

みんなの あしたに ハッピーを

Coca-Cola **West**

2013年12月期 第3四半期 決算説明会

2013年11月5日

コカ・コーラ ウェスト株式会社（2579）

[連絡先] 企画部(IR担当)

TEL 092-641-8774 FAX 092-641-9128

[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. トピックス

【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・チャンネル別 構成比

業種別自動販売機の販売状況

第3四半期 販売数量実績

チャンネル別・パッケージ別 販売数量

第4四半期 販売数量計画

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

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

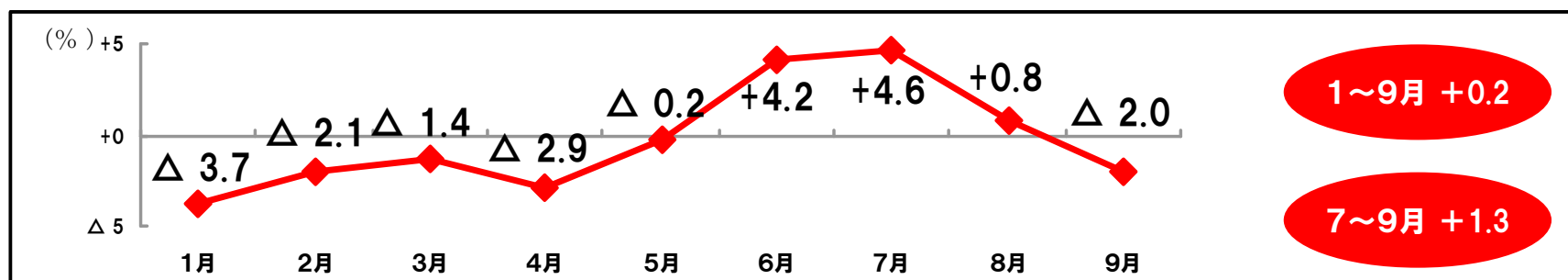
- 第3四半期累計の販売数量は、計画を下回ったものの、対前年ではプラス。(実質比較)
- 第3四半期は、8月中旬以降の天候不順が影響し、計画未達となったものの、対前年プラスで着地。

(単位:千ケース、%)	2013年第3四半期 累計実績	計画比 ^{※1}		前年比		【参考】実質比較 前年比 ^{※2}	
		増減	増減率	増減	増減率	増減	増減率
		販売数量	163,292	△855	△0.5	+20,247	+14.2
CCWエリア	142,538						
南九州エリア(4~9月)	20,754						

※1 計画は2013年7月26日発表の業績予想に基づく数値

※2 前年実績には、南九州の4-9月実績を含む

販売数量 月別の推移 (前年比^{※2})



第3四半期累計決算(1-9月) - チャネル別 販売数量

■ チェーンストアの販売数量は、計画・前年を上回った。

→スーパーマーケットでは、小型PETを中心に販売数量が拡大。

→一方、コンビニエンスストアでは、ジョージア、い・ろ・は・すが苦戦し、対前年・計画ともマイナス。

■ 収益性の高いベンディングの販売数量は対計画・前年でマイナス。

→自動販売機の稼働台数は計画を下回り、前年からも減少。

→バリュープロモーションの効果はあったものの、VPM^{※1}は低下。

(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}	50,664	+819	+1.6	+9,849	+24.1
コンビニエンスストア	17,618	△407	△2.3	+1,488	+9.2
チェーンストア 計	68,282	+412	+0.6	+11,337	+19.9
ベンディング	44,643	△645	△1.4	+4,926	+12.4
リテール	11,175	△6	△0.1	+1,531	+15.9
フードサービス	15,827	△195	△1.2	+1,014	+6.8
その他	23,365	△421	△1.8	+1,440	+6.6
合計	163,292	△855	△0.5	+20,247	+14.2

【参考】実質比較

前年比 ^{※4}	
増減	増減率
+3,168	+6.7
△545	△3.0
+2,623	+4.0
△1,011	△2.2
△706	△5.9
△571	△3.5
△9	△0.0
+327	+0.2

※1 自動販売機1台当たりの販売数量

※2 計画は2013年7月26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

※4 前年実績には、南九州の4-9月実績を含む

第3四半期累計決算(1-9月) - パッケージ別 販売数量

■ 収益性の高い小型PETの販売数量は計画・前年を上回った。

→スーパーマーケットで小型PET、ミニPETの販売を強化。

→ベンディングでは、缶から利便性の高いリシーラブル商品(小型PET)への切り替えを実施。

■ 一方、缶の販売数量は、対計画・前年で大幅に減少。

→ジョージアの販売不振。

→ベンディングにおいて、リシーラブル商品(小型PET)へ切替え。

【参考】実質比較

(単位:千ケース、%)		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
PET	小型(1,000ml 未満)	44,762	+525	+1.2	+9,506	+27.0
	中型(1,500ml 未満)	1,425	△122	△7.9	+389	+37.6
	大型(1,500ml 以上)	34,437	+176	+0.5	+5,105	+17.4
	計	80,624	+579	+0.7	+15,000	+22.9
	缶(ボトル缶含む)	40,892	△1,185	△2.8	+2,255	+5.8
	その他	9,952	△55	△0.5	+578	+6.2
	シロップ・パウダー	31,825	△194	△0.6	+2,413	+8.2
	合 計	163,292	△855	△0.5	+20,247	+14.2

前年比 ^{※2}	
増減	増減率
+3,648	+8.9
+259	+22.2
+932	+2.8
+4,839	+6.4
△4,057	△9.0
+125	+1.3
△581	△1.8
+327	+0.2

※1 計画は2013年7月26日発表の業績予想に基づく数値

※2 前年実績には、南九州の4-9月実績を含む

第3四半期累計決算(1-9月) – ブランド別 販売数量

- コカ・コーラ、コカ・コーラ ゼロの販売数量は、キャンペーン効果により、計画・前年ともに上回った。
- 綾鷹、アクエリアスは、夏場の配荷強化・シェアアップ活動により計画・前年を上回った。
- ジョージアは、ベンディングとコンビニエンスストアでの販売が低迷しており、計画・前年を大きく下回った。

【参考】実質比較

(単位:千ケース、%)		第3四半期 累計実績	計画比 ^{※2}		前年比		前年比 ^{※3}	
			増減	増減率	増減	増減率	増減	増減率
コ ア 8	コカ・コーラ	11,696	+297	+2.6	+1,763	+17.7	+279	+2.4
	コカ・コーラゼロ	5,696	+211	+3.8	+1,242	+27.9	+627	+12.4
	ファンタ	6,874	+333	+5.1	+1,165	+20.4	+315	+4.8
	ジョージア	31,485	△747	△2.3	+3,146	+11.1	△1,778	△5.3
	爽健美茶	9,136	△351	△3.7	+868	+10.5	+54	+0.6
	アクエリアス	19,772	+288	+1.5	+3,544	+21.8	+1,057	+5.6
	綾鷹	10,734	+371	+3.6	+3,136	+41.3	+1,104	+11.5
	い・ろ・は・す	7,534	△498	△6.2	+907	+13.7	+60	+0.8
	小計	102,925	△96	△0.1	+15,771	+18.1	+1,719	+1.7
その他	28,543	△564	△1.9	+2,063	+7.8	△812	△2.8	
RTD ^{※1} 計		131,468	△660	△0.5	+17,834	+15.7	+907	+0.7
シロップ・パウダー		31,825	△194	△0.6	+2,413	+8.2	△581	△1.8
合計		163,292	△855	△0.5	+20,247	+14.2	+327	+0.2

※1 パッケージ商品

※2 計画は2013年7月26日発表の業績予想に基づく数値

※3 前年実績には、南九州の4-9月実績を含む

第3四半期累計決算(1-9月)

(単位:百万円、%)

	2013年 第3四半期 累計 実績	計画※	計画比		2012年 第3四半期 累計 実績	前年比	
			増減	増減率		増減	増減率
売上高	327,218	330,600	△3,381	△1.0	296,400	+30,818	+10.4
売上総利益	163,455	166,700	△3,244	△1.9	146,312	+17,143	+11.7
営業利益	13,302	14,300	△997	△7.0	10,457	+2,845	+27.2
経常利益	14,017	14,900	△882	△5.9	10,460	+3,556	+34.0
当期純利益	15,832	16,300	△467	△2.9	4,507	+11,324	+251.2

※ 計画は2013年7月26日発表の業績予想に基づく数値

【参考】実質比較(前年実績に南九州の4-9月実績を含む)

(単位:百万円、%)

