

おいしさの中心、安心の先頭へ。

2023年3月期 第2四半期
決算説明会資料



LIFEDRINK COMPANY

2022年11月8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11月8日

ハイライト:2023年3月期 第2四半期累計

生産数量*1

28百万箱*2
(前期比+14%)



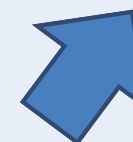
売上高

152億円
(前期比+14%)



営業利益

16億円
(前期比+29%)



増収 ・営業増益

- 既存工場の生産能力増強投資に伴う生産数量増加及びそれに対応した販売先確保により、増収
- 原油価格高騰及び円安進行に伴う原材料費や水道光熱費の増加を、増収及びコスト削減/生産性向上でカバーし、営業増益
- 特に6月稼働の栃木工場新倉庫は物流費効率化/損益に寄与

税金関連費用

- 前期(2022年3月期 第2四半期)は、法人税等の税金費用が僅少*1であったことや税効果会計の影響で一過性の利益を計上
- この影響で当期純利益は減益。なお、一過性の利益計上の影響を除いた調整後当期純利益では前期比+37%の増益

業績:2023年3月期 第2四半期累計

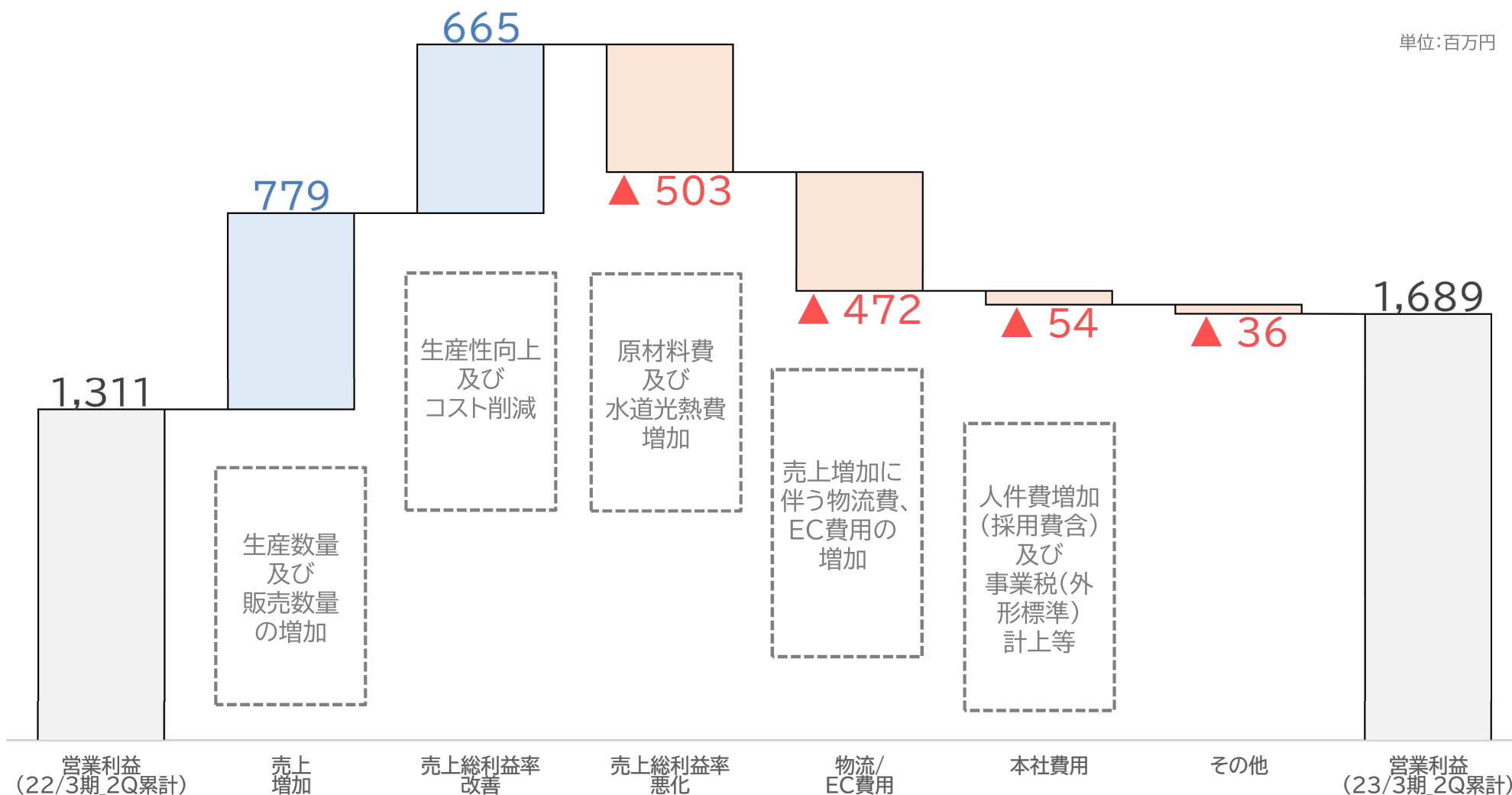
自社飲料の増産(+14%)が寄与し、18億円の増収。各種コスト増を増収やコスト削減施策でカバーし、売上成長を上回る営業利益成長を達成

