

こころとからだに、
おいしいものを。



DyDoオンラインIR説明会 第二部

医薬品関連事業の永続的な成長に向けて

大同薬品工業株式会社

代表取締役社長 宮地 誠

2020年10月24日

1. 大同薬品工業について	P.03~12
概要（グループにおける位置づけ、歴史、業績）	
ビジネスモデル（市場、ビジネスモデル、強み）	
2. 今後の戦略	P.13~18
圧倒的な地位確立に向けた取り組み	
環境への取り組み	
参考資料	P.19~21

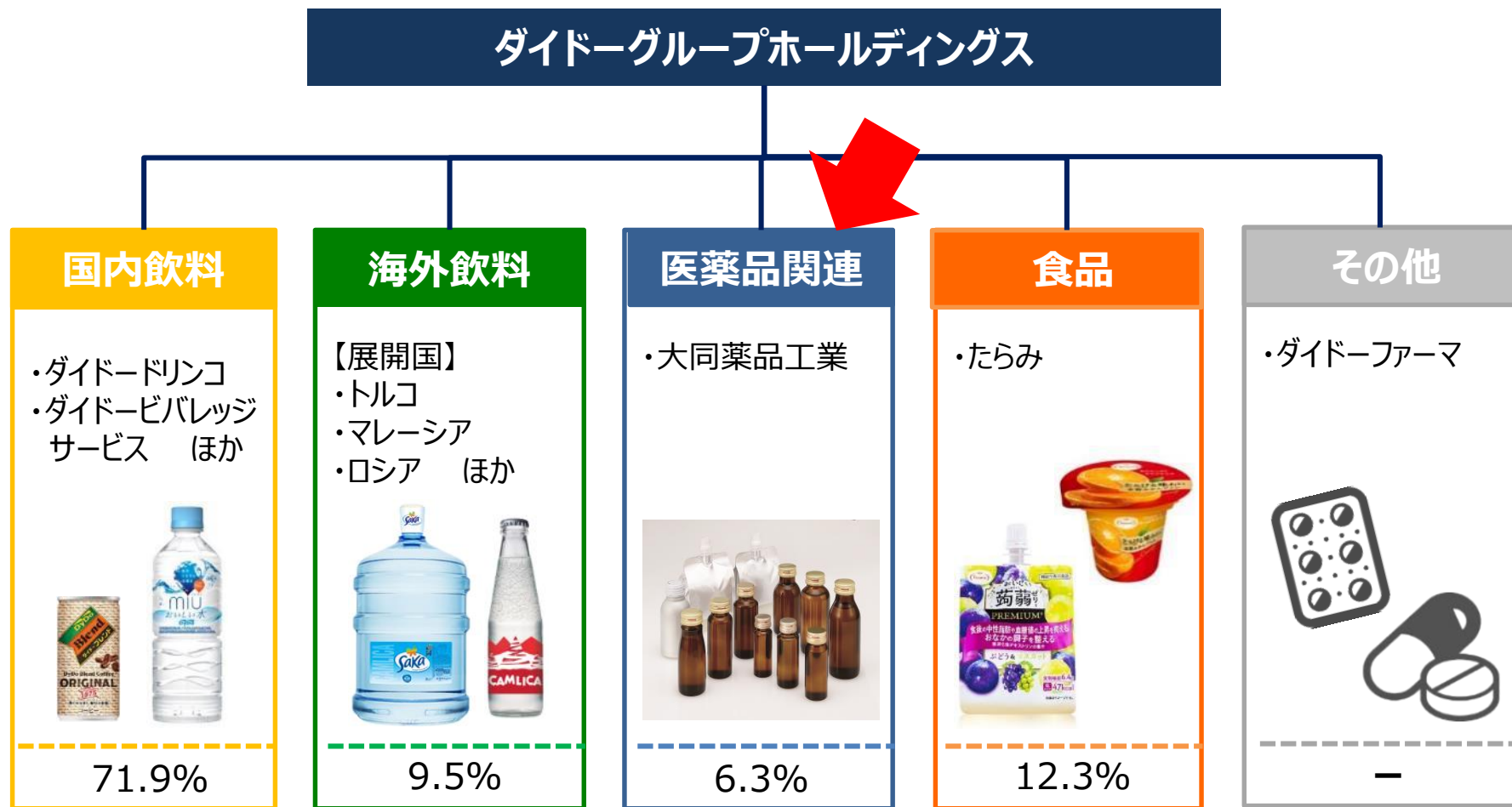
こころとからだに、
おいしいものを。



1. 大同薬品工業について

DyDoグループの事業セグメントにおける位置づけ

▶ グループの創業のビジネスを引き継ぐ、医薬品関連事業



*外部顧客に対する売上高の比率（2019年度実績）

大同薬品工業の歴史

- ▶ 配置薬業で創業し、医薬品・医薬部外品のドリンク剤・パウチ製品の受託専門メーカーへ

戦後

配置薬業で創業

自社製品として、ドリンク剤などの製造を開始



1956年 奈良県御所市に大同薬品株式会社を設立
(1959年に現在の社名に変更)

1973年 缶コーヒーを開発、飲料販売事業に参入

1975年 営業部門を分離、現在のガイドードリンク株式会社を設立

1991年 現在の奈良県葛城市に工場を新築移転、**受託専門メーカーへ転換
企画・開発業務を本格化**

1999年 第2工場竣工

