2013年度 決算

経営方針説明会資料

CHALLENGE

NEXT STAGE

2014年3月３日

ダイドードリンコ株式会社

（東証1部：2590）

2013年度　決算概要
2014年度　通期業績予想

CHALLENGE

2013年度　連結決算の概要

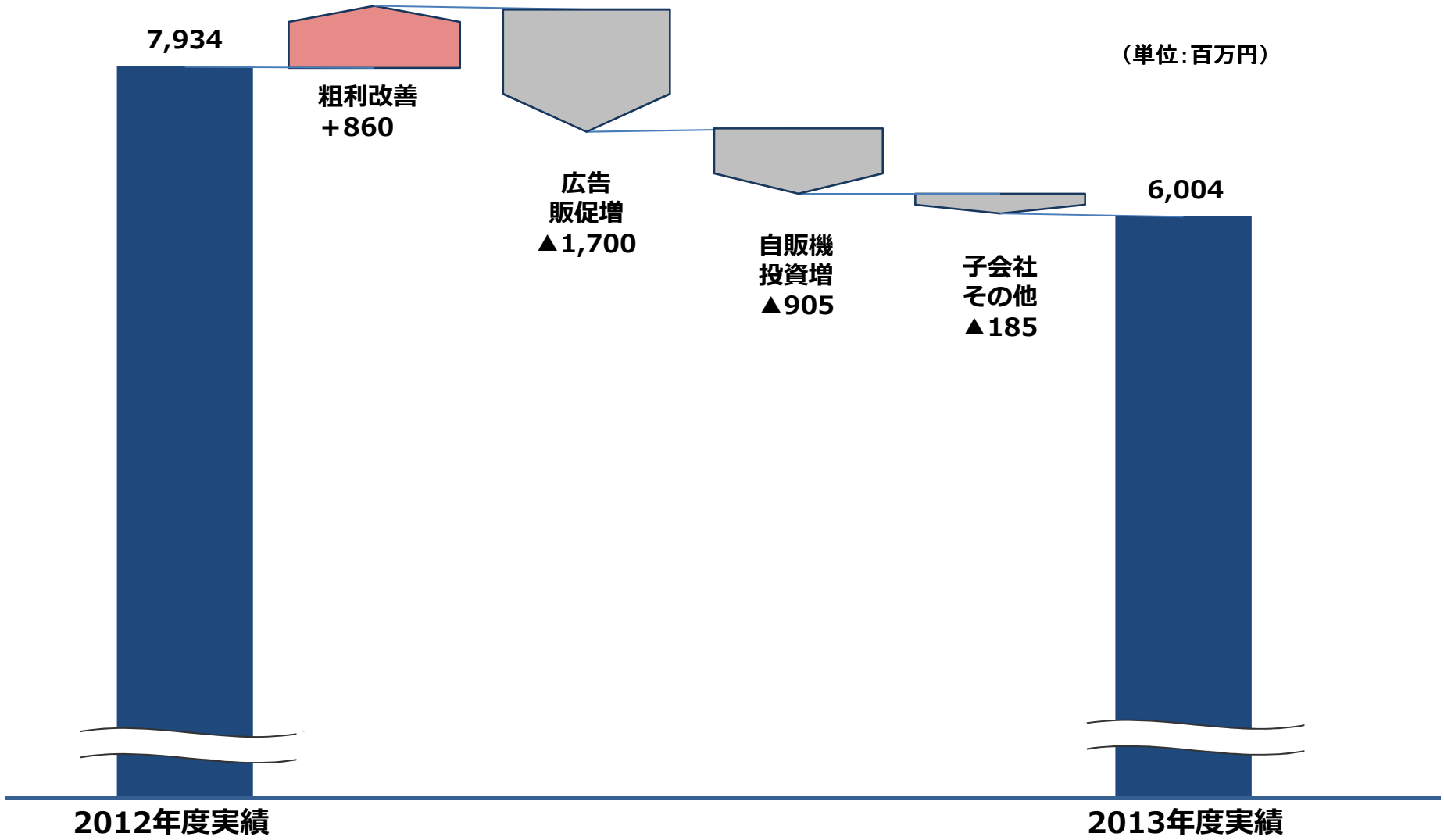
- グループ連結業績は、増収減益
- コーヒーブランドの強化に一定の成果
- ソフトドリンクのラインアップ強化に課題

単位：百万円

	2012年度実績		2013年度実績			
		構成比		構成比	増減率	増減額
売上高	148,902	100.0%	154,828	100.0%	4.0%	5,926
営業利益	7,934	5.3%	6,004	3.9%	▲24.3%	▲1,930
経常利益	7,725	5.2%	5,962	3.9%	▲22.8%	▲1,762
当期純利益	4,410	3.0%	3,712	2.4%	▲15.8%	▲698

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

2013年度 連結決算　営業利益の増減要因



Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

事業部門別概況

飲料販売部門

※連結調整前の数値　　単位：百万円

	2012年度実績	2013年度実績			2014年度業績予想		
			増減率	増減額		増減率	増減額
売上高	131,671	130,400	▲1.0%	▲1,271	130,700	0.2%	300
営業利益	6,363	4,578	▲28.1%	▲1,785	4,100	▲10.4%	▲478