単位:百万円	22年3月期 (第2四半期累計)	23年3月期 (第2四半期累計)	増減 (対前期)	前期比
売上高	13,462	15,282	+1,820	+14%
営業利益 (率)	1,311 (9.7%)	1,689 (11.1%)	+377 (+1.3%pt)	+29%
当期純利益 (率) (EPS)	1,426 (10.6%) (127.11円)	1,149 (7.5%) (90.78円)	▲277 (▲3.1%pt) (▲36.33円)	▲19%
【参考】				
当期純利益(調整後*1) (率) (EPS)	838 (6.2%) (74.66円)	1,149 (7.5%) (90.78円)	+311 (+1.3%pt) (+16.12円)	+37%
EBITDA (率)	1,783 (13.2%)	2,231 (14.6%)	+448 (+1.4%pt)	+25%

*1:一過性の上場関連費用及び繰延税金資産計上による利益の影響を調整しています。

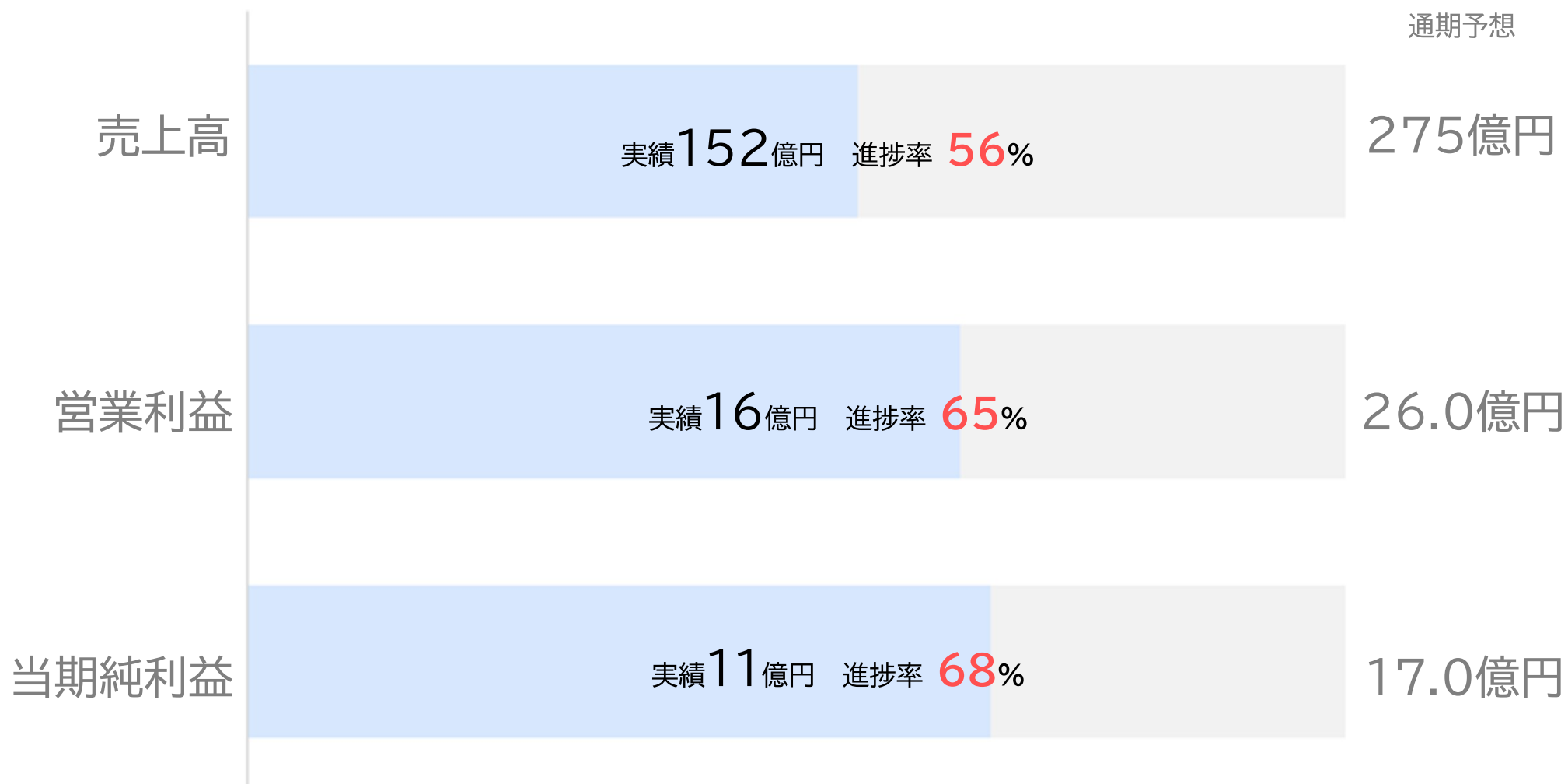
業績増減要因:2022年3月期 第2四半期累計との比較

原油価格高騰及び円安進行に伴う原材料費や水道光熱費などのコスト増加を、増収及び生産性向上/コスト削減(省人化/軽量化/栃木倉庫等)でカバーし、営業利益は前期比3.7億円増加