	2013年 第3四半期 累計 実績	前年比	
		増減	増減率
売上高	327,218	△2,512	△0.8
営業利益	13,302	+1,369	+11.5

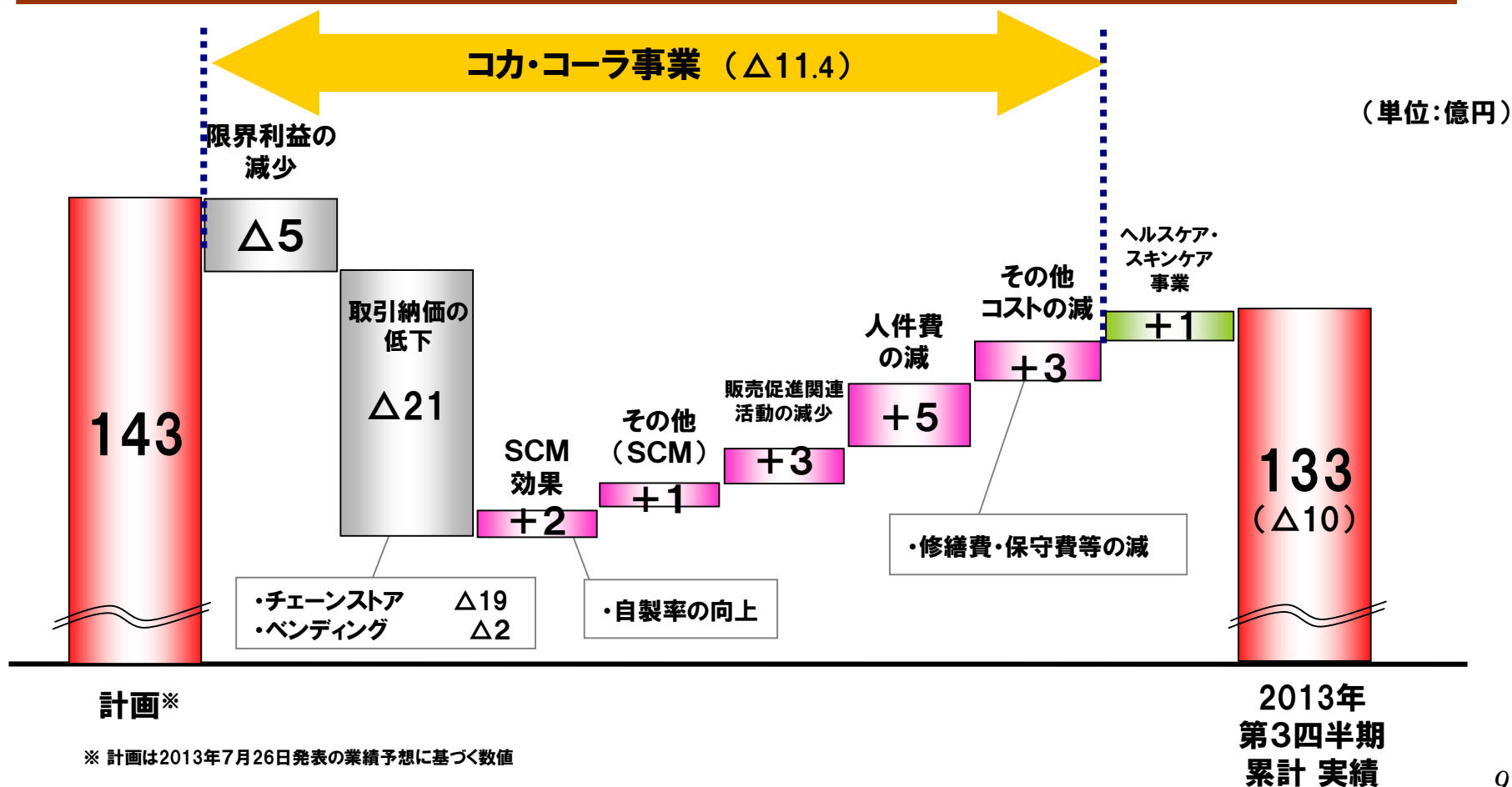
第3四半期累計決算(1-9月) — 増減要因(計画※との比較)

	計画※	2013年 第3四半期 累計 実績	増減	(単位:億円)	
				主な増減要因	増減額
売上高	3,306	3,272	△33	・コカ・コーラ事業 ・ヘルスケア・スキンケア事業	△30.7 △3.0
売上総利益	1,667	1,634	△32	・コカ・コーラ事業 ・ヘルスケア・スキンケア事業	△29.9 △2.5
営業利益	143	133	△10	販管費の増減	
				・人件費の減	+5.7
				・販促費、広告宣伝費の減	+2.3
				・販売手数料の減	+2.4
				・販売機器費の増	△3.0
				・業務委託費の減	+7.6
				・輸送費の増	△7.6
				・減価償却費の減	+1.9
				・ヘルスケア・スキンケア事業	+3.9
経常利益	149	140	△8		
当期純利益	163	158	△4	・法人税等	+4.2

※ 計画は2013年7月26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) - 営業利益増減の要因(計画※との比較)

コカ・コーラ事業において、販売数量減少やチャネル構成悪化に加え、チェーンストアで取引納価が低下したことにより、限界利益が減少した。全社的にコスト削減を進めたものの、営業利益は計画を下回って着地した。また、ヘルスケア・スキンケア事業は対計画プラス1億円となった。



第3四半期累計決算(1-9月) - 増減要因(前年との比較)

	前年	2013年 第3四半期 累計実績	増減
売上高	2,964	3,272	+308
売上総利益	1,463	1,634	+171
営業利益	104	133	+28
経常利益	104	140	+35
当期純利益	45	158	+113

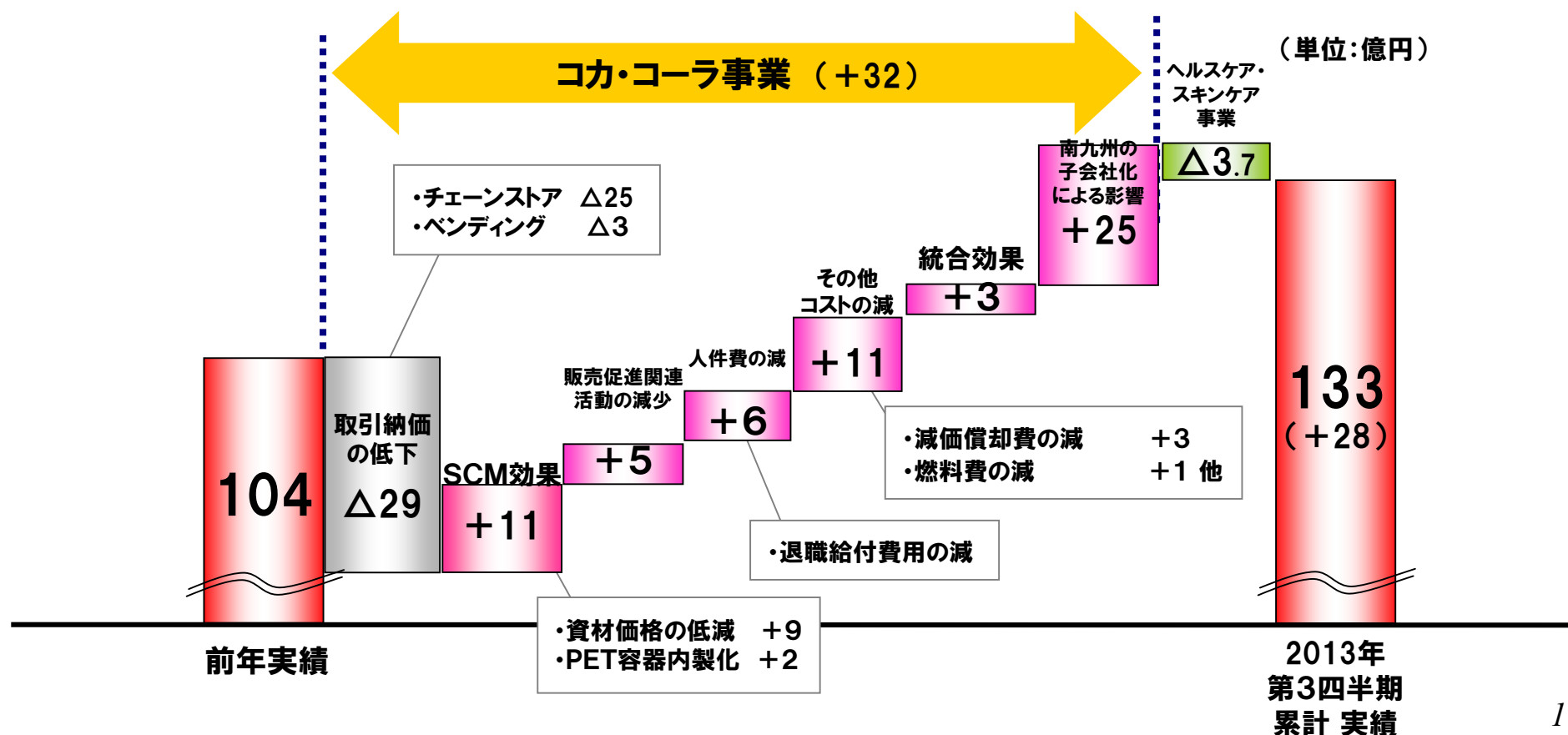
(単位:億円)

主な増減要因	増減額
・コカ・コーラ事業	+302.7
・ヘルスケア・スキンケア事業	+5.3
・コカ・コーラ事業	+166.7
・ヘルスケア・スキンケア事業	+4.6
販管費の増減	
・人件費の増	△43.7
・販売手数料の増	△29.2
・販売機器費の増	△15.7
・業務委託費の増	△6.9
・輸送費の増	△29.2
・減価償却費の増	△8.4
・ヘルスケア・スキンケア事業	△8.4
・営業外収益の増(持分法による投資利益等)	+8.7
・特別利益の増(負ののれん発生益)	+144.3
・特別損失の増(段階取得に係る差損等)	△59.6
・法人税等	△6.8

第3四半期累計決算(1-9月) - 営業利益増減の要因(前年との比較)

コカ・コーラ事業において、大型PETを中心に取引納価が低下したことにより、限界利益は対前年で減少した。一方で、南九州との経営統合効果やSCM効果があり、営業利益は対前年で32億円の増益となった。

ヘルスケア・スキンケア事業の営業利益が4億円減益となった要因は、上期に新規顧客獲得に向け広告宣伝費を投下したため。(第3四半期は対前年1億円の増益)



II. 第4四半期・通期 計画

第4四半期(10-12月) ブランド別 販売数量計画

コア8ブランドは対前年2.9%プラスの計画。*1

(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	3,614	+665	+22.6
	コカ・コーラゼロ	1,930	+439	+29.4
	ファンタ	2,043	+448	+28.1
	ジョージア	13,281	+2,636	+24.8
	爽健美茶	2,681	+502	+23.0
	アクエリアス	3,368	+826	+32.5
	綾鷹	3,257	+663	+25.5
	い・ろ・は・す	2,301	+631	+37.8
小計		32,473	+6,810	+26.5
その他		9,719	+1,741	+21.8
RTD*2 商品		42,192	+8,551	+25.4
シロップ・パウダー		10,434	+306	+3.0
合計		52,626	+8,857	+20.2

