

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

デイトナ

7228 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年10月18日(金)

執筆：フィスコアナリスト

村瀬智一

FISCO Ltd. Analyst **Tomokazu Murase**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2024年12月期第2四半期の業績概要	01
2. 2024年12月期の業績見通し	01
3. 中期経営方針	02
4. SDGsへの取り組み	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	04
3. 事業領域	05
4. グループ企業	07
■ 強み	08
1. 商品企画	08
2. 開発体制	09
3. 物流体制及び販売ネットワーク	09
■ 事業環境	10
■ 業績動向	12
1. 2024年12月期第2四半期の業績概要	12
2. セグメント別業績概要	13
3. トピックス	16
4. 財務状況	17
■ 今後の見通し	18
1. 2024年12月期の業績見通し	18
2. 中期経営方針	20
■ SDGsへの取り組み	22
■ 株主還元策	24
1. 配当政策	24
2. 株主優待	25

■ 要約

アジア拠点卸売事業が好調、国内事業の不調を補う

デイトナ<7228>は、二輪車部品・用品を中心に企画・開発及び卸販売、並びに小売販売を行うメーカーである。世界にバイクカスタマイズの楽しさを発信すると同時に、世界から吸収した新しい世界観を日本のライダーに提案し、バイク文化創造へチャレンジを続けているクリエイティブな企業である。独自の企画力、開発力を発揮し、世界のバイクライダーのニーズに対応する商品・サービスを提供することで、世界で最も支持されるブランドを目指している。また、二輪事業を主力に多様な新規事業を展開しており、アウトドアや電動乗物事業、発電機などの特機商材、リユースビジネスなどへ事業領域を拡大している。

1. 2024年12月期第2四半期の業績概要

2024年12月期第2四半期の連結業績は、売上高6,838百万円(前年同期比1.4%増)、営業利益769百万円(同13.7%減)、経常利益795百万円(同8.4%減)、親会社株主に帰属する中間純利益554百万円(同4.9%減)となった。上期予想に対する達成率は、売上高は102.9%、営業利益は110.9%、経常利益は113.6%、親会社株主に帰属する中間純利益は113.8%と、売上高、各利益ともに目標を達成した。第2四半期業績予想については、コロナ特需の反動減を見込み、やや保守的な予想であったが、売上高について四半期単体で見ると、第1四半期は同6.1%減と落ち込んだものの、第2四半期は同8.0%増と盛り返しを見せた。事業別に見ると、国内拠点卸売事業では、第1四半期に流通各社の在庫調整や物価高の影響で高価格帯商品の販売不振が響いたが、第2四半期には徐々に回復した。小売事業においては、ユーザーの消費行動の変化による来店客数の減少や、高額カスタムニーズの減少などによりわずかに減収となった。一方でアジア拠点卸売事業は、国内拠点卸売事業や小売事業の不調を補う好調を見せ、インドネシアでは販売網整備により商品供給が拡大してブランド認知が進み、増収増益に寄与した。その他事業の売上高については、太陽光発電事業が前年同期並みで、リユース販売事業は前年同期をやや下回った。利益面では円安による仕入コスト上昇の影響から売上総利益が同1.9%減少し、売上総利益率は39.0%と同1.3ポイント下落した。営業利益以下の段階利益については、小売事業におけるPIT作業体制増強などに伴う人件費の増加などにより販管費が増加し、減益となった。

2. 2024年12月期の業績見通し

2024年12月期の連結業績は、売上高14,413百万円(前期比3.2%増)、営業利益1,772百万円(同4.4%増)、経常利益1,784百万円(同2.0%増)、親会社株主に帰属する当期純利益1,214百万円(同2.8%増)を見込んでおり、期初の業績予想を据え置いた。2024年12月期上期については、主力の国内拠点卸売事業は売上面では目標達成したものの、利益面では目標を大きく下回るなど苦戦した。ただし同事業では第2四半期に市場環境に回復傾向が見られたほか、アジア拠点卸売事業の好調で国内事業の不調を補う状況が下期も継続すると判断している。国内市況の回復と併せてアジア拠点での卸売事業の好調が継続すれば、業績予想の達成は十分可能と弊社では見ている。また、既存商品のリニューアルによる再販のほか、同社初となるオリジナルのフルフェイスヘルメット、防水シューズ、ライディングシューズ、レインウェアなどの新商品を市場投入する予定であり、消費者の買い換え需要を喚起していく。

要約

3. 中期経営方針

2022年4月に創立50周年を迎えたことを踏まえ、2023年3月に3ヶ年の中期経営方針を策定し、毎年調整を行うローリング方式で推進している。市場の変化に柔軟に対応できる「ファブレス型」メーカーの特徴を最大限に活用し、既存の二輪事業で勝ち残り、新事業へのチャレンジを継続して多角化を図ることで、100年企業を目指している。数値目標として、2026年12月期に連結売上高17,000百万円、営業利益2,050百万円を掲げている。経営方針としては、同社が属する二輪車市場の成熟や衰退といった将来の経営リスクを考慮し、新規事業へのチャレンジ・事業化として新領域での事業展開やM&Aを推進することで、将来的に売上構成比の25%程度を二輪車アフターパーツ以外で構成できるよう投資する（中期経営方針では12%程度）。具体的な重点施策としては、7項目を定めて推進している。内容は、「ユーザー支持率No.1ブランドの確立」「適切な価格設定と管理コスト削減」「海外市場展開」「サービス拠点の強化」「二輪車アフターパーツ以外の領域拡大」「M&Aによる事業の多角化」「サステナビリティ」である。

4. SDGs への取り組み

同社はSDGs（持続可能な開発目標）に対しても積極的に取り組んでおり、化石燃料に代わる、または化石燃料使用量の軽減により環境へ貢献できる代替エネルギーの研究と、それを実用化するための商品開発などを行っている。一例を挙げると、2021年12月期に再生可能エネルギー事業の一環として自社太陽光発電設備で発電した電力を活用し、同社及びグループ企業で使用する電力を100%再生可能エネルギーで賄う取り組みを実行した。そのほか、2032年にFIT（再生可能エネルギーの普及を目的とした固定価格買取制度）が終了する同社本社の太陽光発電設備を継続運用することにより、「本社電力オフグリッド」を目指す。また、2021年11月には気候変動テックで脱炭素社会に貢献するアスエネ（株）と連携し、2022年6月に同社グループの全使用電力の脱炭素化を実現した。

Key Points

- ・ 二輪事業を主力に、アウトドア、電動乗物事業や新エネルギー開発などの新規領域に事業拡大
- ・ 2024年12月期第2四半期は、国内事業の不調をアジア拠点卸売事業が補う
- ・ 2024年12月期は国内の市況の回復などにより増収増益の予想
- ・ 2026年12月期に連結売上高17,000百万円、営業利益2,050百万円を目指す中期経営方針を推進中

要約



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

世界のバイクライダーのニーズに対応する商品・サービスを提供

1. 会社概要

同社は、二輪車部品・用品を中心に企画・開発及び卸販売、並びに小売販売を行うメーカーである。世界にバイクカスタマイズの楽しさを発信すると同時に、世界から吸収した新しい世界観を日本のライダーに提案し、バイク文化創造へチャレンジを続けているクリエイティブな企業である。独自の企画力、開発力を発揮し、世界のバイクライダーのニーズに対応する商品・サービスを提供することで、世界で最も支持されるブランドを目指している。

社名は、米国フロリダ州デイトナ・ビーチで行われるバイクの祭典「デイトナウィーク」に由来する。二輪車市場における同社の存在感は大きく、一般的にも「バイクマニア向け」という企業イメージが強い。しかしながら、近年は二輪車市場に留まらず、アウトドア市場全般に事業領域を拡大している。一例を挙げると、キャンプ用品や電動アシスト自転車(車体にモーターとバッテリーを装備し、ペダルを漕ぐ力をモーターの力でアシストする自転車)、家庭菜園用のリンク式耕運機などを手掛けており、いずれも独創性の高い商品ラインナップとなっている。特定分野での専門的な知見に加え、将来的な事業成長を推進する基盤も持ち合わせている点は評価に値する。

