

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 >>>](#)

2025年3月24日(月)

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月期の業績概要	01
2. 2025年12月期の業績見通し	01
3. 中期経営方針	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
3. 事業領域	04
4. グループ企業	06
■ 強み	07
1. 商品企画	07
2. 開発体制	07
3. 物流体制及び販売ネットワーク	08
■ 事業環境	08
■ 業績動向	10
1. 2024年12月期の業績概要	10
2. セグメント別業績概要	11
3. トピックス	14
■ 今後の見通し	15
1. 2025年12月期の業績見通し	15
2. セグメント別業績見通し	16
3. 中期経営方針	18
■ SDGs への取り組み	20
■ 株主還元策	21
1. 配当政策	21
2. 株主優待	22

■ 要約

アジア拠点卸売事業が好調、国内事業は円安で苦戦するも徐々に成長

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。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月期の業績概要

2024年12月期の連結業績は、売上高14,578百万円（前期比4.4%増）、営業利益1,714百万円（同1.0%増）、経常利益1,743百万円（同0.3%減）、親会社株主に帰属する当期純利益1,208百万円（同2.3%増）となった。期初予想に対する達成率は、売上高は101.1%、営業利益は96.8%、経常利益は97.8%、親会社株主に帰属する当期純利益は99.5%となった。売上面では、主力の国内拠点卸売事業はライディングウェアやメンテナンス品の販売に加え、Eコマース販売も好調で前期比微増となった。アジア拠点卸売事業はインドネシア国内での販売網整備やブランド認知が進み、大きく成長した。利益面では国内拠点卸売事業では増収効果があったものの、円安の進行等による仕入価格上昇の影響を受け、セグメント利益はやや苦戦した。アジア拠点卸売事業は好調に推移し、小売事業は車検・整備にかかる利益が大きかった。

2. 2025年12月期の業績見通し

2025年12月期の連結業績は、売上高14,858百万円（前期比1.9%増）、営業利益1,610百万円（同6.1%減）、経常利益1,640百万円（同5.9%減）、親会社株主に帰属する当期純利益1,103百万円（同8.7%減）を見込む。利益面の減益予想はインドネシア子会社において2025年12月期より決算期の変更（12月末から9月末）を予定しているためである。売上高及びセグメント利益を12ヶ月ベースで見た場合の全体の業績予想は、売上高15,348百万円（同5.3%増）、営業利益1,760百万円（同2.6%増）と増収増益の予想である。主力の国内拠点卸売事業とアジア拠点卸売事業が引き続き業績のけん引役で、国内拠点卸売事業では仕入コストダウンにより顧客にとって手頃な価格で販売を行う計画だ。堅調なEコマースの伸びもあり、増収増益を見込んでいる。アジア拠点卸売事業はインドネシアでの取扱店舗拡大に続き、フィリピン現地法人での販売活動開始もあって、業績拡大への期待が大きい。

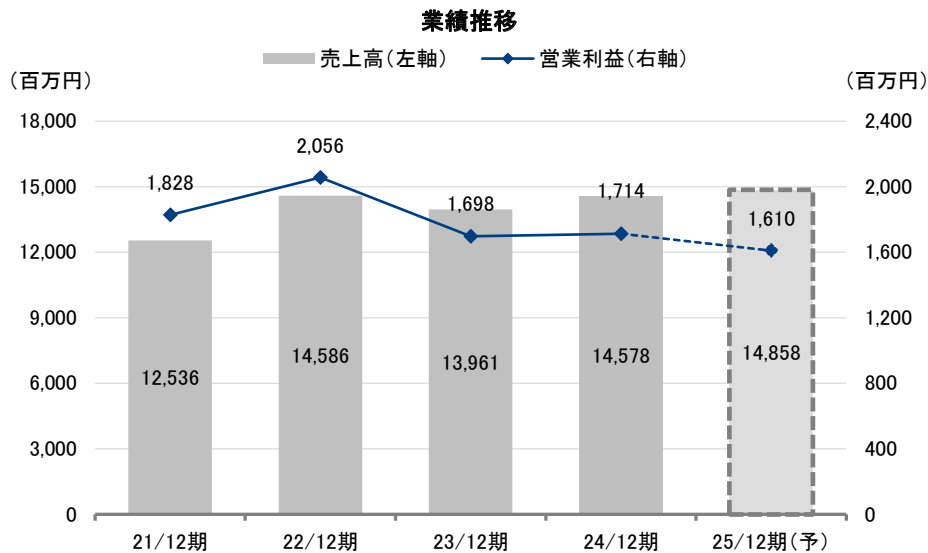
要約

3. 中期経営方針

2025年12月期より3ヶ年の新たな中期経営方針を策定し、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。「世界のライダーに支持されるブランドを目指し、取引先から必須の企業となる」「国内主要ジャンルでお客様支持率 No.1 を獲得、国内 No.1 のブランドとして勝ち残る」等これまでの中期経営方針における基本的なビジョンを継承しつつ、同社の中期的な成長を目指すうえでの指針となる数値目標や主要施策を定めている。数値目標は、2027年12月期連結売上高 17,170 百万円、営業利益 2,064 百万円を掲げている。主要施策では、主に国内拠点卸売事業における子会社を含めた E コマースの推進や、アジア拠点卸売事業におけるインドネシア拠点での直接販売先拡大、フィリピン拠点でのインドネシア成功事例の展開といった項目を挙げている。

Key Points

- ・ 2024年12月期は国内拠点卸売事業が円安影響下でも徐々に拡大、アジア拠点卸売事業は引き続き好調
- ・ 2025年12月期はインドネシア子会社の決算期変更により増収減益だが、12ヶ月ベースでは増収増益
- ・ 2027年12月期に連結売上高 17,170 百万円、営業利益 2,000 百万円台を目指す中期経営方針を策定



