

こころとからだに、
おいしいものを。



株主様向け DyDo オンラインセミナー ～自販機市場での優位性の確立に向けて～

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)

2021年10月1日

1. 国内飲料事業のビジネスモデル	P.04
2. 自販機市場での優位性の確立に向けた取り組み	P.09
3. 環境負荷低減への取り組み	P.18

本資料内で記載する計数は百万円未満を切り捨て表示しているため、内訳と合計が合わない場合があります。なお、増減比等は、小数点第1位未満を四捨五入の上、表示しております。
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ありません。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。

プレゼンター紹介

▶ 2021年4月代表取締役社長に就任



- 生年月日 1965年1月20日（56歳）
- 出身地 愛知県
- 経歴
1988年3月 ガイドドリンク株式会社入社
2011年1月 東京営業部長
2013年1月 執行役員 自販機営業本部副本部長 兼東京営業部長
2017年1月 取締役執行役員 自販機営業本部長
2021年4月 代表取締役社長（現任）

こころとからだに、
おいしいものを。



1. 国内飲料事業のビジネスモデル



▶ 当社は創業以来、お客様に寄り添い、「共存共栄」の精神のもと、時代の変化にあわせて事業領域を拡大

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。

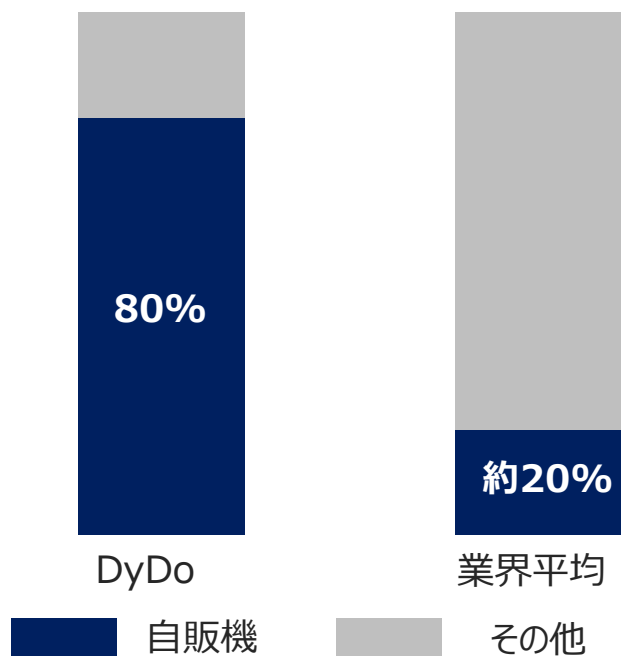


特徴① 当社の自販機ビジネスに対する考え方



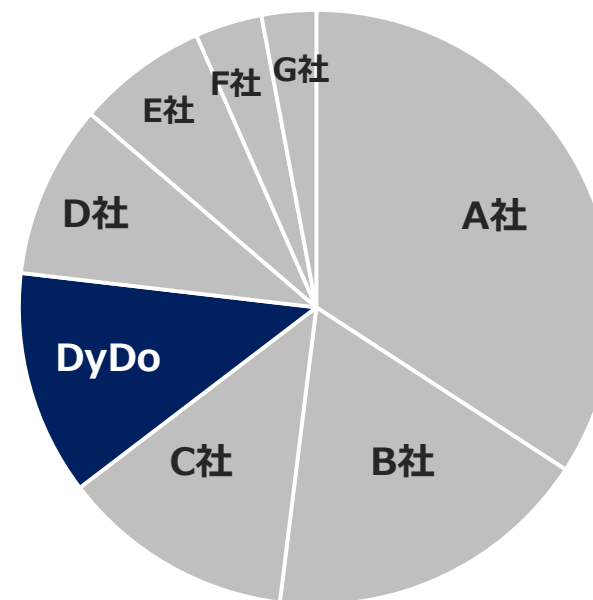
- ▶ 当社の自販機での販売比率は80%以上と競合他社に比べて圧倒的に高い
- ▶ 業界有数の稼働台数を誇る

