



こころとからだに、
おいしいものを。



個人投資家様向け 会社説明会

Challenge

Next Stage

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.24～36 |
| 4. 持続的成長の実現に向けて | P.37～43 |
| 5. A P P E N D I X | P.44～55 |

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 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「ダイードリンコ株式会社」に変更

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

Next Stage

ここからさらに、
おいしいものを。

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

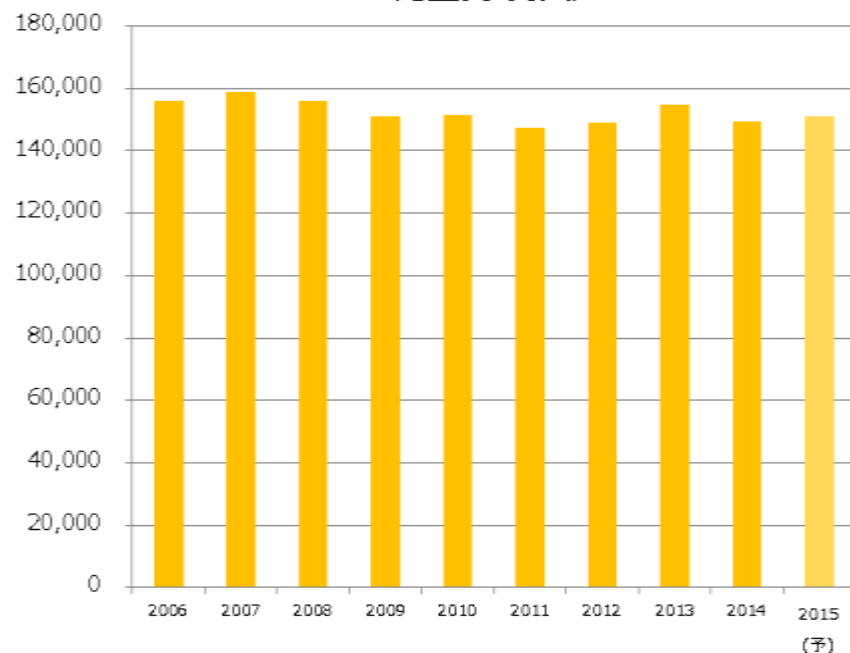
Next Stage

(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

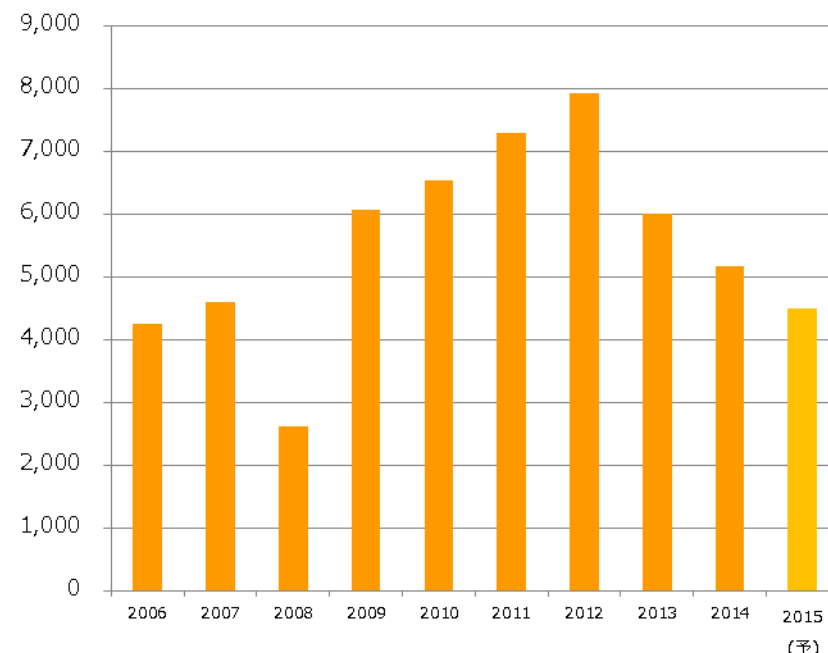
(百万円)

