

こころとからだに、
おいしいものを。



2020年度（2021年1月期） 第3四半期 決算概要

**ダイドーグループホールディングス株式会社
（東証一部：2590）**

2020年11月26日

1. 2020年度 第3四半期連結決算概要	P.03
(1) 新型コロナウイルス感染拡大による影響と今後の対応	P.04
(2) 2020年度 第3四半期連結決算の概要	P.08
2. 2020年度第3四半期 セグメント別概況	P.17
(1) 国内飲料事業	P.18
(2) 海外飲料事業	P.25
(3) 医薬品関連事業	P.28
(4) 食品事業	P.30
(5) その他（ダイドーフーマ）	P.31
セグメント別季節変動	P.32

こころとからだに、
おいしいものを。



1. 2020年度 第3四半期連結決算概要

- (1) 新型コロナウイルス感染拡大による影響と今後の対応
- (2) 2020年度 第3四半期連結決算の概要

コロナウイルスの感染拡大を契機とした社会の変革

▶ コロナ禍を契機とした消費者の価値観や行動様式が変容し、ビジネスの前提条件が変化



健康

健康・予防・衛生に対する意識の変化

コロナ禍を受け、
一層意識が高まる



環境

地球環境保護に対する問題意識の高まり



イノベーション

DX(デジタルトランスフォーメーション)の急速な進展



人

ワークスタイルに対する価値観の多様化

在宅ワークの定着に
より、コア事業である
自販機ビジネスにおいて、
「売れる場所」が変化



社会の大きな変化をグループの大きな変革に活かす

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。



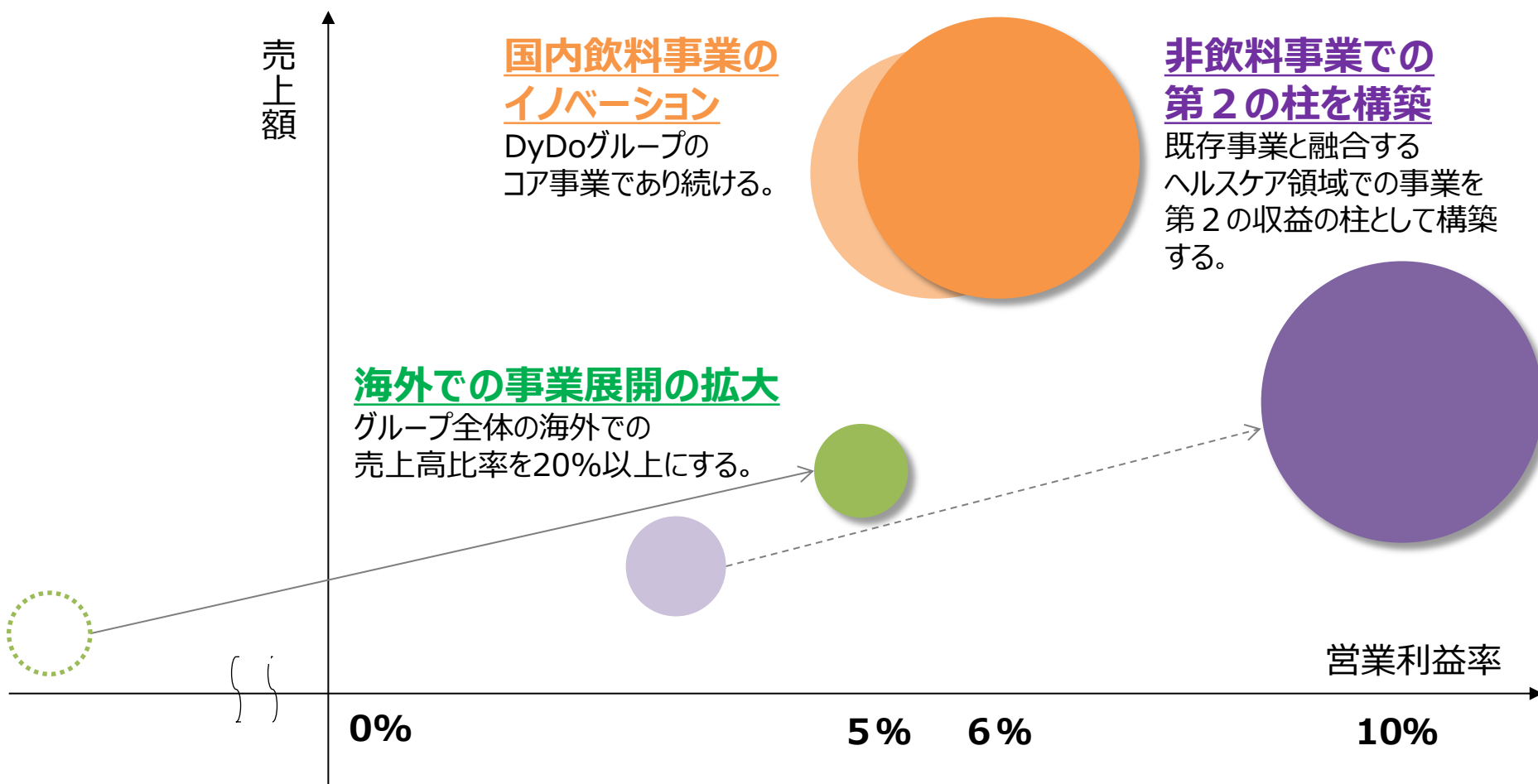
人と人のつながりをつくります

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。

(1) 新型コロナウイルス感染拡大による影響と今後の対応 グループミッション2030の基本方針



▶ グループミッション2030の基本方針は変わらず取り組んでいく



※図はイメージです。

円の大きさは営業利益額を示し、2018年度を薄色、2030年度を濃色で表現。

2019年1月発表

今後想定される業績への主な影響と対応策

- ▶ キャッシュ・フロー創出力回復に向けた既存事業の基盤強化を図り、将来の成長のための投資戦略を着実に実行する

	想定される主な影響	今後の対応策
国内飲料事業	<ul style="list-style-type: none">・ 4月～5月をボトムとして、販売は緩やかな回復基調にあるものの、在宅勤務の定着や消費者の行動変容により、自販機市場は大きく変化することが想定される	<ul style="list-style-type: none">・ 自販機展開の強化を図るとともに、スマートオペレーション体制の構築により、市場の変化に柔軟に対応できる持続可能な自販機ビジネスモデルの確立をめざす。
海外飲料事業	<ul style="list-style-type: none">・ トルコ飲料事業は、外出制限措置の緩和により、6月以降の販売は緩やかな回復基調にあるものの、為替変動による原材料高騰に対し、価格転嫁が難しい経済情勢であることから、利益面への影響を懸念・ イギリス、ロシアへの輸出の本格化には、時間を要する状況・ マレーシア飲料事業は、販売回復の目途が立たないと判断	<ul style="list-style-type: none">・ 海外における戦略拠点の選択と集中の方針のもと、マレーシア飲料事業の撤退を決定。海外飲料事業セグメント全体の黒字転換を当面の目標とし、海外における事業戦略の再構築を図る。
医薬品関連事業	<ul style="list-style-type: none">・ 中国向け美容ドリンクの受注見通しが不透明、国内向けも受注回復に時間を要する可能性	<ul style="list-style-type: none">・ 奈良工場に新設したパウチラインは2020年2月、関東新工場は2020年7月より稼働を開始。2工場4ライン体制での効率的な生産体制の実現に向け、社内体制を整備、収益改善に向けた業務内容の見直しを推進
食品事業	<ul style="list-style-type: none">・ 量販店向けの販売は引き続き堅調ながら、コンビニエンスストア向けの販売は減少が続く可能性	<ul style="list-style-type: none">・ ライフスタイルの変化に対応した商品開発や、生産性向上への取り組みを引き続き進め、さらなる収益力強化をめざす。

