

DyDo Challenge 通信

2023年
秋号

ことし
今年^{まつ}は35の祭り^{まつ}を
おうえん
応援するよ!

QUIZ!

ぜんごく かくち まつ おうえん にっぽん まつ
全国各地の祭り^{まつ}を応援する「ダイドグループ日本の祭り」は
今年で何年目を迎えたでしょうか?

ねんめ ねんめ ねんめ
①10年目 ②21年目 ③32年目

前号の答え ①はちみつれもん 正答率98.6% (有効回答数2,438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トビックス① —お客様と共に—	7
4 DyDoトビックス② —社会と共に—	9	5 DyDoトビックス③ —次代と共に—	11	6 DyDoトビックス④ —人と共に—	13
7 DyDoスクエア	15				

DyDo

ダイド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2023度上期の業績について振り返りをお願いします。

A. 連結子会社の増加と各セグメントの価格改定効果で大幅増収となりました。

本年1月に、自販機の直販事業を一体的に運営する「ダイナミックベンディングネットワーク株式会社」を設立し、事業を開始しました。同社の設立は、昨年9月に締結した、アサヒ飲料株式会社(以下、アサヒ飲料)との自動販売機事業に関する包括的業務提携に基づくものです。これにより、売上基盤となる自販機台数を増加させるとともに、当社独自のスマート・オペレーション(詳細はP.3)を新たに傘下に入った各社にも展開し、さらに磨きをかけていくことで、自販機市場における優位性を確固たるものにしていきます。

国内飲料事業は、アサヒ飲料傘下にあった3社が新たに連結対象となったことに加え、昨年10月と本年5月の価格改定による効果により、大幅増収となりました。また、海外飲料事業、医薬品関連事業、食品事業も好調に推移し、グループの全セグメントで増収となりました。

利益面については、原材料価格の高騰や円安によるネガティブな影響は続いていますが、各セグメントで価格改定による効果があったことや、海外飲料事業の収益性が大幅に改善されたことなどにより、増益となりました。

Q. 2023年度の見通しについて教えてください。

A. 原材料価格高騰などの影響を乗り越え、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影響が大きく、トルコ・シリア大地震や5月に控えていた大統領選挙などにより、合理的な影響額の算定が困難だったことから、期初に未定としていました2023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。

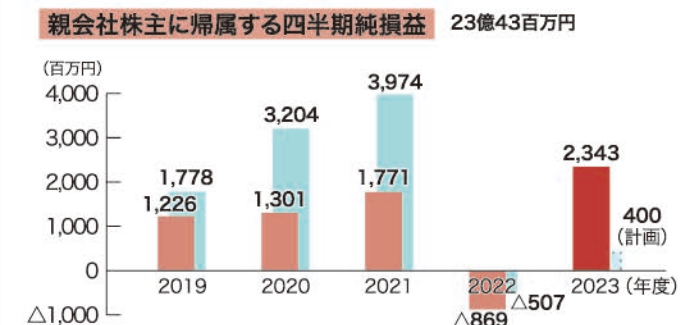
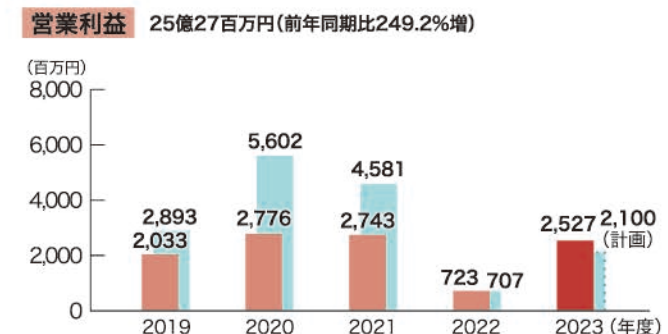
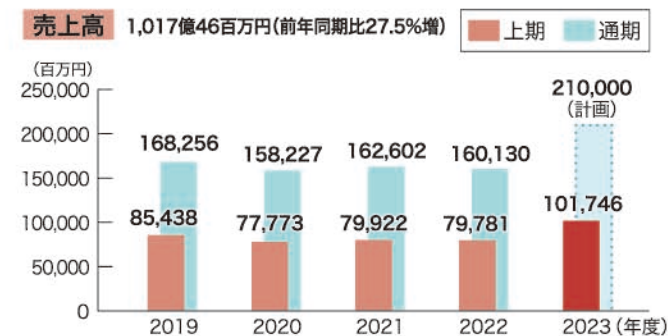
国内飲料事業において子会社増加による効果があるほか、海外飲料事業の価格改定による増収を見込んでおり、グループ全体で大幅な増収を計画しています。

