

こころとからだに、
おいしいものを。



2014年度

第3四半期 決算概要

Challenge

Next Stage

2014年11月25日

ダイドードリンコ株式会社

(東証1部 : 2590)

- 1. 当社グループのビジネスモデル**
P.2~8
- 2. 中期経営計画「Challenge the Next Stage」**
P.9~12
- 3. 2014年度 第3四半期 決算概要／通期業績予想**
P.13~19
- 4. DyDoグループ Topics**
P.20~42

こころとからだに、
おいしいものを。



Challenge

1. 当社グループのビジネスモデル

Next Stage

(1)グループ理念・ビジョン・スローガン

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。



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。

グループスローガン

こころとからだに、
おいしいものを。



(2) DyDoグループのビジネスモデル

Next Stage



◆ 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

(3)ダイドードリンコの特徴・強み

Next Stage



◆ 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。

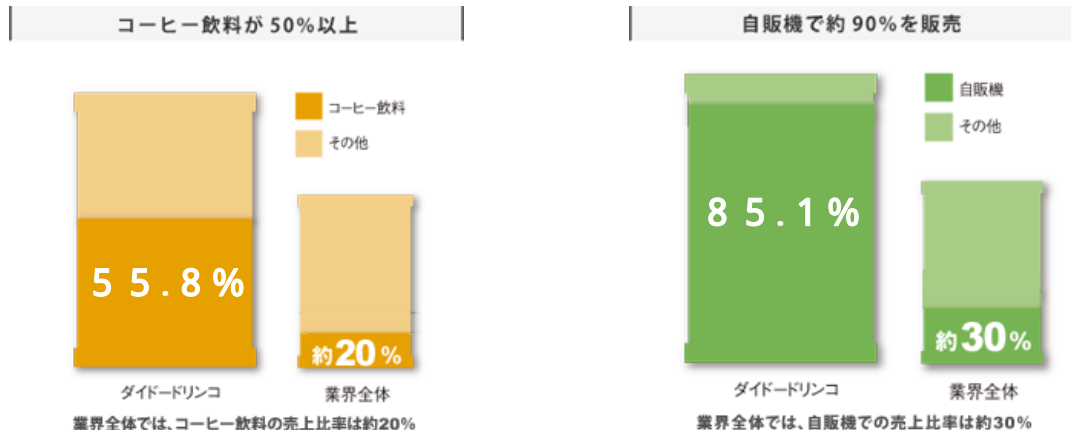


(3)ダイドードリンコの特徴・強み

Next Stage



◆ 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3Q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



(4)大同薬品工業の特徴・強み

Next Stage



- ◆ 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



(5) たらみの特徴・強み

Next Stage



- ◆ 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力により、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