● 自販機での販売比率



出典：全国清涼飲料連合会「清涼飲料水関係統計資料」

● 自販機台数のメーカー別シェア



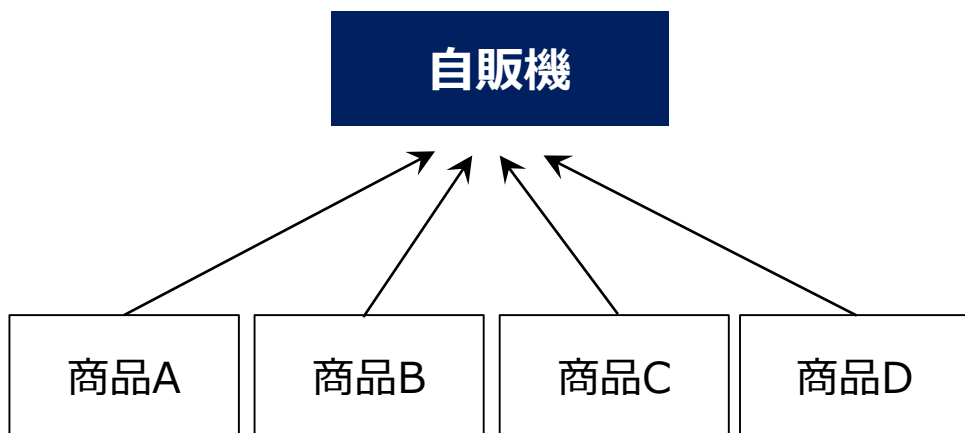
出典：飲料総研「飲料ビジネス」

特徴① 当社の自販機ビジネスに対する考え方

▶ お客様にとって利便性の高い場所に自販機（=店舗）を構え、お客様が求めるものを販売する

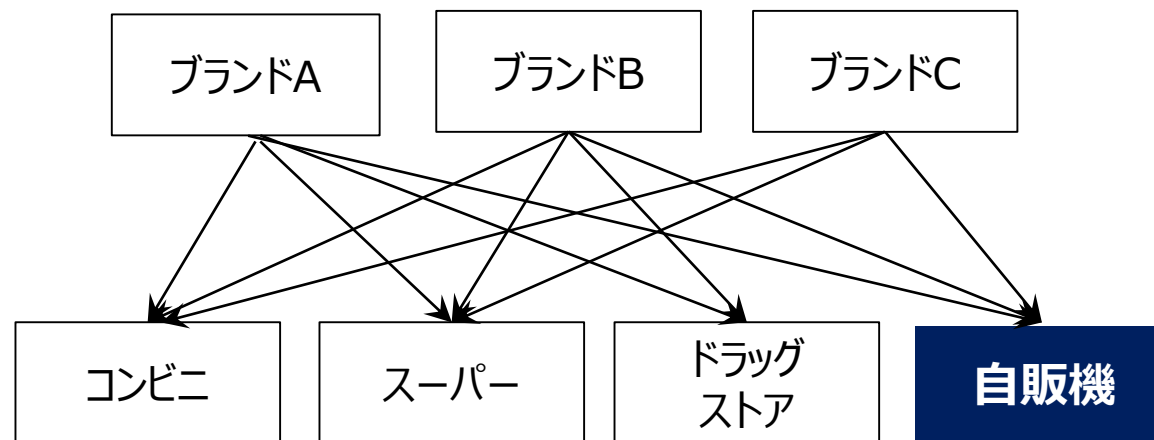
- 当社の考え方