2003年 ISO 9001 認証取得 / 2013年 FSSC 22000 認証取得

2014年 台湾の大江生醫股份有限公司 (TCI) へ出資および業務提携

2019年 第3工場竣工 (2020年2月本稼働)

2019年 群馬県館林市に関東工場竣工 (2020年7月本稼働)



医薬品関連事業のセグメント業績の推移

▶ 2020年度をボトムに、売上・利益ともに成長を目論む

- ✓ 次の成長に向け、新工場、新ラインへの設備投資を実行

2018・2019年度に資金抛出、損益計算書上のコスト発生（減価償却費の計上）は2020年度から本格化

- ✓ 2020年度の計画見直し*は、コロナ禍による既存商品の受注減少によるもの
- ✓ 新工場・新ラインでの製造に向けた受注活動は着実に進捗

*2020年8月27日 ダイドーグループホールディングスの連結業績予想の修正で発表

(ご参考)

	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度計画	期初計画
売上高	9,068	10,536	10,964	11,097	10,600	11,800
セグメント利益	944	1,271	847	210	Δ 440	10
セグメント利益率 (%)	10.4%	12.1%	7.7%	1.9%	-	0.1%
設備投資額	423	1,248	3,953	7,466	-	
減価償却費	430	517	624	696	1,200	

**成長に向けた
投資**

各事業年度は、1月21日から翌年の1月20日まで(1月20日まで)

