

# 2026年度（2027年1月期）第1四半期決算概要

---

2026年5月26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。



<b>01</b>	<b>2026年度第1四半期決算概要</b>	<b>P.04</b>
<b>02</b>	<b>2026年度業績予想</b>	<b>P.08</b>
<b>03</b>	<b>セグメント別概況</b>	<b>P.12</b>
<b>04</b>	<b>参考資料</b>	<b>P.26</b>

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1四半期決算総括

- 2026年度第1四半期は、売上高552億円（4.3%増）、営業利益15億円（前年同期は△14億円）
  - トルコおよびポーランド飲料事業を中心に、海外飲料事業が好調に推移したことにより連結で増収
  - 国内飲料事業における前年度の減損損失計上に伴う減価償却費の減少や収益改善効果に加え、海外飲料事業の増収も寄与し連結で増益

## ■ 主要な取り組みの状況

- 各セグメントにおける、現下の中東情勢による影響は現時点では限定的
- 国内飲料事業では、2026年5月に自販機チャネルにおいて一部商品の価格改定を実施
- 国内飲料事業の収益体質への転換に向け、商品ポートフォリオの最適化や不採算の自販機引き上げが進展する一方で、販売手数料の適正化については進捗に課題
- ポーランド飲料事業では、水の製造ラインが2026年4月より、計画どおり稼働を開始

# 2026年度第1四半期決算概要

# 2026年度第1四半期 連結決算の概要



トルコ飲料事業を中心とした海外飲料事業の好調な推移により、国内飲料事業等が減収となる中でも、連結では増収  
国内飲料事業における前年度の減損損失計上に伴う減価償却費の減少や収益改善効果に加え、海外飲料事業の増収が寄与し、連結で増益

各利益段階における増益により、最終利益は増加

単位：百万円

		第1四半期（1/21～4/20）								
		2025年度		2026年度				（ご参考） 超インフレ会計適用前		
		構成比		増減率	増減額	影響額				
売	上	高	52,963	—	<b>55,239</b>	—	4.3%	2,275	54,860	378
営	業	損	△1,445	△2.7%	<b>1,556</b>	2.8%	—	3,001	1,802	△246
経	常	損	△2,289	△4.3%	<b>459</b>	0.8%	—	2,749	1,873	△1,413
親会社株主に帰属する	四半期純損益		△2,845	△5.4%	<b>110</b>	0.2%	—	2,956	1,486	△1,376
E	P	S	△90.04円		<b>3.49円</b>			93.53円		

# 2026年度第1四半期 連結業績（セグメント別）



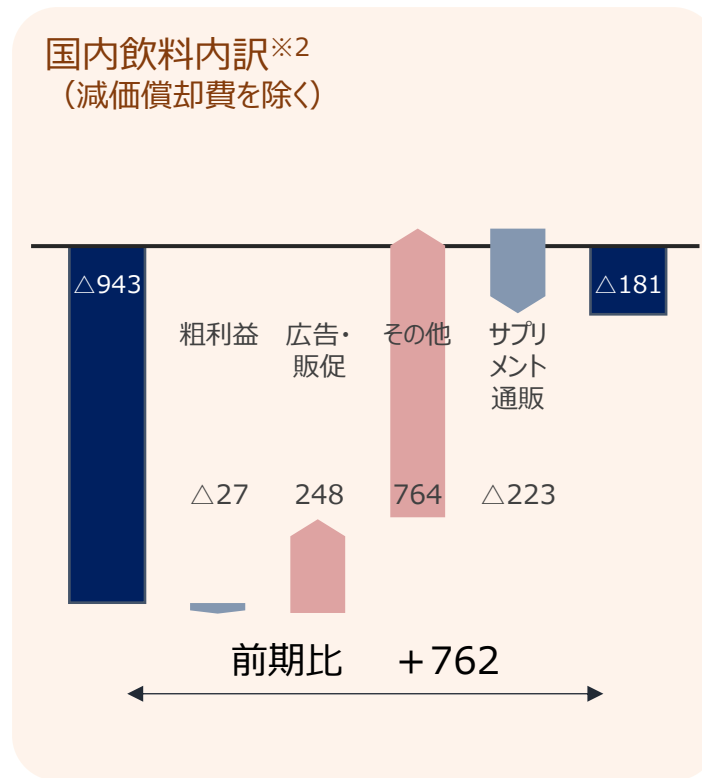
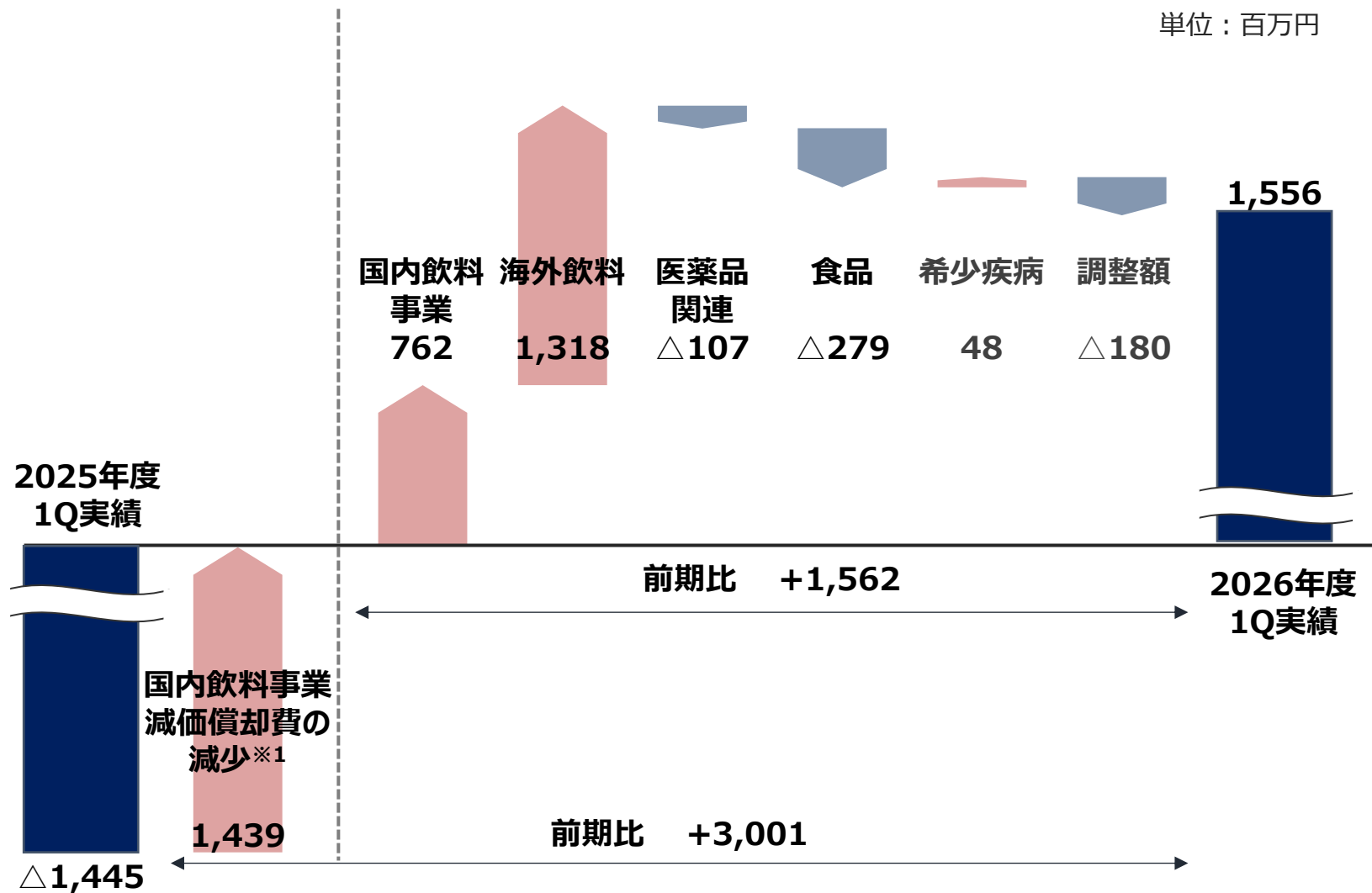
国内飲料事業では、減価償却費の減少、不採算先の自販機引き上げ等を通じた収益体質への転換が進展し、減収ながら増益  
海外飲料事業では、トルコ飲料事業の堅調な成長を背景に、増収増益

