



こころとからだに、  
おいしいものを。



# 2014年度 決算

## 経営方針説明会資料

Challenge

Next Stage

2015年2月27日

ダイドードリンコ株式会社

(東証1部 : 2590)

- 飲料業界は大きな転換期
- 2014年の飲料業界全体の販売数量は前年割れ
- 個人消費停滞、天候不順、自販機販売苦戦
- 販売低迷を背景として、低価格化が加速
- 原材料価格、販促費高騰により業界全体が低収益構造へ

- 低価格戦略に追随せず、自販機ビジネスでの勝ち残りに向けた新たな戦略を展開
- 新規事業領域拡大への取組みを加速

- 1. 2014年度 決算概要／2015年度業績見通し**  
P.3～7
- 2. 当社グループのビジネスモデル**  
P.8～15
- 3. 中期経営計画「Challenge the Next Stage」**  
P.16～19
- 4. 2014年度総括と今後の取組み**  
P.20～36
- 5. APPENDIX**  
P.37～40
- 6. (参考資料) 持続的成長の実現に向けて**  
P.41～52

こころとからだに、  
おいしいものを。



# 1. 2014年度決算概要 2015年度業績見通し

Challenge

Next Stage

# (1) 2014年度 連結決算の概要

Next Stage



- ➡ 連結業績は、外部環境変化の影響を大きく受ける結果となった
- ➡ 厳しい環境下ながら、営業利益は期初計画並みの水準を確保
- ➡ 持分法投資損失計上により、経常利益・当期純利益は計画を下回る

単位：百万円

	2013年度実績		2014年度実績			
		構成比		構成比	増減率	増減額
売上高	154,828	100.0%	149,526	100.0%	▲3.4%	▲5,301
営業利益	6,004	3.9%	5,174	3.5%	▲13.8%	▲829
経常利益	5,962	3.9%	4,470	3.0%	▲25.0%	▲1,492
当期純利益	3,712	2.4%	2,322	1.6%	▲37.5%	▲1,390
EPS	224.08円		140.16円		▲37.5%	▲83.92円
1株当たり配当金	60円		60円		0.0%	-

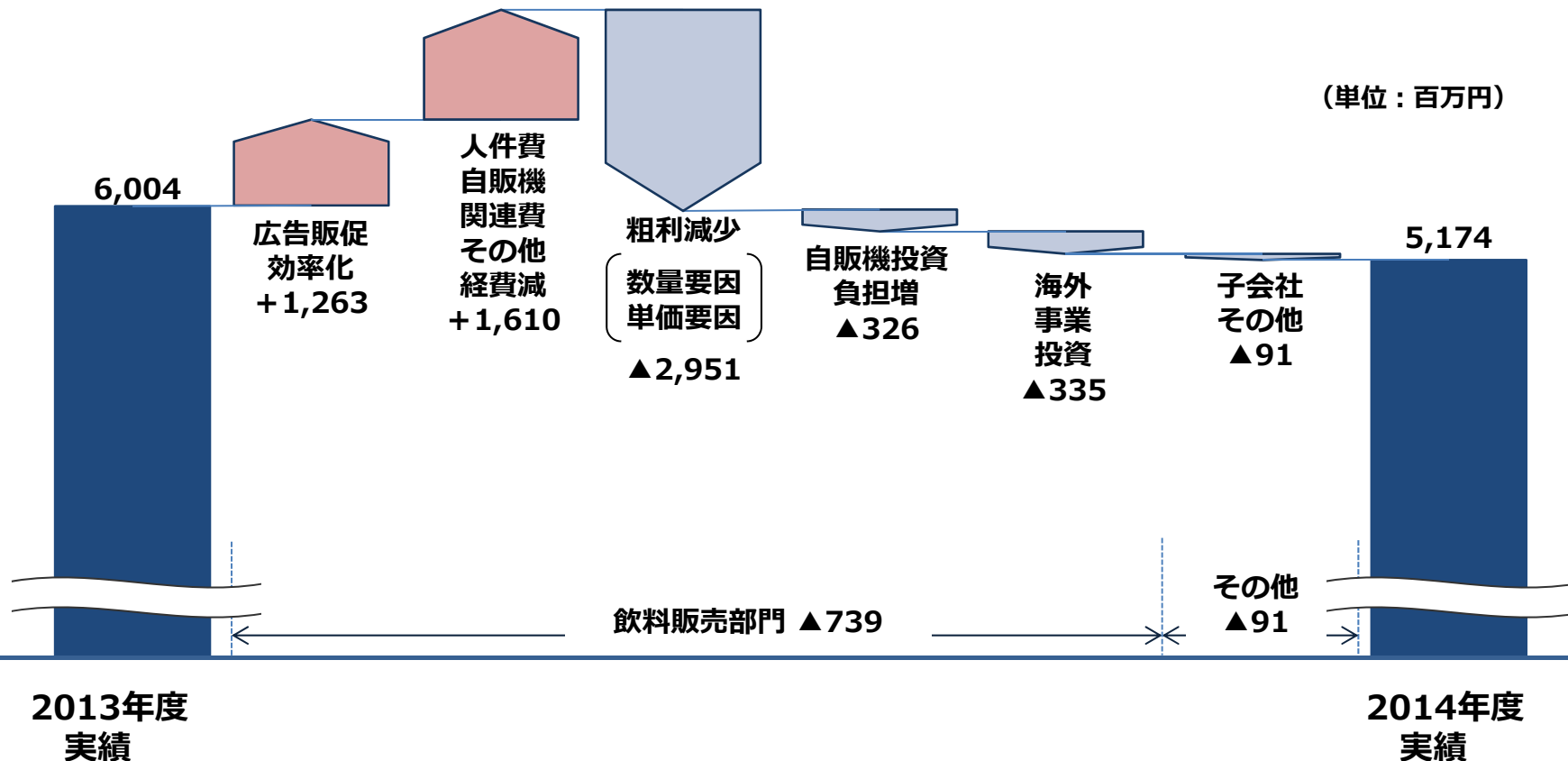
※持分法投資損失 2014年度：763百万円 2013年度：46百万円

## (2) 2014年度 連結決算 営業利益の増減要因

Next Stage



- ➡ 飲料販売部門の販売数量は6%減、販売単価は改善
- ➡ 広告販促効率化、諸経費の圧縮等のコストコントロール
- ➡ 食品製造販売部門は、ほぼ前期並みの営業利益を確保



### (3) 2015年度 通期業績予想の概要

Next Stage



- ➡ 連結売上高は、前期比 1%増を見込む
- ➡ コーヒー豆などの原材料価格高騰による利益面への大きな影響
- ➡ 持分法投資損失は、前期のみの一過性のため当期純利益は16.3%増