まず販路をつくり、場所に応じた商品を陳列する



- 一般的な「飲料メーカー」の考え方

ブランドを開発し、大量生産して様々な販路で拡販する

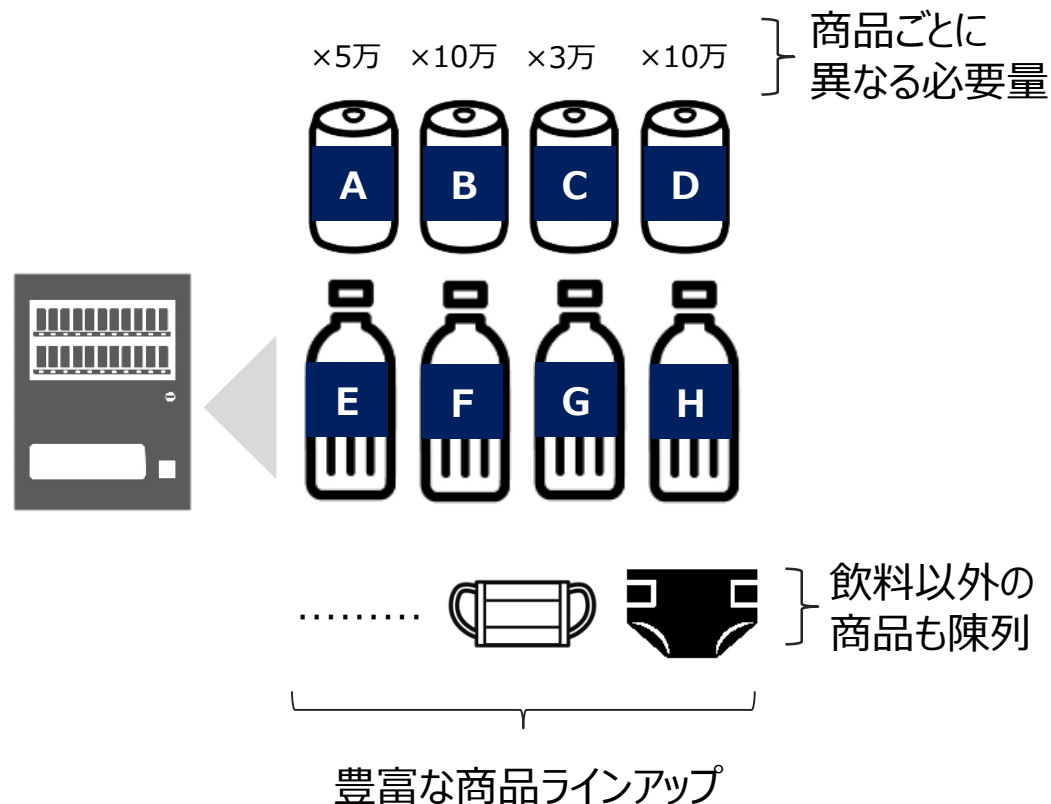


特徴②ファブレスによる効率的な運営



- ▶ 多額の設備投資を必要とせず、自販機で販売するために必要な商品を必要な量だけ仕入れることができる
- ▶ 資金面では、工場からの仕入れは掛け払い、売上金の回収は現金主体のため、出金と入金の間隔が小さく、安定したキャッシュ・フローを得られる

