



2024年度（2025年1月期） 第1四半期決算概要

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5月27日

01	2024年度第1四半期決算概要	P.04
02	セグメント別概況	P.10
03	参考資料	P.17

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1四半期は、売上高531億円（12.9%増）、営業利益△6億円（前年は△5億円）

海外飲料事業におけるポーランド子会社の増加効果およびトルコ飲料事業の伸長で大幅増収

サプリメント通販事業において戦略的な広告投資を行い、減益

- 国内飲料事業は、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。サプリメント通販事業において戦略的な広告投資を行い、費用が増加したことで、減益
- 海外飲料事業は、2月末に買収が完了したポーランド子会社が連結されたことに加え、主力のトルコにおいて、高インフレが継続する中、価格や販売促進に関する機動的な営業戦略と、中東問題を受けた特需が継続したことにより、大幅な増収・増益
- 医薬品関連事業はパウチ製品の受注が引き続き好調に推移し、第1四半期として過去最高の売上高を記録
- 食品事業は営業・販売促進活動の奏功で販売が好調に推移したほか、2024年3月に実施した価格改定の効果も寄与し、増収増益



01 2024年度第1四半期 決算概要

2024年度第1四半期 連結決算の概要



海外飲料事業において、ポーランドの子会社増加効果と、トルコ飲料事業の躍進により、大幅増収
サプリメント通販事業における戦略的な広告投資により費用が増加し、営業損失が拡大
政策保有株式を一部売却したことにより、親会社株主に帰属する四半期純利益は大幅改善

単位：百万円

		第1四半期（1/21～4/20）								
		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	47,102	—	53,164	—	12.9%	6,062	53,056	107
営	業	利	△539	△1.1%	△611	△1.1%	—	△72	△259	△351
経	常	利	△442	△0.9%	△1,291	△2.4%	—	△849	△701	△590
親会社株主に帰属する 四半期純利益			△296	△0.6%	3,146	5.9%	—	3,443	3,585	△439
E	P	S	※	△9.45円	99.91円			109.36円		

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

2024年度第1四半期 連結業績 (セグメント別)

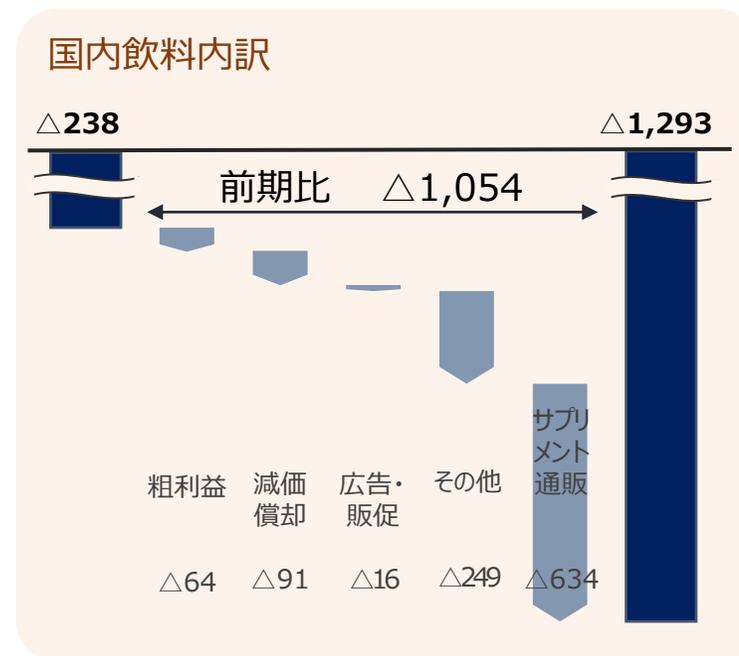
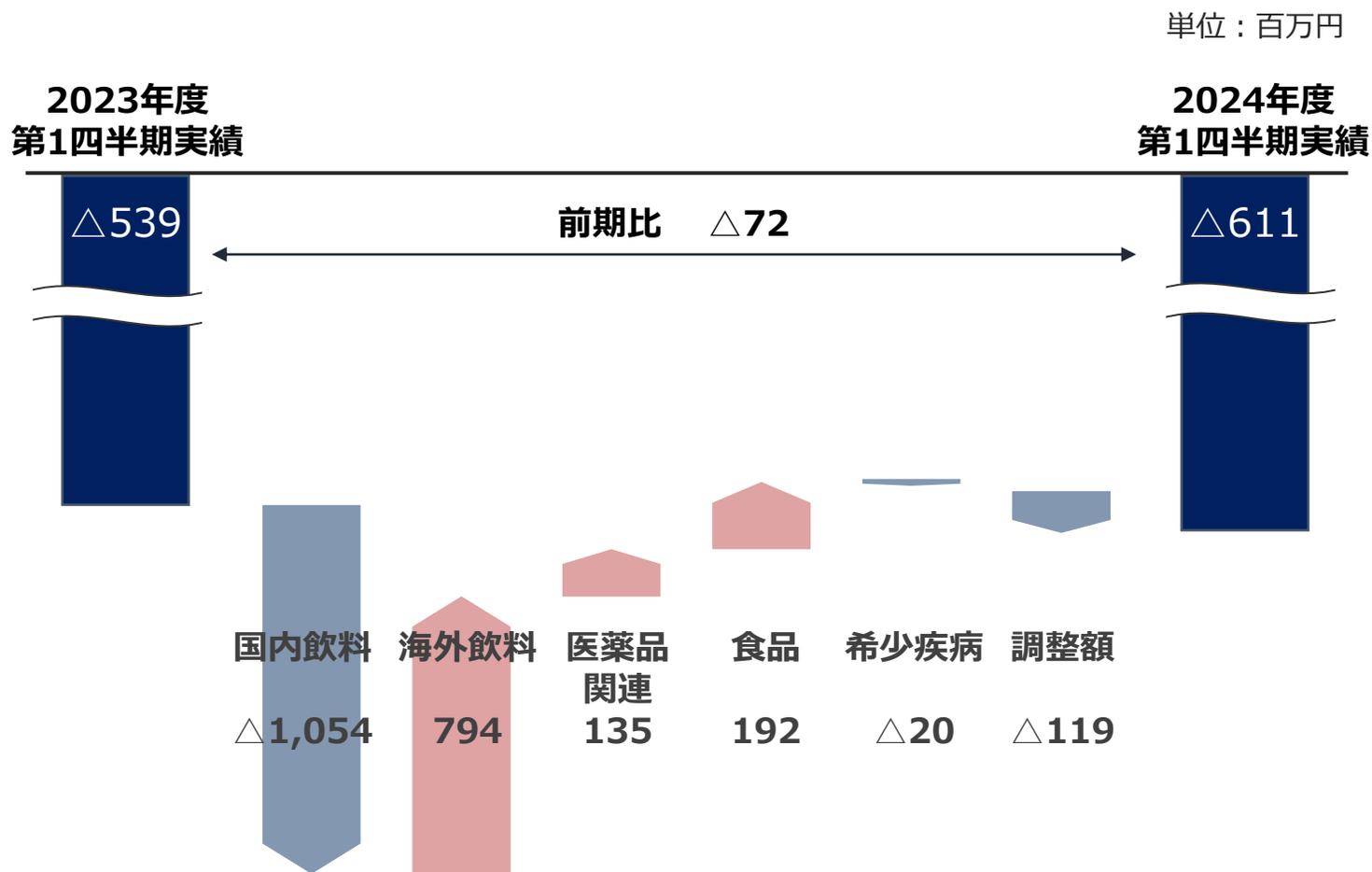


