



個人投資家向けオンライン会社説明会

ダイドーグループがめざす2030年の姿と今後の戦略について

ダイドーグループホールディングス株式会社
(東証プライム：2590)

2022年10月27日

01	ダイドーグループホールディングスについて	P.03
02	グループミッション2030	P.07
03	国内飲料事業の再成長	P.13

本資料内で記載する計数は百万円未満を切り捨て表示しているため、内訳と合計が合わない場合があります。なお、増減比等は、小数点第1位未満を四捨五入の上、表示しております。

本資料に記載されている、当社グループの計画・将来の見通し・戦略などのうち、過去または現在の事実に関するもの以外は、将来の業績に関する見通しであり、これらは当社において現時点で入手可能な情報による当社経営陣の判断および仮定に基づいています。従って、実際の業績は、不確定要素や経済情勢その他リスク要因により、大きく異なる可能性があります。また、本資料は投資勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定はご自身の判断でなさるようお願いいたします。



01 ダイドーグループホールディングスについて

会社名	ダイドーグループホールディングス株式会社
本社所在地	大阪市北区中之島二丁目2番7号
代表者	代表取締役社長 高松富也
会社設立	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	1,924百万円
発行済株式総数	16,568,500株
単元株式数	100株
株主数	35,089名
連結従業員数	4,029名

(2022年1月20日現在)



代表取締役社長 高松 富也

略歴

2004年4月	入社
2008年4月	取締役就任
2009年4月	常務取締役就任
2010年3月	専務取締役就任
2012年4月	取締役副社長就任
2014年4月	代表取締役社長就任（現任）

「こころとからだに、おいしいものを。」を皆様にお届けする

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。



ダイドーグループのこれまでの事業の変遷

創業以来、お客様に寄り添い、強みを発揮できる分野に集中した挑戦を続け、事業領域を拡大



創業者が医薬品
配置販売業を始める

1947年

国内飲料事業

- ・ダイドードリンコ
- ・ダイドービバレッジサービス

自販機ビジネスを磨き、
市場で一定のポジションを確立



売上高1,181億円（全体の72.6%）

1975年～

海外飲料事業

- 【展開国】
- ・トルコ
 - ・中国
 - ・イギリス など

2016年にはM&Aにより
トルコ現地飲料ブランドを獲得
国民に愛されるブランドづくりを
行う



売上高128億円（全体の7.9 %）

2012年～

医薬品関連事業

- ・大同薬品工業

医薬品・医薬部外品のドリンク剤/
パウチ製品の受託製造に特化し、
トップメーカーへ



売上高111億円（全体の6.5%）

1956年～

食品事業

- ・たらみ

「フルーツゼリー」に特化
ドライゼリー市場トップシェア



売上高212億円（全体の13.0%）

1988年～（グループ入りは2012年）

希少疾病用医薬品事業

- ・ダイドーファーマ

希少疾病の医療用医薬品
の開発・製造を行う



—

2019年～

*外部顧客に対する売上高（2021年度実績）

02 グループミッション2030

2030年のありたい姿として、2019年1月に策定

世界中の人々の楽しく健やかな暮らしを クリエイトするDyDoグループへ

DyDoはお客様と共に。



お客様の健康をつくります

おいしさへの飽くなき探求心のもと、
世界中のお客様の健康や生活の質向上に
貢献する商品・サービスをお届けします。

DyDoは社会と共に。



社会変革をリードします

持続可能な社会のために、
常識に捉われず、新たな視点から
社会変革を自らリードします。

DyDoは次代と共に。



次代に向けて新たな価値を生み出します

革新的なテクノロジーを活用し、
すべてのステークホルダーに
ワクワクや驚きといった体験を提供します。

DyDoは人と共に。

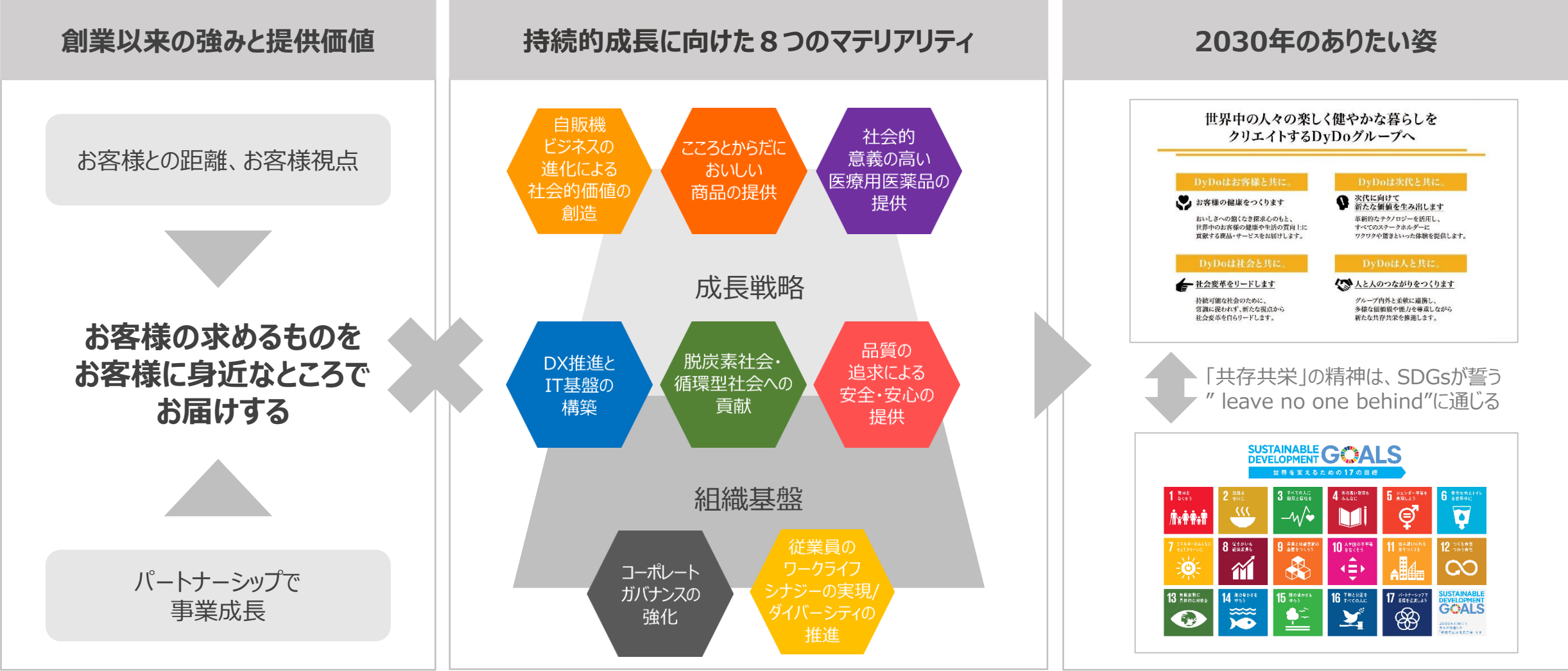


人と人のつながりをつくります

グループ内外と柔軟に連携し、
多様な価値観や能力を尊重しながら
新たな共存共栄を推進します。

2030年のありたい姿の実現に向けたマテリアリティの特定

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



社会価値、環境価値、経済価値を高め、持続的成長を実現する

■ **社会価値** 世界中の人々が楽しく健やかに暮らすことのできる持続可能な社会の実現に貢献する

世界中の人々の楽しく健やかな暮らしを
クリエイトするDyDoグループへ

■ **環境価値** 2050年までに自販機ビジネスにおける
カーボンニュートラルをめざす
(自社排出+自販機の電力消費による排出※1)

