

みんなの あしたに ハッピーを

Coca-Cola **West**

2016年12月期 第2四半期 決算説明会

2016年8月15日

コカ・コーラウエスト株式会社（2579）

〔連絡先〕 企画部(IR担当)

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

〔URL〕 <http://www.ccwest.co.jp/> 〔E-mail〕 koji-nakagawa@ccwest.co.jp

I. 上半期 決算

II. 下半期・通期 計画

【参考】

第2四半期(4～6月)決算

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

第2四半期 販売数量実績(チャネル別・パッケージ別)

下半期 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

1. 上半期 決算

上半期 販売数量（1-6月）

計画比較

・ 第1四半期、第2四半期とも販売数量は計画を上回り、累計では対計画+2.5%となった。

前年比較

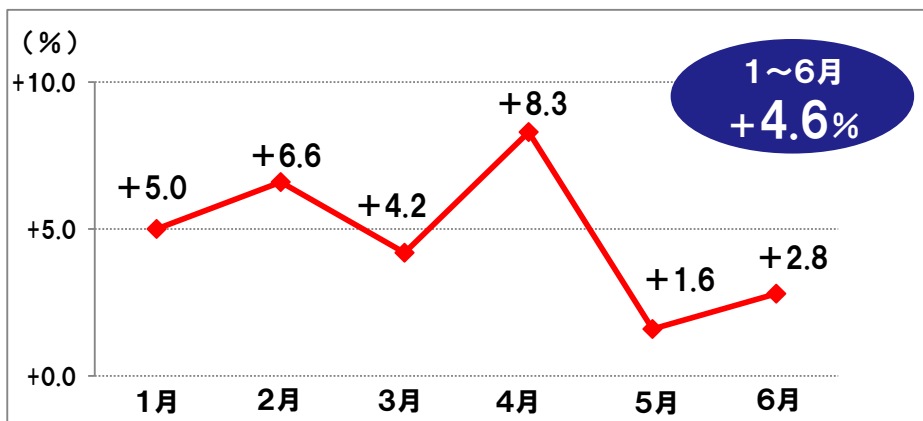
・ 四国の販売数量を取り込んだこともあり、1～6月の販売数量は13.6%のプラスとなった。
 ・ CCWの販売数量は1～6月で4.6%のプラスとなった。

[販売数量]

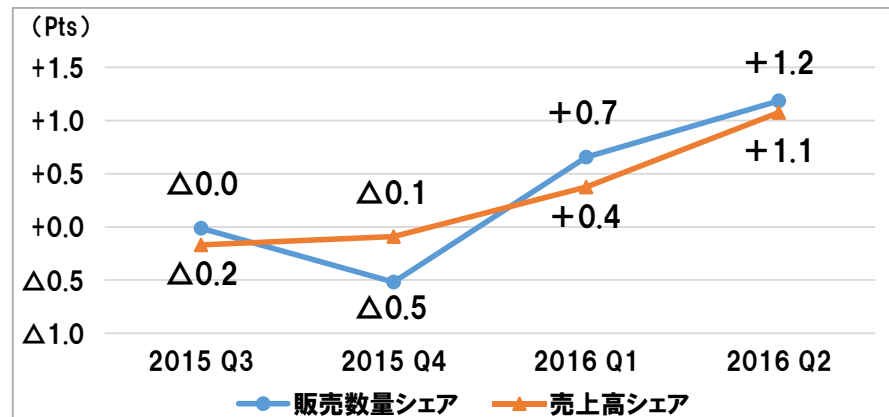
(単位:千ケース、%)	販売数量 実績	計画	計画比		前年*	前年比	
			増減	増減率		増減	増減率
CCW (四国除く)	103,579	100,799	+2,780	+2.8	99,042	+4,537	+4.6
第1四半期	46,511	44,963	+1,548	+3.4	44,226	+2,285	+5.2
第2四半期	57,068	55,836	+1,232	+2.2	54,816	+2,252	+4.1
CCW+四国 計	112,520	109,770	+2,750	+2.5	99,042	+13,478	+13.6

※ 前年実績には、四国の実績を含まない。

CCW販売数量 月別の推移（前年比）



CCWシェア 四半期別の推移（前年差）



チャンネル別 販売数量

計画比較

・ フードサービスを除くすべてのチャンネルにおいて、販売数量は計画を上回って着地した。

前年比較

・ スーパー、コンビニエンスストアでは、3月以降に発売した新商品の売上げ貢献もあり、販売数量は第2四半期、累計ともプラスとなった。

(単位:千ケース、%)	上半期 実績	計画比		前年比 [※]	
		増減	増減率	増減	増減率
スーパー/ドラッグ/ディスカウンター	31,987	+1,509	+5.0	+2,209	+7.4
コンビニエンスストア	14,022	+451	+3.3	+1,417	+11.2
チェーンストア 計	46,009	+1,960	+4.4	+3,626	+8.6
ベンディング	32,745	+614	+1.9	△20	△0.1
リテール	5,235	+213	+4.2	△50	△0.9
フードサービス	11,702	△52	△0.4	+258	+2.3
その他	7,888	+44	+0.6	+722	+10.1
CCW 計 (四国除く)	103,579	+2,780	+2.8	+4,537	+4.6
CCW+四国 計	112,520	+2,750	+2.5	+13,478	+13.6

※ 前年実績には、四国の実績を含まない。

パッケージ別 販売数量

計画比較

- 主要パッケージの販売数量は、計画を上回った。

前年比較

- 収益性の高い小型PETの販売数量が大型PET以上に伸張した。
- 中型PETについては、新商品のジョージアカフェ ボトルコーヒー(950mlPET)や、コカ・コーラ1.0LPETが貢献した。
- 缶の販売数量は、ボトル缶の貢献によりプラスとなった。

(単位:千ケース、%)

	上半期実績	計画比		前年比 [※]		
		増減	増減率	増減	増減率	
PET						
	小型(1,000ml未満)	29,844	+593	+2.0	+1,724	+6.1
	中型(1,500ml未満)	1,232	+296	+31.6	+570	+86.2
	大型(1,500ml以上)	20,519	+769	+3.9	+934	+4.8
	計	51,595	+1,658	+3.3	+3,228	+6.7
	缶(ボトル缶含む)	26,638	+1,155	+4.5	+470	+1.8
	その他	6,664	△69	△1.0	+354	+5.6
	シロップ・パウダー	18,682	+36	+0.2	+485	+2.7
	CCW 計(四国除く)	103,579	+2,780	+2.8	+4,537	+4.6
	CCW+四国 計	112,520	+2,750	+2.5	+13,478	+13.6

※ 前年実績には、四国の実績を含まない。

ブランド別 販売数量

計画比較

前年比較

- ・ コカ・コーラ、コカ・コーラ ゼロは、キャンペーンに合わせて発売した期間限定デザインボトルの貢献が計画以上となった。
- ・ ジョージア、綾鷹、い・ろ・は・すは、新商品が順調に売上げを伸ばした。
- ・ 爽健美茶は、5月のリニューアル効果により、第2四半期に販売数量がプラスに転じた。
- ・ ジョージアは、ラインナップ拡充により第2四半期に7.6%伸張し、上半期で+7.1%となった。
- ・ 綾鷹は、「綾鷹」、「綾鷹にごりほのか」とも順調で、販売数量は2桁増となった。
- ・ い・ろ・は・すは、「い・ろ・は・す もも」に加え、3月発売の「い・ろ・は・すサイダー」が順調に売上げを伸ばしたことなどにより、販売数量は22%のプラスとなった。

		上半期 実績	計画比		前年比 ^{※2}	
(単位:千ケース、%)			増減	増減率	増減	増減率
コ ア 8	コカ・コーラ	7,067	+66	+0.9	+243	+3.6
	コカ・コーラ ゼロ	3,246	+132	+4.2	+269	+9.0
	ファンタ	3,528	△21	△0.6	△88	△2.4
	ジョージア	23,672	+941	+4.1	+1,571	+7.1
	爽健美茶	4,553	+55	+1.2	△52	△1.1
	アクエリアス	7,986	△253	△3.1	△529	△6.2
	綾鷹	8,785	+773	+9.7	+1,142	+14.9
	い・ろ・は・す	7,583	+363	+5.0	+1,374	+22.1
	小 計	66,419	+2,056	+3.2	+3,930	+6.3
	その他	18,478	+688	+3.9	+123	+0.7
RTD ^{※1} 計		84,897	+2,744	+3.3	+4,052	+5.0
シロップ・パウダー		18,682	+36	+0.2	+485	+2.7
CCW 計(四国除く)		103,579	+2,780	+2.8	+4,537	+4.6
CCW+四国 計		112,520	+2,750	+2.5	+13,478	+13.6

※1 RTD:パッケージ商品

※2 前年実績には、
四国の実績を含まない。

スーパーにおけるRGMの取組み状況

■ RGMの取組みは順調に進捗しており、スーパーおよびドラッグストア・ディスカウンターとも売上高単価が前年から改善した。

取引納価の上昇



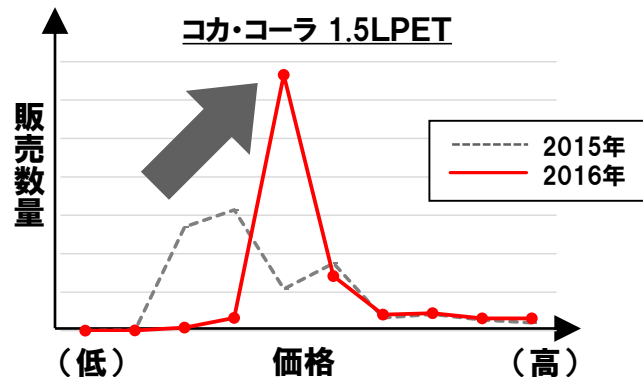
品種構成の改善



販売数量の増加

価格ガイドラインに基づく営業活動の徹底

【1~6月 価格帯別販売数量】



高付加価値・高単価商品の展開



(3月~)

(4月~)

(5月~)

スーパーにおける
販売数量
(3月以降)

248千ケース

	対前年伸張率 (1~6月)		
	販売数量	売上高	売上高単価
スーパー	+10.5%	+10.9%	+0.4%
ドラッグストア・ディスカウンター	+3.2%	+3.5%	+0.3%
合計	+7.4%	+8.0%	+0.6%