こころとからだに、
おいしいものを。



大同薬品工業で製造する商品例

▶ 受託専業メーカーとして、多くのお取引先の幅広な商品を製造

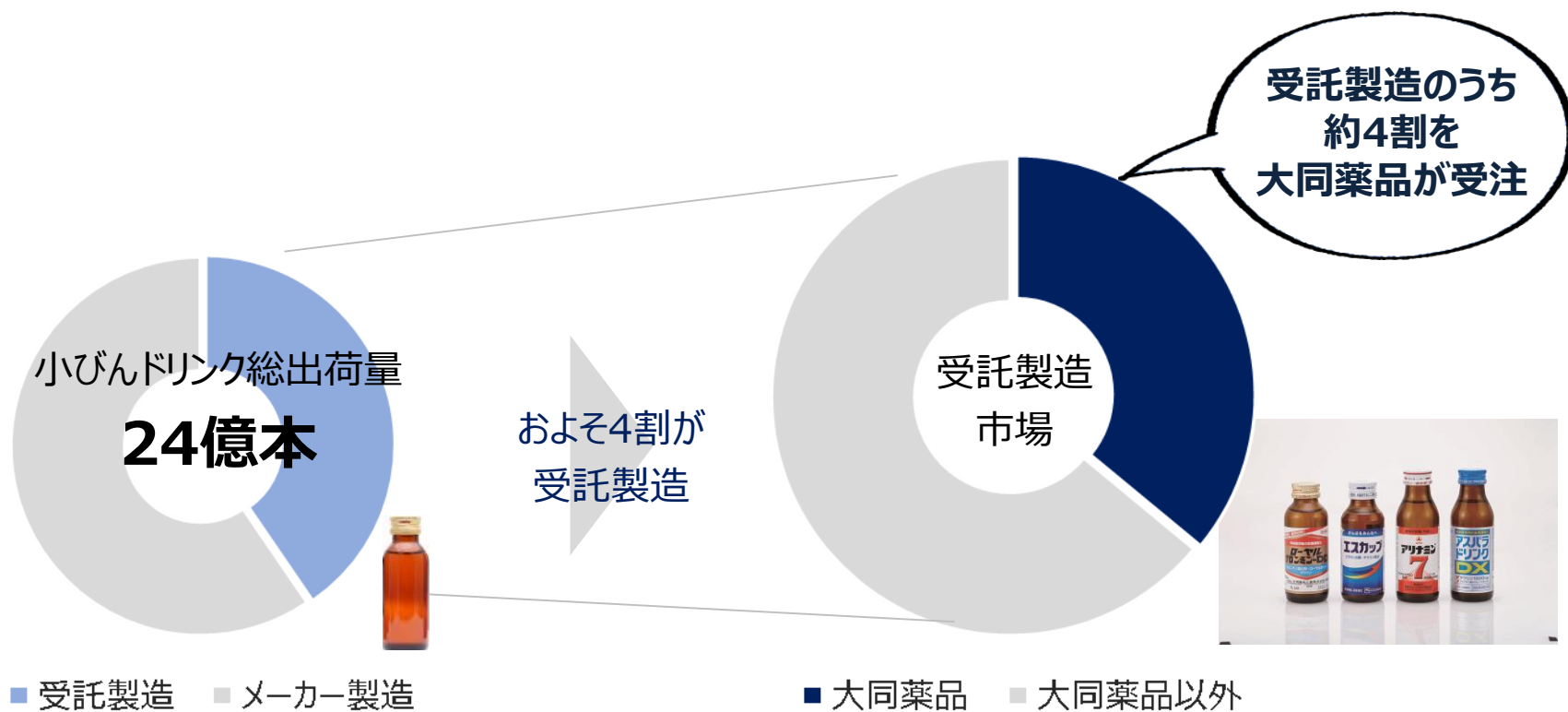


共同開発するお取引先 **100社** 以上

ドリンク剤市場について

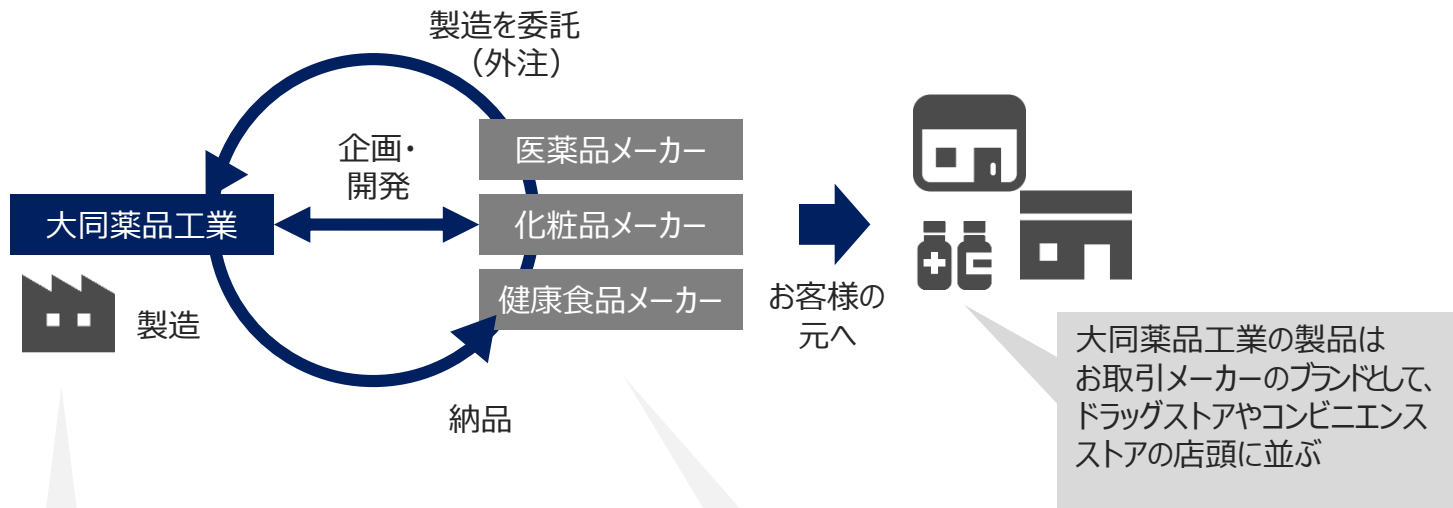
▶ ドリンク剤の受託製造メーカーとして、圧倒的なポジションを持つ

● 2019年度ドリンク剤市場(当社調べ)



大同薬品工業のビジネスモデル

- ▶ 受託専門メーカーとして培った顧客基盤と、安全・安心な生産体制



医薬品・医薬部外品の製造免許を持つ工場

強み②

- 日産 ドリンク剤：240万本、パウチ：15万袋を超える製造能力