市場環境と第3四半期（期間）の概況

国内飲料事業

市場

販売は緩やかな回復基調ながら、
CVS・自販機の販売は軟調
業界全体の販売数量は、前年同
期を7%程度下回る推移

当社

10月に発売したTVアニメ「鬼滅の
刃」とのコラボ缶コーヒーが好調
四半期末の自販機台数が増加に
転じる

海外飲料事業

市場

(トルコ)

5月を底に回復が見られるも本格
的な回復は来春以降と見込む
トルコリラ安による原材料コスト増、
物流費の高騰傾向は続く

当社

(トルコ) ミネラルウォーターの需要
を取り込み、前年並の収益を確保
(マレーシア) 販売回復の見通し
立たず、現地子会社を売却

医薬品関連事業

市場

医薬部外品ドリンクの店頭におけ
る販売は低調
越境ECの取り組みはあるものの、
美容ドリンクも店頭販売は苦戦

当社

取引先の在庫調整の影響により
受注が低調
TCIを通じた中国向け美容ドリンク
の受注見通しは不透明

食品事業

市場

ドライゼリー市場は微減、消費者
の節約志向により低価格帯増加
パウチゼリー市場は消費者のライフ
スタイルの変化により前年割れ

当社

CVS向けが減少するも、量販向けを拡
大し、ドライゼリーNo.1のポジションを維持
パウチ市場においても、シェアを拡大

2020年度 第3四半期の決算の概要

- ▶ 第3四半期の連結売上高は、1,223億51百万円（前年同期比6.5%減）
- ▶ 直近の販売動向は緩やかに回復、利益面は想定を上回る進捗
- ▶ 最近の業績動向を踏まえて、通期業績予想を修正

単位：百万円

	第3四半期（1/21～10/20）						通期					
	2019年度実績		2020年度実績				2019年度実績		2020年度業績予想			
		構成比		構成比	増減率	増減額		構成比		構成比	増減率	増減額
売上高	130,925	100.0%	122,351	100.0%	△6.5%	△8,573	168,256	100.0%	156,000	100.0%	△7.3%	△12,256
営業利益	3,969	3.0%	6,377	5.2%	60.7%	2,407	2,893	1.7%	4,300	2.8%	48.6%	1,406
経常利益	4,059	3.1%	6,394	5.2%	57.5%	2,334	2,857	1.7%	4,200	2.7%	47.0%	1,342
親会社株主に帰属する 四半期純利益	2,879	2.2%	4,646	3.8%	61.4%	1,767	1,778	1.1%	2,500	1.6%	40.5%	721
EPS	174.79円		290.24円		115.45円		108.00円		157.07円		49.07円	

2020年度 第3四半期 連結業績 (セグメント別)

- ▶ コロナ禍の影響を大きく受けた上期の実績が影響し、食品を除くセグメントが減収
- ▶ 国内飲料事業、食品事業のセグメント利益が大幅に増加

単位：百万円

		2019年度 第3四半期	2020年度第3四半期		2019年度 通期実績	2020年度通期業績予想			
				増減率	増減額		増減率	増減額	
	国内飲料事業	93,146	86,934	△6.7%	△6,212	121,203	113,800	△6.1%	△7,403
	海外飲料事業	12,709	10,388	△18.3%	△2,321	16,004	11,700	△26.9%	△4,304
	医薬品関連事業	8,606	8,173	△5.0%	△432	11,097	10,300	△7.2%	△797
	食品事業	17,022	17,434	2.4%	411	20,643	20,900	1.2%	256
	その他	—	—	—	—	—	—	—	—
	調整額	△560	△578	—	△18	△693	△700	—	△6
売上高合計		130,925	122,351	△6.5%	△8,573	168,256	156,000	△7.3%	△12,256

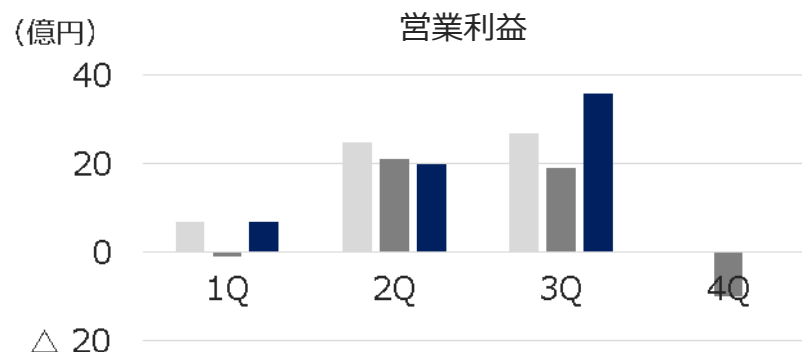
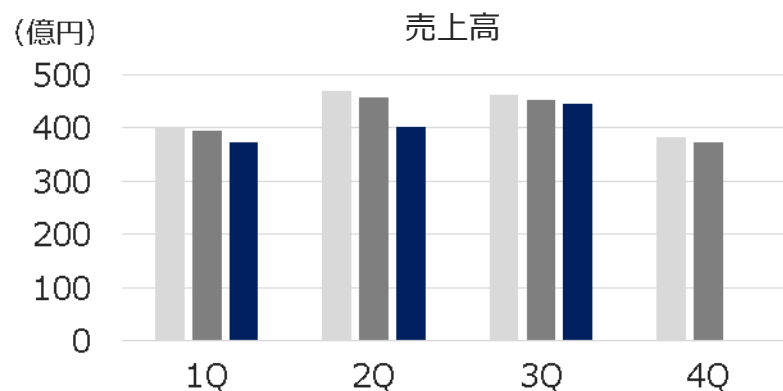
国内飲料事業	3,421	6,152	79.8%	2,731	3,948	6,300	59.6%	2,351
海外飲料事業	254	59	△76.6%	△194	△306	△110	—	196
医薬品関連事業	427	△203	—	△630	210	△600	—	△810
食品事業	848	1,465	72.8%	617	464	840	80.8%	375
その他	△103	△114	—	△10	△148	△500	—	△351
調整額	△877	△982	—	△104	△1,275	△1,630	—	△354
営業利益合計	3,969	6,377	60.7%	2,407	2,893	4,300	48.6%	1,406

※「その他」区分は、報告セグメントに含まれない事業セグメントであり、希少疾病の医療用医薬品事業です。

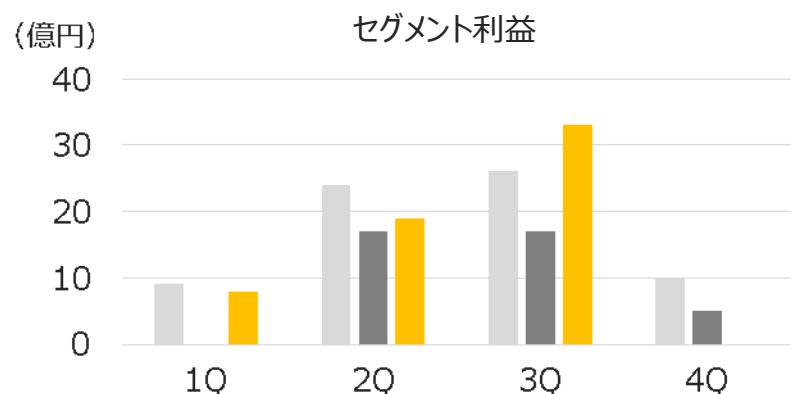
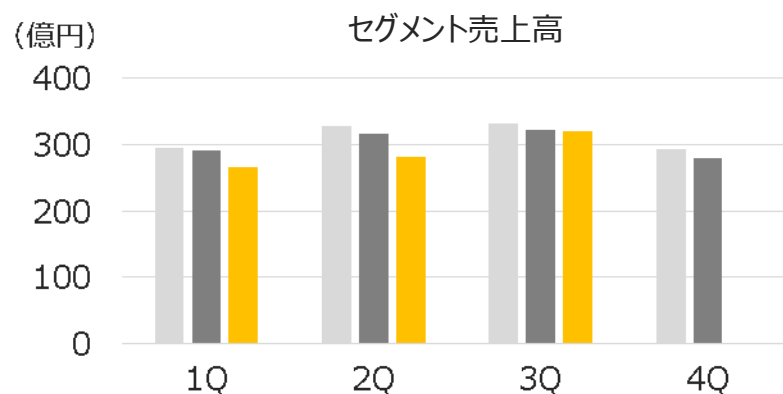
四半期業績の推移

