



# 個人投資家向けオンライン会社説明会 サプリメント通販事業の成長に向けた取り組み

---

ダイドーグループホールディングス株式会社  
(東証プライム：2590)

2022年7月12日

- |           |                              |             |
|-----------|------------------------------|-------------|
| <b>01</b> | <b>ダイドーグループホールディングスについて</b>  | <b>P.03</b> |
| <b>02</b> | <b>サプリメント通販事業の成長に向けた取り組み</b> | <b>P.09</b> |

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。



# 01 ダイドーグループホールディングスについて

---

会社名	ダイドーグループホールディングス株式会社
本社所在地	大阪市北区中之島二丁目2番7号
代表者	代表取締役社長 高松富也
会社設立	1975年1月27日
事業年度	毎年1月21日から翌年1月20日まで
資本金	1,924百万円
発行済株式総数	16,568,500株
単元株式数	100株
株主数	35,089名
連結従業員数	4,029名

(2022年1月20日現在)



**代表取締役社長 高松 富也**

## 略歴

2004年4月	入社
2008年4月	取締役就任
2009年4月	常務取締役就任
2010年3月	専務取締役就任
2012年4月	取締役副社長就任
2014年4月	代表取締役社長就任（現任）

「こころとからだに、おいしいものを。」を皆様にお届けする

## 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。



創業以来、お客様に寄り添い、強みを発揮できる分野に集中した挑戦を続け、事業領域を拡大



創業者が医薬品  
配置販売業を始める

1947年

## 国内飲料事業

- ・ダイドードリンク
- ・ダイドービバレッジサービス  
自販機ビジネスを磨き、  
市場で一定のポジションを確立



売上高1,181億円（全体の72.6%）

1975年～

## サプリメント通販事業

- ・ダイドードリンク  
（国内飲料事業に内包）
- サプリメント通販ビジネスを行い、  
2012年の参入以来、  
売上高は年々拡大



2012年～

1956年～

## 医薬品関連事業

- ・大同薬品工業  
医薬品・医薬部外品の  
ドリンク剤/パウチ製品の  
受託製造



売上高111億円（全体の6.5%）

