

# DyDo Challenge

## 通信

2021年  
春号



P.5~6も  
参考にしてね!

**QUIZ!** かぶぬしゅうたい 株主優待セットの中から男の子が持っていた商品のシリーズ名はなんでしょう?

※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 45周年 正答率97.4% (有効回答数3,113件)

### Contents

1 トップインタビュー	1	2 株主優待品のご案内	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の発生から一年以上が経過しましたが、今もなお、世界各国に甚大な影響を及ぼしています。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取り組むとともに、グループ従業員一丸となってお客様へ安全・安心な商品・サービスを変わらずお届けできるよう努めています。

**Q. コロナ禍によって経営の方向性に変化はありましたか。**

**A. 短期的な業績への影響はあります、私たちが目指す方向性は何ら変わりません。**

2020年は、新型コロナウイルスに翻弄された激動の一年となりました。国内外における社会活動・経済活動の制限などにより、当社グループ各セグメントの短期的な業績には影響がありました。ただ、私たちが未来に向けてめざす「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」という方向性は、何ら変わるものではありません。コロナ禍を契機とした大きな社会変革を事業成長のチャンスと捉え、柔軟な発想で迅速に行動し、人と社会に貢献するビジネスモデルの構築を加速させていきます。

**Q. 2020年度の業績はいかがでしたか。**

**A. コロナ禍により上期は大きな影響を受けましたが、下期には国内飲料事業の販売が回復基調となり、一定の利益水準を確保することができました。**

上期の業績につきましては、新型コロナウイルス感染拡大による日本国内の緊急事態宣言や海外における

行動制限の影響などを受け、各事業セグメントで一時的に売上が大きく減少しました。しかし、下期は国内飲料事業における「鬼滅の刃」とのコラボ商品(缶コーヒー)の効果や自販機台数増などにより、販売が回復基調となりました。また、食品事業は、内食需要増によるスーパーでの販売拡大、原材料コストと販管費の低減によって增收増益を実現しました。その結果、連結業績は一定の利益水準を確保することができました。これは、従業員一人ひとりが、コロナ禍による大きな環境変化に柔軟に対応し、企業としての使命を果たすべく全社一丸となって取り組んだ成果だと考えています。

(2020年度の業績概要、「中期経営計画2021」の詳細については、第46回株主総会招集ご通知をご覧ください)

## 年度末時点の自販機台数の推移イメージ

- ① 10年来自販機台数はほぼ横ばい
- ② 労働力不足を背景に地方を中心に減少
- ③ 従来水準への回復をめざす



**Q. 海外事業の現状について教えてください。**

**A. 海外飲料事業セグメント全体の黒字化には目途が立ちました。次期中期経営計画に向けて次なる成長を模索していきます。**

海外飲料事業において大きなウエイトを占めるトルコ飲料事業は、新型コロナウイルス感染拡大の影響で一時的に売上が減少しましたが、行動制限解除以降、主力ブランドであるミネラルウォーター「Saka(サカ)」を中心に販売は比較的堅調に推移しており、健康志向の高まりを背景に、中長期的にもさらなる成長が期待できると考えています。一方、赤字が続いているマレーシア飲料事業については、コロナ禍からの販売回復が困難と判断し、現地子会社の全株式を売却しました。

2021年度は、次期中期経営計画に向けて次なる成長を模索すべく、海外事業戦略の再構築を進めるとともに、中国飲料事業の収益改善に向けて現地生産を開始し、海外飲料事業セグメント全体の足元の業績を確かなものにしていきたいと考えています。



