当社のバリューチェーン

当社の基盤

6つの資本

知的資本
- ▶「コカ・コーラ」に代表される世界的ブランド群と日本で愛され続けるブランド群
- ▶お客さまのニーズを形にするためのマーケティング力・R&D力
- ▶日本コカ・コーラ㈱を含む日本のコカ・コーラシステム各社、米国のザ コカ・コーラ カンパニーとのリレーション

製造資本
- ▶海外のコカ・コーラシステムの規模を活かした安全・安心の製品づくりを実践するための原料調達網
- ▶製造工場の最先端の管理システム、設備、技術力
- ▶エリア内を網羅する自動販売機

人的資本
- ▶多様性を尊重したグローバル人材の活用
- ▶能力を最大限に発揮できる多様な働き方

自然資本
- ▶価値創造の源泉となる水と原材料

社会関係資本
- ▶CSV活動をともに推進するステークホルダーとの信頼関係
- ▶エリアのすみずみまでいきわたる地域における活動

財務資本
- ▶資本の適切な管理・運用
- ▶強固な財務体質
- ▶株主還元

強み

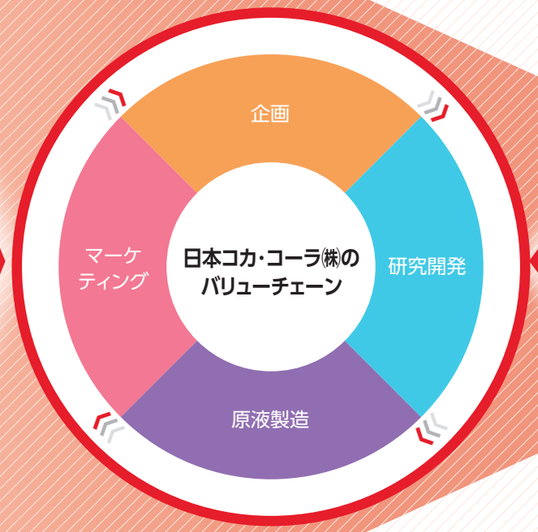
- ブランド力
- コスト競争力
- 競争力のある人材
- 社会との共創価値
- 強固な財務基盤

日本コカ・コーラ㈱と緊密に　連携した当社のバリューチェーン

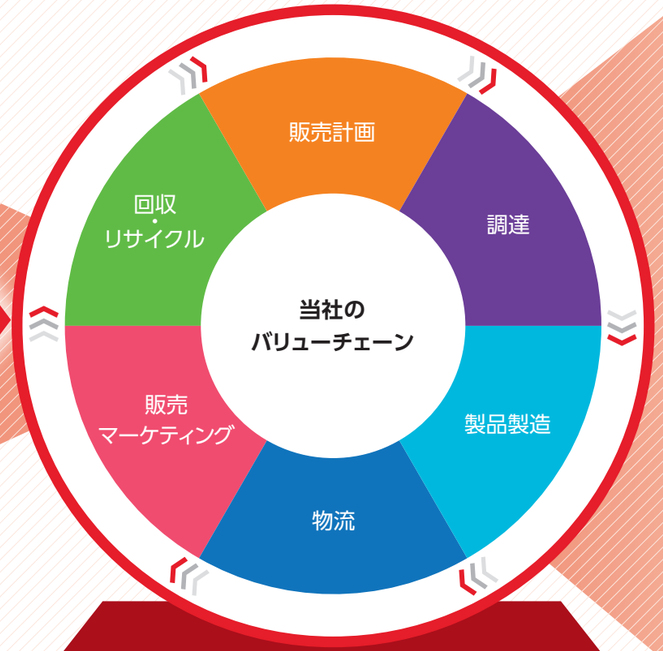
日本における コカ・コーラシステムの しくみ

日本のコカ・コーラシステムは、原液の供給と製品の企画開発や広告などのマーケティング活動を行う日本コカ・コーラ㈱と、製品の製造・販売を行うボトラー社や関連会社等で構成されています。

当社をはじめとするボトラー社は、各工場で厳重な品質管理のもとに製品を製造し、お取引のある店舗や自動販売機を通して、お客さまへコカ・コーラ社製品をお届けしています。



連　携



価値創造の基盤

人材・IT・CSV

ガバナンス

ミッション・ビジョン・バリュー

提供価値

顧客
高品質な製品・サービスの提供による顧客満足の追求

取引先
会社の持続的な成長による長期的な関係構築および取引機会拡大

従業員
会社と従業員がともに学び、成長し、利益を共有することによる従業員満足の追求

地域社会
事業の成長と地域社会の発展に資するCSV(共創価値)の実現

地球環境
事業を通じた低炭素社会、循環型社会、自然共生社会の実現への貢献

株主
利益成長と株主還元充実による株式価値の向上

営業本部長メッセージ

執行役員 営業本部長
コスティン・マンドレア

営業本部長のコスティンです。私は、成長戦略・販売計画の策定と営業戦略の実行を担っております。当社は、戦略策定から店頭での戦略実行、デジタル化戦略までの多くのプロセスにおいて、ザ コカ・コーラ カンパニーと緊密に連携をとっております。私たちは、コカ・コーラシステムの資産を活用しながら、お得意さま・お客さまに選んでいただけるよう常に現場で闘っており、日本の飲料市場における当社の事業規模やプロフェッショナルな営業体制、コカ・コーラ社製品を誇りに思っております。

営業本部は、2017年の当社発足以降、営業体制の確立や、組織の見直しに注力してきました。全国チェーンのお得意さまの窓口であるコカ・コーラカスタマーマーケティング㈱の取り込みや、自動販売機のオペレーションを担う統合会社コカ・コーラボトラーズジャパンベンディング㈱の発足など、強固で一貫した営業体制を築くとともに、フラットな組織体制の構築、営業活動のデジタル化、新しいツールを通じた成功事例の共有、ケイパビリティの強化等に取り組んでまいりました。また、重複する業務や業務プロセスの改善にも取り組むなど、高品質なサービスの提供に努めながら、シンプルかつ低コストなオペレーションの実現に注力してまいりました。