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

こころとからだに、
おいしいものを。

DyDo

グループ理念

DyDo

人と、社会と、共に喜び、共に榮える。

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。

DyDo

(2) DyDoグループのビジネスモデル

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

Next Stage

ここからだに、
おいしいものを。

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。

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！



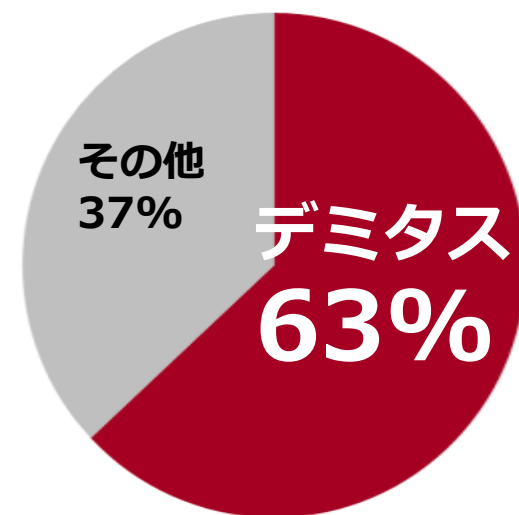
デミタスコーヒー



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

ここからさらに、
おいしいものを。

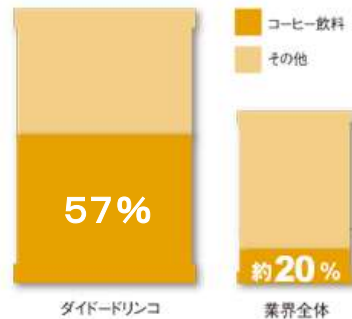
DyDo



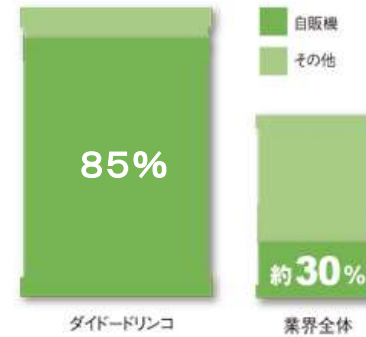
◆ コーヒー×自販機による安定した利益の確保

コーヒー飲料が 50% 以上

自販機で約 90% を販売



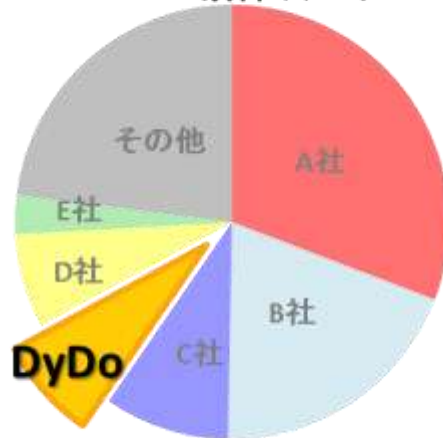
業界全体では、コーヒー飲料の売上比率は約20%



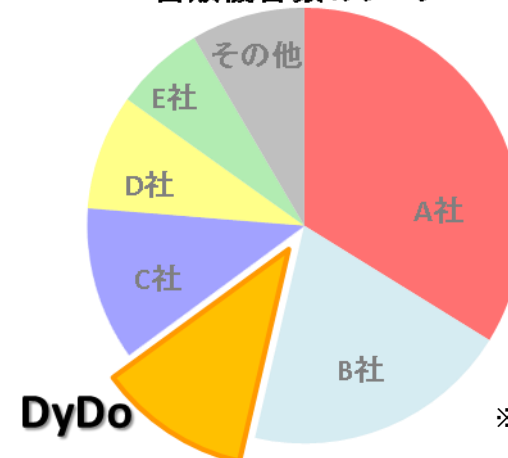
業界全体では、自販機での売上比率は約30%

※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

Next Stage

ここからだに、
おいしいものを。

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



LED照明



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

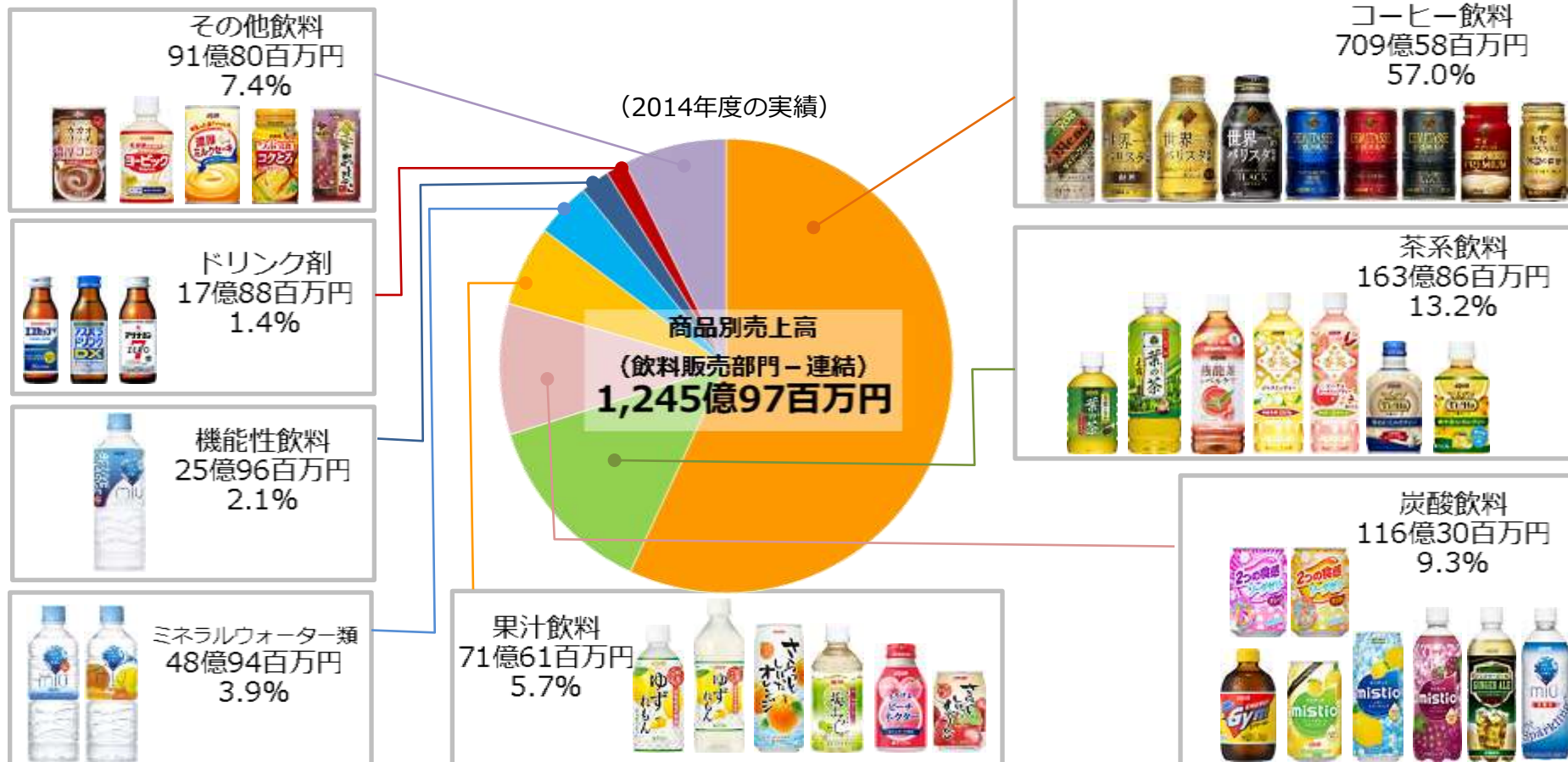
Next Stage

ここからだに、
おいしいものを。

DyDo



◆「オンリーDyDo」のおいしさをお届け



(3) ダイードドリンクの特徴・強み

Next Stage

ここからだに、
おいしいものを。

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」



(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。

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



- ◆ 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

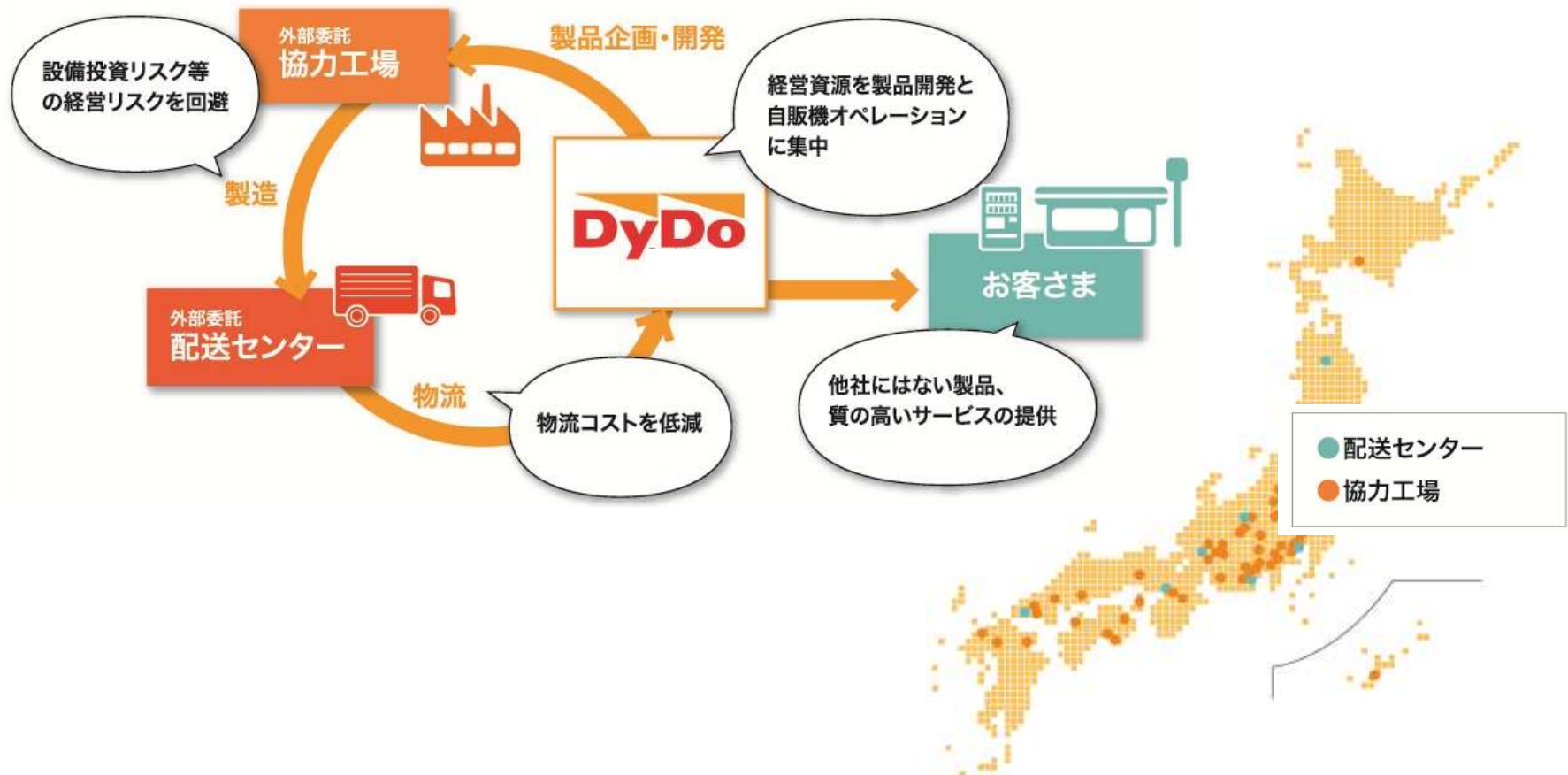
Next Stage

ここからだに、
おいしいものを。

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

Next Stage



- ◆ 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

Next Stage

ここからだに、
おいしいものを。

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

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

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

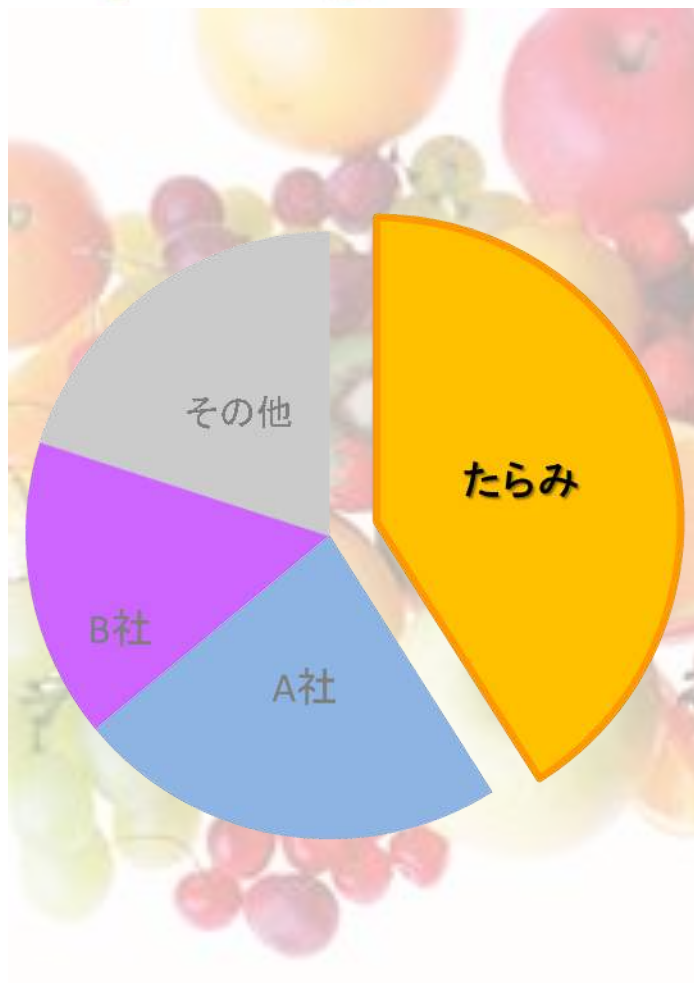


(5)たらみの特徴・強み

Next Stage

ここからだに、
おいしいものを。

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



◆ Premiere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

◆ 連結貸借対照表の状況 (2015.10.20現在)

金融資産 890億	有利子負債 450億
	仕入債務 193億
	未払金 106億
	その他負債 73億
売上債権 157億	純資産 852億
たな卸資産 73億	
その他資産 555億	