**Q. ヘルスケア領域拡大への取り組み状況を教えてください。**

**A. サプリメントの通信販売は高い成長を続けています。また、希少疾病の医療用医薬品事業も新たな第一歩を踏み出しました。**

当社グループは、世界中のお客様の健康や生活の質の向上に貢献する商品・サービスをお届けしていくために、ヘルスケア領域の拡大をめざしています。国内で展開するサプリメントなどの通信販売は、主力商品「ロコモプロ」を中心に高い成長を続けています。また、医薬品関連事業は、大同薬品工業の関東工場や医薬品・医薬部外品などのパウチ製品製造ラインの稼働開始により、事業成長への準備が整いました。さらに、希少疾病的医療用医薬品事業に参入すべく設立したダイドーファーマでは、2021年1月に同社にとって初めてのライセンス契約を締結し、将来に向けた新たな第一歩を踏み出しました。今後も、ヘルスケア領域での事業を第2の柱として構築すべく、新たな取り組みにチャレンジしていきます。



**Q. 2021年度はどのような取り組みに注力していきますか。**

**A. 2021年度は「グループミッション2030」の実現に向けた重要な一年。自販機網の強化・拡充を図り、スマートオペレーション体制の全社展開を実行していきます。**

現在掲げている「中期経営計画2021」は、売上・利益などの定量目標をあえて設定せず、将来の成長に向けた「基盤強化・投資ステージ」と位置付けています。2021年度は、当社グループのありたい姿を示す「グループミッション2030」の実現に向けた重要な一年であり、実行すべき課題も明確なものとなっています。

収益性の高い自販機網の強化・拡充に向けて、オンライン商談を効果的に活用するインサイドセールスを交えながら、売れる場所の変化を的確に捉えた営業活動を推進します。さらに、自販機オペレーション現場の働き方においても業界をリードする存在となるべく、最新のテクノロジーを活用したスマートオペレーション体制の構築を着実に推進し、自販機市場における確固たる競争優位性を確立していきます。そして、時代の変化やお客様のニーズの多様化に対応しながら、自販機ビジネスを、もっと身近で毎日の生活に役立つ事業へと進化させていきます。

(「スマートオペレーション体制」の詳細については、本誌P.11~12をご覧ください)

**Q. 最後に株主の皆さまへメッセージをお願いします。**

**A. 新型コロナウイルス感染症の拡大はビジネスに多大な影響を及ぼしましたが、変わらず企業の果たすべき役割としてSDGsへの貢献をめざしていきます。**

当社がグループ理念として掲げる共存共栄の精神は、SDGsの原則である「誰一人取り残さない」にも通じるものであり、持続可能な社会の実現に向け、事業を通じて貢献することが私たちのミッションだと考えています。2021年度より、当社グループとして取り組みを本格化すべく、「DyDoグループSDGs宣言」を策定しました。SDGsのめざす未来の実現に向けて「グループミッション2030」を通じて貢献し、世界中の人々が楽しく健やかに暮らすことのできる持続可能な社会をめざしていきます。株主の皆様におかれましては、今後も変わることなくご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。



サステナビリティ > DyDoグループSDGs宣言

## 2021年春の株主優待商品をご紹介!

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いたします。

※1単元(100株)以上、かつ、半年以上保有の株主の皆様に送付しております。

## 2021年春の株主優待セット



優待制度変更後、初めてのお届けになります。新たな優待品の内容については、DyDo Challenge通信2020年春号のアンケートを通じ、皆様のご要望を伺いました。その結果、約9割の皆様から「従来の商品詰め合わせを希望する」との声をお寄せいただきました。これを受け、飲料、ゼリー、サプリメントなどの当社グループの商品の中から、どういった組み合わせが喜んでいただけるか検討を重ね、完成した新たな詰め合わせです。2021年の春夏の新商品と共に楽しんでください。

## たらみのゼリーが増えました!

優待品の中でも、たらみのゼリーは大変ご好評をいただいている。また、「ほかのカップゼリーも加えてほしい」や「パウチタイプのゼリーも入れてほしい」などのご意見も多数お寄せいただきました。皆様からの声にお応えすべく、制度変更にあたり、ゼリーのラインアップを大幅に拡充しています。シリーズにより異なるゼリーの味わい、それを実現するたらみの技術を、ぜひ感じてください。