こころとからだに、
おいしいものを。



Challenge

2. 中期経営計画

Next Stage

~Challenge the Next Stage~

(1)成長実現に向けた4つのチャレンジ Next Stage



4つの Challenge

Next Stage



既存事業成長への Challenge

商品力強化への Challenge

海外展開への Challenge

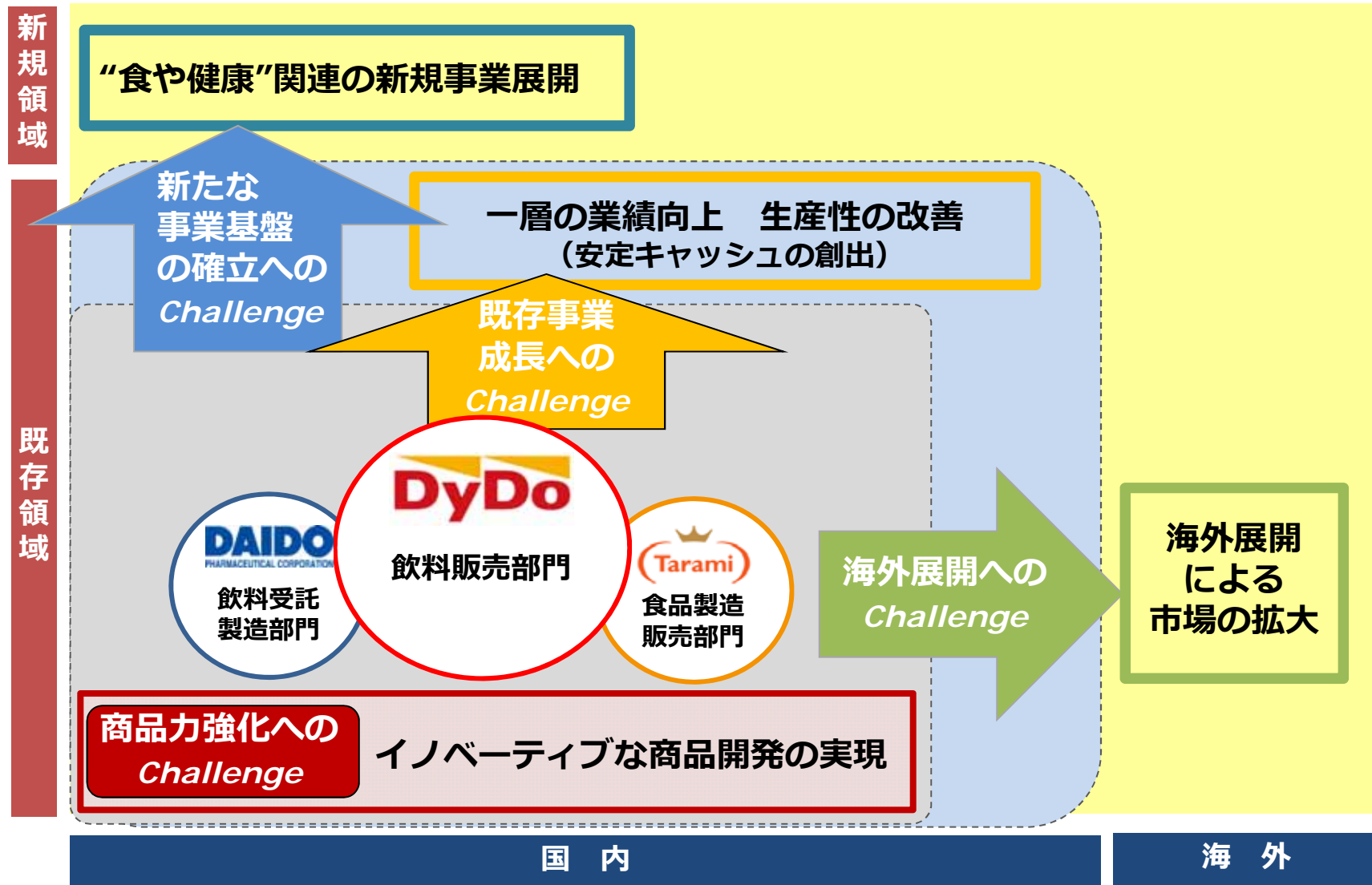
新たな事業基盤の確立への Challenge

こころとからだに、
おいしいものを。



(2)成長戦略の方向性

Next Stage

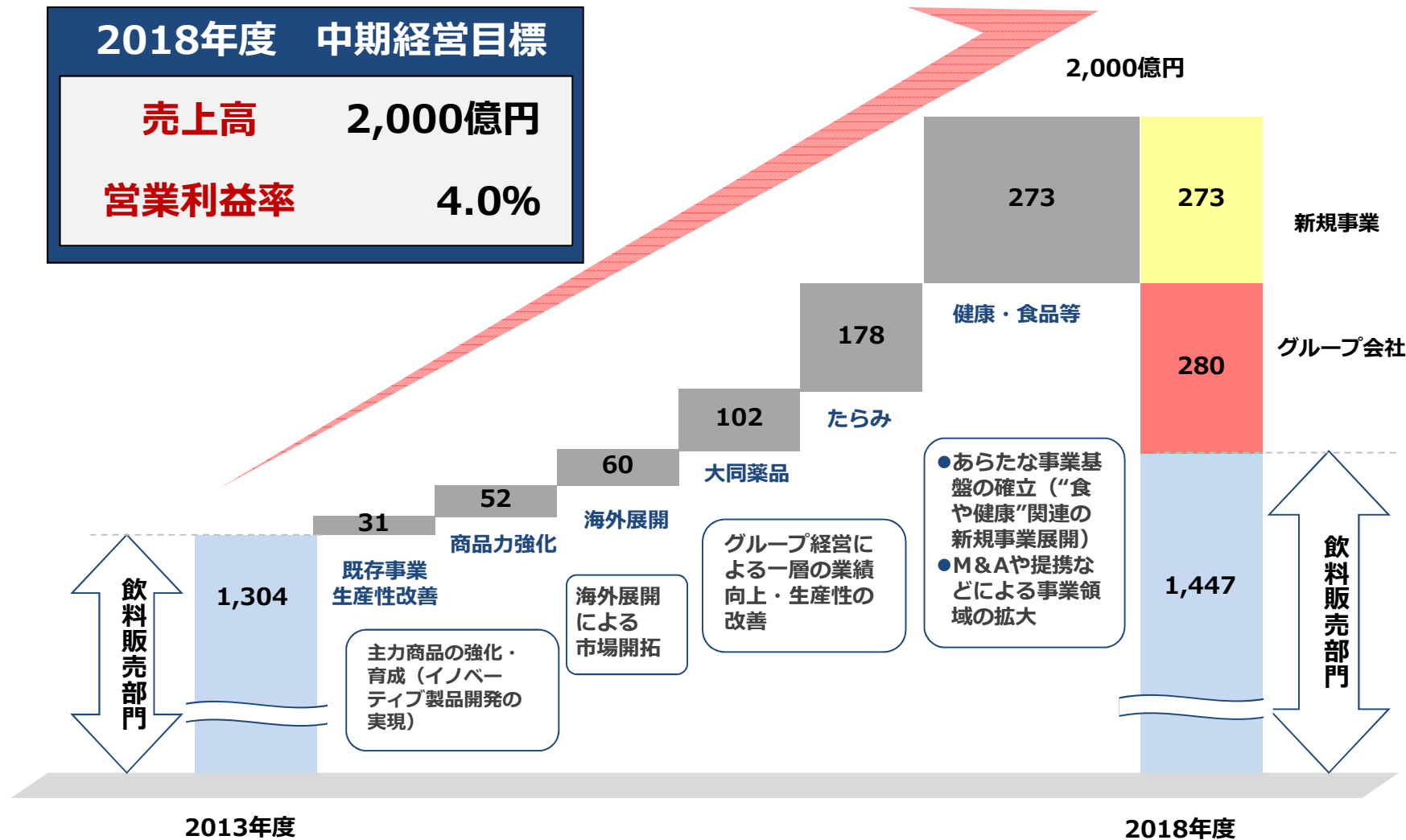


(3)中期経営目標

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)

こころとからだに、
おいしいものを。



3. 2014年度 第3四半期 決算概要／通期業績予想




Challenge

Next Stage

(1) 2014年度 第3四半期 連結決算の概要

Next Stage



-  第3四半期連結業績は、厳しい環境下ながら営業増益を確保
-  消費税増税後の個人消費の回復遅れや天候不順による販売への影響
-  逆風下においてもコーヒーの販売数量は1%減に止まる

単位:百万円

	第3四半期(1/21~10/20)					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	118,826	100.0%	115,687	100.0%	▲2.6%	154,828	100.0%	155,000	100.0%	0.1%
営業利益	5,116	4.3%	5,216	4.5%	2.0%	6,004	3.9%	5,200	3.4%	▲13.4%
経常利益	5,142	4.3%	5,129	4.4%	▲0.2%	5,962	3.9%	5,000	3.2%	▲16.1%
四半期(当期)純利益	3,242	2.7%	3,105	2.7%	▲4.2%	3,712	2.4%	3,000	1.9%	▲19.2%

