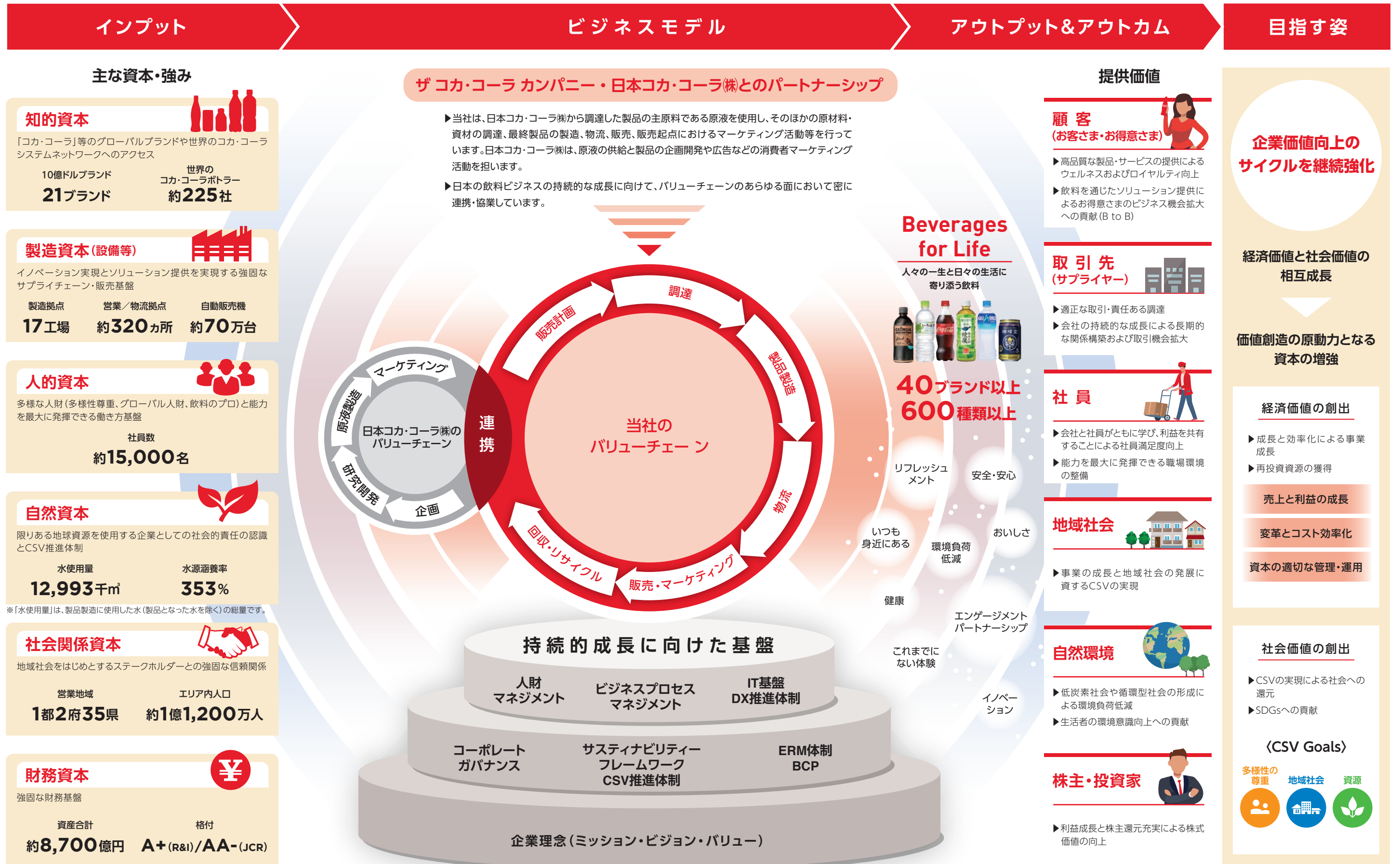


すべての人にハッピーなひとときをお届けし、価値を創造します



Beverages for Life

人々の一生と日々の生活に寄り添う飲料

**40ブランド以上
600種類以上**

リフレッシュメント 安全・安心 おいしさ 健康 エンゲージメントパートナーシップ イノベーション

いつも身近にある 環境負荷低減 これまでにない体験

持続的成長に向けた基盤

人財 マネジメント	ビジネスプロセス マネジメント	IT基盤 DX推進体制
コーポレート ガバナンス	サステナビリティ フレームワーク CSV推進体制	ERM体制 BCP

企業理念(ミッション・ビジョン・バリュー)

営業本部長メッセージ

執行役員 最高営業責任者 兼 営業本部長
コスティン・マンドレア



営業部門は、コカ・コーラ社製品をより多くのお得意さま・お客さまに選んでいただけるよう、日々きめ細かな営業活動に取り組んでいます。2017年の当社発足以降、お客さまにハッピーなひとときをお届けすべく、カスタマーとのパートナーシップ強化に加え、トップクラスの営業組織の構築、営業活動のデジタル化、ケイパビリティの強化等に取り組んでまいりました。業務プロセスの改革にも取り組んでおり、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。

2021年は、新型コロナウイルス感染症の影響継続による人出の回復遅れを背景に、総需要が伸び悩むなど、2020年に続き厳しい事業環境でしたが、「やかんの麦茶 from ー(はじめ)」[綾鷹カフェ 抹茶ラテ]「コスタコーヒー」等の新製品の展開や、家庭内消費需要の増加など消費トレンドに合わせたチャネル戦略の実行等により、販売数量は前年から増加し、市場シェアは改善が見られるなど、私たちが注力してきた分野では成果をあげることができました。

2022年は、「ポートフォリオエッジの拡大」「収益性重視の価格戦略」「ベンディングチャネルを通じた成長」「カスタマーマネジメント/エグゼキューションエクセレンス」を成長戦略の柱とし、経営目標の達成を目指してまいります。足元では、人出

の回復からくる需要の増加機会をしっかりと捉えることができ、それぞれの取り組みは順調に進捗しております。また、過去2年間にわたる営業変革の効果も得られています。

製品面では、本格レモン炭酸「ファンタ プレミアレモン」や綾鷹カフェシリーズの「綾鷹カフェ ほうじ茶ラテ」、ノンアルコール飲料「よわな檸檬堂」などの新製品を展開しており、販売は順調に進捗しております。また、収益基盤を立て直すべく、適正な価格設定とマーケティング投資のコントロールにも取り組んでおり、その一環として、お得意さまのご理解をいただきながら、5月に大型PETボトル製品の出荷価格の改定を予定どおり実施いたしました。この取り組みについては、年間を通して継続してまいります。さらに、ベンディングでは、金額シェアが37ヵ月連続で対前年プラスとなる(2022年4月時点)など、これまでの取り組みの成果が表れております。3,500万ダウンロードを超えた「Coke ON」アプリを通じたプロモーション展開や自動販売機の設置活動を人出回復にあわせて強化しており、着実な成長を果たしてまいります。