利益面では、超インフレ会計の適用による影響を受けるものの、国内飲料事業における昨年10月と本年5月に実施した価格改定による効果のほか、海外飲料事業における収益性改善などにより、通期でも増益を計画しています。

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「2023年度(2024年1月期)第2四半期決算概要」をご確認ください。

**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」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. AIを活用し、スマート・オペレーションのさらなる進化に取り組みます。

慢性的な労働力の不足が見込まれる中、私たちのコアビジネスである自販機ビジネスを持続可能なものにしていくため、2019年度より「スマート・オペレーション体制^{*}」を展開しています。

本年7月からは、より効率的かつ効果的にオペレーションを行えるよう、訪問先リストや、各自販機に補充する商品の計画立案にAIを活用しています。具体的には、過去の販売データや気温などを用いた需要予測、売上目標などの達成目標をもとに、いつ、どの自販機を回り、それぞれの自販機にはどの商品をどのぐらい補充するのが最適か、という計画をAIを活用して作成します。まずは一部拠点での展開ですが、順次、全拠点へと広げていく予定です。

これまでのやり方を大きく変える、当社にとってチャレンジングな試みですが、「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」というめざす姿の実現に向けた重要な取り組みです。全社が一体となって業界屈指のAIに育てていきます。

※デジタル技術を活用し効率化を実現した自販機オペレーション体制を意味する当社の造語

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。

主力のトルコ飲料事業において、リラ安やインフレによるコスト上昇が続いていますが、先を見据えた価格改定と戦略的な営業施策により、販売ボリュームを大きく落とすことなく、大幅な増収を実現しています。価格改定効果とコスト削減による効果で営業利益は黒字転換するなど、収益性の改善が進んでいます。

今後、若年層人口の増加による国内需要の増加、欧州への輸出拡大の可能性など、中長期的なポテンシャルは高く、引き続き事業の安定化と拡大に取り組んでいきます。



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、着実に成長を続けています。

サプリメント通販は、2012年の事業開始以降、定期的にご購入いただけるお客様を着実に増やし、高成長・高収益事業へと育っています。その成長をさらに加速するため、本年8月に主力商品「ロコモプロ プロテオグリカン配合」を、機能性表示食品としてリニューアル発売しました。

医薬品関連事業を担う大同薬品工業では、パウチ製品の受託製造が好調なことと価格改定の効果により、2023年度第2四半期は昨年度に引き続いて過去最高の売上高を計上するなど、躍進が続いています。

ヘルスケア領域での事業拡大は、グループスローガン「こことからだに、おいしいものを。」を体現するとともに、中長期的な収益の柱としてグループの持続的成長に重要であり、既存事業の再成長とバランスを取りながら取り組んでいます。

!!!
メッセージ好感度
1位を獲得!

