

こころとからだに、
おいしいものを。



ESGラウンドテーブル -サステナブルな企業価値創造への取り組み-

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)

2021年9月10日

目次

- | | |
|-----------------------------|------|
| 1. グループミッション2030の実現に向けた取り組み | P.03 |
| 2. サステナブルな企業価値創造への取り組み | P.11 |

こころとからだに、
おいしいものを。



1. グループミッション2030の実現に向けた取り組み

こころとからだに、
おいしいものを。



DyDoグループの存在意義

▶ 「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」のおいしさ与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。



グループミッション2030

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。

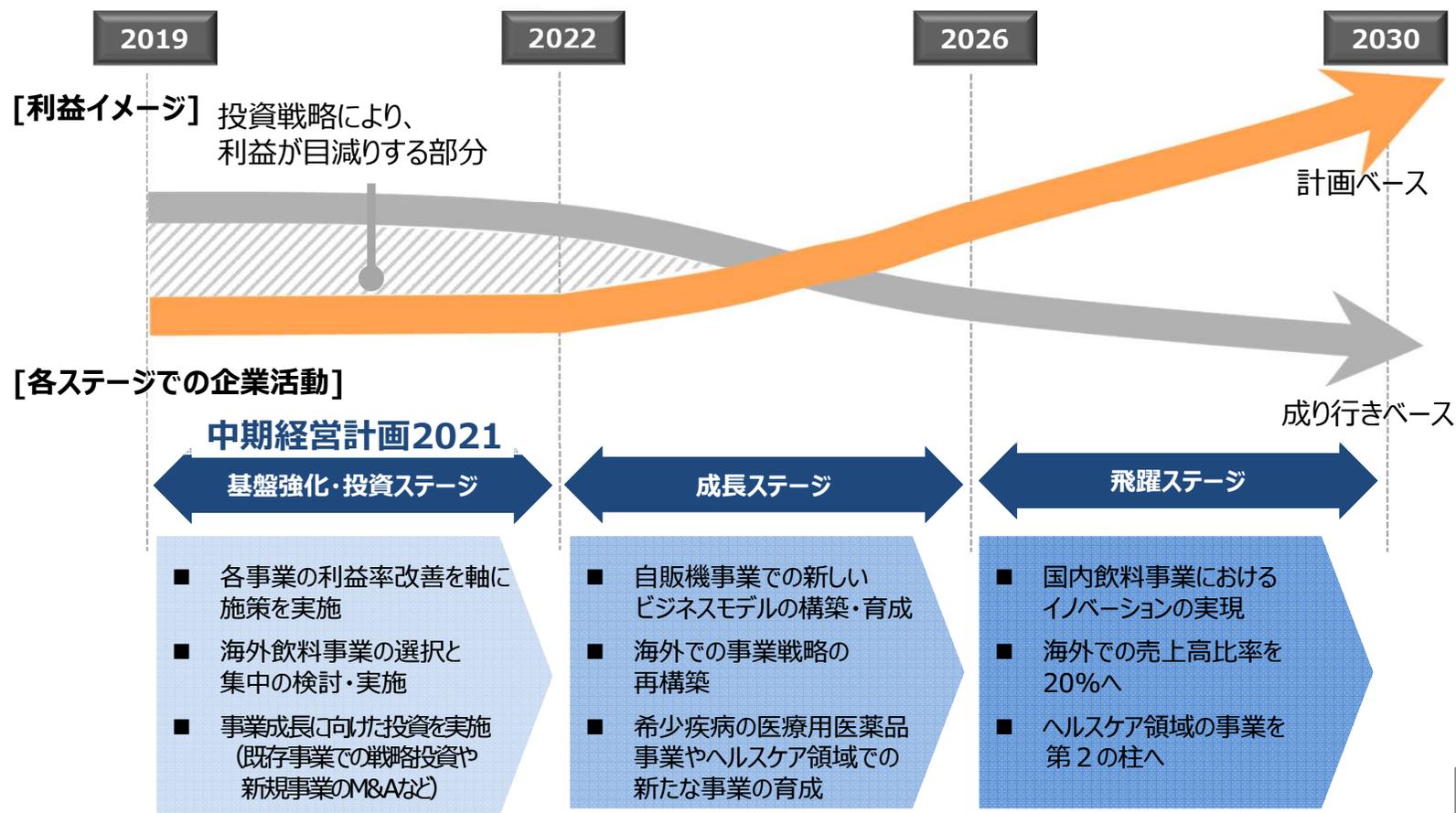


人と人のつながりをつくります

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。

グループミッション2030のロードマップ

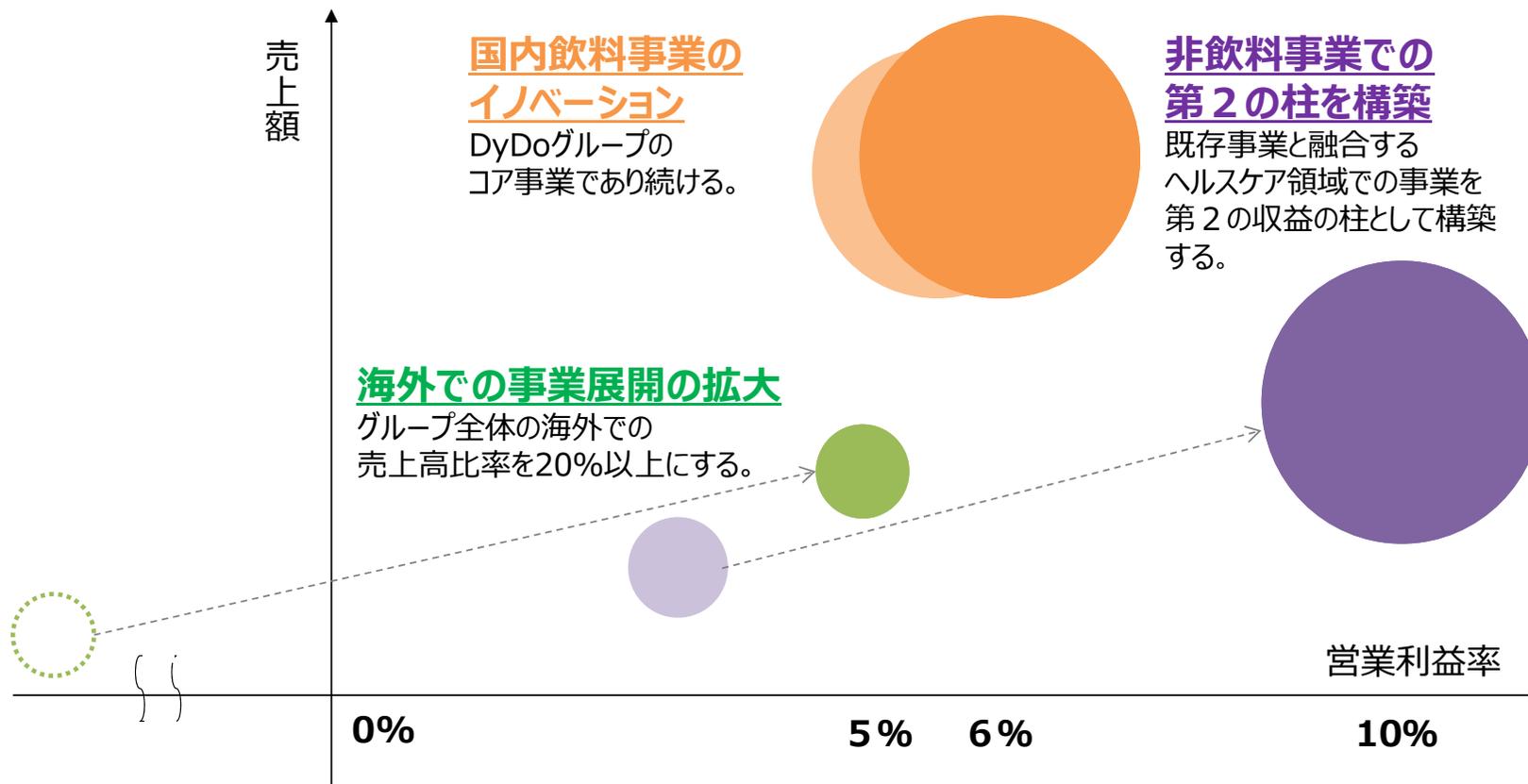
▶ 2021年度までは「基盤強化・投資ステージ」として一時的には減益となるが、持続的成長の実現をめざした先行投資を行う