- 多品種を必要とする自販機ビジネス



- キャッシュインが先行するビジネスモデル



こころとからだに、
おいしいものを。

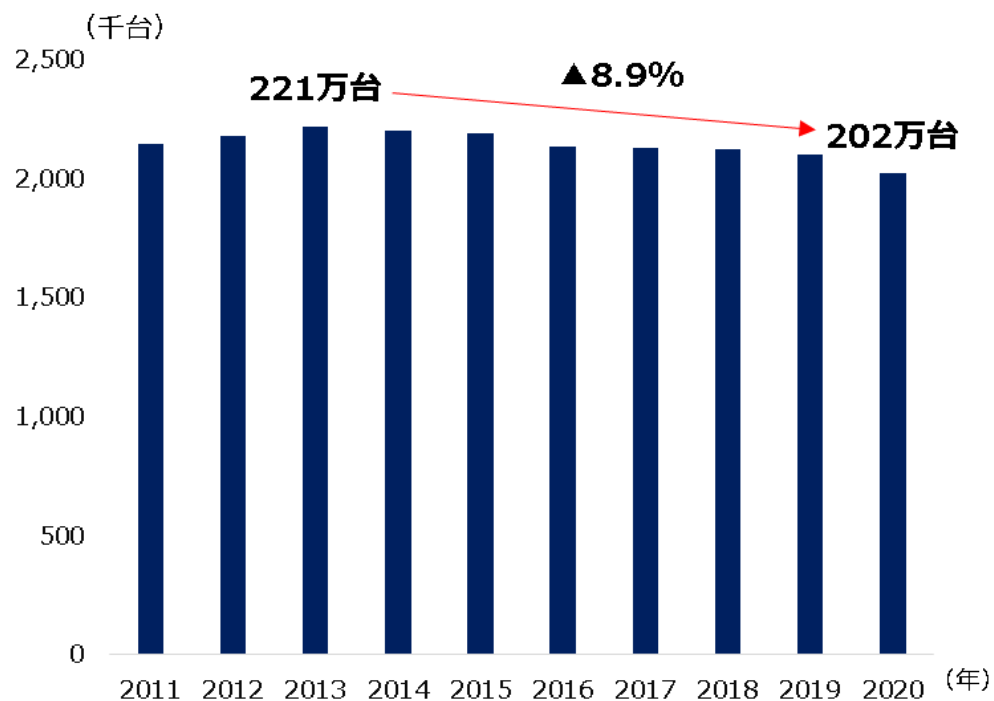


2. 自販機市場での優位性の確立に向けた取り組み

清涼飲料自販機市場の概要

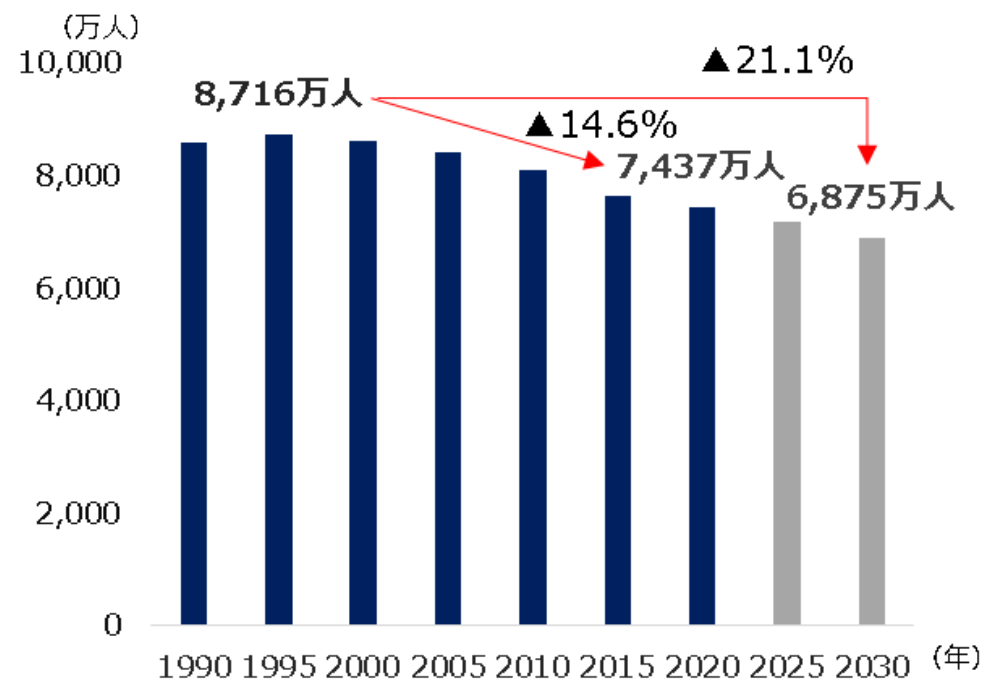
- ▶ 清涼飲料自販機の普及台数はコンビニエンスストアの出店加速などを受けて、2013年をピークに年々減少傾向
- ▶ 日本国内の少子高齢化の進行によってオペレーションを担う人材の不足、それに伴うさらなる台数の減少がリスク

● 清涼飲料自販機の普及台数



出典：一般社団法人日本自動販売システム機械工業会

● 日本国内における生産年齢人口



出典：2020年までは総務省「国勢調査」（年齢不詳人口を含む）、2025年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」（出生中位・死亡中位推計）

