



安心して
お飲みいただく
ために

機能性表示食品
ロコモプロ
約30日分 通常価格6,480円



漁港での鮭漁の様子

原材料の水揚げから確認

日本近海で漁獲された鮭の漁港への水揚げをはじめ、鮭から鼻軟骨を取り出してプロテオグリカンを抽出・精製する全工程を、現地で直接見極めることにより、原材料の安全性や品質を徹底的に確認しています。

GMP認定工場で製造

サプリメントは毎日飲用するものですので、安心して続けていただきたいと考えています。原材料の受け入れから製造、出荷までの全工程で製品が安全に作られ、一定の品質が保たれるように定められたGMP(適正製造規範)認定を受けた工場で製造し、品質管理には万全を期しています。



ダイドードリンコのサプリメントは、すべてGMP認定工場で製造し、最終チェックは熟練した人の目によって、一粒一粒丁寧に品質を確認しています。

ダイドードリンコ株式会社
ヘルスケア事業部
野原 飛雲

ここからだに、
おいしいものを。



ダイドーグループホールディングス株式会社
<https://www.dydo-ghd.co.jp>

〒530-0005 大阪市北区中之島2-2-7
TEL:06-7166-0011(代)

株主メモ

事業年度 毎年1月21日から翌年1月20日まで
定時株主総会 4月中
剰余金の配当の基準日 期末 1月20日
中間 7月20日

公告掲載方法 電子公告とします。ただし、事故その他やむを得ない事由によって電子公告による公告をすることができない場合は、日本経済新聞に掲載して行います。貸借対照表及び損益計算書についてはEDINETに掲載しています。

ホームページアドレス
<https://disclosure.edinet-fsa.go.jp/>

1単元の株式数 100株
上場証券取引所 東京証券取引所 プライム市場
銘柄コード 2590

株主名簿管理人 三井住友信託銀行株式会社
お問い合わせ先: ☎0120-782-031

同事務取扱場所 〒540-8639
大阪市中央区北浜四丁目5番33号
三井住友信託銀行株式会社 証券代行部

特別口座について 株券電子化前に「ほふり」(株主名簿管理機構)を利用されていなかった株主様には、株主名簿管理人である上記の三井住友信託銀行株式会社に口座(特別口座といいます。)を開設しています。特別口座についてのご照会および住所変更等のお届出は、上記のお問い合わせ先をお願いします。

2024年
秋号

DyDo Challenge 通信

P.9-10に
ヒントがあるよ!

Q U I Z ① インバウンド自販機の音声ガイドにない言語はどれ?
かんこくご ちゅうごくご こ
 ①韓国語 ②中国語 ③フランス語
 ※プレゼント応募企画の詳細はP.16をご覧ください。

前号の答え スマート・オペレーション 正答率99.5% (有効回答数2,660件)

Contents

1 トップインタビュー	1	2 セグメント別業績	5	3 DyDoトピックス① —お客様と共に—	7
4 DyDoトピックス② —社会と共に—	9	5 DyDoトピックス③ —次代と共に—	11	6 DyDoトピックス④ —人と共に—	13
7 DyDoスクエア	15				



ダイドーグループホールディングス株式会社
〔証券コード2590〕



代表取締役社長
高松 富也

Q. DyDoグループの2024度上期の業績について振り返りをお願いします。

A. 海外飲料事業におけるトルコ飲料事業の躍進と子会社の増加により、大幅増収となりました。

主力の国内飲料事業は、昨年11月に実施した当社単独の価格改定や春先の天候不順による影響を受けて販売数量が減少し、減収となりました。また、サプリメント通販の強化に向けた積極的な広告出稿をはじめとした戦略的な費用が増加したことで、減益となりました。

一方、海外飲料事業は本年2月にポーランドの飲料会社Wosana S.A. (以下、ヴォサナ社)の株式を100%取得し、新たに連結対象としたことに加え、トルコ飲料事業の躍進により、大幅増収・増益となりました。トルコ飲料事業はリラ安や高インフレの継続など厳しい事業環境が続いていますが、そうした事業環境の中でも収益を上げられるよう、これまで注力してきたサプライチェーン全体における改革の成果が業績へと反映されました。

以上の結果、グループ連結の売上高は大幅増収、営業利益は昨年をやや下回りました。なお、親会社株主に帰属する中間純利益は有価証券売却益を計上したことにより、大幅増益となりました。

