

2025年 第1四半期 決算説明会

2025年5月1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

(2025年5月1日 当社ウェブサイト掲載)



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

2025年 第1四半期 決算説明会

2025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

2025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13億円の増益。**年間目標に対し、計画どおり。トップライン成長と変革効果により、収益性改善の良いトレンドが継続。
- ❖ 数量は価格改定による影響があるなか、前年並みを維持。価格改定によるケース当たり納価の改善効果が寄与し、売上収益は対前年1.7%増加。
- ❖ 収益性改善に向けた価格改定は大きく前進。前年の価格改定後の出荷価格の維持に加え、5月実施の果汁製品の価格改定に向け準備。さらに、**コーヒーを含む全カテゴリー製品について、10月に価格改定を実施する旨を決定。**
- ❖ 変革は基盤強化とコスト削減に向け順調に進捗。中長期の利益成長に向けた各領域における重要施策がスタート。
- ❖ 第2四半期は、最需要期に向けた準備の徹底に加え、価格改定を含めた収益性改善策の実行により、利益の最大化を目指すとともに、中長期の利益成長を見据えた基盤強化の取り組みに注力。

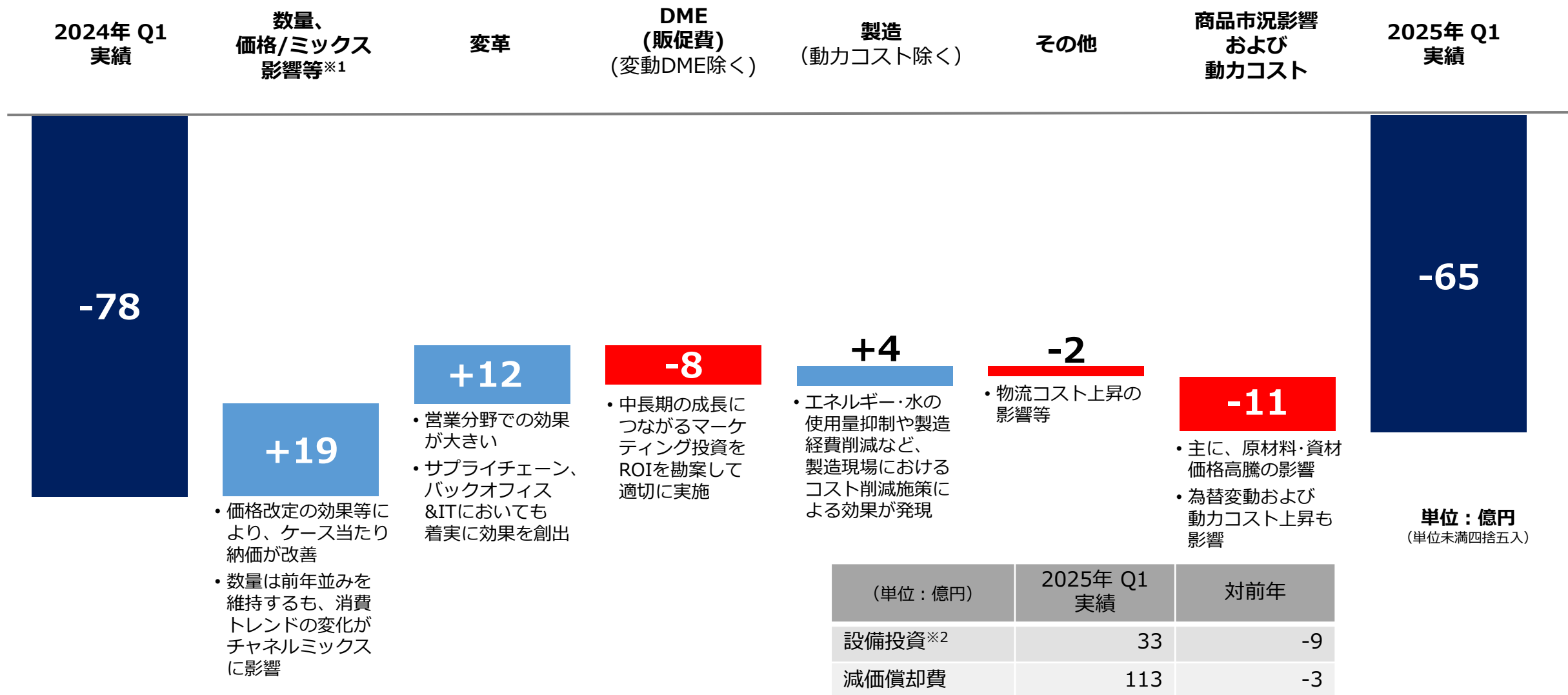
価格改定効果により増収、事業利益で増益。業績の改善トレンドを継続

単位：百万円

	2025年 Q1 実績	2024年 Q1 実績	増減	前年比
売上収益	189,760	186,528	+3,232	+1.7%
販売数量 (百万ケース)	104	104	-0	-0%
うち、清涼飲料販売数量 (百万ケース)	103	103	+0	+0%
売上原価	106,665	105,087	+1,578	+1.5%
売上総利益	83,095	81,441	+1,653	+2.0%
販管費	89,368	89,288	+80	+0.1%
事業利益 (△損失)	△6,498	△7,847	+1,349	-
営業利益 (△損失)	△10,069	△3,070	-6,999	-
親会社の所有者に帰属する当期利益 (△損失)	△6,454	△2,897	-3,557	-
EBITDA※	4,816	3,738	+1,078	+28.8%

※ EBITDA=事業利益+減価償却費

トップライン成長と変革効果が収益性改善をけん引、対前年13億円の増益