単位:百万円

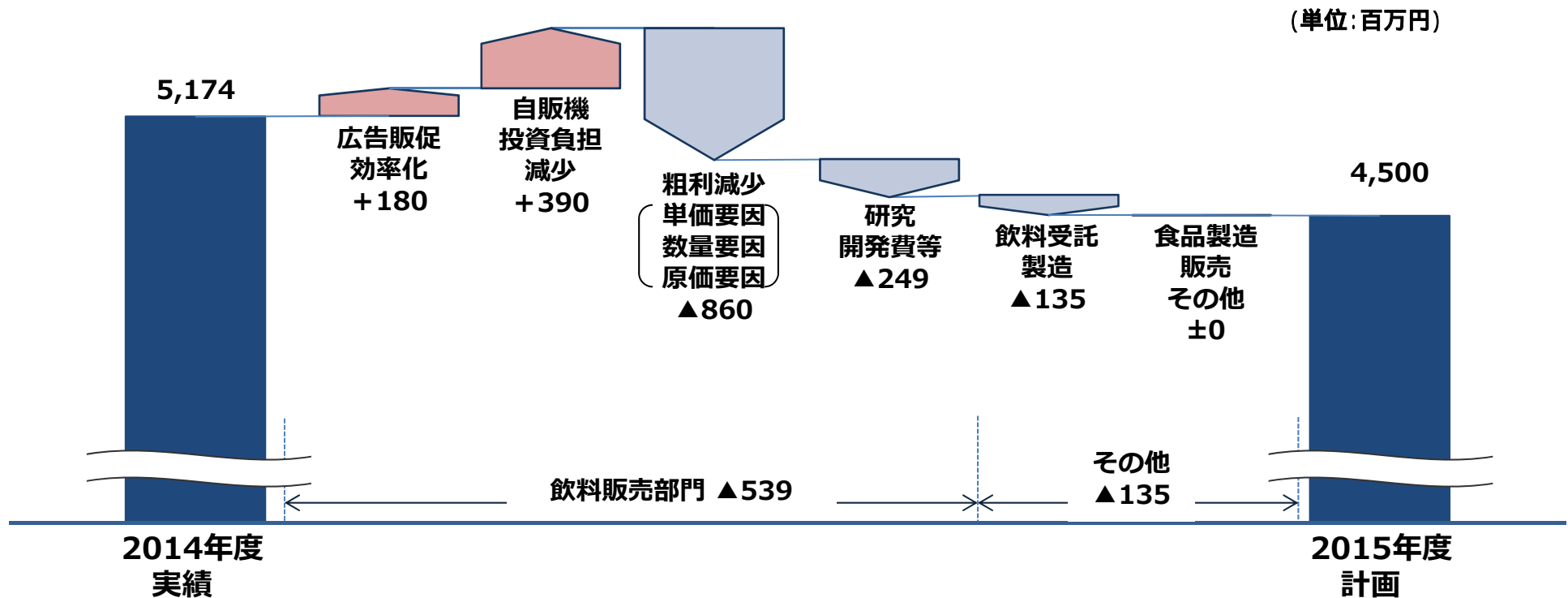
	2014年度実績		2015年度業績予想			
		構成比		構成比	増減率	増減額
売上高	149,526	100.0%	151,000	100.0%	1.0%	1,474
営業利益	5,174	3.5%	4,500	3.0%	▲13.0%	▲674
経常利益	4,470	3.0%	4,400	2.9%	▲1.6%	▲70
当期純利益	2,322	1.6%	2,700	1.8%	16.3%	378
EPS	140.16円		162.98円		16.3%	22.82円
1株当たり配当金	60円		60円		0.0%	-

# (4) 2015年度業績予想 営業利益の増減要因

Next Stage



- ➡ 飲料販売部門は、原価高騰により約8億6千万円の粗利減  
(販売数量は前期比0.5%減を想定)
- ➡ 飲料受託製造部門は、容器資材価格高騰の影響
- ➡ 食品製造販売部門は、ほぼ前期並みの営業利益を確保





こころとからだに、  
おいしいものを。



Challenge

## 2. 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

こころとからだに、  
おいしいものを。



#### ◆ 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。

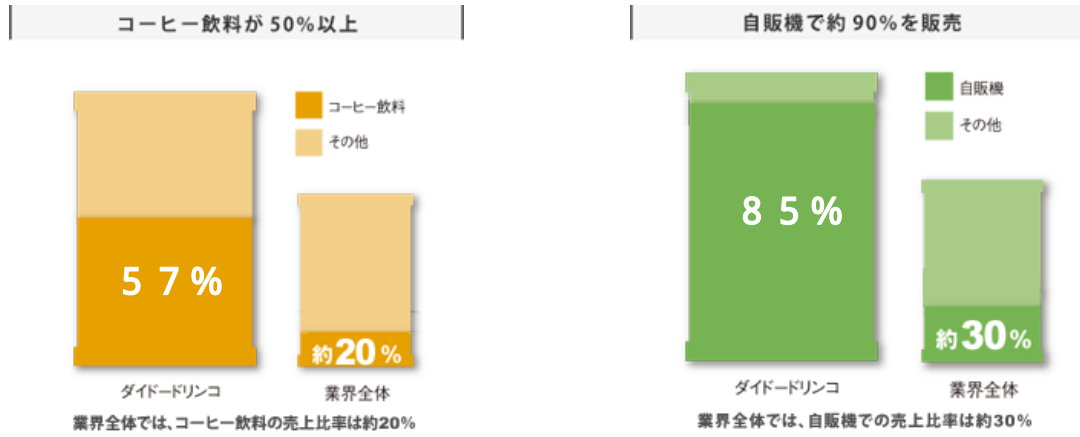


# (3) ダイドードリンコの特徴・強み

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



## (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



※3/1発売予定



※3/1発売予定



※4/1発売予定

## (6) 安定的な財務基盤を背景に新たな成長へ

Next Stage



### ◆ 連結貸借対照表の状況 (2015.1.20現在)

<b>金融資産</b> <b>727 億</b>	<b>有利子負債</b>	<b>278億</b>
	<b>仕入債務</b>	<b>162億</b>
	<b>未払金</b>	<b>110億</b>
	<b>その他負債</b>	<b>81億</b>
<b>売上債権</b> <b>137億</b>	<b>純資産</b>	<b>847億</b>
<b>たな卸資産</b> <b>73億</b>		
<b>その他資産</b> <b>541億</b>		



