



# 2008年12月期 中間決算説明会

2008年 8月5日

コカ・コーラウエストホールディングス株式会社(2579)

	連絡先	経営企画グループ IRチーム
	TEL 092-283-5724	FAX 092-283-5729
URL	<a href="http://www.ccwh.co.jp/">http://www.ccwh.co.jp/</a>	E-mail <a href="mailto:shigeki-okamoto@ccwh.co.jp">shigeki-okamoto@ccwh.co.jp</a>

**I. 第2四半期決算概要**

**II. 中間期決算概要**

**III. 下半期計画**

**IV. 企業価値向上への取り組み**

# 本日のサマリー

## 【第2四半期決算概要(4-6月)】

- ・セールス : 計画を下回り、前年並み。(計画比 $\Delta$ 3.9%、前年比 $\Delta$ 0.4%)
- ・決算 : 計画比(年初)、前年比ともに減収減益。

## 【中間期決算概要(1-6月)】

- ・セールス : 計画を下回り、前年並み。(計画比 $\Delta$ 2.8%、前年比+0.2%)
- ・決算 : 第2四半期の影響で、計画比(年初)、前年比ともに減収減益。

## 【下半期計画(7-12月)】

- ・販売数量 : 前年比+4.8%。オリンピックを最大限に活用した最盛期のセールス拡大。
- ・業績予想 : 下半期/通期業績予想を修正。

## 【企業価値向上への取り組み】

- ・自己株式の取得 : 上限 200万株、50億円(期間:8月5日~9月30日)
- ・グループ再編の進捗 : 変革の方向性を定め、来年1月の統合にむけ推進中

# 1. 第2四半期決算概要

# 第2四半期決算(4-6月) - 販売数量

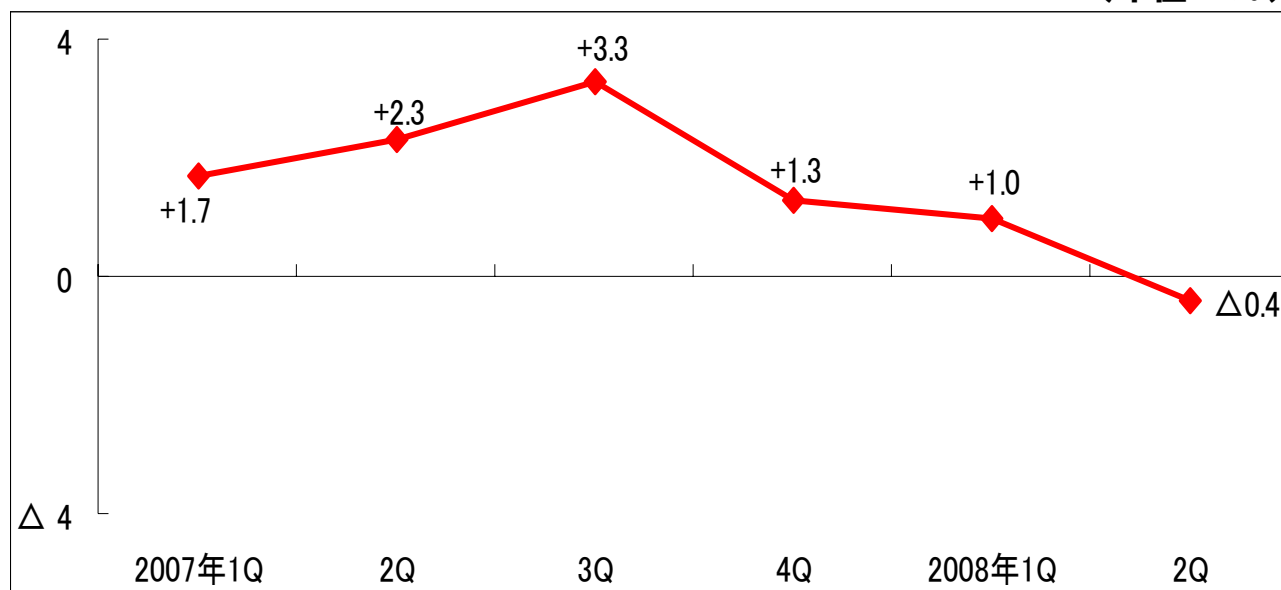
(単位：千ケース、%)

	実績	計画比 ※1		前年比	
		増減	増減率	増減	増減率
第2四半期(4-6月)	47,254	△1,894	△3.9	△174	△0.4

※1)計画比は2008年2月7日付けで発表した業績予想値に基づく数値との比較

## <販売数量(前年比)の推移>

(単位：%)



## <第2四半期の天候(前年比)>

	福岡	大阪
降水量 (mm)	+163.3	+76.3
平均気温 (°C)	△0.9	+0.2

# 第2四半期決算(4-6月) - ブランド別販売数量

## ブランド別 販売実績

(単位:千ケース、%)

		2008年 第2四半期(4-6月)				
		実績	計画比		前年比	
			増減	増減率	増減	増減率
最重点	コカ・コーラ	4,679	△ 255	△ 5.2	+148	+3.3
	ジョージア	10,325	△ 437	△ 4.1	△ 24	△ 0.2
	爽健美茶	3,512	△ 476	△ 11.9	△ 438	△ 11.1
	アクエリアス	4,940	△ 265	△ 5.1	+6	+0.1
	小計	23,455	△ 1,434	△ 5.8	△ 308	△ 1.3
優先活動		7,773	+354	+4.8	+979	+14.4
その他		16,026	△ 814	△ 4.8	△ 846	△ 2.5
合計		47,254	△ 1,894	△ 3.9	△ 174	△ 0.4

\*優先活動ブランド：ファンタ、ウォーター(ミナクア・森の水だより)、  
ミニッツメイド、一/綾鷹

## 振り返り

### ■コカ・コーラ

・計画を下回ったものの、3カラー戦略の継続により前年を上回る

### ■ジョージア

・ジョージアセールスの約2割を占める基幹商品「ヨーロピアン」のセールスが減少し、計画を下回る

### ■爽健美茶

・季節限定商品のセールスが減少し、計画、前年ともに下回る

### ■アクエリアス

・「アクティブダイエット」、「フリースタイル」のセールスが減少し、計画を下回る

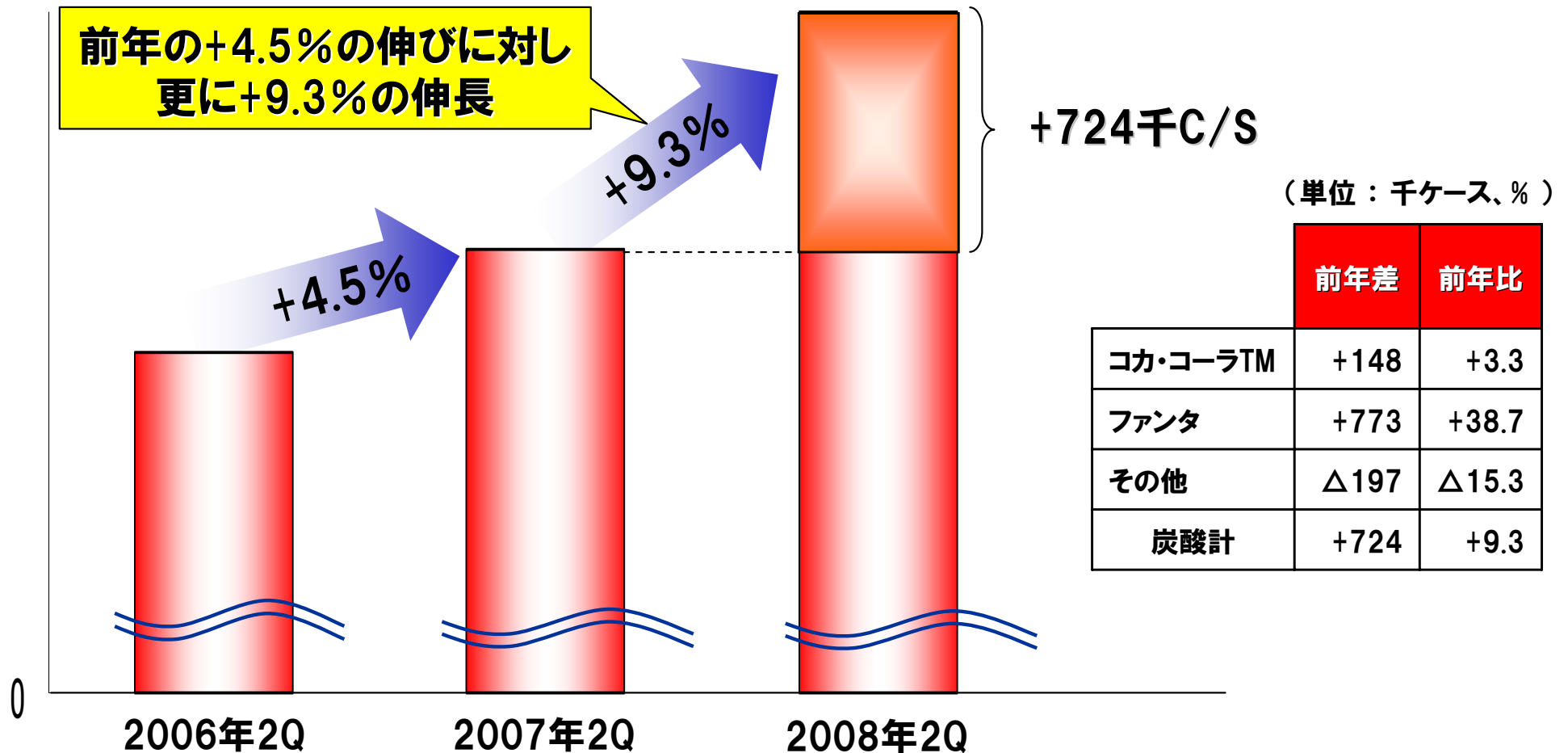
### ■優先活動ブランド

・ファンタは「ふるふるシェイカー」が好調で、計画、前年ともに上回る(計画比:+27.5%、前年比+38.7%)

# 第2四半期決算(4-6月) - 炭酸飲料の状況

- コカ・コーラTM、ファンタを中心に炭酸飲料のセールスを拡大  
(第2四半期 炭酸飲料販売実績: 計画比+2.2%、前年比+9.3%)

<第2四半期 炭酸飲料販売実績の推移(2006年~2008年)>



## 第2四半期決算(4-6月) - ジョージアの状況

- 基幹商品「ヨーロピアン」のマイナスが影響し、セールスは前年並み  
 (第2四半期 ジョージア販売実績:計画比△4.1%、前年比△0.2%)

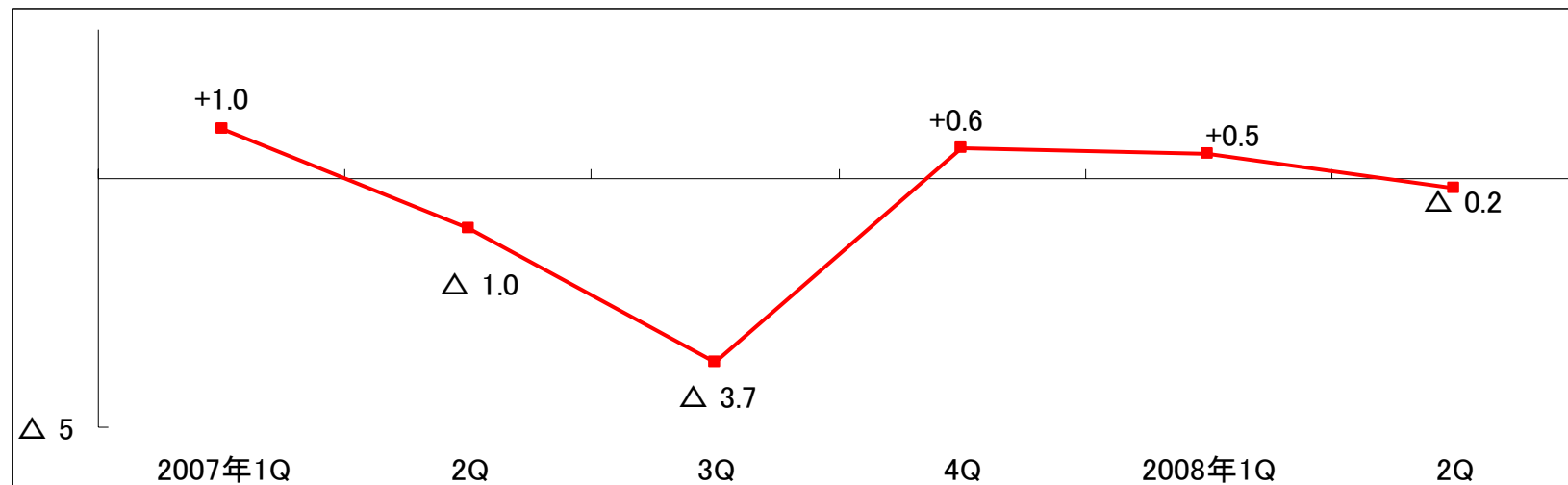
### ＜第2四半期 フレーバー別販売実績＞

(単位:千ケース、%)