【参考】実質比較

前年比*1	
増減	増減率
+85	+2.4
+179	+10.2
+118	+6.1
△134	△ 1.0
+214	+8.7
+312	+10.2
△193	△ 5.6
+342	+17.5
+923	+2.9
+491	+5.3
+1,414	+3.5
△1,216	△ 10.4
+198	+0.4

*1 前年実績には、南九州の第4四半期実績を含む

*2 パッケージ商品

ブランド戦略

重点活動



- ▶ ウィンターキャンペーン（11月～）
 - ポーラベアとコカ・コーラのコラボレーション（ポーラベアグッズ）
 - クリスマスキャンペーン
 - クリスマス限定パッケージの導入

新商品/リニューアル、コミュニケーション



ウィンターキャンペーン

クリスマス限定
デザインパッケージ



- ▶ 当社オリジナル新商品の投入
 - 中国エリア限定『ぶち』発売
- ▶ 加温販売商品の拡大
 - 新商品の投入
- ▶ 全国キャンペーンの実施
- ▶ バリュープロモーションの実施
 - ベンディング、コンビニエンスストア

当社オリジナル



新商品

280mlPET

スリムPET



全国キャンペーン

ブランド戦略

重点活動

新商品/リニューアル、コミュニケーション

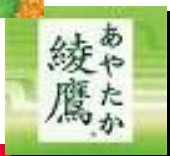


- ▶ 商品訴求の徹底
 - 「乾燥する季節の水分補給」をテーマに、秋冬の需要を向上
 - ニアパックプロモーションの展開
- ▶ アクエリアス ビタミン 強化
 - ニアパックサンプリングを通じて、新規愛飲者を獲得



アクエリアス ビタミン

ニアパックサンプリング



- ▶ 無糖茶 秋季キャンペーン
 - プレミアムを活用し、売場を活性化
- ▶ 映画タイアップキャンペーン
 - 鑑賞割引券のニアパックプロモーション
- ▶ 加温販売商品の投入



無糖茶秋季キャンペーン



映画「清須会議」
タイアップキャンペーン



第4四半期(10-12月) チャンネル別 販売数量計画

チェーンストアでは、販売数量増加と売上高単価向上により、売上高・利益を拡大。ベンディングでは、新規開発活動に注力し、自動販売機台数を増加させるとともに、秋・冬向けのOBPPCの強化とプロモーションの活用によりVPM※1を向上させることで、販売数量・売上高・利益を拡大。

(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 ※2	13,729	+3,255	+31.1
コンビニエンスストア	6,073	+1,123	+22.7
チェーンストア 計	19,802	+4,377	+28.4
ベンディング	15,541	+3,463	+28.7
リテール	3,878	+966	+33.2
フードサービス	5,538	+524	+10.4
その他	7,866	△473	△ 5.7
合計	52,626	+8,857	+20.2

※1 自動販売機1台当たりの販売数量

※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

【参考】実質比較

前年比 ※3	
増減	増減率
+872	+6.8
+128	+2.2
+1,000	+5.3
+732	+4.9
△49	△ 1.2
△266	△ 4.6
△1,219	△ 13.4
+198	+0.4

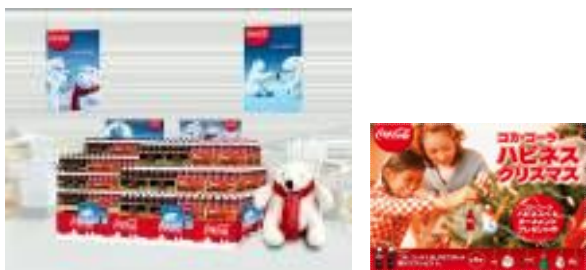
※3 前年実績には、南九州の第4四半期実績を含む

チャンネル戦略 - チェーンストア

環境分析を府県単位で行い、府県別の環境に応じたマーケティング戦略を行うことで、費用対効果を最大化する。

販売数量拡大の取組み

キャンペーンを活用した売場づくり



コカ・コーラTM ウィンターキャンペーン



アクエリアス
「乾燥する季節の水分補給」

売上高単価向上の取組み

パッケージ構成改善の取組み

クーラー・ラック、
ウォーマーの投入

- ・売場に応じ小型商品の販売機会を創出。



機器投入計画
+3,600 台
(2013年9月末稼働台数
:45,500台)

ミニPET(300ml)の配荷拡大

- ・レジ前売場では、加温販売切替時にミニPET中心の販売へ。

HOT商品



ミニPET



配荷計画(お得意さま)
+1,300 軒
(2013年9月末:2,500軒)

単価向上の取組み

業態間のパッケージ差別化

- ・価格競争による店頭価格下落を抑止。

業績管理の向上

- ・アカウント毎・店舗毎の損益分析により、効果的・効率的な営業活動を実施。

チャネル戦略 – ベンディング

自動販売機台数増加の取組み

新規開発活動の強化

第4四半期 新規設置計画 **5,000**台

- ・オペレーターのM&A等を実施。
- ・ピークシフト自販機を投入。
→大手のお得意さま(インドア)を中心に、1社管理を提案するなど、戦略的にピークシフト自販機を活用。



- ・オフィス商品を取り扱う企業と協働営業を行うなど、インドアロケーションの新規開発を強化。

VPM※向上の取組み

品揃えの強化

- ・新商品の投入。(加温販売商品の拡大。)



- ・個機に応じた最適な品揃えの実施。
→売上げ分析に基づき、ロケーションの特性に応じた商品を展開。



プロモーションの展開

- ・全国キャンペーン、バリュープロモーションの実施。



ジョージア
全国キャンペーン

240,000台

【対象】ジョージア 全商品



ジョージア
バリュープロモーション

80,000台

【対象】ジョージア 190g缶



コカ・コーラ ゼロ
ゼロリミットキャンペーン

25,000台

【対象】コカ・コーラ/
コカ・コーラ ゼロ
500ml PET

※ 自動販売機1台当たりの販売数量

第4四半期(10-12月)/通期(1-12月) 業績計画

■ 第4四半期の連結業績計画は、対前年で増収、営業利益で増益とする。

連結

(単位:百万円、%)	第4四半期			通期		
	計画	対前年		計画	対前年	
		増減	増減率		増減	増減率
売上高	110,000	+19,762	+21.9	440,600	+53,962	+14.0
売上総利益	55,700	+11,216	+25.2	222,400	+31,604	+16.6
営業利益	3,500	+493	+16.4	17,800	+4,336	+32.2
経常利益	3,000	△384	△11.3	17,900	+4,054	+29.3
当期純利益	1,400	△123	△8.1	17,700	+11,668	+193.5

コカ・コーラ事業

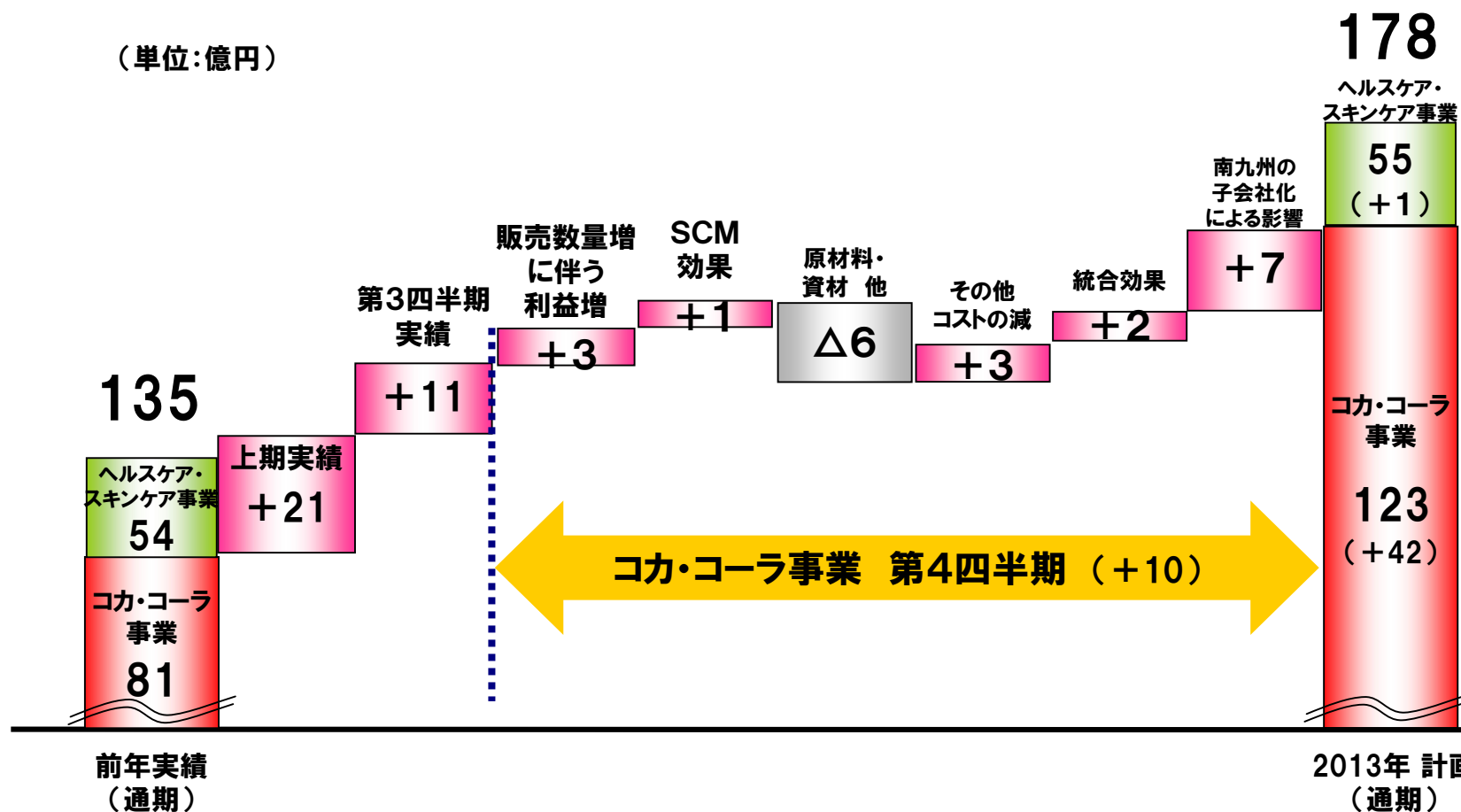
【参考】実質比較

(単位:百万円、%)	第4四半期			通期			通期	
	計画	対前年		計画	対前年		対前年 [*]	
		増減	増減率		増減	増減率	増減	増減率
売上高	100,200	+19,136	+23.6	402,600	+52,489	+15.0	+3,851	+1.0
営業利益	1,800	△121	△6.3	12,300	+4,238	+52.6	+1,917	+1.5

