

# 2025年 通期 決算説明会

2026年2月16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

(2026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

## 2025年 通期 決算説明会

2025年 通期業績

2026年 通期業績計画

# 本日のハイライト

- † 2025年は、株主価値増大につながる多くの成果を創出。
- † 事業利益は前年比2倍を超える245億円を達成。 期中に2度上方修正した計画を上回る形で大幅増益。近年の厳しいコスト環境においても力強い増益トレンドを継続し、過去3年間で390億円もの事業利益の増益を実現。
- † 好調な業績を背景に、8月に新中期経営計画「Vision 2030」を発表。 意欲的なROIC目標および事業利益目標、株主還元目標を掲げ、株主価値のさらなる増大にコミット。
- † 10月に期中の増配や自己株式消却を発表するとともに、11月には2年連続となる300億円の自己株式取得を開始。業績向上と株主還元拡充の好循環を体現。
- † 2026年は「意欲的な中長期目標の達成に向け大きく前進する年」。 事業利益は、4年連続100億円以上の増益を目指す350億円の計画で、配当は、対前年20%増配の1株当たり72円を予定。「Vision 2030」の重要な初年度に、利益成長と株主還元拡充を実現し、株主価値のさらなる増大を図る。

# 2025年 通期業績

# 収益性改善策が奏功し、大幅増益を達成。数量は市場をアウトパフォーム

単位：百万円

	2025年 通期 実績	2024年 通期 実績	増減	前年比
売上収益	<b>893,805</b>	892,681	+1,124	+0.1%
販売数量 (百万ケース)	<b>501</b>	501	-0	-0.1%
うち、清涼飲料販売数量 (百万ケース)	<b>496</b>	496	+0	+0.1%
売上原価	<b>494,501</b>	490,231	+4,270	+0.9%
売上総利益	<b>399,304</b>	402,450	-3,146	-0.8%
販管費	<b>373,475</b>	389,534	-16,060	-4.1%
事業利益	<b>24,525</b>	12,046	+12,480	+103.6%
営業利益 (△損失)	<b>△72,385</b>	13,390	-85,775	-
親会社の所有者に帰属する当期利益 (△損失)	<b>△50,763</b>	7,309	-58,072	-
EBITDA※	<b>64,181</b>	57,506	+6,675	+11.6%

※ 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。

# OTC・フードサービスが増収を、ベンディングが増益をけん引

単位：百万円

	2025年 通期 実績	2024年 通期 実績	増減	前年比
販売数量 (百万ケース)	501	501	-0	-0.1%
うち、ベンディング事業	111	116	-6	-4.8%
うち、OTC事業※1	322	322	-0	-0.1%
うち、フードサービス事業	68	63	+5	+8.6%
売上収益				
ベンディング事業	399,880	410,954	-11,074	-2.7%
OTC事業	417,949	410,852	+7,097	+1.7%
フードサービス事業	45,323	41,867	+3,456	+8.3%
その他※2	30,652	29,008	+1,645	+5.7%
合計	893,805	892,681	+1,124	+0.1%
セグメント利益※3 (△損失)				
ベンディング事業	11,266	5,189	+6,077	+117.1%
OTC事業	46,975	49,625	-2,650	-5.3%
フードサービス事業	8,775	6,884	+1,891	+27.5%
その他※4	△42,491	△49,652	+7,161	-
合計	24,525	12,046	+12,480	+103.6%

※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。また、アルコール飲料を含んでおります。

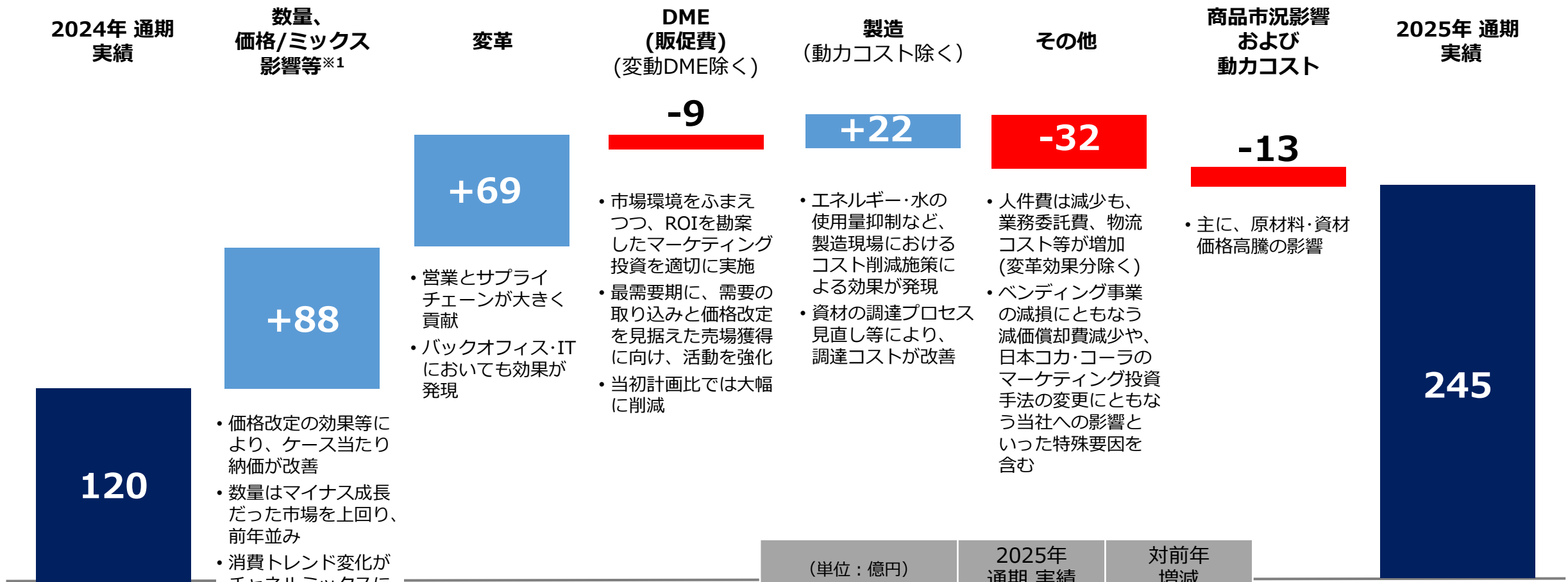
※2 報告セグメントに帰属しない事業活動から生じた売上収益を表示しており、国内の他のコカ・コーラボトラー社への販売取引等が含まれております。