	販売数量	前年差	前年比
ヨーロピアン	1,763	△442	△ 20.0
エメラルドマウンテンブレンド(スタンダード)	1,622	+75	+4.8
"    (カフェオレ)	719	+719	-
"    (ブラック)	582	+582	-
その他	5,638	△958	△ 14.5
<b>ジョージア計</b>	<b>10,325</b>	<b>△24</b>	<b>△ 0.2</b>

### ＜ジョージア 販売実績(前年比)の推移＞

(単位: %)





# 第2四半期決算(4-6月) — チャネル別販売数量

## チャネル別 販売実績

(単位:千ケース、%)

2008年 第2四半期(4-6月)

	実績	計画比		前年比	
		増減	増減率	増減	増減率
ベンディング	14,417	△ 1,058	△ 6.8	△ 360	△ 2.4
チェーンストア	10,919	△ 78	△ 0.7	+812	+8.0
コンビニエンスストア	4,626	△ 46	△ 1.0	+289	+6.7
リテール	6,564	△ 244	△ 3.6	△ 580	△ 8.1
フードサービス	4,512	△ 178	△ 3.8	△ 32	△ 0.7
その他	6,218	△ 290	△ 4.5	△ 303	△ 4.7
合計	47,254	△ 1,894	△ 3.9	△ 174	△ 0.4

## 振り返り

### ■ベンディング

- 悪天候の影響を受け、自販機1台当たりのセールス(VPM)が低下し、計画、前年ともに下回る

-フルサービスのVPM(前年比) ※カップ自販機除く

(単位:%)

CCWJ	近畿	三笠
△ 4.2	△ 4.7	△ 3.1

### ■チェーンストア

- 炭酸、ウォーター(ミナクア/森の水だより)の強化によって、全エリアでセールス・シェアを拡大

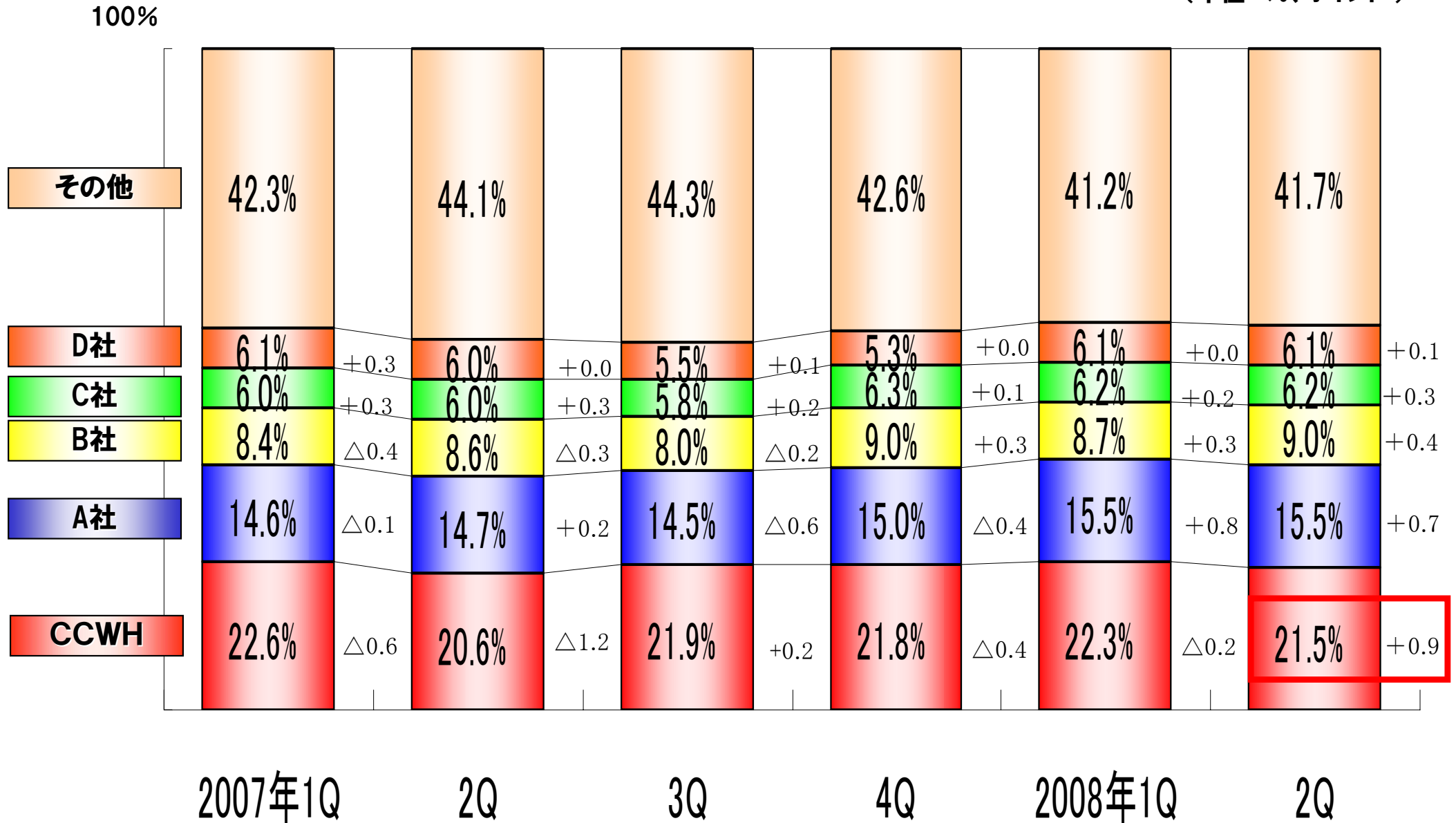
-マーケットシェア前年比

(単位:ポイント)

CCWJ	近畿	三笠
+2.2	+1.3	+0.1

# 第2四半期決算(4-6月) - マーケットシェア(除く自販機)

出典: インテージ  
 ※グラフ外の数字は前年増減  
 (単位: %、ポイント)



## 第2四半期決算(4-6月) - 業績(連結)

(単位:百万円、%)

	2008年		計画比		2007年 ※2 実績(組替後)	前年比		2007年 実績	前年比	
	計画 ※1	実績	増減	増減率		増減	増減率		増減	増減率
販売数量	49,148	47,254	△ 1,894	△ 3.9	47,429	△ 174	△ 0.4	47,429	△ 174	△ 0.4
売上高	108,300	100,274	△ 8,025	△ 7.4	102,963	△ 2,688	△ 2.6	102,963	△ 2,688	△ 2.6
売上総利益	46,000	41,746	△ 4,253	△ 9.2	43,685	△ 1,938	△ 4.4	43,685	△ 1,938	△ 4.4
営業利益	4,100	2,900	△ 1,199	△ 29.3	3,626	△ 726	△ 20.0	3,107	△ 206	△ 6.7
経常利益	4,500	3,400	△ 1,099	△ 24.4	4,116	△ 715	△ 17.4	3,596	△ 196	△ 5.5
当期純利益	2,100	245	△ 1,854	△ 88.3	2,211	△ 1,966	△ 88.9	1,910	△ 1,664	△ 87.2

※1)2008年7月30日に中間期業績予想を修正しましたが、上記計画は2008年2月7日付で発表した通期業績予想に基づく数値です。

※2)前年同比較をするため、2007年第2四半期実績を下記のとおり組替えた数値(2007年に会計処理方法を変更)

組替えの内容:販売機器の減価償却方法変更(定率法⇒定額法):711百万円費用を減算

近畿エリアにおける前払費用の会計処理方法変更(一括償却⇒期間償却):192百万円費用を加算

# 第2四半期決算(4-6月)増減要因 — 年初計画との比較

	2008年 第2四半期			(単位:億円)	
	計画	実績	増減額	主な増減要因	増減額
売上高	1,083	1,003	△80	<ul style="list-style-type: none"> <li>・販売数量の減</li> <li>・セールスマックスによる減</li> <li>・子会社売却による影響</li> <li>・受託事業の増 (うち、糖類高騰の影響)</li> <li>・その他関係会社の増減等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>△ 36.0</li> <li>△ 17.5</li> <li>△ 21.3</li> <li>+ 0.3 (△1.4)</li> <li>△ 5.8</li> </ul>
売上総利益	460	417	△43	<ul style="list-style-type: none"> <li>・販売数量の減</li> <li>・セールスマックスによる減</li> <li>・子会社売却による影響</li> <li>・受託事業の減 (うち、燃料/糖類高騰の影響)</li> <li>・その他関係会社の増減等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>△ 16.1</li> <li>△ 16.2</li> <li>△ 4.3</li> <li>△ 2.9 (△2.0)</li> <li>△ 3.1</li> </ul>
営業利益	41	29	△12	<販管費の増減> <ul style="list-style-type: none"> <li>・人件費の減</li> <li>・販売手数料の減</li> <li>・広告宣伝費の減 (うち、値引きで使用)</li> <li>・子会社売却による影響</li> <li>・減価償却費の減</li> <li>・業務委託費の減</li> <li>・その他</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ 8.1</li> <li>+ 5.8</li> <li>+ 5.4 (+3.0)</li> <li>+ 3.9</li> <li>+ 1.9</li> <li>+ 1.9</li> <li>+ 4.0</li> </ul>
経常利益	45	34	△11		
当期純利益	21	2	△19	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特別利益の増減(子会社、関連会社株式売却益等)</li> <li>・特別損失の増減(子会社株式売却等)</li> <li>・法人税等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ 3.8</li> <li>△ 6.2</li> <li>△ 5.1</li> </ul>

# 第2四半期決算(4-6月)増減要因 — 前年比(前年組替後)

	2007年	2008年	増減額	(単位:億円)	
	第2四半期 実績	第2四半期 実績		主な増減要因	増減額
売上高	1,030	1,003	△27	<ul style="list-style-type: none"> <li>・子会社売却による影響</li> <li>・セールスマックスによる減</li> <li>・販売数量の減</li> <li>・受託事業の増 (うち、糖類高騰の影響)</li> <li>・その他関係会社の増減等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>△ 23.7</li> <li>△ 14.0</li> <li>△ 3.3</li> <li>+ 10.5 (△1.4)</li> <li>+ 3.6</li> </ul>
売上総利益	437	417	△19	<ul style="list-style-type: none"> <li>・セールスマックスによる減</li> <li>・受託事業の減 (うち、燃料/糖類高騰の影響)</li> <li>・子会社売却による影響</li> <li>・販売数量の減</li> <li>・その他関係会社の増減等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>△ 8.1</li> <li>△ 4.7 (△2.7)</li> <li>△ 4.5</li> <li>△ 1.5</li> <li>△ 0.6</li> </ul>
営業利益	36	29	△7	<p>&lt;販管費の増減&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・人件費の減</li> <li>・子会社売却による影響</li> <li>・販売手数料の減</li> <li>・減価償却費の減</li> <li>・賃借料の減</li> <li>・その他</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ 5.6</li> <li>+ 4.1</li> <li>+ 1.6</li> <li>+ 1.5</li> <li>+ 1.5</li> <li>△ 2.3</li> </ul>
経常利益	41	34	△7		
当期純利益	22	2	△ 20	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特別利益の増減(子会社、関連会社株式売却益等)</li> <li>・特別損失の増減(固定資産除却損等)</li> <li>・法人税等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ 3.2</li> <li>△ 11.2</li> <li>△ 4.6</li> </ul>

---

## II. 中間期決算概要

# 中間期決算(1-6月) — 販売数量

(単位：千ケース、%)

	計 画 ※1	実 績	計画比 ※1		前年比	
			増減	増減率	増減	増減率
上半期合計(1-6月)	89,221	86,742	△2,480	△2.8	+205	+0.2

※1)計画比は2008年2月7日付けで発表した業績予想値に基づく数値との比較

## ブランド別 販売実績

(単位：千ケース、%)

