

おいしさの中心、安心の先頭へ。

2025年3月期 第1四半期
決算補足説明資料



LIFEDRINK COMPANY

2024年8月13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8月13日

サマリー

2025/3期
第1四半期

増産・増収
・営業減益

- LDC既存工場の稼働率向上やニッソービバレッジの能力増強、御殿場工場生産開始等が寄与し、生産数量は前期比9%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により、前期比13%の増収
- 増収はあったものの、御殿場工場の固定費やM&Aに伴う諸費用の発生により営業利益は前期比11%の減益
- 減益ではあるが、2025年3月期業績予想に対して概ね順調に進捗

2025/3期
取り組み進捗

概ね順調

- 2024年4月稼働の御殿場新工場は、水の生産に続きお茶の生産も開始するなど、フル生産に向けて順調に進捗
- ニッソービバレッジは内製化率向上目的の設備投資の具体化やライン増設の検討など、増産及び収益性向上に向けた取り組みが進む
- 生産能力獲得などを目的とした炭酸水製造事業の譲受は予定通り2024年6月に完了し、PMIが進行

1. 2025年3月期 第1四半期 業績

2. (参考) 会社紹介

ハイライト:2025年3月期 第1四半期累計

生産数量*1

18百万箱*2
(前期比+9%)



売上高

113億円
(前期比+13%)



営業利益

12億円
(前期比▲11%)



EBITDA

16億円
(前期比▲3%)



*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
*2:1箱=12リットルで計算しています

業績:2025年3月期 第1四半期累計

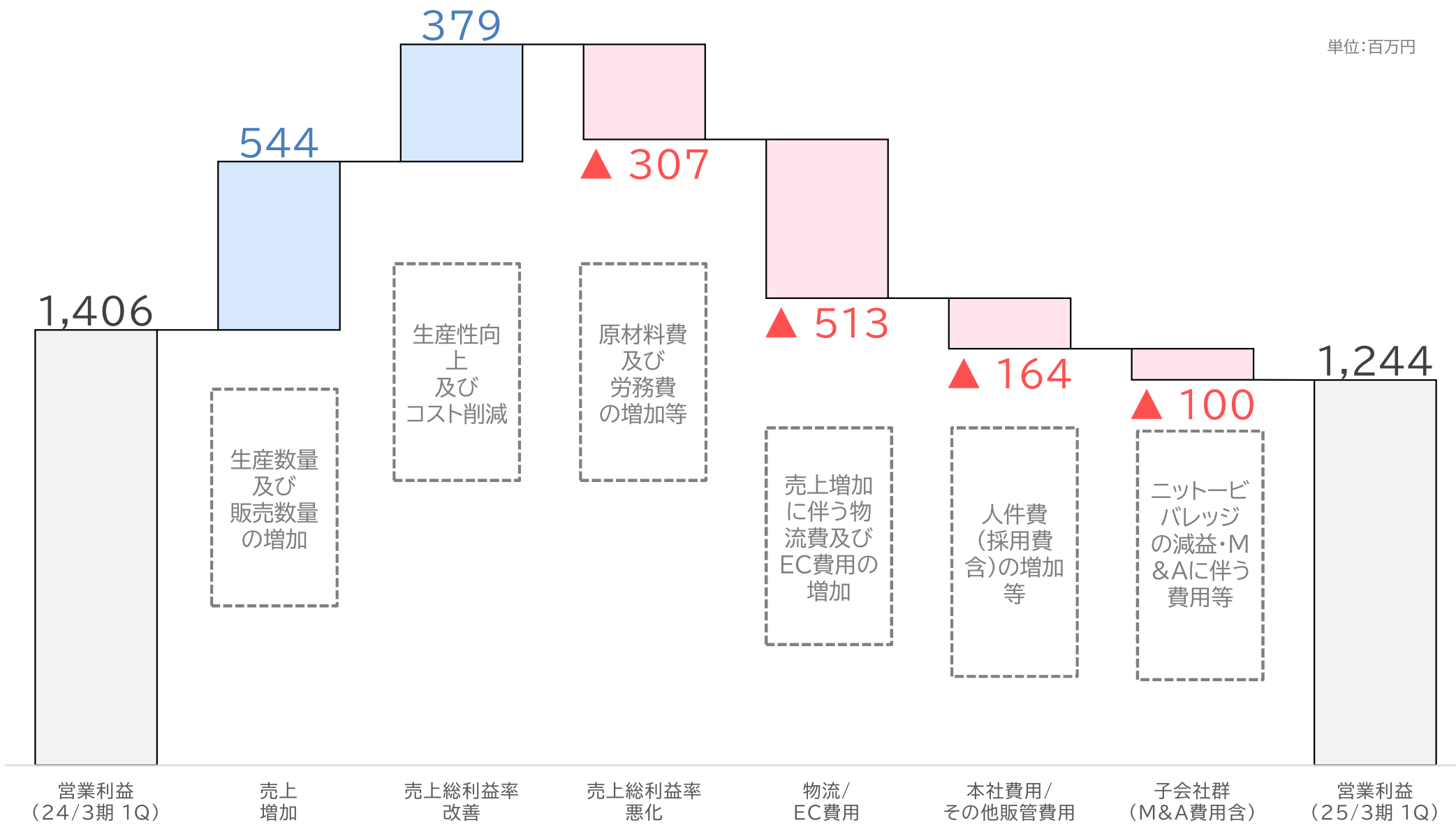
生産数量*1及び売上高は増加しましたが、御殿場工場の固定費負担の発生やM&A費用の発生などにより前期比1.6億円の営業減益となりました