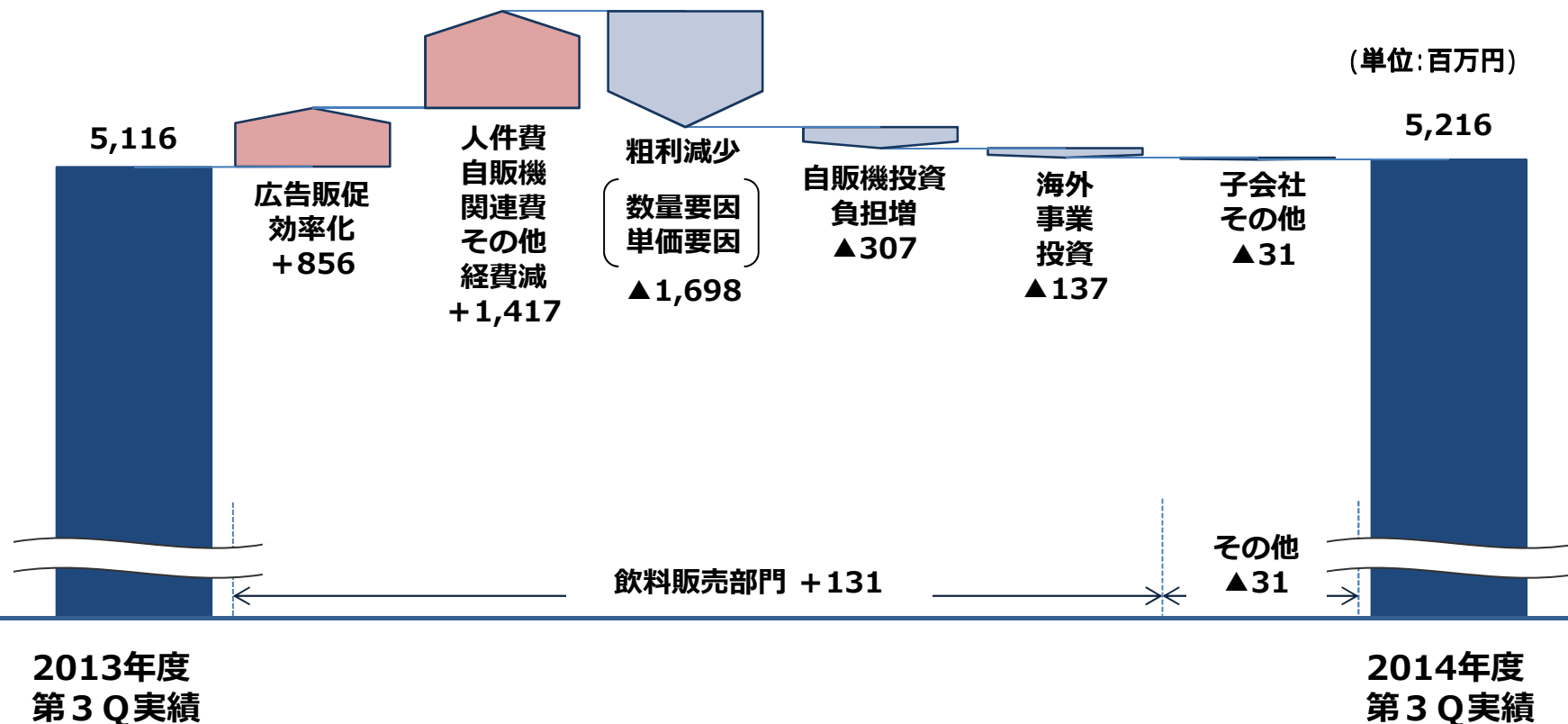
E P S	195.73円	187.46円	▲4.2%	224.08円	181.08円	▲19.2%
1株当たり配当金	-	-	-	60	60	-

(2) 2014年度 第3四半期 営業利益の増減要因

Next Stage



- ➡ 飲料販売部門の販売数量は5%減、販売単価は改善
- ➡ 広告販促の効率化と自販機展開計画の見直しによる関連経費の圧縮
- ➡ 飲料受託製造部門、食品製造販売部門の営業利益は微減



(3)セグメント別概況

Next Stage



飲料販売部門

※連結調整前の数値 単位：百万円

第3四半期(1/21~10/20)				
	2013年度実績	2014年度実績		
			増減率	増減額
売上高	99,036	95,411	▲3.7%	▲3,624
営業利益	3,521	3,652	3.7%	131

通期			
2013年度実績	2014年度業績予想		
		増減率	増減額
130,400	130,700	0.2%	299
4,578	4,100	▲10.5%	▲478



飲料受託製造部門

第3四半期(1/21~10/20)				
	2013年度実績	2014年度実績		
			増減率	増減額
売上高	8,414	8,052	▲4.3%	▲361
営業利益	968	963	▲0.5%	▲5

通期			
2013年度実績	2014年度業績予想		
		増減率	増減額
10,857	10,200	▲6.1%	▲657
1,227	930	▲24.2%	▲297



食品製造販売部門

第3四半期(1/21~10/20)				
	2013年度実績	2014年度実績		
			増減率	増減額
売上高	11,984	12,751	6.4%	766
営業利益	935	896	▲4.2%	▲39

通期			
2013年度実績	2014年度業績予想		
		増減率	増減額
14,299	15,000	4.9%	700
609	620	1.8%	10

(4)季節変動 - 売上高 -

Next Stage



※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	40,358	39,927	-	-



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	32,602	32,726	-	-



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	2,807	2,521	-	-



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	5,172	4,822	-	-

(4) 季節変動 – 営業利益 –

Next Stage



※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%	14.7%	100.0%
2014年度	518	1,953	2,744	-	-



	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%	23.0%	100.0%
2014年度	200	1,222	2,229	-	-



	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%	28.2%	21.8%	21.1%	100.0%
2014年度	398	312	252	-	-



	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%	-	100.0%
2014年度	38	518	339	-	-