当社では、「販売する、もしくは販売をサポートする」を全社員が日々実践しており、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。

〈2022年営業戦略の柱〉

ポートフォリオエッジの拡大



- 高質なイノベーションによる数量/売上/市場シェアの拡大、高付加価値化
- 基盤強化に向け重点製品のプレゼンス強化
- パッケージを通じ消費者ニーズと社会的ニーズに対応
- ホワイトスペースへの参入拡大

収益性重視の価格戦略



- 成長チャネルや成長カテゴリーに焦点を当てた的を絞ったマーケティング投資
- 顧客志向のマーケティング投資の強化
- 適正水準でのプロモーション展開
- 価格改定の実施と効果の継続的なモニタリング

ベンディングチャネルを通じた成長



- 高い市場シェアを基盤とした1台当たりの数量増と設置台数増により、売上収益を回復
- デジタルプラットフォームCoke ONの新機能によるお客さまとのエンゲージメント強化
- DXによるさらなるオペレーション強化

カスタマーマネジメント/エグゼキューションエクセレンス

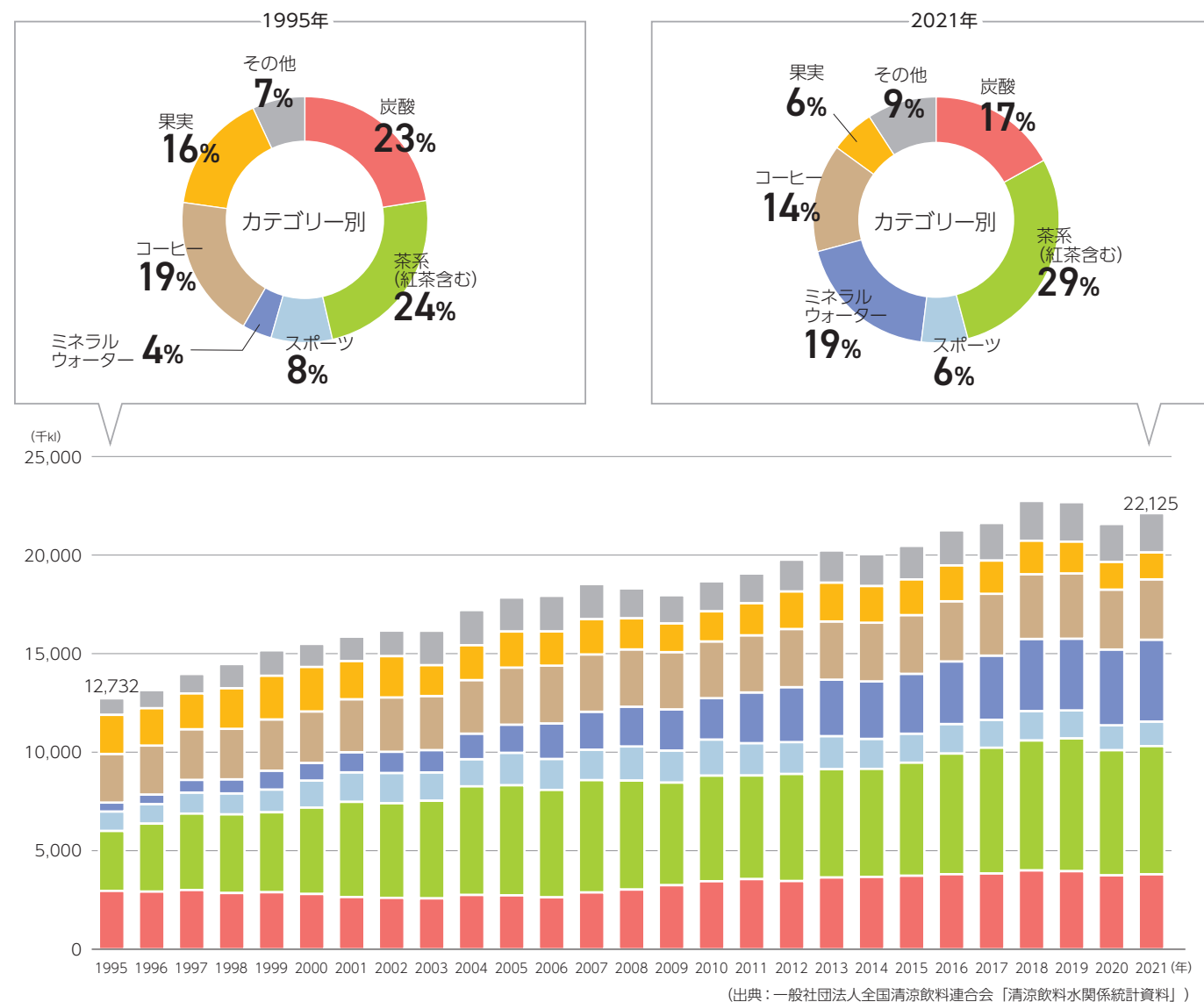


- 提案型営業でカスタマーとの関係を強化
- 分析/計画/オペレーション/実行の各分野においてDXを加速
- 変革の取り組みを継続
- 日本コカ・コーラとの連携強化により、コカ・コーラシステムとしての強みを発揮