旬摘み厳選果実の  
ピュアなおいしさを味わえる  
フルーツゼリー「PURE」シリーズ



クリアでみずみずしく、つるんぱるんとした口当たりのゼリーに、上質なフルーツの香り・味わい・食感をギュッと閉じ込めました。旬の果実と果汁を使用し、果実にもゼリーにもこだわり抜いた、たらみが自信をもってお届けする高級フルーツゼリー。特別な日にお召し上がりいただきたい商品です。

フルーツの濃さをたっぷり味わえる  
なのにうれしい0kcal\*  
「濃いゼロパウチ」シリーズ



エネルギーチャージ系の商品が多いパウチゼリー市場において、フルーツのおいしさを楽しめるたらみの商品は着々とシェアを拡大しています。

厳選したフルーツ果汁・ピューレを使用。0kcal\*でありながらも濃厚なフルーツの味わいをしっかりと表現し、のど越しの良いぱるぱる感が味わえます。忙しい朝、ダイエット中、簡単に栄養補給したい時にお試しください。

\*食品表示基準に基づき、100g当たり熱量5kcal未満を0kcalとしています

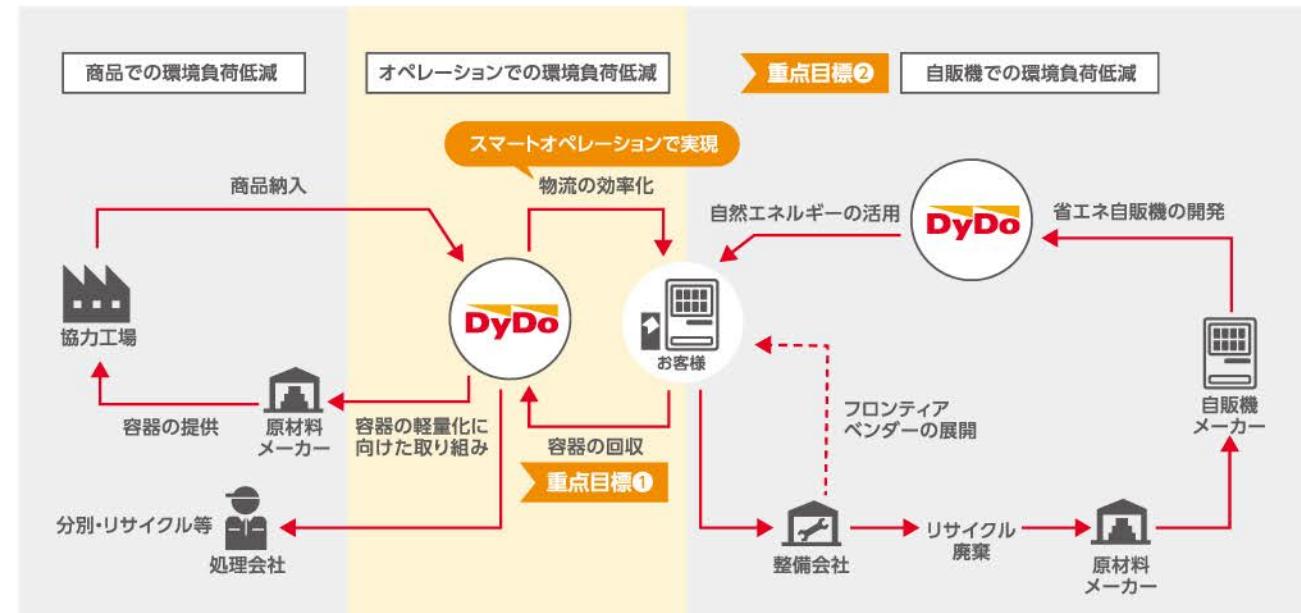
### 3 お客様と共に オンリーDyDoのおいしさと健康をお届け

## 自販機からめざす資源循環社会の実現

企業に求められる地球環境を守る取り組みは、事業活動としっかり連動していることが大切だと、私たちは考えています。DyDoグループのコアビジネスである自販機における取り組みをご紹介します。