※前年実績に南九州の4~12月実績を含む 19

第4四半期計画(10-12月) - 営業利益達成のシナリオ(前年との比較)

コカ・コーラ事業では、チェーンストアでの売上高増加と、ベンディングでの販売数量拡大に取り組み、限界利益の増益を図る。また、南九州との統合効果を創出するとともに、コスト削減を行うことで、通期の営業利益計画123億円の達成を目指す。一方、ヘルスケア・スキンケア事業は、対前年1億円の増益を見込んでいる。



Ⅲ. トピックス

構造改革について

■ ボトラーとして保有する機能を整理

→ボトラーの基本である「売ること」、「作ること」に密接に関係する機能に特化。

→専門性が問われる機能については、業務品質の向上と効率化の追求を目指し、グループ外の協力会社へ移管。

	対象となる機能	対象者数
グループ外の協力会社へ移管	<ul style="list-style-type: none">・卸配送・拠点間輸送・倉庫内作業・非都市エリアの営業、自動販売機オペレーション、卸配送、拠点内勤	650名程度

■ グループ内の機能を集約・再配置

→営業機能や戦略立案機能など、ボトラーとしての基幹機能はCCW(本体)に集約。

→グループ会社が専門特化することで、付加価値創造ができる機能は、グループの機能会社に集約。

	対象となる機能	対象者数
グループ内で集約・再配置	<ul style="list-style-type: none">・拠点内勤、事務センター、コンタクトセンター・自動販売機オペレーション 等	2,000名程度

希望退職制度について

■ 希望退職制度

→グループ外に活躍の場を求める社員には、経済的支援と新たな活躍の場の探索支援を実施。

募集人数	最大300名
募集期間	2013年12月1日～12月20日（予定）
退職日	2014年3月31日（予定）
支援内容	退職加算一時金の支給および再就職支援会社による再就職支援の実施

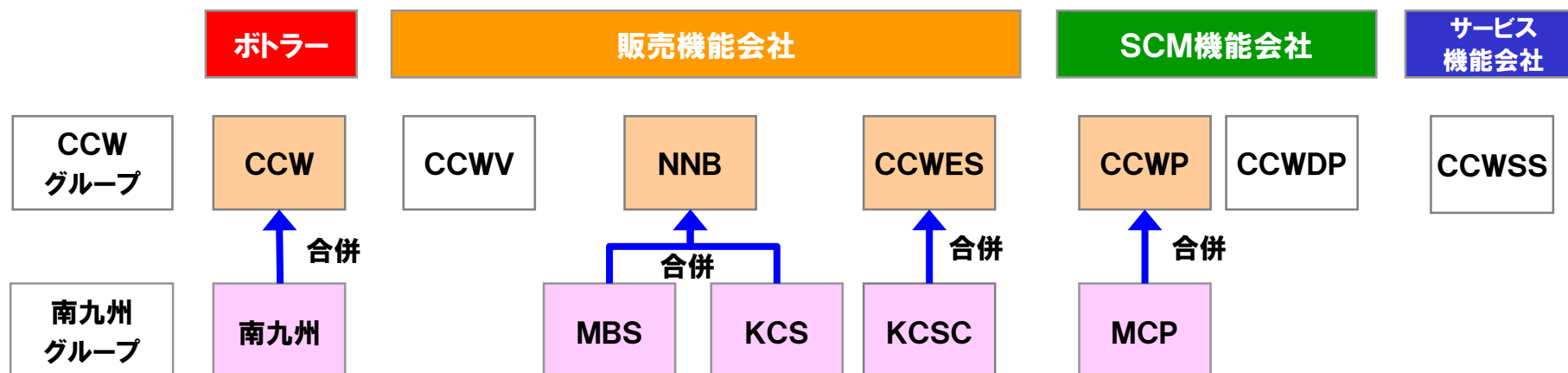
転籍、移籍、希望退職に伴う発生費用（転籍一時金、移籍一時金、退職加算一時金等）については、今期決算で特別損失として計上する予定。

⇒現時点で金額が確定しておらず、確定次第、速やかに公表する。

南九州グループとの合併

- 統合効果を早期に最大化することを目指し、2014年1月1日付で、機能別にCCWグループと南九州グループの合併を実施。

<2014年1月1日付>



【資料中の略称】

CCW: コカ・コーラウエスト	CCWES: コカ・コーラウエスト販売機器サービス	CCWP: コカ・コーラウエストプロダクツ
南九州: 南九州コカ・コーラホトリング	MBS: 南九州ビバレッジサービス	CCWDP: コカ・コーラウエスト大山プロダクツ
CCWV: コカ・コーラウエストベンディング	KCS: コーナン・コーヒー	MCP: 南九州コカ・コーラプロダクツ
NNB: 西日本ビバレッジ	KCSC: 興南カスタマーサービス	CCWSS: コカ・コーラウエストセールスサポート(仮称)

[参 考]

第3四半期決算(7-9月)

(単位:百万円、%)

	2013年 第3四半期 実績	計画*	計画比		2012年 第3四半期 実績	前年比	
			増減	増減率		増減	増減率
売上高	130,993	134,500	△3,506	△2.6	112,099	+18,893	+16.9
売上総利益	65,227	68,600	△3,372	△4.9	55,591	+9,636	+17.3
営業利益	8,519	9,600	△1,080	△11.3	7,299	+1,219	+16.7
経常利益	8,344	9,400	△1,055	△11.2	7,374	+970	+13.2
当期純利益	4,775	5,300	△524	△9.9	3,504	+1,271	+36.3

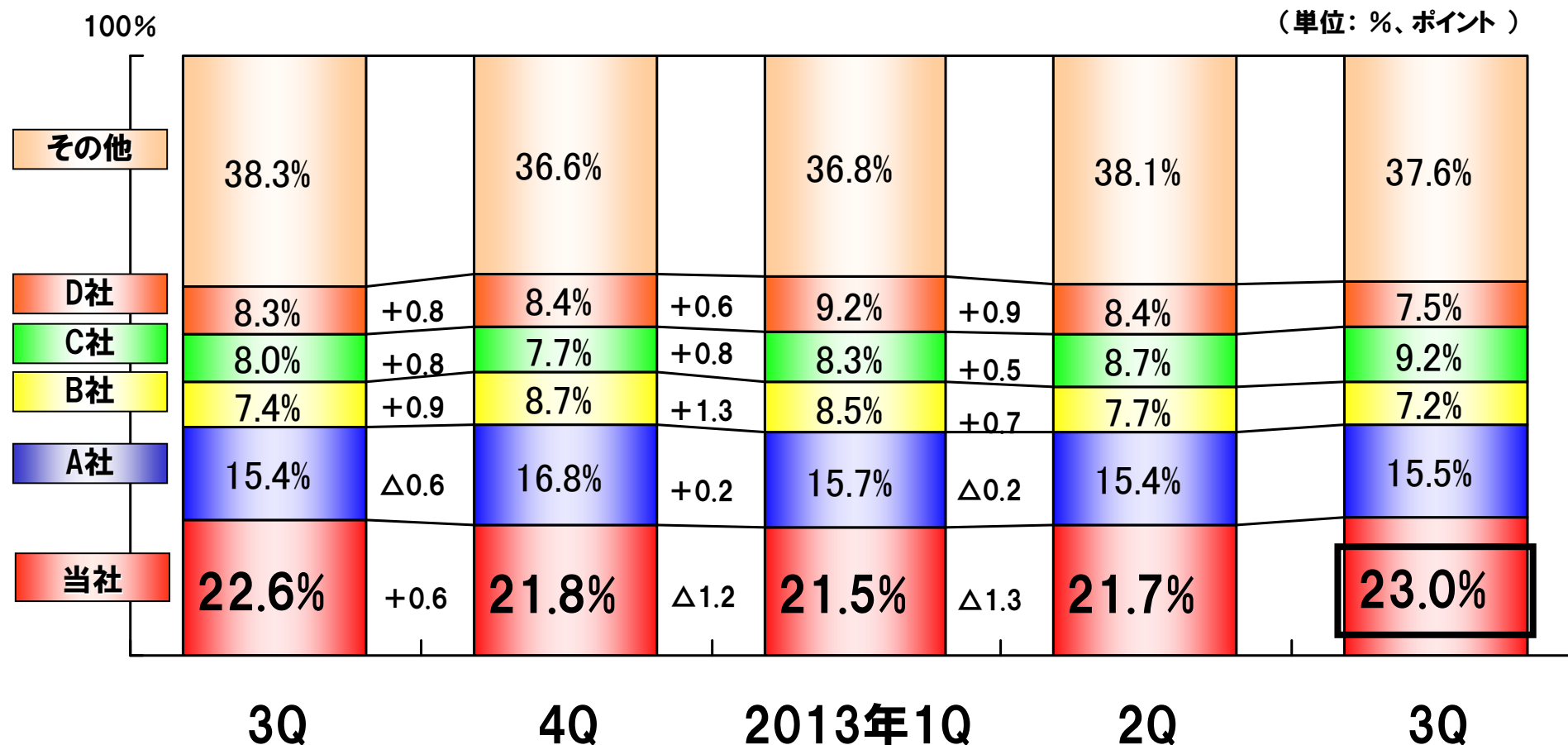
【参考】コカ・コーラ事業

(単位:百万円、%)

