

2026年度（2027年1月期）第2四半期決算概要

2026年8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	2026年度第2四半期決算概要	P.03
02	2026年度業績予想の修正	P.07
03	中期経営計画2026の進捗	P.12
04	参考資料	P.26

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2四半期決算総括および通期業績予想の修正

- 2026年度第2四半期は、売上高1,200億円（2.0%増）、営業利益67億円（388.2%増）
 - トルコ飲料事業を中心とした海外飲料事業の伸長により、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、海外飲料事業の収益拡大などが寄与し連結で増益
- 2026年度通期業績予想は、売上高2,463億円（2.1%増）、営業利益123億円（195.5%増）
 - 海外飲料事業を中心に上期業績が期初想定を上回って推移し、国内飲料事業の収益改善が継続する見通しから、通期業績予想を修正

■ 主要な取り組みの状況

- 国内飲料事業では、収益体質への転換に向け、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推進し、自販機網の新陳代謝が進展
- トルコ飲料事業では、炭酸飲料を中心とした生産・配荷の最大化に加え、戦略的な価格改定と機動的な販売促進が奏功し、販売数量・販売金額ともに伸長
- トルコおよびポーランドで製造ラインの増設・改修を進め、さらなる成長に向けた供給体制を強化

2026年度第2四半期決算概要

2026年度第2四半期 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伸長により、国内飲料事業等が減収となる中、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、海外飲料事業の収益拡大などが
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（前年同期は赤字）

単位：百万円

第2四半期（1/21～7/20）											
2025年度					2026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	117,701	—	120,057	—	2.0%	2,356	119,224	833	
営	業	利 益	1,381	1.2%	6,744	5.6%	388.2%	5,363	7,184	△439	
経	常	利 益	69	0.1%	4,331	3.6%	—	4,261	7,249	△2,917	
親 会 社 株 主 に 帰 属 す る 中 間 純 損 益			△1,361	△1.2%	2,800	2.3%	—	4,161	5,629	△2,829	
E	P	S	△43.05円		88.34円		131.39円				

2026年度第2四半期 連結業績（セグメント別）



国内飲料事業では、減価償却費の減少に加え、収益体質への転換に向けた取り組みが進展し、減収ながら増益
海外飲料事業では、トルコ飲料事業の伸長により、増収増益

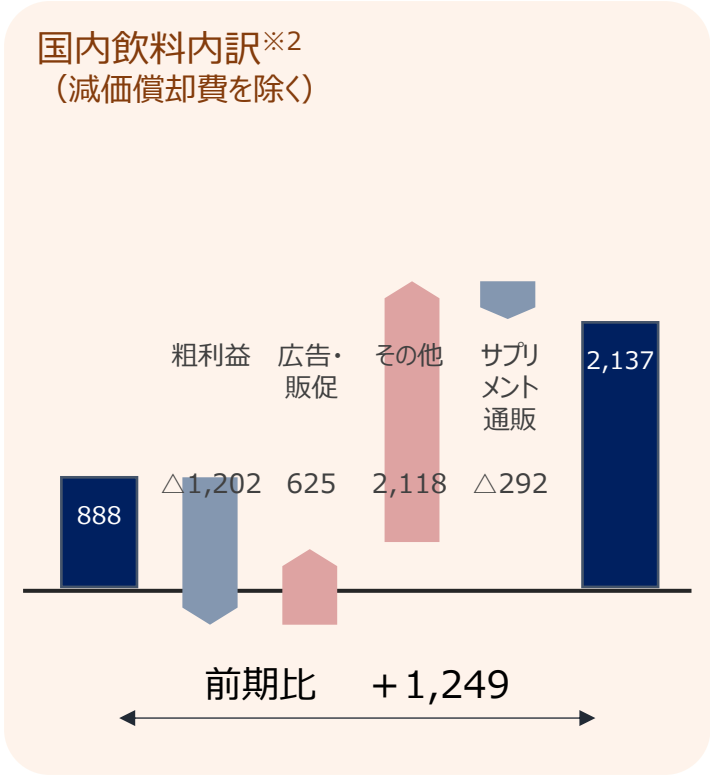
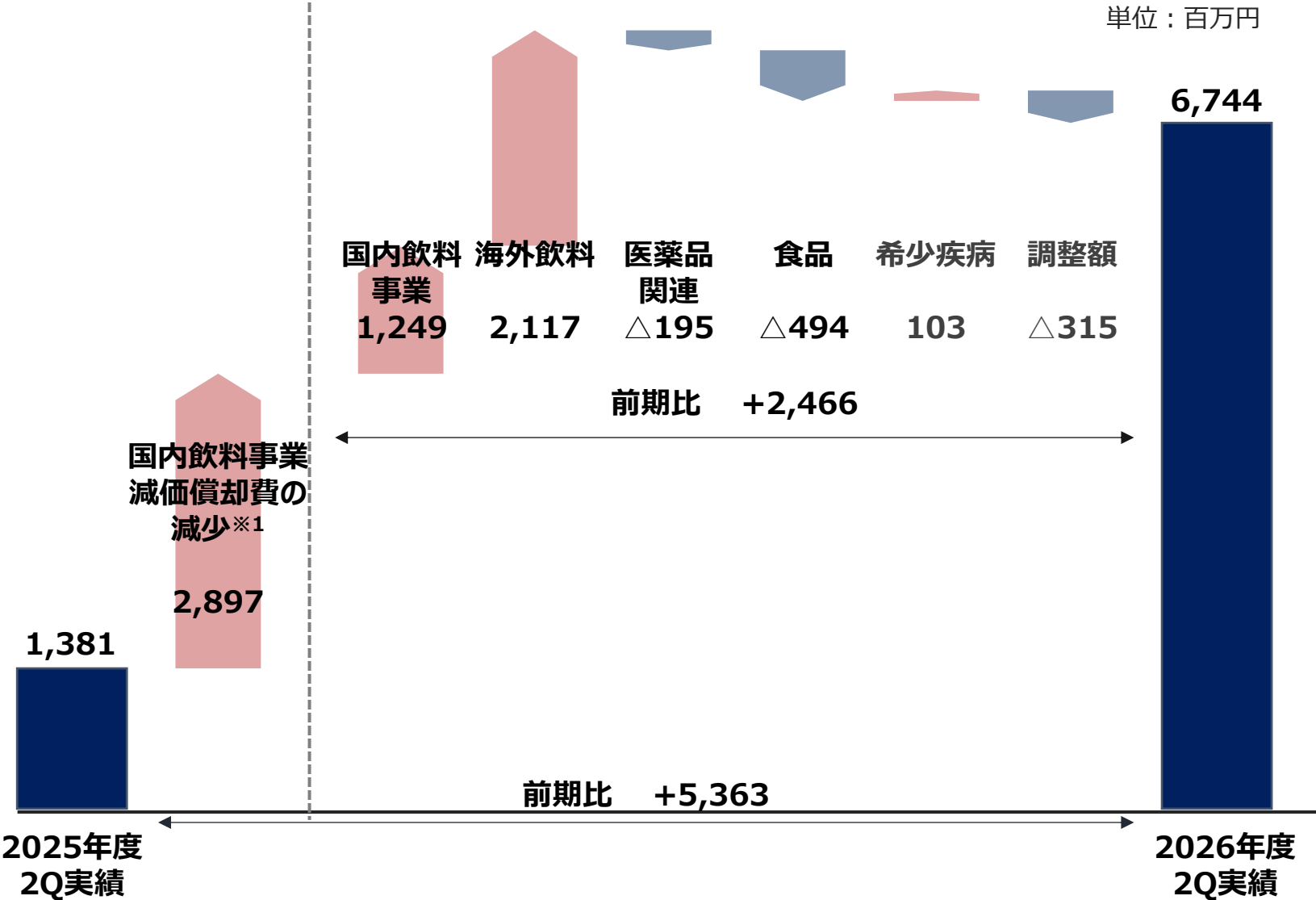
単位：百万円

