

DyDo Challenge

通信

2025年
春号



ことば
どの言葉も、
DyDoグループに
かが
ことば
関わる言葉だよ!



Q U I Z ! **ダイドーグループのブランドメッセージは何でしょうか?**
ひと しゃかい とも よろこ とも さか
 ①人と、社会と、共に喜び、共に栄える。 ②“Dynamic”に“Do” ③こことからだに、おいしいものを。
 ※プレゼント応募企画の詳細はP.16をご覧ください。

前号の答え フランス語 正答率99.3% (有効回答数3,093件)

た

Contents

1	2	5	7
トップインタビュー	セグメント別業績	株主優待品のご案内	
4	5	11	13
こことからだに、 おいしいものを。	DyDotボックス①	DyDoボックス②	
7	15		
DyDoスクエア			



ダイドーグループホールディングス株式会社
 [証券コード2590]



代表取締役社長

高松 富也

2022年度より、企業会計基準第29号「収益認識に関する会計基準」、IAS29号「超インフレ経済下における財務報告」が適用されています。「超インフレ経済下における財務報告」適用に関する詳細については、当社ウェブサイトに掲載されている「2024年度(2025年度1月期)決算概要」をご覧ください。

ダイドグループホールディングス
株式会社 決算関連資料

<https://www.dydo-ghd.co.jp/ir/data/earnings>



Q. DyDoグループの2024年度について振り返りをお願いします。

A. 「グループミッション2030」の実現に向けて着実に歩みを進めました。

2024年度は、主力の国内飲料事業において「スマート・オペレーション[※]」の展開先自販機を拡大させたほか、海外飲料事業においてはポーランドの飲料会社Wosana S.A. (以下、ヴォサナ社)の買収、希少疾病用医薬品事業においては初となる製造販売承認を取得(詳しくはP.13-14)するなど、「グループミッション2030」の実現に向けて着実に歩みを進めることができました。また、ダイドードリンコ商品の輸出展開を担う「ダイドードリンコインターナショナル株式会社」を海外飲料事業内に設立するなど、組織体制の強化にも着手した一年でした。

業績面では、主力の国内飲料事業において、販売数量の減少により減収減益となりましたが、海外飲料事業において主力のトルコ飲料事業が躍進したほか、買収したヴォサナ社が想定を上回る業績を達成したこと、また、医薬品関連事業や食品事業も厳しい環境の中で着実に成果を上げたことで、連結で増収増益となりました。

※デジタル技術を活用し効率化を実現した自販機オペレーション体制を意味する当社の造語

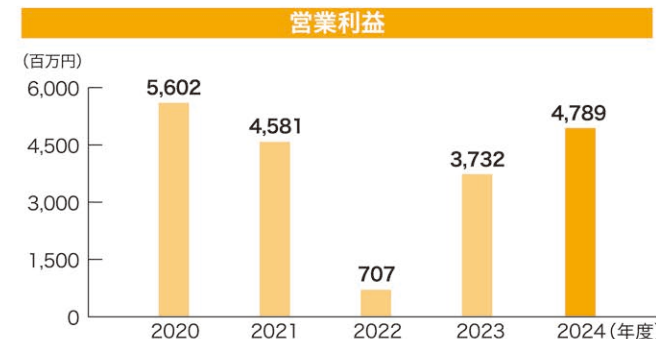


Q. 大きく飛躍した海外飲料事業について、教えてください。

A. それぞれの国で、現地のニーズに合ったビジネスを展開しています。

主力のトルコ飲料事業は、リラ安や高インフレが継続する厳しい事業環境に置かれています。そのような中、複数回に渡る戦略的な価格改定を実施することで、インフレ影響に先んじた販売単価の向上に努めているほか、機動的な販売促進活動を行うことで、販売数量の確保も行っています。その結果、2024年度は現地通貨ベースで売上高が前年比1.9倍、販売数量は14%増となりました。

ポーランド飲料事業では、「自社商品の製造販売」「他社商品の製造」「流通チェーンのプライベートブランド(PB)の製造」の三つのビジネスを行っていますが、特にPBの製造が好調です。また、利益率の高い商品の比率が増えたことや、現地通貨ズロチが高い水準で推移し、原材料調達コストが低減されたことなどにより、計画以上に利益が進捗しました。

