

# 2025年 第2四半期 決算説明会

2025年8月1日

コカ・コーラ ボトラーズジャパン  
ホールディングス株式会社

代表取締役社長 カリン・ドラガン

代表取締役副社長CFO ビヨン・イヴァル・ウルゲネス

(2025年8月1日 当社ウェブサイト掲載)



Coca-Cola  
BOTTTLERS JAPAN INC.

ハッピーなひとときを、  
ボトルから。  
We bottle happy moments.

Coca-Cola  
BOTTTLERS JAPAN HOLDINGS INC.

# コカ・コーラ ボトラーズジャパンホールディングス株式会社

## 2025年 第2四半期 決算説明会

2025年 上期 業績

新中期経営計画「Vision 2030」

# 本日のハイライト

- ❖ 上期の事業利益は対前年43億円の増益となり、極めて好調。 価格改定や変革などの主要施策は計画を上回って進捗。
- ❖ ベンディング事業において、将来の最適な資本配分を実現するために固定資産の再評価を実施し、キャッシュアウトをとみなわない減損損失を計上。
- ❖ 通期業績予想を修正、事業利益は当初計画を15%上回る230億円を目指す。
- ❖ 株主価値のさらなる増大を目指した新中期経営計画「Vision 2030」を策定。 2030年に、過去最高益の約2倍の事業利益800億円以上、資本コストの約2倍のROIC 2桁といった意欲的な目標の達成を目指す。
- ❖ 長期的な成長計画の共同策定を含めた日本コカ・コーラとのさらなる協業や、複数のビジネスユニットによる事業運営、ベンディング事業における利益基盤の再構築および世界最大の小売業者としてのマインドセットでの運営といった新たな要素を計画に織り込む。
- ❖ 当社史上最大規模となる累計1,500億円の自己株式取得等の株主還元策を発表。

# 2025年 上期 業績

上期業績 (対前年)

## 売上収益、事業利益とも力強く成長し、基盤となる業績は順調に進捗

単位：百万円

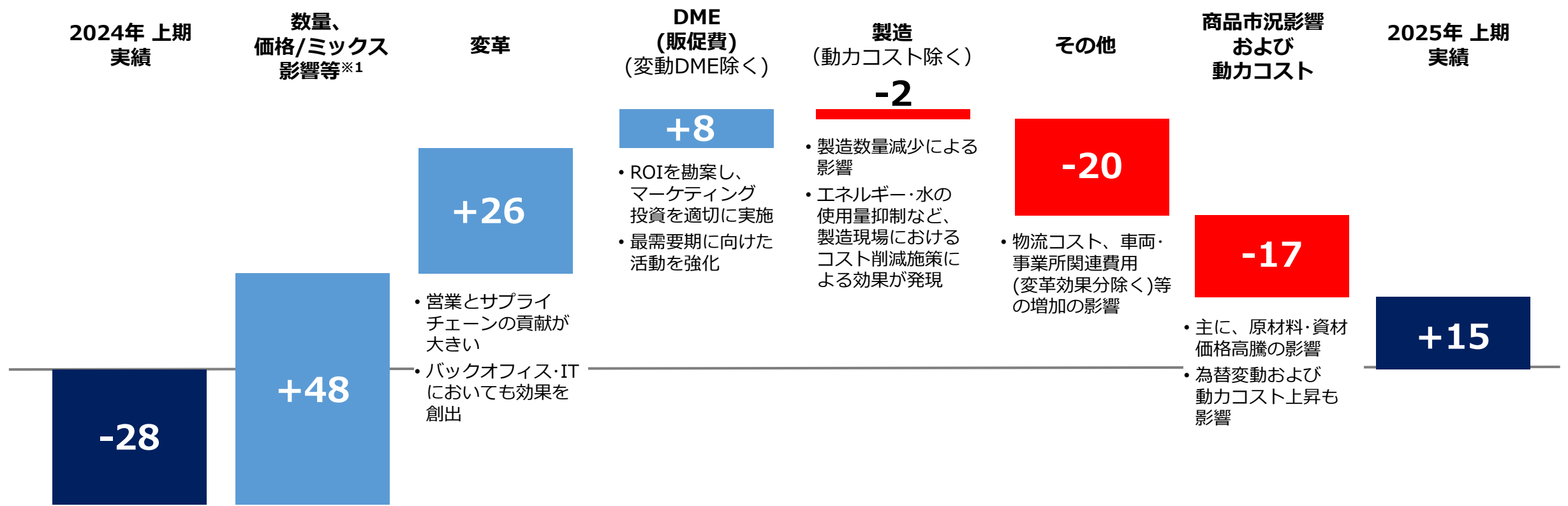
	2025年 上期 実績	2024年 上期 実績	増減	前年比
売上収益	417,942	411,455	+6,488	+1.6%
販売数量 (百万ケース)	230	232	-2	-1%
うち、清涼飲料販売数量 (百万ケース)	228	230	-2	-1%
売上原価	234,529	230,251	+4,278	+1.9%
売上総利益	183,413	181,204	+2,210	+1.2%
販管費	181,599	183,971	-2,373	-1.3%
事業利益 (△損失)	1,535	△2,791	+4,326	-
営業利益 (△損失)	△92,170	1,207	-93,376	-
親会社の所有者に帰属する当期利益 (△損失)	△65,892	△297	-65,595	-
EBITDA※	24,152	20,075	+4,078	+20.3%