会社概要

同社は二輪車部品・用品を中心とする企画・開発を行うが、生産設備は所有しておらず、製造はそれぞれの分野に強みを持つパートナー企業（200社強）に委託している。これは、時流のスピード、少量多品種、災害や経営リスクに対応するためには、「設備ありき」よりも「発想ありき」が有利との考えに基づいている。ユーザーの志向やニーズは年々多様化かつ細分化しているが、同社はこれらの潮流をキャッチアップし掘り下げ、メーカーとコラボレーションすることで、隠れた需要や新しい需要を創造している。

なお、同社は「バイク文化の創造企業。カスタマイズから提案します。」を経営理念に、「1. 私達は常にお客様に満足していただける独創的な商品を豊かに追求し提供します。」「2. 私達は社会の一員として役立つ為に企業活動を通じて人間性の向上に努めます。」「3. 私達は人間の持つ無限の可能性を信じ企業の持続発展に努め、より大きな幸せの創造に貢献します。」の3点を掲げている。

2. 沿革

同社は二輪車用品の輸出入を事業目的として、1972年4月に阿部商事（株）を設立した。「なによりバイクが好き」という人間が集まり「バイク文化を創造する」を合い言葉に、二輪部品・用品を中心に企画・開発・販売するメーカーとして国内外にバイクカスタマイズの楽しさを発信してきた。その後、1985年7月に商号を（株）デイトナに変更し、1992年3月には二輪車用品の小売事業を目的として子会社の（株）ライコ（100%出資）を設立、営業力強化や経営効率の向上を図るため、同年4月に（株）デイトナ東京を吸収合併した。

海外展開については、東南アジア市場開拓を目的として、1997年2月にシンガポールに駐在事務所を開設したほか、2007年4月に子会社の PT. DAYTONA AZIA をインドネシアのジャカルタに設立、2008年10月には台湾支店を設立するなど、ネットワークを拡大している。このほか、新規事業として2012年11月より太陽光発電売電事業を開始した。2024年2月、インドネシアのビジネスモデルを展開するため、フィリピンに現地法人 DAYTONA Motorcycles Philippines Inc. を設立し、営業開始に向け準備を進めている。

株式については、1997年10月に店頭市場（JASDAQ）に公開した後、2013年7月の東京証券取引所と大阪証券取引所の現物市場統合に伴い東京証券取引所 JASDAQ（スタンダード）に上場し、2022年4月には同市場区分変更に伴いスタンダード市場へ移行した。

会社概要

沿革

年月	事項
1972年	二輪車用品の輸出入を事業目的として、大阪市に阿部商事(株)を設立
1980年	オリジナルパーツの委託生産を台湾で開始
1985年	商号を(株)デイトナに変更し、本社を静岡県磐田市に移転
1988年	本社敷地内に新棟を建設。検査測定設備の充実を目的としてエンジン動力計とシャーシダイナモを設置
1989年	(有)久悦を吸収合併
1991年	静岡県浜松市に物流センターを設置
1992年	二輪車用品の小売事業を目的として(株)ライコを設立 営業力強化や経営効率の向上を図るため、(株)デイトナ東京を吸収合併
1994年	物流センターを静岡県袋井市に移転
1995年	大手二輪メーカー向けOEMパーツの開発・出荷開始
1997年	東南アジア市場開拓を目的としてシンガポールに駐在事務所を開設 株式を店頭市場(JASDAQ)に公開
2000年	連結子会社(株)ネットライダーズ・デイトナを設立 物流センターを静岡県周知郡に移転 新社屋敷地内に全周750mのロードコース及び本格的ダートコースを設置
2001年	本社事務所を新社屋に移転
2002年	ネットライダーズ・デイトナを(株)アール・エス・シーに商号変更
2004年	アール・エス・シーとライコが合併し、商号を(株)ライダーズ・サポート・カンパニーに変更
2007年	PT. DAYTONA AZIA をインドネシアに設立
2008年	(株)デイトナ台湾支店を設立
2010年	大阪証券取引所 JASDAQ (スタンダード) に株式を上場
2012年	新規事業として太陽光発電売電事業を開始
2013年	東京証券取引所 JASDAQ (スタンダード) に株式を上場
2014年	本社敷地内に 500kW の太陽光発電システムを増設
2016年	沼津市足高に建設した 500kW の太陽光システムが稼働開始
2017年	(株)ダートフリーク及び(株)プラスの全株式を取得し完全子会社化
2019年	ダートフリークを存続会社とし、プラスを吸収合 愛知県北設楽郡に建設した 750kW の太陽光発電システムが稼働開始
2022年	東京証券取引所市場区分変更に伴いスタンダード市場へ移行 (有)オーディーブレインを子会社化
2024年	インドネシアのビジネスモデルを展開するためフィリピンに現地法人 DAYTONA Motorcycles Philippines Inc. を設立

出所：同社ホームページ、有価証券報告書よりフィスコ作成

3. 事業領域

二輪事業(国内・海外)を主力に、アウトドア、電動乗物事業、リユースビジネス、GMD(耕運機、除雪機、発電機などの特機商材)、新エネルギー開発(産学連携事業)などの新規事業を展開している。

会社概要

(1) 二輪事業

二輪事業は、国内二輪事業及び海外二輪事業からなる。国内二輪事業は同社の基幹事業で、オートバイ用オリジナルカスタマイズ部品・用品の企画、開発、販売と、世界中から選りすぐりの部品・用品の輸入、販売を展開している。海外二輪事業では北米及び欧州をはじめ、アジア地域に向けた商品の企画、開発、販売を行っている。特筆すべきは、同社は正規代理店として海外の優れた商品を提供することのみを目的とはしていない点にある。一例を挙げると、日本語の取り扱い説明書を自社で作成するなど、日本のユーザーが買い求めやすい環境を整え、海外メーカーが日本人の感覚に寄り添えるよう助言する活動を行っている。この結果、海外ブランドから高い信頼を得ている。また、海外では、卸売業者や販売代理店といったディストリビューターの要望に応え、OEM 供給なども手掛けている。主な事例としては、ミニモトクロスエンジンを企画・開発、外注製造をし、ディストリビューターへ供給している。その他、インドネシアにおいては、首都ジャカルタのあるジャワ島を中心に販売網の整備を推進している。連結子会社 PT. DAYTONA AZIA を拠点にアセアン地域に対して卸売業者向け販売事業を展開し、国内と同様に現地にてアセアン地域のニーズに合わせたオリジナルカスタマイズ部品・用品の企画、開発、販売を行っている。

(2) 新規事業

2022年7月に設置した新規事業部にて以下の事業を行っている。

a) 電動乗物事業

環境に配慮した快適で効率的な交通手段をコンセプトに、新たな電動の乗り物を提案している。一例を挙げると、電動アシスト自転車のデザインを企画し、パートナー企業への生産委託により商品化している。子乗せの実用車が主流の電動アシスト自転車だが、利便性や快適性だけでなく、アシスト特有のバッテリーやモーターを極力目立たなくするアイデアを盛り込むなど、デザイン性まで融合させることで高付加価値化を実現しており、ユーザーから高い評価を得ている。

電動アシスト自転車を展開する「E-MOBILITY グループ」は、新たな電動の乗り物として特定小型原付電動キックボード「DK01」を販売している。同社の電動アシスト自転車「DE01」をリデザインし、12インチタイヤ、前後ディスクブレーキ、左右に分割されたステップボードなどを装備した公道走行可能モデルであり、同社独自の企画力、開発力を生かした商品として、新たなユーザーの獲得が期待される。また、同社は小型電動モビリティについて、高齢化の進む地方での移動手段などの用途も念頭に入れており、高齢者の安全に配慮した3輪型への展開など、今後の動向に期待が持っていると弊社では考えている。

b) 新エネルギー開発

「新エネルギー開発グループ」が、化石燃料に代わる、または化石燃料使用量の軽減により環境へ貢献できる代替エネルギーの研究と、それを実用化するための商品開発を行っており、「太陽光発電システム」の設置や「新エネルギーの開発」を展開している。「太陽光発電システム」の設置としては、本社屋上に300kW、敷地内に500kWの発電施設を設置し、約150世帯分の電力を発電しているほか、静岡県沼津市足高に500kW、愛知県北設楽郡設楽町に750kWの太陽光発電システムを設置している。一方、「新エネルギーの開発」としては、大学との産学連携事業として代替エネルギーの研究開発、化石燃料を使用しない発電機の開発を行っている。具体的には、水素生成装置開発及び水素を利用したガソリンエンジンの燃費向上化システムの研究・開発などを行っている。