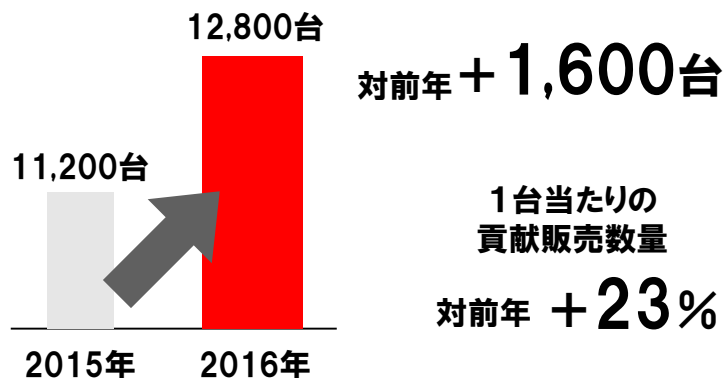
ベンディングビジネスの変革に向けた取組み

■ 売上高拡大・収益性向上に向けた取組みの効果は、着実に表れてきている。

売上高拡大

優良ロケーションの獲得

【新規設置台数(1~6月)】



スマホアプリを活用したプロモーションの実施



【実施台数(4月以降)】

18,000台

【プロモーション効果】

VPM※
対前年
伸張率 + 3.5pts
(対未実施機)

※ VPM : 自動販売機1台あたりの販売数量

収益性向上

不採算ロケーションの改善

【撤収台数・赤字改善金額】

上半期	実績
8,500台	1.0億円
対計画 +2,600台	対計画 +0.3億円

お得意さまとの取引内容見直し

【取引内容見直しによる利益貢献】

上半期	実績
0.7億円	
対計画 +0.7億円	

ロケーションに応じた多様なパッケージ

展開による売上高単価の向上

【売上高単価(ケース当たり)】

上半期	実績
対計画 + 15円	

上半期 決算(1-6月)

■ 連結の営業利益は88億円で着地した。

→ 対計画で43億円、対前年では64億円の増益となった。

(単位:百万円、%)

	2016年 上半期 実績	計画	計画比		2015年 上半期 実績	前年比 [※]	
			増減	増減率		増減	増減率
売上高	219,306	213,500	+5,806	+2.7	200,994	+18,312	+9.1
売上総利益	113,485	110,300	+3,185	+2.9	101,252	+12,233	+12.1
営業利益	8,883	4,500	+4,383	+97.4	2,430	+6,452	+265.5
経常利益	8,630	4,200	+4,430	+105.5	2,295	+6,335	+275.9
当期純利益 (当社株主帰属)	4,633	2,200	+2,433	+110.6	8,857	△4,224	△47.7

※ 前年実績には、四国の実績を含まない。

上半期 決算(1-6月) - 増減要因(計画との比較)

(単位:億円)

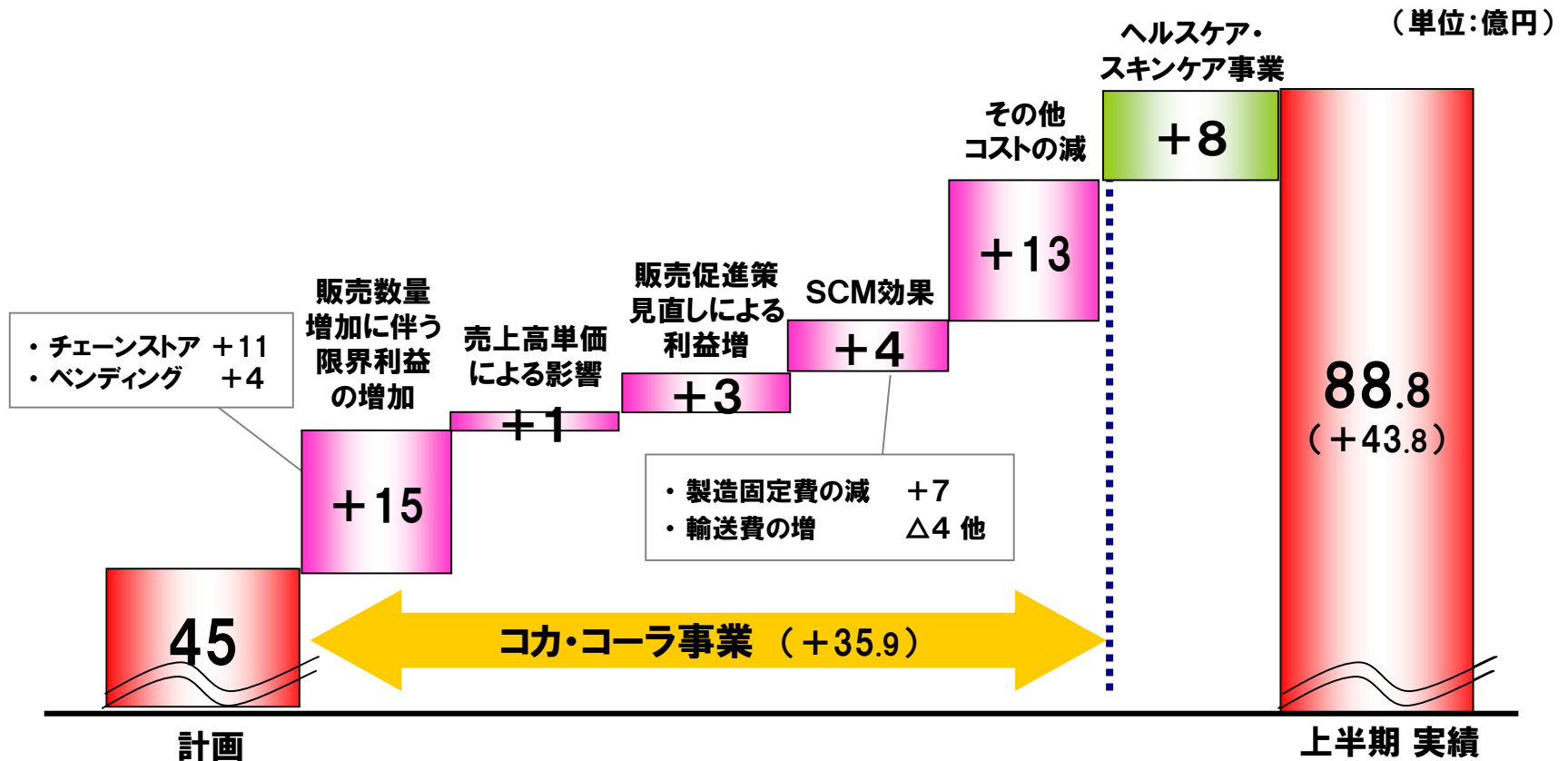
	計画	上半期実績	増減
売上高	2,135	2,193	+58
売上総利益	1,103	1,134	+31
営業利益	45	88	+43
経常利益	42	86	+44
当期純利益 (当社株主帰属)	22	46	+24

主な増減要因	増減額
・コカ・コーラ事業(CCW+四国)	+63.4
・ヘルスケア・スキンケア事業	△5.3
・コカ・コーラ事業(CCW+四国)	+32.1
・ヘルスケア・スキンケア事業	△0.3
・販管費の減	+11.9
・コカ・コーラ事業(CCW+四国)	+3.7
<主な増減要因>	
人件費の増	△8.3
販促費、広告宣伝費の減	+3.5
販売機器費の減	+2.6
業務委託費の増	△2.9
輸送費の増	△1.4
修繕費の減	+1.1
燃料費の減	+1.0
消耗品費の減	+1.0
・ヘルスケア・スキンケア事業	+8.2
・特別損失の増(災害による損失等)	△7.5
・法人税等	△12.6

上半期 決算(1-6月) - 営業利益増加の要因(計画との比較)

コカ・コーラ事業の営業利益は、計画を35億円上回って着地した。販売数量が計画を上回ったことや、売上高単価が上昇したことにより、限界利益は16億円のプラスとなった。さらに、SCMでの生産性向上やあらゆる活動の見直しによるコストの減少が、営業利益の計画上振れに寄与した。

ヘルスケア・スキンケア事業では、主として販管費が計画を下回った影響で、営業利益は対計画8億円のプラスとなった。



上半期 決算(1-6月) - 増減要因(前年との比較)

(単位:億円)

	前年実績※	上半期実績	増減
売上高	2,009	2,193	+183
売上総利益	1,012	1,134	+122
営業利益	24	88	+64
経常利益	22	86	+63
当期純利益 (当社株主帰属)	88	46	△42

