

こころとからだに、  
おいしいものを。



## 2017年度（2018年1月期） 第3四半期 決算概要

---

ダイドーグループホールディングス株式会社  
(東証一部：2590)

2017年11月27日



## 1. 国内飲料市場の動向

P.03~04

## 2. 2017年度 第3四半期決算概要／通期業績予想

P.05~18

## 3. 次代に向けた企業価値創造へのチャレンジ

P.19~36

## ■ APPENDIX

P.37~56

こころとからだに、  
おいしいものを。



## 1. 国内飲料市場の動向

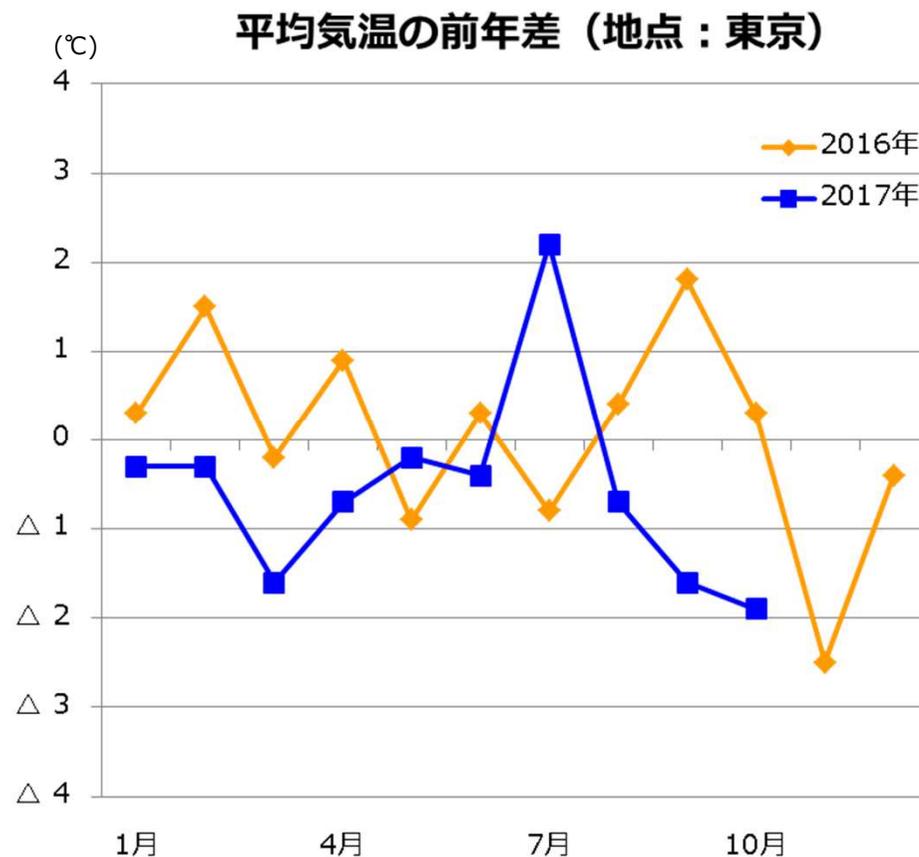
---

こころとからだに、  
おいしいものを。

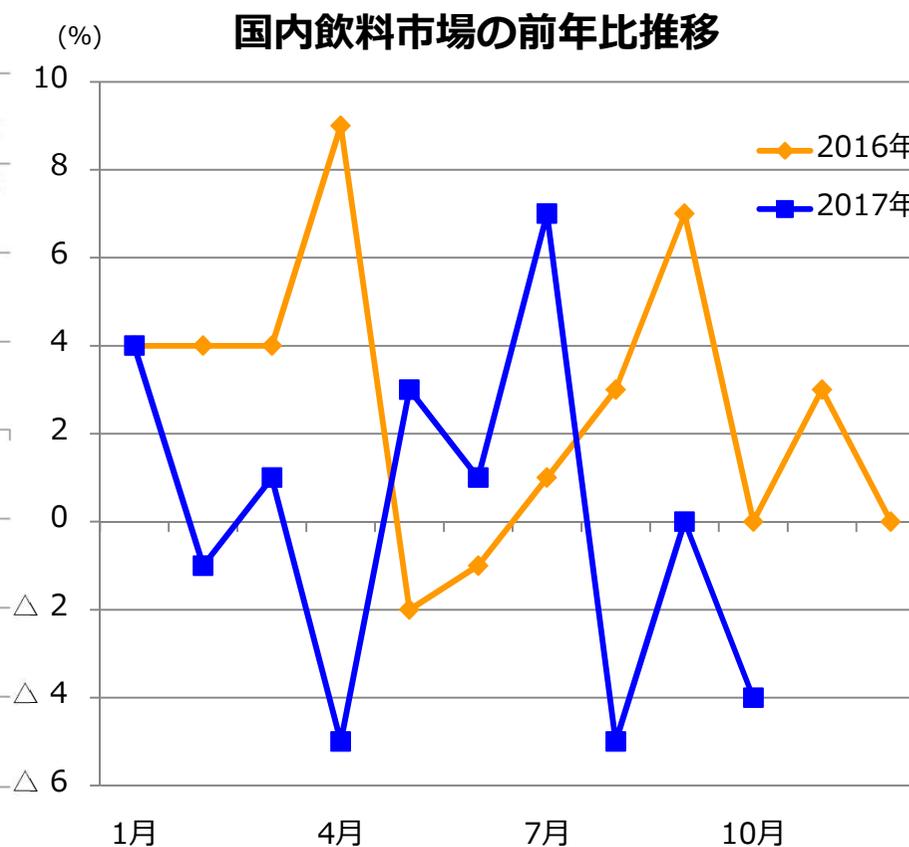
# 飲料業界の動向



- ➡ 業界各社は収益重視の方針を掲げ、重点ブランドを強化
- ➡ 販売数量は昨年のハードルの高さや天候不順の影響があったものの前年並の推移



出所：気象庁データ（気象観測データ）より当社作成



出所：当社調べ

こころとからだに、  
おいしいものを。



## 2. 2017年度 第3四半期 決算概要／通期業績予想

---

# 2017年度 第3四半期 連結決算の概要



- ➡ 医薬品関連事業の好調な実績が連結業績を牽引
- ➡ 一過性の営業外収益の増加もあり、経常利益は20.2%増
- ➡ 前年は、負ののれん発生益等を特別利益に計上

(単位：百万円)

	2016年度 第3 Q実績		2017年度 第3 Q実績			
		構成比		構成比	増減率	増減額
売上高	132,233	100.0%	133,904	100.0%	1.3%	1,671
営業利益	4,424	3.3%	4,812	3.6%	8.8%	387
経常利益	4,388	3.3%	5,274	3.9%	20.2%	885
親会社株主に帰属する 四半期純利益	3,788	2.9%	3,138	2.3%	△17.2%	△ 650

E P S	228.68円	189.97円	△16.9%	△38.71円
-------	---------	---------	--------	---------

こころとからだに、  
おいしいものを。



# 2017年度 第3四半期 連結業績 — 詳細 —

(単位：百万円)

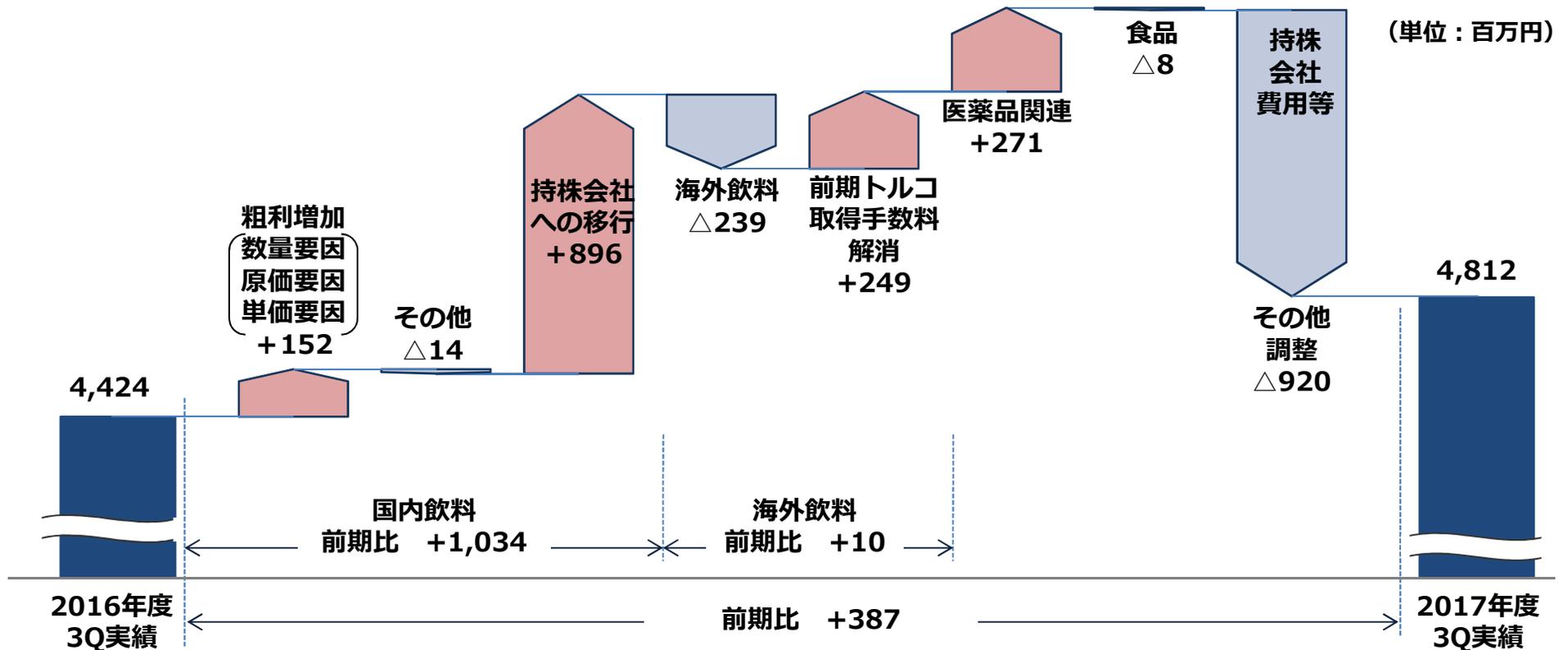
	2016年度 第3Q実績	2017年度 第3Q実績		
			増減率	増減額
国内飲料事業	97,174	97,467	0.3%	293
海外飲料事業	13,681	14,116	3.2%	434
医薬品関連事業	6,967	8,091	16.1%	1,124
食品事業	15,005	14,793	△1.4%	△212
調整額	△595	△563	—	31
<b>売上高合計</b>	<b>132,233</b>	<b>133,904</b>	<b>1.3%</b>	<b>1,671</b>
国内飲料事業	3,645	4,680	28.4%	1,034
海外飲料事業	△520	△509	—	10
医薬品関連事業	780	1,052	34.8%	271
食品事業	515	506	△1.6%	△8
調整額	3	△917	—	△920
<b>営業利益合計</b>	<b>4,424</b>	<b>4,812</b>	<b>8.8%</b>	<b>387</b>

こころとからだに、  
おいしいものを。

## 2017年度 第3四半期累計 営業利益の増減要因



- ➡ 医薬品関連事業は、新規受注拡大・既存品受注も好調に推移
- ➡ 海外飲料事業は、トルコリラ安による原価高が収益面を圧迫
- ➡ 国内飲料事業の大幅増益は持株会社への費用移行が主要因



