



こころとからだに、
おいしいものを。



DyDoグループの事業概要と 今後の成長戦略

Challenge

Next Stage

2015年9月5日

ダイドードリンコ株式会社

(東証1部 : 2590)

1. 会社概要

P.2～6

2. 当社グループのビジネスモデル

P.7～23

3. 中期経営計画 ～ Challenge the Next Stage ～

P.24～32

4. 持続的成長の実現に向けて

P.33～40

5. A P P E N D I X

P.41～51

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

こころとからだに、
おいしいものを。



- ◆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 25,431名 (2015年7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)



こころとからだに、
おいしいものを。



(1)会社概要

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。

DyDo

- 戦後動乱期 創業者 高松富男が個人事業として医薬品配置販売業を開始
- 1947年～ 戦時中の売薬統制が解かれ、販路拡大を図る
- 1956年 大同薬品株式会社を設立
- 1958年 医薬品製造業を登録し、工場を新設して医薬品の製造を開始
- 1959年 社名を「大同薬品工業株式会社」に変更
- 1970年代～ 国道沿いのパーキングにショーケースを設置しドリンク剤を販売
- 1973年 「ダイドージャマイカンコーヒー」を発売
- 1975年 清涼飲料販売事業を分社化し「ダイドー株式会社を設立」
- 1984年 社名を「ダイドードリンコ株式会社」に変更



その後HOT製品とCOLD製品が同時販売できる自販機が登場し、飲料自販機が爆発的な伸びを見せ、当社も全国に自販機を展開。現在の全国28万台の自販機網につながっていった。

(1)会社概要

こころとからだに、
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

こころとからだに、
おいしいものを。

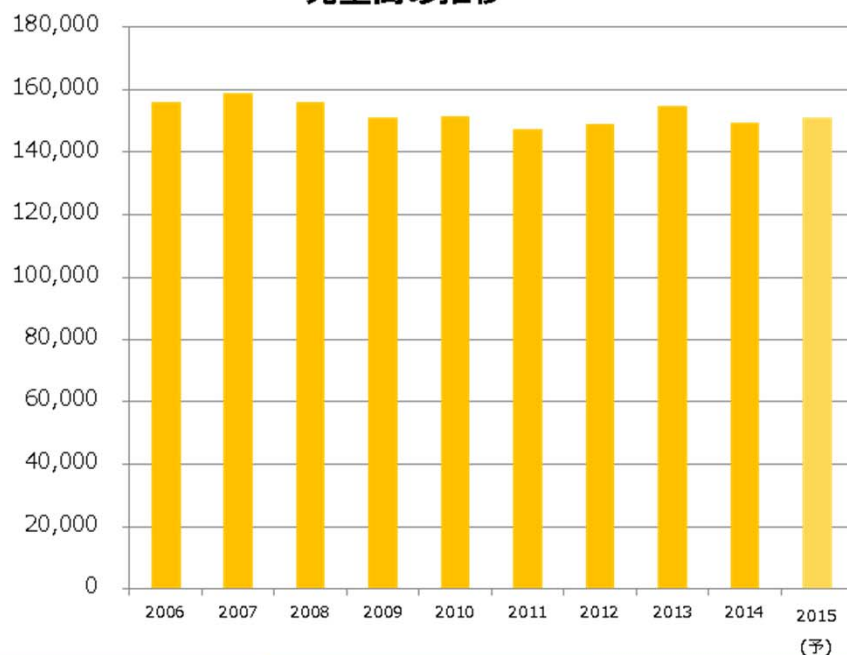


(単位：百万円)

	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

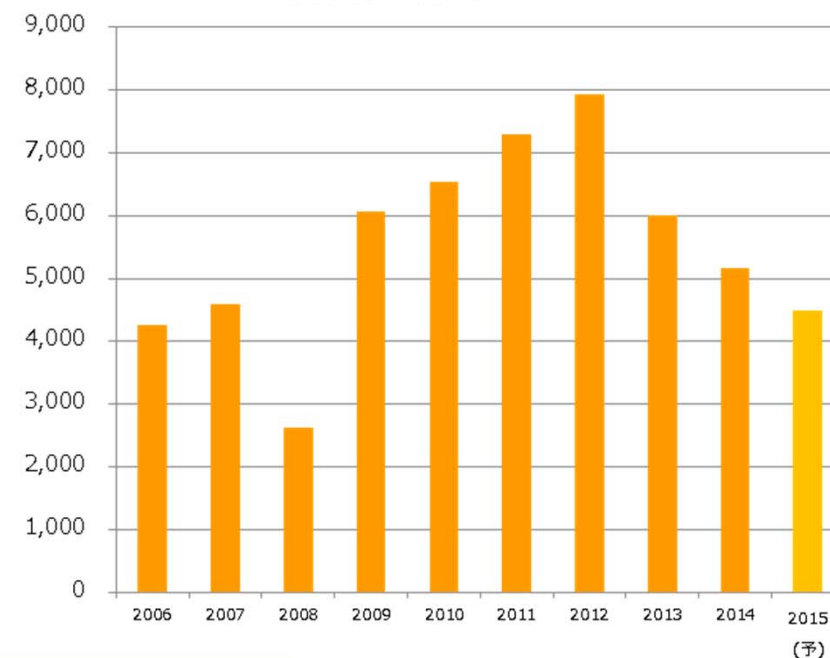
(百万円)

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。



Challenge

2. 当社グループのビジネスモデル

Next Stage

(1)グループ理念・ビジョン・スローガン

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。



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

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。



◆ DyDoグループの主要3部門 －独自のビジネスモデルを構築－

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



◆ 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

こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage



DyDo ◆ 小容量缶コーヒー※1売上No.1※2で圧倒的シェアを誇るデミタスシリーズ3品がさらにおいしく進化して、リニューアル発売！

- コーヒー規格※の1. 5倍の豆量使用 ※コーヒー規格下限値(5g/100g)
- デミタスこだわりのプレミアム豆を従来品より増量して凝縮
- プレミアム感のあるデザイン

デミタスシリーズは小容量缶
コーヒー※1におけるシェアが
63%と圧倒的シェア※2を維持！



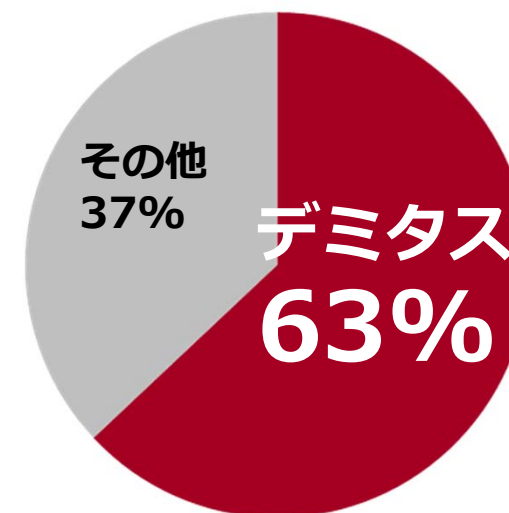
デミタスコーヒー



デミタス微糖



デミタスBLACK



※1：180ml以下缶・ボトル缶コーヒー

※2インテージSRI 180ml以下缶・ボトル缶コーヒー市場 2014年3月～2015年5月 デミタスシリーズ累計販売金額

(3)ダイドードリンコの特徴・強み

Next Stage

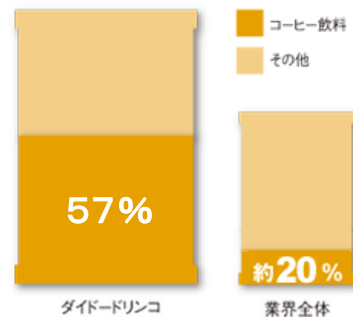
こころとからだに、
おいしいものを。



◆ コーヒー×自販機による安定した利益の確保

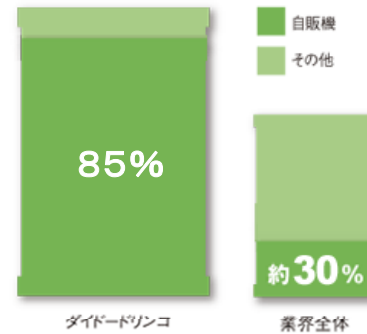
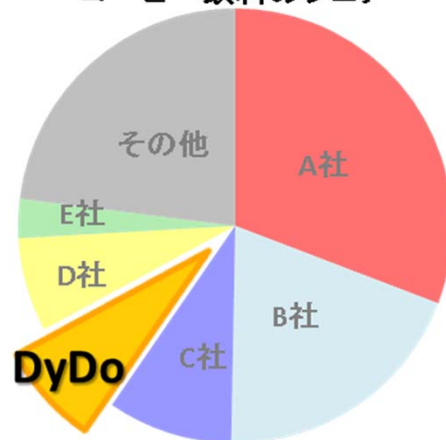
コーヒー飲料が 50% 以上

