

2023年 第3四半期 決算説明会

2023年11月10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・イヴァル・ウルゲネス

(2023年11月9日 当社ウェブサイト掲載)



Coca-Cola
BOTTTLERS JAPAN INC.

ハッピーなひとときを、
ボトルから。
We bottle happy moments.

Coca-Cola
BOTTTLERS JAPAN HOLDINGS INC.

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

2023年 第3四半期 決算説明会

2023年 第3四半期累計 業績

マーケティングアップデート

2023年 通期 業績予想修正

本日のハイライト

- ❖ **2024年目標の事業利益の黒字化を今年に前倒して達成見込み。**
第3四半期累計の業績の好進捗により、2023年通期の事業利益は当初想定を65億円上回る対前年159億円増益の見通し。
- ❖ 累計の事業利益はトップライン成長による利益増加が貢献し、当初想定を上回る大幅増益。
- ❖ 累計の売上収益は+8.4%の高成長。猛暑等の好環境を追い風に主要施策が奏功し数量は+4%、価格改定によりケース当たり納価は改善。
- ❖ 一連の価格改定は順調に進捗。迅速な対応や規律ある営業活動の徹底、数量への影響の抑制などにより、計画どおり効果を創出。引き続き、収益性改善に向けた取り組みを実施。

2023年 第3四半期累計 業績

第3四半期累計業績 (対前年)