# 2017年度 第3四半期 国内飲料事業 販売数量の推移

- ➔ 第3四半期(3ヶ月)の販売数量は天候等の影響を受け、前期比1.6%減
- ➔ 自販機チャネルは、計画を下回る厳しい実績推移
- ➔ コンビニエンスストア等の流通チャネルにおいて「世界一のバリスタ※  
監修」シリーズ、「大人のカロリミット」シリーズが販売好調

販売数量前期比 (函数ベース)		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)	合計	第3四半期 累計
自販機	2016年度	+7.2%	+2.4%	+3.2%	+2.8%	+3.8%	+4.1%
	2017年度	△1.5%	+0.2%	△2.7%	-	-	△1.3%
その他	2016年度	△1.2%	+3.7%	+3.4%	+16.7%	+5.6%	+2.1%
	2017年度	+14.2%	+6.3%	+4.5%	-	-	+8.1%
合計	2016年度	+5.8%	+2.6%	+3.2%	+5.1%	+4.1%	+3.7%
	2017年度	+0.9%	+1.2%	△1.6%	-	-	+0.1%
稼働日前期比増減		△ 1	+ 3	△ 1	△ 2	△ 1	+ 1

※ワールドバリスタチャンピオンシップ 第14代チャンピオン ピート・リカータ氏

こころとからだに、  
おいしいものを。

# セグメント別概況 - 国内飲料事業 -



- ➔ 発売25周年！累計販売本数62億本突破！
- ➔ ロングセラーの「ダイドーブレンド デミタス」シリーズをリニューアル発売
- ➔ 深みとキレを両立させた甘さ控えめの微糖が登場

New!!  
9/11発売



ダイドーブレンド  
デミタスコーヒー



ダイドーブレンド  
デミタス 微糖



ダイドーブレンド  
デミタスBLACK



ダイドーブレンド  
デミタス  
甘さ控えた微糖

こころとからだに、  
おいしいものを。

## セグメント別概況 – 国内飲料事業 –



### ➔ 機能性表示食品「大人のカロリーミット はとむぎブレンド茶」 発売から約8か月で累計販売本数2,000万本突破！



New!!

9月18日発売 シリーズ第2弾  
大人のカロリーミット  
玉露仕立て 緑茶プラス

※ 本品は、事業者の責任において特定の保健の目的が期待できる旨を表示するものとして、消費者庁長官に届出されたものです。ただし、特定保健用食品と異なり、消費者庁長官による個別審査を受けたものではありません。

※ 本品は、疾病の診断、治療、予防を目的としたものではありません。

※ 食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。

こころとからだに、  
おいしいものを。

## セグメント別概況 – 国内飲料事業 –

**DyDo**

### ➡ ダイドブレンドブランドの販路拡大

- ➡ キリンビバレッジ(株)自販機においても好調な販売推移となった「世界一のバリスタ※監修」シリーズのボトル缶2品を継続販売

**DyDo**  
**KIRIN**



DyDo自販機では秋冬シーズンに向けてホット販売での高い需要が見込まれる「午後の紅茶あたたかいミルクティー」「午後の紅茶あたたかいレモンティー」の2品をセットし、一層の効果創出を図る（アイテム数変更なし：2品）

※ワールドバリスタチャンピオンシップ 第14代チャンピオン ピート・リカータ氏

# セグメント別概況 – 海外飲料事業：トルコ–



- ➔ トルコ飲料事業は販売体制の整備が順調に進み、今期は現地通貨ベースで増収
- ➔ ミネラルウォーター「Saka」が大幅に伸長し、増収を牽引



ミネラルウォーター  
「Saka (サカ)」

	年度	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	年間
(現地通貨ベース)	2016年度	+4%	△6%	△7%	△9%	△5%
売上高	2017年度	+2%	+10%	+25%	-	-
前年比	(内ミネラルウォーター)	(+29%)	(+17%)	(+46%)	-	-
期末為替	2016年度	2.817	2.878	2.999	3.528	
ドル/リラ	2017年度	3.635	3.521	3.564	-	

前第4四半期は  
急激なリラ安  
進行が原価面  
にも影響

※トルコ飲料事業は、2016年2月より連結対象となったことから、2016年度～2017年度第1四半期までの売上高前年比は参考数値です。

## セグメント別概況 – 海外飲料事業：トルコ–



- ➔ ミネラルウォーターのさらなる需要増への対応し、ミネラルウォーター製造販売事業を行うMerpez社の株式80%を取得
- ➔ Della社「Saka」ブランドの製造工場と地理的に補完性のあるエリアに製造工場と水源を確保
- ➔ 製造拠点を南北2カ所とし、物流を効率化

社名	Merpez Ticaret Turizm Gıda Tarım Pazarlama Emlak İnşaat Sanayi İthalat ve İhracat Limited Şirketi
所在地	トルコ共和国Muğla Province (ムーラ県)
事業内容 保有ブランド	ミネラルウォーターの製造販売業 ブランド名：Mavidağ (マービダ)
資本金	2,000千トルコリラ (日本円換算※：62百万円)
総投資額 (予定)	23,400千トルコリラ (日本円換算※：725百万円)



※ 1トルコリラ=31円として換算

## 2017年度 通期業績予想の修正 – 連結 –



- ➔ 国内飲料事業の最近の販売動向を踏まえ、業績予想を修正
- ➔ トルコリラの想定為替換算レートを以下のとおり変更  
(期初想定：1トルコリラ=33円、今回想定：1トルコリラ=31円)

(単位：百万円)

	連結売上高	連結営業利益	連結経常利益	親会社株主に帰属する 当期純利益	1株当たり 連結当期純利益
前回発表予想 (A)	175,500	5,300	5,200	3,000	181.08
今回修正予想 (B)	172,000	4,100	4,300	2,600	157.50
増減額 (B - A)	△ 3,500	△ 1,200	△ 900	△ 400	
増減率 ( % )	△ 2.0	△ 22.6	△ 17.3	△ 13.3	
(参考) 前期連結実績 (平成29年1月期)	171,401	3,857	3,741	3,269	197.34

※今回修正予想(B)の「1株当たり連結当期純利益」は、役員向け株式給付信託が保有する当社株式を、期中平均株式数の計算において控除する自己株式に含めて算出。

こころとからだに、  
おいしいものを。

## 2017年度 通期業績予想の修正

## －セグメント別－



(単位：百万円)

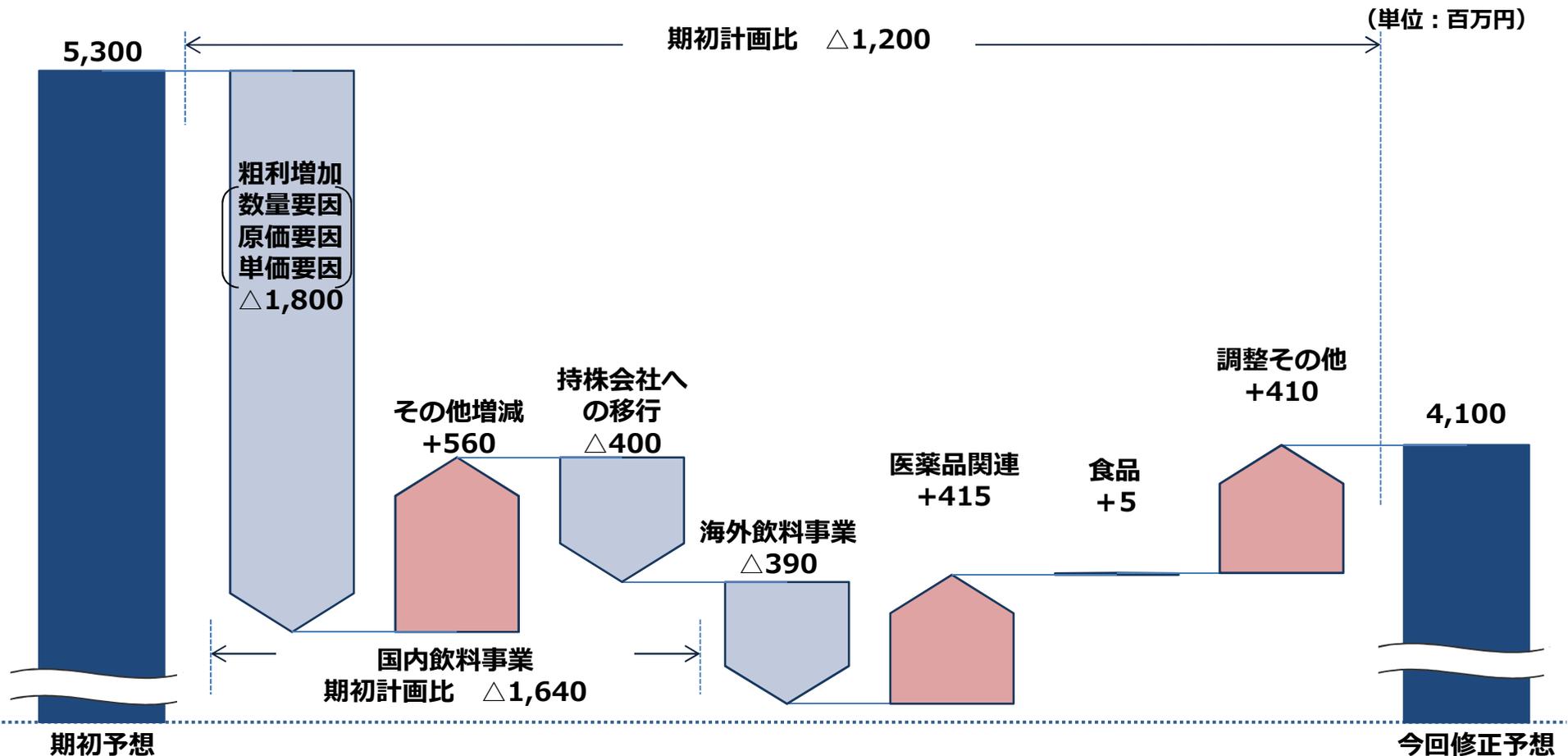
	前回発表予想 (A)	今回修正予想 (B)			2016年度実績 (C)		
			増減率	増減額 (B - A)		増減率	増減額 (B - C)
国内飲料事業	129,400	126,600	△2.2%	△2,800	128,278	△1.3%	△1,678
海外飲料事業	19,100	17,680	△7.4%	△1,420	16,735	5.6%	945
医薬品関連事業	9,500	10,500	10.5%	1,000	9,068	15.8%	1,432
食品事業	18,180	17,900	△1.5%	△280	18,013	△0.6%	△113
調整額	△680	△680	-	0	△695	-	15
<b>売上高合計</b>	<b>175,500</b>	<b>172,000</b>	<b>△2.0%</b>	<b>△3,500</b>	<b>171,401</b>	<b>0.3%</b>	<b>599</b>
国内飲料事業	6,100	4,460	△26.9%	△1,640	3,958	12.7%	502
海外飲料事業	△410	△800	-	△390	△1,266	-	466
医薬品関連事業	835	1,250	49.7%	415	944	32.4%	306
食品事業	345	350	1.4%	5	212	65.1%	138
調整額	△1,570	△1,160	-	410	9	-	△1,169
<b>営業利益合計</b>	<b>5,300</b>	<b>4,100</b>	<b>△22.6%</b>	<b>△1,200</b>	<b>3,857</b>	<b>6.3%</b>	<b>243</b>

こころとからだに、  
おいしいものを。



# 2017年度 通期予想 営業利益の増減要因 – 期初計画比 –

- ➡ 国内飲料事業の販売動向が収益面に影響
- ➡ 海外飲料事業は、トルコリラ安による原材料価格高騰の影響を受ける  
マレーシア飲料事業・ロシア飲料事業も計画を下回る見通し