2020年、当社は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大や東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の延期を受け、コントロール可能な分野に注力していく決断をいたしました。何よりもまず、お客さま、お得意さま、従業員の安全を最優先に、安全・安心な製品とサービスの提供を継続いたしました。そして、新製品導入数の調整やマーケティングプロモーションの中止等を決定し、短期的な利益確保に最優先に取り組みながらも、将来の強固な基盤構築に向け重要な変革施策の取り組みを加速させてまいりました。2020年の結果は厳しいものとなりましたが、私たちが注力してきたコントロール可能な分野では成果が見られました。2020年は、新型コロナウイルス感染症の影響のピーク時に販促投資は限定的となりましたが、新製品は大きく貢献いたしました。「ファンタ プレミア」と「ジョージア ラテニスタ」の導入は順調に進捗し、2021年につながる基盤を構築できたと考えております。また、家庭内需要の高まりや小売店でのまとめ買いの機運が高まる中、当社は、ケース販売の展開やラベルレス製品の導入等に機動的に対応するなど、お客さまのニーズを捉えた活動を行ってまいりました。ベンディングの市場シェアには良い傾向が見られ、26ヵ月連続で金額シェアは対前年プラスとなっております（2021年5月時点）。ベンディングは、収益性を見極めた自動販売機の設置、ロケーションに応じた最適な品揃えの実施、お客さまのエンゲージメント向上と購買機会の拡大に向けた「Coke ON」のデジタルプラットフォームとしての活用など、地道な活動の結果が表れていると考えております。さらに、アルコール飲料「檸檬堂」は大きく貢献を果たし、2020年の売上規模は当初想定を大きく上回る約800万ケースとなりました。

営業分野の変革の主要施策については、当初の予定を半年早め、上期中に完了することができました。自動販売機のサービスルート計画策定から、拠点・現地での製品の積み下ろし、製品補充、移動、在庫確認や精算業務等、ベンディングのオペレーション担当者が抱える業務を集約、分業化し、業務効率を向上させました。その結果、ルート数は約20%減少し、ベンディングチャネルの固定費を通年ベースで10%程度削減することができました。ベンディングの販売数量と消費者のトラフィックが回復し始めるときに備えた強固な基盤が確立できたと考えております。また、戦略実行においては、カスタマーサービスと効率を重視し、プロセスをエンドツーエンドで再設計いたしました。現在、当社の営業担当者は、デジタル化に適応し、アジャイルな対応を行い、売場での勝利に注力しております。

不透明な環境は続くと予想されますが、2021年は、「市場で勝つ」ことを掲げ、金額シェアを前年から伸ばすことを目標としております。「ポートフォリオの強化」「ベンディングビジネスの変革」「パーフェクトエグゼキューション」「エクセレントカスタマーマネジメント」を成長戦略の柱とし、価格・取引条件の適正化やザ コカ・コーラ カンパニーとの協業、ザ コカ・コーラカンパニーがワールドワイドパートナーである東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の活用等を基盤に、目標の達成を目指してまいります。私たちは、営業力の強化に力を注いでおり、アジャイルな方法で、強力な人材育成・研修を行っております。

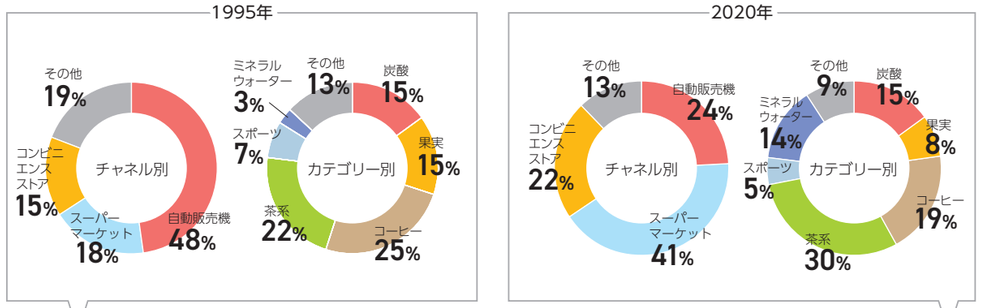
2021年はすでに「からだおだやか茶W」「綾鷹カフェ抹茶ラテ」「ジョージア ラテニスタ」「やかんの麦茶」「アイシー・スパーク」といった重点製品を発売しております。また、4月にはヨーロッパ最大※のカフェブランド「コスタ コーヒー」を発売いたしました。さらに、昨年テスト販売していた350ml PET、700ml PETの展開を拡大しており、コカ・コーラや主要炭酸飲料で全エリア展開いたしました。ケース販売やマルチパック等を通じた家庭内需要の取り込みにも引き続き取り組んでまいります。加えて、ダウンロード数2,500万を超えるスマートフォンアプリ「Coke ON」を活用したクロスチャネルのプロモーションも展開する予定です。マーケティング活動については、価値創造に向けサプライチェーン、ファイナンスおよび各部門との連携を引き続き強化しながら、シンプルでインパクトのある収益性を軸にした活動に注力し、成長を実現してまいります。当社では、「販売する、もしくは販売をサポートする」を全従業員が実践しており、すべての人にハッピーなひとときをお届けし、価値を提供していくというミッションの実現を果たしてまいります。

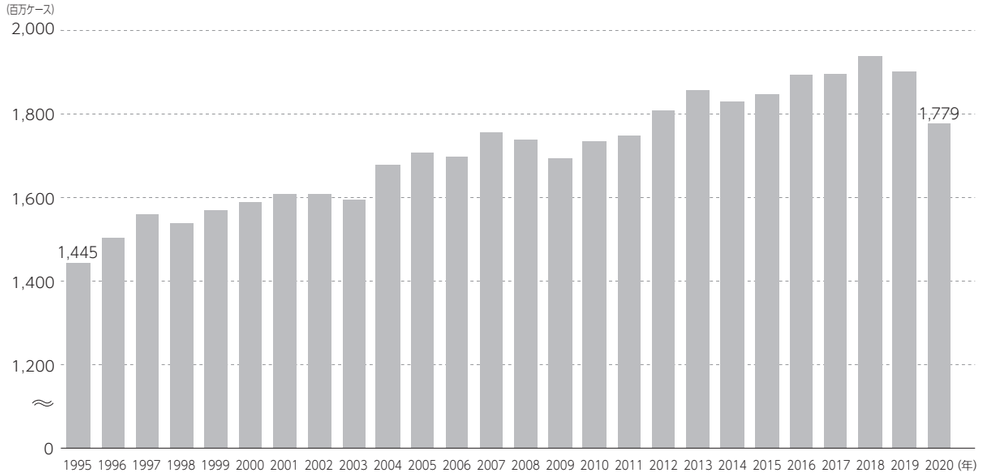
※出典：2019年ユーロモニター調べ 店舗数ベース

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25年間で約23%拡大しました。

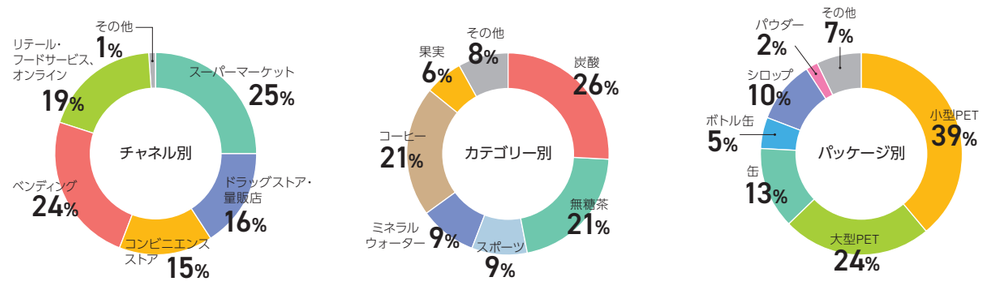
[市場規模の推移（出荷数量・実箱ベース）]