	第2四半期							
	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			2025年度	2026年度		
			増減率	増減額			増減率	増減額
国内飲料事業	71,523	67,618	△5.5%	△3,904	71,523	67,618	△5.5%	△3,904
海外飲料事業	28,756	36,029	25.3%	7,273	29,266	35,196	20.3%	5,929
医薬品関連事業	6,990	6,540	△6.4%	△450	6,990	6,540	△6.4%	△450
食品事業	10,395	9,517	△8.5%	△878	10,395	9,517	△8.5%	△878
希少疾病用医薬品事業	263	473	79.8%	210	263	473	79.8%	210
調整額	△228	△121	—	106	△228	△121	—	106
売上高合計	117,701	120,057	2.0%	2,356	118,211	119,224	0.9%	1,012
国内飲料事業	△2,031	2,114	—	4,146	△2,031	2,114	—	4,146
海外飲料事業	3,111	5,228	68.1%	2,117	3,755	5,668	50.9%	1,913
医薬品関連事業	463	267	△42.2%	△195	463	267	△42.2%	△195
食品事業	530	35	△93.2%	△494	530	35	△93.2%	△494
希少疾病用医薬品事業	△184	△80	—	103	△184	△80	—	103
調整額	△506	△821	—	△315	△506	△821	—	△315
営業利益合計	1,381	6,744	388.2%	5,363	2,025	7,184	254.6%	5,158

2026年度第2四半期 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および収益改善効果に加え、海外飲料事業の収益拡大が寄与し、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年度業績予想の修正

2026年度 通期連結業績予想の修正



国内飲料事業の収益改善およびトルコ飲料事業を中心とした海外飲料事業の伸長により、売上高は中間期として4年連続で過去最高を更新し、連結営業利益も前年同期比で大幅増益
コスト上昇要因やトルコ飲料事業でのブランド強化に向けたマーケティング投資を織り込む一方、国内飲料事業の収益改善が継続する見通しから、通期業績予想を修正

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																			
構成比					構成比					増減率					増減額					期初発表		期初発表との差異		影響額		期初発表		期初発表との差異	
売上高	241,236	100.0%			246,300	100.0%	2.1%	5,063	246,800	△500	244,700	1,600	246,200	△1,500															
営業利益	4,163	1.7%			12,300	5.0%	195.5%	8,136	10,500	1,800	13,400	△1,100	11,900	1,500															
経常利益	1,467	0.6%			9,400	3.8%	540.7%	7,932	8,400	1,000	13,200	△3,800	11,200	2,000															
親会社株主に帰属する 当期純損益	△30,322	△12.6%			6,000	2.4%	—	36,322	5,000	1,000	9,500	△3,500	7,700	1,800															
EPS	△957.83円				189.25円			1147.08円	157.73円	31.51円																			

※ 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 通期連結業績予想の修正（セグメント別）



国内飲料事業では、収益体質への転換に向けた取り組みの効果が継続する見通し

海外飲料事業では、主力のトルコ飲料事業における中東情勢の影響やブランド強化に向けたマーケティング投資を強化するものの、増収効果が上回る見通し

単位：百万円

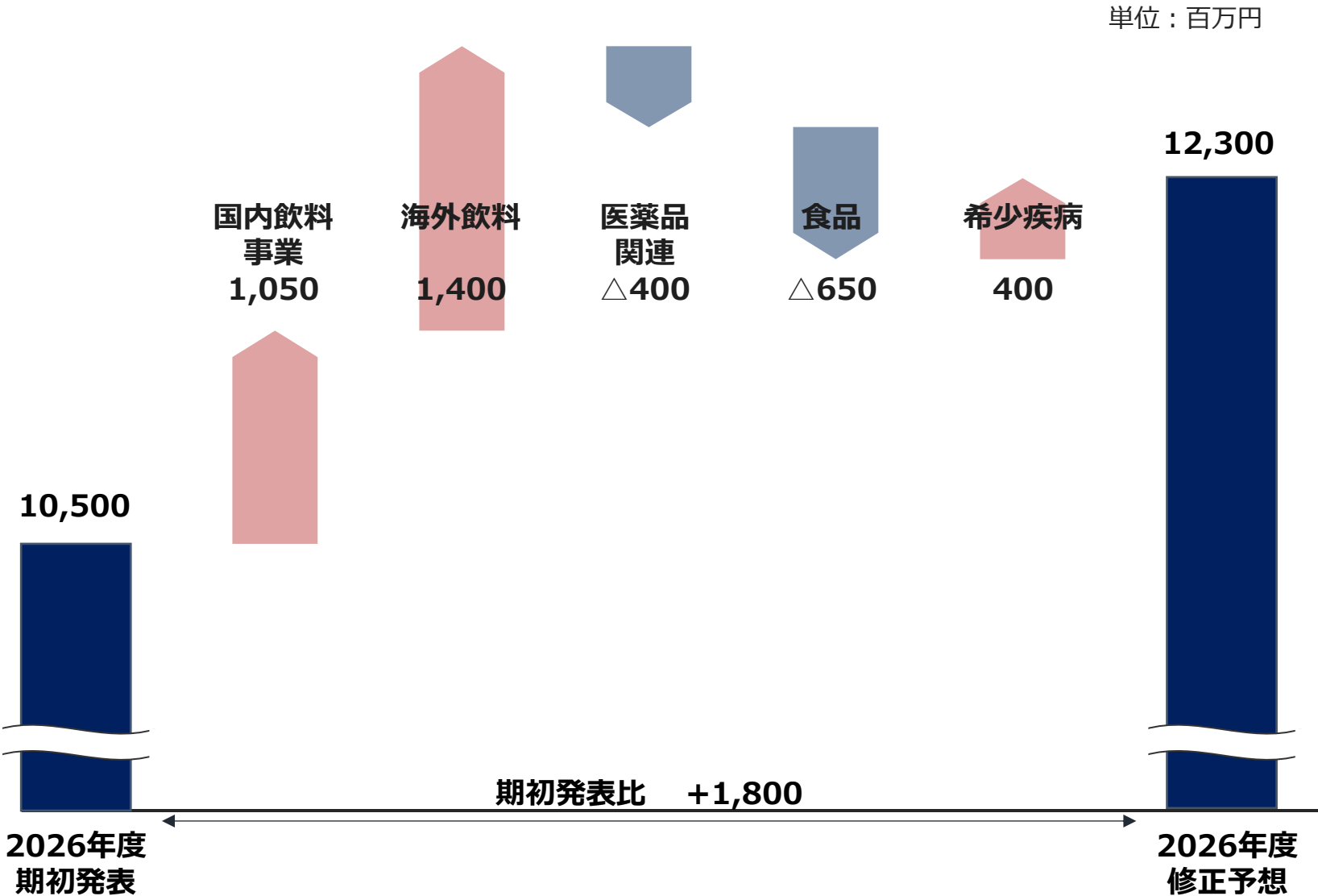
	通期											
	超インフレ会計適用後						超インフレ会計適用前					
	2025年度 通期実績	2026年度 予想	増減率	増減額	期初発表	期初発表との 差異	2025年度 通期実績	2026年度 予想	増減率	増減額	期初発表	期初発表との 差異
国内飲料事業	142,651	138,300	△3.1%	△4,351	141,500	△3,200	142,651	138,300	△3.1%	△4,351	141,500	△3,200
海外飲料事業	65,341	76,200	16.6%	10,858	70,000	6,200	62,464	74,600	19.4%	12,135	69,400	5,200
医薬品関連事業	13,435	12,750	△5.1%	△685	14,100	△1,350	13,435	12,750	△5.1%	△685	14,100	△1,350
食品事業	19,570	18,300	△6.5%	△1,270	20,500	△2,200	19,570	18,300	△6.5%	△1,270	20,500	△2,200
希少疾病用医薬品事業	606	950	56.6%	343	900	50	606	950	56.6%	343	900	50
調整額	△368	△200	—	168	△200	0	△368	△200	—	168	△200	0
売上高合計	241,236	246,300	2.1%	5,063	246,800	△500	238,360	244,700	2.7%	6,339	246,200	△1,500
国内飲料事業	△2,284	6,250	—	8,534	5,200	1,050	△2,284	6,250	—	8,534	5,200	1,050
海外飲料事業	7,547	9,200	21.9%	1,652	7,800	1,400	8,327	10,300	23.7%	1,972	9,200	1,100
医薬品関連事業	829	250	△69.9%	△579	650	△400	829	250	△69.9%	△579	650	△400
食品事業	487	△300	—	△787	350	△650	487	△300	—	△787	350	△650
希少疾病用医薬品事業	△321	△300	—	21	△700	400	△321	△300	—	21	△700	400
調整額	△2,095	△2,800	—	△704	△2,800	0	△2,095	△2,800	—	△704	△2,800	0
営業利益合計	4,163	12,300	195.5%	8,136	10,500	1,800	4,942	13,400	171.1%	8,457	11,900	1,500

