

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 >>>

2026年9月24日(木)

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. 2026年12月期中間期の業績概要	01
2. 2026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. 会社概要と沿革	03
2. 事業領域	06
3. グループ企業	07
■ 強み	08
1. 商品企画	08
2. 開発体制	08
3. 物流体制及び販売ネットワーク	08
■ 事業環境	09
■ 業績動向	10
1. 2026年12月期中間期の業績概要	10
2. セグメント別業績概要	12
■ 今後の見通し	14
1. 2026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	16
■ SDGsへの取り組み	18
■ 株主還元策	20
1. 配当政策	20
2. 株主優待	20

■ 要約

2026年12月期中間期は増収増益、アジア拠点卸売事業が快調

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. 2026年12月期中間期の業績概要

2026年12月期中間期の連結業績は、売上高7,866百万円（前年同期比6.9%増）、営業利益1,007百万円（同18.3%増）、経常利益1,025百万円（同17.8%増）、親会社株主に帰属する中間純利益712百万円（同21.4%増）と増収増益で着地した。期初予想（中間期ベース）に対する達成率は、売上高103.2%、営業利益124.4%、経常利益125.5%、親会社株主に帰属する中間純利益124.5%と売上・利益面とも達成、特に利益面での好調さが目立った。売上面では、ドライブレコーダーやモニター、シューズやジャケット等のライディングウェア、ボディカバー等の消耗品が売れ筋として好調に推移、特にメッシュインカム等、2026年12月期投入の新商品が好調であった。また新規事業である発電機販売も堅調に推移した。アジア拠点卸売事業は、インドネシア子会社において新商品を拡充、現地の需要期を見据えた適正な在庫管理により販売機会を確保し、好調な販売が続いた。フィリピン子会社は販売網の整備とブランド認知施策によって販売状況は堅調に推移した。利益面では、国内拠点卸売事業では円安を背景に仕入コスト増の状況が続くものの増収を背景に同7.0%増益、アジア拠点卸売事業も大幅な増収により同46.1%の増益と、それぞれ全体の増益をけん引した。小売事業は同4.0%増益、その他は同25.4%の増益となった。

2. 2026年12月期の業績見通し

2026年12月期の連結業績は、売上高15,566百万円（前期比8.3%増）、営業利益1,736百万円（同7.8%増）、経常利益1,751百万円（同5.6%増）、親会社株主に帰属する当期純利益1,210百万円（同5.4%増）の期初予想を据え置いた。通期ベースの進捗率は、売上高50.5%、営業利益58.0%、経常利益58.5%、親会社株主に帰属する当期純利益58.9%と堅調で、足元で各事業の運営状況が良好なことから予想達成の確度は高まっていると考えられる。8月から9月にかけて国内拠点卸売事業において一部商品の値上げを予定していることもあり、注視が必要な国際情勢の推移や為替動向等による大きな影響がなければ懸念は少ないだろう。国内拠点卸売事業では、下期も引き続き新商品投入やEコマースの拡大による増収を見込む。アジア拠点卸売事業については、インドネシア子会社において上期に続き新商品を中心とした販売に注力する。フィリピン子会社においては販売網の拡充やオンライン販売の強化を図っているが、2026年12月期は取引販売店を1,500店舗に増やし、売上高を110百万円規模に増加させる。

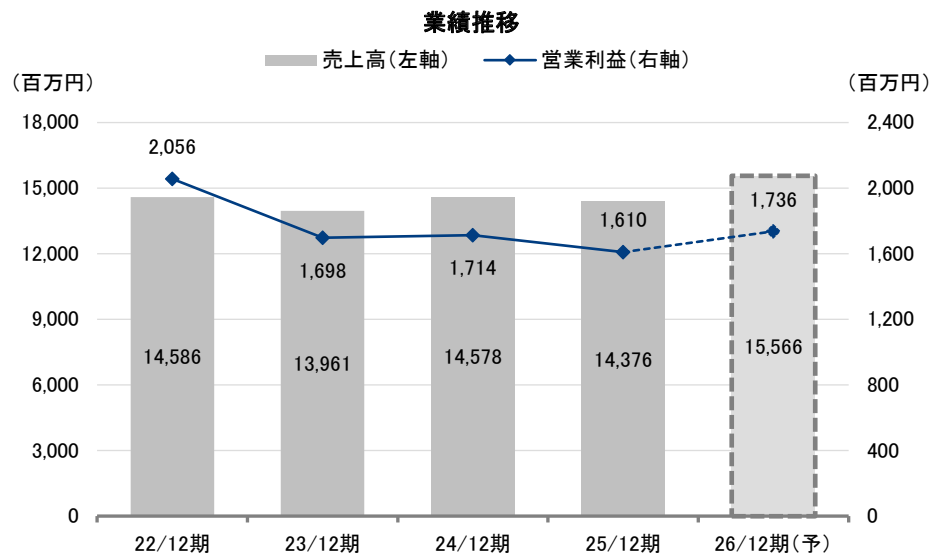
要約

3. 中期経営方針の進捗状況

2026年12月期より始まる3ヶ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年企業を目指す方針を維持している。「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、中期的な成長を目指すうえで指針になる数値目標や主要施策を定めた。数値目標は、2028年12月期連結売上高17,890百万円、営業利益2,129百万円を掲げている。主要施策として、国内拠点卸売事業においてはSEO対策を継続し、インフルエンサー等との連携やWeb媒体活用によりユーザーを自社製品に誘導する動線を強化する。アジア拠点卸売事業においてはインドネシア拠点での新商品販売強化や直販先店舗数5,600店舗の達成、フィリピン拠点での取扱店舗数2,500店舗の達成を目指す。

Key Points

- ・ 2026年12月期中間期は中間期予想を達成、アジア拠点卸売事業の成長が引き続き強い
- ・ 2026年12月期業績予想は据え置き、国内のEコマース、アジア拠点卸売事業の成長を見込む
- ・ 中期経営方針を推進中、アジア拠点子会社の販売網整備が進む



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. 会社概要と沿革

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。

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12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。

