

2025年度（2026年1月期）第2四半期決算概要

2025年8月27日

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）

こころとからだに、
おいしいものを。



01	2025年度第2四半期決算概要	P.04
02	2025年度業績予想	P.08
03	中期経営計画2026の進捗	P.12
04	グループミッション2030とマテリアリティの進捗	P.21
05	参考資料	P.28

前第3四半期連結会計期間において企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、前中間連結会計期間の中間連結財務諸表については、取得原価の配分額の重要な見直しが反映されております。詳細については、「2026年1月期 第2四半期（中間期）決算短信〔日本基準〕（連結）」の添付資料P.18「2. 中間連結財務諸表及び主な注記（4）中間連結財務諸表に関する注記事項（その他の事項）」をご参照ください。

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。

■ 第2四半期決算総括と通期業績予想

- 2025年度第2四半期は、売上高1,177億円（0.1%増）、営業利益13億円（39.5%減）
 - 消費者の節約志向により国内の事業は苦戦した一方、海外飲料事業は好調で、連結で前年並みの売上高
 - 海外飲料事業は上期として過去最高益を更新するも、国内飲料事業の減益が響き、連結営業利益は減益
- 2025年度通期業績予想は、売上高は2,434億円（2.6%増）、営業利益18億円（62.4%減）
 - 国内飲料事業と食品事業の減収を好調な海外飲料事業の増収でカバーし、連結で増収を予想
 - 海外飲料事業の躍進は続く見込みも、国内飲料事業と食品事業の減益により、連結で減益を予想

■ 主要な取り組みの状況

- 価格優位性のある「ハートプライス」商品シリーズの販売は好調。対象商品を拡充し、販売数量の回復に取り組む。
- ポーランド飲料事業において新たな製造ラインが2025年4月に稼働開始。製造できる容量のラインアップが広がったことを生かし、さらなる受注拡大に繋げていく。

2025年度第2四半期決算概要

2025年度第2四半期 連結決算の概要



消費者の節約志向により国内の事業は苦戦した一方、海外飲料事業は好調で、連結で前年並みの売上
海外飲料事業は上期として過去最高益を更新するも、国内飲料事業の減益が響き、連結営業利益は減少
各利益の減少や法人税等の負担増加、前年同期の政策保有株式売却益の反動減により、最終利益は減少し、赤字

単位：百万円

第2四半期（1/21～7/20）								
	2024年度		2025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	117,578	－	117,701	－	0.1%	122	118,211	△510
営業利益	2,282	1.9%	1,381	1.2%	△39.5%	△901	2,025	△644
経常利益	1,359	1.2%	69	0.1%	△94.9%	△1,290	1,481	△1,411
親会社株主に帰属する 中間純損益	4,894	4.2%	△1,361	△1.2%	－	△6,255	△19	△1,341
E P S	155.36円		△43.05円			△198.41円		

2025年度第2四半期 連結業績（セグメント別）



国内飲料事業は、減収や原価高騰による粗利減やスマート・オペレーションの展開にかかる費用の増加により、減収減益
海外飲料事業は、トルコ飲料事業の引き続きの躍進により、大幅な増収増益

単位：百万円

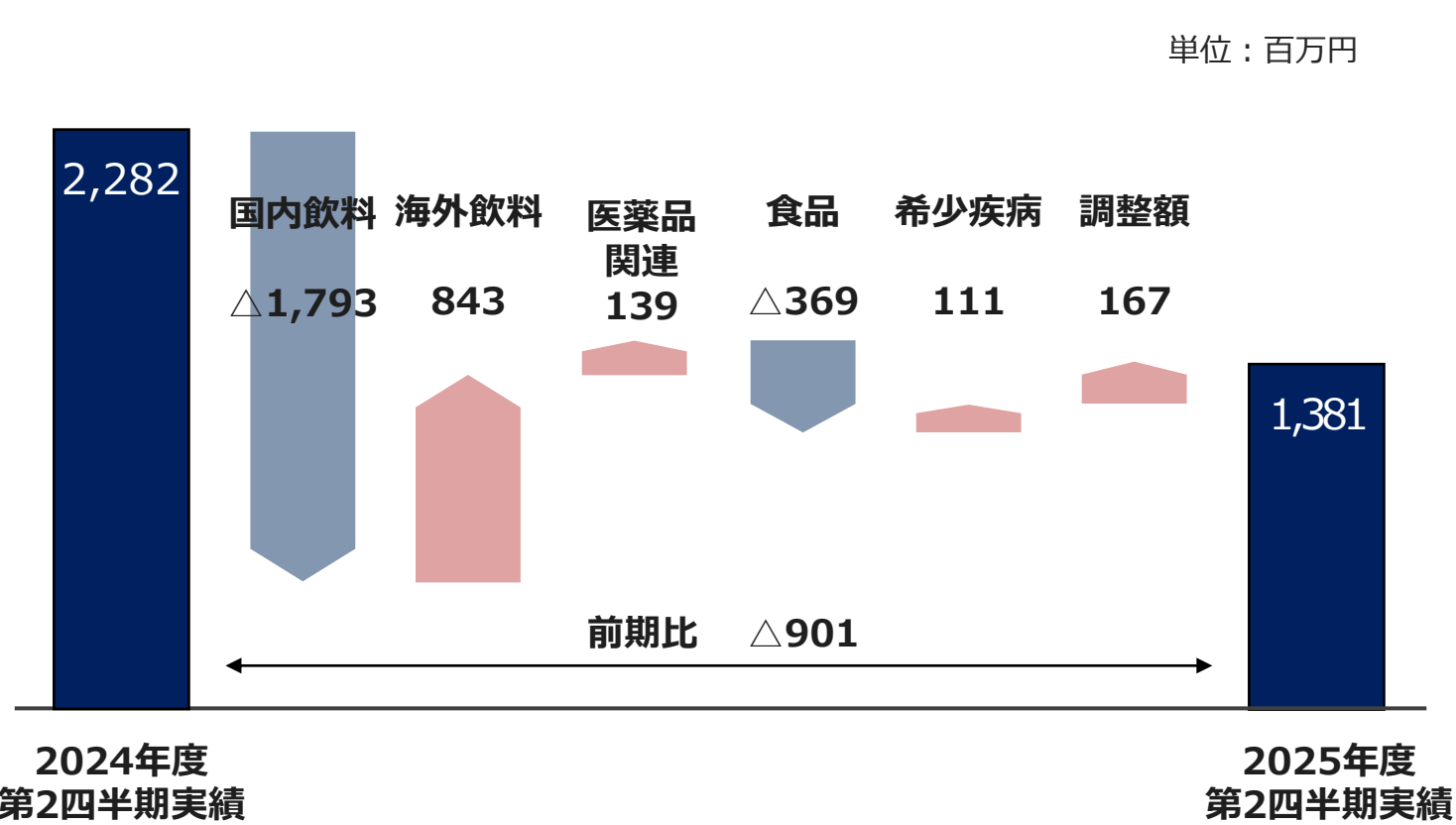
第2四半期								
	超インフレ会計適用後				超インフレ会計適用前			
	2024年度	2025年度			2024年度	2025年度		
			増減率	増減額			増減率	増減額
国内飲料事業	73,009	71,523	△2.0%	△1,486	73,009	71,523	△2.0%	△1,486
海外飲料事業	26,757	28,756	7.5%	1,998	25,287	29,266	15.7%	3,978
医薬品関連事業	6,872	6,990	1.7%	118	6,872	6,990	1.7%	118
食品事業	11,106	10,395	△6.4%	△710	11,106	10,395	△6.4%	△710
希少疾病用医薬品事業	－	263	－	263	－	263	－	263
調整額	△167	△228	－	△61	△167	△228	－	△61
売上高合計	117,578	117,701	0.1%	122	116,108	118,211	1.8%	2,103
国内飲料事業	△238	△2,031	－	△1,793	△238	△2,031	－	△1,793
海外飲料事業	2,267	3,111	37.2%	843	2,888	3,755	30.0%	866
医薬品関連事業	324	463	43.0%	139	324	463	43.0%	139
食品事業	899	530	△41.0%	△369	899	530	△41.0%	△369
希少疾病用医薬品事業	△295	△184	－	111	△295	△184	－	111
調整額	△674	△506	－	167	△674	△506	－	167
営業利益合計	2,282	1,381	△39.5%	△901	2,903	2,025	△30.2%	△877

2025年度第2四半期 営業利益の増減要因（前年同期比）

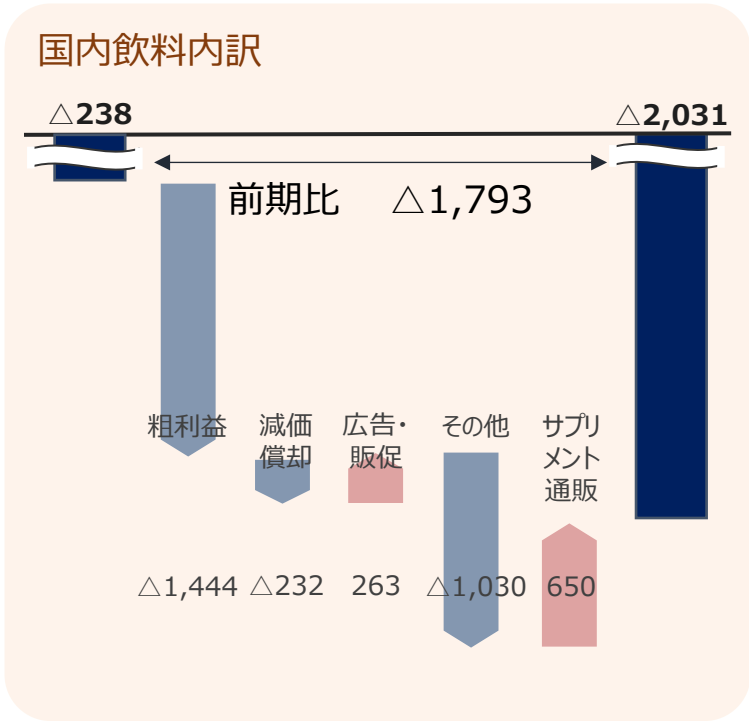


好調な海外飲料事業で国内飲料事業と食品事業の減益を一部吸収

単位：百万円



国内飲料内訳



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

2025年度業績予想

2025年度 業績予想



国内飲料事業と食品事業の減収を好調な海外飲料事業の増収でカバーし、連結で増収を予想
海外飲料事業の躍進は続く見込みも、国内飲料事業と食品事業の減益により、連結で減益を予想
各利益の減少や法人税等の負担増加、前年同期の政策保有株式売却益の反動減により、最終利益は減少し、赤字を予想