Q. 2024年度の見通しについて教えてください。

A. 好調な海外飲料事業がグループ全体の業績を牽引することで、増収増益を見込んでいます。

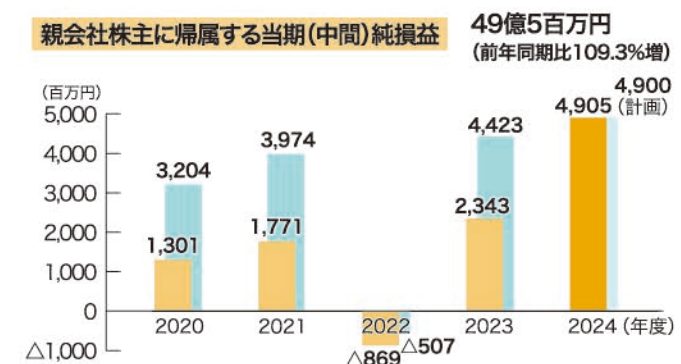
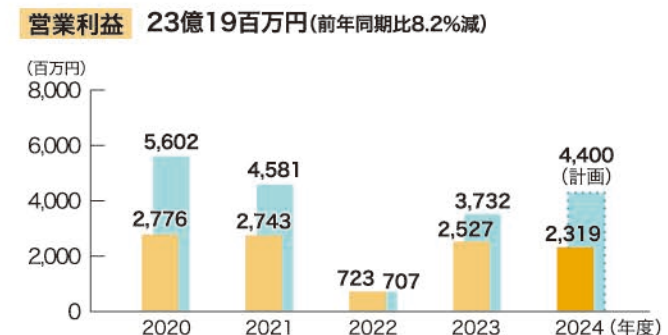
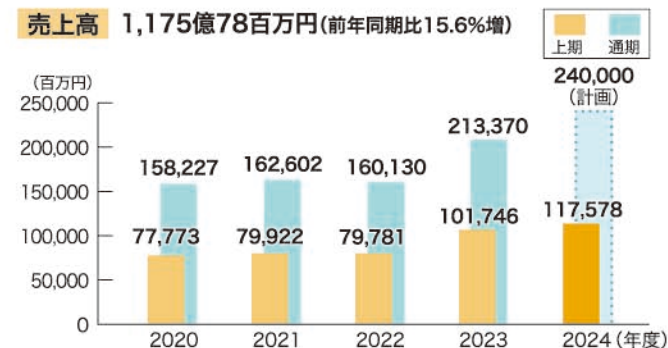
トルコ飲料事業における超インフレ会計の適用による合理的な影響額の算定が困難であったことから、期初では未公表としていた2024年度通期業績予想に関して、第2四半期決算発表と併せて公表しました。

国内飲料事業において販売数量の回復に向けた施策を講じていくものの、通期でも減収を見込んでいます。利益面においては、上期に実施したサプリメント通販の積極的な広告投資に伴う費用の増加などを背景に、減益を予想しています。しかしながら、海外飲料事業における好調な業績は下期以降も継続する見込みであり、グループ全体では増収・増益を予想しています。

2022年度より企業会計基準第29号「収益認識に関する会計基準」、IAS29号「超インフレ経済下における財務報告」が適用されています。
「超インフレ経済下における財務報告」適用に関する詳細については、当社ウェブサイトに掲載されている「2024年度(2025年1月期)第2四半期決算概要」をご覧ください。

ダイドーグループホールディングス株式会社 決算関連資料

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



「グループミッション2030」の3つの基本方針の進捗状況

Q. 「国内飲料事業のイノベーション」の取り組みについて教えてください。

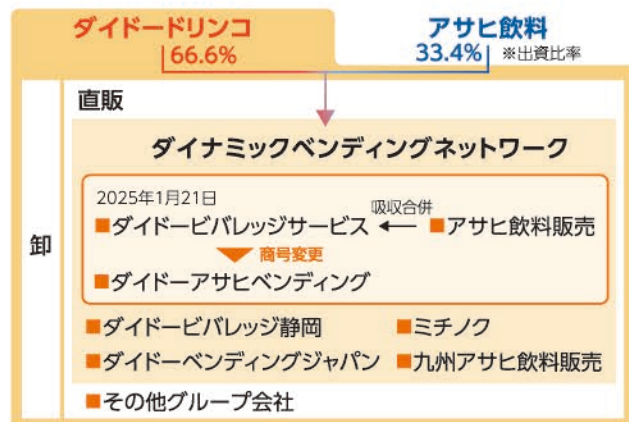
A. スマート・オペレーションの展開先拡大に組み込み、自販機業界の持続可能性の向上をめざします。

将来の労働力不足が見込まれる中でも自販機ビジネスを持続可能なものにしていくため、デジタル技術などの活用による生産性の高い自販機オペレーション「スマート・オペレーション」を2019年度から構築し、2022年度までに自社の直販チャンネルにおいて導入完了しています。

2024年度下期からは、このスマート・オペレーションを2023年度に新たに連結子会社となったアサヒ飲料販売や一部の共栄会※にも展開していきます。さらに、来年1月には、ダイドービバレッジサービスがアサヒ飲料販売を吸収合併し、「ダイドーアサヒベンディング株式会社」へ商号変更を予定しており、自販機オペレーションの一体的運営を加速させていくことで、シナジー効果を最大限に発揮していきます。

