

2026年 第1四半期 決算説明会

2026年4月30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4月30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

2026年 第1四半期 決算説明会

2026年 第1四半期 業績

マーケティングアップデート

今後の見通し

本日のハイライト

- ❖ 第1四半期の事業利益は計画を上回る対前年38億円の増益。通期増益目標の3分の1以上を達成。 対前年+4%の力強い数量成長や金額シェアの成長、価格改定効果等による収益性改善が貢献。
- ❖ ベンディングはトップラインのトレンドが改善。「モンスターエナジー」の販売開始で、ベンディング事業の成長をさらに加速させる。
- ❖ 価格改定は着実に効果を創出。 3月から緑茶製品の価格改定を計画どおりに実施。 変革は基盤強化により、コスト削減に貢献。
- ❖ 中東情勢による影響の見通しは立っており、年内のコスト増への対応は可能。 好調な増益トレンドの加速や、追加のコスト削減策の実行に加え、さらなる価格改定を真剣に検討するなど、あらゆる策で、 通期の事業利益目標350億円を必達。

2026年 第1四半期 業績

第1四半期は計画を上回る形で増収増益を達成

単位：百万円

	2026年 Q1 実績	2025年 Q1 実績	増減	前年比
売上収益	196,521	189,760	+6,760	+3.6%
販売数量 (百万ケース)	108	104	+4	+4.0%
うち、清涼飲料販売数量 (百万ケース)	107	103	+4	+4.1%
売上原価	109,120	106,665	+2,455	+2.3%
売上総利益	87,400	83,095	+4,306	+5.2%
販管費	90,125	89,368	+758	+0.8%
事業利益 (△損失)	△2,678	△6,498	+3,820	-
営業利益 (△損失)	△240	△10,069	+9,828	-
親会社の所有者に帰属する当期利益 (△損失)	△922	△6,454	+5,532	-
EBITDA※	5,416	4,816	+599	+12.4%

※ EBITDA=事業利益+減価償却費

ベンディングの大幅増益が全体の利益成長をけん引

単位：百万円

	2026年 Q1 実績	2025年 Q1 実績	増減	前年比
販売数量 (百万ケース) ^{※1}	108	104	+4	+4.0%
うち、ベンディング事業	25	25	-0	-0.2%
うち、OTC事業 ^{※2}	67	64	+2	+3.8%
うち、フードサービス事業	16	15	+2	+12.0%
売上収益				
ベンディング事業	88,674	89,368	-694	-0.8%
OTC事業	90,224	84,737	+5,487	+6.5%
フードサービス事業	10,756	9,375	+1,381	+14.7%
その他 ^{※3}	6,866	6,280	+586	+9.3%
合計	196,521	189,760	+6,760	+3.6%
セグメント利益 ^{※4} (△損失)				
ベンディング事業	1,611	△2,955	+4,566	-
OTC事業	8,274	6,588	+1,686	+25.6%
フードサービス事業	942	1,064	-122	-11.5%
その他 ^{※5}	△13,504	△11,195	-2,309	-
合計	△2,678	△6,498	+3,820	-

