

三国コカ・コーラボトリング株式会社



2012年12月期 第2四半期決算説明会

2012年8月7日

- . 2012年上半期決算概要 3ページ
- . 2012年活動概要 12ページ
(上半期結果と下半期計画)
- . 資料

I . 2012年上半期決算概要



■ 経済環境

- 大震災における復興需要の本格化、震災後低迷していた消費マインドの上昇により外食・旅行などのサービス消費が増加したこと、エコカー補助金などによる堅調な個人消費を背景として緩やかに回復した。
- 一方で、記録的な円高水準の長期継続、電気料金の値上げ、消費増税議論が強まったことなどもあり、景気の先行きは不透明な状況で推移した。

■ 飲料業界

- 2012年上半期の清涼飲料市場は大震災の反動もあり、数量出荷ベースで前年比+5%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ている。



上半期連結決算概要



(単位:百万円)

	2012年 上半期	2011年 上半期	前年増減	前年比	計画	計画増減
売上高	56,671	54,398	2,273	+4.2%	55,600	1,071
営業利益	627	1,469	841	57.3%	1,200	573
経常利益	467	829	361	43.6%	1,000	533
当期純利益	111	307	196	63.9%	500	389

< 前年比較の主要因 >

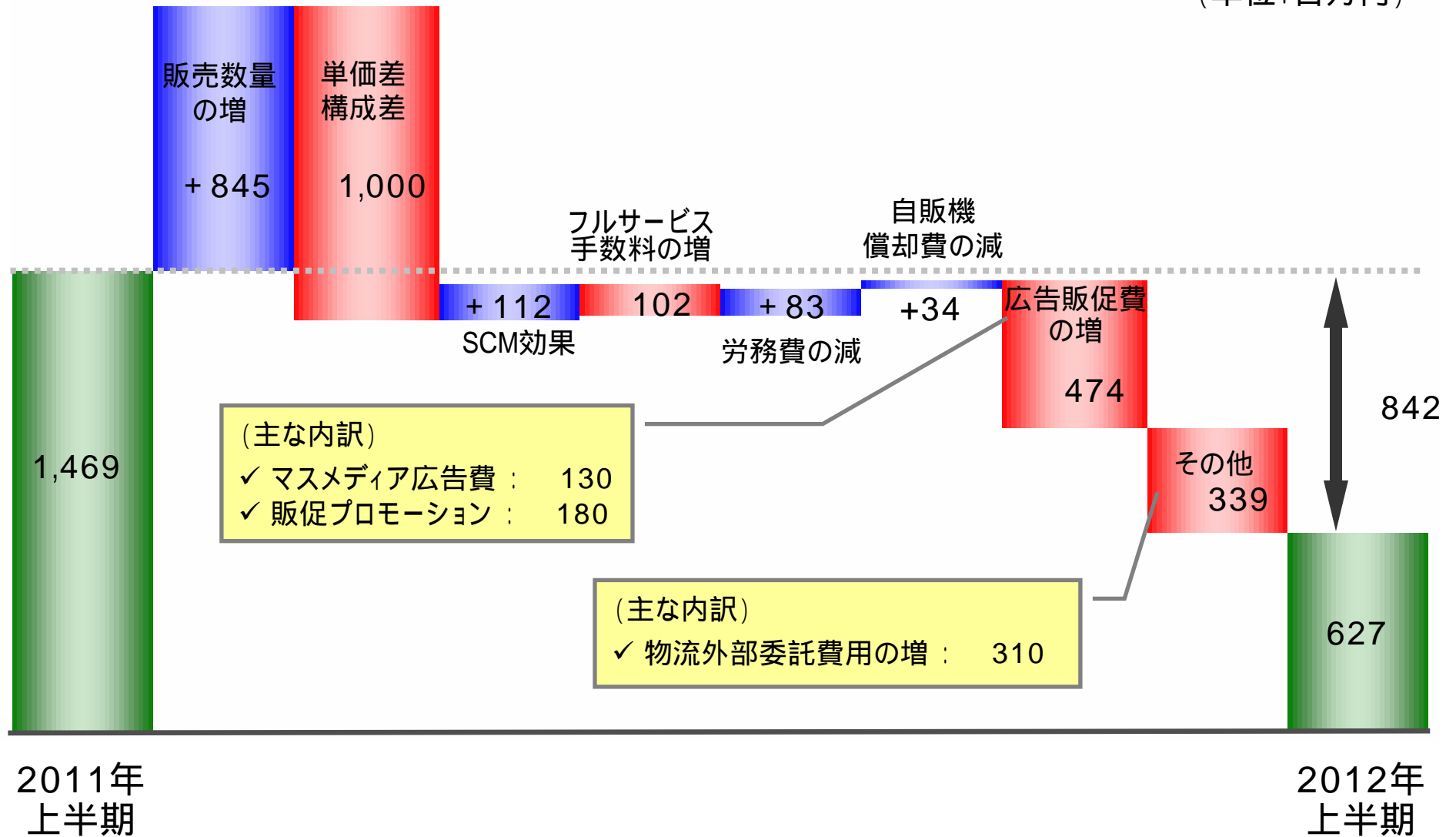
- 売上高は、前年震災の反動及び販促活動の強化により+22.7億円(+4.2%)の増収
- 営業利益は、販売単価の下落による売上総利益の減少の影響により 8.4億円 (57.3%)の減益
- 持分法損益(CCEJP)は前年震災の反動により改善したものの、営業利益の減少をカバーできず経常利益は 3.6億円(43.6%)の減益、当期純利益は 1.9億円(63.9%)減益



