



BOTTLERS JAPAN HOLDINGS INC.

**Paint it RED!**  
未来を塗りかえろ。

**2020年通期**

**決算説明会**

2021年2月12日

**コカ・コーラ ボトラーズジャパン  
ホールディングス株式会社**

代表取締役社長 カリン・ドラガン

代表取締役副社長CFO ビヨン・ウルゲネス

(2021年2月10日CCBJHウェブサイト掲載)

# 将来の業績に関する見通しについて

本資料に記載の事業計画、業績予想、および事業戦略は、本資料配布時点での情報を考慮した上でのコカ・コーラ ボトラーズジャパンホールディングス株式会社（以下CCBJHまたは当社）経営陣の仮定および判断に基づくものです。これらの予想は、以下のリスクや不確定要因により、実際の業績と大きく異なる可能性があることに留意してください。

なお、リスクおよび不確定要因は以下のものに限られるものではありません。CCBJHの有価証券報告書等にも記載されていますので、ご参照ください。

- ザ コカ・コーラ カンパニーおよび日本コカ・コーラ株式会社との契約
- 製品の品質・安全性
- 市場競争
- 天候、災害、水資源等の自然環境
- 法規制
- 情報漏えい・消失
- 個人消費動向、為替レート、原材料費、保有資産等の時価等、経済状況の変化による影響
- 経営統合、業務プロセスの効率化・最適化による影響
- 上記以外の不確定要因

本資料の情報は、情報の提供を目的としており、CCBJH発行の証券への投資勧誘を目的するものではありません。

また、CCBJHは新しい情報あるいは将来のイベントにより、本資料の内容を更新する義務を負いません。みなさまにおかれましては、CCBJH発行の証券に投資する前に、ご自身の独立した調査に基づいて判断をお願いいたします。

# コカ・コーラ ボトラーズジャパンホールディングス株式会社

## 2020年 通期 決算説明会

概要と現状分析

2020年業績・2021年の見通し

質疑応答

# 概要と現状分析

# 「これまでのやり方は選択肢にない」

- 不透明感が続く中、私たちが重視していること -

## 安全・安心

お客さま、お得意さま、  
パートナー、従業員、  
地域社会の安全と安心を  
最優先

## アジリティ

機敏かつ柔軟な事業計画  
で将来に備える

## レジリエンス

強靱な事業基盤の構築  
に向け、変革を加速

# 2020年のハイライト

事業利益は修正計画を上回る。将来に向けた機敏かつ柔軟な基盤を構築

## 事業利益は修正計画を上回る

- 売上前年比約1,000億円減にもかかわらず、事業利益は黒字を確保
- コスト削減350億円以上



**1,000** 売上減少  
億円

**事業利益 2** 億円

コスト削減350億円以上

## 市場シェアの成長・回復

- ベンディング金額シェアの成長 momentum 継続、手売り市場金額シェアは改善傾向



**21** ヶ月連続  
ベンディング金額シェア成長

Q4手売り市場金額シェア成長 **前年並**

市場で勝つ

## 変革推進

- ベンディング、ルートセールス変革完了、組織構造最適化
- 事業計画・戦略実行と一体となったESGの取り組みが進捗



**-20%** ベンディングのルート数削減  
**-10%** 通年換算のベンディング固定費削減

リサイクルPETと植物由来のPETの使用率 **33%**

将来に向けた基盤

# 2020年のハイライト (続き)

事業利益は修正計画を上回る。将来に向けた機敏かつ柔軟な基盤を構築

## 成長に向けた取り組み

- 消費動向変化に対応した新製品や新パッケージの営業活動強化
- ホワイトスペース(新領域)開拓：アルコール事業は好調に推移
- オンラインチャネルにおける成長・存在感向上



**790**万ケース 檸檬堂 販売数量  
マーケットシェア  
**1**位 (350ml缶レモンサワー)  
オンラインチャネルの成長 **+30%**以上

成長分野で成長

市場シェア出典: Intage SRI(1-12月)

## 製品供給体制強化

- 製造体制の回復と拡張は計画通り完了
- 物流最適化は順調に進捗。  
埼玉メガDCが2021年2月に稼働



**7**本 新製造ライン  
アセプティック製品  
供給能力(2018年比) **+20%**

一貫したサプライ  
チェーンネットワーク

## 資本の適切な管理・運用に注力

- 主力の飲料事業に注力：キューサイ売却、遊休資産・政策保有株式売却
- 強固なバランスシート維持
- 安定的な格付維持



**150** 億円 遊休資産、政策保有  
キャッシュユイン 株式売却(2020年)  
キューサイ売却 **450** 億円  
(2021年) キャッシュユイン

JCR格付  
AA- / 安定的見通し

# コントロール可能な分野に注力

## 2020年の状況

- 前年比約1,000億円売上減
- コロナ禍での消費行動の急変
- 2020東京オリンピック・パラリンピック競技大会延期によるマーケティング活動の見直し



## 困難な年においても結果を残す

- ✓ 2020年の事業利益は修正計画比約40億円プラス
- ✓ コスト構造、組織、人材、業務プロセス、システムの変革を加速
- ✓ 市場環境の変化に即時に対応した、よりアジャイルな計画策定と実行
- ✓ トップラインの減少を相殺できる柔軟のあるコスト削減能力

