



## 2024年度（2025年1月期） 第2四半期決算概要

---

ダイドーグループホールディングス株式会社  
(東証プライム：2590)

2024年8月27日

<b>01</b>	<b>2024年度第2四半期決算概要</b>	<b>P.04</b>
<b>02</b>	<b>2024年度業績予想</b>	<b>P.08</b>
<b>03</b>	<b>グループミッション2030/中期経営計画2026の進捗状況</b>	<b>P.12</b>
<b>04</b>	<b>参考資料</b>	<b>P.29</b>

本資料内で記載する計数は百万円未満を切り捨て表示しているため、内訳と合計が合わない場合があります。なお、増減比等は、小数点第1位未満を四捨五入の上、表示しております。

本資料に記載されている、当社グループの計画・将来の見通し・戦略などのうち、過去または現在の事実に関するもの以外は、将来の業績に関する見通しであり、これらは当社において現時点で入手可能な情報による当社経営陣の判断および仮定に基づいています。従って、実際の業績は、不確定要素や経済情勢その他リスク要因により、大きく異なる可能性があります。また、本資料は投資勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定はご自身の判断でなさるようお願いいたします。

## 2024年度第2四半期は、売上高1,175億円（15.6%増）、営業利益23億円（8.2%減）

- 海外飲料事業におけるトルコ飲料事業の躍進とポーランド子会社の増加効果により、大幅な増収
- 国内飲料事業において、サプリメント通販事業の広告投資をはじめとした各種費用の増加が影響し、減益
- 国内飲料事業における減益を、好調な海外飲料事業、非飲料事業によって一部吸収。海外飲料事業は前年を大幅に上回る実績で推移し、グループの業績を牽引

## 2024年度通期業績予想は、売上高2,400億円（12.5%増）、営業利益44億円（17.9%増）

- 海外飲料事業における好調な業績が牽引するほか、食品事業における収益性の向上が寄与し、連結で増収増益を予想
- 主力の国内飲料事業については、自販機での販売数量の減少やサプリメント通販の広告投資などにより減収・減益の予想。下期は、自販機稼働台数増やお客様のニーズに対応した価格改定（値下げ）などの対策を講じることで、販売数量を伸ばしていく



# 01 2024年度第2四半期 決算概要

---

# 2024年度第2四半期 連結決算の概要



売上高は、トルコ飲料事業の躍進とポーランド子会社の増加効果により、大幅な増収  
 営業利益は、国内飲料事業でサプリメント通販への広告投資を含む各種費用増が響き、減益  
 親会社株主に帰属する中間純利益は、第1四半期の有価証券売却益計上により増益

単位：百万円

	第2四半期（1/21～7/20）								
	2023年度		2024年度				（ご参考） 超インフレ会計適用前 影響額		
		構成比		構成比	増減率	増減額			
売上高	101,746	100.0%	<b>117,578</b>	100.0%	15.6%	15,832	116,108	1,469	
営業利益	2,527	2.5%	<b>2,319</b>	2.0%	△8.2%	△208	2,940	△620	
経常利益	1,773	1.7%	<b>1,396</b>	1.2%	△21.3%	△377	2,419	△1,023	
親会社株主に帰属する 中間純利益	2,343	2.3%	<b>4,905</b>	4.2%	109.3%	2,561	5,625	△719	
EPS ※	74.64円		<b>155.70円</b>			81.06円			

※2024年1月21日付けで1:2の株式分割を行っており、2023年度期首に株式分割が行われたと仮定して算出

# 2024年度第2四半期 連結業績 (セグメント別)



主力の国内飲料事業は、飲料の販売数量減やサプリメント通販の広告投資の増加が影響し、減収減益  
海外飲料事業において、トルコ飲料事業の躍進と、2月に買収したポーランド子会社の増加効果で大幅な増収増益

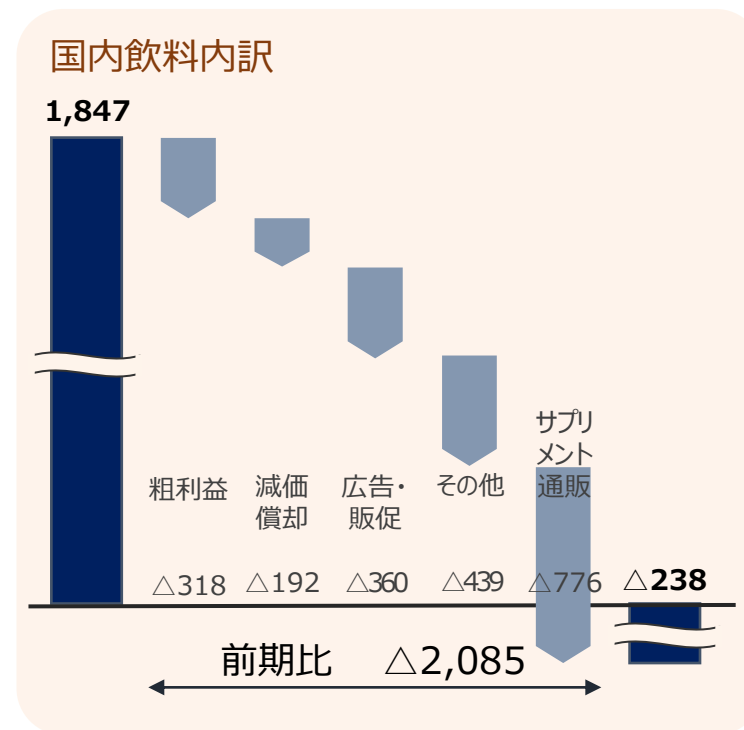
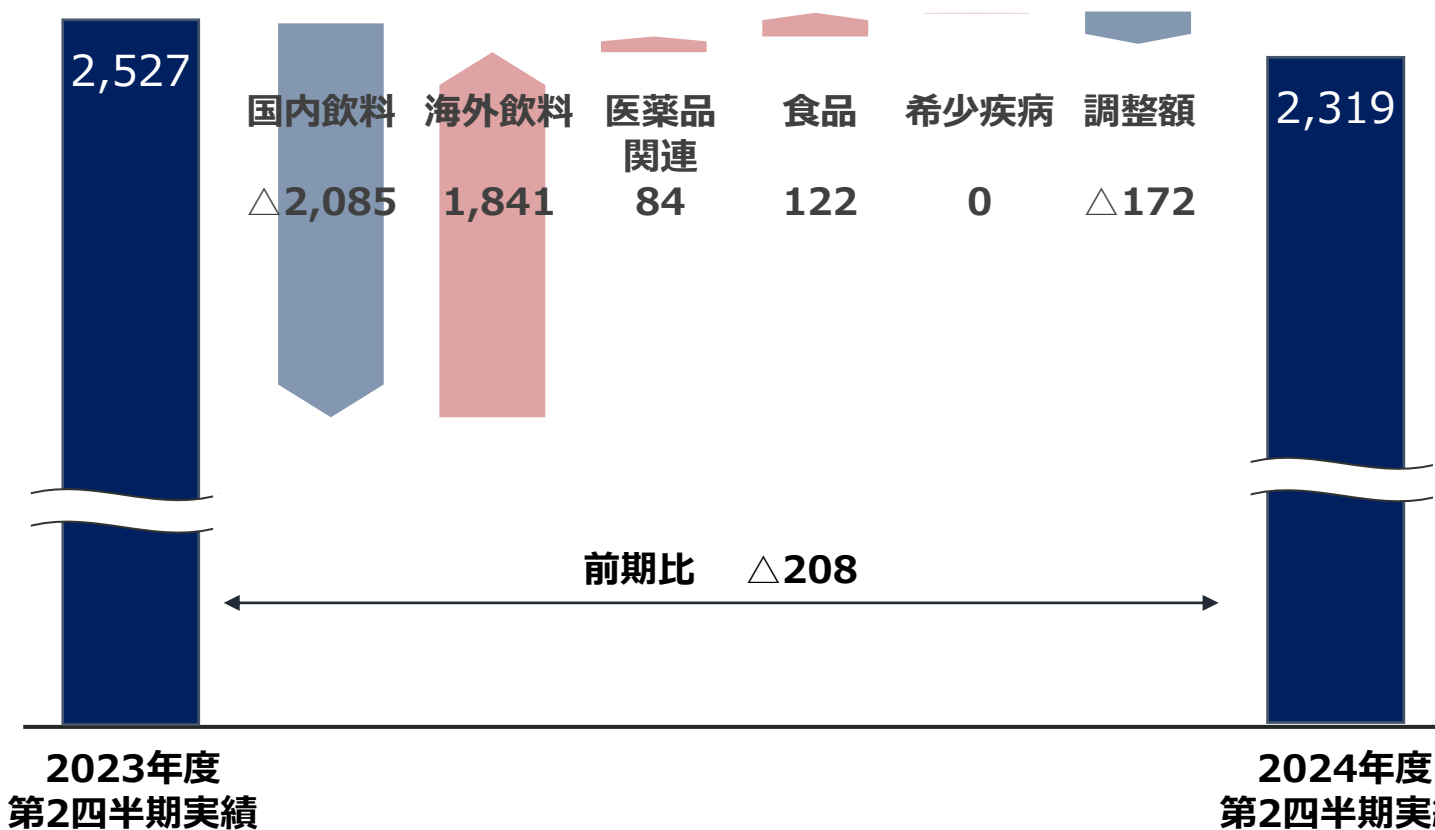
単位：百万円

	第2四半期 (1/21~7/20)							
	超インフレ会計適用後				超インフレ会計適用前			
	2023年度	2024年度	増減率	増減額	2023年度	2024年度	増減率	増減額
国内飲料事業	74,253	<b>73,009</b>	△1.7%	△1,243	74,253	<b>73,009</b>	△1.7%	△1,243
海外飲料事業	10,459	<b>26,757</b>	155.8%	16,298	11,842	<b>25,287</b>	113.5%	13,445
医薬品関連事業	6,386	<b>6,872</b>	7.6%	485	6,386	<b>6,872</b>	7.6%	485
食品事業	10,850	<b>11,106</b>	2.4%	255	10,850	<b>11,106</b>	2.4%	255
希少疾病用医薬品事業	—	—	—	—	—	—	—	—
調整額	△204	<b>△167</b>	—	36	△204	<b>△167</b>	—	36
売上高合計	101,746	<b>117,578</b>	15.6%	15,832	103,129	<b>116,108</b>	12.6%	12,979
国内飲料事業	1,847	<b>△238</b>	—	△2,085	1,847	<b>△238</b>	—	△2,085
海外飲料事業	462	<b>2,303</b>	398.6%	1,841	992	<b>2,924</b>	194.7%	1,932
医薬品関連事業	239	<b>324</b>	35.3%	84	239	<b>324</b>	35.3%	84
食品事業	776	<b>899</b>	15.8%	122	776	<b>899</b>	15.8%	122
希少疾病用医薬品事業	△296	<b>△295</b>	—	0	△296	<b>△295</b>	—	0
調整額	△502	<b>△674</b>	—	△172	△502	<b>△674</b>	—	△172
営業利益合計	2,527	<b>2,319</b>	△8.2%	△208	3,057	<b>2,940</b>	△3.8%	△117

# 2024年度第2四半期 営業利益の増減要因（前年同期比）

国内飲料事業における減益を、好調な海外飲料事業、非飲料事業によって一部吸収

単位：百万円



※「粗利益」「減価償却」「広告・販促」にはアサヒ飲料旧傘下の子会社3社の実績を含まない。  
「その他」にはアサヒ飲料旧傘下の子会社3社の業績などを計上。



## 02 2024年度業績予想

---



売上高と営業利益は、海外飲料事業における好調な業績が牽引し、増収増益を予想

経常利益はリラ安による為替差損等が影響するも、第1四半期の有価証券売却益計上により最終増益を予想

単位：百万円

	通期								
	2023年度		2024年度（予想）				（ご参考） 超インフレ会計適用前 影響額		
		構成比		構成比	増減率	増減額			
売上高	213,370	100.0%	<b>240,000</b>	100.0%	12.5%	26,629	236,500	3,500	
営業利益	3,732	1.7%	<b>4,400</b>	1.8%	17.9%	667	6,100	△1,700	
経常利益	3,115	1.5%	<b>2,600</b>	1.1%	△16.5%	△515	4,700	△2,100	
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,423	2.1%	<b>4,900</b>	2.0%	10.8%	476	6,700	△1,800	
EPS	140.77円		<b>155.48円</b>			14.71円			

