

こころとからだに、
おいしいものを。



2018年度（2019年1月期） 決算説明会資料

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)

2019年3月4日

1. 2018年度 連結決算の概要	p.03~08
2. 中期経営計画「Challenge the Next Stage」の総括	p.09~16
3. 「グループミッション2030」の概要	p.17~30
4. 「中期経営計画2021」の概要	p.31~39
5. 2019年度 連結業績予想	p.40~51
6. 人材マネジメントと行動規範	p.52~54
□ APPENDIX	p.55~75

こころとからだに、
おいしいものを。



1. 2018年度 連結決算の概要

こころとからだに、
おいしいものを。

2018年度 連結決算の概要



- ➡ 売上高は前期比0.7%減、営業利益は前期比11億円増
- ➡ 自販機チャネルにかかる固定費や関連費の低減が増益に寄与
- ➡ 投資有価証券売却益22億31百万円を特別利益に計上、関係会社株式売却損14億31百万円を特別損失に計上

単位：百万円

	通期					
	2017年度実績		2018年度業実績			
		構成比		構成比	増減率	増減額
売上高	172,684	100.0%	171,553	100.0%	▲0.7%	▲1,130
営業利益	4,891	2.8%	6,071	3.5%	24.1%	1,180
経常利益	5,382	3.1%	5,998	3.5%	11.5%	616
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,504	1.5%	3,856	2.2%	54.0%	1,352
E P S	151.73円		234.15円		54.3%	82.42円
1株当たり配当金	60円		60円		-	-

こころとからだに、
おいしいものを。



2018年度 連結業績詳細

－売上高・営業利益－

単位：百万円

	2017年度 通期実績	2018年度通期実績		
			増減率	増減額
国内飲料事業	126,712	124,879	▲1.4%	▲1,833
海外飲料事業	18,547	17,154	▲7.5%	▲1,392
医薬品関連事業	10,536	10,964	4.1%	427
食品事業	17,560	19,114	8.8%	1,554
調整額	▲673	▲559	－	114
売上高合計	172,684	171,553	▲0.7%	▲1,130
国内飲料事業	5,542	7,106	28.2%	1,564
海外飲料事業	▲838	▲704	－	133
医薬品関連事業	1,271	847	▲33.3%	▲423
食品事業	219	235	7.6%	16
調整額	▲1,303	▲1,413	－	▲110
営業利益合計	4,891	6,071	24.1%	1,180

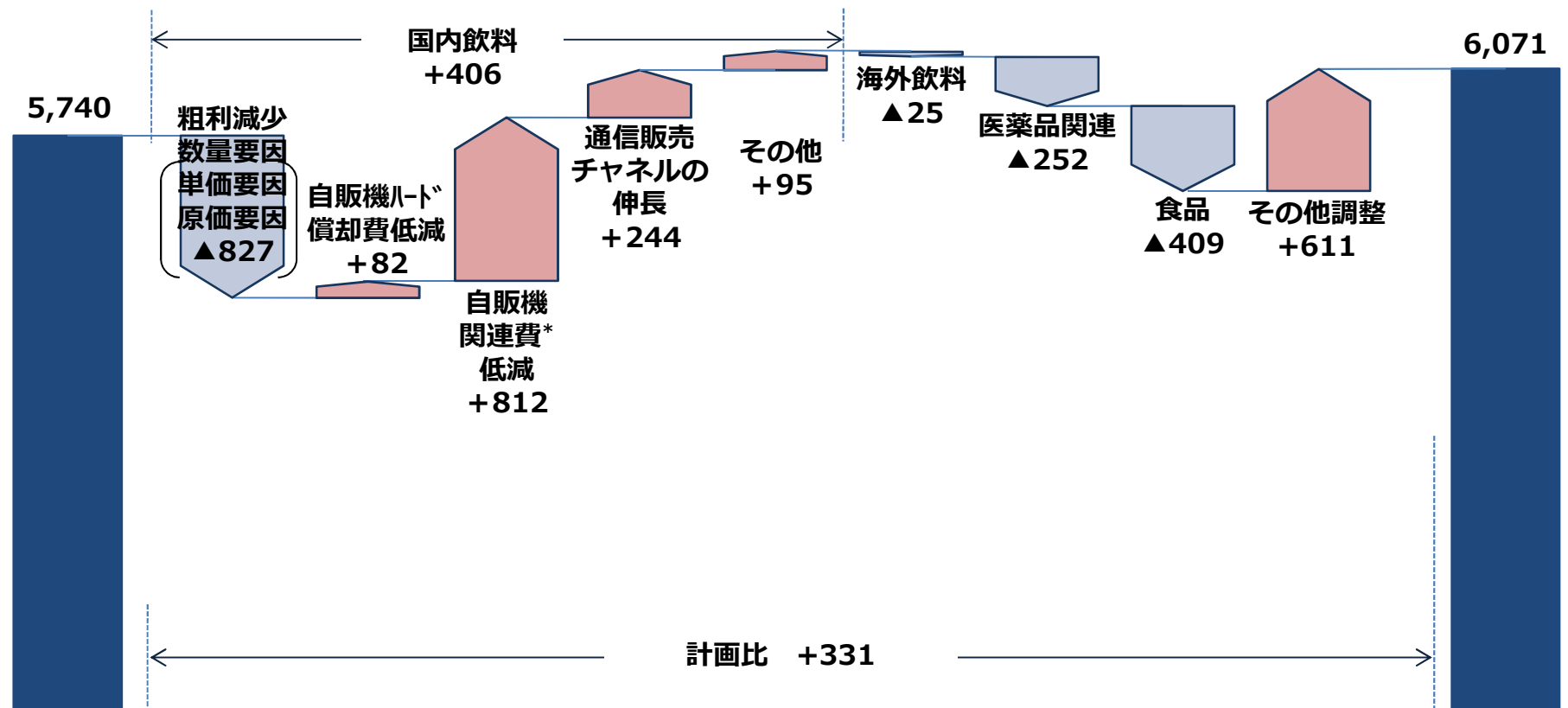
こころとからだに、
おいしいものを。

2018年度 営業利益の増減要因（計画比）



- 国内飲料事業の販売数量減少による粗利減少が期初想定を上回る
- 自販機関連費の低減、通信販売チャネルの伸長が計画達成に貢献

（単位：百万円）



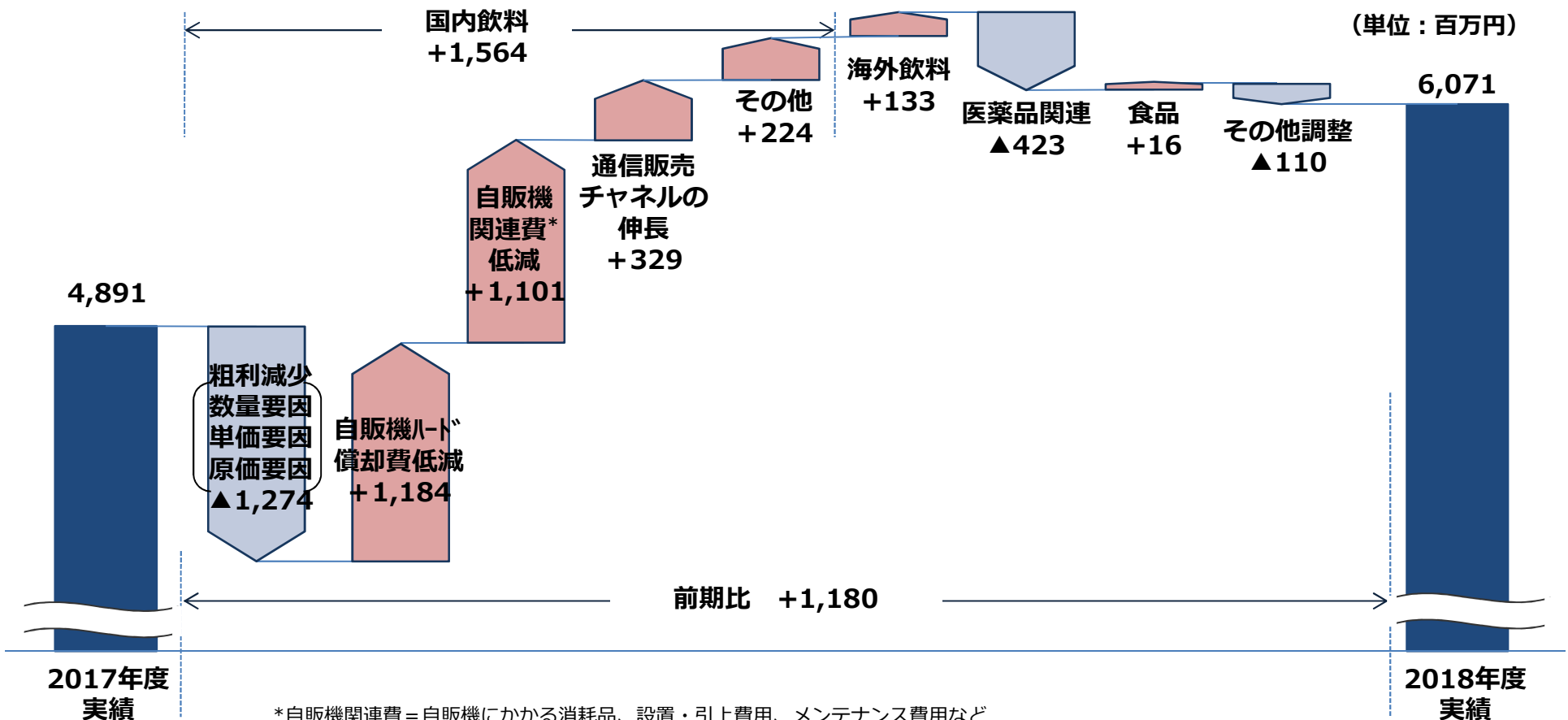
*自販機関連費 = 自販機にかかる消耗品、設置・引上費用、メンテナンス費用など

こころとからだに、
おいしいものを。

2018年度 営業利益の増減要因（前期比）



- 国内飲料事業の販売数量減少を主要因とした粗利減が12億74百万円
- 自販機にかかる販売費・一般管理費の低減が増益に寄与
- 医薬品関連事業は受注拡大に向けた人件費・減価償却費が増加



こころとからだに、
おいしいものを。

連結売上高と営業利益率の推移

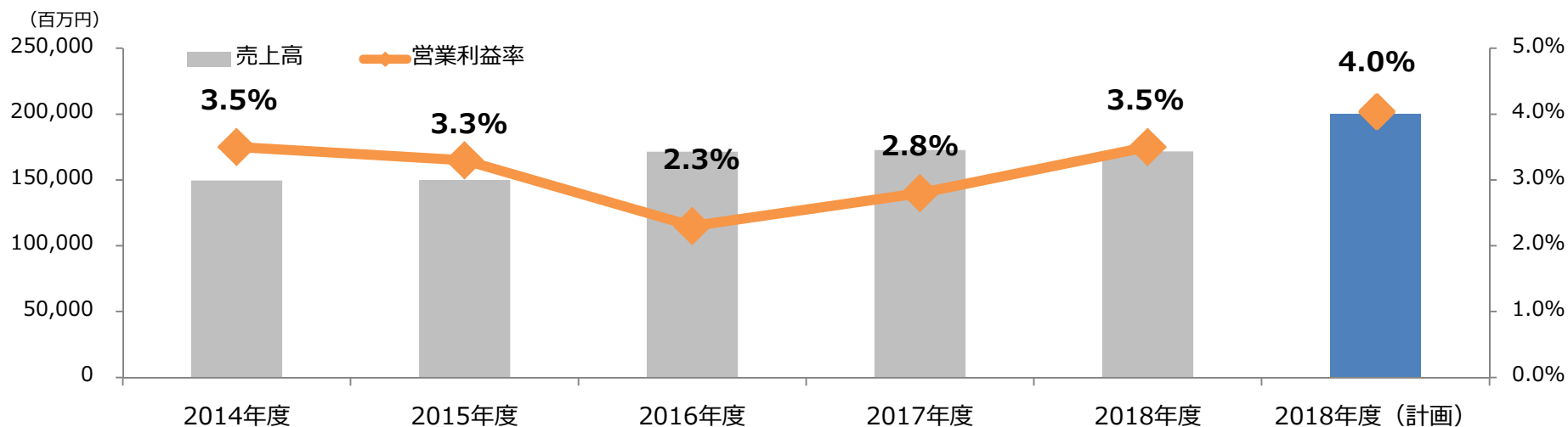


➡ 持続的な売上成長による収益性の改善に課題

単位：百万円

	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度
売上高	149,526	149,856	171,401	172,684	171,553
営業利益	5,174	4,988	3,857	4,891	6,071
営業利益率	3.5%	3.3%	2.3%	2.8%	3.5%
ROA (総資産経常利益率)	3.0%	2.7%	2.3%	3.2%	3.5%
ROE (自己資本当期純利益率)	2.8%	2.8%	3.9%	2.9%	4.2%
FCF*	3,535	4,805	6,862	5,395	▲1,295

* FCF = 「営業活動によるキャッシュ・フロー」 - 「有形及び無形固定資産の取得による支出」にて算出



こころとからだに、
おいしいものを。



2. 中期経営計画 「Challenge the Next Stage」の総括

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」



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



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

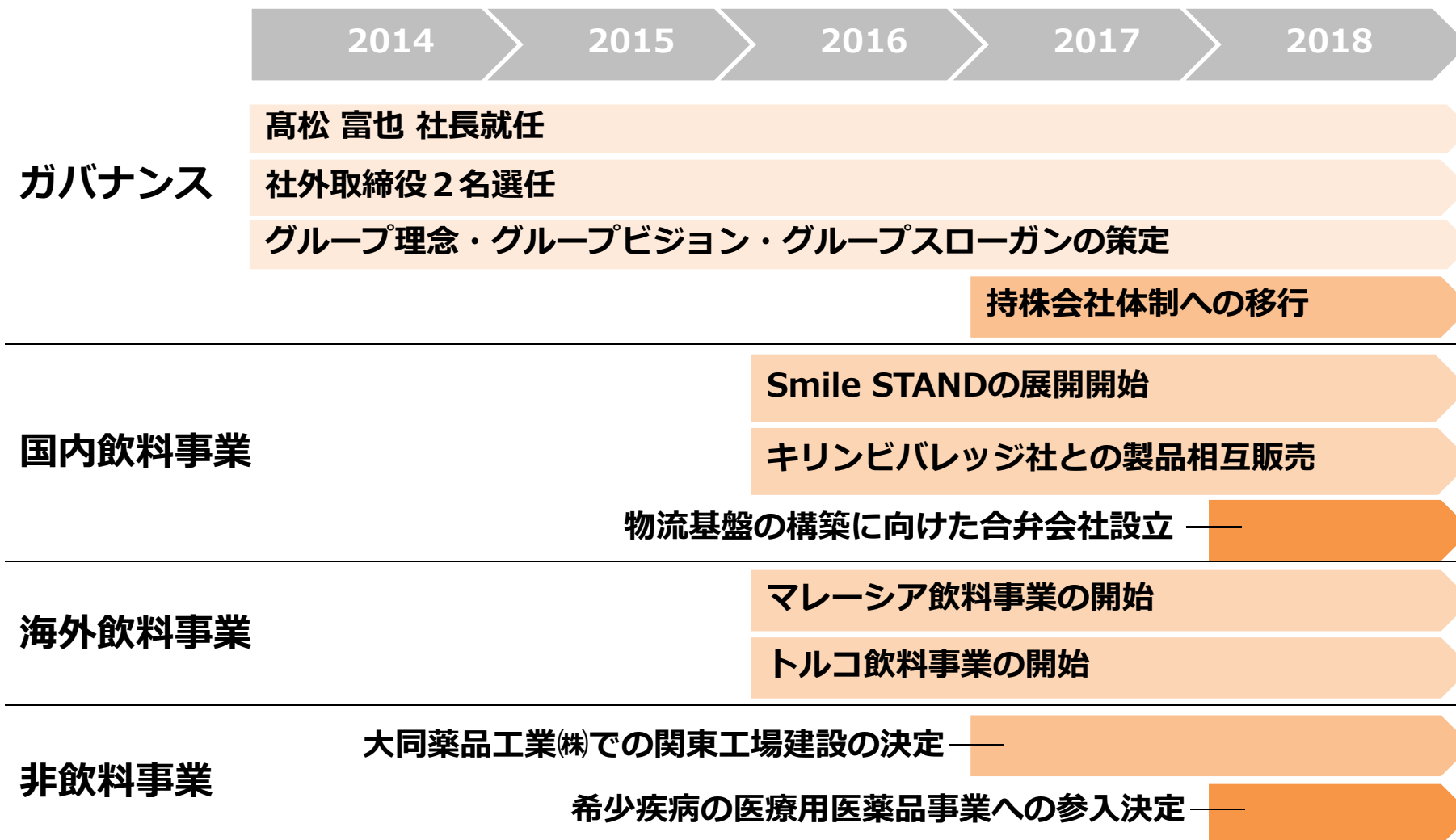
海外

こころとからだに、
おいしいものを。

中期経営計画における改革の変遷



➡ 中期経営計画「Challenge the Next Stage」のもと次代に向けた改革を実行



こころとからだに、
おいしいものを。



中期経営計画の成果と課題①

- 既存事業成長へのChallenge - (国内飲料事業)

