

おいしさの中心、安心の先頭へ。

2022年3月期 第3四半期
決算補足説明資料



LIFEDRINK COMPANY

2022年2月10日



本資料の取扱い上の注意

本資料は、株式会社ライフドリンク カンパニー(以下「当社」といいます。)及び当社グループの企業情報等の提供のために作成されたものであり、当社の発行する株式その他の有価証券への勧誘を構成するものではありません。

本資料に記載される当社グループの目標、計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本資料の作成時点における当社グループの判断又は考えにすぎず、実際の当社グループの経営成績、財政状態その他の結果は、国内外の経済情勢、業界の動向、他社との競争、人材の確保、技術革新、その他経営環境等により、本資料記載の内容又はそこから推測される内容と大きく異なる可能性があります。

本資料に記載される業界、市場動向又は経済情勢等に関する情報は、現時点で入手可能な情報に基づいて作成しているものであり、当社グループがその真実性、正確性、合理性及び網羅性について保証するものではありません。また、業界、市場動向又は経済情勢等に関し、当社グループの見立て、予想、又は試算に基づく情報が記載されていることがありますが、これらは、本資料の作成時点における当社グループの判断又は考えにすぎず、実際の数値はこれらと大きく異なる可能性があります。

他社の財務数値その他の指標は、会計基準又は計算方法の違い等の理由により、当社における対応する指標と直接比較することはできません。

今後の状況の変更等が本資料の内容に影響を与える可能性があります。当社は、本資料を更新、修正又は確認する義務を負うものではありません。本資料の内容は事前の通知なく変更されることがあります。

株式会社ライフドリンク カンパニー
2022年2月10日

前年比ハイライト(2022年3月期 第3四半期累計)

生産数量*1

38百万箱*2

(前期比+7%)



売上高

195億円

(前期比+11%)



営業利益

19.0億円

(前期比+40%)