Challenge

3. 中期経営計画

Next Stage

～Challenge the Next Stage～

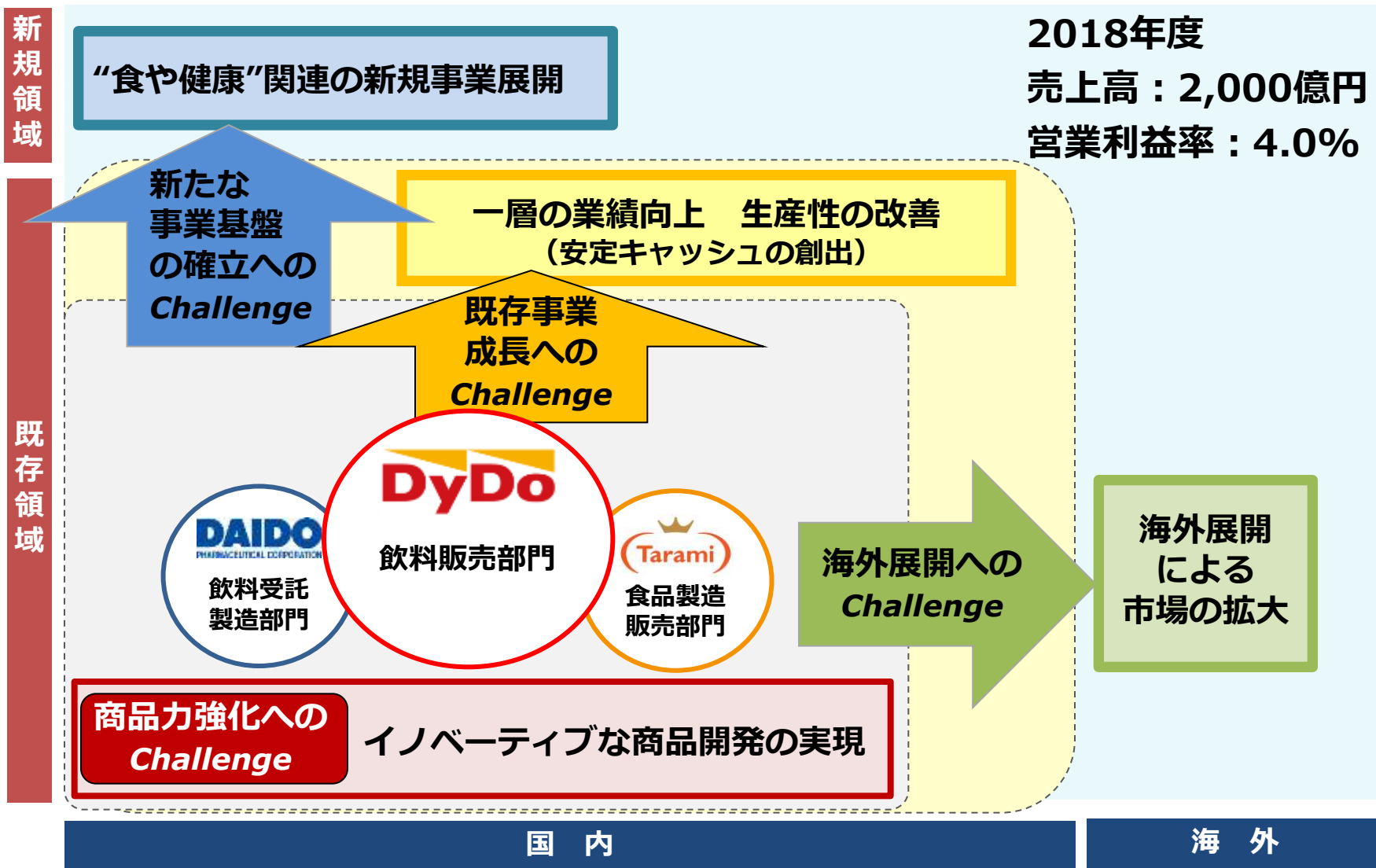
(1)中期経営計画「Challenge the Next Stage」

－ 4つのチャレンジでNext Stageへ－

Next Stage

ここからさらに、
おいしいものを。

DyDo

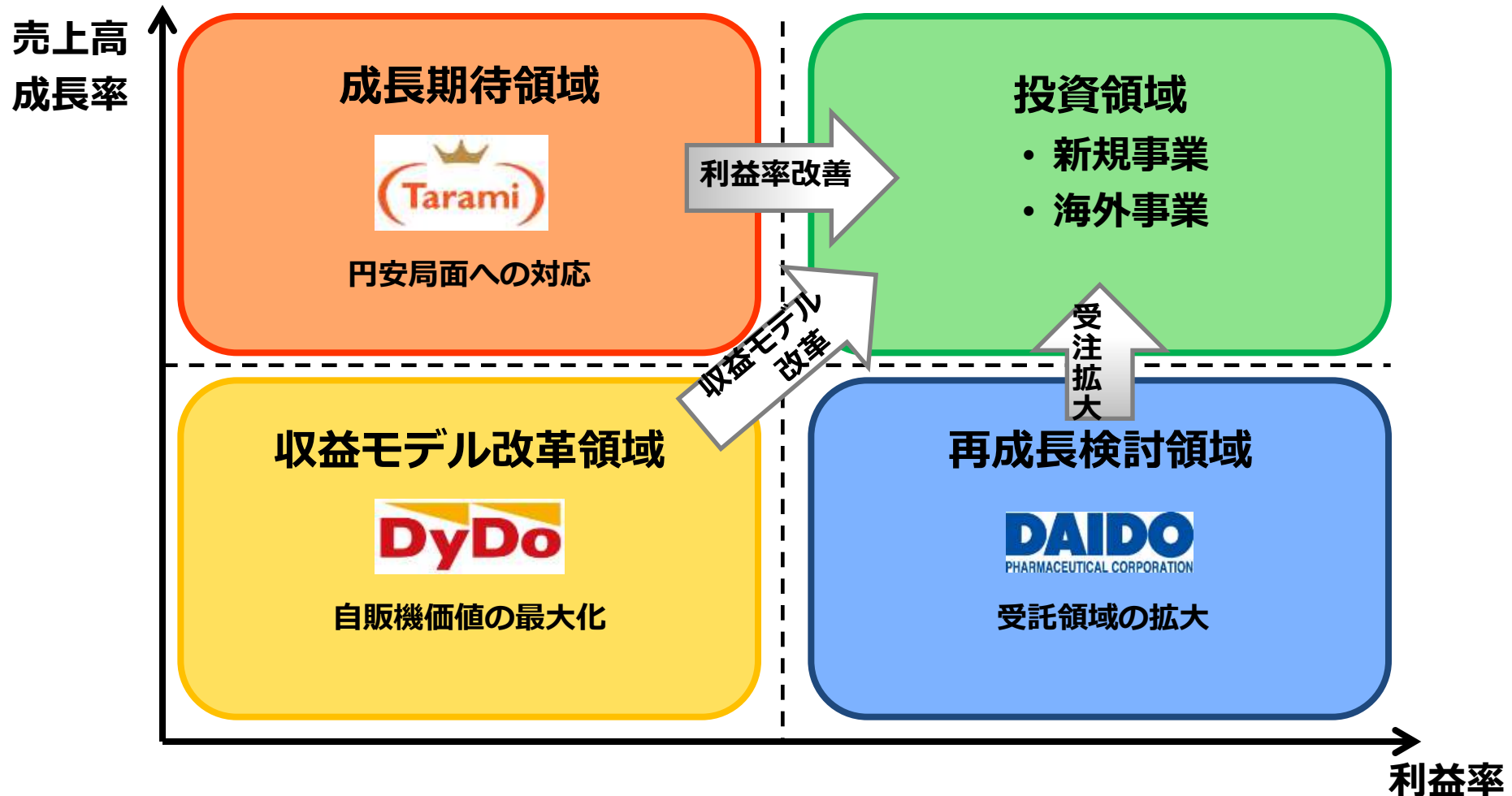


(2)ポートフォリオマネジメント

Next Stage

ここからだに、
おいしいものを。

DyDo



(3)新たな事業基盤確立に向けて

Next Stage



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

「海外展開へのChallenge」
「新規事業基盤確立へのChallenge」の達成に向けて
M&A等の戦略投資を活用した具現化をスピードアップ

↓
2015年3月21日～
戦略投資部を新設



UP

(4)海外展開にむけた新たなChallenge

－マレーシア市場への参入－

Next Stage

ここからさらに、
おいしいものを。

DyDo

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



Mamee Double
Decker(M) Sdn.
Bhd.



事業概要：
スナック菓子、インスタントヌードル
清涼飲料、チルド飲料の製造販売業



Pacific Food
Products Sdn. Bhd.

製造会社
MDD Beverage
Sdn. Bhd.

販売会社
DyDo Mamee
Distribution
Sdn. Bhd.

49%出資

51%出資

DyDo



(4)海外展開にむけた新たなChallenge

－マレーシア市場への参入－

Next Stage

ここからさらに、
おいしいものを。

DyDo

“Lagi Cool, Lagi Best!”



(5)海外展開にむけた新たなChallenge

－トルコ市場への参入－

Next Stage

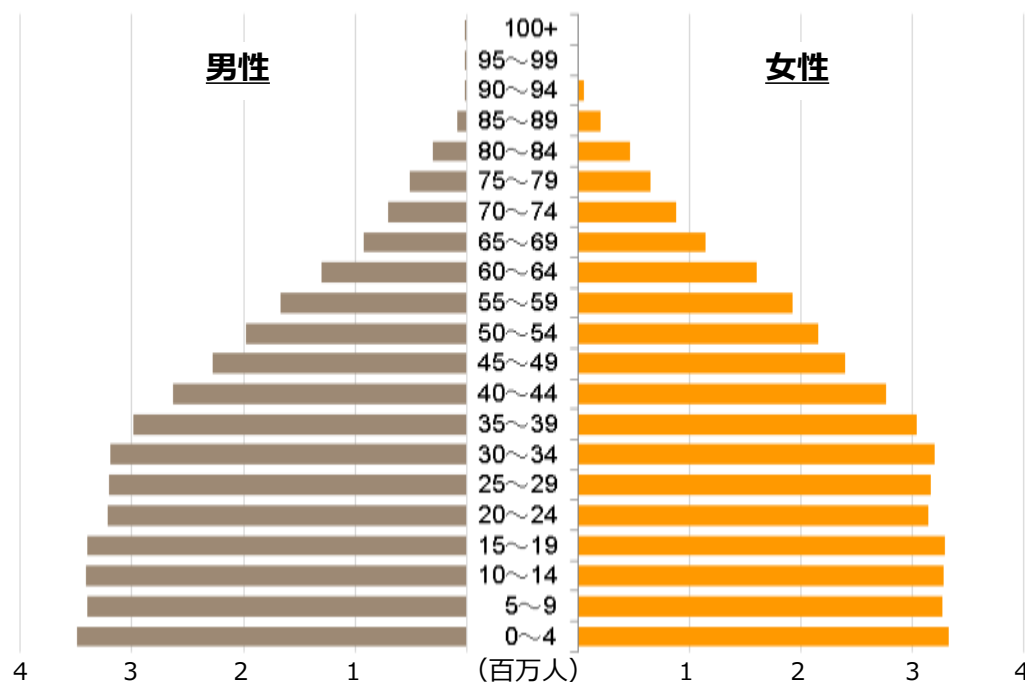
ここからさらに、
おいしいものを。

DyDo

◆ トルコ市場

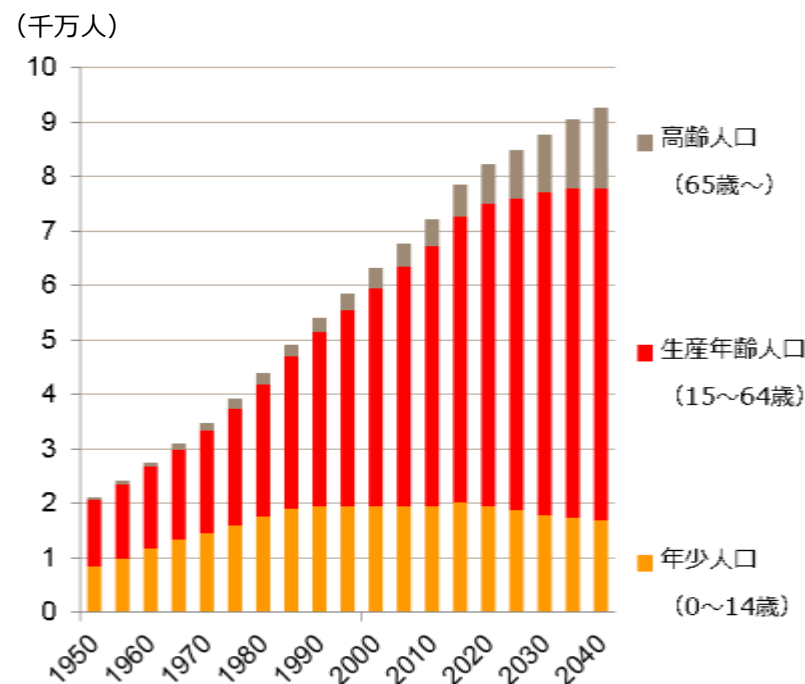
- ・ 若年人口の構成比が多く、将来的にも更なる人口増加が期待できる。
 - トルコの平均年齢 約30歳（日本は約47歳）
 - 年平均50万人以上の人口増加が見込まれる（2015～2040）
 - 全人口に対して、生産年齢人口（15～64歳）の割合が高い
 - 女性の労働参加率も上昇（年率+3.7%＜過去5年平均＞）