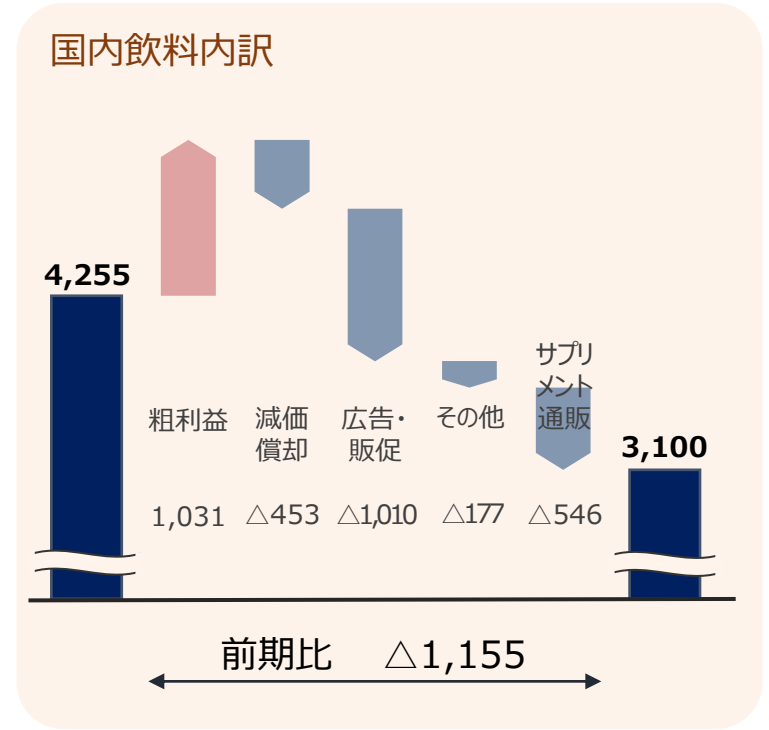
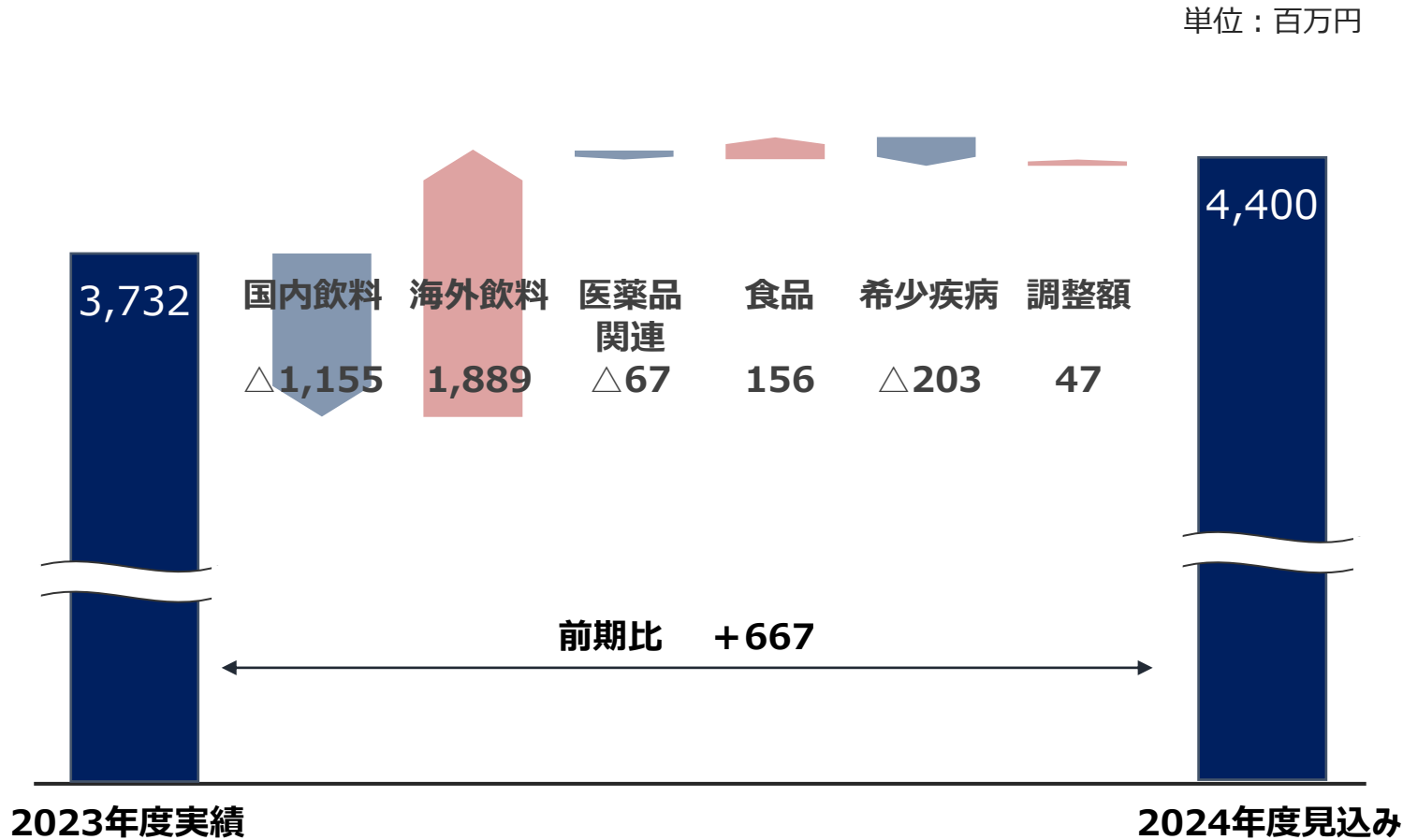
# 2024年度 連結業績予想 (セグメント別)

主力の国内飲料事業は、飲料の販売数量減やサプリメント通販の広告投資の増加が影響し、減収減益を予想  
海外飲料事業のほか、食品事業においても収益性の向上が寄与し、連結営業利益は増益を予想

単位：百万円

	通期									
	超インフレ会計適用後				超インフレ会計適用前					
	2023年度 通期実績	2024年度 予想	増減率	増減額	2023年度 通期実績	2024年度 予想	増減率	増減額	期初発表	差異
国内飲料事業	153,623	<b>152,400</b>	△0.8%	△1,223	153,623	<b>152,400</b>	△0.8%	△1,223	157,300	△4,900
海外飲料事業	26,444	<b>53,500</b>	102.3%	27,055	26,527	<b>50,000</b>	88.5%	23,472	44,600	5,400
医薬品関連事業	12,963	<b>13,250</b>	2.2%	286	12,963	<b>13,250</b>	2.2%	286	13,600	△350
食品事業	20,705	<b>21,200</b>	2.4%	494	20,705	<b>21,200</b>	2.4%	494	21,200	0
希少疾病用医薬品事業	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
調整額	△366	△ <b>350</b>	—	16	△366	△ <b>350</b>	—	16	△500	150
売上高合計	213,370	<b>240,000</b>	12.5%	26,629	213,453	<b>236,500</b>	10.8%	23,046	236,200	300
国内飲料事業	4,255	<b>3,100</b>	△27.1%	△1,155	4,255	<b>3,100</b>	△27.1%	△1,155	4,600	△1,500
海外飲料事業	1,110	<b>3,000</b>	170.1%	1,889	2,442	<b>4,700</b>	92.4%	2,257	2,800	1,900
医薬品関連事業	367	<b>300</b>	△18.4%	△67	367	<b>300</b>	△18.4%	△67	300	0
食品事業	993	<b>1,150</b>	15.7%	156	993	<b>1,150</b>	15.7%	156	900	250
希少疾病用医薬品事業	△796	△ <b>1,000</b>	—	△203	△796	△ <b>1,000</b>	—	△203	△1,000	0
調整額	△2,197	△ <b>2,150</b>	—	47	△2,197	△ <b>2,150</b>	—	47	△2,400	250
営業利益合計	3,732	<b>4,400</b>	17.9%	667	5,065	<b>6,100</b>	20.4%	1,034	5,200	900

国内飲料事業における減益を、好調な海外飲料事業、食品事業によって吸収し、増益を見込む



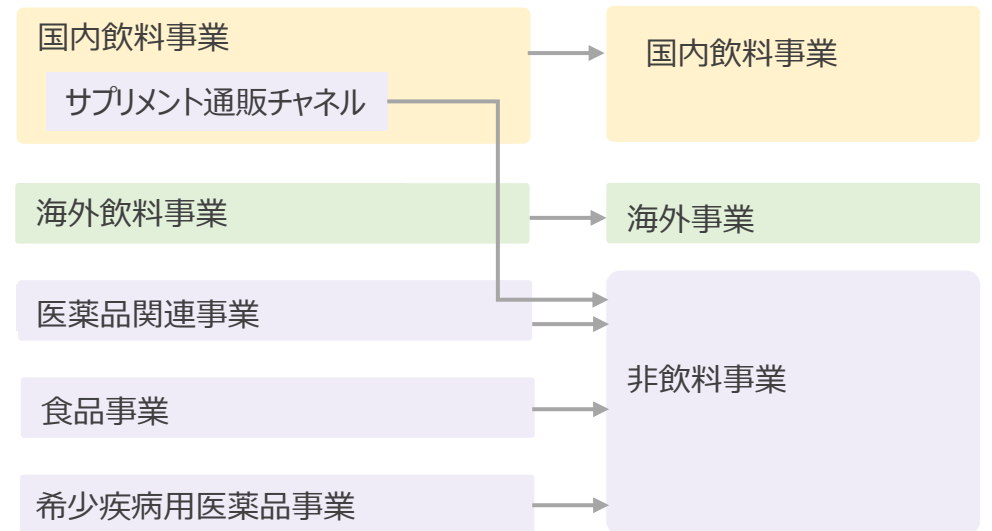
※「粗利益」「減価償却」「広告・販促」にはアサヒ飲料旧傘下の子会社3社の実績を含まない。  
「その他」にはアサヒ飲料旧傘下の子会社3社の業績などを計上。

