

こころとからだに、
おいしいものを。



個人投資家向け 会社説明会

Challenge

Next Stage

2015年3月20日

ダイドードリンコ株式会社

(東証1部 : 2590)

- | | |
|---|----------------|
| 1. 会社概要 | P.2～5 |
| 2. 当社グループのビジネスモデル | P.6～19 |
| 3. 中期経営計画 ～ Challenge the Next Stage ～ | P.20～30 |
| 4. 持続的成長の実現に向けて | P.31～35 |
| 5. A P P E N D I X | P.36～46 |

こころとからだに、
おいしいものを。



Challenge

1. 会社概要

Next Stage

(1)会社概要

Next Stage

- ◆商号 **ダイドードリンコ株式会社**
- ◆本社 **大阪市北区中之島二丁目2番7号(〒530-0005)**
- ◆代表者 **代表取締役社長 高松富也**
- ◆設立 **1975年1月27日**
- ◆事業年度 **毎年1月21日から翌年1月20日まで**
- ◆資本金 **1,924,325,000円**
- ◆発行可能株式総数 **50,000,000株**
- ◆発行済株式総数 **16,568,500株**
- ◆単元株式数 **100株**
- ◆株主数 **23,511名（2015年1月20日現在）**
- ◆従業員数 **連結：2,767名 単体：673名（2015年1月20日現在）**

(1)会社概要

ここからだに、
おいしいものを。

Next Stage

DyDo

代表取締役社長 高松 富也



氏 名 (生 年 月 日)	略歴、当社における地位、担当 (重 要 な 兼 職 の 状 況)	所有する当社 の株式数
高松 富也 (昭和51年 6 月 26 日生)	平成16年 4 月 当社入社 平成20年 3 月 当社営業本部副本部長 兼販売会社統轄部長 平成20年 4 月 当社取締役営業本部副本部長 平成21年 4 月 当社常務取締役営業本部副本部長 平成22年 3 月 当社専務取締役営業本部長 兼人事総務本部長兼人事総務部長 平成23年 1 月 当社専務取締役営業本部長 兼人事総務本部長 平成23年10月 当社専務取締役営業統括本部長 兼人事総務本部長 平成24年 1 月 当社専務取締役営業統括本部長 兼マーケティング本部長 兼人事総務本部長 平成24年 4 月 当社取締役副社長営業統括本部長 兼マーケティング本部長兼人事総 務本部長 平成25年 3 月 当社取締役副社長社長室、事業戦 略本部、マーケティング本部、 人事総務本部、監査部担当 平成26年 1 月 当社取締役副社長コーポレートコ ミュニケーション本部、マーケテ ィング本部、人事総務本部、経営 戦略部、海外事業部、ヘルスケア 事業部、監査部担当 平成26年 4 月 当社代表取締役社長 (現在に至る)	495,000株

(2)連結業績の推移

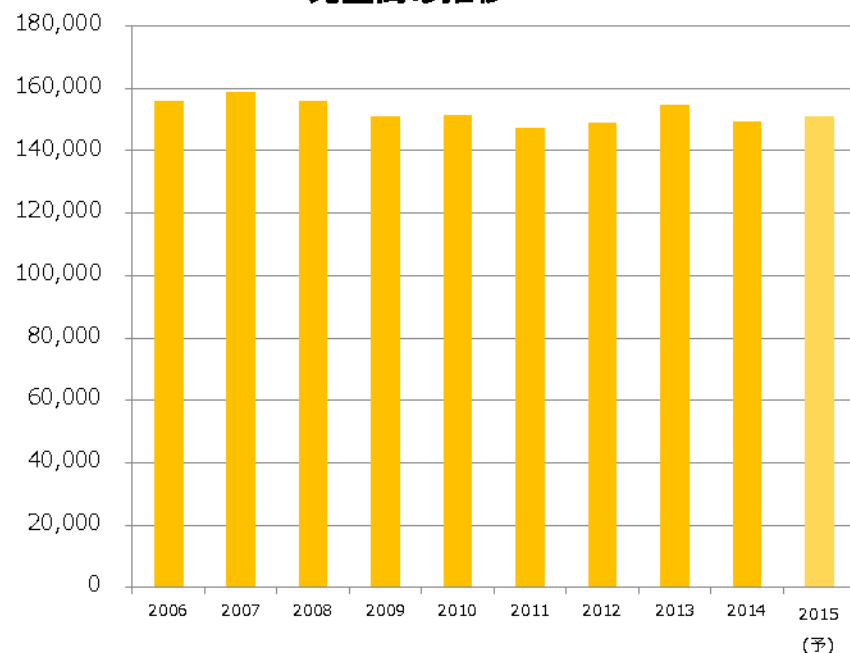
Next Stage

(単位：百万円)

	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度 (予)
売上高	147,404	148,902	154,828	149,526	151,000
営業利益	7,295	7,934	6,004	5,174	4,500
経常利益	6,687	7,725	5,962	4,470	4,400
当期純利益	2,351	4,410	3,712	2,322	2,700

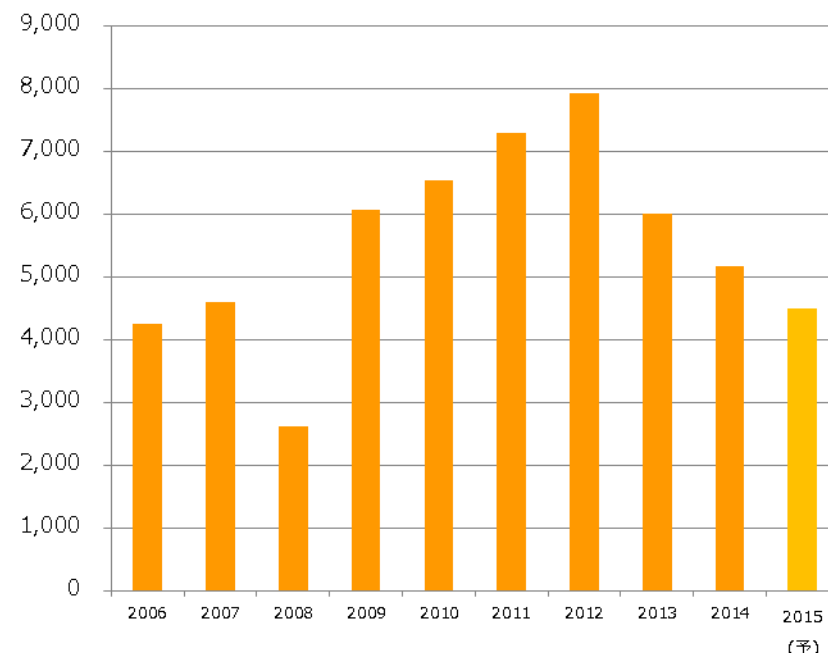
(百万円)

売上高の推移



(百万円)

営業利益の推移



こころとからだに、
おいしいものを。



2. 当社グループのビジネスモデル

Challenge

Next Stage

(1)グループ理念・ビジョン・スローガン

Next Stage

グループ理念



人と、社会と、共に喜び、共に栄える。

その実現のためにDyDoグループは、ダイナミックにチャレンジを続ける。

グループビジョン

DyDoはお客様と共に。

高い品質にいつもサプライズを添えて、
「オンリーDyDo」のおいしさと健康をお客様にお届けします。

DyDoは社会と共に。

グループ全体で生み出す製品・企業活動「オールDyDo」が、
豊かで元気な社会づくりに貢献します。

DyDoは次代と共に。

国境も既存の枠組みも越えて、
次代に向けて「DyDoスタンダード」を創造します。

DyDoは人と共に。

飽くなき「DyDoチャレンジ」で、
DyDoグループに関わるすべての人の幸せを実現します。

グループスローガン

こころとからだに、
おいしいものを。



(2) DyDoグループのビジネスモデル

こころとからだに、
おいしいものを。

DyDo

Next Stage

◆ DyDoグループの主要3部門 ー独自のビジネスモデルを構築ー

DyDoグループは、「こころとからだに、おいしいものを。」をスローガンに、高い品質にいつもサプライズを添えて、「オンリーDyDo」のおいしさと健康をお客様にお届けします。



安定的なキャッシュ・フローを背景として強固な財務基盤を構築

(3)ダイドードリンコの特徴・強み

こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage

DyDo



◆ Blend is Beautiful.

