



おいしさの中心、安心の先頭へ。

2026年3月期 決算補足説明資料



LIFEDRINK COMPANY

2026年5月15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
2026年5月15日

サマリー

2026/3期

増産・増収 ・営業増益

- Oビバレッジや御殿場工場の生産寄与、及びNビバレッジのフル生産化により、生産数量は前期比13%増加
- 生産数量増に対応した販売先確保により、売上高は前期比18%増加
- 物流費や労務費・人件費などの各種コスト増加を、売上増加やボトル内製化などのコスト削減でカバーし、営業利益は前期比で12%増加

2026/3期 取組進捗

進捗

- 群馬ビバレッジ（旧ポッカサッポロ群馬工場）とNビバレッジ新ラインが稼働開始。また、御殿場工場2号ラインの工事も想定通り進捗
- 2026/3期の課題であったB2B物流効率悪化は想定通り改善。また、EC物流の複数拠点化は3月より関西でスタート

2027/3期 業績予想

- 3ラインの生産寄与及びコスト改善、並びに自販機事業の貢献により、増産（+20%）・増収（+37%）・営業増益（+22%）を目指す
- なお、営業利益は、中東情勢の悪化に伴う原油価格高騰の影響及びそれに対応した製品の価格改定を織り込み済み

1. 2026年3月期 業績

2. 2027年3月期 業績予想

3. (参考)会社紹介

ハイライト：2026年3月期 通期

生産数量*1



売上高



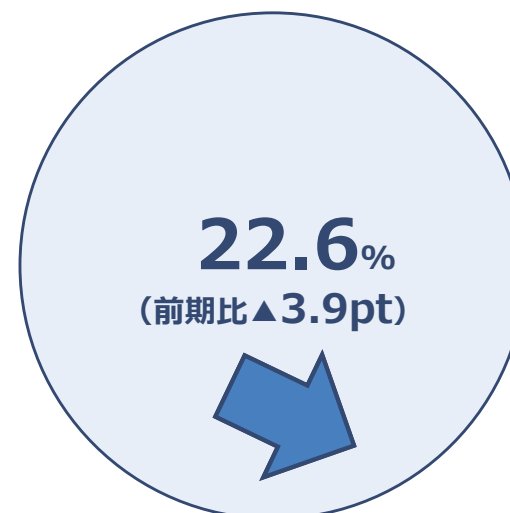
営業利益



EBITDA



ROE



*1：関係会社である生駒名水（株）の生産数量は含みません

*2：1箱=12リットルで計算しています

業績：2026年3月期 通期

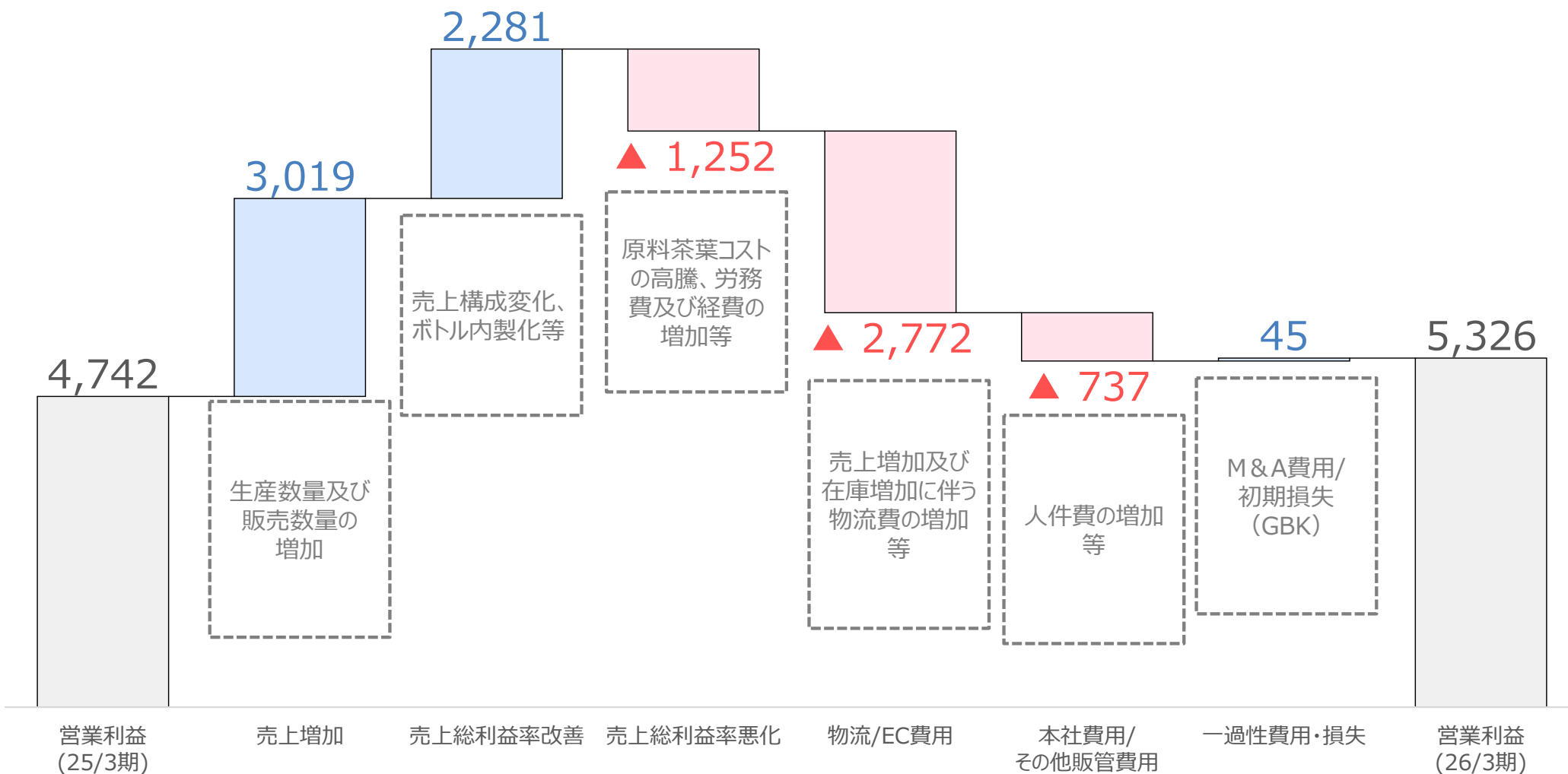
生産数量*1の増加(前期比+13%)が寄与し、81億円の増収(+18%)。また、各コスト増を増収やコスト削減でカバーし、営業増益(+12%)となりました