単位:百万円	2024年3月期 (第1四半期)	2025年3月期 (第1四半期)	増減 (対前期)	前期比
売上高	9,971	11,308	+1,336	+13%
営業利益 (率)	1,406 (14.1%)	1,244 (11.0%)	▲161 (▲3.1pt)	▲11%
当期純利益 (率) (EPS)	947 (9.5%) (73.06円)	851 (7.5%) (65.22円)	▲96 (▲2.0pt) (▲7.84円)	▲10%
EBITDA (率)	1,692 (17.0%)	1,632 (14.4%)	▲60 (▲2.5pt)	▲3%

業績増減要因:2025年3月期 第1四半期累計との比較

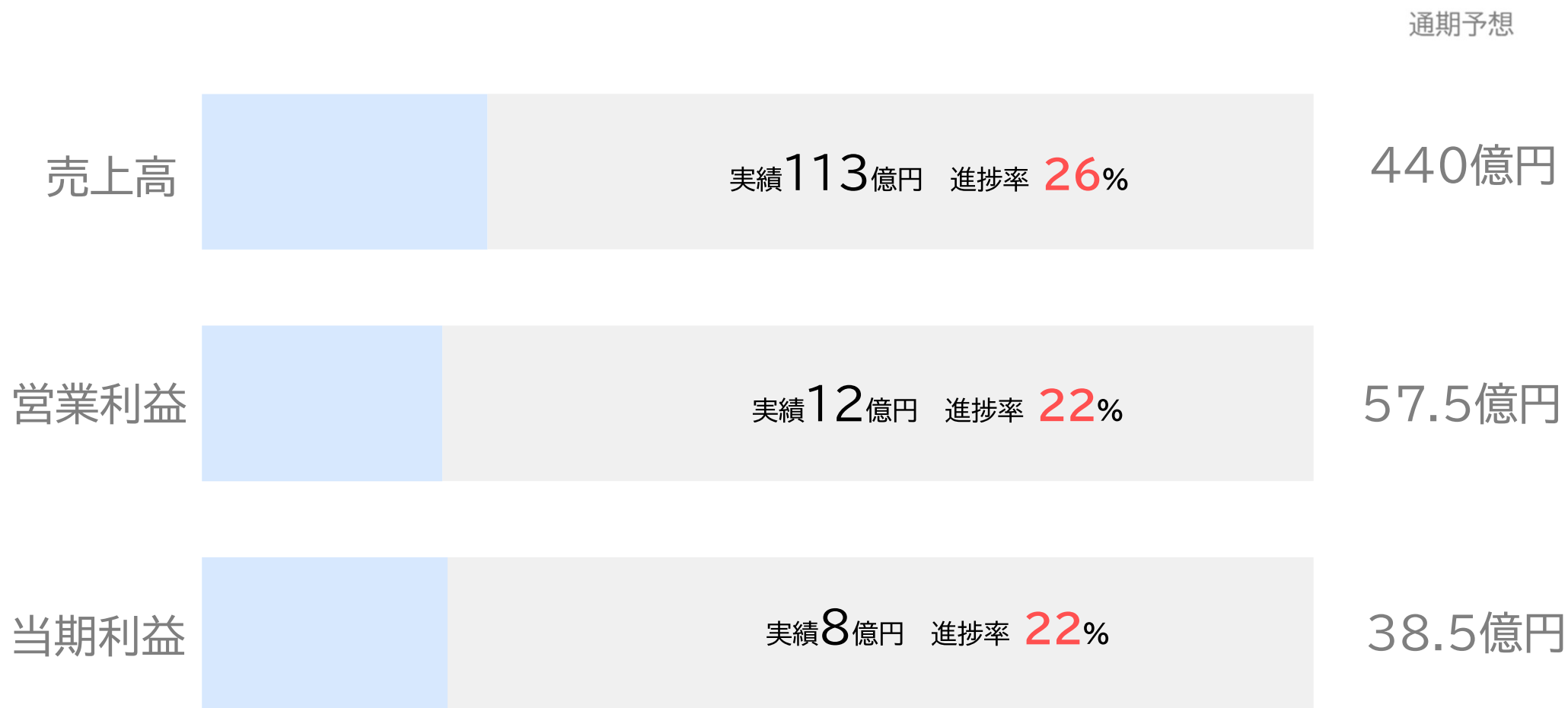
御殿場工場の固定費やM&Aに伴う諸費用の発生などを増収でカバーしきれず、営業減益となりました

単位:百万円



業績の進捗:2025年3月期 第1四半期累計

第1四半期は御殿場工場の立ち上げ期のため、営業利益・当期利益ともに通期予想に対する進捗率は22%となっております。なお、当社想定比では概ね順調な進捗と考えています



