

おいしさの中心、安心の先頭へ。

2025年3月期 第3四半期 決算補足説明資料



LIFEDRINK COMPANY

2025年2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、他社との競業、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
2025年2月13日

サマリー

2025/3期
第3四半期

増産・増収
・営業増益

- 御殿場工場の稼働やニッソービバレッジの能力増強、新規M&Aが寄与し、生産数量は前期比13%の増加
- 生産数量増に対応した販売先確保及び価格改定により、売上高は前期比18%の増加
- 御殿場工場の固定費や人件費・労務費の増加、M&Aに伴う一過性費用を、増収でカバーし、営業利益は5%の増加

2025/3期
取り組み進捗

「Max生産の
進化」は進捗
「Max販売の
進化」は遅延

- 御殿場工場は2024/4の稼働開始後、上期中に単月フル生産を実現し、その後も安定的に生産。一方で、販売は取引開始時期の遅延等が発生
- Oビバレッジ日田工場のPMIは稼働時間増による増産など順調に進捗
- 2024/11に契約締結した水2L工場の譲受が2025/1に完了
- ニッソービバレッジの水飲料ラインに続き、御殿場工場の飲料ラインの増設を決定

1. 2025年3月期 第3四半期 業績

2. (参考) 会社紹介

ハイライト:2025年3月期 第3四半期累計

生産数量*1

56百万箱*2
(前期比+13%)



売上高

345億円
(前期比+18%)



営業利益

42億円
(前期比+5%)



EBITDA

55億円
(前期比+15%)



*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3四半期累計

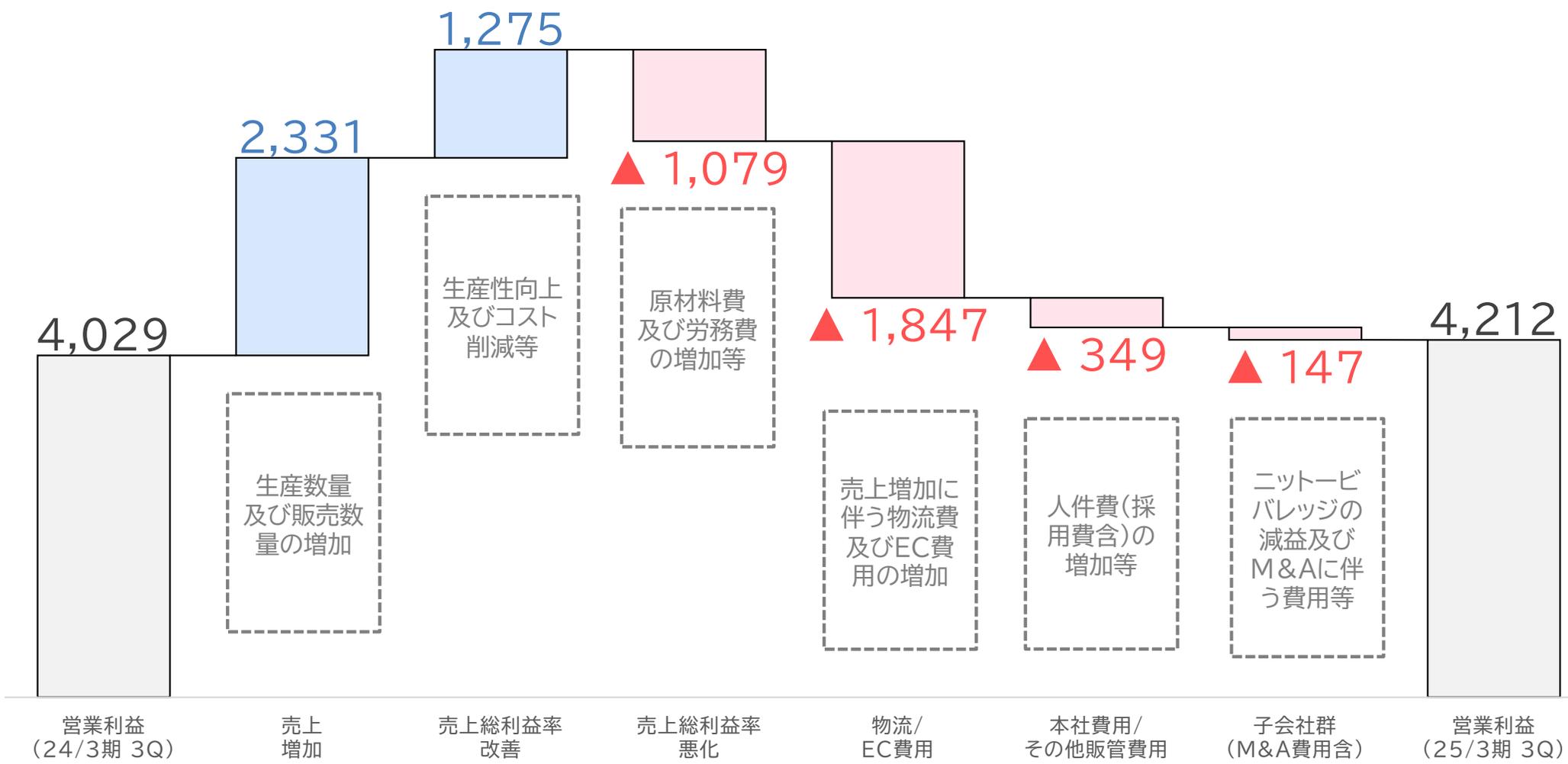
生産数量*1の増加(前期比+13%)が寄与し、51億円の増収(+18%)。また、御殿場工場稼働に伴う固定費増加等を上回る増収により、1.8億円の営業増益(+5%)となりました

