こころとからだに、
おいしいものを。

DyDo

2014年度

第１四半期　決算概要

Challenge

Next Stage

2014年5月26日

ダイドードリンコ株式会社

（東証1部：2590）

目次

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。
DyDo

◆当社グループのビジネスモデル　P.2～7

◆中期経営計画「Challenge the Next Stage」　P.8～11

◆2014年度　第１四半期 決算概要／通期業績予想　P.12～18

◆ＤｙＤｏグループ　Ｔｏｐｉｃｓ　P.19～40

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

こころとからだに、
おいしいものを。

DyDo

当社グループのビジネスモデル

Challenge

Next Stage

DyDoグループのビジネスモデル

Next Stage

こころとからだに、おいしいものを。

◆ DyDoグループの主要３部門
－独自のビジネスモデルを構築－

DyDoグループは、「こころとからだに、おいしいものを。」をスローガンに、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。



安定的なキャッシュ・フローを背景として強固な財務基盤を構築

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

ダイドードリンコの特徴・強み

こころとからだに、
おいしいものを。
DyDo

DyDo

◆ Blend is Beautiful.

–ブレンドへのこだわりとあくなき挑戦 –

喜びと感動をお届けしたいと願う、ダイドードリンコの原点。







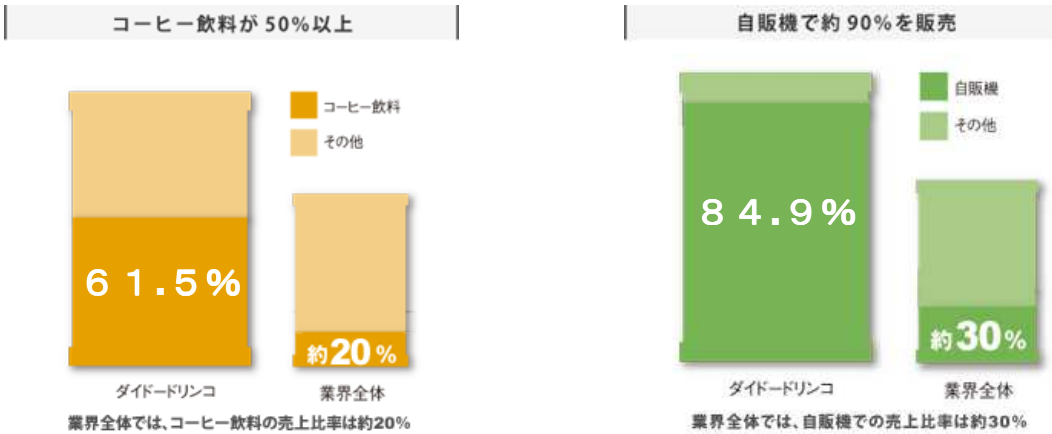
Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

ダイドードリンコの特徴・強み

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。
DyDo

◆ コーヒー×自販機による安定した利益の確保



※当社実績：
2014年度第1Q時点の比率

◆ ファブレス経営による効率的な経営資源の活用



Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

大同薬品工業の特徴・強み

DAIDO PHARMACEUTICAL CORPORATION

- ドリンク剤の研究、開発、製造に取り組みOEMビジネスを展開
- 医薬品・医薬部外品から、清涼飲料等、年間約50品目の開発に携わる業界トップシェア企業として高い収益性を維持
- 安全安心な生産体制の維持強化を図りながら、業界No.1受託メーカーとしての飛躍を目指す



Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

たらみの特徴・強み

こころとからだに、
おいしいものを。
DyDo

Tarami

- 2012年6月に100%子会社となり、グループ第３の柱として連結業績に貢献
- 高い知名度とブランドカにより、フルーツゼリー市場においてトップシェアを維持
- 今後はゼリー市場での確固たる地位を築きつつ、より付加価値の高い商品、新たなデザート市場、販売チャネルの開拓を志向







Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

こころとからだに、
おいしいものを。

DyDo

中期経営計画

Challenge

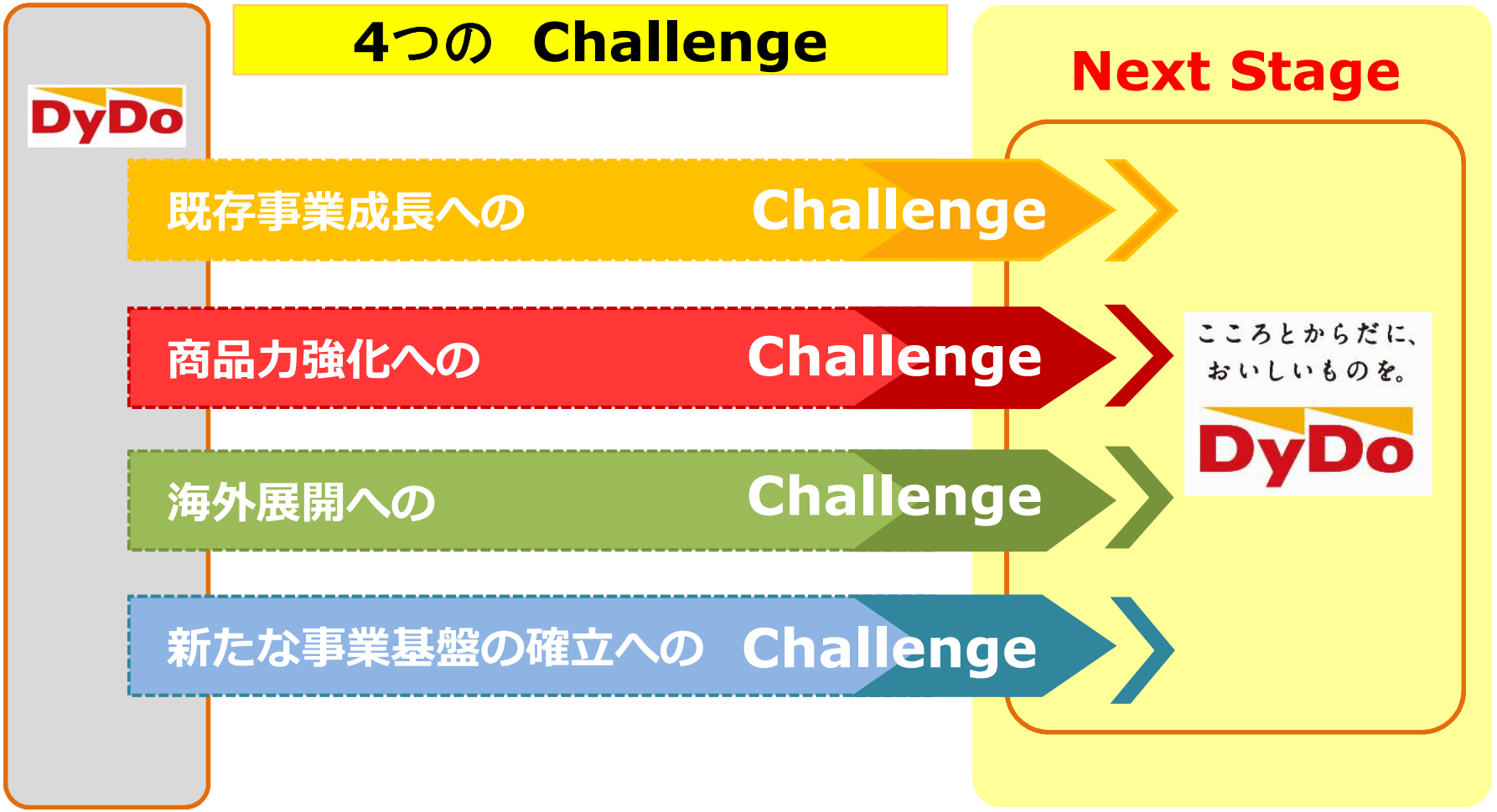
Next Stage

～Challenge the Next Stage～

成長実現に向けた4つのチャレンジ

Next Stage

こころとからだに、おいしいものを。

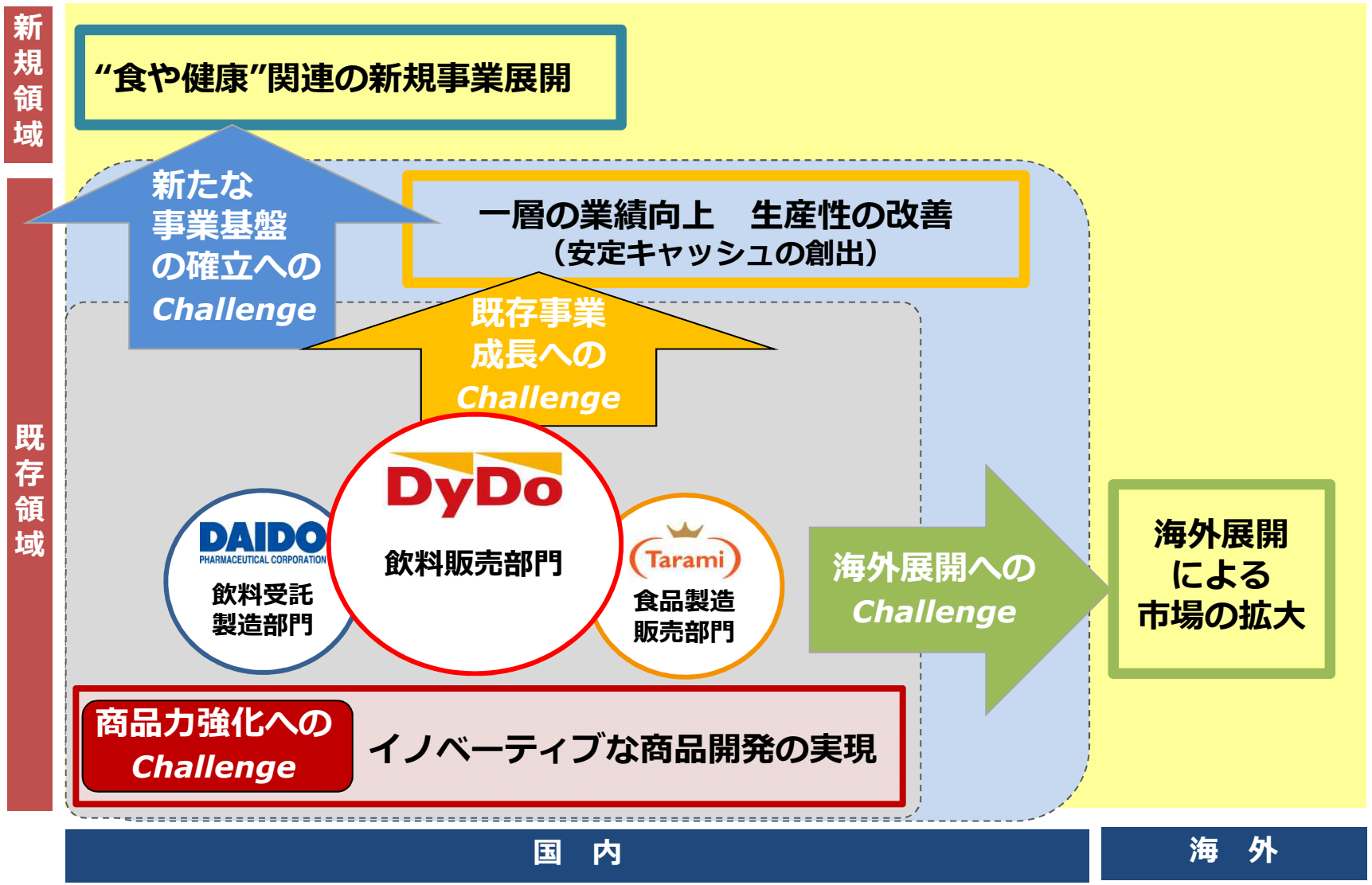


Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

成長戦略の方向性

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。
DyDo



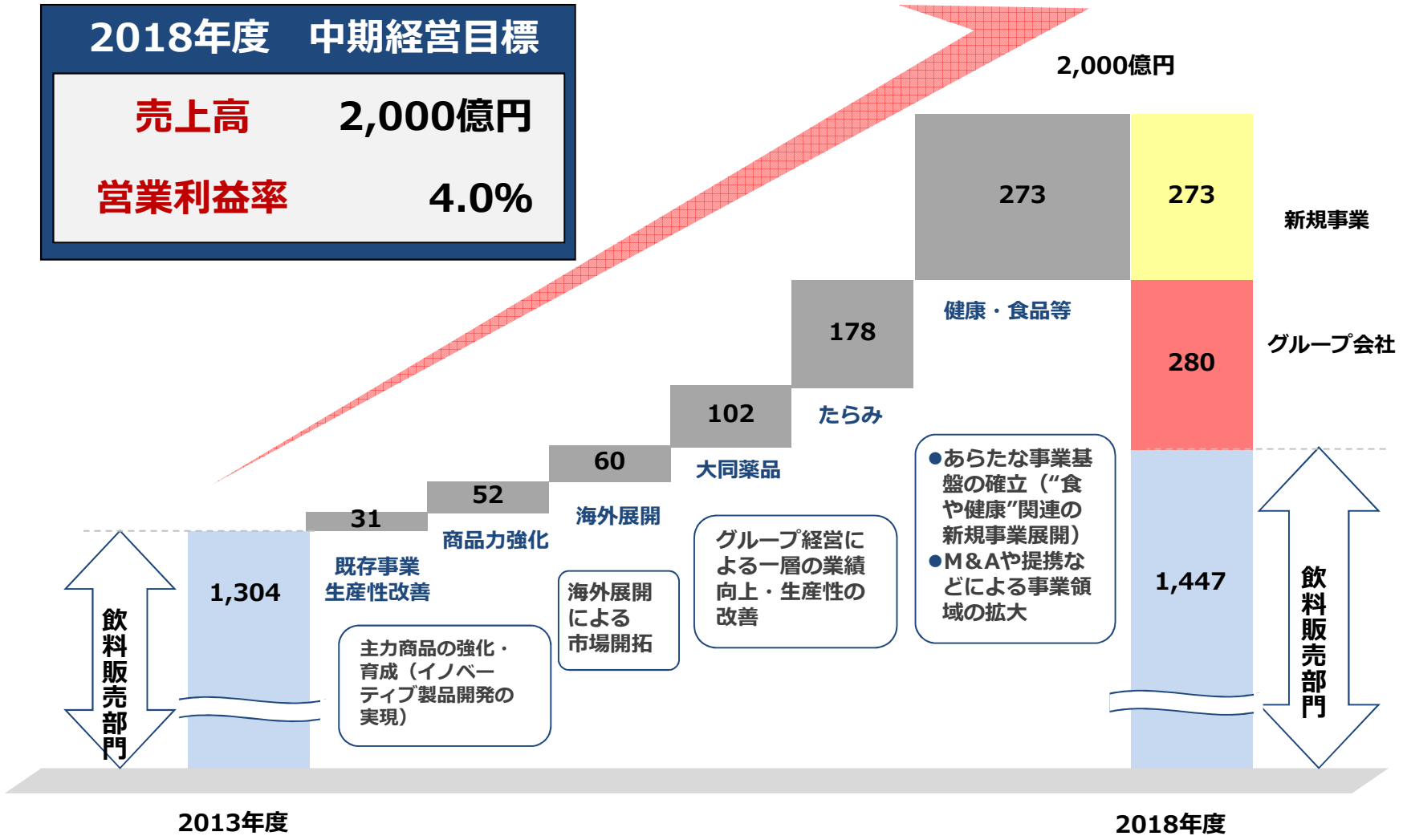
Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