単位：百万円

			通期							
			2024年度		2025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	237,189	100.0%	243,400	100.0%	2.6%	6,210	240,200	3,200
営	業	利 益	4,789	2.0%	1,800	0.7%	△62.4%	△2,989	3,300	△1,500
経	常	損 益	3,023	1.3%	△ 400	△0.2%	－	△3,423	2,400	△2,800
親 会 社 株 主 に 帰 属 す る 当 期 純 損 益			3,804	1.6%	△3,000	△1.2%	－	△6,804	△800	△2,200
E	P	S	120.66円		△94.84円			△215.50円		

2025年度 通期連結業績予想（セグメント別）



国内飲料事業はサプリメント通販チャネルを中心に減収、粗利の減少や各種費用の増加などにより減益
海外飲料事業は過去最高益を予想しており、グループ全体の業績を牽引する見込み

単位：百万円

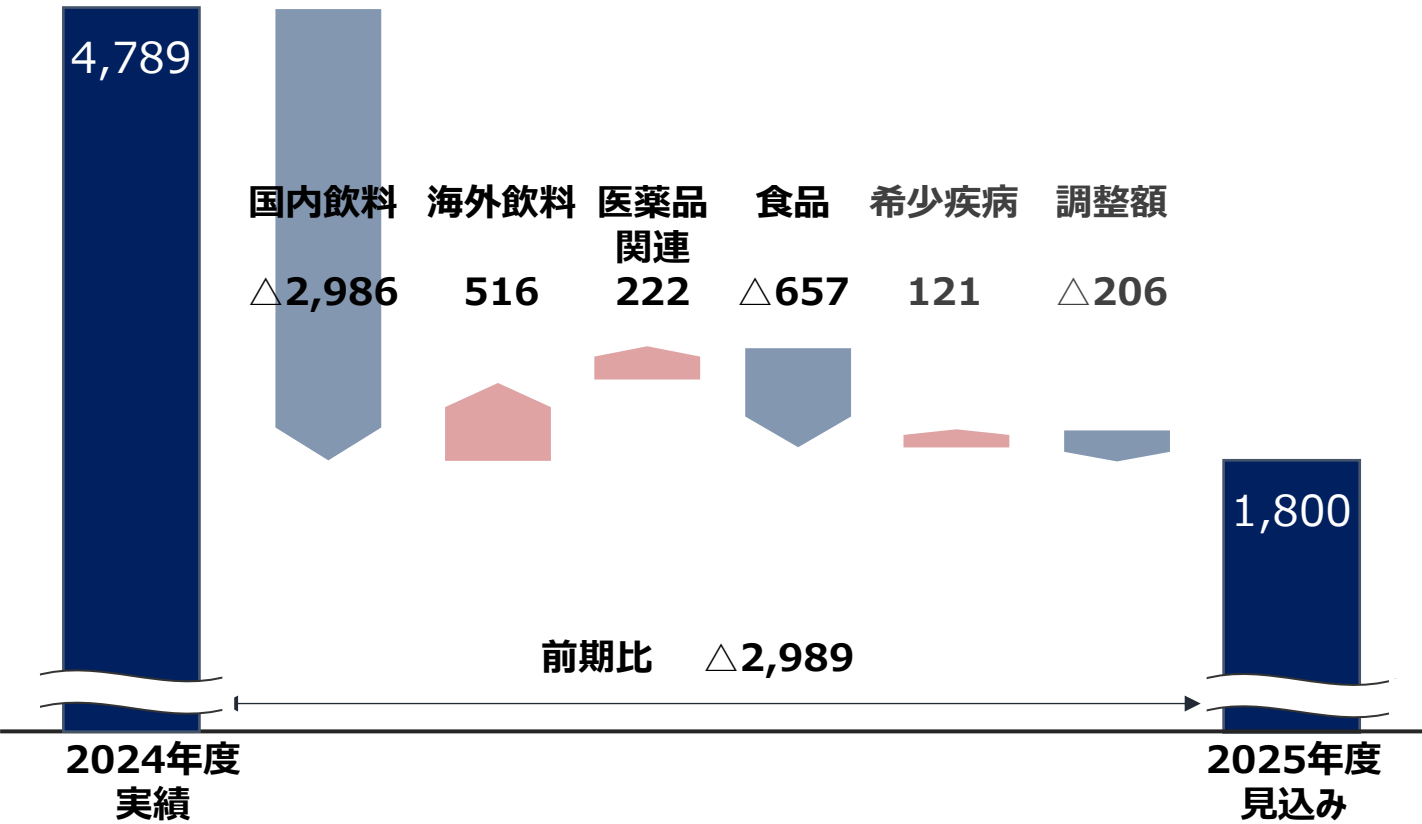
	通期									
	超インフレ会計適用後					超インフレ会計適用前				
	2024年度 通期実績	2025年度 予想	増減率	増減額	2024年度 通期実績	2025年度 予想	増減率	増減額	期初発表	差異
国内飲料事業	147,519	145,800	△1.2%	△1,719	147,519	145,800	△1.2%	△1,719	150,300	△4,500
海外飲料事業	56,263	63,700	13.2%	7,436	52,198	60,500	15.9%	8,301	58,500	2,000
医薬品関連事業	13,124	13,600	3.6%	475	13,124	13,600	3.6%	475	13,500	100
食品事業	20,651	20,200	△2.2%	△451	20,651	20,200	△2.2%	△451	21,500	△1,300
希少疾病用医薬品事業	8	500	5458.4%	491	8	500	5458.4%	491	300	200
調整額	△378	△400	—	△21	△378	△400	—	△21	△400	0
売上高合計	237,189	243,400	2.6%	6,210	233,124	240,200	3.0%	7,075	243,700	△3,500
国内飲料事業	986	△2,000	—	△2,986	986	△2,000	—	△2,986	800	△2,800
海外飲料事業	5,083	5,600	10.2%	516	6,016	7,100	18.0%	1,083	7,100	0
医薬品関連事業	277	500	80.1%	222	277	500	80.1%	222	300	200
食品事業	1,157	500	△56.8%	△657	1,157	500	△56.8%	△657	500	0
希少疾病用医薬品事業	△621	△500	—	121	△621	△500	—	121	△1,000	500
調整額	△2,093	△2,300	—	△206	△2,093	△2,300	—	△206	△2,700	400
営業利益合計	4,789	1,800	△62.4%	△2,989	5,723	3,300	△42.3%	△2,423	5,000	△1,700

