

おいしさの中心、安心の先頭へ。

2024年3月期 第2四半期  
決算説明資料



LIFEDRINK COMPANY

2023年11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  
2023年11月10日

生産数量\*1

33 百万箱\*2  
(前期比+17%)



売上高

204 億円  
(前期比+34%)



営業利益

29 億円  
(前期比+72%)



## サマリー：2024年3月期 第2四半期累計

### 増産・増収 ・営業増益

- 既存工場の生産能力増強投資やニッソービバレッジ生産分が寄与し、生産数量は前期比+17%の増加
- 生産数量増に対応した販売先確保及びコスト増に対応した価格改定、並びにニッソービバレッジ売上の追加により、+34%の増収
- 原材料費や水道光熱費、人件費の増加を、増収や生産性向上/コスト削減でカバーし、+72%の営業増益

### 業績/配当予想 の上方修正

- 第2四半期累計実績及び下期見通しを踏まえて、業績予想を上方修正(売上高370億円(+18億円)/営業利益46億円(+8.5億円))
- あわせて配当予想を5円増の35円/株に修正

### 取り組み 進捗

- 御殿場新工場は2024年上期稼働に向けて建設などが順調に進捗
- ニッソービバレッジとの協業は、調達の効率化、増産投資の具体化、LDオンラインストアを通じた商品販売開始など、順調に進捗

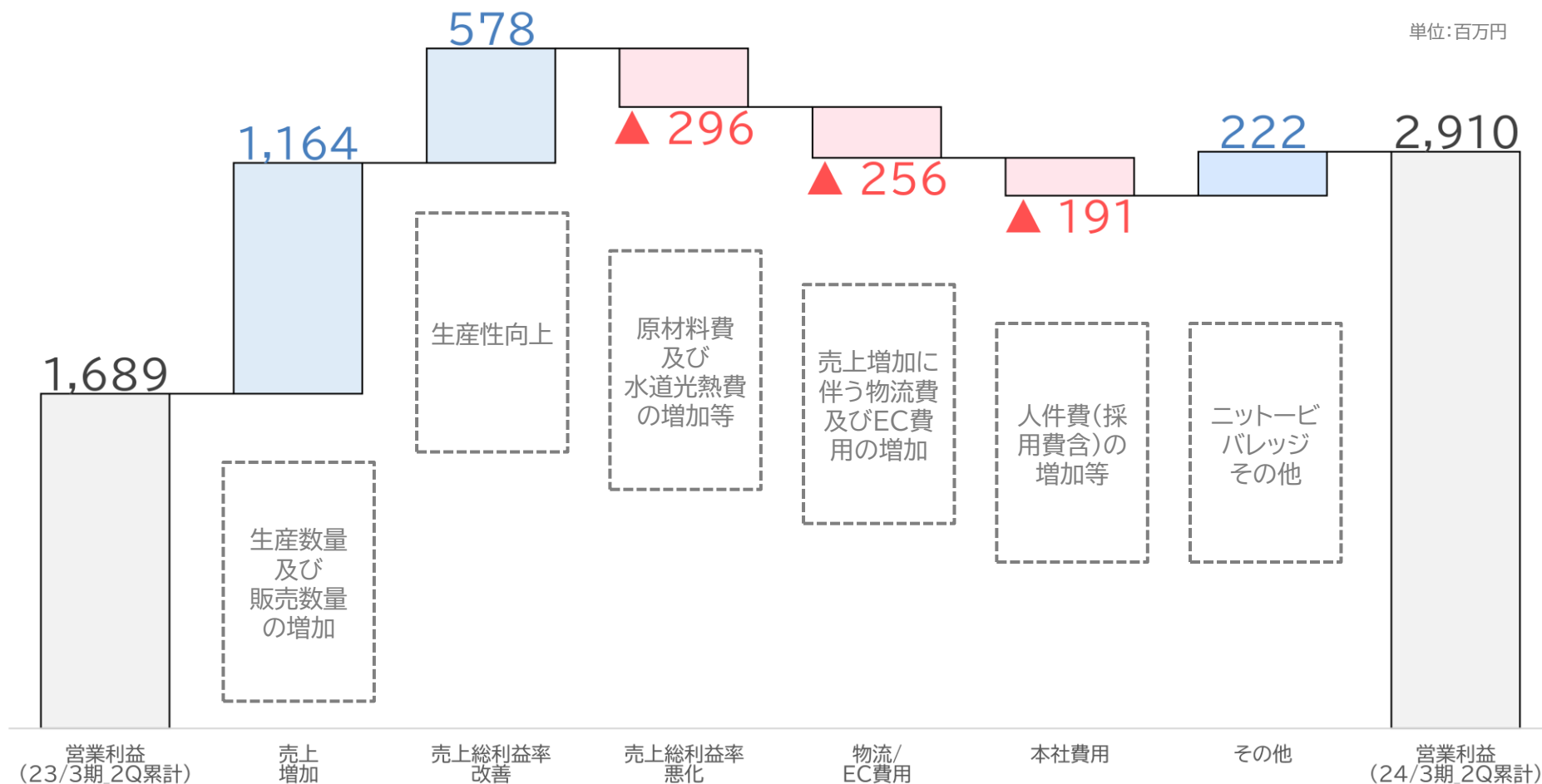
## 業績：2024年3月期 第2四半期累計

生産数量\*1の増加(前期比+17%)が寄与し、51億円の増収(+34%)。各種コスト増を増収や生産性向上/コスト削減でカバーし、営業増益(+72%)となりました