ーブレンドへのこだわりとあくなき挑戦ー

喜びと感動をお届けしたいと願う、ダイドードリンコの原点。



(3)ダイドードリンコの特徴・強み

Next Stage

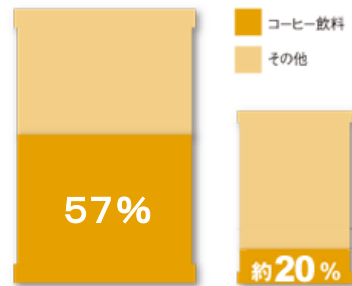
ここからだに、
おいしいものを。



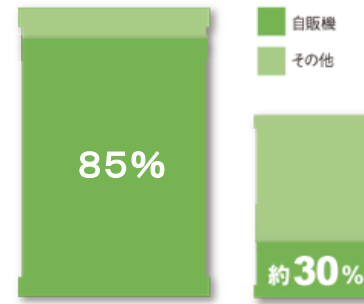
◆ コーヒー×自販機による安定した利益の確保

コーヒー飲料が 50% 以上

自販機で約 90% を販売



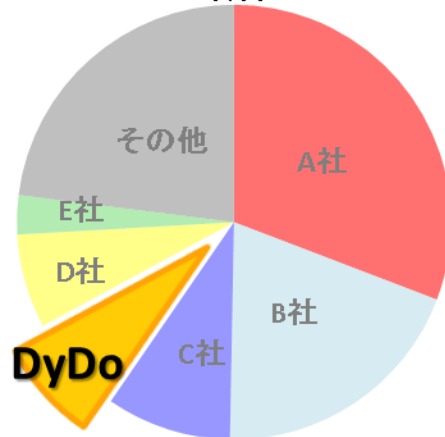
ダイドードリンコ
業界全体では、コーヒー飲料の売上比率は約20%



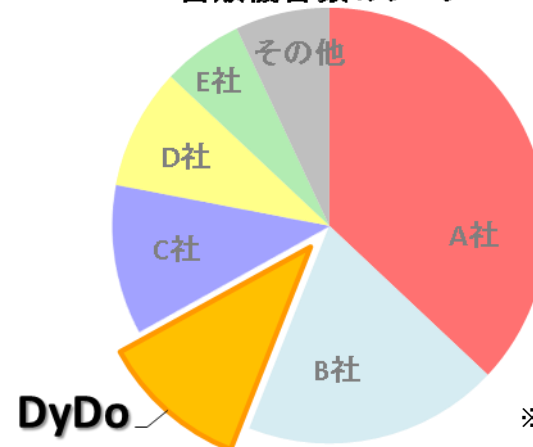
ダイドードリンコ
業界全体では、自販機での売上比率は約30%

※当社実績:
2014年度期末時点の比率

コーヒー飲料のシェア



自販機台数のシェア



※業界実績/シェアは当社調べ

(3)ダイドードリンコの特徴・強み

ここからだに、
おいしいものを。

Next Stage

DyDo

DyDo

◆ 自販機はダイドードリンコの大切な店舗

ルーレット機能



おしゃべり機能



グリーン電力証書システム

LED照明



ポイントカード機能



(3)ダイドードリンコの特徴・強み

ここからだに、
おいしいものを。

Next Stage

DyDo

DyDo

◆「オンリーDyDo」のおいしさをお届け

(2014年度の実績)

商品別売上高
(飲料販売部門-連結)
1,245億97百万円

その他飲料
91億80百万円
7.4%



ドリンク剤
17億88百万円
1.4%



機能性飲料
25億96百万円
2.1%



ミネラルウォーター類
48億94百万円
3.9%



果汁飲料
71億61百万円
5.7%



コーヒー飲料
709億58百万円
57.0%



茶系飲料
163億86百万円
13.2%



炭酸飲料
116億30百万円
9.3%



(3)ダイドードリンコの特徴・強み

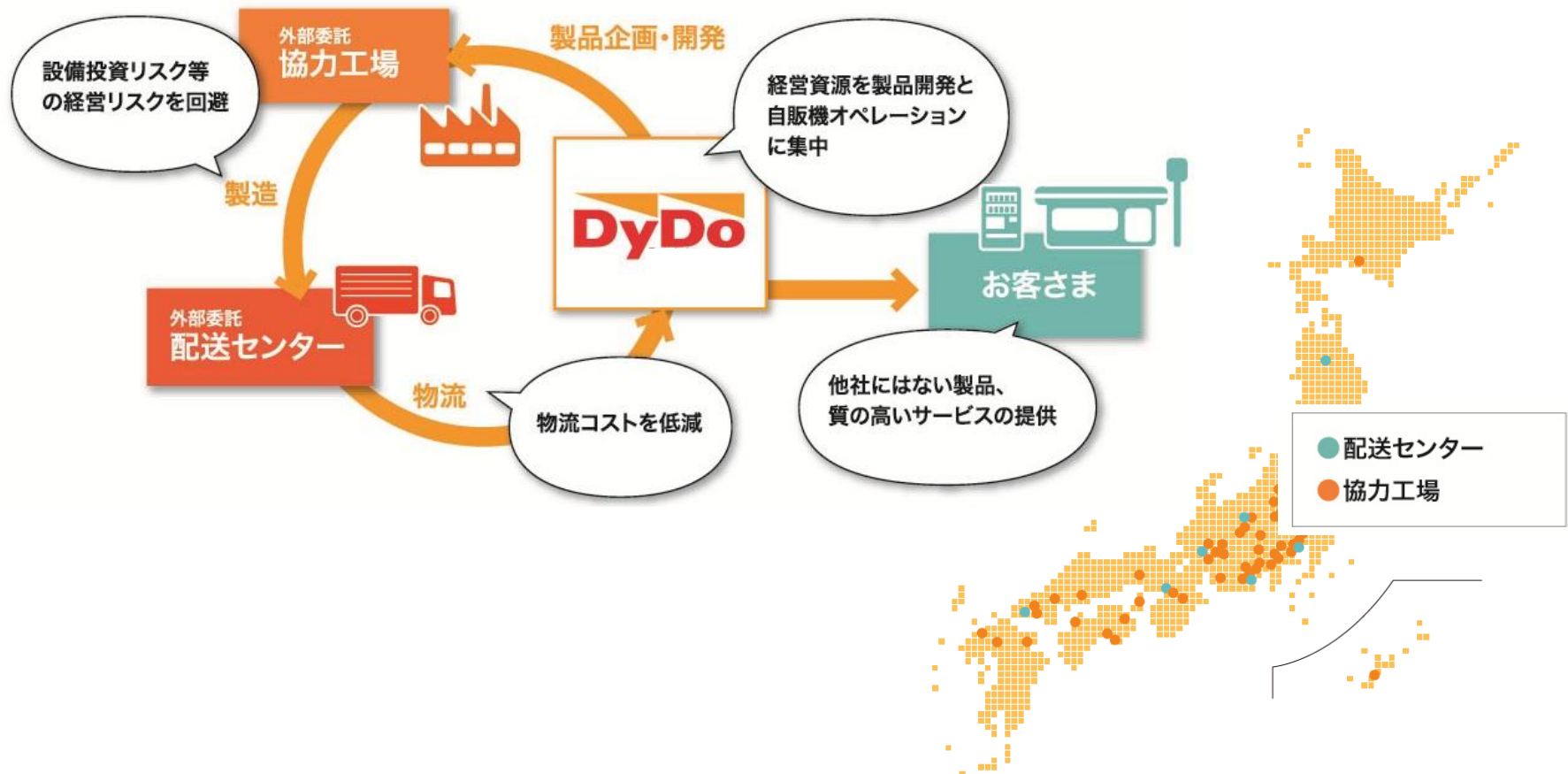
ここからだに、
おいしいものを。

Next Stage

DyDo

DyDo

◆ ファブレス経営による効率的な経営資源の活用



(4)大同薬品工業の特徴・強み

こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage

DyDo



- ◆ ドリンク剤の研究、開発、製造に取り組みOEMビジネスを展開
- ◆ 医薬品・医薬部外品から、清涼飲料等、年間約50品目の開発に携わる業界トップシェア企業として高い収益性を維持
- ◆ 安全安心な生産体制の維持強化を図りながら、業界No.1受託メーカーとしての飛躍を目指す



(4)大同薬品工業の特徴・強み

ここからだに、
おいしいものを。

Next Stage

DyDo

DAIDO
PHARMACEUTICAL CORPORATION

◆ 日産 170万本の生産能力

ー ミニボトル缶やシュリンクびんなど、多様な容器形態に対応



(4)大同薬品工業の特徴・強み

ここからだに、
おいしいものを。

Next Stage

DyDo

DAIDO
PHARMACEUTICAL CORPORATION

◆ 収益性が高くグループ内で安定収益を確保するセグメント

96億3百万円

(6.4%)

連結売上高

1,495億26百万円

(2014年度)

11億35百万円

(21.9%)

連結営業利益

51億74百万円

(2014年度)

- 飲料販売部門
- 飲料受託製造部門
- 食品製造販売部門

(5)たaramiの特徴・強み

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。

DyDo



- ◆ 2012年6月に100%子会社となり、グループ第3の柱として連結業績に貢献
- ◆ 高い知名度とブランド力により、フルーツデザートゼリー市場においてトップシェアを維持
- ◆ 今後はフルーツデザートゼリー市場での確固たる地位を築きつつ、より付加価値の高い商品、新たな市場、販売チャネルの開拓を志向



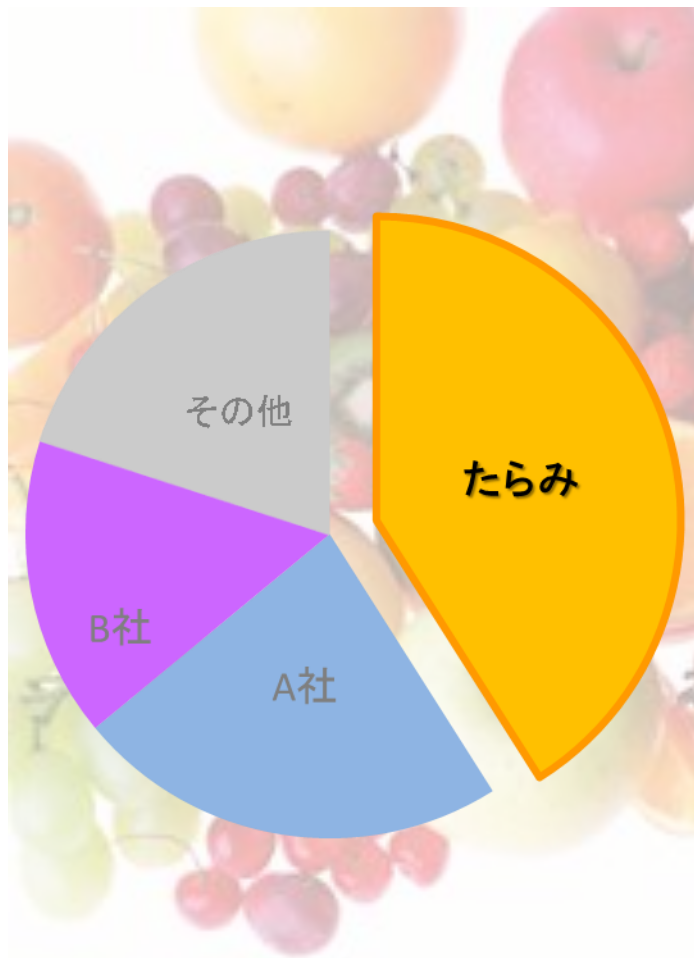
※4/1発売予定

(5)たらみの特徴・強み

こころからだに、
おいしいものを。

Next Stage

DyDo



◆ 甘いひとときシリーズ



◆ ごろっと果実シリーズ



◆ くだもの屋さんシリーズ



◆ WITH HAPPINESSシリーズ※



※4/1発売予定

◆ どっさりシリーズ



◆ 甘くって濃いシリーズ



◆ カロリコカロリカシリーズ



(6) 安定的な財務基盤を背景に新たな成長へ

Next Stage

ここから新たに、
おいしいものを。

DyDo

◆ 連結貸借対照表の状況 (2015.1.20現在)

