

財務サマリー

前・中期経営計画 Challenge

決算期(期)			※1				※2 ※3	
	2010/1	2011/1	2012/1	2013/1	2014/1	2015/1	2016/1	2017/1
売上高	151,048	151,369	147,404	148,902	154,828	149,526	149,856	171,401
売上原価	70,981	68,927	67,284	67,976	70,553	67,553	68,859	81,947
売上総利益	80,067	82,442	80,120	80,925	84,275	81,972	80,996	89,454
販売費及び一般管理費	74,006	75,903	72,824	72,990	78,270	76,798	76,008	85,596
営業利益	6,060	6,539	7,295	7,934	6,004	5,174	4,988	3,857
経常利益	5,518	5,809	6,687	7,725	5,962	4,470	4,262	3,741
親会社株主に帰属する当期純利益	705	2,691	2,351	4,410	3,712	2,322	2,347	3,269

主な販売費及び一般管理費

発送配達費	4,271	4,123	3,940	4,213	4,607	4,588	4,803	6,572
広告宣伝費	2,671	3,978	4,159	6,167	6,697	5,963	5,096	6,190
販売促進費	18,811	19,965	20,103	21,101	23,203	23,126	24,128	26,368
給与手当	13,435	12,804	11,861	11,526	11,281	11,006	11,143	11,893

設備の状況

設備投資額	1,184	※4 1,481	6,839	16,833	※5 14,376	12,261	10,681	10,037
減価償却費	12,487	12,747	12,350	11,202	12,080	12,343	11,704	12,611

資産・従業員の状況

総資産	125,326	125,497	128,550	140,487	146,479	147,894	163,697	163,870
純資産	71,020	73,049	74,788	79,097	82,554	84,734	85,181	85,693
従業員数(名)	3,281	3,149	2,936	2,916	2,770	2,767	2,887	3,602

キャッシュ・フロー

営業活動によるキャッシュ・フロー	19,650	14,911	17,540	16,491	14,764	13,959	14,603	15,309
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 8,390	△ 3,252	△ 8,274	△ 6,704	△ 16,580	3,734	△ 8,090	△ 20,560
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 13,539	△ 11,964	△ 11,016	△ 219	△ 469	△ 2,561	12,412	△ 9,445
現金及び現金同等物の期末残高	21,533	21,174	19,424	29,051	26,874	42,020	60,898	46,120

財務指標

売上総利益率(%)	53.0	54.5	54.4	54.3	54.4	54.8	54.0	52.2
売上高営業利益率(%)	4.0	4.3	4.9	5.3	3.9	3.5	3.3	2.3
売上高当期純利益率(%)	0.5	1.8	1.6	3.0	2.4	1.6	1.6	1.9
総資本回転率(回)	1.2	1.2	1.1	1.1	1.1	1.0	0.9	1.0
たな卸資産回転率(回)	24.0	24.2	24.4	24.1	24.1	22.0	21.0	22.2
自己資本比率(%)	55.6	57.0	56.9	55.1	55.1	56.0	50.8	51.3
ROA(総資産経常利益率、%)	4.9	4.6	5.3	5.7	4.2	3.0	2.7	2.3
ROE(自己資本利益率、%)	1.0	3.8	3.2	5.9	4.7	2.8	2.8	3.9

1株当たり情報

1株当たり当期純利益(円)	42.61	162.45	141.91	266.22	224.08	140.16	141.68	197.34
1株当たり純資産(円)	4,208.25	4,321.26	4,416.66	4,670.18	4,872.53	4,999.88	5,022.16	5,075.31
1株当たり配当金(円)	50	50	50	60	60	60	60	60
配当性向(%)	117.4	30.8	35.2	22.5	26.8	42.8	42.3	30.4

(単位: 百万円)	
2018/1	2019/1
172,684	171,553
83,420	83,026
89,263	88,527
84,372	82,455
4,891	6,071
5,382	5,998
2,504	3,856
7,066	7,208
5,494	5,685
25,917	26,254
12,424	12,446
9,454	12,635
11,860	10,396
171,147	172,228
90,927	93,940
3,771	3,912
14,308	10,851
△ 8,947	△ 16,876
△ 3,843	△ 2,618
47,520	38,413
51.7	51.6
2.8	3.5
1.5	2.2
1.0	1.0
19.9	19.4
52.3	53.8
3.2	3.5
2.9	4.2
151.73	234.15
5,430.20	5,628.56
60	60
39.5	25.6

