

# 2025年 第3四半期 決算説明会

2025年10月31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10月31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

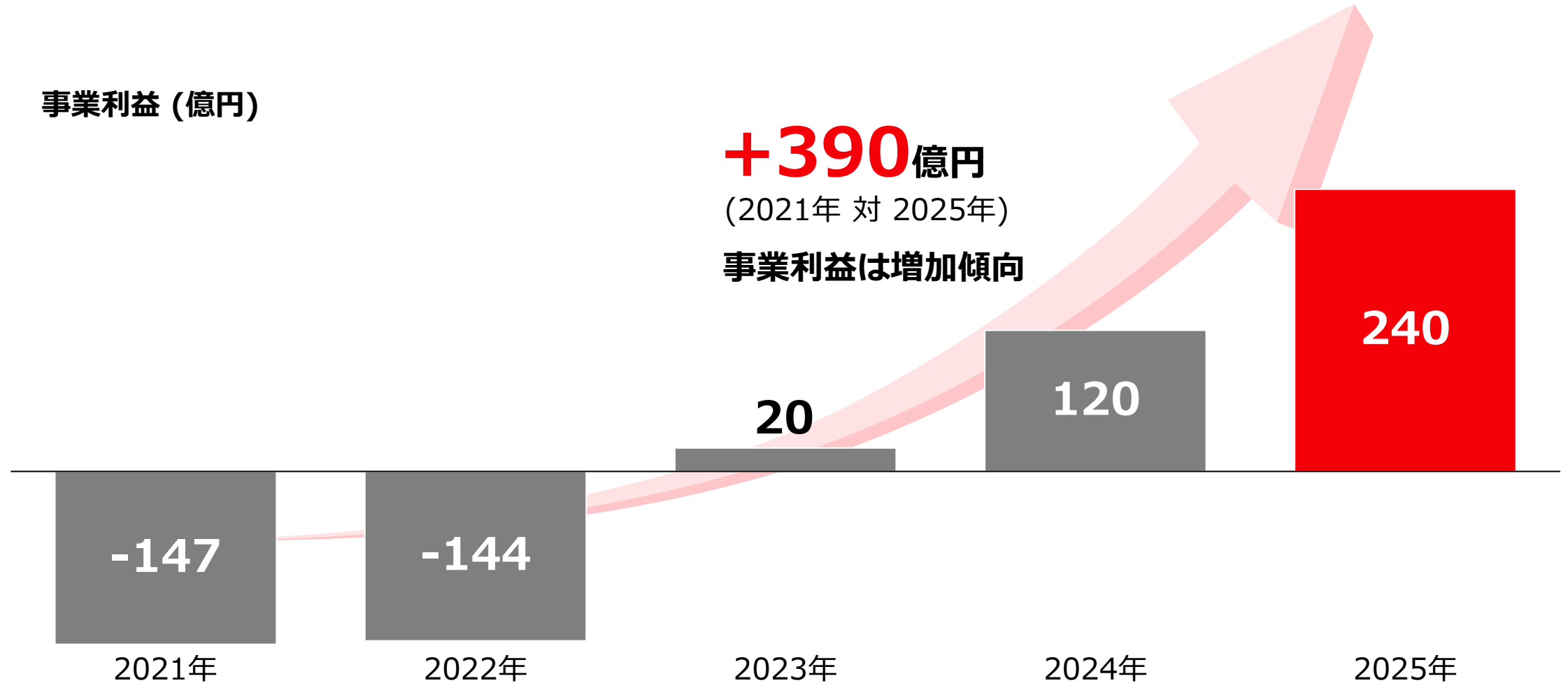
## 2025年 第3四半期 決算説明会

**2025年 第3四半期累計 業績**

**営業活動の状況**

**2025年 通期 業績予想修正・株主還元の拡充**

# これまでの軌跡：統合以来、過去最大の事業利益※を達成

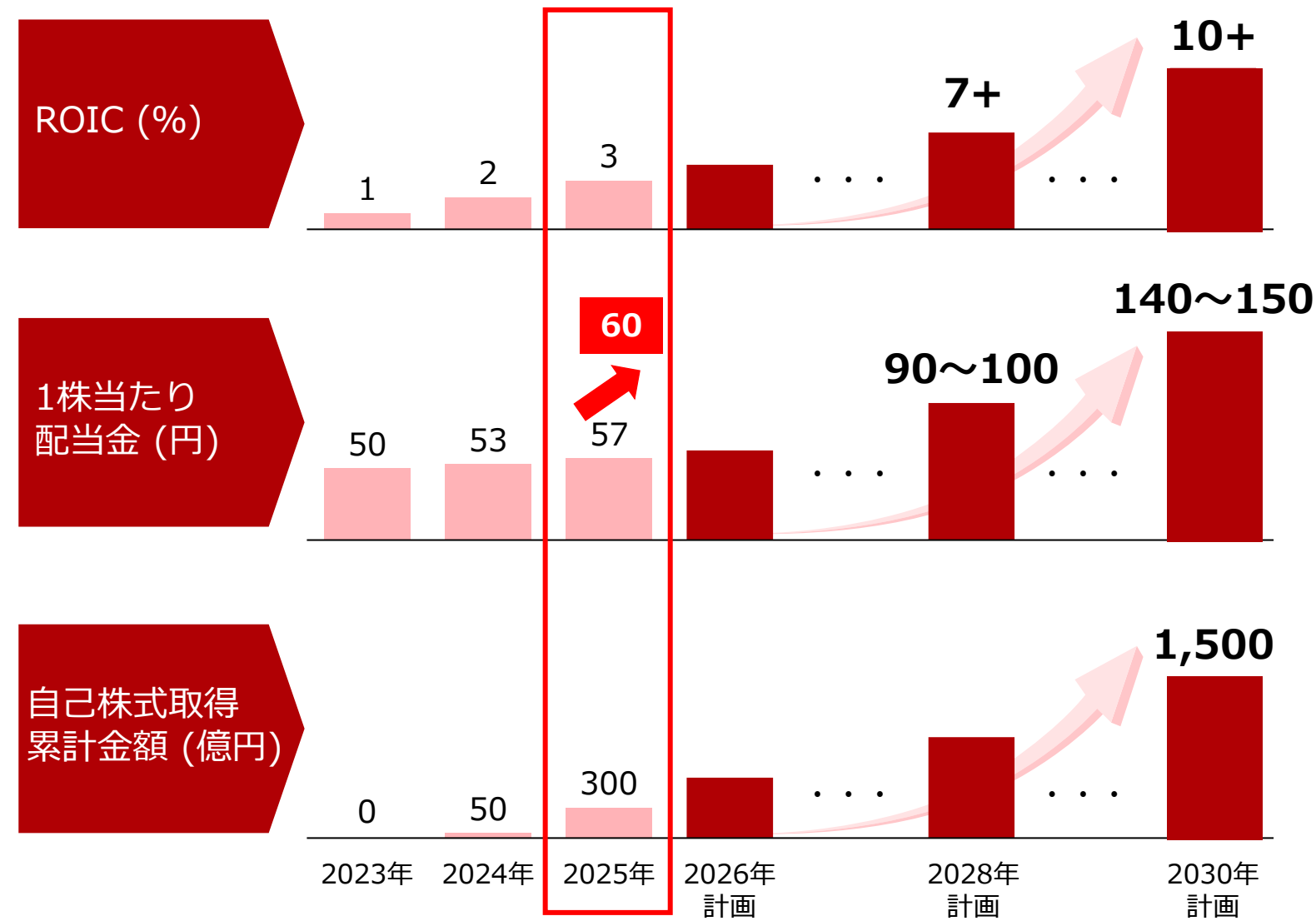


外部要因によるコスト調整後の見通しでは、2025年は2017年の統合以来、過去最高益(500億円超)※を達成する見込み。事業全体の再建が好業績を創出

※ 外部要因によるコスト(為替・原材料価格・公共料金など、外部起因で制御不能なコスト)の加算調整後

# 株主還元拡大のペースは大きく加速

資本効率および株主還元に関する指標の見通し



2024年11月に  
包括的な株主還元策を発表

- 配当方針をアップデートし、累進配当の方針に変更
- 300億円の自己株式取得を実施

「Vision 2030」では  
取り組みをさらに加速させ、  
**当社史上最大規模**の  
株主還元策を実施する計画

- 2030年の1株当たり配当金：  
- **140~150円**
- 自己株式取得：  
- 2025年11月より**300億円**  
- 2030年までの累計で**1,500億円**

# 本日のハイライト

- ❗ 第3四半期累計の事業利益は前年比1.7倍の245億円。8月に上方修正した計画を上回って進捗。
- ❗ 収益性重視の営業活動や変革等の成果により、最需要期である第3四半期に計画以上の増益を達成したことが、累計での事業利益の計画上振れに貢献。第3四半期も販売数量のトレンドは強く、市場の伸張率を上回った。
- ❗ この好業績をふまえ、通期の事業利益を、当初計画を20%上回る、前年比2倍の240億円へとさらに上方修正。
- ❗ また、「Vision 2030」における株主価値増大の方針に基づき、株主還元の拡充を決定。新たな施策として、発行済株式総数の6.5%の自己株式消却や期末配当金の当初計画比10%の増配を実施するとともに、11月から300億円の自己株式取得を継続し、株主価値のさらなる向上を図る。