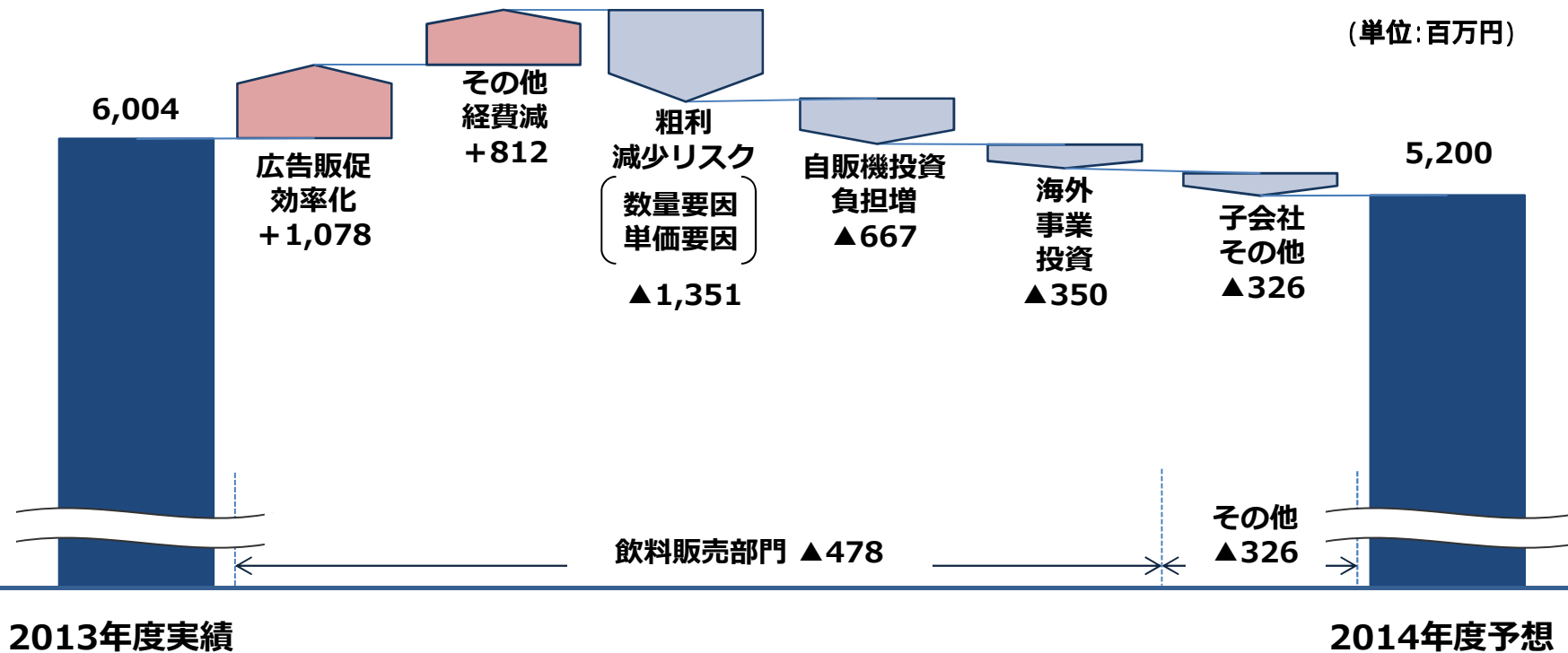
<参考>

通期業績予想 営業利益の増減要因

Next Stage



- ➡ 2014年3月3日公表の通期業績予想に変更なし
- ➡ 個人消費の回復の遅れによる販売への影響が依然として懸念される状況
- ➡ 第4四半期は、コーヒーを中心としたHOT商材の拡販に注力



こころとからだに、
おいしいものを。



Challenge

4. DyDoグループ Topics

Next Stage

経営の透明性を高めるとともに、経営環境の激変時にも迅速な意思決定が可能な体制とすることにより、グループ一体経営の基盤強化を図り、成長戦略の推進を加速することを目的に、第39回定時株主総会（2014.4.16開催）の承認を経て、ガバナンス体制の改革を実施。

◆ 代表取締役の異動／取締役会長職を新設

職名	氏名	役割
取締役会長	高松 富博	グループ経営におけるガバナンスなどの経営基盤の強化
代表取締役社長	高松 富也	グループ成長戦略の実現に向けた経営全般の業務執行

◆ 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

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）

◆ 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）

◆ 2014.4.1～ 消費税法改正による消費税率の引上げに対応

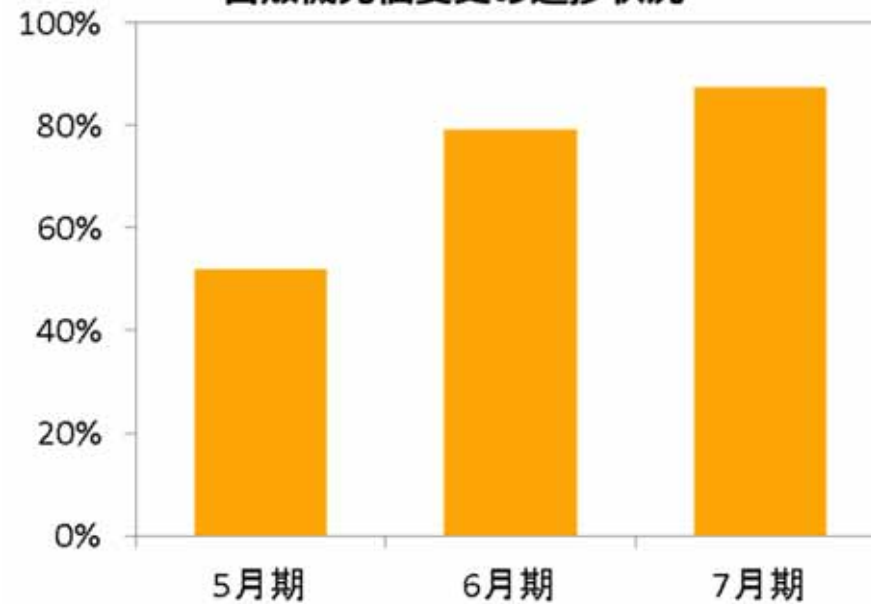
- 全ての販売チャネルでメーカー出荷価格に対して消費税8%分を適正に転嫁
- 自動販売機商品については、自動販売機の特性上、基本的に販売価格を10円単位で見直すが、自販機事業全体で増税分の適正な転嫁を実施
- 全自販機の約9割価格を切替し対応完了