2019年1月発表

グループミッション2030の基本方針

▶ 成長性・収益性・効率性の高い事業ポートフォリオの形成をめざす

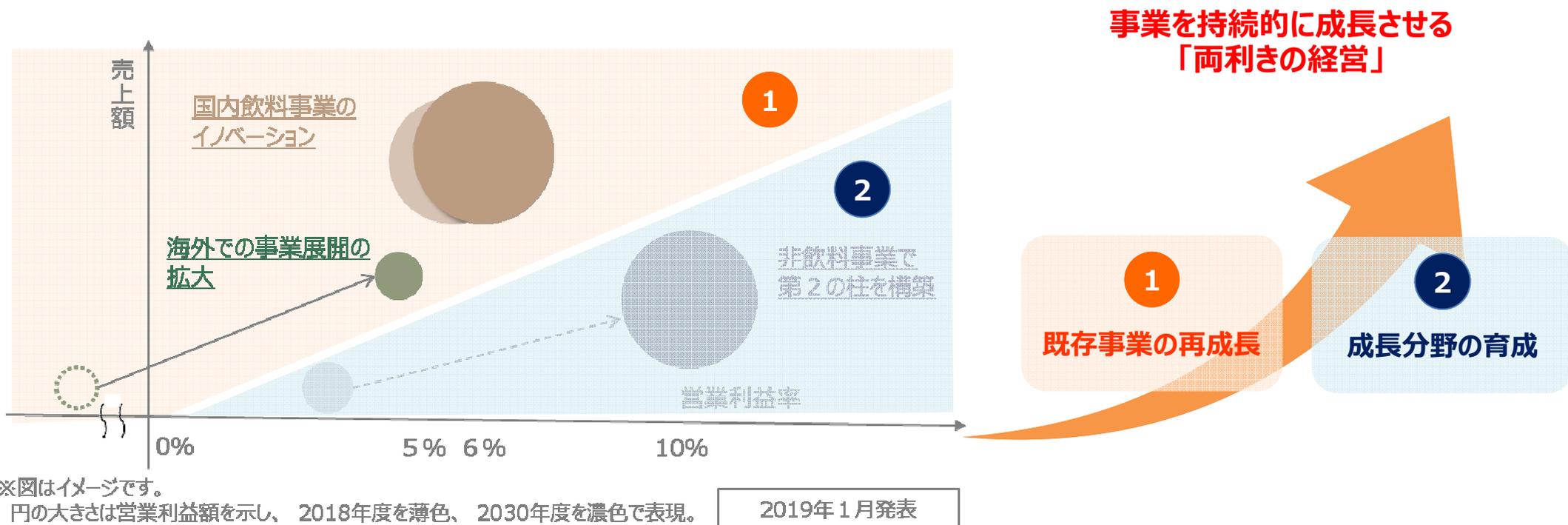


※図はイメージです。
円の大きさは営業利益額を示し、2018年度を薄色、2030年度を濃色で表現。

2019年1月発表

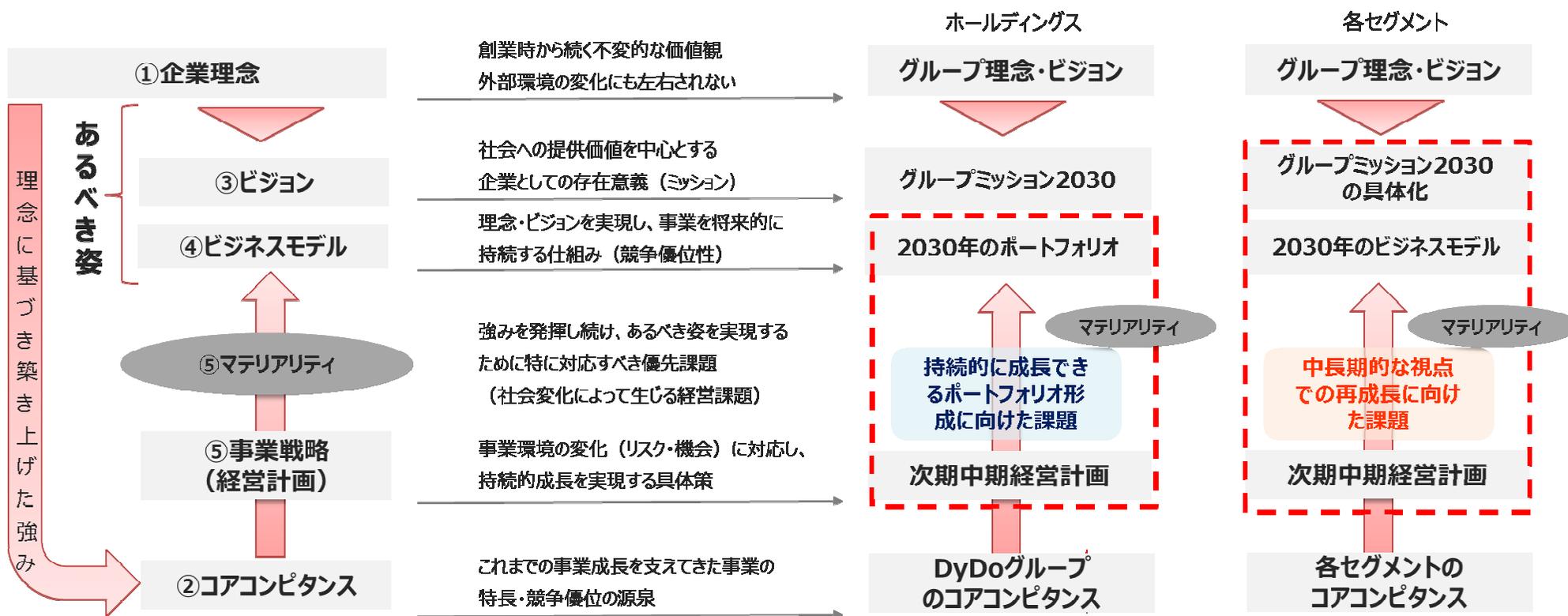
