

2024年 第3四半期 決算説明会

2024年11月7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11月6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

2024年 第3四半期 決算説明会

2024年 第3四半期累計 業績

マーケティングアップデート

2024年 通期 業績予想修正

中長期的な株主価値向上に向けて

本日のハイライト

- 🔥 **第3四半期累計の事業利益は前年比2.5倍の147億円。** 好業績により、通期業績予想を上方修正。 **2024年通期の事業利益は前年比5.7倍となる115億円の見通し。**
- 🔥 累計の売上収益は+1.9%。これまで構築してきた成長基盤が増加する需要の獲得に貢献し、数量は計画以上に成長。
- 🔥 トップライン成長やコストマネジメントにより、増益トレンドが加速。第3四半期に、大幅増益を果たした前年を上回る利益を創出。
- 🔥 第4四半期は10月の価格改定に注力し、利益水準の押し上げを図る。
- 🔥 **「Vision 2028」に基づく包括的な株主還元策を発表。** 2028年までの意欲的な増配計画を織り込んだ配当政策への見直しを主軸としたかつてない規模の包括的な株主還元を実施し、株主価値の向上を図る。

2024年 第3四半期累計 業績

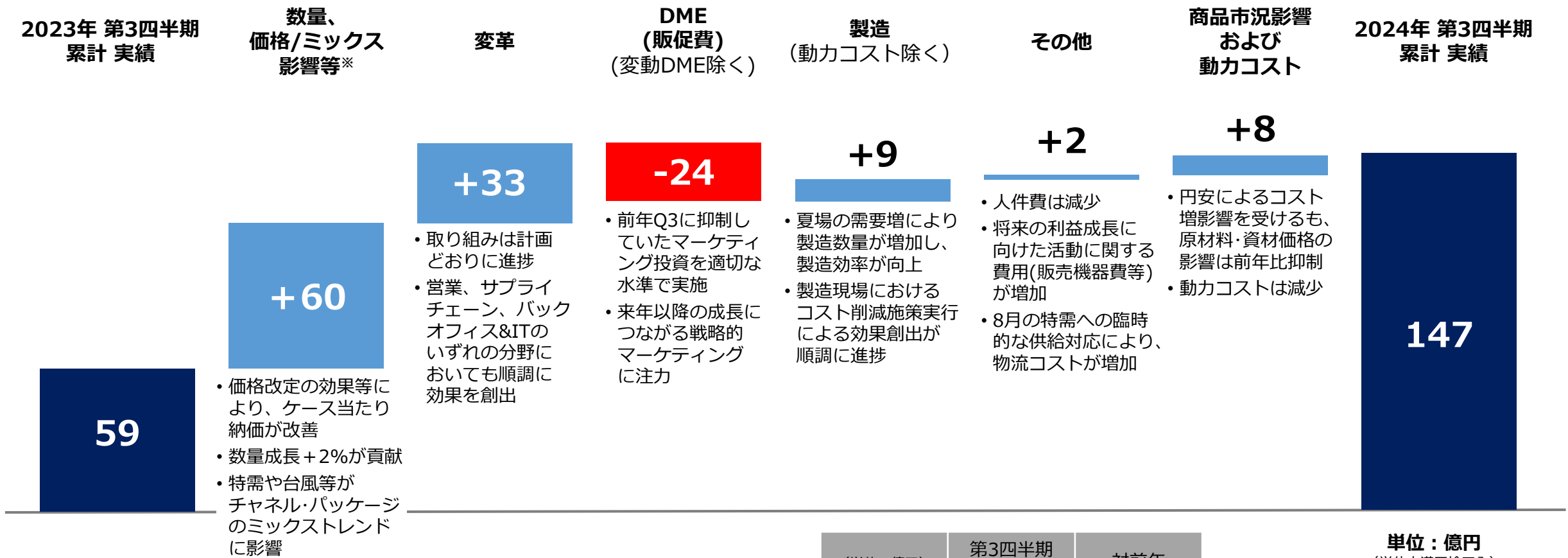
業績の改善トレンドは加速し、3四半期連続で増収増益を達成

単位：百万円

	2024年 第3四半期 累計 実績	2023年 第3四半期 累計 実績	増減	前年比
売上収益	676,612	663,825	+12,788	+1.9%
販売数量 (百万ケース)	385	379	+6	+2%
うち、清涼飲料販売数量 (百万ケース)	381	375	+7	+2%
売上原価	373,090	369,229	+3,860	+1.0%
売上総利益	303,523	294,595	+8,928	+3.0%
販管費	288,536	287,961	+575	+0.2%
事業利益	14,690	5,867	+8,823	+150.4%
営業利益	17,592	6,121	+11,472	+187.4%
親会社の所有者に帰属する当期利益	10,017	3,862	+6,156	+159.4%

第3四半期(7-9月)の業績は参考資料をご覧ください。

トップライン成長と変革効果により、事業利益は前年比2.5倍の147億円



(単位：億円)	第3四半期 累計 実績	対前年
設備投資	179	-88
減価償却費	342	-7

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んでおります。

