

DyDo Challenge 通信

2021年
秋号



- ①コーヒーアイス
②コーヒーブリン
③コーヒーわらび餅
ヒントはP.17にあるよ!

QUIZ! イラストの中の材料(ダイドーブレンドオリジナル、卵、グラニュー糖、バニラエッセンス)を使って何が作れるでしょう? ①②③から選んでください。

*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 「PURE」シリーズ 正答率82.8% (有効回答数3,804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]

1 トップインタビュー



代表取締役社長
高松 富也

新型コロナウイルス感染症によりお亡くなりに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。

当社グループでは、従業員の健康と安全を第一に新型コロナウイルスの感染拡大防止策に努めています。また、お客様へ安全・安心な商品・サービスをお届けし、健やかな社会づくりに貢献するため、従業員一丸となって、社会的責務を果たしていきます。

Q. DyDoグループの2021年度上期の業績はいかがでしたか。

A. 自販機チャネルの増収が全体の業績を牽引し、増収となりました。

昨年度に比べ、緊急事態宣言が発出されている地域や期間が広範囲にわたる中、自販機設置台数の増加を背景に自販機チャネルで増収を達成し、2021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、将来の成長に向けた投資として、自販機ビジネスにおけるスマート・オペレーションの全社展開(詳細はP.3)にかかる費用や、希少疾患の医療用医薬品事業において新たに締結したライセンス契約(詳細はP.4)にかかる費用などが増加しました。一方、自販機チャネルやサプリメント通販の増収により売上総利益が増加し、前期並みの営業利益を確保しました。

(各事業セグメントの業績に関する詳細はP.5-6をご覧ください)

Q. 今後の方針について教えてください。

A. 将来を見据えサステナブルな事業ポートフォリオの構築に取り組みます。

今後も新型コロナウイルスの感染拡大による業績への影響は一定程度見込まれますが、将来を見据えた経営戦略を着実に実行していきます。

新型コロナウイルスの感染拡大は社会情勢、私たちの生活や価値観に大きな変化をもたらしましたが、当社グループがめざ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」という将来ビジョンに変わりはありません。3つの基本方針のもと、国内飲料事業を中心とする「既存事業の再成長」と「ヘルスケア領域での新規事業の育成」の両利きの経営を進め、サステナブルな事業ポートフォリオの構築に取り組みます。

グループミッション2030の基本方針 連結業績における営業利益率

国内飲料事業のイノベーション

時代の変化やお客様のニーズの多様化を捉え、もっと身近で毎日の生活に役立つ事業へと進化することで、DyDoグループのコア事業であり続ける

6%

海外での事業展開の拡大

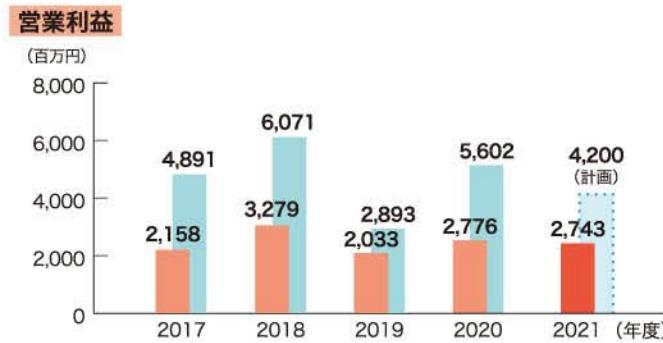
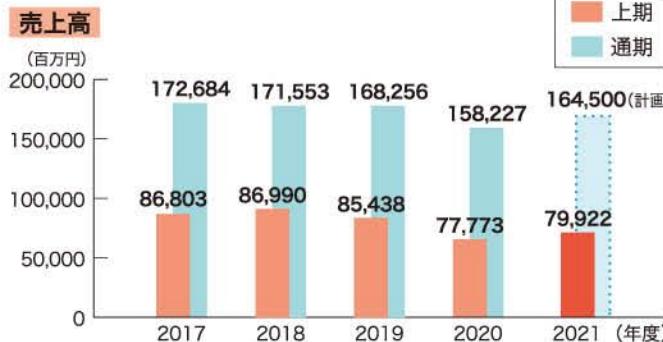
世界中に、こころからだにおいしいものを届けることにより、グループ全体の海外での売上高比率を20%以上に成長させる

