

2025年度（2026年1月期）第1四半期決算概要

2025年5月27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。



01	2025年度第1四半期決算概要	P.04
02	主要な取り組みの状況	P.10
03	セグメント別概況	P.15
04	参考資料	P.22

前第3四半期連結会計期間において企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、前第1四半期連結累計期間の四半期連結財務諸表については、取得原価の配分額の重要な見直しが反映されております。詳細については、「2026年1月期 第1四半期決算短信〔日本基準〕（連結）」の添付資料P.17「2. 四半期連結財務諸表及び主な注記（3）四半期連結財務諸表に関する注記事項（その他の事項）」をご参照ください。

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

- 2025年度第1四半期は、売上高529億円（0.4%減）、営業利益△14億円（前年同期は△6億円）
- トルコ飲料事業を中心に、海外飲料事業が好調に推移したものの、その他の事業の減収により、連結で減収
- 国内の各事業における減収や原価高騰による売上総利益の減少などにより、連結の営業損失が拡大

■ 主要な取り組みの状況

- ダイドグループ未来共創研究所の設置により、マテリアリティの一つである「こころとからだに美味しい商品の提供」に向けた活動を強化
- 国内飲料事業において、ダイドアサヒベンディングにおける営業所の統廃合の推進など、直販事業の一体的運営によるオペレーションシナジー追求に向けた取り組みを着実に進捗
- 自販機を通じた新たな価値提供をめざし、オフィスコンビニサービス「Cobo」を展開開始
- 自販機の販売数量回復に向け、最盛期の需要を捉えるソフトドリンクのラインアップを拡大

2025年度第1四半期決算概要

2025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が好調に推移するも、その他の事業の減収により、連結で減収
国内の各事業における減収や原価高騰による売上総利益の減少などにより、連結の営業損失が拡大
各利益の減少や、前年同期の政策保有株式売却による特別利益計上の反動減などにより、最終利益は減少

単位：百万円

第1四半期（1/21～4/20）										
			2024年度		2025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	53,164	－	52,963	－	△0.4%	△200	53,143	△179
営	業	利 益	△628	△1.2%	△1,445	△2.7%	－	△816	△1,124	△321
経	常	利 益	△1,309	△2.5%	△2,289	△4.3%	－	△980	△1,450	△839
親会社株主に帰属する 四 半 期 純 利 益			3,141	5.9%	△2,845	△5.4%	－	△5,987	△2,035	△810
E	P	S	99.75円		△90.04円				△189.79円	

2025年度第1四半期 連結業績（セグメント別）



主力の国内飲料事業は、飲料の販売数量減やスマート・オペレーションの横展開に向けた費用増加により、減収減益
海外飲料事業は、トルコ飲料事業の引き続きの躍進により、大幅な増収増益