単位：百万円	2025年3月期 (通期)	2026年3月期 (通期)	増減 (対前期)	前期比
売上高	44,537	52,651	+8,113	+18%
営業利益 (率)	4,742 (10.6%)	5,326 (10.1%)	+583 (▲0.5pt)	+12%
当期純利益 (率) (EPS*2)	3,392 (7.6%) (64.93)	3,461 (6.6%) (66.46)	+68 (▲1.0pt) (+1.5円)	+2%
EBITDA (率)	6,560 (14.7%)	7,532 (14.3%)	+972 (▲0.4pt)	+15%

業績増減要因：2025年3月期との比較

売上増加や在庫増加に伴う物流費の増加を増収及び生産性向上/コスト削減でカバーし、営業利益は前期比5.8億円増加しました

単位:百万円

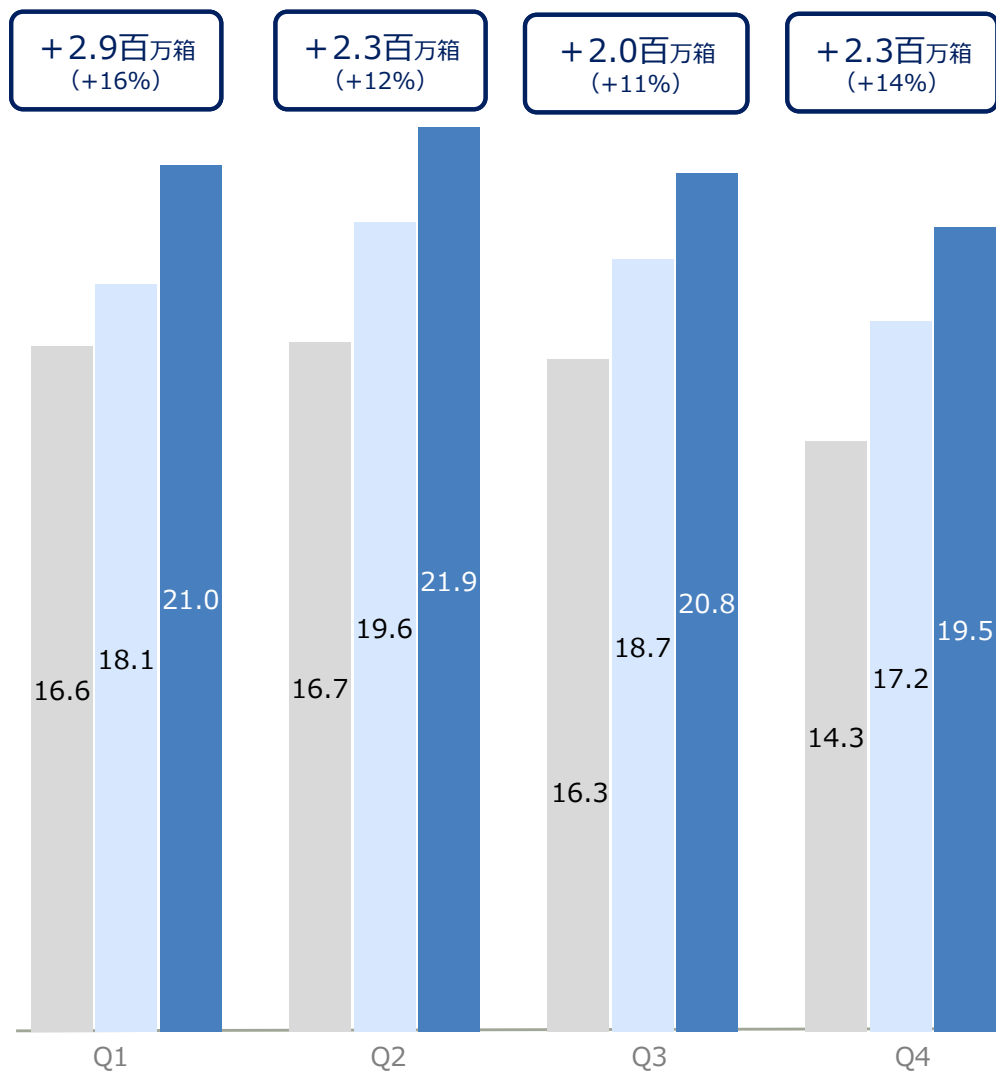


(参考) 四半期業績の推移 ①

- 2024年3月期
- 2025年3月期
- 2026年3月期

生産数量

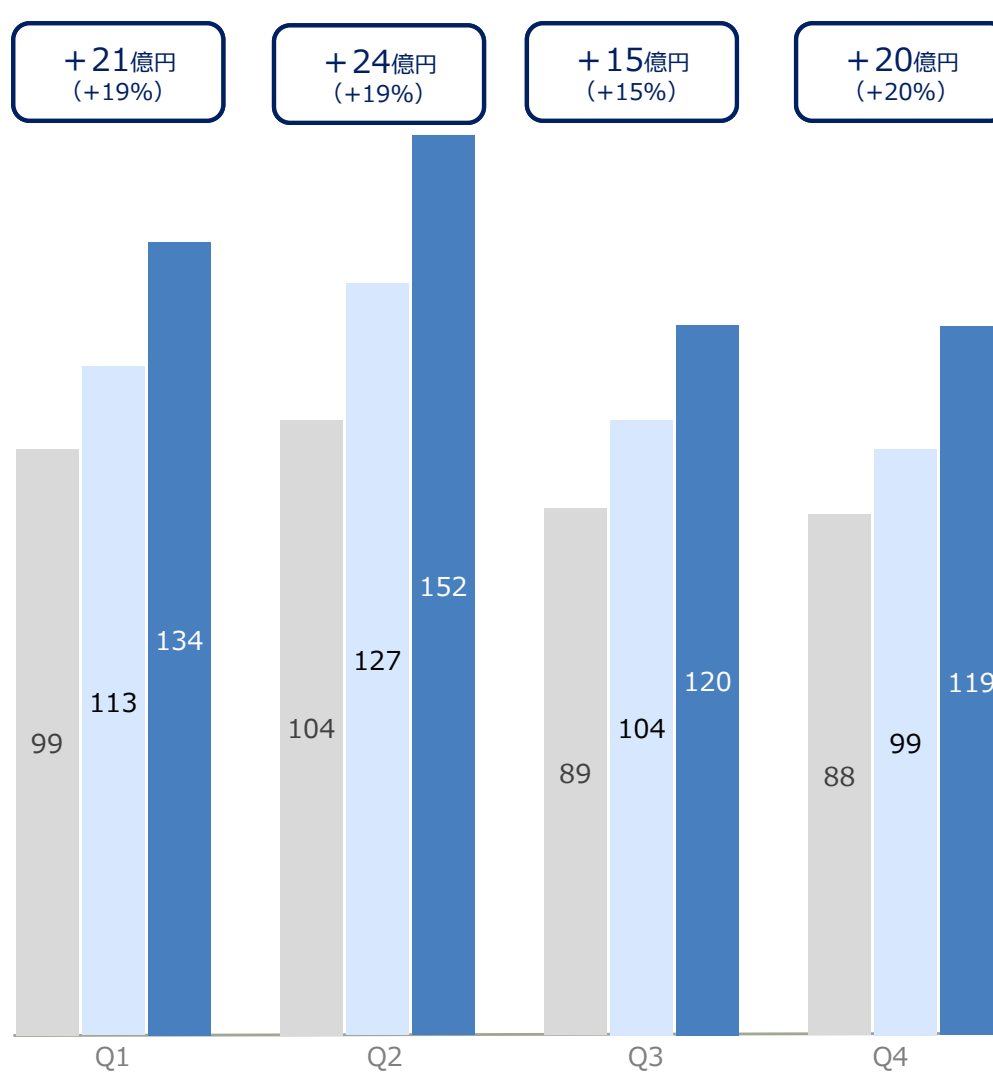
単位：百万箱*1



- 2024年3月期
- 2025年3月期
- 2026年3月期

売上高

単位：億円



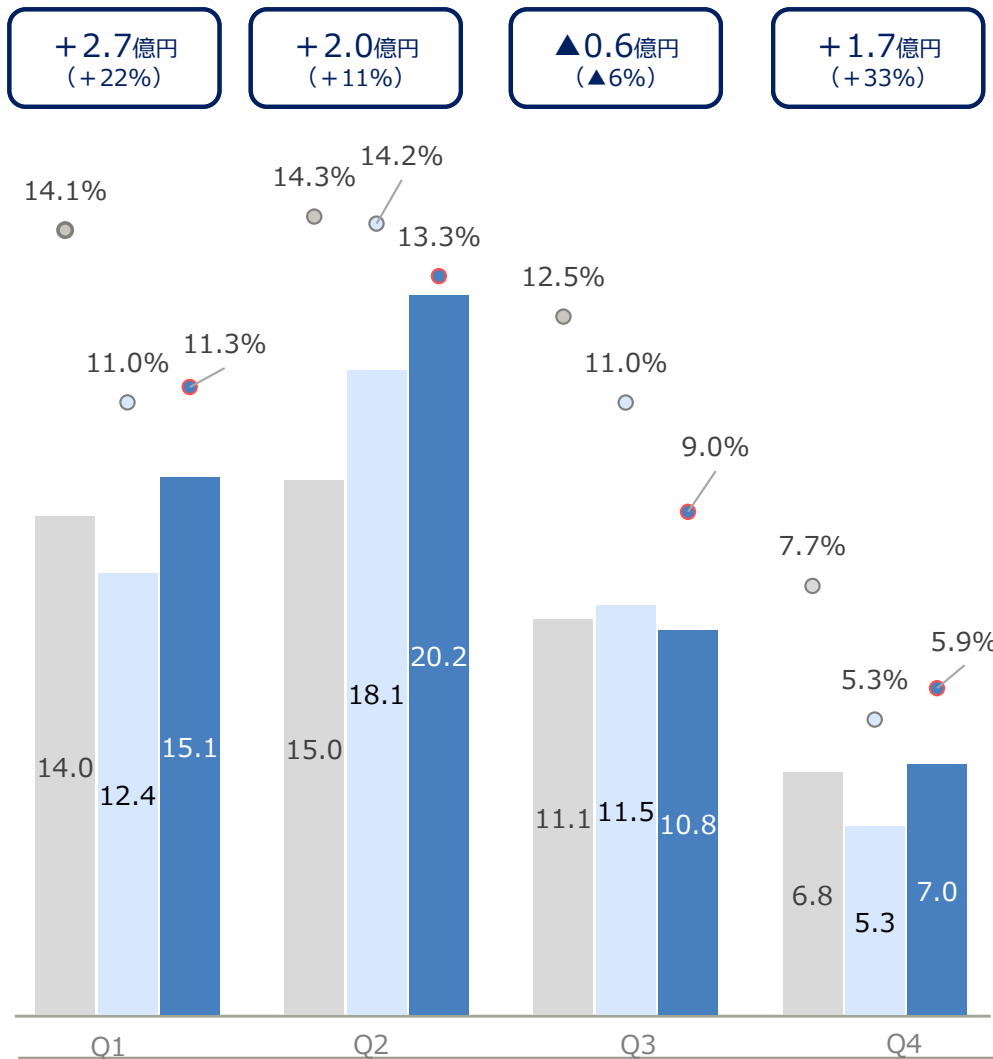
*1：1箱=12リットルで計算しています

(参考) 四半期業績の推移 ②

■ 2024年3月期
■ 2025年3月期
■ 2026年3月期

単位：億円

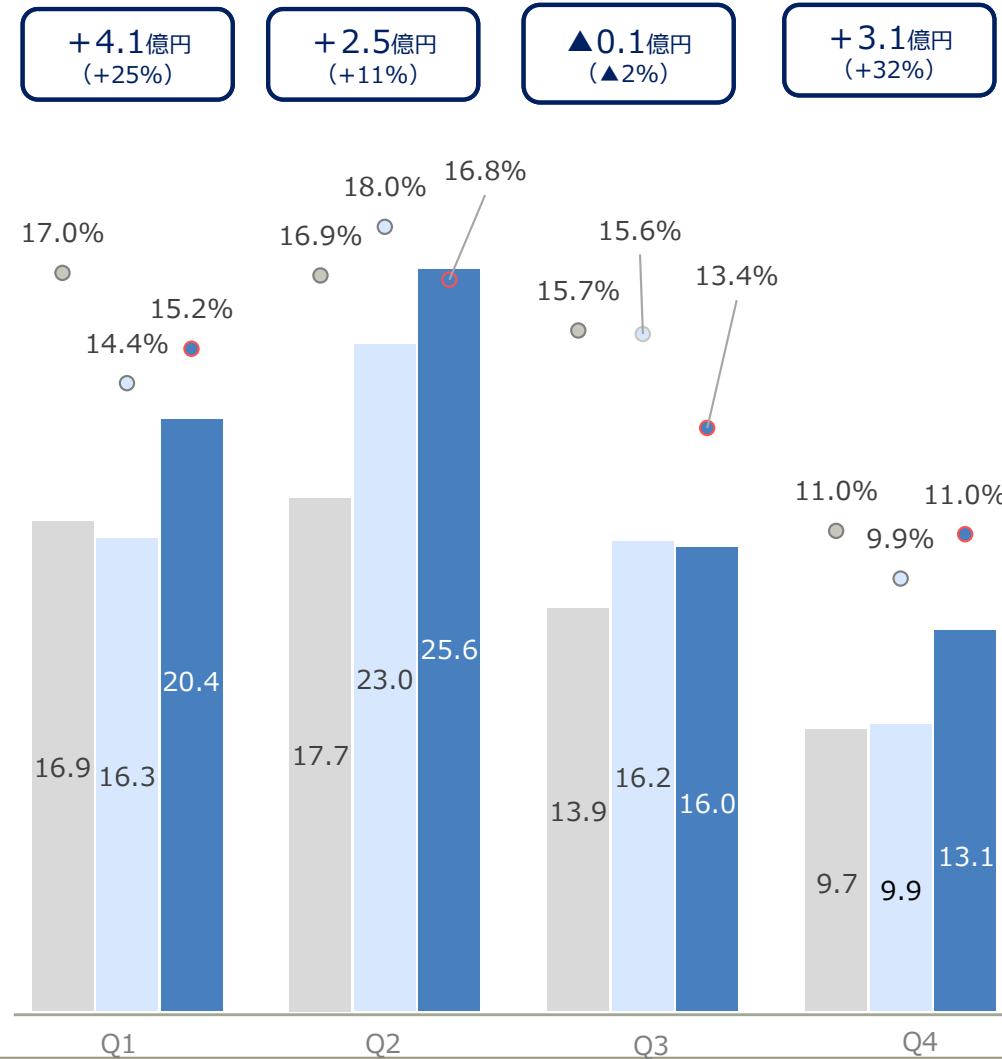
営業利益/営業利益率



■ 2024年3月期
■ 2025年3月期
■ 2026年3月期

単位：億円

EBITDA/EBITDAマージン



財政状態：2026年3月期 通期

群馬ビバレッジやNビバレッジの設備投資等により、固定資産が前期末比104億円増加。また、設備投資資金を借入で賄ったことにより、純有利子負債が99億円増加しました

単位：百万円	2025年3月期		2026年3月期		
	金額	構成比	金額	構成比	増減
流動資産	12,443	37%	15,817	34%	+3,373
（現預金）	3,014	9%	3,561	8%	+547
固定資産	20,763	63%	31,246	66%	+10,482
資産合計	33,207	100%	47,063	100%	+13,856
流動負債	10,811	33%	19,284	41%	+8,473
固定負債	8,165	25%	11,330	24%	+3,164
（有利子負債）	12,401	37%	22,920	49%	+10,519