5%

非飲料事業での第2の柱を構築

ヘルスケア市場を成長領域と定め、「医療」と「食品」の垣根を越えた新たな市場を開拓し、既存事業と融合するヘルスケア領域での事業を第2の収益の柱として構築する

10%



1 トップインタビュー

ここからは「グループミッション2030」の実現に向けた取り組みをご説明します。

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。

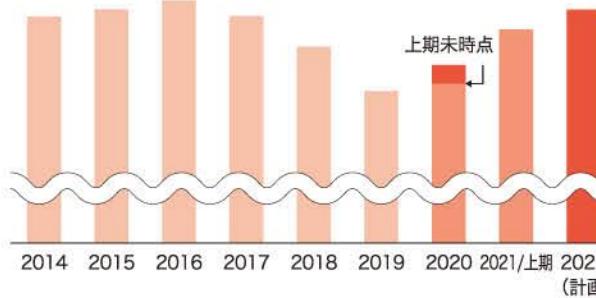
A. 自販機網の強化拡充、スマート・オペレーション全社展開を進めています。

自販機市場で確固たる地位の確立に向け、2021年度の重点施策として、①自販機網の強化拡充、②スマート・オペレーション全社展開に取り組んでいます。

①自販機網の強化拡充に関しては、2019年度から「営業人員(量)」と「提案力(質)」をより一層強化し、その成果が2020年度上期から自販機台数の増加として現れています。また、非対面での営業活動に特化した「インサイドセールスチーム」を立ち上げ、コロナ禍でも営業活動量を増やせるよう取り組んでいます。

(「インサイドセールスチーム」の詳細は、P.11-12をご覧ください)

当社自販機設置台数の推移(イメージ)



②スマート・オペレーションは、労働力が不足する中でも自販機網を維持できるよう、オペレーションの抜本的見直しにより、新たに構築したオペレーション体制です。2019年度から一部の営業所でテスト運営を重ね、2021年度から本展開を進めています。私も現場を視察しましたが、従来とは個人の役割や業務が大きく変わる中で、想定以上のスムーズな移行を確認でき、手ごたえを感じています。来年4月までに直販(ダイドービバレッジサービス)の全営業所への展開完了に向け、取り組みを加速させていきます。

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. 海外飲料事業全体での黒字化に向け、戦略拠点を見直しました。

まずは、現在の中期経営計画で掲げた「事業の選択と集中」を進め、2020年10月にマレーシア市場から撤退し、海外飲料事業全体の黒字化に目途がつきました。主力エリアであるトルコでは、新型コロナウイルスの感染拡大の影響を受けた2020年度を除き、現地通貨ベースで増収が続いている。しかしながら、為替変動によって日本円換算では減収、利益面では輸入原材料であるペットボトルの価格や国内外の物流費の急騰などの影響を受け、厳しい状況が続いている。今後は、リラ安を追い風に英国やドイツなどへの輸出を強化し、収益改善に取り組みます。

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. 希少疾患の医療用医薬品事業でライセンス契約を締結し、新たな一步を踏み出しました。

日本国内において少子高齢化が進む中、ヘルスケア領域を成長分野と定め、国内飲料事業に次ぐ第2の柱の構築をめざしています。

2012年度よりスタートしたサプリメント通販では、定期的にご購入くださるお客様が着実に増えた結果、2018年度に単年度黒字化を達成し、高成長・高収益事業へと成長しています。

また、2019年度からは希少疾患の医療用医薬品事業をスタートさせ、2021年1月と6月にそれぞれライセンス契約を締結しました。

どちらの事業も、当社にとっては新たな事業ですので、専門分野で豊富な経験を積んだ人材の中から当社グループ理念に共感いただける方を新たに採用しています。そして、当社グループにはそうした従業員が活躍できる、少数精鋭で一人ひとりの裁量が大きい企業風土があります。また、研究部門や製造部門は外部を活用する「持たざる経営」を採用し、リスク分散しながら早期の収益化をめざしています。