※ EBITDA=事業利益+減価償却費

第2四半期(4-6月)の業績は参考資料をご覧ください。

上期 事業利益増減要因 (対前年)

# トップライン成長と変革効果により増益トレンド加速、対前年43億円増益



- 価格改定の効果等により、ケース当たり納価が改善
- 数量-1%の影響
- 消費トレンド変化がチャネルミックスに影響

- 営業とサプライチェーンの貢献が大きい
- バックオフィス・ITにおいても効果を創出

- ROIを勘案し、マーケティング投資を適切に実施
- 最需要期に向けた活動を強化

- 製造数量減少による影響
- エネルギー・水の使用量抑制など、製造現場におけるコスト削減施策による効果が発現

- 物流コスト、車両・事業所関連費用(変革効果分除く)等の増加の影響

- 主に、原材料・資材価格高騰の影響
- 為替変動および動力コスト上昇も影響

単位：億円  
(単位未満四捨五入)

(単位：億円)	2025年 上期 実績	対前年
設備投資※2	95	-1
減価償却費	226	-2

※1 営業活動にともなう限界利益の増減。変動費、IFRSによる売上控除等を含んでおります。

※2 IFRS16が適用される不動産賃借物件への投資額は上記の数値には含まれておりません。

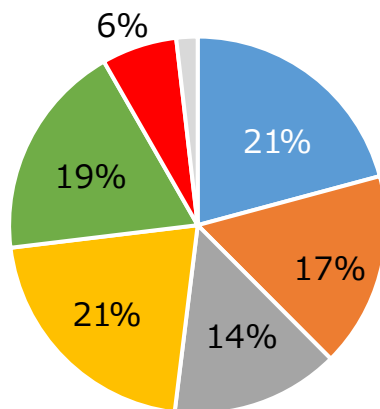


## 効果的な営業施策により数量は市場を上回り、ケース当たり納価改善継続

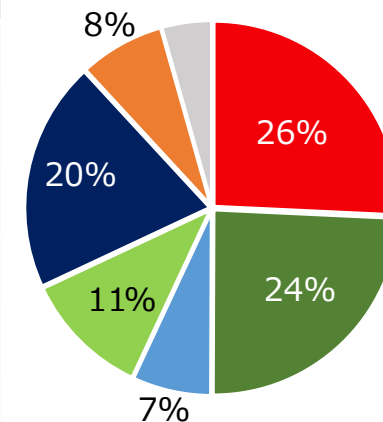
- 販売数量は、前年の価格改定の影響や、前年にフルリニューアルした「綾鷹」の反動影響を受けたものの、今年のマーケティング活動の効果により、市場全体の伸張率を上回る1%減に留まった。
- ケース当たり納価は、価格改定の効果により、全チャネルで前年比2桁円改善。
- D&Dは中型PETのコーヒーが数量増に貢献。CVSは販促活動の適正化が数量に影響。VMは価格改定により、特に、水やコーヒーの数量が減少。R&Fでは果汁や炭酸が貢献。オンラインは茶系が貢献し成長。
- 炭酸は「コカ・コーラ」や「コカ・コーラ ゼロ」が、茶系は「綾鷹」や「紅茶花伝」が成長に貢献。スポーツ・水・コーヒーは価格改定の影響により減少。

### 販売数量：-1%

チャネル	数量	ケース当たり納価(円)
スーパーマーケット (SM)	-2%	+60
ドラッグストア・量販店 (D&D)	+1%	+65
コンビニエンスストア (CVS)	-5%	+56
ベンディング (VM)	-5%	+103
リテール&フードサービス (R&F)	+3%	+29
オンライン	+15%	+29



カテゴリー	数量
炭酸	+1%
茶系	+2%
スポーツ	-5%
水	-10%
コーヒー	-2%
果汁	+5%



(注) 販売数量にはアルコール飲料は含まれておりません。ケース当たり納価にはIFRS適用による売上控除は含まれておりません。販売数量・売上集計方法の標準化を進めており、過去の説明会資料で提供したデータと若干の相違が発生することがあります。

パッケージ別の販売数量は参考資料をご覧ください。  
第2四半期(4-6月)の販売数量は参考資料をご覧ください。

## 減損の影響等を反映。事業利益は上方修正し、対前年110億円の増益計画

- ↑ ベンディング事業における固定資産の減損の影響や、日本コカ・コーラの市場動向変化に対応したマーケティング投資手法の変更にともなう当社への影響を織り込み、通期業績予想を修正。
- ↑ 事業利益は当初計画比15%の上方修正。上期の増益トレンドを加速させ、意欲的な目標達成を目指す。

単位：百万円

	2025年 通期 修正計画	前年増減	前年比	当初計画比 増減	当初計画比 増減率
売上収益	906,100	+13,419	+1.5%	-	-
販売数量 (百万ケース)	503	+3	+0.5%	-	-
うち、清涼飲料販売数量 (百万ケース)	498	+2	+0.4%	-	-
売上原価	491,100	+869	+0.2%	-800	-0.2%
売上総利益	415,000	+12,550	+3.1%	+800	+0.2%
販管費	390,800	+1,266	+0.3%	-2,200	-0.6%
事業利益	23,000	+10,954	+90.9%	+3,000	+15.0%
営業利益 (△損失)	△67,100	-80,490	-	-85,100	-
親会社の所有者に帰属する当期利益 (△損失)	△48,500	-55,809	-	-59,500	-
EBITDA※	63,900	+6,394	+11.1%	-2,000	-3.0%