単位：百万円

	第1四半期							
	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	34,728	33,937	△2.3%	△791	34,728	33,937	△2.3%	△791
海外飲料事業	5,286	11,460	116.8%	6,174	5,219	11,353	117.5%	6,133
医薬品関連事業	3,035	3,472	14.4%	436	3,035	3,472	14.4%	436
食品事業	4,128	4,384	6.2%	255	4,128	4,384	6.2%	255
希少疾病用医薬品事業	—	—	—	—	—	—	—	—
調整額	△77	△ 90	—	△13	△77	△ 90	—	△13
売上高合計	47,102	53,164	12.9%	6,062	47,035	53,056	12.8%	6,021
国内飲料事業	△238	△ 1,293	—	△1,054	△238	△ 1,293	—	△1,054
海外飲料事業	△84	709	—	794	237	1,061	347.6%	823
医薬品関連事業	34	170	393.1%	135	34	170	393.1%	135
食品事業	34	227	555.0%	192	34	227	555.0%	192
希少疾病用医薬品事業	△133	△ 154	—	△20	△133	△ 154	—	△20
調整額	△151	△ 270	—	△119	△151	△ 270	—	△119
営業利益合計	△539	△ 611	—	△72	△217	△ 259	—	△42

2024年度第1四半期 営業利益の増減要因（前年同期比）

サプリメント通販の費用増を、好調な海外飲料事業、非飲料事業によって一部吸収



※「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。

(ご参考) 超インフレ会計適用前 2024年度 通期連結業績予想

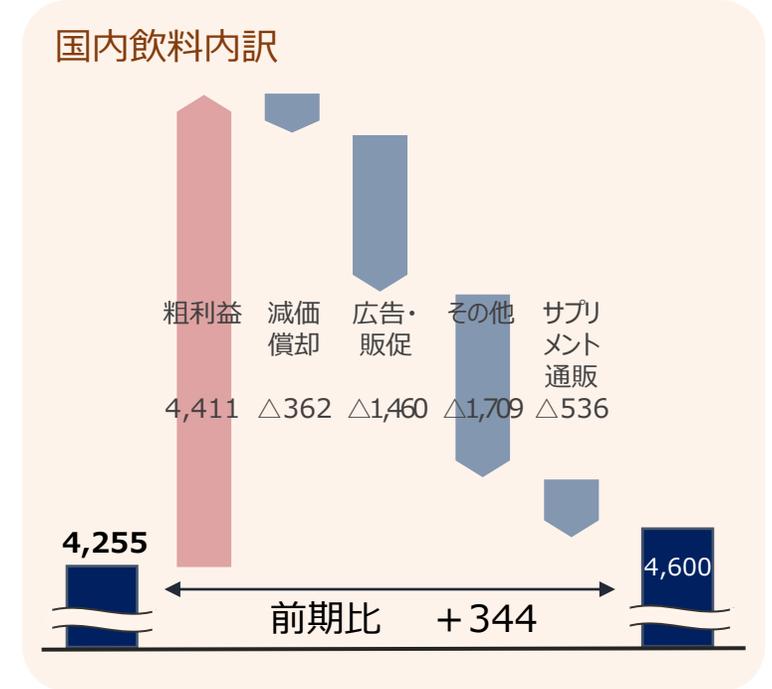
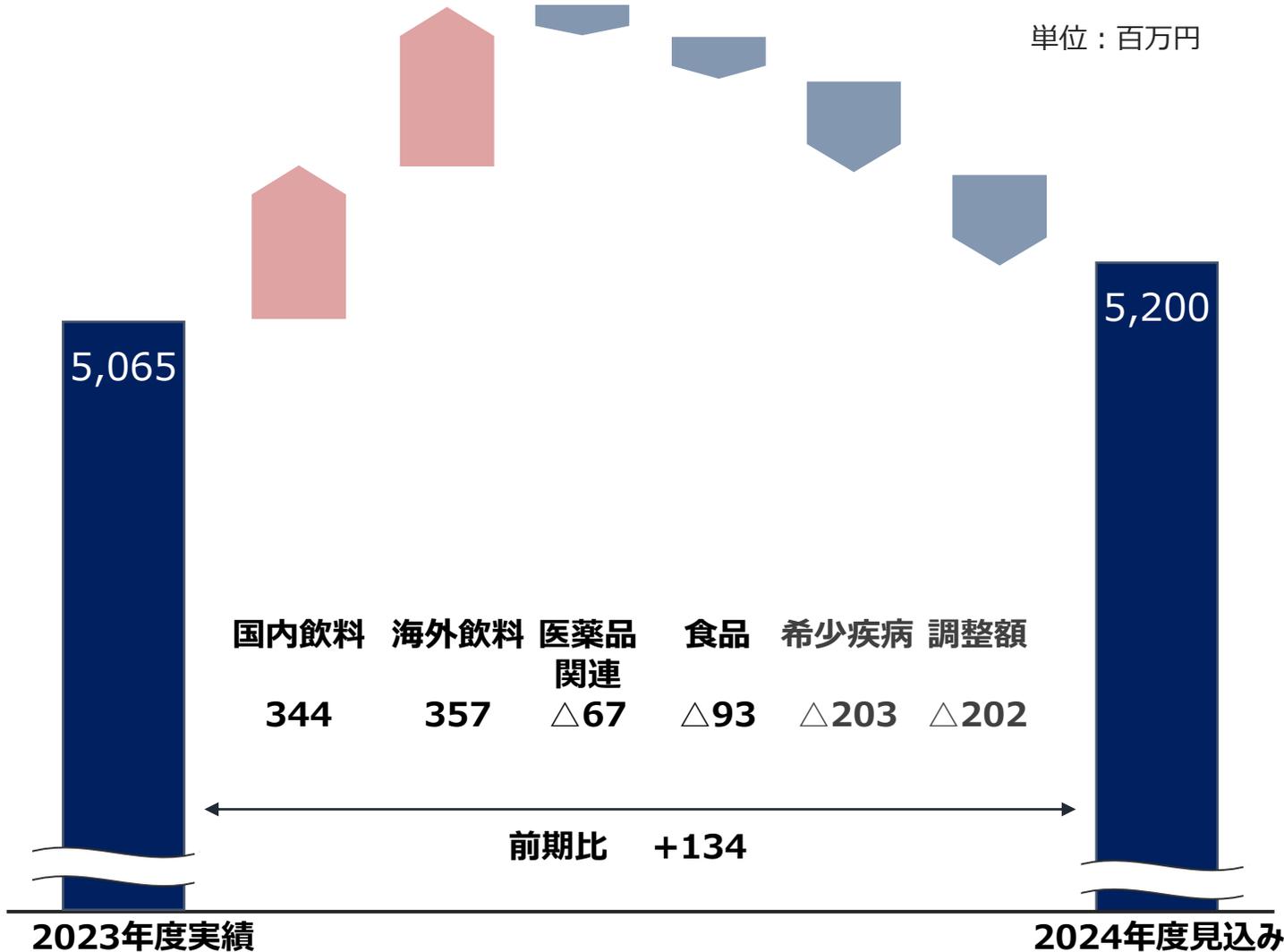


単位：百万円

	超インフレ会計適用後	(ご参考) 超インフレ会計適用前			
	通期	通期			
	2023年度実績	2023年度実績	2024年度見込み		
			増減率	増減額	
国内飲料事業	153,623	153,623	157,300	2.4%	3,676
海外飲料事業	26,444	26,527	44,600	68.1%	18,072
医薬品関連事業	12,963	12,963	13,600	4.9%	636
食品事業	20,705	20,705	21,200	2.4%	494
希少疾病用医薬品事業	—	—	—	—	0