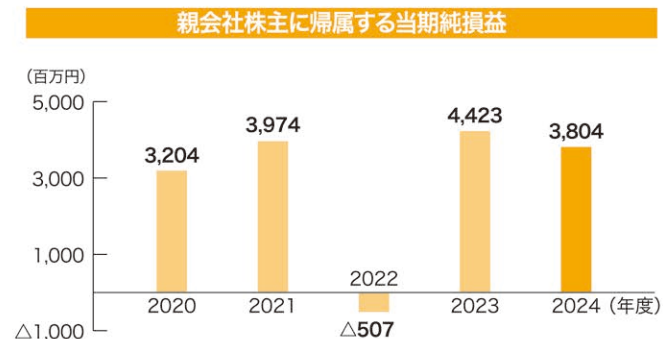


Q. 2025年度の見通しについて教えてください

A. 各セグメントでの増収と、原価高騰などによる減益を見込んでいます。

2025年度の業績予想については、主力の国内飲料事業において、機動的な価格戦略により売上の回復を見込むことや、急成長中の海外飲料事業において、引き続き好調な販売状況を見込んでおり、増収を計画しています。一方で、先行投資の続行や原価高騰による影響、グループのITセキュリティ強化に向けた費用が発生することなどから、利益面は苦戦する見通しです。

なお、トルコ飲料事業において、引き続きIAS第29号「超インフレ経済下における財務報告」に定められる要件に従い、会計上の調整をすることとなりますが、現時点では、為替およびインフレ率の見通しが不透明で合理的な影響額を算出することが困難なことから、通期業績予想は未定としています。今後、業績予想の算定が可能となった時点で、改めて公表します。



Q. 中期経営計画2026の見直しについて教えてください。

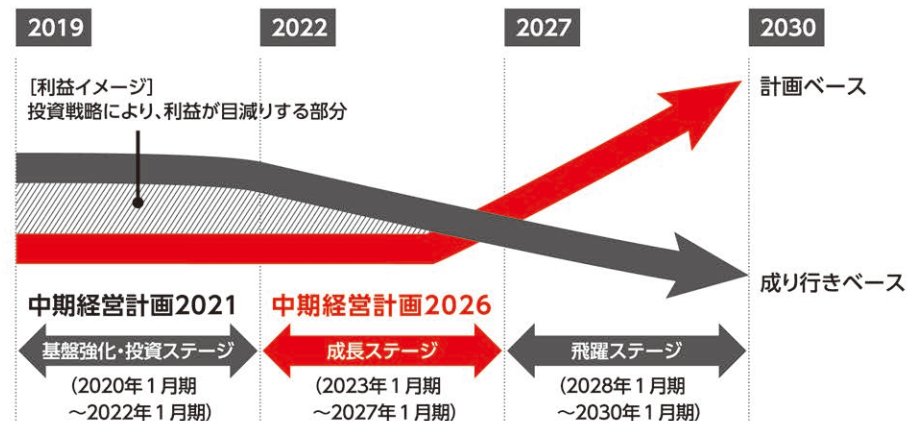
A. 足元の状況を鑑みて修正を行いましたが、めざす方向に変わりはありません。

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」の実現に向け、成長ステージとして位置付けた中期経営計画2026も、2022年度のスタートからちょうど折り返し地点を迎えました。ただ、この3年間で原材料価格の高騰をはじめとしたビジネス環境が大きく変化し、当社としても、2023年1月にアサヒ飲料株式会社との合併会社「ダイナミックベンディングネットワーク株式会社」を設立し、直販自販機の一体的運営を始めたことや、2024年2月にヴォサナ社を買収したことなど、戦略策定時と

比べ大きく状況が変わりました。

このような状況を踏まえ、先般、中期経営計画2026の見直しを行いました。経営指標として掲げた各種指標の目標数値を更新したものの、計画の位置づけや基本方針、めざす方向性に変更はありません。2022年度から2024年度までの間にも、当初より計画していたスマート・オペレーションの進化および展開拡大や、トルコ飲料事業の拡大・安定化、ダイドーフーマにおける製造販売承認の取得など、着実に成果を上げてきています。引き続き、修正後の中期経営計画2026を基に、事業活動に邁進していきます。

●グループミッション2030達成に向けたロードマップ



●中期経営計画2026

[基本方針]

国内飲料事業の再成長
海外飲料事業戦略の再構築
非飲料領域の強化・育成

見直し後の中期経営計画2026の詳細については、当社ウェブサイトをご覧ください。

ダイドーグループホールディングス株式会社
中期経営計画2026

https://www.dydo-ghd.co.jp/corporate/business_plan/



Q. 株主の皆様へメッセージをお願いします。

A. ダイドードリンコ50周年の感謝と、創業以来変わらない皆様への思いをお伝えします。

1975年1月27日のダイドードリンコの創業以来、DyDoグループを支えてくださった株主様をはじめとするすべてのステークホルダーの皆様のご支援とご鞭撻に、心より感謝申し上げます。