# 2025年 第3四半期累計 業績

収益性改善により、売上収益は増収を継続、事業利益は増益額が拡大

単位：百万円

|                        | 2025年 第3四半期<br>累計 実績 | 2024年 第3四半期<br>累計 実績 | 増減      | 前年比    |
|------------------------|----------------------|----------------------|---------|--------|
| 売上収益                   | 683,523              | 676,612              | +6,911  | +1.0%  |
| 販売数量 (百万ケース)           | 381                  | 385                  | -4      | -1%    |
| うち、清涼飲料販売数量 (百万ケース)    | 378                  | 381                  | -3      | -1%    |
| 売上原価                   | 377,567              | 373,090              | +4,477  | +1.2%  |
| 売上総利益                  | 305,957              | 303,523              | +2,434  | +0.8%  |
| 販管費                    | 281,215              | 288,536              | -7,321  | -2.5%  |
| 事業利益                   | 24,459               | 14,690               | +9,769  | +66.5% |
| 営業利益 (△損失)             | △70,060              | 17,592               | -87,653 | -      |
| 親会社の所有者に帰属する当期利益 (△損失) | △48,734              | 10,017               | -58,751 | -      |
| EBITDA※                | 55,586               | 48,852               | +6,734  | +13.8% |

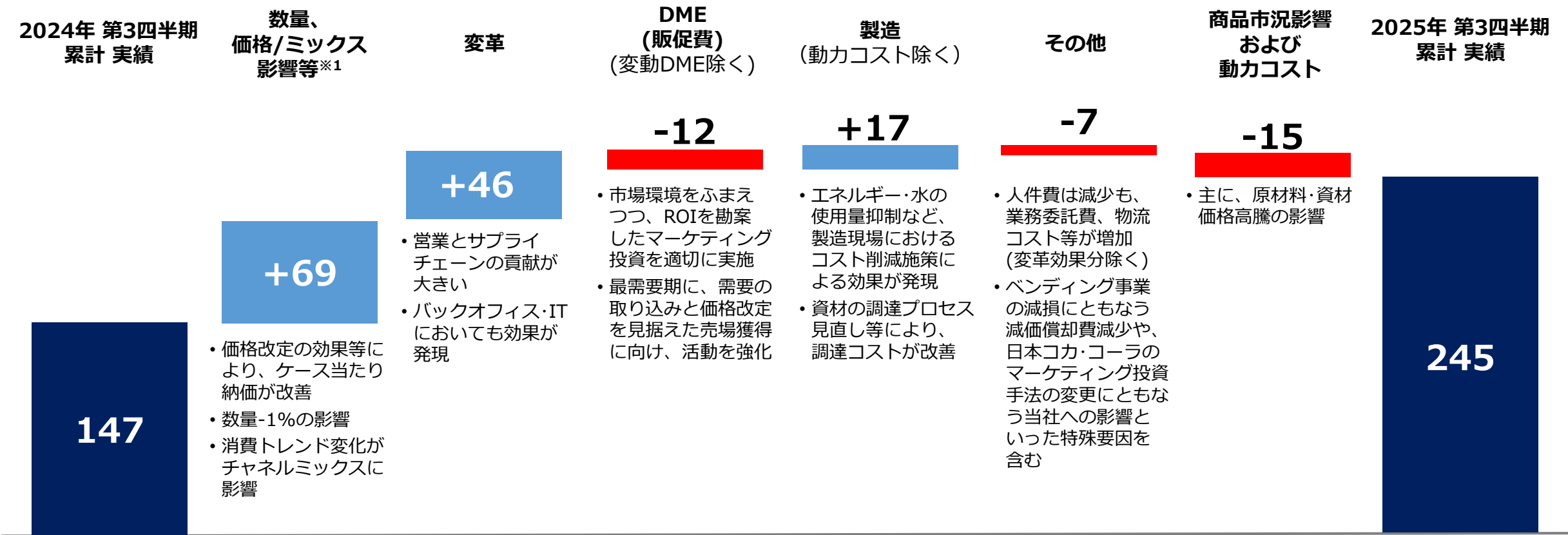
※ EBITDA=事業利益+減価償却費

第3四半期(7-9月)の業績は参考資料をご覧ください。





売上収益増加と変革効果等により、事業利益は前年比1.7倍の245億円



| (単位：億円) | 第3四半期<br>累計 実績 | 対前年<br>増減 |
|---------|----------------|-----------|
| 設備投資※2  | 157            | -22       |
| 減価償却費   | 311            | -30       |

単位：億円  
(単位未満四捨五入)