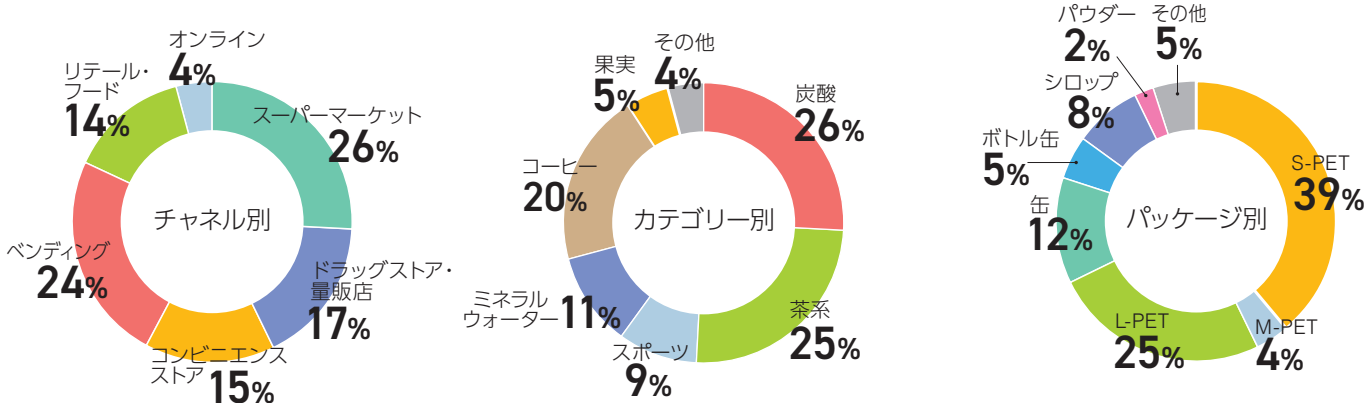
日本の清涼飲料市場

日本の清涼飲料市場は着実に成長しており、市場規模は26年間で約1.7倍に拡大しました。

〔市場規模の推移(生産量ベース)〕



〔当社の販売数量の状況(2021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>



カテゴリー別の取り組み

炭酸

「コカ・コーラ」おみくじ付き 福ボトル

「日常の中にある、小さな幸せを味わおう。」をコンセプトに、全57種類の「福ワード」とAR(拡張現実)を活用しておみくじが引ける二次元コードが記載された「コカ・コーラ」おみくじ付き福ボトルを発売。おみくじの結果に合わせて抽選で賞品が当たるキャンペーンを実施しました。

「コカ・コーラ」、「コカ・コーラ ゼロ」、「コカ・コーラ ゼロカフェイン」でこの福ボトルを展開しました。



「ファンタ プレミアレモン」

大好評の「ファンタ プレミア」シリーズからレモンフレーバーを発売。「ファンタ プレミアレモン」はさわやかな甘さ・酸味に加え、レモン本来のほのかな苦みを感じられる大人向けのレモン炭酸飲料です。レモン果汁11%、レモンピールエキスを使用し、甘すぎず、本格感のある味わいをお楽しみいただけます。



茶系

ブランド誕生から30周年「紅茶花伝」をリニューアル

「紅茶花伝」は、厳選素材とおいしいひと手間にこだわり、多彩な味わいを楽しめる本格的で上質な紅茶ブランドです。ブランド誕生30周年を迎えた2022年には「紅茶花伝 ロイヤルミルクティー」「クラフティー 贅沢しぼり ピーチティー」「クラフティー 贅沢しぼり オレンジティー」をリニューアルし、これまで以上に素材と製法にこだわった上質な味わいを実現しました。また、アニバーサリーデザインパッケージで30周年を華やかに演出しました。



「綾鷹カフェ ほうじ茶ラテ」

発売から1周年を迎えた「綾鷹カフェ」シリーズの第二弾「綾鷹カフェ ほうじ茶ラテ」が誕生しました。抹茶ラテ同様、上林春松本店と猿田彦珈琲W監修のもと厳選された上質素材と独自製法にこだわり、国産粉ほうじ100%を贅沢に使用し、ほうじ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。



「ジョージア」のブランドキャンペーンを刷新

2022年1月に、8年ぶりにブランドキャンペーンを刷新し、「あなたが輝く一杯を。」をメッセージとして新キャンペーンを開始しました。「ジョージア」は人々が前に進むことを応援するブランドであることを目指し、コーヒーの持つ力を信じ、おいしさと品質を磨き続け、香り高いおいしい一杯を提供することで、前に進むための力となり、一人ひとりが輝くことを応援します。2月には「ジョージア ブラック」「ジョージア 香るブラック」「ジョージア ショット&ブレイク ブラック」、3月には「ジョージア ジャパン クラフトマン」シリーズのフルリニューアルを実施しました。



「コスタコーヒー」リニューアル

ヨーロッパNo.1*カフェブランド「コスタコーヒー」は、PETボトルパッケージを一新しました。また、自動販売機専用製品として「コスタコーヒー ブラック」「コスタコーヒー カフェラテ」の280mlの新サイズを発売しました。素材から製法まで、まるでバリスタクオリティのおいしさと品質で、日ごろ手淹れコーヒーをご愛飲いただいている方にもご満足いただけます。

*アレグラ社 2021年 ワールドコーヒーポータル調べ。



アルコール

こだわりレモンサワー「檸檬堂」

発売以来ご好評いただいている「檸檬堂」では、2022年3月に、糖類・甘味料不使用、シンプルながらも飲みごたえが楽しめる「無糖レモン」と、瀬戸内の塩を隠し味にした、まろやかな味わいが特徴の「うま塩レモン」、こだわりのレモンサワーをご家庭でお楽しみいただけるレモンサワーの素「うちわりレモン」を新たに発売しました。「定番レモン」や同月にパッケージリニューアルした「はちみつレモン」「鬼レモン」とともに、毎日の晩酌を気分やシーンに合わせてお楽しみいただけます。これまでの手売りチャネル中心の展開に加え、アルコールビジネスのさらなる拡大に向け、リテール・フードチャネルでの機会を獲得すべく活動を推進しています。



TOPICS

ノンアルコール飲料市場へ参入「よわない檸檬堂」発売

本格的なレモンサワーテイストが味わえる初のアルコール度数0.00%のノンアルコールブランド「よわない檸檬堂」を発売しました。「よわない檸檬堂」は、こだわりレモンサワー専門ブランド「檸檬堂」のレモンサワー作りのノウハウや経験を元に生まれた、レモンサワーテイストのノンアルコールブランドです。厳選したレモン果汁とジンに使用するスパイスを使った独自のこだわり製法で本格的なレモンサワーテイストを実現しました。お酒を飲めない日だけではなく、飲まない日の新しい選択肢として多くの方にお楽しみいただけます。パッケージデザインは白を基調に、前掛けをモチーフとし、ノンアルコール飲料であることがひと目でわかるようなデザインに仕上げました。



主要チャネル別の取り組み

●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や、基幹製品や新製品、自動販売機限定製品の効果的な投入、設置場所の特性に応じた品揃えの徹底、コカ・コーラ公式のスマートフォンアプリ「Coke ON」を活用したマーケティングプログラムの実行などにより、自動販売機の魅力向上に努めています。

2021年は、自動販売機の新規購入等の投資をコロナ禍の需要動向に合わせて抑制しながらも、既存資産を活用するなど、収益性を見極めた新規設置活動に努めました。また、「Coke ON」対応自動販売機の増加を図るとともに、「Coke ON」サービスの拡張に取り組みました。加えて、自動販売機のオンライン化やデジタルツールの活用等により、自動販売機オペレーションの効率化にも取り組みました。

コロナ禍における消費トレンドの変化により、自動販売機市場の厳しさは継続していますが、ビジネス基盤の強化と環境の変化に合わせた柔軟な取り組みにより、2021年の市場シェアは前年から拡大しました。



