

# DyDo Challenge 通信

2023年  
春号

クイズのヒントは  
P.13-14を見てね!



**Q0121** ダイドードリンクの社内企画「思い出商品総選挙」で  
1位を獲得し、2023年2月より復活発売が決まった商品は?

① はちみつれもん ② ミスティオ ジンジャーエール ③ 復刻堂 コーラ

※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** 約3年 正答率98.1% (有効回答数2,633件)

## Contents

|                        |    |                         |    |                       |    |
|------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|
| 1 トップインタビュー            | 1  | 2 セグメント別業績              | 5  | 3 株主優待品のご案内           | 7  |
| 4 DyDoトピックス①<br>一次代と共に | 9  | 5 DyDoトピックス②<br>一お客様と共に | 11 | 6 DyDoトピックス③<br>一人と共に | 13 |
| 7 DyDoスクエア             | 15 |                         |    |                       |    |

**DyDo**

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

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。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「2022年度(2023年1月期)決算概要」をご確認ください。

なお、本誌P.1-6においては、従来基準で試算した金額を併記しています。

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>



※超インフレ会計の適用により、2022年度の実績において、売上高は5億69百万円増加、営業利益は11億44百万円、経常利益は14億23百万円、親会社に帰属する当期純利益は17億84百万円、それぞれ減少しています。

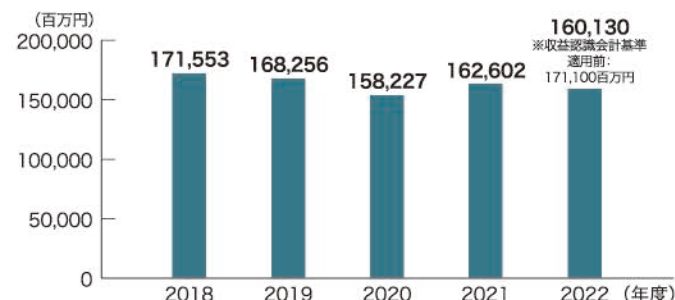
**Q.** DyDoグループの2022年度の業績について振り返りをお願いします。

**A.** 原価高騰などの厳しい事業環境の中、グループ事業の需要回復などに支えられ、増収となりました。

2022年度はロシアによるウクライナ侵攻に伴うエネルギーコストの上昇、急激な円安の進行など、想定外の事業環境の変化に大きく影響を受けた一年でした。当社もコストアップへの対応が迫られ、期中に各事業において価格改定を実施しています。また、医薬品関連事業や食品事業においては、需要回復・拡大などポジティブな面もあり、2022年度の連結売上高は増収で着地しました。

利益面については、主力の国内飲料事業において、コーヒー豆をはじめとした各種原材料の高騰などの影響を受けたほか、海外飲料事業において、超インフレ会計の影響により会計上の損失が発生し、減益となりました。

2022年度 売上高 1,601億30百万円



**Q.** 2023年度の方針について教えてください

**A.** 最重要課題である、自販機ビジネスの再成長に向けて取り組んでいきます。

ダイドーグループのさらなる飛躍に際し、何よりの課題は基幹事業である自販機ビジネスの再成長です。具体的には、次の3つに注力していきます。

1つ目に、価格改定による利益水準の適正化です。昨年来、あらゆるコストが高騰し、企業努力だけでは吸収しきれない水準となり、今後不透明な状況が続きます。そうした背景のもと、当社では昨年10月より価格改定を実施、5月にも昨秋対象外とした商品の一部について改定を予定しています。価格改定による数量の落ち込みは見られましたが、自販機チャネルにおいては顕著なものではなく、改めて自販機はお客様に「今、ここで飲みたい」というニーズを満たす、「お客様の求めるものをお客様に身近なところでお届けする」という私たちがめざす価値提供が行えている証であると感じています。今年も引き続き市場動向を見極めつつ、利益水準の維持・適正化に取り組んでいくと共に、自販機の魅力向上に努めていきます。