	2013年 第3四半期 実績	計画*	計画比		2012年 第3四半期 実績	前年比	
			増減	増減率		増減	増減率
売上高	121,900	125,000	△3,099	△2.5	103,193	+18,706	+18.1
営業利益	6,800	8,000	△1,200	△15.0	5,719	+1,081	+18.9

※ 計画は2013年7月26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

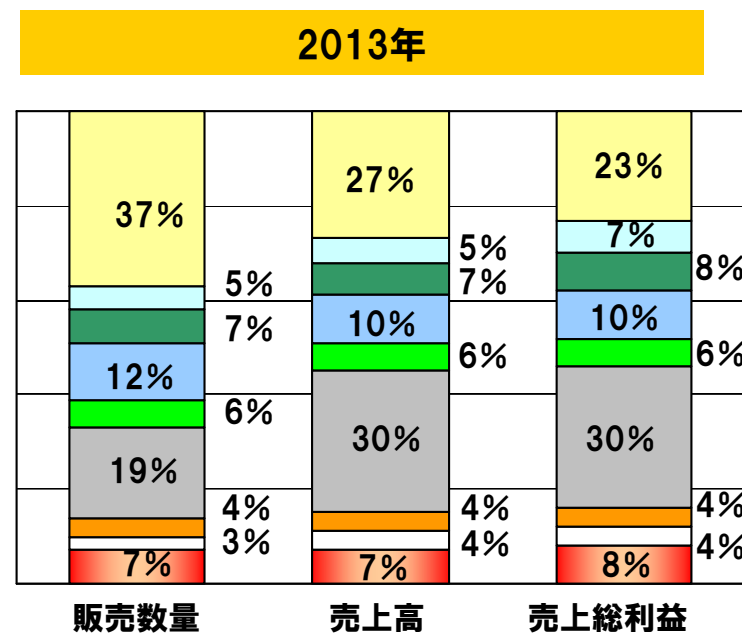
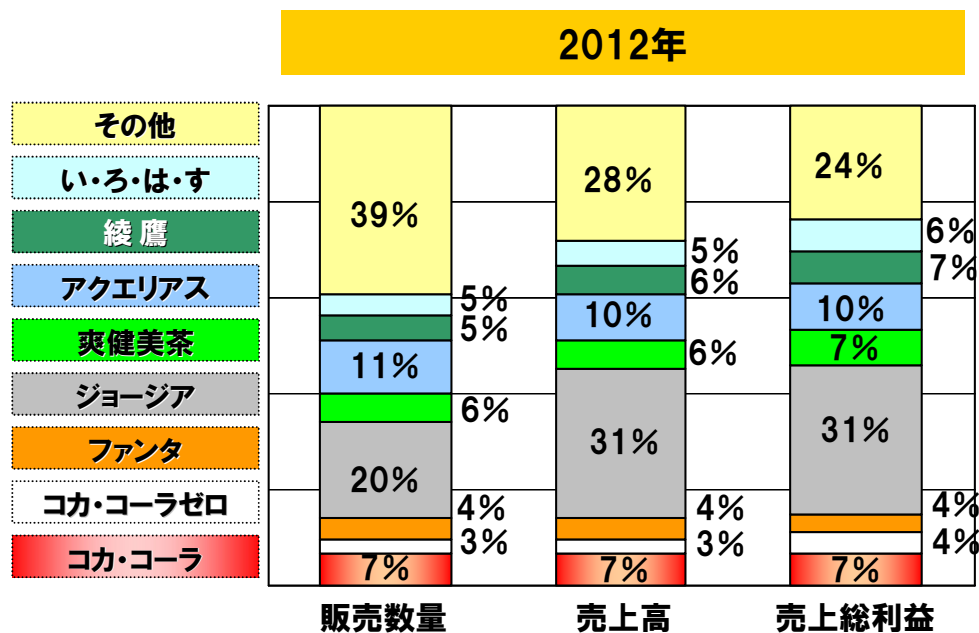
・2013年第1四半期より、調査会社のデータ取得方法が変更となっています。
それに伴い、2013年第1四半期の対前年同期の増減について、前年に遡って修正しています。

・2013年第2四半期より、南九州エリアを含んだマーケットシェアとしています。

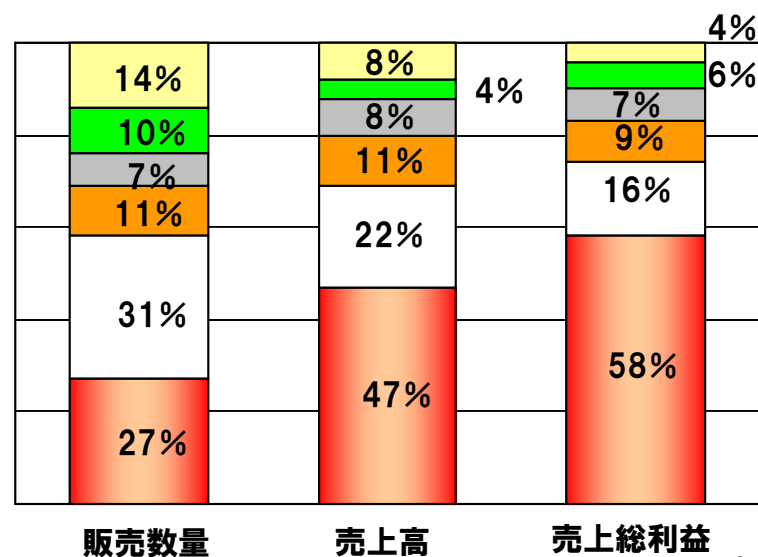
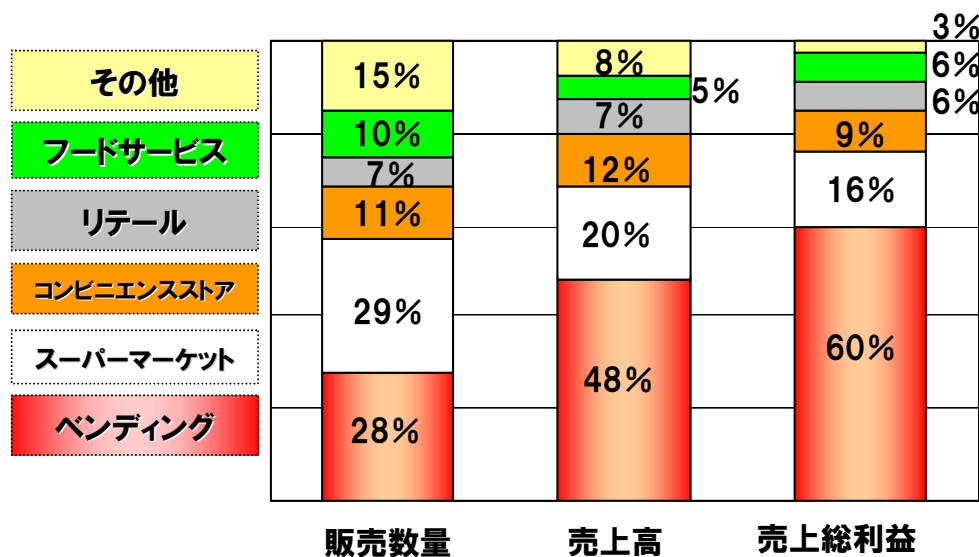
(出典: インテージ)

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



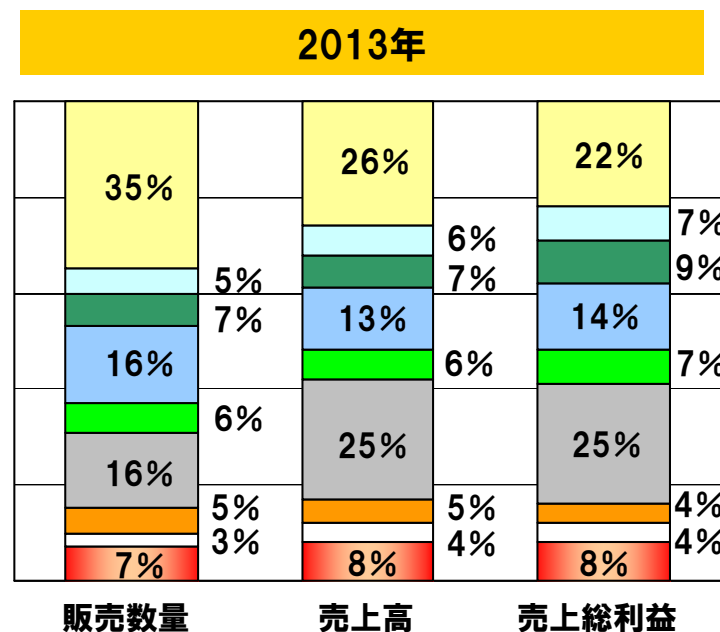
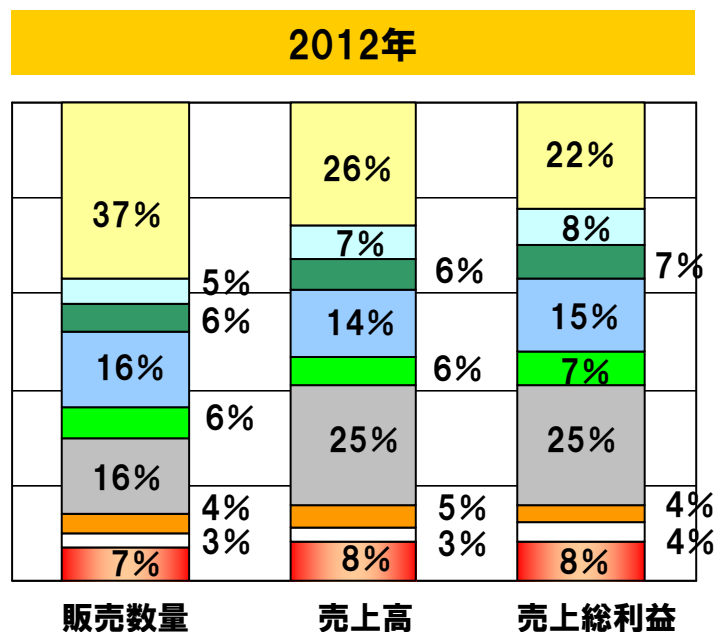
チャネル