2014年 性別・年齢層別人口



出所：国連データに基づき当社作成

年齢層別人口推移（見込み含む）



出所：国連データに基づき当社作成

(5)海外展開にむけた新たなChallenge ートルコ市場への参入ー

ここからさらに、
おいしいものを。

DyDo

Next Stage

◆ ユルドウズ社の概要

YILDIZ ★ HOLDING

トルコ最大手の食品メーカー
ビスケット・チョコレート等の菓子をコア事業とし、
積極的なM&Aによりグローバル展開を推進

GODIVA
Belgium 1926

2007年11月にYildizが買収

ほか、容器・包装、ガム、
不動産、冷凍食品、IT等、
多岐にわたる事業を営む
グループ会社を有する

ÜLKER

トルコ最大のお菓子メーカー
(Istanbul SE 上場)

UB
United Biscuits

London SE に上場、FTSE
100 Indexに選定されていた
⇒2014年11月にYildizが買収

飲料事業

対象事業

CSD、Water、ジュース
の幅広いブランド

*CSD…Carbonated Soft Drinks
(炭酸飲料)

(5)海外展開にむけた新たなChallenge ー トルコ市場への参入 ー

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。

DyDo

◆ ユルドウズ社の飲料事業の主要ブランド製品



(6)海外展開への継続的なChallenge ーロシア市場への参入ー

Next Stage



◆ 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

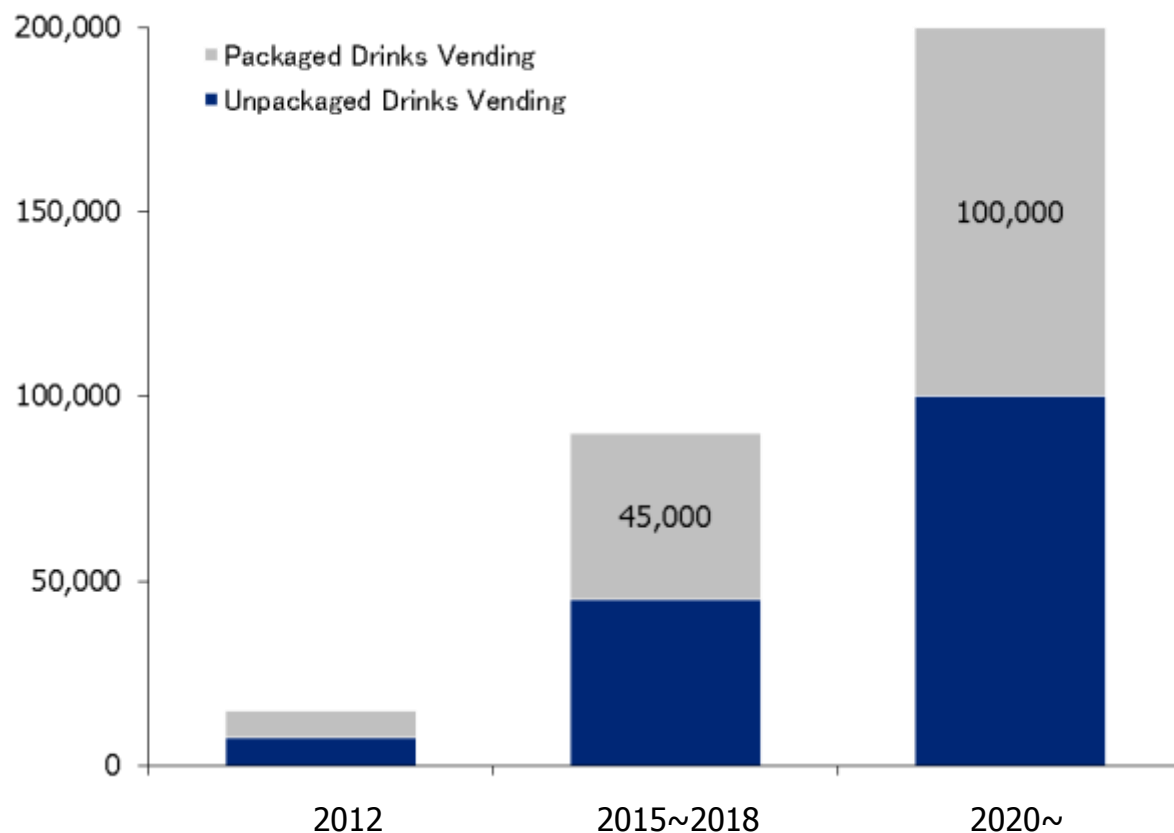


シネマ

(6)海外展開への継続的なChallenge ーロシア市場への参入ー

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)