中期経営目標

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。
DyDo

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.

こころとからだに、
おいしいものを。

DyDo

2014年度
第1四半期 決算概要／通期業績予想

Challenge

Next Stage

2014年度 第１四半期
連結決算の概要

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。
DyDo

- 第１四半期連結業績は、通期計画達成に向けて堅調な実績となった
- 飲料販売部門は、ボトル缶コーヒーの拡充等により販売数量は0.4%増加
- 飲料受託製造部門は、消費増税前の駆け込み等により製造本数増加
- 食品製造販売部門は、マーケティング強化によりコンビニエンスストア等へさらに浸透

単位：百万円

	第1四半期（1/21～4/20）					通期				
	2013年度実績		2014年度実績			2013年度実績		2014年度業績予想		
		構成比		構成比	増減率		構成比		構成比	増減率
売上高	35,407	100.0%	35,401	100.0%	▲0.0%	154,828	100.0%	155,000	100.0%	0.1%
営業利益	372	1.1%	518	1.5%	39.2%	6,004	3.9%	5,200	3.4%	▲13.4%
経常利益	424	1.2%	481	1.4%	13.6%	5,962	3.9%	5,000	3.2%	▲16.1%
四半期（当期）純利益	78	0.2%	4	0.0%	▲94.0%	3,712	2.4%	3,000	1.9%	▲19.2%

（注）当第１四半期純利益の減少は、四半期特有の会計処理（税金費用）によるもの。

EPS	4.72円		0.28円		▲94.0%	224.08円		181.08円		▲19.2%
1株当たり配当金	―		―		―	60		60		―

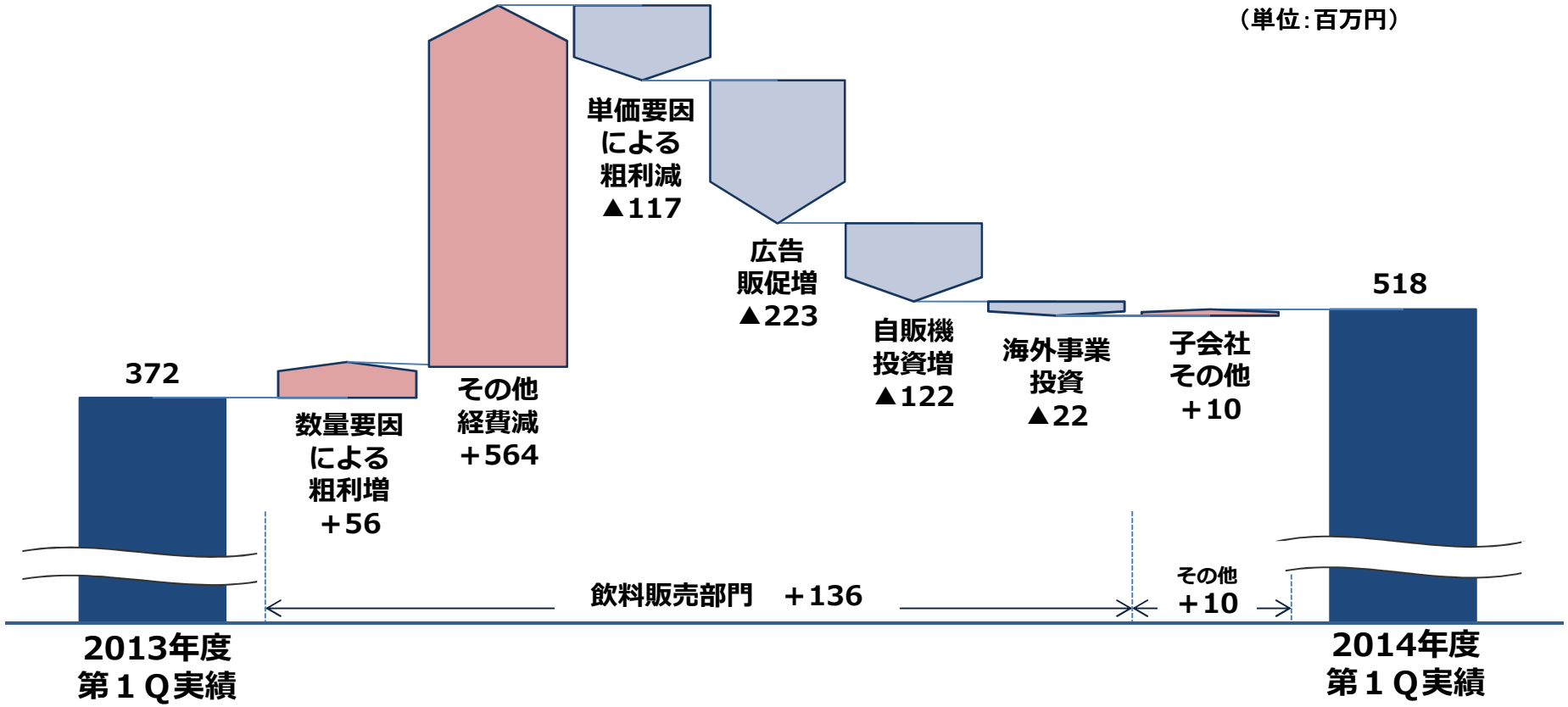
Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

2014年度 第1四半期
営業利益の増減要因

こころとからだに、おいしいものを。 DyDo

- 価格改定未完了のため、販売単価は若干の下落
- 「miu」の広告展開スタートにより広告宣伝費が増加
- 前年第１四半期は一時的費用の発生があったことから、その他経費が減少