連結営業利益の対前年増減内訳



(単位:百万円)



上半期単体決算概要



(単位:百万円・千ケース)

	2012年 上半期	2011年 上半期	前年増減	前年比	計画	計画増減
販売数量	25,767	24,609	1,158	+4.7%	25,324	443
売上高	50,035	48,142	1,893	+3.9%	49,000	1,035
営業利益	219	1,010	790	78.3%	800	581
経常利益	652	1,543	891	57.8%	1,200	548
当期純利益	437	1,133	696	61.4%	800	363

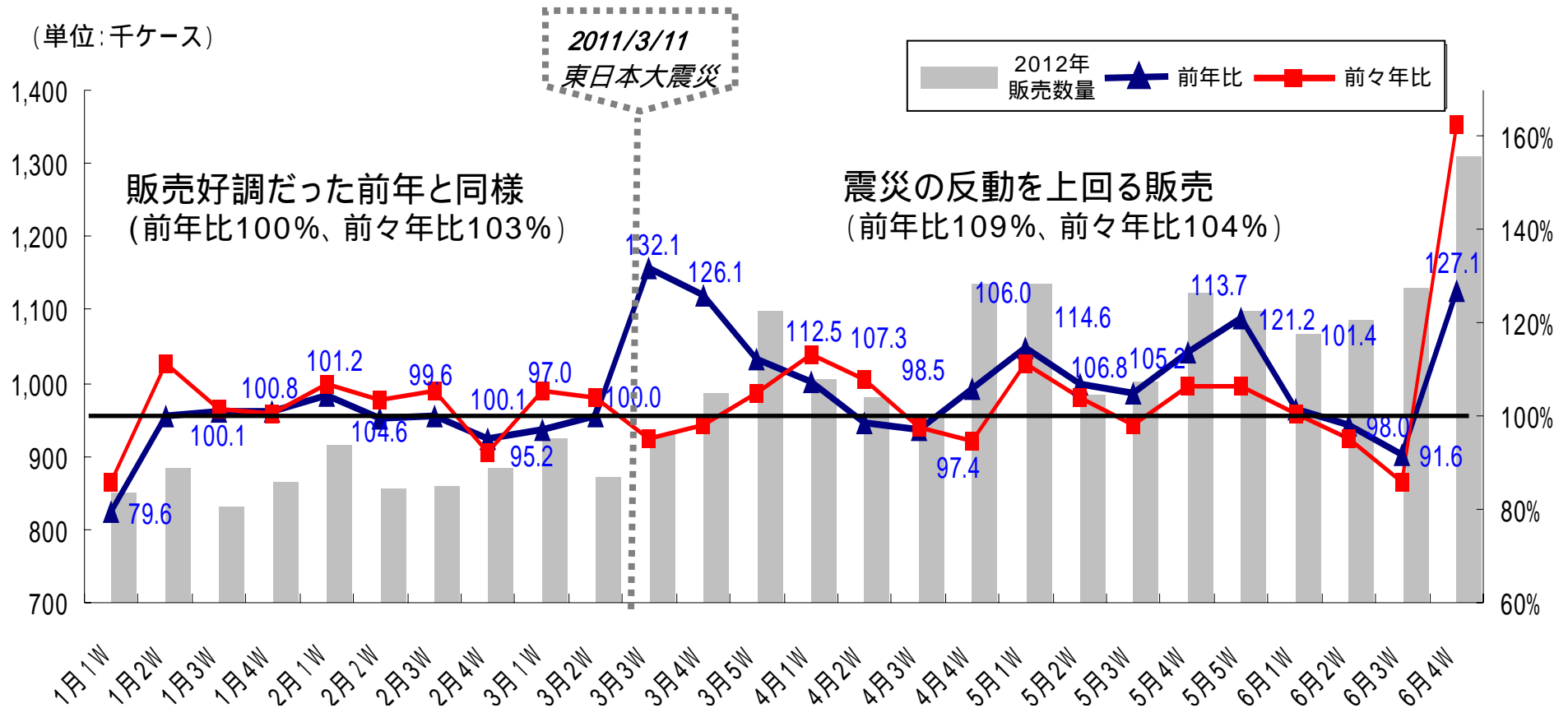


販売数量実績



- 3月2週目までは好調だった前年と同様の販売。3月3週目以降は震災の反動に加え、販売活動の強化により前年を大きく上回った。上半期を通しては前年比+4.7%という結果となった。

販売数量 週別の推移



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の拡販によりシェアを拡大し、前年比 + 9.2%となった。

コンビニエンスストア

綾鷹の伸長及び新製品太陽のマテ茶、い・ろ・は・すりんごシュウェップスの寄与により前年比 + 11.2%となった。

ベンディング

アウトドアは競合低売価機の増加により苦戦したものの、インドアへの組織的な新規開発の強化により+2.9%となった。

(単位:千ケース)

チャネル	2012年 上半期 実績	2011年 上半期 実績	前年比	
			増減	増減率
スーパーマーケット	7,411	6,785	626	+9.2%
コンビニエンスストア	2,750	2,474	276	+11.2%
ベンディング	7,599	7,383	216	+2.9%
その他	8,007	7,967	40	+0.5%
合計	25,767	24,609	1,158	+4.7%