2025年度 営業利益の増減要因予想

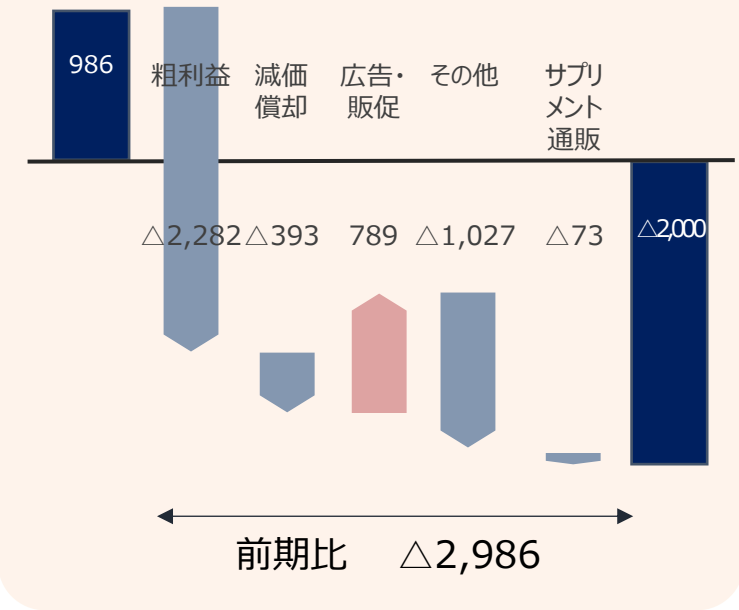


好調な海外飲料事業で国内飲料事業と食品事業の減益を一部吸収

単位：百万円



国内飲料内訳



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

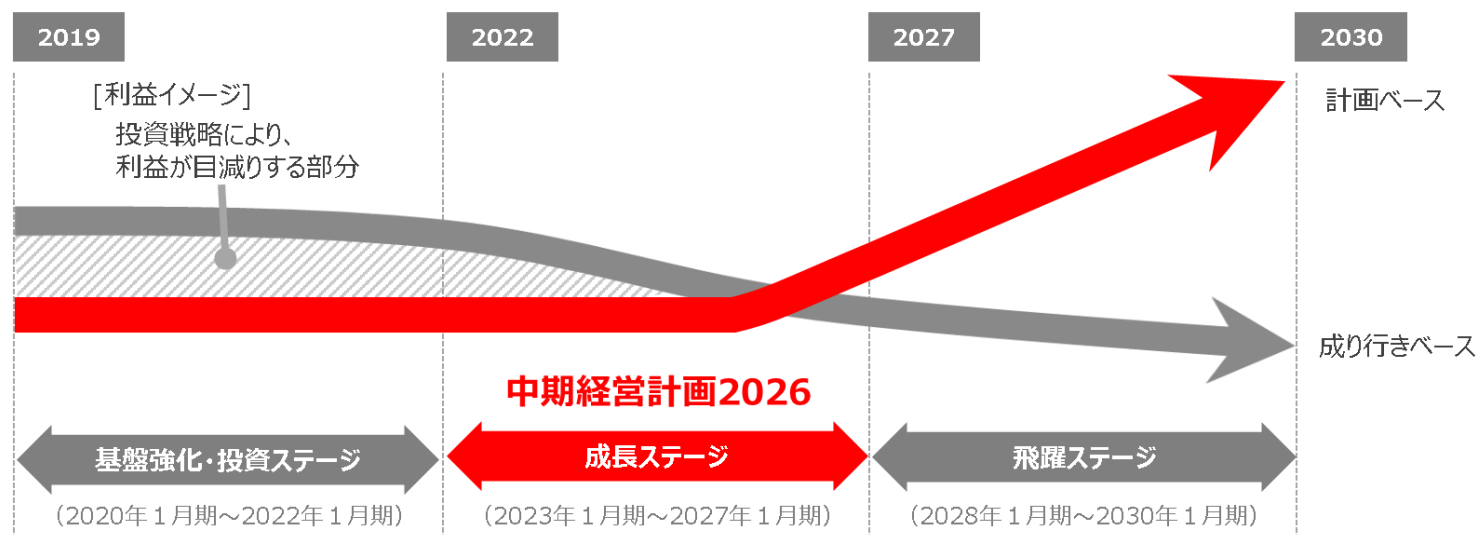
中期経営計画2026の進捗

「中期経営計画2026」は将来の成長に向けた投資を実行するとともに、収益体質への転換を図ることで、次の「飛躍ステージ」に向けた再成長軌道への道筋を確かなものへとしていく

中期経営計画2026の3つの基本方針

- 国内飲料事業の再成長
 - 海外飲料事業戦略の再構築
 - 非飲料領域※の強化・育成
- ※国内飲料事業内のサプリメント通販チャネルを含む

中期経営計画2026の位置付け



KPI

売上高成長率
(年平均成長率) **+9%**

連結営業利益率 **3%**

連結ROIC **4%**

- 国内飲料事業ROIC **4%**
- 海外飲料事業ROIC **13%**
- 非飲料事業ROIC **0%**

※投下資本はセグメントへの投下分

中期経営計画2026の残期間（2025～2026年度）は自販機ビジネスの収益性改善が喫緊の課題

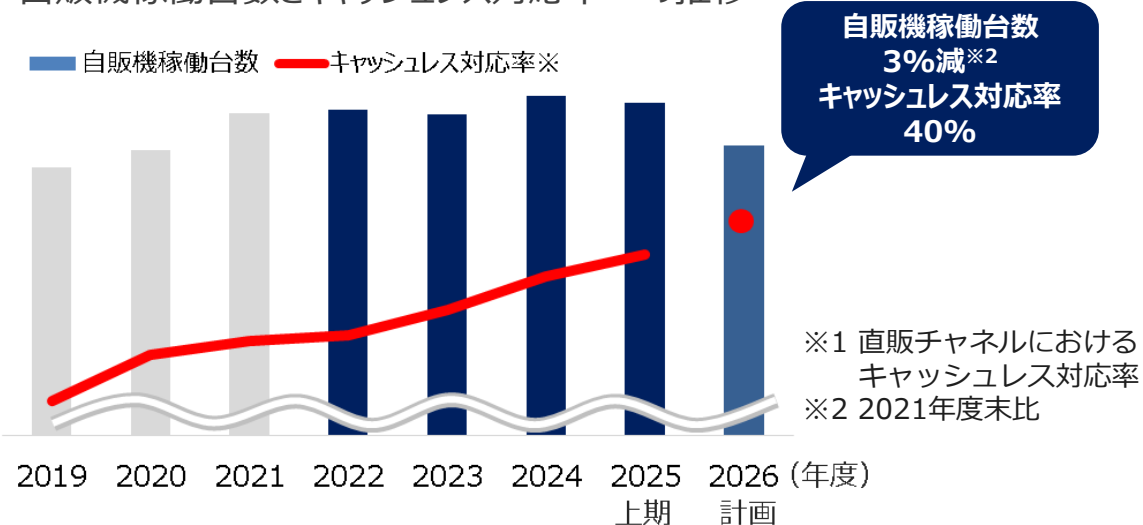
収益性重視の方針のもと、不採算先の機動的な引き上げと、厳選した優良ロケーションへの新規設置を進める

旧アサヒ飲料販売の全拠点にスマート・オペレーションの展開を完了し、オペレーションシナジーの追求に取り組む

収益性を重視した自販機展開

- 自販機市場の環境変化を鑑みて、自販機展開方針を台数重視から収益性重視に転換。優良ロケーションへの新規設置と不採算先の機動的な引き上げを進める
- その他、キャッシュレス対応の推進、自販機ビジネスにかかる販促費の見直しなどに取り組む

自販機稼働台数とキャッシュレス対応率※1の推移

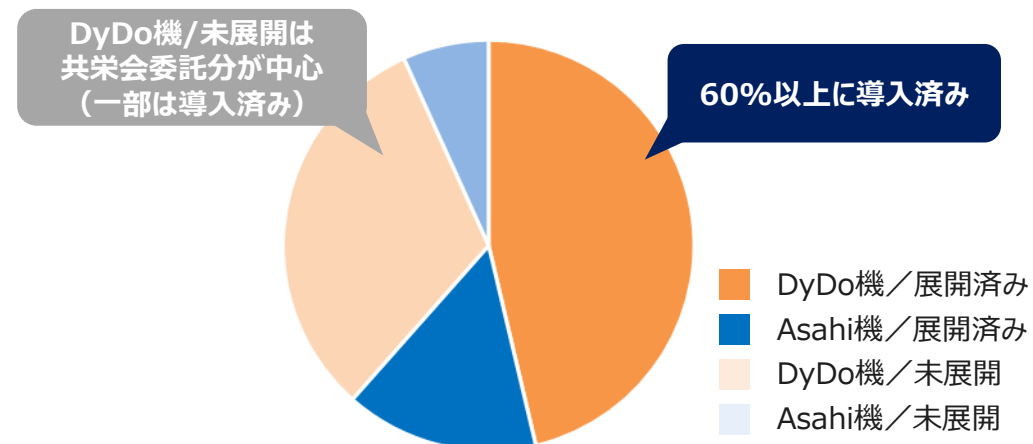


スマート・オペレーションの展開

- 旧アサヒ飲料販売（現ダイドーアサヒベンディング、詳細はP.34）の全拠点にスマート・オペレーションの展開を8月上旬に完了
- 営業所の統廃合（詳細はP.35）や混載オペレーション※など、直販事業の一体的運営によるオペレーションシナジー追求に向けた取り組みに着手

※1台のルート車両でDyDo機とAsahi機の両方をオペレーションすること

スマート・オペレーションの展開台数の構成比（2025年7月20日現在）

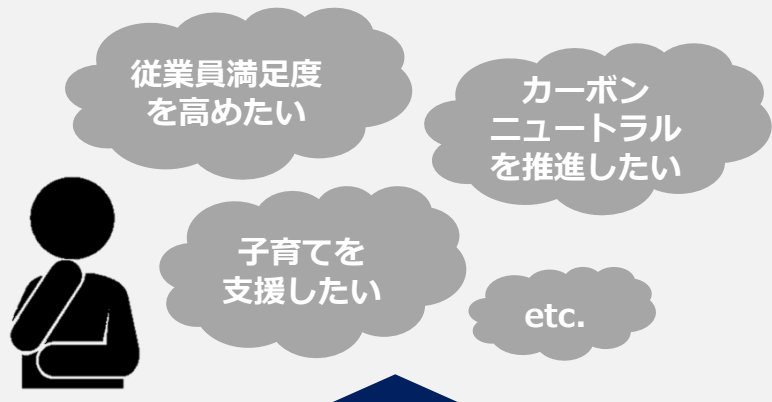


自販機を通じた新たな価値提供

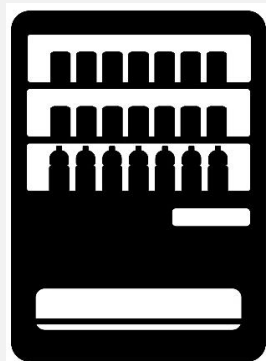
ロケーションオーナーが抱える課題に対して自販機を通じた課題解決を図り、新たな価値の提供に取り組む
また、Toyota Woven Cityにインベンターとして参画し、自販機ビジネスの中長期的な可能性を模索する

当社がめざす顧客志向営業

ロケーションオーナーが抱える課題



自販機を通じた新たな価値の提供



LOVE the EARTHベンダー ■ ベビー用紙おむつ自販機

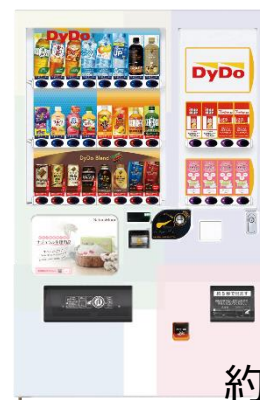


約 **4,250** 台



約 **770** 台

女性ヘルスケア応援自販機 ■ オフィスコンビニサービス「Cobo」



約 **210** 台



約 **450** 台

実証実験の街Toyota Woven City
(トヨタ・ウーブン・シティ)に
インベンター※として参画

- 「自販機サービスの拡充・構築」
「持続可能な稼働体制の構築」
「新たなビジネスモデルの構築」
の観点から、実証実験を実施していく予定

※ Toyota Woven City内で自らのプロダクトやサービスを生み出し、実証を行う企業／個人のこと



自販機1台当たりの売上高の向上に向けて、

市場環境や消費者ニーズに応じた商品ポートフォリオの最適化や価格戦略を実行

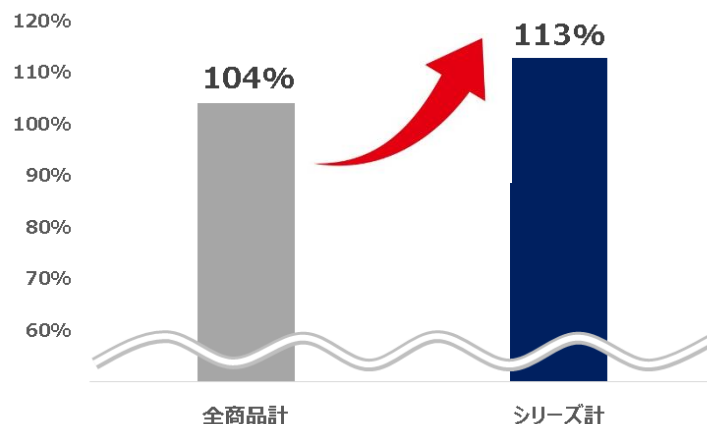
ソフトドリンクのラインアップ拡充と価格優位性のある「ハートプライス」商品シリーズの展開

