

Section

03

GROWTH STRATEGIES

「Vision 2030」達成に向けた戦略

- 27 営業戦略
 - 28 ベンディング(自動販売機)
 - 29 OTC(手売り)
 - 30 フードサービス
 - 31 業界トレンドと当社の取り組み
 - 32 カテゴリー戦略
 - 33 特集「コカ・コーラ」ブランドの販売戦略と営業施策
 - 35 信頼ある商業活動
- 36 サプライチェーン戦略
 - 38 製品の質・安全性の担保
- 39 調達戦略
- 40 人権尊重
- 41 バックオフィス・IT分野の取り組み
- 42 人事戦略
 - 43 人材の採用と育成
 - 44 ウェルビーイングの推進
 - 45 ダイバーシティ・エイティティ&インクルージョンの推進
- 46 自然環境
 - 46 循環型社会の実現に向けたバリューチェーン全体の取り組み
 - 47 温室効果ガス(GHG)排出量を、2050年までに実質ゼロへ
 - 48 持続可能な水資源の保全
 - 50 特集 森と水から、未来を育てる
 - 51 生物多様性保全の取り組み
 - 52 気候変動(TCFD)・自然資本(TNFD)への対応
- 54 地域社会
 - 54 製品を通じたライフスタイルサポート
 - 55 ビジネスを通じた地域社会発展への貢献



統合報告書 2026

01 MISSION AND PATH FORWARD
ミッションの実現と輝く未来に向けて

02 VALUE CREATION
強みを起点に、持続的な成長へ

03 GROWTH STRATEGIES
「Vision 2030」達成に向けた戦略

営業戦略

サプライチェーン戦略

調達戦略

人権尊重

バックオフィス・IT分野の取り組み

人事戦略

自然環境

地域社会

04 CORPORATE GOVERNANCE
持続可能な価値創造を実現する経営基盤

05 DATA SECTION
データセクション

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の向上を目指す



統合報告書 2026



コカ・コーラ ボトラーズジャパン株式会社
執行役員 リテールカンパニー プレジデント

**アレハンドロ・ゴンザレス・
ゴンザレス**



コカ・コーラ ボトラーズジャパン株式会社
代表取締役副社長 フードサービスカンパニー プレジデント
最高経営戦略責任者 兼 経営戦略本部長

荷堂 真紀

ビジネスユニットの特性に合わせた変革を実行し、収益性向上を実現

2025年は、ベンディング・OTC^{*1}・フードサービスのビジネスユニットを軸に営業体制を進化させ、厳しい市場環境下においても収益性の向上を実現した1年でした。各ビジネスユニットにおいて、コアカテゴリーの強化や売場の拡大、効果的なマーケティング活動を推進するとともに、収益性改善に向けた重要施策として、5月と10月の2回にわたり製品の価格改定を実施しました。これらの取り組みにより、販売数量は、価格改定によるマイナス影響があるなか、効果的な営業活動によって、市場全体の伸長率を大きく上回りました。また、ケース当たり納価は全チャンネルで改善しました。

チャンネル別では、ベンディングにおいて、価格改定により販売数量は減少したものの、ケース当たり納価の大幅改善を実現しました。また、自動販売機のオペレーションルートの見直しや稼働率の改善、価格設定や品揃えの最適化など、データを活用した変革の取り組みを推進するとともに、高収益ロケーションへの新規設置活動を実施しました。

また、スーパーマーケット、ドラッグストア・量販店では、新製品の効果的な展開や、デジタルを活用した新しい切り口のマーケティングを実施するなど、お客さま・お得意さまのニーズに応える売場を展開することで、販売を強化しました。コンビニエンスストアにおいては、価格改定の影響を受けるなど厳しい環境が継続していますが、キーカスタマーとの連携や利益成長を重視した戦略を推進しました。オンラインでは、ラベルレス製品などの品揃え強化や定期購入利用者向けの施策などが数量成長に貢献しました。

フードサービスでは、多様化する外食需要やお客さまのニーズを捉えた共創型の提案や新規取引獲得に向けた施策などが奏功し、数量、利益の両面で成長を実現しました。

チャンネル戦略の深化と収益基盤の強化

2026年は、さらなる収益性改善に向けて、「ポートフォリオエッジの強化」「収益性重視の営業活動の徹底」「カスタマーとの関係性強化」「ビジネスユニットごとの事業運営」の4つの柱を軸に、営業戦略を推進していきます。「ポートフォリオエッジの強化」では、主力ブランドの競争力を高めるとともに、健康・ウェルネス領域や新たな価値提案を強化し、飲用シーン全体の拡大を図ります。「収益性重視の営業活動の徹底」では、出荷価格維持・改善を継続し、ROIに基づく販促投資の最適化を徹底します。そして、利益を確実に積み上げる営業プロセスへと進化させます。「カスタマーとの関係性強化」では、お得意さまの特性・課題に合わせた共創型の提案を強化し、売場づくりやポートフォリオ最適化を通じて、長期的なパートナーシップを築いていきます。「ビジネスユニットごとの事業運営」では、特にベンディングにおいて、データ活用的高度化により、価格設定や品揃えの精度向上を図るとともに、高収益ロケーションへの自動販売機の設置強化や稼働率改善により、利益創出力を強化します。中期経営計画「Vision 2030」の初年度となる2026年は、これまで築いてきた収益基盤をさらに進化させ、確実な利益成長を実現していきます。

セグメント別業績

(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	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	893,805	892,681	+1,124	+0.1%
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%
セグメント利益^{*3}(△損失)	24,525	12,046	+12,480	+103.6%
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	—

※1 OTC (Over The Counter) : 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、オンラインなどの手売りチャンネルにおける事業。アルコール飲料を含む

※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る

※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 ※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る

01 MISSION AND PATH FORWARD
ミッションの実現と輝く未来に向けて

02 VALUE CREATION
強みを起点に、持続的な成長へ

03 GROWTH STRATEGIES
「Vision 2030」達成に向けた戦略

▶ 営業戦略

サプライチェーン戦略

調達戦略

人権尊重

バックオフィス・IT分野の取り組み

人事戦略

自然環境

地域社会

04 CORPORATE GOVERNANCE
持続可能な価値創造を実現する経営基盤

05 DATA SECTION
データセクション



ベンディング (自動販売機)

国内最大のシェア基盤を活かし、 収益性向上を目指す

ベンディング(自動販売機)事業は、約65万台の自動販売機ネットワークを基盤に、消費者へダイレクトに製品をお届けする強力な直販リテール機能を担っています。

業界最大規模のネットワークから得られる購買行動を含むビッグデータを活用し、設置場所や利用シーンに応じた品揃えの最適化を実行しており、新製品や自動販売機専用製品などを効果的に活用することで、魅力度の高い売場を展開しています。さらに、コカ・コーラ公式アプリ「Coke ON®」*1を活用したデジタルプロモーションにより、購入体験の向上とリテンション*2強化を推進しています。加えて、データを活用した営業活動の高度化や、自動販売機のオンライン化を通じた在庫管理による訪問頻度最適化など、売上成長とオペレーション効率向上を同時に実現し、持続的な成長と収益性向上を目指しています。

*1 The Coca-Cola Companyの登録商標
*2 既存顧客との関係を維持していくためのマーケティング活動



中期経営計画「Vision 2030」

利益基盤を再構築し、「小売業」のマインドセットでビジネスを運営

データやテクノロジーを活用した変革により、
収益性と競争力を向上

- ビッグデータや自動販売機から得られる消費者データ、テクノロジー基盤を最大活用し、あらゆる活動においてデータに基づき意思決定することにより、施策の効果を最大化
- 「Coke ON®」アプリを活用したデジタルマーケティングの拡大
- 自動販売機ごとの収益性分析に基づき、設置場所の最適化や販促費などの固定費削減を実行

資本効率を向上させ、資本配分を適正化

- 将来の最適な資本配分の実現に向け、固定資産を再評価しノンキャッシュの減損損失を計上。事業運営上の影響はなく、利益基盤再構築に向け加速
- テクノロジー基盤への投資はROIを勘案して実施
- 自動販売機のライフサイクルコストの最適化、資産の有効活用の徹底
- パートナーシップに基づく協業を加速させ、事業全体で競争力向上・効率化を推進

2025年の取り組み

市場環境の変化をふまえた収益構造の再構築

2025年は、消費行動の変化や他チャネルへのシフトにより厳しい市場環境が継続しました。このような環境のなか、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の実現を目指し、AIを活用したアソートメントシステムを刷新しました。品揃えの最適化により、自動販売機への訪問頻度や製品の補充率、在庫管理の精度が改善したことが、オペレーション効率の向上につながりました。さらに、低収益の自動販売機について、より利益の見込めるロケーションへの再設置や取引条件の適正化などの施策を着実に実行することで、収益性改善に努めました。



2026年の戦略

自動販売機がお客さまにとって 価値ある存在であり続けるために

2026年は、2025年に構築した効率的な収益基盤をベースに、利益拡大を図る戦略を推進します。高収益ロケーションへの自動販売機設置を継続するとともに、約65万台の自動販売機から得られるデータを活用し、データドリブンによる個機単位での最適な価格戦略および品揃えの精緻化を推進します。さらに、本年度10周年を迎え7,000万*3ダウンロードを超えた「Coke ON®」アプリを活用した消費者体験の強化を組み合わせることで、お客さまに自動販売機の価値を改めて実感いただく取り組みを加速させます。また、デジタル基盤を活用し、オペレーションの効率化や新規ロケーションの開拓力強化を図り、成長と効率性を同時に追求する体制を強化します。



*3 2025年12月末時点



統合報告書 2026

01 MISSION AND PATH FORWARD ミッションの実現と輝く未来に向けて

02 VALUE CREATION 強みを起点に、持続的な成長へ

03 GROWTH STRATEGIES 「Vision 2030」達成に向けた戦略

▶ 営業戦略

サプライチェーン戦略

調達戦略

人権尊重

バックオフィス・IT分野の取り組み

人事戦略

自然環境

地域社会

04 CORPORATE GOVERNANCE 持続可能な価値創造を実現する経営基盤

05 DATA SECTION データセクション

OTC (手売り)

チャンネル・カテゴリ横断で、販売数量・売上収益を支えるビジネスユニット

OTC事業は、小売店(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)やオンラインなどの販売チャンネルから構成され、当社の販売数量の過半数および売上収益のおよそ半分を占めるビジネスユニットです。消費者ニーズに合わせた多様な製品・パッケージを展開する小売店では、季節や行事、飲用シーンに応じたプロモーションや売場づくりを実施しています。さらに、リテールメディア*を活用した販促活動を実施するなど、より多くのお客さまに当社製品を楽しんでいただけるよう、お得意さまと協働しています。オンラインでは、近年のネット通販における飲料需要の高まりを背景に、ラベルレス製品などの品揃えの拡充を進めています。今後も、最適な購買体験の提供を通じて、製品・サービスの提供価値を高めていきます。

*小売事業者が保有する購買データや売場、アプリなどの接点を活用し、商品情報の発信や販促を行う仕組み



中期経営計画「Vision 2030」

成長機会を見極めたトップライン成長戦略の実行により、売上・利益の成長を牽引

- 人口の多い都市部において、消費者のトレンドをデータ的確に捉え、ターゲットを絞ったROI重視のマーケティング活動を実施することにより、力強いトップライン成長を図る
- これまでの価格改定などから得た学びを活用し、価格戦略とカテゴリ・パッケージ戦略を組み合わせることにより、価格戦略を進化
- コアブランドとコアカテゴリの成長に向けた投資をデジタルツールを活用して実施
- 成長著しいECチャンネルでの販売強化

2025年の取り組み

「数量維持×ケース当たり納価改善」で収益性向上に寄与

2025年は、価格改定の影響があるなかでも、炭酸・茶系などコアカテゴリが成長を牽引し、売上収益が拡大しました。チャンネル別では、スーパーマーケットとドラッグストア・量販店において、定番売場における製品の取り扱い強化や催事売場の獲得を図るとともに、販促活動を強化したことにより、収益性改善を実現しました。コンビニエンスストアでは、厳しい競争環境のなか、定番製品において、ROIに基づく販促活動を強化するとともに、限定製品の販売や店舗特性に応じた施策実施などにより、需要の取り込みを図りました。オンラインでは、品揃えの拡充や定期購入者増加により、販売数量の伸長傾向が続いています。ビジネスユニット全体では、数量維持とケース当たり納価の改善を両立し、収益性向上に寄与しました。

2026年の戦略

収益性を重視した営業活動を徹底

2026年は、3月に緑茶製品の価格改定を実施するなど、収益性重視の営業活動をさらに強化していきます。また、ROIに基づくコア製品への集中投資により、製品ポートフォリオの質を高めるとともに、デジタルを活用し、営業活動の効率化も進めます。チャンネル別では、スーパーマーケットとドラッグストア・量販店においては、定番売場での品揃えを強化するとともに、「FIFA ワールドカップ 26」を活用した販促を実施し、安定的な売上とシェアの成長を実現していきます。コンビニエンスストアでは、ニーズに応じた限定製品や小容量パッケージ製品の展開を進め、リテールメディアなどデジタル販促も強化します。オンラインでは、主要カスタマーとの販促や物流などの協働を通じ、品揃えの拡充や定期購入者の拡大を進め、利便性の向上と継続利用を促進します。こうした取り組みにより、チャンネル横断で顧客価値の向上と収益性のさらなる改善につなげていきます。



統合報告書 2026

01 MISSION AND PATH FORWARD
 ミッションの実現と輝く未来に向けて

02 VALUE CREATION
 強みを起点に、持続的な成長へ

03 GROWTH STRATEGIES
 「Vision 2030」達成に向けた戦略

▶ 営業戦略

サプライチェーン戦略

調達戦略

人権尊重

バックオフィス・IT分野の取り組み

人事戦略

自然環境

地域社会

04 CORPORATE GOVERNANCE
 持続可能な価値創造を実現する経営基盤

05 DATA SECTION
 データセクション



フードサービス

お客様と協働で さらなる飲用機会を創出

フードサービス事業は、飲食店、ホテル、レジャー施設などのお客様への製品提供を通じて、お客様に多様な飲用機会を提供しているビジネスユニットです。

お客様と協働し、お客様の飲用シーンに合わせた最適な製品・サービスを提供することで飲用機会を拡大し、持続的な成長とともに実現するご提案など、当社ならではの戦略的な価値提供を行っています。

また、お客様の視点から考えることで、多様化するお客様のニーズや市場環境の変化を的確かつ迅速に捉え、新たなビジネス機会の創出に向けて積極的に活動しています。その結果、ビジネスユニットへの事業体制に変更以降、外食市場の成長を上回る売上収益の成長を達成しています。



中期経営計画「Vision 2030」

飲用機会の拡大に向けたお客様への提案力強化により、 ビジネス機会を拡大

- フードサービスチャネルでの当社の高いプレゼンスとコカ・コーラシステムの強みを活かし、お客様との戦略的パートナーシップを拡大
- 収益性・資本効率向上に向け、機材投資の適正化や取引条件の見直しを推進
- 成長が見込まれる新業態への効率的かつ効果的なアプローチを通じて新たな需要を獲得
- 組織力・ケイパビリティ向上とテクノロジー活用により、提案力を強化

2025年の取り組み

付加価値を提案し 売上収益・利益・販売数量の成長を実現

2025年は、新たな飲用機会の獲得に向けた取り組みや、当社ならではの付加価値提案を推進することで、売上収益および利益の成長を実現しました。具体的には、お客様との共同プロモーションの実施など、ともに成長できる機会を創出する取り組みを積極的に提案しました。また、インバウンド需要の拡大やサステナビリティ志向の高まりといった多様なニーズと市場環境の変化をいち早く捉えることで、よりの確な価値提案をタイムリーに実施することができました。さらに、多様化するお客様のニーズに合わせ、季節に応じたオリジナルドリンクの提案や、アルコール飲料とノンアルコール飲料を交互に楽しむ「ゼブラ飲み」スタイルを訴求した提案など新たな飲用シーンや飲用習慣を創るための施策を通じて、ビジネスの持続的な成長を図りました。これらの活動が功を奏し、2025年は全社の販売数量が前年並みとなるなか、前年比8.6%増の数量成長を実現しました。



2026年の戦略

地域密着の営業基盤とグローバルネットワーク を活用し、持続的成長へ

2026年は、徹底したお客様視点での価値提案を軸に、これまでの取り組みをさらに強化し、飲用シーンの創造と持続的な成長を目指します。当社の強みである地域に根差した営業活動を基盤に、コカ・コーラシステムの強みを活かしながら、グローバルなお得意さまの獲得を進めるとともに、海外ポトラー社との連携を通じて得られる知見やインサイトの活用を積極的に進めていきます。また、お客様との協働の深化や各エリア・業態ニーズに応じた戦略立案・市場実行を強化していきます。

さらに、新たな業態へのアプローチや異業種企業との協働など、中長期視点での取り組みにも積極的に挑戦するとともに、AIによるデータを活用した営業活動を推進し、効果的かつ効率的な提案を実現することで、持続的成長に向けた基盤の構築を進めていきます。



統合報告書 2026

01 MISSION AND PATH FORWARD
ミッションの実現と輝く未来に向けて

02 VALUE CREATION
強みを起点に、持続的な成長へ

03 GROWTH STRATEGIES
「Vision 2030」達成に向けた戦略

▶ 営業戦略

サプライチェーン戦略

調達戦略

人権尊重

バックオフィス・IT分野の取り組み

人事戦略

自然環境

地域社会

04 CORPORATE GOVERNANCE
持続可能な価値創造を実現する経営基盤

05 DATA SECTION
データセクション

業界トレンドと当社の取り組み

当社は、お客さまのニーズや飲用機会に応じた製品（ブランド・パッケージ）を提供することにより、価値を創造するとともに、販売拡大や収益性向上を通じて、持続的な成長を図っています。

健康志向の高まりを捉えた無糖・フレーバーティー市場拡大戦略

日本の清涼飲料市場では、健康志向の高まりなどを背景に、無糖飲料の伸長が顕著です。特に、無糖茶や無糖紅茶カテゴリーは成長が続き、フレーバーティーの提案も活発化しています。こうした市場環境のなか、コカ・コーラシステムは「綾鷹カフェ グリーンティーレモネード」による新たな価値提案や、「紅茶花伝 無糖 アールグレイアイスティー」の発売を通じ、拡大する無糖・フレーバーティーニーズに対応しました。さらに「紅茶花伝 ロイヤルミルクティー」のリニューアルや「紅茶花伝 クラフティー グレープミックスティー」の再発売により、既存ブランドの強化も進め、多様化する嗜好に応えたラインナップを展開しています。