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 上半期実績	2011年 上半期実績	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	その他	
コカ・コーラ			3,670	3,694	24	1	30	78	51	31	0.7%
コカ・コーラ ゼロ			1,172	1,236	65	37	-	79	16	35	5.2%
ファンタ			1,773	1,727	45	137	3	172	45	58	2.6%
ジョージア			4,853	4,544	309	21	231	64	-	7	6.8%
爽健美茶			1,100	1,361	262	6	-	141	116	1	19.2%
綾鷹			1,430	904	526	11	-	199	337	0	58.1%
アクエリアス			2,545	2,812	267	10	-	88	163	6	9.5%
い・ろ・は・す			1,235	1,295	60	-	-	47	13	-	4.6%
主要ブランド計			17,777	17,575	202	178	198	2	68	112	1.2%
その他			7,990	7,035	955	187	44	479	296	37	13.6%
合計			25,767	24,609	1158	9	155	481	364	149	4.7%

< 主要因 >

- コカ・コーラTMは大型PETでは伸張したものの、小型パッケージは他社の参入により 1.8%となった。
- ジョージアは再栓可能なボトル缶を拡販したことにより販売好調となり+6.8%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 19.2%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+58.1%となった。
- アクエリアスはマーケットシェアは伸ばしたものの、スポーツ飲料市場の大幅な縮小により 9.5%となった。
- い・ろ・は・すは震災による特需の反動で 4.6%となった。一方で、マーケットシェアは順調に伸張している。
- その他はマテ茶やシュエップスなどの新製品が前年より大きく寄与し、+13.6%となった。

(単位:百万円)

	2012年 通期期首計画	2011年 実績	前年増減	前年 増減率
売上高	122,000	119,673	2,327	+1.9%
営業利益	4,600	4,189	411	+9.8%
経常利益	4,500	3,633	867	+23.8%
当期純利益	2,500	1,861	639	+34.3%

Ⅱ. 2012年活動概要

(上半期結果と下半期計画)



営業力の強化(成長戦略)

活動方針

- マーケットシェアの奪還・利益の追求
 - ✓ ボリューム拡大による生産効率強化及び収益の創出
 - ✓ 創出利益の再投資による拡大サイクルの構築

成果

- マーケットシェア +1.1pt
インテージ調べ(OTC) (19.8% 20.9%)
- ✓ スーパーチャネル 売り場 + 12,000箇所
(前年末6,684箇所 18,684箇所)
- ✓ ベンディングチャネル 自販機純増 475台
プレダトリー 2,266台

コスト競争力の強化(効率化戦略)

活動方針

- バリューチェーン全体の見直しによる効果創出
- 全社BPRの水平垂直拡大

成果

- SCM効果 + 112百万円
- 全社BPR効果 + 250百万円



スーパーチャネルへの取り組み



上半期活動成果

活動方針：機材・資材を活用した売場箇所拡大

■ 売場箇所の拡大

- 2011年末における[6,700箇所]に対し、2012年上半期は[18,700箇所]の売場箇所を創出
- オリンピックを活用した売場拡充[700店舗]



下半期活動プラン

活動方針：売場箇所における高収益商材の拡販

■ 高収益商材の売場箇所の更なる拡大

- 500ペット商材の売場箇所拡大[5,500箇所]
期間[7~12月]



- ジョージア商材の売場箇所拡大[900箇所]
期間[9~12月]



■ カスタマーとの協働取組みによる売上拡大

・新たな売り場を共同開発する専用施設『コカ・コーラ ビジネス イノベーション センター』
を活用しカスタマーとの協働取組みを実施



46インチの液晶画面を20台つなげたスクリーンを設置しており、最新のPOSデータを活用し映像上で製品から陳列まで実際の店舗を3Dで再現することが可能な施設です。

上半期14アカウントと取組み

下半期+8アカウントと
取組み予定



ベンディングチャネルへの取り組み



上半期活動成果

活動方針：自販機台数増によるコラム最大化

■ 自動販売機純増活動の推進

- [475台]の純増 累計稼働台数[62,496台]

■ プレダトリー(競合排除)活動の推進

- [2,266台]の競合自販機を市場から排除

■ 既存機コラム拡大に向けた機種交換の推進

- [+24,500コラム]の純増
(内訳)新設+14,250コラム/機種交換+10,250コラム増
2012年6月末現在：168万コラムを保有

■ 環境に配慮した自販機の設置推進

- ソーラーパネル機展開[30台] 累計[337台]
- LED&ノンフロンヒートポンプ機展開拡大[4,835台]
ノンフロンヒートポンプ累計[21,614台]
LED自販機累計[12,875台]



■ 社会貢献型自販機の設置推進

- 設置台数[139台]
40以上の支援先団体をサポート
累計928台設置



下半期活動プラン

活動方針：コラムを最大限活用したVPM向上

■ 500PETコラムの最大化による収益拡大 [7~9月]

- 消費者の止渴ニーズに合わせた500PET製品拡充

■ ホットコラムの最大活用[10~12月]

- ジョージアの展開強化
- 季節ニーズに合わせたホットペットの展開拡大

■ 弊社エリア限定自販機プロモーションの実施 [9~12月]によるパーマシニアップ

- エリア内自販機の5,000台規模で実施



■ 自販機純増とプレダトリー活動の継続

- 下半期自販機純増計画[525台]
下半期プレダトリー計画[2,234台]