セグメント別概況

(単位: 百万円)					
決算期(期)	2015/1	2016/1	2017/1	2018/1	2019/1
国内飲料事業 ※7				※6	
売上高 ※8	124,597	124,192	128,278	126,712	124,879
セグメント利益	3,839	3,745	3,958	5,542	7,106
セグメント利益率(%)	3.1%	3.0%	3.1%	4.4%	5.7%
セグメント資産	130,485	145,737	110,241	52,219	50,526
設備投資額	11,500	9,788	7,017	6,505	6,712
減価償却費	11,287	10,657	10,643	9,246	8,062
ROA (%)	3.0%	2.7%	3.1%	10.3%	13.8%
海外飲料事業 ※7					
売上高 ※8	-	-	16,735	18,547	17,154
セグメント利益	-	-	△ 1,266	△ 838	△ 704
セグメント利益率(%)	-	-	-	-	-
セグメント資産	-	-	21,744	20,717	15,186
設備投資額	-	-	1,882	842	539
減価償却費	-	-	907	918	675
のれん償却額	-	-	182	171	114
ROA (%)	-	-	-	-	-
医薬品関連事業					
売上高 ※8	10,220	9,126	9,068	10,536	10,964
セグメント利益	1,135	979	944	1,271	847
セグメント利益率(%)	11.1%	10.7%	10.4%	12.1%	7.7%
セグメント資産	13,684	13,568	14,962	17,001	17,803
設備投資額	291	298	423	1,248	3,953
減価償却費	483	459	430	517	624
ROA (%)	8.3%	7.2%	6.6%	8.0%	4.9%
食品事業					
売上高 ※8	15,360	17,155	18,013	17,560	19,114
セグメント利益	198	259	212	219	235
セグメント利益率(%)	1.3%	1.5%	1.2%	1.2%	1.2%
セグメント資産	17,166	17,537	17,395	17,791	17,459
設備投資額	470	595	742	465	941
減価償却費	572	587	632	656	683
のれん償却額	306	306	298	298	298
ROA (%)	2.3%	1.5%	1.2%	1.2%	1.3%

※1 株式会社たらみ(食品事業)を2012年7月20日をみなし取得日とし、連結子会社化
2013年1月期は6ヵ月間が連結対象期間

※2 マレーシア飲料事業は2015年12月に取得を完了、2017年1月期より連結対象

※3 トルコ飲料事業は2016年2月に取得を完了、2017年1月期は11ヵ月間が連結対象期間

※4 自販機の調達方法をリースから購入へ切替(2012年1月期中より)

※5 国内飲料事業における自販機調達方法の見直し、中古部材の活用による1台当たり購入コストの低減

※6 持株会社への移行に伴う資産・費用の移行に伴うもの

※7 2018年1月期より報告セグメントを変更し、飲料販売部門を「国内飲料事業」と「海外飲料事業」に分割

2017年1月期も遡って新セグメントに修正、2016年1月期以前の「国内飲料事業」の実績にはロシア・中国の実績を含む

※8 各売上高には、セグメント間の内部売上高を含む

経営者による財政状態・経営成績及びキャッシュ・フローの状況の分析

当連結会計年度(2019年1月期：自2018年1月21日 至2019年1月20日)
 前連結会計年度(2018年1月期：自2017年1月21日 至2018年1月20日)

1. 当連結会計年度の経営成績の分析

当連結会計年度のわが国経済は、緩やかな回復基調が続いております。先行きについては、雇用・所得環境の改善が続く中で各種政策の効果もあって、緩やかに回復していくことが期待されておりますが、海外経済の不確実性や金融資本市場の変動の影響に留意が必要とされるなど、今後の動向は依然として不透明な状況が続いております。

このような状況の中、当社グループは、中期経営計画「Challenge the Next Stage」の最終年度として、次代に向けた企業価値創造へのチャレンジを積極的に展開いたしました。