### 自販機ビジネスでの環境負荷低減への取り組み

自販機ビジネスを運営するには、電力・容器・ガソリンなど多くの資源を使用します。自販機チャネルを主力とする当社だからこそ、率先して取り組めることを追求しています。例えば、P.11~12で紹介するスマートオペレーション体制の構築もその一つです。業務の効率化は同時にガソリンの使用量の削減にもつながります。このほか、ビジネスの各側面における環境負荷低減への取り組みを、今後さらに加速すべく、数値目標として容器の回収、自販機の使用年数などについて、2030年までの重点目標を設定しました。



### 重点目標① 空き容器回収率100%

私たちは商品を販売するだけではなく、ペットボトルを含む容器の回収までのプロセスが、果たすべき責任だと考えています。ダイドードリンコは現在、自販機の横にクリーンボックスを設置、空き容器を自主回収することで、ペットボトルの出荷重量に対して、80%以上を適切なリサイクルにつなげています。この回収率を2030年までに、ペットボトルに限らず当社が商品として販売した容器全量の100%相当を回収することをめざします。

このほかにも「容器包装の基本方針」を定め、空き容器回収のほか、プラスチック容器のサステナブル化(植物由来素材、リサイクル素材など)の割合を60%以上にすることを目標にしています。

クリーンボックスにゴミを入れないで!  
リサイクルがきちんとできるように  
ご協力ください。



### 重点目標② 自販機の平均使用年数15年以上

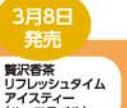
自販機本体には、鉄やレアメタルなどの資源が多く使われています。ダイドードリンコでは、業界で平均7年と言われる自販機の使用年数を長期化することで、これらの資源を大切に使用していきます。

使用年数の長期化といつても、ただ単純に長く使い続けるわけではありません。ダイドードリンコでは、引上げた自販機の部品の入替や、外装の再塗装などの整備を行った上で、市場に再投入しています。また、一部の自販機においては、価格表示パネルのデジタル化や照明のLED化など、新品同様の機能を備えたものへと改造しています。

お客様にはより心地よく使用いただける自販機でありながら、資源を最大限に活用するとともに、環境への負荷を低減すべく、協力の整備会社とともに日々探求を重ねています。



これからもDyDoグループは持続可能な社会に貢献し続ける企業として、  
地球・地域社会との共生をめざした取り組みを進めていきます。



# 4

## 社会と共に オールDyDoの取り組みー

### みんなで取り組む環境活動

「SDGs(Sustainable Development Goals:持続可能な開発目標)」は、国連加盟193カ国が2030年までに達成するために掲げた目標で、地球上の「誰一人取り残さない」ことを誓っています。この達成に向け、DyDoグループでも一人ひとりが事業活動、個人の行動について考えていくべく、社内浸透活動を行っています。



ダイドードリンコ株式会社  
コーポレートコミュニケーション部  
広報・CSRグループ  
**中川 麻琴**



▲SDGsは17の目標とそれに紐づく169のターゲットを設定しています。

#### | SDGsへの貢献=グループ理念の体現

SDGsの「誰一人取り残さない」という考えは、DyDoグループが創業から大切にしてきた共存共栄の精神と通じるものであり、2019年に掲げた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」は、私たちにとってのSDGsそのものであると考えています。SDGsは決して難しい概念ではなく、一人ひとりの考え方や行動の積み重ねにより実現することを理解してもらうため、社内浸透活動を実施しています。2020年度は、SDGsの必要性を認識するところから始め、社内の取り組み事例を共有することで業務との結びつきへの理解を進めました。

### 2020年の取り組み

#### Step 1

##### 体験する



◀それぞれの行動により変わる  
経済・環境・社会の状況を  
ホワイトボードで示しながら  
ゲームが進む

#### 9月:「SDGsがなぜ必要なのか」をカードゲームで学ぶ

SDGsは、経済・環境・社会の3つの側面がバランスよく達成されることをめざしています。SDGsがなぜ必要なのかを理解するため、カードゲームを活用しました。このゲームでは、「富を築きたい」「地球の環境を守りたい」など、まず自分の人生の目標が定められた上で、取る行動を選択します。それぞれの行動が世界の経済・社会・環境の状況に反映されていき、時に「経済は発展しつつ環境が破壊されている」という状況も生まれ、持続可能な世界を実現するためには、協力が不可欠であるということが体感できました。

