# 新たな価値創造は、 これまでの延長線上にはない。 飽くなき挑戦心とともに、より良い未来へ。

# さらなる成長への指針として、 ミッション・ビジョン・ バリューを刷新。

コカ・コーラ ボトラーズジャパンホールディングスグループ(CCBJHグループ)は、共創価値(CSV:Creating Shared Value)を経営の根幹としており、社会との共創価値創出に向け、E(環境)、S(社会)、G(ガバナンス)関連の取り組みを推進しています。

近年の飲料業界を取り巻く環境に目を向ければ、消費者ニーズの多様化、市場競争の激化など、さまざまな変化の波が押し寄せています。このような中、私たちは経営統合や事業改革を進め、新たな経済価値、社会価値を創出してきました。

今後、さらなる成長を実現していくためには、これまでのやり方は選択肢にはありません。中期計画に基づき、不退転の決意をもって新企業理念「Paint it RED! 未来を塗りかえろ。」を総称とするミッション・ビジョン・バリューに刷新しました。当社のコーポレートカラーであり、情熱を表す色「赤(RED)」をもって、価値創造を実現する強い意志を表しています。私たちは「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」という「ミッション」の達成を目指します。その達成のため、私たちは常に学びながら成長し、お客さま、株主さまをはじめとするあらゆるステークホルダーのみなさまに選んでいただけるパートナーであり続けることを目指しています。この新たなミッション・ビジョン・バリューは、持続可能な成長を果たし、価値を創造し続けていくという強い意志と行動指針を表しています。

# 価値創造に向けた 持続的成長への好循環の創出。

価値創造による持続的成長を達成するためには、ステークホルダーのみなさまとの協働、エンゲージメントが不可欠です。私たちは長年にわたって育んできた地域とのつながりを財産とし、地域のみなさまとの連携による環境保全活動や地域活性化への取り組みを継続して推進していきます。さらに、廃棄物ゼロ社会(World Without Waste)の実現に向けて容器由来の社会課題解決への取り組みや、私たちの事業に不可欠な「水」を大切に使用する、水源を保護するといった活動をより一層推進します。

このようにビジネスで得た利益を地域へ還元することで、企業価値の向上、ひいては社会との共創価値(CSV)の創出というサスティナブルな好循環サイクルにつなげていきます。

# コカ・コーラシステムの一員として 社会が抱える重要課題の 解決に取り組む。

2015年、「SDGs (持続可能な開発目 標)」が国連で採択され、サスティナブル 社会の実現を目指した人類共通の社会 課題に取り組む国際的な枠組みが確立 されました。それを契機として私たち企 業の取り組み姿勢に対し各方面から強 い視線が注がれるようになりました。そ のような状況を鑑み、日本のコカ・コーラ システムの一員として、サスティナビリ ティーの取り組みにおいて優先すべき重 点課題(マテリアリティ)を特定しました。 SDGsをふまえて絞り込んだ社会課題 を3つのプラットフォーム「多様性の尊重」 「地域社会」「資源」に分類し、その中で優 先すべき9つのトピックをマテリアリティ として特定しました。CCBJHグループ はこれをふまえ、今後も地域に根ざした 事業活動を展開しながら各課題の解決