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

自販機売価変更の進捗状況



既存事業成長へのChallenge

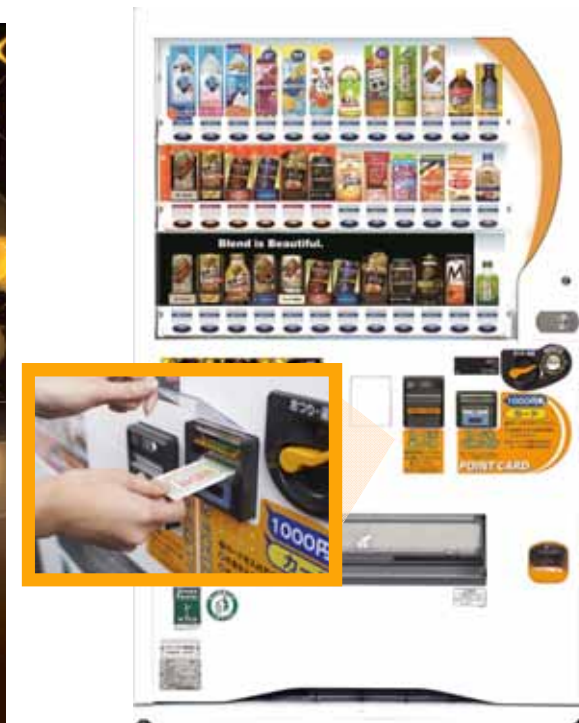
Next Stage



◆ 2014年度版ポイントカードキャンペーン (2014.4.1~2015.3.31)

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、もれなく景品が当たるキャンペーン。

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。



既存事業成長へのChallenge

Next Stage



◆ テーマは“お客様とDyDo自販機の絆” 「DyDo自販機」のTV-CMを全国で放映中

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はじめ、自転車に乗った学生やランニング中の女性など、幅広い層のお客様が登場するTV-CM「DyDo自販機」を放映し、当社自販機を広く訴求。

今年4月に放映を開始したCMに引き続き、身近で飾らない魅力を持った増田英彦さんとはなさんが出演するTV-CM「DyDo自販機」秋冬編



商品力強化へのChallenge

Next Stage



- ◆ 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～
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」



商品力強化へのChallenge

Next Stage



- ◆ 2014.9.8～
香りつづく。香りに包まれる。「贅沢香茶」から
「贅沢香茶 ラ・フランス&ローズティー」
「贅沢香茶 HOTで香るジャスミンティー」



- ◆ 2014.9.8～
四季折々の果実から、秋冬の旬の味わいが新登場！！
「和果ごこち ゆずれもんほっと」



- ◆ 2014.9.15～
世界一のバリスタ監修の理想を追求した
微糖コーヒーをリニューアル！
「ダイドーブレンド おいしさ続く微糖」
「ダイドーブレンド 飲みごたえ微糖」



- ◆ 2014.9.29～
発売から35年愛され続けるロングセラー商品をリニューアル！
「ダイドーブレンド アメリカンコーヒー」



商品力強化へのChallenge

Next Stage



◆ 2014.8.18~

淹れたてのような泡立ちと、これまでになかった深く贅沢な味わい
「ダイドーブレンド 泡立つデミタス エスプレッソ」新発売！

◆ 2014.8.18~

「ダイドーブレンド」シリーズCMに松山ケンイチ氏を初起用！
新TV-CM「フツマルデイレターテ」篇 全国で放映開始



01		C.I	04		(イタリア人A,B) フツマルデイレターテ	08		(松山さん) おっ？
02		(イタリア人A) フツマルデイレターテ	05			09		(松山さんNA) 振ってまるで淹れたて
02'		(イタリア人B) フツマルデイレターテ	06		(イタリア人A,B) フツマルデイレターテ	10		(松山さん) うん！
03		(松山さん) ん？・・・はい？	07		シャカシャカ	11		(松山さんNA) ダイドーブレンド 泡立つ デミタス エスプレッソ

◆希望小売価格 130円（税抜き）

商品力強化へのChallenge

Next Stage



◆ 2014.10.6

世界的人気コンテンツ！であるポケモン！

現在放送中のアニメ

『ポケットモンスター XY』のキャンペーンを今年も実施！
同時期において、期間限定オリジナル飲料商品が今年も実現！

「ポケットモンスター チョコドリンク」

「ポケットモンスター フルーツオレ」

「ポケットモンスター アップルスパークリング」



190g缶

希望小売価格115円(税抜き)



470mlPET

希望小売価格140円(税抜き)



410mlPET

希望小売価格140円(税抜き)

© Nintendo・Creatures・GAME FREAK・TV Tokyo・ShoPro・JR Kikaku ©Pokémon

商品力強化へのChallenge

Next Stage



- ビューティー&ヘルスケア商品
 - ◆ 2014.8.25～
肌にうれしい魅力的な素材「プロテオグリカン」と5つの美容成分を配合したヘルスケア商品
「FINEAGE（ファインネージ）」タブレットとスティックゼリーを通販チャンネルで新発売！
 - ◆ 2014.10.27～
めぐりが気になる女性をじんわりサポート
高知県産 黄金ショウガを配合した栄養機能食品
「ほっこりしょうが日和」
 - ◆ 2014.11.25～
食物繊維を摂取したい方をサポート
北海道産の素材を厳選して使用した健康食品
「すっきり青汁」



商品力強化へのChallenge

Next Stage



● 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新感覚ボトルジュレ
「たらみ ふって飲む桃のジュレ」



