

2024年 通期 決算説明会

2025年2月14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2月13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 通期 決算説明会

2024年 通期業績

2025年 通期業績計画

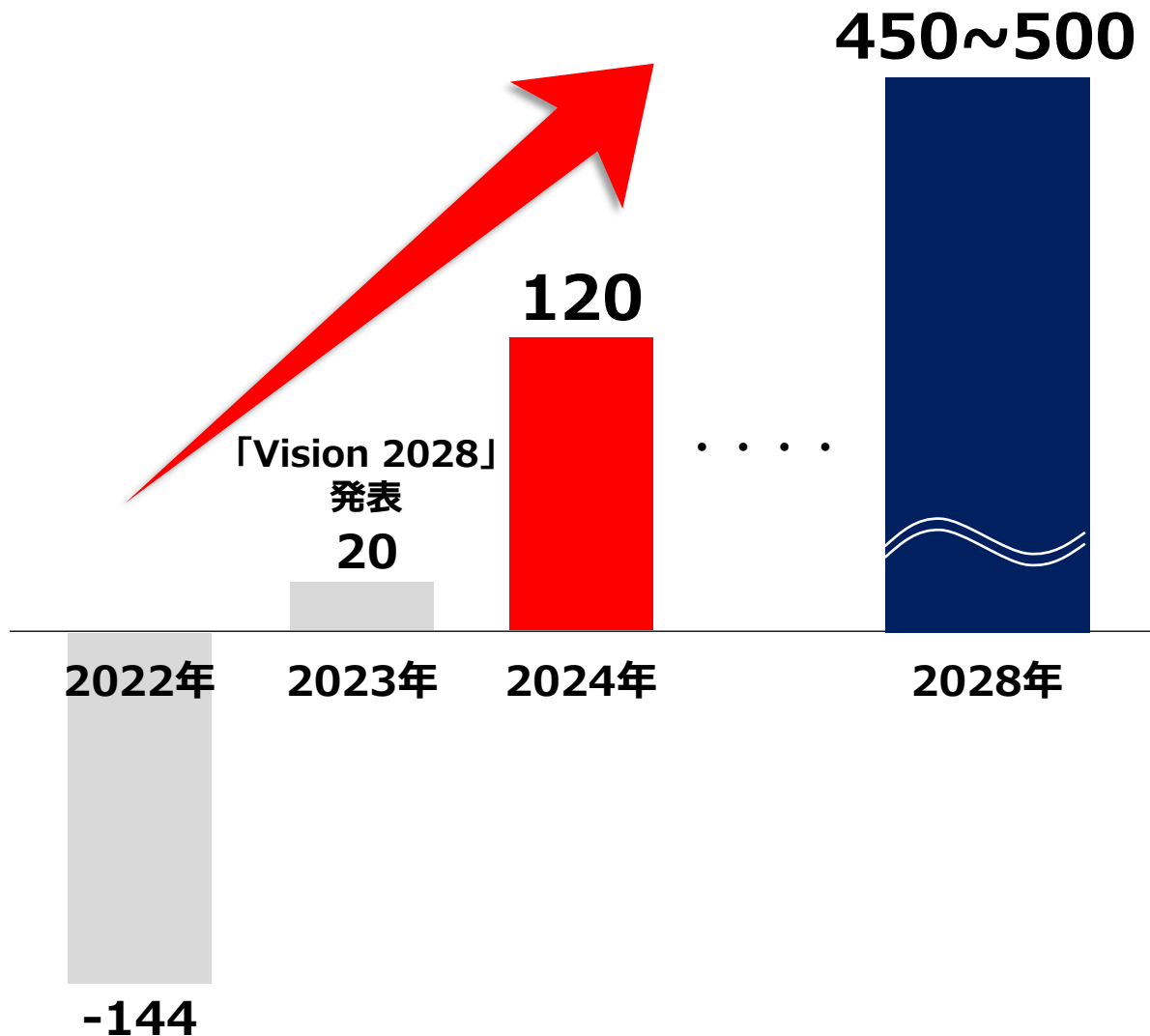
本日のハイライト

- † **2024年の事業利益は前年比6倍の120億円を達成。** 大幅増益となり、期中に上方修正した計画をさらに上回った。中期経営計画「Vision 2028」に対し、順調に進捗。
- † 売上収益は、綾鷹の成功や価格改定効果の発現等により、2.8%の成長。10月の価格改定は収益性改善に貢献、中長期の利益水準の押し上げにも期待。
- † 事業利益の増加には、トップライン成長、変革効果の創出、適切なコストマネジメントが貢献。前年の増益トレンドを継続。
- † **「Vision 2028」に基づき、かつてない規模の包括的な株主還元策を発表。** 株主価値の最大化に向け大きく前進。
- † **2025年は「利益成長と基盤強化を両立させる年」。** 事業利益は、前年比約1.7倍の200億円を目指すとともに、中長期的視点での収益性改善や成長投資に取り組み、「Vision 2028」の達成を目指す。
- † **2025年内に、さらなる価格改定を主要カテゴリーのなかで実施。**