沿革

年月	内容
1972年 4月	二輪車用品の輸出入を事業目的として、大阪市東住吉区田辺本町3丁目127番地に阿部商事（株）（資本金100万円）を設立
1974年 6月	ブランド名「デイトナ」の使用を開始
1975年 1月	アルミ合金製セブンスターキャストホイールの国内販売開始、国内初の二輪車専用キャストホイールであり、以後のアルミホイール化の先鞭をつける
1976年11月	本社を静岡県磐田市岩井2126番地の2に移転
1979年 8月	アメリカンタイプモデル用オリジナルパーツの開発、国内販売開始 日本製アフターパーツがほとんどなかった時代で、ライダーに熱い支持を受ける
1980年 6月	オリジナルパーツの委託生産を台湾で開始。国内販売の強化をはかるため国内販売部門を設置
1981年 2月	国内向け商品カタログ「デイトナカタログ」を創刊、以後毎年発行

デイトナ

7228 東証スタンダード市場

2026年9月24日 (木)

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

会社概要

年月	内容
1982年 3月	ヨーロピアンタイプモデル用オリジナルパーツの開発、国内販売開始。スタビライザー、ステアリングダンパーを開発・販売開始
1983年 1月	国内販売店向け新商品ニュース「DAYTONA LOVELETTER」創刊。創刊以降、現在に至るまで毎月1回、全国販売店へリリース中
1984年 2月	大口販売先の系列販売店への納品直送サービスの開始。主力モデルのディスクブレーキ用ブレーキパッドを開発・販売開始
1985年 7月	商号を(株)デイトナに変更し、本社を静岡県磐田市岩井1836番地に移転
1986年11月	50ccスクーター用パーツブランド「デイトナミニ」を開発・販売開始。また、「TEAM DAYTONA」として全日本選手権に参戦開始
1987年 2月	二輪車の用品(アクセサリ等)として、小物・便利グッズ用ブランド「デイトナギヤー」を開発・販売開始
1988年 1月	本社敷地内に地上3階地下1階の新棟を建設、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し、使用を開始
1989年10月	(有)久悦を吸収合併
1989年12月	業界全体の情報交換および行政諸官庁との対応をはかる目的で業界団体「全国二輪車用品連合会(JMCA)」が発足し、理事会社に就任
1990年 7月	資本金を78,750千円に増資
1990年12月	資本金を97,500千円に増資
1991年 1月	商品管理、配送業務の合理化をはかるため中京佐川急便(株)と業務委託契約を締結し、静岡県浜松市高丘町に物流センターを設置
1991年11月	資本金を122,500千円に増資
1992年 3月	二輪車用品の小売事業を目的として子会社(株)ライコ(100%出資)を千葉県東葛飾郡沼南町に設立
1992年 4月	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。これに伴い資本金を143,500千円に増資
1993年 3月	二輪車用品店として国内最大規模(売場面積550坪)の1号店「ライコランド千葉店」がライコにより営業開始 四輪車専用ブランド「DCUATRO(ディーキャットロ)」商標を使用開始し、四輪車用品市場に新規参入
1994年 4月	物流センターを袋井市堀越に移転。物価の高い日本でも欧米に負けない価格と品質のパーツを提供するため「国際価格シリーズ」を発売
1995年 6月	大手二輪メーカー向けOEMパーツ(オプションパーツ)の開発・出荷開始。資本金を214,017千円に増資
1995年 7月	全日本ロードレース選手権SUGO大会GP250クラスで、チームデイトナ宮崎 敦のアプリリアRSV250Rがワークスマシンをおさえて初優勝
1996年 1月	前年の車検制度の改正により、カスタム車両も世に認められるようになる。 これを記念して、総額1,000万円プレゼントキャンペーンを実施
1997年 2月	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
1997年 6月	BSA-Regal Group Limitedで生産した二輪車の輸入販売を開始
1997年 7月	インターネットホームページの開設
1997年10月	株式を店頭市場(JASDAQ)に公開し、資本金を266,017千円に増資
1998年 4月	ライコが2号店「ライコランド埼玉店」をオープン
1998年 7月	静岡県周智郡森町に物流センター、商品開発および事務所統合のため土地を取得(試走路を含む約29.5千坪)
1999年 2月	経営組織をグループ制に改組
1999年 3月	販売店からの注文をインターネット経由で自動処理する「インターネット受発注システム」を稼働 四輪車用ダウンサスペンションスプリングΣβ180で業界初、乗り心地保証制度を開始
1999年 8月	物流センターを静岡県袋井市木原に仮移転。「デイトナ友の会」を発足し、バイク盗難補償制度をスタート
2000年 1月	静岡県周智郡森町の造成工事が完了し、新社屋建設工事を本格的に開始
2000年 3月	レース活動に復帰。チームMOTOREX・DAYTONAとして全日本ロードレース大会GP250ccクラス参戦
2000年 4月	新社屋敷地内に全周750m(外周550m)のアスファルト敷きロードコースが完成
2000年 6月	新社屋敷地内に東海地区唯一の外周160mの本格的ダートコース「MORIMACHI SLIDE PARK」が完成
2000年12月	静岡県周智郡森町一宮4805番地に新社屋完成。物流センターとマフラー工場を先駆けて移転し、新社屋で稼働を開始
2001年 1月	本社事務所を新社屋に移転。物流、企画開発、製造、情報発信というすべての機能が新社屋に集約
2001年 3月	デイトナ創立30周年に合わせ、新社屋で祝賀行事を実施
2001年 4月	ライコが、3号店「ライコランド多摩店」をオープン
2002年 4月	チームMOTOREX・DAYTONAのレーサー宮崎 敦が、SKYY VODKA GRAND PRIX OF JAPANで世界戦にて初優勝

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項(ディスクレマー)をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

デイトナ

7228 東証スタンダード市場

2026年9月24日 (木)