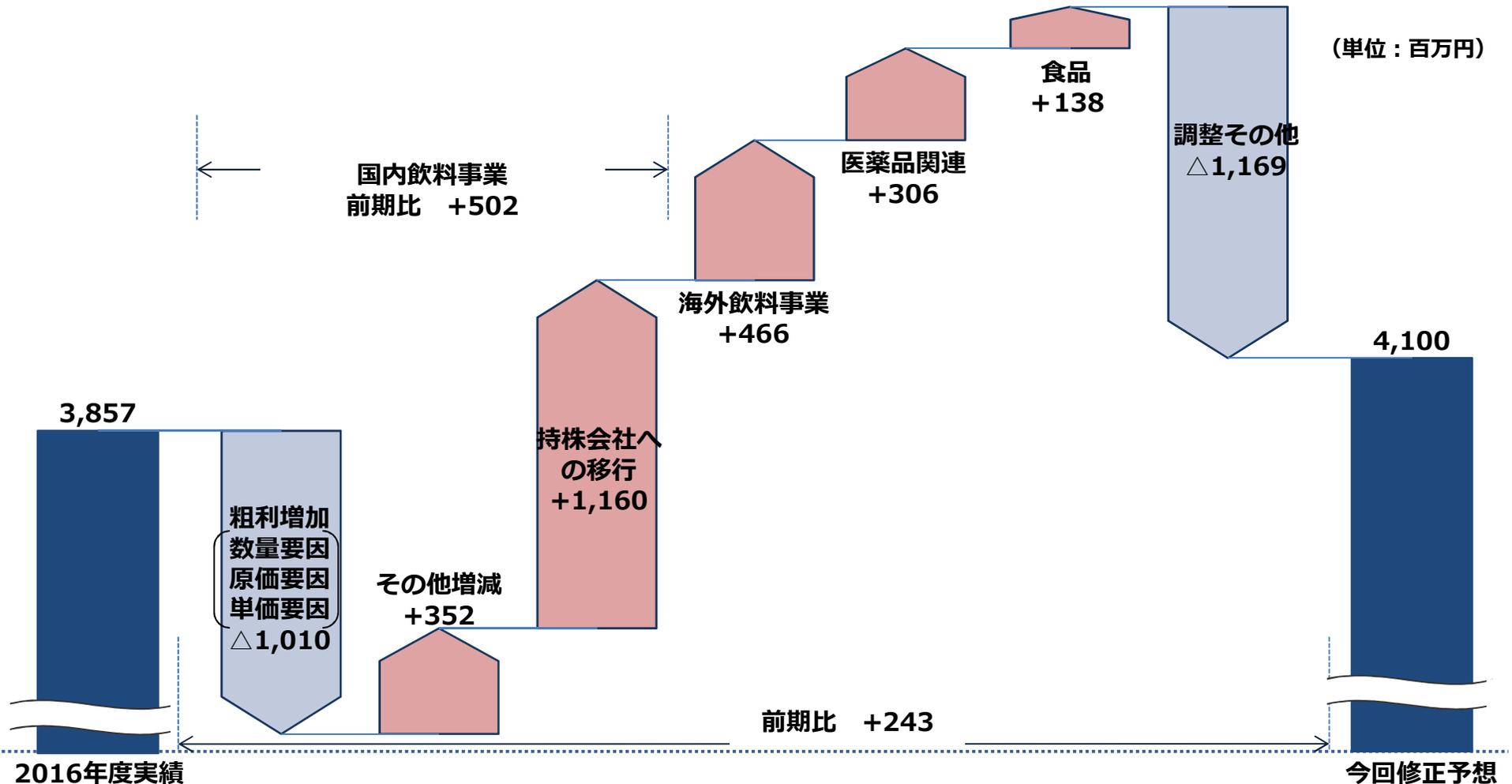


こころとからだに、  
おいしいものを。



# 2017年度 通期予想 営業利益の増減要因 - 前期比 -

- ➡ 医薬品関連事業は、好調な受注実績による増益
- ➡ 海外飲料事業は、トルコ飲料事業の販売回復による収益改善を見込む



こころとからだに、  
おいしいものを。



### 3. 次代に向けた企業価値創造へのチャレンジ

---

－ 持続的成長の実現をめざして－

こころとからだに、  
おいしいものを。

# DyDoグループの変遷



こころとからだに、  
おいしいものを。

# グループ理念・ビジョン・スローガン



## グループ理念



人と、社会と、共に喜び、共に榮える。

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。



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 -



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  
の確立への  
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



国内飲料事業



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



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

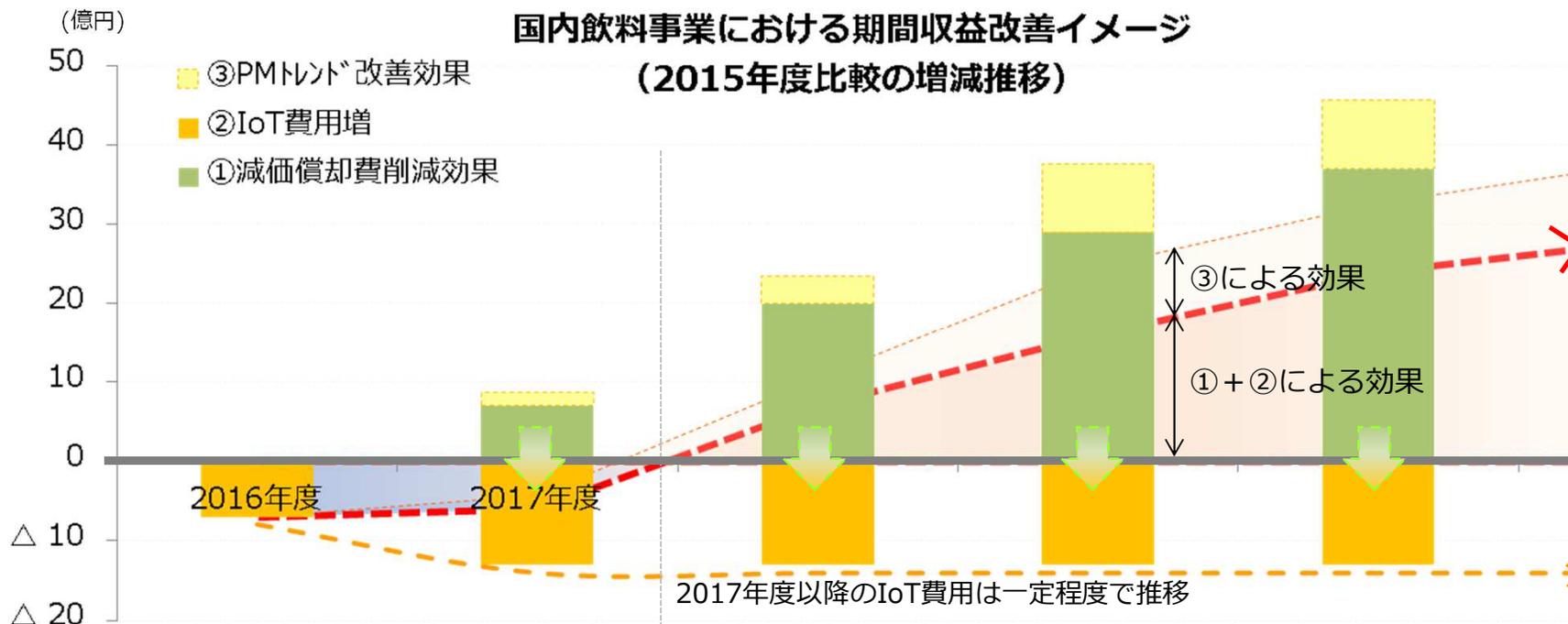
M & A 戦略により、新たな収益の柱を確立する

# キャッシュ・フローの継続的拡大に向けて



## ➡ 自販機ビジネスモデルの革新

- ① 自販機投入台数は維持しつつ1台当り調達コストを低減
- ② 低減したコストをIoT自販機投資に振り向ける
- ③ IoT自販機投入効果によりパーマシントレンドの改善を図る



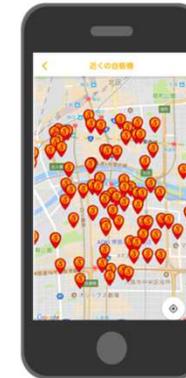
国内飲料	2015年度	2016年度	2017年度(予)
設備投資額	93億円	68億円	66億円
減価償却費	98億円	98億円	92億円