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			
	2025年度	2026年度		増減額	2025年度	2026年度		増減額
		増減率				増減率		
国内飲料事業	32,382	<b>31,731</b>	△2.0%	△651	32,382	<b>31,731</b>	△2.0%	△651
海外飲料事業	12,890	<b>16,505</b>	28.0%	3,615	13,069	<b>16,126</b>	23.4%	3,057
医薬品関連事業	3,361	<b>2,974</b>	△11.5%	△387	3,361	<b>2,974</b>	△11.5%	△387
食品事業	4,277	<b>3,846</b>	△10.1%	△431	4,277	<b>3,846</b>	△10.1%	△431
希少疾病用医薬品事業	140	<b>228</b>	62.8%	88	140	<b>228</b>	62.8%	88
調整額	△88	<b>△47</b>	—	41	△88	<b>△47</b>	—	41
売上高合計	52,963	<b>55,239</b>	4.3%	2,275	53,143	<b>54,860</b>	3.2%	1,717
国内飲料事業	△2,386	<b>△185</b>	—	2,201	△2,386	<b>△185</b>	—	2,201
海外飲料事業	972	<b>2,291</b>	135.6%	1,318	1,294	<b>2,538</b>	96.1%	1,244
医薬品関連事業	161	<b>54</b>	△66.5%	△107	161	<b>54</b>	△66.5%	△107
食品事業	112	<b>△167</b>	—	△279	112	<b>△167</b>	—	△279
希少疾病用医薬品事業	△88	<b>△40</b>	—	48	△88	<b>△40</b>	—	48
調整額	△216	<b>△396</b>	—	△180	△216	<b>△396</b>	—	△180
営業利益合計	△1,445	<b>1,556</b>	—	3,001	△1,124	<b>1,802</b>	—	2,927

# 2026年度第1四半期 営業利益の増減要因（前年同期比）

国内飲料事業における減価償却費の減少や収益改善効果に加え、海外飲料事業の増収が寄与し、連結で増益



※1 主に、2025年度に計上した減損損失に伴う減価償却費の減少による影響  
 ※2 「粗利益」「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

# 2026年度業績予想

海外飲料事業の力強い成長が牽引し、連結で増収を予想

国内飲料事業における前年度の減損損失計上に伴う減価償却費の減少と収益改善が寄与し、連結で大幅な増益を予想

各利益の増加に加え、前年度に計上した減損損失の反動などにより、最終利益は増加を予想

1株当たりの年間配当金は、安定的・継続的な配当方針のもと、2025年度と同額の30円を予定

単位：百万円

		通期										
		2025年度				2026年度（予想）				（ご参考） 超インフレ会計適用前 影響額		
		売上高	構成比	営業利益	構成比	増減率	増減額	経常利益	構成比	増減率	増減額	影響額
売	上	高	241,236	100.0%	<b>246,800</b>	100.0%	2.3%	5,563	246,200		600	
営	業	利	4,163	1.7%	<b>10,500</b>	4.3%	152.2%	6,336	11,900		△1,400	
経	常	利	1,467	0.6%	<b>8,400</b>	3.4%	472.5%	6,932	11,200		△2,800	
親会社株主に帰属する 当期純利益			△30,322	△12.6%	<b>5,000</b>	2.0%	—	35,322	7,700		△2,700	
E	P	S	△957.83円		<b>157.73円</b>		1115.56円					

## ■ 中東情勢による影響

- 中東情勢に伴う当社グループ事業への影響は、現時点（2026年5月26日）では限定的
- 原油価格の高騰を背景とした、容器・包材の供給および各種コスト上昇の可能性
- 先行き不透明であり、現時点では合理的な算定が困難なため、業績予想には中東情勢による影響を織り込んでいない。今後、重要な影響が見込まれる場合には速やかに開示

※ 2026年度の業績予想には、2025年度に計上した減損損失に伴う減価償却費の減少（5,900百万円）を含む。

# 2026年度 通期連結業績予想（セグメント別）

2026年3月4日公表



国内飲料事業は、前年度に計上した減損損失計上に伴う減価償却費の減少や収益性改善により大幅な増益を見込む  
海外飲料事業は、トルコ飲料事業・ポーランド飲料事業ともに増収を見込む

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			
	2025年度 通期実績	2026年度 予想	増減率	増減額	2025年度 通期実績	2026年度 予想	増減率	増減額
国内飲料事業	142,651	<b>141,500</b>	△0.8%	△1,151	142,651	<b>141,500</b>	△0.8%	△1,151
海外飲料事業	65,341	<b>70,000</b>	7.1%	4,658	62,464	<b>69,400</b>	11.1%	6,935
医薬品関連事業	13,435	<b>14,100</b>	4.9%	664	13,435	<b>14,100</b>	4.9%	664
食品事業	19,570	<b>20,500</b>	4.8%	929	19,570	<b>20,500</b>	4.8%	929
希少疾病用医薬品事業	606	<b>900</b>	48.3%	293	606	<b>900</b>	48.3%	293
調整額	△368	△ <b>200</b>	－	168	△368	△ <b>200</b>	－	168
売上高合計	241,236	<b>246,800</b>	2.3%	5,563	238,360	<b>246,200</b>	3.3%	7,839
国内飲料事業	△2,284	<b>5,200</b>	－	7,484	△2,284	<b>5,200</b>	－	7,484
海外飲料事業	7,547	<b>7,800</b>	3.3%	252	8,327	<b>9,200</b>	10.5%	872
医薬品関連事業	829	<b>650</b>	△21.6%	△179	829	<b>650</b>	△21.6%	△179
食品事業	487	<b>350</b>	△28.1%	△137	487	<b>350</b>	△28.1%	△137
希少疾病用医薬品事業	△321	△ <b>700</b>	－	△378	△321	△ <b>700</b>	－	△378
調整額	△2,095	△ <b>2,800</b>	－	△704	△2,095	△ <b>2,800</b>	－	△704
営業利益合計	4,163	<b>10,500</b>	152.2%	6,336	4,942	<b>11,900</b>	140.8%	6,957