# 03 グループミッション2030 / 中期経営計画2026の進捗状況

## ■ 事業区分

● 報告セグメント

● グループミッション2030基本方針の区分（本項における区分）



2030年のありたい姿として、2019年1月に策定

## 世界中の人々の楽しく健やかな暮らしを クリエイトするDyDoグループへ

### DyDoはお客様と共に。



#### お客様の健康をつくります

おいしさへの飽くなき探求心のもと、  
世界中のお客様の健康や生活の質向上に  
貢献する商品・サービスをお届けします。

### DyDoは社会と共に。



#### 社会変革をリードします

持続可能な社会のために、  
常識に捉われず、新たな視点から  
社会変革を自らリードします。

### DyDoは次代と共に。



#### 次代に向けて新たな価値を生み出します

革新的なテクノロジーを活用し、  
すべてのステークホルダーに  
ワクワクや驚きといった体験を提供します。

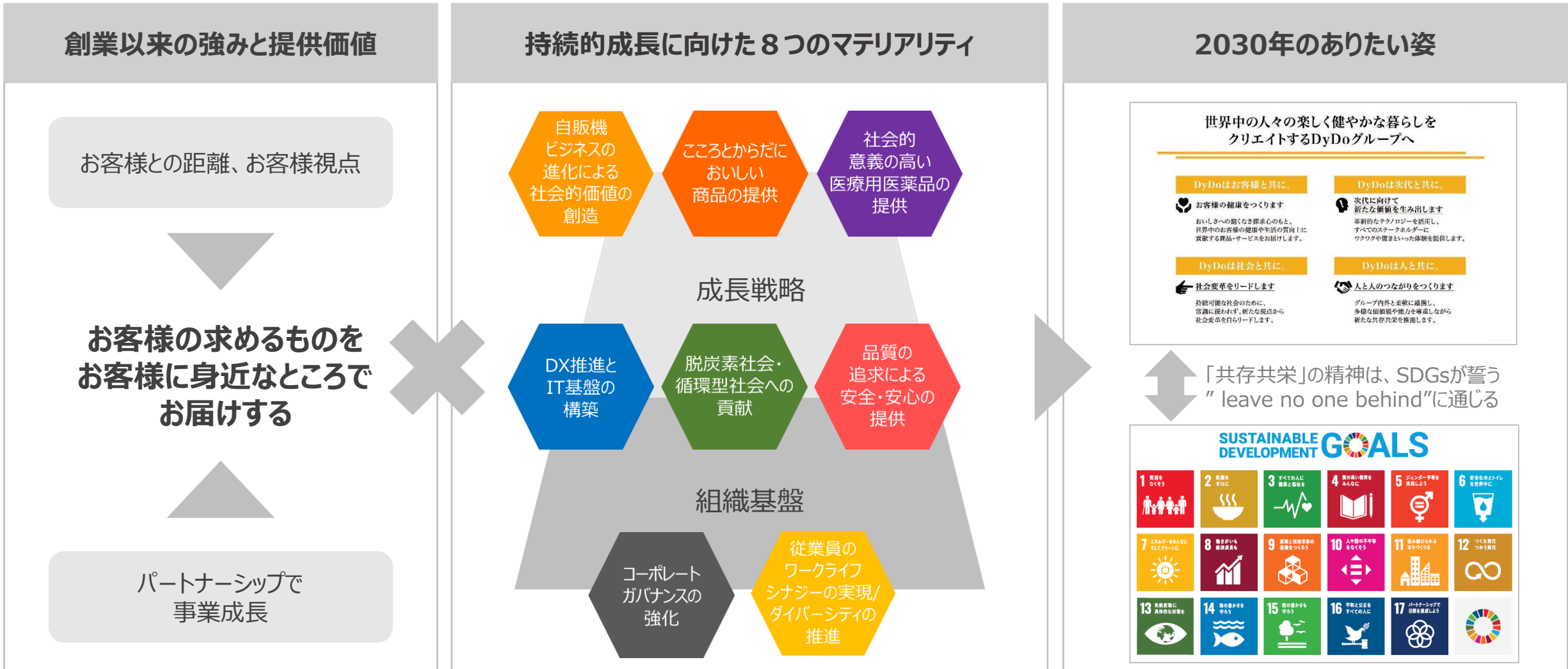
### DyDoは人と共に。



#### 人と人のつながりをつくります

グループ内外と柔軟に連携し、  
多様な価値観や能力を尊重しながら  
新たな共存共栄を推進します。

**グループ理念** 人と、社会と、共に喜び、共に栄える。その実現のためにDyDoグループは、ダイナミックにチャレンジを続ける。



社会価値、環境価値、経済価値を高め、持続的成長を実現する

**社会価値** 世界中の人々が楽しく健やかに暮らすことのできる持続可能な社会の実現に貢献する

## 世界中の人々の楽しく健やかな暮らしを クリエイトするDyDoグループへ

**環境価値** 2050年までに自販機ビジネスにおける  
カーボンニュートラルをめざす  
(自社排出+自販機の電力消費による排出※1)

**経済価値** 中長期的な企業価値向上の実現をめざす

2030年までに  
国内飲料事業  
自社排出 (Scope1・Scope2) ※2 **カーボンニュートラル**  
国内主要グループ会社※3  
自社排出量 (Scope1・Scope2) **50%削減**※4 (2020年比)

2030年1月期 連結ROIC

**8%以上**

※1 ダイダービバレッジサービスによるオペレーション自販機のCO<sub>2</sub>排出量 (Scope3)

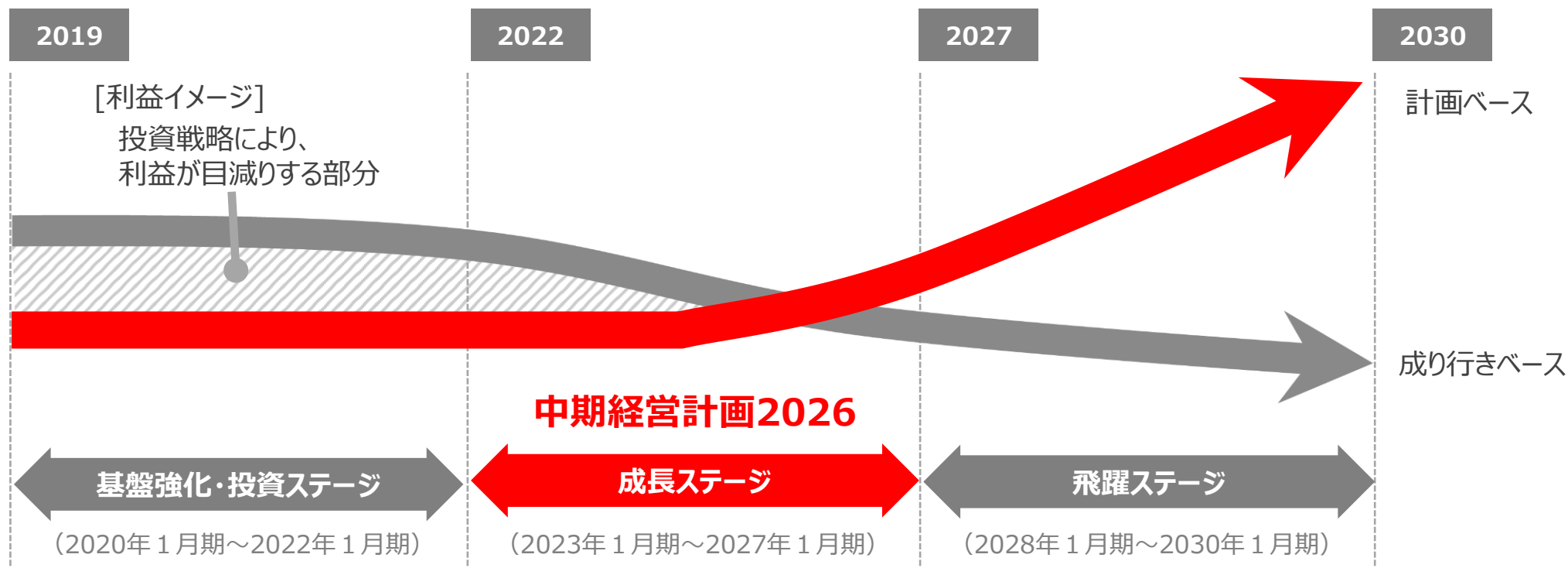
※2 ダイードリンク、ダイダービバレッジサービス、ダイダービジネスサービス

※3 ダイードリンク、ダイダービバレッジサービス、ダイダービジネスサービス、  
大同薬品工業、たらみ

※4 売上高原単位 (対象グループ会社の排出量合計÷売上高合計) にて算出)

※投下資本はセグメントへの投下分

## グループミッション2030の実現に向け、3つのステージに分け、中期経営計画を推進

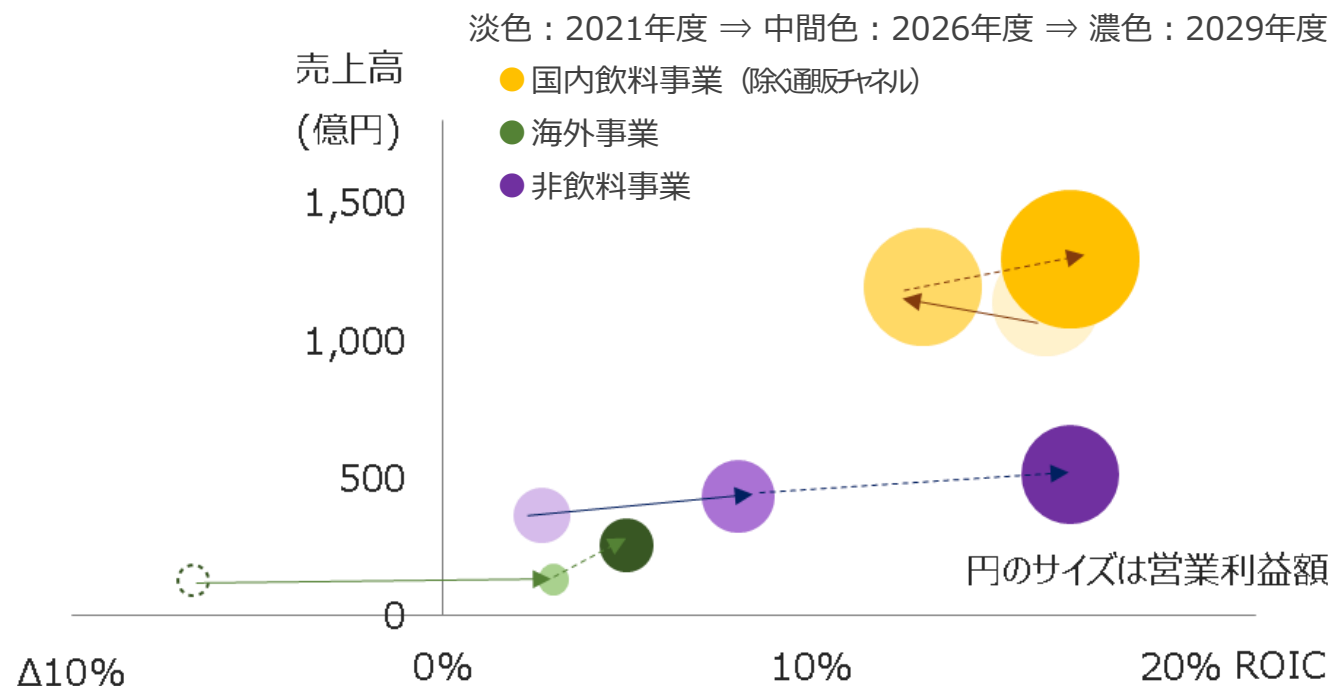




## 再成長軌道への道筋をつけ、飛躍ステージへ

- (1) 国内飲料事業の再成長により、キャッシュ・フロー創出力を向上
- (2) 飛躍ステージに向けて、海外事業戦略を再構築
- (3) 非飲料領域では、既存事業の強化に加え、新規事業（ガイドーファーマ）は長期視点での事業育成を図る

### 成長イメージ



### KPI

売上高成長率(CAGR)

※為替中立ベース

**+3%**

連結営業利益率

**4%**

連結ROIC

※投下資本はセグメントへの投下分

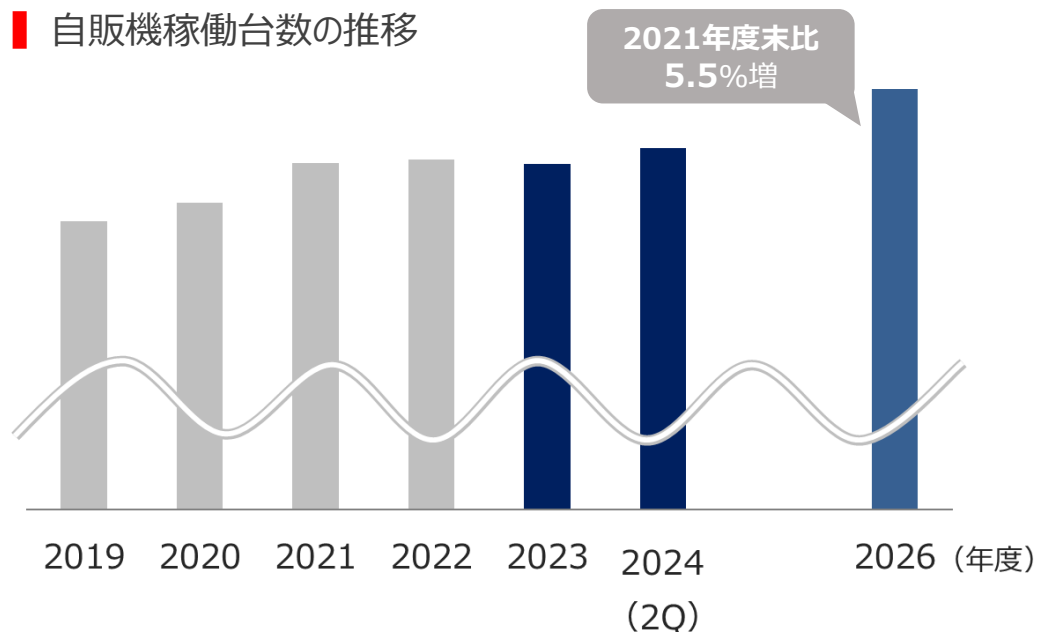
**6%**

## 自販機稼働台数は増加傾向。お客様の課題解決につながる自販機の展開が寄与

### 自販機稼働台数

- 2019年度を底に営業体制や営業力の強化などにより、自販機稼働台数は増加基調
- 2024年度第2四半期までの実績は、計画を上振れるペースで自販機台数の設置が進む
- 引き続き、優良ロケーションの新規獲得や引き上げの抑制などに取り組んでいく