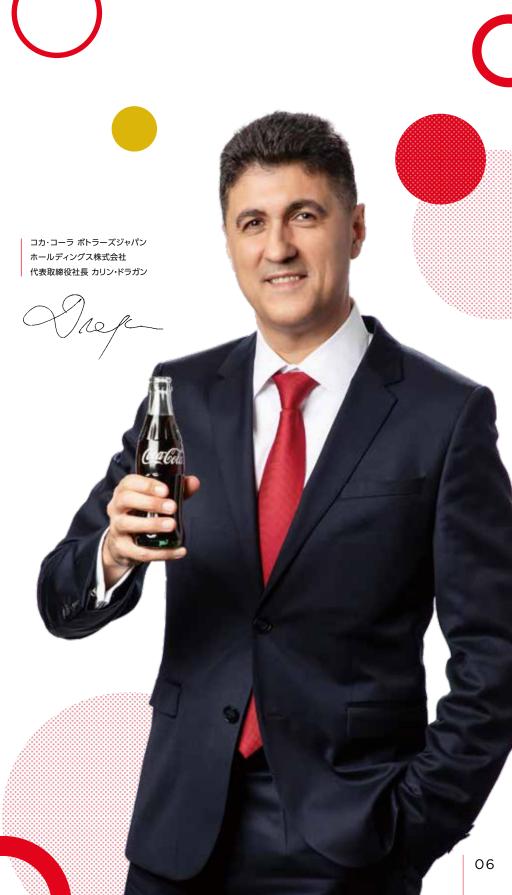
SECTION 02



を図り、ステークホルダーのみなさまの 期待に応えて前向きな変化と社会的価 値を生み出すことをお約束します。

# 社会との共創価値を目指し、 成長あるのみ。

2020年は、新型コロナウイルスとい う未知なる敵が立ちはだかる波乱の幕 開けとなりました。東京2020オリンピッ ク・パラリンピックも延期が決定し、ス ポーツや芸術方面への影響だけでなく、 世界経済や人々の生活基盤といった地 球社会全体の根幹を揺るがす事態とな りました。しかしながら、いかなる局面に おいても、前進し成長し続けるしかあり ません。私たちは、取り巻く環境を見据 え、今どうあるべきかを真摯に考え、飲料 をお届けするという使命を果たしていき ます。ビジネスを通して社会課題を解決 し、より良い未来を共創していくことに責 任を持って取り組む覚悟です。新しい ミッション・ビジョン・バリューのもと社員 一人ひとりが気高い志を持ち、常に新た な共創価値を創出し続けることで、みな さまの信頼と支持をいただけるような企 業グループへと成長してまいります。



#### 飲料事業の概要





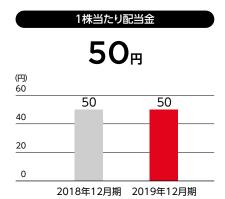
#### 2019年12月期連結決算ハイライト(IFRS)

### 売上収益 9,148億円 (億円) 9,148 9,273 10,000 8,000 6,000 4,000 2,000 0 2018年12月期 2019年12月期





## 事業利益\*2 150億円 (億円) 233 250 200 150 150 100 50 0 2018年12月期 2019年12月期





※2 事業利益は、事業の経常的な業績を計る ための指標であり、売上収益から売上原 価ならびに販売費及び一般管理費を控除 するとともに、その他の収益およびその 他の費用のうち経常的に発生する損益を 加減算したものです。











※1 2020年6月より稼働の広島工場含む

#### セグメント情報

### 飲料事業

当社は、スーパーマーケット、ドラッグストア・量販店、コンビニエンスストア、ベンディング(自動販売機)、売店・飲食店等で飲料を販売しています。

## ヘルスケア・スキンケア事業

当社の100%子会社であるキューサイ(株)を中心に行っており、主に通信販売で、健康食品および化粧品を販売しています。

### 売上収益



飲料事業

8,900億円

ヘルスケア·スキンケア事業 **248**億円

### 事業利益



飲料事業

114億円

ヘルスケア・スキンケア事業 **36**億円

# 飲料事業で展開する製品群

CCBJHグループは、みなさまのさまざまな ライフスタイルや健康的な生活をサポートする ために、カテゴリーやフレーバー、パッケージ など豊富なラインナップを取り揃え、ハッピーな ひとときをお届けしています。



