2012年1月期

決算説明補足資料

＜2012年2月24日　決算発表＞

ダイドードリンコ株式会社
（東証1部：2590）

目　次

Ⅰ．清涼飲料業界の動向　・・・　2

Ⅱ．決算の概要　・・・　4

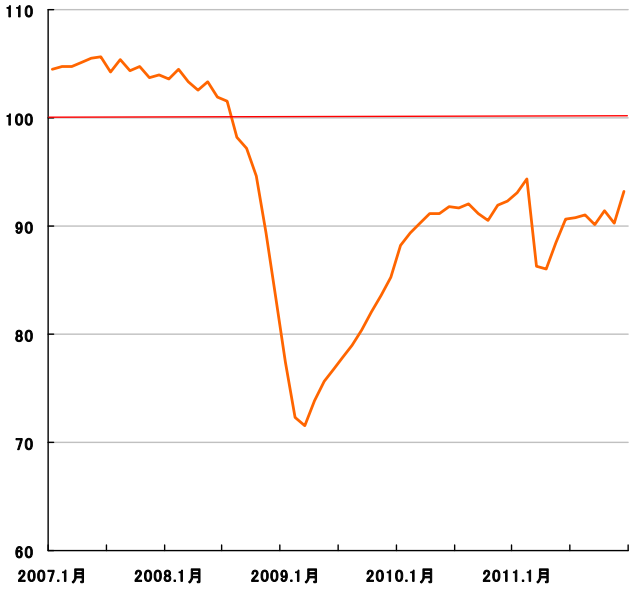
Ⅲ．通期業績予想　・・・　9

Ⅳ．参考資料　・・・15

Ⅰ．清涼飲料業界の動向

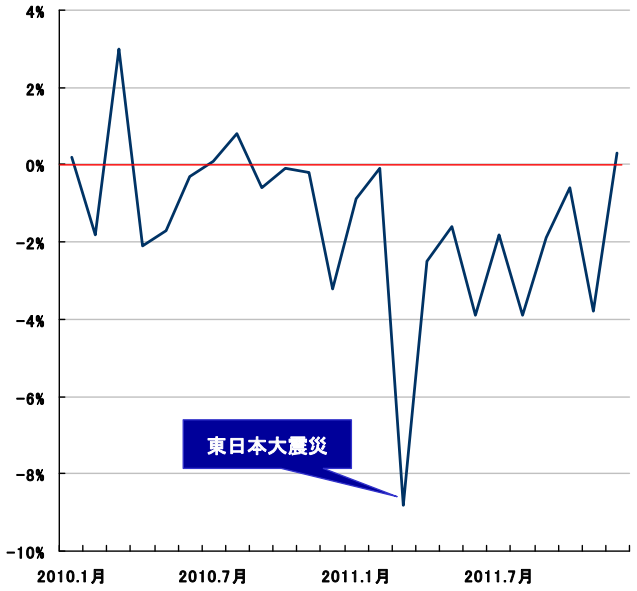
1. 依然厳しい状況の続く経済情勢

景気動向指数の推移
CI指数 （2005年=100）



資料：内閣府：統計情報より当社作成

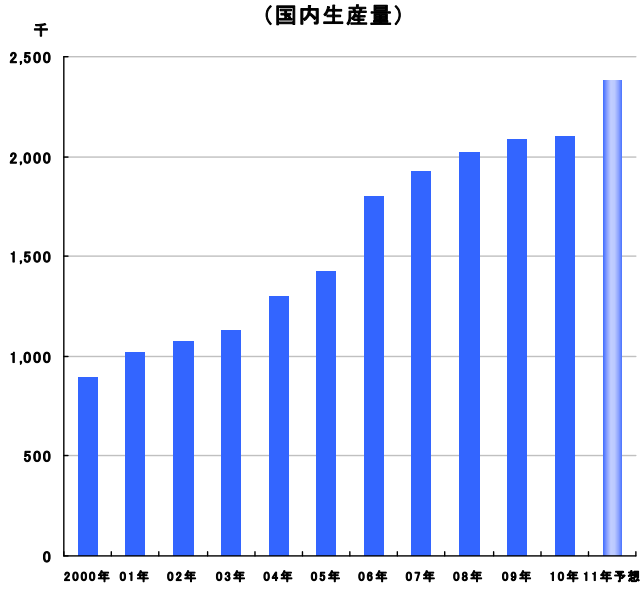
1世帯当たり1か月間の支出の
対前年同月実質増減率（二人以上の世帯）



資料：統計局：家計調査報告（二人以上の世帯）より当社作成

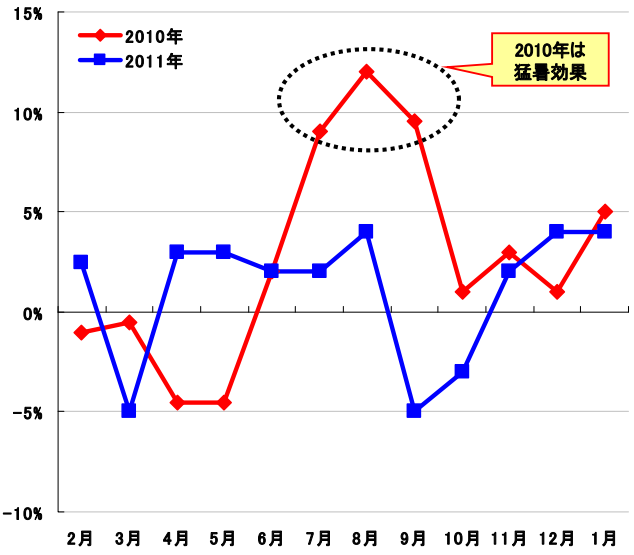
2. 販売動向

ミネラルウォーター生産量の推移
（国内生産量）



資料：日本ミネラルウォーター協会データより当社作成

清涼飲料出荷数量前年比推移



資料：ダイドードリンコ調べ

Ⅱ．決算の概要

1．連結業績ハイライト

【連結経営成績】

（単位：百万円）

	11/1期実績	12/1期実績	増減額	増減率	公表値	増減率
売上高	151，369	147，404	▲3，965	▲ 2.6%	146，000	1.0%
売上総利益	82，442	80，120	▲2，322	▲ 2.8%	－	－
（売上総利益率）	(54.5%)	(54.4%)		－	－	－
営業利益	6，539	7，295	756	11.6%	6，700	8.9%
経常利益	5，809	6，687	878	15.1%	5，850	14.3%
当期純利益	2，691	2，351	▲340	▲ 12.6%	2，350	0.0%
1株当たり当期純利益	162.45円	141.91円	▲20.54円	－	141.85円	－

1株当たり配当金	50円	50円	－	－

【連結財政状態】

（単位：百万円）

	11/1期実績	12/1期実績	増減額	増減率
総資産	125，497	128，550	3，052	2.4%
純資産	73，049	74，788	1，738	2.4%
自己資本比率	57.0%	56.9%	－	－
1株当たり純資産	4,321.26円	4,416.66円	95.40円	－

2. 連結売上高

（1）部門別売上高

（単位：百万円）

	11/1期 実績	12/1期 実績	増減額	増減率
コーヒー飲料	71,901	71,547	▲354	▲ 0.5%
茶系飲料	20,015	20,810	795	4.0%
果汁飲料	12,072	12,915	842	7.0%
炭酸飲料	11,794	10,132	▲1,661	▲ 14.1%
ミネラルウォーター類	5,152	4,256	▲895	▲ 17.4%
機能性飲料	3,968	4,088	120	3.0%
ドリンク剤	2,415	2,312	▲102	▲ 4.2%
その他	14,968	11,833	▲3,134	▲ 20.9%
飲料販売部門	142,287	137,897	▲4,390	▲ 3.1%
飲料受託製造部門	9,082	9,507	425	4.7%
合計	151,369	147,404	▲3,965	▲ 2.6%

（2）飲料販売部門 販売チャネル別売上高

（単位：百万円）

	11/1期 実績	12/1期 実績	増減額	増減率
自販機	126,366	120,322	▲6,043	▲ 4.8%
CVS等	15,921	17,574	1,653	10.4%
飲料販売部門	142,287	137,897	▲4,390	▲ 3.1%