こころとからだに、  
おいしいものを。

# Smile STANDの展開



「DyDo Smile STAND」  
獲得したポイントを表示



Smile STAND自販機の検索画面



当社ブランド情報など  
自社サービスを発信

## 抽選で当たる

### Smile SLOT



## 必ずもらえる

LINEギフトコード



楽天スーパーポイント



©SQEX



バナコイン  
BANACOIN

©BNEI

こころとからだに、  
おいしいものを。

# Smile Town Portal のスタート

**DyDo**

- ➡ 自販機が生活圏内の情報をお届けする情報発信基地に進化
- ➡ 街中の自販機がスマホに“ワクワクする”情報をお届け！



こころとからだに、  
おいしいものを。

# 情報発信基地への変革

**DyDo**

- ➡ 第1弾は(株)リクルートライフスタイルと連携
- ➡ 自販機 1 キロ圏内にある“飲食店”&“美容室”の情報を発信



Smile STAND自販機で  
飲料を購入



専用アプリをかざすと  
ポイントゲット



続けて近くのグルメ&  
ビューティー情報を配信

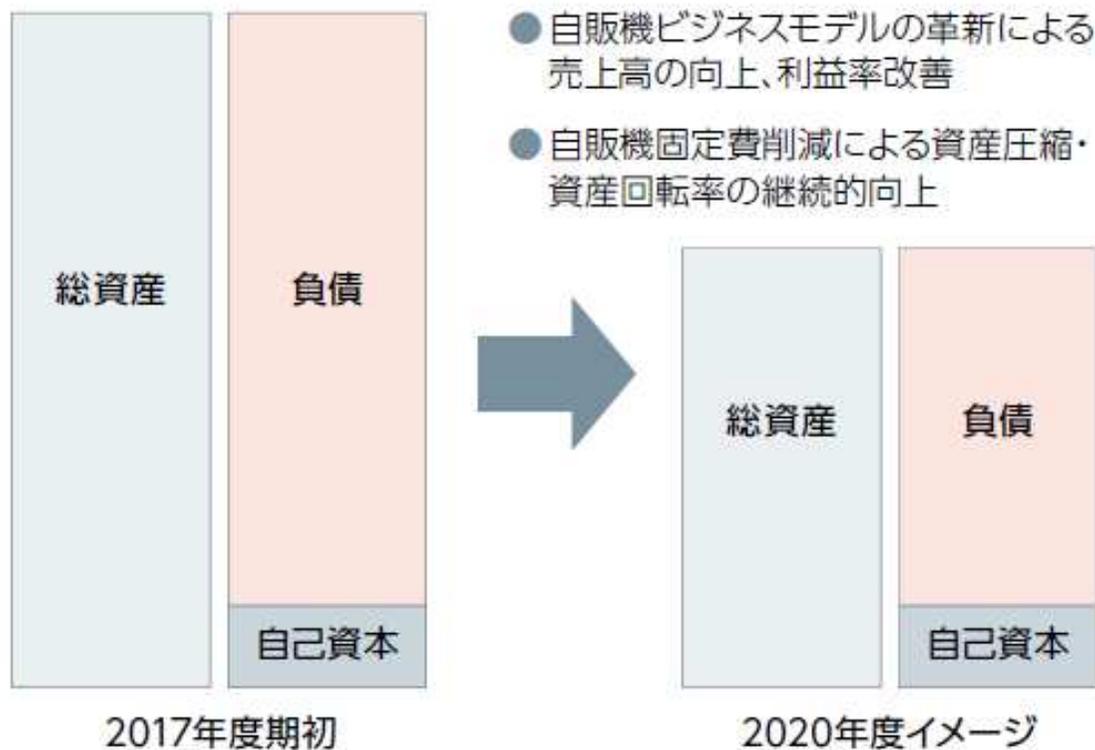
こころとからだに、  
おいしいものを。

# 自販機価値と資産効率性の継続的向上

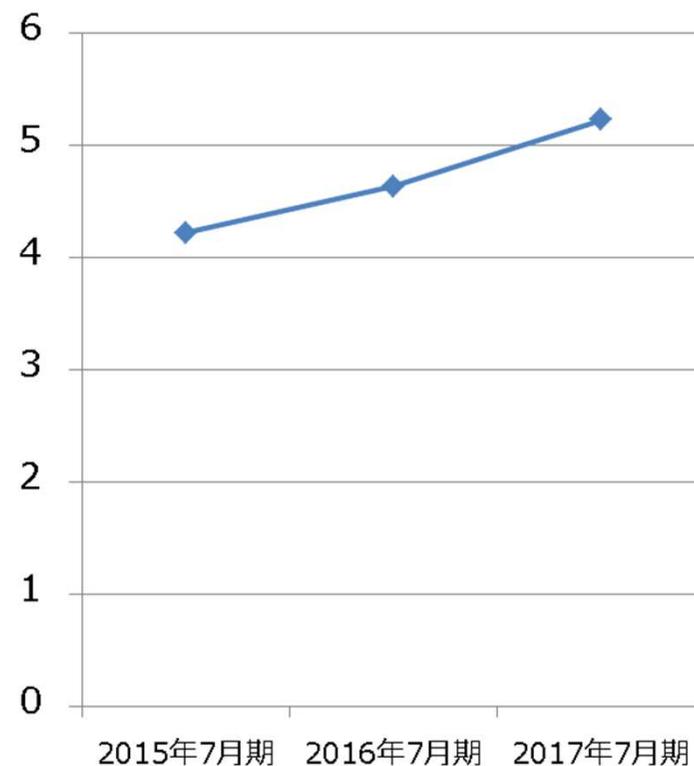


- ➡ 売上高の向上、収益源の多様化による利益率改善
- ➡ 資産回転率の継続的向上・ROI Cの着実な改善

国内飲料事業のバランスシートのイメージ



自販機資産回転率の推移



こころとからだに、  
おいしいものを。

# 自販機を社会インフラとして必要不可欠な存在へ



- ➡ ネットワーク化した自販機によるプラットフォームビジネス
- ➡ オープンイノベーションによる価値創造



飲料



健康



地域貢献

イメージ：将来の自販機の役割



情報



コミュニケーション



セキュリティ



# 医薬品関連事業：関東に新工場建設を計画



## ➡ 大同薬品工業株式会社が関東に新工場を建設



### ➤ 目的：

- ・取引先ニーズへの迅速な対応
- ・高い製造品質と安定的な供給体制の整備
- ・BCP対策の一環として生産のリスク分散にも対応

### ➤ 新工場の概要

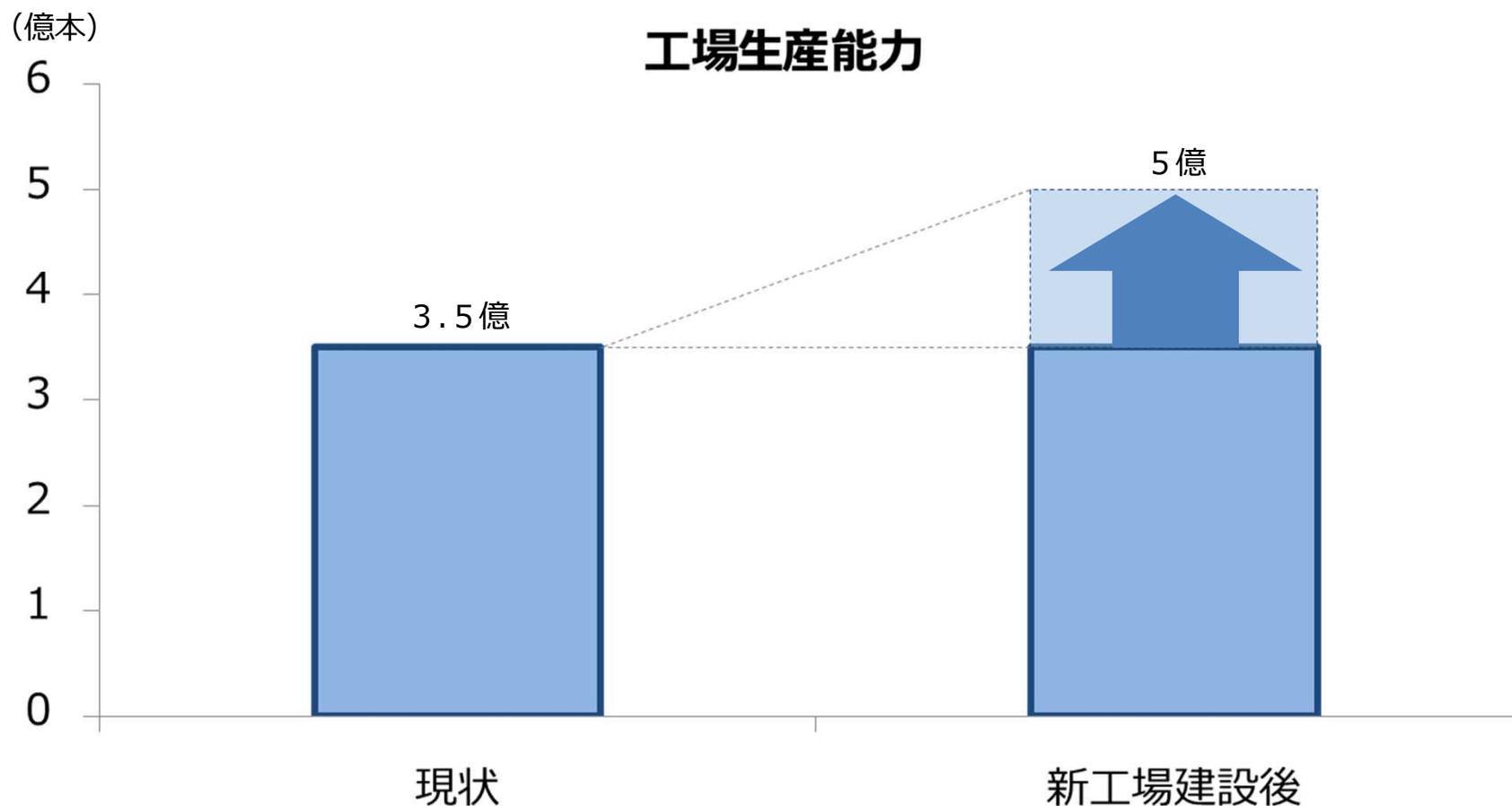
名称	関東工場
建設予定地	群馬県館林市下早川田町字内屋110番7
敷地面積	約27,000m <sup>2</sup>
工事終了年月	2019年末
稼働予定年月	2020年初頭
生產品目	ドリンク剤
生産能力	年間1億5千万本
設備投資額	約60億円

