

2024年 第1四半期 決算説明会

2024年5月9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

(2024年5月8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

2024年 第1四半期 決算説明会

2024年 第1四半期 業績

マーケティングアップデート

今後の見通し

2024年 第1四半期 業績

本日のハイライト

- ❖ **第1四半期の事業利益は対前年16億円の増益。年間の事業利益目標100億円に対し、計画どおりの進捗。**
- ❖ トップライン成長が増益に大きく貢献。前年並みの数量を維持するなか、ケース当たり納価の改善やチャネル・パッケージミックスの改善により、売上収益は2.5%増加。
- ❖ 変革は順調に進捗し、利益に貢献。年間60億円の効果創出に向け、計画どおり。
- ❖ 第2四半期は、5月の価格改定の円滑な実施を含め、最需要期の夏場に活動の効果を最大化するための準備を徹底する。
- ❖ また、来年以降の持続的な利益成長に向け、10月にさらなる価格改定を実施することを決定。

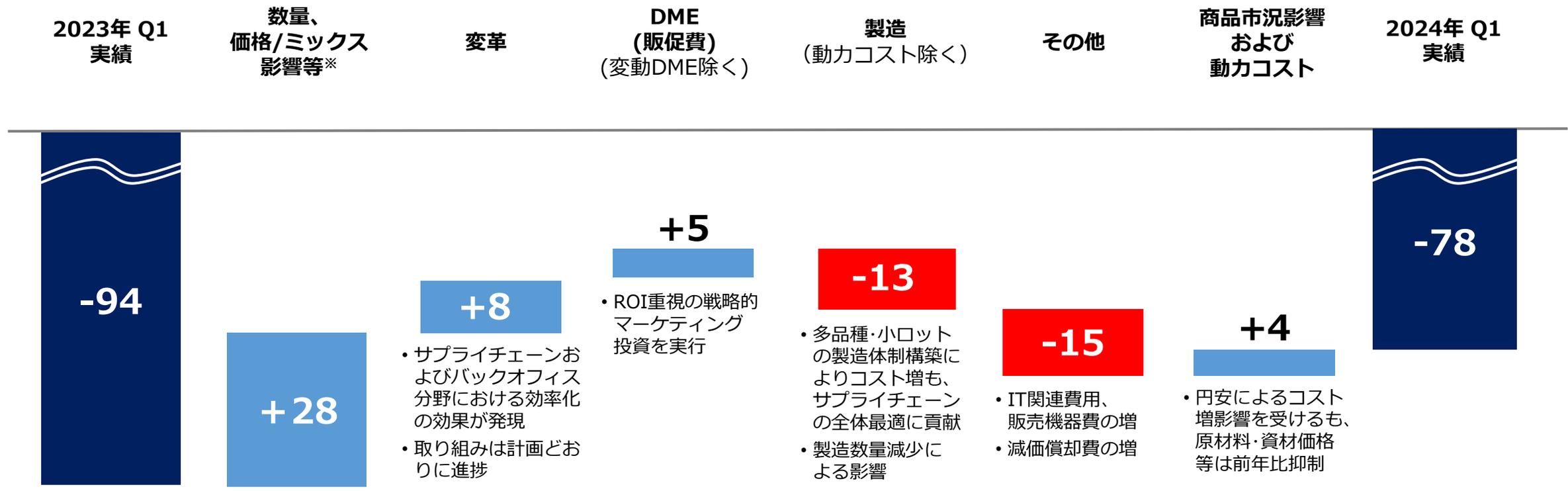
収益性重視の取り組みにより、増収増益を実現

単位：百万円

	2024年 Q1 実績	2023年 Q1 実績	増減	前年比
売上収益	186,528	182,063	+4,465	+2.5%
販売数量 (百万ケース)	104	103	+0	+0%
うち清涼飲料販売数量 (百万ケース)	103	102	+0	+0%
売上原価	105,087	103,322	+1,764	+1.7%
売上総利益	81,441	78,741	+2,701	+3.4%
販管費	89,288	88,002	+1,286	+1.5%
事業利益 (△損失)	△ 7,847	△ 9,437	+1,590	-
営業利益 (△損失)	△ 3,070	△ 9,160	+6,090	-
親会社の所有者に帰属する当期利益 (△損失)	△ 2,897	△ 6,459	+3,563	-