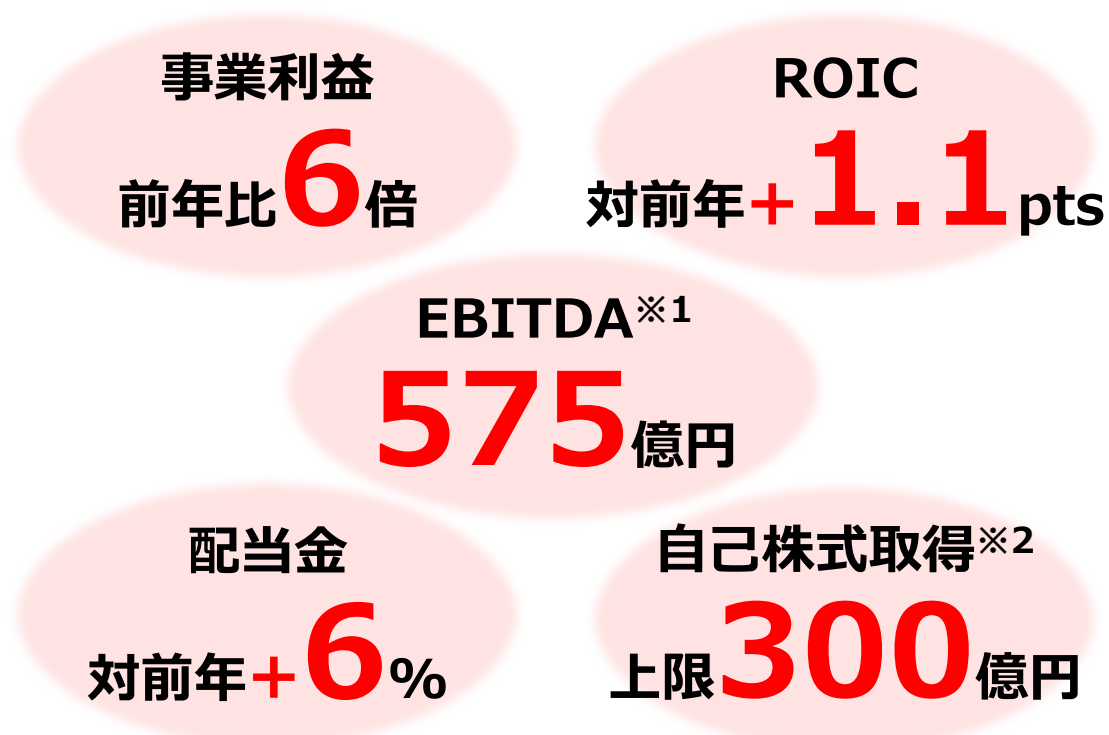
2024年 通期業績

「Vision 2028」 に対し順調、2024年は前年比6倍の事業利益を達成

事業利益の進捗 (単位：億円)



2024年の主な成果・実績



収益性と資本効率を重視した
「Vision 2028」 達成に向け順調にスタート

※1 EBITDA=事業利益+減価償却費
※2 自己株式の取得期間：2024年11月11日~2025年10月31日

2024年 通期業績 (対前年)