※3 セグメント利益の合計は、連結損益計算書の事業利益と一致しております。

※4 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。



# 価格改定と変革の効果により、事業利益は前年比2倍を超える245億円



- 価格改定の効果等により、ケース当たり納価が改善
- 数量はマイナス成長だった市場を上回り、前年並み
- 消費トレンド変化がチャンネルミックスに影響

- 営業とサプライチェーンが大きく貢献
- バックオフィス・ITにおいても効果が発現

- 市場環境をふまえて、ROIを勘案したマーケティング投資を適切に実施
- 最需要期に、需要の取り込みと価格改定を見据えた売場獲得に向け、活動を強化
- 当初計画比では大幅に削減

- エネルギー・水の使用量抑制など、製造現場におけるコスト削減施策による効果が発現
- 資材の調達プロセス見直し等により、調達コストが改善

- 人件費は減少も、業務委託費、物流コスト等が増加(変革効果分除く)
- ベンディング事業の減損にともなう減価償却費減少や、日本コカ・コーラのマーケティング投資手法の変更にとともなう当社への影響といった特殊要因を含む

- 主に、原材料・資材価格高騰の影響

単位：億円  
(単位未満四捨五入)

※1 営業活動にと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。

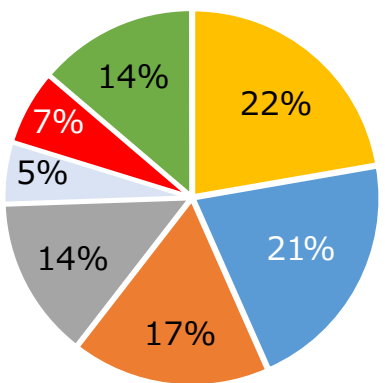
※2 IFRS16が適用される不動産賃借物件への投資額は上記の数値には含まれておりません。

# 競争力向上により数量は好調、価格改定によりケース当たり納価は改善

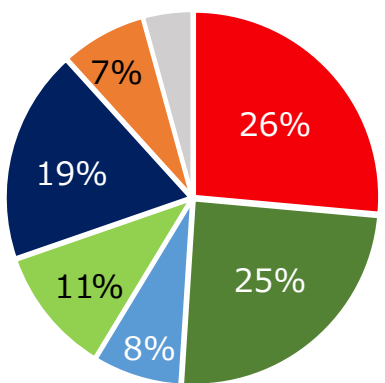
- 販売数量は、価格改定による需要へのマイナス影響があったものの、効果的な営業活動により、市場全体の伸張率を大きく上回った。ケース当たり納価は、価格改定効果により全チャネルで改善が継続。
- VM、CVSは、価格改定によるコーヒー・水の数量減少が響いた。SM、D&Dは、価格改定や前年の特需の反動影響により、大型PETボトルが減少。オンラインは、チャネル限定製品の貢献等により、力強く成長。
- 炭酸は、「コカ・コーラ」や「コカ・コーラ ゼロ」が成長をけん引。茶系は、「綾鷹 濃い緑茶」や「紅茶花伝」等が貢献。コーヒーは、中型PETボトル製品の貢献があったものの、価格改定が響いた。

## 販売数量：前年並み

チャネル	数量	ケース当たり納価(円)
ベンディング (VM)	-5%	+90
スーパーマーケット (SM)	-2%	+57
ドラッグストア・量販店 (D&D)	+2%	+58
コンビニエンスストア (CVS)	-5%	+64
リテール	+3%	+83
オンライン	+17%	+1
フードサービス (FS)	+9%	+9



カテゴリー	数量
炭酸	+5%
茶系	+1%
スポーツ	-4%
水	-10%
コーヒー	-1%
果汁	+6%



(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。また、VMのケース当たり納価は、子会社等への卸販売分を除いて算出しております。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4四半期(10-12月)の販売数量およびパッケージ別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、市場環境の厳しさから金額シェアは微減となるも、数量シェアは前年比プラス。手売りチャンネルでは、価格改定による数量減少や、チャンネル・パッケージミックスの影響により、累計の金額シェアは減少するも、第4四半期には、需要増加の機会を捉え、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。店頭小売価格は、一連の価格改定により、小型PET、大型PETとも前年比プラス。第4四半期以降も継続して改善傾向。

市場シェア (1-12月、対前年、ポイント)	金額	数量
トータル	+0.2	+0.5
うち、ベンディング	-0.3	+0.3
うち、手売りチャンネル(OTC)	-0.2	+0.2

出典：日本コカ・コーラ調べ(全国)

店頭小売価格 (1-12月、円/本)	業界平均比	前年比
小型PET	+7.4	+3.9
大型PET	+32.5	+5.2

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~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