自販機で約 90% を販売



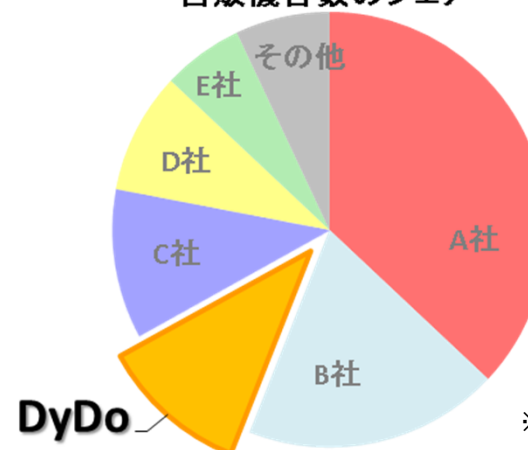
業界全体では、コーヒー飲料の売上比率は約20%

コーヒー飲料のシェア



業界全体では、自販機での売上比率は約30%

自販機台数のシェア



※当社実績：
2014年度期末時点の比率

※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

こころとからだに、
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



LED照明



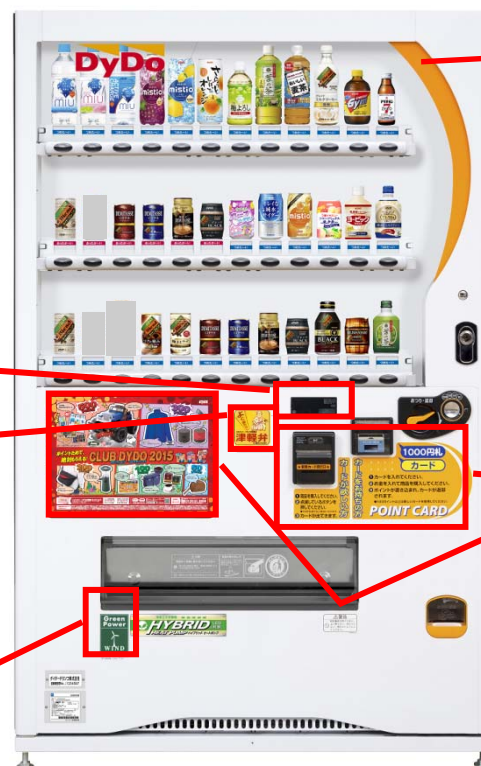
おしゃべり機能



ポイントカード機能



グリーン電力証書システム



(3) ダイドードリンコの特徴・強み

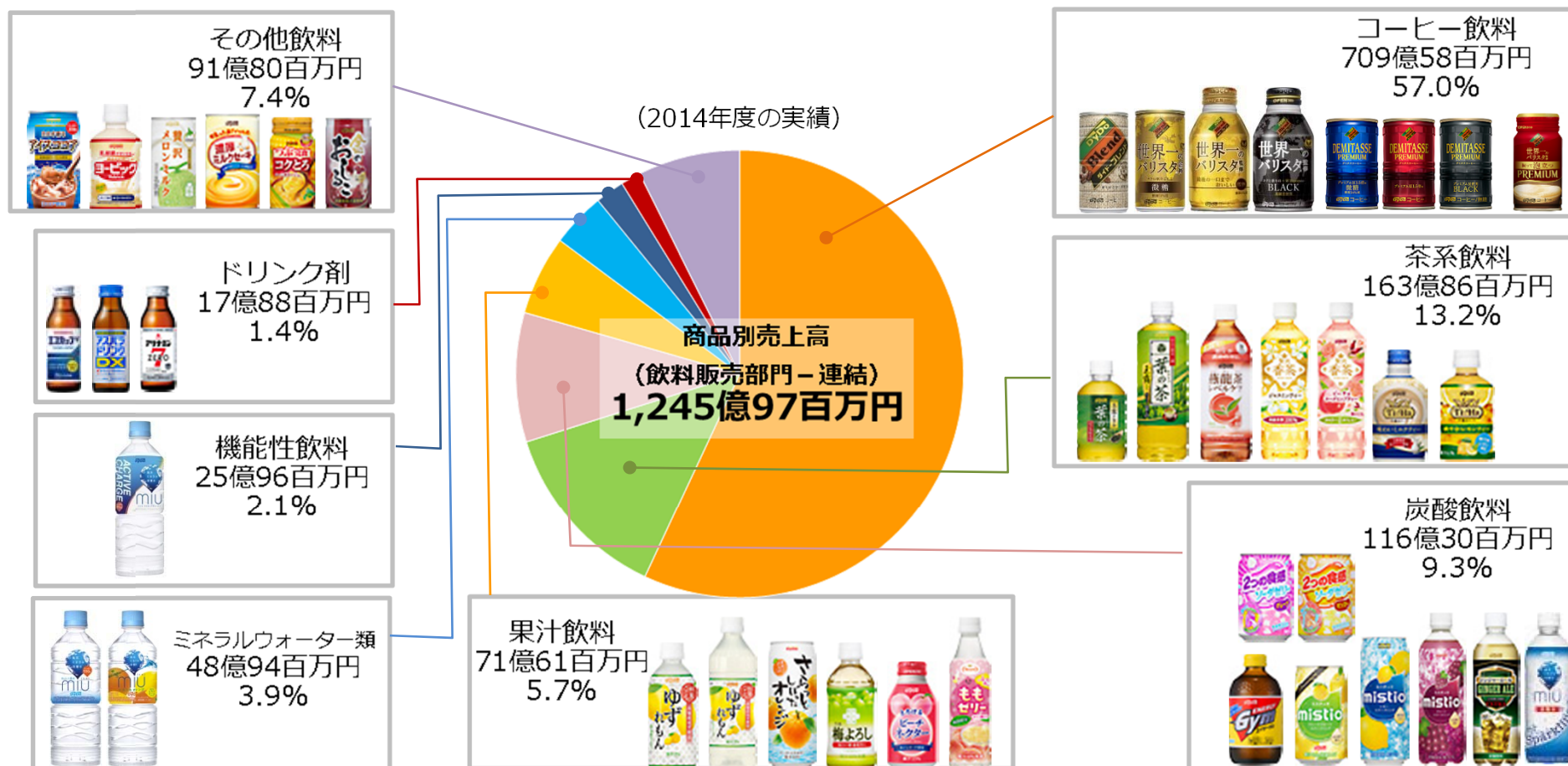
こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage

DyDo

DyDo

◆ 「オンリーDyDo」のおいしさをお届け



(3) ダイドードリンコの特徴・強み

ここからだに8月
おいしいものを。

Next Stage

DyDo

DyDo

- ◆ 「香りつづく。香りに包まれる。」がコンセプト
贅沢香茶ブランド

8月24日新発売！



(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

DyDo

◆ 四季折々の果実で、ほっと和む果汁ブランド「和果ごこち」



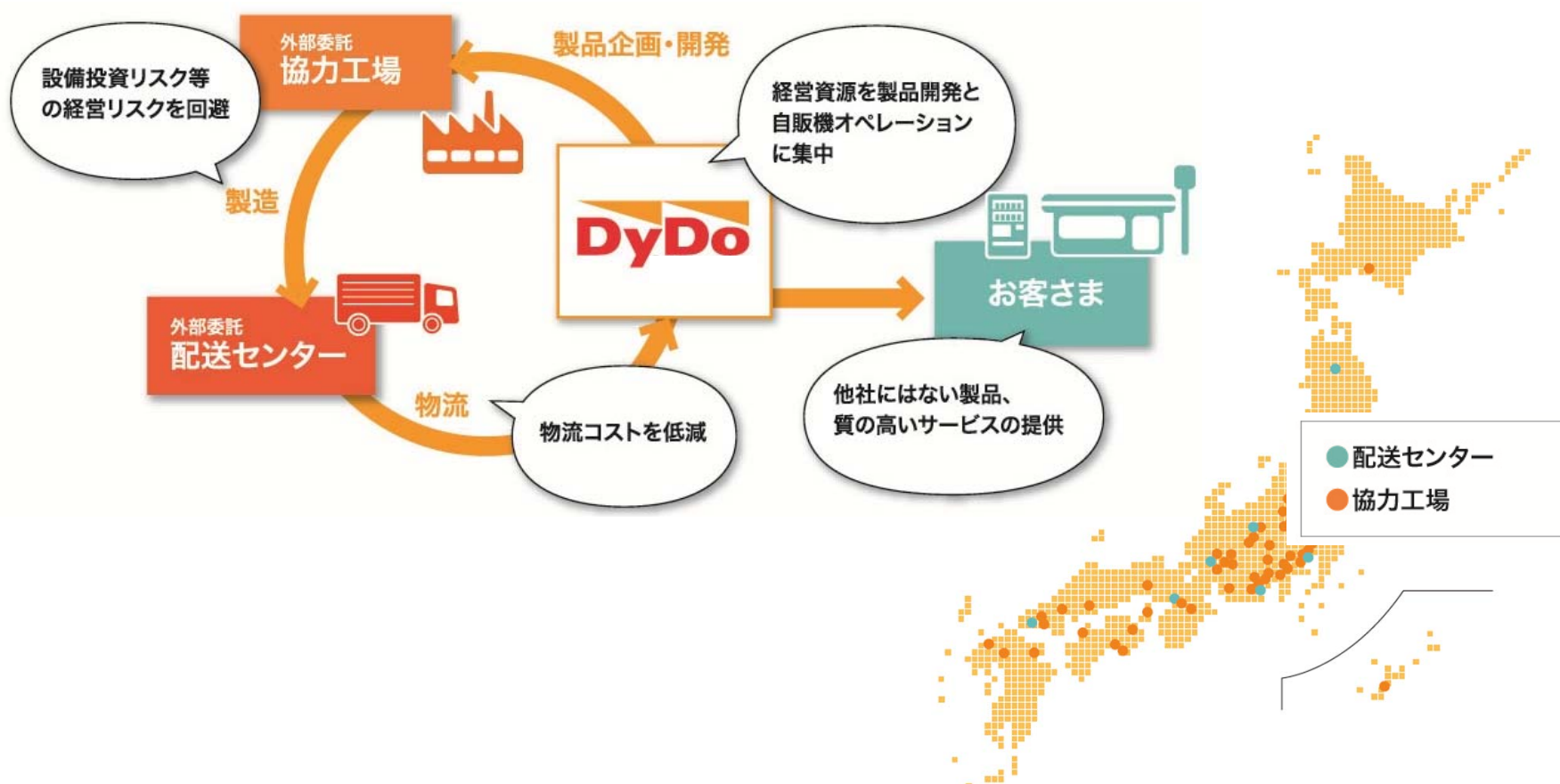
(3) ダイードドリンクの特徴・強み

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。



◆ 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

DAIDO
PHARMACEUTICAL CORPORATION

- ◆ 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

こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage

DyDo

DAIDO
PHARMACEUTICAL CORPORATION

◆ 日産 1 7 0 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



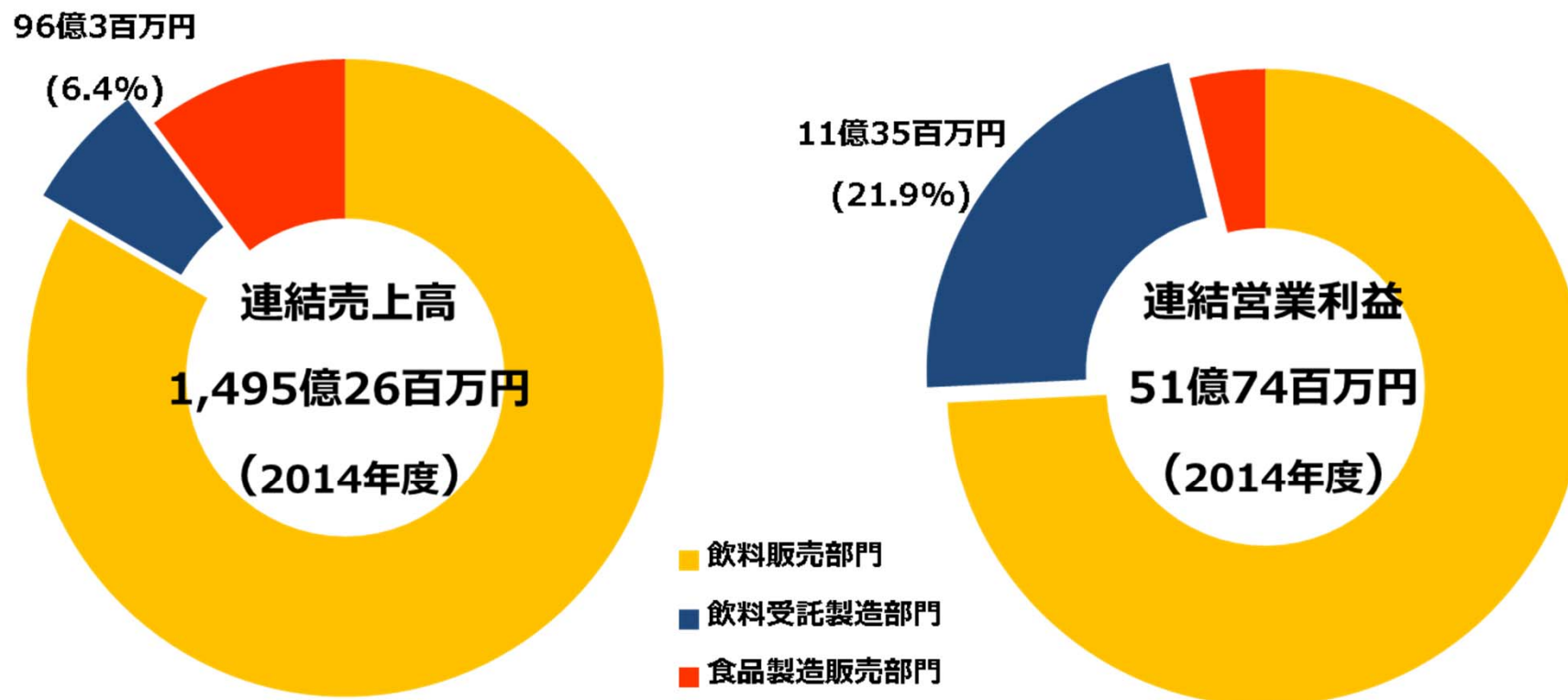
(4)大同薬品工業の特徴・強み

こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage



◆ 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



(5)たらみの特徴・強み

こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage

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

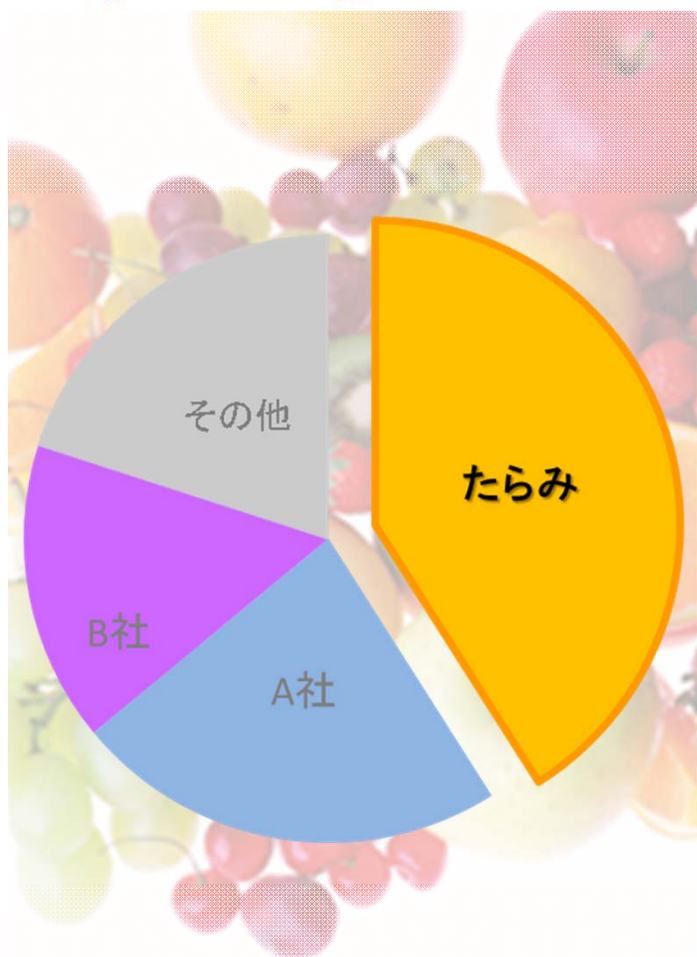


(5)たらみの特徴・強み

こころとからだに、
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



◆ 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

こころとからだに、
おいしいものを。



◆ 連結貸借対照表の状況 (2015.7.20現在)

金融資産 712億	有利子負債	285億
	仕入債務	206億
	未払金	141億
	その他負債	73億
売上債権 188億	純資産 854億	
たな卸資産 84億		
その他資産 575億		