3. 要約連結損益計算書

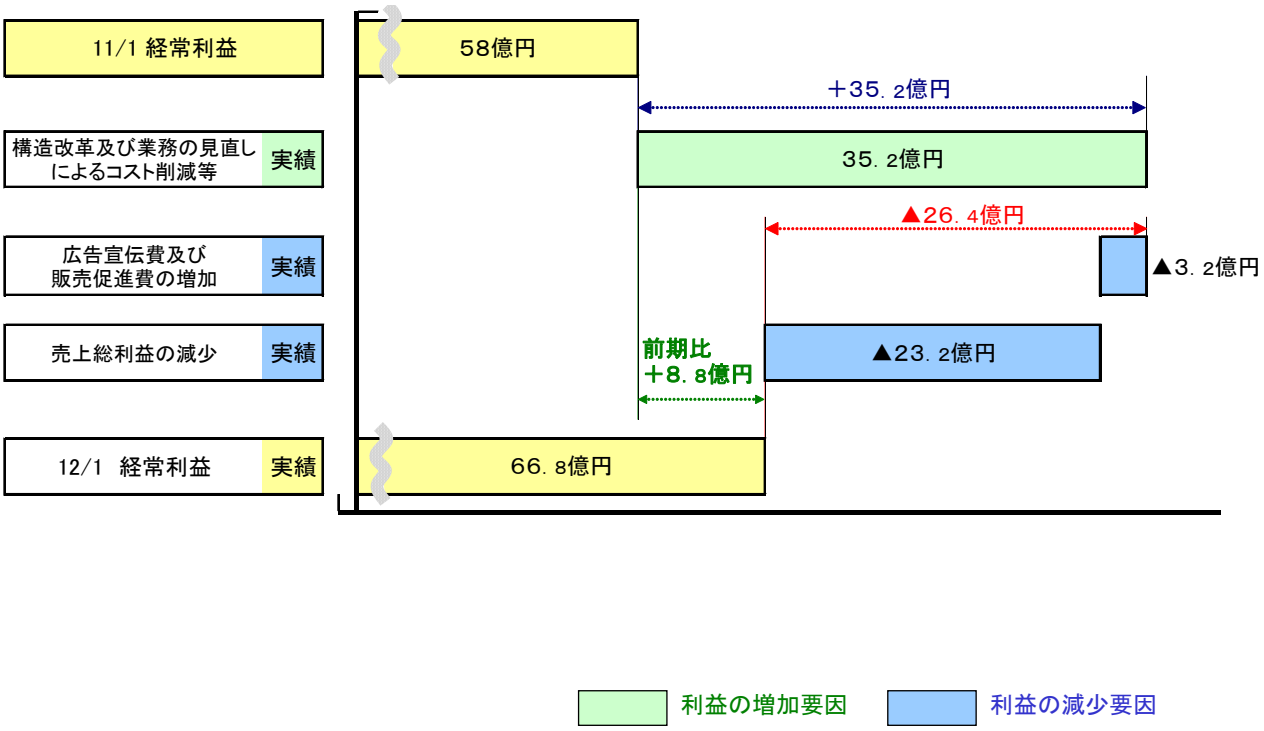
（単位：百万円）

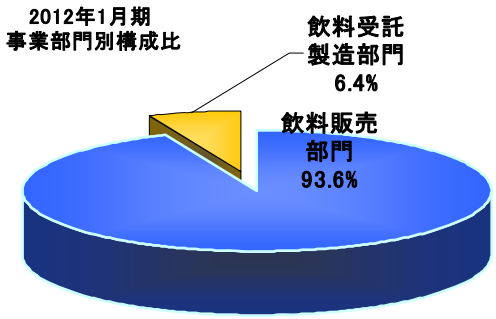
科目	11/1期 実績	12/1期 実績	増減額	増減率
売上高	**151,369**	**147,404**	**▲3,965**	**▲ 2.6%**
売上原価	68,927	67,284	▲1,643	▲ 2.4%
売上総利益	82,442	80,120	▲2,322	▲ 2.8%
販売費及び一般管理費	75,903	72,824	▲3,078	▲ 4.1%
営業利益	**6,539**	**7,295**	**756**	**11.6%**
営業外収益	769	933	163	21.2%
営業外費用	1,499	1,541	42	2.8%
経常利益	**5,809**	**6,687**	**878**	**15.1%**
特別利益	143	－	▲143	－
特別損失	486	1,291	804	165.3%
税金等調整前当期純利益	**5,466**	**5,395**	**▲70**	**▲ 1.3%**
法人税等	2,565	2,825	259	10.1%
少数株主利益	209	219	9	4.8%
当期純利益	**2,691**	**2,351**	**▲340**	**▲ 12.6%**

【主な販売費及び一般管理費】

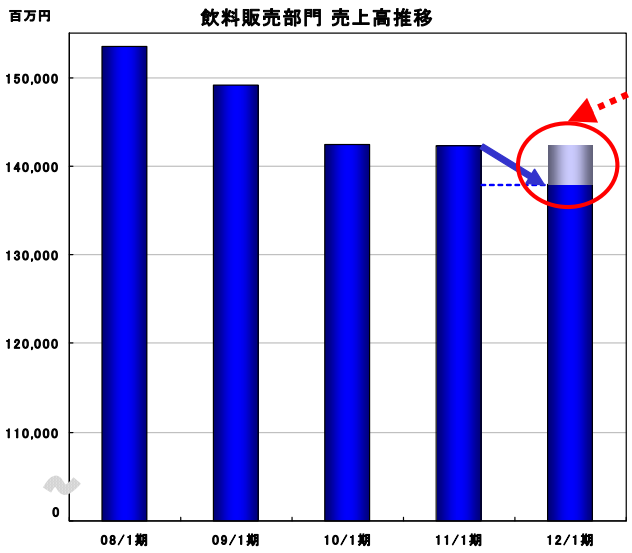
発送配達費	4,123	3,940	▲183	▲ 4.4%
広告宣伝費	3,978	4,159	181	4.6%
販売促進費	19,965	20,103	137	0.7%
給与手当	12,804	11,861	▲943	▲ 7.4%
リース料	457	345	▲111	▲ 24.4%
減価償却費	12,244	11,688	▲555	▲ 4.5%

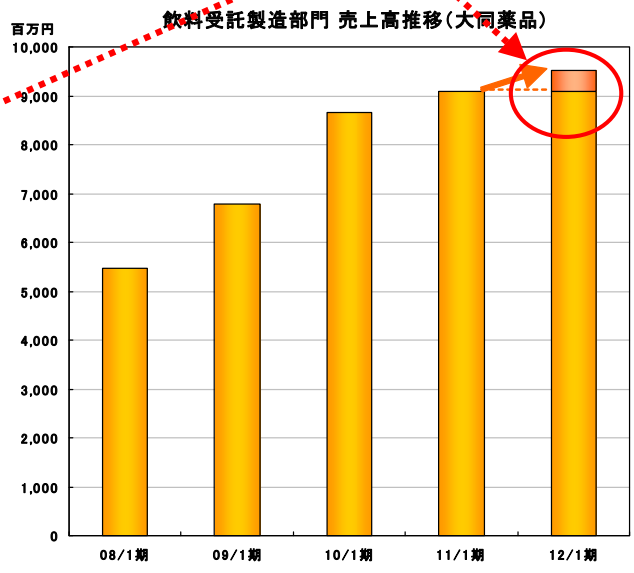
4. 連結経常利益の増減要因





補完関係





5. 要約連結貸借対照表

（1）資産の部

（単位：百万円）

科目	11/1期 実績	12/1期 実績	増減額	増減率
流動資産	**68，585**	**74，221**	**5，636**	**8.2%**
現金及び預金	22，668	21，511	▲1，156	▲ 5.1%
受取手形及び売掛金	12，904	12，702	▲201	▲ 1.6%
有価証券	24，513	31，435	6，921	28.2%
たな卸資産	6，321	5，768	▲553	▲ 8.8%
その他	2，176	2，802	625	28.8%
固定資産	**56，912**	**54，328**	**▲2，583**	**▲ 4.5%**
有形固定資産	28，356	27，909	▲447	▲ 1.6%
リース資産	20，533	15，162	▲5，370	▲ 26.2%
その他	7，823	12，746	4，923	62.9%
無形固定資産	2，064	2，319	255	12.4%
投資その他の資産	26，491	24，100	▲2，391	▲ 9.0%
投資有価証券	21，417	19，474	▲1，943	▲ 9.1%
その他	5，074	4，626	▲448	▲ 8.8%
資産合計	**125，497**	**128，550**	**3，052**	**2.4%**