単位:百万円	24年3月期 (第3四半期累計)	25年3月期 (第3四半期累計)	増減 (対前期)	前期比
売上高	29,378	34,545	+5,166	+18%
営業利益 (率)	4,029 (13.7%)	4,212 (12.2%)	+182 (▲1.5pt)	+5%
当期純利益 (率) (EPS*2)	2,730 (9.3%) (52.55)	2,886 (8.4%) (55.25)	+156 (▲0.9pt) (+2.70円)	+6%
EBITDA (率)	4,863 (16.6%)	5,566 (16.1%)	+702 (▲0.4pt)	+15%

業績増減要因:2024年3月期 第3四半期累計との比較

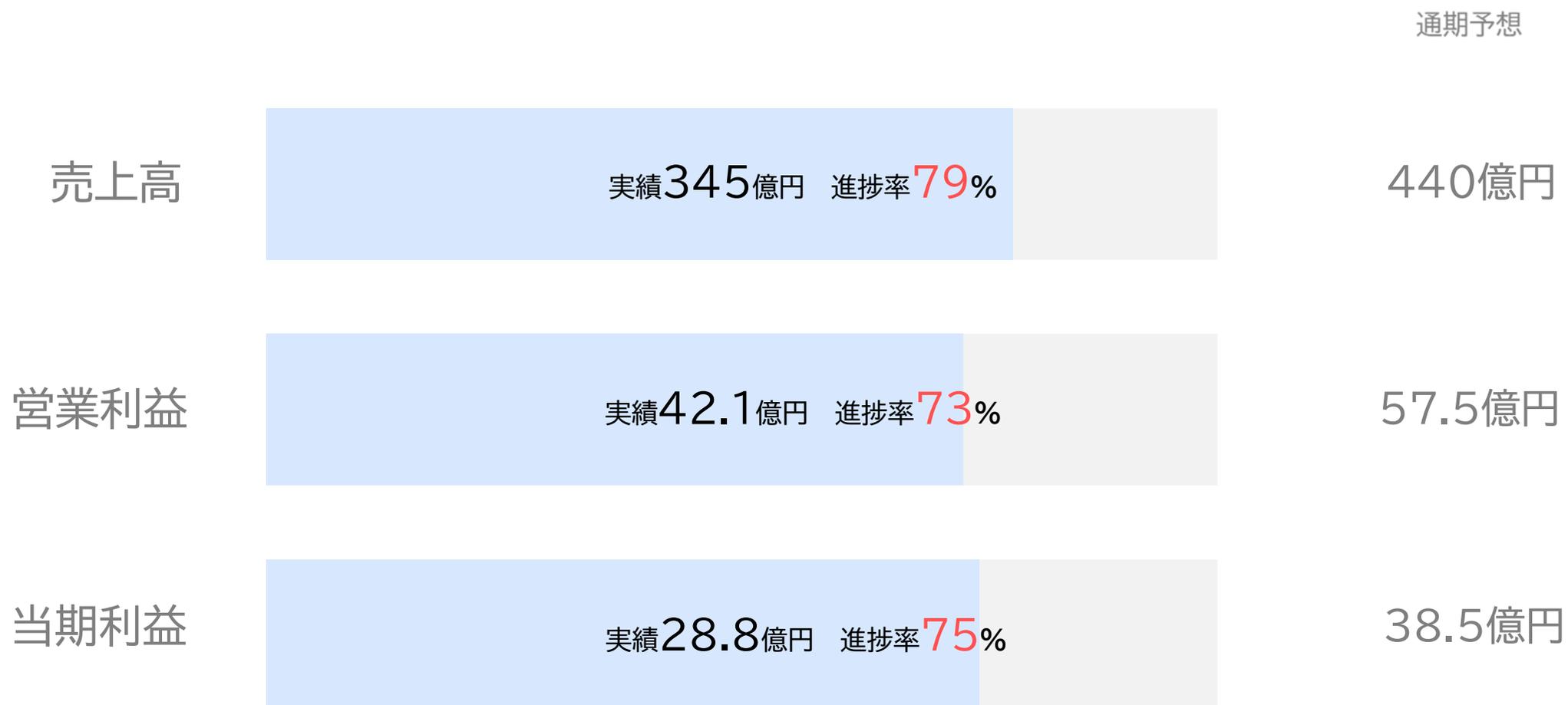
御殿場工場稼動に伴う固定費増やグループ全体の人件費・労務費などの各種コスト増を増収でカバーし、営業利益は前期比1.8億円増加しました