		2008年 上半期(1-6月)				
		実績	計画比		前年比	
			増減	増減率	増減	増減率
最 重 点	コカ・コーラ	7,957	△ 233	△ 2.8	+570	+7.7
	ジョージア	21,151	△ 675	△ 3.1	+26	+0.1
	爽健美茶	6,278	△ 678	△ 9.7	△ 565	△ 8.3
	アクエリアス	7,758	△ 454	△ 5.5	△ 52	△ 0.7
	小計	43,144	△ 2,039	△ 4.5	△ 22	△ 0.0
優先活動		12,872	+647	+5.3	+1,442	+12.6
その他		30,726	△ 1,088	△ 3.4	△ 1,215	△ 2.5
合 計		86,742	△ 2,480	△ 2.8	+205	+0.2

## チャネル別 販売実績

(単位：千ケース、%)

		2008年 上半期(1-6月)				
		実績	計画比		前年比	
			増減	増減率	増減	増減率
ベンディング		27,574	△ 1,450	△ 5.0	△ 441	△ 1.6
チェーンストア		18,438	△ 106	△ 0.6	+1,216	+7.1
コンビニエンスストア		8,870	△ 315	△ 3.4	+120	+1.4
リテール		11,530	△ 35	△ 0.3	△ 550	△ 4.6
フードサービス		8,406	△ 133	△ 1.6	+61	+0.7
その他		11,924	△ 441	△ 3.6	△ 201	△ 1.7
合 計		86,742	△ 2,480	△ 2.8	+205	+0.2

\*優先活動ブランド：ファンタ、ウォーター(ミナクア・森の水だより)、  
ミニッツメイド、一/綾鷹

# 中間期決算(1-6月) - 業績(連結)

(単位:百万円、%)

	2008年		計画比		2007年 ※2 実績(組替後)	前年比		2007年 実績	前年比	
	計画 ※1	実績	増減	増減率		増減	増減率		増減	増減率
販売数量	89,221	86,742	△ 2,480	△ 2.8	86,537	205	0.2	86,537	205	0.2
売上高	199,700	188,570	△ 11,129	△ 5.6	192,866	△ 4,295	△ 2.2	192,866	△ 4,295	△ 2.2
売上総利益	85,500	79,398	△ 6,101	△ 7.1	82,783	△ 3,384	△ 4.1	82,783	△ 3,384	△ 4.1
営業利益	4,400	3,142	△ 1,257	△ 28.6	3,611	△ 468	△ 13.0	4,137	△ 994	△ 24.0
経常利益	5,000	3,776	△ 1,223	△ 24.5	4,325	△ 549	△ 12.7	4,851	△ 1,075	△ 22.2
当期純利益	2,200	433	△ 1,766	△ 80.3	2,386	△ 1,952	△ 81.8	2,690	△ 2,257	△ 83.9

※1)2008年7月30日に中間期業績予想を修正しましたが、上記計画は2008年2月7日付で発表した通期業績予想に基づく数値です。

※2)前年同比較をするため、2007年中間期実績を下記のとおり組替えた数値(2007年に会計処理方法を変更)

組替えの内容:近畿エリアにおける前払費用の会計処理方法変更(一括償却⇒期間償却):525百万円費用を加算



# 中間期決算(1-6月)増減要因 — 年初計画との比較

	2008年 中間期			主な増減要因	(単位:億円)
	計画	実績	増減額		増減額
売上高	1,997	1,886	△111	<ul style="list-style-type: none"> <li>・販売数量の減</li> <li>・セールスマックスによる減</li> <li>・子会社売却による影響</li> <li>・受託事業の減</li> <li>(うち、糖類高騰の影響)</li> <li>・その他関係会社の増減等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>△ 47.3</li> <li>△ 29.9</li> <li>△ 21.3</li> <li>△ 4.1</li> <li>(△1.4)</li> <li>△ 8.7</li> </ul>
売上総利益	855	794	△61	<ul style="list-style-type: none"> <li>・販売数量の減</li> <li>・セールスマックスによる減</li> <li>・子会社売却による影響</li> <li>・受託事業の減</li> <li>(うち、燃料/糖類高騰の影響)</li> <li>・その他関係会社の増減等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>△ 21.3</li> <li>△ 27.0</li> <li>△ 4.3</li> <li>△ 2.9</li> <li>(△2.2)</li> <li>△ 5.5</li> </ul>
営業利益	44	31	△13	<販管費の増減> <ul style="list-style-type: none"> <li>・広告宣伝費の減</li> <li>(うち、値引きで使用)</li> <li>・人件費の減</li> <li>・販売手数料の減</li> <li>・業務委託費の減</li> <li>・子会社売却による影響</li> <li>・減価償却費の減</li> <li>・その他</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ 11.4</li> <li>(+5.5)</li> <li>+ 10.4</li> <li>+ 8.0</li> <li>+ 3.9</li> <li>+ 3.9</li> <li>+ 3.3</li> <li>+ 7.5</li> </ul>
経常利益	50	38	△12		
当期純利益	22	4	△18	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特別利益の増減等(投資有価証券売却益等)</li> <li>・特別損失の増減等(子会社株式売却損等)</li> <li>・法人税等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ 6.1</li> <li>△ 6.4</li> <li>△ 5.1</li> </ul>

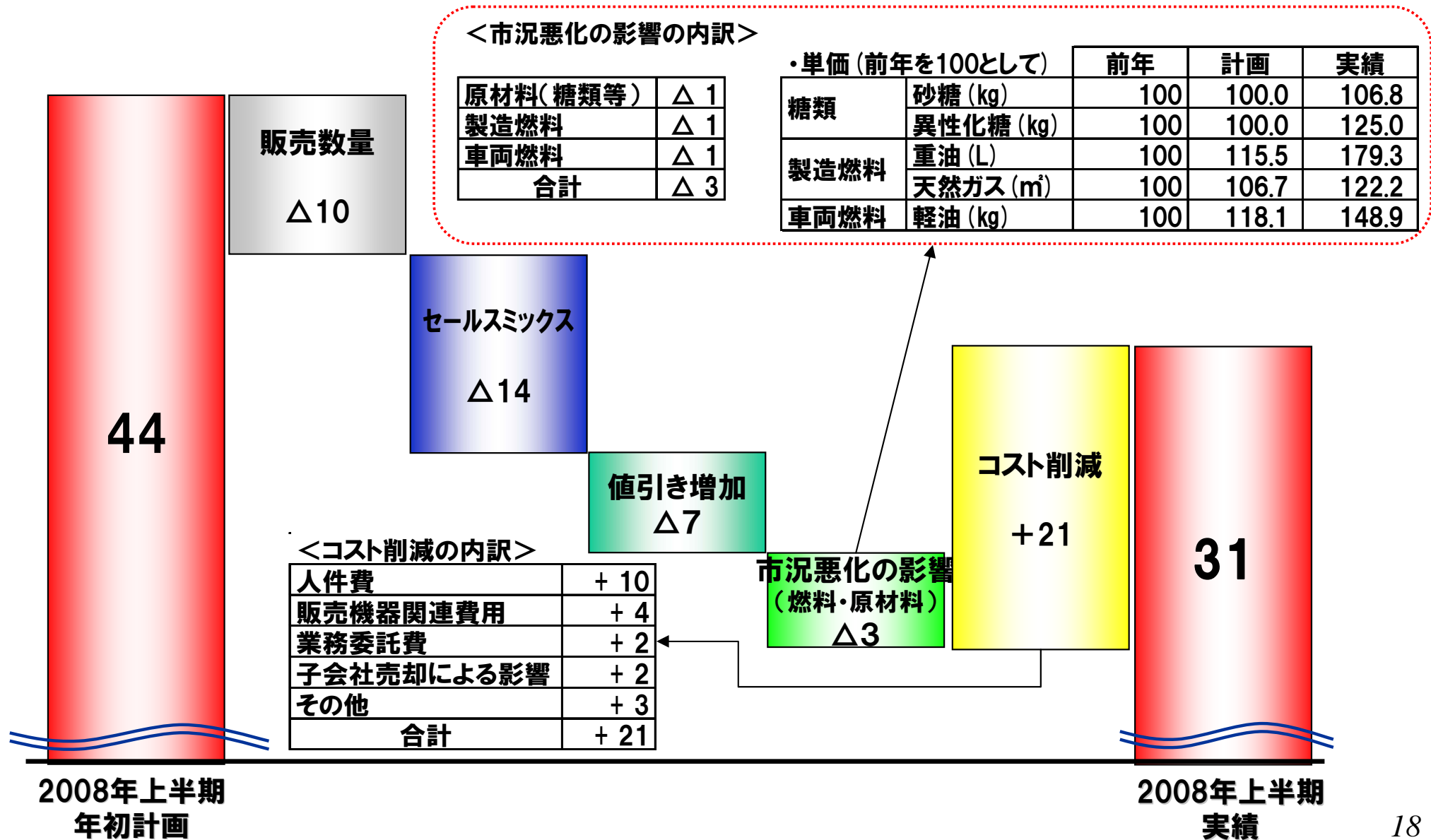
# 中間期決算(1-6月)増減要因 — 前年比(前年組替後)

	2007年 中間期 実績	2008年 中間期 実績	増減額	(単位:億円)	
				主な増減要因	増減額
売上高	1,929	1,886	△43	<ul style="list-style-type: none"> <li>・セールスマックスによる減</li> <li>・子会社売却による影響</li> <li>・受託事業の増 (うち、糖類高騰の影響)</li> <li>・販売数量の増</li> <li>・その他関係会社の増減等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>△ 31.8</li> <li>△ 25.3</li> <li>+ 13.7 (△1.4)</li> <li>+ 3.9</li> <li>△ 3.4</li> </ul>
売上総利益	828	794	△34	<ul style="list-style-type: none"> <li>・セールスマックスによる減</li> <li>・子会社売却による影響</li> <li>・受託事業の減 (うち、燃料/糖類高騰の影響)</li> <li>・その他関係会社の増減等</li> <li>・販売数量の増</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>△ 24.8</li> <li>△ 4.7</li> <li>△ 3.0 (△3.0)</li> <li>△ 3.1</li> <li>+ 1.7</li> </ul>
営業利益	36	31	△5	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;販管費の増減&gt;</li> <li>・減価償却費の減</li> <li>・広告宣伝費の減</li> <li>・人件費の減</li> <li>・子会社売却による影響</li> <li>・販売手数料の減</li> <li>・その他</li> <li>・燃料費の増</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ 9.4</li> <li>+ 5.8</li> <li>+ 4.2</li> <li>+ 4.0</li> <li>+ 3.3</li> <li>+ 3.3</li> <li>△ 0.8</li> </ul>
経常利益	43	38	△5		
当期純利益	24	4	△20	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特別利益の増減等(投資有価証券売却益等)</li> <li>・特別損失の増減等(固定資産除却損等)</li> <li>・法人税等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ 4.3</li> <li>△ 13.0</li> <li>△ 5.4</li> </ul>

# 中間期決算(1-6月) - 営業利益減少の要因(年初計画との比較)

- 販売数量の減およびセールスマックスの変化等により、約10億円の利益減少
- 燃料/原材料(糖類等)高騰等により、約3億円の利益減少

(単位：億円)



# 中間期決算(1-6月) - エリア別の状況

(単位:千C/S、百万円、%)

		計画比				前年比(組替後)		
		計画	実績	増減	増減率	前年	増減	増減率
CCWJ エリア	販売数量	41,508	40,213	△ 1,295	△ 3.1	40,226	△ 13	0.0
	売上高	88,612	83,796	△ 4,815	△ 5.4	86,296	△ 2,500	△ 2.9
	売上総利益	39,734	36,995	△ 2,738	△ 6.9	38,575	△ 1,580	△ 4.1
	営業利益	2,932	2,329	△ 602	△ 20.5	2,742	△ 412	△ 15.0
近畿 エリア	販売数量	40,092	39,057	△ 1,036	△ 2.6	38,849	207	0.5
	売上高	75,202	71,589	△ 3,612	△ 4.8	71,943	△ 354	△ 0.5
	売上総利益	35,025	32,870	△ 2,154	△ 6.2	33,987	△ 1,116	△ 3.3
	営業利益	499	392	△ 106	△ 21.3	△ 584	977	-
三笠 エリア	販売数量	7,621	7,472	△ 149	△ 2.0	7,461	11	0.1
	売上高	13,355	12,987	△ 368	△ 2.8	13,208	△ 221	△ 1.7
	売上総利益	5,574	5,284	△ 290	△ 5.2	5,431	△ 146	△ 2.7
	営業利益	33	△ 83	△ 117	-	△ 106	23	-

CCWJエリア・・・3社(CCWJ社、西日本ビバレッジ社、CCWJセールス社)

近畿エリア・・・4社(近畿社、関西ビバレッジサービス社、ネスコ社、カディアック社)