●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。売場に応じた最適な品揃えの提案や、季節や行事に合わせたキャンペーンの展開などに取り組んでいます。

2021年は、東京2020オリンピックを活用した売場づくりやプロモーション展開により、売場の活性化を図りました。また、お客さまの飲用機会に応じた適切な容器サイズの製品として350ml PET、700ml PET 各種の販売や、家庭内消費需要の高まりに対応したケース単位での販売を強化し、新たな需要の獲得を図りました。



●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。新製品導入やお得意さまチェーンとのタイアップ企画などに取り組んでいます。

2021年は、新製品導入、お得意さまチェーン限定製品や限定プロモーションの展開を行いました。限定プロモーションでは「呪術廻戦」コンテンツを活用した景品付き販促企画や、他メーカーコラボ「日清どん兵衛×綾鷹」など話題性のある販促企画を実施いたしました。



●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。

2021年は、売店等では新製品や基幹製品の販売を中心に、お得意さまの業態に応じたプロモーションを提案するなど売場の拡大に努めました。また、飲食店では、テイクアウトやデリバリーの需要の高まりに対応した、フードサービスチャネル専用製品である250ml 缶の販売を強化しました。また、売店や飲食店では、「コスタコーヒー」やアルコール飲料「檸檬堂」の展開にも注力しています。



●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、当社製品の取り扱い拡大を図っています。

2021年は、ラベルレス製品の展開やバンドル販売(まとめ売り)を強化するなど、家庭内消費需要の拡大に対応しました。また、お得に製品を購入いただける定期購入やお好きな製品を数種類選び、まとめて購入いただける選り取り販売を強化しています。



コカ・コーラ公式アプリ「Coke ON」 3,500万*ダウンロードを突破!!

「Coke ON」はスタンプをためると無料ドリンクチケットが獲得できるなど、おトクで便利なコカ・コーラ公式のスマートフォンアプリです。2016年4月のサービス開始以降、スタンプをためると無料ドリンクチケットがもらえる基本サービスに加え、2018年には、歩くだけでスタンプがたまる「Coke ON ウォーク」、2019年には、キャッシュレス決済機能「Coke ON Pay」など、おトクで便利な飲料体験を提供すべく、さまざまな機能やサービスを展開してきました。

2021年は、4月に毎月定額でお好きな製品が飲めるサブスクリプション(定額サービス)「Coke ON Pass」の展開、12月には、アプリ内でいつも使っている自動販売機をお気に入り登録できるサービスを開始しました。登録した自動販売機の新製品や人気製品をいつでもお手元でご確認いただけます。今後もみなさまにとって、より魅力的な新規サービスの拡張を図ってまいります。

*2022年3月末現在



ベンディングチャネルの組織力強化をリードする 「ニューカルチャーモデルプロジェクト」を始動



ベンディング事業統括本部では、ビジネスの持続的な成長を実現すべく、ビジネスモデルの抜本的な変革に取り組んでいます。その一環として、2021年10月に変革の取り組みを推進する人財・組織に焦点を当て、持続可能な強い組織の形成を目標とした「ニューカルチャーモデルプロジェクト」を立ち上げました。このプロジェクトは、「FREE, FLAT, FUN」をテーマに掲げ、プロジェクトメンバーの自由な発想と発言を尊重し、役職や年齢、性別に関係なく全員が平等な目線と立場をもち、一人ひとりが変革者の意識を持ちながら進められています。称賛文化の創造、フラットなコミュニケーション、ロールモデルやミドルマネージャーの育成などの課題にフォーカスし、具体的なアクションに取り組んでいます。

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 最高SCM責任者 兼 SCM本部長
ブルース・ハーバート



SCM本部は、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。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。

2021年は、新型コロナウイルス感染症の継続等により需要予測がたいへん難しく、これまで以上に営業部門との連携を強化し、需要変動に柔軟に対応できるプロセス・体制づくりの重要性を感じた1年でした。しかしながら、サプライチェーン全体で、改善活動や投資を継続して行ってきたことが奏功し、お客さまのニーズに応じて製品供給体制を柔軟に調整し、余分なコスト負担を最小限に抑えることができたと考えています。

2022年は、持続的な成長および低コストオペレーションの実現に向け、引き続き強固な供給ネットワークの確立の取り組みを継続して行っております。製造面では、製造キャパシティの向上や柔軟な製造体制の構築により、製品の安定供給や製造効率の向上等に引き続き努めています。デジタル技術を活用しながら、改善余地がある営業領域とサプライチェーン領域の連携を深化させることにより、環境の変化に合わせた製品のタイムリーかつ低コストでの供給に取り組んでいます。物流面では、コカ・コーラシステム国内最大級の保管・出荷能力を持つ自動物流センター「埼玉メガDC」の安定稼働や、2022年の7月に前倒しで稼働開始予定の「明石メガDC」の円滑な立ち上げ、これらメガDC稼働と同期した営業・物流拠点の統廃合や、製品在庫の低減および最適配置等も進めています。今後も、サプライチェーン全体において、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。

当社の製造・物流拠点

明石メガDC (兵庫県) 2022年7月稼働予定



埼玉メガDC (埼玉県) 2021年2月稼働



自動ピッキングシステム



自動倉庫

調達 スケールを活かした高品質な調達

当社の主な調達品目には、製品のもととなる原液、製品製造にかかわる原材料・資材、販売機器等の間接材等があります。原液については日本コカ・コーラ㈱から調達しており、「売上連動の価格モデル (Incidence-based Pricing Model)」を採用しています。糖類、PETボトル、アルミ缶、段ボール、自動販売機等の調達品については、コカ・コーラシステムがグローバルで定めるサプライヤー基本原則、および、当社の定める調達基本ポリシーを遵守していただけるサプライヤーから調達して

います。当社は、共同調達の推進や契約体系の見直し、市況の変化に合わせたヘッジ戦略の実行、容器の軽量化・減容化・サステナブル素材対応など、調達コストの低減を図るとともに、持続可能な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。製造能力面では、昨今の非炭酸飲料を中心としたアセプティック製品の需要増加に対応すべく、2019年から2020年にかけて7つのアセプティックラインの新規稼働を完了しました。製品イノベーションを見据えた新技術の導入も積極的に行っています。また、参入以降、販売規模が増加しているアルコール製品についても製造

ラインへの投資を行っており、エリア内3工場での製造体制を構築しています。製造プロセス面では、需要予測・販売計画と製造計画の連携深化や、工場における製造工程の自動化推進などに取り組んでいます。