(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、2023年の実績値を遡って修正しております。

トップライン成長が事業利益16億円の増益に貢献



- 3月の天候不順の影響を受けるも数量は前年並みを維持
- 一連の価格改定の効果等により、ケース当たり納価は改善

- ROI重視の戦略的マーケティング投資を実行

- 多品種・小ロットの製造体制構築によりコスト増も、サプライチェーンの全体最適に貢献
- 製造数量減少による影響

- IT関連費用、販売機器費の増
- 減価償却費の増

- 円安によるコスト増影響を受けるも、原材料・資材価格等は前年比抑制

(単位：億円)	Q1 実績	対前年	通期計画
設備投資	42	-14	339
減価償却費	116	+2	470

単位：億円
(単位未満四捨五入)

IRFS16が適用される不動産賃借物件への投資額は上記の数値には含まれておりません。

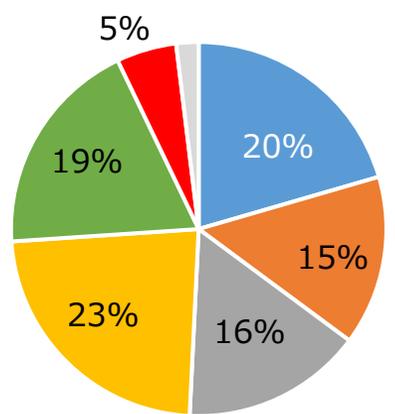
※営業活動にともなう限界利益の増減。変動費、IFRSによる売上控除等を含んでおります。

数量を前年並みに維持しながらも、ケース当たり納価改善を継続

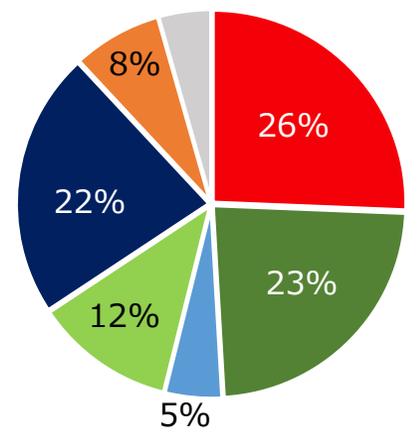
- 販売数量は、一連の価格改定や3月の天候不順による数量への影響を受けるも、前年並みを維持。
- ケース当たり納価は、価格改定効果により改善傾向が継続。
- CVSは、売場獲得活動などコア製品強化が奏功し成長。VMは、強固なシェア基盤やCoke ONなどのデジタル施策により、ケース当たり納価改善と数量成長をともに達成。R&Fは、外食需要の取り込みなどにより成長。オンラインは、カスタマーと連携したプロモーションが力強い成長をけん引。
- 炭酸は、大型PETの数量が減少するも、「コカ・コーラ」は成長。茶系は「紅茶花伝」「綾鷹」が貢献。コーヒーは、缶の数量が減少するも、「ジョージア」「コスタコーヒー」のリニューアルが貢献。

販売数量：前年並み

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)	-11%	+104
ドラッグストア・量販店 (D&D)	-6%	+105
コンビニエンスストア (CVS)	+8%	+7
ベンディング (VM)	+1%	+68
リテール&フードサービス (R&F)	+7%	前年並み
オンライン	+23%	+45



カテゴリー	数量
炭酸	前年並み
茶系	+2%
スポーツ	-2%
水	-6%
コーヒー	前年並み
果汁	+11%



(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。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。

収益性重視の活動により、金額シェア成長と価格プレミアム維持を実現

- ↑ チャンネルトータルの金額シェアは0.2ポイント成長。
- ↑ 前年10月の大型PETの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、コンビニエンスストアの金額シェアが0.7ポイント改善し、全体のシェア成長をけん引。
- ↑ 当社製品は業界平均に対し価格プレミアムを維持。また、大型PETの店頭小売価格は、前年5月および10月の価格改定の効果により、大きく改善。

