

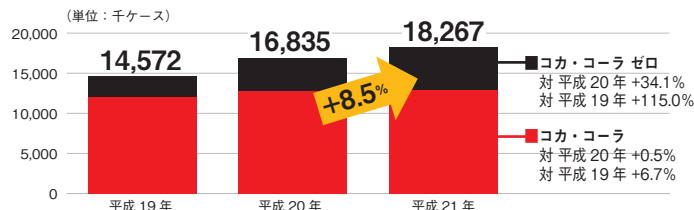
商品戦略

「コカ・コーラ」 & 「コカ・コーラ ゼロ」

お客様の低カロリー嗜好が追い風となり、平成19年の発売以来順調に販売を伸ばし続けている「コカ・コーラ ゼロ」は、2.0 L PET ボトルを発売するなどあらゆる機会をとらえて販売強化を図った結果、販売数量は前年比34.1%増加いたしました。さらに、「コカ・コーラ」も販売を伸ばしており、「コカ・コーラ ゼロ」と合わせた販売数量は前年比8.5%増となりました。



DATA 1 ▶ 「コカ・コーラ」と「コカ・コーラ ゼロ」の販売実績推移



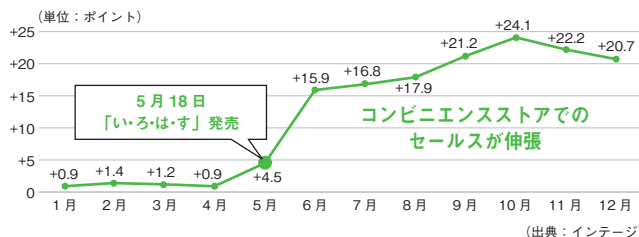
新商品「いろ・は・す」

「おいしい」と「環境にいい」を両立したミネラルウォーターの新ブランド「いろ・は・す」を5月18日に発売いたしました。国内最軽量(※)12gのPETボトル(520ml)を採用し、環境意識の高いお客様を中心に支持を得て、販売を大きく伸ばしました。

※ 国内製造 500mlPET ボトルの中で最軽量です。(平成21年3月時点、日本コカ・コーラ(株)調べ)



DATA 2 ▶ ミネラルウォーターのコンビニエンスストアにおけるマーケットシェア推移 (対前年増減)



チャンネル戦略

従来の販売地域毎の営業体制からチャンネル毎の営業体制に変革するとともに、お客さまの購買行動に基づく効果的なマーケティング手法を導入し、それぞれのチャンネルに応じたきめ細かい活動を展開いたしました。

チェーンストア（スーパーマーケット / コンビニエンスストア等）

経済環境を背景にお客さまニーズが大型 PET ボトル商品にシフトする中、「コカ・コーラ」、「アクエリアス」など最重点ブランドの大型 PET ボトル商品の販売を強化し、売上・シェアが拡大いたしました。また、Jリーグ関連プロモーションや夏季プロモーションの展開により、比較的収益性の高い小型 PET ボトル商品の品揃えを強化し、若者層からの支持獲得を図りました。



ベンディング

ベンディング事業における市場シェアおよび利益の拡大を目的とし、ベンディングオペレーターの買収や業務提携を進めました。また、お客さまに喜ばれる品揃えをご提供するとともに、時代のニーズに合わせてキャッシュレス自動販売機や、環境負荷の少ない省エネ型自動販売機を積極的に導入いたしました。



リテール・フードサービス

リテール・フードサービスでは、レストランやホテルなどの即時消費市場の開拓を進めております。また、当社エリア内の代表的な街、福岡市と大阪市で「コーク・タウン」を展開し、その街に訪れるお客さまに、商品だけでなく楽しさを感じていただけるお店づくりをお得意さまとともに展開いたしました。