### 自販機稼働台数の推移



### 自販機台数増加の背景

- 自販機の新しさ、利便性、楽しさの強化に加え、お客様や社会の課題解決につながる自販機を多数展開
- 自販機を通じたソリューション提案を行うため、成功事例の共有や各担当者の継続的なスキルアップを図っている
- その結果、法人顧客を中心に自販機設置営業が好調。台数増加につながっている

### 当社自販機が提供する価値



新しさ

- 業界のスタンダードを創造
- これまでにない自販機

社会課題の解決

- 環境負荷低減
- 子育て支援
- ダイバーシティ推進 等

利便性

- いつでもどこでも買える
- 電子マネー決済対応
- 豊富な商品ラインアップ

楽しさ

- ユニークな商品
- 自販機アプリ スマイルスタンド

社会の様々な課題に対して自販機を通じて解決をめざす

LOVE the EARTHベンダー

環境負荷低減



2022年～  
約 **3,400** 台

ベビー用紙おむつ自販機

子育て支援

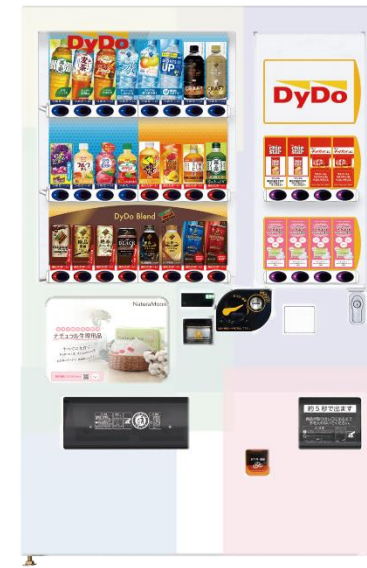


2019年～  
約 **600** 台

女性ヘルスケア応援自販機※

※飲料と共に女性用衛生用品（生理用ナプキン）を  
購入することができる自販機

ダイバーシティ推進



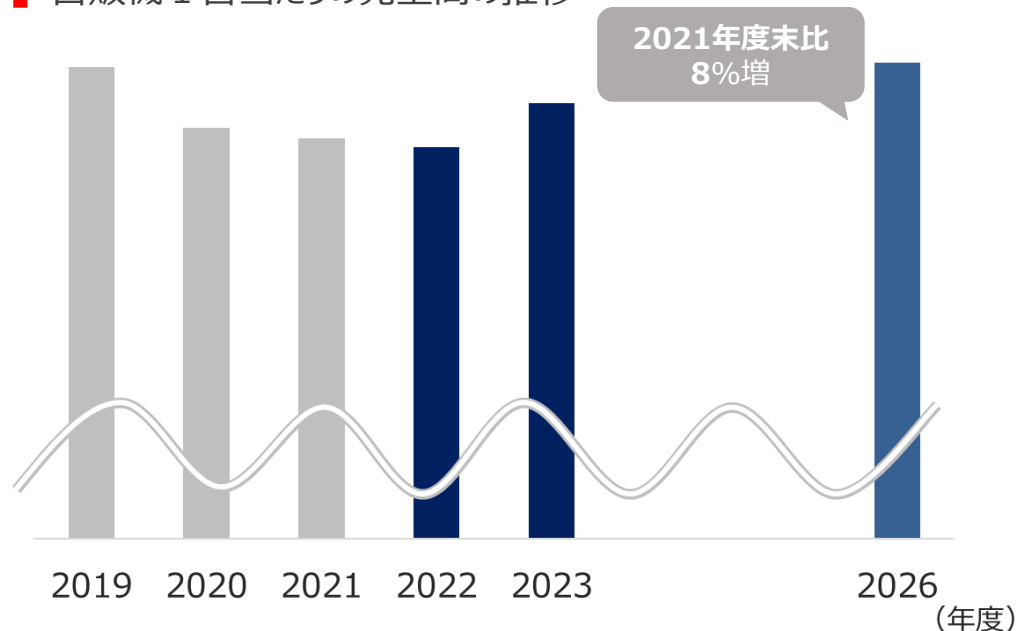
2023年～  
約 **40** 台

## 自販機1台当たりの売上高の向上に向け、各種施策を実行

### 自販機1台当たりの売上高

- コロナ禍で自販機1台当たりの売上高は減少傾向にあったものの、2023年度は価格改定による効果で回復
- 2024年度第2四半期までの実績は、自販機設置台数の増加に対し、売上高が減少したことで、1台当たりの売上高も減少

### 自販機1台当たりの売上高の推移



### 自販機1台当たり売上高減少の背景

- 自販機市場全体において、春先の天候不順の影響や、消費者の節約志向の高まり、流通チャネルとの価格差拡大などが影響し、前年を下回る水準で推移
- 市場の縮小に加え、2023年11月に当社単独で実施した価格改定により、販売数量が減少

### 自販機1台当たり売上高向上に向けた施策

- 「こことからだに、おいしいものを。」を体現する魅力的な商品の展開により、商品のファンを獲得する (P21)
- 商品全体の価格戦略を見直し、価格の柔軟性を上げる (P22)
- スマートオペレーションでのAI活用により、ロケーションごとの最適ラインアップ展開や、売り切れによる販売機会ロスの削減を行う (P33-34)
- キャッシュ・レス対応を加速させ、自販機の利便性を向上させる (2026年度までに直販におけるキャッシュ・レス対応比率40%目標)

(1) 国内飲料事業の再成長により、キャッシュ・フロー創出力を向上  
こころとからだに、おいしい商品の提供

今年5月に発売した「FRISK SPARKLING」は各種メディア・SNSで話題となり、販売好調

FRISK SPARKLING

世界初<sup>※1</sup>！  
FRISK炭酸飲料  
(シュガーレス)

クーリングフレーバーで  
強刺激と続く  
冷涼感！



FRISK Official Licensee © 2024 Perfetti Van Melle.

機能性関与成分  
GABA<sup>※2</sup>配合で  
「疲労感軽減」  
「ストレス軽減」  
(機能性表示食品)

GABAの働き

GABAには、仕事や勉強による一時的な精神的ストレスや疲労感を軽減する機能があることが報告されています。

※1 FRISK™の飲料化（当社調べ）

※2 Gamma Amino Butyric Acid (γ-アミノ酪酸) の略称。人間の体内にも広く存在するアミノ酸のひとつ。



# 価格改定（値下げ）による価格面での価値提供

一部商品の値下げを行い、あらゆるお客様に寄り添った価値提供を行う

## コーヒー飲料における自販機推奨価格一覧

- 「ダイドーブレンド絶品微糖」「ダイドーブレンド絶品ブラック」の2品について、8月より自販機推奨価格を20円値下げし、120円に設定
- 高い品質や味わいを保ちつつ、価格面でもお客様に寄り添ったバリエーションを展開し、魅力ある商品ラインアップによる価値提供を行う

140円から  
120円に値下げ



120円 140円 150円 160円 170円 180円 200円

2024年8月27日現在

## 厳しい事業環境の中、売上拡大とともに収益性を大幅に改善

### トルコ子会社を取り巻く事業環境

#### 経済状況

- 継続するリラ安や世界的なインフレを背景に、各種コストは上昇基調が継続
- トルコ国内ではハイパーインフレが常態化。物価の上昇に対応するため、トルコ政府が各企業に最低賃金の引き上げを定期的に要請

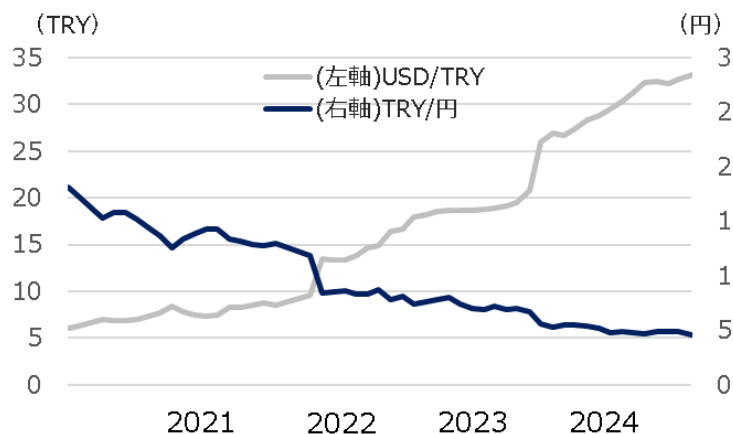
#### 飲料市場

- グローバルメーカーがシェアの大半を占める
- 中東問題を受け、2023年10月頃より米国ブランドへの不買運動が継続

### トルコにおける当社実績

- 戦略的な価格改定と機動的な営業施策により、現地通貨ベースで売上伸長
- 価格改定による単価改善や、サプライチェーンマネジメント改革（詳細は次ページ）により収益性を大幅に改善
- リラ安を背景に、国外輸出を積極展開。各国のイスラム市場を主な対象とし、20か国以上との取引を行う

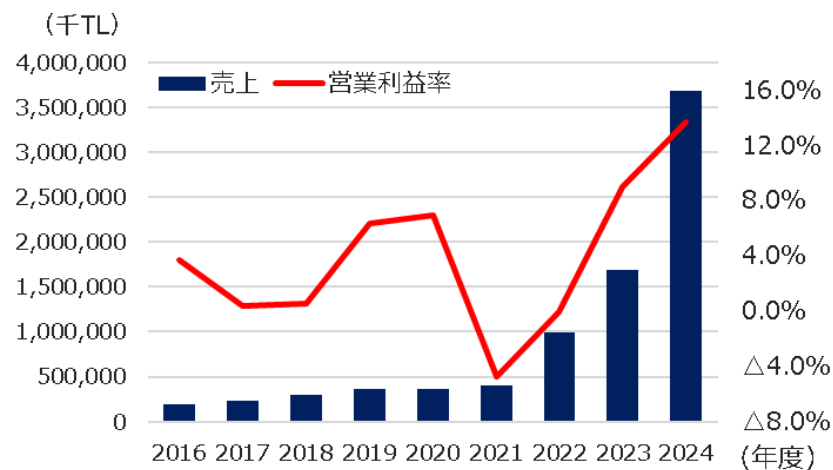
### トルコリラの為替レートの推移



### トルコのインフレ率の推移



### トルコ飲料事業の上期業績 (超インフレ会計適用前現地会計ベース)



## 近年取り組んできたサプライチェーンマネジメント改革が足元の増益に寄与

### サプライチェーンマネジメント改革の概要

- 2022年に従来の部門別管理体制を刷新し、サプライチェーン部門として一体管理を開始
- サプライチェーン全般を通じた複数の施策に取り組み、変動の激しいトルコ飲料市場において収益性の向上を実現
- 短期的な収益改善に留まらず、サプライチェーン全体として、無駄が少ない効率的な供給体制の構築が進む

### 収益性改善に向けた主な施策

施策	概要
購買価格の条件変更	生産増による交渉力増を背景としたサプライヤーからの好条件獲得やコモディティ市況の動向を鑑みての一部原材料の将来購買価格の先決め（ヘッジ）実施によるコスト低減
サプライヤーの見直し	各種原材料や配送などのサプライヤーについて、見直しを行うことで、好条件を獲得
ライトオフ・リターン低減活動	原材料や商品の在庫管理徹底、営業との連携による顧客先在庫の把握管理などにより、賞味期限切れや過剰在庫などによるライトオフ（在庫の廃棄）やリターン（顧客からの返品）発生を削減
効率的な供給体制の構築	サプライチェーンの各フェーズにおいて効率性指標を用いて管理し生産効率を保つとともに、堅調な需要を支えるための増産施策も柔軟かつ迅速に実施し、効率的かつ安定した供給体制を構築