第3四半期累計の好業績が通期の黒字化実現に大きく貢献

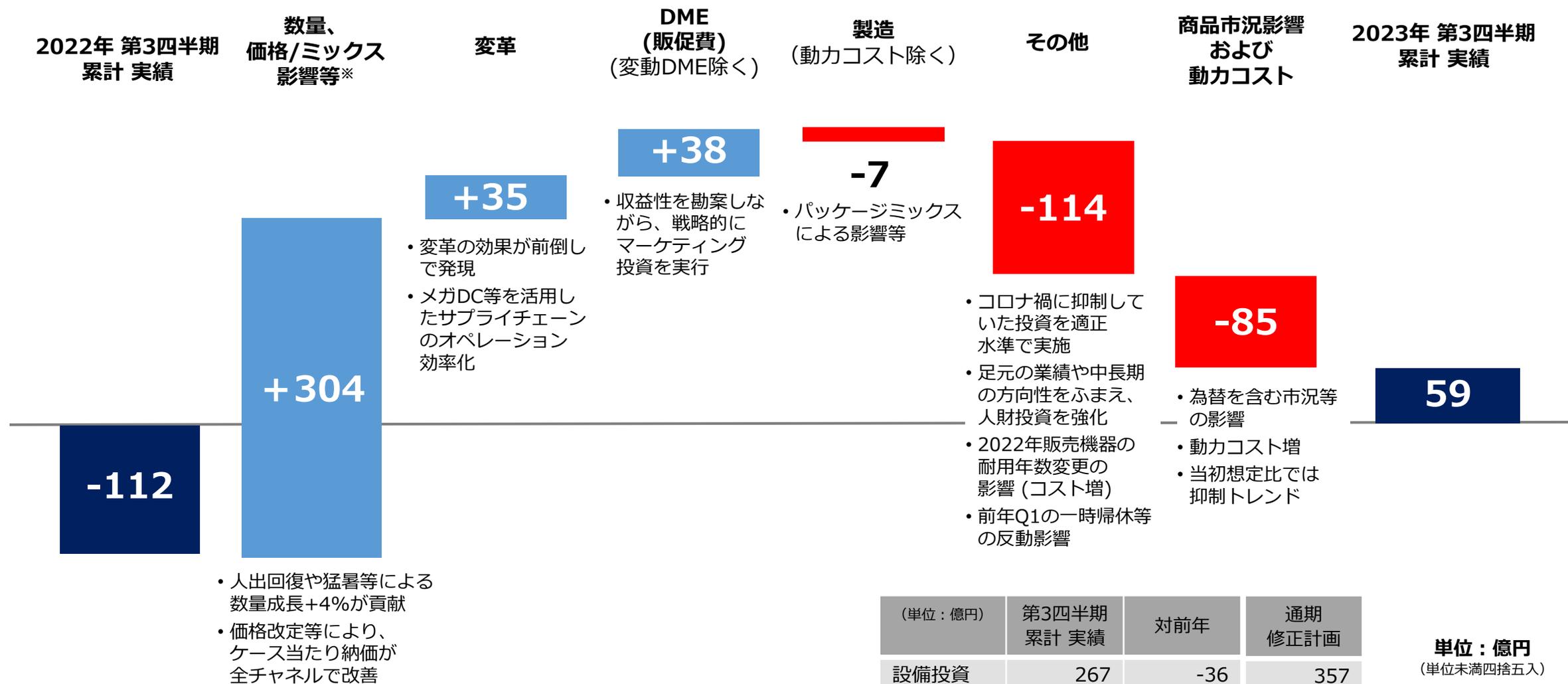
単位：百万円

	2023年 第3四半期 累計実績	2022年 第3四半期 累計実績	増減	前年比
売上収益	663,825	612,321	+51,504	+8.4%
販売数量 (百万ケース)	379	366	+13	+4%
うち清涼飲料販売数量 (百万ケース)	375	361	+14	+4%
売上原価	369,229	345,004	+24,225	+7.0%
売上総利益	294,595	267,317	+27,279	+10.2%
販管費	287,961	278,322	+9,639	+3.5%
事業利益 (△損失)	5,867	△11,196	+17,063	-
営業利益 (△損失)	6,121	△7,053	+13,174	-
親会社の所有者に帰属する当期利益 (△損失)	3,862	△5,194	+9,055	-

(注)販売数量について、一部製品の集計範囲および区分等の変更にともない、2022年の実績値を遡って修正しております。

第3四半期累計 事業利益増減要因 (対前年)

トップライン成長による約300億円の利益増加が通期の黒字化に大きく貢献



(単位: 億円)	第3四半期 累計 実績	対前年	通期 修正計画
設備投資	267	-36	357
減価償却費	348	+6	469

単位: 億円
(単位未満四捨五入)

※営業活動にともなう限界利益の増減。変動費、IFRSによる売上控除等を含む。

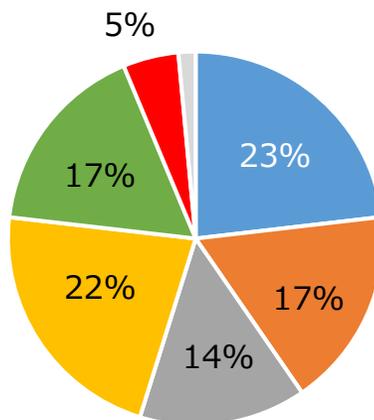
IFRS16によるキャッシュアウトをともなわない設備投資は含まない

第3四半期累計 清涼飲料販売数量の状況 (対前年)

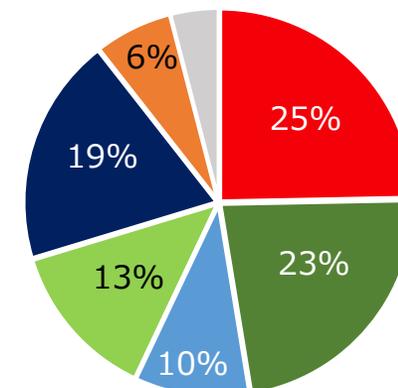
- 販売数量は価格改定による影響を受けるも、人出回復や記録的な猛暑等の機会を捉え、4%増。
- ケース当たり納価は価格改定効果により、全チャネルで改善。
- VMは強固なシェア基盤やCoke ONの活用により、価格改定による数量へのマイナス影響を抑制。CVSは最需要期に主要施策の効果が表れプラスに転換。R&Fは外食需要の取り込みにより成長。
- 炭酸は「コカ・コーラ」の成長が貢献。茶系は上期の厳しさが響くも、猛暑需要の取り込み等により改善傾向。水はボトルリニューアル等により力強く成長。コーヒーは「ジョージア」のブランド刷新等が貢献。