サステナブルな事業ポートフォリオ形成に向けて

▶ グループ全体の持続的成長を実現するためのサステナブルな事業ポートフォリオの形成に向けた重点ポイント



事業セグメントのマテリアリティとグループマテリアリティ

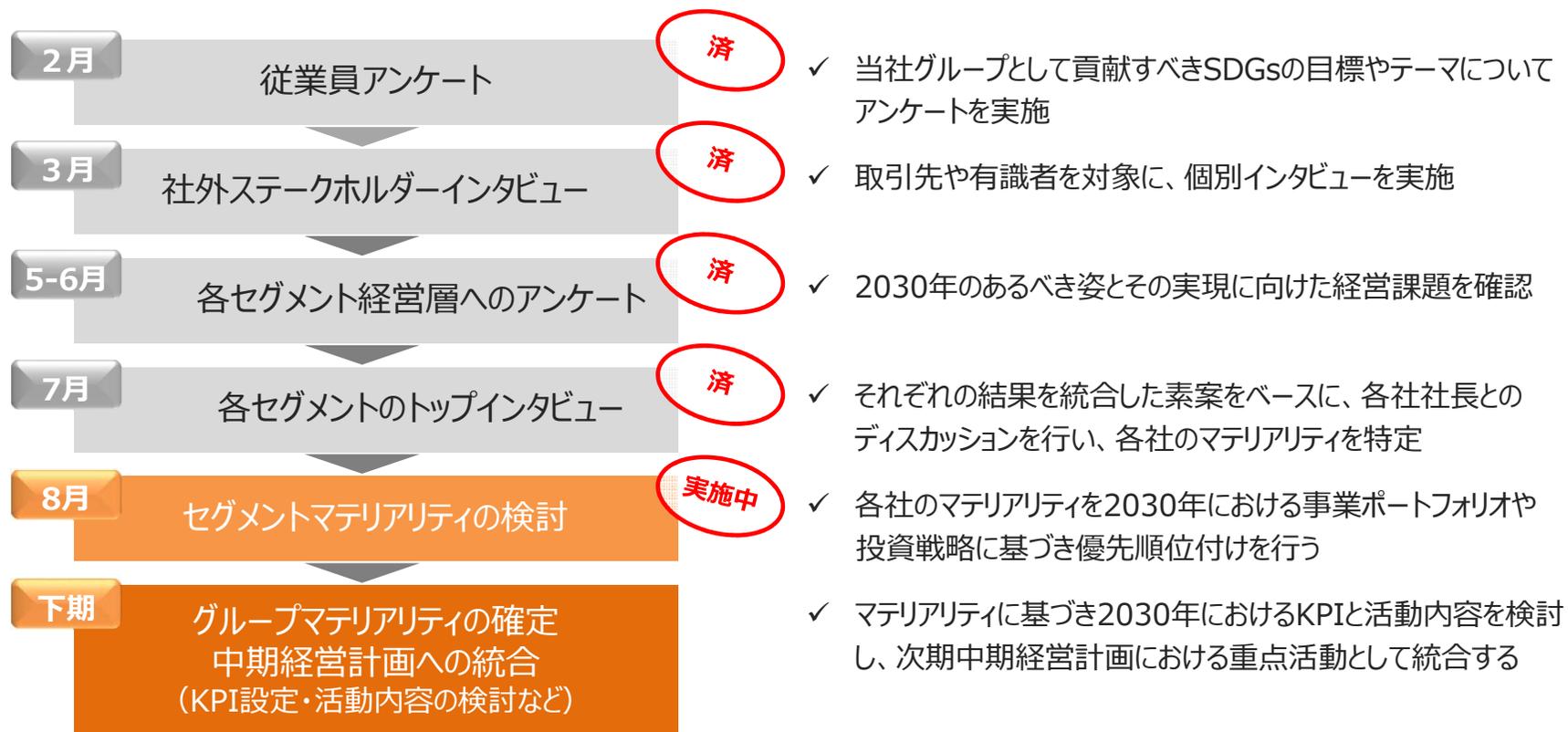
▶ サステナブルな事業ポートフォリオ形成と既存事業の再成長に向けたマテリアリティの特定