# 炭酸飲料



# 茶系飲料

# TEA DRINKS



# 果汁飲料

# JUICE AND JUICE DRINKS







# コーヒー飲料

## COFFEE DRINKS















# 水系飲料

WATERS

い・ろ・は・す 天然水 2020年~ 100%リサイクルPET・ ラベルレス導入











スポーツ飲料

SPORTS DRINKS

その他

OTHERS





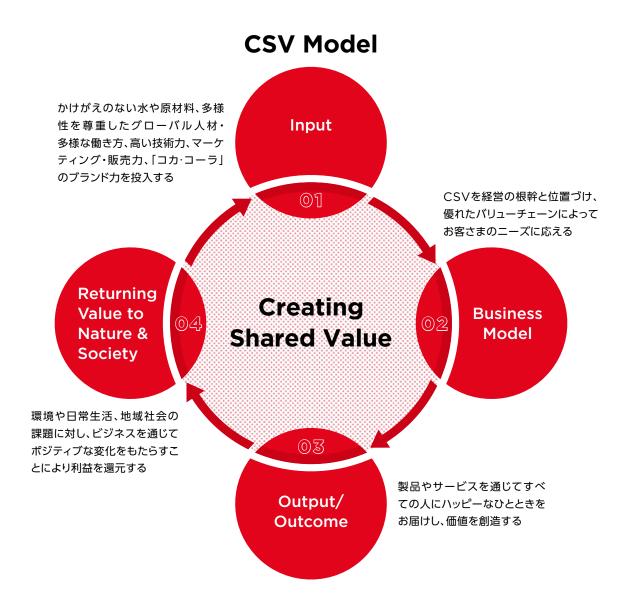






# ミッションの実現に向け 持続的成長を果たすために

CCBJHグループは、米国のザ コカ・コーラ カンパニー、 日本のコカ・コーラシステム各社との連携のもと、 かけがえのない水や原材料などの資源を大切に使用し、 すべてのお客さまへ高品質、高付加価値の製品を提供することで、 社会価値と経済価値を創出し、持続的成長の実現を目指しています。





知的資本

# Input

● 価値創造の源泉となる水と原材料

● 「コカ·コーラ」に代表される世界的ブランド群と日本

◆ お客さまのニーズを形にするためのマーケティング カ・R&Dカ

● 日本コカ・コーラや日本のコカ・コーラシステム各社、 米国のザ コカ・コーラ カンパニーとのリレーション

● 安全・安心の製品づくりを実践するための原料調達網 製造資本

● 製造工場の最先端の管理システム、設備、技術力

● エリア内を網羅する自動販売機

で愛され続けるブランド群

人的資本

- 多様性を尊重したグローバル人材の活用
- 能力を最大限に発揮できる多様な働き方

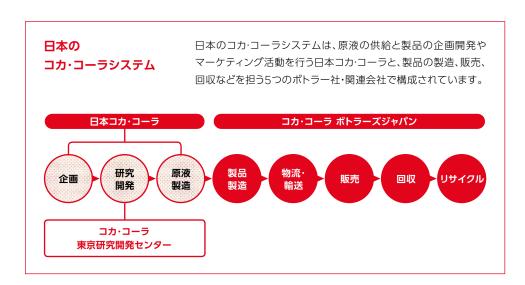
- 社会関係資本 CSV活動をともに推進するステークホル ダーとの信頼関係
  - エリアのすみずみまでいきわたる活動力

財務資本

- ●資本の適切な管理・運用
- 強固な財務体質
- 株主還元

# Business Model

CCBJHグループの売上高の 95%以上(2019年実績)を占める 飲料ビジネスでは、お客さまが飲 みたいときに飲みたいものを飲み たい場所で提供することを目指し ています。そのため、CCBJHグ ループでは米国のザ コカ・コーラ カンパニーや日本コカ・コーラと 連携しながら、「業界最高水準の イノベーションとオペレーションの 実現」に努めています。また、グ ループのさらなる成長機会は社会 課題の解決にあると考えており、 CSVを事業の根幹と位置づけて います。



# Output/Outcome

CCBJHグループは、社会・市場環境の変化に迅速に 対応しながら、お客さまのニーズはもちろん、アン メットニーズ(潜在的なニーズ)にもお応えする製品 やサービスを生み出し、製品やサービスを通じて「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」というミッションの達成を目指しています。



# **Returning Value to Nature &** Society

事業活動によって得られた利益を単に事業へ再投資するだけでは、事業の持 続的成長を実現することはできません。CCBJHグループでは、「地域社会」と の協働により、課題解決や活性化のための取り組みを強化しています。 また、価値創造の原資となる自然資源は有限であり、将来世代からの預かりもの であるとの認識に基づき、自然への還元を重視しています。こうしたCSV活動 によって地域社会や環境(資源)の持続性を高めることが、CCBJHグループ の事業の発展につながると考えています。