(7)海外展開へのChallenge

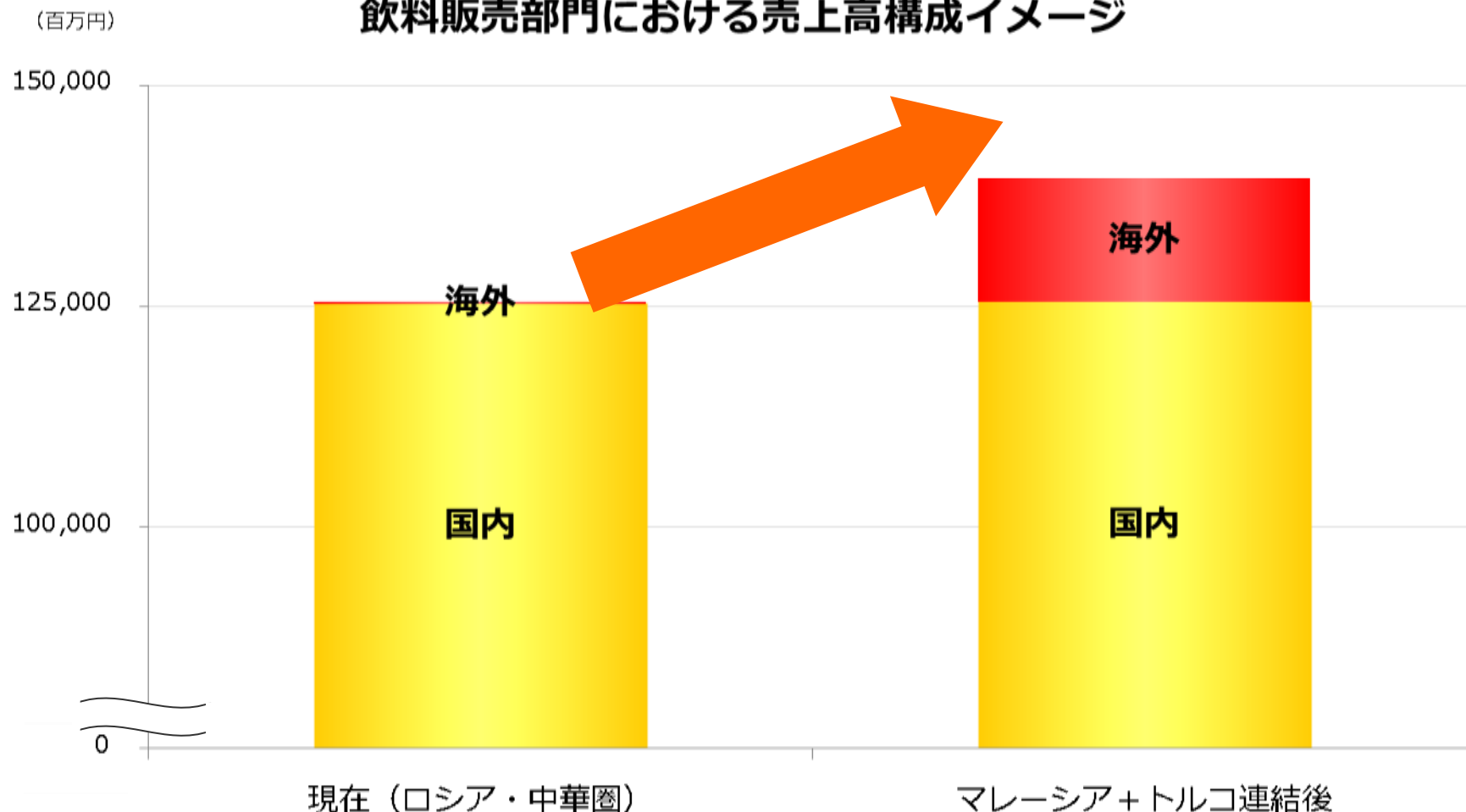
ー飲料販売部門の売上高構成イメージー

Next Stage

ここからさらに、
おいしいものを。

DyDo

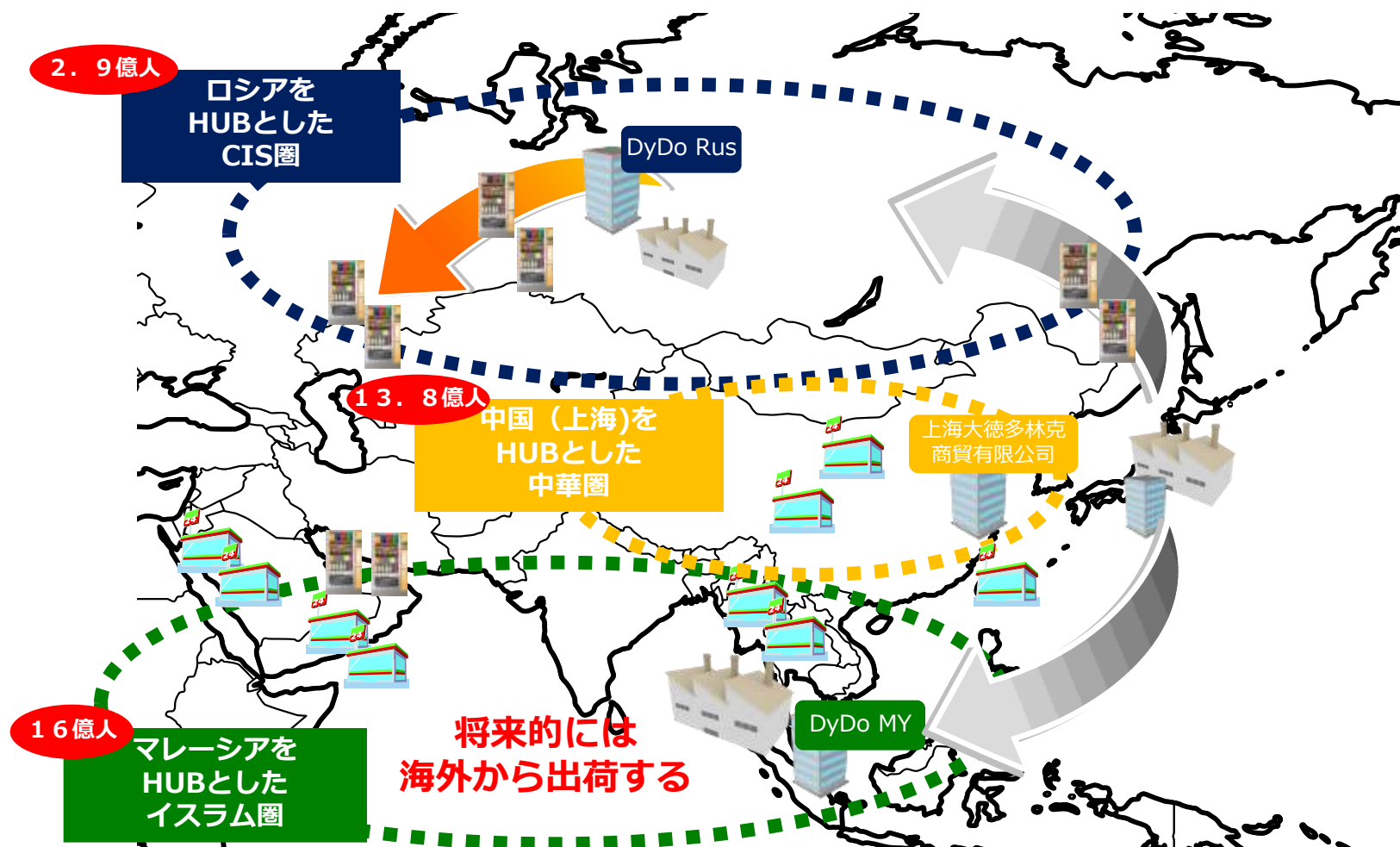
飲料販売部門における売上高構成イメージ



(8)海外展開の将来像

Next Stage

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。



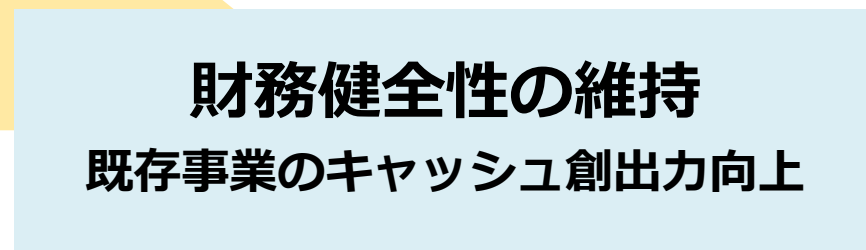
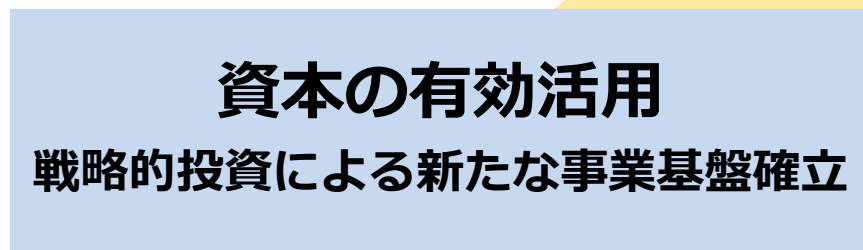
4. 持続的成長の実現に向けて

Challenge

Next Stage

(1)資本政策と株主還元について

Next Stage

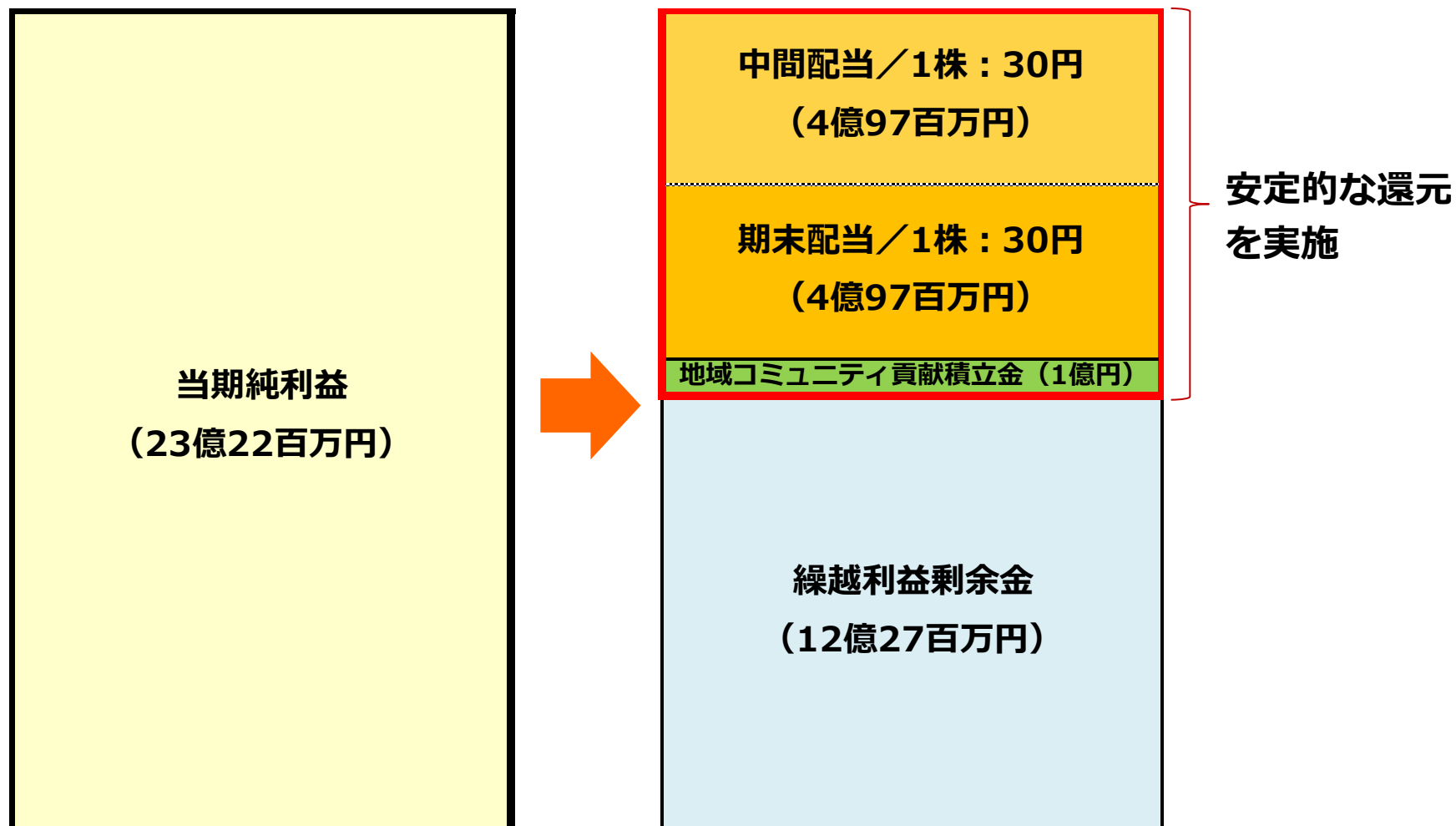


	基本的考え方
資本の有効活用	・ 内部留保は、持続的利益成長・資本効率向上につながる戦略的事業投資に優先的に充当
財務健全性の維持	・ 既存事業による安定的なキャッシュの創出力の向上 ・ 継続的な戦略的事業投資を可能にする財務基盤の維持
株主還元	・ 厳しい収益環境下においても、安定配当維持継続 ・ 持続的利益成長の実現により中期的な増配基調を目指す

(2)株主還元　－ 配当金 －

Next Stage

◆ 安定的な株主還元



(3)地域・社会への還元

Next Stage

ここからだに、
おいしいものを。

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



➤ 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。



(3)地域・社会への還元

Next Stage



◆ ダイードリンコ「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。



青森ねぶた祭り



鳥羽の火祭り



芦ノ尻道祖神まつり

(4)株主還元 – 株主優待 –

Next Stage

ここからだに、
おいしいものを。

DyDo

100株以上保有の株主の皆様に
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7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。