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

会社概要

年月	内容
2003年 2月	子会社(株)アール・エス・シーとライコの2社が合併、商号を(株)ライダーズ・サポート・カンパニーに変更
2003年 3月	鈴木紳一郎が代表取締役副社長就任。次いで(株)オートボックスセブンとの資本業務提携を発表
2003年 4月	第三者割当増資(52万株)、資本金412,317千円とし、単元株を100株に変更
2003年 6月	株主優待制度を新設(森町特産品)
2004年 7月	四輪レーシングブランド「SPARCO」のオートバイ用ライディングウェアやネオブレングラブ「RIDEMITT」等の取り扱いを開始し、パーツ以外の用品を拡充
2005年 3月	創業者の阿部久夫が代表取締役会長、副社長の鈴木紳一郎が代表取締役社長に就任 海外事業部を二輪事業部と統合し、世界視野での展開強化を推進
2006年 4月	ライコランドの商標権をオートボックスセブンに譲渡
2006年 6月	ライダーズ・サポート・カンパニーが4号店となる環八蒲田店をオープン
2006年10月	二輪業界ではETC時代の幕開けとなり、ETC機器の供給を開始 ウェアブランド「Henlybegins」を立ち上げ、二輪用ウェアをリリース
2007年 3月	代表取締役会長、阿部久夫が退任 ライダーズ・サポート・カンパニーが5号店となる千葉湾岸店をオープン
2007年 4月	子会社「PT. DAYTONA AZIA」をインドネシアのジャカルタに設立
2008年 1月	国内事業部と海外事業部の2事業部体制に組織を変更
2008年 3月	四輪事業から撤退し、営業権を譲渡
2008年12月	台湾支店を設立
2009年 1月	機能強化を目的にした機能別形態の組織に変更
2009年11月	第1回目の「静岡・森町 茶ミーティング」を開催(現在は新茶のシーズンに行われている)
2010年 3月	監査役会及び会計監査人を設置
2010年 4月	ジャスダック証券取引所と大阪証券取引所の合併により、大阪証券取引所(JASDAQ市場)に株式を上場
2010年 7月	オートボックスセブンとの資本業務提携を解消
2010年10月	大阪証券取引所ヘラクレス市場、同取引所JASDAQ市場および同取引所NEO市場の各市場統合に伴い、大阪証券取引所JASDAQ(スタンダード)に上場
2011年 3月	デイトナ創立40周年
2011年12月	自己株式の公開買い付けを実施
2012年 4月	ライダーズ・サポート・カンパニーがライコランド多摩店を移転
2012年 7月	ライダーズ・サポート・カンパニーが、バイシクルステージ柏店をオープン
2012年11月	新規事業として、太陽光発電事業を開始
2013年 2月	ライダーズ・サポート・カンパニーがアップガレージライダーズ武蔵村山店と埼玉上尾店をオープン
2013年 3月	ライダーズ・サポート・カンパニーがトライアンフ柏店、アップガレージライダーズ柏店をオープン
2013年 4月	イタリアのヘルメットブランド「NOLAN」の取り扱いを開始
2013年 7月	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)に株式を上場
2014年 1月	本社敷地内に500kWの太陽光発電システムを増設
2014年 2月	デイトナモーターサイクルガレージの取り扱いを開始
2014年 3月	イタリアのチェーンメーカー「REGINA」の取り扱いを開始
2014年 7月	ライダーズ・サポート・カンパニーがバイシクルステージを印西牧の原に移転
2015年 4月	Kodak 360°カメラの取り扱いを開始
2015年 8月	オリジナル電動自転車、DE01の販売を開始
2016年 1月	ドイツのKEDO社パーツを一部取り扱い開始
2016年 2月	グループ企業「バイシクルステージ」を閉店
2016年 8月	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10月	(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
2018年 4月	デイトナ公式スマートフォン向けアプリを立ち上げ
2019年 7月	ダートフリーク及びプラスについて、ダートフリークを存続会社とする吸収合併を実施
2022年 4月	東京証券取引所の区分変更により、東証スタンダードに移行
2022年 5月	(有)オーディーブレインを子会社化
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DAYTONA Motorcycles Philippines Inc.を設立

出所：ホームページ、有価証券報告書よりフィスコ作成

2. 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。

（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モビリティ「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。

会社概要

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。

3. グループ企業

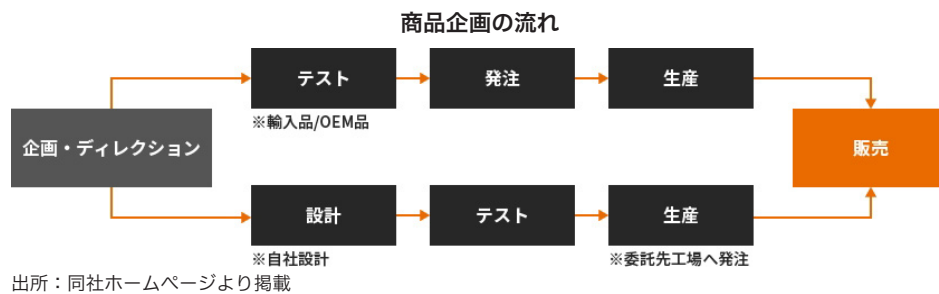
同社のグループ企業は、(株) ライダーズ・サポート・カンパニー、DAYTONA AZIA (インドネシア)、(株) ダートフリース、(有) オーディーブレイン、DAYTONA Motorcycles Philippines (フィリピン) の5社である。ライダーズ・サポート・カンパニーは二輪車部品・用品の小売販売を行っている。国内最大級の二輪車部品・用品販売店である「ライコランド」及び二輪車中古品販売店「アップガレージライダース」を関東圏に展開している。総合店のメリットを生かした商品構成により、他店との差別化を図った集客・販売を行っている。DAYTONA AZIAは、アセアン地域で二輪車部品・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。ダートフリースは、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。ダートフリースが運営する「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 (ダートフリース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