デジタル販促強化による価値創出

日本の小売業界では、「リテールメディア」が急速に拡大し、小売・メーカー双方にとって重要性が高まっています。当社においても、小売店が展開するデジタルアプリを活用した販促や、店内で展開される食材とコカ・コーラ社製品との親和性をサイネージで消費者に直接訴求する施策などを通じて、リテールメディアの活用を進めており、飲用習慣の創出に貢献しています。

また、直接お客さまとつながるオウンドメディア*でありながら、メディアと売場（自動販売機）をつなぐリテールメディアの特徴も持つと言えるコカ・コーラ公式アプリ「Coke ON®」は、2026年で10周年を迎え、累計ダウンロード数は7,000万を突破しました。今後も「Coke ON®」を活用し、ユーザーの利用状況などに応じた効果的なキャンペーンなどを実施することで、データを活用した販促価値最大化を進めながら、最適な製品体験の提供を目指します。

原材料などの高騰にもなう価格改定対応

原材料・資材・エネルギー価格の高騰や為替相場による影響が長期化しています。こうした環境下で当社は、収益性重視の方針のもと、2025年5月に果汁製品、2025年10月に主要カテゴリー製品の価格改定を実施しました。価格改定後は出荷価格の維持に注力しながら、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し収益性改善に貢献しました。

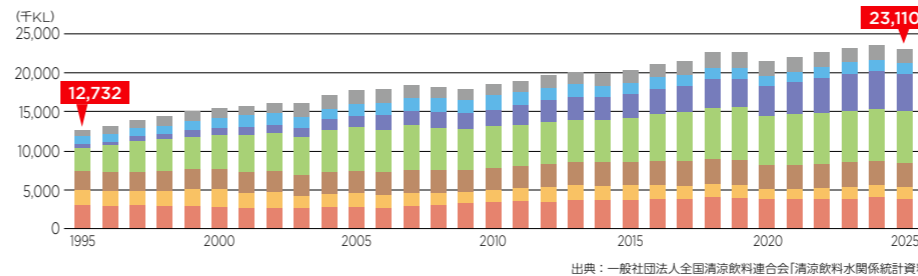
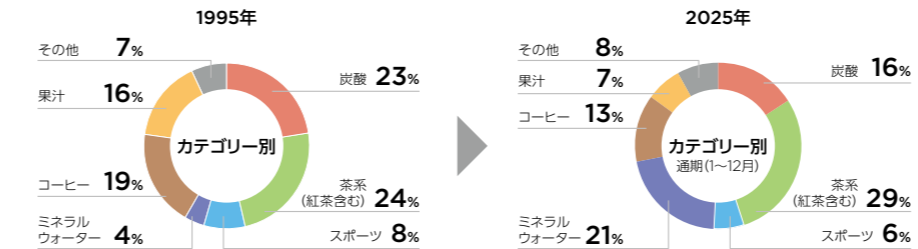
また、世界的な茶葉需要の急増を背景に、原料の茶葉価格が高騰するなど、業界全体でコスト上昇が深刻化しています。こうした状況をふまえ、当社は2026年3月に緑茶製品の価格改定を実施しました。

*企業が自社で保有するメディア

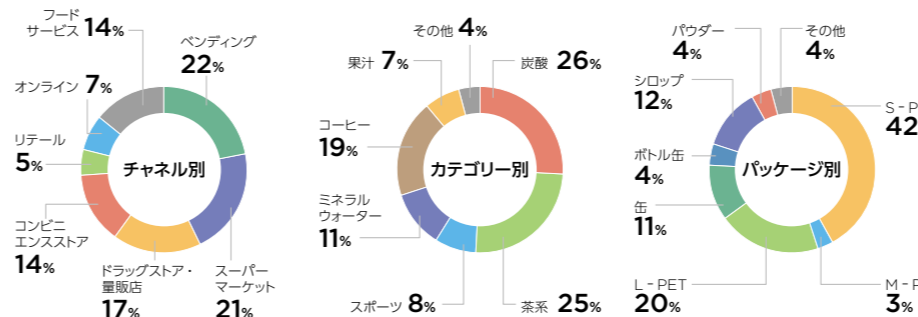
日本の清涼飲料市場

日本の清涼飲料市場は着実に成長しており、市場規模は30年間で約1.8倍に拡大しました。

市場規模の推移(1995年～2025年:生産量ベース)



当社の販売数量の状況(2025年実績)



統合報告書 2026

01 MISSION AND PATH FORWARD
MISSIONの実現と輝く未来に向けて

02 VALUE CREATION
強みを起点に、持続的な成長へ

03 GROWTH STRATEGIES
「Vision 2030」達成に向けた戦略

- ▶ 営業戦略
- サプライチェーン戦略
- 調達戦略
- 人権尊重
- バックオフィス・IT分野の取り組み
- 人事戦略
- 自然環境
- 地域社会

04 CORPORATE GOVERNANCE
持続可能な価値創造を実現する経営基盤

05 DATA SECTION
データセクション

カテゴリー戦略



炭酸、茶系、コーヒー、水、スポーツ、果汁などの各カテゴリーで最適な製品ポートフォリオを実現するとともに、お客さまに楽しさを提供し健康志向のニーズにお応えするような製品の販売や、コカ・コーラシステムならではのキャンペーン・プロモーションを実施するなど、カテゴリーごとに製品の競争力向上を図っています。

統合報告書 2026

	炭酸	茶系	コーヒー	水、スポーツ
<p>主な製品</p>				
<p>2025年の主な取り組み</p>	<ul style="list-style-type: none"> 「コカ・コーラ」とチキンの食事シーンにおける飲用習慣の確立を促す施策や、Z世代の共感を生んだ「夢中全開。コカ・コーラ」キャンペーンを通じて飲用機会を拡大し、ブランド強化を図りました。 「ファンタ」では、「ファンタ学園」シリーズの復活や復刻シリーズと連動したSNS施策が大きな話題となり、10～20代を中心に飲用者拡大に成功しました。 	<ul style="list-style-type: none"> 「おにぎり食堂 綾鷹屋」キャンペーンを通じて、食事と「綾鷹」の相性を強く訴求し、食事シーンでの存在感を高めました。2024年にフルリニューアル成功により大きく売上を伸ばした「綾鷹」は、2025年も好調さを維持しました。 「やかんの麦茶 from 爽健美茶」は、フルリニューアルや「フレヨンしんちゃん」とのコラボレーションが大きな話題を呼び、ファミリー層を中心に飲用機会を拡大しました。 	<ul style="list-style-type: none"> 2月に500ml PETボトルの「ジョージア」3製品を発売し、製品ごとにお客さまの嗜好に合わせた味わいとパッケージに刷新しました。 「ジョージアで、私の今日が動きだす。」キャンペーンを展開し、新設したSNSを活用することで、日常に寄り添うコーヒーブランドとして、自分らしく前向きな気持ちを後押しするコーヒー体験の発信を強化しました。 	<ul style="list-style-type: none"> 「い・ろ・は・す」では、「きつとあしたも、いい感じ」を新ブランドメッセージとして掲げ、夏場には「日本の夏を冷やす」をテーマにしたキャンペーンを実施するなど、年間を通じて消費者ニーズに合わせた飲用訴求を展開しました。 「アクエリアス」では、20年ぶりに味わいをリニューアルし、スポーツ関連施策と連動することでブランドを強化しました。
<p>2026年の主な取り組み</p>	<ul style="list-style-type: none"> 「FIFA ワールドカップ26」を活用した大型キャンペーンや食事シーンと合わせた施策を継続的に強化し、「コカ・コーラ」ならではの体験価値を創出します。 「ファンタ」では、フルリニューアルと顧客参加型コミュニケーションを通じて、より多くのお客さまの獲得を図ります。 	<ul style="list-style-type: none"> 「綾鷹」および「綾鷹 濃い緑茶」を中心に「おにぎり食堂 綾鷹屋」キャンペーンを継続することで、「綾鷹」ブランドのさらなる成長を図ります。 「紅茶花伝」では、フルーツティーの刷新や人気コンテンツとのコラボレーションにより、話題喚起と飲用者獲得を目指します。 	<ul style="list-style-type: none"> 「ジョージア」は500ml PETおよび缶の主要製品を3月にリニューアルし、味わいとグラフィックを進化させました。 「気持ちを切り替え、前を向かせてくれるコーヒー」としての価値を高めるとともに、自動販売機でのキャンペーンを強化するなど、特に、仕事シーンでの飲用習慣化を図ります。 	<ul style="list-style-type: none"> 「い・ろ・は・す」では、「GOOD FOR みんな」をキャンペーンテーマにチャンネル横断のマイレージ企画などを実行し、飲用習慣の確立を図ります。 「アクエリアス」では、「FIFA ワールドカップ26」を活用したキャンペーンを実施し、スポーツブランドとしての基盤強化を図ります。さらに新製品「アクエリアス THE O」の発売により、ゼロカロリー需要を取り込みます。

- 01 MISSION AND PATH FORWARD
ミッションの実現と輝く未来に向けて
- 02 VALUE CREATION
強みを起点に、持続的な成長へ
- 03 GROWTH STRATEGIES
「Vision 2030」達成に向けた戦略
 - ▶ 営業戦略
 - サプライチェーン戦略
 - 調達戦略
 - 人権尊重
 - バックオフィス・IT分野の取り組み
 - 人事戦略
 - 自然環境
 - 地域社会
- 04 CORPORATE GOVERNANCE
持続可能な価値創造を実現する経営基盤
- 05 DATA SECTION
データセクション

「コカ・コーラ」ブランドの販売戦略と営業施策



カテゴリープランニング&コマースリレーション部
吉母 明日香 川原 慶子

次世代ユーザーの獲得を目指した活動を強化

2026年に誕生140周年を迎えた「コカ・コーラ」。2025年は、新規顧客層の獲得や飲用習慣の拡大に向けたチャンネル横断の施策が成功し、「コカ・コーラ」を含む炭酸カテゴリーの売上収益と販売数量は前年から大きく成長しました。

今回の特集では、日本コカ・コーラが策定する「コカ・コーラ」ブランドの戦略をふまえ、連携をしながら、各チャンネルに合わせた店頭施策の実行計画を担当する当社の吉母と川原が、成果と手応えを振り返ります。

市場のニーズを的確に捉えた「コカ・コーラ」ブランドの販売戦略の強化

吉母 「コカ・コーラ」ブランドの全体戦略は、製品の企画開発やマーケティング活動を行う日本コカ・コーラが策定し、店頭施策の戦略会議で、直接お客さま・お得意さまと接点を持つ私たちならではの現場視点の意見を反映させています。例えば、売場で展開する景品の種類やデザインなどについて、現場での実効性をふまえながら意見を出しています。さらに、売場全体の最適なコンセプトは、お得意さまごとに異なります。そのため、常に

視点を切り替えながら、日本コカ・コーラと連携しつつ、POPなどの店頭販促物のデザインに反映し、店頭で最も効果が期待できる形へと磨き上げています。

川原 営業活動に集中し、店舗や店頭などでの実行力を高めることが私たちの役割です。現場視点でどのように付加価値を提供していくか、お客さまの満足度を高めていけるかを意識しています。

2025年の成果：3つの軸で展開するチャンネル横断型プロモーション

吉母 2025年は、「アップリフト」「ミール」「コカ・コーラ ゼロ」の3つを軸としたマーケティング施策を、各チャンネルで最適な形で展開できるよう、私たちが調整・推進を行いました。「アップリフト」は、「コカ・コーラ」を飲むことでワクワクする瞬間を創出する施策です。Z世代に人気のアーティストを起用したキャンペーンや世界的な映画コンテンツとコラボレーションしたキャンペーンの店頭訴求など若い世代の飲用習慣獲得を念頭に、多様な活動を行いました。

川原 「ミール」は、食事シーンでの飲用・購買の習慣化を目指した取り組みです。2025年は、コークとチキンの頭文字をとった「コチる」キャンペーンを実施しました。また、飲食店における瓶の「コカ・コーラ」の最高に美味しい飲み方として、「パーフェクトサーブ」を推進し、飲用シーンの拡大を図りました。

吉母 「コカ・コーラ ゼロ」では、主なユーザー層である40代以上の多くの方が、20～30代で飲用を開始し、その後も継続していることをふまえ、25～39歳の層にフォーカスしたアプローチを強化しました。

日本コカ・コーラが、Z世代が多く利用するSNSなどを活用した取り組みを多く展開したことで、若年層の関心が高まったことに加え、当社のきめ細かな店頭活動が好調な売上につながったと考えています。キャンペーンを各チャンネルで確実に実行した

だけでなく、チャンネルや売場特性に応じたPOPの配置などにもこだわりました。小売店では、食品とともに「コカ・コーラ」ブランド製品を手にとっていただく導線づくりなど、店頭での訴求を積み重ねました。

これらの活動が奏功し、2025年の「コカ・コーラ」ブランドは、全製品がいずれも前年(実績)を上回り、当社ブランドのなかでも高い成長率を達成しました。また、「コカ・コーラ」ブランドの週1回以上の飲用者は増え、飲用シーン別の選択機会の増加につながりました。

2026年も3軸戦略で「コカ・コーラ」カテゴリー全体の成長を目指す

川原 2025年の成功をふまえ、2026年は「アップリフト」「ミール」「コカ・コーラ ゼロ」という3軸の取り組みをさらに強化します。「ミール」では「コチる」キャンペーンを継続し、日常的に選ばれる定番人気メニューである「カラアゲ」との親和性を訴求していきます。また、飲食店においては、「パーフェクトサーブ」*1とともに「コカ・コーラ Foodmarks (フードマークス)」店舗*2を拡大し、外食シーンにおける「コカ・コーラ」の飲用体験価値のさらなる向上を目指します。

吉母 「アップリフト」は、「FIFA ワールドカップ26」を軸に、一体感などを届ける施策を展開しており、「コカ・コーラ」限定グッズキャンペーンや、自動販売機独自の施策などを通じ、店頭活動を強化しています。また、「コカ・コーラ ゼロ」は、ノンカフェイン需要をふまえ「コカ・コーラ ゼロカフェイン」の展開を強化し、夜の飲用シーンの拡大を狙っていきます。



統合報告書 2026

01 MISSION AND PATH FORWARD
MISSIONの実現と輝く未来に向けて

02 VALUE CREATION
強みを起点に、持続的な成長へ

03 GROWTH STRATEGIES
「Vision 2030」達成に向けた戦略

▶ 営業戦略

サプライチェーン戦略

調達戦略

人権尊重

バックオフィス・IT分野の取り組み

人事戦略

自然環境

地域社会

04 CORPORATE GOVERNANCE
持続可能な価値創造を実現する経営基盤

05 DATA SECTION
データセクション

*1 キンキンに冷えたコカ・コーラボトルを45度に傾けて、氷の入ったグラスにゆっくり注いで飲む飲み方
*2 パーフェクトサーブとともに特別な「コカ・コーラ」の飲用体験を提供する店舗

「コカ・コーラ」ブランドの2025年の具体策

「アップリフト」「ミール」「コカ・コーラ ゼロ」の3軸で、チャンネル横断でさまざまな施策を展開しました。その結果、「コカ・コーラ」ブランドを含む炭酸カテゴリーの2025年の販売数量は前年から5%成長しました。

Uplift

アップリフト

▶「夢中全開。コカ・コーラ」キャンペーンの店頭活動最大化

2025年は、「夢中全開。コカ・コーラ」というキーメッセージのもと、Z世代に人気のアーティストが出演する「Coca-Cola X Fes 2025」のチケットが当たる景品キャンペーンや、世界的に人気の映画コンテンツとコラボレーションしたパッケージ展開、景品を活用したキャンペーンの店頭訴求に注力しました。Z世代を中心とする幅広い層の「夢中」に寄り添う取り組みを通じて、「コカ・コーラ」の飲用習慣の創出につなげました。

▶「いつもより2℃冷たい自動販売機」の展開

2025年の夏の取り組みとして、自動販売機の冷却温度を通常より2℃低く設定した「いつもより2℃冷たい自動販売機」を展開しました。自動販売機の密閉性を活かし、猛暑のなかで「より冷たい飲料」を求められるお客さまのニーズに応えた体験価値を提供しました。

▶「パーフェクトサーブ」を通じた外食シーンでの存在感向上

飲食店における瓶の「コカ・コーラ」の最高においしい飲み方として「パーフェクトサーブ」を推進しました。また、東京の築地や福岡の中州といった主要都市の特定のエリアでは、飲食店と協働し、特別な「コカ・コーラ」の飲用体験を提供する「コカ・コーラ Foodmarks」を展開し、その土地ならではの「コカ・コーラ」の飲用体験の向上を図りました。

▶「コチる」キャンペーンにおける小売店との協働

「コークとチキン」を組み合わせて訴求する「コチる」キャンペーンでは、キャンペーンポスターや小売店が展開するデジタルディスプレイやアプリなどのリテールメディアと連動した販促活動を実行することで、総菜などの食品と「コカ・コーラ」の同時購買を促進。その結果、食事シーンでの飲用習慣化につながるとともに、お得意さまとの関係性強化にも寄与しました。

Coca-Cola Zero

コカ・コーラ ゼロ

▶ ターゲット層に的を絞った店頭活動を推進

メインターゲットである25～39歳の層のトライアル（初回飲用）創出獲得につなげるため、日本コカ・コーラが展開するSNSやデジタル施策と連動し、当社は店頭訴求を展開することで、将来の飲用拡大を見据えた基盤づくりを進めました。

▶ 食事シーンでの飲用提案において「ヒーロー SKU」として訴求

食事シーンでの飲用提案においては、「コカ・コーラ ゼロ」をお客さまの関心を最も惹きつける「ヒーローSKU」と位置づけ、重点的に訴求を図りました。特に、飲食店では、前述の「パーフェクトサーブ」や「コカ・コーラ Foodmarks」の活動に加え、地域の名物料理と「コカ・コーラ ゼロ」の組み合わせの提案といった営業活動が奏功し、「コカ・コーラ ゼロ」の取扱店舗数は大きく拡大しています。「コカ・コーラ ゼロ」はブランドの成長を支える重要なドライバーとなっています。



ミール

Meal

統合報告書 2026

01 MISSION AND PATH FORWARD
ミッションの実現と輝く未来に向けて

02 VALUE CREATION
強みを起点に、持続的な成長へ

03 GROWTH STRATEGIES
「Vision 2030」達成に向けた戦略

▶ 営業戦略

サプライチェーン戦略

調達戦略

人権尊重

バックオフィス・IT分野の取り組み

人事戦略

自然環境

地域社会

04 CORPORATE GOVERNANCE
持続可能な価値創造を実現する経営基盤

05 DATA SECTION
データセグション



ゴールも、レールも、
いいねも、忘れちゃえ。
コークボトルを、
カラッポにして。

強いのは、
集中より夢中でしょ。

さあ、すべての日々を
アゲていこう。

夢中全開。
Coca-Cola

信頼ある商業活動

当社が掲げる「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もと、常に誠実で誰にでもオープンでわかりやすいコミュニケーションを実現し、お客さまの期待に応えるための仕組みづくりを進めています。