- ◆ 2014.4.7～
冷やしてゼリーと凍らせてシャーベット、
2つの食感が楽しめる！
「たらみ ぷるシャリみかん」



- ◆ 2014.6.16～
夏を感じられるマンゴーの果汁感が楽しめる
新感覚ボトルジュレ
「たらみ ふって飲むマンゴーのジュレ」



商品力強化へのChallenge

Next Stage



● たらみのマーケティング強化

◆ 2014.3.1~

“おいしく、カロリーコントロールしたい”
「カロリーコカロリカ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チャージシリーズ」発売



◆ 2014.5.19~

カロリーに気をつけていても、甘くておいしいものを
たっぷり食べたい

「カロリーコカロリカ・デザート80kcalシリーズ」発売

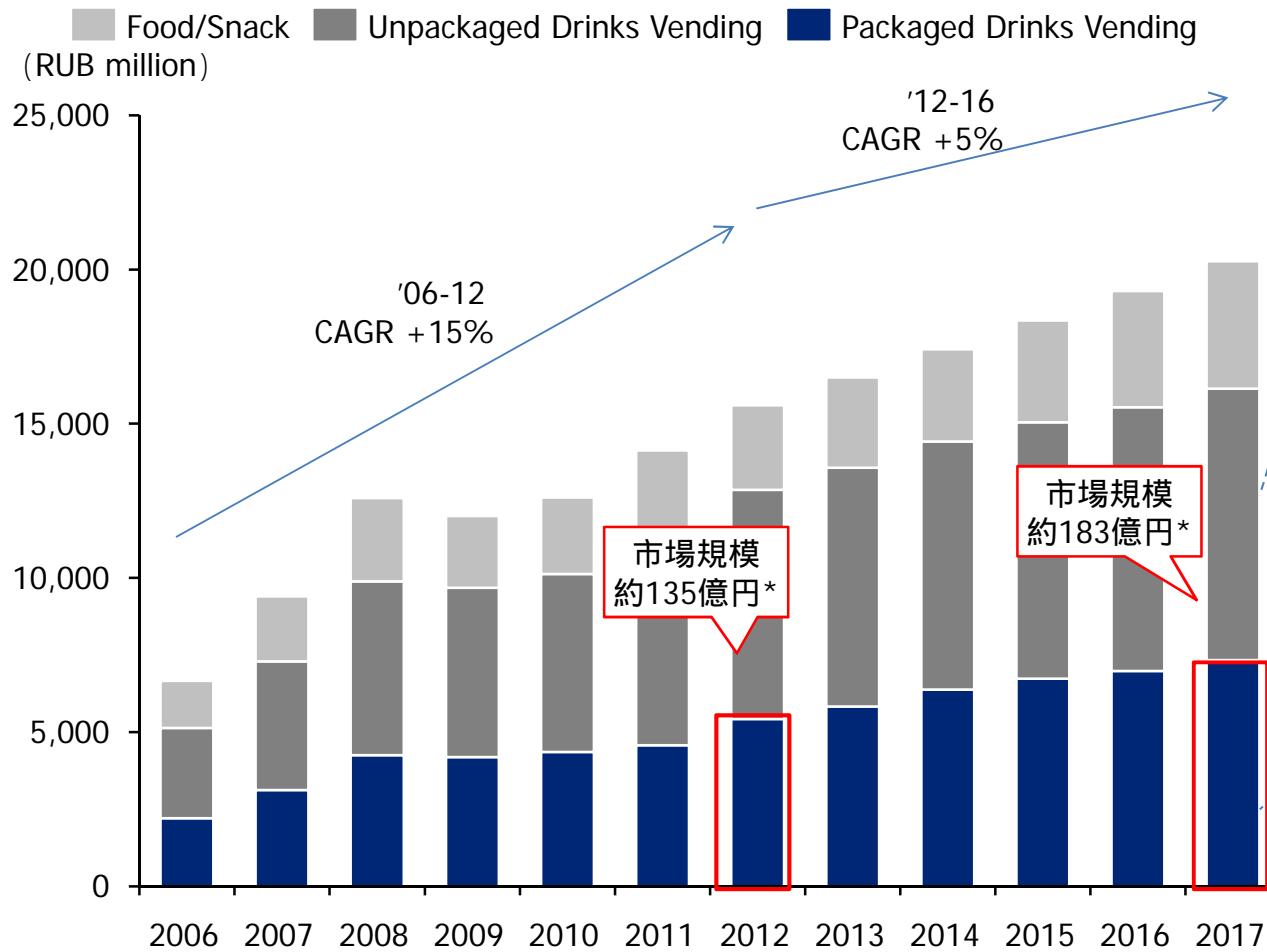


海外展開へのChallenge

Next Stage



DyDo ◆ ロシアにおける自販機市場の概況



飲料自販機のタイプ

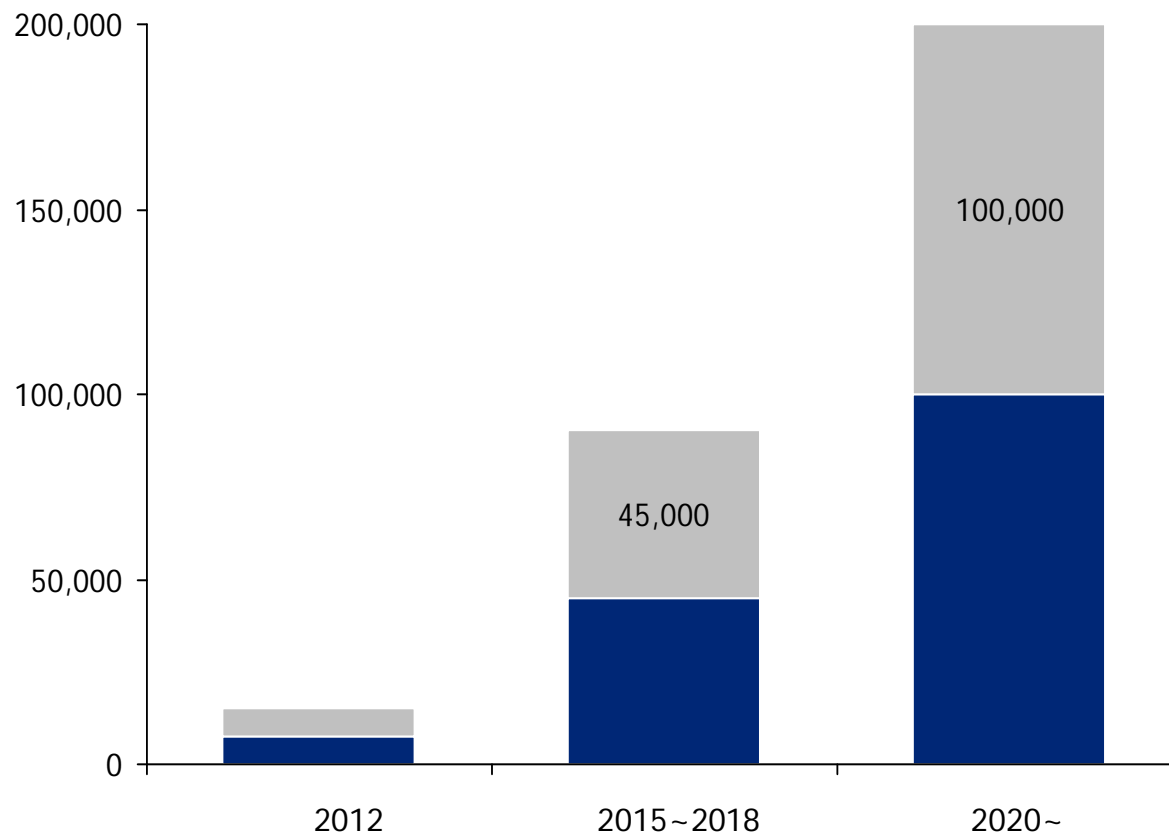
Unpackaged Drinks
'06-11 CAGR17%

Packaged Drinks
'06-11 CAGR 16%

出所: Euromonitor 「Vending in Russia」他
*1RUB=¥2.5(2014.11.19現在)で計算

← 予測 →

DyDo ◆ 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)