日経BPコンサルティングが実施した「企業メッセージ調査2022」^{*}の「メッセージ好感度」部門において、当社のグループスローガン「こことからだに、おいしいものを。」が1位を獲得しました。

※国内320社の企業メッセージ420件を認知率、理解度、好感度など様々な角度から、一般生活者が評価するもの

こことからだに、
おいしいものを。

DyDo

Q. 株主の皆様へメッセージをお願いします。

A. 環境の変化に柔軟に対応しながら変革を進め、企業価値向上をめざします。

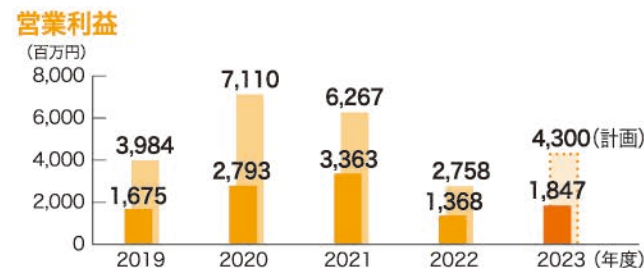
新型コロナウイルス感染症が5類感染症に引き下げられ、人流が回復し、コア事業の自販機ビジネスにとって追い風となる一方、世界的な金融引き締めやインフレ圧力などがコスト面を圧迫し、事業環境は厳しい状況が続いています。

このような状況においても、私たちがめざす姿は「グループミッション2030」から変わらず、事業環境の変化に柔軟に対応するとともに、3つの基本方針に基づいた改革を進めることで、企業価値の向上につなげていきます。

株主の皆様におかれましては、今後ともより一層のご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

売上高 742億53百万円
営業利益 18億47百万円

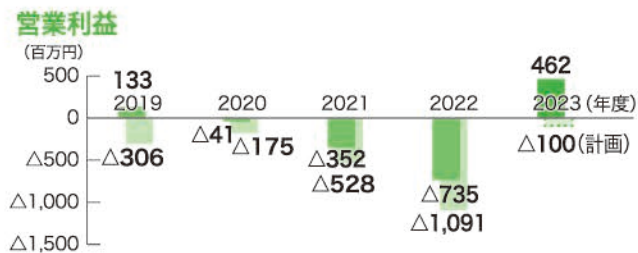
- 自販機稼働台数の増加に向けた営業活動の強化
- AIの活用による自販機オペレーションのさらなる進化
- 新会社ダイナミックベンディングネットワークの基盤整備



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。

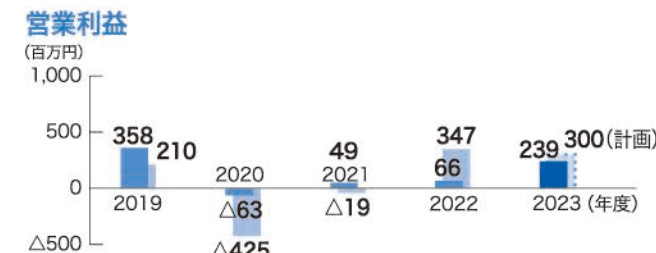
売上高 104億59百万円
営業利益 4億62百万円

●インフレ・コスト高に先行した価格改定と、戦略的な営業施策の展開による販売ボリュームの維持



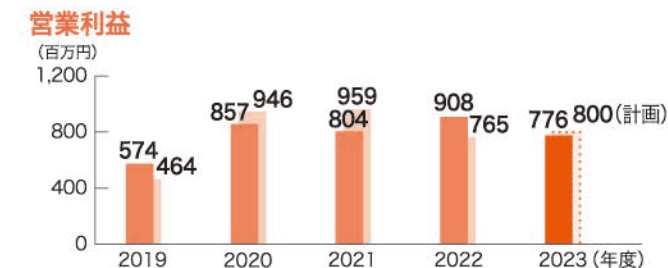
売上高 63億86百万円
営業利益 2億39百万円

●生産体制の強化と製造効率のさらなる改善



売上高 108億50百万円
営業利益 7億76百万円

●閑散期における陳列棚の確保に向けた提案営業の推進



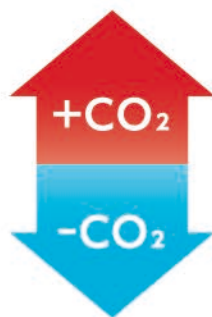
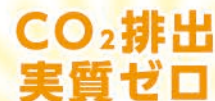
カーボンニュートラルを実現する自販機
「LOVE the EARTHベンダー」展開中!