※ 2026年度の業績予想には、2025年度に計上した減損損失に伴う減価償却費の減少（5,900百万円）を含む。

※ 本業績予想は、公表日時点で想定可能な範囲に基づいており、中東情勢による影響は織り込んでおりません。

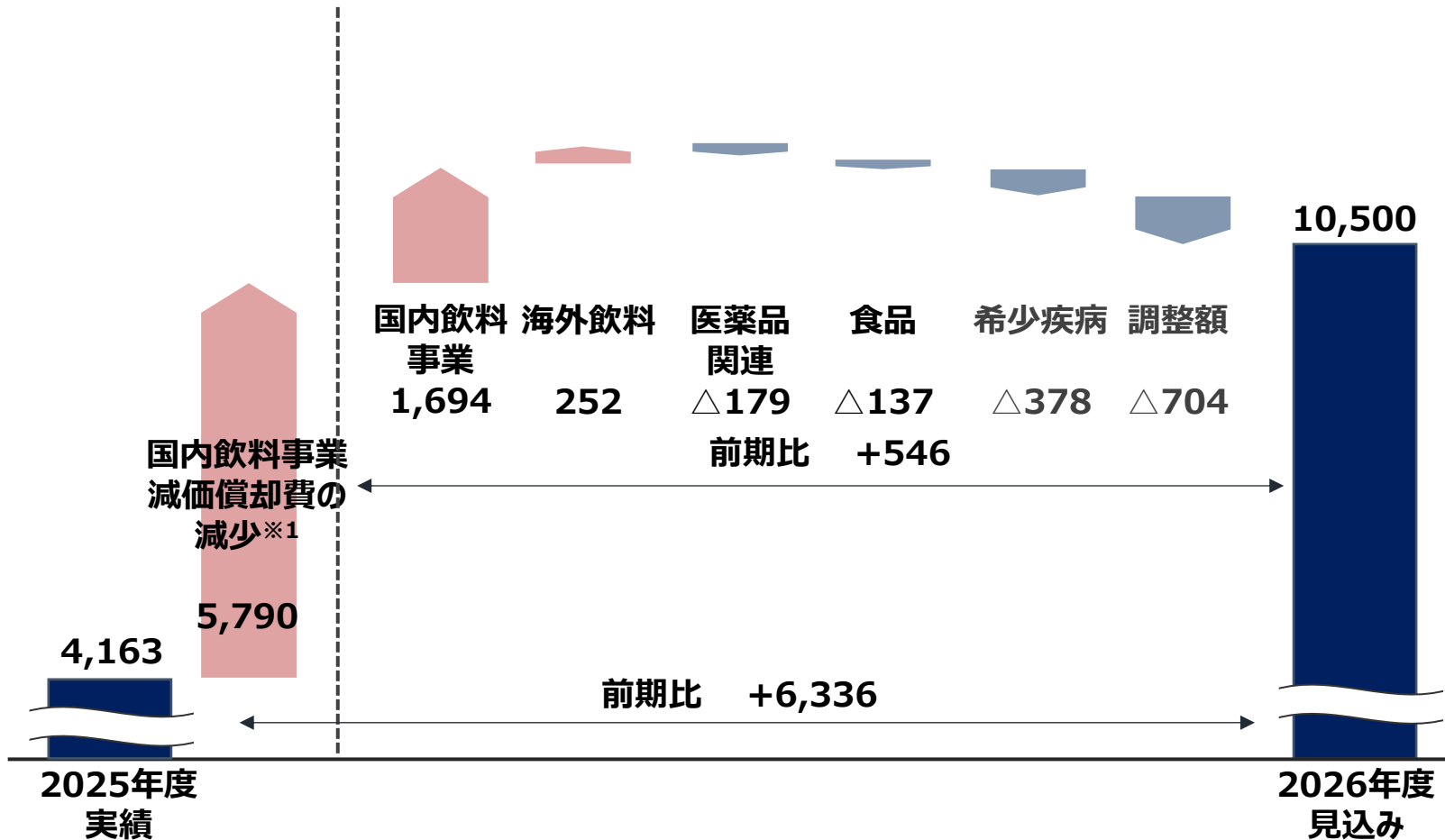
# 2026年度予想 営業利益の増減要因予想

2026年3月4日公表

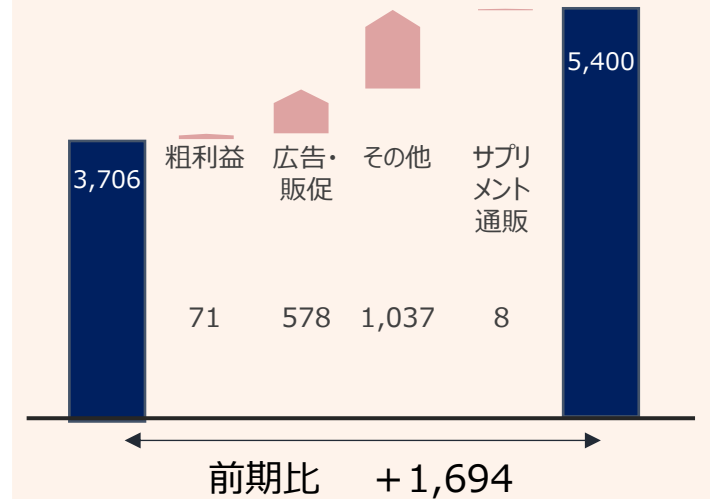


国内飲料事業の増益がグループ全体の増益に大きく寄与

単位：百万円



国内飲料内訳※2  
(減価償却費を除く)



※1 2025年度に計上した減損損失に伴う減価償却費の減少 (5,900百万円) を含む

※2 「粗利益」「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

本業績予想は、公表日時点で想定可能な範囲に基づいており、中東情勢による影響は織り込んでおりません。

# セグメント別概況

収益体質への転換に向け、不採算先の自販機引き上げを進めたことに伴い、販売数量が減少し、減収  
前年度の減損損失計上に伴う減価償却費の減少や収益改善の効果も寄与し、増益