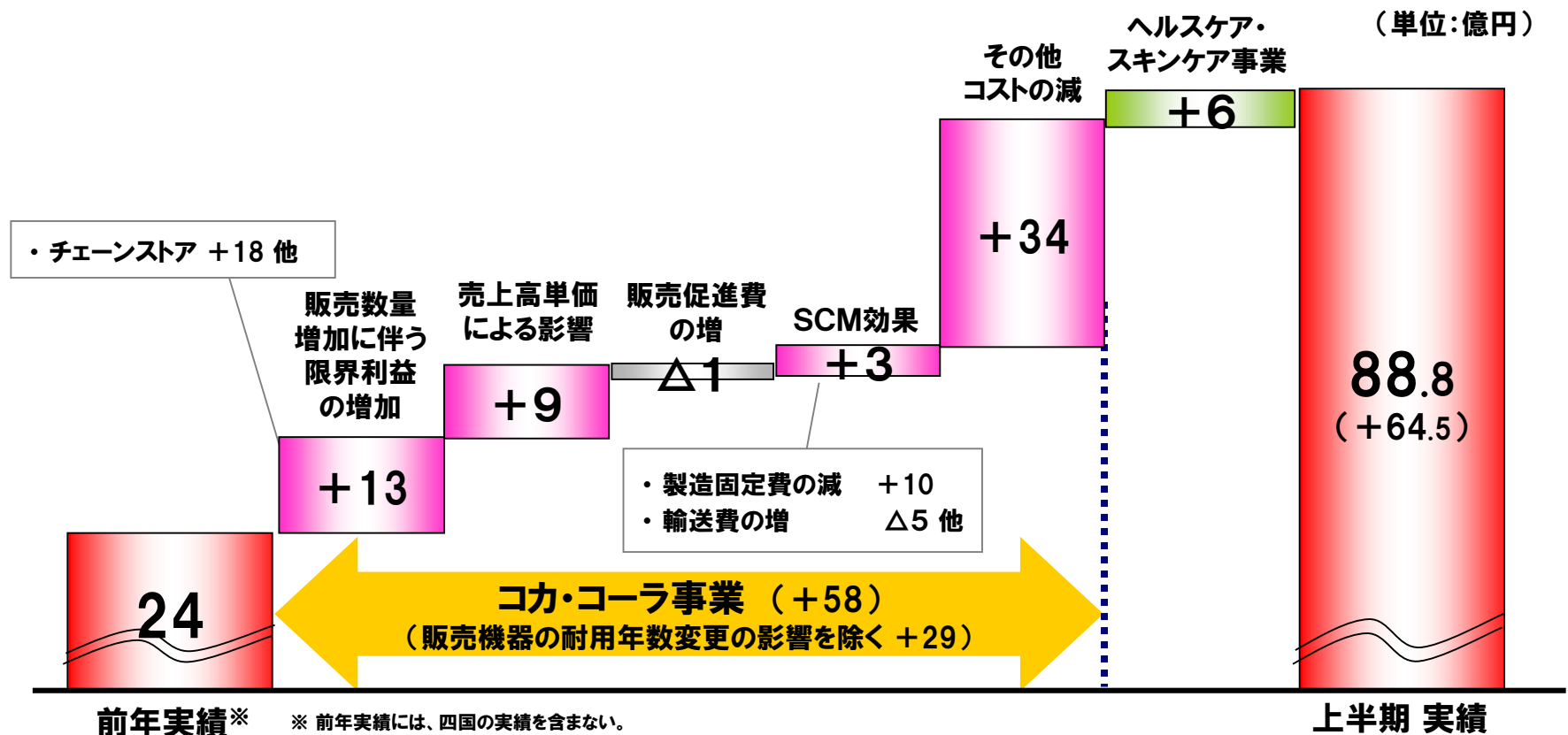
主な増減要因	増減額
・コカ・コーラ事業(CCW+四国)	+181.4
・ヘルスケア・スキンケア事業	+1.7
・コカ・コーラ事業(CCW+四国)	+118.9
・ヘルスケア・スキンケア事業	+3.3
・販管費の増	△57.8
・コカ・コーラ事業(CCW+四国)	△60.7
<主な増減要因>	
人件費の増	△38.8
販促費、広告宣伝費の増	△14.8
販売手数料の増	△13.8
販売機器費の減	+3.8
業務委託費の増	△17.6
輸送費の増	△3.6
減価償却費の減	+28.2
・ヘルスケア・スキンケア事業	+2.9
・特別利益の減(負ののれん発生益等)	△85.2
・特別損失の増(災害による損失等)	△2.7
・法人税等	△17.4

※ 前年実績には、四国の実績を含まない。

上半期 決算(1-6月) - 営業利益増加の要因(前年との比較)

コカ・コーラ事業の営業利益は、対前年58億円の増益となった。チェーンストアの販売数量増加が寄与し、限界利益が13億円のプラスとなったことに加え、売上高単価が上昇し、9億円の利益貢献があった。また、SCMでの生産性向上やコストの減少が、営業利益の増益に貢献した。

ヘルスケア・スキンケア事業では、売上高が増収となり、営業利益は対前年6億円の増益となった。



II. 下半期・通期 計画

下半期(7-12月) 販売数量計画

■ 下半期の販売数量は年初計画どおりとし、対前年+0.2%の計画とする。(四国含む)

チャンネル別販売計画

	下半期 計画 (単位:千ケース、%)	前年比	
		増減	増減率
スーパー/ドラッグ/ディスカウンター	37,822	+777	+2.1
コンビニエンスストア	14,435	△105	△0.7
チェーンストア 計	52,257	+672	+1.3
ベンディング	35,761	+185	+0.5
リテール	6,225	+109	+1.8
フードサービス	14,013	+244	+1.8
その他	7,871	△1,088	△12.1
CCW 計(四国除く)	116,127	+121	+0.1
CCW+四国 計	126,863	+310	+0.2

ブランド別販売計画

	下半期 計画 (単位:千ケース、%)	前年比	
		増減	増減率
コカ・コーラ	8,353	+191	+2.3
コカ・コーラ ゼロ	3,463	△38	△1.1
ファンタ	4,246	△41	△1.0
ジョージア	23,696	+582	+2.5
爽健美茶	5,740	+172	+3.1
アクエリアス	11,377	+400	+3.6
綾鷹	9,825	△174	△1.7
い・ろ・は・す	8,471	+686	+8.8
小 計	75,172	+1,777	+2.4
その他	20,834	△182	△0.9
RTD [※] 計	96,006	+1,595	+1.7
シロップ・パウダー	20,121	△1,474	△6.8
CCW 計(四国除く)	116,127	+121	+0.1
CCW+四国 計	126,863	+310	+0.2

※ RTD:パッケージ商品

営業戦略 - スーパーにおけるRGMの進化

取引納価の上昇



品種構成の改善



販売数量の増加

価格ガイドラインに基づく営業活動の継続強化

- ▶ パッケージラインナップ強化、サブフレーバーの活用
- ・・・コカ・コーラ、アクエリアスに加え、無糖茶の大型PETの売上高単価の改善を図る。

コカ・コーラ

アクエリアス

無糖茶

パッケージ
ラインナップ
強化

サブ
フレーバー
活用



コカ・コーラ 1.0L
コカ・コーラ ゼロフリー 1.5L



アクエリアス
ゼロ 2.0L



綾鷹にごりほのか
2.0L

高付加価値商品の育成(配荷強化)

非価格プロモーションの実施



リオ2016オリンピック
プロモーション



レジ前売場での品揃え強化
(高付加価値商品)

【下半期 計画】

	対前年伸張率		
	販売数量	売上高	売上高単価
スーパー	+1.9%	+4.0%	+2.0%
ドラッグストア・ディスカウンター	+2.4%	+4.6%	+2.2%
合計	+2.1%	+4.2%	+2.1%

営業戦略 - ベンディングビジネスの変革

売上高拡大

スマホアプリを活用したプロモーションの実施

【プロモーション 実施台数】

下半期 計画

42,000台

(年間計画: 60,000台)



- スマホアプリ「Coke On」を通じて、新商品情報やサンプリングクーポン、キャンペーン告知を配信する。



サンプリングクーポン
(コカ・コーラ)



Wスタンプキャンペーン
(高付加価値商品)

優良ロケーションの獲得

【新規設置台数】

下半期 計画

9,000台

(年間計画: 21,800台)

【新品自動販売機 投入台数】

下半期 計画

17,500台

(年間計画: 30,000台)

営業戦略 - ベンディングビジネスの変革

収益性向上

不採算ロケーションの改善

【撤収台数・赤字改善金額】

下半期 計画
2,800台 1.9億円
(年間計画:11,300台、2.9億円)

お得意さまとの取引内容見直し

【取引内容見直しによる利益貢献】

下半期
+ α

ロケーションに応じた多様なパッケージ展開による売上高向上

【売上高単価(ケース当たり)】

下半期 計画
 対前年 **+16円**

効率化

短期的課題の解決

▶ オペレーションから拠点業務までのプロセスを見直した新モデルのテスト展開中

訪問頻度・オペレーション体制の最適化

ITを活用したオペレーション効率向上

業務の合理化(ローディング、精算等)

年内に新モデルの評価・検証

中・長期のビジネスモデル構築

外部パートナーとの共創ワークショップを実施

10年後のお客さまを見据えた魅力あるベンディングビジネスの姿を描く

営業戦略 - ブランドの競争力強化

■ リオデジャネイロオリンピックに合わせ、「リオ2016限定デザインボトル」の投入や、主要ブランドを対象としたプロモーションの展開により、最需要期の売上げ最大化を図る。

商品

リオ2016限定デザインボトル



「コカ・コーラ」ゴールドボトル (PET)



オリンピックイヤーデザイン
「コカ・コーラ」スリムボトル (アルミ缶)



プロモーション



防水ポータブル
地デジ&DVDプレイヤー



オリンピック
開催国デザイン
アルミタンブラー



ブラジリアン
BBQセット



東京2020オリンピック
観戦権利

スーパー



アイスボトル
ホルダー

自動販売機



オリジナル
缶バッジ

■ 通販事業および商品開発の強化により、下半期以降の売上高・利益の拡大を図る。

通販事業の強化

新規顧客の獲得

- 通販番組の集客効率向上
- WEBマーケティングの強化

既存顧客の継続率・売上高単価の向上

- クロスセル(商品の組合せ販売)の強化

コカ・コーラ事業とのコラボレーション

コラボ商品(飲料)の発売

- 商品開発は順調に進捗しており、具体的な仕様を最終調整中
- 商品価値に見合った価格での販売に向け、コカ・コーラ事業(自動販売機等)、ヘルスケア・スキンケア事業(通販等)の2つの事業で検討中

【下半期・通期 売上高計画】

	下半期 計画	前年比		通期 計画	前年比	
		増減	増減率		増減	増減率
ヘルスケア商品	117	+9	+9.3	217	+3	+1.6
スキンケア商品	62	+6	+11.3	124	+14	+13.0
その他	1	△0	△39.0	3	△0	△15.3
合計	181	+15	+9.4	345	+17	+5.2

(単位: 億円、%)

下半期(7-12月)・通期(1-12月) - 業績計画(連結)

- 通期の連結営業利益計画を年初計画から45億円上方修正し、205億円とする。
(対前年 +62億円)

連結

[通期(1~12月)]

(単位:百万円、%)

	2016年 通期 計画	前年比		年初計画比	
		増減	増減率	増減	増減率
売上高	460,200	+19,723	+4.5	+5,000	+1.1
売上総利益	239,800	+15,848	+7.1	+4,200	+1.8
営業利益	20,500	+6,237	+43.7	+4,500	+28.1
経常利益	18,800	+5,076	+37.0	+3,800	+25.3
当期純利益 (当社株主帰属)	10,800	+829	+8.3	+2,000	+22.7

[下半期(7~12月)]

(単位:百万円、%)

	2016年 下半期 計画	前年比	
		増減	増減率
売上高	240,900	+1,418	+0.6
売上総利益	126,300	+3,600	+2.9
営業利益	11,600	△231	△2.0
経常利益	10,200	△1,227	△10.7
当期純利益 (当社株主帰属)	6,200	+5,087	+457.2

下半期・通期 — 業績計画(事業別)

コカ・コーラ事業 (CCWグループ+四国)

[通期(1~12月)]

(単位:千ケース、百万円、%)

	2016年 通期 計画	前年比		年初計画比	
		増減	増減率	増減	増減率
販売数量	239,383	+4,764	+2.0	+2,750	+1.2
売上高	425,600	+17,964	+4.4	+5,900	+1.4
うち、戦略チャネル	417,279	+24,527	+6.2	+3,618	+0.9
営業利益	17,100	+5,890	+52.5	+4,100	+31.5