業績の進捗:2023年3月期 第2四半期累計

通期予想に対する売上高及び営業利益の進捗率はそれぞれ56%、65%と順調に進捗

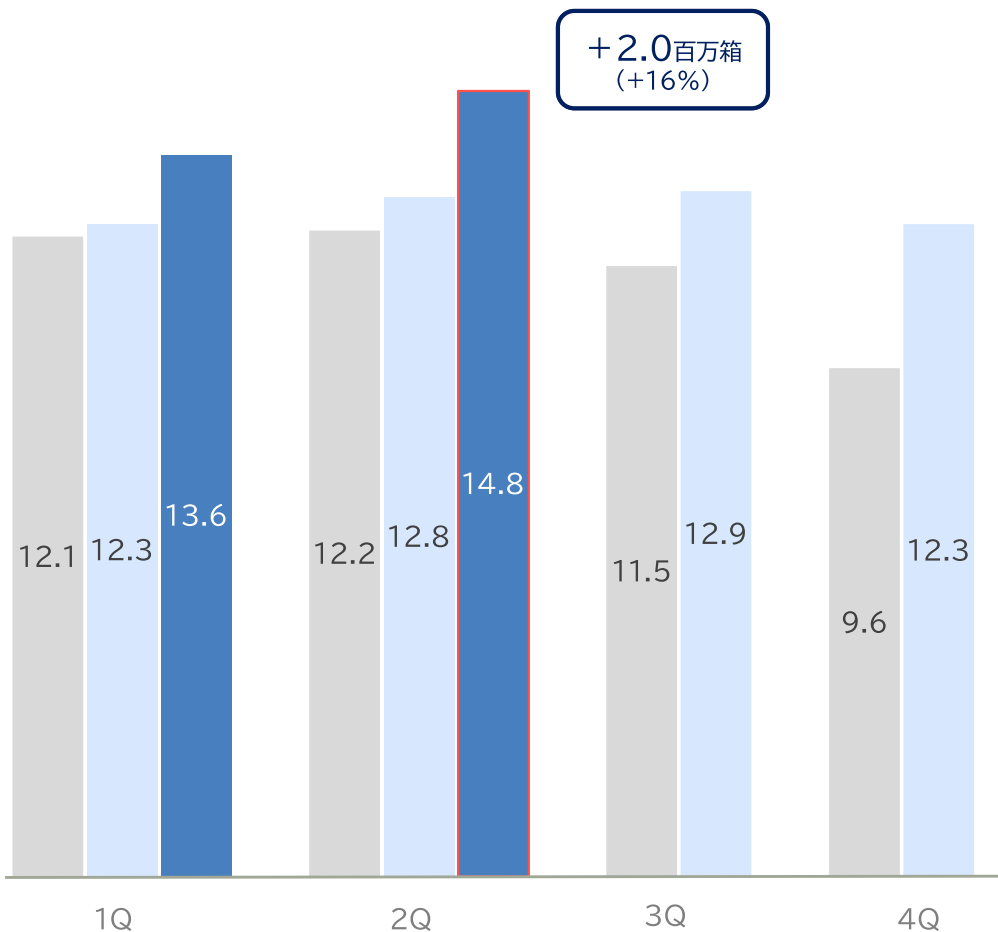


(参考)四半期業績の推移 ①

■ 2021年3月期
■ 2022年3月期
■ 2023年3月期

単位:百万箱*2