※ 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年度予想 営業利益の増減要因予想（期初発表比）



国内飲料事業における収益改善効果の継続に加え、海外飲料事業の収益拡大が寄与し、連結で期初発表を上回る営業利益を見込む

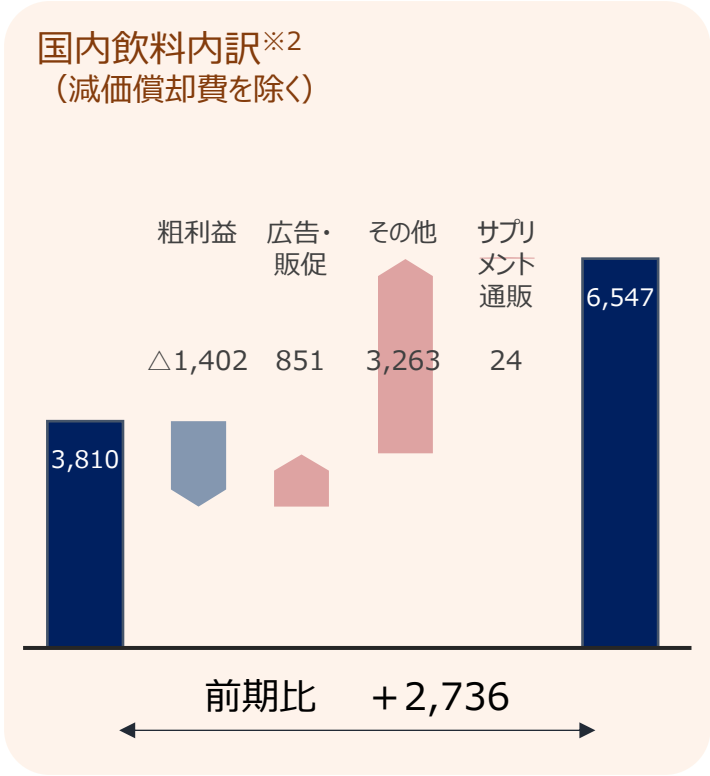
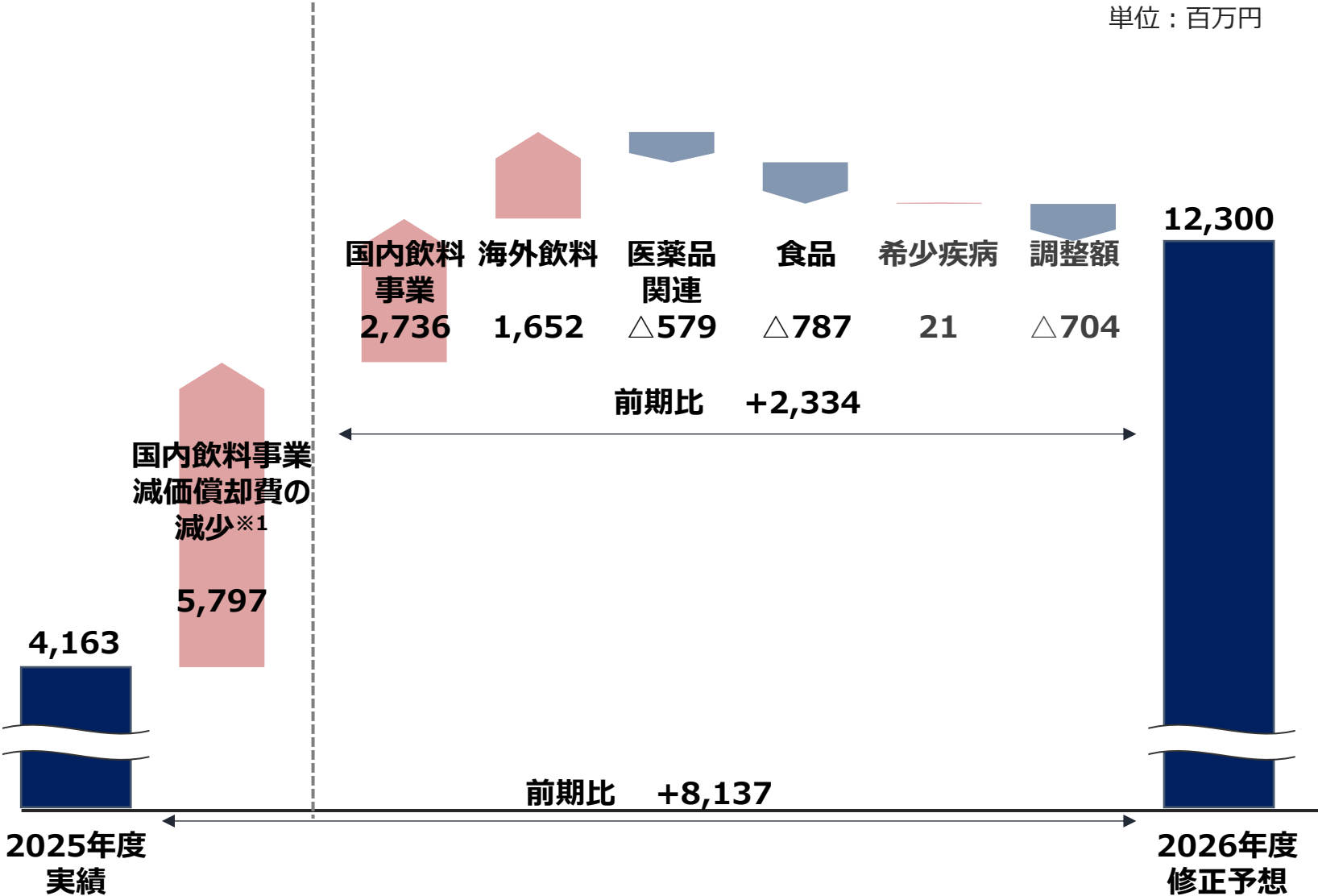


※ 2025年度に計上した減損損失に伴う減価償却費の減少（5,900百万円）を含む
「粗利益」「広告・販促」にはアサヒ飲料旧傘下子会社の実績を含まない。
「その他」にはアサヒ飲料旧傘下子会社の業績などを計上

2026年度予想 営業利益の増減要因予想（前年同期比）



国内飲料事業における減価償却費の減少および収益改善効果に加え、海外飲料事業の収益拡大が寄与し、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