※ EBITDA=事業利益+減価償却費

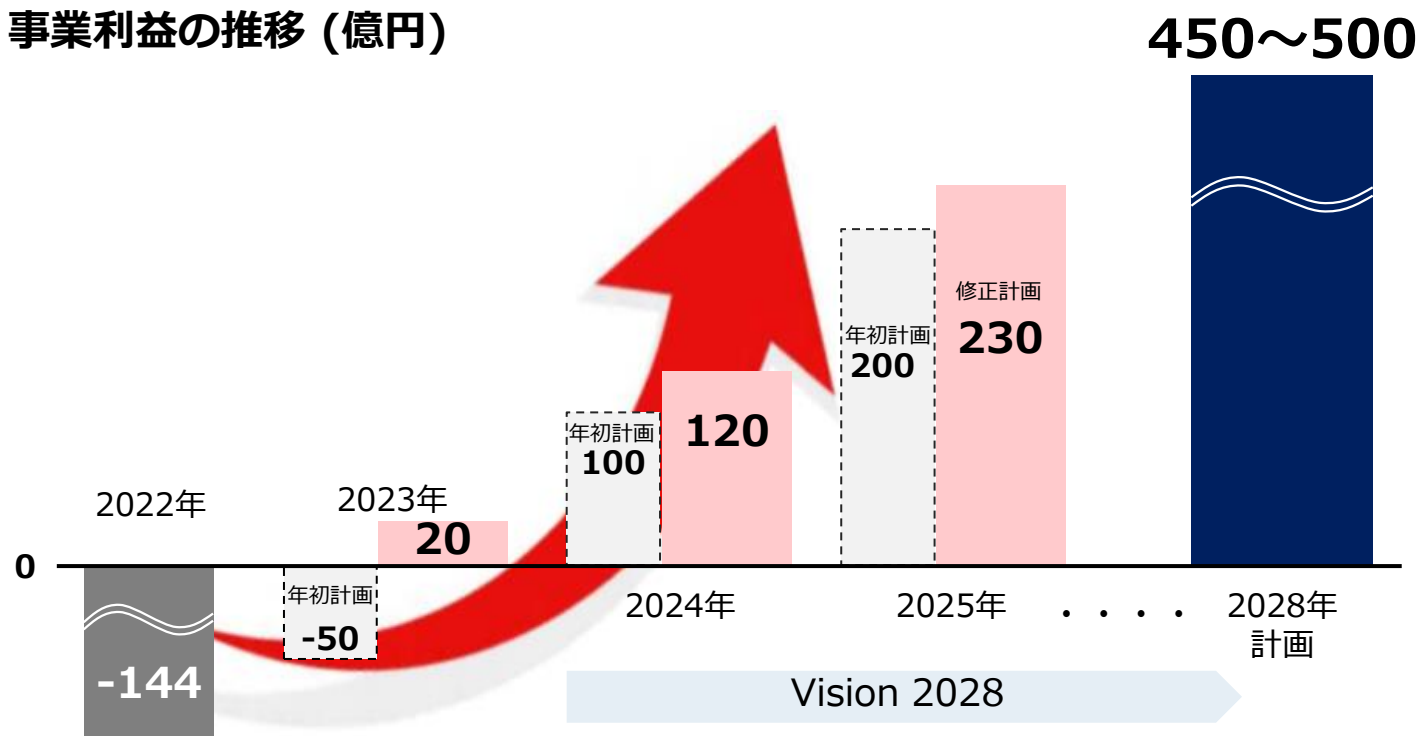


# 新中期経営計画 「Vision 2030」

# 事業利益は大幅増益トレンドを継続、「Vision 2028」に対し順調に進捗

- ↑ 過去2年間、業績を根本から改善させ、計画を上回る事業利益を達成。2022年比で260億円以上の増益。
- ↑ 「Vision 2028」の主要施策は順調に進捗し、多くの成果を残した：
  - ↑ 利益をともなうトップライン成長を実現。変革ではコスト削減と事業基盤の強化を両立。
  - ↑ 2024年11月に「Vision 2028」に基づく株主還元策を発表。資本効率向上に向け前進。
- ↑ 2025年も事業利益は年初計画を上回って推移。さらなる高みを目指し、計画を上方修正。

事業利益の推移 (億円)



「Vision 2028」における主な成果・実績  
(2025年修正計画 対 2023年実績)

- ✓ 事業利益 **▶▶▶** 約**10**倍
- ✓ ROIC **▶▶▶** +**2**pts以上
- ✓ 変革効果 **▶▶▶** 約**100**億円
- ✓ 株主還元 **▶▶▶** 包括的な株主還元策を発表

# 新たな機会と課題に対応すべく、「Vision 2028」をアップグレード

「Vision 2028」を推進する過程でさらなる成長機会と課題を特定し、対応策を構築

- 変革のさらなる可能性、特に、データとテクノロジーのさらなる活用に向けた戦略を構築
- 日本コカ・コーラとの関係性を深化させ、長期的な成長戦略を共同策定
- 説明責任を明確化した複数のビジネスユニットによる事業運営体制を確立
- グローバルボトラーをベンチマークし、ビジネスユニットごとに戦略の方向性を再定義
- かつてない規模の株主還元実施と、株主価値のさらなる増大に向けた可能性を検討