### コカ・コーラシステムのマテリアリティ

2019年、日本コカ・コーラとコカ・コーラ ボトラーズジャパンは、世界で掲げられているサスティナビリティーのグローバル目標達成に加えて、日本独自の課題をベースにした戦略を立案し、コカ・コーラシステム共通のアクションプランへ落とし込むことを目的として、サスティナビリティーの課題抽出と優先順位の特定のための大規模な共同調査を行いました。その結果、グローバル目標の達成を目指しながら、日本特有のサスティナビリティー目標を掲げ、どのような課題を解決すべきかの方向性が見えてきました。



### ・ サスティナビリティー活動の目的と戦略

#### ・ サスティナビリティー 活動の目的

コカ・コーラシステムは、環境や日常生活、私たちを取り巻く地域社会などの各場面で、日本が直面する重要な課題に対し、ビジネスを通じて変化をもたらし、さわやかさを届けながら、未来を共創していくことに責任を持って取り組みます。

#### 全体的な戦略

重要課題に対する人々の関心を高め、課題解決の活動を推進するリーダーシップを発揮する

- 「多様性の尊重」に関して、自社の先進的な事例を示しながら飲料業界をリードする
- 日本のすみずみまでいきわたる活動力を有効利用し、「地域社会」との協働の取り組みを強化する
- 「資源」を効率よく持続可能に利用することを目指し、業界と協力しながら、主導的役割を担う



### 3つのプラットフォームと9つの重点課題

9つの重点課題はさらに、喫緊の課題とする優先事項5項目と、現時点では優先度は比較的低いが重要と捉える重点事項4項目に分類しています。また、各領域における持続可能な開発目標(SDGs)との関わりを検証し、SDGsの達成も目指すことで、社会課題の解決に貢献します。



今後、コカ・コーラシステムは、重要課題をもとに、さらに具体的なアクションを再構築していきます。また、引き続き日本のコカ・コーラシステムの活動の進捗状況や成果は、レポートを通じて定期的に報告すると同時に、NPOや外部専門機関、有識者など第三者意見を取り入れ、時代に即した活動に取り組んでいきます。



## マテリアリティ特定プロセス

課題の抽出(1)——外部調査により日本国内の社会課題を抽出

SDGs関連レポート・指針、消費者団体・小売業者・NPO・学術団体・ESG投資家といった外部ステークホルダーインタビューを含む外部コンサルレポート、ISO26000、官公庁レポート、外部コンサルタントのベンチマーク調査などから抽出された各種社会課題を分類化し、189の課題を抽出しました。

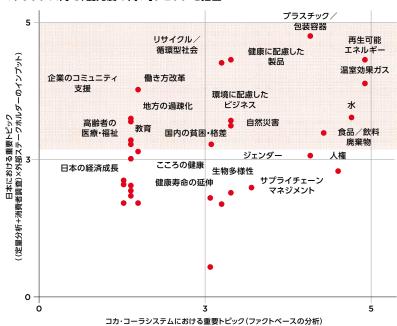
2 課題の抽出(2)——189の課題を33項目に絞り込み

さらに抽出した189の課題は、「再生可能エネルギー」「高齢化社会」などの一般的な共通項目ベースで33の項目に絞り込みました。

課題の抽出(3)――33項目をマテリアリティ・マトリックスにプロットし、重点課題15項目を特定

②のプロセスで選定した各33項目の重要度を5段階で評価し、縦軸に日本の社会にとって重要な項目を、横軸にコカ・コーラシステムにとって重要な項目をプロットし、社会的に重要性が高く、かつコカ・コーラシステムのビジネスとの関連性が高い15項目を特定しました。

#### マトリックス内で「優先度の高い」トピックを抽出



プラスチック/包装容器 再生可能エネルギー 自然災害 境 食品/飲料廃棄物 温室効果ガス 環境に配慮したビジネス リサイクル/循環型社会 健康に配慮した製品 地方の過疎化 国内の貧困・格差 社 教育 高齢者の医療・福祉 働き方改革 企業のコミュニティ支援