350億円以上のコスト削減実現(2020年)

# ホワイトスペース進出 - アルコール飲料での成功

- ↑ アルコール飲料「檸檬堂」の2020年販売数量は約790万ケースと当初計画を大幅に上回る
- ↑ 新製品「檸檬堂 カミソリレモン」を2020年12月に導入し、現在5SKU展開
- ↑ 2020年レモンサワー部門  
金額シェア第1位： 檸檬堂 定番レモン



市場シェア出典: Intage SRI(1-12月)  
1ケース：350ml缶×24本



# 機敏かつ柔軟な供給体制構築

- 2019年以降、新規製造設備7ラインが稼働。需要が高まるアセプティック(無菌充填)製品製造能力は2018年比20%増加
- 需要拡大に対応し、アルコール飲料の内製力強化
- 物流ネットワーク最適化「新生プロジェクト」は順調に進捗。2020年に営業・物流拠点14カ所閉鎖。埼玉メガDC完成



埼玉メガDCと自動ピッキングシステム

## 当社の供給ネットワーク



アルコール製造設備:  
京都工場、埼玉工場

# 2020年 通期業績

# 2020年 通期業績概況

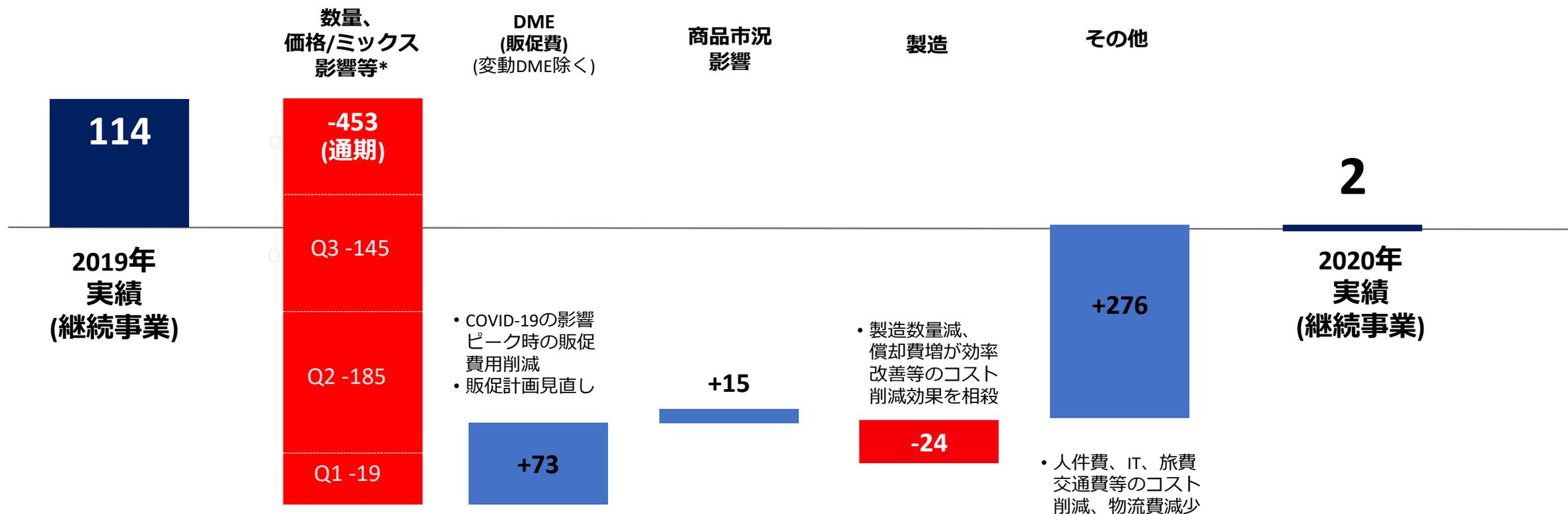
事業利益は大幅なコスト削減もあり修正計画比改善  
 営業利益は、前年の一時費用の反動により改善  
 ヘルスケア・スキンケア事業を売却し、非継続事業に

	2020年実績	2020年修正計画	2019年実績	2019年比
<b>継続事業(飲料事業)</b>				
売上収益	791,956	794,500	890,009	-11.0%
飲料事業 販売数量 (百万ケース)	458	459	505	-9%
うち清涼飲料販売数量	450	451	503	-11%
売上原価	429,040	-	468,785	-8.5%
売上総利益	362,916	-	421,224	-13.8%
販管費	359,645	-	407,510	-11.7%
事業利益 (△損失)	169	△3,600	11,447	-98.5%
営業利益 (△損失)	△11,722	△13,300	△58,904	-
親会社の所有者に帰属する当期利益 (△損失) (継続事業と非継続事業の合算値)	△4,715	△7,000	△57,952	-

単位：百万円

# 2020年通期 事業利益増減要因

トップライン減少の影響を大幅なコスト削減と変革の取り組み効果で相殺し、事業利益は黒字を確保



- ベンディング -13%、コンビニエンスストア -11%、リテールフード -28%
- 変動費減少 (ベンディング販売手数料、売上控除リベート等)
- アルコール飲料「檸檬堂」の貢献