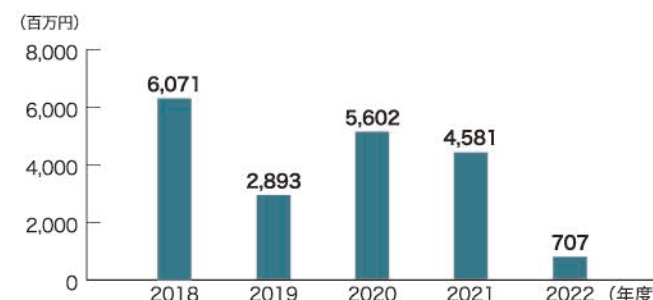
2つ目に、スマート・オペレーション<sup>※1</sup>のさらなる進化です。昨年は、直販<sup>※2</sup>の中核会社であるダイドービバレッジサービスの全営業所での展開が完了しました。自販機を実際に訪問する担当者一人あたりの売上が増加するなどの効果は着実に出ていますが、営業所内での事前準備などの業務にはまだまだ改善の余地が大きいと感じています。継続的な改善を進め、自販機ビジネスの進化による価値の創造をめざしていきます。

最後に、新たに設立したダイナミックベンディングネットワークの体制確立です。昨年9月に、アサヒ飲料との自販機事業における包括的業務提携を締結し、今年1月より当社グループが66.6%の議決権を有する新会社ダイナミックベンディングネットワークがスタートしました(詳細はP.9-10を参照)。今年度は組織やシステム統合に向けた準備を進めていくこととなりますが、将来的なスマート・オペレーションの展開を含め、オペレーションの効率化によるシナジー効果の発現に向けて、着実に取り組んでいきます。

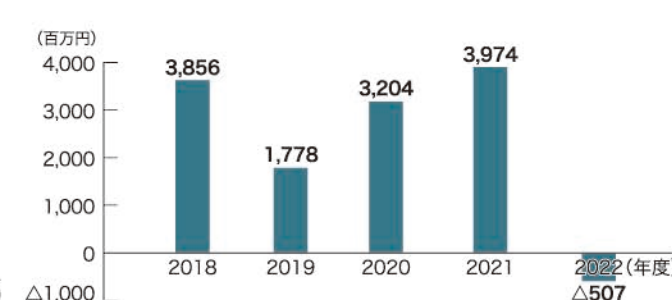
※1 デジタル技術を活用した当社独自の自販機オペレーション体制

※2 DyDoグループの子会社が直接管理する自販機

2022年度 営業利益 7億7百万円



2022年度 親会社株主に帰属する当期純損益 △5億7百万円



# トップインタビュー

**Q.** 中長期的にはどのような目標を達成していくのでしょうか。

**A.** グループミッション2030の実現に向けて、3つの価値の創出およびマテリアリティへの取り組みを進めていきます。

当社は2030年のありたい姿として、グループミッション2030を掲げ、それを実現するための経営指針を掲げています。「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」という社会価値の実現に加え、サステナビリティの観点をより事業活動に組み込むため、環境価値創出に向けたCO<sub>2</sub>排出削減目標を設定するとともに、中長期的な企業価値向上の実現をめざすため、経済価値の指標として、ROIC目標を設定しています。

また、これらの実現に向けた重要な経営課題として8つのマテリアリティの特定も行い、取り組みを進めています。中でも「DX推進とIT基盤の構築」「脱炭素社会・循環

型社会への貢献」「従業員のワークライフシナジーの実現/ダイバーシティの推進」については、グループ共通の事業基盤に関する課題であり、今後も継続的に注力していきます。

また、あらためて重視したいのは「こことからだにいい商品の提供」です。私たちが人と社会に提供する価値に磨きをかけてこそ、「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ダイドグループ」が実現できるものと考えています。

全従業員がこの大きな目標に向かって、一步一步邁進し、チャレンジを続けていきます。

## グループミッション2030に向けた経営指針

### 社会価値

- 世界中の人々が楽しく健やかに暮らすことができる持続可能な社会の実現に貢献する

### 環境価値

- 2030年までに国内飲料事業の自社排出のカーボンニュートラル
- 2050年までに自販機ビジネスにおけるカーボンニュートラル

### 経済価値

- 中長期的な企業価値向上の実現をめざす
- 2030年1月期 連結ROIC 8%以上  
(投下資本はセグメントへの投下分)