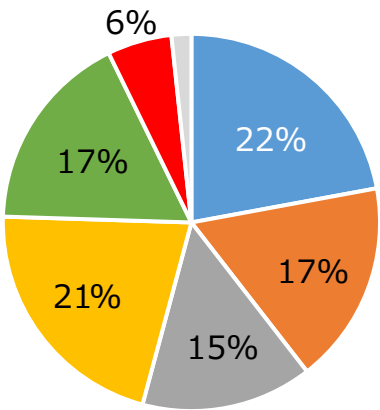
IFRS16が適用される不動産賃借物件への投資額は上記の数値には含まれておりません。

新製品等により数量は成長、ケース当たり納価改善トレンドは継続

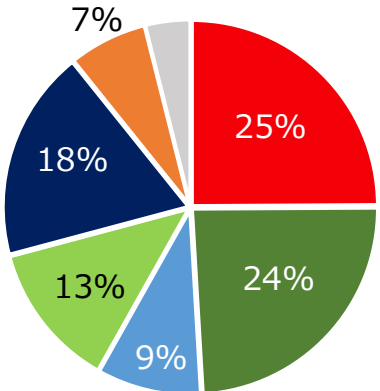
- 販売数量は2%増加。新製品や効果的な営業施策の貢献により、猛暑等で増加する需要を着実に取り込めた。
- ケース当たり納価は、価格改定効果により各チャネルにおいて改善トレンドが継続。
- D&Dは、特需の影響もあり増加。CVSは、新製品やカスタマー限定製品の展開強化などにより成長。VMは、価格改定や夏場の天候不順の影響を受けるも、強固なシェア基盤やデジタル施策が奏功し、前年並みを維持。R&Fは外食需要の取り込みで成長。オンラインは、品揃えの強化等が夏場の需要獲得につながり増加。
- 炭酸は「コカ・コーラ」が貢献。茶系は引き続き好調な「綾鷹」が成長をけん引。水は価格改定が響いた。

販売数量：+2%

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)	-3%	+52
ドラッグストア・量販店 (D&D)	+3%	+50
コンビニエンスストア (CVS)	+4%	-11
ベンディング (VM)	前年並み	+59
リテール&フードサービス (R&F)	+4%	+9
オンライン	+17%	+26



カテゴリー	数量
炭酸	+3%
茶系	+8%
スポーツ	-4%
水	-3%
コーヒー	-2%
果汁	+7%



(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。

第3四半期(7-9月)の販売数量は参考資料をご覧ください。

収益性重視の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、0.4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プラス成長を継続。手売りチャンネルでは、スーパーマーケット等において、前年10月の大型PETの価格改定による上期の数量シェアへの影響が残った一方、コンビニエンスストアの金額シェアはプラス成長。
- ❖ 当社製品は業界平均に対し価格プレミアムを維持。大型PETの店頭小売価格は、前年の価格改定の効果により、改善トレンドが継続。

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)	+0.4	+0.2
うち、ベンディング	+0.9	+1.4
うち、手売りチャンネル(OTC)	-0.2	前年並み

