

みんなの あしたに ハッピーを

Coca-Cola West

2012年12月期 第3四半期 決算説明会

2012年10月30日

コカ・コーラ ウェスト株式会社 (2579)

[連絡先] 社長室(IR担当)

TEL 092-641-8774 FAX 092-632-4304

[URL] <http://www.ccwest.co.jp/> [E-mail] junko-kubo@ccwest.co.jp

本日の内容

- I. 第3四半期累計 決算
- II. 第4四半期・通期 計画
- III. 営業戦略

【参考】

第3四半期決算（7-9月）

手売りマーケットシェアの推移

ブランド別・チャネル別 構成比

業態別自動販売機の販売状況

販売数量 実績／計画

業績の推移／経営指標の推移

日本のコカ・コーラシステム／コカ・コーラ関連企業

本日のサマリー

第3四半期累計 (1~9月) 決算

- **販売数量** : 対計画 0.9%の減少、対前年 0.4%の減少。
- **売上高** : 対計画 23億円の減収、対前年 95億円の減収。
- **営業利益** : 対計画 1億円の増益、対前年 27億円の減益。

第4四半期 (10~12月) 計画

- **販売数量** : 44,000千ケース (対前年 Δ 0.5%)
- **売上高** : 940億円 (対前年 +1億円)
- **営業利益** : 44億円 (対前年 +11億円)

通期 (1~12月) 計画

- **販売数量** : 188,398千ケース (対前年 +0.3%)
- **売上高** : 3,928億円 (対前年 Δ 69億円)
- **営業利益** : 147億円 (対前年 Δ 17億円)

・上記の計画は、2012年8月2日発表の業績予想に基づく数値。

I. 第3四半期累計 決算

第3四半期累計決算(1-9月) - 販売数量

- 最需要期である第3四半期(7~9月)の販売数量は、天候不順の影響もあり、計画・前年を下回った。
1~9月累計の販売数量は、市場の伸びを上回ったものの、計画・前年には届かなかった。
- 1~9月累計のマーケットシェアは、販売数量・金額とも拡大。

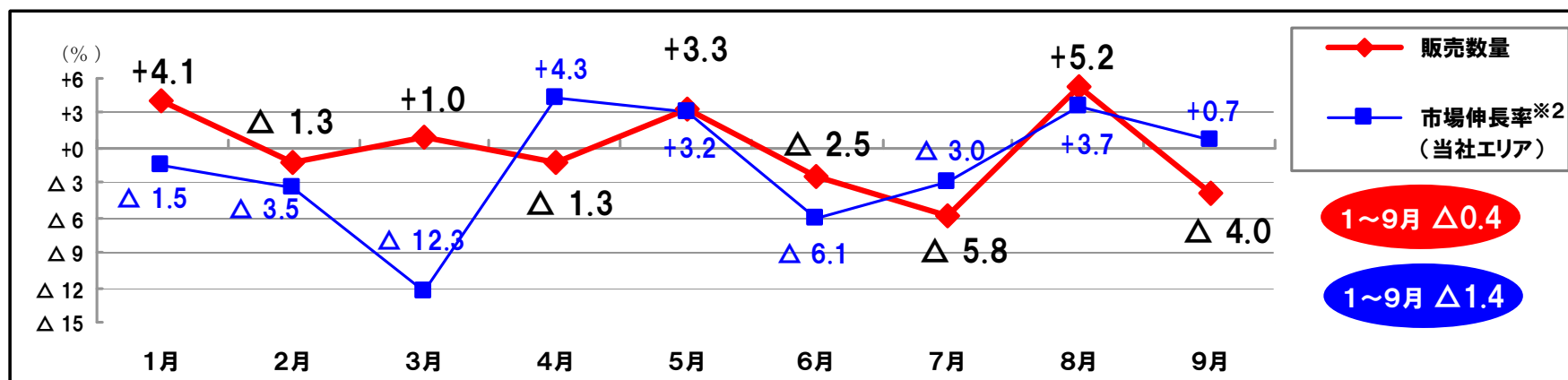
(単位:千ケース、%)	2012年 第3四半期 累計 実績	計画比 ^{※1}		前年比	
		増減	増減率	増減	増減率
販売数量	143,045	△1,353	△0.9	△517	△0.4

(単位:ポイント)	販売数量	金額
マーケット シェア	+0.8	+0.3

※1 計画は2012年8月2日発表の業績予想に基づく数値。

(出典:インテージ)

販売数量 月別の推移 (前年比)



※2 ベンディング、フードサービスチャネルは含まない。(出典:インテージ)

第3四半期累計決算(1-9月) - チャネル別 販売数量

- チェーンストアとフードサービスの販売数量は計画未達となったものの、対前年ではプラスとなった。
- 一方、収益性の高いベンディングで、販売数量は計画・前年を下回った。
 - 天候不順の影響により、アウトドア自動販売機を中心にVPM※¹は対前年マイナス。
 - 低売価自動販売機の設置場所見直し(規模縮小)により、売上高単価は改善。

(単位:千ケース、%)		第3四半期 累計 実績	計画比※ ²		前年比	
			増減	増減率	増減	増減率
	スーパーマーケット ※ ³	40,816	△580	△1.4	+1,339	+3.4
	コンビニエンスストア	16,129	+13	+0.1	+886	+5.8
チェーンストア 計		56,945	△567	△1.0	+2,225	+4.1
ベンディング		39,717	△734	△1.8	△1,698	△4.1
リテール		9,644	+61	+0.6	△372	△3.7
フードサービス		14,813	△39	△0.3	+415	+2.9
その他		21,925	△74	△0.3	△1,086	△4.7
合 計		143,045	△1,353	△0.9	△517	△0.4

※¹ VPM (Volume Per Machine) : 自動販売機1台あたりの販売数量

※² 計画は2012年8月2日発表の業績予想に基づく数値。

※³ スーパーマーケットには、ドラッグストア/ディスカウント/ホームセンターを含む。

第3四半期累計決算(1-9月) - パッケージ別 販売数量

- 対計画では、小型PET・大型PETとも販売数量は計画未達となり、特に小型PETの未達が大きかった。
- 対前年では、収益性の高い小型PETの販売数量が大幅に伸びた一方、缶の販売数量が減少した。また大型PETの販売数量が増加しており、パッケージ構成は悪化。

(単位:千ケース、%)		第3四半期 累計 実績	計画比 [※]		前年比	
			増減	増減率	増減	増減率
PET	小型(1,000ml 未満)	35,255	△749	△2.1	+3,336	+10.5
	中型(1,500ml 未満)	1,036	△0	△0.0	+141	+15.7
	大型(1,500ml 以上)	29,333	△111	△0.4	+1,154	+4.1
計		65,624	△861	△1.3	+4,630	+7.6
缶(ボトル缶含む)		38,637	△498	△1.3	△3,125	△7.5
その他		9,374	△282	△2.9	△315	△3.3
シロップ・パウダー		29,411	+288	+1.0	△1,707	△5.5
合 計		143,045	△1,353	△0.9	△517	△0.4

※ 計画は2012年8月2日発表の業績予想に基づく数値。

第3四半期累計決算(1-9月) – ブランド別 販売数量

- 炭酸カテゴリーの販売数量は、対計画・前年でマイナス。
- 無糖茶トータルの販売数量は対計画・前年でプラス。
- い・ろ・は・すはほぼ計画どおりに進捗しており、対前年で2桁増。

(単位:千ケース、%)		第3四半期 累計実績	計画比 ^{※2}		前年比	
			増減	増減率	増減	増減率
コ ア 8	コカ・コーラ	9,933	△76	△0.8	△898	△8.3
	コカ・コーラゼロ	4,454	△231	△4.9	△587	△11.6
	ファンタ	5,709	△256	△4.3	△905	△13.7
	ジョージア	28,339	△18	△0.1	△37	△0.1
	爽健美茶	8,267	△403	△4.6	△1,513	△15.5
	アクエリアス	16,228	△31	△0.2	△1,142	△6.6
	綾鷹	7,598	+120	+1.6	+1,574	+26.1
	い・ろ・は・す	6,626	△164	△2.4	+1,291	+24.2
	小計	87,154	△1,058	△1.2	△2,218	△2.5
	その他	26,480	△582	△2.2	+3,409	+14.8
RTD ^{※1} 計		113,634	△1,641	△1.4	+1,190	+1.1
シロップ・パウダー		29,411	+288	+1.0	△1,707	△5.5
合計		143,045	△1,353	△0.9	△517	△0.4

※1 RTD:パッケージ商品。

※2計画は2012年8月2日発表の業績予想に基づく数値。

第3四半期累計決算(1-9月)

(単位:千ケース、百万円、%)

	2012年 第3四半期 累計 実績	計画※	計画比		2011年 第3四半期 累計 実績	前年比	
			増減	増減率		増減	増減率
販売数量	143,045	144,398	△1,353	△0.9	143,562	△517	△0.4
売上高	296,400	298,800	△2,399	△0.8	305,903	△9,502	△3.1
売上総利益	146,312	147,300	△987	△0.7	148,710	△2,398	△1.6
営業利益	10,457	10,300	+157	+1.5	13,232	△2,775	△21.0
経常利益	10,460	10,400	+60	+0.6	13,106	△2,645	△20.2
当期純利益	4,507	5,000	△492	△9.8	6,067	△1,559	△25.7

※ 計画は2012年8月2日発表の業績予想に基づく数値。

第3四半期累計決算(1-9月) - 増減要因(計画※との比較)

	計画※	2012年 第3四半期 累計実績	増減
売上高	2,988	2,964	△23
売上総利益	1,473	1,463	△9
営業利益	103	104	+1
経常利益	104	104	+0
当期純利益	50	45	△4

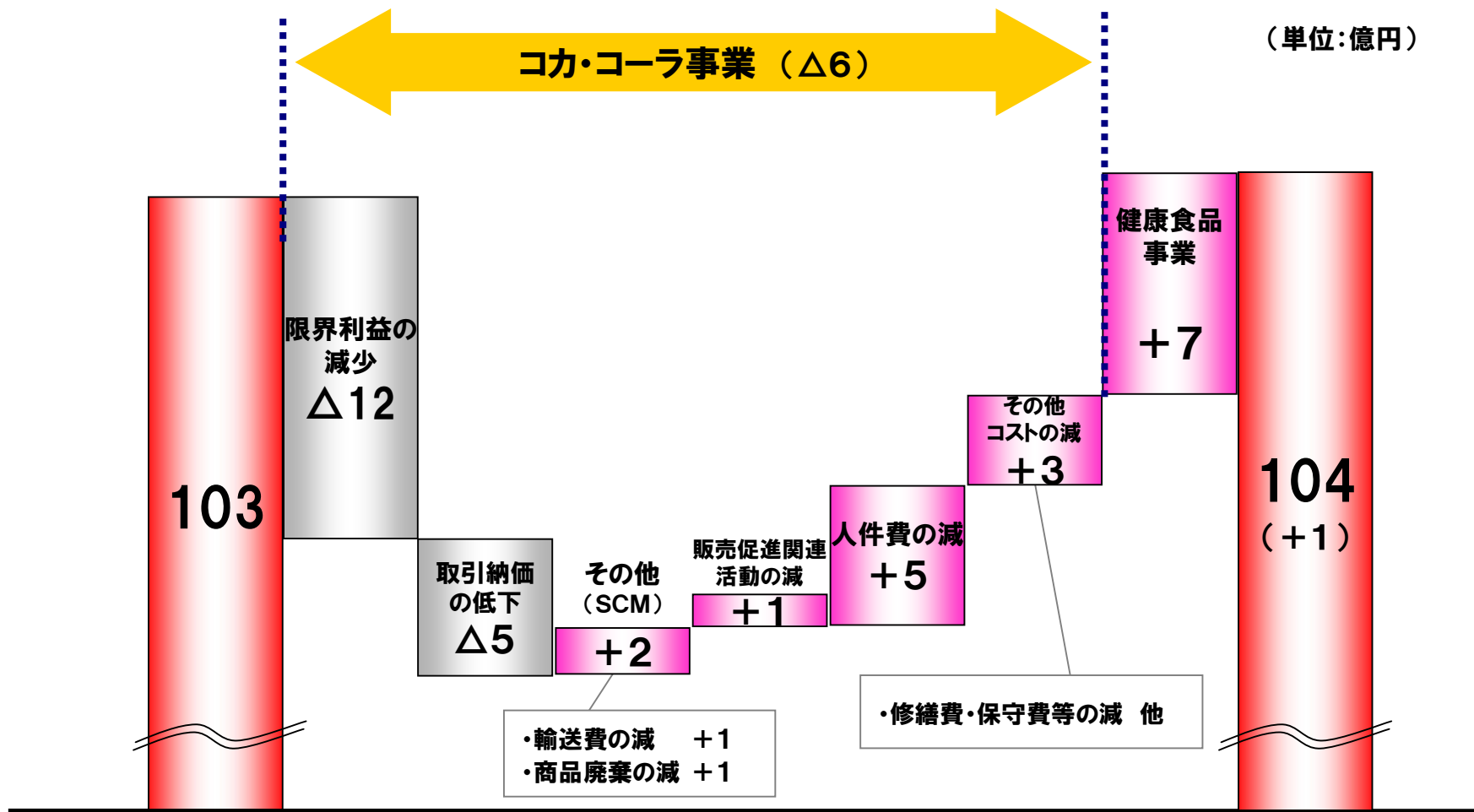
(単位:億円)