5. 要約連結貸借対照表

（2）負債の部・純資産の部

（単位：百万円）

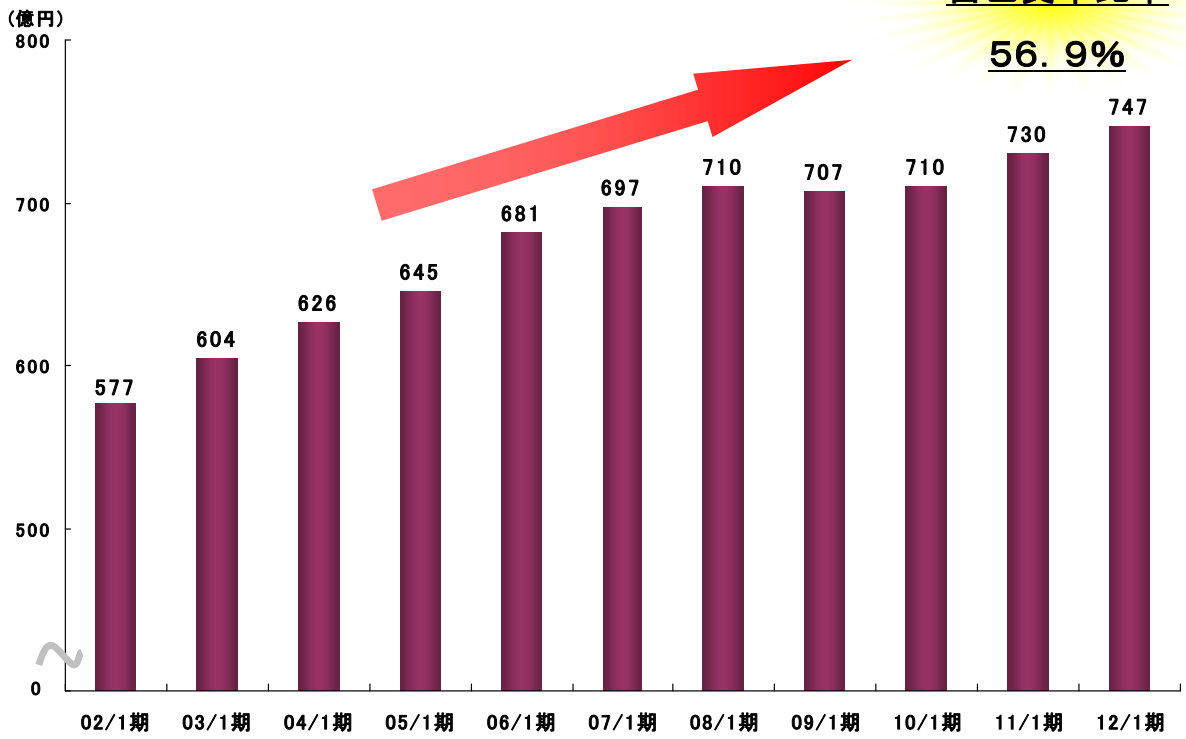
科目	11/1期 実績	12/1期 実績	増減額	増減率
流動負債	**38，477**	**40，272**	**1，795**	**4.7%**
支払手形及び買掛金	17，447	15，901	▲1，546	▲ 8.9%
未払金	6，976	10，384	3，408	48.9%
リース債務	8，898	6，813	▲2，085	▲ 23.4%
その他	5，155	7，174	2，018	39.2%
固定負債	**13，971**	**13，489**	**▲481**	**▲ 3.4%**
リース債務	10，818	8，065	▲2，753	▲ 25.4%
その他	3，152	5，424	2，271	72.1%
負債合計	**52，448**	**53，762**	**1，313**	**2.5%**
株主資本	**72，199**	**73，722**	**1，522**	**2.1%**
資本金	1，924	1，924	－	0.0%
資本剰余金	1，464	1，464	－	0.0%
利益剰余金	68，814	70，337	1，522	2.2%
自己株式	▲3	▲3	－	－
その他の包括利益累計額	**▲609**	**▲551**	**57**	**－**
少数株主持分	**1，459**	**1，617**	**158**	**10.8%**
純資産合計	**73，049**	**74，788**	**1，738**	**2.4%**
負債及び純資産合計	**125，497**	**128，550**	**3，052**	**2.4%**

6. 純資産の推移（連結）

－ 独自のビジネスモデルによる強固な財務基盤 －

自己資本比率

56. 9%



Ⅲ. 通期業績予想

1. 通期業績予想

【連結業績予想】

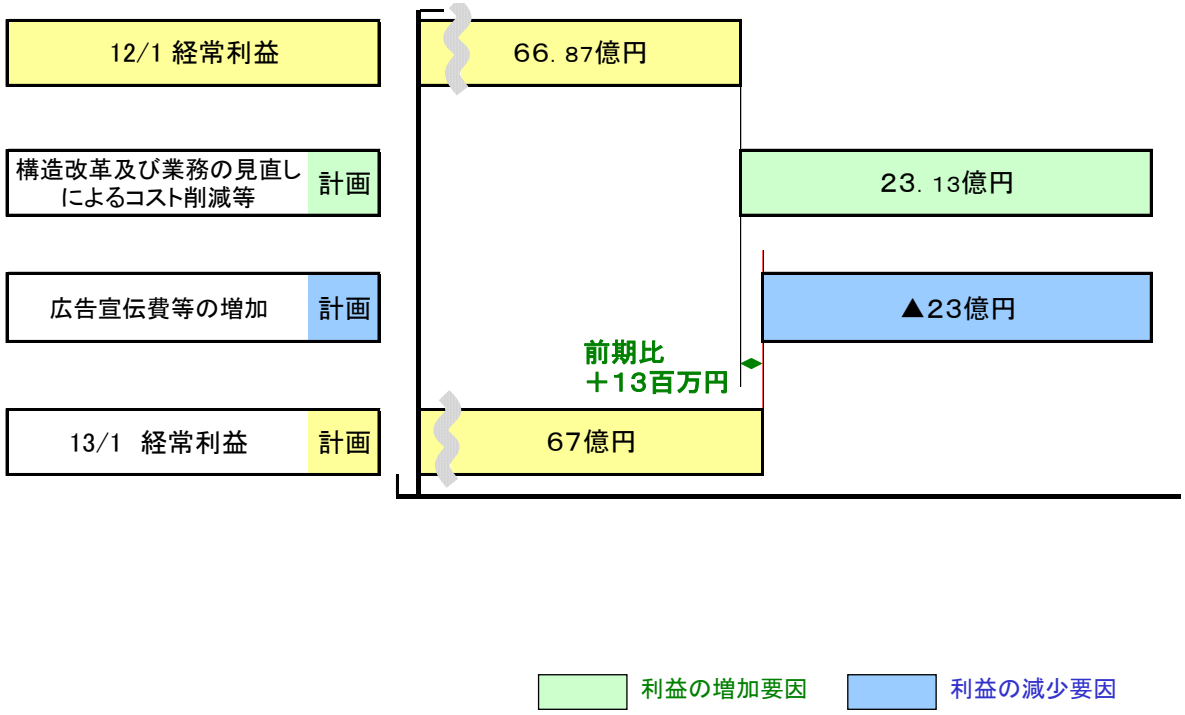
（単位：百万円）

	12/1期実績	13/1期予想	増減額	増減率
自販機	120, 322	117, 630	▲2, 692	▲ 2.2%
CVS等	17, 574	20, 150	2, 575	14.7%
飲料販売部門	137, 897	137, 780	▲117	▲ 0.1%
飲料受託製造部門	9, 507	9, 720	212	2.2%
売上高	147, 404	147, 500	95	0.1%
営業利益	7, 295	7, 300	4	0.1%
経常利益	6, 687	6, 700	12	0.2%
当期純利益	2, 351	3, 100	748	31.9%
1株当たり当期純利益	141.91円	187.12円	45.21円	－