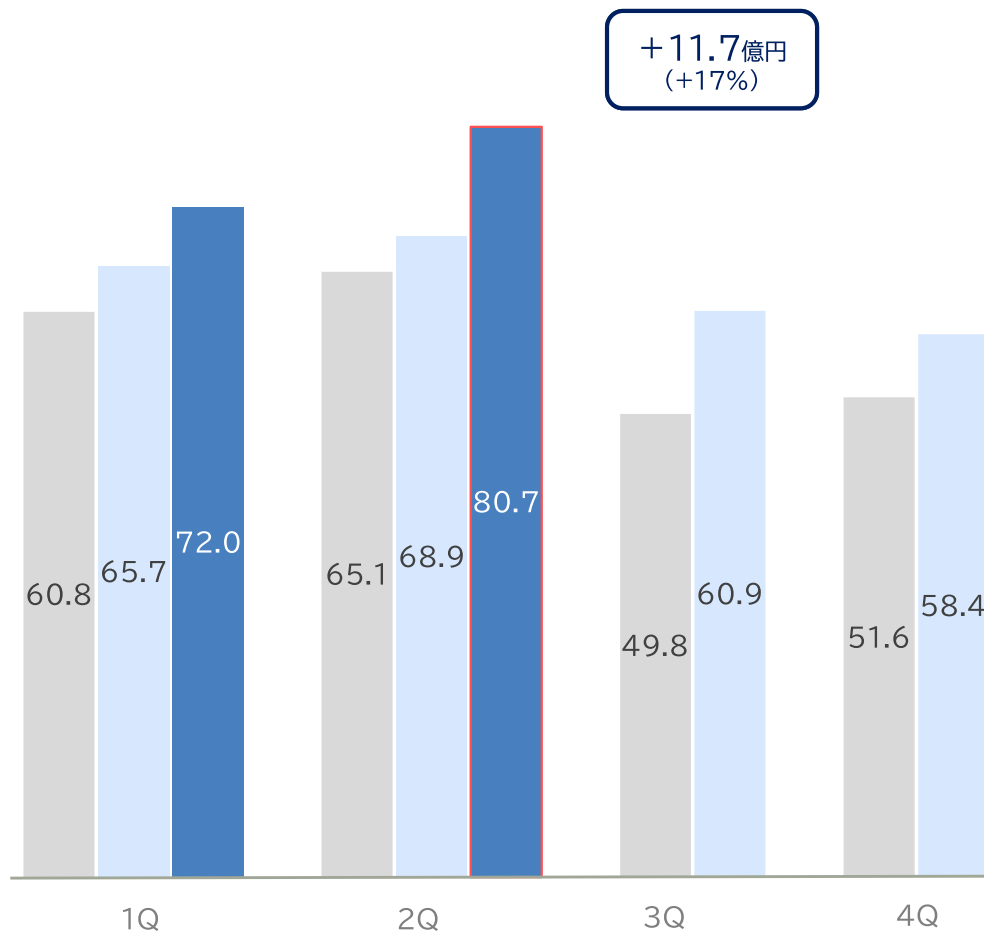
生産数量



■ 2021年3月期
■ 2022年3月期
■ 2023年3月期

単位:億円

売上高



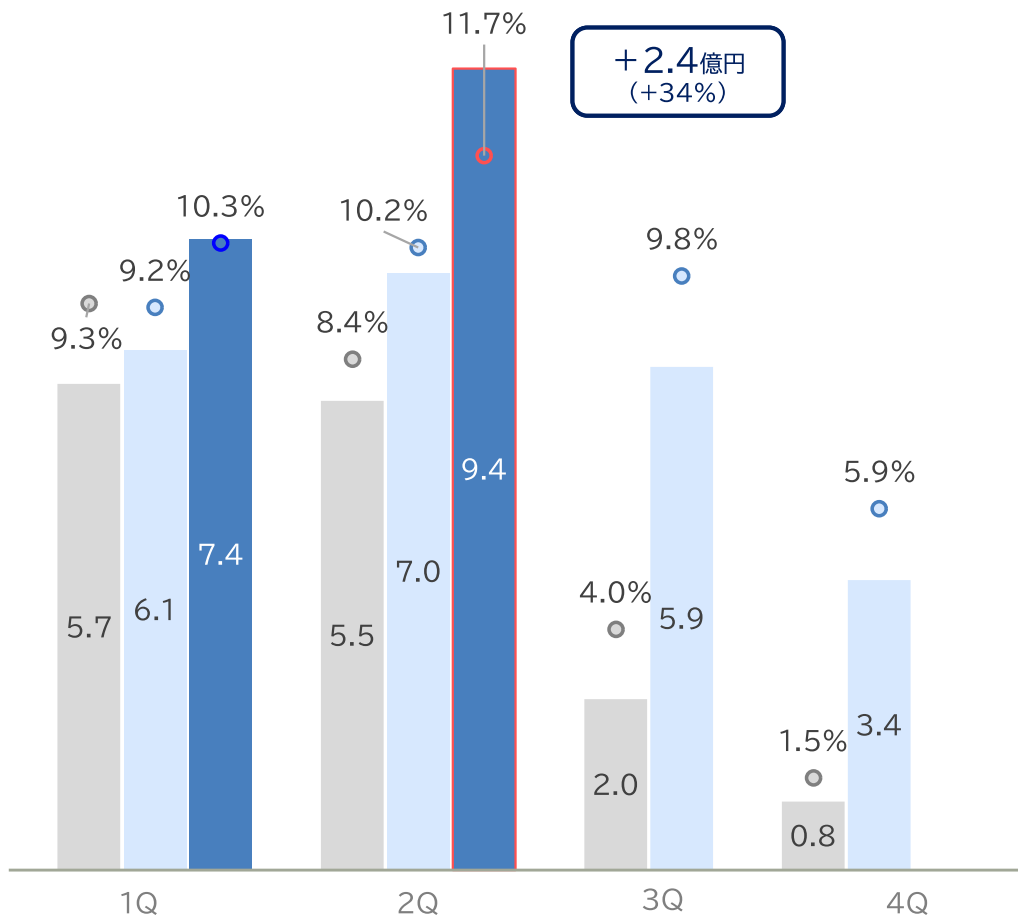
*1:2021年3月期四半期数値は参考値であり、EY新日本監査法人によるレビューは受けておりません。
*2:1箱=12Lで計算しています。