脱炭素社会・循環型社会への貢献をめざす当社は、実質的なCO₂排出量ゼロの自販機「LOVE the EARTHベンダー」の展開を進めています。今回は、その取り組みについてご紹介します。

「LOVE the EARTHベンダー」とは？

日本が2050年までにカーボンニュートラル、つまり温室効果ガスの排出量ゼロをめざす中で、当社グループでも脱炭素社会への貢献に向けたCO₂排出削減目標を掲げ、各事業で様々な活動に取り組んでいます。その1つとして、2022年8月からLOVE the EARTHベンダーの展開を開始しました。この自販機は、自販機の年間消費電力量に相当する「再エネ指定の非化石証書*」をダイードリンクが代理購入をすることで、CO₂の排出量を実質ゼロにする、当社独自のものです。現在、展開開始からおよそ1年で、全国に約1,700台(2023年7月20日時点)のLOVE the EARTHベンダーが設置されています。

※ 太陽光・風力・水力・地熱・バイオマス等の再生可能エネルギーで発電された電気の環境価値分を証書化したもの（経済産業省の制度として2018年5月より制度開始）



自販機の年間消費電力量に相当するCO₂排出量

「再エネ指定の非化石証書」の購入

【3つのオプションで環境価値を創造！】

LOVE the EARTHベンダーを導入いただく際には、カーボンニュートラルに向けた活動をさらに加速、アピールできる3つのオプションをご提案しています。これにより、自販機設置先のオーナー様のご要望に応じながら、さらなる環境価値の創出をめざしています。

1 カーボンニュートラル証書の発行

LOVE the EARTHベンダー
設置によるCO₂削減量を、
カーボンニュートラル証書
で示すことができます。



2 植林プロジェクト

LOVE the EARTHバンダーを1台設置するごとに1本植林を
することができ、2023年7月20日時点で、約300本の植林が
決まっています。また、2024年度からはアルミボトル缶「LOVE
the EARTHシリーズ」の販売量に応じて、追加で植林を行う施
策を予定するなど、植林によりCO₂の吸収源を増やし、さらなる
脱炭素社会への貢献をめざします。



3 アルミボトル缶ラインアップ

プラスチックごみを減らしたいというニーズに対応し、アルミボトル缶による飲料ラインアップ[LOVE the EARTHシリーズ]の展開も行っています。ご要望に応じて、自販機のラインアップをすべてアルミボトル缶にすることもできます。

持続可能な循環型社会の実現に向けたボトル缶飲料
「LOVE the EARTHシリーズ」



LOVE the EARTHシリーズは製造にかかる電力のうち、年20万kWhを自然エネルギーでまかない、年間約100tのCO₂排出量を削減。脱炭素への貢献の証としてグリーン電力マークを取得しています。

これからも、脱炭素社会・循環型社会への貢献を通して、
環境価値の創出をめざしていきます！

チャレンジを続ける大同薬品工業をご紹介します!

DyDoグループの医薬品関連事業を担う大同薬品工業。2020年よりドリンク剤だけでなく、パウチ製品の取り扱いも始め、お取引先からの引き合いが強くなっています。今回は、業績好調な大同薬品工業についてご紹介します。

「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」

大同薬品工業は、栄養ドリンクや美容ドリンク、パウチ製品などの受託製造に特化したビジネスを展開しています。受託製造とは、他社より依頼を受けて、その会社の製品を製造すること。お取引先である医薬品メーカーや化粧品メーカーなどのご要望に応じて、製品の企画・開発から製造までを手掛けており、完成した製品はお取引先のブランドとしてドラッグストアやコンビニエンスストアの店頭に並びます。長年にわたってお取引先からの信頼を獲得し、ドリンク剤受託製造のトップ企業として存在感を示しています。



IRサイトで工場見学動画を配信中! ぜひ、ご覧ください!