消費者志向自主宣言

当社は、すべてのお客さまから選ばれるパートナーであり続けることを目指し、消費者庁が推進する「消費者志向経営」に賛同し、消費者志向自主宣言を行いました。消費者庁より宣言事業者として承認されています。

当社が掲げる消費者志向自主宣言

- | | | |
|---|------------------|---|
| 1 | コミットメント | 私たちは、お客さまにいつも変わらぬハッピーなひとときを提供できる安全・安心でより価値のある製品・サービスをお届けいたします。 |
| 2 | ガバナンスの強化と他部門との連携 | 私たちは、頂戴したお客さまからのお問い合わせやご要望、ご指摘はお客さまとのコミュニケーション機会として、経営層を含む社内に迅速に情報提供しお客さまの対応を実施いたします。 |
| 3 | 社員の活動と意識の醸成 | 私たちは、お客さまからのお問い合わせやご要望、ご指摘に対し迅速かつ適切に対応を実施できる環境を構築いたします。 |
| 4 | お客さまへの積極的な情報発信 | 私たちは、地域社会への取り組みやお客さまの安全・安心につながる品質についての情報を Web サイトや統合報告書を通じ積極的に公開いたします。 |
| 5 | お客さまの声を経営に活かす仕組み | 私たちは、お客さまの声に耳を傾け、感謝するとともに、製品・サービス向上に反映し、価値の創造につなげます。 |

お客さま満足向上に向けた取り組み

お客さまからのお問い合わせ・ご要望・ご指摘を全社で共有するため、毎月、CCC&VOC^{*1}企画課より「Monthly Report」として、お客さまの生の声をイントラネットを通じて配信しています。また、営業担当者によるお客さま対応のフォローを実施するなど、お客さまの期待に応え、満足度を向上させるための体制を構築しています。その結果、ご指摘をいただいた多くのお客さまにおいて、コカ・コーラ社製品の継続的な購入意向が確認されています。

定期的なお得意さま満足度調査の実施

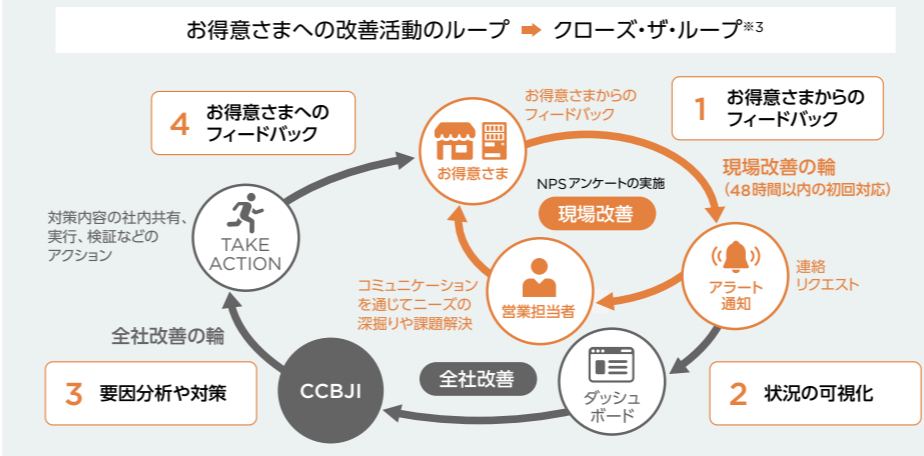
当社は、「お得意さまを大切に」という基本的価値観のもと、顧客起点の組織を目指す部門横断のプロジェクトにおいて、NPS^{*2}を活用した定期的なお得意さま満足度調査を実施しています。この取り組みは、会社全体でお得意さまを理解し、社員一人ひとりがお得意さまからの声に真摯に向き合い、スピード感をもって改善活動を実施することを目的としています。

従来の売上データだけでは捉えきれないお得意さまの声に耳を傾けることで、事業活動全体の改善を促し、差別化された顧客体験や価値の提供につなげるとともに、お得意さまとのWin-Winの関係構築と持続的な成長を目指しています。

また、お得意さまのご意見に対し、社員一人ひとりが真摯に向き合うため、お寄せいただいたご意見やご要望、その背景や対応状況を全社で共有する仕組みを導入しています。

継続的な改善活動プロセス

お得意さま満足度調査で顕在化した課題を、営業担当者で解決するものと、会社全体で解決するものに分類し、それぞれの課題解決に取り組んでいます。また、課題に迅速に対応できるよう、対応レベルを設定し、継続的な改善活動を実施しています。



統合報告書 2026

01 MISSION AND PATH FORWARD
 ミッションの実現と輝く未来に向けて

02 VALUE CREATION
 強みを起点に、持続的な成長へ

03 GROWTH STRATEGIES
 「Vision 2030」達成に向けた戦略

- ▶ 営業戦略
 - サプライチェーン戦略
 - 調達戦略
 - 人権尊重
 - バックオフィス・IT分野の取り組み
 - 人事戦略
 - 自然環境
 - 地域社会

04 CORPORATE GOVERNANCE
 持続可能な価値創造を実現する経営基盤

05 DATA SECTION
 データセクション

*1 CCC (Customer Contact Center)、VOC (Voice Of Customer)
 *2 NPS (Net Promoter Score)：お得意さま満足度とロイヤルティを測定するための指標
 *3 連絡リクエストのToDoに対し、課題を解決し対応を完了させること

中期経営計画「Vision 2030」の目標達成に向けて進化し続け、選ばれるサプライチェーンに



コカ・コーラ ボトラーズジャパン株式会社
執行役員 最高SCM責任者
兼 最高サステナビリティ責任者 兼 SCM本部長

アンドリュー・フェレット

新たなSCM戦略9つの柱

前中期経営計画「Vision 2028」に基づくサプライチェーン戦略を着実に遂行することで、過去2年間にわたり卓越した成果を創出してきました。これまでに積み上げてきた

成果と知見を基盤とし、中期経営計画「Vision 2030」の実現に向けて、新たに「サプライチェーン Vision 2030」を策定しました。

サプライチェーンは、全社的な経営戦略の実行および事業目標の達成において中核的な役割を果たす重要な責任を担っているという認識のもと、サステナビリティを長期的な価値創造および事業レジリエンスの観点から、「サプライチェーン Vision 2030」における新たな戦略の柱として位置づけました。今後もサステナビリティの取り組みを一層深化させるとともに、当社のDNAとして確実に定着させていきます。さらに、Value Engineering α (より価値のあるエンジニアリング) を新たに戦略の柱に加え、資産の投下資本利益率 (ROIC) 向上の取り組みの推進、設備・インフラ資産の最適化、新技術の積極的な活用、ならびに次世代型の保全プロセスの導入を通じて、資本効率の最大化と持続的な競争力の強化を図ります。

この戦略フレームワークのもと、社内外のパートナーとの連携を一層強化し、サプライチェーン全体の変革を継続的に推進することで、「私たちは常にカスタマー起点で考え、100%の品質の製品とサービスを最適なコストで安全にお届けする」ことを目指しております。

安定供給および生産性向上

S&OP (Sales and Operations Planning) により確立した部門横断的な販売・供給計画プロセスは、卓越した顧客サービスとサプライチェーンの生産性の基盤です。このプロセスをより強化すべく、新たな基幹システムを導入し、第一段階を2025年末に稼働開始しました。この最先端技術を有するシステムにより、需要予測・供給計画の策定・実行をひとつのプラットフォームに統合します。この連携されたデータと知見により、サプライチェーン、営業、財務の各領域でより迅速かつ

サプライチェーン Vision 2030

私たちは常にカスタマー起点で考え、
100%の品質の製品とサービスを最適なコストで安全にお届けします

9つの戦略の柱に基づき活動し、
社内外の様々な組織と連携して目標を達成します

▶ Agile Logistics | 機敏なロジスティクス

インフラを最大限活用し、戦略的な協業によって生産性を高め、顧客の変化に迅速に対応できる物流ネットワークを実現します

▶ End-to-End Integration | 一貫したプロセス

サプライチェーンをエンド・ツー・エンドで統合し、約束した顧客サービスを満たしながらコスト(コスト・トゥー・サーブ)を最適化します

▶ Flexible Manufacturing | 柔軟な製造

サプライチェーンの最適化を可能にする、高い稼働率と柔軟性を備えた製造を実現します

▶ Value Engineering α | より価値のあるエンジニアリング

エンジニアリングスキルと革新的な技術を活用し、投資対効果を最大化します

▶ Zero Harm | ゼロ災

安全を文化・人・プロセスに根付かせることで、ゼロ災を実現します

▶ Active Quality | 積極的な品質活動

従来の慣行に果敢に挑戦し、品質と生産性を向上させます

▶ Digitally Enabled | デジタル技術活用

一貫性のあるデータに基づきサプライチェーンを運営し、質の高い意思決定、継続的改善、生産性向上を実現します

▶ Sustainability | サステナビリティ

長期的な価値とレジリエンス(強靭性)の源として、環境および社会的責任を推進します

▶ Inspired People | 熱意ある人材

すべての人材が能力を最大限に発揮し、卓越した成果を生み出せる働きがいのある職場を作ります



統合報告書 2026

01 MISSION AND PATH FORWARD
ミッションの実現と輝く未来に向けて

02 VALUE CREATION
強みを起点に、持続的な成長へ

03 GROWTH STRATEGIES
「Vision 2030」達成に向けた戦略

営業戦略

▶ サプライチェーン戦略

調達戦略

人権尊重

バックオフィス・IT分野の取り組み

人事戦略

自然環境

地域社会

04 CORPORATE GOVERNANCE
持続可能な価値創造を実現する経営基盤

05 DATA SECTION
データセクション

的確な意思決定が促進され、在庫管理とサービス提供コストのさらなる効率化を実現します。

当社17工場の立地を活かし、柔軟な製造に取り組むことで「地産地消モデル」を可能にしています。この柔軟性は、統合型サプライチェーンを支える重要な基盤であり、製造部門ではその実現に向けて、生産性向上およびコスト削減に継続的に取り組んでいます。具体的には、プロセスの可視化や課題解決力の高度化を図るDX施策を推進することで、製造オペレーションの効率性と生産性の向上を実現し、製造キャパシティの最大化を図っています。また、エネルギーや水といった資源の有効活用および使用量削減を通じて、環境負荷の低減にも積極的に取り組んでいます。さらに、埼玉工場において新製造ラインの導入を予定しており、生産性のさらなる向上と製品供給体制の強化を図ってまいります。

物流領域では、物流ネットワークの最適化と生産性向上を進めています。2025年には、九州エリアで当社初となる機能統合型物流センター（IDC）の稼働開始や、自社便（プライベートフリート）の最大活用、輸送業務の一元管理体制の構築を推進してきました。これらの施策は、2026年の輸送管理システム導入を皮切りに、倉庫管理システムの高度化を通じて、さらなる加速を図ります。

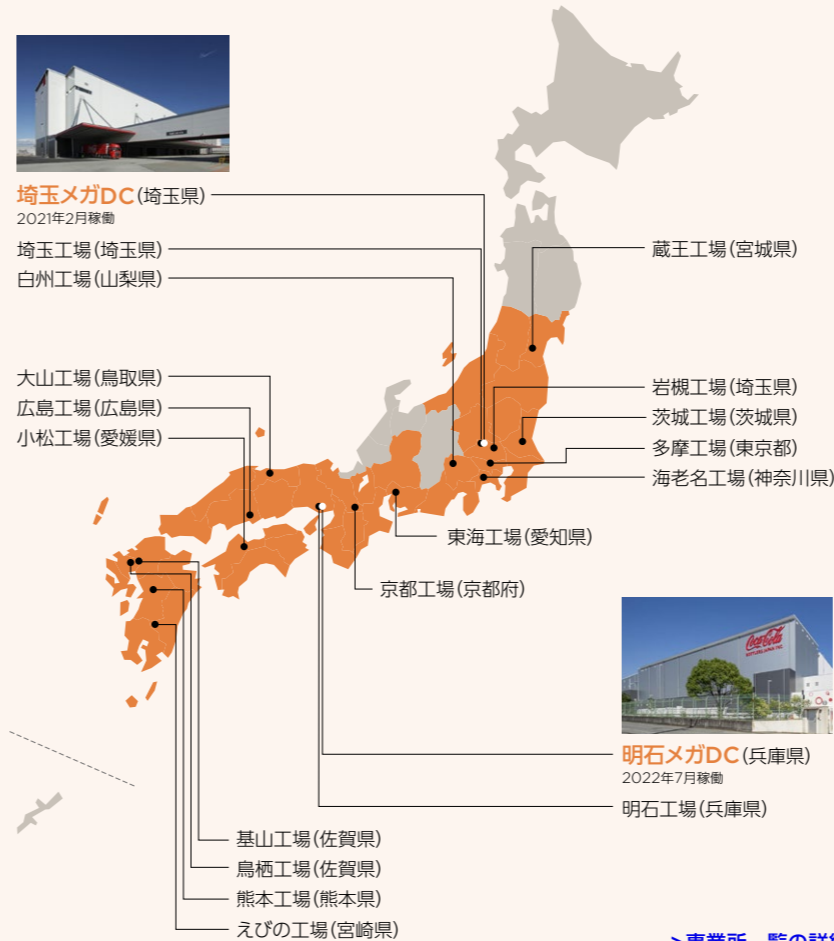
「Vision 2030」の初年度となる2026年は、生産性向上の基盤として、「地産地消モデル」、在庫最適化、製品輸送回数および輸送距離の削減、柔軟な製造体制、ネットワーク改善を継続的に推進してまいります。

選ばれるサプライチェーン

優れた顧客サービスを提供するだけでなく、お客様、パートナー企業、さらには他業種・他企業との連携を通じ、共同配送や倉庫の共同利用などを積極的に推進するなど、社会課題の解決と新たな価値創造につながるWin-Winな関係づくりに継続して取り組んでいます。また、社内においても、部門の枠を超えた連携強化、継続的な変革を推進することで、全社的なDXと生産性向上を加速させ、事業環境の変化に柔軟に対応しています。選ばれるサプライチェーンとして、多様化・高度化する市場ニーズに応え、高品質な製品を安定的に提供し続けることを目指しています。そのために、安全で安心な職場環境の整備を徹底するとともに、強固なガバナンス体制を維持し、サステナビリティの視点を意思決定および日々の事業活動に組み込んでいます。これらの取り組みを通じて、お客様・お客様、パートナー企業のみならずからの信頼を高めるとともに、当社で働くすべての人が尊重され、成功に向けて意欲的に取り組める職場環境の構築に努め、持続的な価値創造に取り組んでまいります。

当社の製造・物流拠点

17工場 2メガDC



統合報告書 2026

01 MISSION AND PATH FORWARD
ミッションの実現と輝く未来に向けて

02 VALUE CREATION
強みを起点に、持続的な成長へ

03 GROWTH STRATEGIES
「Vision 2030」達成に向けた戦略

営業戦略

▶ サプライチェーン戦略

調達戦略

人権尊重

バックオフィス・IT分野の取り組み

人事戦略

自然環境

地域社会

04 CORPORATE GOVERNANCE
持続可能な価値創造を実現する経営基盤

05 DATA SECTION
データセクション

製品の質・安全性の担保

当社は原材料の調達から製造、物流・輸送、販売、サービスに至るまでのすべての過程において、厳格な品質管理システムおよびプロセスを導入し、安全性の担保、品質の維持・向上に取り組んでいます。これからもすべてのお客さまに、安全・安心、フレッシュでさわやかな製品と質の高いサービスを提供し続けていきます。

品質保証

品質に関する基本的な考え方

1. 各部門がそれぞれの役割と責任を認識して、お客さま起点の品質管理を実践します。
2. 「品質」を最優先事項として日常業務を遂行します。
3. 一人ひとりが常に「品質」を意識し考えて、ブランド価値を高めるために行動します。

私たちは、「品質に関する基本的な考え方」のもと、食品衛生法など国内の基準を遵守しています。ISOが定める国際規格や各種法令の要求事項を満たしつつ、さらに厳しい基準を自らに課すことで、製品の質・安全性の担保へとつなげています*1。また、コカ・コーラシステムは、世界共通の「KORE (コア)」と呼ばれる独自のマネジメントシステムによるオペレーション管理を行っています。「KORE」により、原材料の調達から製造、

物流・輸送、販売を経てお客さまに製品が届くまでの各過程において、「品質」「食品安全」「環境」「労働安全衛生」に関するそれぞれの基準を網羅した管理を徹底しています。



試験室での機器分析による製品検査

原材料の管理

原材料のうち、コーヒー豆および茶葉などは「ザ コカ・コーラカンパニーの持続可能な農業の原則 (PSA *2)」の基準を満たすものを使用しています。さらに、GFSI (Global Food Safety Initiative: 世界食品安全イニシアチブ*3) が認証した原材料を調達しています。また、有機フッ素化合物 (PFAS) について、コカ・コーラシステムは使用する水の PFOS・PFOA *4 の含有量検査を定期的実施しています。当社製品を製造するすべての工場において、環境省の定める暫定目標値を下回ることを確認しています。

品質意識向上のために

私たちはお客さまに、安全・安心な製品をお届けするために、さまざまな取り組みを通じて、社員の品質に対する意識向上を推進しています。

品質意識向上のための取り組み

QA (Quality Assurance) Monthly Report	部門長に月次の品質保証レポートを発信し、各部門を通じて製品の品質に関する事象や、どのような改善が進められているかを社員に周知
60秒の品質講座	イントラネットを活用し、製品の品質に関わる「ミニ講座」を定期的実施
品質サーベイ・品質インスペクション	品質保証部門が製造、物流、営業の現場の品質管理状況を確認し、潜在するリスクを把握したうえで、改善に向けたコミュニケーションを実施
お客さま対応動画	日本コカ・コーラと連携し、製品の安全・安心のための取り組みや、製品に関する疑問などを動画で紹介



>お客さま対応動画



統合報告書 2026

01	MISSION AND PATH FORWARD MISSIONの実現と輝く未来に向けて
02	VALUE CREATION 強みを起点に、持続的な成長へ
03	GROWTH STRATEGIES 「Vision 2030」達成に向けた戦略
	<ul style="list-style-type: none"> 営業戦略 ▶ サプライチェーン戦略 調達戦略 人権尊重 バックオフィス・IT分野の取り組み 人事戦略 自然環境 地域社会
04	CORPORATE GOVERNANCE 持続可能な価値創造を実現する経営基盤
05	DATA SECTION データセクション