1988年～（グループ入りは2012年）

## 食品事業

- ・たらみ  
「フルーツゼリー」に  
特化。ドライゼリー  
市場トップシェア



売上高212億円（全体の13.0%）

2012年～

## 海外飲料事業

- 【展開国】
- ・トルコ
  - ・中国
  - ・イギリス など



売上高128億円（全体の7.9%）

2019年～

## 希少疾病用 医薬品事業

- ・ダイドーファーマ



—

\*外部顧客に対する売上高（2021年度実績）

2030年のありたい姿として、2019年1月に策定

## 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

### DyDoはお客様と共に。



#### お客様の健康をつくります

おいしさへの飽くなき探求心のもと、  
世界中のお客様の健康や生活の質向上に  
貢献する商品・サービスをお届けします。

### DyDoは社会と共に。



#### 社会変革をリードします

持続可能な社会のために、  
常識に捉われず、新たな視点から  
社会変革を自らリードします。

### DyDoは次代と共に。



#### 次代に向けて新たな価値を生み出します

革新的なテクノロジーを活用し、  
すべてのステークホルダーに  
ワクワクや驚きといった体験を提供します。

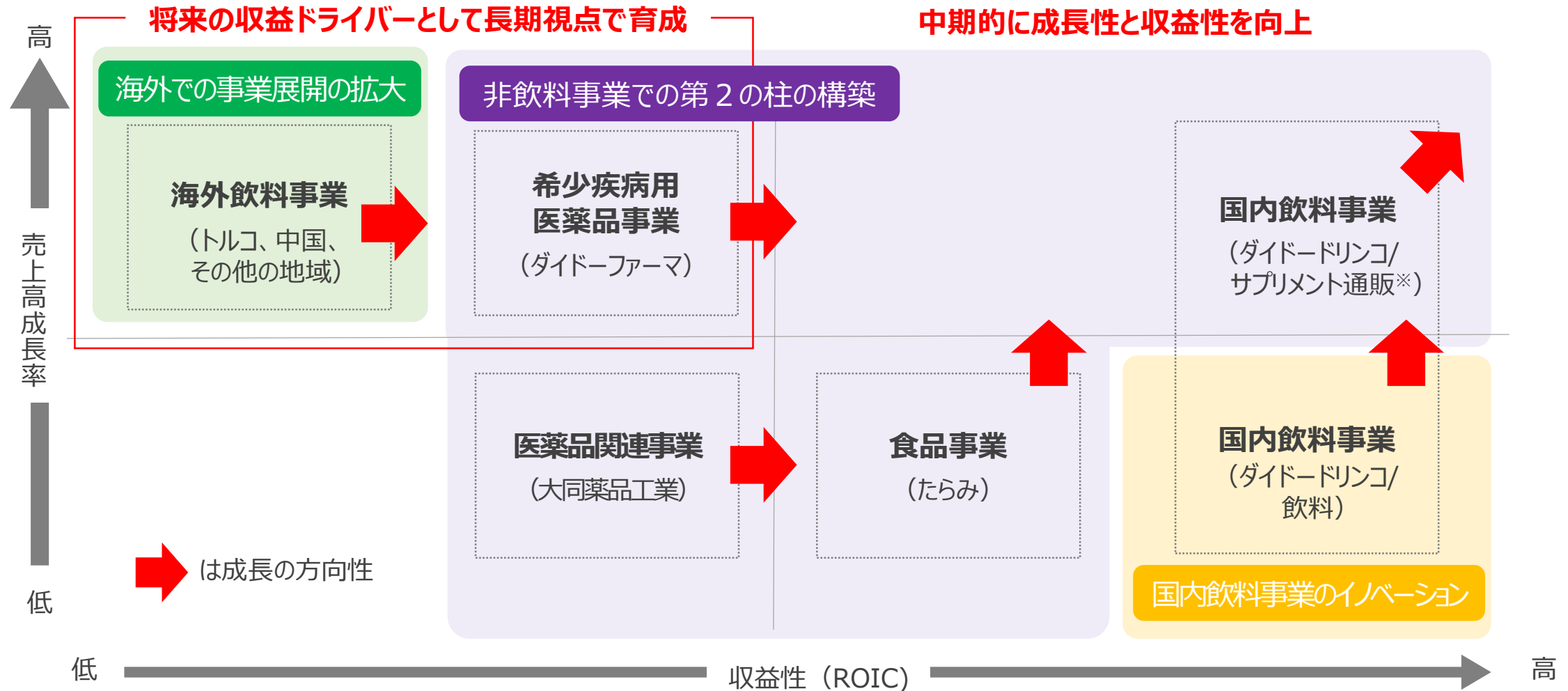
### DyDoは人と共に。



#### 人と人のつながりをつくります

グループ内外と柔軟に連携し、  
多様な価値観や能力を尊重しながら  
新たな共存共栄を推進します。

「2030年のありたい姿」の実現に向けて、「国内飲料事業のイノベーション」「海外での事業展開の拡大」「非飲料事業での第2の柱の構築」の3つの基本方針を定め、事業ポートフォリオ戦略を推進



\* サプリメント通販は、ダイドードリンクが育成中の事業のため、会計上の事業セグメントは国内飲料事業に含まれます。





## 02 サプリメント通販事業の成長に向けた取り組み

---

ダイドードリンク株式会社  
ヘルスケア事業部長 中井 章人

<b>I . サプリメント通販事業の概要</b>	<b>P.11</b>
<b>II . ビジネスモデルと強み</b>	<b>P.15</b>
<b>III . 今後の成長に向けた取り組み</b>	<b>P.24</b>



## I . サプリメント通販事業の概要

---

「ヘルスケアを心がける人々の『かけがえのないセカンドライフ』に寄り添うパートナーとして、常に期待を超える商品・サービスを提供し続ける。」ことをミッションとして、事業を拡大