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	+8.8	-1.8
大型PET	+29.0	+8.7

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~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

最需要期の成長戦略がトップライン成長と今後の収益基盤構築に貢献

製品ポートフォリオの強化

好調な綾鷹の最大活用

- フルリニューアルした綾鷹の店頭露出最大化が数量成長に大きく貢献。
- 茶系カテゴリの金額シェア拡大をけん引。

消費者ニーズに応じた製品展開

- ラベルレス製品、マルチパック等の販売強化。
- ドラッグストア中心に、新製品「アクエリアス 経口補水液ORS」を展開。



売場の拡大

売場特性に応じた活動実施

- カスタマーごとに定番売場獲得に向けた取り組みを強化。
- 陳列ラックの効果的な活用等により、定番外の売場(レジ前、エンド、催事等)を獲得。

新規取引獲得活動の強化

- フードサービスでは成長業態へのアプローチを強化。
- 収益性を見極めつつ、自動販売機の優良ロケーションを獲得。



収益性重視の営業活動

マーケティング活動の最適化

- 投資効率重視のマーケティング活動を、カスタマーごとに実施。
- リテールメディアやアプリ等を通じた効果的なプロモーションを実施。

価格改定効果の最大化

- 一連の価格改定後の出荷価格の維持に注力。
- 10月からの価格改定を円滑に実施すべく、カスタマーとの交渉など準備を実施。



持続的なサプライチェーン基盤構築のための施策が着実に進捗

「地産地消モデル」強化に向けた製造能力拡大

- 「地産地消モデル」推進において重要となる東海工リアの製造能力拡大に向け、東海工場（愛知県）に新たな製造ラインを導入。
- 小型PETボトル製品のアセプティック（無菌充填）製造ライン。水・エネルギー使用量削減と製造時間短縮を同時に実現する技術を初導入。



東海工場 新アセプティック製造ライン

持続可能な供給基盤の構築に向けた協業

- 豊田自動織機と協働し、国内初※¹の4本フォークタイプのトラック荷役対応自動運転フォークリフトの実証実験を開始。
- 伊藤園と物流面での協業（一部店舗への共同配送）を開始。
- 東洋製罐が生産する世界最軽量※²185gアルミ飲料缶を使用した「ジョージア」の製造を開始。軽量化によりコスト削減と省資源化を推進。



トラック荷役対応自動運転フォークリフト



185g軽量アルミ飲料缶を採用した「ジョージア」

※¹ 豊田自動織機(株)調べ(2024年9月10日時点)。3D-LiDARを搭載したトラック荷役対応自動運転フォークリフトで、国内初の4本フォークタイプを実現。

※² 東洋製罐(株)調べ(2024年8月時点)。190mlの202径SOT(ステイオンタブ)缶の空缶として(空缶には缶胴におけるラミネートフィルムおよび缶蓋の重量は含まず)。

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高と金額シェア成長

コア

綾鷹コア
フルリニューアル
新キャンペーン 第2弾



肉にはコーク！
サマーキャンペーン



新製品

アクエリアス経口補水液ORS
リニューアルコミュニケーション
特別用途食品 個別評価型病者用食品



ファンタ
ヨーグルラッシュ マーブルオレンジ



体験型マーケティング

パリオリンピック
ポートフォリオプロモーション



スプライト
Waterbomb Tokyo 2024



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

マーケティング イニシアティブ

コカ・コーラTM ウィンターキャンペーン

クリスマスは、コークで乾杯。

コカ・コーラでクリスマス!

1,000名 限定
クリスマス
プロジェクト
12月

2,000名 限定
クリスマス
プロジェクト
12月

5,000名 限定
クリスマス
プロジェクト
12月

92,000名 限定
クリスマス
プロジェクト
12月

綾鷹コア ウィンターキャンペーン・ キャップ裏コード プロモーション

いつだって、
心がほぐれる、
自分タイム。

綾鷹コア
ウィンターキャンペーン
キャップ裏コード プロモーション

おにぎり、楽しむグッズなど
当たる!! 10万

キャップ裏のコードを
Coke ON アプリに
スキャンして応募!

