

# 2022年 第3四半期 決算説明会

2022年11月11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

(2022年11月10日 当社ウェブサイト掲載)

  
BOTTTLERS JAPAN HOLDINGS INC.



# 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

2022年 第3四半期 決算説明会

2022年 第3四半期業績

マーケティングアップデート

今後の見通し

# 2022年 第3四半期業績

## 第3四半期累計ハイライト

- ❖ 販売数量は5%増加。大型PETの価格改定による数量減少影響があるも、猛暑や人出回復による需要を取り込み、着実かつ力強く成長。S&OPプロセスの改善等により、需要急増の局面においても安定的な供給を実現。
- ❖ 価格改定や収益性改善の取り組みによりケース当たり納価は改善傾向で、売上収益の増加に貢献。第3四半期の売上収益は数量成長を上回って成長。
- ❖ チャンネルトータルの金額シェアは拡大。ベンディングの成長がけん引。
- ❖ 小型パッケージの価格改定に向け、カスタマーの理解を得ながら交渉を実施。将来の収益性改善に向けた取り組みは大きく前進。
- ❖ 事業利益は前年から改善。コモディティ価格高騰や円安による影響が大きく響くも、数量成長や変革推進の効果が利益増加に貢献。

# 最需要期のQ3(7-9月)にトップラインが大きく改善

販売数量成長  
+7%

ベンディング 数量成長  
+8%

SM、D&D  
ケース当たり納価  
+32円

金額シェア  
+0.7%

# 第3四半期累計業績 (対前年)

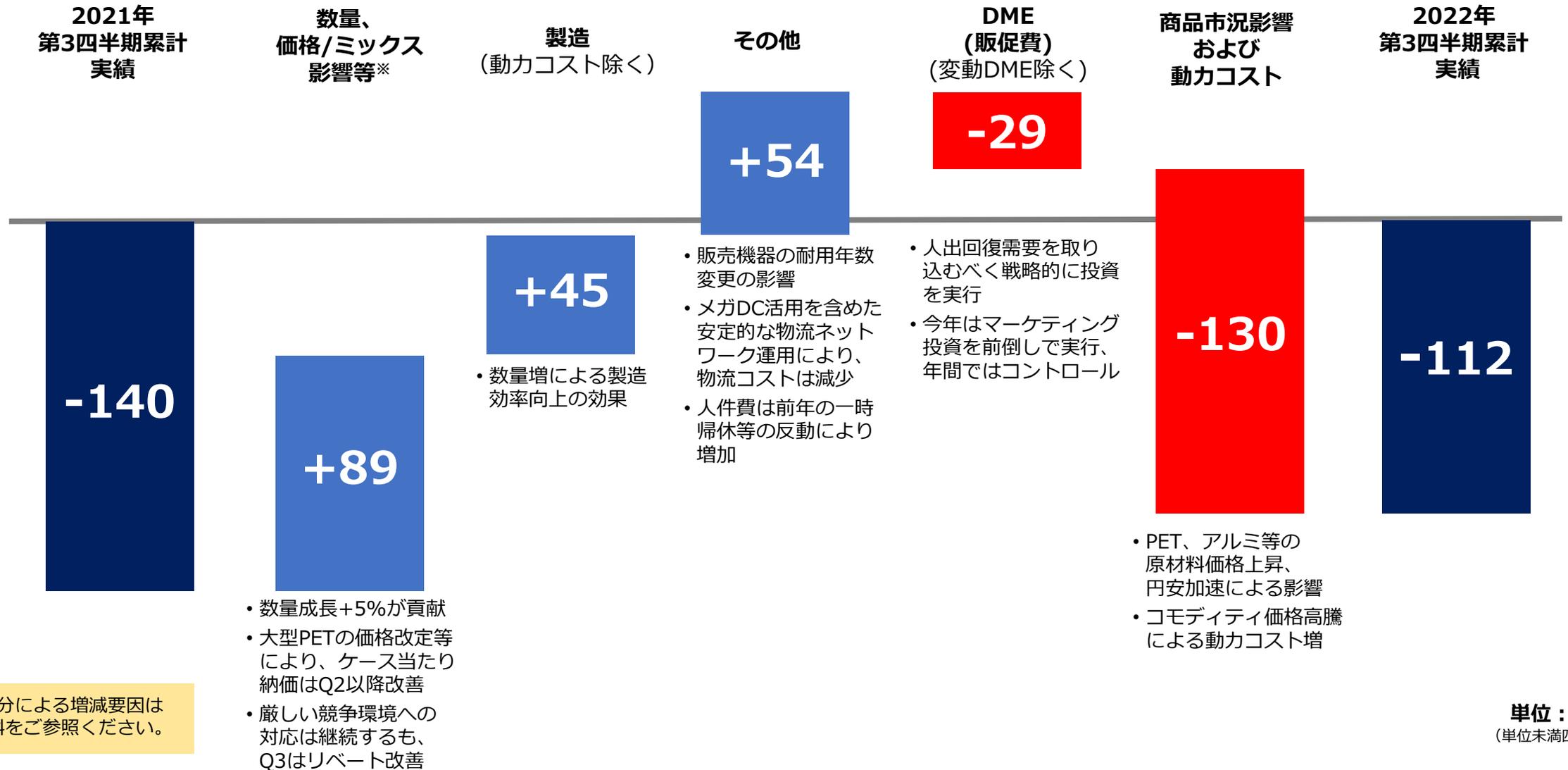
単位：百万円

	2022年 第3四半期 累計実績	2021年 第3四半期 累計実績	増減
売上収益	612,321	589,531	+3.9%
販売数量 (百万ケース)	367	351	+5%