単位:百万円	23年3月期 (第2四半期累計)	24年3月期 (第2四半期累計)	増減 (対前期)	前期比
売上高	15,282	20,460	+5,177	+34%
営業利益 (率)	1,689 (11.1%)	2,910 (14.2%)	+1,221 (+3.2%pt)	+72%
当期純利益 (率) (EPS)	1,149 (7.5%) (90.78円)	1,973 (9.6%) (151.95円)	+823 (2.1%pt) (61.17円)	+72%
EBITDA (率)	2,231 (14.6%)	3,467 (16.9%)	+1,236 (+2.3%pt)	+55%

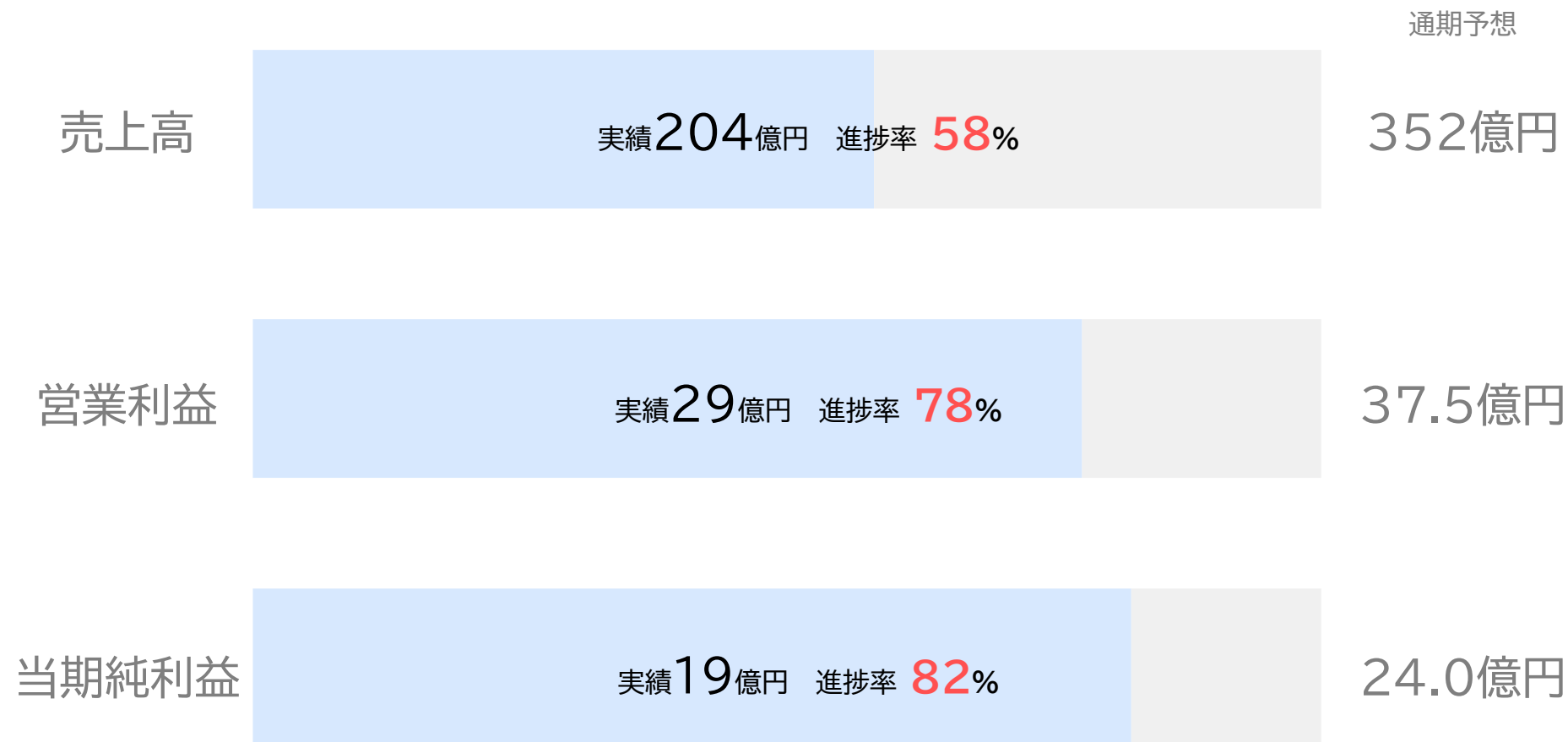
# 業績増減要因:2023年3月期 第2四半期累計との比較

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/コスト削減でカバーし、営業利益は前期比12.2億円増加しました



