

こころとからだに、
おいしいものを。



2019年3月8日

ダイドーグループホールディングス株式会社
2018年度（2019年1月期）決算説明会 主な質疑応答（要約）

<国内飲料事業>

Q1. 2019年度業績予想において、国内飲料事業の粗利を2018年度と比べてもさらに厳しくなると見込んでいる理由について、飲料業界の市場環境と其中で自社をどのように位置づけているのか説明してほしい。

A1. まず当社の主力販路である自販機ビジネスにおいては近年、縮小トレンドが続いていることがあげられる。さらに、2018年度の下期あたりから国内の労働力不足により、オペレーション人員の確保が急速に難しくなっている。特に地方ではその問題が顕在化しており、限られた人員で自販機のオペレーションを行うため、不採算先の自販機の引き上げが増えている。当面はこのトレンドは継続すると見込んでおり、今期に関しては自販機チャンネルでの売上減少、それに伴う粗利減少を見込んでいる。そういったことから、業界の環境はより一層厳しくなるとみているが、其中で当社はシェアを伸ばし、収益性を確保できる体質をめざす。またそのために、オペレーションの生産性を飛躍的に改善できる仕組み、「スマートオペレーション体制」を今回の中期経営計画でしっかりと取り組んでいきたい。

Q2. 中長期的な収益性改善にはパーマシ（自販機1台当たりの売上高）の改善が必須だと思うが、どのように実行していくのか。「スマートオペレーション」はシェアの拡大に繋がるのか。また、台数については中長期的には減らすことも選択としてあるのか。

A2. 2018年度売上減少の要因は、パーマシンの低下が要因ではなく、稼働台数が減少に転じたことによるところが大きい。パーマシンの改善に向けては、個別のロケーションに応じた最適な商品ラインアップの拡充も含めた「スマートオペレーション体制」の構築はもちろん、いかに高いパーマシが見込まれるロケーションを獲得できるかだと考えている。そのためにも、総台数は維持しながら、郊外のアウトドアロケーションよりも、安定した高い売上が見込めるインドアロケーションの設置比率を現状の約40%から50%に引き上げていくことに力をいれていきたい。

<中期経営計画 2021>

Q3. 成長投資の原資である営業キャッシュ・フローを計画通り3年間で400億円創出できるかが重要だが、2018年度の実績は110億円弱。利益水準が下がっていく中で、例えばスマートオペレーション体制の構築による運転資本の改善を見込むなど、400億円のキャッシュの創出ができるという前提について教えていただきたい。

A3. 計画通りに営業キャッシュ・フローを創出できることが「中期経営計画 2021」の最大のポイント。自販機ビジネスで安定したキャッシュ・フローを創出できるのが当社グループの強みである一方で、2018年度の営業キャッシュ・フローの減少は、自販機での売上減少に伴う粗利減少の影響を大きく受けている。毎年、130億円強の営業キャッシュ・フローを創出するために、まずはロケーションの開発を強化し、売上の維持、利益の確保に繋げていく。

ここからだに、
おいしいものを。



Q4. 「中期経営計画 2021」では成長投資に伴い費用が増加していくと思うが、投資により中期経営計画の2年目・3年目も、1年目である2019年度並の利益水準となると考えるべきなのか。中期的にはどの程度の利益水準をめざしているのか。特に、国内飲料事業は中期的な利益目標が現状と大きく変わらないが、どのようなリターンを見込んでいるのか。

A4. 2019年度と2020年度に関しては利益率の減少を見込んでいるが、中期経営計画の最終年度である2021年度には投資に対する成果を出し、利益を反転させていかなければならないと考えている。中長期的には、ガイドラインで示した通り、既存事業全体で営業利益率3%を死守する。その達成に向けては海外飲料事業を確実に黒字化していく。国内飲料事業については、業界的にも構造的に収益を確保しづらい状況になる中でも、スマートオペレーション体制の構築などで優位性を確立することで現状の利益率を維持し、中長期的にも安定して収益を確保できる基盤を整備する。

<将来ビジョン>

Q5. 2030年の自販機業界は、各飲料メーカーが自社の自販機を持ちそれを管理・運営する今の状態が続くのか、それとも再編があると見ているのか。

A5. 現状のままであることは考えづらく、自販機を自ら運営するのは、数社に集約されていくと思う。その中で当社が勝ち残っていくために、「スマートオペレーション体制」の構築や、新規ロケーション開発の強化を通じて、優位性を確保し、縮小する自販機市場で一定のシェアを占める企業であり続ける。

Q6. 社長が思い描く2030年の姿とは。特に、「自販機市場で優位なポジションを獲得した」結果、2030年以降にどのような姿を自販機市場で描いていると考えているか。

A6. 配置薬業をルーツとして、医薬品を取り扱う「大同薬品」を設立して拡大してきたが、将来も人々の健康にお役に立てるグループでありたい。自販機の提供する最大価値は利便性であると考えているが、今後はさらにお客様に寄り添い、飲料以外の商品・サービスを提供することで、健康や楽しい生活に貢献できるグループをめざす。

【注意事項】

本資料に記載の内容は、フェアディスクロージャの観点から、ダイドグループホールディングス株式会社 2018年度(2019年1月期)決算説明会の質疑をもとに、当社の文責により趣旨を要約(順序不同・補足・補正)したものであり、その情報の正確性・完全性を保証するものではなく、今後予告なく変更される可能性があります。なお、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。