# 収益性を改善させながらも、数量は力強く市場をアウトパフォーム

持続的な収益性  
改善に向け  
価格戦略を実行

## 収益性重視の方針のもと、価格改定を着実に実行

- 5月、10月の2回にわたり価格改定を実施。ケース当たり納価は全チャネルで改善。
- 価格改定後の出荷価格の維持・向上に注力。数量減少影響の抑制にも取り組み、計画どおり効果を創出、収益性改善に貢献。
- リベートやマーケティング費用等を市場環境にあわせて柔軟にコントロール。
- 加えて、2026年の緑茶製品の価格改定を発表。将来の利益成長につながる取り組みも順調に進捗。

2025年通期  
ケース当たり納価

全チャネル  
前年から改善



### <2025年価格改定>

5月：果汁製品  
10月：主要カテゴリー製品



### <2026年価格改定>

3月：緑茶製品

競争力向上により  
数量は市場を  
アウトパフォーム

## コアカテゴリー強化や売場の拡大、効果的なマーケティング活動が数量の押し上げに貢献

- 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活動を実施。
- チャネルやカスタマー特性に合わせ、キャンペーンやデジタル販促等を効果的に活用するなど、売場獲得に向けた活動を強化。

## 責任を明確化したビジネスユニットごとに成長戦略を実行。将来の成長基盤となる体制を構築

- より効果的な事業運営・業績管理の徹底が、競争力向上に貢献。



# 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

### 環境負荷低減に寄与する投資の実行

- 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走行試験を実施
- バイオマス資源である、茶かす・コーヒーかすを使った、クリーン電力※1の生成および回収した高純度CO<sub>2</sub>を製造動力に利用する実証実験を開始



### 大阪・関西万博会場内での取り組みの実践

- 飲料メーカー協働で会場内45カ所にPETボトル専用回収ボックスを設置し、水平リサイクル「ボトルtoボトル」を実施
- 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開催期間を通じて稼動



### 容器&リサイクル(循環型社会)の対応を推進

- 自動販売機に併設するリサイクルボックスから回収する空容器の水平リサイクル「ボトルtoボトル」、「CAN to CAN」を関東地方・九州地方の一部へも拡大
- 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、水平リサイクル「ボトルtoボトル」をそれぞれ開始



## 社会

- 2025年度目標であった「女性管理職比率10%」を2025年3月に早期達成
- 共働き・子育て支援として、配偶者・パートナー出産休暇取得義務を5日へ拡大し98.9%取得を達成、育休から早期復帰した女性社員を対象にした施策を拡充
- フレックス勤務日の最低労働時間を変更し、実質的に週休3日を可能としたことで、柔軟な働き方を推進
- LGBTQ+への取り組みを評価する「PRIDE指標2025」にて、飲料業界初4年連続「レインボー」認定

## 外部評価

- GPIFが採用するESG投資指数「FTSE JPX Blossom Japan Index」、「FTSE JPX Blossom Japan Sector Relative Index」の構成銘柄に継続選定
- 「日経サステナブル総合調査 SDGs経営編」で4.5星を2年連続で獲得
- CDP「水セキュリティ」の「Aリスト」に3年連続で選定



※1 風力、地熱、太陽光などの自然エネルギーによって発電された電力のことで、発電の際にCO<sub>2</sub>を発生させないもの。  
 ※2 富士電機株式会社調べ。2024年10月30日時点。

# 2026年 通期業績計画

「Vision 2030」の重要な初年度として

# 意欲的な中長期目標「Vision 2030」の達成に向け大きく前進する



## 2025年

- ✓ 利益成長と基盤強化を両立
- ✓ 好調な業績をふまえ、中期経営計画を上方修正
- ✓ 業績向上と株主還元拡充の好循環を体現

## 2026年

### 意欲的な中長期目標の達成に向け大きく前進

- ✓ 増益モメンタムを継続
- ✓ 収益性と資本効率を向上させ、ROICを改善
- ✓ 「Vision 2030」に基づき、株主還元をさらに拡充

## 2030年

### 株主価値のさらなる増大に向けた意欲的な中長期目標「Vision 2030」

事業利益

**800**億円以上

ROIC

**10**%以上

1株当たり配当金

**140~150**円

自己株式取得

累計 **1,500**億円

# 2026年 戦略の方向性

## 営業エクセレンス：ビジネスユニットごとの事業運営体制による競争力と収益性の向上

最適な製品ポートフォリオとマーケティングプランを通じた市場実行力の強化

価格改定を含めた収益性重視の活動の徹底

中長期的視点でカスタマーエンゲージメントを強化し、成長戦略を加速

## 変革を通じた事業基盤のさらなる強化

### サプライチェーン

「地産地消モデル」を通じてさらなる生産性向上を実現し、需要主導型で機敏な供給対応を強化

### バックオフィス・IT

さらなるデータドリブン経営の実現に向け、ITシステムやデータの統合、業務効率化を推進

## 財務基盤の強化：資本の適切な管理・運用による資本効率の改善

## 業績を向上させ、株主還元を拡充させる好循環を目指す

事業利益  
**350**億円

ROIC  
**4%**以上

変革効果  
**60**億円

1株当たり配当金  
**72**円

自己株式取得※  
**300**億円

※ 自己株式の取得期間：2025年11月1日～2026年10月31日

(2026年目標)





# 売上収益は増収、事業利益は4年連続100億円以上増益の350億円を計画

単位：百万円

	2026年 通期 計画	2025年 通期 実績	増減	前年比
売上収益	902,700	893,805	+8,895	+1.0%
販売数量 (百万ケース)	493	501	-8	-1.5%
うち、清涼飲料販売数量 (百万ケース)	489	496	-8	-1.5%
売上原価	486,100	494,501	-8,401	-1.7%
売上総利益	416,600	399,304	+17,296	+4.3%
販管費	381,000	373,475	+7,525	+2.0%
事業利益	35,000	24,525	+10,475	+42.7%
営業利益 (△損失)	36,000	△72,385	+108,385	-
親会社の所有者に帰属する当期利益 (△損失)	22,500	△50,763	+73,263	-
EBITDA※	70,100	64,181	+5,919	+9.2%