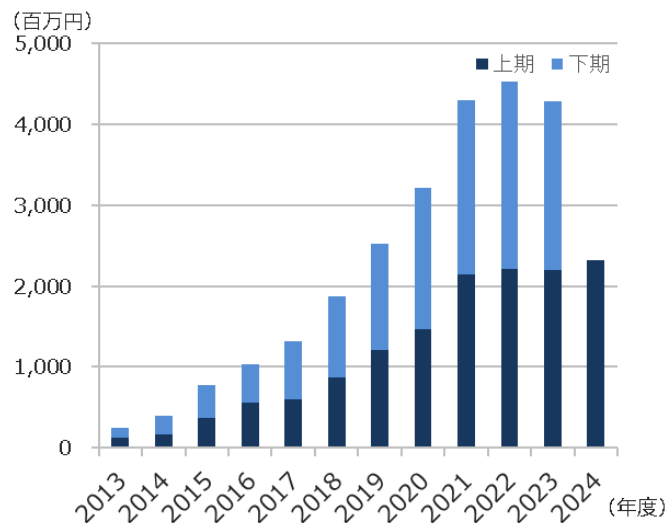


それぞれのセグメントで、環境の変化に対応しながら、売上高成長や収益性向上に向けた施策を実行

## サプリメント通販（国内飲料事業）

- 他社製サプリメントの問題が業界全体に影響。当社も広告効率悪化など一定の影響を受け、広告投資の調整などで、機動的に対応
- 市場の変化を捉え、国内飲料事業で培ってきたガイドーの安全・安心なブランドイメージの訴求を強化する

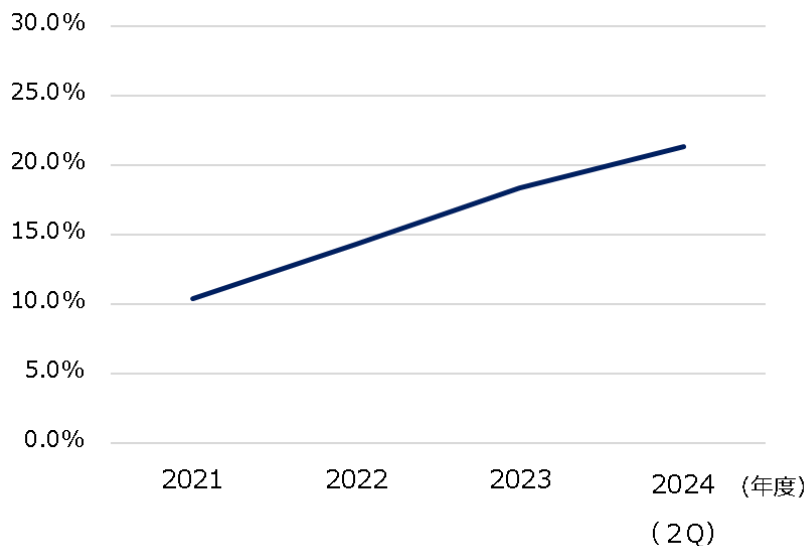
### サプリメント通販の売上高推移



## 医薬品関連事業

- 2020年に稼働開始したパウチラインは、ドリンク剤の落ち込みをカバーする形で、高付加価値の医薬部外品商品受注が好調
- こうした環境を受け、人員の増強など、パウチ製品の生産体制強化を進めていく

### 売上高に占めるパウチ製品の割合推移



## 食品事業

- 年間を通じた気温上昇の影響などを受け、商品の販売状況は好調も、中期的な課題として工場の人手不足が見込まれる
- 将来のリスクに備え、製造ラインへのAI機能導入によるオートメーション化の推進により労働力不足対応や、品質のさらなる向上と安定化を図る

### たらみのオートメーション化推進の一例



従来、人による目視で行っていた異物検査を、2023年9月よりAIカメラで実施

## 2024年4月、DyDoグループがめざす人的資本経営を策定

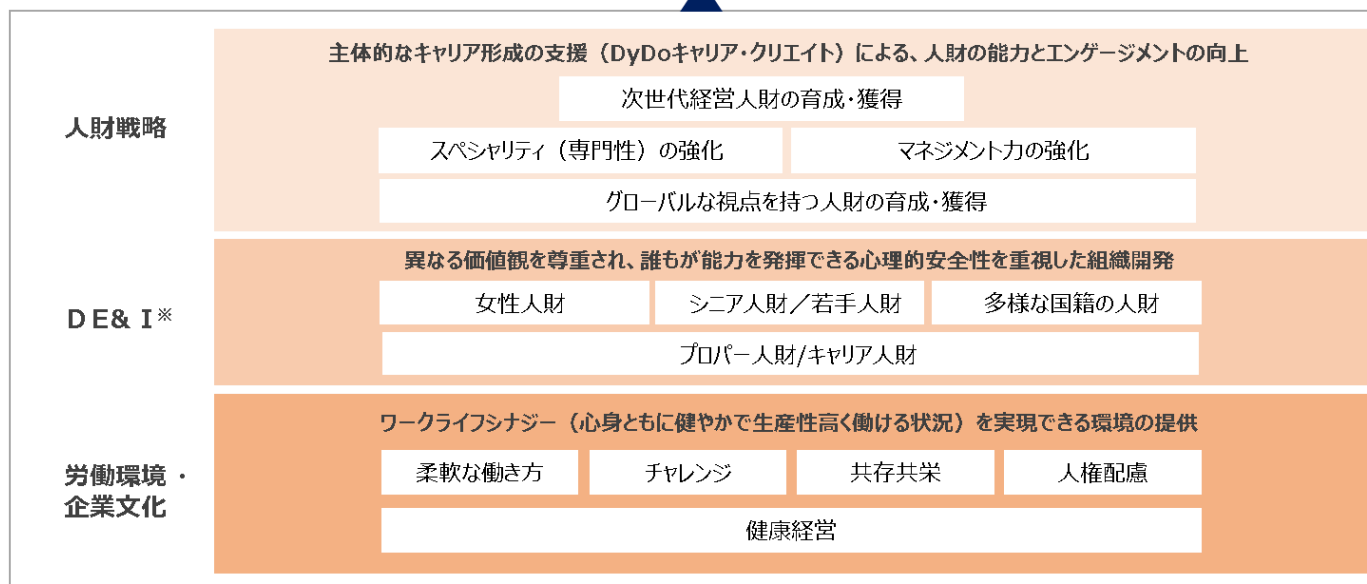
グループミッション2030  
 の実現に向けた戦略

既存事業の再成長と新規成長領域の獲得・育成を実現する  
 「国内飲料事業のイノベーション」「海外での事業展開の拡大」「非飲料事業での第2の柱を構築」

人的資本経営に  
 における目標

多様な価値観や能力を有する自律型プロフェッショナル人材からなる組織を構築し、  
 個人の主体的な成長・活躍により社会の変化に柔軟に対応して、国内外での事業の変革・事業創造に貢献する

DyDo グループが  
 めざす  
 人的資本経営



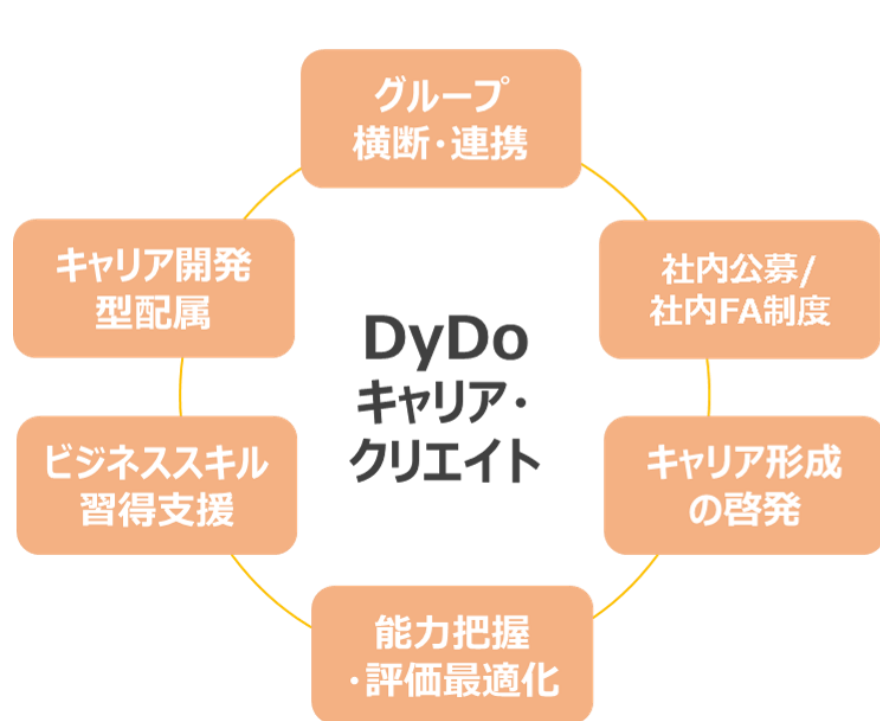
※DE&I（ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン）：  
 多様性を尊重し、個々の状況に合わせた公平性のある機会を提供し、全員が能力を発揮できる環境を実現するという考え方

【関連リリース】  
 DyDoグループがめざす人的資本経営を特定～主体的なキャリア形成を支援する仕組み「DyDo キャリア・クリエイト」を導入～（2024年4月17日）  
<https://ssl4.eir-parts.net/doc/2590/tdnet/2422471/00.pdf>

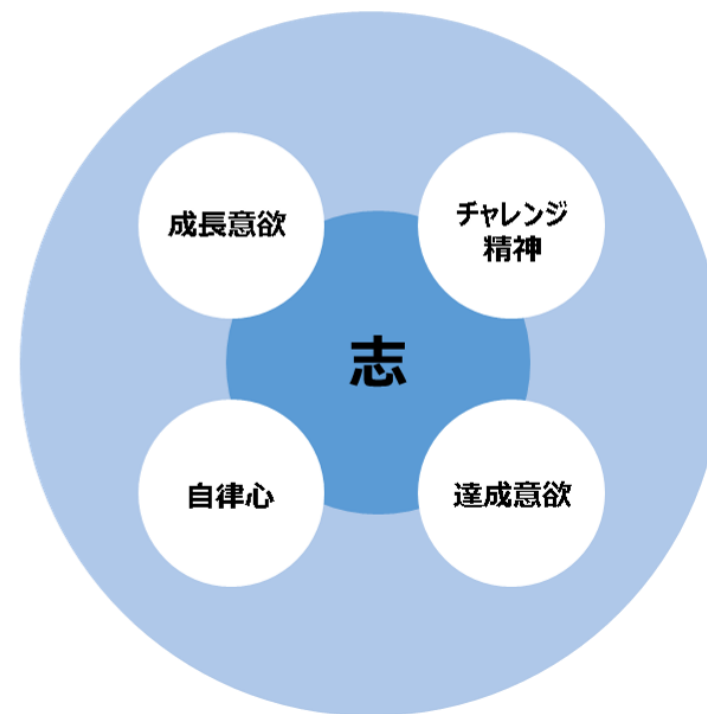
## 人財戦略として、主体的なキャリア形成の支援による人財の能力とエンゲージメントの向上を図る

### ■ 主体的なキャリア形成の実現に向けた仕組み

#### DyDoグループの主体的なキャリア形成支援



#### DyDoグループが求める資質を備えた人財



「こころとからだに、おいしいものを。」お届けし、世界中の人々の楽しく健やかな暮らしをクリエイトする。

## 世界中の人々の楽しく健やかな暮らしを クリエイトするDyDoグループへ

自販機市場において、  
絶え間ない挑戦と共創で  
新しい価値を提供し、  
トップランナーとして  
業界をリードし続けます

こころとからだに、  
おいしいものを。



治療選択肢のない  
希少疾病に苦しむ患者様へ  
治療薬を提供します

世界中の人々の健康を支える  
グローバルブランドを生み出します

「健康・美容」分野での  
製造受託企業NO.1になります

フルーツとゼリーを通して  
「おいしさ」と「健康」を追求し、  
すべての人々を幸せにします



## 04 參考資料

---

海外飲料事業の主要国であるトルコの子会社の財務諸表について、IAS第29号「超インフレ経済下における財務報告」に定められる要件に従い、2022年度第2四半期連結会計期間より、会計上の調整を加えております。本資料内では「超インフレ会計」と表記しています。