主な増減要因	増減額
・コカ・コーラ事業	△32.5
・健康食品事業	+8.5
・コカ・コーラ事業	△18.1
・健康食品事業	+8.2
販管費の増減	
・人件費の減	+4.9
・販売手数料の減	+1.9
・輸送費の減	+1.2
・業務委託費の減	+1.1
・健康食品事業	△1.1
・特別損失の増	△8.2
・法人税等の減	+2.1

※ 計画は2012年8月2日発表の業績予想に基づく数値。

第3四半期累計決算(1-9月) - 営業利益増加の要因(計画※との比較)

連結の営業利益は、計画どおりに進捗している。



計画※

※ 計画は2012年8月2日発表の業績予想に基づく数値。

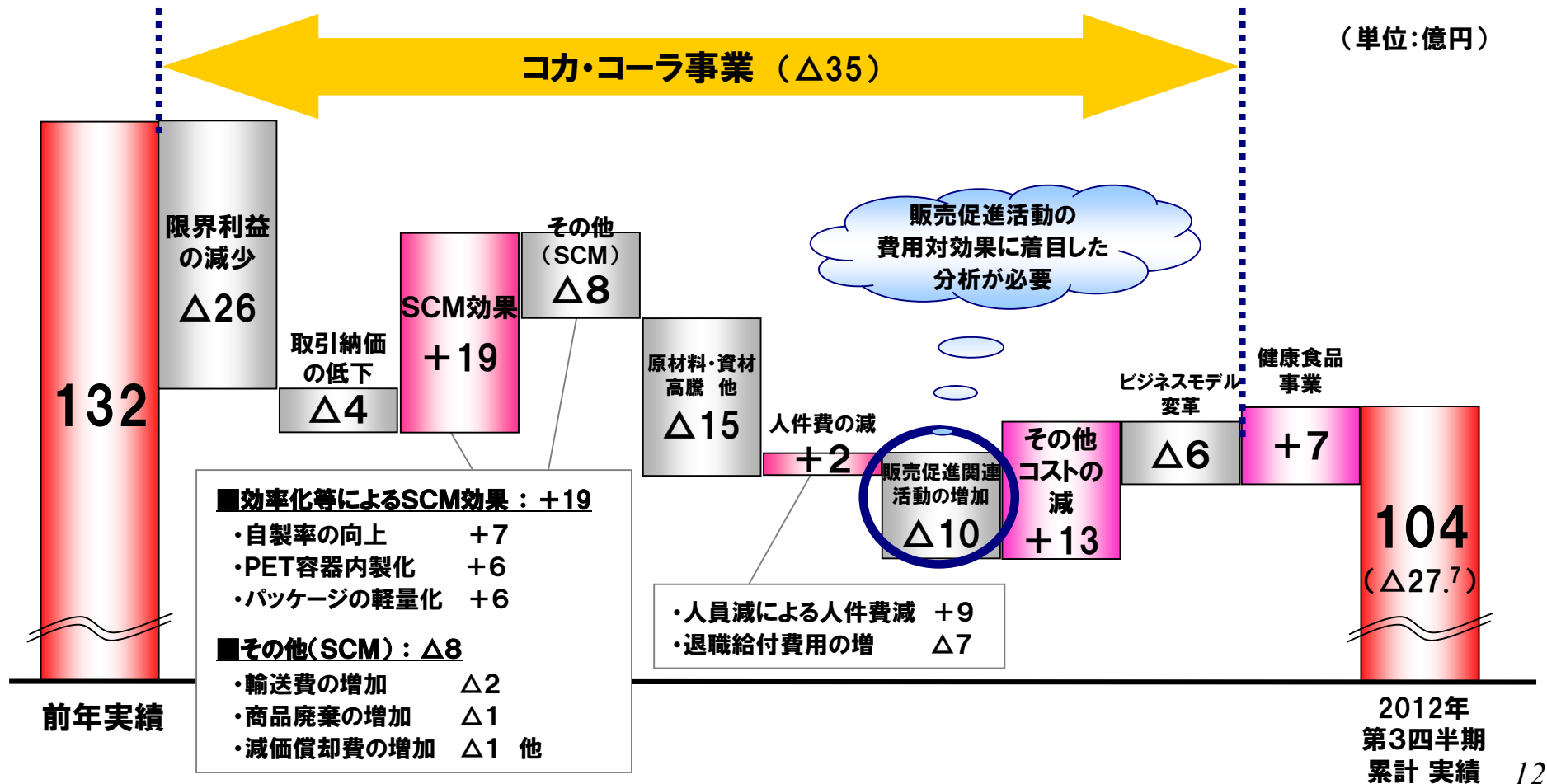
2012年
第3四半期
累計 実績

第3四半期累計決算(1-9月) - 増減要因(前年との比較)

	前年	2012年 第3四期 累計 実績	増減	(単位:億円)	
				主な増減要因	増減額
売上高	3,059	2,964	△95	・コカ・コーラ事業 ・健康食品事業	△99.8 +16.8
売上総利益	1,487	1,463	△23	・コカ・コーラ事業 ・健康食品事業	△35.4 +15.6
営業利益	132	104	△27	販管費の増減	
				・人件費の減	+10.6
				・販促費・広告宣伝費の増	△14.0
				・販売手数料の減	+1.5
				・輸送費の増	△5.5
				・業務委託費の増	△3.2
				・消耗品費の減	+2.0
				・減価償却費の減	+5.5
				・健康食品事業	△8.1
経常利益	131	104	△26		
当期純利益	60	45	△15	・特別損益の増減(資産除去債務の減 他) ・法人税等	+3.6 +7.0

第3四半期累計決算(1-9月) - 営業利益減少の要因(前年との比較)

コカ・コーラ事業においては、最需要期である第3四半期(7~9月)の営業利益は、前年並みで着地した。ただ、上期の限界利益減少や販促費増加が影響し、第3四半期累計(1~9月)の営業利益は、対前年で35億円の減益となった。一方、健康食品事業の営業利益は対前年で7億円の増益となった。



II. 第4四半期・通期 計画

第4四半期(10-12月)/通期(1-12月) 業績計画

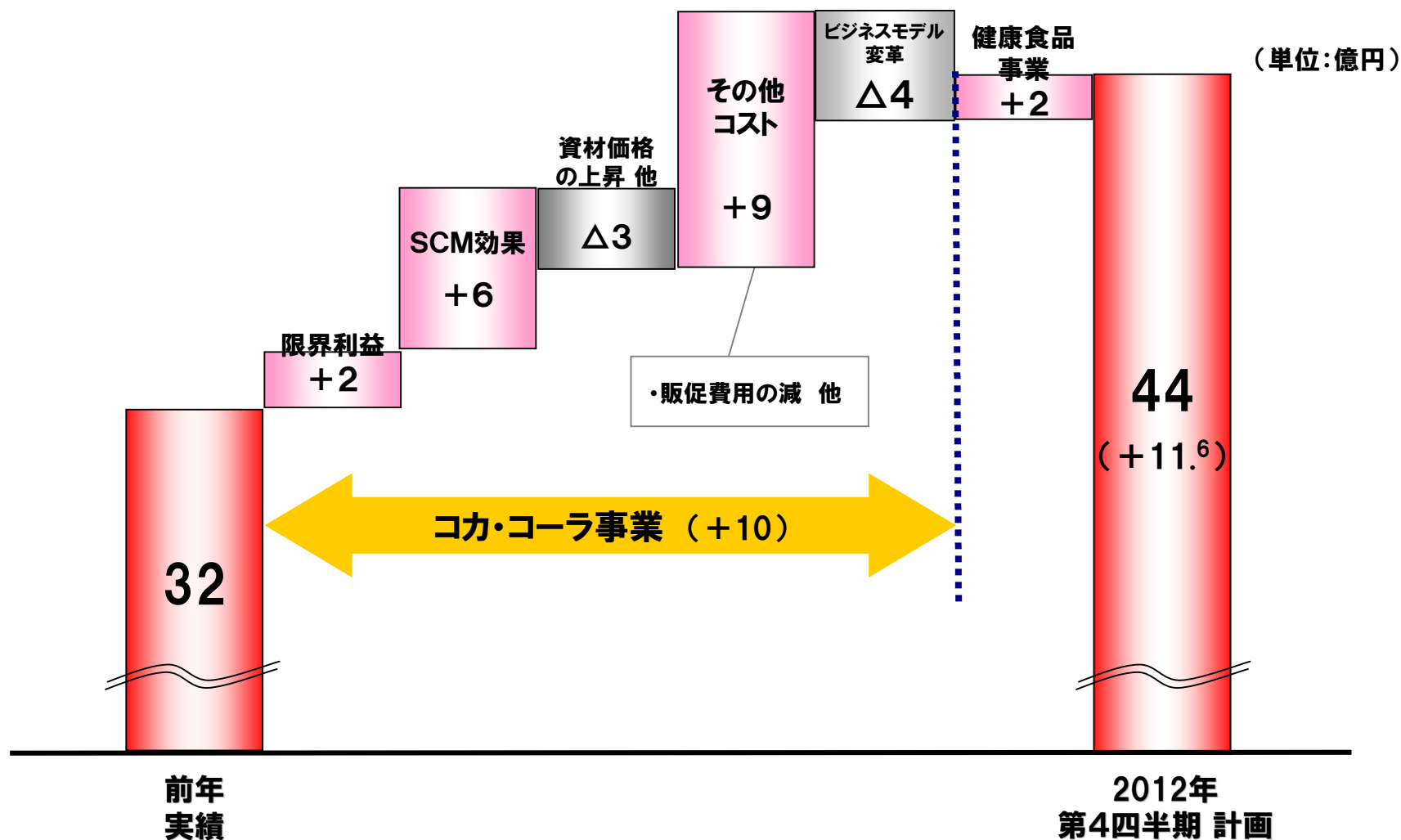
■第4四半期の業績計画は、対前年で増収増益とし、通期の業績計画（連結営業利益147億円）の達成を目指す。