グループミッション2030の実現に向けたマテリアリティの特定

- ▶ 持続的成長の実現に向けて重要な経営課題となるマテリアリティの特定をすすめ、グループミッション2030の達成に向けた「成長ステージ」である次期中期経営計画に織り込む

● マテリアリティ特定プロセス



こころとからだに、
おいしいものを。



2. サステナブルな企業価値創造への取り組み

こころとからだに、
おいしいものを。

DyDoグループのこれまでの事業の変遷



▶ 当社は創業以来、理念に基づき時代の変化にあわせて事業の形態を柔軟に変化、事業領域を拡大

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。

お客様に寄り添う姿勢

×

強みを発揮できる特定分野への挑戦

大同薬品工業

(医薬品関連事業)



ドリンク剤の受託製造に
特化し、トップメーカーへ

1956年～

ダイドードリンク

(国内飲料事業)



自販機ビジネスを磨き、
市場で一定のポジション

1975年～

たらみ

(食品事業)



「フルーツゼリー」に特化
ドライゼリー市場トップシェア

1988年～ (グループ入りは2012年～)

サプリメント通販

(事業セグメントは国内飲料)



「ロコモプロ」が年間売上、
30億円規模に成長

2012年～

希少疾病の医療用医薬品事業への参入の意義について

▶ 「非飲料事業での第2の柱の構築」に向け、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

取り組む意義

- ✓ 事業を通じた社会課題の解決
- ✓ 成長性の高い事業領域への参入

● 希少疾病用医薬品とは

医薬品医療機器等法第77条の2に基づき、以下の条件のもと厚生労働大臣により指定されるもの

対象患者	<ul style="list-style-type: none">• 国内患者数5万人未満• 又は指定難病に指定されている
医療上の必要性	<ul style="list-style-type: none">• 代替する適切な医薬品や治療方法がない• 又は既存の医薬品と比較して、著しく高い有効性、または安全性が期待される
開発の可能性	<ul style="list-style-type: none">• 対象疾病に対して、当該医薬品等を使用する根拠があり、開発計画が妥当である

ダイドーフーマがめざす事業展開

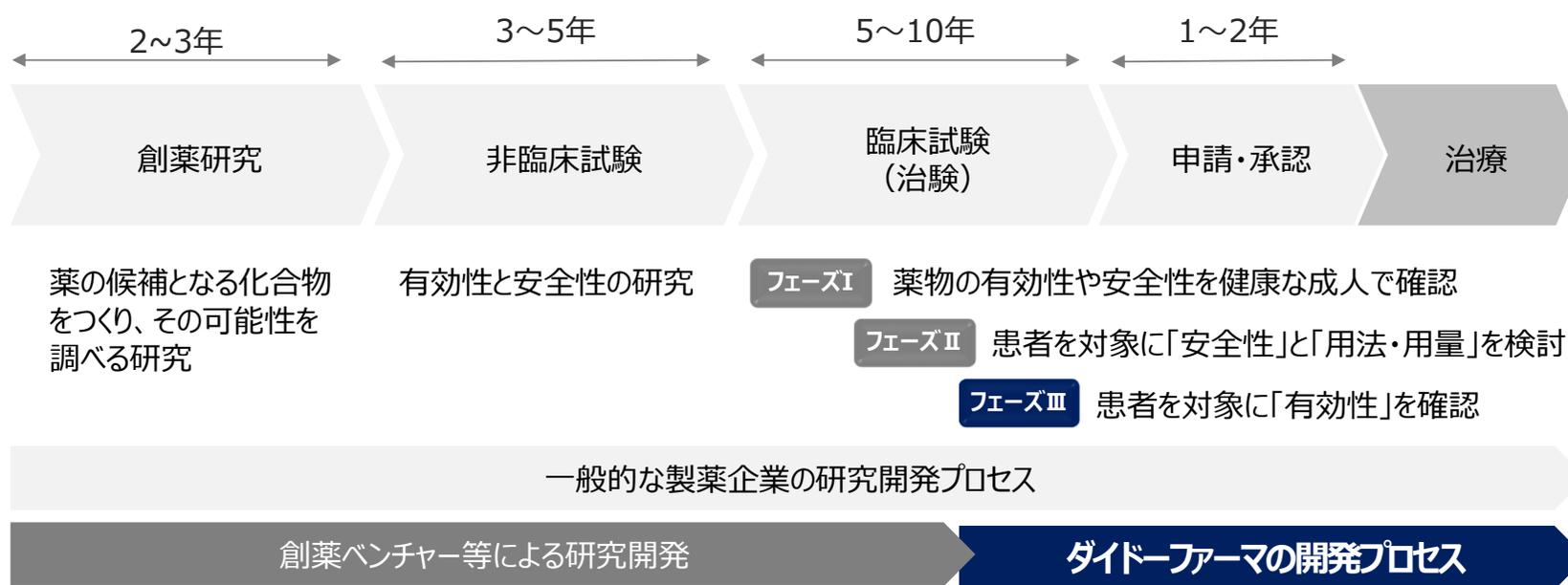
- ✓ まずは、患者数が限られる「ウルトラオーファン」をターゲットに実績を積む
- ✓ 患者数がより多い疾患に範囲を広げ、ビジネスモデルを確立する
- ✓ 国内・海外で承認への開発プロセスが進んでいる医療用医薬品(新薬)の導入・開発