単位：百万円

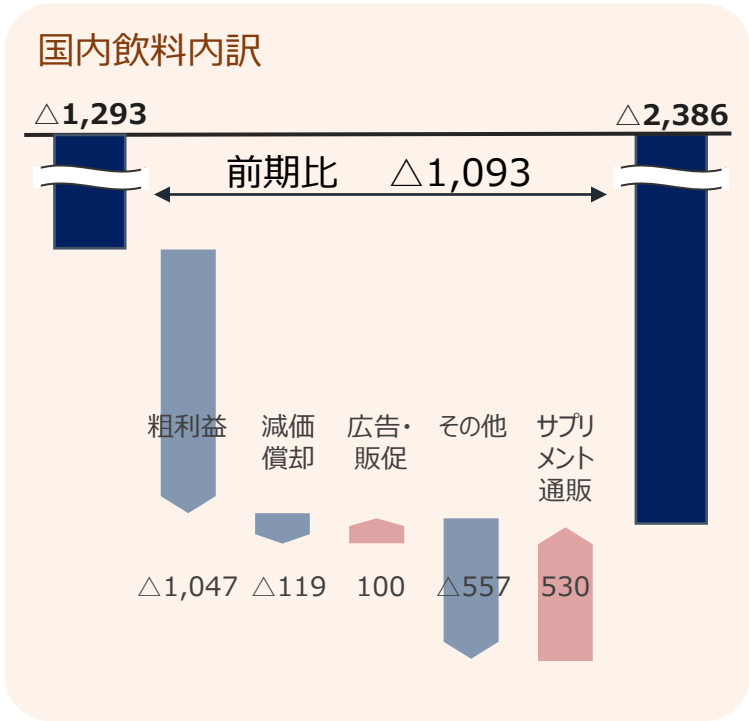
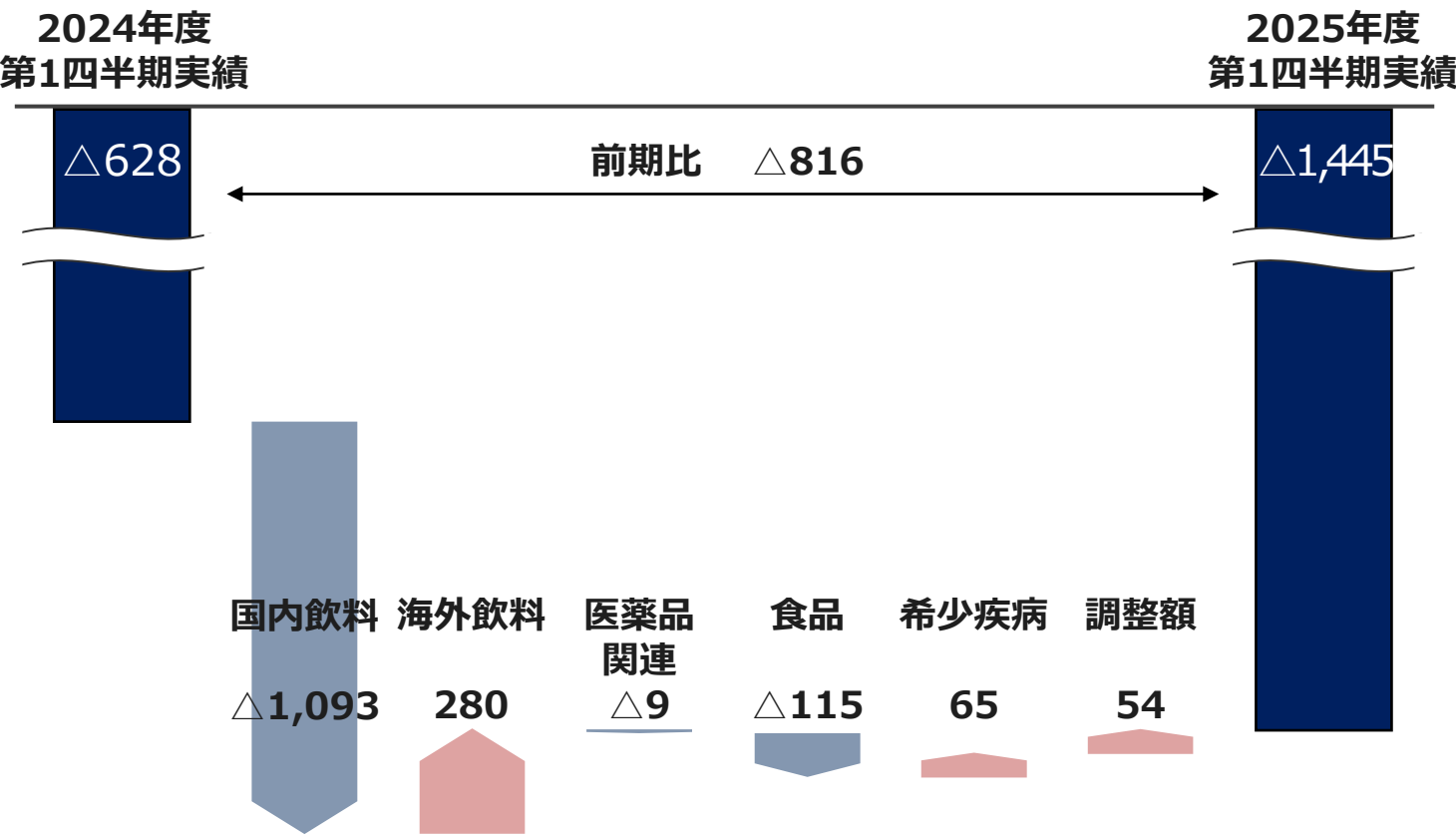
	第1四半期							
	超インフレ会計適用後				超インフレ会計適用前			
	2024年度	2025年度			2024年度	2025年度		
			増減率	増減額			増減率	増減額
国内飲料事業	33,937	32,382	△4.6%	△1,554	33,937	32,382	△4.6%	△1,554
海外飲料事業	11,460	12,890	12.5%	1,429	11,353	13,069	15.1%	1,716
医薬品関連事業	3,472	3,361	△3.2%	△110	3,472	3,361	△3.2%	△110
食品事業	4,384	4,277	△2.4%	△106	4,384	4,277	△2.4%	△106
希少疾病用医薬品事業	－	140	－	140	－	140	－	140
調整額	△90	△88	－	1	△90	△88	－	1
売上高合計	53,164	52,963	△0.4%	△200	53,056	53,143	0.2%	86
国内飲料事業	△1,293	△2,386	－	△1,093	△1,293	△2,386	－	△1,093
海外飲料事業	692	972	40.5%	280	1,043	1,294	24.0%	250
医薬品関連事業	170	161	△5.3%	△9	170	161	△5.3%	△9
食品事業	227	112	△50.6%	△115	227	112	△50.6%	△115
希少疾病用医薬品事業	△154	△88	－	65	△154	△88	－	65
調整額	△270	△216	－	54	△270	△216	－	54
営業利益合計	△628	△1,445	－	△816	△277	△1,124	－	△846

2025年度第1四半期 営業利益の増減要因（前年同期比）



海外飲料事業は好調も、国内飲料事業をはじめとした各事業の減益により、連結で減益

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。

(ご参考) 2025年度 通期連結業績予想 (セグメント別)



国内飲料事業の売上回復や海外飲料事業の拡大のほか、各セグメントでの伸長により、連結で増収を予想
 利益面については、先行投資の続行に加えて、食品事業における原価上昇、グループのITセキュリティ強化に関する
 費用などにより、減益の予想