調整額	△366	△366	△500	—	△133
売上高合計	213,370	213,453	236,200	10.7%	22,746
国内飲料事業	4,255	4,255	4,600	8.1%	344
海外飲料事業	1,110	2,442	2,800	14.6%	357
医薬品関連事業	367	367	300	△18.4%	△67
食品事業	993	993	900	△9.4%	△93
希少疾病用医薬品事業	△796	△796	△1,000	—	△203
調整額	△2,197	△2,197	△2,400	—	△202
営業利益合計	3,732	5,065	5,200	2.7%	134

国内飲料事業における売上総利益の改善と海外飲料事業におけるヴォサナ社の利益貢献を見込む

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 セグメント別概況

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
サプリメント通販事業の戦略的な広告投資により費用が増加し、減益

単位：百万円

	第1四半期						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			見込み	構成比				
売上高	34,728	-	33,937	-	△2.3%	△791	153,623	-	157,300	-	2.4%	3,676
営業利益	△238	△0.7%	△1,293	△3.8%	-	△1,054	4,255	2.8%	4,600	2.9%	8.1%	344
減価償却費	1,246		1,338		7.4%	91	5,147		5,600		10.7%	452
のれん償却額	25		25		0	0	103		100		△3.8%	△3

(対象期間：1月21日～4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
- 価格改定効果で単価は改善したものの、販売数量が落ちたことで、粗利は減少。第2四半期にかけては、自販機稼働台数の増加と夏場の需要の取り込みを進めていく
- 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、効果的な営業活動を実施。コーヒー飲料における効果的な販促施策や、夏場のソフトドリンク需要の取り込みを行っていく
- サプリメント通販は、戦略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過去最高となり増収
- 他社製サプリメントの品質問題の影響は第1四半期時点では軽微。今後は、一定程度の影響がある可能性を考慮し、広告投資を含め状況に応じた対応を行っていく