販売数量 +4%

チャネル	数量	ケース当たり納価(円)
スーパーマーケット (SM)	-2%	+72
ドラッグストア・量販店 (D&D)	+5%	+62
コンビニエンスストア (CVS)	+4%	+69
ベンディング (VM)	前年並み	+175
リテール&フード (R&F)	+11%	+66
オンライン	+11%	+54



カテゴリー	数量
炭酸	+4%
茶系	前年並み
スポーツ	-4%
水	+16%
コーヒー	+2%
果汁	+14%



(注)販売数量にはアルコール飲料は含まれておりません。ケース当たり納価にはIFRS適用による売上控除は含まれておりません。統合やERPシステム導入にともない販売数量・売上集計方法の標準化を進めており、過去の説明会資料で提供したデータと若干の相違が発生することがあります。

成長を支える金額シェア基盤

新製品投入や効果的なマーケティング活動により、トータルシェア成長継続

- ↑ チャンネルトータルの金額シェアは0.2ポイント成長。
- ↑ 価格改定による数量へのマイナス影響がシェアトレンドに影響を及ぼすなか、ベンディングの金額シェアは対前年プラスを維持、手売りチャンネルでは金額シェアのマイナス幅が縮小傾向。
- ↑ 店頭小売価格は価格改定実施により前年から改善。業界平均に対し価格プレミアムを維持。

市場シェア (1-9月、対前年、ポイント)	金額	数量
トータル(当社エリア)	+0.2	+0.2
ベンディング	+0.2	前年並み
手売りチャンネル(OTC)	-0.2	-0.2

出典：日本コカ・コーラ調べ

店頭小売価格 (1-9月、円/本)	業界平均比	前年比
小型PET	+10.5	+15.8
大型PET	+23.7	+4.4

出典：インテージSRI+ 清涼飲料水市場 小型PET製品(351~650ml)および大型PET製品(1.251L~)
当社販売エリア 2023年1月~9月
業界平均比：当社平均販売単価/本および業界平均販売単価/本の比較
前年比：当社平均販売単価/本の前年比較

最需要期における営業活動

人出回復や猛暑等を追い風に主要施策が奏功しトップラインが改善、利益増加に貢献

主要な取り組みと効果

- ↑ これまでの新製品導入やカスタマーエンゲージメント強化の取り組みが売場獲得に貢献。
- ↑ 効果的なマーケティング活動や店頭での営業活動により需要を最大限に取り込み、価格改定の数量影響を最小限に抑制。
- ↑ 迅速な価格改定の実施と出荷価格維持の徹底により、最需要期に価格改定効果を最大化。
- ↑ 前年に刷新したS&OPプロセスの安定運用により、猛暑下においても安定的な製品供給を実現。