- 気候や消費者ニーズの変化に応じ、止渴系飲料を中心にソフトドリンクのSKU数とセット率を増やす
- 価格優位性のある「ハートプライス」商品シリーズを展開し、シリーズ計※1のコラム当たりの販売本数※2は前年同期比113%
- 5～6月に炭酸飲料6品（うち3品がハートプライス対象）を発売、夏場最盛期の需要獲得をめざす

※1 前年同期比較可能な、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、日本のおいしい天然水500ml、葉の茶525ml、おいしい麦茶の平均

※2 直販チャネルのみ

ハートプライス商品シリーズの販売状況（1コラム当たりの販売本数※2の前年同期比）



5～6月に発売した炭酸飲料



● ハートプライス対象商品

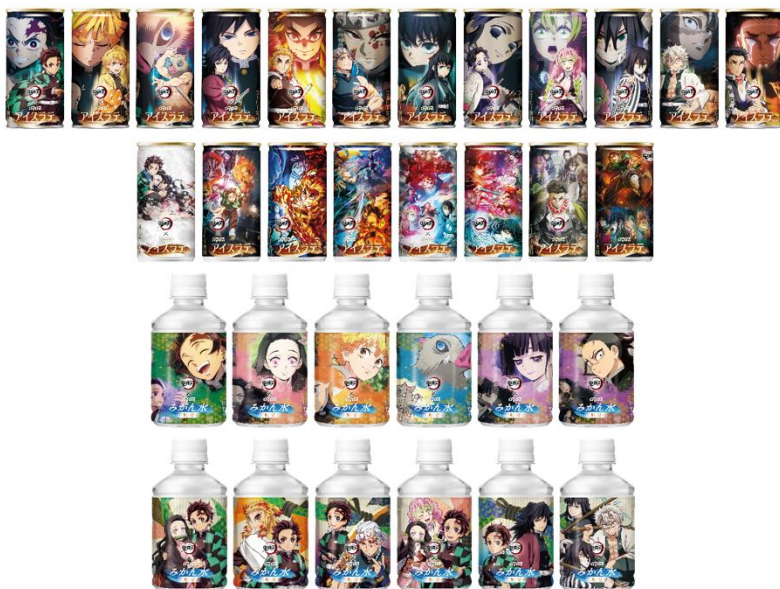
DyDoブランドの認知拡大や販売数量の回復に向けて

アニメ「鬼滅の刃」とコラボした商品を発売するとともにキャンペーンを実施

アニメ「鬼滅の刃」とのコラボレーション

- アニメ「鬼滅の刃」とコラボした「ダイドー 鬼滅の刃アイスラテ」「ダイドー 鬼滅の刃みかん水無糖」を6月30日に発売
- 発売を記念して、「鬼滅の刃」オリジナル賞品が抽選で当たるコラボキャンペーンを6月30日～9月30日にかけて実施中

コラボ商品のラインアップ



飲んで！その場で当たる！DyDo×「鬼滅の刃」キャンペーン
想いをつなぐ！あのシーンを振り返ろう！



©吾峠呼世晴／集英社・アニプレックス・ufotable

トルコ飲料事業を取り巻く環境と現地実績

トルコのインフレ率は鈍化傾向も、リラ安は継続しており、コストは上昇傾向

価格改定と機動的な販売促進により販売単価の上昇と販売ボリュームの増加を両立したことで、売上拡大し、収益性を維持

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
- 23年6月以降の政策金利の引き上げにより、インフレ率はやや鈍化傾向

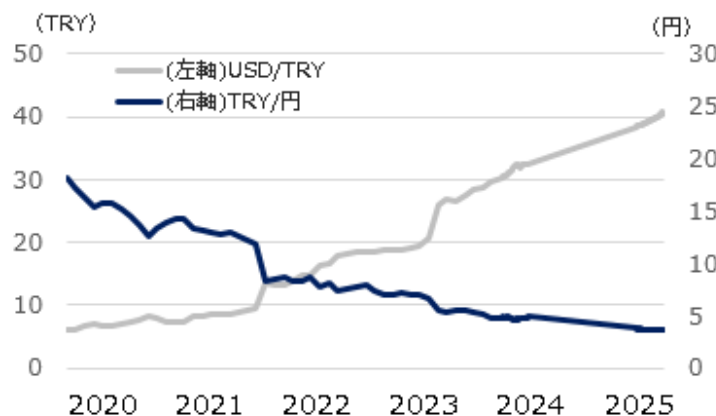
飲料市場

- 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
- インフレの継続などを背景に、節約志向が高まり、低価格帯の商品の需要が拡大

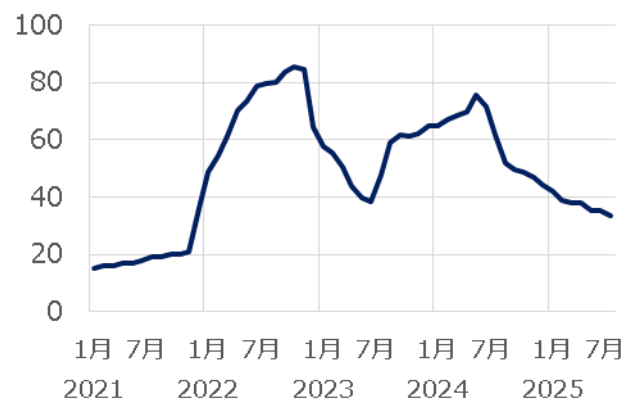
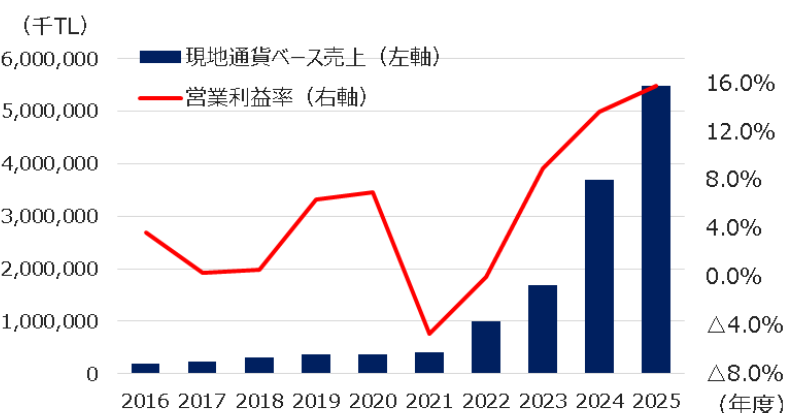
トルコにおける当社実績

- 戦略的な価格改定と機動的な営業施策、中東問題を契機とした一部商品の需要増の継続などにより、現地通貨ベースで売上が大幅伸長
- リラ安や最低賃金の引き上げによるコストアップの影響を受ける中でも、増収効果で吸収し、収益性を維持
- 現在の好調な状況を維持するため、TVCMをはじめとしたブランド投資を実施

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

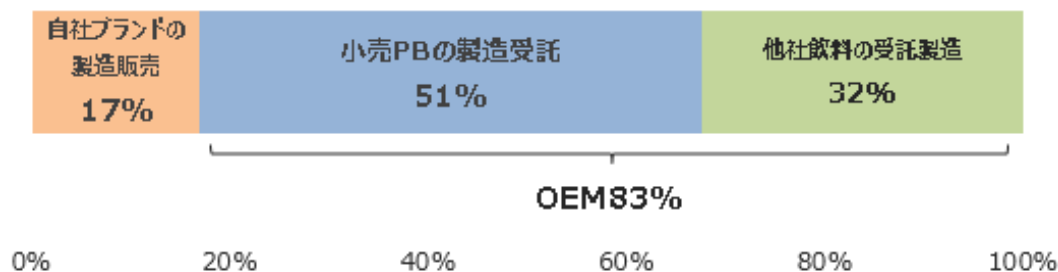
トルコ飲料事業の上期業績
(超インフレ会計適用前現地会計ベース)

ポーランド飲料事業の概況と事業環境と現地実績

昨年第2四半期以降、食品に対する付加価値税（VAT）の特例措置終了により、消費者の節約志向が高まる
ポーランド子会社では、比較的安価なPBの製造受託が伸長し、前年同期並みの売上高を確保

ポーランド子会社（ヴォサナ社）のビジネス概況

業態別売上高比率の推移



カテゴリー別売上比率



ポーランド子会社を取り巻く事業環境

経済状況

- 直近10年間のGDP年平均成長率（CAGR）は7%と経済は持続的に成長

飲料市場

- 食品に対する付加価値税（VAT）の特例措置の終了などを背景に消費者の節約志向が高まり、PBをはじめとした低価格製品の需要が拡大
- 5月は記録的な寒さとなり、飲料市場が一時停滞