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。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「デイトナバイクウィーク」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、家庭菜園用のリンク式耕運機などを手掛けている。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。

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。ユーザーの嗜好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。

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し、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月より太陽光発電電売電事業を開始した。2024年2月には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、同年下期より本格展開している。

会社概要

沿革

年	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智郡に移転 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、プラスを吸収合併 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)、再生可能エネルギー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提供のみを目的にしていない点である。一例を挙げると、日本語の取扱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。このほか海外では、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。なかでも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（2025年12月期より海外統括・事業開発部に名称変更）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いる。

同事業では「E-MOBILITY グループ」が電動アシスト自転車を展開しており、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、前後機械式ディスクブレーキ、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けると弊社では考えている。

b) 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。また、太陽光発電所の運営も展開している。現在は「太陽光発電システム」を、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（500kW）、愛知県北設楽郡設楽町（750kW）にも設置している。

会社概要

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

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ズ」を関東圏に展開している。総合店のメリットを生かした商品構成により、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で、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・海外のオフロード向け二輪車部品・用品の企画・開発・卸販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。ヨツバモト(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。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広げると同時に、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月期より営業を開始した。

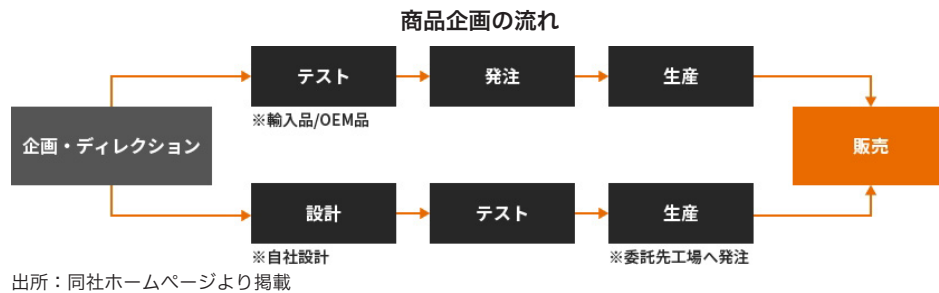
■ 強み

独自の企画力と開発力で、世界で最も支持されるブランドを目指す

当社には「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。

1. 商品企画

当社は、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、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。当社は「開発会員制度」という仕組みを導入している。これは実際に当社商品を使用しているライダーから使い心地や感想、改善点などの意見を聞き、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。「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。



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、安全な商品提供ができる。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。

強み

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・欧州・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で行えるシステムを構築している。

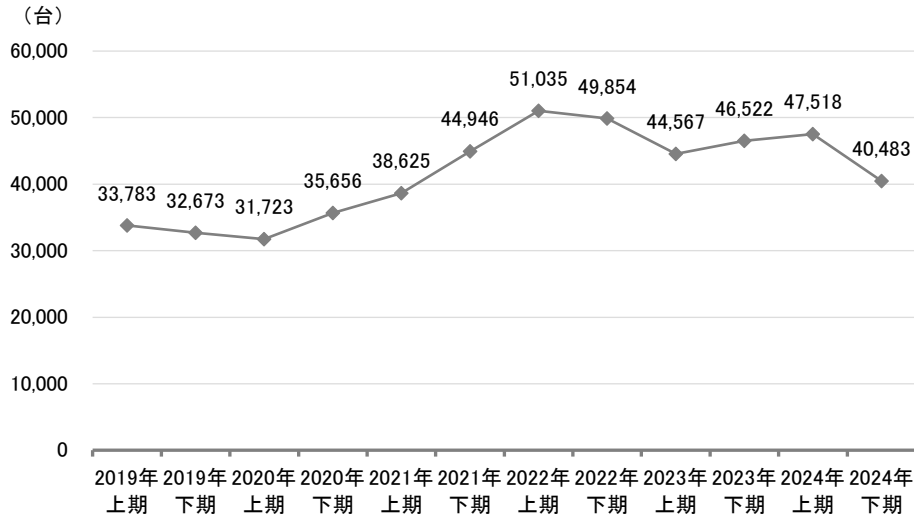
■ 事業環境

小型二輪車の新車販売台数は半期当たり4万台ペースを維持

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2024年の小型二輪車新車販売台数は前期比3.4%減の88,001台と前年に引き続き10万台を割り込んだ(2023年は91,089台)。半期毎の推移では2022年下期に減少に転じたものの、2023年下期からは復調を続けた。しかし2024年下期に再び落ち込みを見せた。総じて、ここ数年は半期ペースで4万台の水準をキープしている状況と言える。警察庁「運転免許統計」によると、2023年の大型二輪の運転免許証交付件数(併記のみ)は78,106件と、前年に続き減少した。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。