私たちは「自販機業界のトップランナーとして業界をリードし続ける」というビジョンを掲げており、この取り組みは自社はもちろん、将来的には自販機業界全体の持続可能性の向上へとつながっていくものとして、確実に成功へと導いていきます。

※当社自販機の管理を担う特約オペレーター



Q. 「海外での事業展開の拡大」の取り組みについて教えてください。

A. トルコ飲料事業の成長と収益性改善に取り組んでいます。

トルコ飲料事業において、2022年度以降、急激なインフレが進む中、戦略的な価格改定と機動的な販促施策の実行により、増収基調を維持しています。また、サプライチェーン全体を通じたコスト削減に継続的に取り組んできたことで、2023年度から黒字転換し、2024年度は収益性の改善がさらに進んでいます。

今後は、トルコ飲料事業と新たに子会社化したヴォサナ社の安定的な成長に取り組んでいきますが、そこからの学びをもとに将来的には欧州市場での事業拡大をめざしていきます。

Q. 「非飲料事業での第2の柱の構築」の取り組みについて教えてください。

A. 健康に寄与するヘルスケア領域で、着実に歩みを進めています。

医薬品関連事業を担う大同薬品工業では、2020年度にパウチ製品の製造を開始して以降、日本国内で医薬品・医薬部外品のパウチ製品を受託製造できる数少ない会社として多くのお取引先からお引き合いをいただいています。現在は製造人員を増強し、生産体制の強化を進めています。

食品事業を担うたらみでは、将来のリスクに備え、工場における自動化を進め、生産性向上と品質向上の両立に取り組んでいます（詳細はP.11-12をご覧ください）。

希少疾病用医薬品事業を担うダイドーファーマでは、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治療薬の製造・販売承認を申請中であるとともに、新薬候補シーズの探索に取り組んでいます。

ヘルスケア領域を中心とした非飲料事業の拡大は、グループの持続的成長の実現に向けて重要な役割を担うものであり、既存事業の収益性向上と新規事業の中長期的な視点での育成に取り組んでいきます。

Q. 株主の皆様へメッセージをお願いします。

A. 従業員エンゲージメントを高め、企業価値向上をめざします。

本年4月、「DyDoグループのめざす人的資本経営」を発表しました。この基本方針は、「自律型プロフェッショナル人材」の育成をめざし、従業員の自律性を尊重し、それを支援する制度や教育を充実させることにあります。従業員一人ひとりの成長を支援しながら、従業員エンゲージメント※を高めていくことで、事業環境の変化に対応し、新たな価値の創出を図っていきます。

株主の皆様には、今後とも変わらぬご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

※従業員と企業における信頼関係やそれに基づく従業員の貢献意欲

「DyDoグループがめざす人的資本経営」に関する詳細については、当社ウェブサイトに掲載のリリースをご覧ください

ダイドーグループホールディングス株式会社

「DyDoグループがめざす人的資本経営を特定 ～主体的なキャリア形成を支援する仕組み「DyDo キャリア・クリエイト」を導入～」



<https://ssl4.eir-parts.net/doc/2590/tdnet/2422471/00.pdf>

国内飲料事業

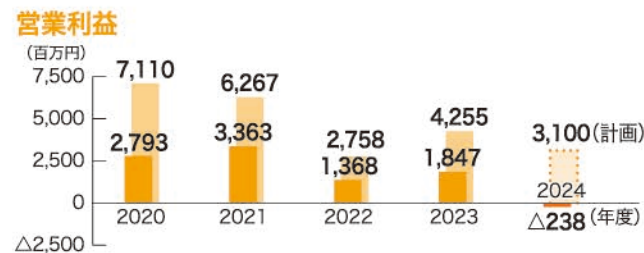
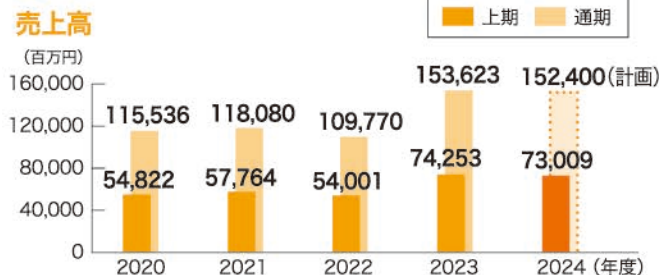
売上高 730億9百万円
営業利益 △2億38百万円

2024年度上期総括

- 昨年11月の当社単独の価格改定や春先の天候不順の影響を受けて、販売数量が減少し、減収
- サプリメント通販チャネルの広告投資をはじめとした各種費用の増加により減益
- 自販機稼働台数は計画を上回るペースで増加