[1] 売上高

当連結会計年度の売上高は、前連結会計年度と比較して0.7%減少し、1,715億53百万円となりました。この主な要因は、国内飲料事業が減収となったほか、トルコリラに係る急速な為替変動の影響により、海外飲料事業が現地通貨ベースでは伸長しているものの、日本円換算では減収となることによるものであります。一方、医薬品関連事業及び食品事業は、堅調な売上推移となりました。

売上高の内訳

(単位:百万円)

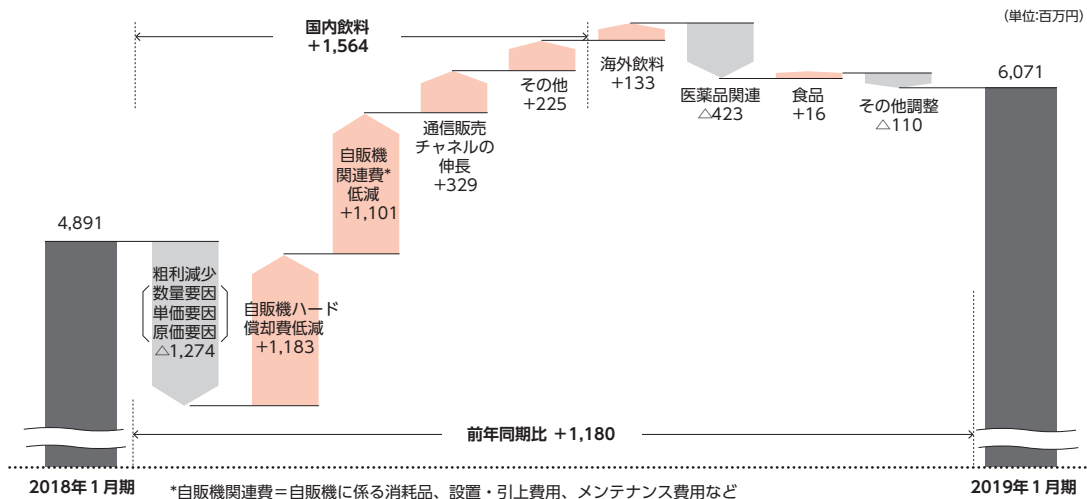
	2018年1月期		2019年1月期	
	売上高	構成比	売上高	構成比
コーヒー飲料	71,351	41.3%	66,723	38.9%
茶系飲料	17,668	10.2%	18,075	10.5%
炭酸飲料	10,994	6.4%	10,794	6.3%
ミネラルウォーター類	7,379	4.3%	8,369	4.9%
果汁飲料	6,955	4.0%	5,459	3.2%
スポーツドリンク類	2,418	1.4%	2,640	1.5%
ドリンク類	1,529	0.9%	1,468	0.9%
その他飲料	8,414	4.9%	11,347	6.6%
国内飲料事業計*	126,712	73.4%	124,879	72.8%
海外飲料事業計*	18,547	10.7%	17,154	10.0%
医薬品関連事業計*	10,536	6.1%	10,964	6.4%
食品事業計*	17,560	10.2%	19,114	11.1%
調整額	△673	△0.4%	△559	△0.3%
合計	172,684	100.0%	171,553	100.0%

*セグメント間の内部売上高を含む

[2] 営業利益

当連結会計年度の売上総利益は、主に国内飲料事業の減収により、前連結会計年度と比較して、7億36百万円減少し、885億27百万円となりました。また、売上総利益率は、前連結会計年度の51.7%を下回り、51.6%となりました。この主な要因は、売上総利益率が比較的高い国内飲料事業の売上構成比が低下したことや、トルコリラ安による原材料価格高騰の影響から、海外飲料事業の売上総利益率が悪化したことなどによるものであります。

営業利益の増減要因



販売費及び一般管理費につきましては、国内飲料事業における自販機チャンネルに係る固定費低減効果などにより、前連結会計年度と比較して19億16百万円減少し、824億55百万円となり、販売費及び一般管理費の売上高に対する比率は、48.9%から48.1%に改善いたしました。

以上の結果、当連結会計年度の営業利益は、前連結会計年度と比較して11億80百万円増加し、60億71百万円となりました。

【3】経常利益

当連結会計年度の営業外収益は、前連結会計年度と比較して2億37百万円減少し、7億79百万円となりました。また、営業外費用は、前連結会計年度と比較して3億26百万円増加し、8億52百万円となりました。

