

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 9 月 12 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. 2025 年 12 月期中間期の業績概要	01
2. 2025 年 12 月期の業績見通し	01
3. 中期経営方針の進捗状況	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	06
1. 商品企画	06
2. 開発体制	07
3. 物流体制及び販売ネットワーク	07
■ 事業環境	08
■ 業績動向	10
1. 2025 年 12 月期中間期の業績概要	10
2. セグメント別業績概要	11
■ 今後の見通し	14
1. 2025 年 12 月期の業績見通し	14
2. セグメント別業績見通し	15
3. 中期経営方針の進捗状況	17
■ SDGs への取り組み	19
■ 株主還元策	20
1. 配当政策	20
2. 株主優待	21

要約

国内拠点卸売事業が好調、アジア拠点卸売事業も順調に成長

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. 2025 年 12 月期中間期の業績概要

2025 年 12 月期中間期の連結業績は、売上高 7,356 百万円（前年同期比 7.6% 増）、営業利益 851 百万円（同 10.6% 増）、経常利益 870 百万円（同 9.5% 増）、親会社株主に帰属する中間純利益 586 百万円（同 5.9% 増）となった。期初予想（中間期）比では、売上高は 102.1%、営業利益は 115.4%、経常利益は 115.0%、親会社株主に帰属する中間純利益は 113.3% と、売上高・利益面ともに予想を上回り、特に利益面の好調さが目立った。売上面では、主力の国内拠点卸売事業は高価格帯商品の販売に苦戦するも、商品流通面の正常化や、普及価格帯商品の販売強化等により同 6.5% 増の 5,073 百万円と堅調に伸長した。アジア拠点卸売事業では、インドネシアでの二輪車販売台数の伸びを背景に、キャストホイールやブレーキ関連部品等の新商品投入が奏功して大きく売上を伸ばし、同 34.5% 増の 1,111 百万円となった。小売事業では、消費行動の変化により来店客数が減少するも、車検や修理等の PIT サービスに対する需要が堅調に推移し、同 6.0% 減の 1,055 百万円となった。セグメント利益は、国内卸売事業が仕入コストを抑えた新商品投入や、広告宣伝費の削減により同 11.1% 増の 472 百万円、アジア拠点卸売事業が増収効果により同 11.5% 増、小売事業が PIT サービスの強化やリアル店舗の効率的な運用体制を構築したことで同 23.6% 増となった。

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）を見込み、期初の業績予想を据え置いた。2025 年 12 月期はインドネシア子会社において決算期の変更（12 月末から 9 月末）を予定している。この変更に伴い同子会社の連結対象期間が 9 ヶ月間となるため、減益予想となっている。なお同子会社決算を 12 ヶ月間に換算した場合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 2.7% 増）と増収増益予想となる。上期の好調さは下期に向けても継続する見通しである。特に、国内拠点卸売事業やアジア拠点卸売事業は引き続き伸長が見込まれることから、業績予想達成の確度は高いと弊社は見ている。事業別では、主力の国内拠点卸売事業は円安に対応した新商品の継続投入や E コマースの推進、アジア拠点卸売事業は、インドネシアでの直接販売先の拡大による販路拡大や、新商品の積極投入によるデイトナブランド人気を生かした販売促進、フィリピン子会社では初年度の業績目標達成に向けて販路拡大等の施策を進める。小売事業では PIT サービスを推進し、リアル店舗ならではの付加価値向上策を展開することで業績面の維持向上を図る。

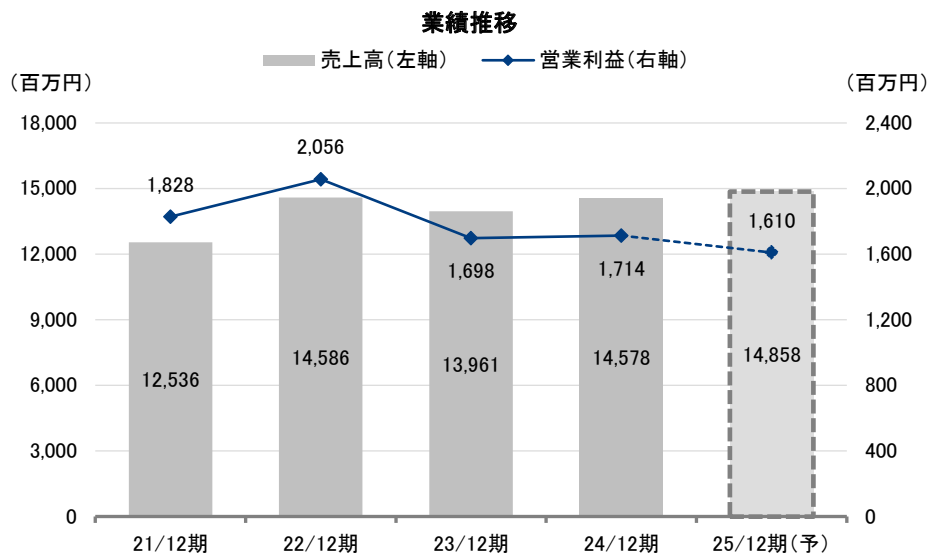
要約

3. 中期経営方針の進捗状況

2025 年 12 月期より始まる 3 ケ年の中期経営方針では、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るとともに、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 年企業を目指すとしている。「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」など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。主要施策として、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、顧客ニーズを敏感に捉えた新商品の継続的な投入、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取り組みを順調に進めている。