Q3 (7-9月) 対前年



売上収益
+9.9%



販売数量
+5%



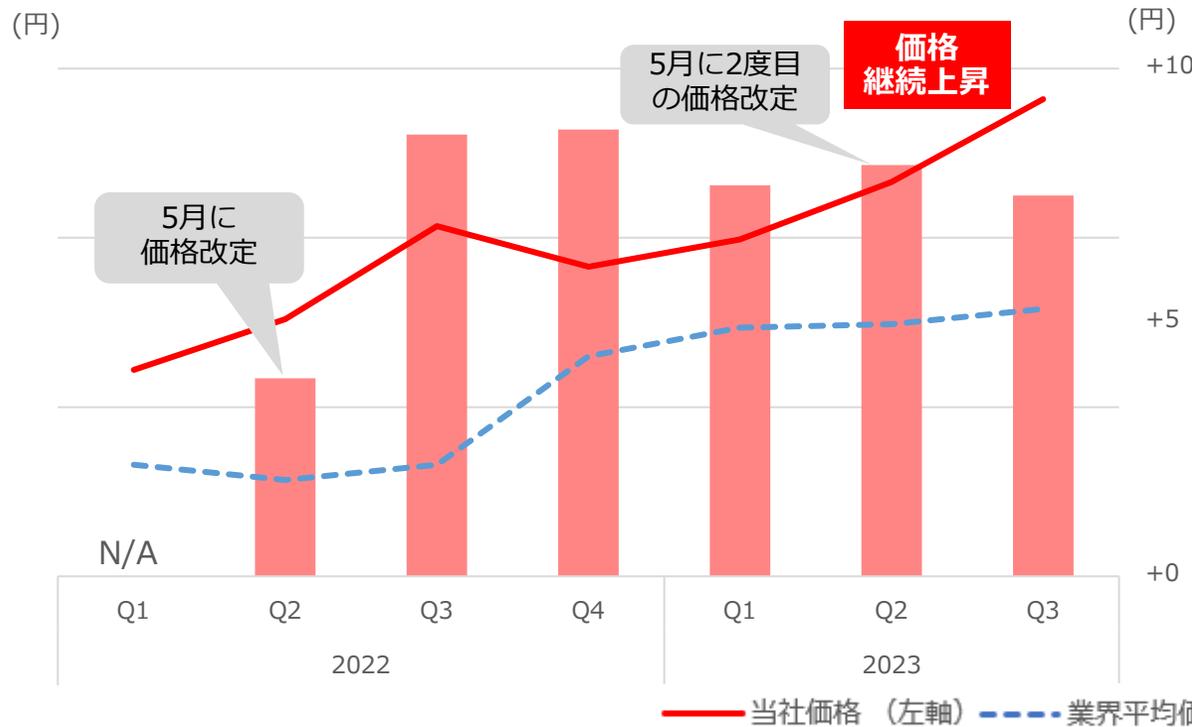
ケース当たり納価
全チャネル
+70円以上

価格改定のアップデート

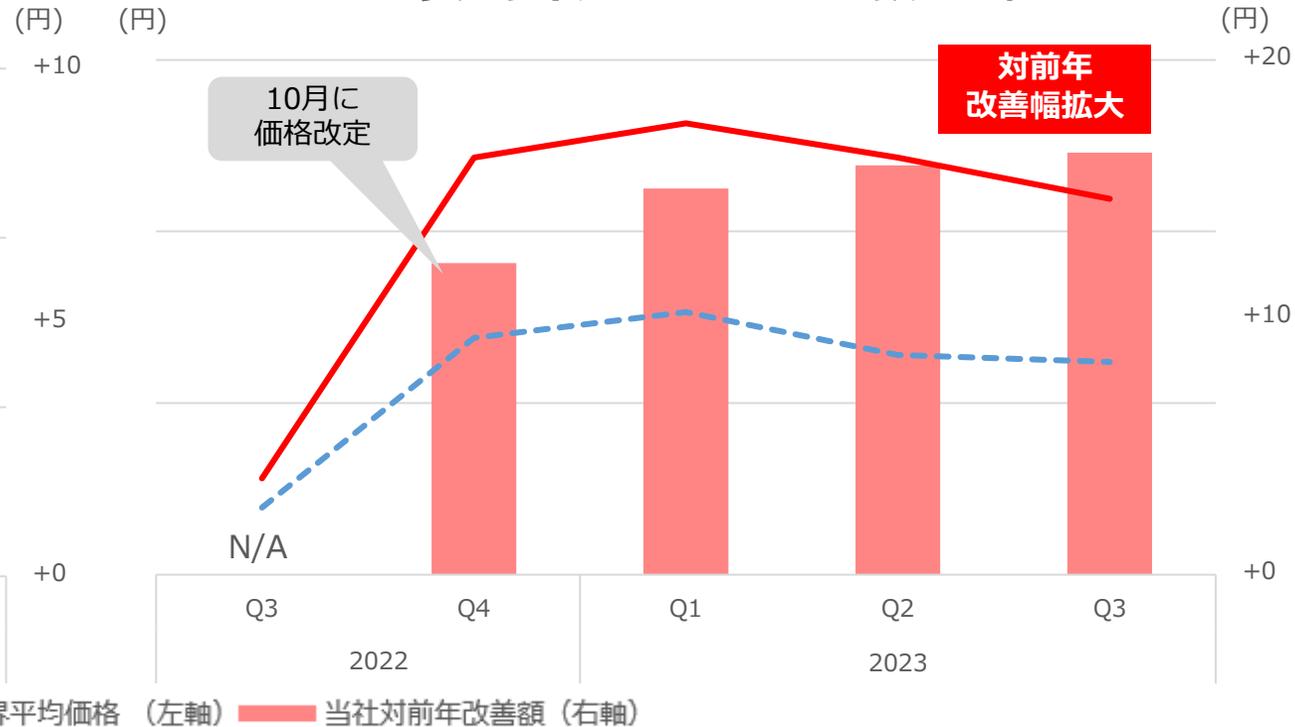
価格改定の着実な実行と出荷価格の維持により、店頭小売価格の好トレンドが継続

- 大型PET：今年5月の2度目の価格改定により、店頭小売価格は前年に上昇した水準からさらに上昇。
- 小型PET：昨年10月の価格改定以降、店頭小売価格は対前年上昇。店頭価格の対前年改善額は、四半期を追うごとに拡大。
- 缶(VM)：今年5月の価格改定については、9月末時点で自動販売機への価格反映はほぼ完了。

手売りチャネルの大型PET店頭小売価格（水除く）



手売りチャネルの小型PET店頭小売価格



出典：インテージSRI+ 清涼飲料水市場 小型PET製品(351~650ml)および水除く大型PET製品(1.251L~)
 当社販売エリア 2022年1月~2023年9月 当社価格：当社平均販売単価/本、業界平均価格：業界平均販売単価/本

ESGの取り組み

価値創出につながるイニシアティブを推進

各種主要取り組み

カスタマー 連携

- ▶ 「ボトルtoボトル」協働事業を拡大
 - ホンダモビリティランド、明電舎はじめ多くのカスタマーと協働
- ▶ QR決済機能を追加した「おもてなし自販機」を地域に展開



自治体 連携

- ▶ 持続可能な水資源の保全協定を締結
 - 新たに丹波山村(山梨県)、八王子市(東京都)と締結。計21自治体と契約。
- ▶ 「西予市子育て応援自動販売機」「フードバンク狛江支援自販機」を設置
- ▶ 「ボトルtoボトル」連携拡大
 - 新たに愛知県東海市、大分県、東京都八王子市が加わり計13自治体と契約