単位：百万円

	第1四半期						通期					
	2025年度		2026年度		増減率	増減額	2025年度		2026年度		増減率	増減額
	実績	構成比	実績	構成比			実績	構成比	見込み	構成比		
売上高	32,382	-	31,731	-	△2.0%	△651	142,651	-	141,500	-	△0.8%	△1,151
営業利益	△2,386	△7.4%	△185	△0.6%	-	2,201	△2,284	△1.6%	5,200	3.7%	-	7,484
減価償却費	1,456		16		△98.8%	△1,439	5,990		200		△96.7%	△5,790
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)

- 自販機チャンネルは、収益体質への転換に向け不採算先の自販機引き上げを進めた結果、販売数量が減少し、売上高および売上総利益が減少。商品ポートフォリオの最適化により、ソフトドリンクの販売構成比は高まった一方、販売手数料の適正化は、進捗に課題
- 流通チャンネルでは、昨年10月に実施した価格改定の効果に加え、新商品「チョコラBB スパークリングライト」の発売や付加価値の高い売場課題解決提案活動などにより、販売数量が堅調に推移し、増収
- サプリメント通販は、市場環境の変化を受け、前年度に広告投資を抑制した影響から、売上の基盤となる定期顧客が減少しており、減収。現在は顧客基盤の再構築に向け、新規顧客の獲得や定期継続促進策を展開。新規顧客の獲得効率は好調に推移し、広告投資を前倒ししたことで減益

### ■ チャンネル別売上高・販売数量

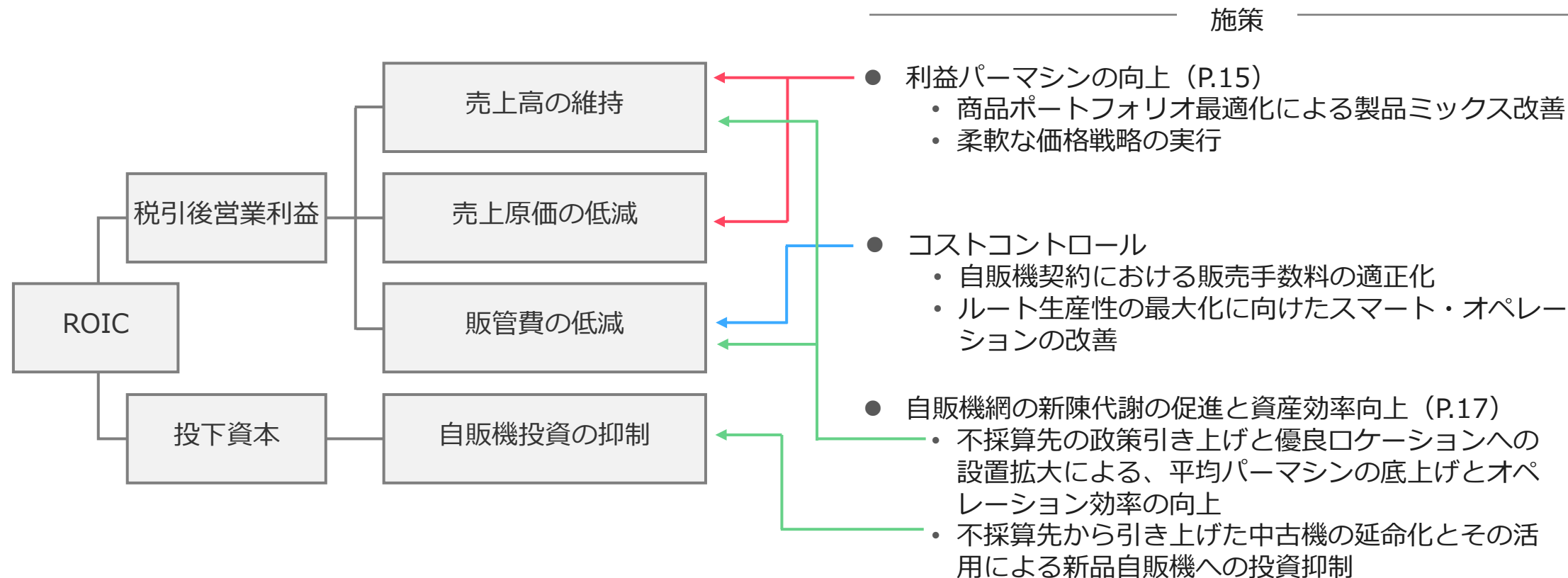
	単位：百万円／百万本	2025年	2026年第1四半期		
		第1四半期	増減率	増減額	
売上高	自販機	28,855	28,051	△2.8%	△804
	(従来比較可能ベース*)	20,512	20,002	△2.5%	△510
	流通・海外	2,654	2,827	6.5%	173
	サプリメント通販	872	852	△2.3%	△19
	合計	32,382	31,731	△2.0%	△651
	(従来比較可能ベース*)	24,039	23,682	△1.5%	△357
販売数量	自販機	278	266	△4.4%	△12
	(従来比較可能ベース*)	213	203	△4.9%	△10
	流通	41	41	0.5%	0
	合計	320	307	△3.8%	△12
	(従来比較可能ベース*)	252	244	△2.8%	△7

※ アサヒ飲料旧傘下子会社3社を除く

国内飲料事業の収益性改善には、利益率向上と投下資本圧縮の両面が必要

自販機台数の絞り込みによる筋肉質な自販機網形成と共に、各コストの低減を図ることでROIC向上をめざす

### 収益体質への転換に向けたプロジェクトの全体像



継続するコスト上昇に対応し、2026年5月から自販機チャネルにおける一部商品の価格改定を実施  
ソフトドリンクのラインアップを強化し、商品ポートフォリオの最適化を推進

## 適正な販売価格の設定

- コーヒー豆をはじめとした原材料価格の上昇などを受けて、昨年の11月に続き、自販機チャネルで一部商品の価格改定を実施
- 適正な販売価格の設定により、収益性の改善を図る

### 価格改定の概要

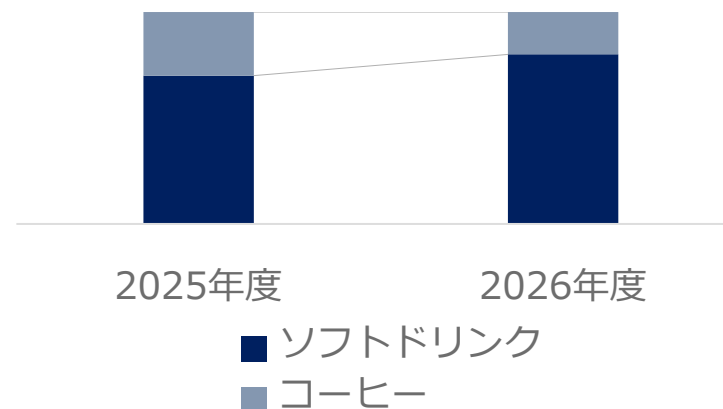
対象	自販機チャネル
開始時期	5月1日
対象商品	SOTコーヒー・ソフトドリンク中心
改定額	自販機推奨価格を+10~20円

※2022年度以降の価格改定は変遷はP.30参照

## 商品ポートフォリオの最適化

- ソフトドリンクへの転換を強かに推進していく
- 伸長する炭酸飲料などを中心にソフトドリンクのラインアップを強化する
- 自販機オペレーションにおいて、各商品のセット率の再設定や卸値価格の変更などを通じて、目標とするソフトドリンク比率を必達する

### 自販機チャネル 商品ラインアップにおけるカテゴリー別構成比



# ソフトドリンクのラインアップ強化（2026年春夏新商品）

不採算先の自販機引き上げによる販売数量減の影響がある中でも、ソフトドリンクのラインアップ強化を進め、収益性の高い商品構成へ転換

## 炭酸飲料



© 2026. FRISK. All Rights Reserved.