増収・増益

- 既存工場の設備更新による生産数量の増加が寄与し、増収
- 増収に加えてペットボトルの軽量化や省人化等のコスト削減により増益

上場関連費用の計上

- 2021年12月21日の東京証券取引所市場第二部への上場に伴い発生した費用96百万円を上場関連費用として営業外費用に計上

税金費用の発生

- 公募増資に伴い資本金が10億円となったことにより、繰越欠損金の控除限度額に係る規定が適用され、税金費用が発生

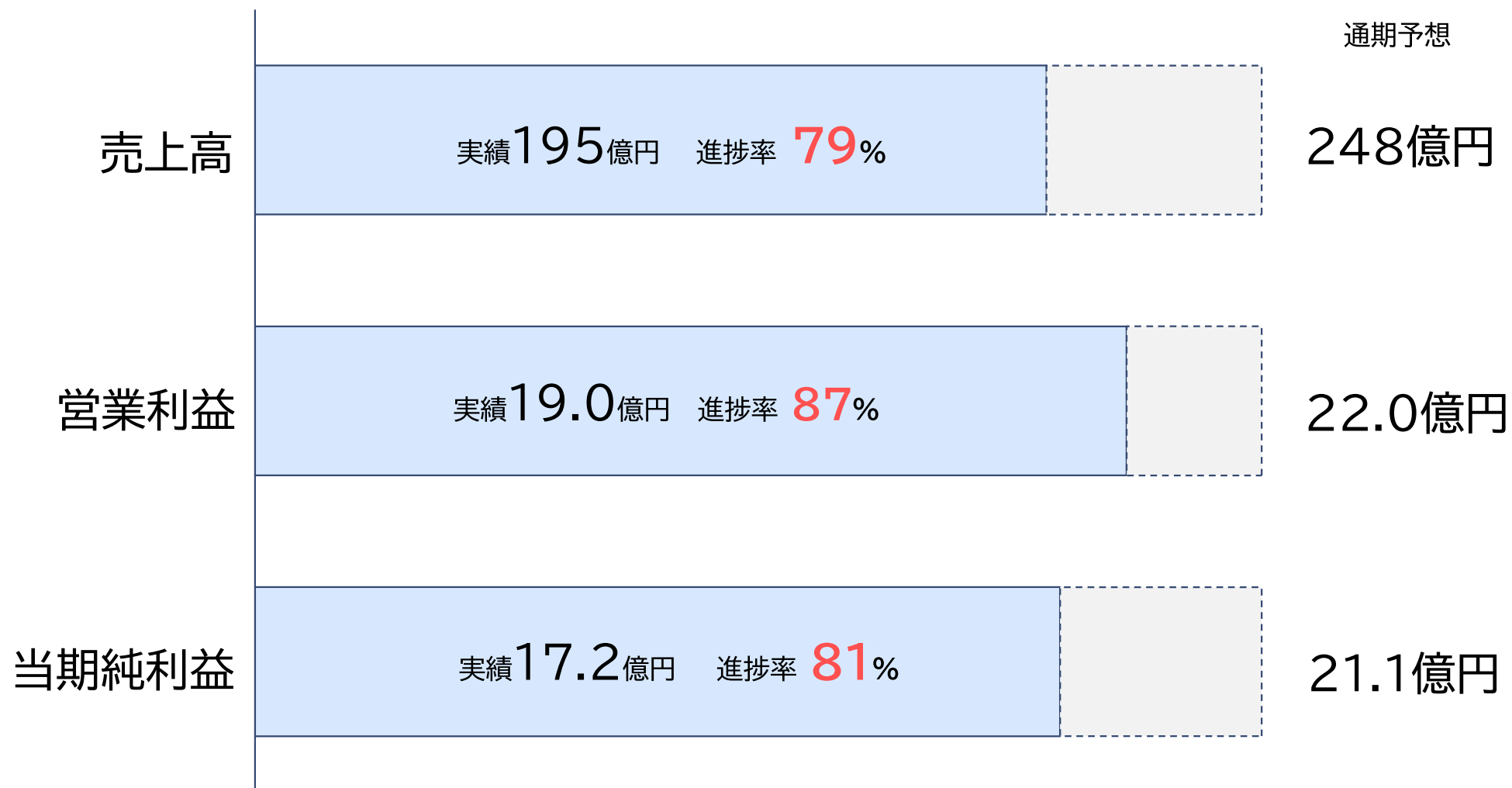
2022年3月期 第3四半期累計業績

生産数の7%増加が寄与し、19.7億円の増収。増収に加えてペットボトルの軽量化や省人化等のコスト削減により売上成長を上回る利益成長を実現

単位:百万円	21年3月期 *1 (第3四半期累計)	22年3月期 (第3四半期累計)	増減	増減率
売上高	17,575	19,547	1,972	11%
営業利益 (率)	1,362 (7.8%)	1,905 (9.7%)	542 (2.0%pt)	40%
当期純利益 (率)	1,305 (7.4%)	1,721 (8.8%)	416 (1.4%pt)	32%
【参考】 EBITDA (率)	1,990 (11.3%)	2,624 (13.4%)	633 (2.2%pt)	32%

業績の進捗(2022年3月期 第3四半期累計)