■ **経済価値** 中長期的な企業価値向上の実現をめざす

2030年までに
国内飲料事業
自社排出 (Scope1・Scope2) ※2 **カーボンニュートラル**
国内主要グループ会社※3
自社排出量 (Scope1・Scope2) **50%削減**※4 (2020年比)

2030年1月期 連結ROIC

8%以上

※1 ダイドービバレッジサービスによるオペレーション自販機のCO₂排出量 (Scope3)

※2 ダイードリンク、ダイドービバレッジサービス、ダイドービジネスサービス

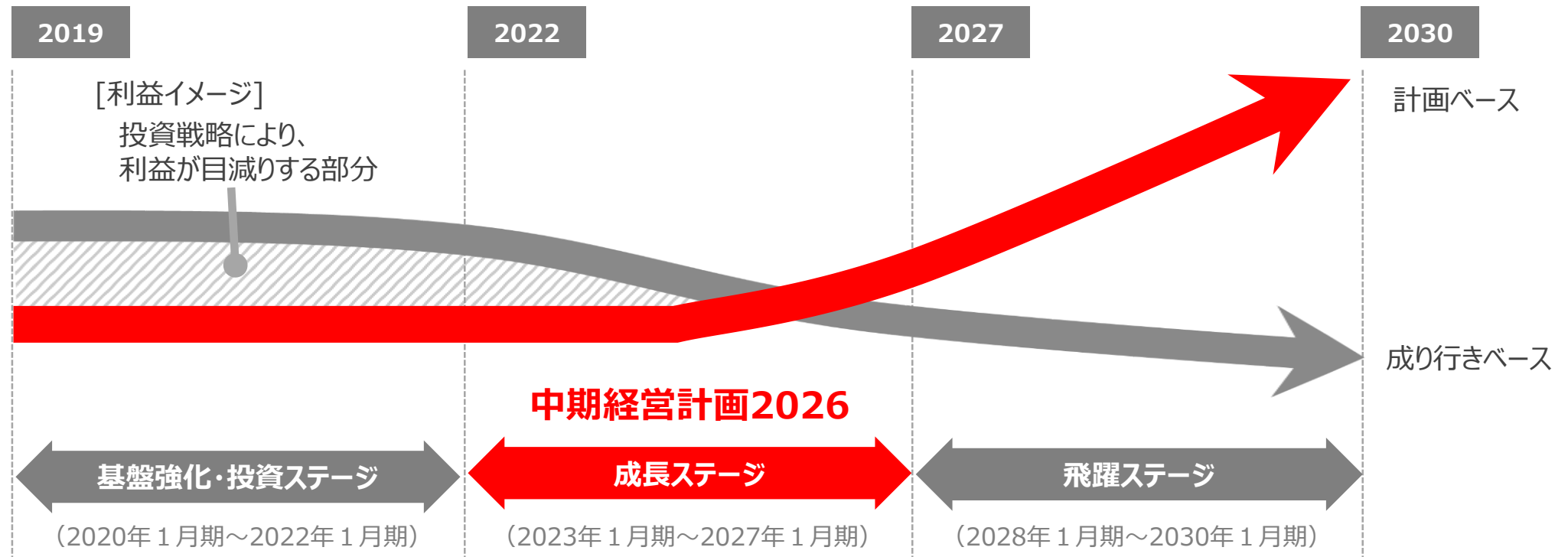
※3 ダイードリンク、ダイドービバレッジサービス、ダイドービジネスサービス、
大同薬品工業、たらみ

※4 売上高原単位 (対象グループ会社の排出量合計÷売上高合計) にて算出)

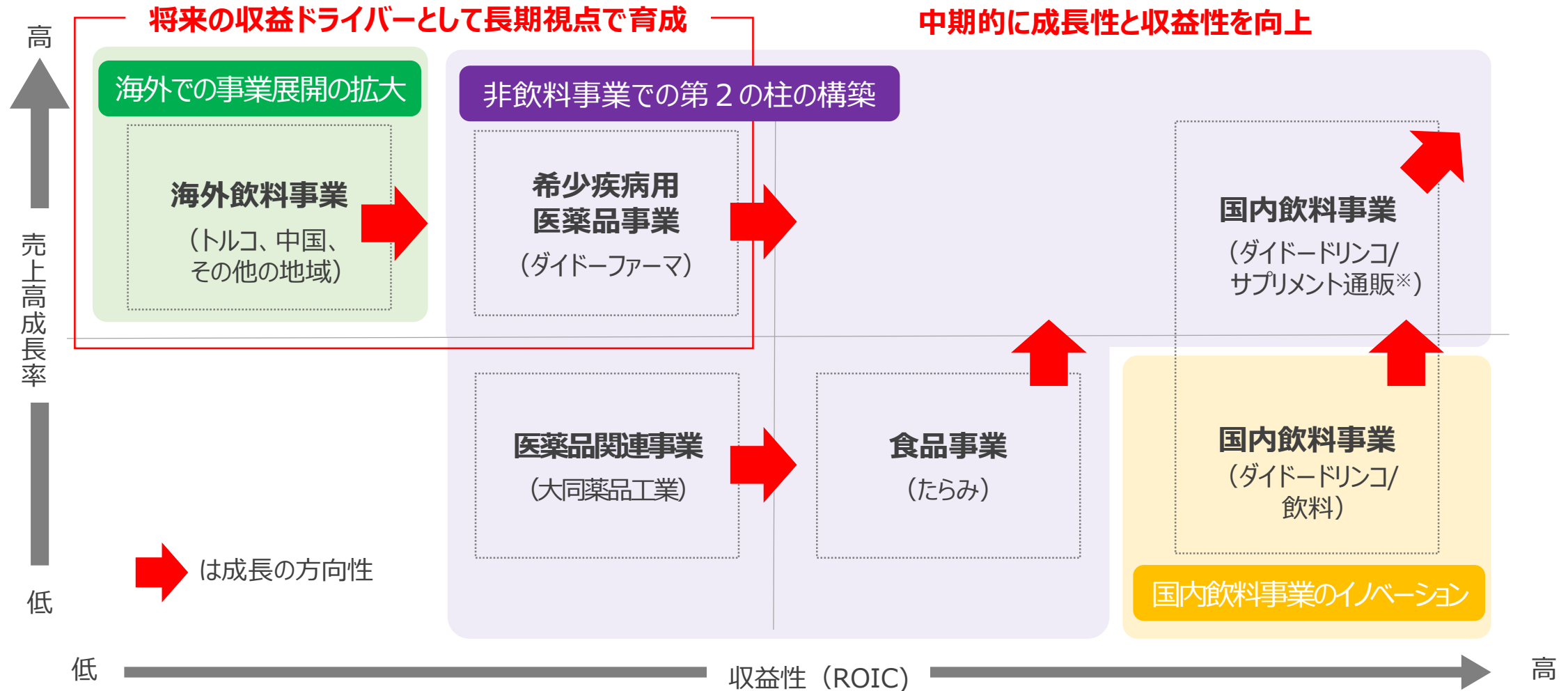
※投下資本はセグメントへの投下分

中期経営計画2026では「飛躍ステージ」に向け、3つの基本方針を推進

- 国内飲料事業の再成長
- 海外事業戦略の再構築
- 非飲料領域の強化・育成



「2030年のありたい姿」の実現に向けて、「国内飲料事業のイノベーション」「海外での事業展開の拡大」「非飲料事業での第2の柱の構築」の3つの基本方針を定め、事業ポートフォリオ戦略を推進



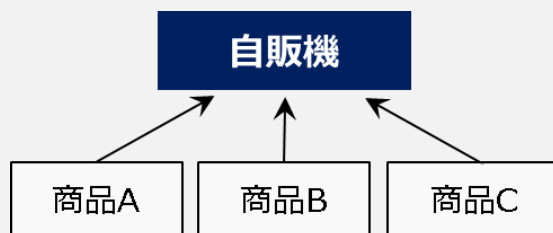
※ サプリメント通販は、ダイドードリンコが育成中の事業のため、会計上の事業セグメントは国内飲料事業に含まれます。

