

2026 年 8 月 21 日

各 位

株式会社ダイオーズ
代表取締役社長 大久保 洋

2027 年 3 月期～2029 年 3 月期 中期経営計画

株式会社ダイオーズは、オフィス向けサービスを中核とする BtoB 事業者として、日本および米国を中心にグローバルに事業を展開しており、オフィスコーヒーサービスをはじめとするリカーリング型ビジネスを通じて、安定的な顧客基盤を有しております。

当社は、「当社の利潤は、お客さまの満足から生まれるもので、それをさらにお客さまのために、社会のために、そして、私たちのために活かす。」という企業理念のもと、事業の高度化と持続的な成長の実現に取り組んでおります。

今般、更なる事業拡大と収益基盤の強化を目的として、中期経営計画を策定いたしましたので、ここにお知らせいたします。

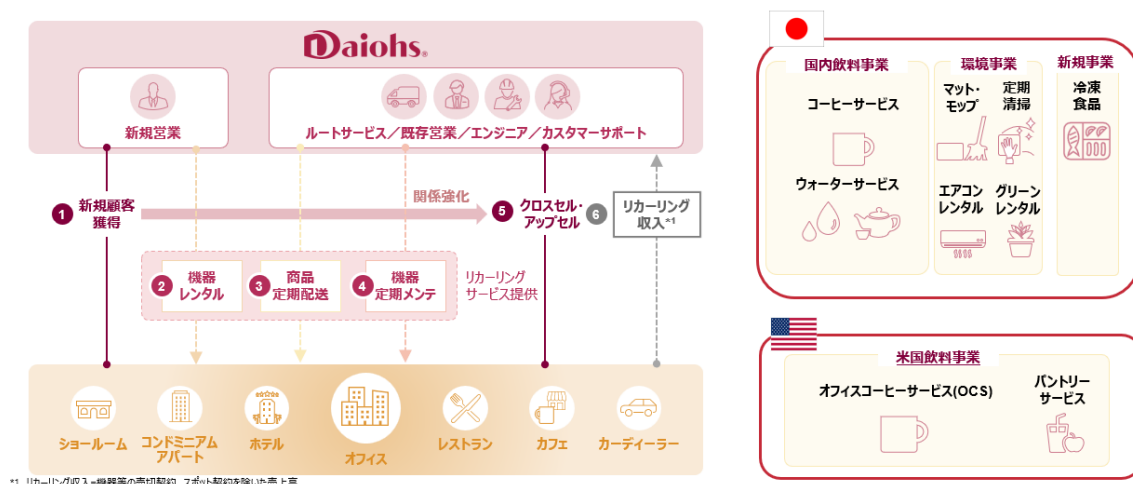
1. 当社グループの事業内容

日本国内においては、オフィス向けに、コーヒー、ウォーター、ティー等の飲料サービスを提供する飲料事業と、マット・モップのレンタル、環境機器レンタル、オフィス清掃等を展開する環境事業を中核としております。多様なサービスラインナップにより、お客さまの複合的なニーズに対しワンストップで対応可能な体制を構築しております。

米国においては、従来型のオフィス向けコーヒー、ウォーター、ティー等の飲料サービス（これらを総じて、米国では OCS：オフィスコーヒーサービスと呼んでおり、概ね当社の日本国内飲料事業に相当します）に加え、お客さまの従業員エンゲージメント向上への貢献がより高い、スナックやフルーツ、乳製品等のより幅広い商品ラインナップときめ細やかなサービスが特徴のパントリーサービスを展開しております。

当社グループは、新規のお客さま獲得から継続的なサービス提供までを一貫して自社で担っており、当社売上高の殆どは、コーヒーマシン等の機器レンタル、定期訪問スタッフやエンジニアによる商品の補充および機器のメンテナンスによる、リカーリング収入となっております。また、お客さまとの長期的な関係性を基に、クロスセルおよびアップセルを推進し、売上拡大を図っております。2026 年 3 月期における連結売上高構成比は、日本 46%、米国 54%となっております。

