

こころとからだに、
おいしいものを。



2015年度 決算説明会資料

Challenge

Next Stage

2016年2月26日

ダイドードリンコ株式会社

(東証1部 : 2590)

1. 飲料業界の動向	P.2~3
2. 2015年度決算概要	P.4~8
3. 当社グループのビジネスモデルと中期経営計画	P.9~13
4. 2016年度からの事業戦略 - 次代に向けた企業価値創造へのチャレンジ -	P.14~37
5. 2016 - 2018年度の利益計画	P.38~43
6. 企業価値を高めるためのガバナンス体制	P.44~49
■ 第41回定時株主総会 参考資料	P.50~58
■ APPENDIX	P.59~67

こころとからだに、
おいしいものを。



1. 飲料業界の動向

Challenge

Next Stage

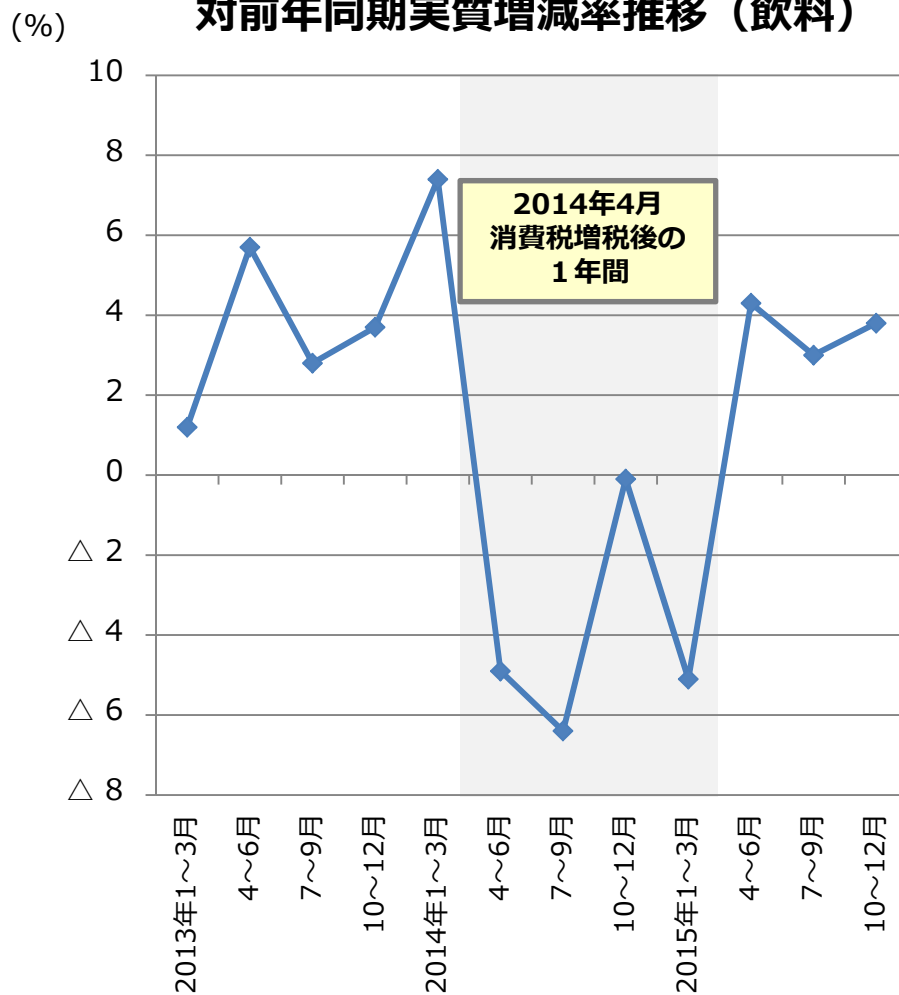
飲料業界の動向

Next Stage

こころからだに、
おいしいものを。

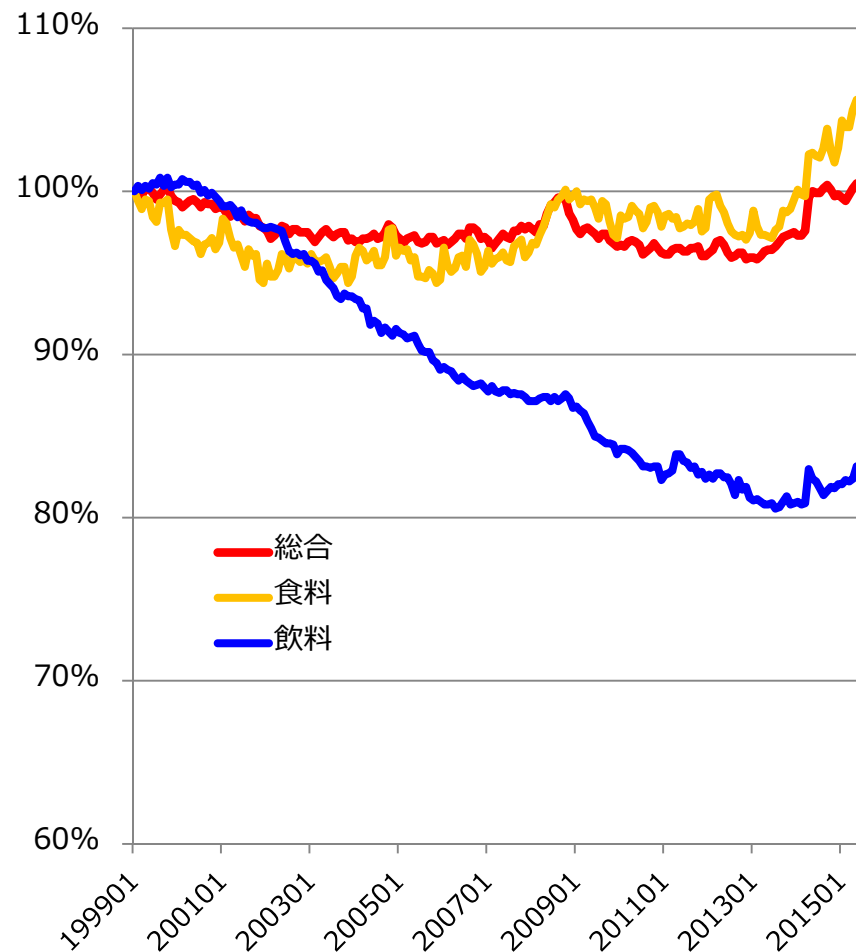


1世帯当たり1か月間の支出の 対前年同期実質増減率推移（飲料）



出所：総務省統計局「家計調査(家計収支編：二人以上の世帯)より当社作成

消費者物価指数の推移



出所：統計局統計データ「消費者物価指数」より当社作成

こころとからだに、
おいしいものを。



2. 2015年度決算概要

Challenge

Next Stage

2015年度 連結決算の概要

こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage



- ➡ 売上面は消費増税一巡後堅調に推移し、前期を上回る実績を確保
- ➡ 原材料価格高騰の影響をコストコントロールにより吸収
- ➡ 当期純利益は実効税率の低減効果により前期比1.1%増

単位：百万円

	2014年度実績		2015年度実績			
		構成比		構成比	増減率	増減額
売上高	149,526	100.0%	149,856	100.0%	0.2%	329
営業利益	5,174	3.5%	4,988	3.3%	▲3.6%	▲186
経常利益	4,470	3.0%	4,262	2.8%	▲4.7%	▲208
当期純利益	2,322	1.6%	2,347	1.6%	1.1%	25

EPS	140.16円	141.68円	1.1%	1.52円
1株当たり配当金	60円	60円	0.0%	-

2015年度 飲料販売部門カテゴリ別四半期別販売状況

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。



- ➡ 第2四半期以降の販売数量実績は堅調
- ➡ 「世界一のバリスタ」シリーズや「デミタスコーヒー」シリーズの
リニューアルによりコーヒー飲料は好調に推移
- ➡ miuシリーズの好調な推移によりミネラルウォーター類の販売増

単位：千ケース




	第1四半期 (1/21~4/20)		第2四半期 (4/21~7/20)		第3四半期 (7/21~10/20)		第4四半期 (10/21~1/20)	
	販売実績	増減率	販売実績	増減率	販売実績	増減率	販売実績	増減率
コーヒー飲料	7,529	▲9.4%	7,927	2.6%	7,868	1.7%	8,139	3.9%
ミネラルウォーター類	590	26.5%	1,156	32.3%	1,167	41.7%	602	55.6%
その他飲料	4,348	▲13.1%	6,099	▲4.7%	5,652	▲5.0%	4,363	▲4.4%
合計	12,468	▲9.5%	15,183	1.2%	14,688	1.2%	13,105	2.5%

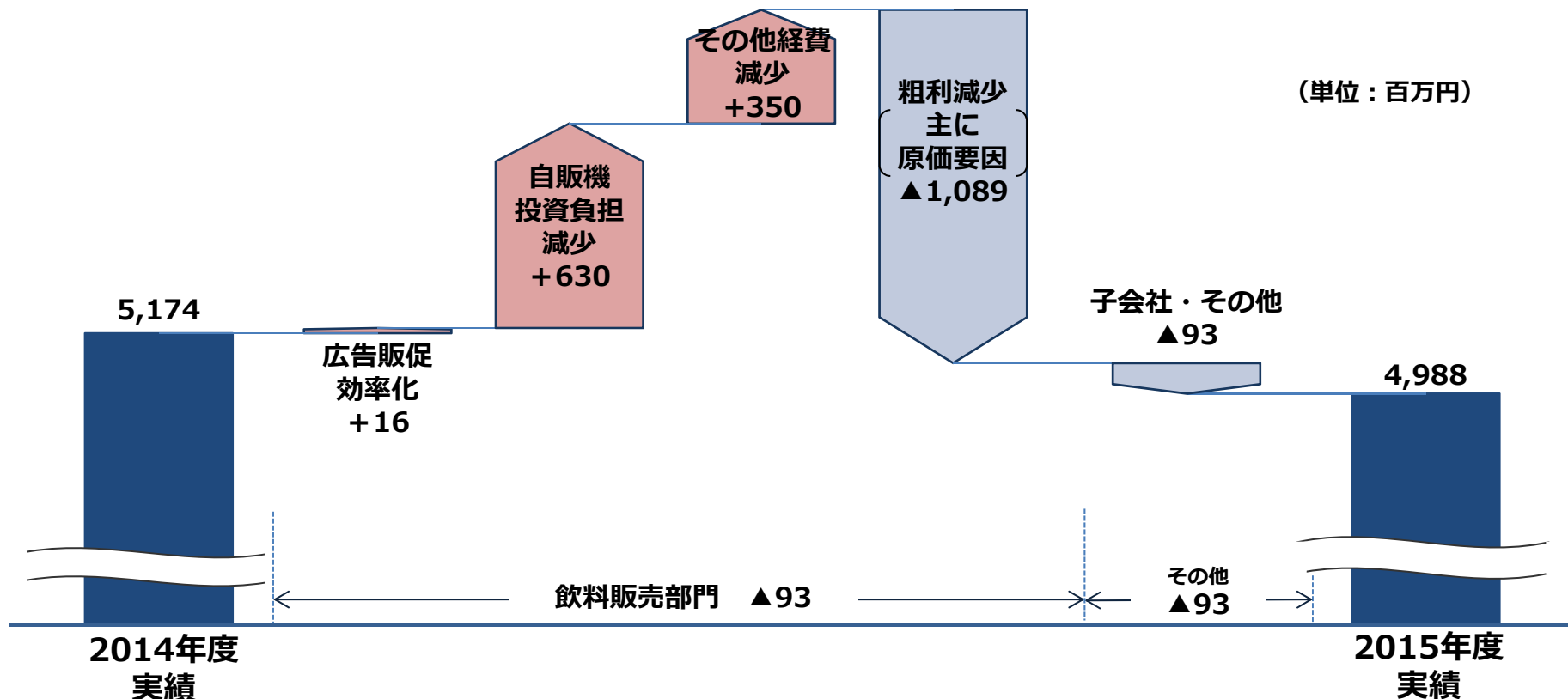
2015年度 連結決算 営業利益の増減要因 – 前期比 –

こころからだに、
おいしいものを。

Next Stage



-  コーヒー豆等の原材料価格高騰の影響
-  投資対効果を意識した自販機展開やコストコントロールの徹底
-  飲料受託製造部門は既存製品の受注減の影響を受ける



2015年度 連結決算 営業利益の増減要因

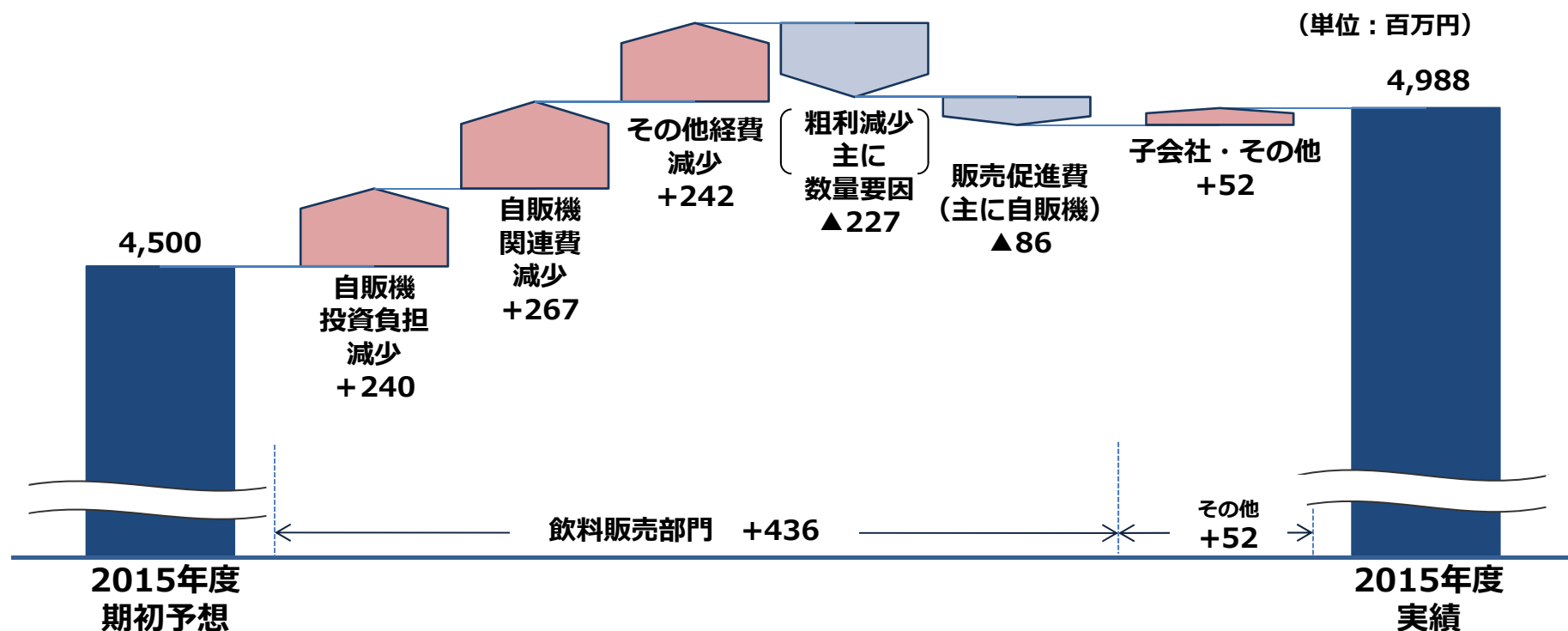
－ 期初計画比 －

Next Stage

こころからだに、
おいしいものを。



- ➡ 飲料販売部門の販売数量は計画を若干下回る
- ➡ 自販機優良ロケーション獲得に向けた販促費を積極投入
- ➡ 自販機にかかる費用をはじめとした諸経費をコントロール
- ➡ 厳しい経営環境下ながら、営業利益は期初計画を上回る実績を確保