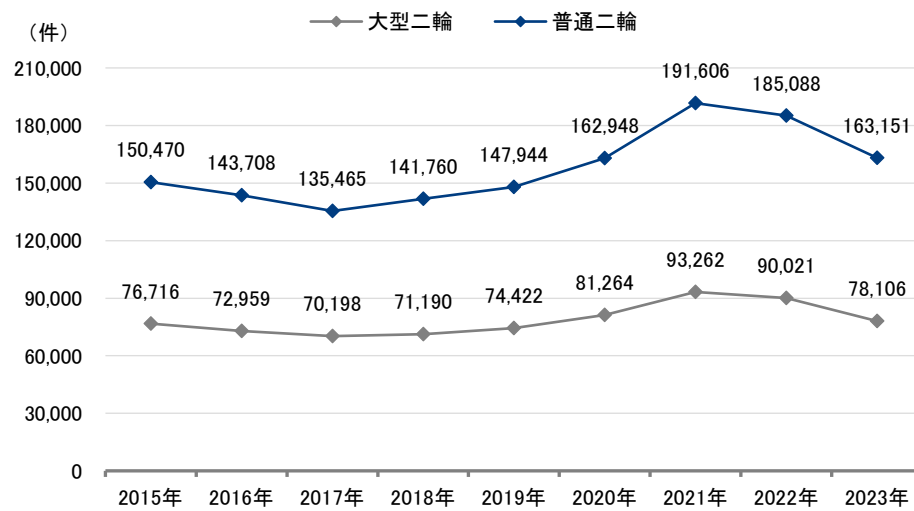
事業環境

小型二輪 新車販売台数



出所：全国軽自動車協会連合会「小型二輪 新車販売台数」よりフィスコ作成

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

事業環境

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やライフギアとして定着する可能性はあるだろう。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が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。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、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。

業績動向

2024年12月期は増収、営業増益。 アジア拠点卸売事業では大幅な増収増益

1. 2024年12月期の業績概要

2024年12月期の連結業績は、売上高14,578百万円（前期比4.4%増）、営業利益1,714百万円（同1.0%増）、経常利益1,743百万円（同0.3%減）、親会社株主に帰属する当期純利益1,208百万円（同2.3%増）となった。期初予想に対する達成率は、売上高は101.1%、営業利益は96.8%、経常利益は97.8%、親会社株主に帰属する当期純利益は99.5%と、売上高については予想を達成したものの、利益面ではわずかに未達となった。売上面では主力の国内拠点卸売事業は第1四半期に流通各社での在庫調整が続いた関係で低迷したものの、第2四半期以降は回復し、ライディングウェアやメンテナンス品の販売に加えEコマース向けも好調となったことで、同0.4%増の10,403百万円となった。アジア拠点卸売事業は前期に引き続き好調となった。インドネシア国内での販売網整備や広告宣伝等によるブランド認知が進み、同66.4%増の1,687百万円と大きく成長した。小売事業については、コロナ禍後の趣味の分散や猛暑期間の長期化等を背景にバイクのメンテナンス等の需要が減少し、来店客数が減少した。物価高による高価格帯商品の買い控えに対しては車検や整備ニーズへの対応でカバーしたが、同1.6%減の2,269百万円となった。その他事業では、太陽光発電事業では売電収入が微減となり、リユース販売事業でも前期を下回り、同19.5%減の313百万円となった。

利益面では、国内拠点卸売事業では第2四半期以降は回復傾向にあるものの、円安の進行等による仕入価格上昇の影響を受け、セグメント利益は前期比14.3%減の1,081百万円とやや苦戦した。アジア拠点卸売事業は好調な業績を受け、同64.7%増の414百万円と好調に推移、小売事業は車検・整備にかかる利益が全体を支え、同15.6%増の120百万円となった。その他事業は太陽光発電事業における売電収入減少に伴う費用支出の減少や、リユース販売事業における業務効率化の効果により同62.2%増の54百万円となった。

業績動向

2024年12月期連結業績概要

(単位：百万円)

	23/12期		期初計画	24/12期			
	実績	売上比		実績	売上比	前期比	計画比
売上高	13,961	100.0%	14,413	14,578	100.0%	4.4%	101.1%
国内拠点卸売事業	10,362	74.2%	-	10,403	71.4%	0.4%	-
アジア拠点卸売事業	1,014	7.3%	-	1,687	11.6%	66.4%	-
小売事業	2,306	16.5%	-	2,269	15.6%	-1.6%	-
その他	389	2.8%	-	313	2.2%	-19.5%	-
調整額	-112	-	-	-96	-	13.7%	-
営業利益	1,698	12.2%	1,772	1,714	11.8%	1.0%	96.8%
国内拠点卸売事業	1,261	12.2%	-	1,081	10.4%	-14.3%	-
アジア拠点卸売事業	251	24.8%	-	414	24.5%	64.7%	-
小売事業	104	4.5%	-	120	5.3%	15.6%	-
その他	33	8.5%	-	54	17.2%	62.2%	-
調整額	47	-	-	44	-	-7.0%	-
経常利益	1,749	12.5%	1,784	1,743	12.0%	-0.3%	97.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,181	8.5%	1,214	1,208	8.3%	2.3%	99.5%