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

海外展開へのChallenge

Next Stage



◆ ロシア市場へのチャレンジ



自販機ビジネスの横展開

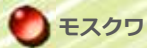
海外現地事業 ロシアへの取組み

【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



- ◆ ウラジオストクに自販機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



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



海外展開へのChallenge

Next Stage



◆ 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



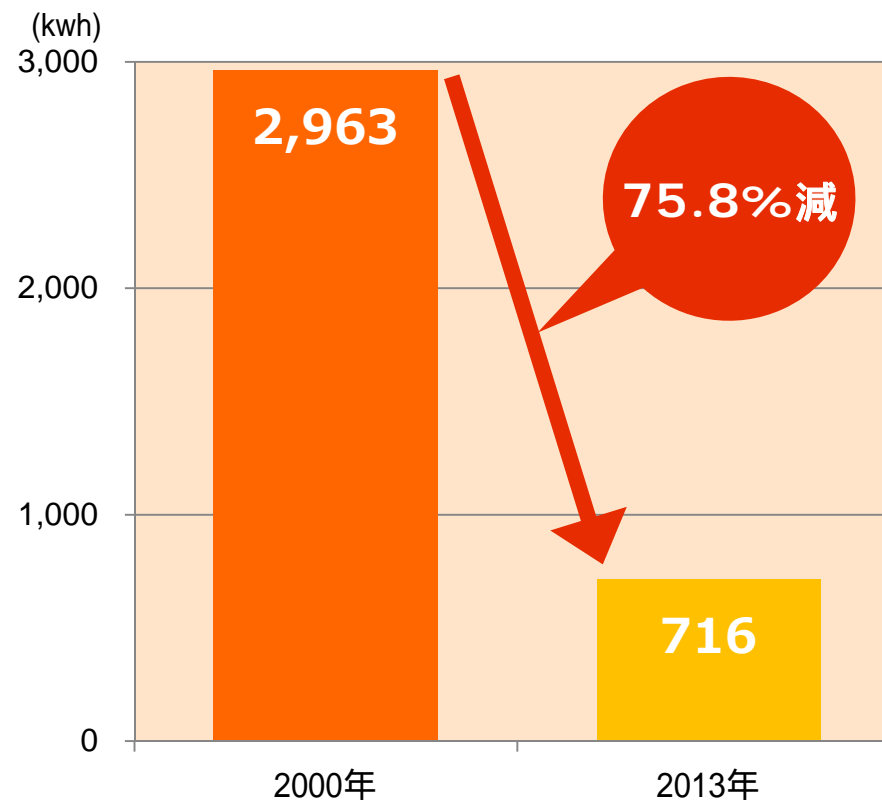


◆ 環境への取り組み エコ自販機を積極的に投入

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



● DyDo自販機 1台当りの年間消費電力量推移



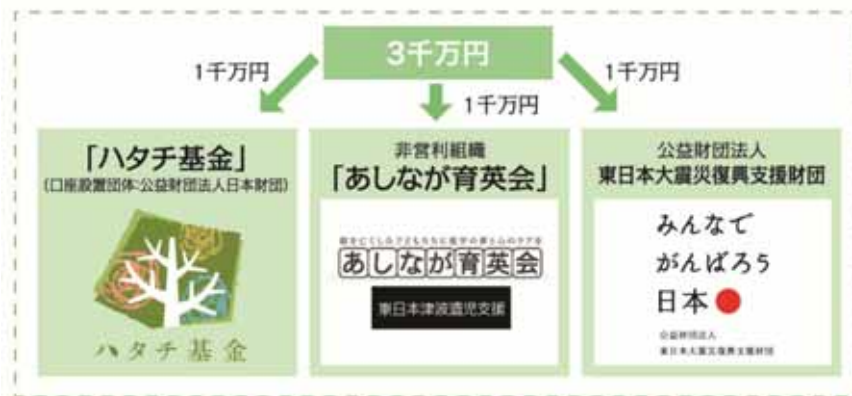
DyDoグループのCSR活動

Next Stage



◆ 「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



東北3県(岩手・宮城・福島)は、東日本大震災により、主産業である漁業に深刻な打撃を受けました。この自販機の収益金の一部は東北の復興・漁業再建に役立てられます。

➤ 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

ダイドードリンクは「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