Key Points

- ・ 2025 年 12 月期中間期は堅調、特に利益面で国内拠点卸売事業のほか各事業で増益を確保
- ・ 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 ヶ月間換算ベースでは増収増益
- ・ 現中期経営方針については主要施策を順調に進めている



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とどまらず、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。

デイトナ

7228 東証スタンダード市場

2025 年 9 月 12 日 (金)

<https://corporate.daytona.co.jp/ir/>

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
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
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 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 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、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る点である。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

海外統括・事業開発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、デザイン性を融合す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てると弊社では考えている。

b) その他

海外統括・事業開発部内の「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、「新エネルギー開発グループ」では太陽光発電所の運営も展開している。「太陽光発電システム」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 (500kW)、愛知県北設楽郡設楽町 (750kW) にも設置している。

デイトナ | 2025 年 9 月 12 日 (金)
7228 東証スタンダード市場 | <https://corporate.daytona.co.jp/ir/>

会社概要

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

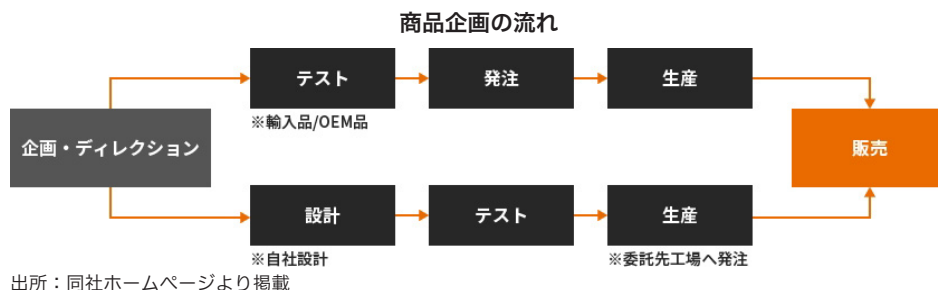
独自の企画力と開発力で、世界で最も支持されるブランドを目指す。
同社には「商品企画」「開発体制」「物流体制」「販売ネットワーク」の 4 つのアドバンテージがある

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、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。これは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、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。

デイトナ | 2025 年 9 月 12 日 (金)
7228 東証スタンダード市場 | <https://corporate.daytona.co.jp/ir/>

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。

3. 物流体制及び販売ネットワーク

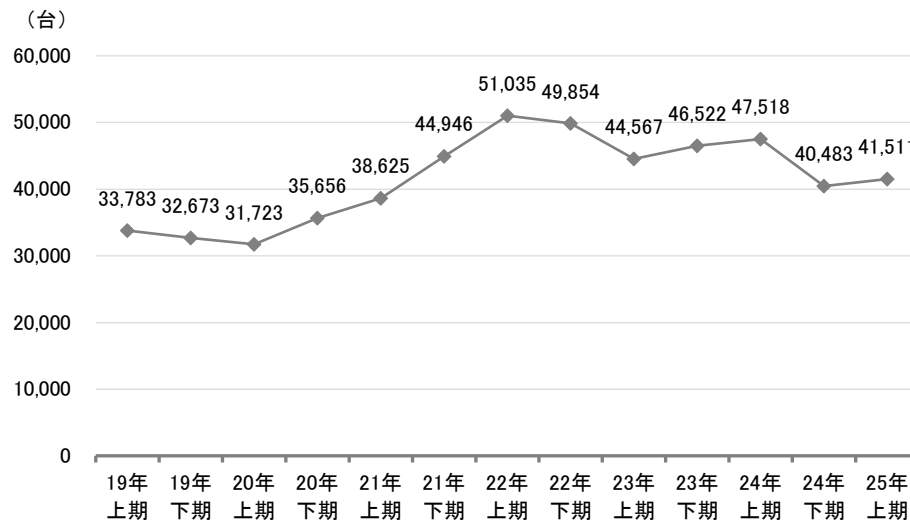
本社内物流倉庫では、すべての物流管理がトータルで運営され、正確でスピーディな物流ネットワークを確立している。流通倉庫内ではロケーションを管理し、人の動きの無駄をなくした効率的なピッキングと正確な出荷を実現している。販売ネットワークは、グループ企業のライダース・サポート・カンパニーが運営する「ライコランド」2 店舗をはじめ、日本全国に約 4,000 店舗のバイクショップ・用品ショップを構えている。海外では、北米・欧州・アセアン地域でディストリビューターネットワークを拡大中である。同社のホストコンピュータとダイレクトに連携し、在庫照会・発注・発注履歴・出荷履歴・バックオーダーの確認などがリアルタイ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）。半期ごとの推移では、2020 年に始まったコロナ禍で安心な移動手段としての需要から急伸した。2022 年以降はレジャー需要への変遷に伴い上下動を続けるも、2025 年上期にブームの再来と見られる兆候があり、前半期比 1,000 台超の 41,511 台となった。マクロ的な目線では、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いえる。警察庁「運転免許統計」によると、2024 年の大型二輪の運転免許証交付件数（併記のみ）は 73,492 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、2024 年は 157,238 件とさらに減少した。各種参考指標は通年で見ると減少しているが、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堅調なことを踏まえると、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 新車販売台数

