パーマシンのアップ(活動課題に対して、“ていねいな仕上げ”)

(1) カバレッジ型からターゲット型営業への変革

- ◆ カバレッジありきでなく、チャンネル特性/ロケーションニーズのある商品を効果的に投入

(2) チャンネル型コラムスタンダードの推進

- ◆ チャンネルやロケに対応したメニューを推進し、自販機での消費者プルを引き上げる

(3) 営業&販売協働の組織営業力の強化

- ◆ ロケーションの“生の課題解決”に向けて、営業/販売協働で三者満足を実現する。





1. 優良ロケの開発

(1) 新たな「儲かる新機軸-チャンネル」の発掘 (キーワードは“余暇市場”)

- ▶ 2006年以降“健康・癒しの時間貸しビジネス”が拡大すると予測され、新機軸マーケットの獲得を積極的に展開する。



2. 既存店管理の強化

(1) 高品質な飲み物を提供する

- ▶ プラントコールの中で「テイスティングチェック」「機器チェック」「機器周辺の衛生状況チェック」し、お客様にも協力して頂く。

(2) カスタマーマネジメントの強化

- ▶ カスタマーポートフォリオに基づいた、戦略立案と実行。



3. 機器の有効活用

(1) 戦略的リニューアルと機器の有効活用

- ▶ 機器の老朽化、消耗による機器のトラブルを回避し、売りロスを最小限に食い止める (三者満足の推進)
- ▶ ロケ・販売方法 ・ 得意先ニーズに合わせた機種選択



地域密着活動の推進

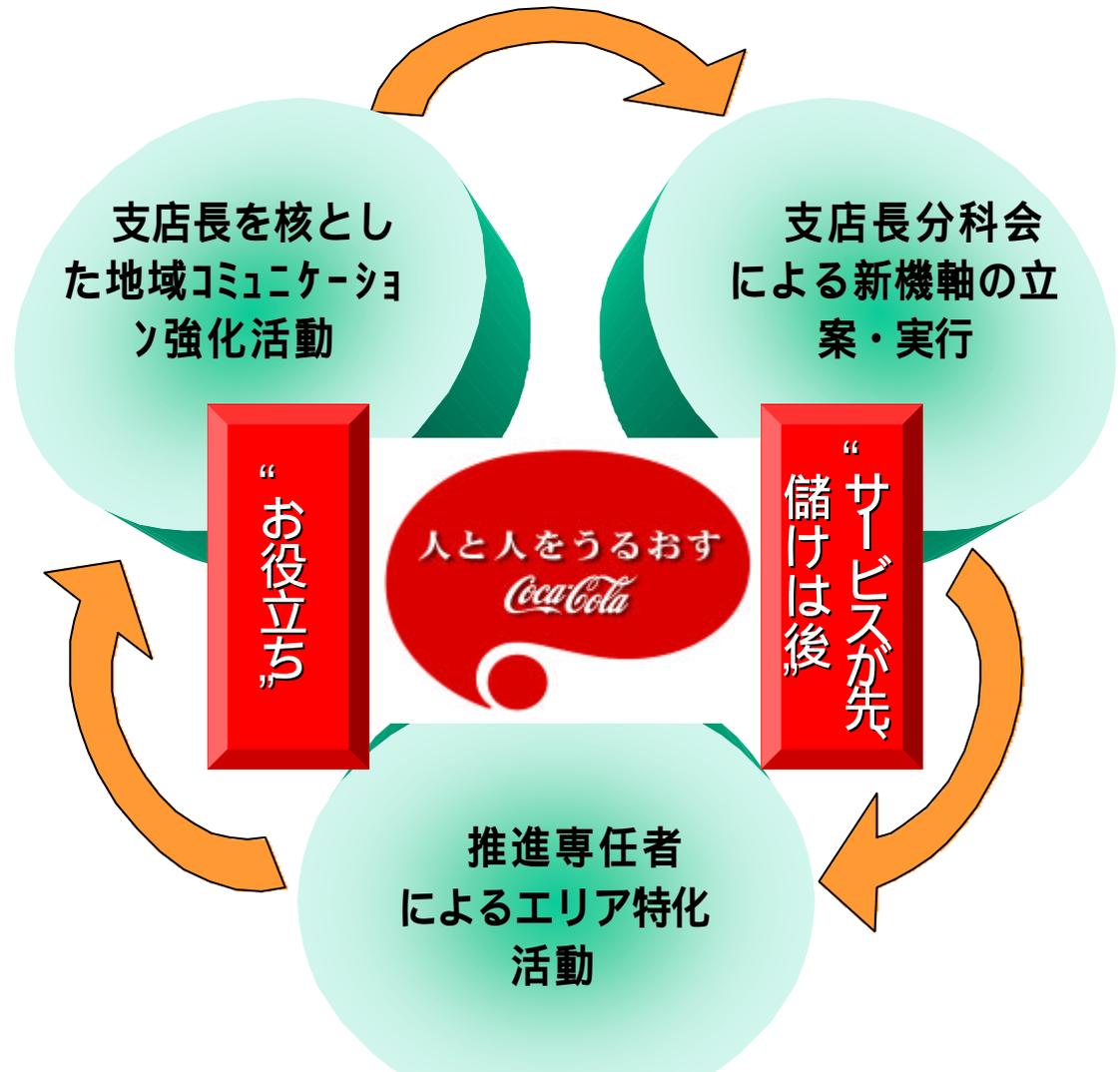
具体的な活動内容

<背景・目的>

そもそも地域密着活動こそが当社(特にレギュラーサービス)の強みであったが、更に、地域(生活者・消費者)への貢献に裏打ちされた提案型営業を実践することにより圧倒的な信頼関係を構築し、お客様に好きとっていただける企業グループになるための基盤づくりを実践する。

