

みんなの あしたに ハッピーを

Coca-Cola **West**

2016年12月期 第3四半期 決算説明会

2016年11月1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. 第3四半期累計 決算

II. 第4四半期・通期 計画

【参考】

第3四半期(7~9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3四半期 販売数量実績(チャネル別・パッケージ別)

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 販売数量（1-9月）

計画比較

・ 1～9月の販売数量は計画を1.1%上回って着地した。

前年比較

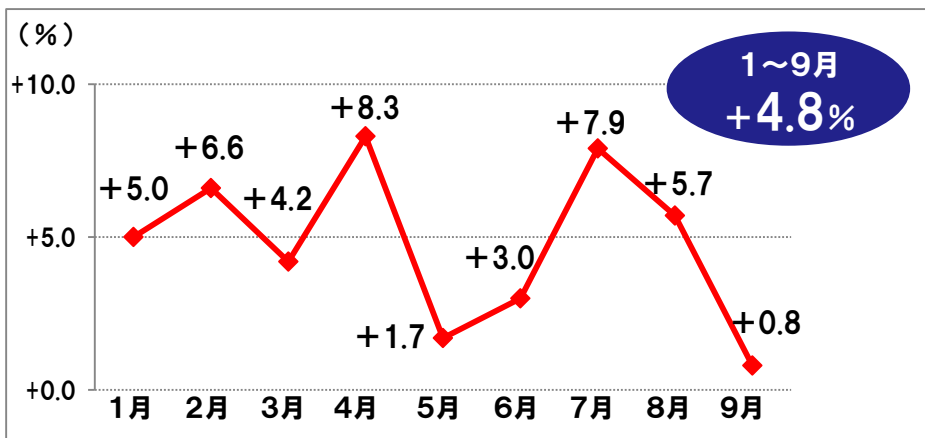
・ 四国の販売数量を取り込んだこともあり、1～9月の販売数量は10.0%のプラスとなった。
 ・ CCWの販売数量は1～9月累計で4.8%のプラスとなった。

[販売数量] (単位:千ケース、%)	販売数量 実績	計画※1	計画比		前年※2	前年比	
			増減	増減率		増減	増減率
CCW (四国除く)	170,876	168,842	+2,033	+1.2	163,120	+7,756	+4.8
1～6月	103,624	103,624	-	-	99,042	+4,582	+4.6
7～9月	67,251	65,218	+2,033	+3.1	64,077	+3,174	+5.0
CCW+四国 計	185,793	183,802	+1,991	+1.1	168,952	+16,841	+10.0

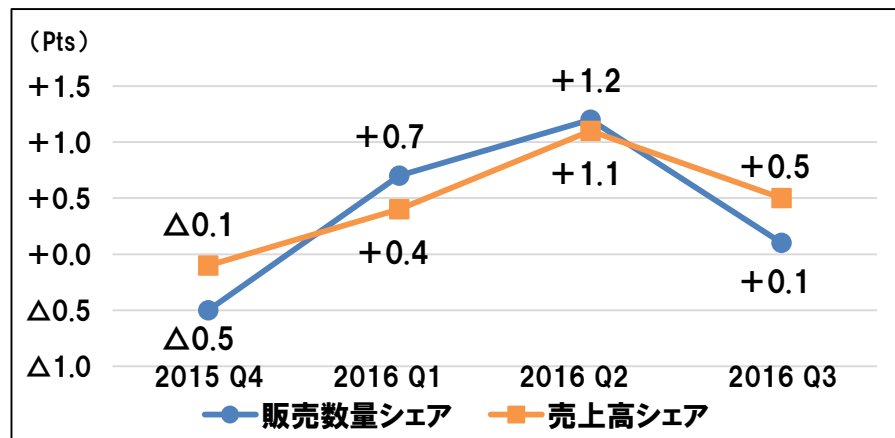
※1 計画は、2016年8月12日付で発表した業績予想に基づく数値。

※2 前年実績には、四国の1～6月実績を含まない。

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

- 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、販売数量は対前年プラスとなった。
- 収益性の高いベンディングの販売数量は第3四半期に対前年でプラスに転じ、累計でもプラスとなった。

	第3四半期 累計 実績	計画比 ^{※1}		前年比 ^{※2}	
		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	55,992	+898	+1.6	+4,122	+7.9
コンビニエンスストア	22,189	+155	+0.7	+2,151	+10.7
チェーンストア 計	78,181	+1,052	+1.4	+6,273	+8.7
ベンディング	52,106	+82	+0.2	+353	+0.7
リテール	8,740	+97	+1.1	+22	+0.3
フードサービス	19,123	+118	+0.6	+418	+2.2
その他	12,726	+685	+5.7	+691	+5.7
CCW 計(四国除く)	170,876	+2,033	+1.2	+7,756	+4.8
CCW+四国 計	185,793	+1,991	+1.1	+16,841	+10.0

※1 計画は、2016年8月12日付で発表した業績予想に基づく数値。

※2 前年実績には、四国の1~6月実績を含まない。

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。

		第3四半期 累計 実績	計画比 ^{※1}		前年比 ^{※2}	
			増減	増減率	増減	増減率
(単位:千ケース、%)						
PET	小型 (850ml 未満)	50,260	+278	+0.6	+3,799	+8.2
	中型 (1,500ml 未満)	2,383	+343	+16.8	+1,210	+103.1
	大型 (1,500ml 以上)	36,499	+353	+1.0	+1,516	+4.3
計		89,142	+974	+1.1	+6,525	+7.9
缶(ボトル缶含む)		40,704	+176	+0.4	+250	+0.6
その他		10,992	△20	△0.2	+601	+5.8
シロップ・パウダー		30,037	+903	+3.1	+380	+1.3
CCW 計(四国除く)		170,876	+2,033	+1.2	+7,756	+4.8
CCW+四国 計		185,793	+1,991	+1.1	+16,841	+10.0

※1 計画は、2016年8月12日付で発表した業績予想に基づく数値。

※2 前年実績には、四国の1~6月実績を含まない。

ブランド別 販売数量

計画比較

・ 重点8ブランドの販売数量は計画を1.4%上回って着地した。

前年比較

- ・ ジョージアは、新商品の売上げ貢献により、前年を6.2%上回った。
- ・ 爽健美茶、アクエリアスは、7～9月の販売数量が対前年プラスに転じ、1～9月累計でも対前年プラスで着地した。
- ・ 綾鷹、い・ろ・は・すは、順調に売上げを伸ばし、対前年2桁増となった。

(単位:千ケース、%)

	第3四半期 累計 実績	計画比 ^{※2}		前年比 ^{※3}		
		増減	増減率	増減	増減率	
コア8	コカ・コーラ	11,993	+118	+1.0	+641	+5.7
	コカ・コーラ ゼロ	5,346	+158	+3.0	+409	+8.3
	ファンタ	6,090	+53	+0.9	+12	+0.2
	ジョージア	35,236	△105	△0.3	+2,068	+6.2
	爽健美茶	8,042	+130	+1.6	+147	+1.9
	アクエリアス	17,231	+955	+5.9	+455	+2.7
	綾鷹	14,904	+405	+2.8	+1,618	+12.2
	い・ろ・は・す	12,596	△216	△1.7	+2,103	+20.0
小計	111,438	+1,498	+1.4	+7,454	+7.2	
その他	29,401	△368	△1.2	△77	△0.3	
RTD ^{※1} 計	140,839	+1,130	+0.8	+7,376	+5.5	
シロップ・パウダー	30,037	+903	+3.1	+380	+1.3	
CCW 計(四国除く)	170,876	+2,033	+1.2	+7,756	+4.8	
CCW+四国 計	185,793	+1,991	+1.1	+16,841	+10.0	

※1 RTD:パッケージ商品

※2 計画は、2016年8月12日付で発表した業績予想に基づく数値。

※3 前年実績には、四国の1～6月実績を含まない。

売上高単価の状況

- チェーンストア、ベンディングおよびリテールにおいて、売上高単価は前年を上回った。
 - 第3四半期の売上高単価は、上半期と比べて向上した。
 - スーパー/ドラッグ/ディスカウンターでは、RGMの取組みの効果が表れてきている。
 - ベンディングでは、ロケーションに応じた最適な品揃えの徹底により、売上高単価が向上した。

<参考>

	7~9月実績 (対前年)			
	売上高 増減率	販売数量 増減率	売上高単価 (ケース当たり)	
			増減額	増減率
スーパー	+8.6%	+5.4%	+35円	+3.0%
ドラッグストア	+26.8%	+24.7%	+17円	+1.7%
ディスカウンター	+11.6%	+9.2%	+23円	+2.2%
コンビニエンスストア	+12.3%	+9.9%	+35円	+2.2%
ベンディング	+3.3%	+2.0%	+38円	+1.3%
リテール	+3.9%	+2.1%	+31円	+1.8%
フードサービス	+1.8%	+2.2%	△3円	△0.4%
合計	+6.2%	+5.0%	+19円	+1.1%