- ▶ 当第3四半期（8～10月）は、国内飲料事業のセグメント利益が大きく増加
- ▶ 「鬼滅の刃」とのコラボ効果とコストコントロールが利益面に貢献 ➡P19

連結



国内飲料事業



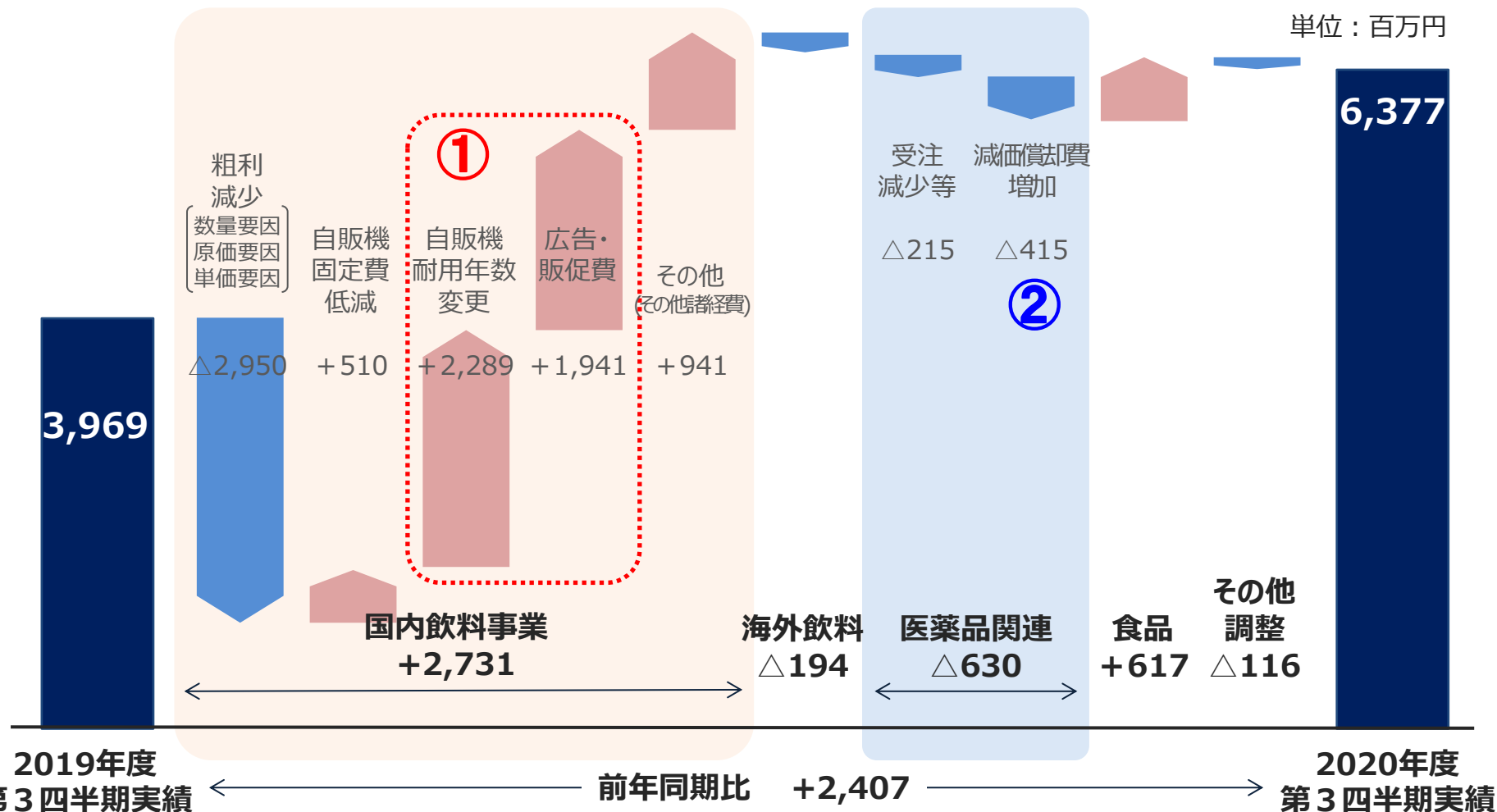
■ 2018年度

■ 2019年度

■ 2020年度

2020年度 第3四半期 営業利益の増減要因

- ▶ 国内飲料事業は自販機耐用年数の変更、販促費・広告宣伝費等の低減により増益 ①
- ▶ 医薬品関連事業は、関東工場の竣工（2019年10月）等により償却負担等が増加 ②



通期業績予想

- ▶ 通期業績は、前回発表予想数値を上回る利益水準となる見通し
- ▶ 連結営業利益は43億円（前期比48.6%増）、国内飲料事業の増益幅が拡大
- ▶ 親会社に帰属する当期純利益は25億円（前期比40.5%増）の見通し（第3四半期と同等額の特別損益の発生を見込む）

単位：百万円

	2019年度 実績		2020年度 通期予想 (11/26公表)						ご参考：前回発表予想 (8/27公表)	
		構成比		構成比	前期比		前回公表比			前期比 増減額
					増減率	増減額	増減率	増減額		
売上高	168,256	100.0%	156,000	100.0%	△7.3%	△12,256	△1.3%	△2,000	158,000	△10,256
営業利益	2,893	1.7%	4,300	2.8%	48.6%	1,406	138.9%	2,500	1,800	△1,093
経常利益	2,857	1.7%	4,200	2.7%	47.0%	1,342	147.1%	2,500	1,700	△1,157
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,778	1.1%	2,500	1.6%	40.5%	721	400.0%	2,000	500	△1,278
EPS	108.00円		157.07円			49.07円			30.91円	△77.09円
1株当たり配当金	60円		60円			-			60円	-

通期業績予想 –セグメント別–

- ▶ 海外飲料事業は、トルコ飲料事業の堅調な推移とマレーシア飲料事業の撤退により赤字幅が縮小（想定為替レート 前回 15円⇒今回 14.5円/トルコリラ）
- ▶ 医薬品関連事業は、売上・営業利益ともに前回予想を下回る見通し