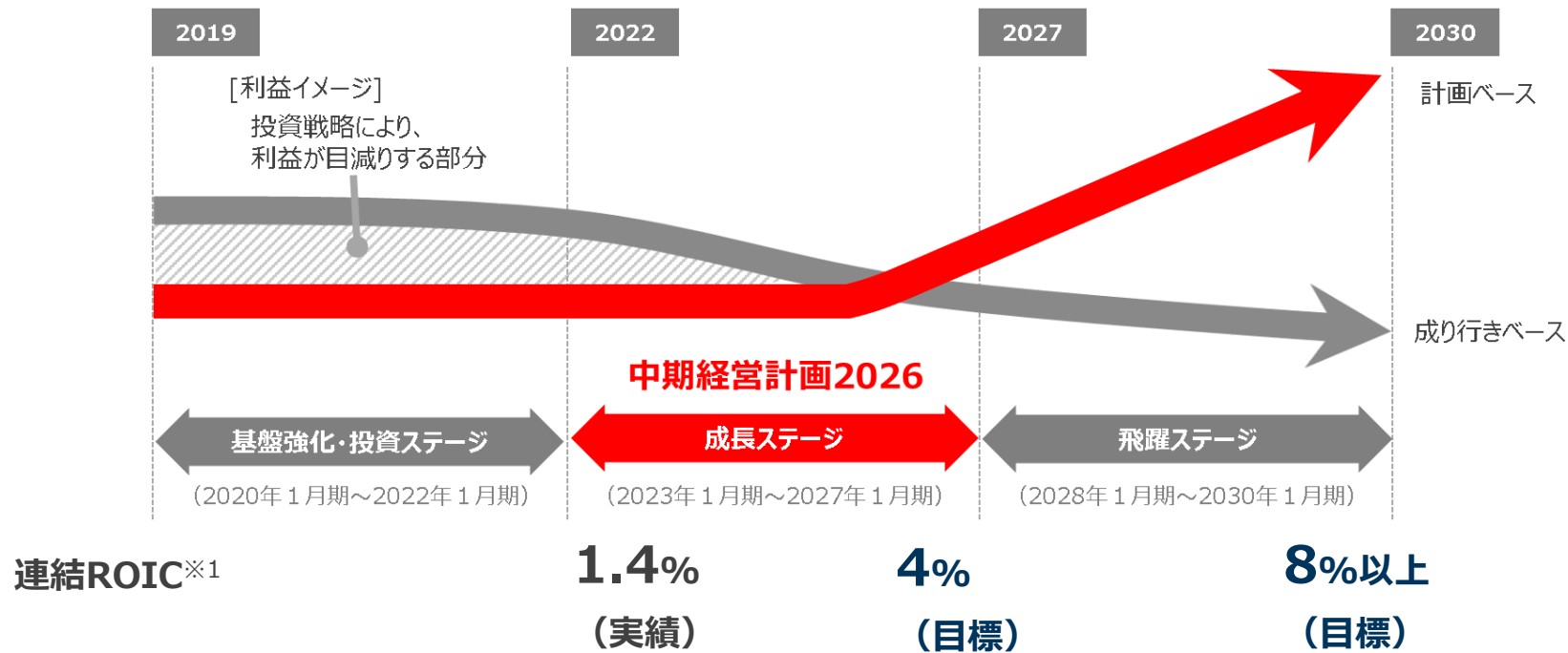
中期経営計画2026の進捗

グループミッション2030と中期経営計画2026【2025年3月に見直し】



「中期経営計画2026」は、収益体質への転換を図るとともに、将来の成長に向けた投資を実行することで、次の「飛躍ステージ」に向けた再成長軌道への道筋を確かなものへとしていく

グループミッション2030のロードマップ



基本方針

- 既存事業の収益力改善
- 海外飲料事業の選択と集中
- 投資戦略の実施
- 国内飲料事業の再成長
- 海外飲料事業戦略の再構築
- 非飲料領域※の強化・育成

※国内飲料事業内のサプリメント通販チャネルを含む

中期経営計画2026のKPI※1

売上高成長率
(年平均成長率) **+9%**

連結営業利益率 **3%**

連結ROIC※2 **4%**

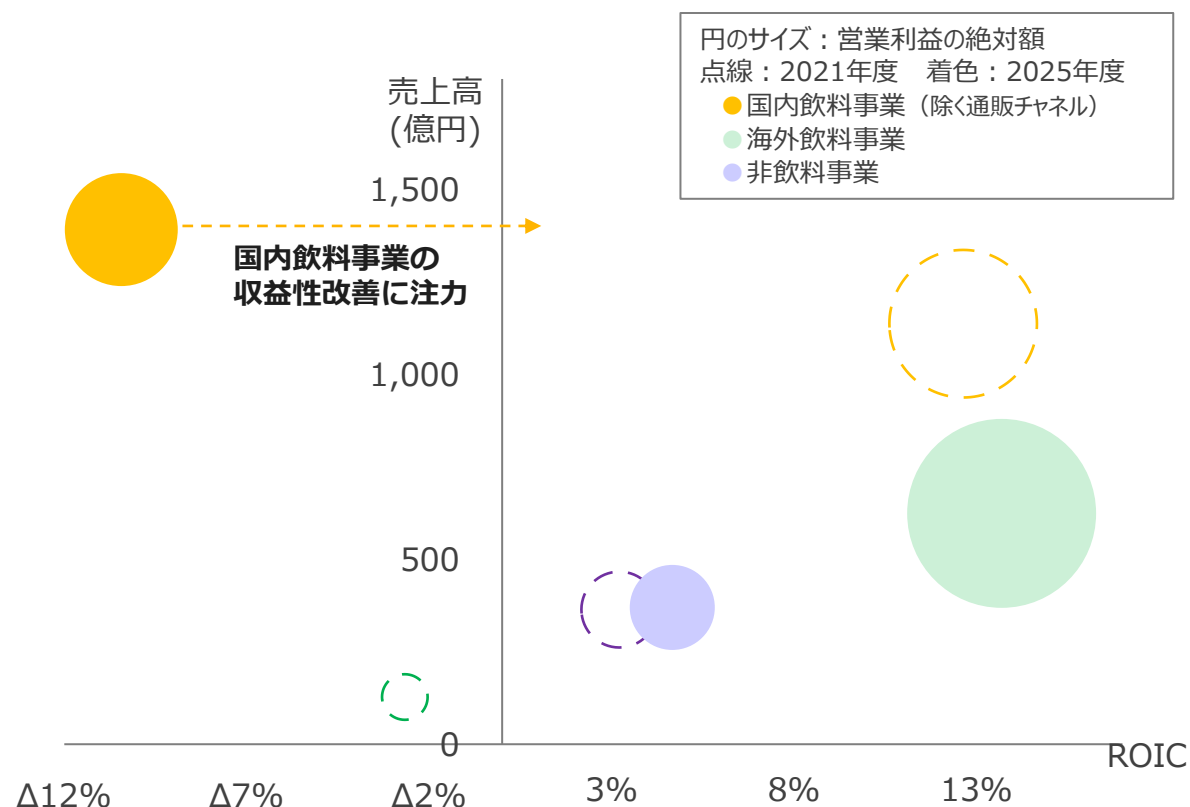
- 国内飲料事業ROIC **4%**
- 海外飲料事業ROIC **13%**
- 非飲料事業ROIC **0%**

※1 超インフレ会計適用前の数値、2025年3月に見直し

※2 投下資本セグメントへの投下分

国内飲料事業の収益体質への転換を最優先事項として掲げ、キャッシュフローを改善し、将来的にはグループのキャッシュカウへの回帰をめざす。同時に、成長領域への重点投資と次期中期経営計画の基盤となる事業ポートフォリオの検討も進めていく