- 多品種小ロットの生産が可能なノウハウ

強み③

- 安全・安心な生産体制
- 高い製品品質を確保する 品質管理体制・品質保証体制

受託専門として築いた医薬品メーカー・化粧品メーカーなどの顧客基盤

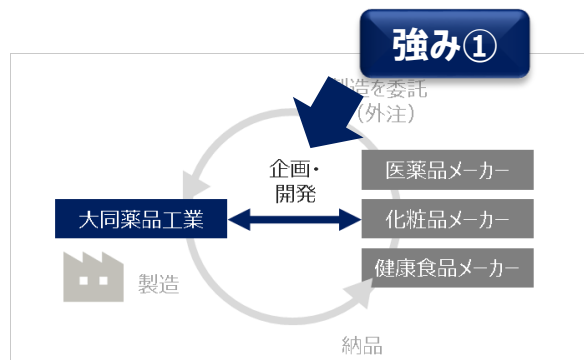
強み①

- お客様のニーズ・ブランドコンセプトに合わせた製品の開発能力
- 長年のノウハウの蓄積から生まれる独自の提案能力

大同薬品工業の強み①

▶ 幅広いお取引先とのお付き合いで培った製品開発能力と提案能力

- ✓ お取引先のコンセプトに合わせた商品提案を行えるノウハウ
- ✓ 新商品の開発は、開発担当自身も営業とともに動き、迅速に対応
- ✓ 原料メーカーとの情報交換や、市場研究による新素材の探求