2013年度総括

◆カウンターコーヒーの台頭、天候不順の影響
◆コーヒーブランド確立に向け、広告販促を積極投入
◆コーヒーの販売数量は1．3%増

2014年度方針

◆ボトル缶コーヒー、ソフトドリンクのラインアップ強化
◆自販機チャネルへの投資強化
◆消費税率アップへの適切な対応
◆広告販促の効果的活用
◆本格的海外展開のスタート



Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

事業部門別概況

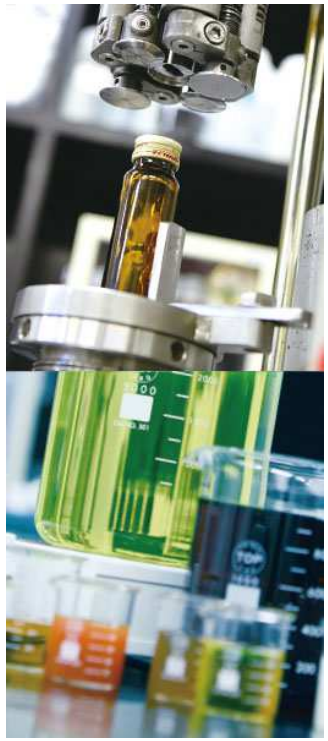
DAIDO PHARMACEUTICAL CORPORATION 飲料受託製造部門

※連結調整前の数値　　単位：百万円

	2012年度実績	2013年度実績			2014年度業績予想		
			増減率	増減額		増減率	増減額
売上高	11,416	10,857	▲4.9%	▲558	10,200	▲6.1%	▲657
営業利益	1,558	1,227	▲21.3%	▲331	930	▲24.2%	▲297

2013年度総括

◆製造本数は過去最高の実績
◆市場環境の変化による受託製品構成の変化



2014年度方針

◆安全、安心な生産体制の維持強化
◆効率化の推進によるコスト削減
◆提案型営業の強化による受注拡大
◆新規チャネルからの受託体制構築

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

事業部門別概況

食品製造販売部門

※連結調整前の数値　　単位：百万円

	2012年度実績（参考）※1	2013年度実績			2014年度業績予想		
			増減率	増減額		増減率	増減額
売上高	13,768	14,299	3.9%	531	15,000	4.9%	701
営業利益	570	609	6.9%	39	620	1.8%	11

※1　2012年度下期から連結対象

2013年度総括

- ◆新商品「甘いひととき」の貢献
- ◆海外輸出の増加
- ◆持続的成長に向けた収益体質改革の効果



2014年度方針

- ◆たらみ ブランドの強化
- ◆新規商品投入による収益改善
- ◆調達戦略、生産戦略による原価高騰への対応

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

2014年度　通期業績予想の概要

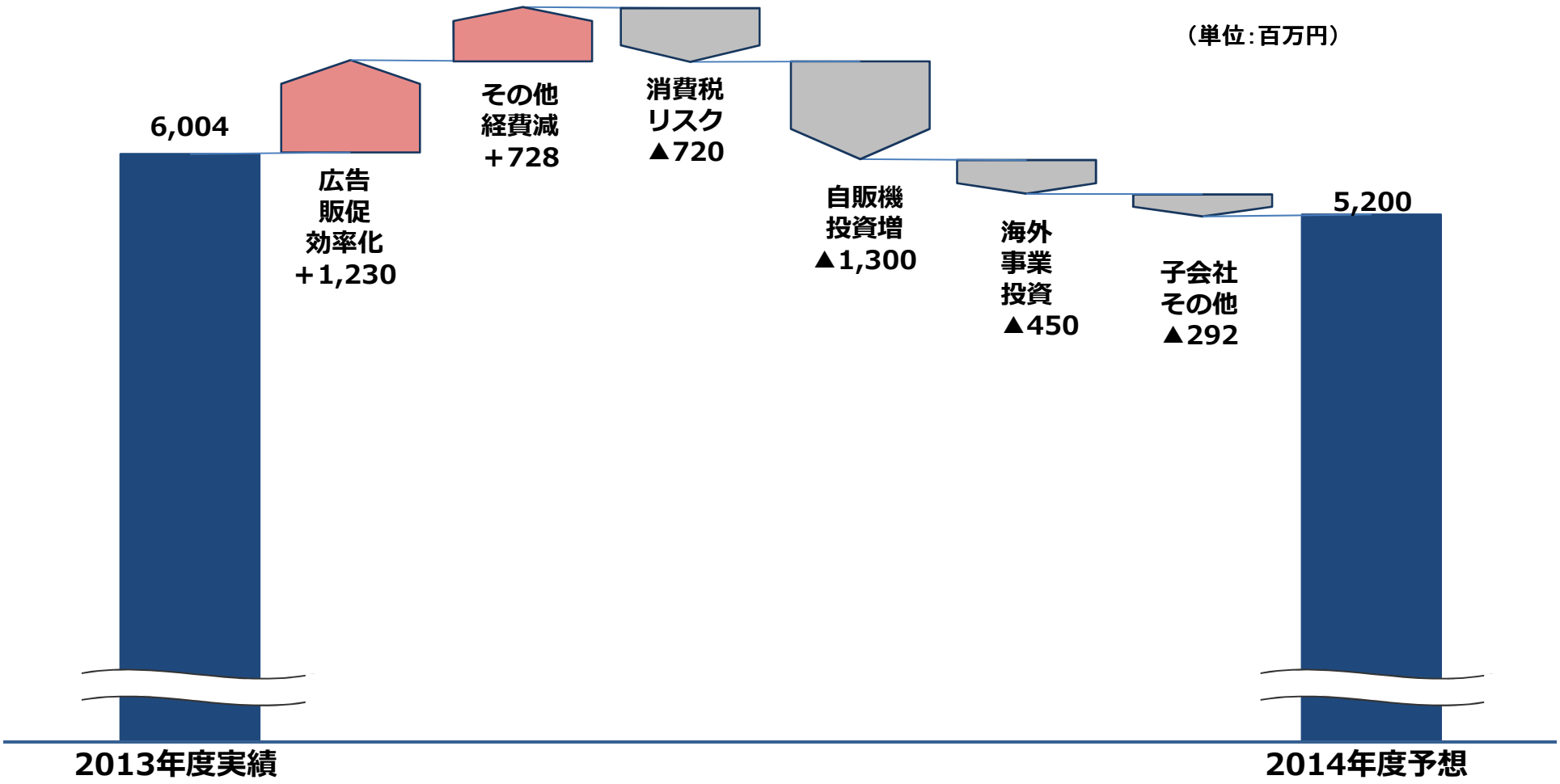
- 中期経営計画初年度として将来に向けた投資を積極化
- コアビジネスである自販機チャネルの強化
- 新規事業領域拡大へのチャレンジ