03 国内飲料事業の再成長

当社の国内飲料事業は、自販機が売上の中心を担っており、再成長には欠かせないポイント

特徴① 「自販機を店舗」と位置付ける小売業の発想

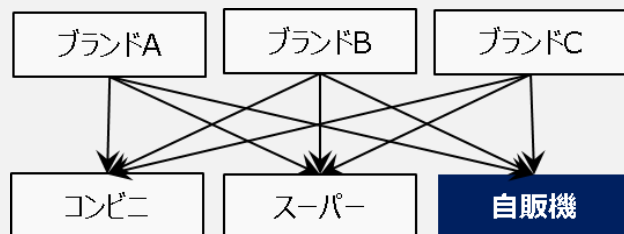
● 当社の考え方



売上高に占める
自販機の割合

79%

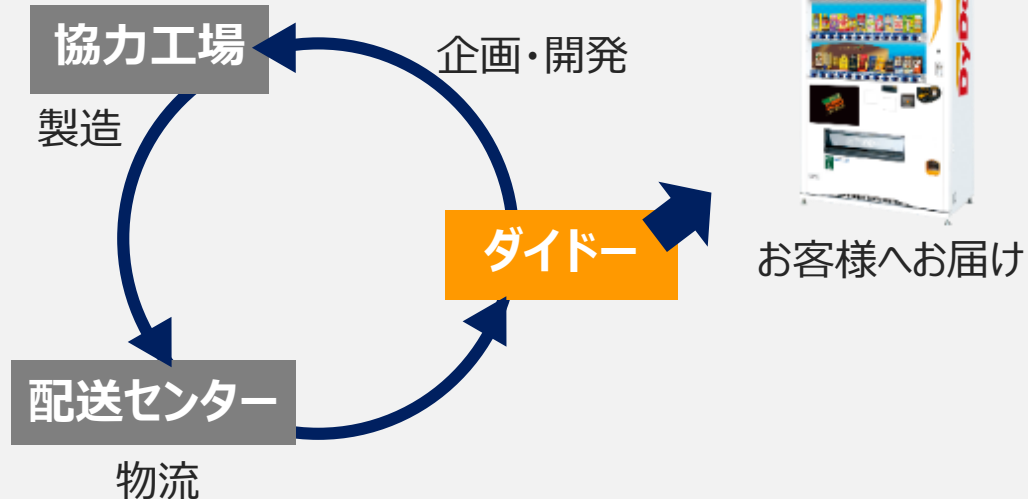
● 一般的な「飲料メーカー」の考え方



(業界平均)
約20%

出典：全国清涼飲料連合会「清涼飲料水関係統計資料」

特徴② ファブレス経営による効率的な事業運営



環境認識を踏まえ
た今後の課題

- ①お客様との接点(店舗数・利用数)を増やすこと
- ②労働力が不足する環境でも効率的に運営すること

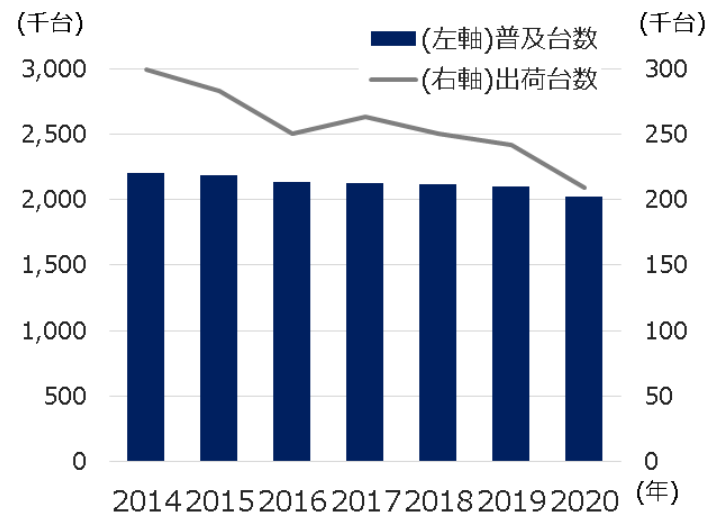
「顧客志向営業」を推進し、質※×量（台数）の最大化を図る

※自販機 1 台あたり売上高

外部環境のトレンド/課題

■ 自販機台数は年々減少傾向にある

【図表】日本国内の自販機普及台数・出荷台数推移



「経済産業省生産動態統計年報（機械統計編）、日本自動販売システム機会工業会より、当社作成」

当社の売上成長に向けた取り組み

- 自販機台数の増加
 - ・ 新規設置場所の開拓強化の継続
- 高い売上が見込める先への設置促進
- 既存自販機の売上最大化への取り組み
 - ・ 設置場所に応じた商品ラインナップの最適化、販売価格の適正化



解決策のご提案

お取引先の抱える課題例

- ・ セキュリティ上、私物を持ち込めないエリアでも従業員が好きな飲料を購入できるようにしたい
- ・ 社内で消費するプラスチックを削減したい etc.

顔認証自販機の設置

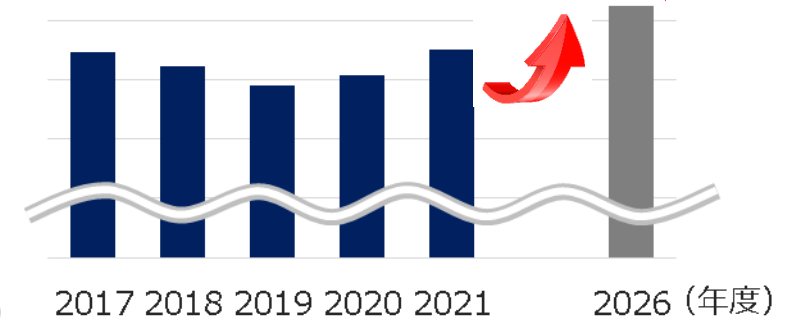


缶飲料のラインアップ強化

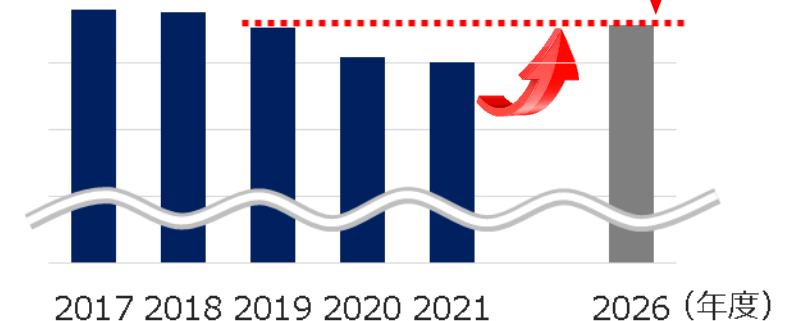


etc.