※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。

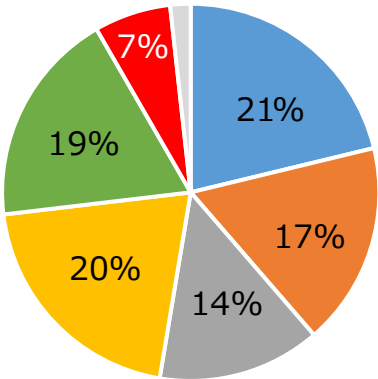


# 効果的な営業活動で数量は市場を上回り、ケース当たり納価は改善が継続

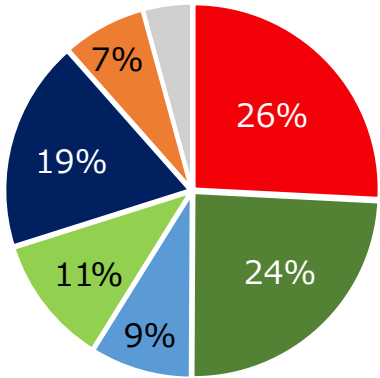
- 販売数量は、一連の価格改定の影響や第3四半期の前年のハードルの高さから、対前年1%減少となるも、市場全体の伸張率を上回った。ケース当たり納価は、価格改定効果により全チャネルで改善が継続。
- SMは、価格改定や前年第3四半期の特需の反動影響により、主に茶系・水の大型PETが減少。CVS、VMは、価格改定による水・コーヒーの数量減少が響いた。R&Fは、新規取引獲得活動や炭酸の販売強化が数量増加に貢献。オンラインは、チャネル限定製品の導入等が貢献し高成長を継続。
- 炭酸は、「コカ・コーラ」や「コカ・コーラ ゼロ」が貢献。茶系は、前年の「綾鷹」フルリニューアルの反動があったなか「紅茶花伝」が貢献。スポーツ・水は、価格改定等の影響で減少。コーヒーは、価格改定やリベート等のコントロールが数量に影響を及ぼすも、中型PETボトルが貢献し前年並み。

## 販売数量：-1%

| 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%  | +65         |
| ドラッグストア・量販店 (D&D)  | -1%  | +71         |
| コンビニエンスストア (CVS)   | -5%  | +63         |
| ベンディング (VM)        | -5%  | +98         |
| リテール&フードサービス (R&F) | +6%  | +14         |
| オンライン              | +17% | +26         |



| カテゴリー | 数量   |
|-------|------|
| 炭酸    | +3%  |
| 茶系    | 前年並み |
| スポーツ  | -4%  |
| 水     | -12% |
| コーヒー  | 前年並み |
| 果汁    | +5%  |



(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。  
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前年比プラス。厳しい競争環境下においても、販売数量が市場をアウトパフォームし続け、数量シェアが前年比プラスとなったことが、全体の金額シェア成長に貢献。
- ❗ ベンディングは、価格改定後の市場環境が厳しく、金額シェアは微減となるも、数量シェアは前年比プラスを維持。手売りチャンネルでは、価格改定による数量減少に加え、チャンネル・パッケージミックスの影響により金額シェアが減少。
- ❗ 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は第3四半期に改善幅が拡大。

| 市場シェア<br>(1-9月、対前年、ポイント) | 金額   | 数量   |
|--------------------------|------|------|
| トータル                     | +0.1 | +0.4 |
| うち、ベンディング                | -0.1 | +0.3 |
| うち、手売りチャンネル(OTC)         | -0.4 | -0.1 |

出典：日本コカ・コーラ調べ (全国)

| 店頭小売価格<br>(1-9月、円/本) | 業界平均比 | 前年比  |
|----------------------|-------|------|
| 小型PET                | +7.4  | +4.5 |
| 大型PET                | +32.6 | +6.8 |

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 2025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

# 営業活動の状況

# 収益性重視の営業戦略を実行、将来の成長基盤構築にも注力

第3四半期の数量は市場全体の伸長率を  
アウトパフォーム

## 夏場の需要獲得に向けたきめ細かい営業施策が、 販売数量の底上げに貢献

- 炭酸・茶系等のコアカテゴリー製品の販売強化に向け、飲用機会を訴求したマーケティングプログラムや、デジタル販促等を効果的に活用し、店頭露出を最大化。
- 「綾鷹」は、新製品「綾鷹 濃い緑茶」強化により、前年のフルリニューアル効果の反動影響を抑制。
- さらなる売場拡大に向け、消費者ニーズに応じたパッケージ展開に注力。
- チャネル特性に合わせた成長戦略を強化。オンラインでは専用商材導入が、フードサービスでは新規取引獲得活動が販売数量増加に貢献。