三笠エリア・・・2社(三笠社、三笠ビバレッジサービス社)

---

## Ⅲ. 下半期計画

# 下半期 販売数量計画(7-12月)

(単位:千ケース、%)

	2007年 下半期 実績	2008年 下半期		
		計画 ※1	前年比	
			増減	増減率
CCWHエリア内	99,701	104,479	+4,778	+4.8

※1)計画は2008年8月4日付けで発表した業績予想値に基づく数値

## ブランド別販売計画

		2007年 下半期 実績	2008年 下半期		
			計画	前年比	
				増減	増減率
最 重 点	コカ・コーラ	9,586	10,100	514	+5.4
	ジョージア	21,248	22,844	1,596	+7.5
	爽健美茶	8,815	9,086	270	+3.1
	アクエリアス	11,607	12,138	531	+4.6
優先活動		14,020	15,163	1,143	+8.2
その他		34,424	35,148	724	+2.1
合 計		99,701	104,479	4,778	+4.8

## チャネル別販売計画

	2007年 下半期 実績	2008年 下半期		
		計画	前年比	
			増減	増減率
ベンディング	30,987	33,270	+2,284	+7.4
チェーンストア	22,147	23,527	+1,380	+6.2
コンビニエンスストア	9,850	10,470	+619	+6.3
リテール	13,745	13,493	△252	△ 1.8
フードサービス	10,026	10,478	+451	+4.5
その他	12,946	13,242	+296	+2.3
合 計	99,701	104,479	+4,778	+4.8

# 下半期 業績予想(7-12月)

(単位:百万円、%)

	2007年 下半期実績 (組替後) ※2	2008年 下半期		
		計画 ※1	前年比	
			増減	増減率
売上高	216,654	223,700	7,045	3.3
売上総利益	92,424	96,000	3,575	3.9
営業利益	11,880	12,800	919	7.7
経常利益	12,604	13,700	1,095	8.7
当期純利益	6,662	6,800	137	2.1

2007年 下半期 実績	2008年 下半期	
	前年比	
	増減	増減率
216,654	7,045	3.3
92,424	3,575	3.9
11,918	881	7.4
12,641	1,058	8.4
6,684	115	1.7

※1)計画は2008年8月4日付けで発表した通期業績予想値に基づく数値

※2)前年同比較をするため、2007年下半期実績を下記のとおり組替えた数値(2007年に会計処理方法を変更)

組替えの内容:近畿エリアにおける前払費用の会計処理方法変更(一括償却⇒期間償却):38百万円費用を加算

# 下半期 業績予想(7-12月)増減要因 — 前年比

	2007年 実績	2008年		(単位:億円)	
		計画	増減額	増減要因	増減額
売上高	2,167	2,237	70	・販売数量の増 ・セールスマックスによる増 ・受託事業の増 (うち、糖類高騰の影響) ・その他関係会社の増減等 ・子会社売却による影響	+ 85.2 + 25.4 + 0.8 (△1.6) + 9.8 △ 50.7
売上総利益	924	960	36	・販売数量の増 ・セールスマックスによる増 ・その他関係会社の増減等 ・子会社売却による影響 ・CCNBCからの商品購入価格の増 ・受託事業の減 (うち、燃料/糖類高騰の影響)	+ 35.8 + 7.2 + 11.7 △ 10.5 △ 8.1 △ 0.4 (△6.0)
営業利益	119	128	9	<販管費の増減> ・子会社売却による影響 ・販売機器費の減 ・販売手数料の増 ・業務委託費の増 ・広告宣伝費の増 ・人件費の増 ・燃料費の増 (うち、燃料高騰の影響) ・減価償却費の増 ・その他	+ 9.5 + 3.7 △ 14.4 △ 8.7 △ 8.4 △ 2.4 △ 2.2 (△1.8) △ 1.8 △ 2.0
経常利益	126	137	11		
当期純利益	67	68	1	・特別利益の増減 ・特別損失の増減 ・法人税等	△ 3.9 + 8.7 △ 14.3



## 北京オリンピックを最大限活用した 夏季最盛期におけるセールス拡大

### ▶ オリンピックの訴求強化による最重点ブランドの拡大

- ・コカ・コーラTM
- ・アクエリアスTM
- ・ジョージア
- ・爽健美茶



### ▶ 全ての販売チャネルにおいて、 オリンピックを活用したMD活動の徹底

- ・ベンディング ⇒ VPM向上
- ・チェーンストア ⇒ 売り場獲得
- ・リテール ⇒ 販売拠点の拡大
- ・フードサービス ⇒ 商品ターンアップ



セールス・シェア・利益の拡大

# 炭酸飲料の強化

- 北京オリンピックを活用したMD活動の徹底
- 新商品投入による炭酸飲料の顧客拡大

## 重点活動

- オリンピックプロモーションの露出強化
- コカ・コーラ/コカ・コーラゼロ増量缶、2.0LPETの展開強化
- ファンタゼロレモン投入



オリンピックプロモーション



増量缶



2.0LPET



ファンタゼロレモン(7/14発売)

# ジョージアの強化

- 基幹商品「ヨーロピアン」リニューアルによるセールス拡大
- 秋季プロモーションによるブランド価値向上

## 重点活動

- 「ヨーロピアン」リニューアルの早期展開
- 秋季プロモーションの訴求強化
- 増量缶の展開強化
- 「ヴィンテージレーベル」リニューアルの早期展開



新ヨーロピアン(7/7発売)

ジョージア  
上出来  
カタログ  
2008

選んで、当てよう!  
毎日1000人×100日間

5pt ENEOS プリカ  
1pt Yahoo! JAPAN ポイント  
1pt DVD ソフト  
50pt 32V  
20pt  
10pt  
50pt + 9,800pt (※に1pt)

今すぐアクセス! [georgia.jp](http://georgia.jp) 上出来 検索

秋季プロモーション(8/25~)

# ベンディングの拡大

## VPM向上

- オリンピック、ジョージア秋季プロモーションを活用したMD活動の徹底
- 夏季最盛期における増量缶の展開強化（コカ・コーラ、アクエリアス、ジョージア）
- IT活用によるオペレーションの強化（ロストセールス削減）

## 台数拡大

- 屋内を中心とする新規優良ロケーションの開発
- 都市部の開発強化・・・M & Aの推進等
- お得意さまとのコミュニケーション強化による引揚抑止

その場でチャレンジ!!

**10秒に1人アタル!!**

世界で活躍する5人のアーティスト デザインTシャツ

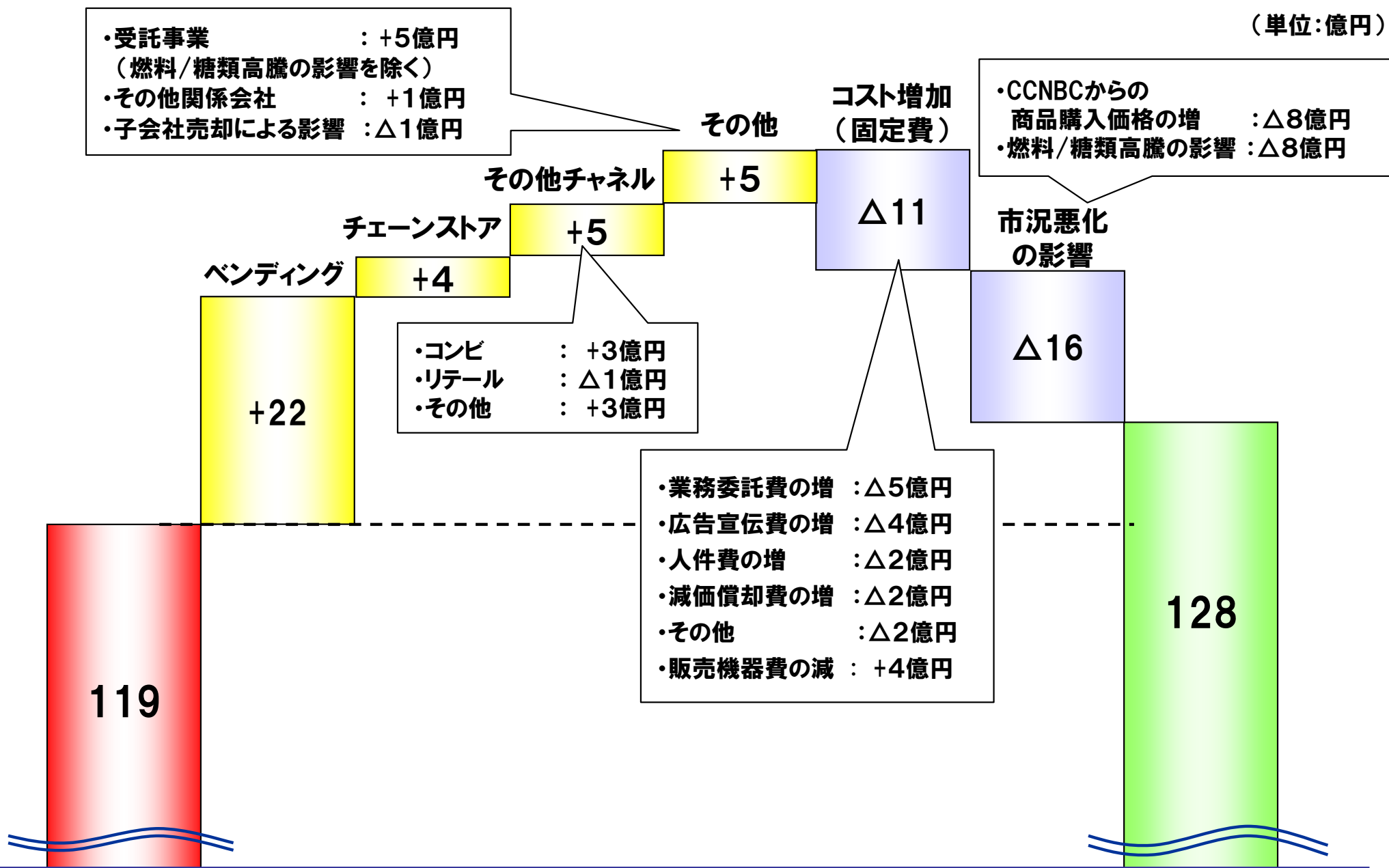
live Olympic on the Coke side of life: ~世界とつながろう、喜びをみんなと~

cocacola.jp



# 下半期 営業利益達成のシナリオ(前年比)

(単位:億円)



2007年下半期  
営業利益

2008年下半期  
営業利益

# 2008年通期業績予想(1-12月)

(単位:百万円、%)

	2007年 実績 組替後 ※2	2008年					
		年初計画 ※1	修正計画	年初計画比		前年比	
				増減	増減率	増減	増減率
売上高	409,521	425,000	412,300	△ 12,700	△ 3.0	2,778	0.7
売上総利益	175,208	181,800	175,400	△ 6,400	△ 3.5	191	0.1
営業利益	15,492	17,000	16,000	△ 1,000	△ 5.9	507	3.3
経常利益	16,929	18,500	17,500	△ 1,000	△ 5.4	570	3.4
当期純利益	9,048	10,100	7,200	△ 2,900	△ 28.7	△ 1,848	△ 20.4

※1)計画は2008年8月4日で発表した通期業績予想

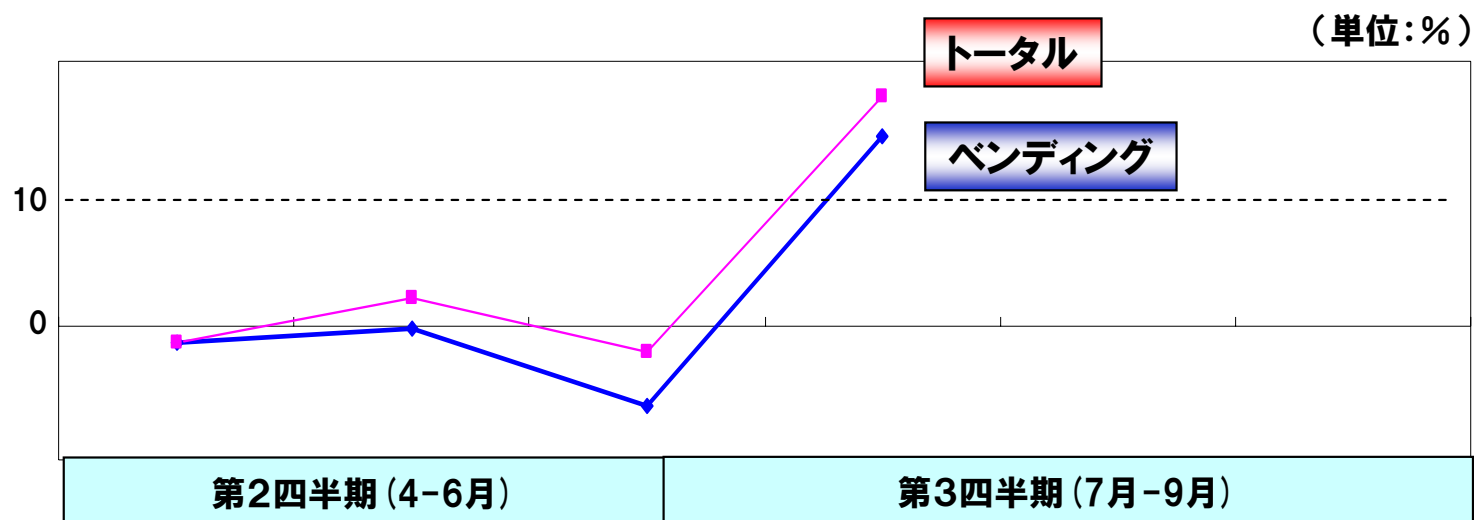
※2)前年同比較をするため、2007年実績を下記のとおり組替えた数値(2007年に会計処理方法を変更)