こころとからだに、  
おいしいものを。



Challenge

### 3. 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



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

## Next Stage

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

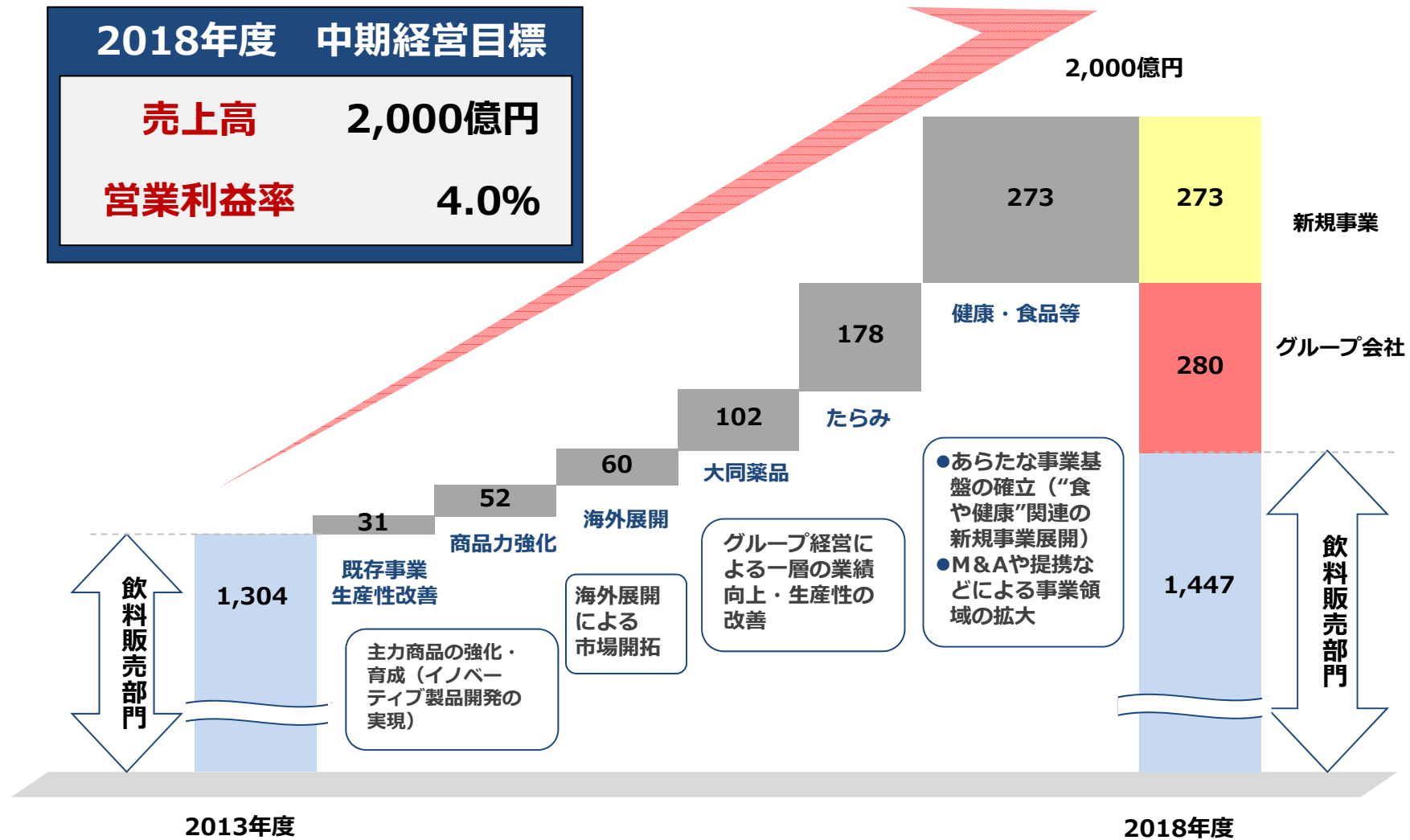


# (3) 中期経営目標

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。



## 4. 2014年度総括と今後の取組み

Challenge

Next Stage

# (1) 2014年度の成果と課題

Next Stage



## 既存事業成長への

## Challenge

### 成果

- ◆消費税増税に伴う価格改定への機動的な対応
- ◆販売単価の改善による売上総利益率の上昇

### 課題

- ◆価格競争に陥らない付加価値の提供
- ◆サプライチェーン全般にわたるコストの最適化

## 商品力強化への

## Challenge

### 成果

- ◆消費者動向の変化に対応したボトル缶のラインアップ強化
- ◆新たな顧客層獲得に向けたチャレンジングな商品の上市

### 課題

- ◆より幅広い顧客層を獲得できるサプライズな新商品の開発
- ◆ロケーション特性に応じた品揃えを実現するためのラインアップ拡充

# (1) 2014年度の成果と課題

Next Stage



## 海外展開への

## Challenge

### 成果

- ◆ ロシアにおける事業展開のスタート
- ◆ 台湾TCIとの資本業務提携、たらみインドネシアの設立準備

### 課題

- ◆ 各事業の特徴を活かした海外展開の本格化
- ◆ 新たな地域における事業展開の可能性追求

## 新たな事業基盤の確立への

## Challenge

### 成果

- ◆ M&A実行にむけた本格的な調査・検討の開始
- ◆ ヘルスケア商品の通信販売は着実に拡大

### 課題

- ◆ 「食と健康」の分野における新たな事業ポートフォリオの確立
- ◆ 資本効率向上に向けた収益性・成長性の高い事業基盤の確保

## (2) 事業部門別概況

Next Stage



### DyDo 飲料販売部門

※連結調整前の数値 単位：百万円

	2013年度実績	2014年度実績		2015年度通期業績予想			
			増減率	増減額	増減率	増減額	
売上高	130,400	124,597	▲4.4%	▲5,802	125,500	0.7%	902
営業利益	4,578	3,839	▲16.2%	▲739	3,300	▲14.0%	▲539

#### 2014年度総括

- ◆ 価格改定効果により、販売単価改善
- ◆ 消費低迷、天候不順、競合他社の低価格戦略の影響

#### 2015年度方針

- ◆ コア事業である自販機ビジネスの基盤強化
- ◆ 地域の特性に応じた営業戦略展開、共栄会との連携体制強化
- ◆ ボトル缶をはじめとするリシール容器ラインアップの拡充
- ◆ ロケーションの特性に応じた商品ラインアップの実現
- ◆ ロシアにおける自販機展開も継続的に推進





## (2) 事業部門別概況

Next Stage



### 飲料受託製造部門

※連結調整前の数値 単位：百万円

	2013年度実績	2014年度実績		2015年度通期業績予想			
			増減率	増減額		増減率	増減額
売上高	10,857	10,220	▲5.9%	▲636	10,100	▲1.2%	▲120
営業利益	1,227	1,135	▲7.5%	▲91	1,000	▲12.0%	▲135

#### 2014年度総括

- ◆利益面は期初計画を上回る実績で着地
- ◆市場環境の変化による受託製品構成の変化
- ◆製造コスト低減に一定の成果

#### 2015年度方針

- ◆安全、安心な生産体制の維持強化
- ◆効率化の推進によるコスト削減
- ◆開発・提案力の強化による将来に向けた基盤の構築
- ◆台湾TCI社との協力関係構築による海外展開へのチャレンジ



## (2) 事業部門別概況

Next Stage



### 食品製造販売部門

※連結調整前の数値 単位：百万円

	2013年度実績	2014年度実績		2015年度通期業績予想			
			増減率	増減額		増減率	増減額
売上高	14,299	15,360	7.4%	1,060	16,100	4.8%	739
営業利益	609	614	0.9%	5	620	0.9%	5

#### 2014年度総括

- ◆利益面は微増ながら、販売面において着実な成果
- ◆コンビニエンスストアへのさらなる浸透
- ◆海外輸出の増加

#### 2015年度方針

- ◆持続的成長の実現に向けた収益構造、事業基盤構築に注力
- ◆調達戦略、生産戦略による原材料価格高騰への対応
- ◆高付加価値商品の投入による商品構成見直し
- ◆インドネシア事業立ち上げによる新市場創出へのチャレンジ



### (3) 既存事業成長へのChallenge

Next Stage



## 価格競争に巻き込まれない付加価値の提供に向けて

- ◆分析データに基づく自販機コラム最適化\*
- ◆ロケーションごとのコラム最適化を実現する  
商品ラインアップの拡充
- ◆未来自販機プロジェクト始動



※自販機コラム最適化：

自販機で販売する商品のラインアップを、自販機設置場所の販売特性にあわせ、最適化すること

### (3) 既存事業成長へのChallenge

Next Stage



## サプライチェーン全般にわたるコストの最適化に向けて

- ◆ 調達戦略の最適化
- ◆ 販売促進費の最適化
- ◆ 新システム導入によるオペレーションの最適化



## (4) 商品力強化へのChallenge

Next Stage



### 「ダイドーブレンド微糖 世界一のバリスタ※監修」 飲用スタイルに合わせて、さらに進化した缶コーヒー

- 飲用スタイルに合わせて、味わいをさらに工夫
- パッケージリニューアルにより世界一の価値観を向上



※ 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 ビート・リカータ氏

## (4) 商品力強化へのChallenge

Next Stage



### 「ダイドーブレンド 泡立つプレミアム」 振るだけで、なめらかに泡立つプレミアム缶コーヒー

- 缶を振ると、口あたりなめらかな泡立ちが楽しめる
- エスプレッソ抽出した上質なコーヒーとミルクがきめ細やかに泡立つ
- 世界一バリスタ監修によりプレミアムなおいしさを追求