【配当予想】

	12/1期実績	13/1期予想	増減額
1株当たり年間配当金	50円	50円	－
（中間）	20円	20円	－
（期末）	30円	30円	－

2. 連結経常利益予想の増減要因



3. 当社の目指す方向性

コーヒーの更なる販売強化

- 各チャネル毎の営業体制の見直し
- 各チャネルに即したマーケティング戦略展開
- 収益力の強化



自販機以外の販路の拡大

- 流通事業の販売強化
- 効果的な販促活動の実施
- 提案型営業スタイルの確立



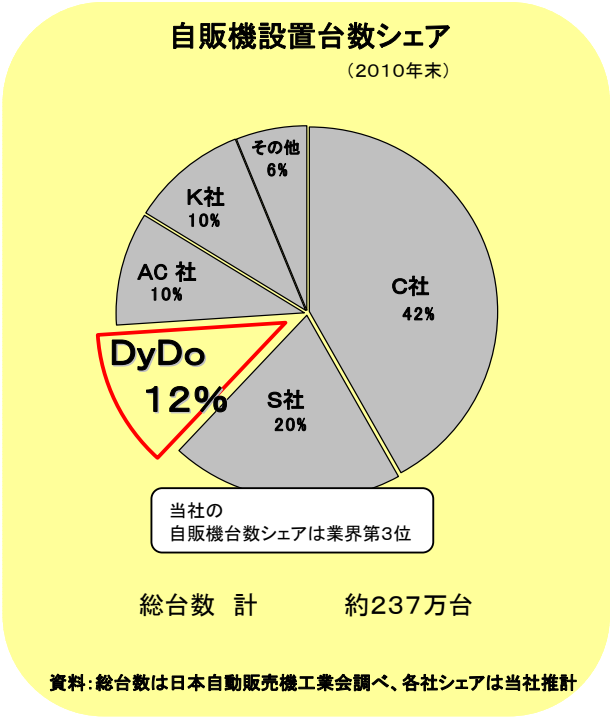


CVSおよび量販店用の限定品



DyDo Drinco 通販

自販機設置台数維持と質の向上

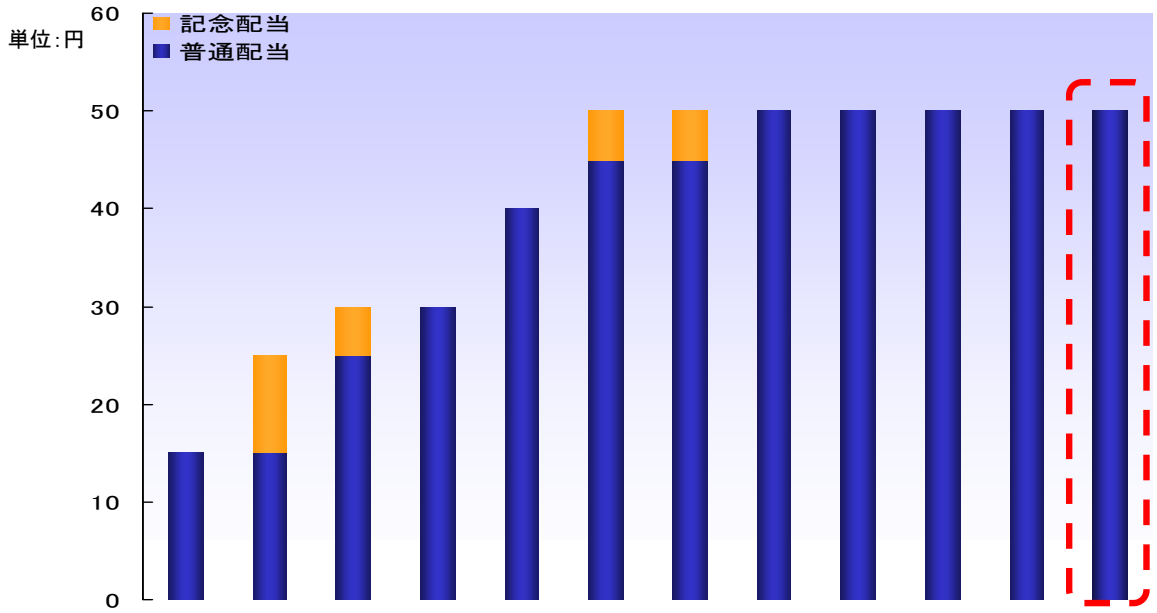


収益性を重視した自販機展開

- 優良ロケーションの維持・獲得
- 不採算自販機の見直し

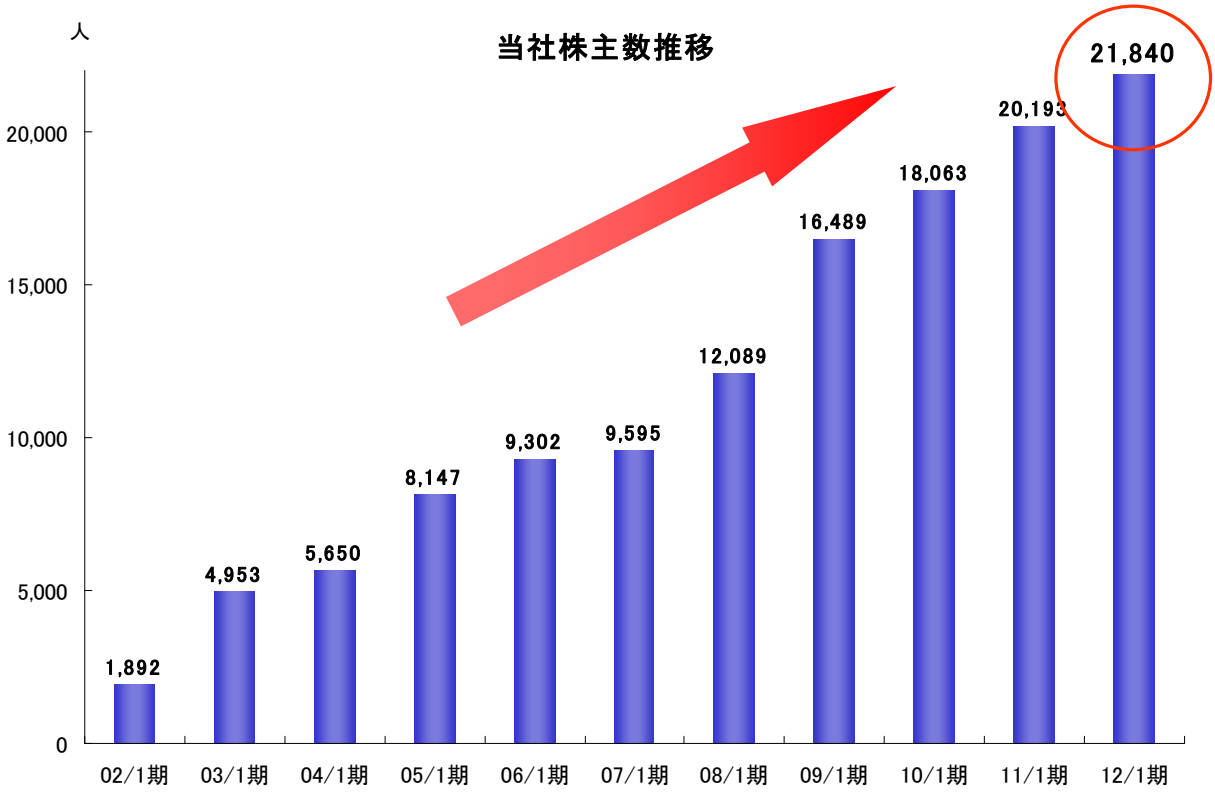


4. 株主還元に対する考え方



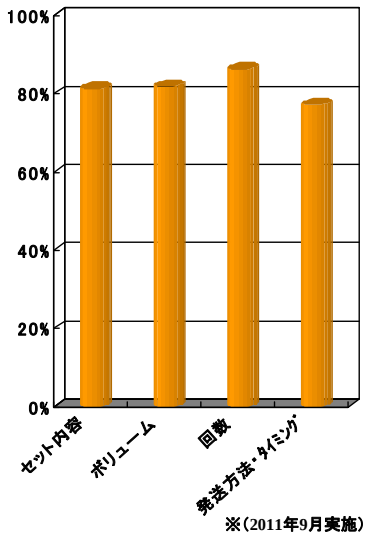
	01/1期	02/1期	03/1期	04/1期	05/1期	06/1期	07/1期	08/1期	09/1期	10/1期	11/1期	12/1期
普通配当	15	15	25	30	40	45	45	50	50	50	50	50
記念配当	–	10	5	–	–	5	5	–	–	–	–	–
配当総額(百万円)	91	414	497	497	662	828	828	828	828	828	828	828
配当性向 (連結)	4.5%	19.5%	16.3%	18.9%	25.9%	23.9%	41.3%	31.7%	82.7%	117.3%	30.8%	35.2%

5. 個人株主層の拡大へ向けて



6. 株主優待品に対するご意見

株主優待満足度のアンケート結果



※(2011年9月実施)

株主の皆さまからいただいたご意見

・優待品のボリューム、質の充実感など、期待以上に大満足です。
ずっと保有したい。優待品をなくさないでほしい。 (女性・40代)

・配当が減ってもいいので、現状の優待制度を維持してほしい。
(男性・50代)

・子供も大人も満足する内容です。継続してください。 (女性・40代)

・株主優待のセット内容がとてもいいので、このまま継続してほしい。
(女性・60代)

・コーヒーのおいしさは他社以上だと思う。CM等でもっとアピールすべき。
(男性・50代)

・今回の優待品は本当においしいものばかりたくさん入っていて良かった。
(女性・40代)

・いつもおいしく飲んでいます。自販機でもダイドーブレンドコーヒーを飲んでいます。のみやすいです。 (男性・40代)

・飲料は夏場には最適で皆に好評です。 (男性・70代)

・家族が楽しみにしているので、優待品の継続を希望します。友人にダイドーの優待品を見せたら、そのうち2人が株主になりました。
(女性・60代)

・御社の優待は、どこの会社よりも早く届くので喜んでいる。
品数も多く、味だめしもできてうれしい。 (女性・60代)

株主優待品のご紹介

100株以上保有の株主の皆さまに
年2回 3,000円相当の
自社製品詰め合わせを進呈
(割当基準日:1月20日、7月20日)



2011年7月20日現在の株主の皆さまに進呈した株主優待品



2012年版
知って得する株主優待*で
読者が選ぶ「株主優待人気ランキング」上位ランクイン!