(参考)四半期業績の推移 ②

■ 2021年3月期
■ 2022年3月期
■ 2023年3月期

単位:億円

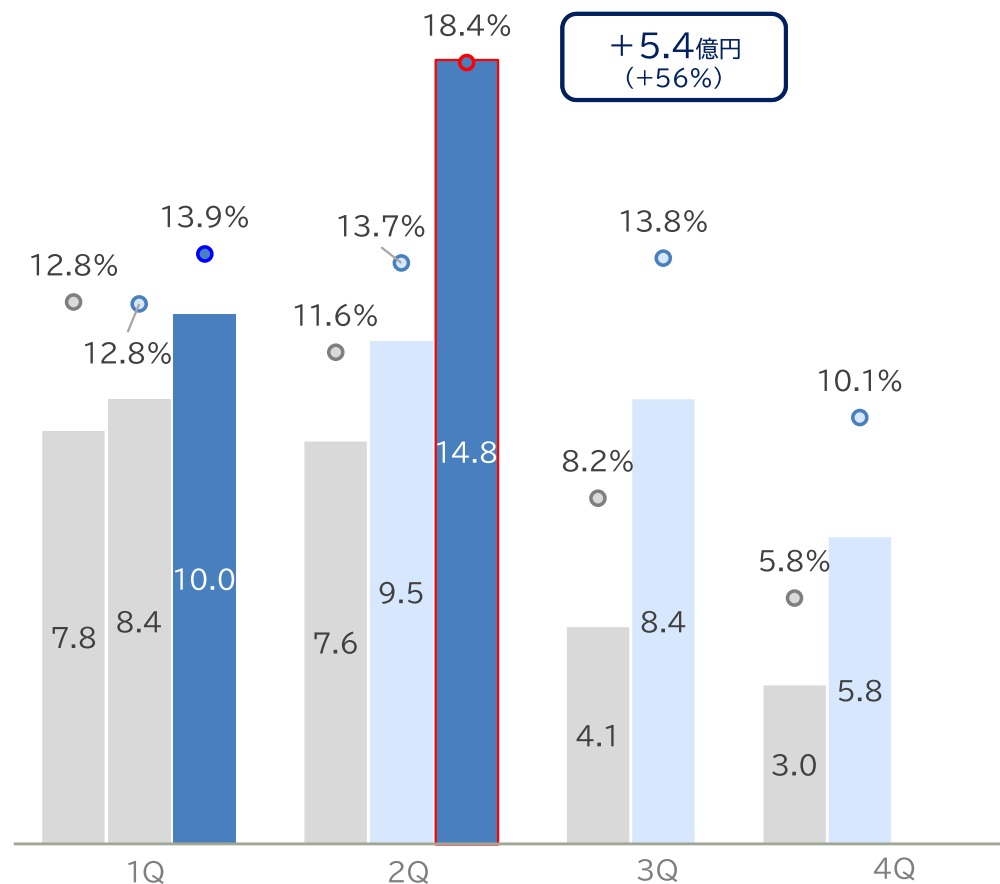
営業利益/営業利益率



■ 2021年3月期
■ 2022年3月期
■ 2023年3月期

単位:億円

EBITDA/EBITDAマージン



*1:2021年3月期四半期数値は参考値であり、EY新日本監査法人によるレビューは受けておりません。

財政状態:2023年3月期 第2四半期

栃木工場新倉庫の建設や富士工場の生産能力増強等の設備投資により、固定資産が増加。また、栃木工場新倉庫建設資金を銀行借入で調達したことにより、固定負債が増加

単位:百万円	2022年3月期		2023年3月期 第2四半期		
	金額	構成比	金額	構成比	増減
流動資産	8,923	52%	7,739	46%	▲1,184
(現預金)	3,894	23%	2,532	15%	▲1,361
固定資産	8,210	48%	8,935	54%	+725
(無形固定資産)	60	0%	74	0%	+14
資産合計	17,133	100%	16,674	100%	▲458
流動負債	7,720	45%	5,571	33%	▲2,149
固定負債	3,169	18%	4,030	24%	+861
(有利子負債)	7,713	45%	6,589	40%	▲1,123
負債合計	10,889	64%	9,602	58%	▲1,287
純資産	6,243	36%	7,072	42%	+828
負債及び純資産合計	17,133	100%	16,674	100%	▲458

キャッシュフロー:2023年3月期 第2四半期累計

営業キャッシュフローは税金支払増*1を利益増などでカバーし、前期比2.1億円の収入増。また、売上成長や収益性改善目的の設備投資を積極的に実施

単位:百万円	22年3月期 (第2四半期)	23年3月期 (第2四半期)	増減	増減率
営業活動による キャッシュフロー	1,525	1,743	+218	+14%
投資活動による キャッシュフロー	▲1,314	▲1,616	▲301	+23%
(設備投資)*2	▲1,319	▲1,632	▲313	+24%
フリーキャッシュフロー*3	210	126	▲83	▲40%
財務活動による キャッシュフロー	▲542	▲1,495	▲952	+176%
(有利子負債の増減)	▲539	▲1,175	▲636	+118%
(配当金支払)	-	▲320	▲320	-
現金及び現金同等物の 期末残高	2,327	2,532	+205	+9%

11 *1: 上場時の増資により繰越欠損金の控除限度額に係る規定が適用されたことで2022年3月期分の法人税額の支払いが増加しています。 *2: 有形固定資産及び無形固定資産の取得による支出の合計で算出しています。 *3: 営業CFから投資CFを調整することで算出しています。 **LIFEDRINK COMPANY**

成長投資進捗:2023年3月期 第2四半期累計

第2四半期累計で栃木工場倉庫建設に伴う支出を含めて14億円の成長投資を実施。既存工場における生産能力増強投資はおおむね完了

目的	拠点	投資額(百万円)			ステータス
		総額	2022年 3月期 支払額	2023年 3月期 支払額	
増産	尾鷲工場	58	20	-	完了(22/3期)
	栃木工場	135	72	-	完了(22/3期)
	耳納工場	125	125	-	完了(22/3期)
	湯浅工場	270	270	-	完了(22/3期)
	岩手工場	90	60	30	完了(22/3期)
	蔵王工場	190	122	68	完了(22/3期)
増産・省人化	富士工場	553	76	477	完了(23/3期)
省人化	7工場	420	270	64	完了(23/3期)
物流費削減	栃木工場	1,615	714	856	完了(23/3期)
合計		3,456	1,729	1,495	

2022年3月期 第2四半期トピックス:ECの拡大

EC拡大に向けて、EC販売店舗拡充や自社ECサイト開設、定期便開始などの取り組みを着実に実行

新規出店/サービス拡充

- ◆ 2022年7月より3店舗を新規出店
 - au PAY マーケット
 - dショッピング
 - 自社EC(グランドオープン)

<https://www.lifedrink.jp/>



- ◆ 自社ECの定期サービス開始

注文の手間なし!
好きな
サイクル
でお届け。

お届けサイクルの
変更
スキップ
OK

フレーバーは
毎回変更可能

最低継続回数なし!
いつでも
解約 OK

新商品の販売

- ◆ 「ZAO SODA」ラベルレス発売(2022年9月)