#### 【 泡立ちの仕組み 】

缶の内部の陰圧、最適なヘッドスペースのコントロール、中味の独自製法技術の組み合わせにより、振るたびに空気を抱き込んだ泡が分散され、きめ細やかな泡立ちを実現



# (4) 商品力強化へのChallenge

Next Stage



## miu ブランド強化による最盛期の自販機への誘因



## コミュニケーション施策による和果ごこちブランド強化



## 差別性を有する商品強化による固定顧客の育成

- シリーズ名視認性を強化し、「2つの食感シリーズ」の育成
- 異なるフレーバーであることが認識されるための差別化
- 「ふって飲む」という中味特性の視認性



# (5) 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



地下道



バスターミナル



ガソリンスタンド



鉄道駅



シネマ



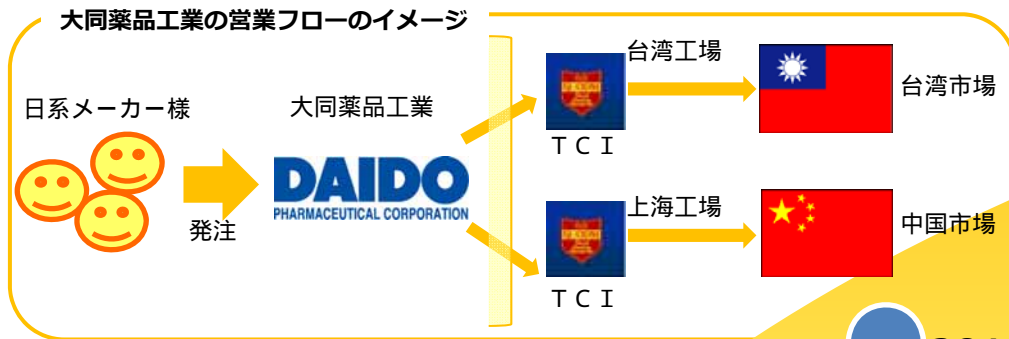
# (5) 海外展開へのChallenge

Next Stage



## 台湾の大江生醫股份有限公司（英文社名：TCI）との提携

TCIは機能性ドリンク、保健食品、スキンケア商品といった3つの事業を柱に研究開発・製造・販売を行っており、会社全体の売上に占める割合は、機能性ドリンクで約54%、保健食品で32%、スキンケア商品で14%となっています。そして現在、台湾で保健食品とスキンケア商品の受託製造会社ではトップシェアを誇っており、さらに新素材や高い生産技術を強みに、多種多様な製品を世界28ヶ国以上に供給しています。



これまでの協力関係を次のステージに高め、台湾の成長企業「TCI」を通じて中国・ASEANの成長機会を取り込む。

2014年12月  
DyDoグループはTCIに15%出資し、持分法適用会社化。  
ダイドードリンコ社長の高松富也が董事に就任。

2014年4月  
大同薬品工業とTCIは健康食品・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

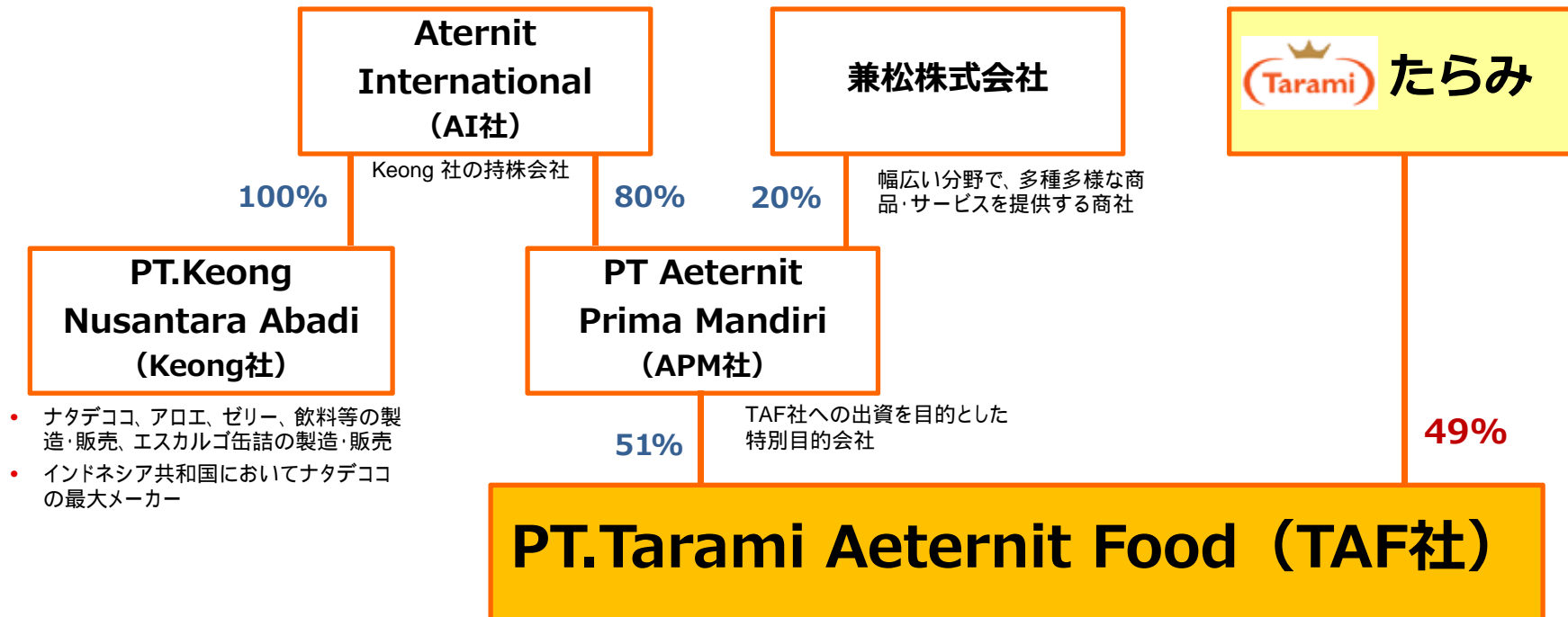
# (5) 海外展開へのChallenge

Next Stage

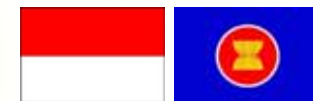


## インドネシアにおける合併会社 「PT.Tarami Aeternit Food」を設立

インドネシアにおいて、たらみブランドをはじめとした「フルーツゼリー」の生産・販売事業を展開するため、インドネシア法に基き「PT Aeternit Prima Mandiri」と合併会社を設立。