負債合計	18,976	57%	30,614	65%	+11,637
純資産	14,230	43%	16,449	35%	+2,218
負債及び純資産合計	33,207	100%	47,063	100%	+13,856
【参考情報】					
純有利子負債EBITDA倍率*1	1.4x	-	2.5x	-	+1.1pt

*1：EBITDA倍率は直近12か月の実績にもとづきます

キャッシュフロー：2026年3月期 通期

営業キャッシュフローは売掛金増加により前期比2.5億円減の49億円の収入、投資キャッシュフローは設備投資等により前期比90億円増の131億円の支出となりました

単位：百万円	2025年3月期 (通期)	2026年3月期 (通期)	増減
営業活動によるキャッシュフロー	5,204	4,951	▲253
投資活動によるキャッシュフロー	▲4,099	▲13,174	▲9,074
（設備投資）*1	▲3,471	▲13,270	▲9,799
【フリーキャッシュフロー*2】	1,105	▲8,222	▲9,327
財務活動によるキャッシュフロー	▲1,826	8,769	10,596
（有利子負債の増減）	▲1,338	10,414	11,753
（配当金支払）	▲483	▲627	▲144
現金及び現金同等物の期末残高	3,014	3,561	547

*1：有形固定資産及び無形固定資産の取得による支出の合計で算出しています

*2：フリーキャッシュフロー＝営業CF－投資CF

成長投資の進捗

2026年3月期の成長投資は予定通り進捗。群馬ビバレッジとNビバレッジの新ラインが稼働開始し、2027年3月期より利益貢献を見込んでいます

単位：億円	26年3月期	～29年3月期	コメント
	実績	中計経営計画	
LDC			
既存工場	5	82	<ul style="list-style-type: none"> ● 岩手工場ライン更新（+8百万箱/年。28/3期下期完了予定） ：旧建屋解体工事が完了するなど、順調 ● なお、通常の設備維持更新は約10億円/年を予定
御殿場工場	23	66	<ul style="list-style-type: none"> ● 500ml飲料ライン増設（8百万箱/年。27/3期下期稼働予定） ：建屋建設工事が想定通り進捗 ● 倉庫内業務の省人化
子会社／M&A			
Nビバレッジ	39	59	<ul style="list-style-type: none"> ● ボトル内製化（工事・支払完了） ● 500ml水飲料ライン増設(工事完了・支払は27/3期) ● 生産数量増に対応した倉庫の建設:建屋建設工事が想定通り進捗