DyDoグループは、国内において自販機が急速に普及していくとともに、自販機を販路とする飲料事業をコアとして成長してきました。グループの祖業である配置業の時代から、現在の自販機に至るまで、「人のお役に立つこと、それを具現化して身近なところに届ける」という思いを一貫して大切にしてきました。

昨今、社会や環境が大きな変化していく中、主力である自販機ビジネスを軸としながら、DyDoグループとして成長を図るため、2030年のあるべき姿として「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」を掲げています。そのような中、ダイドードリンコの国内飲料事業を中核としながら、新たな事業領域の拡大を進め、現在では海外飲料事業、医薬品関連事業、食品事業、希少疾病用医薬品事業も含めた5つの事業セグメントを持つグループに成長しました。

事業領域が拡大しても、市場や社会環境が変わっても、いつの時代にあっても、「お客様の求めるものをお客様に身近なところでお届けする」DyDoグループであることは変わることはなく、覚悟をもって変革を進めてきました。

次の50年に向けて、世界中の人たちにブランドメッセージである「こころとからだに、おいしいものを。」お届けし、世の中の役に立っているということ、それがステークホルダーの皆様から当たり前知られている企業であり続けられるよう、さらなる飛躍をめざしていきます。

今後ともより一層のご支援をお願い申し上げます。

ダイドードリンコ50周年については、本誌P.11-12および特設ウェブサイトをご覧ください

ダイドードリンコ株式会社
50周年特設サイト

<https://www.dydo.co.jp/50th/>



株主優待品のご案内

6,000円相当のDyDoグループ商品をお届け!

いつも当社グループへの温かいご支援をいただき、誠にありがとうございます。株主の皆様への日頃の感謝の思いを込めて、「オンリーDyDo」のおいしさをお楽しみいただける商品の詰め合わせをお届けします。

※株主優待品は、2単元(200株)以上、かつ2024年7月20日基準日~2025年1月20日基準日までの半年以上、当社株式を継続保有された株主様にお送りしています。

2025年株主優待セット



— コーヒー —

— ミネラルウォーター類 —



— 茶系飲料 —

— 果汁飲料 —

— 炭酸飲料 —

— その他飲料 —

— パウチゼリー —



— フルーツゼリー —



今年の優待は炭酸でシュワっと!



世界初の「FRISK(フリスク)」ライセンスを使用した、爽やかなミントの刺激と冷涼感が楽しめる新感覚の炭酸飲料です!
(機能性表示食品*)

※詳しくは、公式HPをご覧ください。

© 2025. FRISK. All Rights Reserved.



ゼリー×炭酸×ナタデココの組み合わせが生み出す、驚きの食感と味わい。わくわく感を楽しめるゼリー炭酸飲料で、こころもからだも爽快ギアチェンジ!



昨年、ご好評いただいた「冷やしパインソーダ*」に、新たなフレーバーが登場!果実の味わいと冷涼感をお楽しみください。

※今年は「ミスティオ 冷やしパインソーダ」として再登場!



ミスティオ 冷やしパインソーダ



優待品の箱をスマホで読み取ると特別動画が流れるよ!

実は、株主優待品の箱の天面は、QRコードになっています。お手元のスマートフォンなどでQRコードを読み取っていただくと、特別な動画を見ることができるので、ぜひお試しください!



4 こころとからだに、おいしいものを。

DyDoグループの新商品をご紹介します!

当社グループでは、ブランドメッセージ「こころとからだに、おいしいものを。」を掲げ、皆様の楽しく健やかな暮らしをクリエイトする商品をお届けしています。今回は、この春発売した飲料とゼリーをご紹介します!

ダイドードリンク

コーヒー 絶品なおいしさを極めた王道の味わい「絶品」シリーズ

ダイドープレンドの絶品シリーズは、コーヒーの王道の味わいを求める多くのお客様にご愛顧いただいています。この春、定番にふさわしい価格と中味に改良し、低価格ながら満足感のあるラインアップとしてリニューアルしました。



さらにおいしく進化した、
香り・コク・キレ極まる味わい

3月3日発売
自販機推奨価格120円



豆の個性を引き出した、
深いコクとキレ極まる味わい

3月3日発売
自販機推奨価格120円

ソフトドリンク 茶葉へのこだわりと茶葉の恵みが詰まった「葉の茶」シリーズ

「葉の茶」は、吟味された上質素材による茶葉本来の旨みと香りが際立つ、茶葉へのこだわりと茶葉の恵みが詰まったお茶のシリーズで、2024年9月にはジャパン・フード・セレクションでグランプリを受賞しました。この春、「瑞々しい旨み」が特長の525mlボトルと「深い余韻」が続く280mlボトルでリニューアルしました。



水出し玉露の
瑞々しい旨みと香り

2月10日発売
自販機推奨価格150円



厳選茶葉×熟成
抹茶の旨みと香り

3月10日発売
自販機推奨価格150円

葉の茶
オリジナルキャラクター
「はのちゃん」が復活登場!