販売数量前年同期比増減 (%)				
Q1	Q2	Q3	Q4	2020
-2	-18	-10	-6	-9

\*営業活動に伴う限界利益の増減。変動費、IFRSによる売上控除等を含む

単位：億円  
(単位未満四捨五入)

# 2020年 清涼飲料販売数量の状況

ドラッグストア・量販店とオンラインチャンネルが成長。パッケージミックスとケース仕様変更がケースあたり納価に影響

## 成長領域で成果

- まとめ買い需要への対応強化
- オンラインチャンネルの数量前年比3割以上成長
- ベンディングの金額シェア成長継続

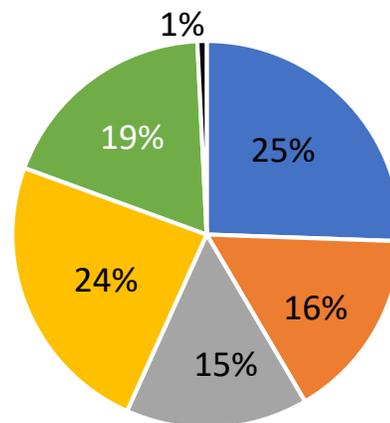
## ミックス、ケースあたり納価への影響

- 家庭内消費の増加
- Q4から1.5L PET製品のケース仕様の変更(8本/ケース→6本/ケース)によりケースあたり納価が低下

## 店頭小売価格のトレンド

- 新製品の効果等により、業界平均に対するプレミアムは小型PETで拡大、大型PETでも継続してプレミアムが見られる

チャンネル別



前年同期比	販売数量	ケースあたり納価(円)
スーパーマーケット(SM)	+1%	-54
ドラッグストア・量販店(D&D)	+8%	-46
コンビニエンスストア(CVS)	-11%	-23
ベンディング(VM)	-13%	-44
リテール・フード(R&F) オンラインを含む	-28%	+48

店頭小売価格

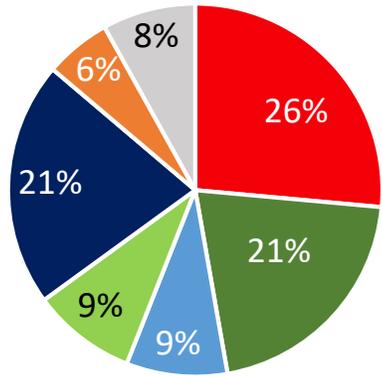
店頭小売価格 (1-12月、円/本)	業界平均比	前年比
小型PET	+2.7	-1.3
大型PET(2L PET)	+19.6	-4.9

店頭小売価格出典: Intage

# 2020年 清涼飲料販売数量の状況

COVID-19による影響は継続するも、緩やかに

カテゴリー別



	前年同期比	販売数量
炭酸		-9%
無糖茶		-9%
スポーツ		-12%
水		-3%
コーヒー		-7%
果汁		-24%

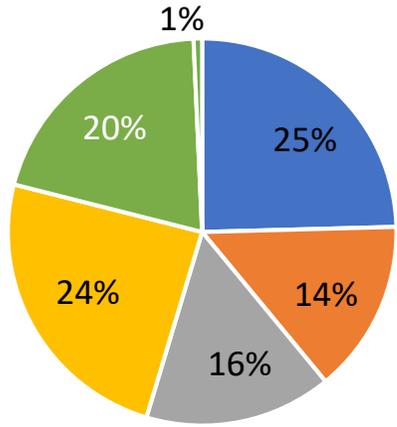


- 炭酸：「コカ・コーラ ゼロ」のフルリニューアルや「ファンタ プレミア」が貢献するも、R&F、VM等での減少によりマイナス
- 無糖茶：新発売の「綾鷹 濃い緑茶」が貢献するも、CVS、R&F、VMの減少が影響
- スポーツ：950mlPETの新展開が貢献するも、カテゴリー全体の減少と大型PETの不振が影響
- 水：SM、D&Dで大型PETは成長するも、即時消費機会減少による小型PETのマイナスが響く
- コーヒー：「ラテニスタ」や「ジャパングラフトマン」が貢献し PETコーヒーが成長するも、缶・ボトル缶が減少。ボトル缶は「ヨーロッパ」が好調でQ4に成長
- 果汁：R&Fで大幅に減少

# 清涼飲料チャネル/カテゴリー/パッケージ別販売数量

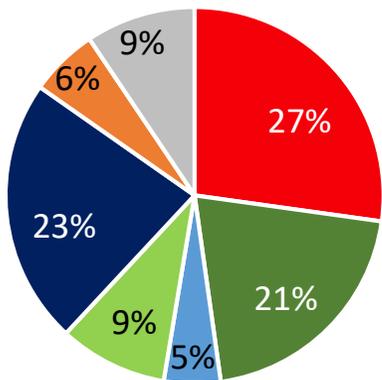
Q4(10-12月) 2020 販売数量: -6%

## チャネル別



前年同期比	販売数量	ケースあたり納価(円)
スーパーマーケット (SM)	+8%	-108
ドラッグストア・量販店 (D&D)	+11%	-90
コンビニエンスストア (CVS)	-8%	-50
ベンディング (VM)	-10%	-23
リテール・フード (R&F)	-20%	+33