金融資産 727 億	有利子負債	278億
	仕入債務	162億
	未払金	110億
	その他負債	81億
売上債権 137億	純資産	847億
たな卸資産 73億		
その他資産 541億		

Challenge

3. 中期経営計画

Next Stage

~Challenge the Next Stage~

(1) 成長実現に向けた4つのチャレンジ

Next Stage

4つの Challenge



既存事業成長への

Challenge

商品力強化への

Challenge

海外展開への

Challenge

新たな事業基盤の確立への Challenge

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。

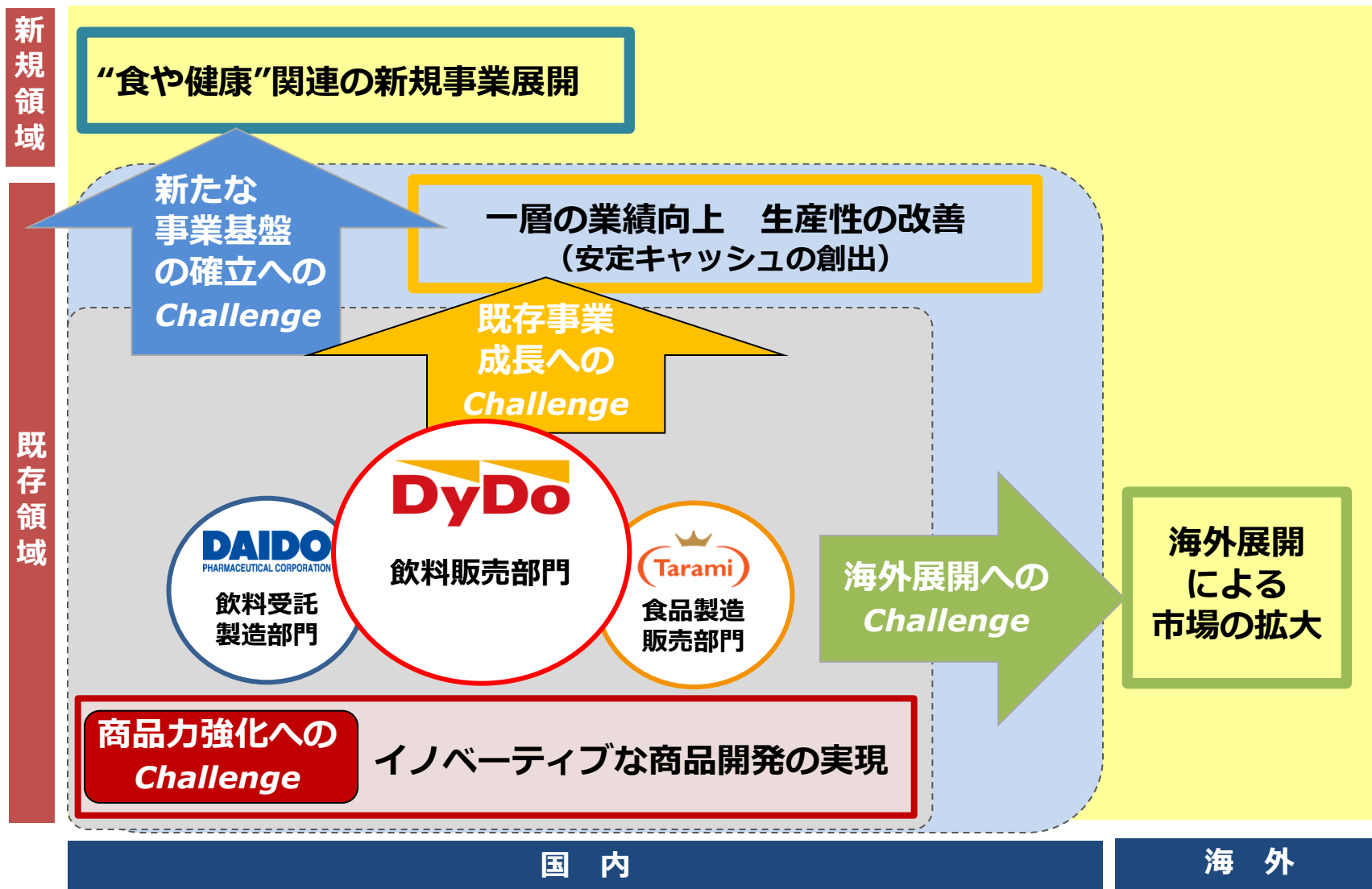


(2)成長戦略の方向性

Next Stage

ここからだに、
おいしいものを。

DyDo

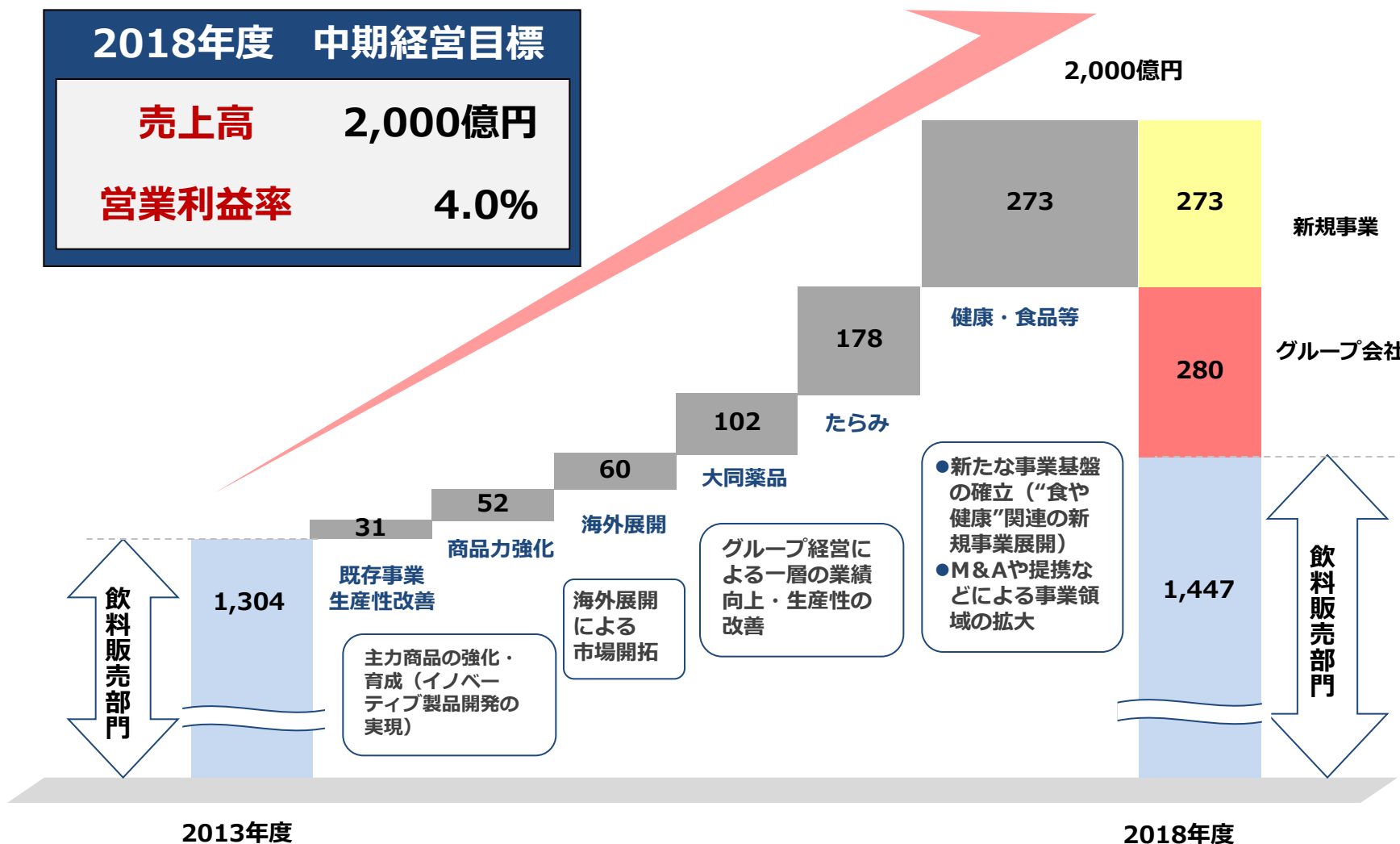


(3)中期経営目標

ここからだに、
おいしいものを。

NEW STAGE

DyDo



(単位:億円)

(4)既存事業成長へのChallenge

Next Stage

ここからだに、
おいしいものを。

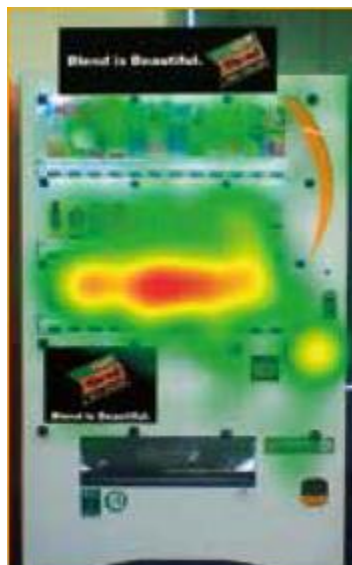
DyDo

DyDo ◆ アイトラッキング調査で目線からお客様の好みや気持ちを分析

「アイトラッキング」とは、特殊な装置で人の眼球の動きを追跡・記録することで、その人がどこをどれだけ見ているかを測定する手法。無意識な視線の移動も計測することから、アンケートやインタビューなどでは伺えない人の行動を知ることができます。