○／＼ 従業員の声 個人の価値観が異なっても、「豊かな世界の実現」という共通の目標をもつことに大きな意味があると感じました。

#### 株主様 より

社会貢献を常に考える会社であってほしいです。



#### Step 2

##### 有識者から学ぶ



(左) 慶應義塾大学大学院 政策・メディア研究科 教授 蟹江 奴史氏

(右) 環境活動家(慶應義塾大学環境情報学部) 露木 志奈氏

#### 11月:社会課題=自分や子どもたちに起こる問題として理解する

次に行ったのは、外部有識者によるオンラインセミナーです。環境活動家である露木氏からは、ご自身の活動のきっかけでもあった「環境問題はそもそも私たちの行動から起因しているものである。また、そのツケを将来世代に残すべきではない」という話をいただきました。続いて、蟹江教授からは、「コロナ禍で起きたマスクと手洗いの励行」という個人の行動が感染拡大防止という社会変革を起こした実例など、身近な例を基にご説明いただきました。また、自販機を通じたSDGsへの貢献について、考え方のヒントをいただきました。

#### 従業員の声

コロナ禍で起きた変化など身近な具体例から話していただけたことで、決してハードルが高いものではないことを理解しました。

#### Step 3

##### 社内の活動事例を共有する



▲セミナーの最後に、それが業務の中で今後取り組んでいくことを宣言

#### 12月:SDGsを意識した活動事例を共有する

2020年の最後には業務との結びつきへの意識を高めるため、実際にSDGsを意識した事業活動を行う従業員から、取り組み事例とそれに対する取引先の反応についてセミナーを行いました。登壇した従業員の「普段の行動・身近なできごとをSDGsに紐づけてみることで、つながりが理解できる。またそれを周りと共有することで新たな発想も出てくる」との説明により、SDGsは自社の業務にすでに結びついているものだという理解を深めました。

#### 従業員の声

当社における具体的な活動を知ることで、身近なことからSDGsに貢献できる実感が持てました。



### 2021年のNext Stepへ

一人ひとりが業務において、SDGsへの取り組みを意識して行動を起こせることを目指し



私たちの今の行動が、未来の社会につながることを考え、DyDoグループがこれからも社会に必要とされる企業グループであり続けられるよう、取り組んでいきます。

3月22日 発売

大人のカロリミット  
はむぎブレンド茶

#### DyDo より

創業から培った共存共栄の精神のもと、これからも従業員一人ひとりが持続可能な社会の実現に向けた活動を行っていきます。



## 「自販機と言えばDyDo」と選ばれ続けるために、新たな可能性を追求

DyDoグループでは、自販機市場における確固たる地位を築くために、自販機そのものの価値も磨き続けています。自販機の新たな可能性を追求する2人の担当者のインタビューをお届けします。



ダイドードリンコ  
株式会社  
自販機営業企画部  
  
(左)自販機戦略グループ  
武田 剛士  
(現・法人営業部)  
  
(右)機材開発グループ  
古門 義浩

まずは業務内容や役割について教えてください。

**武田:**全国のDyDoの自販機を増やすため、新たな設置場所を開拓する営業担当者の支援をするのが、私の一番のミッションです。現場の意見を収集するとともに、担当者のスキルアップに向けた情報共有や研修を行っています。また、営業担当者の商材となる自販機の魅力の向上に向け、販売する商品や、Smile STANDなどのサービス、自販機そのものの機能改善など、自販機に関わるあらゆる企画を担当しています。

**古門:**グループは違いますが、武田も私も「No.1の自販機を作る」という共通の目的を持ち、日々連携しています。所属するグループ名が示す通り、私は自販機本体を起点にどういった機能があればお客様に安心して、便利に、また喜んで使っていただけるかを考え、市場で確固たる優位性を持つ自販機作りに努めています。