単位：百万円

	2013年度実績		2014年度業績予想			
		構成比		構成比	増減率	増減額
売上高	154,828	100.0%	155,000	100.0%	0.1%	172
営業利益	6,004	3.9%	5,200	3.4%	▲13.4%	▲804
経常利益	5,962	3.9%	5,000	3.2%	▲16.1%	▲962
当期純利益	3,712	2.4%	3,000	1.9%	▲19.2%	▲712

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

2014年度業績予想 営業利益の増減要因



Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

新企業理念･ビジョンの策定

CHALLENGE

NEXT STAGE

新企業理念、ビジョン策定の背景

NEXT STAGE

既存事業の収益体質は強化されたが、
更なる成長に向けた事業規模の拡大が課題

内部環境

- ダイドーの知名度、無香料を謳った“本物”へのこだわり、ものづくり姿勢
- 大同薬品で培った医薬品・医薬部外品や、美容ドリンクのOEM製造ノウハウ
- 新たにグループとして加わった量販ゼリー市場シェアNo.1　たらみのゼリー製造技術

外部環境

- 市場の成熟化と競争環境の激化
  （自販機台数の飽和やカウンタコーヒーの台頭など）
- 不透明な経済環境の継続
  （原材料高騰や販売価格の低下など）

全社員が一丸となり、新たな成長を目指すべく
企業理念・中期ビジョンを策定

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

新企業理念とビジョン

NEXT STAGE

グループ理念

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。

グループビジョン

DyDoはお客様と共に。
高い品質にいつもサプライズを添えて、
「オンリーDyDo」のおいしさと健康をお客様にお届けします。

DyDoは社会と共に。
グループ全体で生み出す製品・企業活動「オールDyDo」が、
豊かで元気な社会づくりに貢献します。

DyDoは次代と共に。
国境も既存の枠組みも越えて、
次代に向けて「DyDoスタンダード」を創造します。

DyDoは人と共に。
飽くなき「DyDoチャレンジ」で、
DyDoグループに関わるすべての人の幸せを実現します。

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

スローガン

こころとからだに、
おいしいものを。

DyDo

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

ガバナンス体制の改革

NEXT STAGE

取締役(社外)2名体制 (取締役7名中2名が社外取締役)

≪取締役(社外)候補者≫

新 職 名	氏 名	現 職 名
取締役(社外)	江崎 悦朗	江崎グリコ株式会社 取締役専務執行役員
取締役(社外)	森 真二	当社社外監査役 (弁護士)