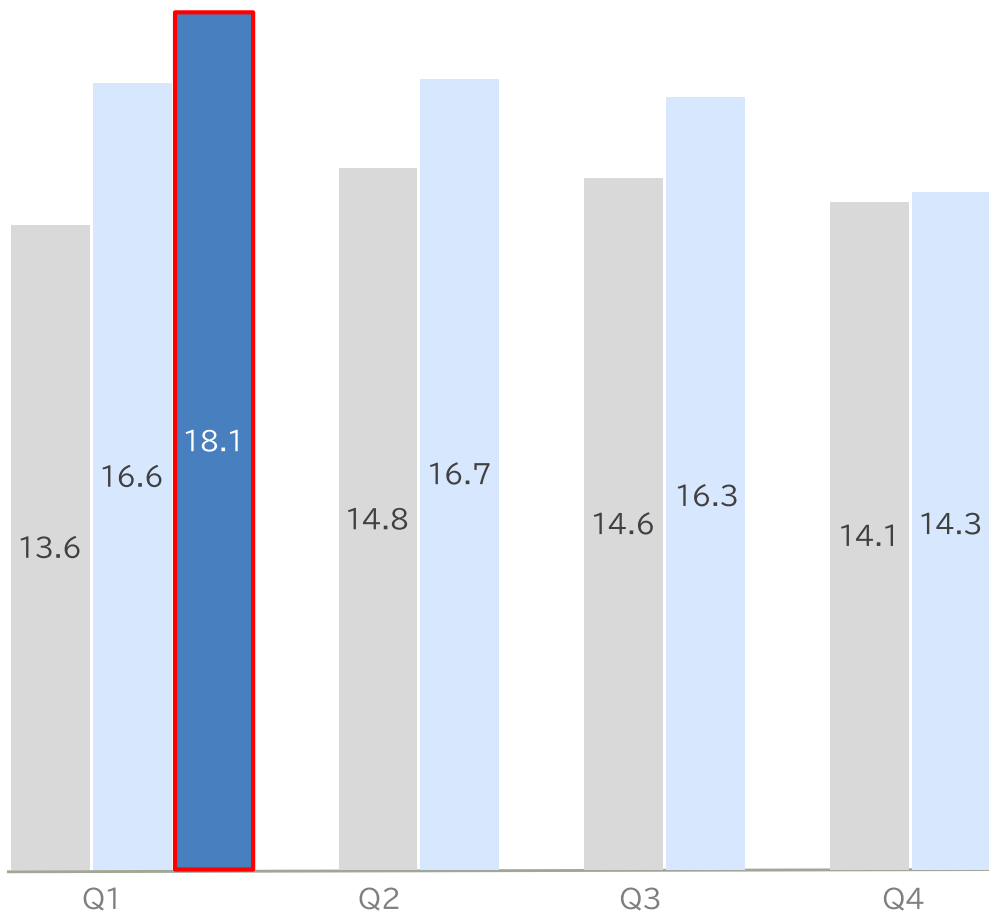
(参考)四半期業績の推移 ①

■ 2023年3月期
■ 2024年3月期
■ 2025年3月期

単位:百万箱*1

+1.5百万箱
(+9%)

生産数量

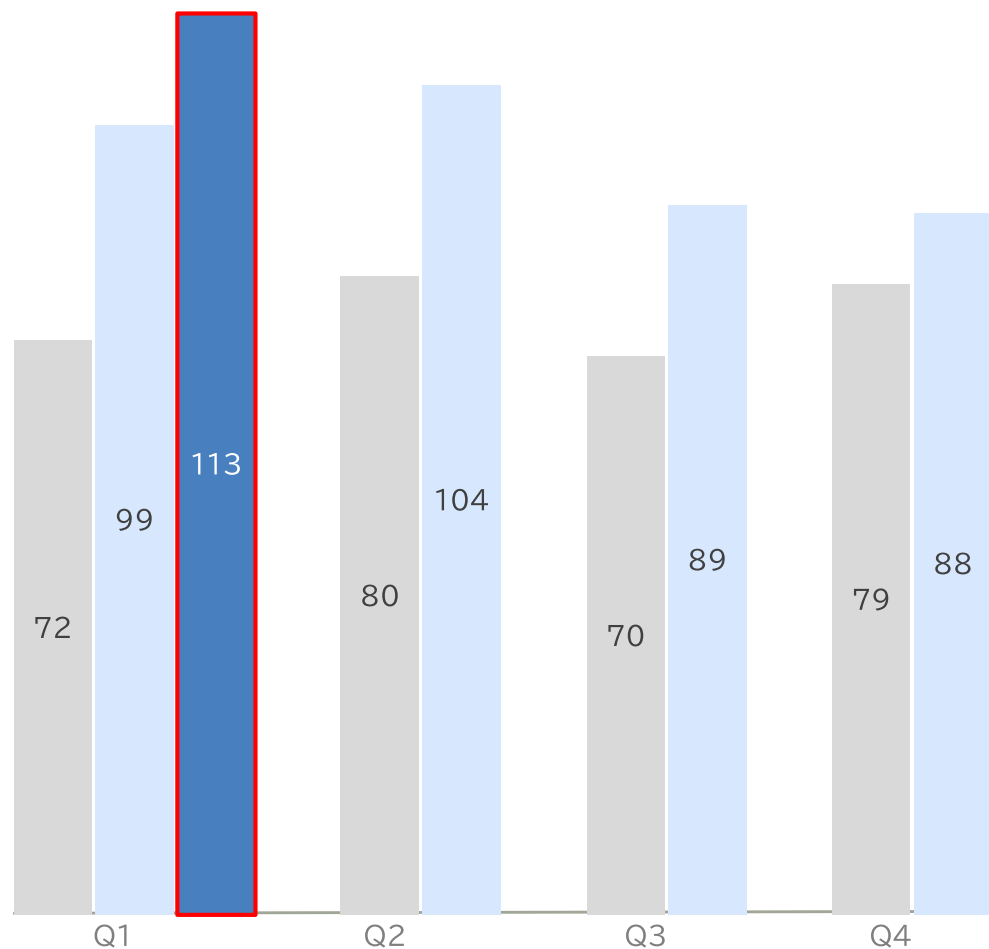


■ 2023年3月期
■ 2024年3月期
■ 2025年3月期

単位:億円

+13億円
(+13%)