*1 「品質」はISO9001、「食品安全」はFSSC22000、「環境」はISO14001、「労働安全衛生」はISO45001に準拠しており、すべての工場に認証を取得。また、ISO14001はすべてのセールスセンター、オフィスなどでも認証を取得
 *2 PSA (Principles for Sustainable Agriculture): 最新科学と利害関係者の視点を反映したコカ・コーラシステムの持続可能な農業原則で農業由来の農作物および包装資材が対象
 *3 GFSI (Global Food Safety Initiative): 世界的に展開する食品企業が集まり、食品安全の向上と消費者の信頼強化のため、協働して食品安全マネジメント規格の国際的ベンチマークを策定・承認するイニシアチブ。ASIAGAPなどは、GFSIにより承認された規格の一つ
 *4 有機フッ素化合物 (PFAS) の一種

ワールドクラスの調達組織として、成長を支える「調達戦略」を実行



コカ・コーラ ボトラーズジャパン株式会社
執行役員 最高調達責任者 兼 調達本部長

西口 洋一

不確実性が高まる環境下で求められる調達の進化

地政学的リスクの拡大、原材料・資材・エネルギー価格の高騰、為替の変動、規制・コンプライアンス要請の高度化など、調達を取り巻く環境は不確実性を増しています。こうした状況下での調達には、従来のコスト低減に加え、「安定供給の

確保」と「中長期的な競争力の強化」を両立する戦略機能としての進化が求められています。当社は、市場・サプライリスクを先取りするインテリジェンス機能、グローバル視点での調達におけるカテゴリ戦略、データとデジタル技術を活用した意思決定を通じ、変化に強い調達への進化を進めています。

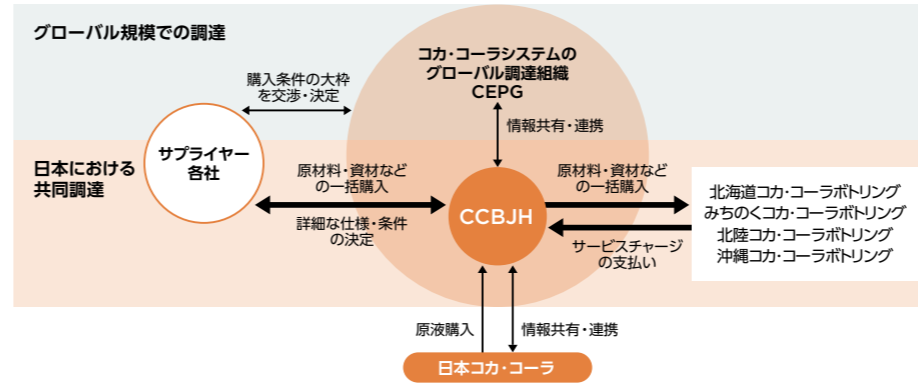
価値創造を支える調達コストマネジメント

当社は、2026年を中期経営計画「Vision 2030」の初年度として、「意欲的な中長期目標の達成に向け大きく前進する年」と位置づけています。調達コストの最適化についても、単なる価格低減ではなく、成長戦略を支える構造改革として取り組みを推進しています。CEPG*1をはじめとするグローバルネットワークへの参画や、社内各部門・サプライヤーとの連携、国内の他ボトラーとの共同調達*2を通じ、スケールメリットの創出とグローバルのコカ・コーラシステム内のベストプラクティスの活用を進めています。長期調達契約の戦略的更新やグローバルベンチマークを活用した仕様の最適化に加え、間接材調達改革を推進するとともに、コモディティ価格や為替変動についてはファイナンス部門と協働し、全体最適の視点で持続的なコスト競争力の確立に取り組んでいます。

経済価値と社会価値の両立を実現するサステナブル調達

持続的な企業価値創出に向け、社会・環境と調和したサステナブル調達は不可欠です。CCBJHグループのESG方針に基づき、サプライヤーをはじめとするパートナー企業や社内各部門と連携しながら、サステナブル調達に取り組んでいます。人権・労働・環境への配慮を前提に、資源循環や温室効果ガス(GHG)排出量削減に向けた施策を推進するとともに、新たに更新された非財務目標「CSV Goals」の達成を目指し、調達を通じた価値創出に努めています。

スケールメリットおよびコカ・コーラシステムの強みを活かした調達戦略



意思決定の質を高めるデータドリブン調達

不確実性の高い環境下において、データとデジタル技術は競争優位性の源泉となります。BIツールやAIを活用した調達支出の分析、グローバルでのデータ連携、KPI管理の高度化を通じ、迅速かつ質の高い意思決定を実現し、戦略の立案力と実行力を高めています。

ワールドクラス調達組織への基盤強化とケイパビリティ高度化

ワールドクラスの調達組織を目指し、専門性・デジタルスキルの向上をはじめとする人材育成や、組織・プロセスの進化に注力しています。「No PO No Pay ポリシー」に代表されるガバナンスを徹底し、各ステークホルダーとの協働と規律を両立させることで、成長戦略を支える調達戦略の実行力を高めています。

取引透明性とガバナンス強化に向けた「No PO No Pay ポリシー」の導入



当社は、透明性の高い公正な取引と支出管理の徹底を目的とし、注文書(PO:Purchase Order)のない取引を原則禁止する「No PO No Pay ポリシー」を導入しています。これにより、正しいプロセスに従った発注の徹底と決算プロセスの迅速化を図るとともに、調達領域におけるガバナンスを強化しています。適正な資産配分と内部統制の高度化を通じて、持続的な企業価値向上に貢献していきます。

統合報告書 2026

01 MISSION AND PATH FORWARD
ミッションの実現と輝く未来に向けて

02 VALUE CREATION
強みを起点に、持続的な成長へ

03 GROWTH STRATEGIES
「Vision 2030」達成に向けた戦略

営業戦略

サプライチェーン戦略

▶ 調達戦略

人権尊重

バックオフィス・IT分野の取り組み

人事戦略

自然環境

地域社会

04 CORPORATE GOVERNANCE
持続可能な価値創造を実現する経営基盤

05 DATA SECTION
データセクション

*1 CEPG(Cross Enterprise Procurement Group):世界規模の調達スケールを活用しコストや品質の最適化を目指すコカ・コーラシステムのグローバル調達組織
*2 共通の仕様である糖類などの原材料、PETボトルなどの資材および自動販売機など、国内のボトラー分の調達をサプライヤーとの交渉も含めてCCBJHにて集中調達を実施する取り組み

バリューチェーン全体における人権尊重の取り組み

CCBJHグループでは、人権尊重が地域社会の持続可能性を実現するための企業活動の基本であると考え、事業活動を通じて積極的に人権尊重に向けた取り組みを実施しています。

[> 詳細は Web サイトをご覧ください。](#)

基本的な考え方

当社グループは、国連の「世界人権宣言」、国際労働機関 (ILO) の「労働における基本的原則および権利に関するILO宣言」をはじめとした、人権を尊重し保護することを目的とした国際的な人権原則をふまえ、人権ポリシーを策定しています。定められた人権ポリシーに基づき、グローバルおよび日本国内のさまざまな人権課題の対応と職場における人権尊重の確立に向け、取り組みの徹底を図ります。

人権デューデリジェンスの運用体系

当社グループは、人権ポリシーに基づき、人権に関するリス

クの特定期間・評価、防止・軽減、是正、情報開示を一体的に進める「人権デューデリジェンス」の取り組みを推進しています。人権評価プロセスやサプライヤー基本原則に基づく監査、苦情処理メカニズム^{*1}を通じて得られた情報を相互に活用し、バリューチェーン全体における人権リスク管理と継続的な改善に取り組んでいます。

非財務目標「CSV Goals」

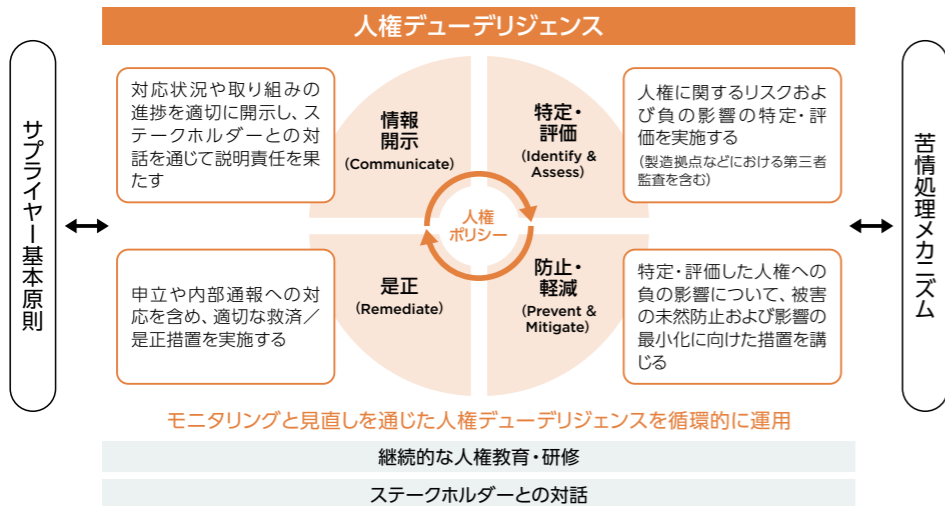
当社グループは、マテリアリティのひとつに「持続可能なサプライチェーン」を特定し、人権・環境課題への対応や責任ある調達を推進しています。このマテリアリティに連動した「CSV Goals」として、原材料・一次包装材料サプライヤーにおける「サプライヤーによるサプライヤー基本原則 (SGP^{*2}) の遵守」を設定しています。2025年100%遵守を達成しており、2030年までの中期目標、2035年までの長期目標においても100%の遵守を維持することを目指しています。

人権尊重の社内への啓発活動

人権尊重への理解を深めるため、人権ポリシー・労働基準法遵守の徹底や、有給休暇の取得促進などについて、階層別研修やeラーニング、社内イントラネットでの情報発信による啓発活動を行っています。これらの活動を通じ、人権課題を自らの課題として受け止め、一人ひとりをかけがえのない個人として尊重することができる社員育成および活力ある健全な職場環境づくりを目指しています。

苦情処理メカニズム

当社グループでは、法令違反、ハラスメント、人権侵害などの早期発見・是正を目的として、通報者の属性や相談内容に応じた多層的な相談窓口を設置しています。



相談窓口	詳細	匿名相談
倫理・コンプライアンス相談窓口	法令や倫理・行動規範などに抵触または抵触のおそれがある行為に関する相談を受け付ける窓口。社内窓口のほか、専門機関や法律事務所が対応する社外窓口を設置している	可能
健康相談窓口	産業医・保健師による社内窓口に加え、社外専門機関が対応する(24時間対応)社外窓口を設置し、社員とその家族の心身の健康をサポート	可能
LGBTQ+相談窓口	性的マイノリティやLGBTQ+に関する社外相談窓口 24時間利用可能。相談内容および相談者のプライバシーを保護	可能
人事関連 Integrity ホットライン	労働時間、休憩・休暇の取得、禁煙ルール違反などの労働環境や評価に関する相談を受け付ける社内窓口	可能
育児休業および産後パパ育休に関する相談窓口	育児休業や産後パパ育休を取得する際の社内相談窓口。取得に対する不安、取得タイミング、所属長からの育休制度に関する相談にも対応	—

^{*1} 人権デューデリジェンスの一環として、人権に関する苦情・相談・通報を受け付け、内容の確認、是正・救済措置の検討および実施までを行う一連の取り組み

^{*2} SGP(Supplier Guiding Principles): コカ・コーラシステムのサプライヤー基本原則。法令遵守や人権に関する方針の尊重、環境への配慮など事業活動における行動原則への遵守をサプライヤーに求めている



統合報告書 2026

01 MISSION AND PATH FORWARD
MISSIONの実現と輝く未来に向けて

02 VALUE CREATION
強みを起点に、持続的な成長へ

03 GROWTH STRATEGIES
[Vision 2030]達成に向けた戦略

- 営業戦略
- サプライチェーン戦略
- 調達戦略
- ▶ 人権尊重
 - バックオフィス・IT分野の取り組み
 - 人事戦略
 - 自然環境
 - 地域社会

04 CORPORATE GOVERNANCE
持続可能な価値創造を実現する経営基盤

05 DATA SECTION
データセクション

バックオフィスとITが連動したオペレーション基盤の進化と全社DXの深化



当社は、中期経営計画「Vision 2030」の実現に向け、事業の持続的な成長と企業価値向上を支える基盤として、バックオフィスおよびIT分野においてさまざまな変革を推進しています。アクセンチュア株式会社との合併会社であるネオアーク株式会社（以下、ネオアーク）における変革の取り組みに加え、業務プロセスの標準化や自動化、中長期的なデジタル基盤強化に向けた取り組みを推し進めています。

バックオフィスとITが一体となったオペレーション基盤の変革

ネオアークは、ITオペレーションを含むシェアードサービスの専門会社として設立され、当社グループのバックオフィスおよびITの分野におけるオペレーション基盤の高度化と変革を担っています。全社の複雑なエンド・ツー・エンドプロセスに対し、BPM*のフレームワークを活用し、既存業務をゼロベースから見直し、AIの活用を含むデジタル技術と業務改革を一体で進めることで、高い品質と効率性を両立させるリーンオペレーションの構築を推進しています。また、これらの取り組みにより拡大した社内リソースを活用し、わずか2年間で、すべての海外委託業務の内製化を実現し、業務効率化を通じたオペレーションコストの削減に取り組みました。



今後は、内製化した業務を含む、すべてのエンド・ツー・エンドプロセスに対し、バックオフィスとITが連携しながら新たな効率化の機会を特定し、オペレーション全体の最適化を実現することを目指しています。ワールドクラスのオペレーションへの変革を通じ、業務品質の向上と安定的な事業運営を実現することにより、企業価値の向上に貢献します。

さまざまなパートナーとの連携を起点とした人材の自律性向上と変革文化の定着

当社のオペレーション変革では、外部パートナーとの協働を通じて得た知見を、社員一人ひとりが自ら考え、実行する力へと転換することを重視しています。パートナーとともに培った働き方や視点に加え、世界の主要ボトラーのシェアードサービス部門とも連携し、国内外のベストプラクティスを継続的に取り込んでいます。こうした学びの積み重ねにより、変革に主体的に関わる行動や挑戦を是とする意識が組織に浸透し、自律的に変革を推進する文化が定着しつつあります。

全社DXを支えるデジタル基盤強化と付加価値創出

これらの活動は、中長期的な全社DXとデジタル基盤の強化へとつながっています。業務プロセスとITは密接に連携しており、バックオフィス部門とIT部門が相互理解を深めることで、部門横断での高度なオペレーションを実現します。質の高いマスターデータ管理やデータ分析能力、それらを支えるインフラ整備やデジタル人材の育成を強化することで、CCBJHグループ全体のDXを推進し、持続的な付加価値創出を目指しています。

データドリブン経営に向けたシステム・データ統合

当社は、日本の食品業界において、製造から自動販売機のオペレーションや小売店の売場づくりに至るまでの実行能力を持つ非常にユニークなビジネスモデルを展開しています。

この複雑かつ膨大なトランザクションを支えるには、強固なテクノロジー基盤と、データを価値に変換する高度な分析力が不可欠です。現在、真のデータドリブン経営を実現するため、マスターデータの再整備を推進しています。また、複雑に絡み合うシステム間の相互依存関係を慎重かつ計画的に精査し、迅速かつ正確なデータ活用を可能とするあるべき業務プロセスの構築を進めています。そして、将来的には新基幹システムの導入（ERP更新）も計画しています。基盤整備を通じた効率的なデータ連携により、市場の変化に即応できる経営体制の確立を目指しています。

事業基盤の強化に向けた情報セキュリティの確保

当社では、グローバルのコカ・コーラシステムと連携しながら、事業活動を支える基盤として情報セキュリティの確保に取り組んでいます。ネットワークおよびシステムは常時監視体制の下で運用され、社内外の関係部門が協働し、インシデントへの対応に備えています。また、情報セキュリティ管理体制を整備し、リスク管理と連動した方針の見直し、定期的なリスク評価、監視・ログ管理を実施しています。さらに、全社員への教育・啓発を通じて、CCBJHグループの考え方に沿った適切なセキュリティ水準の維持に努めています。

統合報告書 2026

01 MISSION AND PATH FORWARD
MISSIONの実現と輝く未来に向けて

02 VALUE CREATION
強みを起点に、持続的な成長へ

03 GROWTH STRATEGIES
「Vision 2030」達成に向けた戦略

営業戦略

サプライチェーン戦略

調達戦略

人権尊重

▶ バックオフィス・IT分野の取り組み

人事戦略

自然環境

地域社会

04 CORPORATE GOVERNANCE
持続可能な価値創造を実現する経営基盤

05 DATA SECTION
データセクション

* BPM (Business Process Management) : 業務プロセスを体系的に設計・管理し、測定と改善を通じて業務の効率性や品質向上を図るマネジメント手法



経営戦略と人事戦略の連動により、人的資本を強化し、中期経営計画「Vision 2030」を実現する



コカ・コーラ ボトラーズジャパン株式会社
執行役員 最高人事責任者 兼 人事・総務本部長

東 由紀

「Vision 2030」の実現を支える人的資本の強化

私たちは、意欲的な中長期目標である「Vision 2030」の達成に向け、人的資本の強化をビジネスを支える基盤として位置づけています。CCBJHグループとして「人的資本の目指す姿」を定義したうえで、現場の労働力確保や変

革を進めるためのスキル強化など、ビジネスが直面する人的課題の解決を目的とした、5つの主要テーマからなる人事戦略を策定・推進しています。「人的資本の目指す姿」では、「人材・組織の強化」と「ウェルビーイングを促進するカルチャーの醸成」を両輪として取り組んでいます。

「人材・組織の強化」では、全社的なビジネスプロセスの最適化やデジタル化にともなう、組織・業務プロセス・働き方の変化が進むなかで、社員の自律的な能力開発やキャリア形成を支援しています。同時に、変革をリードする人材の獲得と育成を加速し、会社と個人の成長を促進しています。

「ウェルビーイングを促進するカルチャーの醸成」では、働き方の多様化が進むなか、社員がウェルビーイングを意識して行動できるように支援しています。それにより、社員が能力を最大限発揮できる職場を、会社と社員がともに作り出していくことを目指しています。多様な価値観・経験・属性を持つ人材が、それぞれの違いを尊重しながら協働し、成長を実感できる環境を整備するとともに、社員一人ひとりが充実感や幸福感を感じられるカルチャーの定着を進めています。