2016年上期
見て楽しい株主優待*にも記事掲載

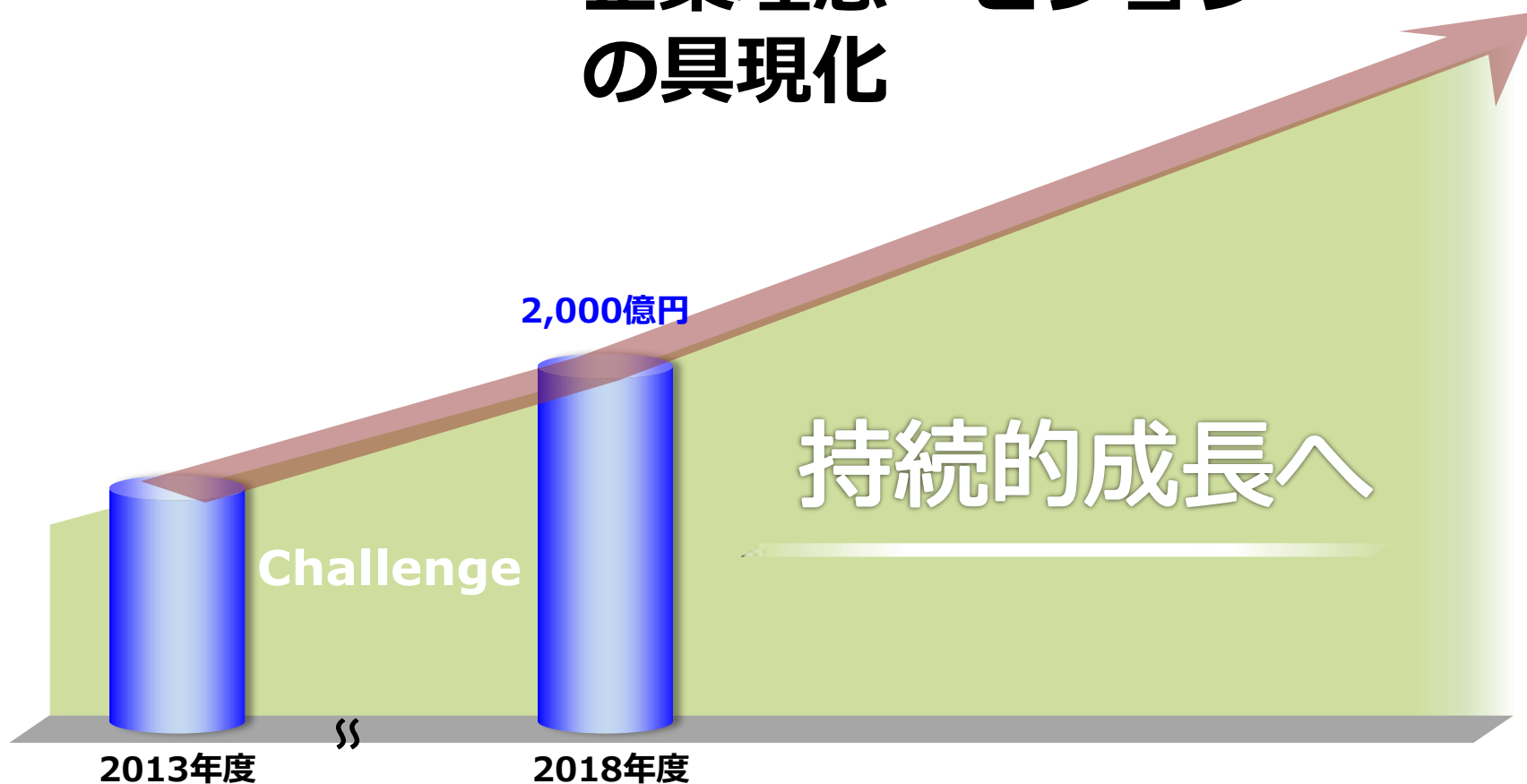


* 2015年12月
日興 I R 発行

(5)持続的成長の実現

Next Stage

企業理念・ビジョン の具現化



5. A P P E N D I X

－当社グループの取り組み－

Challenge

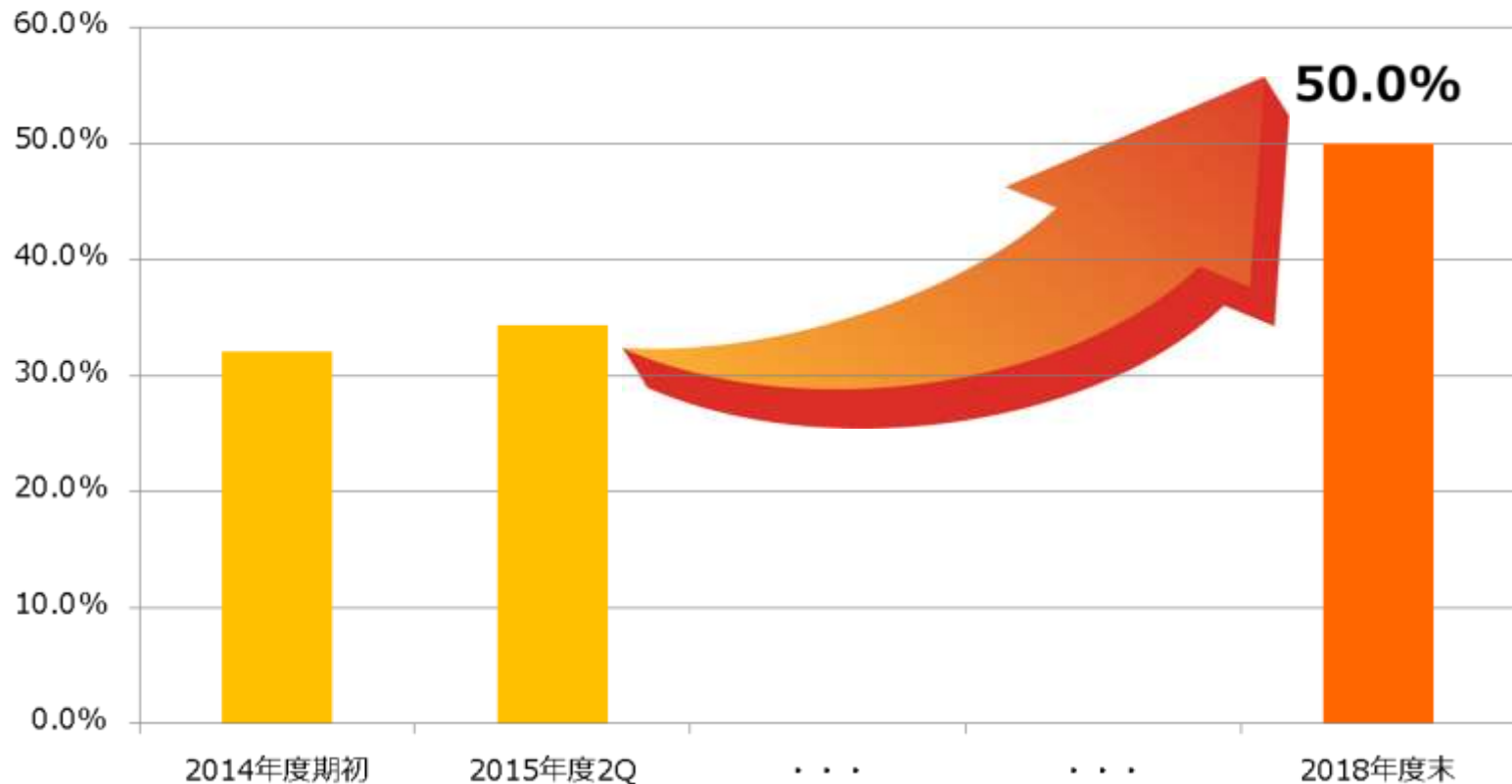
Next Stage



◆ 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

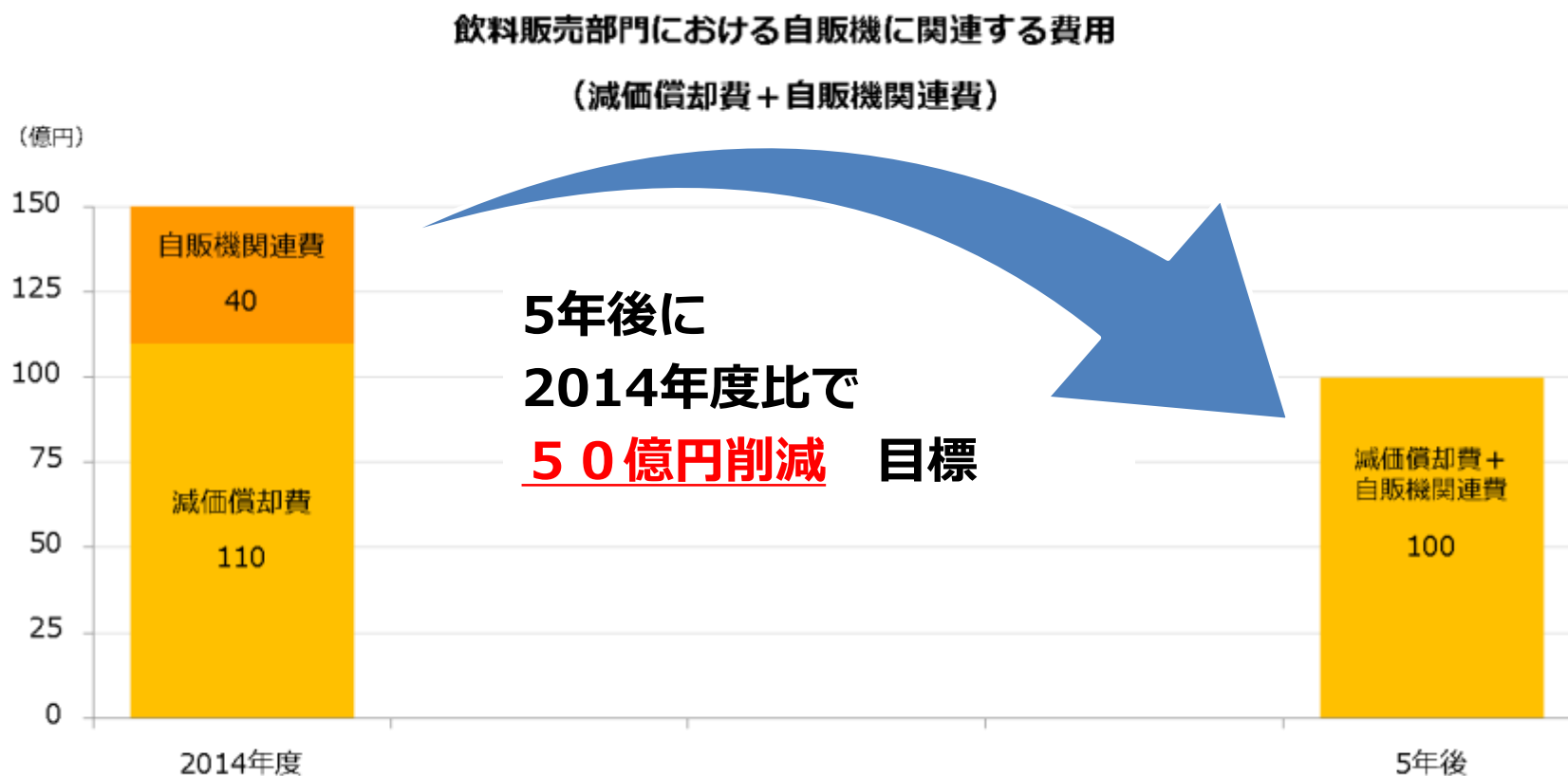
クローズロケーション構成比推移





◆ 自販機調達コスト削減への取り組み

- 自販機調達方法の工夫による1台当り購入コストの低減
- 自販機使用年数の長期化への取り組み



※自販機関連費とは…自販機設置・修理や、自販機に使用する消耗品（POP・蛍光灯etc）等の費用



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



10月1日に新発売！「Tarami Premiere」

濃厚な味わいと華やかなフルーツテイストを重ねた、
とろける美味しさが楽しめる、フランス菓子のパティシエ監修の
本格フルーツデザート。食事や気分で選べるふたつの味をご用意！