今後の事業運営に  
対する前向きな見方

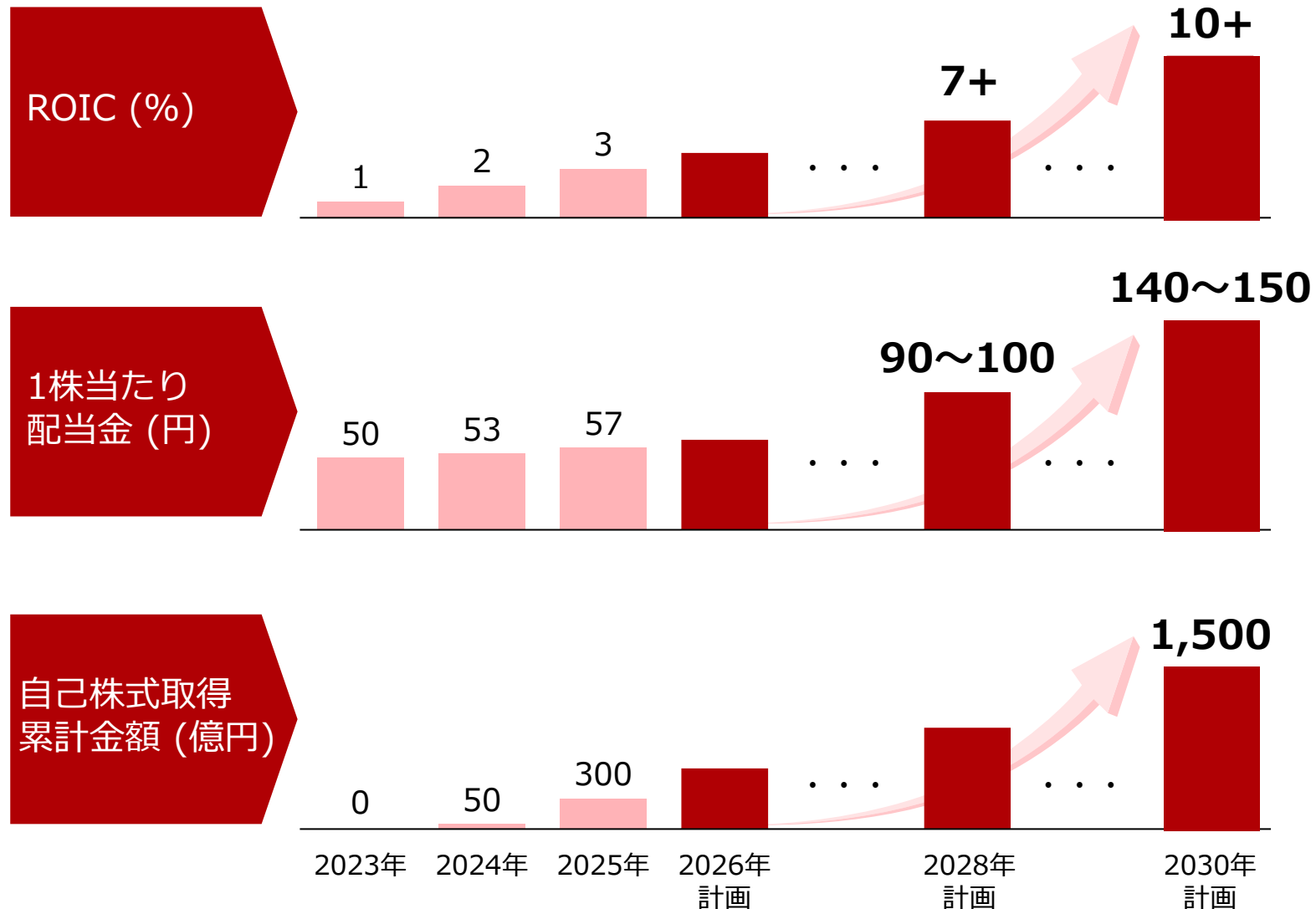
意欲的な目標を設定して  
達成する強い意志・自信

株主リターンを高める  
フェーズへの進展

現在進行中の「Vision 2028」を上方修正し、  
新中期経営計画「Vision 2030」をスタートさせることを決定

# 株主還元拡大のペースは大きく加速

資本効率および株主還元に関する指標の見通し



2024年11月に  
包括的な株主還元策を発表

- 配当方針をアップデートし、累進配当の方針に変更
- 300億円の自己株式取得を実施

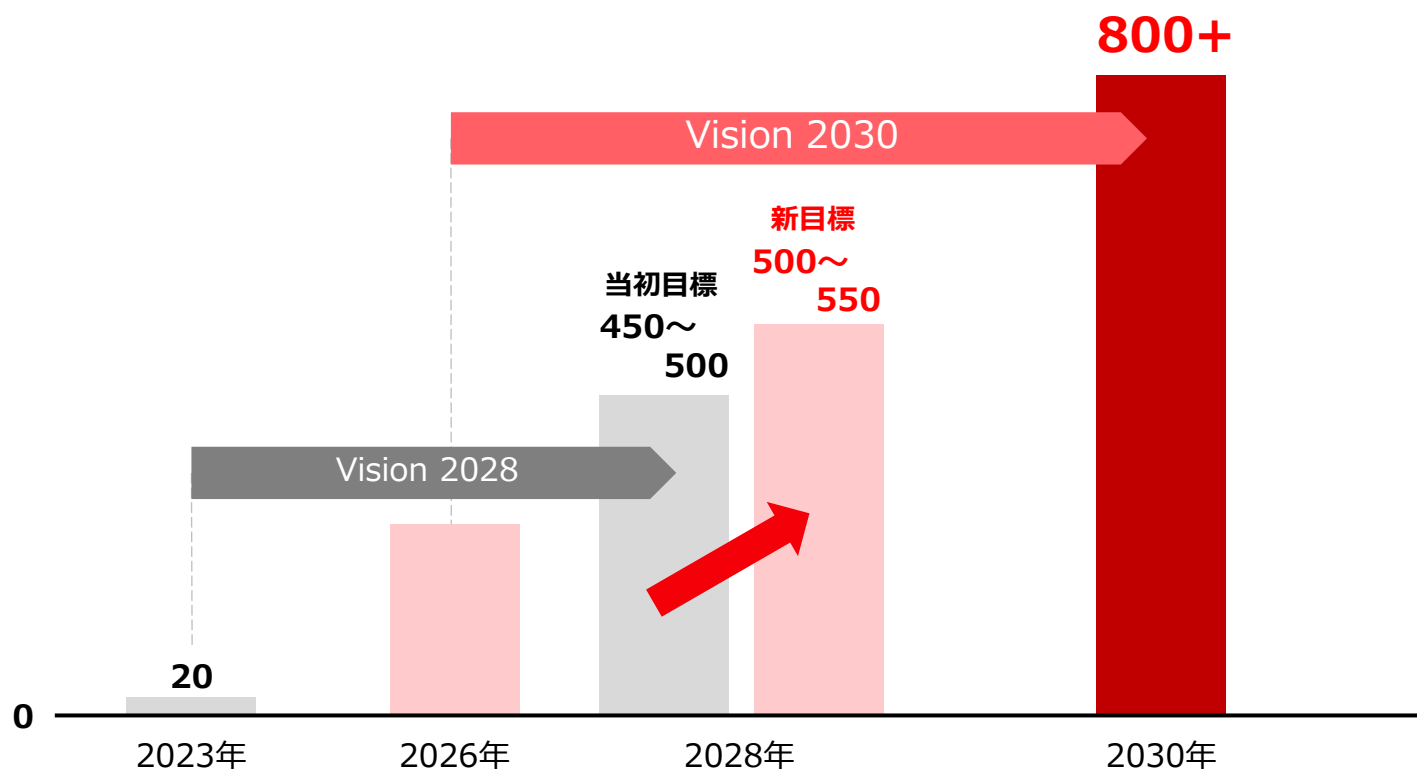
「Vision 2030」では  
取り組みをさらに加速させ、  
**当社史上最大規模**の  
株主還元策を実施する計画

- 2030年の1株当たり配当金：  
- **140~150円**
- 自己株式取得：  
- 2025年11月より**300億円**  
- 2030年までの累計で**1,500億円**

## 2028年目標を上方修正し、意欲的な2030年目標を新たに設定

- 2028年の目標を上方修正し、2026年～2030年の5年間の新中期経営計画「Vision 2030」を策定。
- 2030年に、過去最高益の約2倍の事業利益800億円以上、資本コストの約2倍のROIC 10%以上を目指す。
- 業績および主要指標の大幅改善を図るとともに、当社史上最大規模の株主還元を計画。

中期経営計画上方修正の概要（事業利益：億円）



2030年 主要目標	
売上収益	1兆円以上 年平均成長率 +2~3%
販売数量	年平均成長率 +0.5~1%
事業利益 (事業利益率)	800億円以上 (事業利益率 8%以上)