営業利益の通期予想に対する進捗率は87%と順調に進捗

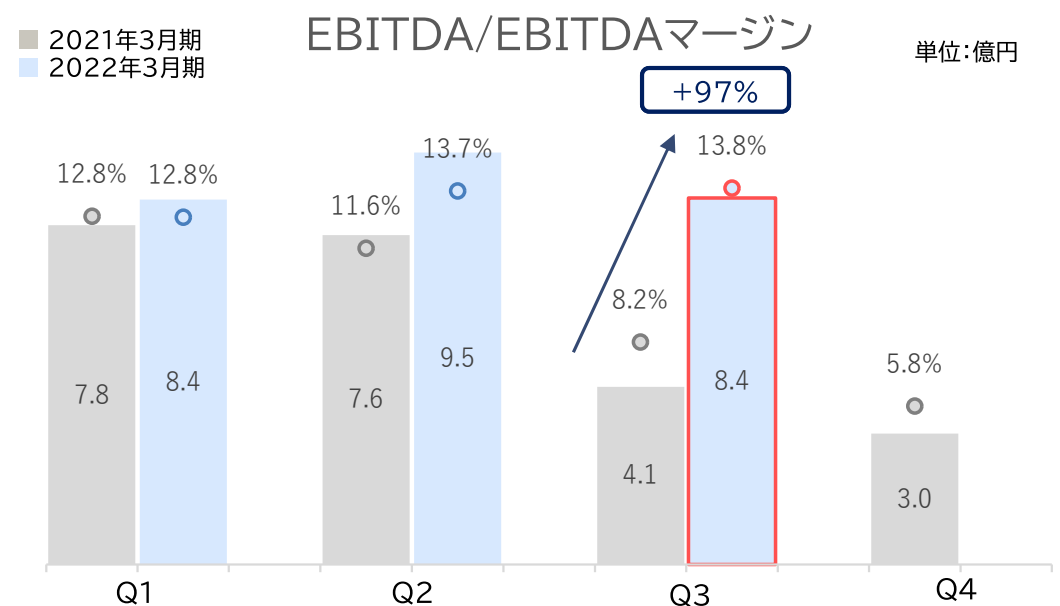
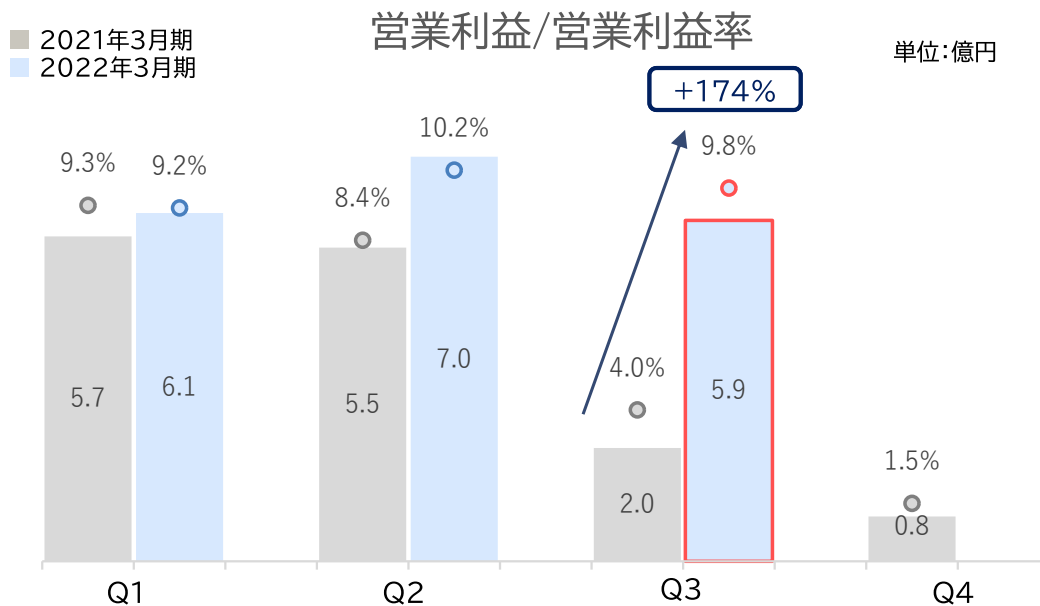