※ EBITDA=事業利益+減価償却費

## 2026年 通期 セグメント別業績計画 (対前年)

# OTC・フードサービスは増収増益、ベンディングは変革加速で大きく増益

単位：百万円

	2026年 通期 計画	2025年 通期 実績	増減	前年比
販売数量 (百万ケース)	493	501	-8	-1.5%
うち、ベンディング事業	108	111	-3	-2.4%
うち、OTC事業※1	314	322	-7	-2.3%
うち、フードサービス事業	71	68	+2	+3.5%
売上収益				
ベンディング事業	398,400	399,880	-1,480	-0.4%
OTC事業	426,400	417,949	+8,451	+2.0%
フードサービス事業	48,400	45,323	+3,077	+6.8%
その他※2	29,500	30,652	-1,152	-3.8%
合計	902,700	893,805	+8,895	+1.0%
セグメント利益※3 (△損失)				
ベンディング事業	20,600	11,266	+9,334	+82.8%
OTC事業	49,500	46,975	+2,525	+5.4%
フードサービス事業	9,100	8,775	+325	+3.7%
その他※4	△44,200	△42,491	-1,709	-
合計	35,000	24,525	+10,475	+42.7%

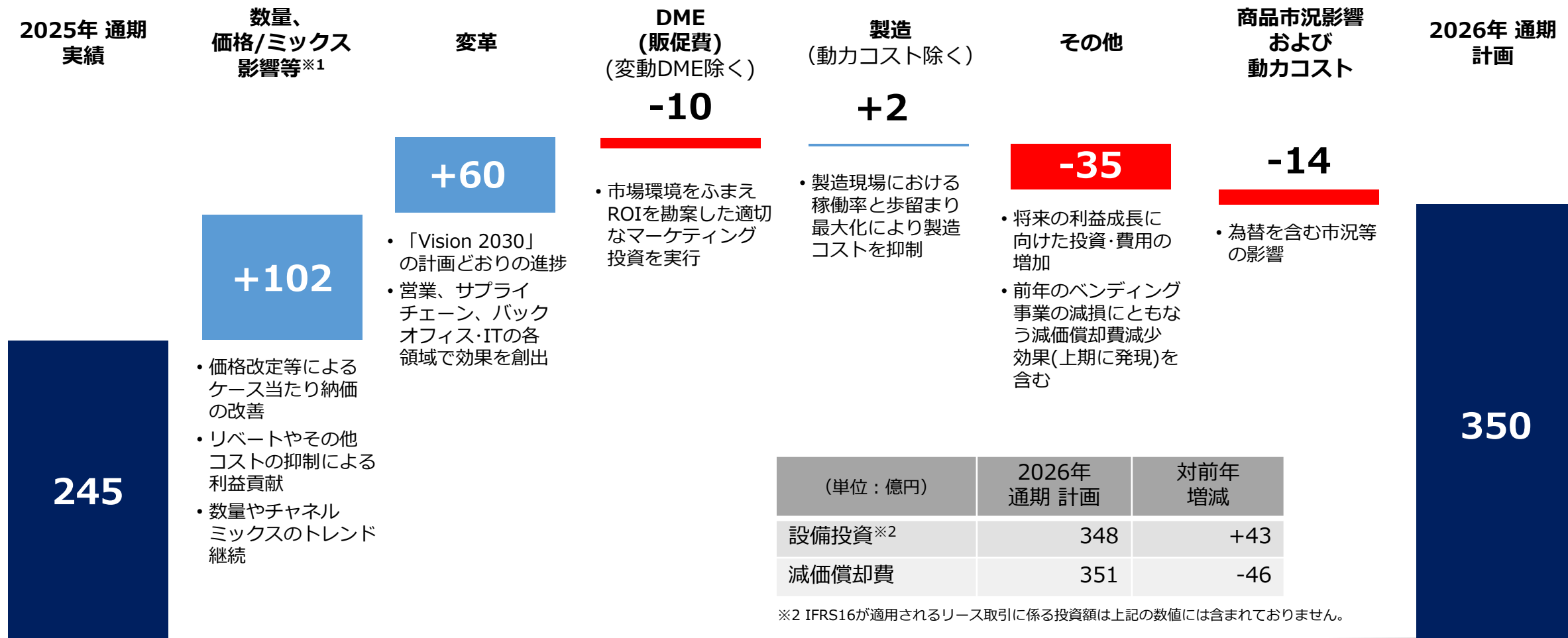
※1 スーパーマーケット、ドラッグストア・量販店、コンビニエンスストア、オンライン等のOTC(手売り)チャネルにおける事業のこと。また、アルコール飲料を含んでおります。

※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 セグメント利益の合計は、連結損益計算書の事業利益と一致しております。

※4 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。

# 成長投資を実行しつつ、収益性重視の営業活動と変革効果で力強く増益



※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。

# ビジネスユニットごとの事業運営体制により、競争力と収益性を向上

## ポートフォリオエッジの強化

- ▶ コアカテゴリー強化による飲用機会の獲得
- ▶ イノベーションを通じた高付加価値製品の展開
- ▶ オเคーションにあわせた製品・パッケージの展開
- ▶ 日本コカ・コーラとの連携強化による消費者エンゲージメントの向上