■ チャンネル別売上高・販売数量

	単位：百万円／千本	2023年	2024年第1四半期		
		第1四半期	実績	増減率	増減額
売上高	自販機	30,692	29,855	△2.7%	△836
	(従来比較可能ベース ^{※1})	22,068	21,430	△2.9%	△637
	流通・海外 ^{※2}	2,925	2,955	1.0%	29
	サプリメント通販	1,110	1,126	1.5%	16
合計	34,728	33,937	△2.3%	△791	
	(従来比較可能ベース ^{※1})	26,104	25,512	△2.3%	△592
販売数量	自販機	320,082	289,358	△9.6%	△30,723
	(従来比較可能ベース ^{※1})	241,200	216,772	△10.1%	△24,428
	流通	53,045	46,391	△12.5%	△6,653
	合計	373,127	335,750	△10.0%	△37,376
	(従来比較可能ベース ^{※1})	294,245	263,164	△10.6%	△31,081

※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。

ポーランド子会社の買収や主力のトルコ事業の躍進により、大幅な増収増益

単位：百万円

	第1四半期						通期（超インフレ会計適用前）							
	2023年度		2024年度				2023年度		2024年度（ご参考）					
	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	5,286	—	11,460	—	116.8%	6,174	11,353	107	26,527	—	44,600	—	68.1%	18,072
のれん償却前営業利益	△84	△1.6%	816	7.1%	—	900	1,173	△356	2,472	9.3%	3,110	7.0%	25.8%	637
のれん償却費* ¹	—	—	106	0.9%	—	106	112	△5	29	0.1%	310	0.7%	960.8%	280
営業利益	△84	△1.6%	709	6.2%	—	794	1,061	△351	2,442	9.2%	2,800	6.3%	14.6%	357
減価償却費	195		360		84.0%	164	231	128	449		1,000		122.5%	550
トルコリラ* ²	6.99円		4.68円		△2.31円		4.78円	△0.10円	5.98円		5.00円		△0.98円	
ポーランドズロチ	—		37.53円		—		—	—	—		37.00円		—	
中国元	19.43円		20.75円		1.32円		—	—	19.87円		20.50円		0.63円	

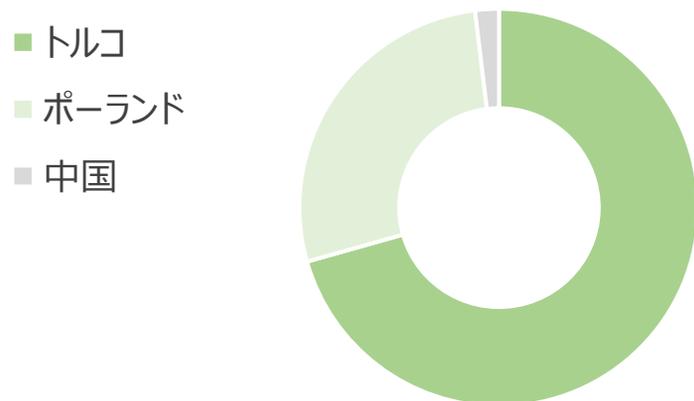
（対象期間：1月1日～3月31日）

*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

ポーランド子会社の買収や主力のトルコ事業の躍進により、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

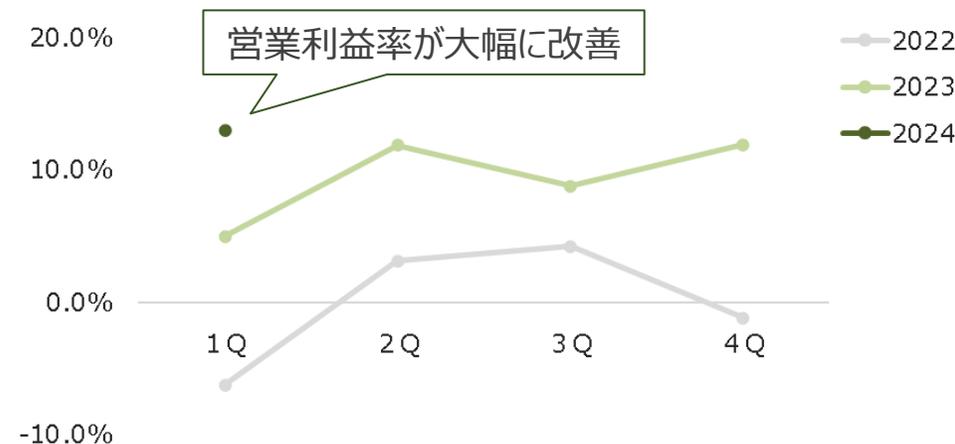
トルコ

- 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約2.4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%				+137%
販売ボリューム	+16.5%				+16.5%

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1四半期として過去最高の売上高を達成

単位：百万円

	第1四半期						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	3,035	-	3,472	-	14.4%	436	12,963	-	13,600	-	4.9%	636		
営業利益	34	1.1%	170	4.9%	393.1%	135	367	2.8%	300	2.2%	△18.4%	△67		
減価償却費	287		289				0.6%	1	1,160		1,200		3.4%	39

(対象期間：1月21日～4月20日)

- ドリンク剤市場は人流回復による復調が一段落する一方で、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1四半期として過去最高の売上高を達成
- 増収効果と工場の稼働率向上により、原材料価格の上昇による影響を吸収し、増益

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

営業・販売促進活動の奏功および、2024年3月に実施した価格改定が寄与し、増収増益

単位：百万円

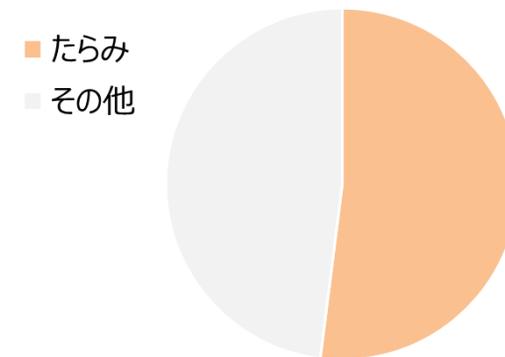
	第1四半期						通期					
	2023年度		2024年度				2023年度		2024年度			
	実績	構成比	実績	構成比	増減率	増減額	実績	構成比	見込み	構成比	増減率	増減額
売上高	4,128	-	4,384	-	6.2%	255	20,705	-	21,200	-	2.4%	494
のれん等償却前営業利益	122	3.0%	314	7.2%	156.4%	191	1,345	6.5%	1,250	5.9%	△7.1%	△95
のれん等償却額	87	2.1%	86	2.0%	△1.1%	0	351	1.7%	350	1.7%	△0.5%	△1
営業利益	34	0.8%	227	5.2%	555.0%	192	993	4.8%	900	4.2%	△9.4%	△93
減価償却費*	218		209		△4.1%	△9	848		600		△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～3月31日)