人的資本経営を加速する人事戦略

人事戦略の推進にあたっては、ビジネスが直面する人的課題を解決し、「人的資本の目指す姿」を実現するため、「あるべき人材ポートフォリオとケイパビリティの実現」「パフォーマンスを重視するカルチャーの徹底」「変革を進めるためのスキル向上」「ウェルビーイングの自律的な向上」「DE&I推進の加速」という5つの主要テーマに沿って、重点領域を毎年設定し、施策を推進しています。刷新した人事戦略の2年目となる2025年は、これまでの施策に加え、「社員エンゲージメント向上」を強化しました。

2026年は、「Vision 2030」の達成を着実に前進させるため、戦略的要員計画やスキルベース組織に向けた基盤づくりを進めることで人材・組織の強化を加速します。同時に、多様な人材が活躍する職場づくりのため、共働き・共育で支援の定着、女性・外国籍人材・障がいのある社員の活躍などによって、ウェルビーイングを促進するカルチャーを醸成します。2026年も、2つの軸を両輪として人事戦略を実行していきます。こうした取り組みを確実に進めるため、人事戦略を刷新した2024年以降、ELTによる定例会議の約4分の1を人事戦略の議論に充てるとともに、執行役員の目標設定に人事KPIを組み込み、報酬と連動させる仕組みを導入することで、経営層が人的資本の強化にコミットするガバナンスを構築しています。引き続きこの体制のもと、組織全体での人的課題の解決に向けた取り組みをさらに加速させ、「Vision 2030」の達成に貢献していきます。

中期経営計画「Vision 2030」を支える人事戦略



統合報告書 2026

- 01 MISSION AND PATH FORWARD**
MISSIONの実現と輝く未来に向けて
- 02 VALUE CREATION**
強みを起点に、持続的な成長へ
- 03 GROWTH STRATEGIES**
「Vision 2030」達成に向けた戦略
- 営業戦略
- サプライチェーン戦略
- 調達戦略
- 人権尊重
- バックオフィス・IT分野の取り組み
- ▶ **人事戦略**
- 自然環境
- 地域社会
- 04 CORPORATE GOVERNANCE**
持続可能な価値創造を実現する経営基盤
- 05 DATA SECTION**
データセクション

人材の採用と育成

中期経営計画「Vision 2030」の達成には、挑戦と成長を楽しむマインドセットとカルチャーが必要です。当社は、社員が自律的に能力開発とキャリア形成に取り組める環境づくりを進めるとともに、個人と組織のパフォーマンスを公正に評価する制度運用を徹底し、個人の成長と会社の目標達成の両立を目指しています。

■ 人材の採用・定着

多様な人材の採用強化

ビジネスの持続的成長を支えるため、多様な人材の採用を強化しています。2025年は、新卒採用に加え、高いポテンシャルを持った若手人材を獲得するために、第二新卒採用を開始しました。女性採用も拡大し、2025年の女性採用比率は29.4%（前年比+10.4ポイント）となりました。また、国籍を問わず優秀な人材を確保するため、バックオフィスや営業部門を中心に外国籍人材の採用を拡大しています。製造部門では特定技能制度を活用し、外国籍人材の採用を推進しています。

キャリア採用者の定着支援の強化

採用した人材が早期に適応し、能力を発揮できるよう、サポーター制度を見直すとともに、入社後のフォローを体系化した定着支援（オンボーディング）プログラムを強化しています。AIを活用したサーベイを実施し、社員のコンディションを適時に把握することで、セルフケア促進と早期戦力化につなげています。



2025年度 入社式の様子

個人目標の達成と、キャリア実現を両立するパフォーマンスマネジメントサイクル

社員が自身のポテンシャルを最大限に発揮できるよう、年間を通じて上司との対話を軸としたパフォーマンスマネジメントサイクルを徹底しています。社員は、組織目標に連動した短期的な業績目標に加え、中長期的な「キャリアプラン」と「能力開発プラン」を作成し、計画的なキャリア形成に取り組めます。2025年は、個人のキャリア志向を言語化するためのeラーニングを実施し、社員一人ひとりの自律的なキャリア設計や能力開発の取り組みを後押ししました。管理職に対しては、「部下のキャリア・成長支援ガイド」の展開や、効果的に部下の挑戦意欲や主体性を引き出すためのトレーニングを実施し、目標達成に向けた支援スキルを強化しました。これらの取り組みにより、個人の成長と会社の目標達成の実現を加速しています。

異動・昇格・報酬を通じて成長を最大化

当社グループは、社員一人ひとりの役割と成果に報いるための報酬制度を設けています。報酬水準は職種ごとに市場競争力のある給与レンジを設定するなど適正化を図り、組織や個人の評価と昇降給や賞与額を連動させることで、透明性と公平性を確保しています。社員が、成果と報酬の連動を認識することで、成長意欲とエンゲージメントを高められるよう、給与・賞与・福利厚生などを含めた総報酬をわかりやすく示す「総報酬ステートメント」や「賞与ステートメント」を発行しています。

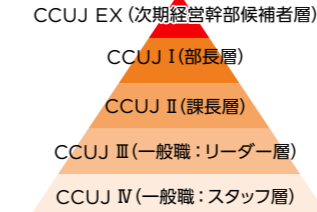
■ 人材の育成

変革推進リーダー育成プログラム「CCUJ」

将来のコカ・コーラシステムを牽引し、変革を導く次世代リーダーの育成を目的として、企業内大学「コカ・コーラ ユニバーシティ ジャパン（CCUJ）」を展開しています。

CCUJは、次期経営幹部候補者層から若手社員層までの5階層で構成され、各部門から選抜されたメンバーが約半年間にわたるプログラムに参加します。参加者は、実践的かつ体系的な学びを通じて、リーダーシップ開発の強化に取り組み、変革を推進できるリーダーへの成長を目指します。

コカ・コーラ ユニバーシティ ジャパン（CCUJ）



女性リーダー育成プログラム

当社グループは、多様な視点を組織に取り入れるため、女性リーダーの育成と登用を進めています。2025年は、選抜された管理職24名と一般職62名の女性社員を対象に、リーダーとしての自信とマインドセットを醸成するリーダーシップ研修を実施しました。研修を通じて社内コミュニティが形成され、プログラム終了後も、相談し合えるネットワークとして機能しています。



女性リーダーシップ研修を実施

自律的なキャリア形成を支える仕組みの確立

社員が自律性を持ち、必要なスキルを習得しながら、キャリアを切り拓くカルチャーの定着を推進しています。2025年は、最高人事責任者（CHRO）によるメッセージ配信やキャリア自律に関するeラーニングを実施し、全社的な意識改革を促進しました。さらに、社内公募制度の応募要件を緩和し、社内公募求人数は前年の1.7倍に拡大しました。引き続き、キャリア機会の提供や学習環境の整備を進め、社員の自律的なキャリア形成を支援します。



統合報告書 2026

01 MISSION AND PATH FORWARD
 ミッションの実現と輝く未来に向けて

02 VALUE CREATION
 強みを起点に、持続的な成長へ

03 GROWTH STRATEGIES
 「Vision 2030」達成に向けた戦略

営業戦略

サプライチェーン戦略

調達戦略

人権尊重

バックオフィス・IT分野の取り組み

▶ 人事戦略

自然環境

地域社会

04 CORPORATE GOVERNANCE
 持続可能な価値創造を実現する経営基盤

05 DATA SECTION
 データセクション

ウェルビーイングの推進

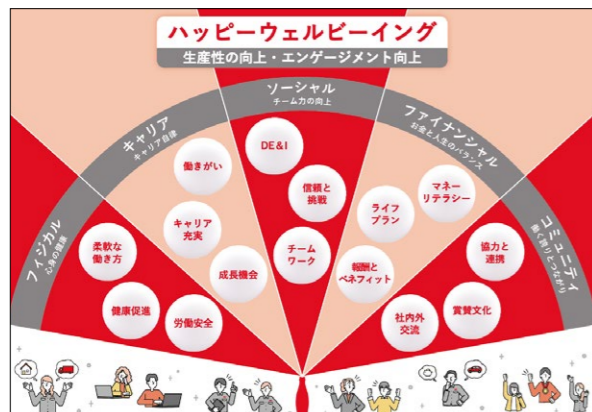
持続的なビジネス成長には、社員が心身ともに健やかで、働きがいをもって前向きに活躍できる状態、すなわちウェルビーイングが欠かせません。社員が自立的にウェルビーイング向上に取り組むカルチャーを醸成することは、社員の幸福感、充実感そして成長実感につながります。それにより会社や仕事に対するエンゲージメントが高まり、会社の持続的な成長につながると考えています。

健康経営を通じたウェルビーイングの推進

CCBJHグループは、「すべての人に幸せなひとときをお届けし、価値を創造します」をミッションとしています。その実現に向け、社員のウェルビーイングを経営戦略に紐づく重要な課題と位置づけ、代表取締役社長が健康経営責任者を担い、グループ全体で健康経営を推進する体制を構築しています。

ウェルビーイングについては、「フィジカル」「キャリア」「ソーシャル」「ファイナンシャル」「コミュニティ」の5つの要素を定義し、「ハッピーウェルビーイング」として体系化しました。会社が支

「ハッピーウェルビーイング」を構成する5つの要素



>詳しくは、Webサイトをご覧ください。

援できることと、社員が主体的に取り組むことを整理し、ウェルビーイングの向上のための取り組みを推進しています。具体的に「フィジカル」においては、健康で動きやすい職場環境の実現に向け、禁煙施策を強化したことで、管理職の喫煙率に大きな改善が見られました。すでに実施済みの敷地内全面禁煙化や禁煙サポートプログラムなどの環境づくりを今後も継続することで、2028年までに全社喫煙率0%の達成を目指しています。社員が自立的に健康を促進する仕組みとして、1カ月間の合計歩数をチームで競う「Sawayakaウォーク」を毎年3回実施しており、2025年は延べ約8,400名が参加しました。また、社員とその家族が24時間利用可能な健康相談窓口を設け、心身の不調に早期に対応できる体制を整えています。「ファイナンシャル」においては、社員が安心して働き続けられるよう、長期的な資産形成を社員が自立的に選択できる仕組みを強化しています。2025年は、給与天引きで資産を形成できる、「職場つみたてNISA」を導入し、世代別のマネープランセミナーを実施しました。こうした取り組みにより、社員が自立的にウェルビーイング向上に取り組むカルチャーの定着を進めています。

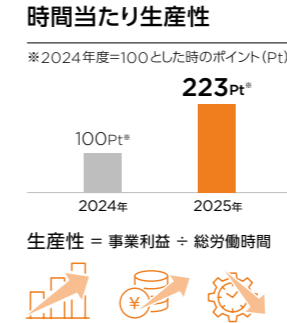
柔軟な働き方の推進

違いに関わらず、すべての社員が自分らしく、能力を最大限に発揮するために、柔軟な働き方を通じたインクルーシブな環境づくりを推進しています。当社グループでは、在宅勤務、全国約100拠点の自社施設を活用したサテライトオフィス、営業担当者の直行直帰など、多様な働き方の選択肢を整備しています。2025年は、フレックスタイム制度の最低労働時間をゼロにすることで、実質週休3日の取得を可能としました。また、ワークライフバランスの実現に向け、全社目標として有給休暇取得率70%を設定し、前年比+7.0ポイントの78.6%を達成しました。こうした取り組みが評価され、「日経スマートワーク経営調査」な

ど外部評価において高い評価を獲得するなど、ウェルビーイングのリーディングカンパニーとしての地位を確立しています。

生産性の向上

当社グループは、より効率的に短い総労働時間で利益を上げていくことで、生産性が高まると考えています。その進捗を測る指標として、事業利益を総労働時間で割る時間当たり生産性を設定しました。2025年度の時間当たり生産性は、前年比で123ポイント向上しました。今後も、社員が主体的な学びを通じてスキルを高め、ウェルビーイングを意識した働き方を実現し、成果を発揮できる環境づくりを進めることで、さらなる生産性向上に取り組めます。



社員エンゲージメントの向上

当社グループでは、変革を進めるなかで組織の現状を把握し、取り組むべき最適な施策を実行するため、エンゲージメントサーベイを刷新しました。サーベイでは、社員のモチベーション、会社への愛着、仕事のやりがい、上司や職場環境への意識などを可視化し、部門ごとの課題抽出に活用しています。初年度である2025年は、管理職研修においてサーベイ結果から組織の課題を特定し、メンバーとの対話を通じて改善アクションを立案・実行するための演習を行いました。そのうえで、各部門は課題解決に向けたアクションに取り組んでおり、組織改善の進捗を確認するため、パルスサーベイも実施しています。さらに、役員目標にエンゲージメントスコアを組み入れ、経営層のコミットメントを明確にしています。



統合報告書 2026

- 01 **MISSION AND PATH FORWARD**
MISSIONの実現と輝く未来に向けて
- 02 **VALUE CREATION**
強みを起点に、持続的な成長へ
- 03 **GROWTH STRATEGIES**
「Vision 2030」達成に向けた戦略
 - 営業戦略
 - サプライチェーン戦略
 - 調達戦略
 - 人権尊重
 - バックオフィス・IT分野の取り組み
 - ▶ 人事戦略
 - 自然環境
 - 地域社会
- 04 **CORPORATE GOVERNANCE**
持続可能な価値創造を実現する経営基盤
- 05 **DATA SECTION**
データセクション

ダイバーシティ・エクイティ & インクルージョンの推進



中期経営計画「Vision 2030」の達成と会社の持続的な成長のために、違いに関わらずすべての人がポテンシャルを最大限に発揮し、多様な人々との協働を楽しむカルチャーづくりを目指しています。年齢、人種、国籍、障がい、性別、性的指向、性自認、性表現、働き方などさまざまな違いを持つ仲間たちが織り成す、色とりどりの価値観・考え方の融合こそ、新しい価値を生み出す原動力です。私たちはこれからも、多様な個性が力を合わせて、自分たちらしくお客さまや社会とつながる企業であり続けます。

女性活躍推進

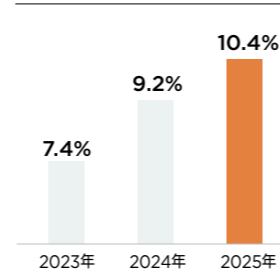
会社の持続的な成長には、多様な視点を組織運営に取り込むことが重要であり、その中核として女性リーダーの育成と登用を進めています。2024年から女性管理職比率を役員目標に設定しており、全社で女性活躍推進の取り組みを加速した結果、2025年3月時点で10%を超え、目標としていた「2025年中に10%」を前倒しで達成しました。女性のリーダーシップ発揮を支援するため、選抜研修のほか、育成に関わる上司に対して、公正な評価・育成スキルを学ぶ研修を実施し、リーダー候補を継続的に育成する体制を整えています。2025年12月には、



従業員ネットワーク

女性活躍をさらに広げる従業員ネットワーク「Palette Linkle」が始動し、視野を広げ、仲間をつくり、挑戦を後押しする組織横断のつながりを育む活動を展開しています。こうした取り組みが評価され、『日経ウーマン』などが発表した「女性が活躍する会社BEST100」では、業種別（食料品）で2024年と2025年の2年連続1位を獲得しました。今後も施策を着実に進め、2030年までに女性管理職比率20%の達成を目指します。

女性管理職比率の推移



共働き・子育ての推進

CCBJHグループは、社員が家庭と仕事を両立しながら安心して働き続けられるよう、共働き・子育てを支える環境整備を進めています。2025年4月には、配偶者・パートナー出産休暇の取得義務を3日間から5日間へ拡充しました。また、子どもが誕生した男性社員へ、上司からエプロンを手渡すことで、周囲の協力を仰ぎながら、育児休業などの取得を推奨する「パパエプロン」の取り組みも継続しています。

こうした取り組みの結果、男性社員の育児休業等取得率は、2024年と2025年の2年連続で100%を達成しました。

今後も、共働き家庭の負担軽減や円滑な職場復帰を支える仕組みを整え、ライフステージに応じて安心してキャリアを築ける環境づくりを進めます。



育児休業をテーマとした社内イベント

障がい者の多様な活躍

当社では、違いに関わらずすべての社員が自分らしく能力を最大限に発揮できるインクルーシブな環境づくりを進めており、その一環として障がい者雇用の拡大と活躍領域の多様化に取り組んでいます。2025年は、障がいのある人材の活躍の場を増やすために設立した、チーム「ゆにらぼ」が始動しました。発達障がいや精神障がいのある社員が得意分野や適性に応じて、ITスキルを活かした業務をチームで担っています。また、パラアスリートやデファアスリートのサポート体制を整えており業務と競技の両立を図りながら、それぞれの目標に向かって邁進できるよう支援しています。

これからも、一人ひとりが能力を発揮して活躍できる環境整備を進め、多様な個性が尊重される社会の実現に取り組んでいきます。



ITスキルを使って活躍する「ゆにらぼ」

LGBTQ+とアライの取り組み

私たちは、すべての社員がLGBTQ+に関する正しい知識を持ち、社内外を問わず多様性が尊重され、安心して働ける環境づくりを進めています。制度面では、パートナーの性別や婚姻状況に関わらず福利厚生制度を利用できる仕組みを整えているほか、性別移行にともなう医療処置時に利用できる休暇制度やホルモン療法における費用補助を導入しています。また、お客さまやお得意さまとともに、アライシップについて考えるイベントを開催し、ジェンダー平等やLGBTQ+について対話し、考えるきっかけを提供しています。これらの取り組みが評価され、セクシャルマイノリティへの取り組みを表彰する「PRIDE 指標」において最高評価「ゴールド」認定を5年連続で受賞しており、さらにセクターを超えた協働を推進する企業を評価する「レインボー」認定も4年連続で受賞しています。

統合報告書 2026

- 01 MISSION AND PATH FORWARD
ミッションの実現と輝く未来に向けて
- 02 VALUE CREATION
強みを起点に、持続的な成長へ
- 03 GROWTH STRATEGIES
「Vision 2030」達成に向けた戦略
 - 営業戦略
 - サプライチェーン戦略
 - 調達戦略
 - 人権尊重
 - バックオフィス・IT分野の取り組み
- ▶ 人事戦略
 - 自然環境
 - 地域社会
- 04 CORPORATE GOVERNANCE
持続可能な価値創造を実現する経営基盤
- 05 DATA SECTION
データセクション