売上高



(参考)四半期業績の推移 ②

■ 2023年3月期
■ 2024年3月期
■ 2025年3月期

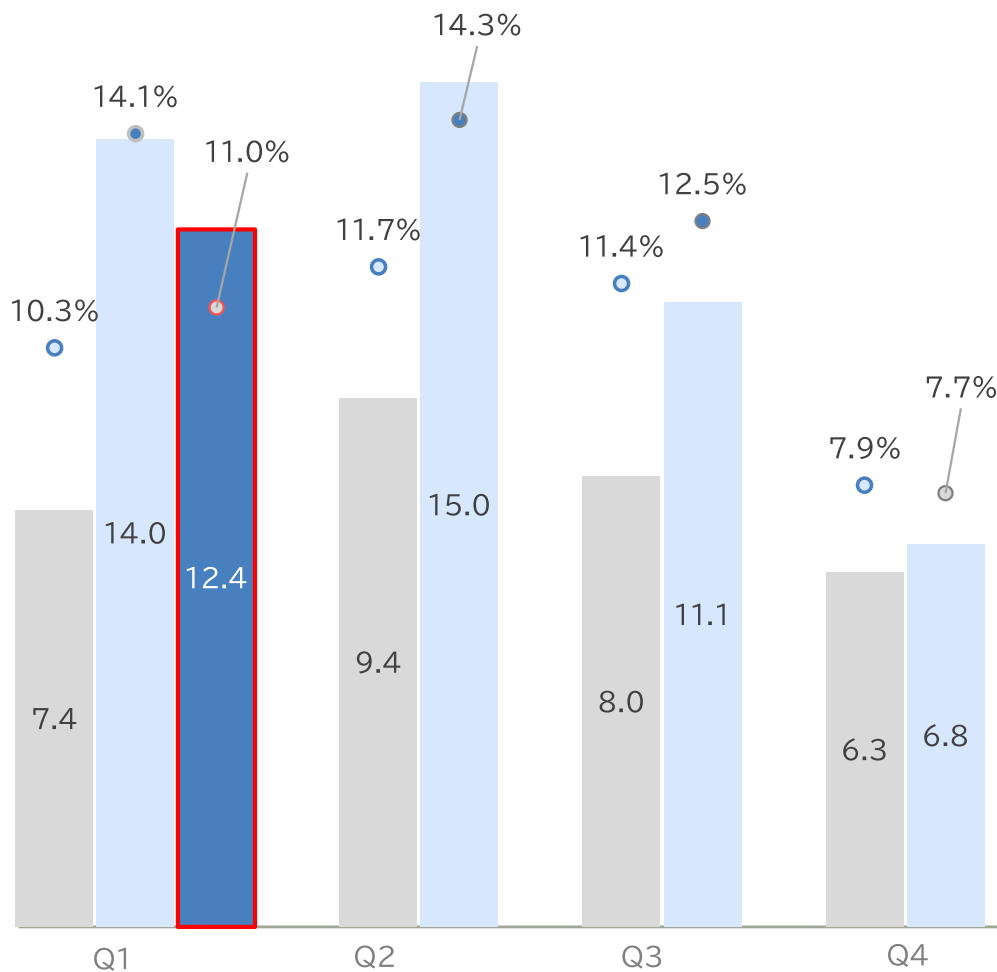
単位:億円

■ 2023年3月期
■ 2024年3月期
■ 2025年3月期

単位:億円

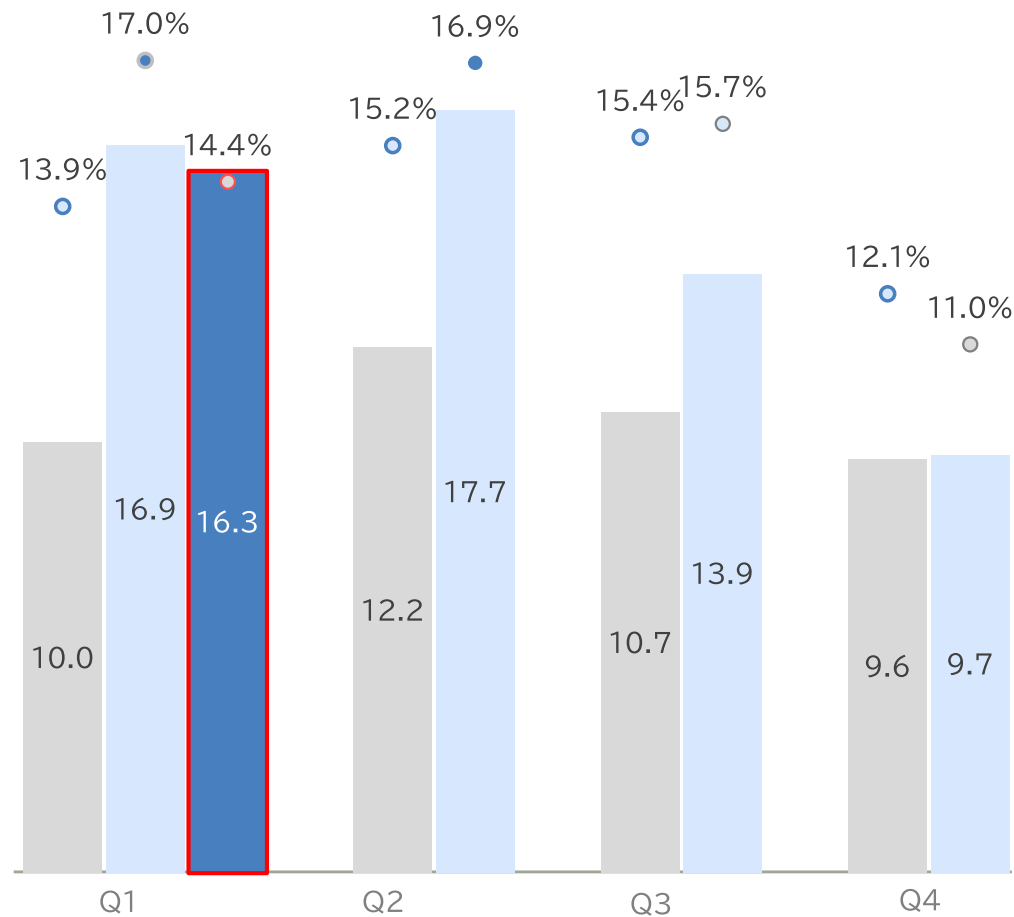
▲1.6億円
(▲3.1%)