（単位：千ケース、百万円、％）

	第4四半期 計画			通期 計画		
	計画	対前年 増減	増減率	計画	対前年 増減	増減率
販売数量	44,000	△211	△0.5	188,398	+625	+0.3
売上高	94,000	+186	+0.2	392,800	△6,917	△1.7
売上総利益	47,400	+865	+1.9	194,700	△544	△0.3
営業利益	4,400	+1,162	+35.9	14,700	△1,769	△10.7
経常利益	4,400	+1,462	+49.8	14,800	△1,244	△7.8
当期純利益	2,400	+1,469	+158.0	7,400	+402	+5.8

第4四半期(10-12月) - 営業利益 達成のシナリオ(前年との比較)

第4四半期は、営業戦略・コスト削減を確実に実行することで利益を確保し、通期の連結営業利益計画147億円の達成を目指す。



総括

上期の課題

利益の減少

- 限界利益の減少（チャネル構成・パッケージ構成の悪化）
- 販促費の増加

下期の方向性

売上高・利益の拡大を伴う販売数量の増加

- 価格弾性や価格交差弾性等の分析・検証結果を踏まえた、市場への資源配分の手法の見直し開始

第3四半期（7～9月）の状況

■ 限界利益

- 販売数量の減少と、チャネル構成・パッケージ構成悪化の影響により、限界利益は減少。

■ 販促費

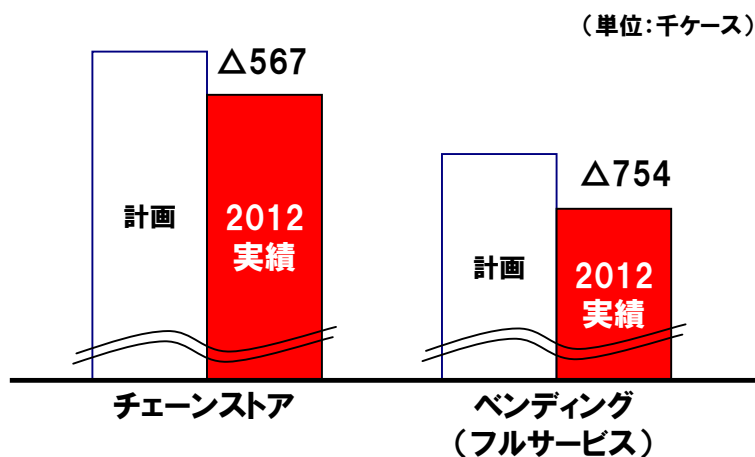
- 営業部内に「業績管理チーム」を設置し、業績管理向上を支援するシステムを構築。
- 販促費は計画を若干下回った。（前年並みの水準。）

III. 營業戰略

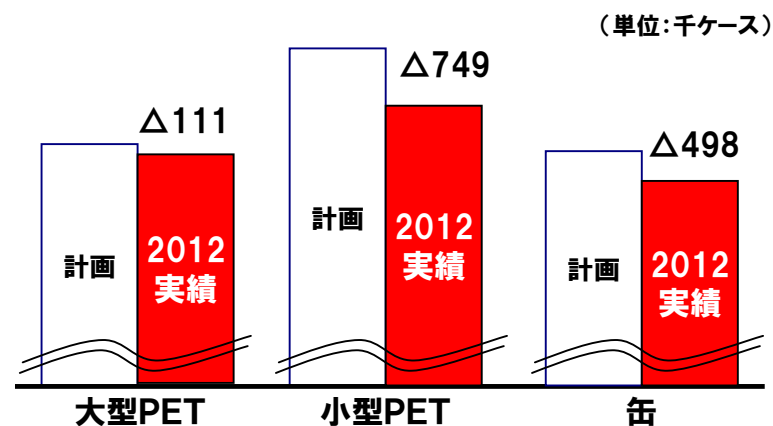
第3四半期(7~9月)の振り返り

- 主要チャネル・パッケージの販売数量は、対計画で減少したものの、対前年では健闘。
- チャネル構成・パッケージ構成の悪化により、限界利益は厳しい状況。

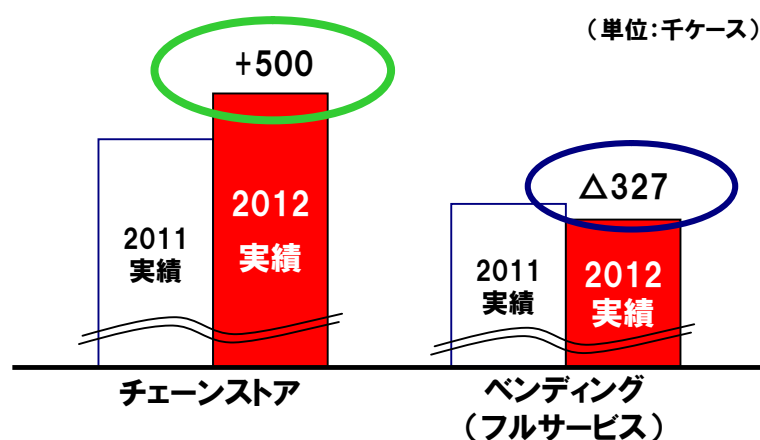
チャネル別 販売数量 (対計画)



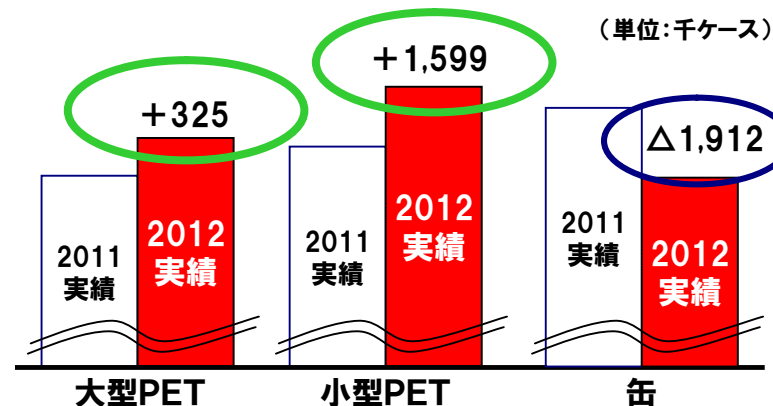
パッケージ別 販売数量 (対計画)



チャネル別 販売数量 (対前年)

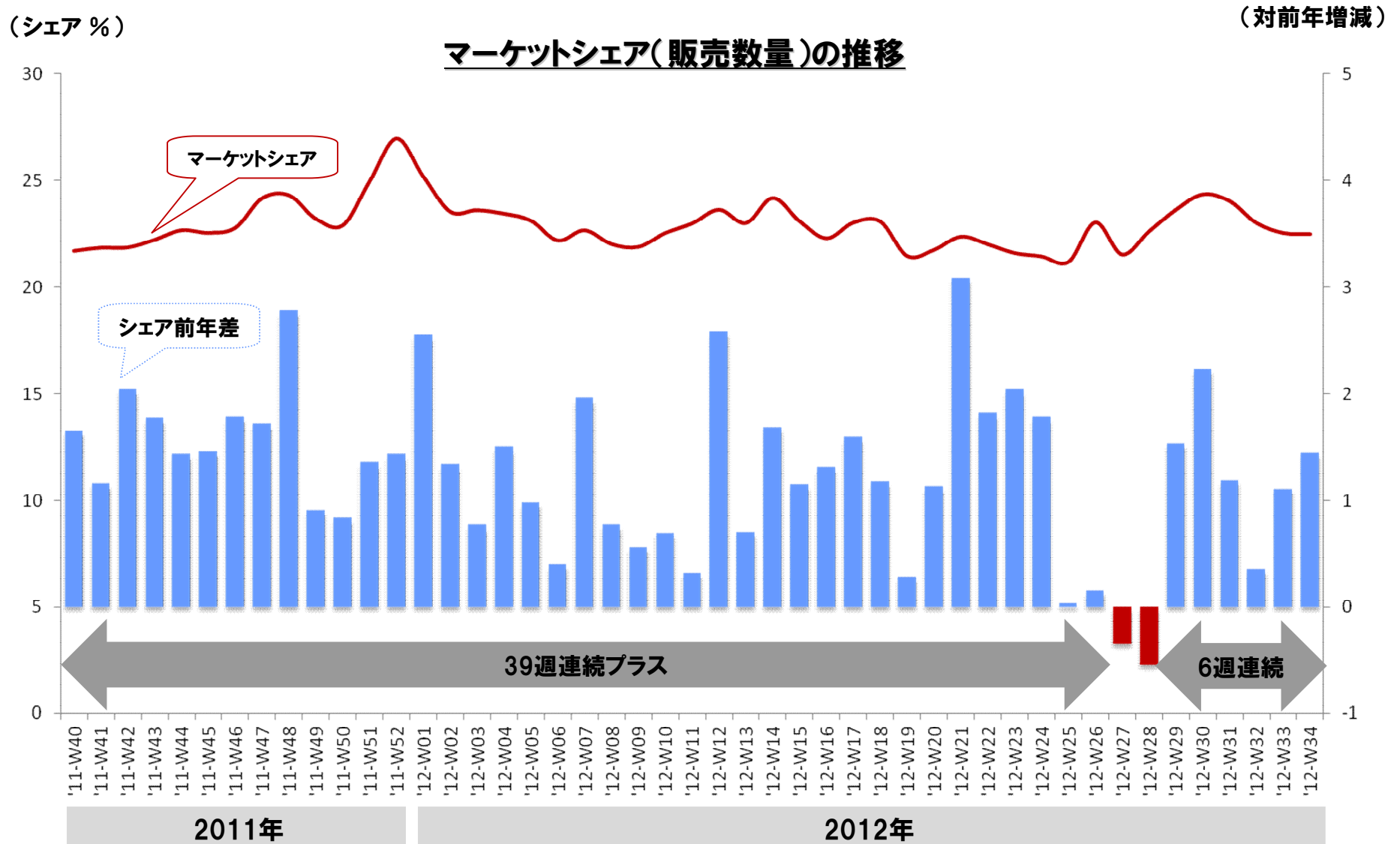


パッケージ別 販売数量 (対前年)