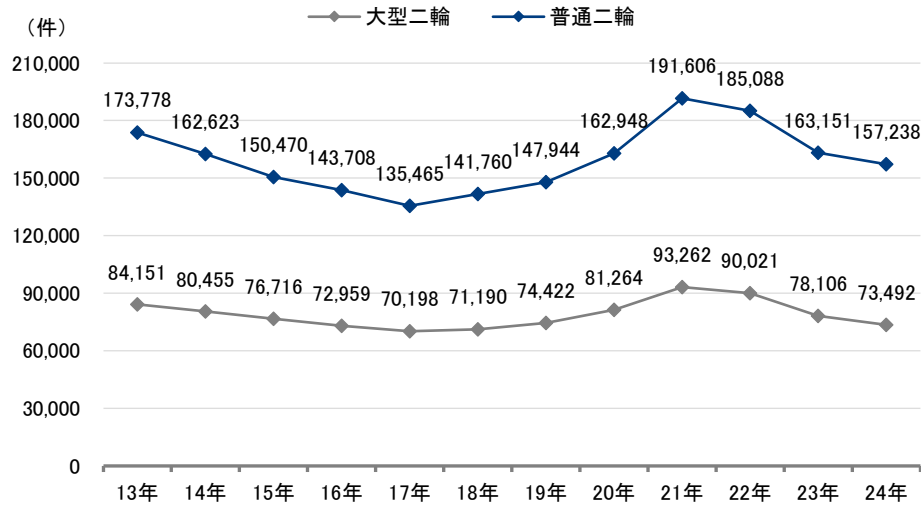


出所：全国軽自動車協会連合会「小型二輪 新車販売台数」よりフィスコ作成

デイトナ | 2025 年 9 月 12 日 (金)
7228 東証スタンダード市場 | <https://corporate.daytona.co.jp/ir/>

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たほか、「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气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

2025 年 12 月期中間期は増収増益、国内拠点卸売事業やアジア拠点卸売事業で新商品投入が寄与

1. 2025 年 12 月期中間期の業績概要

2025 年 12 月期中間期の連結業績は、売上高 7,356 百万円（前年同期比 7.6% 増）、営業利益 851 百万円（同 10.6% 増）、経常利益 870 百万円（同 9.5% 増）、親会社株主に帰属する中間純利益 586 百万円（同 5.9% 増）となった。期初予想（中間期）比では、売上高は 102.1%、営業利益は 115.4%、経常利益は 115.0%、親会社株主に帰属する中間純利益は 113.3% と、売上高・利益面ともに予想を上回り、特に利益面の好調さが目立った。売上面では、主力の国内拠点卸売事業は高価格帯商品の販売が前期に引き続き伸び悩んだが、商品流通面の正常化や、普及価格帯商品の販売強化等により同 6.5% 増の 5,073 百万円と堅調に伸長した。アジア拠点卸売事業は、インドネシアで 1 ヶ月の二輪車販売台数が日本国内の年間販売台数を上回るほど市場が拡大しているなか、キャストホイールやブレーキ関連部品等の新商品を投入して大きく売上を伸ばし、同 34.5% 増の 1,111 百万円となった。小売事業は、消費行動の変化により来店客数が緩やかに減少するも、車検や修理等の PIT サービスに対する需要が堅調に推移したことで同 6.0% 減の 1,055 百万円となった。その他事業は同 2.7% 減の 167 百万円となったが、期初予想は上回った。

利益面では、各事業ともに増益を確保した。国内卸売事業は円安に対応した新商品の投入により仕入コストを抑制したことや、広告宣伝費の削減によりセグメント利益は同 11.1% 増の 472 百万円となった。アジア拠点卸売事業は増収効果によりセグメント利益が同 11.5% 増の 258 百万円となった。小売事業は、PIT サービスの強化やリアル店舗の効率的な運用体制を構築したことで、セグメント利益は同 23.6% 増の 69 百万円となった。その他についてはリユース販売事業における収益重視の販売方法への転換が奏功、人員増強を図りながらも増益を確保し、セグメント利益は同 7.4% 増の 31 百万円となった。

業績動向

2025 年 12 月期中間期連結業績概要

(単位：百万円)