さらなる利益成長につながる  
基盤構築の取り組みが着実に進捗

## 価格改定効果の創出

- 価格改定後の出荷価格の維持に注力。価格改定効果は計画どおり収益性改善に貢献。
- 10月の価格改定の円滑な実施に向け、準備を徹底。

2026年第1四半期までの、  
緑茶製品の追加の価格改定実施を目指す

## 成長投資とコストの最適化

- 中長期的視点でROI重視のマーケティング活動を実施。第3四半期は、成長投資を適切な水準で実行。

## カスタマーエンゲージメントの強化

- キーカスタマーとの「戦略的パートナーシップ」を強化。

## ベンディング変革の推進

- 新アルゴリズムを活用し、利益基準での品揃え最適化を推進。売上成長とオペレーション効率化の実現に向け、取り組みを強化。



強力なキャンペーン・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

“#コチる” プロモーション & コカ・コーラ x スター・ウォーズ



やかんの麦茶  
サマーキャンペーン



爽健美茶  
リニューアル



新製品

甘ずっぱいファンタ 早摘みレモン & ファンタ フルーツパンチ



綾鷹カフェ  
グリーンティーレモネード



体験型マーケティング

夢中全開。コカ・コーラ キャンペーン  
キャップ裏コードプロモーション



いつもより2℃冷たい自動販売機





# 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

コカ・コーラ  
ウィンターキャンペーン



ジョージア  
秋・冬キャンペーン



## 新製品

紅茶花伝  
クラフティー グレープミックスティー



ファンタ  
ゴールデンアップル



## 体験型マーケティング

侍ジャパン  
ポートフォリオプロモーション  
(Coke ON JANスキャン)



綾鷹 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



# 2025年 通期 業績予想修正・ 株主還元の拡充



## 今年2回目となる通期業績予想の修正を発表、事業利益はさらに上方修正

### 前回修正計画

事業利益：230億円  
(対当初計画 +30億円)

🔥 7月までの力強い利益進捗を反映。変革やコストコントロールが計画以上に利益に貢献。販売数量や売上収益は計画を下回って推移も、夏前のため、未反映。

🔥 ベンディング事業における固定資産の減損の影響や、日本コカ・コーラの市場動向変化に対応したマーケティング投資手法の変更にともなう当社への影響を計画に織り込み。

### 今回修正計画

事業利益：240億円  
(対当初計画 +40億円)

🔥 第3四半期の事業利益が計画をさらに上回って進捗、通期の事業利益計画を240億円にまで引き上げ。足元の消費環境による影響を反映し、販売数量・売上収益の計画も修正。

🔥 第4四半期は、修正計画の達成を図るとともに、2026年以降の利益成長に向けた取り組みを強化。10月からの価格改定や中長期視点でのマーケティング投資の実行、変革を通じた基盤づくりなどに注力。