年間を通じて業績の改善トレンドを継続、前年に続き力強く増収増益

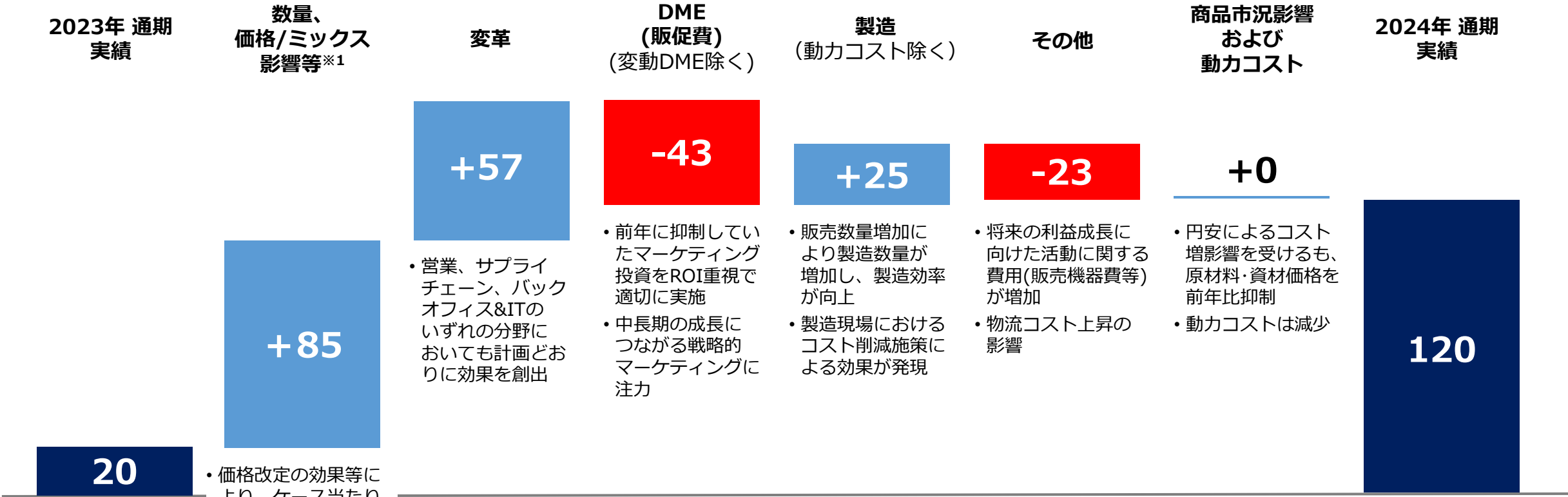
単位：百万円

	2024年 通期 実績	2023年 通期 実績	増減	前年比
売上収益	892,681	868,581	+24,100	+2.8%
販売数量 (百万ケース)	501	492	+9	+2%
うち、清涼飲料販売数量 (百万ケース)	496	486	+10	+2%
売上原価	490,231	484,364	+5,867	+1.2%
売上総利益	402,450	384,216	+18,233	+4.7%
販管費	389,534	381,022	+8,512	+2.2%
事業利益	12,046	2,025	+10,021	+494.8%
営業利益	13,390	3,441	+9,949	+289.1%
親会社の所有者に帰属する当期利益	7,309	1,871	+5,439	+290.7%
EBITDA※	57,506	48,485	+9,021	+18.6%

※ EBITDA=事業利益+減価償却費

通期業績(対計画)および第4四半期(10-12月)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6倍の120億円



- 価格改定の効果等により、ケース当たり納価が全チャンネルで改善
- 数量成長+2%が貢献
- 消費トレンドの変化がチャンネルミックスに影響

- 営業、サプライチェーン、バックオフィス&ITのいずれの分野においても計画どおりに効果を創出

- 前年に抑制していたマーケティング投資をROI重視で適切に実施
- 中長期の成長につながる戦略的マーケティングに注力

- 販売数量増加により製造数量が増加し、製造効率が向上
- 製造現場におけるコスト削減施策による効果が発現

- 将来の利益成長に向けた活動に関する費用(販売機器費等)が増加
- 物流コスト上昇の影響

- 円安によるコスト増影響を受けるも、原材料・資材価格を前年比抑制
- 動力コストは減少

単位：億円
(単位未満四捨五入)

(単位：億円)	2024年 実績	対前年
設備投資※2	297	-5
減価償却費	455	-10

※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。

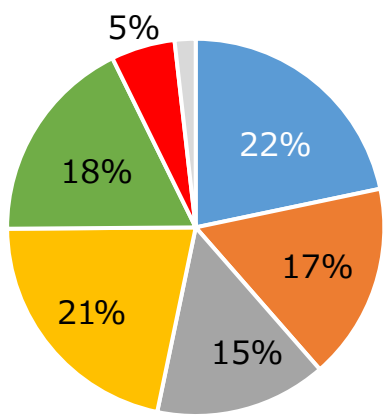
※2 IFRS16が適用される不動産賃借物件への投資額は上記の数値には含まれておりません。

綾鷹の成功が数量増に貢献、ケース当たり納価は価格改定により改善加速

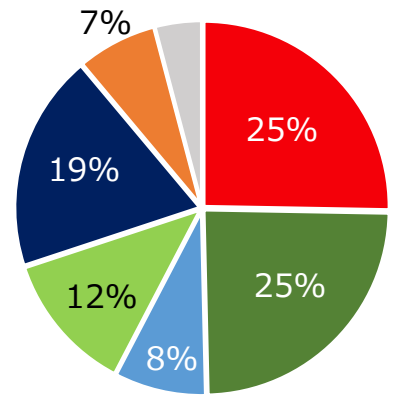
- 販売数量は2%増加。価格改定の影響を受けるも、新製品や年間を通じた効果的な営業施策実施が貢献。
- ケース当たり納価は、10月の価格改定により改善トレンドが加速。累計では全チャネルで前年比改善。
- D&Dは、市場拡大の機会を捉えた営業活動により増加。CVSは、新製品やカスタマー限定製品の展開、カスタマーに応じたマーケティング活動により成長。VMは、価格改定などの影響を受け数量は減少するも、ケース当たり納価改善や金額シェア成長を達成。R&Fは、外食需要取り込みや新規取引獲得が順調で成長。オンラインは、品揃え強化や定期便ユーザー獲得が奏功し成長。
- 炭酸は「コカ・コーラ」が貢献。茶系は「綾鷹」が成長をけん引。スポーツ・水・コーヒーは価格改定が影響。