## 記載のポイント

必要に応じ、超インフレ会計適用前の参考値を記載しております。

## IAS第29号「超インフレ経済下における財務報告」の概要

①超インフレ経済下とは、3年間の累積インフレ率が、100%に近づいているかまたは100%を超えている状態（トルコは2022年3月期に100%超）

②日本円換算時、資産・負債及び収益・費用項目を決算日レートで換算しなければならない。

	従来基準	IAS第29号適用後
BS科目	決算日レート	決算日レート
PL科目	期中平均レート	

③物価指数の変動を財務諸表に反映する必要がある

### ■ バランスシートへの影響

・棚卸資産、有形・無形固定資産等の非貨幣性項目は取得日・取引日から、資本金は出資時点から、それぞれ期末時点までの物価変動に応じて修正再表示

・利益剰余金は期末時点までの累積的な影響を反映

### ■ 損益計算書への影響

・すべての科目を、原則取引ごとに取り引時点から期末時点までの物価変動に応じて修正再表示

## 貸借対照表への主な影響

金融資産	有利子負債
売上債権	仕入債務
棚卸資産 <b>①</b>	その他
有形固定資産	純資産
・無形固定資産	資本金 <b>②</b>
その他	利益剰余金 <b>③</b>

- ①** 取得日・取引日から期末時点の物価変動に応じて修正再表示
- ②** 出資時点から期末時点の物価変動に応じて修正再表示
- ③** 期末時点までの累積的な影響を反映

## 損益計算書への主な影響

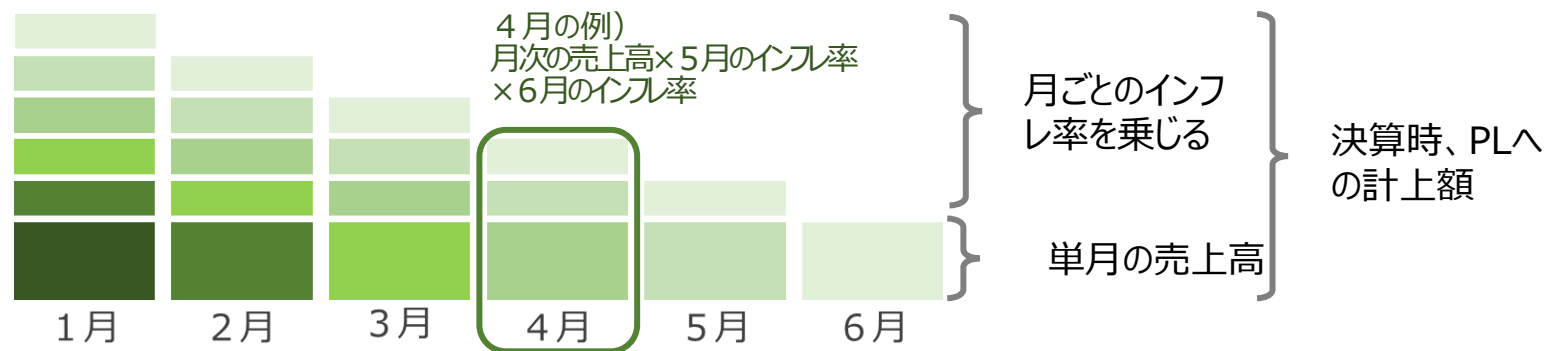
(百万円)	連結PLへの影響額 (従来基準との差異)
売上高	1,469
売上原価	
売上総利益	
販管費	
減価償却費	
営業利益	△620
営業外損益	△402
経常利益	△1,023
法人税等	△303
当期純利益	△719

単月ごとにインフレ率を乗じ、現地の財務諸表を作成  
修正再表示後の資産をベースに、減価償却費（製造原価/販管費）等を再計算

→ 正味貨幣持高に関するインフレの影響を損失として計上

→ 法人税等調整額の増加

## 売上高・コストの計上イメージ（円換算前）





競合他社に先行して価格改定を実施したことや春先の天候不順の影響を受け、飲料の販売数量が減少し、減収  
サプリメント通販への積極的な広告投資やスマート・オペレーション関連含む各種費用増が響き、減益

単位：百万円

	第2四半期						通期					
	2023年度		2024年度		増減率	増減額	2023年度		2024年度		増減率	増減額
	実績	構成比	実績	構成比			実績	構成比	見込み	構成比		
売上高	74,253	-	<b>73,009</b>	-	△1.7%	△1,243	153,623	-	<b>152,400</b>	-	△0.8%	△1,223
営業利益	1,847	2.5%	<b>△238</b>	△0.3%	-	△2,085	4,255	2.8%	<b>3,100</b>	2.0%	△27.1%	△1,155
減価償却費	2,522		<b>2,715</b>		7.6%	192	5,147		<b>5,600</b>		8.8%	452
のれん償却額	51		<b>51</b>		0.0%	0	103		<b>100</b>		△3.8%	△3

(対象期間：1月21日～7月20日)

- 自販機チャネルは他社に先行して価格改定を実施したことや春先の天候不順の影響を受け、売上高・販売数量とも減少し、単価は改善したものの、粗利は減少
- 自販機新規開拓営業は順調に推移し、自販機台数は計画を上回るペースで増加
- 流通チャネルでは、競合他社の販促投資が激化する中、利益重視の方針のもと、選択と集中による投資効果の発揮と販促費の最適化を実施。市場廉価の影響を受けにくい独自性、付加価値の高い商品の提案を進める
- サプリメント通販は、積極的な広告投資を行った結果、定期顧客に向けた出荷件数が伸長し、増収
- 他社製サプリメントの問題が業界全体に影響。当社も広告効率悪化など一定の影響を受け、広告投資の調整などで、機動的に対応

■ チャンネル別売上高・販売数量

	単位：百万円／千本	2023年度		2024年度第2四半期	
		第2四半期			増減率
売上高	自販機	65,542	<b>63,854</b>	△2.6%	△1,687
	(従来比較可能ベース※1)	47,344	<b>45,669</b>	△3.5%	△1,674
	流通・海外※2	6,517	<b>6,829</b>	4.8%	312
	サプリメント通販	2,193	<b>2,325</b>	6.0%	131
販売数量	合計	74,253	<b>73,009</b>	△1.7%	△1,243
	(従来比較可能ベース※1)	56,055	<b>54,824</b>	△2.2%	△1,230
	自販機	686,287	<b>624,472</b>	△9.0%	△61,814
	(従来比較可能ベース※1)	516,648	<b>467,103</b>	△9.6%	△49,544
流通	111,712	<b>103,773</b>	△7.1%	△7,938	
合計	797,999	<b>728,246</b>	△8.7%	△69,752	
(従来比較可能ベース※1)	628,360	<b>570,877</b>	△9.1%	△57,482	

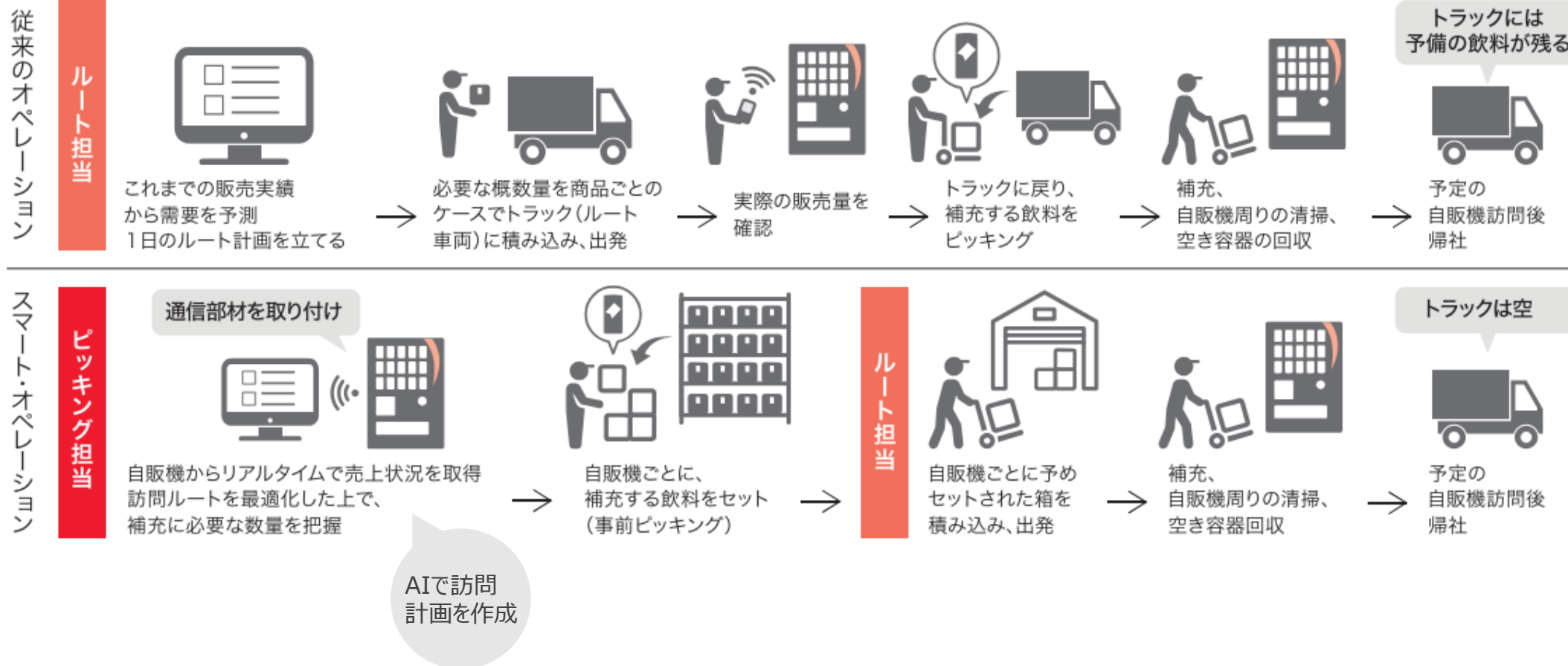
※1 アサヒ飲料旧傘下子会社3社を除く ※2 「海外」には海外向け輸出分を計上。



# スマート・オペレーションの取り組み

デジタル技術を活用した自販機オペレーション体制を展開し、業務効率化とオペレーションの省人化を実現

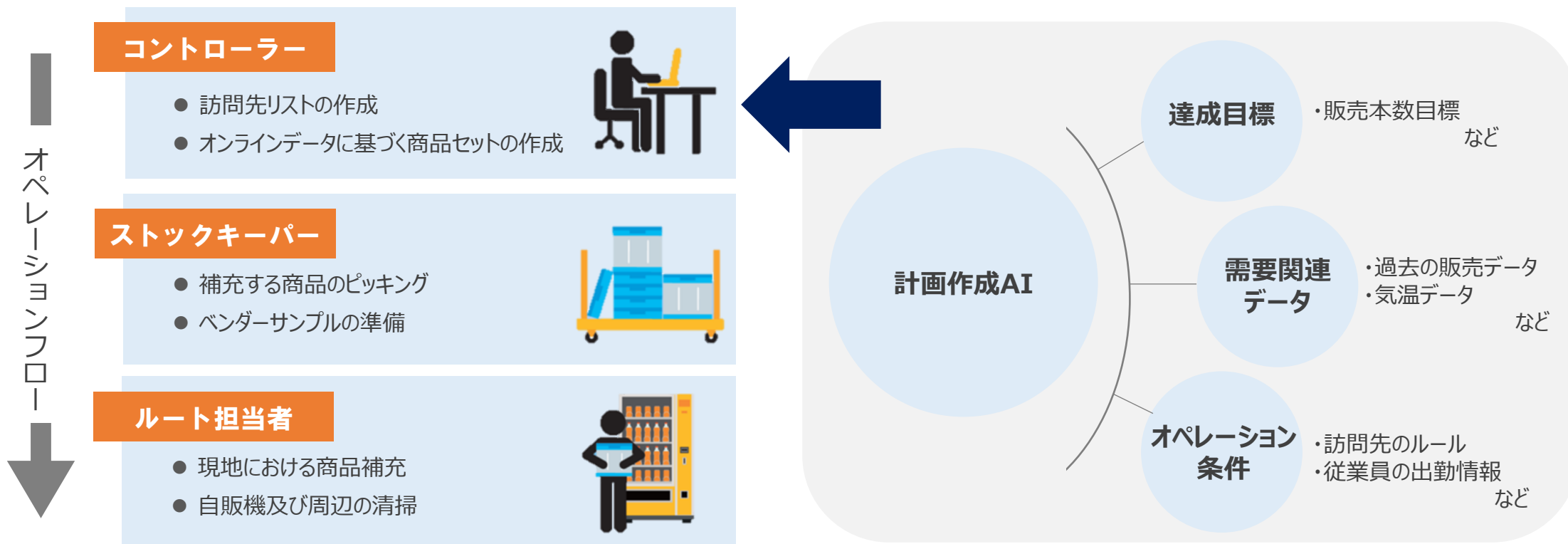
## スマート・オペレーション体制の概要



## 自販機オペレーションの計画作成にAIを活用し、さらなる効率化を進める

### スマート・オペレーションによる提供価値拡大に向けた取り組み

- スマート・オペレーションに対応した新たな基幹システムに刷新
- 訪問先リストや補充商品を計画立案するAI機能を導入し、オペレーションのさらなる効率化と売上向上をめざす