変革効果	300~350億円
ROIC	10%以上
1株当たり配当金	140~150円
自己株式取得	累計1,500億円

# 株主価値のさらなる増大を目指した新中期経営計画

## Vision 2030 : 収益性と資本効率のさらなる向上を目指す

業績の透明性を高め説明責任を明確にしたビジネスユニットごとに、  
市場実行力を高め、収益性を改善することで、統一された全社目標の達成を目指す

### **ベンディング**

- ↑ ビジネス全体を見直し、利益創出基盤を再構築。収益性・資産効率の改善に注力。
- ↑ データの活用力を高め、競争力再強化に向けた戦略を実行。
- ↑ デジタルを駆使した変革を継続。

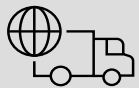
### **OTC (手売り)**

- ↑ 成長機会を見極めたトップライン成長戦略を実行。
- ↑ ROI重視でマーケティング投資を実行。
- ↑ キーカスタマーとさらなる連携強化。

### **フードサービス**

- ↑ 飲用機会拡大に向け、カスタマーへの価値提案を強化。
- ↑ 成長業態へのアプローチを強化。
- ↑ 収益性を意識し機材・品揃えを最適化。

### **サプライチェーン**



**強固なサプライチェーン基盤の活用と  
さらなる効率化の推進**

### **バックオフィス・IT**



**さらなるデータドリブン経営の実現に向け、  
全社横断でDXを推進**

**ESG/人的資本/財務基盤**

**持続可能なビジネスを支える基盤の強化**



# 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。

設置先の  
選定

品揃え  
価格設定

在庫管理

ルート  
生産性向上

...