- 販売単価の上昇に加え、他デザート類との価格差が影響し、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
- 2022年10月および2024年3月に実施した価格改定による効果のほか、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、増収効果と計画的な設備投資による生産効率改善により増益

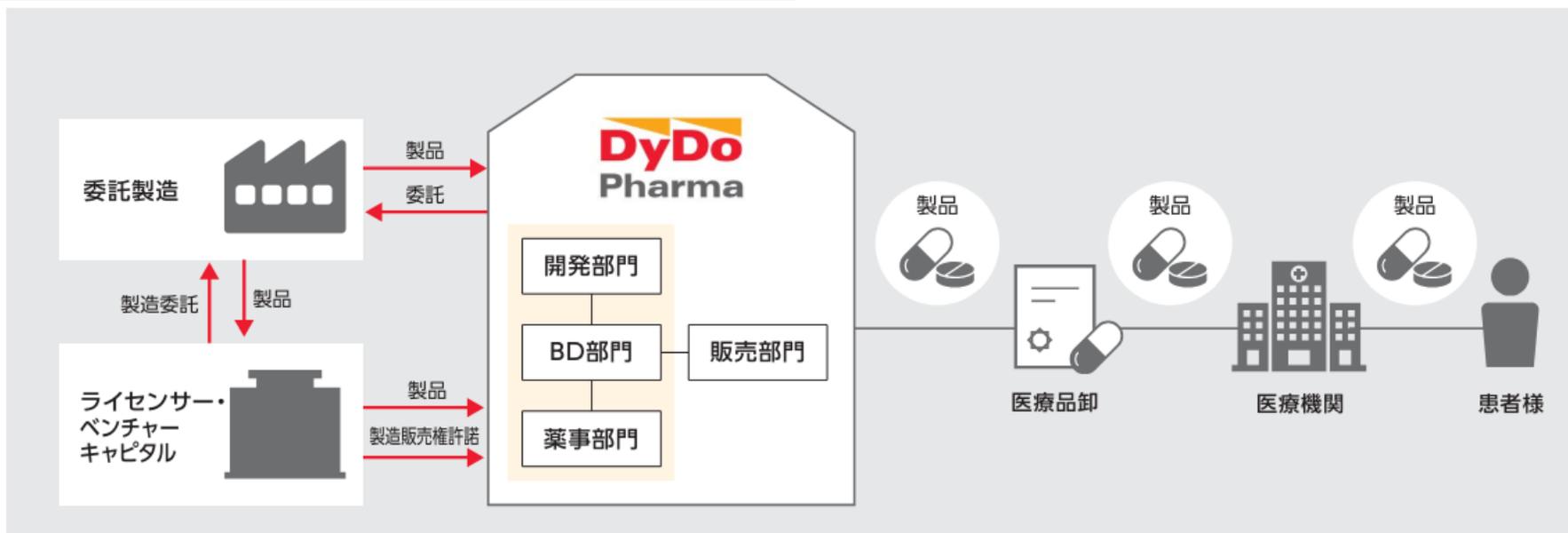
■ たらみのドライゼリー市場シェア



※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5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）



03 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 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

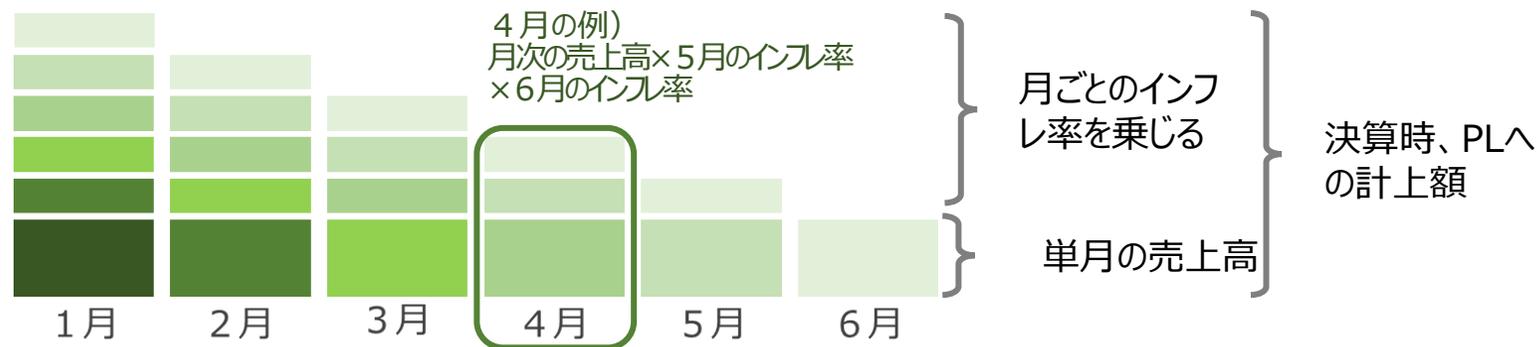
損益計算書への主な影響

(百万円)	連結PLへの影響額 (従来基準との差異)
売上高	107
売上原価	
売上総利益	
販管費	
減価償却費	
営業利益	△351
営業外損益	△239
経常利益	△590
法人税等	△150
当期純利益	△439