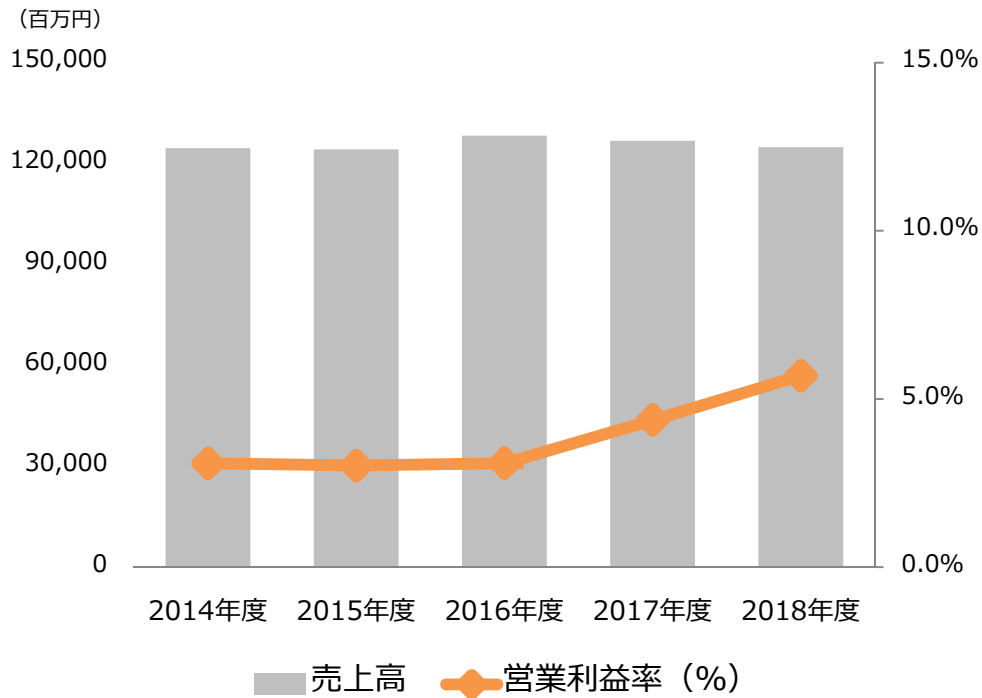
成果

- 自販機チャネルにかかる固定費構造の改革
- IoT自販機戦略の推進

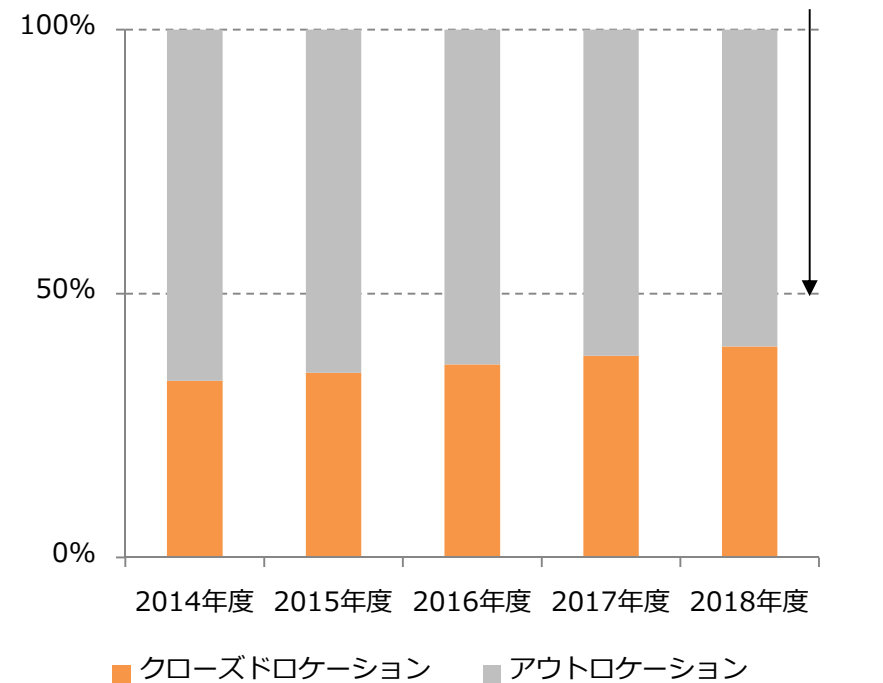
課題

- 持続的な売上成長による収益性の改善
- 自販機1台当たりの売上高の低下
- オフィス内への自販機設置の促進

国内飲料事業の業績推移



自販機設置先別構成比の推移



こころとからだに、
おいしいものを。



中期経営計画の成果と課題②

- 既存事業成長へのChallenge - (医薬品関連事業・食品事業)

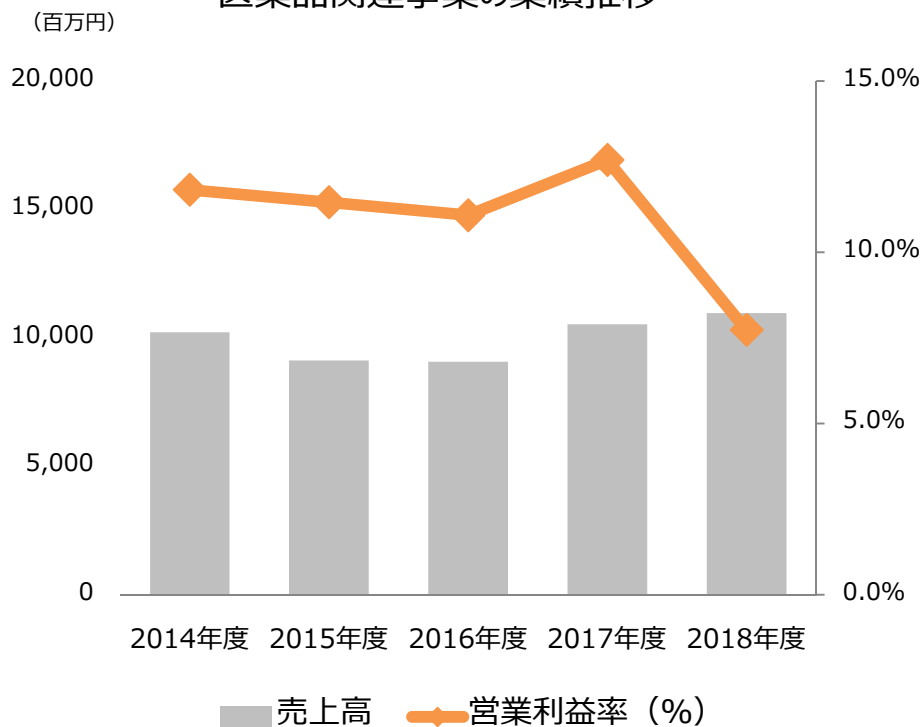
成果

- [医薬品関連事業]新規・既存品ともに受注が拡大し、増収基調に回復
- [食品事業]Taramiブランドのプレゼンス向上と市場を上回る高い成長率

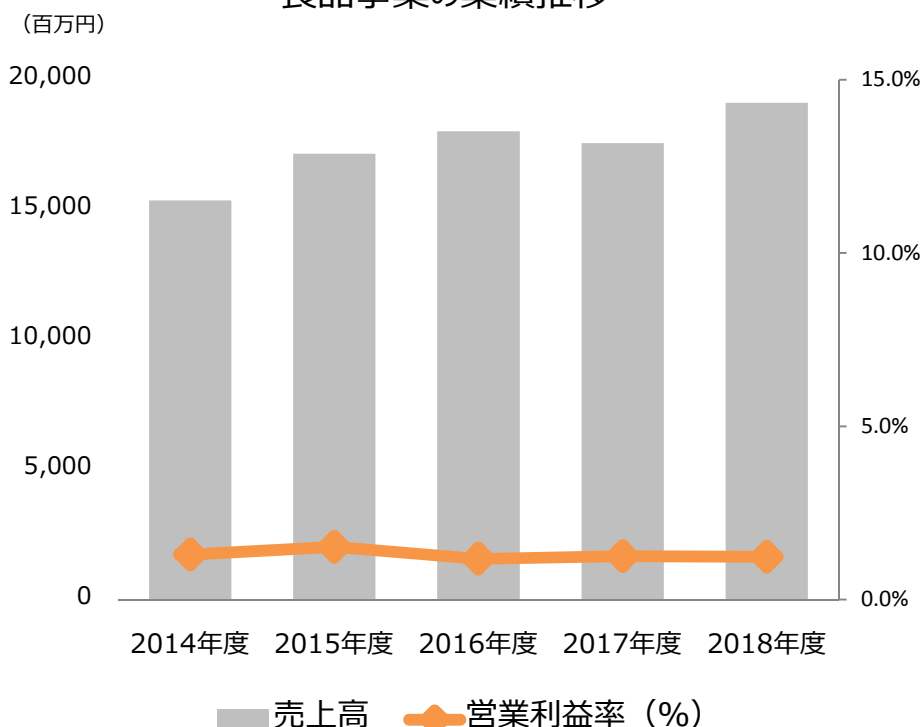
課題

- [医薬品関連事業]関東工場の建設やパウチライン新設にかかる先行投資を活かすさらなる受注の獲得
- [食品事業]持続的な売上成長と収益性の改善

医薬品関連事業の業績推移



食品事業の業績推移



こころとからだに、
おいしいものを。

中期経営計画の成果と課題③

- 商品力強化へのChallenge -



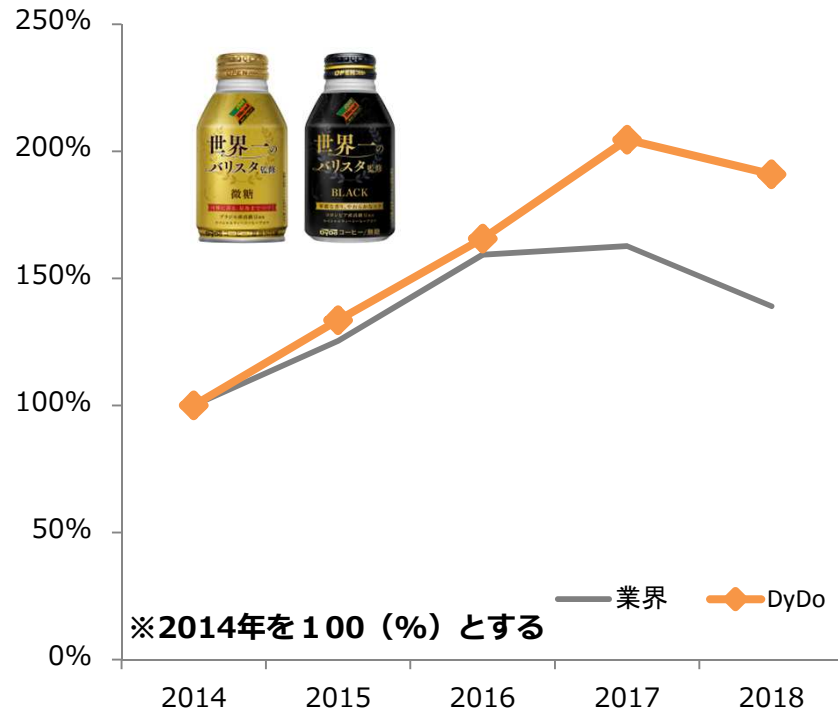
成果

- 「世界一のバリスタ[※]監修」シリーズや「大人のカロリミット[®]」茶シリーズなど一定のブランドポジションの確立

課題

- ライフスタイルや価値観の多様化を背景にさらに変化が加速する商品トレンドへの対応

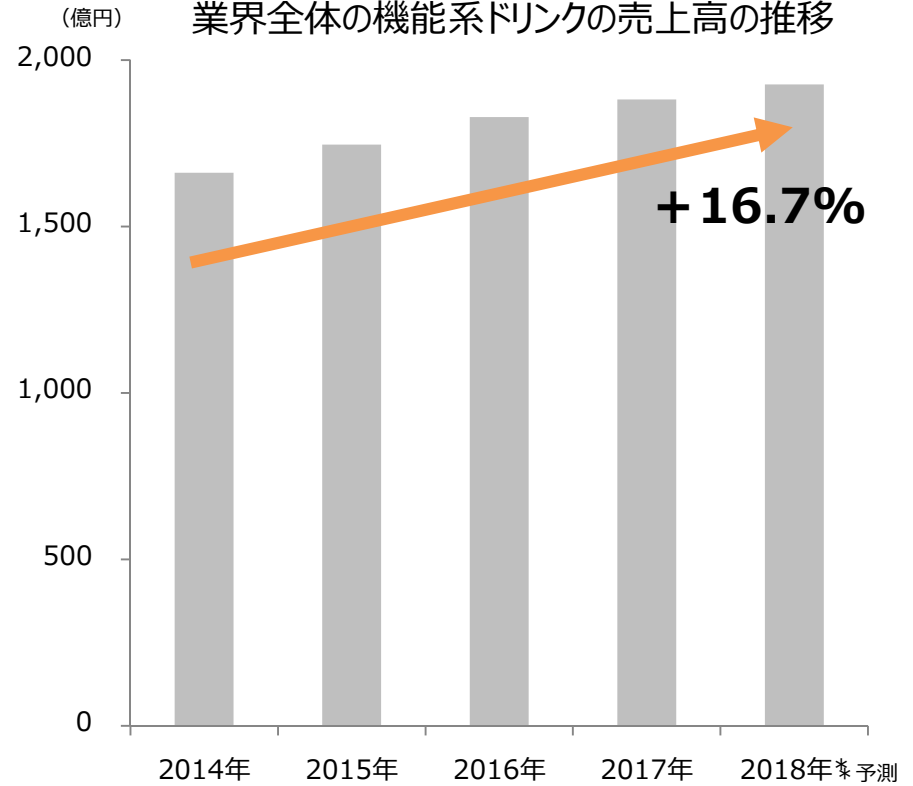
ボトル缶コーヒーの製造・販売量の推移



※2014年を100 (%)とする
※当社調べ

※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

業界全体の機能系ドリンクの売上高の推移



※ T P C マーケティングリサーチ(株)調べ

中期経営計画の成果と課題④ - 海外展開へのChallenge -

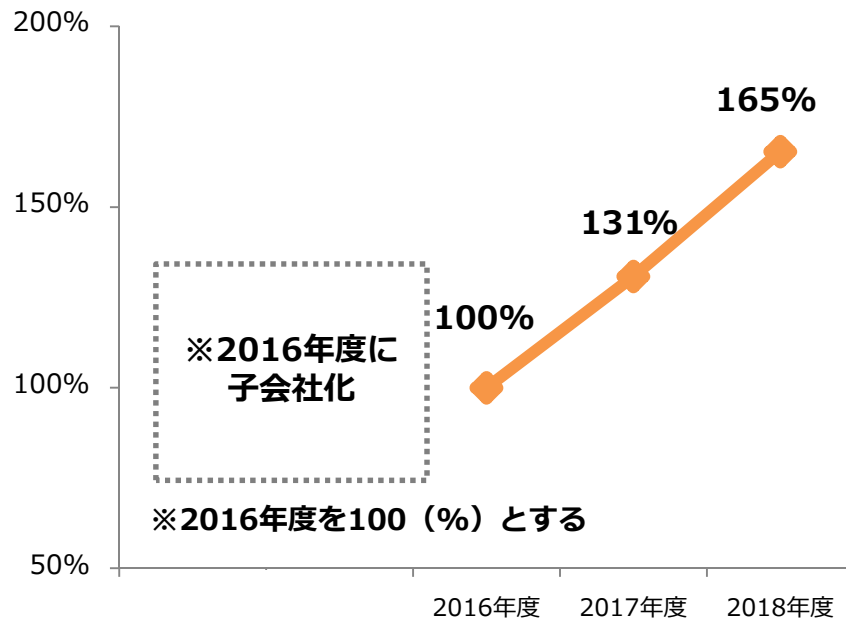
成果

- イスラム圏（トルコ・マレーシア）における戦略拠点の獲得
- トルコ飲料事業における現地通貨ベースでの大幅増収

課題

- 規模が小さく、低収益のマレーシア、ロシア、中国における改革の実行

トルコ飲料事業の売上高の推移
(現地通貨ベース)