会社概要

c) その他

新規事業部内の「リユースビジネスグループ」では、地球環境を重視した社内の3R (Reduce、Reuse、Recycle) 活動をはじめ、環境負荷削減を目指した商品開発、パッケージ開発を進めている。「GMDグループ」では少子高齢化の進行や共働き世帯の増加に伴う需要を受け、耕運機、除雪機、発電機などの特機商材を手掛けている。足元では防災に対する関心が高まるなか、発電機の需要が増えている。「アウトドアグループ」ではキャンプなどのアウトドア用品を展開しており、堅調なバイクライダーのソロキャンプ需要に対応できると弊社では考えている。

新規事業部

グループ名	主要担当商品等
アウトドアグループ	キャンプなどのアウトドア用品
E-MOBILITYグループ	電動アシスト自転車、小型電動モビリティなど
リユースビジネスグループ	二輪車中古部品の売買
GMDグループ	耕運機、除雪機、発電機などの特機商材
新エネルギー開発グループ	太陽光発電所の運営、水素ガスの研究、産学連携での研究開発

出所：会社リリース、同社ホームページよりフィスコ作成

4. グループ企業

同社のグループ企業は、(株)ライダーズ・サポート・カンパニー、PT. DAYTONA AZIA (インドネシア)、(株)ダートフリーク、(有) オーディーブレイン、DAYTONA Motorcycles Philippines (フィリピン) の5社となる。

ライダーズ・サポート・カンパニーは二輪車部品・用品の小売販売を行っている。国内最大級の二輪車部品・用品販売店である「ライコランド」及び二輪車中古品販売店「アップガレージライダース」を関東圏に展開している。総合店のメリットを生かした多彩な商品構成により、他店との差別化を図った集客、販売を行っている。

PT. DAYTONA AZIA は、アセアン地域で二輪車部品・用品の企画、開発、販売を行っている。アセアン地域の二輪車市場は活況を呈しており、特にインドネシアではカスタマイズ部品・用品の成長が想定される。現地法人を通じて、地域に密着した商品開発のほか、早期の市場参入による同社ブランドの浸透、育成強化を図っている。

ダートフリークは、国内・海外の二輪車部品・用品の企画・開発・卸売及び小売販売を行っている。ダートフリークが運営する「Dirtbikeplus (ダートバイクプラス)」は、アジア最大級規模のオフロードバイク用品店で、実店舗とインターネットで販売をしている。ヨツパモト (ダートフリークがプロデュースしたブランド) のキッズ用電動バイクを訴求することで未来のバイクライダーの創出を目指すほか、同社とのコラボレーションによるシナジーでシェアを維持し、アジア地域での販路拡大を図っている。

会社概要

オーディーブレインは、2022年5月、創業者でブランドデザイナーの佐藤義幸氏から経営を託され、同社の子会社となった。バイクウェアブランド「MaxFritz（マックスフリッツ）」を国内複数店舗で展開し、独自の卓越したコンセプトとデザインで根強いファンを獲得している。グループ企業の国内外販路を活用して顧客への訴求領域を拡げると同時に、商品力の強化や新ブランドの開発も推進している。

DAYTONA Motorcycles Philippines は2024年2月に設立し、2024年12月期中の営業開始に向け準備を進めている。

■ 強み

独自の企画力、開発力を発揮し、 世界で最も支持されるブランドを目指す

同社には「商品企画」「開発体制」「物流体制」「販売ネットワーク」の4つのアドバンテージがある。

4つのアドバンテージ



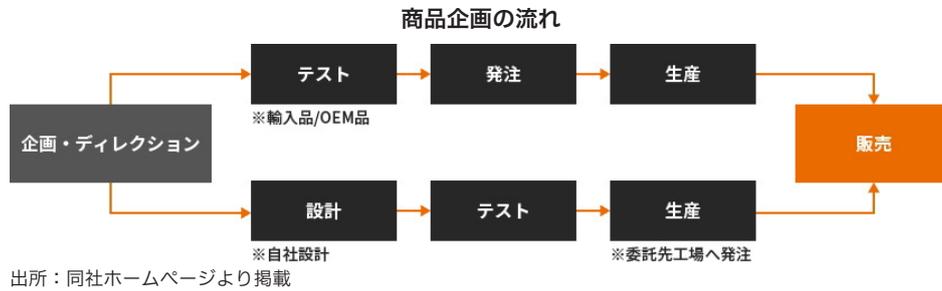
出所：同社ホームページより掲載

1. 商品企画

同社は、顧客ニーズに合わせた幅広い商品を提供するため、オリジナル開発の商品、OEM商品、海外輸入品の3系統の方法で企画開発を進めている。また、独自の企画力、開発力を発揮し、世界のバイクライダーのニーズに対応する商品・サービスを提供することで、世界で最も支持されるブランドを目指している。

同社は「開発会員制度」という仕組みを導入している。実際に同社商品を使用しているライダーから、使い心地や感想、「こうしたらもっと良くなる」といった改善点まで広く意見を聞き、商品企画に反映させるユーザー参加型のシステムである。貴重な「ライダーの生の声」を聞くことでニーズに合致した商品開発につなげている。

強み



2. 開発体制

本社敷地内には、全長 750m のロードテストコースのほか、シャーシダイナモとエンジンベンチを備えた計測棟を付設している。これにより確実な性能評価を行い、安全な商品の提供を可能としている。

社員には制服がなく、自由な社風のなかでバイクカスタマイズの楽しさを追求できる一方で、規律あるクリエイター集団としての性格も強い。このような環境の下でバイクカスタマイズの楽しみ方を発想し、それが原点となり商品開発を支えていると推察できる。社員がバイクカスタマイズを熟知したライダー集団であると同時に、ユーザーに必要とされる商品を形にするための議論と試作を展開し、自社テストコースで試乗することで商品化を進めている。

3. 物流体制及び販売ネットワーク

本社内物流倉庫では、すべての物流管理がトータルで運営され、正確でスピーディーな物流ネットワークを確立している。流通倉庫内はロケーションを管理し、人の動きの無駄をなくした効率的なピッキングと正確な出荷を実現している。

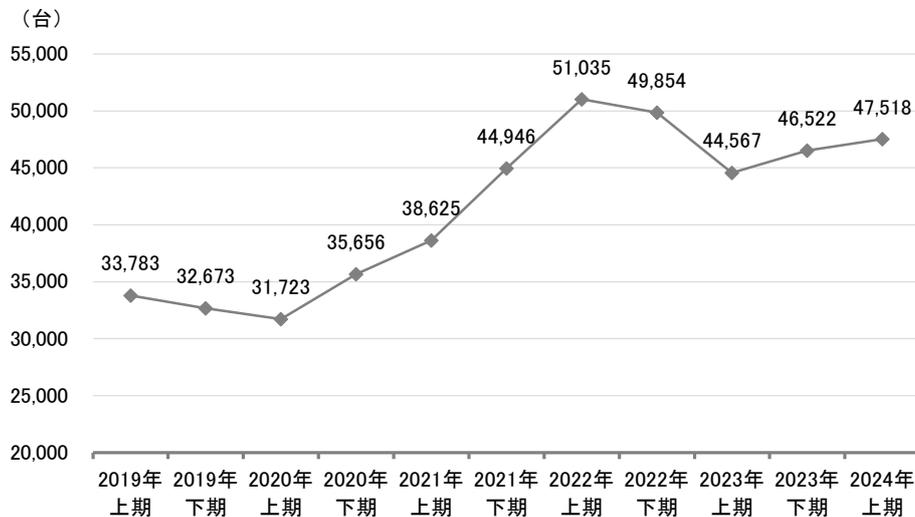
販売ネットワークは、グループ企業のライダーズ・サポート・カンパニーが運営する「ライコランド」2店舗をはじめ、日本全国に約4,000店舗のバイクショップ・用品ショップの販売ネットワークを構築している。海外では、北米、ヨーロッパ、アセアン地域でディストリビューターネットワークを拡大中である。同社のホストコンピュータとダイレクトに連携し、在庫照会、発注、発注履歴、出荷履歴、バックオーダーの確認などがリアルタイムに行えるシステムを構築している。