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

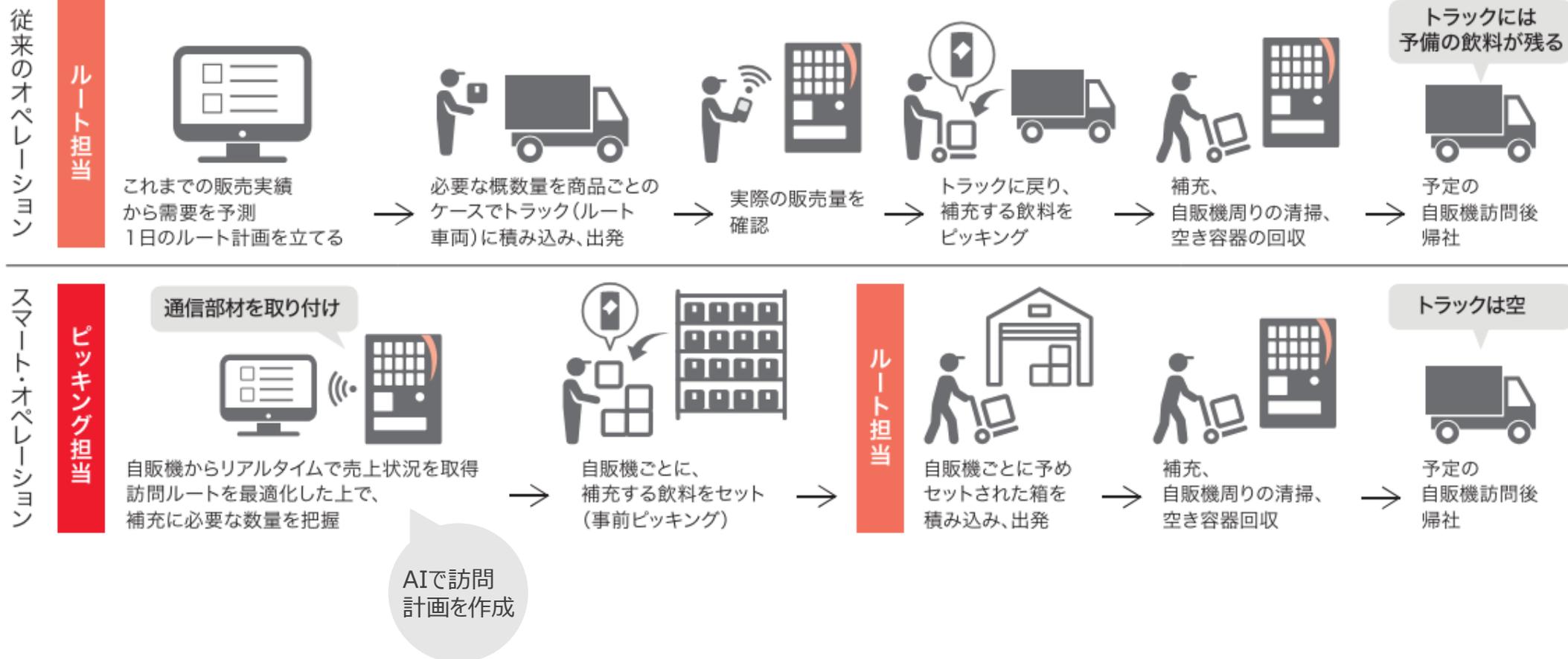
2023年度第4四半期より、現地トルコの税務及び会計処理でも「インフレ会計」が適用されたことで、法人税等調整額が増益要因に