新規の事業は、取り組みが成果として現れるまで一定期間を要しますが、グループ全体の持続的成長の

実現に向けて必要不可欠な投資であり、既存事業の再成長とバランスを図りながら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. おかげさまで上場20周年を迎えることができました。

当社は、2001年8月9日に東京証券取引所市場第二部に上場し(2003年1月に同第一部銘柄に指定)、本年で20周年を迎えました。これもひとえに、お客様、株主の皆様をはじめ、ステークホルダーの皆様のご支援とご愛顧の賜物と心より感謝申し上げます。

今後も、お客様の楽しく健やかな暮らしに貢献すべく邁進し、企業価値向上をめざしていきます。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。



3) お客様と共に -オンラインDyDoのおいしさと健康をお届け-

より多くのお客様に「ダイドーブレンド」を
楽しんでいただくために

昨年10月に、「ダイドーブレンド」の3商品で、人気TVアニメ「鬼滅の刃」とコラボレーションしたデザインパッケージを期間限定で発売し、大変ご好評をいただきました。今回は、より多くの皆様に当社商品を楽しんでいただくきっかけ作りをめざす、コラボレーション企画の裏側についてご紹介します。

|今年は人気TVアニメ「呪術廻戦」とコラボレーション!

今年は人気TVアニメ「呪術廻戦」とコラボレーションし、「ダイドーブレンドコーヒーオリジナル」で8種類、「ダイドーブレンド絶品微糖」で12種類*、「ダイドーブレンド絶品カフェオレ」で8種類、全28種類の「呪術廻戦」デザインパッケージを10月4日から発売します。「呪術廻戦」の“全身全霊で呪いに立ち向かう姿勢”と、「ダイドーブレンド」の“コーヒーのおいしさをブレンドで創造する”という信念を、パッケージ裏面に「全身全霊で、まさりあって、超えてゆく!」で表現しています。ぜひ、お手に取っていただき、実際のメッセージをご確認ください。

※自販機限定商品



©芥見下々／集英社・呪術廻戦製作委員会

人気アニメ「呪術廻戦」とは？

TVアニメ「呪術廻戦」は『週刊少年ジャンプ(集英社刊)』にて連載されている人気漫画を原作とするアニメ。MBS/TBS系全国28局ネット“スーパーアニメイズム”枠にて2020年10月から2021年3月にかけてテレビアニメ1期が放送された。「呪術廻戦」初の映画となる『劇場版 呪術廻戦 0』が2021年12月24日(金)より公開予定。

株主様
より

Dy

Do
It

本施策の取り組みについて担当者に聞きました!



アイドードリンク株式会社
マーケティング部 可児 義崇

**Q. 「ダイドーブレンド」と人気アニメとのコラボレーションは
どのようにして生まれましたか？**

A. 「ダイドーブレンド」は1975年の発売以来、“香料無添加”と“ブレンド”にこだわり、本物のおいしさを追求し続けています。長年にわたってご愛飲いただくお客様がいる一方で、より多くの方に自慢の味わいをお届けするためには新たな顧客層の獲得が課題としてありました。お客様が缶コーヒーを手に取っていただく時には、おいしさの他にも「充実した休憩時間を過ごしたい」「忙しい中でもリラックスした時間を過ごしたい」という目的があります。手に取る目的をつくるという原点に立ち返り、当社の缶コーヒーを選んでいただくきっかけをどう作るかを考えた結果、人気アニメとのコラボレーション企画に辿りつきました。これまで「ダイドーブレンド」を飲んだことのないお客様が本施策をきっかけに、「DyDoのコーヒーはおいしいんだ!」と気付いていただけることを期待しています。

Q. 今回のコラボレーション企画で工夫したことを教えてください。

A. 大きく2つあります。まず1つ目は、「呪術廻戦」ファンの方と一緒に盛り上がれるよう、「呪術廻戦」を深く理解してパッケージデザインに工夫をこらしました。作品のファンの方であれば気付いていただける仕掛けもありますので、ぜひ探してみてください。