第3四半期の振り返り — マーケットシェアの推移

■ マーケットシェアは前年と比べて拡大傾向。



(出典) インテージ

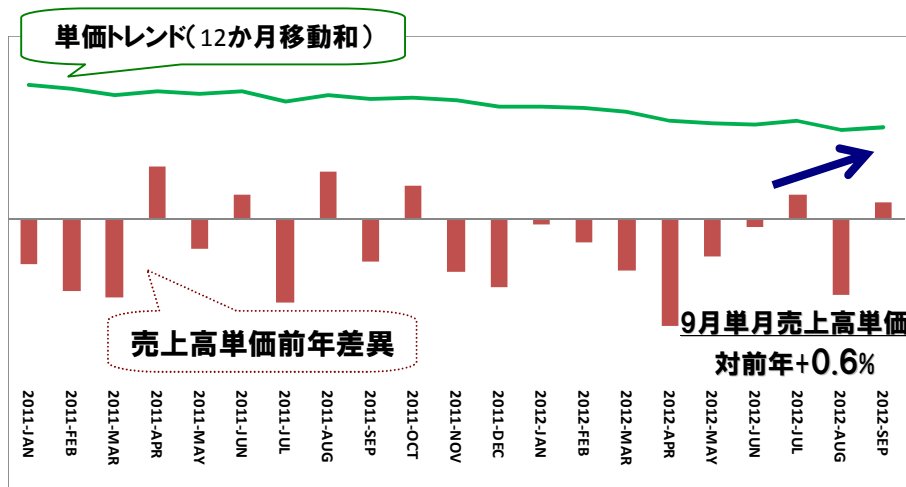
第3四半期の振り返り — 売上高単価の推移

■ ベンディングとリテール・フードサービスでは売上高単価の改善が継続している。

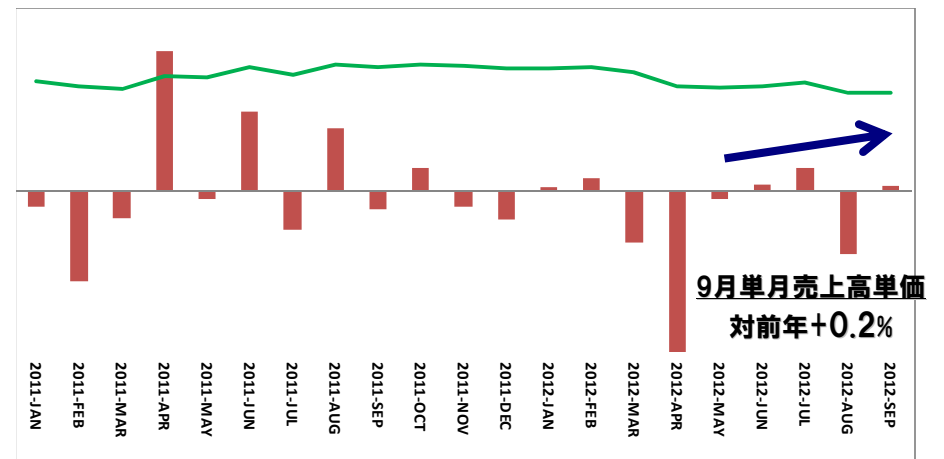
売上高単価トレンド（12か月移動和） & 前年差異

(出典) 当社データ

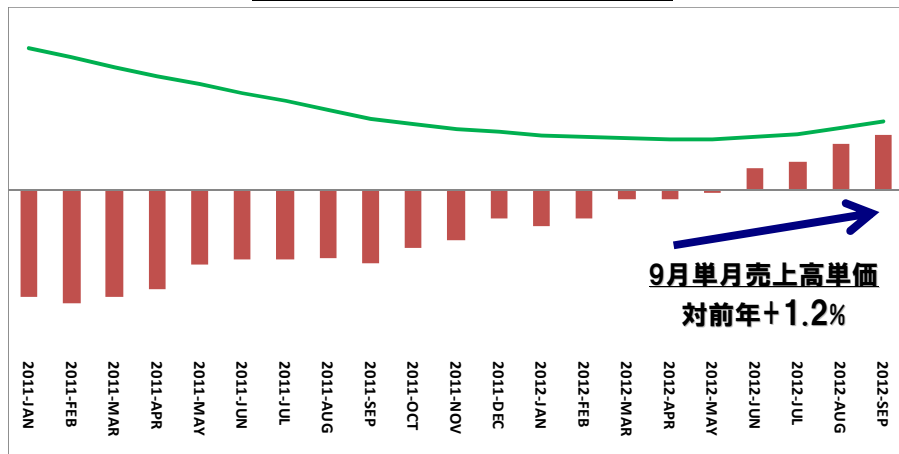
合計



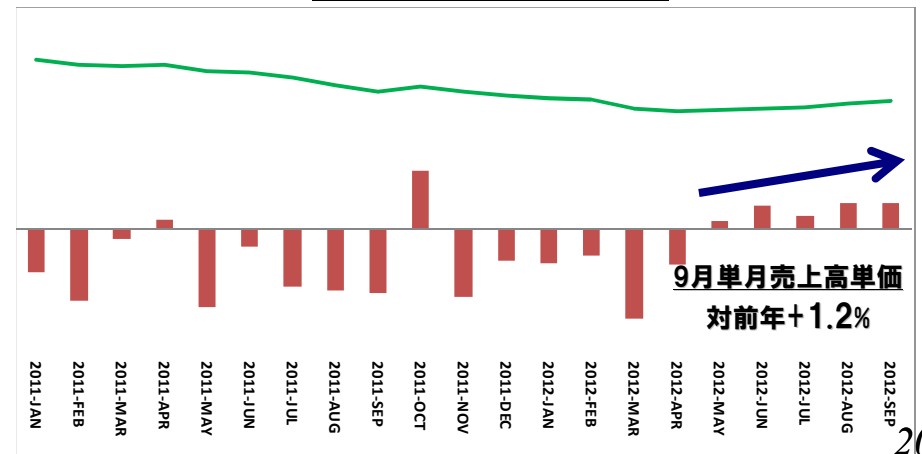
チェーンストア



ベンディング (フルサービス)



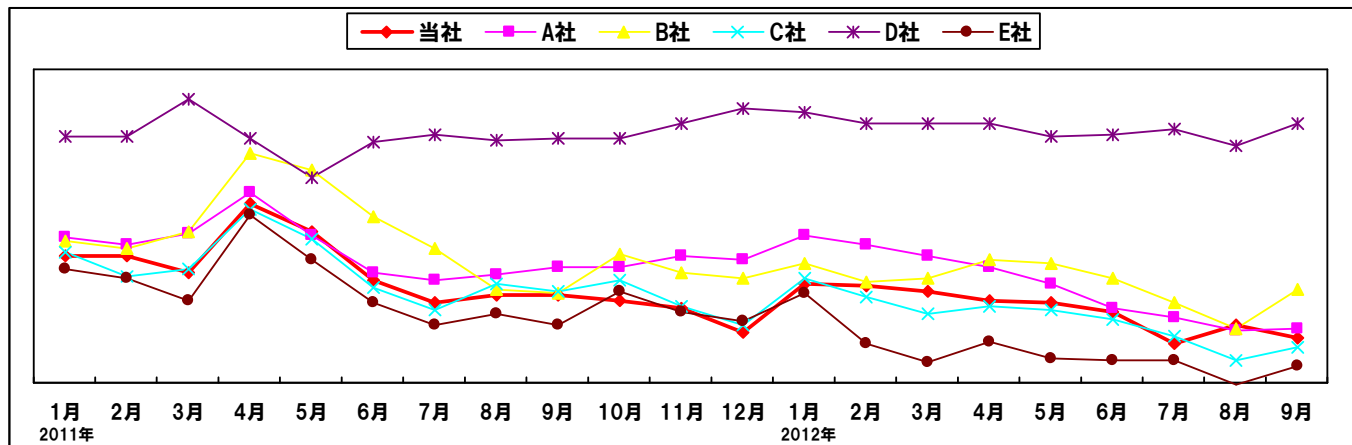
リテール・フードサービス



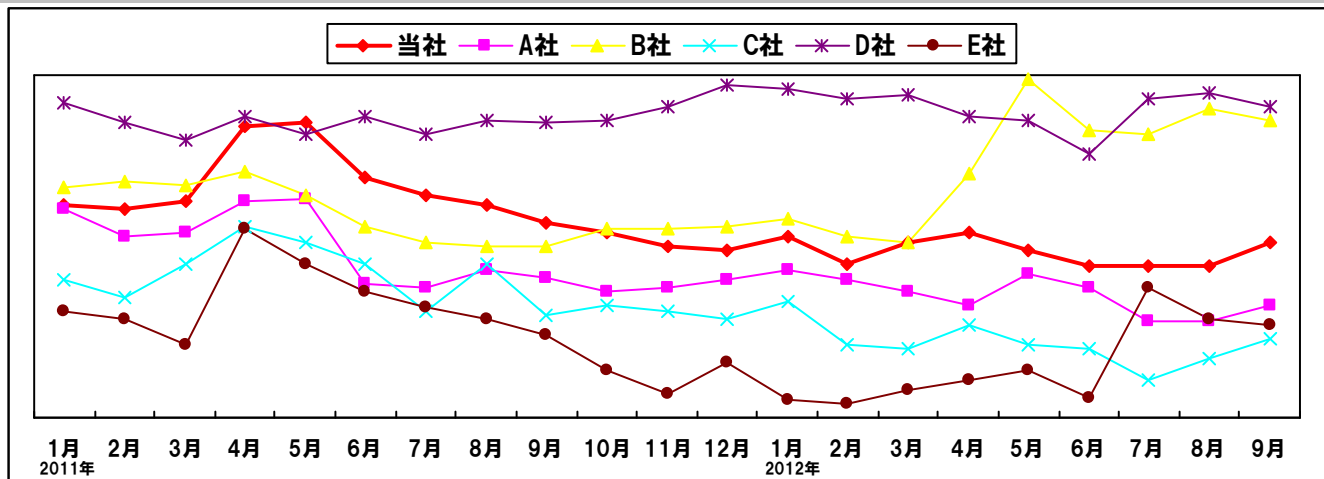
第3四半期の振り返り — 店頭価格の推移(スーパーマーケット)

- 大型PETの価格は、当社も含め低売価傾向が続いている。
- 一方、小型PETの価格については、当社は競合他社と比べて比較的高い水準で推移。

大型PETの店頭価格の推移 (円/本)



小型PETの店頭価格の推移 (円/本)



第3四半期の振り返り — チャネル別 営業活動

■ 売上拡大につながる活動の成果が出ている一方、ベンディングのVPMが課題。

[チェーンストア] 売場拡大

レジ前クーラー

2011年 9月
6,369
台

+4%

2012年 9月
6,622
台



クロスマーチャンダイジング

売場数

2011年 9月
13,202
箇所

+23%

2012年 9月
16,174
箇所



[ベンディング] 売上高単価改善

売上高単価(本)

1本あたり**114.4円**
(対前年+0.9円)

通期VPM

対前年 **△3.6%**

[リテール・フード] 配荷・売場拡大

コアの配荷拡大 (配荷率前年差)

2012年 7~9月

(単位:ポイント)

 △2.5	 △0.1
 +1.1	 +3.0
 +0.4	 +0.6
 +1.8	 +1.6

クーラー設置による売場拡大

	2011年 稼働台数		2012年 稼働台数
卓上 クーラー	2,064	+17%	2,422
エアカーテン クーラー	7,052	△0%	7,025

第4四半期(10-12月)販売数量・マーケットシェア 計画

チャンネル別販売計画

(単位:千ケース、%)

	第4四半期 計画	前年比	
		増減	増減率
スーパーマーケット ※	10,657	+35	+0.3
コンビニエンスストア	4,941	△127	△ 2.5
チェーンストア 計	15,598	△92	△ 0.6
ベンディング	13,020	+230	+1.8
リテール	3,022	△128	△ 4.1
フードサービス	5,011	+107	+2.2
その他	7,350	△329	△ 4.3
合 計	44,000	△211	△ 0.5

※ スーパーマーケットには、ドラッグストア/ディスカウント/ホームセンターを含む。

パッケージ別販売計画

(単位:千ケース、%)

	第4四半期 計画	前年比	
		増減	増減率
PET 小型(1,000ml 未満)	10,725	+1,121	+11.7
中型(1,500ml 未満)	453	+211	+86.9
大型(1,500ml 以上)	7,055	△317	△4.3
計	18,232	+1,014	+5.9
缶(ボトル缶含む)	13,027	△1,192	△8.4
その他	3,122	+68	+2.2
シロップ・パウダー	9,618	△101	△1.0
合 計	44,000	△211	△0.5

マーケットシェア計画

(単位:ポイント)

第4四半期 計画	前年比	
	販売数量	金額
	+0.1	+0.5

第4四半期 営業戦略 — パッケージ戦略

■ ミニPET・ミディPETの品揃えを拡充し、価格帯を分けることで、小型PET・大型PETの価格下落を抑止する。



新規投入(10月以降)

第4四半期 営業戦略 - チェーンストア

- 重点活動を軸に売場を維持・拡大し、販売数量を増加する。
- 新パッケージの導入により、売上高単価をアップする。



第4四半期 営業戦略 – ベンディング

- 品揃えの最適化(ジョージア、加温商品等)や、全国プロモーション・ローカルプロモーションの実施による販売拡大。
- 自動販売機の新規設置活動と撤収抑止活動の強化による、稼働台数の拡大。