ダイドードリンコではこのアイトラッキング技術を活用し、自販機での商品購入行動の調査とインタビューを実施することで、無意識の行動と購買行動時の感情、最終決定の決め手など、様々な調査結果を収集。商品の企画開発や自販機への商品サンプルの配置、さらには販促物の展開等にも活用しています。

■ アイトラッキング調査と調査結果（視線が集中すると赤い色になる）



■ 事例：自販機の製品サンプルの配置



(5)商品力強化へのChallenge

Next Stage

ここからだに、
おいしいものを。

DyDo

DyDo 「ダイドーブレンド 泡立つプレミアム」

振るだけで、なめらかに泡立つプレミアム缶コーヒー

- 缶を振ると、口あたりなめらかな泡立ちが楽しめる
- エスプレッソ抽出した上質なコーヒーとミルクがきめ細やかに泡立つ
- 世界一バリスタ監修によりプレミアムなおいしさを追求



【 泡立ちの仕組み 】

缶の内部の陰圧、最適なヘッドスペースのコントロール、中味の独自製法技術の組み合わせにより、振るたびに空気を抱き込んだ泡が分散され、きめ細やかな泡立ちを実現



(6)海外展開へのChallenge ーロシア市場への参入ー

ここからだに、
おいしいものを。

Next Stage

DyDo

DyDo

◆ ロシア・モスクワ市における自販機設置をスタート



ロシアで2番目に大きい空港
「シェレメチェボ国際空港」
から市内へ向かう「アエロエ
クスプレス」の駅構内に設置
している当社自販機



地下道



バスターミナル



ガソリンスタンド



鉄道駅



シネマ

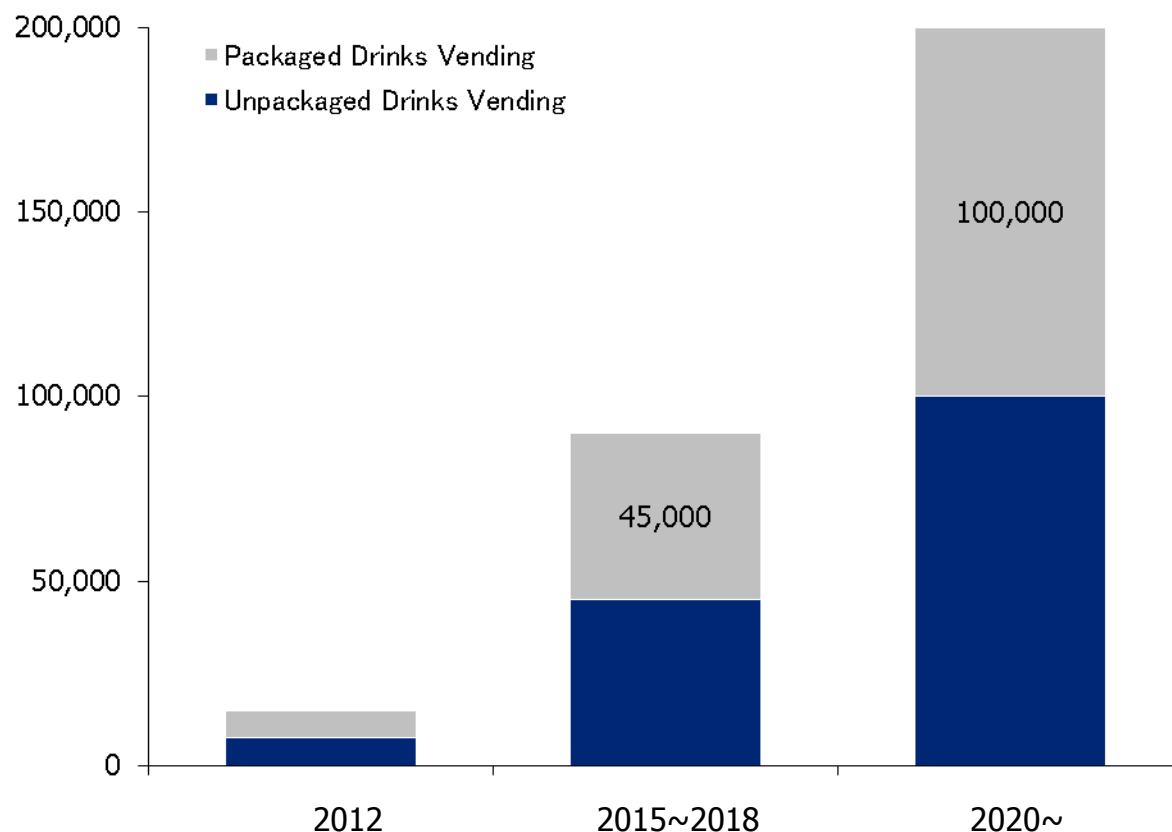
(6)海外展開へのChallenge ーロシア市場への参入ー

こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage

DyDo

DyDo ◆ ロシアにおける自販機成長ポテンシャル



■ モスクワ市政府の2015年自販機台数目標:90,000台

■ モスクワ市およびモスクワ州(総人口約1,800万人)の自販機ポテンシャルは20万台以上

- 東京:人口1,300万人、自販機50万台以上
- ニューヨーク:人口800万人、自販機20万台以上

■ 総自販機のうち、Packaged Drinksタイプ(Food/Snack込み)の自販機台数は1/2と推定(市場規模比率より)

(6)海外展開へのChallenge －台湾 T C I との提携－

こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage

DyDo



台湾の大江生醫股份有限公司（英文社名：TCI）との提携

TCI は機能性ドリンク、保健食品、スキンケア商品といった3つの事業を柱に研究開発・製造・販売を行っており、会社全体の売上に占める割合は、機能性ドリンクで約54%、保健食品で32%、スキンケア商品で14%となっています。そして現在、台湾で保健食品とスキンケア商品の受託製造会社ではトップシェアを誇っており、さらに新素材や高い生産技術を強みに、多種多様な製品を世界28ヶ国以上に供給しています。

大同薬品工業の営業フローのイメージ



これまでの協力関係を次の
ステージに高め、台湾の成
長企業「TCI」を通じて
中国・ASEANの成長機
会を取り込む。

2014年12月
DyDoグループはTCIに15%
出資し、持分法適用会社化。
ダイドードリンコ社長の高松
富也が董事に就任。

2014年4月
大同薬品工業とTCIは健康食品・飲料分野において、
技術支援契約や受託製造について協議・検討をすす
めていくとともに、顧客とする日本企業子会社への
健康食品・飲料の製造・販売などについて両社は協
力して、共同で新市場を開発することで合意

(6) 海外展開へのChallenge ーインドネシアに合弁会社設立ー

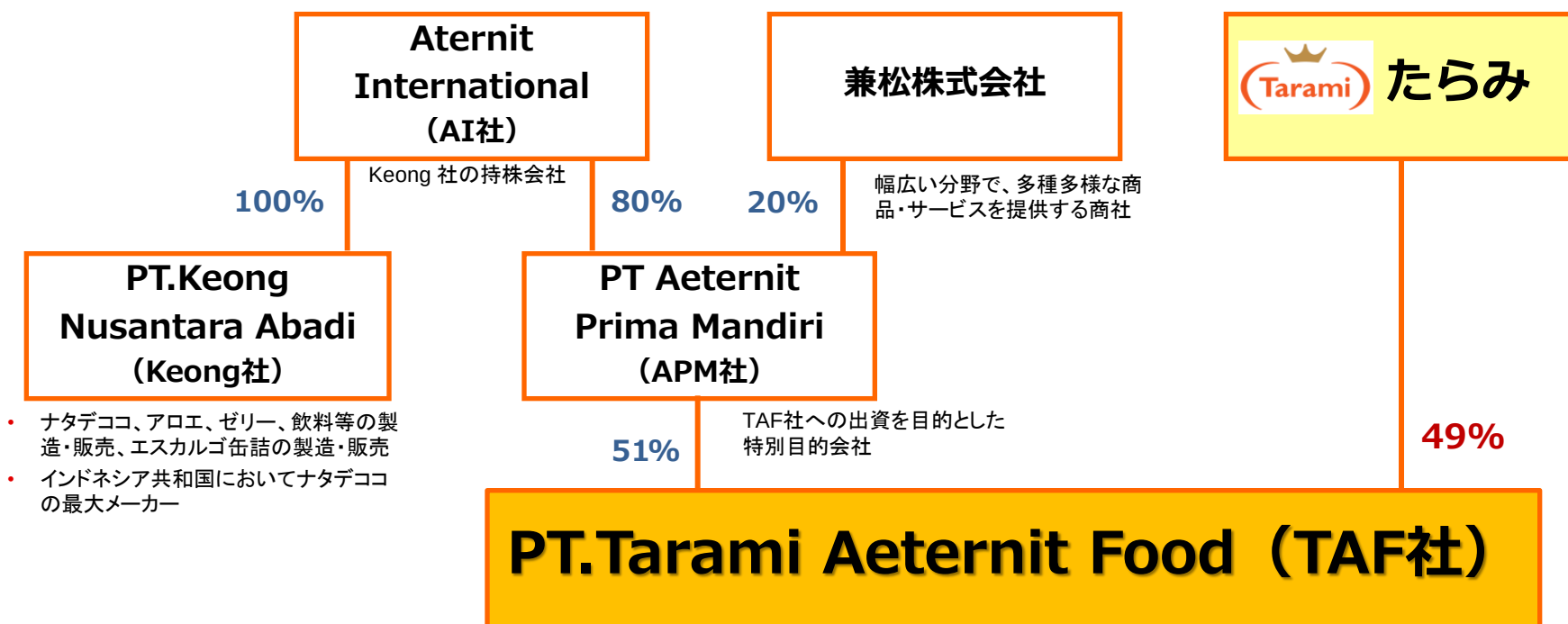
こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage

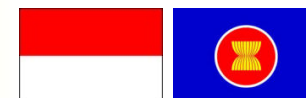


インドネシアにおける合弁会社 「PT.Tarami Aeternit Food」を設立

インドネシアにおいて、たらみブランドブランドをはじめとした「フルーツゼリー」の生産・販売事業を展開するため、インドネシア法に基き「PT Aeternit Prima Mandiri」と合弁会社を設立。