<手段・課題>

公共性の高い地域団体、行政へのアプローチを積み重ね、当社グループの姿勢を理解していただく(広報活動)。地域のパートナーとして地域活性化に協力する企業イメージを焼き付け、戦略的な地域貢献活動をビジネスにつなげる。実行にあたり、当社の強みである直販システム・人員数・地域親和力を最大限に活用する



全ては人間関係づくり・・・拠点の多さを武器に！

【添付資料】

2005年 実績

連結

対前年 増減明細 [2005年・連結]

KINKI Coca-Cola Bottling Co., Ltd.



売上高	120.8億円 (6.3%)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 販売函数の減少 等 2.4億円 ■ システムの変更等による影響 118.4億円
売上原価の減少	+ 40.4億円 (3.8%)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 原価の増加 17.5億円 ■ システムの変更等による影響 + 57.9億円
売上総利益	80.4億円 (9.1%)	
販管費の減少	+ 61.8億円 (7.7%)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 販促広告費の減少 + 1.8億円 ■ フルサービス手数料の増加 3.7億円 ■ 人件費の減少 + 1.2億円 ■ 外形標準課税の影響 1.5億円 ■ 減価償却費の減少 + 2.0億円 ■ システムの変更等による影響 + 60.5億円 他
営業利益	18.6億円 (23.2%)	
営業外損益の増減	+ 1.6億円	<ul style="list-style-type: none"> ■ 商品廃棄費用の減少 + 1.1億円 他
経常利益	17.0億円 (21.8%)	
特別損益の増減	+ 17.6億円	<ul style="list-style-type: none"> ■ 株式売却益 + 6.6億円 ■ 転籍一時金の減少 + 13.1億円 ■ 固定資産除却補償金 2.6億円 他
税引前利益	+ 0.6億円	
当期純利益	2.0億円	

【添付資料】

2006年 通期計画

連結・単体

2006年 計画 [連結]

KINKI Coca-Cola Bottling Co., Ltd.



		2005/12	2006/12計画	増減	前年比
販売函数	(千ケース)	84,633	87,600	2,967	103.5%
売上高	(百万円)	180,999	185,700	4,701	102.6%
売上原価	(百万円)	101,075	102,900	1,825	101.8%
売上総利益	(百万円)	79,924	82,800	2,876	103.6%
営業利益	(百万円)	6,133	6,400	267	104.4%
経常利益	(百万円)	6,106	6,600	494	108.1%
税引前当期純利益	(百万円)	5,366	6,100	734	113.7%
当期純利益	(百万円)	3,435	3,800	365	110.6%

2006年 計画 [単体]

KINKI Coca-Cola Bottling Co., Ltd.



		2005/12	2006/12計画	増減	前年比
販売函数	(千ケース)	82,807	85,700	2,893	103.5%
売上高	(百万円)	158,338	165,300	6,962	104.4%
売上原価	(百万円)	92,662	97,100	4,438	104.8%
売上総利益	(百万円)	65,676	68,200	2,524	103.8%
営業利益	(百万円)	3,674	4,300	626	117.0%
経常利益	(百万円)	4,530	5,200	670	114.8%
税引前当期純利益	(百万円)	4,160	4,700	540	113.0%
当期純利益	(百万円)	2,774	3,000	226	108.1%

【添付資料】

2006年 上期計画

連結・単体

2006年 上期計画 [連結]

KINKI Coca-Cola Bottling Co., Ltd.



		2005上期	2006上期計画	増減	前年比
販売函数	(千ケース)	39,784	40,700	916	102.3%
売上高	(百万円)	86,169	87,000	831	101.0%
売上原価	(百万円)	47,387	47,700	313	100.7%
売上総利益	(百万円)	38,781	39,300	519	101.3%
営業利益	(百万円)	2,506	2,500	6	99.8%
経常利益	(百万円)	2,431	2,500	69	102.8%
税引前当期純利益	(百万円)	1,793	2,200	407	122.7%
当期純利益	(百万円)	1,365	1,400	35	102.6%

2006年 上期計画 [単体]

KINKI Coca-Cola Bottling Co., Ltd.



		2005上期	2006上期計画	増減	前年比
販売函数	(千ケース)	38,854	39,700	846	102.2%
売上高	(百万円)	75,080	77,300	2,220	103.0%
売上原価	(百万円)	43,349	45,100	1,751	104.0%
売上総利益	(百万円)	31,730	32,200	470	101.5%
営業利益	(百万円)	1,011	1,200	189	118.7%
経常利益	(百万円)	1,417	1,500	83	105.9%
税引前当期純利益	(百万円)	805	1,200	395	149.1%
当期純利益	(百万円)	630	800	170	127.0%



本資料に記載された情報については、資料作成時点での弊社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではなく、今後、予告なしに変更されることがあります。万が一、この情報に基づいて被ったいかなる損害についても、弊社及び情報提供者は一切の責任を負いませんので、ご承知おき下さい。