営業利益/営業利益率



▲0.6億円
(▲2.6%)

EBITDA/EBITDAマージン



財政状態:2025年3月期 第1四半期

御殿場新工場の設備投資の完了及び新規M&Aにより、固定資産が13億円増加。また、御殿場新工場の投資資金を銀行借入で調達したことにより、純有利子負債が増加しています

単位:百万円	2024年3月期		2025年3月期 第1四半期		
	金額	構成比	金額	構成比	増減
流動資産	11,753	38%	15,346	43%	+3,592
(現預金)	3,736	12%	5,311	15%	+1,574
固定資産等	18,893	62%	20,208	57%	+1,314
資産合計	30,646	100%	35,554	100%	+4,907
流動負債	7,645	25%	11,540	32%	+3,895
固定負債	11,657	38%	12,192	34%	+534
(有利子負債)	13,740	45%	18,423	52%	+4,683
負債合計	19,303	63%	23,733	67%	+4,429
純資産	11,342	37%	11,820	33%	+478
負債及び純資産合計	30,646	100%	35,554	100%	+4,907
【参考情報】					
純有利子負債EBITDA倍率*1	1.7x		2.2x		

*1:EBITDAは直近12か月の実績にもとづきます

成長投資実績及び今後の計画:2025年3月期 第1四半期累計

御殿場工場の1号ライン新設投資が完了。今後は子会社群における収益性向上投資や御殿場工場／ニッソービバレッジのライン増設、新しいM&Aなど成長投資を進める予定です

(単位:億円)	2024/3期 以前*1	2025/3期		備考
		1Q実績	通期見込	
LDC				
既存工場	34	-		<ul style="list-style-type: none"> ● 能力増強/生産性向上投資一巡 ● 今後は設備維持更新(約10億円/年)及び物流費削減(倉庫等)が中心
御殿場工場	84	10	10	<ul style="list-style-type: none"> ● 1号ライン新設は1Q完了 ● 2号ライン増設を検討中
ニッソービバレッジ*2	24	2	16	<ul style="list-style-type: none"> ● 1号ライン能力増強(増産)は前期完了 ● 2号ライン改良(内製化率向上)を今期実施 ● 水飲料ライン増設(増産)を検討中
Oビバレッジ*2	-	6	10	<ul style="list-style-type: none"> ● 既存ライン改良投資(内製化率向上)を検討中(26/3期1Q完了予定)
合計	142	18	36	

その他トピックス:御殿場工場の稼働開始

御殿場工場は上期中のフル生産に向けて順調に進捗しています

御殿場新工場の概要

所在地	静岡県御殿場市板妻736-1
生產品目	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 ² / 17,838.47m ²
総工費	約94億円
操業時期	2024年4月1日

御殿場新工場の特徴

高効率*1

- 高性能設備導入による、BPM*2の向上
- 工程自動化による省人化の実現

環境対応

- 太陽光発電システムの導入(CO2削減)
- グリーンアセプティック方式の採用
- ボトルや資材の軽量化・小型化を実現



2025年3月期 第1四半期 トピックス:ECストアの進捗

新たにニッポービバレッジ商品(緑茶)を上市。また、「強炭酸水 ZAO SODA」が 楽天上半期ランキング2024「水・ソフトドリンクジャンル賞1位」を4年連続受賞しました

■ 新商品の販売

- 機能性表示食品・緑茶の販売
2024年5月より、LDオンラインストア各店舗にて、「つづけるプラス/カラダのための緑茶」(ニッポービバレッジにて生産)を発売



■ 受賞実績

「強炭酸水 ZAO SODA 500ml 24本」

「楽天上半期ランキング2024*1」

水・ソフトドリンク ジャンル賞 第1位



2025年3月期 第1四半期 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6月3日に炭酸水製造事業の譲り受け、生産を開始しました