「ラベルをはがす手間が面倒」「ゴミを減らしたい」というお客様の声から生まれた商品。FSC認証の段ボールを使用



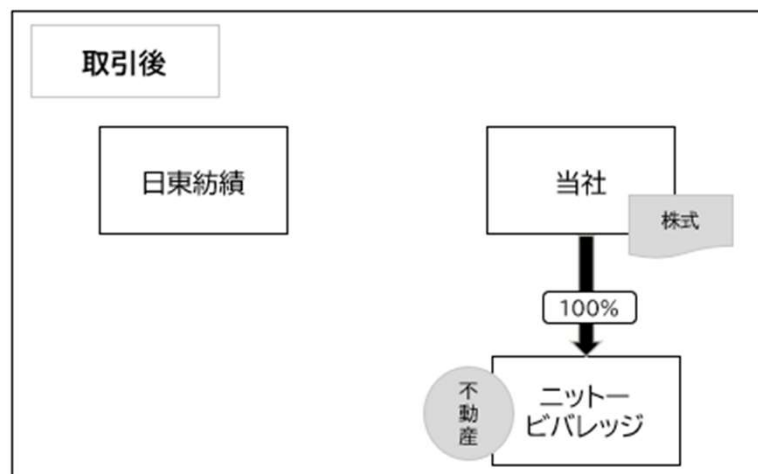
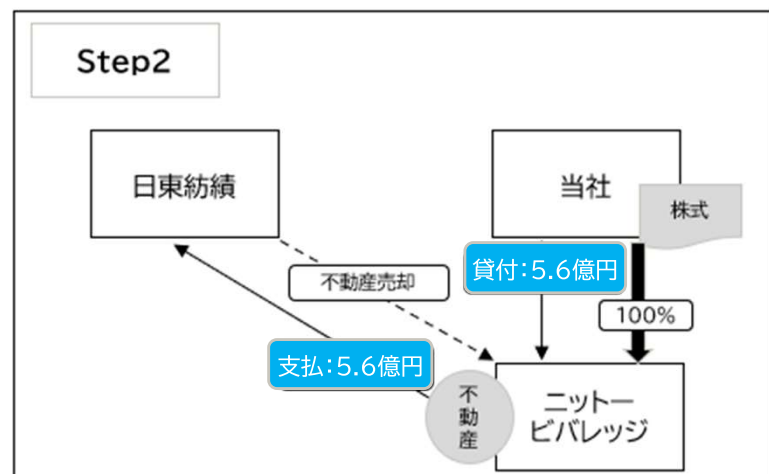
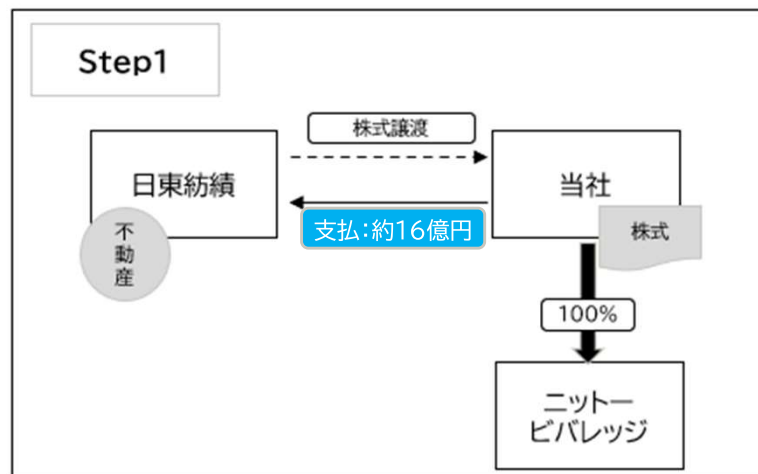
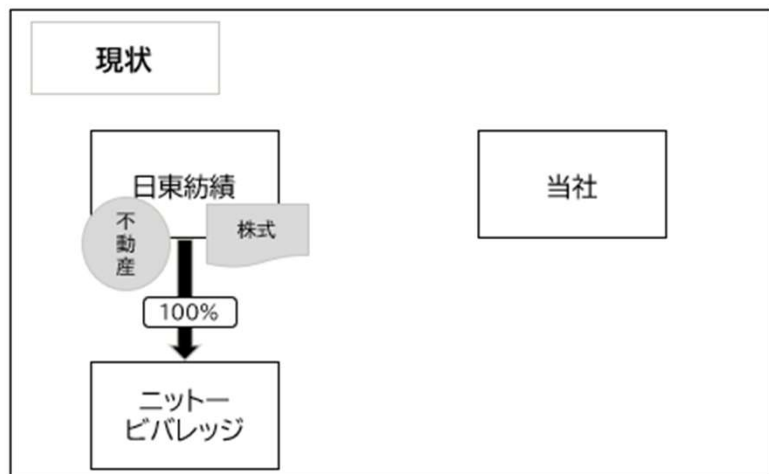
楽天上半期ランキング*1の受賞

- ◆ 水・ソフトドリンクジャンル賞1位を受賞
楽天上半期ランキング 2022



その他:ニッタービバレッジの子会社化について①

2022年11月8日に日東紡績株式会社との間でニッタービバレッジ株式の株式譲渡契約を締結。2023年1月4日に子会社化予定。投資総額は約21.6億円(株式・不動産含)



Step1

株式取得価額
(日東紡績への支払)
約16億円

+

Step2

事業用不動産取得価額
(不動産購入資金は当社
からニッタービバレッジ
へ貸付)
5.6億円

||

総額
約21.6億円

その他:ニッソービバレッジの子会社化について②

ニッソービバレッジの商品開発能力や豊富な水源を活用し、当社グループのさらなる生産数量拡大と売上高・利益成長を目指す

ニッソービバレッジの特徴

- ◆ 小売各社のプライベートブランド飲料等の受託製造を中心とした、ペットボトル清涼飲料水のメーカー
- ◆ 北アルプスを源とする黒部川が育んだ豊富な地下水を活用
- ◆ 「多品種小ロット生産」という特徴を有し、数百種類の製品の製造が可能で幅広い顧客のニーズに対応



