



時代の変化に対応し、成長し続ける企業を目指して

挑戦し続け、新たな価値を見出す

北海道コカ・コーラグループを取り巻く経営環境は、新型コロナウイルス感染症の影響により大きく変化しています。当社グループはコロナ禍における社会や生活者の変化に対応した新しい価値提供を強化することが重要であると認識しています。

戦後最大の危機ともいわれるコロナ禍は、当社グループにも大きな負のインパクトを与えています。しかし振り返ってみれば、北海道コカ・コーラ58年の歴史の多くは苦難の道でもありました。わずカルートカー5台でスタートした創業時から、苦労を重ねて全道展開を成し遂げた1960年代。70年代には破瓶や着色料の問題が社会的にクローズアップされた逆風があり、80年代にも、第2次オイルショックの余波による消費の冷え込みが襲いました。しかし、さまざまな施策と積極的な販売展開によって当社グループはそのつどV字回復を果たし、成長軌道への転換に成功することができたのです。これらを可能にしたのは、地域に根ざした企業として北海道に貢献するために、私たちの原点である「いつでも どこでも 誰にでも さわやかさと潤いをお届けする」ことに、時代ごとの局面で必死に取り組んできたからにはほかならないと思います。

従って現在の私たちがやるべきこともまた、自ずから明らかです。私たちの理念を忘れず、良き伝統である挑戦しつづける風土を受け継ぎ、むしろ苦しいときにこそ解決策を通して新たな価値を見出し、生活者やカスタマーに提供していく。そのことが何よりも重要だと考えます。

成長し続けるためのビジョン

コロナ禍の中を進む私たちには、あらためて学び直したことがあります。それは、企業活動は社会経済の健全な基盤があって成り立つものである、という原則です。さらには、清涼飲料水は人々の生活や暮らしに欠かせないものであるという当社グループの存在意義をあらためて確認できたことも私たちに大きな力を授けてくれています。

このようなコロナ禍における学びや気づきを踏まえ、予測不能な環境変化の中でも成長し続ける強靱な企業体質を実現することで北海道の地域社会に貢献し続けるため、当社グループでは『北海道コカ・コーラグループ2030 VISION』を次のように定めています。

1. コカ・コーラブランドと地域密着力による新たな価値やサービスの提供と、
2. グループ総合力を基盤とした新たな事業領域の創出で、
3. どさんこ企業として地元北海道の発展に貢献し、
4. 持続的成長のための「サステナビリティ経営」を実現する

そして、このVISIONの最初のステップとなる「第13期中期経営計画」(2021-2023)では、「変化し続ける環境を勝ち抜くための成長基盤の創出と構造改革」を基本方針とした次の4つの戦略をもって進めてまいります。

■ニューノーマルへの適応

コロナ禍の中での生活者の生活様式、価値観の変化をいち早く感知し、新たな価値提案を行うことで、販売シェアの成長と自販機ビジネスの収益維持を目指します。

■新たなビジネスチャンスの創出

飲料の新販路の創出とWEBを活用した商品やサービスの提供を推進します。

■非飲料成長ドライバーの確立

当社グループの物流網を活用して総合物流/BPO事業への参入を加速させます。また、空容器の回収などといった環境ビジネスを創出してまいります。

■ビジネス基盤の抜本的再構築

新製品や販売機材への積極投資を実行するとともに、道内生産比率の拡大や物流改善による原価低減とデジタルトランスフォーメーションによる業務効率の向上により、コスト構造の適正化を図り損益分岐点の低減を目指します。

2021年はこの計画の初年度となり、2023年12月期には、連結営業利益22億円、連結営業利益率3.8%、ROE3.6%を目指します。

サステナブルな「社会・経営」の実現

第13期中期経営計画では、国際社会の共通目標である「SDGs」の掲げる17の目標や169のターゲットの考えを取り入れることで、「サステナビリティ経営」の実現を目指していきます。

これは、コロナ禍における逆境の中でも単に数値目標だけを追うのではなく、業務の質も深く進化させて社会への貢献度を高めていくという精神です。企業の持続的な成長はそのことではじめて可能になるのだと考えます。

そのためには、企業が長年にわたって持続的な成長をかなえていく「サステナブル」の観点に基づいた経営が不可欠であり、現在の代表的な取り組みは、日本のコカ・コーラシステムにおける「WWW (World Without Waste・廃棄物ゼロ社会)」への挑戦です。

私たちは2030年までにすべてのPETボトルをサステナブルな素材100%とし、新たな化石燃料を使用しない容器の完全導入を目指します。また、プラスチックの使用量が少なく、分別がしやすいラベルレス商品の販売にも力を入れるとともに、販売したPETボトルと同等量のPETボトルを回収することを目標に、北海道のパートナーの皆さまとともに取り組みを深めています。

このように、コロナ禍による厳しい経済環境にあっても私たちは自らの原点をさらに磨きつづけます。時代や環境が変わろうとも、北海道と、北海道を形づくる地域社会の営みに貢献することが私たちの事業の基盤です。地域が集まることで、大きな社会が機能します。そして企業活動は、社会経済の健全な基盤があってこそはじめて成り立ちます。私たちは、これからも持続可能な社会の実現と、「さわやかさと潤いを提供し、道民の皆さまから愛され続ける企業」を目指して、「北の大地とともに」をスローガンに成長を重ねてまいります。

2021年3月

代表取締役社長 佐々木 康行