出所：決算短信、決算補足説明資料よりフィスコ作成

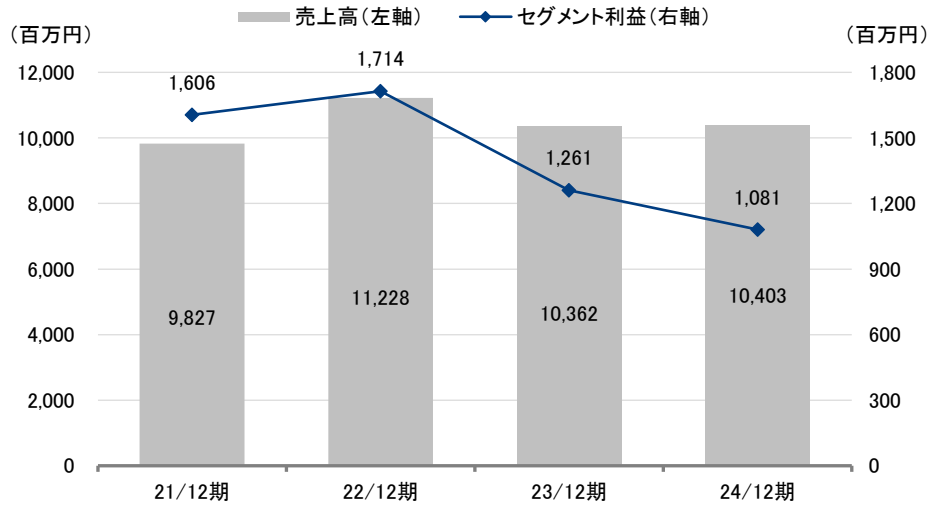
2. セグメント別業績概要

(1) 国内拠点卸売事業

売上高は10,403百万円（前期比0.4%増）、セグメント利益は1,081百万円（同14.3%減）となった。二輪車用品需要が控えめな状況で推移したほか、新商品投入が遅れたことにより、第1四半期は売上高が大きく落ち込んだ。二輪車用品は、コロナ禍においてバイクによるツーリングをはじめた初心者向け需要が一巡し、流通各社での在庫調整が継続していたが、第2四半期以降は徐々に需要が回復した。同社はヘルメット・モニター・ドライブレコーダー・アウトドア用品等の新商品を投入したほか、重点ジャンルとして、ライディングウェアやバッテリー等のメンテナンス用品に注力した。加えてEコマース向け販売が伸長し、業務用の小型発電機について複数の販路を開拓したことで売上面に寄与した。これらの結果、売上高は前期比微増で着地した。利益面では円安等を原因とする仕入価格の上昇が響いた。消費者の期待水準価格を超過した場合、売れ行きが大きく悪化するため、購買意欲に影響を与えないレベルでの価格反映に留まった。ほかにも、適時にセールを行うことで販売数を確保する戦術を採ったようだ。そのためセグメント利益率は同1.8ポイント減の10.4%となった。

業績動向

国内拠点卸売事業の業績推移

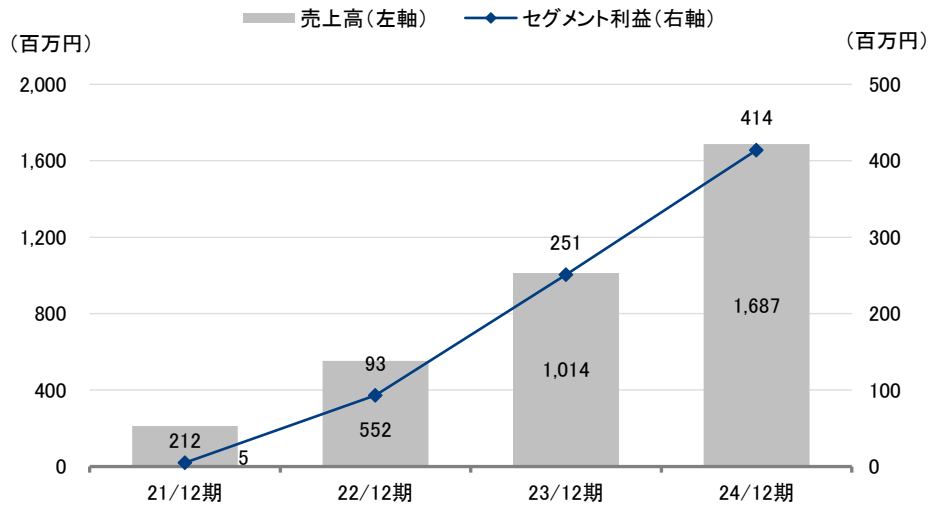


出所：決算短信よりフィスコ作成

(2) アジア拠点卸売事業

売上高は1,687百万円(前期比66.4%増)、セグメント利益は414百万円(同64.7%増)と、大幅に伸長した。インドネシア国内の販売網の整備やSNSでのインフルエンサーによるブランド告知によって、国内の若いライターの間に同社ブランドへの支持が広まり、売上増加につながった。新商品の投入も積極的に行い、目標としていた全体売上の10%を達成した。このほか売上増加の要因として、販売価格や物流が挙げられる。販売価格については、他社製品は現地での物価高により10%程度の値上げを行ったが、同社製品は3%程度の値上げに留めたことで顧客や販売店の支持を集めることができた。物流では、需要増加に対して、これまでの自社倉庫からの出荷を外部物流会社へのオペレーション委託に変更したことで、出荷から販売までの効率化が進み、物流改善に寄与した。この結果、インドネシア国内での同社製品の販売台数は633万台を達成し、前期比で11万台増加した。