単位:百万円



業績の進捗:2025年3月期 第3四半期累計

通期予想に対する進捗率は売上高が79%、営業利益が73%となっています

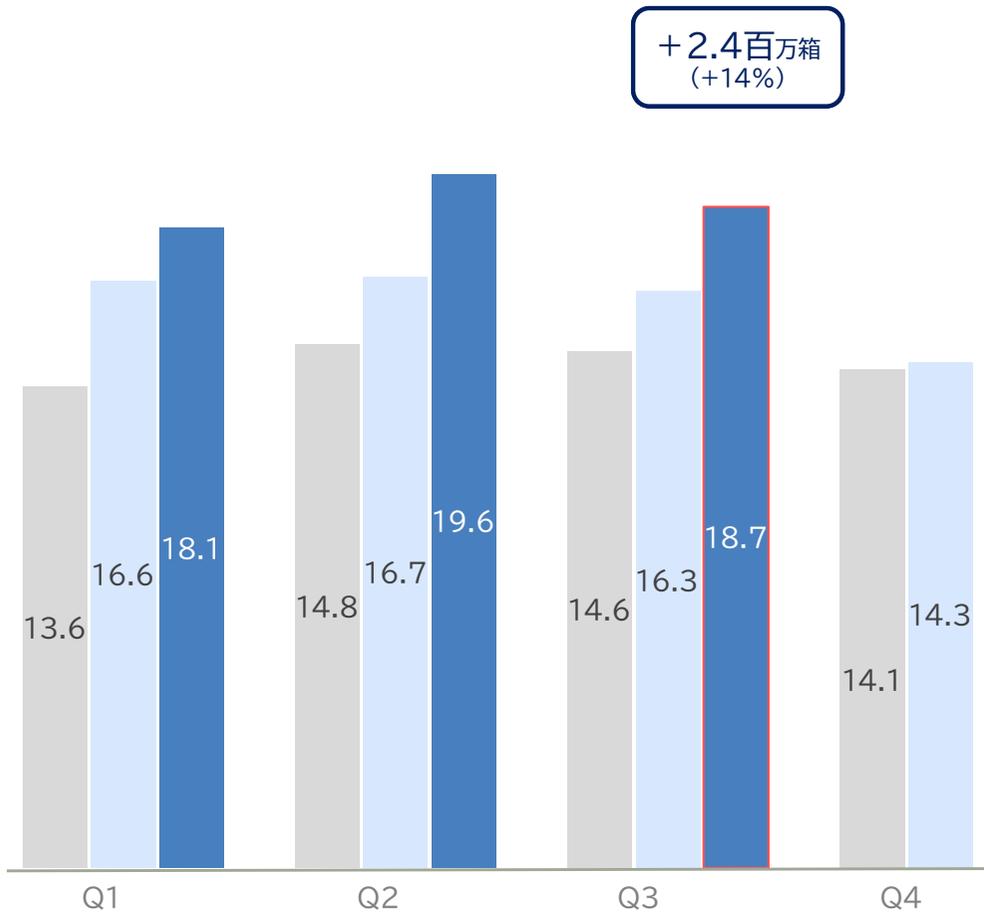


(参考)四半期業績の推移 ①

■ 2023年3月期
■ 2024年3月期
■ 2025年3月期

単位:百万箱*1

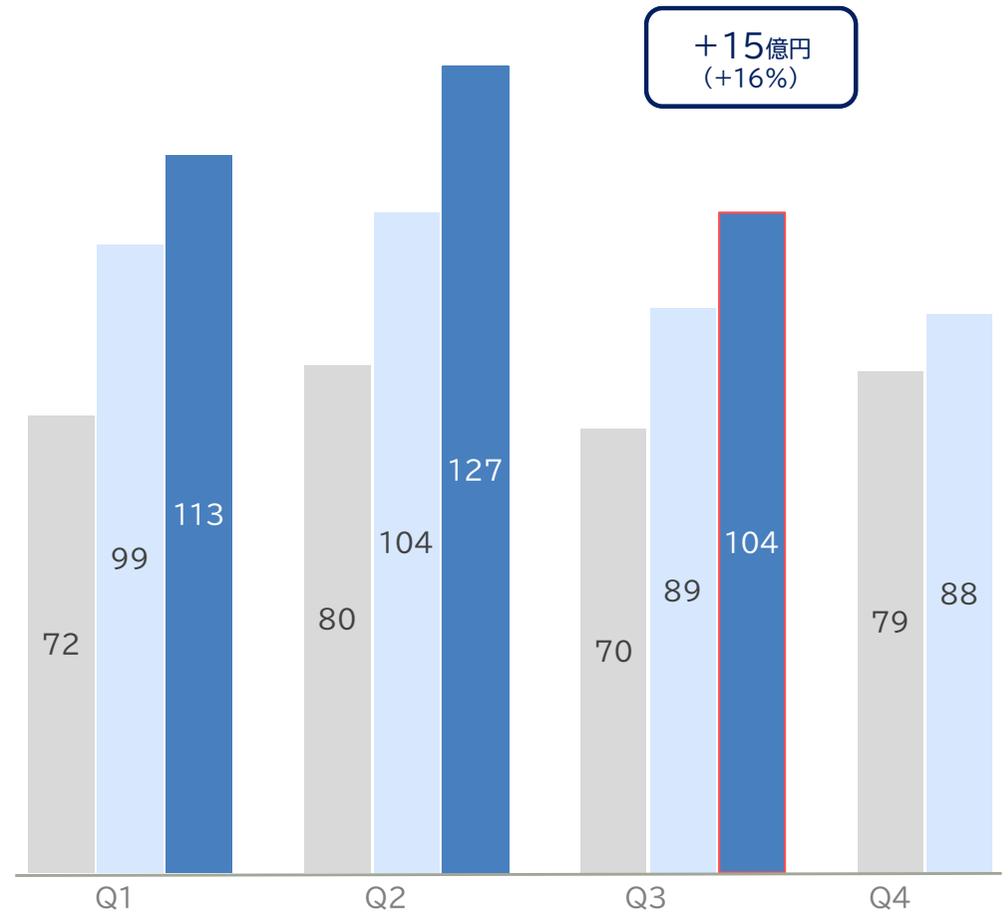
生産数量



■ 2023年3月期
■ 2024年3月期
■ 2025年3月期

単位:億円

売上高

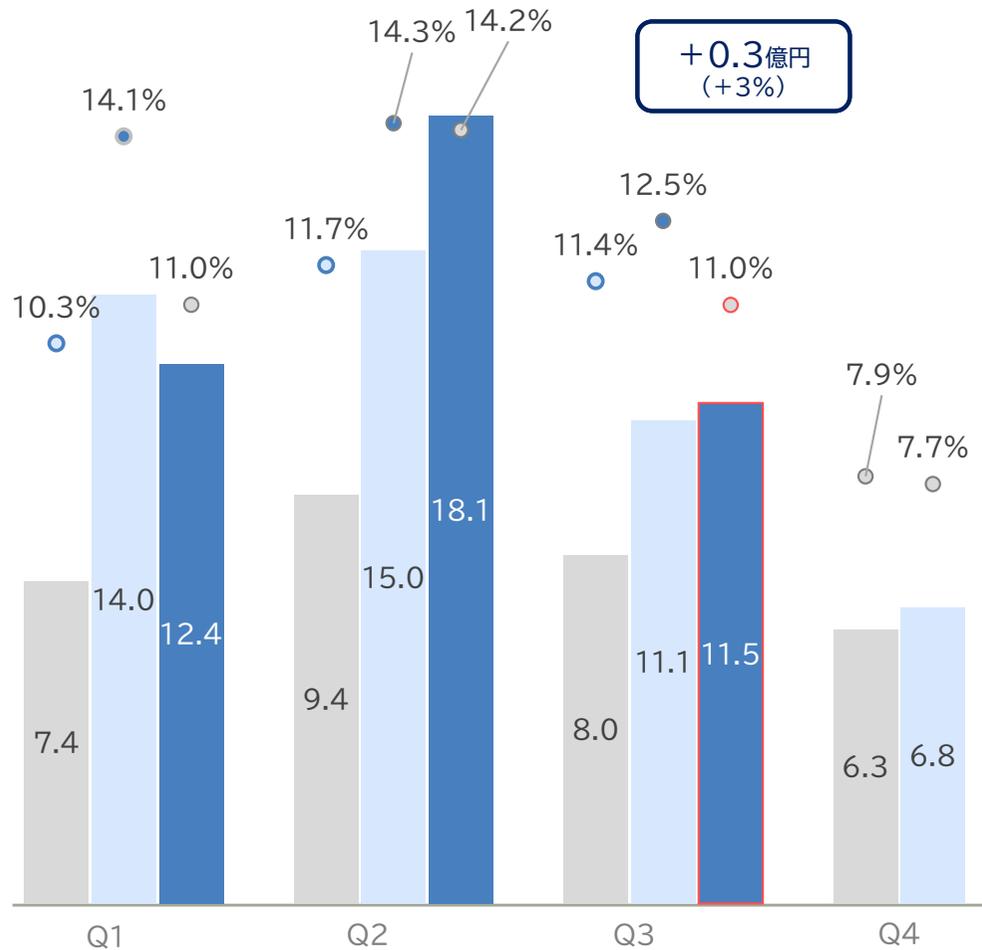


(参考)四半期業績の推移 ②

■ 2023年3月期
■ 2024年3月期
■ 2025年3月期

単位:億円

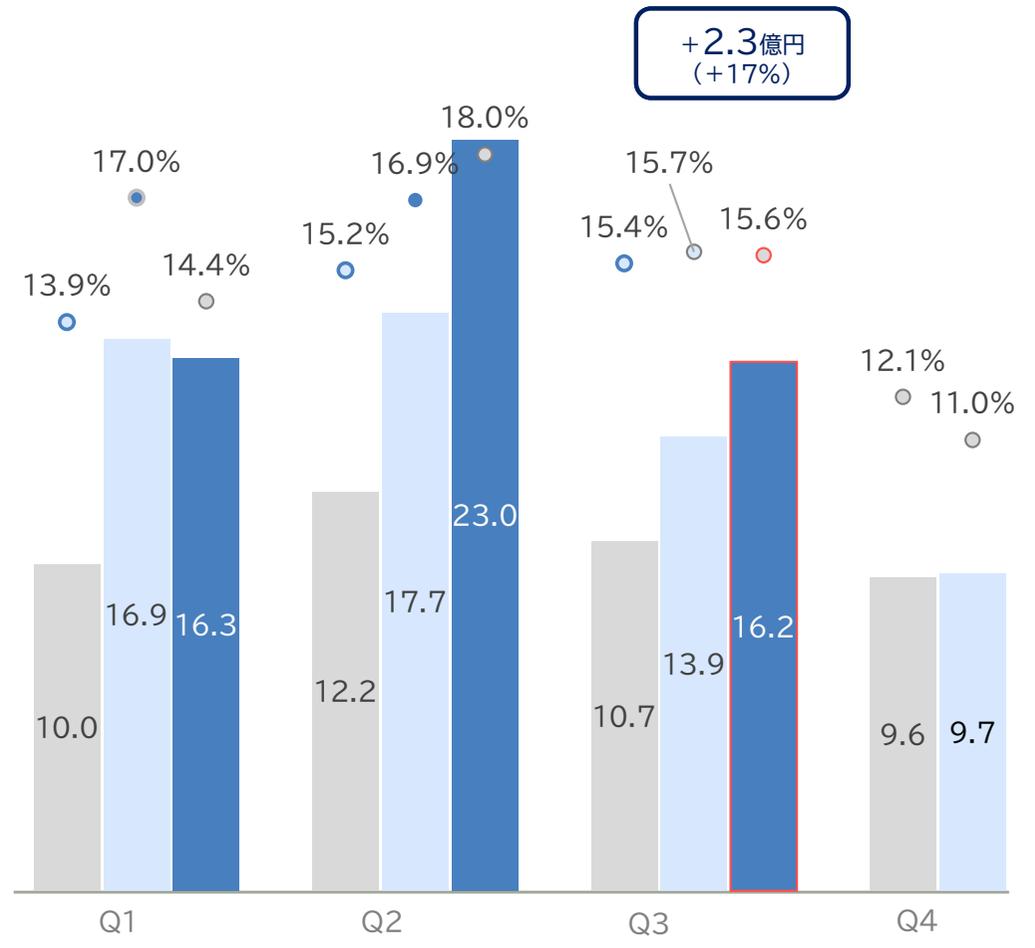
営業利益/営業利益率



■ 2023年3月期
■ 2024年3月期
■ 2025年3月期

単位:億円

EBITDA/EBITDAマージン



財政状態:2025年3月期 第3四半期

御殿場工場の設備投資完了等により固定資産が9億円増加。純有利子負債EBITDA倍率はEBITDAの伸長により0.2pt改善しています

単位:百万円	2024年3月期		2025年3月期 第3四半期		