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、最新自動物流センター(メガDC)の立ち上げを進めています。2021年には日本のコカ・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た「埼玉メガDC」の稼働開始と、安定稼働に向けた新たなオペレーションプロセスの構築に取り組んできました。2022年7月には、関西エリアの出荷基幹拠点と

なる「明石メガDC」の稼働を予定しています。また、物流ネットワークの再編にあわせて、営業・物流拠点の統廃合を進めており、製品在庫の低減や最適配置、保有資産の最適化にも取り組んでいます。



デジタルトランスフォーメーション(DX)の取り組み

企業価値向上に向けたDX推進

当社は、総合飲料企業として、安全・安心な製品をお客さまへお届けすることに加え、多様化するお客さまのニーズに迅速に対応すべく、ビジネスの抜本的な変革を進めています。
DX推進は重要施策のひとつであり、これを通じて市場競争力、効率性、生産性の向上を図っています。

●バリューチェーンの各領域におけるDX



※Sales Force Automationの略。営業活動における生産性向上や効率化を目的とした営業支援システム。

DXの取り組み例

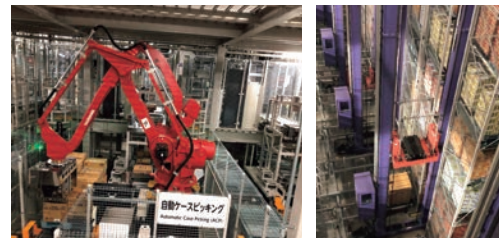
製品製造

低コストオペレーションの実現に向け、製品包装材の資材倉庫からの自動搬送や、自動型替システムの導入、遠隔監視システムによる製造設備の稼働状況のモニタリング実施など、製造IoTシステムの導入を進めています。



物流

高効率な倉庫運営の一環として、2021年に稼働した最新自動物流センター「埼玉メガDC」では、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を図りました。2022年に稼働予定の「明石メガDC」へも同システムを展開しています。



販売・マーケティング

ベンディングチャネルでは、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営業活動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、自社開発のスマートフォンアプリを新たに導入し、従来ハンディーターミナルで行っていた自動販売機の在庫管理などのオペレーション業務を、スマートフォンでより高速かつ低コストで行うしくみの構築に取り組んできました。

手売りチャネルでは、営業支援システムを活用した顧客情報の管理・分析等の実施や、商談におけるAR技術(拡張現実)や画像認識アプリの活用などデジタル技術の活用に取り組んでいます。



●ICT(情報通信技術)基盤の強化

統合ERPシステムの導入

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+ (コークワン)」を導入しています。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。



業務効率化に向けたRPA※1の導入

2018年以降、定型業務を中心にあらゆる分野でRPAの導入を進めています。現在、180以上のソフトウェアロボットが稼働しており、導入前と比べ年間100,000時間以上※2の業務の自動化を実現しています。

RPAを含むデジタルを活用した業務効率化を加速すべく、「RPA開発スキルトレーニング」を開催するなど、社員一人ひとりがデジタルスキルを身につけ、業務改善を進められるような取り組みを実施しています。

※1 Robotic Process Automationの略。

※2 2021年末時点



ICT基盤と業務インフラの整備

全社員にスマートフォンや、WEBカメラを搭載したパソコンを貸与するなど、ICTを活用することで在宅勤務や営業担当者の直行直帰等の柔軟な働き方を可能にしています。また、社内での問い合わせプロセスにおけるAIの活用や、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につなげています。



セキュリティ対策の強化

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。ファイア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。



人財マネジメントと組織力の強化に向けた取り組み

人財戦略の基本方針

当社は、「ミッション、ビジョン、バリュー」からなる企業理念の実現に向けた人財戦略に基づき、人財マネジメントと組織力の強化に取り組んでいます。社員一人ひとりがオーナーシップを持ち、自らの成長のために絶え間ない努力をする姿勢を推奨し、そのために活用できるトレーニングや学びの機会を提供すると同時に、それにより養った力をいかに発揮し、大きな成果を生み出す社員に報いる報酬制度やリワードのしくみを整備しています。

●人財育成プログラムの実施

当社は、全社横断的な育成プログラム(社員の成長、ステップに合ったスキル・知識の習得)や専門的な育成プログラム(各部門での業務遂行に必要なスキル・知識の習得)を実施するなど、テーマにあわせてさまざまなプログラムを展開しています。次世代リーダーやグローバル人財の育成を目指した選抜型プログラムや、社員の階層やキャリアに応じた研修、各部門で人財育成を担う所属長に対するOJTサポート、eラーニングやオンライン英会話等の自己啓発プログラムなどがあり、これらを通じて、学びの機会を提供するとともに、自律的な学びを促進するための制度や環境の整備を実施しています。

次世代リーダーの育成を目指す「コカ・コーラ ユニバーシティ ジャパン」

当社は、コカ・コーラシステムの変革を導く次世代リーダーの育成を目的に「コカ・コーラ ユニバーシティ ジャパン(CCUIJ)」を立ち上げ、選抜型の人財育成プログラムを提供しています。CCUIJは、部門長級、所属長級、リーダー級の3階層に分かれており、参加者がチームごとに職場で直面している課題の解決を図るといった、実践形式のプログラムも盛り込まれています。また、学習プロセスにおいて、インプットとアウトプットを反復する経験学習サイクルを回す手法を採用することにより、リーダーシップや課題解決力の強化とこれらのスキルの定着を図っています。



Coca-Cola U
JAPAN



英語力強化プログラム「GET (Global English Transformation)」

グローバル人財の育成に向け、社員の英語力強化に取り組んでおり、その一環として、若手社員を対象に英語力強化プログラム「GET」を実施しています。このプログラムでは、受講者の英語のレベルに応じて「実践力強化」と「基礎力強化」の2つのコースを提供しており、英語力の強化だけでなく学習習慣の定着を図ることにより、受講者が修了後も継続して英語学習に取り組むためのサポートを行っています。英語力向上の機会の提供により、社員一人ひとりのスキルアップを図るとともに、キャリアの選択肢拡大に貢献しています。

●成果重視の風土醸成と社員のキャリア形成

当社は、成果を重視する風土の醸成に取り組んでおり、「業績向上」と「人財育成」の両立を図るべく、社員の目標設定において、個人目標を会社業績や企業理念と連動させています。また、会社業績や個人目標の達成度合いと連動した変動報酬率の設定や、上位階層になるにつれ変動報酬の割合が大きくなるしくみの導入など、大きな成果に大きく報いる制度を整備しています。そのほかにも、職務や役割の明確化とそれらの社内開示に加え、ジョブポスティング制度を導入しています。この制度は、会社が必要とするポストや職種の要件を社内公開し、社員が自ら手を挙げてチャレンジできるしくみで、社員のチャレンジを後押しし、多様な人財の異動を促すことで、組織の活性化を図っています。