🔥 2026年第1四半期までの、緑茶製品の追加の価格改定実施を目指し、準備を進める。

🔥 10月の販売数量は一桁半ばのプラス(速報値)、動向は注視が必要も、引き続き、市場をアウトパフォーム。

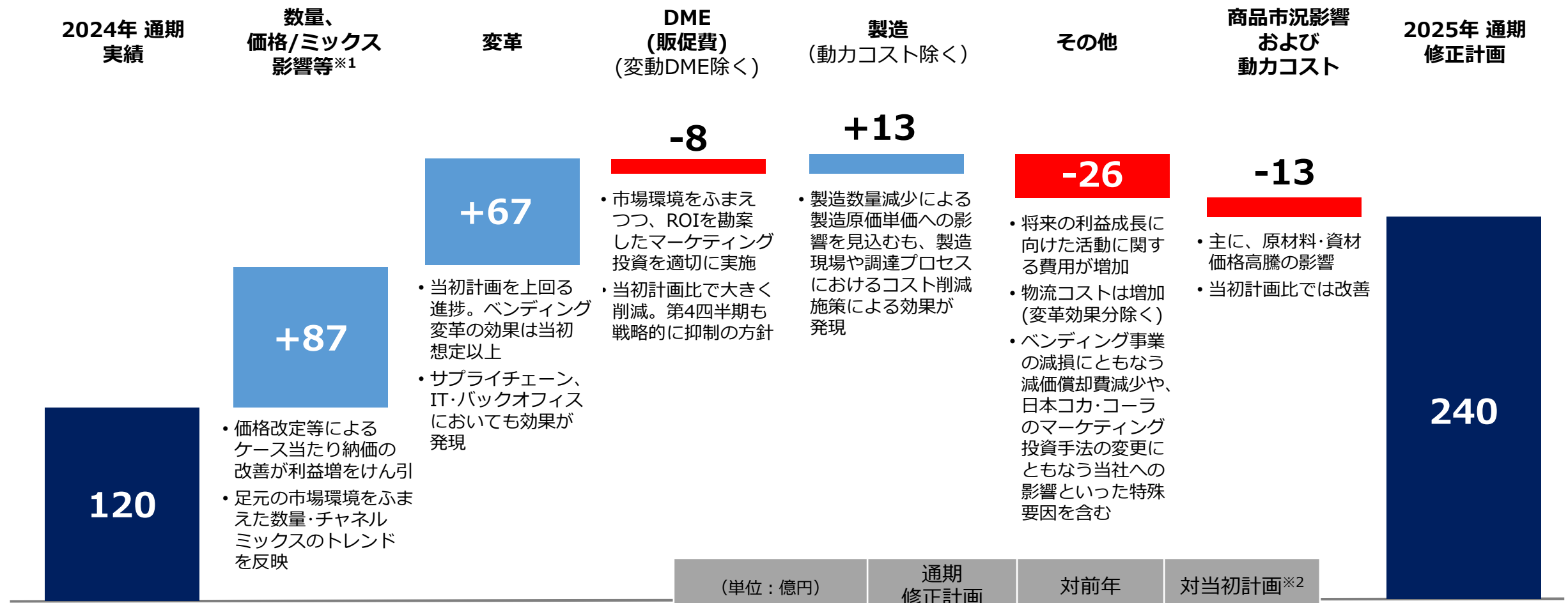
事業利益は当初計画から20%上方修正、前年比2倍の240億円を目指す

単位：百万円

|                        | 2025年 通期<br>修正計画 | 前年増減    | 前年比    | 当初計画比<br>増減※1 | 当初計画比<br>増減率※1 |
|------------------------|------------------|---------|--------|---------------|----------------|
| 売上収益                   | 887,900          | -4,781  | -0.5%  | -18,200       | -2.0%          |
| 販売数量 (百万ケース)           | 494              | -7      | -1.4%  | -9            | -1.9%          |
| うち、清涼飲料販売数量 (百万ケース)    | 490              | -6      | -1.2%  | -8            | -1.7%          |
| 売上原価                   | 490,400          | +169    | +0.0%  | -1,500        | -0.3%          |
| 売上総利益                  | 397,500          | -4,950  | -1.2%  | -16,700       | -4.0%          |
| 販管費                    | 372,700          | -16,834 | -4.3%  | -20,300       | -5.2%          |
| 事業利益                   | 24,000           | +11,954 | +99.2% | +4,000        | +20.0%         |
| 営業利益 (△損失)             | △71,000          | -84,390 | -      | -89,000       | -              |
| 親会社の所有者に帰属する当期利益 (△損失) | △49,400          | -56,709 | -      | -60,400       | -              |
| EBITDA※2               | 63,700           | +6,194  | +10.8% | -2,200        | -3.3%          |

※1 2025年2月13日発表の通期業績予想(当初計画)との比較  
※2 EBITDA=事業利益+減価償却費

# 収益性重視の営業活動と変革により、対前年120億円の大幅増益を実現



| (単位：億円) | 通期<br>修正計画 | 対前年 | 対当初計画※2 |
|---------|------------|-----|---------|
| 設備投資※3  | 342        | +45 | -8      |
| 減価償却費   | 398        | -57 | -61     |

単位：億円  
(単位未満四捨五入)

※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 2025年2月13日発表の計画との比較。  
※3 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。

## 「Vision 2030」の株主価値増大の方針に基づき、株主還元を拡充

### 自己株式の消却

11月に**1,200万株**の  
自己株式を消却  
発行済株式総数の**6.5%**相当

### 配当予想の上方修正

期末配当金を当初計画比  
**+10%**上方修正  
年間配当金は前年比**+7円**の  
**60円/株**に

### 自己株式取得の継続

10月完了の**300億円**の  
自己株式取得に続き、  
11月から**300億円**の  
自己株式取得を開始

業績を向上させ、株主還元を拡充させるといった好循環を体現

## ❖ 事業利益は8月に上方修正した計画を上回るペースで増益

- ・収益性重視の営業活動や変革を通じたコスト削減が増益に貢献。価格改定効果を享受しつつ、数量は市場をアウトパフォーム。

## ❖ 通期の事業利益計画を前年比2倍の240億円にまで引き上げ

- ・基盤となる業績の好調さを反映。第4四半期は、さらなる利益成長に向けた基盤強化に取り組み、2026年の好スタートにつなげる。
- ・2026年第1四半期までに、緑茶製品の追加の価格改定実施を曰指す。

## ❖ 業績向上を株主還元拡充につなげる

- ・業績向上をふまえ、自己株式の消却と配当予想の上方修正を決定。自己株式取得の継続とあわせて展開し、株主価値のさらなる向上を図る。

**ビジネスの力強い推進力とこれまでの高い実績に基づき、業績のさらなる向上と株主還元拡充に引き続きコミット**





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](mailto: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

|                    | 2025年 第3四半期<br>実績 | 2024年 第3四半期<br>実績 | 増減     | 前年比    |
|--------------------|-------------------|-------------------|--------|--------|
| 売上収益               | 265,581           | 265,158           | +423   | +0.2%  |
| 販売数量（百万ケース）        | 151               | 153               | -2     | -1%    |
| うち、清涼飲料販売数量（百万ケース） | 150               | 152               | -2     | -1%    |
| 売上原価               | 143,038           | 142,839           | +199   | +0.1%  |
| 売上総利益              | 122,543           | 122,319           | +224   | +0.2%  |
| 販管費                | 99,616            | 104,565           | -4,948 | -4.7%  |
| 事業利益               | 22,924            | 17,481            | +5,443 | +31.1% |
| 営業利益               | 22,109            | 16,386            | +5,723 | +34.9% |
| 親会社の所有者に帰属する当期利益   | 17,158            | 10,314            | +6,844 | +66.4% |
| EBITDA※            | 31,433            | 28,778            | +2,656 | +9.2%  |