飲料チャネルへの取り組み



上半期活動成果

活動方針：料飲チャネルにおける新たなビジネスモデル確立による売上高と収益の拡大

■ 熊谷モデルの維持拡大

➢ 取引店舗の維持拡大と既存店でのプロモーションによる販促強化

オリジナルカクテルの展開



メディアを活用したPR活動



テレビ・ラジオ・新聞・OOH
インターネット・フリーペーパー

資材・機材への積極的投資



オリジナル資材の作成

エリア限定プロモーション実施

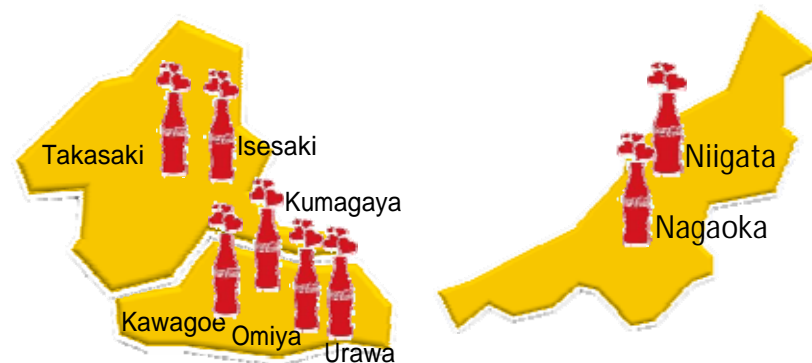


■ エリア拡大の為の市場調査・展開プラン作成

下半期活動プラン

活動方針：展開エリア拡大による売上高と収益の拡大

■ エリア拡大に伴う実行推進



■ 新規エリアにおけるオリジナルカクテル開発



[川越モデル]



[新潟モデル]



ブランド/プロモーション戦略



■コカ・コーラZERO・ZEROフリー
リニューアル(8/13発売)



ZERO

ZEROフリー

■レトロシリーズ
ファンタゴールドングレープ(9/17発売)



フルーツパンチ

アップル

ゴールドングレープ

■い・ろ・は・す りんご
全チャネル展開
(9/24より展開)



■秋の無糖茶プロモーション
(8/27より展開)



■シュエップス
ブリティッシュ レモントニック
(発売中)





ローカルプロモーションの事例



Jリーグ[浦和・大宮]とのコラボレーション

埼玉南部におけるオリジナル応援缶の展開
[ベンディングチャネル+手売チャネル]

■ チームデザイン缶による購入促進を図る

▶ 11月1日から展開実施



西武ライオンズとのコラボレーション

西武線沿線エリアにおける自販機と手売り強化
[ベンディングチャネル+手売チャネル]

■ 購入製品に貼付されているシールを集めて応募

▶ 7月23日から展開実施



<p>L 買 14pt</p> <p>始球式^{※1} + 観戦チケット^{※2}</p> <p>¥23.00 vs北海道日本ハムファイターズ戦 会場:西武ドーム</p> <p>1冊 2名様</p>	<p>I 買 14pt</p> <p>贈呈式^{※1} + 観戦チケット^{※2}</p> <p>¥23.00 vs北海道日本ハムファイターズ戦 会場:西武ドーム</p> <p>2冊 4名様</p>	<p>V 買 10pt</p> <p>ネット裏 スペシャルシート^{※2}</p> <p>¥23.00 vs北海道日本ハムファイターズ戦 会場:西武ドーム</p> <p>4冊 8名様</p>
<p>M 買 5pt</p> <p>観戦 チケット^{※2}</p> <p>¥23.00 vs北海道日本ハムファイターズ戦 会場:西武ドーム</p> <p>10冊 20名様</p>	<p>B 買 1pt</p> <p>レオデカ顔フェイスタオル + ジョージア エメラルドマウンテンブレンド 190g×5缶セット</p> <p>50名様</p>	