	1~9月実績 (対前年)			
	売上高 増減率	販売数量 増減率	売上高単価 (ケース当たり)	
			増減額	増減率
	+9.9%	+8.3%	+19円	+1.6%
	+20.4%	+18.1%	+20円	+1.9%
	+3.9%	+3.3%	+6円	+0.5%
	+11.7%	+10.7%	+14円	+0.8%
	+1.2%	+0.7%	+16円	+0.6%
	+1.2%	+0.3%	+16円	+0.9%
	+1.2%	+2.2%	△8円	△1.0%
	+4.4%	+4.8%	△6円	△0.4%

チェーンストアにおけるRGMの取組み状況

取引納価の上昇
(価格ガイドラインに基づく
営業活動の徹底)



品種構成の改善
(高付加価値商品の育成)



販売数量の増加

【7~9月 ケース当たり売上高単価の状況 (対前年)】

スーパー

	売上高単価	
	増減額	増減率
500mlPET(水除く)	△3円	△0.2%
500mlPET(水)	+21円	+1.3%
1.5LPET	+11円	+1.1%
2.0LPET(水除く)	+11円	+1.5%
2.0LPET(水)	+18円	+4.7%
合計	+35円	+3.0%

問題

500ml PET 特売(低価格販売)比率の上昇

ドラッグストア

	売上高単価	
	増減額	増減率
500mlPET(水除く)	△13円	△0.8%
500mlPET(水)	+6円	+0.3%
1.5LPET	△31円	△3.1%
2.0LPET(水除く)	△5円	△0.7%
2.0LPET(水)	+3円	+0.8%
合計	+17円	+1.7%

問題

500ml PET 特売(低価格販売)比率の上昇

大型 PET メイン商品とサブフレーバーの売上げ構成の影響

ディスカウンター

	売上高単価	
	増減額	増減率
500mlPET(水除く)	+18円	+1.1%
500mlPET(水)	+25円	+1.7%
1.5LPET	△22円	△2.4%
2.0LPET(水除く)	+4円	+0.6%
2.0LPET(水)	+11円	+2.7%
合計	+23円	+2.2%

問題

大型 PET メイン商品とサブフレーバーの売上げ構成の影響

チェーンストアにおけるRGMの取組み状況

500mlPET

【第3四半期の取組み】

- ガードレール(最下限納価)の遵守
- 価格ガイドラインに基づく営業活動の徹底

【実績】

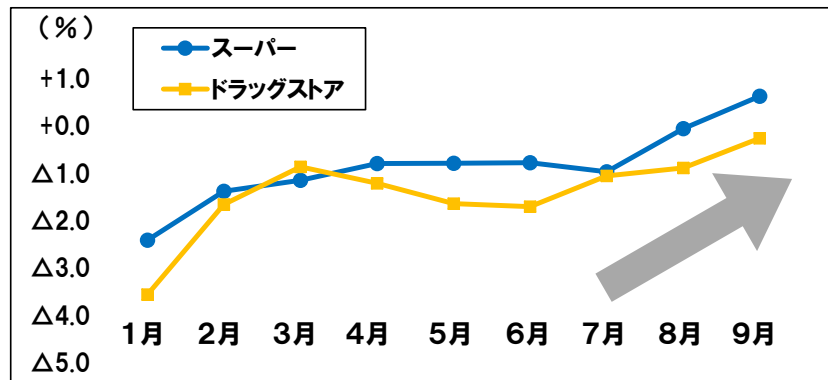
**ガードレール
(最下限納価)**

ガードレールを下回る販売はなくなり、
売上高単価上昇に寄与した。

**価格
ガイドライン**

お得意さまごとの進捗管理を徹底し、
売上高単価は改善傾向にある。(9月)

【500mlPET 売上高単価の推移(前年比)】



大型PET

【第3四半期の取組み】

- パッケージの組合せによるメインパッケージの
売上高単価向上(パッケージラインナップ強化)
- サブフレーバーとの組合せによるメインフレーバーの
売上高単価向上(サブフレーバー活用)

【実績】

**パッケージ
ラインナップ**

1.0LPETの投入が
1.5LPETの売上高単価向上に寄与した。

**サブ
フレーバー**

カテゴリによって効果に差が出た。

【7~9月 コカ・コーラの販売状況(対前年)】

	ケース当たり 売上高単価(円)	販売数量 (千ケース)
コカ・コーラ (メイン商品)	+32	+7
コカ・コーラ ゼロフリー (サブフレーバー)	△34	+177
合計	△11	+184

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(1~9月)】



1台当たりの
貢献販売数量

対前年 + 25%

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)】

36,500台

【プロモーション効果】

VPM※
対前年
伸張率 + 3.8pts
(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】

1~9月 実績

12,000台 1.9億円

対計画 +4,200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】

1~9月 実績

1.3億円

対計画 +1.3億円

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)】

1~9月 実績

対計画 + 15円

第3四半期累計 決算(1-9月) - 連結

■ 連結の営業利益は190億円で着地した。

→ 対計画で8億円、対前年では75億円の増益となった。

(単位:百万円、%)

	2016年 第3四半期 累計実績	計画 ^{※1}	計画比		2015年 ^{※2} 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	353,710	351,300	+2,410	+0.7	329,661	+24,049	+7.3
コカ・コーラ事業	329,261	325,900	+3,361	+1.0	305,263	+23,998	+7.9
ヘルスケア・スキンケア事業	24,449	25,400	△952	△3.7	24,397	+51	+0.2
売上総利益	183,497	183,000	+497	+0.3	167,515	+15,981	+9.5
営業利益	19,025	18,200	+825	+4.5	11,507	+7,518	+65.3
コカ・コーラ事業	16,509	15,500	+1,009	+6.5	9,369	+7,139	+76.2
ヘルスケア・スキンケア事業	2,516	2,700	△184	△6.8	2,138	+378	+17.7
経常利益	18,320	17,600	+720	+4.1	11,294	+7,026	+62.2
当期純利益 (当社株主帰属)	10,627	10,300	+327	+3.2	14,347	△3,720	△25.9

※1 計画は、2016年8月12日付で発表した業績予想に基づく数値。

※2 前年実績には、四国の1~6月実績を含まない。

第3四半期累計 決算(1-9月) - 増減要因(計画との比較)

(単位:億円)

	計画※	第3四半期 累計実績	増減
売上高	3,513	3,537	+24
売上総利益	1,830	1,834	+4
営業利益	182	190	+8
経常利益	176	183	+7
当期純利益 (当社株主帰属)	103	106	+3

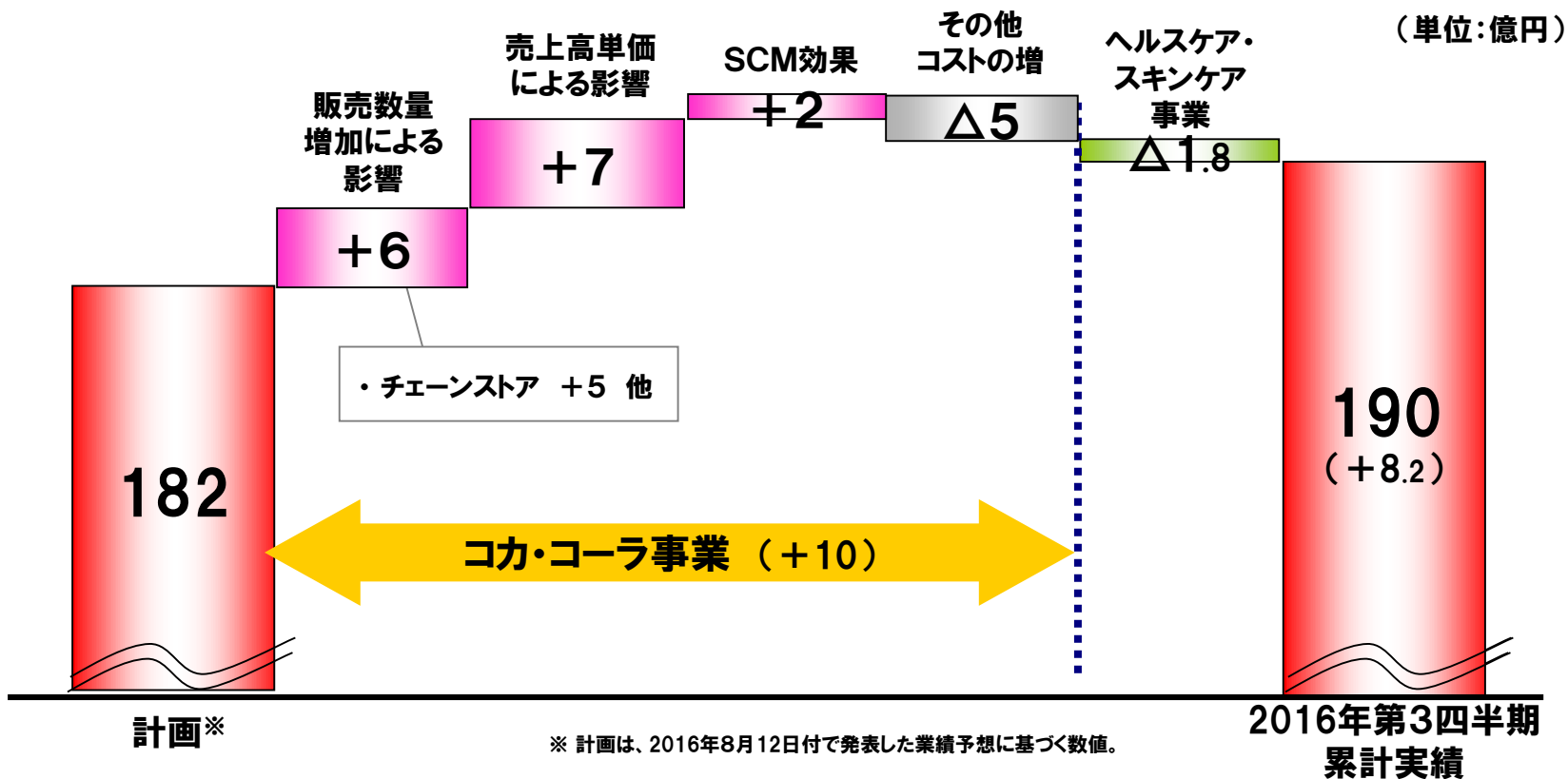
主な増減要因	増減額
・コカ・コーラ事業(CCW+四国) ・ヘルスケア・スキンケア事業	+33.6 △9.5
・コカ・コーラ事業(CCW+四国) ・ヘルスケア・スキンケア事業	+13.9 △8.9
・販管費の減	+3.2
・コカ・コーラ事業(CCW+四国)	△3.8
<主な増減要因>	
人件費の増	△4.4
販売機器費の減	+1.0
業務委託費の増	△1.0
輸送費の減	+0.9
・ヘルスケア・スキンケア事業	+7.1
・特別利益の増(固定資産売却益等)	+7.6
・特別損失の増 (たな卸資産廃棄損、災害による損失等)	△11.4

