

おいしさの中心、安心の先頭へ。

## 2024年3月期 決算補足説明資料



LIFEDRINK COMPANY

2024年5月14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  
2024年5月14日

## サマリー

### 2024/3期 増産・増収 ・営業増益

- 既存工場の生産能力向上やニットービバレッジの生産分が寄与し、生産数量は前期比+12%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、並びにニットービバレッジの売上の追加により、+26%の増収
- 原材料費や労務費/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、+51%の営業増益

### 2024/3期 取り組み 進捗

- 御殿場新工場は計画通り2024年4月より稼働
- ニットービバレッジとの協業は、調達の効率化、LDオンラインストアを通じた商品販売、人財採用による稼働時間増など、順調に進捗。また、増産投資(投資額約3億円)も完了

### 2025/3期 業績予想

- 御殿場工場の稼働、及びニットービバレッジの増産への取り組みにより、増産(+15%)増収(+15%)増益(+22%)を目指す

1. 2024年3月期 業績

2. 2025年3月期 業績予想

(参考) 会社紹介

# ハイライト:2024年3月期 通期

生産数量<sup>\*1</sup>

64 百万箱<sup>\*2</sup>  
(前期比+ 12%)



売上高

382 億円  
(前期比+ 26%)



営業利益

47 億円  
(前期比+ 51%)



営業利益率

12.3%  
(前期比+ 2.0pt)



ROE<sup>\*3</sup>

32.4%  
(前期比+ 6.9pt)



\*1:グループ会社である生駒名水(株)の生産数量は含めていません。ニトービバレッジの生産数量は含みます

\*2:1箱=12リットルで計算しています

\*3:2023年3月期より連結財務諸表を作成しているため、2023年3月期のROEは、期末自己資本に基づいて計算しております

## 業績:2024年3月期 通期

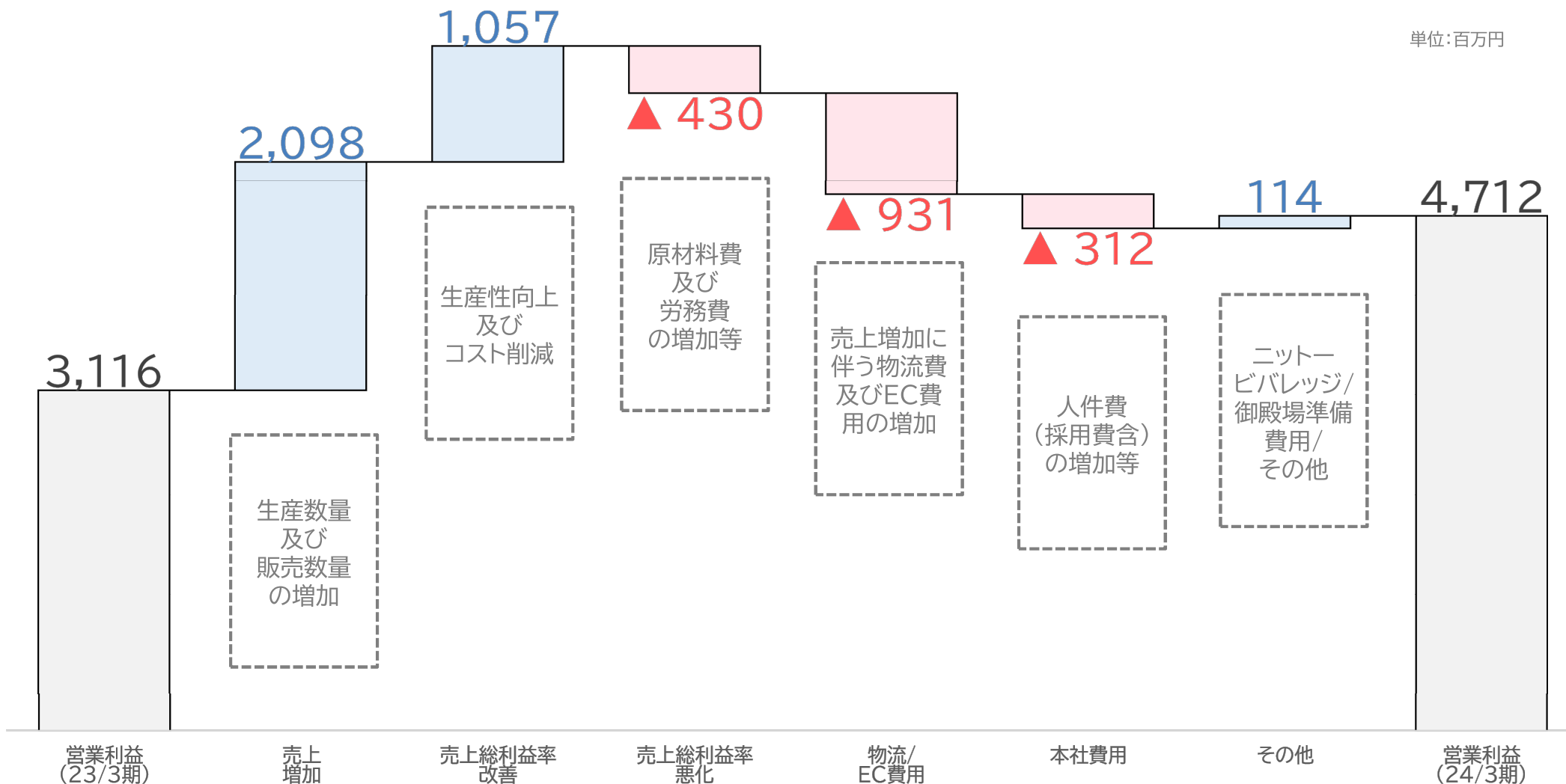
生産数量\*1の増加(前期比+12%)が寄与し、79億円の増収(+26%)。各種コスト増を増収や生産性向上/コスト削減でカバーし、15.9億円の営業増益(+51%)となりました