- 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。



自動販売機  
稼働台数  
(当社エリア)

約65万台

Coke ON  
ダウンロード数  
(2025年7月末時点)

6,500万以上

# グローバルボトラーをベンチマークし、各事業においてリターンを高める



## OTC (手売り)

### 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・利益の成長をけん引

- ↑ 人口の多い都市部において、消費者のトレンドをデータで的確に捉え、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ー・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ー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チャネルでの販売強化。



## フードサービス

### 飲用機会の拡大に向けた顧客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、顧客との戦略的パートナーシップを拡大。
- ↑ 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。
- ↑ 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。
- ↑ 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。

# デジタルを活用した変革により、コスト削減を図るとともに基盤を強化

## サプライチェーン

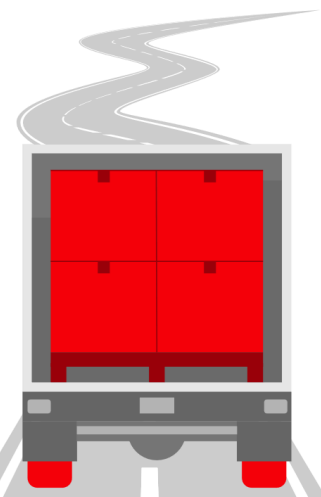
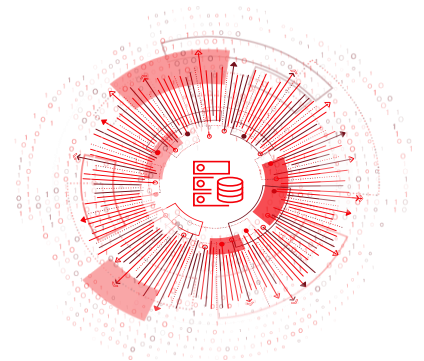
デジタルを最大限に活用し、エンドツーエンドのサプライチェーンプロセスの全体最適を図る

- 「地産地消モデル」の推進による物流コスト削減や資本効率改善
- S&OPプロセスの精度向上により、ローコストでの安定供給や製品在庫の削減・適正化を図る
- 新物流拠点 IDC(機能統合型物流センター)の活用等による将来のネットワークのさらなる強化

## バックオフィス・IT

データドリブン経営のさらなる推進を目指し、強固な基盤の構築を継続

- 各種ITシステムやデータの統合などに取り組み、将来の成長につながる新たなテクノロジー基盤を構築
- デジタル活用による業務効率化：業務の抜本的な見直しを推進
- 世界レベルのオペレーションの実現を目指し、パートナーとの連携を深め、データに基づく意思決定を推進



# 資本効率を重視、業績向上とあわせて当社史上最大規模の株主還元を実施



- 株主価値のさらなる増大にフォーカスした戦略
- 意欲的な株主還元を可能にするバランスシート最適化を継続
- 市場環境にあわせた柔軟な株主還元施策を実施

## 資本効率の向上

## Vision 2030 株主還元施策

### 2030年にROIC 10%以上(WACCの約2倍)を目指す

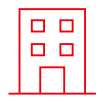


✓ 設備投資：減価償却費の範囲内で厳選した設備投資を実施 (年300~350億円※)

※ IFRS16が適用されるリース取引に係る投資額は上記の数値には含まれておりません。



✓ バランスシートの最適化：固定資産、遊休資産および政策保有株式の売却などによる資産の圧縮。製品在庫の回転率向上



✓ 資本コスト抑制に向け、財務レバレッジ水準の最適化を実現

### 安定的なキャッシュフロー創出により株主還元を強化



① 2030年までに1株当たり配当金を140円~150円に

- ↑ 累進配当の方針に基づく増配を実施
- ↑ 配当性向40%とDOE 2.5%を実現・継続

② 累計で1,500億円の自己株式取得を予定

- ↑ 2025年11月より300億円の自己株式取得を決定
- ↑ 2030年までに累計1,500億円分の自己株式取得予定

# 総括

- 「Vision 2030」では、かつてない水準の意欲的な経営目標を掲げ、収益性と資本効率をさらに向上させ、当社史上最大規模の株主還元を実施することにより、株主価値のさらなる増大を目指す。

事業利益

**800** 億円以上

ROIC

**10**%以上

1株当たり配当金

**140~150** 円

自己株式取得

累計 **1,500** 億円

(2030年目標)

- これまでの大幅な業績改善や、掲げた目標を達成し続けてきた実績、構築してきた成長基盤、多くの学びなどが、当社のさらなる事業成長への自信につながっている。

**「Vision 2030」の達成に力強くコミット**



THANK YOU

コカ・コーラ ボトラーズジャパンホールディングス株式会社 IR部

ir@ccbji.co.jp

<https://www.ccbj-holdings.com/ir/>

Happy moments  
from the bottle.  
We bottle happy moments.

*Coca-Cola*  
BOTTLERS JAPAN HOLDINGS INC.