こころとからだに、
おいしいものを。



3. 当社グループのビジネスモデルと 中期経営計画

Challenge

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

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。

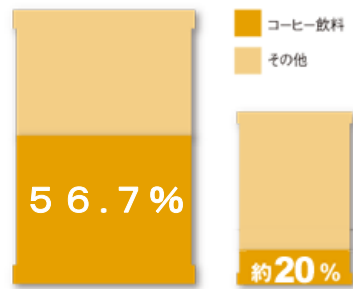
Next Stage



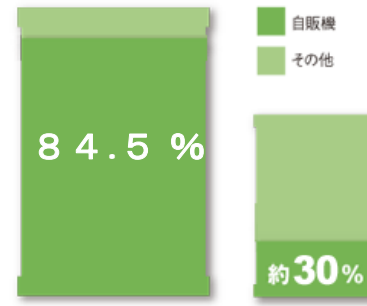
◆ コーヒー×自販機による安定した利益の確保

コーヒー飲料が50%以上

自販機で約85%を販売



ダイドードリンコ 業界全体
業界全体では、コーヒー飲料の売上比率は約20%



ダイドードリンコ 業界全体
業界全体では、自販機での売上比率は約30%

※当社実績：
2015年度末時点の比率

◆ ファブレス経営による効率的な経営資源の活用



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。



中期経営計画「Challenge the Next Stage」

－ 4つのチャレンジでNext Stageへ－

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。



新規領域

“食や健康”関連の新規事業展開

2018年度

売上高：2,000億円

営業利益率：4.0%

新たな
事業基盤
確立への
Challenge

一層の業績向上 生産性の改善
(安定キャッシュの創出)

既存事業
成長への
Challenge

既存領域



飲料販売部門



海外展開への
Challenge

海外展開
による
市場の拡大

商品力強化への
Challenge

イノベーティブな商品開発の実現

国内

海外

こころとからだに、
おいしいものを。



4. 2016年度からの事業戦略

— 次代に向けた企業価値創造へのチャレンジャー —

Challenge

Next Stage

既存事業成長への

Challenge

自販機ビジネスモデルを革新し、
キャッシュフローの継続的拡大を図る

商品力強化への

Challenge

「ダイドーブренд」のブランド力をさらに高め、
トップブランドをめざす

海外展開への

Challenge

海外事業展開を加速し、トップラインの飛躍的成長を実現する

新たな事業基盤確立への

Challenge

M & A 戦略により、新たな収益の柱を確立する

既存事業成長への

Challenge

こころとからだに、
おいしいものを。



自販機ビジネスモデルの革新による キャッシュフローの継続的拡大

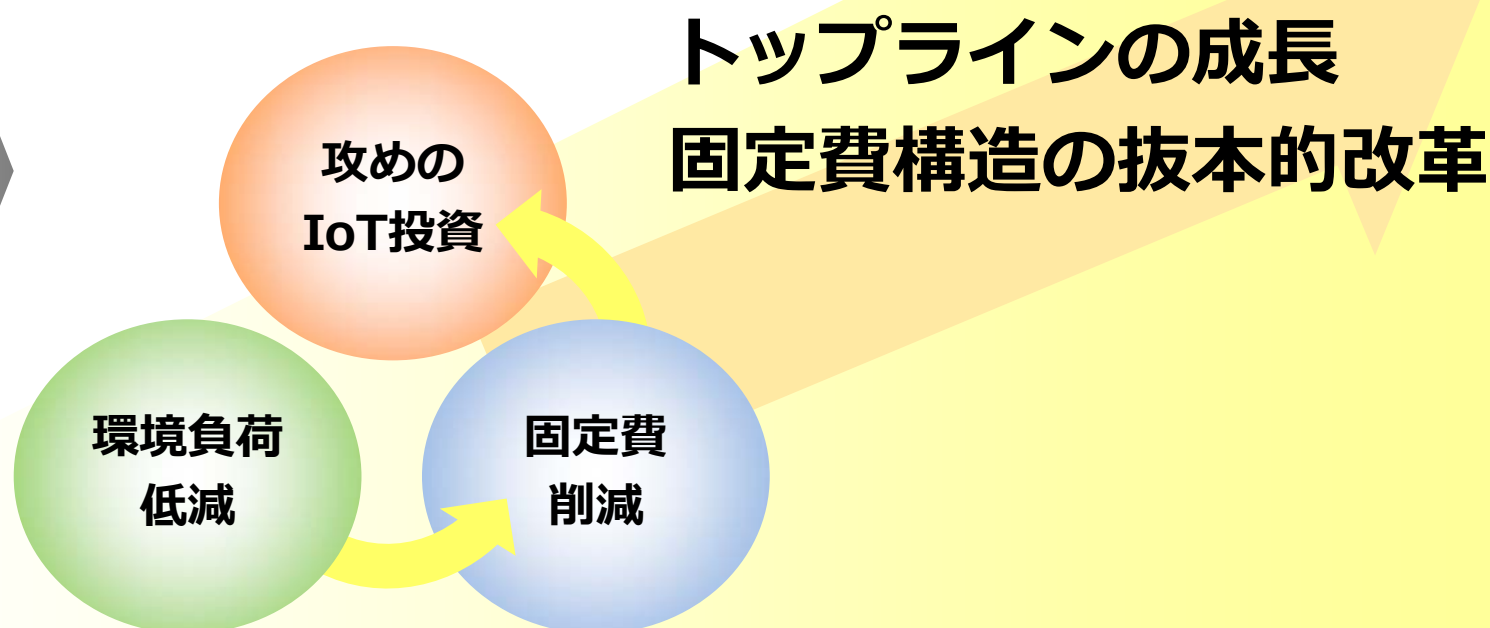
Challenge

Next Stage

キャッシュフローの継続的拡大

【外部要因】

- ・ CVS
出店加速
- ・ 低価格販売
の広がり
- ・ 1台当り
売上低下



自販機ビジネスをリードするDyDoの技術革新

自販機チャネルにかかる 固定費構造の抜本的改革へのチャレンジ

Next Stage

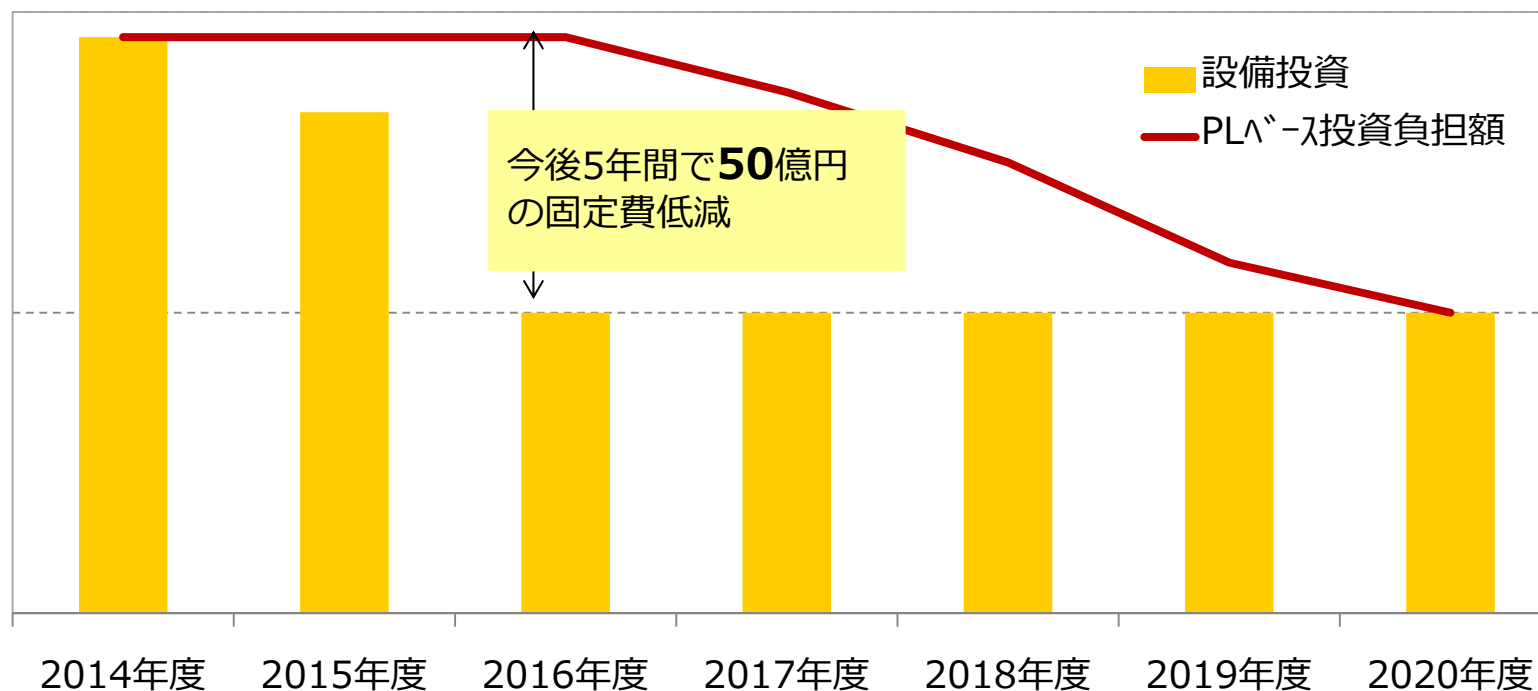
こころからだに、
おいしいものを。



◆環境負荷低減とコストダウンの両立

- 自販機調達方法の見直しによる1台当り購入コストの低減
- 自販機使用年数の長期化などによる環境面への配慮

飲料販売部門における
設備投資及び
PLベースの投資負担の低減イメージ



◆攻めのIoT投資

- 2018年までに全国15万台の自販機をIoTプラットフォーム化
- 人と自販機の新たな関わり方の創造
 - ✓ 自販機を軸としたあらゆるサービスの展開
 - ✓ 飲料を買うだけの自販機から情報発信基地への変革



クローズロケーション獲得の加速化

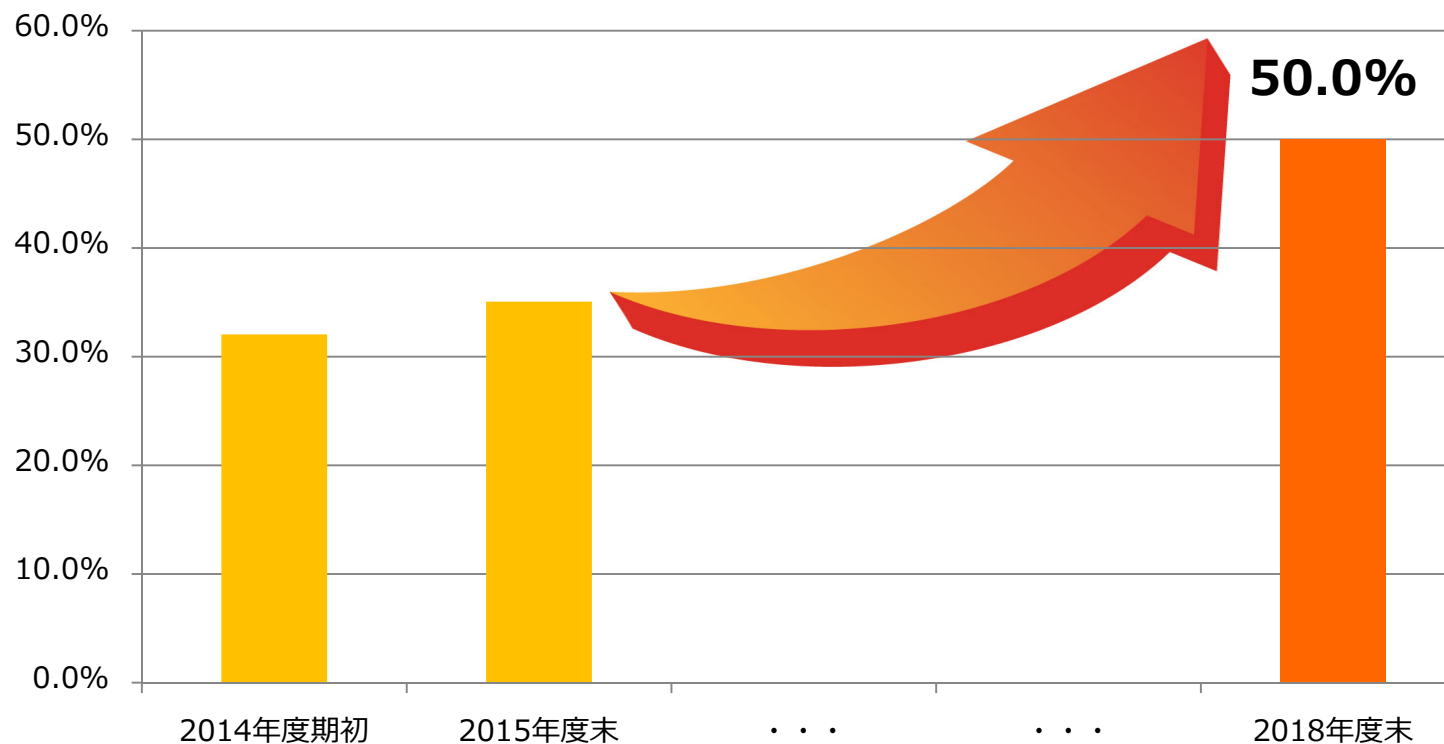
Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。