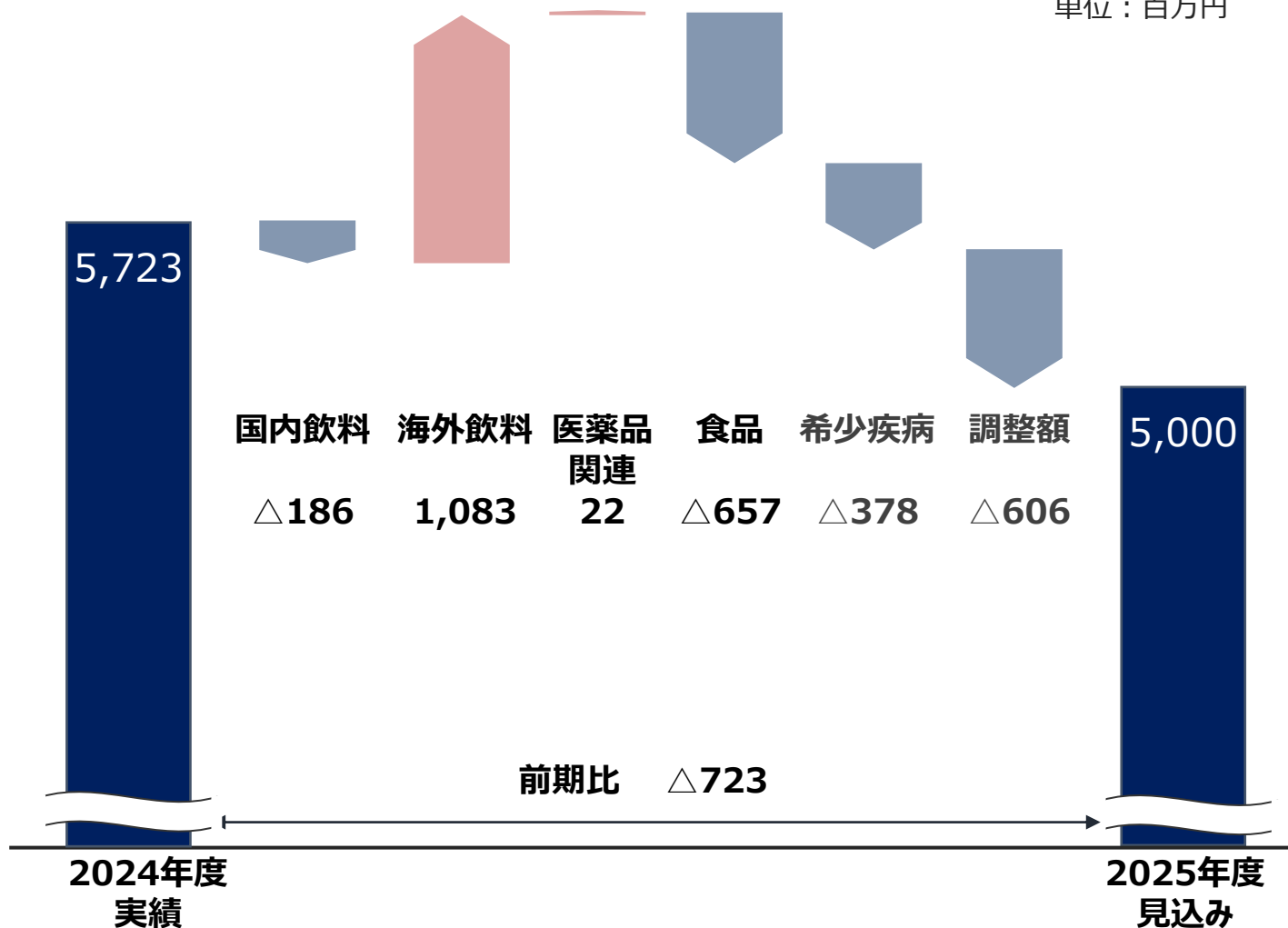
単位：百万円

	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			
	2024年度実績	2024年度実績	2025年度見込み		
				増減率	増減額
国内飲料事業	147,519	147,519	150,300	1.9%	2,780
海外飲料事業	56,263	52,198	58,500	12.1%	6,301
医薬品関連事業	13,124	13,124	13,500	2.9%	375
食品事業	20,651	20,651	21,500	4.1%	848
希少疾病用医薬品事業	8	8	300	3235.0%	291
調整額	△378	△378	△400	—	△21
売上高合計	237,189	233,124	243,700	4.5%	10,575
国内飲料事業	986	986	800	△18.9%	△186
海外飲料事業	5,083	6,016	7,100	18.0%	1,083
医薬品関連事業	277	277	300	8.1%	22
食品事業	1,157	1,157	500	△56.8%	△657
希少疾病用医薬品事業	△621	△621	△1,000	—	△378
調整額	△2,093	△2,093	△2,700	—	△606
営業利益合計	4,789	5,723	5,000	△12.6%	△723