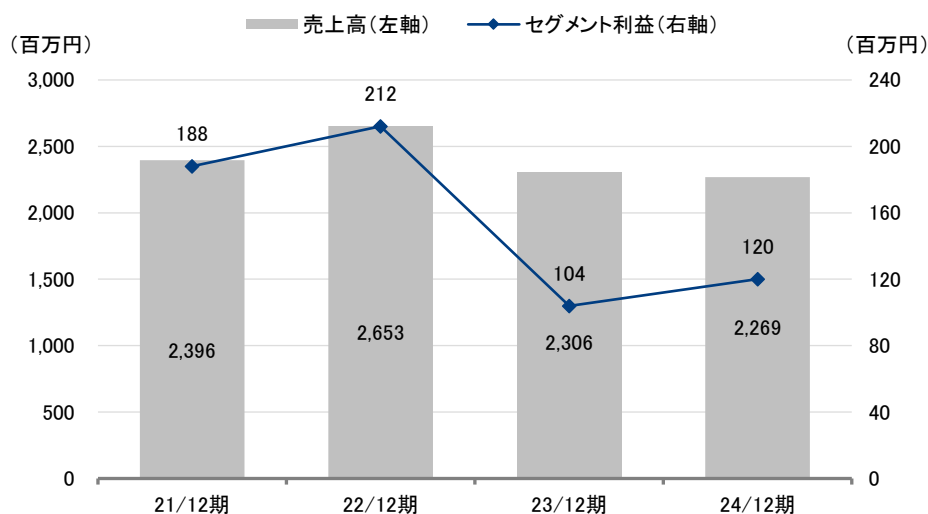
業績動向

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2,269百万円（前期比1.6%減）、セグメント利益は120百万円（同15.6%増）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、来店客数や買上点数の減少等の要因によりわずかに減収となった。同社はバイクの保有台数の増加を背景とした整備ニーズの高まりに着目し、車検や整備といったPIT作業への対応強化を図り、購買客数の減少をカバーした。結果として事業全体ではわずかに減収とはなかったが、2025年12月期以降の売上寄与が期待できる分野に成長しそうだ。利益面でも店頭で高額商品を中心に買い控えが広がるなか車検や整備サービスの成長が寄与し、増益となった。

小売事業の業績推移


出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

(4) その他

売上高は313百万円(前期比19.5%減)、セグメント利益は54百万円(同62.2%増)となった。太陽光発電事業では、日照時間がやや短かったことから売電収入が減収となったものの、その分費用支出が減ったことから、利益面では増益となった。リユース販売事業では利益改善に取り組み、仕入ルートの見直しや販売方法の改善を行った結果粗利率が改善し、減収ではあったものの増益となった。

3. トピックス

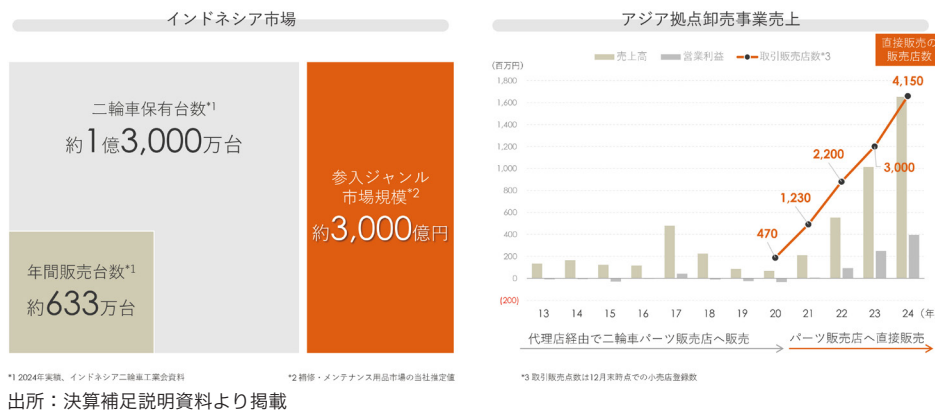
(1) フィリピン現地法人稼働

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。これまで営業開始に向けて販売網や販売拠点の整備を進め、同国北部・中部・南部で各1社の代理店と契約しており、これらの代理店経由で販売活動を行う。フィリピン国内では、インドネシア子会社で企画・開発した商品を現地のバイクパーツ販売店に直接販売する。企画・開発にかかるコストを抑制しつつ、これまで整備してきた販売網を使って販売活動を進める。2025年12月期の業績予想にも控えめながら織り込んでいるとのことだが、インドネシアで培ったノウハウを生かし、営業開始初年度でどこまでの成果が上げられるかが注目される。

(2) インドネシアが成長軌道に

インドネシア子会社の事業拡大が順調に進んでいる。アジア拠点卸売事業の業績状況については前述のとおりだが、その業績を支える直販先店舗数が2024年12月期末で4,150店に達した。2020年12月期末には470店であったことから、わずか4期で9倍近くまで店舗数が拡大したことになる。インドネシア国内では、従来は同社製品を現地の代理店経由で販売していたが、2020年よりパーツ販売店に直接販売する方式に変更し、積極的に店舗網の拡大を進めた。SNSでのインフルエンサーによるブランド認知のための活動もあって同社製品の知名度も格段に広まり、売上高は2024年12月期までの4期で約25倍に拡大した。同社では、インドネシア国内の補修・メンテナンス市場規模を約3,000億円と見積もっており、市場開拓の余地は大きいと考えている。なお、同社グループ全体では10年後にアセアン全体で100億円の売上を目指している。