単位:百万円	23年3月期 (通期)	24年3月期 (通期)	増減 (対前期)	前期比
売上高	30,250	38,236	+7,986	+26%
営業利益 (率)	3,116 (10.3%)	4,712 (12.3%)	+1,596 (+2.0pt)	+51%
当期純利益 (率) (EPS)	2,076 (6.9%) (162.57円)	3,155 (8.3%) (242.71円)	+1,079 (+1.4pt) (+80.14円)	+52%
EBITDA (率)	4,251 (14.1%)	5,841 (15.3%)	+1,589 (+1.2pt)	+37%

# 業績増減要因:2023年3月期との比較

原材料費や労務費/人件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15.9億円増加しました

単位:百万円

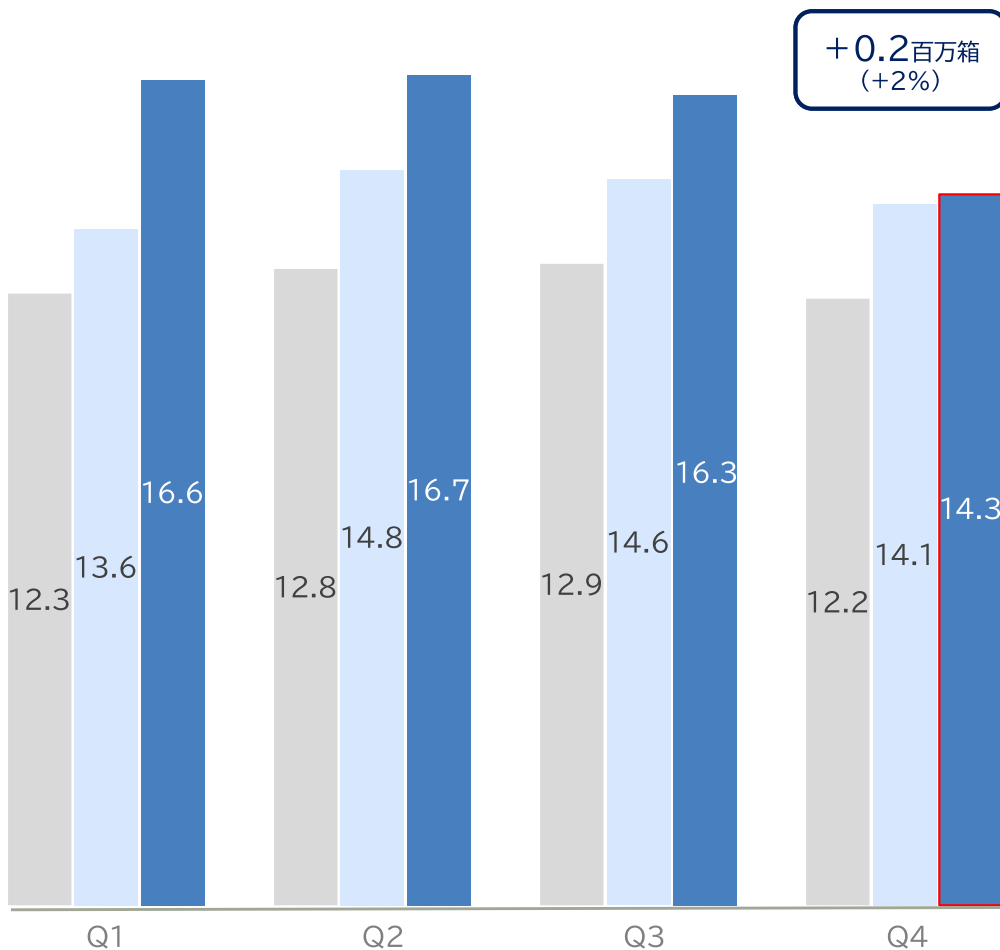


# (参考)四半期業績の推移 ①

■ 2022年3月期  
■ 2023年3月期  
■ 2024年3月期

単位:百万箱\*1

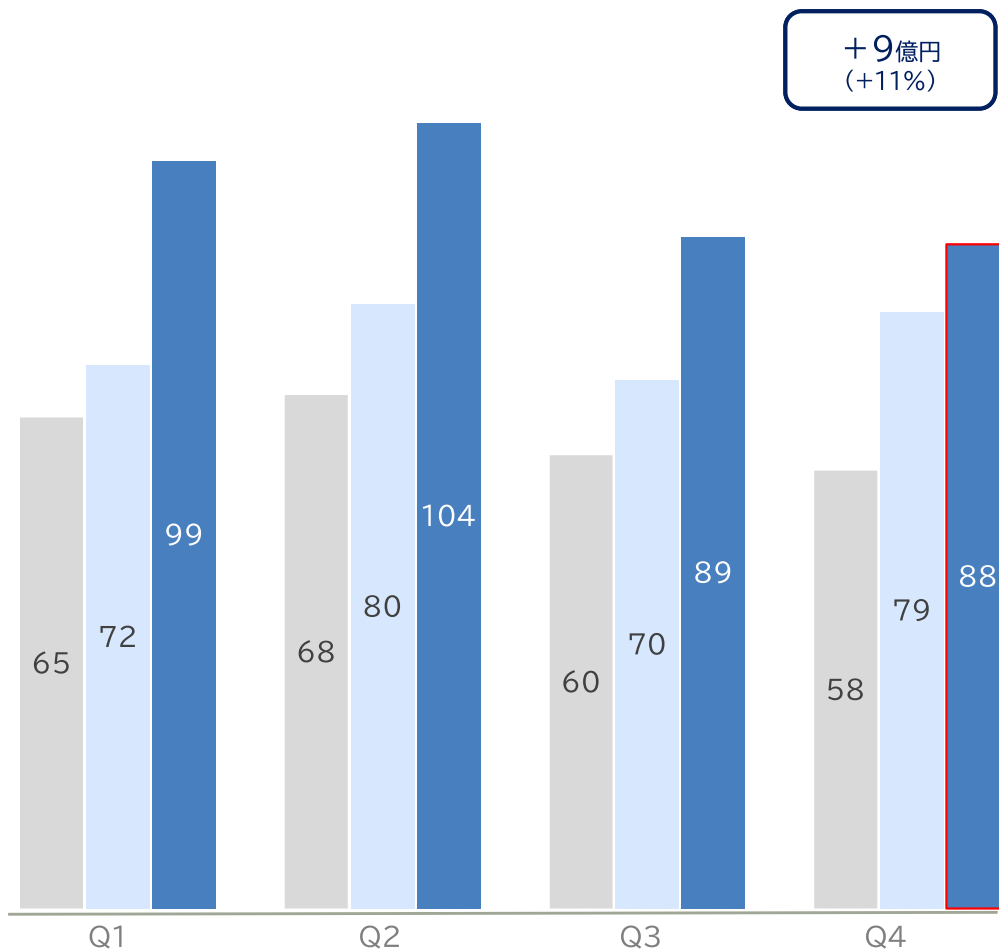
## 生産数量



■ 2022年3月期  
■ 2023年3月期  
■ 2024年3月期

単位:億円

## 売上高



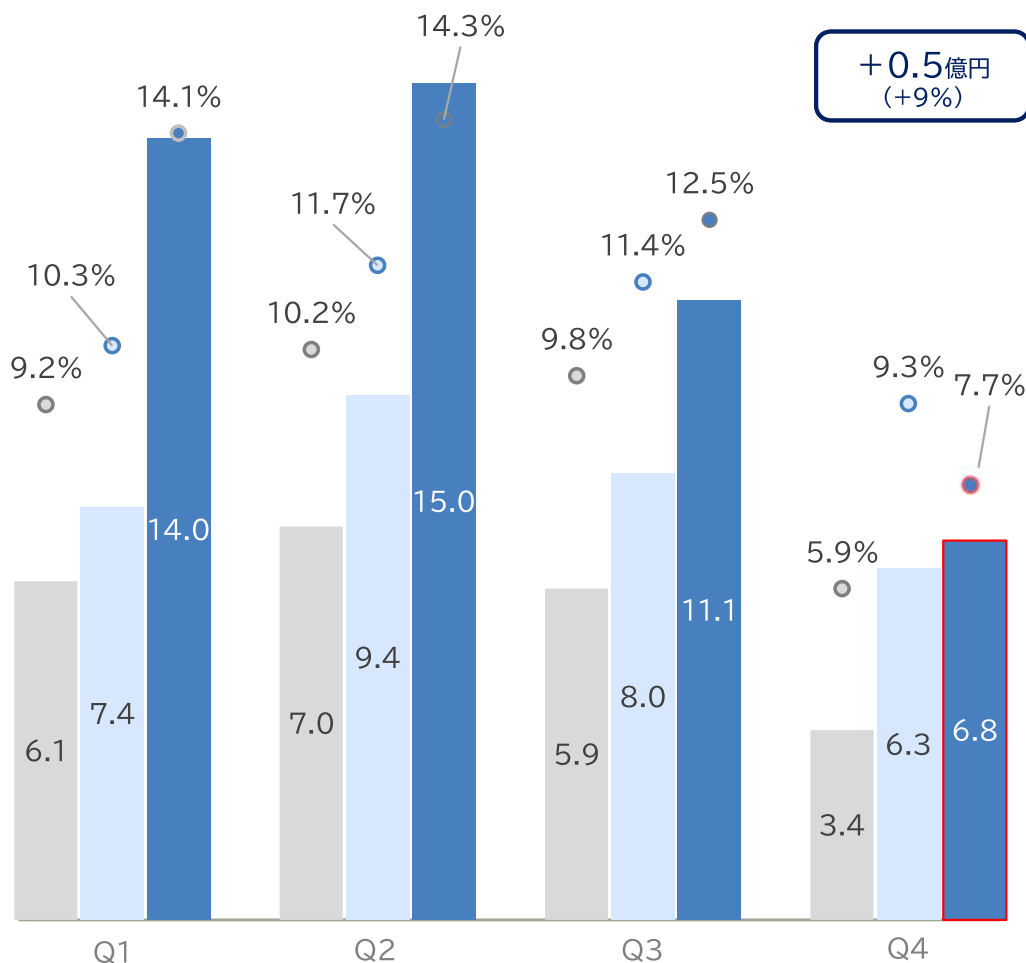


# (参考)四半期業績の推移 ②

■ 2022年3月期  
■ 2023年3月期  
■ 2024年3月期

単位:億円

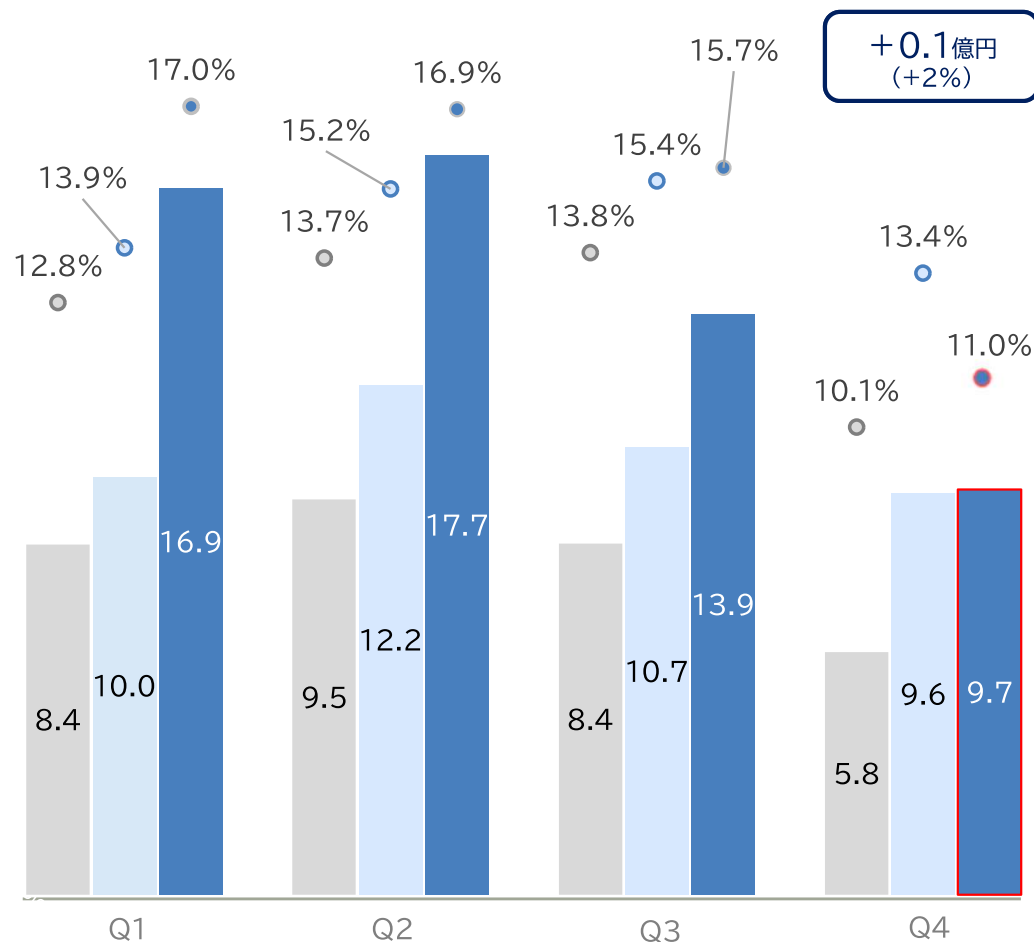