組替えの内容:近畿エリアにおける前払費用の会計処理方法変更(一括償却⇒期間償却):563百万円費用を加算

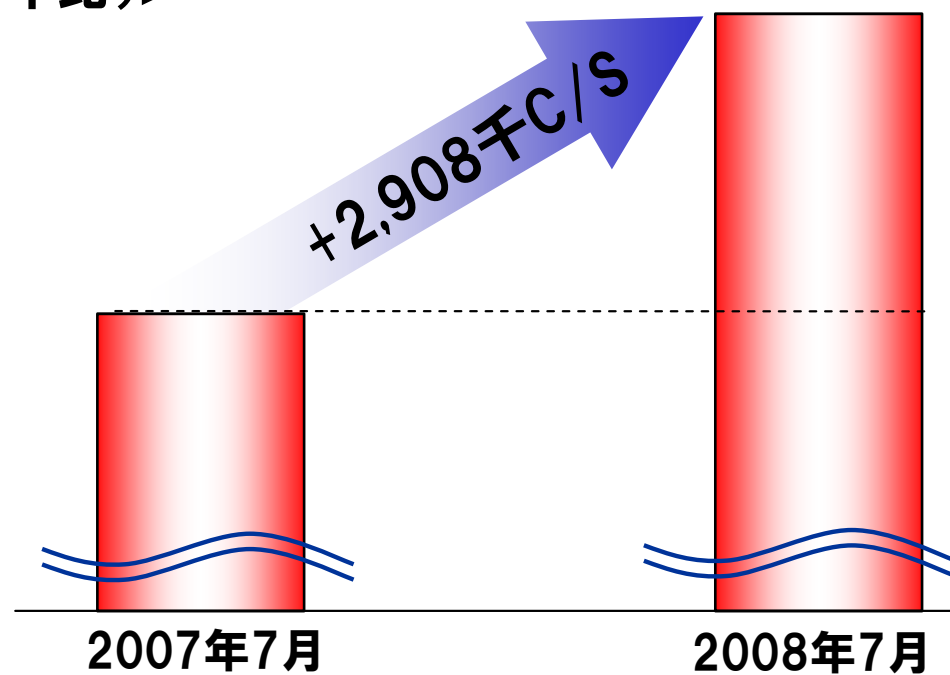


# 7月の状況

## <販売数量(前年比)の推移>



## <販売数量(前年比)>





## IV. 企業価値向上への取り組み

- ① 自己株式の取得
- ② グループ再編の進捗

# 自己株式の取得について

- 会社法第165条第3項の規定により読み替えて適用される同法第156条の規定に基づき、自己株式を買い受けることを決議

- 目的 : 資本効率の向上および経営環境の変化に対応した機動的な資本政策の遂行を可能とするため
- 取得株式数 : 200万株(上限) ※発行済株式総数(除く自己株式)に対する割合 1.95%
- 取得価額の総額 : 50億円(上限)
- 取得期間 : 2008年8月5日～9月30日

## <2008年 自己株式取得状況>

取得期間	2月21日～3月17日	4月25日～6月30日	合計
取得株式数	1,500千株	1,874千株	3,374千株
取得価額総額	3,320百万円	4,779百万円	8,099百万円

## ※自己株式の保有状況(2008年6月末時点)

- ・発行済み株式総数(含む自己株式) 111,125千株
- ・自己株式 8,324千株

# グループ再編 — 変革の方向性

## 【CCWグループが抱える問題点】

- ①市場実行力を最大にするための枠組みが不十分
- ②非効率かつ効果があがりにくい組織構成
- ③非効率な販売・物流モデル

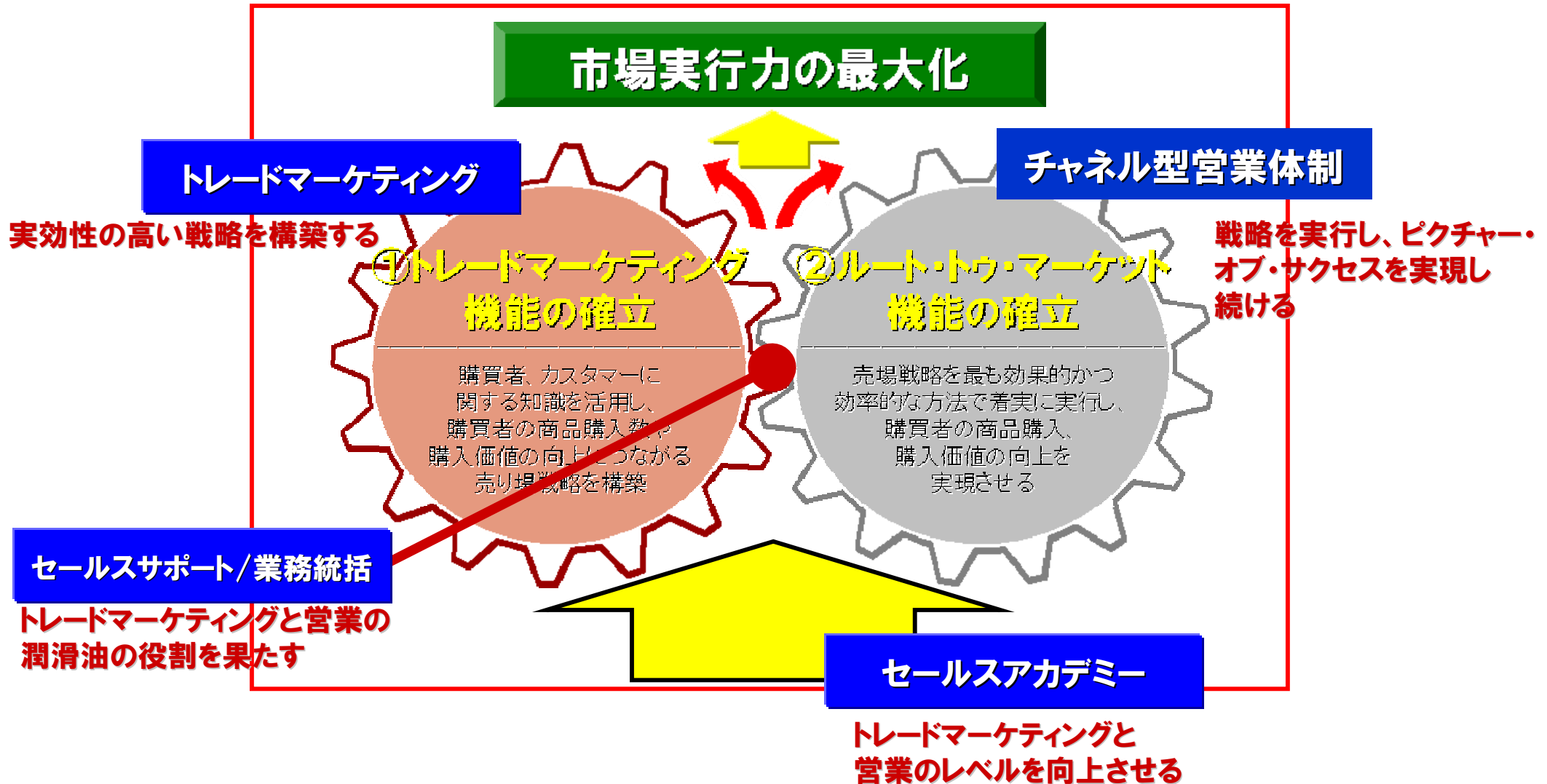
世界のリーディングボトラーにむけて、  
CCWH、CCWJ、近畿社、三笠社の  
4社統合を4月に決定し、推進中

## 【変革の方向性】

- ①市場実行力の最大化
- ②SCM改革(機能強化)
- ③サポート機能の集約と強化

一気通貫体制の確立による  
戦略機能の強化

# 変革の方向性① — 市場実行力の最大化



# 変革の方向性① — 営業部門全体の機能図

## 営業機能

### トレードマーケティング

トレードマーケティング	セールスサポート	間接業務	セールスアカデミー
TMコントロール	業績管理	間接業務	TM・全体企画
市場調査	販売システム		チェーンストア
ベンチマーク	機器サービス		ベンディング
ブランドサポート	テレセル/機器故障受付		Horeca/リテール
戦略・企画チェーンストア			
戦略・企画ベンディング			
戦略・企画Horeca/リテール			
大型カスタマー開発			

### ルート・トゥ・マーケット（営業）

チャンネルチェーンストア	チャンネルベンディング	チャンネルHoreca/リテール
広域カスタマー	法人/市場開発	法人/市場開発
リジョン	リジョン	リジョン
支店	支店	支店
<b>担当領域</b>	<b>担当領域</b>	<b>担当領域</b>
スーパーマーケット CVS、 ドラッグストア、 ディスカウントストア、 ホームセンター等	フルサービス方式の 自販機全般 卸自販機	チェーンストア、 ベンディングの 担当領域を除く 全てのチャンネル

## 変革の方向性② — SCM改革(コカ・コーラシステムにおけるSCMの進化)

### 【コカ・コーラシステムにおける新たなSCMモデル】

- これまでのコスト削減や効率改善を可能にしたインフラを基盤に、市場の変化に一層迅速・柔軟に対応できる体制へ移行する(2009年1月予定)

#### 最適なサプライチェーンの組み合わせによる総合的なシナジー効果の実現

- ・ポトラー社が担う地域単位SCM、ポトラーを跨ぐリージョナルSCM、海外のコカ・コーラシステムと連携したグローバルSCMを、それぞれの区分や目的に応じ柔軟に組み合わせることにより、更なる生産性の向上、在庫削減、物流コストの低減等、あらゆる分野で総合的なシナジー効果の実現を目指す。

#### 高品質供給オペレーションの更なる向上

- ・新たな体制に移行することで、コカ・コーラシステムの強みであるポトラー社の地域に根ざした販売活動と、それぞれの持つサプライチェーンを密接に結びつけることにより、消費者が求める高品質な製品を供給し、消費者や顧客へのサービスを一層向上させる。
- 同時に、長期的な事業成長を実現するための先行投資、環境との調和を目指すための新たなSCM技術の導入等について、積極的に取り組む。