循環型社会の実現に向けたバリューチェーン全体の取り組み

資源循環の促進に向けて、水平リサイクルと容器設計の取り組みを推進するとともに、製造工程で発生する排出物の有効活用に新たに取り組んでいます。

自社回収システムによる水平リサイクルの推進と持続可能な容器設計

当社は、自動販売機横に併設しているリサイクルボックス*1から回収した空容器を飲料用容器として再利用する水平リサイクルに取り組んでいます。缶製品では、使用済みアルミ缶を再び飲料用容器として活用する「CAN to CAN」を2022年10月に東京都23区で開始しました。2023年1月からは使用済みPETボトルを対象とした「ボトルtoボトル」も展開しています。2025年には関東地方および九州地方の一部へと回収エリアを拡大し、自社の回収システムを活用した資源循環モデルの実装を進めています。

本スキームでは、当社が空容器の所有者として、指定する中間処理業者に分別・選別を委託し、リサイクラーへ原料として供給することで、回収容器が他用途に転用されることなく、飲料用容器として再利用される水平リサイクルを実現しています。原料のトレーサビリティを確保した循環スキームにより、安定的なリサイクル原料の調達と資源循環を推進しています。これらの回収・再資源化の取り組みについては、2026年に更新した非財務目標「CSV Goals」において、「自社回収した空容器（PETボトルおよび缶）の水平リサイクル率」を掲げ、進捗をモニタリングしています。

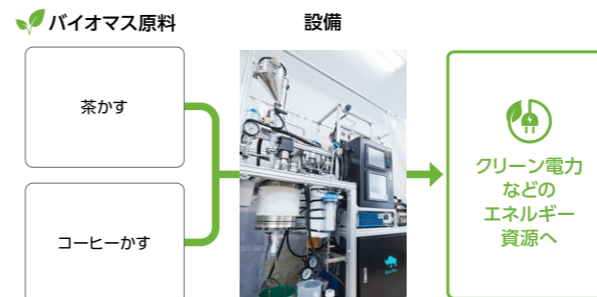
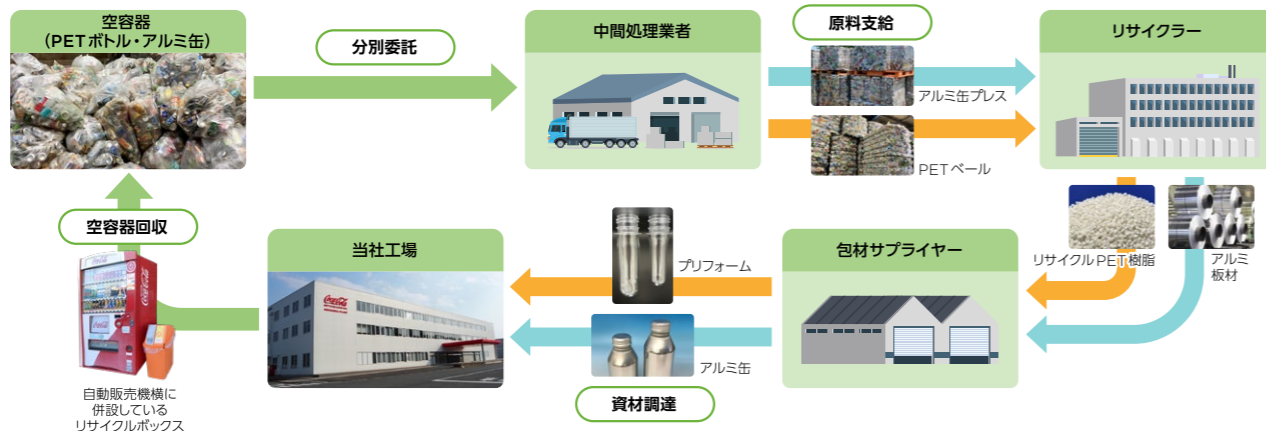
資源循環の推進に向け、容器設計の面でも循環性を高める取り組みを進めています。PETボトル製品では、コア製品「コカ・コーラ」をはじめとする複数のブランドで100%リサイクルPETボトルを採用するとともに、ラベルレス製品の展開や容器の軽量化を通じて、分別のしやすさの向上とプラスチック使用量の削減を図っています。

これらの容器設計を、自社インフラを活用した資源循環スキームと組み合わせることで、持続可能なパッケージングの実現に向けた取り組みを進めていきます。

製造工程で発生する排出物を活用した新たな資源循環の実証実験

循環型社会の実現に向けた新たな取り組みとして、製造工程で発生する茶かす・コーヒーかすなどの排出物を活用した資源循環の実証実験を2025年10月に開始しました。本実証では、これらの排出物由来のバイオマスを原料としてクリーン電力*2および高純度CO₂を回収し、製造工程の動力源として活用することを目指しています。これまでも排出物の活用に取り組んできましたが、水分を含んだ状態の茶かす・コーヒーかすをそのまま活用できる新たな技術を採用することで、より高付加価値なエネルギー利用を可能としています。現時点では実証実験の段階にあり、資源の循環利用に関する新たな技術オプションとして、展開可能性の検証を進めています。今後も、循環型社会の実現に向け、製造工程における排出物の削減や資源の有効活用に関する取り組みを継続的に推進していきます。

自動販売機横に併設しているリサイクルボックスから回収した空容器の水平リサイクルスキーム



*1 設置環境により、自動販売機にリサイクルボックスが併設されていない場合や、他社の自動販売機に併設のリサイクルボックスから当社が空容器を回収する場合があります。
*2 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CO₂を発生させないもの



統合報告書 2026

01 MISSION AND PATH FORWARD
ミッションの実現と輝く未来に向けて

02 VALUE CREATION
強みを起点に、持続的な成長へ

03 GROWTH STRATEGIES
「Vision 2030」達成に向けた戦略

- 営業戦略
- サプライチェーン戦略
- 調達戦略
- 人権尊重
- バックオフィス・IT分野の取り組み
- 人事戦略
- ▶ 自然環境
- 地域社会

04 CORPORATE GOVERNANCE
持続可能な価値創造を実現する経営基盤

05 DATA SECTION
データセクション

温室効果ガス (GHG) 排出量を、2050年までに実質ゼロへ

当社は、事業の成長と同時に、パリ協定ならびに科学的根拠に基づく目標に沿って、サプライチェーン全体のGHG排出量削減に取り組んでいます。

気候変動への取り組み目標

当社は、2030年までに「温室効果ガス削減率 スコープ1、2 (2015年比)」50%、「温室効果ガス削減率 スコープ3 (2015年比)」30%の目標を掲げています。また、2050年までに「温室効果ガス排出量実質ゼロ」を掲げ、取り組みを進めています。

2025年実績について、スコープ1、2は27%削減、スコープ3は29%削減となっています。

リニューアブルディーゼル^{※1}を活用した低炭素輸送の実証実施

物流におけるGHG排出量削減に向けた取り組みの一環として、リニューアブルディーゼルを活用した低炭素輸送の実証を実施しました。本実証では、従来の軽油に代えてリニューアブルディーゼルを使用し、配送車両による走行実験を行った結果、走行性や安全面、燃費において大きな問題は確認されず、実運用における技術的な実用性を検証し、その有効性を確認しました。



燃料切り替えにともなう軽油抜き取り作業の様子
リニューアブルディーゼル対応給油設備

また、既存の物流オペレーションにおいても代替燃料の活用が可能であることを検証し、輸送分野における脱炭素施策の選択肢を広げる知見を得ました。今後の社会実装に向けて、経済性や供給体制なども含めた検討を進めていきます。

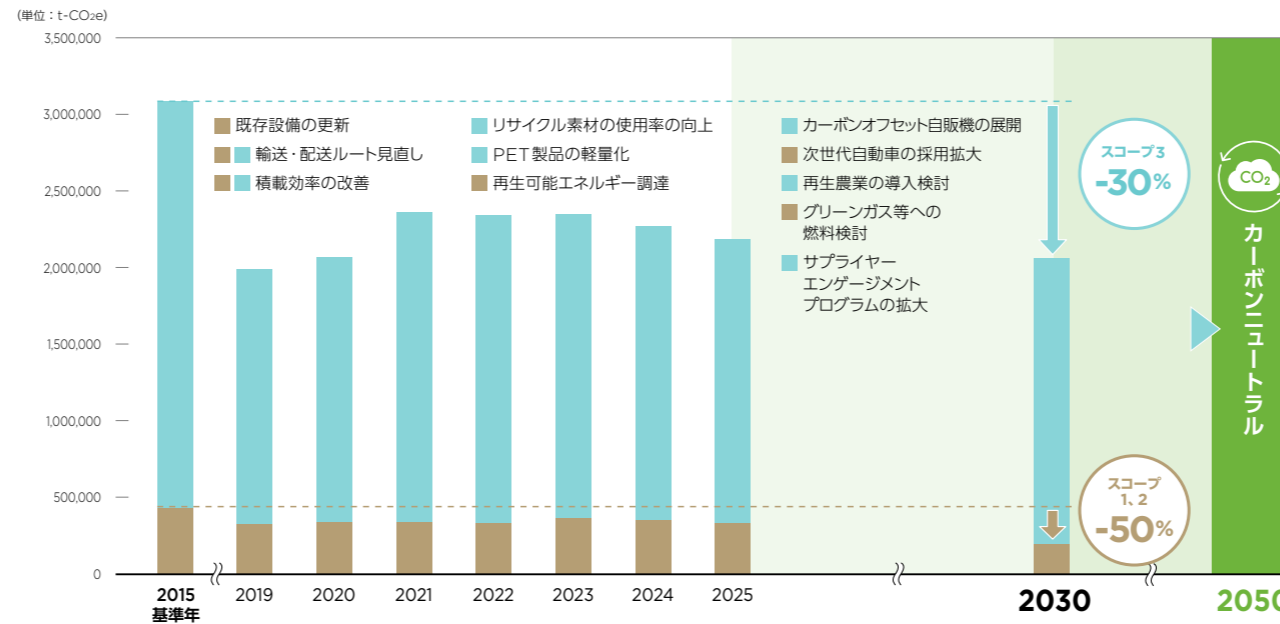
稼働時のCO₂排出量を実質ゼロにする「カーボンオフセット自販機」の展開の拡大

2023年3月より自動販売機稼働時のCO₂排出量を実質ゼロにする「カーボンオフセット自販機」の展開を進めています。

「カーボンオフセット自販機」は、2025年12月時点で設置台数が1,340台を超えるまで拡大しました。本自動販売機は、当社が自動販売機稼働時の年間消費電力量に相当するFIT非化石証書^{※2}の取得を支援することで、設置先における自動販売機の消費電力が再生可能エネルギー由来とみなされ、CO₂排出量の相殺(カーボンオフセット)が可能となる仕組みです。

今後も、顧客接点における脱炭素施策の一環として「カーボンオフセット自販機」の展開を拡大し、バリューチェーン全体でのGHG排出量削減に貢献していきます。

GHG 排出量削減実績および2030年までの目標



※1 リニューアブルディーゼルは、食料と競合しない廃食油や廃動物油などを原料として製造され、ライフサイクルアセスメントベースでのGHG排出量が石油由来の軽油と比べて約90%の削減を実現する。リニューアブルディーゼルは「ドロップイン」燃料として、既存の車両や機械および給油関連施設を活用することが可能であり、すでに欧米を中心に広く流通実績がある。脱炭素施策に係る導入コストを最小限に抑え、GHG排出量削減にも大きく貢献できる次世代バイオ燃料として、今後の建設・輸送分野などでのさらなる利用拡大が期待される

※2 太陽光や風力、地熱、バイオマスといった再生可能エネルギー(非化石電源)で発電された電気が持つ環境価値を取り出し、可視化した証書



統合報告書 2026

01 MISSION AND PATH FORWARD
ミッションの実現と輝く未来に向けて

02 VALUE CREATION
強みを起点に、持続的な成長へ

03 GROWTH STRATEGIES
「Vision 2030」達成に向けた戦略

- 営業戦略
- サプライチェーン戦略
- 調達戦略
- 人権尊重
- バックオフィス・IT分野の取り組み
- 人事戦略
- ▶ 自然環境
- 地域社会

04 CORPORATE GOVERNANCE
持続可能な価値創造を実現する経営基盤

05 DATA SECTION
データセクション

持続可能な水資源の保全

当社は、かけがえない「水」を使用しビジネスを行う企業として、水の持続可能性を高めることを重要な責務であると考えています。製造に使用する水の削減や再利用、適切な管理に努めるとともに、豊かな水資源を次世代へ引き継ぐため、地域社会と協働し、持続可能な水資源の保全に取り組んでいます。

水資源保全への取り組み目標と進捗

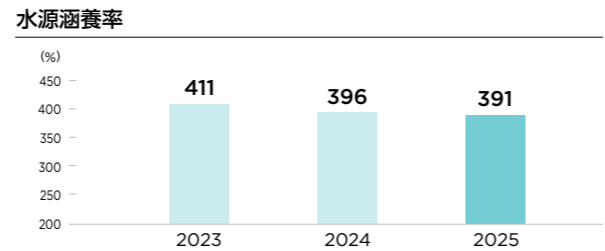
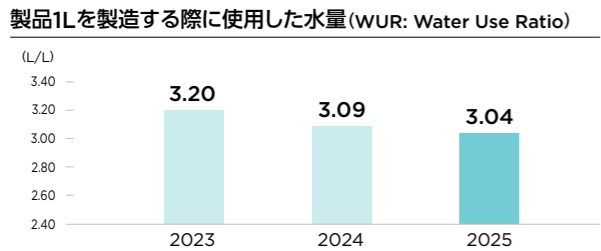
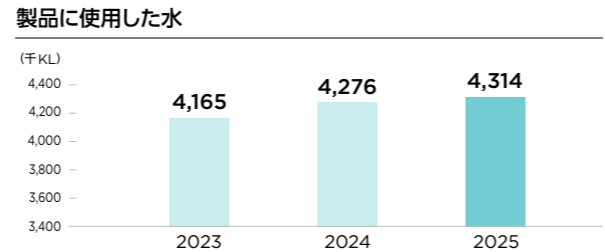
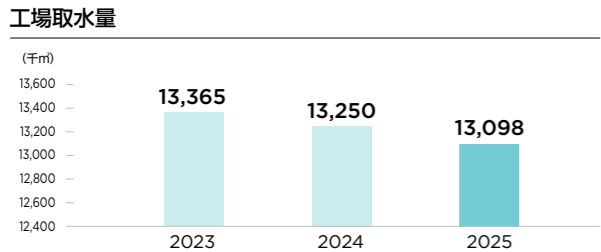
当社は、「CSV Goals」において、水資源の保全に関する目標として、「水源涵養率350%（2030年・2035年）」「2030年までに水使用量30%削減、2035年までに35%削減（2015年比）」「コカ・コーラ『森に学ぼう』プロジェクトの実施率100%（2030年・2035年）」を掲げ、取り組みを進めています。2025年の実績は、水源涵養率391%、水使用量の削減率24%、コカ・コーラ「森に学ぼう」プロジェクトの実施率88%となりました。当社は、製品1Lを製造する際に使用する水量（WUR：Water Use Ratio）

の削減目標を設定しており、工場では自然の恵みである水をムダにすることがないように、水使用量を厳しく管理し、工場設備や製造プロセスを常に見直すことで改善を図っています。また、水を自然に還す取り組みとして、水源域の森林が持続的に水を育み、蓄える力を維持できるよう、地域や専門家の方々と連携し、水資源保全活動を推進しています。

>P.50 コカ・コーラ「森に学ぼう」プロジェクト

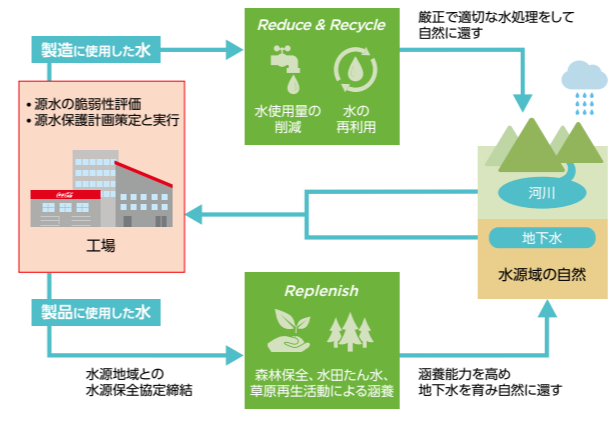


水に関する主な指標と実績



コカ・コーラシステムの考える水の循環

当社の工場では、水を「製造に使用する水」とそのなかでも最終的に「製品になる水」の大きく2つに分類し、それぞれ適切に管理しています。自然の水循環のなかで、私たちの事業活動を持続可能なものとするためには、流域全体の健全性を維持・向上させることが重要であるとの考えのもと、製造工程における水使用量の削減 (Reduce: リデュース)、工場における排水管理 (Recycle: リサイクル)、地域の水源の調査と保全 (Replenish: リプレニッシュ) を軸とした活動を展開しています。



水源域の涵養面積 約 **8,193** ha
水源保全協定を締結した工場数 全 **17** 工場

製造に使用した水	製造工程において洗浄水や冷却水として使用した後に回収・処理を行い、循環利用します。その後、厳正で適切な水処理をしたうえで河川へ放流します。
製品に使用した水	植林、間伐、水田たん水、草原再生といった水源の保全活動を通じて水源涵養の能力を高め、豊富な地下水を育むことで自然へ還元しています。

統合報告書 2026

- 01 MISSION AND PATH FORWARD**
ミッションの実現と輝く未来に向けて
- 02 VALUE CREATION**
強みを起点に、持続的な成長へ
- 03 GROWTH STRATEGIES**
「Vision 2030」達成に向けた戦略
 - 営業戦略
 - サプライチェーン戦略
 - 調達戦略
 - 人権尊重
 - バックオフィス・IT分野の取り組み
 - 人事戦略
 - ▶ 自然環境
 - 地域社会

- 04 CORPORATE GOVERNANCE**
持続可能な価値創造を実現する経営基盤
- 05 DATA SECTION**
データセクション



工場における水使用量の削減 ————— Reduce

私たちの工場では、コカ・コーラシステム独自のマネジメントシステム「KORE (コア)」の品質基準を遵守しながら、製造時の水の効率的な利用を進めています。具体的には、節水に効果のある最新技術・設備の導入や、製造工程において洗浄水や冷却水として使用した水を回収・処理し、再度洗浄水や冷却水として循環利用しています。

このような取り組みによりWURは、2025年で3.04Lとされており、水使用量の削減率は2015年比で24%と、着実に進捗しています。

工場における排水管理 ————— Recycle

当社は、工場内で循環利用し役目を終えた水を、微生物を使った「活性汚泥法」などによって浄化し、水質汚濁防止法などの国内法で定められた水質基準と、「KORE」の基準を照らし合わせ、より厳しい基準を採用し管理しています。