インドネシア国内及びASEAN等の  
周辺諸国への販売をめざす。



# (6) 新たな事業基盤確立へのChallenge

Next Stage



## ◆ M&A、アライアンスに対する考え方

	国内	海外
<b>既存事業の成長</b>  飲料販売部門 飲料受託製造部門 食品製造販売部門	各事業部門が独自性を発揮し、収益性向上を図る。	新たな地域での事業展開に向け、良好な関係性を築く事ができるパートナー企業を模索。合併企業の設立やM&Aも視野に入れる。
<b>「食や健康」 の分野における 新規事業基盤の確立</b>	既存事業の間を埋める新たな事業ポートフォリオの確立をめざす。M&Aは、収益性と成長性を重視し、資本効率向上を図る。	---

# (7) 資本政策と株主還元について

Next Stage



**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

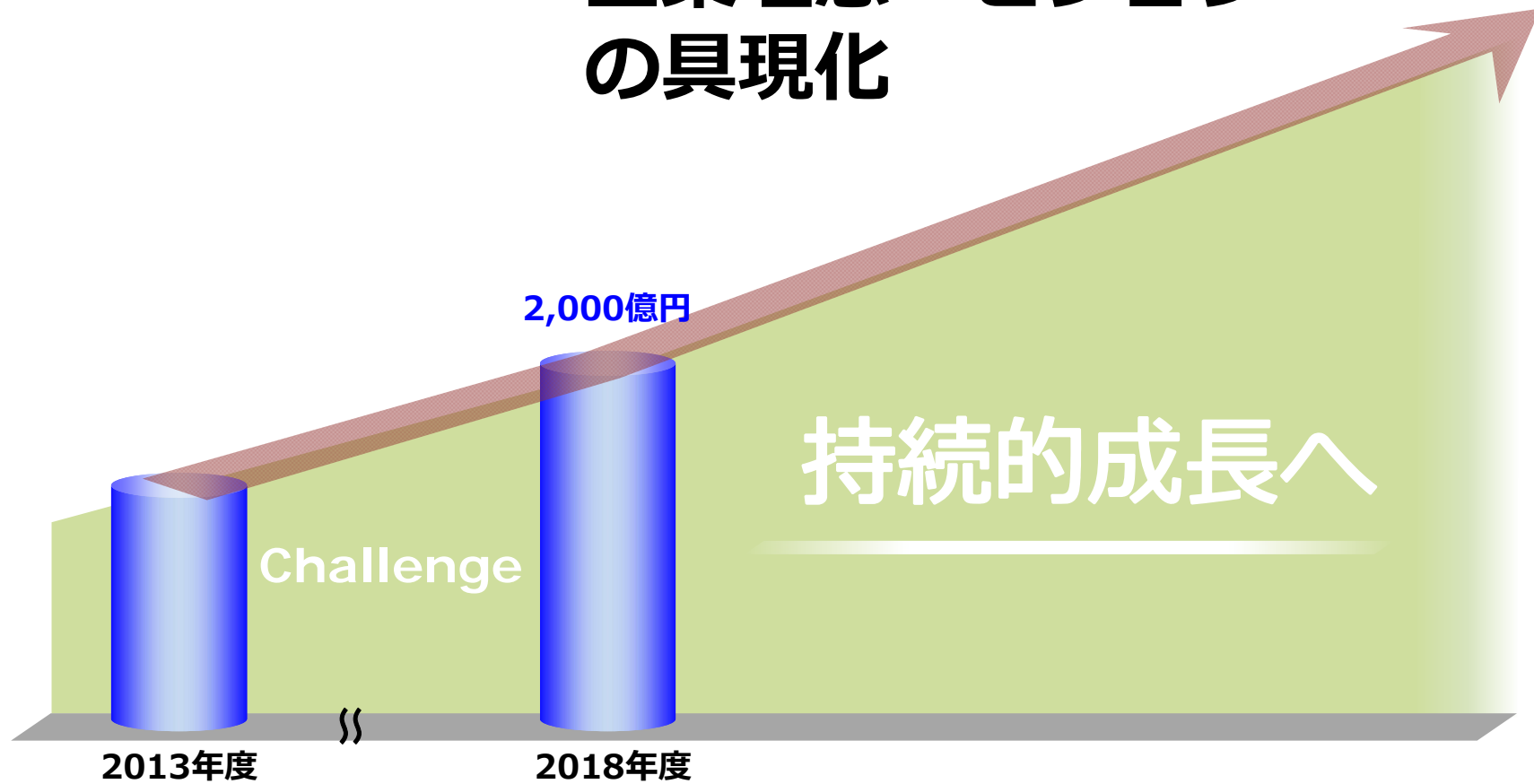
	基本的考え方
資本の有効活用	<ul style="list-style-type: none"><li>内部留保は、持続的利益成長・資本効率向上につながる戦略的事業投資に優先的に充当</li></ul>
財務健全性の維持	<ul style="list-style-type: none"><li>既存事業による安定的なキャッシュの創出力の向上</li><li>継続的な戦略的事業投資を可能にする財務基盤の維持</li></ul>
株主還元	<ul style="list-style-type: none"><li>厳しい収益環境下においても、安定配当維持継続</li><li>持続的利益成長の実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

# (8) 持続的成長の実現

Next Stage



## 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。



# APPENDIX

Challenge

Next Stage

## 第2四半期累計期間 業績予想

Next Stage



- ➡ 2015年度上期は、利益面において特に厳しい状況を想定
- ➡ 各事業部門ともに、原材料価格高騰の影響を大きく受ける
- ➡ 飲料販売部門の上期の販売数量は2%減を想定