こころとからだに、
おいしいものを。



Challenge

3. 中期経営計画

Next Stage

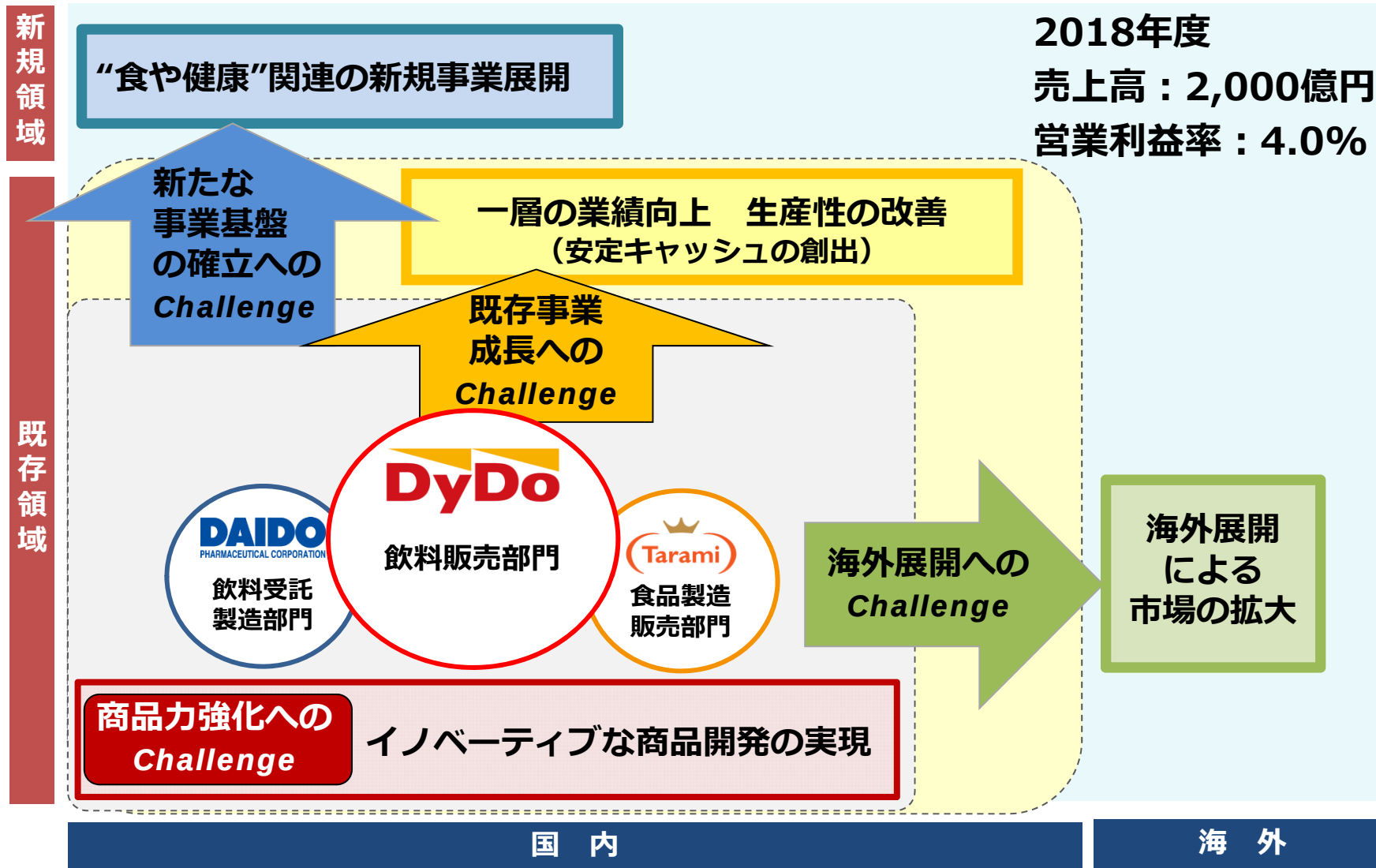
～Challenge the Next Stage～

(1)中期経営計画「Challenge the Next Stage」

－ 4つのチャレンジでNext Stageへ－

Next Stage

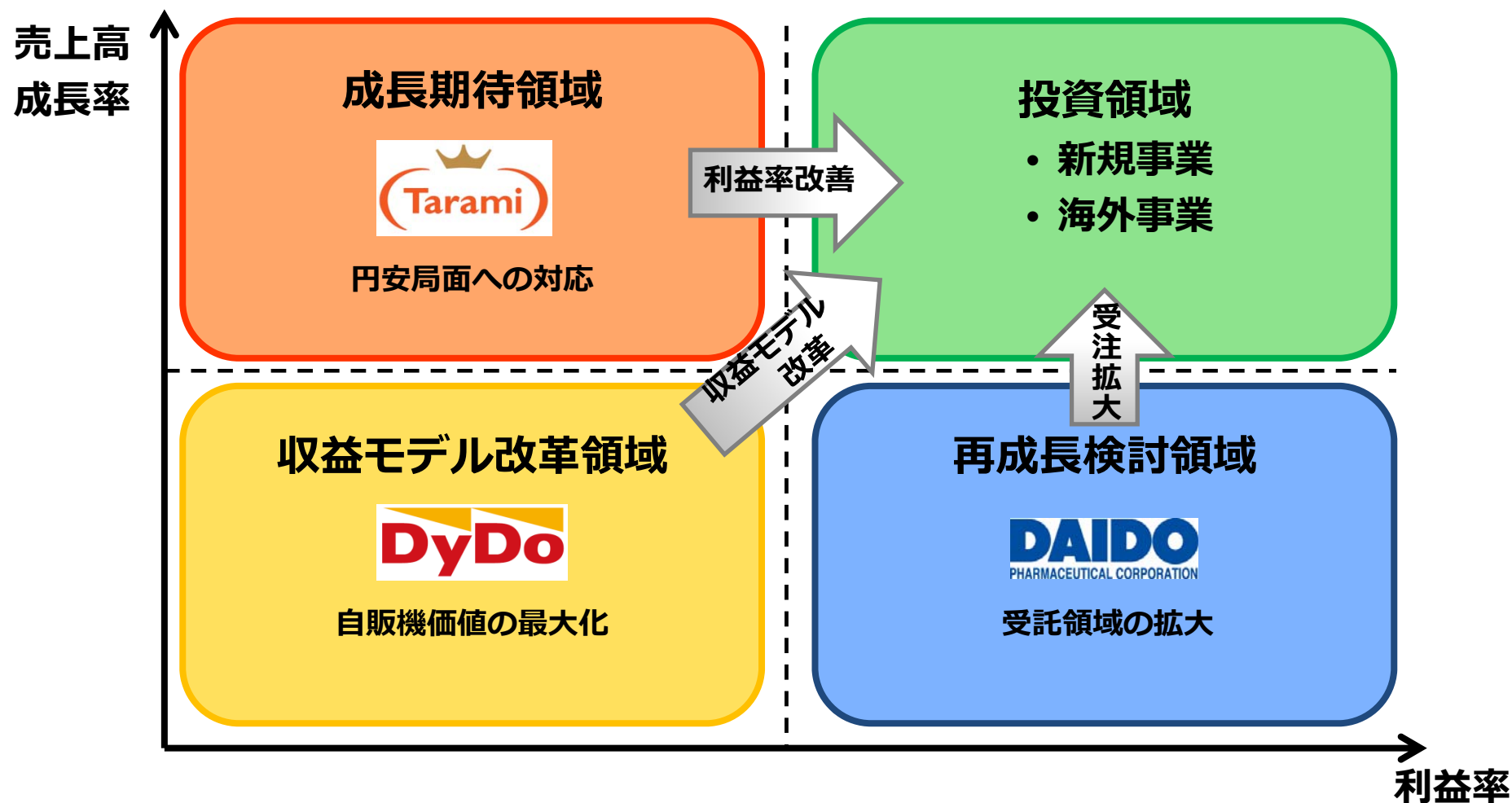
こころとからだに、
おいしいものを。



(2)ポートフォリオマネジメント

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。



(3)新たな事業基盤確立に向けて

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。



3月21日より戦略投資部を新設

ビジョン、中期経営計画の達成に向け、事業戦略の迅速な展開をめざす。



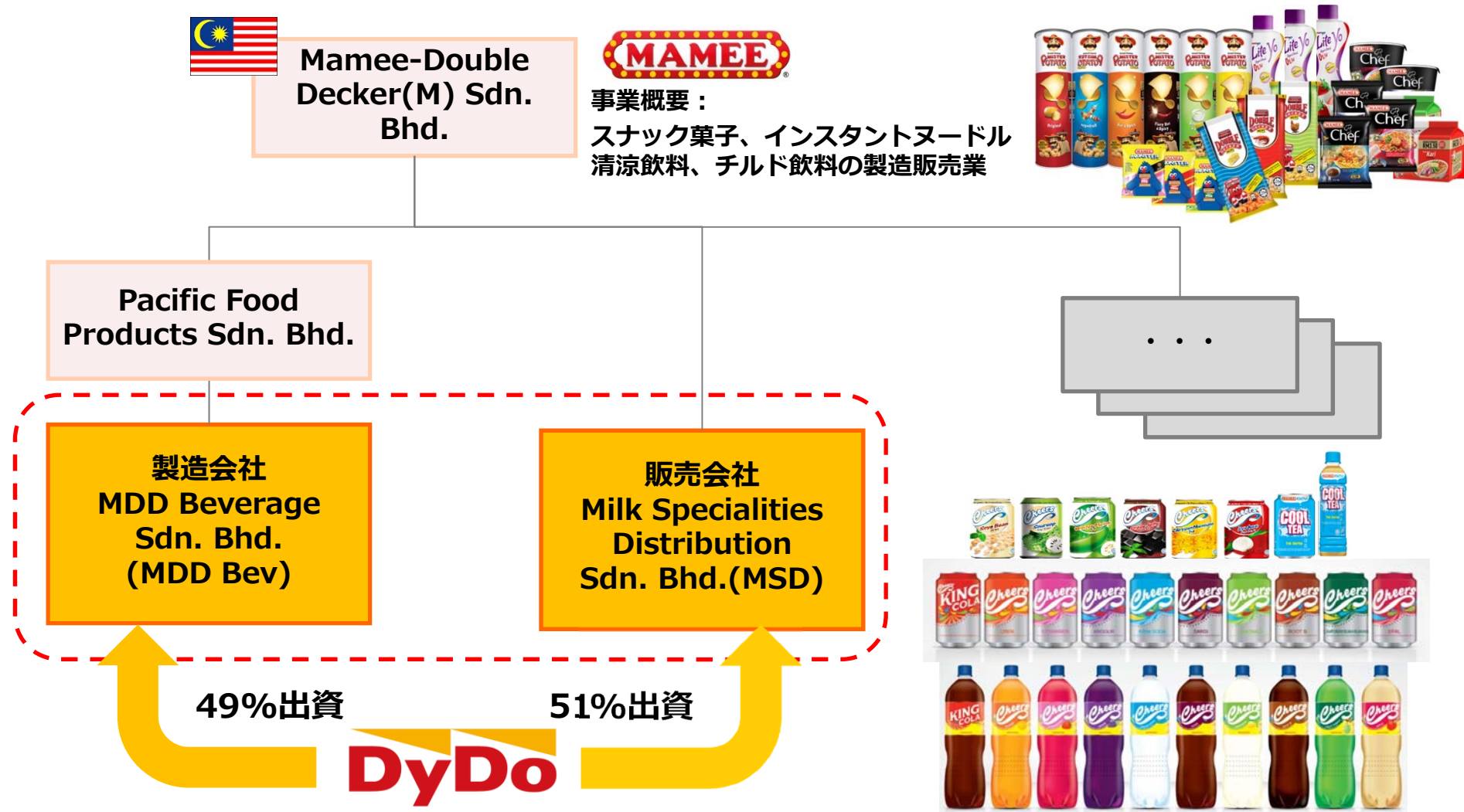
(4)海外展開にむけた新たなChallenge

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。



マレーシアの食品大手「Mamee社」の飲料事業部門に資本参加し、合併会社化

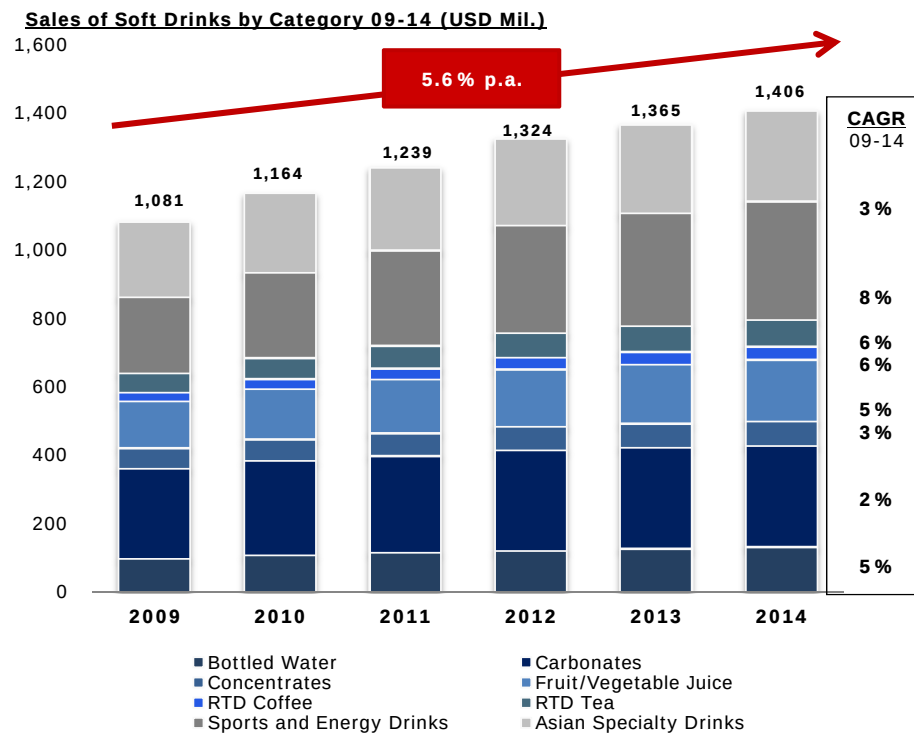


(4)海外展開にむけた新たなChallenge

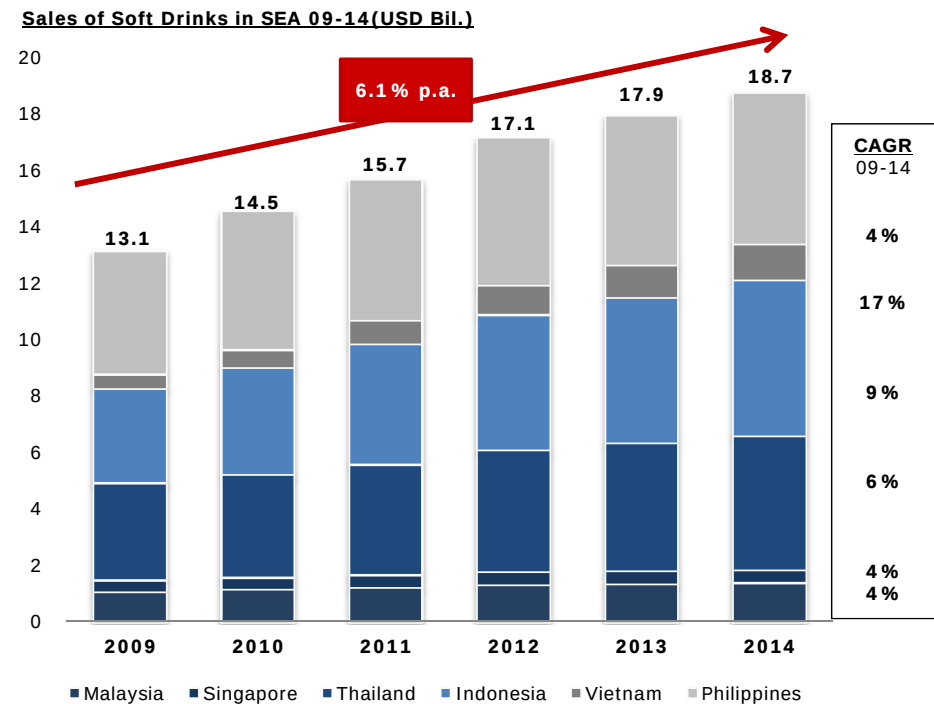
Next Stage



マレーシアにおける飲料市場規模



東南アジアにおける飲料市場規模



出所：Euromonitor データより当社作成

(5)海外展開への継続的なChallenge －ロシア市場への参入－

こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage

DyDo



◆ ロシア・モスクワ市における自販機設置を推進



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



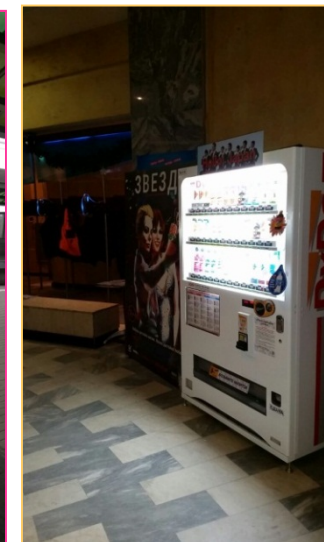
バスターミナル



ガソリンスタンド



鉄道駅



シネマ

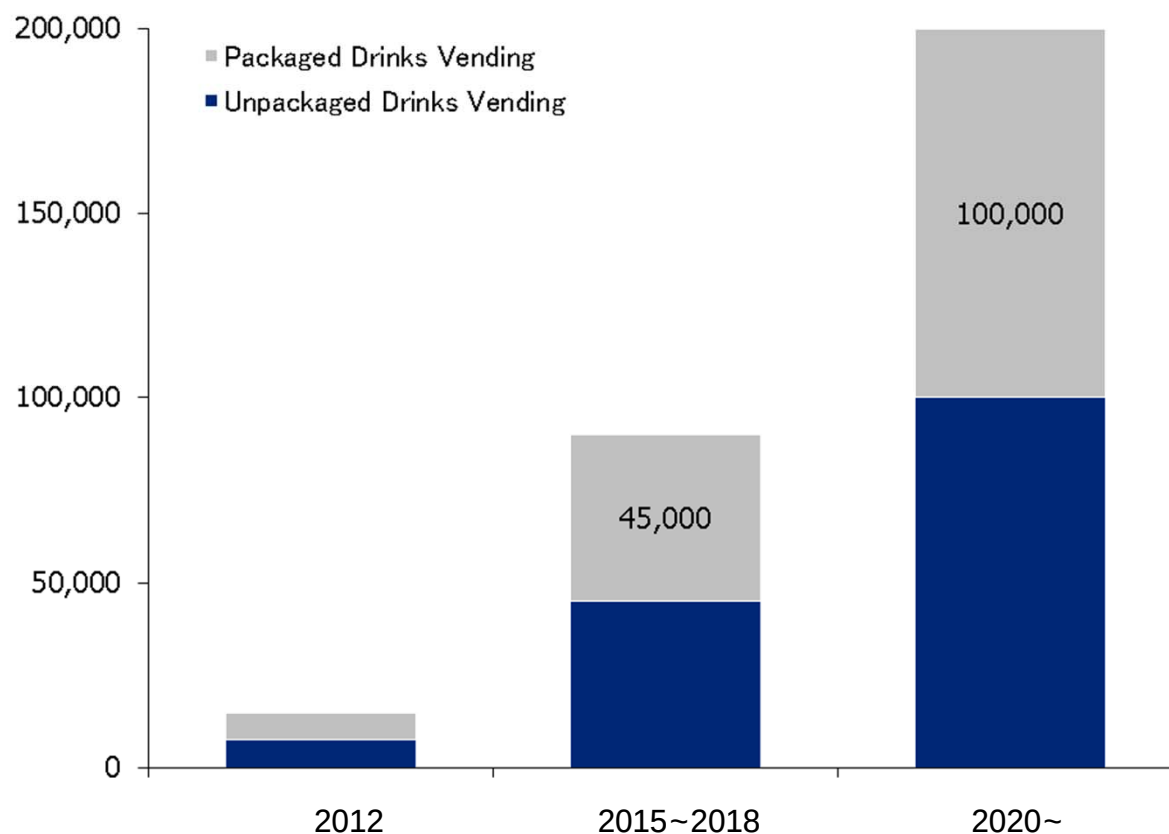
(5)海外展開への継続的なChallenge ーロシア市場への参入ー

ここからだに、
おいしいものを。

Next Stage



DyDo ◆ 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)