**国内医療用医薬品市場の中で、
より競合の少ない領域での
ポジショニングにより事業化をめざす**

ダイドーフーマのめざすビジネスモデル①

▶ フェーズⅢ以降のプロセスに特化した事業展開

● 創薬プロセス



● 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

ダイドーフーマのめざすビジネスモデル②

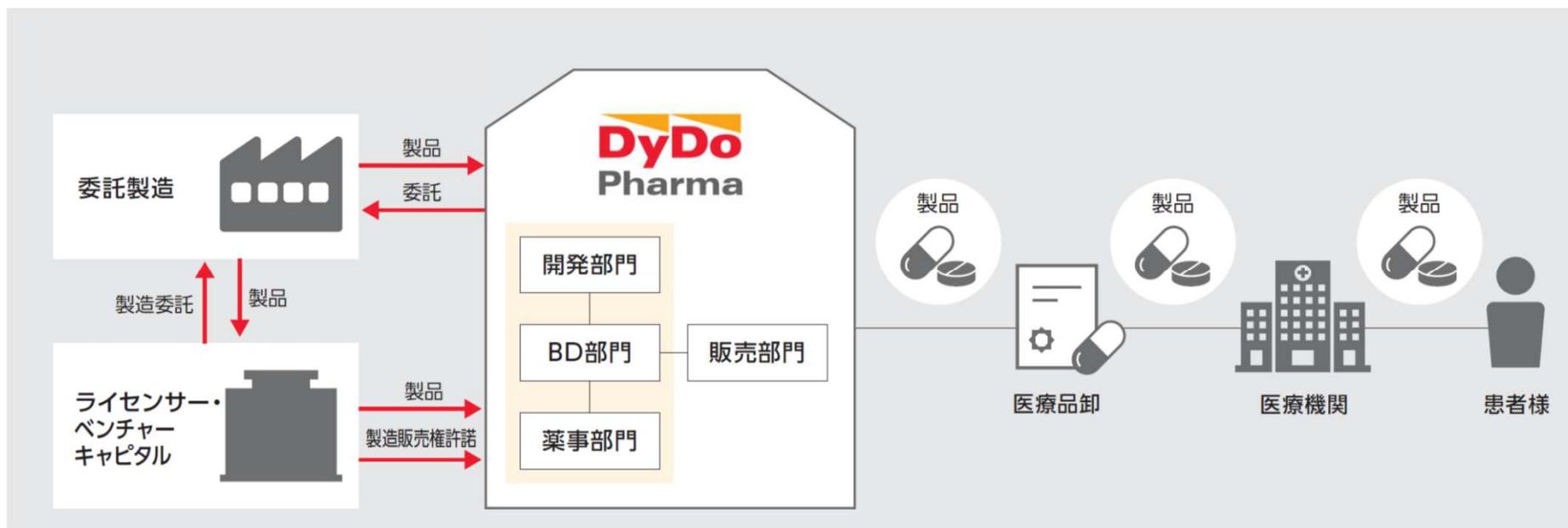


▶ 固定費をかかえない、バーチャルファーマ的な事業運営

- ✓ 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
- ✓ 臨床開発業務に関してはCRO*、医薬品製造に関してはCMO * などの外部機関を活用