## 営業利益/営業利益率



■ 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 通期

御殿場工場新設などの投資に伴い固定資産が76億円増加。また、同投資に対応した資金調達に伴い純有利子負債が46億円増加しています

単位:百万円	2023年3月期		2024年3月期		
	金額	構成比	金額	構成比	増減
流動資産	10,905	49%	<b>11,753</b>	38%	+848
(現預金)	4,326	20%	<b>3,736</b>	12%	▲ 589
固定資産	11,260	51%	<b>18,893</b>	62%	+7,632
資産合計	22,165	100%	<b>30,646</b>	100%	+8,480
流動負債	8,397	38%	<b>7,645</b>	25%	▲ 751
固定負債	5,610	25%	<b>11,657</b>	38%	+6,047
(有利子負債)	9,717	44%	<b>13,740</b>	45%	+4,023
負債合計	14,007	63%	<b>19,303</b>	63%	+5,295
純資産	8,157	37%	<b>11,342</b>	37%	+3,184
負債及び純資産合計	22,165	100%	<b>30,646</b>	100%	+8,480
【参考情報】					
純有利子負債EBITDA倍率*1	1.3x	-	<b>1.7x</b>	-	+0.4pt

\*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 通期

営業キャッシュフローは利益増などにより前期比8億円増の46億円の収入、投資キャッシュフローは御殿場工場新設などの成長投資により前期比37億円増の87億円の支出となりました

単位:百万円	23年3月期 (通期)	24年3月期 (通期)	増減