※ 計画は、2016年8月12日付で発表した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)

コカ・コーラ事業の営業利益は、計画を10億円上回って着地した。チェーンストアの販売数量が計画を上回ったことに加え、売上高単価が上昇した影響で、限界利益は計画を13億円上回り、営業利益のプラスに貢献した。

ヘルスケア・スキンケア事業では、売上高減少により、営業利益は対計画1.8億円のマイナスで着地した。



第3四半期累計 決算(1-9月) - 増減要因(前年との比較)

(単位:億円)

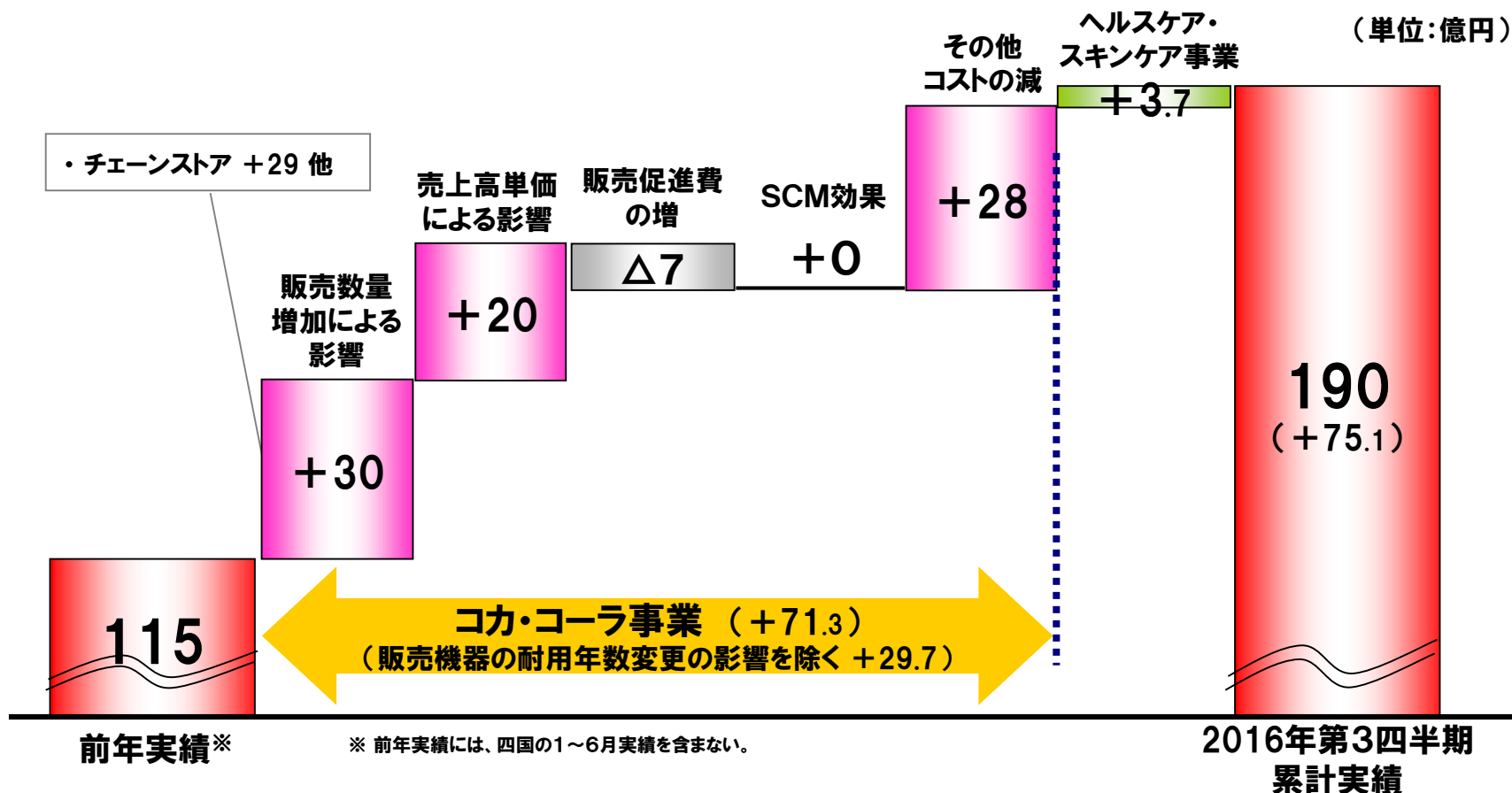
	前年実績※	第3四半期 累計 実績	増減
売上高	3,296	3,537	+240
売上総利益	1,675	1,834	+159
営業利益	115	190	+75
経常利益	112	183	+70
当期純利益 (当社株主帰属)	143	106	△37

主な増減要因	増減額
・コカ・コーラ事業(CCW+四国)	+239.9
・ヘルスケア・スキンケア事業	+0.5
・コカ・コーラ事業(CCW+四国)	+158.1
・ヘルスケア・スキンケア事業	+1.6
・販管費の増	△84.6
・コカ・コーラ事業(CCW+四国)	△86.7
<主な増減要因>	
人件費の増	△57.9
販促費、広告宣伝費の増	△24.1
販売手数料の増	△15.8
販売機器費の減	+5.4
業務委託費の増	△25.3
輸送費の増	△2.7
修繕費の増	△1.5
減価償却費の減	+44.8
・ヘルスケア・スキンケア事業	+2.1
・特別利益の減(負ののれん発生益等)	△76.8
・特別損失の増(災害による損失等)	△11.6
・法人税等	△18.4

※ 前年実績には、四国の1~6月実績を含まない。

第3四半期累計 決算(1-9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71億円の増益となった。チェーンストアの販売数量増加が寄与し、限界利益が30億円増加したことに加え、売上高単価の上昇による20億円の利益貢献があった。加えて、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、売上げ増加に伴い売上総利益が増益となったことに加え、広告宣伝費等の販管費が減少し、営業利益は対前年3.7億円の増益となった。



II. 第4四半期・通期 計画

第4四半期(10-12月) 販売数量計画

■ 第4四半期の販売数量は保守的な計画としており、確実な目標達成を目指す。
(年初計画から変更しない。)

チャンネル別販売計画

	第4四半期 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	14,714	△238	△1.6
コンビニエンスストア	6,423	△684	△9.6
チェーンストア 計	21,136	△922	△4.2
ベンディング	16,481	△106	△0.6
リテール	2,817	+134	+5.0
フードサービス	6,710	+202	+3.1
その他	3,764	△327	△8.0
CCW 計(四国除く)	50,909	△1,019	△2.0
CCW+四国 計	55,627	△1,055	△1.9

ブランド別販売計画

	第4四半期 計画 (単位:千ケース、%)	前年比	
		増減	増減率
コカ・コーラ	3,546	△89	△2.5
コカ・コーラ ゼロ	1,521	△20	△1.3
ファンタ	1,737	△88	△4.8
ジョージア	12,027	△20	△0.2
爽健美茶	2,381	+102	+4.5
アケリアス	3,087	+371	+13.6
綾鷹	4,111	△245	△5.6
い・ろ・は・す	3,242	△260	△7.4
小 計	31,651	△249	△0.8
その他	9,543	△350	△3.5
RTD*計	41,194	△599	△1.4
シロップ・パウダー	9,715	△420	△4.1
CCW 計(四国除く)	50,909	△1,019	△2.0
CCW+四国 計	55,627	△1,055	△1.9

※ RTD:パッケージ商品

営業戦略 – チェーンストアにおけるRGMの進化

第4四半期計画

価格ガイドライン

お客様さまごとの進捗管理を徹底

ガードレール
(最下限納価)