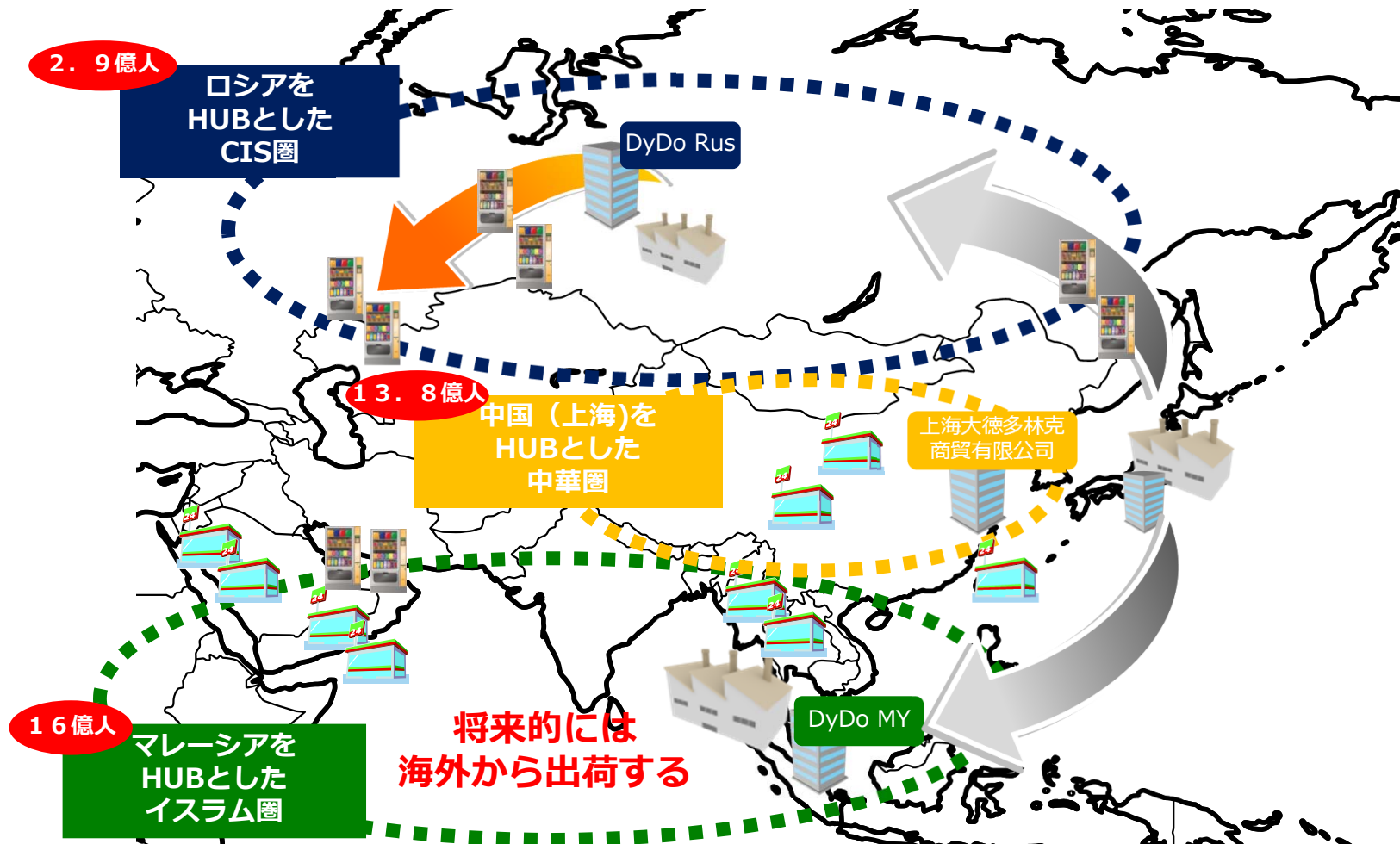
(6)海外展開の将来像

こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage

DyDo

ロシアをHUBとしたCIS圏、マレーシアをHUBとしたイスラム圏、上海をHUBとした中華圏に展開していく。



こころとからだに、
おいしいものを。



Challenge

4. 持続的成長の実現に向けて

Next Stage

(1)資本政策と株主還元について

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。



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

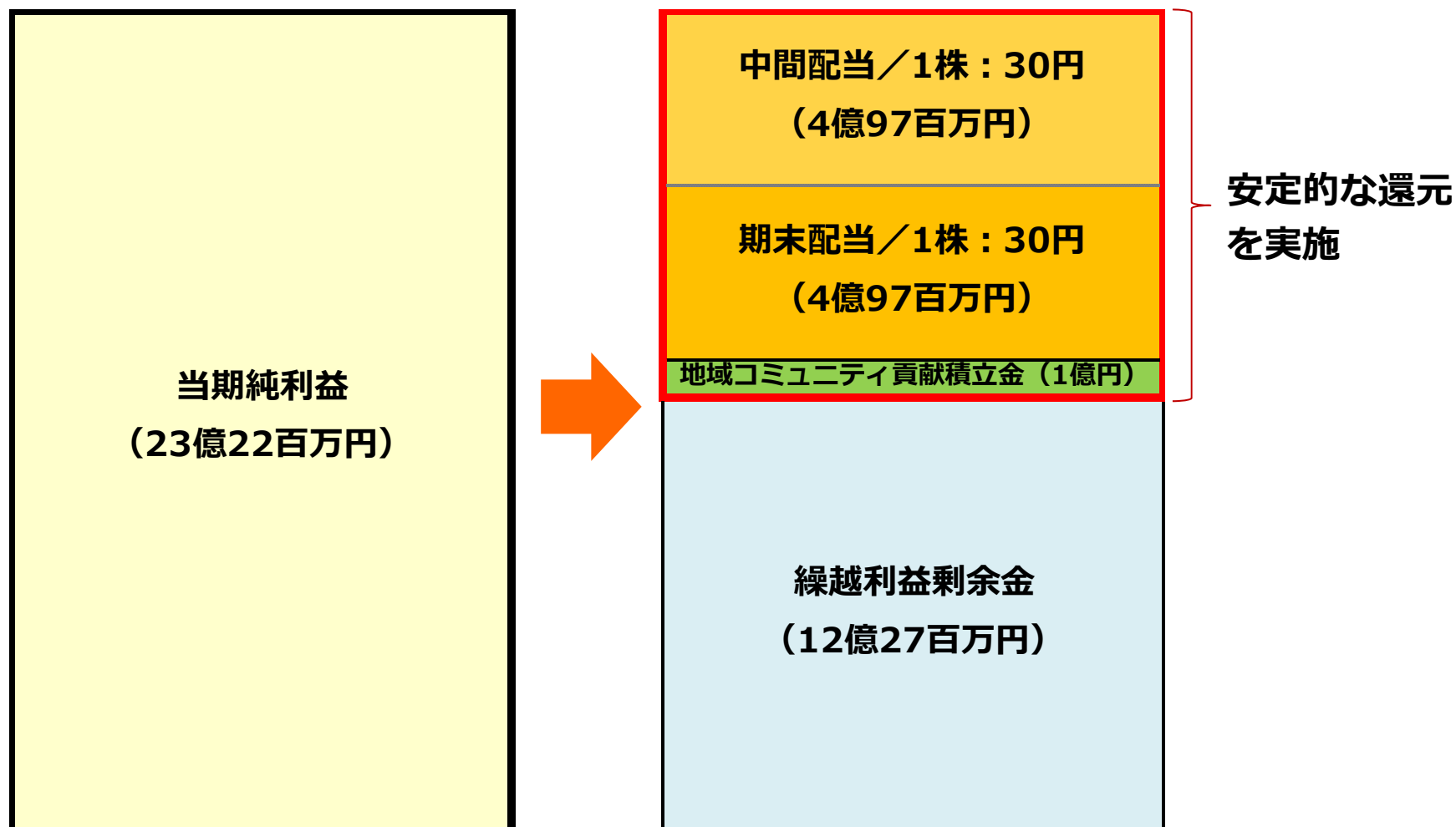
(2)株主還元　－配当金－

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。



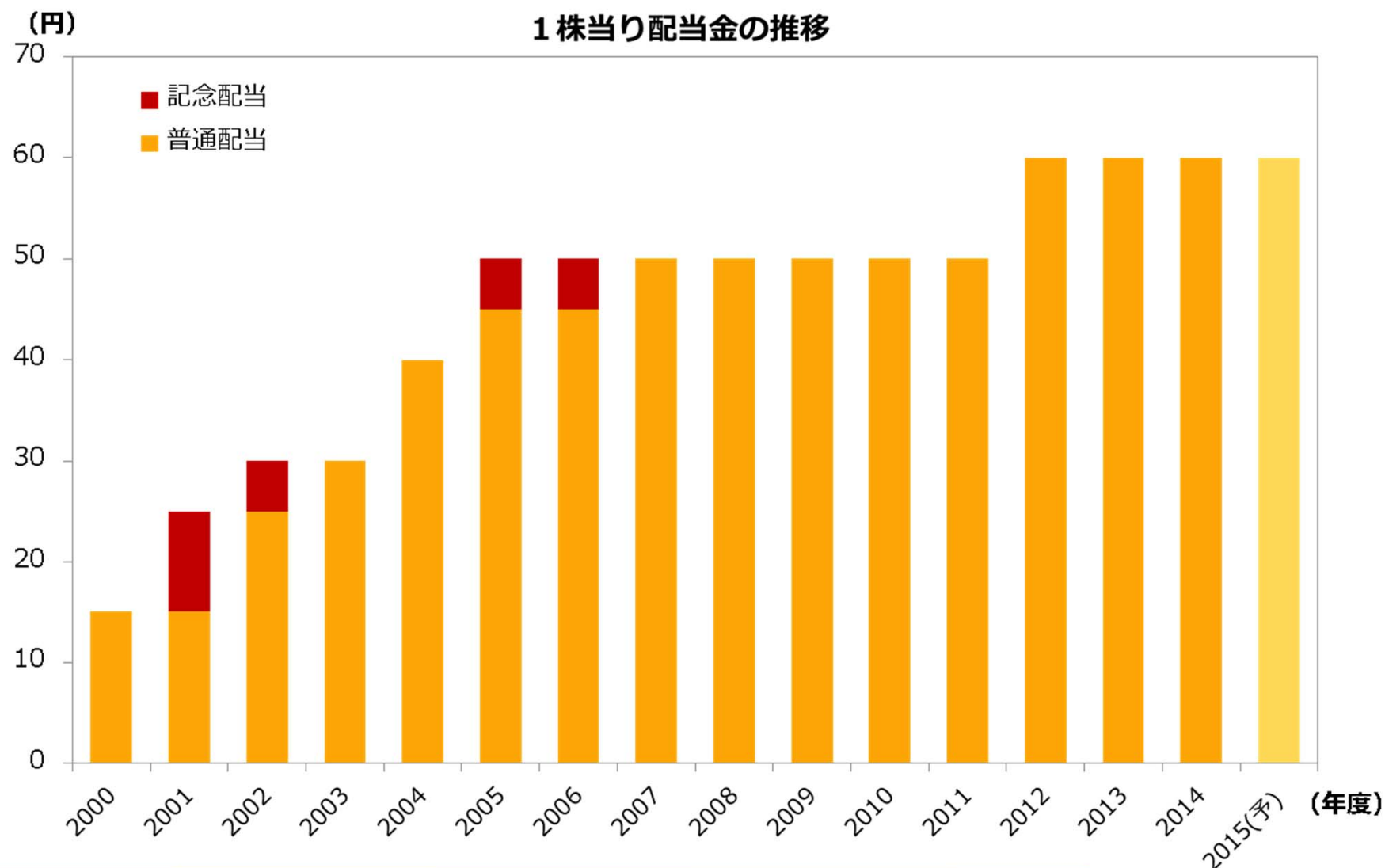
◆ 安定的な株主還元



(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。



(2)株主還元 ー株主優待ー

こころとからだに、
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

雑誌等の「人気ランキング」で上位に
ランクインし、ご好評をいただいています。

2015年下期
見て楽しい株主優待*では巻頭特集
にも記事掲載



* 2015年6月
日興 I R 発行

(3)地域・社会への還元

こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage



◆ 「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

ガイドードリンコは
「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

(3)地域・社会への還元

こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage

DyDo

DyDo

◆ ダイードリンコ「日本の祭り」

ダイードリンコ
日本の祭り
2015

日本の心、すぐそばに。

各地への観光客誘致を図るために再放送
BS12ch30で放送中!
毎週土曜日 12時~12時55分放送
9チャンネルで放送中!
毎週土曜日 12時~12時55分放送