■ 当社の期末稼働台数の推移



■ 自販機 1 台あたり売上高の推移

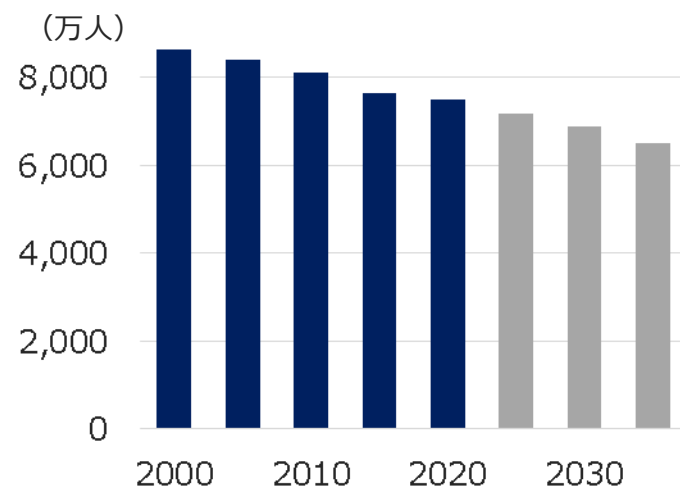


スマート・オペレーション体制を確立し、時代やニーズにあわせて常に進化させ続けていく

外部環境のトレンド/課題

■ 労働人口は減少が続いている

【図表】日本の生産年齢（15～64歳）人口の推移



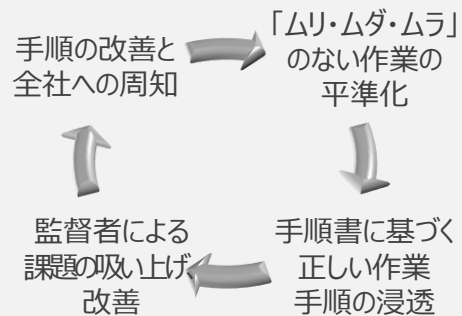
※総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成29年推計）」より当社作成

スマート・オペレーションによる提供価値拡大に向けた取り組み

従来のオペレーション



スマート・オペレーション



スマート・オペレーション体制の確立により想定される効果

- 全台オンライン化に伴うデータ活用による売上の最大化
- 業務効率化とともに、働き方の多様化を推進
- オペレーション、事前ピッキング作業の最適化に向けた継続的な改善

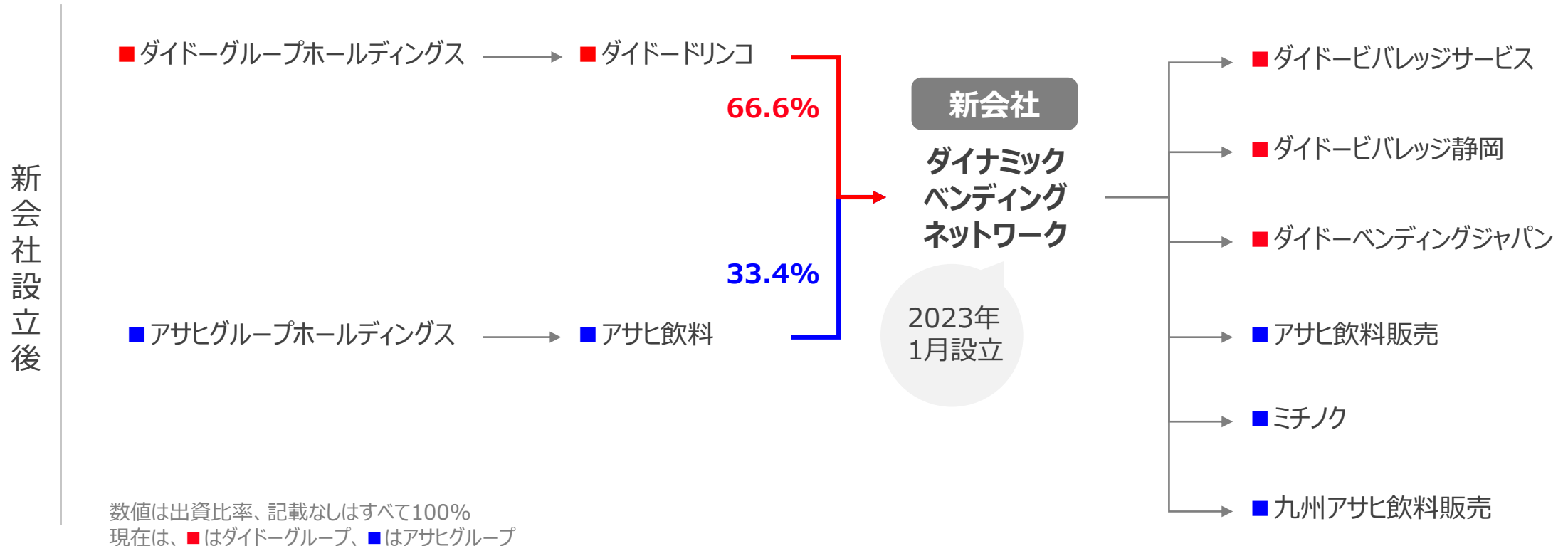
当社オペレーション担当者 1 人当たり売上高を
2026年度までに20%アップ（2021年度比）

自動販売機事業の成長・発展を図るべく、両社の企業価値向上を目的として、自動販売機事業に関する包括的業務提携契約を締結

- 直販事業の一体的運営によるオペレーションシナジーの追求
- 商品の相互販売によるお客様接点の拡大
- 製造受委託による原価低減
- 効率的な資源回収による環境負荷の低減

直販事業の一体的運営によるオペレーションシナジーの追求

- 新会社設立により、直販事業の一体的運営を推進する
- ダイドーのスマート・オペレーションを展開し、オペレーションスピードと品質管理能力、生産性を向上する
- 将来的な人手不足、雇用確保という課題を解決する



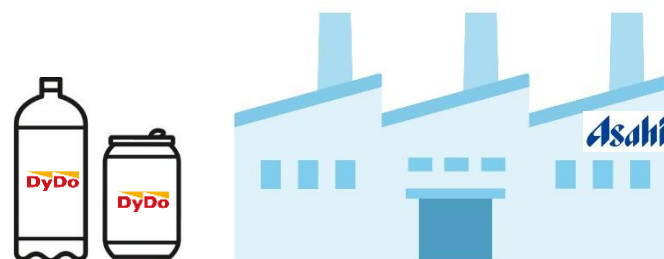
商品の相互販売によるお客様接点の拡大

- 相互販売商品を追加（2023年3月～）



製造受委託による原価低減

- ダイドードリンコブランド商品の一部を
アサヒ飲料で製造受託（2023年以降をメド）



効率的な資源回収による環境負荷の低減

- 効率的な資源の回収、PETボトルの水平リサイクル率
向上などへの取り組み、社会的課題を解決する



「こころとからだに、おいしいものを。」お届けし、世界中の人々の楽しく健やかな暮らしをクリエイトする。

世界中の人々の楽しく健やかな暮らしを クリエイトするDyDoグループへ

国内飲料事業

自販機市場において、絶え間ない
挑戦と共創で新しい価値を提供し、
トップランナーとして業界をリードし続けます

こころとからだに、
おいしいものを。



希少疾病用医薬品事業

治療選択肢のない
希少疾病に苦しむ患者様へ
治療薬を提供します

海外飲料事業

世界中の人々の健康を支える
グローバルブランドを生み出します

医薬品関連事業

「健康・美容」分野での
製造受託企業NO.1になります

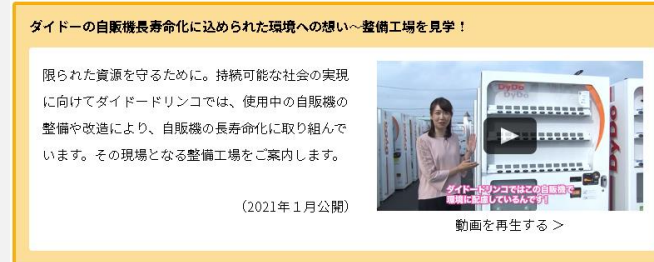
食品事業

フルーツとゼリーを通して
「おいしさ」と「健康」を追求し、
すべての人々を幸せにします

今回ご紹介しきれなかった事業についても、随時説明会などを開催しています

国内飲料事業

- 工場見学動画の掲載（自販機整備工場）
- 個人投資家向け説明会の実施（今回/過去複数回）



当社ウェブサイトより
ご視聴いただけます！



海外飲料事業

医薬品関連事業

- 工場見学動画の掲載（ドリンク剤/パウチ製品）
- 個人投資家向け説明会の実施（2022年10月）



食品事業

希少疾病用 医薬品事業

- 工場見学動画の掲載（たらみのゼリー工場）
- 個人投資家向け説明会の実施（2022年1月）



過去の説明会は
こちらから！



ダイドーグループホールディングス株式会社ウェブサイトよりご覧いただけます
<https://www.dydo-ghd.co.jp/individual/online/>