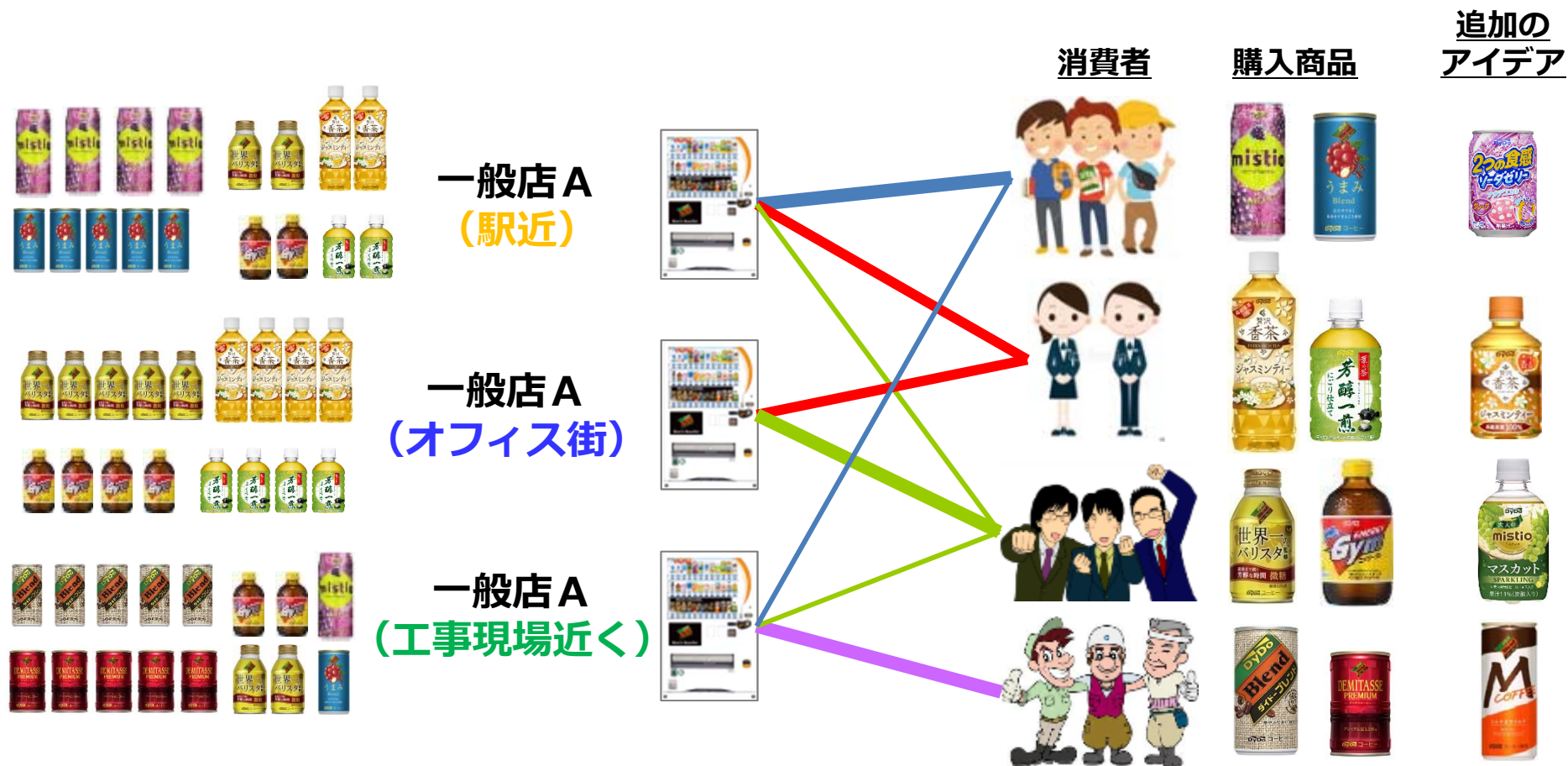


◆2018年度末にはクローズ比率50%をめざす

クローズロケーション構成比推移



◆自販機における購入者の把握と最適なコラムセッティングの実現



商品力強化への

Challenge

こころとからだに、
おいしいものを。



「ダイドーブренд」のブランド力の向上

Challenge

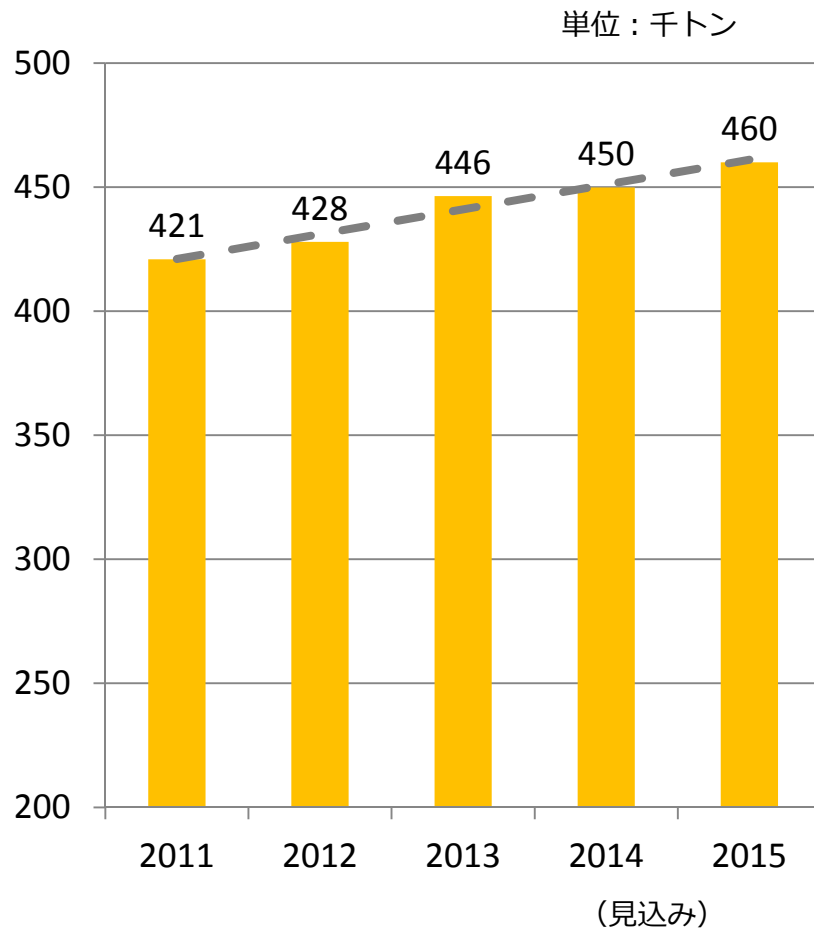
Next Stage

コーヒーの市場動向

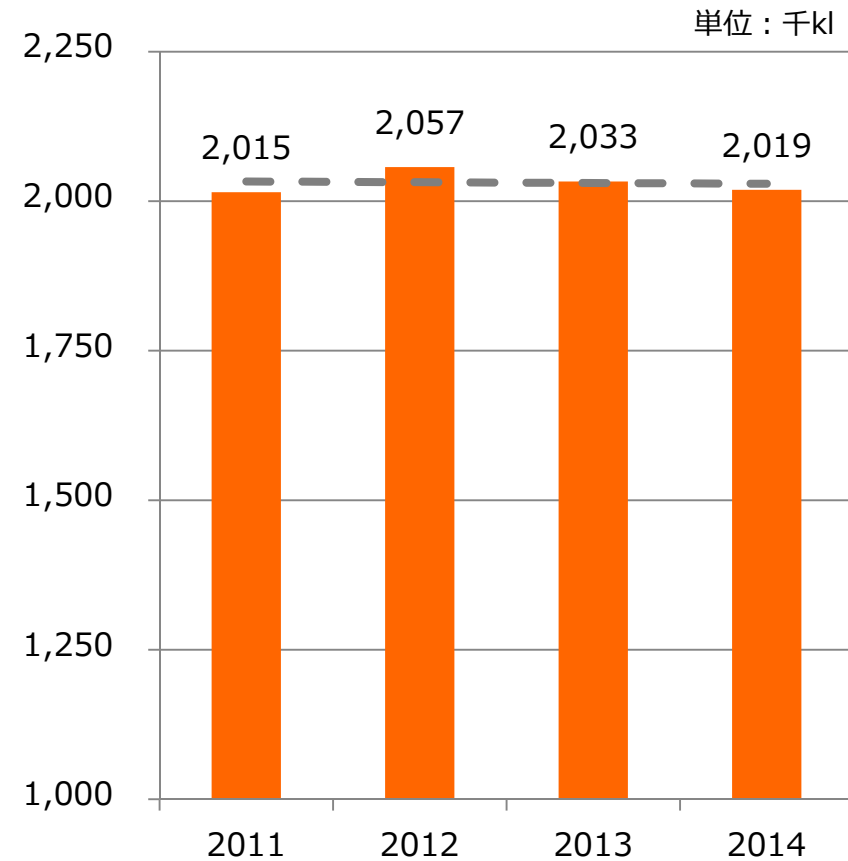
Next Stage



日本国内のコーヒー消費量



日本国内の缶コーヒー消費量



出所：一般社団法人全日本コーヒー協会「コーヒー関係統計」より当社作成

缶コーヒーの新たな顧客獲得へのチャレンジ

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。

DyDo

- 缶コーヒー エントリー層のニーズを満たす新規商品上市

「うまみ」という新提案。



ダイドーブренд
うまみブレンド

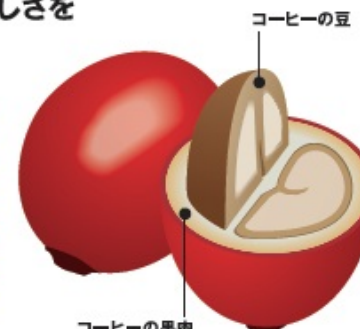
2月29日
発売

今まで逃していた果肉まで、まるごと使用。

ほのかな甘みと華やかな香りが特徴の
コーヒーチェリーの果肉とこだわりの豆を
ブレンドすることで生まれた、コーヒー本来の“うまみ”。
今までにない新しい美味しさを
実現しました。



コーヒーチェリー(コーヒーの実)



コーヒーの果肉

缶コーヒーの新たな顧客獲得へのチャレンジ

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。

DyDo

- 飲むシーンにピッタリな味わいを考え抜いた
「ダイドーブレンド 世界一のバリスタ*1監修」シリーズ



*1：ワールドバリスタチャンピオンシップ 2013年チャンピオン ピート・リカータ氏

既存の枠組みを越えた販路拡大へのチャレンジ

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。

DyDo

■ 「ダイドーブренд」販路拡大への取組み

- ◆ 2016年4月より、キリンビバレッジ(株)自販機にて「ダイドーブренд」シリーズ2品の販売を開始

DyDo

KIRIN



- ◆ DyDo自販機には「午後の紅茶」2品の導入

独自性あるソフトドリンクのラインアップ

Next Stage

こころからだに、
おいしいものを。



◆ おいしさ、ミネラル、いいとこどり！「miu」ブランド



◆ ゼリーとナタデココを “振って飲む”デザート炭酸



◆ 香り豊かに、コク深く。 茶葉を贅沢に味わう。



◆ 果実で愉しむ 良質な和み時間



海外展開への

Challenge

こころとからだに、
おいしいものを。



海外事業展開の加速による トップラインの飛躍的成長

Challenge

Next Stage

トルコ市場への参入

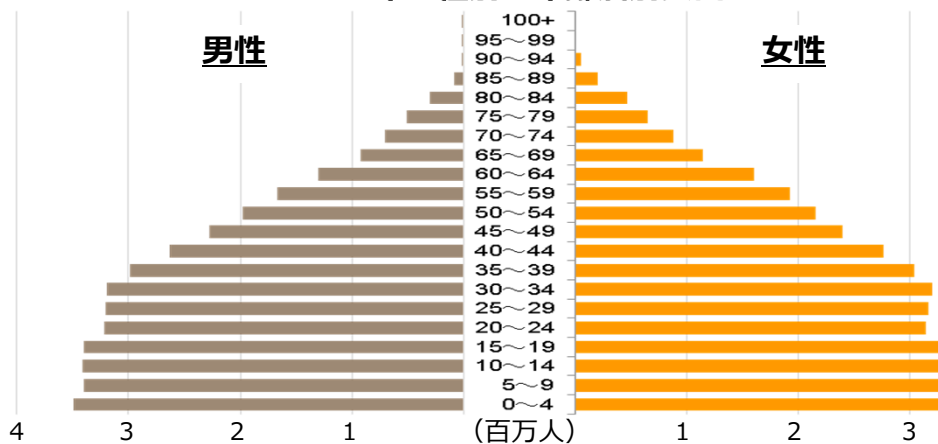
こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage

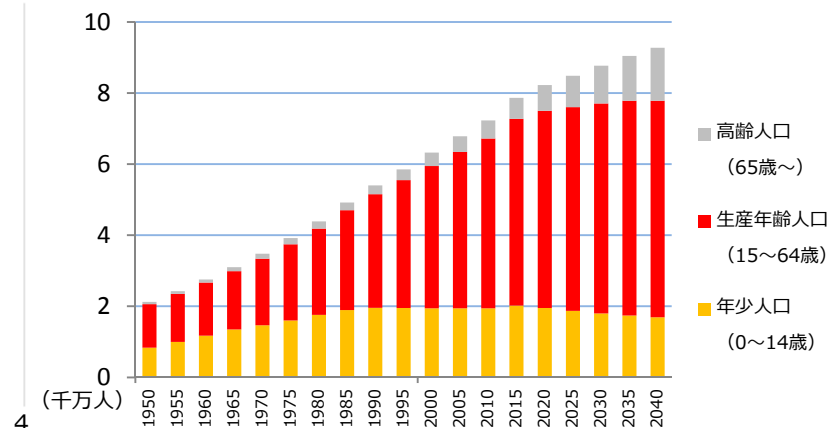


◆ トルコ市場の人口

2014年 性別・年齢層別人口



年齢層別人口推移 (見込み含む)