抽選でもれた方の中から
ジョージア オリジナル クリアファイル (5枚セット) 100名様

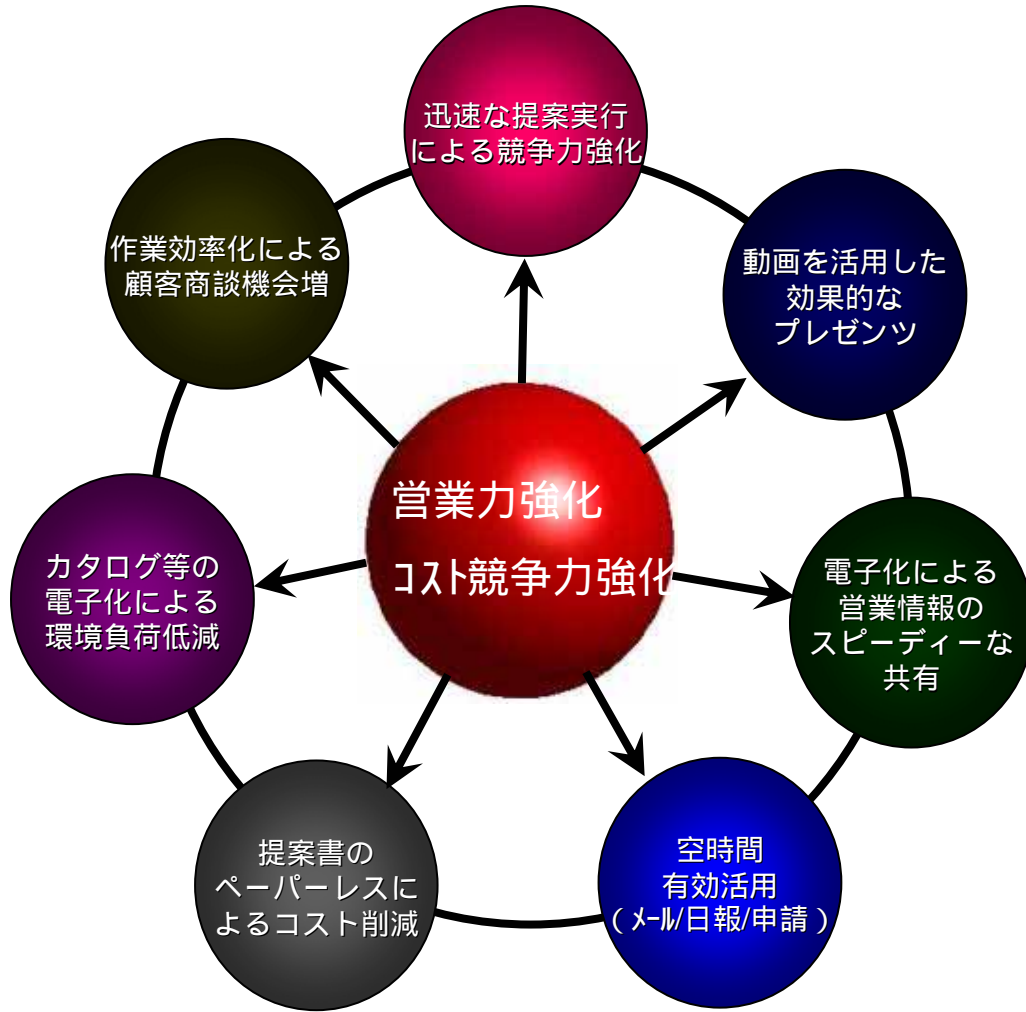
ジョージア片手に、プロ野球を語ろう。
ジョージア野球



更なる営業力強化 / コスト競争力強化策

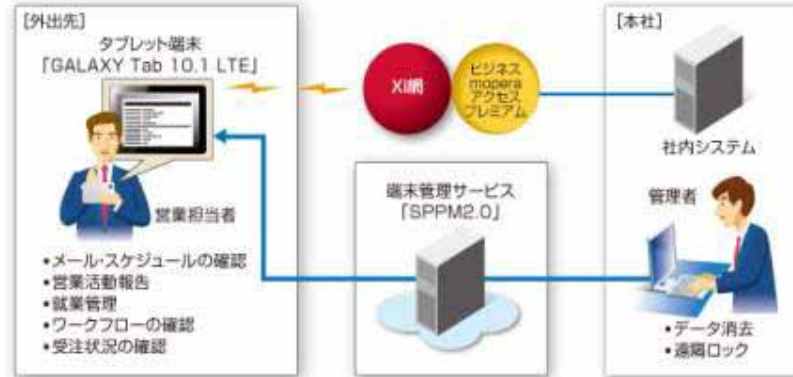


■ 新たな営業ツールの導入



2012年4月より
全セールスフォース(363名)対象

タブレット端末 **363台** 導入済
今後更に配布対象者を拡大



CSRへの取り組み



▶ デジタルサイネージ

広告や災害緊急時のメッセージ、地域社会情報を配信



(大宮駅西口)

地域の広告

▶ 岩槻工場見学会

見学ルートを刷新し、見学受入れ態勢を強化



▶ 地域のスポーツ振興をサポート



- 佐渡国際トライアスロン大会
- さいたまシティマラソン
- 前橋シティマラソン
- 新潟ロードレース大会

▶ 三国コカ・コーラボトリング北本みずべひろば

国土交通省・北本市と協働し、水と緑をテーマとした施設を建設
(北本市の河川敷)



▶ 社有車の軽車両化

CO2排出削減による環境貢献



■ 自動販売機に係る対策

輪番節電による節電継続

マーケット



	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20時		
グループ A		冷却停止				ピークカット 13時から16時までの 3時間は、すべての 自動販売機で冷却停止								
グループ B				冷却停止							冷却停止			
グループ C												冷却停止		
グループ D													冷却停止	
グループ E														冷却停止
グループ F														

