

CFOメッセージ

中長期目線での企業価値向上に向け、柔軟な財務戦略を実行



代表取締役副社長 CFO
ビヨン・ウルゲネス

中期計画における財務戦略の枠組み

2019年3月の定時株主総会を経て代表取締役副社長 CFOに就任いたしましたビヨン・ウルゲネスです。CFOとして、持続的な成長に向けた財務戦略の責任を担っております。当社は、2024年までの中期計画において「成長に向けた投資」、「資本の適切な管理・運用」、「株主価値の創出」の3つを財務戦略の柱とし、企業価値の向上に取り組んでおります。

成長に向けた投資の実行

中期計画では、2018年7月の被災からの復旧と将来の成長に向けた強固な基盤構築のために、投資を行っていく計画です。「これまでのやり方は選択肢にない」という考えのもと、ビジネスの抜本的な変革を行い、収益性の改善を図ってまいります。具体的には、市場のニーズに合った効率的な製造・物流基盤の構築に向けた投資、当社の収益の柱であるベンディングチャンネルの変革に向けた投資、バックオフィス業務の効率化に向けたIT投資、人材および従業員の能力開発への投資などを予定しております。

資本の適切な管理・運用に注力

これらの成長投資に必要な資金の調達を目的として、2019年9月に1,500億円の社債を発行いたしました。今年、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により困難な状況に直面する中、当社は強固な財務体質の確立、十分な流動性と適切なキャッシュフローの確保に向け、設備投資や配当を含めた資本配分の優先順位を今一度精査しつつ、資本の適切な管理・運用に注力してまいります。

また、短期的にも、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い急変する事業環境においても安定した財務基盤を維持すべく、柔軟な対策を講じてまいります。

株主価値の創出に向けて

当社は、2018年から2019年にかけて、増配や自己株式の取得など、株主価値の向上に向けた施策を実行してまいりました。また、当社の役員報酬には業績連動の株式報酬制度を採用しております。業績連動賞与を含め最大で報酬の3分の2が業績に連動する形となっており、当社役員は株主のみなさまと同じ目線で事業活動を行っております。

2020年通期業績につきましては、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の状況や事態終息までの先行きが不透明なことから、業績見通しの適切な見積もりが可能となるまで業績予想を未定とすることといたしました。また、新型コロナウイルス感染症の影響を最も大きく受ける時期であることから、2020年は中間配当を無配とし、年間配当予想を未定といたしました。

当社は、2020年計画の複数のシナリオと中期計画の前提への影響を精査すると同時に、トップラインを守りつつコスト削減の機会を積極的に創出するための対策を緊急的に実施しております。