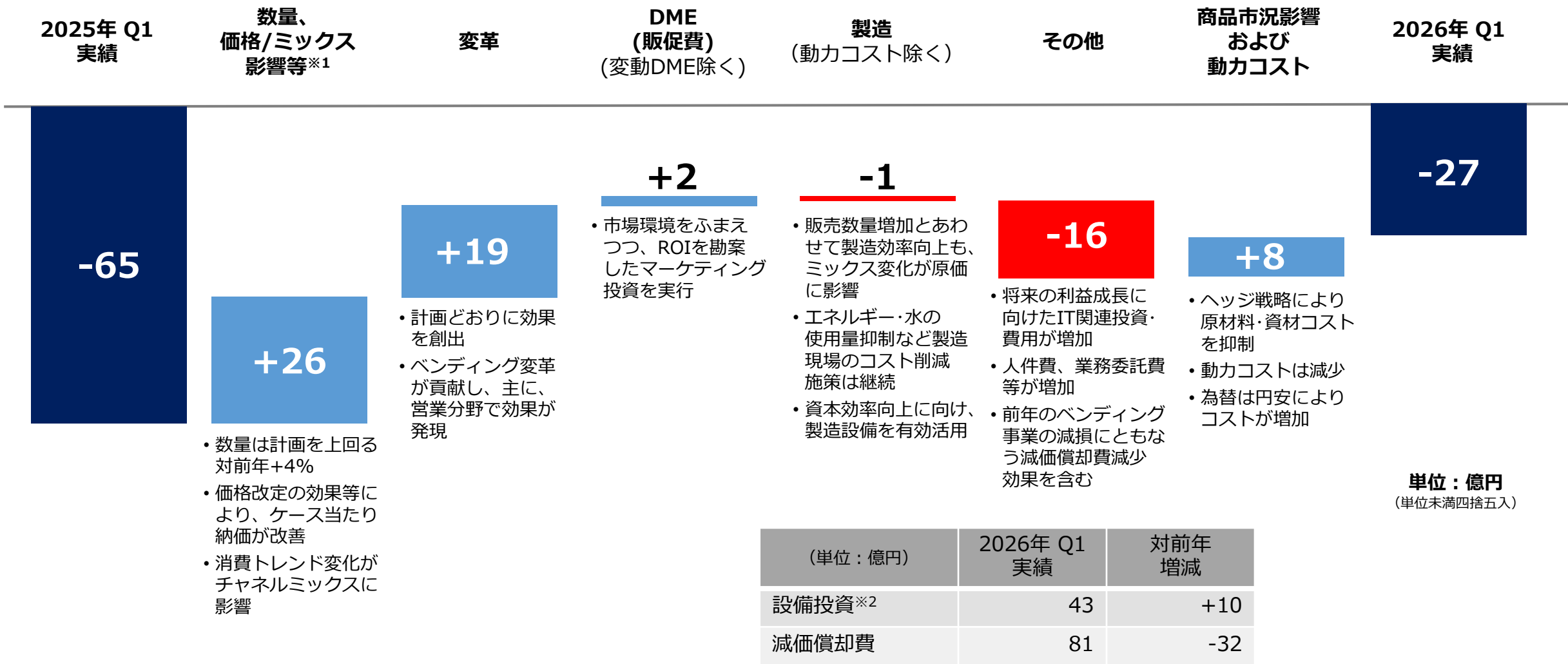
※1 販売数量は、コカ・コーラ社製品(一部例外を除く)を対象に集計しており、当社の子会社が販売する他社製品の数量等は含まれておりません。

※2 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。

※3 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。

※4 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。 ※5 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。

トップライン成長と変革をドライバーに対前年38億円の力強い増益



単位：億円
(単位未満四捨五入)

(単位：億円)	2026年 Q1 実績	対前年 増減
設備投資※2	43	+10
減価償却費	81	-32

※2 IFRS16が適用されるリース取引に係る投資額は上記の数値には含まれておりません。

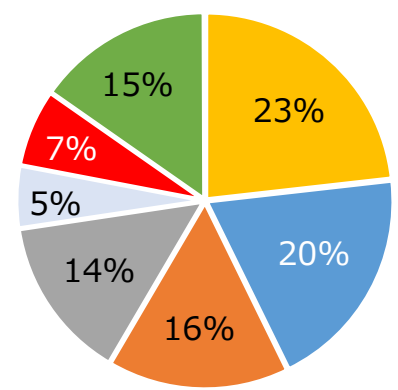
※1 営業活動にともなう限界利益の増減。変動費、IFRSによる売上控除等を含んでおります。