## 変革の方向性② — SCM改革(当社の次世代SCMモデルの考え方)

### 【当社の考え方】

- コカ・コーラシステムにおける新たなSCMの基本思想にそって、当社による自主・自立したSCM体制を構築する。

### 〔コカ・コーラシステムの新たなSCMの基本思想〕

リスクとリターンが一体化し、各社毎に経営判断ができるガバナンスが機能する構造

各社/グループでのSCMを原則とするが、シナジーを前提とした協力関係を構築する

### 〔当社に必要なこと〕

- 4社統合後の新営業体制と密接に連動した新しいSCM体制
- 当社の製造資産、物流資産の有効活用
- SCM上の必要な機能の拡充

当社による自主・自立したSCM体制の構築

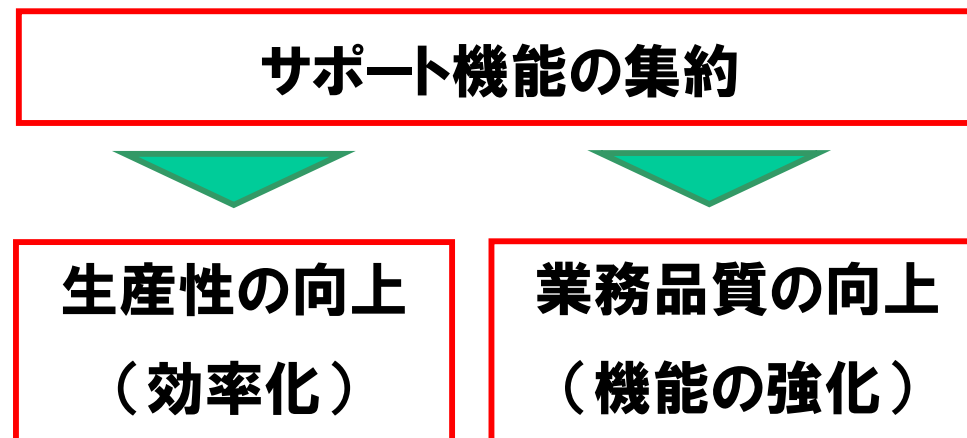
# 変革の方向性③ — サポート機能の集約と強化

## ① 一気通貫体制の構築

⇒ バリューチェーンにおける一気通貫体制を構築することで、業務プロセス全体の効率を高める

## ② サポート機能の集約

⇒ サポート機能に関わるリソースを集中し効率化をはかると同時に、サポート機能の業務品質向上による機能強化をはかる

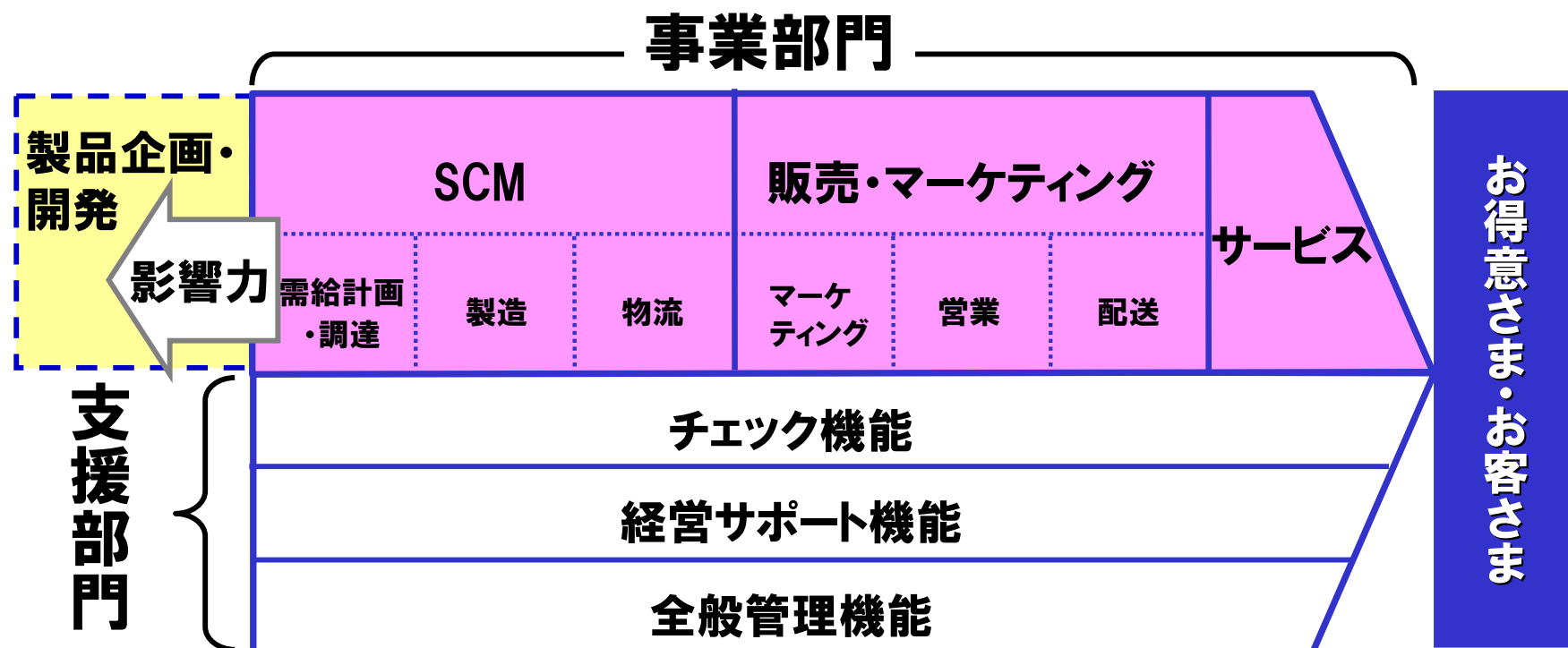




# これらのことを通して

## 一貫通貫体制の確立による戦略機能の強化

- 間接部門を含むバリューチェーンを構成するすべての機能を一体としてとらえ、お得意さま・お客さま基点で戦略の立案と実行を行う「一貫通貫体制」を確立し、戦略機能の強化と効率的な業務プロセスの構築をはかる。
- 製品企画・開発の領域も、戦略機能の強化とあわせて影響力を行使する能力を持ち、バリューチェーン全体での戦略機能の強化をはかる。



---

[ 参 考 ]

# 2007年会計処理方法の変更について(1)

## ▶減価償却方法を変更(2007年中間決算)

### 《内容》

◆販売機器の収益と費用の対応関係をより適正化させるため、旧定率法から新定額法に変更

–期首に保有するすべての販売機器に対して定額法を適用

–期首時点で耐用年数を越えているものは、営業費用にて2007年から3期で均等償却

### 《変更の影響》

◆変更時点での残存耐用年数の短い(1~2年)資産は、償却費が増加

◆残存耐用年数の長い(4~5年)資産は、償却費が減少

## ▶前払費用の処理方法をグループで統一(2007年1月)

### 《内容》

◆グループ内の会計処理方法を統一するため、近畿エリアにおける1年以内の前払費用を

一括費用処理する方法から、期間に対応させて処理する方法に統一

### 《変更の影響》

◆2006年度に発生した前払費用が一括費用処理されているため、2007年度は費用が減少

## 2007年会計処理方法の変更について(2)

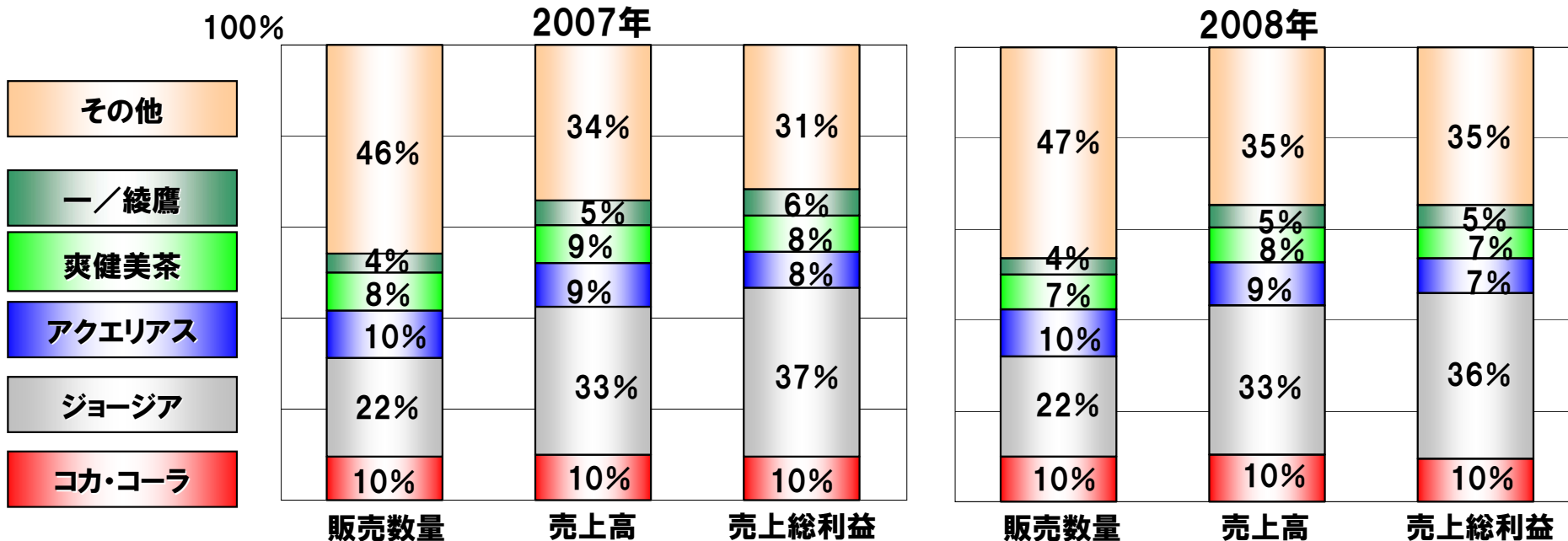
### <2007年会計処理方法変更による費用への影響額>

(単位:百万円)

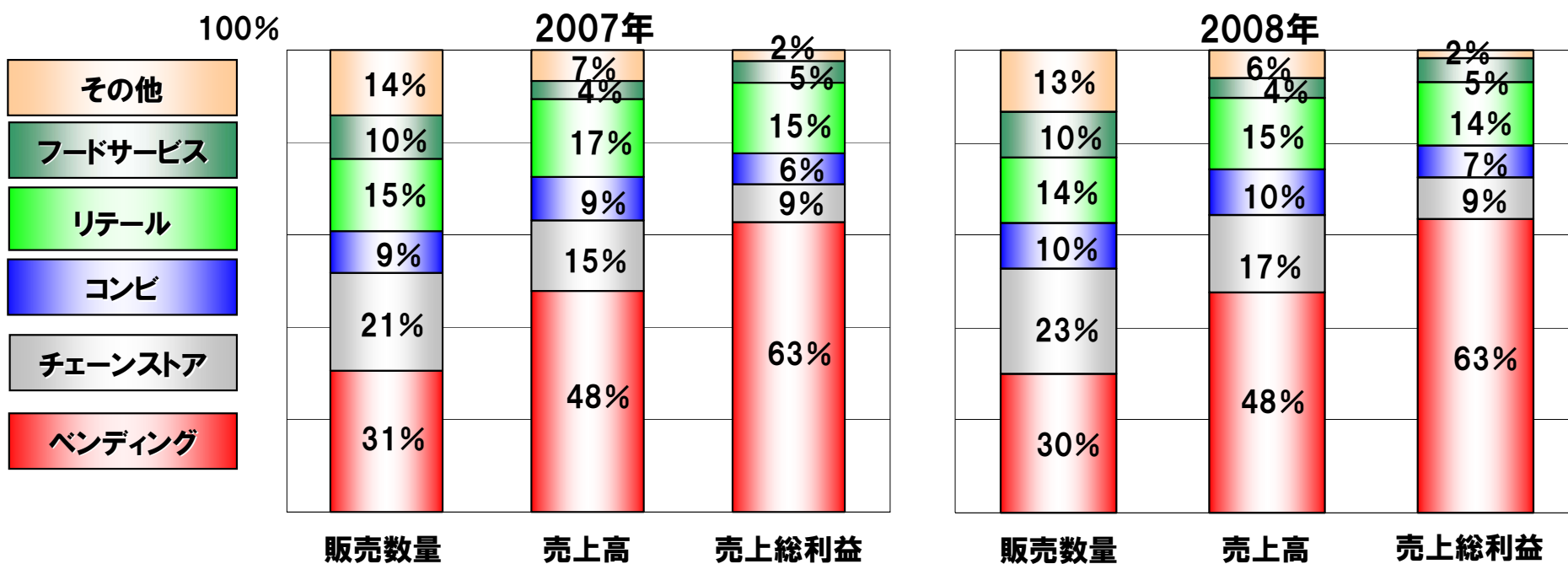
	上半期			小計	下半期		年間
	第1四半期	第2四半期	第3四半期		第4四半期	下半期	
減価償却方法変更の影響 (旧定率法⇒新定額法)	711	△711	0	0	0	0	0
前払費用処理方法統一の影響 (一括償却⇒期間償却)	333	192	525	32	6	38	563
合計	1,044	△519	525	32	6	38	563

# ブランド別・チャネル別構成比(第2四半期)

ブランド



チャネル



# パッケージ別販売数量

(単位：千ケース、%)