■ 事業環境

運転免許交付件数は減少傾向なもの、 小型二輪車の新車販売台数は 2023 年下期から復調

二輪車業界では、二輪車が公共交通機関に代わる移動手段として注目を集め、運転免許取得者の増加とともに、軽二輪車、小型二輪車クラスを中心に車両販売も近年好調に推移してきた。ただし、(一社)全国軽自動車協会連合会が発表した2023年の小型二輪車新車販売台数は前年比9.7%減の91,089台と10万台を割り込んだ(2022年は100,889台)。一方、半期ごとの推移をみると2022年下期から減少に転じたが、2023年下期からは復調している。実際、2024年上期も前年同期を上回っている。警察庁が公表している「運転免許統計」によると、2022年の大型二輪の運転免許証交付件数(併記のみ)は90,021件と、5年ぶりに減少した。普通二輪の運転免許証交付件数(併記のみ)は2021年に同17.6%増の191,606件となったが、2022年は185,088件、2023年は163,151件と前年比減少に転じた。各種参考指標は通年で見ると減少しているものの、小型二輪車新車販売台数で言えばコロナ禍前の2019年(66,456台)と比較すると依然高水準にあり、足元の小型二輪車新車販売台数も順調であることを踏まえると、業界環境に対する過度な懸念は不要と弊社では見ている。

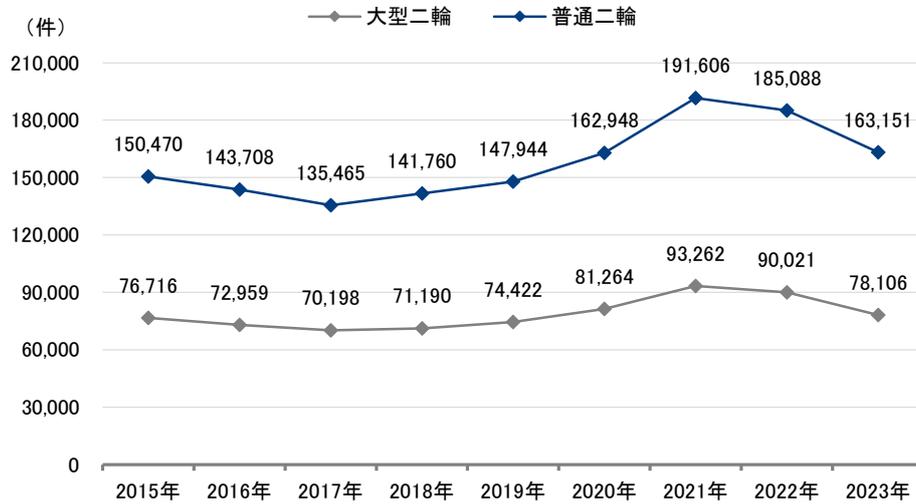
小型二輪車 新車販売台数



出所：全国軽自動車協会連合会「小型二輪車 新車販売台数」よりフィスコ作成

事業環境

種類別併記運転免許証交付件数の年別推移



出所：警察庁「運転免許統計」よりフィスコ作成

環境の変化はあるものの、コロナ禍において運転免許取得者や車両販売台数は増加し、ライダーの裾野は確実に広がった。長年エンジンをかけていなかった二輪車に再び乗ろうとするリターンライダーが増加し、「3密」を回避できるアウトドアレジャーとしても需要が高まった。コロナ禍によって特需が発生した側面はあるものの、生涯楽しめるレジャーとして、またライフギアとして定着する公算は高いと弊社では考えている。実際に、山道や林道、未舗装道路などオフロードを走るアウトドアアクティビティの人気の高まっているようだ。

ライダーの年齢層も拡大しているようで、ダートフリークが展開するインターネットサイトの主要顧客層は、これまでの50代だけでなく、20代の割合も増えている。また、ユーザーの一部は、部品の調達先やメンテナンス先として、用品店やインターネット通販を通じた購買や、動画サイトを参考にした自らの手によるメンテナンスなど、販売店を経由しない新たな購買行動を選択している。これに対し同社では、YouTubeでの情報発信によってファンへ訴求している。2012年3月より公式チャンネル「デイトナチャンネル DAYTONA Channel」でパーツの紹介や取り付け方の動画を配信しているほか、2020年11月より「デイトナ！ライドアバイク！！DAYTONA RIDE A BIKE」で初心者にもわかりやすい情報を発信している。

業績動向

2024年12月期第2四半期は上期ベースの期初予想を達成。 アジア拠点卸売事業は大幅な増収増益

1. 2024年12月期第2四半期の業績概要

2024年12月期第2四半期の連結業績は、売上高6,838百万円（前年同期比1.4%増）、営業利益769百万円（同13.7%減）、経常利益795百万円（同8.4%減）、親会社株主に帰属する中間純利益554百万円（同4.9%減）となった。上期予想に対する達成率は、売上高は102.9%、営業利益は110.9%、経常利益は113.6%、親会社株主に帰属する中間純利益は113.8%と、売上高、各利益ともに目標を達成した。第2四半期の業績予想については、コロナ特需の反動減を見込み、やや保守的な予想であったが、売上高について四半期単体で見ると、第1四半期は同6.1%減と落ち込んだ。しかし、第2四半期は単体ベースで同8.0%増と盛り返しを見せ、計画達成を果たした。事業別に見ると、国内拠点卸売事業では、第1四半期に流通各社の在庫調整や物価高の影響で高価格帯商品の販売不振が響いたが、第2四半期には徐々に回復した。小売事業においては、ユーザーの消費行動の変化による来店客数の減少や高額カスタムニーズの減少などによりわずかに減収となった。一方でアジア拠点卸売事業は、国内拠点卸売事業や小売事業の不調を補う好調を見せた。インドネシアでは販売網整備により商品供給が拡大してブランド認知が進み、スクータータイプのオートバイ用商品の販売が好調に推移し、増収増益となった。その他事業の売上高については、太陽光発電事業が前年同期並みで、リユース販売事業は前年同期をやや下回った。利益面では、円安による仕入コスト上昇の影響から売上総利益が同1.9%減少し、売上総利益率は39.0%と同1.3ポイント下落した。営業利益以下の段階利益については、小売事業におけるPIT作業体制増強などに伴う人件費の増加などにより販管費が増加し、減益となった。

2024年12月期連結業績概要

(単位：百万円)

	23/12期2Q		期初計画 (上期)	24/12期2Q		前年 同期比	計画比
	実績	売上比		実績	売上比		
売上高	6,745	100.0%	6,647	6,838	100.0%	1.4%	2.9%
国内拠点卸売事業	4,983	73.9%	-	4,765	69.7%	-4.4%	-
アジア拠点卸売事業	486	7.2%	-	826	12.1%	69.8%	-
小売事業	1,161	17.2%	-	1,122	16.4%	-3.3%	-
その他	178	2.7%	-	172	2.5%	-3.8%	-
調整額	-64	-	-	-47	-	-25.8%	-
営業利益	892	13.2%	694	769	11.2%	-13.7%	10.9%
国内拠点卸売事業	645	13.0%	-	425	8.9%	-34.1%	-
アジア拠点卸売事業	130	26.8%	-	231	28.1%	77.8%	-
小売事業	73	6.4%	-	56	5.0%	-23.4%	-
その他	20	11.4%	-	29	17.2%	45.1%	-
調整額	21	-	-	26	-	21.1%	-
経常利益	868	12.8%	700	795	11.6%	-8.4%	13.6%
親会社株主に帰属する中間純利益	582	8.6%	487	554	8.1%	-4.9%	13.8%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