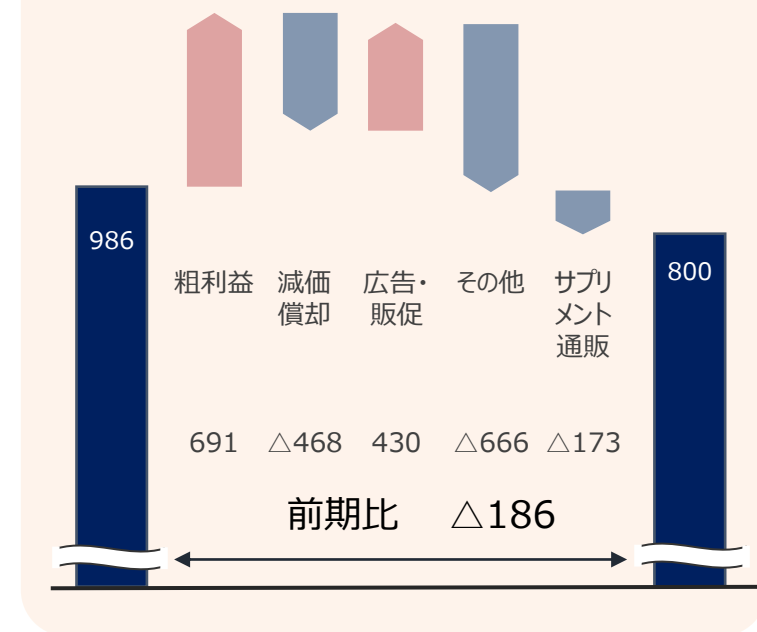
(ご参考) 超インフレ会計適用前 2025年度計画 営業利益の増減要因

海外飲料事業の増益を見込むも、食品事業の原価上昇や連結調整額の増加などにより、連結で減益を予想

単位：百万円



国内飲料内訳



※「粗利益」「減価償却」「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。

主要な取り組みの状況

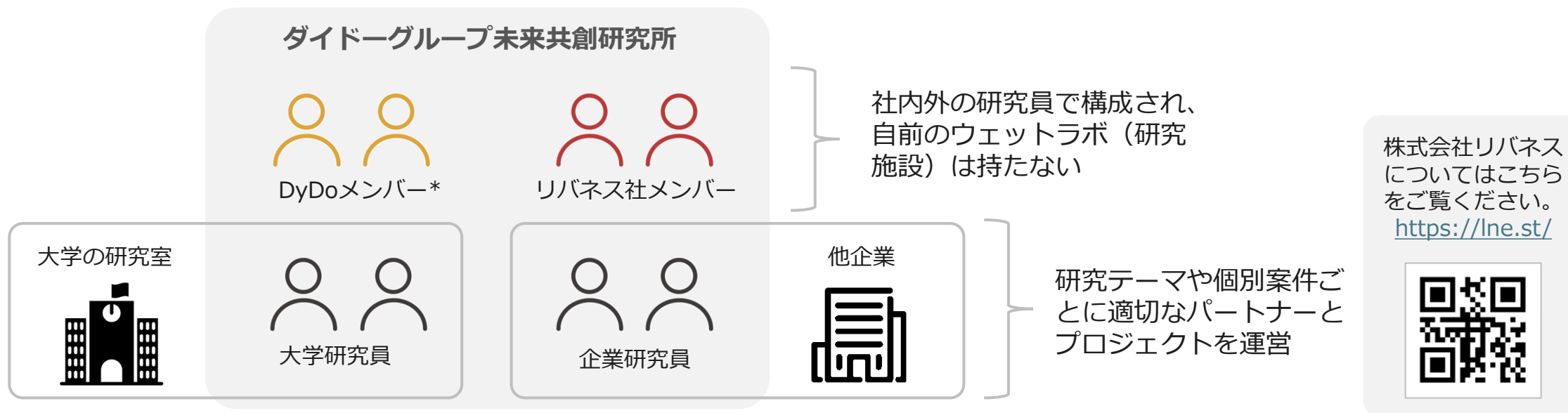
マテリアリティに掲げる「こころとからだにうれしい商品の提供」の実現に向け、

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

ダイドグループ未来共創研究所

- 2025年3月21日に、当社グループの研究開発機能を担う「ダイドグループ未来共創研究所」を持株会社内に設置
- 共創パートナーとしてオープンイノベーション型の研究開発活動等に知見がある株式会社リバネスを迎え、多様な分野のスタートアップ、大学・研究機関、民間企業の研究者等とのパートナーシップにより研究開発を進める

ダイドグループ未来共創研究所のイメージ



*DyDoメンバーは、国内飲料事業（サプリメント通販含む）、海外飲料事業、医薬品関連事業、食品事業の各セグメントから招集

ダイドーアサヒベンディング株式会社における営業所の統廃合

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



自販機の付加価値提供として、新たなサービス「Cobo（コボ）」を2025年2月より展開

オフィスを中心に飲料自販機とは別の棚として、お菓子やカップ麺などの軽食を販売するサービスを提供

オフィスコンビニサービス「Cobo」

- テレワークの普及による働き方の変化により、企業において従業員同士のコミュニケーション不足が課題
- 社内コミュニケーションの希薄化に対応すべく、従業員同士の「シェア」と従業員同士をつなぐ「ハブ」をめざして、キャッシュレス決済で軽食を販売する新サービス「Cobo（コボ）」を展開



+



※ラインアップは順次追加予定

展開台数 **約200台**

こころとからだに美味しいソフトドリンクのラインアップ拡充

市場環境の変化を受け、止渴系飲料を中心にソフトドリンクのSKU数を昨年比で約10%拡充

トレンドに合わせた商品の新発売やリニューアルを行い、最盛期の需要取り込みを図る

水・茶系飲料の商品力強化と価格設定

- トレンドに合わせた味わいへの変更や、容量の見直しなど、水・茶系飲料において主力商品を中心にリニューアルを実施
- 主力の商品はハートプライス※により、価格面でも消費者ニーズを満たす展開を進める

※「どんな時代でも、くらしに近いエッセンシャル（必要不可欠な）ドリンクは、おいしさはそのままに、生活に寄り添った価格でお届けしたい」というコンセプトのもと、当社自販機にて展開する商品シリーズ

自販機で展開する水・茶系飲料（一部）

- 新商品・リニューアル商品
- ハートプライス対象商品



炭酸ラインアップの拡充

- 顧客とのタッチポイントを増やすべく、炭酸カテゴリーにおいて、独自性の高い商品を多数発売し、ラインアップを大幅に拡充。今後の発売予定も含めて、昨年の約2倍のSKU数を展開