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)	-2%	+51
ドラッグストア・量販店 (D&D)	+4%	+48
コンビニエンスストア (CVS)	+3%	+7
ベンディング (VM)	-1%	+59
リテール&フードサービス (R&F)	+4%	+11
オンライン	+16%	+32



カテゴリー	数量
炭酸	+3%
茶系	+9%
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。

パッケージ別および第4四半期(10-12月)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拡大に貢献

- ↑ 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。手売りチャンネルの金額シェアは、第4四半期にプラスに転じるも、前年の大型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。
- ↑ 当社製品は業界平均に対し価格プレミアムを維持。小型PETの店頭小売価格は、10月の価格改定により第4四半期では前年比プラス。大型PETの店頭小売価格は、前年の価格改定効果により改善トレンドが継続。

市場シェア (1-12月、対前年、ポイント)	金額	数量
トータル(当社エリア)	+0.4	+0.4
うち、ベンディング	+0.9	+1.4
うち、手売りチャンネル(OTC)	-0.1	+0.2

出典：日本コカ・コーラ調べ

店頭小売価格 (1-12月、円/本)	業界平均比	前年比
小型PET	+8.7	-0.6
大型PET	+29.7	+7.8

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~12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

持続的な成長に資するサステナビリティ戦略および人事戦略を実行

環境・地域社会への取り組み

環境負荷低減を考慮した製品の展開

- 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
- アルミ缶の水平リサイクル「CAN to CAN」により、CO₂排出量削減を推進
- PETボトル、ラベルレス製品の強化：
2023年 8ブランド36製品 → 2024年 8ブランド42製品※2



環境負荷低減に寄与する戦略的な投資

- 東海工場(愛知県)に新たなアセプティック製造ラインを導入し、従来に比べ水使用量30%削減、エネルギー使用量15%削減を実現
- 大阪・関西万博において、世界初※3となる水素カートリッジを使用した自動販売機を設置



「水資源の保全」に関する対応を強化

- TNFD※4の初開示。マテリアリティのひとつである、「水資源の保全」に関する分析を実施
- 白州工場(山梨県)が、水資源の責任ある利用と管理(ウォーター・スチュワードシップ)の国際認証であるAWS※5規格の「ゴールド認証」を取得



※1 東洋製罐株式会社調べ。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 当社エリア ※3 富士電機株式会社調べ。2024年10月30日時点。
 ※4 TNFD (Taskforce on Nature-related Financial Disclosures, 自然関連財務情報開示タスクフォース) ※5 AWS (Alliance for Water Stewardship)

人的資本の強化

人事戦略を刷新

- 役員会議の約25%の時間を人事戦略の議論に用い、確実に遂行
- 主要な人事戦略のKPI(女性管理職比率、男性育休等取得率、エンゲージメントスコア、人材育成)を役員賞与に連動した目標として設定
- 製造の人員充足率改善・物流の2024年問題への早期対応で、持続的な業務遂行に貢献

外部からの評価

「FTSE Blossom Japan Index」に初選定



「DJSI Asia Pacific」構成銘柄に7年連続で選定

「日経サステナブル総合調査SDGs経営編」で4.5星を獲得



2025年 通期業績計画

2025年 戦略の方向性

2025年：利益成長と基盤強化を両立させる年

2024年の力強い業績と成果を礎に「Vision 2028」の達成に向け、利益創出と持続的な利益成長に向けた基盤強化を同時に推進

トップライン成長を通じた利益成長

- ↑ 収益性重視の営業活動の徹底
- ↑ チャネル特性にあわせた成長戦略実行
- ↑ 成長基盤の強化に向けた投資

変革のさらなる推進

- ↑ コスト削減効果の着実な創出
- ↑ テクノロジー活用による基盤強化
- ↑ エンドツーエンドでのプロセス改善

資本の適切な管理・運用による資本効率の改善

売上収益

+1.5% 前年比

事業利益

約1.7倍 前年比

変革によるコスト削減効果

52億円

年間配当金 (予想)