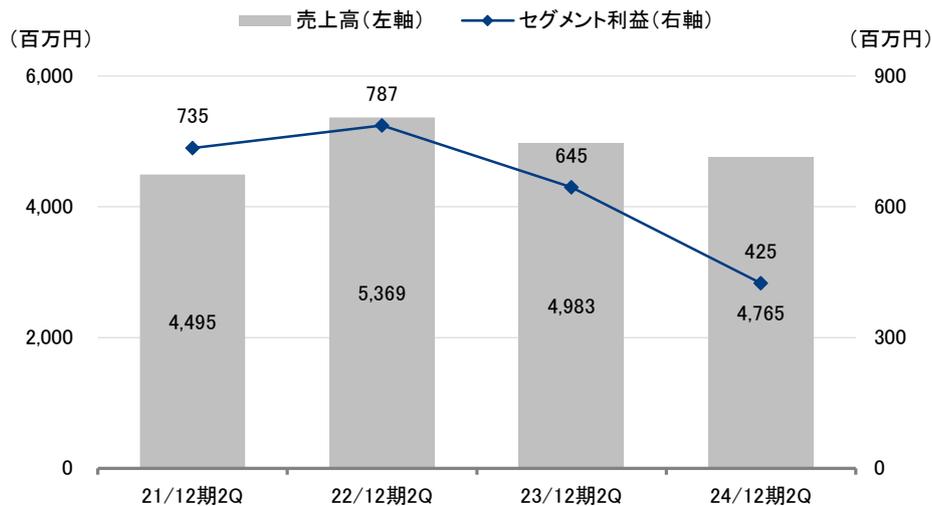
業績動向

2. セグメント別業績概要

(1) 国内拠点卸売事業

売上高は4,765百万円（前年同期比4.4%減）、セグメント利益は425百万円（同34.1%減）となった。コロナ禍後の個人消費の多様化により、二輪車用品需要が控えめな状況で推移したほか、二輪車用品やアウトドア用品に関する新商品の投入が遅れたこともあり、第1四半期は売上高が大きく落ち込んだ。二輪車用品については、コロナ禍では初心者向け商品ラインナップが売上増に寄与したが、足元では初心者向け需要は一巡しており、代替する新商品の投入が遅れたことが影響した。第2四半期にはセールなどの効果もあり徐々に盛り返したが、第1四半期のマイナスを補いきれず、減収となった。一方で、二輪車用品の売上が伸び悩む中、アウトドア用品の売上は堅調だった。同社によれば、売上高は2ケタ増を記録しており、アウトドア用品の新商品投入などによりさらなる成長が期待できる。利益面では、減収に加え、円安進行に伴う仕入コストの上昇や、セールによる利益率低下の影響もあって、セグメント利益率は8.9%（同4.1ポイント減）と大きく低下した。

国内拠点卸売事業の業績推移



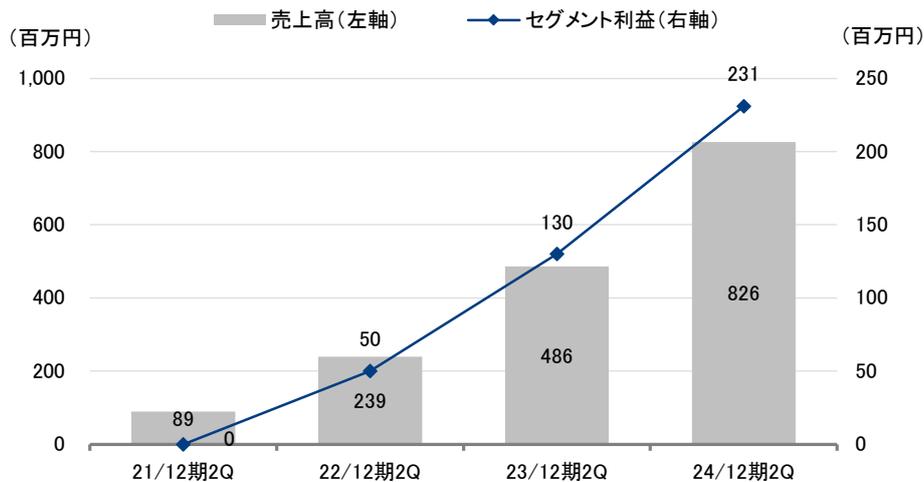
出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

(2) アジア拠点卸売事業

売上高は 826 百万円（前年同期比 69.8% 増）、セグメント利益は 231 百万円（同 77.8% 増）と、大幅に伸長した。インドネシアでの販売網の整備を推進した結果、商品供給の増大とともにブランド認知が進み、現地の二輪車スクータータイプのオートバイ用商品の販売が好調に推移した。2024 年 12 月期は、ジャワ島内で販売が思わしくない地域において、代理店経由での販売に加えて同社による直接販売のための拠点づくりに注力している。同社によれば、2024 年 12 月期の目標として年間 700 店舗の出店を目標に掲げており、地元消費者との接点の強化を進めている。また、新商品の投入も積極的に行う。2024 年 12 月期売上高のうち、新商品の占める割合を 10% 以上とすることを目標としており、順調に進んでいる。同社の目標設定はかなりポジティブに映るが、同社ブランド認知度の向上など現地での好反応の流れに呼応して需要を確実に捕え、目標達成を目指す。現地では若いライダーの間で同社ブランドの支持が高く、同社製品ユーザーの過半数を占めているようで、背景には SNS におけるインフルエンサーの影響が考えられる。同社製品は競合他社製品に比較して欠品が少なく、顧客利便性の高い店舗を展開しており、これらメリットや商品の特徴などをインフルエンサーが効果的に SNS 上で拡散することがマーケティング施策となって、消費者への強力な訴求につながっていると考えられる。

アジア拠点卸売事業の業績推移



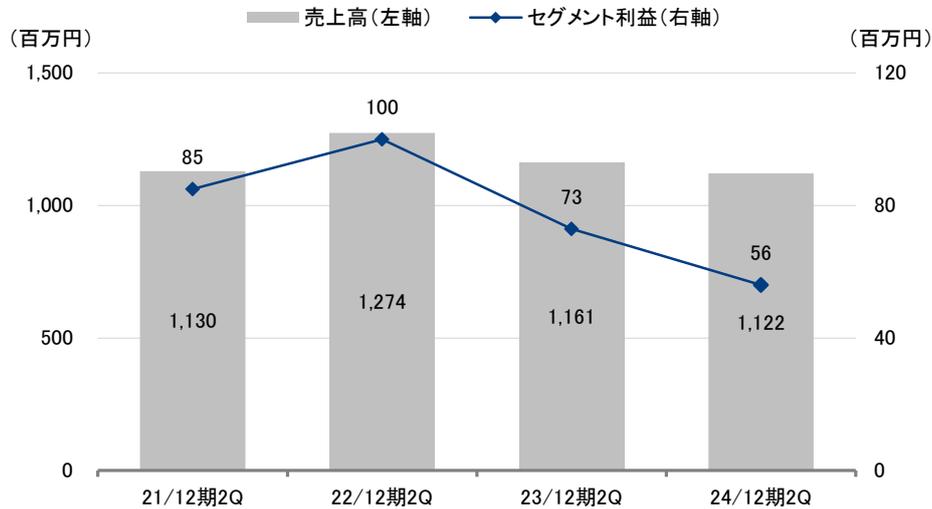
出所：決算短信よりフィスコ作成

(3) 小売事業

売上高は 1,122 百万円（前年同期比 3.3% 減）、セグメント利益は 56 百万円（同 23.4% 減）となった。コロナ禍後のユーザーの消費活動が変化したほか、物価高の影響などもあって、来店客数の減少や、高額カスタムニーズの減少を招いたことなどが減収要因となった。ただし二輪車の整備、修理や点検などに対する需要は根強く、同事業の収益面を支えている。コロナ禍で利用者は増加し、修理や点検などを用品店にて行うケースが増えている。同事業の各店舗でこれらのサービス需要は高まっており、同社は PIT 作業体制増強のため、人材強化や車両保管場所の整備を進めている。