第4四半期 営業戦略 – リテール・フードサービス

■ RTD※1商品の配荷拡大、新規市場開拓による販売数量・売上高の継続的成長。



※1 RTD：パッケージ商品、 ※2 HORECA（ホレカ）：ホテル、レストラン、カフェ等の業態

[参 考]

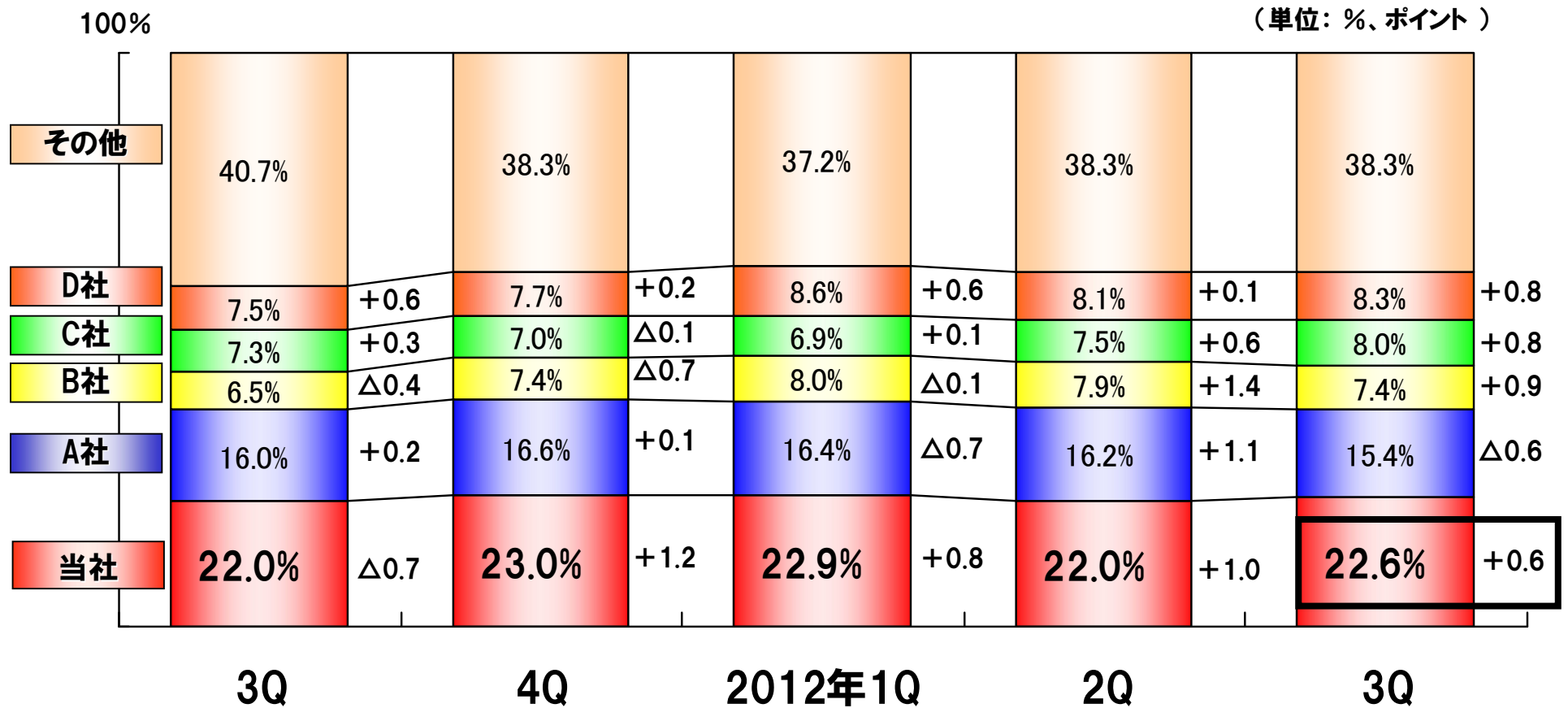
第3四半期決算(7-9月)

(単位:千ケース、百万円、%)

	2012年 第3四半期 実績	計画 [※]	計画比		2011年 第3四半期 実績	前年比	
			増減	増減率		増減	増減率
販売数量	56,921	58,274	△1,353	△2.3	57,785	△864	△1.5
売上高	112,099	115,400	△3,300	△2.9	115,969	△3,869	△3.3
売上総利益	55,591	57,200	△1,608	△2.8	56,107	△516	△0.9
営業利益	7,299	7,500	△200	△2.7	7,217	+82	+1.1
経常利益	7,374	7,800	△425	△5.5	7,090	+284	+4.0
当期純利益	3,504	4,300	△795	△18.5	3,703	△199	△5.4

※ 計画は2012年8月2日発表の業績予想に基づく数値。

手売りマーケットシェアの推移（自動販売機除く）



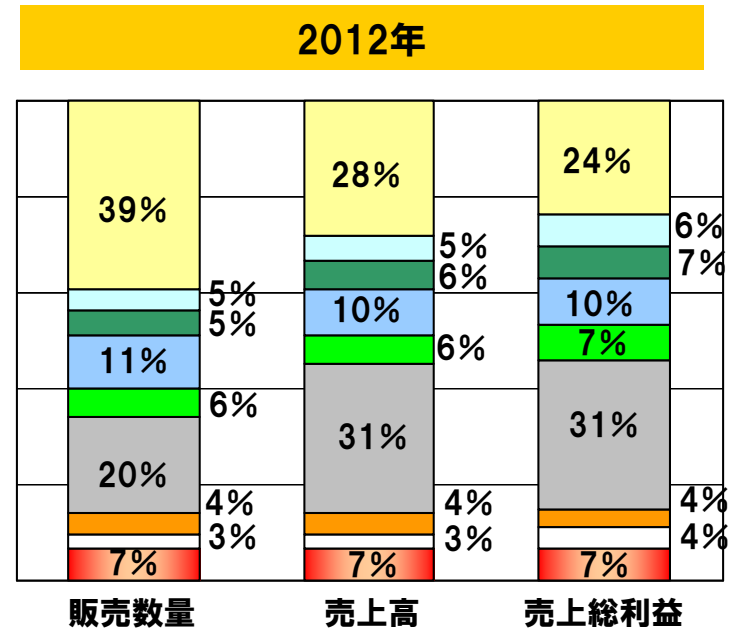
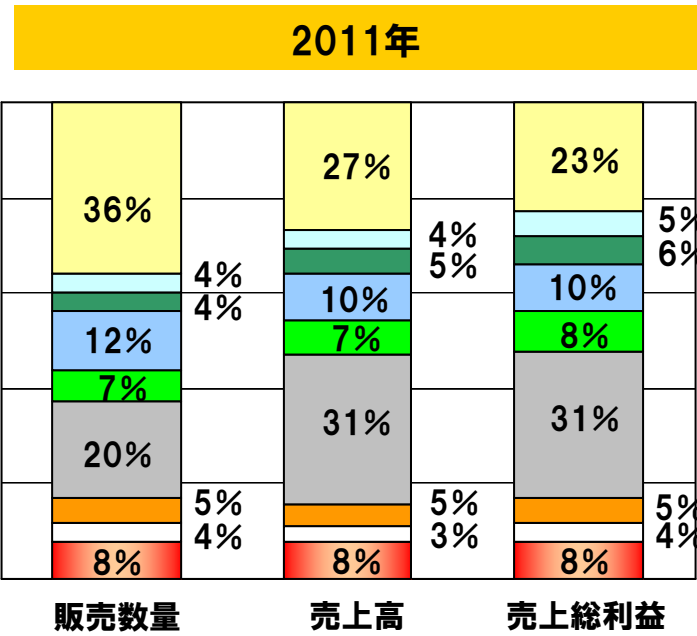
・グラフ外の数字は対前年同期の増減

(出典: インテージ)

第3四半期累計決算(1-9月) - ブランド別・チャネル別構成比

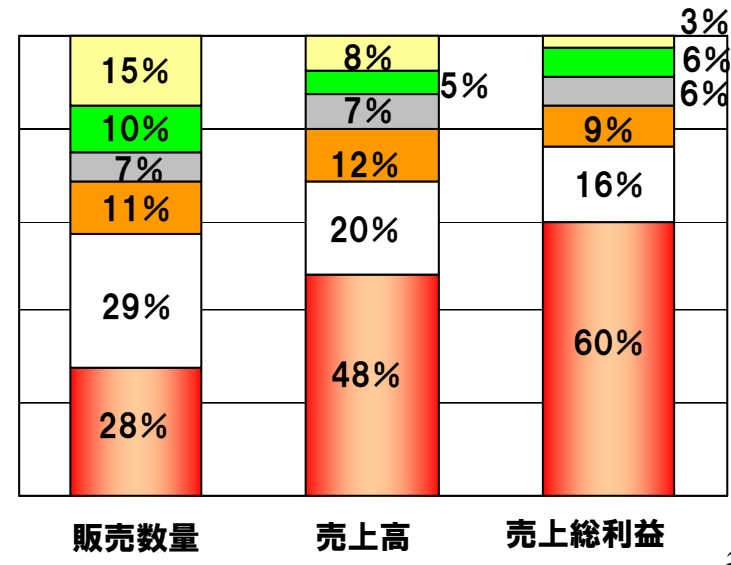
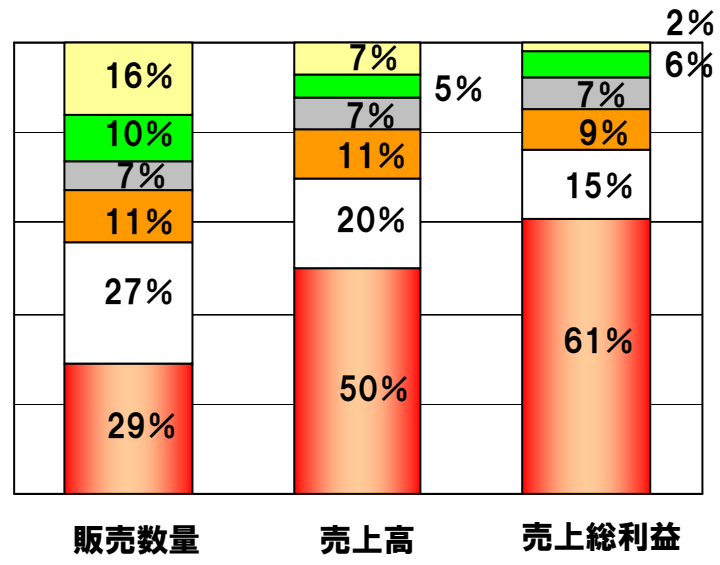
ブランド