2つ目は、全社一丸となってプロジェクトにあたったことです。通常、商品の販売促進は、全社的な見地からCMや商品へのPOPなどを立案するマーケティング部以外にも、自販機営業企画部や流通営業部などで販売チャネルに合わせた販売促進を行っています。一方、今回は企画の立ち上げ当初から関係部署と連携を図るようにしました。各チャネルでの販売促進を最適化し、本企画の効果を最大限に発揮させるべくプロジェクトを進めています。



最後に株主の皆様へメッセージをお願いします。

当社のコラボ商品はお客様からご好評をいただくことが多いことから、今回の施策への期待は高く、チーム一同かなりのプレッシャーの中、熱い議論を重ねてきました。これまで以上に関連部署メンバーとの連携を深め、まさに“全身全霊で、まさりあって、超えてゆく！”という言葉が、ぴったりな企画となりました。「呪術廻戦」に興味のある方はもちろん、ない方もぜひご期待ください。

9月20日
発売

参鶏湯風スープ

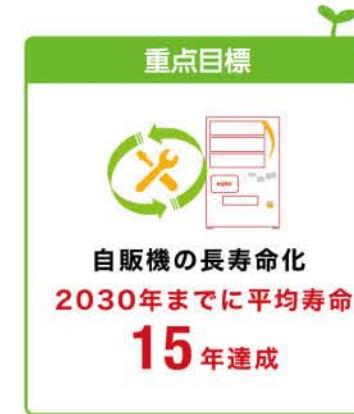
持続可能な循環型社会の実現に向けて 『みんなのLOVE the EARTH PROJECT』が始動しました!

ダイドードリンコでは限りある資源を有効利用し、循環型社会実現への貢献をめざしています。
その取り組みを促進するために、『みんなのLOVE the EARTH PROJECT』をスタートさせました。

『みんなのLOVE the EARTH PROJECT』とは?

DyDoグループでは2021年1月に「DyDoグループSDGs宣言」を策定し、SDGsのめざす未来の実現に向けて、事業を通じて貢献することを宣言しました。そのような中で、今回スタートさせた『みんなのLOVE the EARTH PROJECT』は、国内飲料事業における環境配慮活動を促進するための取り組みです。事業を通じた取り組みはもちろん、従業員の一人ひとりが環境に対して身近なところから行動に移していく、活動の輪を広げていきたいと考えています。

事業活動を通じた取り組みとして、 2030年に向けて3つの重点目標を掲げています。



具体的な取り組みの実施状況

■空き容器の資源循環を推進するため 異物投入抑制を啓発

自販機の横には、自販機で購入された清涼飲料の空き容器を回収してリサイクルするために、空き容器専用リサイクルBOX(以下、「リサイクルBOX」)を設置しています。ただ、そこには空き容器以外の異物(弁当容器、紙くずなど)が捨てられていることがあります。それによってリサイクルの質が落ちたり、困難になることがあります。このことは飲料業界で大きな問題となっており、その理由の一つとして、リサイクルBOXをゴミ箱と認知されている方が多いことが挙げられています*。そこでダイドードリンコでは「異物投入抑制ステッカー」を作成し、当社自販機横のリサイクルBOXへの貼り付けを進めています。これによってリサイクルBOXへの異物投入を防ぎ、さらなる空き容器のリサイクル推進をめざしていきます。

*一般社団法人全国清涼飲料連合会「リサイクルBOXに関する消費者意識調査2020」では回答者の4割強が「自動販売機の横のボックスはゴミ箱ではなく、飲料容器専用のリサイクルボックスであることを知らない」としています



■従業員の自主的な参画を促す 特設ページを開設

従業員一人ひとりが、事業を通した活動だけでなく、日々の生活の中で環境に配慮した活動をしていけば、より良い社会に近づきます。ダイドードリンコでは従業員向けサイトに自分が行った活動を投稿することのできる『みんなのLOVE the EARTH PROJECT』の特設ページをつくりました。このページでは、DyDoの自販機を運営していただいている取引先と協働して、売上の一部を「緑の募金」に寄付する自販機を設置していることや、個人的に行う地域の美化活動をする様子など、従業員の行った様々な環境活動に関する投稿が日々行われています。従業員同士で環境活動を共有することで、気付きや学びにつなげ、環境配慮への意識を高めていきます。



チャレンジする企業風土を醸成する取り組み 「DyDoチャレンジアワード」

DyDoグループでは従業員のチャレンジを後押しし、チャレンジする風土をさらに醸成するための取り組み「DyDoチャレンジアワード」を行っています。今回はその取り組みについてご紹介します。

毎年2部門で従業員のチャレンジを表彰!