TOPICS

「HRアワード2021」の企業人事部門で優秀賞を受賞

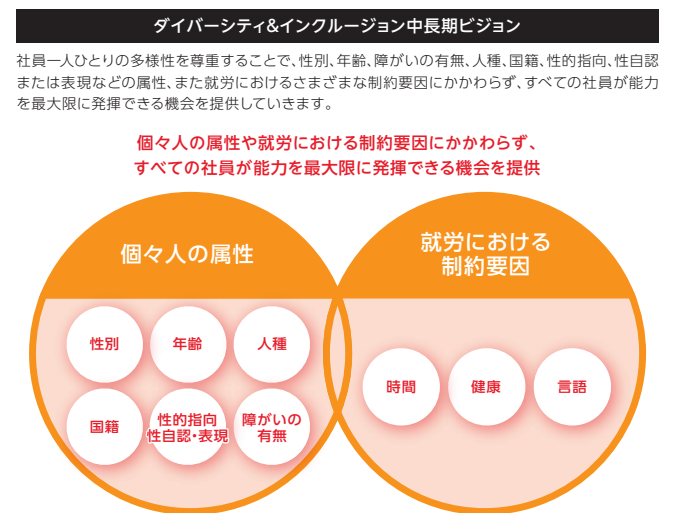
2021年、日本最大のHRネットワーク「日本の人事部」が主催する「HRアワード2021」の企業人事部門において優秀賞を獲得しました。次世代リーダーの育成を目指す「コカ・コーラ ユニバーシティ ジャパン」の運用や、管理職の360度サーベイを毎年実施し結果に応じて個別に改善策を提案する取り組みなど、当社の人財戦略に基づくさまざまな取り組みが評価されたものと考えています。今後も、事業活動を通じて新たな価値を提供できる人財の育成に取り組んでまいります。



●ダイバーシティ&インクルージョンを推進

当社は、ダイバーシティ&インクルージョン(D&I)の推進を経営戦略における優先事項のひとつと位置づけています。環境の変化やお客さまの多様なニーズに対応し持続的な成長を果たすべく、さまざまなバックグラウンドや価値観を持つ社員が能力を最大限に発揮できる職場環境の整備に努めています。マネジメント体制においても、国籍や性別、年齢、経歴など多様性をふまえて取締役を起用しており、さまざまな角度から課題を捉えて議論し意思決定を行うことで、ダイバーシティ経営の実現を目指しています。

また、これらの取り組みを強く推進すべく、専門の組織としてD&I課を設けています。D&I課は、全社における施策の企画や各本部における研修プログラムの提供等を行うことにより、当社独自の取り組みを積極的に展開しています。



女性活躍の推進

当社は、女性活躍の推進に注力しています。2022年4月現在の女性正社員比率は13%であり、2025年までに15%以上とする目標を掲げ、社内外からの優秀人材の登用・採用に力を入れています。また、現在6.4%という女性管理職比率を2030年までに20%まで向上させる目標を定め、女性管理職候補者の育成プログラムを導入しています。

このほかにも、女性管理職のキャリア構築を支援するプログラム「Accelerate Her」の実施や、女性取締役候補者育成の一助としてのスポンサーシップの導入など、積極的に女性活躍に向けた取り組みを推進しています。また、多様性を理解し尊重しあえる組織文化を醸成・定着させるため、アンコンシャスバイアストレーニングやインクルーシブリーダーシップトレーニングを展開しています。

LGBTQに関する取り組み

社内の性的マイノリティ(LGBTQ)に対して平等な機会を提供するために、社内規程の改定や全社員を対象としたeラーニングの研修を実施しています。2021年6月には、性的指向や性自認に基づく差別を禁止し誰もが平等に扱われるインクルーシブな職場・社会づくりを目指す「ビジネスによるLGBT平等サポート宣言」への賛同を表明し、取り組みを強化しています。また、11月には、性的マイノリティに関するダイバーシティマネジメントの促進と定着を支援する任意団体「work with Pride」が策定する、LGBTQへの取り組み指標「PRIDE指標2021」で、最高位であるゴールド認定を獲得しました。



●働き方改革 ～多様で柔軟な働き方の推進の取り組み～

仕事と子育て・介護等の両立や新型コロナウイルス感染症を背景とした生活様式の変化への対応には、時間や場所に捉われない柔軟な働き方を取り入れることが不可欠です。そのようななか、当社は、コアタイムのないスーパーフレックスの導入やサテライトオフィスの拡大、在宅勤務の推進、営業担当者の直行直帰の実施など、さまざまな取り組みを行っています。

また、男性社員の育児休暇について、2022年から取得期限を3ヵ月から1年に延長し利便性を向上させるなど、休暇取得の促進に努めています。加えて、男性社員の育児休暇への認知度を高めるとともに制度活用を促進するために、「パパエプロン」という取り組みも行っています。チームミーティングなどの場で、子どもが生まれた男性社員へオリジナルエプロンを手渡すことにより、本人へ育児休暇取得を促すとともに、周囲に育児休暇取得の重要性を認識させる機会としています。このように、各種制度の策定のみならず、これらの制度を活用しやすいしくみの構築や風土の醸成にも力を入れています。



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、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ナビリティフレームワーク