安全・安心なドリンク剤を製造
「大同薬品工業」関東工場へ潜入!



パウチ製品の受託製造にチャレンジ!
「大同薬品工業」本社工場へ潜入!



「ダイドグループの現場を
バーチャル見学しよう」



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

今回インタビューをした
藤田さんも出演しているよ。
要チェック!



担当者インタビュー

Q. 普段の業務について教えてください。

A. 私は営業担当として、お取引先であるブランドオーナー様と当社の開発担当や生産担当との間に立ち、製品の受注管理や生産スケジュールの調整、新規お取引に向けた提案活動などを行っています。当社の営業は、既にある商品をお客様に提供し、お取引先と一緒に製品の企画開発を行うのが特徴です。そのため、営業担当でありながら、製品の素材や形状など、製品の開発部門において研究されるような内容についても、情報収集を行い、提案につなげています。

大同薬品工業株式会社
営業部
藤田 安希



Q. 藤田さんの今後の目標について教えてください。

A. 大同薬品工業の新たな強みにつながるような、チャレンジングな営業案件を獲得していきたいと考えています。例えば以前、「ある機関の定める“認証”を取得した製品を作りたい」というご相談をいただいたことがありました。それは、当社にとって初めて取得する認証であり、様々な障害がありましたが、各部署と協力することで無事に製品化することができました。こうした案件は、当社の企画・開発の幅を広げると共に、営業担当としても、お取引先へのご提案内容を増やすことにつながります。また、組織に新しい風を入れるという意味でも、様々なチャレンジに積極的に取り組んでいきたいと思っています。



Q. 最近、特にパウチ製品への引き合いが強そうですね。

A. 当社では2020年からパウチ製品の製造を開始しましたが、市場としての広がりも大きく、当社へのお問い合わせも非常に多くなってきています。パウチ製品の受託製造企業において、当社は医薬品・医薬部外品の製造免許を持つ数少ない企業であり、これによりお取引先からのご要望にお応えできる幅も広く、お問い合わせいただくきっかけにもなっています。私も、最近は業務の約半分がパウチ製品に関するものとなっており、その盛り上がりを感じています。

量販店やコンビニへの営業を担うDyDoの流通営業部をご紹介します!

ダイードリンコは、スーパーやドラッグストアといった量販店やコンビニでの飲料販売も行っています。今回は、小売店への営業を担う流通営業部の担当者へのインタビューをご紹介します!

■ ダイードリンコの流通営業とは?

当社は、多くのお客様に当社商品を手に取っていただけるよう、自販機だけでなく、量販店やコンビニといった販路の拡大も積極的に行っています。小売店向けの営業活動は、各メーカーが自社商品を店頭並べただけで、日々のぎを削いでいます。そうした激しい競争環境の中でも、他社にはないユニークな商品の提案やセカンドオピニオンメーカー※をめざす営業活動などを通して、市場で独自のポジションを確立しています。

※飲料メーカー各社から提案を受けたお取引先が、客観的な意見を求めて相談するメーカーのことを指す、当社の造語



担当者インタビュー

ダイードリンコ株式会社
流通営業部
津金 由依



Q. 津金さんの業務について教えてください。

A. 主に大手コンビニチェーンの統括本部などに向け、ダイードリンコの商品を取り扱っていただけるよう、営業活動を行っています。実は、商談の場では、商品説明だけでなく、他社商品を含めた店頭での商品の陳列方法についても提案も行っており、いかに各店舗での飲料販売を最大化できるかについて話し合いをしているんです。お取引先が抱える課題を解決する良き相談相手となりつつも、同時にビジネスチャンスも逃さないよう、日々努めています。