売上高・コストの計上イメージ（円換算前）



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

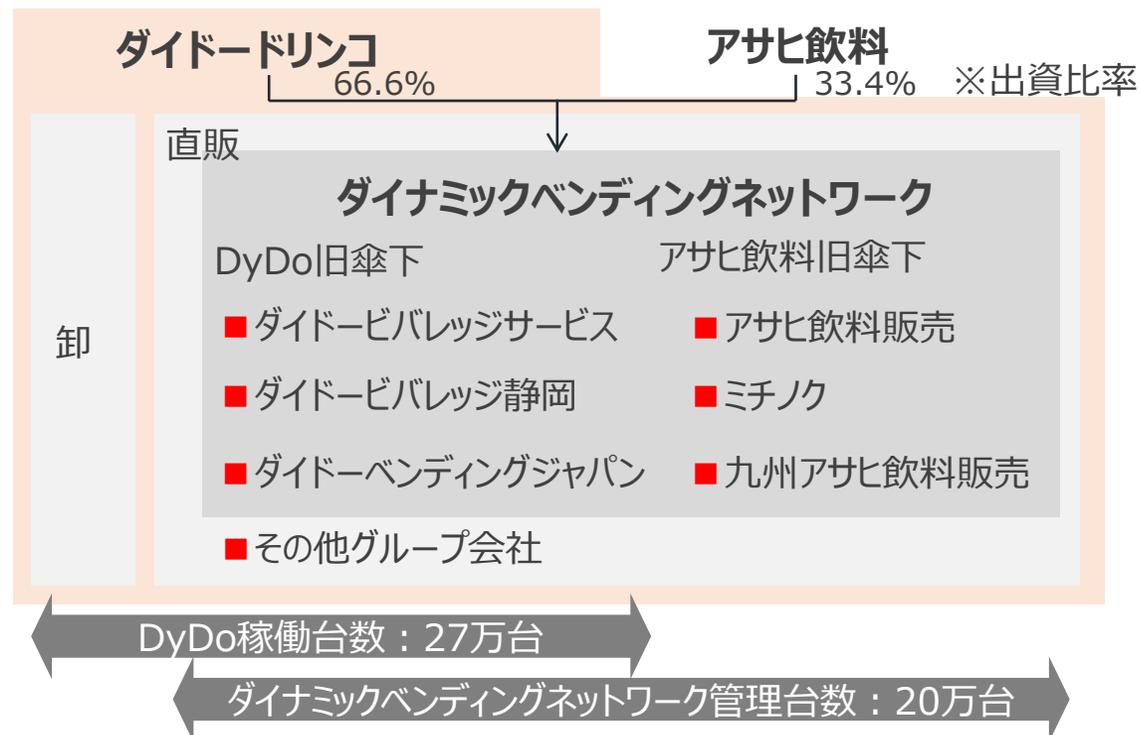


直販事業の一体的運営によるオペレーションシナジーを追求していく

ダイナミックベンディングネットワーク

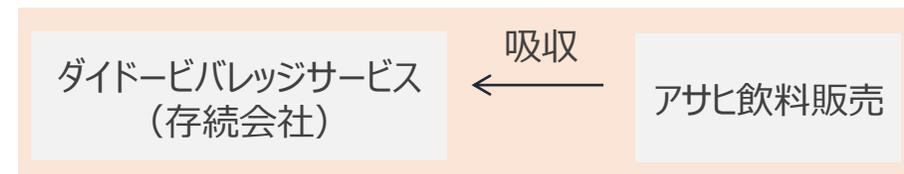
- 2023年1月23日に、直販事業の一体的運営を目的に合併会社として設立
- ダイドーのスマート・オペレーションを展開し、オペレーションスピードと品質管理能力、生産性を向上する
- 将来的な人手不足、雇用確保という課題を解決する

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

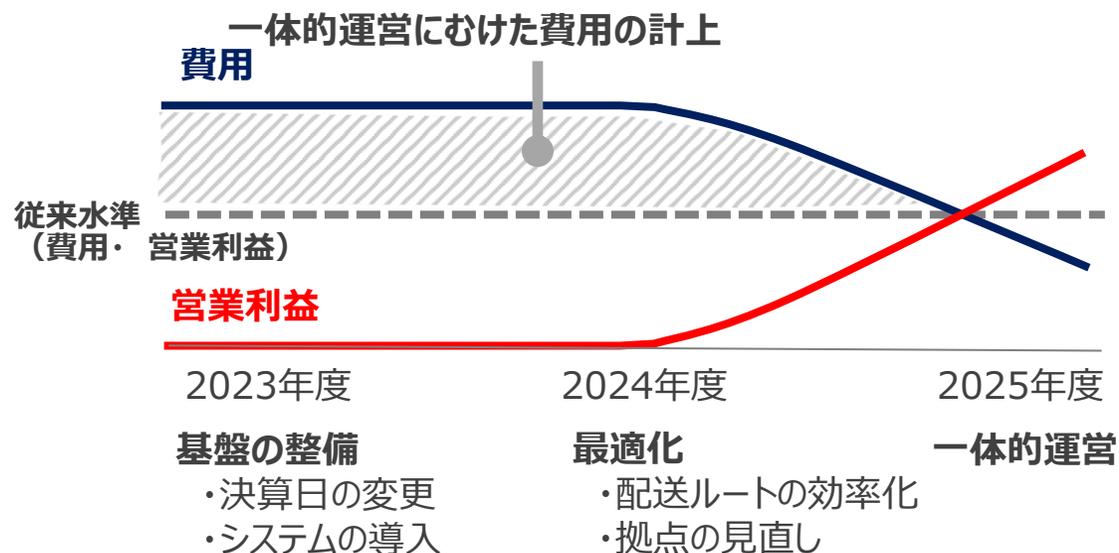
スマート・オペレーションの継続的な改善と展開拡大を行い、利益創出を図る

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

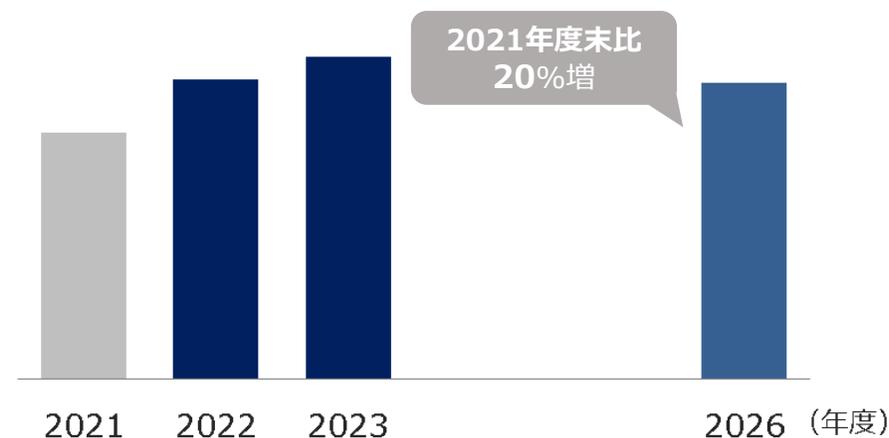
スマート・オペレーション (SM・O) の展開計画

	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年～
ダイドードリンク旧傘下への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



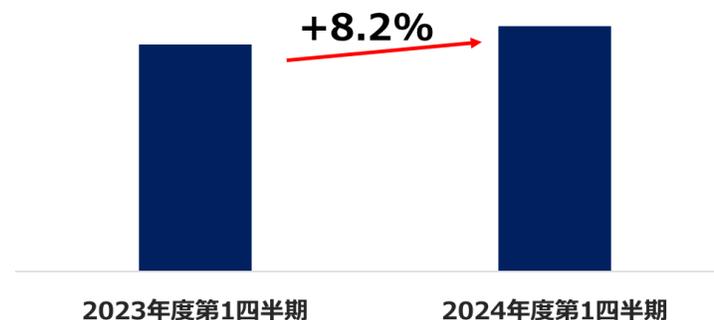
*ダイドードリンク旧傘下直販のオペレーション担当者

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、価格改定を通じて適切な利益水準の確保をめざす

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～
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
チャネル			
自販機	●	●	●
流通	●	●	—
価格改定額	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