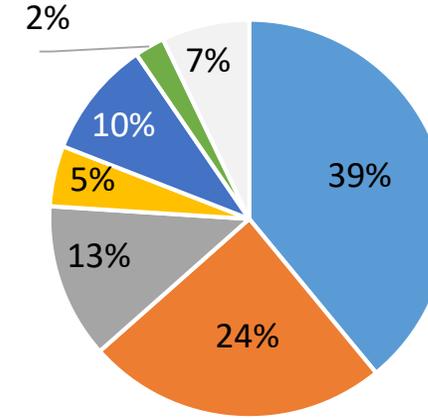
## カテゴリー別



前年同期比	販売数量
炭酸	-3%
無糖茶	-5%
スポーツ	-18%
水	+5%
コーヒー	-5%
果汁	-22%

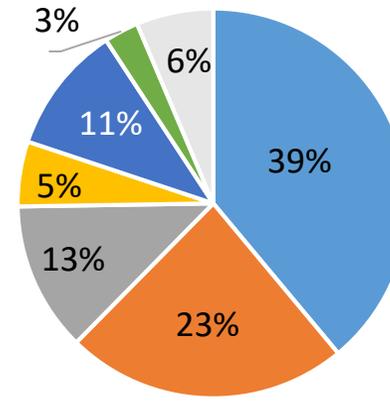
## パッケージ別

### 2020通期



前年同期比	販売数量
S-PET	-10%
L-PET	+6%
缶	-16%
ボトル缶	-2%
シロップ	-34%
パウダー	-28%

### Q4 2020



前年同期比	販売数量
S-PET	-6%
L-PET	+13%
缶	-12%
ボトル缶	+5%
シロップ	-25%
パウダー	-26%

S-PET : 600ml以下/L-PET : 1.5L以上

# 2021年の金額シェア成長に向けた基盤確立

手売り市場の金額シェア回復、ベンディングはシェア上昇基調維持

## 手売り市場 – 12月から回復基調

- Q4の販促投資を平常により近い水準に戻した効果もあり、Q4の金額シェアは2019年並に回復し、2021年も Momentum 継続

## ベンディング – シェア成長の Momentum 維持

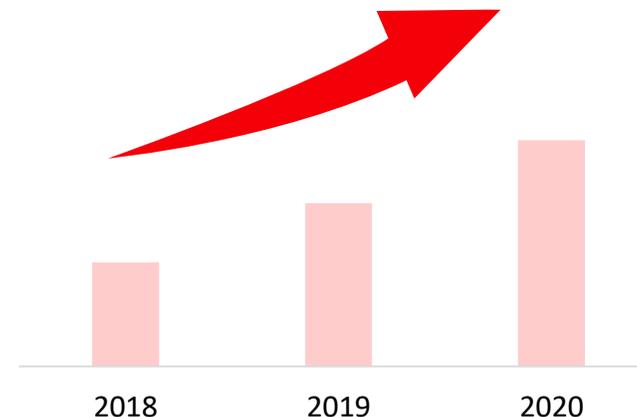
- 2019年4月から21カ月連続で金額シェア成長。コロナ禍においても成長 Momentum を維持
- 冬向きの品揃えとCoke Onによる販促が、Q4の金額シェア成長 Momentum をサポート

### 手売り市場シェア

市場シェア (対前年同期比、ポイント)	金額	数量
通期 (1-12月)	-0.4	-0.3
Q4 (10-12月)	0.0	+0.7



### ベンディング金額シェア



Source: Intage

# 変革の加速と即効性のある施策により、 2020年は350億円以上のコスト削減を実現

2020年  
コスト削減創出額

350  
億円以上

## 変革

- ベンディングオペレーションモデル
- 手売りチャネルルートセールス活動

## 供給体制回復と拡張・物流体制正常化

- 新アセプティックライン、広島工場

## 人件費

- 賞与・残業代削減、早期退職、一時帰休実施

## マーケティング

- 製品導入、販促活動の見直し
- 価格訴求の販促活動を抑制

## その他

- コロナ禍の外出自粛要請等を踏まえ、旅費交通費、交際費、間接部門経費の削減

# 資本の適切な管理・運用への注力継続

株主価値創出を重視。不透明なマクロ環境下、適切なキャッシュポジションを維持

## 株主価値の創出

### 配当

**2020**

期末配当予定に変更なし

**2021**

安定配当に回帰

2020

**25**

円/株

2021計画

**50**円/株

中間

**25**

円/株

期末

**25**

円/株

### 貸借対照表 キャッシュ・フロー

- 強固な財務体質  
JCR格付 AA- 安定的見通し  
親会社所有者帰属持分比率  
53.4% (2020年12月末)
- 遊休資産、政策保有株式売却によるキャッシュイン約150億円 (2020年)
- ヘルスケア・スキンケア事業売却によるキャッシュイン約450億円、税引前譲渡益125億円計上予定(2021年Q1)