+8% 前年比

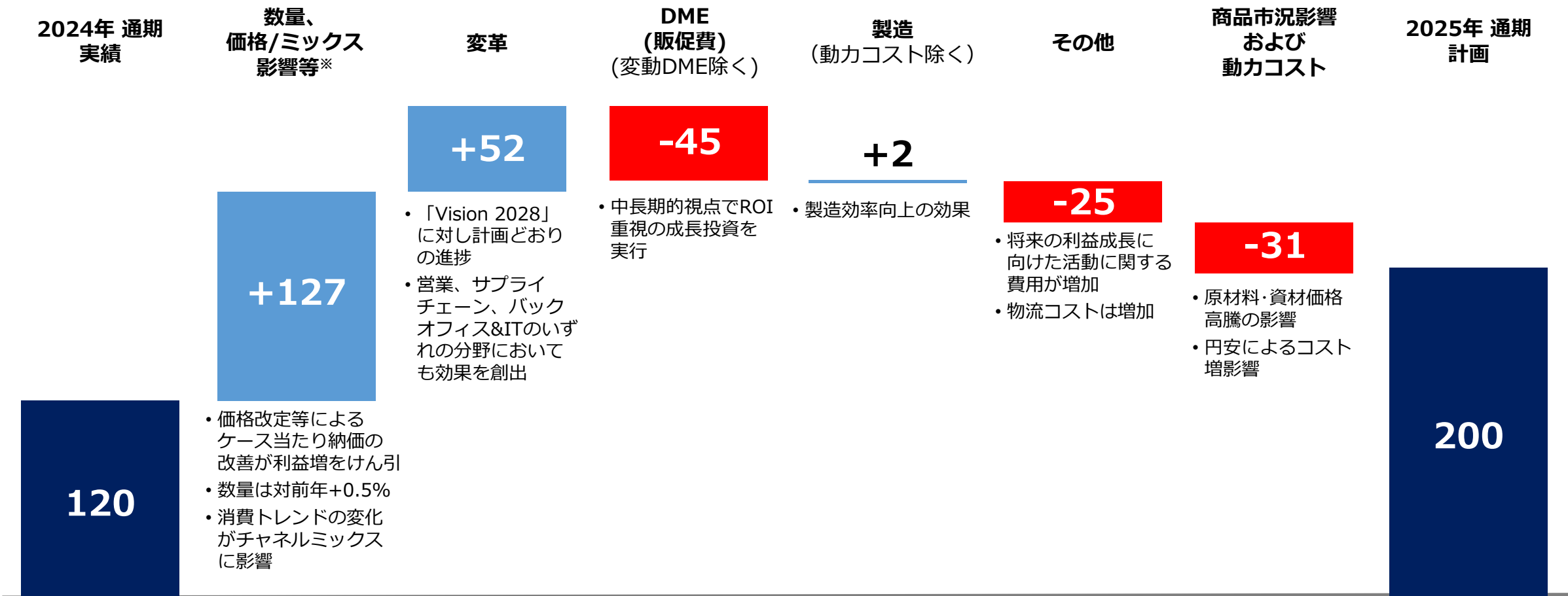
事業利益は前年比約1.7倍の200億円、「Vision 2028」に対し順調

単位：百万円

	2025年 通期 計画	2024年 通期 実績	増減	前年比
売上収益	906,100	892,681	+13,419	+1.5%
販売数量 (百万ケース)	503	501	+3	+0.5%
うち、清涼飲料販売数量 (百万ケース)	498	496	+2	+0.4%
売上原価	491,900	490,231	+1,669	+0.3%
売上総利益	414,200	402,450	+11,750	+2.9%
販管費	393,000	389,534	+3,466	+0.9%
事業利益	20,000	12,046	+7,954	+66.0%
営業利益	18,000	13,390	+4,610	+34.4%
親会社の所有者に帰属する当期利益	11,000	7,309	+3,691	+50.5%
EBITDA※	65,900	57,506	+8,394	+14.6%

※ EBITDA=事業利益+減価償却費

利益創出の一方、成長投資にも注力し、対前年80億円の増益を目指す



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。

利益の最大化を軸としたトップライン成長戦略を実行

ポートフォリオエッジの強化

- ↑ コアカテゴリーのさらなる強化
- ↑ オเคーションにあわせた製品・パッケージの展開
- ↑ 高付加価値領域の成長
- ↑ 日本コカ・コーラとの連携による製品ラインナップの強化

ベンディングのさらなる変革

- ↑ テクノロジーの最大活用による変革の推進
- ↑ 自動販売機での購入頻度向上の取り組み強化
- ↑ 売上成長とオペレーション効率化を実現する利益基準での品揃え最適化
- ↑ エンドツーエンドプロセス変革による生産性向上
- ↑ 中長期的な成長につながる投資の実行

収益性重視の営業活動

- ↑ チャンネル・パッケージごとの適切な成長戦略の実行
- ↑ 価格改定効果の最大化
- ↑ 中長期的視点でROI重視のマーケティング活動を実施
- ↑ アカウントごとの収益性可視化による利益管理プロセス精度の向上

カスタマーとの関係性強化

- ↑ 各チャネルにおいてカスタマーの特性に応じた戦略を実行
- ↑ クロスファンクショナルな営業体制で、エンゲージメント強化
- ↑ キーカスタマーとの「戦略的パートナーシップ」構築
- ↑ エリアに応じた戦略実行