Oビバレッジ/ 群馬ビバレッジ	39	83	<ul style="list-style-type: none"> ● 日田工場：ボトル内製化（工事・支払完了） ● 山中湖工場：ボトル内製化（工事・支払完了） ● 群馬ビバレッジ：取得後OHを経て稼働開始。ボトル内製化及び飲料ライン能力増強は設備発注済。休止設備の再稼働も内容検討中。なお、新たに自動倉庫新設を決定（約30億円）
LDベンディング	-	-	<ul style="list-style-type: none"> ● 26年4月にスキマデパートより自動販売機事業・飲料卸販売事業を取得 ● 26年10月にポッカサッポロより自動販売機事業を取得予定
合計	107	290	

2026年3月期 トピックス : PMI進捗

Nビバレッジ及びOビバレッジのPMIは順調に進捗。2026年1月にポッカサッポロ群馬工場を譲受した群馬ビバレッジもPMIを開始しています

Nビバレッジ (2023年1月に株式取得)

- 2025/3期 : ライン能力増強 + 平日フル生産化
- 2026/3期 : ボトル内製化 + 土日フル生産化
- 2027/3期 : 水飲料ライン増設 + 倉庫建設
(水飲料ラインは稼働済、倉庫は9月稼働予定)

Oビバレッジ

日田工場 (2024年6月に譲受)

- 2026/3期 : ボトル内製化 + 土日フル生産化

山中湖工場 (2025年1月に譲受)

- 2026/3期 : ボトル内製化 + 土日フル生産化

群馬ビバレッジ (2026年1月に譲受)

生産

- 2026/3期 : 土日フル生産化 (完了)
- 2027/3期 : ボトル内製化 + ライン能力増強 (600BPM→900BPM)
- 2028/3期 : 休止設備の再稼働 + ボトル内製化 (600BPM)

物流

- 工場敷地内に自動倉庫新設
(2028/3期稼働開始予定)

販売

- LDC取引先への拡販・新規販売先の開拓
- 商品ラインナップの拡充

2026年3月期 トピックス：自動販売機事業への参入（1/2）

2030年3月期までに自動販売機事業で年間10億円を超える営業利益を目指します

背景と目的・ゴール

- 自動販売機市場は、稼働台数がピーク時の240万台から200万台に縮小^{*1}しているが、清涼飲料全体における市場シェア20%^{*1}を有する大きな市場
- 自動販売機市場における収益モデル構築を模索してきたが、M&A検討を通じて、その絵姿が描けたことから自動販売機事業の参入を決定
- 自動販売機事業自体の収益獲得及びMax販売の進化（直販チャンネルの拡大）の実現を通じて、利益貢献を達成する
- 自動販売機事業として、台数目標は掲げないが、2030年3月期営業利益10億円を目標とする