## 業績の進捗：2024年3月期 第2四半期累計

通期予想に対する進捗率は、売上高が58%、営業利益が78%。特に営業利益は想定を上回る進捗となりました

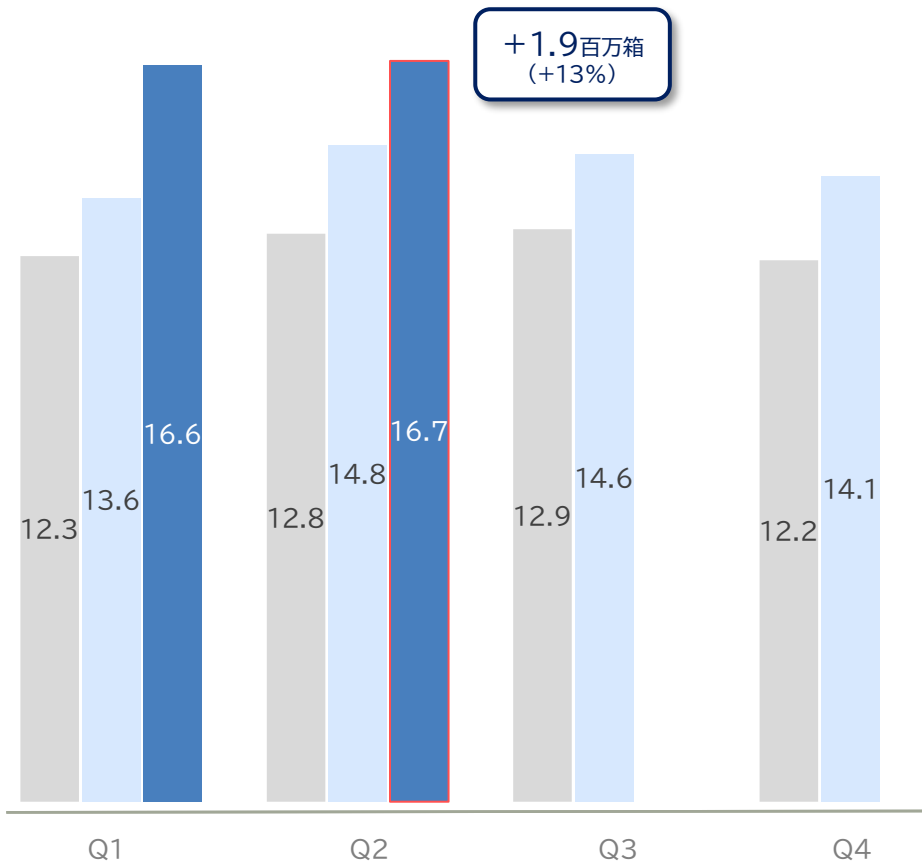


# (参考)四半期業績の推移 ①

■ 2022年3月期  
■ 2023年3月期  
■ 2024年3月期

単位:百万箱\*1

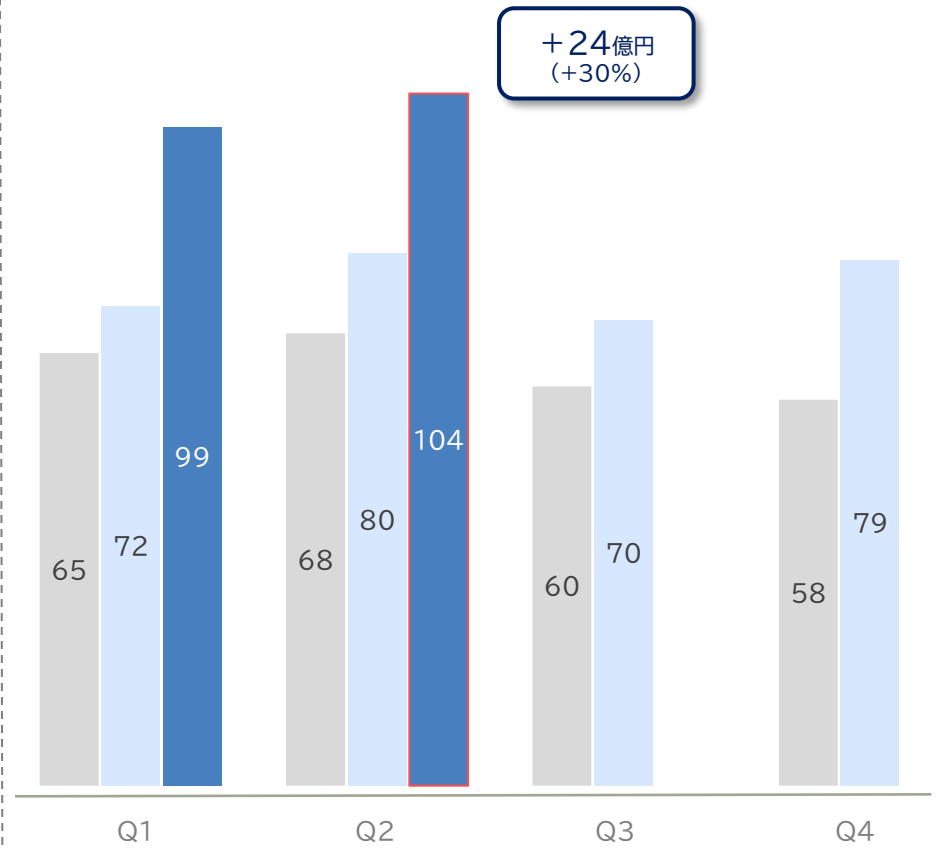
## 生産数量



■ 2022年3月期  
■ 2023年3月期  
■ 2024年3月期

単位:億円

## 売上高



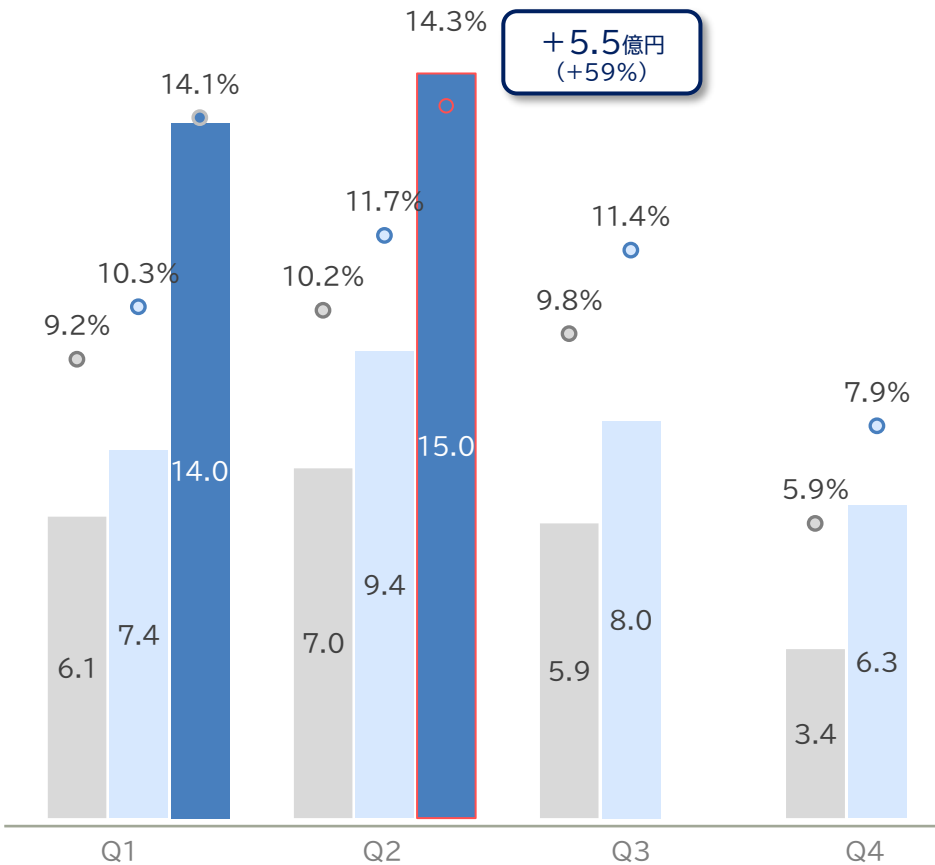