	24/12 期中間期			25/12 期中間期			
	実績	売上比	期初予想	実績	売上比	前年同期比	期初予想比
売上高	6,838	100.0%	7,207	7,356	100.0%	7.6%	102.1%
国内拠点卸売事業	4,765	69.7%	5,208	5,073	69.0%	6.5%	97.4%
アジア拠点卸売事業	826	12.1%	926	1,111	15.1%	34.5%	120.0%
小売事業	1,122	16.4%	961	1,055	14.3%	-6.0%	109.8%
その他	172	2.5%	163	167	2.3%	-2.7%	102.8%
調整額	-47	-	-51	-51	-	-	-
営業利益	769	11.2%	738	851	11.6%	10.6%	115.4%
国内拠点卸売事業	425	8.9%	504	472	9.3%	11.1%	93.7%
アジア拠点卸売事業	231	28.1%	160	258	23.3%	11.5%	161.5%
小売事業	56	5.0%	51	69	6.6%	23.6%	137.0%
その他	29	17.2%	36	31	19.0%	7.4%	88.6%
調整額	26	-	-13	18	-	-	-
経常利益	795	11.6%	757	870	11.8%	9.5%	115.0%
親会社株主に帰属する 中間純利益	554	8.1%	518	586	8.0%	5.9%	113.3%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

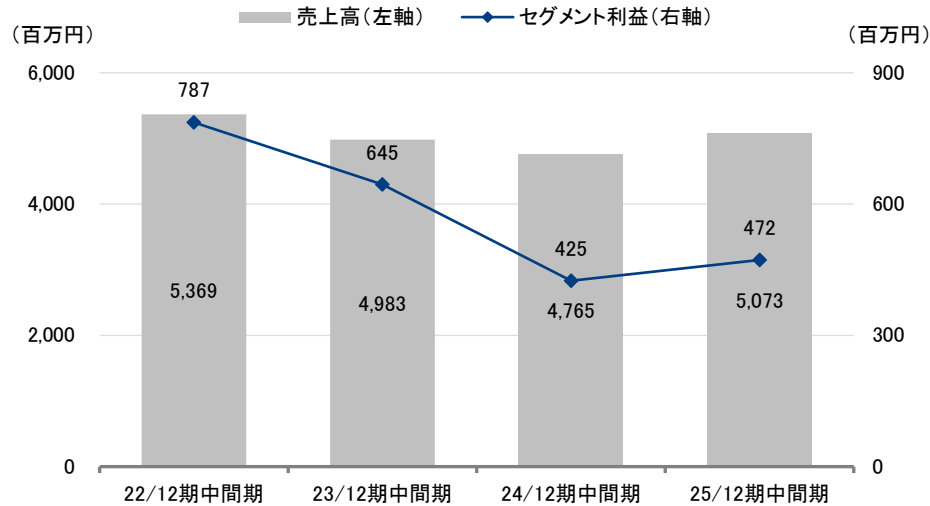
2. セグメント別業績概要

(1) 国内拠点卸売事業

売上高は 5,073 百万円（前年同期比 6.5% 増）、セグメント利益は 472 百万円（同 11.1% 増）となった。本中間期においては、前期に見られたような流通業者での一時的な在庫調整はなく、販売面での制約はなかった。しかし、前期に引き続き高価格帯商品の売れ行きが伸び悩み、普及価格帯商品であるウェア、シューズ等のライディングギアやバッテリー等の補修消耗品の販売に注力した。新商品としてはライディングギアや補修部品、インターコム等を投入したが、円安に対応するため製造国を見直すことで仕入コストを削減して競合他社比優位な価格設定を実現し、EC 販売を推進した。同社では E コマースの強化策として、EC サイトでの販売データの分析や、各種イベント等のライダーとの触れ合いの場を通じて意見収集等を実施している。こうした取り組みにより、顧客のニーズにマッチした新商品開発を行うとともに、魅力的な価格設定を実現し、販売強化に努めた。同社によれば、新商品は 2024 年 12 月期比で 1.5 倍程度の売れ行きを示しているようで、今後も増収の伸びしろとして期待できる。その他ではアウトドア用品や発電機の販売が堅調に推移し増収につながった。利益面では増収効果に加えて、広告宣伝費の抑制効果等により、同 11.1% 増と増益となった。