2グラフデータの出所：国連データに基づき当社作成

◆ トルコ事業の主要ブランド製品



CAMLICA
(チャムリジャ)

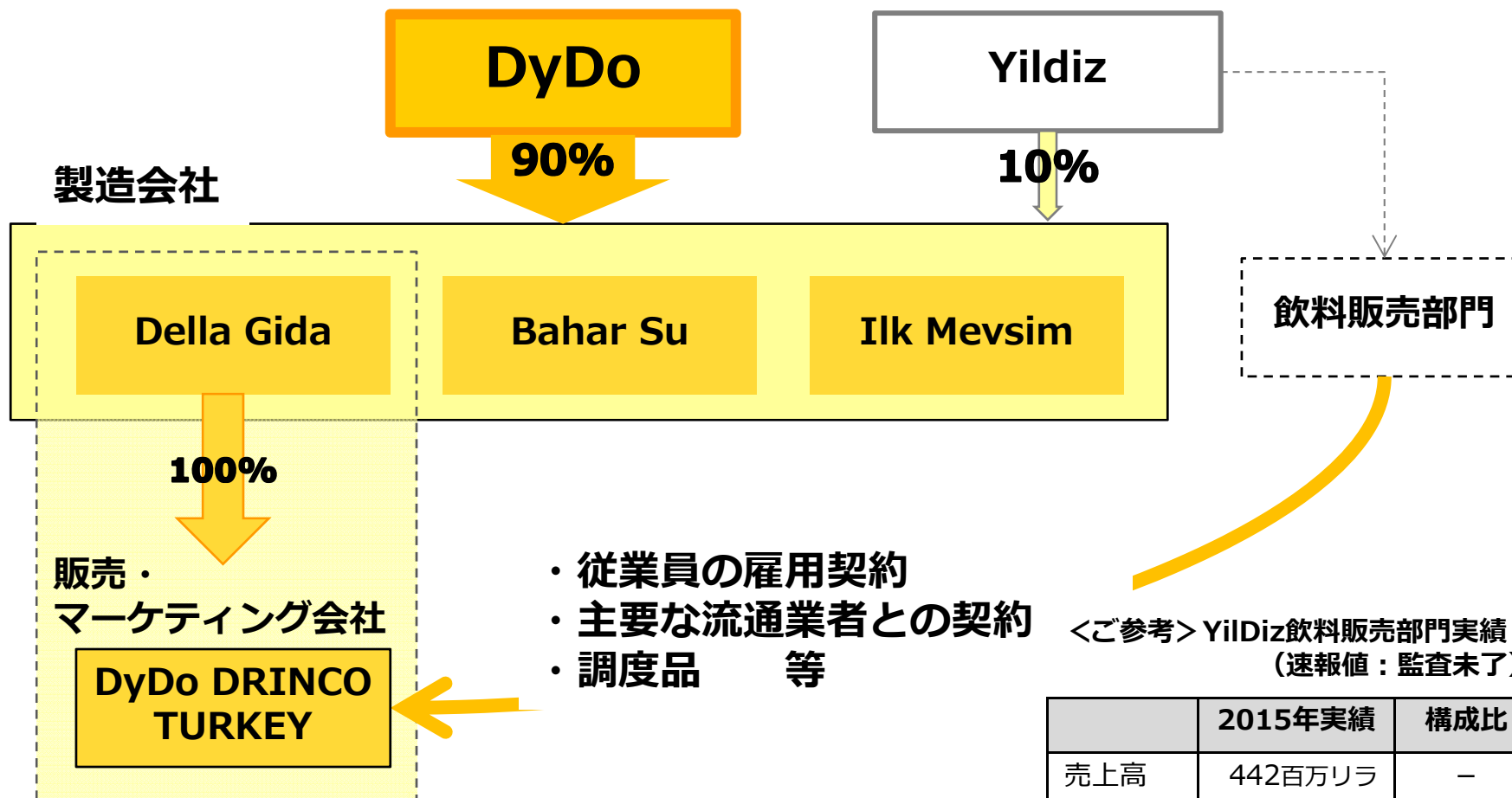
Cola turka
(コーラ トウルカ)

Sunny
(サニー)

Saka
(サカ)

Maltana
(モルトナ)

◆ トルコの飲料事業の体制イメージ



<ご参考> Yildiz飲料販売部門実績
(速報値：監査未了)

	2015年実績	構成比
売上高	442百万リラ	-
営業利益	14百万リラ	3.2%

※トルコ会計基準に基づき算出した速報値

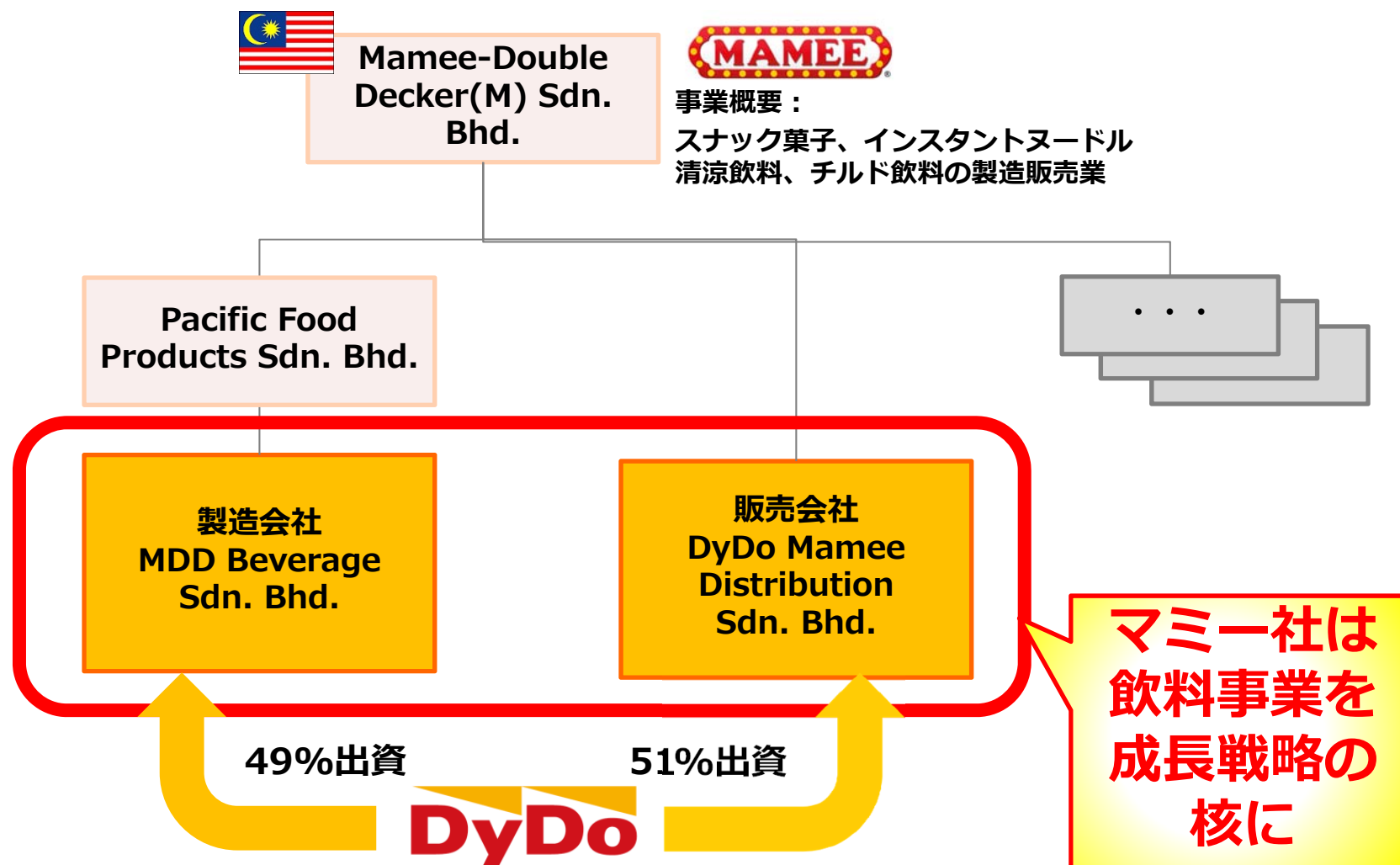
マレーシア市場への参入

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。



マレーシアの食品大手「Mamee社」の飲料事業部門に資本参加し、合併会社化



マレーシア市場への参入

こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage

DyDo



nutrigenTM
MINUMAN SUSU KULTUR



nutrigen
Lite Yo



◆ ロシア・モスクワ市における自販機設置を推進



ロシアで2番目に大きい空港
「シレメチエボ国際空港」
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



地下道



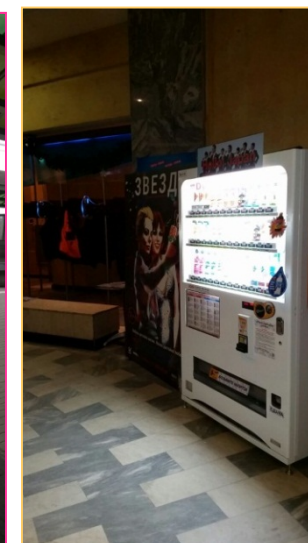
バスターミナル



ガソリンスタンド



鉄道駅



シネマ

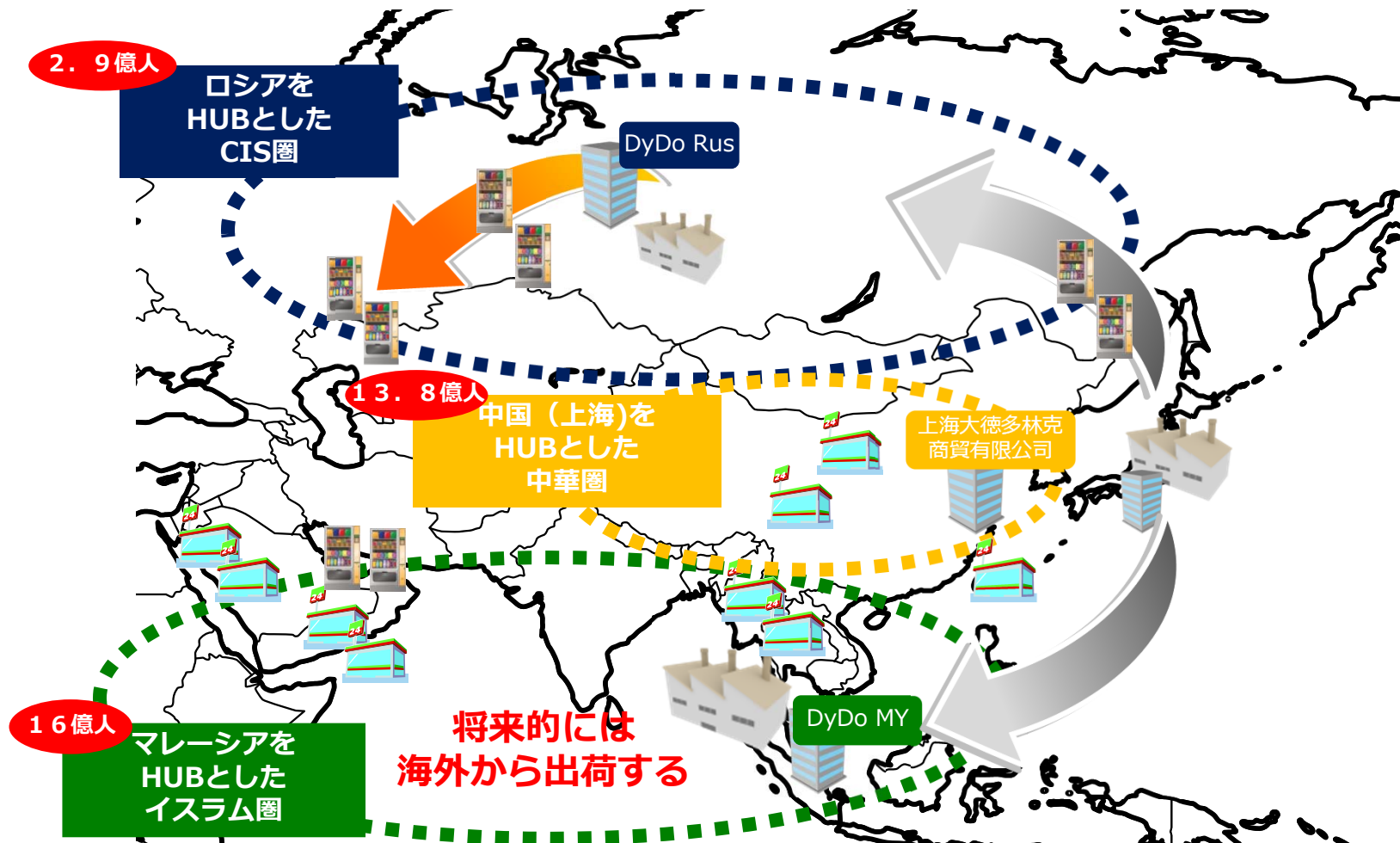
海外展開の将来像

こころからだに、
おいしいものを。

Next Stage



ロシアをHUBとしたCIS圏、マレーシアをHUBとしたイスラム圏、上海をHUBとした中華圏に展開していく。



新たな事業基盤確立への Challenge

こころとからだに、
おいしいものを。



M & A 戦略による新たな収益の柱の確立

Challenge

Next Stage

2015年度 期末 連結貸借対照表の概要

こころからだに、
おいしいものを。

Next Stage



資産合計 : 163,697 百万円
(前期末比 15,803百万円増)

(単位 : 百万円)