[下半期(7~12月)]

(単位:千ケース、百万円、%)

	2016年 下半期 計画	前年比	
		増減	増減率
販売数量	126,863	+310	+0.2
売上高	222,800	△132	△0.1
うち、戦略チャネル	219,744	+3,072	+1.4
営業利益	10,100	+58	+0.6

ヘルスケア・スキンケア事業

[通期(1~12月)]

(単位:百万円、%)

	2016年 通期 計画	前年比		年初計画比	
		増減	増減率	増減	増減率
売上高	34,600	+1,759	+5.4	△900	△2.5
営業利益	3,400	+347	+11.4	+400	+13.3

[下半期(7~12月)]

(単位:百万円、%)

	2016年 下半期 計画	前年比	
		増減	増減率
売上高	18,100	+1,550	+9.4
営業利益	1,500	△289	△16.2

通期(1-12月) - 営業利益 増加の要因(前年との比較)

連結の営業利益は、対前年62億円増益の205億円を目指す。

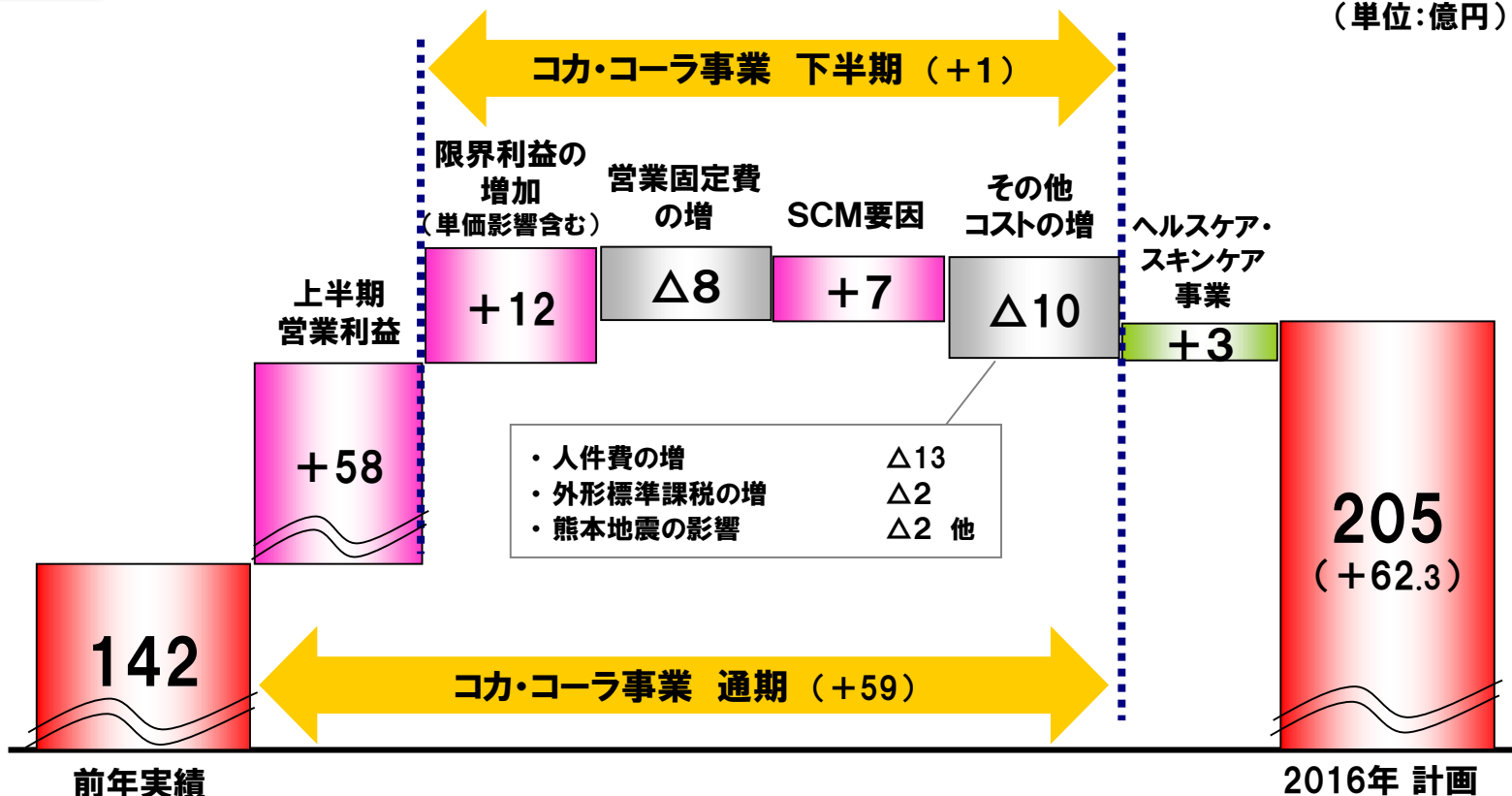
Coca-Cola West

- 営業関連 +4億円：チェーンストア、ベンディングにおいて利益を伴う売上高の拡大を図る。
- SCM要因 +7億円：生産性向上・効率化に取組み、確実なSCM効果の創出を図る。
- その他 Δ 10億円：外部要因による影響を見込むほか、将来の成長に向けた投資を実行する。

キューサイ

+3億円：通販事業の強化により、売上高・利益の拡大を図る。

(単位:億円)



配当について

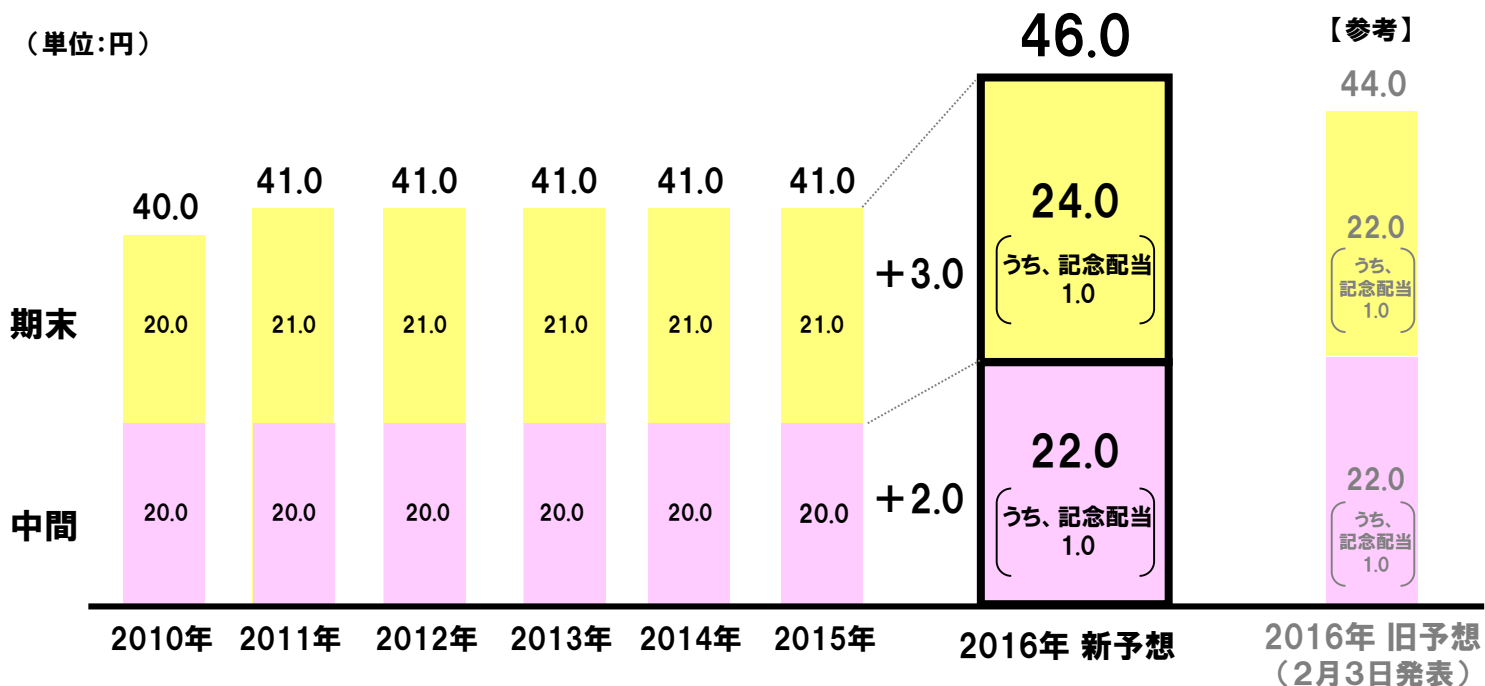
■ 2016年の業績計画の上方修正を踏まえ、1株当たり配当金(予想)を修正する。

[1株当たり]	
普通配当	
中間配当金	21円 (+1円)
期末配当金	23円 (+2円)
記念配当※	2円 (+2円)
合計	46円 (+5円)

()内は対前年増減

※ 2016年が旧コカ・コーラウエスト
 ジャパンと旧近畿コカ・コーラの経営
 統合から10年の節目を迎える年である
 ことを記念して、記念配当を実施。

年間配当金の推移



■ 上半期の連結営業利益は計画を43億円上回って着地し、対前年で64億円の大増益を実現した。

→ コカ・コーラ事業において、最重要課題であるスーパーのRGMの取組みと、ベンディングの売上高拡大・収益性向上に向けた取組みが順調に進捗し、効果が表れてきている。

→ あらゆる活動を抜本的に見直したことによりコストが減少し、営業利益の増加に貢献した。

→ 将来の成長に向けた投資は、計画どおりに実行している。

■ 下半期の事業計画は、将来の成長に向けた投資を確実にを行うことを前提としており、年初計画を基本とする。

■ 下半期は、上半期の取組みをさらに推し進め、上半期同様、計画以上の効果を実現させることにより、通期の営業利益計画205億円の達成に留まらず、さらなる利益創出に挑戦する。

[参 考]

第2四半期決算(4-6月)

(単位:百万円、%)

	2016年 第2四半期 実績
売上高	118,761
売上総利益	61,409
営業利益	6,673
経常利益	6,561
当期純利益	3,680

計画	計画比	
	増減	増減率
116,400	+2,361	+2.0
60,000	+1,409	+2.3
4,800	+1,873	+39.0
4,700	+1,861	+39.6
2,800	+880	+31.4