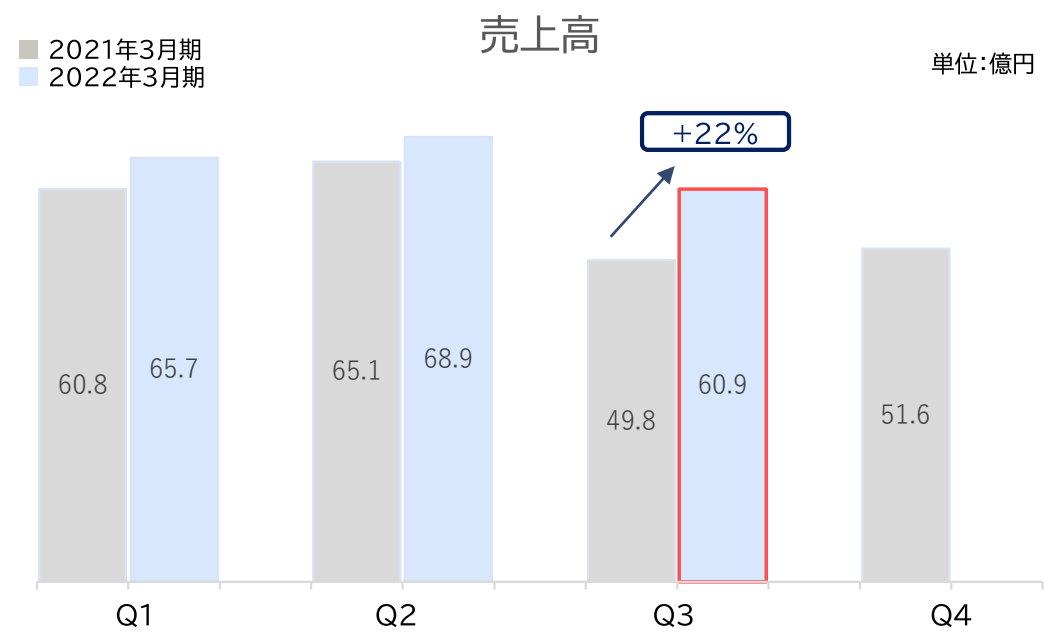
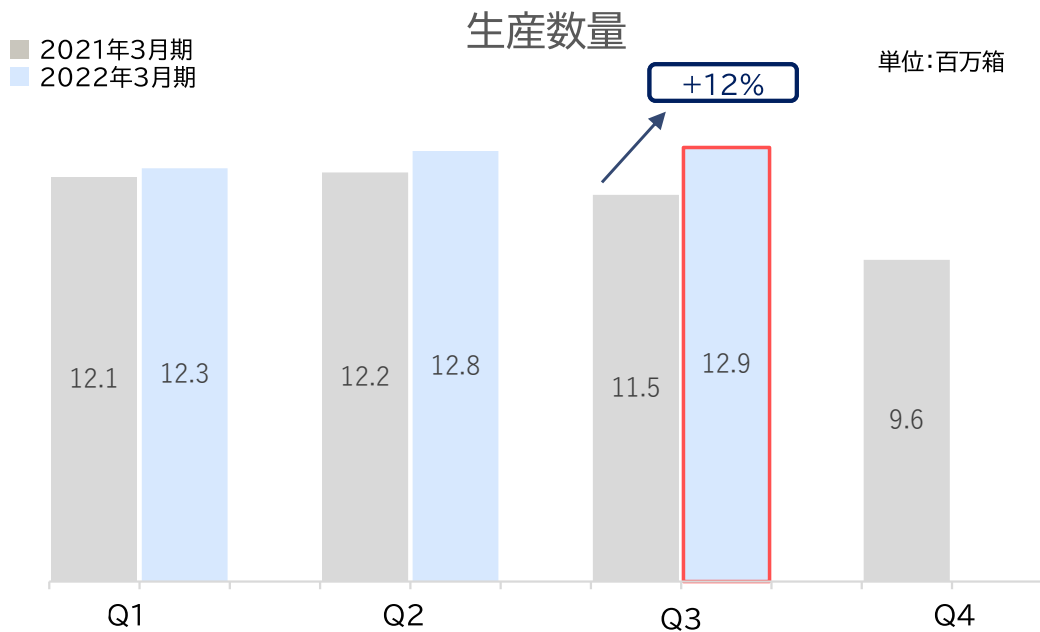