ここからだに、  
おいしいものを。

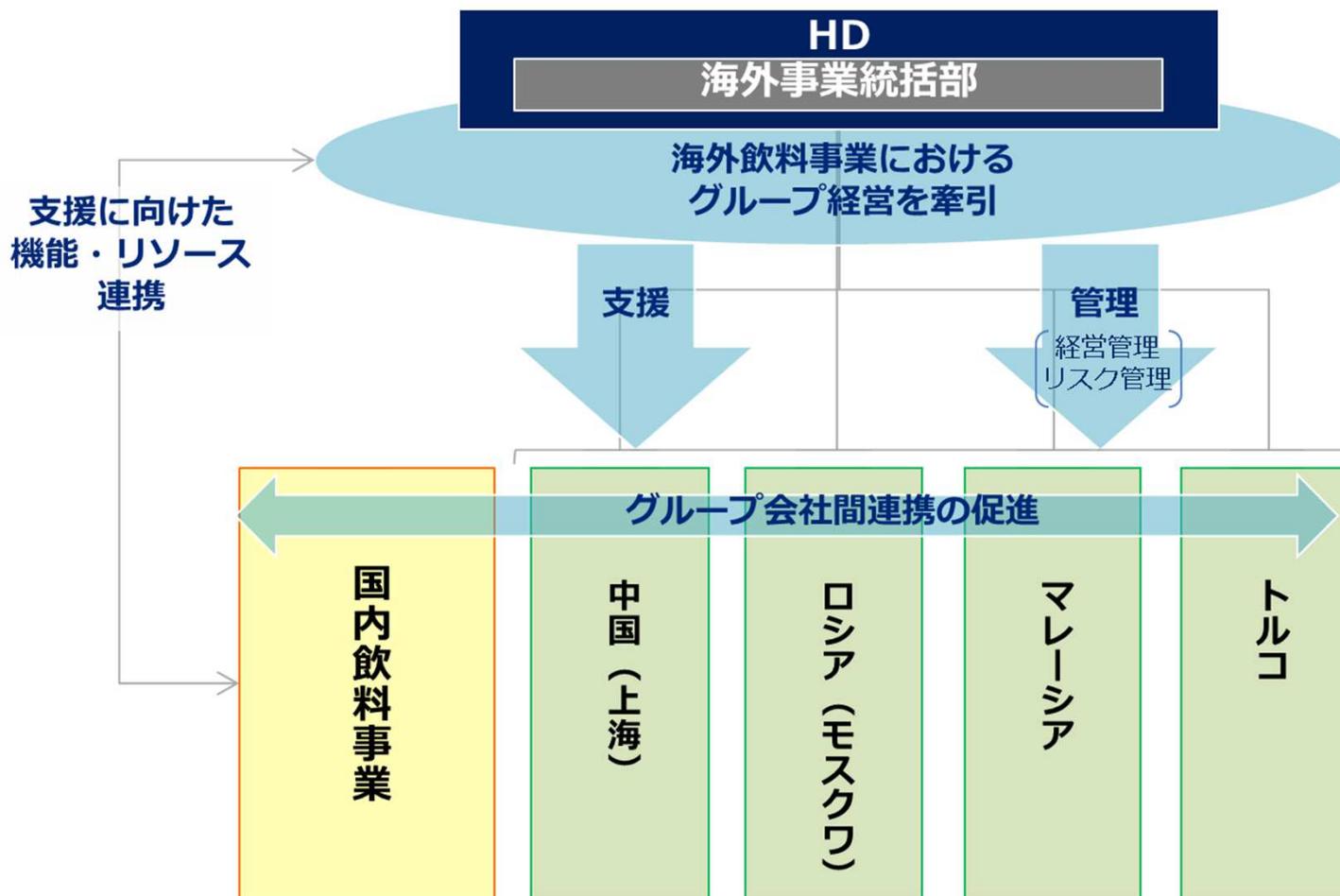
## 医薬品関連事業：関東に新工場建設を計画



- ➡ 新工場の地理的優位性を活かしコスト競争力を強化
- ➡ 関東新工場建設後の2工場合計生産能力を5億本へ



## ➡ 持株会社に海外事業統括部を設置し、海外飲料事業の強化・育成を図る

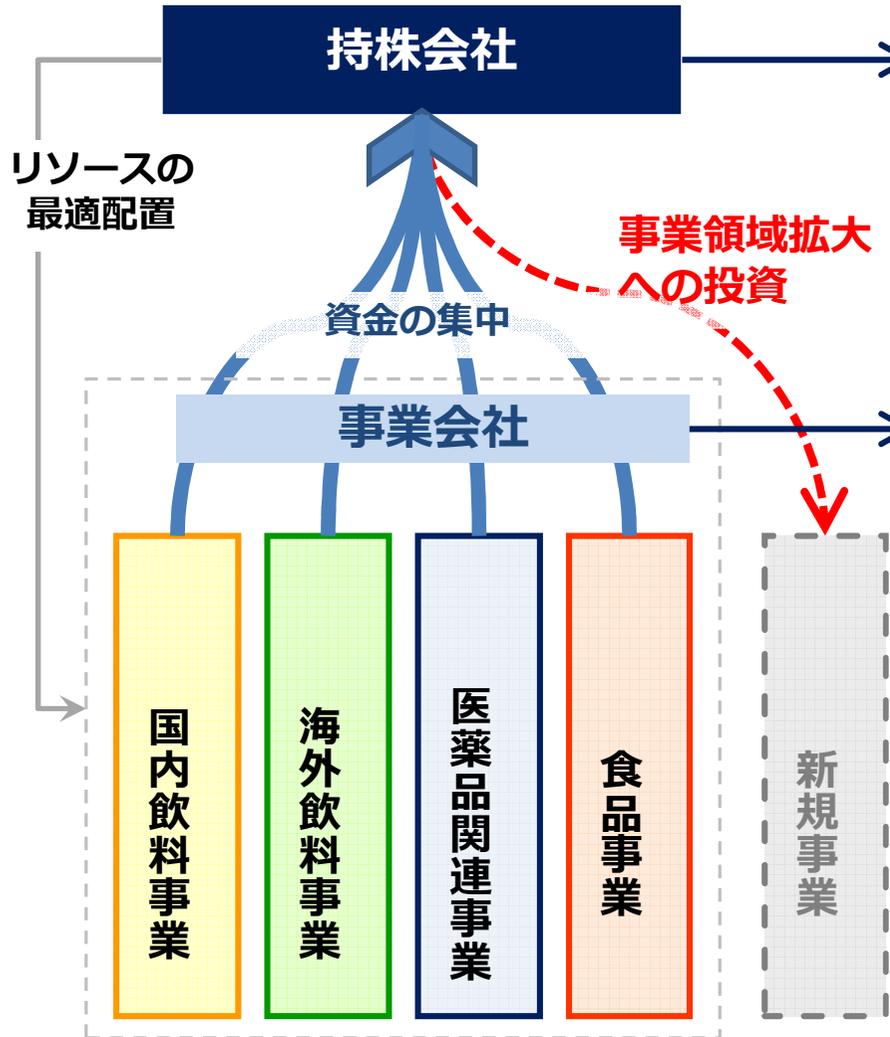


こころとからだに、  
おいしいものを。

# 事業領域拡大への機動的対応



## 資本効率の向上にむけて



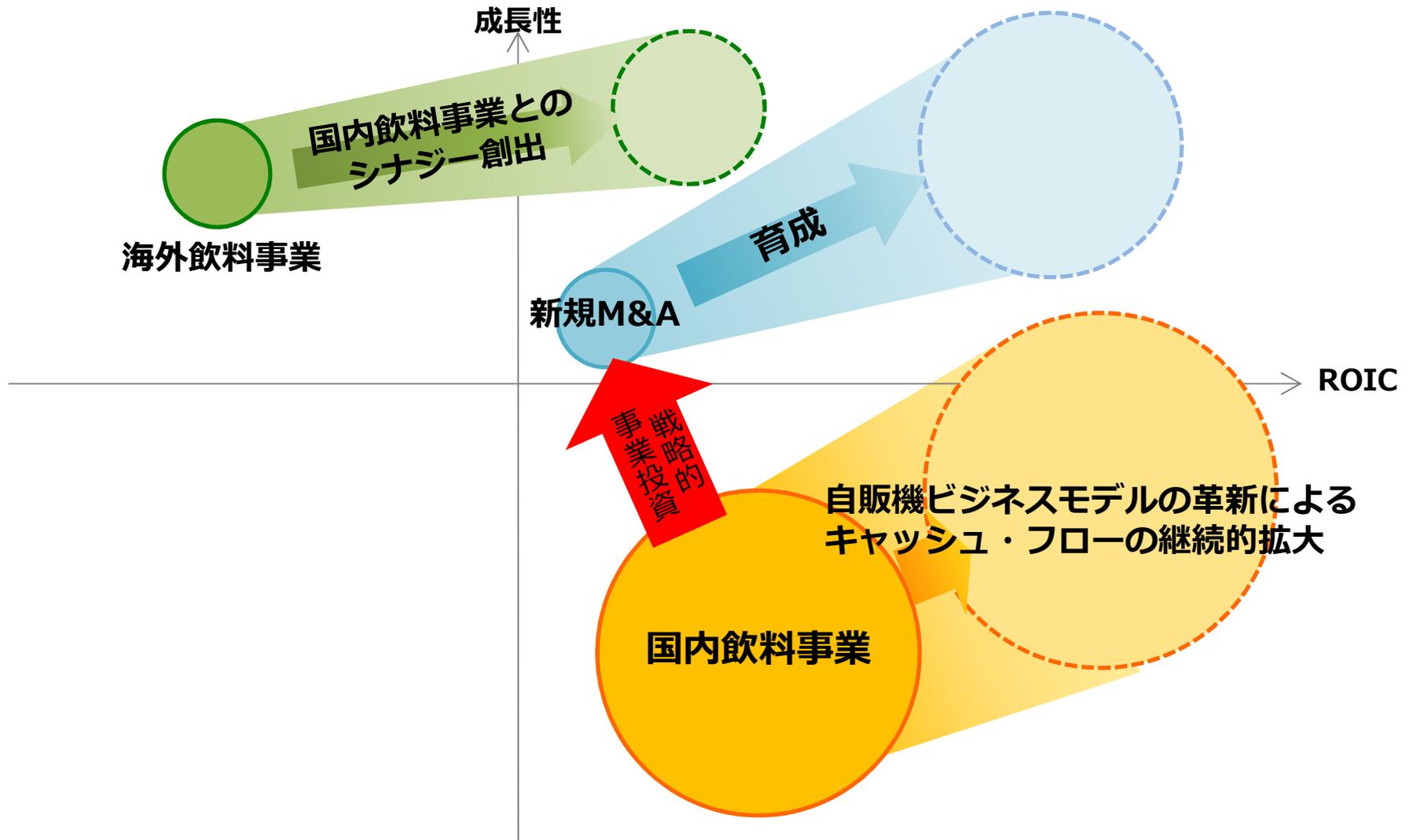
収益性	効率性
【持株会社の役割】	
<ul style="list-style-type: none"> <li>戦略的事業投資</li> <li>リソースの最適配置</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業ポートフォリオの強化・拡充</li> <li>バランスシート最適化</li> </ul>
【事業会社の役割】	
<ul style="list-style-type: none"> <li>ブランド力の強化</li> <li>サービス（営業力・自販機）の強化</li> <li>コストの最適化</li> </ul>	<p><u>国内飲料事業</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>自販機資産の圧縮</li> <li>資産回転率の向上</li> </ul> <p><u>医薬品関連事業/食品事業/海外飲料事業</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>工場稼働率の向上</li> </ul>

こころとからだに、  
おいしいものを。

# 成長戦略の方向性



## ➡ 事業ポートフォリオの強化・拡充



# 資本政策と株主還元について

**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

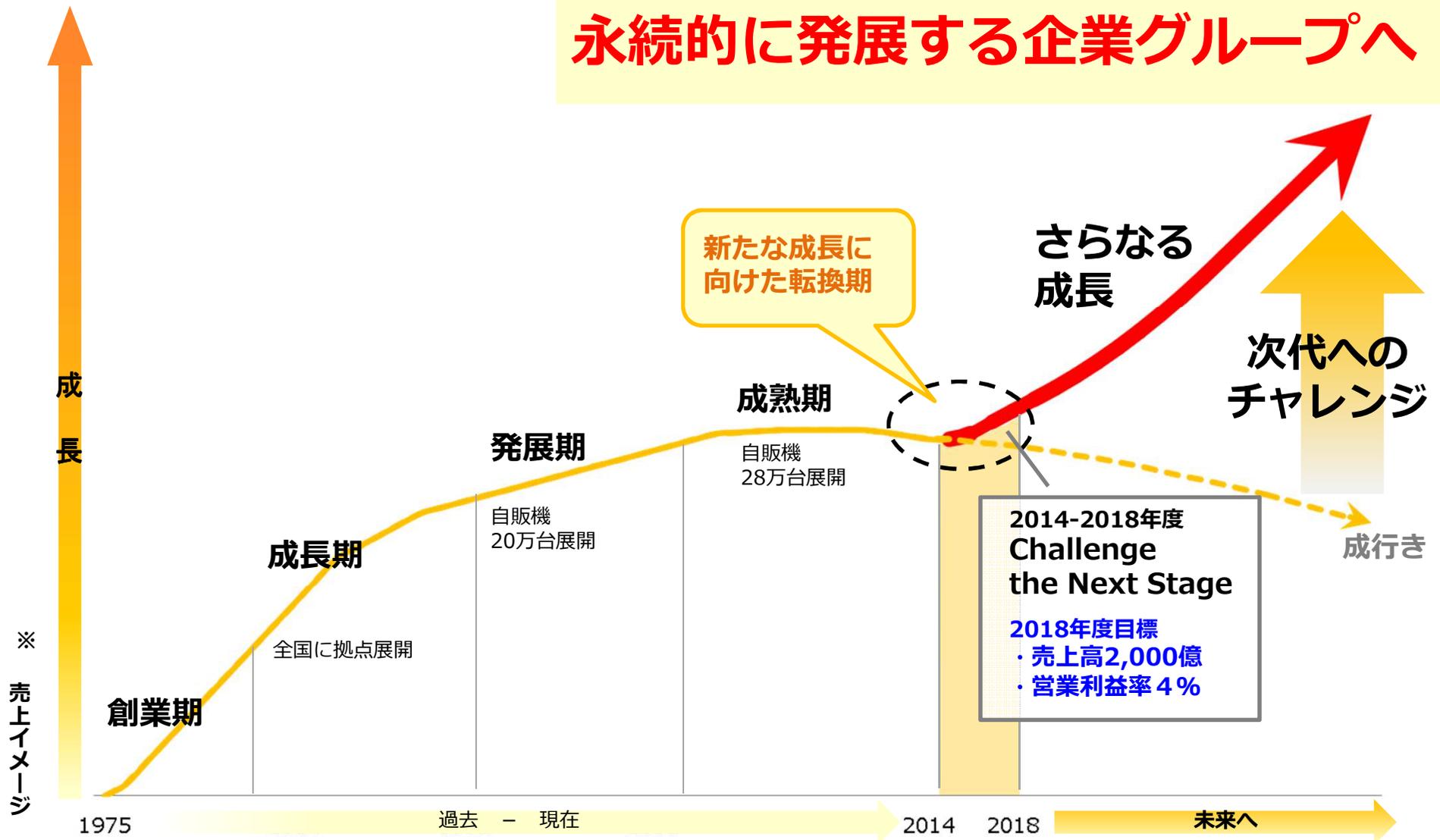
	基本的考え方
資本の有効活用	<ul style="list-style-type: none"><li>内部留保は、持続的利益成長・資本効率向上につながる戦略的事業投資に優先的に充当</li></ul>
財務健全性の維持	<ul style="list-style-type: none"><li>既存事業による安定的なキャッシュの創出力の向上</li><li>継続的な戦略的事業投資を可能にする財務基盤の維持</li></ul>
株主還元	<ul style="list-style-type: none"><li>厳しい収益環境下においても、安定配当維持継続</li><li>持続的利益成長の実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