## 収益性重視の営業活動の徹底

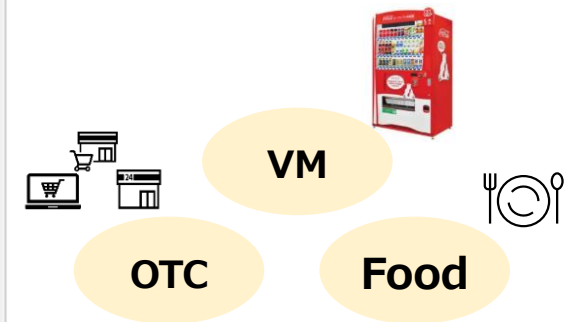
- ▶ 価格改定効果の創出
- ▶ チャンネルごとにカテゴリー・パッケージミックスを適切に管理
- ▶ 中長期的視点でROI重視のマーケティング活動を実施
- ▶ アカウトごとの収益性をふまえ、リベート・販促費を最適化

## カスタマーとの関係性強化

- ▶ カスタマーの課題解決や協業を通じて、強固な信頼関係を構築、ビジネス機会を拡大
- ▶ クロスファンクショナルな営業体制で、カスタマーエンゲージメントを強化
- ▶ キーカスタマーと戦略的パートナーシップを構築

## ビジネスユニットごとの事業運営

- ▶ ビジネスユニットごとに成長戦略の重要施策を事業環境やカスタマーの特性に応じて実行、業績管理を徹底



# 消費者基盤の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

すべての飲用オケーションの獲得

■ コークとチキンの食事シーンでの飲用習慣の確立



■ 綾鷹 3年目の成長モメンタムの加速



■ ジョージアの収益性の加速



私の今日が動きだす。

## 戦略的な新製品

ヘルス&ウェルネスでの収益性をともなう成長加速



からだすこやか茶W+ グラフィックリニューアル&新キャンペーン

綾鷹 濃い緑茶



ミニッツメイド ゼロシュガーレモネード 2年目



アクエリアス 経口補水液 ORS 3年目

## 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





## 利益の最大化に向け、収益性重視の営業活動を実行

### 価格戦略

- 一連の価格改定効果の創出に向け、規律ある営業活動を徹底
- 2026年3月1日出荷分から緑茶製品の価格改定を実施
- 利益最大化を目指し、環境に応じた戦略的な価格戦略を実行
- 引き続き、さらなる価格改定を検討

### 2026年3月 緑茶製品 価格改定

対象製品

**約10%**

(販売数量全体に占める割合)

改定率

**+6.3~12.1%**

(メーカー希望小売価格)



### ミックス改善

- 小型パッケージ、高付加価値製品の販売を強化
- カスタマーの特性や競争環境に応じた最適な製品・パッケージを戦略的に展開
- チャネルごとにカテゴリー・パッケージミックスを適切に管理

### 戦略的成長投資

- 中長期的視点でROI重視のマーケティング活動を実施
- カスタマーごとに収益性をふまえつつ成長機会を見極め、リベートや販促費を適正化
- マーケティングにおけるさらなるデジタルの活用

カスタマーとの強固な信頼関係に基づき、事業の成長と収益性改善を推進



# テクノロジーを活用した変革を通じて収益性と資本効率の向上を図る

## 利益をともなう自動販売機の新規設置の加速

- 設置先ターゲティングツールを新たに導入。膨大なデータを組み合わせインサイトを得るデジタルプラットフォームを構築し、活動プロセスを刷新。

## 戦略的アソートメントと柔軟な価格・パッケージ戦略による利益の最大化

- 2025年に導入したアソートメントシステムをアップデート。売上とオペレーション効率のさらなる向上を目指した品揃え戦略を策定・実行。
- ロケーションごとに、需要バランスを考慮しつつ戦略的な価格・パッケージ戦略を展開。

## デジタルマーケティングの強化

- Coke ON利用状況から潜在機会を特定し、消費者のステータスに応じた個別施策を実行。

## コスト・投下資本の適正化を通じた事業基盤の強化

- オペレーションルート設計の見直し等により、生産性を向上。
- 個々の自動販売機の収益性に基つき、取引条件を見直し。
- 機材の有効活用、投資対効果を重視したシステム投資の徹底。



# ビジネスユニットごとに事業環境に応じた適切な成長戦略を実行



## OTC (手売り)

コア製品の強化による売場拡大や、  
カスタマーとの連携強化などに取り組み、  
質の高い利益成長基盤を構築

### エリアや店舗特性に応じた市場実行の徹底

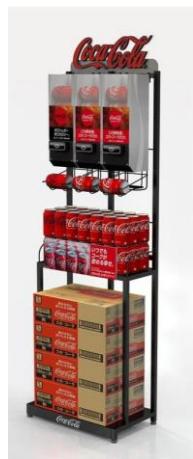
- コア製品の定番化に注力。炭酸、茶系を中心に店頭露出を拡大。
- カスタマー限定製品の展開。

### ROIに基づく最適な販促投資の実行

- リテールメディアと売場づくりの連動。
- 購買習慣化に向けた施策への投資。

### AI活用による提案力強化を推進

### カスタマーとの包括的連携の強化



## フードサービス

エリアごとの成長業態を見極めた効果的かつ  
効率的な活動により、飲用機会を創出し、  
ビジネス機会を拡大

### 業態・カスタマーに応じた営業活動を強化

- 飲用機会拡大に向け、カスタマーごとに、テーラーメイド型の提案を強化。
- 当社独自の価値提供により、成長業態との戦略的パートナーシップを拡大。

### 消費者ニーズを見極めた新たな飲用機会の創出

### 収益性重視で機材・品揃えを最適化

### 需要喚起に向けたデジタル活用



## 「Vision 2030」の達成を可能とする強固な事業基盤を構築

### サプライチェーン：「地産地消モデル」を通じたさらなる生産性向上

- ❖ 機能統合型物流センター(IDC)を関東エリアで新規に立ち上げ。製品在庫や物流拠点の集約を含めた物流ネットワークの再編を加速。
- ❖ 2025年末導入の供給計画の新たなプラットフォームを、S&OPプロセスの基盤として本格的に運用。AI活用により、プロセスのさらなる改善を図る。
- ❖ 埼玉工場の新たなアセプティック製造ラインの稼働に向け準備。関東エリアの製造能力を拡大。