業績動向

小売事業の業績推移

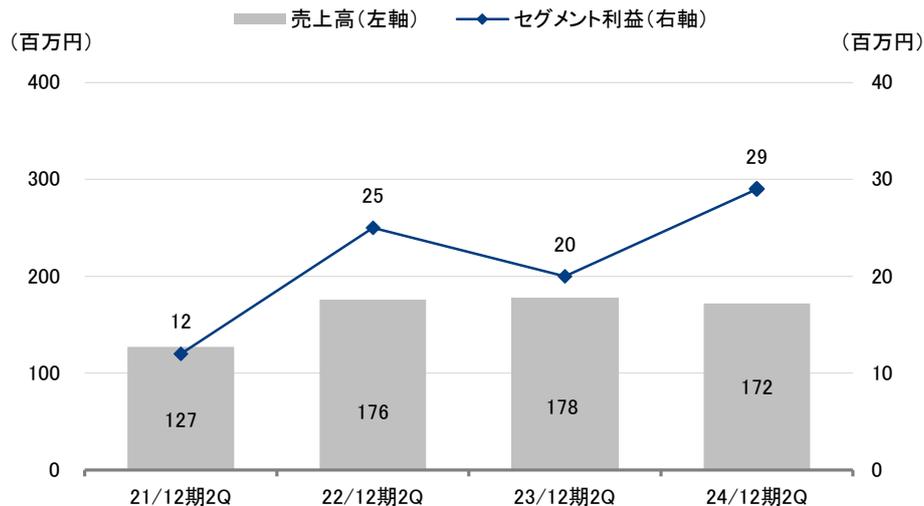


出所：決算短信よりフィスコ作成

(4) その他

売上高は172百万円（前年同期比3.8%減）、セグメント利益は29百万円（同45.1%増）となった。太陽光発電事業では、安定した日照時間を確保し、売上・利益ともに前年同期並みとなった。リユース販売事業では、中古部品販売は前年同期をやや下回ったものの、利益面については仕入及び販売方法の見直しなどによる粗利率の改善が進んだことで、前年同期を上回った。

その他の業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

3. トピックス

(1) フィリピン現地法人設立

2024年2月にフィリピンにおいて子会社 DAYTONA Motorcycles Philippines を設立した。現在は輸入ライセンスなどの許諾を得た段階で、営業開始に向けて販売網や販売拠点の整備を進めている。同国ではインドネシア向けの商材をそのまま活用できるため、計画どおりに準備が完了し営業が開始されれば、比較的早い時期に売上に貢献しそうだ。なお、業績に関しては、同社は DAYTONA Motorcycles Philippines の業績を2024年12月期予想には織り込んでいない。営業開始から3年程度は販路拡大などへの投資期間と位置付け、その後売上・利益面での業績寄与を想定している。

(2) 小売事業の新展開

小売用品店では、コロナ禍を機にアクティブバイクライダーが緩やかに増加したものの、コロナ禍特需後の反動の影響は大きい。小売事業だけでなく、ライダーのサービス拠点として機能することで、顧客の多様なニーズに応え、業績拡大を目指す。現在進める施策として、「ライコランド柏店」の近隣に700坪程度の土地を購入し、バイクガレージを設置する計画を進めているほか、「ライコランド埼玉店」において、所有する400坪に及ぶ大規模な敷地を利用し、新品の販売だけでなく、アップガレージ（中古部品用品）も販売している。2022年5月に子会社化したオーディーブレインでは、2024年3月に初の直営店となる「マックスフリッツ浜松店」をオープンした。同社は連結子会社並みの売上を目指し、オーディーブレインの店舗網構築などを積極的に支援する考えで、全国各地の需要が見込まれる地域での店舗新設を、年間1～2店舗ペースで進める計画である。

子会社のダートフリークについては、オフロードバイク用品の拡充に向け、大阪に2023年8月、神戸に2024年2月に直営店をオープンした。同社は売上拡大の余地は大きいと手ごたえを感じており、今後はEコマースにも注力する。マックスフリッツやダートフリークはブランド価値が高いため、専門店としての魅力をアピールし、売上を拡大させる戦略だ。

(3) 新規事業に関する動向

2024年9月より、特定小型原付電動キックボード「DK01」の先行受注を公式オンラインショップ「Daytona Mobility」で開始した。2010年10月に電動アシスト自転車の開発を開始、2015年8月にオリジナル電動自転車「DE01」の販売を始めた同社は、そのノウハウを生かして電動キックボードの開発を進め、販売に踏み切った。一方、展開中の電動アシスト自転車については、市場の成長に時間を要すると判断し、需要開拓に向けて認知度の向上を図る。具体的な施策としては、地方自治体などとの連携によりレンタサイクルとしての利用を拡大する。なお、「DK01」の小売価格は217,800円（税込）のため拡販は難しいと同社では考えており、新たな製造先開拓でコストを削減し、低価格の実現を目指す。

業績動向

特定小型原付電動キックボード「DK01」



出所：同社ホームページより掲載

4. 財務状況

2024年12月期第2四半期末の資産合計は前期末比307百万円増加し、10,639百万円となった。増加要因は流動資産が同285百万円増加したことであり、なかでも現金及び預金が142百万円増加した。流動資産は8,112百万円と資産合計の76.2%を占めているが、卸売の割合が大きい同社では、受取手形及び売掛金の1,511百万円と棚卸資産の4,181百万円が高い水準にある。さらに新規事業の成長に伴い棚卸資産の増加が予想されるため、やや留意する必要がある。固定資産は同22百万円増の2,527百万円となっており、有形固定資産が90百万円の増加、無形固定資産が32百万円の減少、投資その他の資産が35百万円減少した。

負債合計は、前期末比6百万円減少し、2,668百万円となった。流動負債は同76百万円増の2,368百万円となっており、買掛金が269百万円の増加、1年内返済予定の長期借入金が31百万円の減少、未払法人税等が60百万円減少した。固定負債は長期借入金82百万円減少したことにより、同83百万円減の300百万円となった。純資産合計は同314百万円増加し、7,971百万円となった。この結果、自己資本比率は前期末比0.8ポイント上昇し74.0%となり、2018年12月期から順調に財務健全性を高めている。

業績動向

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	21/12 期末	22/12 期末	23/12 期末	24/12 期 2Q 末	増減額
流動資産	5,674	7,060	7,826	8,112	285
現金及び預金	1,350	1,127	1,725	1,868	142
受取手形及び売掛金	1,179	1,436	1,602	1,511	-91
棚卸資産	2,688	3,934	4,040	4,181	141
固定資産	2,494	2,581	2,505	2,527	22
有形固定資産	1,811	1,755	1,701	1,791	90
無形固定資産	438	377	369	336	-32
投資その他の資産	243	449	434	399	-35
資産合計	8,169	9,642	10,331	10,639	307
流動負債	2,282	2,373	2,291	2,368	76
短期借入金	584	790	750	750	0
固定負債	442	530	383	300	-83
長期借入金	395	491	350	267	-82
負債合計	2,724	2,904	2,674	2,668	-6
純資産合計	5,444	6,737	7,656	7,971	314

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

アジア拠点卸売事業の高成長がけん引、2024年12月期は増収増益へ

1. 2024年12月期の業績見通し

2024年12月期の連結業績は、売上高 14,413 百万円（前期比 3.2% 増）、営業利益 1,772 百万円（同 4.4% 増）、経常利益 1,784 百万円（同 2.0% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 1,214 百万円（同 2.8% 増）を見込んでおり、期初の業績予想を据え置いた。2024年12月期上期については、主力の国内拠点卸売事業は売上面では目標達成したものの、利益面では目標を大きく下回るなど苦戦した。ただし同事業では第2四半期において市場環境に回復傾向が見られたほか、アジア拠点卸売事業が大きく伸長し、国内拠点卸売事業や小売事業の不調を補う状況が下期も継続すると判断している。国内市況の回復と併せてアジア拠点での卸売事業の好調が継続すれば、業績予想の達成は十分可能と弊社では見ている。また、既存商品のリニューアルによる再販のほか、同社初となるオリジナルのフルフェイスヘルメット、防水シューズ、ライディングシューズ、レインウェアなどの新商品を市場投入する予定であり、消費者の買い換え需要を喚起していく。

今後の見通し

2024年12月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	23/12期		24/12期		前期比
	実績	売上比	予想	売上比	
売上高	13,961	100.0%	14,413	100.0%	3.2%
営業利益	1,698	12.2%	1,772	12.3%	4.4%
経常利益	1,749	12.5%	1,784	12.4%	2.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,181	8.5%	1,214	8.4%	2.8%
1株当たり当期純利益(円)	499.15		512.68		