インドネシア国内及びASEAN等の
周辺諸国への販売をめざす。



(7)新たな事業基盤確立へのChallenge

Next Stage

ここからだに、
おいしいものを。

DyDo

◆M&A、アライアンスに対する考え方

	国内	海外
既存事業の成長 飲料販売部門 飲料受託製造部門 食品製造販売部門	各事業部門が独自性を発揮し、収益性向上を図る。	新たな地域での事業展開に向け、良好な関係性を築く事ができるパートナー企業を模索。合併企業の設立やM&Aも視野に入れる。
「食や健康」 の分野における 新規事業基盤の確立	既存事業の間を埋める新たな事業ポートフォリオの確立をめざす。M&Aは、収益性と成長性を重視し、資本効率向上を図る。	---

4. 持続的成長の実現に向けて

Challenge

Next Stage

(1)資本政策と株主還元について

ここからだに、
おいしいものを。

DyDo

Next Stage

株主還元

持続的利益成長の実現

資本の有効活用

戦略的投資による新たな事業基盤確立

財務健全性の維持

既存事業のキャッシュ創出力向上

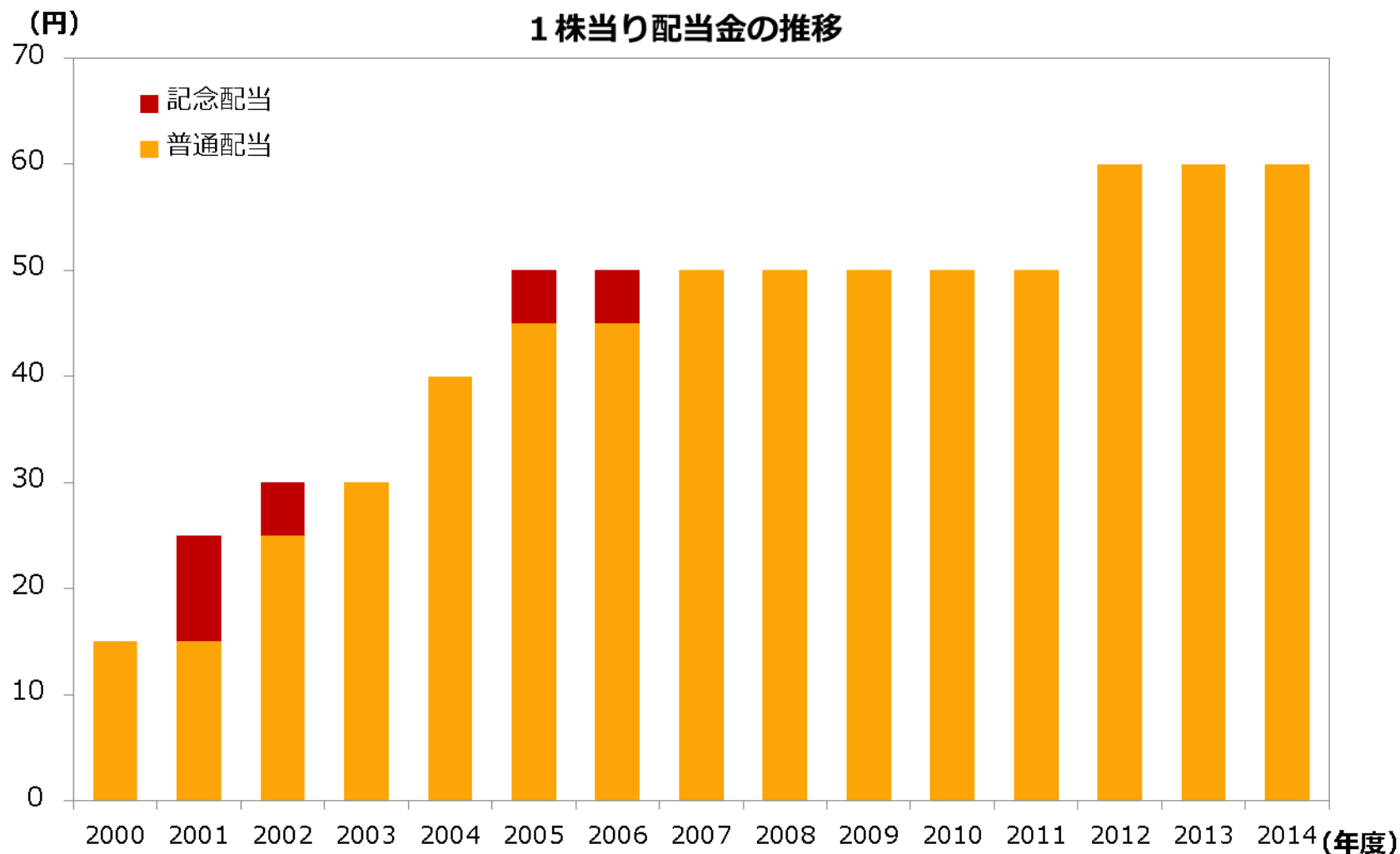
	基本的考え方
資本の有効活用	・ 内部留保は、持続的利益成長・資本効率向上につながる戦略的事業投資に優先的に充当
財務健全性の維持	・ 既存事業による安定的なキャッシュの創出力の向上 ・ 継続的な戦略的事業投資を可能にする財務基盤の維持
株主還元	・ 厳しい収益環境下においても、安定配当維持継続 ・ 持続的利益成長の実現により中期的な増配基調を目指す

(2)株主還元　－ 配当金 －

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。

DyDo



(2)株主還元 – 株主優待 –

ここからだに、
おいしいものを。

Next Stage

DyDo

100株以上保有の株主の皆様
3,000円相当の
自社製品詰め合わせを進呈

年2回

(割当基準日：1月20日、7月20日)