第3四半期決算(7-9月) - ブランド別・チャネル別構成比

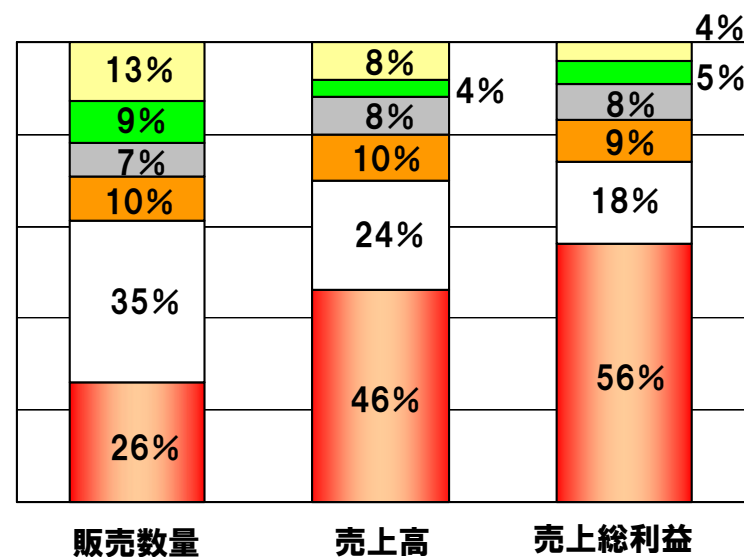
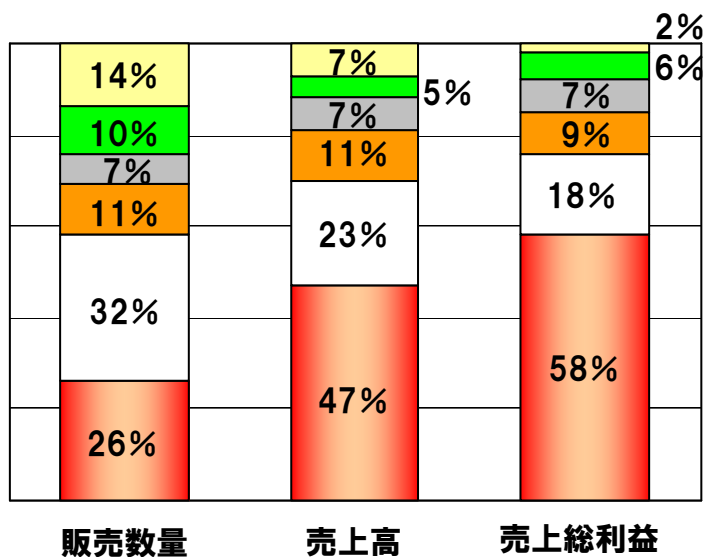
ブランド

- 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
- コンビニエンスストア
- 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

【CCWエリア】

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)	△4.7	△10.3	△4.7	△3.4	△2.7	△5.2	△0.6	△6.3	△3.9	△4.6
職域(工場等)	△5.8	△10.6	△7.6	△4.2	△3.4	△7.0	△2.3	△6.9	△3.7	△5.7
大規模小売店	△5.0	△6.7	△2.6	△4.7	△4.3	△3.0	△2.6	△4.7	△4.6	△4.2
交通	△2.4	△6.1	△0.6	△2.9	△0.6	△0.6	+0.8	△2.1	△2.3	△1.7
学校	△2.6	△8.8	+1.1	△3.5	+2.4	+0.8	+4.3	△6.4	△2.9	△1.2
娯楽施設	△2.4	△6.1	△1.4	△1.9	△4.6	△2.7	△1.0	△3.4	△0.4	△2.7
パチンコ	△5.1	△8.1	△6.7	△6.8	△5.8	△4.6	△5.7	△2.8	△6.2	△5.7
スポーツ施設	△3.8	△1.1	+0.9	△5.2	△1.3	△0.9	△1.1	△0.7	△2.7	△1.7
病院	△2.8	△8.2	△3.7	△2.7	△1.1	△2.1	+0.3	△3.2	△3.5	△2.9
宿泊施設	△0.3	△3.9	△1.5	△0.9	+0.5	+0.2	+0.5	+0.4	△0.1	△0.4
その他(インドア)	△4.9	△9.9	△3.9	△4.2	△3.2	△4.3	△0.2	△4.2	△4.4	△4.2
アウトドア	△6.3	△8.5	△2.7	△6.0	△3.2	△3.1	+0.1	△4.1	△4.2	△4.0
計	△4.9	△8.4	△3.9	△4.7	△3.0	△3.7	△1.1	△4.4	△3.9	△4.1

【南九州エリア】

計	△4.5	△0.4	△4.5	△4.3	△6.9	△2.6	+4.0	△1.3	+2.9	△1.9
---	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

※ 自動販売機1台当たりの販売数量

第3四半期決算(7-9月) - チャネル別 販売数量

【参考】実質比較

(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}	24,287	+819	+3.5	+5,851	+31.7
	コンビニエンスストア	6,874	△407	△5.6	+897	+15.0
チェーンストア 計		31,161	+412	+1.3	+6,748	+27.6
ベンディング		17,919	△645	△3.5	+3,036	+20.4
リテール		4,846	△6	△0.1	+918	+23.4
フードサービス		6,146	△195	△3.1	+464	+8.2
その他		8,561	△421	△4.7	+547	+6.8
合 計		68,634	△855	△1.2	+11,713	+20.6

前年比 ^{※3}	
増減	増減率
+1,966	+8.8
△163	△2.3
+1,803	+6.1
△65	△0.4
△260	△5.1
△397	△6.1
△222	△2.5
+858	+1.3

※1 計画は2013年7月26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。

※3 前年実績には、南九州の7-9月実績を含む

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 ^{※1}		前年比		
		増減	増減率	増減	増減率	
PET	小型(1,000ml未満)	20,079	+525	+2.7	+4,686	+30.4
	中型(1,500ml未満)	711	△122	△14.6	+188	+35.9
	大型(1,500ml以上)	16,890	+176	+1.1	+3,346	+24.7
	計	37,680	+579	+1.6	+8,219	+27.9
	缶(ボトル缶含む)	15,052	△1,185	△7.3	+2,199	+17.1
	その他	4,109	△55	△1.3	+365	+9.8
	シロップ・パウダー	11,792	△194	△1.6	+929	+8.5
	合計	68,634	△855	△1.2	+11,713	+20.6

※1 計画は2013年7月26日発表の業績予想に基づく数値。

【参考】実質比較

前年比 ^{※2}	
増減	増減率
+1,447	+7.8
+107	+17.7
+814	+5.1
+2,368	+6.7
△920	△5.8
+106	+2.6
△695	△5.6
+858	+1.3

※2 前年実績には、南九州の7-9月実績を含む

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	5,075	+297	+6.2	+1,107	+27.9
	コカ・コーラゼロ	2,407	+211	+9.6	+617	+34.5
	ファンタ	3,110	+333	+12.0	+687	+28.3
	ジョージア	10,961	△747	△6.4	+2,119	+24.0
	爽健美茶	4,097	△351	△7.9	+442	+12.1
	アケリアス	11,000	+288	+2.7	+1,975	+21.9
	綾鷹	4,962	+371	+8.1	+1,754	+54.7
	い・ろ・は・す	3,289	△498	△13.1	+286	+9.5
小計	44,902	△96	△0.2	+8,987	+25.0	
その他	11,940	△564	△4.5	+1,797	+17.7	
RTD ^{※2} 商品	56,842	△660	△1.1	+10,784	+23.4	
シロップ・パウダー	11,792	△194	△1.6	+929	+8.5	
合計	68,634	△855	△1.2	+11,713	+20.6	

【参考】実質比較

前年比 ^{※3}	
増減	増減率
+309	+6.5
+287	+13.5
+217	+7.5
△289	△2.6
△36	△0.9
+391	+3.7
+590	+13.5
△185	△5.3
+1,283	+2.9
+270	+2.3
+1,553	+2.8
△695	△5.6
+858	+1.3

※1 計画は2013年7月26日発表の業績予想に基づく数値。

※2 パッケージ商品

※3 前年実績には、南九州の7-9月実績を含む

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

【参考】実質比較

■チェーンストア (単位:千ケース、%)	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
小型PET(1,000ml未満)	21,643	+417	+2.0	+4,364	+25.3
中型PET(1,500ml未満)	1,302	△124	△8.7	+374	+40.3
大型PET(1,500ml以上)	32,308	+92	+0.3	+5,173	+19.1
缶	10,652	+12	+0.1	+1,039	+10.8
その他	2,377	+16	+0.7	+387	+19.4
合計	68,282	+412	+0.6	+11,337	+19.9

前年比 ^{※2}	
増減	増減率
+1,830	+9.2
+256	+24.5
+1,244	+4.0
△701	△6.2
+3	+0.1
+2,623	+4.0

■ベンディング (単位:千ケース、%)	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
小型PET(1,000ml未満)	17,594	+74	+0.4	+4,034	+29.8
大型PET(1,500ml以上)	217	+33	+17.9	+62	+40.1
缶	23,266	△710	△3.0	+343	+1.5
その他(ボトル缶他)	2,787	△48	△1.7	+266	+10.6
シロップ・パウダー	770	+3	+0.4	+214	+38.4
合計	44,643	△645	△1.4	+4,926	+12.4

前年比 ^{※2}	
増減	増減率
+1,835	+11.6
+54	+33.3
△2,437	△9.5
△96	△3.3
△373	△32.7
△1,011	△2.2