継続してガードレールを遵守

パッケージ
ラインナップ強化

コカ・コーラ大型PETにおける活動を継続強化

次年度に向けて

価格ガイドライン

『価格ガイドライン』から、価格弾性を加味し平均単価を軸とした『平均単価ガードレール』を用いた戦略へと変更

ガードレール
(最下限納価)

お客様の特性に応じた見直し
商品ごとの見直し

パッケージ
ラインナップ強化

コカ・コーラ大型PETに加え、アクエリアス大型PETでも展開

営業戦略 – ベンディングビジネスの変革

第4四半期計画	売上高拡大の取組み		第4四半期計画	年間見込み
	▶ 優良ロケーションの獲得（新規設置）	3,400台	21,500台	
	▶ スマホアプリを活用したプロモーションの実施	23,500台	60,000台	
	収益性向上の取組み			
	▶ 不採算ロケーションの改善	1.1億円 (2,600台)	3.0億円 (14,600台)	
	▶ お得意さまとの取引内容見直し	0.7億円	2.0億円	

次年度に向けて	売上高拡大・収益性向上の取組みの継続強化	
	競争優位のビジネスモデル構築	
	▶ 短期的課題の解決 → 新モデルのパイロットテストの結果を分析し、拡大展開を検討。	
	▶ 中・長期のビジネスモデル構築 → ベンディングビジネスの課題の精査マイルストーンを設定。	

営業戦略 - ブランドの競争力強化

コカ・コーラブランド

商品

プロモーション



リボンボトル (500mlPET限定) ウィンターデザインボトル (大型PET)

×

➤ウィンターキャンペーンの実施



ジョージア

いろ・は・す

➤『自販機+2℃キャンペーン』の実施

➤『いろ・は・す なし』新発売



11/28
発売

いろ・は・す
なし
555mlPET



ヘルスケア・スキンケア事業の計画

- **ヘルスケア商品** : 基幹商品の売上げ増加を図るとともに、新商品投入により、新たな需要の獲得を目指す。
- **スキンケア商品** : 収益性が高いスキンケア商品では、高単価のコラリッチEXのリニューアルや、通販番組の放映枠の最適化により売上げ増加を見込む。

【第4四半期 売上高計画】（8月12日発表の計画）

	第4四半期 [※] 計画	前年比	
		増減	増減率
ヘルスケア商品	59	+5	+10.2
スキンケア商品	32	+2	+9.1
その他	0	+0	△45.2
売上高	92	+7	+9.0

(単位: 億円、%)

<参考>

第3四半期 累計実績	前年比	
	増減	増減率
146	△13	△8.2
94	+13	+16.0
3	+0	+25.1
244	+0	+0.2

※ 計画は、2016年8月12日付で発表した業績予想に基づく数値。

通期(1-12月) - 業績計画(連結)

- 通期の連結営業利益計画は、対前年62億円増益の205億円とする。
(8月12日発表の計画から変更しない。)

(単位:百万円、%)

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

通期(1-12月) - 営業利益 増加の要因(前年との比較)

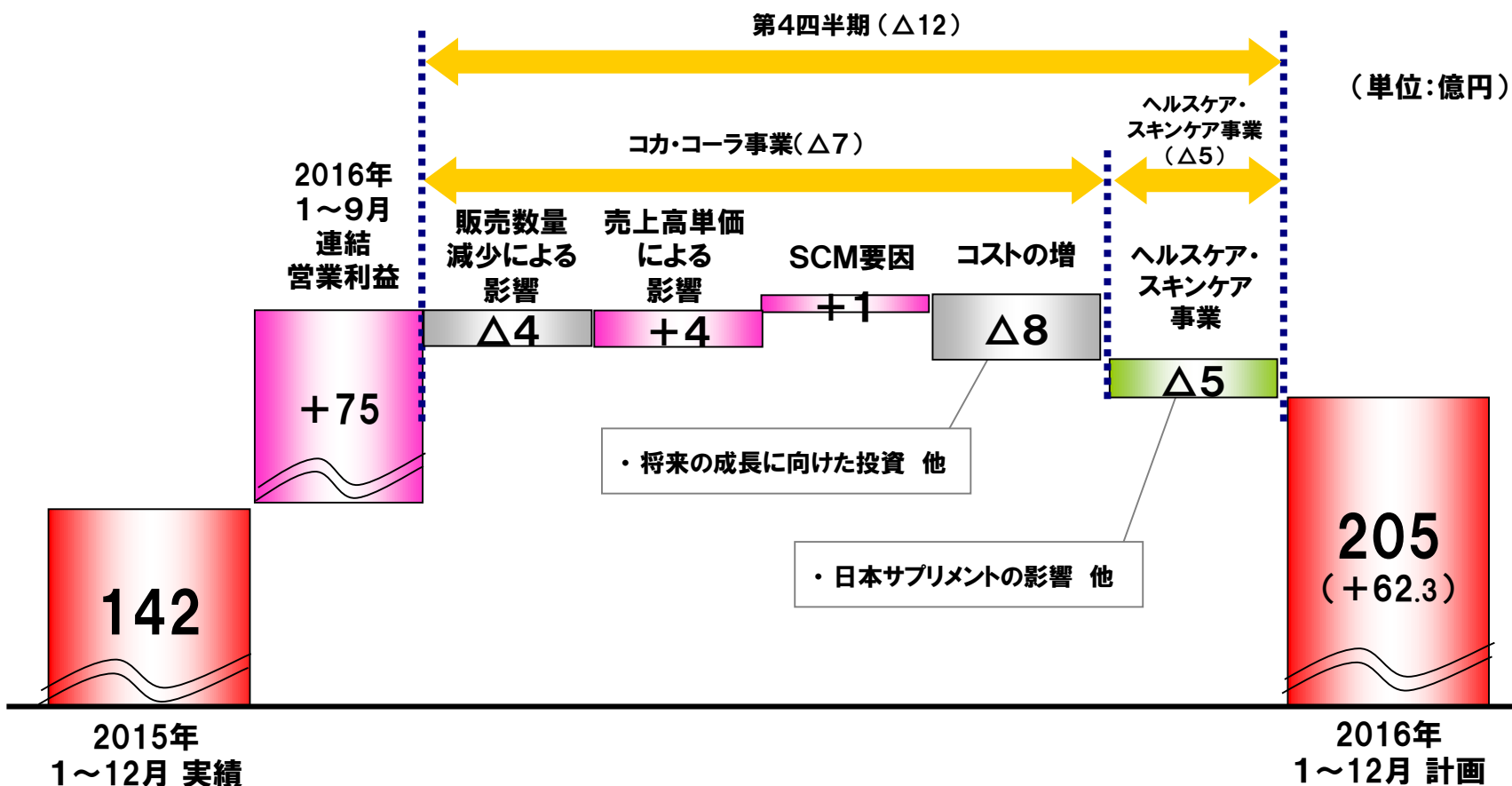
連結の営業利益は、対前年62億円増益の205億円を目指す。



販売数量は対前年マイナスを見込むものの、売上高単価を向上させ、限界利益(単価影響含む)は、前年並みを維持する。また、将来の成長に向けた投資を継続して実行していく。



新商品発売に伴う広告宣伝費、研究開発費の増加を見込む。



- **1～9月累計の連結営業利益は計画を8億円上回った。**
コカ・コーラ事業においては、将来の成長につながる投資・費用を前年から増加させたものの、販売機器の耐用年数変更の影響を除いても、営業利益は前年から実質29億円の増益となった。
 - コカ・コーラ事業では、新商品の発売や既存商品のリニューアル、プロモーションの展開など、マーケティング戦略が奏功し、売上高・販売数量は前年から増加し、シェアも拡大した。
 - RGMの取組み効果が発現しており、売上高単価は対前年プラスとなり、限界利益の増益に寄与した。
- **第4四半期は、経営統合に関わる費用など計画外のコストを見込むものの、第3四半期までのマーケティング戦略や、RGMの取組みを継続強化し、通期の営業利益205億円の達成を目指す。**
 - 新統合会社『コカ・コーラボトラーズジャパンインク(CCBJI)』発足後、勢いよくスタートを切れるよう、基盤を固める。

[参 考]

第3四半期決算(7-9月)

(単位:百万円、%)