	金額	構成比	金額	構成比	増減
流動資産	11,753	38%	13,118	40%	+1,365
(現預金)	3,736	12%	3,714	11%	▲21
固定資産	18,893	62%	19,872	60%	+979
資産合計	30,646	100%	32,991	100%	+2,344
流動負債	7,645	25%	10,283	31%	+2,637
固定負債	11,657	38%	8,783	27%	▲2,873
(有利子負債)	13,740	45%	13,812	42%	+71
負債合計	19,303	63%	19,067	58%	▲235
純資産	11,342	37%	13,923	42%	+2,580
負債及び純資産合計	30,646	100%	32,991	100%	+2,344
【参考情報】					
純有利子負債EBITDA倍率*1	1.7x	-	1.5x	-	▲0.2pt

成長投資実績及び今後の計画:2025年3月期 第3四半期累計及び通期見込

御殿場工場の500ml飲料ラインの増設を決定。また、2025年1月に水製造拠点の譲受が完了しています

(単位:億円)	2025/3期		2026/3 期以降	コメント
	3Q実績	通期見込		
LDC				
既存工場	-	-	-	<ul style="list-style-type: none"> ● 能力増強/生産性向上投資は一巡 ● 今後は設備の維持更新(約10億円/年)及び物流費削減(倉庫等)が中心
御殿場工場	10	10	60	<ul style="list-style-type: none"> ● 1号ラインの新設に関する支払は1Qに完了 ● 500ml飲料ライン増設を決定(投資額約60億円、生産能力8百万箱/年。27/3期下期稼働が目標)
ニッソービバレッジ*2	2	8	24	<ul style="list-style-type: none"> ● 2号ラインの改良投資(内製化率向上)を今期実施 ● 水飲料ライン増設を決定(投資総額約16億円、生産能力3百万箱/年。27/3期上期稼働が目標)
M&A他*3	6	16	8	<ul style="list-style-type: none"> ● Oビバレッジ・日田工場の既存ライン改良投資(内製化率向上)は26/3期1Qに完了予定 ● 2025年1月に水製造拠点の譲受を完了(生産能力は5百万箱/年。P14参照)
合計	18	34	92	

2025年3月期 第3四半期トピックス:ECの取り組み

複数拠点での生産を想定し、「ZAO SODA」を「OZA SODA」に変更。また、「ZAO SODA」は楽天年間ランキングにおいて水・ソフトドリンクジャンル賞1位を4年連続で受賞しました