# (参考)四半期業績の推移 ②

■ 2022年3月期  
■ 2023年3月期  
■ 2024年3月期

単位:億円

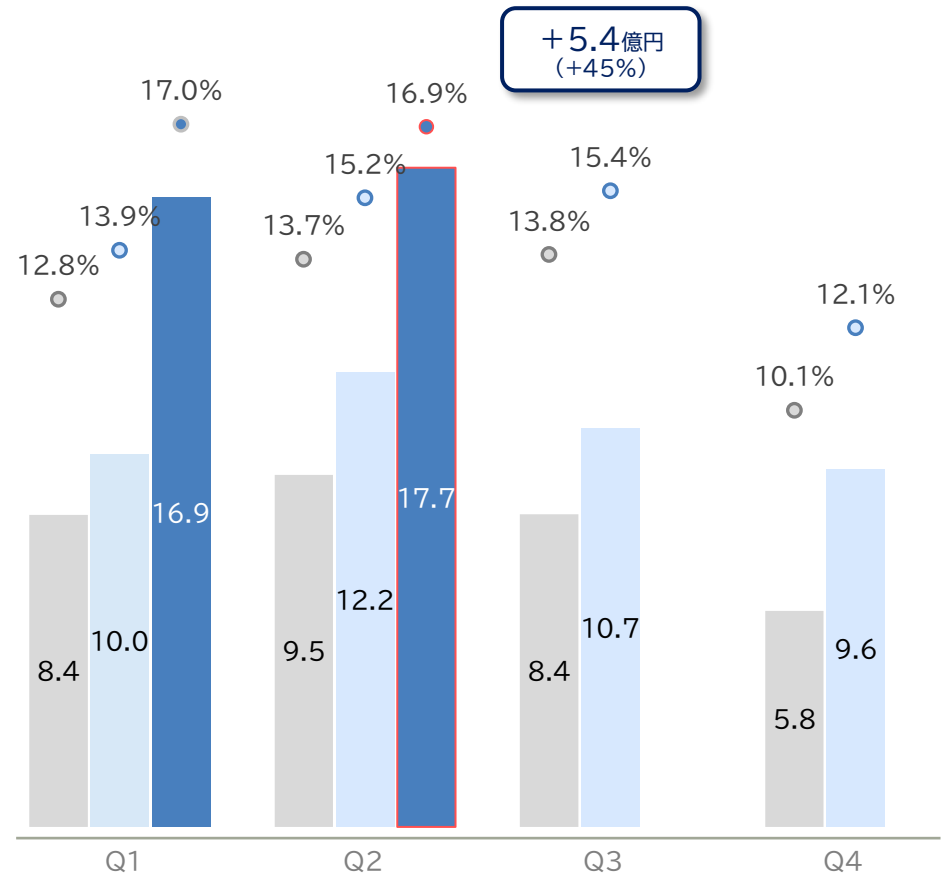
## 営業利益/営業利益率



■ 2022年3月期  
■ 2023年3月期  
■ 2024年3月期

単位:億円

## EBITDA/EBITDAマージン



## 財政状態：2024年3月期 第2四半期

御殿場工場の投資に伴い固定資産が増加。また、同投資に対応した資金調達に伴い純有利子負債が増加したものの、収益力向上により純有利子負債EBITDA倍率は0.1xpt改善しています