(出典：飲料総研)

[当社の販売数量の状況（2020年実績）]



詳しくは決算説明会資料をご覧ください
https://www.ccbj-holdings.com/ir/library/presentation.php

製品別の概況

当社は「総合飲料企業」として、「炭酸」、「茶系」、「コーヒー」、「ミネラルウォーター」、「スポーツ」など、幅広いカテゴリーにおいて製品を提供しています。

［主要ブランド］

炭酸

「コカ・コーラ」NiziU限定デザインボトル

「コカ・コーラ」「コカ・コーラ ゼロ」「コカ・コーラ ゼロカフェイン」の3製品において、日本中の注目を集めているグローバル・ガールズグループNiziUとコラボした「コカ・コーラ」NiziU限定デザインボトルを発売しました。

「コカ・コーラ ゼロ」フルリニューアル

2020年、5年ぶりにフルリニューアルした「コカ・コーラ ゼロ」は、さらに後味がすっきりし、飲みやすくなりました。「with コロナ」における仕事や勉強、家事の間や移動中のリフレッシュとして、より多くの方に「コカ・コーラ」ならではのおいしさをゼロシュガー、ゼロカロリーでご提供します。

ファンタ プレミアオレンジ、プレミアグレープ

「ファンタ プレミアオレンジ」は、「ファンタ プレミア」シリーズの新製品です。大小2種類のオレンジパルプ※を使用したこだわりの新製法で、オレンジそのものの味わいを表現しています。また、「ファンタ プレミア」シリーズの第1弾として2020年3月に発売した「プレミアグレープ」は、2021年3月の「プレミアオレンジ」発売にあわせリニューアルを実施し、フルーツ感、プレミアム感はそのままに、よりすっきりとした味わいになりました。高付加価値製品のラインナップとして、今後も「ファンタ プレミア」シリーズの展開を強化していきます。

※果肉を覆っている薄皮のこと

茶系

からだおだやか茶W

日本で初めて、記憶力と血圧にWではたらくGABAを機能性関与成分として配合した機能性表示食品※「からだおだやか茶W」を、2021年2月に発売しました。GABAは、血圧が高めの方に適した機能だけではなく、加齢によって低下する認知機能の一部である、記憶力の向上に役立つ機能が受理されています。「with コロナ」における生活様式の変化にともない、特に40代以上の世代において記憶力や血圧が気になっている方が増えています。そうした方々が毎日の健康習慣として続けられるよう、ほどよい渋みとすっきりした味わいの緑茶に仕上がっています。※本製品の届出表示等の詳細は、https://c.cocacola.co.jp/odayakacha/ をご覧ください。

綾鷹カフェ 抹茶ラテ

2021年は「綾鷹」から、「綾鷹カフェ」シリーズを展開します。その第1弾として、3月に「綾鷹カフェ 抹茶ラテ」を発売しました。抹茶100%を贅沢に使用し、抹茶の味わいを引き立てる上品なミルクの味わいをお楽しみいただけます。「綾鷹カフェ」は、創業450年の歴史を誇る京都・宇治の老舗茶舗「上林春松本店」とスペシャルティコーヒー専門店「猿田彦珈琲」の監修によって、お茶の新しいおいしさとカフェに求めるやすらぎをお届けします。

やかんの麦茶 from 一(はじめ)

2021年4月に発売した「やかんの麦茶」は、厳選した大麦を100%使用しており、コカ・コーラ社独自の高温煮出し製法と大麦エキスの使用により、ひと手間かけたおいしさにこだわり抜いた、これまでにない新しい麦茶です。ひと手間かけて丁寧に淹れられた麦茶で、喉を潤すだけでなく、人の温もりを感じさせ、ひと息の安らぎを提供します。

コーヒー

ジョージア ラテニスタ クリーミーラテ

「ジョージア ラテニスタ」は、ミルクを注ぎ入れた直後のような豊かな味わいを実現するために、ジョージア独自の「ミルクブースト技術」を採用しており、なめらかなミルクの後味をお楽しみいただけます。2021年4月には、新たなラインナップとして、「北海道産生クリーム」を贅沢に使用したなめらかなコクの「クリーミーラテ」を発売するとともに、従来の「カフェラテ」をリニューアルしました。

COSTA COFFEE 日本初上陸!

2021年4月から、ヨーロッパ最大※のカフェブランド「コスタ コーヒー」からPETボトル製品「コスタ ブラック」「コスタ カフェラテ」が登場しました。コーヒーの本場であるヨーロッパで50年愛され続ける「コスタ コーヒー」が長年こだわってきた高品質な手淹れコーヒーの味わいをPETボトルで楽しめる、新しいプレミアムコーヒーです。また、トータルコーヒーブランドを目指す「コスタ コーヒー」は、PETボトルコーヒー以外にもカフェスタイルやセルフ方式などさまざまなプラットフォームで「コスタ コーヒー」のおいしさを日本中にお届けしてまいります。

※出典: 2019年ユーロモニター調べ 店舗数ベース

チャネル別の概況

ベンディング（自動販売機）

ベンディングは、当社が保有する約70万台の自動販売機を通じて、当社が直接お客さまへ製品を販売する小売りチャネルです。自動販売機の新規設置、基幹製品や新製品、自動販売機限定製品等を活用した最適な品揃えの実施、スマートフォンアプリ「Coke ON」を活用した限定キャンペーンの展開等に取り組んでいます。