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

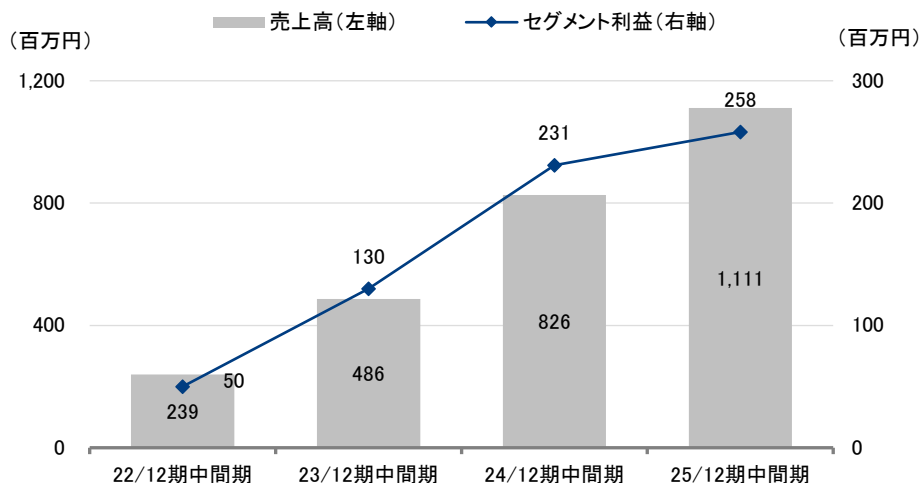
(2) アジア拠点卸売事業

売上高は1,111百万円（前年同期比34.5%増）、セグメント利益は258百万円（同11.5%増）となった。インドネシア子会社では自動二輪車市場の拡大を背景に、売上・利益とも順調に伸びている。既存商品に加え、2025年12月期から投入したキャストホイールやブレーキ関連部品の売れ行きが好調で、売上全体の15%以上を占めるなど、販売増に寄与した。キャストホイールについては以前からスクーター向け商品の販売実績があったが、今回はバイク向け商品を追加した。ブレーキ関連部品については、顧客や代理店からも商品化を求められるなか、現地で商品価格に見合った仕入先を開拓できたこともあり、同社オリジナル商品として販売することとなった。デイトナブランドであることに加え、現地のニーズにマッチしたこともあって売れ行きは好調だ。また、ハイパフォーマンスではないものの、新たに一般補修品ブランド「DURA」を立ち上げて商品バリエーションを拡大したことも業績に寄与した。2024年2月に設立したフィリピン子会社は2025年12月期から営業活動を本格化し、大手代理店との取引推進による販路拡大から販売実績が伸長している。インドネシア子会社と同様に、ソーシャルメディアを活用したマーケティング活動を進めることでデイトナブランドの認知度向上策も進めており、これらの施策が売上拡大の両輪として順調に機能している。

デイトナ | 2025 年 9 月 12 日 (金)
7228 東証スタンダード市場 | <https://corporate.daytona.co.jp/ir/>

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

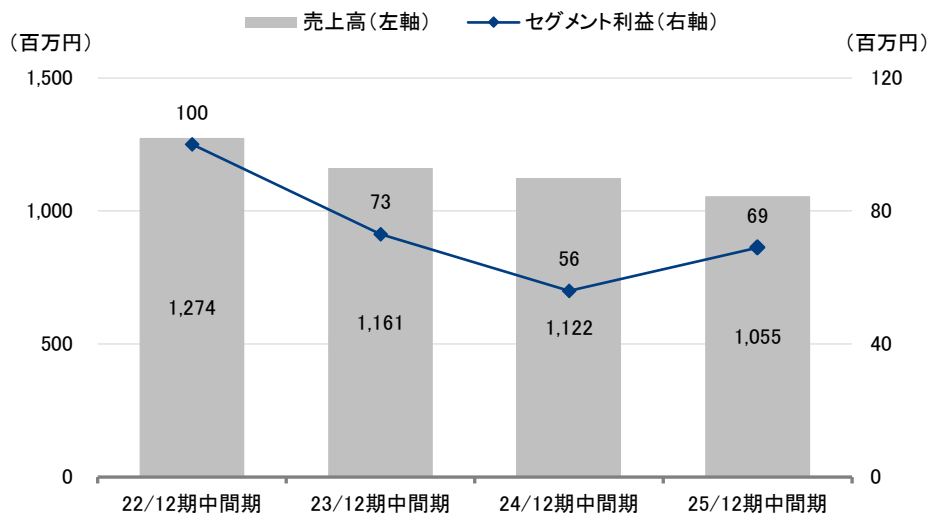
(3) 小売事業

売上高は 1,055 百万円（前年同期比 6.0% 減）、セグメント利益は 69 百万円（同 23.6% 増）となった。リアル店舗への来店客数は緩やかな減少傾向にあり、物価高等の影響から特に高価格帯商品の売れ行きが伸び悩んでいる。小型二輪車について、前掲のとおり直近 2 ～ 3 年は新車販売台数の横ばい推移が続くが、一方で保有台数はここ 10 年増加傾向を続けている。買い替えを控え、愛車に長く乗る顧客行動の変容が読み取れるが、インフレの影響もあるだろう。同社は車検や修理、タイヤ交換等の PIT サービスを強化しており、サービス品質向上で需要の取り込みを図る。また、同サービスは補修品の交換の形で物品販売にもつながるほか、ヘルメットのコーティングサービス等の付加価値サービスの提供機会ともなることから、物品販売の減少を補うものとして注力する。利益面では、PIT サービスのほか、店舗ごとの業績管理やサービス提供の最適化によって、効率的な運営体制を確立したことが増益につながっている。

デイトナ | 2025 年 9 月 12 日 (金)
7228 東証スタンダード市場 | <https://corporate.daytona.co.jp/ir/>

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 167 百万円（前年同期比 2.7% 減）、セグメント利益は 31 百万円（同 7.4% 増）となった。太陽光発電事業は、日照時間が安定したことで売電収入が堅調だったことにより、売上・利益とも前年同期並みを確保した。リユース販売事業は前期より販売方法を収益重視に転換したことや、仕入リソースの開拓が奏功したことで売上はほぼ計画どおりに進捗した。利益面では人員増強を行ったものの高い収益性を確保したことで、前年同期を上回った。

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の成長が続く見込み

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）を見込み、期初の業績予想を据え置いた。2025 年 12 月期はインドネシア子会社において決算期の変更（12 月末から 9 月末）を予定している。この変更に伴い同子会社の連結対象期間が 9 ヶ月間となるため、アジア拠点卸売事業は減収減益予想となっている。なお同子会社決算を 12 ヶ月ベースに換算した場合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 2.7% 増）で増収増益予想となる。

