平成２６年３月３日

各　位

会　　社　　名　ダイドードリンコ株式会社
代表者の役職氏名　代表取締役社長　　髙松　　富博
（コード番号：２５９０　東証第１部）
問い合わせ先　執行役員　ｺｰﾎﾟﾚｰﾄｺﾐｭﾆｹｰｼｮﾝ本部長
長谷川　　直和
電　話　番　号　０６－６２２２－２６２１

ダイドードリンコグループ　新「企業理念・ビジョン・スローガン」＆中期経営計画「Challenge the Next Stage」の策定について

当社では、将来の持続的成長の実現に向け、新たに「企業理念・ビジョン・スローガン」を策定しました。当社はこれまで、コア事業である「自販機ビジネスの再構築」に取り組み、安定的な利益を生み出す収益体質を構築してまいりました。しかし一方で、飲料業界を取り巻く経営環境はさらに厳しさを増しており、市場全体の自販機台数の飽和に加えて、コンビニエンスストアのカウンターコーヒーの台頭など、新たな変化も始まっております。

このような状況の中、グループ全社員が一丸となり、新たな成長を目指すためには、新しい「企業理念・ビジョン・スローガン」が必要であると考えました。

そして、ビジョンの実現に向けたマイルストーンとして、本年度からスタートする 2018 年度までの中期経営計画「Challenge the Next Stage」を策定しました。この中期経営計画をもとに、持続的成長の実現に向けたチャレンジを続けてまいります。