ケース当たり納価を改善させながら、市場成長を上回る数量成長を達成

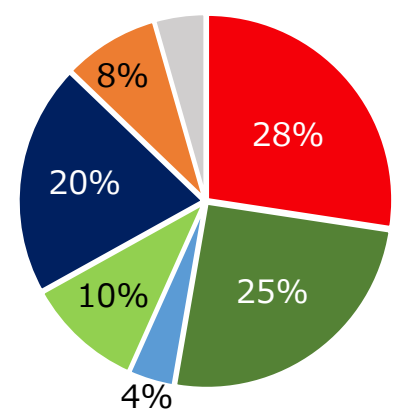
- 販売数量は、効果的な営業活動やコアカテゴリーの貢献等により、対前年4%増加の力強い成長を実現。ケース当たり納価は、一連の価格改定効果により改善傾向が継続。
- VMは、コア製品の貢献等により数量トレンドが改善。SM、D&Dは、キャンペーン等を活用した売場獲得活動が奏功、小型PETボトルも成長。CVSは、価格改定による水の減少が数量に影響も、ケース当たり納価は大きく改善。オンラインは、水の大型PET増加がケース当たり納価に影響も、数量は力強く2割成長。
- 炭酸は、「コカ・コーラ」が成長をけん引。茶系では、緑茶製品は価格改定により数量影響を受けるも、「やかんの麦茶」や「紅茶花伝」等が貢献。スポーツ・コーヒーは、価格改定が影響。

販売数量 : +4%

チャンネル	数量	ケース当たり納価(円)
ベンディング (VM)	前年並み	+39
スーパーマーケット (SM)	+1%	+32
ドラッグストア・量販店 (D&D)	+7%	+24
コンビニエンスストア (CVS)	-2%	+88
リテール	+6%	+101
オンライン	+20%	-70
フードサービス (FS)	+12%	+23



カテゴリー	数量
炭酸	+10%
茶系	+6%
スポーツ	-8%
水	-1%
コーヒー	-1%
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。

収益性重視の営業活動により、バランスのとれたシェア成長を実現

- ↑ チャンネルトータルの金額シェアは前年比1ポイント以上の大幅プラスを達成。販売数量が力強く成長し、数量シェアが前年比プラスとなったことが、金額シェア成長をけん引。
- ↑ ベンディングでは、数量シェアの成長が金額シェアを押し上げた。アソートメントシステムを活用した品揃えの最適化や、Coke ON®を通じたプロモーション実施が奏功。手売りチャンネルでは、価格改定を実施するなか、売場拡大やきめ細かい営業活動により競争力を向上させ、バランスのとれたシェア成長を実現、金額シェアは前年から好転し、プラス成長となった。
- ↑ 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は前年比プラス。大型PETはチャンネル・パッケージミックスの影響を受けるも、上昇した水準を維持。

市場シェア (1-3月、対前年、ポイント)	金額	数量
トータル	+1.1	+1.1
うち、ベンディング	+0.5	+1.6
うち、手売りチャンネル(OTC)	+0.3	+0.4

出典：日本コカ・コーラ調べ(全国)

店頭小売価格 (1-3月、円/本)	業界平均比	前年比
小型PET	+8.4	+2.1
大型PET	+36.2	前年並み

出典：インテージSRI+ 清涼飲料水市場 小型PET製品(351~700ml)および大型PET製品(1.251L~)
 当社販売エリア 2026年1月~3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

計画を上回る対前年4%の数量成長と収益性改善により、利益成長を実現

競争力向上により市場を上回る数量成長を達成

- 炭酸・茶系等のコアカテゴリー製品が全体の数量成長をけん引。飲用機会を訴求したマーケティング活動等が奏功。
- ワールドカップ等の「コカ・コーラ」ならではのアセットの最大活用や、カスタマー専用商材の展開等が売場拡大に貢献。
- ベンディングは、Coke ON®の活用や自動販売機の品揃え見直しといった成長戦略が奏功し、既存機の数量トレンドが改善。数量は前年並みとなり、金額シェアは上昇。
- 外食での体験価値向上につながる「パーフェクトサーブ」を活用した提案強化。