http://dydo-matsuri.com/

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。



青森ねぶた祭り



鳥羽の火祭り



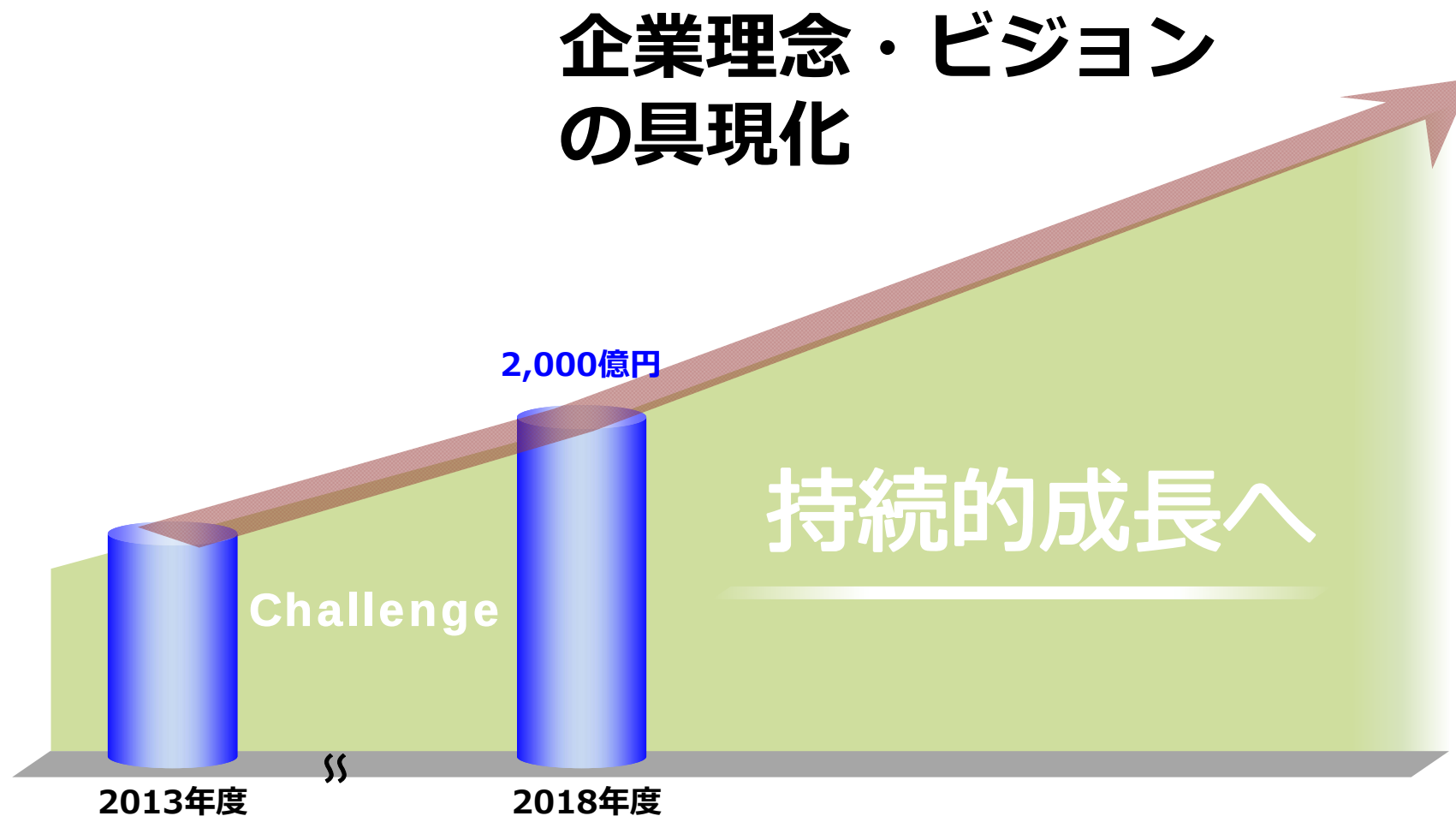
芦ノ尻道祖神まつり

(4) 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



こころとからだに、
おいしいものを。



5. A P P E N D I X

－当社グループの取り組み－

Challenge

Next Stage

安定的な販売基盤の強化に向けて

Next Stage

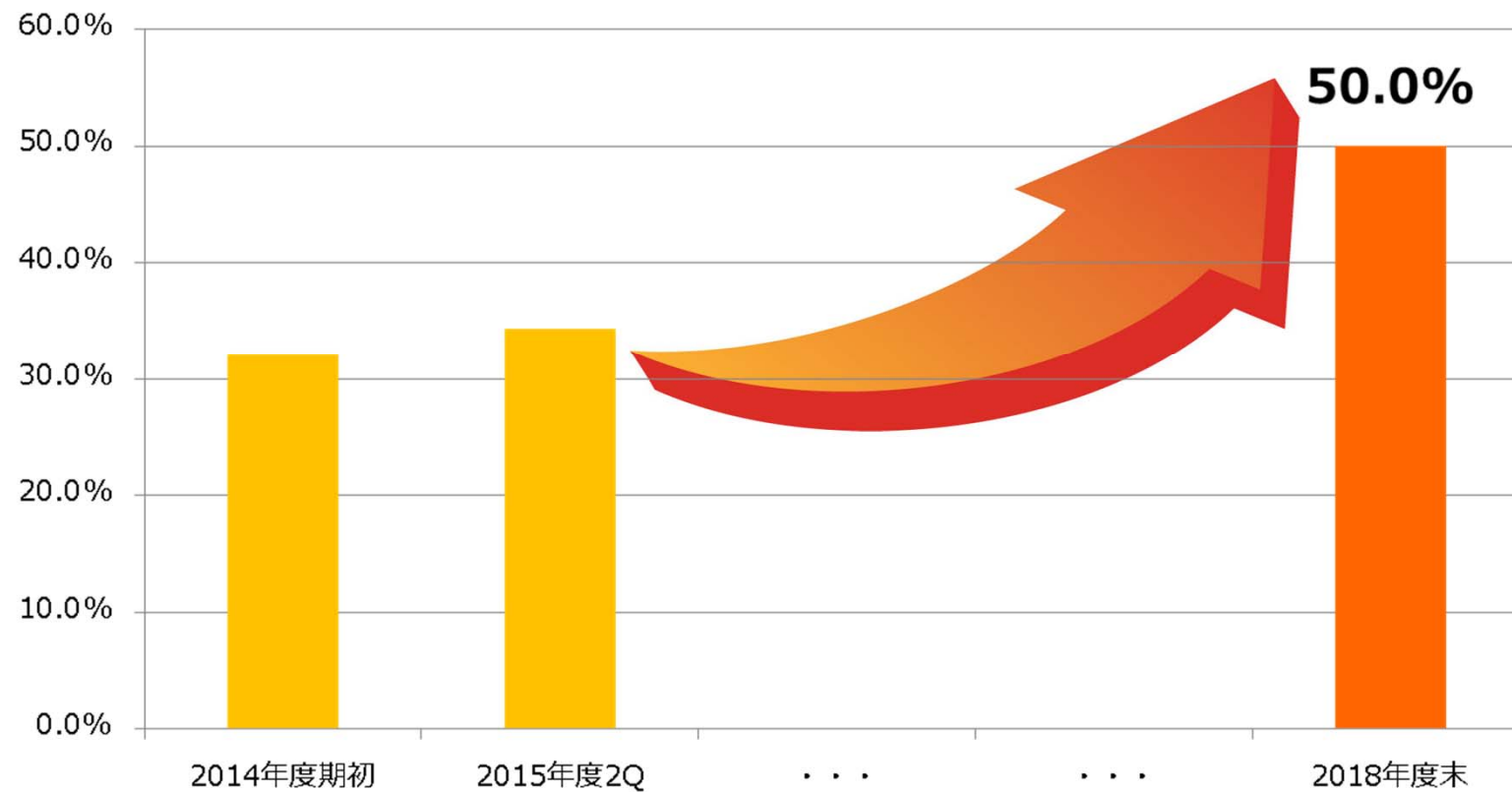
こころとからだに、
おいしいものを。



◆ クローズロケーション獲得への取り組み

- 2018年度末にはクローズ比率50%をめざす

クローズロケーション構成比推移



独自性を追求したブランド

こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage

DyDo



◆ おいしさ、ミネラル、いいとこどり！

「miu」 「miu レモン&オレンジ」 「miu アクティブチャージ」



◆ 炭酸ゼリーとナタデココを“振って楽しむ”炭酸飲料

「2つの食感ソーダゼリーグレープ」

「2つの食感ソーダゼリーマンゴー」



たらみのフルーツデザートゼリー

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。

DyDo



新しい分野の高付加価値商品のラインアップ拡充