Q. 小売店限定の商品も展開しているのですね。

A. 今年9月に発売した「肌美精監修※シリーズ」は小売店限定商品です。当社は人気アニメや異業種などのコラボレーションに積極的ですが、今回の肌美精監修シリーズはクラシエホームプロダクツ株式会社とのコラボレーションによって実現しました。脱マスクの流れにより美容への関心が高まる中で、まさに市場のトレンドにぴったりの商品だと思います。実際、営業活動を行っている中でも、これまでになかった切り口の商品ということで、お取引先から高い関心をいただいています。これから消費者の皆様に商品をお手に取っていただき、当社グループがスローガンとして掲げる「こことからだに、おいしいものを。」という志を感じただけだと嬉しいです。

肌美精監修※シリーズ



はとむぎブレンド茶 玉露*仕立て緑茶プラス ダージリン紅茶²無糖

※女性の健康な生活を応援する飲料の商品企画開発監修
*1 茶葉の内、1.6%使用 *2 ダージリン茶葉100%使用

Q. 今後、流通営業の担当者としてめざすことを教えてください。

A. 入社当初から、子どもからシニアまで、多くの消費者の皆様、こことからだにおいしい商品をお届けすることで、笑顔になってもらいたいと考えています。そのために、流通営業の担当として、多くの店舗に当社の商品を採用していただけるよう頑張っていきたいです。また、私自身、仕事をしながら子どもを育てている身として、性別に関わらず、家庭と仕事を両立できる働きやすい職場を作っていきたいとも考えています。そのためには、時間が限られる中でいかに効率的・効果的に業務を行えるかが重要になります。最近、社会的にDX※が推進されていますが、当社の営業活動でも、顧客情報の管理や商談ツールにおいてデジタル技術の活用が進んでいます。その甲斐あって、実際に現場で働く中でも、データに基づくより効果的な施策の提案や業務の効率化につながっていることを実感しています。こうした新たな技術を積極的に活用していくことで、お取引先の課題解決に貢献すると共に、私がめざす働きやすい職場づくりにも、つなげていきたいと思っています。

※デジタルトランスフォーメーション。デジタル技術を活用して、製品・サービス、ビジネスモデル、業務プロセス等を革新すること



ダイドーグループ日本の祭り

祭りを元気にすることは、地域を元気にし、日本を元気にすること。そして、地域社会が元気であることはダイドーグループの持続可能性にもつながる。そんな思いを持って、ダイドーグループでは2003年より全国の祭りの魅力を発信しています。

【今年は全国35の祭りを応援！】

ダイドーグループは「人と、社会と、共に喜び、共に栄える。」の企業理念のもと、地域の皆様と共に歩んできました。例えば、主力の自販機ビジネスは、全国各地に広がる自販機ネットワークを通じて、地域の皆様に支えられています。

ダイドーグループ日本の祭りでは、全国の放送局と連携し、祭りに携わる地域の人々への取材を通じて祭りの魅力を伝えるドキュメンタリー映像の制作を中心に累計520件以上の祭りを応援してきました。その活動は、今年で21年目を迎えます。

日本の心のすぐそばに。ダイドーグループはこれからも祭りを応援していきます。

日本の祭りライブラリーにて
全国の祭り密着動画を配信中！



https://www.dydo-ghd.co.jp/sustainability/matsuri/overview/tv_library/



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～

子どもの頃、大好きだったひいおじいちゃんと近くの駅に歩いていき、「はちみつれもん」を自販機で買ってもらったことを思い出しました。当時は今ほどジュースを簡単に口にすることができず、とても嬉しかったことを覚えています。復刻したはちみつれもんの缶を我が子に見せ、ひいおじいちゃんの話をしようと思います。(三重県 H.T 様)



IR担当者

素敵な思い出のお話をありがとうございます！
 前月号でご紹介した「はちみつれもん」は多くの
 皆様の思い出の商品で、アンケートでも様々
 なエピソードを頂戴しました。これからも皆様
 に、こころからだに、おいしいものをお届けで
 きるよう、グループ丸となって取り組んでい
 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。



9月4日
発売

寶沢香茶
フルーツティー