2020年は、限定新製品を多彩に取り揃えるとともに、「Coke ON」を通じて毎月抽選でドリンクチケットがもらえるプレゼント企画やクイズに答えてスタンプが獲得できるキャンペーン等を実施しました。また、歩くだけでドリンクがもらえる「Coke ON ウォーク」や非接触で製品の選択・購入とキャッシュレス決済ができる「Coke ON Pay」の展開を強化しました。2021年は、サブスクリプション（定額）サービスの「Coke ON Pass」の展開により、お客さまの購買頻度や利用環境に合わせた新たな価値の提供に努めます。

スーパーマーケット、ドラッグストア・量販店

スーパーマーケット、ドラッグストア・量販店は、お得意さま店舗への製品販売と魅力的な売場づくりを通じて、お客さまへ製品をお届けする卸売りチャネルです。魅力ある売場づくりに向けた最適な品揃えの実施や、季節や行事に合わせたキャンペーンの展開等に取り組んでいます。

2020年は、従来の活動に加え、家庭内消費需要の高まりを受け、ケース単位での販売を強化するなど「ニューノーマル」に機敏に対応した活動を実施してきました。また、お客さまの新たな需要を創造するとともに適切な容量の製品を適切な価格（納価）で販売することを目指し、「コカ・コーラ」等の350ml PET、700ml PETの展開を開始しており、現在、展開エリアや展開ブランドを拡大しています。

コンビニエンスストア

コンビニエンスストアは、お得意さま店舗への製品販売と利便性を提供する売場づくりを通じて、お客さまへ製品をお届けする卸売りチャネルです。新製品導入に加え、お得意さまチェーン限定の製品企画、限定キャンペーンの実施等に取り組んでいます。

2020年は、新製品の導入に加え、在宅勤務や外出自粛等によるお客さまのニーズの変化に対応し、「爽健美茶」「綾鷹」「アクエリアス」において家庭内消費に適した950ml PET製品の導入等に取り組みました。また、2019年末から全国展開しているアルコール飲料「檸檬堂」も複数のラインナップで売場を確保しており、今後も存在感を高めてまいります。

オンライン

オンラインは、インターネット通販を営むお得意さまへの製品販売とお得意さまウェブサイトでのマーケティング等の販売支援により、お客さまへ製品をお届けする卸売りチャネルです。インターネット通販での飲料需要の高まりを受け、お得意さまと協働でキャンペーンを企画するなど、活動を強化しています。

2020年は、環境にやさしく分別の手間がかからないラベルレス製品やまとめ買い需要に適した大型PET製品の大入りパッケージを展開し、家庭内需要の拡大に対応しました。また、お得な定期購入や季節に応じたプロモーション、購入ごとにポイントが貯まるスタンプラリー企画等のロイヤルティプログラムを強化しています。

リテール・フードサービス（売店/飲食店等）

リテール・フードサービスは、売店、飲食店、業務酒販店等のお得意さまへ製品を販売し、お客さまへ製品や飲用機会を提供する卸売りチャネルです。

2020年は、売店等では新製品や基幹製品の販売を中心に、お客さまおよびお得意さまへのサービス向上に努めてきました。また、飲食店では、ノンアルコールカクテル「モクテル」など、当社製品を使用したドリンクメニューの提案や、グラスショットを意識したデザインのチャネル専用製品（250ml 缶）の販売を開始しました。在宅勤務や外出自粛により急成長しているテイクアウトやデリバリー市場にも迅速に対応しています。

マーケティングトピックス

コカ・コーラ東京2020オリンピック 聖火リレー支援プログラム

東京2020オリンピック聖火リレーのプレゼンティングパートナーであるザ コカ・コーラ カンパニーとともに、コカ・コーラシステムならではの資産を活用したマーケティングキャンペーンを展開し、市場の活性化を図っています。東京2020オリンピック聖火リレーで地域を盛り上げるプログラムのご提案として、聖火リレーが通過する自治体限定「コカ・コーラ 聖火リレーメモリアル自販機」の展開をしました。この自動販売機には、聖火リレーが通過する自治体名と日付が表示されたオリジナルのラッピングが施されており、聖火リレー開催を告知する役割を担いました。聖火リレーの機運を盛り上げるとともに、オリンピック終了後の国際交流やスポーツに親しむきっかけとして、また、街のシンボルやランナーが通過したというレガシー創出の一助として、新たな価値の提供に努めました。

サプライチェーンマネジメント（SCM）の取り組み

SCM 本部長メッセージ

執行役員 SCM本部長
ブルース・ハーバート

SCM本部長のブルース・ハーバートです。当社グループ全体のサプライチェーンの戦略策定と実行を担っております。当社は製造・物流・販売を主に自社グループで行っており、サプライチェーンは重要な経営基盤です。また、中期計画においてもサプライチェーンにおける競争力向上・コスト削減を重要施策として掲げるなど、注力する分野として取り組みを進めております。

SCM本部では、安全・安心で高品質な製品を製造し、低コストでお客さまにお届けすべく、効率的で無駄のないサプライチェーンの体制構築を目指しております。そのために、プランニング、製造、物流、そしてこれらをつなぐシステム、それぞれの分野で生産性向上の取り組みや、デジタル化・自動化を推進しております。2020年は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大とそれにともなう消費者のトラフィック減少や購買意欲の低下等により、需要予測がたいへん難しい1年でした。しかしながら、サプライチェーン全体で、改善や投資を継続して行ってきたことにより、お客さまのニーズに応じ製品供給体制を柔軟に調整し、製品在庫リスクと余分なコスト負担を最小限に抑えることができました。

当社は、2018年の西日本豪雨被災以降、サプライチェーンの課題に取り組んできました。消費者のニーズがPETボトルコーヒーにシフトするなどアセプティック(無菌充填)製品の需要が急速に高まる中、旧本郷工場が被災し、重要なアセプティック製品製造ラインを含む3つの製造ラインを失いました。この課題に対応するため、他工場での増産体制や他エリアから中国地方への製品供給体制を組むなど、サプライチェーン全体のネットワークを迅速に見直しました。加えて、迅速な意思決定と機動的な実行により、被災した旧本郷工場に替わる世界トップクラスの新広島工場を、前例にないスピードで2020年に稼働させることができました。2019年から2020年にかけて、広島工場を含め、計7つのアセプティックラインの導入を計画どおり完了することができ、これにより、アセプティック製品の製造能力と供給ネットワーク全体の効率性を、大きく改善することができました。