役員退職慰労金制度の廃止

買収防衛策の継続

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

CHALLENGE

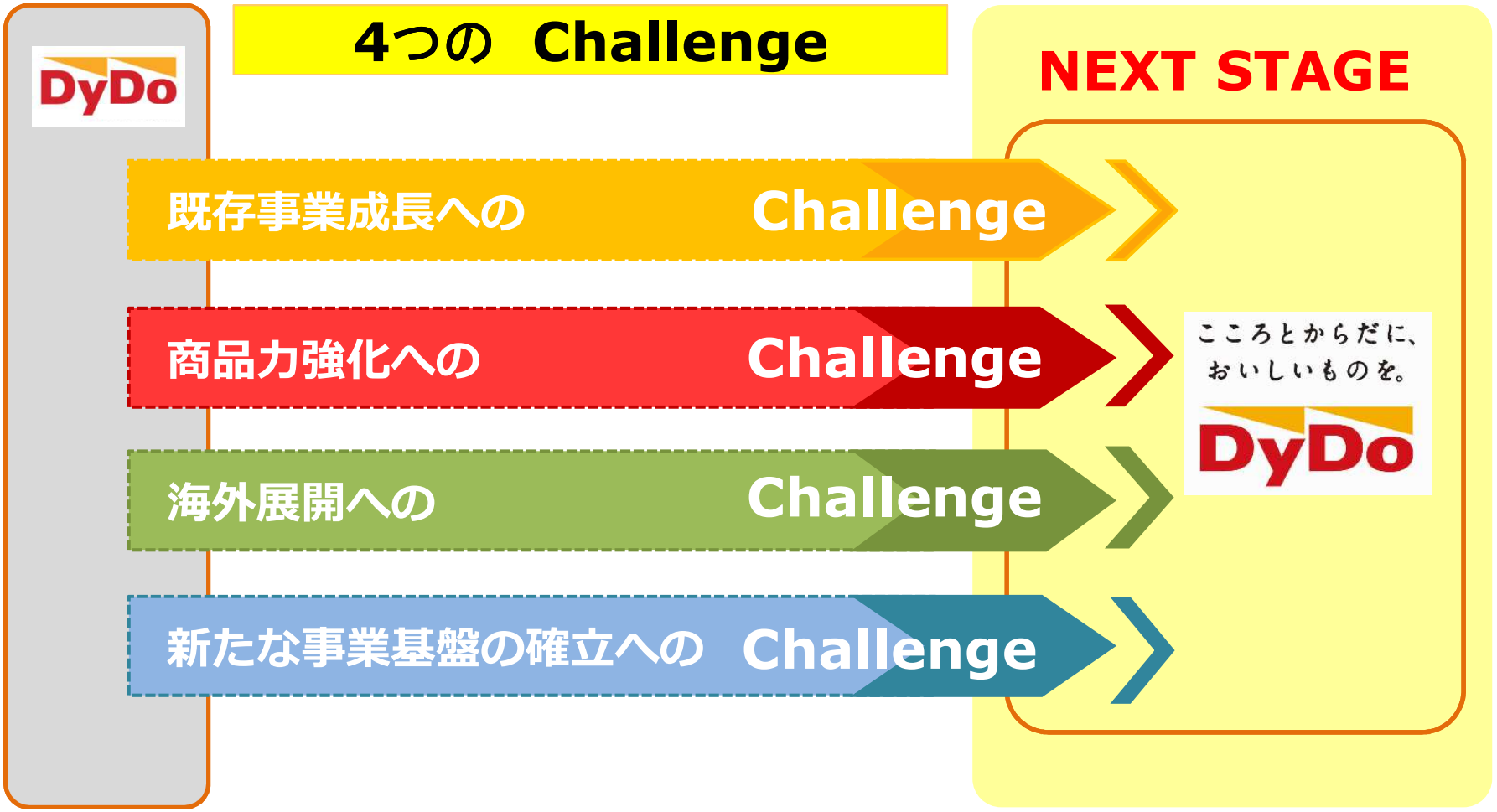
中期経営計画

NEXT STAGE

~Challenge the Next Stage~

成長実現に向けた4つのチャレンジ

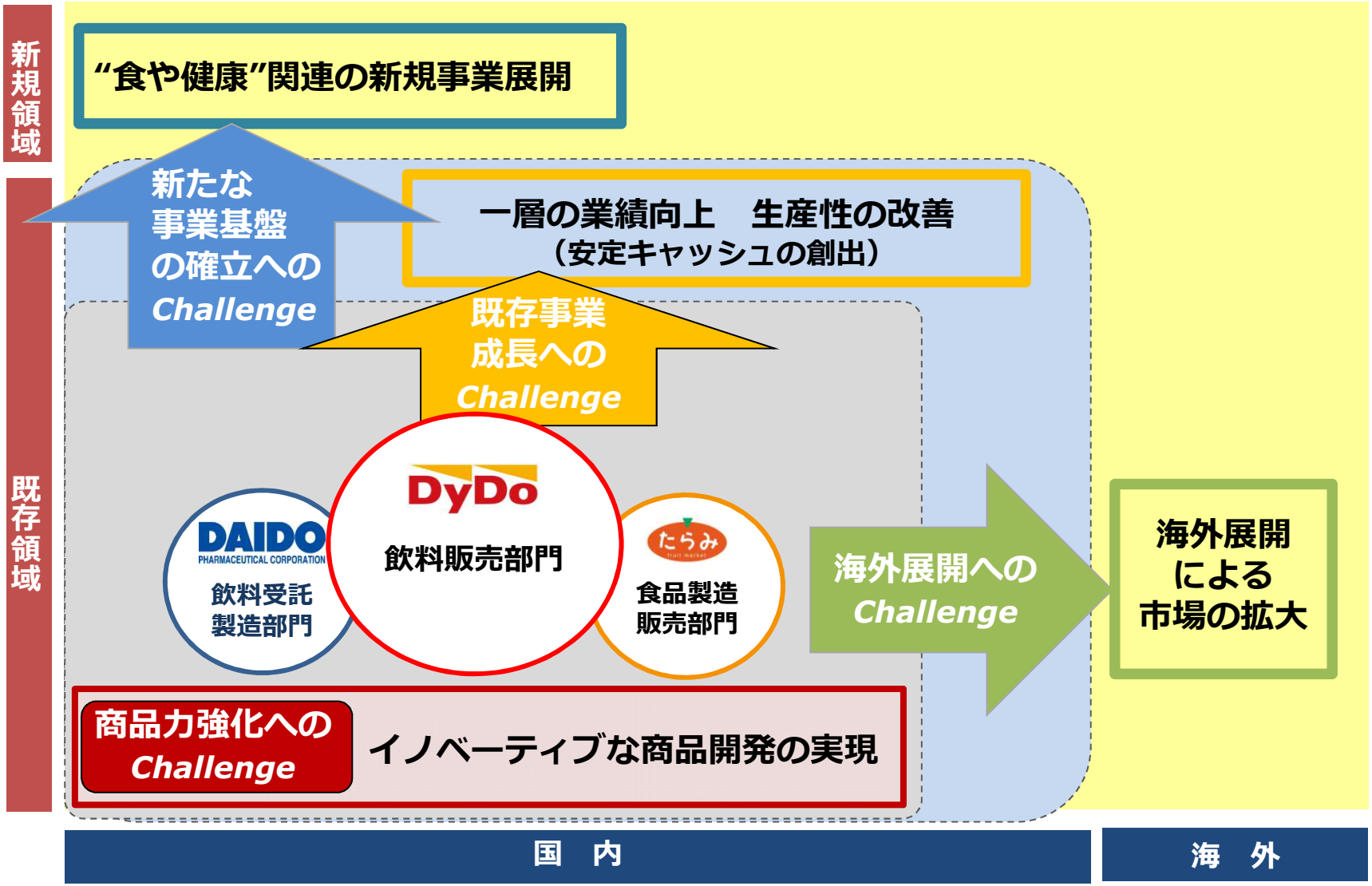
NEXT STAGE



Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

成長戦略の方向性

NEXT STAGE

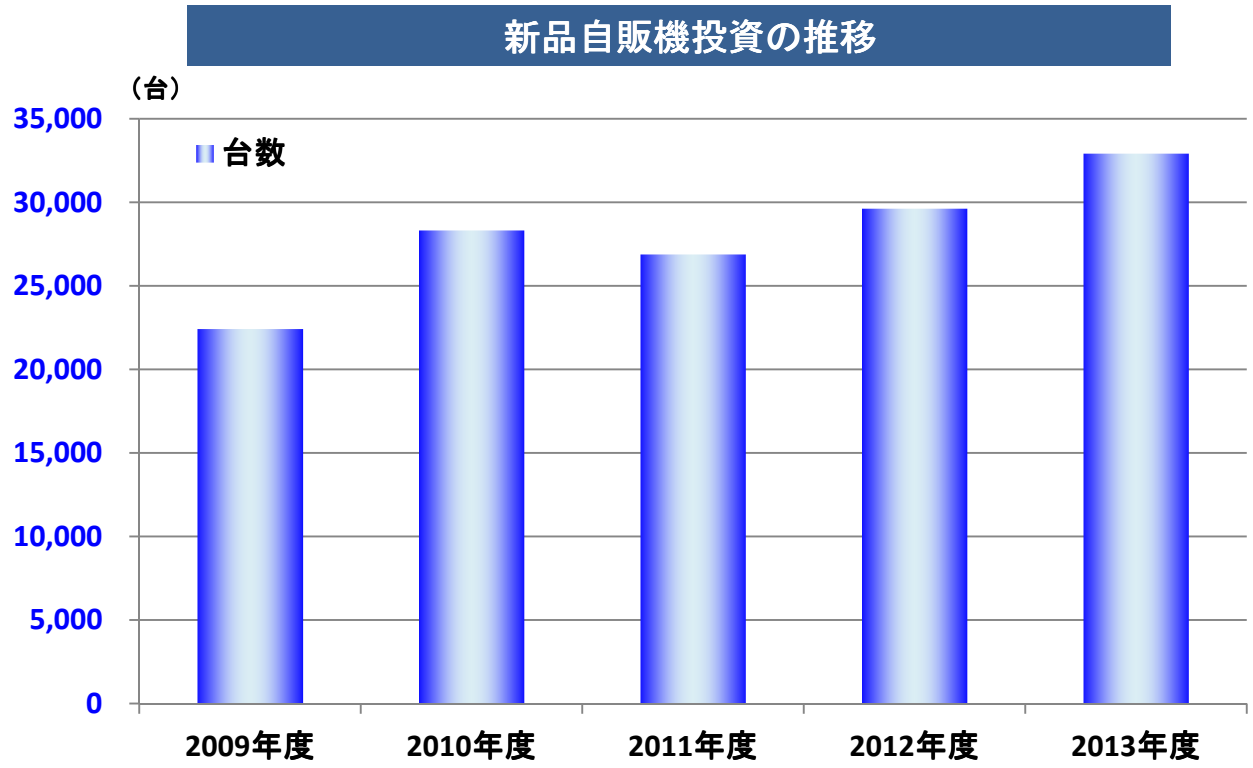


Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

既存事業成長へのチャレンジ（飲料販売部門）

NEXT STAGE

- 安定的なキャッシュを生み出す自販機への継続投資
- 自販機1台当り売上最大化への取組み
- コンビニエンスストア市場での継続的な売上高の確保
- 効果的、効率的な販促施策の実施



Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

既存事業成長へのチャレンジ（飲料受託製造部門）

NEXT STAGE

DAIDO PHARMACEUTICAL CORPORATION



業界No.1受託メーカーとしての飛躍を目指す

国内・海外の他社工場を利用した、新規チャネルからの受注体制の構築

合理化・効率化の推進による、コスト削減の徹底

M&Aや他社とのアライアンスによる新規事業へのチャレンジ

提案型営業を強化し、自社主導による製品の受託拡大

安全・安心な生産体制の維持・強化

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

既存事業成長へのチャレンジ(食品製造販売部門)