収益性改善の取り組みが順調に進捗

- 緑茶製品の価格改定を3月に計画どおり実行。一連の価格改定効果の最大化に向け、数量減少影響の抑制にも注力。ケース当たり納価は改善傾向が継続。
- リベートや販促費の適正化は計画どおりに進捗。市場環境にあわせて柔軟かつ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た製品・パッケージ展開を実施するなど、ミックス改善に注力。
- ビジネスユニットごとに業績管理を徹底。データに基づく収益性重視の営業活動により、アカウントごとのコストを最適化。

2026年3月 緑茶製品 価格改定

対象製品	改定率
約10% (販売数量全体に占める割合)	+6.3~12.1% (メーカー希望小売価格)



マーケティングアップデート

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

コーク & カラアゲ +
コークFIFAワールドカップ 第1弾



ジョージア新キャンペーン 第1弾



綾鷹 & おにぎり + 新キャンペーン



新製品

ミニッツメイド ゼロシュガー
レモネード & ピーチレモネード



紅茶花伝 新フルーツティーシリーズ
ピーチティー & アップルティー



🍷 紅茶花伝 厳選しぼりのピーチティー 🍷 紅茶花伝 厳選しぼりのアップルティー

体験型マーケティング

コークオン 10周年記念企画



コーク FIFAワールドカップ
トロフィーツアー
& チケットプロモーション



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

コークFIFAワールドカップ 第2弾



ファンタ コアリニューアル



新製品

アクエリアス ザ・ゼロ



綾鷹 新製品



体験型マーケティング

コークオン FIFAワールドカッププロモーション



外食市場への体験価値提案施策 “コカ・コーラFoodmarks”



今後の見通し

好トレンド継続と追加施策により、通期の事業利益350億円は必達

Q2以降の
取り組み
および
進捗状況

第1四半期の好トレンドを継続し、利益の最大化に向けた活動を徹底

- 4月の数量は、ケース当たり納価を改善させつつ対前年+2%以上※の力強い成長を継続。
- 想定されるコスト増加に対応すべく、追加のコスト削減策をすでに実行中。
- さらなる価格改定を真剣に検討するとともに、自動販売機での「モンスターエナジー」の取り扱いを開始。
- 今年の利益目標の確実な達成と中長期の利益成長に向け準備を進める。

中東情勢による今年の追加のコスト増加影響は限定的

- ヘッジ戦略により短期的な見通しは立っており、上期業績への影響はほぼない。通期では追加的なコスト増加は約20~40億円程度の見込みも、事業全体で吸収し、通期の事業利益計画に変更はない。
- グローバルのコカ・コーラシステムとの連携により、スケールメリットを活かした競争力のある調達を実施し、コスト増加の抑制と安定的な資材調達を目指す。

**基盤となる業績の好トレンドとこれまで構築してきた
レジリエントなビジネス基盤が計画達成に向けた強い自信に**

エナジードリンク強化により、ベンディング事業の増益をさらに加速

最需要期である今夏より、日本No.1※¹のエナジードリンクブランド「モンスターエナジー」を、当社の業界最大規模の自動販売機ネットワークで取り扱い開始

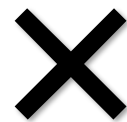
カテゴリー市場規模※²：1,800億円以上

市場シェア：日本No.1

エナジードリンクの
リーディングブランド



モンスターエナジー



業界最大規模の
自動販売機ネットワーク



コカ・コーラ
ボトラーズジャパン

- ↑ アサヒ飲料およびモンスターエナジー
ジャパンとの合意により、それぞれの強み
である製品のカテゴリーリーダーシップと、
比類なき自動販売機ネットワークを活用し、
早期の売上成長と収益性向上を図る
- ↑ 「Vision 2030」に基づき、当社の営業
体制全体における資生産産性と、資本効率
の向上を実現
- ↑ 355ml缶を230円※³でベンディングチャネ
ルで大規模に展開しピーク需要を取り込み