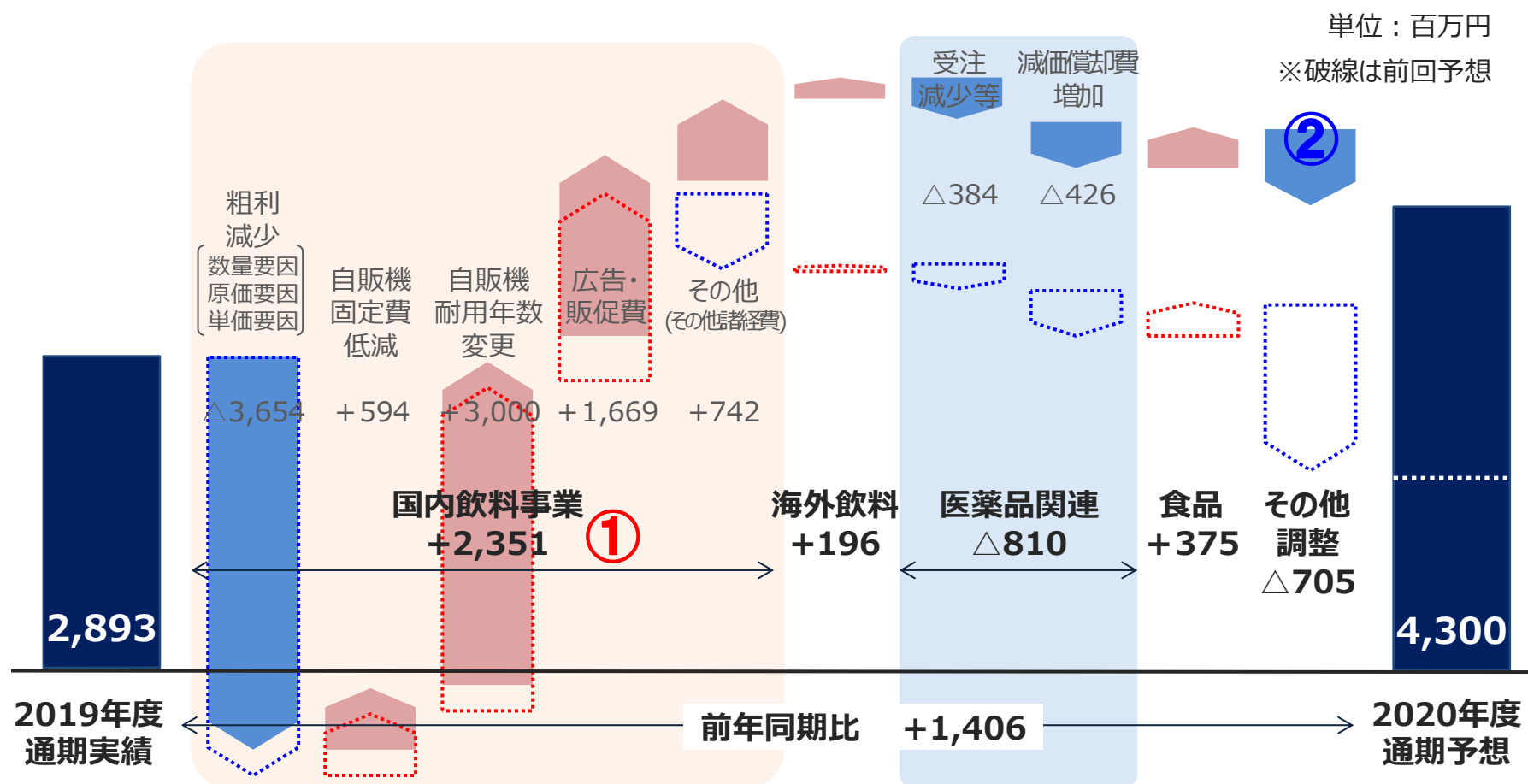
単位：百万円

	2019年度 通期実績	2020年度通期業績予想（11/26公表）						ご参考：前回発表予想 (8/27公表)	
			前期比		前回公表比			前期比 増減額	
			増減率	増減額	増減率	増減額			
国内飲料事業	121,203	113,800	△6.1%	△7,403	△0.4%	△400	114,200	△7,003	
海外飲料事業	16,004	11,700	△26.9%	△4,304	△11.4%	△1,500	13,200	△2,804	
医薬品関連事業	11,097	10,300	△7.2%	△797	△2.8%	△300	10,600	△497	
食品事業	20,643	20,900	1.2%	256	1.0%	200	20,700	56	
その他	—	—	—	—	—	—	—	—	
調整額	△693	△700	—	△6	—	—	△700	△6	
売上高合計	168,256	156,000	△7.3%	△12,256	△1.3%	△2,000	158,000	△10,256	
国内飲料事業	3,948	6,300	59.6%	2,351	34.6%	1,620	4,680	731	
海外飲料事業	△306	△110	—	196	—	140	△250	56	
医薬品関連事業	210	△600	—	△810	—	△160	△440	△650	
食品事業	464	840	80.8%	375	9.1%	70	770	305	
その他	△148	△500	—	△351	—	340	△840	△691	
調整額	△1,275	△1,630	—	△354	—	490	△2,120	△844	
営業利益合計	2,893	4,300	48.6%	1,406	138.9%	2,500	1,800	△1,093	

※「その他」区分は、報告セグメントに含まれない事業セグメントであり、希少疾病の医療用医薬品事業です。

2020年度 通期業績予想 営業利益の増減要因 -前期比-

- 国内飲料事業のセグメント利益は、粗利益の改善、コストコントロールにより増益幅が拡大 ①
- ヘルスケア領域における成長戦略実行にかかる費用を現時点の見込みに基づき修正 ②



財政状態 – 連結貸借対照表の主な増減 –

- ▶ 金融資産・有利子負債の増加の主な要因は、総額200億円の社債の発行
(2020年10月に社債償還150億円)
- ▶ 自己株式取得等により純資産が減少

単位：百万円

金融資産※1	73,240	有利子負債※2	33,713
		仕入債務	18,623
		その他	21,835
売上債権	18,497	純資産	89,210
たな卸資産	8,444		
有形固定資産 ・無形固定資産	50,831		
その他	12,369		
資産 計	163,383	負債純資産合計	163,383

2020年1月20日

単位：百万円
下段数値は前年比増減

金融資産※1	72,862 △377	有利子負債※2	38,001 4,287
		仕入債務	21,107 2,483
		その他	21,137 △697
売上債権	21,187 2,689	純資産	85,468 △3,742
たな卸資産	9,695 1,250		
有形固定資産 ・無形固定資産	50,256 △574		
その他	11,712 △657		
資産合計	165,714 2,330	負債純資産合計	165,714 2,330

2020年10月20日

※1：現金及び預金、有価証券、投資有価証券（関係会社株式を除く）、長期性預金

※2：短期/長期借入金、短期/長期リース負債・債務、社債、長期預り保証金

こころとからだに、
おいしいものを。



2. 2020年度第3四半期 セグメント別概況

- (1) 国内飲料事業
- (2) 海外飲料事業
- (3) 医薬品関連事業
- (4) 食品事業
- (5) その他（ダイドーフาร์ม）

- ▶ 4～5月をボトムに自販機チャネルの販売も回復傾向
- ▶ 第3四半期は、「鬼滅の刃」とのコラボ効果が売上・利益に貢献

単位：百万円

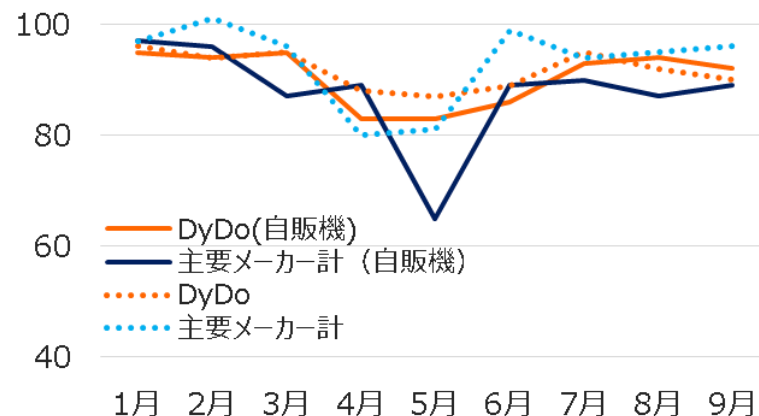
	2019年度3Q実績		2020年度3Q実績				2019年度実績		2020年度業績予想			
		構成比		構成比	増減率	増減額		構成比		構成比	増減率	増減額
売上高	93,146	—	86,934	—	△6.7%	△6,212	121,203	—	113,800	—	△6.1%	△7,403
営業利益	3,421	3.7%	6,152	7.1%	79.8%	2,731	3,948	3.3%	6,300	5.5%	59.6%	2,351
減価償却費	5,416		2,616		△51.7%	△2,800	7,148		3,554		△50.3%	△3,594