NEXT STAGE



たらみ ブランドの強化



「フルーツゼリーのトップシェア企業として、
ドライゼリー関連市場を創造する」



1.フルーツおよびゼリー周辺関連市場に向けた新製品の開発

2.コンビニエンスストアチャネルのシェア拡大

3.国内外の新規市場開拓

4.売上原価低減

5.食品安全の取組強化

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

商品力強化へのチャレンジ

NEXT STAGE

商品力強化に向けた新たな取組や開発プロセスの見直しを行い、ダイドーにしかできない商品をお客様に届ける。

誰に	何を	どうやって
明確でタイムリーな顧客の確定・理解 自販機・流通市場の売上を徹底的に分析し、適正なセグメントを特定	ターゲットとなる顧客ニーズを満たす商品づくりの実現 商品便益の更なる差別化・新規性を加味した商品づくりを行う	中長期視点での商品開発体制の構築 中長期的に潜在ニーズを掘り起こす組織体・プロセスの構築を行う
● 情報を分析する組織体/手段/プロセスの構築 ● ターゲットセグメンテーションの確定	● 消費者理解（顧客ニーズ）の更なる強化 ● 開発プロセスの再構築	● イノベーション商品開発部の新設によるシーズの開発 ● 機能性／特保等の中長期視点での商品開発

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

海外展開へのチャレンジ

NEXT STAGE

自販機ビジネスの横展開

海外現地事業　ロシアへの取組み

【モスクワの自販機事情】
- 景観保護のため、路上での飲料仮設店舗販売の取り締まりが厳しい
- モスクワ市による自販機普及政策がスタート
- 日本製品への安心・安全・高品質のイメージ



◆ウラジオストックに自販機100台設置済み
◆2013年12月末　モスクワに現地法人
「DyDo DRINCO RUS,LLC.」開設
◆2018年までに年間50億円目標