中期経営計画2026基本方針別の成長実績



事業ポートフォリオにおける国内飲料事業の位置づけの変遷

当初の計画

国内飲料事業は高い資本効率のもと売上高成長によりキャッシュ獲得をめざす

現状の課題

原材料高・販売数量減・投下資本増※の影響で国内飲料事業のROICが低下

今後の方針

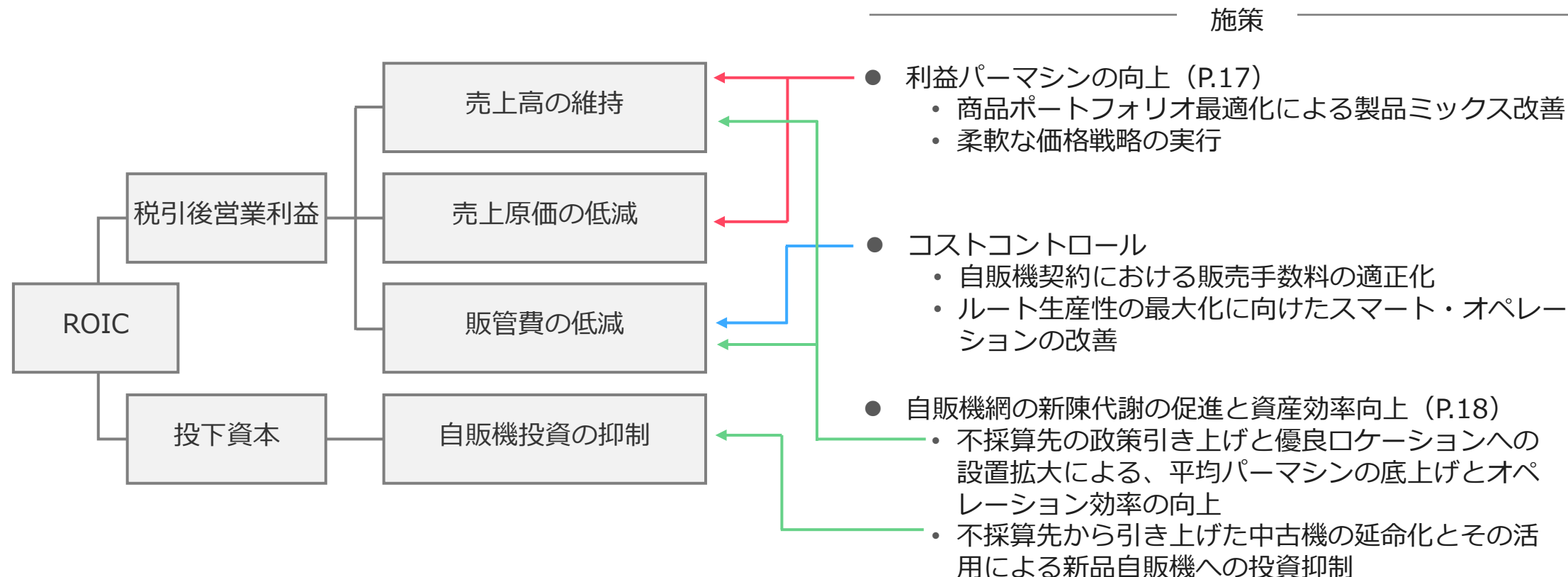
収益性の改善を第一に掲げ、国内飲料事業の事業構造の変革とキャッシュカウへの回帰を図る

※2023年度のアサヒ飲料との合併会社「ダイナミックベンディングネットワーク株式会社」（P.32）設立に伴う運転資本や固定資産の増加が主な要因。2025年度は事業関連資産の減損損失の計上によって減少。

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



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推進し、自販機網の新陳代謝が進展
台当たり売上総利益・営業利益ともに前年同期を上回り、収益性の向上が着実に進展

筋肉質な自販機網の形成

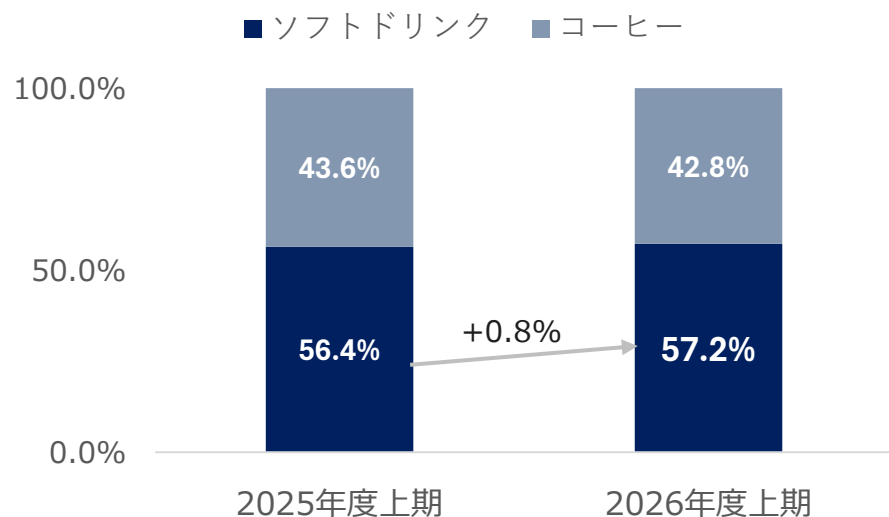
項目		内容
売上	稼働台数	- 不採算先の引上げを想定よりも先行して進め、自販機網の最適化が進展 - 第3四半期以降、優良ロケーションの獲得に注力
	販売単価	- 価格改定効果に加え、チャネルミックスの影響も寄与し、計画を上回って推移 - ハートプライス商品ラインアップの販売構成比上昇による下押し影響の抑制が課題
	パーマシン本数	天候不順の影響を受けた7月期を除き、不採算先の政策引き上げや優良ロケーションの獲得により、各月で前年同期を上回って推移
収益性	売上総利益 / 台	販売単価の上昇に加え、商品ポートフォリオの最適化も寄与し、自販機1台当たりの売上総利益は前年同期を上回って推移
	営業利益 / 台	売上総利益の増加に加え、販売手数料の適正化をはじめとする販管費の最適化が寄与し、自販機1台当たりの営業利益は前年同期を上回って推移

ソフトドリンクのラインアップ強化による商品ポートフォリオの最適化を推進 適切な利益水準の確保に向け、自販機推奨価格の改定を推進

商品ポートフォリオ最適化

- 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
- 一部、卸チャネルではソフトドリンクへの転換に課題

■ カテゴリー別売上構成比



※ アサヒ飲料旧傘下子会社3社、流通等除く

柔軟な価格戦略の実行

- コーヒー豆をはじめとする原材料価格の上昇などを受けて、自販機チャネルで一部商品の価格改定を実施
- 価格改定は計画通り進捗

■ 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

販売手数料の適正化とスマート・オペレーションの推進により、収益性向上に向けた取り組みが進展

自販機ロケーションの最適化を進め、高収益が見込める優良ロケーションへの再配置により、投下資本を抑制しながらキャッシュフローを改善

自販機契約における販売手数料の適正化

- 体制強化や手法の見直し、契約先との丁寧な交渉を通じて販売手数料の適正化を着実に推進
- 持続可能な契約条件の実現に向け、取り組みを継続

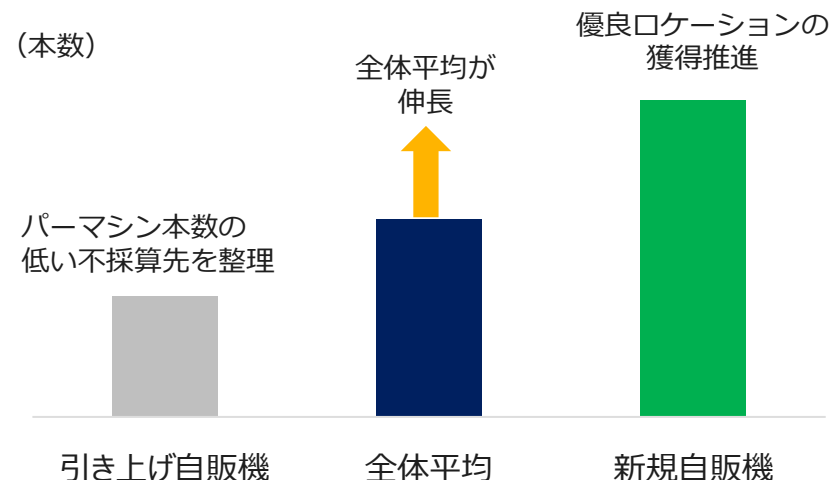
スマート・オペレーション導入による効果

- スマート・オペレーションの推進により、ルート担当者一人当たりの生産性は引き続き向上
- 横浜BAY営業所に続き、三重エリアの3営業所で新たに混載オペレーションを開始し、さらなる生産性の向上を推進