炭酸カテゴリーのラインアップ（一部）

- 新商品・リニューアル商品



セグメント別概況

自販機チャネルにおける販売数量が低調に推移し、減収
減収に伴う粗利の減少に加え、スマート・オペレーションの横展開に係る費用の増加などにより、減益

単位：百万円

	第1四半期						通期					
	2024年度		2025年度		増減率	増減額	2024年度		2025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	33,937	－	32,382	－	△4.6%	△1,554	147,519	－	150,300	－	1.9%	2,780
営業利益	△1,293	△3.8%	△2,386	△7.4%	－	△1,093	986	0.7%	800	0.5%	△18.9%	△186
減価償却費	1,338		1,456		8.8%	118	5,610		6,100		8.7%	489
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)

- 自販機チャネルはうるう年だった前年に比べて営業日数が少なかったことに加え、天候による影響などを受けて販売数量が減少し、売上高および粗利が減少
- アサヒ飲料旧傘下子会社へのスマート・オペレーション展開費用が増加
- 流通チャネルでは、利益重視の方針のもと、選択と集中による投資効果の発揮と販促費の最適化を実施。独自性のある高付加価値商品を、付加価値の高い売場課題解決提案により店頭への導入を促進したものの、競合他社の販促投資や値下げ攻勢が激化し、減収
- サプリメント通販は、市場環境の変化に端を発して、前年の第2四半期以降に広告投資を抑制したことから、売上基盤となる定期顧客が減少し、減収。なお、市場環境については、現状は回復傾向。利益面は、前年同期に新規顧客獲得に向けて戦略的に広告宣伝費を投下していたことの反動により、相対的に今期は広告宣伝費が減少し、増益

■ チャネル別売上高・販売数量

	単位：百万円／百万本	2024年	2025年第1四半期		
		第1四半期		増減率	増減額
売上高	自販機	29,855	28,855	△3.3%	△999
	(従来比較可能ベース※1)	21,430	20,512	△4.3%	△917
	流通・海外※2	2,955	2,654	△10.2%	△300
	サプリメント通販	1,126	872	△22.6%	△254
	合計	33,937	32,382	△4.6%	△1,554
販売数量	(従来比較可能ベース※1)	25,512	24,039	△5.8%	△1,472
	自販機	289	278	△3.6%	△10
	(従来比較可能ベース※1)	216	210	△2.7%	△5
	流通	46	41	△11.1%	△5
	合計	335	320	△4.7%	△15
	(従来比較可能ベース※1)	263	252	△4.2%	△11

※1 アサヒ飲料旧傘下子会社3社を除く

※2 組織改編に伴い、2024年9月24日以降の海外向け輸出分は、海外飲料事業に計上

主力のトルコ飲料事業において、戦略的な価格改定と機動的な販売促進活動、広告投下の効果などにより、増収
リラ安や高インフレを背景とした各種コストの上昇による影響を受ける中でも、その影響を増収効果で吸収し、増益

単位：百万円

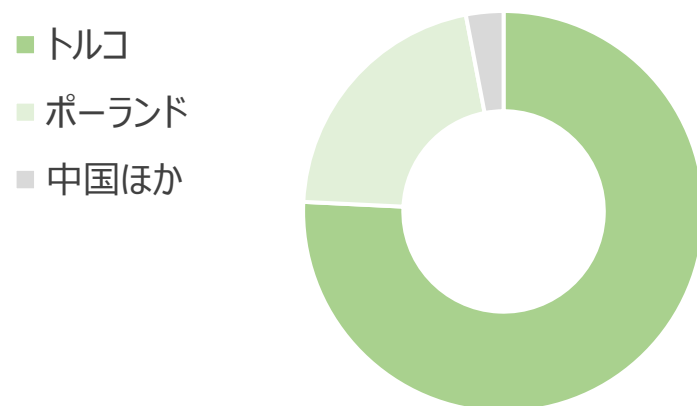
	第1四半期								通期（超インフレ会計適用前）					
	2024年度		2025年度						2024年度		2025年度（ご参考）			
							（ご参考） 超インフレ会計適用前							
	実績	構成比	実績	構成比	増減率	増減額	実績	影響額	実績	構成比	見込み	構成比	増減率	増減額
売上高	11,460	－	12,890	－	12.5%	1,429	13,069	△179	52,198	－	58,500	－	12.1%	6,301
のれん等償却前営業利益	798	7.0%	1,086	8.4%	36.1%	287	1,418	△332	6,571	12.6%	7,630	13.0%	16.1%	1,058
のれん等償却費	106	0.9%	113	0.9%	7.0%	7	124	△11	555	1.1%	530	0.9%	△4.5%	△25
営業利益	692	6.0%	972	7.5%	40.5%	280	1,294	△321	6,016	11.5%	7,100	12.1%	18.0%	1,083
減価償却費*1	421		473		12.4%	52	333	140	1,183		1,300		9.8%	116
トルコリラ*2	4.68円		3.96円		△0.72円		4.13円	△0.17円	4.61円		4.00円		△0.61円	
ポランドズロチ	37.53円		38.13円		0.60円		－	－	38.21円		36.50円		△1.71円	
中国元	20.75円		20.75円		0.00円		－	－	21.13円		20.00円		△1.13円	

*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

(対象期間：1月1日～3月31日)

主力のトルコ飲料事業において、戦略的な価格改定と機動的な販売促進活動、広告投下の効果などにより、増収
リラ安や高インフレを背景とした各種コストの上昇による影響を受ける中でも、その影響を増収効果で吸収し、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上昇する中、自社ブランドの販売が苦戦したものの、受託製造品の受注は好調に推移。オレンジ果汁などの原価上昇影響を商品ミックスの改善などにより一部吸収し、一定の利益を確保