デイトナ | 2025 年 9 月 12 日 (金)
 7228 東証スタンダード市場 | <https://corporate.daytona.co.jp/ir/>

今後の見通し

中間期時点では売上・利益面ともに業績予想を上回った。事業別に見ると、主力の国内拠点卸売事業は売上高、営業利益ともに期初予想を下回ったが、下期に向けて需要に即した新商品投入で挽回を図る。一方、アジア拠点卸売事業は引き続き活況が見込まれ、全体の業績をけん引する。小売事業は来店客数が減少傾向にあるが、堅調な PIT サービスを軸とした付加価値向上施策による業績寄与が期待される。以上から、業績達成への確度はかなり高いと弊社は見ている。

事業別では、主力の国内拠点卸売事業は円安対策のため仕入コストを抑えつつ新商品投入を継続する。また販売拡大策として、堅調な E コマースをさらに推進することで、増収増益を確保していく。アジア拠点卸売事業は、インドネシアでの直接販売先の拡大や、新商品の積極投入によりデイトナブランド人気を生かした販売促進を進める。フィリピン子会社では 2025 年 12 月期上期に続き販路拡大策とマーケティング活動の推進によって、稼働初年度の業績目標達成を目指す。小売事業では PIT サービスの推進に加え、リアル店舗ならではの付加価値向上策を展開することで業績の維持向上を図る。

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。円安対策として、子会社のダートフリークと協力して製造元を開拓し、低コストでの仕入れが可能となった商品の販売が進むと見込んでおり、増収増益予想に変更はない。引き続き 2025 年 12 月期上期に売れ筋であったライディングギアの秋冬向け商品のほか、シューズ、モニター付きドライブレコーダー、ヘルメット装着型ドライブレコーダーといった新商品を投入することで計画達成を確実にする方針だ。同社では、現状での新商品の売上規模は前期に比べ 1.5 倍規模に達し、この状況は通期でも変わらないと見ており、増収の伸びしろとなることが期待される。営業利益率は前期の 10.4% から 11.0% に改善する見込みで、全体売上に占める低コスト商品の割合が徐々に増加することで利益率も改善していくことが予想される。その他、前期に販売が拡大した小型発電機や、アウトドア用品の販売が引き続き堅調に推移することも期待される。

(2) アジア拠点卸売事業

同事業収益の大半を占めるインドネシア子会社からの収益計上期間を 2025 年 1 月から 9 月までとして、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直接販売網の拡大や物流機能の強化に注力する。デイトナブランドの認知が進んだマーケットにおいて、ニーズの高い新商品を投入することで需要を喚起するとともに、直接販売網を広げることで顧客にリーチしやすい環境の整備を進める。

(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。当面物価高が継続することを見込み、物品販売に加え需要が増加する利益率の高い PIT サービスに注力し、利益面の強化を図る考えだ。また、これまでどおり直営店舗を車両のメンテナンス拠点としてだけでなく、バイクライダー間のコミュニティの場とする方針を継続することで、顧客とのタッチポイントを増やし新たな収益源の開拓につなげる。

(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。売上面では前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、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、決算説明資料よりフィスコ作成

3. 中期経営方針の進捗状況

2022 年 4 月に創立 50 周年を迎えたことを踏まえ、2023 年 12 月期以降 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。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）を策定し、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。