**濃厚クリーム
&ブラッドオレンジゼリー**



**濃厚ミルクプディング
&マンゴーソース**

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。

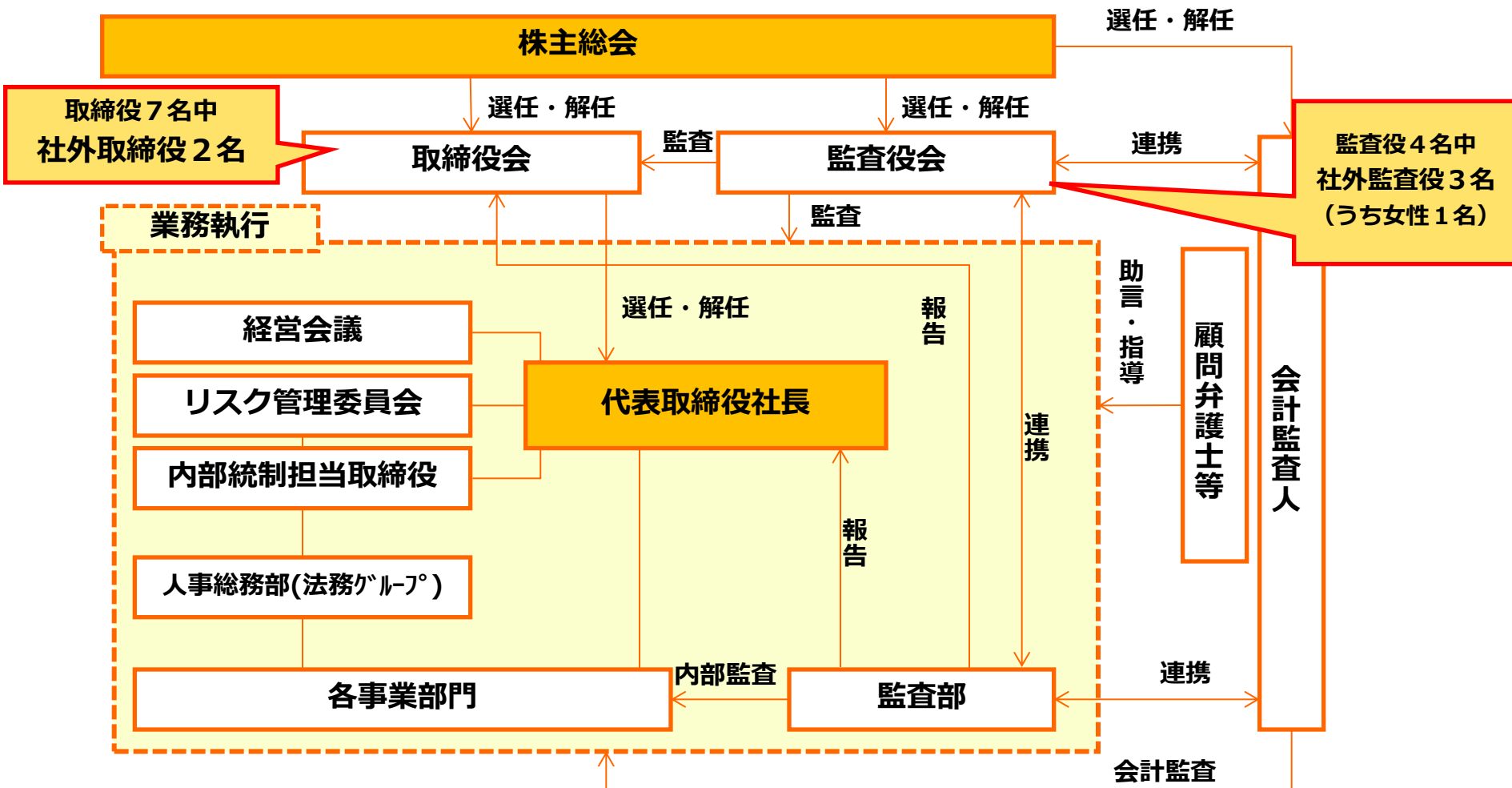
株主には ➤ 「継続的な企業価値向上を！」

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。

ガバナンス体制

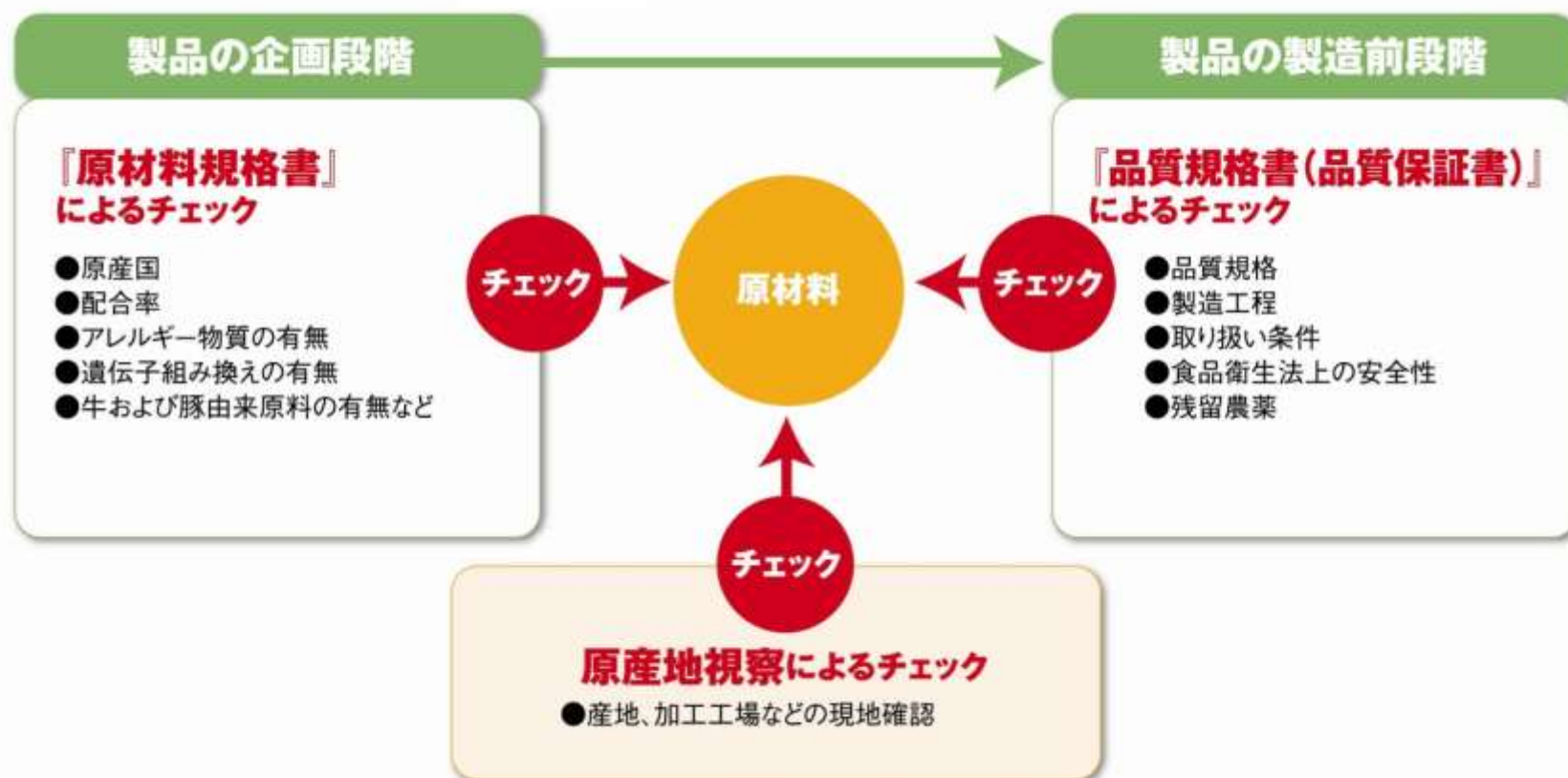
Next Stage

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。





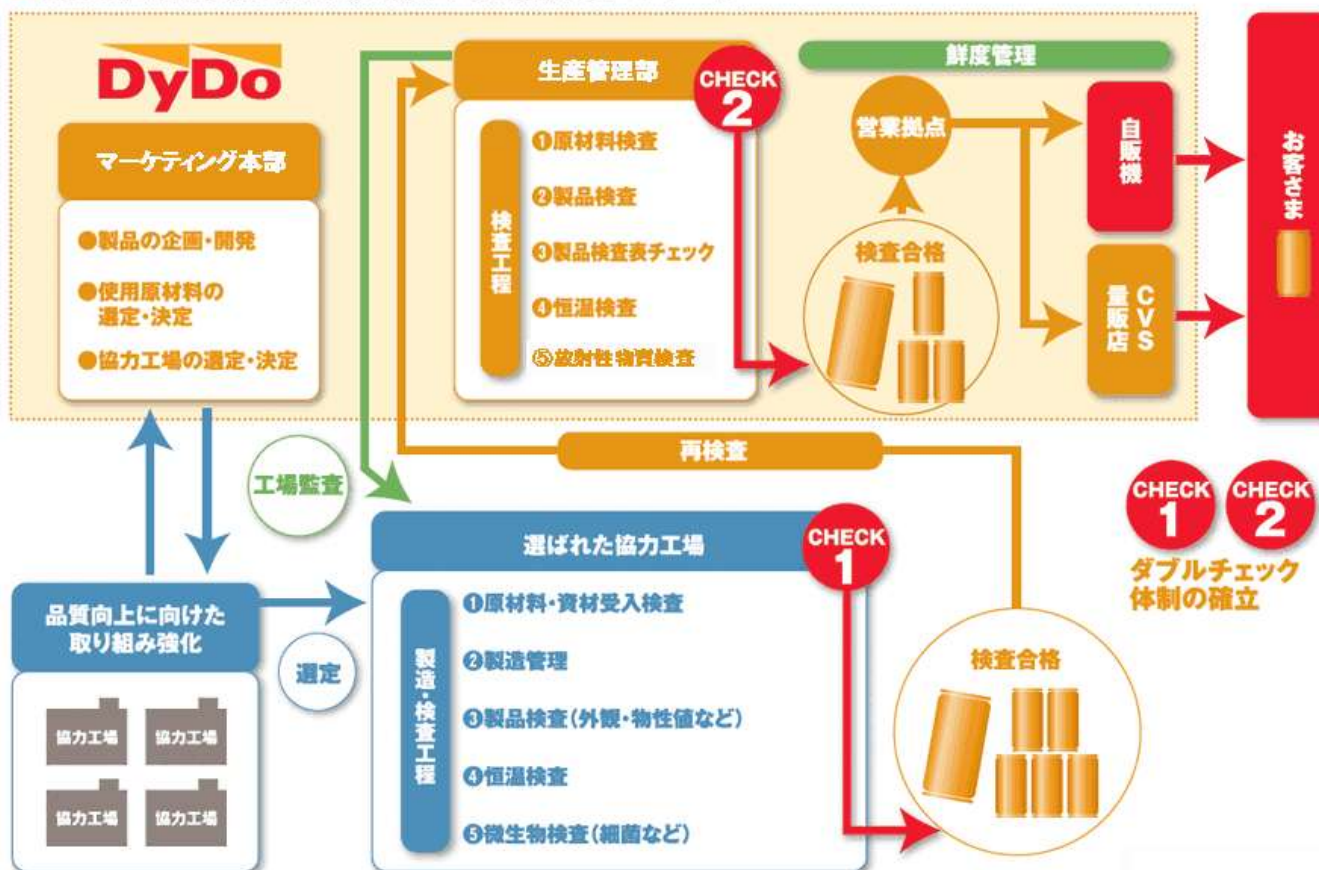
◆ 製造前におけるチェック





◆ 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



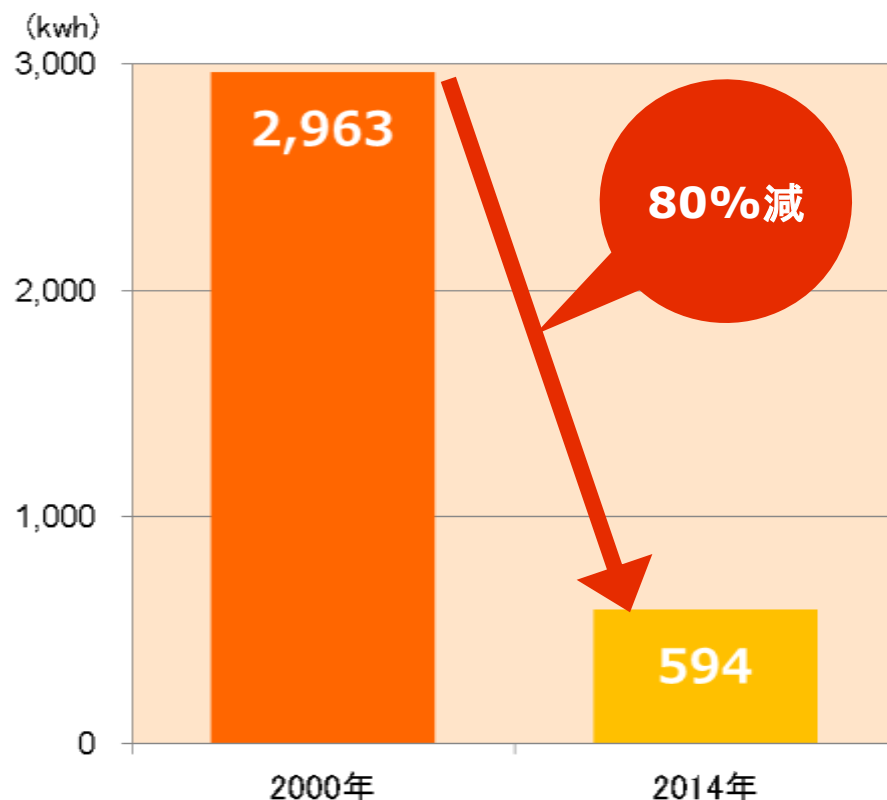