### バックオフィス・IT：データドリブン経営に向けたシステム・データの統合

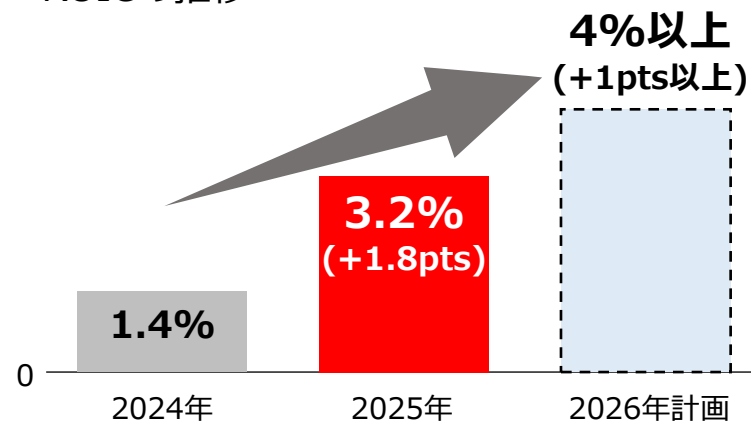
- ❖ テクノロジーを活用した業務プロセスの標準化や効率化をさらに推進。
- ❖ 迅速かつデータドリブンな経営判断を可能とすべく、各種ITシステムやデータを統合。
- ❖ 新基幹システムの導入(ERP更新)に向け準備。
- ❖ グローバルのコカ・コーラシステムにおけるDXのベストプラクティスへのアクセスを活用。

# 利益成長に加え、ROIC改善とキャッシュ創出に注力し、株主還元を拡充

## ROICの改善

- ▶ ビジネスユニットごとに、収益性向上と資本効率改善に取り組む。
- ▶ 設備投資は、投資領域を見極め、従来以上にROICを重視し、実行。
- ▶ 変革を通じたバランスシートの適正化を加速。

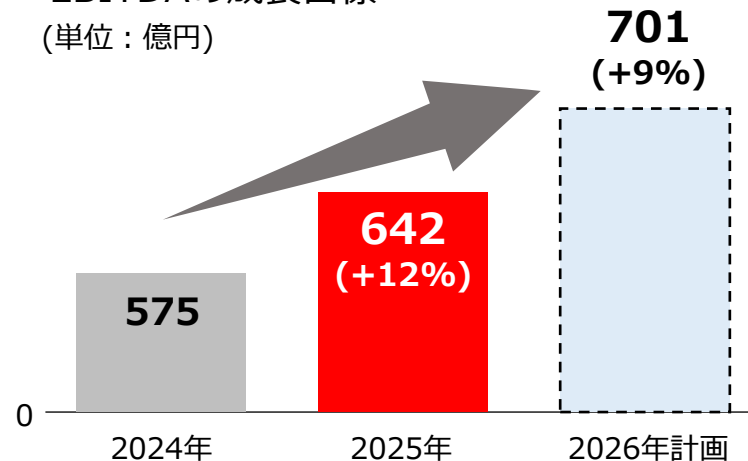
■ ROICの推移



## キャッシュ創出力の向上

- ▶ 株主還元拡充の原資となるキャッシュの創出力向上に注力。
- ▶ 株主還元拡充等による中長期的な資金需要を見据え、借入や社債の借り換えを検討。
- ▶ 創出したキャッシュは、成長投資と株主還元適切に配分。

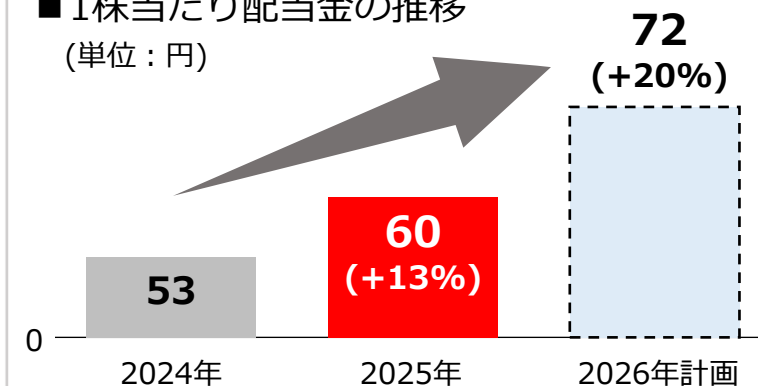
■ EBITDAの成長目標  
(単位：億円)



## 株主還元の拡充

- ▶ 2026年の配当金は、累進配当の方針に基づき、前年比20%増配。

■ 1株当たり配当金の推移  
(単位：円)