課題

**4** コカ・コーラシステム内におけるインタビュー実施とアップデート

さらにコカ・コーラシステムにおいて、日本コカ・コーラとコカ・コーラ ボトラーズ ジャパンのマネジメントおよび若手社員総勢のインタビューやワークショップで 特定された重点課題4項目を加えて、19項目にアップデートしました。

5 3つのプラットフォームと重点課題9項目を特定

重点課題19項目は、日本コカ・コーラおよびコカ・コーラ ボトラーズジャパンのマネジメントとワークショップ形式のディスカッションを経て、今後10年間変わら

ないと想定される「多様性の尊重(Inclusion)」「地域社会(Communities)」「資源(Resources)」の3つのプラットフォームと直近に取り組むべき9つの重点課題(マテリアリティ)が合意されました。



# 非財務目標

# [CSV Goals]

「CSV Goals~共創価値創出に向けて~」は、社会変化をふまえて持続可能な未来の実現に向け、取り組むべき課題を抽出した上で、「環境」「社会」「ガバナンス」分野におけるCCBJHグループのコミットメントを明示したものです。

私たちは「CSV Goals~共創価値創出に向けて~」の達成に向けて、PDCAサイクルでCSV活動を推進していきます。

	製品	<b>•</b> 100%	主要ブランドでのノー/低カロリー製品のラインナップ		
		• 300%	特定保健用食品(トクホ)および機能性表示食品の販売数量増		
		• 100%	パッケージ前面でのカロリー表示およびわかりやすい栄養表示		
		• 100%	コカ·コーラシステム「責任あるマーケティングポリシー」の遵守		
	水	• 200%	水源涵養率。工場近辺の水源、流域に注力		
		• 30%	水使用量削減(2030年までに)		
	気候変動	• 25%	温室効果ガス削減(2030年までに)		
		● 再生可能エネルギーの推進			
ā	World Without Waste (廃棄物ゼロ社会)		• 50%	リサイクルPET樹脂の使用率(2022年までに)	
		·	• 90%	リサイクルPET樹脂の使用率(2030年までに)	
		設計	• 100%	化石燃料を使わないサスティナブルPET樹脂の使用率(2030年までに)	
			<b>•</b> 100%	リサイクル可能な容器の採用(2025年までに)	
			<b>• 35</b> %	さらなるPETボトルの軽量化(2004年比)(2030年までに)	
		回収	• 100%	販売量と同等の回収量(2030年までに)	
		パートナー	● 環境保護	団体や業界団体との幅広い連携(2030年までに)	
<b>%</b>	調達	• 100%	持続可能な原材料調達		
	人権	• 100%	CCBJHグループバリューチェーン上でのサプライヤー基本原則 (Supplier Guiding Principles)の遵守		
in	ダイバーシティ& インクルージョン	• 6%	女性管理職比率		
W.	社会	• 10%	社員のボランティア参加率		
		● 100万人	コミュニティプログラム参加人数累計		

記載のない限り、基準年は2015年、目標年は2025年









# 中期計画

2019年8月に、2020年から2024年までの中期計画を発表しました。

2024年の事業利益率\*<sup>†</sup>およびROEの目標を5~6%としており、「これまでのやり方は選択肢にない」という考えのもと、抜本的な 変革を行うことにより、業界最高水準のイノベーションとオペレーションの実現を目指していきます。

# 



※1 事業利益は、事業の経常的な業績を計るための指標であり、売上収益から売上原価ならびに販売費及び一般管理費を控除するとともに、その他の収益および その他の費用のうち経常的に発生する損益を加減算したものです。

### 2024年の主要指標・目指す姿

主要指標	2024年目標(増加目標は2019年比)	
売上収益	売上収益: <b>年率+0.5~1%</b> 販売数量: <b>年率+1~1.5%</b>	
事業利益率	5~6%	
EPS(基本的1株当たり当期利益)	標準化EPS*2: <b>3倍以上</b>	
ROE(親会社所有者帰属持分当期利益率)	5~6%	
株主還元	中期的には安定配当に注力、長期的には配当性向30%以上	

※2 事業利益に含まれない一時的な影響を除いたEPSのこと。



#### 決算説明会資料

https://www.ccbj-holdings.com/ir/library/presentation.php