既存商品の製造に加え、
新たに年間
約 **40** 品目
を製品化

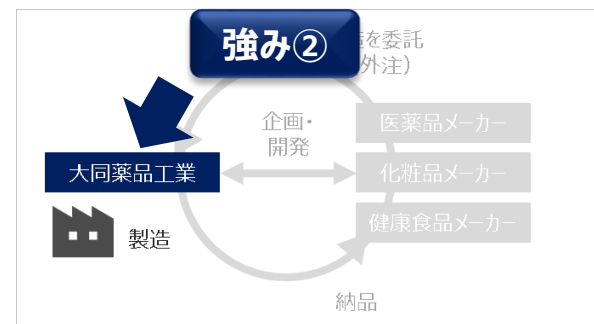


「参考資料」に営業担当役員と開発担当者のコメントを掲載しています。ぜひご覧ください！

大同薬品工業の強み②

▶ 受託製造業界トップの製造能力

- ✓ 2 拠点 4 工場体制で、多品種小ロットの製造に対応
- ✓ 受託できる容器形態はドリンク剤とパウチ容器



所在地	奈良県葛城市			群馬県館林市
工場				
	奈良工場			関東工場
	第1工場	第2工場	第3工場	
竣工	1991年	1999年	2019年	2019年
本稼働	-	-	2020年2月	2020年7月
製造容器の形態	瓶	瓶	パウチ	瓶
ライン数	3ライン	1ライン	1ライン	1ライン
年間生産能力	3億5千万本		3千万袋	1億5千万本

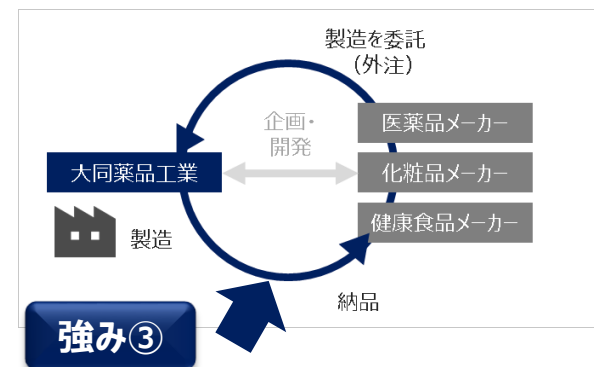


- ▶ 安全・安心な生産体制
- ▶ 高い製品品質を確保する 品質管理体制・品質保証体制

- ✓ ISO9001・FSSC22000 認証取得*
- ✓ 水質・原材料への厳重な試験と検査
- ✓ 生産環境の徹底した管理と安全性を実現
- ✓ お取引先から受ける監査も元に、業務レベルを日々改善

*関東工場は、2021年に取得予定

- ISO9001 : 企業の品質保証体制の国際規格
- FSSC22000 : 食品安全認証財団が所有・保持する
食品安全管理システムのスキーム



こころとからだに、
おいしいものを。



2. 今後の戦略

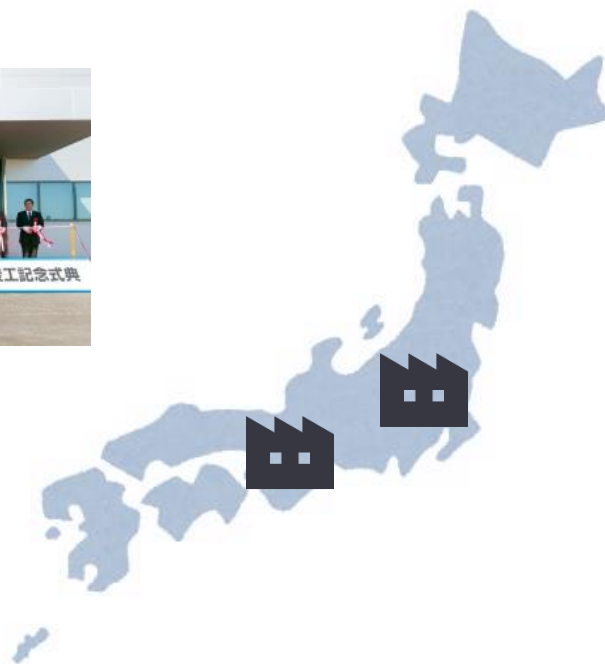
関東工場の新設について

▶ 2020年7月、関東工場が本稼働し、ドリンク剤の製造キャパシティが拡大

● 関東工場新設の狙い

- ✓ 関東圏において受託製造メーカー唯一の工場
- ✓ 主要消費地に近接するエリアで製造することによるコスト競争力の強化
- ✓ お取引先・大同薬品工業双方にとってのBCP*対応