モスクワ

ウラジオストック

2013年12月末

「DyDo DRINCO RUS,LLC.」設立
（事業管理・飲料の販売会社）

2014年

オフィスビル、空港等
500台の自販機設置



～2018年までに

ホテル、大学、商業施設に拡大
10,000台の自販機設置

2018年～

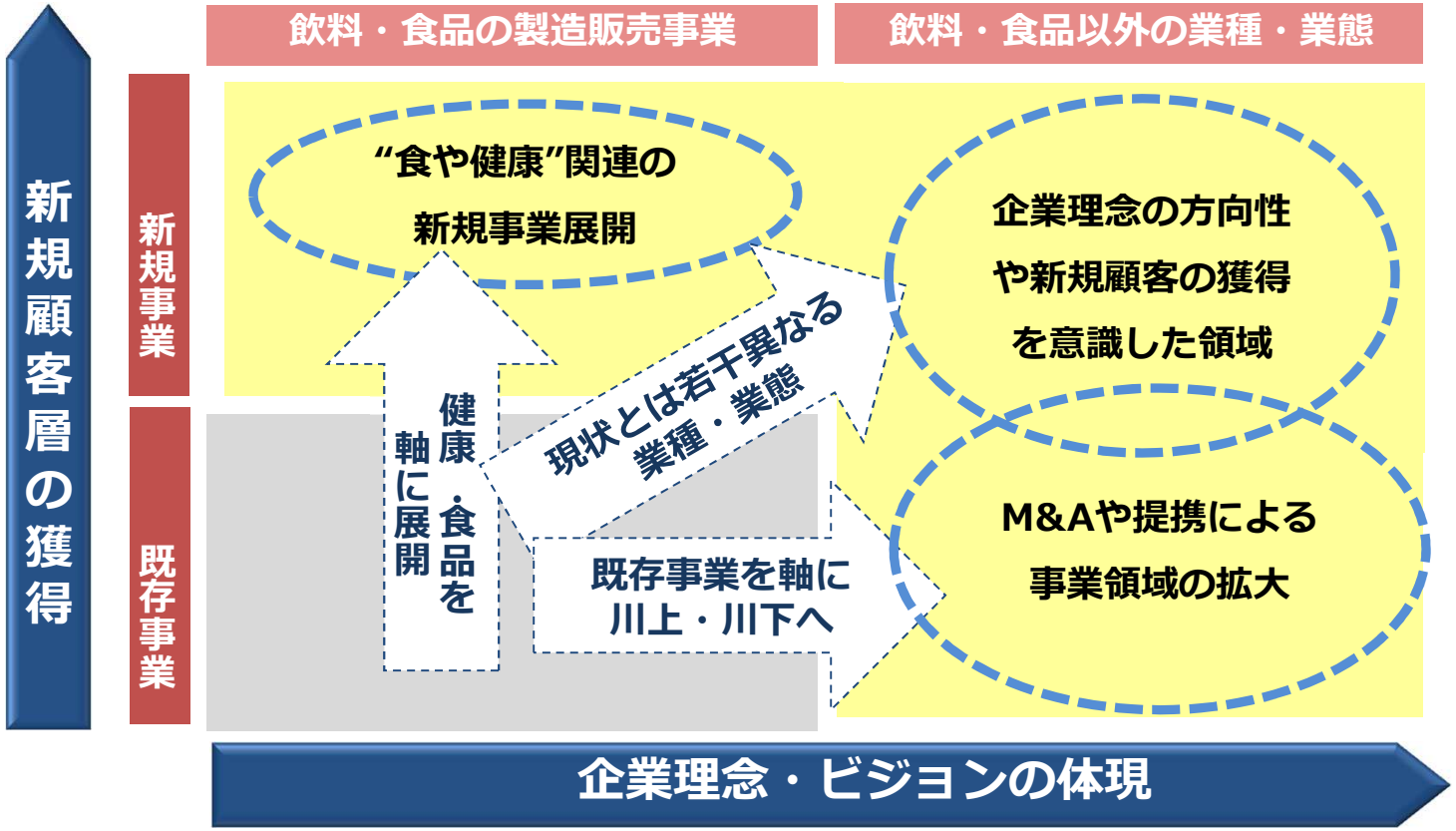
他の主要都市へ拡大

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

新たな事業基盤確立へのチャレンジ

NEXT STAGE

- “食や健康”関連の新規事業展開
- M&Aや提携による事業領域の拡大
- 企業理念の方向性や新規顧客の獲得を意識した領域

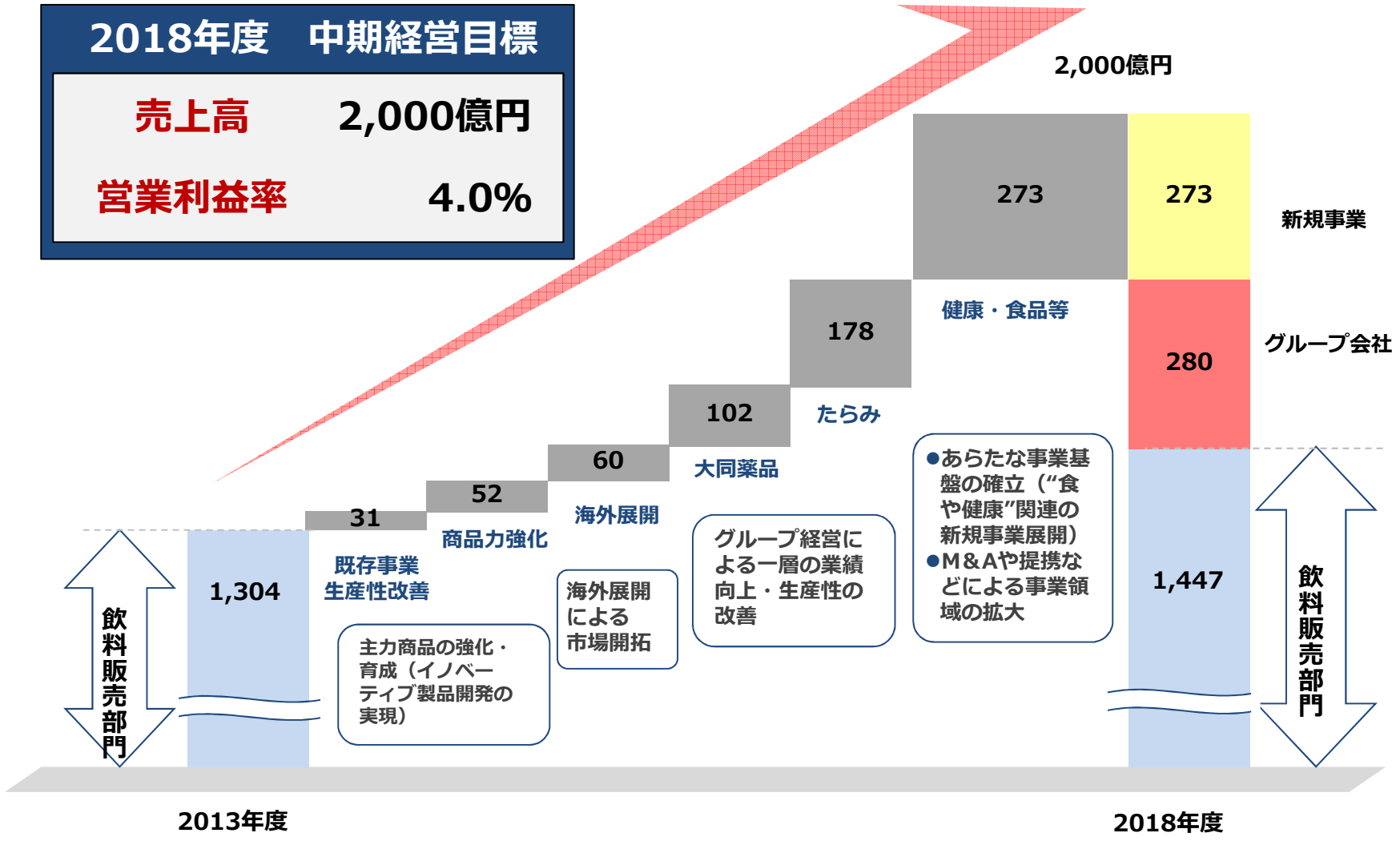


Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

中期経営目標

NEXT STAGE

2018年度　中期経営目標	
売上高	2,000億円
営業利益率	4.0%



（単位：億円）

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

CHALLENGE

共存共栄の実現に向けて

NEXT STAGE



CSR基本方針

NEXT STAGE

私たちは「人と、社会と、共に喜び、共に栄える。」というグループ企業理念に則り、