※ EBITDA=事業利益+減価償却費

# セグメント別 業績 (対前年)

単位：百万円

|           | 2025年 第3四半期<br>累計 実績 | 増減     | 前年比   |
|-----------|----------------------|--------|-------|
| ベンディング事業  | 305,696              | -5,022 | -1.6% |
| OTC事業※1   | 321,260              | +7,730 | +2.5% |
| フードサービス事業 | 33,301               | +2,562 | +8.3% |
| その他※2     | 23,267               | +1,640 | +7.6% |
| 売上収益 合計   | 683,523              | +6,911 | +1.0% |

|           |         |        |        |
|-----------|---------|--------|--------|
| ベンディング事業  | 8,310   | +3,055 | +58.1% |
| OTC事業     | 40,478  | +2,445 | +6.4%  |
| フードサービス事業 | 6,343   | +1,381 | +27.8% |
| その他※3     | △30,673 | +2,888 | -      |
| 事業利益 合計   | 24,459  | +9,769 | +66.5% |

|  | 2025年 第3四半期<br>実績 | 増減     | 前年比    |
|--|-------------------|--------|--------|
|  | 116,036           | -2,474 | -2.1%  |
|  | 127,087           | -75    | -0.1%  |
|  | 13,468            | +1,796 | +15.4% |
|  | 8,991             | +1,176 | +15.1% |
|  | 265,581           | +423   | +0.2%  |

|  |        |        |        |
|--|--------|--------|--------|
|  | 9,699  | +2,915 | +43.0% |
|  | 19,475 | -553   | -2.8%  |
|  | 3,493  | +769   | +28.2% |
|  | △9,742 | +2,312 | -      |
|  | 22,924 | +5,443 | +31.1% |

※1 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、オンライン等のOTC(手売り)チャネルにおける事業のこと。

※2 報告セグメントに帰属しない事業活動から生じた売上収益を表示しており、国内の他のコカ・コーラボトラー社への販売取引等が含まれております。

※3 報告セグメントに帰属しない事業活動から生じた利益および本社等共通費が含まれております。

# 2025年 通期 修正計画 (対前回修正計画)

単位：百万円

|                        | 2025年 通期<br>修正計画 | 前回<br>修正計画※1 | 増減      | 増減率   |
|------------------------|------------------|--------------|---------|-------|
| 売上収益                   | 887,900          | 906,100      | -18,200 | -2.0% |
| 販売数量 (百万ケース)           | 494              | 503          | -9      | -1.9% |
| うち、清涼飲料販売数量 (百万ケース)    | 490              | 498          | -8      | -1.7% |
| 売上原価                   | 490,400          | 491,100      | -700    | -0.1% |
| 売上総利益                  | 397,500          | 415,000      | -17,500 | -4.2% |
| 販管費                    | 372,700          | 390,800      | -18,100 | -4.6% |
| 事業利益                   | 24,000           | 23,000       | +1,000  | +4.3% |
| 営業利益 (△損失)             | △71,000          | △67,100      | -3,900  | -     |
| 親会社の所有者に帰属する当期利益 (△損失) | △49,400          | △48,500      | -900    | -     |
| EBITDA※2               | 63,700           | 63,900       | -200    | -0.3% |