（単位：百万円）



Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

セグメント別概況

DyDo 飲料販売部門

※連結調整前の数値　　単位：百万円

	第1四半期(1/21～4/20)				通期			
	2013年度実績	2014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	30,160	30,083	▲0.3%	▲ 76	130,400	130,700	0.2%	299
営業利益	63	200	214.2%	136	4,578	4,100	▲10.5%	▲ 478

DAIDO PHARMACEUTICAL CORPORATION 飲料受託製造部門

	第1四半期(1/21～4/20)				通期			
	2013年度実績	2014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	2,749	2,724	▲0.9%	▲ 25	10,857	10,200	▲6.1%	▲ 657
営業利益	355	398	11.9%	42	1,227	930	▲24.2%	▲ 297

Tarami 食品製造販売部門

	第1四半期(1/21～4/20)				通期			
	2013年度実績	2014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	2,646	2,756	4.2%	110	14,299	15,000	4.9%	700
営業利益	49	38	▲23.4%	▲ 11	609	620	1.8%	10

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

季節変動　－ 売上高 －

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。
DyDo

※セグメント別の記載値は連結調整前の数値

単位：百万円

【連　結】

	第１四半期	第２四半期	第３四半期	第４四半期	計
2013年度	35,407	42,243	41,175	36,001	154,828
通期に占める割合(%)	22.9%	27.3%	26.6%	23.2%	100.0%
2014年度	35,401	－	－	－	－

DyDo
飲料販売部門

	第１四半期	第２四半期	第３四半期	第４四半期	計
2013年度	30,160	34,642	34,233	31,363	130,400
通期に占める割合(%)	23.1%	26.6%	26.3%	24.0%	100.0%
2014年度	30,083	－	－	－	－

DAIDO PHARMACEUTICAL CORPORATION
飲料受託製造部門

	第１四半期	第２四半期	第３四半期	第４四半期	計
2013年度	2,749	2,978	2,686	2,442	10,857
通期に占める割合(%)	25.3%	27.5%	24.7%	22.5%	100.0%
2014年度	2,724	－	－	－	－

Tarami
食品製造販売部門

	第１四半期	第２四半期	第３四半期	第４四半期	計
2013年度	2,646	4,873	4,463	2,315	14,299
通期に占める割合(%)	18.5%	34.1%	31.2%	16.2%	100.0%
2014年度	2,756	－	－	－	－

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

季節変動　－ 営業利益 －

※セグメント別の記載値は連結調整前の数値

単位：百万円

【連　結】

	第１四半期	第２四半期	第３四半期	第４四半期	計
2013年度	372	2,376	2,367	888	6,004
通期に占める割合（%）	6.2%	39.6%	39.4%	14.8%	100.0%
2014年度	518	－	－	－	－

DyDo
飲料販売部門

	第１四半期	第２四半期	第３四半期	第４四半期	計
2013年度	63	1,667	1,789	1,056	4,578
通期に占める割合（%）	1.4%	36.4%	39.1%	23.1%	100.0%
2014年度	200	－	－	－	－

DAIDO PHARMACEUTICAL CORPORATION
飲料受託製造部門

	第１四半期	第２四半期	第３四半期	第４四半期	計
2013年度	355	345	267	258	1,227
通期に占める割合（%）	29.0%	28.1%	21.8%	21.1%	100.0%
2014年度	398	－	－	－	－

Tarami
食品製造販売部門

	第１四半期	第２四半期	第３四半期	第４四半期	計
2013年度	49	473	412	▲ 326	609
通期に占める割合（%）	8.2%	77.7%	67.7%	▲53.6%	100.0%
2014年度	38	－	－	－	－

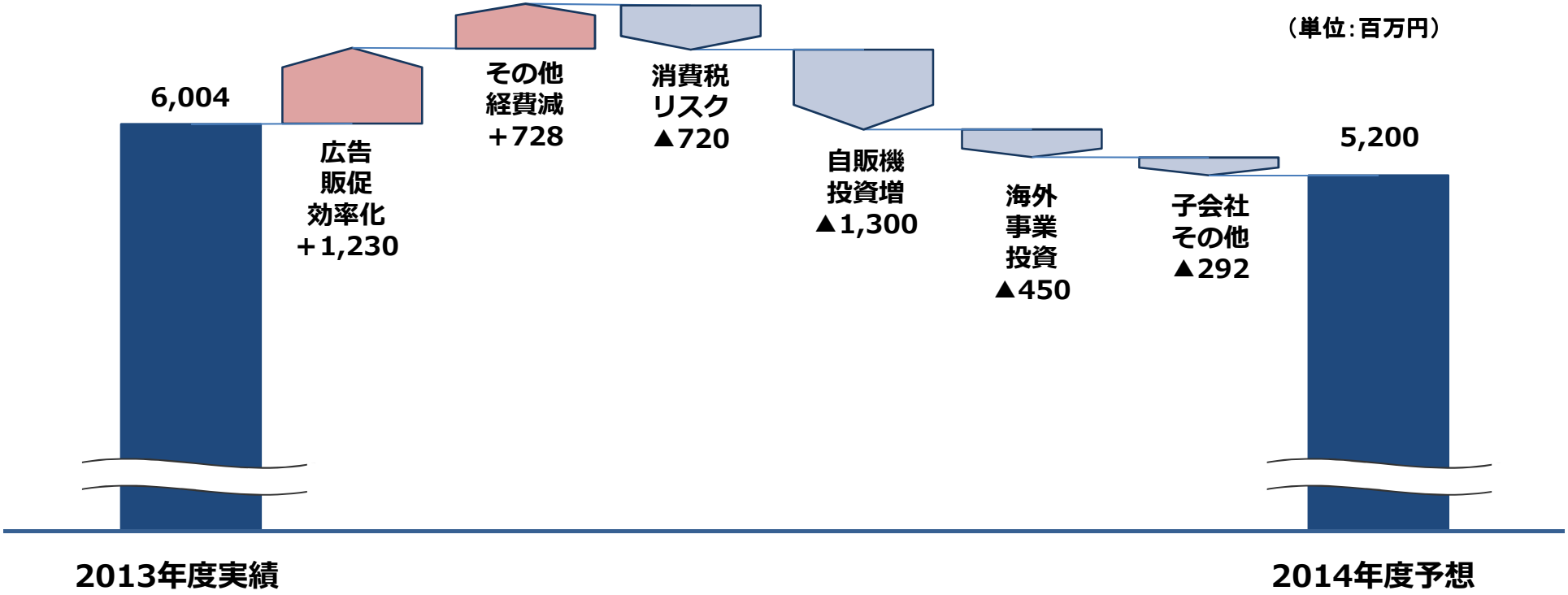
Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

＜参考＞
通期業績予想　営業利益の増減要因

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。
DyDo

- 2014年３月３日公表の通期業績予想に変更なし
- 「広告販促効率化」は主に下期に実施を計画
- 通期業績予想には「消費税リスク」として、価格改定完了までの一時的な販売単価下落等の影響を見込んでいる



Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

こころとからだに、
おいしいものを。

DyDo

DyDoグループ　Ｔｏｐｉｃｓ

Challenge

Next Stage

グループ理念・ビジョン・スローガン策定 Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。
DyDo

◆ 2014.3.3　グループ理念・ビジョン・スローガン ＆中期経営計画の策定

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。

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

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

ガバナンス改革

こころとからだに、
おいしいものを。
DyDo

◆ **2014.4.16　第３９回定時株主総会で取締役７名が選任され、代表取締役社長に「髙松 富也」が就任**



たかまつ　とみや
髙松　富也

氏名（生年月日）	略歴、当社における地位、担当（重要な兼職の状況）	所有する当社の株式数
髙松富也 (昭和51年６月26日生)	平成16年４月　当社入社 平成20年３月　当社営業本部副本部長 兼販売会社統轄部長 平成20年４月　当社取締役営業本部副本部長 平成21年４月　当社常務取締役営業本部副本部長 平成22年３月　当社専務取締役営業本部長 兼人事総務本部長兼人事総務部長 平成23年１月　当社専務取締役営業本部長 兼人事総務本部長 平成23年10月　当社専務取締役営業統括本部長 兼人事総務本部長 平成24年１月　当社専務取締役営業統括本部長 兼マーケティング本部長 兼人事総務本部長 平成24年４月　当社取締役副社長営業統括本部長 兼マーケティング本部長兼人事総務本部長 平成25年３月　当社取締役副社長社長室、事業戦略本部、マーケティング本部、人事総務本部、監査部担当 平成26年１月　当社取締役副社長コーポレートコミュニケーション本部、マーケティング本部、人事総務本部、経営戦略部、海外事業部、ヘルスケア事業部、監査部担当 平成26年４月　当社代表取締役社長 （現在に至る）	495,000株

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

ガバナンス改革

こころとからだに、
おいしいものを。
DyDo

◆ **2014.4.16　取締役会長職を新設**

グループ経営全般におけるガバナンスなど経営基盤の強化に向けた業務執行を指揮する役割を担う

氏　名	4月16日(総会決議前)時点の職名
髙松 富博	当社代表取締役社長

◆ **2014.4.16　社外取締役２名を選任　（取締役７名中２名が社外取締役）**

経営の透明性を高め、社外の視座と見識を経営に積極的に取り込むことを目的とする

氏　名	4月16日(総会決議前)時点の職名
江崎　悦朗	江崎グリコ株式会社 取締役専務執行役員
森　真二	当社社外監査役 （弁護士）

◆ **2014.4.16　女性監査役１名を選任**

氏　名	4月16日(総会決議前)時点の職名
加藤　幸江	当社補欠監査役 （弁護士）

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

消費増税対応

こころとからだに、
おいしいものを。
DyDo

◆ 2014.3.24　「消費税率変更に伴う対応」を発表

- 全ての販売チャネルでメーカー出荷価格に対して消費税8%分を適正に転嫁する
- 自動販売機商品については、自動販売機の特性上、基本的に販売価格を10円単位で見直すが、自販機事業全体で増税分の適正な転嫁を目指す

自動販売機　商品セット状況の一例



価格据置を推奨する商品

容量増量に伴い販売価格の見直しを推奨する商品

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

既存事業成長へのChallenge

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。
DyDo

◆ **2014.4.1～**

2014年度版ポイントカードキャンペーンスタート

期間中にポイントカード対応自販機で商品を購入いただくことで、ポイントを貯めることができ、希望景品の必要ポイント数が貯まった段階で、所定の手続きをすると、もれなく景品が当るキャンペーン。

ポイントカード対応自販機の魅力向上を図るとともに、ダイドードリンコブランドのより一層の浸透を図る。





Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

既存事業成長へのChallenge

Next Stage

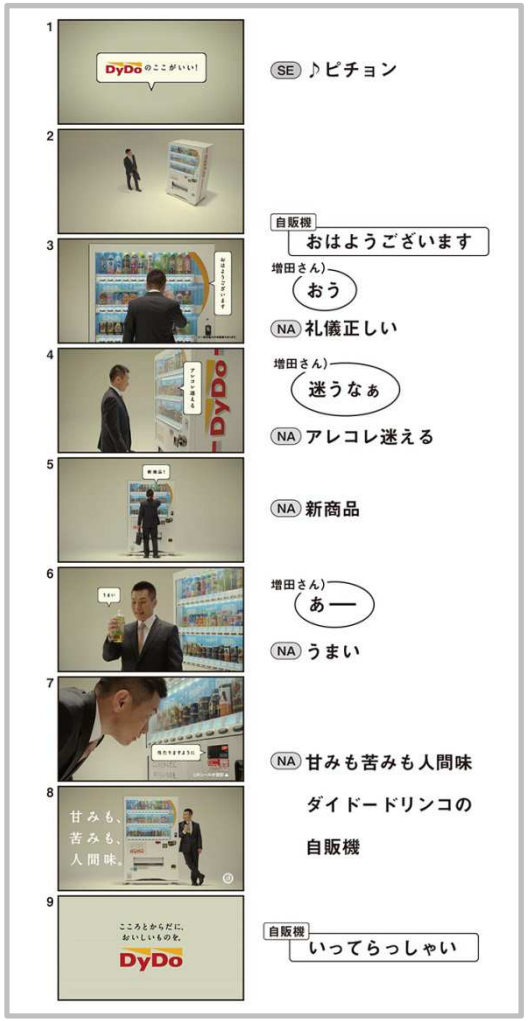
こころとからだに、
おいしいものを。
DyDo

DyDo

◆ 2014.4.14～　「DyDo自販機」の新TV-CMを全国で放映

当社自販機の魅力をより多くのお客様に知っていただくため、タレントの増田英彦さんと女優のはなさんを起用した新TV-CM「DyDo自販機」を放映し、当社自販機を広く訴求。







Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

既存事業成長へのChallenge

Next Stage

こころとからだに、おいしいものを。 DyDo

◆ **2014.4.8**

大同薬品工業は大江生醫股份有限公司（台湾）と覚書を締結

健康食品・飲料分野において、技術支援契約や受託製造について協議・検討をすすめていくとともに、顧客とする日本企業子会社への健康食品・飲料の製造・販売などについて両社は協力して、共同で新市場を開発することで合意。

◆ **2014.3.25**

たらみの「経営理念」「ブランドロゴ」のリニューアル

新しい経営体制への移行を機に、「経営理念」を刷新するとともに、その象徴としての「ブランドロゴ」をリニューアル。

―新企業理念―

1. おいしさと健康を通じて社会に貢献します。
2. お客様ニーズとシーズの双方向コミュニケーションに注力し、常に新しい製品を幅広い空間に拡げていきます。
3. 共存共栄を企業文化とし、収益体質を確立しながら、持続的な成長を目指します。