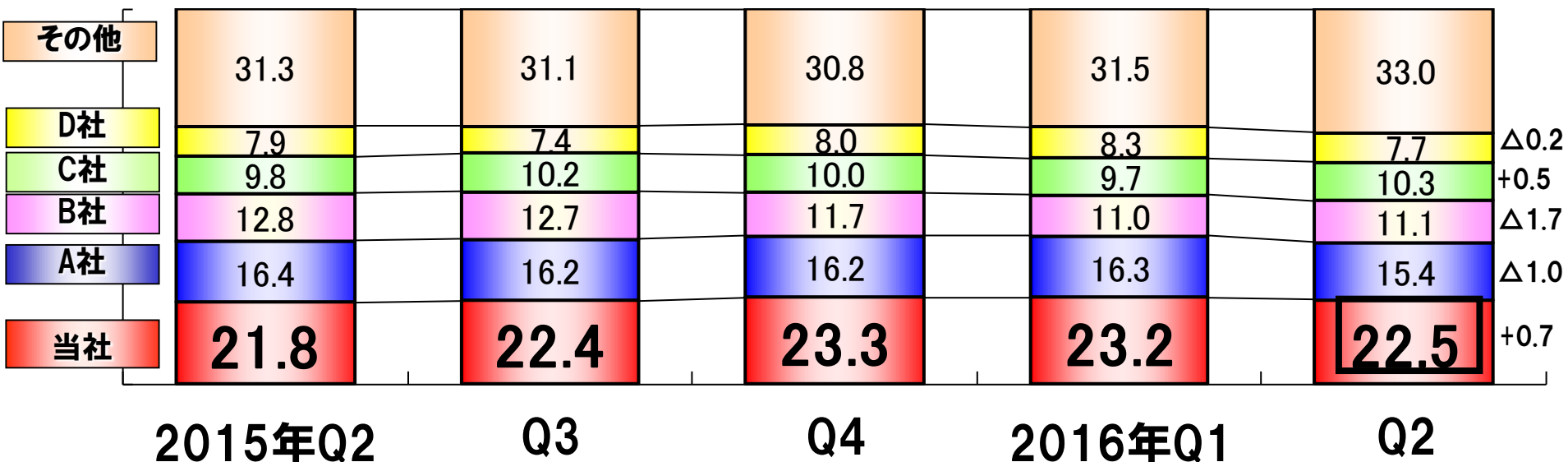
2015年 第2四半期 実績	前年比 [※]	
	増減	増減率
109,878	+8,883	+8.1
55,074	+6,334	+11.5
3,677	+2,995	+81.5
3,586	+2,974	+82.9
10,110	△6,430	△63.6

※ 前年実績には、四国の実績を含まない。

手売りマーケットシェアの推移（自動販売機除く）

100%

（単位：%、ポイント）



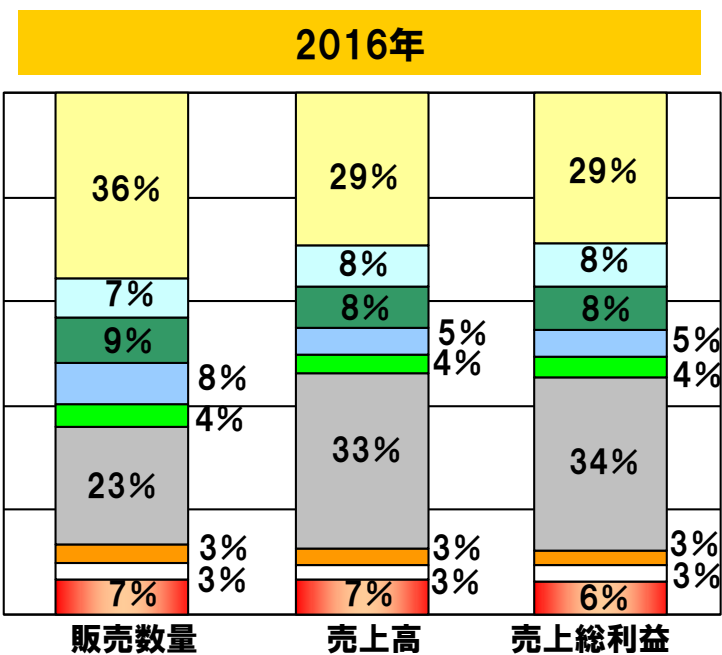
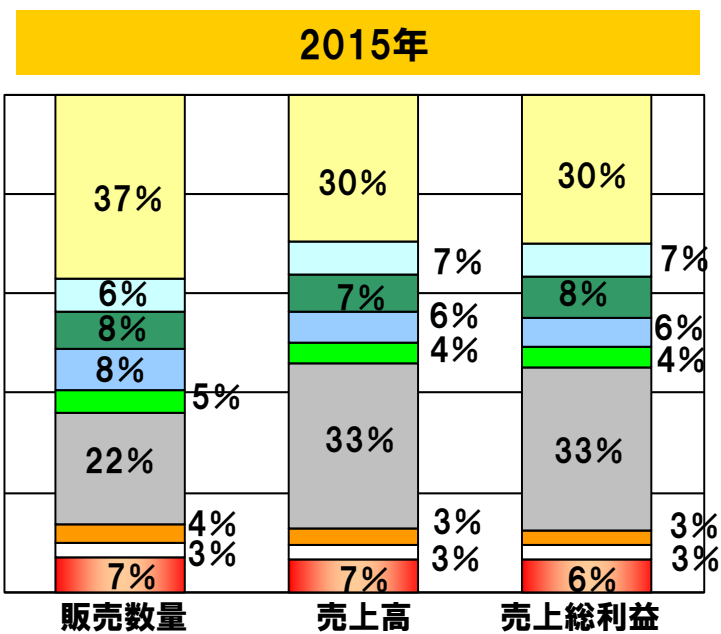
・グラフ外の数字は対前年同期の増減

（出典：インテージ）

上半期(1-6月) - ブランド別・チャネル別構成比

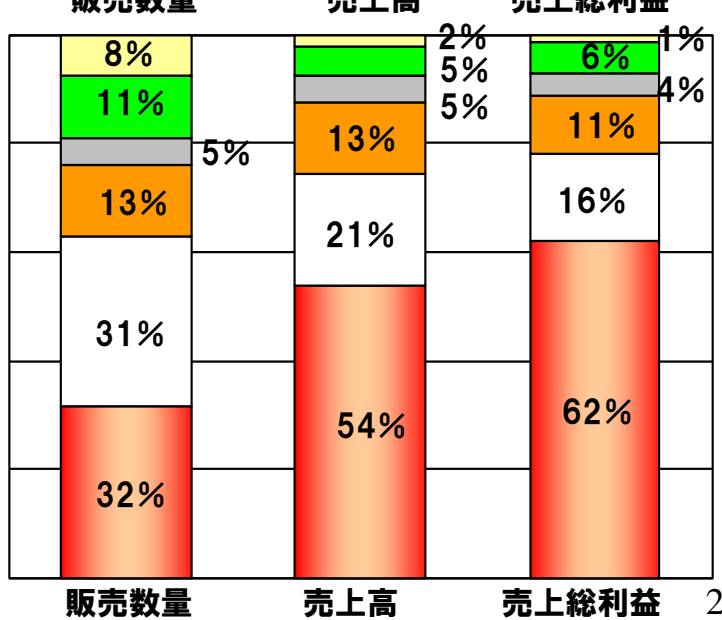
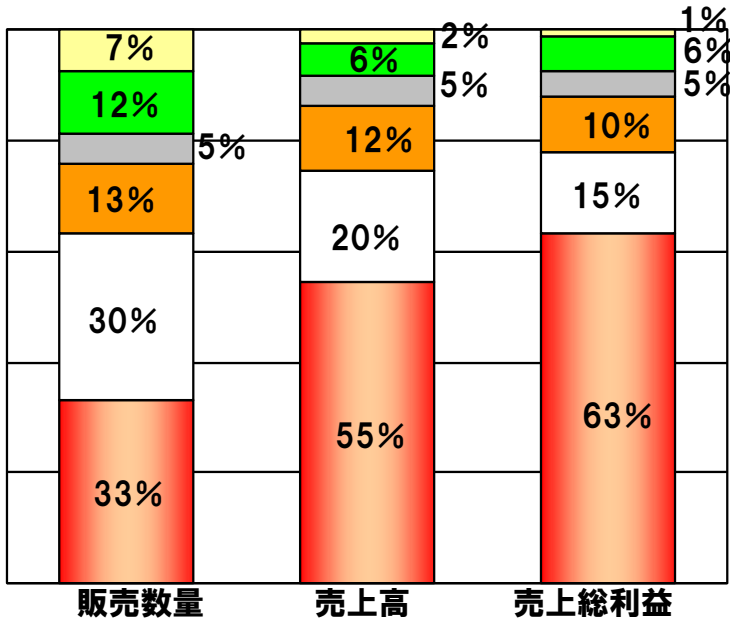
ブランド

- その他
- いろはす
- 綾鷹
- アケリアス
- 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



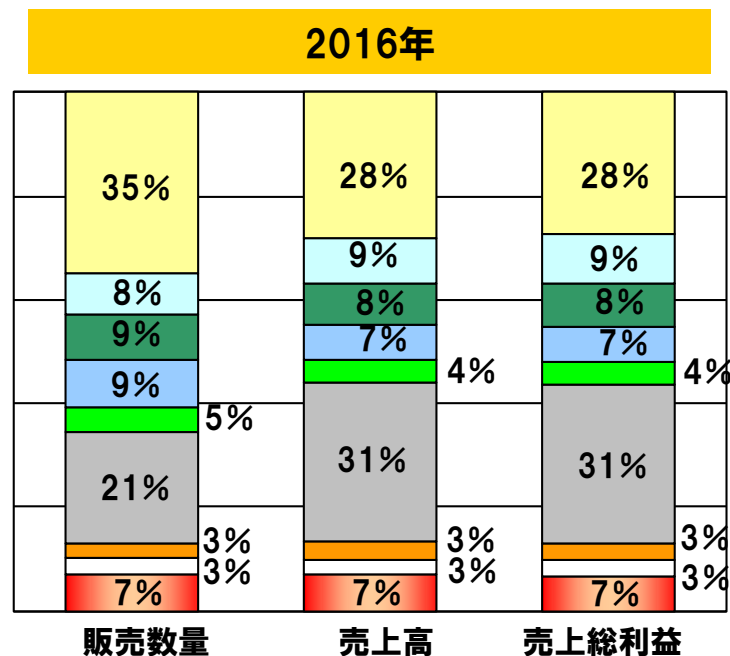
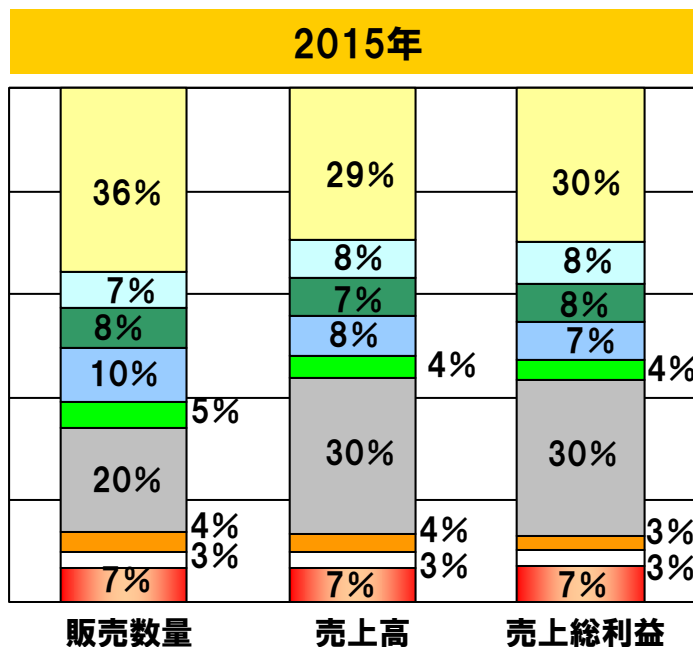
チャネル