## 事業内容

サプリメントや健康食品の通信販売事業

## 参入のきっかけ

「缶コーヒーに慣れ親しんだ方に寄り添える、新たな価値を生みたい」という思い

## 沿革

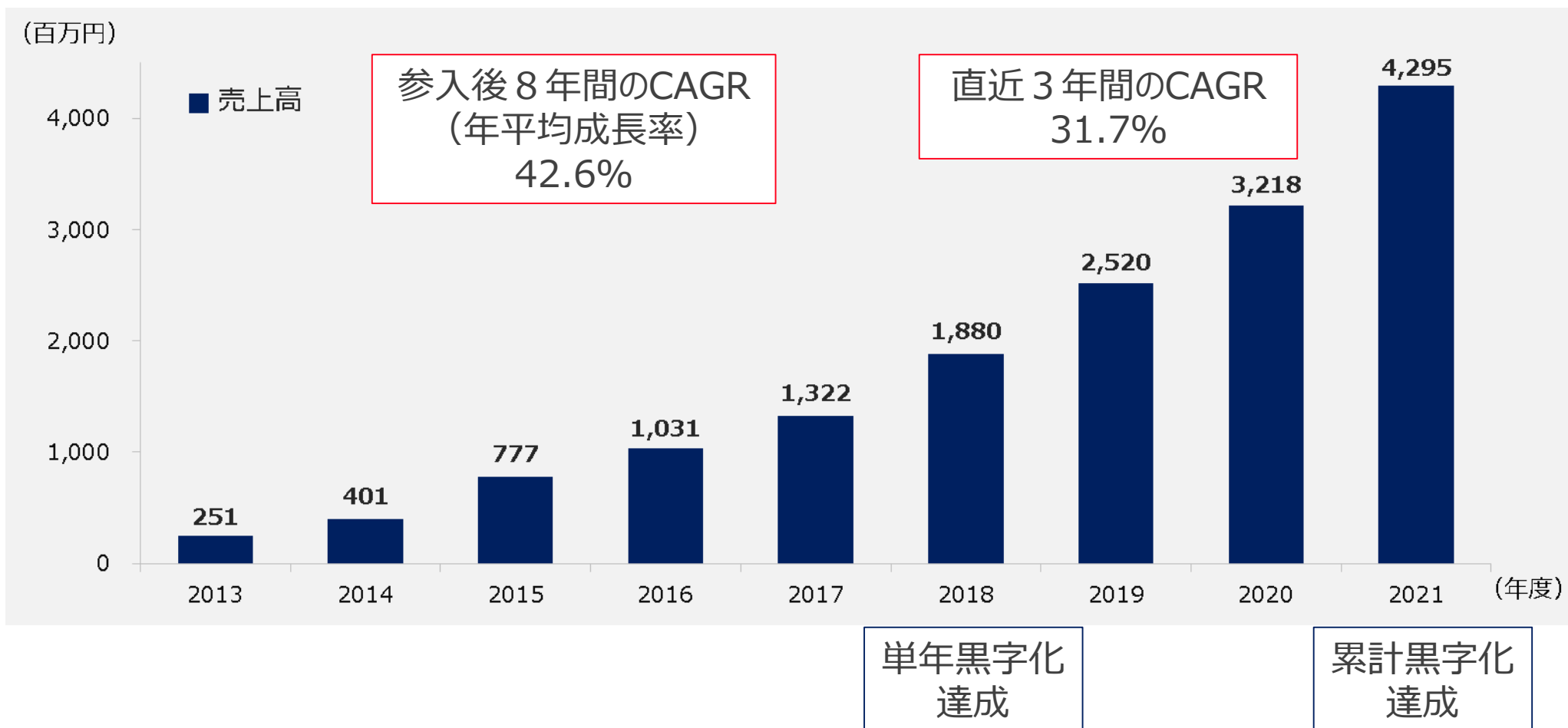
2012年12月	サプリメント通販事業に参入
2013年12月	『ロコモプロ』発売
2018年度	単年黒字化達成
2021年度	累積黒字化達成