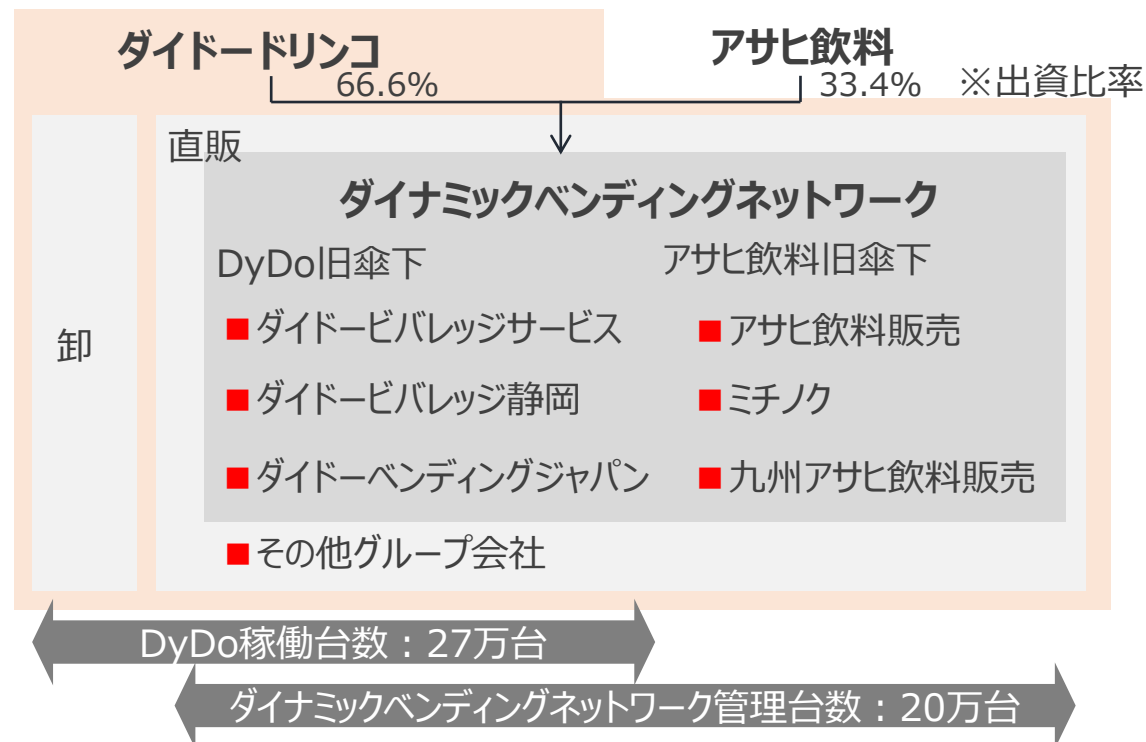
# ダイナミックベンディングネットワークの運営

## 直販事業の一体的運営によるオペレーションシナジーを追求していく

### ダイナミックベンディングネットワーク

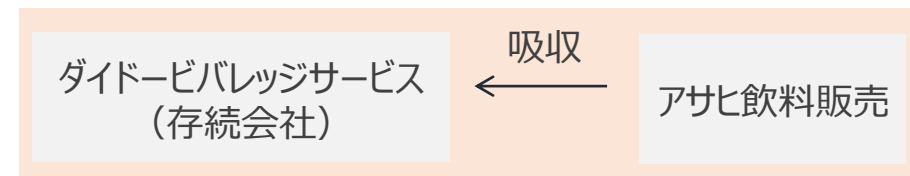
- 2023年1月23日に、直販事業の一体的運営を目的に合併会社として設立
- ダイドーのスマート・オペレーションを展開し、オペレーションスピードと品質管理能力、生産性を向上する
- 将来的な人手不足、雇用確保という課題を解決する

### ダイナミックベンディングネットワークの位置づけ



### 傘下子会社の統合（ダイドーアサヒベンディング株式会社）

- 2025年1月21日付でダイドービバレッジサービスがアサヒ飲料販売を吸収合併予定
- 同時に「ダイドーアサヒベンディング株式会社」へと社名変更を行う
- 一体的運営を加速し、オペレーションシナジーの創出をめざす



▼ 社名変更

## ダイドーアサヒベンディング

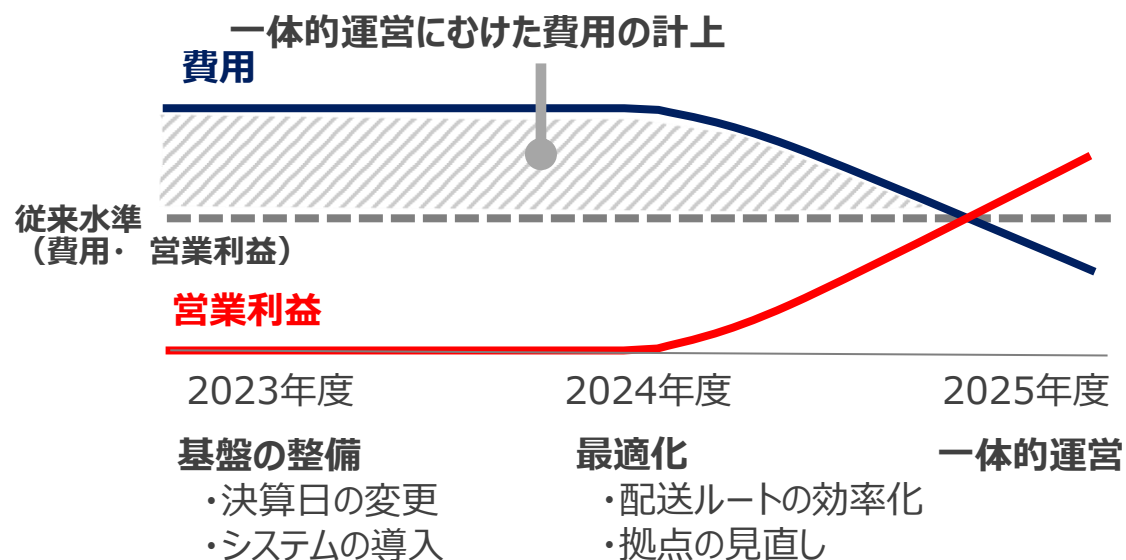
## スマート・オペレーションの継続的な改善と展開拡大を行い、利益創出を図る

### ダイナミックベンディングネットワークへのスマート・オペレーションの展開

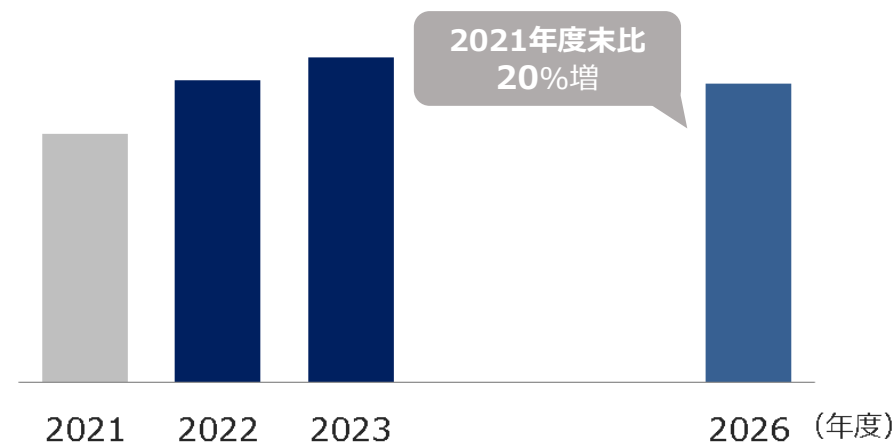
#### スマート・オペレーション (SM・O) の展開計画

	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年～
ダイードリンコ旧傘下へのSM・Oの展開	■	■	■	■	■		
SM・OへのAI導入					■	■	■
アサヒ飲料旧傘下へのSM・Oの展開						■	■

#### ダイナミックベンディングネットワークにおける費用と営業利益のイメージ



#### 一人あたり\*の売上高の推移



\*ダイードリンコ旧傘下直販のオペレーション担当者

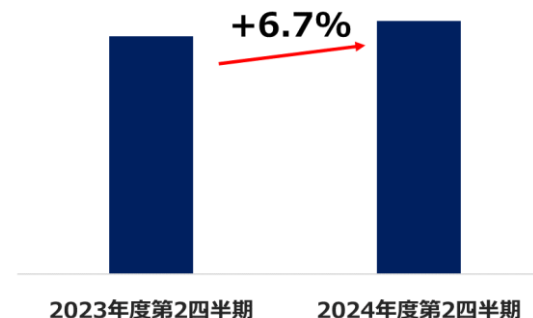
## 継続するコスト上昇に対応し、価格改定の実施を含め適正な利益水準を確保

### 適正な利益水準の確保に向けた価格改定の実施

- 2022年度以降、原材料、資材・包材、加工賃、配送費などのコストは、上昇傾向が継続
- 事業全般を通じたコスト削減に取り組むとともに、価格改定を通じて数量の確保と適切な利益水準の維持をめざす

### 販売単価の状況

※アサヒ飲料旧傘下子会社3社及びヘルスケア通販チャネルを除く



### 2022年度以降の価格改定の概要

	2022年10月1日～	2023年5月1日～	2023年11月1日～	2024年8月21日～	2024年10月1日～
商品	ボトル缶・PETコーヒーとソフトドリンク※を中心	SOTコーヒーを中心	ボトル缶・PETコーヒーとソフトドリンク※を中心	ガイドブレンド絶品微糖/絶品ブラックの2品	ボトル缶・PETコーヒーとソフトドリンク※を中心
チャンネル					
自販機	●	●	●	●	—
流通	●	●	—	—	●
改定額	希望小売価格(税抜)を+9~25%	希望小売価格(税抜)を+7~22%	自販機推奨価格を+10~30円	自販機推奨価格を-20円(値下げ)	希望小売価格(税抜)を+12~20%

※一部対象外の商品あり

主力であるトルコ飲料事業の躍進とポーランド子会社の増加により、大幅な増収増益

単位：百万円

	第2四半期							通期						
	2023年度		2024年度					2023年度		2024年度				
	実績	構成比	実績	構成比	増減率	増減額	実績	影響額	実績	構成比	見込み	構成比	増減率	増減額
売上高	10,459	—	<b>26,757</b>	—	155.8%	16,298	25,287	1,469	26,444	—	53,500	—	102.3%	27,055
のれん償却前営業利益	462	4.4%	<b>2,522</b>	9.4%	445.8%	2,060	3,154	△632	1,110	4.2%	3,470	6.5%	212.4%	2,359
のれん償却費*1	—	—	<b>218</b>	0.8%	—	218	230	△11	—	—	470	0.9%	—	470
営業利益	462	4.4%	<b>2,303</b>	8.6%	398.6%	1,841	2,924	△620	1,110	4.2%	3,000	5.6%	170.1%	1,889
減価償却費	343		<b>807</b>		135.5%	464	494	313	859		1,800		109.5%	940
トルコリラ*2	5.57円		<b>4.91円</b>		△0.66円		<b>4.83円</b>	0.08円	4.82円		4.20円		△0.62円	
ポーランドズロチ	—		<b>38.55円</b>		—		—	—	—		37.00円		—	
中国元	19.55円		<b>21.26円</b>		1.71円		—	—	19.87円		21.10円		1.23円	