マレーシアにおける商品ポートフォリオの改革



こころとからだに、
おいしいものを。



中期経営計画の成果と課題⑤

- 新たな事業基盤の確立へのChallenge -

成果

- M&Aのターゲットを「食と健康」から「ヘルスケア領域」に絞り込み、希少疾病の医療用医薬品事業への参入を決定

課題

- 有効な投資機会の発掘と実行



こころとからだに、
おいしいものを。



3. 「グループミッション2030」の概要

こころとからだに、
おいしいものを。

DyDoグループの存在意義



➔ 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。

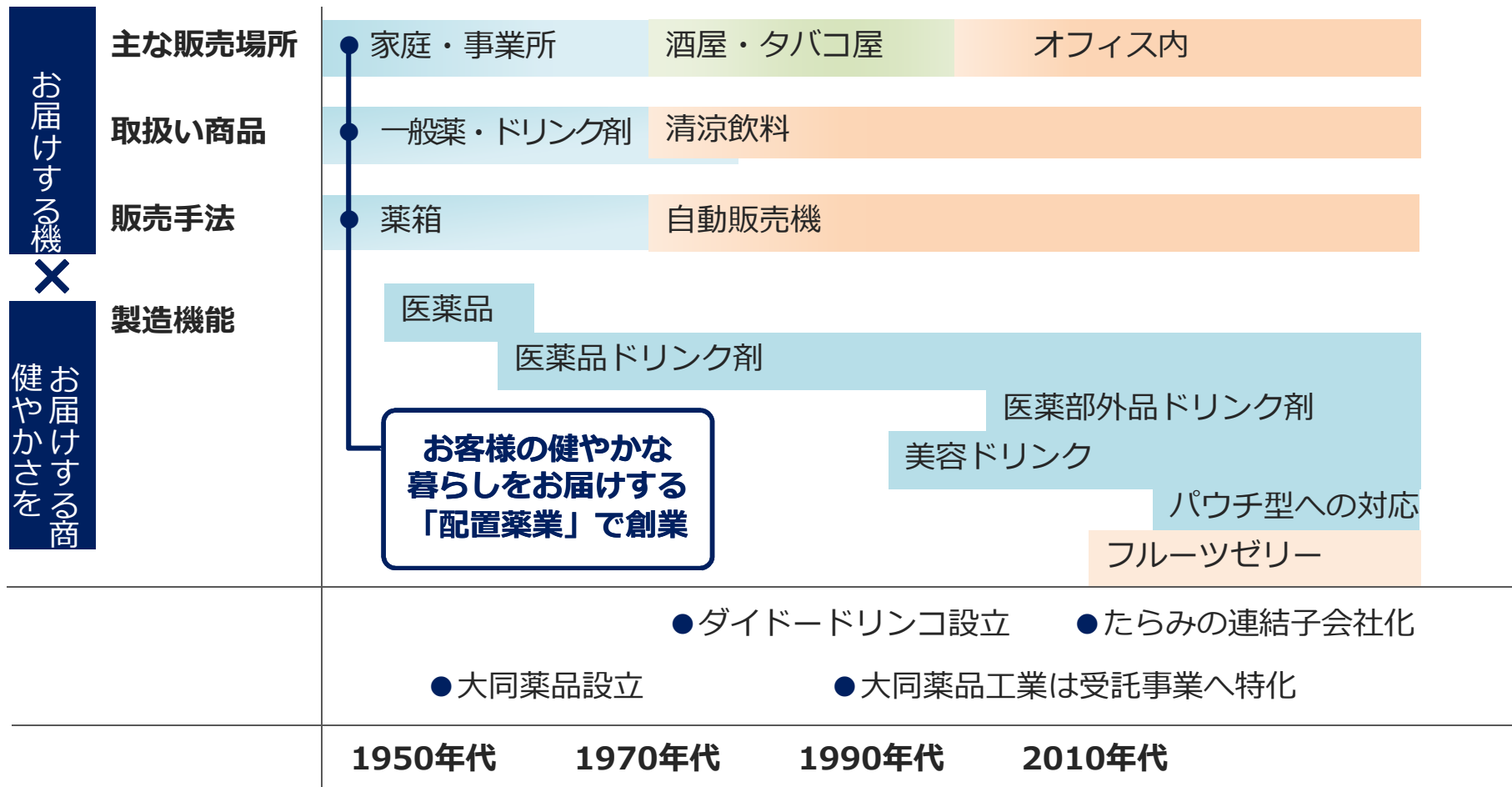


こころとからだに、
おいしいものを。

DyDoグループのあゆみ



➡ こころとからだに、おいしいものをお届けするために、お客様の一番近い場所で、お客様が求めるものを、いつでも買える仕組みを構築



DyDoグループの強み

- 1 「お客様が求めるおいしさ」を「お客様にとって身近な場所にお届けする」ユニークなビジネスモデル
- 2 見えない資産（自販機ビジネスモデル）が生み出す安定したキャッシュ・フロー
- 3 医薬品・医薬部外品の開発・製造能力、
医薬品から化粧品メーカーまで幅広い顧客基盤
- 4 「おいしい」ゼリーを作る技術

ここからだに、
おいしいものを。

DyDoグループの強み① ユニークなビジネスモデル

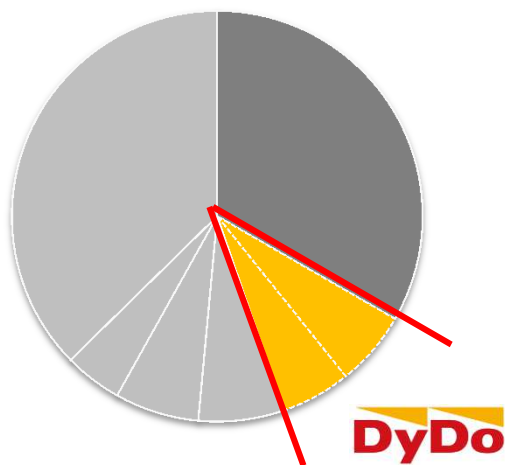


➡ 顧客資本×組織資本×人的資本の融合により、独自のビジネスモデルを構築

顧客資本

業界有数の自販機網

- 自社マネジメント自販機台数の
ポジション



■ A社 ■ DyDo ■ DyDo(共栄会)

組織資本

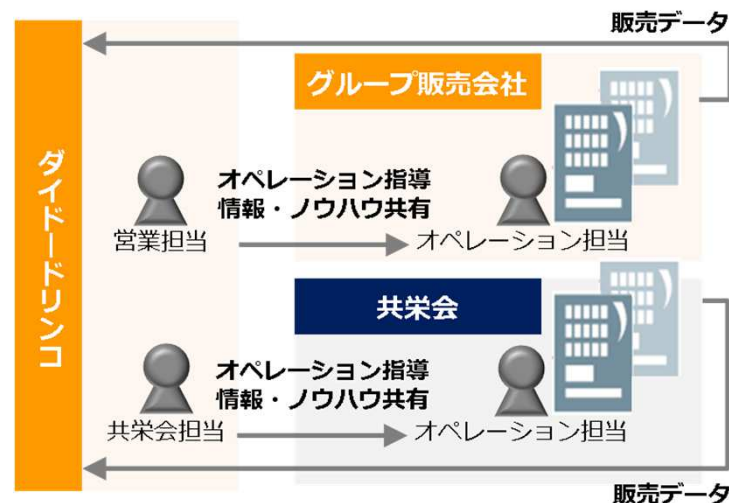
直販+共栄会の体制

人的資本

2,000名以上のオペレーション
人員と積み上げるノウハウ

- 共栄会とは

当社の特約オペレーター。販売データの共有、オペレーション指導を通じ、資本関係の有無に関わらず、一体的に運営



こころとからだに、
おいしいものを。

DyDoグループの強み②

見えない資産が生み出す安定したキャッシュ・フロー



- ➡ 目に見えない資産（自販機ビジネスモデル）が生み出す高いキャッシュ創出力
- ➡ 時代に合った仕組みへと進化させることにより、株主価値は高まる

自販機ビジネスによる見えない資本

- ・顧客資本（業界有数の自販機網）
- ・組織資本（直販＋共栄会の体制）
- ・人的資本（2,000名以上のオペレーション人員が積み上げるノウハウ）

【流動資産】 905億円

【負債】 783億円

【固定資産】 817億円

【純資産】 939億円

超過収益力を高め、
株主価値向上を図る

もっと身近で
毎日の生活に役立つ
事業へ進化し、
本源的価値を拡大する

こころとからだに、
おいしいものを。

DyDoグループの強み③

医薬品・医薬部外品の開発・製造能力



- ➔ 受託メーカーとして磨き続けた高い開発能力と品質管理体制
- ➔ ドリンク剤受託メーカーの地位を確立し、幅広い顧客基盤を持つ

● 大同薬品の歩み

1950年代

自社製品としてドリンク剤を製造

1980年代

他社製品の受託を本格化、製造ノウハウを蓄積

1990年代

機能性飲料ブーム：新工場を設立し、**受託専門メーカーへ**

1999年

薬事法改正、「医薬部外品」がコンビニ・自販機で販売可能に

2000年代

美容ドリンクブームにより、化粧品メーカー等の受託が拡大、**企画・開発業務を本格化**

2019年秋

奈良工場パウチラインが稼働予定

2020年春

関東新工場が竣工予定

こころとからだに、
おいしいものを。

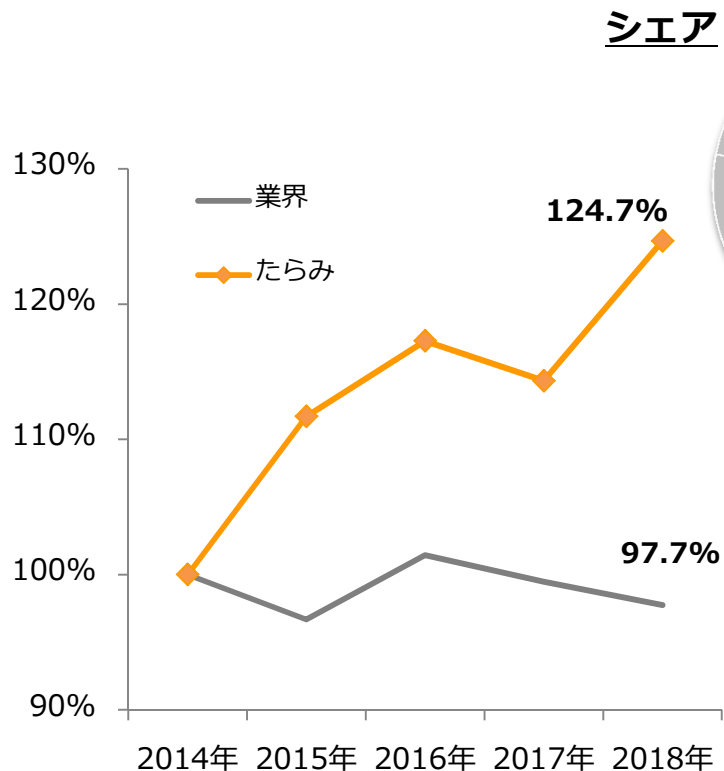
DyDoグループの強み④

「おいしい」ゼリーを作る技術



- ➔ 素材（フルーツ）、ターゲットに合わせたおいしいゼリーの食感を作る技術
- ➔ 高い成長率により、業界トップの地位を確立

- 前年比売上成長率



- 商品ごとに追究するゼリーの食感



つるんぷるんとした食感で、弾力性が高い



とろける食感で果汁感を重視



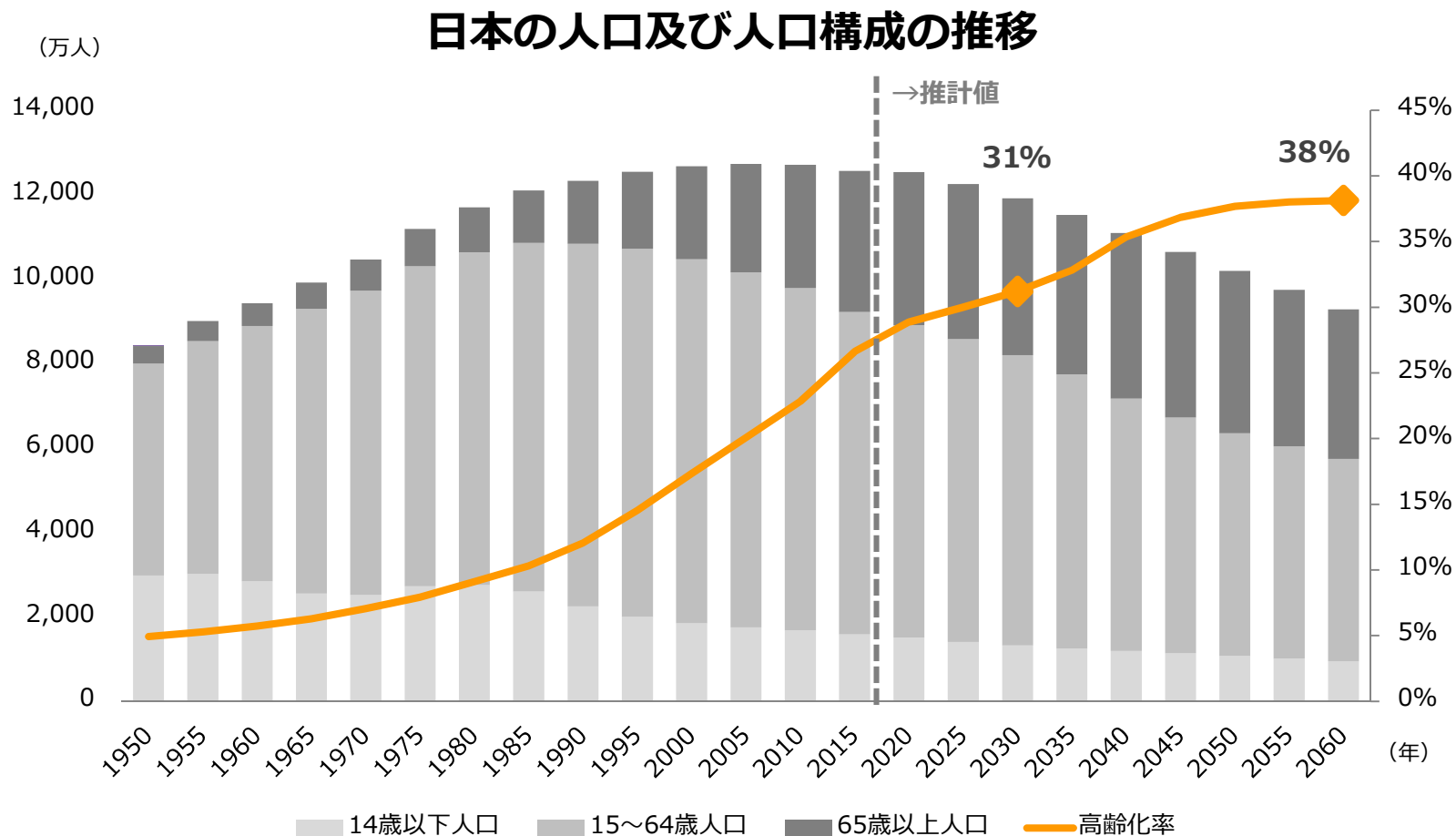
もちもちした蒟蒻の食感を際立たせるため、ゼリー部分はみずみずしさを重視

こころとからだに、
おいしいものを。

経営環境の変化



日本における高齢化率は今後さらなる上昇が見込まれている



出典：「平成30年版情報通信白書」（総務省）より作成



強み

- 「お客様が求めるおいしさ」を「お客様にとって身近な場所にお届けする」ユニークなビジネスモデル
- 見えない資産（自販機ビジネスモデル）が生み出す安定したキャッシュ・フロー
- 医薬品・医薬部外品の受託製造能力、医薬品から化粧品メーカーまで幅広い顧客基盤
- 「おいしい」ゼリーを作る技術