これは主に、トルコ飲料事業の外貨建て資産・負債に係る為替差損の発生によるものであります。

以上の結果、当連結会計年度の経常利益は、前連結会計年度と比較して6億16百万円増加し、59億98百万円となりました。

【4】親会社株主に帰属する当期純利益

当連結会計年度の特別利益は、大江生醫股份有限公司(以下、「TCI」といいます。)株式の一部売却による投資有価証券売却益を計上したことから、24億26百万円、特別損失は、MDD Beverage Sdn. Bhd.(以下、「MDDB」といいます。)株式の一部売却による関係会社株式売却損、MDDB等株式の評価損による関係会社株式評価損等により、計18億64百万円を計上しました。また、当連結会計年度の法人税等は、前連結会計年度と比較して2億98百万円増加し、26億71百万円となりました。

以上の結果、当連結会計年度の親会社株主に帰属する当期純利益は、前連結会計年度と比較して13億52百万円増加し、38億56百万円となりました。

また、1株当たり当期純利益は、前連結会計年度の151.73円に対し、当連結会計年度は、234.15円となりました。

主な為替換算レート

1トルコリラ=23.41円(前連結会計年度は30.78円)

1マレーシアリングギット=27.34円(前連結会計年度は26.21円)

2.セグメント別の業績

【1】国内飲料事業

飲料業界におきましては、今後さらに進展する少子高齢化の影響により、日本国内の飲料市場は大きな成長を見込みにくい状況の中で、業界各社は、高い販売目標を掲げ、新しいタイプのペットボトル入りコーヒーをはじめとする多様な新商品を積極的に導入いたしました。

その結果、当連結会計年度の国内飲料市場は前年を上回る好調な販売推移となりましたが、販売競争の激化を背景に市場の実勢価格の低下や販売促進費の増加傾向が加速したほか、相次ぐ自然災害により、サプライチェーンの危機管理に関する課題が顕在化するなど、業界各社の経営戦略のあり方が問われる局面ともなっております。

当社グループは、このような状況の中、将来にわたるキャッシュ・フローの継続的拡大に向けた様々なチャレンジを積極的に推進いたしました。

「自販機ビジネスモデルの革新」に向けた取り組みといたしましては、自販機使用年数の長期化などによる環境面への配慮を進めながら、自販機1台当たりの調達コストの大幅な低減を図ることにより、固定費構造の抜本的改革にチャレンジしております。

自販機展開においては、法人企業に対する健康経営関連の課題解決型営業を推進することで、販売力の高いクローズドロケーションの獲得に注力したほか、“お客様と自販機の新たな関わり方”を提案する新サービス「Smile STAND」の展開を推進し、自販機を通じたプラットフォームビジネスの実現に向けた基盤作りに努めました。

商品力強化に向けた取り組みといたしましては、「ダイドーブレンド」ブランドから、磨き豆100%でクリアなコーヒーのкокと、爽快感・解放感を感じる研ぎ澄まされたデザインが特長の、従来にない味わいに仕上げた缶コーヒー「ダイドーブレンドコーヒー ギンレイ」を発売したほか、“食事の糖や脂肪の吸収を抑える”機能性表示食品「ダイドーブレンド スマートブレンドブラック 世界一のバリスタ[※]監修(PET430ml)」「ダイドーブレンド スマートブレンド微糖 世界一のバリスタ[※]監修(PET430ml)」を発売するなど、ラインアップの拡充を図りました。

※ワールドバリスタチャンピオンシップ 第14代チャンピオン ピート・リカータ氏
(監修の範囲に、機能性表示食品の届出表示は含まれていません)

当連結会計年度は、大規模な地震や台風、豪雨などの自然災害が相次いだことに加えて、競合他社による新製品の積極展開、販売競争激化による実勢価格の低下、消費者の購買行動の変化など、外部環境の変化はスピードを増しており、自販機1台当たりの売上高も低下傾向が続いていることから、飲料の販売は厳しい状況で推移いたしました。

一方、健康志向の高まりに対応した健康食品やサプリメントなどの通信販売が業績に寄与したほか、自販機チャンネルに係る固定費の低減効果などにより販売費及び一般管理費が減少し、増益となりました。