事業譲受会社の概要

名称	Oビバレッジ株式会社
所在地	大分県日田市大字石井字逆渦763番地1
生産品目	500ml炭酸水の製造及び販売
生産数量	現行設備で最大2百万CS



PMI

2026/3期の利益貢献を目標に生産・調達・販売面での協業が進行中

生産

- 人財採用による稼働時間の増加
- 定期メンテナンス・予防メンテナンスの実施によるトラブル停止時間の削減
- PF工程の内製化による収益性向上

調達他

- 共同購買による調達価格の低減
- 生産拠点増に伴う物流効率化

販売

- LDオンラインストアでの販売
- 既存取引先への導入

補足説明)株式分割

当社株式の投資単位当たりの金額を引き下げることによる、当社株式の流動性の向上及び投資家層の拡大を目的として、株式を分割します

- 概要:普通株式1株につき4株の割合で分割
- 株式数
 - 分割前発行済株式総数 :13,064,966株
 - 分割後発行済株式総数 :52,259,864株
 - 分割後発行可能株式総数 :179,600,000株
- 日程
 - 分割基準日 :2024年9月30日
 - 分割効力発生日 :2024年10月1日
- 株式分割に伴う配当予想の修正
 - 前回(2024年5月14日)予想 :45.00円/株
 - 今回修正予想(分割考慮後) :11.25円/株

1. 2025年3月期 第1四半期 業績
2. (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)、Oビバレッジ株式会社(大分)
従業員数*1	656名 (170名) 2024年6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)

*1:連結の従業員数。従業員数は、末日時点の就業人員(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、()外数で記載しております

当社は会社設立52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"> 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
2016年	<ul style="list-style-type: none"> 富士名水 足利工場(現栃木工場)を設立
2017年	<ul style="list-style-type: none"> 社名をライフドリンク カンパニーに変更 LIFEDRINK COMPANY
2019年	<ul style="list-style-type: none"> アクアピア(氷事業)を売却 太陽光発電事業を売却
2020年	<ul style="list-style-type: none"> 楽天市場にオンラインストアを開業。「ZAO SODA」を販売開始 北勢麵粉(乾麺・インスタントラーメン)を清算
2021年	<ul style="list-style-type: none"> 東京証券取引所市場第二部に上場
2023年	<ul style="list-style-type: none"> ニッソービバレッジを買収 ソース事業を売却 東京証券取引所プライム市場に市場変更
2024年	<ul style="list-style-type: none"> 御殿場工場を設立 Oビバレッジを新設し、炭酸水製造事業を譲受

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"> 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
2002年	<ul style="list-style-type: none"> 美山名水(現美山工場)を買収
2004年	<ul style="list-style-type: none"> いわて醤油(現岩手工場)を買収(2018年に醤油事業撤退) 大黒屋を買収。せんべいの製造・販売を開始 静岡工場を新設。缶コーヒーの製造を開始
2005年	<ul style="list-style-type: none"> アクアピアを買収。氷の製造・販売を開始
2006年	<ul style="list-style-type: none"> 尾鷲名水(現尾鷲工場)を設立

2008年	<ul style="list-style-type: none"> 湯浅名水(現湯浅工場)を設立 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)
2010年	<ul style="list-style-type: none"> 富士名水(現富士工場)を設立 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
2011年	<ul style="list-style-type: none"> 北勢麵粉を買収。乾麺及びインスタントラーメンの製造・販売を開始 藤洗を買収。冷凍麺の製造・販売を開始(2014年にアクアピアと合併)
2012年	<ul style="list-style-type: none"> 山忠運輸を買収。運送業を開始(2017年に売却)
2013年	<ul style="list-style-type: none"> 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