弱み

- 飲料メーカーとしては下位のポジショニング
- 医療用医薬品分野/IT分野に知見のある人材の不足
- 原材料調達・研究開発機能等の外部リソースへの依存

機会

- 自販機市場の縮小に伴う優位性の確保
- パウチラインの新設による受託機会の拡大
- ヘルスケア関連市場の伸長
- テクノロジーの進化

脅威

- 自販機オペレーションの担い手不足
- 消費者の購買行動の変化

こころとからだに、
おいしいものを。



グループミッション2030

世界中の人々の楽しく健やかな暮らしを クリエイトするDyDoグループへ

DyDoはお客様と共に。



お客様の健康をつくります

おいしさへの飽くなき探求心のもと、
世界中のお客様の健康や生活の質向上に
貢献する商品・サービスをお届けします。

DyDoは次代と共に。



次代に向けて新たな価値を生み出します

革新的なテクノロジーを活用し、
すべてのステークホルダーに
ワクワクや驚きといった体験を提供します。

DyDoは社会と共に。



社会変革をリードします

持続可能な社会のために、
常識に捉われず、新たな視点から
社会変革を自らリードします。

DyDoは人と共に。



人と人のつながりをつくります

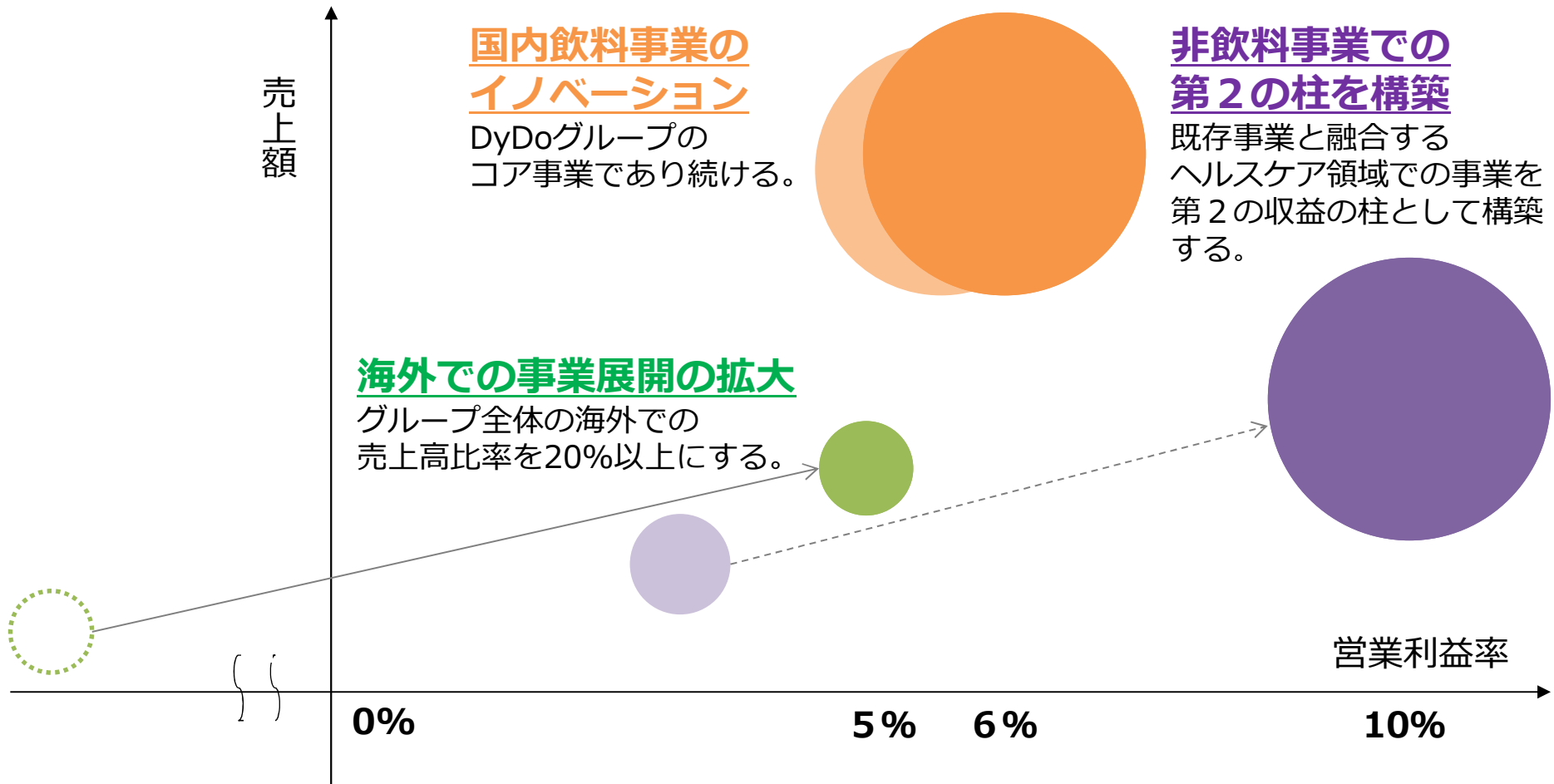
グループ内外と柔軟に連携し、
多様な価値観や能力を尊重しながら
新たな共存共栄を推進します。

こころとからだに、
おいしいものを。

グループミッション2030の基本方針



➔ 成長性・収益性・効率性の高い事業ポートフォリオの形成をめざす



※図はイメージです。

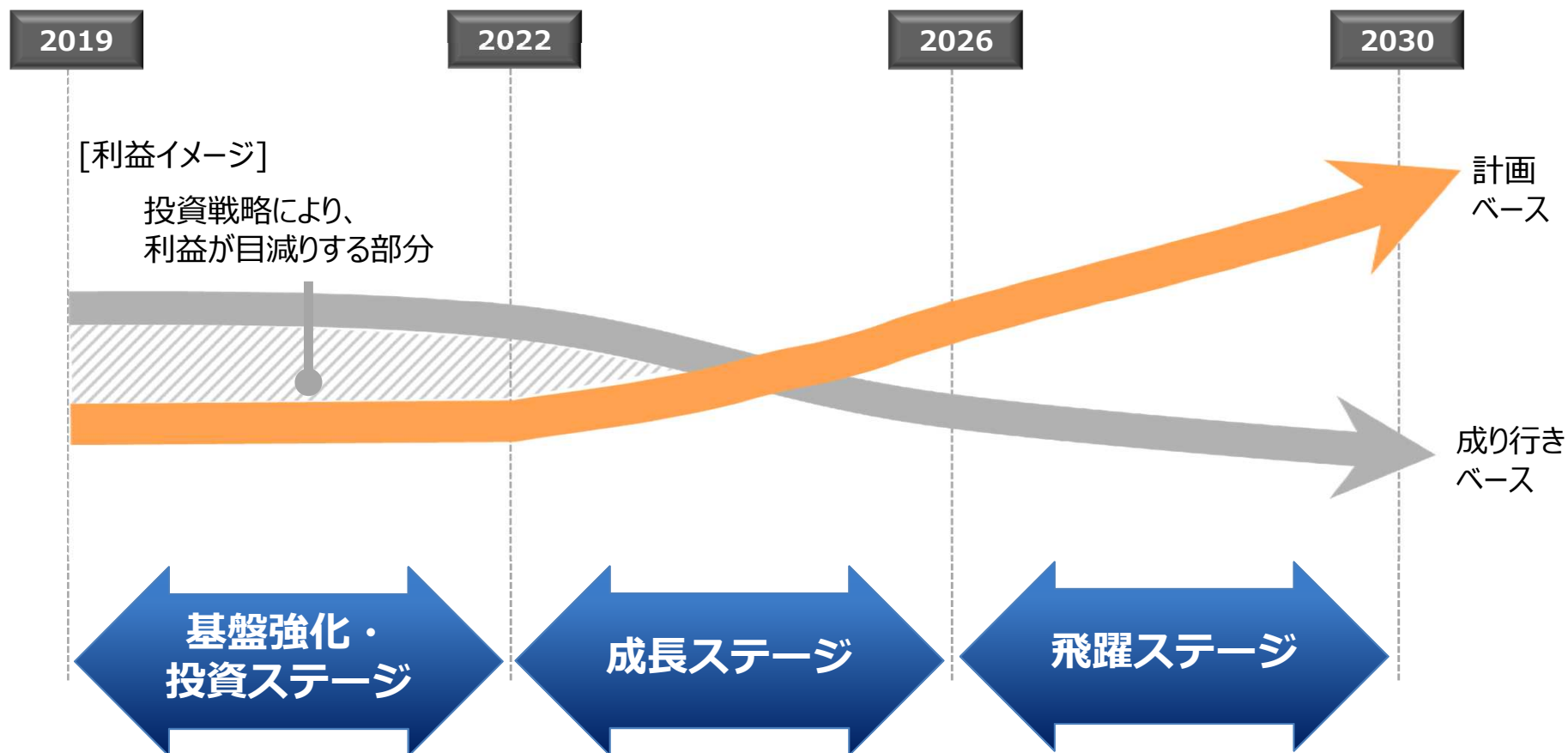
円の大きさは営業利益額を示し、2018年度を薄色、2030年度を濃色で表現。

ここからだに、
おいしいものを。

ロードマップ



➡ 一時的には減益となるが、持続的成長の実現をめざした先行投資を行う

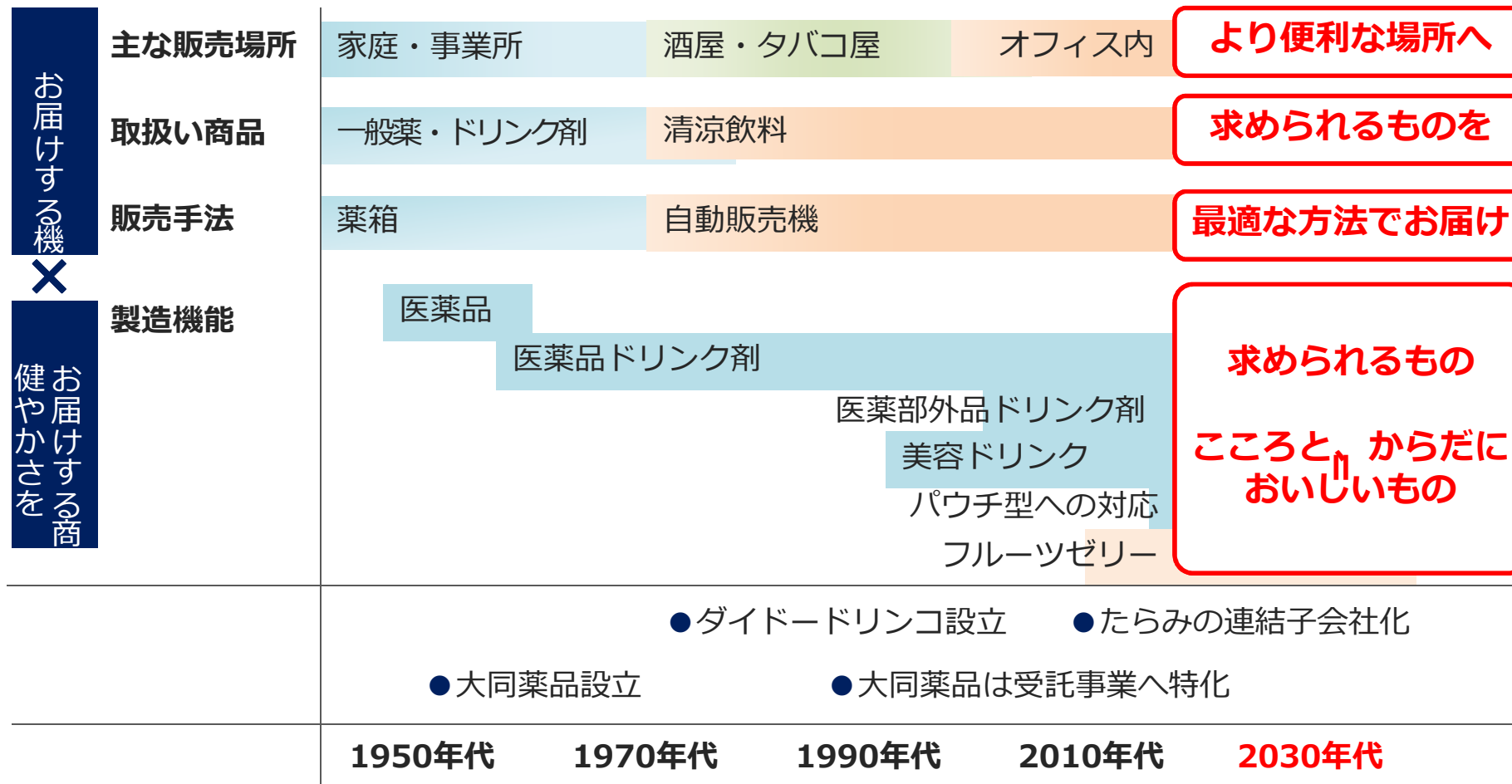


こころとからだに、
おいしいものを。

DyDoグループがめざす方向性



➡ 強みを磨き、こころとからだにおいしいものをお届けし続ける



こころとからだに、
おいしいものを。



4. 「中期経営計画2021」の概要



➡ バランスを考慮した基盤強化と戦略的投資の実施

- **収益改善に軸足を置き、筋肉質な経営へ**
 - 各事業において、収益改善を軸とする施策により、キャッシュフローの最大化を図る
 - 「おいしさ」と「健康」を追求した商品やサービスなどの拡大

- **戦略的経営に向けた事業継続の判断**
 - 海外飲料事業における戦略拠点の選択と集中

- **グループミッション2030の実現に向けた成長戦略**
 - 各事業の成長やヘルスケア領域における新たな事業の創出に向けた投資戦略の実施
 - DyDoグループの持続的成長をリードする人財戦略の実施

こころとからだに、
おいしいものを。

投資戦略



➔ 成長投資やM&Aなどの投資戦略として最大450億円想定

[投資原資]

360億円程度
B/Sにある余剰資金

余剰資金を
新規事業へ
投資



[新たな事業への投資]

- ヘルスケア領域におけるM&A投資
- 希少疾病の医療用医薬品事業の
立ち上げへの投資

330億円

300億円

投資戦略③

30億円

投資戦略④

[安定配当による株主還元等]

30億円

400億円以上
各事業から創出される
3年間の累計
営業キャッシュフロー

各事業へ
再投資



[各事業の成長に向けた新規投資]

(国内飲料事業)

- オペレーションの効率化に向けたIoT投資
- 「販売拠点」を活用したビジネス創出への投資

120億円

60億円

投資戦略①

(医薬品関連事業)

- 関東への新工場の設立
- 既存奈良工場へのパウチラインの新設

60億円

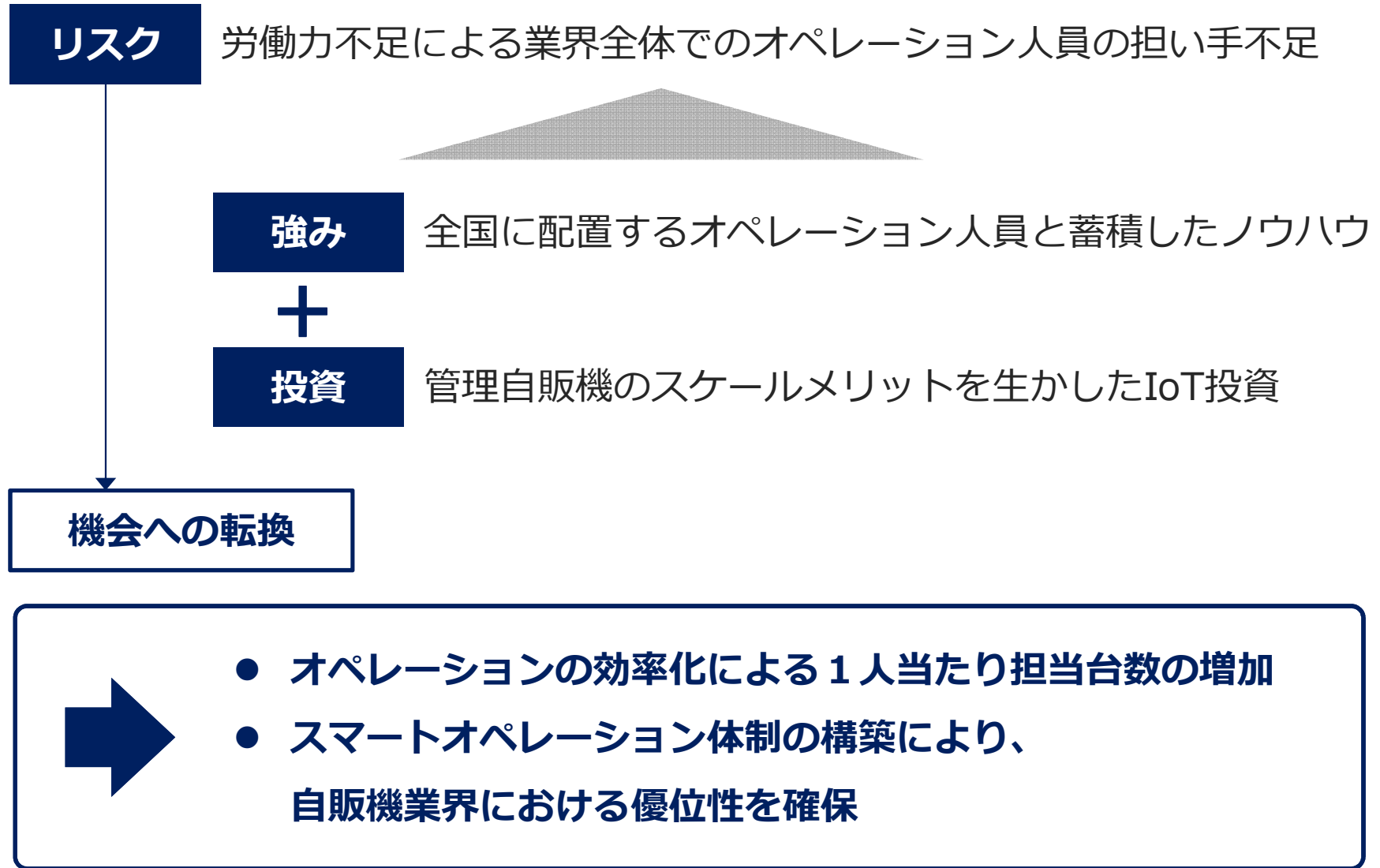
投資戦略②

[既存事業に係る通常の設備投資]