課題と今後のアクション

- アサヒ飲料旧傘下子会社3社や共栄会へのスマート・オペレーションの導入
- 価格帯や容器のバリエーション拡充による魅力的な商品ラインアップの展開



海外飲料事業

売上高 267億57百万円
営業利益 23億3百万円

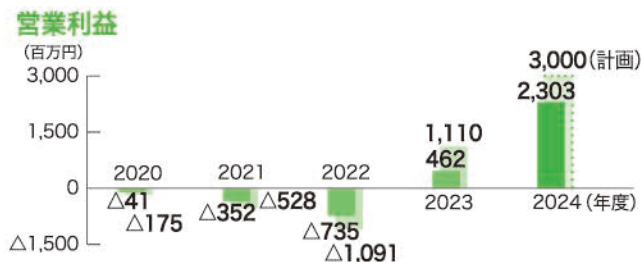
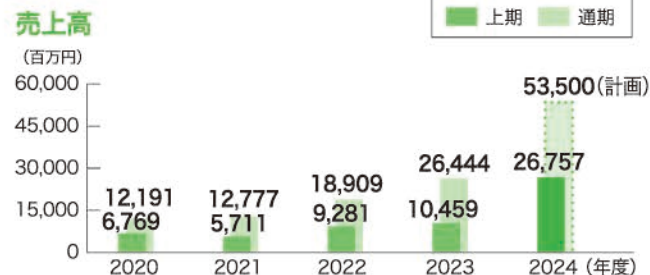
【事業内容】トルコ、トルコ傘下の輸出拠点となる英国、中国での事業展開に加え、2024年度からは新たにポーランドに現地企業のM&Aで進出。世界中の人々の健康を支えるグローバルブランドの育成をめざしています。

2024年度上期総括

- トルコ飲料事業の躍進とポーランド子会社の増加効果で大幅増収
- トルコ飲料事業は増収効果と各種コスト削減により大幅増益、ポーランド飲料事業はズロチ高による原価率低減により、計画以上の利益を確保

課題と今後のアクション

- トルコ飲料事業における販売ボリューム増に対応できる生産体制の強化



医薬品関連事業

売上高 68億72百万円
営業利益 3億24百万円

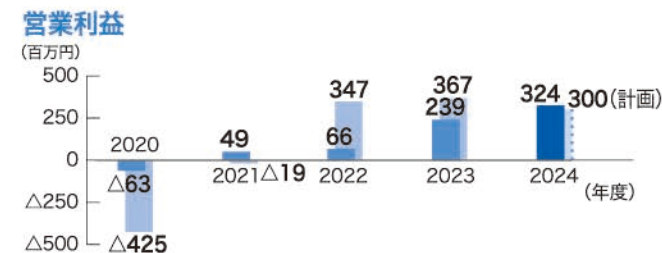
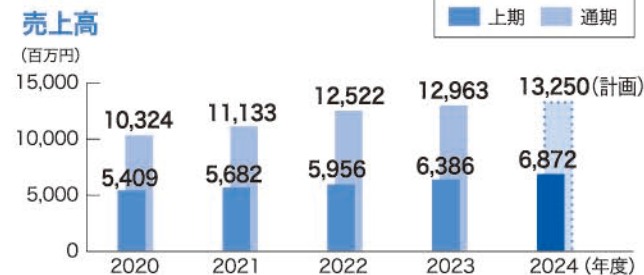
【事業内容】大同薬品工業にて、医薬品・医薬部外品のドリンク剤・パウチ製品の受託製造に特化したビジネスを展開。2拠点4工場の生産体制で、受託製造企業No.1をめざし、さらなる成長に取り組んでいます。

2024年度上期総括

- パウチ製品の好調とドリンク剤の価格改定により、上期として過去最高の売上高を記録
- 受注増加による製造効率改善でコスト上昇を吸収し、増益

課題と今後のアクション

- パウチ製品の生産体制の強化



食品事業

売上高 111億6百万円
営業利益 8億99百万円

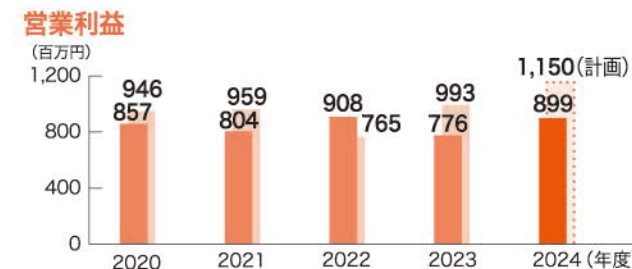
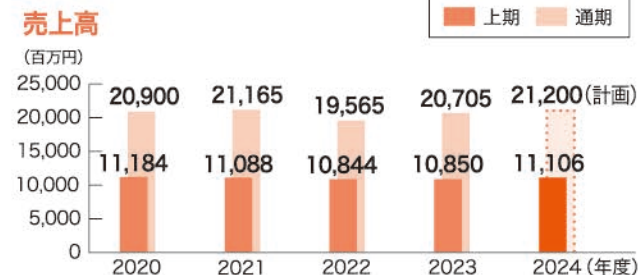
【事業内容】「たらみ」ブランドのカップゼリー・パウチゼリーを製造・販売。おいしいゼリーをつくる高いノウハウを持ち、ドライゼリー市場でトップシェアを誇ります。

