



こころからだに、
おいしいものを。

DyDo



2590

ダイドードリンク

※2017年1月21日より「ダイドードリンクホールディングス」に商号変更



執行役員コーポレートコミュニケーション本部長 長谷川 直和氏

セミナー内容

次代に向けた企業価値創造へのチャレンジ

DyDoグループは、清涼飲料やドリンク剤、フルーツデザートゼリー、健康食品などを通じ、購入者の楽しく健やかな暮らしへの貢献をめざしている。2018年度を最終年度とする中期経営計画のもと、既存事業をより一層強固な基盤にするとともに、新たな収益の柱の確立にチャレンジしている。

自販機の普及とともに大きく成長し、事業を拡大

戦後、配置薬業を創業後、医薬品の製造等を経てドリンク剤の製造・販売を開始。1970年代初頭、ガソリンスタンドなどにショーケースを設置し、ドリンク剤とともに当時人気を集め始めていた缶コーヒーを販売。その後、自販機の普及と共に同社グループも全国に自販機を展開し、今日の約28万台の自販機網を構築。現在は中期経営計画のもと、商品力の強化や海外展開、M&Aなどで事業拡大にチャレンジしている。2017年1月に持株会社体制へ移行し、グループガバナンスの強化を図り、将来にわたる持続的成長の実現と中長期的な企業価値向上をめざす。

3部門で独自のビジネスモデルを展開

【飲料販売部門】売上の約85%が自販機によるもので、商品別では缶コーヒーが50%以上を占める。「利益率の高い缶コーヒーを価格安定性、販売安定性の高い自販機で販売する」という仕組みが安定した業績の基盤に繋がっている。また、自社工場をもたないファブレス体制のため、製造を協力工場に委託する一方、自販機販売による売上回収は現金主体となり、収支ギャップは常に小さい。こうしたビジネスモデルが安定したキャッシュ・フローと良好な財務体質を生み出している。

【飲料受託製造部門】大同薬品工業(株)は、ドリンク剤の研究、開発、製造に取り組み、OEM(受託製造)に特化したビジネスを展開。医薬品メーカーの栄養ドリンクや化粧品メーカーの美容ドリンクなどを製造し、高い品質で高評価を得ている。ドリンク剤は収益性が高く、グループ全体の営業利益の約20%を占め、業績に大きく貢献している。

【食品製造販売部門】2012年に、M&Aで(株)たらみを連結子会社化。フルーツデザートゼリー市場で圧倒的なトップシェアを誇る。今後も付加価値の高い商品、新たな市場、販売チャネルの開拓を続けていく。

中期経営計画「Challenge the Next Stage」 4つのチャレンジで次なるステージへ

2014年に就任した現社長のもと、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。』を新たに策定。また、同年よりスタートした中期経営計画「Challenge the Next Stage」では「既存事業成長へのチャレンジ」「商品力強化へのチャレンジ」「海外展開へのチャレンジ」「新たな事業基盤の確立へのチャレンジ」の4つのチャレンジを掲げ、2018年度に売上高2,000億円、営業利益率4%をめざす。

自販機ビジネスの革新と新たな収益の柱の確立をめざす

自販機ビジネスモデルの革新により、キャッシュ・フローの継続的拡大に取り組む。技術革新によって延命化を実現した自販機「フロンティアベンダー」の展開などにより、環境負荷低減と固定費削減の両立を図るとともに、削減できた費用を自販機1台当たりの売上アップに向けた施策へ積極投資。2016年4月よりスマートフォンを介して利用者と自販機を繋ぐ新サービス「Smile STAND」を開始し、2018年度までに約15万台の自販機をIoTプラットフォーム化することで、飲料を買うだけのものから情報発信基地への変革を図る。また、トップラインの成長に向けて海外展開を加速しており、2016年よりトルコ共和国、マレーシアの飲料市場に新たに参入。さらに、新たな収益の柱の確立に向けて、収益性・成長性の高い「食と健康」分野の新規事業の獲得にチャレンジしている。