### 設備投資・減価償却費

**2020**

設備投資は当初計画比約260億円抑制

**2021**

COVID-19による不透明感が続く間は新規設備投資を抑制

(単位：億円)

2020実績

2021計画

設備投資

693

450~500

減価償却費

596

550~600

# マーケティング&ブランディング

# 日本コカ・コーラ株式会社からのアップデート

2020年第4四半期 活動ハイライト

2021年第1四半期ビジネスプラン

# 2020年第4四半期 活動ハイライト :

## ジョージア 運だめしキャンペーン

参加者 150万人  
「ジョージア」のシェア拡大に貢献



## コカ・コーラ ゼロシュガー フルリニューアル

新規ユーザー及び  
高いリピート率を獲得



## カテゴリー横断 ウィンターキャンペーン

参加者 110万人



## Coke ON 1本買ったなら1本無料キャンペーン

ユーザー獲得数 約100万人



## 檸檬堂 全国展開1周年 カミソリレモン発売

「檸檬堂」初のドライ 初速好調



## コカ・コーラ 宇宙からの年越しカウントダウン

視聴者 900万人



# サステナビリティ推進: い・ろ・は・す 第21回グリーン購入大賞 大賞受賞



# 2021年第1四半期ビジネスプラン（1月）

## コカ・コーラ 「この瞬間が、私。」キャンペーン

人気グループNiziU起用  
新しい日常を応援



## 「ジョージア」×「機動戦士ガンダム」 キャンペーン

「ジョージア」のシェア伸長  
SNSで話題獲得



## アクエリアス まもる乳酸菌ウォーター

シールド乳酸菌®  
100億個配合  
家族の健康維持をサポート



# 2021年第1四半期ビジネスプラン（2-3月）：

## からだおだやか茶 W

日本初  
記憶力と血圧にWではたらく  
機能性表示食品

**日本初!**  
記憶力と血圧に  
Wではたらく。  
からだおだやか茶 W  
GABA配合  
からだおだやか茶 W  
記憶力と血圧に  
Wではたらく。

## 綾鷹 伝統工芸支援ボトル

売上の一部を寄付し  
若手伝統工芸職人を応援

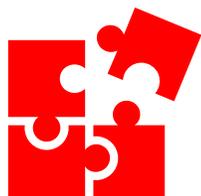
伝統工芸支援ボトル 全12種類  
1本ごとに、日本の伝統工芸を支援する活動の寄付にあられます。  
綾鷹 伝統工芸支援ボトル  
伝統工芸を支援する「綾鷹」できました。

## ファンタ プレミア リニューアル

大人向けプレミアム炭酸の  
ポジションをより強固に

FANTA まるごと果実×炭酸  
FANTA プレミアグレープ  
FANTA プレミアオレンジ  
Fruits × Soda  
PREMIER GRAPE  
PREMIER ORANGE