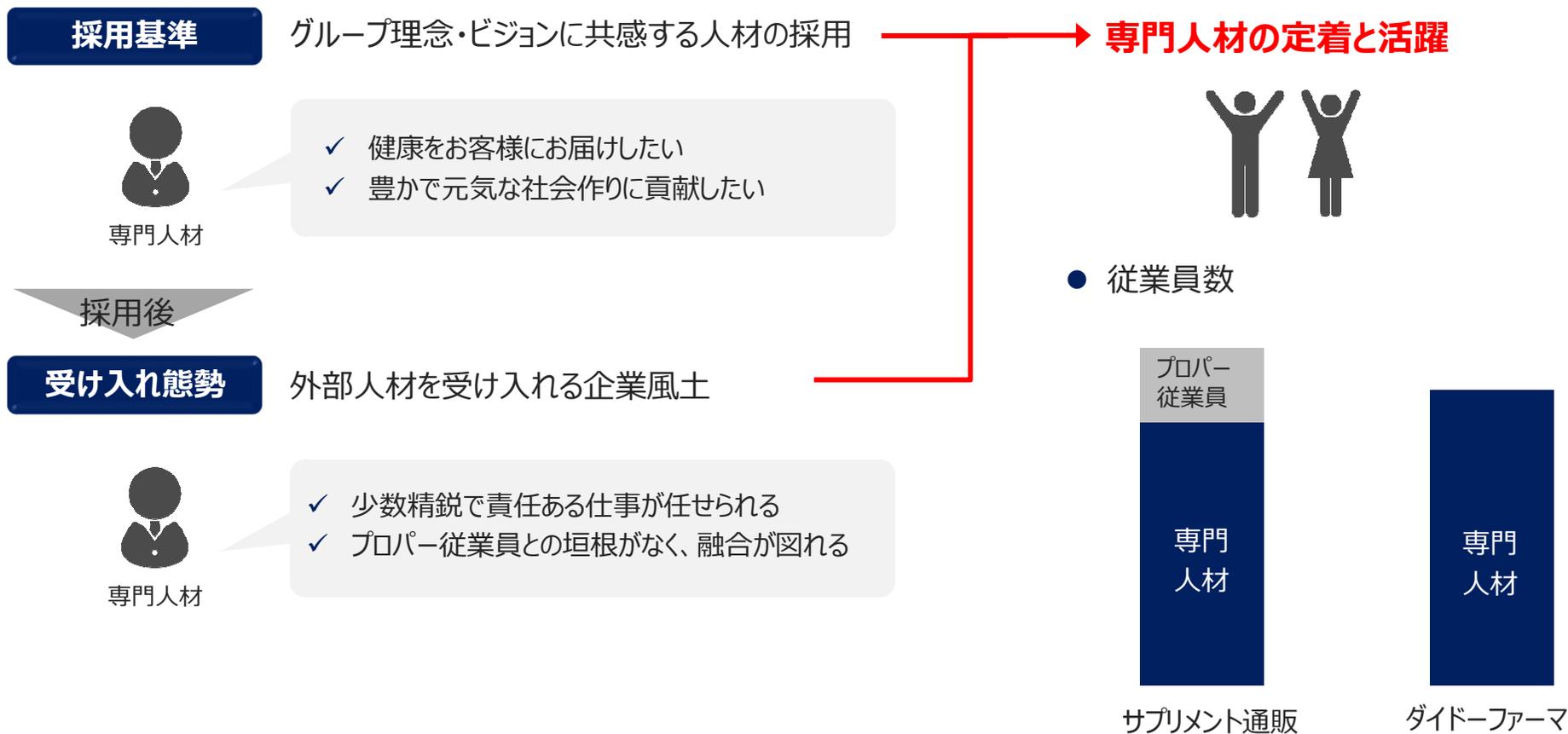
*CRO:Contract Research Organization、CMO : Contract Manufacturing Organization

● ビジネスモデル



専門人材の獲得と活躍できる企業風土 (サプリメント通販/ダイドーファーマの共通点①)