単位:百万円	2023年3月期		2024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	10,905	49%	<b>10,707</b>	42%	▲197
(現預金)	4,326	20%	<b>2,529</b>	10%	▲1,797
固定資産	11,260	51%	<b>14,638</b>	58%	+3,377
資産合計	22,165	100%	<b>25,345</b>	100%	+3,179
流動負債	8,397	38%	<b>6,966</b>	27%	▲1,431
固定負債	5,610	25%	<b>8,262</b>	33%	+2,651
(有利子負債)	9,717	44%	<b>9,095</b>	36%	▲621
負債合計	14,007	63%	<b>15,228</b>	60%	+1,220
純資産	8,157	37%	<b>10,117</b>	40%	+1,959
負債及び純資産合計	22,165	100%	<b>25,345</b>	100%	+3,179
【参考情報】					
純有利子負債EBITDA倍率*1	1.3x	-	<b>1.2x</b>	-	-

\*1: EBITDAは直近12か月の実績にもとづきます。

## キャッシュフロー:2024年3月期 第2四半期累計

営業キャッシュフローは利益増により前期比4億円の収入増。また、御殿場工場関連などの成長投資を実施しました

単位:百万円	23年3月期 (第2四半期累計)	24年3月期 (第2四半期累計)	増減
営業活動によるキャッシュフロー	1,743	<b>2,183</b>	+439
投資活動によるキャッシュフロー	▲1,616	<b>▲ 3,301</b>	▲ 1,684
(設備投資)*1	▲1,632	<b>▲3,302</b>	▲1,670
フリーキャッシュフロー*2	126	<b>▲1,118</b>	▲ 1,244
財務活動によるキャッシュフロー	▲1,495	<b>▲695</b>	+800
(有利子負債の増減)	▲1,175	<b>▲318</b>	+857
(配当金支払)	▲320	<b>▲363</b>	▲42
現金及び現金同等物の期末残高	2,532	<b>2,529</b>	▲3

## 成長投資進捗：2024年3月期 第2四半期累計

2024年3月期の成長投資は御殿場工場関連が中心。具体的には御殿場工場の土地の取得費用、工場および倉庫建屋工事建築の前払いなどが発生しています

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	2024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)
	御殿場工場	9,440	8	820	3,617	2024年中
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)
ニッソービバレッジ子会社化*1		2,116	-	2,116	-	完了(23/3期)
合計		15,012	1,737	4,431	3,617	

\*1:ニッソービバレッジ株及びニッソービバレッジ事業用不動産の取得代金

# 2024年3月期 第2四半期トピックス:ECの取り組み

LDオンラインストアではニッソービバレッジ商品を順次販売。また、当社基幹商品の「ZAO SODA」は楽天上半期ランキングで水・ソフトドリンクジャンル賞を受賞しました

## ニッソービバレッジ商品の販売

- 彩茶シリーズ:麦茶、緑茶(ラベルレス)\*1



- 機能性表示食品:黒烏龍茶



BMIが高めの方の身体につ  
いた脂肪を減らすローズヒッ  
プ由来ティリロサイド配合

## 受賞実績

### ZAO SODA

- 楽天上半期ランキング2023\*2  
水・ソフトドリンク ジャンル賞  
(水・ソフトドリンクジャンル1位)



\*1:彩茶(緑茶)は当社の他工場でも製造しております。

\*2:上半期(集計期間:2022年10月21日~2023年4月20日)における楽天市場に出品する全商品を対象とした売上ランキングです。

## 業績予想の修正:2024年3月期

第2四半期累計の実績が想定を上回ったこと及び第3四半期以降の需要などを踏まえて、売上370億円、営業利益46億円で業績を上方修正します

単位:百万円	修正前 (連結)	修正後 (連結)	増減	(参考) Q2累計 進捗率	修正のポイント
売上高	35,200	37,000	+1,800	55%	● 第2四半期累計実績は当初想定を上回る結果になった ✓ 受注が好調に推移したことによる販売数増
営業利益 (率)	3,750 (10.7%)	4,600 (12.4%)	+850 (+1.8%pt)	63%	
当期純利益 (率) (EPS)	2,400 (6.8%) (185.00円)	2,980 (8.1%) (229.25円)	+580 (+1.2%pt) (44.25円)	66%	✓ ニットービバレッジのPMI*1が順調に進捗
EBITDA (率)	4,750 (13.5%)	5,600 (15.1%)	+850 (+1.6%pt)	62%	● 第3四半期以降の見通しを更新 ✓ 受注が引き続き好調に推移する見込み
(DPS)	30.00円	35.00円	+5.00円		● 配当予想:業績予想の見直しに伴い修正

\*1: Post Merger Integrationの略です。

参考)

ライフドリンクカンパニー

会社紹介

## 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	● 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
事業所一覧	● 大阪本社・東京支社 ● 工場9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)) ● 連結子会社:ニッソービバレッジ株式会社(富山)
従業員数*1	686名(2023年9月末時点)
備考	東京証券取引所プライム市場(証券コード:2585) (2023年6月26日東京証券取引所プライム市場に市場変更)