*2011年11月 野村IR発行

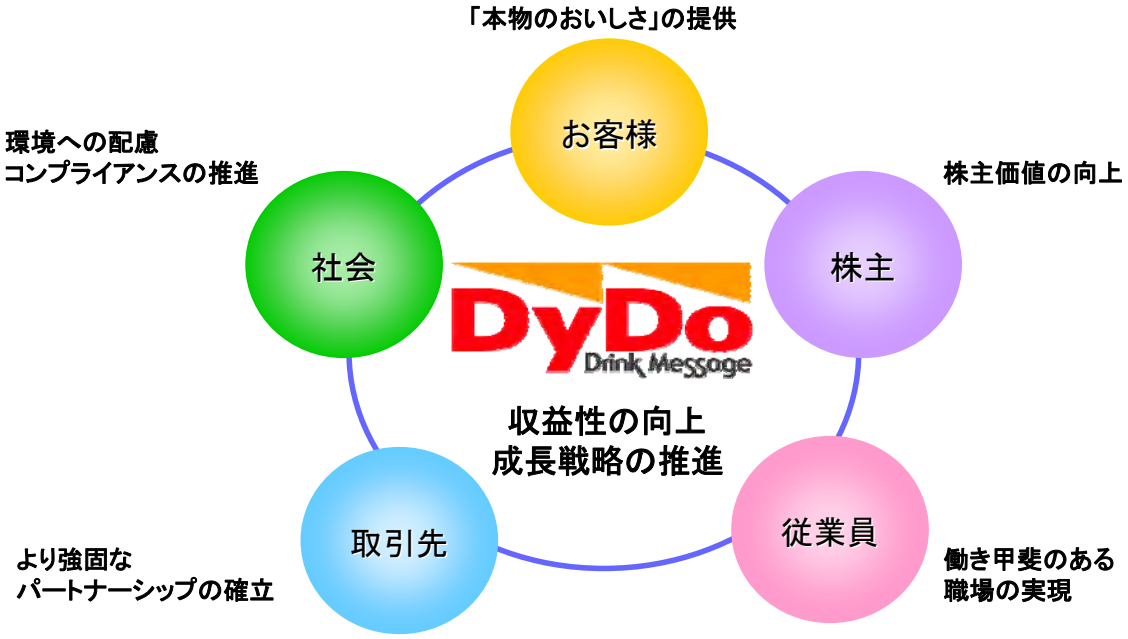
驚き!感動の株主優待ランキング
6年連続 No.1

順位	社名	優待回数
1	ダイドードリンコ	2回
2	日本マクドナルドホールディングス	2回
3	カゴメ	2回

株主優待総合ランキング

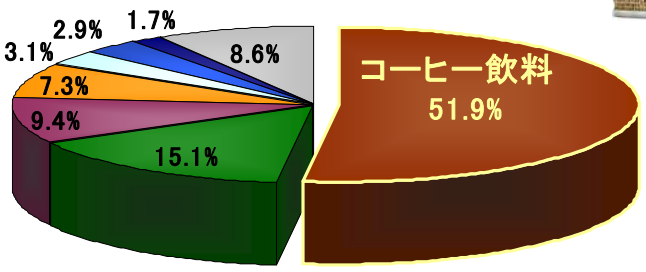
順位	社名	優待回数
1	日本マクドナルドホールディングス	2回
2	ダイドードリンコ	2回
3	伊藤ハム	1回

私たちに関わる人々（ステークホルダー）に対する共存共栄



Ⅳ. 参 考 資 料

飲料販売部門 商品別構成比



ダイドーブレンドコーヒー



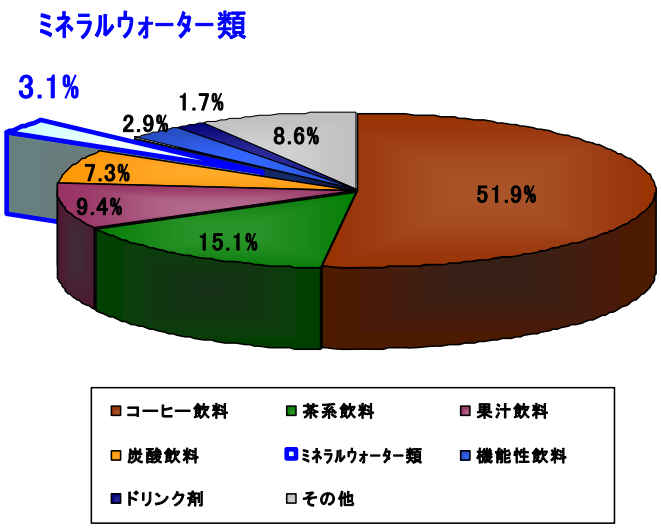
デミタスコーヒー



無香料へのこだわり



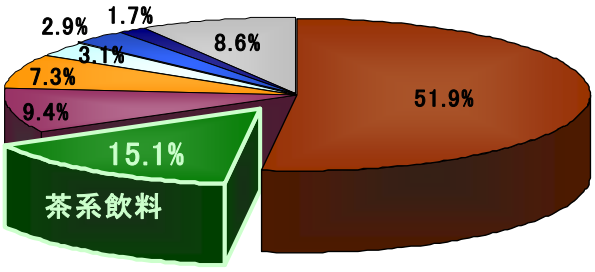
飲料販売部門 商品別構成比



モンドセレクション
3年連続
金賞受賞！



飲料販売部門 商品別構成比



茶処静岡産茶葉を100%使用
葉の茶シリーズ



Ti−Ha

NEW



特定保健用食品
燕龍茶 レベルケア



聘珍茶寮
ジャスミン茶

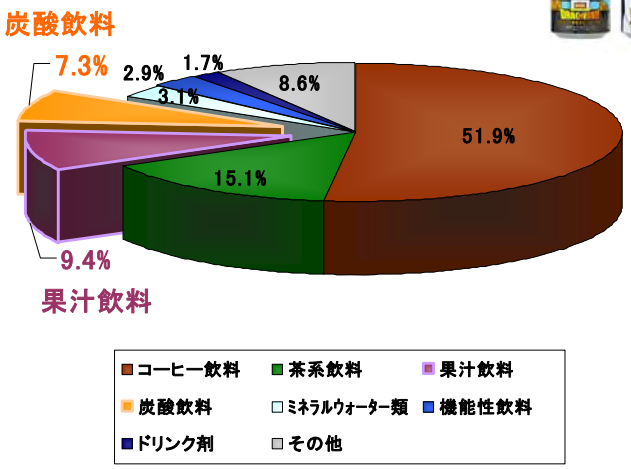
NEW



コクと香りの
おいしい麦茶

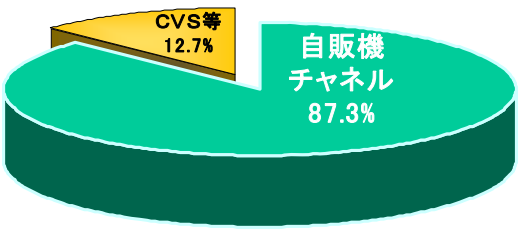


飲料販売部門 商品別構成比



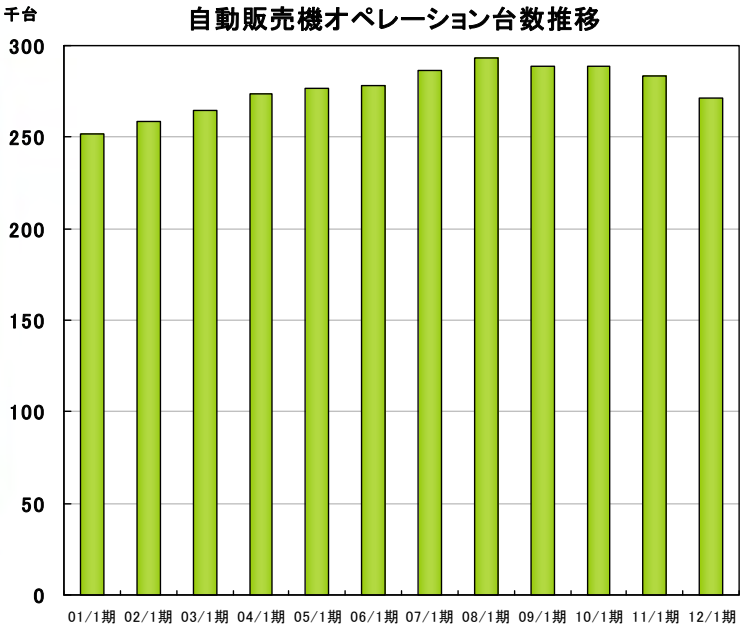


2012年1月期
飲料販売部門チャネル別構成比





自動販売機オペレーション台数推移



＜よくいただくご質問＞

Q.「食の安全」に対する取り組みを教えてください。

A

●原材料の検査体制

当社では、「食の安全」確保のために、製品の企画段階より原材料規格書及び品質規格書によるチェックを行い、法令に適合した安全な原材料のみを使用する体制を構築しています。