LED・ヒートポンプ機の拡大強化



■ 施設・設備に係る対策

自社内

- 空調
- ✓ 本社建屋の中央制御（時間停止・温度）
 - ✓ 全熱交換機の設置

- 照明
- ✓ 本社建屋の中央制御（時間消灯）、間引
 - ✓ LED/Hf蛍光灯への切替
 - ✓ 個別消灯スイッチの設置

太陽光発電システムの導入拡大



本社敷地設置済

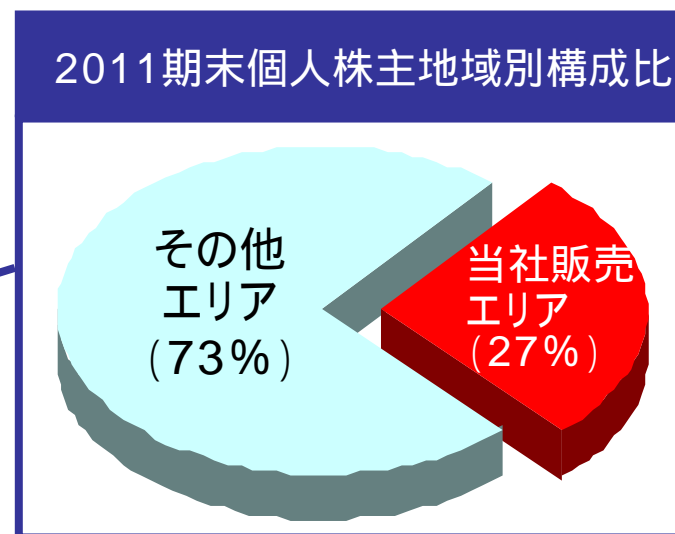
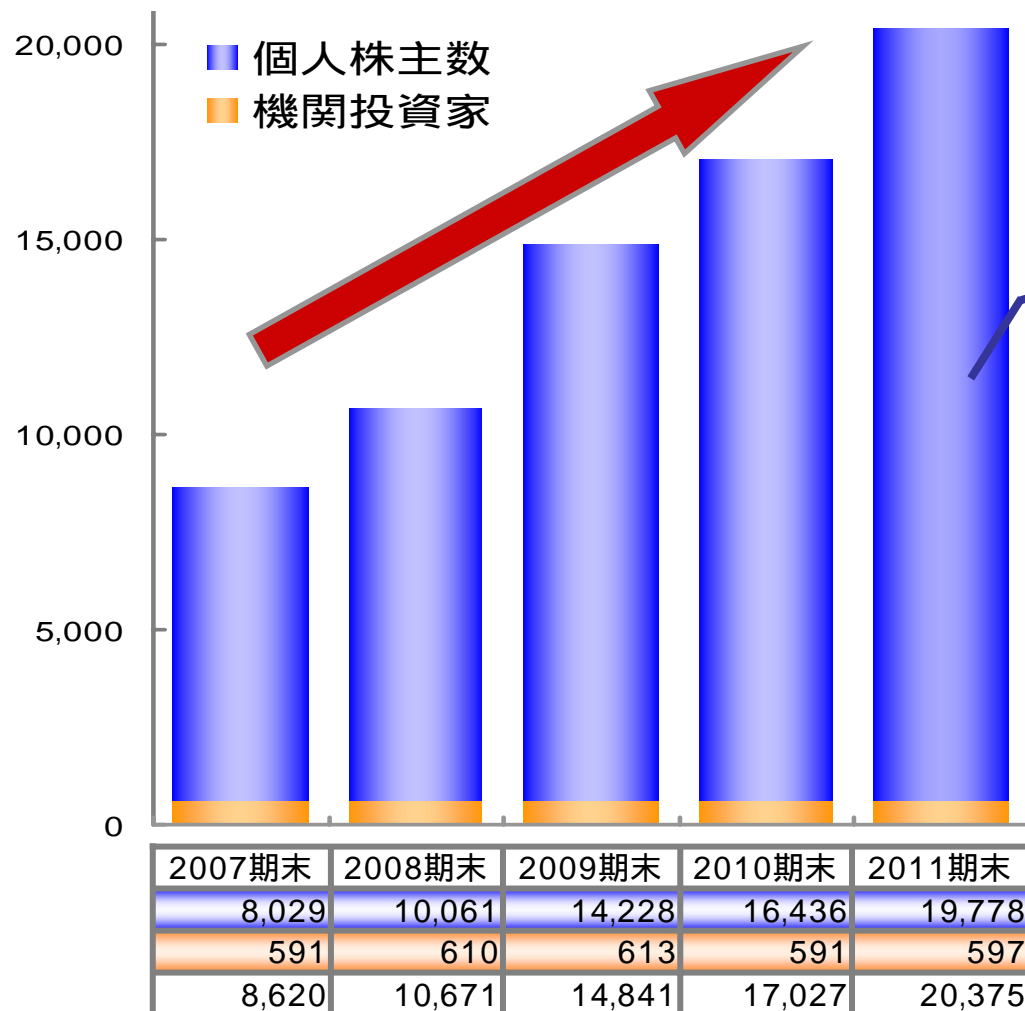