【資産の部】

金融資産 70,259	金融資産 84,251
売上債権 13,707 たな卸資産 7,323 その他資産 56,603	売上債権 14,580 たな卸資産 6,976 その他資産 57,888

2014年度期末実績
(147,894百万円)

2015年度期末実績
(163,697百万円)

【負債の部／純資産の部】

有利子負債 27,867	有利子負債 43,146
仕入債務 16,286 未払金 11,052 その他負債 7,953	仕入債務 17,664 未払金 9,852 その他負債 7,852
純資産 84,734	純資産 85,181

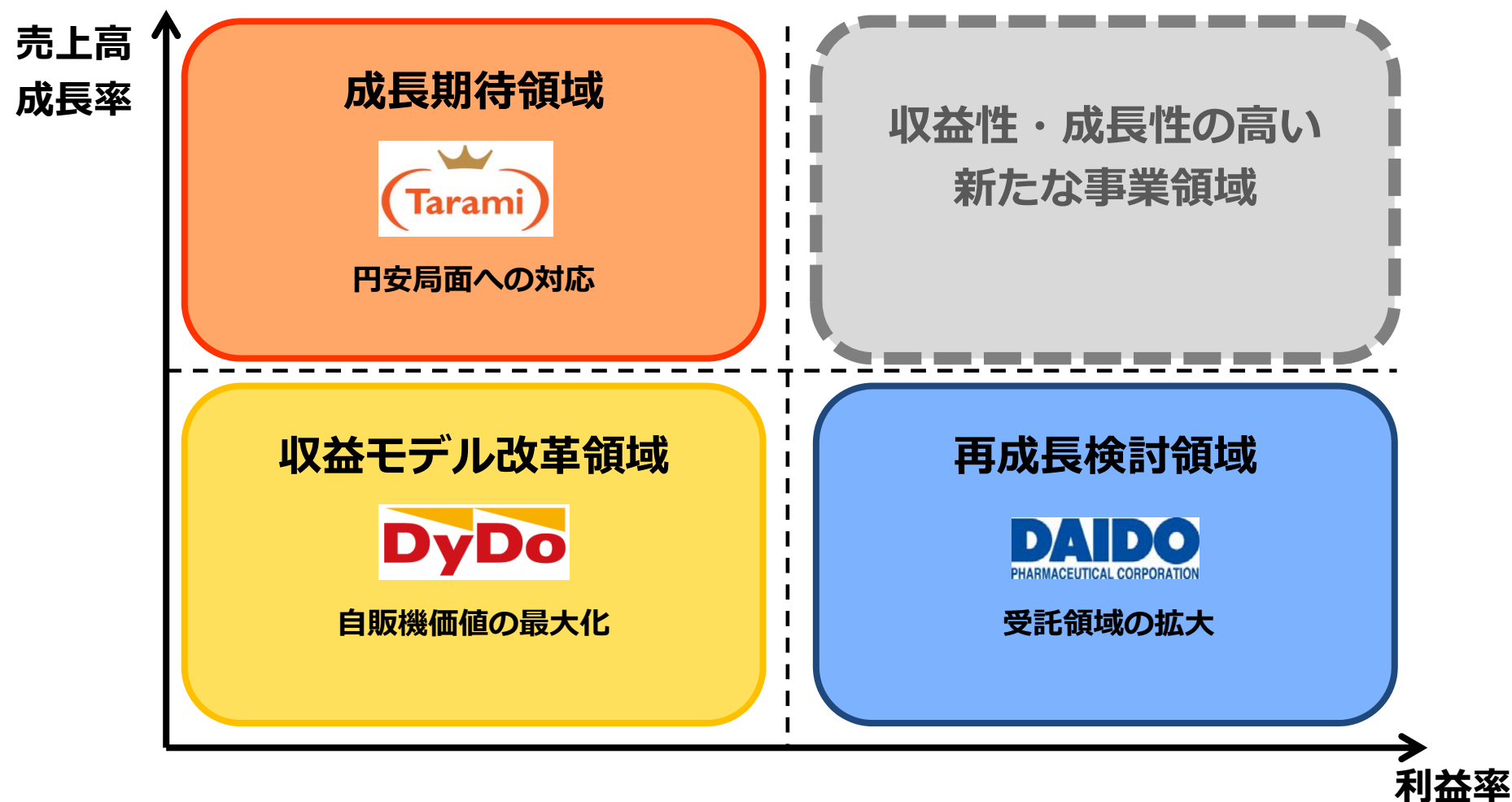
2014年度期末実績
(147,894百万円)

2015年度期末実績
(163,697百万円)

※2016年2月3日にトルコ飲料事業の株式取得にかかる費用約147億円の送金を完了しております。

M & A 戦略による新たな収益の柱の確立

◆ヘルスケア領域などの収益性・成長性の高い新たな事業ポートフォリオの獲得



こころとからだに、
おいしいものを。



Challenge

5. 2016-2018年度の利益計画

Next Stage

2016年度 通期業績予想の概要

こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage



- ➡ 連結売上高は、前期比2%増（既存事業ベース）
- ➡ 前期に発生した一過性要因の解消により、最終利益は23.6%増を見込む
- ➡ トルコ・マレーシアの事業計画及びPMI※にかかる諸費用等は、業績予想には織り込まず

単位：百万円

	2015年度実績		2016年度業績予想			
		構成比		構成比	増減率	増減額
売上高	149,856	100.0%	152,800	100.0%	2.0%	2,944
営業利益	4,988	3.3%	5,000	3.3%	0.2%	12
経常利益	4,262	2.8%	4,800	3.1%	12.6%	538
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,347	1.6%	2,900	1.9%	23.6%	553
E P S	141.68円		175.05円		23.6%	33.37円
1株当たり配当金	60円		60円		0.0%	-

※Post Merger Integration

飲料販売部門 四半期別販売数量の推移

こころからだに、
おいしいものを。

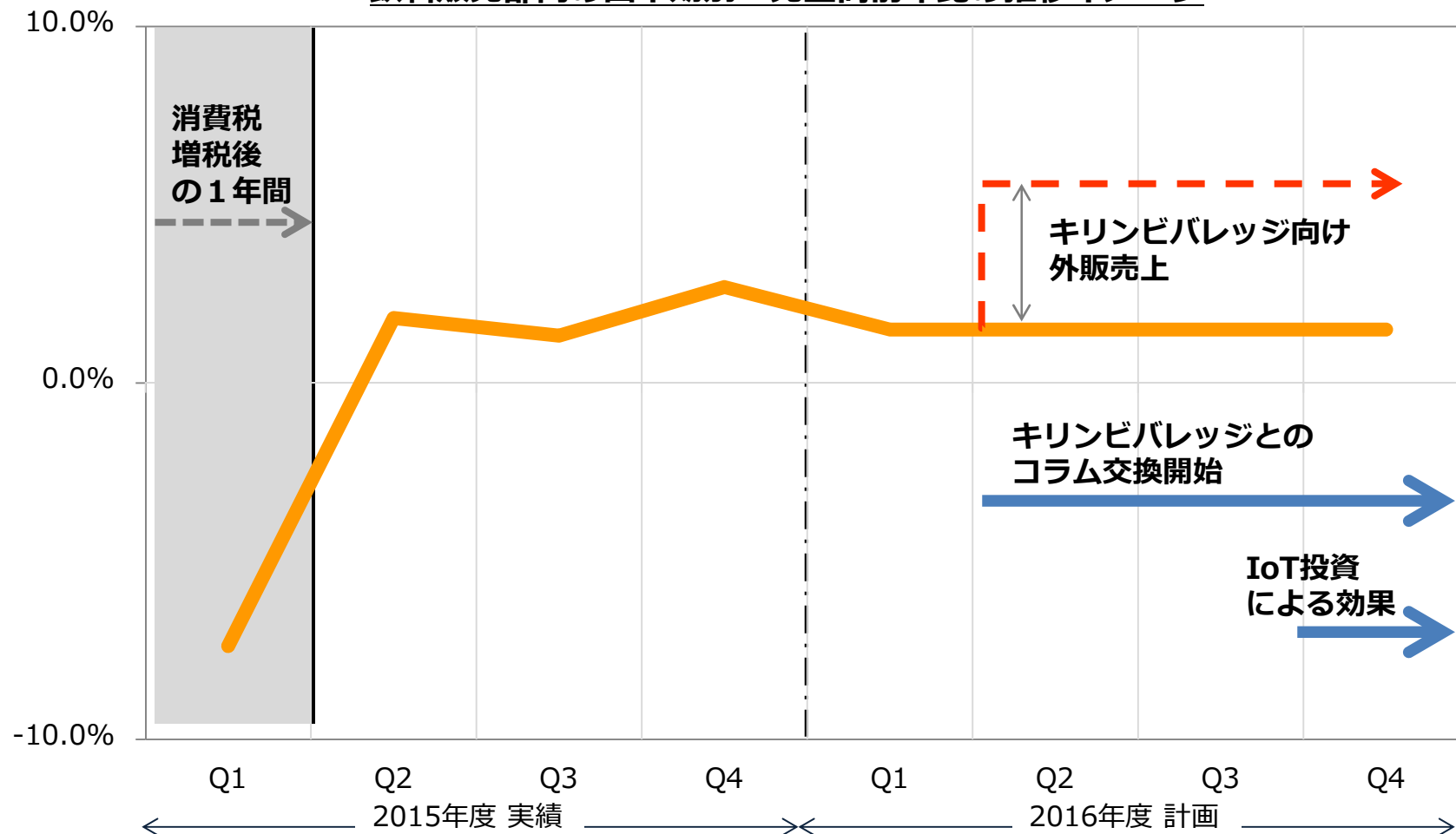
Next Stage



飲料販売部門の売上高は通期で前期比1.5%増を見込む

(キリンビバレッジ向け販売数量を除く)

飲料販売部門の四半期別 売上高前年比の推移イメージ



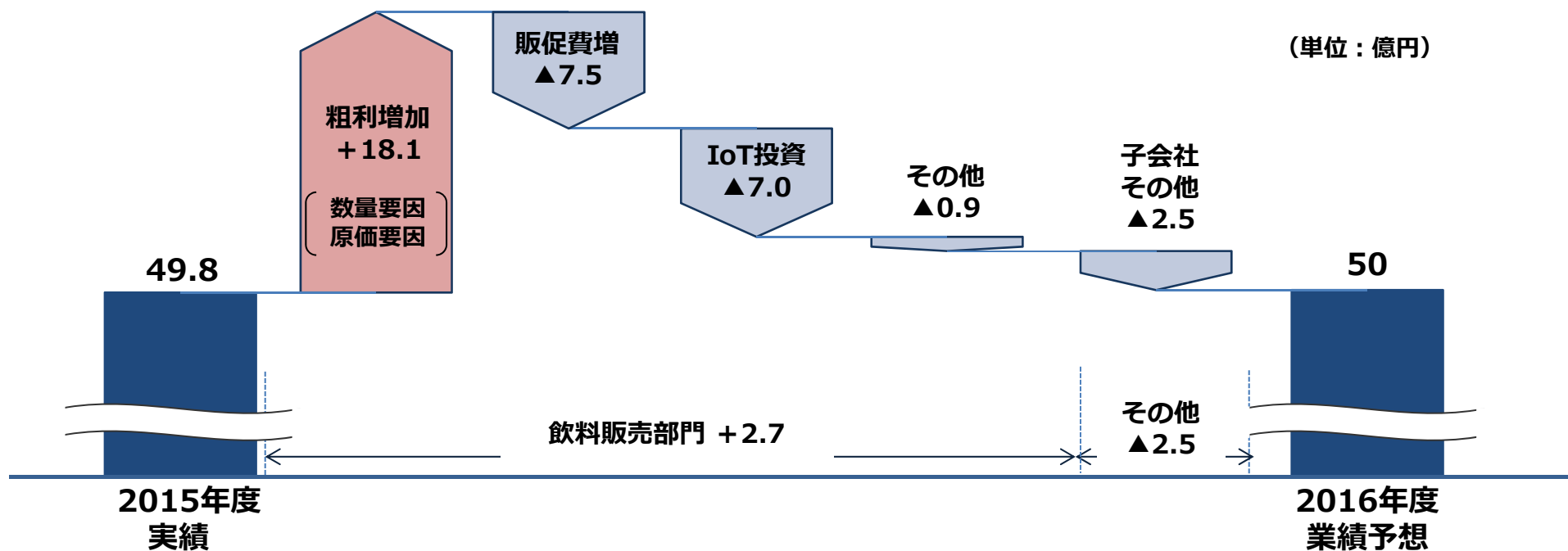
2016年度 通期予想 営業利益の増減要因

こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage



- ➡ 飲料販売部門は、販売数量増と原価低減効果により約18億円の粗利増
- ➡ トップラインの成長に向けて、自販機の優良ロケーション獲得や自販機のIoTプラットフォーム化へ先行投資
- ➡ 自販機チャネルの固定費削減効果は2017年度から寄与する想定