市場シェア (1-3月、対前年、ポイント)	金額	数量
トータル(当社エリア)	+0.2	-0.9
うち、ベンディング	-0.1	-0.1
うち、手売りチャンネル(OTC)	-0.4	-1.1

出典：日本コカ・コーラ調べ

店頭小売価格 (1-3月、円/本)	業界平均比	前年比
小型PET	+10.1	-0.4
大型PET	+35.3	+19.0

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 2024年1月~3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

チャンネル間で連携を図りつつ、チャンネル特性にあわせた成長戦略を実行

ベンディング

OTC (手売り)

フードサービス

売場獲得

優良ロケーションの獲得

- ビッグデータを活用し、市場の変化を的確に捉えた設置ロケーション選定の強化

店舗の特性に応じた売場獲得

- コア製品の定番化、ダブルブランド製品の戦略的展開
- 飲用機会にあわせた売場づくり

成長業態の新規開発

- 成長業態や新業態における新規取引獲得活動の強化
- 新たな飲用機会の創造

ミックス改善

戦略的な品揃えの実施

- 設置ロケーションの特性にあわせた最適な品揃えの実施

パッケージミックスの改善

- マルチパック、ミニサイズパッケージの強化

付加価値提案の強化

- 業態・カスタマー特性に応じた製品提案の強化
- 100%果汁製品、COSTAの強化

デジタル活用

ベンディングDXの推進

- Coke ON の機能拡充や、QR de決済の展開拡大
- スマートモデムの搭載数増加

デジタルマーケティング強化

- リテールメディアと売場づくりの連動

需要喚起に向けたデジタル活用

- コカ・コーラブランドのデジタルプロモーション強化
- デリバリーカスタマーとのアプリを通じた協働キャンペーンの実施



変革を中心に活動は計画どおり進捗、より強固な事業基盤構築に向け前進

サプライチェーン

┃ エンドツーエンドのプロセスの全体最適化

- S&OP進化：短期・中期の需要予測により、適切なプランニングを実施。
- 「地産地消モデル」実現の鍵となる各エリアでの多品種・小ロット生産体制の構築が進捗。
- 物流ネットワーク改善により、輸送距離やタッチ数を削減。
- 在庫回転率向上に向けた製品在庫の最適な配置等を実施。

┃ カスタマーとの協業

- ファミリーマートと配送トラックの共同活用による物流面での協業を開始。



バックオフィスおよびIT機能

┃ アクセンチュアとの合併会社「ネオアーク」が始動

- BPOおよびITO※の領域における業務プロセスの抜本的な見直しを実施。
- 当社グループのバリューチェーン全体をカバーするテクノロジー基盤の構築に向けた取り組みがスタート。
- 社員主導のワークショップの企画・運営やラーニングコミュニティの立ち上げなどにより、新たな企業文化を醸成。

┃ 業務プロセス改善による効率化の推進

- 決算業務のプロセス改善による決算期間短縮 等。



※ BPO：ビジネス・プロセス・オペレーション、
ITO：インフォメーション・テクノロジー・オペレーション

マーケティングアップデート

強力なキャンペーンとアクティベーションが金額シェア成長に貢献

コア

コカ・コーラ ゼロ
新キャンペーン



ジョージア
THEシリーズ
リニューアル



檸檬堂
リニューアル
新キャンペーン



新製品

コカ・コーラ ゼロ
クリエイションズ
K-wave



ジョージア
贅沢ミルクコーヒー



コスタコーヒー
デイ &
リフレッシュ



体験型マーケティング

コカ・コーラ ゼロ
体験型
サンプリング



ジョージアTM
AIソングメーカー



Qoo
体験型
ダンス
キャンペーン



綾鷹のフルリニューアルを中心に、コアカテゴリーのさらなる強化を図る

コア

綾鷹コア
フルリニューアル
新キャンペーン



コカ・コーラ×マーベル
ザ・ヒーローズ



ファンタ
リニューアル
新キャンペーン



新製品

やかんの濃麦茶
機能性表示食品



ジョージア
プライム ブレンド



ジョージア
フルーティーカフェ



体験型マーケティング

綾鷹
イマーシブ
サンプリング
イベント



大阪・関西万博
ポートフォリオ
プロモーション
(Coke ON活用)