LED照明



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

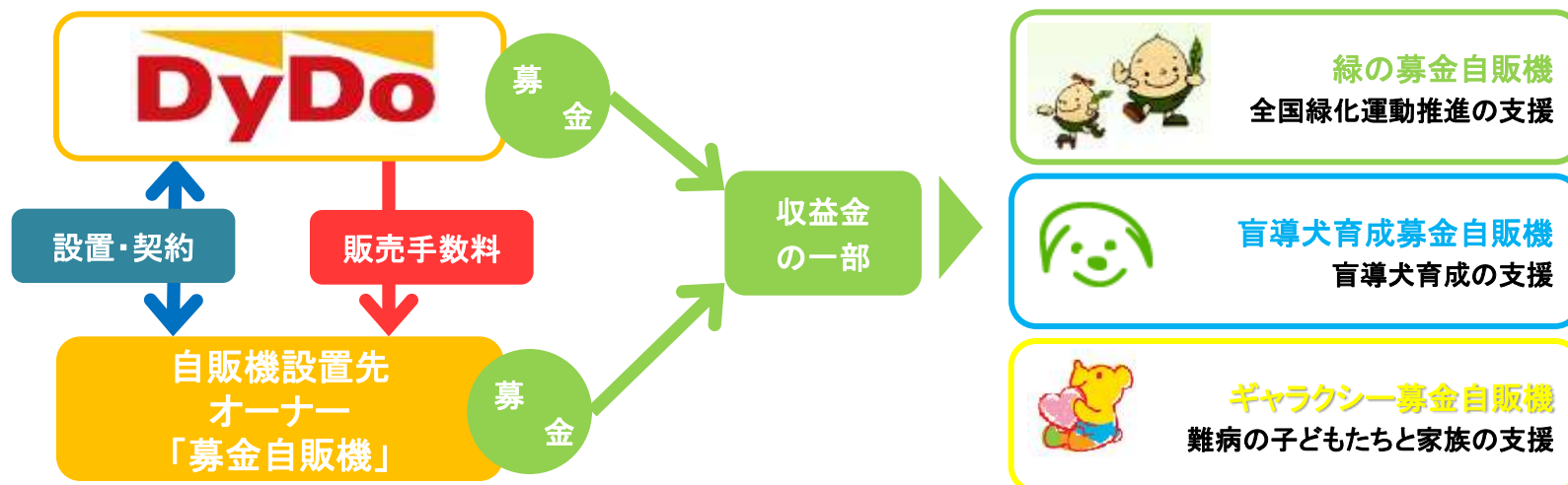




◆ 地方自治体と災害時における支援協定



◆ 社会への取り組み – 自販機を通じた募金活動



株主様への取り組み

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

- ◆ クイズもお楽しみいただける「DyDo Challenge通信」の表紙



- ◆ 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

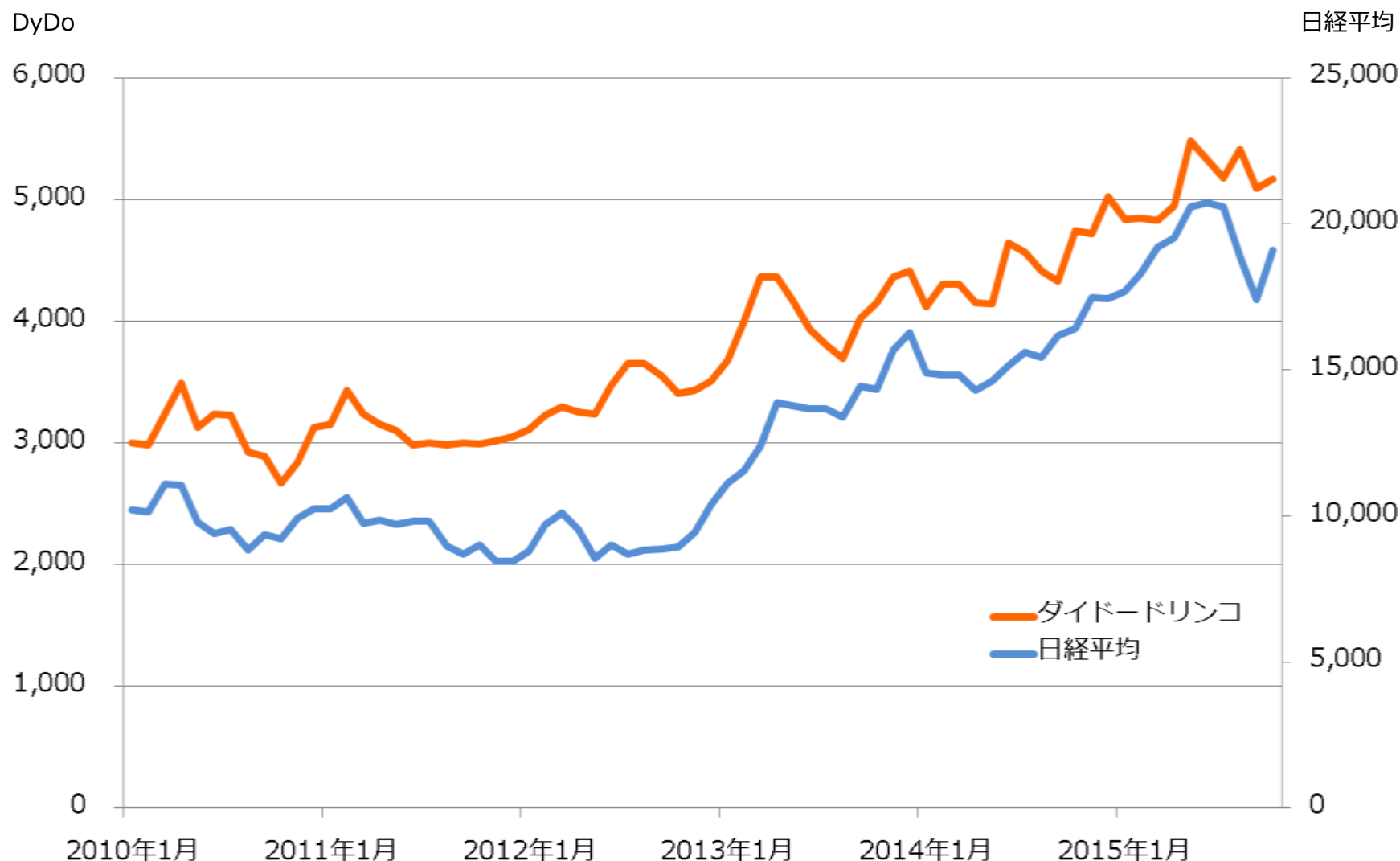


- ◆ 株主様の疑問にお答えするコーナーを設置



<ご参考> 株価推移

Next Stage



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。