基本的なビジネスモデル

自販機	ミックス機 ^{*2}
商品	フルラインナップに拘らず、消費者に支持される商品で構成（LDC商品＋メーカー品）
価格	ベーシックな飲料（水・お茶・無糖炭酸）は安価、競争力・商品力のある飲料は合理的な価格を設定



消費者に選択してもらえる自販機に



自社開拓とM&Aによりロケ数拡大

2026年3月期 トピックス：自動販売機事業への参入（2/2）

スキマデパート自販機事業の譲受は2026年4月に完了。ポッカサッポロ自販機事業の譲受は2026年10月に予定しています

スキマデパート自販機事業他（4月譲受）

- 自販機台数 約3千台（ロケ数約6千件）
- 自販機：ミックス機
商品：様々なメーカー品、PB品
価格帯：低価格
- 自販機事業の営業利益率は9%前後
- 営業拠点は6拠点（東京、川崎、横浜、大阪、福岡、松山）



- 現状のビジネスモデルを維持
- 自社開拓やM&A（ロールアップ）を通じたロケ獲得を進める
- ルートセールスの採用・教育・育成によるオペレーション力の向上

ポッカサッポロ自販機事業（10月譲受）

- 自販機台数 約40千台（ロケ数約18千件）
- 自販機：メーカー機*1（ポッカサッポロ機）
商品：ポッカサッポロ商品、フルラインナップ
価格帯：高価格
- 営業拠点は20拠点（首都圏、中部、関西）



- ビジネスモデルを転換（ミックス機×PB品/メーカー品×低価格/合理的な価格）
- 拠点毎にロケ精査し、撤退、継続を判断
- ルートセールスの採用・教育・育成によるオペレーション力の向上

*1:特定の飲料メーカーの商品のみを販売する自動販売機

2026年3月期 トピックス : LDアグリ設立

鹿児島県知覧エリアにある荒茶工場を取得し、荒茶加工を開始。また、ほ場（茶畑）の運営も開始しました

LDアグリ of 目的と概要

- 目的
 - 緑茶飲料の原料茶葉の安定調達（価格及び量）
 - 国内茶生産の基盤維持（特に鹿児島県/静岡県）
- 概要
 - 会社名：LDアグリ株式会社
 - 所在地：鹿児島県南九州市知覧町永里石坂之上4000-3

荒茶工場の取得と運営開始

- 2026年4月に荒茶工場を取得（場所:鹿児島県南九州市）
- 取得と同時に工場運営及び摘採作業を開始:知覧工場と連携し、効率的な運営体制を構築
- 工場の処理能力の向上及び加工量増を目指す

茶葉栽培の開始

- ほ場（茶畑）を賃借し、茶葉栽培を開始
- 生産性向上に向けた取り組みを進めるとともに、引き続きほ場確保を進める

1. 2026年3月期 業績

2. 2027年3月期 業績予想

3. (参考)会社紹介

2027年3月期の取り組み

当社は生産能力の増強・獲得や自販機事業参入などの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
- 無人搬送機の活用などによる、倉庫OP生産性向上
- IT・AI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を含む）
- 自動販機事業への参入

*1：当社、NEバレッジ、Oバレッジ及び群馬バレッジの飲料工場

業績予想：2027年3月期

新たに加わる3つの新ライン稼働及びコスト改善により、増産・増収・増益を見込んでいます。また原油価格高騰の影響に対応した製品の価格改定も見込んでいます

単位：億円	26年3月期 (実績)	27年3月期 (予想)	増減	増減率	27年3月期 (予想) 自販機除く
生産数量*1 (百万箱)	83	100	+17	+20%	100
売上高	526	720	+193	+37%	610
営業利益	53.2	65.0	+11.7	+22%	64.0
(率)	(10.1%)	(9.0%)	(▲1.1pt)	-	(10.5%)
当期純利益	34.6	42.0	+7.3	+21%	-
(率)	(6.6%)	(5.8%)	(▲0.8pt)	-	-
(EPS)	(66.46円)	(80.94円)	(14.48円)	-	-
EBITDA	75.3	100.0	+24.6	+33%	93.0
(率)	(14.3%)	(13.9%)	(▲0.4pt)	-	(15.2%)
設備投資額*2	107	125	+18	+17%	
配当額/株	14.0円	15.0円	+1.0円	-	