※1 飲料総研推計 エナジードリンク市場 2025年1月～12月メーカー販売箱数(日本国内)

※2 出典：全国清涼飲料連合会「清涼飲料水関係統計資料」(2025年 日本国内における「栄養ドリンク炭酸飲料」の販売金額)

※3 メーカー希望小売価格(税込み)

- ❖ 第1四半期の事業利益は、計画を上回り、通期の増益目標の3分の1以上を達成。販売数量、金額シェア、ケース当たり納価、事業利益のすべてが力強く成長。
- ❖ 事業成長によるオーガニックな利益成長により、「Vision 2030」の重要な初年度に、好調なスタートダッシュを実現。
- ❖ 第2四半期以降、基盤となる業績のトレンド加速と追加施策により、中東情勢の影響を吸収し、通期の事業利益目標350億円を必達。
- ❖ さらなる価格改定の検討や、自動販売機での「モンスターエナジー」の販売開始は、今年のみならず、中長期的な利益成長にもつながる重要な施策。

**短期的・中長期的な目標値に変更はなく、
「Vision 2030」の達成に向け、増益トレンドを加速**



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/>

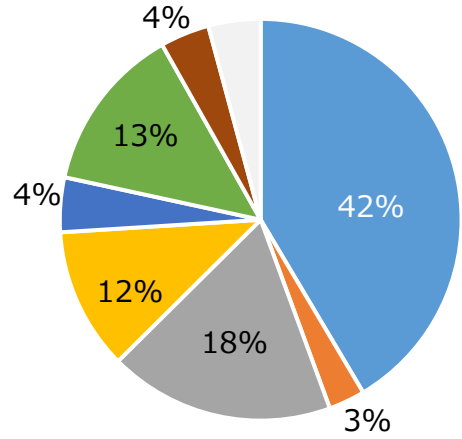
Happy moments
from the bottle.
We bottle happy moments.

Coca-Cola
BOTTLERS JAPAN HOLDINGS INC.

参考資料

清涼飲料パッケージ別販売数量 (対前年)

第1四半期 (1-3月)



パッケージ	数量
S-PET	+6%
M-PET	+25%
L-PET	+3%
缶	+2%
ボトル缶	-22%
シロップ	+12%
パウダー	+4%

S-PET : 700ml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。

第1四半期におけるESGの取り組み

各種主要取り組み

<p>全般</p>	<p>↑ 非財務目標「CSV Goals」を更新：2035年の長期目標を設定</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 「ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン(DE&I)」「地域社会発展への貢献」「コーポレート・ガバナンス」などで、新たな目標を追加 	<p>CSV Goals</p>
<p>環境・地域社会への取り組み</p>	<p>↑ CSV Goals「水資源の保全」では、水使用量削減率の既存目標を強化</p> <p>↑ 当社7工場・9つの製造ラインの缶充填前の洗浄工程において、「水リンス」から「エアリンス」への切替えを実施。年間約2万トンの水使用量の削減に貢献</p> <p>↑ コカ・コーラ「森に学ぼう」プロジェクト20周年。新たに公式ウェブサイトを公開</p> <p>↑ ファミリーマートと連携、回収したPETボトルキャップをリサイクルしたうちわ制作の取り組みを開始</p>	
<p>人的資本の強化/DE&Iの推進</p>	<p>↑ 性別を問わず自発的に女性活躍推進に取り組む、組織横断型の従業員ネットワーク「Palette Linkle(パレットリンクル)」を発足</p> <p>↑ 「国際女性デー」にあわせてジェンダー平等推進に関する複数のイベントを開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Palette Linkleメンバー主導で初の社内イベントを開催。「女性活躍とは何か」をテーマに、参加者の経験や課題認識に基づいてパネルディスカッションおよびグループワークを実施 ▶ ファミリーマートとともに、企業の枠を超えて「誰もが能力を発揮し続けられる環境づくり」を考えるオンラインセミナーを実施 	

価値創出





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。