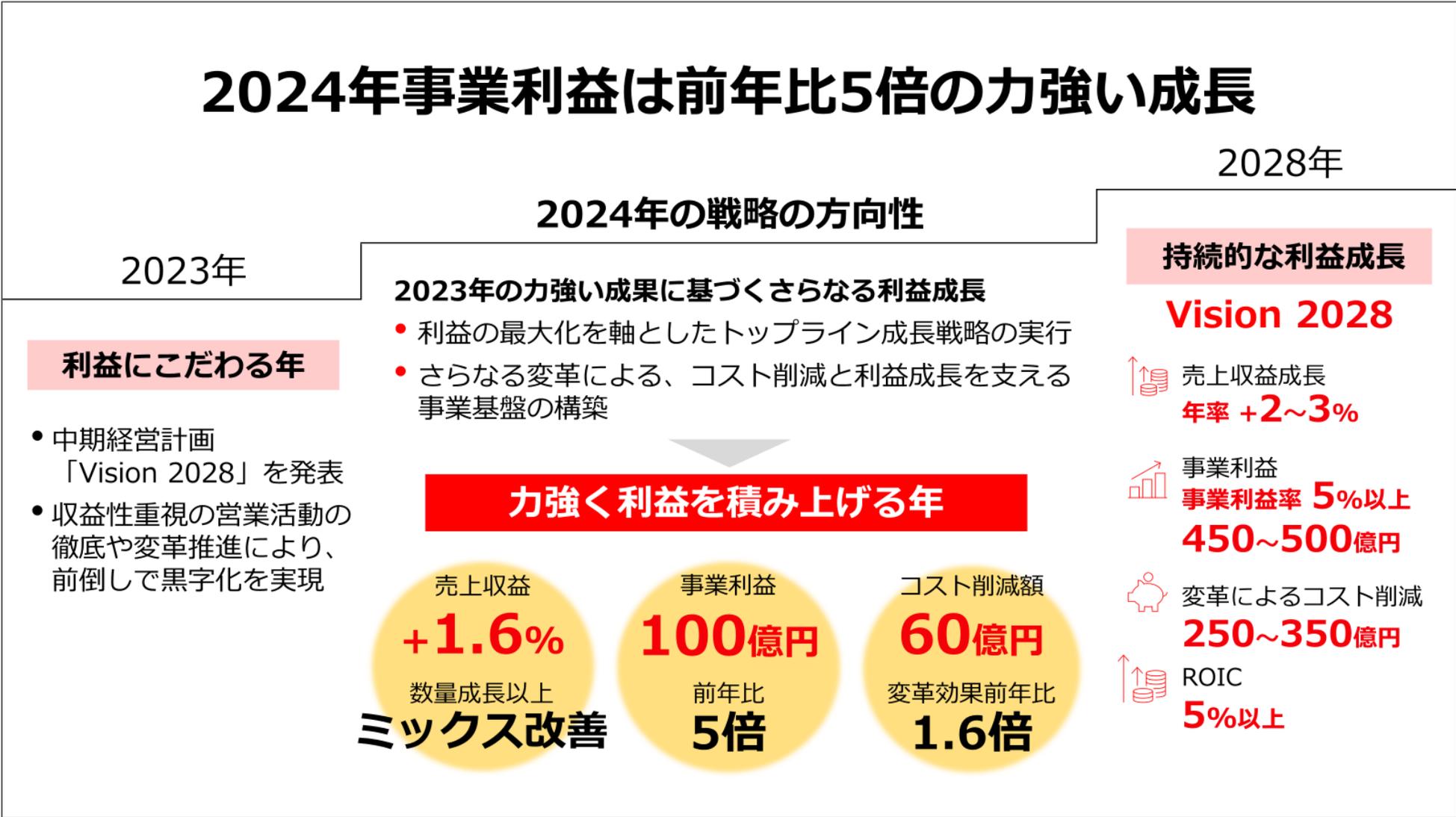
いろ・は・す
新サスティナ
キャンペーン



今後の見通し

2024年は「Vision 2028」達成に向けた重要な初年度

2024年事業利益は前年比5倍の力強い成長



最需要期の活動効果の最大化に向け、取り組みを加速

Q2
主要施策
および
進捗状況

利益の最大化を軸とした営業活動

- 「綾鷹」のフルリニューアル等の新製品展開や売場拡大などの成長施策を実行。
- 引き続き、収益性重視の営業活動を徹底。
- 5月の価格改定の着実な実行と、今回発表の10月からのさらなる価格改定に向けた準備を進める。
- 4月は、価格改定による数量への影響が継続するも、販売数量は前年比1%成長。