280億円

中期経営計画2021のガイドライン

	ガイドライン	
売上高	<ul style="list-style-type: none"> 既存事業のオーガニックな成長 + 新規M&A 	
営業利益率	<ul style="list-style-type: none"> 既存事業の営業利益率（3%） - 投資戦略コスト + 新規M&A 海外飲料事業の黒字化 	
キャッシュフロー（CF）	<ul style="list-style-type: none"> 既存事業から創出される営業CF 既存事業にかかる通常の設備投資 	<p>400億円以上</p> <p>280億円程度</p>
投資戦略	<ul style="list-style-type: none"> 既存事業への成長投資 ヘルスケア領域における新規M&A投資 希少疾病の医療用医薬品事業の立ち上げ 	<p>120億円程度</p> <p>300億円程度</p> <p>30億円程度</p>
株主還元	<ul style="list-style-type: none"> 安定的な配当による株主還元の実現 	

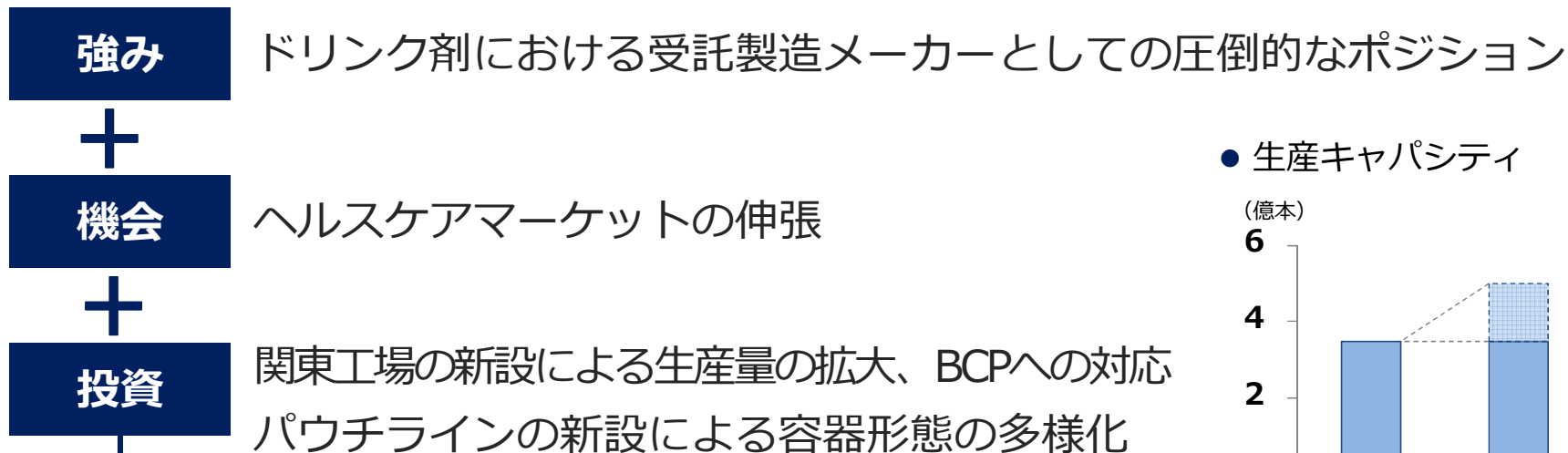


こころとからだに、
おいしいものを。

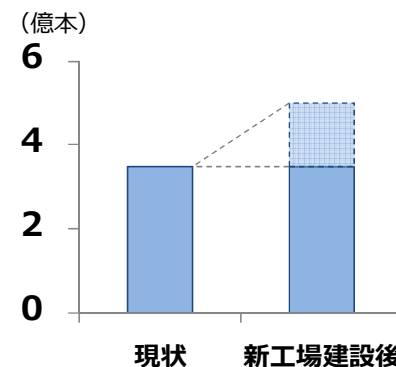


投資戦略②

医薬品関連事業における製造可能剤形の拡大



● 生産キャパシティ



新たな強み

医薬品・医薬部外品のパウチ容器の受託製造

新たな投資機会の模索

更なる剤形への拡大



医薬品・医薬部外品の受託メーカーとして地位を強固なものに

こころとからだに、
おいしいものを。



投資戦略③

ヘルスケア領域におけるM&A投資

顧客の
ケアサイクル

対応する
商品・製品

現在の当社の
事業領域と
投資領域

競争力の源泉
となる人材への
投資



今後獲得していく分野

事業の獲得とともに、
既存事業の融合を図る

➡ 「医療」と「食品」の垣根を越えた市場の開拓し、
ヘルスケア領域で非飲料事業での柱を構築する

希少疾病の医療用医薬品事業の立ち上げへの投資



➡ 医療用医薬品事業の新会社「ダイドーフーマ株式会社」を
2019年1月21日付けで設立







➡ 「持たざる経営」と「良質なパイプライン」の獲得により、
長期的な収益化をめざす

こころとからだに、
おいしいものを。

社会的価値の創造による企業価値向上



		社会的課題 (SDGsターゲット)	社会的価値の創造 (戦略)	企業価値向上への 貢献	KPI
人口動態 の変化	機会	健康寿命の延伸  3.4 2030年までに、非感染性疾患による若年死亡率を予防や治療を通じて1/3減少させ、精神保健及び福祉を促進する。	世界中のお客様の健康や生活の質向上 (生活習慣の改善に役立つ商品・サービスの開発)	CF拡大	連結売上高の継続的拡大
	機会	安全で質の高い医療の提供  3.8 全ての人々に対する財政リスクからの保護、質の高い基礎的な保健サービスへのアクセス及び安全で効果的かつ質が高く安価な必須医薬品とワクチンへのアクセスを含む、ユニバーサル・ヘルス・カバレッジを達成する。	社会的意義の高い新薬の開発 (希少疾病の医療用医薬品事業の育成)	成長率 (g) の向上	シーズ・パイプラインの獲得
人口動態 の変化	リスク	インフラ改良、労働力不足  9.4 2030年までに、資源利用効率の向上とクリーン技術及び環境に配慮した技術・産業プロセスの導入拡大を通じたインフラ改良や産業改善により、持続可能性を向上させる。全ての国々は各国の能力に応じた取組を行う。	自販機のインフラ化 (業界有数の自販機×ITを活用した新ビジネスの構築)	CF拡大 成長率 (g) の向上	IoT機能搭載自販機の設置台数
			労働生産性の向上 (ITを活用した自販機オペレーション体制の改革)		
気候変動	リスク	異常気象の深刻化、農業生産量の減少  13.3 気候変動の緩和、適応、影響軽減及び早期警戒に関する教育、啓発、人的能力及び制度機能を改善する。	気候変動の緩和 (気候変動に対するガバナンス・リスク管理体制の整備)	割引率 (r) の低減	-

こころとからだに、
おいしいものを。



5. 2019年度 連結業績予想

2019年度 連結通期業績予想



- ➔ 連結売上高は、1,700億円（前期比0.9%減）
- ➔ 営業利益は、34億円（前期比44.0%減）
- ➔ 成長戦略の推進による先行投資費用の増加

（単位：百万円）

	2018年度 実績		2019年度 通期予想			
		構成比		構成比	増減率	増減額
売上高	171,553	100.0%	170,000	100.0%	▲0.9%	▲ 1,553
営業利益	6,071	3.5%	3,400	2.0%	▲44.0%	▲ 2,671
経常利益	5,998	3.5%	3,700	2.2%	▲38.3%	▲ 2,298
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,856	2.2%	2,400	1.4%	▲37.8%	▲ 1,456
E P S	234.15円		145.71円		▲37.8%	▲88.44円
1株当たり配当金	60円		60円		-	-

こころからだに、
おいしいものを。



2019年度 通期業績予想 –セグメント別–

(単位：百万円)

	2018年度 実績	2019年度		
		通期予想	増減率	増減額
国内飲料事業	124,879	122,350	▲2.0%	▲2,529
海外飲料事業	17,154	16,800	▲2.1%	▲354
医薬品関連事業	10,964	11,550	5.3%	585
食品事業	19,114	19,850	3.8%	735
その他・調整額	▲559	▲550	–	9
売上高合計	171,553	170,000	▲0.9%	▲1,553
国内飲料事業	7,106	4,945	▲30.4%	▲2,161
海外飲料事業	▲704	▲347	–	357
医薬品関連事業	847	636	▲25.0%	▲211
食品事業	235	366	55.3%	130
その他・調整額	▲1,413	▲2,200	–	▲786
営業利益合計	6,071	3,400	▲44.0%	▲2,671
設備投資額	12,635	16,200	28.2%	3,564
減価償却額	10,396	10,150	▲2.4%	▲246

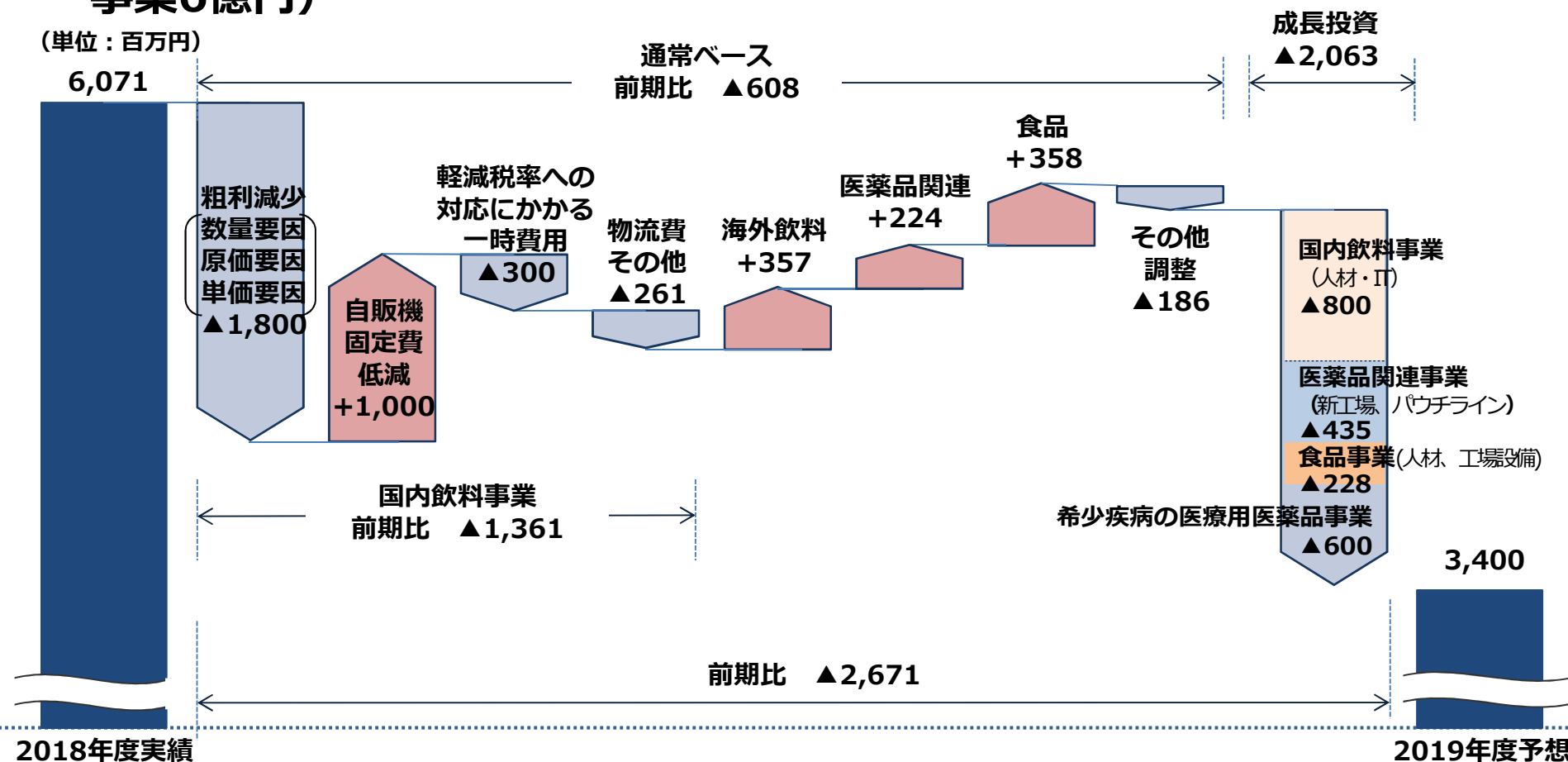
こころとからだに、
おいしいものを。



2019年度 通期業績予想

営業利益の増減要因 - 前期比 -

- ➡ 物流費高騰・原価率上昇の影響は約11億円（国内飲料事業）
- ➡ 成長投資による影響は約20億円（国内飲料事業8億円、医薬品関連事業の新工場建設等約4億円、食品事業約2億円、希少疾病の医療用医薬品事業6億円）



こころとからだに、
おいしいものを。

<国内飲料事業> 概況



※連結調整前の数値 (単位：百万円)

	2017年度実績		2018年度実績			2019年度業績予想				
		構成比		構成比	増減率	増減額		構成比	増減率	増減額
売上高	126,712	100.0%	124,879	100.0%	▲1.4%	▲1,833	122,350	100.0%	▲2.0%	▲2,529
営業利益	5,542	4.4%	7,106	5.7%	28.2%	1,564	4,945	4.0%	▲30.4%	▲2,161

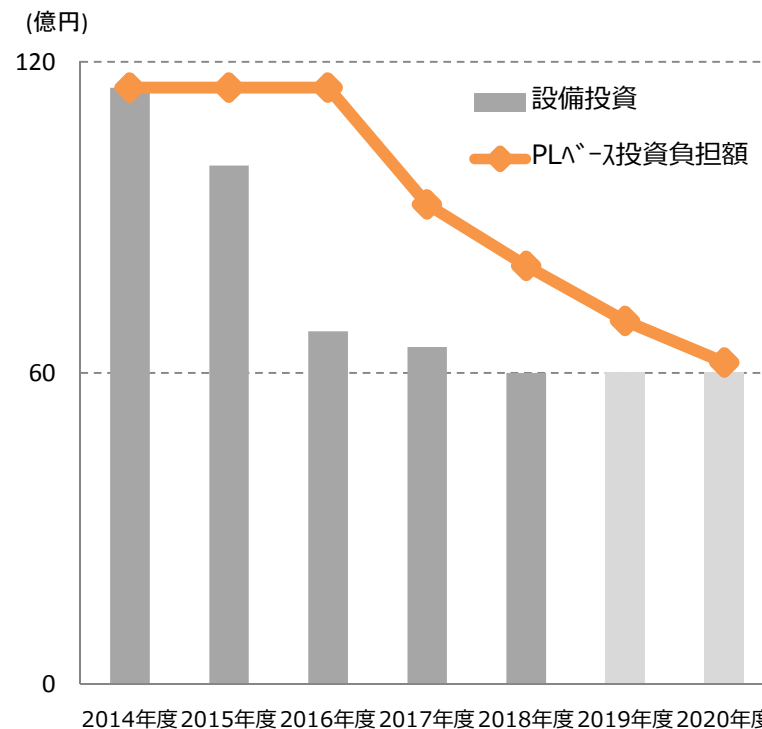
2018年度総括

- ➔ 販売数量は前期比2.6%減
- ➔ 自販機ハードにかかる固定費低減、関連費低減は着実に取り組みが進む
- ➔ 通信販売チャネルは順調に売上拡大

重点戦略・投資戦略

- ➔ スマートオペレーション体制の構築などにより、自販機市場における確固たる地位の確立
- ➔ 筋肉質な事業基盤の確立
- ➔ 長期的に事業を支える人材の育成や組織の構築