OZA SODAへの名称変更

- 今後の複数拠点での生産も想定し、EC専用商品「ZAO SODA」を「OZA SODA」に変更
- 11月下旬より新商品名で販売を開始



受賞実績

楽天年間ランキング2024*1
「LIFEDRINKオンラインストア 楽天市場店」
「強炭酸水 ZAO SODA 500ml 48本」*2

水・ソフトドリンク ジャンル賞 第1位



Qoo10 AWARDS2024*3
「LIFEDRINKオンラインストアQoo10店」
最優秀賞



*1:集計期間:2023年8月17日～ 2024年8月16日 集計方法:楽天市場内の売上高、売上個数、取扱い店舗数等のデータ、トレンド情報

*3:集計期間:2024年度 集計方法:お客様満足度、売上など

2025年3月期 その他トピックス:Oビバレッジ・山中湖工場

生産数量拡大を目的として、2025年1月6日に水製造拠点を譲受。また、同月より生産を開始しました

譲受した生産拠点の概要

譲受会社	Oビバレッジ株式会社 (当社100%子会社)
所在地	山梨県南都留郡山中湖村山中 993-2
生産品目	2Lペットボトル飲料 (ミネラルウォーター)
生産能力	約5百万ケース
総投資額	約14億円 (事業譲受代金及び設備投資額計)

PMI方針

2026/3期の利益貢献を目標に生産・調達・販売・物流面での協業を開始

生産

- 2L専門化による効率化の実現
- 人材採用による稼働時間の増加
(早期のフル生産化を目指す)
- 設備投資によるPF工程の内製化
(26/3期中に実現)

その他

- 調達:共同購入による調達コスト低減
- 販売:当社既存取引先への導入
- 物流:LDC富士工場の物流網の共用

1. 2025年3月期 第3四半期 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:ニット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	672名 (155名) 2024年12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

沿革

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

2015年	• 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	• 富士名水 足利工場(現栃木工場)を設立
2017年	• 社名をライフドリンク カンパニーに変更 LIFEDRINK COMPANY
2019年	• アクアピア(氷事業)を売却 • 太陽光発電事業を売却
2020年	• 楽天市場にオンラインストアを開設。「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
2023年	• ソース事業を売却

2021年	• 東京証券取引所市場第二部に上場
2023年	• ニットービバレッジを買収 • 東京証券取引所プライム市場に市場変更
2024年	• 御殿場工場を設立 • 炭酸水製造拠点を譲受 • 水飲料製造事業の事業譲受契約締結



2001年	• 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	• 美山名水(現美山工場)を買収
2004年	• 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	• アクアピアを買収。氷の製造・販売を開始
2006年	• 尾鷲名水(現尾鷲工場)を設立

2008年	• 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	• 富士名水(現富士工場)を設立 • ポパイ食品工業を買収。調味料の製造・販売を開始
2011年	• 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	• 山忠運輸を買収。運送業を開始(2017年に売却)
2013年	• 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