（１）　ＤｙＤｏグループ　「企業理念」「ビジョン」

グループ理念

DyDo

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。

（２） ＤｙＤｏグループ「スローガン」

こころとからだに、
おいしいものを。

DyDo

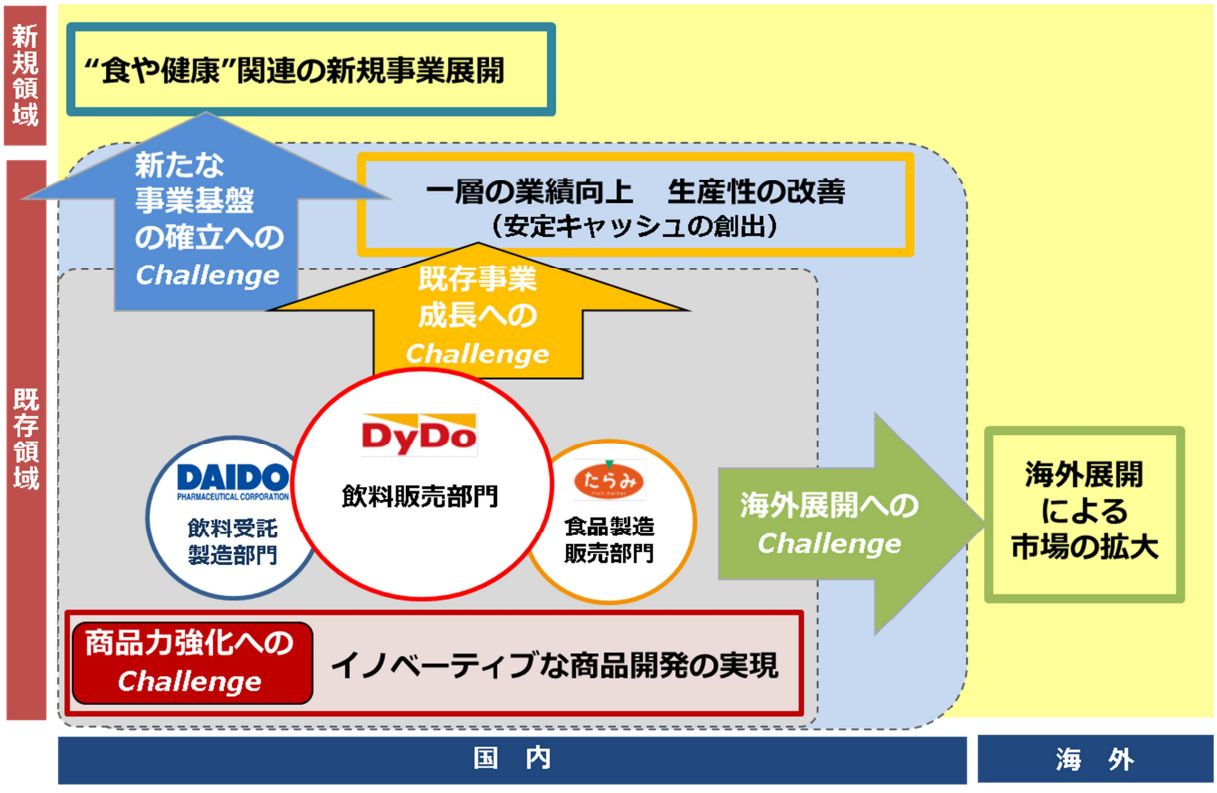
・スローガンコンセプト

「こころが元気なら、からだは動きたくなる。からだが前向きに動けば、こころはもっと楽しくなる。」という発想のもと、お客様の「こころ」と「からだ」に、ＤｙＤｏグループだからこそ提供できる、高品質なおいしいものを、チャレンジとアイデアをもって提供していくという決意を表しています。

（３）中期経営計画「Challenge　the Next Stage」

・「企業理念」「ビジョン」の実現に向け、中期経営計画では、4 つのチャレンジに取り組んでまいります。

① 【既存事業成長へのチャレンジ】
② 【商品力強化へのチャレンジ】
③ 【海外展開へのチャレンジ】
④ 【新たな事業基盤確立へのチャレンジ】



当社グループは、これまで国内の飲料、食品事業に経営資源を集中することにより効率的な経営を推進してまいりました。今後は、そうした堅固な収益基盤を背景として、既存事業の一層の業績向上と生産性の改善により、さらなる成長の原資となる安定的なキャッシュの創出にチャレンジしていきます。

【①既存事業成長へのチャレンジ】

当社は、経営環境の大きな変化に対応し、新しい時代に適合できる「自販機ビジネスモデルの再構築」を行い、コア事業である飲料販売部門の収益体質強化に努めてまいりました。

今後は、堅固な収益基盤をもとに、既存事業のさらなる業績向上と生産性の改善に取り組むことで、成長の原資となる安定的なキャッシュの創出に挑戦していきます。

<u>飲料販売部門</u>

- 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

<u>飲料受託製造部門</u>

- 安全・安心な生産体制の維持・強化
- 合理化・効率化の推進による、コスト削減の徹底
- 提案型営業を強化し、自社主導による製品の受託拡大
- 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
- 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

<u>食品製造販売部門</u>

- 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
- コンビニエンスストアチャネルのシェア拡大
- 国内外の新規市場開拓
- 売上原価低減
- 食品安全の取組強化

【②商品力強化へのチャレンジ】

当社はこれまで、厳選したコーヒー豆とこだわり続けてきたブレンド技術を駆使して開発した、新生「ダイドーブレンド」を平成 24 年に発売し、主力であるコーヒーブランドのシェアの拡大に注力してまいりました。

今後はさらに、商品開発プロセスの見直しを行い、ソフトドリンクのラインアップ強化を図るとともに、当社グループにしかできないイノベーティブな商品をお客様にお届けすべく、研究開発に関する新たな取り組みにもチャレンジしてまいります。

【③海外展開へのチャレンジ】

当社はこれまで、国内における自販機事業の維持・拡大並びに流通事業の強化拡充を図りつつ、主力であるコーヒーブランドを主軸としたマーケティング戦略に経営資源を集中投下することにより、収益力の強化を図ってまいりました。