中国

- 無糖茶カテゴリーへの競合他社の販促強化など事業環境が厳しくなる中でも、現地生産品の「おいしい麦茶」をはじめ、都市部の小売店への導入に注力し、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維持

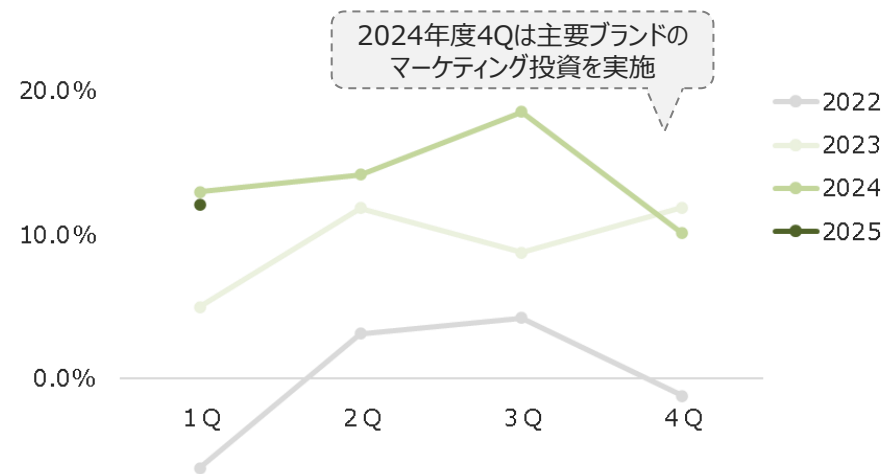
トルコ

- 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・金額ともに増加し、現地通貨ベースの売上高は前年の約1.4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

2025年度前年同期比	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q	累計
売上高	+43%				+43%
販売ボリューム	+8.1%				+8.1%

トルコ飲料事業の営業利益率推移（現地会計ベース）



ドリンク剤の需要減退を好調なパウチ製品の受注により一部吸収したものの、減収
利益面は、減収の影響を製品ミックスの改善により吸収したことで、前年並みの水準

単位：百万円

第1四半期							通期					
2024年度			2025年度				2024年度		2025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	3,472	－	3,361	－	△3.2%	△110	13,124	－	13,500	－	2.9%	375
営業利益	170	4.9%	161	4.8%	△5.3%	△9	277	2.1%	300	2.2%	8.1%	22
減価償却費	289		288		△0.4%	△1	1,404		1,100		△21.7%	△304

(対象期間：1月21日～4月20日)

- ドリンク剤市場は縮小傾向にあるものの、パウチ製品は引き続き旺盛な需要により市場が拡大
- 当社の各製品も市場と同様に動き、パウチ製品は好調だったものの、ドリンク剤の需要減退の影響を受け、減収
- 減収の影響を、製品ミックスの改善により吸収したことで、営業利益は前年並みの水準を維持
- 市場環境の変化や生産設備の老朽化を鑑み、ドリンク剤のライン縮小と、パウチライン増設を予定。2026年度から2027年度に掛けて順次稼働開始をめざす

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	50百万本

前年同期に価格改定前の取り込み需要が発生していたことなどから、その反動減などにより、減収
減収に加え、原材料価格の高騰による影響により売上総利益が減少したことで、セグメント利益も減益

単位：百万円

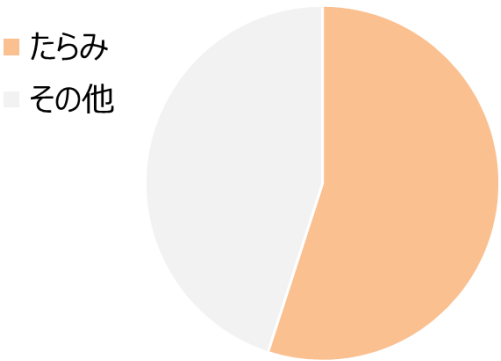
	第1四半期						通期					
	2024年度		2025年度				2024年度		2025年度			
	実績	構成比	実績	構成比	増減率	増減額	実績	構成比	見込み	構成比	増減率	増減額
売上高	4,384	－	4,277	－	△2.4%	△106	20,651	－	21,500	－	4.1%	848
のれん等償却前営業利益	314	7.2%	199	4.7%	△36.7%	△115	1,505	7.3%	850	4.0%	△43.6%	△655
のれん等償却額	86	2.0%	86	2.0%	△0.1%	0	347	1.7%	350	1.6%	0.6%	2
営業利益	227	5.2%	112	2.6%	△50.6%	△115	1,157	5.6%	500	2.3%	△56.8%	△657
減価償却費*	209		216		3.2%	6	834		900		7.8%	65

*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)

- 各社の価格改定や気温の低下などにより、ドライゼリー市場は軟調に推移。パウチゼリー市場・蒟蒻ゼリー市場においても、各社の値上げなどが影響し前年割れ
- 当社においては、感染症の療養食需要の高まりなどによりシェアを拡大するも、前年同期に価格改定前の取り込み需要があり、その反動減などにより、減収
- 費用面では原材料価格や包材価格、労務費の上昇などにより、減益

■ たらみのドライゼリー市場シェア



※当社調べ、PB含む

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
DYD-701の開発推進、および、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					
	2024年度		2025年度				2024年度		2025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	—	—	140	—	—	140	8	—	300	—	3235.0%	291
営業利益	△154	—	△88	△63.2%	—	65	△621	△6913.5%	△1,000	△333.3%	—	△378
減価償却費	3		14		345.5%	11	21		100		369.3%	78