(対象期間：1月21日～10月20日) 1

● チャネル別販売数量 前年同期比

	1Q	2Q	3Q	累計	11月
自販機チャネル	90.6%	88.2%	97.3%	92.0%	106.4%
流通チャネル	92.5%	92.6%	112.9%	99.6%	102.5%
合計	91.0%	89.0%	100.2%	93.5%	105.7%

● 清涼飲料市場前年同期比（出荷ベース）



出典：食品マーケティング研究所

(1) 国内飲料事業 商品別販売状況

▶ 第3四半期は、TVアニメ「鬼滅の刃」とコラボしたダイドーブレンド3SKUがコーヒーカテゴリーの伸長に大きく寄与

✓ 流通チャネルでは、記録的な月次売上高を達成

● チャネル別前年比販売数量（コーヒー飲料）

	1Q	2Q	8月	9月	10月	3Q	11月
自販機チャネル	87.3%	89.3%	104.5%	80.6%	119.4%	101.3%	111.2%
流通チャネル	96.9%	103.0%	88.0%	59.7%	234.9%	122.9%	106.8%
合計	89.3%	92.4%	99.9%	74.3%	149.5%	107.4%	110.3%



10/5
期間限定
発売

ダイドーブレンド ダイドーブレンドコーヒーオリジナル 全12種



ダイドーブレンド 絶品微糖 全8種

ダイドーブレンド 絶品カフェオレ 全8種

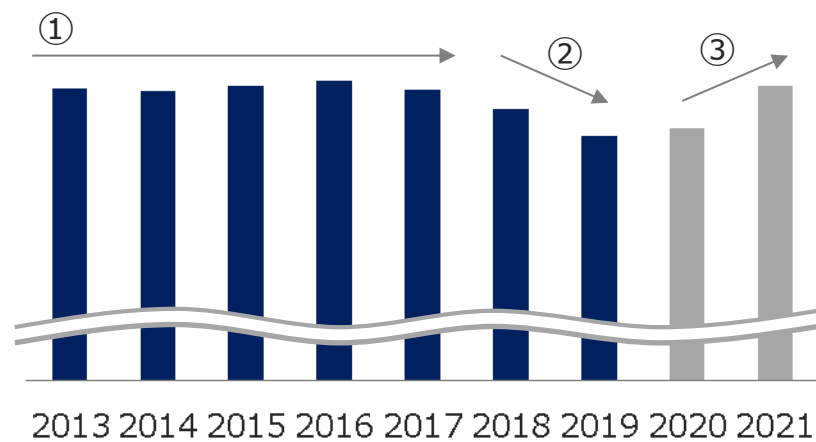
©吾峠呼世晴／集英社・アニプレックス・ufotable

▶ 自販機の新規設置場所開発の強化

- ✓ 継続的に取り組みを進めてきた、営業体制の強化が実績に反映し、前年同期間比で自販機台数が増加
- ✓ 引き続き、自販機網の基盤強化を最優先課題として取り組む