- ▶ 2年連続で実施の自己株式取得300億円分を10月までに完了予定。

2025年分  
300億円  
完了

2026年分  
300億円  
実施中

2027年分  
300億円  
相当以上

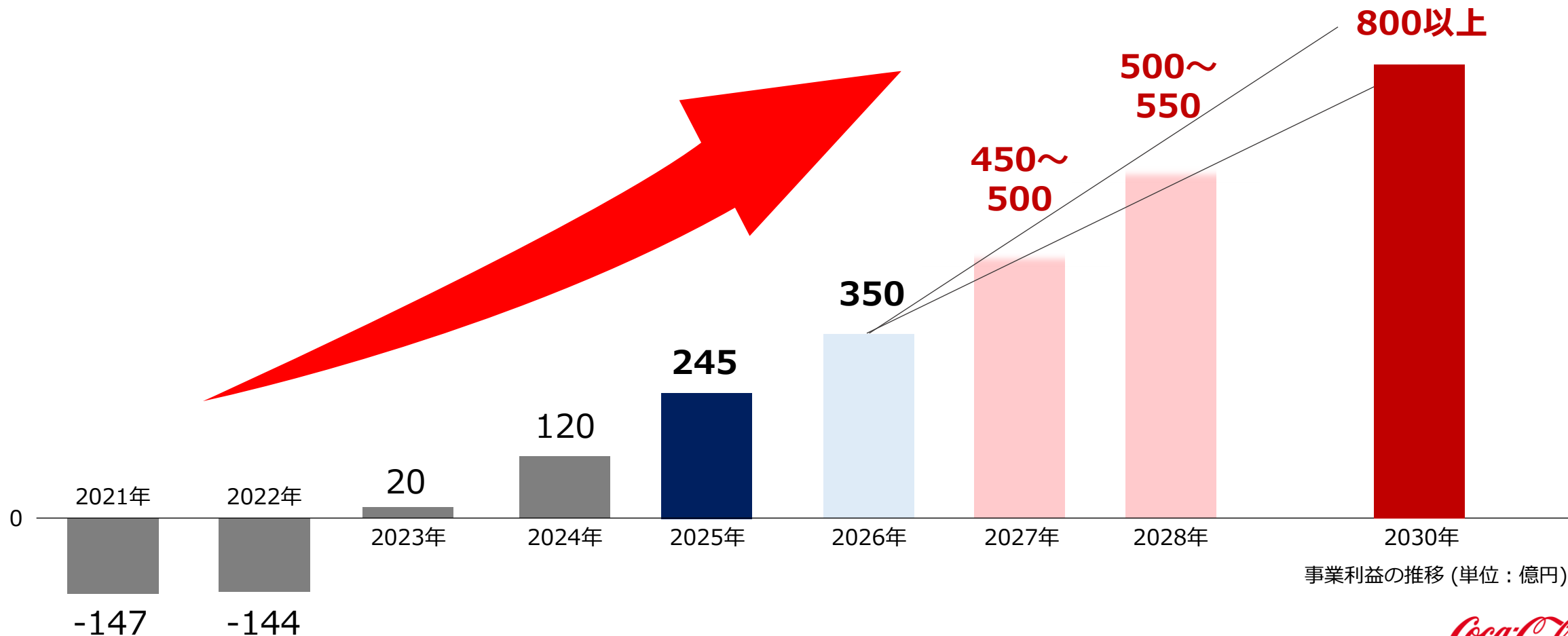
※ 取得期間：2025年分は2024年11月11日～2025年10月31日、2026年分は2025年11月1日～2026年10月31日、2027年分は詳細を検討中。

# 総括

これまで実現してきた業績の大幅改善は、次のステージに向けた大きな自信に。株主価値のさらなる増大を目指した「Vision 2030」を力強くスタート。

業績の大幅改善・基盤構築

Vision 2030 : 株主価値のさらなる増大





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

# 2025年 通期業績 (対計画)

単位：百万円

	2025年 通期 実績	修正計画比 増減 ※2	修正計画比 増減率	当初計画比 増減 ※3	当初計画比 増減率
売上収益	893,805	+5,905	+0.7%	-12,295	-1.4%
販売数量 (百万ケース)	501	+6	+1.3%	-3	-0.6%
うち、清涼飲料販売数量 (百万ケース)	496	+6	+1.3%	-2	-0.4%
売上原価	494,501	+4,101	+0.8%	+2,601	+0.5%
売上総利益	399,304	+1,804	+0.5%	-14,896	-3.6%
販管費	373,475	+775	+0.2%	-19,525	-5.0%
事業利益	24,525	+525	+2.2%	+4,525	+22.6%
営業利益 (△損失)	△72,385	-1,385	-	-90,385	-
親会社の所有者に帰属する当期利益 (△損失)	△50,763	-1,363	-	-61,763	-
EBITDA※1	64,181	+481	+0.8%	-1,719	-2.6%

※1 EBITDA=事業利益+減価償却費

※2 修正計画は2025年10月31日に公表の計画 ※3 当初計画は2025年2月13日に公表の計画

# 2025年 第4四半期 (10-12月) 業績 (対前年)

単位：百万円

	2025年 第4四半期 実績	2024年 第4四半期 実績	増減	前年比
売上収益	210,281	216,068	-5,787	-2.7%
販売数量 (百万ケース)	120	116	+4	+3.1%
うち、清涼飲料販売数量 (百万ケース)	119	115	+4	+3.3%
売上原価	116,934	117,142	-207	-0.2%
売上総利益	93,347	98,927	-5,580	-5.6%
販管費	92,260	100,999	-8,739	-8.7%
事業利益 (△損失)	66	△2,644	+2,711	-
営業利益 (△損失)	△2,324	△4,202	+1,878	-
親会社の所有者に帰属する当期利益 (△損失)	△2,029	△2,708	+679	-
EBITDA※	8,595	8,653	-58	-0.7%

※ EBITDA=事業利益+減価償却費

# 2025年 第4四半期 セグメント別業績 (対前年)

単位：百万円

	2025年 第4四半期 実績	2024年 第4四半期 実績	増減	前年比
販売数量 (百万ケース)	120	116	+4	+3.1%
うち、ベンディング事業	27	28	-2	-6.1%
うち、OTC事業※1	75	71	+4	+5.1%
うち、フードサービス事業	18	16	+2	+10.5%
売上収益				
ベンディング事業	94,185	100,237	-6,052	-6.0%
OTC事業	96,688	97,321	-633	-0.7%
フードサービス事業	12,023	11,129	+894	+8.0%
その他※2	7,385	7,381	+4	+0.1%
合計	210,281	216,068	-5,787	-2.7%
セグメント利益※3 (△損失)				
ベンディング事業	2,956	△66	+3,022	-
OTC事業	6,496	11,592	-5,095	-44.0%
フードサービス事業	2,432	1,922	+510	+26.5%
その他※4	△11,818	△16,092	+4,274	-
合計	66	△2,644	+2,711	-