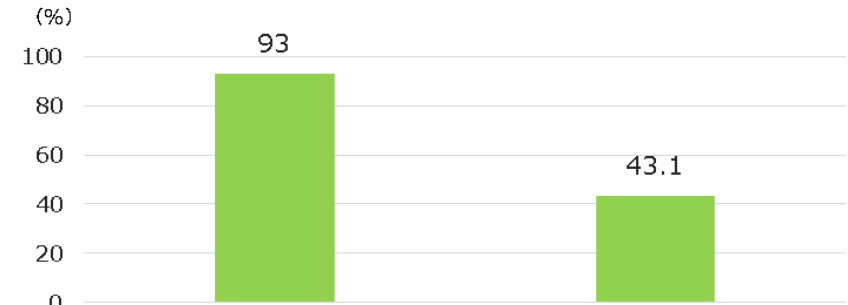
補足資料

コア事業である自販機ビジネスを中心に目標を定め、脱炭素社会・循環型社会の実現に向け、企業責任を果たす

CO₂削減目標の策定



空き容器の自主回収率

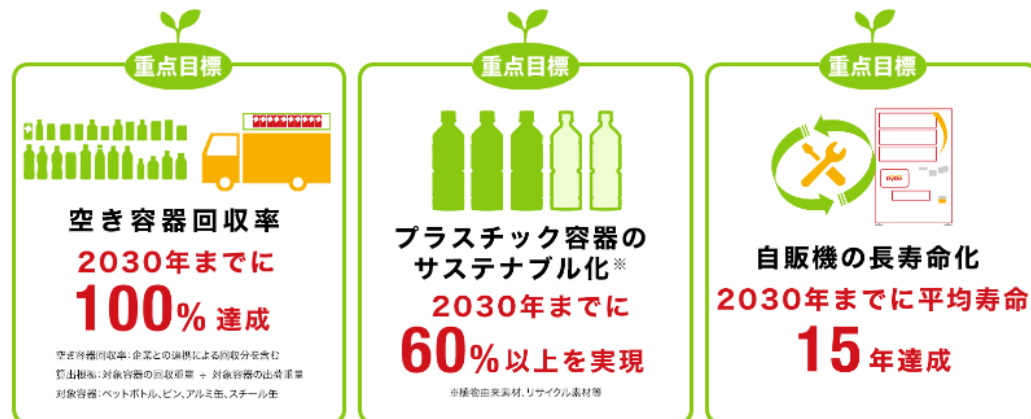


当社自主回収率^{※1} (2021年度) 事業系ボトル回収率^{※2} (2020年度)

※1 自社の空き容器リサイクルボックスからの回収重量 ÷ 自社商品の国内出荷量

※2 PETボトルリサイクル推進協議会公式の回収率推移より

循環型社会の実現に向けた重点目標



自販機平均使用年数推移



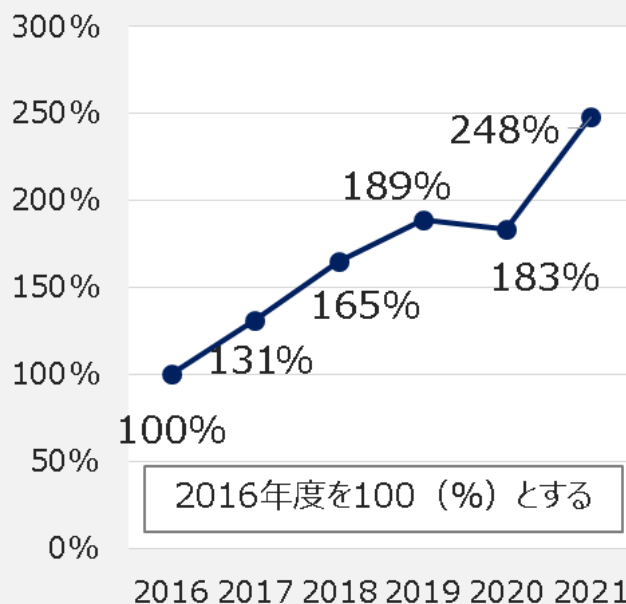
HODビジネスのミネラルウォーター「Saka」を中心に、トルコ事業は現地通貨ベースで拡大基調

特徴

- ✓ 現地企業の買収により2016年に参入
- ✓ 炭酸やフルーツジュースなど、長年トルコ国民に愛されてきた国民的ブランドを持つ
- ✓ 収益性の高いミネラルウォーターの好調な販売を背景に成長を続けている

業況

- ✓ M&A後の売上高は現地通貨ベースで2.5倍に成長(2021年度は、原価の高騰に対応し、販売価格の値上げを実施)



成長ブランド

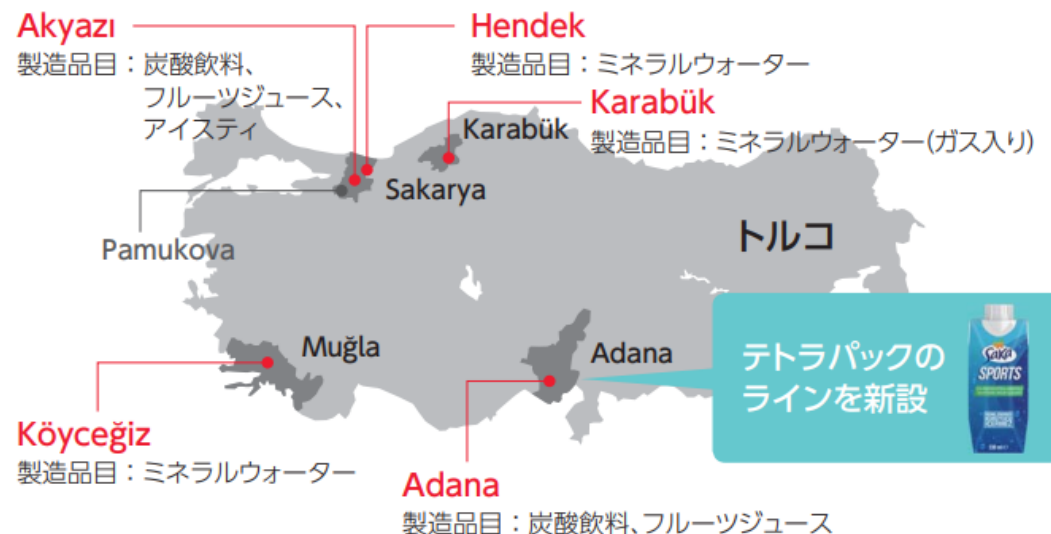
- ✓ トルコ事業を成長を牽引するのは、ミネラルウォーター「Saka（サカ）」



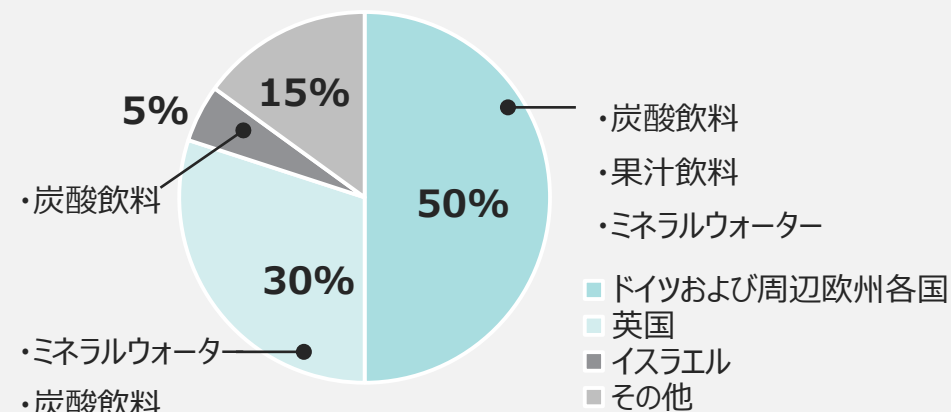
HOD（Home Office Delivery）を中心に中小型ペットボトルにも展開