こころとからだに、  
おいしいものを。

# 永続的に発展する企業グループへ



## 永続的に発展する企業グループへ



こころとからだに、  
おいしいものを。



## ■ APPENDIX

---

こころとからだに、  
おいしいものを。

## 季節変動 - 売上高 -



### 【連 結】

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	計
2016年度	38,204	47,933	46,095	39,167	171,401
通期に占める割合 (%)	22.3%	28.0%	26.9%	22.8%	100.0%
2017年度	38,940	47,862	47,101	-	-

(単位：百万円)

### 【国内飲料】

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	計
2016年度	29,451	33,982	33,740	31,104	128,278
通期に占める割合 (%)	23.0%	26.5%	26.3%	24.2%	100.0%
2017年度	29,698	34,331	33,437	-	-

### 【海外飲料】

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	計
2016年度	2,939	5,729	5,012	3,053	16,735
通期に占める割合 (%)	17.6%	34.2%	30.0%	18.2%	100.0%
2017年度	3,331	5,124	5,660	-	-

### 【医薬品関連】

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	計
2016年度	2,288	2,352	2,325	2,101	9,068
通期に占める割合 (%)	25.2%	25.9%	25.7%	23.2%	100.0%
2017年度	2,408	2,745	2,936	-	-

### 【食 品】

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	計
2016年度	3,717	6,091	5,196	3,008	18,013
通期に占める割合 (%)	20.6%	33.8%	28.9%	16.7%	100.0%
2017年度	3,697	5,839	5,256	-	-

こころとからだに、  
おいしいものを。

# 季節変動 — 営業利益 —



## 【連 結】

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	計
2016年度	△ 391	2,671	2,144	△ 566	3,857
通期に占める割合 (%)	-	69.3%	55.6%	-	100.0%
2017年度	△ 53	2,211	2,653	-	-

(単位：百万円)

## 【国内飲料】

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	計
2016年度	△ 103	2,068	1,680	312	3,958
通期に占める割合 (%)	-	52.3%	42.5%	7.9%	100.0%
2017年度	354	2,029	2,295	-	-

## 【海外飲料】

- のれん等償却前
- 2016年度はトルコ事業  
取得手数料を含まない

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	計
2016年度	△ 87	6	72	△ 649	△ 657
通期に占める割合 (%)	-	-	-	-	100.0%
2017年度	△ 278	△ 111	151	-	-

## 【医薬品関連】

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	計
2016年度	252	256	271	164	944
通期に占める割合 (%)	26.7%	27.2%	28.7%	17.4%	100.0%
2017年度	354	344	353	-	-

## 【食 品】

- のれん等償却前

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	計
2016年度	△ 60	535	304	△ 214	564
通期に占める割合 (%)	-	94.9%	53.9%	-	100.0%
2017年度	16	440	314	-	-

こころとからだに、  
おいしいものを。



## □ 当社グループのビジネスモデル

---

こころとからだに、  
おいしいものを。

# DyDoグループの事業セグメント



## ➔ 独自のビジネスモデルを持つ3つの事業と成長する海外飲料事業

### ダイドーグループホールディングス

#### 国内飲料事業

- ・ダイドードリンコ
- ・ダイドービバレッジ  
サービス ほか



#### 海外飲料事業

- 【展開国】
- ・トルコ
- ・マレーシア
- ・ロシア ほか



#### 医薬品関連事業

- ・大同薬品工業



#### 食品事業

- ・たらみ



こころとからだに、  
おいしいものを。

# 国内飲料事業



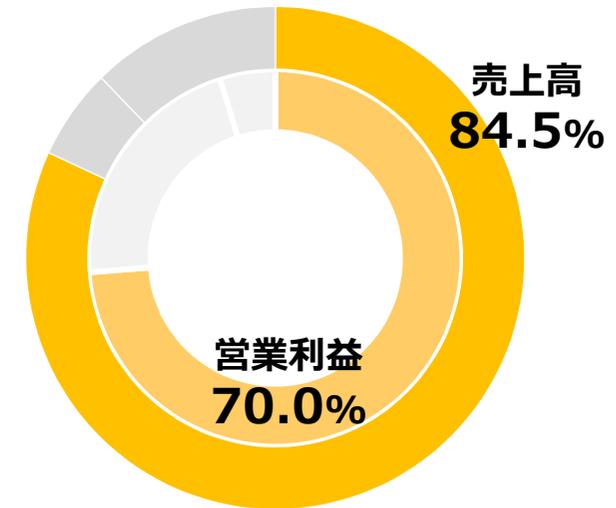
## ➔ DyDoグループの中核を担う国内飲料事業



- ダイードリンク (大阪府大阪市)
  - ダイードビバレッジサービス (同上)
- ほか



### ➔ 飲料事業 (海外を含む) 構成比 (2016年度実績)



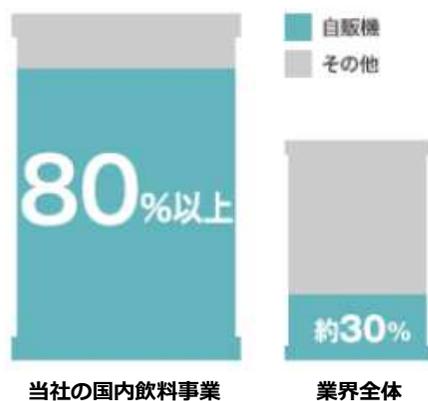
こころとからだに、  
おいしいものを。

# 国内飲料事業の特徴・強み

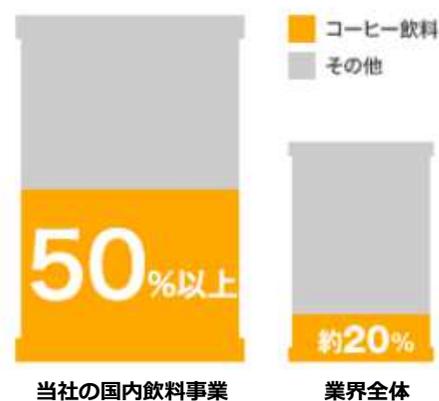


## ➔ 自販機×コーヒーによる安定した利益の確保

➔ 自販機での販売が80%以上



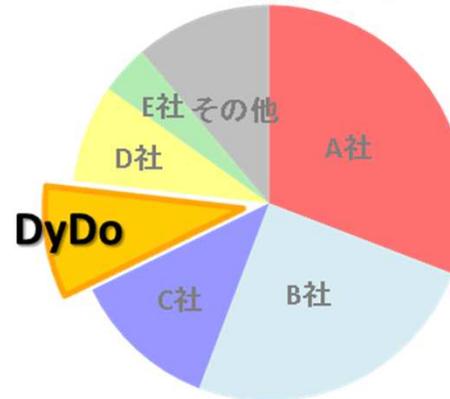
➔ コーヒー飲料の売上が50%以上



自販機台数のシェア



コーヒー飲料のシェア



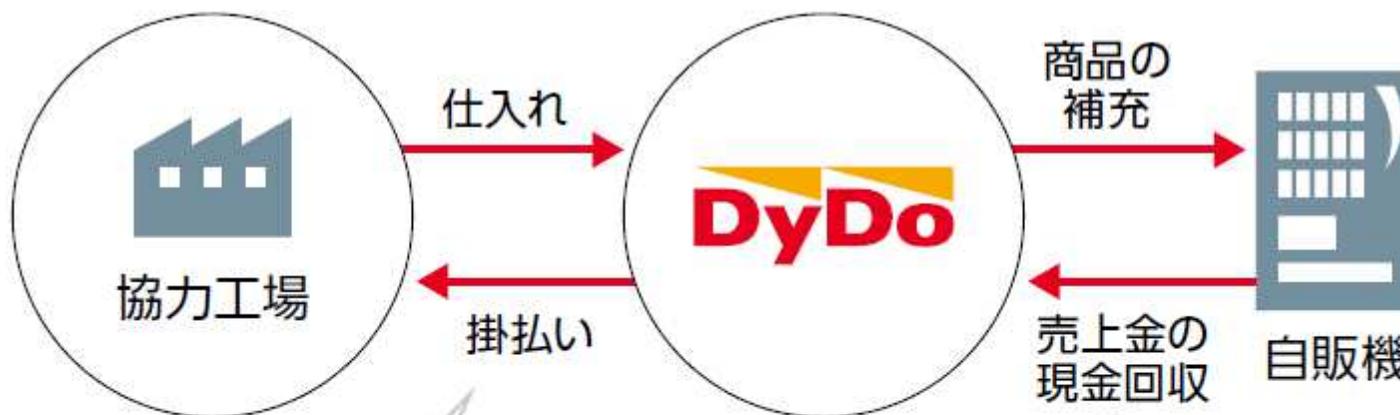
※業界実績/シェアは当社調べ

こころとからだに、  
おいしいものを。

# 国内飲料事業の特徴・強み



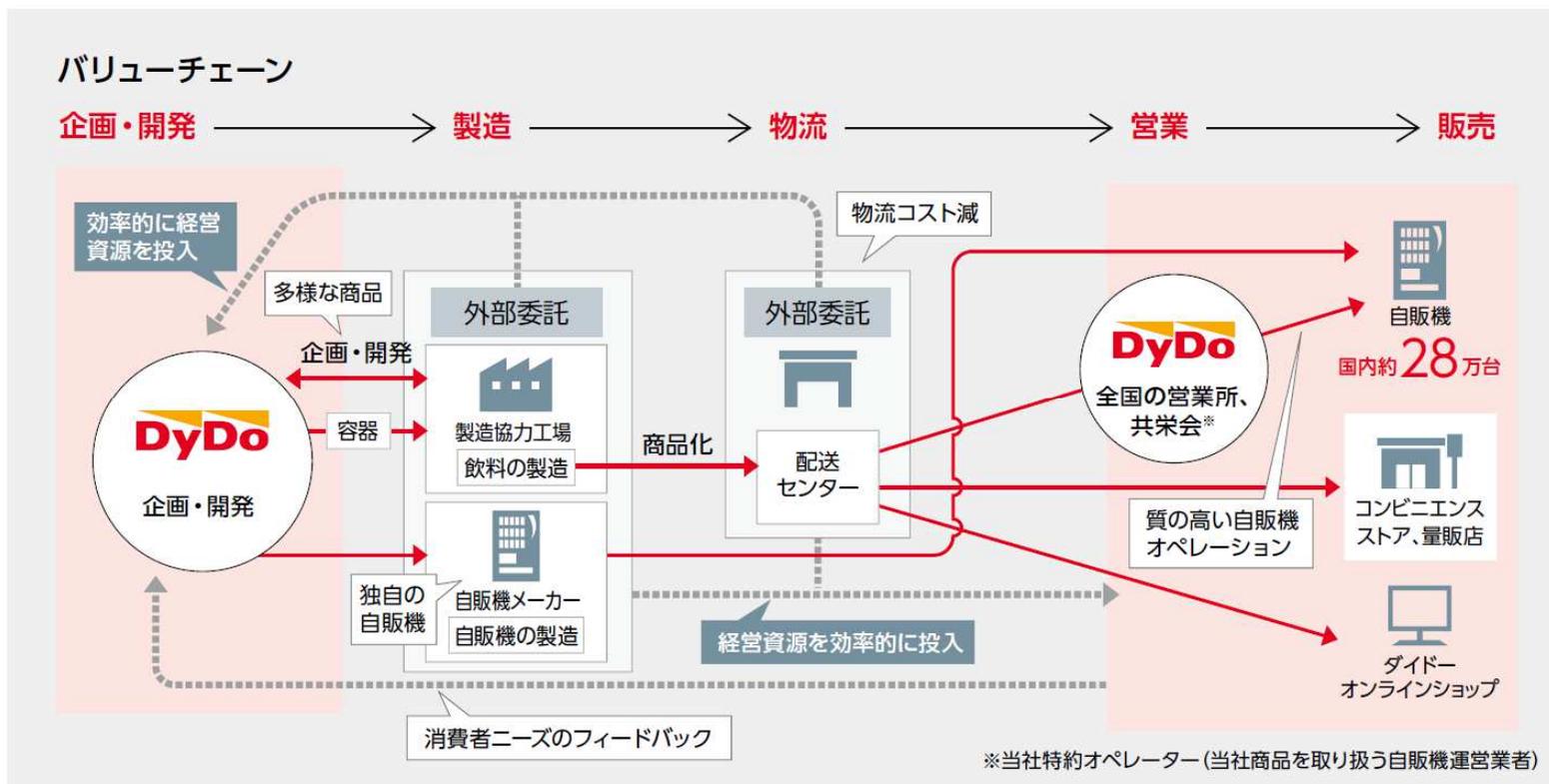
## ➔ ファブレス経営による盤石な財務基盤



**キャッシュインが先行するビジネスモデル**  
収支のギャップは常に小さく、安定したキャッシュ・フロー

こころとからだに、  
おいしいものを。

# 国内飲料事業のビジネスモデル



## 課題と今後の戦略

ダイドードリンコが主力とする自販機チャンネルは、販売価格が安定していることから、限界利益率が高い半面、固定費も高いという特徴があり、一般的な流通チャンネルとは収益構造が大きく異なります。そのため、固定費を低減し売上高を伸ばせば、利益率の飛躍的な改善に繋がります。