「DyDoチャレンジアワード」では毎年従業員のチャレンジを「DyDoチャレンジ部門」と「DyDoアイデア部門」の2部門で表彰しています。審査の過程では従業員投票なども行うため、年1回のイベントとして社内の注目度も高い取り組みです。



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。

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。審査の過程では従業員による投票も行われます。

DyDoチャレンジアワード実施の背景

DyDoグループでは2014年にグループ理念を刷新し、「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。」としました。グループ理念には、DyDoグループが今後も発展していくために挑戦を続ける決意が込められており、これを受けて2017年度より始めたのが「DyDoチャレンジアワード」です。従業員の新たな挑戦を後押しし、ユニークな発想を実現する仕組みを制度化することで、「自分も何かやってみよう」と思う従業員を増やすことをめざしています。



「DyDoアイデア部門」からの施策実現例

これまでの「DyDoアイデア部門」からは、社内システムの改善や人事制度の改革、新サービスの発案までさまざまな視点から多くのアイデアが提案され、いくつもの施策を実現してきました。例えば、昨年は従業員有志5名からなるチームにより副業制度の導入が提案され、その2カ月後には人事制度の一環として実現し、現在ではおよそ60名の従業員がその制度を活用しています。また、2017年度に自販機のオペレーション担当者が提案した「三重まろやかカフェオレ」のように、応募をきっかけに商品化され、2年後の2019年度に「DyDoチャレンジ部門」受賞という、両部門を跨いだ例もありました。

回数を重ねるごとに実績が積み重なってきており、従業員がチャレンジをしやすい風土が整いつつあります。



「第4回DyDoアイデア部門」の プレゼンテーションが行われました。

2021年7月、「第4回DyDoアイデア部門」の最終審査として、従業員投票で選ばれた10件のアイデアについて、各発案者から経営陣にプレゼンテーションが行われました。新商品の開発や人事制度に関するものに加え、SDGsや社会貢献へのアイデアなどの発表に対し、経営陣からは実現に向けた具体的な質問や意見が出ました。



▲プレゼンテーションはオンラインで行われ、各アイデアに対して役員からコメントが伝えされました。



今後も従業員発信のDyDoらしい新たなチャレンジにご期待ください!

株主様向けオンラインセミナーのお知らせ

株主の皆様に当社グループのめざす方向性やその実現に向けた戦略などについてご理解を深めていただけるよう、株主様向けのオンラインセミナーの開催を予定しています。皆様の参加をお待ちしています。

株主様向け DyDo オンラインセミナー

開催日時 2021年10月1日(金)
20:00~21:05(予定)

実施方法 ライブ配信

参加費 無料

参加方法 以下のウェブサイトより、参加のご登録をお願いします。お申し込みいただいた株主様に後日、視聴用URLをお送りします。



<https://www.dydo-ghd.co.jp/ir/event/entry.html>

応募締切 9月30日(木)まで

プログラム(予定)

第1部 自販機市場での優位性の確立に向けて



ダイドードリンコ株式会社
代表取締役社長
中島 孝徳

第2部 質疑応答

株主様の「知りたい」にお応えするウェブコンテンツをご紹介

●DyDoグループの現場をバーチャル見学しよう

当社ウェブサイトにグループ会社の取り組みをレポートした動画を随時アップロードしています。本動画は、コロナ禍でも株主の皆様に現場を見て楽しんでいただけるよう、以前の工場見学会に代わって新たに企画しました。ぜひご覧ください。

フルーツゼリーのトップメーカー
「たらみ」小長井工場へ潜入!