うち清涼飲料販売数量 (百万ケース)	362	345	+5%
売上原価	345,004	328,708	+5.0%
売上総利益	267,317	260,823	+2.5%
販管費	278,322	273,868	+1.6%
事業利益 (△損失)	△11,196	△14,023	-
営業利益 (△損失)	△7,053	△19,978	-
親会社の所有者に帰属する当期利益 (△損失)	△5,194	△1,535	-

※2021年の親会社の所有者に帰属する当期利益(△損失)には非継続事業を含む。

# 第3四半期累計 事業利益増減要因 (対前年)

コスト上昇影響は継続も、着実な数量成長とケース当たり納価改善が利益増加に貢献



従来区分による増減要因は参考資料をご参照ください。

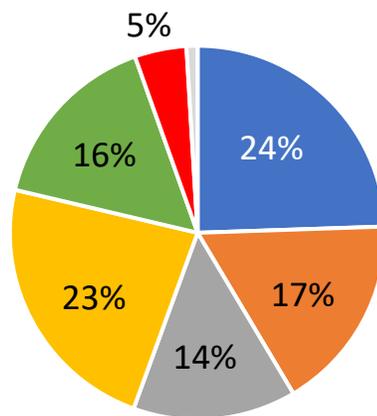
単位：億円  
(単位未満四捨五入)

# 第3四半期累計 清涼飲料販売数量の状況 (対前年)

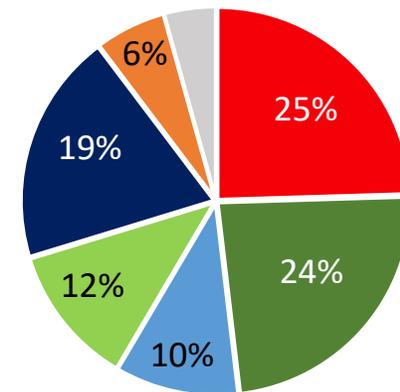
- 数量は累計で5%増、第3四半期は7%増。
- 人出回復の機会を捉えた活動や猛暑影響等が貢献し、即時消費チャネル(VM、CVS)が成長。オンラインは利便性の高さにより成長が継続、全カテゴリーで成長。SM、D&Dは、5月の大型PET価格改定による数量減少影響を受けた。
- ケース当たり納価は、価格改定によりSM、D&Dでプラスに。VMでは販売価格適正化の取り組みが貢献。
- カテゴリー別では、猛暑影響や各種イベントの再開等により、スポーツと水が力強く成長。

## 販売数量 +5%

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)	-4%	+28
ドラッグストア・量販店 (D&D)	+2%	+20
コンビニエンスストア (CVS)	+2%	-20
ベンディング (VM)	+5%	+15
リテール&フード (R&F)	+25%	-36
オンライン	+33%	-28



カテゴリー	数量
炭酸	+2%
茶系	+1%
スポーツ	+10%
水	+10%
コーヒー	+4%
果汁	+20%



Q3(7-9月)の販売数量は参考資料をご覧ください。

# 金額シェア成長に向けた基盤づくり

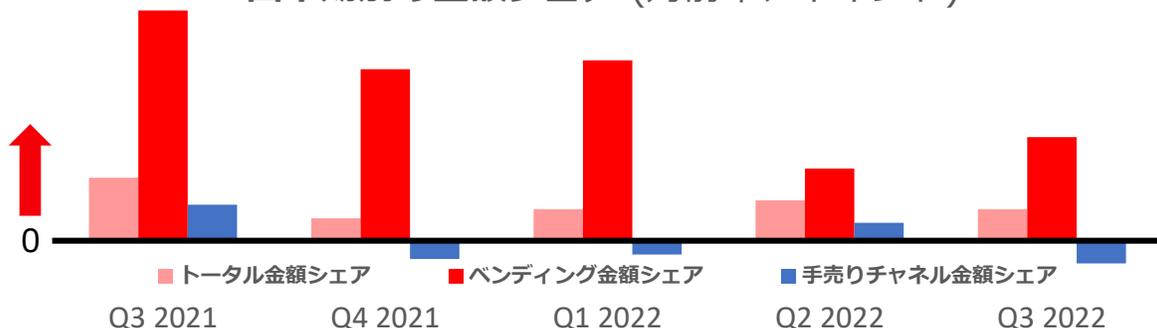
- 第3四半期累計のチャネルトータルの金額シェアは、0.8ポイント成長。
- ベンディングの金額シェアは2.6ポイント成長、力強い成長を継続。
- 手売りチャネルは価格改定後の数量減の影響を受けるも、金額シェアはほぼ前年並みを維持。
- 大型PETの店頭小売価格は価格改定によりプラスに、Q3にはQ2比で上昇幅が拡大。

第3四半期累計市場シェア (1-9月、対前年、ポイント)	金額	数量
トータル(当社エリア)	+0.8	-0.3
ベンディング	+2.6	+1.9
手売りチャネル(OTC)	-0.1	-0.8

店頭小売価格 (1-9月、円/本)	業界平均比	前年比
小型PET	+3.0	-3.2
大型PET	+26.2	+3.1

データの基準が2021年から変更：小型PET(351~650ml)、大型PET(1.251L~)  
出典：Intage

四半期別の金額シェア (対前年、ポイント)



出典：日本コカ・コーラ調べ

# 数量成長と収益性改善の取り組み

強固な基盤の活用により、数量成長と将来の収益基盤の構築を同時に実現

## 数量成長

- ✓ 人出回復に合わせて即時消費チャネルや飲食店等における営業活動を強化。
- ✓ オンラインではラベルレス製品の拡充や定期購買強化により家庭内需要を獲得。

## 収益性改善

- ✓ 大型PET価格改定、改定後の価格水準の維持。
- ✓ ベンディングにおける販売価格の適正化。
- ✓ 成長チャネルやカテゴリーにフォーカスした効率的なマーケティング投資。

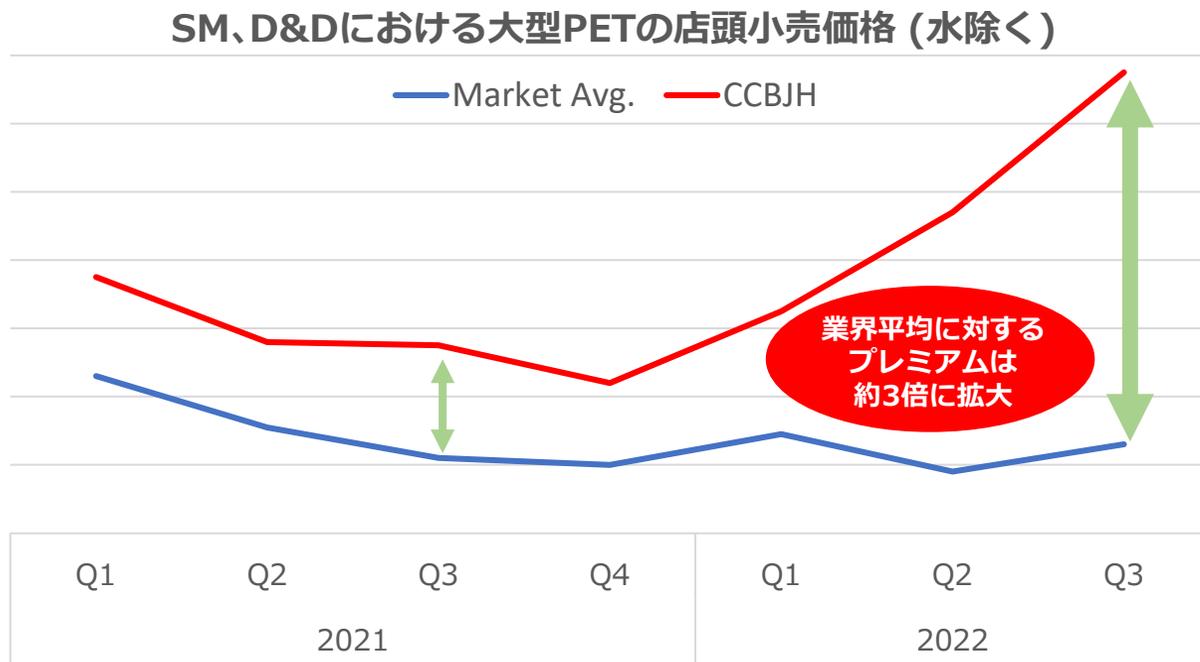
## 数量成長と収益性改善を支える強固な基盤

- ✓ S&OPの改善により急な需要の変動に対する対応力が向上し、安定供給を実現。
- ✓ メガDC活用を含めた安定的な物流ネットワーク運用による、ローコストオペレーション。

# 価格改定の進捗状況

価格改定は計画どおりに進捗。将来の収益基盤の構築に向け大きく前進

- 大型PETの店頭小売価格はQ3に大きく上昇しトレンドを維持。
- スーパーマーケット、ドラッグストア・量販店での業界平均に対する価格プレミアムは拡大。
- 小型パッケージの価格改定の交渉は計画どおりに完了。



## <価格改定の概要>

パッケージ	大型PET	小型パッケージ
改定率	+5~8% (出荷価格)	+6~18% (メーカー希望小売価格)
改定日	2022年5月	2022年10月
チャネル	SM、D&D オンライン	全チャネル

トランザクション※ベースの価格改定規模：80%以上

※本数ベースの販売数量(シロップ、パウダー、アルコール除く)

# ESGの取り組み

共創価値の創出に向けた取り組みは着実に進捗

## ESGにおける優れた取り組み

- 🔥 EcoVadis社のサステナビリティ調査にて「シルバー」評価を2年連続で獲得。特に環境分野で高い評価。
- 🔥 グローバル認知度の高い本調査に、国内飲料業界に先駆けて取り組む。



上位25%以内の企業に与えられるメダル

## 廃棄物ゼロ社会を目指して

2022年目標

サステナブル素材使用率※ **50%**

### 《ボトルtoボトル取り組み協働》

- 🔥 埼玉県久喜市との協定締結。
- 🔥 ウエルシアホールディングス社との実施エリア拡大。



8/24 久喜市との調印式

※サステナブル素材：「ボトルtoボトル」によるリサイクルPET素材と、植物由来PET素材の合計。

## ビジネスを通じた地域社会貢献

### 水源保全活動

- 🔥 全17工場すべてのエリアで水源保全契約および活動を実施。水源涵養率は200%をすでに突破。



10/29 多摩での活動

### 豊かな生活へのサポート

- 🔥 農林水産省との食品ロス削減に向けた意見交換会(9月)に唯一の飲料メーカーとして参画。
- 🔥 約79万本の飲料を単年累計でフードバンクを通じて必要とする方へ寄付。

12 つくる責任  
つかう責任



### 大阪・関西万博ゴールドパートナー

- 🔥 「大阪・関西万博支援自販機」の展開を開始。活動開始4ヵ月で早くも設置250台を突破。



# マーケティングアップデート

# 2022年第3四半期の振り返り

コアビジネスと新製品の成長加速に成功、Coke ONは4,000万ダウンロードを突破

## コカ・コーラ TM

コカ・コーラゼロキャンペーン、マシュメロコラボによるZ世代とのつながり強化により、売上を成長



## ジョージア & コスタコーヒー

ジョージアTM TinyTANタイアップ、および ジョージア & コスタコーヒー季節製品により、市場シェア拡大



## 綾鷹コア/カフェシリーズ & やかんの麦茶

綾鷹コア/綾鷹カフェシリーズ & やかんの麦茶により、売上高の成長を加速



## Coke ON

4,000万ダウンロード突破 & 記念キャンペーン実施



# 2022年第4四半期 活動ハイライト (10月-11月)

コア強化と新製品により、飲用者と飲用オケージョンを拡大

## コカ・コーラ TM

コカ・コーラTM & KOポートフォリオプロモーションで  
FIFAワールドカップ資産を最大活用



## ジョージア & コスタコーヒー

ジョージア ゼロシリーズで健康ニーズを獲得 &  
インスタントウインを通じコスタコーヒーのトライアル強化



## 綾鷹コア/カフェシリーズ & 紅茶花伝

綾鷹コア/綾鷹カフェシリーズ 冬キャンペーン  
& 紅茶花伝 新フルーツティー導入



## Coke ON

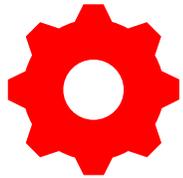
ドラゴンクエストウォークとのコラボレーション &  
Coke ON ウォレット (電子マネー) 導入



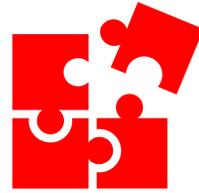
© 2019-2022 ARMOR PROJECT/BIRD STUDIO/SQUARE ENIX All Rights Reserved.

# 2022年マーケティング戦略

柔軟かつ迅速な対応を継続し、コアの強化と、2年目の製品・新製品の成長を促進する



**PIVOT TO CORE**  
コアへの原点回帰



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



**STAY@HOME**  
家庭内需要の獲得



# 今後の見通し

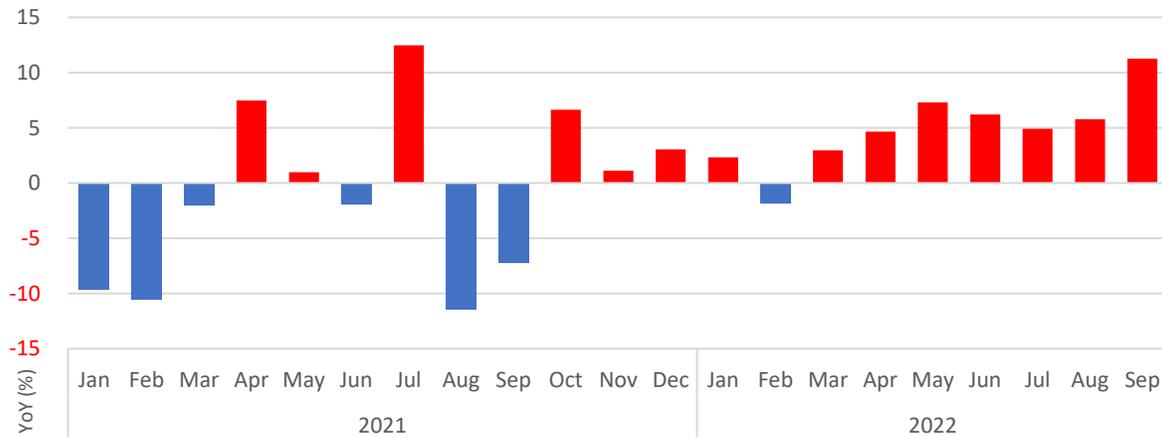
# 第4四半期の見通し

人出回復への期待が高まるも、価格改定後の需要動向を含めた市場環境に注視が必要

## 事業環境の見通し

- 政府の経済政策の後押しもあり人出の回復傾向の継続が見込まれるが、10月からの飲料各社の価格改定が飲料需要に与える影響に注視が必要。
- インフレによる家計と消費者マインドへの影響が顕在化する可能性も。
- コモディティ価格や円安が飲料各社の収益に影響。

清涼飲料市場全体の数量（対前年）



出典：日本コカ・コーラ調べ

## 当社の戦略の方向性

- ✓ 通期の事業利益予想-146億円に変更はなし
- ✓ 人出回復や需要増加の機会を捉えた活動を徹底
- ✓ 価格改定をやりきる：適正価格の浸透
- ✓ 来年以降の成長につながる投資は当初計画の範囲内で実行

### <Q4における利益面でのインプリケーション>

- 季節性で数量規模が小さく、固定費負担が大きい。
- コモディティ価格高騰・円安の影響や前年のコスト削減の反動等の影響を想定。
- 価格改定による一定の数量減少影響を見込む。
- 10月は価格改定と低気温により数量は-6%となるも、ケース当たり納価は改善。

# コモディティ・為替による影響

継続するコスト高に向けた追加施策を検討中

2022年

コモディティ・為替影響：180億円※以上

大型PETと小型パッケージ  
価格改定の実施

人出の回復を  
捉えた営業活動

変革による  
コスト削減  
60億円

コカ・コーラ  
システムの  
強みを  
活かした活動

2023年以降

さらなるコモディティ・為替影響の可能性

さらなる価格改定を真剣に検討

数量と  
金額シェアの  
成長

適正価格の  
浸透と適切な  
マーケティング  
投資

変革継続

※原材料・資材、為替、動力コストを含んだ金額。

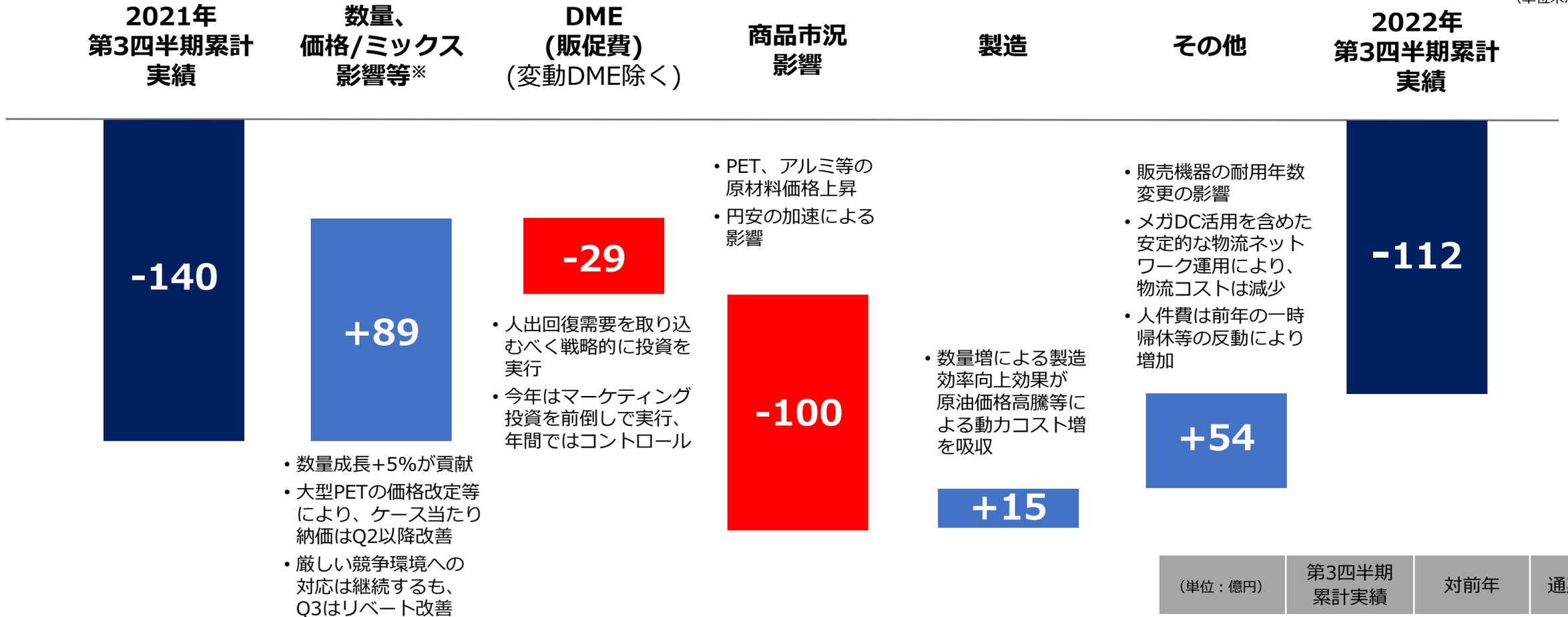
# 総括

- 第3四半期累計では、大型PETの価格改定の影響がある中、人出の回復と猛暑を着実な数量成長につなげることができた。価格改定を含めた収益性改善の取り組みも着実に成果が表れている。
- コモディティ価格高騰や円安により、厳しい状況が続いているが、トップライン成長や収益性改善の取り組み、変革等により、累計の事業利益は前年から改善。引き続き、当初の通期事業利益目標にコミットする。
- 今後も厳しい事業環境が想定される中、今年実行した活動を継続するとともに、将来の成長と収益性改善につながるさらなる取り組みを検討・実行していく。

# 参考資料

# <従来区分> 第3四半期累計 事業利益増減要因 (対前年)

単位：億円  
(単位未満四捨五入)



※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。

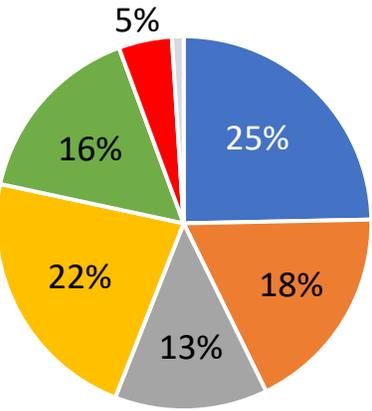
IFRS16によるキャッシュアウトを伴わない設備投資は含まない

(単位：億円)	第3四半期 累計実績	対前年	通期計画
設備投資	303	-28	460
減価償却費	343	-88	470

# 清涼飲料チャンネル/カテゴリー/パッケージ別販売数量

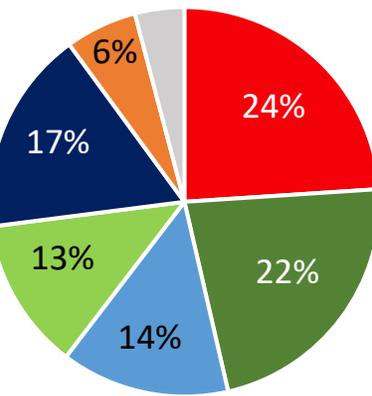
第3四半期(7-9月) 販売数量: +7%

## 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)	-5%	+37
ドラッグストア・量販店 (D&D)	+4%	+28
コンビニエンスストア (CVS)	+2%	-37
ベンディング (VM)	+8%	+25
リテール&フード (R&F)	+33%	-49
オンライン	+32%	+8

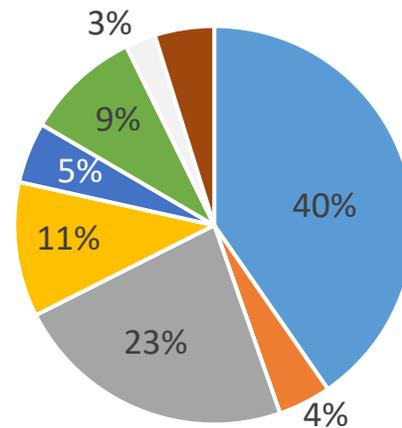
## カテゴリー別



カテゴリー	数量
炭酸	+4%
茶系	-1%
スポーツ	+11%
水	+15%
コーヒー	+4%
果汁	+27%

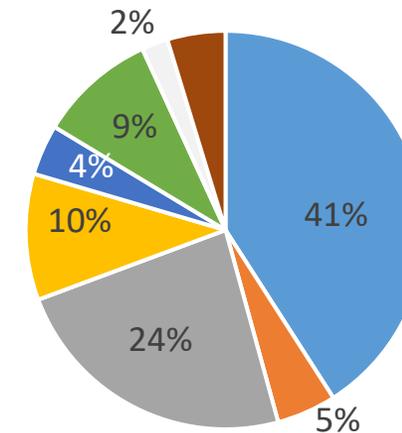
## パッケージ別

第3四半期累計(1-9月)



パッケージ	数量
S-PET	+6%
M-PET	+32%
L-PET	-7%
缶	-2%
ボトル缶	+10%
シロップ	+30%
パウダー	+24%

第3四半期(7-9月)



パッケージ	数量
S-PET	+7%
M-PET	+24%
L-PET	-7%
缶	+3%
ボトル缶	+12%
シロップ	+42%
パウダー	+29%

S-PET : 650ml以下/L-PET : 1.5L以上

# ミッション・ビジョン・バリューに基づく事業活動



## Mission

すべての人にハッピーな  
ひとときをお届けし、価値を創造します

## Vision

- すべてのお客さまから選ばれるパートナーであり続けます
- 持続可能な成長により、市場で勝ちます
- 常に学びながら成長します
- コカ・コーラに誇りを持ち、誰もが働きたいと思う職場をつくります

## Values

- 学ぶ向上心を忘れません
- 変化を恐れず機敏に行動します
- 結果を見据え最後までやりきります
- 誠実と信頼に基づいた気高い志で行動します