消費者の節約志向の高まりやコンビニエンスストアとの競合など、自販機を取り巻く事業環境は依然として厳し

い状況が続いていますが、ダイドードリンコでは、オフィス内などの安定的な販売が見込める場所への自販機設置比率を高めるとともに、高い品質のオペレーションやIoT自販機の展開などにより、自販機の魅力をさらに高め、売上の最大化を図っています。また、自販機の効率的な調達・使用期間の長期化による固定費の低減により、コスト構造の改革に努めています。

こころとからだに、  
おいしいものを。

# 医薬品関連事業



## ➡ ドリンク剤のOEMに特化したビジネスを展開



- 大同薬品工業（奈良県葛城市）

## ➡ 医薬品関連事業の構成比

(2016年度実績)

売上高  
5.0%

営業利益  
24.5%



こころとからだに、  
おいしいものを。

## 医薬品関連事業の特徴・強み



➔ ドリンク剤の研究、企画、開発、  
製造に取り組み、国内の大手医薬  
品メーカー・化粧品メーカーの製  
品を受託製造



共同開発  
メーカー  
**100**社以上

➔ 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  
り、業界トップクラスの実績によ  
り高い収益性を維持



営業利益率  
**10%**以上

➔ 安全安心な生産体制の維持・強化  
により、商品品質No.1に向けた  
「魅せる工場作り」に取り組み、  
さらなる飛躍をめざす



業界  
**トップクラス**  
の実績

こころとからだに、  
おいしいものを。

# 医薬品関連事業のビジネスモデル

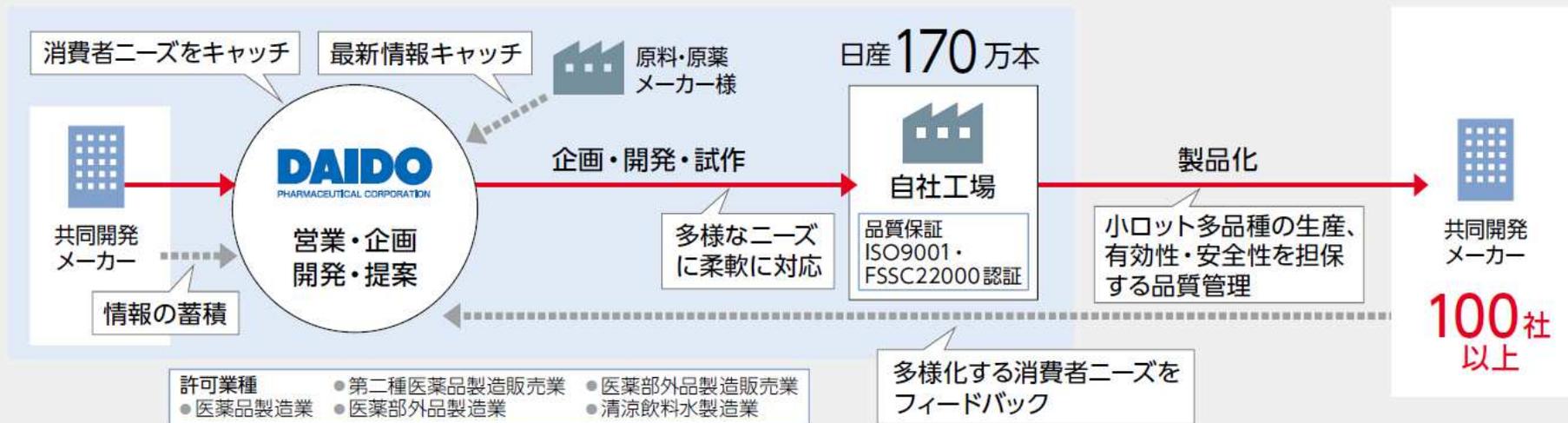


## バリューチェーン

企画・開発

生産

販売



## 課題と今後の戦略

栄養ドリンク市場は、コアユーザー層の高齢化やエナジードリンクの市場拡大など新たなジャンルの台頭により厳しい状況で推移しています。一方で、医薬・健康分野全体では美容ドリンクにおける海外輸出向け製品へのニーズの高ま

りなど、新たな需要も見込まれています。大同薬品工業ではこれら新たな市場への開拓を進めると同時に、グループとしてはM&Aによる新規事業領域の獲得も含め、事業分野の拡大をめざしています。

こころとからだに、  
おいしいものを。

# 食品事業



## ➔ フルーツデザートゼリーの製造・販売

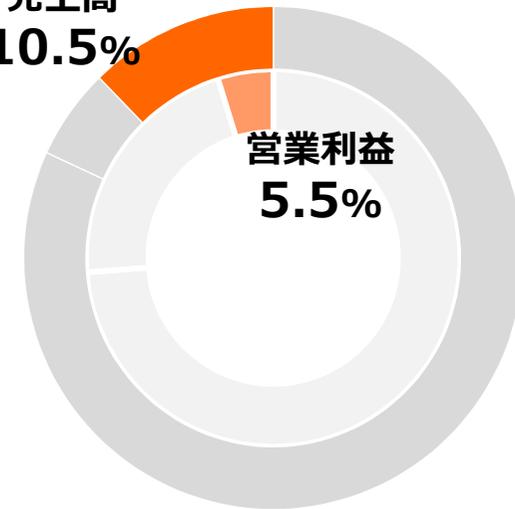


- たらみ（長崎県長崎市）

## ➔ 食品事業の構成比

売上高 10.5%

(2016年度実績)



こころとからだに、  
おいしいものを。

## 食品事業の特徴・強み



- ➔ 2012年6月に100%子会社化し、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、フルーツデザートゼリー市場においてトップシェアを維持
- ➔ 今後はフルーツデザート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、新たな市場、販売チャネルの開拓を志向

### ➔ ドライゼリー市場のシェア



※当社調べ



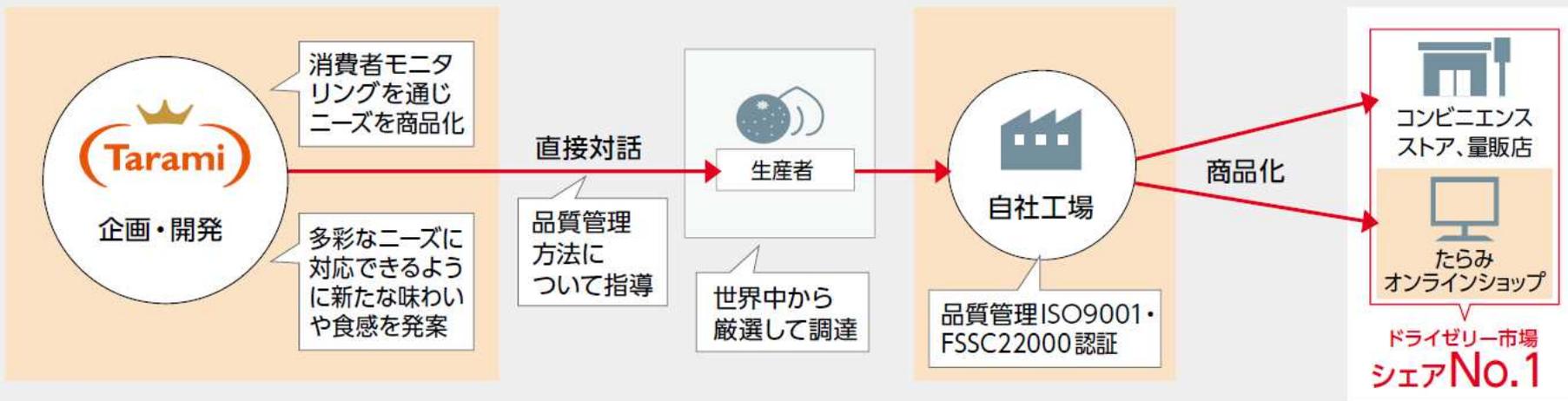
こころとからだに、  
おいしいものを。

# 食品事業のビジネスモデル

**DyDo**

## バリューチェーン

企画・開発 → 調達 → 生産 → 営業 → 販売



## 課題と今後の戦略

食品業界は、原材料単価や物流コストの上昇、人口減少による市場規模の縮小に加え、ゼリー業界においては競争が一層激化しております。たらみでは、こうした経営環境下において、継続的に利益を生み出すビジネスモデルへ変革していくために、商品の付加価値向上をめざして、あらゆる方向からチャレンジしていきます。具体的には、お客様の多面

的なニーズに対応し、驚きや感動を生む商品を創り続けること、原材料や製造コストの抑制やロス抑制に努めた生産の効率化のほか、集客・プロモーションにおける新たな取り組み、海外事業の育成に加え、認証取得済みのFSSC22000に基づく厳格な対応による食の安全への徹底により、他社との差別化を図り、ブランド価値向上に努めてまいります。

こころとからだに、  
おいしいものを。

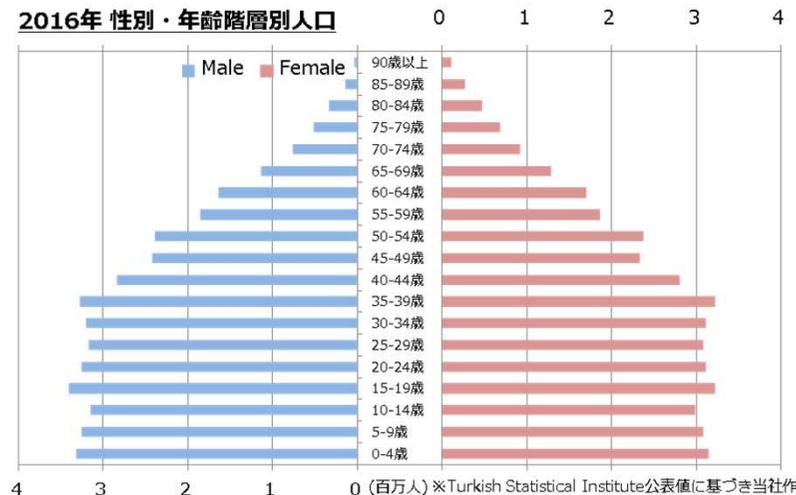
# 海外飲料事業：トルコ事業



長期に めざす姿	トルコ市場での成長をベースにEU圏を展望	
事業の現状		
<ul style="list-style-type: none"> <li>「ÇAMLICA」「Saka」「İçim」など知名度の高いブランド</li> <li>トルコ国内(北部・南部)に5箇所の自社製造拠点</li> </ul>	S W O T	<ul style="list-style-type: none"> <li>相対的な市場シェアの低さ</li> <li>Yildiz社への依存度の高さ</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>人口増を背景とした市場成長力</li> <li>コーヒー、紅茶の飲用習慣</li> <li>新カテゴリーの可能性</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>インフレ率</li> <li>為替変動</li> <li>地政学的リスク</li> </ul>