「当社のビジネスモデル」



2. 事業環境

昨今の従業員エンゲージメント向上に対する企業の関心の高まりを受け、当社が提供するオフィス向けサービスへの需要は、日米双方において拡大傾向にあります。

国内のオフィス向け飲料サービス市場は、コロナ禍によるテレワーク浸透等により一時的に縮小したものの、従業員のオフィス回帰に伴い市場規模が回復しております。更に、働き方改革によるウェルビーイングへの関心の高まりを通じ、オフィス環境の快適性や充実度が重視される中、オフィス環境投資も拡大しており、今後も安定成長が見込まれています。同市場の規模は、2020年度の795億円から2025年度には961億円へ拡大¹すると予測されておりますが、当社では、今後更なる成長余地が存在しているものと見ております。

米国では、ブレイクルーム文化を背景に、大規模かつ成熟したオフィスコーヒーサービス市場が形成されており、コロナ禍後のオフィス回帰の潮流の中で、ブレイクルームの価値が再評価されています。同市場の規模は2021年の1.5十億米ドルから2028年には5.5十億米ドル²まで回復すると予想されており、更なる成長余地が存在しているものと理解しております。同市場においては、幅広いサービスラインナップを取り揃え、主に大企業をターゲットとする少数の大規模事業者と、主に中小企業をターゲットとする特定地域や都市を基盤とする多数の中小規模事業者が併存する構造となっています。その中で、当社は全米に拠点を有しながらも、多くの中小のお客さまのみならず、複数拠点を展開されている大口のお客さまに対しても、きめ細やかなサービスを提供できるという強みで差別化を進め、独自のポジショニングを確立していると認識しております。

¹出所：2026 人事・総務関連業務のアウトソーシングビジネス調査レポート（矢野経済研究所）。OCS、OWS、食品・その他を合算した規模。

²出所：Office Coffee Service in the US: Market Trends & Opportunities, 6th Edition 2024（Packaged Facts）

3. 当社グループの成長方針

当社グループにおける日米共通の基本戦略として、「顧客数」の積み上げおよび「ARPU（顧客単価）」の向上による持続的な成長を目指しております。顧客数については、新たなお客さまの獲得強化、および既存のお客さまの解約抑制の2つのドライバーが、ARPUにつきましては、既存のお客さまのご利用量の維持や増加、クロスセル・アップセルの推進、およびプライスコントロールの3つのドライバーがあります。日米それぞれにおいて、以下の戦略を遂行することにより、これら5つのドライバーを通じて、顧客数の積み上げとARPUの向上を図ってまいります。

【日本事業】

① 既存のオフィス向け飲料事業における更なるシェア拡大

既存のオフィス向け飲料事業においては、当社の強みを最大限に発揮することで、更なる事業拡大の余地は大きいと認識しております。特に、当社のウォーターサービスは、市場に隣接した製販一体の垂直統合モデルにより高い価格競争力を有しており、顧客基盤の一層の拡大が可能であると考えております。また、ハイエンドのオフィス向けコーヒーサービスについては、当社独自の商品開発力に加え、これまでに磨き上げたオペレーション品質の高さもご評価いただき、多くの新規ご契約をいただいております。

これらの競争優位性をシェア拡大につなげるため、当社はデジタルを活用した営業改革に取り組んでまいります。1つ目には、営業プロセスの可視化とデータに基づく営業活動推進により、組織としての営業力を底上げし、新規契約の獲得を強化いたします。2つ目には、デジタル基盤を活かした営業アプローチの改革にも取り組み、既存のお客さまグループの深掘りや、カスタマーサクセス部門強化による解約の抑制とARPU向上（利用量の増加、クロスセル・アップセル）を実現してまいります。