単位：百万円

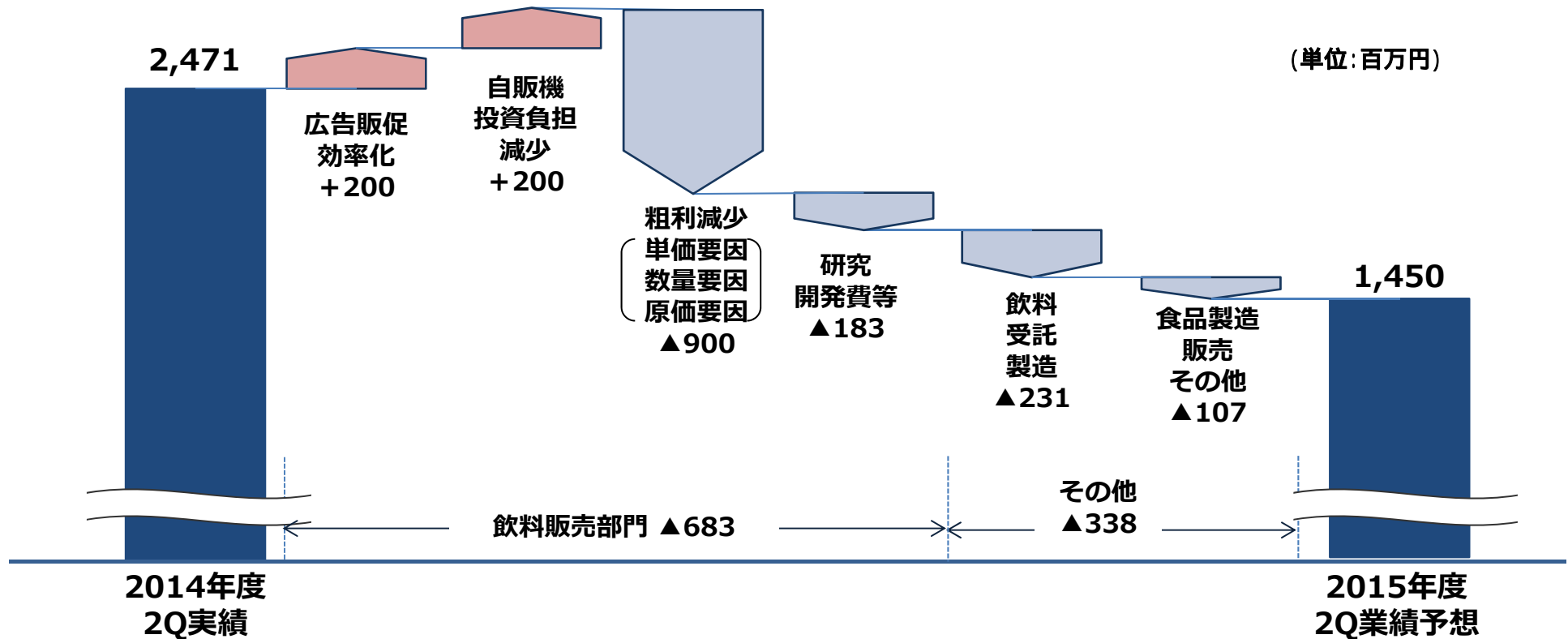
	2014年度第2四半期 実績		2015年度第2四半期 業績予想			
		構成比		構成比	増減率	増減額
売上高	75,759	50.7%	75,700	50.1%	▲0.1%	▲59
営業利益	2,471	1.7%	1,450	1.0%	▲41.3%	▲1,021
経常利益	2,383	1.6%	1,350	0.9%	▲43.3%	▲1,033
四半期純利益	1,174	0.8%	700	0.5%	▲40.4%	▲474
E P S	70.89円		42.25円		▲40.4%	▲28.64円
1株当たり配当金	30円		30円		0.0%	-

# 第2四半期累計期間 営業利益増減要因

Next Stage



- ➡ 飲料販売部門は、原価高騰と販売数量減少の影響を見込む
- ➡ 飲料受託製造部門は、前年上期の駆け込み受注の反動減
- ➡ 食品製造販売部門は、増収ながら輸入原材料価格高騰が影響





# 第2四半期累計期間 セグメント別業績予想

Next Stage



## DyDo 飲料販売部門

※連結調整前の数値 単位：百万円

	2013年度 上期実績	2014年度 上期実績		2015年度 上期業績予想			
			増減率	増減額		増減率	増減額
売上高	64,802	62,685	▲3.3%	▲2,117	62,400	▲0.5%	▲285
営業利益	1,731	1,423	▲17.8%	▲308	740	▲48.0%	▲683

## DAIDO PHARMACEUTICAL CORPORATION 飲料受託製造部門

※連結調整前の数値 単位：百万円

	2013年度 上期実績	2014年度 上期実績		2015年度 上期業績予想			
			増減率	増減額		増減率	増減額
売上高	5,728	5,531	▲3.4%	▲196	5,050	▲8.7%	▲481
営業利益	700	711	1.4%	10	480	▲32.5%	▲231

## Tarami 食品製造販売部門

※連結調整前の数値 単位：百万円

	2013年度 上期実績	2014年度 上期実績		2015年度 上期業績予想			
			増減率	増減額		増減率	増減額
売上高	7,520	7,929	5.4%	408	8,500	7.2%	570
営業利益	523	556	6.4%	33	390	▲30.0%	▲166