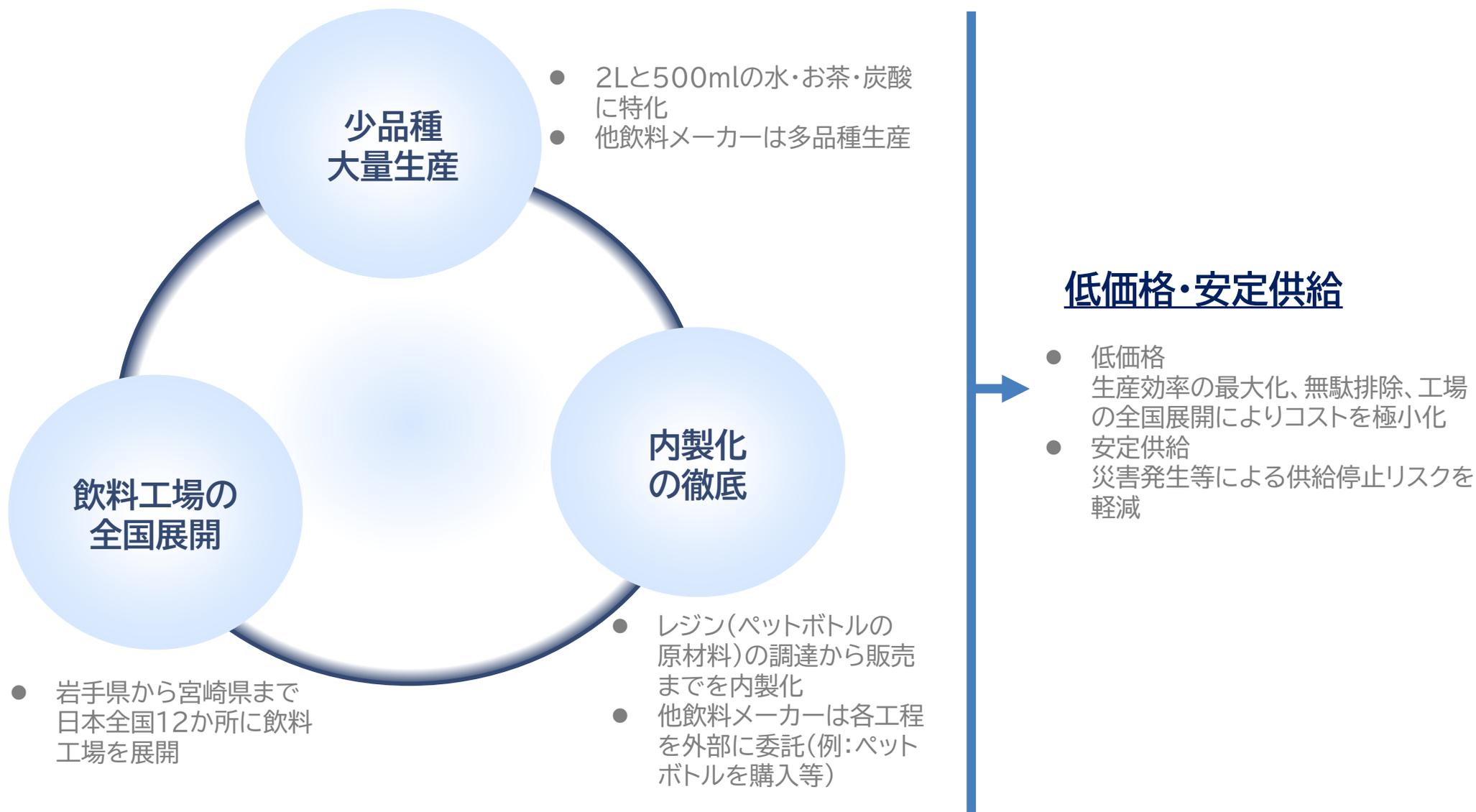
おいしさの中心、安心の先頭へ。

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 OZA 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

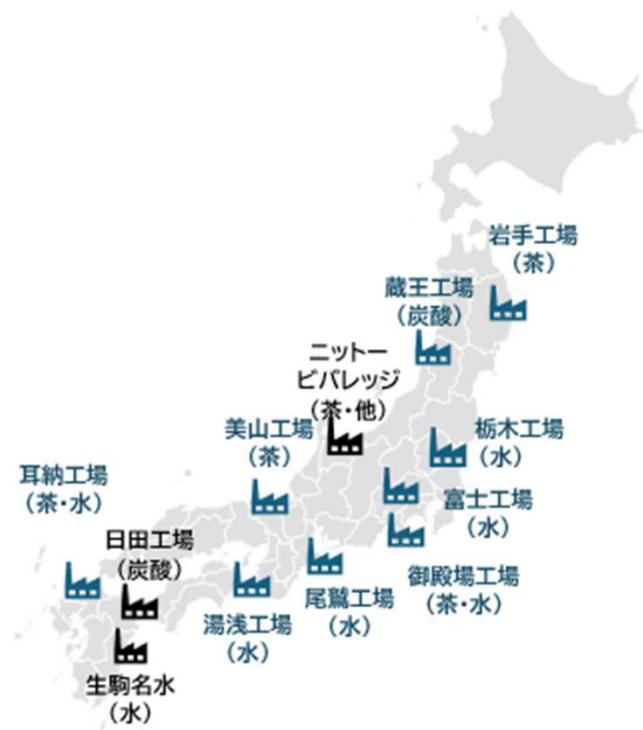
特徴と強み:内製化、工場の全国展開

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。また、工場の全国展開により、物流費の抑制及び安定供給を実現しています