2024年度上期総括

- 本年3月の価格改定による販売単価上昇や営業活動の奏功により、増収
- 増収効果と原価率低減に向けた取り組みにより、増益

課題と今後のアクション

- 価値ある商品の開発と適正価格での販売に向けた営業活動の推進



(注) 各事業の売上高・営業利益は連結調整前の金額です。2022年度より海外飲料事業を除く各セグメントで、企業会計基準第29号「収益認識に関する会計基準」を適用、海外飲料事業で

IAS29号「超インフレ経済下における財務報告」を適用しています。

世界初※!FRISK炭酸飲料「FRISK SPARKLING」

2024年5月、世界で初めて「FRISK(フリスク)」のライセンスを使用した飲料、「FRISK SPARKLING(フリスク スパークリング)」を発売しました。強刺激と冷涼感が体感できる、新感覚のリフレッシュドリンクが誕生するまでの開発秘話をご紹介します。※FRISK™の飲料化(当社調べ)



「FRISK SPARKLING」の特徴

- ◆爽やかな**ミント**の刺激と冷涼感が楽しめる**新感覚の炭酸飲料**(シュガーレス)
◆**GABA28mg配合**！**ストレス**や**疲労感**を**軽減***する、**機能性表示食品**

※仕事や勉強による一時的な精神的ストレスや疲労感を軽減する機能(GABAの研究報告)

【届出表示】本品にはGABAが含まれます。GABAには、仕事や勉強による一時的な精神的ストレスや疲労感を軽減する機能があることが報告されています。

■食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを、

■ 本品は、国の許可を受けたものではありません。 ■ 本品は、疾病の診断、治療、予防を目的としたものではありません。

FRISK Official Licensee© 2024 Perfetti Van Melle

担当者インタビュー

ダイードリンク株式会社
マーケティング部
バン クリストフ



Q. 「FRISK SPARKLING」の開発背景について教えてください。

A. 本商品の企画を始めたのはコロナ禍のことで、行動が制限され、心身の健康、中でもリフレッシュへのニーズが高まっていました。コロナ収束後も定着が見込まれるリフレッシュへのニーズに対して、お客様にご満足いただける価値はどのようなものか、様々なアイデアを検討した結果、「冷涼感」というコンセプトに辿りつきました。そして、味の開発を進めるとともに、冷涼感というこれまでにない新たな感覚をより多くのお客様にお試しいただくためのアプローチ方法を検討し、コンセプトが合致する「FRISK」へコラボレーションの提案を行いました。本国オランダから「FRISK」のご担当者が来日された際に試作品をお飲みいただいたところ、その冷涼感にご感動いただき、一気にコラボレーションの話が進みました。

Q. アイデアを具現化するにあたって、試行錯誤した点を教えてください。

A. 「冷涼感」を表現するためにミントを使用することにしましたが、ミントは好き嫌いが分かれるフレーバーです。そのため、なるべく多くの方にサプライズ・面白さをお届けするため、ミントがもつ冷涼感を生かしつつ、特に甘さの程度やミントの強弱など、飲料としてのおいしさを体現するために試行錯誤しました。また、飲んだ瞬間だけではなく、飲んだ後も持続する冷涼感にこだわっています。ぜひ、ご体感いただきたいと思います。

Q. 発売後の反響はいかがでしたか？

A. 担当者としては、FRISKブランドとしての世界初の飲料であり、一定の話題喚起ができそうだと期待していました。しかし、実際は私の想像をはるかに超え、多くのメディアで取り上げていただき、本商品に関するSNS投稿に1万以上のリポストがされるなど、その反響の大きさに驚きました。SNSには、冷涼感への驚きの声や味わいへの様々なご感想をいただいています。唯一無二の冷涼感という強みを武器に、「FRISK SPARKLING」をさらに浸透させていくことで、新たな飲料カテゴリーとして確立させていきたいと考えています。



Q. 今後の商品開発にあたって
チャレンジしたいこと、大事にしたいことを
教えてください。

A. 五感を刺激するような商品開発にチャレンジすることで、お客様にこれまでにないワクワク感、楽しみをお届けしていきたいです。また、自身の消費者としての視点を生かしつつ、ただ単に“飲料”を開発するのではなく、その先にあるお客様の生活に思いを馳せて、これからも取り組んでいきます。



DyDoグループは、「こころとからだに、おいしいものを。」をブランドメッセージに、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。