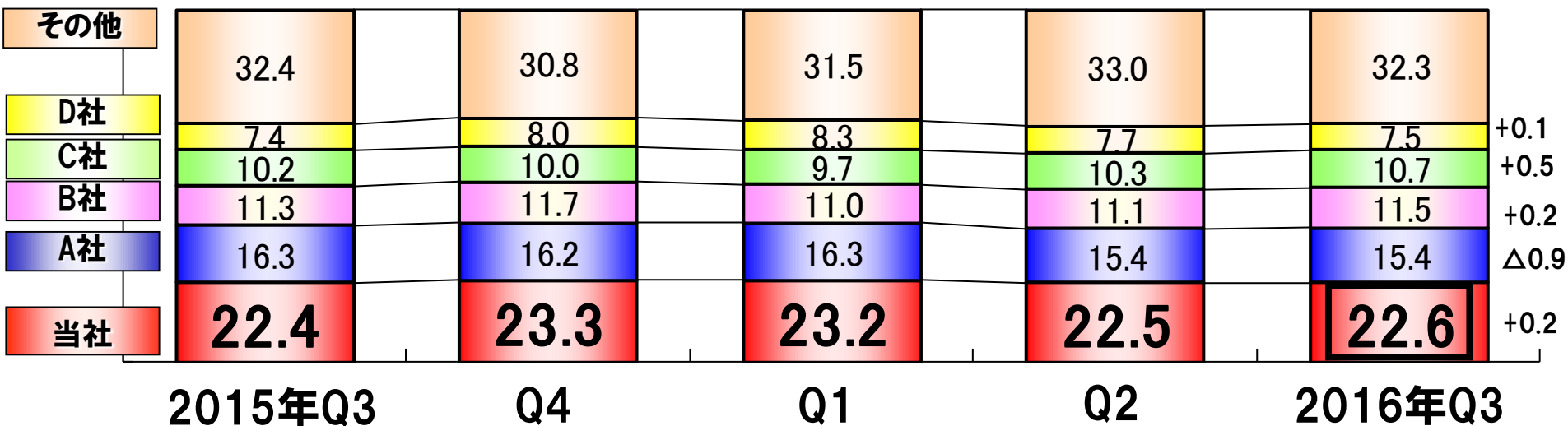
	2016年 第3四半期 実績	計画※	計画比		2015年 第3四半期 実績	前年比	
			増減	増減率		増減	増減率
売上高	134,403	132,000	+2,403	+1.8	128,666	+5,737	+4.5
コカ・コーラ事業	126,416	123,100	+3,316	+2.7	120,559	+5,857	+4.9
ヘルスケア・スキンケア事業	7,986	8,900	△913	△10.3	8,107	△120	△1.5
売上総利益	70,012	69,500	+512	+0.7	66,263	+3,748	+5.7
営業利益	10,142	9,300	+842	+9.1	9,077	+1,065	+11.7
コカ・コーラ事業	9,518	8,500	+1,018	+12.0	8,201	+1,316	+16.1
ヘルスケア・スキンケア事業	624	800	△175	△21.9	875	△251	△28.7
経常利益	9,689	9,000	+689	+7.7	8,998	+691	+7.7
当期純利益 (当社株主帰属)	5,993	5,700	+293	+5.1	5,465	+527	+9.6

※ 計画は、2016年8月12日付で発表した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）

100%

（単位：%、ポイント）



- ・グラフ外の数字は対前年同期の増減
- ・調査会社のデータ集計対象変更に伴い、2015年第3四半期の実績を前年に遡って修正。

（出典：インテージ）

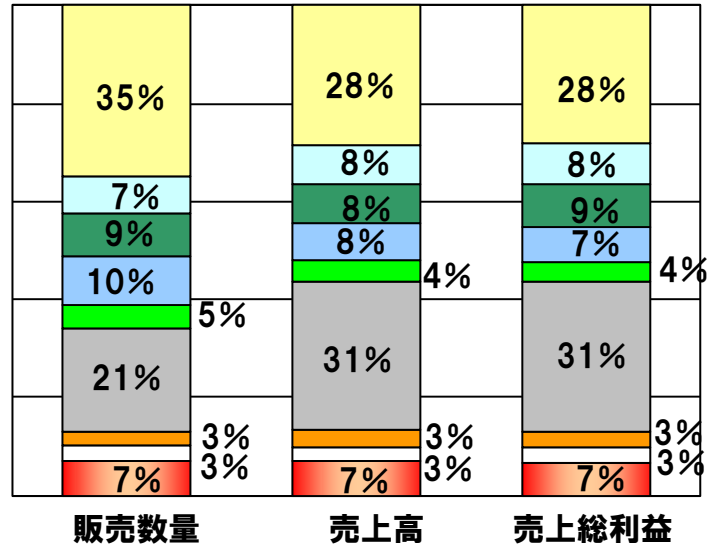
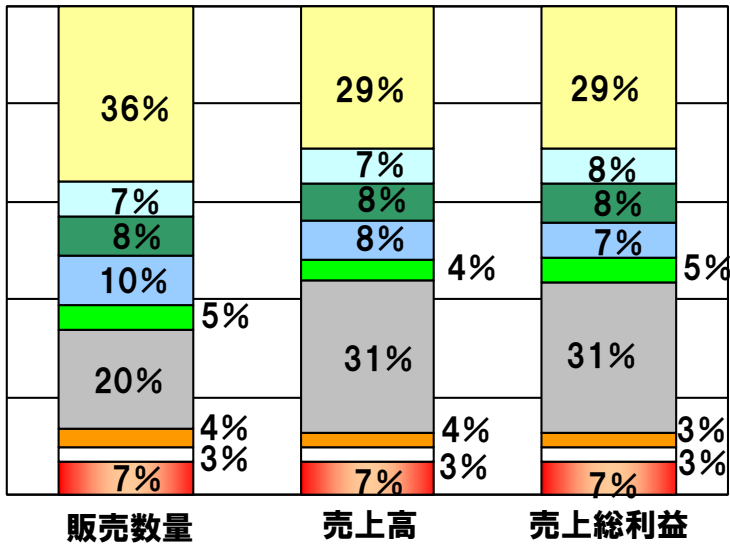
第3四半期累計決算（1-9月）－ブランド別・チャネル別構成比

ブランド

2015年*

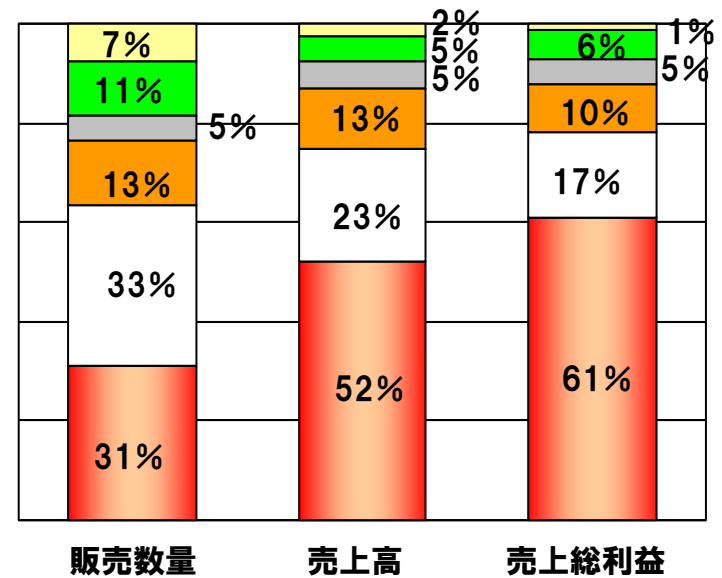
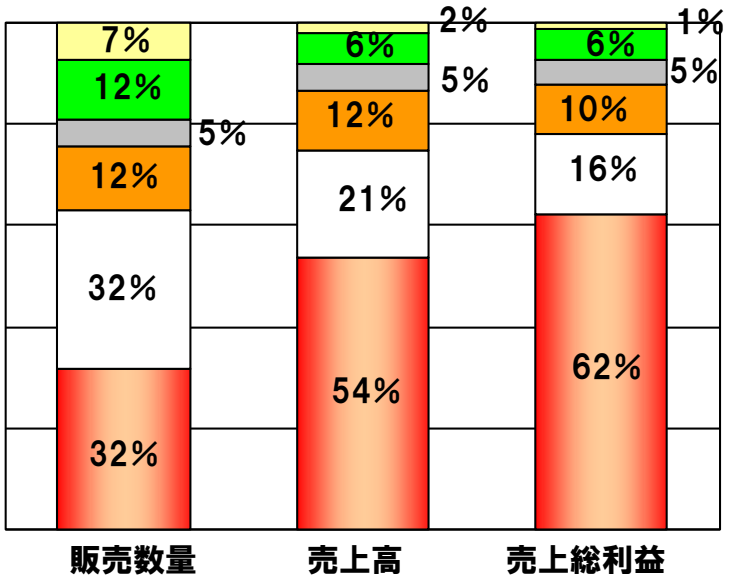
2016年