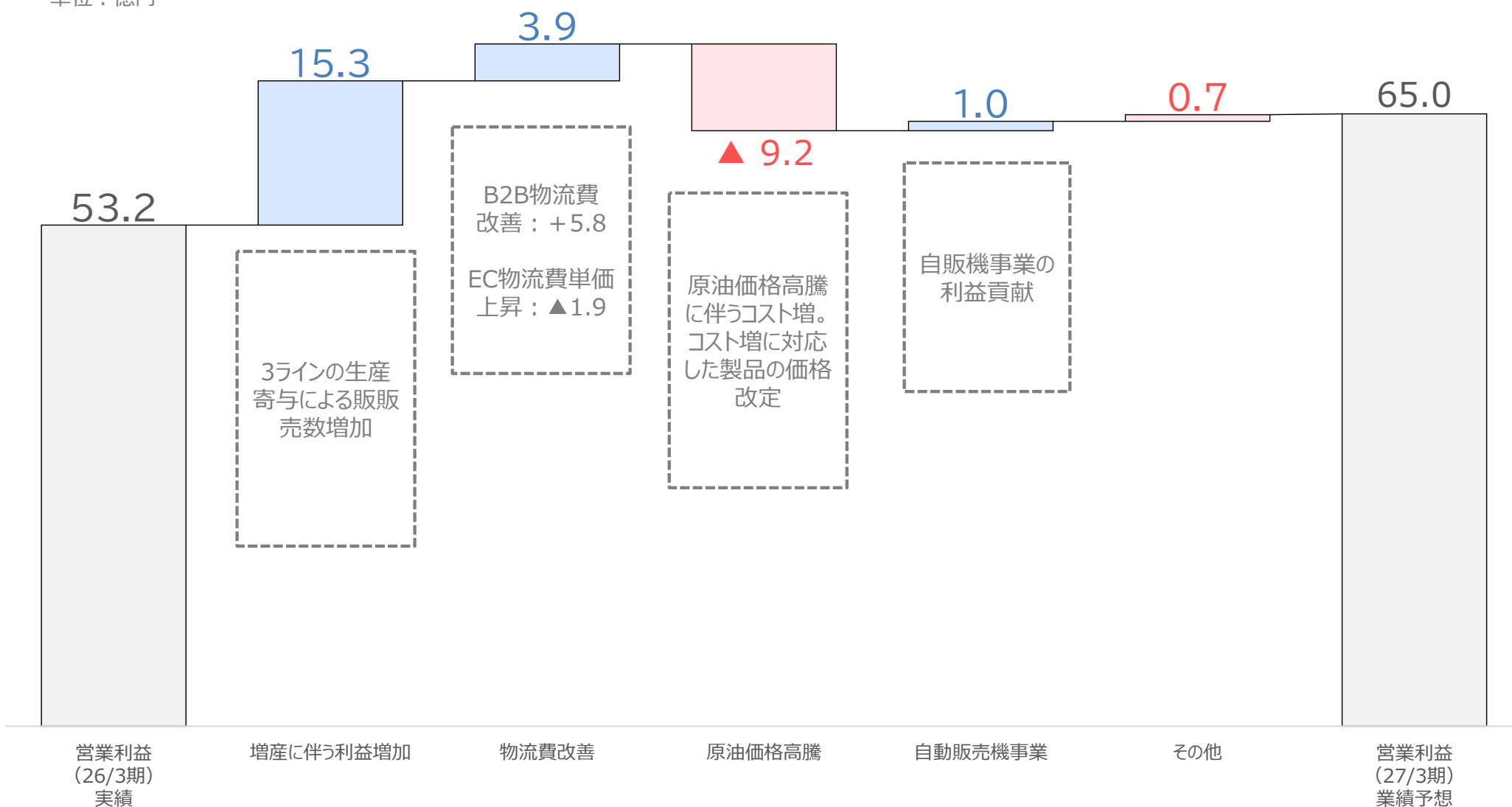
*1：関係会社である生駒名水（株）の生産数量は含みません

*2：成長投資額を記載しています

営業利益増減（要因別）：2026/3期（実績）との比較

原油価格の高騰やEC物流費単価の上昇などの各種コスト増加を、増産に伴う増益及びコスト削減施策によりカバーし、11.7億円の増益を想定

単位：億円



1. 2026年3月期 業績

2. 2027年3月期 業績予想

3. (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、農作物の生産・加工及び販売
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：Nビバレッジ株式会社（富山県朝日町）、Oビバレッジ株式会社（大分県日田市/山梨県山中湖村）、群馬ビバレッジ株式会社（群馬県伊勢崎市）、LDアグリ株式会社（鹿児島県南九州市）
従業員数*1	835名（160名）2026年3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）。臨時雇用者数（パートタイマー、人材派遣会社含む。）は、（）外数で記載しています

沿革

当社は会社設立54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	<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設。「ZAO SODA（現OZA SODA）」の販売を開始 北勢麵粉（乾麺・インスタントラーメン）を清算
2023年	<ul style="list-style-type: none"> ソース事業を売却

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（現Nビバレッジ） 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 炭酸水工場を譲受（現Oビバレッジ・日田工場）
2025年	<ul style="list-style-type: none"> 水工場を譲受（現Oビバレッジ・山中湖工場）
2026年	<ul style="list-style-type: none"> 飲料工場を取得（現群馬ビバレッジ） 自動販売機事業に参入

Asamiya



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

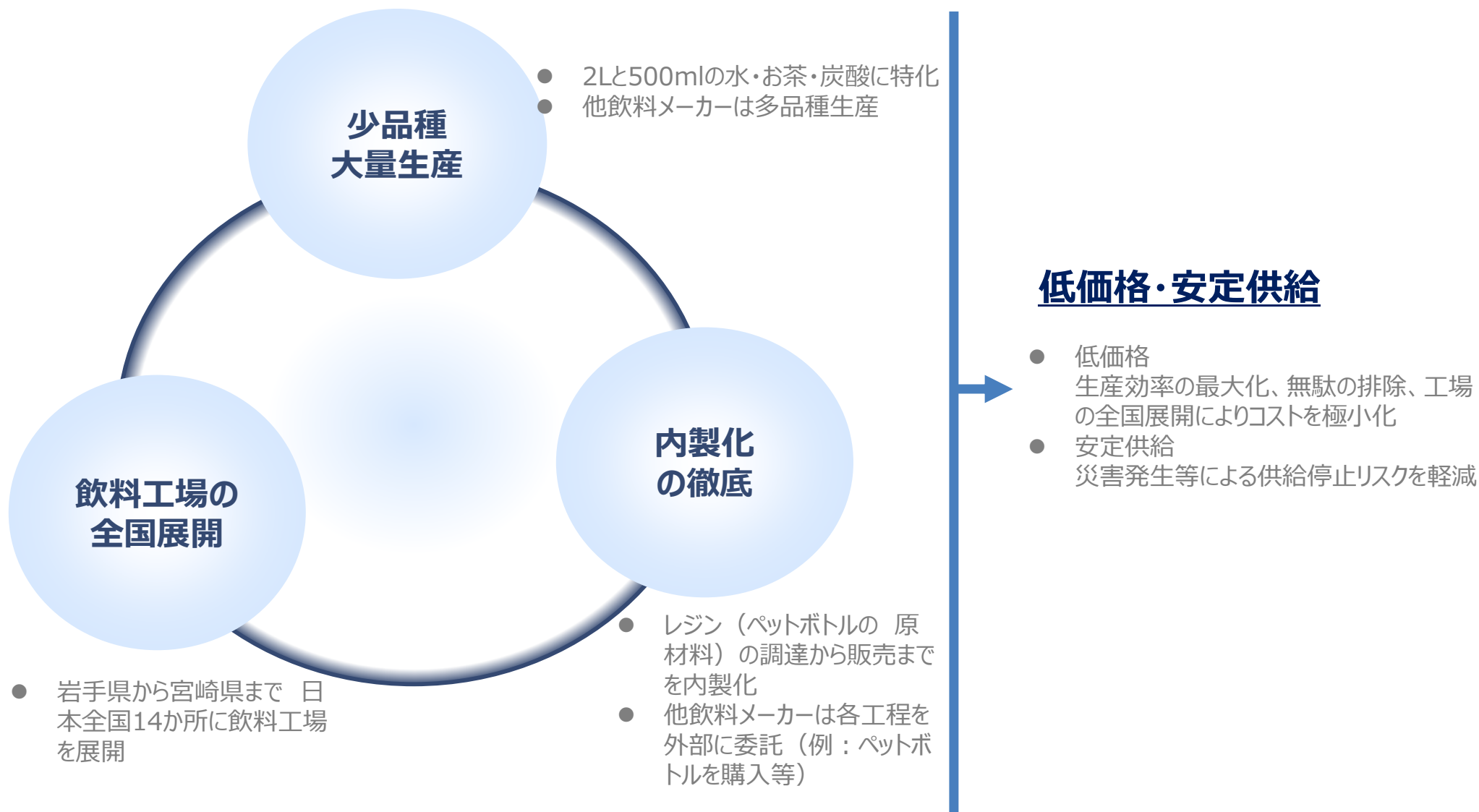
おいしさの中心、安心の先頭へ。

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

当社は液種を水・お茶・炭酸飲料、容量を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-あやちや-
500ml