その他の 取り組み

- ▶ EcoVadis社のサステナビリティ調査「シルバー」評価を獲得
- ▶ 蔵王工場にて工場見学の受け入れを再開
 - 計5工場で実施中
- ▶ 「家族で学ぼう！サマースクール」をオンラインで実施



価値創出



ビジネス
機会拡大



環境負荷
低減



地域社会
発展

マーケティングアップデート

第3四半期 マーケティング活動の振り返り

強力なコアのキャンペーンとアクティベーション、新製品、デジタルを軸にした体験型マーケティングにより、コカ・コーラ社清涼飲料金額シェアは成長 (+0.2pts*)

* 日本コカ・コーラ調べ (CCBJエリア)

コア

綾鷹ミール
秋キャンペーン



ジョージアTM
秋キャンペーン



い・ろ・は・す
秋キャンペーン



新製品

ファンタ
ひとなつの甘夏



コスタ コーヒー
ヘーゼルナッツラテ



ジョージア
THE ZERO



体験型 マーケティング

Coke STUDIOパッケージプロモーション
(ライブイベントが当たる)



第4四半期 マーケティング活動ハイライト

体験型マーケティングをともなうコアの強化と新製品を通じて、飲用者と飲用オナーションの拡大を目指す

コア

コーク
ウィンター
キャンペーン



綾鷹ミール
ウィンター
キャンペーン
(加温製品含む)



アクエリアス
ウィンター
キャンペーン



新製品

い・ろ・は・す
いちご



ファンタ
レモンプレミア ハニー



体験型 マーケティング

ジョージアTM 新キャンペーンのもと
“自分だけのボトルをつくろう”
キャラバン



自分だけの
オリジナルボトルを
つくろう
キャラバン

イベント会場で写真を撮ると
オリジナルイラストボトルとしてプレゼント!!
家族・友達・仲間と一緒に思い出づくりをしよう!