◆ 「地域コミュニティ貢献積立金」を活用した社会貢献活動

➤ 高校生の料理コンテスト

「ご当地！絶品うまいもん甲子園」で食の分野で活躍する次世代の育成を支援

農業・水産業・商業を学ぶ高校生を対象に、プロの料理人による調理研修を実施。
食を通じて農林漁業の大切さを伝え、高校生の夢を応援し、地域社会を盛り上げ、日本各地に
元気をお届けする。

一般社団法人全国食の甲子園協会の協力を得て、8月に全国7エリアでの予選大会終了後、決勝進出を果たした高校に対し、各エリアから選定したプロの料理人を派遣。決勝大会に向けて、出場メニューのブラッシュアップを行う特別研修を実施することで、高校生のアイデアにさらに磨きをかけ、全国大会へ臨める体制作りを支援しました。



第3回「ご当地！絶品うまいもん甲子園」
で見事優勝した「岐阜県立郡上高校」
のみなさん



◆ 社会への取り組み ダイードリンコ「日本の祭り」

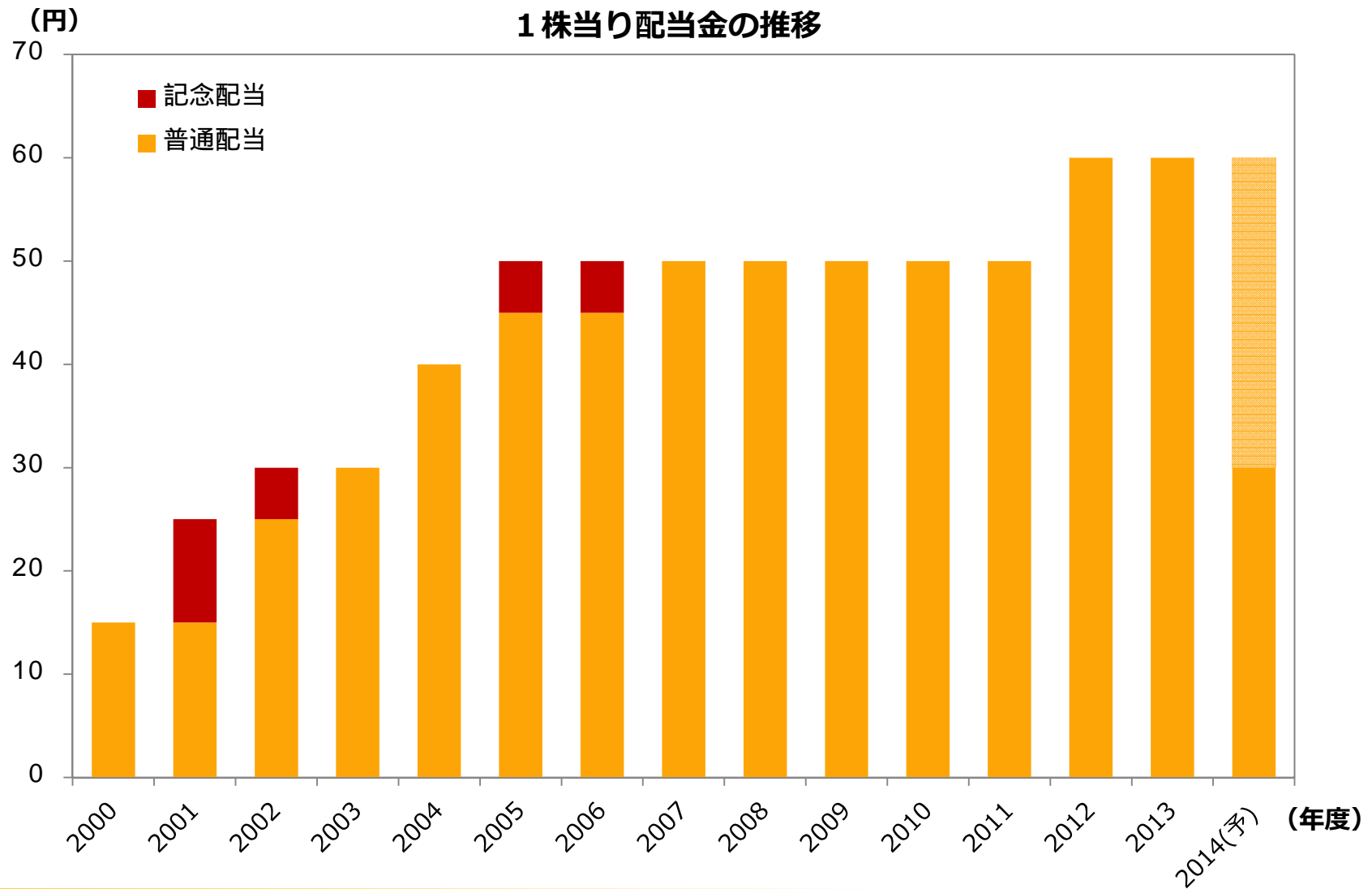


全国各地に伝わるお祭りを応援。
祭りを通じて地域の絆作り、活性化に
役立つために、2014年は全国34箇所
の祭りを応援する。



株主還元 - 配当金 -

Next Stage



株主還元 – 株主優待品 –

Next Stage



100株以上保有の株主の皆様
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7月20日現在の株主の皆様に進呈した株主優待品

2015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!



* 2014年11月
野村IR発行

株主優待総合ランキング
5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

こころとからだに、
おいしいものを。



Challenge

Next Stage

本資料には、将来の業績に関す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。