

Paint it RED! 未来を塗りかえろ。

新たなミッションを掲げ、 中期計画の初年度をスタート



Karim

代表取締役社長
カリン・ドラガン

このたびの新型コロナウイルス感染症によりお亡くなりになられた方々に謹んでお悔み申しあげますとともに、罹患された方々に心よりお見舞い申しあげます。また、感染拡大防止や治療等に日々ご尽力されている保健機関、医療従事者のみなさまに心より敬意を表し、感謝申しあげます。

2019年の総括

2019年の国内清涼飲料市場は、7月の長雨や低温の影響もあり、前期比微減で推移したものと見込まれます。

当社は2019年を、前年の被災による製品供給制約からの復旧と将来の成長基盤再構築に注力する転換の年と位置づけ、供給体制の復旧と製造能力の段階的な拡張に向けた投資を進めてまいりました。京都工場および熊本工場で計3つの製造ラインが新たに稼働を開始するなど製造能力を強化するとともに、4月に大型PETボトル製品等の納価改定を実施し、収益改善と成長に向けた基盤の確立にも努めてまいりました。また、8月には、2020年から2024年までの5年間の中期計画を発表いたしました。ザ コカ・コーラ カンパニーおよび日本コカ・コーラ株式会社の経営陣と緊密に連携して策定したこの中期計画では、「これまでのやり方は選択肢にない」という考えのもと、抜本的な変革を行うことにより、業界最高水準のイノベーションとオペレーションの実現を目指しております。

2019年の業績につきましては、最盛期の長雨や低温の影響等による飲料事業の販売数量の減少、製品供給体制の復旧を進める中での製造・物流関連費用増の継続、のれんの減損損失の計上等の影響を受けましたが、事業利益は、徹底したコスト削減等により、主力の飲料事業で2019年5月に発表した修正予想値を上回り、連結では概ね計画どおりの着地となりました。

「Paint it RED! 未来を塗りかえろ。」

2019年に、中期計画に基づきミッション・ビジョン・バリューを刷新いたしました。「すべての人にハッピーなひとときをお届けし、価値を創造する」ことを掲げ、ミッション・ビジョン・バリューの総称を「Paint it RED! 未来を塗りかえろ。」といたしました。当社のコーポレートカラーであり、情熱を表す色「赤 (RED)」を使うことで、当社とステークホルダーのみなさまにとっての持続的な価値を創造していくという強い意志を表しています。

このミッション・ビジョン・バリューは、組織健康度調査の結果や従業員とトップマネジメントのコミュニケーションからの気づきを反映しており、当社がお客さま、お得意さま、株主さまをはじめとするあらゆるステークホルダーのみなさまに選んでいただけるパートナーであり続けることを謳っています。また、持続的な成長に向けたあるべき姿の実現に向け、誠実と信頼に基づき行動すること、機敏であること、従業員と会社がしっかりと学ぶこと、結果を見据え最後までやりきることの大切さも表しています。



Mission

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

Vision

- すべてのお客さまから選ばれるパートナーであり続けます
- 持続可能な成長により、市場で勝ちます
- 常に学びながら成長します
- コカ・コーラに誇りを持ち、誰もが働きたいと思う職場をつくります

Values

- 学ぶ向上心を忘れません
- 変化を恐れず機敏に行動します
- 結果を見据え最後までやりきります
- 誠実と信頼に基づいた気高い志で行動します

2020年の見通し

2020年は、2019年の冷夏による需要減の反動増が見込まれる中、国内の清涼飲料市場を2019年並みと見込み、当社は前期比3%の販売数量成長を計画しておりましたが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大と全国への緊急事態宣言の発令に伴う在宅勤務拡大やソーシャルディスタンス確保等の取り組みの影響を受け、当社の事業環境は悪化しており、先行きは不透明な状況です。また、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会のワールドワイドパートナーであるザ コカ・コーラ カンパニーとともに、夏季に積極的なマーケティングキャンペーンの展開を予定しておりましたが、同大会の2021年への延期決定を踏まえ、マーケティング活動計画を見直しております。

このような状況の中、当社は、短期的には新型コロナウイルス感染症の感染拡大を発端とする事業環境の変化に迅速に対応し、ビジネスへの影響を最小限に抑えるべくさまざまな対策を講じるとともに、ポストコロナの事業環境を見据え、中長期的視点で大きな効果が見込まれる施策に注力するなど変革を加速させております。中期計画の「これまでのやり方は選択肢にない」という考えのもと、重要なベンディングチャンネルや間接部門のコスト構造の変革、製造能力の強化、売場拡大やマーケットシェア成長に繋がる顧客志向の投資や人材・キャリア開発への投資の実行など、持続的な成長軌道への回帰に向けビジネスの抜本的改革を推し進めております。

主力の飲料事業におきましては、厳選された重点製品のイノベーションへの集中投資と主力製品の強化により売上成長を目指してまいります。また、市場実行力の向上やカスタマーとの関係強化により、業界最高水準のカスタマー・マネジメントの実現と販売機会の拡大に取り組んでまいります。さらに、これまでのトレンドと新型コロナウイルス感染症の影響による消費行動の急速な変化に迅速に対応し、飲用機会に

適したパッケージ・価格での製品提供に努めてまいります。ベンディングチャンネルにおいては、2019年に近畿エリアでパイロットテストを実施したオペレーションプロセス変革の全エリアへの拡大を進めており、持続可能な成長実現を目指してまいります。また、2019年10月に当社全エリアでの販売を開始したアルコール飲料「檸檬堂」の展開を含め、未参入領域における取り組みにも注力してまいります。

製造面では、2020年中に、広島工場の稼働を含め新たな製造設備4ラインの稼働を予定しており、被災からの復旧と将来の成長に向けた強固な基盤構築に取り組んでまいります。また、物流面では、物流・配送ネットワークの最適化や自動倉庫、埼玉メガDC等の大型物流施設の建設を引き続き進めてまいります。さらに、間接部門におけるコスト削減の取り組みとして、シェアードサービスモデルにより、定型業務を集約し標準化したプロセスで処理することにより、バックオフィス業務の効率化を図ってまいります。加えて、新たなミッション・ビジョン・バリューに基づく人財戦略の実行、廃棄物ゼロ社会を目指す「容器の2030年ビジョン」等、社会との共創価値に基づくESG目標の実現に向けた活動にも注力してまいります。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、前例のない不透明な事業環境が続いておりますが、当社は、みなさまの日常生活に必要な不可欠な製品・サービスを提供するために最前線に立つ従業員の安全と健康の確保を最優先として事業活動を行っております。そして、事業への影響を最小限に抑えるべくあらゆる対策を講じながらも、中長期的な成長の基盤となる変革の取り組みを緩めることなく推し進めてまいります。

株主・投資家のみなさまにおかれましては、引き続き当社へのご理解と長きにわたるご支援を賜りますようお願い申し上げます。(2020年5月末日現在の情報を基に記載しています。)