消費者基盤構築と重要な飲用機会での新製品導入により、飲用者を獲得

コアの確立

全ての飲用オケーションの獲得

新年の飲用機会を活用した
コークTMのトライアル
消費の促進



包括的なプランでコーク
とチキンの食事シーンでの
飲用習慣の確立



綾鷹 2年目の成長
モメンタムの加速



ジョージアで冬季に
コーヒーカテゴリーでの
収益成長の加速



戦略的な新製品

ヘルス&ウェルネスでの
成長促進



アクエリアス
経口補水液 ORS 2年目



やかんの濃麦茶
2年目



綾鷹 濃い緑茶
3年目



からだすこやか茶W+ トクホ
グラフィックリニューアル

体験型マーケティング

エンドツーエンド体験を通じた
消費者エンゲージメント

消費者のパッションポイントの活用



体験を通じて、トライアルを促進し、
飲用機会を構築



デジタル中心のデータ戦略の加速



テクノロジー活用とプロセス改善により、ビジネスをさらに進化させる

テクノロジーを活用したトップライン成長

- Coke ONを通じた効果的なマーケティング実施により、ロイヤルユーザーを獲得
- 自動販売機のユーザビリティ向上 (QRコード決済、キャッシュレス対応 等)

利益基準での品揃え最適化による売上成長とオペレーション効率化

- テクノロジー活用やプロセス見直しにより、売上とオペレーション効率の両面をふまえた最適な品揃えを実現

ベンディングビジネスのさらなる効率化・資本効率向上

- エンドツーエンドでのプロセス変革により、ルートの生産性向上に加え、自動販売機のライフサイクルコストを最適化
- 可視化された1台ごとの収益性に基づいた活動の徹底



2025年 目標

ルートの生産性向上
対前年 **15%**以上改善

ベンディング金額シェア
前年以上
(2024年実績：+0.9 pts)

収益性重視の成長戦略を実行、将来の成長基盤強化にも注力

数量成長・ミックス改善

- ↑ コア製品・コアカテゴリーの強化を通じた売場の獲得
- ↑ 高付加価値製品強化による収益性向上
- ↑ カスタマーごとに、数量成長と収益性向上をふまえた製品・パッケージを展開

利益重視の価格戦略

- ↑ 利益の最大化を目指した柔軟な価格戦略を実行
- ↑ 2025年内に、さらなる価格改定を主要カテゴリーのなかで実施
- ↑ 引き続き、価格改定を含めたさらなる収益性向上の施策を検討

成長投資とコストの最適化

- ↑ 中長期的視点でROI重視の成長投資と収益性改善に注力
- ↑ デジタルマーケティングの強化
- ↑ 独自の利益管理プロセスに基づき、アカウントごとに収益性重視の営業活動を徹底

カスタマーエンゲージメントの強化

- ↑ チャンネルごとに、カスタマーの特性に応じた製品・価格・マーケティング戦略を実行
- ↑ クロスファンクショナルな営業体制により、カスタマーと長期的なパートナーシップを構築

エンドツーエンドでサプライチェーンの全体最適をさらに追求

2025年の取り組み

- 柔軟な製造体制構築、物流ネットワーク改善により、「地産地消モデル」をさらに推進
- S&OPプロセスの精度向上により、ローコストでの安定供給および製品在庫の削減・適正化を図る
- 機能統合型物流センター(IDC)を立ち上げ、将来のネットワークのさらなる強化に着手
- 製造・物流の両分野において、エンドツーエンドであらゆるプロセスを改善
- 特に物流分野において、他社との協業により、コスト削減と社会課題への対応を実施

輸送距離・
タッチ数の削減

製造キャパシティ
拡大

エネルギー・水
使用量の削減

製品在庫の
削減・適正化

設備の
有効活用 ...

製造・物流コスト
の最適化

ROICの向上

強固な
サプライチェーン
基盤の構築

業務プロセス改善により変革効果を創出しつつ、全社横断でDXを推進

業務プロセスの 標準化・自動化

- ↑ テクノロジー活用により、業務プロセスの標準化や自動化、業務の抜本的な見直しを推進
- ↑ 業務効率化を通じた社内キャパシティ拡大により、外部委託業務を適切に内製化し、オペレーションコストを削減

パートナーとの 連携強化

- ↑ アクセンチュアとの合併会社「ネオアーク」における取り組みは順調
- ↑ 当社の知見・経験とアクセンチュアの専門性を最大活用する協業体制構築により、さらなる効率化を図る

中長期的な デジタル基盤強化

- ↑ 全社横断で各種ITシステムやデータの統合などに取り組み、持続的な成長につながる新たなテクノロジー基盤を構築
- ↑ デジタル人材の育成強化

変革効果
15億円の創出
(2025年)