+ 2箇所拡大予定

ファン株主の拡大に向けて



- 株主様をはじめ広く地域社会との繋がりを大切にしコミュニケーションを強化していくことで、当社のファン株主を拡大できるよう努めて参ります。



- BtoCの企業として個人株主の増加は伸長している。
- 今後は販売エリアにおける個人株主(ファン株主)の拡大に向け活動を強化する。



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

IV. 資料

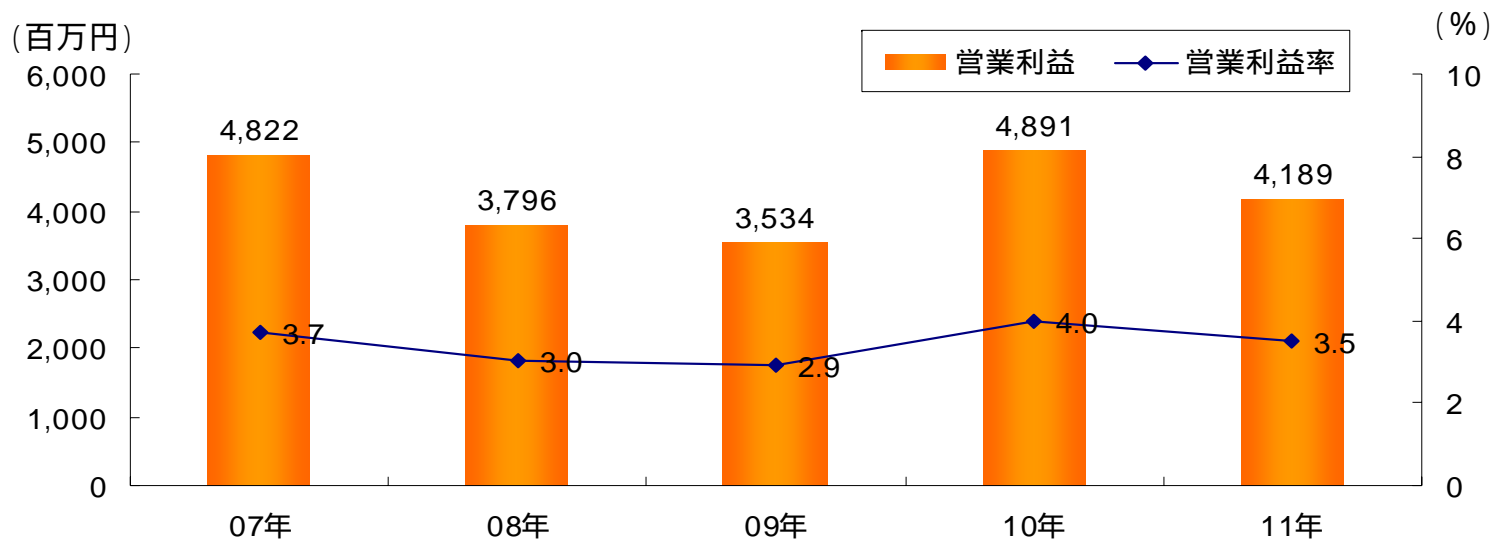
フルサービス	自販機を当社が直接設置し、管理(製品補充・売上金管理等)する方式
アドバンス	当社が製品を納品し、お得意先様が小売をする卸販売方式
ベンディング	フルサービスと同意語
VPM	自販機1台当りのセールス
OTC	Over The Counter の略 当社では手売りチャンネル全版の意味として使用
コカ・コーラTM	コカ・コーラ トレードマークの略
プレダトリー	競合自販機から当社自販機へ置き換えによる設置
OOH	交通広告や屋外広告など、家庭以外の場所で接触するメディアによる広告の総称
デジタルサイネージ	表示と通信にデジタル技術を活用して平面ディスプレイやプロジェクタなどによって映像やを表示する広告媒体
Hf蛍光灯	インバーターを内蔵することで高効率化し、消費電力を抑えた蛍光灯器具
全熱交換機	ビル、住宅等の空調換気に使用され、換気によって失われる空調エネルギーの全熱を交換回収する省エネルギー装置
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