戦略

1

自販機網の強化拡充

自販機の新規設置場所開発の強化

- ✓ 市場台数が減少する厳しい環境下でも、自販機台数を増やし、相対的シェアを拡大する
- ✓ 安定的かつ高い売上が見込める先への自販機の設置を強化し、1台当たり売上高を拡大することで、持続的な売上成長をめざす

戦略

2

スマート・オペレーション体制の構築

自販機設置後のオペレーションの効率化

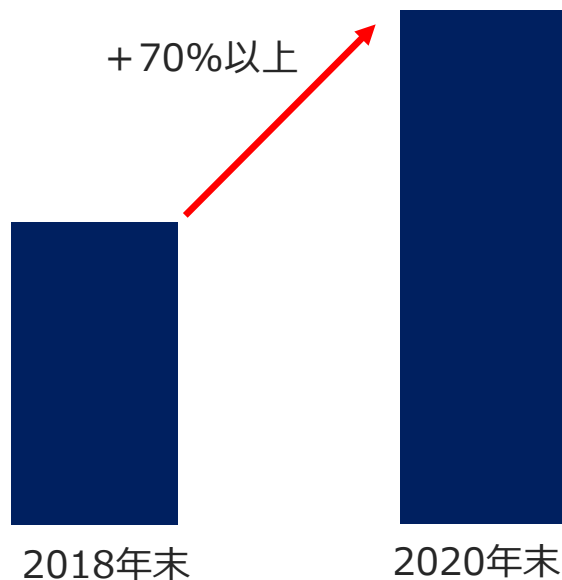
- ✓ 自販機オペレーションをより一層効率化し、労働人口減少下でも自販機網を維持できる体制を確立し、収益性の向上をめざす

自販機チャネルにおける戦略①自販機網の強化拡充

戦略1-1 営業の量（人員体制）の強化

- ✓ 2019年度から、社内の配置転換や中途採用を強化し、開発営業担当の人員を強化

- 開発営業担当の人員数



- ✓ コロナ禍に対応したインサイドセールスチームの立ち上げ

- インサイドセールスの流れ

- 保有するお取引先の情報
- オンライン展示会への出展
- 設置希望者からの連絡

電話や
WEB面談など



インサイドセールス

確度の高い商談先を
連携



フィールドセールス

戦略1-2 営業の質（提案力）の強化

✓ 課題解決型営業の社内研修の継続的实施

● 課題解決型提案営業とは

お取引先の課題の解決に向けた提案を通じ、お取引先との関係を構築することで、条件面での競争に巻き込まれることなく、自販機の設置に繋げる営業活動

お取引先の抱える課題例

- 健康経営を推進したい
- 従業員満足度を上げたい
- 活動をPRしたい etc.



解決策の
ご提案



DyDoの解決策例

- 従業員さま向けの生活習慣病対策セミナーの実施
- マスク・除菌ウェットティッシュの併売自販機
- お財布いらずの顔認証自販機
- おしゃべり機能や自販機外装を活用したPR