## アクションプラン

- ・ 販売体制の内製化
- ・ コアブランドへの集中・販促の効率化
- ・ 製造ラインの移設による効率化
- ・ 日本のノウハウを活用した新カテゴリー創出へのチャレンジ



こころとからだに、  
おいしいものを。

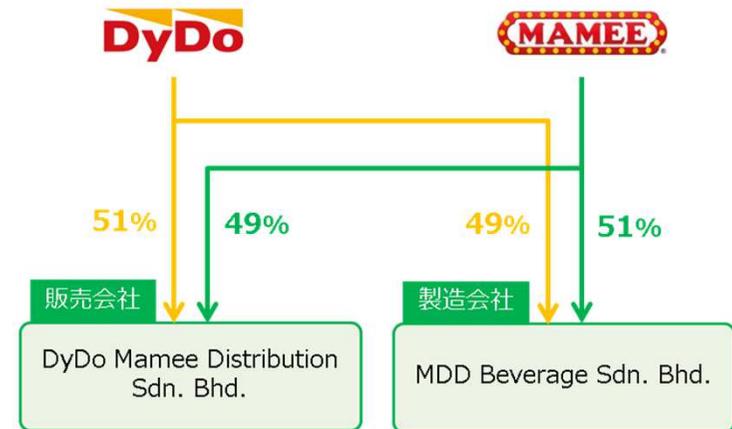
# 海外飲料事業：マレーシア事業



長期に めざす姿	イスラム圏における戦略拠点として中東・ASEANを展望	
事業の現状		
S	W	<ul style="list-style-type: none"> <li>マレーシアトップクラスのスナック菓子メーカー「Mamee」との合併事業</li> <li>Mamee社の販売力</li> <li>ドライ・チルドの自社製造設備</li> </ul>
O	T	<ul style="list-style-type: none"> <li>相対的な市場シェアの低さ</li> <li>コアブランド育成が課題</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>日本製品に対する高品質イメージ</li> <li>高い市場成長性</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>競争激化による価格低下</li> </ul>

## アクションプラン

- ・ チルドへの注力、ブランド育成
- ・ 飲料（ドライ）の安定販売、販促の効果的活用
- ・ 日本のノウハウを活用した新商品の上市

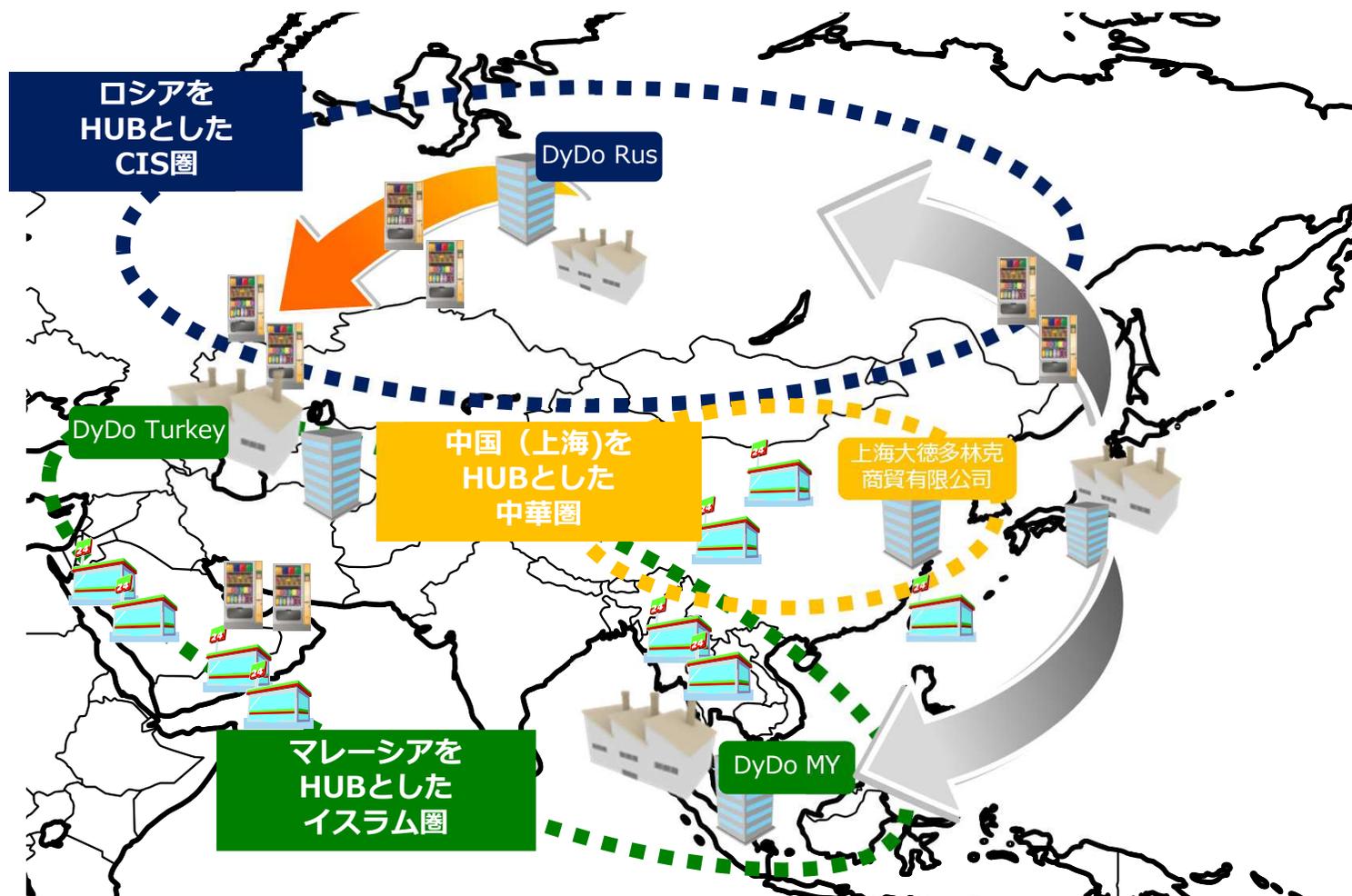


ここからだに、  
おいしいものを。

# 海外飲料事業の将来像



➔ 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



こころとからだに、  
おいしいものを。



# 安定的な財務基盤を背景に新たな成長へ

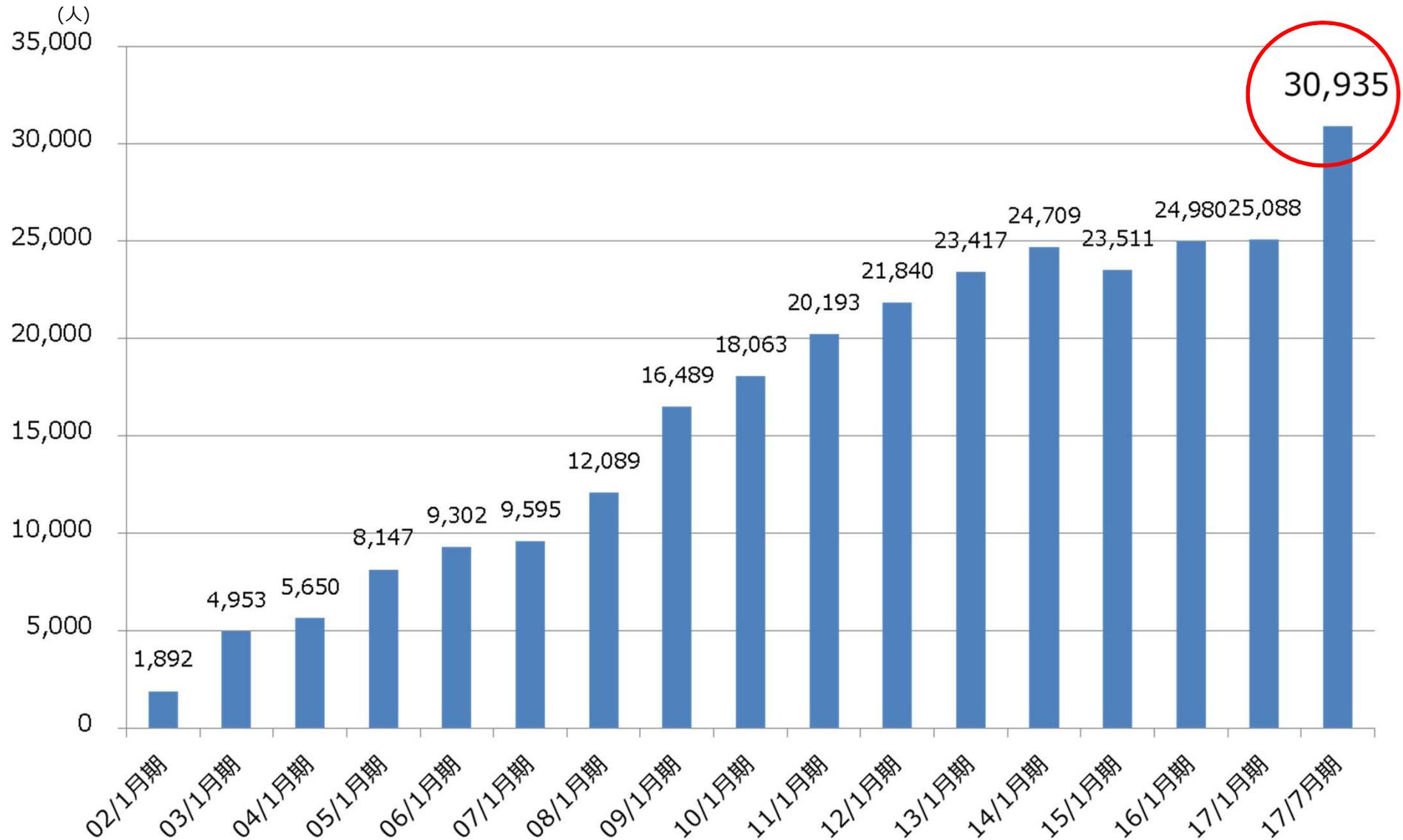
## ➡ 連結貸借対照表の状況 (2017年1月20日現在)

(百万円)

<b>金融資産</b> 73,466	<b>有利子負債</b>	<b>37,738</b>
	<b>仕入債務</b>	<b>19,908</b>
	<b>未払金</b>	<b>11,158</b>
	<b>その他負債</b>	<b>9,373</b>
<b>売上債権</b>	<b>17,955</b>	<b>純資産</b> <b>85,693</b>
<b>たな卸資産</b>	<b>8,470</b>	
<b>その他資産</b>	<b>63,979</b>	

こころとからだに、  
おいしいものを。

# 当社株主数の推移



こころとからだに、  
おいしいものを。



---

本資料に記載されている、当社グループの計画・将来の見通し・戦略などのうち、過去または現在の事実に関するもの以外は、将来の業績に関する見通しであり、これらは当社において現時点で入手可能な情報による当社経営陣の判断および仮定に基づいています。従って、実際の業績は、不確定要素や経済情勢その他リスク要因により、大きく異なる可能性があります。また、本資料は投資勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定はご自身の判断でなさるようお願いいたします。