事業開始以降、増収を継続

2018年度に単年黒字化、2021年度には累計黒字化を達成

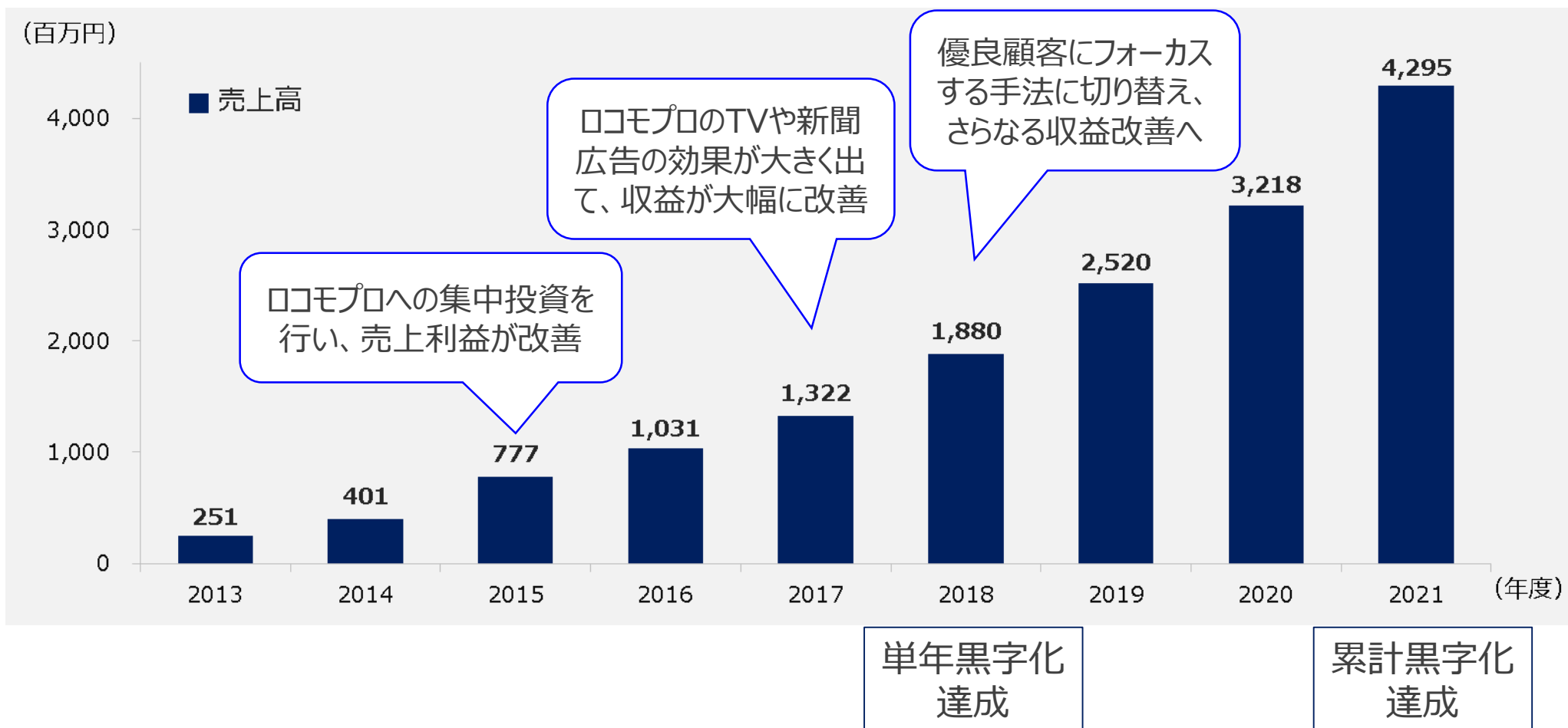
## ■ サプリメント通販事業の売上高推移



事業開始以降、増収を継続

2018年度に単年黒字化、2021年度には累計黒字化を達成

## ■ サプリメント通販事業の売上高推移

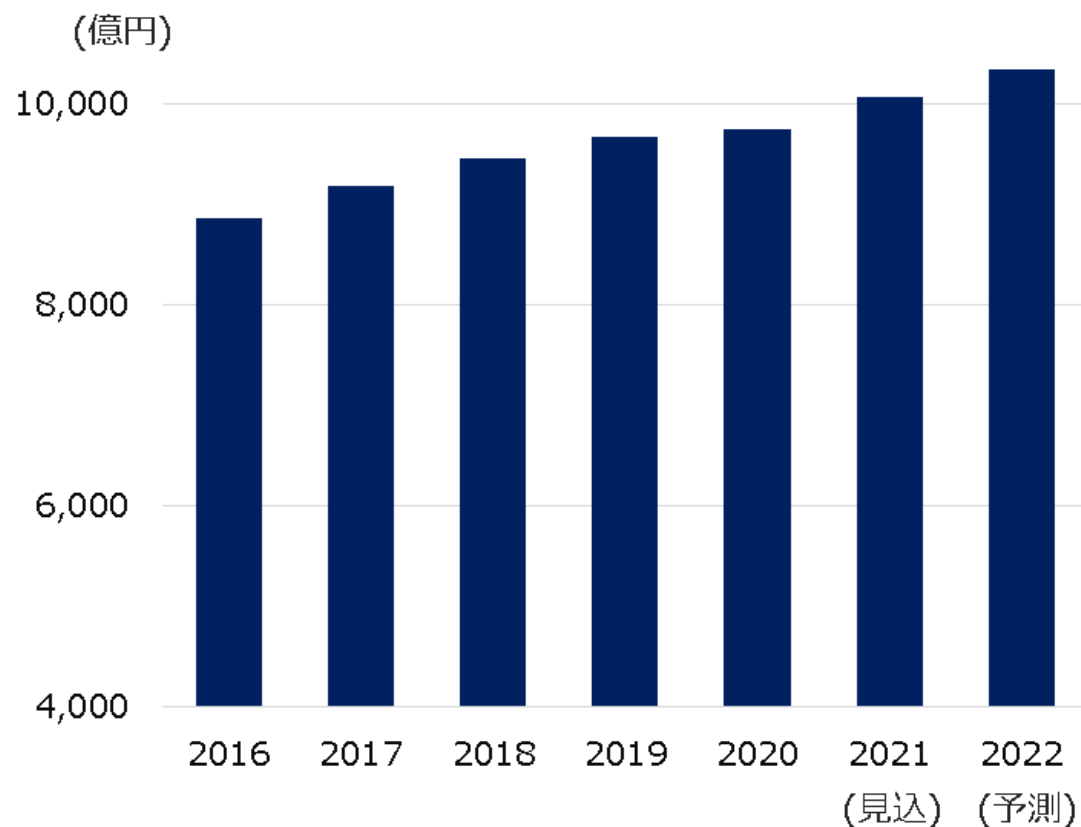


## Ⅱ. ビジネスモデルと強み

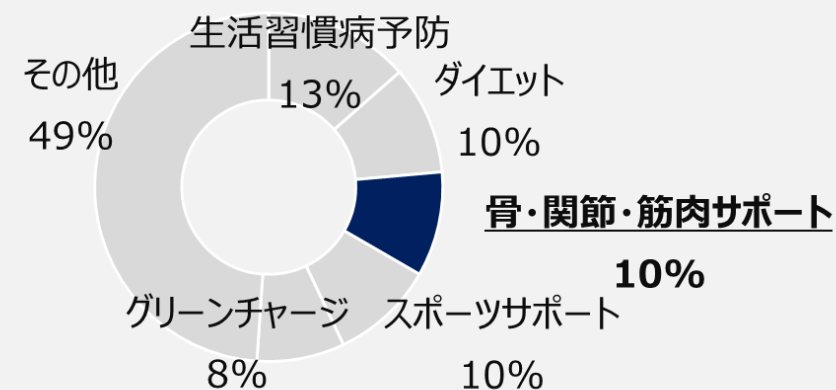
---

## 健康・美容食品市場は約 1 兆円の市場規模があり、年々拡大を続けている

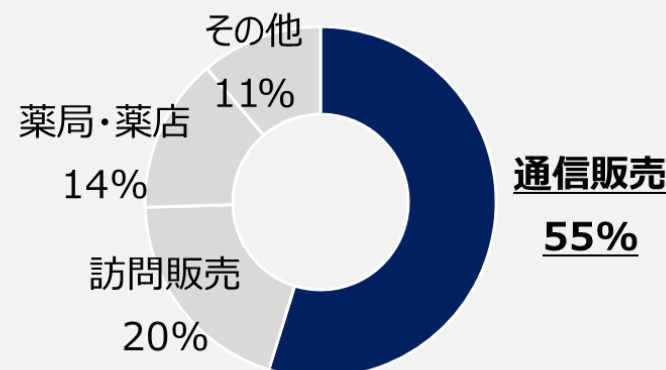