旧ロゴ　たらみ fruit market

新ロゴ　Tarami

タグライン　Tarami　たのし実。ほほえ実。たらみ

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

商品力強化へのChallenge

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。
DyDo

- 2014.2.17～
  「香りつづく。香りに包まれる。」
  香りを楽しむお茶ブランド 「贅沢香茶」リニューアル
- 2014.2.24～
  新ブランド誕生！
  四季折々の果実で、ほっと和む果汁飲料「和果ごこち」
- 2014.2.24～
  ロングセラーブランド「ミスティオ」
  リニューアルして登場！
- 2014.4.7～
  糖の吸収をおだやかにする“トクホコーヒー”
  「スマートショットブラック」を新発売
- 2014.4.7～
  人気の茶系飲料を大容量の600mlPETにリニューアル
  「葉の茶 日本の銘茶三選 <玉露入り>」
  「おいしい麦茶」











Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

商品力強化へのChallenge

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。
DyDo

- **2014.3.17～**
  微糖のボトル缶コーヒー新発売！
  「ダイドーブレンド 世界一のバリスタが選んだ豆［微糖］」



- **2014.3.17～**
  ワールドバリスタチャンピオン監修！
  「ダイドーブレンド BLACK」を新発売



- **2014.3.17～**
  大同教授、“世界一”に驚愕！
  新ＴＶ-CM「身近な世界一」篇　全国で放映開始





Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

商品力強化へのChallenge

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。
DyDo

- **2014.3.24～**
  おいしさ、ミネラル、いいとこどり！
  海洋ミネラル深層水「miu」リニューアル



- **2014.3.24～**
  「miu」シリーズCMに小芝風花さんを初起用！
  新TV-CM「地球ドロップ」篇　全国で放映開始





Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

商品力強化へのChallenge

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。
DyDo

DyDo × Tarami

- ダイドードリンコ と たらみによる共同開発商品

◆ 2014.3.24～
みずみずしい桃の果汁感が楽しめるゼリー飲料
「たらみ ふって飲む桃のジュレ」



◆ 2014.4.7～
ぷるぷるゼリーとシャリシャリシャーベット、
2つの食感が楽しめる！「たらみ ぷるシャリみかん」



Tarami

◆ 2014.3.1～
“おいしく、カロリーコントロールしたい”
「カロリコカロリカ0kcal シリーズ」発売



◆ 2014.3.3～
頑張る力を果実から。（エネルギー/ビタミン補給用パウチゼリー）
「果実deチャージ　バナナ＋シトラスフルーツ味」



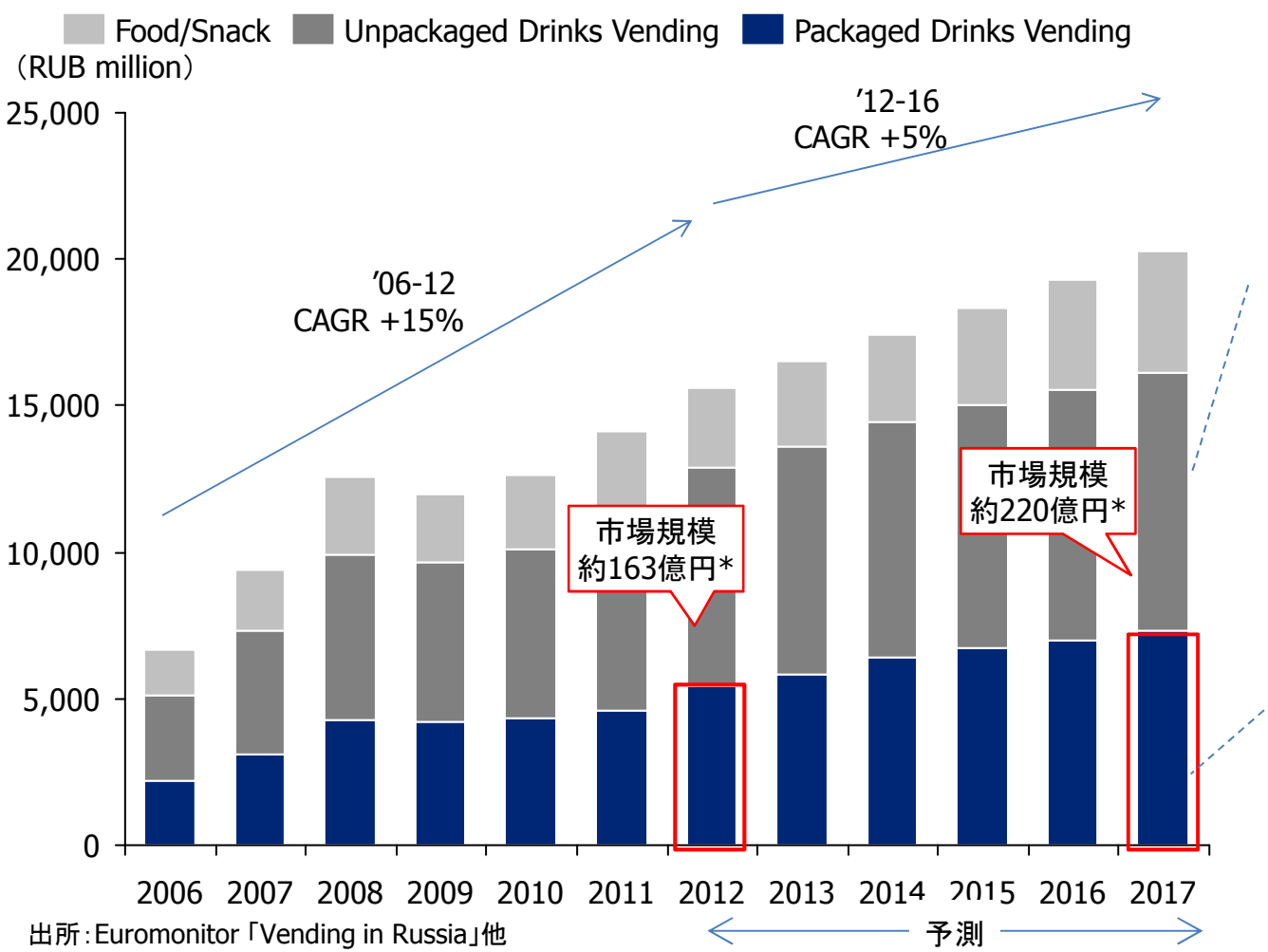
Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