※1 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。

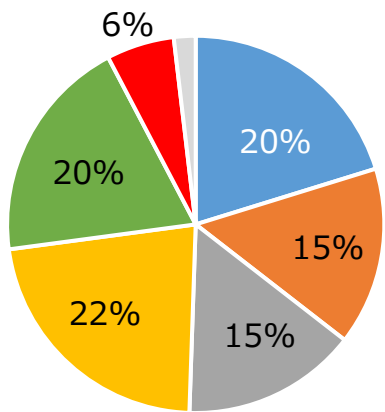
※2 IFRS16が適用される不動産賃借物件への投資額は上記の数値には含まれておりません。

数量は市場を上回る形で前年並みを維持、ケース当たり納価は改善が加速

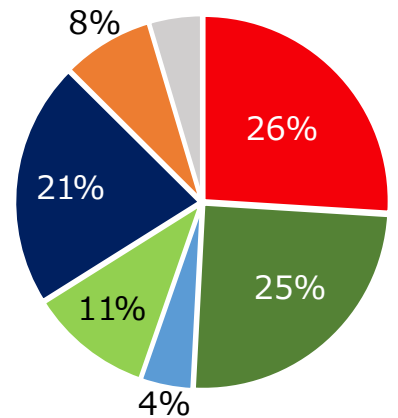
- 販売数量は、前年10月の価格改定の影響を受けるも「綾鷹」の好調さが継続し、前年並みを維持。
- ケース当たり納価は、価格改定の効果が表れており、全チャネルで前年比改善。
- D&Dは「綾鷹」や中型PETボトル製品の成長が貢献。CVSおよびVMは価格改定の影響が大きく、特にコーヒーが減少。R&Fは業務用の果汁製品が貢献。オンラインは専用商材の導入等が貢献し成長。
- 炭酸は「ファンタ」や「スプライト」が貢献。茶系は「綾鷹」の力強い成長が継続。スポーツ・水・コーヒーは価格改定が影響。

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)	-1%	+64
ドラッグストア・量販店 (D&D)	+4%	+70
コンビニエンスストア (CVS)	-4%	+50
ベンディング (VM)	-4%	+103
リテール&フードサービス (R&F)	+3%	+32
オンライン	+11%	+28



カテゴリー	数量
炭酸	+1%
茶系	+6%
スポーツ	-6%
水	-9%
コーヒー	-5%
果汁	+6%



(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。

パッケージ別の販売数量は参考資料をご覧ください。

収益性重視の営業活動が金額シェア成長と価格プレミアム維持に貢献

- ↑ チャンネルトータルの金額シェアは、成長トレンドを維持し、0.2ポイント増。
- ↑ ベンディングの金額シェアは、市場縮小傾向のなか、強固なシェア基盤が需要の取り込みに貢献し、プラス成長を継続。手売りチャンネルの金額シェアは、チャンネル・パッケージミックスの影響を受け微減となるも、競争力向上により、数量シェアの改善傾向は継続。
- ↑ 当社製品は業界平均に対し価格プレミアムを維持。店頭小売価格は、前年10月の価格改定により、小型PET、大型PETとも前年比プラス。特に大型PETは、複数回にわたる価格改定により、2年間の累計で店頭価格は25円程度上昇。

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	+0.8
うち、ベンディング	+1.4	+1.7
うち、手売りチャンネル(OTC)	-0.3	+0.6

出典：日本コカ・コーラ調べ (全国)