## 水・スポーツドリンク・お茶・紅茶・果実飲料



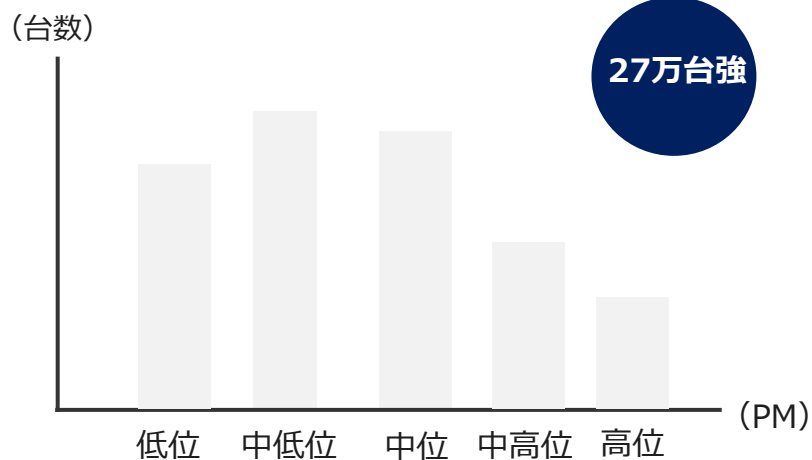
不採算先の自販機を引上げ、高い収益の見込める優良ロケーションに移すことで、  
投下資本を抑制しながらキャッシュフローを改善

## 自販機網の新陳代謝の促進と資産効率向上

- 不採算先の政策引き上げと優良ロケーションへの新規設置を通じて、利益を生み出す自販機網の再構築をめざす
- 不採算先から引き上げた中古自販機の再活用により、新品自販機への投資を大幅に抑制
- 自販機の延命化などにより、中長期的にも新品自販機への投資を抑制しながら、一定の自販機台数を維持できる仕組みをめざす

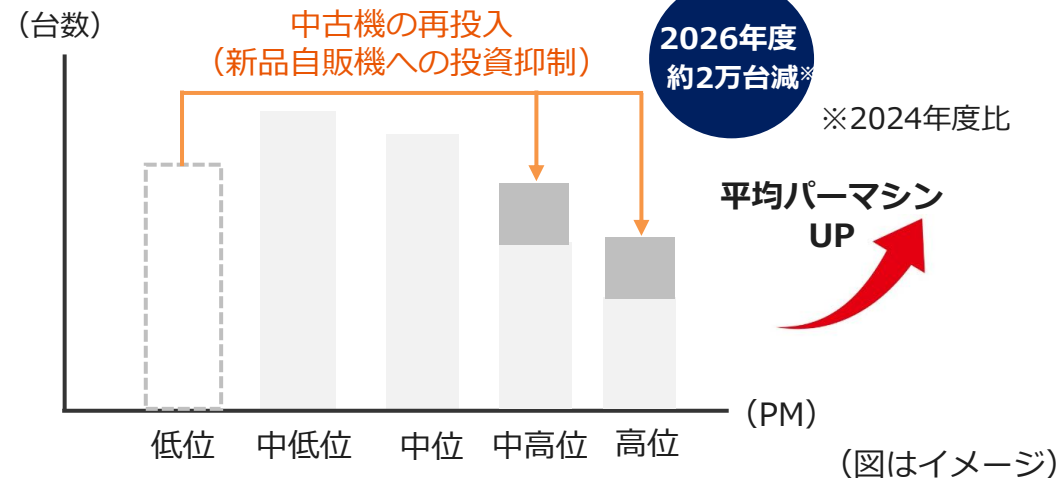
2024年度まで

規模を優先した自販機網の構築



2025年度以降

筋肉質な自販機網の構築



主力のトルコ飲料事業では、販売価格や販売促進に関する戦略的かつ機動的な施策が奏功し、増収  
リラ安や高インフレに伴うコスト上昇の影響を受ける中、売上成長によりこれらの影響を吸収し、増益

単位：百万円

	第1四半期							通期						
	2025年度		2026年度					2025年度		2026年度				
	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	12,890	-	<b>16,505</b>	-	28.0%	3,615	16,126	378	65,341	-	70,000	-	7.1%	4,658
のれん等償却前営業利益	1,086	8.4%	<b>2,434</b>	14.7%	124.1%	1,348	2,690	△256	8,063	12.3%	8,300	11.9%	2.9%	236
のれん等償却費	113	0.9%	<b>143</b>	0.9%	26.0%	29	152	△9	515	0.8%	500	0.7%	△3.0%	△15
営業利益	972	7.5%	<b>2,291</b>	13.9%	135.6%	1,318	2,538	△246	7,547	11.6%	7,800	11.1%	3.3%	252
減価償却費* <sup>1</sup>	473		<b>594</b>		25.6%	121	427	167	2,136		2,800		31.1%	663
トルコリラ* <sup>2</sup>	3.96円		<b>3.60円</b>		△0.36円		<b>3.57円</b>	0.03円	3.64円		3.00円		△0.64円	
ポーランドズロチ	38.13円		<b>43.33円</b>		5.20円		-	-	40.07円		39.00円		△1.07円	
中国元	20.75円		<b>22.65円</b>		1.90円		-	-	20.88円		20.00円		△0.88円	

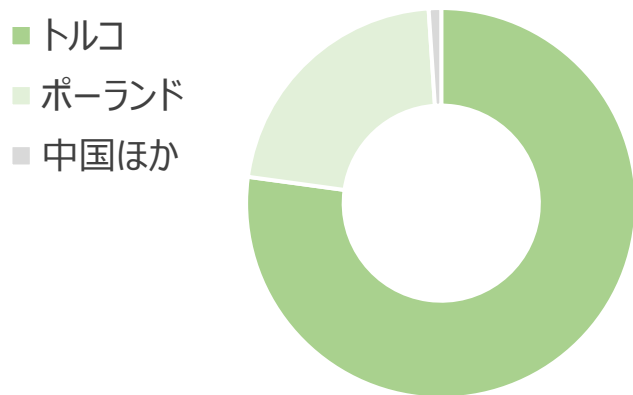
(対象期間：1月1日~3月31日)