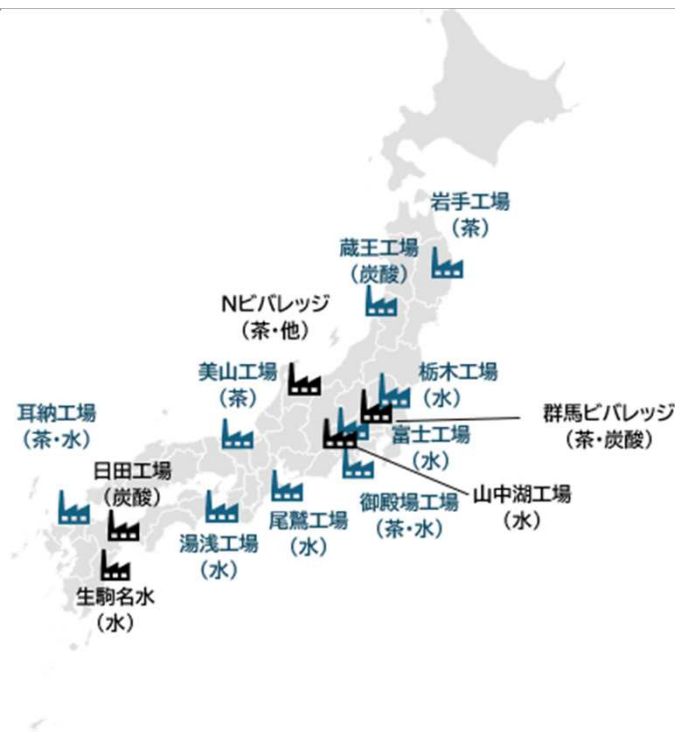
特徴と強み：内製化、工場の全国展開

当社グループは各工程の内製化により主に製造コストを低減。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

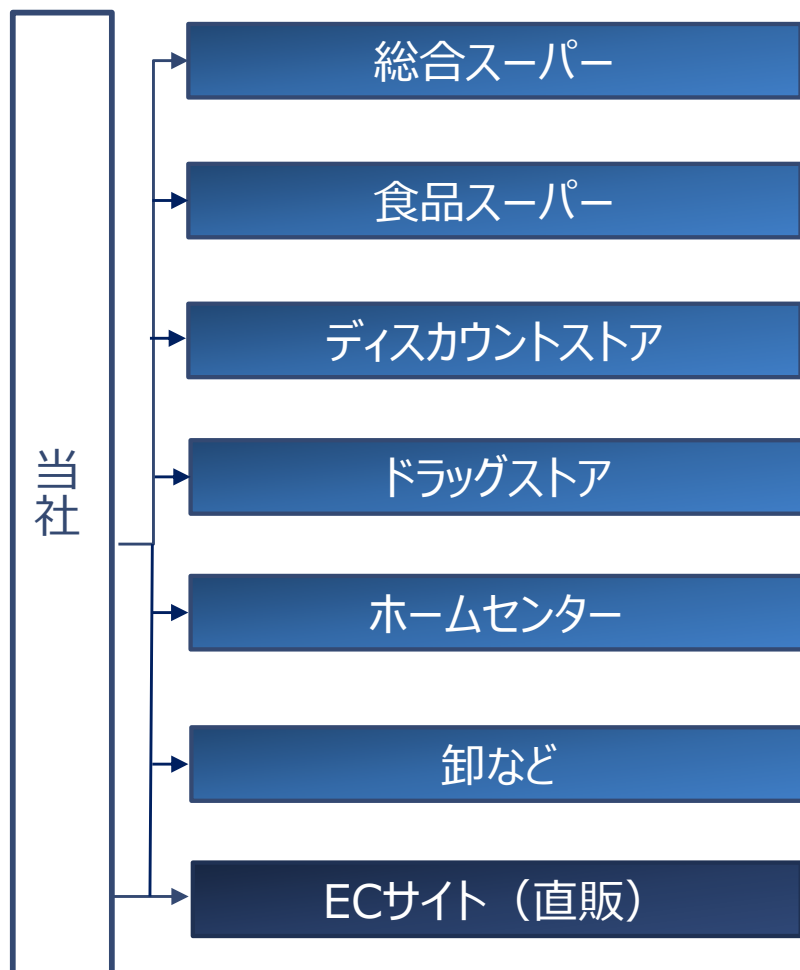


- 岩手工場 (岩手県)
 - 蔵王工場 (山形県)
 - 栃木工場 (栃木県)
 - 富士工場 (山梨県)
 - 御殿場工場 (静岡県)
 - 美山工場 (京都府)
 - 尾鷲工場 (三重県)
 - 湯浅工場 (和歌山県)
 - 耳納工場 (福岡県)
- 子会社／関連会社
- Nびバレッジ (富山県)
 - Oびバレッジ (大分県・山梨県)
 - 群馬ビバレッジ (群馬県)
 - 生駒名水 (宮崎県)

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各モールの賞を受賞するなど、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