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に加え、新規優良ロケーションの獲得により、天候不順の影響を受けた7月期を除き、稼働自販機における平均パーマシン本数が伸長
- 引き上げた自販機のリフレッシュ・再活用により、新品自販機への投資を大幅に抑制

分類別の平均パーマシン本数



収益体質への転換に向けた取り組みを着実に進める一方、創業以来初となる商品ブランドの全面刷新を推進
商品ブランド価値の向上を通じ、中長期的な成長基盤の構築を図る

創業以来初の商品ブランド全面刷新

■ 新商品ブランドロゴおよびスローガン

- 水・お茶・コーヒーなど、様々な飲料カテゴリに自然に調和するデザイン
- “「あ、うれしい！」を、一緒に。”を商品ブランドスローガンとし、オープンなモノづくりにこだわる姿勢を表現

「あ、うれしい！」を、一緒に。



■ 新デザインパッケージ



■ 新デザイン自販機



共創SPAモデルのもと、生産者・自治体・コンテンツホルダー・生活者など多様なステークホルダーとの共創を通じ、自販機と飲料の新たな価値創造を推進



トルコ飲料事業の事業環境と業績推移

炭酸飲料を中心とした販売数量の拡大に加え、戦略的な価格改定や機動的な販売促進策が奏功し、増収
 リラ安や高インフレに伴うコスト上昇影響を受ける中、売上成長に加え、商品ミックスの改善などにより、増益

トルコ子会社を取り巻く事業環境

経済状況

- 継続するリラ安や世界的なインフレを背景に、各種コストは上昇基調が継続
- 23年6月以降の政策金利の引き上げにより、インフレ率はやや鈍化傾向

飲料市場

- ノンアルコール飲料市場は、販売ボリュームベースで前年を上回って推移
- インフレの継続や中東情勢の影響によるガソリン価格の高騰等を背景に節約志向が高まり、低価格帯商品の需要拡大が継続

トルコ飲料事業における主力商品



トルコにおける当社実績

- 炭酸飲料を重点カテゴリーとして拡販を図るとともに、機動的な販売促進策が奏功し、販売ボリュームは市場成長を上回って推移
- 販売ボリュームの増加に加え、戦略的な価格改定効果も寄与し、増収
- 売上成長に加え、商品ミックスの改善や生産効率の向上により、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%	+34.2%			+39.0%
販売ボリューム	+11.8%	+3.4%			+7.3%

トルコ飲料事業の成長に向けた取り組み



需要の拡大に対応するとともに、将来の成長を見据えた生産能力の強化を目的として、製造ラインの増設を推進

トルコ飲料事業における生産体制の強化

設備投資の概要

項目	内容		
開示区分	新規	新規	既出
投資内容	炭酸飲料の製造ラインの増設	水の製造ラインの増設	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 + 350% (約110億円)	既存設備 + 40% (約16億円)	既存設備 + 80% (約100億円)
設備投資額	約13億円	約16億円	約20～25億円
稼働時期 (予定)	2027年半ば	2027年半ば	2027年初頭

ポーランド飲料事業の事業環境と業績推移

デポジットシステムの影響を受けたものの、大容量果汁飲料の伸長や受託製造品の受注増加に加え、為替換算の影響もあり、増収

オレンジ果汁をはじめとする原材料価格の低下や為替換算の影響も寄与し、増益

ポーランド子会社（ヴォサナ社）を取り巻く事業環境

経済状況

- 2026年のGDP成長率は3%台の成長が見込まれるなど、堅調に推移

飲料市場

- 本年1月からのデポジットシステム本格導入に伴う一時的な買い控えに加え、春先の天候不順の影響により、ミネラルウォーター類の販売ボリュームは前年同期を下回って推移

ポーランドにおける当社実績

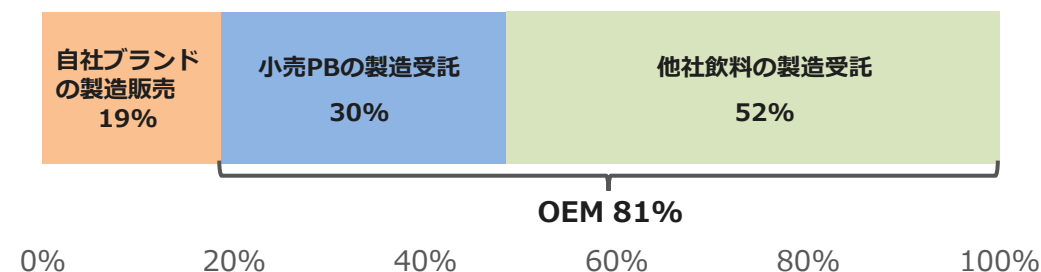
- デポジットシステムの影響を受けたミネラルウォーターの販売減を、果汁飲料の伸長や受託製造品の受注増加で補い、為替換算影響も寄与し、増収
- オレンジ果汁をはじめとする原材料価格の低下に加え、為替換算影響も寄与し、増益

ポーランド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	+12.0%	△9.3%			△0.7%
販売ボリューム	+8.0%	△3.2%			+1.5%

ポーランド子会社のビジネス概況

業態別売上高比率の推移



カテゴリー別売上比率



ポーランド飲料事業の成長に向けた取り組み



自社ブランドおよび受託製造の需要拡大に対応するため、製造ラインの増設・更新による供給体制の強化を推進

ポーランド飲料事業における生産体制の強化

設備投資の概要

項目	内容		
開示区分	新規	既出	既出
投資内容	水の製造ラインの更新	水の製造ラインの増設	倉庫・建屋の改修
生産能力 (金額換算)	既存設備 + 100% (約24億円)	既存設備 + 100% (約25億円)	-
設備投資額	約13億円	約15億円	約7億円
稼働時期 (予定)	2028年前半	2026年4月中旬	2027年前半

こころとからだに、
おいしいものを。



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 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

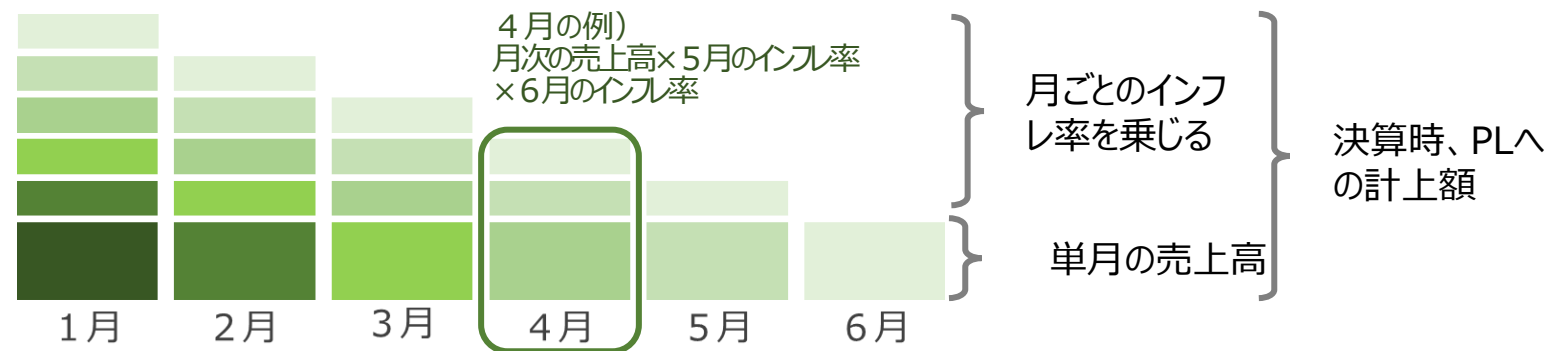
(百万円)	連結PLへの影響額 (従来基準との差異)
売上高	833
売上原価	
売上総利益	
販管費	
減価償却費	
営業利益	△439
営業外損益	△2,478
経常利益	△2,917
法人税等	△88
四半期純利益	△2,829