- 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

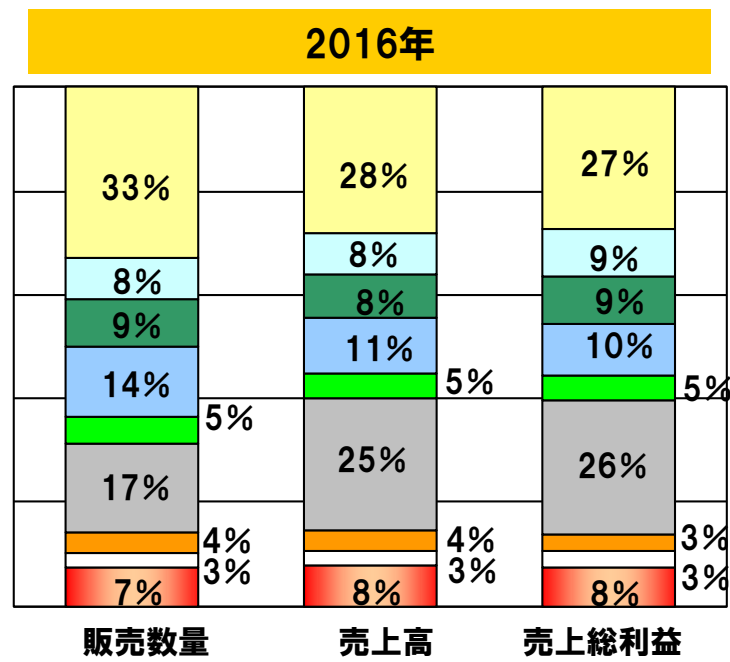
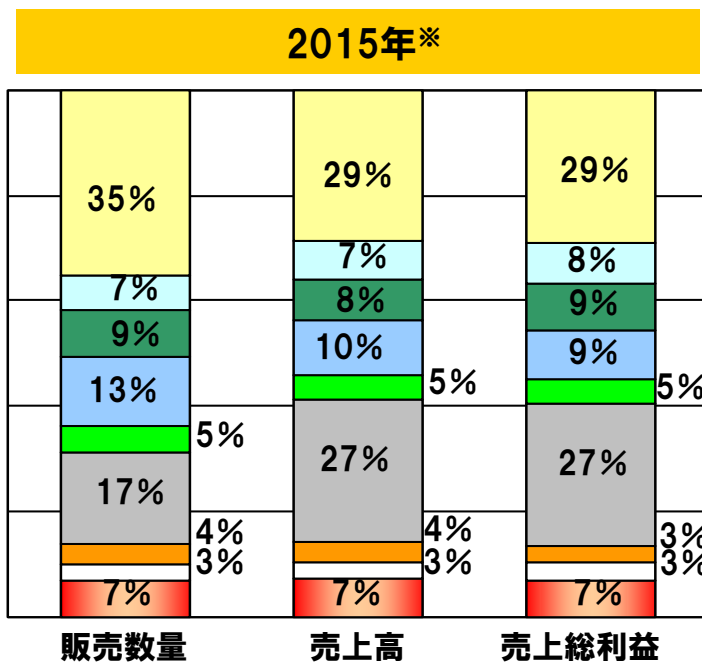
- その他
- フードサービス
- リテール
- コンビニエンスストア
- スーパーマーケット
- ベンディング



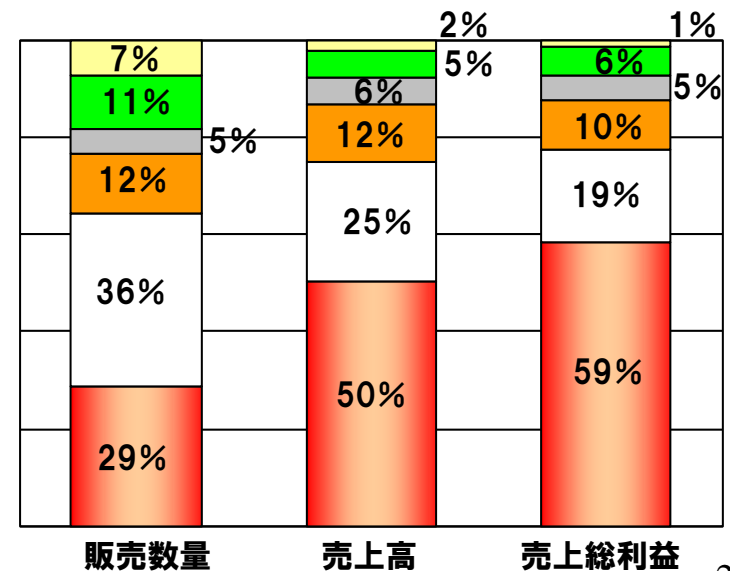
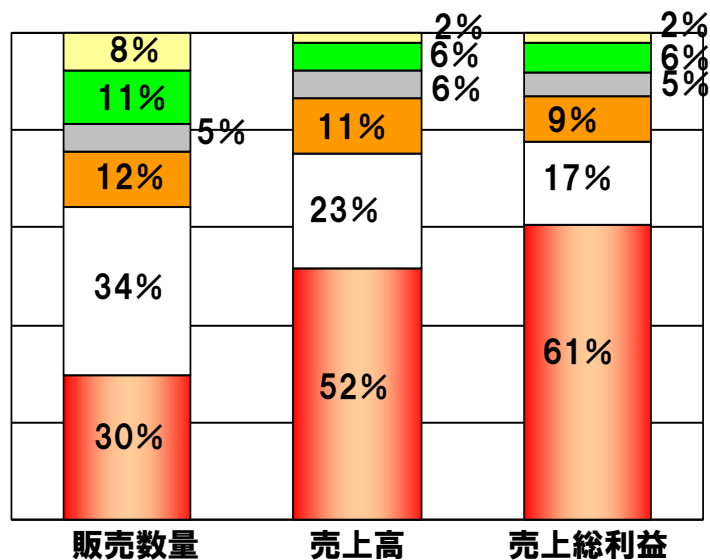
* 販売実績の集計範囲の変更に伴い、2015年実績を遡って修正。

第3四半期（7-9月）－ ブランド別・チャネル別構成比

ブランド



チャネル



* 販売実績の集計範囲の変更に伴い、2015年実績を遡って修正。

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	7月	8月	9月	累計
職域(オフィス等)	△2.2	+2.1	+0.0	△2.5	△1.6	△1.4	△1.3	+4.4	+0.6	△0.2
職域(工場等)	△2.8	+1.9	+1.8	△3.0	△2.5	△1.4	△2.8	+6.0	+0.8	△0.2
大規模小売店	△2.4	+1.6	△2.6	△4.2	△2.2	△2.9	+1.9	+3.6	△1.6	△0.9
交通	+1.2	+3.8	+1.3	+1.1	△0.8	+0.6	+5.2	+6.3	+0.6	+2.3
学校	△0.8	+5.7	+3.2	△1.1	△1.6	+3.3	+5.8	+11.3	+6.8	+3.6
娯楽施設	△3.7	+0.6	△3.4	△4.6	△1.3	△9.1	+3.8	+5.9	△10.8	△2.2
パチンコ	△5.8	△1.8	△6.8	△5.8	△0.9	△3.6	△1.7	△2.6	△2.2	△3.5
スポーツ施設	△4.2	+0.6	△1.0	△1.4	△0.9	△4.0	+8.2	+6.1	△1.9	+0.6
病院	△3.0	+3.0	+1.1	△1.4	△1.6	△0.6	+0.4	+4.1	+0.6	+0.3
宿泊施設	△4.2	+2.8	△1.9	△4.6	△5.2	△2.9	+0.6	+4.4	△2.0	△1.3
その他(インドア)	△2.7	+0.9	+0.8	△2.3	△3.8	△0.6	+3.6	+7.3	△1.6	+0.3
アウトドア	△1.6	+1.3	+2.6	△0.9	△3.9	△2.1	+4.3	+5.5	△1.9	+0.4
計	△2.5	+1.5	△0.1	△2.4	△2.3	△1.9	+1.5	+4.7	△0.9	△0.2

※ 自動販売機1台当たりの販売数量

第3四半期累計（1-9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 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 (850ml 未満)	27,288	+133	+0.5	+1,999	+7.9
中型PET (1,500ml 未満)	2,244	+328	+17.1	+1,181	+111.0
大型PET (1,500ml 以上)	34,124	+413	+1.2	+1,470	+4.5
缶(ボトル缶含む)	13,285	+58	+0.4	+1,500	+12.7
その他	1,240	+120	+10.7	+123	+11.0
CCW 計(四国除く)	78,181	+1,052	+1.4	+6,273	+8.7

■ベンディング (単位:千ケース、%)	2016年 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 (850ml 未満)	18,285	+77	+0.4	+1,749	+10.6
大型PET (1,500ml 以上)	136	+5	+3.6	△29	△17.5
缶(ボトル缶含む)	24,838	+68	+0.3	△1,245	△4.8
その他	7,027	△162	△2.3	+385	+5.8
シロップ・パウダー	1,821	+93	+5.4	△507	△21.8
CCW 計(四国除く)	52,106	+82	+0.2	+353	+0.7

■リテール・フードサービス (単位:千ケース、%)	2016年 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 (850ml 未満)	4,682	+66	+1.4	+44	+1.0
中型PET (1,500ml 未満)	131	+12	+10.1	+27	+26.2
大型PET (1,500ml 以上)	2,224	△70	△3.1	+65	+3.0
缶(ボトル缶含む)	2,563	+44	+1.7	△14	△0.5
その他	1,454	△57	△3.8	+79	+5.7
シロップ・パウダー	16,808	+221	+1.3	+239	+1.4
CCW 計(四国除く)	27,863	+215	+0.8	+440	+1.6

※ 計画は、2016年8月12日付で発表した業績予想に基づく数値。

第3四半期(7-9月) - チャネル別 販売数量

	第3四半期 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	24,006	+898	+3.9	+1,913	+8.7
コンビニエンスストア	8,167	+155	+1.9	+734	+9.9
チェーンストア 計	32,173	+1,052	+3.4	+2,647	+9.0
ベンディング	19,361	+82	+0.4	+373	+2.0
リテール	3,505	+97	+2.9	+72	+2.1
フードサービス	7,420	+118	+1.6	+159	+2.2
その他	4,792	+685	+16.7	△77	△1.6
CCW 計(四国除く)	67,251	+2,033	+3.1	+3,174	+5.0
CCW+四国 計	73,227	+1,991	+2.8	+3,318	+4.7