「商品企画」「開発体制」「物流体制」「販売ネットワーク」が アドバンテージ

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。



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

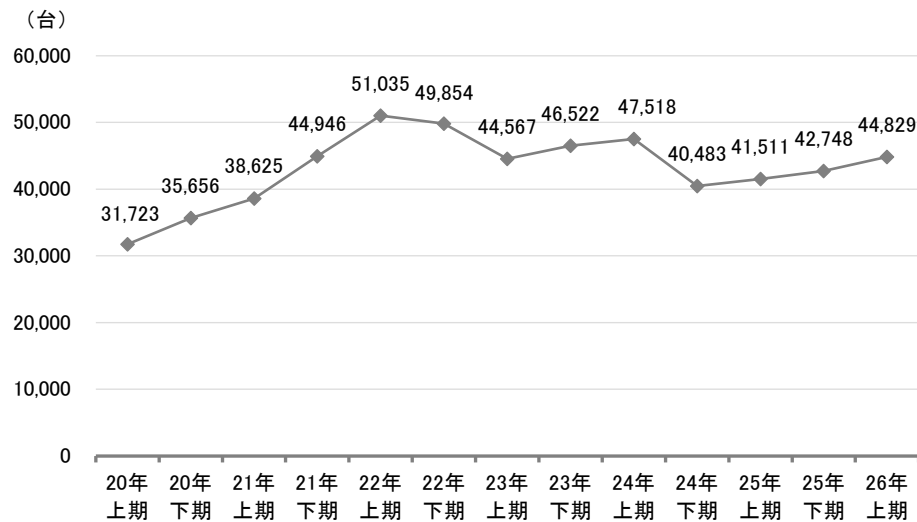
本社内物流倉庫では、すべての物流管理がトータルで運営され、正確でスピーディな物流ネットワークを確立している。流通倉庫内ではロケーションを管理し、人の動きの無駄をなくした効率的なピッキングと正確な出荷を実現している。販売ネットワークは、グループ企業のライダーズ・サポート・カンパニーが運営する「ライコランド」2店舗をはじめ、日本全国に約4,000店舗のバイクショップ・用品ショップを構えている。海外では、北米・欧州・アセアン地域でディストリビューターネットワークを拡大中である。同社のホストコンピュータとダイレクトに連携し、在庫照会・発注・発注履歴・出荷履歴・バックオーダーの確認などがリアルタイムで行えるシステムを構築している。

事業環境

小型二輪車新車販売台数の増加傾向が続く

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2025年の小型二輪車新車販売台数は前年比4.3%減の84,259台と前年に引き続き10万台を割り込んだ(2024年は88,001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台となり、下期には42,748台とさらに増加した。2026年上期は同2,081台増の44,829台とさらなる増加傾向を示している。マクロ的な目線では、総じてここ数年は半期ベースで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、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、2025年は64,271件とさらに減少している。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、2025年は135,243件と減少傾向が継続している。運転免許証交付件数は2022年以降減少をたどるものの、小型二輪車新車販売台数はコロナ禍前の2019年(66,456台)と比較すると依然高水準なことに加え、2024年下期を底に増加傾向をみせていることから、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

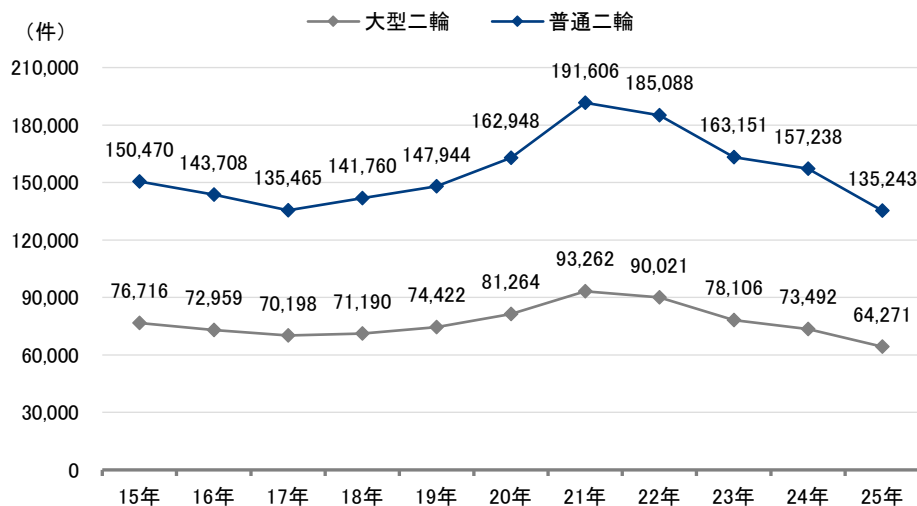


出所：全国軽自動車協会連合会「小型二輪 新車販売台数」よりフィスコ作成

デイトナ | 2026年9月24日 (木)
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

業績動向

国内拠点卸売事業は堅調、アジア拠点卸売事業は大きく拡大

1. 2026年12月期中間期の業績概要

2026年12月期中間期の連結業績は、売上高7,866百万円（前年同期比6.9%増）、営業利益1,007百万円（同18.3%増）、経常利益1,025百万円（同17.8%増）、親会社株主に帰属する中間純利益712百万円（同21.4%増）と増収増益で着地した。期初予想（中間期ベース）に対する達成率は、売上高103.2%、営業利益124.4%、経常利益125.5%、親会社株主に帰属する中間純利益124.5%と売上・利益面とも達成、特に利益面での好調さが目立った。国内二輪車市場では小型二輪車の新車販売台数が近年増加傾向をたどるなど、二輪車保有台数が堅調に推移、またアジア拠点卸売事業のマーケットであるインドネシアやフィリピンでは二輪車の新車販売台数が高水準で推移していることもあり、それらの市場動向を反映して各事業の業績も堅調であった。

業績動向

売上面では、国内拠点卸売事業は同3.6%増と堅調であった。ツーリング用品であるドライブレコーダーやモニター、シューズやジャケット等のライディングウェア、ボディカバー等の消耗品が売れ筋として好調に推移、特にカーボンヘルメットや厚底シューズ、メッシュインカム（網状のネットワークで大人数のライダー同士で通信可能なインカム）等の2026年12月期投入の新商品が出だしから好調であった。また新規事業である発電機販売も堅調に推移した。アジア拠点卸売事業は同29.7%増と好調に推移した。インドネシア子会社において、強化した営業体制の下で新商品を拡充、また現地の需要期を見据えた適正な在庫管理を行い、販売機会を確保したことなどで好調な販売が続いた。フィリピン子会社では販売網の整備とブランド認知施策によって堅調な販売状況であった。小売事業では車検や修理等のPITサービスが引き続き堅調で同1.4%増、その他では太陽光発電が堅調もリユース販売が伸び悩み、同6.9%の減収となった。利益面では、国内拠点卸売事業では円安を背景に仕入コスト増の状況が続くものの増収を背景に同7.0%増益、アジア拠点卸売事業も大幅な増収により同46.1%の増益と大きく伸び、それぞれ全体の増益をけん引した。小売事業は同4.0%増益、その他は同25.4%の増益となった。