■リテール・フードサービス (単位:千ケース、%)	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
小型PET(1,000ml未満)	4,942	+36	+0.7	+880	+21.7
中型PET(1,500ml未満)	114	△1	△0.6	+9	+8.7
大型PET(1,500ml以上)	1,909	+49	+2.7	△130	△6.4
缶	2,780	△190	△6.4	+550	+24.7
その他	1,693	△20	△1.2	+180	+11.9
シロップ・パウダー	15,565	△75	△0.5	+1,056	+7.3
合計	27,002	△201	△0.7	+2,545	+10.4

前年比 ^{※2}	
増減	増減率
△26	△0.5
△2	△1.5
△365	△16.1
△353	△11.3
△47	△2.7
△483	△3.0
△1,277	△4.5

※1 計画は2013年7月26日発表の業績予想に基づく数値

※2 前年実績には、南九州の4-9月実績を含む

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

【参考】実質比較

■チェーンストア (単位:千ケース、%)	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
小型PET (1,000ml 未満)	9,467	+417	+4.6	+2,162	+29.6
中型PET (1,500ml 未満)	651	△124	△16.0	+183	+39.0
大型PET (1,500ml 以上)	15,924	+92	+0.6	+3,347	+26.6
缶	3,991	+12	+0.3	+816	+25.7
その他	1,128	+16	+1.4	+240	+27.1
合計	31,161	+412	+1.3	+6,748	+27.6

前年比 ^{※2}	
増減	増減率
+761	+8.7
+109	+20.2
+961	+6.4
△42	△1.0
+20	+1.8
+1,803	+6.1

■ベンディング (単位:千ケース、%)	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
小型PET (1,000ml 未満)	8,070	+74	+0.9	+1,883	+30.4
大型PET (1,500ml 以上)	81	+33	+68.5	+30	+58.8
缶	8,346	△710	△7.8	+699	+9.1
その他(ボトル缶他)	1,088	△48	△4.2	+237	+27.9
シロップ・パウダー	328	+3	+0.9	+182	+125.1
合計	17,919	△645	△3.5	+3,036	+20.4

前年比 ^{※2}	
増減	増減率
+647	+8.7
+26	+46.5
△665	△7.4
+40	+3.9
△117	△26.3
△65	△0.4

■リテール・フードサービス (単位:千ケース、%)	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
小型PET (1,000ml 未満)	2,270	+36	+1.6	+487	+27.3
中型PET (1,500ml 未満)	54	△1	△1.3	+0	+0.9
大型PET (1,500ml 以上)	883	+49	+5.9	△31	△3.4
缶	1,088	△190	△14.9	+318	+41.2
その他	679	△20	△2.9	+128	+23.3
シロップ・パウダー	6,019	△75	△1.2	+480	+8.7
合計	10,993	△201	△1.8	+1,381	+14.4

前年比 ^{※2}	
増減	増減率
△6	△0.2
△6	△9.9
△172	△16.3
△120	△9.9
+5	+0.8
△358	△5.6
△657	△5.6

※1 計画は2013年7月26日発表の業績予想に基づく数値

※2 前年実績には、南九州の7-9月実績を含む

第4四半期(10-12月) - パッケージ別 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
PET	小型(1,000ml未満)	13,493	+3,346	+33.0
	中型(1,500ml未満)	464	+182	+64.6
	大型(1,500ml以上)	8,932	+1,767	+24.7
計		22,888	+5,294	+30.1
缶(ボトル缶含む)		15,948	+2,820	+21.5
その他		3,355	+437	+15.0
シロップ・パウダー		10,434	+306	+3.0
合計		52,626	+8,857	+20.2

【参考】実質比較

前年比 [※]	
増減	増減率
+998	+8.0
+130	+39.0
+335	+3.9
+1,463	+6.8
△299	△1.8
+250	+8.1
△1,216	△10.4
+198	+0.4

※ 前年実績には、南九州の10-12月実績を含む

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

■チェーンストア (単位:千ケース、%)	第4四半期 計画	前年比	
		増減	増減率
小型PET(1,000ml未満)	6,370	+1,540	+31.9
中型PET(1,500ml未満)	429	+193	+81.9
大型PET(1,500ml以上)	8,305	+1,707	+25.9
缶	3,974	+781	+24.4
その他	723	+156	+27.5
合計	19,802	+4,377	+28.4

■ベンディング (単位:千ケース、%)	第4四半期 計画	前年比	
		増減	増減率
小型PET(1,000ml未満)	5,277	+1,381	+35.4
大型PET(1,500ml以上)	33	△22	△39.8
缶	9,193	+1,985	+27.5
その他(ボトル缶他)	768	△30	△3.7
シロップ・パウダー	269	+148	+121.6
合計	15,541	+3,463	+28.7

■リテール・フードサービス (単位:千ケース、%)	第4四半期 計画	前年比	
		増減	増減率
小型PET(1,000ml未満)	1,629	+448	+38.0
中型PET(1,500ml未満)	33	△12	△26.1
大型PET(1,500ml以上)	592	+81	+15.7
缶	1,169	+434	+59.0
その他	669	+159	+31.2
シロップ・パウダー	5,324	+380	+7.7
合計	9,417	+1,490	+18.8

【参考】実質比較

前年比 [※]	
増減	増減率
+540	+9.3
+146	+51.7
+373	+4.7
△51	△1.3
△8	△1.1
+1,000	+5.3

前年比 [※]	
増減	増減率
+507	+10.6
△31	△48.4
+613	+7.1
△222	△22.4
△136	△33.5
+732	+4.9

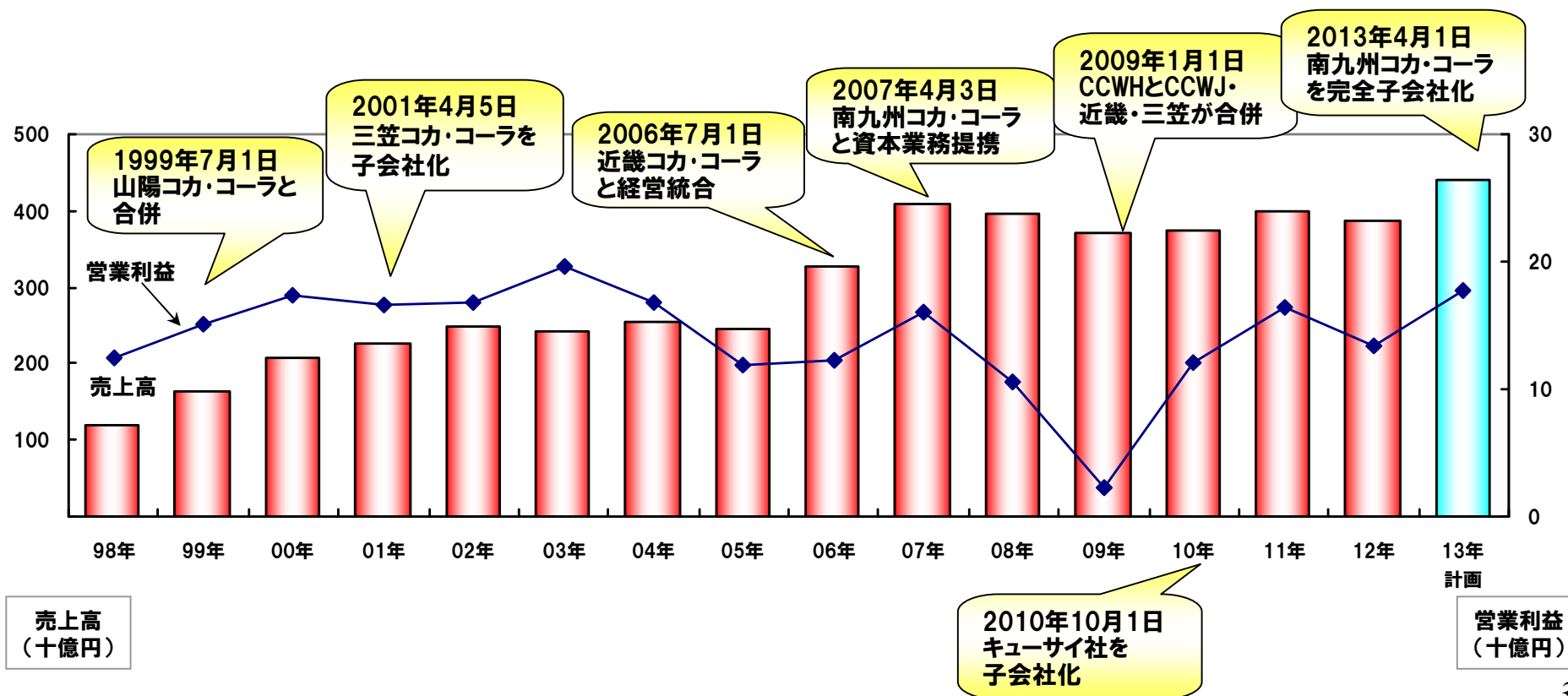
前年比 [※]	
増減	増減率
+73	+4.7
△16	△32.7
△8	△1.3
△21	△1.8
+35	+5.5
△378	△6.6
△315	△3.2