以上の結果、国内飲料事業の売上高は、1,248億79百万円(前連結会計年度比1.4%減)、セグメント利益は、71億6百万円(前連結会計年度比28.2%増)となりました。

[2] 海外飲料事業

当社グループは、海外における本格的な事業展開を図ることを中期的な成長戦略に掲げ、将来の飛躍的成長に向けた戦略拠点として、トルコ、マレーシア、ロシア、中国の4カ国に海外飲料子会社を有しております。海外飲料事業の強化・育成を図るため、持株会社が海外飲料子会社を直接統括する体制とし、将来に向けた事業基盤の整備に取り組んでおります。

海外飲料事業の中で大きなウエイトを占めるトルコ飲料事業は、ミネラルウォーター「Saka(サカ)」、炭酸飲料「Çamlıca(チャムリジャ)」「Maltana(モルタナ)」などの主力ブランドに経営資源を集中するとともに、生産体制・販売体制の整備を進めるなど、バリューチェーンの強化を図ることにより、高い売上成長を続けております。直近の急速な為替変動による輸入原材料価格の高騰や、インフレの加速による消費への影響に留意が必要な状況にはありますが、トルコの飲料市場は、豊富な若年層人口を背景に高い成長ポテンシャルを有しており、消費者の健康志向の高まりも相俟って、中長期的にも大きな伸びが見込める有望な市場と位置付けております。

その他の海外子会社につきましては、将来の成長に向けた改革を実行いたしました。イスラム圏における東側の戦略拠点であるマレーシアでは、収益性が比較的高いチルド飲料へ注力するとともに、日本DyDoの製品開発ノウハウを生かした「Yobick(ヨービック)」などの健康志向に対応した製品を発売し、製品ポートフォリオの再構築を図りました。

ロシアでは、自販機ロケーションの大幅な見直しとオンラインを活用した次世代オペレーションシステムの構築、中国では、「Yobick」をはじめとする輸入製品の販路拡大への取り組みを推進いたしました。

当連結会計年度は、トルコ飲料事業が、ミネラルウォーター「Saka」の伸長により、現地通貨ベースで大幅な増収となった

ほか、その他の海外子会社では、改革の実行による利益改善をすすめましたが、トルコリラ安による原材料価格高騰の影響が大きく、海外飲料事業全体での利益面の改善は、小幅なものとなりました。

以上の結果、海外飲料事業の売上高は、171億54百万円(前連結会計年度比7.5%減)、セグメント損失は、7億4百万円(前連結会計年度は8億38百万円のセグメント損失)となりました。

[3] 医薬品関連事業

医薬品関連事業を担う大同薬品工業株式会社は、医薬品・指定医薬部外品をはじめとする数多くの健康・美容等のドリンク剤の研究開発を重ね、お客様のニーズにあった製品の創造と厳格な品質管理や充実した生産体制により、安全で信頼される製品を製造しております。

近年、栄養ドリンクのコアユーザー層の高齢化などの影響を受け、ドリンク剤市場は縮小傾向にあり、市場環境は厳しい状況で推移しておりますが、美容系ドリンクはインバウンド需要を契機として、海外輸出向け製品の受注が拡大するなど、健康・美容志向の高まりによる伸長傾向も見られます。

このような状況の中、大同薬品工業株式会社は、受託企業としての圧倒的なポジションを確立すべく、組織的な提案営業と独自の提案素材の開発、生産効率化・コスト競争力強化への取り組みに加えて、品質管理体制をさらに強化し、お客様から信頼される安全・安心な生産体制の維持強化を図っております。

また、近年高まりを見せているBCP対策の一環として、生産のリスク分散にも対応できる体制を整備し、お客様の様々なご要望やニーズに迅速にお応えするため、群馬県館林市に新工場を建設することとし、2020年の稼働に向けた準備を進めております。

当連結会計年度は、組織的な提案営業の強化による新規受

セグメント別概況

(単位:百万円)