- ▶ リラ安を逆手に取り、欧州各国への輸出事業の展開も進める
- ▶ トルコ国内では広い国土をカバーすべく5か所に工場を分散、トルコ・欧州の旺盛な需要に対応

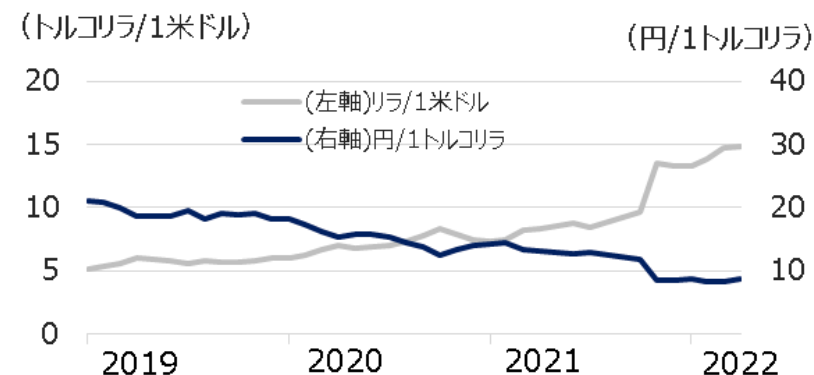
● トルコ国内の工場所在地と製造品目



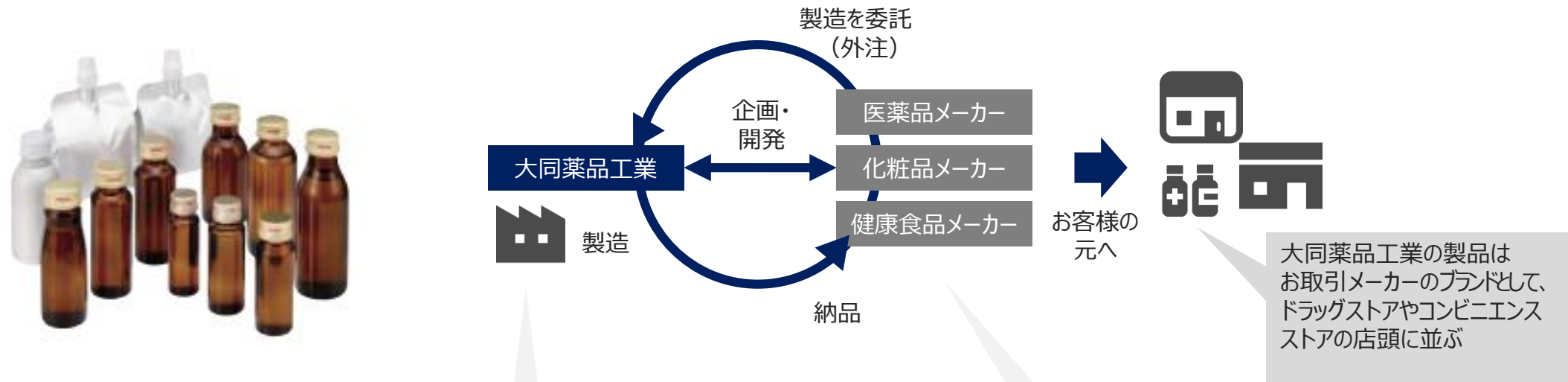
● トルコからの輸出先（概数）と主な販売品目



● 為替の推移



ドリンク剤・パウチ製品の受託製造メーカーとして、圧倒的なポジションを持つ



特徴①

医薬品・医薬部外品の製造免許を持つ工場

- 年間 5 億本を超える製造能力
- 安全・安心な生産体制
- 高い製品品質を確保する品質管理体制・品質保証体制
- 2020年よりパウチ製品の受託製造も開始

特徴②

受託専業として築いた医薬品メーカー・化粧品メーカーなどの顧客基盤

- お客様のニーズ・ブランドコンセプトに合わせた製品の開発能力
- 長年のノウハウの蓄積から生まれる独自の提案能力

2020年には奈良工場にパウチラインを、群馬県に関東工場を新設し生産能力を拡大

所在地	奈良県葛城市			群馬県館林市
工場	奈良工場			関東工場
	第1工場	第2工場	第3工場	
竣工	1991年	1999年	2019年	2019年
本稼働	-	-	2020年2月	2020年7月
製造容器の形態	びん	びん	パウチ	びん
ライン数	3ライン	1ライン	1ライン	1ライン
年間生産能力	3億5000万本		3000万袋	1億5000万本
新設時の投資額	-	-	約20億円	約60億円

● 群馬県に新設した関東工場



パウチライン（第3工場）新設の狙い

- 成長するパウチ市場における「医薬品」「医薬部外品」規格商品への期待
- 製造可能剤形の拡充による取引先ニーズへの対応幅の拡大

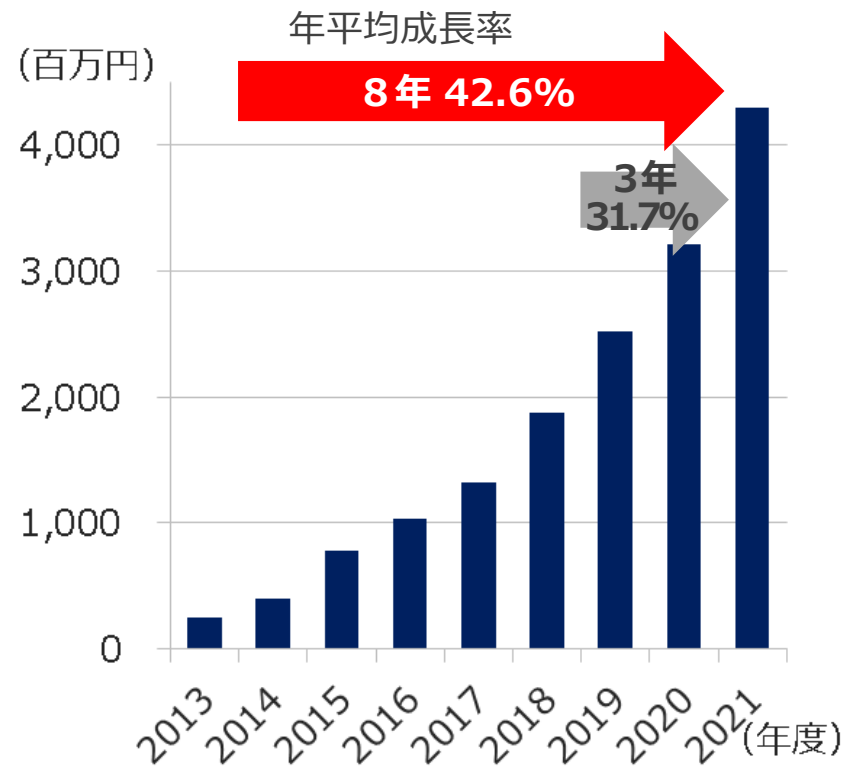
関東新工場新設の狙い

- 主要消費地に近接するエリアで製造することによるコスト競争力の強化
- お取引先・大同薬品工業双方にとってのBCPへの対応

2012年に参入したサプリメントを中心に販売する通信販売チャネルは、着実に成長

- 事業のきっかけは、「缶コーヒーに慣れ親しんだ方に寄り添える、新たな価値を生みたい」という想い
- 外部の専門人材の採用、大学等の知見を活用した商品開発、アウトソースによるコールセンター運営など、外部リソースの活用による事業運営