# 参考資料

# 第2四半期 (4-6月) 業績 (対前年)

単位：百万円

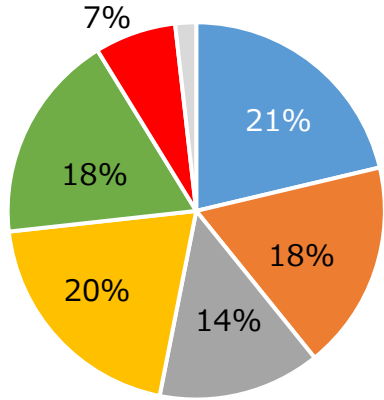
	2025年 Q2 実績	2024年 Q2 実績	増減	前年比
売上収益	<b>228,182</b>	224,926	+3,256	+1.4%
販売数量 (百万ケース)	<b>127</b>	128	-2	-1%
うち清涼飲料販売数量 (百万ケース)	<b>125</b>	127	-2	-1%
売上原価	<b>127,863</b>	125,164	+2,700	+2.2%
売上総利益	<b>100,319</b>	99,763	+556	+0.6%
販管費	<b>92,231</b>	94,683	-2,452	-2.6%
事業利益	<b>8,033</b>	5,056	+2,978	+58.9%
営業利益 (△損失)	<b>△82,101</b>	4,277	-86,377	-
親会社の所有者に帰属する当期利益 (△損失)	<b>△59,438</b>	2,600	-62,038	-
EBITDA※	<b>19,336</b>	16,336	+3,000	+18.4%

※ EBITDA=事業利益+減価償却費

# 清涼飲料チャンネル/カテゴリー/パッケージ別販売数量 (対前年)

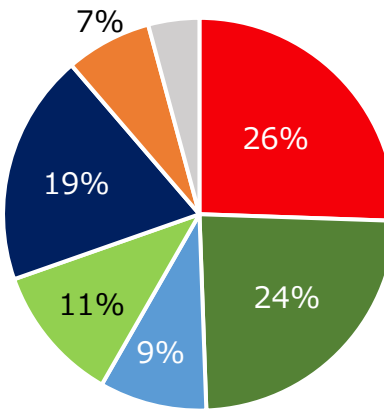
第2四半期(4-6月)販売数量：-1%

## チャンネル別



チャンネル	数量	ケース当たり納価(円)
スーパーマーケット (SM)	-3%	+56
ドラッグストア・量販店 (D&D)	前年並み	+61
コンビニエンスストア (CVS)	-7%	+60
ベンディング (VM)	-6%	+103
リテール&フードサービス(R&F)	+4%	+25
オンライン	+19%	+29

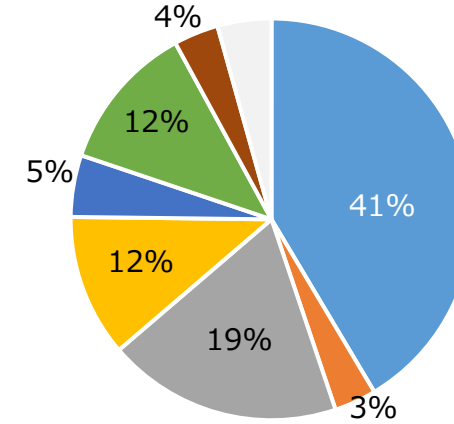
## カテゴリー別



カテゴリー	数量
炭酸	+1%
茶系	-2%
スポーツ	-4%
水	-10%
コーヒー	+1%
果汁	+4%

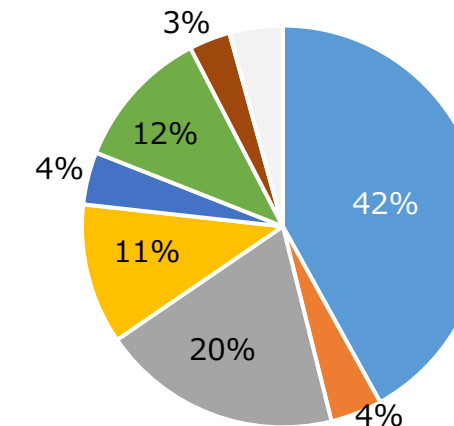
## パッケージ別

### 上期(1-6月)



パッケージ	数量
S-PET	前年並み
M-PET	+39%
L-PET	-8%
缶	前年並み
ボトル缶	-6%
シロップ	+3%
パウダー	+1%

### 第2四半期(4-6月)



パッケージ	数量
S-PET	-2%
M-PET	+46%
L-PET	-9%
缶	前年並み
ボトル缶	-7%
シロップ	+3%
パウダー	+4%

S-PET : 700ml以下 / L-PET : 1.5L以上

(注)販売数量にはアルコール飲料は含まれておりません。ケース当たり納価にはIFRS適用による売上控除は含まれておりません。販売数量・売上集計方法の標準化を進めており、過去の説明会資料で提供したデータと若干の相違が発生することがあります。

# 上期 シェア・店頭小売価格動向 (対前年)

- ↑ チャンネルトータルの金額シェアは、厳しい競争環境が続くなかにおいて、前年並みを維持。
- ↑ ベンディングの金額シェアは、市場縮小傾向のなか、強固なシェア基盤が需要の取り込みに貢献し、プラス成長。手売りチャンネルの金額シェアは、チャンネル・パッケージミックスの影響を受け減少するも、競争力向上により、数量シェアは前年比プラスを継続。
- ↑ 当社製品は、業界平均に対し価格プレミアムを維持。店頭小売価格は、前年10月の価格改定により、小型PET、大型PETとも前年比プラス。特に大型PETは、複数回の価格改定により、2年間の累計で、20円程度の改善。