2026年12月期中間期連結業績概要

(単位：百万円)

	25/12期中間期			26/12期中間期			
	実績	構成比・ 利益率	期初予想	実績	構成比・ 利益率	前年同期比	期初予想比
売上高	7,356	-	7,624	7,866	-	6.9%	103.2%
国内拠点卸売事業	5,073	69.0%	5,292	5,258	66.8%	3.6%	99.4%
アジア拠点卸売事業	1,111	15.1%	1,292	1,441	18.3%	29.7%	111.6%
小売事業	1,055	14.3%	933	1,070	13.6%	1.4%	114.8%
その他	167	2.3%	163	156	2.0%	-6.9%	95.7%
調整額	-51	-	-56	-59	-	-	-
営業利益	851	11.6%	810	1,007	12.8%	18.3%	124.4%
国内拠点卸売事業	472	9.3%	487	505	9.6%	7.0%	103.8%
アジア拠点卸売事業	258	23.3%	248	377	26.2%	46.1%	152.3%
小売事業	69	6.6%	47	72	6.8%	4.0%	154.7%
その他	31	19.0%	33	39	25.6%	25.4%	121.2%
調整額	18	-	-6	11	-	-	-
経常利益	870	11.8%	817	1,025	13.0%	17.8%	125.5%
親会社株主に帰属する中間純利益	586	8.0%	572	712	9.1%	21.4%	124.5%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

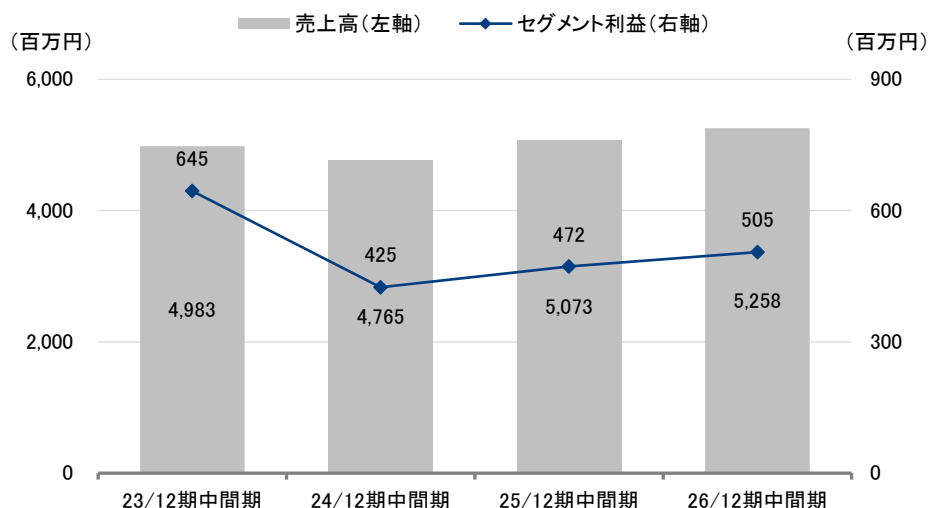
業績動向

2. セグメント別業績概要

(1) 国内拠点卸売事業

売上高は5,258百万円（前年同期比3.6%増）、セグメント利益は505百万円（同7.0%増）と増収増益を確保した。期初予想（中間期）比では売上高が99.4%、セグメント利益が103.8%と売上面はわずかに未達も利益面は予想を達成した。二輪車市場が安定して推移するなか、売れ筋であるドライブレコーダー、モニター等のツーリング用品や、シューズ、グローブ、ジャケット等のライディングウェア、ボディカバー等の消耗品を中心に売上を堅調に伸ばした。特に2026年12月期は新商品の売れ行きが好調で、競合他社比優位な価格設定もあってカーボンヘルメット、厚底シューズ、メッシュインカム等の売れ行きの良さが増収に寄与した。通常は上期に投入した新商品は顧客の認知から販売が軌道に乗るまでに一定のリードタイムがあり下期に販売が本格化するが、2026年12月期は、適切な価格設定やライダーの足つきを良くする厚底シューズのような商品企画の良さもあって発売後から売れ行きは好調であった。ほかにも、特に販促策を進めたメッシュインカムについては、メディアでの告知やユーザー向け試乗会、インフルエンサーやYouTuberによる情報拡散の効果もあって売上を伸ばした。また同事業の主要施策であるEコマースについては、2025年12月期より進めてきたSEO対策（検索エンジン最適化）の効果が現れてきており、販売機会を逃さないため、卸業者での欠品を同社の在庫でカバーする体制を整えた。新規事業として展開している発電機の販売も堅調で増収に寄与した。主に土木作業の現場向けとしてリース業者に対する販売が奏功し、前年同期比で27%増の伸び率を確保した。利益面では、円安傾向の継続を背景に商品の仕入れコストが増加するなか、販管費圧縮等のコスト削減策を進めたことで増益を確保した。

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

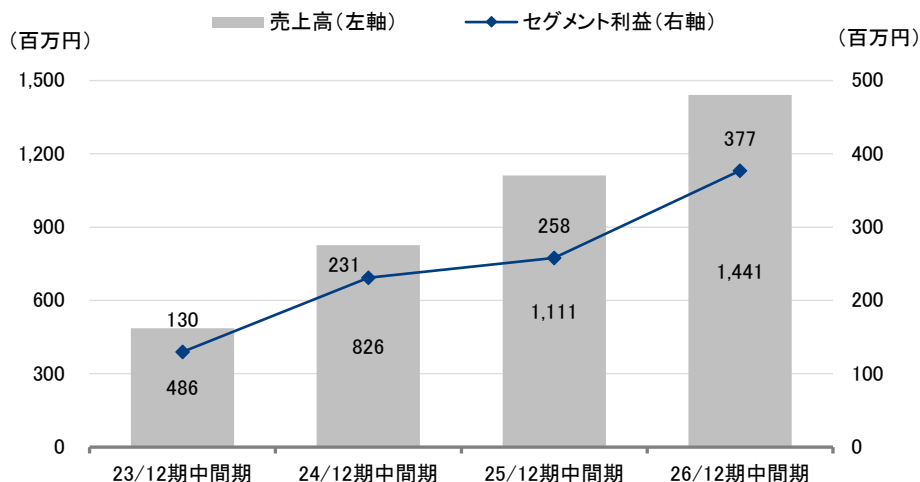
デイトナ | 2026年9月24日 (木)
7228 東証スタンダード市場 | <https://corporate.daytona.co.jp/ir/>