当社は、厳正で適切に処理された排水がきれいな水として再循環できるよう、河川などへ放流することで、自然界へ還しています。

地域の水源の調査と保全 ————— Replenish

コカ・コーラシステムでは、専門機関の協力のもと、すべての工場の水源を科学的な調査を通じて特定し、水源の脆弱性を評価したのち、水源保全計画を策定し、その保全計画に基づき、災害対策や工場水源での涵養活動を実施しています。

当社は、全17工場周辺の15流域において、特定した水源域の森林などを対象に、土地所有者や自治体、森林組合など61団体(うち自治体27)と水源保全等に関する契約を締結しています。

白州工場の水源地における取り組み (山梨県)

当社白州工場では、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 (Alliance for Water Stewardship) 規格の「ゴールド認証」を2024年に取得して以降、同認証の枠組みに基づき、水資源管理の取り組みを継続しています。

当社は、全工場で製造工程における水使用量の削減や、「KORE」による水質管理に加え、周辺流域における水収支の把握、将来的な水リスクの評価、流域におけるステークホルダーとの連携を通じた水資源保全活動などを一体的に推進しています。

白州工場においては、これらの全社的な取り組みに加え、同認証の枠組みを活用することで、流域全体の健全性向上に資する活動を推進しています。

当社は、白州工場におけるAWS認証の維持・運用を単なる認証取得にとどまらない取り組みとして位置づけ、水資源管理のさらなる向上を目指していきます。



多摩工場の水源地における取り組み (山梨県・東京都)

当社は、多摩工場周辺流域における水資源保全の一環として、山梨県丹波山村および東京都八王子市と連携し、森林保全を通じた水源涵養の取り組みを推進しています。2023年に両自治体と協定を締結して以降、周辺流域の森林環境の維持・

改善に向けた活動を継続してきました。

2025年以降、森林保全契約の対象範囲を拡大し、これまでの取り組みをさらに発展させる形で、水源涵養に向けた施策を一層強化しています。広葉樹林の生育を助ける保育施業や間伐、植林、林床の健全化といった森林管理に加え、湿地や休耕田の再生、生物に配慮した水辺環境の整備、地域住民や来訪者が自然と触れ合える環境づくりなど、流域全体の健全性向上を目的とした取り組みを展開しています。

当社は、地域のステークホルダーとの協働を通じて、水源涵養と生態系保全の両立を図り、事業活動を支える水資源の持続可能性向上につなげています。



森林整備の説明を受ける様子

水循環 ACTIVE 企業に認証

当社は、内閣官房水循環政策本部事務局の令和7年度「水循環企業登録・認証制度」において、水循環ACTIVE企業に2年連続で認証されました。

水循環ACTIVE企業は、直近3年以内において水循環に資する取り組みを実施している企業として、内閣官房水循環政策本部事務局から認証されるもので、水量や水質の改善など、水循環に直接的な影響を与える取り組みは、「水量水質カテゴリー」、人材、資金および機材などを介して水循環に貢献する取り組みは「人材資金カテゴリー」として認証され、当社は両カテゴリーにおいて認証を取得しました。



統合報告書 2026

01 MISSION AND PATH FORWARD
MISSIONの実現と輝く未来に向けて

02 VALUE CREATION
強みを起点に、持続的な成長へ

03 GROWTH STRATEGIES
「Vision 2030」達成に向けた戦略

営業戦略

サプライチェーン戦略

調達戦略

人権尊重

バックオフィス・IT分野の取り組み

人事戦略

▶ 自然環境

地域社会

04 CORPORATE GOVERNANCE
持続可能な価値創造を実現する経営基盤

05 DATA SECTION
データセクション



森と水から、未来を育てる

—工場水源域とともに歩んだ20年—



サステナビリティリレーション部2課

課長

藤久保 敦士

富田 康仁

加藤 麻美子

2006年、当社は工場で使用する水を自然に還元していくため、熊本工場と鳥栖・基山工場の水源域で水資源保全を目的とした協定を締結し、森林保全活動を本格的に開始しました。森が水を育み、その水が事業を支えるという事業と自然のつながりを、社員や地域の方々にわかりやすく伝えるため、自然体験型の取り組みとしてコカ・コーラ「森に学ぼう」プロジェクトをスタートしました。この活動は現在、当社17工場のすべての水源域に広がり、森林整備と連動した事業一体型の取り組みへと進化しています。本特集では、この20年の歩みを未来につなぐ3名の担当者が、想いと役割を語ります。

数字で見る「森に学ぼう」20周年

(2025年12月末)

総実施回数	244回	実施地域	全17工場の水源域
延べ参加人数	17,624名	連携パートナー	61団体 (自治体・森林組合・NPOなど)

森を守ることは、事業の未来を守ること

藤久保 私たちが工場で使用する水は、地域の森が何十年もかけて育んできたものです。だからこそ、森を守り続けることは、事業の継続そのものだと感じています。その水を育む森を守るため、土地所有者、自治体、森林組合のみならずと協定を結び、継続的な森林整備を進めてきました。森に手を入れる作業は地道な取り組みではありますが、1本の間伐や下草刈りの積み重ねが、植生を豊かにし、水源涵養機能や生物多様性の向上につながっていきます。毎年現地に立つたび、森が少しずつ広えてくれていると実感します。この20年間、**事業を支える水を守ることと地域の自然資本を未来に残すこと**を、同じゴールとして歩んできました。20周年は、新たなスタートラインだと考えています。

活動の「価値」を見える形で伝えるために

藤久保 「森に学ぼう」は、日々の水資源保全活動を見える化するために生まれました。地域の方々や社員が森へ入り、自然を体感し、手を動かしながら学ぶことで、森の働きや自然の水循環を自分事として捉えてもらうことを大切にしています。体験を通じて理解が深まることで、この活動が未来の行動につながっていくと信じています。

各工場水源域の森をひとつの想いでつなぐために

富田 私は、自動販売機事業の企画に携わっていましたが、地

域と未来に価値を残す仕事をしたという思いで当課へ異動しました。「森に学ぼう」は、先輩方が築いてきた信頼や現場の取り組みの積み重ねによって支えられています。一方、運営方法や伝え方が地域によって異なり、価値をより一貫性をもって届けるための改善余地もありました。そこで活動のフォーマット化とメッセージの統一に着手し、どの地域でも同じ理念のもと、同じ価値が伝わる運営の仕組みを整えてきました。また、参加しやすさを高める仕組みづくりと森の所有者や自治体、森林組合のみならずとの信頼を基盤にした協働しやすい関係づくりを進めてきました。現場で参加者の反応を見るたびに、この活動の価値が伝わっている手応えを感じます。

地域と築いた信頼が、次の20年をつくる

加藤 私は、当社カンパニースポーツのホッケー部のアスリートとして活動していましたが、ケガをきっかけに第二のキャリアとしてこの部署に異動しました。現在は、関係者との調整やアンケート分析などに加え、現場運営にも携わりながらチームの一員として活動しています。現場でご協力いただく森林組合や自治体のみならずとの信頼関係は、この活動の最大の資産です。地域ごとに異なる森の特性と向き合いながら、**その土地に合った森づくり**とともに考える関係が、次の20年につながっていくと感じています。

20年間の積み重ねを胸に、森と水、そして事業の未来を守るために、私たちはこれからも継続と進化を続けていきます。



20周年記念植樹(宮崎えびの)

統合報告書 2026

01 MISSION AND PATH FORWARD
ミッションの実現と輝く未来に向けて

02 VALUE CREATION
強みを起点に、持続的な成長へ

03 GROWTH STRATEGIES
「Vision 2030」達成に向けた戦略

営業戦略

サプライチェーン戦略

調達戦略

人権尊重

バックオフィス・IT分野の取り組み

人事戦略

▶ 自然環境

地域社会

04 CORPORATE GOVERNANCE
持続可能な価値創造を実現する経営基盤

05 DATA SECTION
データセクション

工場水源域の森とともに歩んだ20年

2006年

「森に学ぼう」佐賀とす、熊本あそを含む6水源域で初開催

2009年

「森に学ぼう」参加者累計5,000人

2011年

「森に学ぼう」開催累計100回

2014年

「森に学ぼう」参加者累計10,000人

2018年

「森に学ぼう」開催累計200回

2026年

「森に学ぼう」20周年

生物多様性保全の取り組み

当社では、水資源保全を目的とした工場水源域での森林整備を基盤に、生物多様性の保全にも取り組んできました。長年の活動を通じて得た知見をもとに、近年は専門家による生物調査や自然共生サイト認定などの外部評価の取得を進め、取り組みの実効性と透明性を高めています。

2026年に更新した「CSV Goals」では、「工場水源域における生物多様性保全活動の実施率^{*1}」において、2030年に60%、2035年に100%の目標を掲げています。2025年実績は27%となっています。

「水源の森」を起点とした生物多様性保全

清涼飲料を製造する当社にとって、水を育む自然環境は事業の根幹を支える重要な基盤です。各工場水源域の契約森林を「水源の森」と称し、水源涵養を目的とした森林整備などを継続して実施してきました。その取り組みが生物多様性の保全にも貢献しています。

近年は、生物多様性の観点から「水源の森」の価値を把握・可視化するため、専門家と連携した調査を段階的に進めています。



「水源の森」生物調査

「コカ・コーラ ボトラーズジャパン 水源の森ほうき」が自然共生サイトに認定。OECMとして国際データベースに登録

2025年、鳥取県にある大山工場の水源域に位置する契約森林「水源の森ほうき」の一部エリアが環境省により自然共生サイトに認定されました。本エリアでは、水資源保全を目的とした森林整備を2007年より継続しており、専門家による生物調査の結果、在来種を中心とした多様な動植物の生息・生育が確認されました。これらの取り組みが評価され、保護地域以外で生物多様性保全に貢献する区域として、国際的な枠組みであるOECM^{*2}にも登録されています。2025年には、鳥取県と協働した生きもの探しイベントを実施し、地域と連携した継続的な生態系保全活動を開始しています。



鳥取県と協働した生きもの探しイベント

社員一人ひとりの理解が生物多様性保全を支える

生物多様性保全を持続的に進めていくためには、現場での取り組みだけでなく、社員一人ひとりの理解と主体的な関わりが重要であると考えています。当社では、社員向けの体験・学習の機会として「ネイチャーカフェ」を開催し、身近な自然に目を向けながら生物多様性の重要性を学ぶ場を設けています。また、学びをさらに深めたい社員を対象に「ネイチャーアンバサダー」制度を導入し、外部講座の紹介や社内勉強会を通じて自律的な学習を促進しています。こうした取り組みを通じて、生物多様性の視点を企業文化のなかに根付かせ、事業と自然の関係性を自分事として捉える社員を増やしていきます。



「ネイチャーカフェ」の様子



「ネイチャーアンバサダー」向けオンライン勉強会の様子

「コカ・コーラ ボトラーズジャパン 水源の森ぞおう」で生物調査を進行中

蔵王工場の水源域にあたる「水源の森ぞおう」でも、専門家と連携した生物調査を進めています。調査結果をもとに、保全価値の把握や今後の管理方針の検討を行い、他の水源域への展開も見据えた生物多様性保全の取り組みとして深化を図っていきます。



フマタカ(希少猛禽類・森林生態系の健全性を示す指標種)



統合報告書 2026

01 MISSION AND PATH FORWARD
MISSIONの実現と輝く未来に向けて

02 VALUE CREATION
強みを起点に、持続的な成長へ

03 GROWTH STRATEGIES
「Vision 2030」達成に向けた戦略

営業戦略

サプライチェーン戦略

調達戦略

人権尊重

バックオフィス・IT分野の取り組み

人事戦略

▶ 自然環境

地域社会

04 CORPORATE GOVERNANCE
持続可能な価値創造を実現する経営基盤

05 DATA SECTION
データセクション

*1 全工場の水源域を対象とし、生物調査または啓発活動のいずれかを実施した割合

*2 OECM (Other Effective area-based Conservation Measures) : 保護地域以外で生物多様性保全に資する区域

気候変動(TCFD)・自然資本(TNFD)※1への対応

当社は、TCFD提言に賛同しており、GHG排出量削減への取り組みの一環として、重要度の高いリスク・機会を対象に、2030年・2050年を見据えたシナリオ分析を実施し、TCFD提言に基づき開示内容を更新しています。また、TNFDにも賛同しており、TNFDv1.0を参考にLEAPアプローチを用いて自然関連のリスク・機会を分析しています。さらに、水資源や生物多様性に関する優先地域を特定し、関連情報の開示を進めています。

TCFD・TNFDフレームワークに基づく開示

当社は、2022年2月にTCFD提言に賛同し、続けて、TCFDコンソーシアム、気候変動イニシアティブに参加、2023年にはGXリーグ※2へ参画し、GHG排出量削減に向けた取り組みを進めています。2022年は、主に重要度が高いリスク・機会を対象に、中期視点(2030年)のシナリオ分析を実施しました。2023年には、対象項目を広げ、長期視点(2050年)も含むシナリオ分析を実施し、TCFD提言に基づき開示内容を更新しています。

また、2022年12月にTNFDの取り組みに賛同し、TNFD

フォーラムへ参画しました。2023年12月には、TNFDに対応した情報開示を推進する企業として「TNFD Adopter」に登録し、2024年11月、TNFD提言に基づく初期的な開示として、TNFDv1.0を参考に、自然に関する事業リスク・機会の分析を行うとともに、水資源・生物多様性に関する優先地域を特定し、情報開示を開始しました。

[>TCFD提言に基づく開示](#)

[>TNFD提言に基づく開示](#)

1 ガバナンス

当社は、2023年にサステナビリティ委員会を設置し、非財務目標「CSV Goals」を基盤に、気候変動や生物多様性などの重要課題に対する方針・戦略を検討する体制を強化しています。委員会は社長を議長としELT※3で構成されており、年4回開催され、決定事項を速やかに各部門へ共有することで施策の実効性を高めています。委員会の下にはタスクフォースを設け、具体施策を各部門と連携して推進しています。2025年には環境ポリシーおよび「CSV Goals」の更新、気候変動への緩和・

適応などを議論しました。取締役会は委員会からの報告をもとに、サステナビリティ関連のリスクと機会を経営に反映しています。

さらに、TNFD提言をふまえ、地域社会を重要ステークホルダーと位置づけ、人権方針に基づく協働と対話を推進しています。サプライヤーには、人権、環境、労働などに関する当社の価値観を反映したサプライヤー基本原則(SGP: Supplier Guiding Principles)を理解し、人権尊重の意識を徹底することを求めています。

2 戦略

TCFD

シナリオ分析

当社は、2030年までにスコープ1、2において50%、スコープ3において30%のGHG排出量削減を目指しています(ともに2015年比)。さらに、2050年までにGHG排出量実質ゼロの達成を目指しています。「気候変動の緩和・適応」に向けて、TCFD提言に基づきガバナンス体制を強化し、シナリオ分析・戦略を検討するとともに、リスク管理を進めながら、目標達成に向けて取り組んでいます。気候変動に関しては、より詳細な分析が必要と判断し、2022年からシナリオ分析を実施しています。当社グループの主な事業活動を対象に、1.5/2℃シナリオおよび4℃シナリオの2つのシナリオを比較・検討しています。

	1.5/2℃	4℃
世界観	<ul style="list-style-type: none"> 気候変動対応が進み、規制などの移行リスクが高まる 脱炭素社会への移行にともなう社会変化が、事業に影響を及ぼす可能性が高い社会 	<ul style="list-style-type: none"> 気候変動対応が停滞し、自然災害など物理リスクが高まる 温度上昇等の気候変動が、事業に影響を及ぼす可能性が高い社会
参照シナリオ	IEA :NZE,SDS IPCC :RCPI.9,2.6,4.5	IEA :STEPS IPCC :RCP8.5

	TCFD	TNFD	関連ページ
1 ガバナンス	気候変動や生物多様性を含むサステナビリティ課題については、ELTで構成されるサステナビリティ委員会にて議論・戦略策定を実施。戦略などは最終的に取締役会の承認を経て決定。		サステナビリティ委員会 ▶P.23
2 戦略	対象年次を2030年および2050年に拡大してシナリオ分析を実施し、重要リスク・機会を再特定。移行計画も検討。	LEAPアプローチに基づき自然関連リスク・機会を評価し、バリューチェーン全体から重要課題を特定。特に影響の大きい水資源に焦点を当て、バリューチェーン全体での水分析を実施。	気候変動の緩和・適応 ▶P.47
3 リスク管理(TCFD)、リスクとインパクト管理(TNFD)	リスクと機会については、ELTが週次で議論を行い、リスクマネジメントフォーラムにて四半期ごとに詳細分析を実施。		リスクマネジメント ▶P.70-72
4 指標と目標	中長期目標として、当社独自の非財務目標「CSV Goals」を策定し、進捗を確認しつつ取り組みを実施。		CSV Goals ▶P.25

※1 TCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)とTNFD(自然関連財務情報開示タスクフォース)は、企業の財務情報開示を促す国際的な枠組み

※2 日本政府主導のもと、2050年カーボンニュートラル実現に向けた官民連携の枠組み

※3 ELT(Executive Leadership Team): CEOと各本部長を含めたCCBJグループ全体のマネジメント組織



統合報告書 2026

01 MISSION AND PATH FORWARD
 ミッションの実現と輝く未来に向けて

02 VALUE CREATION
 強みを起点に、持続的な成長へ

03 GROWTH STRATEGIES
 「Vision 2030」達成に向けた戦略

- 営業戦略
- サプライチェーン戦略
- 調達戦略
- 人権尊重
- バックオフィス・IT分野の取り組み
- 人事戦略
- ▶ 自然環境
- 地域社会

04 CORPORATE GOVERNANCE
 持続可能な価値創造を実現する経営基盤

05 DATA SECTION
 データセクション



TNFD

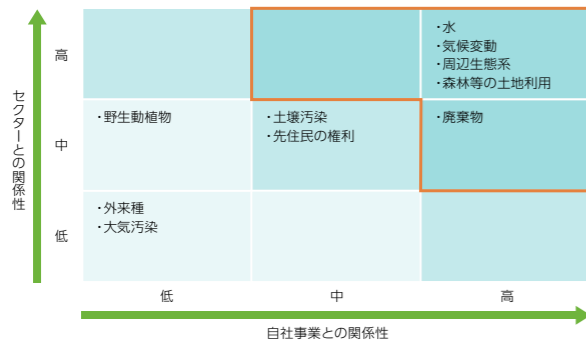
1) LEAPアプローチ

当社は、TNFDが推奨する枠組みであるLEAPアプローチを採用し、バリューチェーン全体における潜在的な自然関連リスクを分析し、事業における重要課題を特定しました。優先地域の特定分析においては、水資源をテーマとして選定し、水リスクの評価には、世界資源研究所(WRI: World Resources Institute)のAqueduct、IBAT (Integrated Biodiversity Assessment Tool)などの公開ツールを活用しました。