営業活動による キャッシュフロー	3,774	<b>4,610</b>	+835
投資活動による キャッシュフロー	▲ 5,003	<b>▲ 8,770</b>	▲ 3,767
(設備投資)*1	▲3,505	<b>▲8,814</b>	▲5,308
フリーキャッシュフロー*2	▲1,228	<b>▲4,159</b>	▲ 2,931
財務活動による キャッシュフロー	1,659	<b>3,553</b>	+1,894
(有利子負債の増減)	1,951	<b>3,929</b>	+1,978
(配当金支払)	▲326	<b>▲363</b>	▲37
現金及び現金同等物の 期末残高	4,326	<b>3,736</b>	▲589

\*1: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

\*2:フリーキャッシュフロー=営業CF-投資CF

## 成長投資進捗:2024年3月期 通期

2024年3月期の主な成長投資は御殿場工場新設とニッソービバレッジの増産投資。ニッソービバレッジの生産能力増強工事は2024年3月に完了しています

目的	拠点	投資額(百万円)			ステータス	
		総額	2022年3月期	2023年3月期		2024年3月期
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	7,657	2024年中
	ニッソービバレッジ	300	-	-	66	完了(24/3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)
子会社化*1	ニッソービバレッジ	2,116	-	2,116	-	完了(23/3期)
合計		15,012	1,737	4,431	7,723	