2000年代に葉の茶CMで登場し人気を博した、葉の茶オリジナルキャラクター「はのちゃん」。葉の茶525mlのフタには、「はのちゃん」のおみくじが付いています! ぜひお楽しみください。

たらみ



桃香果茶ゼリー / 楊枝甘露ゼリー

日常を彩る“新しい食体験”を、もっと手軽に、もっと楽しく味わえる「たらみ Dessert」シリーズ。台湾で人気のフルーツティ「果茶」やスイーツ「楊枝甘露」を再現した、蒟蒻タピオカとフルーツ果肉のさまざまな食感が楽しい、こだわりのカップデザートです。



華やかな甘みある白桃と、爽やかな烏龍茶の余韻が広がる味わい

3月1日発売
希望小売価格225円(税抜)



マンゴーとグレープフルーツ、ココナッツの絶妙なハーモニー

3月1日発売
希望小売価格225円(税抜)



自販機の
取り組み

実証実験の街「Toyota Woven City(トヨタ・ウーブン・シティ)」に
インベンターとして参画!

トヨタ自動車株式会社およびウーブン・バイ・トヨタ株式会社が開発中の実証実験の街「Toyota Woven City」において、ダイドードリンクがインベンター*として参画することになりました。

今回、インベンターとして参画する目的は、自販機を通じた「新たな価値創造」です。「利便性」とどまらず、「新しさ」や「楽しさ」、そして「社会課題の解決」といった価値をお客様や社会に提供することをめざし、次の50年に向けて「Toyota Woven City」で、新たな自販機ビジネスの創出を図っていきます。

* Toyota Woven City内で自らのプロダクトやサービスを生み出し、実証を行う企業/個人のこと



TOYOTA
WOVEN CITY
INVENTOR



詳細はこちらを
ご覧ください。

<https://www.dydo.co.jp/news/detail/20250107070000.html>



3月17日
発売

2025年はダイードリンク創業50周年!

当社グループの中核企業であるダイードリンクは、1975年の設立から今年で創業50周年を迎えました。これもひとえに、皆様のご支援とご愛顧あってのことと深く感謝しています。これからも、持続的成長の実現に向けてダイナミックにチャレンジを続けていきます。

株主の皆様へ

次の50年へ“Dynamic”に“Do”!

ダイードリンクは、1975年にスタートし、2025年1月27日で創業50周年を迎えました。半世紀の長きにわたり、自販機を通じて商品・サービスをご利用いただいたすべてのお客様、また、自販機の設置に貢献いただきましたすべての皆様に対して感謝申し上げます。

配置業業をルーツにもつ当社にとって、自販機は単に飲料を売るための機械ではなく、当社グループのブランドメッセージでもある「こころとからだに、おいしいものを。」提供する店舗としての役割を果たしています。

次の50年に向けて、私たちは、今をチャレンジの時ととらえ、社名の由来にもあるよう、“Dynamic(ダイナミック)”に“Do(チャレンジ)”していきます。元気、わくわく、サプライズ、安心といった価値や体験を、商品や自販機、サービスを通じて提供し続けるダイードリンクに引き続きご期待ください。



ダイードリンク株式会社 代表取締役社長
中島 孝徳

50周年記念ロゴが決定!



従業員からロゴのデザインを募集し、最終的に従業員による投票でデザインを選定しました。



○ 1975年から共存共栄の精神のもと、人と、社会と、共に喜び、共に栄えてこられたことに感謝し、その精神がこれからも続き、持続的に成長していくように5つの星を描きました。また、50のシルエットは次の50年に向けてチャレンジし続け、飛躍する意志を表しています。

ダイードリンクの歩み

1975年

●「ダイードブレンドコーヒー」発売
●ダイード株式会社設立

1977年

●ホット&コールド自販機を導入

1984年

●称号をダイードリンク株式会社に変更

1992年

●「ダイードデミタスコffee」を発売

2012年

●ダイードブレンドブランドの強化

2014年

●「世界一のバリスタ監修」シリーズを発売

2023年

●ダイナミックベンディングネットワーク株式会社設立

Story 1

ダイード株式会社の設立

大同薬品工業(現グループ会社)において、それまで製造・販売していたドリンク剤に続く商品として、1973年に「ダイードジャマイカンコーヒー」を発売。当時目新しかった缶コーヒーは、長距離トラックドライバーを中心に好評を博し、1975年に清涼飲料部門を分社化してダイード株式会社(後にダイードリンク株式会社)に商号変更)を設立しました。