市場シェア (1-6月、対前年、ポイント)	金額	数量
トータル	前年並み	+0.5
うち、ベンディング	+0.2	+0.7
うち、手売りチャンネル(OTC)	-0.4	+0.2

出典：日本コカ・コーラ調べ(全国)

店頭小売価格 (1-6月、円/本)	業界平均比	前年比
小型PET	+7.9	+4.4
大型PET	+34.1	+5.5

出典：インテージSRI+ 清涼飲料水市場 小型PET製品(351~650ml)および大型PET製品(1.251L~)  
 当社販売エリア 2025年1月~6月  
 業界平均比：当社平均販売単価/本および業界平均販売単価/本の比較  
 前年比：当社平均販売単価/本の前年比較

# 上期 マーケティング活動の振り返り

## コア

コーク & チキン 第2弾 “#コチる”



綾鷹 & おにぎり / 綾鷹 濃い緑茶



アクエリアス  
コアリニューアル  
+ 新キャンペーン



## 新製品

ミニッツメイド  
ゼロシュガー レモネード



ジョージア  
クリアブラック



## 体験型マーケティング

瓶コーク 横丁  
(大阪)



大阪/関西万博  
ポートフォリオプロモーション  
(Coke ON活用 & レシート)





# 第3四半期 マーケティング活動のハイライト

## コア

コーク & チキン  
“#コチる” プロモーション



やかんの麦茶  
サマーキャンペーン



## 新製品

甘ずっぱいファンタ  
早摘みレモン

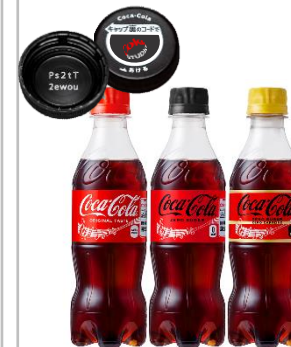


綾鷹カフェ  
グリーンティーレモネード



## 体験型マーケティング

夢中全開。コカ・コーラ  
キャンペーン  
キャップ裏コードプロモーション



いつもより2℃冷たい自動販売機





# 第2四半期におけるESGの取り組み

## -----各種主要取り組み-----

### 環境 地域社会 への 取り組み

- ▶ 飲料業界5社研究会 物流2024年問題向け、待機時間・荷役作業削減を報告
- ▶ 当社グループが回収する使用済みアルミ缶・PETボトルの空容器の回収エリア拡大により、環境負荷低減・リサイクル原料の安定調達に寄与
- ▶ 飲料メーカー協働で大阪・関西万博会場内45カ所にPETボトル専用回収ボックス設置、および水平リサイクル「ボトルtoボトル」を実施



### 人的資本 の強化/ DE&Iの 推進

- ▶ 障がいのある人材のための多様な活躍の場を増やすことを目的に設立したチーム「ゆにらぼ」が本格始動
- ▶ フレックス勤務日の最低労働時間を変更し、従来の1時間から0時間に変更し、実質的に週休3日が可能となることで、柔軟な働き方を推進
- ▶ プライド月間にファミリーマートとLGBTQ+への理解促進キャンペーンを実施



### 外部から の評価

- ▶ 「SOMPOサステナビリティ・インデックス」の構成銘柄に選定
- ▶ 「女性が活躍する会社BEST100」において業種別（食料品）の1位に2年連続で選出
- ▶ 障がい者の活躍推進に取り組む国際イニシアチブ「Valuable 500」に加盟



## -----価値創出-----



ビジネス  
機会拡大



環境負荷  
低減



地域社会  
発展



ハッピーなひとときを、  
ボトルから。

安全・安心な 1 本をつくり続けたい。

あらゆるシーンで新しいおいしさやハッピーなひとときを届け、  
価値を創造し、限りある資源を大切に、次のつくるにつなげたい。

多様な人材が力を合わせ、さまざまな変革を起こすことで、  
あふれるほどのハッピーを生み出し、  
豊かな生活に貢献できると信じています。

人と地域社会と自然環境に寄り添う仕事をしている誇りと使命を胸に、  
今日も私たちは走り続けます。



# 将来の業績に関する見通しについて

本資料に記載の事業計画、業績予想、および事業戦略は、本資料配布時点での情報を考慮した上でのコカ・コーラ ボトラーズジャパンホールディングス株式会社（以下CCBJHまたは当社）経営陣の仮定および判断に基づくものです。これらの予想は、以下のリスクや不確定要因により、実際の業績と大きく異なる可能性があることに留意してください。

なお、リスクおよび不確定要因は以下のものに限られるものではありません。CCBJHの有価証券報告書等にも記載されていますので、ご参照ください。

- ザ コカ・コーラ カンパニーおよび日本コカ・コーラ株式会社との契約
- 製品の品質・安全性
- 市場競争
- 天候、災害、水資源等の自然環境
- 法規制
- 情報漏えい・消失
- 個人消費動向、為替レート、原材料費、保有資産等の時価等、経済状況の変化による影響
- 経営統合、業務プロセスの効率化・最適化による影響
- 上記以外の不確定要因

本資料の情報は、情報の提供を目的としており、CCBJH発行の証券への投資勧誘を目的するものではありません。

また、CCBJHは新しい情報あるいは将来のイベントにより、本資料の内容を更新する義務を負いません。みなさまにおかれましては、CCBJH発行の証券に投資する前に、ご自身の独立した調査に基づいて判断をお願いいたします。