2023年 通期 業績予想修正

2023年通期業績予想を上方修正：黒字回帰

中期経営計画で掲げる2024年の目標「事業利益の黒字化」を前倒して達成見込み

2023年は利益にこだわる年：収益性改善に最優先に取り組む

主なポイント	
第3四半期 累計	<p><u>トップライン成長による利益増加が貢献し、想定以上の増益を実現</u></p> <ul style="list-style-type: none">• 数量は当初想定を上回る4%成長。人出回復や猛暑等を背景に主要施策が奏功。• 価格改定は計画どおり。ケース当たり納価改善により、増収と利益改善に貢献。• 変革によるコスト削減効果は前倒して発現、Q3時点で年間の目標を上回って進捗。
第4四半期 (10-12月)	<p><u>基盤となる業績は好調の一方、持続的な成長に向けた投資の影響を見込む</u></p> <ul style="list-style-type: none">• 事業環境を勘案し抑制していた成長投資を適切な水準で実施。• 原材料・資材・エネルギー価格による影響は当初想定と比べ抑制の見通し。• 前年10月に実施の小型パッケージの価格改定の効果は一巡。• 10月からの大型パッケージ等の価格改定実施により、収益性改善をさらに推進。

黒字化を前倒して達成するとともに、さらなる基盤強化を推進

2023年 通期 修正計画

事業利益の黒字化に加え、当期利益も黒字化の見通し

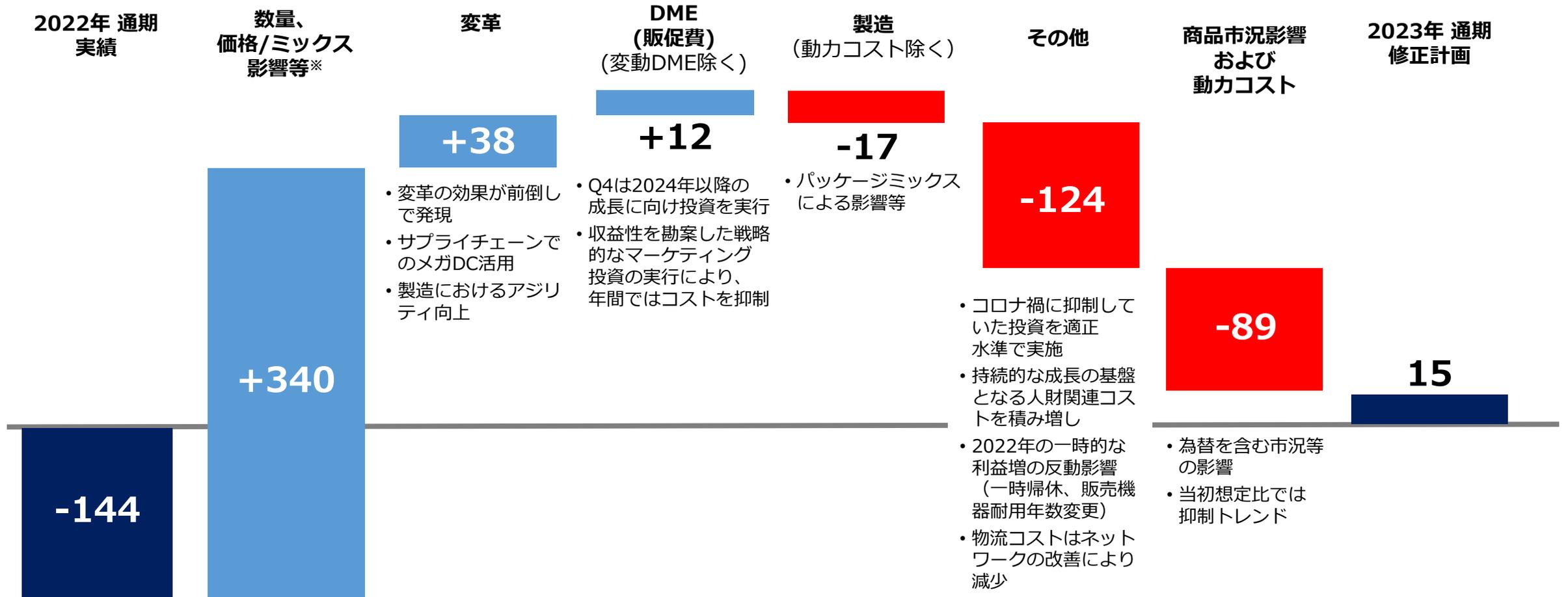
単位：百万円

	2023年 通期 修正計画	前年増減	前年比	当初計画比 増減	当初計画比 増減率
売上収益	869,900	+62,470	+7.7%	+22,800	+2.7%
販売数量 (百万ケース)	492	+13	+3%	+21	+4%
うち清涼飲料販売数量 (百万ケース)	486	+13	+3%	+21	+4%
売上原価	485,300	+29,625	+6.5%	+10,700	+2.3%
売上総利益	384,600	+32,845	+9.3%	+12,100	+3.2%
販管費	381,900	+16,605	+4.5%	+5,600	+1.5%
事業利益	1,500	+15,943	-	+6,500	-