**Q.** マテリアリティの実現に向けてコア事業である自販機ビジネスで行う取り組みを教えてください。

**A.** 環境に、地域に、貢献する自販機の展開を進めています。

環境負荷の低減に向けては、これまで電気使用量の削減など当社単体で取り組むものが中心でしたが、近年ではお取引先様と協働によるものへと活動の主軸を移しています。その一例が、2022年度末時点で約700台を展開している「LOVE the EARTHベンダー」です。昨年から展開を始めたこの自販機は、売上の一部を使って年間消費電力分に相当する非化石証書\*を購入し、実質的にCO<sub>2</sub>排出量をゼロにしようというものです。この取り組みは自販機設置先オーナー様のご理解とご協力によって成り立つものであり、ご要望に応じて、カーボンニュートラル証書の発行や植林プロジェクトへの参画、スチール缶・

アルミ缶商品のみで構成するラインアップなど、オーナー様の希望に合わせたオプションも用意しています。

また、地域に貢献する支援型自販機の展開も進めています。この自販機は、売上高の一部を社会貢献活動に役立てるため、基金等を通じて募金を行う自販機で、地域のこども食堂支援や町おこし、環境保全活動などに役立てられます。

今後も引き続き、自販機を通じた社会貢献活動も行っていくことで、自販機ビジネスの進化による社会的価値の創出につなげていきます。

\* 非化石電源(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、売買可能にしたもの(主管官庁 経済産業省の制度として2018年5月より制度開始)

**Q.** 株主の皆様へメッセージをお願いします。

**A.** 共存共栄の精神のもと、企業価値の向上に努めていきます。

原材料高による価格改定や、アサヒ飲料との業務提携および新会社の設立など、2022年度は当社の状況が大きく変わった一年でしたが、中長期的にめざす姿や達成目標は変わりません。創業以来「人と、社会と、共に喜び、共に栄える。」というグループ理念のもと、ステークホルダーの皆様との共存共栄を図りながら成長してきた当社は、これからも、社会価値・環境価値・経済価値の創出を通して、企業価値の向上ひいては理念の体現に努め、チャレンジを続けていきます。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。



## セグメント別業績

## 国内飲料事業

売上高 1,097億70百万円 ※従来基準で試算した場合: 1,184億67百万円  
営業利益 27億58百万円

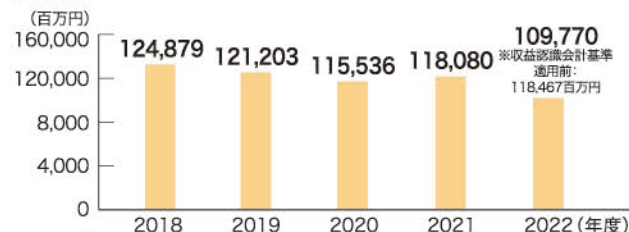
## 2022年度総括

- 平均販売単価の改善やサプリメント通販の伸長により増収
- 顧客志向営業の成果により、自販機稼働台数は引き続き増加
- コーヒード豆をはじめとした原材料高が利益に影響し、減益

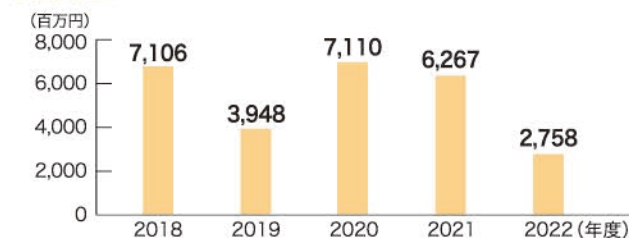
## 課題と今後のアクション

- 新会社ダイナミックベンディングネットワークの体制確立
- 原価高騰への対応として、5月より一部商品の希望小売価格を引き上げ予定

## 売上高



## 営業利益



(注) 各事業の売上高・営業利益は連結調整前の金額です。海外飲料事業(2021年度以前)と食品事業の営業利益はのれん等償却前の金額です。

## 海外飲料事業

売上高 189億9百万円 ※超インフレ会計適用前: 183億39百万円  
営業利益 △10億91百万円 ※超インフレ会計適用前: 52百万円

【事業内容】中核となるのはM&Aにより進出したトルコ。トルコ傘下の輸出拠点となる英国に加え、中国で事業を展開。セグメント全体での黒字をめざしています。

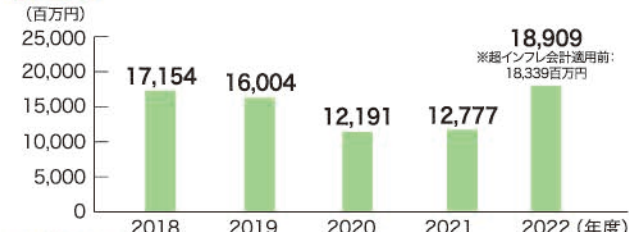
## 2022年度総括

- 主力のトルコ飲料事業において、コスト高に先行して、販売価格の改定を実施。オペレーションベースのセグメント利益は黒字転換
- オペレーションベースでは収益性改善も、超インフレ会計の適用により、減益

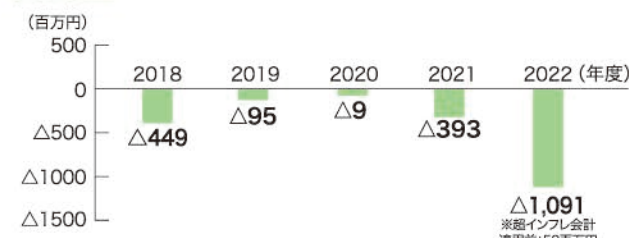
## 課題と今後のアクション

- インフレが継続する中で、賃金アップも含め、コストは引き続き増加
- 適切な価格政策により利益確保をめざす

## 売上高



## 営業利益



## 医薬品関連事業

売上高 125億22百万円 ※従来基準で試算した場合: 126億96百万円  
営業利益 3億47百万円

【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。

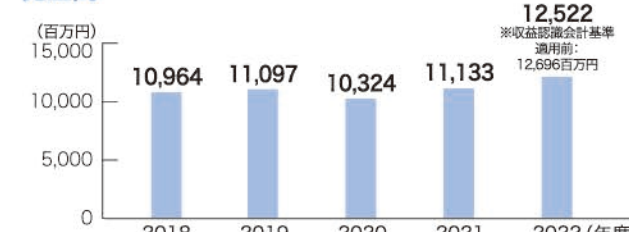
## 2022年度総括

- ドリンク剤・パウチ製品共に受注が好調で、過去最高の売上高を計上
- 原材料高の高騰は、納入価格の改定や受注増加により吸収

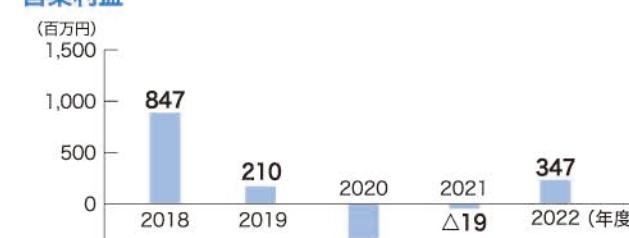
## 課題と今後のアクション

- 生産体制の強化により、工場稼働率の向上を図る
- 人材の育成を通じて、製品のさらなる品質向上を追求する

## 売上高



## 営業利益



## 食品事業

売上高 195億65百万円 ※従来基準で試算した場合: 216億64百万円  
営業利益 11億17百万円

【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。ドライゼリー市場がやや縮小する中でも継続してシェアを伸ばし、トップシェアを誇ります。

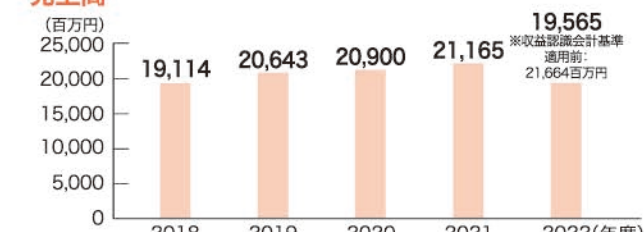
## 2022年度総括

- 上期の在宅療養需要と早期の梅雨明けによる好調な販売が寄与し増収
- コスト高(原材料・光熱費)が利益面に影響

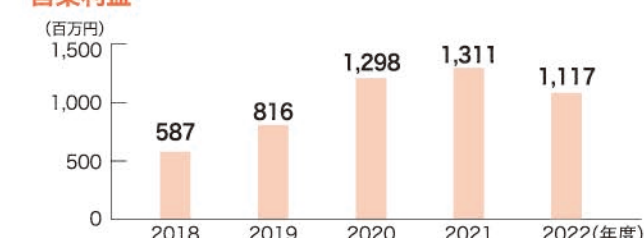
## 課題と今後のアクション

- 年間生産計画の見直しにより販売機会ロスを最小化する
- 省人化を推進し、人員不足へ対応するとともに生産性を向上

## 売上高



## 営業利益



4月3日  
発売



ダイドーブランド  
オリジナル



当社では会社説明会を定期的開催しています。特定の事業にテーマを絞ったものもあり、DyDoグループをより深く理解いただけるものと思います。過去のアーカイブや最新情報はウェブサイトからご覧ください。  
ダイドーグループホールディングス株式会社 | オンライン説明会に参加しよう <https://www.dydo-ghd.co.jp/individual/online/>

# 株主優待品のご案内

## 2023年株主優待商品をご紹介します!

いつも当社グループ活動への温かいご支援をいただき、誠にありがとうございます。株主の皆様への日頃の感謝の思いを込めて、「オンリーDyDo」のおいしさを盛り込んだ商品の詰め合わせをお届けします。

※1単元(100株)以上、かつ2022年7月20日基準日～2023年1月20日基準日までの半年以上、当社株式を継続保有された株主様にお送りしています。

### 2023年株主優待セット



### Pick up 商品

### ライフタイムリーゼリー

ライフタイムリーゼリーは、グループ連携の取り組みとして、大同薬品工業により製造され、ダイドードリンコ初のパウチ容器ゼリー飲料として発売しました。「お客様が必要な時に、手軽に栄養補給ができる飲料を提供したい」という思いから生まれたこの商品は、DyDoグループの可能性を広げていく、新たな一手になります。ぜひお試しください。



ライフタイムリーゼリーは、「何を」「どれだけ」に加えて、「いつ」食べるのかという体内時計を考慮に入れた新しい栄養学「時間栄養学」に基づいているんだ!



アーモンドミルクとマスカルポーネが特長のスイーツをイメージしたゼリー。手軽にマルチビタミン11種\*と食物繊維を摂ることができます。

※ ビタミンA・B1・B2・B6・B12・C・D・E、葉酸、ナイアシン、パントテン酸



### ソイミルクバナナ

ソイミルク(豆乳)とバナナが特長のスムージーをイメージしたゼリー。手軽にエネルギーを摂ることができます。

※ 一般的なおにぎりが1個 170～200kcalに対し、本商品は1袋191kcal



### ブルーベリークランベリーレモン

ブルーベリーとクランベリーとレモンが特長のカクテル\*2をイメージしたゼリー。低カロリーで夜のリラックスタイムにぴったりです。

※1 18kcal  
※2 アルコールは含まれておりません。



3月13日  
発売

# 4 DyDoトピックス① 一次代と共にー

## ダイナミックベンディングネットワークを設立し 自販機業界をリード!

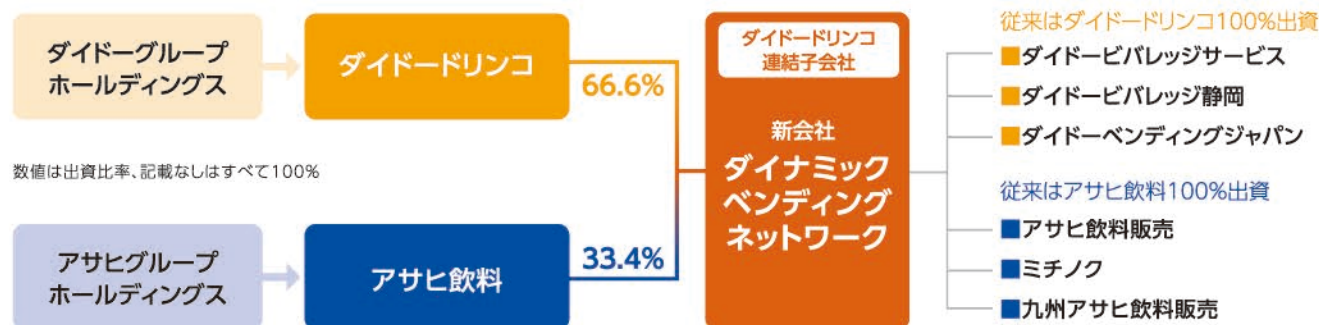
2023年1月、ダイドードリンコは自販機ビジネスのさらなる飛躍をめざし、ダイナミックベンディングネットワーク株式会社(以下、新会社)を設立しました。ここでは、その内容についてお伝えします。

### ■新会社設立により、直販事業の一体的運営によるオペレーションシナジーを追求!

ダイドードリンコは、2022年9月にアサヒ飲料株式会社(以下、アサヒ飲料)との自販機事業における包括的業務提携契約を締結し、当社グループが議決権の66.6%を持つ新会社を設立しました。新会社では、ダイドードリンコ、アサヒ飲料それぞれの直販事業(直販事業については、右ページをチェック!)を担ってきた6社を傘下におき、自販機の一体的運営を行っていきます。

そのほか、商品の相互販売<sup>※1</sup>の拡充や製造委託<sup>※2</sup>による原価低減、共同での効率的な資源回収による環境負荷の低減などにも取り組んでいきます。

※1 ダイドードリンコの商品をアサヒ飲料の自販機で、アサヒ飲料の商品をダイドードリンコの自販機で販売する取り組み  
※2 ダイドードリンコの商品をアサヒ飲料の工場で製造する



同業他社のアサヒ飲料との業務提携は非常に評価できると思います。今後も、提携効果を出しながら、厳しい事業環境を乗り越えていってください。

## ■直販事業の一体的運営で、今後の変化は?

### 1 スケールメリットを得ながら、より進化したオペレーション体制を構築できる

新会社では、これまで、当社グループがダイドービバレッジサービスに導入し、ノウハウを確立してきたスマート・オペレーション<sup>※</sup>を、傘下となる各社に展開していきます。各社のオペレーションの効率化を進めるとともに、グループとしての展開台数が増えることで一段とノウハウの蓄積が進み、スケールメリットを生かしたスマート・オペレーション体制をさらに進化させることができます。

※これまでの自販機運営体制を抜本的に見直し、デジタル技術を活用しながら生産性を高めた新たな当社独自の自販機オペレーションのこと。従来の方法に比べ、スピードや品質管理能力、生産性の向上が見込めるほか、労働負荷の低減による将来的な人手不足などの課題の解決にもつながる。

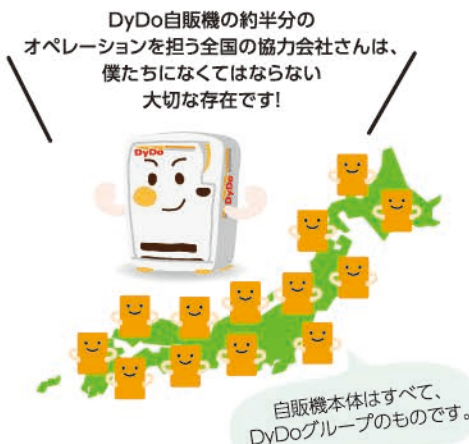
### 2 グループの連結売上高が増加

新たに加わる3社はDyDoグループの連結対象となり、連結売上高が増加します。また今後は、オペレーションの効率化を進めることでシナジーを発揮し、中期的に利益の拡大をめざしていきます。

## ■そもそも直販って何のこと?

自販機ビジネスを展開する各社では、大きく2つの方法により、自販機のオペレーションを行っています。1つは子会社がオペレーションを行う、つまり自社グループが「直接販売」する仕組み、もう1つは原則として資本関係がない全国の協力会社の皆様に販売・オペレーションを委託する仕組みです。

自販機を主力販路としてきたDyDoグループの特徴は、他の飲料メーカーと比べ、直販の比率が高く、全国の自販機の約半数を占めていること。直接管理する自販機の絶対数が多いことで、スマート・オペレーションなど新たな仕組みへの積極的な投資が実現しています。



DyDoグループは、自販機市場における絶え間ない挑戦と共創で新しい価値を提供し、トップランナーとして業界をリードし続けます。



今回の提携は、自販機市場の変化につながるものとして、ステークホルダーの皆様から注目いただいています。皆様の期待に応えられるよう、しっかりと取り組んでいきます。

自販機  
ビジネスの進化  
による社会的  
価値の創造





## 1990年代のあの人気商品が復活! 「はちみつレモン」を今春発売!!

今春からDyDo自販機にラインアップされた「はちみつれもん」。  
ここではこの商品が発売に至った、当社ならではの経緯をご紹介します。

## 「はちみつれもん」とは

この「はちみつれもん」のパッケージに、見覚えのある方もいらっしゃるかもしれませんが。実は、1989～1992年に販売していた商品の復刻発売です。

再商品化のきっかけは、ダイドードリンコの社内企画「思い出商品総選挙」。この企画は、1988年から1999年に発売された52品を対象に「もう一度発売してほしい商品」として従業員投票を行い、第1位の商品を復刻しようというものです。見事に第1位を獲得した「はちみつれもん」を、発売当時の味・パッケージにて復刻しました。ぜひお手にとってみてください。



れもんの香りと  
はちみつのかきで  
ほっと懐かしさを感じる味



「思い出商品総選挙」の実現を後押しした「DyDoチャレンジアワード」

DyDoグループでは従業員の挑戦を後押しし、チャレンジする風土をさらに醸成する取り組みとして、2017年度から「DyDoチャレンジアワード」を行っています。「チャレンジ部門」と「アイデア部門」の2部門を設けており、「思い出商品総選挙」は2021年度の「アイデア部門」で第1位を獲得した企画です。

## DyDoチャレンジ部門

過去1年間に実行された従業員によるチャレンジの中から、特に企業価値向上に貢献したものを表彰します。2021年度は稼働自販機台数の目標達成などが表彰されました。

## DyDoアイデア部門

従業員からチャレンジしたいというアイデアを募るもので、受賞をすると翌年度以降に実現に向けて取り組みを進めることができますようになります。審査の過程では従業員による投票も行われます。

## 担当者インタビュー

ダイードリンク株式会社  
首都圏第一支店  
中田 龍一(写真 右から5番目)



「思い出商品総選挙」企画メンバー

**Q.** チャレンジアワードのエントリーに至った経緯を教えてください。

**A.** 私が所属している部署は、当社の自販機運営にご協力いただいている共栄会\*の皆様との商談が主な業務です。そこで、普段お世話になっている共栄会の皆様と一緒に、私たちの自販機を盛り上げる企画ができないか、というところから今回の企画を思いつき、チャレンジアワードに応募しました。

※ ダイードリンクの自販機を運営している、原則として資本関係のない全国の協力会社の総称

**Q.**「思い出商品総選挙」、社内でも盛り上がりましたね。

**A.** 共栄会の皆様と当社の従業員を合わせて3,200票以上の投票があり、多くの皆様に関心いただいていたことに驚きました。実は、私は別の商品に投票していたのですが、それでも「はちみつれもん」の発売が決まったときは、本当にうれしかったです。皆様の思い出の中にある、「もう飲むことができないはずだった商品」を復活できるのだと、ワクワクしました。

中田さんが  
投票した  
商品



コーヒーレボリューション  
(1990～1991年発売)

上部のキャップを開けると、コーヒーフ  
レッシュとマドラーがあり、自分好みに  
味を変えることができる画期的な商品

**Q.**「はちみつれもん」の復刻に向けて工夫した点や苦勞された点がありますか？

**A.** 30年近く前の商品なので、過去の商品パンフレットやレシピを探しだすところから始まりました。実際の商品化に向けては、味の設計（再現）を行うマーケティング部、原材料の調達・製造管理を行う生産管理部の専門領域になります。当時の味の再現などは、本当に苦労されているのを目の当たりにしましたので、私たちのアイデアの実現に携わってくれた皆さんには感謝の気持ちしかありません。

**Q.** 今後について、何かお考えはありますか？

**A.** まずは、消費者の皆様にも、この「はちみつれもん」を味わっていただけるよう、私自身が販売の拡大に努めていきます。そして、今回の「思い出商品総選挙」の対象を、消費者の皆様にも広げていけたら面白いな、と考えています。実現できた時には、株主の皆様もぜひご参加ください。

## 「DyDo IR説明会2022～DyDoグループの本質に触れる!～」を開催しました。

2022年12月17日(土)に、大阪・梅田スカイビル ステラホールにて事前の抽選に当選した個人株主様をお招きし、「DyDo IR説明会2022～DyDoグループの本質に触れる～」を開催しました。当日は約150名の株主の皆様と同伴者様に出席いただき、盛況のうちに終了しました。

### プログラム

#### 第1部 マテリアリティに関するトークセッション

トッププレゼンテーション  
「ダイドグループのマテリアリティへの取り組み」  
プレゼンター:ダイドグループホールディングス株式会社  
代表取締役社長 高松 富也