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)



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に加え、収益改善の効果が寄与し、増益

単位：百万円

	第2四半期						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	構成比	予想	構成比	増減率	増減額
売上高	71,523	—	67,618	—	△5.5%	-3,904	142,651	—	138,300	—	△3.1%	△4,351
営業利益	-2,031	△2.8%	2,114	3.1%	—	4,146	△2,284	△1.6%	6,250	4.5%	—	8,534
減価償却費	2,944		46		△98.4%	-2,897	5,990		200		△96.7%	△5,790
のれん償却額	51		51		0	0	103		100		△3.8%	△3

(対象期間：1月21日～7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。一方、前年度の減損損失計上に伴う減価償却費の減少に加え、収益改善施策の効果も寄与し、増益
- 流通チャンネルでは、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を推進。昨年10月に実施した価格改定効果が発現したものの、7月期の天候不順の影響により、販売数量が減少し、減収
- サプリメント通販は、新規顧客の獲得および定期継続促進策が奏功し、定期出荷件数が順調に推移したことから、増収。一方、将来の成長に向け、広告投資を強化したことにより、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2四半期		
		第2四半期		増減率	増減額
売上高	自販機	63,518	59,576	△6.2%	△3,941
	(従来比較可能ベース※)	45,254	41,825	△7.6%	△3,428
	流通・海外	6,313	6,256	△0.9%	△56
	サプリメント通販	1,691	1,785	5.5%	93
	合計	71,523	67,618	△5.5%	△3,904
販売数量	(従来比較可能ベース※)	53,259	49,867	△6.4%	△3,391
	自販機	615	565	△8.1%	△50
	(従来比較可能ベース※)	471	427	△9.4%	△44
	流通	97	90	△7.0%	△6
	合計	712	655	△8.0%	△56
	(従来比較可能ベース※)	569	518	△9.0%	△51

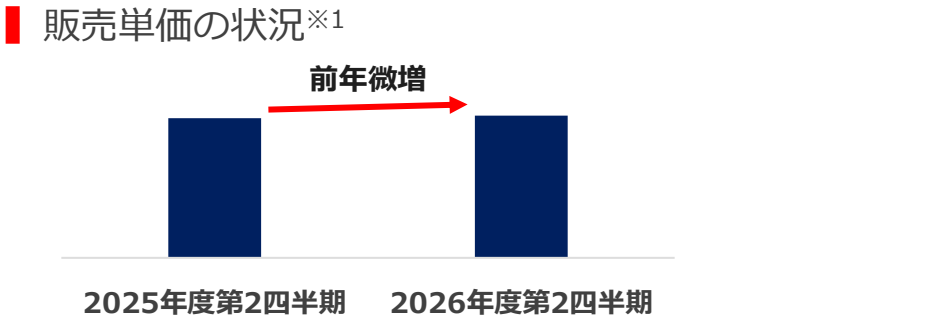
※ アサヒ飲料旧傘下子会社3社を除く

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で一部商品の価格改定を実施、2026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



2023年度以降の価格改定の概要

※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

開始時期	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	2026年 10月1日
主な 対象商品	SOTコーヒー	ボトル缶・PET コーヒー・ソフト ドリンク※	ガイドーブレンド 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※	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)+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	希望小売価格 (税抜)+10~ 15%

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

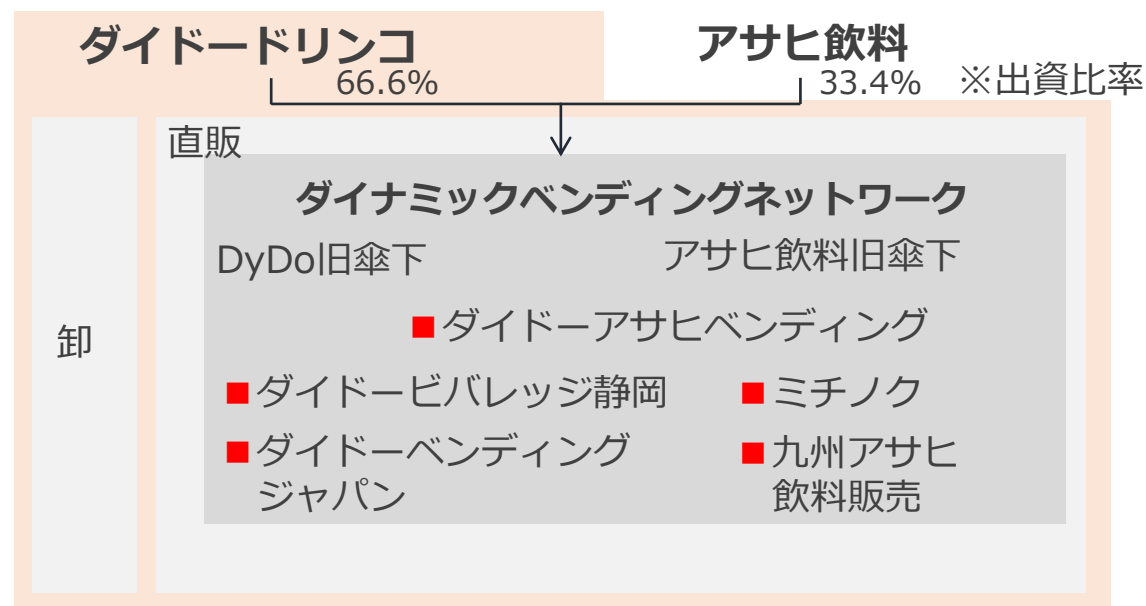


直販事業の一体的運営によるオペレーションシナジーを追求していく

ダイナミックベンディングネットワーク

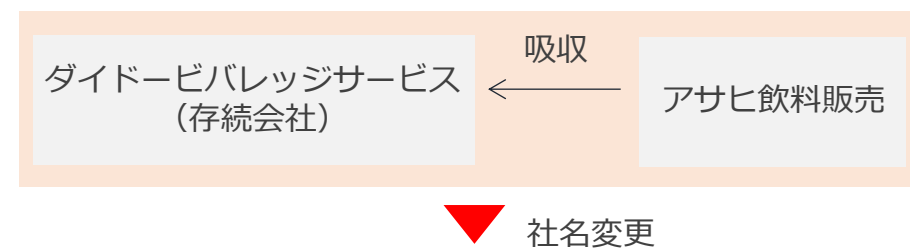
- 2023年1月23日に、直販事業の一体的運営を目的に合併会社として設立
- ダイドーのスマート・オペレーションを展開し、オペレーションスピードと品質管理能力、生産性を向上する
- 将来的な人手不足、雇用確保という課題を解決する

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

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



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
- 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）