調達から販売までの内製化



飲料工場の全国展開

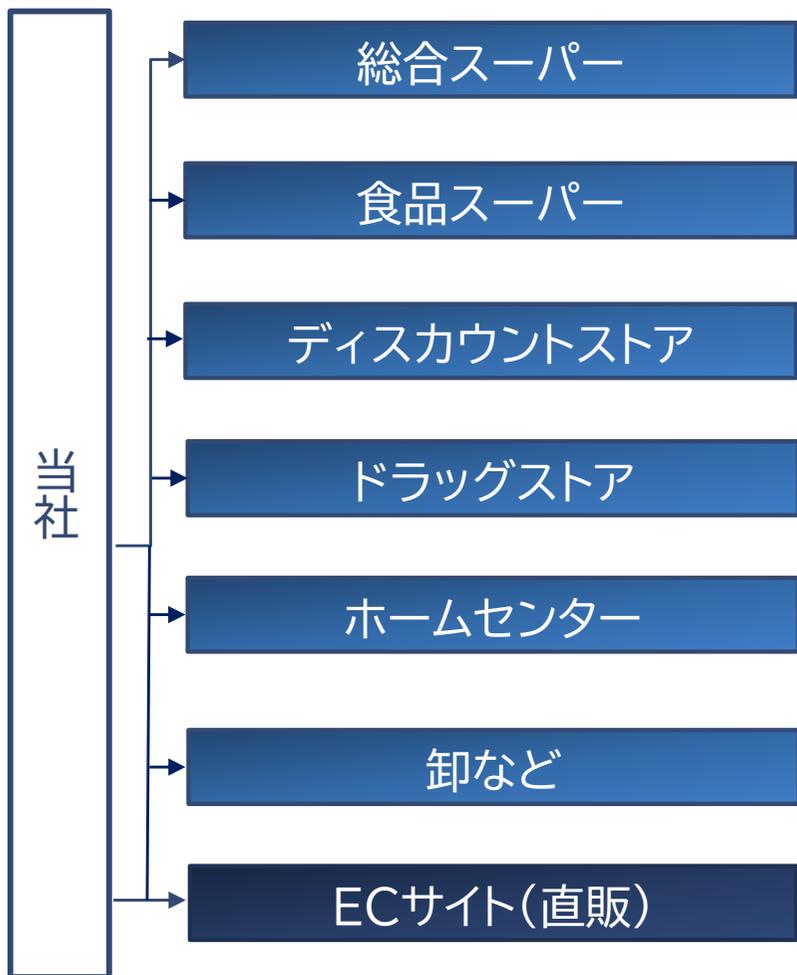


- 岩手工場(岩手県)
 - 蔵王工場(山形県)
 - 栃木工場(栃木県)
 - 富士工場(山梨県)
 - 御殿場工場(静岡県)
 - 美山工場(京都府)
 - 尾鷲工場(三重県)
 - 湯浅工場(和歌山県)
 - 耳納工場(福岡県)
- 子会社/関連会社
- ニッソービバレッジ(富山県)
 - Oビバレッジ(大分県)
 - 生駒名水(宮崎県)

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「OZA 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
- ・ Amazon
- ・ Yahoo! ショッピング
- ・ Qoo10
- ・ au PAY
- ・ dショッピング

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

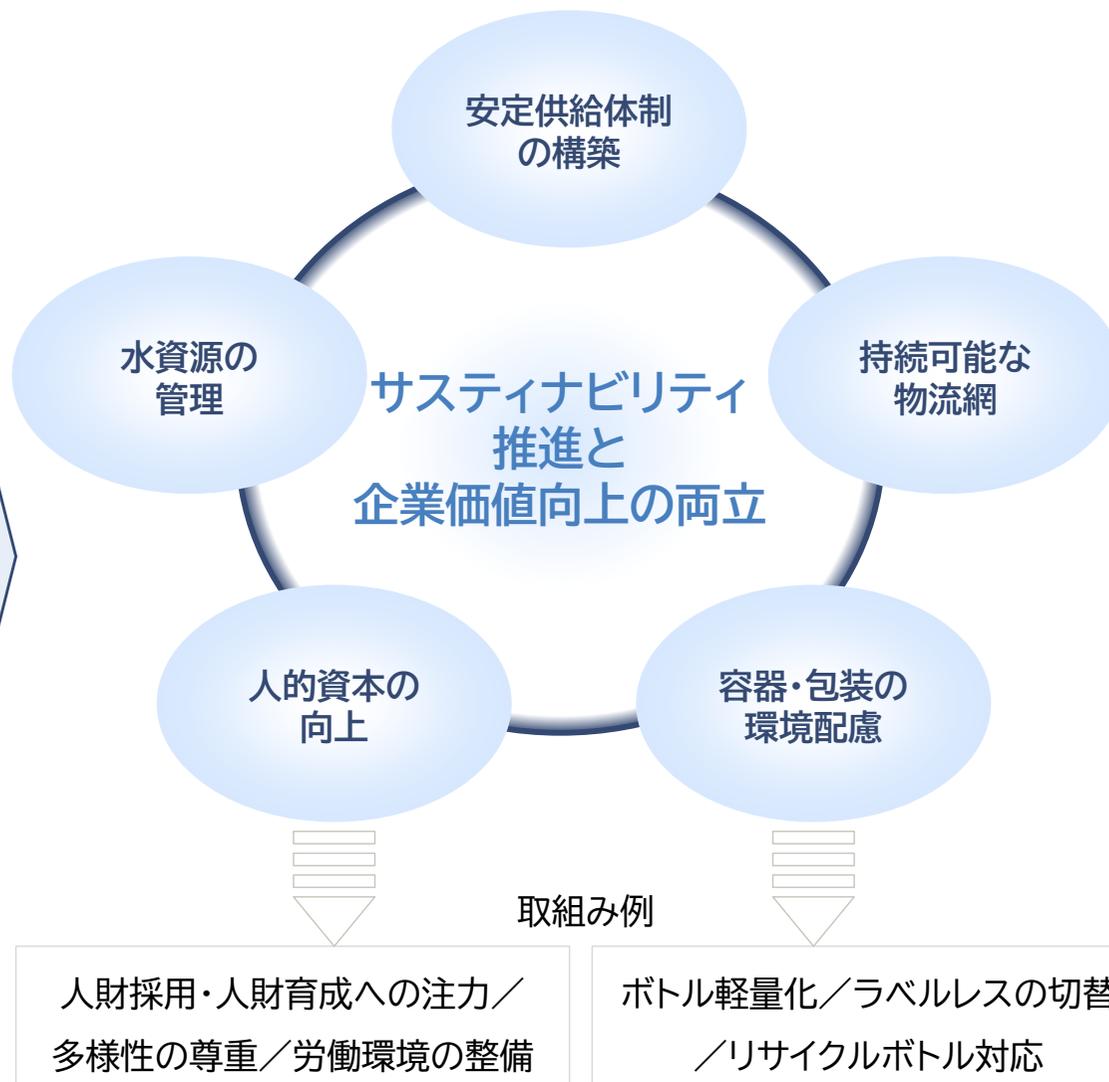
- LDオンラインストアでの販売商品・サービスの拡充
- 広告宣伝費投下による集客

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