※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。また、アルコール飲料を含んでおります。

※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。

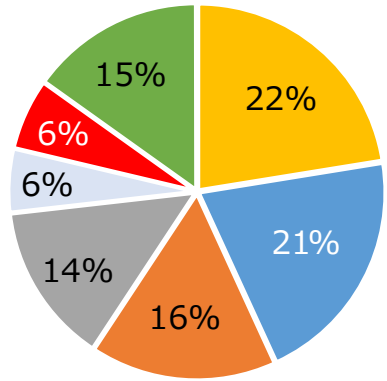
※3 セグメント利益の合計は、連結損益計算書の事業利益と一致しております。

※4 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。

# 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)

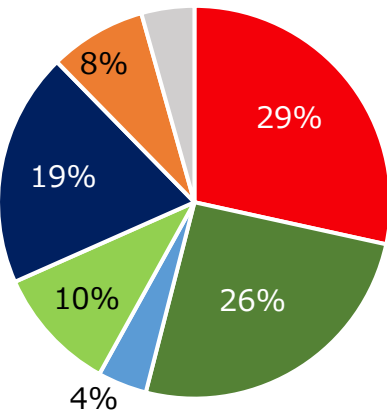
第4四半期(10-12月) 販売数量 : +3%

## チャンネル別



チャンネル	数量	ケース当たり納価(円)
ベンディング (VM)	-6%	+64
スーパーマーケット (SM)	+5%	+26
ドラッグストア・量販店 (D&D)	+11%	+10
コンビニエンスストア (CVS)	-3%	+67
リテール	+2%	+111
オンライン	+18%	-83
フードサービス (FS)	+11%	+19

## カテゴリー別

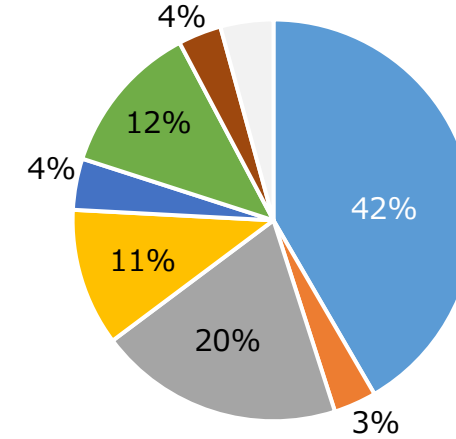


カテゴリー	数量
炭酸	+11%
茶系	+5%
スポーツ	-7%
水	-2%
コーヒー	-4%
果汁	+10%

(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。また、VMのケース当たり納価は、子会社等への卸販売分を除いて算出してあります。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。

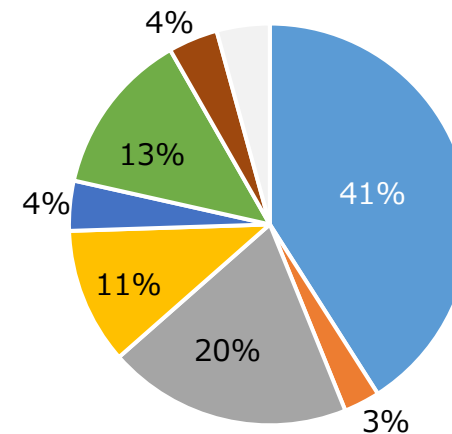
## パッケージ別

### 通期(1-12月)



パッケージ	数量
S-PET	前年並み
M-PET	+37%
L-PET	-7%
缶	+1%
ボトル缶	-11%
シロップ	+7%
パウダー	+3%

### 第4四半期(10-12月)



パッケージ	数量
S-PET	+3%
M-PET	+45%
L-PET	+7%
缶	-2%
ボトル缶	-18%
シロップ	+9%
パウダー	-2%

S-PET : 700ml以下 / L-PET : 1.5L以上

# 2025年 第4四半期 マーケティング活動の振り返り

## 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 第4四半期における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

- バイオマス資源として、茶かす・コーヒーかすを使ったクリーン電力※1および回収した高純度CO<sub>2</sub>を製造動力として活用を目指す実証実験を開始
- 製品寄贈エリア拡大として新たに「認定NPO法人フードバンク奈良」への支援開始
- 飲料業界「社会課題対応研究会」において、持続可能な社会の実現に向け、物流・容器包装の分野で新たに協働施策を検討開始

※1 風力、地熱、太陽光などの自然エネルギーによって発電された電力のことで、発電の際にCO<sub>2</sub>を発生させないもの。



### 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2025」にて飲料業界初4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5年連続受賞
- 育児とキャリア形成の両立を支援するため、育休から早期復帰(出産後6カ月以内の復職)した女性社員を対象とした新たな子育て支援施策※2を導入(2025年10月)
- 共働き・共育て支援のための配偶者・パートナー出産休暇「1日以上取得率」が100.6%、当社独自の基準として取得義務を5日に拡大した「5日以上取得率※3」が98.9%を達成
- 人材開発および自己啓発支援の強化により、研修および能力開発の社員1人当たり平均金額が前年比32%向上

※2 病児保育サービス、ベビーシッター利用、家事代行サービス、企業主導型保育園の利用支援など。

※3 2025年に育児休業を5日以上取得した男性社員数/2025年に子が生まれた男性社員として計算。



### 外部から の評価

- 「社会価値」「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2年連続で獲得
- CDP「水セキュリティ」の「Aリスト」に3年連続で選定
- EcoVadisサステナビリティ調査で「シルバー」評価を5年連続で獲得



## 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。