さらなる
データドリブン
経営の推進

ROIC向上と株主価値向上に向けた施策を着実に実行

資本効率の向上

設備投資・減価償却

- ROI/ROICを重視し、設備投資は中長期的な利益成長につながる販売機器やテクノロジーに厳選して実施

(単位：億円)	2025年 計画	対前年
設備投資※	350	+53
減価償却費	459	+4

※ 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。

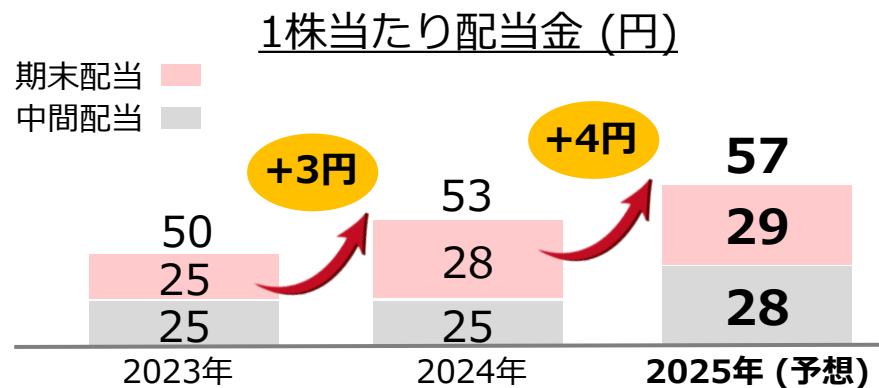
バランスシートの最適化

- 変革を通じて、製品在庫や固定資産の圧縮を図る
- 既存資産を有効活用し、生み出す利益を最大化
- フリーキャッシュフローは、成長投資と利益還元適切に配分

株主価値の向上

株主還元

- 累進配当の方針に基づき、2年連続の増配を計画。2025年の年間配当金は、1株当たり4円増配の57円/株を予定 (中間28円、期末29円)
- 自己株式取得(2024年11月発表)は、1月末時点で上限300億円に対し74億円の進捗で、計画どおり
- 投資家層拡大やファン獲得を目的に、Coke ONドリンクチケットを用いた株主優待制度を導入



「Vision 2028」の達成に向けさらに前進

- ❖ 2024年は力強く利益を積み上げ、前年比6倍の120億円の事業利益を達成。重要施策が実を結んだ好業績であり、「Vision 2028」の達成に向け大きく前進。
- ❖ 2025年は「利益成長と基盤強化を両立させる年」。事業利益200億円の確実な創出と、持続的な利益成長に向けた基盤強化を同時に推進。年内にさらなる価格改定を主要カテゴリーのなかで実施し、より強固な利益基盤の構築を図る。
- ❖ トップライン成長や変革推進、株主還元強化など、多くの中長期的な視点での取り組みが着実に進捗。2025年以降もこの好調なトレンドを継続させ、「Vision 2028」の達成確度を高める。



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
BOTTLERS JAPAN HOLDINGS INC.

参考資料

2024年 通期業績 (対計画)

単位：百万円

	2024年 通期 実績	修正計画比 増減 ^{※1}	修正計画比 増減率	当初計画比 増減 ^{※2}	当初計画比 増減率
売上収益	892,681	+4,681	+0.5%	+10,281	+1.2%
販売数量 (百万ケース)	501	+4	+1%	+8	+2%
うち、清涼飲料販売数量 (百万ケース)	496	+4	+1%	+11	+2%
売上原価	490,231	+1,431	+0.3%	+5,731	+1.2%
売上総利益	402,450	+3,150	+0.8%	+4,650	+1.2%
販管費	389,534	+2,634	+0.7%	+3,134	+0.8%
事業利益	12,046	+546	+4.7%	+2,046	+20.5%
営業利益	13,390	-210	-1.5%	+1,490	+12.5%
親会社の所有者に帰属する当期利益	7,309	-91	-1.2%	+409	+5.9%

※1 修正計画は2024年11月6日に公表の計画 ※2 当初計画は2024年2月14日に公表の計画

2024年 第4四半期 (10-12月) 業績 (対前年)

単位：百万円

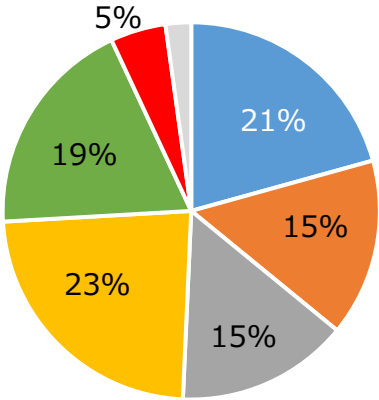
	2024年 第4四半期 実績	2023年 第4四半期 実績	増減	前年比
売上収益	216,068	204,756	+11,312	+5.5%
販売数量 (百万ケース)	116	113	+3	+3%
うち、清涼飲料販売数量 (百万ケース)	115	112	+3	+3%
売上原価	117,142	115,135	+2,007	+1.7%
売上総利益	98,927	89,621	+9,306	+10.4%
販管費	100,999	93,062	+7,937	+8.5%
事業利益 (△損失)	△ 2,644	△ 3,842	+1,198	-
営業利益 (△損失)	△ 4,202	△ 2,680	-1,523	-
親会社の所有者に帰属する当期利益 (△損失)	△ 2,708	△ 1,991	-717	-
EBITDA※	8,653	7,791	+862	+11.1%