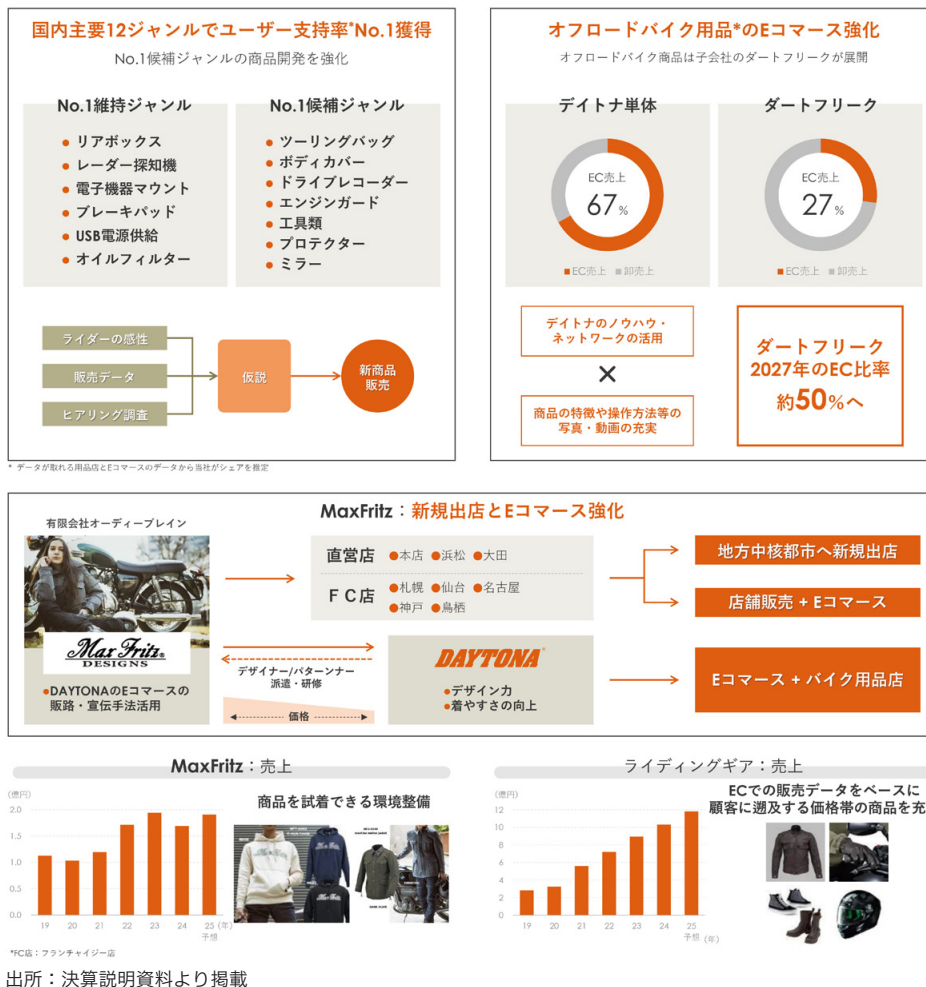
数値目標は、2027 年 12 月期連結売上高 17,170 百万円、営業利益 2,064 百万円を掲げている。重点施策を事業別に策定しており、国内拠点卸売事業においては、「国内主要 12 ジャンルでユーザー支持率 No.1 獲得」「オフロードバイク用品の E コマース強化」「MaxFritz の新規出店と E コマース強化」の 3 点、アジア拠点卸売事業においては「インドネシアでの直接販売先の拡大」「フィリピンでのインドネシア成功例の横展開」の 2 点を掲げている。

国内拠点卸売事業においては、国内主要 12 ジャンルでユーザー支持率 No.1 の評価を獲得するため、EC サイトでの販売データや、バイクライダーの生の声からユーザーニーズの変化を分析し、商品開発や販売施策に反映させる。また、物価高の影響もあり顧客は価格変動に敏感になっており、特に嗜好品で価格弾力性の高まりが想定されることから、高品質の維持と仕入コストの抑制は不可欠である。顧客需要に即した高品質の実現と競争力のある魅力的な価格設定を目指し、新商品の開発・展開を進める。さらに E コマースに限らず用品店や二輪販売店へも展開することでブランドシェアアップにつなげる。オフロードバイク用品と MaxFritz での E コマース強化策としては、EC サイト上での自社商品への誘導強化を検討中である。従来、企業は SEO（検索エンジンの最適化）対策により、顧客が商品やサービスを検索する際に、Web 上で自社商品やサービスが上位表示される確率を高めてきたが、生成 AI 技術の台頭により、AI が顧客と検索エンジンの間に立って意思決定し検索結果を表示するようになっている。そのため、例えば AI アシスタントを使用する大手 EC サイトで顧客の検索結果に自社商品を上位表示するには、新たな施策を考案する必要がある。この広告戦略の最適化に向け、同社は技術的な側面と投資の側面から対策を検討している。

デイトナ | 2025 年 9 月 12 日 (金)
7228 東証スタンダード市場 | https://corporate.daytona.co.jp/ir/

今後の見通し

国内拠点卸売事業の主要施策



オフロードバイク用品*のEコマース強化

オフロードバイク商品は子会社のダートフリークが展開

デイトナ単体

EC売上 67%

■EC売上 ■卸売上

ダートフリーク

EC売上 27%

■EC売上 ■卸売上

デイトナのノウハウ・ネットワークの活用

×

商品の特長や操作方法等の写真・動画の充実

ダートフリーク
2027年のEC比率
約50%へ

MaxFritz：新規出店とEコマース強化

有限会社オーディーブレイン

Max Fritz DESIGNS

DAYTONA

デザイナー/パートナー 派遣・研修

価格

直営店 ●本店 ●浜松 ●大田

F C店 ●札幌 ●仙台 ●名古屋 ●神戸 ●鳥栖

地方中核都市へ新規出店

店舗販売 + Eコマース

Eコマース + バイク用品店

●DAYTONAのEコマースの販路・宣伝手法活用

●デザイン力 ●着やすさの向上

MaxFritz：売上

商品を試着できる環境整備

(億円)

19 20 21 22 23 24 25 (予)

手帳

*FC店：フランチャیزیード

出所：決算説明資料より掲載

ライディングギア：売上

ECでの販売データをベースに顧客に適切な価格帯の商品を充実

(億円)

19 20 21 22 23 24 25 (予)