(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
- 引き続き、DYD-701の開発を進めていくことに加え、新たな導入開発品の獲得に取り組んでいく

- **ダ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)



- **開発中の品目**
 - 開発番号：DYD-701；千葉大学が医師主導治験を実施中
(一般名：LCAT遺伝子導入前脂肪細胞)

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

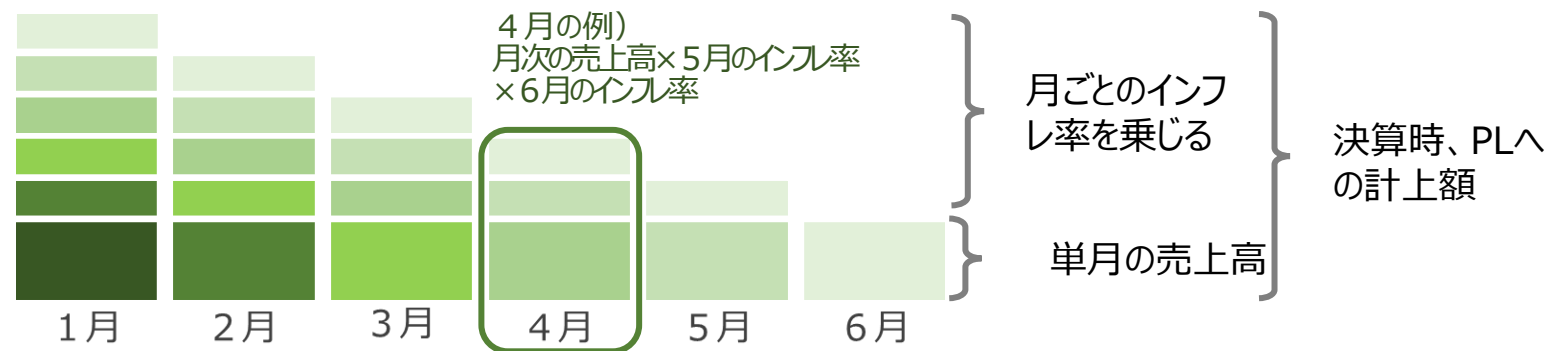
(百万円)	連結PLへの影響額 (従来基準との差異)
売上高	△179
売上原価	
売上総利益	
販管費	
減価償却費	
営業利益	△321
営業外損益	△518
経常利益	△839
法人税等	△28
当期純利益	△810

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



現在の状況を鑑み、それぞれの基本方針の中身については見直しを実施し、目標値を再設定
2025年度は先行投資の続行と原材料高により減益も、2026年度には利益水準を回復させ、飛躍ステージをめざす

(百万円)					
*超インフレ会計適用前	2024年度 実績	2025年度 計画	2026年度 修正後目標	2026年度 当初目標値	2026年度目標 修正の背景
売上高成長率（年平均成長率）※1	+12.8%	+11%	+9%	+3%※2	アサヒ飲料旧傘下子会社3社の連結対象化 およびトルコ飲料事業の飛躍とポーランド子会 社の買収により、上方修正
（参考）連結売上高	233,124	243,700	255,300	175,000	
連結営業利益率	2.5%	2%	3%	4%	海外飲料事業の躍進により連結営業利益を 上方修正
（参考）連結営業利益	5,723	5,000	7,800	6,800	
連結ROIC※3	3.5%	3%	4%	6%	国内飲料事業のROIC改善が課題となり、 下方修正
国内飲料事業ROIC※3	0.4%	0.4%	4%	13%	自販機1台当たり売上高の低下や原材料高 による収益性悪化により、下方修正
海外飲料事業ROIC※3	13.7%	13%	13%	3%	トルコおよびポーランドによる売上高の拡大と 収益性改善で、上方修正
非飲料事業ROIC※3	4.1%	0.1%	0%	8%	サプリメント通販事業における市場の停滞など で下方修正