### ■ サプリメント市場推移



### ■ 市場内カテゴリ (2021年の市場見込み)



### ■ チャンネル別 (2021年の市場見込み)



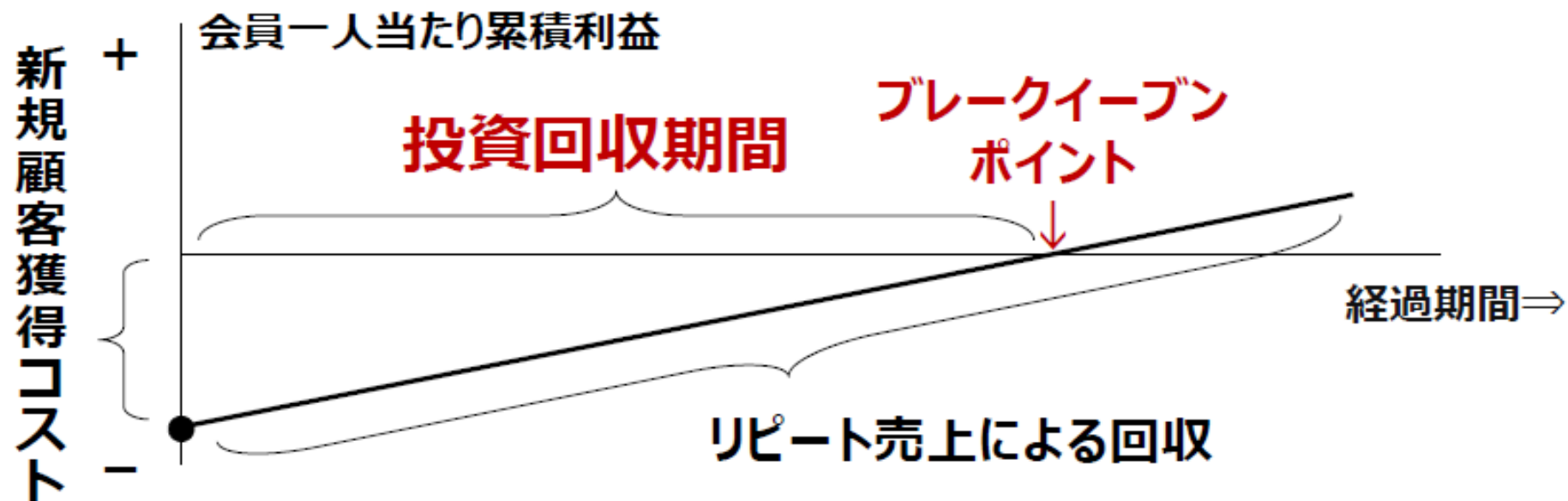
出典：いずれも株式会社富士経済「H・Bフーズマーケティング便覧 2022」



満足度の高い商品・サービスで、顧客から高い利用満足度を得て継続利用を促進  
定期的に購入いただく顧客層が収益基盤となる。

## 【損益イメージ】

- ・ 広告投資により、顧客を獲得
- ・ 一人当たりの損益は、当初は赤字で、定期的に購入継続いただくことで、黒字に転換



ダイドーグループの創業来の提供価値や企業理念に沿った事業運営を行い、市場での優位性を確保

- ①体感性と満足度の高い商品
- ②定期顧客定着につながる充実したコミュニケーション
- ③アセットライトな事業運営

ダイドーグループの創業来の提供価値や企業理念に沿った事業運営を行い、市場での優位性を確保

- ① **体感性と満足度の高い商品**
- ② **定期顧客定着につながる充実したコミュニケーション**
- ③ **アセットライトな事業運営**

# ①体感性と満足度の高い商品の開発

プロテオグリカンという高品質な軟骨成分に、筋肉成分、靭帯成分を配合することで、「いつまでも自分の力で歩き続けたい」「軽快に活動したい」といった方のニーズをサポート。製品の良さをお客様に感じていただく。