※トルコ事業・マレーシア事業については、上記に含んでおりません。

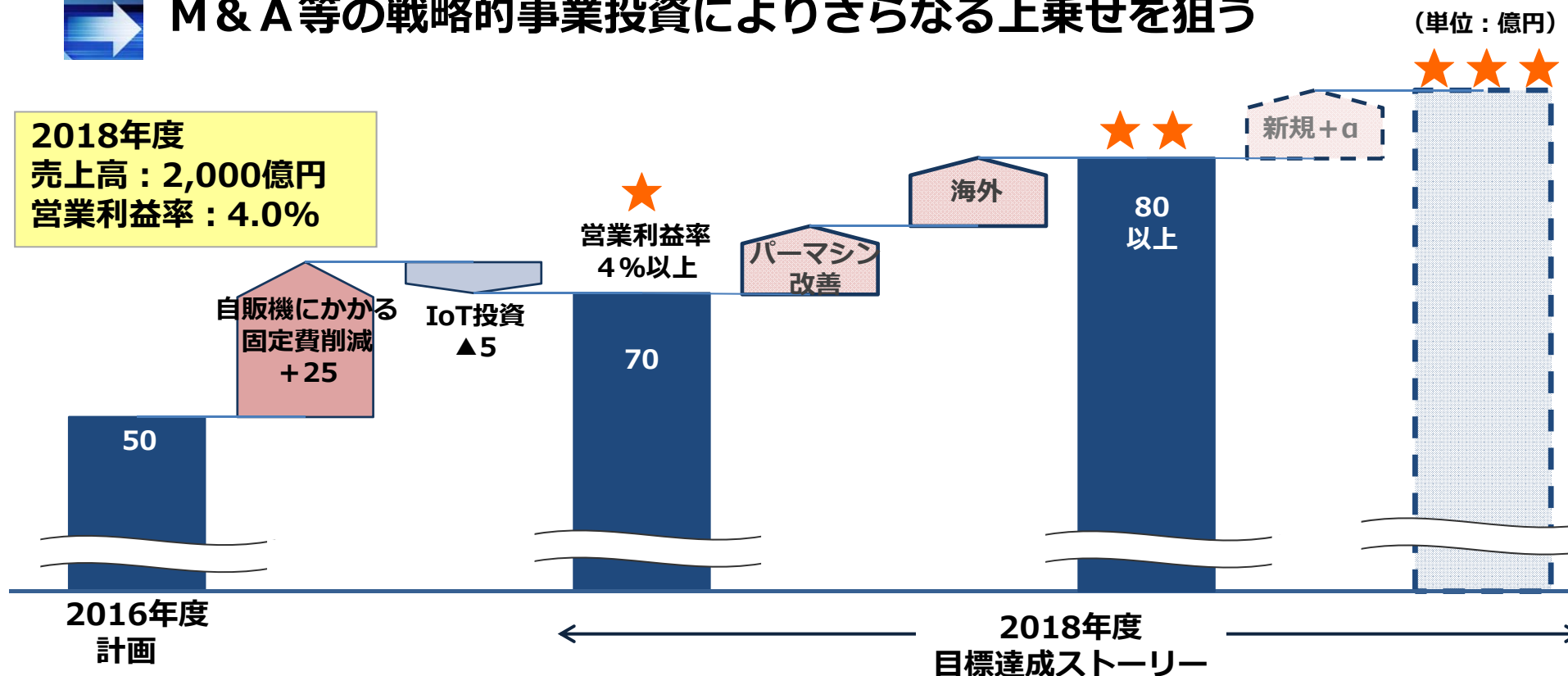
2016-2018年度 中期経営目標達成ストーリー

こころからだに、
おいしいものを。

Next Stage



- ➡ 自販機チャネルにかかる固定費構造の抜本的改革により4%以上の営業利益率を確保する
- ➡ 攻めのIoT投資によるパーマシン改善効果と連結対象となる海外事業の利益貢献により営業利益80億円以上をめざす
- ➡ M&A等の戦略的事業投資によりさらなる上乗せを狙う



株主還元
持続的利益成長の実現

資本の有効活用
戦略的投資による新たな事業基盤確立

財務健全性の維持
既存事業のキャッシュ創出力向上

	基本的考え方
資本の有効活用	<ul style="list-style-type: none">内部留保は、持続的利益成長・資本効率向上につながる戦略的事業投資に優先的に充当
財務健全性の維持	<ul style="list-style-type: none">既存事業による安定的なキャッシュの創出力の向上継続的な戦略的事業投資を可能にする財務基盤の維持
株主還元	<ul style="list-style-type: none">厳しい収益環境下においても、安定配当維持継続持続的利益成長の実現により中期的な増配基調を目指す

こころとからだに、
おいしいものを。



6. 企業価値を高めるための ガバナンス体制

Challenge

Next Stage

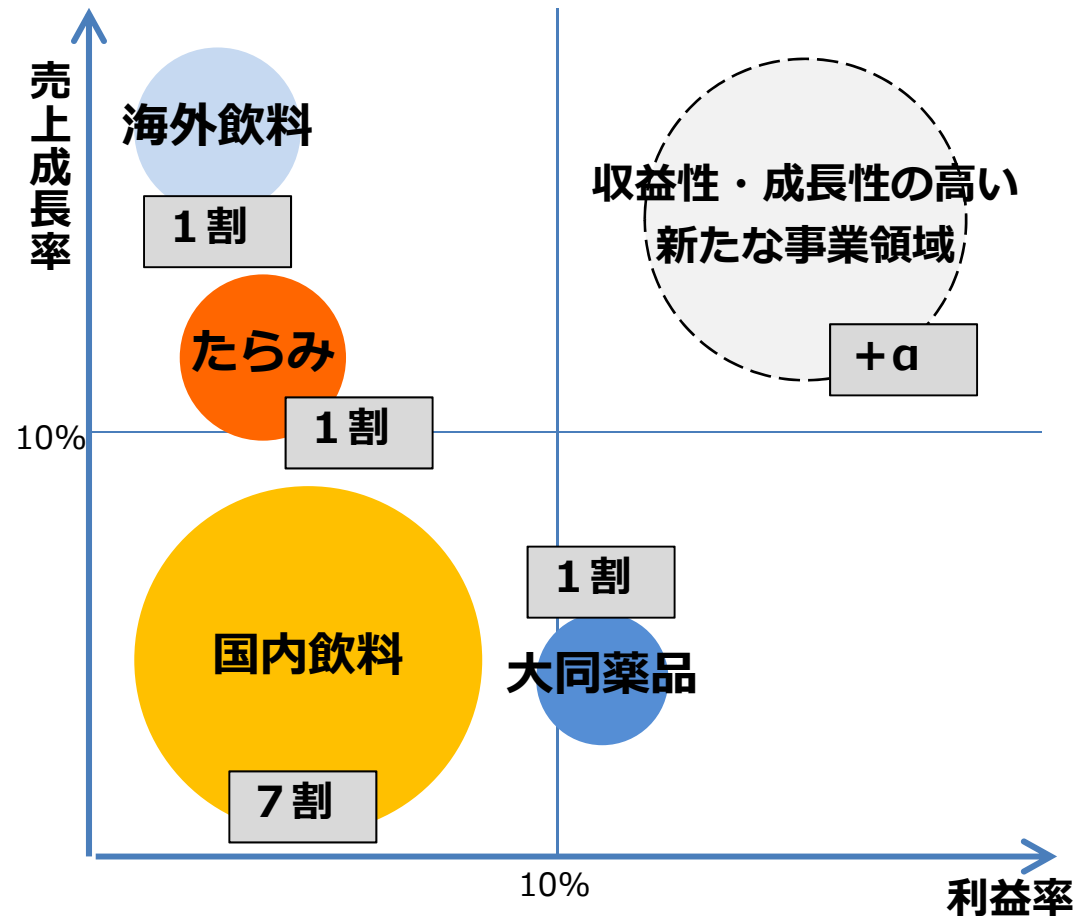
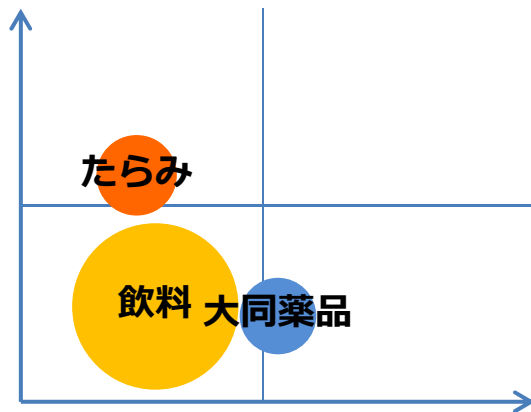
ポートフォリオ管理イメージ

Next Stage



グループ業績へ インパクトのある単位での管理

飲料事業中心の ポートフォリオ管理



持株会社体制への移行

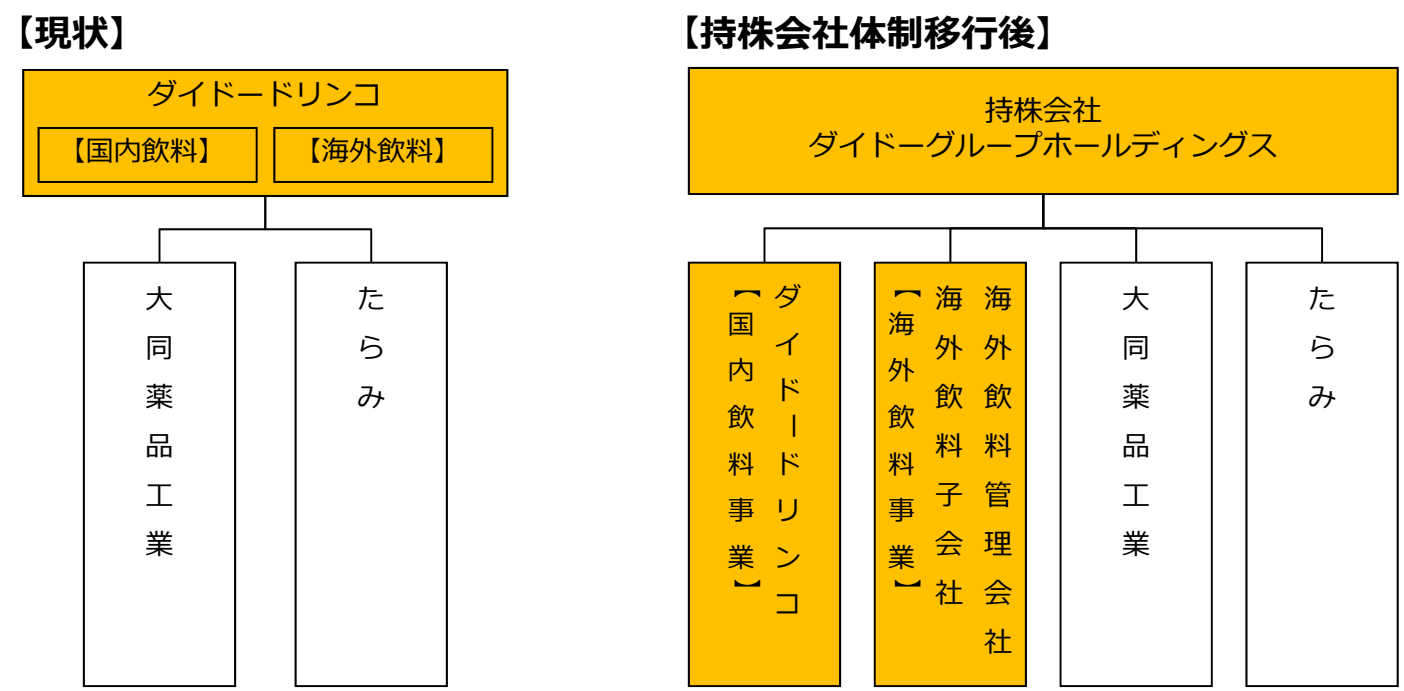
こころからだに、
おいしいものを。

Next Stage



- ◆ 目的
中期経営計画達成と次代に向けた企業価値創造へのチャレンジ

◆ 持株会社体制移行後のイメージ図



◆ 持株会社体制への移行日程

- 2016年4月15日（予定）第41回定時株主総会での議案上程
- 2017年1月21日（予定）持株会社体制への移行

- ◆定款に定める取締役の員数の削減 9名⇒7名
- ◆定款に定める取締役の任期の短縮 2年⇒1年
- ◆独立社外取締役の人数比率 ⇒ 3分の1に

➤ 新任社外取締役候補

氏名	現時点の職名
井上 正隆	元 株式会社ミツカングループ本社 常務取締役

※略歴はP.57参照

◆経営陣への委任範囲の見直し

- 2016年1月21日より、取締役会規程、経営会議規程、職務権限規程等の関連諸規程を改正

◆取締役会の運営の見直し

- 社外役員への情報提供の改善
- 事前の資料配布の実施

◆対象者

ダイドーグループホールディングス、ダイドードリンコ、
大同薬品工業、たらみ、海外飲料管理会社の取締役*及び執行役員

* 社外取締役及び取締役会長を含まない。

◆K P I の達成度に応じて当社株式を給付

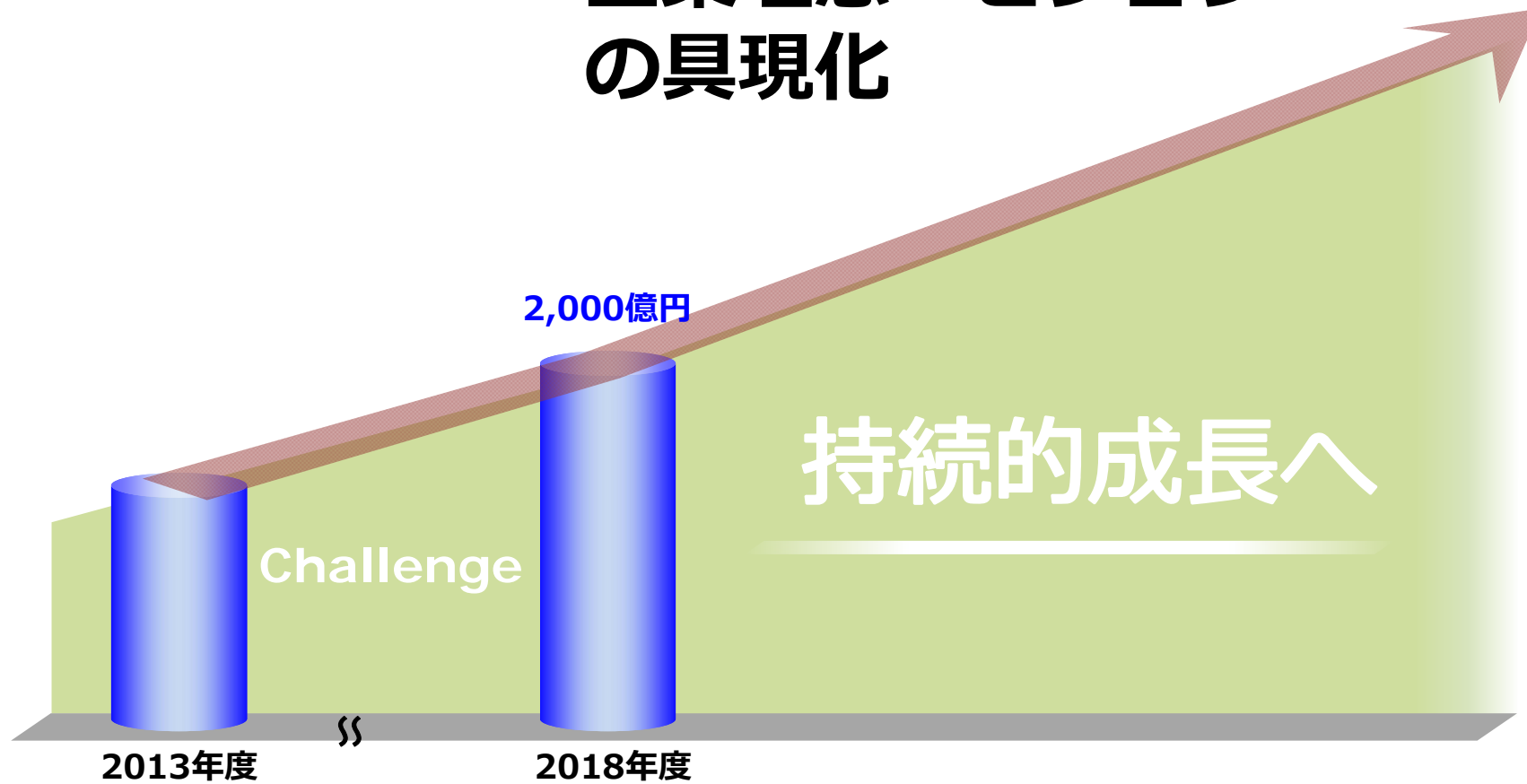
- ① 毎事業年度の連結売上高目標に対する達成率
- ② 毎事業年度の連結営業利益目標に対する達成率
- ③ 中期経営計画最終年度の連結売上高目標の達成率
- ④ 中期経営計画最終年度の営業利益率の達成度