ステークホルダーの皆さまの声を経営に生かし、豊かで元気な社会づくりに貢献します。

お客様には 「高い品質にいつもサプライズを添えて！」

安全安心はもちろん、喜びと感動をお届けします。

従業員には 「ダイナミックに働き、達成する喜びを！」

社内コミュニケーションを促進し、チャレンジする人材を育成します。

取引先には 「次の成長ステージへ共にチャレンジ！」

経営ビジョン・経営戦略を共有し、ビジネスパートナーとの信頼関係を深めます。

社会には 「人や社会との絆を大切に！」

事業活動やコミュニティ活動を通じて、地域社会の活性化に貢献します。

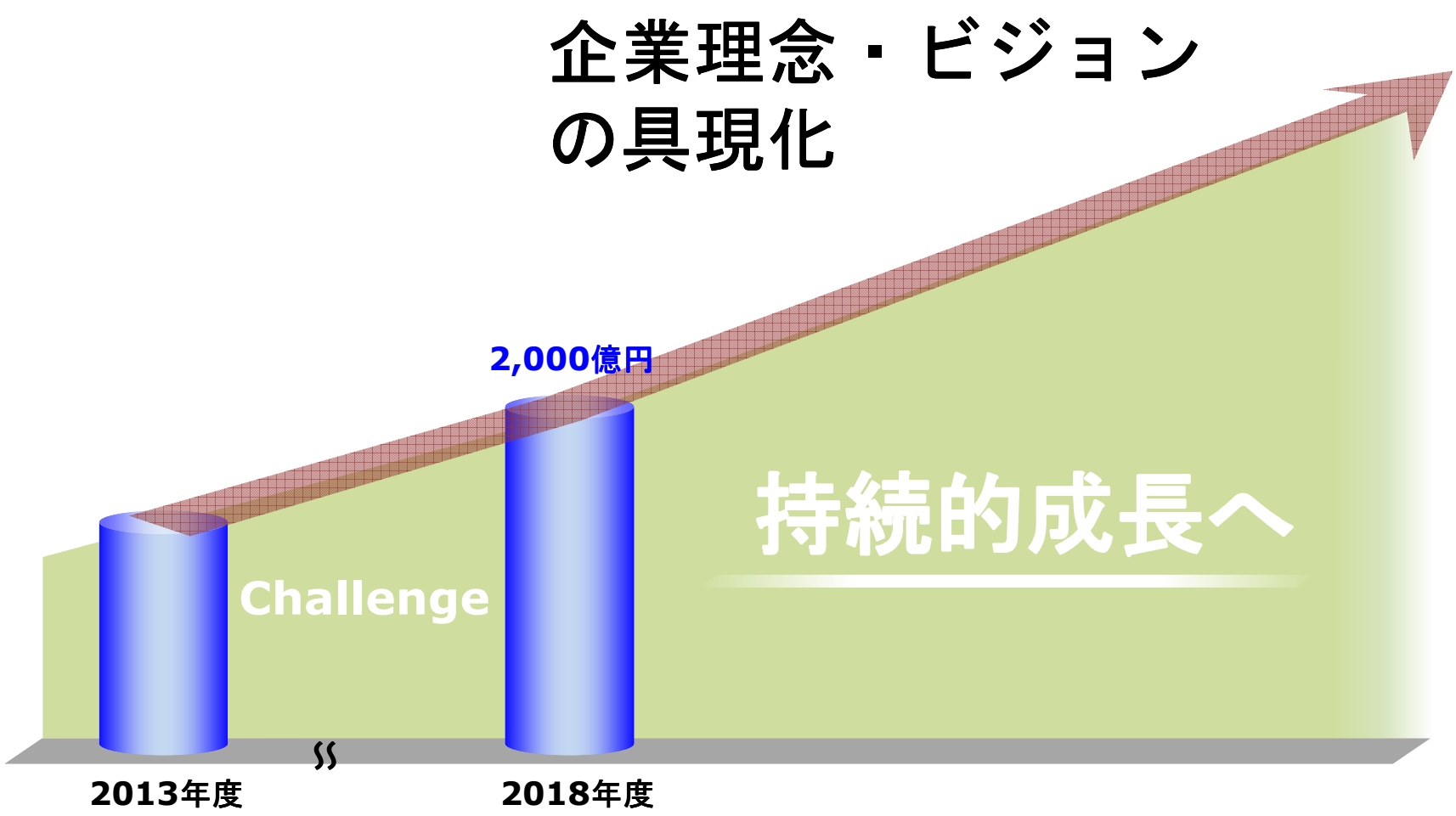
株主には 「継続的な企業価値向上を！」

健全なガバナンス体制により、安定的な還元を実現します。

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

持続的成長の実現

NEXT STAGE



Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

CHALLENGE

NEXT STAGE

本資料には、将来の業績に関る記述が含まれています。こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。将来の業績は、経営環境の変化などにより、計画数値と異なる可能性があることにご留意ください。又、本資料は情報の提供のみを目的としており、取引の勧誘を目的としておりません。