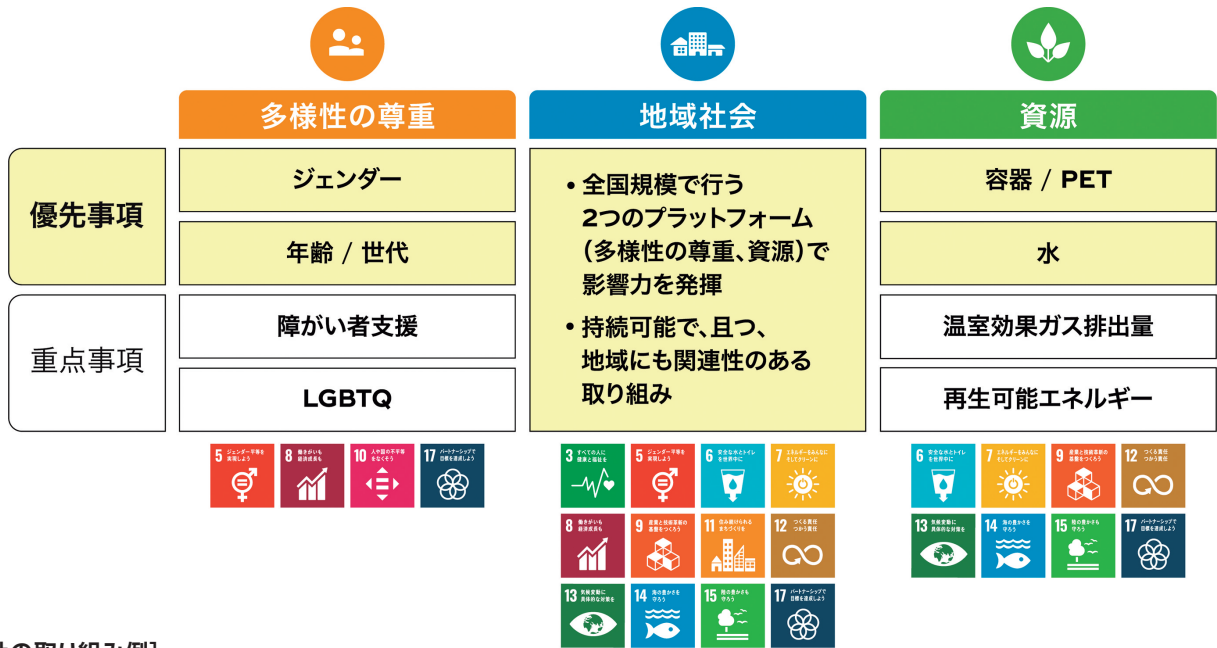
2019年、日本のコカ・コーラシステムは、サステナビリティのグローバル目標達成に加えて、日本独自の課題をベースとした戦略を立案しアクションプランへ落とし込むために、サステナビリティにおける課題抽出と優先順位特定に取り組み、「多様性の尊重」「地域社会」「資源」の3つのプラットフォームと取り組むべき9つの重点課題を設定するなど、活動の拠り所となるフレームワークを構築しました。

当社はこのサステナビリティフレームワークに基づき、CSVの取り組みを推進してまいります。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達成への貢献も果たしてまいります。

サステナビリティ活動の目的と戦略

サステナビリティ活動の目的	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



【当社の取り組み例】

- ダイバーシティ&インクルージョンの推進

●女性活躍の推進

●障がい者雇用の推進

●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)

●SDGsセミナーの開催

●産官学民連携の地域課題への取り組み

●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

日本のコカ・コーラシステム共通のサステナビリティフレームワークをベースに、当社では、より具体的な目標として「CSV Goals」を定め、持続可能な事業と社会、そしてミッションの実現に向けて取り組んでいます。毎年取り組みの進捗を確認しながらバリューチェーン全体でPDCAサイクルを回し、着実に目標達成に向けて歩みを進めています。

サステナビリティフレームワーク		重点課題	項目	目標数値	2020年実績 (12月末)	2021年実績 (12月末)	進捗度
多様性の尊重	ダイバーシティ & インクルージョン		女性管理職比率 (2025年までに)	10%	5.8%	6.3%	▶▶▶
			女性管理職比率 (2030年までに)	20%			
地域社会	製品 (ニーズに合わせた製品開発/健康サポート)		主要ブランドでのノー/低カロリー製品のラインナップ	100%	100%	100%	▶▶▶
			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 (2016年比)	300%	190%	177%	▶▶▶
			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%	100%	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	100%	100%	100%	▶▶▶
	社会 (地域への社会貢献活動)		社員のボランティア参加率	10%	—	3.7%	▶▶▶
			コミュニティプログラム参加人数累計	100万人	89万人	90万人	▶▶▶
資源	World Without Waste (廃棄物ゼロ社会)		サステナブル素材※1の使用率 (2022年までに)	50%	28%※2	40%	▶▶▶
			サステナブル素材※1の使用率 (2030年までに)	100%			
			サステナブル素材※1使用製品の割合 (販売本数ベース) (2025年までに)	100%	約90%	約90%	▶▶▶
			さらなるPETボトルの軽量化 (2004年比) (2030年までに)	35%	30%以上	30%以上	▶▶▶
			販売量と同等の回収量 (2030年までに)	100%	96.7%※3	—	▶▶▶
			環境保護団体や業界団体との幅広い連携 (2030年までに)				
	水		水源涵養率。工場近辺の水源、流域に注力	200%	364%	353%	▶▶▶
			水使用量削減 (2030年までに)	30%	19%	19%	▶▶▶
			温室効果ガス削減 スコープ1、2 (2030年までに)	50%	19%※4	21%	▶▶▶
	気候変動		温室効果ガス削減 スコープ3 (2030年までに)	30%	17%※4	24%	▶▶▶
			温室効果ガス排出量実質ゼロ (2050年までに)				
			再生可能エネルギーの推進				
	調達/人権 (事業基盤の強化)		持続可能な原材料調達	100%	100%	100%	▶▶▶
			CCB.JH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 (Supplier Guiding Principles) の遵守	100%	100%	100%	▶▶▶

※1 サステナブル素材:「ボトルtoボトル」によるリサイクルPET素材と、植物由来PET素材の合計。 ※2 2020年までは「ボトルtoボトル」の比率。
※3 PETボトル回収率 (出典:PETボトルリサイクル推進協議会「PETボトルリサイクル年次報告書2021」)。 ※4 2021年10月のGHG排出量削減目標公表に合わせ、新基準での集計方法に基づく実績。

TOPICS

「国連グローバル・コンパクト (UNGC)」へ賛同

当社は、2022年3月に、健全なグローバル社会を築くための世界最大のサステナビリティイニシアチブである「国連グローバル・コンパクト (UNGC)」へ参加を表明するとともに、UNGCに署名している日本企業などで構成される「グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン」に加入しました。当社は、UNGCが掲げる人権、労働、環境、腐敗防止の4分野10原則に賛同し、今後も事業活動を通じた社会課題の解決に取り組み、持続可能な社会の実現を目指してまいります。



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



社会との共創価値 (CSV) の実現に向けて

TCFD提言への賛同

気候関連財務情報開示タスクフォース (TCFD) の提言に賛同を表明するとともに、同提言に賛同する企業や金融機関等が議論する場である、TCFDコンソーシアム※に加盟しています。当社は、気候変動に対する課題への対応が事業の持続性や社会の発展に不可欠であると考えており、TCFD提言に基づく気候変動関連リスク・機会の財務的影響の分析や対応策の検討を行うとともに、中核要素である「ガバナンス」「戦略」「リスクマネジメント」「指標と目標」の視点での充実した情報開示に努めてまいります。

また、TCFD提言への賛同に加え、経済産業省が公表した「GXリーグ基本構想」や気候変動イニシアティブ (JCI) の宣言「脱炭素化をめざす世界の最前線に日本から参加する」などへも賛同を表明しています。