●ダブルチェック体制

当社が製造を委託している各協力工場は、いずれも優れた製造ラインを有しており、徹底した品質管理を行っております。また、製品製造後さらに、当社の品質管理部門において厳格な品質チェックを実施しています。

この体制はいわば品質管理のダブルチェック体制でもあり、当社独自の厳しい品質管理ができていると確信しております。こうした当社の真剣な取り組み姿勢から、各協力工場間において、品質管理に向けての競争が促されることになり、品質管理がより充実していくというメリットが生まれています。

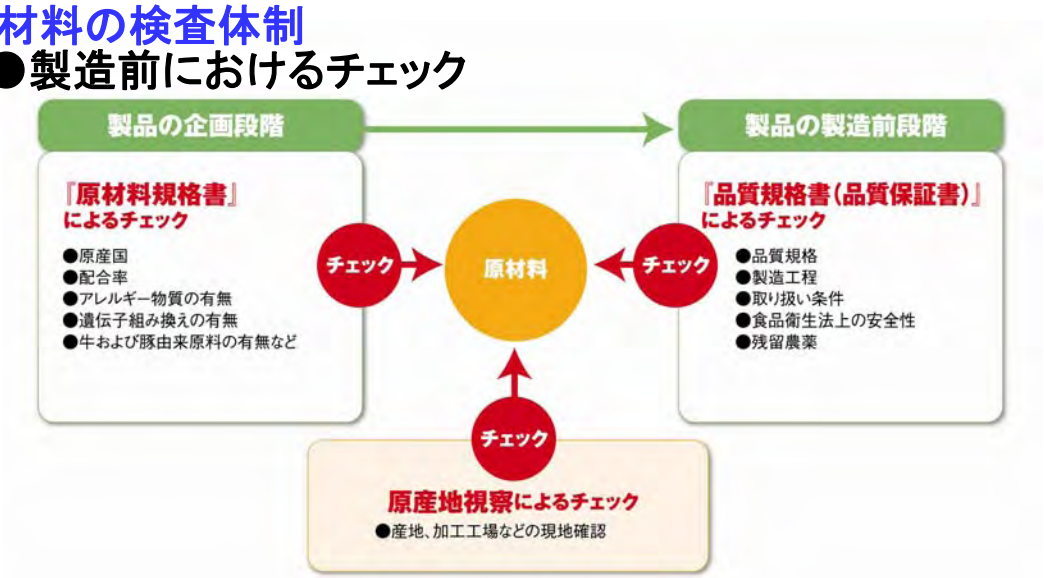
●原材料・栄養表示一覧の掲載

当社では、お客さまに安心をお届けするための取り組みの一環として、ホームページ上に「原材料・栄養成分一覧」を掲載しています。

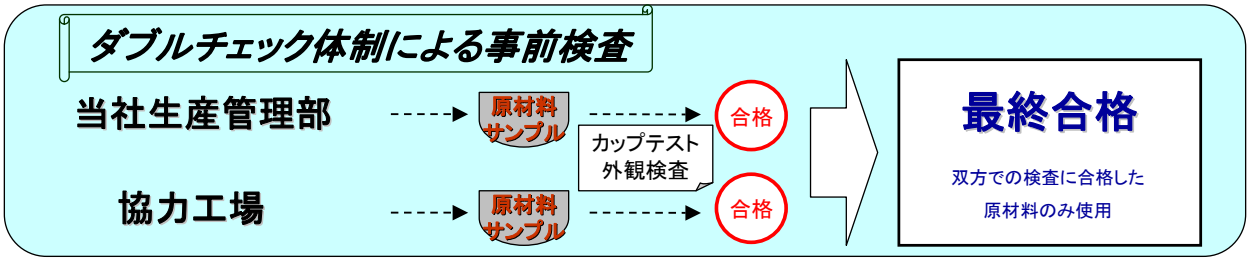
お客さまからの信頼こそが、企業としての存立の基盤であると考えております。今後とも、企業の社会的責任として、確実な品質管理体制・チェック体制を堅持し、全社員一丸となって「食の安全」の確保に向けて努力してまいります。

原材料の検査体制

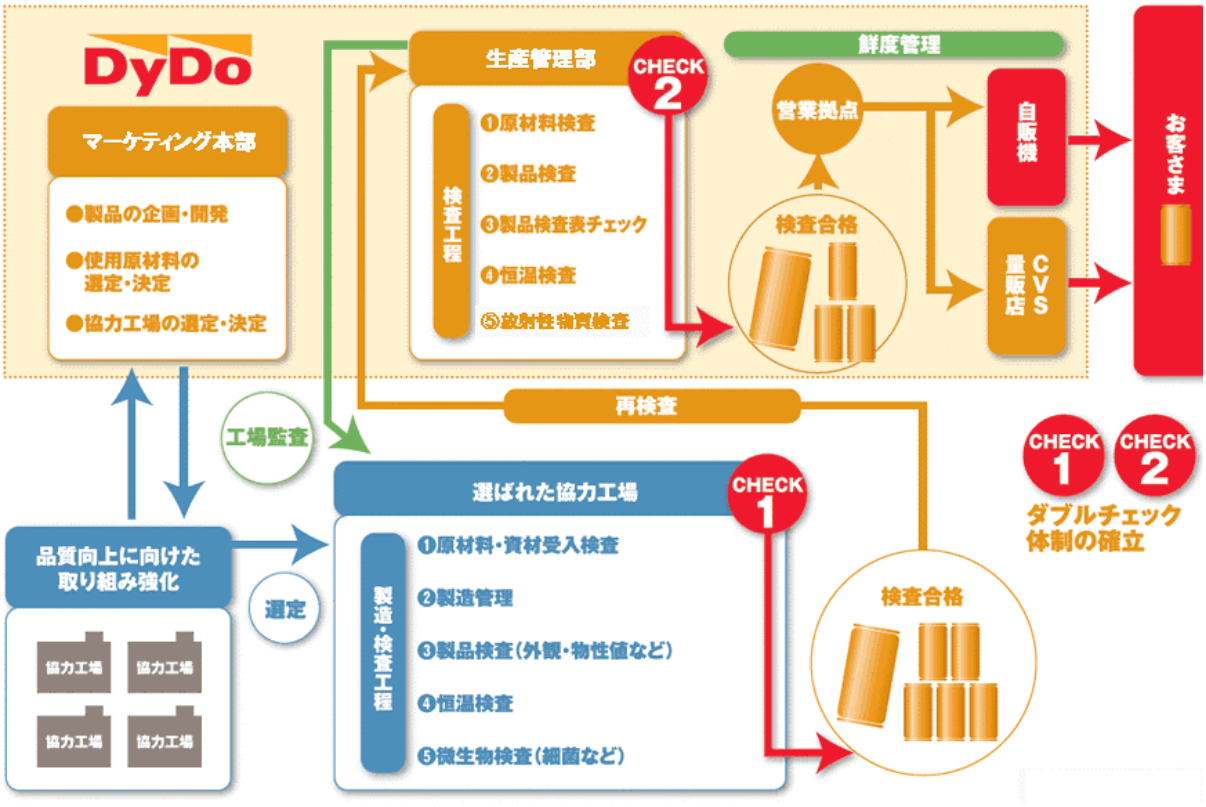
●製造前におけるチェック



●製造段階におけるチェック(コーヒー豆)