※ 前年実績には、南九州の10-12月実績を含む

業績の推移

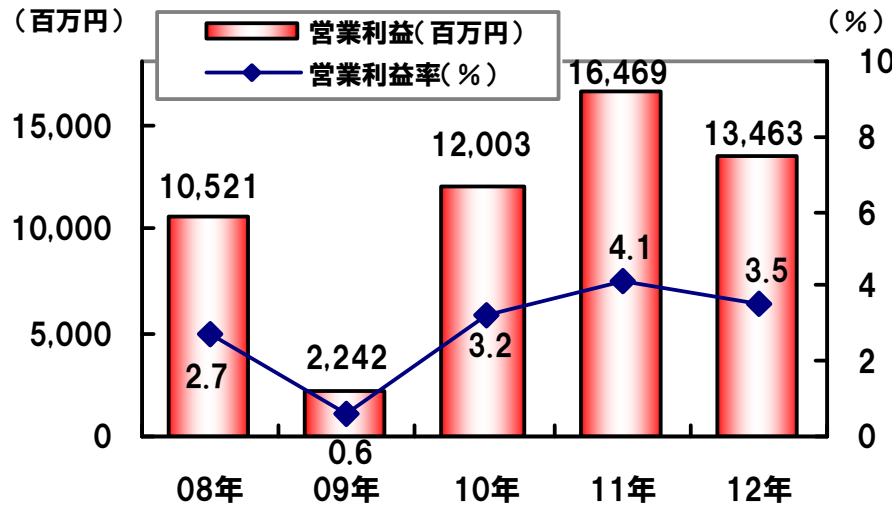
(単位: 百万円)

	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	2013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	386,637	440,600
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	13,463	17,800
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	13,845	17,900
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	6,031	17,700

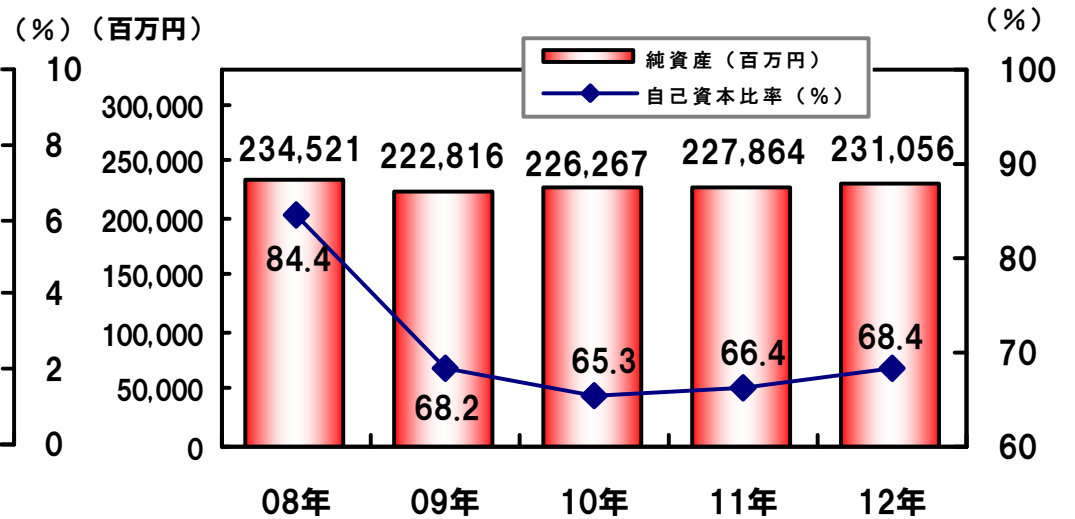


経営指標の推移

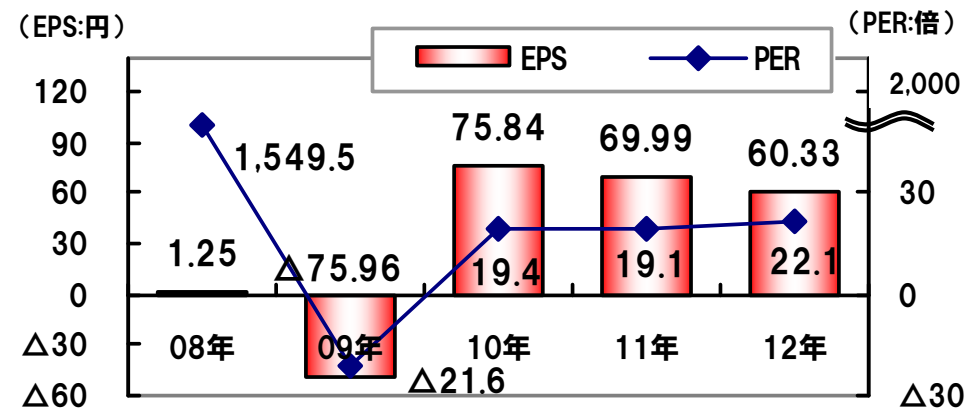
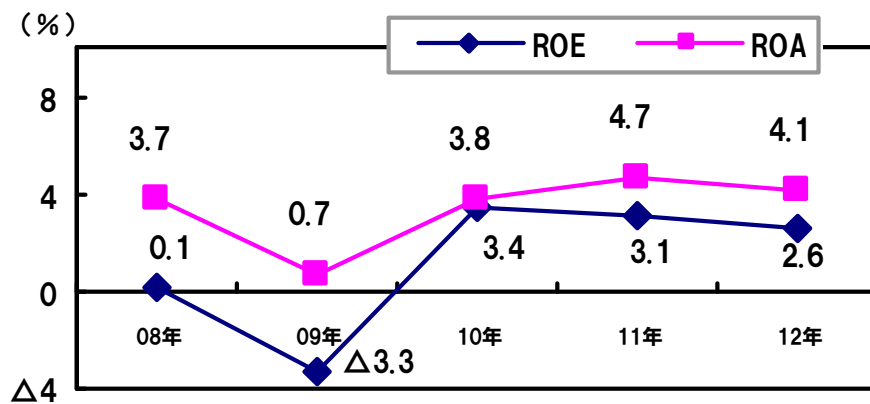
<営業利益／営業利益率>



<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)>

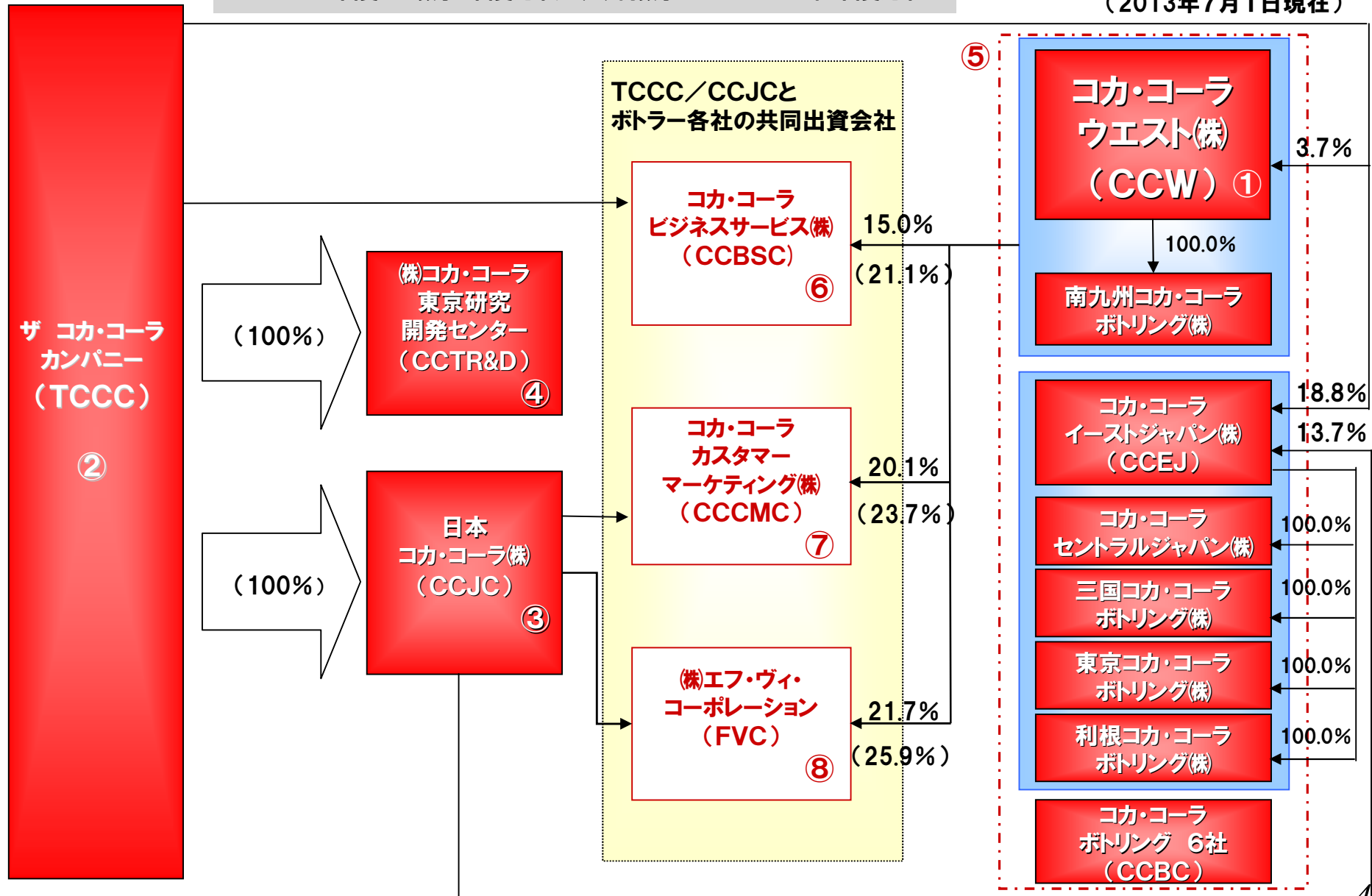


EPS = 当期純利益 ÷ 期中平均株式数 PER = 期末株価 ÷ EPS

日本のコカ・コーラシステム — 出資関係

——▶ 出資 数字は出資比率、()内数字はCCWグループ計の出資比率

(2013年7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)

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、「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。2009年1月1日に、CCWHとCCWJ、近畿社、三笠社が合併し、CCWとなる。2013年4月1日に、南九州コカ・コーラボトリング株式会社を完全子会社化。

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	お客様さまが管理されている、当社無償貸与の自販機(当社がお客様さま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、利用するお客様さまが比較的不特定
・インドア(マーケット)	屋内の自動販売機で、利用するお客様さまが比較的特定
・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・コーラカスタマーマーケティング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、購買者やお客様さま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, Cafe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