※1 2025年8月1日発表の通期業績予想

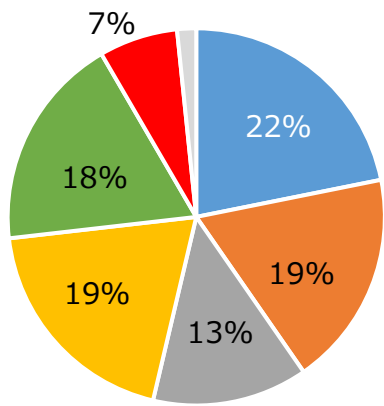
※2 EBITDA=事業利益+減価償却費



# 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）

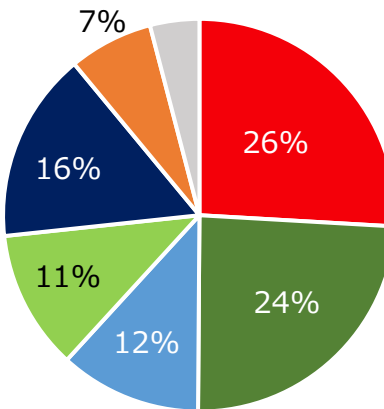
第3四半期(7-9月)販売数量：-1%

## チャネル別



| チャネル               | 数量   | ケース当たり<br>納価(円) |
|--------------------|------|-----------------|
| スーパーマーケット (SM)     | -8%  | +72             |
| ドラッグストア・量販店 (D&D)  | -4%  | +78             |
| コンビニエンスストア (CVS)   | -6%  | +74             |
| ベンディング (VM)        | -4%  | +89             |
| リテール&フードサービス (R&F) | +11% | -10             |
| オンライン              | +18% | +21             |

## カテゴリー別

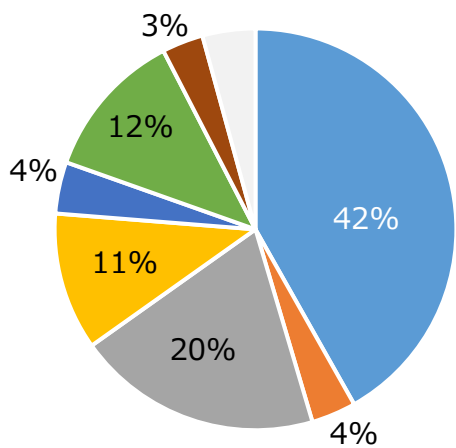


| カテゴリー | 数量   |
|-------|------|
| 炭酸    | +5%  |
| 茶系    | -4%  |
| スポーツ  | -4%  |
| 水     | -16% |
| コーヒー  | +4%  |
| 果汁    | +5%  |

(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。

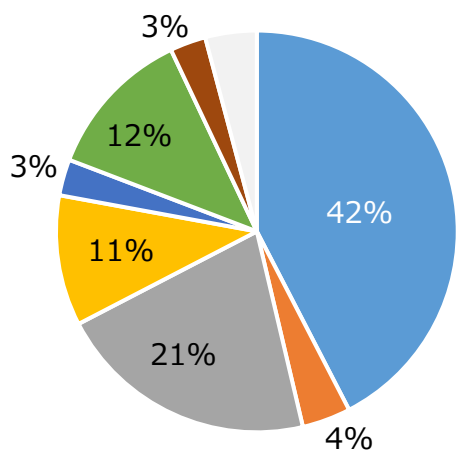
## パッケージ別

### 第3四半期累計(1-9月)



| パッケージ | 数量   |
|-------|------|
| S-PET | 前年並み |
| M-PET | +35% |
| L-PET | -11% |
| 缶     | +2%  |
| ボトル缶  | -9%  |
| シロップ  | +7%  |
| パウダー  | +4%  |

### 第3四半期(7-9月)



| パッケージ | 数量   |
|-------|------|
| S-PET | 前年並み |
| M-PET | +30% |
| L-PET | -15% |
| 缶     | +5%  |
| ボトル缶  | -16% |
| シロップ  | +13% |
| パウダー  | +11% |

S-PET：700ml以下 / L-PET：1.5L以上

# 第3四半期における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

- ❖ 脱炭素に貢献する次世代バイオ燃料「リニューアブルディーゼル」を活用した大型トラックのパイロット走行を9月に開始。順調に進行中
- ❖ 福岡ソフトバンクホークス「みずほPayPayドーム福岡」、ヴィッセル神戸「ノエビアスタジアム神戸」で、使用済みPETボトルを回収し、再資源化する取り組みをそれぞれ開始
- ❖ 国際海岸クリーンアップ(ICC)キャンペーンの一環として、浜岡砂丘(御前崎市)でビーチクリーン活動を実施。海洋ごみ問題の解決へ地域のみなさまと連携



### 人的資本 の強化/ DE&Iの 推進

- ❖ 多様な人材が能力を最大限に発揮できる環境の整備に向け、女性の低用量ピル服用、男女の更年期症状ホルモン療法、性別違和等のジェンダーに関するホルモン療法の費用補助を開始
- ❖ 社員の長期的な資産形成を支援し、ファイナンシャル・ウェルビーイングを推進するため、「職場つみたてNISA」を導入
- ❖ 屋外業務の安全性向上のため、紫外線対策としてサングラス着用を可能にする働き方を採用



### 外部から の評価

- ❖ ESG投資指数「FTSE4Good Index Series」「FTSE Blossom Japan Index」「FTSE Japan Sector Relative Index」の構成銘柄に継続選定
- ❖ 「コカ・コーラ ボトラーズジャパン 水源の森ほうき」(鳥取県)が、地域生物多様性増進法に基づく「自然共生サイト」に認定



## -----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。