※1 2021年度比 ※2 為替中立ベース ※3 投下資本はセグメントへの投下分

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

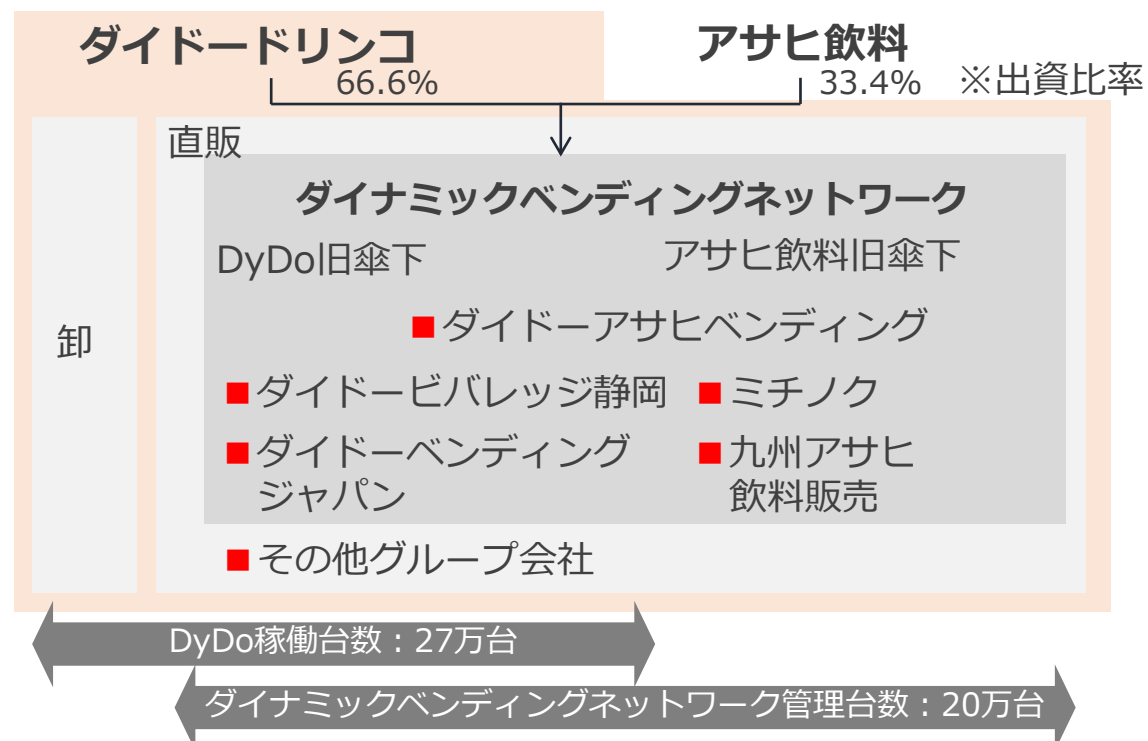


直販事業の一体的運営によるオペレーションシナジーを追求していく

ダイナミックベンディングネットワーク

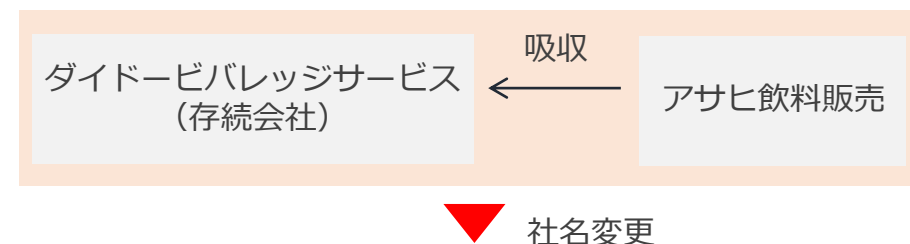
- 2023年1月23日に、直販事業の一体的運営を目的に合併会社として設立
- ダイドーのスマート・オペレーションを展開し、オペレーションスピードと品質管理能力、生産性を向上する
- 将来的な人手不足、雇用確保という課題を解決する

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P12）。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

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（2024年度実績）

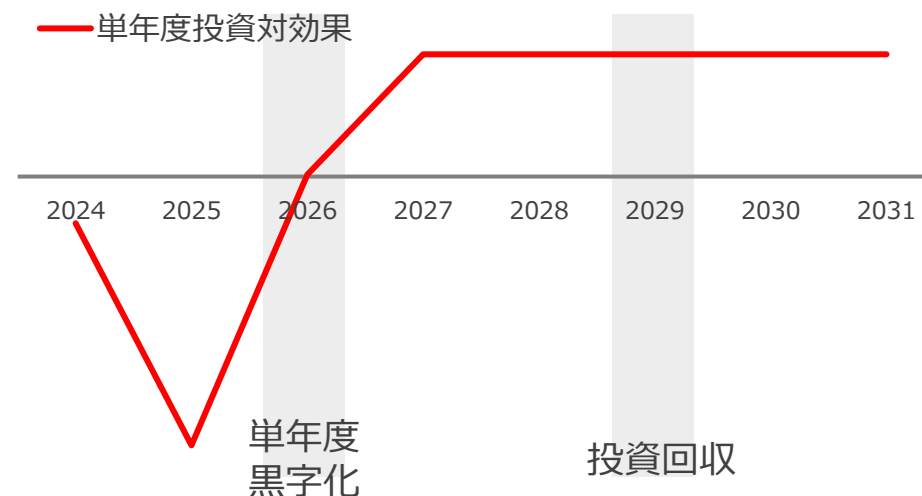
生産性指標	2019年度比
販売本数	約120%
販売金額	約140%
担当自販機台数	約170%

※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



コスト上昇環境下における適正な販売単価の設定

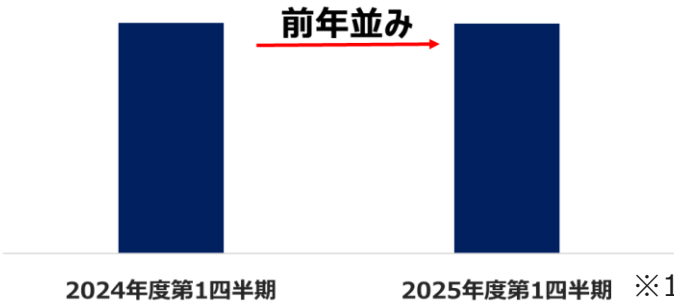


継続するコスト上昇に対応し、販売数量を鑑みた価格戦略を展開
2025年10月からは流通チャネルにおける一部商品の価格改定を実施予定

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
対象商品	ボトル缶・PETコーヒーとソフトドリンク※が中心	SOTコーヒーが中心	ボトル缶・PETコーヒーとソフトドリンク※が中心	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コーヒーとソフトドリンク※を中心	一部商品を除く缶商品、ペットボトル商品
チャネル	自販機	●	●	●	—	—
	流通	●	●	—	●	●
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	自販機推奨価格を-20円(値下げ)	希望小売価格(税抜)を+12~20%	希望小売価格(税抜)を+10~15%

※一部対象外の商品あり

こころとからだに、
おいしいものを。