② オフィス向け新商材・サービスの導入（フードサービス事業）

これまで当社も、新しい商材やサービスを、長くご契約いただいているお客さまへご提供することで、持続的な成長を実現してまいりました。2025年5月には、オフィス向けの冷凍弁当等を定期的にお届けするフードサービス事業をスタートしており、福利厚生ニーズの高まりや、食事補助の所得税非課税枠拡大により、今後の市場拡大を期待しております。当社は、ルート配送基盤やラスト・ワンマイルのノウハウ活用等、既存事業とのシナジーを最大限活かすことで、お客さまにとっての新たな利便性や魅力ある価格を実現してまいります。

③ 新たな顧客セグメントの開拓（HoReCa事業）

加えて当社は、オフィス市場に留まらない、当社の強みを活かせる新たな領域への事業展開を図ってまいります。具体的には、オフィス向けコーヒーサービスで培った焙煎技術と製造設備を活かし、ホテル、レストラン、カフェ（HoReCa）向けの焙煎受託事業に取り組んでいく方針で

す。HoReCa 向けの焙煎受託市場は、従来のオフィス向けコーヒーサービスよりも大規模であること、また様々な事業シナジーを活かすことができることから、当社にとって魅力度の高い市場と考えております。

【米国事業】

① 未進出エリアへの新規出店

当社は 1990 年代以降、西海岸エリアを起点に、特にカリフォルニア州において強固な販売網を構築し、更に多くの同業他社のロールアップを通じ、徐々に全米へと事業エリアを拡大してまいりました。

一方で、未進出の主要都市圏、或いは遠方の拠点からサービス提供を行うため非効率となっている都市圏がいくつか存在しており、特に進出から日の浅い東海岸エリアにおいてはそれらが顕著であることから、今後そのような都市圏への出店を加速させ、全米規模での更なる事業基盤の拡充と売上成長を図ってまいります。

② パントリーサービスの拡大

従来型のオフィスコーヒーサービスに加え、スナックやフルーツ、乳製品等お客さまのニーズに合わせた多様な商品ラインナップと、よりきめ細やかなサービスの特徴とする、パントリーサービスの展開を強化しております。同事業は、単なる商品の定期配送サービスに留まらず、お客さまの従業員エンゲージメント強化に貢献するソリューションの提供を目指すもので、従来型のオフィスコーヒーサービスと比較してお客さま単価が高く、全社の ARPU 向上にも大きく寄与しております。従来は数拠点のみが提供できる限定的な事業であったものの、前期より全米全ての拠点でサービス提供ができる体制を整備したことにより、パントリーサービスへのニーズがあるお客さまには、従来型サービスからの切替を順次進めております。同事業は、足元で急速に売上規模を拡大しており、米国事業の成長ドライバーとして一層強化してまいります。

③ 大口顧客獲得の強化

新たに専門チームを立ち上げ、各拠点の営業人員と連携しながら、全米に複数拠点を有する大口のお客さまの戦略的開拓を推進しております。こうしたお客さまの従業員エンゲージメント強化に対するニーズ増加を背景に、とりわけ当社の提供するパントリーサービスに対して、引き続き高い関心が寄せられていると考えております。特に金融機関や医療機関等の大口のお客さまの獲得を進め、持続的な成長の実現を目指してまいります。

4. 当中期経営計画（2027年3月期～2029年3月期）における数値目標

	2026年3月期（実績）	中期経営計画
連結売上高	54,188（百万円） ³	CAGR 8%以上
連結 EBITDA マージン	15.1%	15%前後

（注）為替レートは、2026年3月期において150.97円/USドル、中期経営計画期間において150円/USドルと仮定しております。

5. 注意事項

本資料は、当社の企業情報等の提供を目的として作成したものであり、日本国内外を問わず、いかなる有価証券の取得勧誘または売付勧誘等を構成するものではありません。本資料には将来の見通しに関する記述が含まれます。これらは作成時点で入手可能な情報および一定の前提に基づく当社の判断であり、実際の結果は、経済情勢、競争環境、市場動向、規制環境その他様々な要因により大きく異なる可能性があります。本資料に記載する目標値は、達成を保証するものではありません。状況の変化に応じて見直す可能性があります。したがって、これらの将来に関する記述に全面的に依拠することのないようご注意ください。

以 上

³ 日本基準