業績動向

(2) アジア拠点卸売事業

売上高は1,441百万円（前年同期比29.7%増）、セグメント利益は377百万円（同46.1%増）と大きく増収増益となった。期初予想（中間期）比では売上高は111.6%、セグメント利益は152.3%と、予想比でも大きく上回った。インドネシア子会社では現地での二輪車新車販売台数が高水準で増加するなか、市場の拡大に対応するべく営業要員を増やし、体制を強化した。ほかにも、従来ブランドである「デイトナ」やオイルやバイク用品の補修専用ブランドである「DURA MOTOPARTS」で新商品を拡充した結果、DURAの新商品は全体売上の10%水準を占めるなど、増収に寄与した。補修系部品については新たな調達先を開拓したことで、スピードセンサー、トルクカム、インジェクター、ステムペアリング等を商品化し、商品構成の拡充を図った。また適切な在庫管理を徹底したことで、需要増に対応することはもちろん、競合他社が中東情勢の影響から値上げを行うなかで価格競争力を維持したことが増収増益につながった。新商品については日本基準の品質とデザインを訴求する「デイトナ」ブランドと、日本基準の品質を保ちながらお手頃価格を訴求する「DURA MOTOPARTS」ブランドとの棲み分けを図り、現地ライダーの需要に応えた。フィリピン子会社では販売網の拡充が進み、国内の5つのエリアを各々担当する卸商社5社との取引が順調に推移したこと、及びオンライン販売の強化やSNSを活用したブランド認知向上施策を推進したことで販売状況は堅調であった。

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

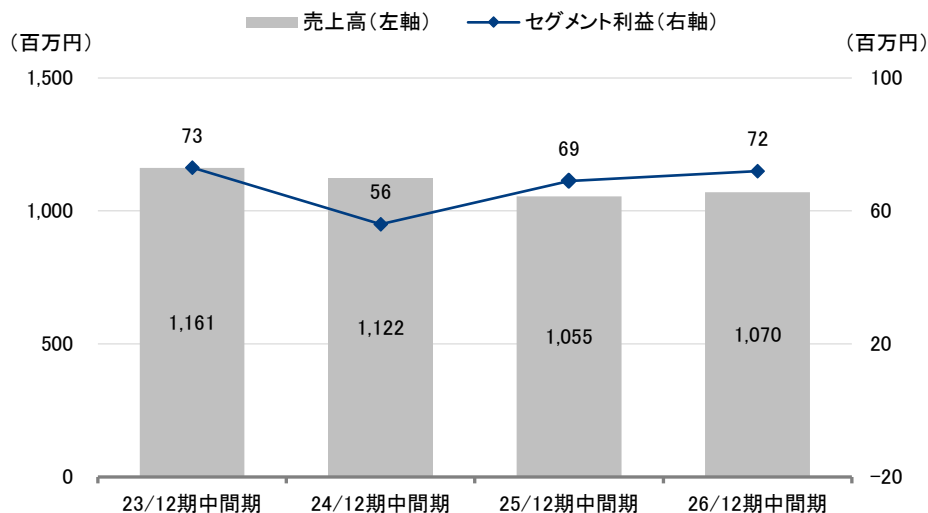
(3) 小売事業

売上高は1,070百万円（前年同期比1.4%増）、セグメント利益は72百万円（同4.0%増）と増収増益となった。期初予想（中間期）比では、売上高が114.8%、セグメント利益が154.7%といずれも達成、利益面で予想を大きく上回った。期初予想において物価上昇による客数の減少や、PITサービスのメカニックへの先行投資によるコスト増を踏まえ、減収減益と保守的な予想としていた。しかし、売上総利益率の高いPITサービスの堅調な推移や、店舗間の人員調整による効率化が人件費の抑制につながり、予想を上回った。PIT作業の強化施策の継続により来店客数の減少傾向にやや下げ止まりの状況が見られることから、下期の売上増に期待したい。

デイトナ | 2026年9月24日 (木)
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156百万円（前年同期比6.9%減）、セグメント利益は39百万円（同25.4%増）で減収増益となった。期初予想（中間期）比では、売上高が95.7%と下振れたが、セグメント利益は121.2%と上回った。太陽光発電事業は、安定した発電状況を背景に売電収入が堅調に推移し、リユース販売事業は一般ユーザーからの買い取り強化や法人からの仕入れ強化により商品調達が改善したものの、販売数量の減少により減収となった。一方で自社販売方式を見直したこと等により利益率が改善し、増益に寄与した。

今後の見通し

アジア拠点卸売事業のさらなる成長が続く見込み

1. 2026年12月期の業績見通し

2026年12月期の連結業績は、売上高15,566百万円（前期比8.3%増）、営業利益1,736百万円（同7.8%増）、経常利益1,751百万円（同5.6%増）、親会社株主に帰属する当期純利益1,210百万円（同5.4%増）の期初予想を据え置いた。通期ベースの進捗率は、売上高50.5%、営業利益58.0%、経常利益58.5%、親会社株主に帰属する当期純利益58.9%と堅調で、足元で各事業の運営状況が良好なことからも予想達成の確度は高まっていると考えられる。8月から9月にかけて国内拠点卸売事業において一部商品の値上げを予定していることもあり、注視が必要な国際情勢の推移や為替動向等による大きな影響がなければ懸念は少ないだろう。

今後の見通し

2026年12月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	25/12期		26/12期			
	実績	売上比	予想	売上比	前期比	中間期進捗
売上高	14,376	-	15,566	-	8.3%	50.5%
営業利益	1,610	11.2%	1,736	11.2%	7.8%	58.0%
経常利益	1,658	11.5%	1,751	11.2%	5.6%	58.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,148	8.0%	1,210	7.8%	5.4%	58.9%
1株当たり当期純利益 (円)	483.12		508.89			