財政状態(2022年3月期 第3四半期)

四半期純利益の計上に伴う利益剰余金の増加、及び増資に伴う資本金及び資本剰余金の増加により、自己資本比率が33%に上昇

単位:百万円	2021年3月期		2022年3月期(第3四半期)		
	金額	構成比	金額	構成比	増減
流動資産	7,422	53%	9,440	56%	2,018
(現預金)	2,665	19%	4,083	24%	1,417
固定資産	6,581	47%	7,489	44%	907
資産合計	14,003	100%	16,930	100%	2,926
流動負債	7,884	56%	8,000	47%	115
固定負債	4,086	29%	3,284	19%	▲ 802
(有利子負債)	9,157	65%	8,348	49%	▲ 808
負債合計	11,971	85%	11,284	67%	▲ 687
純資産	2,032	15%	5,645	33%	3,613
負債及び純資産合計	14,003	100%	16,930	100%	2,926

(参考)四半期業績の推移



2022年3月期 第3四半期トピック:ZAO SODAの受賞

2020年2月発売開始の「ZAO SODA」は、「楽天年間ランキング2021*1」において総合1位を獲得



ライフドリンクカンパニー
強炭酸水 ZAO SODA

名峰・蔵王連峰山麗の地下水を使用した、強炭酸水。おいしい水を、すっきりさわやかで爽快な飲み心地に仕上げました。健康的な毎日の飲み物や、ハイボールの割り材に。

参考) 会社紹介

企業理念

当社は「おいしさの中心、安心の先頭へ」を企業理念として、「大切な人に、飲ませたいものだけを」を行動指針として活動しています

おいしさの中心、安心の先頭へ。

赤ちゃんからご高齢の方まで、
すべての人の“いつも”に寄り添える会社であるために。

株式会社ライフドリンクカンパニーは、
“おいしさのスタンダード”と“確かな安全性”を追求し、
朝起きてから夜眠るまで、毎日のあらゆるシーンで
選んでいただける味と品質を持った商品をお届けしていきます。

当社は今年、会社設立50周年を迎えます

- 1950年に田中たねが創業した緑香園(茶卸業)を田中綜治が法人化し、1972年にあさみやを設立

Asamiya

2015年	<ul style="list-style-type: none"> CLSA Capital Partners Japanがサブアドバイザーを務めるSunrise Capitalと資本業務提携
2016年	<ul style="list-style-type: none"> 富士名水 足利工場(現栃木工場)を設立
2017年	<ul style="list-style-type: none"> 社名をライフドリンク カンパニーに変更 山忠運輸(運送業)を売却 <p style="text-align: right;">LIFEDRINK COMPANY</p>
2019年	<ul style="list-style-type: none"> アクアピア(氷事業)を売却 太陽光発電事業を売却
2020年	<ul style="list-style-type: none"> 楽天市場にオンラインストアを開設。「ZAO SODA」を販売開始 北勢麵粉(乾麺・インスタントラーメン)を清算
2021年	<ul style="list-style-type: none"> 東京証券取引所市場第二部に上場

創業
(1950年)