	売上高			セグメント利益又は損失(△)			セグメントROA	
	2018年1月期	2019年1月期	増減額	2018年1月期	2019年1月期	増減額	2018年1月期	2019年1月期
国内飲料事業	126,712	124,879	△ 1,833	5,542	7,106	1,564	10.3%	13.8%
海外飲料事業	18,547	17,154	△ 1,392	△ 838	△ 704	133	—	—
医薬品関連事業	10,536	10,964	427	1,271	847	△ 423	8.0%	4.9%
食品事業	17,560	19,114	1,554	219	235	16	1.2%	1.3%
調整額	△ 673	△ 559	114	△ 1,303	△ 1,413	△ 110	—	—
合計	172,684	171,553	△ 1,130	4,891	6,071	1,180	—	—

※セグメント間の内部売上高を含む

注の獲得や、海外で高まるヘルス&ビューティーのトレンドにも対応した美容ドリンクの受注が堅調に推移したことなどから増収となりましたが、2020年の新工場稼働を見据えた人員体制の強化や、受注拡大に備えた設備メンテナンスなどの事業基盤整備により、人件費や減価償却費が増加し、セグメント利益は減少いたしました。

以上の結果、医薬品関連事業の売上高は、109億64百万円(前連結会計年度比4.1%増)、セグメント利益は、8億47百万円(前連結会計年度比33.3%減)となりました。

[4]食品事業

食品事業を担う株式会社たらみは、ドライゼリー市場においてトップシェアを有し、卓越した知名度とブランド力で事業基盤を確立しておりますが、競合他社の攻勢により経営環境は厳しさを増しております。

このような環境下において安定的・持続的に成長し続けるためには、食の安全をベースに、「付加価値の向上」に対し、あらゆる方向からチャレンジすることが肝要と考えております。当連結会計年度は、「顧客目線」と「イノベーション」への取り組みを一層推進し、ブランド価値訴求、商品価値訴求を強化すべく全社をあげて取り組んでおります。お客様の多面的なニーズに対応し、驚きや感動を生む製品を幅広く創り続けるという基本姿勢のもと、おいしさを追求した「とろける味わい」シリーズのアイテムを拡充するとともに、健康面を意識した新商品「フルーツヘルシー」シリーズ、「乳酸菌スマートゼリー」シリーズ、「トリプルゼロおいしい糖質0」シリーズなどを発売し、顧客層の拡充を図りました。

当連結会計年度は、競争環境が厳しさを増す中、新機軸の商品提案が奏功し、販売が好調に推移いたしました。経費面につきましては、「たらみ」ブランドの価値向上に向けたマーケティング

投資により、販売促進費・広告宣伝費が増加したほか、工場の稼働に係る人件費が増加いたしました。

以上の結果、食品事業の売上高は、191億14百万円(前連結会計年度比8.8%増)、セグメント利益は、2億35百万円(前連結会計年度比7.6%増)となりました。

3.キャッシュ・フローの状況

当連結会計年度末における現金及び現金同等物の残高は、前連結会計年度末と比較して91億円7百万円減少し、384億13百万円となりました。

当連結会計年度における各キャッシュ・フローの状況とそれらの要因は次の通りであります。

営業活動によるキャッシュ・フローは、税金等調整前当期純利益が65億60百万円(前連結会計年度比16億94百万円増)となったことや、減価償却費の計上などにより、108億51百万円の収入(前連結会計年度は143億8百万円の収入)となりました。

投資活動によるキャッシュ・フローは、有形・無形固定資産、有価証券及び投資有価証券の取得による支出などにより、168億76百万円の支出(前連結会計年度は89億47百万円の支出)となりました。

財務活動によるキャッシュ・フローは、長期借入金やリース債務の返済による支出などにより、26億18百万円の支出(前連結会計年度は38億43百万円の支出)となりました。

(参考)キャッシュ・フロー関連指標の推移

	2017年1月期	2018年1月期	2019年1月期
自己資本比率 (%)	51.3	52.3	53.8
時価ベースの自己資本比率 (%)	60.5	56.6	52.5
キャッシュ・フロー対有利子負債比率 (年)	2.5	2.5	3.2
インタレスト・カバレッジ・レシオ (倍)	33.8	51.3	65.5