		2008年 第2四半期 (4-6月)				
		実績	計画比		前年比	
			増減	増減率	増減	増減率
ボトル	リターナブル	393	+10	+2.6	△4	△ 1.0
	ワンウェイ	128	△19	△ 12.8	△1	△ 0.8
	小計	520	△9	△ 1.6	△5	△ 1.0
PET	~350	1,936	△496	△ 20.4	△343	△ 15.0
	~500	7,507	△1,449	△ 16.2	△468	△ 5.9
	~1.0L	438	△7	△ 1.5	△35	△ 7.4
	1.5L	2,230	△34	△ 1.5	+117	+5.5
	1.65L	43	+22	+101.7	+43	-
	2.0L	5,990	+155	+2.7	+342	+6.1
	計	18,144	△1,810	△ 9.1	△343	△ 1.9
缶	~190	9,624	+244	+2.6	+819	+9.3
	~250	1,742	+86	+5.2	△20	△ 1.1
	~350	3,535	+76	+2.2	+963	+37.4
	~500	531	+1	+0.3	△14	△ 2.5
	計	15,432	+407	+2.7	+1,748	+12.8
ボトル缶		797	△207	△ 20.6	△1,329	△ 62.5
その他		1,731	△93	△ 5.1	+6	+0.4
シロップ、パウダー、食品		10,630	△182	△ 1.7	△252	△ 2.3
合計		47,254	△1,894	△ 3.9	△174	△ 0.4

		2008年 中間期 (1-6月)				
		実績	計画比		前年比	
			増減	増減率	増減	増減率
		721	+25	+3.6	+9	+1.3
		227	△29	△ 11.2	△2	△ 1.1
		948	△4	△ 0.4	+7	+0.7
		4,580	△343	△ 7.0	△388	△ 7.8
		12,754	△1,721	△ 11.9	△208	△ 1.6
		743	+10	+1.3	△50	△ 6.3
		4,037	△93	△ 2.2	+169	+4.4
		43	+22	+101.7	+43	-
		9,947	+403	+4.2	+728	+7.9
		32,104	△1,723	△ 5.1	+295	+0.9
		19,273	△65	△ 0.3	+1,029	+5.6
		3,344	+9	+0.3	△164	△ 4.7
		5,679	+62	+1.1	+1,326	+30.5
		657	+46	+7.5	+19	+3.0
		28,953	+52	+0.2	+2,211	+8.3
		1,474	△282	△ 16.0	△1,980	△ 57.3
		2,940	△121	△ 3.9	+5	+0.2
		20,322	△403	△ 1.9	△332	△ 1.6
合計		86,742	△2,480	△ 2.8	+205	+0.2

# 主なグループ会社の状況(中間期)

(単位:百万円)

コカ・コーラウエストジャパン	売上高	75,824
	営業利益	2,177
	総資産	79,834
	純資産	65,285
近畿コカ・コーラボトリング	売上高	65,963
	営業利益	157
	総資産	76,944
	純資産	63,589
三笠コカ・コーラボトリング	売上高	12,718
	営業利益	△ 87
	総資産	12,903
	純資産	9,231
西日本ビバレッジ	売上高	9,217
	営業利益	273
	総資産	6,139
	純資産	2,278

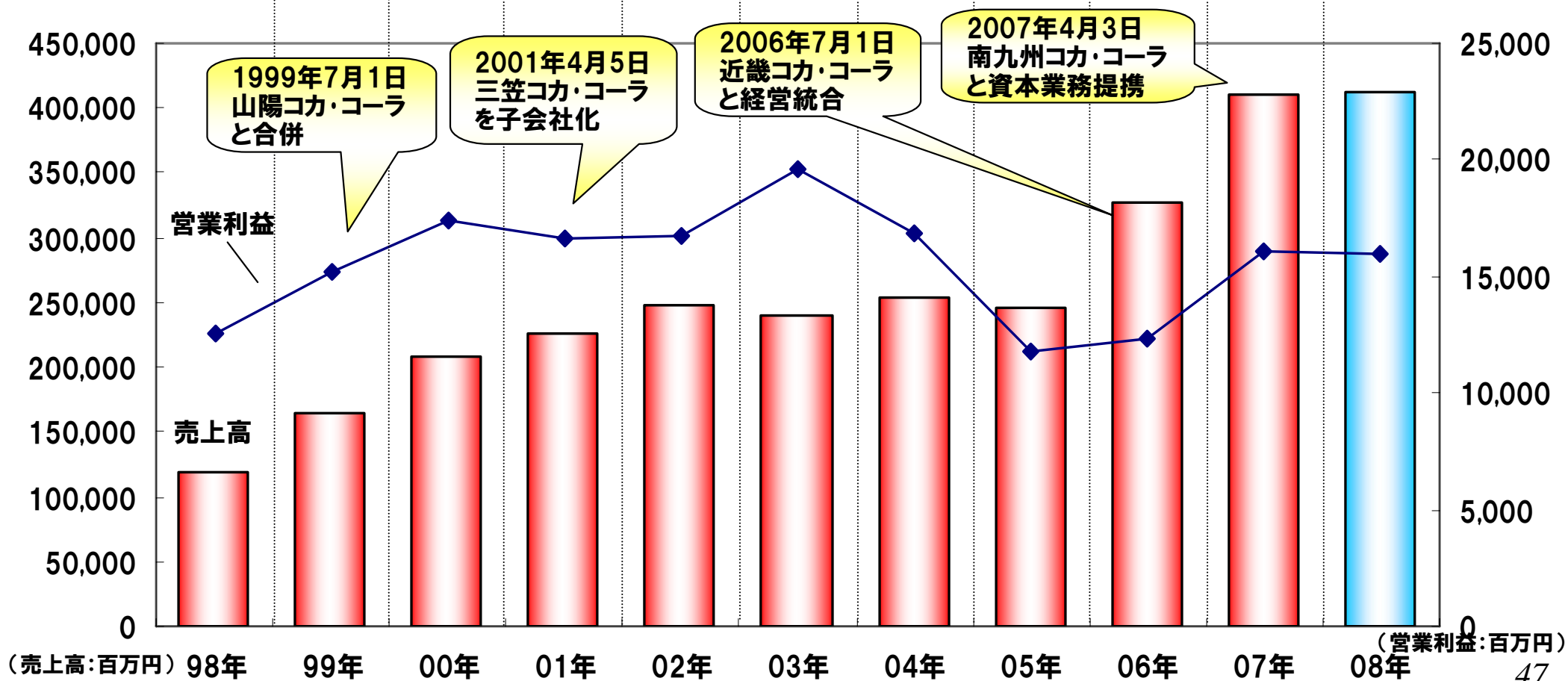
関西ビバレッジ	売上高	13,678
	営業利益	△ 75
	総資産	4,847
	純資産	1,992
コカ・コーラウエストプロダクツ	売上高	6,201
	営業利益	222
	総資産	2,660
	純資産	183
コカ・コーラウエストロジスティクス	売上高	6,531
	営業利益	247
	総資産	3,338
	純資産	1,143
コカ・コーラウエスト販売機器サービス	売上高	4,825
	営業利益	171
	総資産	3,521
	純資産	1,937

※総資産、純資産は、2008年6月30日

# 業績の推移

(単位: 百万円)

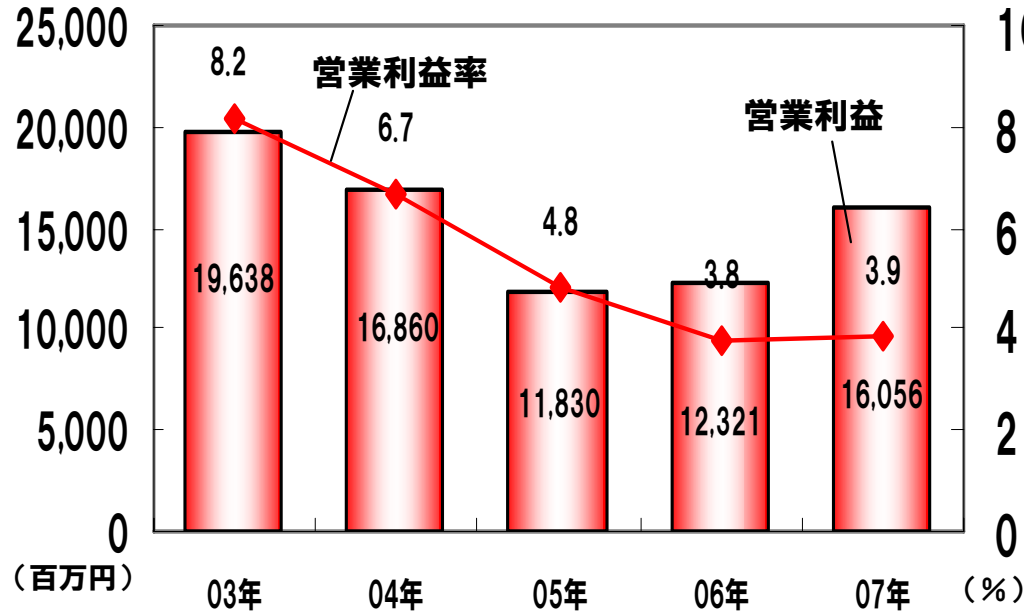
	98年	99年	00年	01年	02年	03年	04年	05年	06年	07年	08年計画
売上高	117,991	164,731	207,827	226,111	247,737	240,825	253,248	245,874	327,821	409,521	412,300
営業利益	12,533	15,160	17,449	16,634	16,704	19,638	16,860	11,830	12,321	16,056	16,000
経常利益	12,510	15,889	18,516	16,021	17,005	19,895	17,065	12,256	13,225	17,493	17,500
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	7,200