\*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

# 財務方針・配当還元

成長投資等を優先しつつも、2024年3月期は前期比9.0円増の1株当たり37.0円の配当(配当総額は4.8億円)を予定しています

方針	内容	2024年3月期
1. 成長投資の強化	<ul style="list-style-type: none"><li>● 成長投資を積極的に実施<ul style="list-style-type: none"><li>- 既存工場の生産能力増強</li><li>- 新工場建設</li><li>- M&amp;A</li></ul></li></ul>	成長投資額 <b>77.2億円</b> (前期比+32.9億円)
2. 財務体質の安定	<ul style="list-style-type: none"><li>● 利益成長及び有利子負債の削減等により、将来の成長投資のための負債調達能力を高める</li></ul>	NET Debt*1/EBITDA <b>1.7x</b> (前期比+0.4pt)
3. 株主還元	<ul style="list-style-type: none"><li>● 成長投資/財務体質の安定を優先事項とする</li><li>● 一方で一定の株主還元として配当性向20%を目指す</li></ul>	1株当たり配当(予定) <b>37.0円</b> (前期比+9.0円) 配当額(予定) <b>4.8億円</b>

\*1:有利子負債から現預金を控除することで算出しています。

# 2024年3月期 トピックス:ECの取り組み

2024年3月期はニッソービバレッジ商品など4商品を上市。また、「LIFEDRINKオンラインストア 楽天市場店」が「楽天SOY2023」水・ソフトドリンクジャンル賞大賞を初受賞しました

## 新商品の販売



ニッソービバレッジの機能性『黒烏龍茶』発売



『彩水 -あやみず-』ラベルレスを発売



彩茶シリーズ:麦茶、緑茶(ラベルレス)を発売



定期購入サービスの商品拡充

New



## 受賞実績

### ZAO SODA

「楽天年間ランキング2023\*1」

水・ソフトドリンク ジャンル賞 第1位



### LIFEDRINKオンラインストア 楽天市場店

「楽天ショップ・オブ・ザ・イヤー2023\*2」

水・ソフトドリンク ジャンル賞 大賞  
(大賞は初受賞)



\*1:集計期間:2022年9月11日~2023年9月10日 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

14 \*2:集計期間:「楽天市場」に出店する全国約57,000店舗(2023年11月時点)の中から、ユーザーによる人気投票および店舗の売り上げなどを総合的に評価し年間ベストショップを選出するもの

## その他トピックス:御殿場工場の稼働開始

投資総額94億円の御殿場工場が2024年4月に計画通り稼働開始。フル生産化に向けた取り組みを進めています

### 御殿場新工場の概要

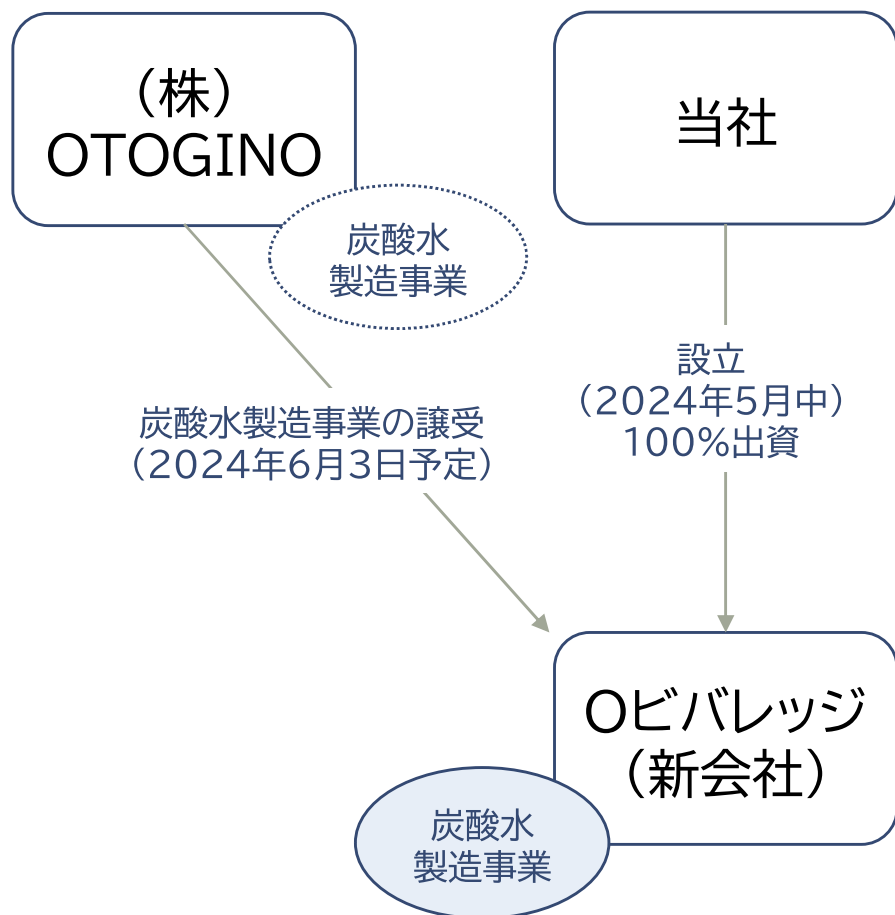
所在地	静岡県御殿場市板妻736-1
生産品目	ペットボトル飲料製品 (ミネラルウォーター、茶系飲料)
生産能力	約8百万ケース/年
敷地面積/ 延床面積	51,077.88m <sup>2</sup> / 17,838.47m <sup>2</sup>
総工費	約94億円
操業時期	2024年4月1日