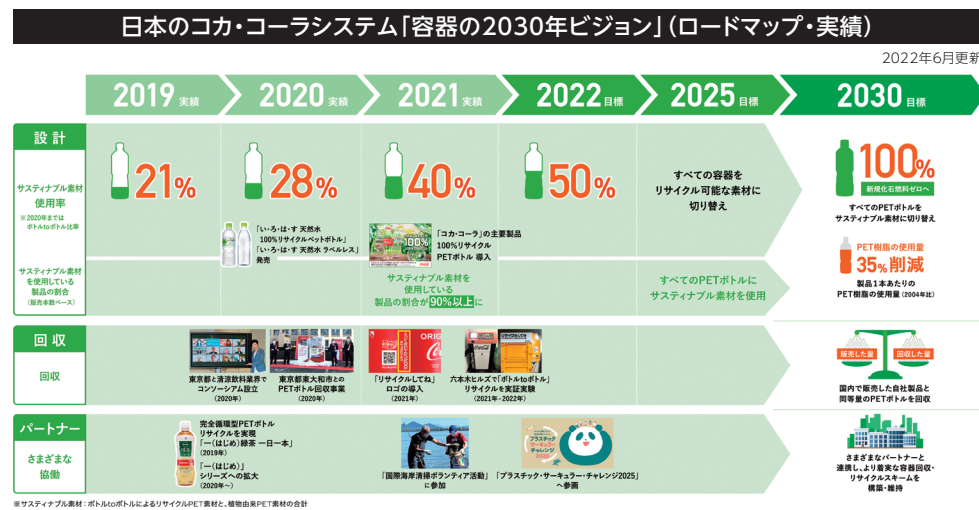
※TCFD提言へ賛同する企業や金融機関等が一体となって取り組みを推進し、企業の効果的な情報開示や、開示された情報を金融機関等の適切な投資判断につなげるための取り組みについて議論する場として設立。



「World Without Waste (廃棄物ゼロ社会)」を目指して

● 容器の2030年ビジョン

日本のコカ・コーラシステムは、ザ コカ・コーラ カンパニーが掲げるグローバルビジョン「World Without Waste (廃棄物ゼロ社会)」に基づき、2018年1月に「容器の2030年ビジョン」を発表しました。容器由来の廃棄物問題の解決に向け、「設計」「回収」「パートナー」の3つを柱とした活動に取り組んでいます。2019年7月には、従来の目標達成の前倒しを含む新たな目標を発表するなど、さらなる取り組みの強化を図っています。



● PETボトルにおけるサステナブル素材使用率の向上

「容器の2030年ビジョン」達成に向けた取り組みの一環として、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」に取り組んでいます。2020年に「い・ろ・は・す 天然水」への100%リサイクルPETボトルの採用を開始し、2021年には主力の「コカ・コーラ」や「ジョージア ジャパンクラフトマン※」の小型PETボトルへ100%リサイクルPETボトルの採用を拡大しました。また、製品パッケージに「リサイクルしてね」ロゴを導入するなど、お客さまへのコミュニケーションも強化しています。

「ボトルtoボトル」を含めたサステナブル素材のPETボトルへの使用率については、2021年に40%を達成しており、2022年末までの50%の目標達成を目指し、取り組みをさらに推進してまいります。

※メッセージボトルのみ対象。

● ラベルレス製品の拡大

ラベルレス製品は、PETボトルにラベルを貼付しないことで、分別時のラベルをはがす手間を省くとともに、プラスチックごみを削減する、家庭にも環境にもやさしい製品です。2020年発売の「い・ろ・は・す 天然水 ラベルレス」を皮切りに、さまざまなカテゴリーやパッケージでラベルレス製品のラインナップを拡大してきました。2021年には、「アクエリアス」や大容量サイズの「い・ろ・は・す 天然水」、トクホ製品の「からだすこやか茶W」や「綾鷹 特選茶」のラベルレス製品を発売しました。

ラベルレス製品の展開によるプラスチック使用量の削減は、CO₂排出量削減につながっています。今後も、このようなプラスチック使用量削減の取り組みにより、温室効果ガス (GHG) 排出量削減への貢献を果たしてまいります。



脱炭素化への取り組みを推進 ～温室効果ガス (GHG) 排出量削減に向けて～

当社は、事業の成長と社会課題の解決を両立すべく、これまでにさまざまな形でGHG排出量削減に取り組んできました。そのようななか、日本のコカ・コーラシステムは、2030年までの国内バリューチェーン全体におけるGHG排出量の削減目標を策定し、2021年10月に公表しました。2030年までにスコープ1 (直接的なGHG排出量) およびスコープ2 (間接的なGHG排出量) の領域で2015年比50%の削減、スコープ3 (その他の間接的なGHG排出量) で同比30%の削減を目指します。

当社が行うボトリングビジネスはバリューチェーンの重要な領域を担っており、当社はコカ・コーラシステムの一員としてこの目標の達成に貢献を果たすべく、100%リサイクルPETボトルの展開拡大や再生可能エネルギーの活用など、取り組みをさらに推進してまいります。

日本のコカ・コーラシステムの温室効果ガス (GHG) 削減目標

2021年10月発表



水資源保護の推進

当社は、「CSV Goals」において「水使用量30%削減 (2015年比)」および「水源涵養率200%維持」の目標を掲げており、製造に使用する水の効率的な利用 (Reduce) や再利用 (Reuse)、水を育む森林保全等の水源涵養活動 (Replenish) を基軸に、水資源保護を推進しています。

2021年12月には、企業や自治体向けに環境情報開示システムを運営する国際的な非営利団体CDPが実施した「水セキュリティ」調査において、リーダーシップレベルである「A- (マイナス) スコア」を獲得しました。今後も、かけがえない「水」を使用したビジネスを行う企業として、水資源保護や水使用量削減に取り組んでまいります。

人権の尊重

当社は、人権尊重を持続的な社会の実現するための企業活動の基本と位置づけており、人権にかかわる各種原則の遵守や人権尊重の徹底、啓発活動の推進等に取り組んでいます。

社員に対しては、人権への理解を深めるための研修やeラーニング、定期的な情報発信等を実施しており、人権問題を自らの課題として受け止め、他人を思いやり、常に相手の立場に立った行動ができる社員の育成を図るとともに、オープンで率直なコミュニケーションが尊重される健全な職場環境づくりを推進しています。

また、当社は人権デューデリジェンスに関して、社員に対しては「就業規則」および「ダイバーシティ・アンド・インクルージョンに関するポリシー」の中で、調達においては「サプライヤー基本原則」の中で明示するなど、人権尊重に関して責任ある取り組みを徹底しています。

詳しくはホームページをご覧ください。 <https://www.ccbji.co.jp/csv/humanrights/>



人権啓発推進
プログラム
実施回数

8回