● 通信販売チャネルの売上推移と年平均成長率(通期)



● 基幹商品「ロコモプロ」により顧客基盤を形成

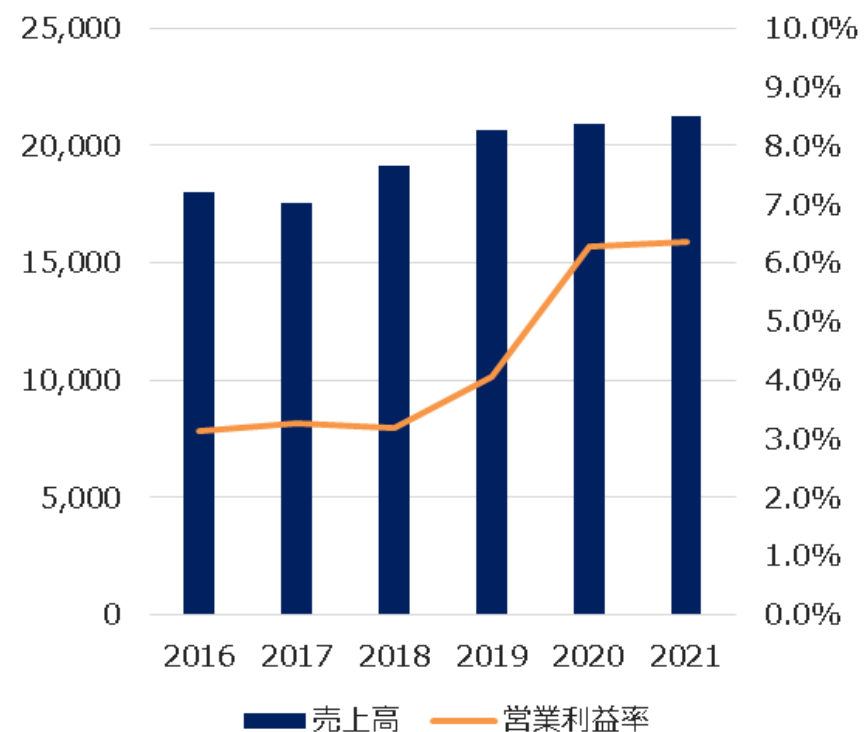


高い成長率により、業界トップの地位を確立

業界トップ企業として磨き続けたフルーツの「おいしさ」を最大限引き出す製造技術が強み

- 売上は増加基調/営業利益率は改善が進む

(百万円) 食品事業の売上高・営業利益率の推移



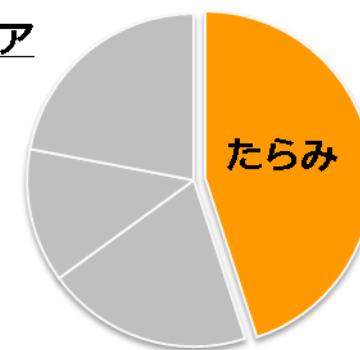
お客様の期待を超える新たな商品の提供

フルーツのおいしさを
最大限引き出す製造技術

世界中から厳選したフルーツの調達

新たな素材や食感の探求

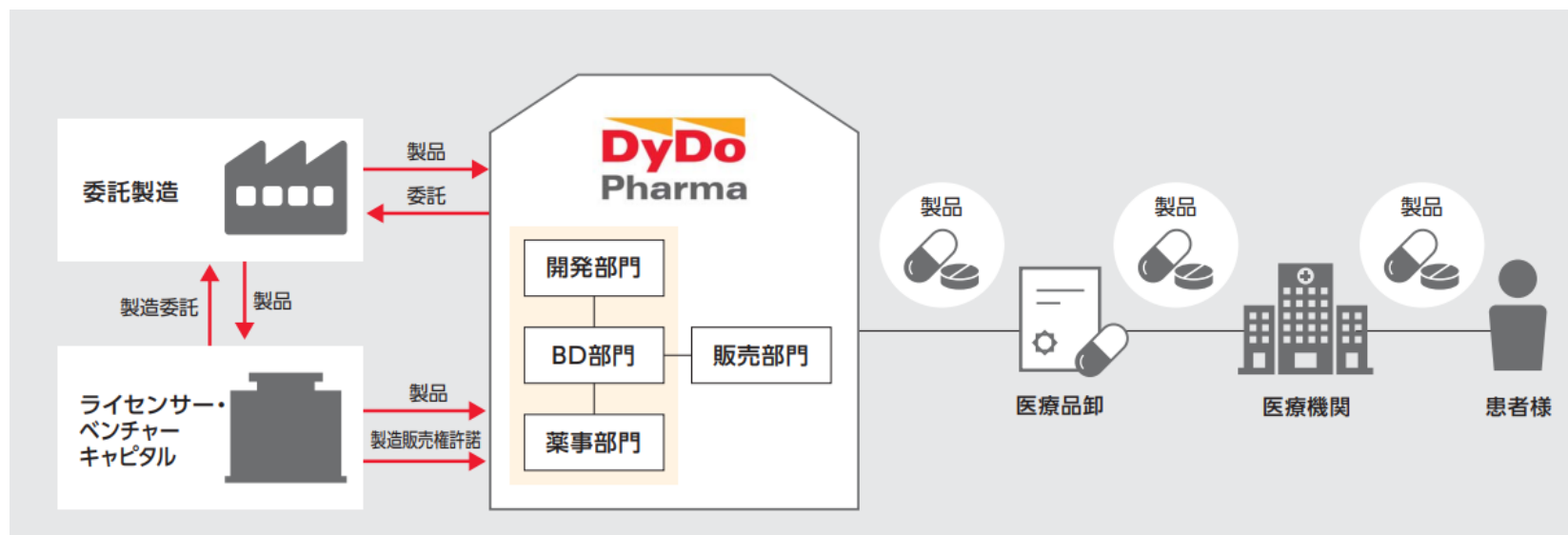
シェア



2019年、「ダイドファーマ」を設立し、希少疾病の医療用医薬品(オーファンドラッグ)事業へ参入

- 患者数が限られ、有効な治療薬の開発が進まない分野の患者さまに寄り添い、社会的課題を解決する
- 医療業界での実績を積んだ専門人材を採用、事業運営のコアを担う

● ビジネスモデル



● 契約状況

2021年1月 LCAT 遺伝子導入ヒト脂肪細胞医薬品に関するライセンス契約

2021年6月 ランバート・イートン筋無力症候群への効果が期待される医療用医薬品に関する日本国内におけるライセンス契約

新薬シーズの臨床開発を進める

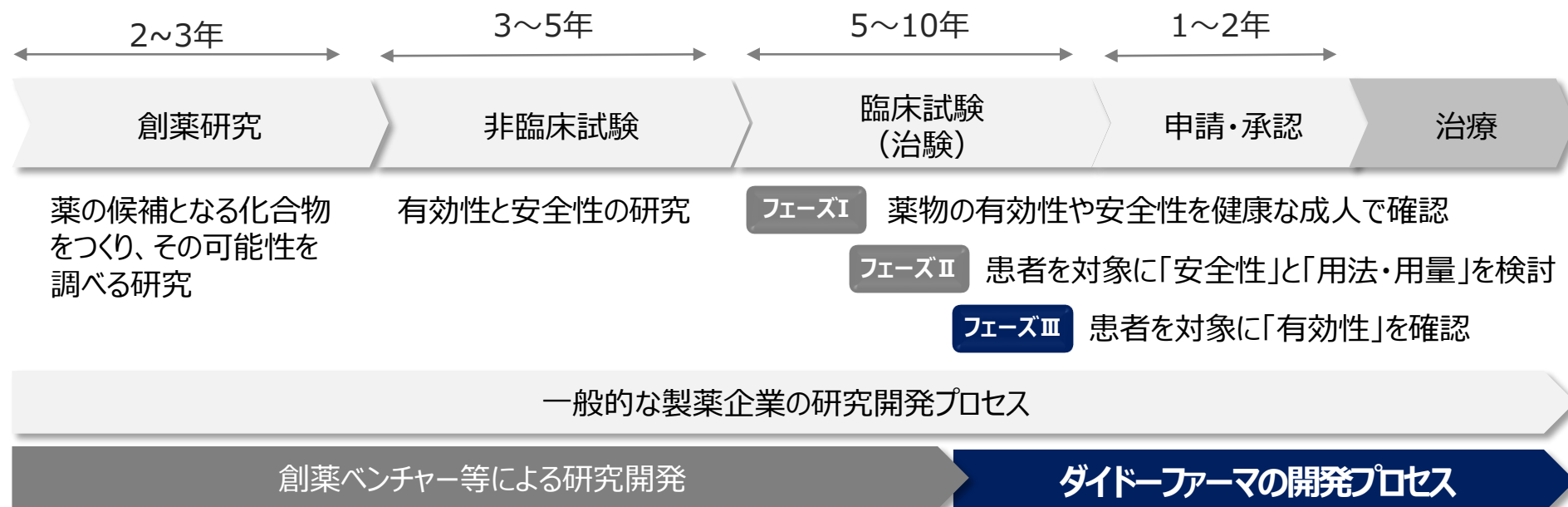
2021年度の総括

- 新薬シーズの日本国内商業化権利の許諾獲得
 - ・ DYD-301：ランバート・イートン筋無力症候群への治療効果が期待される医薬品