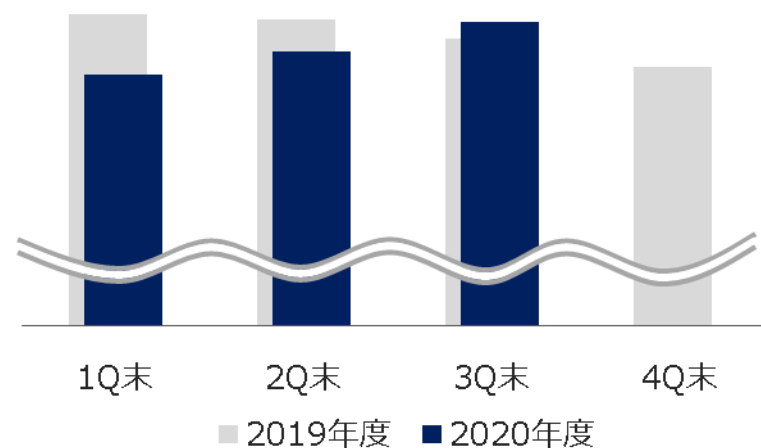
● 年度末時点の自販機台数の推移イメージ

- ① 10年来自販機台数はほぼ横ばい
- ② 労働力不足を背景に地方を中心に減少
- ③ 従来水準への回復・維持



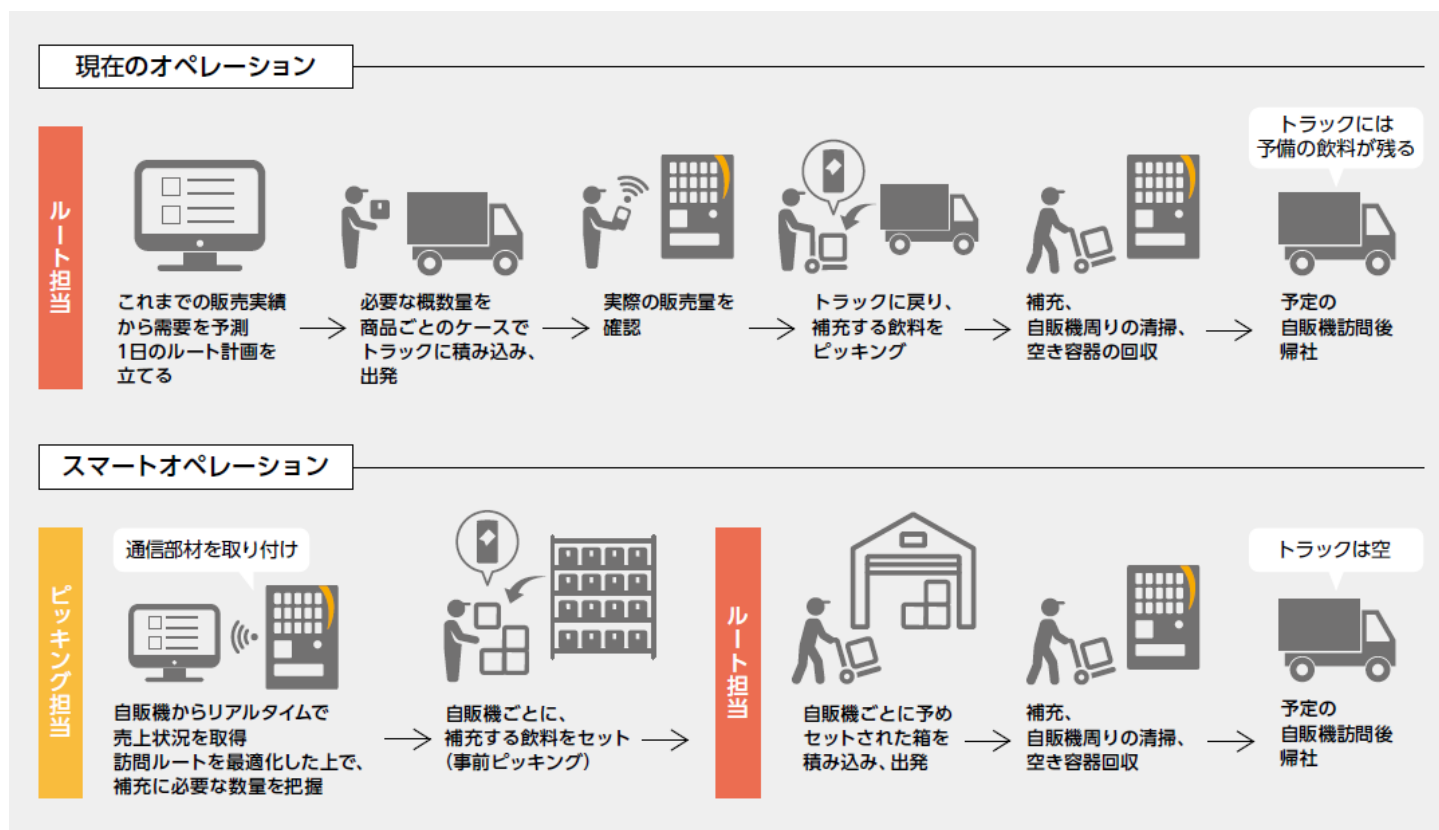
● 各四半期末時点の自販機台数の推移イメージ

- ✓ 2019年度末から自販機台数は徐々に回復
- ✓ 当第3四半期は期間末ベースでプラスに転じる



▶ スマートオペレーション構築に向けた、オペレーション手順の変更

- ✓ 直販の中核グループ会社（ダイドービバレッジサービス）での2021年度からの全社展開（全台オンライン化）を決定
- ✓ オペレーション業務効率化による労働環境の整備・人材の活用、採用競争力を強化し、オペレーション現場の働き方においても業界をリードする存在をめざす



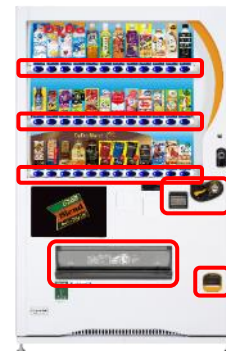
自販機展開における直近の取り組み

- ▶ NECの顔認証技術を活用し、「顔認証決済サービス」の実証実験を開始



- ▶ 抗ウイルス対策

- ✓ お客様が触れる箇所(赤枠部分)に抗ウイルスコート剤を塗布
- ✓ 加工済みの自販機については「加工済みステッカー」貼付



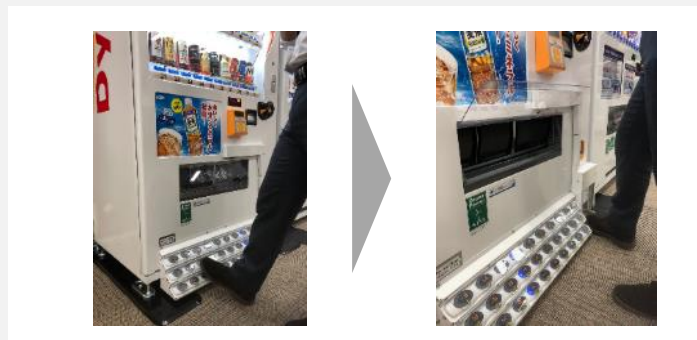
- ▶ 公衆衛生用品の販売を開始

- ✓ マスクや除菌ウェットティッシュなどの購入を実現



- ▶ 足操作自販機の実証実験を開始

- ✓ “足”による商品選択ボタンの操作や商品取り出し口のフラッパーの開閉が可能



- ▶ 容器包装の基本方針を策定し、2030年までに達成すべきKPIを設定

容器包装の基本方針

当社は循環型社会形成のために、空き容器の効率的な回収と サステナブル素材の活用拡大に努めます

Recycle

- ✓ 2030年までに国内販売した自社製品と同等量の空き容器回収（100%回収）を実現
- ✓ 2030年までにプラスチック容器のサステナブル化（植物由来素材、リサイクル素材等）の割合60%以上を実現

Reduce

- ✓ 全容器の重量削減を継続的に推進
- ✓ プラスチック容器はラベルを極小化した商品展開を推進

Partner

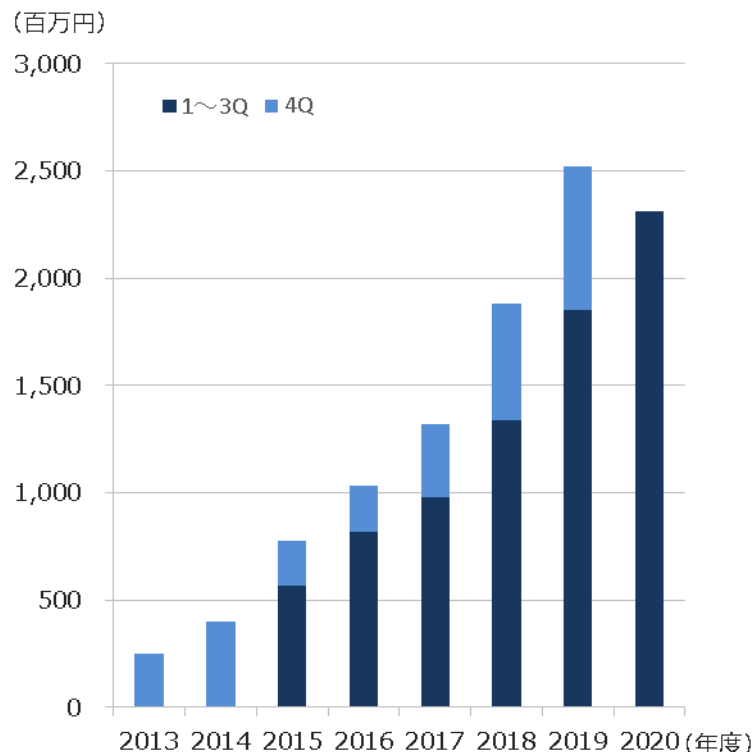
- ✓ 容器包装に関する意識向上に向けた社員への啓蒙、活動の推進
- ✓ 政府や自治体、飲料業界、地域社会との協働による共存共栄を推進
- ✓ お客様のご賛同をいただきながら、自販機ビジネスを基軸として資源循環型社会に貢献