国立大学法人 弘前大学が初めて量産抽出に成功した高品質な「プロテオグリカン」を配合  
✓ 関節炎に対する抗炎症作用

「軟骨成分」×「筋肉成分」×「靭帯成分」をトリプル配合

軟骨成分

プロテオグリカン  
Ⅱ型コラーゲン  
ヒアルロン酸  
コンドロイチン

×

筋肉成分

イミダゾールジペプチド

×

靭帯成分

エラスチン

## ②定期顧客定着につながる継続的なコミュニケーション

各フェーズに応じた最適なコミュニケーションを行うことで、お客様のファン化を促し、顧客基盤の維持・拡大を行っていく

### 新規顧客へ向けた認知の拡大

ブランドCMの放送により、顧客認知を図る



媒体広告で申込を促す

新聞



WEB



折込チラシ



### 初回注文獲得に向けた取り組み

ブランドブックなどにより、企業や製品に対する安心感をもってもらい、定期顧客獲得をめざす

商品パンフレット



企業紹介



お客様の声



### リピート定着に向けた取り組み

商品理解や継続意向が確立した顧客に向けて、多面的な情報提供や双方向コミュニケーションにより、ロイヤリティ強化を図る

健康情報誌



会報誌



オリジナル体操  
パンフレット



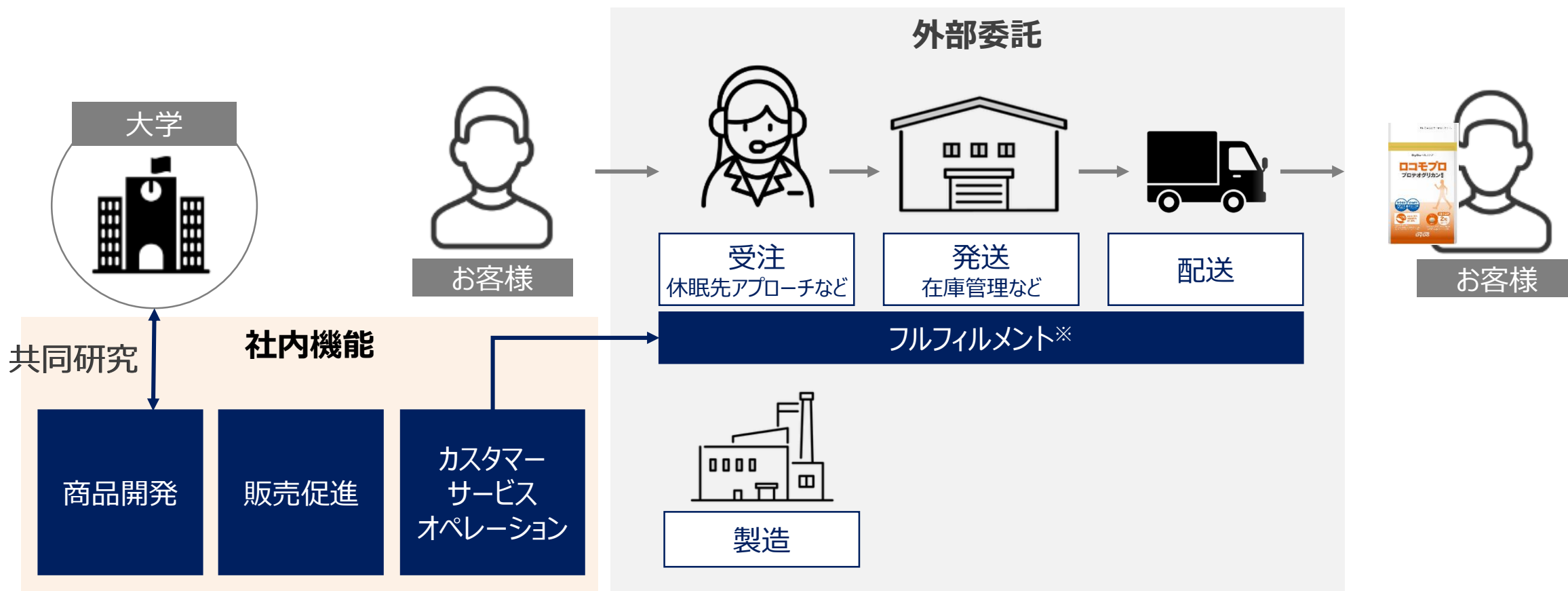
ダイドーグループの創業来の提供価値や企業理念に沿った事業運営を行い、市場での優位性を確保