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11,007百万円（前期比4.9%増）、セグメント利益は1,143百万円（同8.6%増）と期初予想を据え置いた。中間期時点ではおおむね予想どおりで、今後も堅調な推移を見込む。一部商品で物価高騰に伴う値上げを予定しており、その動向は留意したい。下期においては引き続き新商品投入やEコマースの拡大による増収を見込む。本田技研工業<7267>が販売を開始した新型二輪車である「CB400SUPER FOUR」向けの商品ラインナップや、リアキャリアのリニューアル版であるクロスリンクキャリアのラインナップ、秋冬向けライディングウェア、チャージング付きスマホマウント、新型シートバック、巻きタイプヒートグリップ等を投入し売上増につなげる。Eコマースについては、下期においても販促策を推進する。インフルエンサーやYouTuberとの関係強化のほか、各種メディアとの関係強化により情報動線を強化する。さらに在庫管理を強化することで失注を回避し、新商品をはじめとする各商品への需要を確実に売上につなげる。

(2) アジア拠点卸売事業

売上高は2,439百万円（前期比56.9%増）、セグメント利益は429百万円（同26.4%増）と高い成長を見込む。中間期時点においても予想を大きく上回る実績を確保しており、その好調さは下期も継続する見込みだ。インドネシア子会社においては上期に続き新商品を中心とした販売に注力する。フィリピン子会社においては販売網の拡充やオンライン販売の強化を図っているが、前者について今期は5つの営業エリアごとに1代理店としていた5代理店体制を6代理店に強化すべく対応を進めており、取引販売店も1,500店舗に増やす。これにより2026年12月期の売上高を110百万円規模に増加させる。またフィリピン独自の商品開発を進める。販売網を強化するなか、代理店側からも新商品開発の要望やアイデアが寄せられており、本格的な新商品開発に乗り出す。

(3) 小売事業

売上高は1,894百万円（前期比11.6%減）、セグメント利益105百万円（同21.5%減）を見込む。引き続きPITサービスの強化を進めるとともに、PIT作業の担い手であるメカニック要員の拡充を図る。人材確保には苦戦している状況であるが、外国人労働者を含めた人材の裾野を広げることで体制強化を目指す。来店客数の下げ止まりについては増収に向けた好機として生かしたいところだ。

(4) その他

売上高334百万円(前期比12.8%増)、セグメント利益71百万円(同51.1%増)を見込む。売上面ではリユース販売事業において、商品仕入れの調達先の拡充のため、引き続き一般ユーザーからの買い取り強化や法人からの仕入れ強化を図り、取扱商品を安定的に確保することで収益性向上を図る。

2026年12月期連結業績見通し(セグメント別)

(単位:百万円)

	25/12期		26/12期		
	実績	構成比・利益率	予想	構成比・利益率	前期比
売上高	14,376	-	15,566	-	8.3%
国内拠点卸売事業	10,490	73.0%	11,007	70.7%	4.9%
アジア拠点卸売事業	1,554	10.8%	2,439	15.7%	56.9%
小売事業	2,141	14.9%	1,894	12.2%	-11.6%
その他	296	2.1%	334	2.1%	12.8%
調整額	-105	-	-109	-	-
営業利益	1,610	11.2%	1,736	11.2%	7.8%
国内拠点卸売事業	1,052	10.0%	1,143	10.4%	8.6%
アジア拠点卸売事業	339	21.8%	429	17.6%	26.4%
小売事業	133	6.2%	105	5.5%	-21.5%
その他	46	15.9%	71	21.3%	51.1%
調整額	37	-	-13	-	-

出所: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

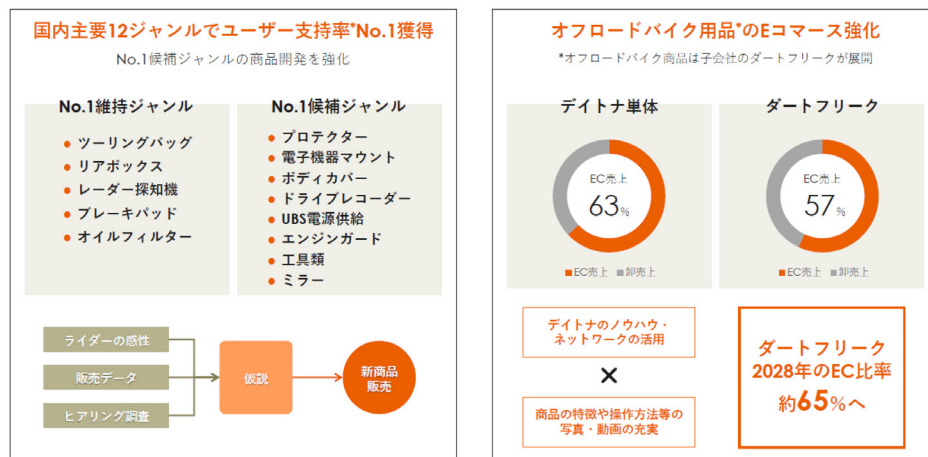
2022年4月に創立50周年を迎えたことを踏まえ、2023年12月期以降3ヶ年の中期経営方針を策定し、毎年調整を行うローリング方式で推進している。2026年12月期においては新たな中期経営方針(2026年12月期~2028年12月期)を策定し、同社の中期的な成長を目指すうえでの指針になる数値目標や主要施策を定めている。数値目標は、2028年12月期連結売上高17,890百万円、営業利益2,129百万円を掲げている。重点施策を事業別に策定しており、国内拠点卸売事業においては「国内主要12ジャンルでユーザー支持率No.1獲得」「オフロードバイク用品のEコマース強化」「MaxFritzとのシナジー」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営業先の拡大」「フィリピンでのインドネシア成功を横展開」の2点を掲げている。