2022年度の重点戦略

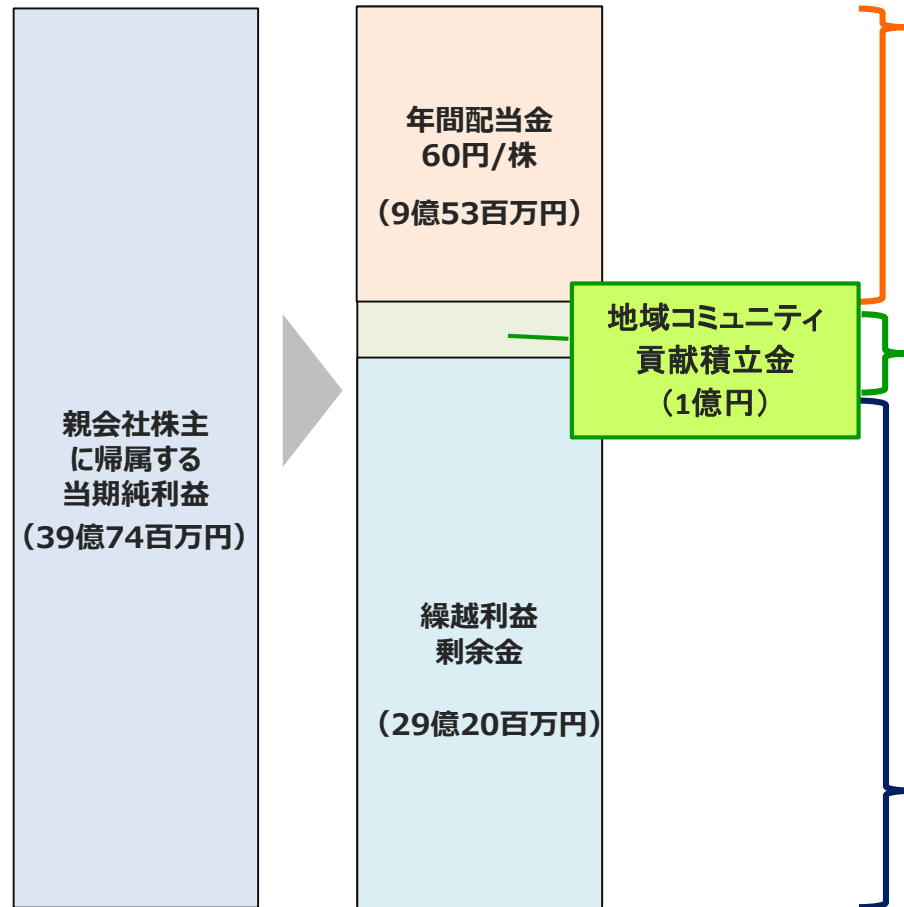
- DYD-301とDYD-701（LCAT 遺伝子導入ヒト脂肪細胞医薬品）の2件の日本での臨床開発を進め、製造販売承認取得をめざす
- 希少疾病対象の新たな治療薬候補品の日本国内のライセンス許諾契約の獲得をめざす

創薬プロセス



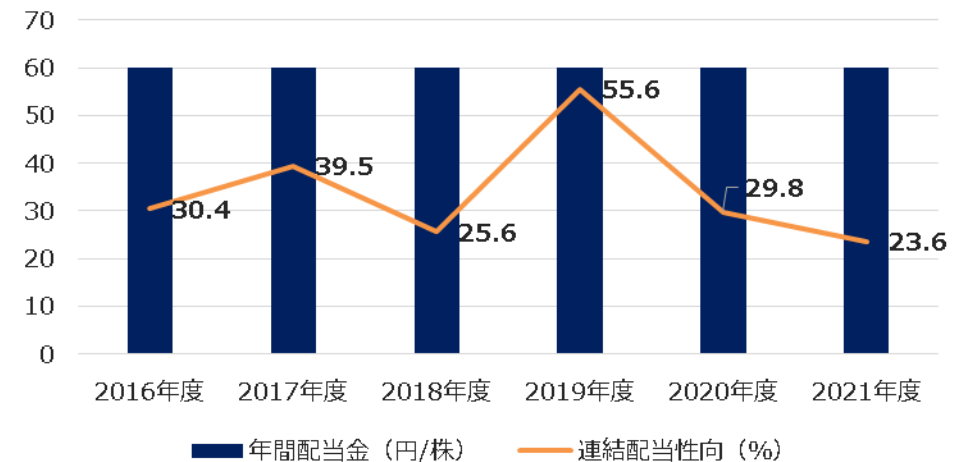
安定的な株主還元方針を継続

● 利益剰余金の処分内容（2021年度）



● 安定的な株主還元を実施

年間配当金・連結配当性向の推移



● 地域社会への継続的な貢献

● 将来の戦略投資に備える内部留保

100株以上の株式を半年以上保有いただいた株主の皆様へ6,000円相当の株主優待品を進呈

● 株主優待品

割当基準日	前年 7 月 20 日※	当年 1 月 20 日※
-------	--------------	--------------

※ 2 回連続で同一の株主番号で株主名簿に記載がある方



お届け時期	当年 4 月（予定）
優待品の内容	6,000円相当の 株主優待品

● 5 年以上継続保有記念品（保有年数が 5 年を超えた年に 1 回限り）

割当基準日	7 月 20 日
-------	----------

※連続して11回以上12回以下、同一の株主番号で株主名簿に記載がある方



お届け時期	10 月（予定）
-------	----------

- すべての株主の皆様（割当基準日：1 月 20 日、7 月 20 日）
グループ企業の商品をご優待価格で販売



※写真は2022年度の6000円相当の株主優待品