\*1:連結の従業員数です。



## 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。

## 当社は会社設立51年。2023年6月にプライム市場に上場しました

- 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



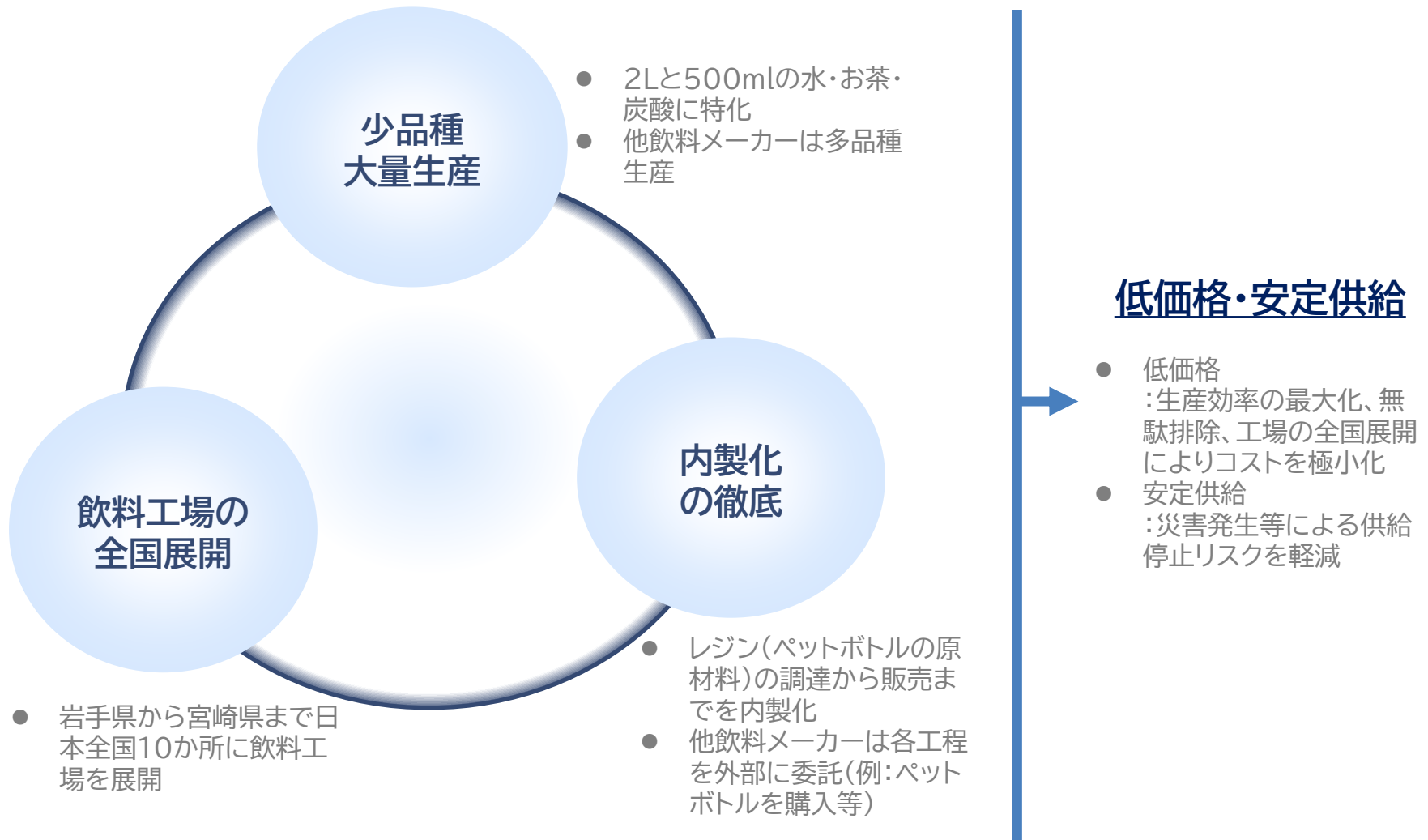
2015年	<ul style="list-style-type: none"> <li>CLSA Capital Partners Japanがサブアドバイザーを務めるSunrise Capitalと資本業務提携</li> </ul>
2016年	<ul style="list-style-type: none"> <li>富士名水 足利工場(現栃木工場)を設立</li> </ul>
2017年	<ul style="list-style-type: none"> <li>社名をライフドリンク カンパニーに変更</li> <li>山忠運輸(運送業)を売却</li> </ul> <p style="text-align: right;"><b>LIFEDRINK COMPANY</b></p>
2019年	<ul style="list-style-type: none"> <li>アクアピア(氷事業)を売却</li> <li>太陽光発電事業を売却</li> </ul>
2020年	<ul style="list-style-type: none"> <li>楽天市場にオンラインストアを開設。「ZAO SODA」を販売開始</li> <li>北勢麵粉(乾麵・インスタントラーメン)を清算</li> </ul>
2021年	<ul style="list-style-type: none"> <li>東京証券取引所市場第二部に上場</li> </ul>
2023年	<ul style="list-style-type: none"> <li>ニッソービバレッジを買収</li> <li>ソース事業を売却</li> <li>東京証券取引所プライム市場に市場変更</li> </ul>