# その他トピックス:炭酸水製造事業の譲受

生産数拡大及び九州地方における炭酸水製造拠点の獲得を目的として、2024年5月2日に炭酸水製造事業の事業譲受契約を締結しました

## ■ ストラクチャー



## ■ 目的





1. 2024年3月期 業績

2. 2025年3月期 業績予想

(参考) 会社紹介

## 2025年3月期の取り組み

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\*1の改善活動による稼働率向上
- 既存工場\*1の生産能力の増強
- M&Aによる生産能力の獲得

### 生産性の向上

- 倉庫新設など物流拠点の見直し
- ITを活用した業務効率化

### 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
- 広告宣伝費投下による集客

## 業績予想:2025年3月期

御殿場工場稼働やニットービバレッジの増産への取組みにより、増産・増収・増益を見込んでいます。また、各種コスト増加に対応した製品の価格改定を織り込んでいます

単位:百万円	24年3月期 (実績)	25年3月期 (予想)	増減	増減率	2025年3月期ポイント
生産数量*1 (百万ケース)	64	<b>74</b>	+10	+15%	● 御殿場工場稼働やニットービバレッジの増産への取組みによる生産数増
売上高	38,236	<b>44,000</b>	+5,763	+15%	
営業利益 (率)	4,712 (12.3%)	<b>5,750</b> (13.1%)	+1,037 (+0.7pt)	+22%	● 上記生産数量増に対応した販売先確保による増収
当期純利益 (率)	3,155 (8.3%)	<b>3,850</b> (8.8%)	+724 (+0.5pt)	+22%	● 各種コスト増加に対応した製品の価格改定
(EPS)	242.71円	<b>294.87円</b>	+52.16円	-	
EBITDA (率)	5,841 (15.3%)	<b>7,500</b> (17.0%)	+1,658 (+1.8pt)	+28%	-
配当額*2	483	<b>587</b>	+104	+22%	
(DPS)	37.00円	<b>45.00円</b>	+8.00円	-	

19 \*1:グループ会社である生駒名水(株)の生産数量は含めていません。ニットービバレッジの生産数量は含みます  
\*2:2024年3月末の発行済株式総数(自己株式考慮後)に基づき算出した数値です

1. 2024年3月期 業績
  2. 2025年3月期 業績予想
- (参考) 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10カ所(飲料＝岩手、蔵王(山形)、栃木、富士(山梨)、御殿場(静岡)、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	587名 (146名) 2024年3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。従業員数は、就業人員(社外から当社への出向者を含む。)であり、臨時雇用者数(パートタイマー、人材派遣会社含む。)は、年間の平均人数を( )外数で記載しております

## 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

*Asamiya*

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>
2024年	<ul style="list-style-type: none"> <li>御殿場工場を設立</li> </ul>