ポーランドにおける当社実績

- 市場環境の変化により、販売単価の高いNBは苦戦するも特に小売PBの製造受託が伸長し、前年同期並みの売上
- オレンジ果汁や容器の調達コストの上昇による影響を、商品ミックスの改善などにより一部吸収したことに加え、前年に買収に伴う一過性費用を計上していたことも影響し、増益
- 2025年4月に、新たな製造ラインが稼働。新たな受注の獲得に向けた営業活動を推進

それぞれのセグメントで、市場環境の変化に対応するべく、中長期的な成長をめざした取り組みを推進

サプリメント通販（国内飲料事業）

- 主力商品の機能性表示食品「ロコモプロ プロテオグリカン配合」について、骨・関節・筋肉サポートサプリメントのカテゴリにおけるポジション強化に取り組む
- 新規顧客の効率的な獲得を推進しつつ、定期継続促進策を展開することで、顧客基盤の再構築を進める

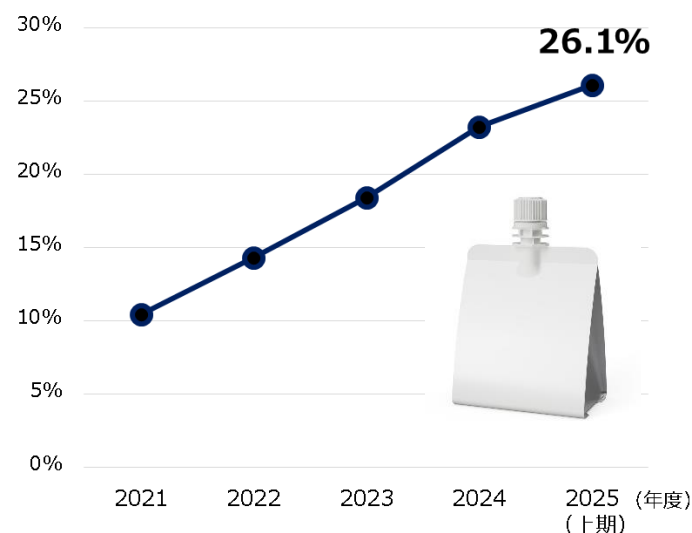
ロコモプロ プロテオグリカン配合



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、パウチラインの増設をはじめとした生産体制の再編を進行（詳細はP.40）

パウチ製品の売上高比率の推移



食品事業

- 「たらみ Dessert」シリーズなどの高付加価値商品の開発を推進。また、価値ある商品の適正価格での販売に注力
- 2025年6月から、インドネシアにおいてハラル認証対応のドライカップゼリーの製造を開始するなど、海外輸出事業の拡大に取り組む

希少疾病用医薬品事業

- 2025年1月に、ランバート・イートン筋無力症候群の筋力低下の改善を適応症とした治療薬「ファダプス®錠10mg」の販売を開始。安定供給と適正使用の推進に取り組む
- 引き続き、他の治療薬候補の開発を進めていくことに加え、新たな導入開発品の獲得に取り組んでいく

グループミッション2030とマテリアリティの進捗

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。

創業以来の強みと提供価値

お客様との距離、お客様視点

お客様の求めるものをお客様に身近なところでお届けする

パートナーシップで事業成長

持続的成長に向けた8つのマテリアリティ



2030年のありたい姿

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

- | | |
|---|---|
| <p>DyDoはお客様と共に。</p> <p> お客様の健康をつくります
おいしさへの熱くなごき心も、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。</p> | <p>DyDoは次代と共に。</p> <p> 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。</p> |
| <p>DyDoは社会と共に。</p> <p> 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。</p> | <p>DyDoは人と共に。</p> <p> 人と人のつながりをつくります
グループ内外と多岐に連携し、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。</p> |

「共存共栄」の精神は、SDGsが誓う
"leave no one behind"に通じる



こころとからだに美味しい商品の提供

各セグメントで健康志向の高まりに応じた商品を展開するとともに、健康価値や独自性の高い商品につながる新たな素材や製造方法の研究開発をグループ横断で進める

健康志向の高まりに応じた商品展開

- 国内飲料事業や食品事業では機能性表示食品の開発・販売、海外飲料事業では生活に欠かせないミネラルウォーターの安定供給、医薬品関連事業では医薬部外品を中心としたパウチ製品の受注を強化

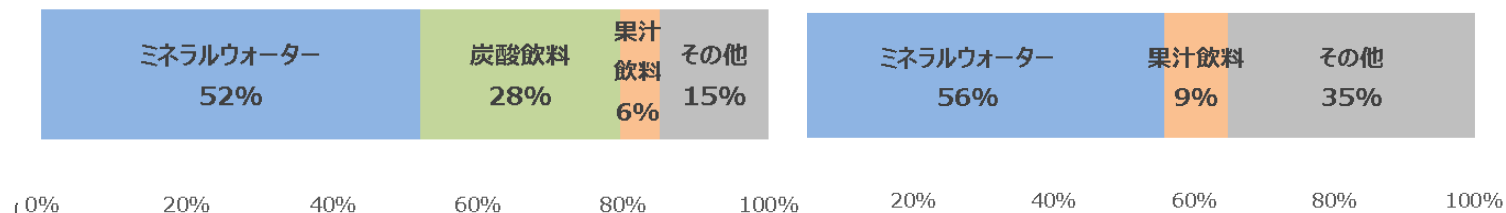
カテゴリ別構成比（ボリューム）



トルコ飲料事業（Lベース）



ポーランド飲料事業（本数ベース）



Saka

高いミネラルとpHでありながら、非常にまろやかな味わいのナチュラルミネラルウォーター



mama ija

IFS※の認証を受けている、ミネラルを一定程度除去したキッズママ向けミネラルウォーター

※International Featured Standards：世界的に認められた食品の安全性と品質の認証制度

ダイドーグループ未来共創研究所

- 2025年3月21日に、当社グループの研究開発機能を担う「ダイドーグループ未来共創研究所」を持株会社内に設置
- グループ横断で、健康価値や独自性の高い商品につながる新たな素材や製造方法の研究開発に取り組む
- 共創パートナーとしてオープンイノベーション型の研究開発活動等に知見がある株式会社リバネスを迎え、多様な分野のスタートアップ、大学・研究機関、民間企業の研究者等とのパートナーシップにより研究開発を進める

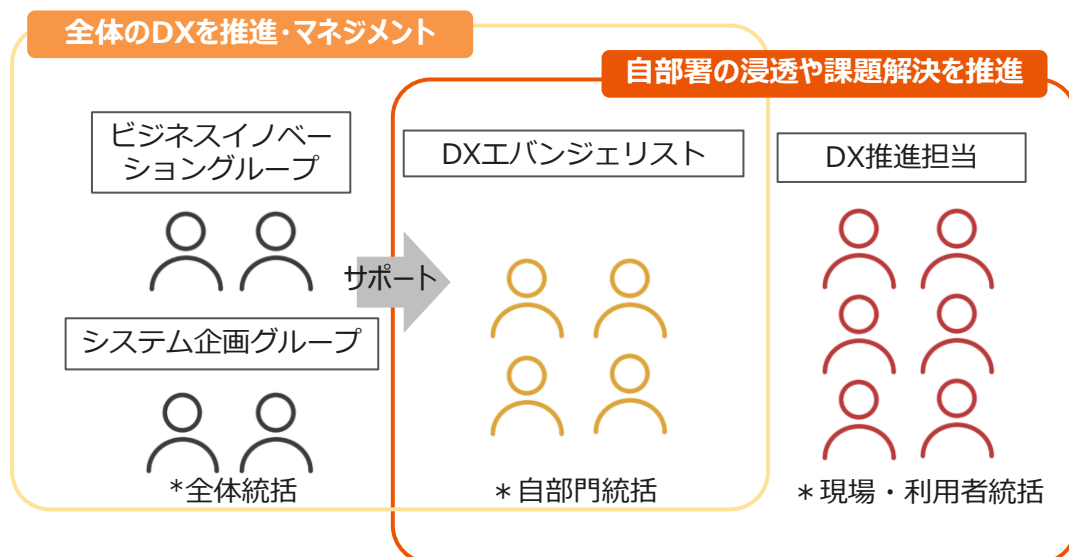


現場主導のDX推進体制を構築し、DXによる業務改善・変革に取り組む

DX推進のゴールと推進体制

- DX推進のゴールとして、従業員一人ひとりが、自発的にデジタル技術やデータを活用し、「新たな価値の創出」「プロセスの変革」「ビジネスの創造」を行っている姿を設定
- DX推進体制のキーワードは“現場主導”。各部門に所属する「DXエバンジェリスト」が中心となって、各部門における課題をデジタルを活用して解決をめざす

DX推進体制

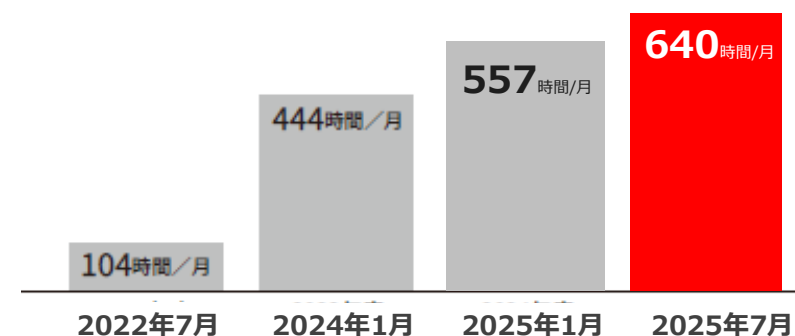


DX活動の取り組みと成果

- 自販機のオンライン化やAIの活用により、当社独自の自販機オペレーション「スマート・オペレーション」を構築し、人手不足への対応とオペレーションの効率化を実現（詳細はP.36）
- デジタルツールを積極的に導入し、各部門において定型業務の自動化やデータ分析に活用することで、業務効率を改善
- 全従業員のDX活動への意識とリテラシーの向上にむけて、社内イントラネットを活用したDXに関する情報発信や、DX推進に必要なスキルのトレーニングを実施