海外展開へのChallenge

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。
DyDo

◆ ロシアにおける自販機市場の概況



出所：Euromonitor「Vending in Russia」他

飲料自販機のタイプ

Unpackaged Drinks
'06-11 CAGR17%



Packaged Drinks
'06-11 CAGR 16%



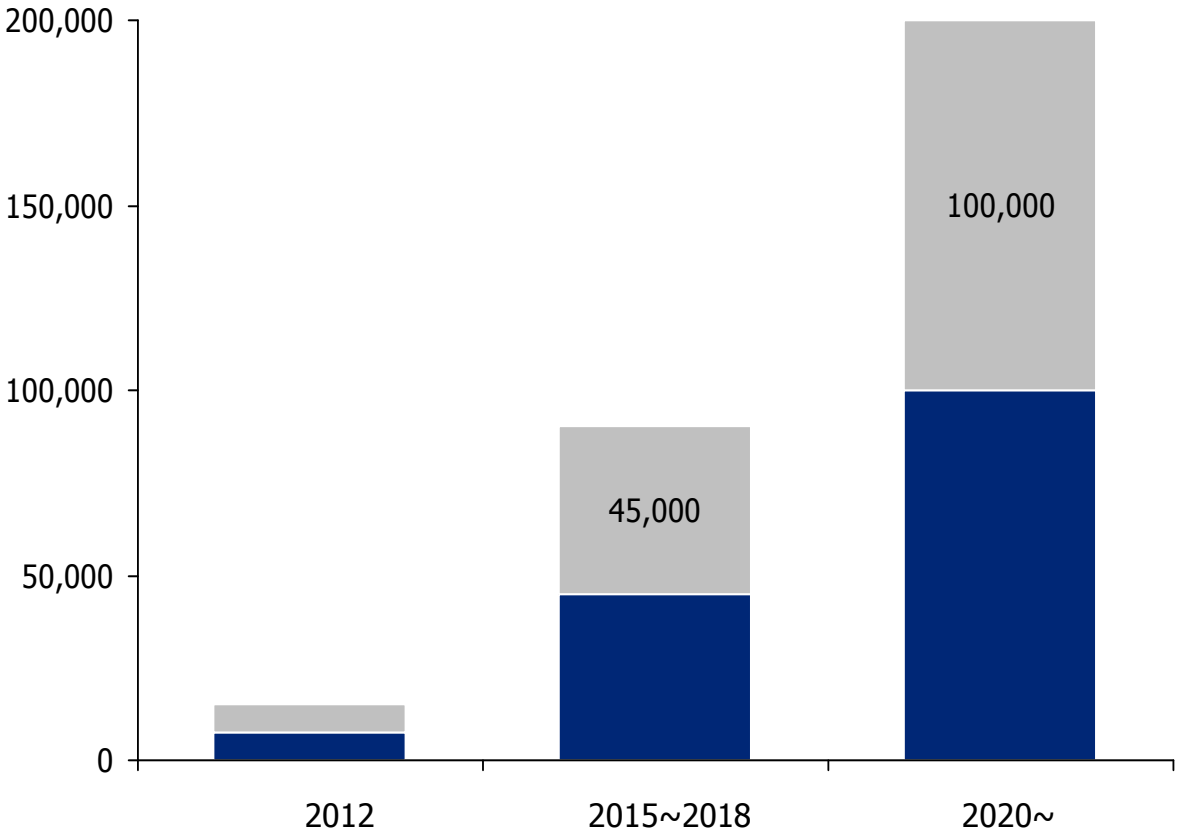
Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

海外展開へのChallenge

Next Stage

こころとからだに、おいしいものを。

◆ ロシアにおける自販機成長ポテンシャル



- モスクワ市政府の2015年自販機台数目標：90,000台
- モスクワ市およびモスクワ州（総人口約1,800万人）の自販機ポテンシャルは20万台以上
  - 東京：人口1,300万人、自販機50万台以上
  - ニューヨーク：人口800万人、自販機20万台以上
- 総自販機のうち、Packaged Drinksタイプ（Food/Snack込み）の自販機台数は1/2と推定（市場規模比率より）

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

海外展開へのChallenge

Next Stage

こころとからだに、おいしいものを。 DyDo

DyDo ◆ ビジネスモデルを生かしたロシア市場への参入

市場	経済環境	■ ロシアでは安定した経済成長、日系企業にとって追い風となる経済環境整備（日露投資プラットフォームなど）が進んでいる
	エリア特徴	■ 首都モスクワは欧州最大都市（人口1,100万人）であり、人口集中は今後も進む。所得水準もロシア他都市と比べ顕著に高い
	消費者特徴	■ 高価格商品に対する受容性が比較的高い。また、日本に対し、一定の高信頼・高品質・健康イメージが存在
	飲料/自販機市場	■ ロシアの飲料市場は今後高い成長が期待される。自販機市場はモスクワ市政府の普及施策による急拡大が期待される
競合		■ 飲料市場は欧米系メーカーの台頭で競争が激化。一方自販機業界では、組織だったオペレータは数社に限定される萌芽期 ■ 日系飲料メーカーはロシアに未だ積極参入していない
自社		■ 日本で28万台程度の自販機を保有し、展開ノウハウ有り ■ 5年前よりロシア極東ウラジオストクにて事業展開を行っており、ロシアビジネスに対して経験を有する

■ モスクワ市場に対し、「日本ブランド」「DyDoビジネスモデル（自販機ビジネス）」の強みを活かして、参入する

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

海外展開へのChallenge

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。
DyDo

◆ ロシア市場へのチャレンジ

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





モスクワ

- ◆ 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

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.