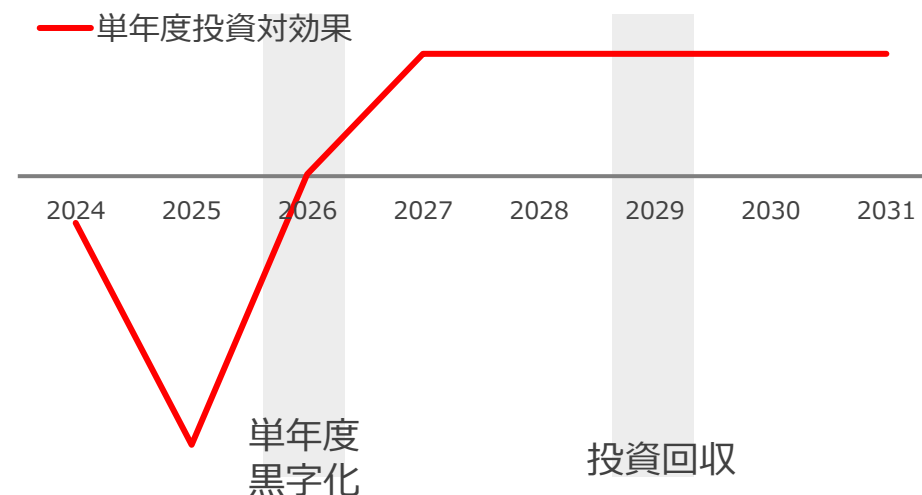
生産性指標	2019年度比
販売本数	約120%
販売金額	約140%
担当自販機台数	約170%

※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



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、売上成長に加え、商品ミックスの改善などにより、増益

単位：百万円

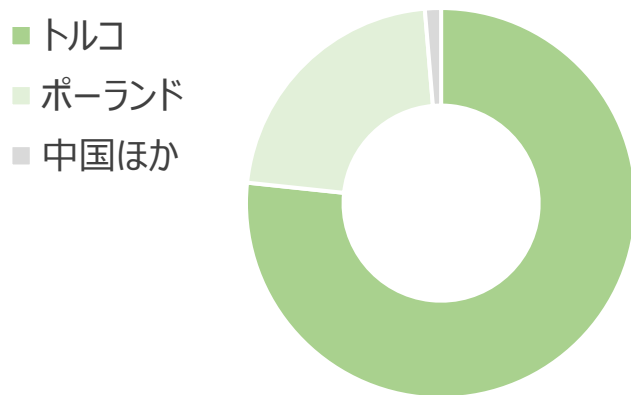
	第2四半期								通期					
	2025年度		2026年度						2025年度		2026年度			
	実績	構成比	実績	構成比	増減率	増減額	(ご参考) 超インフレ会計適用前		実績	構成比	予想	構成比	増減率	増減額
売上高	28,756	－	36,029	－	25.3%	7,273	35,196	833	65,341	－	76,200	－	16.6%	10,858
のれん等償却前営業利益	3,352	11.7%	5,516	15.3%	64.6%	2,163	5,975	△458	8,063	12.3%	9,800	12.9%	21.5%	1,736
のれん等償却費	241	0.8%	287	0.8%	19.1%	45	306	△19	515	0.8%	600	0.8%	16.4%	84
営業利益	3,111	10.8%	5,228	14.5%	68.1%	2,117	5,668	△439	7,547	11.6%	9,200	12.1%	21.9%	1,652
減価償却費*1	965		1,221		26.6%	256	880	341	2,136		1,900		△11.1%	△236
トルコリラ*2	3.64円		3.48円		△0.16円		3.54円	△0.06円	3.64円		3.20円		△0.44円	
ポーランドズロチ	38.52円		43.53円		5.01円		－	－	40.07円		42.85円		2.78円	
中国元	20.35円		23.13円		2.78円		－	－	20.88円		23.26円		2.38円	

(対象期間：1月1日～6月30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、売上成長に加え、商品ミックスの改善などにより、増益

海外主要エリア別売上高比率イメージ



ポーランド

- デポジットシステムの影響を受けたミネラルウォーターの販売減を、果汁飲料の伸長や受託製造品の受注増加で補い、為替換算影響も寄与し、増収
- オレンジ果汁をはじめとする原材料価格の低下に加え、為替換算影響も寄与し、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

- 炭酸飲料を重点カテゴリーとして拡販を図るとともに、機動的な販売促進策が奏功し、販売ボリュームは市場成長を上回って推移
- 販売ボリュームの増加に加え、戦略的な価格改定効果も寄与し、増収
- 売上成長に加え、商品ミックスの改善や生産効率の向上により、大幅増益

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

ドリンク剤は前年同期並みで推移したものの、パウチ製品の受注減少により、減収
減収に伴う売上総利益の減少により、減益

単位：百万円

	第2四半期						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	構成比	予想	構成比	増減率	増減額
売上高	6,990	—	6,540	—	△6.4%	-450	13,435	—	12,750	—	△5.1%	△685
営業利益	463	6.6%	267	4.1%	△42.2%	-195	829	6.2%	250	2.0%	△69.9%	△579
減価償却費	564		565		0.3%	1	1,089		1,200		10.1%	110

(対象期間：1月21日～7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、足元では成長に一服感が見られる
- ドリンク剤は市場が縮小する中、前年同期並みで推移。一方、パウチ製品は市場成長の鈍化を背景に受注が減少し、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、製造数量の減少に伴う生産効率の低下などにより、減益

単位：百万円

	第2四半期						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	構成比	予想	構成比	増減率	増減額
売上高	10,395	—	9,517	—	△8.5%	△878	19,570	—	18,300	—	△6.5%	△1,270
のれん等償却前営業利益	704	6.8%	209	2.2%	△70.2%	△494	834	4.3%	50	0.3%	△94.0%	△784
のれん等償却額	173	1.7%	173	1.8%	0.0%	0	347	1.8%	350	1.9%	0.6%	2
営業利益	530	5.1%	35	0.4%	△93.2%	△494	487	2.5%	△300	△1.6%	—	△787
減価償却費*	434		457		5.4%	23	878		1,000		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～6月30日)

- 消費者の節約志向の高まりを背景に廉価商品の販売は堅調であったものの、ドライゼリー市場全体は前年割れ。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、価格を据え置きつつ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、厳しい市況の影響により販売数量が減少し、減収
- 利益面では、減収や製造数量の減少に伴う生産効率の低下などにより、減益

たらみのドライゼリー市場シェア

■ たらみ
■ その他



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2四半期						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	構成比	予想	構成比	増減率	増減額
売上高	263	—	473	—	79.8%	210	606	—	950	—	56.6%	343
営業利益	△184	△70.1%	△80	△17.0%	—	103	△321	△52.9%	△300	△31.6%	—	21
減価償却費	30		31		3.5%	1	61		100		62.9%	38

(対象期間：1月21日～7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)



2026年度第2四半期 フリー・キャッシュ・フローの主な増減



「中期経営計画2026」達成への取り組みを推進し、キャッシュ・フローの回復を図る

フリー・キャッシュ・フローの主な増減

単位：百万円

第2四半期	2025年度	2026年度	増減額
EBITDA（営業利益＋減価償却費＋のれん償却額）	7,098	9,880	2,782
運転資本のキャッシュ・フロー増減額	△3,669	△7,765	△4,095
その他	△1,285	△237	1,048
営業キャッシュ・フロー（a）	2,143	1,877	△265
有形及び無形固定資産の取得による支出（b）	△4,771	△6,243	△1,472
フリー・キャッシュ・フロー（a+b）	△2,628	△4,365	△1,737

設備投資額

単位：百万円

第2四半期	2025年度	2026年度	増減額
国内飲料事業	4,110	174	△3,936
海外飲料事業	2,016	2,017	0
医薬品関連事業	295	72	△222
食品事業	459	138	△320
希少疾病用医薬品事業	20	0	△20
調整額	138	53	△85
合計	7,040	2,456	△4,583

減価償却費

単位：百万円

2025年度	2026年度	増減額
2,944	46	△2,897
965	1,221	256
564	565	1
434	457	23
30	31	1
461	464	3
5,399	2,788	△2,611

こころとからだに、
おいしいものを。