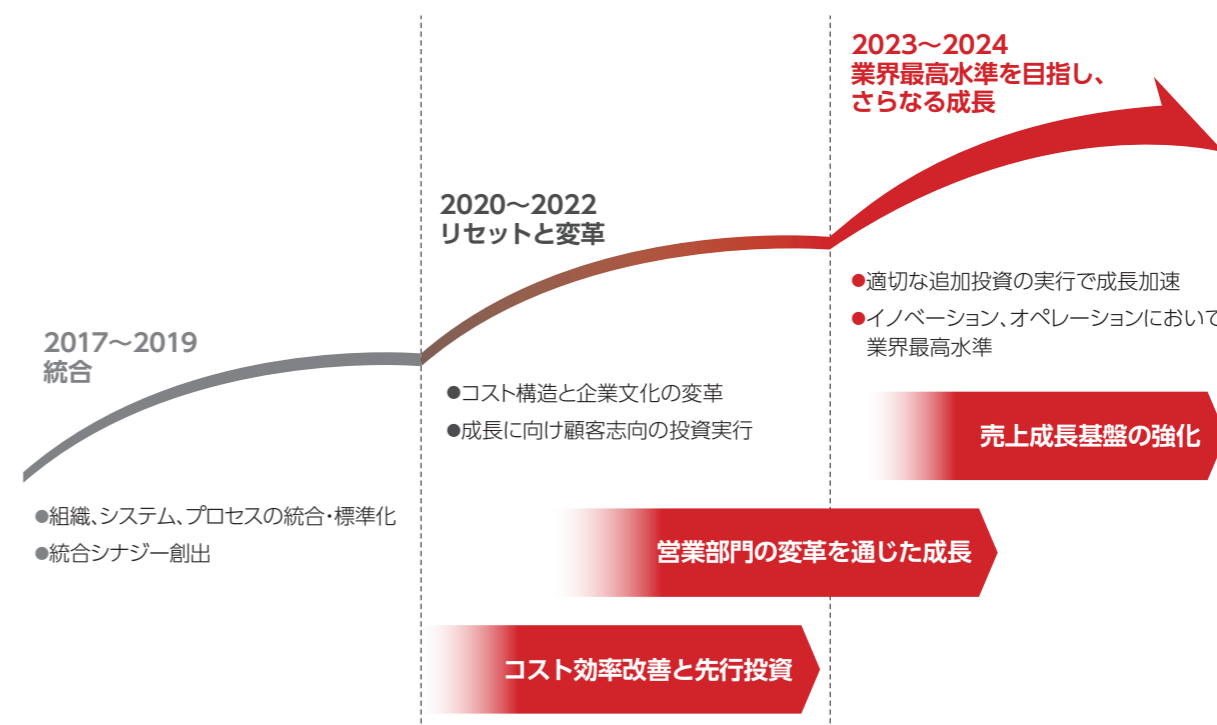
前例のない事業環境が続くことが見込まれますが、このような困難かつ不透明な環境下においても、資本の適切な管理・運用に注力しながら事業の抜本的変革を実行することにより、収益性改善とROE向上に向けた努力を継続し、企業価値の向上に取り組んでまいります。

(2020年5月末日現在の情報を基に記載しています。)

トピックス

2020年～2024年 中期計画

2019年8月に、2020年から2024年までの中期計画を発表しました。「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ます。



大型PETボトルの納価の値上げを実施

2019年4月、飲料業界で最初かつ当社にとって25年以上ぶりとなる製品価格の改定を決定し、大型PETボトル製品等の納価の値上げを実施しました。当社は生産・オペレーションの効率化や経費削減等の企業努力を図っておりますが、物流費の高騰や原材料価格の上昇の影響を受けるなど、コスト上昇への対策が求められています。そのような中、当社は高付加価値製品の導入や適切な製品(ブランド・容量等)を最適な卸売価格で販売するなど、きめ細かい営業活動に取り組むとともに、2019年4月1日出荷分より、大型PETボトル製品等の納価およびメーカー希望小売価格の改定を実施しました。今後も、収益性を重視したRGM(レベニューグロースマネジメント)の取り組みを推進していきます。



1,500億円の社債を発行

2019年9月に総額1,500億円の普通社債を発行しました。当社は、中期計画において、持続的な成長に向けた基盤構築のための投資を予定しており、調達した資金はそのための戦略的設備投資資金や発行済社債の償還資金等へ充当していきます。なお、当社の格付は、日本格付研究所(JCR)長期発行体格付:AA-(2020年1月15日付リリース)、格付投資情報センター(R&I)発行体格付:A+(2020年2月28日付リリース)であり、財務体質に対し高い評価を得ているものと考えています。

トピックス

製造能力の拡張に向けて

当社は急速に変化する市場環境や多様化するお客さま・お得意さまのニーズに迅速に対応すべく、製造能力の拡張と物流体制の最適化に取り組んでいます。製造面では、PETボトルコーヒーの台頭など、非炭酸飲料を中心としたアセプティック（無菌充填）製品の需要急増への対応と「平成30年7月豪雨」により喪失した製造能力の回復に向け、新工場「広島工場」の稼働を含め、2019年以降、7つの製造ラインの立ち上げを進めてきました。