2001年	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	2008年	<ul style="list-style-type: none"> <li>湯浅名水(現湯浅工場)を設立</li> <li>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)</li> </ul>
2002年	<ul style="list-style-type: none"> <li>美山名水(現美山工場)を買収</li> </ul>	2010年	<ul style="list-style-type: none"> <li>富士名水(現富士工場)を設立</li> <li>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</li> </ul>
2004年	<ul style="list-style-type: none"> <li>いわて醤油(現岩手工場)を買収(2018年に醤油事業撤退)</li> <li>大黒屋を買収。せんべいの製造・販売を開始</li> <li>静岡工場を新設。缶コーヒーの製造を開始</li> </ul>	2011年	<ul style="list-style-type: none"> <li>北勢麵粉を買収。乾麵及びピンスタントラーメンの製造・販売を開始</li> <li>藤洗を買収。冷凍麵の製造・販売を開始(2014年にアクアピアと合併)</li> </ul>
2005年	<ul style="list-style-type: none"> <li>アクアピアを買収。氷の製造・販売を開始</li> </ul>	2012年	<ul style="list-style-type: none"> <li>山忠運輸を買収。運送業を開始</li> </ul>
2006年	<ul style="list-style-type: none"> <li>尾鷲名水(現尾鷲工場)を設立</li> </ul>	2013年	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>