営業利益	3,200	+14,713	-	+8,500	-
親会社の所有者に帰属する当期利益	1,500	+9,570	-	+5,800	-

(注)販売数量について、一部製品の集計範囲および区分等の変更にともない、2022年の実績値を遡って修正しております。

2023年 通期 修正計画 事業利益増減要因 (対前年)

トップライン成長による利益貢献がコスト圧力を打ち返し、黒字転換に貢献



- 数量成長は当初想定を上回る+3%を目指す
- 価格改定実施と出荷価格維持によるケース当たり納価改善の効果を見込む

※営業活動にともなう限界利益の増減。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)

通期の黒字化を前倒しで達成見込み

- ❖ これまで構築してきた成長基盤と今年の収益性重視の取り組みが、人出回復や猛暑等の機会を捉え、売上・利益の高成長に貢献。
- ❖ 最重要施策である価格改定は計画どおりに効果を創出。価格改定が収益性改善に向けた重要な一手となり得ることを再認識。
- ❖ さらなる価格改定の2024年内の実施に向け、あらゆるオプションについてこれまで以上に検討を深めていく。
- ❖ 中期経営計画の初年度である2024年の好スタートにつなげるべく、緩めることなく持続的な成長に向けた取り組みを推進。

参考資料

第3四半期(7-9月)業績(対前年)

単位：百万円

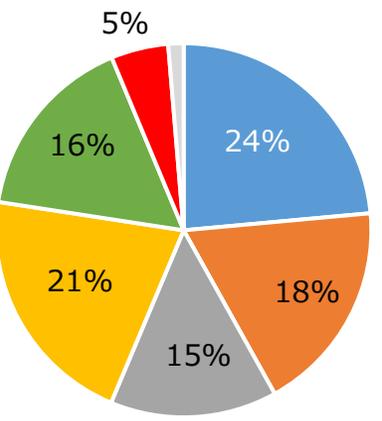
	2023年 Q3 実績	2022年 Q3 実績	増減	前年比
売上収益	259,715	236,373	+23,343	+9.9%
販売数量(百万ケース)	149	142	+7	+5%
うち清涼飲料販売数量(百万ケース)	148	141	+7	+5%
売上原価	141,917	132,194	+9,723	+7.4%
売上総利益	117,799	104,179	+13,620	+13.1%
販管費	104,748	97,047	+7,701	+7.9%
事業利益	12,630	7,025	+5,605	+79.8%
営業利益	12,650	7,379	+5,272	+71.4%
親会社の所有者に帰属する当期利益	7,808	4,705	+3,103	+65.9%