変革を中心とした事業基盤強化の取り組み

- 「地産地消モデル」の推進やS&OPの精度向上により、最需要期における低コスト・高品質の供給オペレーションを実現。
- テクノロジー活用により、業務プロセスのさらなる標準化、効率化、品質向上、自動化を推進。

2024年10月 価格改定の概要

対象製品

141 SKU

（小型・中型・大型PET、
ボトル缶、500ml缶）
※一部製品除く

改定率・改定額

+5.0~18.9% / 1本あたり+20円
※メーカー希望小売価格

対象チャネル

全チャネル

改定日

10月1日出荷分より



- ▶ 第1四半期は、事業利益で対前年16億円の増益。トップライン成長が貢献する形での利益成長を実現。
- ▶ このトレンドを加速させるとともに、力強いマーケティングプランや収益性改善策の実行に注力し、最需要期の成長につなげていく。
- ▶ 今年は「力強く利益を積み上げる年」。意欲的な通期事業利益目標100億円の達成を目指す。
- ▶ また、今回発表の追加の価格改定や変革のさらなる推進は、将来の持続的な利益成長に貢献すると確信。



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部

ir@ccbji.co.jp

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

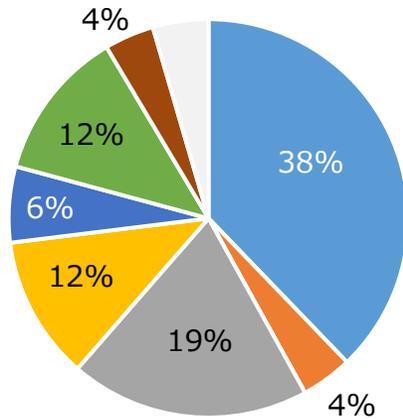
Happy moments
from the bottle.
We bottle happy moments.

Coca-Cola
BOTTTLERS JAPAN HOLDINGS INC.

参考資料

第1四半期 清涼飲料の販売状況 (対前年)

パッケージ別



パッケージ	数量
S-PET	+6%
M-PET	+15%
L-PET	-17%
缶	-3%
ボトル缶	+4%
シロップ	+11%
パウダー	+13%

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。

ESGの取り組み：価値創出につながる取り組みを推進

各種主要取り組み

環境・地域社会への取り組み

- サンフレッチェ広島、新スタジアム「エディオンピースウイング広島」において「ボトルtoボトル」を開始
- ウエルシア薬局の移動販売事業への支援を開始
- 「ボトルtoボトル」連携拡大
 - 京都府綾部市、愛知県東浦町など、新たに20自治体と連携
- 「よさこい祭り支援自販機」の展開を開始



人的資本の強化/DE&Iの推進

- 人的資本の強化を通じて「Vision 2028」実現に貢献するため、人事戦略を刷新。年間の役員会議の約25%を人事戦略の議論の場とし、確実に遂行
- ファミリーマート、ベイシアグループといったカスタマーとともに、国際女性デーイベントを開催
- 工場ユニフォームを男女同一デザインとし、マタニティユニフォームを導入



外部からの評価

- CDP「気候変動」「水セキュリティ」で最高評価の「Aリスト」に選定、「サプライヤー・エンゲージメント・リーダー」に2年連続で選定
- 「ハタラクエール2024」において最高位「優良福利厚生法人(総合)」を受賞
- 「コカ・コーラ ボトラーズジャパン 水源の森えびの」が環境省「自然共生サイト」に認定



価値創出



ビジネス
機会拡大



環境負荷
低減



地域社会
発展



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。

多様な人材が力を合わせ、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。