こころとからだに、  
おいしいものを。



## (参考資料)

Challenge

Next Stage

持続的成長の実現に向けて  
— ESGへの取組み —

# (1) CSR基本方針

Next Stage



私たちは「人と、社会と、共に喜び、共に栄える。」というグループ企業理念に則り、ステークホルダーの皆さまの声を経営に生かし、豊かで元気な社会づくりに貢献します。

**お客様には** ➤ 「高い品質にいつもサプライズを添えて！」

安全安心はもちろん、喜びと感動をお届けします。

**従業員には** ➤ 「ダイナミックに働き、達成する喜びを！」

社内コミュニケーションを促進し、チャレンジする人材を育成します。

**取引先には** ➤ 「次の成長ステージへ共にチャレンジ！」

経営ビジョン・経営戦略を共有し、ビジネスパートナーとの信頼関係を深めます。

**社会には** ➤ 「人や社会との絆を大切に！」

事業活動やコミュニティ活動を通じて、地域社会の活性化に貢献します。

**株主には** ➤ 「継続的な企業価値向上を！」

健全なガバナンス体制により、安定的な還元を実現します。

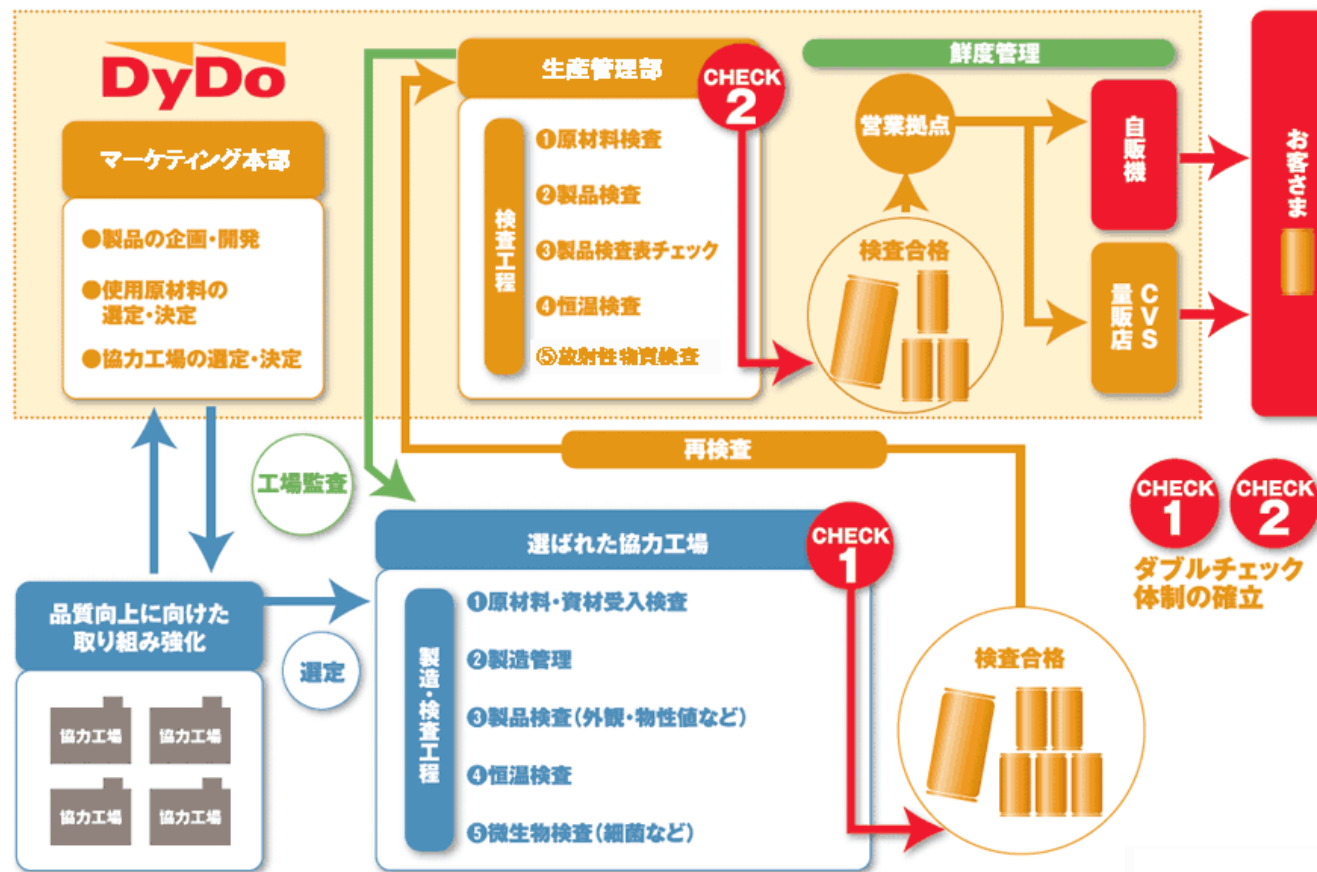
## (2) 安全安心への取組み

Next Stage



### ◆ 製造段階におけるダブルチェック体制

■ 「食の安全」確保のためのダブルチェック体制(フローチャート)