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

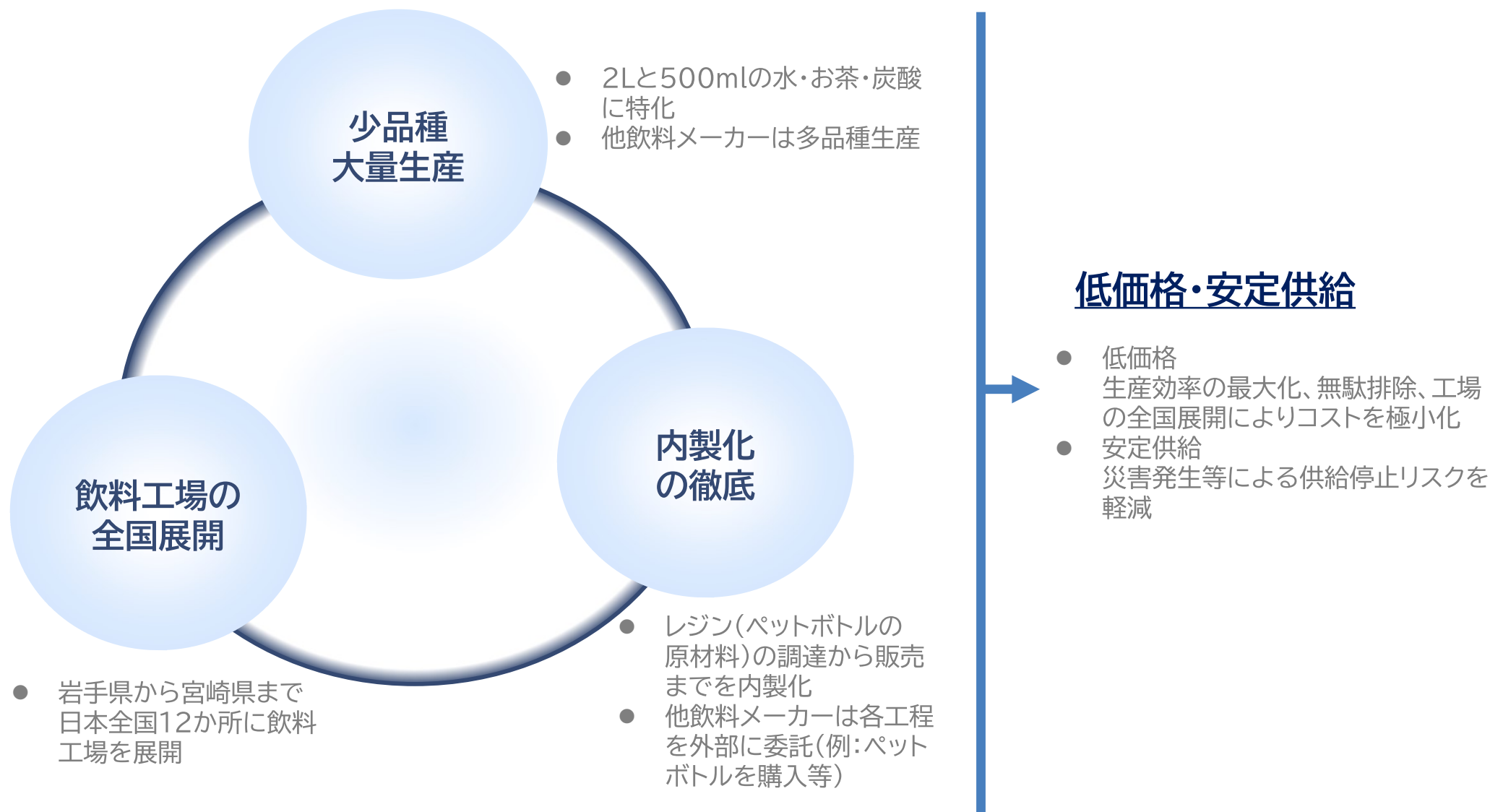
おいしさの中心、安心の先頭へ。

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。

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:少品種化

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

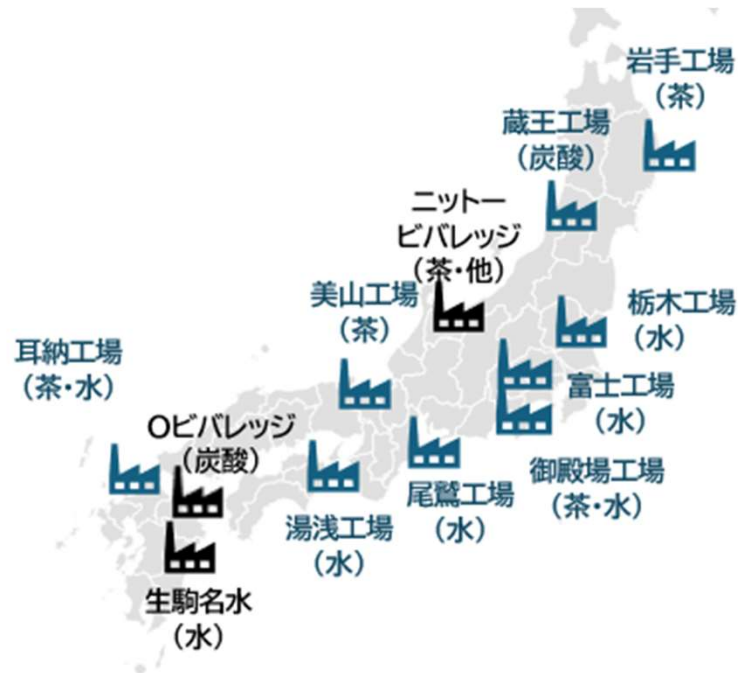
特徴と強み:内製化、工場の全国展開

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

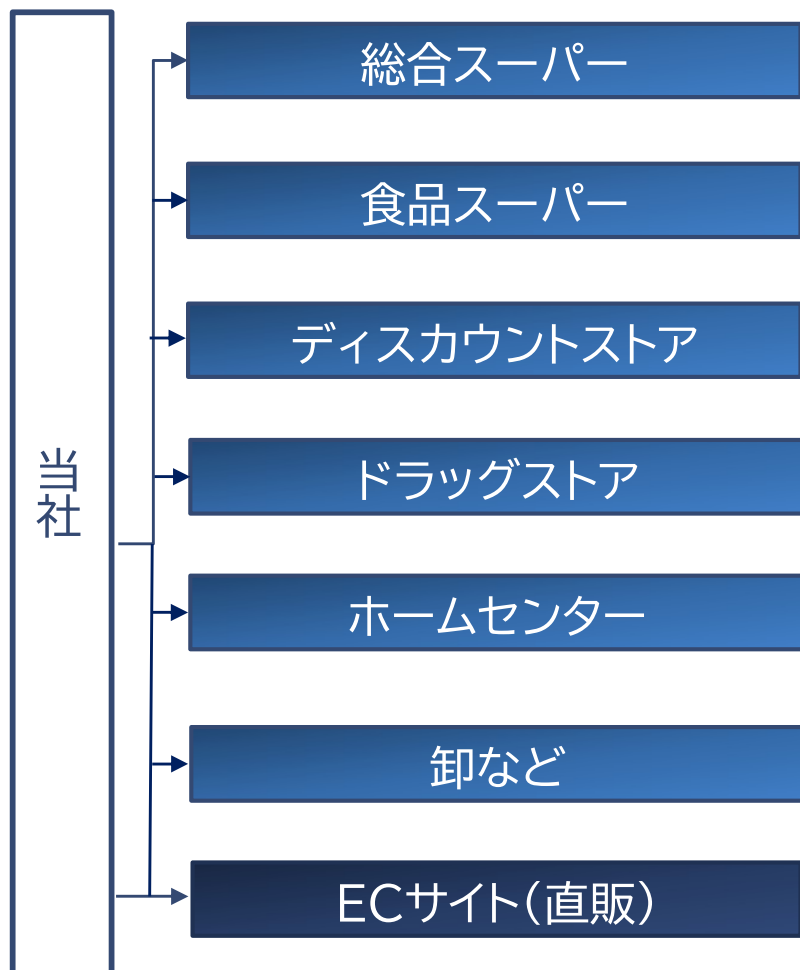