出所：決算短信よりフィスコ作成

セグメント別では、国内拠点卸売事業や小売事業については、2024年12月期下期から円安前提の新商品に切り替えることで、通期での増収増益を予想している。為替動向は現在小康状態を維持しているが、同社は商品製造拠点を見直すなど、さらなる円安となった場合にも対応可能な体制の整備を進めている。Eコマースの売上高はオフロードバイク用品の拡充などから引き続き好調に推移すると見ているほか、実店舗でも、娯楽拠点としての機能充実や新品販売だけでなく、二輪車の整備、修理、点検などの需要に対応した体制整備を引き続き行う。さらにマックスフリップやダートフリークのブランド価値を生かした店舗展開に注力し、拡販を計画する。アジア拠点卸売事業については、新商品の投入や、パーツ販売店への直接販売の強化、店舗網の拡充といった各種施策の推進により増収増益を予想している。なお、取引先件数が拡大し、物流量が増加したことで、商品保管スペース確保の問題が発生したため、受注出荷業務の委託を検討している。インドネシアに関しては、周辺諸島を含めると市場拡大の余地は大きいことから、販路開拓を進める方針だ。

2024年12月期連結業績見通し(セグメント別)

(単位：百万円)

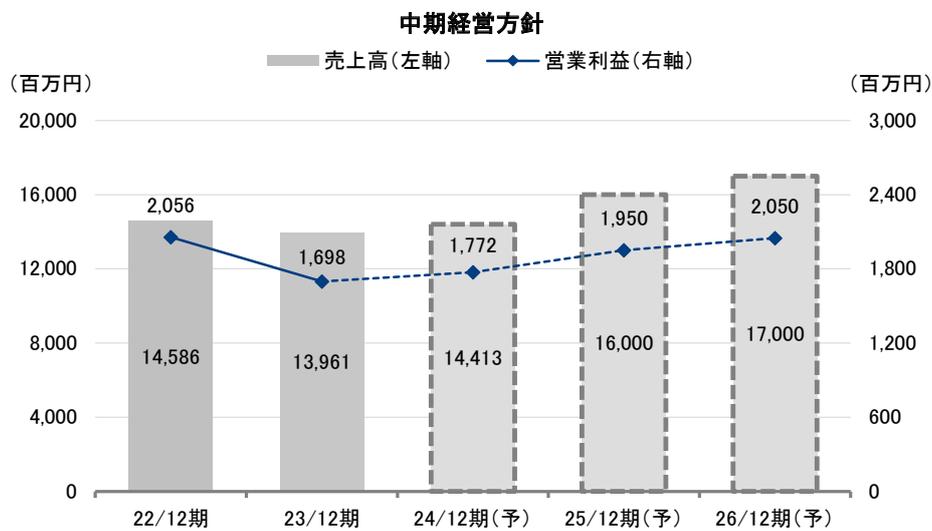
	23/12期		24/12期		前期比
	実績	売上比	予想	売上比	
売上高	13,961	100.0%	14,413	100.0%	3.2%
国内拠点卸売事業	10,362	74.2%	10,560	73.3%	1.9%
アジア拠点卸売事業	1,014	7.3%	1,197	8.3%	18.0%
小売事業	2,306	16.5%	2,452	17.0%	6.3%
その他	389	2.8%	318	2.2%	-18.4%
調整額	-112	-	-115	-	-
営業利益	1,698	12.2%	1,772	12.3%	4.4%
国内拠点卸売事業	1,261	12.2%	1,349	12.8%	6.9%
アジア拠点卸売事業	251	24.8%	263	22.0%	4.6%
小売事業	104	4.5%	147	6.0%	40.6%
その他	33	8.5%	38	11.9%	14.1%
調整額	47	-	-25	-	-

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

今後の見通し

2. 中期経営方針

2022年4月に創立50周年を迎えたことを踏まえ、2023年3月に3ヶ年の中期経営方針（2023年12月期～2025年12月期）を策定し、毎年調整を行うローリング方式で推進している。市場の変化に柔軟に対応できる「ファブレス型」メーカーの特徴を最大限に活用し、既存の二輪事業で勝ち残り、新事業へのチャレンジを継続して多角化を図ることで、100年企業を目指している。数値目標としては、2026年12月期連結売上高17,000百万円、営業利益2,050百万円を掲げている。



出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

経営方針としては、同社が属する二輪車市場の成熟や衰退といった将来の経営リスクを考慮し、新規事業へのチャレンジ・事業化として新領域での事業展開やM&Aを推進する。業績を伸ばすためのM&Aについては、対象会社がコロナ禍後に急成長したケースが多かったため、経営状況を見定めたうえで実施の判断を検討することとしており、当初計画よりも慎重な方針を設定した。しかしながら、国内市場での商品力・ブランド力を強化し、ユーザー支持率No.1ブランドとしての地位を確立するほか、インドネシアを中心に海外市場への展開を進め、世界のライダーに支持されるブランドを目指すことに変わりはない。さらに、共感・相互成長が期待できる、同業のみならず異業種企業とのグループ化や資本業務提携などにより、特に「趣味」の領域でシナジーを発揮し、連結売上高200億円以上を現実的に達成できる状態を目指す。

重点施策として以下の7点を掲げ、推進している。

(1) 国内拠点卸売事業：国内二輪車用品市場でのブランド確立

国内二輪車用品市場でユーザー支持率No.1ブランドを確立する。新商品開発や既存品改良に対してこれまで以上に経営資源を投下することで、より魅力ある商品を市場へ投入する。また、営業活動においてオンラインを活用するほか、ユーザーに動画で商品訴求を図るなど、効果的なコミュニケーションを推進する。

(2) 国内拠点卸売事業：適切な価格設定と管理コスト削減

仕入コストの上昇に伴い商品価値と価格のバランスを見直し、適切な価格設定にすることで、新商品開発や新規事業への積極的な投資に必要な利益を確保する。また、在庫や管理コストの削減に向けて、物流改善の責任者を設け、倉庫業務の効率化や仕入先との情報連携スキームを構築している。

(3) 海外市場展開

インドネシアでは大きく業績が向上したことから、海外戦略の第二弾としてフィリピンの現地法人を2024年2月に設立した。フィリピン市場において、インドネシアで培ったノウハウやビジネスモデルを活用し、重要な海外拠点として成長させるべくスキーム構築を進めている。

(4) サービス拠点の強化

直営店舗を「ライダーのためのサービス拠点」として強化する。若手エンジニアを採用し、整備・サービスの強化を図るほか、バイクライダーの不便解消に向けてレンタルガレージの展開を予定するなど、バイクライダーのコミュニティの場として進化させる。

(5) 二輪車アフターパーツ以外の領域拡大

2022年7月に新規事業部を設置し、既存事業に次ぐ収益の柱となる事業の確立を目指している。同事業部の売上構成比について、中期経営方針では12%程度、将来的には25%程度を二輪車アフターパーツ以外で構成できるよう投資する。

(6) M&Aによる事業の多角化

これまでの実績として、2017年にダートフリークと(株)プラス(2019年にダートフリークが吸収合併)を、2022年にはオーディーブレインを子会社化した。今後もさらなる顧客基盤の拡大に向けて、同社ブランドを確立している二輪車領域と二輪車周辺領域で、シナジーが見込める案件に対し、M&Aを積極的に検討する。

(7) サステナビリティ

将来にわたり二輪車を楽しめる豊かな自然環境や社会の実現は、同社の発展にとっても重要な取り組みとなる。同社グループ企業の使用電力は2023年12月も100%再生可能エネルギーを実現した。今後もコーポレートガバナンス・コードやSDGsを指針に社会貢献に取り組む。