LDCの特徴

- ◆ 液種や容量を絞った「少品種化」、工程の「内製化」、「工場の全国展開」による「高品質・低価格・安定供給」
- ◆ 小売各業態の主要企業との取引関係(販路)

株式取得後

さらなる売上高の成長および
それを上回る利益成長を目指す

- ◆ 短期的には、グループの生産数量拡大を実現
- ◆ 中長期的には、ニッソービバレッジの商品開発力を活用した販売商品の拡充や豊富な水源を活用した生産能力の増強に取り組む

参考) 会社紹介

ライフドリンク カンパニーとは

ライフドリンクカンパニーは、清涼飲料市場の成長カテゴリの中で、「低価格」を武器に、「高い売上高成長」と「高い収益性」を実現している会社です

低価格

水飲料2Lの店頭価格
(当社調べ*1):
当社: **58~68円**
他社: **78~98円**
(他社対比: 約 **▲30%**)

売上高成長

売上高成長率
(2020年3月期-
2022年3月期CAGR)
14.2%

収益性

営業利益率
(2022年3月期)
8.9%

会社概要

当社は大阪を本社所在地とし、「水」「お茶」「炭酸飲料」の製造販売を行うドリンク・リーフ事業を主たる事業としています

会社名	株式会社ライフドリンク カンパニー (英:LIFEDRINK COMPANY, INC.)
代表者	岡野 邦昭
創業	1950年(設立:1972年)
本社所在地	大阪府大阪市
事業内容	<ul style="list-style-type: none">• ドリンク・リーフ事業－水飲料/茶系飲料/炭酸飲料・茶葉製品の製造・販売• その他事業－ソース製品の製造・販売
事業所一覧	<ul style="list-style-type: none">• 大阪本社・東京支社• 工場10カ所(飲料＝岩手、蔵王(山形)、栃木、富士(山梨)、尾鷲(三重)、美山(京都)、湯浅(和歌山)、耳納(福岡)、他＝知覧(鹿児島)、茨城)
従業員数	522名(2022年9月末時点)
備考	東京証券取引所スタンダード市場(証券コード:2585) (2021年12月21日東京証券取引所市場第二部*1に上場)

*1:2022年4月4日より新市場区分における「スタンダード市場」に移行しています。

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。

沿革

当社は今年、会社設立50周年を迎えました

- 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*1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

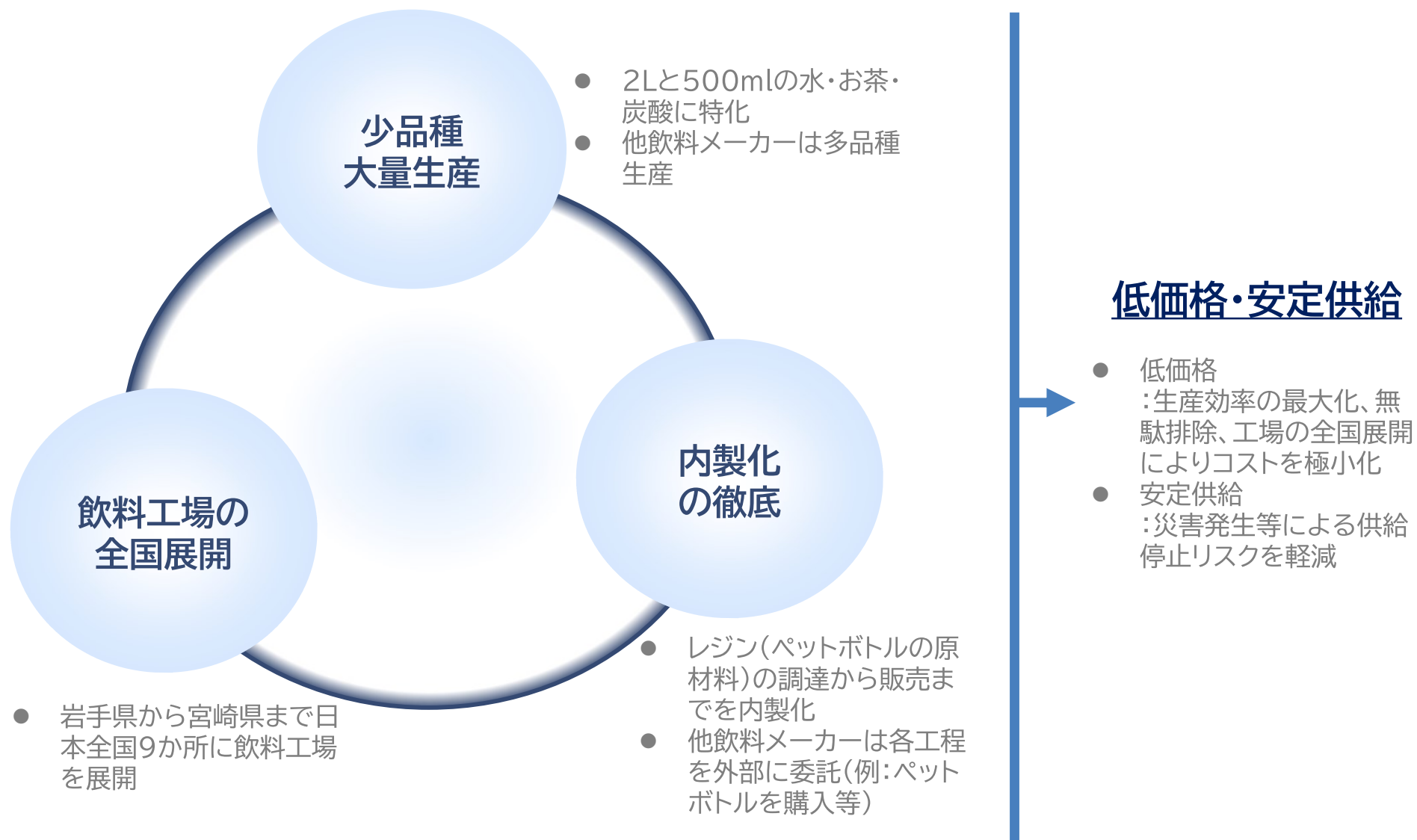
再成長へ

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

*1:2022年4月4日より新市場区分における「スタンダード市場」に移行しています。

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、「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