*BCP（Business Continuity Plan）：大規模災害などが発生した時に、商品供給が中断されるリスクを軽減するため、あらかじめ対応策等を立てておくこと



こころとからだに、
おいしいものを。



第3工場（パウチライン）の新設について

▶ 本社工場に第3工場（パウチライン）を新設、2020年2月に本稼働し、製造可能な剤形が拡大

● 第3工場（パウチライン）新設の狙い

- ✓ 成長するパウチ市場における「医薬品」「医薬部外品」規格商品への期待
- ✓ 製造可能剤形の拡充による取引先ニーズへの対応幅の拡大



5 次代と共に -DyDoスタンダードの創造-

**大同薬品工業の奈良工場
パウチゼリーの製造を開始しました!**

DyDoグループの医薬品関連事業を行う大同薬品工業は、医薬品・医薬部外品のドリンク用の器具製造に特化したリンク社において、業界最大規模の生産能力を擁しています。このうち奈良工場内に新設した第3工場は、2020年2月から、新たな製品形態であるパウチゼリーの製造を開始しました。

【製造の背景、将来性について】
パウチゼリーの生産は、工場内で大きく区別しており、食品事業を担うための食品グレードのびびとつにもなっています。この意味では、小瓶を凌ぐという特長や優位性も併せ、上向きな成長が期待できる製品として消費者に受け入れられていると見られます。また、手洗いや消毒の必要性も高まる見込みと見られます。

近年、消費者の健康意識が高まっています。これに伴ってパウチゼリーは食品グレードのびびとつなどの食品に分類されるものの、特定の薬用食品（シロップや医薬部外品）の領域を占めています。医薬品メーカーや医薬部外品メーカーもパウチゼリーを採用した商品開発に関心が高まる一方で、医薬品・医薬部外品の製造には投資が必要不可欠なことから、医薬品領域でのパウチゼリーの製造ができる工場は国内では非常に限られています。このため先発を持つ大同薬品工業では、パウチゼリーの製造ラインを新設し、これまでなかった医薬品・医薬部外品の製造も視野に入れ、幅広い製品開発の製造ニーズに応えています。

【開発担当者より /】
私はパウチゼリーの開発を担当して、製品の開発はもちろん、試作から試飲や検査まで幅広く関わっています。
医薬品メーカーである先代は、医薬品メーカーや化粧品メーカーなどの厳格な品質と、新製品の開発に妥協なく取り組む姿勢を誇ります。リンク社については、これまで大同薬品工業との協力のなかでさまざまなノウハウを蓄積してきたが、パウチゼリーの開発に関しては経験とノウハウがまだ不足していたため、自社の技術やノウハウを保持しつつ外部メーカーの強項にも参考をしながら、少しづつ課題を解決していった。
私たちは「パウチゼリー」の製品の開発はまだ初期段階です。これから、どんなに小さなことでも取ったことは、一つひとつ解決してから先に進むように取り組んでいます。これからも、より多くの消費者の健康のニーズに応えられるような商品を開発し続けたいと考えています。

【開発担当者より /】
私は、パウチゼリーの製造ラインの監督をしています。消費者の健康に安全・安心な製品を提供するために、ライン全体の現状をしっかりと把握し、監督するという意味では、リンク社もパウチゼリーもやるべき業務は同じです。しかし、業務でリンク社にはなかった食品グレードの設備や、異なるパウチ材料の取り扱いには、慣れるまでに時間が必要でした。
リンク社における経験やノウハウが、食品グレードの設備や材料の扱いに活かされています。また、食品グレードの設備や材料の扱いに慣れていることが、パウチゼリーの製造に役立っています。