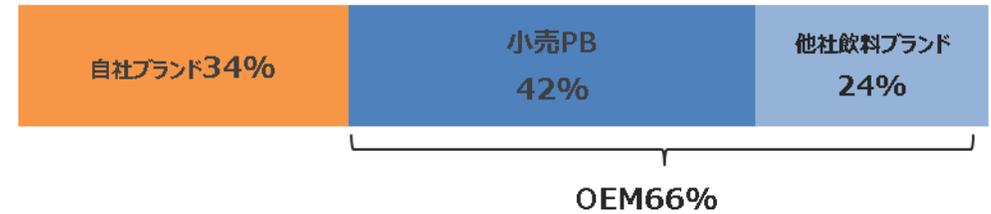
※一部対象外の商品あり

2024年2月、ポーランドで清涼飲料の製造・販売を行うWosana S.A.（ヴォサナ社）の株式を100%取得
海外飲料事業全体の利益基盤の強化を図る

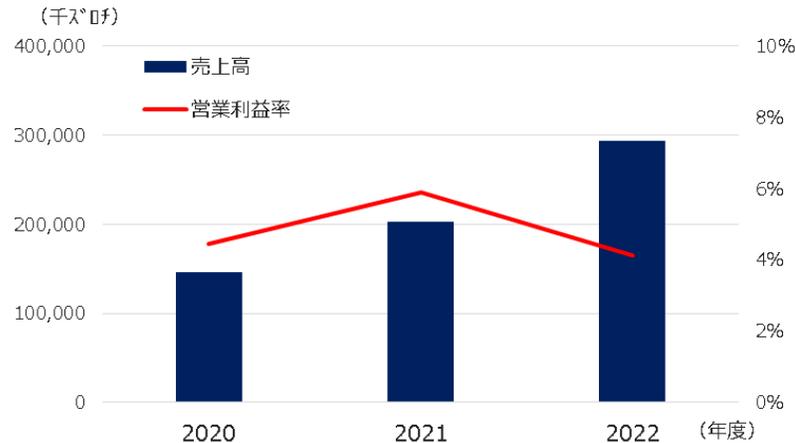
安定した利益創出力のあるヴォサナ社を獲得

- ポーランド飲料市場は国内の経済成長を背景に、今後も安定した成長が見込まれる
- 自社ブランドの製造・販売と他社からの受託製造という複数のビジネスモデル、自動化の進んだ生産ラインを強みに、安定した利益創出力をもつ
- ポーランド国内での事業拡大をめざしつつ、グループ企業との協業、ヴォサナ社を足掛かりとした欧州への事業拡大の可能性を検討

業態別売上比率



ヴォサナ社の業績（現地会計ベース）



カテゴリー別売上比率



2024年4月、DyDoグループがめざす人的資本経営を策定

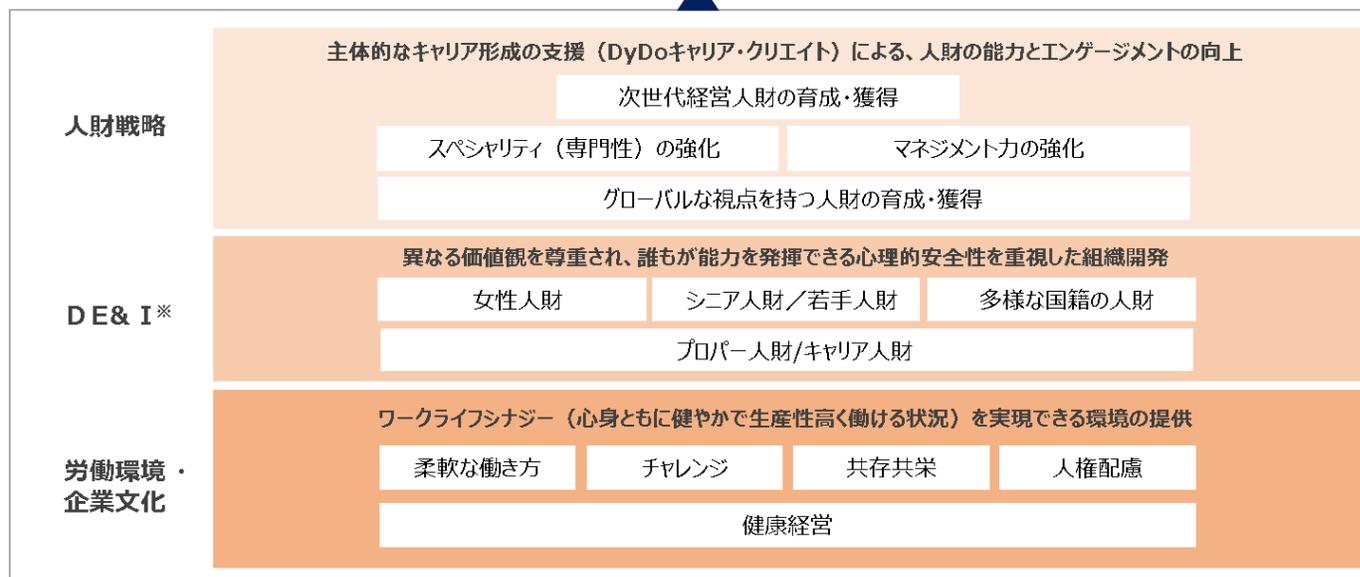
グループミッション2030
 の実現に向けた戦略

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財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>

コーポレートガバナンス・コードに則り、政策保有株式の保有の適否の見直しを毎年実施
売却益は資本効率向上に向けた投資資金の再配分に活用予定

政策保有株式の縮減

- 第1四半期期間中に、当社及び当社子会社が保有する上場有価証券を売却し、投資有価証券売却益を51億円計上
- 直近の純資産に占める政策保有株式の割合は4.0%と、大幅に縮減

政策保有株式の推移