設備投資と減価償却費の推移 (国内飲料事業)

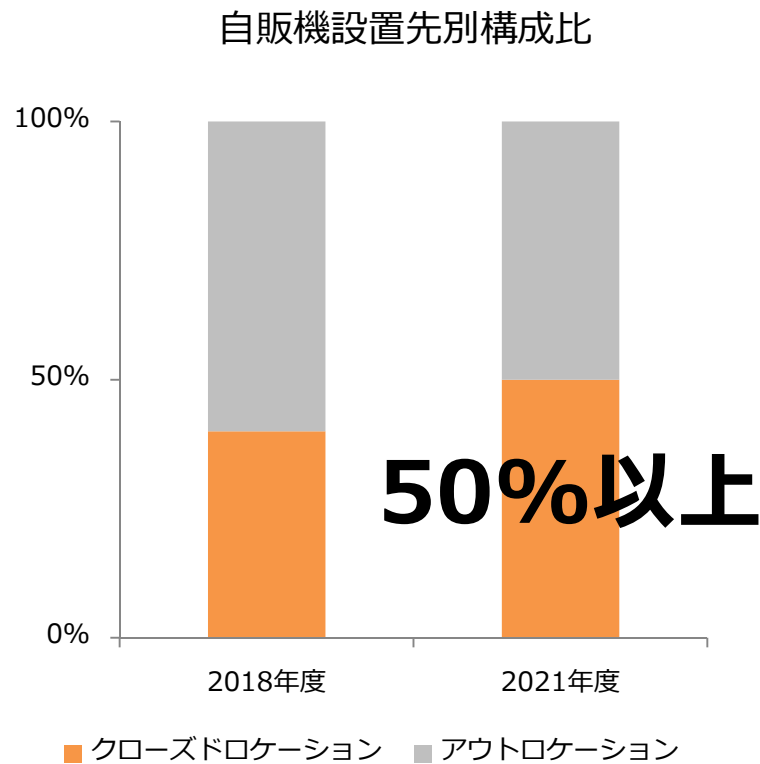


こころとからだに、
おいしいものを。

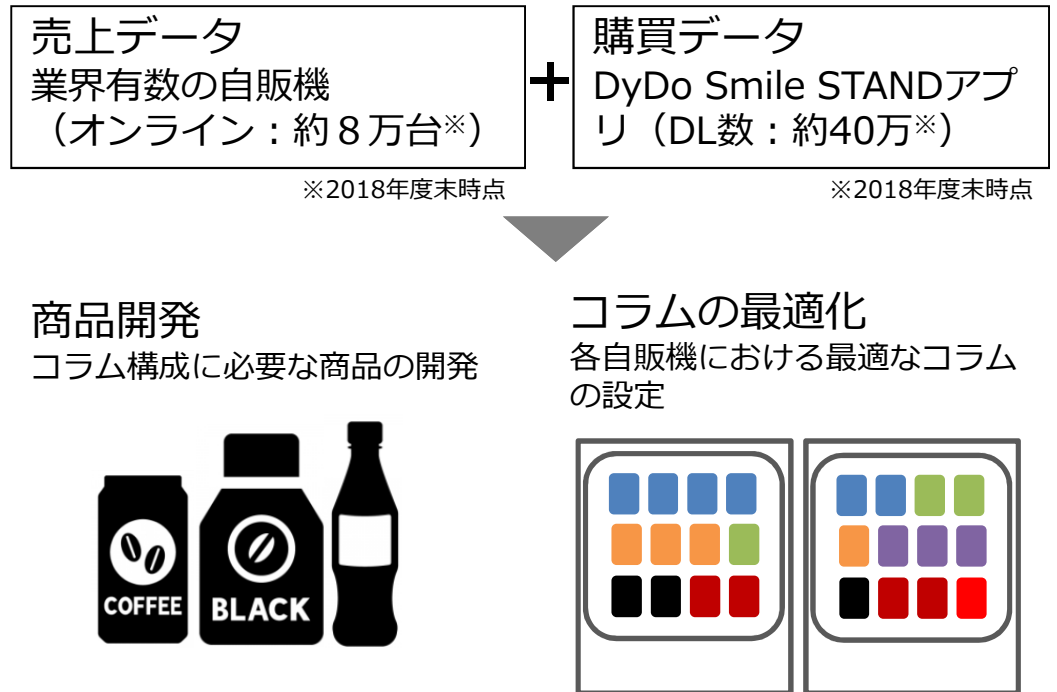
<国内飲料事業> 自販機チャネル



- ➔ お客様により近い場所で、お客様の求める商品をお届けするための基盤強化に向けて、2021年度までにインドアロケーション比率50%以上をめざす
- ➔ 自販機に適した商品ラインアップの拡充を図る



自販機に適した商品ラインアップの拡充



こころとからだに、
おいしいものを。

<国内飲料事業> 商品開発



➡ 「ダイドーブレンド」ブランドのラインアップ拡充と販路拡大によるブランド力の強化

「世界一のバリスタ※監修」シリーズのリニューアル



※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
クラフト系PETコーヒーの拡充



他社機への「ダイドーブレンド」ブランドのセット



キリンビバレッジ社	●	●
アサヒ飲料社	-	●※

※アサヒ飲料社では2019年3月より取扱開始

こころとからだに、
おいしいものを。

<国内飲料事業> 商品開発



- ➡ 「miu」ブランド、「大人のカロリーミット®」茶シリーズを拡充し、健康志向の高まりへの対応を強化
- ➡ 「ロコモプロ」に次ぐ基幹商品の確立をめざす

「miu」ブランドのラインアップ拡充

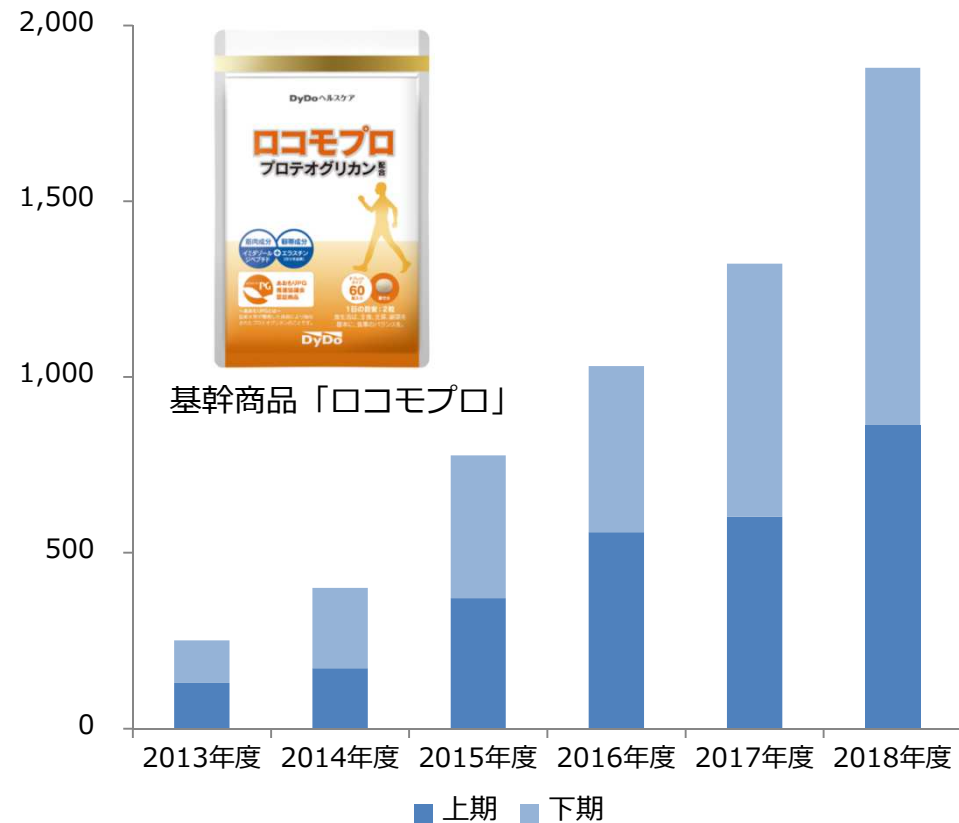


「大人のカロリーミット®」茶シリーズのラインアップ拡充



(百万円)

通信販売チャネルの売上推移



<海外飲料事業> 概況



※連結調整前の数値 (単位：百万円)

	2017年度実績		2018年度実績				2019年度業績予想			
		構成比		構成比	増減率	増減額		構成比	増減率	増減額
売上高	18,547	100.0%	17,154	100.0%	▲7.5%	▲1,392	16,800	100.0%	▲2.1%	▲354
営業利益	▲482	-	▲449	-	-	32	▲150	-	-	299
のれん等償却額	356	1.9%	255	1.5%	▲28.4%	▲101	196	1.2%	▲23.1%	▲59
のれん等償却後営業利益	▲838	-	▲704	-	-	133	▲347	-	-	357
トルコリラ	30.78円		23.41円		▲7.37円		18.00円		▲5.41円	
マレーシアリングgit	26.21円		27.34円		1.13円		27.00円		▲0.34円	

2018年度総括

- ➡ トルコ飲料事業は現地通貨ベースで高い伸長
- ➡ マレーシア飲料事業は健康志向に対応した製品ポートフォリオの見直しを実施

重点戦略・投資戦略

- ➡ 事業全体での黒字化に向けた戦略拠点の見直し
- ➡ 戦略拠点間での横断的な施策の実施
- ➡ 日本独自の付加価値商品の輸出強化や新たな海外市場の開拓

<医薬品関連事業> 概況



※連結調整前の数値 (単位：百万円)

	2017年度実績		2018年度実績			2019年度業績予想				
		構成比		構成比	増減率	増減額		構成比	増減率	増減額
売上高	10,536	100.0%	10,964	100.0%	4.1%	427	11,550	100.0%	5.3%	585
営業利益	1,271	12.1%	847	7.7%	▲33.3%	▲423	636	5.5%	▲25.0%	▲211

2018年度総括

- ➡ 新規受注の獲得や美容ドリンクの堅調な受注により増収
- ➡ 人員体制の強化や設備メンテナンスなどの事業基盤確立により、人件費や減価償却費が上昇

重点戦略・投資戦略

- ➡ 新関東工場のスムーズな稼働開始
- ➡ 新たな受託商品や新剤型の開拓・製造
- ➡ 品質管理体制の高度化



こころとからだに、
おいしいものを。

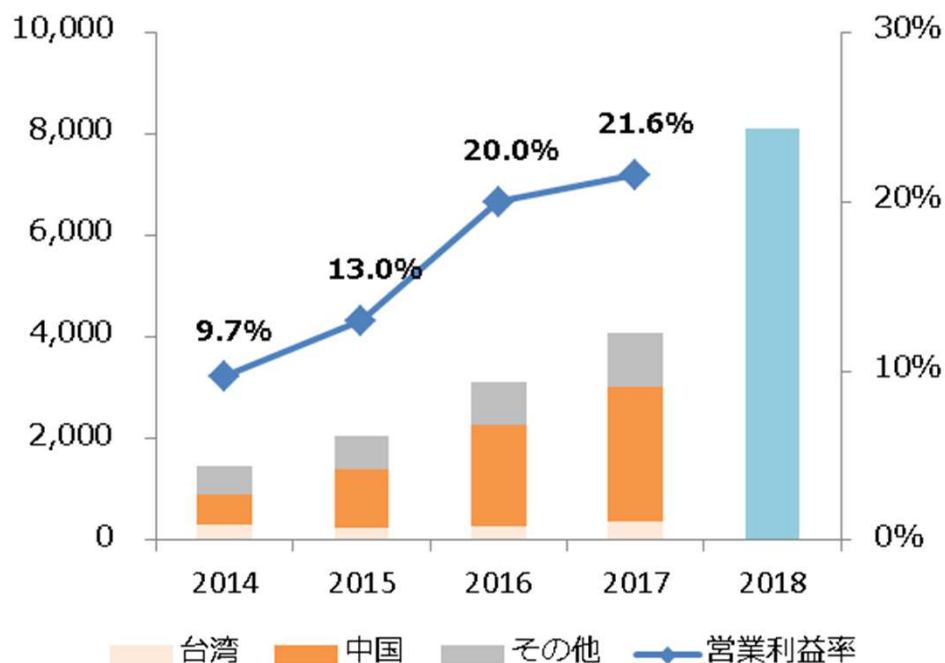
TCIとの協業による受注拡大



社名	大江生醫股份有限公司（英文名：TCI Co.,Ltd）
業種	機能性ドリンク、保健食品、スキンケア商品の研究開発・製造・販売
当社との関係	2014年 ・ DyDoグループとの資本・業務提携契約の締結 ・ 大同薬品工業との技術支援契約の締結

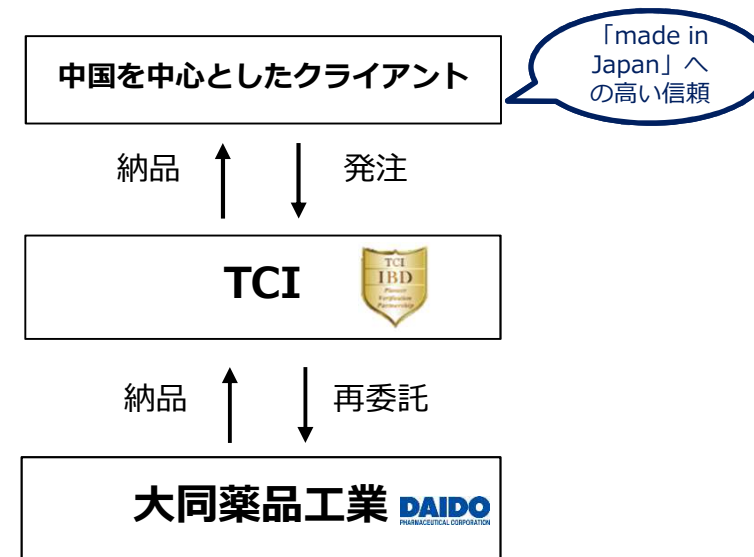
TCIの地域別売上高・営業利益率の推移

(百万NTD)



TCIを通じた受託製造量の増加

11.8%を出資するTCIとの資本・業務提携関係の維持・発展により、中国を中心としたクライアントからの受注を拡大。



こころとからだに、
おいしいものを。

<食品事業> 概況



※連結調整前の数値 (単位：百万円)

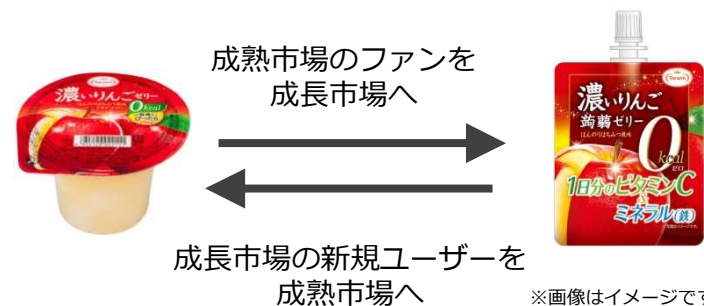
	2017年度実績		2018年度実績				2019年度業績予想			
		構成比		構成比	増減率	増減額		構成比	増減率	増減額
売上高	17,560	100.0%	19,114	100.0%	8.8%	1,554	19,850	100.0%	3.8%	735
営業利益	571	3.3%	587	3.1%	2.9%	16	716	3.6%	21.8%	128
のれん等償却額	352	2.0%	352	1.8%	▲0.0%	0	350	1.8%	▲0.6%	▲2
のれん等償却後営業利益	219	1.2%	235	1.2%	7.6%	16	366	1.8%	55.3%	130

2018年度総括

- ➔ 新機軸の商品提案が奏功し大幅増収
- ➔ 「たらみ」ブランドの価値向上に向けたマーケティング投資の実行
- ➔ 販売好調による工場稼働率の上昇により、人材確保のための労務費が上昇