- 岩手工場(岩手県)
 - 蔵王工場(山形県)
 - 栃木工場(栃木県)
 - 富士工場(山梨県)
 - 美山工場(京都府)
 - 尾鷲工場(三重)
 - 湯浅工場(和歌山県)
 - 耳納工場(福岡県)
- 子会社/関連会社
- ニットービバレッジ(富山県)
 - Oビバレッジ(大分県)
 - 生駒名水(宮崎県)

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

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

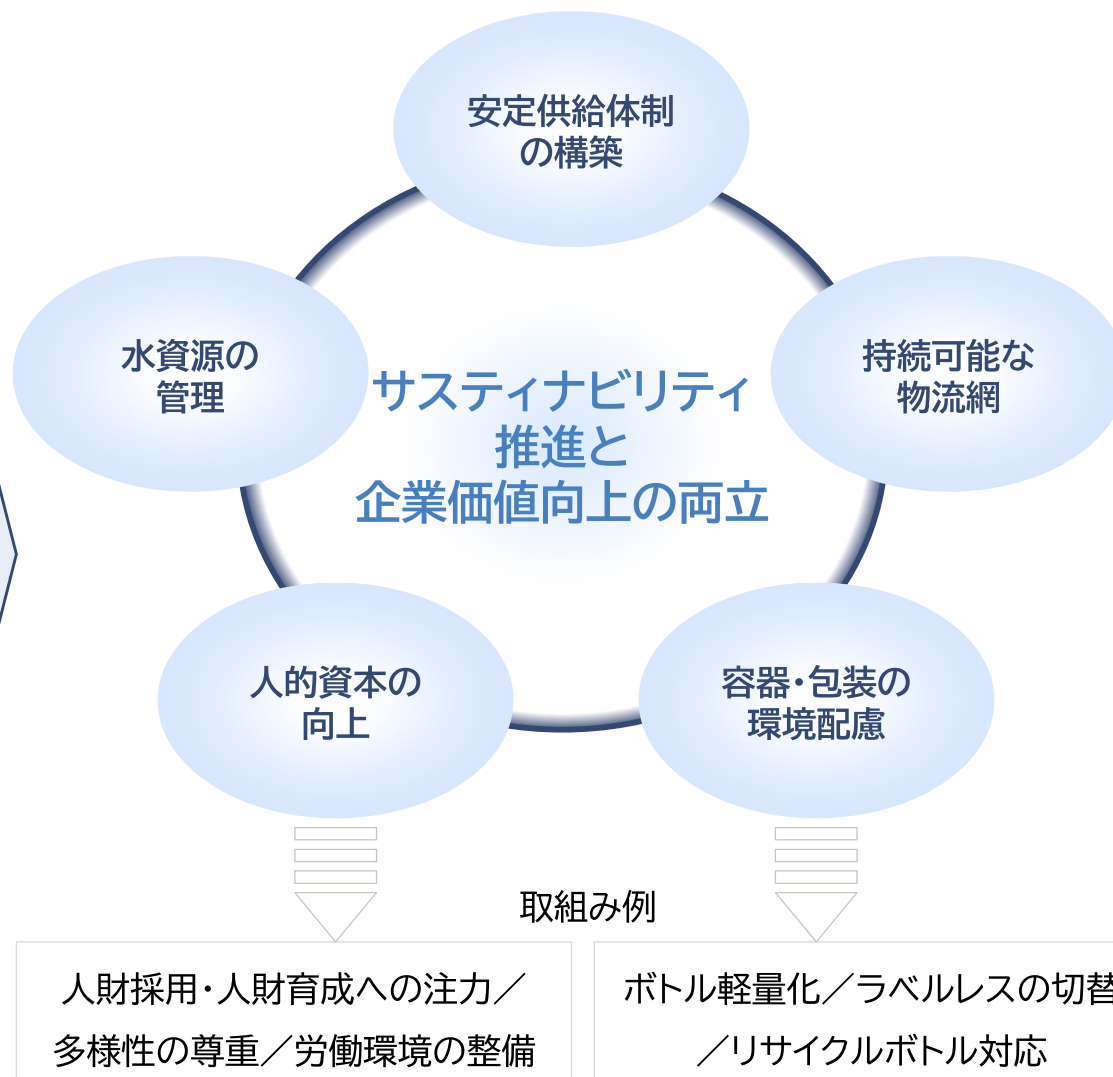
- LDオンラインストアでの販売商品・サービスの拡充
- 広告宣伝費投下による集客

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