第3四半期(7-9月) – ブランド別 販売数量

		第3四半期 実績	計画比		前年比 ^{※2}	
			増減	増減率	増減	増減率
(単位:千ケース、%)						
コ ア 8	コカ・コーラ	4,925	+118	+2.5	+398	+8.8
	コカ・コーラ ゼロ	2,100	+158	+8.1	+141	+7.2
	ファンタ	2,562	+53	+2.1	+100	+4.1
	ジョージア	11,564	△105	△0.9	+497	+4.5
	爽健美茶	3,490	+130	+3.9	+199	+6.1
	アクエリアス	9,245	+955	+11.5	+984	+11.9
	綾鷹	6,119	+405	+7.1	+476	+8.4
	い・ろ・は・す	5,013	△216	△4.1	+729	+17.0
小 計		45,019	+1,498	+3.4	+3,524	+8.5
その他		10,923	△368	△3.3	△200	△1.8
RTD ^{※1} 計		55,942	+1,130	+2.1	+3,324	+6.3
シロップ・パウダー		11,310	+903	+8.7	△150	△1.3
CCW 計 (四国除く)		67,251	+2,033	+3.1	+3,174	+5.0
CCW+四国 計		73,227	+1,991	+2.8	+3,318	+4.7

※1 パッケージ商品

※2 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3四半期（7-9月）－ パッケージ別 販売数量

		第3四半期 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（850ml 未満）	20,416	+278	+1.4	+2,075	+11.3
	中型（1,500ml 未満）	1,151	+343	+42.5	+640	+125.1
	大型（1,500ml 以上）	15,980	+353	+2.3	+582	+3.8
	計	37,547	+974	+2.7	+3,297	+9.6
缶（ボトル缶含む）		14,066	+176	+1.3	△221	△1.5
その他		4,328	△20	△0.5	+248	+6.1
シロップ・パウダー		11,310	+903	+8.7	△150	△1.3
CCW 計（四国除く）		67,251	+2,033	+3.1	+3,174	+5.0
CCW+四国 計		73,227	+1,991	+2.8	+3,318	+4.7

第3四半期（7-9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 (850ml 未満)	10,729	+133	+1.3	+932	+9.5
中型PET (1,500ml 未満)	1,087	+328	+43.1	+622	+133.5
大型PET (1,500ml 以上)	14,991	+413	+2.8	+618	+4.3
缶(ボトル缶含む)	4,759	+58	+1.2	+376	+8.6
その他	605	+120	+24.7	+99	+19.4
CCW 計(四国除く)	32,173	+1,052	+3.4	+2,647	+9.0

■ベンディング

(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
小型PET (850ml 未満)	7,729	+77	+1.0	+1,077	+16.2
大型PET (1,500ml 以上)	64	+5	+8.1	△26	△28.8
缶(ボトル缶含む)	8,375	+68	+0.8	△597	△6.7
その他	2,669	△162	△5.7	+166	+6.6
シロップ・パウダー	525	+93	+21.6	△248	△32.0
CCW 計(四国除く)	19,361	+82	+0.4	+373	+2.0

■リテール・フードサービス

(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
小型PET (850ml 未満)	1,956	+66	+3.5	+64	+3.4
中型PET (1,500ml 未満)	59	+12	+25.7	+16	+36.8
大型PET (1,500ml 以上)	920	△70	△7.1	△10	△1.1
缶(ボトル缶含む)	927	+44	+5.0	+1	+0.1
その他	561	△57	△9.3	+45	+8.8
シロップ・パウダー	6,503	+221	+3.5	+116	+1.8
CCW 計(四国除く)	10,926	+215	+2.0	+231	+2.2

第4四半期（10-12月）－ パッケージ別 販売数量計画

		第4四半期 計画	前年比	
			増減	増減率
(単位:千ケース、%)				
PET	小型（850ml 未満）	14,665	△4	△0.0
	中型（1,500ml 未満）	471	+142	+43.2
	大型（1,500ml 以上）	9,621	△400	△4.0
	計	24,757	△263	△1.1
缶（ボトル缶含む）		13,083	△483	△3.6
その他		3,354	+147	+4.6
シロップ・パウダー		9,715	△420	△4.1
CCW 計（四国除く）		50,909	△1,019	△2.0
CCW+四国 計		55,627	△1,055	△1.9

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 (850ml 未満)	7,702	△288	△3.6
中型PET (1,500ml 未満)	424	+128	+43.1
大型PET (1,500ml 以上)	8,870	△494	△5.3
缶(ボトル缶含む)	3,942	△255	△6.1
その他	198	△13	△6.1
CCW 計 (四国除く)	21,136	△922	△4.2

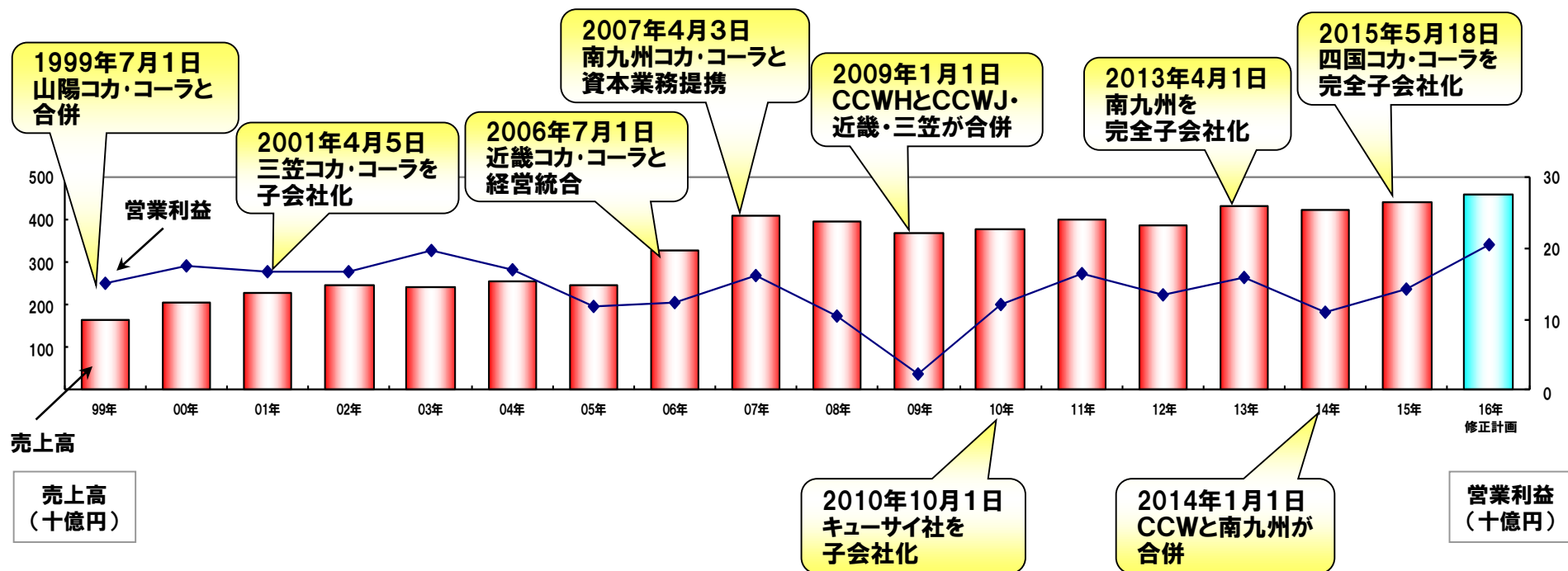
■ベンディング (単位:千ケース、%)	第4四半期 計画	前年比	
		増減	増減率
小型PET (850ml 未満)	5,557	+317	+6.0
大型PET (1,500ml 以上)	42	+9	+26.9
缶(ボトル缶含む)	8,204	△241	△2.8
その他	2,229	+171	+8.3
シロップ・パウダー	450	△362	△44.6
CCW 計 (四国除く)	16,481	△106	△0.6

■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 (850ml 未満)	1,406	△30	△2.1
中型PET (1,500ml 未満)	45	+15	+47.0
大型PET (1,500ml 以上)	709	+87	+14.0
缶(ボトル缶含む)	937	+19	+2.1
その他	617	+129	+26.3
シロップ・パウダー	5,813	+116	+2.0
CCW 計 (四国除く)	9,527	+336	+3.7

業績の推移

(単位: 百万円)