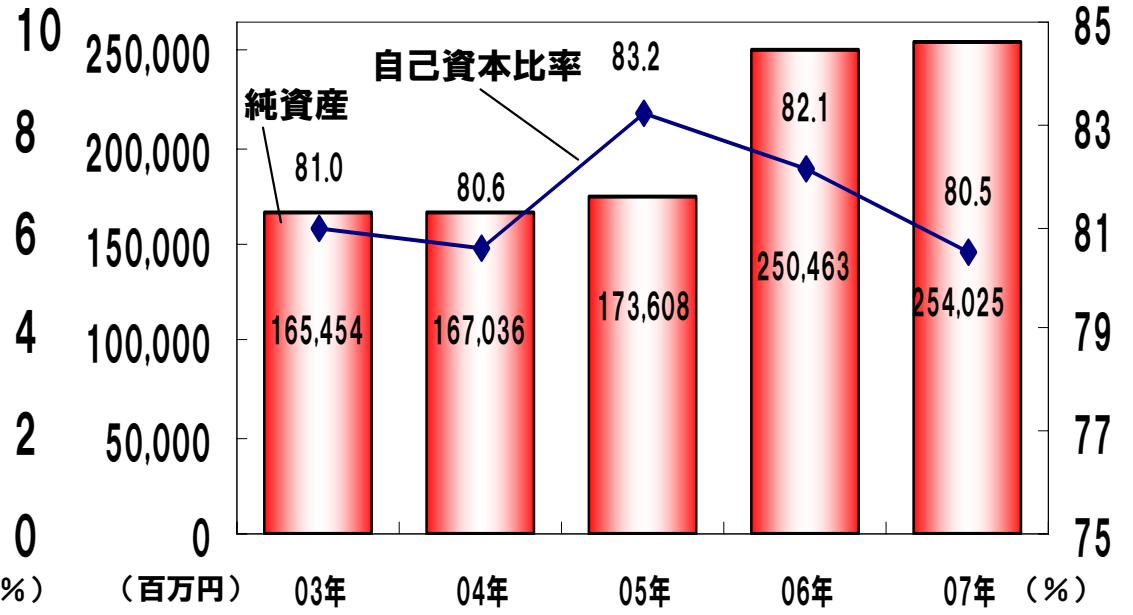


# 経営指標の推移

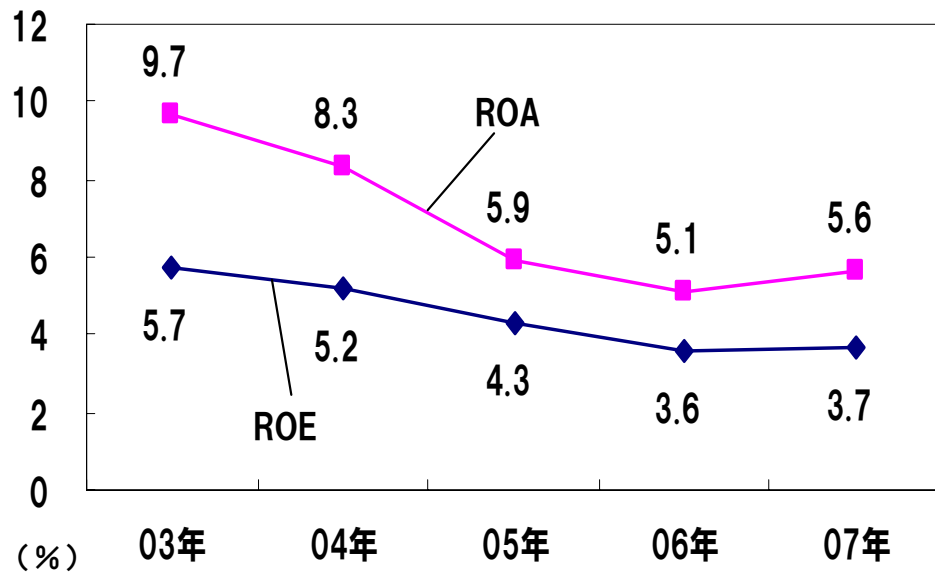
<営業利益／営業利益率>



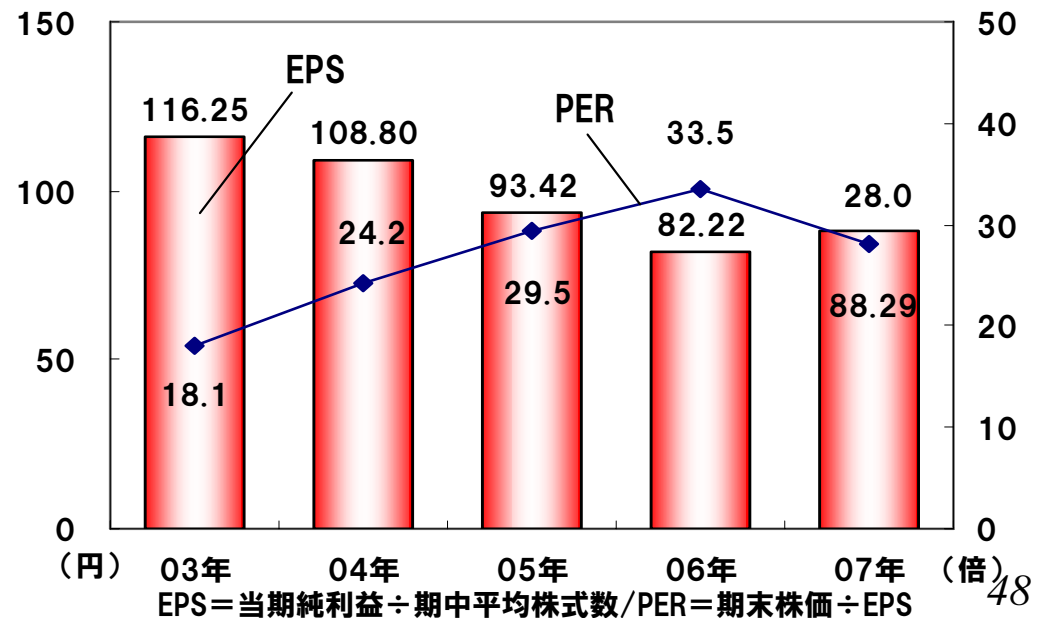
<純資産／自己資本比率>



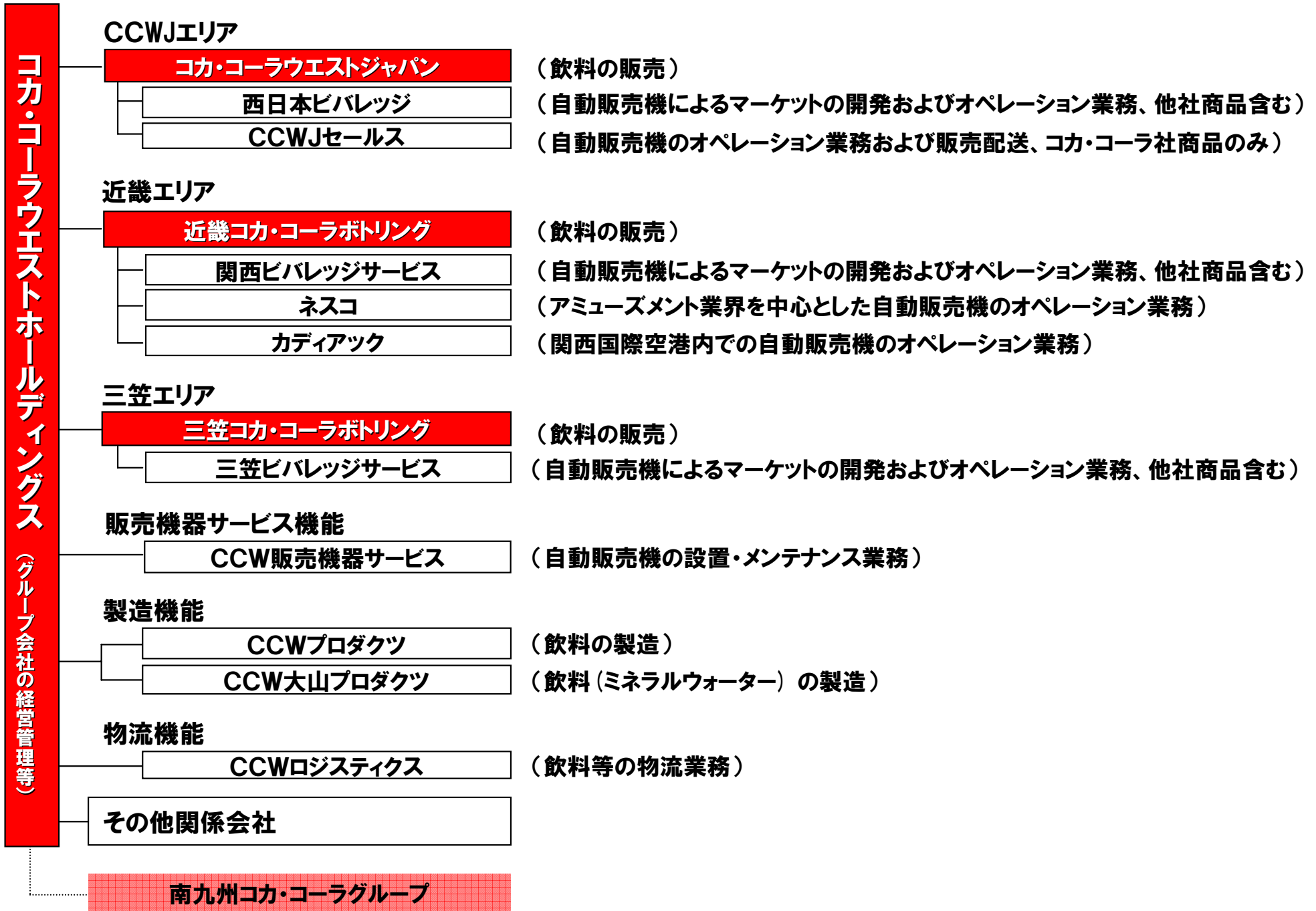
<総資産経常利益率(ROA)／自己資本当期純利益率(ROE)>



<1株当たり当期純利益(EPS)／株価収益率(PER)>



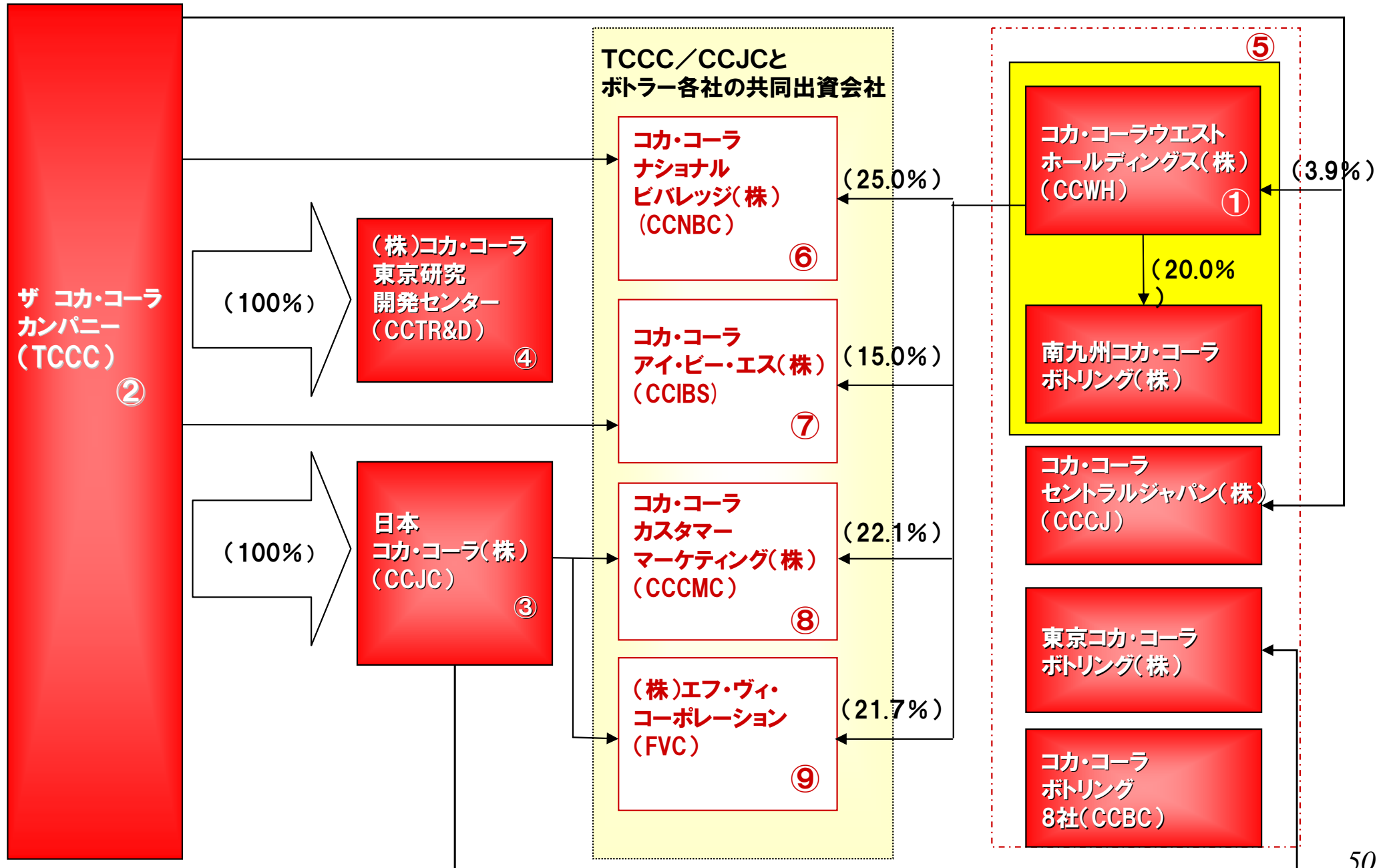
# CCWグループ経営体制(主な事業内容)



# 日本のコカ・コーラシステム — 出資関係

出資 ※ ( ) は議決権比率

(2008年1月現在)



# コカ・コーラ関連企業とその役割

## ①コカ・コーラウエストホールディングス株式会社 (CCWH)

2006年7月にコカ・コーラウエストジャパン株式会社と近畿コカ・コーラボトリング株式会社の経営統合により誕生した日本最大のボトラー。2007年3月に南九州コカ・コーラボトリング株式会社と資本業務提携を行う。

## 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 ナショナル ビバレッジ株式会社 (CCNBC)

日本のコカ・コーラシステムにおける全国サプライチェーンマネジメント(SCM)構築のために、ザ コカ・コーラ カンパニーおよび全ボトラー社の共同出資により2003年4月に設立、2003年10月より事業開始。原材料・資材の共同調達と全国規模での製造・需給計画および調整業務を統括し、ボトラー社へ製品を供給する。

## ⑦コカ・コーラ アイ・ビー・エス株式会社 (CCIBS)

ザ コカ・コーラカンパニーおよび全ボトラー社の共同出資により、2007年1月設立。日本のコカ・コーラシステムにおける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、およびその保守運用業務全般を担う。

## ⑧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。

## ⑨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、コーポレート商品(日本コカ・コーラ株式会社認定商品)以外の商品も扱う。

# 用語の解説

用語	解説
<b>チャンネル</b>	
・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	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
<b>ベンディング関係</b>	
・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
<b>チェーンストア関係</b>	
・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
<b>その他</b>	
・セールスマックス	品種構成のこと。品種構成を分析するカテゴリーには、ブランド別、チャンネル別、パッケージ別がある。売上高、売上原価の増減要因には、これらの品種構成の変化による数量の予算実績差異(品種構成差異)に単価の増減による予算実績差異(価格差異)が含まれる。
・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。

## 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