4 DyDoトピックス② ―社会と共に―

観光客・地域住民のどちらも、幸せな社会をめざして

2023年、日本を訪れた外国人観光客は約2,500万人とコロナ禍前の2019年の約8割まで回復し、日本各地には以前の賑わいが戻ってきています。今回は観光客と地域住民の双方が快適に過ごすための、ダイドードリンコの取り組みについてご紹介します。

「インバウンド自販機でおもてなし」

日本には約220万台の飲料自販機が設置されており、その数は全国に設置された信号機の数(約230万台)に匹敵します。自販機の数や種類の豊富さに、驚く外国人観光客の方も多く、日本ならではのユニークな文化として評価されています。その一方、外国人観光客が自販機を利用しようとしても使い方が分かりにくい、といった問題も発生しています。

そこで、ダイドードリンコでは、外国人の方にもスムーズに自販機をご利用いただけるよう、外国語に対応した「インバウンド自販機」を展開しています。



音声購入ガイド

おしゃべり機能を活用して、英語・中国語・韓国語・日本語で購入手順を説明

購入手順説明ステッカー

英語・中国語・韓国語で購入手順を説明

「ツーリストシップ普及活動の支援」

外国人に限らず、観光客の増加は地域経済の活性化というポジティブな面がある一方、交通渋滞や騒音、ごみのポイ捨てなどの問題、いわゆるオーバーツーリズムが発生しています。オーバーツーリズムを防ぐためには、観光客一人ひとりが旅先の地域住民の暮らしを尊重し、配慮ある行動を取ることが必要です。そこで注目を集めているのが、旅先を大切にする旅行者の心構え「ツーリストシップ」です。旅先の地域に根付く文化・歴史に親しみ、地域住民や旅行者同士での交流を楽しむという、この姿勢・行動を広めていくことで、旅行者と地域住民がより良い関係を築くことができます。ダイドードリンコでは、ツーリストシップの普及活動を行う一般社団法人ツーリストシップの活動に賛同し、スポンサーを務めるとともに、ツーリストシップ普及支援自動販売機を展開しています。この自販機では、各地域の特産品で作成したツーリストシップの証を販売しています。



■ ツーリストシップ普及支援自動販売機

■ 自販機で販売するツーリストシップの証(一例)



私は現在、所属部署の業務をしながら、ツーリストシップ普及活動にも参画しています。例えば、観光客の方に向けた「旅先クイズ会」を観光地で実施しています。観光地で様々な問題が発生している原因は、文化・風習、マナーが自身の国・地域と異なることを知らないためであって、クイズを通してそれらを楽しく知っていただくことで、皆さんの意識が変わることを実感しています。また、学生や起業家の方々との交流の機会も増え、その志や行動力に刺激されています。本業においても、「I LOVE シカ 自動販売機*」を提案し、社内表彰で社長賞を受賞するなど、パフォーマンスの向上につながっています。

※ 飲料とともに鹿せんべいなどを販売する自販機



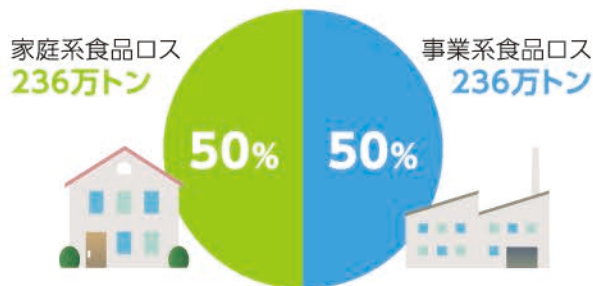
たaramiの社会課題解決に向けた取り組み

DyDoグループでは、社会の変化や課題を見据え、事業を通じた持続可能な社会の実現への貢献をめざしています。今回はたらみにおける、食品ロスの削減と労働力不足への対応と品質向上に向けた取り組みについてご紹介します。

【日本における食品ロスの現状と目標】

まだ食べられるのに廃棄されてしまう食品を「食品ロス」と呼び、日本の食品ロスは年間約470万トンで、国連WFP*の世界食糧支援量約480万トンに匹敵します。食品ロスは、各家庭から発生する「家庭系食品ロス」と、食品メーカーや小売店、飲食店などの事業活動に伴って発生する「事業系食品ロス」の2つに分かれます。

※ 飢餓と貧困をなくすことを使命とする国連の食料支援機関



出典:環境省「我が国の食品ロスの発生量の推計値(令和4年度)」

【賞味期限の長期化による食品ロスの削減】

たらみでは、食品ロスに直結する小売店からの返品*率の低減に向けて、2016年より賞味期限の長期化に継続的に取り組んでいます。店頭で販売できる期間を伸ばすことで小売店からの返品率を抑制し、その結果として食品ロスの削減はもちろん、返品に伴う物流業務の負担軽減にもつながっています。

今後も幅広いシリーズでの賞味期限の長期化に取り組むとともに、「たらみらしい、おいしい、楽しい」商品をお届けしていきます。

※ 賞味期限内でも製造から一定期間を過ぎた商品は小売店への納入ができない、返品されるという商慣習によるもの



賞味期限の長期化のヒミツ!