海外展開へのChallenge

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。
DyDo

◆ ロシア・モスクワ市における自販機設置をスタート





ロシアで2番目に大きい空港「シェレメチェボ国際空港」から市内へ向かう「アエロエクスプレス」の駅構内に設置している当社自販機





Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

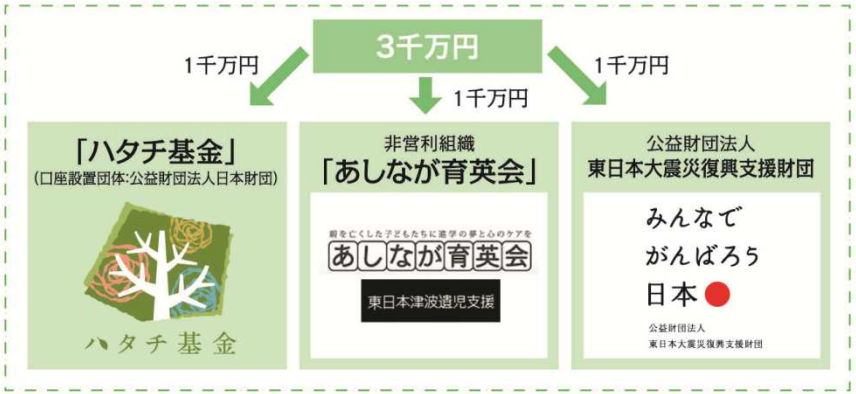
DyDoグループのＣＳＲ活動

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。
DyDo

◆「地域コミュニティ貢献積立金」を活用した社会貢献活動

➢ 東日本大震災への継続支援



➢ 東北復興“絆”義援金自販機による支援





➢ 学校教育における ストリートダンス等の文化支援



➢ 福島県の子供たちに対する 運動不足解消に向けた支援



➢ NPO日本の祭りネットワーク への支援

ダイドードリンコは
「NPO(特定非営利活動法人)
日本の祭りネットワーク」に加盟しています。

NPO(特定非営利活動法人)
日本の祭りネットワーク
Nippon Matsuri Network

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

◆ 社会への取り組み　ダイドードリンコ「日本の祭り」



全国各地に伝わるお祭りを応援。

祭りを通じて地域の絆作り、活性化に役立つために、2014年は全国34箇所の祭りを応援する。







Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

◆ 環境への取り組み　エコ自販機を積極的に投入

地球環境に優しく節電効果の高い
「エコ自販機」を積極投入し、
地域社会やお客様に支持される
自販機網の拡充に注力



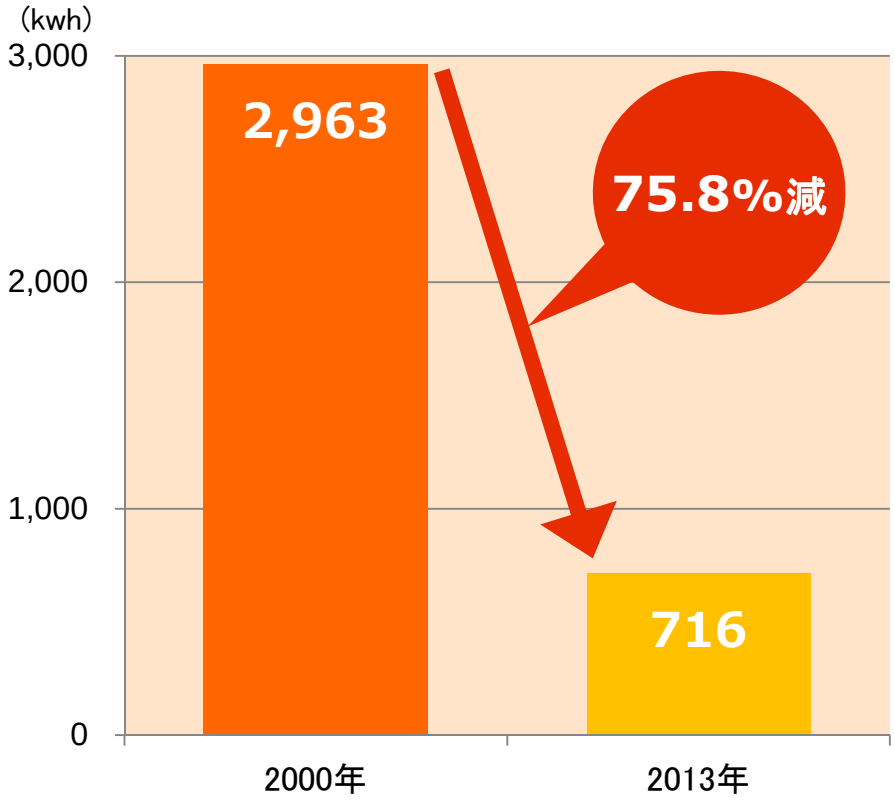
ＬＥＤ照明



ヒートポンプ自販機



●DyDo自販機１台当りの年間消費電力量推移

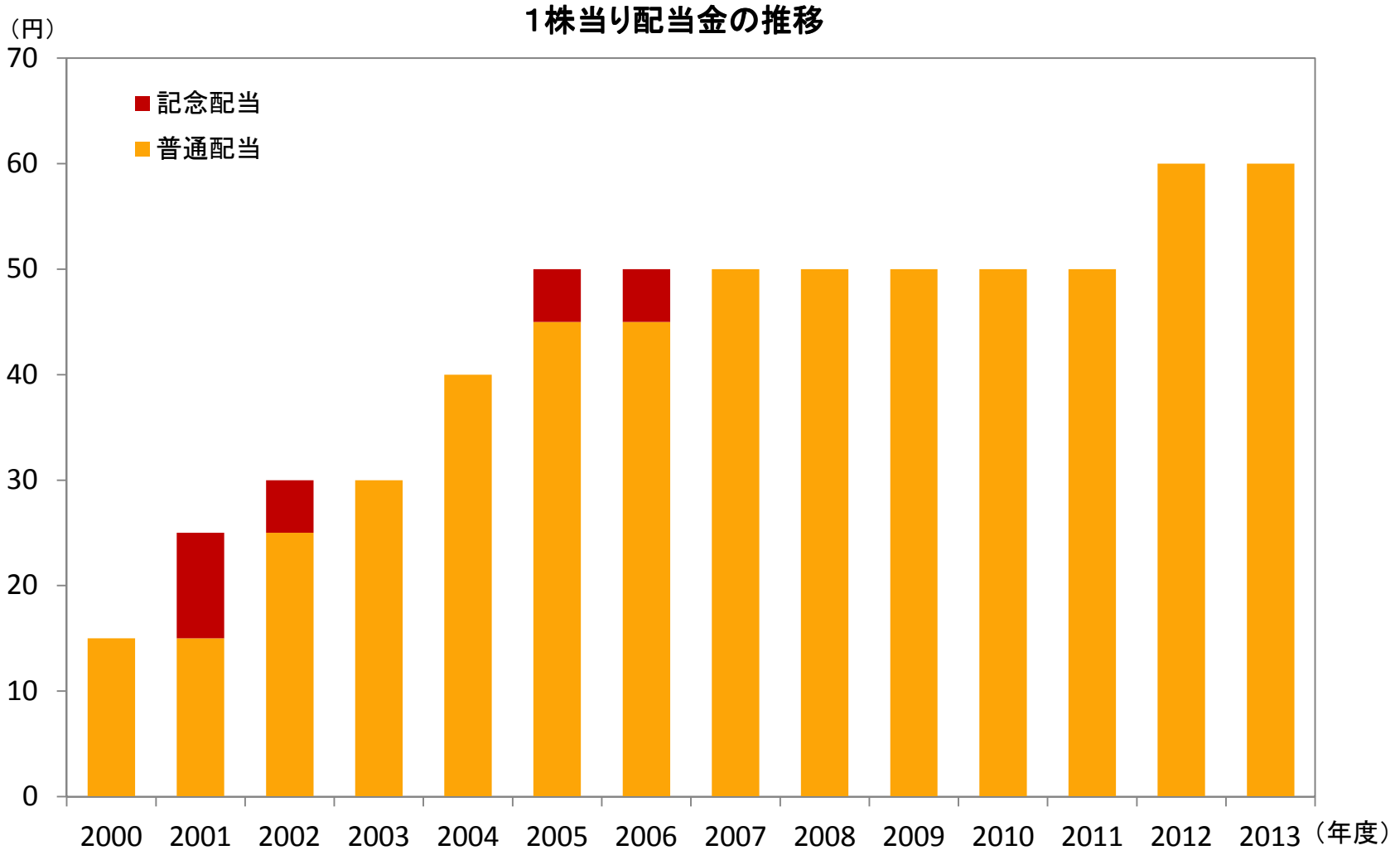


Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

株主還元　－配当金－

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。
DyDo



Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

株主還元　－株主優待品－

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。
DyDo

１００株以上保有の株主の皆様に
３，０００円相当の
自社製品詰め合わせを進呈

年２回

（割当基準日：１月20日、７月20日）



2014年1月20日現在の株主の皆様に進呈した株主優待品

2014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！



＊2013年11月
野村ＩＲ発行

株主優待総合ランキング

４年連続　総合第２位

順位	社名
1	日本マクドナルドホールディングス
2	ダイドードリンコ
3	日清ホールディングス

Copyright (C) DyDo DRINCO. All Rights Reserved.

こころとからだに、
おいしいものを。

DyDo

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。