(注)販売数量について、一部製品の集計範囲および区分等の変更にともない、2022年の実績値を遡って修正しております。

清涼飲料チャンネル/カテゴリー/パッケージ別販売数量

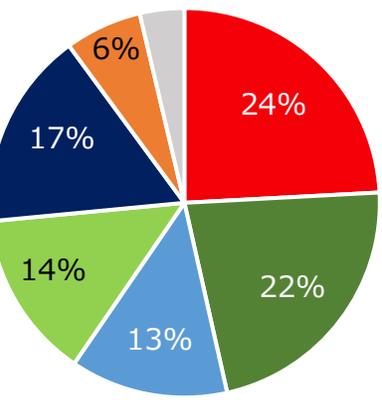
第3四半期(7-9月) 販売数量: +5%

チャンネル別



チャンネル	数量	ケース当たり納価(円)
スーパーマーケット (SM)	前年並み	+85
ドラッグストア・量販店 (D&D)	+6%	+73
コンビニエンスストア (CVS)	+13%	+77
ベンディング (VM)	前年並み	+199
リテール&フード (R&F)	+8%	+76
オンライン	+12%	+72

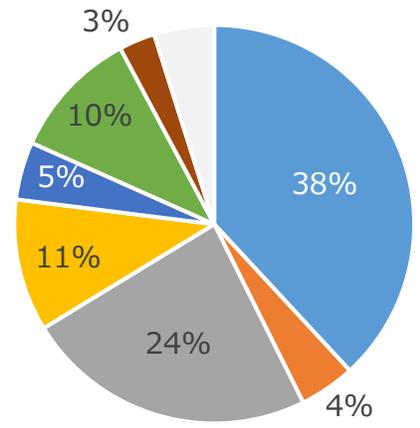
カテゴリー別



カテゴリー	数量
炭酸	+5%
茶系	+4%
スポーツ	-2%
水	+16%
コーヒー	+1%
果汁	+12%

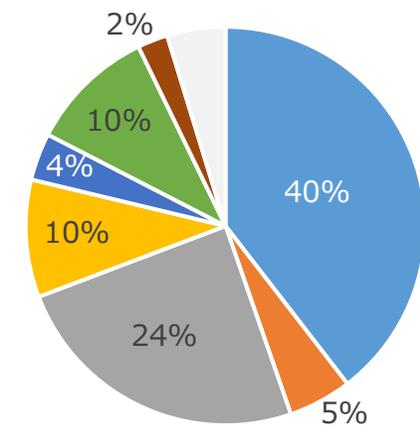
パッケージ別

第3四半期累計(1-9月)



パッケージ	数量
S-PET	-2%
M-PET	+9%
L-PET	+7%
缶	+1%
ボトル缶	-2%
シロップ	+17%
パウダー	+23%

第3四半期(7-9月)



パッケージ	数量
S-PET	+1%
M-PET	+12%
L-PET	+9%
缶	-3%
ボトル缶	-2%
シロップ	+13%
パウダー	+20%

S-PET : 650ml以下/L-PET : 1.5L以上

(注)販売数量にはアルコール飲料は含まれておりません。



ハッピーなひとときを、
ボトルから。

安全・安心な 1 本をつくり続けたい。

あらゆるシーンで新しいおいしさやハッピーなひとときを届け、
価値を創造し、限りある資源を大切に、次のつくるにつなげたい。

多様な人財が力を合わせ、さまざまな変革を起こすことで、
あふれるほどのハッピーを生み出し、
豊かな生活に貢献できると信じています。

人と地域社会と自然環境に寄り添う仕事をしている誇りと使命を胸に、
今日も私たちは走り続けます。



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。