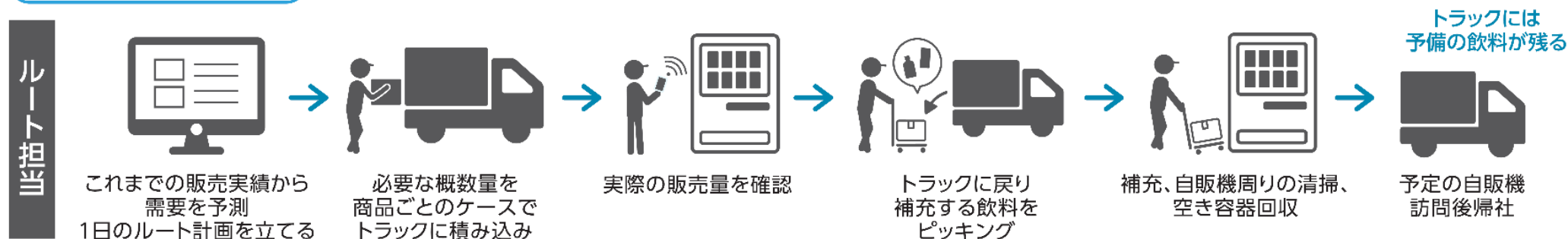


自販機チャネルにおける戦略②スマート・オペレーション体制の構築

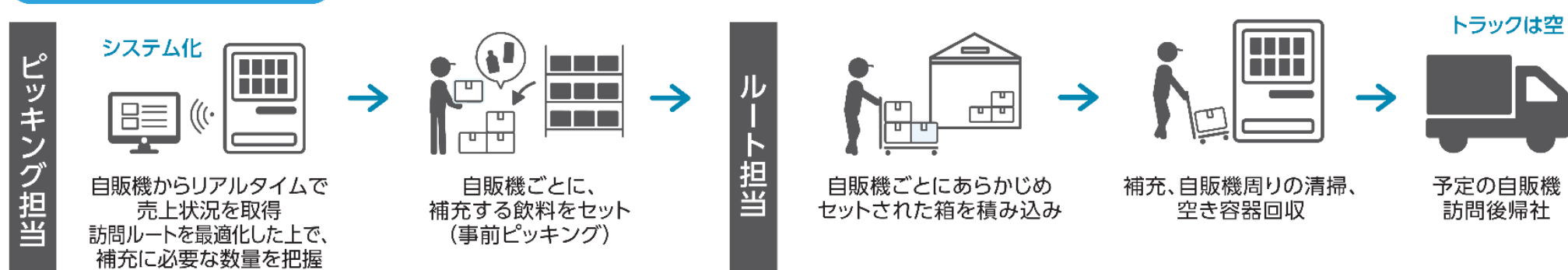
戦略2 スマート・オペレーション体制の構築

- ✓ ITを活用しながら自販機のオペレーション工程を抜本的に改革し、生産性30%改善をめざす
- ✓ 2022年4月までにダイドービバレッジサービスの全営業所で展開完了予定