**DyDoの自販機はユニークな機能が話題になることが多いですが、最近では、顔認証自販機を多くのメディアで取り上げていただきましたね。**

**古門:**実は、企画の立案自体は2年前までさかのぼります。お客様にとって一番便利で簡単な決済方法はなにかを考え始めた頃、世の中で急速に普及していたのはQR決済でした。ではその先の未来はどうだろう、と考えた時にたどりついたのが、顔認証決済です。具体化していく中で、技術の進化や、世間の理解も進み、今後急速に普及する素地ができたと思います。まだ、実証実験の段階ですが、お取引先からの高い期待を感じています。

### 自販機から安全・安心をお届け! 公衆衛生ベンダー

●すべての自販機へ抗ウイルス剤によるコーティングを実施



▲自販機にステッカーを貼付

●一部の自販機では、マスクや除菌シートなど衛生商品の販売を開始



▲缶と同サイズの特製BINで販売

**古門:**一方で、今のトレンドへ柔軟に対応していくことも大切です。例えば、足操作自販機。新型コロナウイルスの感染拡大により、手で触れることへの抵抗感が強くなりました。「じゃあ、足で操作すればいいじゃないか」という単純な発想から企画し、実証実験などを行いました。

**武田:**同時に私の方では、自販機での衛生商品の販売を検討しました。また、安心してご利用いただくために、自販機に抗菌の工夫ができるか、古門に相談し、設置済みのすべての自販機へ抗ウイルス剤によるコーティングの実施を実現しました。

**まさに、連携しながら「新しい自販機」を作っているのです。  
そのアイデアはどのように育んでいるのでしょうか。**

**古門:**自販機は身近で使いやすいものであるべきという信念のもと、10年後の世界を想像しながら、自販機のあるべき姿を考えています。そのヒントの一つは、新たな技術の

中 있습니다。展示会などに足を運び、新しい技術に触れ、この技術が自販機に活かせないか、活かせばどんな価値を生めるか、自販機の新たな可能性を考え続けています。

**武田:**自販機の良さは、日本全国に普及していること、また老若男女問わず生活に溶け込んだ優れたインフラであることです。この強みを生かすべく、営業担当者を通じて収集する自販機を設置いただく述べ、ご利用いただくお客様のニーズ、世間のトレンドや新しい技術など、情報のインプットに努め、「飲料を買うための箱」に留まらない可能性を検討しています。

自販機でNo.1になるために、口ケオーナー様・お客様に喜んでいただくこと、それによりDyDoの自販機が選ばれ、増えていくこと、「三方良し」の実現に向けて取り組んでいます。またそうでないと、飽和している自販機市場の中で生き残れないと考えています。これからも「自販機と言えばDyDo」と選び続けていただくために、取り組んでいきます。

### 究極のキャッシュレス!顔認証自販機の実証実験を開始

●日本電気株式会社(NEC)の顔認証技術を活用

●事前に顔画像やクレジットカード情報、パスコードを専用サイトに登録

●購入時は、顔とパスコード入力の2要素認証により、簡単かつセキュアに決済が可能  
(3月現在、マスク着用でも顔認証できるようテスト進行中)