これまで新設してきた7つの製造ラインはいずれも高速製造が可能で、小型PETで600～900bpm(1分間の製造可能本数)、大型PETで300bpmです。また、自動化推進による省人化や最新のIoT技術導入に取り組んでおり、PETボトルの元となるプリフォームやキャップ、ケースカートンの資材自動倉庫からの自動搬送や、設備の自動型替システムによる製品ごと、パッケージサイズごとのより速い切替対応、遠隔監視システムでの製造ラインや各種設備の稼働状況のモニタリング等が可能な、最新鋭の製造ラインとなっております。また、これらの低コストオペレーションの実現に加え、新製品や新パッケージ、アルコール製品等の導入に向けた製造設備の強化や無菌果肉充填方式を採用するなど、お客さまのニーズに合ったイノベーションの実現により、営業力の強化にも貢献してまいります。

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す「新生プロジェクト」の一環として、「埼玉メガDC」の建設に取り組んできました。「埼玉メガDC」は、東京・埼玉エリアの重要な物流拠点として2021年2月に稼働開始しており、これまで各営業拠点で行っていた製品の保管や仕分け、ピッキングなどの物流業務を集約・自動化することにより、製造からお得意さまや自動販売機までタイムリーかつ効率的に製品をお届けするエンドツーエンドのサプライチェーンネットワークを実現してまいります。また、当社は、自動格納ラックや自動ピッキングシステムの導入等を含め設備の自動化における先駆者として、高密度かつ高効率の倉庫運営を実現しております。

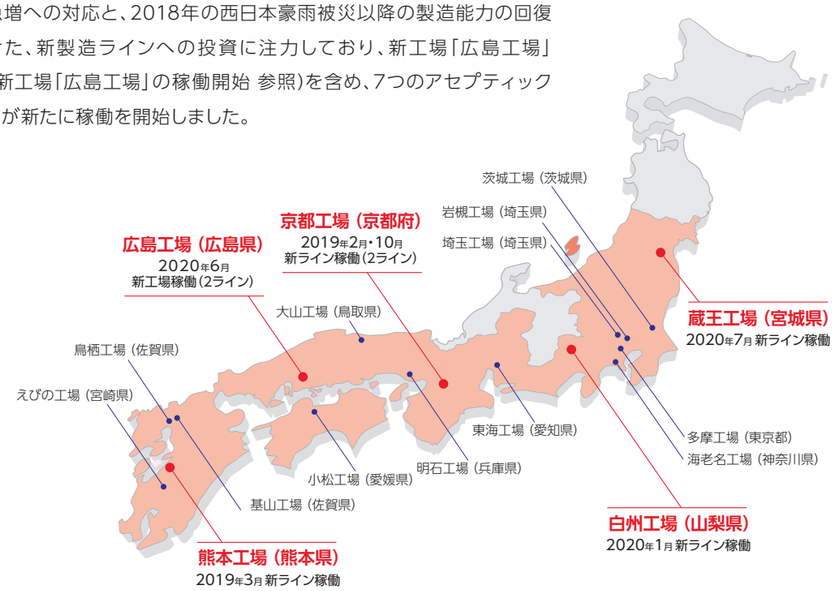
2020年は、SCM本部自体もさらなる進化に向けて歩みを進めるための基盤作りの年でした。2021年は、新型コロナウイルス感染症による前例のない課題に対応してきた経験とこれまで数年間進めてきた変革の取り組みに基づくアジャイルなSCM本部にさらに進化してまいります。高品質な製品を適切なタイミングでお客さま・お得意さまへ提供すべく、製造体制強化や物流ネットワークの最適化の取り組みを継続してまいります。また、厳しい環境が継続する中、ROIを重視し中長期の成長に必要な投資を実行してまいります。今後も、調達、製造、物流を含めたサプライチェーン全体において、デジタル化・自動化を積極的に推進し、コスト削減や効率化の取り組みをいっそう進めるとともに、お客さまに安全・安心で高品質な製品をお届けできるよう、効率的で無駄のないサプライチェーンの体制構築に尽力してまいります。

調達 スケールを活かした高品質な調達

お客さまに安全・安心な製品をお届けすべく、当社の定めるサプライヤー基本ポリシーを遵守していただけるサプライヤーから、厳正な品質基準を満たした原材料、資材、間接材を調達しています。主な調達品目は、製品のもととなる原液、糖、PETボトル、アルミ缶、段ボール、自動販売機等です。当社は、サプライヤー各社との信頼関係の構築に加え、共同調達の推進や契約体系の見直し、容器の軽量化・減容化、リサイクル等の取り組みを進めるなど、調達コストの削減とともに環境に配慮した調達活動を推進しています。また、コカ・コーラシステムのグローバル調達組織であるCEPG(Cross Enterprise Procurement Group)と連携し、成功事例等の情報共有やグローバルなコカ・コーラシステムのスケール・ノウハウを活かした調達戦略を実行しています。

製造 製造能力の拡張に向けて

当社はエリア内に17の工場を保有しており、各工場において柔軟な製造対応を行いつつ、全体最適のサプライチェーンネットワーク構築に取り組んでいます。2019年から2020年にかけては、非炭酸飲料を中心としたアセプティック製品の需要急増への対応と、2018年の西日本豪雨被災以降の製造能力の回復に向けた、新製造ラインへの投資に注力しており、新工場「広島工場」(P.10 新工場「広島工場」の稼働開始 参照)を含め、7つのアセプティックラインが新たに稼働を開始しました。



物流 物流ネットワークの最適化に向けて

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取り組みの一環として、2020年は、既存の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」の建設を進めてきました。2021年2月に稼働開始したこの「埼玉メガDC」は、日本のコカ・コーラシステムとして最大級の約6万パレットの保管能力と年間約8,500万ケースの出荷能力を備えています。また、第2弾として、兵庫県にある明石工場敷地内において、「明石メガDC」の建設を開始しました。この「明石メガDC」は、年間約8,000万ケースの製品を関西エリア中心に出荷する基幹拠点として、2022年末竣工を予定しています。

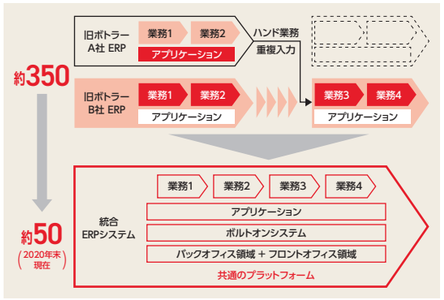
物流ネットワークの再編にあわせて、在庫拠点を中心とした営業拠点の統廃合も行っており、2020年に14の拠点を統廃合するなど、保有資産の最適化と効率向上に向け取り組んでいます。