# 2021年ビジネスプラン： 引き続き環境変化に柔軟かつ迅速に対応



**FEWER, BIGGER  
INNOVATIONS**  
選択と集中



**PIVOT TO CORE**  
コアへの原点回帰



**STAY@ HOME**  
家庭内需要の獲得

# 2021年の方向性・見通し

# COVID-19感染拡大再燃と2回目の緊急事態宣言発令により、先行き不透明感が強まる

## マクロ経済環境

- 日本のGDP  
2020年 前年比5.1%減  
2021年 前年比3.1%増に回復
- 「コロナ後」の緩やかな回復

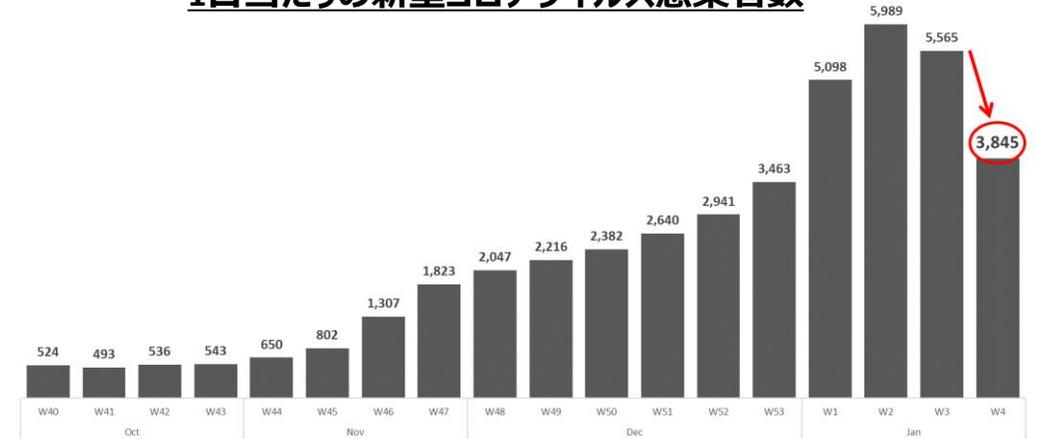
出典：IMF世界経済見通し、2021年1月

## 消費動向

- 健康意識と衛生意識の向上
- デジタル化加速
- 値頃感嗜好と贅沢感嗜好の二極化

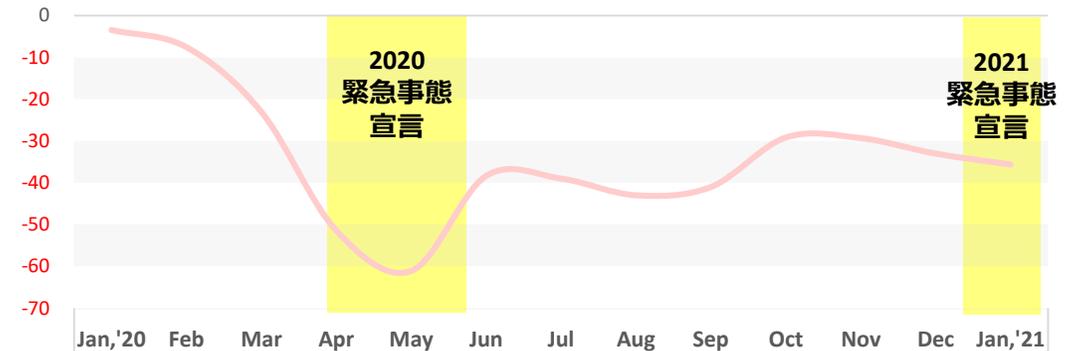
緊急事態宣言発出の影響で人出は減少しているが、2020年の減少ほどではない

### 1日当たりの新型コロナウイルス感染者数



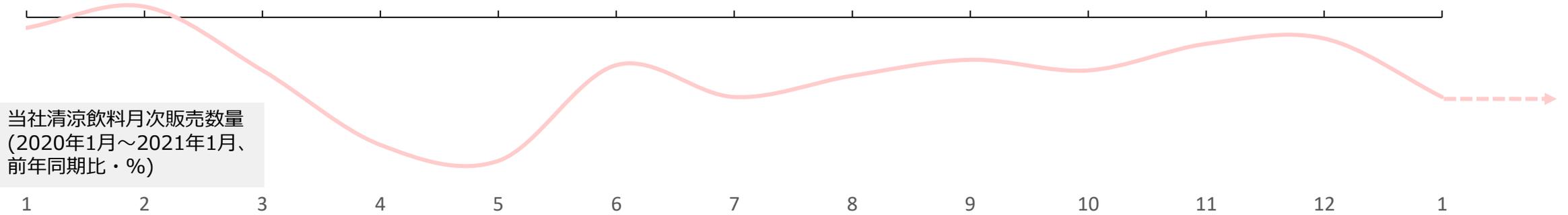
出典：厚生労働省

### 飲食店の人出(前年比%)



出典：unerry

# 2回目の緊急事態宣言により2021年の不透明感が強まる



- COVID-19の影響が長引くも、2020年末にかけ販売数量は緩やかな持ち直し傾向
- 2021年Q1も持ち直し傾向継続を想定していたが、1月に緊急事態宣言が発出され、先行き不透明感が強まる。1月の販売数量は前年比10%台半ば減少
- 複数のシナリオを精査中。通期の業績見通しは未定とする

# 2021年の方向性

COVID-19による不透明感の高まりを受け、現時点で2021年の業績予想は未定。コントロール可能な分野の取り組みに注力。状況の変化に対応すべく複数のシナリオに基づき機敏かつ柔軟に事業計画策定

## 製品ポートフォリオ・イノベーション

- 新製品と重点製品の導入
- コアへの回帰、家庭内需要の獲得
- デジタルの活用

## 営業活動

- 売上回復と金額シェア成長
- ROI重視の活動
- 「ニューノーマル」の消費動向を捉えた戦略策定・実行

## 変革の取り組み

- ベンディングオペレーション変革
- 物流最適化「新生プロジェクト」
- デジタル化・DX

## コスト削減と投資

- 経常的なコスト削減目標70～90億円
- 短期的な投資計画の見直し  
設備投資 450～500億円  
減価償却費 550～600億円

## 資本の適切な管理・運用

- 安定配当：1株当たり年間配当50円
- バランスシート強化、事業売却によるキャッシュイン

## 共創価値を創出するESG施策

- 持続可能なパッケージ導入進捗
- ダーバーシティ&インクルージョン目標引き上げ

# 売上回復を目指した営業戦略・施策

売上回復  
金額シェア成長

## ROIをより重視

### 成長領域に注力

- ↑ 成長チャネル・カテゴリー
- ↑ コア製品と重点製品
- ↑ ホワイトスペース
- ↑ 売場拡大

### ベンディング

- ↑ トランザクション最大化、優良ロケーションへの設置
- ↑ 新製品、チャネル限定製品展開
- ↑ Coke ONによる販促活動
- ↑ 収益を伴ったコラム拡大