### (3) 環境への取り組み

Next Stage

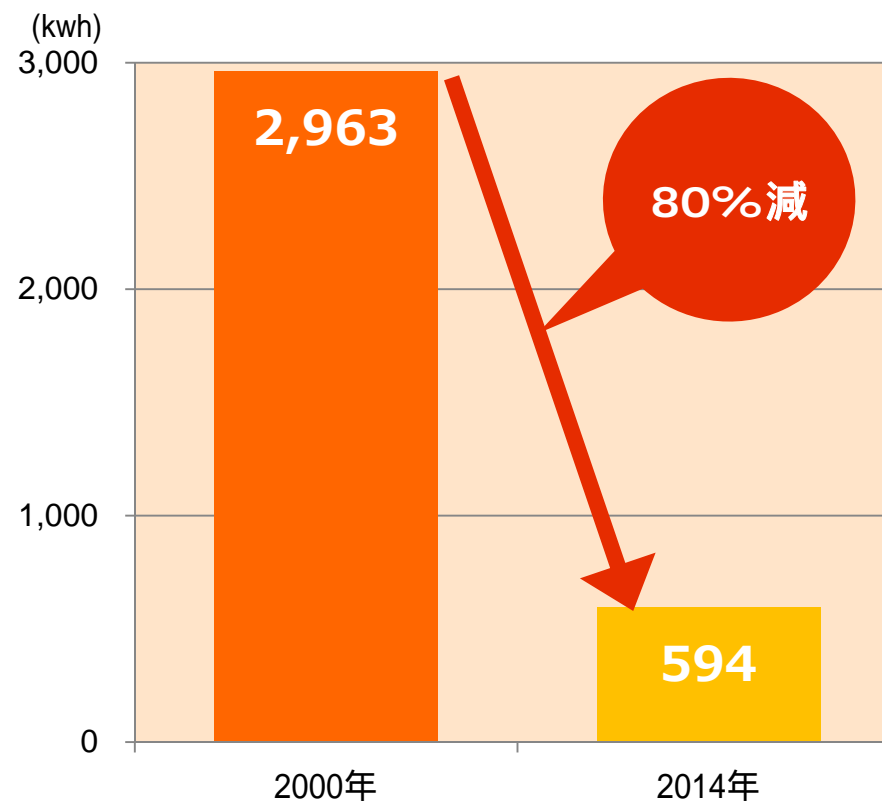


#### ◆ 環境への取り組み エコ自販機を積極的に投入

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

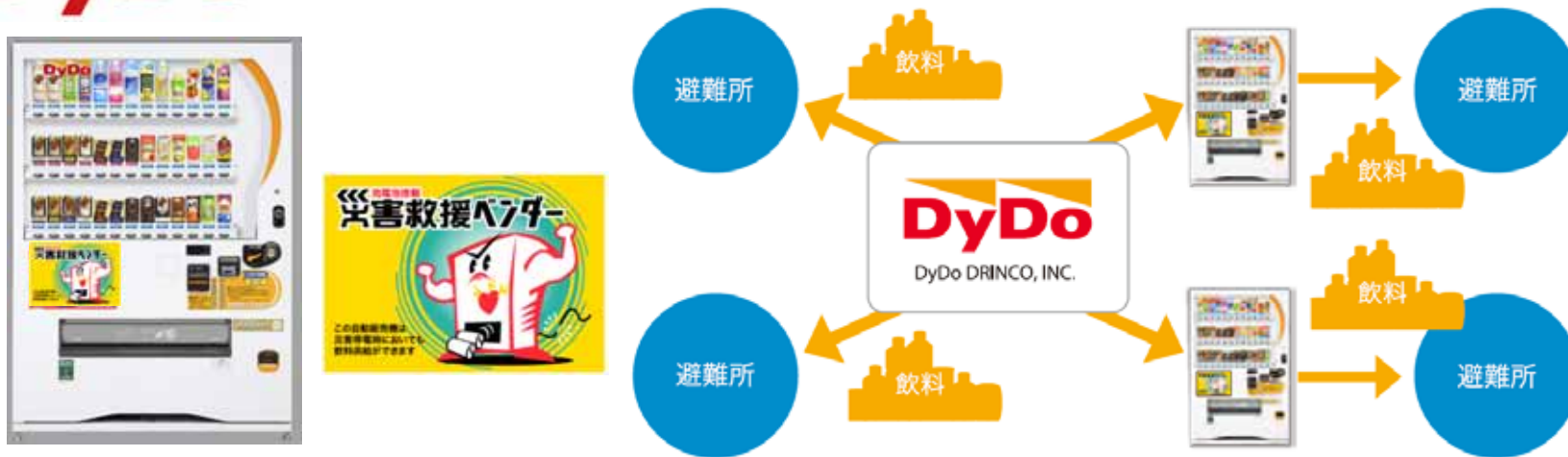


# (4) 地域・社会への取り組み

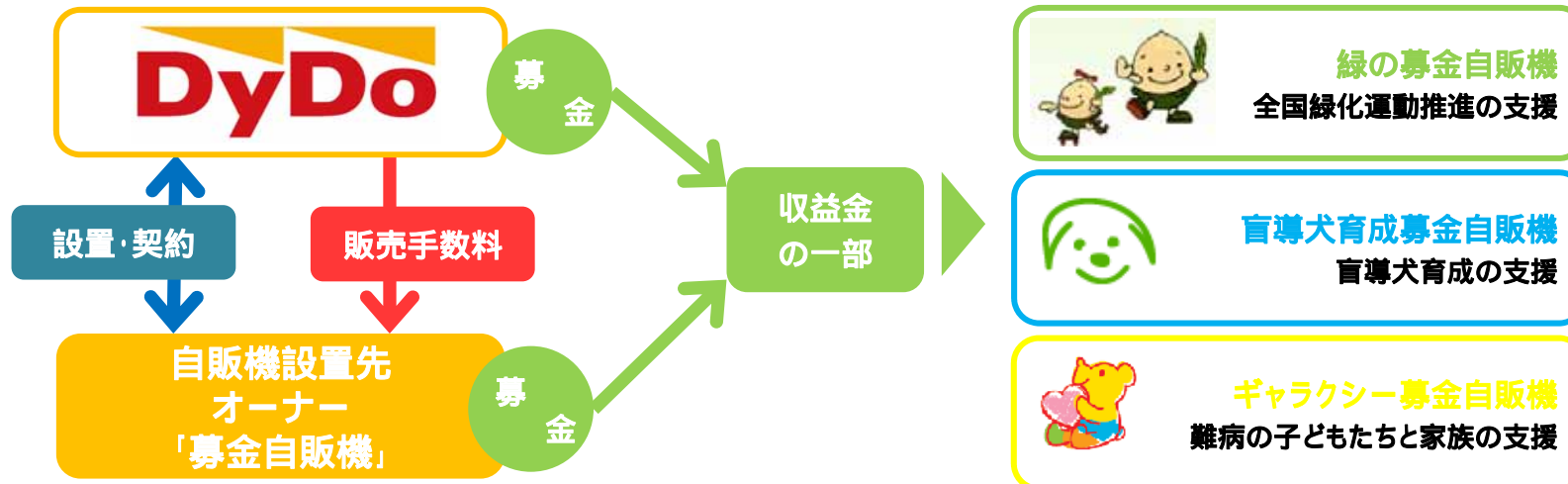
Next Stage



## ◆ 地方自治体と災害時における支援協定



## ◆ 社会への取り組み – 自販機を通じた募金活動



# (4) 地域・社会への取り組み

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。



# (4) 地域・社会への取り組み

Next Stage



## ◆ 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、2015年は全国34箇所の祭りを応援する。





# (4) 地域・社会への取り組み

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

### ➤ 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、2014年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。2015年度も次世代の育成を支援していきます。



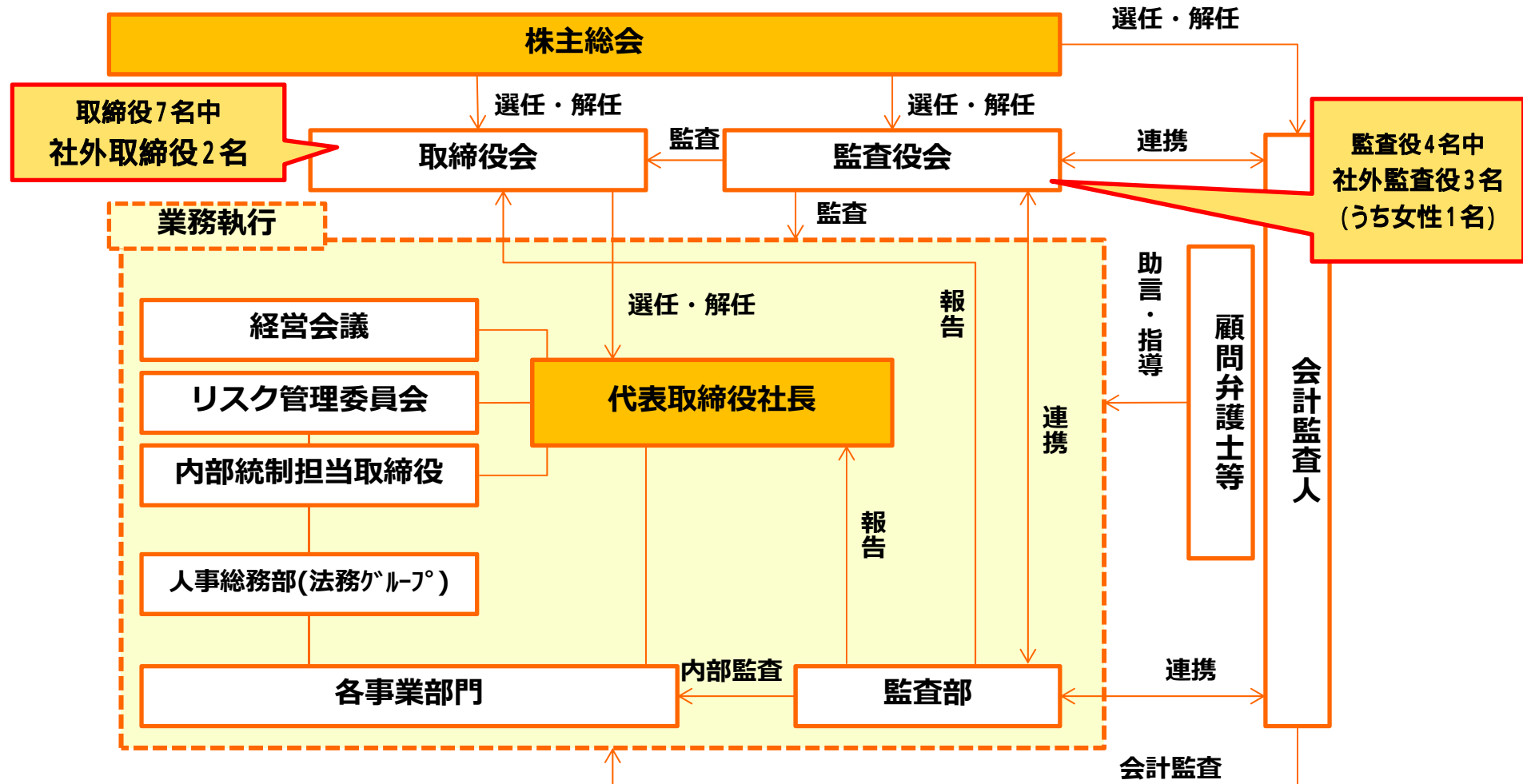
第3回「ご当地！絶品うまいもん甲子園」で見事優勝した「岐阜県立郡上高校」のみなさん

# (5) コーポレートガバナンス

Next Stage



当社は、健全な企業活動とコンプライアンスを徹底し、経営の透明性と効率性を高めることによりお客様、従業員、お取引先様、地域社会、株主の皆様など、当社を巡るステークホルダーとの円滑な関係を構築し、企業価値の増大に努めることをコーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方としています。



## (6) ステークホルダーとの対話

Next Stage



### ◆ ステークホルダーの皆様との対話機会を積極的に創出

#### 株主様・投資家様には

個人投資家説明会や機関投資家決算説明会を開催。  
2014年度からはスモールミーティングや個別ミーティングの機会を積極的に設け、投資家の皆様との対話機会を充実させている。



#### 取引先様には

お取引先様と相互信頼に基づく、より良いパートナーシップを構築するため、日々のコミュニケーションに加え、定期的に施策説明会を開催している。



#### 従業員には

トップ自らが全国の拠点を訪問し、従業員との対話を推進。経営トップと直接対話することで、自由な意見を交換し合える風通しの良い職場環境の構築に取り組んでいる。



# (7) 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	<b>ダイドードリンコ</b>
3	日清ホールディングス

# (8) 株主様とのコミュニケーション

Next Stage



## ◆ 年2回株主様向け通信誌「DyDo Challenge通信」を発行 - 株主様との「双方向コミュニケーション」充実

◆ 株主様からの公募で名称を決定した  
「DyDo Challenge通信」



◆ 決算内容をQ A形式でご説明



◆ 株主様のアンケート結果を毎回フィードバック



◆ 株主様のご質問にお答えするコーナー



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。