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

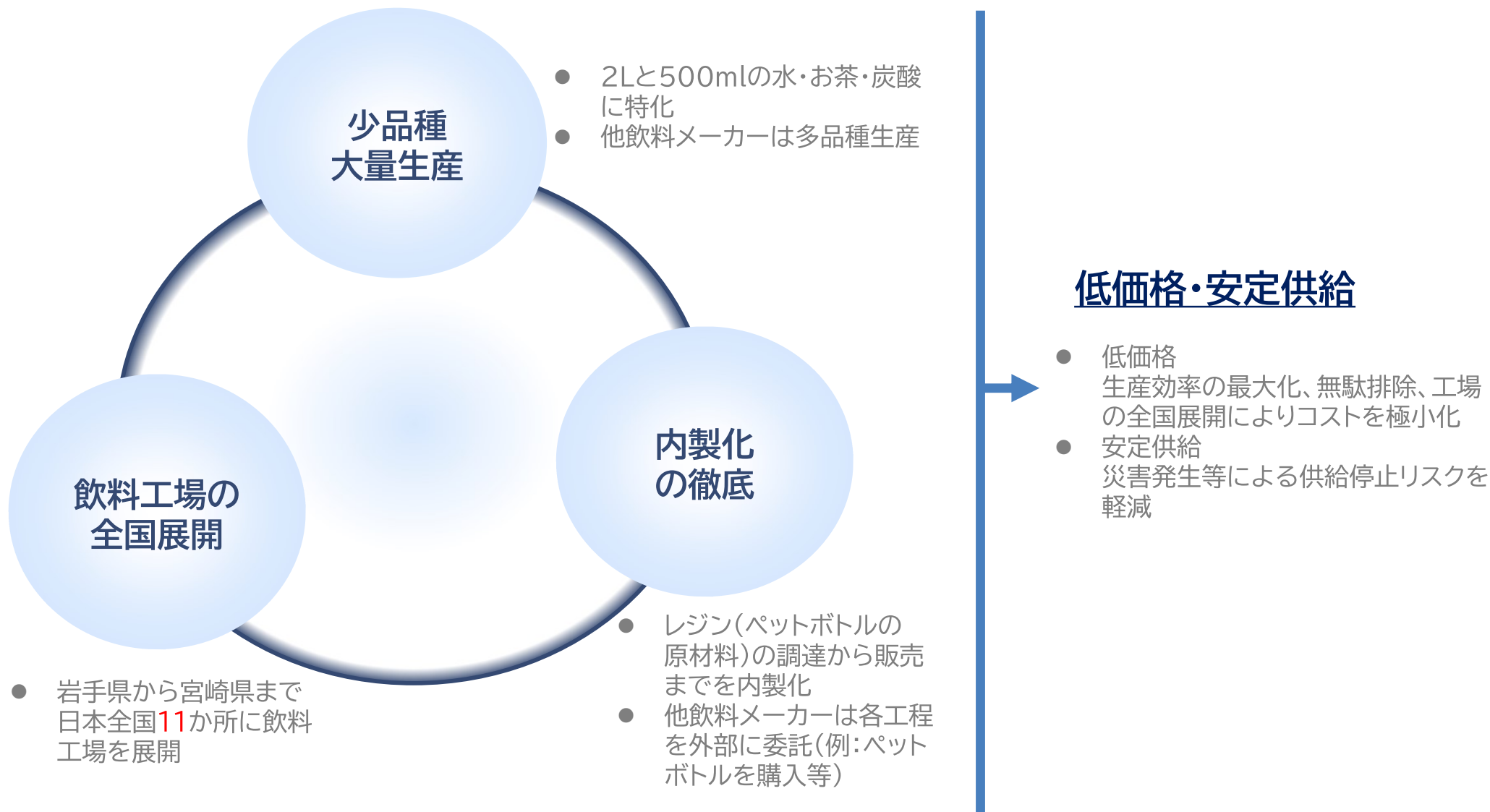
ドリンク事業への集中

再成長へ

2001年	<ul style="list-style-type: none"> <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。乾麵及びイ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

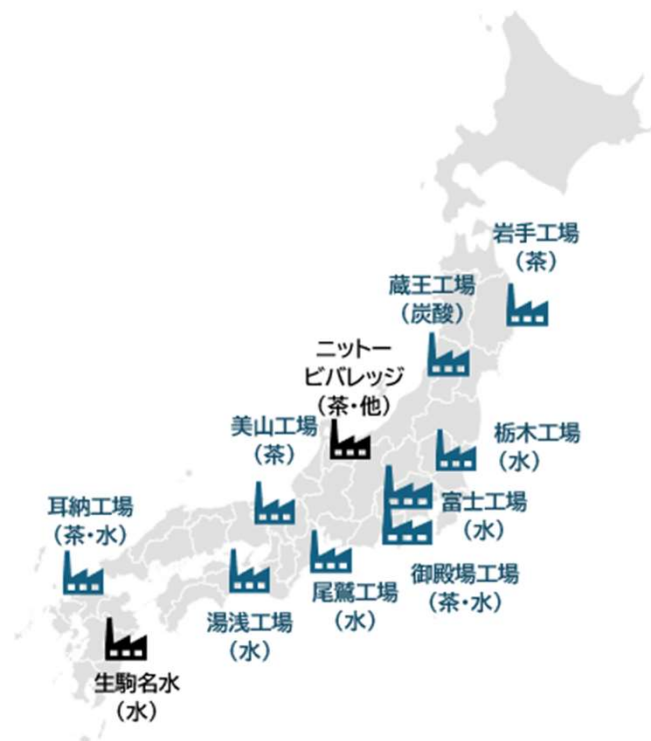
# 特徴と強み:内製化、工場の全国展開

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

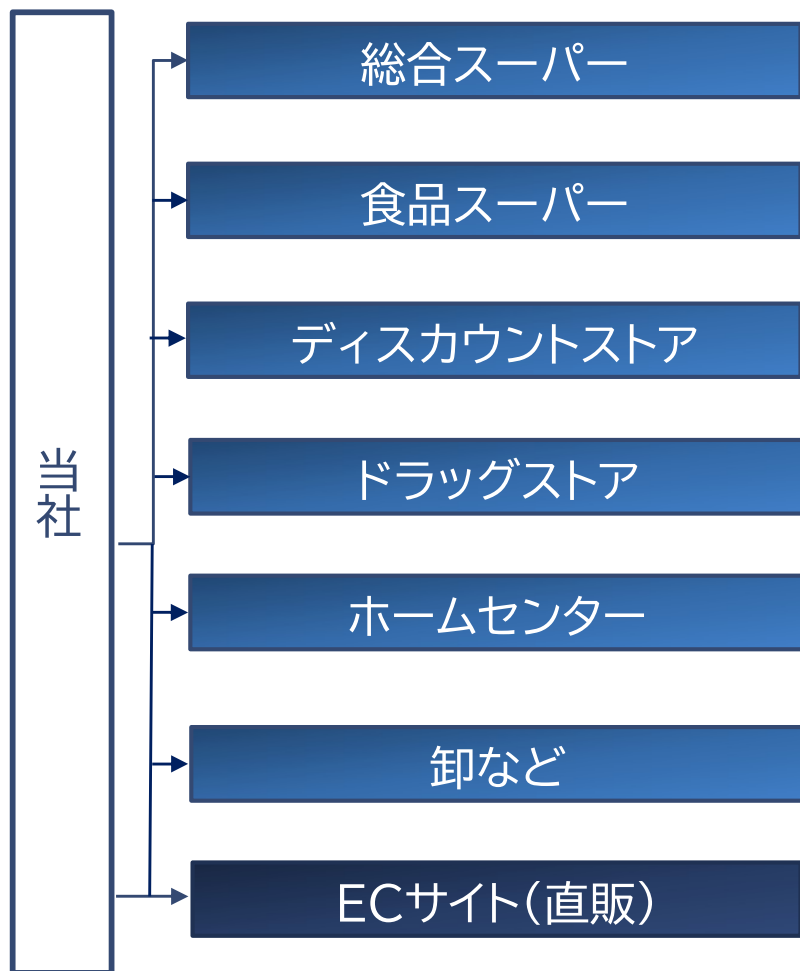


- 岩手工場(岩手県)
  - 蔵王工場(山形県)
  - 栃木工場(栃木県)
  - 富士工場(山梨県)
  - 御殿場工場(静岡県)
  - 美山工場(京都府)
  - 尾鷲工場(三重県)
  - 湯浅工場(和歌山県)
  - 耳納工場(福岡県)
- 子会社/関連会社
- ニットービバレッジ(富山県)
  - 生駒名水(宮崎県)