元来、フルーツに多く含まれるL-アスコルビン酸(ビタミンC)の酸化防止作用を活用して改良を行った結果、賞味期限の長期化に至りました。また、使用している原材料の問題で賞味期限の長期化が難しかったヨーグルトデザートタイプについても、研究を重ねた結果、従来の6カ月から10カ月の延長に成功しました!

【オートメーション化推進による人財の活用】

たらみの工場は長崎県諫早市にあり、1日に110万個を製造する世界でも最大規模のゼリー工場です。従来のカップゼリー製造では、多くの人手を必要としてきましたが、日々進化するテクノロジーを活用することで、生産のオートメーション化を進めています。それにより、労働力不足への対応や、品質のさらなる向上と安定化を図っています。



■ カップゼリーの製造工程



単純な定型作業への ロボット導入

果物の入った缶を開ける工程や、完成品の入った箱をフィルムでまとめるシュリンク包装工程など、単純で定型的な動作を行う工程にロボットを導入し、自動化を図っています。

異物検査におけるAIカメラの導入

出荷前に製品に異物などが混入していないかチェックする異物検査は、レールの上を流れる製品を瞬時に判断する必要があり、その技術の習得には膨大な時間を要します。これまでは製品の一部を抜き取り、熟練スタッフによる目視検査を行っていましたが、2023年9月からはAIカメラシステムを導入し、全品検査を行っています。

システム導入直後は、良品が不良品として検知されてしまう過検知率が30%と高い状況でしたが、学習を重ねていくことで徐々に精度を高め、0.8%まで低減できたことで、実用化に至っています。



今後も、最新の技術を活用して少人数での稼働を可能にする体制を構築していくとともに、お客様に「おいしさ」と「健康」をお届けするための新たな価値の創造に向けてチャレンジを続けていきます。

ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンの推進

DyDoグループでは、2024年4月に「DyDoグループがめざす人的資本経営」を発表しました。その中で多様な人材がお互いを尊重し合い、力を発揮できる環境を整備する「ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン(以下、DE&I)」の推進を掲げています。ここでは、DyDoグループのDE&Iの現状をお伝えします。

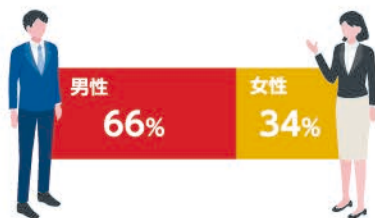
【数字で見るDyDoグループのダイバーシティ】

DyDoグループは、2010年代以降、事業ポートフォリオの変革や新たな価値の創造に向けて、即戦力となる中途採用や女性の積極的な採用を進めてきました。現在はグループ各社のDE&Iにおける課題を把握しながら、解決に必要な制度の拡充、業務プロセスの改善を通じて、多様な人財が活躍できる組織づくりに取り組んでいます。

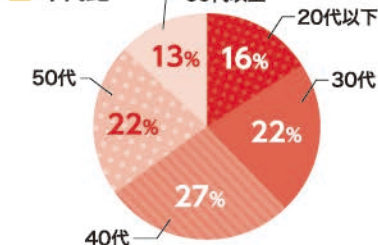


主要子会社※1

■ 男女比



■ 年代比



ダイドードリンコ

■ 新卒・中途※2入社比率



■ 管理職に占める中途※2入社比率



■ 女性管理職比率



■ 男女別育児休業取得率



※1 ダイードリンク株式会社、大同薬品工業株式会社、株式会社たらみ、ダイドーフーマ株式会社の4社を合計して算出

※2 本格的に中途採用をスタートした2010年度以降の中途採用者

【DyDoグループで輝く従業員へのインタビュー】

DyDoグループで働く従業員は、性別・年齢・国籍・価値観などの属性が年々多様化しています。今回は女性管理職、長期育児休業を取得した男性とその上司の声ををご紹介します。

女性管理職



株式会社たらみ 人事総務部
河野 亜沙美

私は人事総務部長として、採用や人材育成、職場環境の改善など、たらみで働く皆さんの働きがいに影響する業務を担当しています。昨今は外部環境の変化も激しく、取り組むべき課題は尽きることなくたくさんあります。中長期的な視点で取り組むべき課題を考え、タスクを整理してメンバーと一緒に一つずつ取り組んでいます。課題をクリアしたときの達成感や経験を積んだことによる自己成長を感じることができ、ダブルのやりがいとなっています。たらみは、従業員の約60%は女性で、女性管理職比率も25%とすでに性別のこだわりなく活躍できる風土が定着しています。今後も、女性に限らず従業員一人ひとりが様々なライフイベントと仕事を両立できるよう、会社として柔軟にサポートできる体制の構築に取り組んでいきます。