ドリンク事業への進出・事業の多角化

Sunrise Capital
の資本参加

ドリンク事業への集中

再成長へ

2001年	<ul style="list-style-type: none"> 青峰ビバレッジ(現耳納工場)を買収。茶系飲料の製造・販売を開始 	2008年	<ul style="list-style-type: none"> 湯浅名水(現湯浅工場)を設立 東チョコを買収。チョコレート製品の製造・販売を開始(2015年にチョコレートの製造・販売から撤退、2017年に解散)
2002年	<ul style="list-style-type: none"> 美山名水(現美山工場)を買収 	2010年	<ul style="list-style-type: none"> 富士名水(現富士工場)を設立 ポパイ食品工業(現茨城工場)を買収。調味料の製造・販売を開始
2004年	<ul style="list-style-type: none"> いわて醤油(現岩手工場)を買収(2018年に醤油事業撤退) 大黒屋を買収。せんべいの製造・販売を開始 静岡工場を新設。缶コーヒーの製造を開始 	2011年	<ul style="list-style-type: none"> 北勢麵粉を買収。乾麺及びインスタントラーメンの製造・販売を開始 藤洗を買収。冷凍麺の製造・販売を開始(2014年にアクアピアと合併)
2005年	<ul style="list-style-type: none"> アクアピアを買収。氷の製造・販売を開始 	2012年	<ul style="list-style-type: none"> 山忠運輸を買収。運送業を開始
2006年	<ul style="list-style-type: none"> 尾鷲名水(現尾鷲工場)を設立 	2013年	<ul style="list-style-type: none"> 東北ビバレッジ(現蔵王工場)を買収。炭酸水の製造・販売を開始

事業の内容

当社は水・お茶・炭酸飲料といった日常生活に必要不可欠な飲料の製造販売を主たる事業とするメーカーです



LDC 自然の恵み天然水
500m/ 2L



強炭酸水 ZAO SODA
500ml



LDC お茶屋さんの緑茶
500m/ 2L

LDC お茶屋さんの烏龍
茶 500m/ 2L



彩茶-あやちゃ-
500m/ 2L

彩水-あやみず-
500m

当社の特徴と強み

当社は「少品種大量生産」「内製化」「工場の全国展開」により、「高品質」「低価格」な飲料を全国に「安定的に」提供するという強みを有しています

当社の特徴

- **少品種大量生産**
 - 2Lと500mlの水・お茶・炭酸に特化
 - 他飲料メーカーは多品種生産
- **内製化の徹底**
 - レジン(ペットボトルの原材料)の調達から販売までを内製化
 - 他飲料メーカーは各工程を外部に委託(例:ペットボトルを購入等)
- **飲料工場の全国展開**
 - 岩手県から宮崎県まで日本全国9か所に飲料工場を展開

当社の強み

- **高品質・低価格・安定供給**
 - 高品質
:内製化によりトレーサビリティを確保
 - 低価格
:生産効率の最大化、無駄排除、工場の全国展開によりコストを極小化
 - 安定供給
:災害発生等による供給停止リスクを軽減
- **小売企業との強固なパートナーシップ**
 - 総合スーパー、食品スーパー、ディスカウントストア、ドラッグストア、ホームセンターとの関係を構築
- **EC展開によるダイレクトチャネルの拡大**
 - 2020年2月発売開始の「ZAO SODA」は楽天年間ランキング2021*1 総合1位を獲得

参考:当社の特徴と強み

飲料工場の全国展開



- 岩手工場(岩手県)
- 蔵王工場(山形県)
- 栃木工場(栃木県)
- 富士工場(山梨県)
- 美山工場(京都府)
- 尾鷲工場(三重県)
- 湯浅工場(和歌山県)
- 耳納工場(福岡県)
- 生駒名水(宮崎県)

EC展開によるダイレクトチャネルの拡大

主力商品(EC専用)

楽天年間ランキング2021*1 総合**1位**



強炭酸水
「ZAO SODA」



ミネラルウォーター
「彩水」

主要展開ECモール



楽天市場



PayPayモール



amazon

今後の展開

当社は生産能力の増強やEC/D2Cモデルへのチャレンジ、生産性の向上により、企業価値向上を図ります

Max生産Max販売の進化 =生産能力の増強

- 既存工場の設備更新・改良による生産能力増強
- 新工場建設による生産能力の獲得
- M&Aによる生産能力の獲得

生産性の向上

- 省人化投資
- 物流拠点の見直し(栃木工場倉庫建設など)

EC/D2Cモデルへのチャレンジ

- 自社サイトの構築
- EC専用商品の投入

LIFEDRINK COMPANY