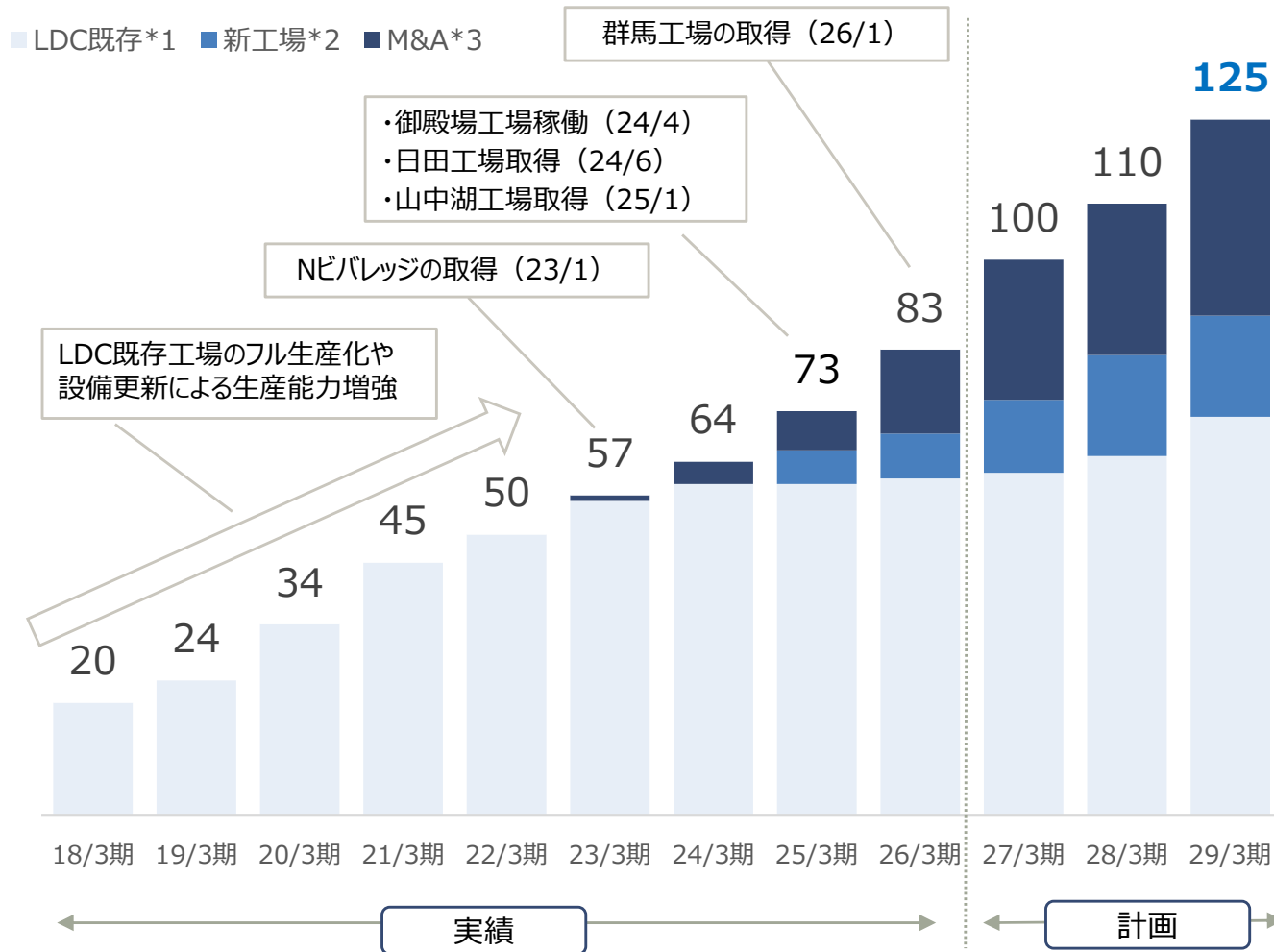


*1:集計方法:「楽天市場」に出店する全国5万店舗以上(2025年11月時点)の中から、ユーザーによる人気投票及び店舗の売上などを総合的に評価し、年間ベストショップを選出するもの *2 : 参照リンク : https://www.amazon.co.jp/b/?ie=UTF8&node=206875745051&ref_=spr26

中期経営計画：生産数量

増産への取り組みを着実に実行し、2029年3月期の生産数量125百万箱（25年3月期比+51百万箱）を目指します

生産数量の推移（単位：百万箱）



今後の増産の取り組み

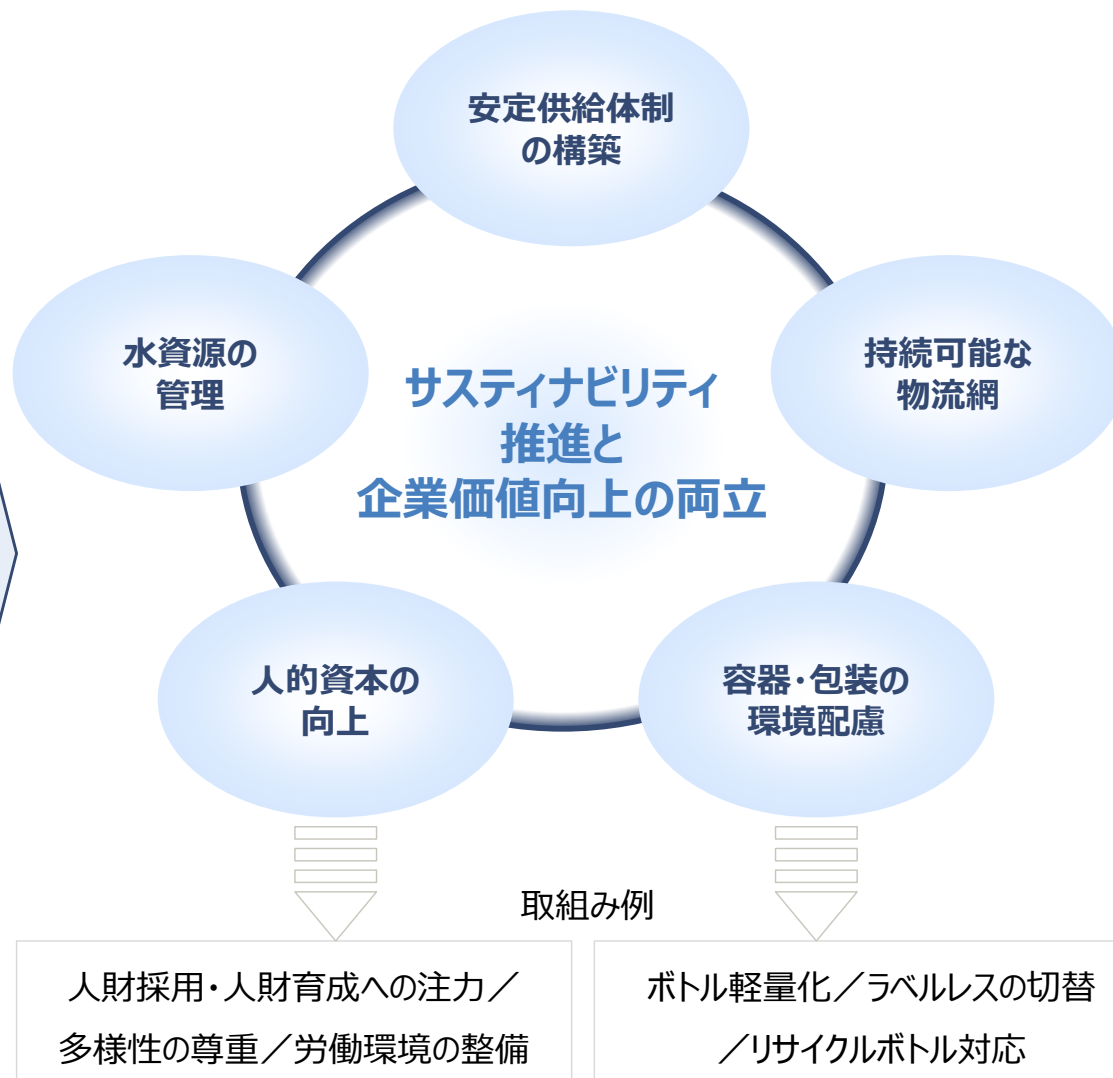
- 27/3期**
 - 26年4月：Nびバレッジ新ライン稼働
 - 27年3月期下期：御殿場工場 新ライン稼働
：群馬工場 能力増強①
 - 28/3期**
 - 28年3月期下期：岩手工場ライン更新
：群馬工場 能力増強②
- +
- 計画未反映**
 - M&Aによる生産能力獲得

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