現在のオペレーション



スマートオペレーション



2021年上期までの進捗状況

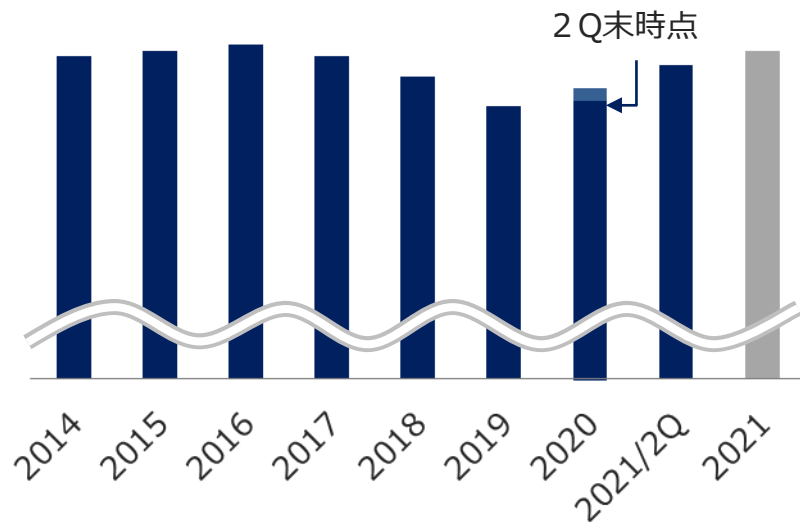
▶ コロナ禍においても着実に取り組みを進め、両戦略ともに計画通り進行

戦略 1

自販機網の強化拡充

- ✓ 2020年3月を底に、自販機台数は増加基調
- ✓ 新規設置先の開拓と引き上げ抑制活動が奏功

● 当社自販機設置台数推移（イメージ）

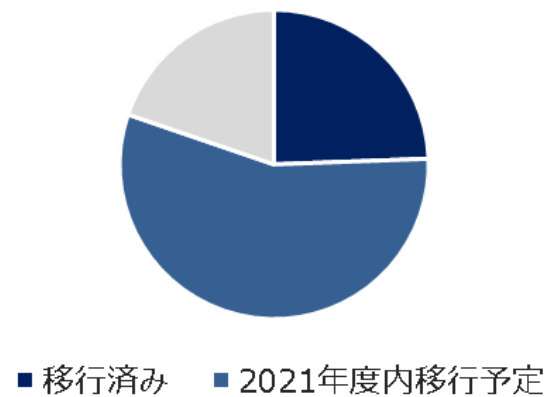


戦略 2

スマート・オペレーション体制の構築

- ✓ 2021年上期までに全営業所の約25%に展開済み。同時に、未展開先でも業務転換を順次実施中。

● スマート・オペレーションへの移行状況 （移行済み営業所の割合）



自販機チャネルにおける事業戦略

▶ 2つの重点戦略によって自販機市場における優位性の確立をめざす



こころとからだに、
おいしいものを。



3. 環境負荷低減への取り組み


重点目標とみんなの LOVE the EARTH PROJECT



- ▶ 持続可能な循環型社会の実現をめざし、2030年までの達成をめざす3つの重点目標を掲げる
- ▶ 従業員一人ひとりが参画する枠組みとして、国内飲料事業における環境配慮活動「みんなの LOVE the EARTH PROJECT」を展開

循環型社会の実現


重点目標



空き容器回収率
2030年までに
100% 達成

空き容器回収率: 企業との連携による回収分を含む
算出根拠: 対象容器の回収重量 ÷ 対象容器の出荷重量
対象容器: ペットボトル、ビン、アルミ缶、スチール缶


重点目標



プラスチック容器の
サステナブル化※
2030年までに
60% 以上を実現

※種別由来素材、リサイクル素材等

重点目標



自販機の長寿命化
2030年までに平均寿命
15 年達成

従業員の
自主的な行動

パートナーシップ
の推進



容器回収強化の取り組み

重点目標

空き容器回収率
2030年までに
100% 達成

空き容器回収率(※)の達成による回収率の向上
※対象品: PETボトルの回収率(※) + 別紙の回収率(※)
対象品別: PETボトル、ビン、アルミ缶、スチール缶

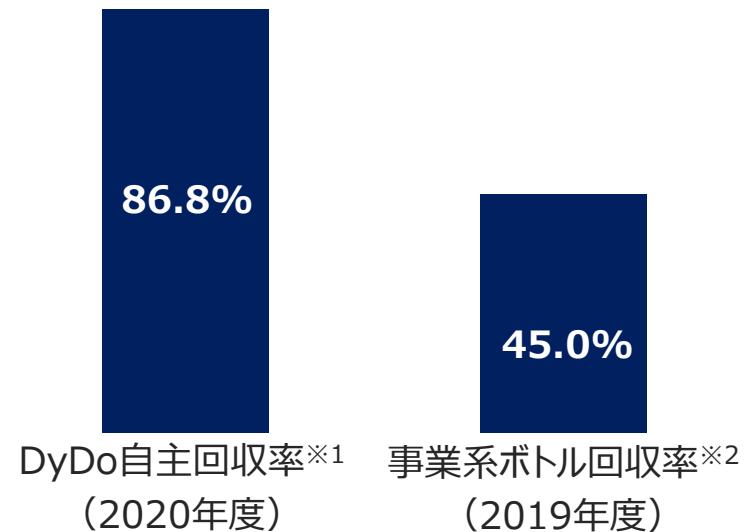
- ▶ 2030年までに空き容器回収率100%達成をめざす
- ▶ 空き容器のリサイクル推進を図るため、異物投入抑制ステッカーを空き容器専用リサイクルBOXに貼付