\*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では、販売価格や販売促進に関する戦略的かつ機動的な施策が奏功し、増収  
リラ安や高インフレに伴うコスト上昇の影響を受ける中、売上成長によりこれらの影響を吸収し、増益

海外主要エリア別売上高比率イメージ



ポーランド

- 消費者の節約志向が継続する中、飲料容器のデポジットシステムが導入され、ポーランド市場全体は軟調に推移。当社においては、自社ブランドの販売、受託製造品の受注が増加したことで、増収・増益

中国

- 景気後退による節約志向の高まりや販促要請の増加など、事業環境が厳しい中、利益重視のもとエリア・チャネル戦略を見直し、現地生産品の無糖茶の拡販に注力

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。現地通貨ベースの売上高は前年の約1.4倍
- 大幅増収に伴い売上総利益が拡大し、各種コスト上昇を吸収し、大幅増益

トルコ飲料事業の現地会計ベース実績

2026年度前年同期比	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q	累計
売上高	+45.3%				<b>+45.3%</b>
販売ボリューム	+11.8%				<b>+11.8%</b>

トルコ飲料事業の収益性向上・成長投資

- 収益性は、売上成長により着実に向上
  - ・プロダクトミックス改善、価格改定、オペレーション改善、ブランド投資により、事業基盤を強化
- 創出した収益は、持続的な成長に向けて再投資
  - ・生産能力増強（炭酸ライン投資等）
  - ・ブランド投資の強化

トルコ飲料事業では、炭酸飲料の需要拡大を見据えた製造能力増強およびブランド力強化を推進

設備投資とマーケティング施策の連動により、炭酸ライン増強の成功確度向上と持続的な成長基盤の構築をめざす

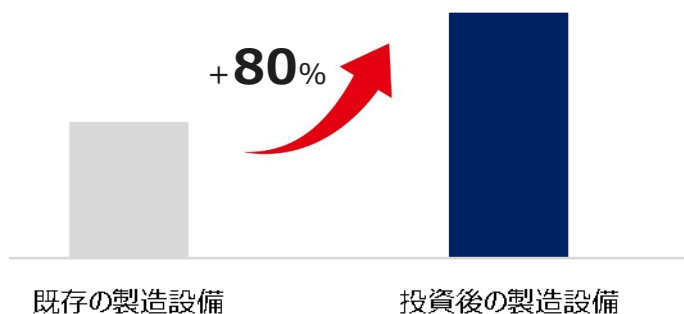
## トルコ飲料事業における生産体制の強化

- 炭酸飲料の需要拡大に対応し、安定供給に向けて製造ラインを増設
- 稼働は次期中期経営計画の初期頃を予定

### 設備投資の概要

項目	内容
投資内容	炭酸飲料の製造ラインの増設
生産能力 (金額換算)	既存設備 + 80% (約100億円)
設備投資額	約20~25億円

### 炭酸飲料の生産能力



## トルコ市場におけるブランド認知向上に向けた施策

- トルコ国内で高い人気を誇るサッカーチーム「Besiktas」と当社主力ブランド「Cola Turka」のスポンサー契約を締結（2025-2026/2026-2027シーズン）
- 同チームの選手が着用する試合用シューズやスタジアム広告、公式Webサイトなどを通じて「Cola Turka」ブランドの露出を強化
- トルコ飲料事業の持続的成長に向けた基盤強化を図る

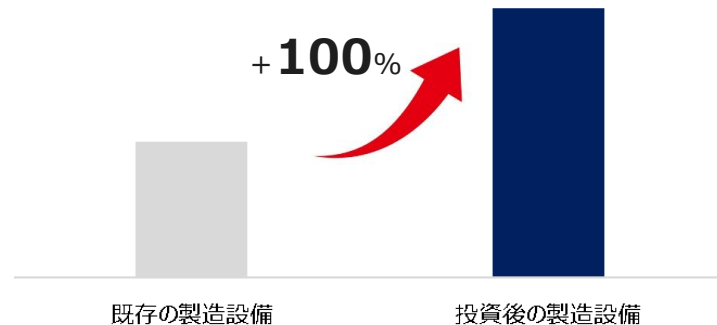


ポーランド飲料事業において、底堅い需要があり、収益性も高い水の製造ラインを増設  
2026年4月中旬より、計画どおり稼働を開始

## ■ 設備投資の概要

項目	内容
投資内容	①水の製造ラインの増設 ②倉庫・建屋の改修
生産能力 (金額換算)	既存設備+100% (約25億円)
設備投資額	①約15億円、②約7億円

## ■ 水の生産能力



ドリンク剤の需要減退およびパウチ製品における受注先の在庫調整の影響により販売数量が減少し、減収  
利益面では、減収により売上総利益が減少し、減益

単位：百万円

	第1四半期						通期					
	2025年度		2026年度		増減率	増減額	2025年度		2026年度		増減率	増減額
	実績	構成比	実績	構成比			実績	構成比	見込み	構成比		
売上高	3,361	-	2,974	-	△11.5%	△387	13,435	-	14,100	-	4.9%	664
営業利益	161	4.8%	54	1.8%	△66.5%	△107	829	6.2%	650	4.6%	△21.6%	△179
減価償却費	288		277		△3.6%	△10	1,089		1,100		0.9%	10

(対象期間：1月21日～4月20日)

- ドリンク剤市場が縮小傾向にある中、これまで拡大を続けてきたパウチ製品（指定医薬部外品）市場においても、足元では成長の鈍化が見られる
- ドリンク剤の需要減退およびパウチ製品における受注先の在庫調整により、販売数量が減少し、減収
- 販売数量減少に伴い売上総利益が減少し、減益

### 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	

消費者の節約志向の高まりおよび主力ドライゼリー市場が足元で縮小に転じたことにより、販売数量が減少し、減収減収に加え、原価上昇による売上総利益の減少により、減益

単位：百万円

	第1四半期						通期					
	2025年度		2026年度		増減率	増減額	2025年度		2026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	4,277	-	<b>3,846</b>	-	△10.1%	△431	19,570	-	<b>20,500</b>	-	4.8%	929
のれん等償却前営業利益	199	4.7%	△80	△2.1%	-	△279	834	4.3%	<b>700</b>	3.4%	△16.2%	△134
のれん等償却額	86	2.0%	<b>86</b>	2.3%	0.0%	0	347	1.8%	<b>350</b>	1.7%	0.6%	2
営業利益	112	2.6%	△167	△4.4%	-	△279	487	2.5%	<b>350</b>	1.7%	△28.1%	△137
減価償却費*	216		<b>228</b>		5.8%	12	878		<b>1,000</b>		13.9%	121

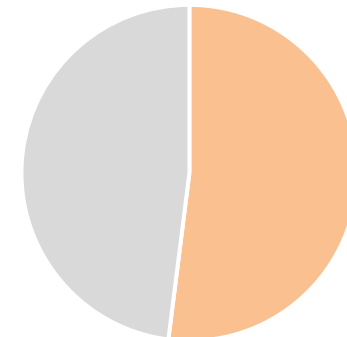
\*減価償却費には、一部、のれん等償却額に該当する費目を含む

(対象期間：1月1日～3月31日)