(1) 国内飲料事業 通信販売チャネルの進捗

▶ サプリメントの通信販売チャネルは着実に成長

- ✓ 定期顧客が着実に増加し、売上・利益共に成長が続く
- ✓ 新規獲得～定期顧客としての定着化に向けた施策を強化

● 通信販売チャネルの売上推移



● 基幹商品「ロコモプロ」を軸に顧客を育成



基幹商品を軸にWEB、TV、新聞等を通じ、顧客を獲得



会員誌やポイント制度などによる顧客とのコミュニケーションによるリレーション強化



顧客の定着化、売上・利益拡大

(2) 海外飲料事業 セグメント別概況

- ▶ トルコ飲料事業は、現地通貨ベースでは増益ながら、急速なリラ安により日本円換算の収益は目減り
- ▶ コロナ禍による販売低迷が続くマレーシア子会社を売却

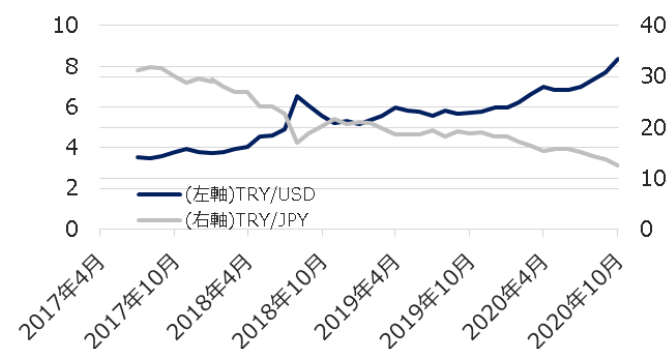
単位：百万円

	2019年度3Q実績		2020年度3Q実績				2019年度実績		2020年度業績予想			
		構成比		構成比	増減率	増減額		構成比		構成比	増減率	増減額
売上高	12,709	—	10,388	—	△18.3%	△2,321	16,004	—	11,700	—	△26.9%	△4,304
営業利益	413	3.3%	188	1.8%	△54.3%	△224	△95	△0.6%	86	0.7%	—	182
のれん等償却額	158	1.2%	129	1.2%	△18.5%	△29	210	1.3%	196	1.7%	△6.5%	△13
のれん等償却後営業利益	254	2.0%	59	0.6%	△76.6%	△194	△306	△1.9%	△110	△0.9%	—	196
トルコリラ	19.40円		15.81円		△ 3.59円		19.26円		14.50円		△ 4.76円	
マレーシアリングgit	26.41円		25.33円		△ 1.08円		26.39円		25.33円		△ 1.06円	

(対象期間：1月1日～9月30日) [

- ✓ トルコ飲料事業は、6月以降徐々に販売が回復し、現地通貨ベースで前年並みの売上を確保
- ✓ トルコからイギリス・ロシアへの輸出取引の強化に向け、体制整備を進めるも、コロナ禍の収束が不透明で、本格化には時間を要する
- ✓ マレーシアは、コロナ禍の影響が大きく、販売回復によるキャッシュ・フローの改善のメドが立たず、中期経営計画の基本方針に基づき、現地子会社の全株式を売却

● 為替の推移

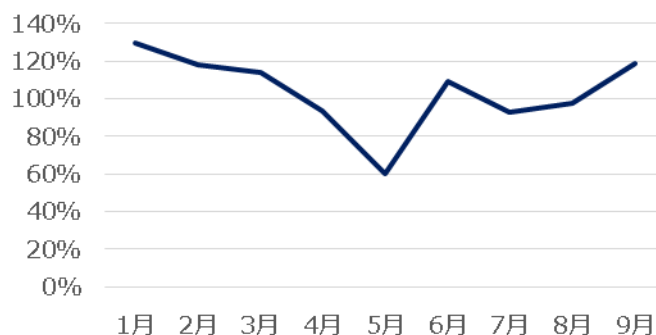


▶ 第2四半期にコロナ禍の影響が大きく出るも、足元では回復傾向

- ✓ 第3四半期の売上高は現地通貨ベースで前期比微増（累計は前年並に回復）、営業利益は前年を上回る実績
- ✓ ミネラルウォーターの需要が強く、業績を牽引
- ✓ リラ安が進行し、輸入原材料の価格が高騰も、販売価格への転嫁を進めるとともにコストコントロールにより増益
- ✓ 英国・ロシアへの輸出事業は現地での新型コロナウイルスの感染拡大収束の見通しが立たず、遅延が続く

現地通貨ベース実績			第1Q	第2Q	第3Q	第4Q	累計
2020年度	売上前年比	四半期	+19%	△15%	+1%		△0%
	為替(1トルリラ)	累計実績	17.48円	16.55円	15.81円	想定レート⇒	14.50円
2019年度	売上前年比	四半期	+30%	+17%	+2%	+15%	+14%
	為替(1トルリラ)	累計実績	20.57円	19.63円	19.40円	19.26円	19.26円

● 現地通貨ベース前年同月比推移



ミネラルウォーターブランド
Saka (サカ)

マレーシア飲料事業の概況

▶ 保有する全株式を譲渡、マレーシア事業から撤退

2015年

現地の大手菓子メーカーの飲料事業部門へ資本参加し、進出
(販売会社へ51%、製造会社へ49%出資)
合併先の販売網を活用し、主に既存ブランドを販売

2018年

販売会社への出資比率を引き上げ(90%)、自社ブランドの開発を強化

2019年

合併を解消、取り扱い商品は徐々に自社ブランドへ切り替え
自社ブランドの販売拡大により、増収と収益性の改善をめざす

2020年

自社ブランドの初動は好調に推移も、コロナウイルス感染拡大の影響により、
行動制限緩和後も売上の減少が続く

10月

マレーシア子会社の売却を決定

● 直近の業績

単位：百万円

	2019年度	2020年度 3Q
売上高	1,232	720
営業利益	△553	△447
為替	26.39	25.33

- ✓ 中期経営計画の基本方針「海外飲料事業における戦略拠点の選択と集中」に基づき、撤退を決定
- ✓ 事業会社の全株式を10リンギット(約225円)にて譲渡、貸付金等の債権(約3.7億円)を全額放棄
- ✓ 第3四半期決算にて特別損失(関係会社整理損)を計上

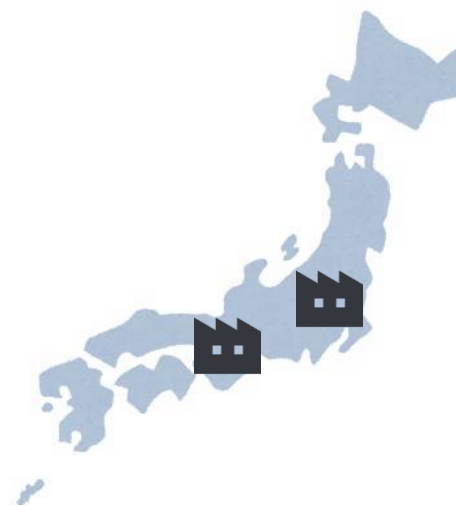
▶ 新工場の本稼働により、減価償却費負担が増加、2020年度を底と見込む

単位：百万円

	2019年度3Q実績		2020年度3Q実績				2019年度実績		2020年度業績予想			
		構成比		構成比	増減率	増減額		構成比		構成比	増減率	増減額
売上高	8,606	—	8,173	—	△5.0%	△432	11,097	—	10,300	—	△7.2%	△797
営業利益	427	5.0%	△203	△2.5%	—	△630	210	1.9%	△600	△5.8%	—	△810
減価償却費	404		820		102.7%	415	696		1,122		61.2%	426

(対象期間：1月21日～10月20日) [

- ✓ 新型コロナウイルス感染拡大の影響により、美容系ドリンクのTCI経由の中国向け輸出製品の受注が減少、国内向けの製品受注も取引先での在庫調整が続き、低調に推移
- ✓ 奈良工場のパウチラインの新設（2019年9月竣工、2020年2月本稼働）、関東工場の竣工（2019年10月竣工、2020年7月本稼働）により、減価償却費が増加
- ✓ 奈良工場・関東工場合わせ2工場4ラインの効率的な稼働に向け、社内体制を整備、収益改善に向けた業務内容の見直しを推進