2) 重要課題の特定

当社は、自然関連の重要課題を特定するため、ENCORE^{*1}を活用し、セクターにおける自然への依存と影響を評価しました。さらに、事業に重大な影響を及ぼす自然関連リスクが顕在化した事例を調査し、SBTN^{*2}のHigh Impact Commodity Listを参照のうえ、主要製品である飲料の原材料としてトウモロコシ、テンサイ(ビート)、甘藷(いも)、サトウキビ、コーヒー豆、茶葉、乳製品を、容器梱包材としてプラスチック、アルミニウム、鉄を選定しました。また、関連する自然関連テーマとバリュー

自然関連マテリアリティ(重要課題)・マップ



チェーンとの関係性を考慮し、自然関連リスクの重要度を評価しました。これらの調査・分析の結果をふまえ、ENCOREの分析結果を縦軸「セクターとの関係性」、リスク重要度評価の結果を横軸「自社事業との関係性」とし、当社事業における自然関連リスクをマテリアリティ・マップに整理し、水、気候変動、周辺生態系、森林等の土地利用、廃棄物の5つを自然関連の重要課題として特定しました。

特定した重要リスクと機会

TCFDおよびTNFDにおいて特定したリスクと機会の詳細は、当社Webサイトに掲載しています。TCFD、TNFDの移行リスク、物理リスク、機会の詳細と発現時期を記載し、TCFDにおいては、定量分析と対応策および2030年のGHG排出量削減目標達成に向けた脱炭素への移行計画を開示しています。

TCFD

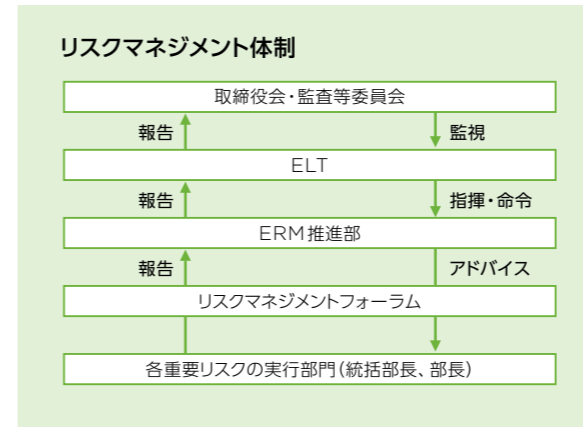
2030年と2050年を対象としたシナリオ分析を行い、定量分析で重要なリスクと機会を特定しています。複数のシナリオに基づき、リスクの最小化と機会の最大化を図るため、対応策を経営戦略や「Vision 2030」に反映し、年次計画にも組み込んでいます。今後は、定量分析を含む開示範囲の拡大および結果の精緻化を進めるとともに、社会の動向をふまえたシナリオ分析の定期的な見直しを実施します。

TNFD

当社は、水を含む5つの重要課題について、コスト上昇や供給の不安定性が財務計画に影響を及ぼすリスクと考えています。一方で、トレーサビリティの強化や技術開発により、生物多様性保全に貢献する機会も見出しています。

3 リスク管理(TCFD)、
リスクとインパクト管理(TNFD)

当社は、リスクと機会の管理を可能にするエンタープライズリスクマネジメント(ERM)を含むビジネスレジリエンスプログラムを導入しています。本プログラムは、有害事象への対応と回復を図ると同時に、事業の成長をサポートする予防的および対応的な活動を含んでいます。当社のERMプログラムでは、気候変動や生物多様性などサステナビリティ分野を含め、あらゆるリスクを包括的に評価しています。



4 指標と目標

当社は、「CSV Goals」を掲げ、GHG排出量削減、持続可能な原材料調達、水使用量削減および水源涵養率維持を目的とした水資源保全など、特定されたリスクに対して、各種指標および目標を設定し、順調に進捗しています。今後も、指標および目標の定期的な見直しを通じて、新たなリスクや機会に対応していきます。 ([>P.25「CSV Goals」](#))

統合報告書 2026

01 MISSION AND PATH FORWARD
ミッションの実現と輝く未来に向けて

02 VALUE CREATION
強みを起点に、持続的な成長へ

03 GROWTH STRATEGIES
「Vision 2030」達成に向けた戦略

- 営業戦略
- サプライチェーン戦略
- 調達戦略
- 人権尊重
- バックオフィス・IT分野の取り組み
- 人事戦略
- ▶ 自然環境
- 地域社会

04 CORPORATE GOVERNANCE
持続可能な価値創造を実現する経営基盤

05 DATA SECTION
データセクション

*1 自然関連リスクへのエクスポージャー(曝露)を調査し、自然への依存とインパクトを理解するために役立つ無料オンラインツール
*2 SBTN (Science Based Targets Network) : 企業などが自然に関する科学に基づいた目標(SBTs for Nature)を設定するためのフレームワーク



製品を通じたライフスタイルサポート

当社は、健康維持・増進や栄養補給に寄与する高付加価値製品・サービスを提供し、お客さまのウェルネス向上に貢献しています。

健康をサポートする製品の提供

当社では、非財務目標「CSV Goals」において、「特定保健用食品および機能性表示食品の販売数量増加率(2025年比)」を2030年に150%、2035年に200%とし、製品提供を通じたライフスタイルサポートに取り組んでいます。

お客さまの多様なニーズにお応えするため、無糖茶、天然水、ゼロカロリー製品などを含む幅広い製品ラインナップを展開し、お客さま一人ひとりの嗜好やライフスタイルに応じた選択しやすい製品構成の充実を図っています。近年の健康志向の高まりを受け、特定保健用食品(トクホ)や機能性表示食品の強化にも注力しています。内臓脂肪と皮下脂肪を減らす機能があると報告されている茶カテキンを含む機能性表示食品である「綾鷹 濃い緑茶」は2025年5月に味わいと容量を見直し展

開を拡大しました。また、トクホ製品「からだすこやか茶 W+」は、植物由来の食物繊維・難消化性デキストリンの働きにより、「脂肪の吸収を抑え、糖の吸収をおだやかにし、内臓脂肪を減らすのを助ける」3つの働きをもつ特定保健用食品のブレンド茶です。2026年1月には、パッケージに「食事と一緒に!」というメッセージを新たに追加し、販売を強化しました。さらに、仕事や勉強による一時的な精神的ストレスや疲労感を軽減する機能があることが報告されているGABAを含む「CHILL OUT (チリアウト)」や、砂糖とカロリーがゼロで、マルチビタミンが入った管理栄養士推奨品である「ミニッツメイド ゼロシュガー」シリーズなど、健康志向ニーズに寄り添った製品を展開しています。

当社は2026年も、お客さま一人ひとりの健康で豊かな生活を実現するために、健康価値の高い製品提供を継続していきます。

社外向けセミナー (水分補給セミナー／^{いんいく}飲育セミナー)

近年、気温や湿度の上昇により、熱中症などの健康障害が増え、適切な水分補給の重要性が高まっています。当社ではその予防に貢献するため、学校や各種団体・企業のみなさまを対象に水分補給セミナーを実施しています。さらに、お客さまが自身の体調や生活に合った飲料を選べるよう、飲料の種類や原材料、栄養成分、カロリー、賞味期限表示の見方など、日々の生活に役立つ情報をお伝えする飲育セミナーも開催しています。今後もセミナーを通して、みなさまのウェルネス向上に寄与していきます。

アプリ連携で健康行動を後押しする 法人向け「ウェルネスプログラム」

国内のコカ・コーラ ボトラー5社は、法人向け健康経営支援プログラム「ウェルネスプログラム」の提供を全国展開しています。

「ウェルネスプログラム」は、累計会員数1,300万人を突破したヘルスケアアプリ「あすけん」と、コカ・コーラ公式アプリ「Coke ON[®]」*のドリンクチケットを活用し、自動販売機を通じてお客さまの健康経営に向けた取り組みを支援するプログラムで、コカ・コーラ社自動販売機を設置している企業は無料で導入できます。導入企業の従業員は「あすけん」アプリで日々の食事を記録しながら、簡単なチャレンジを実施することで楽しく健康行動を続けることができます。また、健康習慣をテーマとしたオンラインセミナーも無料で提供しています。導入企業からは「健康維持に努める従業員が増え、食事管理や体脂肪率改善への意識が向上した」などのお声をいただいています。



>詳しくは、Webサイトをご覧ください。



統合報告書 2026

01 MISSION AND PATH FORWARD
ミッションの実現と輝く未来に向けて

02 VALUE CREATION
強みを起点に、持続的な成長へ

03 GROWTH STRATEGIES
「Vision 2030」達成に向けた戦略

- 営業戦略
- サプライチェーン戦略
- 調達戦略
- 人権尊重
- バックオフィス・IT分野の取り組み
- 人事戦略
- 自然環境

▶ 地域社会

04 CORPORATE GOVERNANCE
持続可能な価値創造を実現する経営基盤

05 DATA SECTION
データセクション

*「Coke ON[®]」はThe Coca-Cola Companyの登録商標です。

ビジネスを通じた地域社会発展への貢献

地域社会をはじめとするステークホルダーとの連携およびコミュニケーションを基盤に、持続可能な地域社会の発展や社会課題の解決に向けた活動に取り組み、ビジネスを通じて地域経済の活性化に貢献していきます。

工場見学

工場見学を通じたコミュニケーション

工場見学をお客さまやお得意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とのダイレクトコミュニケーションの場と位置づけており、当社17工場のうち、蔵王工場(宮城県)、多摩工場(東京都)、東海工場(愛知県)*1、京都工場(京都府)、広島工場(広島県)、えびの工場(宮崎県)の6工場に見学施設を有しています。

「コカ・コーラ」の世界観あふれる見学施設では、実際に製造ラインをご覧いただきながら、より多くのお客さまにコカ・コーラ社製品に親しんでいただけるよう「コカ・コーラ」の歴史や新製品を含めた製品ラインナップの紹介も行っています。みなさまに信頼されるパートナーを目指し、工場見学を通じてコカ・コーラ社製品の製造工程や高い品質を保つための厳しい管理基準、環境や地域における取り組みなどをわかりやすくお伝えしています。

「CSV Goals」では、工場見学をはじめとする自社主催の貢献活動による地域エンゲージメント率において、2030年、2035年ともに90%以上の目標を掲げています。2025年実績は99%となっています。

サマースクールをオンラインで開催

通常の来館型工場見学に加え、夏休み期間中の特別企画として、遠方にお住まいの方など現地に足を運ぶことが難しい方も

参加できるサマースクールをオンラインで毎年開催しています。

2025年のサマースクールでは、参加者を2チームに分け、ルートトラックにより、日本各地の工場や倉庫をめぐる、製品を積み込みながら目的地を目指す、すごろく形式のゲームを実施しました。ゲームを通じて、「コカ・コーラ」の歴史や製造工程、環境への取り組みなどを、クイズを交えながら楽しく学んでいただきました。事後アンケートでは、「涼しい室内で工場見学を、しかも各地のいろいろな工場を見られて親子ともにとっても楽しめました」や「コカ・コーラを飲みたいくなりました」といった声をいただきました。

フードバンク^{※2}への飲料製品寄贈

「CSV Goals」では、「フードバンク活動支援を通じた製品寄贈の実施率(都府県ベース)*3」において2030年75%、2035年100%の目標を掲げています。2025年は、20都府県(53%)で実施しています。

セカンドハーベスト・ジャパン(公益財団法人日本フードバンク連盟加盟)や一般社団法人全国フードバンク推進協議会などとパートナーシップを結び、各地域のフードバンク団体を通じて、社会福祉施設、フードパントリーなどに定期的に飲料製品の寄贈を行っています。寄贈を開始した2016年から2025年までに、累計24万ケース以上を当社のルートトラックで継続してお届けしています。2025年は、認定NPO法人フードバンク奈良への寄贈を開始し、エリア内27団体にコカ・コーラ社製品を34,864ケース(851,644本)寄贈しました。

フードバンクへの
製品寄贈数
(2025年実績)

34,864 ケース
851,644 本

社員ボランティア活動

当社は、地域社会とともに持続可能な未来をつくるため、社員のボランティア活動を積極的に支援しています。社員も地域社会の一員であるという考えのもと、清掃活動や森林保全、地域イベントへの参画など、社員一人ひとりが自発的に地域と関わる取り組みを推進しています。「CSV Goals」では「社員の社会貢献ボランティア参加率」において、2030年、2035年に20%以上の目標を掲げています。2025年は年間を通じて、全社員の26%がボランティア活動に参加しました。

参加を後押しする仕組みづくり

社員の自発性を尊重しながら参加を促すため、ボランティア休暇制度(年間5日以内の有給取得)や、活動内容を学ぶeラーニング、参加機会を一覧化した社内ポータルサイトを整備しています。社員が年間を通じてさまざまなボランティア活動に参加しています。

地域とともに広がる活動の輪

1都2府35県を事業エリアとする当社では、社員一人ひとりの行動を起点に、地域とともに活動の輪を広げています。地域イベントの運営支援や清掃活動、献血、スポーツ少年団の指導など、関わり方はさまざまです。毎年2,000名ほどの社員が参加する清掃活動をはじめ、株式会社ファミリーマートと連携した清掃活動、「横浜マラソン」の給水所運営、「阿蘇草原保全」などを通じ、社員・地域・パートナーがつながり合う輪を各地で育んでいます。



阿蘇草原野焼き(熊本県)



浜岡砂丘ビーチクリーン(静岡県)



統合報告書 2026

01 MISSION AND PATH FORWARD
ミッションの実現と輝く未来に向けて

02 VALUE CREATION
強みを起点に、持続的な成長へ

03 GROWTH STRATEGIES
「Vision 2030」達成に向けた戦略

営業戦略

サプライチェーン戦略

調達戦略

人権尊重

バックオフィス・IT分野の取り組み

人事戦略

自然環境

▶ 地域社会

04 CORPORATE GOVERNANCE
持続可能な価値創造を実現する経営基盤

05 DATA SECTION
データセクション

※1 工場見学休止中

※2 「食料銀行」を意味する言葉で、品質には問題がないにも関わらず処分される食品を、企業から寄贈を受けて福祉施設や困っている人に届ける団体や活動

※3 全営業エリアの都府県(1都2府35県)のうち、寄贈を行った都府県の割合

地域におけるセミナー開催

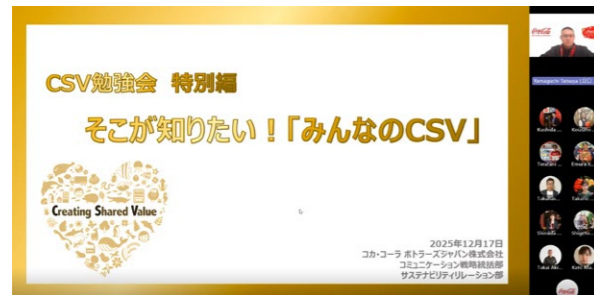
サステナビリティの取り組みを多くの方に知っていただくための「SDGsセミナー」などを開催しています。2025年は三重県伊勢市と連携し、環境への取り組みや、PET ボトルリサイクルについての出前授業を行いました。今後も、清涼飲料を製造・販売する企業として地域のみなさまとのコミュニケーションに注力していきます。



SDGsセミナーの様子

社員のサステナビリティ意識向上に向けた取り組み

一人ひとりの意識や行動の変化が、社会課題解決に寄与するだけでなく、CCBJHグループの成長と企業価値向上につながるという考えのもと、さまざまな施策を推進しています。サステナビリティに対する意識を高めるため、「CSV Goals」の社内浸透を目指し、全社員を対象に定期的にCSV勉強会を実施しています。



CSV勉強会

奨学支援事業

公益財団法人コカ・コーラ教育・環境財団の支部として、優秀な青少年の育成、また地域社会を支える人材育成に貢献できるよう、給付型奨学金支援事業を行っています。人物・学力ともに優れ、高い向上心を持ちながらも経済的な理由により大学進学が困難な事情がある高校生、社会が取り組むべき課題であるサステナビリティに高い関心を持ち、環境分野でより専門的な研究を行う大学院進学者を採用し支援しています。



奨学生交流会

産学官民連携による地域協働事業

地域行政や教育機関、市民団体など産学官民連携のもと、2025年は宮城県や三重県で、地域課題の解決やSDGsの達成に取り組む活動を支援しました。

市村自然塾 九州の運営支援

当社では、コミュニティの課題や教育上の諸課題に取り組むCSV（共創価値）の一環として、「市村自然塾 九州」の運営を支援しています。「市村自然塾 九州」は「生きる力を大地から学ぶ」を基本理念とし、農作物の栽培、収穫の作業や団体生活を通じて、塾生の規律、自主性、創造性などの資質を育む場を提供しています。



市村自然塾 九州の農園

カンパニースポーツ

CCBJHグループは事業を通じた地域経済の活性化に貢献するとともに、スポーツを通じてみなさまへ笑顔や感動をお届けし、地域社会とのつながりを大切にしています。

広島を拠点に活動し、国内最高峰リーグで3冠を獲得した「コカ・コーラ ボトラーズジャパン レッドスパークス ホッケー部」は、明るく活気ある地域づくりと誰もが活動的で健康的に過ごせる社会の実現に貢献するため、スポーツクリニックを開催し、スポーツの楽しさや技術力の向上に加え、指導者向けに安全性の高い指導法をお伝えしています。また、カンパニーアンバサダー津岡翔太郎選手（7人制ラグビー男子日本代表）をはじめ、世界で活躍するアスリートたちが地域や障がいの有無を超えてともに成長しながら、スポーツが持つ力、夢や感動をみなさまにお届けしています。加えて、パラ・デフアスリートによる未来共創授業では、障がい理解や垣根のないスポーツ体験などを通じて、多様性の尊重や共生社会について考える機会の創出に取り組んでいます。



ホッケー部（高円宮杯2025ホッケー日本リーグ さくらリーグ優勝）



パラ・デフアスリート（未来共創授業）

統合報告書 2026

01 MISSION AND PATH FORWARD
ミッションの実現と輝く未来に向けて

02 VALUE CREATION
強みを起点に、持続的な成長へ

03 GROWTH STRATEGIES
「Vision 2030」達成に向けた戦略

営業戦略

サプライチェーン戦略

調達戦略

人権尊重

バックオフィス・IT分野の取り組み

人事戦略

自然環境

▶ 地域社会

04 CORPORATE GOVERNANCE
持続可能な価値創造を実現する経営基盤

05 DATA SECTION
データセクション