長期育児休業取得



ダイドードリンコ株式会社
マーケティング部
(右)育児休業取得者 上地 達也
(左)上司 土屋 淳一

上地 子どもの誕生というライフイベントにしっかりと向き合いたいと思い、人事総務部のフォローも後押しとなって、4カ月間の育児休業を取得しました。休業前は、パフォーマンスを取り戻すことができるのかななどの不安もありましたが、休業前後において、業務の計画的な引継ぎや、会社や飲料市場のニュースを効率的に共有できる体制のおかげで、スムーズに復職できました。そうした上司や同僚のサポートには愛を感じました。育児休業を取得して家族との絆が深まったことはもちろん、仕事に対するモチベーションや業務の質の向上にもつながりました。

土屋 グループ内のメンバーとは日頃から密にコミュニケーションをとっていたこともあり、上地さんとは早い段階から育児休業取得のタイミングを話し合うとともに、休業中の業務を誰にどのぐらい任せていくのか、業務分担を計画しました。新たな業務を任された若手メンバーは、優先順位の意識をもって計画的に業務を進め、自らの意思で決断するなど、大きく成長してくれました。今後も、安心して育児休業を取得できる雰囲気づくりや、グループメンバーの理解を促進し、それぞれの成長の良い機会と捉えていきたいです。

さらなる多様性の確保に努めるとともに、それぞれの価値観が尊重され、自由に意見を述べ、能力を発揮できるよう、心理的安全性が高い組織づくりをめざしていきます。

7 DyDoスクエア

毎日、明日が楽しみになるDyDo公式アプリ「Smile STAND」

ダイドードリンコでは、自販機をご利用いただくお客様に対し、「毎日、明日が楽しみになる。」をコンセプトとした自販機サービス「Smile STAND」を提供しています。

「Smile STAND」でできること

公式アプリ「Smile STAND」を使って、対応自販機で商品を購入後にポイントをゲット!ためたポイントは、お客様の生活に合わせて各種クーポンやサービス等に交換できます。さらに、お得なキャンペーンを随時開催しており、新商品・オススメ商品情報なども配信しています。



ほかにも、こんな楽しみ方も!



—Smile Walk—

1週間の目標歩数を設定し、達成すると、ウォーキングボーナスを獲得*できます。

*翌月に対応自販機で1本購入したタイミングで付与。



Smile STANDに対応した自販機は全国に約11万台。アプリ内「自販機検索」機能を使って近くのSmile STAND自販機をお探しいただけます。



①環境によっては、ポイントをたためられない場合があります。②交換に必要なポイント数は変更になる場合があります。③その他、推奨機種など詳細事項はホームページをご確認ください。<https://www.dydo.co.jp/smilestand>
※本プロモーションはダイドードリンコ株式会社による提供です。PayPayポイントは出金、譲渡不可です。PayPay/PayPayカード公式ストアでも利用可能です。本キャンペーンについてのお問い合わせは、Amazonではお受けしておりません。Smile STANDお客様対応事務局(0120-345-959)までお願いします。※Amazon、Amazon.co.jpおよびそれらのロゴはAmazon.com, Inc.またはその関連会社の商標です。※「nanaco」は株式会社セブンカードサービスの登録商標です。※LINEヤフー株式会社は、本プロモーション・プログラム・キャンペーンのスポンサーではありません。※LINEおよびLINEヤフーロゴは、LINEヤフー株式会社の登録商標です。

株主の皆様からのご意見ご感想をお待ちしています!

当社のIR活動において、個人株主・個人投資家の皆様とのコミュニケーションの充実は、重要なテーマです。今後も、株主の皆様との「双方向コミュニケーション」のさらなる充実をめざしています。

ほっと一息 ~株主様のDyDoにまつわるエピソード~

職場の休憩室前にDyDoの自動販売機があります。入社したばかりの頃、「ちょっと休憩しようか」と上司に連れられて缶コーヒーを買って、緊張がほぐれたことを覚えています。今でも残業などで遅くなった時にすぐ買えるので助かっています。
(広島県 K.F様)



IR担当者

緊張をほぐしてくれようとして声をかけてくれる素敵な上司の方ですね。また、入社当時から今も変わらず当社グループの商品をご愛顧いただき、ありがとうございます。これからも皆様の身近なところで、ここからだにおいしい商品をお届けしていきます。

株主様と当社に
まつわるエピソード
を募集します!

日常生活での出来事、商品にまつわる思い出など、他の株主様と共有しませんか?エピソードのある方は、左記アンケートの「その他、当社に対するご意見または、皆様のほっとひと息のエピソードなどがございましたらお聞かせください。」の欄にご記入ください。