- 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

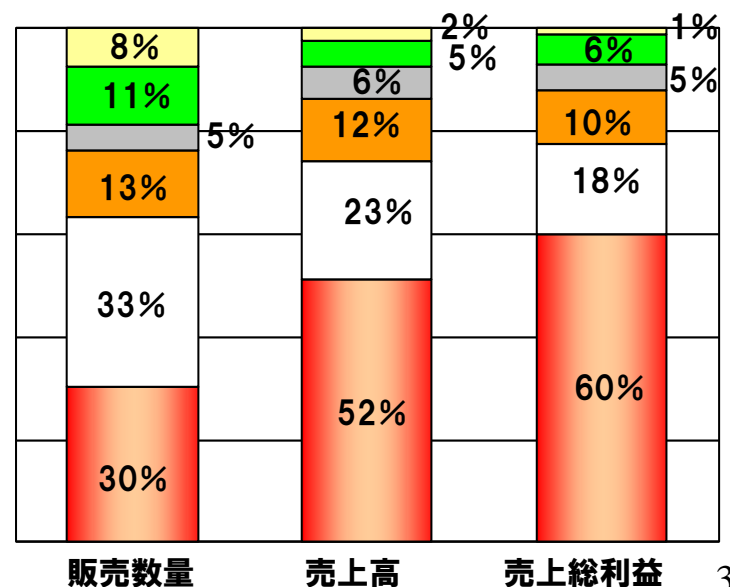
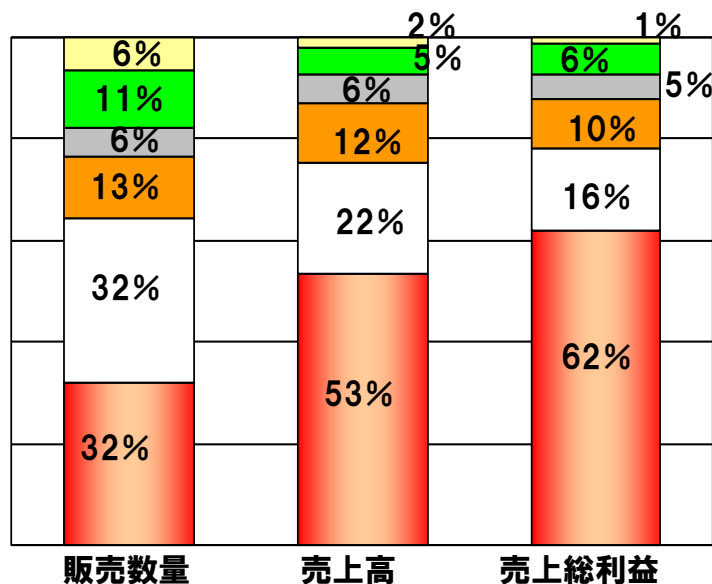


第2四半期(4-6月) - ブランド別・チャネル別構成比

ブランド



チャネル



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】

	前年比 (%)						
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	累計
職域(オフィス等)	△2.2	+2.1	+0.0	△2.5	△1.6	△1.4	△1.0
職域(工場等)	△2.8	+1.9	+1.8	△3.0	△2.5	△1.4	△1.0
大規模小売店	△2.4	+1.6	△2.6	△4.2	△2.2	△2.9	△2.2
交通	+1.2	+3.8	+1.3	+1.1	△0.8	+0.6	+1.1
学校	△0.8	+5.7	+3.2	△1.1	△1.6	+3.3	+1.2
娯楽施設	△3.7	+0.6	△3.4	△4.6	△1.3	△9.1	△3.6
パチンコ	△5.8	△1.8	△6.8	△5.8	△0.9	△3.6	△4.2
スポーツ施設	△4.2	+0.6	△1.0	△1.4	△0.9	△4.0	△1.9
病院	△3.0	+3.0	+1.1	△1.4	△1.6	△0.6	△0.5
宿泊施設	△4.2	+2.8	△1.9	△4.6	△5.2	△2.9	△2.8
その他(インドア)	△2.7	+0.9	+0.8	△2.3	△3.8	△0.6	△1.4
アウトドア	△1.6	+1.3	+2.6	△0.9	△3.9	△2.1	△0.9
計	△2.5	+1.5	△0.1	△2.4	△2.3	△1.9	△1.4

※ 自動販売機1台当たりの販売数量

上半期(1-6月) - チャネル別・パッケージ別 販売数量

■チェーンストア
(単位:千ケース、%)

	2016年 上半期実績	計画比		前年比	
		増減	増減率	増減	増減率
小型PET (1,000ml 未満)	16,558	+387	+2.4	+1,067	+6.9
中型PET (1,500ml 未満)	1,157	+285	+32.7	+559	+93.5
大型PET (1,500ml 以上)	19,133	+761	+4.1	+852	+4.7
缶(ボトル缶含む)	8,526	+422	+5.2	+1,123	+15.2
その他	634	+104	+19.6	+24	+4.0
CCW 計(四国除く)	46,009	+1,960	+4.4	+3,626	+8.6

■ベンディング
(単位:千ケース、%)

	2016年 上半期実績	計画比		前年比	
		増減	増減率	増減	増減率
小型PET (1,000ml 未満)	10,555	+59	+0.6	+672	+6.8
大型PET (1,500ml 以上)	73	+6	+9.4	△3	△4.2
缶(ボトル缶含む)	16,463	+604	+3.8	△648	△3.8
その他	4,359	△175	△3.9	+219	+5.3
シロップ・パウダー	1,296	+121	+10.3	△259	△16.7
CCW 計(四国除く)	32,745	+614	+1.9	△20	△0.1

■リテール・フードサービス
(単位:千ケース、%)

	2016年 上半期実績	計画比		前年比	
		増減	増減率	増減	増減率
小型PET (1,000ml 未満)	2,726	+142	+5.5	△19	△0.7
中型PET (1,500ml 未満)	72	+8	+13.1	+11	+18.7
大型PET (1,500ml 以上)	1,304	△7	△0.6	+75	+6.1
缶(ボトル缶含む)	1,637	+116	+7.6	△15	△0.9
その他	893	△136	△13.2	+34	+3.9
シロップ・パウダー	10,305	+38	+0.4	+122	+1.2
CCW 計(四国除く)	16,937	+162	+1.0	+209	+1.2

第2四半期(4-6月) - チャネル別 販売数量

	第2四半期 実績	計画比		前年比 [※]	
		増減	増減率	増減	増減率
(単位:千ケース、%)					
スーパー/ドラッグ/ディスカウンター	18,969	+695	+3.8	+1,360	+7.7
コンビニエンスストア	7,352	+92	+1.3	+551	+8.1
チェーンストア 計	26,321	+787	+3.1	+1,912	+7.8
ベンディング	17,204	+195	+1.1	△381	△2.2
リテール	3,020	+134	+4.6	+2	+0.1
フードサービス	6,211	△109	△1.7	△31	△0.5
その他	4,312	+225	+5.5	+750	+21.1
CCW 計(四国除く)	57,068	+1,232	+2.2	+2,252	+4.1
CCW+四国 計	62,040	+1,159	+1.9	+7,223	+13.2

※ 前年実績には、四国の4~6月の実績を含まない。また、連結子会社販売実績の集計範囲の変更に伴い、前年実績を遡って修正。

第2四半期(4-6月) – ブランド別 販売数量

(単位:千ケース、%)		第2四半期 実績	計画比		前年比 ^{※1}	
			増減	増減率	増減	増減率
コ ア 8	コカ・コーラ	3,958	△60	△1.5	+119	+3.1
	コカ・コーラ ゼロ	1,841	+86	+4.9	+164	+9.8
	ファンタ	2,008	△103	△4.9	△33	△1.6
	ジョージア	11,999	+357	+3.1	+844	+7.6
	爽健美茶	2,689	+63	+2.4	+11	+0.4
	アケリアス	5,386	△118	△2.1	△309	△5.4
	綾鷹	4,971	+504	+11.3	+703	+16.5
	い・ろ・は・す	4,498	+70	+1.6	+599	+15.4
小 計		37,350	+799	+2.2	+2,099	+6.0
その他		9,843	+233	+2.4	△210	△2.1
RTD ^{※2} 計		47,193	+1,032	+2.2	+1,889	+4.2
シロップ・パウダー		9,875	+200	+2.1	+364	+3.8
CCW 計(四国除く)		57,068	+1,232	+2.2	+2,252	+4.1
CCW+四国 計		62,040	+1,159	+1.9	+7,223	+13.2

※1 前年実績には、四国の4~6月の実績を含まない。また、連結子会社販売実績の集計範囲の変更に伴い、前年実績を遡って修正。

※2 パッケージ商品

第2四半期(4-6月) - パッケージ別 販売数量

		第2四半期 実績	計画比		前年比 [※]	
			増減	増減率	増減	増減率
(単位:千ケース、%)						
PET	小型(1,000ml未満)	16,567	△107	△0.6	+757	+4.8
	中型(1,500ml未満)	864	+226	+35.3	+462	+115.2
	大型(1,500ml以上)	12,071	+388	+3.3	+413	+3.5
計		29,502	+506	+1.7	+1,632	+5.9
缶(ボトル缶含む)		14,049	+638	+4.8	+163	+1.2
その他		3,643	△112	△3.0	+94	+2.7
シロップ・パウダー		9,875	+200	+2.1	+364	+3.8
CCW 計(四国除く)		57,068	+1,232	+2.2	+2,252	+4.1
CCW+四国 計		62,040	+1,159	+1.9	+7,223	+13.2