**最新のDyDo Challenge通信でも
ご紹介しています。
ぜひ改めてご覧ください!**

環境への取り組み（ガラスびんの環境性）

▶ 製品容器の「ガラスびん」は地球にやさしい天然素材

- ✓ ガラスびん（ソーダ石灰ガラス）の組成は、地殻の組成とほぼ同じ、珪砂や石灰石などの天然素材からつくられます。
- ✓ 地球に優しく、環境を汚染するような物質を出すこともありません。

● 地殻の組成とガラスびんの組成

	地殻	ガラスびん
酸化ケイ素 (SiO ₂)	62%	72.2%
酸化アルミニウム (Al ₂ O ₃)	16%	2.0%
酸化カルシウム (CaO)	8%	11.5%
酸化マグネシウム (MgO)		
酸化ナトリウム (Na ₂ O)	6%	14.3%
酸化カリウム (K ₂ O)		
酸化鉄 (FeO)	7%	-

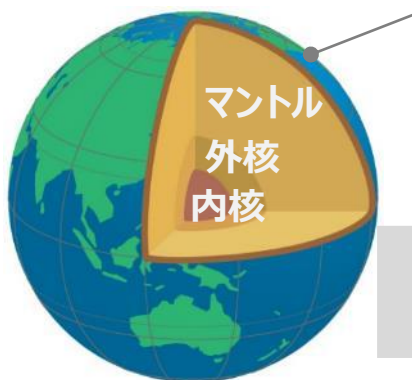
● ガラスの「主な原料」



● 地球に還る「シーグラス（ビーチガラス）」



[ps://kumamotomuchu.com/beach-glass-7/](https://kumamotomuchu.com/beach-glass-7/)



地殻（地表から約30kmの深さまで）

ガラスは地球からの贈り物

砂からできた「ガラスびん」は再び地球（石や砂）に還ります。

環境への取り組み (ガラスびんの環境性)

▶ リサイクルにも優れた「ガラスびん」

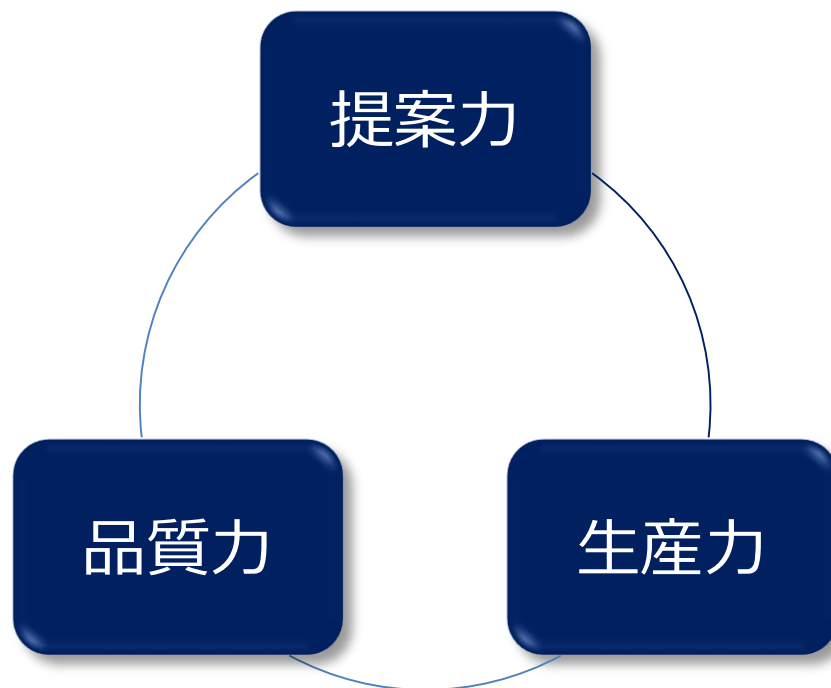
- ✓ 茶びんのカレット（再生原料）使用率93%以上
- ✓ ボトルtoボトル率 65%
- 国内ガラスびんのリサイクルシステム