2015年1月20日現在の株主の皆様に進呈した株主優待品

2015年版
知って得する株主優待*で
読者が選ぶ株主優待「人気ランキング」
上位ランクイン！



* 2014年11月
野村 I R 発行

株主優待総合ランキング

5年連続 総合第2位

順位	社名
1	日本マクドナルドホールディングス
2	ダイドードリンコ
3	日清ホールディングス

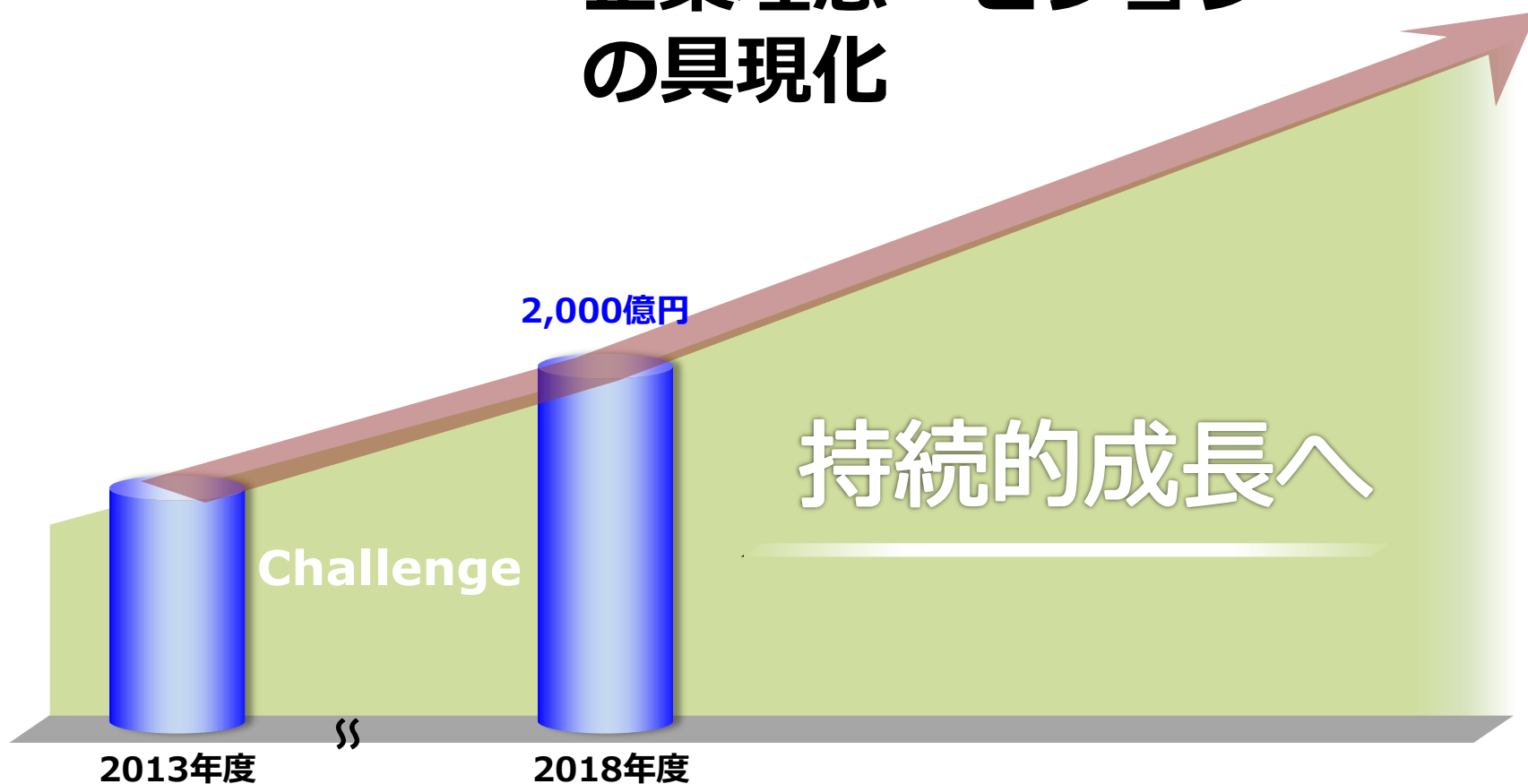
(3)持続的成長の実現

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。

DyDo

企業理念・ビジョン の具現化



5. A P P E N D I X

－当社グループのCSRへの取り組み－

Challenge

Next Stage

(1) CSR基本方針

Next Stage

ここからだに、
おいしいものを。

DyDo

私たちは「人と、社会と、共に喜び、共に栄える。」というグループ企業理念に則り、ステークホルダーの皆さまの声を経営に生かし、豊かで元気な社会づくりに貢献します。

お客様には ➤ 「高い品質にいつもサプライズを添えて！」

安全安心はもちろん、喜びと感動をお届けします。

従業員には ➤ 「ダイナミックに働き、達成する喜びを！」

社内コミュニケーションを促進し、チャレンジする人材を育成します。

取引先には ➤ 「次の成長ステージへ共にチャレンジ！」

経営ビジョン・経営戦略を共有し、ビジネスパートナーとの信頼関係を深めます。

社会には ➤ 「人や社会との絆を大切に！」

事業活動やコミュニティ活動を通じて、地域社会の活性化に貢献します。

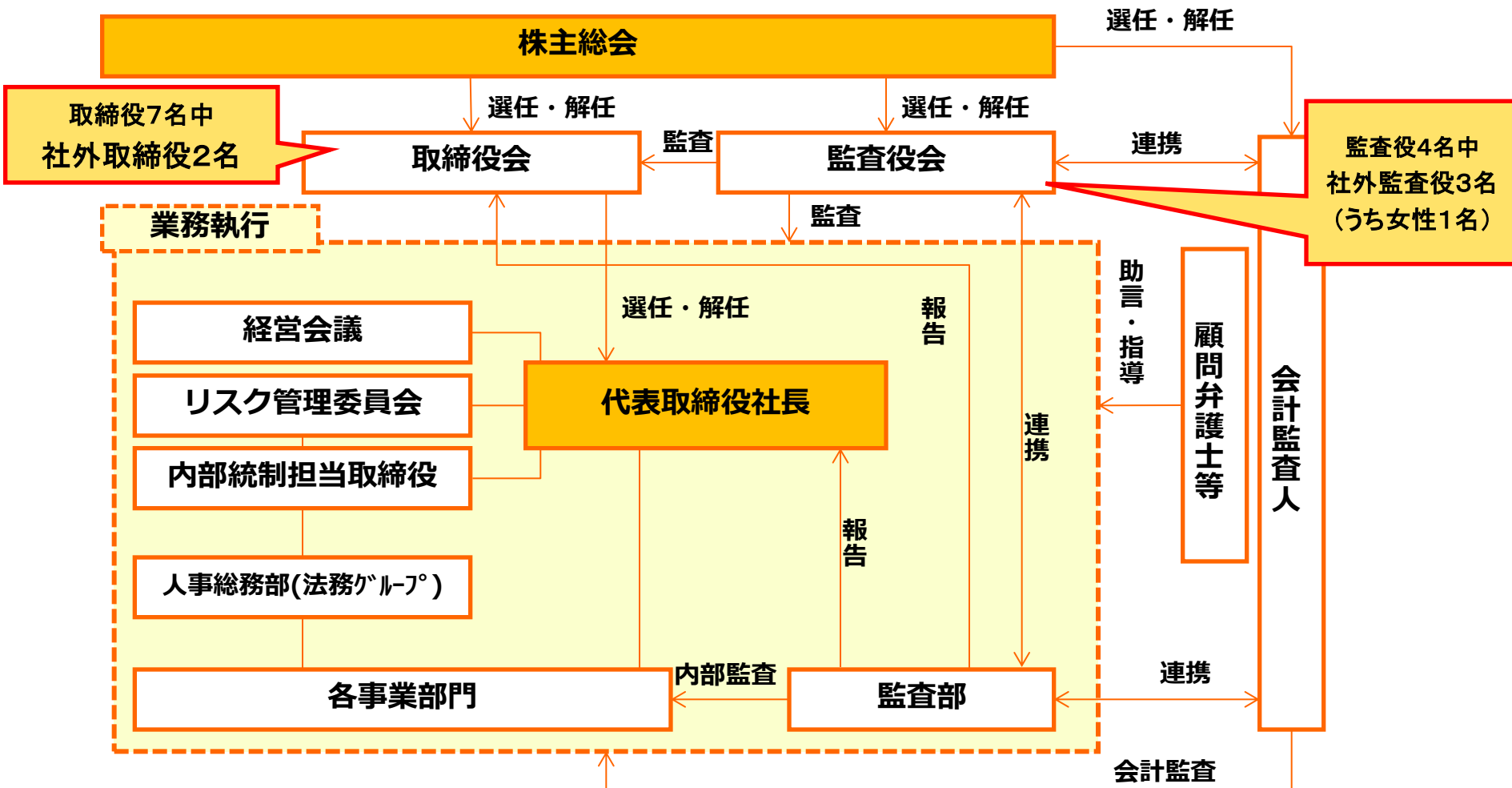
株主には ➤ 「継続的な企業価値向上を！」

健全なガバナンス体制により、安定的な還元を実現します。

(2)ガバナンス改革

Next Stage

当社は、健全な企業活動とコンプライアンスを徹底し、経営の透明性と効率性を高めることによりお客様、従業員、お取引先様、地域社会、株主の皆様など、当社を巡るステークホルダーとの円滑な関係を構築し、企業価値の増大に努めることをコーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方としています。