▶ 新規事業展開に必要な専門人材は社外から積極的に登用、採用した専門人材が活躍できる企業風土

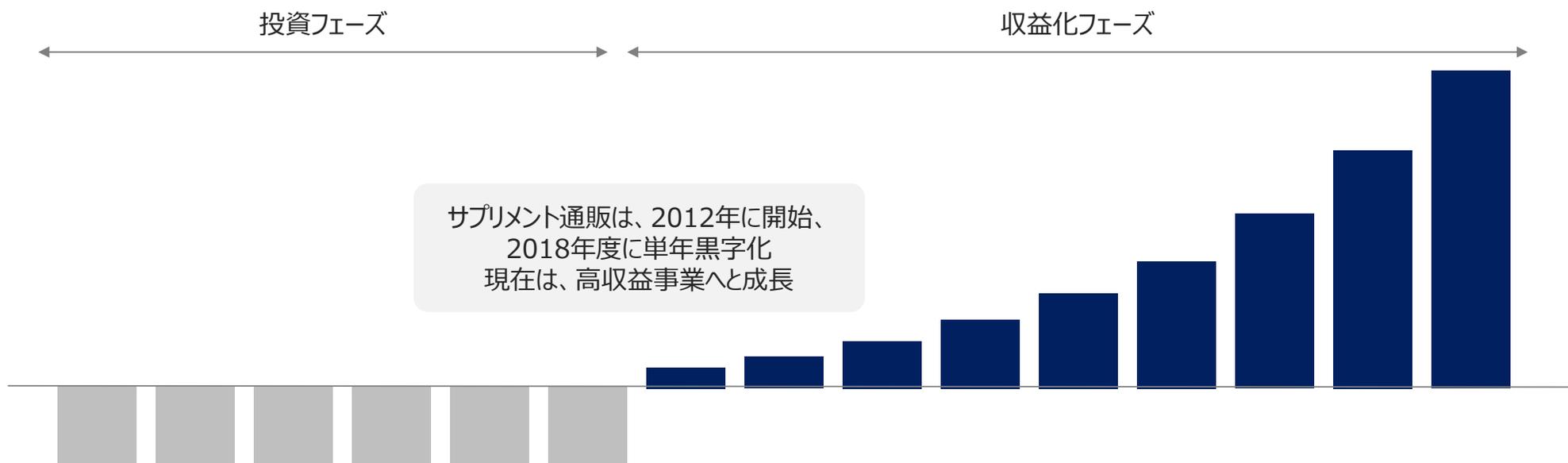


長期視点での事業育成（サプリメント通販/ダイドーフーマの共通点②）

▶ 持たざる経営の推進による新規事業育成

- ✓ 収益化までは一定の投資期間が必要
- ✓ 投資対象は、人材を中心とした無形資産
- ✓ 「持たざる経営」により、収益化フェーズでは高ROICを実現

● 利益創出までのイメージ



ガバナンス体制の強化

- ▶ 第46回株主総会において、医薬品業界出身の社外取締役を新たに選任（2021年4月16日付）
- ✓ 2021年1月にダイドーフARMで初のライセンス契約を締結したことから、監督機能強化のため招聘

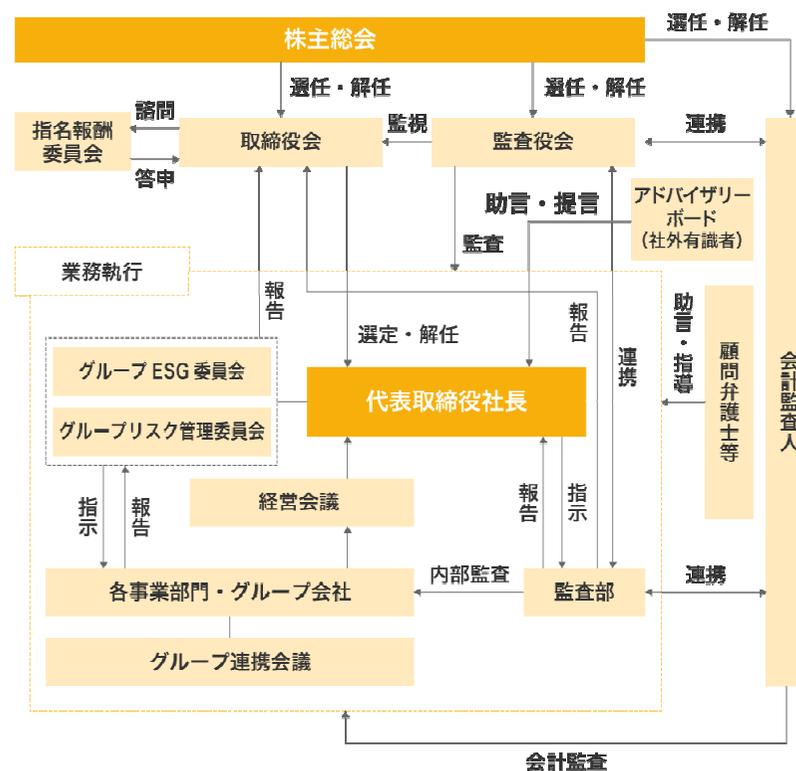


社外取締役
栗原 道明

● 略歴

1982年 藤沢薬品工業株式会社（現・アステラス製薬株式会社）入社、営業本部副本部長、経営戦略本部アジア事業企画部長（海外子会社社長兼務）2009年 参天製薬株式会社入社 韓国参天取締役副社長
2013年 アイ・エム・エス・ジャパン株式会社（現・IQVIAソリューションズジャパン株式会社）入社 企画渉外部長（現任）

- ▶ 次期中期経営計画に向けて、ガバナンス体制をさらに強化するため、独立社外取締役を委員長とする指名報酬委員会を設置（2021年8月30日付）



社会のサステナビリティへの貢献による企業価値向上

- ▶ 2030年に向け、DyDoグループがめざす社会は、「世界中の人々が楽しく健やかな暮らしのできる持続可能な社会」
- ▶ この実現のために、グループ理念に沿い、ステークホルダーとの共存共栄のもと、環境の変化に対応したチャレンジを続けていく