## 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



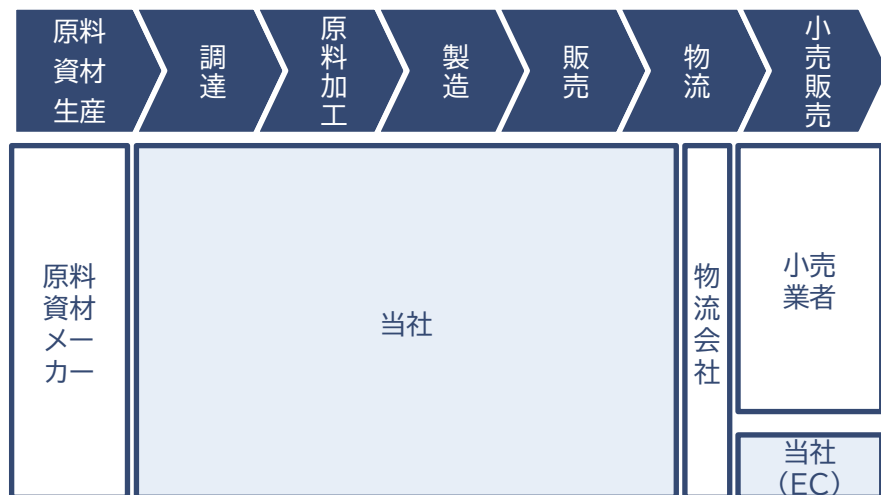
彩水-あやみず-  
500ml/ 2L

彩茶-あやちゃ-  
500ml

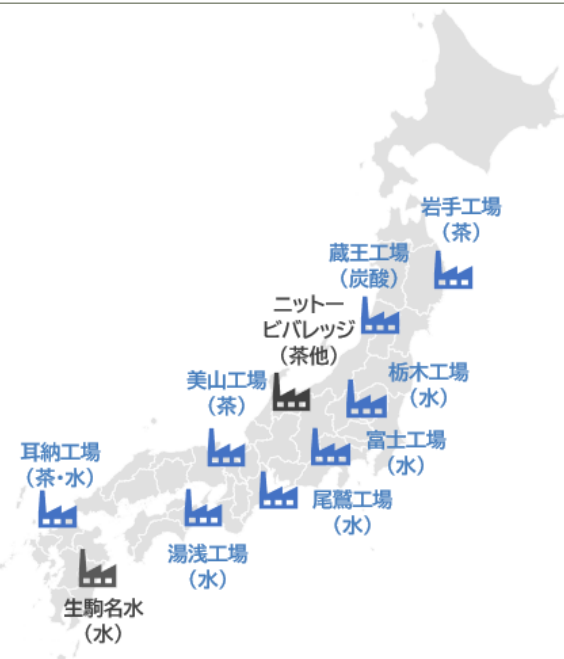
# 特徴と強み:内製化、工場の全国展開

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

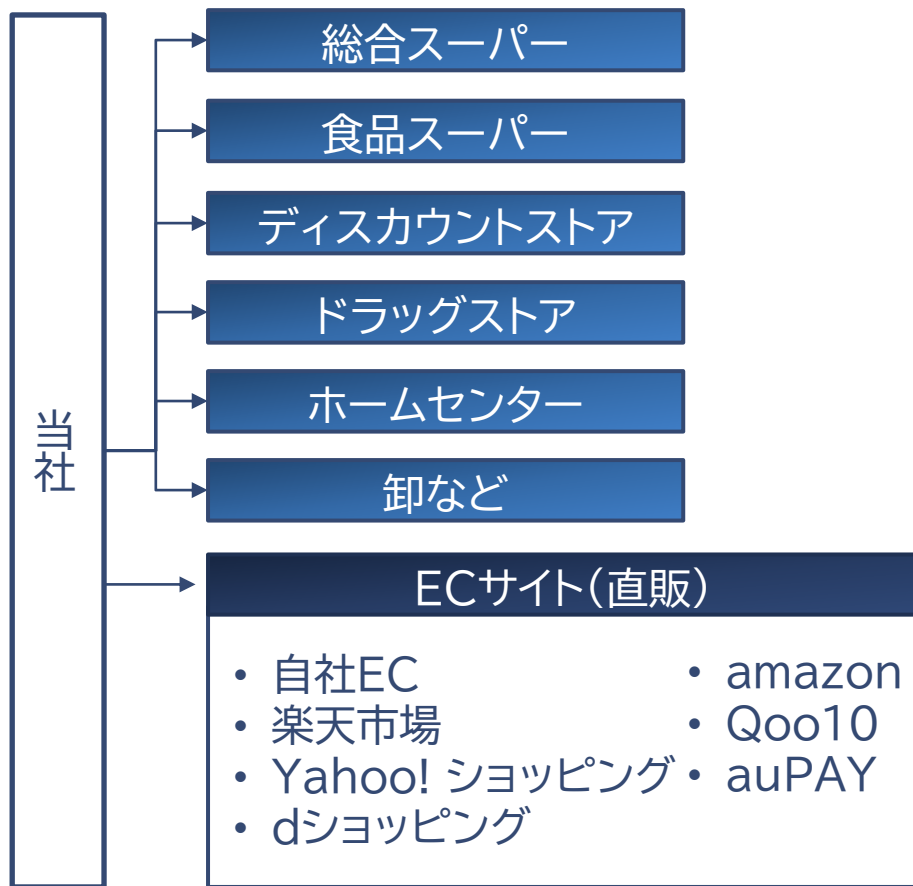


- 岩手工場(岩手県)
- 蔵王工場(山形県)
- 栃木工場(栃木県)
- 富士工場(山梨県)
- 美山工場(京都府)
- 尾鷲工場(三重県)
- 湯浅工場(和歌山県)
- 耳納工場(福岡県)
- 子会社／関連会社
- ニッソービバレッジ(富山県)
- 生駒名水(宮崎県)

# 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2021の総合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

彩水:ミネラルウォーター

彩茶:茶系飲料 (緑茶・麦茶)

機能性飲料 (黒烏龍茶)

## 今後の取り組み

当社は生産能力の増強・獲得や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販売のしんか(進化/深化) =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や改善活動による稼働率向上
- 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

- LDオンラインストアでの販売商品・サービスの拡充

# サステナビリティに関する考え方及びマテリアリティ

基本方針に基づき、より長期的な視点から「サステナビリティ推進と企業価値向上の両立」を目指します

## 基本方針

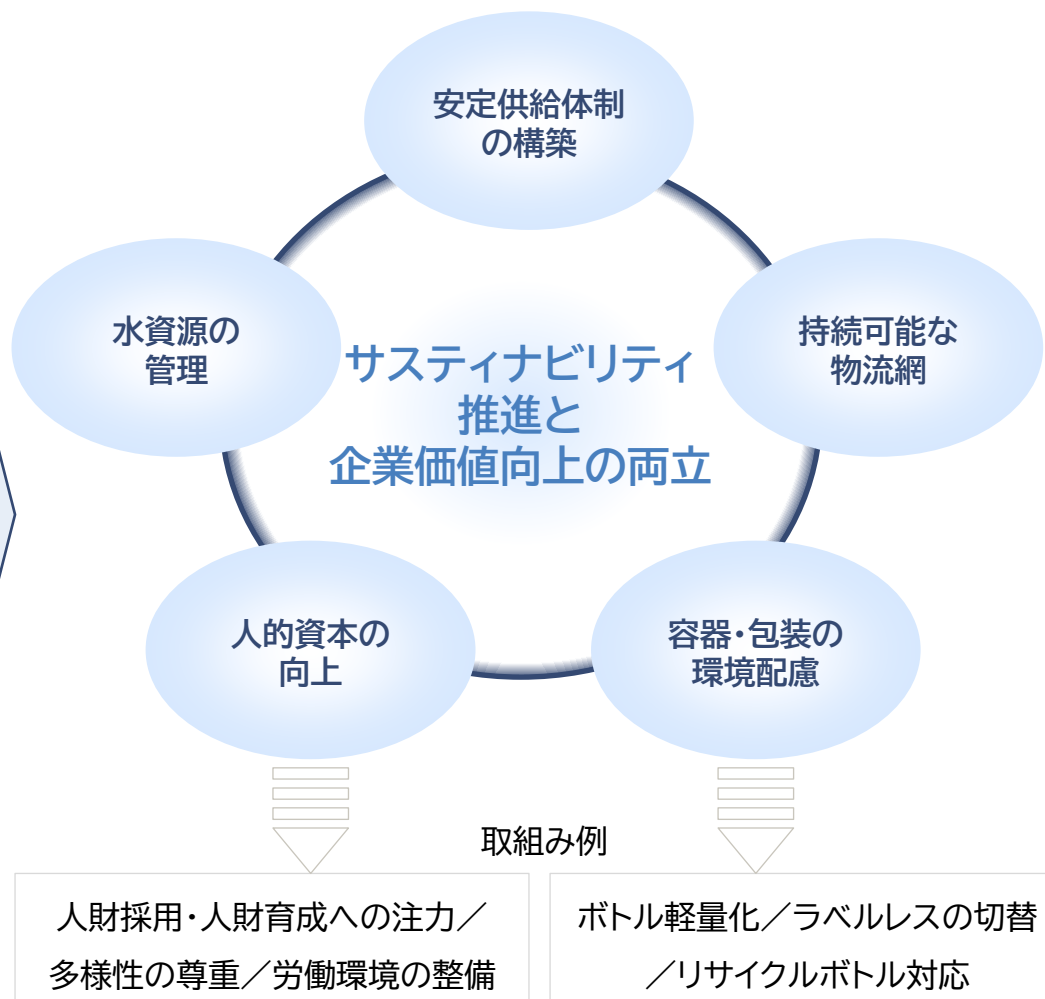
高品質で安全・安心な

飲料・食品を安定的に供給する

ことを通じて、消費者の生活

インフラを継続的に支える

社会的責任を果たす





# LIFEDRINK COMPANY