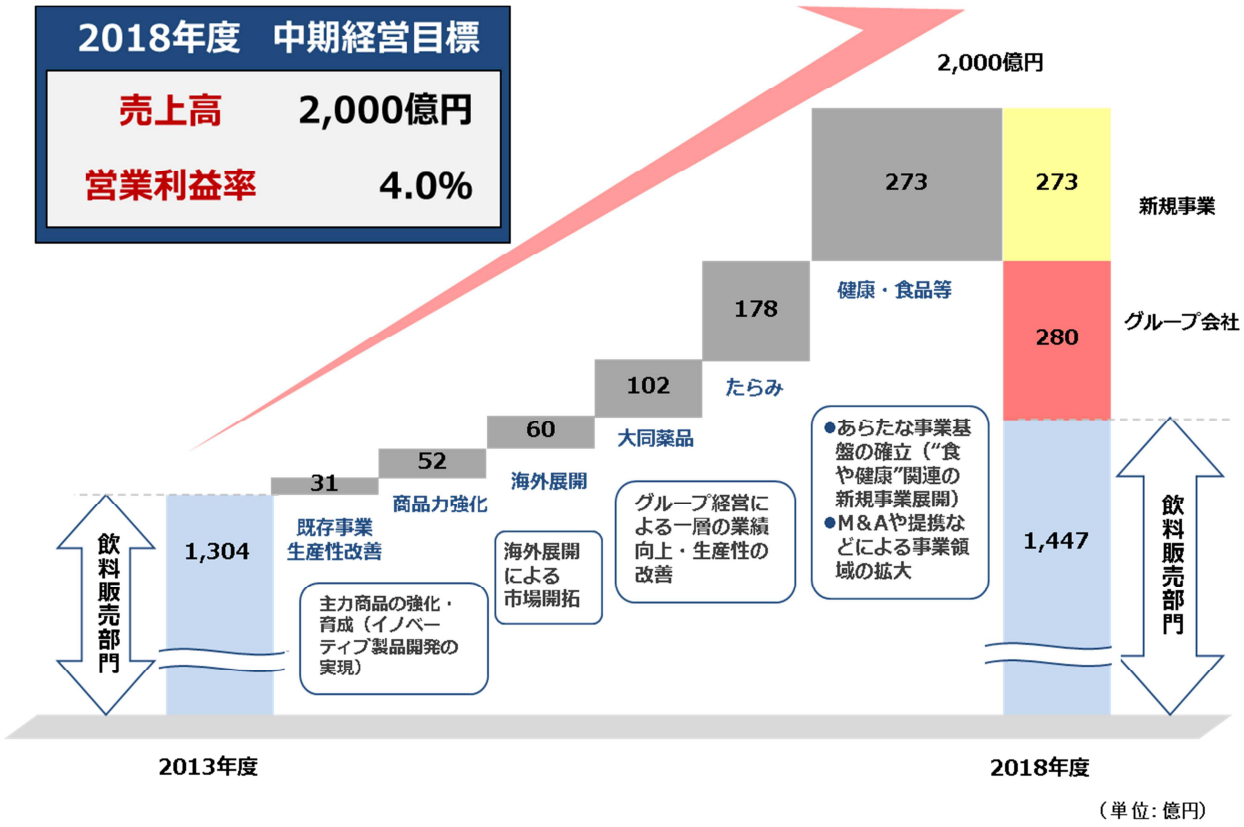
今後はさらに、海外における本格的な事業展開を図るべく、平成 25 年 12 月にロシア・モスクワ市に当社 100%出資の現地法人「DyDo DRINCO RUS, LLC.」を設立いたしました。当社の強みである「自販機ビジネスモデル」の横展開を図り、新たなビジネスチャンスの創出にチャレンジしてまいります。

【④新たな事業基盤確立へのチャレンジ】

当社はこれまで、全国広範囲にわたり保有する約 28 万台の自販機網を主要販路とした独自のビジネスモデルによる安定したキャッシュ・フローにより、強固な財務基盤を構築してまいりました。

今後は、そうした財務基盤を背景として、企業理念の方向性や新規顧客層の獲得を意識した新たな事業領域への参入可能性を更に検討するとともに、“食や健康”関連の新規事業展開を図り、新たな事業基盤確立にチャレンジしてまいります。

（４） 数値目標



（単位：億円）

以上