SDGs への取り組み

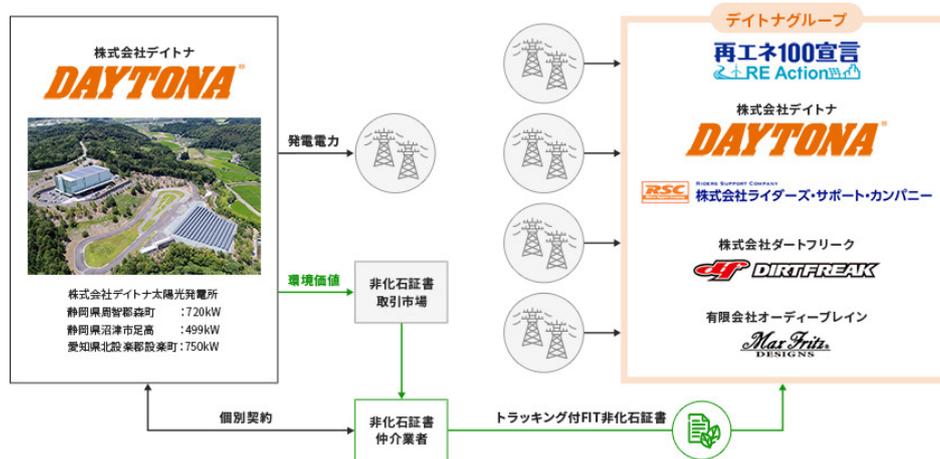
地域貢献：観光協会との観光パートナー協定による取り組みなどを展開

同社は SDGs に対しても積極的に取り組んでおり、化石燃料に代わる、または化石燃料使用量の軽減により環境へ貢献できる代替エネルギーの研究と、それを実用化するための商品開発などを行っている。SDGs の目標に則り、具体的に以下の取り組みを展開している。

(1) 自社太陽光発電設備から環境への取り組み

「7. エネルギーをみんなにそしてクリーンに」「11. 住み続けられるまちづくりを」「13. 気候変動に具体的な対策を」に対し、自社太陽光発電設備から取り組んでいる。具体的には、2021年2月に「再エネ100宣言 RE Action」に参加し、再生可能エネルギー事業の一環として自社太陽光発電設備で発電した電力を活用し、同社及びグループ企業で使用する電力を100%再生可能エネルギーで賄う取り組みを実行した。そのほか、2032年にFITが終了する同社本社の太陽光発電設備を継続運用することにより、「本社電力オフグリッド」を目指す。また、自社太陽光発電設備について、環境価値が付随した電力を安定して需要先に供給することや、自社設備を大規模停電時に起こる地域復興時の電力源として活用するための検討も進めている。なお、2021年11月に気候変動テックで脱炭素社会に貢献するアスエネと連携し、2022年6月にはアスエネの再生可能エネルギー100%電力を同社本社及びダートフリーク本社に導入し、ほかのグループ施設へは同社太陽光発電所トラッキング付非化石証書を割り当てることで、同社グループの全使用電力の脱炭素化を実現した。

自社太陽光発電を活用した脱炭素社会への取り組み



出所：同社ホームページより掲載

SDGs への取り組み

(2) 脱炭素エネルギー・化石燃料の代替燃料として水素生成装置開発の取り組み

「4. 質の高い教育をみんなに」「7. エネルギーをみんなにそしてクリーンに」「9. 産業と技術革新の基礎をつくらう」「11. 住み続けられるまちづくりを」「12. つくる責任つかう責任」に対し、新エネルギーの開発を行っている。具体的には、水素化ホウ素ナトリウム (SBH) によるオンデマンド水素生成装置や、オンデマンド水素生成による非常用エンジン発電機について、大学と共同で研究を進めている。そのほか、水素生成装置から出る副生成物をリサイクルすることで、SBH として再生する研究なども進めている。なお、水素ガス生成によるエンジン発電機においては、2021年4月に特許登録している（件名「水素ガス生成装置 並びにこれを適用した内燃機関 並びにこの内燃機関を駆動源とする発電機」）。

(3) 地域貢献：観光協会との観光パートナー協定による取り組み

「3. すべての人に健康と福祉を」「8. 働きがいも経済成長も」「11. 住み続けられるまちづくりを」「17. パートナーシップで目標を達成しよう」に対し、2019年8月より設楽町観光協会と観光パートナー協定を結び取り組みを行っている。2023年8月には（一社）渥美半島観光ビューロー（愛知県田原市）と観光パートナー協定を締結した。これは、プロモーション活動にあたり相互支援協力し、地域の活性化を図るとともに、バイクライダーへの情報発信、同社が掲げるバイク文化の創造を周知する取り組みを推進するものだ。具体的には、バイクライダーの楽しめる「こと」を田原市が企画・情報発信することで、バイクライダーの誘致を図る。また、同社側でも、渥美半島観光ビューローが目標としている「バイクライダーに優しい街」において住民のバイクライダーに理解を深めてもらうために、ダートフリークによるキッズ電動バイク体験などの企画を検討している。こうした取り組みにより持続可能な観光業を促進する。

(4) 使用済みオートバイアフターパーツ、純正部品再利用の取り組み

「9. 産業と技術革新の基礎をつくらう」「12. つくる責任つかう責任」「13. 気候変動に具体的な対策を」「17. パートナーシップで目標を達成しよう」に対し、通常廃棄される使用済みオートバイアフターパーツや純正部品を、パートナー会社並びにユーザーから仕入れ、同社のノウハウの下、適正な処理を施し顧客に活用してもらう取り組みを行っている。2024年からは商品パッケージを統合し、環境配慮素材へ移行する方針だ。

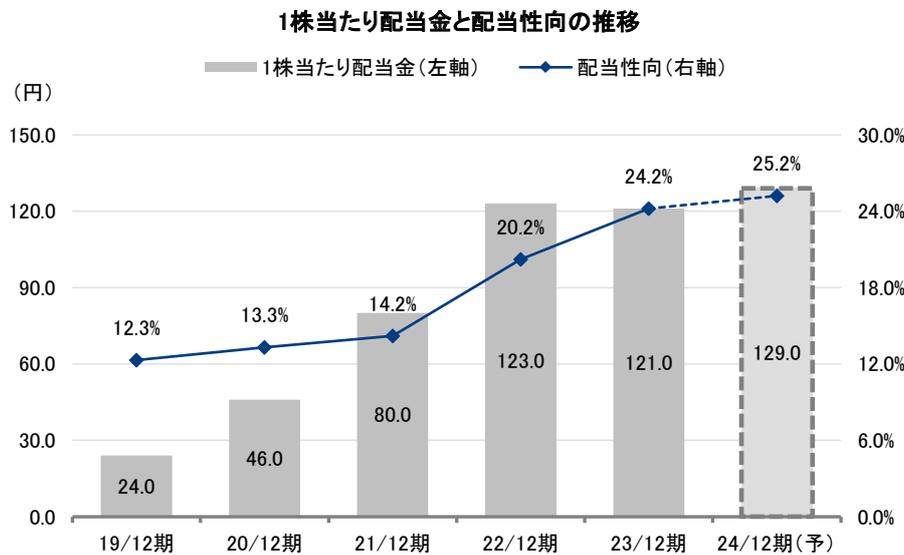
■ 株主還元策

2024年12月期の1株当たり配当金は 前期比8.0円増の129.0円を予想

1. 配当政策

同社は配当政策について、これまで単体の個別業績などを基準として決定していた。しかしながら連結子会社数の増加もあり、子会社の連結業績への影響度合いが高まりつつあること、今後もM&Aなどの投資を含めグループ全体での成長を推進する方針であること、決算開示情報との整合性を踏まえ、2022年8月に連結業績を基準とする配当政策に変更した。連結業績内容、今後の事業投資の見込み、投資回収状況などを総合的に勘案して利益還元を決定する方針である。

この基本方針に基づき、2024年12月期の1株当たり配当金については前期比8.0円増の129.0円（配当性向25.2%）を予想している。



注：21/12期の1株当たり配当金には50周年記念配当10.0円を含む
 出所：決算短信よりフィスコ作成

株主還元策

2. 株主優待

毎年12月31日時点で株主名簿に記録された100株以上を保有する株主に、保有株式数及び保有期間に応じた株主優待ポイントを付与し、食品、電化製品、ギフト、旅行・体験など5,000種類以上の商品と交換できる株主優待制度を設けている。同社は2024年2月に「株式会社デイトナ プレミアム優待倶楽部」サイトを開設、ポイント交換期間を設定したうえで受け付けている。

株主優待



優待ポイントを貯めて5,000種類以上の優待商品と交換！



出所：同社ホームページより掲載

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp