

DyDo Challenge 通信

2022年
秋号



クイズのヒントは、
P.7-8を見てね!

Q U I Z !

お米入りの缶スープは構想から発売まで
何年かかったでしょうか。

※プレゼント応募企画の詳細はP.18をご覧ください。

前号の答え ③ソーラー発電機能 正答率95.7% (有効回答数1,900件)

Contents

1 トップインタビュー	1	2 セグメント別業績	5	3 お客様と共に	7
4 社会と共に	9	5 次代と共に	11	6 人と共に	13
7 DyDoスクエア(イベント)	15	8 DyDoスクエア(アンケート)	17		

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

新型コロナウイルス感染症の発生から2年以上が経過しましたが、新たな変異株が次々と現れ、今もなお、世界各国に甚大な影響を及ぼしています。亡くなられた方々のご冥福をお祈りするとともに、罹患されている方々の一日も早いご回復と感染の終息を心より願っています。

Q. DyDoグループの2022年度上期の業績はいかがでしたか。

A. 原価高騰や円安などの厳しい事業環境の中、全セグメントで増収となりました。

昨今の原価高騰や円安などの影響が大きくなる中、海外飲料事業で積極的な価格改定を行ったほか、医薬品関連事業や食品事業で需要が回復・拡大し、2022年度上期の連結売上高は増収となりました。

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、および円安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。

Q. 通期の業績見通しについて教えてください。

A. 期初の想定を上回る原価高騰と円安影響を受け、増収減益となる見込みです。

期初計画では、自販機稼働台数の増加に加え、コロナ禍からの緩やかな回復により、自販機チャネルを中心に増収を見込み、原価高騰の影響を吸収する想定でしたが、あらゆるコストが当初の想定以上に上昇していることから、業績予想の修正を行いました(8月26日発表)。

売上高については、海外飲料事業における販売数量増や適切な価格改定により大きな増収が見込まれることから、上方修正する一方で、利益面については、特に国内飲料事業においてコーヒー豆をはじめとする原材料価格や、原油高を背景に各セグメントにおいて製造や配送にかかるコストの上昇が今後も見込まれること、また、海外飲料事業の超インフレ会計適用の影響により、期初想定以上の減益を予想しています。

Q. 中期経営計画2026の進捗状況を教えてください。

A. 基本方針^{※1}に沿いながら、持続的な成長に向けて着実に取り組んでいます。

主力となる自販機ビジネスにおいては、収益の源泉となる自販機台数が増加したほか、スマート・オペレーション^{※2}の全社展開が5月に完了し、自販機事業の再成長に向けた取り組みが進捗しました。また、海外飲料事業(トルコ飲料事業)においては、急速にインフレが進む非常に困難な経済環境の中でも、先々のコスト高を見据え、価格改定を行うことでオペレーションベースでの収益性を回復しています。さらに非飲料事業^{※3}においても、各事業とも順調に取り組みを推進しています。例えば、前の中期経営計画で医薬品関連事業では、パウチ型製品の製造ラインを新設しましたが、医薬品メーカー・化粧品メーカーからの受注が好調で、フル稼働が続いています。

外部環境の変化が業績に与えた影響は大きなものがありますが、中期経営計画2026の最初の半年として、中長期的な成長に向けて着実な歩みを進めることができました。

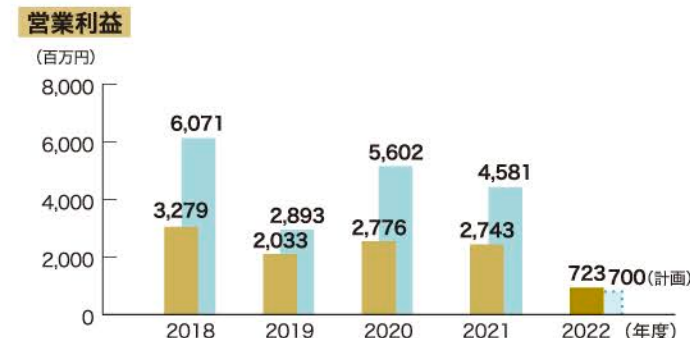
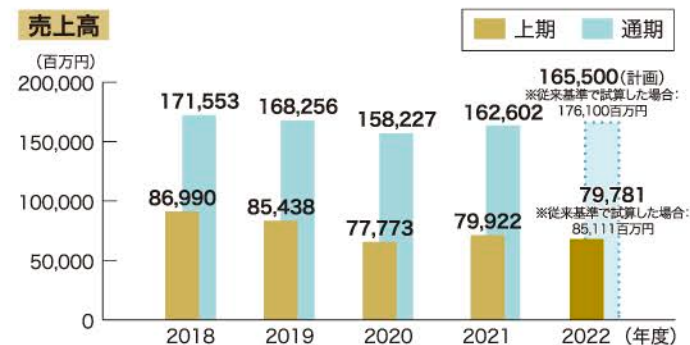
※1 P.3参照 ※2 デジタル技術を活用し効率化を実現した自販機オペレーション体制を示す当社の造語 ※3 国内飲料事業のうちサプリメント通販事業、医薬品関連事業、食品事業、希少疾病用医薬品事業

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)第2四半期決算概要」をご確認ください。

なお、本誌P.2-6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、売上高は6億65百万円増加、営業利益は6億73百万円、経常利益は9億89百万円、親会社に帰属する四半期純利益は12億56百万円、それぞれ減少しています。

Q. 原価高騰への対応を教えてください。

A. 価格改定の実施により、収益構造の改善に取り組んでいきます。

これまで、当社グループでは原価高騰に対し、事業全般を通じたコスト削減や生産性の向上に努めることで対応してきました。しかしながら、今後もこの状況が続くことが予想される中で、安全・安心で高品質な商品を安定的にお客様にお届けするためには、企業努力におけるコストの吸収だけでは困難であると判断し、商品の価格改定を決定しました。

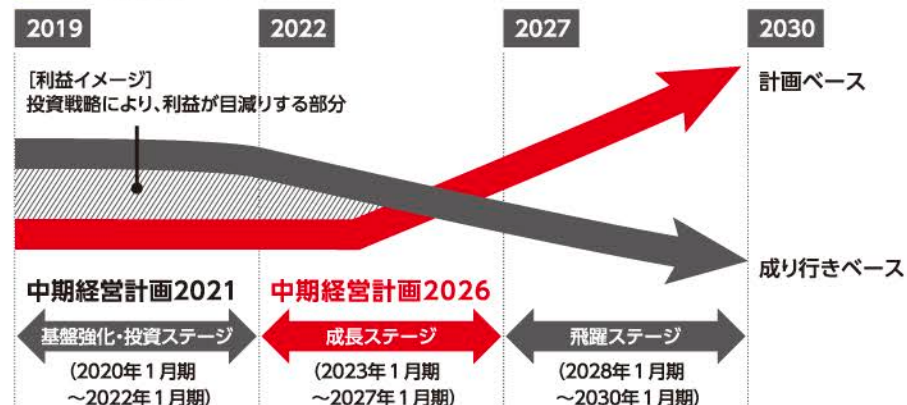
具体的には、10月1日よりダイドードリンコとたらみのそれぞれで、メーカー希望小売価格を、また、大同薬品工業においても順次納入価格の値上げを実施していきます。

足元は厳しい状況が続いていますが、DyDoグループがめざす姿や中長期的な戦略については変わりません。価格改定の実施により、より健全で強固な収益構造をつくり上げ、本年1月に発表した中期経営計画2026で掲げる目標を達成します。



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」

● 達成に向けたロードマップ



● 中期経営計画2026

[基本方針]

国内飲料事業の再成長
海外事業戦略の再構築
非飲料領域の強化・育成

[経営指標]

売上高成長率 (CAGR) +3 %
連結営業利益率 4 %
連結ROIC 6 %

**Q. DyDoグループの
マテリアリティとは何でしょうか。**

**A. 当社にとって重要性の高い、8つの
経営課題です。**

中期経営計画2026の発表と同時に、8つのマテリアリティを公表しました。これは、グループミッション2030を実現するために、私たちが対応していくべき経営課題を表しています。



具体的には、組織基盤を支えるものとして、ガバナンスが機能していること、また、人材の強さが必要です。そして、DX、脱炭素社会・循環型社会への貢献のほか、安全・安心の提供は、食品を扱う私たちに当然求められるものです。その上で、当社グループが社会

に提供する価値として、お客様に寄り添う自販機ビジネスの進化、こころとからだにおいしい商品の提供、医療用医薬品の提供を続けていくことが成長の源泉になると考えています。

当社が創業来提供してきた「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」という価値を大切にしながら、新たに策定した8つのマテリアリティに取り組んでいくことで、2030年のありたい姿であるグループミッション2030を実現していきます。

Q. 株主の皆様へメッセージをお願いします。

**A. 中期経営計画2026で設定した目標
に向かって邁進していきます。**

当社の中期経営計画2026は、グループミッション2030の実現に向けた成長ステージとして位置付けています。外部環境の変化は事業に影響するものの、中長期的にめざす姿や達成目標は変わりません。原価高騰をはじめ、昨今の事業環境は目まぐるしく変化していますが、中期経営計画2026で掲げた3つの基本方針および経営指標については変わらず実現をめざしていきます。

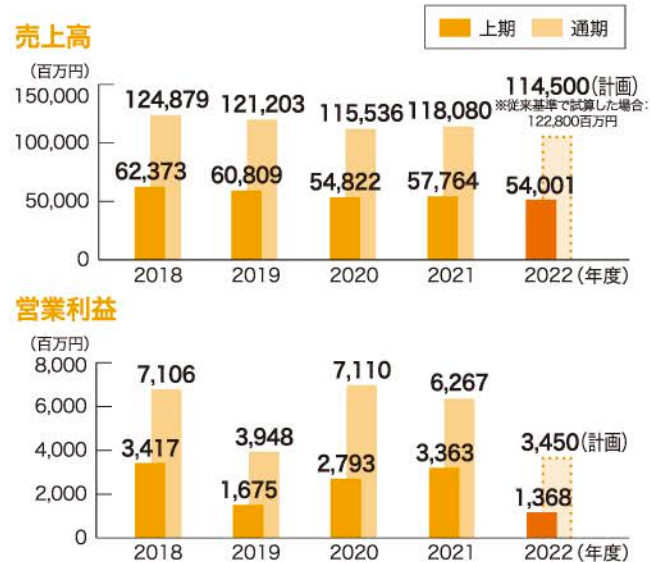
これからも社会の変化に合わせてチャレンジを続けながら、株主の皆様をはじめ、お客様・取引先・地域社会・従業員などすべてのステークホルダーとの共存共栄をめざしていきます。今後ともより一層のご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

売上高 540億1百万円 ※従来基準で試算した場合:
営業利益 13億68百万円 581億13百万円

- 主力の自販機チャネルとサプリメント通販が増収
- 積極的な営業の成果により、自販機設置台数は引き続き増加
- 2022年5月にはスマート・オペレーションの全社展開*が完了
- コーヒー豆の調達価格の高騰、自販機の減価償却費の増加が、収益面に影響

●原価高騰への対応として、10月1日より一部商品の希望小売価格を9～25%引き上げ

※当社子会社であるダイドービバレッジサービスの全営業所への展開



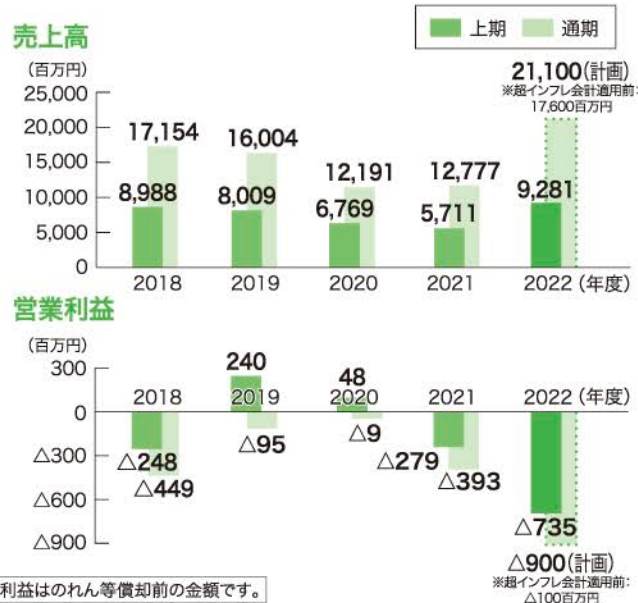
(注)各事業の売上高・営業利益は連結調整前の金額です。海外飲料事業と食品事業の営業利益はのれん等償却前の金額です。

売上高 92億81百万円 ※超インフレ会計適用前: 86億16百万円
営業利益 △7億35百万円 ※超インフレ会計適用前: △61百万円

【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。

- 主力のトルコ飲料事業において価格改定を断行し、売上が大幅に増加
- 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

●適切な価格政策の継続とコスト増の抑制などにより業績安定化に向けた取り組みを強化

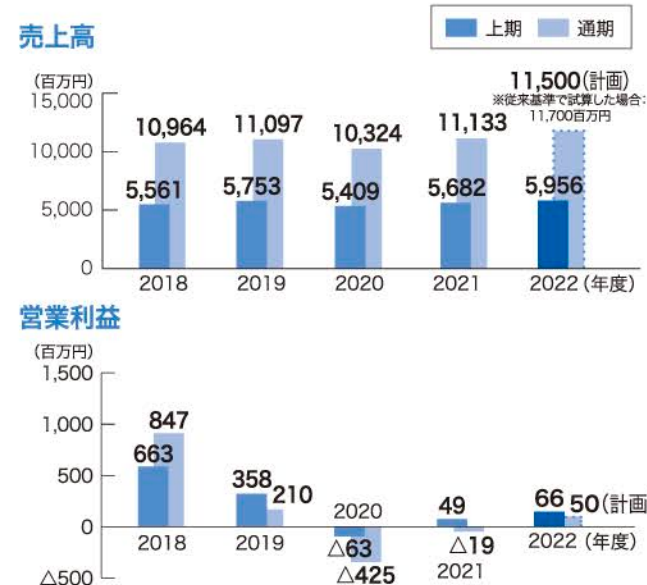


売上高 59億56百万円 ※従来基準で試算した場合:
営業利益 66百万円 60億37百万円

【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。

- 医薬部外品のパウチ型商品の受注が好調で増収増益
- 原材料などのコスト上昇にかかる価格改定に向けた交渉が進捗

- 大口ロットの新規受注に向けた営業活動の強化
- 生産体制の強化により、工場稼働率の向上を図る

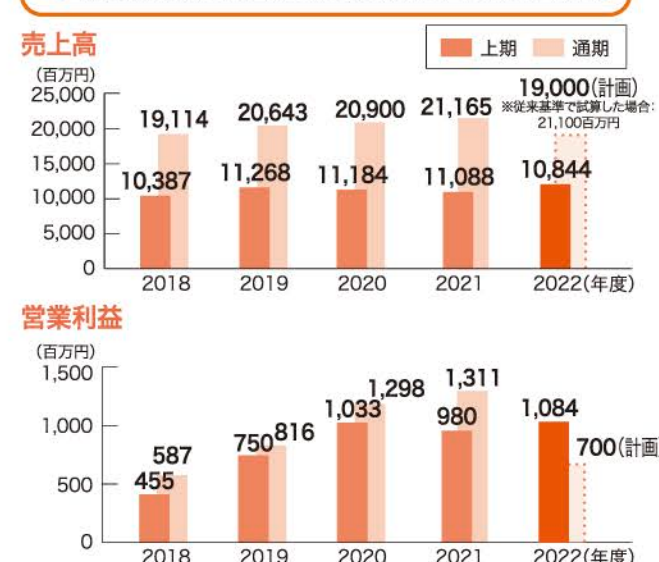


売上高 108億44百万円 ※従来基準で試算した場合：
営業利益 10億84百万円 119億80百万円

【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。

- 新型コロナウイルス罹患者の在宅療養需要、早期の梅雨明けなどにより、販売が好調で増収増益
- 需要の拡大を受け、増産に努めるも、供給をはるかに上回る状況が続き、一部商品を緊急休売

- 原材料価格等の上昇が続くことを想定し、10月1日より希望小売価格を8～20%引き上げ
- 年間生産計画の見直しにより、販売機会ロスを極小化する



こころとからだにほっと一息、DyDoならではのスープ飲料

DyDoグループでは、「こころとからだに、おいしいものを。」をコーポレートスローガンにしています。今回は、これからの寒くなる季節に、心も体もほっと温まるダイドードリンコの商品をご紹介します。

✓ ご好評にお応えし、再販決定!

温かいスープでちょっと温まる、小腹をちょっと満たすなど、そんなニーズにお応えする、スープ飲料は秋冬の定番商品となっています。ダイドードリンコでは、定番のコーンポタージュに加え、ユニークでありながらも飲んだ時に喜んでいただけるようなDyDoならではの「サプライズ」を提供できるスープをお届けしています。

今回ご紹介するのは、昨年発売し、ご好評いただいた「参鶏湯風スープ」。程よくショウガを効かせ、鶏白湯の旨みたっぷりのスープの具材にファンケル発芽米を使用し、冬にぴったりの缶スープに仕上げました。満足感のある味わいでありながら、1缶30キロカロリー未満。おいしく健康的な「参鶏湯風スープ」を、ぜひご賞味ください。

※ホット商品の販売開始時期は、自販機によって異なります。あらかじめご了承ください。

ありそうでなかった、お米入りの缶スープ。しかも、おいしいのに健康的。DyDoならではの商品です!



ダイドードリンコ株式会社
マーケティング部 商品企画グループ
齊藤 優子

商品開発担当者に聞きました!

Q. 開発にあたって重視していることを教えてください。

A. 寒い季節に販売する商品なので、おいしくて温まれそうだなと思えるもの、かつ、間食としての要素もあるので、満足感があるのに「ちょっと健康的」と感じていただけるもの、そしてもちろんDyDoならではの「特別感」を提供できるものをめざして開発しています。

お届けしたいのは、本物のおいしさ。話題性に終わらず、「ああ、スープとしてしみじみおいしいなあ。」と感じていただける味わいを追求しています。

Q. 開発にあたって苦労されたこだわりポイントはどこですか?

A. 難しかったのは、具材の充填です。ファンケル発芽米を使用したスープづくりは、構想から発売に至るまで約3年を費やしました。定番のコーンポタージュの具材のコーンは表面がつるつとしていますが、お米は粘りが出やすく製造中に缶底に引っ付くことがあります。そのため、安定した品質で製造を行うために何度もテストを重ねました。スープ液との相性も考慮し、慎重に開発を進めました。手はかかりましたが、「お米を使った缶スープ」という独自の商品を生み出せましたし、なにより「だしが効いていてとてもおいしく、驚いた」「腹持ちが良いのにカロリーも少なく、自分にぴったり」などのうれしいお声もいただきました。これからもお客様の声を励みにサプライズを添えた商品の開発に努めていきます。

ダイドードリンコのスープ飲料の歴史※

※過去に発売した商品から抜粋

いくつ知ってるかな?



1989年



1992年



2005年



2006年



2007年



2010年



2018年



2020年



2021年

2022年
再発売!



9月5日
発売

復刻版
ミルクセーキ

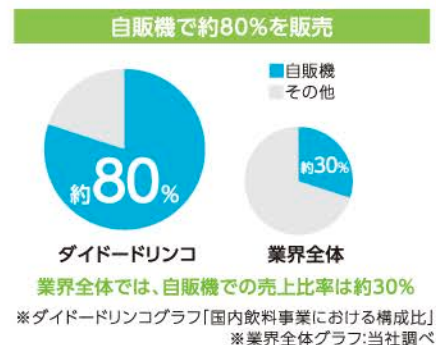
脱炭素社会に向けたCO₂排出削減の取り組み

DyDoグループは、「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、美しい地球を次代に引き継ぐことができる持続可能な社会への貢献をめざしています。その取り組みの1つとして、脱炭素社会にむけた3つのCO₂排出削減目標を掲げています。

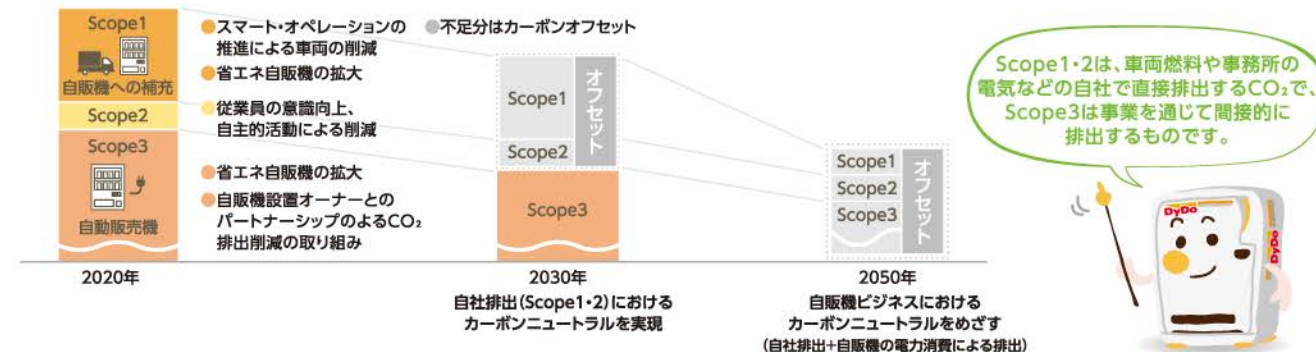
目標設定背景

地球温暖化問題については、製造・物流・販売などのサプライチェーン全体で捉え、事業を通じた温室効果ガスの効果的な排出削減が求められます。DyDoグループのコアビジネスである国内飲料事業は、売上の約80%を自販機が占めていること、自社工場を持たないファブレス経営であることから、まずは自販機ビジネス全体でのカーボンニュートラルの実現に向けた目標を掲げました。

脱炭素社会への貢献に向けたCO₂排出削減目標



自販機ビジネスにおけるCO₂排出削減イメージと削減に向けた施策



CO₂排出削減への具体的な取り組み

スマート・オペレーションの構築によるCO₂排出削減

ダイドードリンクでは、2019年から自販機への飲料の補充などを行うオペレーション業務を抜本的に見直したスマート・オペレーション体制を構築し、2022年5月に全国の直販の営業所への展開が完了しました。自販機1台1台に通信機器を取り付け、販売状況をリアルタイムに把握することで、補充に回るルートを最適化し、今までより少ない人数で対応できる仕組みです。また、これによりトラック車両の削減につながるとともに、事前に補充する飲料のみをトラックに積載するので車両重量が減少し、燃費の改善にもつながります。スマート・オペレーションの定着により、「消費者・取引先・従業員・環境」にとって良い、「四方よし」を実現していきます。

みんなのLOVE the EARTH PROJECTの詳細はウェブサイトをチェック!
<https://www.dydo.co.jp/sustainability/lovetheearth/>



『みんなのLOVE the EARTH PROJECT』

2021年3月より、従業員の環境配慮への意識を高め、国内飲料事業における環境配慮活動を促進するために『みんなのLOVE the EARTH PROJECT』を始動しています。プロジェクトの一環として、イントラネットに特設ページを開設し、環境に関する情報の掲載や、従業員が個人で行った環境活動を共有できるようにしています。事業を通じた取り組みはもちろん、従業員一人ひとりが身近なところから行動することで、活動の輪を広げています。

身近な環境活動の例

海岸など地域の清掃活動への参加、環境にやさしい衣類洗剤・食器用洗剤の使用、電車通勤から自転車通勤への切り替えなど



自販機開発営業担当者に聞く「顧客志向営業」の実践

中期経営計画2026において、成長実現に向けた戦略の1つとして「自販機市場における確固たる優位性の確立」を掲げており、営業力のさらなる強化に向けて「顧客志向営業」というスローガンを掲げました。

「顧客志向営業」とは？

従来までは「課題解決型営業」を掲げ、自販機の設置先であるお客様との信頼関係を築いていくことで自販機設置へつなげてきました。今後は、それをさらに進化させ、新たな設置場所の開発と既存設置場所の維持活動においても、業界で最もお客様に寄り添う企業という、より強い「DyDoの営業ブランド」の確立に向け、顧客理解をより“深化”させることで営業の進化をめざしていきます。顧客志向営業の一例として、自販機設置先のお客様である由利高原鉄道様に設置した自販機とその経緯について紹介します。



開発営業担当者に聞く、顧客志向営業！

Q. 由利高原鉄道様にラッピング自販機を提案された経緯を教えてください。

A. 由利高原鉄道は秋田の米どころ由利地域の「子吉川」^{こよしがわ}に沿って走るローカル線で、沿線の観光案内やイベント列車の企画など、ローカル線ならではの取り組みに注力されています。これまで、DyDoの自販機を設置いただいた実績はありませんでしたが、それはお客様がロケーションフィー^{*}の多寡によりメーカーを選定されていたことが要因でした。

コミュニケーションを重ねる中で、お客様の地域を盛り上げたい、という強い思いを感じました。当社なら、その想いを自販機で表現できると思い、提案しました。

*自販機設置先オーナー様への売上に対する手数料



ダイドードリンコ株式会社
東北営業部 盛岡オフィス
高橋 元樹（現担当）

ダイドードリンコ株式会社
東北営業部 青森オフィス
石郷岡 秀人（前任担当者）



設置自販機（薬師堂駅）

Q. 実際に提案した自販機はどんな自販機ですか？

A. お客様には「デザイン違いの車両のPRもしたい」という考えをお持ちでした。由利高原鉄道の車両は5両、そのうちの3両のデザインを自販機にラッピングを行いました。通常行わない上部や背面部もデザインし、車両全体を自販機で楽しめるものにしました。さらに秋田弁を話す「おしゃべり機能」も搭載。「おしゃべり」には地元の方にも参加いただき、地域一体での取り組みになっています。

Q. 設置後の反響はいかがですか？

A. 自販機は主要な3駅に設置しましたが、設置をきっかけに鉄道のことをSNSで投稿いただくことが増えた

そうです。中には、自販機にラッピングされた車両の特徴を見て、どこで撮影をしているのかを当てるといった楽しみ方でSNSが賑わったこともあったそうです。由利高原鉄道様の魅力を伝え、観光客・鉄道ファンの皆様に沿線にお運びいただくきっかけづくりができたならうれしいです。

Q. 高橋さんにとって「自販機」とは？

A. 仕事柄もありますが、「気になる存在」です。お客様へ提案する時には、どんな工夫をすれば、お客様のお役に立てるか一番に考え、「この自販機はおもしろい」「DyDoと取引して良かった」と思っていたけるよう提案しています。試行錯誤して実現できた自販機が、地域の皆様の「気になる存在」になった時には、最高のやりがいを感じます。



9月12日
発売

ダイドードリンコ
世界一のバリエーション



今回は持続可能な社会の実現に向けた自販機の「内側」の取り組みを紹介しました。今回は使う方に楽しんでいただける自販機の「外側」の工夫を知っていただければと思います。

ワークライフシナジーを実現する副業制度

ダイードリンクで、2020年9月に副業制度を導入してから、2年が経過しました。ここでは、副業制度を活用しワークライフシナジーを実現する従業員をご紹介します。

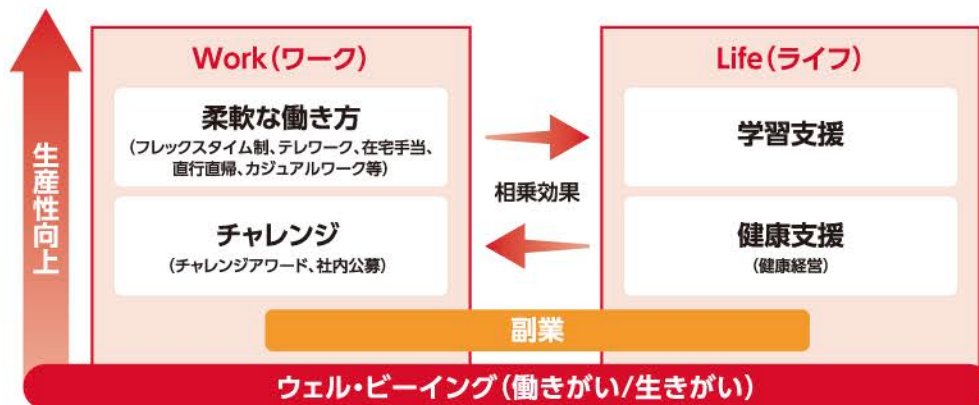
副業制度導入の背景

DyDoグループは、人材戦略の1つとしてワークライフシナジーを掲げています。これは、「ワーク(仕事)」と「ライフ(生活)」の双方を充実させて、シナジー(相乗効果)を生み出そうという、ワークライフバランスを発展させた考え方です。その一環として、従業員が他の企業などで業務に従事できる「副業制度」を導入しました。自社にない知見の獲得や、スキルアップ、精神面での充実による本業へのプラス効果などを期待して導入しており、副業申請者数は年々増加しています。

人材一人ひとりの高度化が求められる現在のビジネス環境においては、プロフェッショナル人材の獲得が大きな課題です。そこで社外から副業や、パートタイムでの勤務を可能にする「副業受け入れ制度」も行っています。柔軟な働き方が可能になる制度を整えることで、従業員が社外の知見を獲得する機会をつくり、ワークライフシナジーを実現し、新たな事業やサービスにつながるイノベーションの創出をめざしていきます。



ワークライフシナジーによる生産性向上



副業制度を活用している従業員にインタビュー



ダイードリンク株式会社 流通営業部
弓取 奨平

普段は食品スーパーやECサイトなど向けの営業を担当しています。競合が多い中で、選んでいただくためには、商品の魅力を伝えるだけでなく、店頭で売れるための施策など、お客様の課題を解決できる提案を心掛けています。

副業が解禁になった時に、本業とは違う分野で学びたいと考え、WEBライターをはじめました。WEB記事の特徴は、紙媒体と比べ、類似するコンテンツが多いことです。競合に負けず、読まれる記事をめざし様々な工夫を凝らしていますが、それによって、本業の営業活動において、相手に伝わりやすい資料作りを一層意識するようになりました。また、記事を書く上で、トレンドのResearchを行うこともあり、本業で店舗を展開するお客様への提案において説得力を出せるようになったと感じています。今後も副業を通じて、相手に伝わる表現力を高めていきたいと思っています。



ダイドードリンコ株式会社 人事総務部
園原 元気

ダイドードリンクでは、新卒採用や、若手従業員の研修プログラムの作成、また社内の表彰制度である「チャレンジアワード」の企画・運営などを行っています。本業に生かせればと考え、キャリアコンサルタントという国家資格を取得していましたが、副業制度が導入されてから実際にコンサルティング業務をはじめました。相談者は、就然とした不安を抱えられている方など様々で、悩みもそれぞれ異なります。相談者に寄り添や学びにつなげ、成長を支援しています。

普段の業務では、学生や若手従業員に接することが多いですが、副業では様々な業界や職種の方、時には人生の大先輩ともいえる方と面談することもあります。また、キャリアコンサルティングに関する知識をアップデートするため、社外コミュニティに所属しています。副業を通じて得た視野の広がりを積極的に業務に活かしていきます。



「株主様向けイベント ～ダイドーグループの本質に触れる～」を開催します!

株主の皆様に向け当社グループのめざす方向性に理解を深めていただけるよう、「DyDo IR説明会」を開催します。2部構成による今回の説明会は、第1部で社長によるプレゼンテーション、有識者との対談を行うほか、第2部ではご参加の皆様が当社グループの従業員と直接お話しいただく場を設け、より深く当社の事業をご理解いただける機会にしたいと思っております。皆様からのたくさんのご応募をお待ちしています。

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
第2部 従業員との座談会

日時

2022年12月17日(土)
 13:30～15:40(12:45開場)
第1部 13:30-14:30
第2部 14:45-15:40
 (15分/コマ×3コマ)

対象者

2022年7月20日(水)時点での
 当社株主様(同伴者1名まで可)

申込定員

第1部 250名 **第2部** 100名
 ※応募者多数の場合、抽選とさせていただきます。

参加費

無料(会場までの往復交通費は株主様のご負担とさせていただきます)

お申し込み方法

同封のハガキより
 お申し込みください。
応募締切2022年10月14日(金)
 ※当日消印有効

場所

梅田スカイビル タワーウエスト3階
 ステラホール
 (大阪府大阪市北区大淀中1丁目1-88)

アクセス

大阪駅、梅田駅(周辺駅含む)より徒歩約10分

新幹線でお越しになる方

新大阪駅より会場まで約20分



飛行機でお越しになる方

伊丹空港から会場まで約45分



その他、アクセス方法の詳細はこちらをご覧ください。

梅田スカイビル | アクセス

<https://www.skybldg.co.jp/access/>



プログラム詳細

第1部 マテリアリティに関するトークセッション

・社長プレゼンテーション ・トークセッション

DyDoグループは2022年1月の中期経営計画2026の発表と同時に、重要性の高い経営課題として8つのマテリアリティを策定し、公表しました。当日は、マテリアリティとは何か、また経営戦略との関係性について、社長によるプレゼンテーションのほか、SDGパートナーズの田瀬氏をお招きし、トークセッションを行います。