自販機長寿命化に込められた
環境への想い～整備工場を見学!～



安心・安全なドリンク剤を製造
「大同薬品工業」関東工場へ潜入!



●IR担当が語る株主優待秘話

株式会社東京証券取引所が運営するウェブサイト「東証マネ部!」において、当社株主優待制度についてのインタビューをご掲載いただきました。ぜひご覧いただき、株主優待制度に込めた私たちの想いについて知っていただければ幸いです。



インタビューは
「東証マネ部!」の
ウェブサイトから
ご覧いただけます。

<https://money-bu-jpx.com/news/article031316/>

●以下の点についてあらかじめご了承ください。

◆ライブ配信をご視聴いただく際には、株主様がご使用になるパソコンなどの機器やインターネットの接続環境により、映像や音声に不具合が生じる場合がございます。なお、ライブ配信をご視聴いただくための通信料などは株主様のご負担とさせていただきます。

◆ライブ配信につきましては、万全を期しておりますが、通信環境の悪化やシステム障害などの不測の事態により、やむを得ず中止・中断する場合がございます。

「DyDo IR説明会～株主の皆様と共に～」の開催休止について

例年、10月下旬に開催していました「DyDo IR説明会～株主の皆様と共に～」につきましては、新型コロナウイルスの感染拡大の状況を鑑み、本年度も開催を取りやめることとしました。ご参加を楽しみにしていただいた株主様もいらっしゃるかと存じますが、ご理解ほどよろしくお願い申し上げます。この状況が終息へと向かい、皆様と直接コミュニケーションできる機会が一日も早く来ることを願ってやみません。



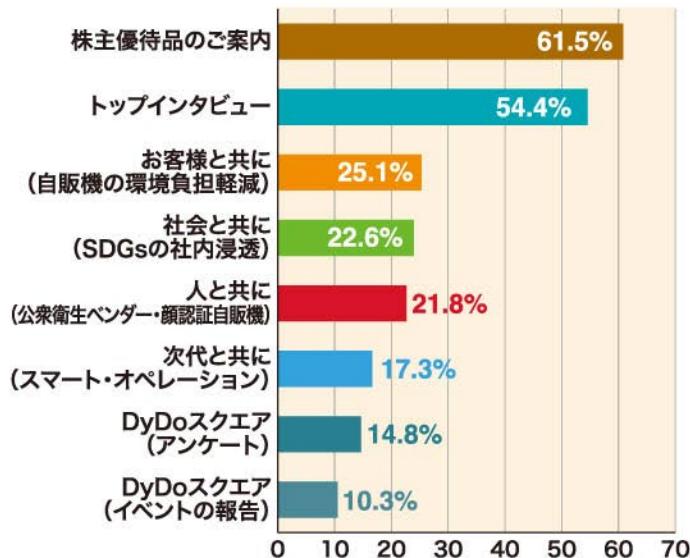
9月6日
発売

DyDo Challenge通信2021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は、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いきます。

Q DyDo Challenge 通信で興味を持たれた記事はどれでしょうか。 (複数回答可)

回答率:13.8%(4,418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、
当社ウェブサイトでアンケート結果を掲載しています。

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

ダイドーブレンドオリジナルを使ったレシピのご紹介

「レンジで簡単!コーヒープリン」



材料(1人分)

- ・ダイドーブレンドコーヒー オリジナル:120g
- ・卵:1個
- ・グラニュー糖:大さじ1
- ・好みでバニラエッセンス:2~3滴

準備する物

- ・ボウル
- ・泡立て器
- ・耐熱性のあるマグカップ
- ・こし器
- ・アルミホイル

作り方

- ① ボウルに材料をすべて入れ、混ぜ合わせる。
- ② 混ぜた材料をこし器でこしながら、耐熱性のマグカップに入れる。
- ③ 電子レンジに入れて、最初に500wで1分、その後200wで2分~2分30秒ほど加熱する。
- ④ 表面がモワっとし、少し固まってきたら準備完了。マグカップ上面をアルミホイルで包み、粗熱が取れたら、冷蔵庫に2時間ほど入れて完成!