「食の安全」確保のためのダブルチェック体制　（フローチャート）



原材料・栄養成分一覧の掲載　（当社ホームページ）

①主な製品の原材料・栄養成分を一覧で掲載

②アレルギー特定原材料も分かりやすく記載

トップページ → 製品情報トップ → 原材料・栄養成分一覧



http://www.dydo.co.jp/product/seihin/ichiran.html

＜よくいただくご質問＞

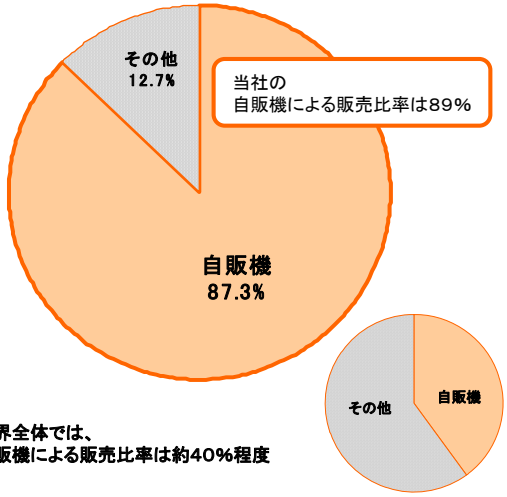
Q. ビジネスモデルと業績の安定性との関係を教えてください。

A

当社は売上の約90%が自販機によるもの、そして製品別では、コーヒーが売上の半分以上を占めています。「コーヒーという利益率の高い製品を、価格安定性、そして販売安定性の高い自販機で販売する」というビジネスモデルが、当社の業績を安定的なものにしています。

当社飲料販売部門チャネル別売上構成比

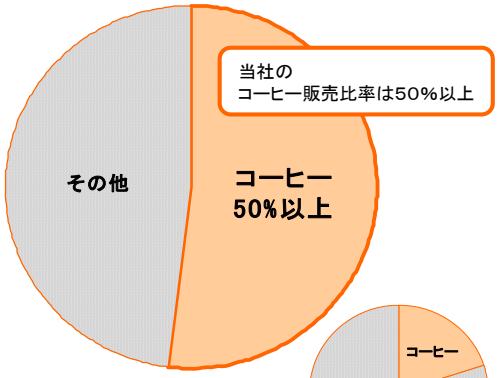
（2012年1月期）

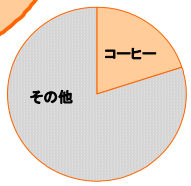


業界全体では、
自販機による販売比率は約40%程度

当社飲料販売部門製品別売上構成比

（2012年1月期）





業界全体の
コーヒーの販売比率は20%程度

資料：ダイドードリンコ調べ

（注）小数点以下四捨五入

Q. なぜ安定した財務体質を維持できるのですか？

A

・「全国の協力工場へ製造を委託」
・「製品開発と営業に経営資源を集中」

自社工場を持たない生産体制により、仕入れは協力工場に委託し、回収は現金主体となっています。
そのため、収支ギャップも常に小さく、安定しています。
当社の安定的なビジネスモデルが安定したキャッシュ・フローと良好な財務体質を生み出しているのです。

・「効率的な物流体制を実現」

製造と物流は全国の協力工場・協力業者へ分散し、「現地生産・現地消費」により物流費を低減しています。



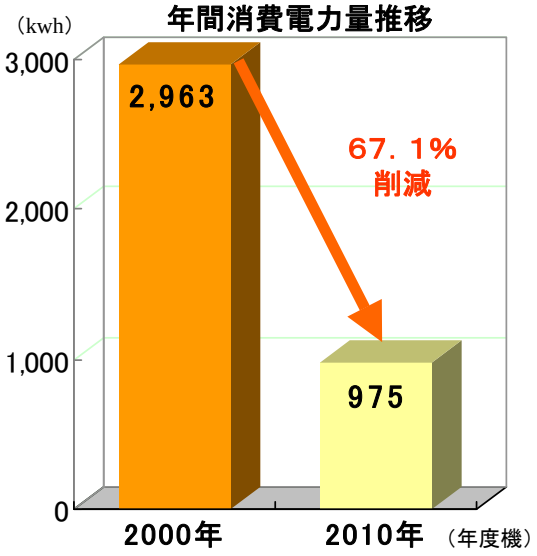
＜よくいただくご質問＞

Q. 環境への取り組みについて教えてください。

A1

当社では、「IH自販機」「LED搭載自販機」「ノンフロン・ヒートポンプ自販機」など環境配慮型自販機の導入を積極的に進めております。
また、当社では、全国に「自販機管理センター」を設け、自販機の再生にも取り組んでおります。
今後とも、地球環境保全活動への貢献をめざしてまいります。

DyDo自販機1台当りの年間消費電力量推移



●IH加温自販機

- 業界初「IHヒーター」搭載
- 販売時のみの加温により、業界トップクラスの消費電力を削減

(2006年度当社同型機種比33.5%減)



IH自販機

●3Rを推進

- リデュース（廃棄物の発生を抑制）
- リユース（再使用）
- リサイクル（再資源化）



再生のために分解された自販機

A2

当社では、製造工程から環境負荷の少ない製品作りを推進しております。
一例としては、従来のスチール缶より環境にやさしい「環境配慮型スチール缶」を100%採用し、CO_2の排出量や資源使用量などを低減しています。
また、事業所などの運営においても、社員1人ひとりのきめ細やかな対策を実施しています。

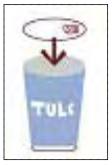
●「環境配慮型スチール缶」を100%採用

当社売上高の半分以上を占めるコーヒー飲料。
そのコーヒー飲料に多く使用されるスチール缶は、リサイクル性に優れています。
当社は、スチール缶の製造工程において、環境にやさしい「環境配慮型スチール缶」を100%採用。製缶時のCO_2排出量、資源使用量、エネルギー消費量を低減しています。

・TULC缶

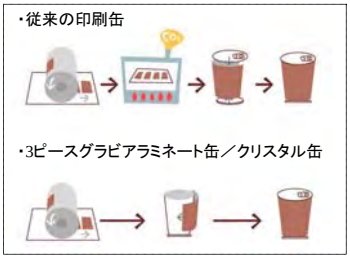
製缶時に水を使用せず、CO_2や産業廃棄物の発生も大幅に抑制されました。つまり、一滴の水も汚すことなく、土壌汚染や地球温暖化などの環境負荷を軽減します。

・TULC缶



・3ピースグラビアラミネート缶／クリスタル缶

従来の印刷缶で必要とされていた塗装・印刷を、オーブンで乾燥する工程がなくなり、製缶時のエネルギー消費が低減されました。



●容器を軽量化し、資源の使用量をカット

メーカーと協力して成形技術の改良に努め、
容器の厚みを薄くするなど、容器の資源使用量を抑えています。
容器の軽量化は、商品を運ぶエネルギーの削減にもつながります。

	1987年度	1996年度	2009年度	
190gスチール缶	37.2g	→	29.7g	約20%軽量化
350gアルミ缶	19.5g	→	16.4g	約16%軽量化
500mlペットボトル		32.0g →	26.0g	約19%軽量化

＜よくいただくご質問＞

Q. 社会貢献活動について教えてください。

A1

当社は、清涼飲料水という消費者の皆さまの生活に密着した製品を取り扱っていることから、自販機を通じて、地域に密着した営業展開に注力しております。地域社会とのつながりは、当社にとって非常に重要であり、様々な場面で社会貢献に取り組んでおります。
取り組みの一つとして、各地方自治体との「災害時における飲料の提供協力に関する協定」の締結や、災害発生時には自販機内の製品を提供できる「災害救援ベンダー」を展開しております。

●地方自治体と災害協定を締結

万一の大規模災害発生時には、災害対応型自販機（災害救援ベンダー）からの在庫製品の提供や、当社が指定する物流拠点から避難所への飲料の共同配送を行います。



災害時の物流拠点・自販機からの飲料提供

●停電時にも飲料提供できる「災害救援ベンダー」

災害や緊急事態の発生などで停電になったときには、管理者の操作により、非常用電源で必要な電力を供給して自販機内の製品を取り出すことができます。
※普段は通常の自販機としてご利用いただけます。



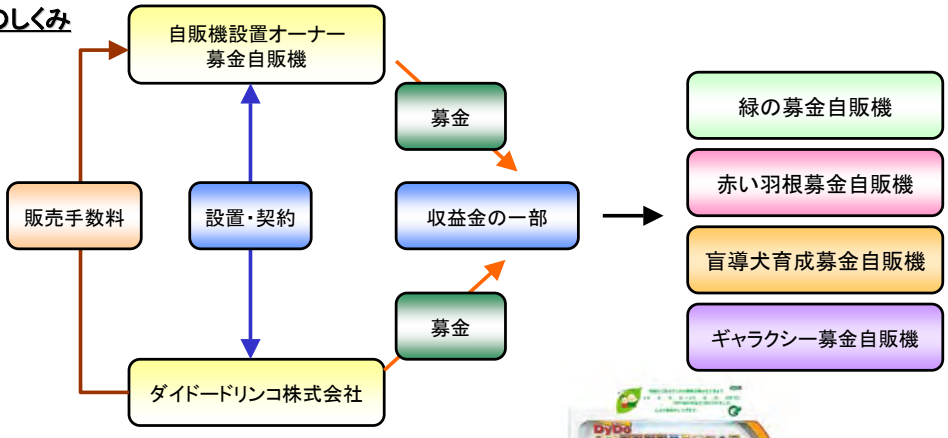


災害救援ベンダー

A2

当社売上高の約9割は自販機によるもの。
当社では、自販機オーナーさまの協力のもと、自販機による収益金の一部を募金として寄付する「社会貢献型自販機」の設置を推進しています。 森林づくりへ貢献するための「緑の募金」をはじめ、「赤い羽根共同募金」「「盲導犬育成募金」「ギャラクシー・ブライト」など、さまざまな活動を支援し、事業を通じて社会に貢献してまいります。