- ①体感性と満足度の高い商品
- ②定期顧客定着につながる充実したコミュニケーション
- ③**アセットライトな事業運営**

### ③アセットライトな事業運営

製造、コールセンター、物流機能をアウトソーシング

ダイドーは、商品開発や広告・コミュニケーションツールづくりなどの販売促進、フルフィルメント※機能の運営を、10数名の人員で行っている。



※通信販売などにおいて、注文受付・問い合わせ対応から決済、在庫管理、物流、アフターフォローまでの一連のプロセスのこと

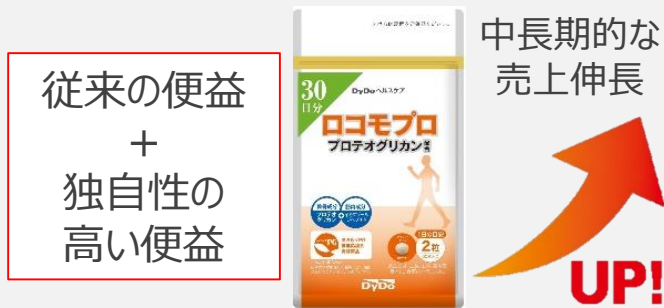
## Ⅲ. 今後の成長に向けた取り組み

---



## 体感性を追求した企画開発・研究を進め、お客様の満足度・継続率の向上をめざす

- ① 成分配合の調整などにより、基幹商品「ロコモプロ」の他社製品との差別化を図る



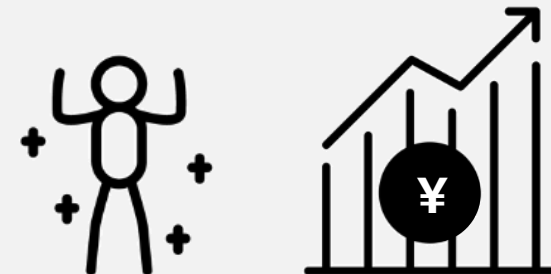
- ② 「ロコモプロ」に次ぐ第2の柱となる商品の開発・育成



- ③ 大学との共同研究によりエビデンスを補強し、お客様の当社サプリメントへの安心感を高める



- ④ 体感性が高く、収益性も意識した商品づくり



## お客様のロイヤリティ向上による定期顧客の継続率向上と、新規顧客の囲い込みの効率改善をめざす

### ① ファン化に向けたコンテンツの拡充



通信誌を  
リニューアル

### ② 効果の高い広告施策により、定期顧客獲得に取り組む

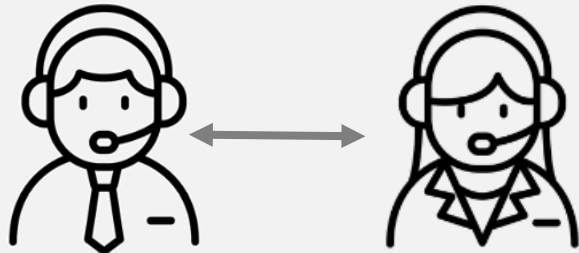
2026年度に向けたKPI  
アクティブ定期顧客数2021年度比  
2.1倍へ



## 事業拡大や大型キャンペーンの実施時などでも、サービス品質を維持できる体制づくり

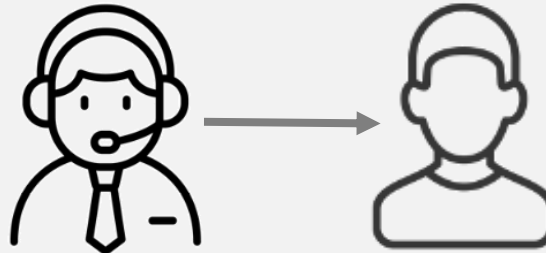
- ① 委託先の複数のコールセンター間で、成功事例を共有し、コミュニケーションの顧客満足度を高める

好事例の共有



- ② 顧客属性、購買履歴に沿って休眠・解約ユーザーへアプローチ

休眠顧客へのアプローチ



- ③ 事業拡大に合わせた基盤づくり

- 販売数量の伸長に合わせ、受電体制を拡大し「つながるコールセンター」を維持
- 機能・セキュリティを継続的に強化することで、「使いやすく安心なウェブサイト」を運営



ヘルスケアを心がける人々の『かけがえのないセカンドライフ』に寄り添うパートナーとして、常に期待を超える商品・サービスを提供し続ける。