物流ネットワークの最適化に向けて

物流面では、高品質・低コスト・安定供給を実現するサプライチェーンネットワークの構築を目指したプロジェクトを進めています。その一環として、2019年は、埼玉工場敷地内において、最新自動物流センター「埼玉メガDC」の建設を開始しました。埼玉メガDCは、6万パレットの保管容量、年間8,100万ケースの製品出荷能力を備える予定で、どちらもコカ・コーラシステム国内最大規模です。東京都および埼玉県の基幹物流拠点として2021年2月の竣工を予定しています。また、白州工場と熊本工場では新倉庫が稼働開始しました。新倉庫は高密度保管システムを採用しており、従来の約半分のスペースで製品の保管が可能となっています。



埼玉メガDC

新型コロナウイルス感染症への対応状況

当社は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に対し、消費者のみならず、お得意さま、従業員およびコミュニティの安全と健康を確保していくことを最優先とし活動しています。困難な時期ではあるものの、私たちのミッションに基づいて、すべての人に「Happy」でさわやかなひとときをお届けすべく、包括的な対策を行いつつ安全・安心な製品の供給を継続することにより、日常生活に必要な不可欠な製品・サービスの提供に努めています。また、当社は、製品（飲料）を通じてさまざまな地域社会への支援を実施しており、今後も取り組みを継続してまいります。



- 政府の指針に沿った感染対策の強化
- 感染の可能性や懸念を持つ従業員をサポートするための明確なアドバイスと情報共有
- リモートで可能なすべての業務について積極的に在宅勤務を実施
- 従業員の海外渡航を制限
- 小中高等学校などの休校中に育児支援が必要な従業員のサポート
- 対面での大規模な会議を可能な限り中止
- 工場見学の受け入れ中止、当社事業所訪問者に対して厳格な制限を設定
- 当社の全事業所において事業継続のための計画を強化し、あらゆるシナリオを想定

日本医師会を通じた「感染症指定医療機関」などへの清涼飲料の無償提供

当社を含むコカ・コーラシステムは、医療従事者のみなさまを応援するため、医療機関などに対して清涼飲料約130万本を寄贈する「Refresh Japan」プログラムを開始しました。公益社団法人 日本医師会を通じ、5月中旬より当社各セールスセンターから感染症指定医療機関への配送を進めています。



フードバンク※を通じた製品寄贈

新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止策として、学校の休校、テレワークの推奨、各種イベントの中止など、人との接触を減らす生活形態への変化が、子どもたちやその家族の生活に大きく影響を与える中、当社は製品寄贈を拡大するなど、コミュニティをサポートするための迅速な行動に努めています。このたび、当社は販売エリア内11都県、16のフードバンク団体を通じて、子ども食堂・児童館などの各種福祉施設へ当社製品4,153ケース（76,422本の飲料）の寄贈による支援を行いました。また、当社は2016年から日本で最初のフードバンク団体である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製品寄贈を行っており、2019年は、各地にあるフードバンク22団体を通じて、約10,000ケースの飲料を福祉施設等に寄贈しました。



※フードバンクとは「食料銀行」を意味する言葉で、まだ食べられるのに処分されてしまう食品を、食べ物に困っている施設や人に届ける団体や活動のこと。昨年の「食品ロスの削減の推進に関する法律」の施行もあり、フードバンクの活動は一層注目を集めています。

このほかにも…

コカ・コーラの公式スマホアプリ「Coke ON」を通じ、屋内で簡単に実施できるエクササイズのレッスン動画と、総計100万名様に無料ドリンクチケットなどを提供する「おうちでリフレッシュ」プログラムを実施しました。また、当社ラグビー部コカ・コーラレッドスパークスによる支援も行っており、医療従事者のみなさまの防護服不足に役立てていただくため、ラグビーの試合観戦用に準備していたレインコート3,000枚を大阪市に寄贈しました。さらに、「家でも出来るさわやかトレーニング」として、コカ・コーラレッドスパークスの選手によるトレーニング動画をYouTubeで発信するなどの取り組みも行っています。

加えて、6月には、抗ウイルス・抗菌フィルムで自動販売機の製品選択ボタン等の接触部を覆うことによる抗ウイルス・抗菌加工を導入することを発表しました。