WITH HAPPINESS

いちごジュレ&練乳ミルクソース



フルーツをさらに美味しく
する濃厚ソースとみずみず
しいふるふる食感のフルー
ツジュレと一緒に味わえる
フルーツデザート。

果の恵 ぶどう



秋の旬のフルーツ“ぶどう”
のフレッシュでみずみずし
い美味しさが楽しめる
カットフルーツジュレ

CSR基本方針

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。



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。

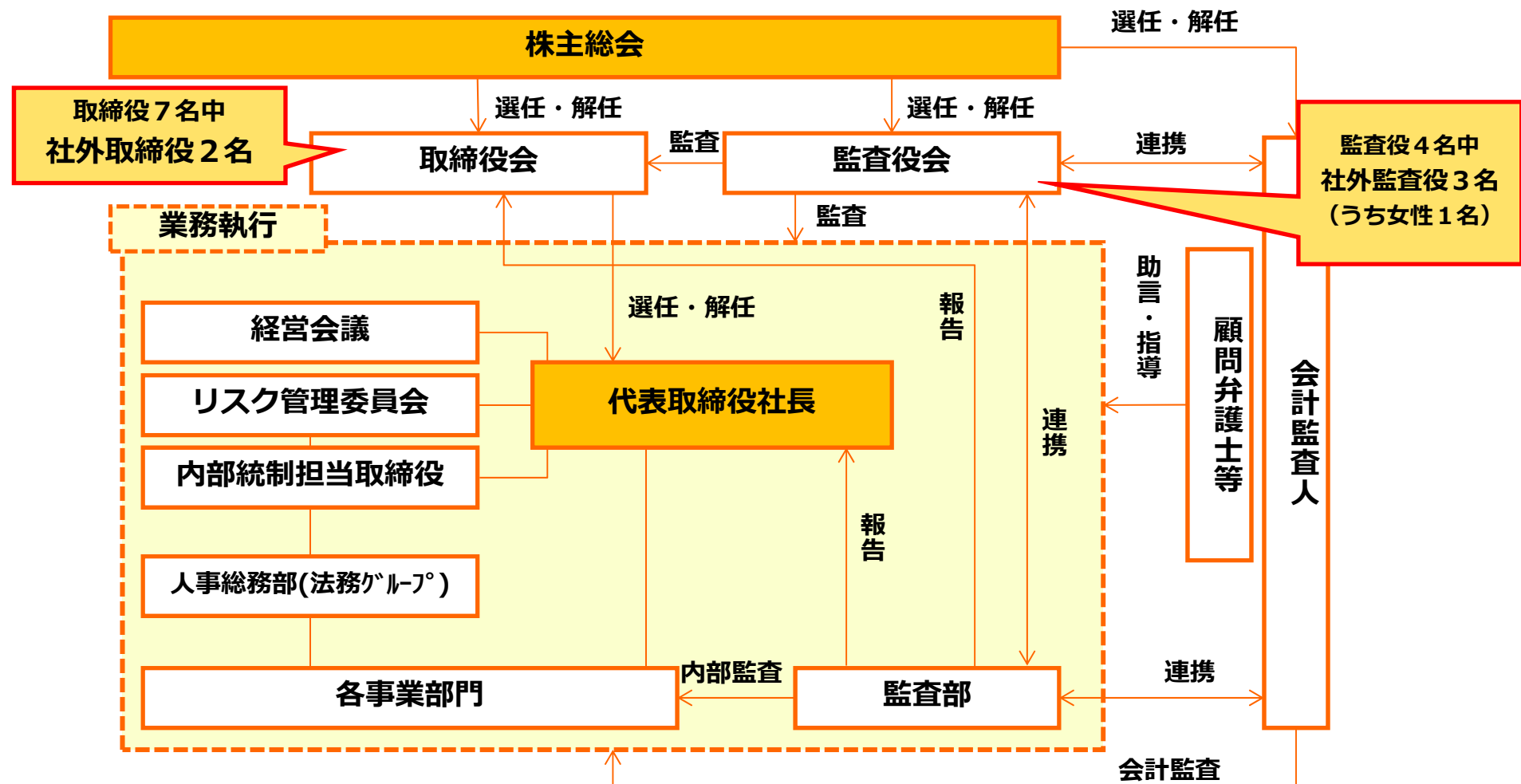
ガバナンス改革

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。

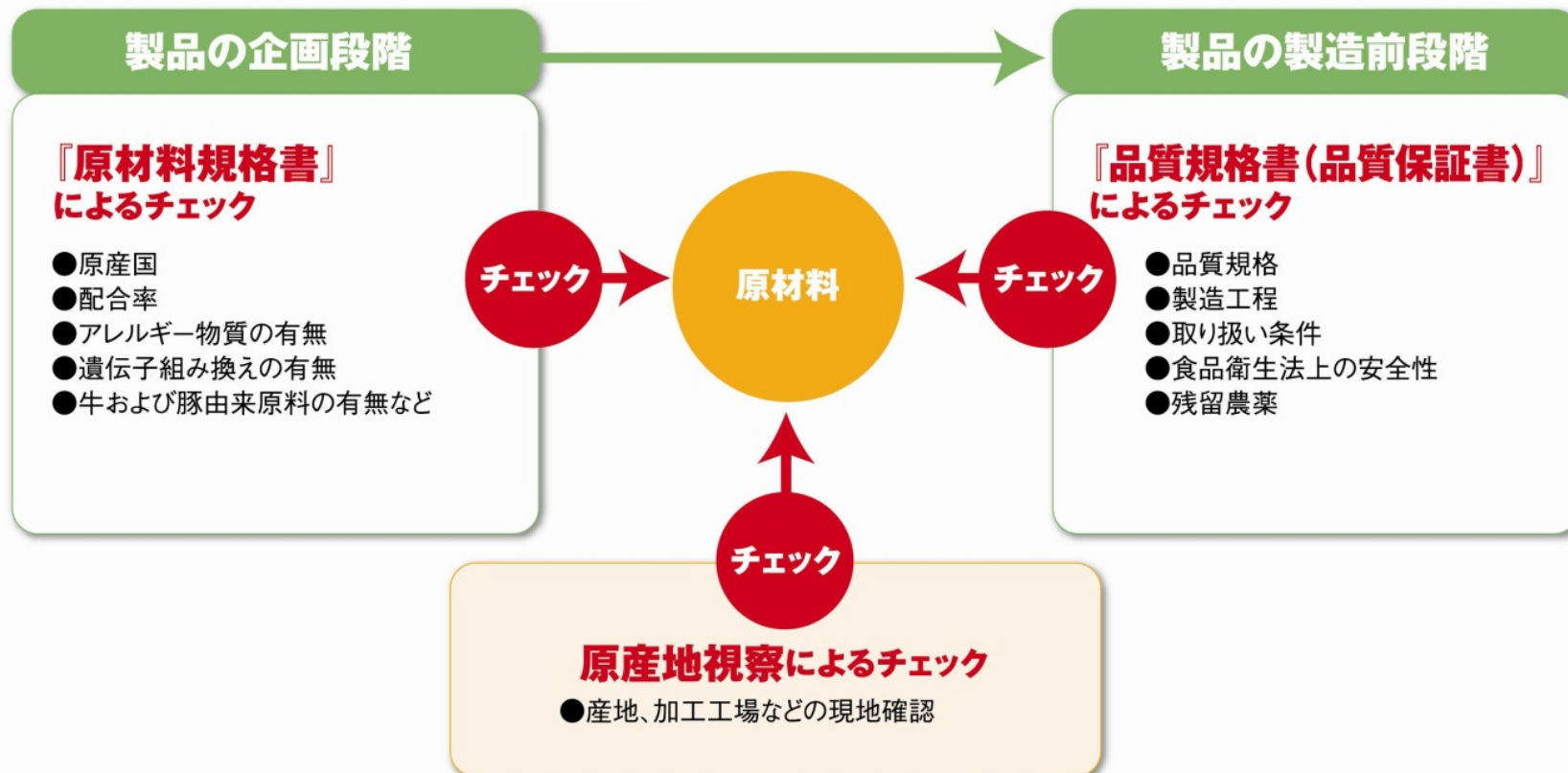


当社は、健全な企業活動とコンプライアンスを徹底し、経営の透明性と効率性を高めることによりお客様、従業員、お取引先様、地域社会、株主の皆様など、当社を巡るステークホルダーとの円滑な関係を構築し、企業価値の増大に努めることをコーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方としています。





◆ 製造前におけるチェック



お客様への取り組み

こころとからだに、
おいしいものを。

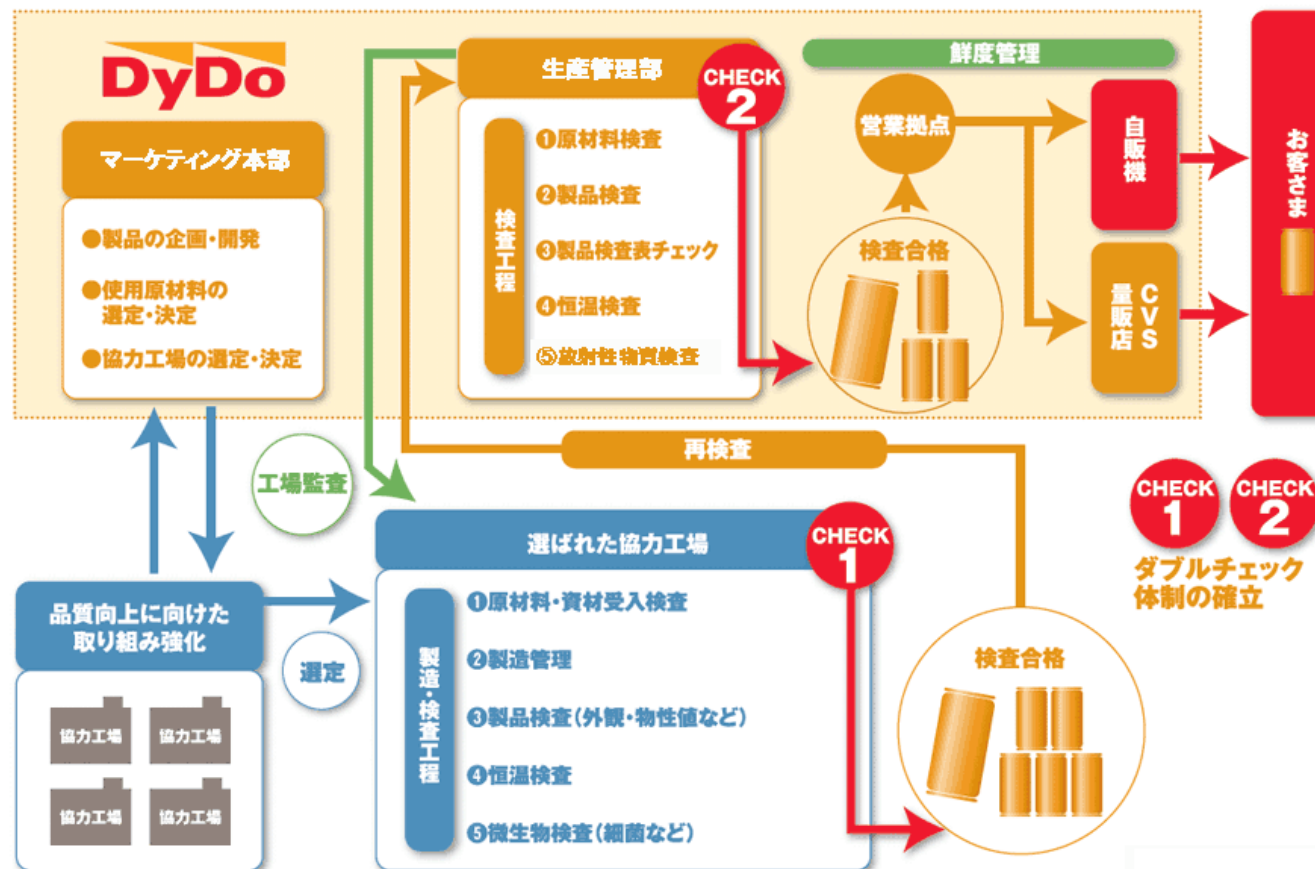
Next Stage

DyDo

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)