重点戦略・投資戦略

- ➔ 付加価値の高い商品の開発強化
- ➔ 多面的なコストの見直しによる収益力の改善
- ➔ カテゴリーを超えたビジネスモデルの創出



こころとからだに、
おいしいものを。



6. 人材マネジメントと行動規範

グループミッション2030の達成にむけたマネジメント体制の強化

人的資本の確保

- HD機能の強化、新規事業を推進するための即戦力キャリア採用
- 将来を見据えた新卒採用の検討



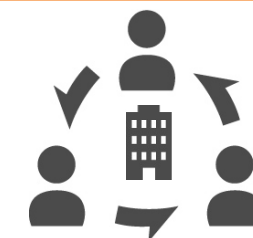
将来を担う人材の育成

- 次世代幹部候補生の育成
- 海外人材の育成
- スペシャリストの育成



人材の適正配置

- グループ間での異動による経営資源の最適な配置
- 外部企業への出向による新たなノウハウの蓄積



こころとからだに、
おいしいものを。

グループ行動規範の策定



➡ グループ全体での倫理的価値観の共有やその価値観を実際の行動につなげるための原則として「グループ行動規範」を策定。

ワークショップなどを通じて、
グループ横断で策定



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。

グループ行動規範
私たちがとるべき行動の基本

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

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
2017年度	38,940	47,862	47,101	38,779	172,684
通期に占める割合 (%)	22.5%	27.7%	27.3%	22.5%	100.0%
2018年度	39,966	47,023	46,239	38,323	171,553
通期に占める割合 (%)	23.3%	27.4%	27.0%	22.3%	100.0%

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
2017年度	29,698	34,331	33,437	29,245	126,712
通期に占める割合 (%)	23.4%	27.1%	26.4%	23.1%	100.0%
2018年度	29,510	32,862	33,162	29,343	124,879
通期に占める割合 (%)	23.6%	26.3%	26.6%	23.5%	100.0%

【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
2017年度	3,331	5,124	5,660	4,430	18,547
通期に占める割合 (%)	18.0%	27.6%	30.5%	23.9%	100.0%
2018年度	3,788	5,199	5,013	3,153	17,154
通期に占める割合 (%)	22.1%	30.3%	29.2%	18.4%	100.0%

【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
2017年度	2,408	2,745	2,936	2,445	10,536
通期に占める割合 (%)	22.9%	26.0%	27.9%	23.2%	100.0%
2018年度	2,694	2,866	2,637	2,764	10,964
通期に占める割合 (%)	24.6%	26.1%	24.1%	25.2%	100.0%

【食 品】

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	計
2017年度	3,697	5,839	5,256	2,767	17,560
通期に占める割合 (%)	21.1%	33.2%	29.9%	15.8%	100.0%
2018年度	4,112	6,275	5,546	3,180	19,114
通期に占める割合 (%)	21.5%	32.8%	29.0%	16.7%	100.0%

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
2017年度	▲ 53	2,211	2,653	78	4,891
通期に占める割合 (%)	-	45.2%	54.3%	1.6%	100.0%
2018年度	724	2,555	2,718	73	6,071
通期に占める割合 (%)	11.9%	42.1%	44.8%	1.2%	100.0%

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
2017年度	354	2,029	2,295	862	5,542
通期に占める割合 (%)	6.4%	36.6%	41.4%	15.6%	100.0%
2018年度	970	2,446	2,679	1,009	7,106
通期に占める割合 (%)	13.7%	34.4%	37.7%	14.2%	100.0%

【海外飲料】

〔 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
2017年度	▲ 278	▲ 111	151	▲ 243	▲ 482
通期に占める割合 (%)	-	-	-	-	100.0%
2018年度	▲ 158	▲ 89	84	▲ 285	▲ 449
通期に占める割合 (%)	-	-	-	-	100.0%

【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
2017年度	354	344	353	219	1,271
通期に占める割合 (%)	27.9%	27.1%	27.8%	17.2%	100.0%
2018年度	356	306	132	52	847
通期に占める割合 (%)	42.0%	36.2%	15.6%	6.2%	100.0%

【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
2017年度	16	440	314	▲ 199	571
通期に占める割合 (%)	2.9%	77.1%	55.0%	-	100.0%
2018年度	12	443	263	▲ 130	587
通期に占める割合 (%)	2.1%	75.4%	44.8%	-	100.0%

こころとからだに、
おいしいものを。



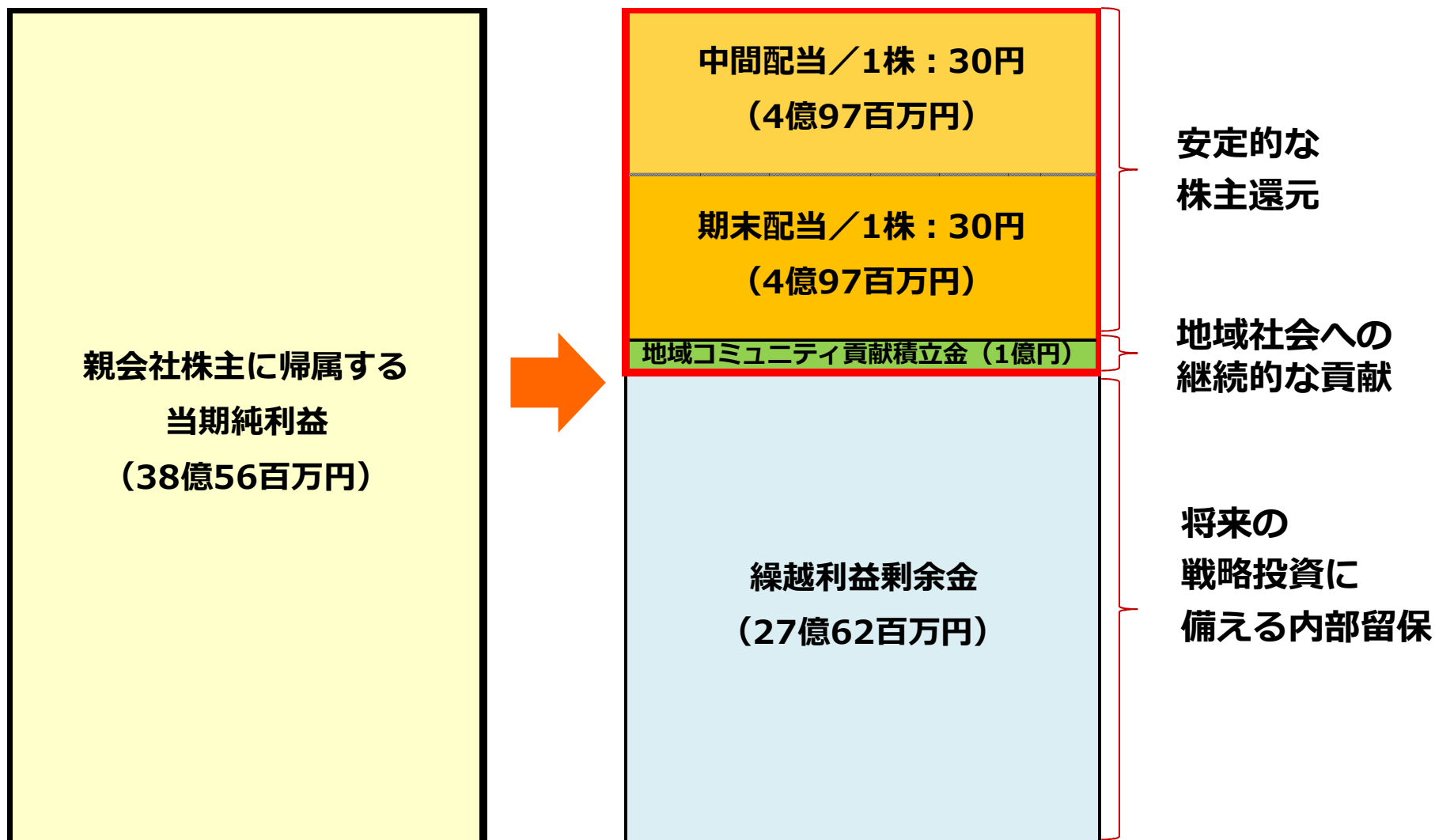
■ 第44回定時株主総会 参考資料

こころからだに、
おいしいものを。

剰余金処分



👉 安定的な株主還元



こころとからだに、
おいしいものを。

剰余金処分 ー 地域コミュニティ貢献積立金 ー



➡ 「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



- 職業体験イベント「自動販売機体験授業」を実施



- 自販機による社会貢献「レンタルアンブレラ」を実施





こころとからだに、
おいしいものを。

取締役の選任





➔ 第44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 (1976年6月26日生) 所有する当社の株式数 495,000株</p>	<p>2004年4月 当社入社 2008年4月 当社取締役就任 2009年4月 当社常務取締役就任 2010年3月 当社専務取締役就任 2012年4月 当社取締役副社長就任 2014年4月 当社代表取締役社長就任（現任） 2016年2月 ダイードリンコ分割準備株式会社 （現ダイードリンコ株式会社）代表取締役社長就任（現任）</p>	<p>取締役会 出席回数 19/19回</p>
 <p>現 取締役会長 たかまつ とみひろ 高松 富博 (1948年1月16日生) 所有する当社の株式数 495,000株</p>	<p>2014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・果断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。グループ経営を強化し、将来の成長に向けた基盤作りを着実に進めています。これらの実績を踏まえて、引き続き取締役候補者となりました。</p>	
	<p>1971年3月 大同薬品工業株式会社入社 1975年1月 当社設立、常務取締役就任 1984年5月 当社専務取締役就任 1990年6月 当社取締役副社長就任 1992年4月 当社代表取締役副社長就任 1994年4月 当社代表取締役社長就任 2014年4月 当社取締役会長就任(現任)</p>	<p>取締役会 出席回数 19/19回</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者となりました。</p>	

取締役の選任




➡ 第44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 取締役執行役員 とのかつ なおき 殿勝 直樹 財務部長 (1963年11月4日) 所有する当社の株式数 3,100株</p>	<p>1986年3月 当社入社 2011年1月 当社財務企画部長 2013年3月 当社執行役員管理本部長 2014年1月 当社執行役員財務本部長 2017年1月 当社執行役員財務部長 ダイドードリンコ株式会社取締役執行役員財務本部長就任(現任) 2017年4月 当社取締役執行役員財務部長就任 (現任)</p>	<p>取締役会 出席回数 19/19回</p>
 <p>現 取締役執行役員 にしやま なおゆき 西山 直行 経営戦略部長 (1965年7月30日) 所有する当社の株式数 200株</p>	<p>1988年3月 当社入社 2014年1月 当社経営戦略部長 2014年2月 当社経営戦略部長兼海外事業部長 2015年3月 当社執行役員経営戦略部長兼海外事業部長 2016年1月 当社執行役員経営戦略部長兼戦略投資部長 2017年1月 当社執行役員経営戦略部長 2017年4月 当社取締役執行役員経営戦略部長就任 (現任)</p>	<p>取締役会 出席回数 19/19回</p>
<p>経営戦略、戦略投資、海外事業などの経営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、取締役執行役員経営戦略部長としてグループ会社を牽引し、新たな事業領域拡大への取り組みを推進しています。これらの実績を踏まえて、引き続き取締役候補者となりました。</p>		

取締役の選任



➔ 第44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）	
<div data-bbox="488 507 604 574" style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">独立</div>  現 社外取締役 もり しんじ 森 真二 （1946年5月22日生） 所有する当社の株式数 100株	1972年4月 最高裁判所司法研修所入所 1974年4月 横浜地方裁判所裁判官任官 1986年4月 京都地方裁判所判事任官 1989年4月 大阪弁護士会登録 1989年5月 中央総合法律事務所（現弁護士法人中央総合法律事務所） 入所 2001年4月 当社監査役就任 2003年9月 弁護士法人中央総合法律事務所 代表社員就任 2014年4月 当社取締役就任（現任）	取締役会 出席回数 19/19回
<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5年間の職務経験をもとに、全社的なリスクマネジメントのあり方について発言するなど、独立した立場から当社経営に対する助言・提言をいただいております。取締役会の監督機能強化に適切な役割を果たしています。これらの実績を踏まえて、引き続き社外取締役候補者として選任いたしました。 なお、同氏は過去に当社及び他社の社外役員となる以外の方法で会社経営に関与しておりませんが、上記の理由により社外取締役としての職務を適切に遂行していただけるものと判断しました。 </p>		

こころとからだに、
おいしいものを。

取締役の選任



➔ 第44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 data-bbox="504 507 600 555">独立</p> <p data-bbox="495 603 763 719">現 社外取締役 いのうえ まさたか 井上 正隆</p> <p data-bbox="495 762 786 799">(1954年10月12日生)</p> <p data-bbox="533 834 831 898">所有する当社の株式数 - 株</p>	<p data-bbox="869 464 1697 743">1978年4月 株式会社中埜酢店入社 2005年7月 株式会社ミツカングループ本社取締役就任 2007年5月 同社常務取締役就任 2009年10月 同社常勤監査役就任 2011年3月 同社経営監査室担当部長 2014年3月 株式会社 Mizkan Holdings 経営企画本部担当部長 2016年3月 同社退社 2016年4月 当社取締役就任（現任）</p>	<p data-bbox="1854 552 1984 655">取締役会 出席回数 19/19回</p>
	<p data-bbox="869 791 1984 999">食品業界における豊富な知識や海外経験を有しており、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、当社の経営課題である海外における事業展開の加速や新規事業領域の拡大の審議において、リスクとリターンの観点について発言するなど、独立した立場から助言・提言をいただいております。これらの実績を踏まえて、引き続き社外取締役候補者となりました。</p>	

こころとからだに、
おいしいものを。

監査役の選任





➡ 第44回定時株主総会に上程する監査役候補

氏名	略歴（上段）／選任理由（下段）	
 <p>現 常勤監査役 はせがわ かずよし 長谷川 和義 (1959年11月30日生) 所有する当社の株式数 100株</p>	<p>1980年3月 当社入社 1996年3月 当社千葉支店長 2006年1月 当社総務部長 2010年3月 当社広域流通営業部長 2012年3月 当社法人営業第三部長 2015年1月 当社法人営業部チーフマネージャー 2015年4月 当社常勤監査役就任（現任）</p>	<p>取締役会 出席回数 19/19回</p>
<p>常勤監査役として、取締役の職務執行を監査する役割を適切に果たしております。取締役会その他重要な会議へ出席し、適法性・妥当性の観点から発言しております。また、監査の環境整備及び社内情報の収集に積極的に努め、内部統制システムの構築・運用の状況を日常的に監視しております。 これらのことから、監査役に適切な人材と判断し、引き続き監査役候補者としました。</p>		

監査役の選任



➔ 第44回定時株主総会に上程する監査役候補

氏名	略歴（上段）／選任理由（下段）	
 <p>独立</p> <p>新任 監査役 もりうち しげゆき 森内 茂之 (1957年2月26日生)</p> <p>所有する当社の株式数 一株</p>	<p>1982年10月 プライスウォーターハウス公認会計士共同事務所入所 1998年 7月 青山監査法人代表社員 2005年10月 中央青山監査法人理事・代表社員 2007年 5月 霞が関監査法人（現太陽有限責任監査法人）代表社員 2010年 1月 同監査法人統括代表社員 2013年10月 同監査法人パートナー（現任） 2015年11月 (株)コシダカホールディングス監査等委員である社外取締役就任（現任） 2016年12月 加藤産業(株)社外監査役就任（現任）</p>	<p>取締役会 出席回数 -</p>
 <p>独立</p> <p>新任 監査役 わたなべ きよし 渡辺 喜代司 (1967年11月14日生)</p> <p>所有する当社の株式数 一株</p>	<p>1997年 2月 税理士登録 1997年 7月 渡辺喜代司税理士事務所開業（現任）</p>	<p>取締役会 出席回数 -</p>
<p>大手会計事務所・監査法人での監査経験が長く、法定監査業務、国際業務、新規上場支援等、多岐にわたる業務経験と会計専門家としての高い見識を有しております。その専門性を当社の監査に反映いただくため、あらたに社外監査役候補者となりました。</p> <p>なお、同氏は過去に他社の社外役員となる以外の方法で会社経営に関与しておりませんが、上記の理由により社外監査役としての職務を適切に遂行していただけるものと判断しました。</p>		

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グループの変遷



(億円) 2,000

◆ 海外展開



- ・モスクワでの自販機
ビジネス展開
- ・トルコ・マレーシア市場
への参入

・(株)たらみ買収

- ・ダイドー(株)設立
ブレンド
コーヒー発売
- ・HOT&
COLD
自販機
- ・デミタス
コーヒー
発売
- ・ポイント
カード機能
- ・おしゃべり
機能
- ・MIU発売