自己資本比率：自己資本／総資産

時価ベースの自己資本比率：株式時価総額／総資産

キャッシュ・フロー対有利子負債比率：有利子負債／キャッシュ・フロー

インタレスト・カバレッジ・レシオ：キャッシュ・フロー／利払い

(注)1. いずれも連結ベースの財務数値により計算しております。

2. 株式時価総額は、自己株式を除く発行済株式数をベースに計算しております。

なお、控除する自己株式数については、2018年1月期より、「役員向け株式給付信託」が保有する当社株式を含めております。

3. キャッシュ・フローは、連結キャッシュ・フロー計算書の営業キャッシュ・フローを使用しております。

4. 有利子負債は、連結貸借対照表に計上されている負債のうち利子を支払っている全ての負債を対象としております。

5. 利払いは、連結キャッシュ・フロー計算書の利息の支払額を使用しております。

4. 財政状態

当連結会計年度末の総資産は、有価証券及び投資有価証券の増加などにより、前連結会計年度末と比較して10億80百万円増加し、1,722億28百万円となりました。

負債は、未払金や未払法人税等の減少などにより、前連結会計年度末と比較して19億31百万円減少し、782億88百万円となりました。

純資産は、利益剰余金やその他有価証券評価差額金の増加などにより、前連結会計年度末と比較して30億12百万円増加し、939億40百万円となりました。

なお、投資有価証券及びその他有価証券評価差額金の主な増加要因は、出資先であるTCIの株式の時価変動によるものです。

5. 今後の見通し

[1] 経営成績に重要な影響を与える要因について

当社グループの経営成績等に重要な影響を与える要因につきましては、P.42~46に記載の通りであります。

なかでも、日本国内の飲料市場において、実勢価格が低下傾向にあり、店頭への商品配荷を維持・拡大するための販売促進費も増加するなど、市場競争が激化していることや、自販機オペレーションを担う人材不足の問題などもあり、自販機市場全体の総台数は減少に転じており、自販機1台当たりの売上高も低下傾向が続いていることなどは、当連結会計年度の経営成績等に重要な影響を与える要因となりました。

[2] 戦略的現状と見通し

当社グループは、2019年度からの3カ年の行動計画「中期

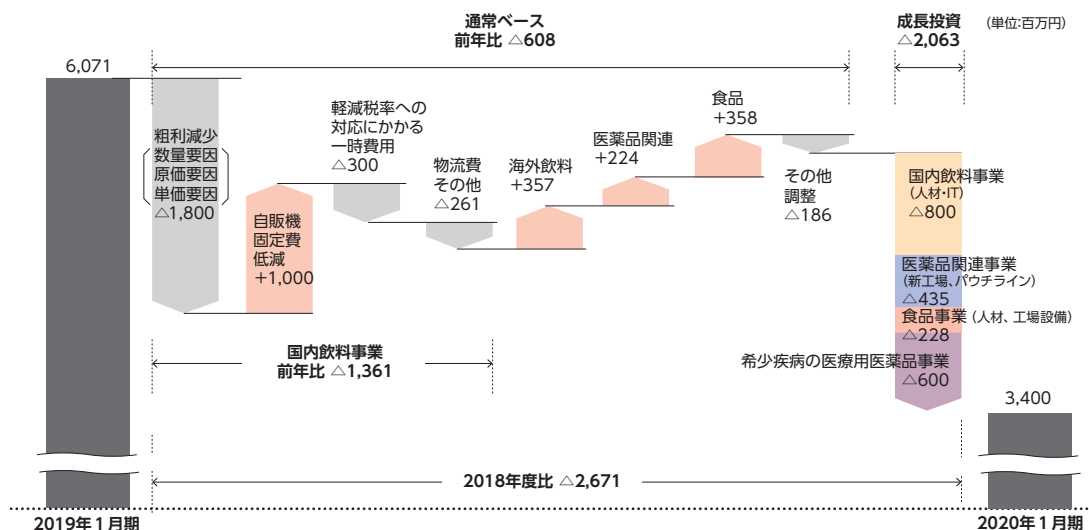
経営計画2021」をスタートさせました。2030年のありたい姿を示す「グループミッション2030」の実現に向けた「基盤強化・投資ステージ」と位置付け、以下の基本方針のもと、収益改善を軸とする施策により、キャッシュ・フローの最大化を図るとともに、各事業の成長やヘルスケア領域における新たな事業の創出に向けた投資戦略を推進してまいります。