「埼玉メガDC」の自動ピッキングシステム

ITの活用、デジタル化推進の取り組み

統合ERPシステム「Cokeone⁺ (コークワン)」の導入

当社は、バックオフィスサポート、在庫管理、カスタマーサービス等を一貫して担う統合ERP(Enterprise Resource Planning)システム「Cokeone⁺」を導入しています。統合前の旧ボトラー社ごとに存在していた複数のERPシステムの「Cokeone⁺」への統合・集約が完了し、営業領域のフロントオフィスと製造・保管・間接業務等の領域であるバックオフィスの各領域における業務の統合と、この2つの領域間の業務プロセスの統合を実現しました。情報の一元管理・可視化、ハンド業務や重複入力業務の削減等により、経営分析力の強化、業務品質およびプロセスの改善、生産性向上・効率化に貢献しています。



各領域におけるデジタル化の取り組み

営業

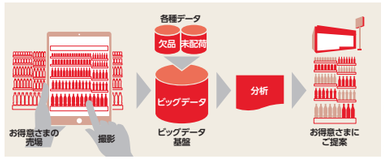
ベンディングチャネル(自動販売機)では、スマートフォンアプリ「Coke ON」※の展開によるお客さまへのデジタルプラットフォームの提供や、販売予測、訪問計画シミュレーション、品揃えの最適化などのオペレーションにおけるビッグデータ基盤の構築、AI・機械学習の活用に取り組んでいます。

また、手売りチャネルでは、お得意さまごとの製品の売れ行き等をリアルタイムに可視化し営業担当者が効率的な商談をできるようタブレットの導入を進めており、AR(拡張現実)技術や画像認識機能の活用により最適な売場づくりに向けた提案力の強化を図っています。※日本コカ・コーラ㈱による開発

<ベンディングチャネルにおける取り組み>

Coke ON対応
自動販売機数
30万台以上

<手売りチャネルにおける取り組み>



商談用
タブレット
約2,000台

製造

各設備の稼働状況の可視化およびリモート監視によるデータの自動収集、リアルタイムアラートをはじめとしたモニタリングの実施等、製造IoTシステムの導入を進めています。2020年6月に稼働開始した広島工場でモデル展開しており、今後、広島工場で得られたノウハウを全工場へ拡大する予定です。

オペレーション

社内の問い合わせ情報の一元管理や対応の自動化に向けたAIの活用、ペーパーレス化および情報の可視化に向けた契約書管理の電子化等に取り組んでおり、業務量削減や省人化、業務品質の向上につなげています。

セキュリティ強化

デジタル化の推進にともない使用頻度・領域が拡大しているITデバイスを潜在的なリスクから守るために、さまざまなリスクを想定したセキュリティ対策を実施しています。ファイヤーウォールによるネットワークの保護に加え、個々のITデバイスを守るEDR※1を追加し、これらから得られるアクセス履歴を基に、SIEM※2によるログの可視化を実施しています。

※1 Endpoint Detection and Responseの略。コンピュータシステムのエンドポイントにおいて脅威を継続的に監視して対応する技術のこと。

※2 Security Information and Event Managementの略。さまざまな機器やソフトウェアの動作状況の記録(ログ)を一元的に蓄積・管理し、保安上の脅威となる事象をいち早く検知・分析し、情報漏えいなどの異常を自動検出して管理者にスピーディーに通知するしくみのこと。

人材力・組織力の強化に向けた取り組み

ダイバーシティ&インクルージョンの推進

当社は、ダイバーシティ&インクルージョンの推進を重要な経営課題のひとつと位置づけています。社員一人ひとりの多様性を尊重することで、性別、年齢、障がいの有無、国籍、性的指向、性自認・表現等の属性や、個々人の就労における制約要因にかかわらず、すべての社員が能力を最大限に発揮できる機会を提供しています。具体的には、女性活躍推進に力を入れており、働きやすい職場環境の整備や、女性のキャリア支援研修等を積極的に行っています。近年、「新・ダイバーシティ経営企業100選」や「MSCI 日本株女性活躍指数(WIN)」、「準なでしこ2021」の構成銘柄に選定されるなど、当社のダイバーシティ経営が評価されており、2021年2月には、男女ともに働きやすい環境づくりを経営トップ主導で迅速に展開していることなどが評価され「東京都女性活躍推進大賞」の産業分野において、最高位である「大賞」を受賞しました。これらの取り組みの強化を背景に、「2025年までに女性管理職比率6%」と掲げていた目標を2021年1月に前倒しで達成しました。2025年までに10%、2030年までに20%という新たな目標を設定しており、今後も取り組みを強化してまいります。

また、多様な社員に対し平等な機会を提供するために、社内規程(就業規則、育児介護規定の対象者等)を改定し、運用しています。社内の制度に加え、婚姻の平等(同性婚の法制化)に賛同する企業を可視化するためのキャンペーン「Business for Marriage Equality(BME)」への賛同を表明するなど、社内外での取り組みをいっそう強化しています。

「新・ダイバーシティ経営企業100選」に選定

2020 CONSTITUENT MSCI日本株
女性活躍指数 (WIN)

MSCI 日本株女性活躍指数(WIN)

東京で輝く、自分らしく。

東京都女性活躍推進大賞

bme
Business for Marriage Equality

婚姻の平等に賛同する企業を可視化するためのキャンペーン
「Business for Marriage Equality(BME)」への賛同

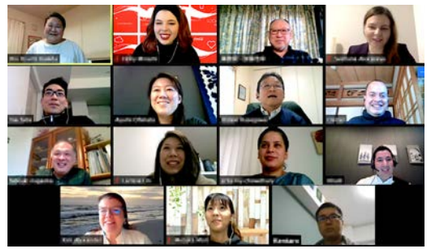
グローバル人材の育成に向けて

当社は、新たな価値創造に向けたグローバル人材の育成に取り組んでいます。

2020年には、将来日本のコカ・コーラシステムをけん引し、変革を導く次世代リーダーの育成を目的とした「コカ・コーラ ユニバーシティジャパン(CCUJ)」を設立しました。CCUJでは、変革を導くリーダーシップをテーマに、ザ コカ・コーラ カンパニーと連携したリーダーシッププログラムや役職別のプログラムを展開しています。各プログラムでは、学びのプロセスとして経験学習サイクルを回す手法を採用しており、経験や知見を自社だけでなく海外のコカ・コーラボトラーにも展開できるグローバル人材の育成を図っています。