※ 前年実績には、四国の4~6月の実績を含まない。また、連結子会社販売実績の集計範囲の変更に伴い、前年実績を遡って修正。

第2四半期(4-6月) - チャネル別・パッケージ別 販売数量

■チェーンストア

(単位:千ケース、%)

	第2四半期 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)	9,124	△117	△1.3	+400	+4.6
中型PET (1,500ml 未満)	816	+217	+36.2	+453	+124.5
大型PET (1,500ml 以上)	11,251	+370	+3.4	+367	+3.4
缶(ボトル缶含む)	4,693	+246	+5.5	+670	+16.7
その他	438	+71	+19.2	+21	+5.1
CCW 計(四国除く)	26,321	+787	+3.1	+1,912	+7.8

■ベンディング

(単位:千ケース、%)

	第2四半期 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)	5,857	△10	△0.2	+383	+7.0
大型PET (1,500ml 以上)	43	+5	+13.7	+2	+3.9
缶(ボトル缶含む)	8,464	+302	+3.7	△527	△5.9
その他	2,296	△170	△6.9	+29	+1.3
シロップ・パウダー	543	+68	+14.4	△267	△32.9
CCW 計(四国除く)	17,204	+195	+1.1	△381	△2.2

■リテール・フードサービス

(単位:千ケース、%)

	第2四半期 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)	1,585	+18	+1.2	△28	△1.7
中型PET (1,500ml 未満)	46	+7	+18.7	+9	+26.1
大型PET (1,500ml 以上)	773	+8	+1.0	+39	+5.4
缶(ボトル缶含む)	884	+83	+10.3	+15	+1.7
その他	494	△71	△12.6	+19	+4.0
シロップ・パウダー	5,450	△20	△0.4	△84	△1.5
CCW 計(四国除く)	9,231	+25	+0.3	△29	△0.3

下半期(7-12月) - パッケージ別 販売数量計画

		下半期 計画	前年比 [※]	
			増減	増減率
(単位:千ケース、%)				
PET	小型(1,000ml未満)	34,803	+1,792	+5.4
	中型(1,500ml未満)	1,278	+438	+52.2
	大型(1,500ml以上)	25,249	△171	△0.7
計		61,330	+2,060	+3.5
缶(ボトル缶含む)		26,973	△880	△3.2
その他		7,703	+415	+5.7
シロップ・パウダー		20,121	△1,474	△6.8
CCW 計(四国除く)		116,127	+121	+0.1
CCW+四国 計		126,863	+310	+0.2

※ 連結子会社販売実績の集計範囲の変更に伴い、前年実績を遡って修正。

下半期(7-12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、%)	下半期 計画	前年比	
		増減	増減率
小型PET (1,000ml 未満)	18,298	+511	+2.9
中型PET (1,500ml 未満)	1,184	+422	+55.4
大型PET (1,500ml 以上)	23,448	△289	△1.2
缶(ボトル缶含む)	8,643	+63	+0.7
その他	683	△34	△4.8
CCW 計(四国除く)	52,257	+672	+1.3

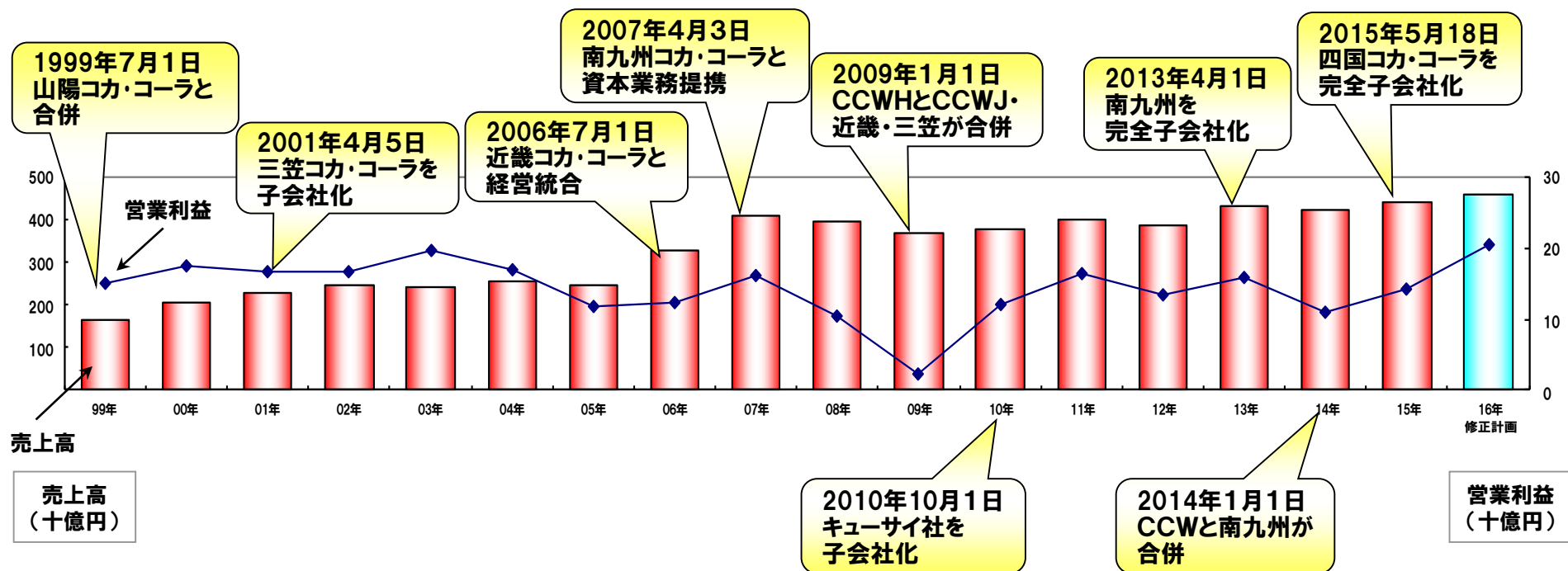
■ペンディング (単位:千ケース、%)	下半期 計画	前年比	
		増減	増減率
小型PET (1,000ml 未満)	13,209	+1,317	+11.1
大型PET (1,500ml 以上)	101	△22	△17.7
缶(ボトル缶含む)	16,510	△906	△5.2
その他	5,060	+499	+10.9
シロップ・パウダー	881	△703	△44.4
CCW 計(四国除く)	35,761	+185	+0.5

■リテール・フードサービス (単位:千ケース、%)	下半期 計画	前年比	
		増減	増減率
小型PET (1,000ml 未満)	3,296	△32	△1.0
中型PET (1,500ml 未満)	92	+18	+24.8
大型PET (1,500ml 以上)	1,700	+147	+9.5
缶(ボトル缶含む)	1,820	△24	△1.3
その他	1,236	+231	+23.0
シロップ・パウダー	12,095	+12	+0.1
CCW 計(四国除く)	20,238	+353	+1.8

業績の推移

(単位: 百万円)

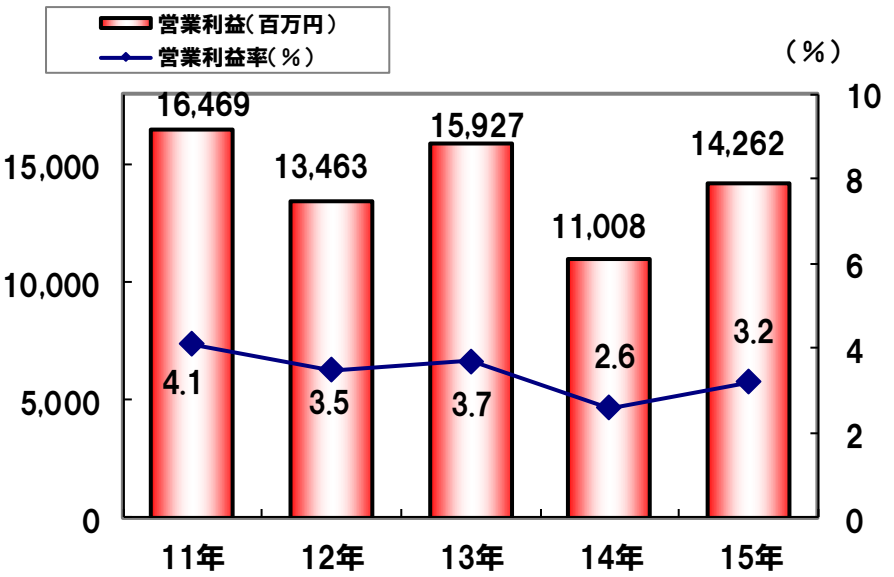
	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年 修正計画
売上高	164,731	207,827	226,111	247,737	240,825	253,248	245,874	327,821	409,521	395,556	369,698	375,764	399,717	386,637	431,711	424,406	440,476	460,200
営業利益	15,160	17,449	16,634	16,704	19,638	16,860	11,830	12,321	16,056	10,521	2,242	12,003	16,469	13,463	15,927	11,008	14,262	20,500
経常利益	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	16,606	10,609	13,723	18,800
当期純利益	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	13,625	4,482	9,970	10,800



経営指標の推移

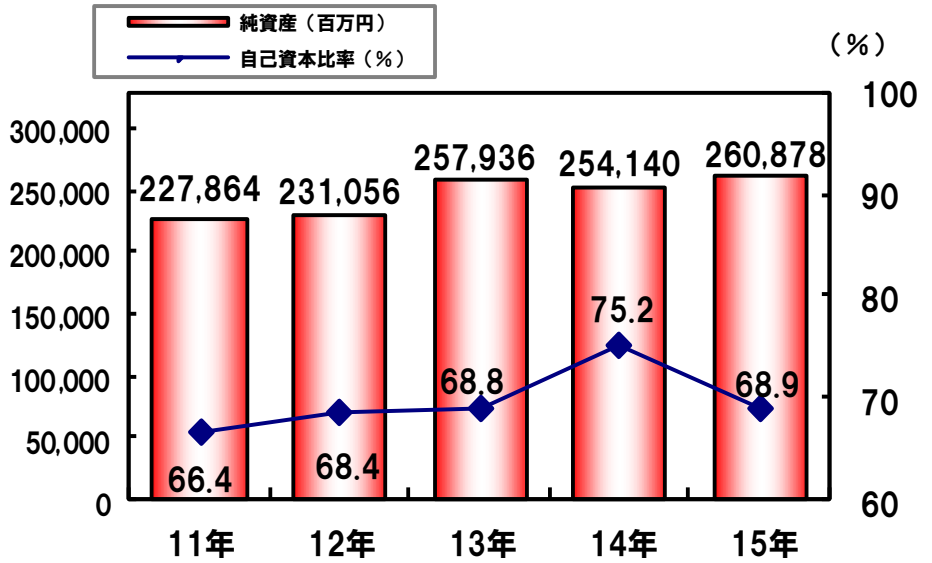
<営業利益／営業利益率>

(百万円)