出典: ガラスびん3R促進協議会HP 「3Rを詳しく学ぶリサイクル」
<https://www.glass-3r.jp/learn/recycle.html>

▶ 絶え間ない品質力・生産力の向上と、先を見据えた提案へ

- ✓ サステイナブルな環境社会への対応
- ✓ 高齢化社会での健康的な生活
- ✓ 新たな生活様式に則した飲用シーン



こころとからだに、
おいしいものを。



参考資料

実績に裏打ちされた自信と弛まぬ努力で お取引先の期待に応える

取締役 営業部長
山下 郁男



私たちのようなドリンク剤受託企業の多くは、かつて当社がそうであったように兼業メーカーであることが多いです。当社はドリンク剤市場が成熟に向かう途中の1990年代に、受託専門メーカーに切り替えたことで、今のポジションを築けたと考えています。専業であるということは、怖さもあります。今年好調だった商品も来年は終売になるかもしれない、またそれは製品の良し悪しだけでなく、お取引先のブランド戦略による時もあり、常に“その年暮らし”の危機感があります。ただ、その危機感があるからこそ、営業担当一人ひとりの積極的な営業姿勢につながっていると感じています。例えば、当社からお取引先へ新たな製品のご提案も行うこともありますが、単に企画書だけではなく、実際の試作品をお持ちすることもあります。提案がそのまま採用につながることはまれですが、当社の開発力のPRにもなります。受託メーカーだからといって、決して受け身になってはいけないと考えています。開発部門が緊密に営業と連携しているからこそできる営業活動だと思います。

2020年は関東工場の本稼働も控えています。新型コロナウイルスの感染拡大の影響から、公的な手続きに遅延が生じており、本稼働は7月となる見込みですが、お取引先の期待は高いです。

今まで積み上げてきた技術力、品質保証体制、レスポンスの高さ、また関東工場の新設により価格面での競争力も増し、他社と競合しても負けない自信があります。積み上げた実績から来る自信と、期待にお応えし続けるために開発や改善の努力を怠らない謙虚さを持って、今後もお取引先のご期待に応えていきます。

(2020年統合報告書より、一部加筆修正)

お取引先の近くで開発力を磨く

開発部 商品開発課 課長代理
山下 洋介



当社が多くの取引先としっかりとした関係を築けている理由のひとつは、製品開発力だと自負しています。これは私たち開発部が常にお取引先の近くで活動しており、スピーディーかつ柔軟に対応することで実現していると考えています。今でこそ、私たち開発部は独立していますが、元々は営業部と同じ部署として活動していました。当社において新製品は営業と開発が責任を持って立ち上げ、そして製造と品質保証の部門がライン生産を実現するためにサポートするという考えが浸透しています。私自身、奈良の本社勤務ですが、東京や大阪の営業担当とともに全国のお取引先のもとに訪問することはしばしばあります。書籍やウェブサイトから市場動向に関する情報を入手することは当然ですが、実際にお取引先を訪問し、リアルな動きを感じることで、製品開発力の向上につながっていると考えています。

奈良工場で稼働したパウチラインについては、お取引先からの引き合いが強く、開発が忙しくなっています。私たちが今まで取り扱ってきたのは、びん入りのドリンク剤で中身は液体です。ゲル状の製品づくりは初めてですが、食品事業のたらしみが得意とする分野ですので、彼らのノウハウも共有しながら、試行錯誤をしているところです。

近年は当社と同じくドリンク剤等の受託メーカーであり、当社グループの出資先でもある台湾の大江生醫股份有限公司（TCI）を通じ、中国向け美容ドリンクのメイド・イン・ジャパニーズに対応した受注拡大や、国内メーカーのインバウンド需要への対応など、企業としてのグローバル化が進んでいます。引き続き営業と近い距離を保ちながら、広い視野でチャレンジを続けていきたいと思えます。

（2020年統合報告書より、一部加筆修正）