店頭小売価格 (1-3月、円/本)	業界平均比	前年比
小型PET	+7.9	+4.3
大型PET	+36.0	+5.5

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 2025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

利益の最大化を軸とした営業戦略を着実に実行

価格改定効果の創出

- 前年10月の価格改定後にケース当たり納価は大きく改善。出荷価格の維持・向上や、数量減少影響の抑制に取り組み、効果創出に努めた。
- 5月の果汁製品の価格改定実施を決定。円滑な価格反映に向け準備。

コーヒーを含む全カテゴリー製品について、
10月に価格改定を実施する旨を決定。

成長投資とコストの最適化

- 中長期視点でROI重視のマーケティング投資に注力。特に、デジタルマーケティングを強化。
- アカウントごとの利益管理を徹底。データに基づく収益性重視の営業活動により、アカウントごとのコストを最適化。

チャネル特性にあわせた成長戦略の実行

- リテールメディアや陳列ラックの活用など、店舗特性に応じた提案強化により、売場を拡大。
- 自動販売機での購入頻度向上策を実施。Coke ON®を活用し、ユーザーの利用状況に応じた効果的なキャンペーン等を実施。
- オンラインチャネルでは、大手カスタマーとの連携や専用商材導入を強化。
- フードサービスでは、成長業態への新規取引獲得活動や、業態特性に応じた製品提案に注力。



基盤強化に向けた変革の主要施策が各領域においてスタート

ベンディング変革の重要施策は順調に進捗

- ルートの生産性向上に向けた利益基準での品揃え最適化の取り組みは、計画どおりに進捗。
 - システム刷新により、販売予測から販売までのシミュレーションの精度を向上。
 - 効果が見込めるロケーションを優先に、新たな仕組みを段階的に導入。
 - 品揃え最適化とあわせたエンドツーエンドのプロセス見直しにより、売上増加を図ると同時にルートの適正化を実現。
- 自動販売機1台ごとの収益性分析に基づき、より精度の高い新規設置活動や取引条件見直しを実施。



サプライチェーンでは新たな取り組みに着手

- 製造拠点での改善活動や、物流における輸送距離・タッチ数削減の取り組みは順調に効果を創出。
- メガDCを応用した新物流拠点 IDC(機能統合型物流センター)の本格稼働に向けた準備は順調。 将来のネットワークのさらなる強化に向け前進。
- DXを通じたS&OPプロセス精度向上の一環として、供給計画の自動化の取り組みを開始。需要が変動した際の柔軟性や俊敏性を強化。

営業・物流拠点、ハブ倉庫

IDC



在庫集約



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により売上収益と金額シェア成長

コア

コーク & チキン
“#コチる”



コークとチキンで #コチる



ジョージア
コアPETリニューアル
+ 新キャンペーン

檸檬堂リニューアル
+ 新キャンペーン



新製品

紅茶花伝
無糖アールグレイ アイスティー



復刻ファンタ マスカット



体験型マーケティング

瓶コーク横丁
(東京)



綾鷹 & おにぎり



キャンペーン・新製品を通じて、コアカテゴリーのさらなる強化を図る

コア

コーク & チキン 第2弾
“#コチる”



やかんの麦茶
コアリニューアル
+ 新キャンペーン



アクエリラス
コアリニューアル
+ 新キャンペーン

新製品

ミニッツメイド
ゼロシュガー レモネード



い・ろ・は・す
フレーバーウォーター リニューアル



体験型マーケティング

瓶コーク横丁
(大阪)



大阪・関西万博
ポートフォリオプロモーション
(Coke ON®活用)



今後の見通し

最需要期の準備を進めつつ、持続的な利益成長に向けた基盤強化を加速

Q2以降の
主要施策
および
進捗状況

！ 最需要期の売上最大化と来年以降の成長に向け、基盤を強化

- ・チャネルごとの成長戦略を加速させ、競争力を強化。
- ・4月の数量は、価格改定により影響を受けるも、引き続き市場を上回って進捗。「綾鷹」は厳しい競争環境のなか、好調さを維持。

！ さらなる価格改定を中心とした収益性改善策を実行

- ・コーヒーを含む全カテゴリー製品の価格改定を10月に実施。市場環境を注視しつつも、強い意志をもって決断。
- ・価格改定とあわせてリベート等の厳密なコントロールを最需要期前から実施。多角的視点で収益性改善を促進。