また、世界のコカ・コーラシステムのネットワークへのアクセスを活用したグローバル人材の登用にも取り組んでいます。

海外ボトラー社とのオンライン会議の様子



国内外からの人材の採用(オンライン研修の様子)

CSVの取り組み

CSVに関する基本的な考え方

当社グループは、「共創価値（CSV）」を経営の根幹とし、社会と事業それぞれの重要度を考慮しながら「多様性の尊重」「地域社会」「資源」の3つを今後10年間にわたって取り組む重要な領域と位置づけています。また、日本のコカ・コーラシステムの一員として、環境や日常生活、私たちを取り巻く地域社会などの各場面で、日本が直面する重要な課題に対し、ビジネスを通じて変化をもたらし、さわやかさを届けながら、未来を共創していくことに責任を持って取り組みます。

また、中期計画の重要な要素のひとつとして、CSVの実現に向けたESG（環境・社会・ガバナンス）分野における当社グループのコミットメントを示す「CSV Goals」を策定し、取り組みを推進しています。

コカ・コーラシステムのサスティナビリティーフレームワーク

サスティナビリティー活動の目的と戦略

サスティナビリティー活動の目的	コカ・コーラシステムは、環境や日常生活、私たちを取り巻く地域社会などの各場面で、日本が直面する重要な課題に対し、ビジネスを通じて変化をもたらし、さわやかさを届けながら、未来を共創していくことに責任を持って取り組みます。
全体的な戦略	重要課題に対する人々の関心を高め、課題解決の活動を推進するリーダーシップを発揮する ●「多様性の尊重」に関して、自社の先進的な事例を示しながら飲料業界をリードする ●日本のすみずみまでいきわたる活動力を有効利用し、「地域社会」との協働の取り組みを強化する ●「資源」を効率よく持続可能に利用することを目指し、業界と協力しながら、主導的役割を担う

3つのプラットフォームと9つの重点課題

9つの重点課題はさらに、喫緊の課題であり即座に対応が必要な優先事項5項目と、注視およびアクションプランが必要な重点事項4項目に分類しています。

また、各領域における持続可能な開発目標（SDGs）との関わりを検証し、SDGsの達成も目指すことで、社会課題の解決に貢献します。

	多様性の尊重	地域社会	資源
優先事項	ジェンダー	・全国規模で行う2つのプラットフォーム（多様性の尊重、資源）で影響力を発揮 ・持続可能で、且つ、地域にも関連性のある取り組み	容器／PET
	年齢／世代		水
重点事項	障がい者支援		温室効果ガス排出量
	LGBTQ		再生可能エネルギー

［当社の取り組み例］

多様性の尊重	地域社会	資源
●ダイバーシティ&インクルージョンの推進 ●女性活躍推進 ●障がい者雇用推進 ●ワーク・ライフ・バランスの推進 ●次世代育成 ●LGBTQに対する平等な機会提供	●自動販売機を活用した地域貢献（災害時支援等） ●水分補給セミナーの開催 ●産官学民連携の地域課題への取り組み ●バーチャル／オンライン工場見学	●水資源保護活動の実施 ●温室効果ガス排出量の削減 ●リサイクルの推進 ●環境負荷の少ない容器の採用等 ●お得意さま、取引先や業界団体との協働

CSV Goals

「CSV Goals」は、社会変化をふまえて持続可能な未来の実現に向け、取り組むべき課題を抽出した上で、「環境」「社会」「ガバナンス」分野における当社グループのコミットメントを明示したものです。「CSV Goals」の達成に向けて、PDCAサイクルでCSV活動を推進していきます。

製品	● 100%		主要ブランドでのノー／低カロリー製品のラインナップ
	● 300%		特定保健用食品（トクホ）および機能性表示食品の販売数量増
	● 100%		パッケージ前面でのカロリー表示およびわかりやすい栄養表示
	● 100%		コカ･コーラシステム「責任あるマーケティングポリシー」の遵守
水	● 200%		水源涵養率。工場近辺の水源、流域に注力
	● 30%		水使用量削減（2030年までに）
気候変動	● 25%		温室効果ガス削減（2030年までに）
	● 再生可能エネルギーの推進		
World Without Waste（廃棄物ゼロ社会）	設計	● 50%	リサイクルPET樹脂の使用率（2022年までに）
		● 90%	リサイクルPET樹脂の使用率（2030年までに）
		● 100%	化石燃料を使わないサスティナブルPET樹脂の使用率（2030年までに）
		● 100%	リサイクル可能な容器の採用（2025年までに）
		● 35%	さらなるPETボトルの軽量化（2004年比）（2030年までに）
	回収	● 100%	販売量と同等の回収量（2030年までに）
	パートナー	● 環境保護団体や業界団体との幅広い連携（2030年までに）	
調達	● 100%		持続可能な原材料調達
人権	● 100%		当社グループバリューチェーン上でのサプライヤー基本原則の遵守
ダイバーシティ&インクルージョン	● 10%		女性管理職比率（2025年までに）
	● 20%		女性管理職比率（2030年までに）
社会	● 10%		社員のボランティア参加率
	● 100万人		コミュニティプログラム参加人数累計

（記載のない限り、基準年は2015年、目標年は2025年）

主な目標の進捗

主要ブランドでのノー／低カロリー製品のラインナップ
2025年目標 100% ▶ 2020年実績 100%

水源涵養率
2025年目標 200% ▶ 2020年実績 364%

リサイクルPET樹脂の使用率
2030年目標 90% ▶ 2020年実績 28%

持続可能な原料調達
2025年目標 100% ▶ 2020年実績 100%

サプライヤー基本原則の遵守
2025年目標 100% ▶ 2020年実績 100%

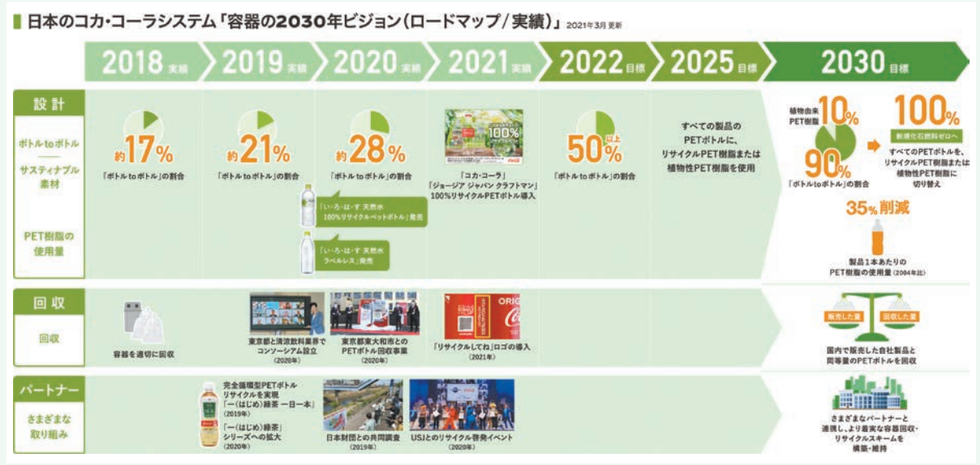
女性管理職比率
2030年目標 20% ▶ 2020年実績 6.2%
（2021年1月末日現在）