(3)お客様への取り組み

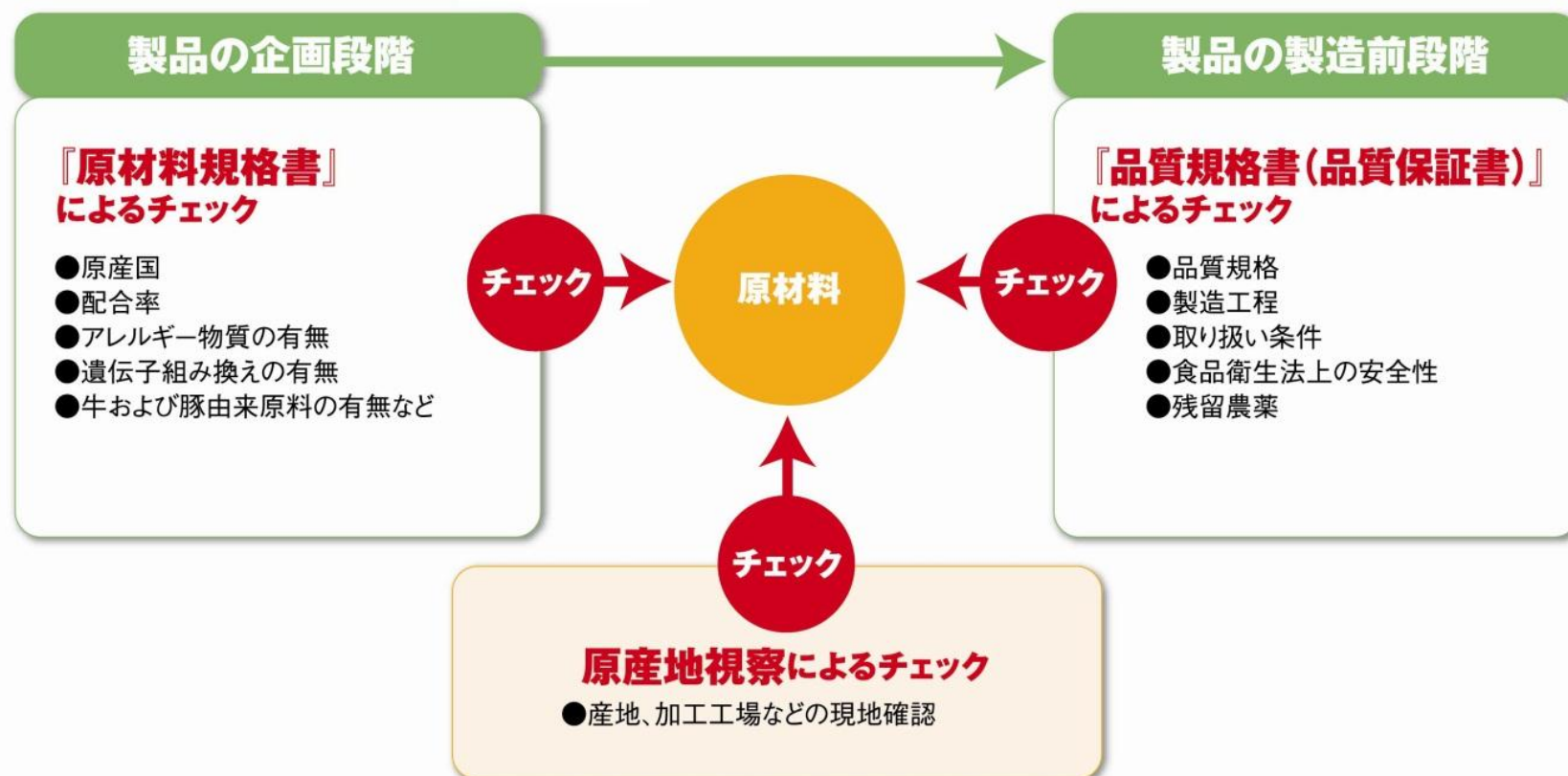
ここからだに、
おいしいものを。

Next Stage

DyDo



◆ 製造前におけるチェック



(3)お客様への取り組み

ここからだに、
おいしいものを。

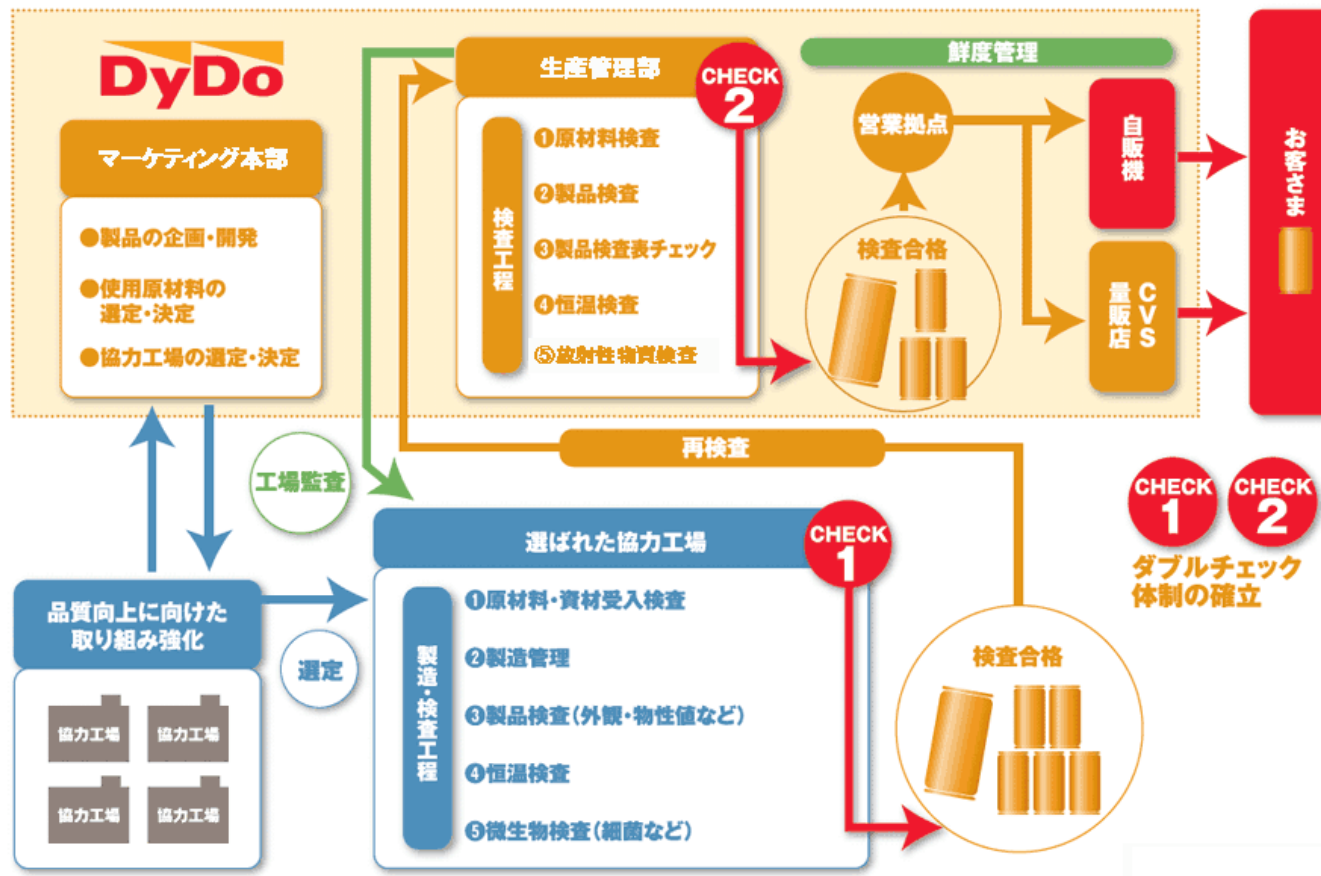
Next Stage

DyDo



◆ 製造段階におけるダブルチェック体制

■「食の安全」確保のためのダブルチェック体制(フローチャート)