※ K P I を達成できなかった場合、インセンティブの付与はなし

◆本制度対象者への当社株式給付時期

原則として、対象者が当社の取締役等を退任し、受益者要件を
満たした場合

企業理念・ビジョン の具現化



こころとからだに、
おいしいものを。



第41回定時株主総会 参考資料

Challenge

Next Stage

— 2016年4月15日開催予定 —

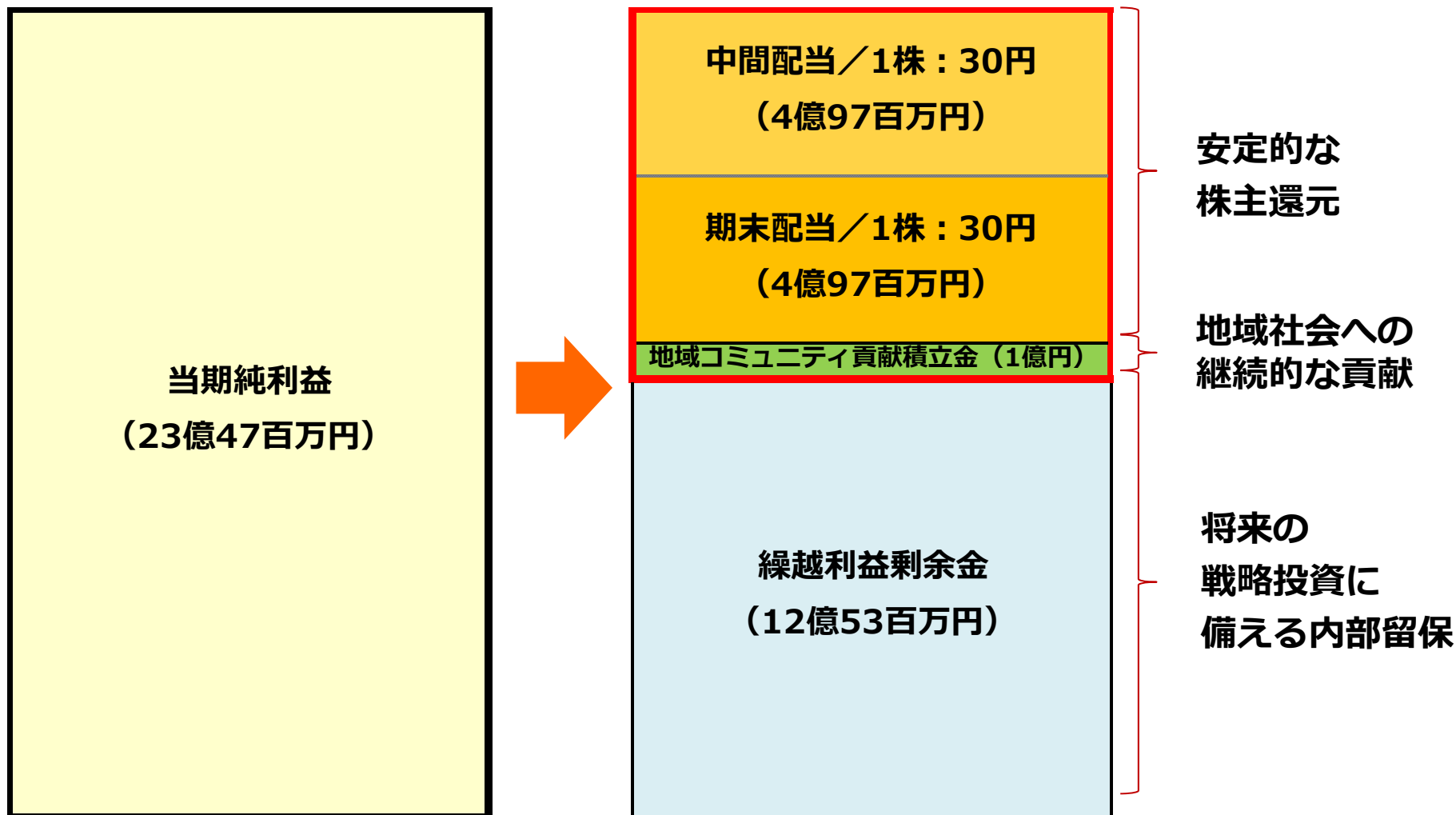
(1) 剰余金処分について

こころからだに、
おいしいものを。

Next Stage



◆ 安定的な株主還元



(1) 剰余金処分について - 地域コミュニティ貢献積立金 -

こころからだに、
おいしいものを。

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

東北復興**絆**義援金自販機

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

ガイドードリンコは
「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。



(2) 持株会社体制への移行に伴う 吸収分割契約の締結について

こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage



◆ 会社分割による持株会社体制移行の目的

中期経営計画の達成をひとつの通過点として、次代に向けた企業価値創造へのチャレンジを続けていくことを目的として、グループ経営の基盤強化を図る。

◆ 会社分割の日程

分割準備会社設立承認取締役会	平成28年2月15日
分割準備会社設立日	平成28年2月24日
吸収分割契約承認取締役会	平成28年2月26日
吸収分割契約締結日	平成28年2月26日
吸収分割契約承認定時株主総会	平成28年4月15日（予定）
分割の効力発生日	平成29年1月21日（予定）

(3) 定款の一部変更について

Next Stage

こころからだに、
おいしいものを。



◆変更点

1. 持株会社化に伴う商号及び目的変更等
2. 取締役の員数変更 9名⇒7名
3. 取締役の任期短縮 2年⇒1年
4. 責任限定契約の締結範囲の変更
5. その他、必要な規定及び文言の加除、修正ならびに
上記変更に伴う条数の変更

※ 定款変更の効力発生日

1.⇒2017年1月21日（予定）

2.3.4.5.⇒ 2016年4月15日（予定）



(4) 取締役の選任

こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage



◆第41回定時株主総会に上程する取締役候補

氏名	略歴（上段）／選任理由（下段）
 <p>現 代表取締役社長 たかまつ とみや 高松 富也 (昭和51年6月26日生)</p>	<p>平成16年4月 当社入社 平成20年4月 当社取締役就任 平成21年4月 当社常務取締役就任 平成22年3月 当社専務取締役就任 平成24年4月 当社取締役副社長就任 平成26年4月 当社代表取締役社長就任（現任）</p> <p>平成26年4月の社長就任以来、新たに制定したグループ理念、グループビジョンのもと、ステークホルダーの皆様の立場を踏まえた中長期視点の経営スタンスと迅速・果敢な意思決定をもって経営の舵取りを行い、強いリーダーシップを発揮しています。グループ経営において、既存の概念に捉われない抜本的改革、新たなチャレンジを掲げ、既存事業の改革に取り組むとともに、海外における事業展開を本格的にスタートさせました。これらの実績を踏まえて、引き続き取締役候補としました。</p>
 <p>現 取締役会長 たかまつ とみひろ 高松 富博 (昭和23年1月16日生)</p>	<p>昭和46年3月 大同薬品工業株式会社入社 昭和50年1月 当社設立、常務取締役就任 昭和59年5月 当社専務取締役就任 平成2年6月 当社取締役副社長就任 平成4年4月 当社代表取締役副社長就任 平成6年4月 当社代表取締役社長就任 平成26年4月 当社取締役会長就任(現任)</p> <p>当社の前社長として20年間にわたり経営を担い、豊富な経験と実績を有しています。現在は取締役会長として、グループ経営におけるガバナンスなどの基盤強化、重要事項の決定や業務執行に対する監督など適切な役割を果たしています。また、当社の社会貢献活動を長年にわたり推進し、地域社会の活性化に向けた活動にも尽力しています。これらの実績を踏まえて、引き続き取締役候補としました。</p>



(4) 取締役の選任

こころからだに、
おいしいものを。

Next Stage

DyDo

◆第41回定時株主総会に上程する取締役候補

氏名	略歴（上段）／選任理由（下段）
 <p>現 常務取締役 あだち けんじ 安達 健治</p> <p>事業改革推進、渉外担当、 グロバールビジネスサービス(株) 代表取締役社長</p> <p>(昭和30年7月19日生)</p>	<p>昭和55年3月 当社入社 平成14年4月 当社取締役就任 平成24年4月 当社常務取締役（現任）</p> <p>当社のコア事業である自販機ビジネスに関わる幅広い業務に携わり、豊富な経験と実績を有しています。現在は、事業改革推進担当取締役として、中期経営計画達成に向けた自販機ビジネスの固定費構造の抜本的改革に中心的な役割を果たしています。また、渉外担当取締役として、清涼飲料業界全体の健全な発展に向けた活動にも尽力しています。これらの実績を踏まえて、引き続き取締役候補としました。</p>
 <p>現 常務取締役 なかがわ まこと 中川 誠</p> <p>営業統括本部長</p> <p>(昭和31年8月8日生)</p>	<p>昭和55年1月 当社入社 平成18年4月 当社取締役就任 平成24年4月 当社常務取締役就任（現任）</p> <p>商品開発、生産調達、マーケティングから自販機チャネル、流通チャネルへの営業活動に至るまでの清涼飲料事業全般にわたる幅広い業務に携わり、豊富な経験と実績を有しています。現在は、営業統括本部長として営業部門を牽引し、収益改善への取り組みを推進するとともに、重要取引先との関係強化に尽力しています。これらの実績を踏まえて、引き続き取締役候補としました。</p>



(4) 取締役の選任

こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage



◆第41回定時株主総会に上程する取締役候補

氏名	略歴
 <p>独立</p> <p>現 社外取締役 もり しんじ 森 真二</p> <p>(昭和21年5月22日生)</p>	<p>昭和47年4月 最高裁判所司法研修所入所 昭和49年4月 横浜地方裁判所裁判官任官 昭和61年4月 京都地方裁判所判事 平成元年4月 大阪弁護士会登録 平成13年4月 当社監査役就任 平成26年4月 当社取締役就任（現任）</p> <hr/> <p>弁護士としての豊富な経験と高度な専門知識を有しており、これまで当社社外監査役として13年間、社外取締役として2年間の職務経験をもとに、独立した立場から当社経営に対する助言・提言をいただくことで、取締役会の監督機能をさらに強化できるものと判断し、引き続き社外取締役候補者となりました。</p>
 <p>独立</p> <p><新任> 社外取締役 いのうえ まさたか 井上 正隆</p> <p>(昭和29年10月12日生)</p>	<p>昭和53年4月 株式会社中埜酢店入社 平成17年7月株式会社ミツカングループ本社 取締役就任 平成19年5月 同社 常務取締役就任 平成21年10月 同社 常勤監査役就任 平成23年3月 同社 経営監査室 担当部長 平成26年3月 株式会社 Mizkan Holdings 経営企画本部 担当部長 平成28年3月 同社 退社予定</p> <hr/> <p>食品業界における豊富な知識と経験を有しており、海外でのM & Aによる事業展開や海外子会社などの監査経験をもとに、当社の経営の課題である海外における事業展開の加速や事業領域の拡大に対して、独立した立場から助言・提言をいただくことで、取締役会の監督機能をさらに強化できるものと判断し、社外取締役候補者となりました。</p>

(5) 業績連動型インセンティブ制度

こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage

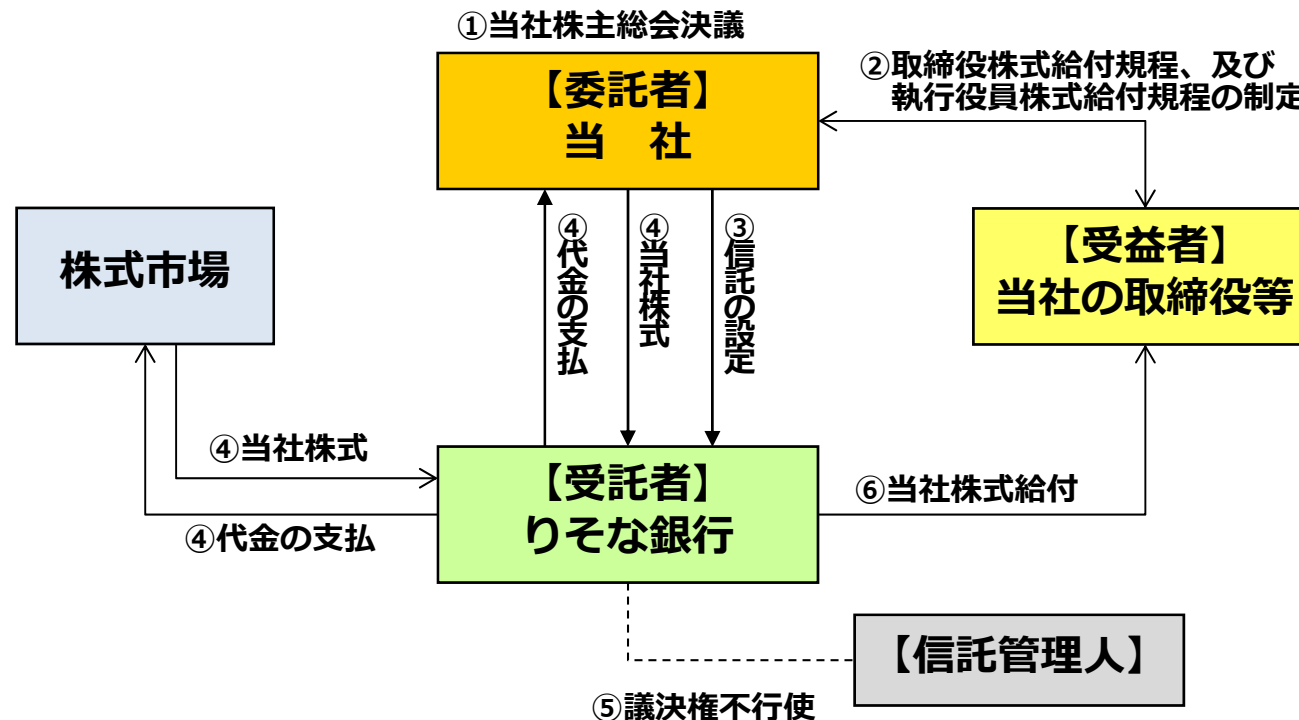


◆導入目的

中長期的視野をもって、業績の向上と企業価値の増大への貢献意識を高める

◆概要

当社が信託に対して金銭を拠出し、当該信託が当該金銭を原資として当社株式を取得し、当該信託を通じて当社の取締役等に対して、業績達成度等に応じて当社株式を給付する業績連動型のインセンティブ制度