！ 中長期目線で基盤強化の取り組みを深化

- ・変革の主要施策は順調に進捗、継続して基盤強化を推進。
- ・変革を通じて得た学びを活かし、今後の課題への対応や、さらなる成長余地の特定を図る。

10月1日付※1 価格改定の概要

※1 出荷ベース

**さらなる収益性改善に向け、
コーヒーを含む全カテゴリー製品
の価格改定を実施**

対象製品

217 SKU
年間販売数量の
約80%

〔 小型・中型・大型PET、
缶、ボトル缶 ほか
一部製品除く 〕

改定率・改定額※2

+4.8~23.0% / 1本当たり+20~30円

※2 メーカー希望小売価格



変革で得た学びを活かし、ベンディングを中心にさまざまな可能性を検討

テクノロジーを活用した 変革の軌跡

デジタル化により効率化された
業務プロセス

可視化されたアカウントごとの
収益性

ITシステムやデータの統合により
構築してきたテクノロジー基盤

長きにわたって成果を出してきた
変革の推進力

学びを活用 (短期・中期・長期)

変革を通じて
蓄積してきたデータや
インサイトを活用



潜在的な課題と成長機会を 特定し、戦略を具体化

さらなる収益性改善
(売上成長、コスト削減)

より強固な基盤の構築

資本配分の最適化

- ▶ 第1四半期の事業利益は、収益性改善策の貢献等により増益。将来の成長に向けた基盤強化の取り組みも順調に進捗。
- ▶ 重要施策である価格改定は、計画どおり利益創出に大きく貢献。収益性改善に向けた当社の戦略の方向性は正しいと確信。
- ▶ この勢いをさらに加速させるべく、さらなる価格改定を決断。
- ▶ 第2四半期以降、利益の最大化に向けた活動を徹底し、通期の事業利益目標200億円の達成確度を高めるとともに、中長期目線での抜本的な変革をさらに推し進める。



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@ccbj.co.jp

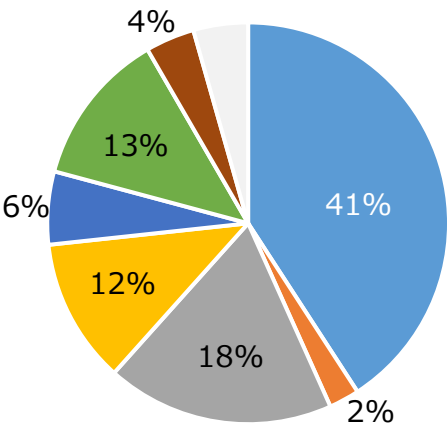
<https://www.ccbj-holdings.com/ir/>

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

Coca-Cola
BOTTLERS JAPAN HOLDINGS INC.

参考資料

第1四半期 清涼飲料パッケージ別販売数量（対前年）



パッケージ	数量
S-PET	+2%
M-PET	+27%
L-PET	-5%
缶	前年並み
ボトル缶	-5%
シロップ	+2%
パウダー	-2%

(注) 販売数量にはアルコール飲料は含まれておりません。 S-PET：700ml以下 / L-PET：1.5L以上

第1四半期におけるESGの取り組み

-----各種主要取り組み-----

環境 地域社会 への 取り組み

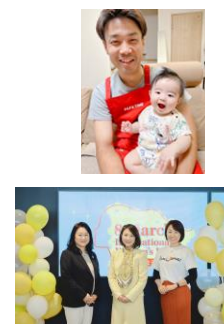
- 🔥 大阪・関西万博会場内、大屋根リング下において、世界初※となる水素を動力源とした自動販売機の設置完了、4/13の開幕より稼働開始
- 🔥 渋谷区と飲料4社による「ペットボトルの水平リサイクルに関する協定」を締結
- 🔥 愛知県大府市と「ペットボトル資源循環リサイクルに関する事業連携協定」を締結

※2024年10月30日現在、富士電機調べ



人的資本 の強化/ DE&Iの 推進

- 🔥 2024年に男性社員の育児休業等取得率(1日以上取得した割合)100%を達成
- 🔥 男性社員の育児休業等取得のさらなる促進を目指し「配偶者・パートナー出産休暇(有給)取得義務」を、3日間から5日間に拡充(2025年4月1日から施行)
- 🔥 2025年目標である「女性管理職比率10%」を、2025年3月に早期達成
- 🔥 ファミリーマート、明治、サンリオエンターテインメントとともに、国際女性デーイベントを開催



外部から の評価

- 🔥 国際的な非営利団体CDPが実施した2024年度の企業のサステナビリティ調査において、「水セキュリティ」の分野で最高評価の「Aリスト」企業に選定
- 🔥 S&P Global社による企業サステナビリティ評価で、評価対象の7,690社以上の中で上位15%のスコアを獲得し、「Sustainability Yearbook Member 2025」に選定



-----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。