(4)環境への取り組み

Next Stage

ここからだに、
おいしいものを。

DyDo



◆ 環境への取り組み エコ自販機を積極的に投入

地球環境に優しく節電効果の高い
「エコ自販機」を積極投入し、
地域社会やお客様に支持される
自販機網の拡充に注力



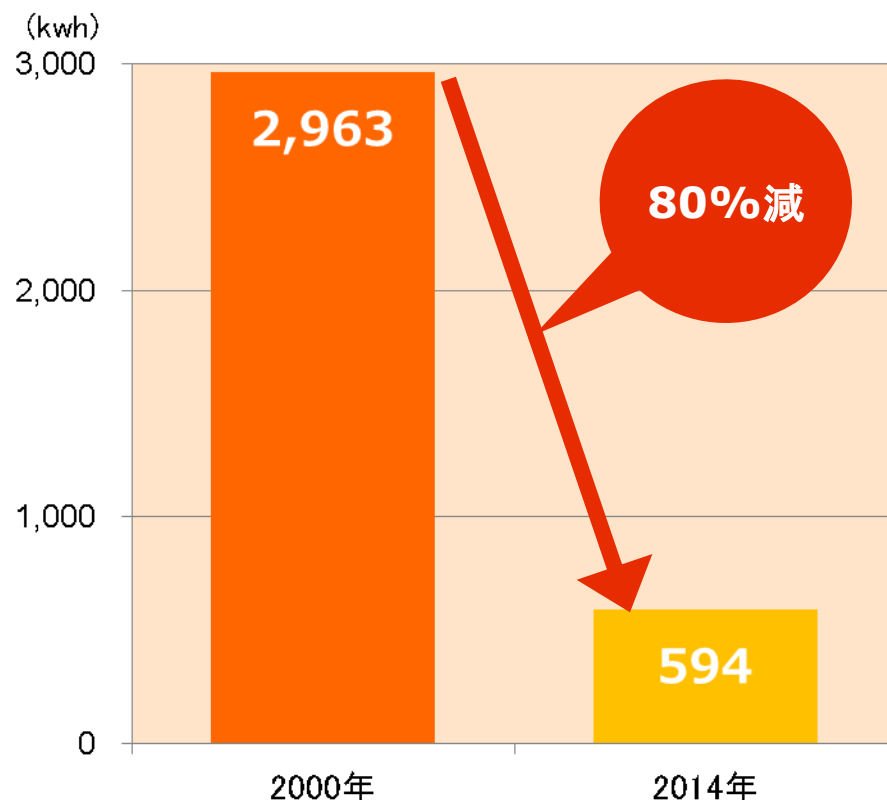
LED照明



ヒートポンプ自販機



● DyDo自販機 1台当りの年間消費電力量推移



(5)地域・社会への取り組み

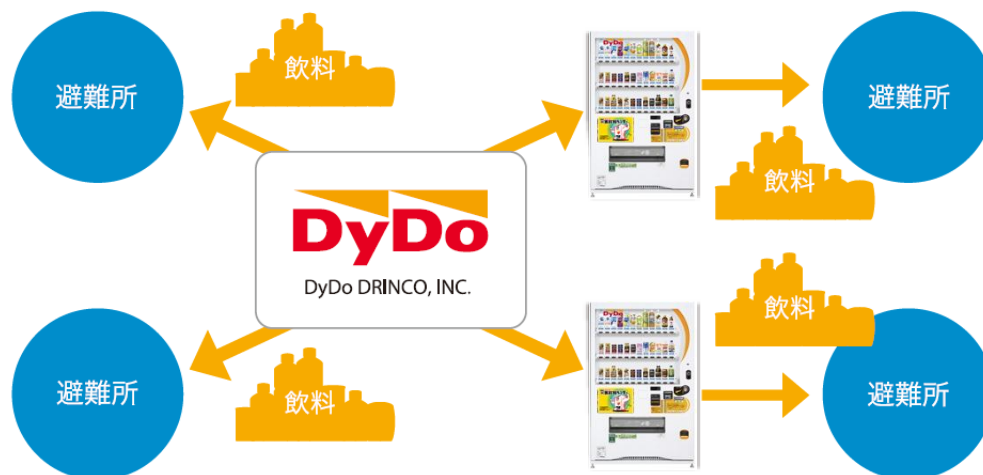
ここからだに、
おいしいものを。

Next Stage

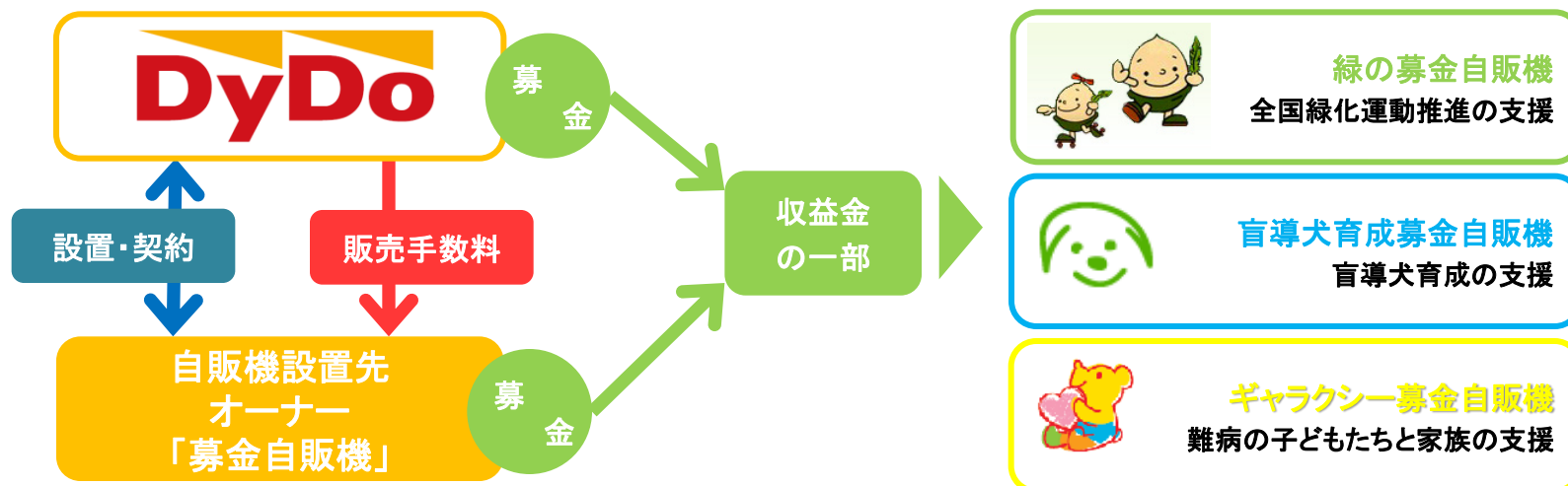
DyDo

DyDo

◆ 地方自治体と災害時における支援協定



◆ 社会への取り組み – 自販機を通じた募金活動



(5)地域・社会への取り組み

ここからだに、
おいしいものを。

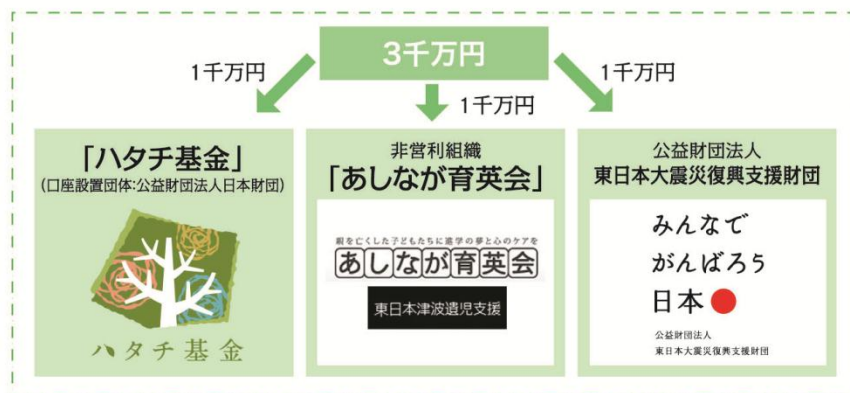
Next Stage

DyDo



◆ 「地域コミュニティ貢献積立金」を活用した社会貢献活動

➤ 東日本大震災への継続支援



➤ 東北復興“絆”義援金自販機による支援

東北復興絆義援金自販機

東北3県(岩手・宮城・福島)は、東日本大震災により、
主産業である漁業に深刻な打撃を受けました。
この自販機の収益金の一部は東北の復興・漁業再建に
役立てられます。



➤ 学校教育における ストリートダンス等の文化支援



➤ 福島県の子供たちに対する 運動不足解消に向けた支援



➤ NPO日本の祭りネットワーク への支援

ダイドードリンコは
「NPO(特定非営利活動法人)
日本の祭りネットワーク」に加盟しています。



NPO(特定非営利活動法人)

日本の祭りネットワーク

Nippon Matsuri Network

◆ 社会への取り組み ダイードリンク「日本の祭り」

全国各地に伝わるお祭りを応援。
祭りを通じて地域の絆作り、活性化に
役立つために、2015年は全国34箇所
の祭りを応援する。



日本の祭り

ダイドードリンコ

2015

ここからさらに、
おいしいものを、
DyDo

日本の心のすぐそばに。

日本の祭りの数々は、その土地の歴史や文化、人々の生活や信仰を伝える貴重な文化遺産です。ダイドードリンコは、日本の祭りを応援し、その魅力を全国に広げたいと考えています。毎年、全国の祭りを巡り、その魅力をダイドードリンコの店頭で発信しています。また、祭りの季節には、祭りのイメージに合わせた限定商品やキャンペーンを実施しています。ぜひ、祭りの季節には、ダイドードリンコを訪ね、その魅力を味わってください。

1月 松山祭
松山神社・松山神社

2月 長崎祭
長崎神社・長崎神社

3月 宮城祭
宮城神社・宮城神社

4月 鎌倉祭
鎌倉神社・鎌倉神社

5月 宮城祭
宮城神社・宮城神社

6月 鎌倉祭
鎌倉神社・鎌倉神社

7月 宮城祭
宮城神社・宮城神社

8月 鎌倉祭
鎌倉神社・鎌倉神社

9月 宮城祭
宮城神社・宮城神社

10月 鎌倉祭
鎌倉神社・鎌倉神社

11月 宮城祭
宮城神社・宮城神社

12月 鎌倉祭
鎌倉神社・鎌倉神社

1月 松山祭
松山神社・松山神社

2月 長崎祭
長崎神社・長崎神社

3月 宮城祭
宮城神社・宮城神社

4月 鎌倉祭
鎌倉神社・鎌倉神社

地域への観光客誘致を図るために両社連
BS12chにて放送中!
TBS
毎週土曜日 18時~19時30分放送

9チャンネルで放送中!
TBS
毎週土曜日 18時~19時30分放送

http://dydo-matsuri.com/

(5)地域・社会への取り組み

ここからだに、
おいしいものを。

Next Stage

DyDo



◆ 「地域コミュニティ貢献積立金」を活用した社会貢献活動

➤ 高校生の料理コンテスト

「ご当地！絶品うまいもん甲子園」で食の分野で活躍する次世代の育成を支援

農業・水産業・商業を学ぶ高校生を対象に、プロの料理人による調理研修を実施。
食を通じて農林漁業の大切さを伝え、高校生の夢を応援し、地域社会を盛り上げ、日本各地に
元気をお届けする。

一般社団法人全国食の甲子園協会の協力を得て、2014年8月に全国7エリアでの予選大会終了後、決勝進出を果たした高校に対し、各エリアから選定したプロの料理人を派遣。決勝大会に向けて、出場メニューのブラッシュアップを行う特別研修を実施することで、高校生のアイデアにさらに磨きをかけ、全国大会へ臨める体制作りを支援しました。2015年度も次世代の育成を支援していきます。



第3回「ご当地！絶品うまいもん甲子園」
で見事優勝した「岐阜県立郡上高校」
のみなさん

(6)株主様への取組み

Next Stage



◆ 年2回株主様向け通信誌「DyDo Challenge通信」を発行
－株主様との「双方向コミュニケーション」充実

◆ 株主様からの公募で名称を決定した
「DyDo Challenge通信」

◆ 決算内容をOA形式でご説明



◆ 株主様のアンケート結果を毎回フィードバック



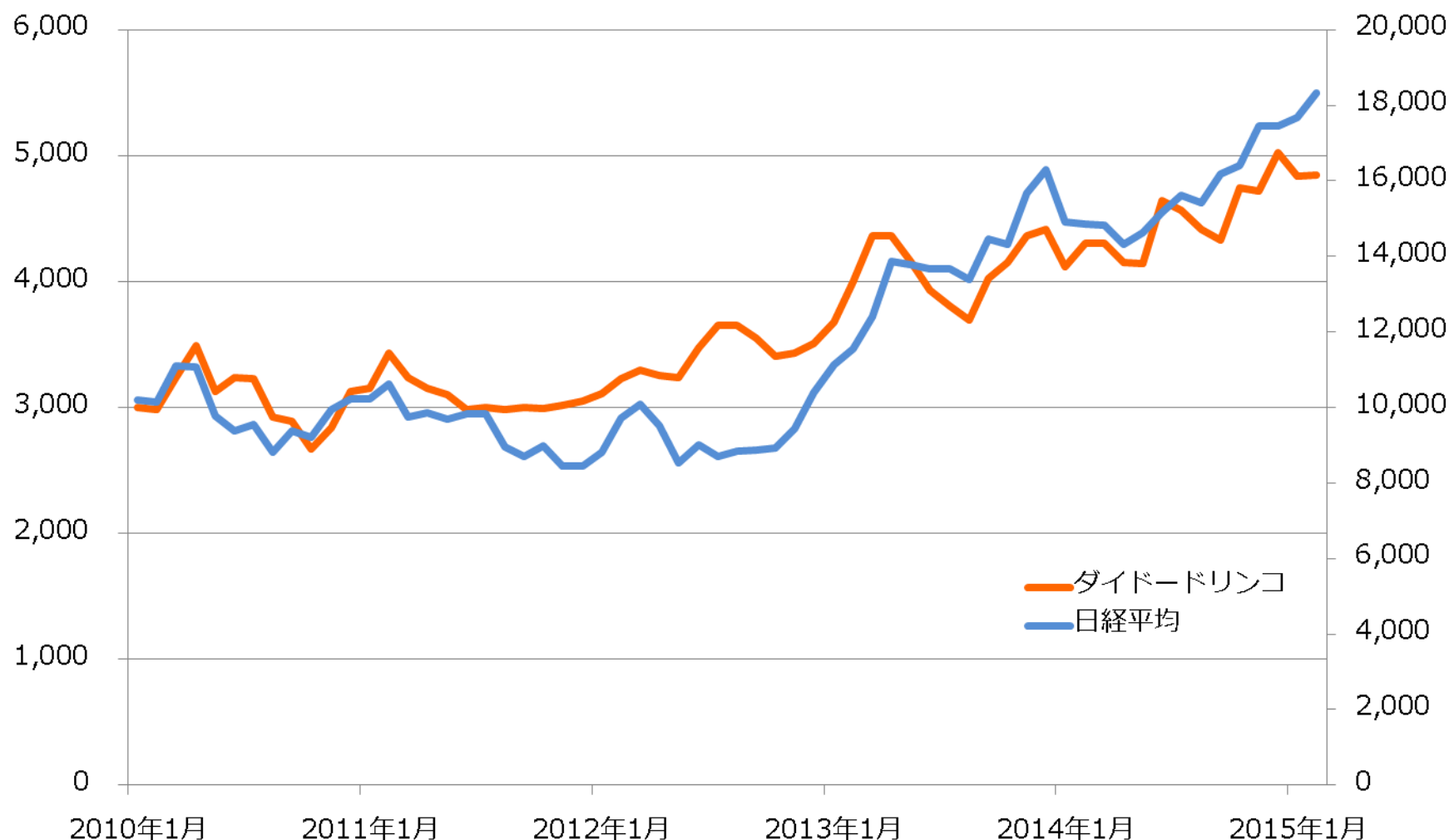
◆ 株主様のご質問にお答えするコーナー

<ご参考> 株価推移

Next Stage

ここからだに、
おいしいものを。

DyDo



<memo>

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。

[illegible]

こころとからだに、
おいしいものを。



Challenge

Next Stage

本資料には、将来の業績に関する記述が含まれています。こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。将来の業績は、経営環境の変化などにより、計画数値と異なる可能性があることにご留意ください。又、本資料は情報の提供のみを目的としており、取引の勧誘を目的としておりません。