◆ 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



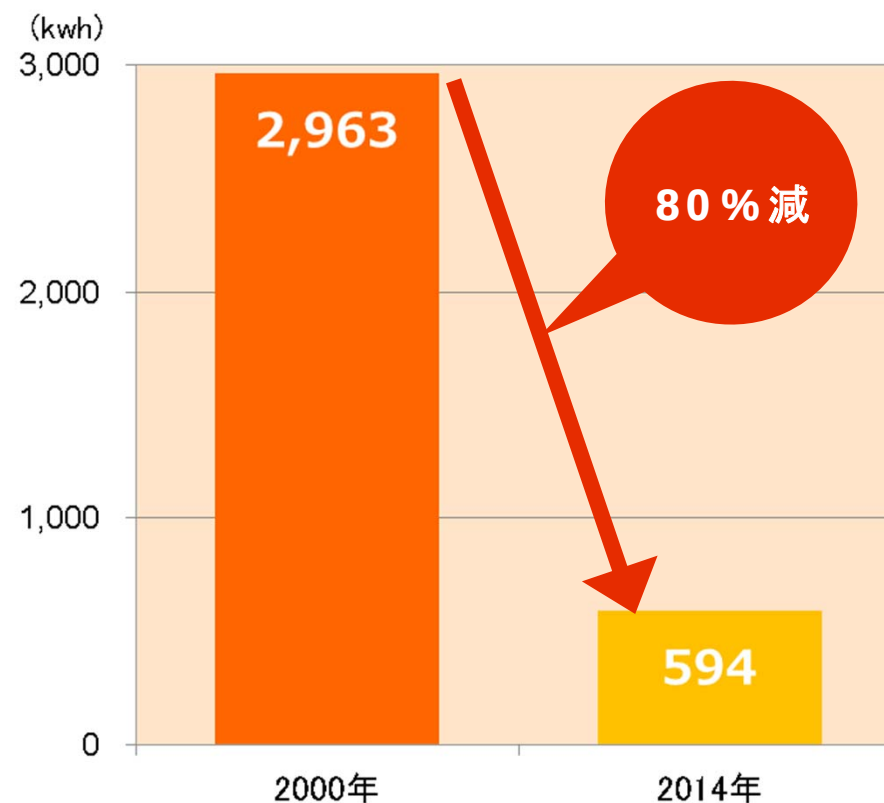
LED照明



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



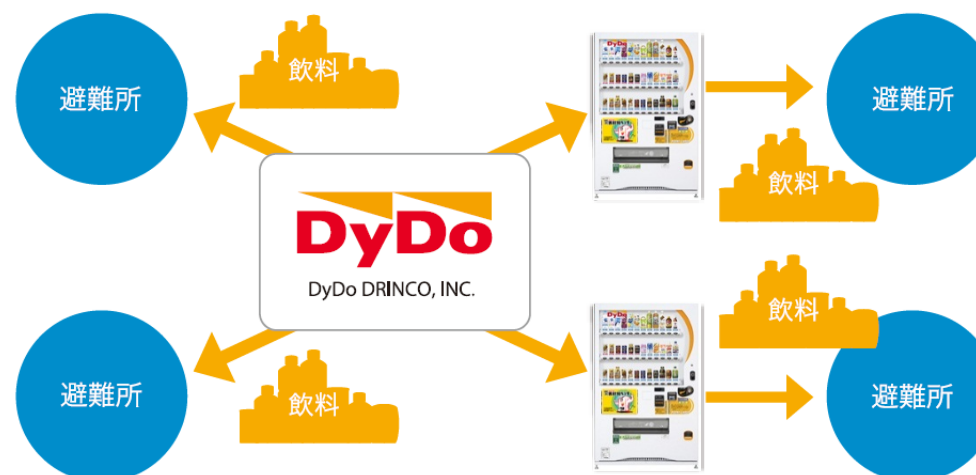
地域・社会への取り組み

こころとからだに、
おいしいものを。

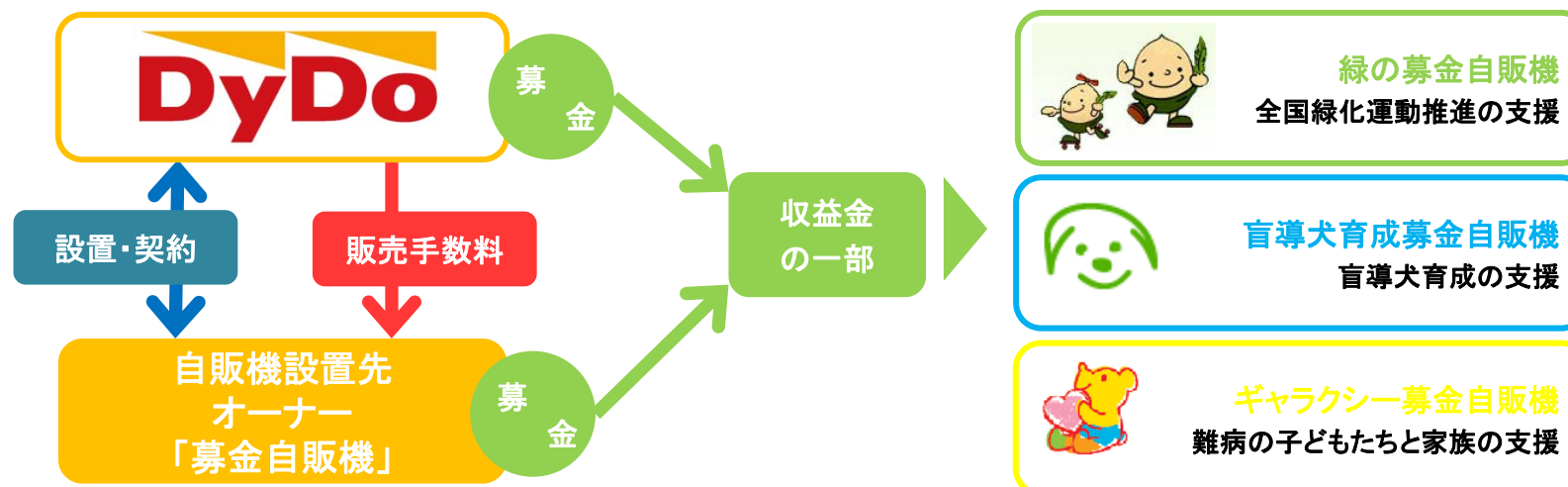
Next Stage



◆ 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



株主様への取組み

Next Stage

ここからさらに、
おいしいものを。

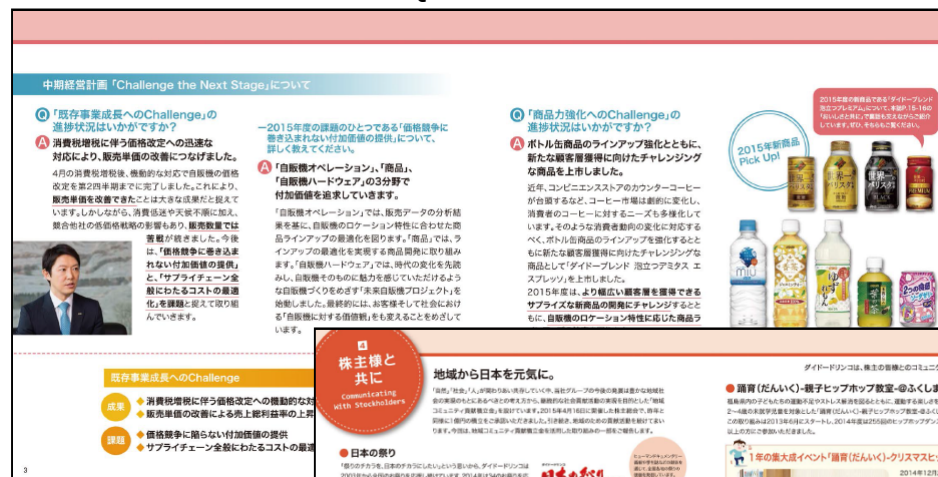
DyDo

DyDo

◆ 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」

- ◆ 中期経営計画の進捗を社長へのQ A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

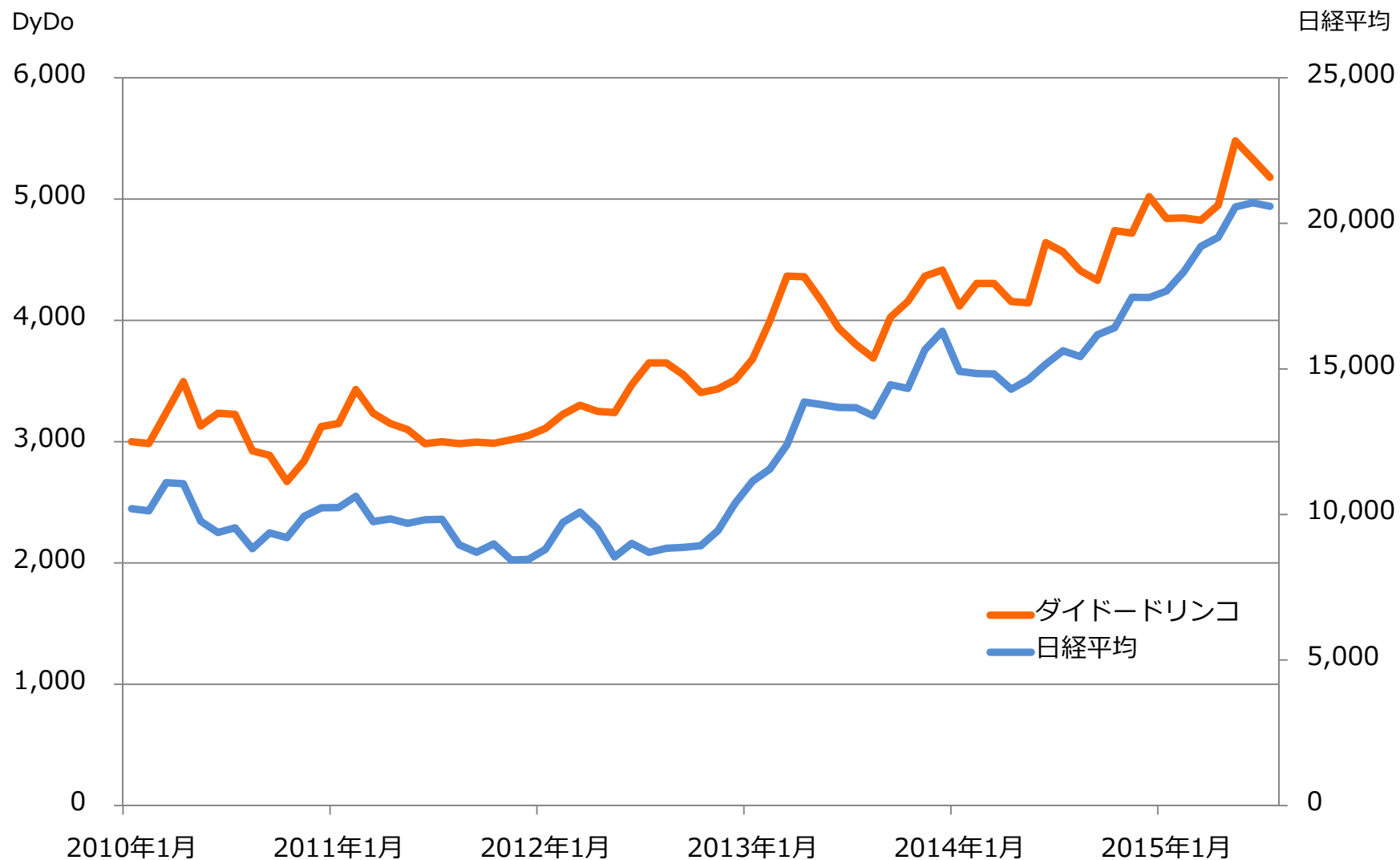


◆ 目的積立金の使途を株主様にご説明

<ご参考> 株価推移

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。



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。