### 規律を持った投資

- ↑ 的を絞った販促活動
- ↑ 機材、新規ラック設置活動
- ↑ ケイパビリティ強化、デジタル化

変革を通じたコスト削減  
強靱かつアジャイルな基盤

# 「ニューノーマル」に機敏に対応した市場実行 消費動向の変化を捉えた活動を推進



ラベルレス製品、  
新しい入り数のケース導入、  
オンラインチャネルでの  
定期購入のお客さまからの  
売上拡大



スーパー、ドラッグストア・量  
販店チャネルでの350/700ml  
PETの展開拡大。コンビニエ  
ンスストアでのバンドル、マルチ  
パック新導入、チャネル限定の  
950ml PET製品展開継続



需要に合わせた市場実行。  
手売りチャネルで売場を獲  
得すべく新規ラック設置



Coke ONアプリを利用し、  
クロスチャネルでベンディ  
ングの集客促進、キャッ  
シュレス決済対応機増によ  
る購入機会の増加

# サプライチェーン全般にわたる変革

一気通貫の変革：サプライチェーンから現場のオペレーションまで



- 倉庫オペレーション業務の変革
- 新たな物流インフラの立ち上げに合わせた営業拠点の最適化



- 訪問計画・現場オペレーションのデジタル化推進
- メガDCを活用したベンディングオペレーション変革のさらなる加速



# より重要性を増したESG活動

共創価値創出、WWW(廃棄物ゼロ社会)の目標に向け着実に進捗

## 2020年達成事項

リサイクルPETと植物由来PETの使用率: 33%

↑ 100%リサイクルPETを採用した「い・ろ・は・す」555mlの導入

↑ 綾鷹 525ml PETの一部に植物由来PETを採用

## 2021年計画

↑ 100%リサイクルPETボトルの使用拡大

## 主要なインデックスに採用

2020 CONSTITUENT MSCI日本株  
女性活躍指数 (WIN)

MEMBER OF  
**Dow Jones Sustainability Indices**  
In Collaboration with RobecoSAM

## 東京都からダイバーシティ推進で表彰

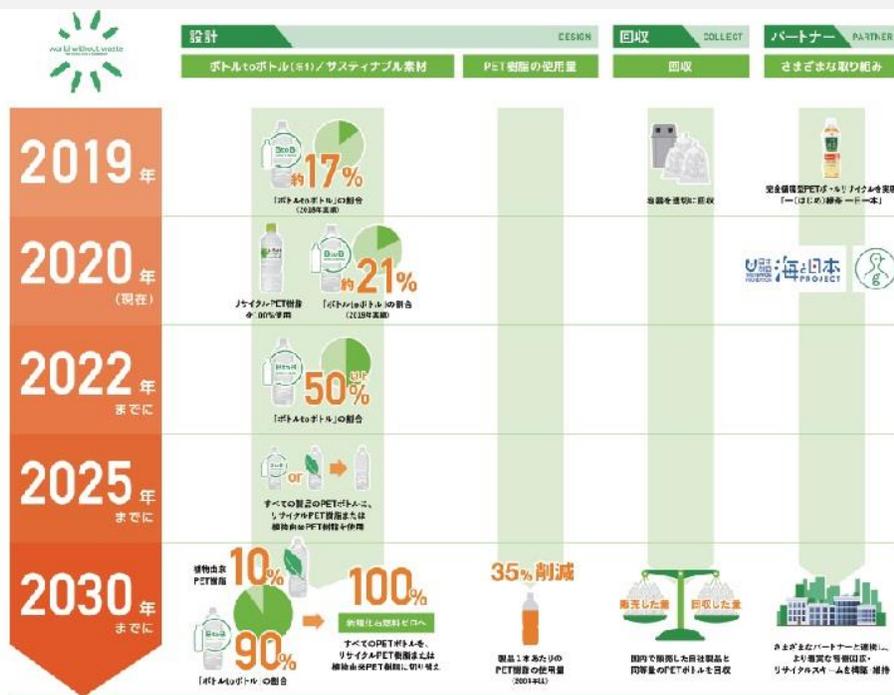
「東京都女性活躍推進大賞」、産業分野で「大賞」受賞

## 水源涵養力確保に向けた連携

日本製紙(株)、丸沼高原リゾート(株)と水源涵養力確保を目的とした、森林管理の相互連携合意

## 地域社会への支援継続

医療機関とフードバンクにコカ・コーラ社製品寄贈



※1 使用済みのPETボトルを回収し、PETボトルとして再生すること。

# Creating Shared Value – 社会との共創価値

当社の「CSVゴール」、管理職のダイバーシティ&インクルージョン目標を上方修正

## 「CSV Goals」

「CSV Goals」は、社会変化をふまえて持続可能な未来の実現に向け、取り組むべき課題を抽出した上で、「環境」「社会」「ガバナンス」分野におけるCCBJHグループのコミットメントを明示したものです。

### 製品

- **100%** 主要ブランドでのノー/低カロリー製品のラインナップ
- **300%** 特定保健用食品(トクホ)および機能性表示食品の販売数量増
- **100%** パッケージ前面でのカロリー表示およびわかりやすい栄養表示
- **100%** コカ・コーラシステム「責任あるマーケティングポリシー」の遵守

### 水

- **200%** 水源涵養率。工場近辺の水源、流域に注力
- **30%** 水使用量削減(2030年までに)