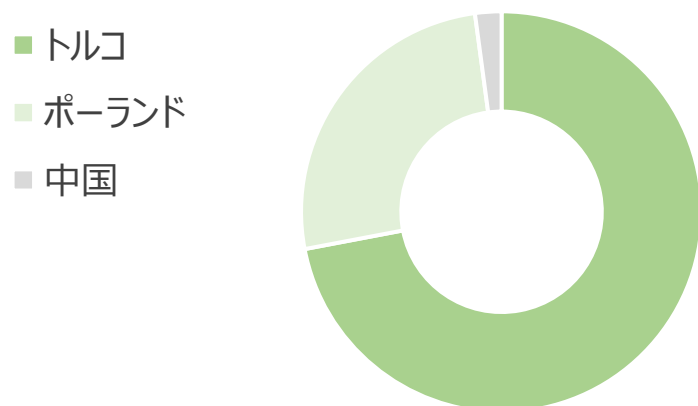
(対象期間：1月1日~6月30日)

\*1 ポーランド子会社の買収にかかるのれん償却費。ただし取得原価の配分が完了していないため、現時点において入手可能な合理的情報に基づき、暫定的に算定

\*2 トルコリラは超インフレ会計適用前は期中平均レート、適用後は期末レートを適用

## 主力であるトルコ飲料事業の躍進とポーランド子会社の増加により、大幅な増収増益

### 海外主要エリア別売上高比率イメージ



### ポーランド

- 2月に買収が完了。当初想定を上回るペースでの売上拡大と、ズロチ高による原材料調達コスト減少により、計画以上に利益が進捗

### 中国

- 現地生産品の「おいしい麦茶」「おいしい紅茶」などの販売が堅調だったほか、新たに上市した「おいしい烏龍茶」「おいしい緑茶」の配荷が好調に推移するなど、中国飲料市場の無糖茶カテゴリーにて一定のポジションを確立

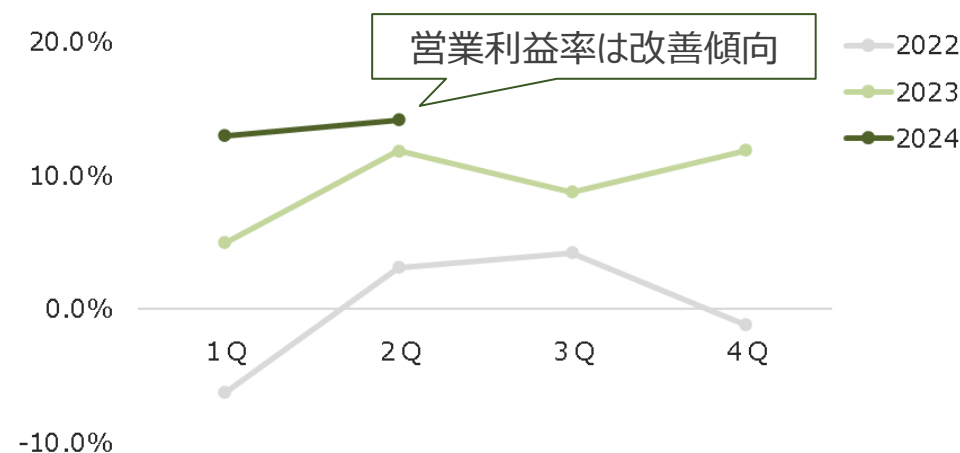
### トルコ

- 戦略的な価格改定と機動的な販売促進活動を実施したほか、中東問題を受けた一部商品への受注急増により、販売ボリューム・金額ともに増加し、現地通貨ベースの売上高は前年の2.2倍
- 増収と、コスト削減施策の効果により、大幅増益

### トルコ飲料事業の現地会計ベース実績

2024年度前年同期比	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q	累計
売上高	+137%	+107%			<b>+120%</b>
販売ボリューム	+16.5%	+18.7%			<b>+17.6%</b>

### トルコ飲料事業の営業利益率推移（現地会計ベース）





## 医薬部外品のパウチ製品の好調な受注が牽引し、第2四半期として過去最高の売上高を達成

単位：百万円

	第2四半期						通期					
	2023年度		2024年度				2023年度		2024年度			
	実績	構成比	実績	構成比	増減率	増減額	実績	構成比	見込み	構成比	増減率	増減額
売上高	6,386	-	<b>6,872</b>	-	7.6%	485	12,963	-	<b>13,250</b>	-	2.2%	286
営業利益	239	3.8%	<b>324</b>	4.7%	35.3%	84	367	2.8%	<b>300</b>	2.3%	△18.4%	△67
減価償却費	575		<b>581</b>		1.0%	5	1,160		<b>1,200</b>		3.4%	39

(対象期間：1月21日~7月20日)

- ドリンク剤市場は縮小傾向にあるものの、パウチ製品は引き続き旺盛な需要により市場が拡大
- ドリンク剤の堅調な受注に加え、指定医薬部外品のパウチ製品の受注を取り込み、第2四半期として過去最高の売上高を達成
- 増収効果により、原材料価格の上昇による影響を吸収し、増益
- 事業環境の変化を受け、人員の増強など、パウチ製品の生産体制強化を進めていく

### 大同薬品工業の工場の概要

	製造品目	年間生産能力	
本社工場 (奈良)	びん	4ライン	350百万本
	パウチ	1ライン	45百万袋
関東工場 (群馬)	びん	1ライン	150百万本



大同薬品工業で  
受託製造可能な容器形態



## 年間を通じた温暖な気候の継続や営業活動の奏功、工場の生産性改善が寄与し、増収増益

単位：百万円

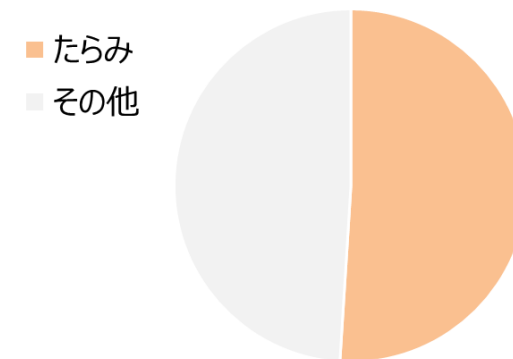
	第2四半期						通期					
	2023年度		2024年度				2023年度		2024年度			
	実績	構成比	実績	構成比	増減率	増減額	実績	構成比	見込み	構成比	増減率	増減額
売上高	10,850	-	<b>11,106</b>	-	2.4%	255	20,705	-	<b>21,200</b>	-	2.4%	494
のれん等償却前営業利益	952	8.8%	<b>1,073</b>	9.7%	12.7%	120	1,345	6.5%	<b>1,500</b>	7.1%	11.5%	154
のれん等償却額	175	1.6%	<b>173</b>	1.6%	△1.1%	△1	351	1.7%	<b>350</b>	1.7%	△0.5%	△1
営業利益	776	7.2%	<b>899</b>	8.1%	15.8%	122	993	4.8%	<b>1,150</b>	5.4%	15.7%	156
減価償却費*	440		<b>418</b>		△5.0%	△22	848		<b>600</b>		△29.3%	△248

\*減価償却費には、一部、のれん等償却額に該当する費目を含む

(対象期間：1月1日~6月30日)

- 販売単価の上昇や好天による需要拡大などにより、ドライゼリー市場・パウチゼリー市場は伸長。蒟蒻ゼリー市場は軟調に推移
- 2024年3月に実施した価格改定による効果のほか、年間を通じた温暖な気候の継続や営業活動の奏功により販売が好調に推移し、増収
- 費用面では円安やインフレに起因する各種コストの上昇圧力はあったものの、工場の生産性改善が進んだことに加え、好調な売上を背景に増益

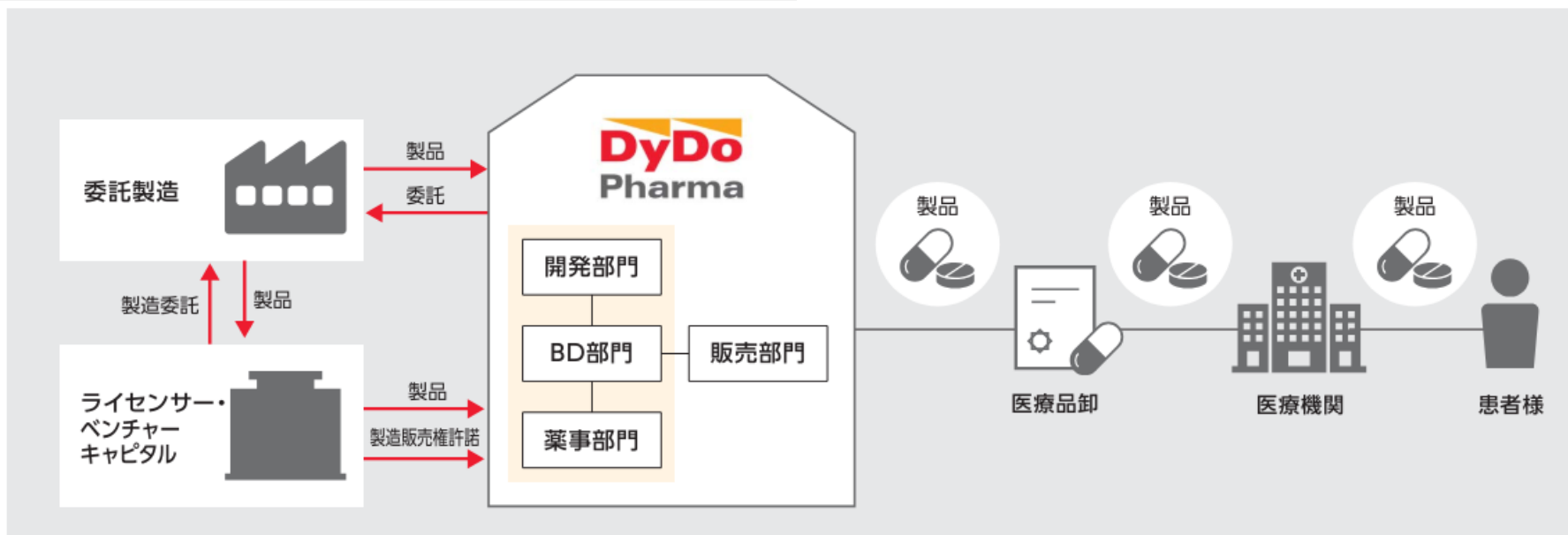
### ■ たらみのドライゼリー市場シェア



※当社調べ、PB含む

## 将来の収益ドライバーとして、「希少疾病用医薬品事業」を育成

### 希少疾病用医薬品事業のビジネスモデル



### パイプライン（2024年8月現在）

- **DYD-701 (LCAT遺伝子導入前脂肪細胞)**  
 予定適応症：「家族性LCAT欠損症」  
 千葉大学にて家族性LCAT欠損症患者を対象に医師主導治験を実施中
- **DYD-301 (アミファンプリジンリン酸塩)**  
 2023年12月に、日本におけるランバート・イートン筋無力症候群患者への治療を適応とする製造販売承認を申請済み（希少疾病用医薬品指定）

## 「中期経営計画2026」達成への取り組みを推進し、キャッシュ・フローの回復を図る

### フリー・キャッシュ・フローの主な増減

単位：百万円

第2四半期	2023年度	2024年度	増減額
EBITDA (営業利益+減価償却費+のれん償却額)	6,967	7,667	700
運転資本のキャッシュ・フロー増減額	△3,198	△2,461	736
その他	△1,082	295	1,377
営業キャッシュ・フロー (a)	2,685	5,500	2,814
有形及び無形固定資産の取得による支出 (b)	△5,841	△3,604	2,237
フリー・キャッシュ・フロー (a+b)	△3,156	1,895	5,051

### 設備投資額

単位：百万円

第2四半期	2023年度	2024年度	増減額
国内飲料事業	5,522	3,952	△1,569
海外飲料事業	423	2,015	1,592
医薬品関連事業	298	161	△137
食品事業	200	282	81
希少疾病用医薬品・その他	339	91	△248
合計	6,785	6,504	△280

### 減価償却費

単位：百万円

2023年度	2024年度	増減額
2,522	2,715	192
343	807	464
575	581	5
440	418	△22
357	405	48
4,238	4,928	689