# 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事業は、主力商品や直営店舗がそれぞれ楽天ランキングの大賞を受賞するなど、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

強炭酸水「ZAO SODA」

楽天年間ランキング 2021\*1

総合1位

店舗

- ・ 自社EC
- ・ 楽天市場
- ・ Yahoo! ショッピング
- ・ dショッピング
- ・ Amazon
- ・ Qoo10
- ・ au PAY

楽天ショップ・オブ・ザ・イヤー2023\*2

水・ソフトドリンクジャンル賞 大賞初受賞

\*1:年間(集計期間:2020年9月25日~2021年9月24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

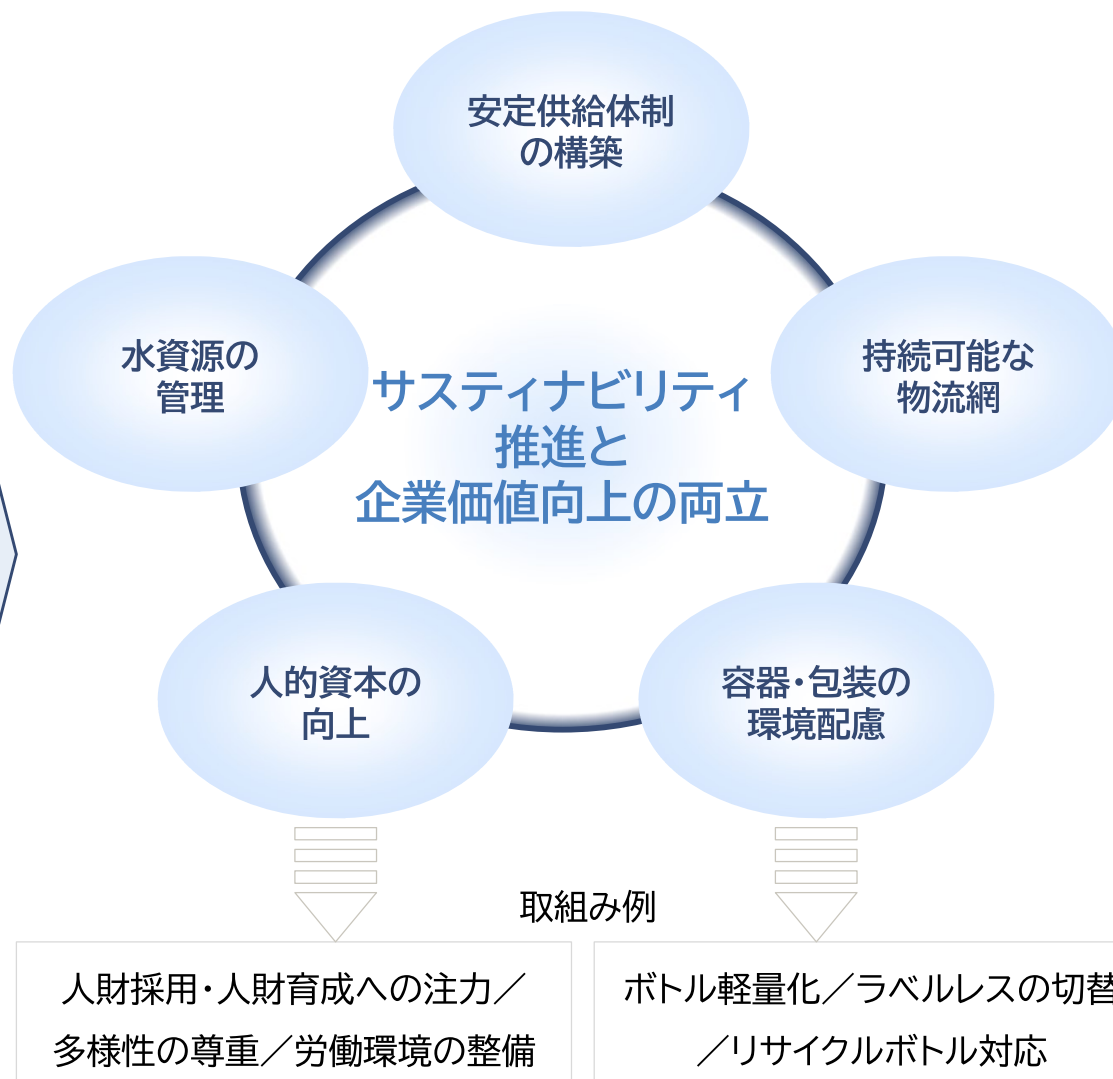
\*2:集計期間:「楽天市場」に出店する全国約57,000店舗(2023年11月時点)の中から、ユーザーによる人気投票および店舗の売り上げなどを総合的に評価し年間ベストショップを選出するもの

# 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