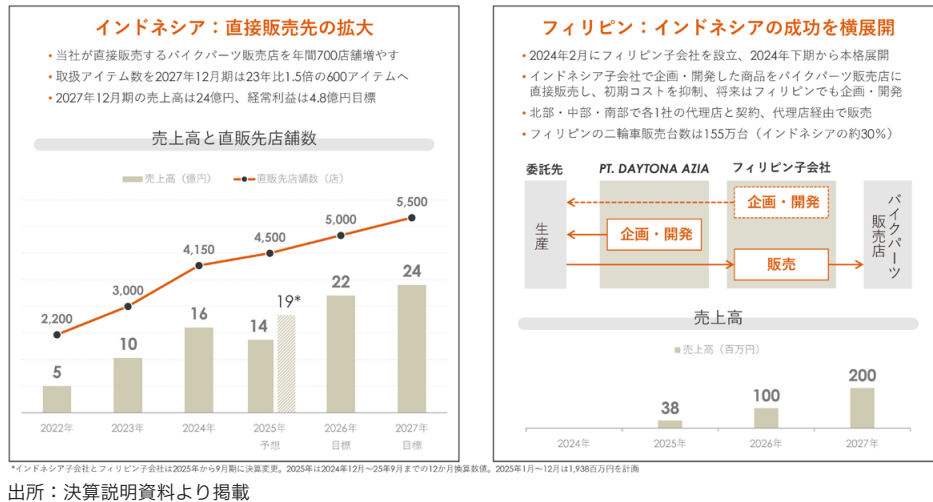
手帳

アジア拠点卸売事業においては、インドネシアでの直接販売先の拡大策を着実に進めている。2024 年 12 月期末に 4,150 店舗にまで拡大した直接販売先を、2025 年 12 月期末には 350 店増の 4,500 店舗を目標にしている。2025 年 12 月期中間期時点では順調に進捗しているようで、目標達成が期待される。フィリピン子会社については現在ルソン島の北部・中部・南部で各 1 社の代理店と契約し、販売活動を進めている。今後も代理店を増加させ、販売ネットワークを拡大する考えだ。

デイトナ | 2025 年 9 月 12 日 (金)
7228 東証スタンダード市場 | <https://corporate.daytona.co.jp/ir/>

今後の見通し

アジア拠点卸売事業に関する施策



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。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ス本社に導入し、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。

デイトナ | 2025 年 9 月 12 日 (金)
7228 東証スタンダード市場 | <https://corporate.daytona.co.jp/ir/>

SDGs への取り組み

(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. パートナリシップで目標を達成しよう」に対し、持続可能な観光業促進に向け、観光パートナー協定を通して相互支援協力、バイクライダー誘致により地域活性化を図る。同時に、バイクライダーへの情報発信や、同社が掲げるバイク文化の創造を周知するプロモーション活動を推進している。2019 年 8 月の設楽町観光協会を皮切りに、2023 年 8 月に（一社）渥美半島観光ビューロー（愛知県田原市）、2024 年に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 つの観光協会等と観光パートナー協定を締結した。2025 年 7 月には、モビリティ産業が盛んでオートバイ関連施設の多い静岡県袋井市と、豊かな自然でライダー人気の高い岩手県大船渡市とは復興拠点整備事業のもと、協定を締結した。直近では 8 月に愛知県新城市と協定を締結したほか、10 月には愛知県売木村との協定締結を予定しており、さらに千葉県佐倉市との協議も進めている。このように、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っている。

(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、適正処理を施したうえで顧客に活用してもらうよう取り組む。

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

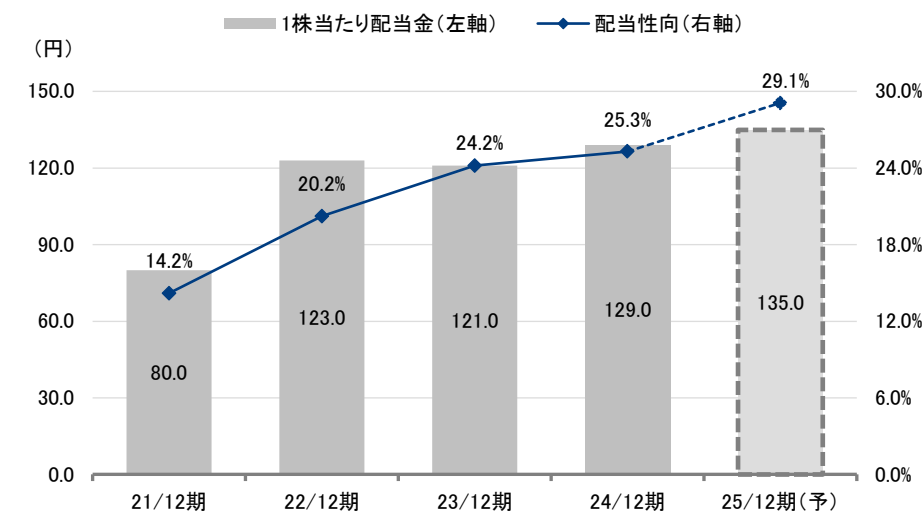
1. 配当政策

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から、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期初予想を据え置き同 6.0 円増の 135.0 円を予想、配当性向は 29.1% となる見込みである。

デイトナ | 2025 年 9 月 12 日 (金)
7228 東証スタンダード市場 | <https://corporate.daytona.co.jp/ir/>

株主還元策

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 2025 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、企業から報酬を受け取って作成されています。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