大同薬品工業が販売していた「ダイードジャマイカンコーヒー」



Story 2

自販機の普及と共に成長

1970年代中頃、温かい飲料と冷たい飲料を同時に販売できるホット&コールド自販機が登場し、日本全国で自販機の設置が急増しました。当社も急激に高まる需要に対応するため、全国各地の協力企業とともに自販機設置を拡大していきました。

日本における自販機普及をもたらした「ホット&コールド自販機」



Story 3

厳しい環境下で自社の強みを磨き続ける

2000年代には自販機市場の飽和やコンビニの台頭により、自販機ビジネスにとって厳しい環境が続きましたが、その中でも当社は独自の自販機オペレーション技術を磨き続けました。2010年代からは、自販機事業の構造改革や、主力の缶コーヒーをはじめとしたブランド力・商品力の強化に取り組みました。



Story 4

これからのダイードリンク

2019年よりデジタル技術を活用し従来とは一線を画した自販機オペレーション体制である「スマート・オペレーション」の展開を進めています。さらに、2023年にはアサヒ飲料株式会社との合併会社「ダイナミックベンディングネットワーク株式会社」を設立し、自販機ビジネスを通じたオペレーションシナジーを追求しています。これからも、皆様にご協力いただけるよう、チャレンジを続けていきます。

3月24日発売



DyDoグループ初の企業CM公開中!

昨年10月から、DyDoグループとして初となる企業CMを公開しています。公式WEBサイトやYouTube公式チャンネルなどでもご視聴いただくことができます。

DyDoグループ企業CM「Dynamic Do DyDo!」

今回の企業CMでは、ブランドメッセージ「こころとからだに、おいしいものを。」というDyDoグループの提供価値を、より多くの方に知っていただきたいという思いから制作しました。オリジナルCMソングには、人気声優の梶 裕貴さんを起用しています。

CMの前半では、「生きていく中で、おいしいと感じることの大切さ」をさまざまシーンで描いています。また後半では、“Dynamic Do DyDo!”を表現した軽快かつパワフルな梶さんの歌声に乗せて、さまざまな世代の人たちとDyDoグループの商品が次々と登場。ユニークかつ躍動感のある映像表現で「こころとからだに、おいしいと感じる瞬間」を表現しています。

DyDoの商品やサービスを通じて、おいしさとともに元気やわくわく、サプライズや安心を感じてほしい。その実現のための挑戦を、DyDoブランドの由来でもある“Dynamic Do DyDo!”というメッセージに込めて、映像と音楽で伝えるCMです。ぜひ、一度ご覧ください。



60秒ver



30秒ver



おいしいと感じるとき、
ひとは笑顔になる
ひとが笑顔になる
その瞬間に関わりたいと思い、



うれしいときも



つらいときも

「こころとからだに、
おいしいものを。」
提供するために
挑戦し続けています。



かなしいときも

DyDoグループは、
国内飲料・海外・医薬品・食品の
事業を展開しており、

株主の皆様からのご意見ご感想をお待ちしています!

当社のIR活動において、個人株主・個人投資家の皆様とのコミュニケーションの充実は、重要なテーマです。今後も、株主の皆様との「双方向コミュニケーション」のさらなる充実をめざしています。

ほっと一息 ~株主様のDyDoにまつわるエピソード~

退職して時間があるので、夫婦でいろいろな場所へ旅行しています。自家用車で移動しているのですが、必ずDyDoの自販機を見つけます。それも繁華街などではなく、さり気ない場所にあります。普段の地域の人たちのために置いている優しさに、いつもほっこりしています。



IR担当者

ご夫婦での素敵な旅の途中にDyDoを見つけていただき、ありがとうございます。地域の皆様に寄り添う存在として感じていただけているとのこと、うれしい限りです。これからも、皆様の楽しく健やかな暮らしに役立てよう、グループ一丸となって取り組んでいきます。

株主様と当社に
まつわるエピソード
を募集します!

日常生活での出来事、商品にまつわる思い出など、他の株主様と共有しませんか?エピソードのある方は、左記アンケートの「その他、当社に対するご意見または、皆様のほっとひと息のエピソードなどがございましたらお聞かせください。」の欄にご記入ください。

3月24日
発売

いちご杏仁