※ EBITDA=事業利益+減価償却費

清涼飲料チャンネル/カテゴリー/パッケージ別販売数量 (対前年)

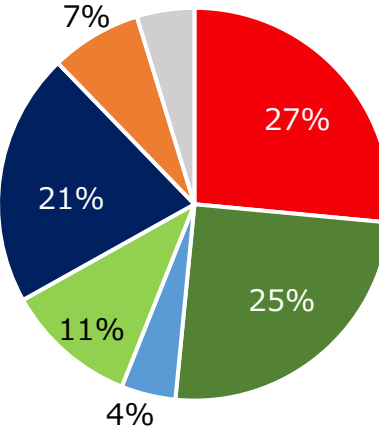
第4四半期 (10-12月) 販売数量 : +3%

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)	+2%	+45
ドラッグストア・量販店 (D&D)	+8%	+39
コンビニエンスストア (CVS)	+1%	+67
ベンディング (VM)	-2%	+60
リテール&フードサービス(R&F)	+5%	+17
オンライン	+13%	+53

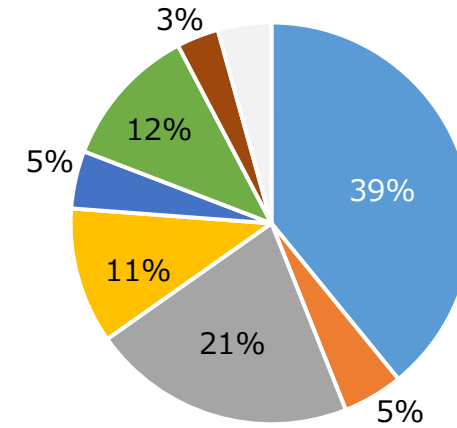
カテゴリー別



カテゴリー	数量
炭酸	+4%
茶系	+11%
スポーツ	-8%
水	-5%
コーヒー	-2%
果汁	+8%

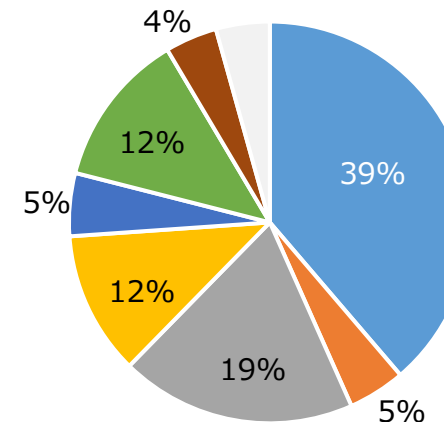
パッケージ別

通期 (1-12月)



パッケージ	数量
S-PET	+4%
M-PET	+13%
L-PET	-4%
缶	+2%
ボトル缶	-4%
シロップ	+8%
パウダー	+8%

第4四半期 (10-12月)



パッケージ	数量
S-PET	+4%
M-PET	+22%
L-PET	前年並み
缶	+3%
ボトル缶	-9%
シロップ	+7%
パウダー	+3%

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。

2024年 第4四半期 (10-12月) 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

- 清涼飲料5社で「社会課題対応研究会」を発足、物流問題やGHG削減等の社会課題対応について協働で幅広く研究
- 白州工場、AWS※1規格のゴールド認証を取得
- 大阪・関西万博において、世界初※2となる水素カートリッジを使用した自動販売機を設置

※1 AWS (Alliance for Water Stewardship) ※2 富士電機株式会社調べ。2024年10月30日時点。



人的資本の強化/DE&Iの推進

- 職場におけるLGBTQ+への取り組み指標「PRIDE指標2024」にて3年連続「レインボー」認定。同時に、最高位である「ゴールド」認定を4年連続受賞
- 男性社員の育児と仕事の両立を支援する取り組みとして、配偶者出産休暇(有給)の取得義務化および2025年までに100%取得を目標とすることを社外に公表
- ダイバーシティ&インクルージョン(D&I)に取り組む企業を認定・表彰する日本最大のアワード「D&I AWARD 2024」で認定ランク最高位の「ベストワークプレイス」に3年連続認定



外部からの評価

- 「環境方針・マネジメントシステム」などが高く評価され「DJSI Asia Pacific」構成銘柄に7年連続で選定
- 「SDGs戦略・経済価値」「ガバナンス」の分野が高く評価され「日経サステナブル総合調査 SDGs経営編」で4.5星を獲得
- EcoVadisサステナビリティ調査で「シルバー」評価を獲得



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。