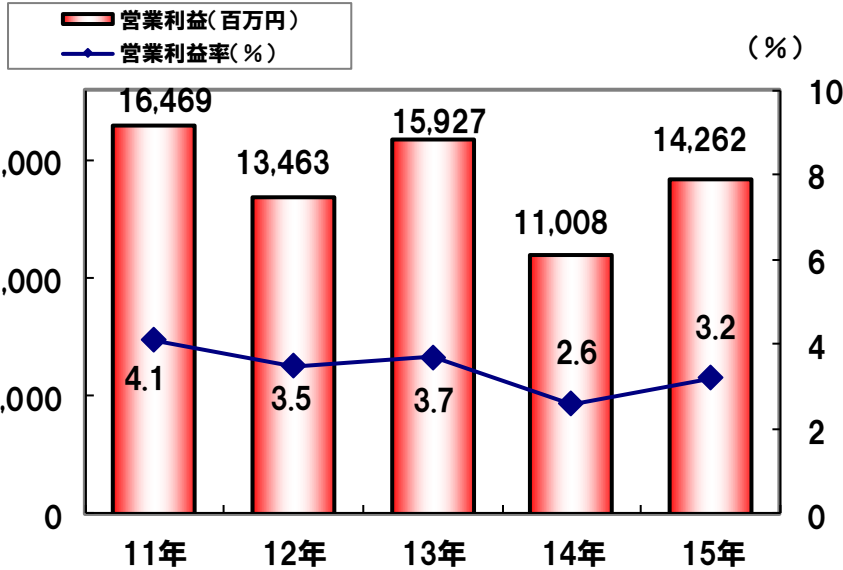
	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年 修正計画
売上高	164,731	207,827	226,111	247,737	240,825	253,248	245,874	327,821	409,521	395,556	369,698	375,764	399,717	386,637	431,711	424,406	440,476	460,200
営業利益	15,160	17,449	16,634	16,704	19,638	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

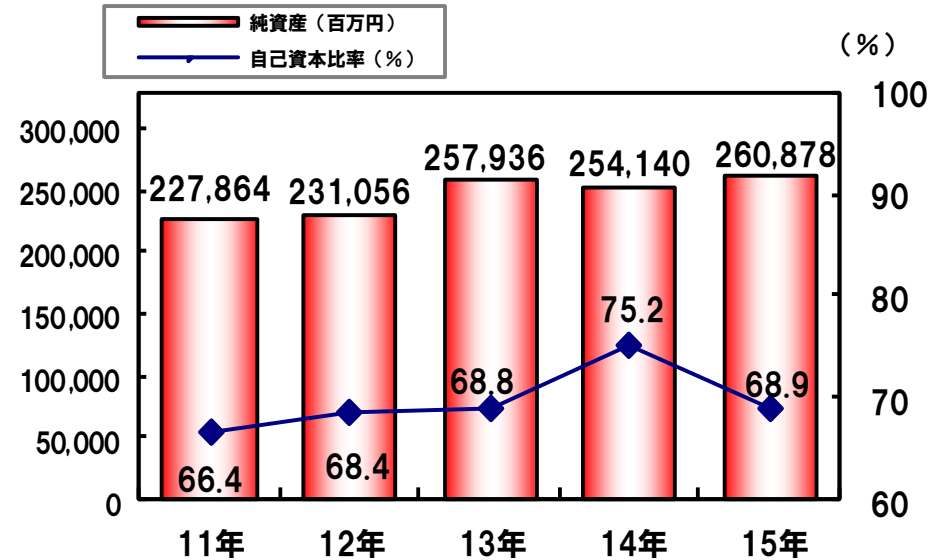
<営業利益／営業利益率>

(百万円)



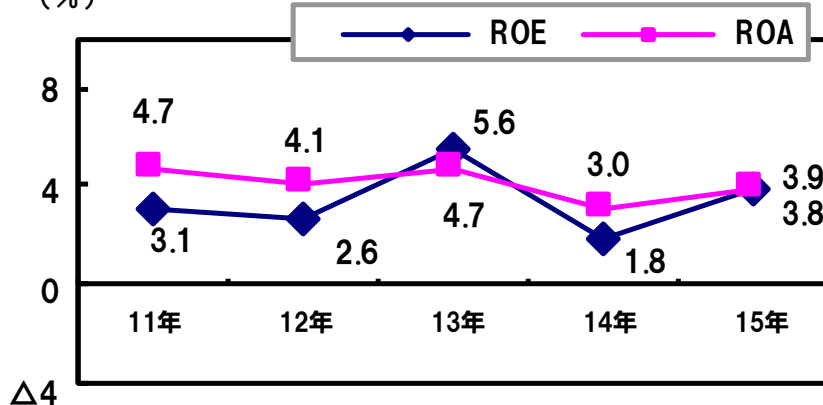
<純資産／自己資本比率>

(百万円)

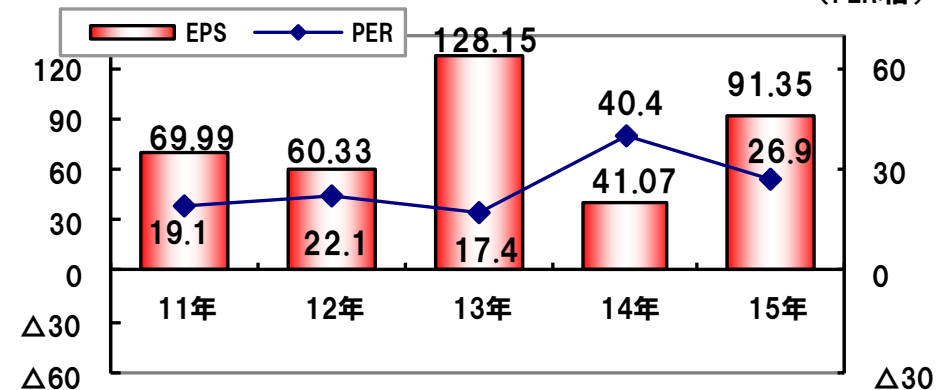


<総資産経常利益率(ROA)／自己資本当期純利益率(ROE)> <1株当たり当期純利益(EPS)／株価収益率(PER)>

(%)



(EPS:円)



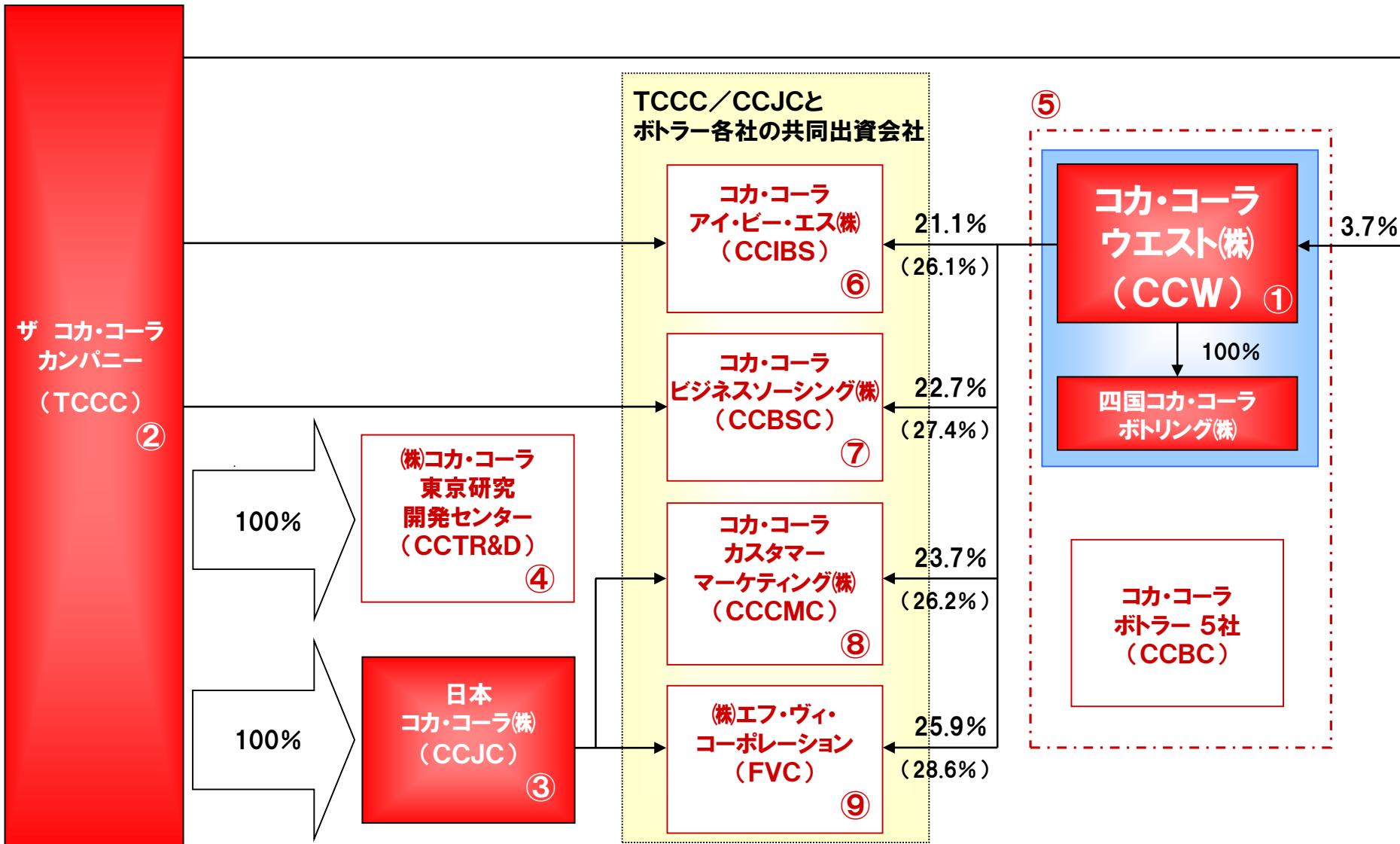
EPS = 当期純利益 ÷ 期中平均株式数

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）
・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