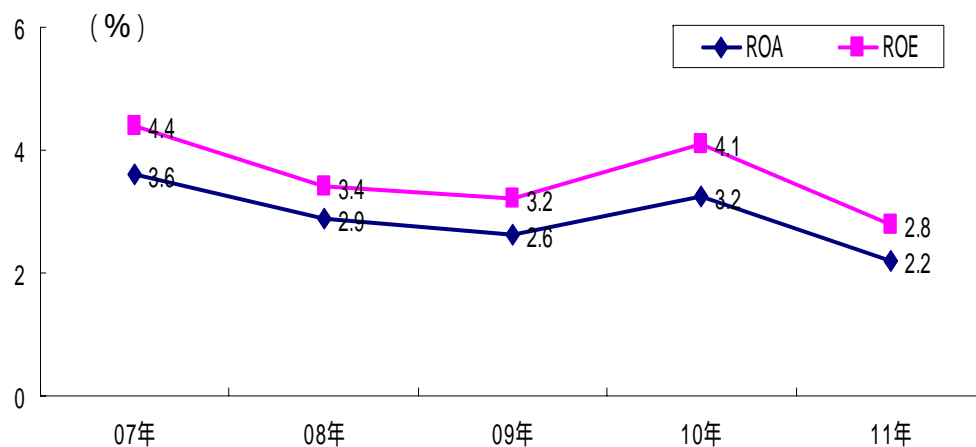
経営指標の推移



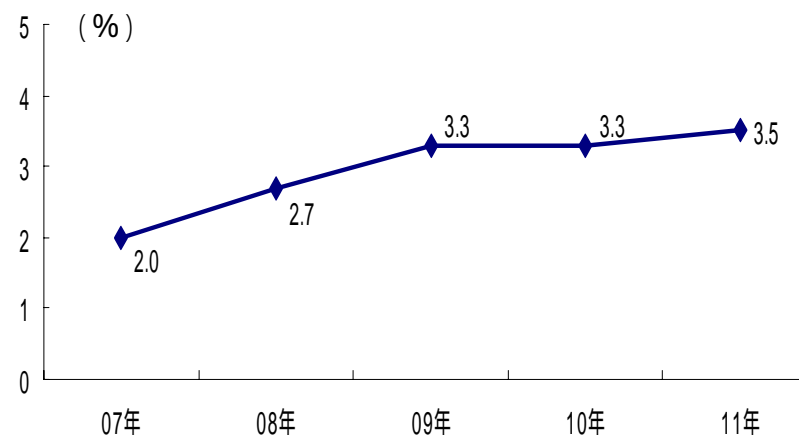
営業利益 / 営業利益率



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

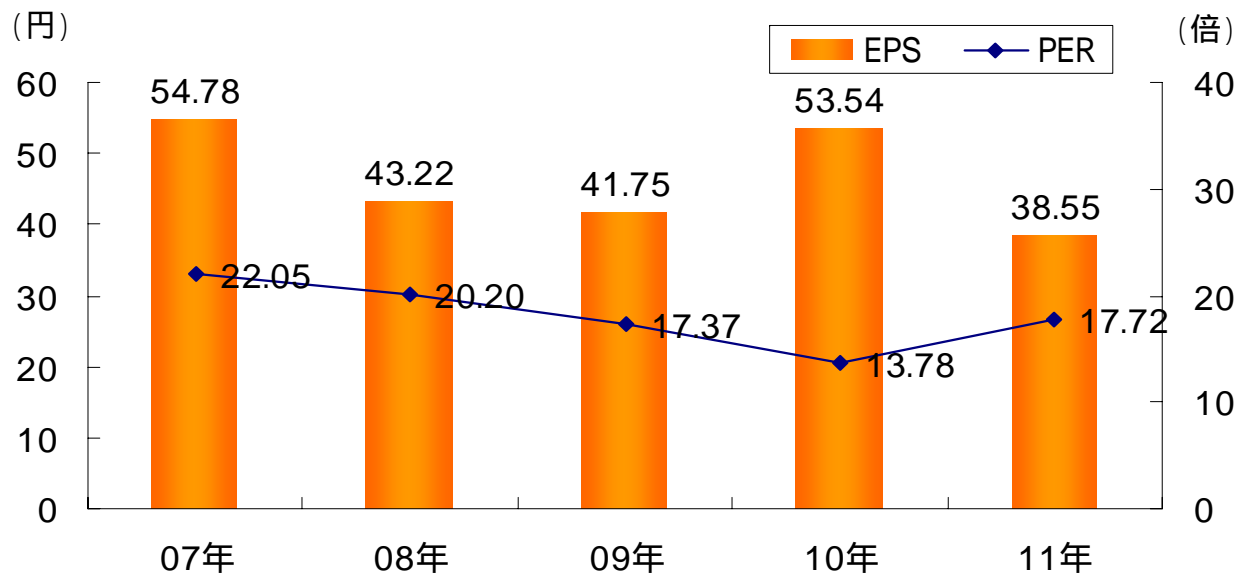




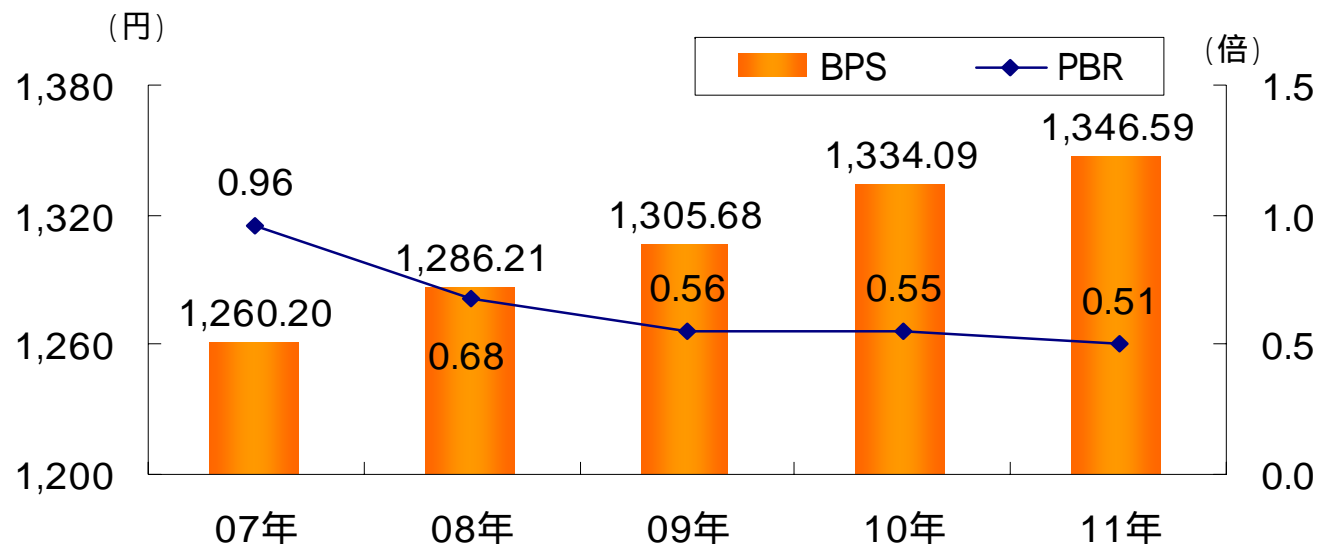
経営指標の推移



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



(単位: %)

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

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 上半期実績	2011年 上半期実績	増減	前年比	2012年通期計画
設 備 投 資	販売機器	2,789	1,925	863	44.8	3,727
	建物・構築物	969	53	915	1,695.2	3,510
	土地	1,466	604	862	142.6	1,400
	機械装置	139	238	99	41.4	457
	器具・備品 他	148	83	65	77.7	325
	計	5,513	2,906	2,606	89.7	9,420
減 価 償 却 費		2,515	2,525	9	0.4	5,367



自動販売機稼動状況



(単位:台、%)

		2012年 6月末	2011年 6月末	増減		2011年末	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	66,545	66,676	131	0.2	66,668	123	0.2	67,000
	ボトル機	302	304	2	0.7	305	3	1.0	300
	紙パック機	1,833	1,833	0	0.0	1,839	6	0.3	1,800
	カップ機	4,432	4,464	32	0.7	4,435	3	0.1	4,400
	合計	73,112	73,277	165	0.2	73,247	135	0.2	73,500
方 式 別	アドバンス	10,616	11,792	1,176	10.0	11,226	610	5.4	10,500
	フルサービス	62,496	61,485	1,011	1.6	62,021	475	0.8	63,000
	合計	73,112	73,277	165	0.2	73,247	135	0.2	73,500
関係会社台数		14,098	13,967	131	0.9	13,867	231	1.7	14,217
新品投入台数		5,686	2,967	2,719	91.6	5,668			7,000