● 異物投入抑制ステッカー

- ✓ 異物投入抑制ステッカーを空き容器専用リサイクルBOXに貼付し、リサイクルの妨げになる異物混入を防ぐことで、空き容器のリサイクルを推進



● 空き容器の自主回収率



※1 算出根拠 対象容器の回収重量 ÷ 対象容器の出荷重量
※2 PETボトルリサイクル推進協議会公表の回収率推移より

プラスチック容器のサステナブル化の取り組み

重点目標



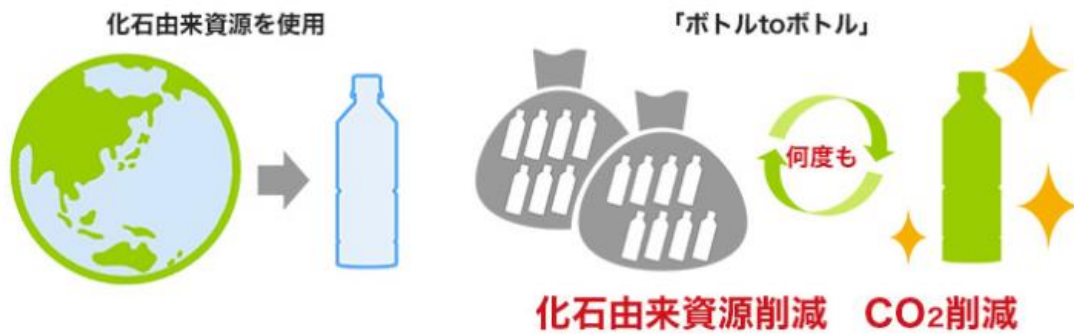
プラスチック容器の
サステナブル化[※]
2030年までに
60%以上を実現

※種別別実数ベース、リサイクル品割合

- ▶ 2030年までにプラスチック容器のサステナブル化率60%以上をめざす
- ▶ 使用済みペットボトルを再びペットボトルに戻す「ボトルtoボトル」を推進

● 「ボトルtoボトル」

- ✓ 何度も繰り返しリサイクルできる「ボトルtoボトル」を推進することで、循環型社会を実現するとともに、化石由来資源の使用抑制とCO₂の削減に寄与



● リサイクルペットボトルを使用した商品の一例



9/6 (月)
発売

自販機の長寿命化の取り組み

重点目標

自販機の長寿命化
2030年までに平均寿命
15年達成

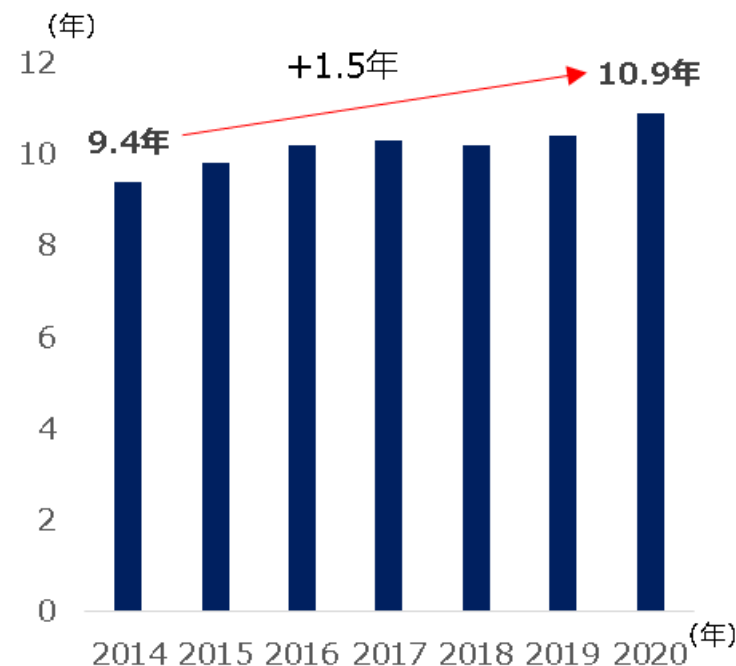
- ▶ 2030年までに平均寿命15年達成をめざす
- ▶ フロンティアベンダーの投入により、自販機の平均使用年数は徐々に伸長

● フロンティアベンダーの開発

- ✓ 故障しやすい「冷却・加温ユニット」の整備・入れ替えをするとともに、現行機種に引けをとらない機能を付加して再生した「フロンティアベンダー」を開発



● 自販機の平均使用年数



- ▶ グループ理念に沿い、ステークホルダーとの共存共栄のもと、チャレンジを続けていくことで、持続的成長の実現をめざす