詳しくはCSVレポートをご覧ください
https://www.ccbji.co.jp/csv/doc.php

容器における取り組み

PETボトルは軽量で持ち運びがしやすく、何度も開け閉めできる、現代の暮らしを便利にする容器です。また、リサイクル率が高く、再生の技術力も上がっていることから、きれいな形で回収できれば、必ず有用なものに生まれ変わると考えています。

当社は、コカ・コーラシステムの一員として、グローバルのコカ・コーラシステムのビジョン「World Without Waste（廃棄物ゼロ社会）」に基づき、2030年までにすべてのPETボトルを100%サスティナブル素材に切り替えることなどを骨子とした具体的な計画である「容器の2030年ビジョン」の実現に向け活動を行っています。



「ボトルtoボトル」の推進

使用済みPETボトルから新しいPETボトルを生み出す「ボトルtoボトル」を推進しています。2020年3月には「い·ろ·はす 天然水」にリサイクルPET樹脂を100%使用した容器を導入しました。石油由来100%のPETボトルと比較して、1本当たりのCO_2排出量を49%削減し、環境負荷のさらなる低減に成功しています。また、2021年5月には、小型PETボトルの「コカ·コーラ」や「ジョージア ジャパン クラフトマン」への展開も発表しており、2020年に28%だった「ボトルtoボトル」の比率を2030年には90%に引き上げる予定です。

ケミカルリサイクル※の実用化に向けた共同プロジェクト

2020年7月に、世界最大級のPET樹脂およびポリエステル繊維メーカーである台湾の遠東新世紀㈱とケミカルリサイクルによる再生PET原料を使用したPETボトルの製品化に向けた共同プロジェクトを開始しました。同年11月には当PETボトルを使用した製品の販売を開始し、今後さらなる取り組みを進めてまいります。

※回収された使用済みPETボトルを選別、粉砕、洗浄して異物を取り除いた後に、解重合を行うことによりPET樹脂の原料または中間原料まで分解、精製したものを重合して新たなPET樹脂とすること。

容器の軽量化

● PET樹脂使用量の削減

資源の有効活用や輸送時の環境負荷低減、お客さまの利便性向上のため、容器・包装の技術革新に継続的に取り組んでいます。2009年には当時国内最軽量※となる12gのPETボトルを「い·ろ·は·す 天然水」に導入するなど、製品を製造するのに必要なPET樹脂の量そのものを減らす取り組みを進めています。

※ 2009年3月時点。国内製造品500ml PETボトル対象。日本コカ·コーラ調べ。

● ラベルレス製品の導入

当社は、PETボトルの製品ラベルの薄肉化による環境負荷低減に努めています。2020年には、さらなる環境負荷低減とお客さまの利便性向上に向け、一部の製品において製品にラベルを貼らないラベルレス製品の展開を開始しました。

地域社会に根差した自動販売機

自動販売機は当社の重要な資産・販売チャネルであり、地域社会においても重要な役割を担っています。当社は自動販売機の設置強化や品揃えの充実、各種プロモーションの実施、オペレーションの改善等により売上拡大・コスト削減を図るとともに、お客さまにとっての利便性の向上やお得意さま（設置先）・地域社会における課題解決等に取り組んでいます。今後も、当社の事業規模と一気通貫のビジネスモデル等を活かし、地域社会の発展や地域のみなさまの安全・安心な暮らしづくりに貢献してまいります。

イノベーションによる自動販売機の魅力向上

スマートフォンアプリ「Coke ON」の展開によりお客さまとのつながりを強め、新たな価値の提供に努めることで、売上拡大を図っています。「Coke ON」サービス開始以降、キャッシュレス決済「Coke ON Pay」や歩くと製品がもらえる「Coke ON ウォーク」、サブスクリプションサービス「Coke ON Pass」など、機能・サービスの充実を図っています。

ビジネスモデル変革によるコスト削減・環境負荷低減

自動販売機オペレーションの抜本的な見直しによる提供コストの削減に努めています。2020年は、オペレーション担当者の業務の最適化を実施し、1ルート当たりの生産性を高めることにより、全体で20%のルート数削減を実現しました。配送車両の削減・効率的な運用により、CO_2排出量の抑制に貢献しています。

災害時の支援

災害時に、自治体と協働し被災者へ当社製品を提供する「災害支援型自動販売機」を展開しています。電光掲示板機能を搭載した同自動販売機は、避難場所や関連情報をリアルタイムに発信することができ、重要な情報伝達ツールとしても活躍しています。

地域社会への貢献

自動販売機を通じて、地域社会を支援する活動を行っています。当社製品をご購入いただくと、その売上金の一部が地域の社会貢献事業やスポーツ団体などの活動資金として活かされるしくみで、お客さまおよびお得意さまとともに地域社会を支援しています。

省エネへの対応

冷却用の使用電力量を、電力使用がピークとなる日中から、比較的電力に余裕がある夜にシフトする、超省エネ型「ピークシフト自販機」を採用しています。従来の自動販売機と比べ、断熱性、および気密性を向上させており、年間を通じて消費電力量を削減します。

「with コロナ」における対応

人的接触を減らすことができる自動販売機ニーズの高まりへの対応や、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抗ウイルス・抗菌対応を行っています。また、「Coke ON」の活用等による、非接触サービスの充実にも力を入れています。

自動販売機台数
約70万台

お客さまの健康に貢献する：トクホ・機能性表示食品

当社は、お客さまの日々の暮らしに寄り添う企業として、お客さまの健康を第一に考え、幅広い世代のニーズと嗜好に合った価値ある製品・サービスの提供に努めています。特に、昨今のお客さまの健康志向の高まりへの対応および新たな市場の創造に向け、高付加価値製品の導入に取り組んでおり、その一環として、特定保健用食品（トクホ）や機能性表示食品を展開しています。

トクホ・機能性表示食品 2020年販売数量
900万ケース以上