「中期経営計画 2021」基本方針

- 収益改善に軸足を置き、筋肉質な経営へ
 - ・各事業において、収益改善を軸とする施策により、キャッシュ・フローの最大化を図る
 - ・「おいしさ」と「健康」を追求した商品やサービスなどの拡大
- 戦略的経営に向けた事業継続の判断
 - ・海外飲料事業における戦略拠点の選択と集中
- グループミッション 2030 の実現に向けた成長戦略
 - ・各事業の成長やヘルスケア領域における新たな事業の創出に向けた投資戦略の実施
 - ・DyDo グループの持続的成長をリードする人財戦略の実施

2020年1月期の通期業績予想といたしましては、売上高は1,700億円(前連結会計年度比0.9%減)、利益面につきましては、国内飲料事業の減収による影響や、医薬品関連事業における新工場・新ラインの稼働準備、希少疾病の医療用医薬品事業の立ち上げなどの成長戦略の推進に係る先行投資により、営業利益34億円(前連結会計年度比44.0%減)、経常利益37億円(前連結会計年度比38.3%減)、親会社株主に帰属する当期純利益24億円(前連結会計年度比37.8%減)を見込んでおります。

営業利益の増減要因(業績予想)



6.セグメント別の見通し

[1]国内飲料事業

自販機市場の縮小トレンドや、消費税増税によるお客様の消費マインドの変化の影響等を勘案し、売上高は前連結会計年度比2.0%減の1,223億50百万円を見込んでおります。

利益面につきましては、自販機に係る減価償却費の減少はあるものの、限界利益率の高い自販機チャネルの減収の影響や、人材投資の積極化による人件費の増加などから、セグメント利益は、49億45百万円(前連結会計年度比30.4%減)を見込んでおります。

[2]海外飲料事業

海外飲料セグメントの売上高は、前連結会計年度比2.1%減の168億円を見込んでおります。

海外飲料事業の中で大きなウエイトを占めるトルコ飲料事業は、ミネラルウォーター「Saka」を中心に、現地通貨ベースでは力強い売上成長が続く見通しですが、為替換算レートが前連結会計年度とは大きく異なることから、日本円換算では減収となります。

利益面につきましては、トルコにおいて2019年度より導入される環境税の影響はあるものの、トルコ飲料事業の増収効果と、その他の地域における収益改善の取り組みにより、セグメント損失は、前連結会計年度と比較して3億57百万円改善し、3億47百万円を見込んでおります。

[3]医薬品関連事業

医薬品関連事業の売上高は、前連結会計年度比5.3%増の115億50百万円を見込んでおります。医薬部外品ドリンク剤の受注は、概ね前期並みとなるものの、資本業務提携先である大江生醫股份有限公司(TCI)との協業効果による中国市場向け美容系ドリンクなどの受注増を見込んでおります。

セグメント利益につきましては、2020年の関東新工場建設や、2019年秋に稼働予定のパウチライン新設に係る準備費用の増加により、6億36百万円(前連結会計年度比25.0%減)を見込んでおります。

[4]食品事業

食品事業の売上高は、パウチゼリーの新商品効果により、前連結会計年度比3.8%増の198億50百万円を見込んでおります。

セグメント利益につきましては、調達戦略や生産工程の見直しなどの原価改善効果により、3億66百万円(前連結会計年度比55.3%増)を見込んでおります。

[5]調整額その他

主に純粋持株会社である当社において発生するグループ管理費用のほか、希少疾病の医療用医薬品事業の立ち上げによる先行投資費用の増加を見込んでおります。

計画策定時の主な想定為替換算レート

1トルコリラ=18円(前連結会計年度は23.41円)、

1マレーシアリングギット=27円(前連結会計年度は27.34円)

セグメント別の見通し

(単位:百万円)

	売上高			セグメント利益又は損失(△)		
	2019年1月期実績	2020年1月期予想	増減額	2019年1月期実績	2020年1月期予想	増減額
国内飲料事業	124,879	122,350	△ 2,529	7,106	4,945	△ 2,161
海外飲料事業	17,154	16,800	△ 354	△ 704	△ 347	357
医薬品関連事業	10,964	11,550	585	847	636	△ 211
食品事業	19,114	19,850	735	235	366	130
調整額	△ 559	△ 550	9	△ 1,413	△ 2,200	△ 786
合計	171,553	170,000	△ 1,553	6,071	3,400	△ 2,671