インドネシア市場の成長

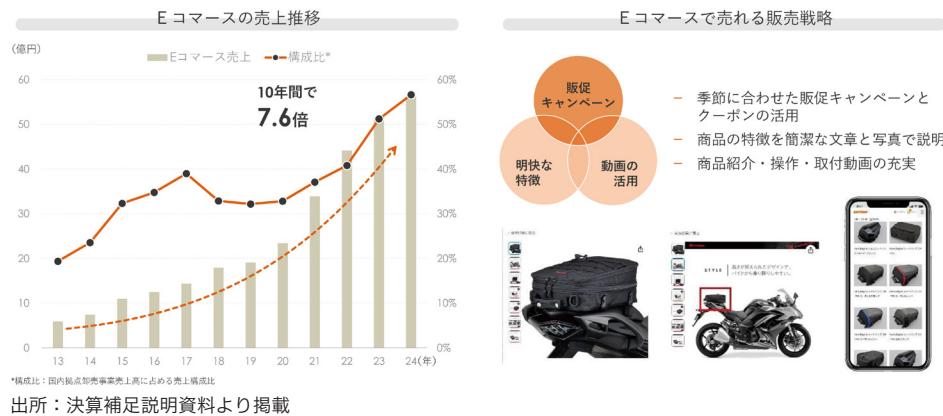


業績動向

(3) Eコマースの成長

同社のバイク用パーツ等は小売店での販売のほか、大手 EC モールやカー用品、バイク用品を取り扱う EC サイトで販売している。補修部品は、ダイレクトショップでも販売している。これらの E コマースに関する売上高は 2024 年 12 月期までの直近 10 年間で 7.6 倍に成長し、国内拠点卸売事業の 2024 年 12 月期売上高の 57% (5,900 百万円程度) を占める。E コマースに向けての同社の販売戦略は、(1) 季節に合わせた販促キャンペーンとクーポンの活用、(2) 商品の特徴を簡潔な文章と写真で説明、(3) 商品紹介・操作・取付動画の充実、の 3 点を挙げている。(2) と (3) は実物に触れることのできない EC サイトにおいて、顧客の訴求ポイントになったと考えられる。EC 取引全体の増加も背景に、今後も同社製品の販売強化のために重要なポジションを占めていくと考えられる。

Eコマースの売上推移と販売戦略



■ 今後の見通し

主力の国内拠点卸売事業とアジア拠点卸売事業が業績のけん引役

1. 2025年12月期の業績見通し

2025年12月期の連結業績は、売上高 14,858 百万円（前期比 1.9% 増）、営業利益 1,610 百万円（同 6.1% 減）、経常利益 1,640 百万円（同 5.9% 減）、親会社株主に帰属する当期純利益 1,103 百万円（同 8.7% 減）を見込む。利益面は減益予想となっているが、これはインドネシア子会社において 2025 年 12 月期より決算期の変更（12 月末から 9 月末へ）を予定しているためであり、アジア拠点卸売事業に関する連結対象の事業期間が 9 ヶ月となることによる。参考までに同事業の売上高及びセグメント利益を 12 ヶ月ベースで見た場合の全体の業績予想は、売上高 15,348 百万円（同 5.3% 増）、営業利益 1,760 百万円（同 2.6% 増）と増収増益予想となる。

今後の見通し

事業別では主力の国内拠点卸売事業とアジア拠点卸売事業が引き続き業績のけん引役となる。国内拠点卸売事業では売れ筋商品がリニューアル時期に差し掛かるため新商品とともに拡販に注力するが、2024年12月期の円安による仕入価格の上昇を踏まえ、原価のコストダウンが可能な仕入ルートの開拓により顧客にとって手頃な価格で販売する計画だ。また堅調なEコマースの伸びも期待され、増収増益を見込んでいる。アジア拠点卸売事業は、2024年12月期に続き好調な業績を見込む。インドネシアでの取扱店舗拡大に続き、フィリピン現地法人での販売活動開始もあって、業績拡大への期待が大きい。小売事業は、高価格帯商品の苦戦が2025年12月期も予想されることから減収減益を見込むが、引き続き車検や整備作業ニーズへの対応力を強化してバイクライダーのための拠点作りに注力し、物販部門の底上げにつなげる考えだ。

2025年12月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	24/12期		25/12期		
	実績	売上比	予想	売上比	前期比
売上高	14,578	100.0%	14,858	100.0%	1.9%
営業利益	1,714	11.8%	1,610	10.8%	-6.1%
経常利益	1,743	12.0%	1,640	11.0%	-5.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,208	8.3%	1,103	7.4%	-8.7%
1株当たり当期純利益(円)	509.35		464.69		

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. セグメント別業績見通し

(1) 国内拠点卸売事業

売上高は11,249百万円(前期比8.1%増)、セグメント利益は1,236百万円(同14.3%増)を見込む。2024年12月期に仕入価格の高騰や価格に敏感な顧客の購買行動に直面したことを踏まえ、円安状況の継続を前提に商品の製造・仕入ルートの見直しを行っている。商品は主に海外で製造し、仕入を行っているが、子会社のダートフリークと協力して製造元を開拓し、従来よりも低コストでの仕入が可能となる体制を確保した。販売価格については、セールを控えてデイトナのブランドを維持し、かつ顧客に手頃な価格を設定することで適正水準の利益を確保する方針である。これに従い、新商品や売れ筋商品のリニューアル品を展開することで増収増益を目指す。利益率は2024年12月期の10.4%から11.0%に改善する見込みである。新商品は、オリジナルのフルフェイスヘルメットや防水シューズ、ライディング用品が2024年12月期から好調で、同社は特にライディングウェアは伸びしろが大きいと考えているようだ。リニューアル商品については人気の無線通信機器やメンテナンス用品の伸びが期待されるほか、2024年12月期に販売が拡大した小型発電機の動向も注目される。2024年12月期に開拓した卸ルート(農業用やリース会社向け、及びホームセンター向け)の販売は商品ラインナップを増やして拡大する予定である。

今後の見通し

(2) アジア拠点卸売事業

2025年1月から9月までの期間として、売上高1,448百万円（前期比14.2%減）、セグメント利益217百万円（同47.6%減）を見込む。前期に続き、インドネシアにおける販売網の拡大や物流機能の強化に注力する。これまでに同社ブランドの認知が進んでおり、新商品の投入とブランドの訴求によって需要を喚起するとともに、販売網を広げることで顧客にリーチしやすい環境整備を進める。並行して物流機能の強化により円滑な商品の供給に努め、ブランド価値をさらに高める方針だ。フィリピンの現地法人は2024年下期より本格展開しており、現地での販売網の整備が進んでいる。インドネシア事業で培ったノウハウを駆使して業績に寄与することが期待される。