業務改善による月間創出時間※の推移

※DX活動を開始した2022年7月期との比較



従業員の主体的なキャリア形成の支援に向けて、部門別人財要件を明確化し、学習機会を拡充

DyDoキャリア・クリエイト

- 従業員の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」の施策の一つとして、持株会社とダイドードリンコにおいて、部門別人財要件を明確化
- また、新たなオンライン学習サービスを導入し、部門別人財要件に連動したカリキュラムの一覧を公開するなど、学習機会や環境を整備し、従業員の主体的なスキルアップを支援

部門別人財要件（イメージ）

〇〇部の人財要件	
マインド ポータブルスキル・ 能力 知識	・リーダーシップ ・課題解決志向 ・コミュニケーション力 ・ファイナンス
推奨する資格	・簿記2級
推奨する経験	・事業部門での業務経験

オンライン学習の 受講回数

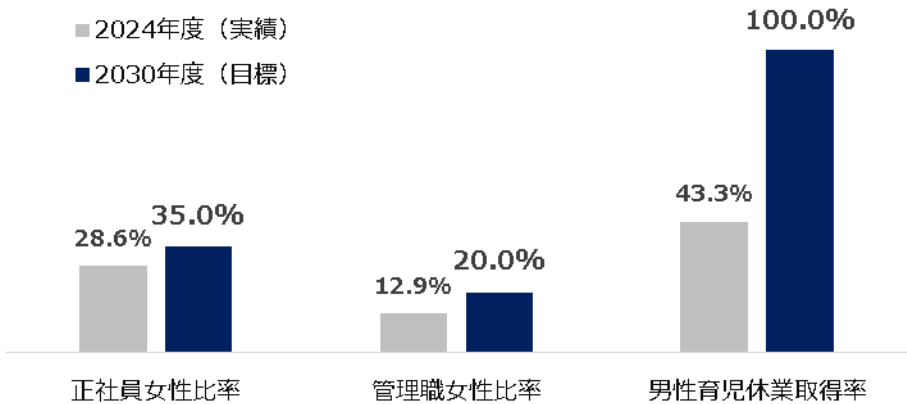


DE&I（ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン）

- 「正社員女性比率」「女性管理職比率」「男性育児休業取得率」をKPIとして設定し、2025年4月に公表
- 国内飲料事業の自販機部門において、女性営業職のネットワーク構築と営業スキルアップを目的に、自販機開発担当の女性社員交流会「BLOOM」を発足し、意見交換などを実施
- ダイドードリンコは女性活躍推進に関する取り組みが評価され、厚生労働大臣が認定する「えるぼし認定」の3つ星を取得



DE & Iに関連するKPI



※ダイドードリンコ、大同薬品工業、たらみ、ダイドーファーマの4社を合計して算出

こころとからだに、
おいしいものを。



參考資料

「超インフレ経済下における財務報告」に規定される修正再表示アプローチの適用

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**」と表記します。

対象セグメント
海外飲料事業

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、原則取引ごと取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 ①	その他
有形固定資産	純資産
・無形固定資産	資本金 ②
その他	利益剰余金 ③

- 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

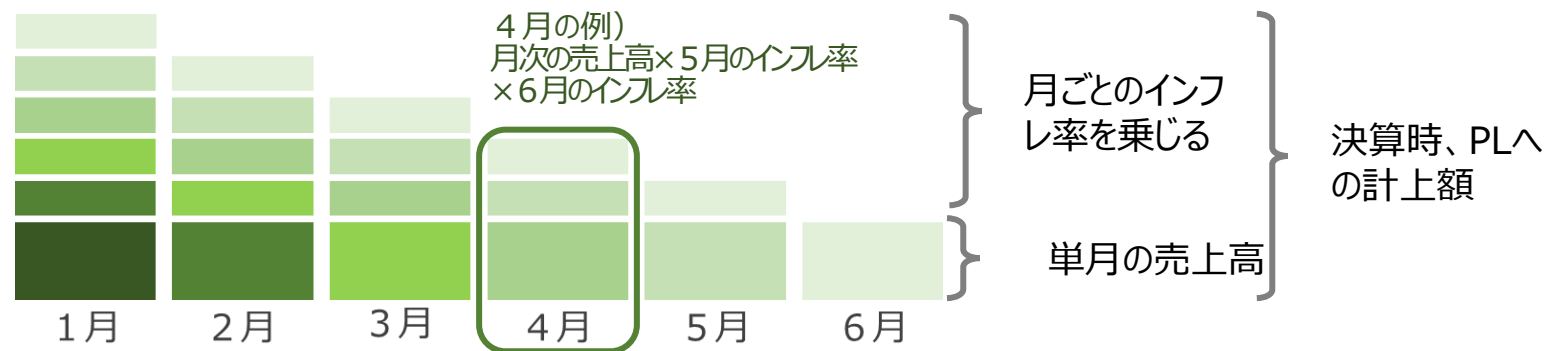
(百万円)	連結PLへの影響額 (従来基準との差異)
売上高	△510
売上原価	
売上総利益	
販管費	
減価償却費	
営業利益	△644
営業外損益	△767
経常利益	△1,411
法人税等	
当期純利益	△1,341

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

売上高・コストの計上イメージ（円換算前）



中期経営計画2026の経営指標



現在の状況を鑑み、それぞれの基本方針の中身については見直しを実施し、2025年3月に目標値を再設定
2025年度は先行投資の続行と原材料高により減益も、2026年度には利益水準を回復させ、飛躍ステージをめざす

(百万円)					
*超インフレ会計適用前	2024年度 実績	2025年度 計画	2026年度 修正後目標	2026年度 当初目標値	2026年度目標 修正の背景
売上高成長率（年平均成長率）※1	+12.8%	+11%	+9%	+3%※2	アサヒ飲料旧傘下子会社3社の連結対象化 およびトルコ飲料事業の飛躍とポーランド子会 社の買収により、上方修正
（参考）連結売上高	233,124	243,700	255,300	175,000	
連結営業利益率	2.5%	2%	3%	4%	海外飲料事業の躍進により連結営業利益を 上方修正
（参考）連結営業利益	5,723	5,000	7,800	6,800	
連結ROIC※3	3.5%	3%	4%	6%	国内飲料事業のROIC改善が課題となり、 下方修正
国内飲料事業ROIC※3	0.4%	0.4%	4%	13%	自販機1台当たり売上高の低下や原材料高 による収益性悪化により、下方修正
海外飲料事業ROIC※3	13.7%	13%	13%	3%	トルコおよびポーランドによる売上高の拡大と 収益性改善で、上方修正
非飲料事業ROIC※3	4.1%	0.1%	0%	8%	サプリメント通販事業における市場の停滞など で下方修正

※1 2021年度比 ※2 為替中立ベース ※3 投下資本はセグメントへの投下分

サプリメント通販チャンネルと自販機チャンネルを中心に減収。海外チャンネルのセグメント変更※も一部影響
減収や原価高騰に伴う粗利減に加え、スマート・オペレーションの横展開に係る費用の増加などにより、減益

※組織改編に伴い、2024年9月24日以降の海外向け輸出チャンネルの業績は海外飲料事業に計上

単位：百万円

	第2四半期						通期					
	2024年度		2025年度				2024年度		2025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	73,009	－	71,523	－	△2.0%	△1,486	147,519	－	145,800	－	△1.2%	△1,719
営業利益	△238	△0.3%	△2,031	△2.8%	－	△1,793	986	0.7%	△2,000	△1.4%	－	△2,986
減価償却費	2,715		2,944		8.4%	229	5,610		6,000		6.9%	389
のれん償却額	51		51		0	0	103		100		△3.8%	△3

(対象期間：1月21日～7月20日)

- 自販機チャンネルは、今年2月から価格優位性のある「ハートプライス」商品シリーズを展開。第2四半期以降、販売数量は徐々に回復、販売単価は前年同期並みで推移し、減収。費用面では、アサヒ飲料旧傘下子会社へのスマート・オペレーション展開費用が増加
- 流通チャンネルでは、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。独自性のある高付加価値商品を、付加価値の高い売場課題解決提案により店頭への導入を促進したものの、競合他社の販促投資や値下げ攻勢が激化し、減収
- サプリメント通販は、前年の第3四半期以降に広告投資を抑制したことから、売上基盤となる定期顧客が減少し、減収。現在は新規顧客の効率的な獲得を推進しつつ、定期継続促進策を展開することで、顧客基盤を再構築中。利益面については、前年同期と比較し広告宣伝費を抑制したため、増益

■ チャンネル別売上高・販売数量

	単位：百万円／百万本	2024年	2025年第2四半期		
		第2四半期		増減率	増減額
売上高	自販機	63,854	63,518	△0.5%	△336
	(従来比較可能ベース※1)	45,669	45,254	△0.9%	△415
	流通	6,367	6,247	△1.9%	△119
	海外※2	462	65	△85.7%	△396
	サプリメント通販	2,325	1,691	△27.2%	△633
	合計	73,009	71,523	△2.0%	△1,486
販売数量	(従来比較可能ベース※1)	54,824	53,259	△2.9%	△1,564
	自販機	624	615	△1.5%	△9
	(従来比較可能ベース※1)	469	467	△0.4%	△2
	流通	103	97	△6.0%	△6
	合計	728	712	△2.1%	△15
	(従来比較可能ベース※1)	573	565	△1.4%	△8

※1 アサヒ飲料旧傘下子会社3社を除く
※2 組織改編に伴い、2024年9月24日以降の海外向け輸出分は、海外飲料事業に計上

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

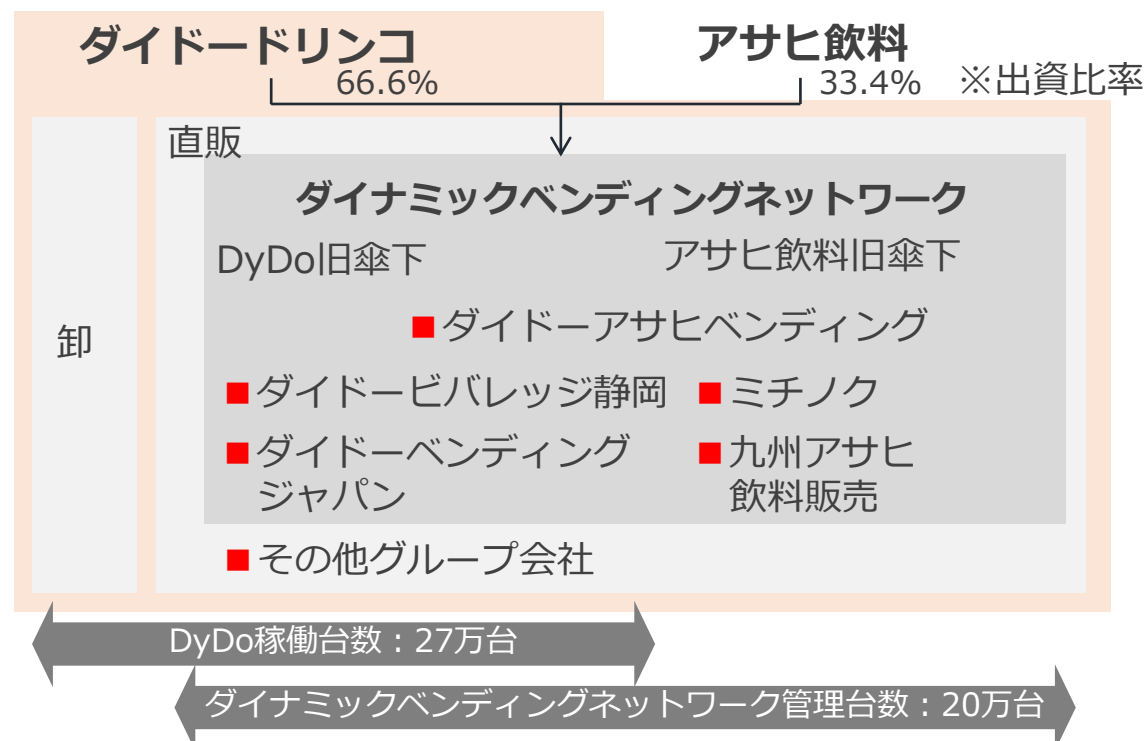


直販事業の一体的運営によるオペレーションシナジーを追求していく

ダイナミックベンディングネットワーク

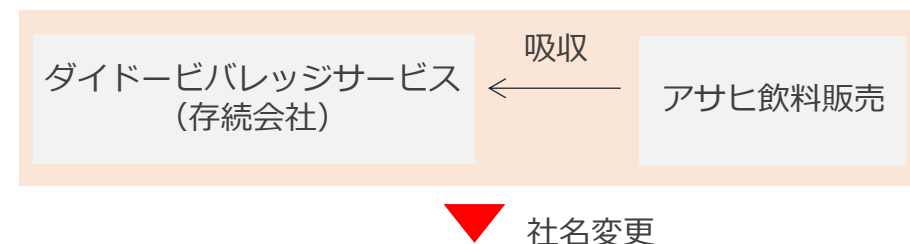
- 2023年1月23日に、直販事業の一体的運営を目的に合併会社として設立
- ダイドーのスマート・オペレーションを展開し、オペレーションスピードと品質管理能力、生産性を向上する
- 将来的な人手不足、雇用確保という課題を解決する

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し「ダイドーアサヒベンディング株式会社」として営業を開始
- 同年5月21日には、初の拠点の統廃合を完了（詳細はP35）。混載オペレーションの実施などにより、オペレーションシナジーの創出をめざす



ダイドーアサヒベンディング

ダイドーアサヒベンディング株式会社における営業所の統廃合

2025年5月21日に、ダイドーアサヒベンディングにおいて4営業所を統合し、国内最大規模の営業所として「横浜BAY営業所」を開設。直販事業の一体的運営によるオペレーションシナジーの追求をめざす

ダイドーアサヒベンディング横浜BAY営業所

統合の概要

- 旭営業所
- 港北営業所
- 横浜北営業所
- 大田南営業所

横浜BAY営業所

スマート・オペレーション体制下で
混載オペレーションを実施し、効率
化による生産性の最大化を狙う

※赤字は旧ダイドービバレッジサービス、青字は旧アサヒ飲料販売の営業所



オペレーション
自販機台数

約7,000台



各種取り組みによりオペレーションの改善を進め、自販機ビジネスにおける確固たる優位性の確立に努める

スマート・オペレーション導入による効果※

- スマート・オペレーションの導入により、ルート担当者一人当たりの生産性が大幅に向上
- 自販機稼働台数が増加する中、2019年度の約70%のルート担当者数で、オペレーションを実施。人手不足下での自販機ネットワーク維持を実現
- 引き続き、AI導入による機能の進化や、アサヒ飲料旧傘下子会社および共栄会への導入を進めていく

ルート担当者1人あたりの生産性指標（2024年度実績）

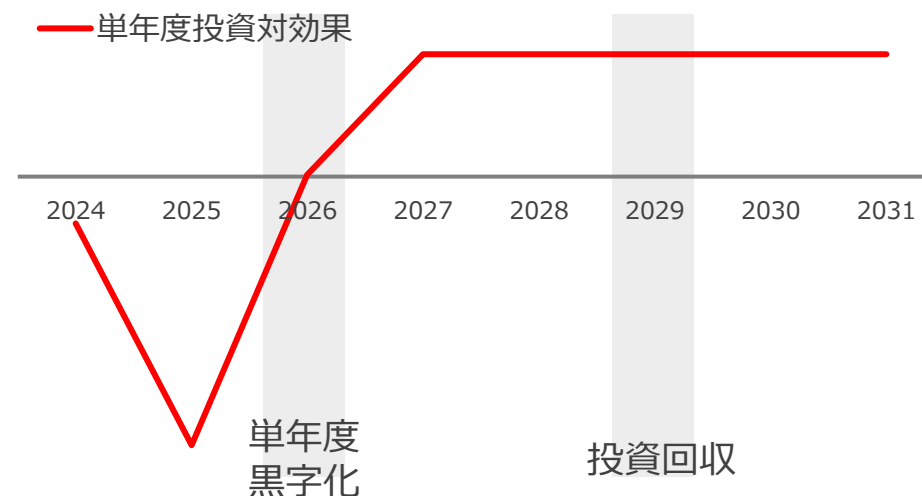
生産性指標	2019年度比
販売本数	約120%
販売金額	約140%
担当自販機台数	約170%

※ダイドービバレッジサービス（現・ダイドーアサヒベンディング）における効果

ダイナミックベンディングネットワークによる統合効果

- アサヒ飲料旧傘下子会社へのスマート・オペレーションの導入や、混載オペレーションの実施により利益創出を狙う
- スマート・オペレーション導入は投資が先行。2026年度に単年度黒字を見込み、その後、每期数億円規模の改善効果を見込む

アサヒ飲料旧傘下子会社へのスマート・オペレーション導入効果



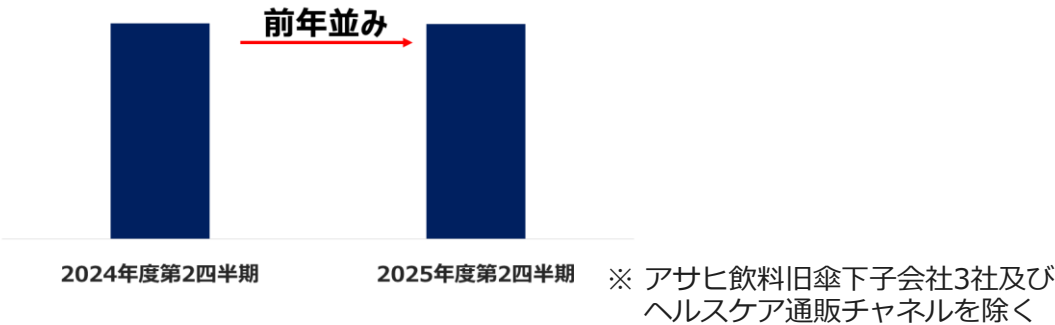
継続するコスト上昇に対応し、販売数量を鑑みた価格戦略を展開

2025年10月からは流通チャネルにおける一部商品の価格改定を実施予定

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、機動的な価格戦略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



2022年度以降の価格改定の概要

開始時期	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	2025年10月1日
対象商品	ボトル缶・PETコーヒーとソフトドリンク※が中心	SOTコーヒーが中心	ボトル缶・PETコーヒーとソフトドリンク※が中心	ダイドーブレンド絶品微糖/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	コーヒーが中心
チャネル	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%	希望小売価格(税抜)を+10~15%

※一部対象外の商品あり

主力のトルコ飲料事業において、戦略的な価格改定と機動的な販売促進活動、広告投下の効果などにより、増収
リラ安や高インフレを背景とした各種コストの上昇による影響を受ける中でも、その影響を増収効果で吸収し、増益

単位：百万円

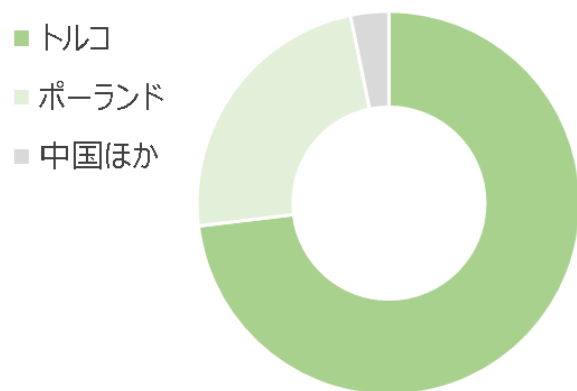
	第2四半期								通期					
	2024年度		2025年度						2024年度		2025年度			
	実績	構成比	実績	構成比	増減率	増減額	(ご参考) 超インフレ会計適用前		実績	構成比	見込み	構成比	増減率	増減額
売上高	26,757	－	28,756	－	7.5%	1,998	実績	影響額	56,263	－	63,700	－	13.2%	7,436
のれん償却前営業利益	2,485	9.3%	3,352	11.7%	34.9%	866	4,017	△665	5,587	9.9%	6,150	9.7%	10.1%	562
のれん償却費*1	218	0.8%	241	0.8%	10.7%	23	262	△21	504	0.9%	550	0.9%	9.0%	45
営業利益	2,267	8.5%	3,111	10.8%	37.2%	843	3,755	△644	5,083	9.0%	5,600	8.8%	10.2%	516
減価償却費	932		965		3.5%	32	699	266	1,856		1,800		△3.0%	△56
トルコリラ*2	4.91円		3.64円		△1.27円		3.90円	△0.26円	4.50円		3.50円		△1.00円	
ポーランドズロチ	38.55円		38.52円		△0.03円		－	－	38.21円		39.30円		1.09円	
中国元	21.26円		20.35円		△0.91円		－	－	21.13円		20.50円		△0.63円	

(対象期間：1月1日~6月30日)

*1 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
*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

主力のトルコ飲料事業において、戦略的な価格改定と機動的な販売促進活動、広告投下の効果などにより、増収
リラ安や高インフレを背景とした各種コストの上昇による影響を受ける中でも、その影響を増収効果で吸収し、増益

海外主要エリア別売上高比率



ポーランド

- 消費者の節約志向が高まる中、自社ブランドの販売が苦戦した一方、受託製造品の受注は好調に推移。原価上昇影響を商品ミックスの改善などにより一部吸収したことに加え、前年に買収に伴う一過性費用を計上していたことも影響し、増益

中国

- 一部小売店における販促要請の高まりなど事業環境が厳しくなる中でも、現地生産品の無糖茶の拡販に注力し、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維持

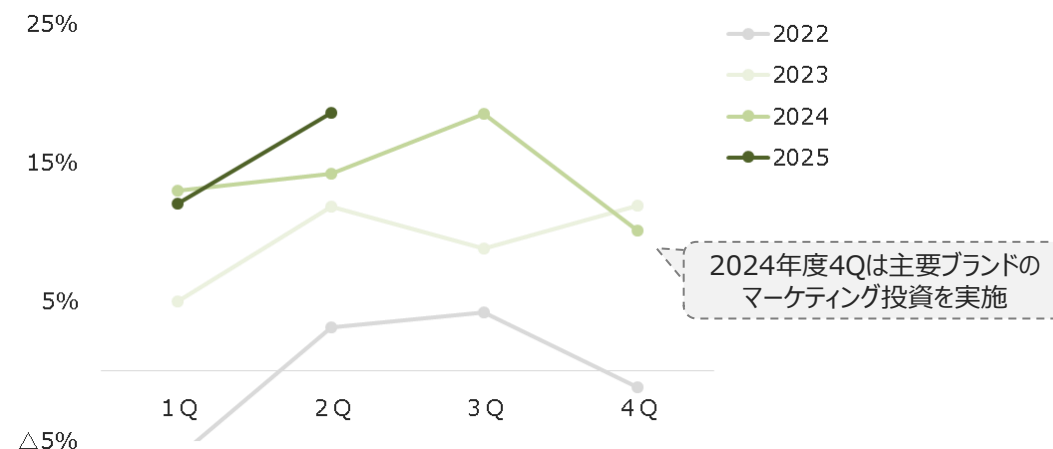
トルコ

- 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、ブランドロイヤリティ向上に向けた広告投下の効果で、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約1.5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

2025年度前年同期比	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q	累計
売上高	+43%	+53%			+48%
販売ボリューム	+8.1%	+10.4%			+9.3%

トルコ飲料事業の営業利益率推移（現地会計ベース）



好調なパウチ製品の受注拡大がドリンク剤の需要減退をカバーし、増収
利益面は、増収効果や製品ミックスの改善などにより、増益

単位：百万円

第2四半期							通期					
2024年度			2025年度				2024年度		2025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	6,872	－	6,990	－	1.7%	118	13,124	－	13,600	－	3.6%	475
営業利益	324	4.7%	463	6.6%	43.0%	139	277	2.1%	500	3.7%	80.1%	222
減価償却費	581		564		△3.0%	△17	1,404		1,100		△21.7%	△304

(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
- 当社においても市場と同様の傾向で、ドリンク剤の需要減退の影響を受けたものの、パウチ製品の好調が上回ったことで、増収
- 増収や製品ミックスの改善などにより、増益
- 市場環境の変化や生産設備の老朽化を鑑み、ドリンク剤のライン縮小と、パウチライン増設を予定。2026年度から2027年度に掛けて順次稼働開始をめざす

大同薬品工業の工場見直しの概要

	見直し前			見直し後		
	製造品目	年間生産能力		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	びん	3ライン	330百万本
	パウチ	1ライン	40百万袋	パウチ	1ライン	40百万袋
関東工場 (群馬)	びん	1ライン	150百万本	パウチ	1ライン	50百万袋

節約志向の高まりによる購買意欲の鈍化により販売が苦戦し、減収
減収に加え、原材料価格の高騰による影響により売上総利益が減少したことで、セグメント利益も減益

単位：百万円

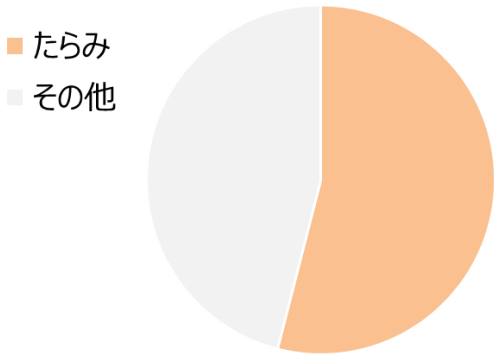
	第2四半期						通期					
	2024年度		2025年度				2024年度		2025年度			
	実績	構成比	実績	構成比	増減率	増減額	実績	構成比	見込み	構成比	増減率	増減額
売上高	11,106	－	10,395	－	△6.4%	△710	20,651	－	20,200	－	△2.2%	△451
のれん等償却前営業利益	1,073	9.7%	704	6.8%	△34.4%	△369	1,505	7.3%	850	4.2%	△43.6%	△655
のれん等償却額	173	1.6%	173	1.7%	△0.1%	0	347	1.7%	350	1.7%	0.6%	2
営業利益	899	8.1%	530	5.1%	△41.0%	△369	1,157	5.6%	500	2.5%	△56.8%	△657
減価償却費*	418		434		3.8%	15	834		1,000		19.8%	165

*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)

- ドライゼリー市場・パウチゼリー市場はともに、消費者の節約志向が高まる中、各社の値上げなどが影響し前年を下回る
- 当社においては、トレンドデザートを手軽に楽しむ「たらみ Dessert」シリーズの新発売などにより新たな顧客層の獲得やシェアを拡大。しかし、節約志向の高まりによって販売数量が減少し、減収
- 利益面では、数量減のほか、原材料価格や包材価格、労務費の上昇などによる売上総利益が減少したことで、減益

たらみのドライゼリー市場シェア



※当社調べ、PB含む

ランバート・イートン筋無力症候群治療剤ファダプス®を2025年1月より販売
DYD-701の開発推進、および、新たな治療薬候補となる優良なパイプラインの獲得に向けて活動中

単位：百万円

	第2四半期						通期					
	2024年度		2025年度				2024年度		2025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	—	—	263	—	—	263	8	—	500	—	5458.4%	491
営業利益	△295	—	△184	△70.1%	—	111	△621	△6913.5%	△500	△100.0%	—	121
減価償却費	6		30		359.4%	23	21		100		369.3%	78

(対象期間：1月21日～7月20日)

- 2025年1月に販売を開始したファダプス®の適正使用に係る情報提供に努め、ファダプス®による治療を選択する患者さんが順調に増加
- 引き続き、DYD-701の開発を進めていくことに加え、新たな導入開発品の獲得に取り組んでいく

- **ダイドーファーマの希少疾病用治療薬**
 - ランバート・イートン筋無力症候群治療剤
ファダプス®
(一般名：アミファンプリジンリン酸塩)



- **開発中の品目**
 - 開発番号：DYD-701；千葉大学が医師主導治験を実施中
(一般名：LCAT遺伝子導入前脂肪細胞)

2025年度第2四半期 フリー・キャッシュ・フローの主な増減



「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	2024年度	2025年度	増減額
EBITDA（営業利益＋減価償却費＋のれん償却額）	7,667	7,098	△568
運転資本のキャッシュ・フロー増減額	△2,461	△3,669	△1,207
その他	295	△1,285	△1,580
営業キャッシュ・フロー（a）	5,500	2,143	△3,357
有形及び無形固定資産の取得による支出（b）	△3,604	△4,771	△1,166
フリー・キャッシュ・フロー（a+b）	1,895	△2,628	△4,523

設備投資額

単位：百万円

第2四半期	2024年度	2025年度	増減額
国内飲料事業	3,952	4,110	157
海外飲料事業	2,015	2,016	0
医薬品関連事業	161	295	133
食品事業	282	459	176
希少疾病用医薬品事業	4	20	16
調整額	87	138	51
合計	6,504	7,040	536

減価償却費

単位：百万円

2024年度	2025年度	増減額
2,715	2,944	229
932	965	32
581	564	△17
418	434	15
6	30	23
399	461	62
5,053	5,399	345

こころとからだに、
おいしいものを。