パウチラインの新設、新工場建設の狙い

▶ 医薬品・医薬部外品の受託メーカーとして地位を強固なものに

中期経営計画2021の 投資戦略 **実行済**

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	3億5千万本		3千万袋	1億5千万本



大同薬品で製造する
容器形態

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

▶ 堅調な販売実績と多面的なコスト改善の取り組みの成果により、大幅増益

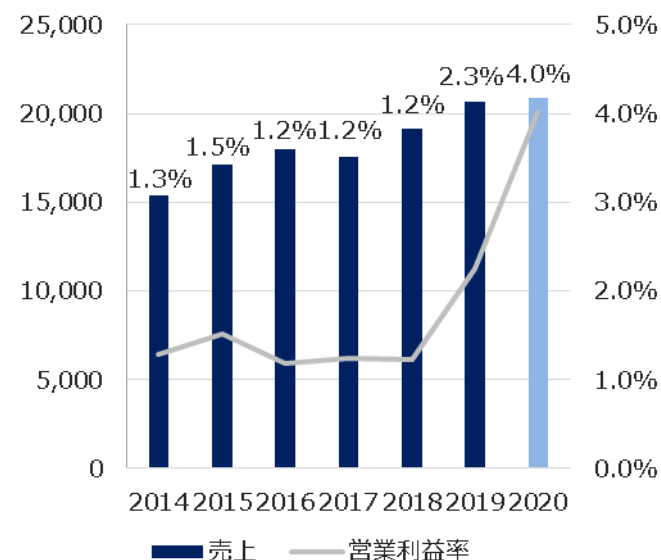
単位：百万円

	2019年度3Q実績		2020年度3Q実績				2019年度実績		2020年度業績予想			
		構成比		構成比	増減率	増減額		構成比		構成比	増減率	増減額
売上高	17,022	—	17,434	—	2.4%	411	20,643	—	20,900	—	1.2%	256
営業利益	1,112	6.5%	1,729	9.9%	55.5%	617	816	4.0%	1,192	5.7%	46.0%	375
のれん等償却額	264	1.6%	264	1.5%	—	—	352	1.7%	352	1.7%	0.1%	0
のれん等償却後営業利益	848	5.0%	1,465	8.4%	72.8%	617	464	2.3%	840	4.0%	80.8%	375

(対象期間：1月1日～9月30日)

● 営業利益率の推移（のれん等償却後）

- ✓ 第3四半期（7～9月）は、梅雨明け以降は高温傾向であったこともあり、スーパー等量販店向けの販売が順調な実績
- ✓ コロナ禍によるEC購買率向上により通販も大幅増加
- ✓ 消費者の購買行動の変化により、コンビニエンスストア向けの販売が減少が続く見通し
- ✓ 製造・物流・販売などのあらゆる局面において、コスト改善に取り組み、大幅に増益



ダイドーフーマの取り組み状況

- ▶ 創業のビジネスである「医薬」に立ち返り、社会的課題を解決する

2018年3月

希少疾病用医薬品事業への参入を発表

➡ 医療業界での実績を積んだ専門人材の採用

2019年1月

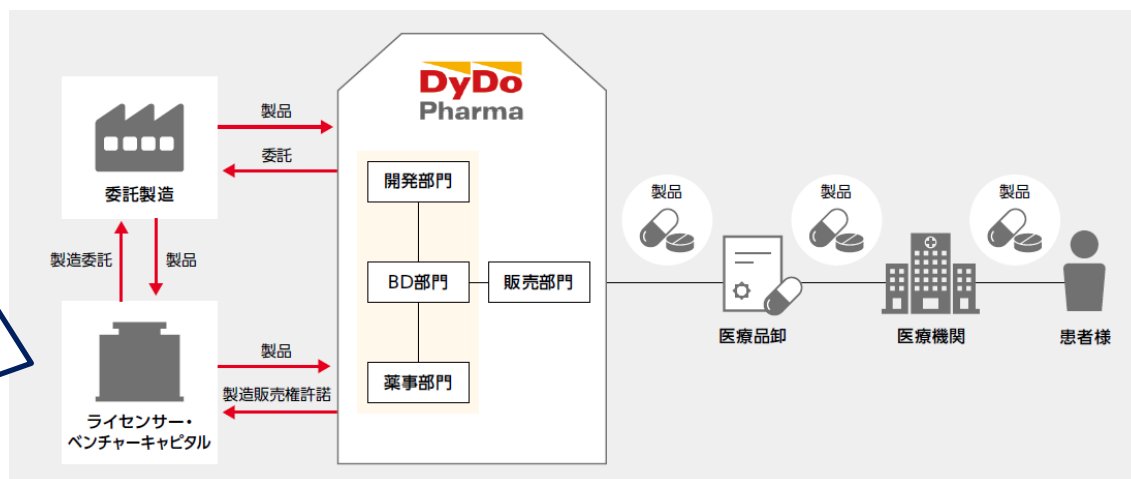
「ダイドーフーマ株式会社」を設立

2019年8月

営業開始

● 事業のイメージ

- ✓ すでに海外で開発された新薬を、日本国内における開発・承認をめざす
- ✓ 医薬品製造は外部機関を活用し、コンパクトに運営する



セグメント別季節変動

売上高 / セグメント売上高

単位：百万円

営業損益 / セグメント損益※

単位：百万円

		1Q	2Q	3Q	4Q	計
連結	2019年度	39,633	45,805	45,486	37,331	168,256
		23.6%	27.2%	27.0%	22.2%	100.0%
	2020年度	37,413	40,359	44,577	—	—

	1Q	2Q	3Q	4Q	計
	△113	2,146	1,936	△1,076	2,893
	—	74.2%	66.9%	—	100.0%
	741	2,034	3,601	—	—

国内飲料	2019年度	29,143	31,666	32,336	28,056	121,203
		24.0%	26.1%	26.7%	23.1%	100.0%
	2020年度	26,662	28,160	32,111	—	—
海外飲料	2019年度	3,402	4,606	4,700	3,295	16,004
		21.3%	28.8%	29.4%	20.6%	100.0%
	2020年度	3,551	3,218	3,618	—	—
医薬品関連	2019年度	2,887	2,866	2,852	2,491	11,097
		26.0%	25.8%	25.7%	22.4%	100.0%
	2020年度	2,900	2,509	2,763	—	—
食品	2019年度	4,398	6,869	5,754	3,621	20,643
		21.3%	33.3%	27.9%	17.6%	100.0%
	2020年度	4,497	6,687	6,249	—	—
その他	2019年度	—	—	—	—	—
		—	—	—	—	—
	2020年度	—	—	—	—	—

	△74	1,750	1,745	527	3,948
	—	44.3%	44.2%	13.4%	100.0%
	870	1,922	3,358	—	—
	57	182	173	△509	△95
	—	—	—	—	100.0%
	110	△61	140	—	—
	230	127	69	△216	210
	109.2%	60.6%	32.9%	—	100.0%
	△8	△55	△139	—	—
	154	595	361	△295	816
	18.9%	72.9%	44.3%	—	100.0%
	287	746	695	—	—
	—	0	△103	△45	△148
	—	—	—	—	100.0%
	△39	△35	△38	—	—

※海外飲料事業、食品事業はのれん等償却前のセグメント利益

参照資料について

- ▶ 当社グループについて、より深くご理解いただくため、各ページに参考となる資料をご案内しております。ぜひ合わせてご参照ください。



- **ダイドーグループホールディングス統合報告書2020**

掲載URL : https://www.dydo-ghd.co.jp/ir/data/integrated_report

※冊子版をご希望の方は、コーポレートコミュニケーション部までお申しつけください。



- **2020年度 第3四半期決算補足説明資料**

掲載URL : <https://www.dydo-ghd.co.jp/ir/data/earnings>



- **ESGラウンドテーブル「コロナ後の社会変革を見据えたサステナブルな自販機ビジネスモデルの構築」説明資料**

掲載URL : https://www.dydo-ghd.co.jp/ir/event/investor_meetings.html



- **ダイドーグループホールディングス ウェブサイト**

URL : <https://www.dydo-ghd.co.jp/>

こころとからだに、
おいしいものを。



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。