(3) 小売事業

売上高1,931百万円（前期比14.9%減）、セグメント利益108百万円（同10.7%減）を見込む。これまで進めてきた「サービス拠点の強化」を継続する。直営店舗を車両のメンテナンス拠点としてだけでなくバイクライダークommunityの場とすべく、レンタルガレージ運営、各種SNSでの情報発信、コミュニティサイトの運営等を行う。物価高を背景として、特に高額商品の売れ行きが引き続き厳しい状況が続くことが予想されるが、サービス面の強化でその穴を埋めつつ、集客効果を物販面の業績向上にも反映させる。

(4) その他

売上高334百万円（前期比6.4%増）、セグメント利益71百万円（同31.4%増）を見込む。売上面では2024年12月期の減収分がやや持ち直す見込みで、利益面ではリユース販売事業における利益率向上施策を引き続き推進し、前期比でさらなる増益を図る。

2025年12月期連結業績見通し（セグメント別）

（単位：百万円）

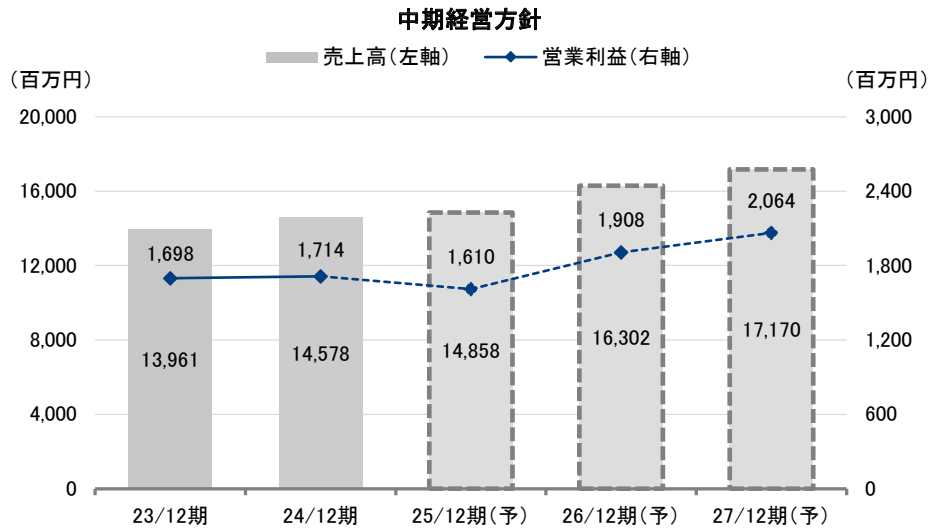
	24/12期		25/12期		
	実績	売上比	予想	売上比	前期比
売上高	14,578	100.0%	14,858	100.0%	1.9%
国内拠点卸売事業	10,403	71.4%	11,249	75.7%	8.1%
アジア拠点卸売事業	1,687	11.6%	1,448	9.7%	-14.2%
小売事業	2,269	15.6%	1,931	13.0%	-14.9%
その他	313	2.2%	334	2.2%	6.4%
調整額	-96		-104		
営業利益	1,714	11.8%	1,610	10.8%	-6.1%
国内拠点卸売事業	1,081	10.4%	1,236	11.0%	14.3%
アジア拠点卸売事業	414	24.5%	217	15.0%	-47.6%
小売事業	120	5.3%	108	5.6%	-10.7%
その他	54	17.2%	71	21.3%	31.4%
調整額	44		-20		

出所：決算短信、決算補足説明資料よりフィスコ作成

今後の見通し

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（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。2025年12月期においては新たな中期経営方針（2025年12月期～2027年12月期）を定めた。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。「世界のライダーに支持されるブランドを目指し、取引先から必須の企業となる」や、「国内主要ジャンルでお客様支持率 No.1 を獲得、国内 No.1 のブランドとして勝ち残る」等これまでの中期経営方針におけるビジョンを継承しつつ、同社の中期的な成長を目指すうえでの指針となる数値目標や主要施策を定めている。数値目標は、2027年12月期連結売上高 17,170 百万円、営業利益 2,064 百万円を掲げている。



出所：決算短信、決算補足説明資料よりフィスコ作成

国内拠点卸売事業は特に成長率の高いEコマースのさらなる成長を目指し、実店舗販売を補完する存在として強化するとともにブランド価値を高めるため、顧客との重要な接点の1つとして発展させる。アジア拠点卸売事業はインドネシアの強化に加え、新たな拠点となったフィリピンの成長に注力する。その後はベトナムなどのその他のアセアン地域に勢力を拡大し、10年後には同地域で100億円の売上を目指す。

重点施策として以下の5点を掲げ、推進している。

(1) 国内拠点卸売事業：「国内主要 12 ジャンルでユーザー支持率 No.1 獲得」を目指す

「国内二輪車用品市場でユーザー支持率 No.1 ブランド」を確立すべく、「国内の主要な 12 ジャンルでユーザー支持率 No.1 を獲得」を目指す。同社が把握できる用品店や E コマースの購買データから自社のシェアを推定し、「No.1 維持ジャンル」と「No.1 候補ジャンル」に分け、前者は既に獲得したシェアトップの座の維持、後者はシェアトップを狙うものだ。「No.1 維持ジャンル」には、リアボックス・レーダー探知機・電子機器マウント・ブレーキパッド・USB 電源供給・オイルフィルターといったアイテムが並ぶ。「No.1 候補ジャンル」は、ツーリングバッグ・ボディカバー・ドライブレコーダー・エンジンガード・工具類・プロテクター・ミラーが対象となる。同社では社員自身がライダーとして欲する感性や、店舗での販売データ、ライダーへのヒアリングを元に商品企画・開発を行っているが、「No.1 維持 / 候補ジャンル」のアイテムはこれら条件にマッチしており、今後も同様にデータを元に仮説と検証を繰り返しながら新商品の開発や既存商品のリニューアルを行い、シェアの維持やシェアアップを図る。