- その他
- い・ろ・は・す
- 綾鷹
- アクエリアス
- 爽健美茶
- ジョージア
- ファンタ
- コカ・コーラゼロ
- コカ・コーラ



チャネル

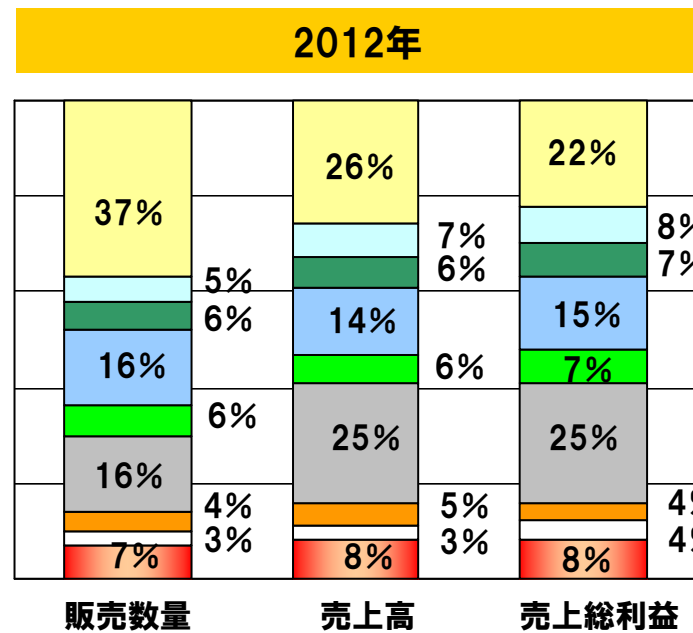
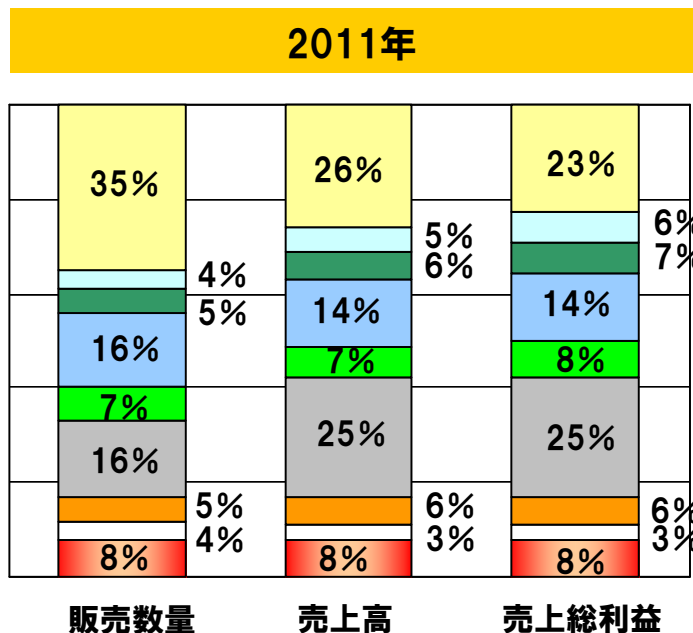
- その他
- フードサービス
- リテール
- コンビニエンスストア
- スーパーマーケット
- ベンディング



第3四半期決算(7-9月) - ブランド別・チャネル別構成比

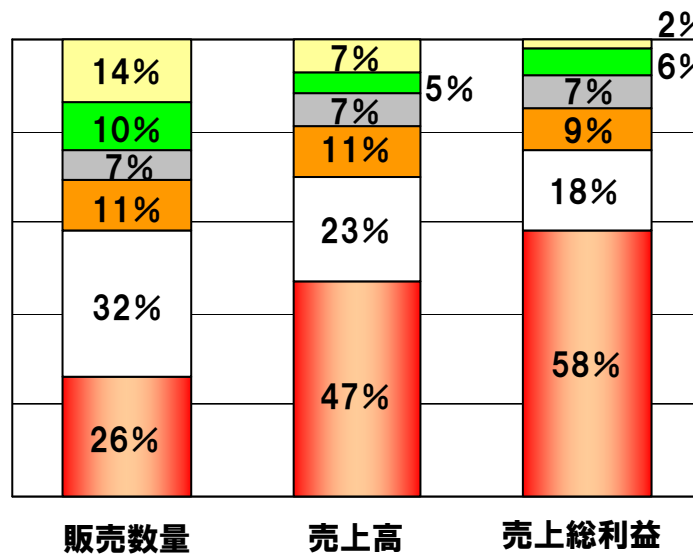
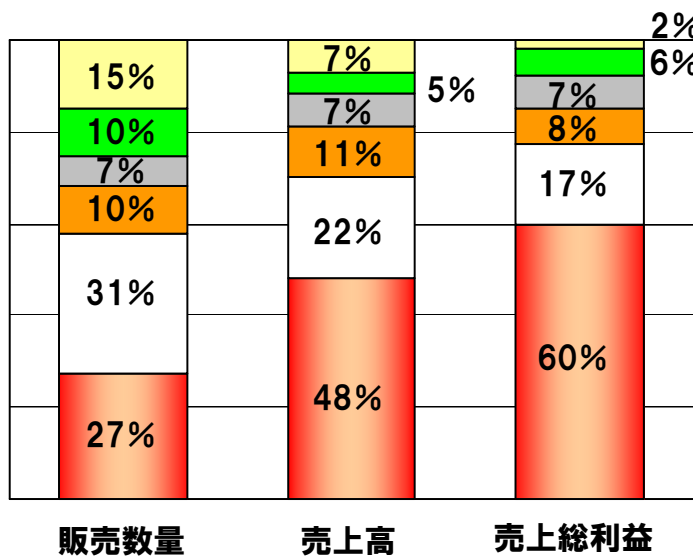
ブランド

- その他
- い・ろ・は・す
- 綾鷹
- アクエリアス
- 爽健美茶
- ジョージア
- ファンタ
- コカ・コーラゼロ
- コカ・コーラ



チャネル

- その他
- フードサービス
- リテール
- コンビニ
- スーパーマーケット
- ベンディング



業態別自動販売機の販売状況

自動販売機 フルサービス缶 VPM※ 前年比

業態	前年比 (%)									
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	累計
職域(オフィス等)	△1.2	+0.4	△4.0	△3.8	+4.1	△3.8	△4.8	△2.1	△8.1	△2.8
職域(工場等)	△0.3	+0.9	+1.5	+0.3	+6.5	△3.6	△0.9	△0.9	△7.1	△0.7
大規模小売店	△2.0	△6.3	△6.3	△5.5	△3.4	△4.1	△7.1	△0.3	△6.7	△4.5
交通	△1.3	△1.5	△1.7	+0.9	+0.5	△2.2	△2.5	+0.3	△3.3	△1.2
学校	△0.2	△4.9	△6.2	+0.1	+11.0	△3.6	△0.5	+3.9	+0.7	+0.3
娯楽施設	+1.9	△6.3	△2.5	△2.7	△6.5	△2.5	△5.3	△3.7	△5.5	△3.8
パチンコ	+0.5	△0.7	+0.3	△2.5	△5.8	△1.9	△3.8	△1.9	△4.5	△2.3
スポーツ施設	+5.0	△6.4	△0.3	△2.5	△4.0	△1.1	△5.4	△0.5	△4.2	△2.3
病院	△0.4	△0.4	△3.0	△4.2	+1.0	△1.7	△5.2	△0.5	△6.4	△2.4
宿泊施設	△1.2	△2.7	△2.0	△1.6	△2.4	△1.4	△4.9	△1.3	△7.1	△2.8
その他(インドア)	△5.1	△3.4	△6.0	△9.0	△1.3	△4.4	△9.8	△1.1	△10.1	△5.6
アウトドア	+0.5	△4.7	△6.3	△9.6	△2.1	△5.2	△12.6	△4.2	△11.1	△6.4
計	△0.2	△2.7	△3.7	△4.7	△0.4	△3.7	△6.7	△2.0	△7.5	△3.6

※ VPM (Volume Per Machine) : 自動販売機1台あたりの販売数量

第3四半期決算(7-9月) - チャネル別 販売数量

(単位:千ケース、%)

	第3四半期 実績	計画比 ^{※1}		前年比	
		増減	増減率	増減	増減率
スーパーマーケット ^{※2}	18,436	△580	△3.0	+404	+2.2
コンビニエンスストア	5,977	+13	+0.2	+96	+1.6
チェーンストア 計	24,413	△567	△2.3	+500	+2.1
ベンディング	14,883	△734	△4.7	△607	△3.9
リテール	3,929	+61	+1.6	△74	△1.8
フードサービス	5,683	△39	△0.7	+72	+1.3
その他	8,014	△74	△0.9	△755	△8.6
合 計	56,921	△1,353	△2.3	△864	△1.5

※1 計画は2012年8月2日発表の業績予想に基づく数値。

※2 スーパーマーケットには、ドラッグストア/ディスカウント/ホームセンターを含む。

第3四半期決算(7-9月) - パッケージ別 販売数量

(単位:千ケース、%)

		第3四半期 実績	計画比 [※]		前年比	
			増減	増減率	増減	増減率
PET	小型(1,000ml未満)	15,394	△749	△4.6	+1,599	+11.6
	中型(1,500ml未満)	523	△0	△0.0	+83	+18.9
	大型(1,500ml以上)	13,544	△111	△0.8	+325	+2.5
計		29,461	△861	△2.8	+2,008	+7.3
缶(ボトル缶含む)		12,853	△498	△3.7	△1,912	△12.9
その他		3,744	△282	△7.0	△224	△5.6
シロップ・パウダー		10,863	+288	+2.7	△737	△6.4
合 計		56,921	△1,353	△2.3	△864	△1.5

※ 計画は2012年8月2日発表の業績予想に基づく数値。

第3四半期決算(7-9月) - ブランド別 販売数量

(単位:千ケース、%)

	第3四半期 実績	計画比 ^{※1}		前年比		
		増減	増減率	増減	増減率	
コ ア 8	コカ・コーラ	3,968	△76	△1.9	△440	△10.0
	コカ・コーラゼロ	1,789	△231	△11.4	△252	△12.3
	ファンタ	2,423	△256	△9.5	△444	△15.5
	ジョージア	8,842	△18	△0.2	△160	△1.8
	爽健美茶	3,655	△403	△9.9	△641	△14.9
	アクエリアス	9,026	△31	△0.3	△63	△0.7
	綾鷹	3,208	+120	+3.9	+318	+11.0
	い・ろ・は・す	3,003	△164	△5.2	+739	+32.6
小 計	35,914	△1,058	△2.9	△944	△2.6	
その他	10,144	△582	△5.4	+816	+8.8	
RTD ^{※2} 商品	46,058	△1,641	△3.4	△128	△0.3	
シロップ・パウダー	10,863	+288	+2.7	△737	△6.4	
合 計	56,921	△1,353	△2.3	△864	△1.5	

※1 計画は2012年8月2日発表の業績予想に基づく数値。

※2 RTD : パッケージ商品

第3四半期累計決算(1-9月) - チャネル別・パッケージ別 販売数量

(単位:千ケース、%)

■チェーンストア	第3四半期 累計実績	計画比*		前年比	
		増減	増減率	増減	増減率
小型PET (1,000ml 未満)	17,279	△495	△2.8	+1,850	+12.0
中型PET (1,500ml 未満)	928	△9	△1.0	+155	+20.0
大型PET (1,500ml 以上)	27,134	△161	△0.6	+1,156	+4.5
缶	9,613	+27	+0.3	△1,376	△12.5
その他	1,990	+72	+3.7	+438	+28.2
合計	56,945	△567	△1.0	+2,225	+4.1

(単位:千ケース、%)

■ベンディング	第3四半期 累計実績	計画比*		前年比	
		増減	増減率	増減	増減率
小型PET (1,000ml 未満)	13,560	△388	△2.8	+1,179	+9.5
中型PET (1,500ml 未満)	3	+1	+18.9	△1	△26.6
大型PET (1,500ml 以上)	155	+16	+11.6	△24	△13.4
缶	22,923	△468	△2.0	△2,184	△8.7
その他(ボトル缶他)	2,520	+140	+5.9	+493	+24.3
シロップ・パウダー	556	△34	△5.8	△1,161	△67.6
合計	39,717	△734	△1.8	△1,698	△4.1

(単位:千ケース、%)

■リテール・フードサービス	第3四半期 累計実績	計画比*		前年比	
		増減	増減率	増減	増減率
小型PET (1,000ml 未満)	4,062	+181	+4.7	+285	+7.5
中型PET (1,500ml 未満)	105	+9	+9.1	△13	△11.2
大型PET (1,500ml 以上)	2,039	+32	+1.6	+23	+1.1
缶	2,229	△102	△4.4	△337	△13.1
その他	1,513	△143	△8.6	△172	△10.2
シロップ・パウダー	14,509	+44	+0.3	+257	+1.8
合計	24,457	+21	+0.1	+43	+0.2

* 計画は2012年8月2日発表の業績予想に基づく数値。

第3四半期決算(7-9月) - チャネル別・パッケージ別 販売数量

(単位:千ケース、%)

■チェーンストア	第3四半期 実績	計画比 [※]		前年比	
		増減	増減率	増減	増減率
小型PET (1,000ml 未満)	7,305	△495	△6.3	+736	+11.2
中型PET (1,500ml 未満)	468	△9	△2.0	+78	+19.9
大型PET (1,500ml 以上)	12,577	△161	△1.3	+302	+2.5
缶	3,176	+27	+0.9	△700	△18.1
その他	887	+72	+8.8	+84	+10.5
合計	24,413	△567	△2.3	+500	+2.1

(単位:千ケース、%)

■ベンディング	第3四半期 実績	計画比 [※]		前年比	
		増減	増減率	増減	増減率
小型PET (1,000ml 未満)	6,186	△388	△5.9	+691	+12.6
中型PET (1,500ml 未満)	2	+1	+40.2	△0	△8.9
大型PET (1,500ml 以上)	51	+16	+46.2	△20	△28.2
缶	7,647	△468	△5.8	△1,061	△12.2
その他(ボトル缶他)	851	+140	+19.6	△115	△11.9
シロップ・パウダー	146	△34	△19.1	△102	△41.3
合計	14,883	△734	△4.7	△607	△3.9

(単位:千ケース、%)

■リテール・フードサービス	第3四半期 実績	計画比 [※]		前年比	
		増減	増減率	増減	増減率
小型PET (1,000ml 未満)	1,783	+181	+11.3	+172	+10.7
中型PET (1,500ml 未満)	53	+9	+19.6	+6	+12.0
大型PET (1,500ml 以上)	914	+32	+3.6	+43	+5.0
缶	771	△102	△11.7	△102	△11.7
その他	550	△143	△20.6	△137	△20.0
シロップ・パウダー	5,540	+44	+0.8	+17	+0.3
合計	9,611	+21	+0.2	△1	△0.0

※ 計画は2012年8月2日発表の業績予想に基づく数値。

第4四半期(10-12月) - ブランド別 販売数量計画

(単位:千ケース、%)

		第4四半期 計画	前年比	
			増減	増減率
コア 8	コカ・コーラ	2,880	△251	△ 8.0
	コカ・コーラゼロ	1,374	△95	△ 6.4
	ファンタ	1,834	+24	+1.3
	ジョージア	10,290	△509	△ 4.7
	爽健美茶	2,537	△30	△ 1.2
	アクエリアス	2,725	+96	+3.6
	綾鷹	2,224	△50	△ 2.2
	い・ろ・は・す	1,826	+272	+17.5
	小 計	25,689	△544	△ 2.1
その他		8,693	+434	+5.3
RTD [※] 商品		34,382	△110	△ 0.3
シロップ・パウダー		9,618	△101	△ 1.0
合 計		44,000	△211	△ 0.5

※ RTD : パッケージ商品

第4四半期(10-12月) - チャネル別・パッケージ別 販売数量計画

(単位:千ケース、%)

■チェーンストア	第4四半期 計画	前年比	
		増減	増減率
小型PET (1,000ml 未満)	5,243	+630	+13.7
中型PET (1,500ml 未満)	416	+201	+93.7
大型PET (1,500ml 以上)	6,530	△296	△4.3
缶	3,072	△489	△13.7
その他	337	△138	△29.1
合計	15,598	△92	△0.6

(単位:千ケース、%)

■ベンディング	第4四半期 計画	前年比	
		増減	増減率
小型PET (1,000ml 未満)	4,173	+636	+18.0
大型PET (1,500ml 以上)	24	△18	△43.8
缶	7,995	△152	△1.9
その他(ボトル缶他)	670	△157	△19.0
シロップ・パウダー	158	△78	△33.0
合計	13,020	+230	+1.8

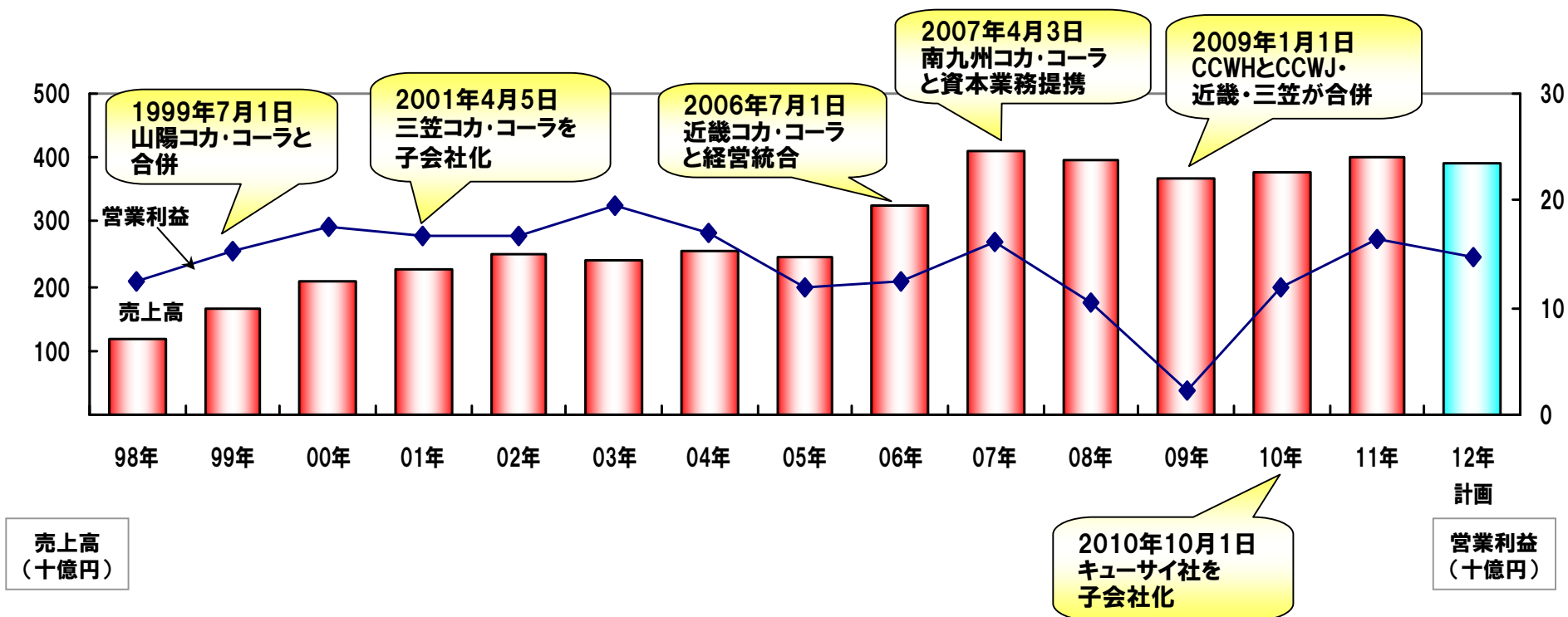
(単位:千ケース、%)

■リテール・フードサービス	第4四半期 計画	前年比	
		増減	増減率
小型PET (1,000ml 未満)	1,189	+36	+3.1
中型PET (1,500ml 未満)	36	+9	+34.3
大型PET (1,500ml 以上)	501	+9	+1.8
缶	874	+22	+2.6
その他	618	△47	△7.0
シロップ・パウダー	4,814	△50	△1.0
合計	8,032	△21	△0.3

業績の推移

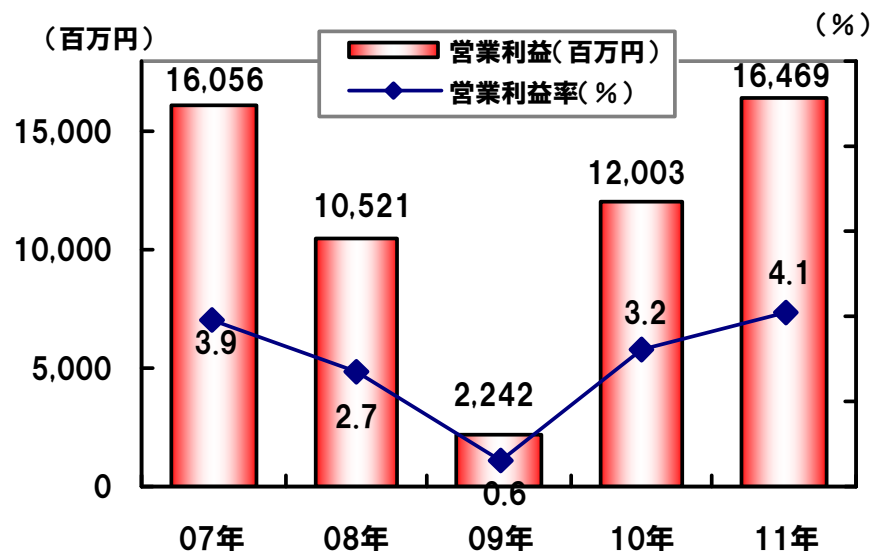
(単位: 百万円)

	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年 計画
売上高	117,991	164,731	207,827	226,111	247,737	240,825	253,248	245,874	327,821	409,521	395,556	369,698	375,764	399,717	392,800
営業利益	12,533	15,160	17,449	16,634	16,704	19,638	16,860	11,830	12,321	16,056	10,521	2,242	12,003	16,469	14,700
経常利益	12,510	15,889	18,516	16,021	17,005	19,895	17,065	12,256	13,225	17,493	11,048	2,085	12,659	16,044	14,800
当期純利益	5,872	6,823	5,700	1,420	7,086	9,380	8,564	7,305	7,570	9,375	129	△7,594	7,582	6,997	7,400