登壇者

ダイドーグループ
 ホールディングス株式会社
 代表取締役社長 高松 富也

SDGパートナーズ有限会社
 代表取締役 CEO 田瀬 和夫 氏

第2部 従業員との座談会

※第2部は第1部ご出席者のうち、ご希望される方のご参加となります。

あらかじめ設定したトークテーマに沿い、株主様と従業員の座談会を行います。従業員から当社の取り組みについて簡単に説明した後、皆様とござっばらに意見交換をさせていただきます。

●当日の第2部の流れ



お申込コース

お申し込みの際は、以下3つのコースよりご希望のコースをお選びください。

当日は、各コースに応じたトークテーマをご用意しています。

✓自販機ビジネスを深く知るコース ✓第2の柱の育成について詳しく知るコース ✓グループ各社の商品開発を知るコース

～当日のトークテーマ一覧(予定)～

●新規自販機の開拓営業 ●自販機オペレーションの業務改革 ●環境配慮に向けた重点目標 ●トルコ飲料事業の取り組み ●大同薬品工業の品質追求 ●希少疾病用医薬品事業への参入 ●ダイドードリンコの商品開発 ●たらのみの商品開発戦略

「自販機ビジネスを深く知るコース」を選んだ方のトークテーマ例

1クール目:新規自販機の開拓営業 2クール目:環境配慮に向けた重点目標 3クール目:トルコ飲料事業の取り組み
 ※上記は一例であり、実際の組み合わせとは異なる場合があります。

以下につきまして、あらかじめご了承の上、お申し込みをお願いします。

◆応募者多数の場合、抽選をさせていただきます。◆同伴者の方も同じコースとなります。◆同じコースでもグループにより、トークテーマの組み合わせが異なる場合がございます。◆グループごとのトークテーマは、コースに応じて当社にて決定しますので、ご希望のトークテーマに当たらない可能性があります。◆グループごとのトークテーマは、少なくとも2回はコースに沿ったものとしますが、残りの1回は、当社のことを広く知っていただける機会として、コース外のテーマとさせていただきます。

8月22日
 発売

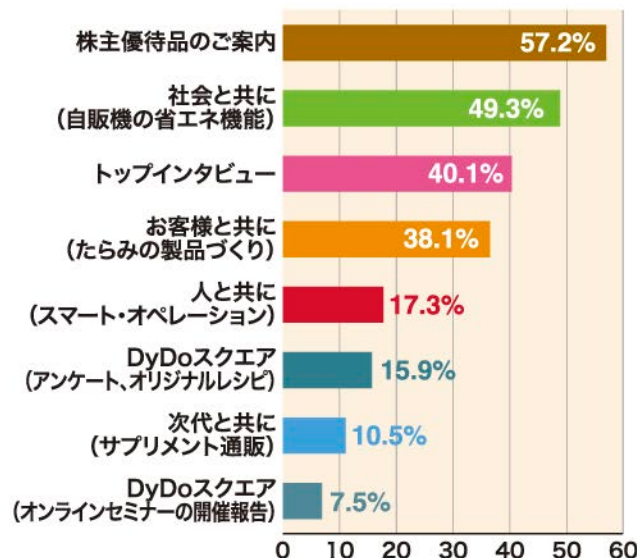
スマートプロ

DyDo Challenge通信2022年春号のアンケートに 数多くのご意見をお寄せいただき、ありがとうございました。

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が、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」のさらなる充実をめざしてまいります。

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:5.5%(1,915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>



参鶏湯風スープを使ったレシピのご紹介

「旨味たっぷり!鶏白湯おでん」

(レシピ提供:料理研究家 寺田 真二郎さん)



材料(2人分)

- 参鶏湯風スープ ……………2缶
- 大根(太い部分) ……………4cm
- お好みのおでん種 ……………約150g
- 茹で卵 ……………1個
- 万能ねぎ ……………適量(小口切り)
- 梅干し、柚子の皮、明太子… あれば各適量

準備する物

- 耐熱ボウル
- 小鍋
- ヘラ

作り方(調理時間:15分)

- ①大根の皮をむき、2cm幅の半月切りにしたら、両面に十字に切りこみを入れる
- ②耐熱ボウルに入れ、水を大根が浸るまで注ぎ、ラップをする
- ③②を電子レンジ(600W)で10分加熱する
- ④小鍋に水気をきった大根、おでん種、「参鶏湯風スープ」を入れ、中火で5分ほど煮る
- ⑤仕上げに半分に切ったゆで卵、万能ねぎをのせ、梅干し、柚子の皮、明太子を添えて完成!