●募金のしくみ



「緑の募金自販機」

・設置台数：全国に3770台
（2010年10月20日現在）



＜よくいただくご質問＞

Q. 個人株主・個人投資家に対する考え方を教えてください。

A

当社は、清涼飲料という消費者の皆さまの生活に密着した製品を取り扱っています。つまり、個人株主・個人投資家の皆さまは、当社にとって顧客であり、お客さまそのものだということです。

個人株主を増やすということは、当社のファンを増やすことにつながると考えております。

継続的に個人株主・個人投資家の皆さまとのコミュニケーションの充実を図り、ひとりでも多くの方に、当社の株主そして当社のファンになっていただきたいと考えております。

個人株主・個人投資家向け説明会 開催実績

日　程	開 催 地 区
2010年 3月	東　京
2010年 5月	大　阪
2010年 9月	名 古 屋
2010年11月	広　島
2011年 3月	東　京
2011年 5月	札　幌
2011年 8月	名 古 屋
2011年11月	福　岡
2012年 2月	東京（今回※）

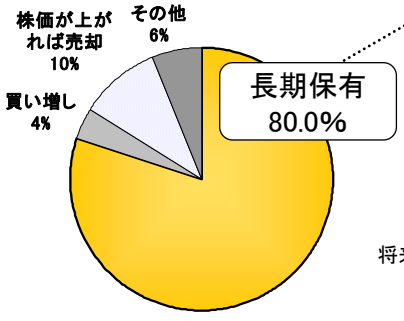
※2007年3月：東京での開催以降、今回で21度目の開催

Q. 他の株主の意見も知りたい。

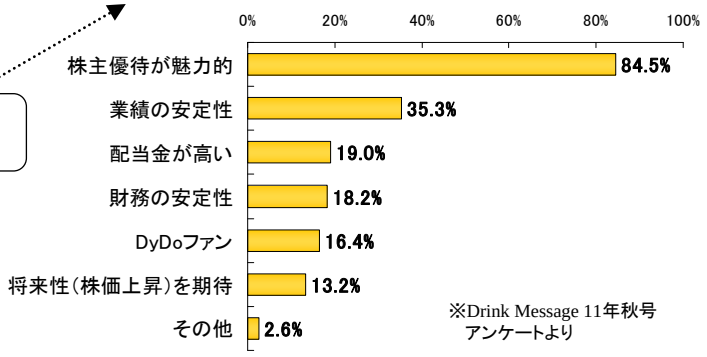
A

当社では、株主通信誌「Drink Message」の発行時、株主優待品贈呈時など、定期的に株主の皆さまを対象としたアンケートを実施し、毎回、非常に多くのご回答をいただいております。

Q・・当社株式について、どのような保有方針をお持ちですか？



Q・・長期保有の理由をお答えください。（複数回答可）



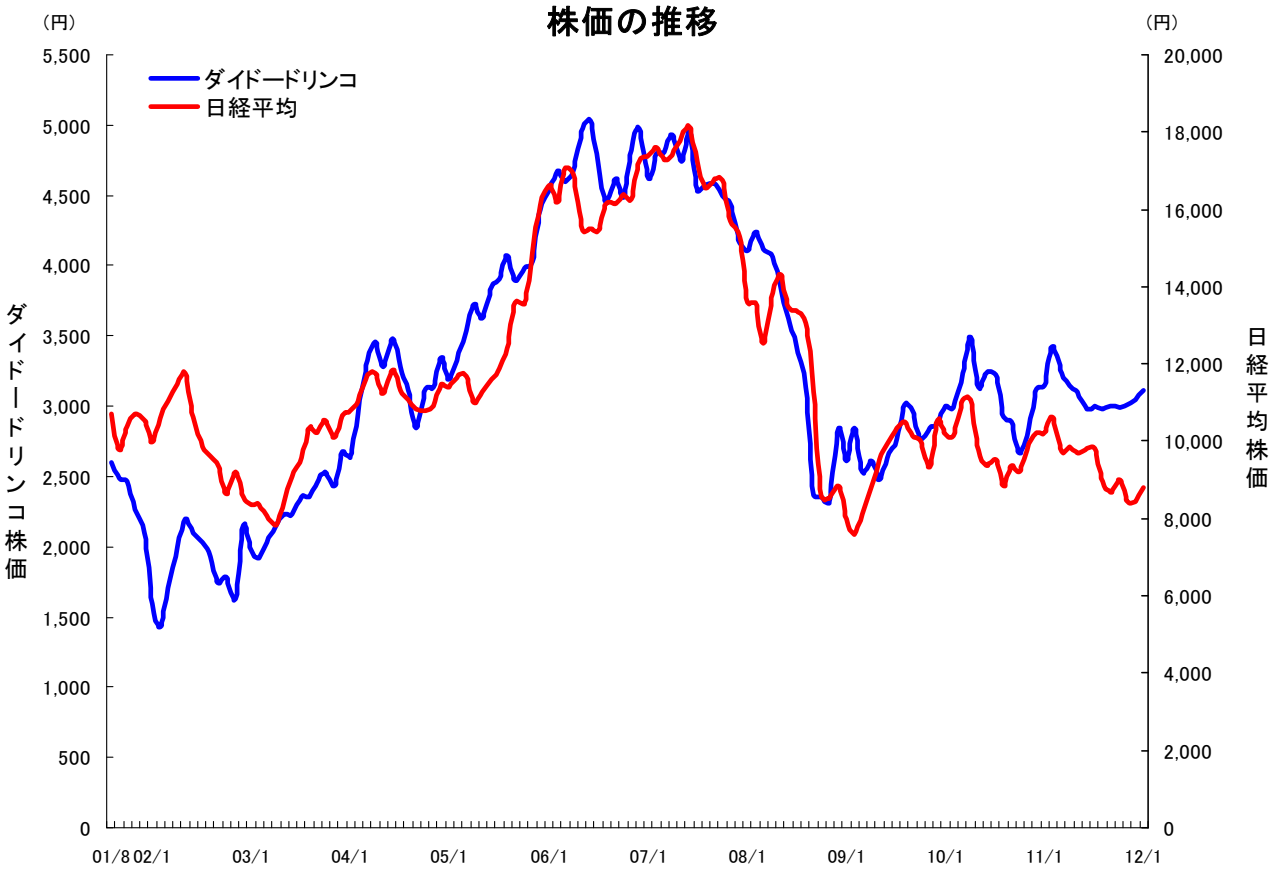
※Drink Message 11年秋号アンケートより

●お寄せいただいたコメント（一部）

・節電への取組に頑張っておられることがわかった。今後も社会、地域共に成長してもらいたい。（女性・40代・主婦）

・自販機の電力削減の取り組みは素晴らしいと思いました。（男性・40代・会社員）
・社長のメッセージが大変わかりやすかったです。（女性・30代・会社員）
・100年後も必要とされるDyDoであってほしい。（男性・60代・無職）
・CMに篠原涼子を起用したのは大正解。本当にDyDoのイメージアップに繋がります。（女性・40代・主婦）

＜ご参考＞



当資料は、あくまでダイドードリンコ株式会社をより深く理解していただくためのものであり、当資料に記載されたいかなる情報も、当社株式の購入や売却を勧誘するものではなく、またこれらに関する投資アドバイス目的で作成されたものでもありません。 また、当資料に記載されている当社の計画、戦略、確信などのうち、歴史的事実でないものは、将来の実績等に関する見通しです。

これらは、現在入手可能な情報から得られたダイドードリンコ株式会社の経営陣の判断に基づくものであり、経営環境の変動等のリスクや不確定な要因を含んでおります。そのため、実際の業績につきましては、これら見通しと大きく異なる結果となることがあり得ます。従いまして、投資に関する決定はご自身の判断でなさるようにお願いいたします。

【お問い合わせ先】
ダイドードリンコ株式会社　経営企画本部
TEL （06）6222－2621　FAX （06）6222－2623
URL:http://www.dydo.co.jp/corporate/ir/