ダイドグループは2030年のありたい姿として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創出するDyDoグループへ」を掲げ、その実現のために8つのマテリアリティに取り組むことで、社会価値、経済価値、環境価値の向上に努めていきます。

ゲストプレゼンテーション「未来のためのマテリアリティ」  
プレゼンター:SDGパートナーズ有限会社  
代表取締役CEO 田瀬 和夫氏

DyDoグループのマテリアリティは、近江商人の「三方よし」に、「作り手よし、地球よし、未来よし」の3つを加えた六方よしの経営を実現する基盤となりうるものだと思います。

#### トークセッション

##### トークテーマ(一部抜粋)

- ・ダイドグループのマテリアリティに関して、これまでの進捗状況
- ・ダイドグループのマテリアリティ全般に対する評価について
- ・マテリアリティで掲げる各テーマに取り組む意義について

ウェブサイトにはより詳しい開催報告を掲載しています。ぜひご覧ください!  
<https://www.dydo-ghd.co.jp/ir/event/report/2022/2212.html>

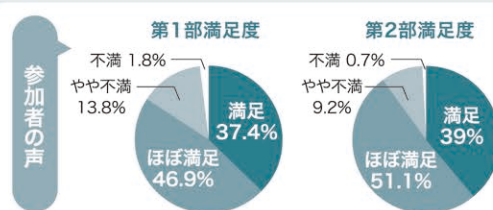


#### 第2部 従業員との座談会

株主様に8つのブースに分かれていただき、各事業の現場の一線で働く従業員とマテリアリティに沿ったテーマについて座談会形式で対話を行いました。

##### 座談会テーマ一覧

- 顧客志向営業による自販機ビジネスの可能性の追求 ●スマート・オペレーションによるオペレーション業務改革 ●ここからだに美味しいダイドドリンドコの商品開発 ●ミネラルウォータービジネスが牽引するトルコ飲料事業 ●お客様と共に品質を追求する大同薬品の商品開発 ●フルーツゼリー市場シェアNo.1 たらみの商品開発戦略 ●希少疾病に取り組むダイドファーマが提供する価値 ●ダイドグループの環境への取り組み紹介



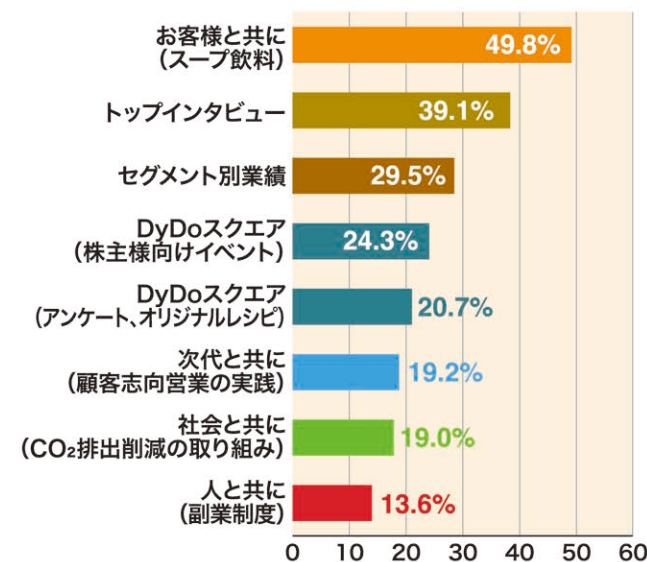
- ▶スマート・オペレーションの全国展開は始動したばかりなので、今後、課題も出てくるかと思えます。引き続き、今後の自販機ビジネスの動向にも注目していきたいと思えます。
- ▶CSR活動として、カーボンニュートラルを追求するだけでなく、日本全体の文化発展や地域の活性化に注力されていることが理解できました。応援しています。

## DyDo Challenge通信2022年秋号のアンケートに数多くのご意見をお寄せいただきました。

当社が実施したアンケートに対して、今回も非常に多くのご回答をいただき、誠にありがとうございました。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、重要なテーマであると考えています。今後も、株主の皆様との「双方向コミュニケーション」のさらなる充実を目指してまいります。

### Q どの掲載内容を中心にご覧になりましたか。(いくつでも)

回答率:7.2%(2,647名)



アンケート結果をより早く、より詳しくご覧いただくために、当社ウェブサイトにてアンケート結果を掲載しています。  
<https://www.dydo-ghd.co.jp/ir/data/report>