▼  
私物を持ち込むことができない、  
工場やデータセンターでの設置に期待



▲自販機に付けたカメラで顔を認証

3月8日  
発売

ダイドープレンド  
クラフトブラック  
世界一のバリスタ監修



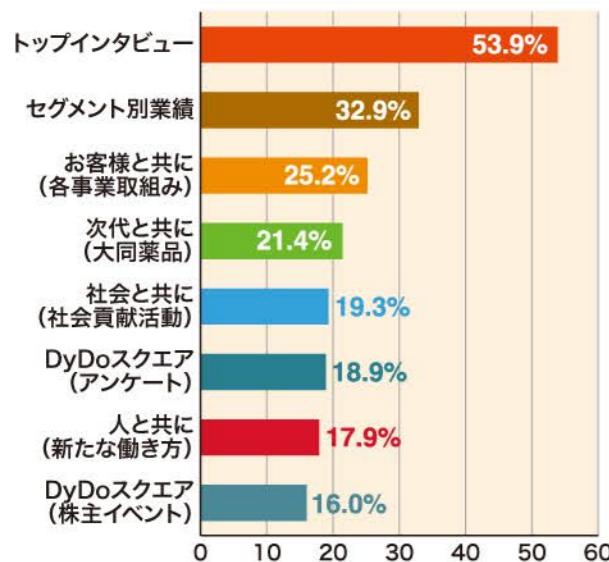
## アンケートに数多くのご意見をお寄せいただき、ありがとうございました。

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。

### DyDo Challenge通信 2020年秋号のアンケート結果

#### Q 興味を持たれた記事はどうですか。

(複数回答可) 回答率:11.4%(3,791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、当社ホームページでアンケート結果を掲載しています。

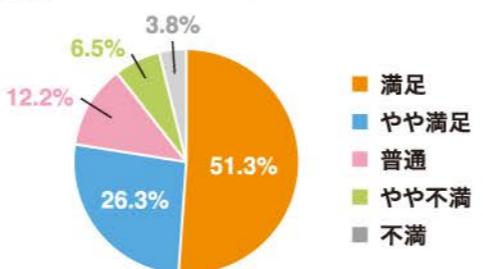
<https://www.dydo-ghd.co.jp/ir/data/report>

### 長期株式保有記念品※の アンケート結果

※5年以上保有の株主の皆様を対象に贈呈(保有が5年を超えた年に1回限り)

※2020年度は制度開始初年度のため、保有が5年を超えたすべての株主様に贈呈

#### Q 記念品に対して当てはまる 評価はどれですか。回答率:17.8%(2,780名)



#### Q 優待内容についてご意見・ご要望が ございましたらお聞かせください。

コーヒーをおいしくいただくのに、  
毎日使えるものでうれしいです。

記念品の箱は小物入れなどに  
使用できるので良かったです。

## Pick up

### お届けボックスに決めた想い



新たな優待制度下での詰め合わせ内容を決定(詳細はP.5~6)した後、お届けする箱の設計も行いました。毎号のアンケートでお寄せいただき、「開く時にワクワク感があります」というありがたい声に引き続きお応えしつつ、「持ちやすさを改善してほしい」というご意見にも対応することをめざし、制作にあたりました。

外装のデザインについても検討を重ね、シンプルながらも、皆様との絆や、商品の一つひとつに込めた当社グループの従業員の想いを表現したものに決定しました。

当社グループの商品が株主の皆様の健やかな毎日に寄り添うものになれば幸いです。

### ほっと一息 ~株主様のDyDoにまつわるエピソード~

父がダイドーブレンドコーヒーの大ファンで出先では自販機でいつも購入しています。幼い頃からその姿を見て私もDyDoファンになりました。(兵庫県 R.I様)



DyDo商品をご愛顧いただき、ありがとうございます。お父様の姿をみてファンになっていただいたことで、素敵なお関係に温かな気持ちになりました。ダイドーブレンドオリジナルは昨年45周年を迎ましたが、これからも何代も先まで愛される商品・企業でいられるよう努めています。



IR担当者

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?本誌付属アンケートハガキにある「※その他ご意見・ご希望、当社にまつわるエピソードがございましたらお聞かせください。」の欄にエピソードをご記入の上、アンケートハガキをご返送ください。

### プレゼント応募企画

今号のアンケートにお答えいただき、表紙クイズの正解を回答いただいた方から、抽選で20名の方に当社グループ商品合計6,000円相当をお送りします。ぜひ、ご応募ください。  
(ご応募期間:2021年5月31日(月)消印分、FAX受信分まで)

※当選者の発表は、発送をもってかえさせていただきます  
※プレゼント企画へのご応募の方は「お名前」「ご住所」「お電話番号」を必ずご記入ください