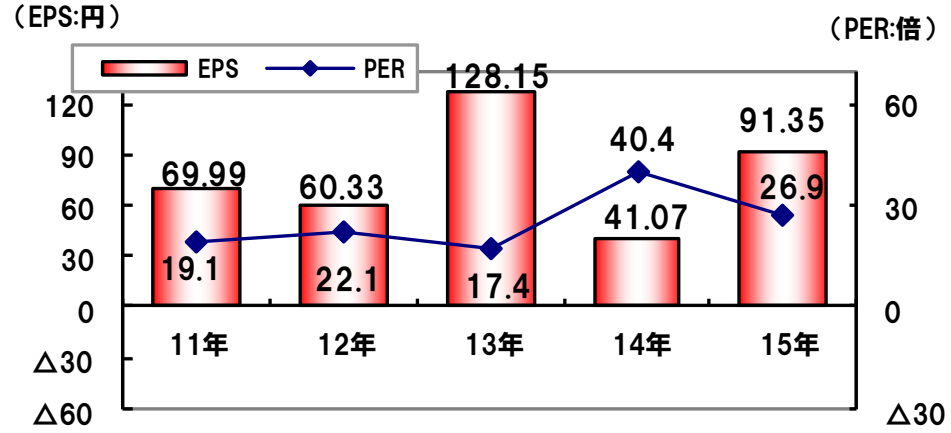
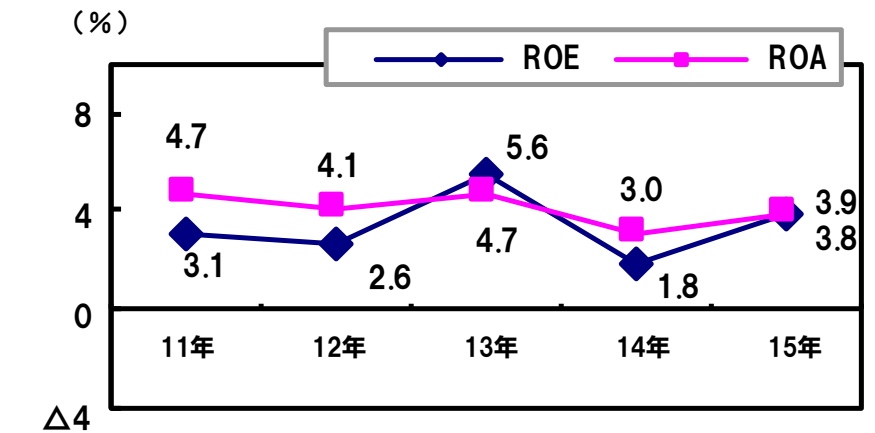


<純資産／自己資本比率>

(百万円)



<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)>

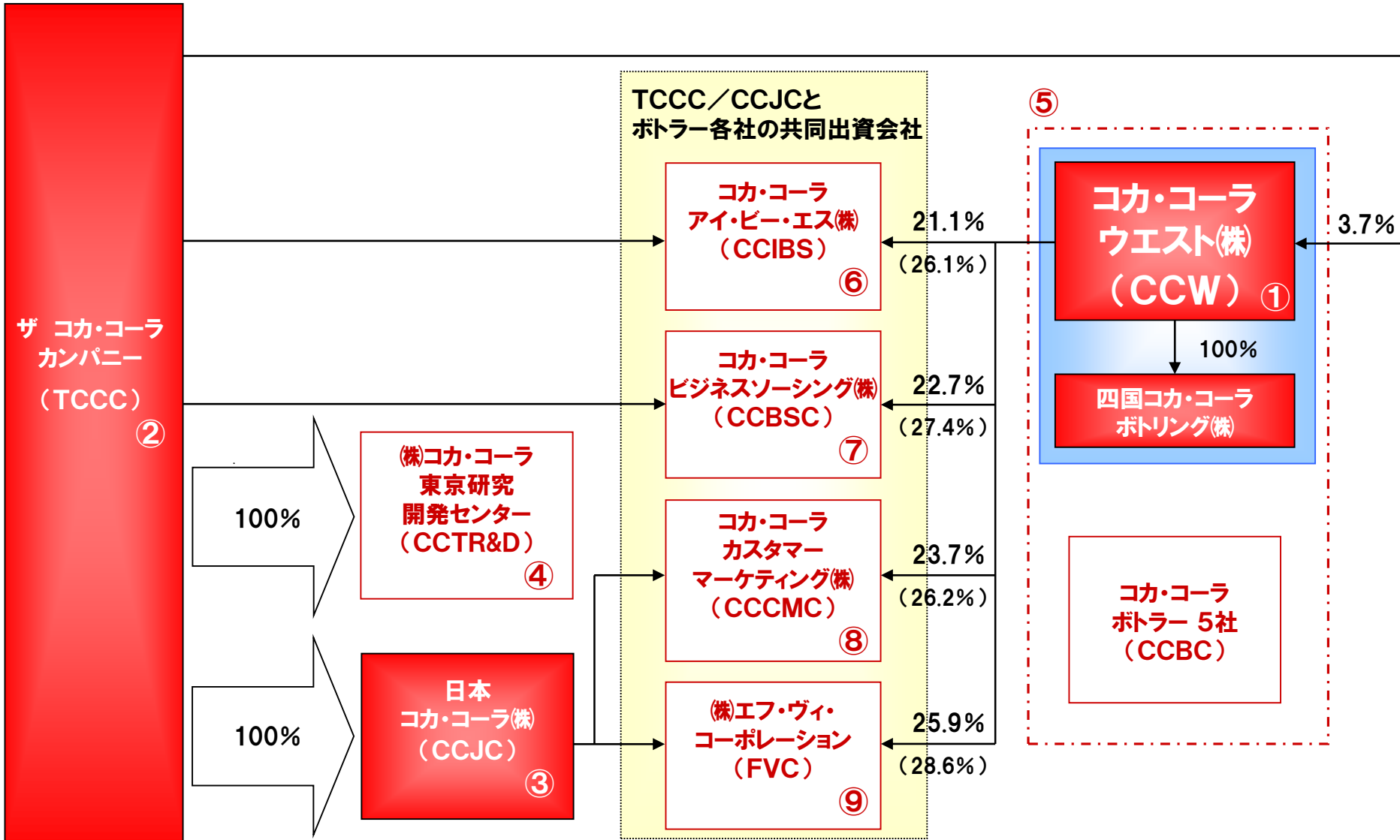


EPS = 当期純利益 ÷ 期中平均株式数 PER = 期末株価 ÷ EPS

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、() 内の数字はCCW+四国合計の出資比率

(2016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）

1999年に、北九州コカ・コーラボトリング株式会社が山陽コカ・コーラボトリング株式会社と合併し、コカ・コーラウエストジャパン株式会社（CCWJ）が誕生。CCWJは、2001年に三笠コカ・コーラボトリング株式会社を子会社化、2006年に近畿コカ・コーラボトリング株式会社と経営統合し、2009年に現在のコカ・コーラウエスト株式会社が誕生した。2013年には南九州コカ・コーラボトリング株式会社を完全子会社化し、2014年に同社と合併。また、2015年5月18日付で、四国コカ・コーラボトリング株式会社を完全子会社化した。

②ザ コカ・コーラ カンパニー（TCCC）

1892年に米国ジョージア州アトランタに設立。コカ・コーラ社商品の製造・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がボトラー契約を結ぶ。

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、商品の企画、コカ・コーラなど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。従来の米国本社を中心とした技術開発部門から分離・独立した同社は、日本のニーズに即した商品開発・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、7つのボトラーがあり、各営業地域で商品の製造および販売を行う。

⑥コカ・コーラアイ・ビー・エス株式会社（CCIBS）

日本コカ・コーラ株式会社および全ボトラーの共同出資により、1999年6月に設立。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。

⑦コカ・コーラビジネスソーシング株式会社（CCBSC）

日本コカ・コーラ株式会社および全ボトラーの共同出資により、2015年8月に設立。日本のコカ・コーラシステムにおける原材料、資材、機材および間接材の調達業務全般を担う。

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・コーラ株式会社および全ボトラーの共同出資により、2007年1月に設立。全国規模のスーパーマーケットやコンビニエンスストア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・コーラ株式会社および全ボトラーの共同出資により、2001年5月に設立。自動販売機事業において広域法人への営業を行い、コカ・コーラ社商品以外の商品も扱う。

用語の解説

用語	解説
事業（セグメント）	
・コカ・コーラ事業（清涼飲料事業）	コカ・コーラ等清涼飲料の製造・販売事業
・ヘルスケア・スキンケア事業	健康食品、化粧品等の製造・販売事業。キューサイ株式会社およびその子会社5社で行う
チャネル	
・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）
・スーパー／ドラッグ／ディスカウンター	スーパーマーケット、ドラッグストアおよびディスカウントストア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におけるビジネスのこと（卸売業）
・チェーンストア	スーパーマーケット、ドラッグストア、ディスカウントストアおよびコンビニエンスストアの総称
・リテール	一般食料品店、酒屋などにおけるビジネスのこと（卸売業）
・フードサービス	外食マーケットにおいて、シロップ等の販売を行うビジネスのこと（卸売業）
ベンディング関係	
・VPM（Volume Per Machine）	自動販売機1台当たりの販売数量
・インドア（マーケット）	屋内の自動販売機（利用するお客さまが比較的特定）
・アウトドア（マーケット）	屋外の自動販売機（利用するお客さまが比較的不特定）
その他	
・RGM（Revenue Growth Management）	販売数量成長を上回る売上高成長により利益を拡大すること（するための取組み）
・OBPPC	Occasion, Brand, Package, Price, Channel
・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