- 消費者の節約志向が高まる中、ドライゼリー市場は前年割れ。パウチゼリー市場は前年並みで推移
- 主力のドライゼリー市場が縮小する中、果肉を増量した数量限定商品の発売や、パウチゼリーの主力ブランド「おいしい蒟蒻ゼリー」のリニューアルなどによる拡販に努めたものの、前年に発生した感染症の療養食需要の反動減により、減収
- 利益面では、減収に加え、原価上昇による売上総利益の減少により、減益

■ たらみのドライゼリー市場シェア

- たらみ
- その他



主力のドライゼリー市場が足元で縮小する中、果肉を増量した数量限定商品の発売に加え、パウチゼリー主カブランド「おいしい蒟蒻ゼリー」のリニューアルによる商品価値の強化

数量限定「たらみのどっさり」「くだもの屋さん」



「おいしい蒟蒻ゼリー」のリニューアル



キャラクターラインが  
新登場



©Fujiko-Pro, Shogakukan, TV-Asahi, Shin-ei, and ADK

## 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 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1四半期						通期					
	2025年度		2026年度		増減率	増減額	2025年度		2026年度		増減率	増減額
	実績	構成比	実績	構成比			実績	構成比	見込み	構成比		
売上高	140	—	228	—	62.8%	88	606	—	900	—	48.3%	293
営業利益	△88	△63.2%	△40	△17.5%	—	48	△321	△52.9%	△700	△77.8%	—	△378
減価償却費	14		15		5.4%	0	61		100		62.9%	38

(対象期間：1月21日～4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し、増収
- 引き続き、新たな導入開発品の獲得に向けた取り組みを進める

### ■ ガ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)



## 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 <b>①</b>	その他
有形固定資産	純資産
・無形固定資産	資本金 <b>②</b>
その他	利益剰余金 <b>③</b>

- 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

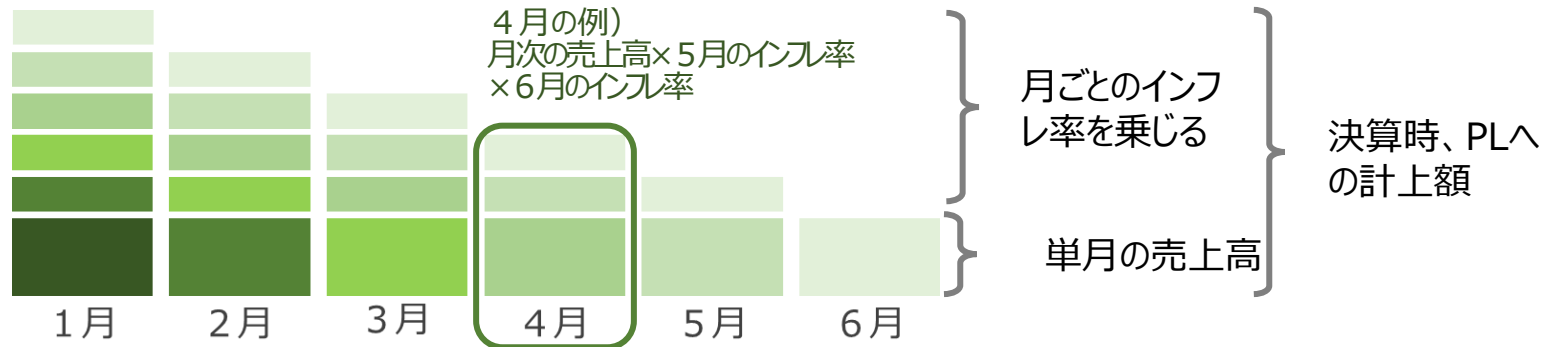
## 損益計算書への主な影響

(百万円)	連結PLへの影響額 (従来基準との差異)
売上高	378
売上原価	
売上総利益	
販管費	
減価償却費	
営業利益	△246
営業外損益	△1,167
経常利益	△1,413
法人税等	△37
四半期純利益	△1,376

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  
法人税等調整額の増加

## 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



市場環境の変化や進捗状況を踏まえ、2025年3月に中期経営計画2026の経営指標を見直し  
2026年度重点テーマを着実に実行し、次の飛躍ステージへ繋げていく

*超インフレ会計適用前、単位：百万円	実績		予想	(参考)	修正後目標	2026年度予想（参考）と修正後目標との差異の要因
	2024年度	2025年度	2026年度	減損影響除外	2026年度	
売上高成長率（年平均成長率）※1	+12.8%	+10.0%	+8.7%	—	+9%	—
（参考）連結売上高	233,124	238,360	246,200	—	255,300	
連結営業利益率	2.5%	2.1%	4.8%	2.4%	3%	国内飲料事業における収益悪化による影響
（参考）連結営業利益	5,723	4,942	11,900	6,000	7,800	
連結ROIC※2	3.5%	3.1%	8.9%	3.3%	4%	国内飲料事業のROIC悪化による影響
国内飲料事業ROIC※2	0.4%	△10.4%	28.7%	△2.3%	4%	収益改善は進んでいるものの、効果が想定比で小さくなる見込み
海外飲料事業ROIC※2	13.7%	13.7%	14.6%	—	13%	トルコ飲料事業の売上成長に伴う増益が計画を上回る見込み
非飲料事業ROIC※2	4.1%	4.7%	2.1%	—	0%	サプリメント通販の定期顧客基盤の再構築が計画を上回る見込み

※1 2021年度比 ※2 投下資本はセグメントへの投下分

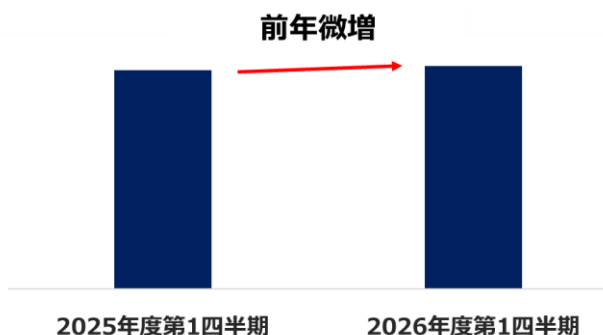
継続するコスト上昇に対応し、販売数量を鑑みた価格戦略を展開

2026年5月からは自販機チャネルにおける一部商品の価格改定を実施

## 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※1



※1 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

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	2025年 11月1日	2026年 5月1日
主な対象商品	ボトル缶・PET コーヒー・ソフト ドリンク※	SOTコーヒー	ボトル缶・PET コーヒー・ソフト ドリンク※	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・ソフト ドリンク※	コーヒー	コーヒー	SOTコーヒー・ ソフトドリンク※
チャネル								
自販機	●	●	●	●	—	—	●	●
流通	●	●	—	—	●	●	—	—
改定額	希望小売価格 (税抜)+9~ 25%	希望小売価格 (税抜)+7~ 22%	自販機推奨価 格+10~30円	自販機推奨価 格-20円(値下 げ)	希望小売価格 (税抜)+12~ 20%	希望小売価格 (税抜)+10~ 15%	自販機推奨価 格+10円	自販機推奨価 格+10~20円