- ・ダイドー
ブレンド
ブランド
の強化

- ・世界一の
バリスタ
監修シリ
ーズ発売

- ・Smile STAND



清涼飲料販売事業を
分社化

2001年 東証第二部上場
2003年 東証第一部銘柄指定



- ・配置薬業で創業
ドリンク剤の製造開始

- ・ガソリンスタンドで
ドリンク剤と
缶コーヒーを販売

- ・奈良県葛城市に
工場を新築移転

- ・医薬部外品の規制緩和
によりOEMの本格化

- ・美容系ドリンク
の受注拡大



※売上イメージ

1950s

1970s

1990s

2010s

2014

2018

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

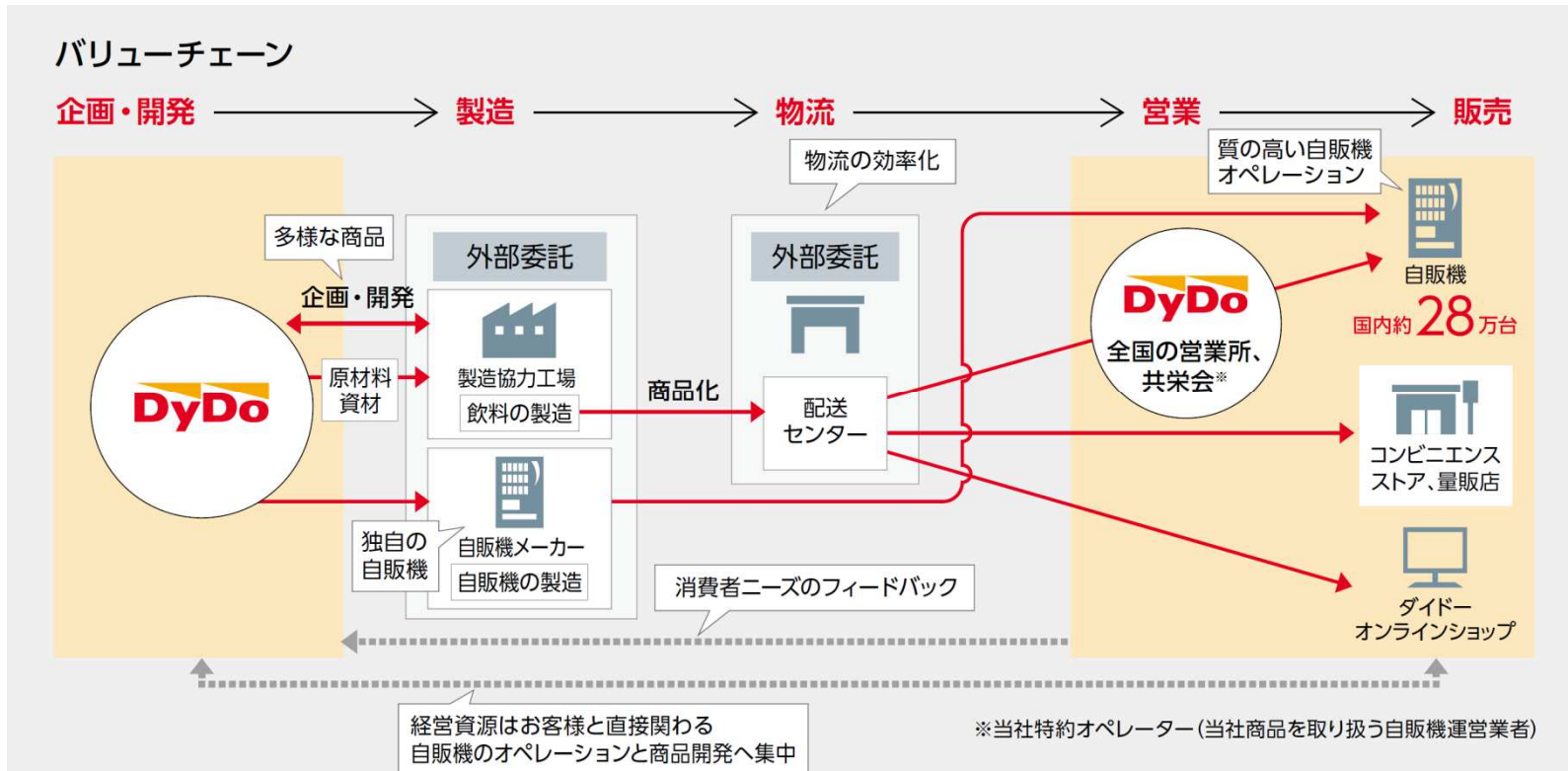
ダイドーグループホールディングス



*外部顧客に対する売上高の比率（2018年度実績）

ここからだに、
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－

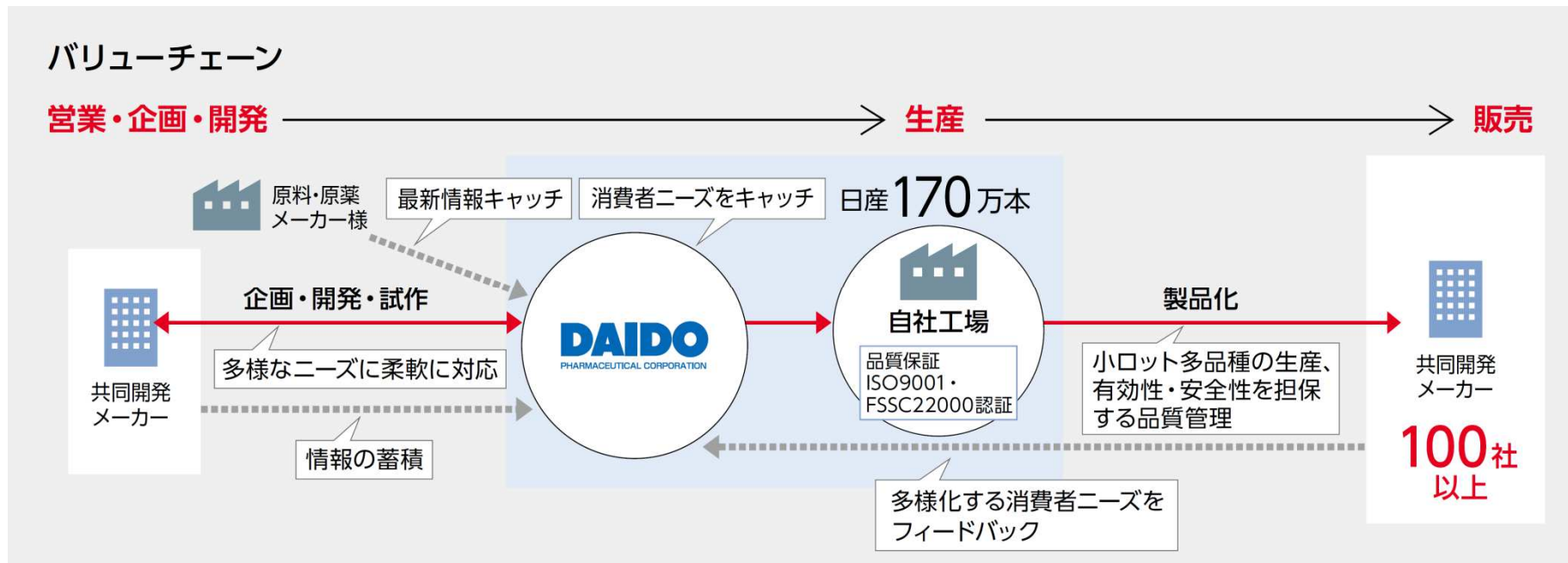
社会インフラとしての自販機の可能性に挑む

近年、自販機ビジネスを取り巻く環境は厳しさを増しており、自販機1台当たりの売上高は低下傾向が続いています。またお客様の価値観や消費行動は多様化しており、お客様の求める「おいしさ」や「健康」に対するニーズも多様化しています。このような状況の中、自販機ビジネスによるキャッシュ・フローの継続的拡大を図るためには、お客様にとっての自販機の付加価値を、より一層高めていくとともに、価値観の多様化に対応した商品を提供していくことが大きな課題となっています。

今後につきましては、IoTを通じて、自販機を社会のインフラとして活用し、幅広い分野でお客様の生活を、より快適で豊かにするサービスの提供をめざしています。そして、オープン・イノベーションとダイバーシティへの取り組みを推進することにより、価値観の多様化に対応し、お客様の共感を得られる高品質なおいしさと健康をお届けしていきます。

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



－課題と今後の戦略－

ドリンク剤受託専門メーカーとして圧倒的な地位を確立する

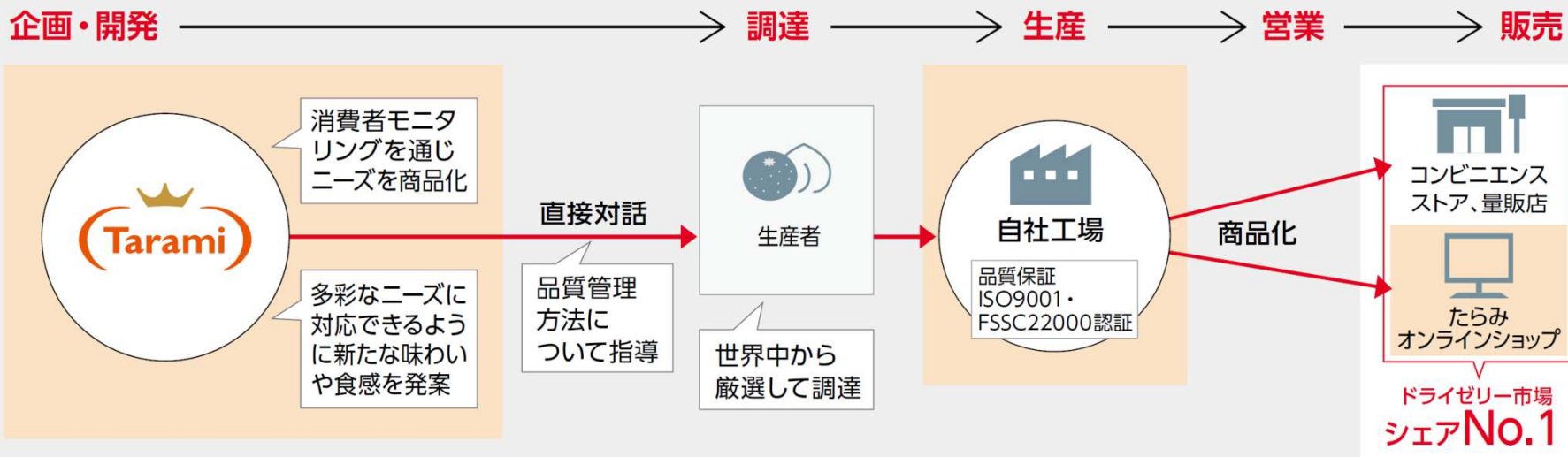
近年、栄養ドリンクのコアユーザー層の高齢化などを背景にドリンク剤市場は縮小傾向にある一方で、消費者の健康・美容志向の高まりによって、美容系ドリンク剤を中心に伸長傾向が見られます。また、BCP対策の一環としての生産のリスク分散や物流費高騰への対応はブランドメーカーにとっての懸案事項となっています。このような環境下においては、当社が高い製造品質と安定的な供給体制を整備し、お取引先の様々なご要望やニーズにお応えしていくことが重要課題となっています。当社が長年培ったノウハウをより一層強化・拡充することにより、ドリンク剤受託メーカーとしてトップクラスの地位をさらに強固にしていきます。

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



バリューチェーン



－課題と今後の戦略－

「やっぱりたらみ」と選ばれるブランドをめざす

近年、ドライゼリー市場は、低価格帯の販売量が減少する一方で、中価格帯の商品の売上が伸長しており、お客様は「こだわり」にお金を使う時が近づいてきていると感じています。

このような環境下において、お客様に「たらみ」ブランドの商品を積極的に選んでいただくためには、お客様の多面的なニーズに対応し、お客様の驚きや感動を生む商品を幅広く創り続けることが重要な課題であると考えています。

今後につきましては、「顧客目線」と「イノベーション」への取り組みを一層推進し、ブランド訴求、商品価値訴求を強化することにより、お客様を基軸とした長期的成長をめざします。

希少疾病の医療用医薬品市場への参入



➡ 希少疾病の医療用医薬品事業への参入（2019年7月事業開始予定）

① 社会的な課題への対応

希少疾病の医療用医薬品は疾患人口規模が小さいことから、未だに十分な開発が行われず、有効な治療薬が存在しない疾患も多数存在

② グループ理念の実現

希少疾病で苦しむ患者様に医薬品を通じた価値を提供し、事業を通じて社会的課題の解決を図る

【希少疾病の医療用医薬品等の指定条件】

対象患者	国内患者数5万人未満 又は指定難病に指定されている
医療上の必要性	代替する適切な医薬品や治療方法がない 又は既存の医薬品と比較して、著しく高い有効性、または安全性が期待される
開発の可能性	対象疾病に対して、当該医薬品等を使用する根拠があり、開発計画が妥当である

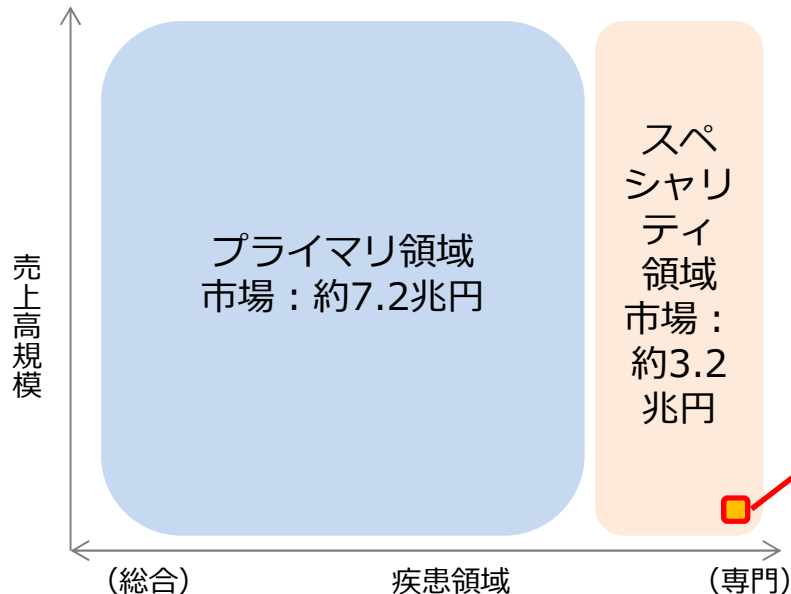
医薬品医療機器法第77条の2

こころとからだに、
おいしいものを。

希少疾病用の医療医薬品の市場規模



➡ 医薬品における希少疾病の医療用医薬品のポジショニング

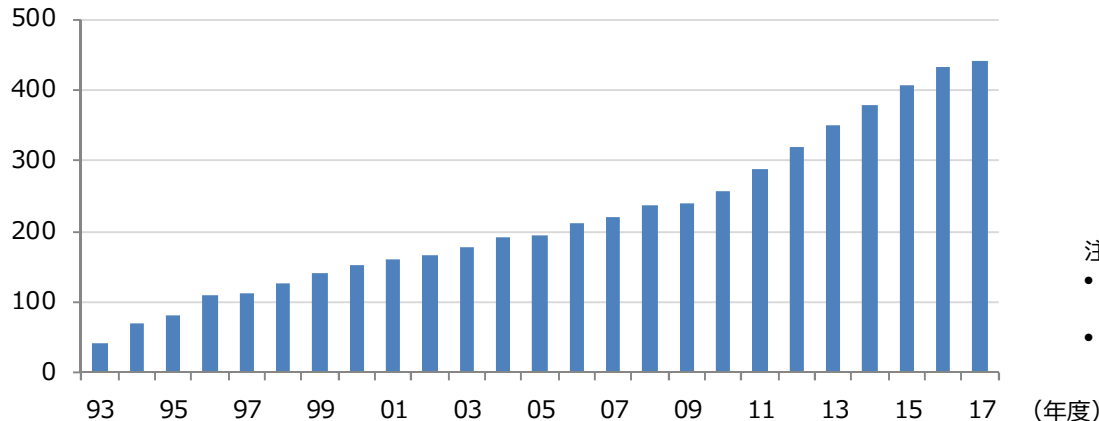


希少疾病領域 市場：数千億円

国の支援内容

- 優先的な治験相談及び優先審査の実施
- 申請手数料の減額
- 試験研究費への助成金交付
- 税制措置上の優遇措置
- 研究開発に関する指導・助言

希少疾病用医薬品の指定数推移



注記：

- 2017.12.21までの指定医薬品数。指定取消医薬品も含む)
- 「希少疾病用医薬品指定品目一覧表」(国立研究開発法人医療基盤・健康・栄養研究所)より当社作成

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ございません。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。