デイトナ | 2026年9月24日 (木)
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、昨今の物価高の影響から顧客は価格変動に敏感になっている。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。「オフロードバイク用品のEコマース強化」については、同社の有するEコマースに関するノウハウや販売ネットワークの活用、及び商品の特徴や操作方法等の写真・動画の充実によって、子会社のダートフリークのEC売上比率向上を図っており、現状でのダートフリークのEC売上比率は直近で57%まで高まっている。2028年12月期に約65%まで高める目標を掲げ、引き続き強化策を推進する。ECサイトでの商品表示順位を高めるSEO対策の継続のほか、新商品等の販売促進施策として、インフルエンサーやYouTuberとの連携、Web媒体活用の強化により、ユーザーを自社製品に誘導する動線を強化する。「MaxFritzとのシナジー」については、同社がオーディーブレインヘデザイナーやパターンナーへ派遣・研修を実施し、MaxFritzの商品力強化や、同社のEコマース向け販売力や宣伝手法を生かした販売力強化を継続する。新規事業である発電機も今後の成長が期待できる分野であり、同社としてはバイクのアフターパーツに次ぐ第2の柱に育成していく。

国内拠点卸売事業の主要施策



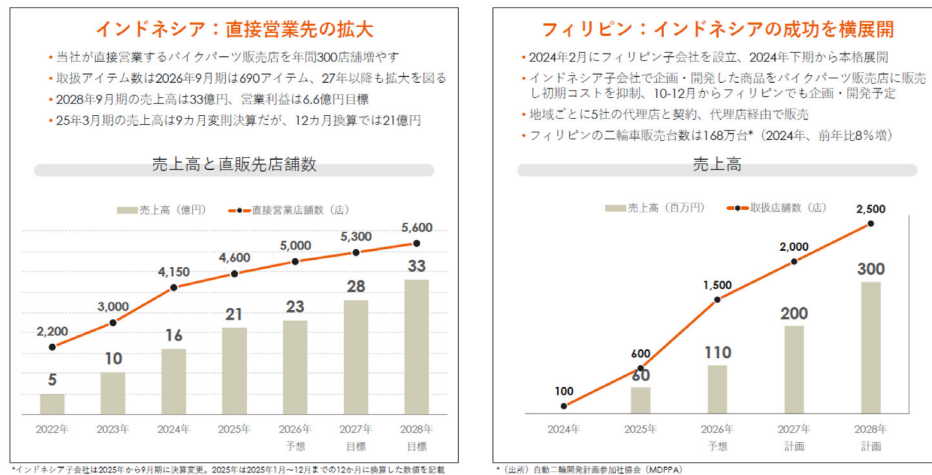
出所：決算説明資料より掲載

デイトナ | 2026年9月24日 (木)
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。2025年9月末に4,600店舗にまで拡大した直販先を2026年9月期は5,000店舗に増加させる計画だが、進捗は順調で目標達成の確度が高い。2028年9月期末には、さらなる増加で5,600店舗体制を目指す。フィリピン子会社については国内のディストリビューター5社体制を整備しており、さらに1社追加することを検討中である。これにより2026年12月期は取扱店を1,500店舗まで拡大する計画で、こちらも順調に進捗しており目標は達成できる見込みだ。なお2028年12月期末に2,500店舗を目標としている。また商品の企画・開発は、これまでのインドネシア子会社に加え2026年10月～12月にかけてフィリピン国内でも行う予定だ。さらにこれら2国に加えてベトナム進出も検討している。現在は輸出による取引であるが、カンントリーリスク等を踏まえたうえで望ましい進出形態を模索している。さらなる成長要因となることを期待したい。

アジア拠点卸売事業に関する施策



出所：決算説明資料より掲載

また、かねてより同社は、さらなる成長に向けたM&Aに関する施策を検討している。同社事業のほか、ダートフリーク事業との親和性があり、かつシナジーが期待できる異業種事業を中心に候補を選定し、二輪車業界にとどまらない事業の拡大を目指す。

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。

SDGsへの取り組み

(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におけ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、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. パートナリー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年については、7月に静岡県袋井市、8月に愛知県新城市、10月には長野県売木村、及び千葉県佐倉市の佐倉商工会議所との協定を締結する等、着実に協定のネットワークを築き、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やユーザーから仕入れ、適正処理のうえ顧客に活用してもらうよう取り組む。

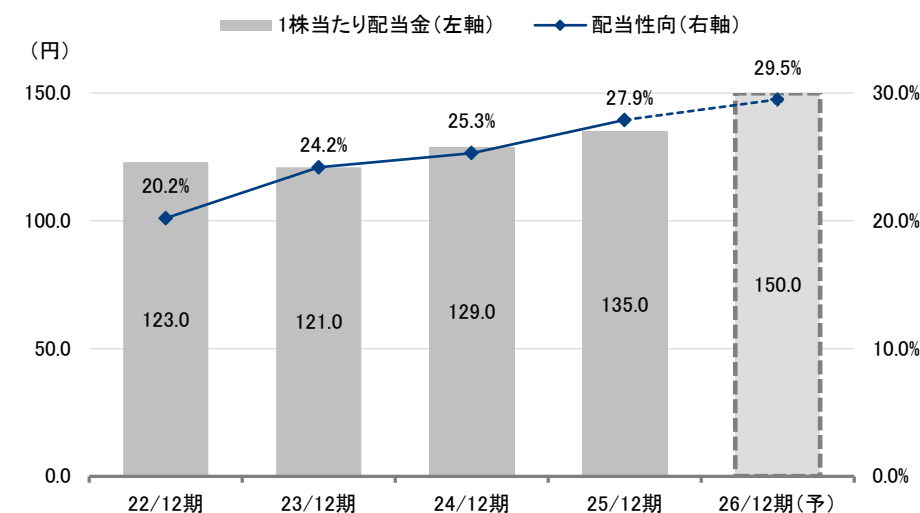
株主還元策

2026年12月期の配当金は前期比15.0円増、増配を継続

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。2026年12月期については事業計画の進捗状況が良好であることを踏まえ、前期比15.0円増の150.0円（年間配当）の期初予想を維持した。配当性向は29.5%となる見込みである。2024年12月期以降3期連続で増配を続けることとなる。業績伸長に併せ株主還元を増加しており、株主への利益還元を経営の最重要課題の1つと捉える姿勢として評価できよう。

1株当たり配当金と配当性向の推移



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「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 (ディスクレーマー)

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・表示したものです。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、配布等することは強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