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

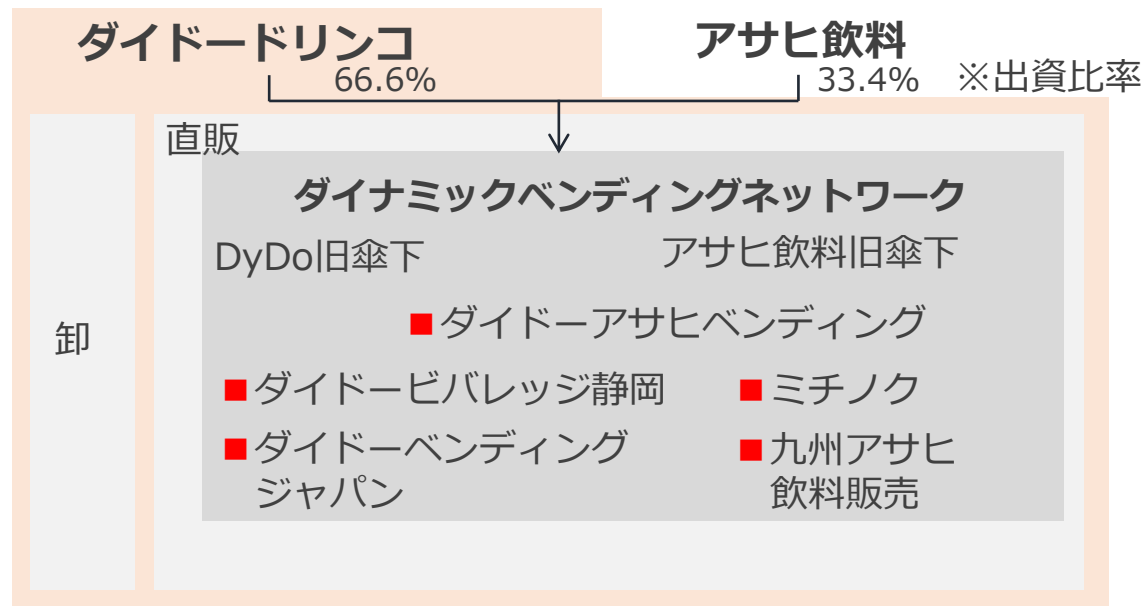


直販事業の一体的運営によるオペレーションシナジーを追求していく

## ダイナミックベンディングネットワーク

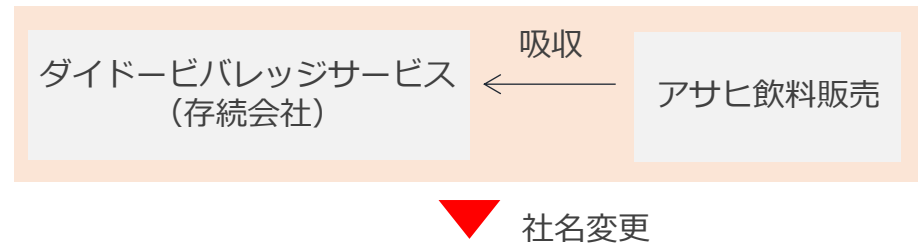
- 2023年1月23日に、直販事業の一体的運営を目的に合併会社として設立
- ダイドーのスマート・オペレーションを展開し、オペレーションスピードと品質管理能力、生産性を向上する
- 将来的な人手不足、雇用確保という課題を解決する

## 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 P.33)。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

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（2025年度実績）

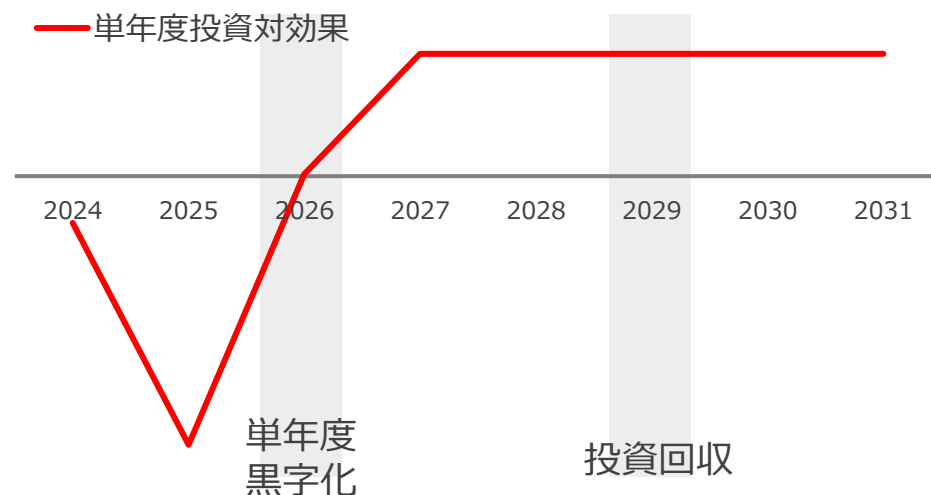
生産性指標	2019年度比
販売本数	約120%
販売金額	約140%
担当自販機台数	約170%

※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



マテリアリティに掲げる「こころとからだにうれしい商品の提供」の実現に向け、

飲料・食品に適用可能な新規機能性素材やそれを生かす製造技術、既存機能性素材の新規活用法などの創出をめざす

## 共創1号案件 学習院大学発ベンチャー企業「マイトジェニック」と連携

- 学習院大学発ベンチャーのマイトジェニックと、ミトコンドリア活性化成分「マイトルビン」を活用した“抗老化”領域の共同研究を2026年3月より開始
- マイトルビンは、加齢に伴い低下するミトコンドリア機能の活性化を通じ、健康寿命の延伸への寄与が期待される植物由来成分
- 将来的な飲料・ゼリーでの商品化を見据えた検証を行い、新たな健康価値の創出をめざす



出典：マイトジェニック

## ダイドグループ未来共創研究所

- 2025年3月21日に、飲料・食品を通じた健康価値創出力を高めるための基盤として設置
- 株式会社リバネスを共創パートナーとし、当社グループ内の研究員と、多様な分野のスタートアップ、大学・研究機関、民間企業の研究者が連携し、オープンイノベーション型の研究開発活動を推進



株式会社リバネスについてはこちらをご覧ください。  
<https://lne.st/>



こころとからだに、  
おいしいものを。

The logo for DyDo features the brand name in a bold, red, sans-serif font. Above the text, there are two yellow trapezoidal shapes that appear to be part of a stylized roof or a graphic element. The first shape is positioned above the 'Dy' and the second is above the 'Do', both pointing downwards towards the text.

**DyDo**