### 気候変動

- **25%** 温室効果ガス削減(2030年までに)
- 再生可能エネルギーの推進

### World Without Waste (廃棄物ゼロ社会)

- **50%** リサイクルPET樹脂の使用率(2022年までに)
- **90%** リサイクルPET樹脂の使用率(2030年までに)
- **100%** 化石燃料を使わないサステナブルPET樹脂の使用率(2030年までに)
- **100%** リサイクル可能な容器の採用(2025年までに)
- **35%** さらなるPETボトルの軽量化(2004年比)(2030年までに)
- **100%** 販売量と同等の回収量(2030年までに)
- **パートナー** 環境保護団体や業界団体との幅広い連携(2030年までに)

容器の原料や形状をサステナブルなものにしていくこと「ボトルtoボトル」リサイクルの推進

政府、自治体、飲料業界、地域社会との協働を遂げ、より着実な容器回収・リサイクルスキームの構築と維持

販売した自社製品と同等量の容器を回収&リサイクル



### 調達

- **100%** 持続可能な原材料調達

### 人権

- **100%** CCBJHグループバリューチェーン上でのサプライヤー基本原則(Supplier Guiding Principles)の遵守

### ダイバーシティ&インクルージョン

- **20%** 女性管理職比率(2030年までに)

### 社会

- **10%** 社員のボランティア参加率
- **100万人** コミュニティプログラム参加人数累計

記載のない限り、基準年は2015年、目標年は2025年

# 2021年の主な目標指標

「強靱さの確立」から「成長軌道への回帰」にシフト

市場シェア



売上回復を目指し、  
金額シェアを成長

コスト削減

70~90  
億円

変革による経常的な  
コスト削減目標

年間配当金

50  
円/株

安定配当に回帰

設備投資

450~500  
億円

COVID-19影響による  
不透明感が続く間は新規  
設備投資を抑制

減価償却費

550~600  
億円

2020年までに実施した  
供給能力拡張投資が影響

リサイクルPET  
使用率

40%

リサイクルPET使用率の  
拡大は2030年の目標に  
向け順調

\*IFRS16によるキャッシュアウト  
を伴わない設備投資は含まず

# まとめ

## 持続的な成長と共創価値の創出

市場で勝つ

変革の継続

資本の適切な  
管理・運用

# Q & A

# 参考資料

# グローバルなコカ・コーラシステムの一員として

長年にわたり成果を挙げてきたパートナーシップ

*The Coca-Cola Company*

日本コカ・コーラ株式会社

- ブランド
- イノベーション
- グローバル視点
- お客さま志向
- 卓越した洞察力

*Coca-Cola*

**BOTTLERS JAPAN INC.**

- 顧客志向
- 地域密着
- 業界最高の市場実行力
- 最終製品生産
- 物流・配送
- コスト最適化

# 用語集

事業利益	IFRS適用後、事業の経常的な業績をはかるための指標として導入した指標。売上収益から売上原価ならびに販売費及び一般管理費を控除し、その他の収益およびその他の費用のうち経常的に発生する損益を加減算したものの。
DME	<b>Direct Marketing Expenses</b> の略。販促費（広告宣伝費、リベート、販売手数料等）。
FC（将来消費）	<b>Future Consumption</b> の略。家庭等での将来の飲用を目的として購入される商品（例、1リットル以上のペットボトルや小型パッケージを複数本セットにしたマルチパック等）やFC需要の多いチャネル（例、スーパーマーケット、ドラッグストア、ディスカウンター等）を指す。
HORECA	<b>ホテル(Hotel)、レストラン(Restaurant)、カフェテリア(Cafeteria)</b> の略。料飲店チャネル。
IC（即時消費）	<b>Immediate Consumption</b> の略。購入後、即飲用されることを目的として、適温（コールド、ホット）で提供する商品（例、缶や小型ペットボトル等、1リットル未満の小型パッケージやシロップ等）や、IC需要の多いチャネル（例、ベンディング、コンビニエンスストア等）を指す。
PTC	<b>Price, Terms and Conditions</b> の略。適切な価格（取引納価）取引条件。お客様さまと適切な価格（納価）取引条件を設定していくための社内のガイドライン。RGMとともに使われる。
RGM	<b>Revenue Growth Management</b> の略。利益を伴った売上成長を実現していくための戦略および様々な施策の総称
RTM	<b>Route-To-Market</b> の略。営業部門が売上成長を実現するためのフレームワーク、プロセス、実行手段などを定義したものの。

## 販売チャネル定義



ベンディング	自動販売機を通じた消費者への直接販売
スーパーマーケット	スーパーマーケットチェーン等への卸売り
ドラッグストア・量販店	ドラッグストアチェーンやディスカウントチェーン等への卸売り
コンビニエンスストア	コンビニエンスストアチェーンへの卸売り
リテール&フード	一般食料品店、酒販店、飲食店、オンラインショップ等への卸売り
その他	上記チャネル以外への卸売り

# THANK YOU

コカ・コーラ ボトラーズジャパンホールディングス株式会社

IR & コーポレートコミュニケーション本部 IR部

ir@ccbji.co.jp

<https://www.ccbj-holdings.com/ir/>

facebook: <https://www.facebook.com/ccbji/>