特徴と強み:少品種大量生産

液種は水・お茶・炭酸飲料、容量は2L・500mlに集中。各工程で発生する無駄の極小化を実現しています



LDC 自然の恵み天然水
500ml/ 2L



強炭酸水 ZAO SODA
500ml



LDC お茶屋さんの緑茶
500ml/ 2L

LDC お茶屋さんの烏龍
茶 500ml/ 2L



彩茶-あやちゃ-
500ml/ 2L



彩水-あやみず-
500ml

特徴と強み:内製化、工場の全国展開

各工程の内製化により主に製造コストを、工場の全国展開により物流コストを低減しています

調達から販売までの内製化



飲料工場の全国展開

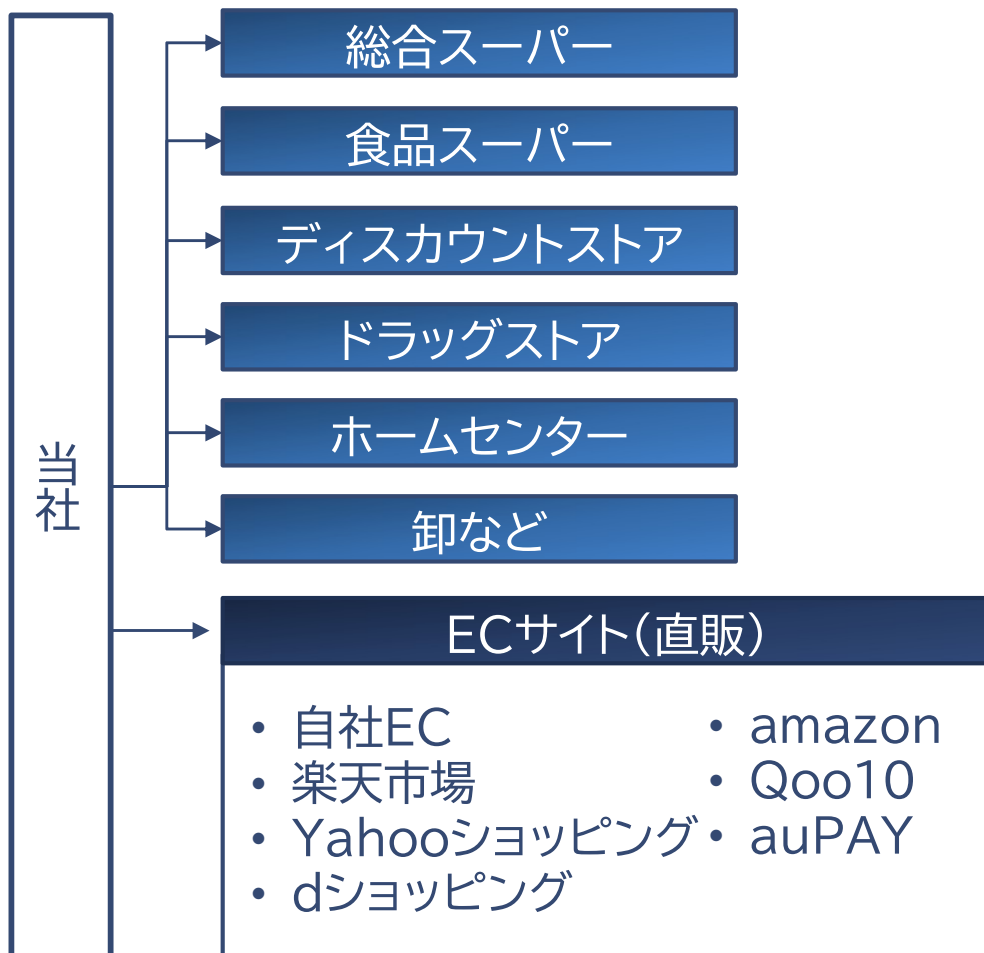


- 岩手工場(岩手県)
- 蔵王工場(山形県)
- 栃木工場(栃木県)
- 富士工場(山梨県)
- 美山工場(京都府)
- 尾鷲工場(三重県)
- 湯浅工場(和歌山県)
- 耳納工場(福岡県)
- 生駒名水(宮崎県)
- (予定) ニッソービバレッジ(富山県)

当社の販路:小売企業との関係、EC展開

各業態における主要な小売企業との関係を構築。ECは楽天年間ランキング総合1位を獲得する等、順調に拡大しています

小売企業との強固なパートナーシップ



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)

強炭酸水「ZAO SODA」



楽天年間ランキング 2021*1
総合1位



ミネラルウォーター「彩水」



緑茶「彩茶」



今後の取り組み

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・獲得

- 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

- 物流拠点の見直し
- 業務効率化

EC/D2Cモデルへのチャレンジ

- 自社サイトの構築・サービス拡充

LIFEDRINK COMPANY