(2) 国内拠点卸売事業：オフロードバイク用品の E コマース強化

同社及びオフロードバイク商品の E コマース販売を行うダートフリークとの協力により、E コマース販売を強化する。同社が有するノウハウやビジネス上のネットワークをダートフリーク向けに活用するほか、EC サイト上での商品の特徴や操作方法等を写真・動画付きで詳しく説明するといった共通の対応を図ることで、両社の EC 売上比率を高める。現在の EC 売上比率は同社単体で 67%、ダートフリークは 27% であるが、これらの比率を高める。ダートフリークについては 2027 年 12 月期の EC 売上比率を約 50% にまで押し上げる目標を掲げている。

(3) 国内拠点卸売事業：MaxFritz の新規出店と E コマース強化

MaxFritz は子会社であるオーディーブレインが販売するバイクウェアブランドである。日本国内に 7 店舗(直営・FC 店含む)を展開するほか、大手 EC モールをはじめとしてバイク用品を取り扱う EC サイトにてオンライン販売を行っている。中期経営方針では、東京都大田区に直営店を開設(2025 年 4 月予定)するほか、E コマースの強化を図る。デイトナ本社の持つデザイン力や商品開発力をオーディーブレインのデザイナーやパートナーの実力養成に生かし、さらにデイトナの E コマースにおける販路や宣伝手法を活用することでリアル及び EC 店舗双方での売上向上を図る。オーディーブレインは、今後は実店舗を地方中核都市に積極的に出店していく。実店舗を展開することで商品を試着できるメリットを生かし、EC 販売との相乗効果を狙う。また、ライディングギアの売上は年々右肩上がりに上昇しており、2025 年には約 1,200 百万円程度にまで伸びる見込みである。

(4) アジア拠点卸売事業：インドネシアでの直接販売先の拡大

引き続きインドネシア国内の店舗網を拡大する。同社が直接販売するバイクパーツ販売店を年間 700 店舗増やし、2027 年 12 月期に 5,500 店舗を目標とする。併せて取扱アイテム数を増やし、2027 年 12 月期には 2023 年 12 月期比 1.5 倍の 600 アイテムを展開することで、売上高は 2,400 百万円、経常利益は 480 百万円を目指す。

(5) アジア拠点卸売事業：フィリピンにおいてインドネシアの成功例を横展開

フィリピン国内において、インドネシア子会社で企画・開発した商品をバイクパーツ販売店に直接販売することで商品企画や開発にかかる初期コストを抑制し、利益率を高める。販売実績を見ながら、将来はフィリピン国内でも企画・開発を行う。フィリピン国内の二輪車販売台数は 155 万台で、マーケット規模はインドネシアの約 30% となるほか、インドネシアと国境を接し自然環境も似通うことから、インドネシアでの実績をベースに展開するうえでは最適と考えられる。

SDGs への取り組み

地域貢献として観光パートナー協定をさらに拡大

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て自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。自社太陽光発電設備については、環境価値が付随した電力の安定供給や、自社設備を大規模停電時後の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、2022 年 6 月にはアスエネ（株）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。

(2) 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。同社も、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、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。また 2024 年は、静岡県の磐田市観光協会及び新潟県魚沼市の（一社）魚沼市観光協会など合わせて 8 つの観光協会等の間で観光パートナーシップ協定を締結した。これまでの観光パートナー協定と同様に、バイクライダーからの情報発信を促す活動やバイクライダーのマナー向上に資する安全安心な商品情報の発信等を行う。

(3) 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ろう」「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. パートナリ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やユーザーから仕入れ、適正な処理を施したうえで顧客に活用してもらう取り組みを行っている。

株主還元策

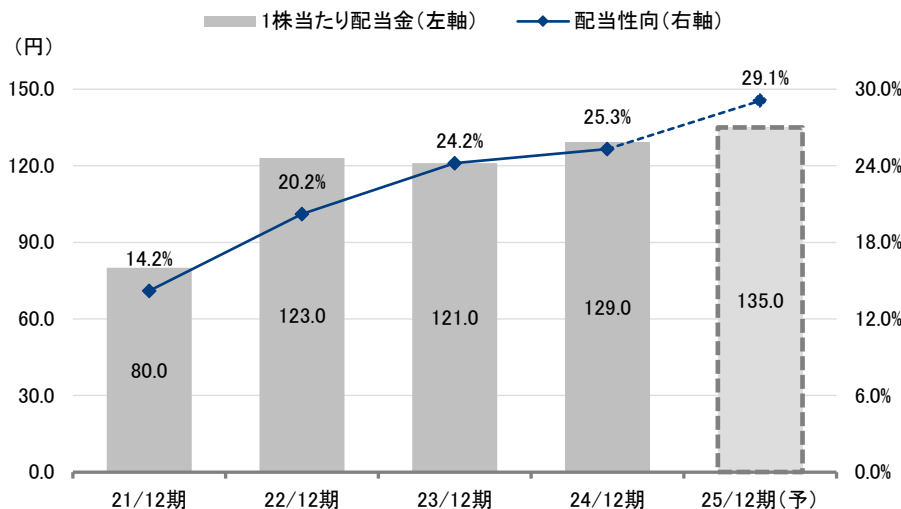
2025年12月期の1株当たり配当金は 前期比6.0円増の135.0円を予定

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25.3%）とした。2025年12月期の1株当たり配当金については同6.0円増の135.0円を予定し、配当性向は29.1%となる見込みである。

1株当たり配当金と配当性向の推移



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

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2,000点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。

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