ジョージア ウィンターキャンペーン

ひと息ついたら、温もりが心に沁みた。
毎日って、けっこうドラマだ。

ジョージア製品を
購入したレシートで応募!

米津玄師ライブご招待
合計 1,500名様

米津玄師 2025 TOUR / JUNK
ライブツアーへご招待

体験型マーケティング

コカ・コーラTM クリスマスドローンショー



侍ジャパン ポートフォリオ プロモーション

その一瞬を、
一緒に
味わおう。

侍ジャパンを応援しよう!

WBCプレミア12
観戦チケット

侍ジャパン選手サイン入り
ユニフォーム

2024年 通期 業績予想修正

好調な業績と価格改定効果の織り込みにより、通期業績予想を上方修正

主なポイント	
第3四半期 累計	<u>トップライン成長やコストマネジメントにより、増益トレンドが加速</u> • 数量は当初想定を上回る2%成長。第3四半期に、綾鷹の成長が加速したことや、猛暑等で増加した需要を着実に取り込んだことが貢献。 • 収益基盤の強化につながる価格改定や変革などの取り組みは順調に進捗。 • 生産性向上や適切なコストマネジメントにより、計画以上のコストの抑制を実現。
第4四半期 (10-12月)	<u>10月の価格改定を成功させ、今年と来年以降の利益水準の押し上げを図る</u> • 10月からの価格改定に注力し、効果の最大化を図る。 • 価格改定による数量減少影響を受けるなか、構築してきたトップライン成長基盤が貢献し、10月の数量は+5%。ミックスは注視が必要も、売上収益は数量成長率を上回って成長。 • 来年以降の成長につながる投資は適切な水準で実施していく。

2024年通期の事業利益は前年比5.7倍の115億円を目指す

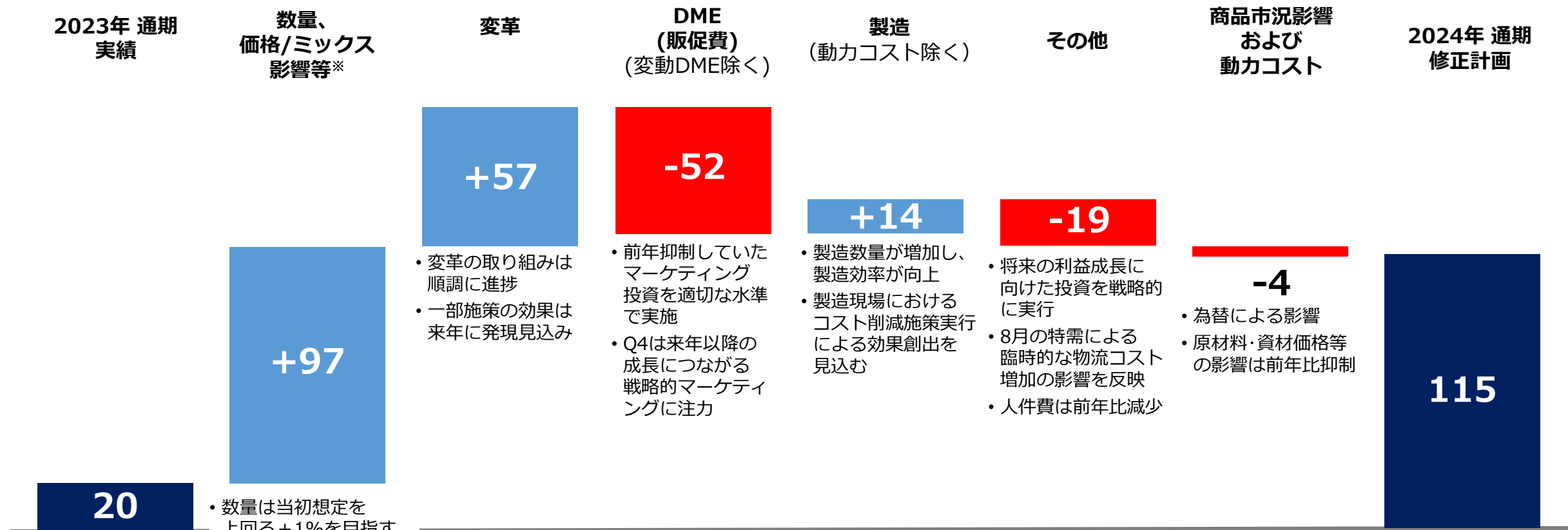
当初計画比増収増益の上方修正。事業利益は前年比95億円の増益計画

単位：百万円

	2024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	888,000	+19,419	+2.2%	+5,600	+0.6%
販売数量 (百万ケース)	497	+5	+1%	+5	+1%
うち清涼飲料販売数量 (百万ケース)	492	+6	+1%	+7	+1%
売上原価	488,800	+4,436	+0.9%	+4,300	+0.9%
売上総利益	399,300	+15,084	+3.9%	+1,500	+0.4%
販管費	386,900	+5,878	+1.5%	+500	+0.1%
事業利益	11,500	+9,475	+467.9%	+1,500	+15.0%
営業利益	13,600	+10,159	+295.2%	+1,700	+14.3%
親会社の所有者に帰属する当期利益	7,400	+5,529	+295.6%	+500	+7.2%

(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。

事業利益はトップライン成長を源泉に、前年比5.7倍の115億円を目指す



単位：億円
(単位未満四捨五入)

(単位：億円)	通期 修正計画	対前年	対当初計画
設備投資	297	-5	-42
減価償却費	456	-8	-14

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。

※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。

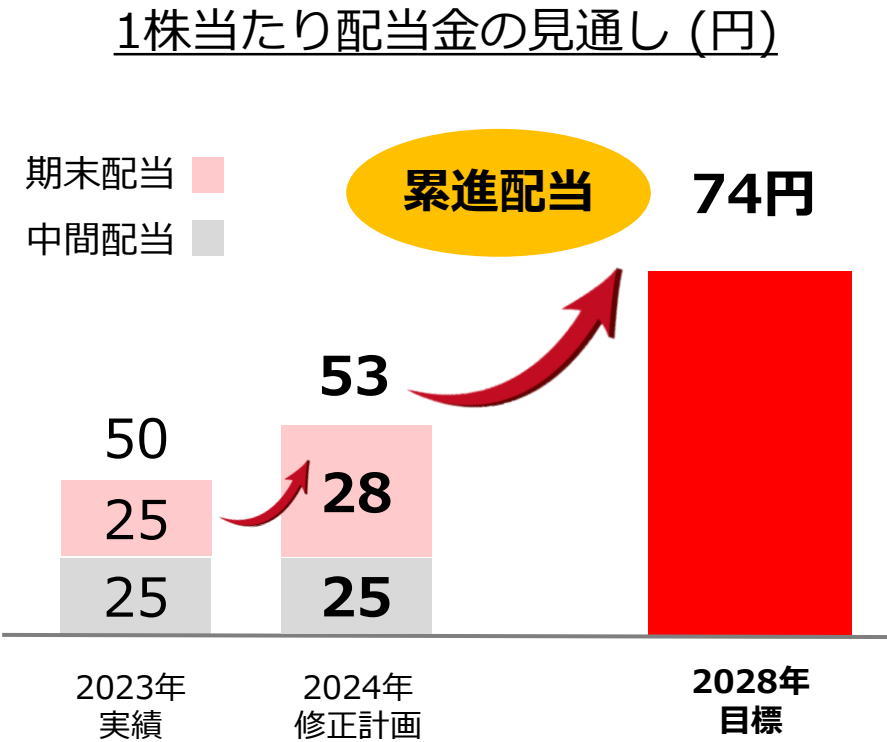
中長期的な株主価値向上に向けて

「Vision 2028」に基づき、かつてない規模で包括的な株主還元を実施

- 好調な業績と今後の利益およびキャッシュ創出力の見通しをふまえ、「Vision 2028」で掲げる株主価値向上の実現に向けた包括的な株主還元策の前倒しでの実施を決定。
- 2028年までの意欲的な増配計画を織り込んだ配当政策への見直しを主軸に、複数の株主還元策を展開。
- 資本効率の改善と株主還元の強化により、中長期的な株主価値向上を図る。

包括的な株主還元の各施策	
配当政策の見直し	2028年の 74円/株 に向け、 配当性向40% 以上、2028年の DOE 2.5% 以上を目標に、 累進配当 を実施
自己株式取得	300億円または2,000万株 を上限に実施。発行済株式総数(自己株式除く)の 11.0% ※1
自己株式消却	2,300万株 の自己株式を消却。発行済株式総数の 11.2% ※2
増配(2024年)	2024年期末配当金を3円/株増額 。これにより、2024年の年間配当金は 53円/株 に

※1 自己株式の取得期間：2024年11月11日～2025年10月31日
※2 2024年11月11日付で消却。自己株式の消却は、本日時点で保有している自己株式を対象としています。



- ❖ 中期経営計画「Vision 2028」の重要な初年度に、当初想定を上回る業績を達成見込み。通期事業利益は前年比5.7倍の115億円。
- ❖ 事業利益の進捗は「Vision 2028」に対し、計画どおりで順調。これまでの成果を土台に、2025年も持続的な利益成長を図る。
- ❖ 業績の順調な進捗と2025年以降の利益およびキャッシュ創出力の見通しをふまえ、前倒しで株主還元強化策を発表。収益性と資本効率を重視した「Vision 2028」の達成に向け、大きく前進。



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3四半期（7-9月）業績（対前年）

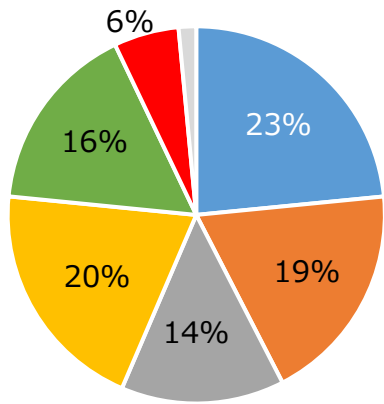
単位：百万円

	2024年 第3四半期 実績	2023年 第3四半期 実績	増減	前年比
売上収益	265,158	259,715	+5,443	+2.1%
販売数量（百万ケース）	153	149	+4	+3%
うち、清涼飲料販売数量（百万ケース）	152	148	+4	+3%
売上原価	142,839	141,917	+922	+0.6%
売上総利益	122,319	117,799	+4,520	+3.8%
販管費	104,565	104,748	-184	-0.2%
事業利益	17,481	12,630	+4,851	+38.4%
営業利益	16,386	12,650	+3,736	+29.5%
親会社の所有者に帰属する当期利益	10,314	7,808	+2,506	+32.1%

清涼飲料チャネル/カテゴリー/パッケージ別販売数量（対前年）

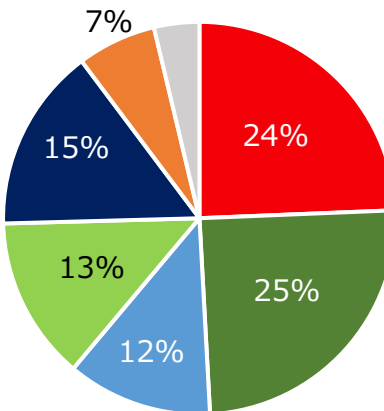
第3四半期(7-9月)販売数量：+3%

チャネル別



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%	+10
ドラッグストア・量販店 (D&D)	+6%	+7
コンビニエンスストア (CVS)	前年並み	-15
ベンディング (VM)	-1%	+49
リテール&フードサービス(R&F)	+3%	+16
オンライン	+16%	+27

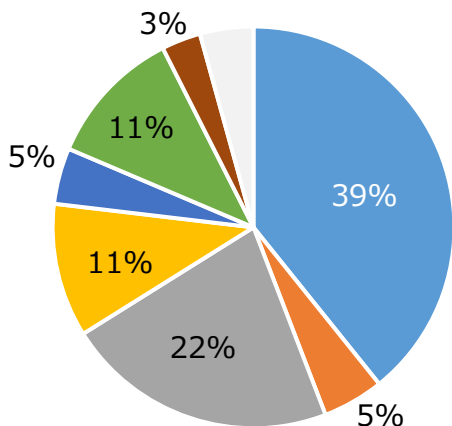
カテゴリー別



カテゴリー	数量
炭酸	+4%
茶系	+14%
スポーツ	-6%
水	-1%
コーヒー	-5%
果汁	+5%

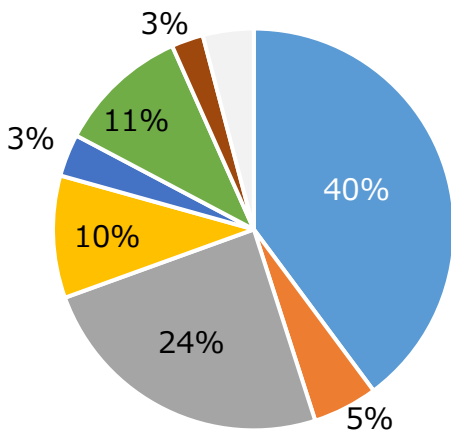
パッケージ別

第3四半期累計(1-9月)



パッケージ	数量
S-PET	+5%
M-PET	+11%
L-PET	-5%
缶	+2%
ボトル缶	-2%
シロップ	+8%
パウダー	+10%

第3四半期(7-9月)



パッケージ	数量
S-PET	+3%
M-PET	+4%
L-PET	+2%
缶	+6%
ボトル缶	-9%
シロップ	+6%
パウダー	+7%

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。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。

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-----

-----価値創出-----

環境 地域社会 への 取り組み

- 世界最軽量※1 185 g アルミ飲料缶を使用した「ジョージア」の製造を開始。
省資源化に貢献。
- 当社工場で初となるオンサイトPPAモデルによる太陽光発電を広島工場に導入し
再生可能エネルギー活用を推進
- TNFD※2の初開示。重要テーマの一つである、「水」に関する分析を実施



※1 東洋製罐(株)調べ。2024年8月時点。190mlの202径SOT(ステイオンタブ)缶の空缶として。(空缶には缶胴におけるラミネートフィルムおよび缶蓋の重量は含まず)
※2 TNFD (Taskforce on Nature-related Financial Disclosures, 自然関連財務情報開示タスクフォース)

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、主要な人事戦略の
KPI(女性管理職比率、男性育休取得率、エンゲージメントスコア等)を役員目標として設定
- ファミリーマートとLGBTQ+の理解促進のための社内イベントを実施
- 育児における男性の積極的な関与を支援する取り組みとして、
「配偶者出産休暇(有給)」の取得義務化を社内にリリース



外部から の評価

- 女性活躍を推進する性別多様性に優れた企業として、
「MSCI日本株女性活躍指数(WIN)」の構成銘柄に選定
- 「コカ・コーラ ボトラーズジャパン 水源の森えびの」が「OECD(保護地域
以外で生物多様性保全に資する区域)」として国際データベースに登録

2024 CONSTITUENT MSCI日本株
女性活躍指数 (WIN)



ビジネス
機会拡大



環境負荷
低減



地域社会
発展

THE INCLUSION OF Coca-Cola Bottlers Japan Holdings Inc. IN ANY MSCI INDEX, AND THE USE OF MSCI LOGOS, TRADEMARKS, SERVICE MARKS OR INDEX NAMES HEREIN, DO NOT CONSTITUTE A SPONSORSHIP, ENDORSEMENT OR PROMOTION OF Coca-Cola Bottlers Japan Holdings Inc. BY MSCI OR ANY OF ITS AFFILIATES. THE MSCI INDEXES ARE THE EXCLUSIVE PROPERTY OF MSCI. MSCI AND THE MSCI INDEX NAMES AND LOGOS ARE TRADEMARKS OR SERVICE MARKS OF MSCI OR ITS AFFILIATES.



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。