こころとからだに、
おいしいものを。



APPENDIX

Challenge

Next Stage

飲料販売部門 2015年度総括と2016年度方針

こころからだに、
おいしいものを。

Next Stage



DyDo 飲料販売部門

※連結調整前の数値 単位：百万円

	2014年度実績	2015年度実績		2016年度通期業績予想			
			増減率	増減額		増減率	増減額
売上高	124,597	124,192	▲0.3%	▲405	126,000	1.5%	1,808
営業利益	3,839	3,745	▲2.4%	▲93	4,020	7.3%	275

2015年度総括

- ◆消費増税一巡後、第2四半期以降は販売持ち直し
- ◆「世界一のバリスタ」シリーズや「miu」シリーズが好調に推移
- ◆地域特性に応じたエリア戦略推進の成果
- ◆原材料価格の高騰をコストコントロールで吸収



2016年度方針

- ◆「ダイドーブレンド うまみブレンド」の発売による缶コーヒーの新たな顧客層の獲得
- ◆攻めのIoT投資による人と自販機の新たな関わり方を創造
- ◆自販機チャネルにかかる固定費構造の抜本的改革に取組み



飲料受託製造部門 2015年度総括と2016年度方針

こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage



飲料受託製造部門

※連結調整前の数値 単位：百万円

	2014年度実績	2015年度実績		2016年度通期業績予想			
			増減率	増減額		増減率	増減額
売上高	10,220	9,126	▲10.7%	▲1,094	9,000	▲1.4%	▲126
営業利益	1,135	979	▲13.7%	▲155	700	▲28.5%	▲279

2015年度総括

- ◆外国人観光客による特需は一部製品に偏る
- ◆既存製品の受注は厳しい状況で推移
- ◆継続的に製造コスト低減への取り組みを実施

2016年度方針

- ◆組織的提案営業と独自の提案素材の開発
- ◆中長期の事業展開に向けた新事業領域の開拓
- ◆生産効率化・コスト削減による収益体質の強化



食品製造販売部門 2015年度総括と2016年度方針

こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage



食品製造販売部門

※連結調整前の数値 単位：百万円

	2014年度実績	2015年度実績		2016年度通期業績予想			
			増減率	増減額		増減率	増減額
売上高	15,360	17,155	11.7%	1,795	18,270	6.5%	1,115
営業利益	614	620	1.0%	6	640	3.2%	20

2015年度総括

- ◆ コンビニエンスストア市場・量販市場への更なる浸透
- ◆ 新しい分野の高付加価値商品の発売
- ◆ 円安による原材料高騰の影響

2016年度方針

- ◆ 流通市場シェアのさらなる維持拡大と海外・通販事業の基盤拡大
- ◆ 調達戦略、生産戦略の実行による原材料価格高騰への対応
- ◆ 高付加価値商品投入、商品コンセプト見直しによる市場拡大へのチャレンジ



第2四半期累計期間 連結業績予想の概要

Next Stage

こころからだに、
おいしいものを。



【連 結】

単位:百万円

	2015年度第2四半期 実績		2016年度第2四半期 業績予想			
		構成比		構成比	増減率	増減額
売上高	74,375	49.6%	76,800	50.3%	3.3%	2,425
営業利益	1,715	1.1%	1,350	0.9%	▲21.3%	▲365
経常利益	1,545	1.0%	1,250	0.8%	▲19.1%	▲295
親会社株主に帰属する 四半期純利益	779	0.5%	670	0.4%	▲14.0%	▲109

EPS	47.08円	40.44円	▲14.1%	▲6.64円
1株当たり配当金	30円	30円	0.0%	-

第2四半期累計期間 セグメント別業績予想

Next Stage

こころとからだに、
おいしいものを。



DyDo 飲料販売部門

※連結調整前の数値 単位：百万円

	2014年度 上期実績	2015年度 上期実績		2016年度 上期業績予想			
		増減率	増減額	増減率	増減額		
売上高	62,685	61,060	▲2.6%	▲1,625	62,400	2.2%	1,340
営業利益	1,423	891	▲37.3%	▲531	740	▲16.9%	▲151



飲料受託製造部門

※連結調整前の数値 単位：百万円

	2014年度 上期実績	2015年度 上期実績		2016年度 上期業績予想			
		増減率	増減額	増減率	増減額		
売上高	5,531	4,548	▲17.8%	▲982	4,700	3.3%	152
営業利益	711	487	▲31.4%	▲223	380	▲22.0%	▲107



食品製造販売部門

※連結調整前の数値 単位：百万円

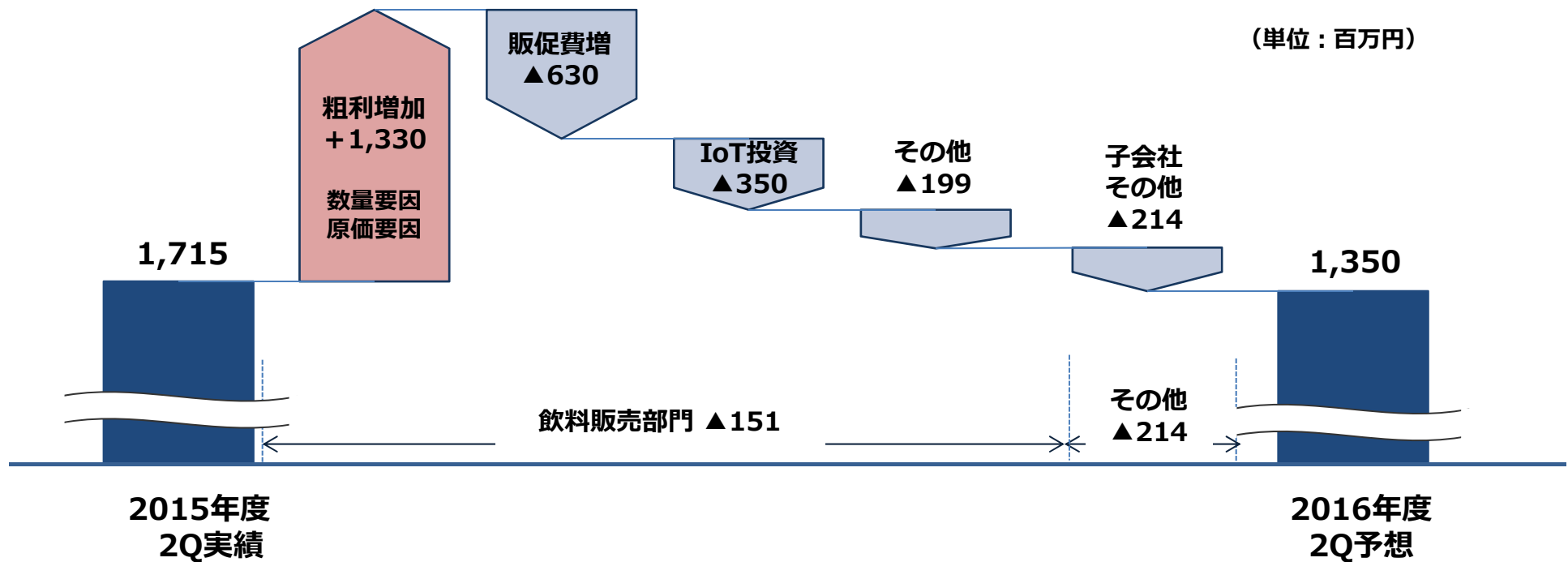
	2014年度 上期実績	2015年度 上期実績		2016年度 上期業績予想			
		増減率	増減額	増減率	増減額		
売上高	7,929	9,104	14.8%	1,175	9,970	9.5%	866
営業利益	556	524	▲5.9%	▲32	410	▲21.8%	▲114

第2四半期累計期間 営業利益増減要因

Next Stage



- ➡ 飲料販売部門は販売数量増と原価低減効果を見込む
- ➡ 自販機の優良ロケーション獲得や自販機のIoTプラットフォーム化への先行投資は上期より積極的に実施
- ➡ 2017年度からの飛躍的な利益成長に向けた道筋をつける



※トルコ事業・マレーシア事業については、上記に含んでおりません。

株主還元 – 株主優待品 –

こころとからだに、
おいしいものを。

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)



2015年7月20日現在の株主の皆様に進呈した株主優待品

2016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」
上位ランキン！



* 2015年11月
野村 I R 発行

株主優待総合ランキング
6年連続 総合第2位

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

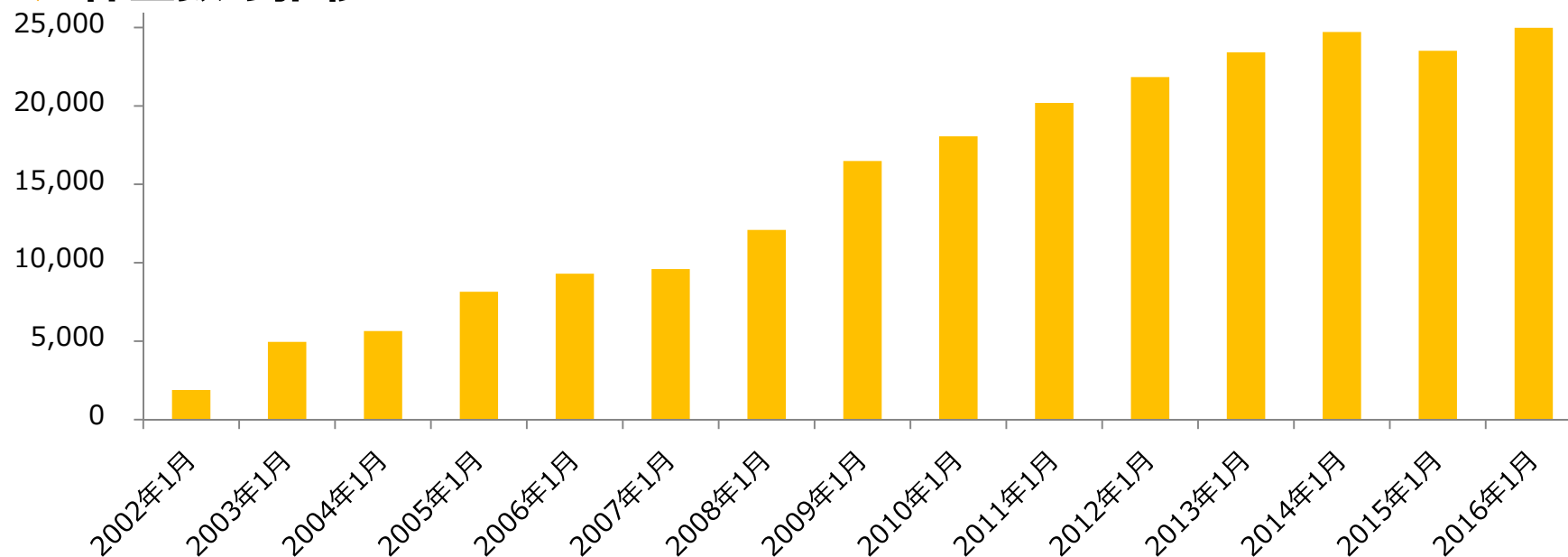
ファン株主層の獲得をめざして

こころとからだに、
おいしいものを。

Next Stage

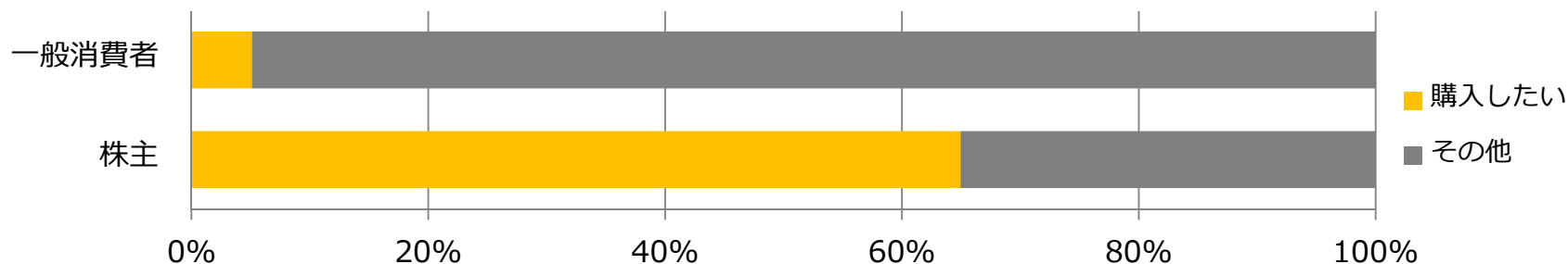


◆ 株主数の推移



◆ 株主の当社製品購入意向（一般消費者比較）

Q. 他社製品との価格差があっても、当社製品を購入したいと思いますか？



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。