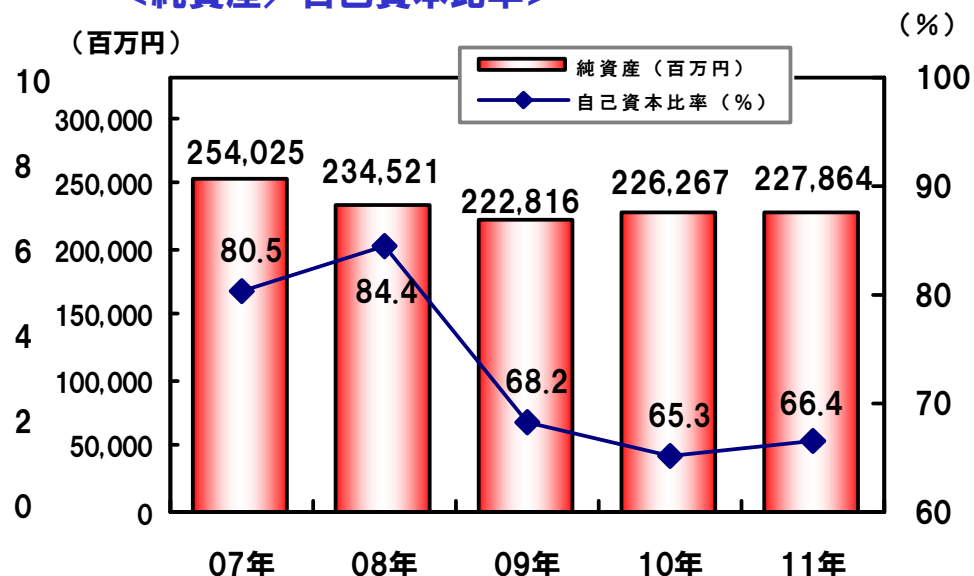


経営指標の推移

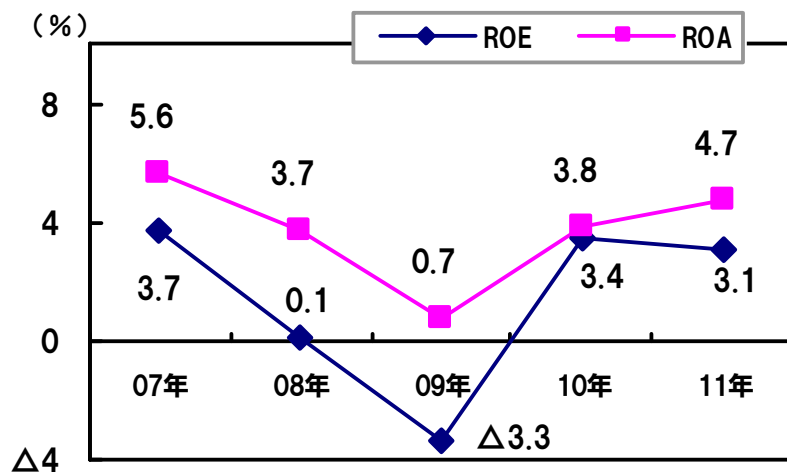
<営業利益／営業利益率>



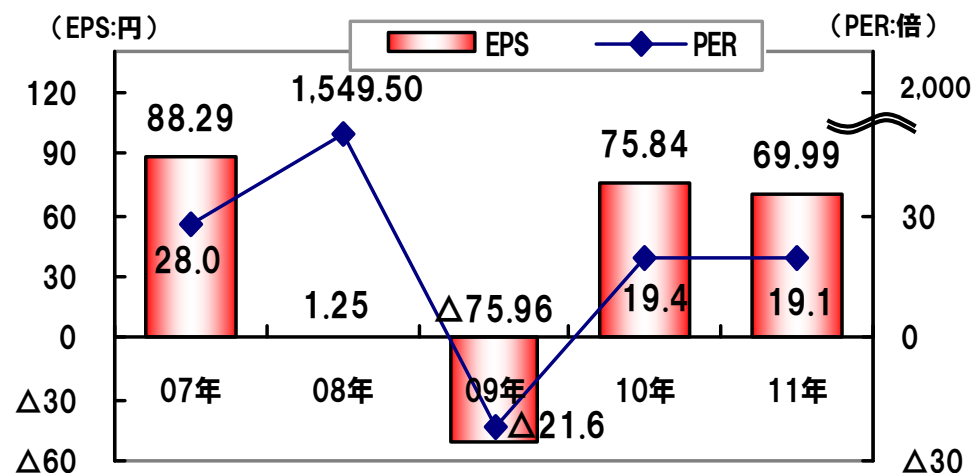
<純資産／自己資本比率>



<総資産経常利益率(ROA)／自己資本当期純利益率(ROE)>



<1株当たり当期純利益(EPS)／株価収益率(PER)>



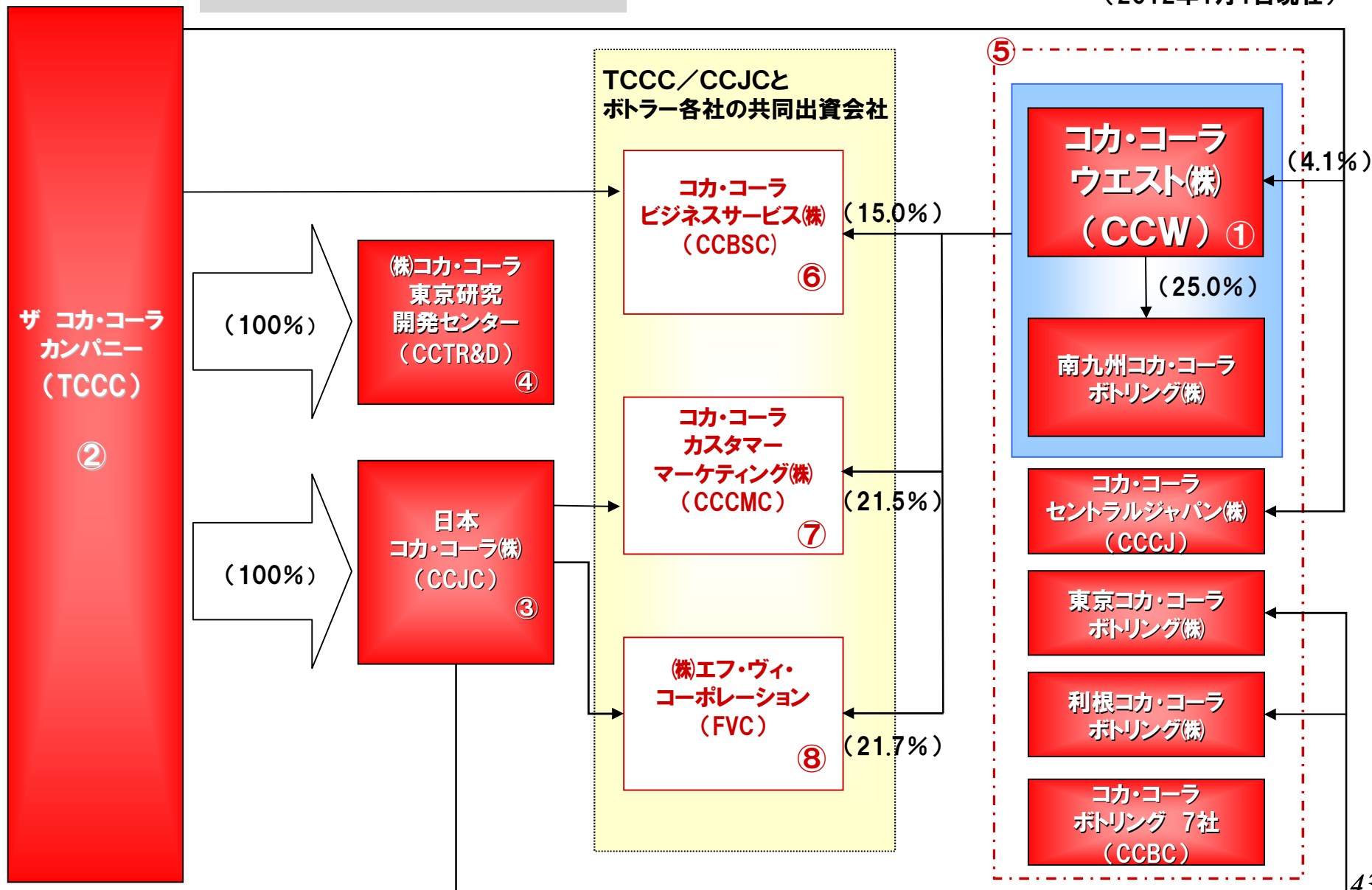
EPS = 当期純利益 ÷ 期中平均株式数

PER = 期末株価 ÷ EPS

日本のコカ・コーラシステム — 出資関係

→ 出資 ()は持株比率

(2012年1月1日現在)



コカ・コーラ関連企業とその役割

①コカ・コーラウエスト株式会社 (CCW社)

2006年7月にコカ・コーラウエストジャパン株式会社(CCWJ)と近畿コカ・コーラボトリング株式会社の経営統合により、日本最大のボトラー「コカ・コーラウエストホールディングス株式会社(CCWH)」が誕生。2007年3月には、南九州コカ・コーラボトリング株式会社と資本業務提携を行う。2009年1月1日に、CCWHとCCWJ、近畿社、三笠社が合併し、CCWが誕生した。

②ザ コカ・コーラ カンパニー (TCCC)

1919年に米国ジョージア州アトランタに設立。コカ・コーラ社製品の製造・販売をボトラーに許諾する権利を有し、同社もしくは、その子会社とボトラー社がボトリング契約を結ぶ。

③日本コカ・コーラ株式会社 (CCJC)

1957年に米国 ザ コカ・コーラ カンパニーの全額出資により、日本飲料工業株式会社として東京都に設立。1958年に日本コカ・コーラ株式会社に社名変更。日本におけるマーケティング、企画、コカ・コーラ等の原液の製造を行う。

④株式会社コカ・コーラ東京研究開発センター (CCTR&D)

1993年1月に米国 ザ コカ・コーラ カンパニーの全額出資により設立。1995年1月より、アジア地域のニーズに即した製品開発・技術サポートを行う。

⑤コカ・コーラ ボトラー社 (CCBC)

日本には、12のボトラー社があり各担当地域別に製品の製造および販売を行う。

⑥コカ・コーラ ビジネスサービス株式会社 (CCBSC)

ザ コカ・コーラカンパニーおよびボトラー社の共同出資により、1999年6月設立。日本のコカ・コーラシステムにおける原材料・資材の共同調達業務、およびビジネスコンサルティングや、それを支える情報システムの開発、その保守運用業務全般を担う。

⑦コカ・コーラ カスタマーマーケティング株式会社 (CCCMC)

日本コカ・コーラ社および全ボトラー社の共同出資により2007年1月設立。全国規模のコンビニエンスストアやスーパーマーケットなどの大手小売店に対する商談窓口機能を担うほか、販売促進や店頭活動に関する提案を行う。

⑧株式会社エフ・ヴィ・コーポレーション (FVC)

日本コカ・コーラ社および全ボトラーの共同出資により、2001年5月に設立。自販機事業において広域法人への営業を行い、コカ・コーラ社製品以外の商品も扱う。

用語の解説

用語	解説
チャンネル	
・ベンディング	自動販売機を通じてお客さまに商品を届けるビジネスのこと(小売業)
・チェーンストア	スーパーマーケットにおけるビジネスのこと(卸売業)
・コンビニエンスストア/ CVS	コンビニエンスチェーン店の手売りマーケットにおけるビジネスのこと
・リテール	一般食料品店、酒屋などの手売りマーケットにおけるビジネスのこと
・フードサービス	外食マーケットにおいて、シロップ販売を行うビジネスのこと
ベンディング関係	
・レギュラー方式設置自販機	お客様が管理されている、当社無償貸与の自販機(当社がお客様へ卸売した商品を販売)
・フルサービス方式設置自販機	当社が直接設置し、管理(製品補給、売上金管理等)している自販機
・アウトドア(マーケット)	屋外の自動販売機で、利用するお客様が比較的不特定
・インドア(マーケット)	屋内の自動販売機で、利用するお客様が比較的特定
・VPM (Volume Per Machine)	自販機1台当たりのセールス
・VPPM (Volume and Profit Per Machine)	自販機1台当たりのセールスと利益
チェーンストア関係	
・ナショナルチェーン	コカ・コーラナショナルセールス社扱いのナショナルチェーンスーパーマーケット
・リージョナルチェーン	2つ以上のボトラー社にまたがってストア展開を行っているチェーンスーパーマーケット
・ローカルチェーン	1つのボトラー社内でのみストア展開を行っているチェーンスーパーマーケット
その他	
・トレードマーケティング	売場におけるブランドマーケティングを展開することであり、購買者やお客様に関する知識を活用し、購買者の商品購入数や購入価値の向上につながる売場戦略を構築すること。
・OBPPC	Occasion, Brand, Package, Price, Channel
・PicOS (ピクチャー・オブ・サクセス)	売場のあるべき姿を視覚的なビジュアルガイドにする。理想の売場。
・HORECA (ホレカ)	Hotel, Restaurant, Caféなどの業態。

将来見通しに関する注意事項

この資料に掲載しております当社の計画および業績の見通し、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、予めご承知お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
- ・事業環境をとりまく経済動向の変動
- ・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