

2010年1月期

# 決算説明補足資料

< 2010年2月26日 決算発表 >

ダイードリンク株式会社  
(東証1部:2590)

## 目次

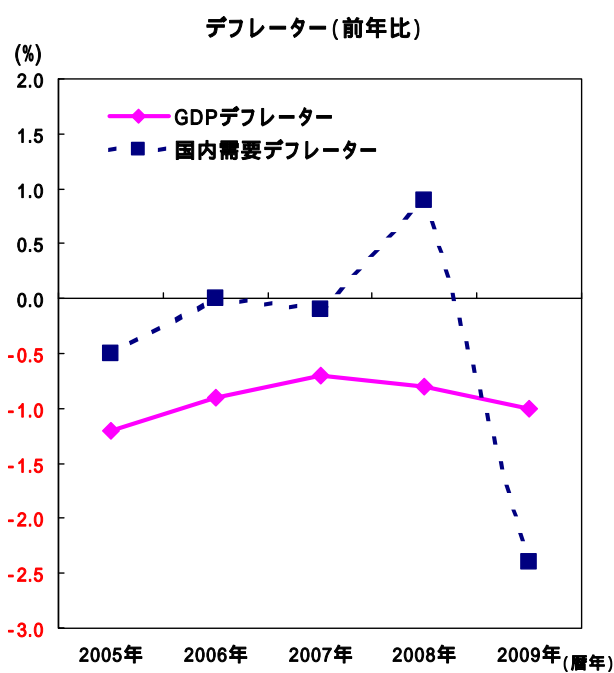
---

. 清涼飲料業界の動向	… 2
. 決算の概要	… 4
. 通期業績予想	… 9
. 参考資料	… 12



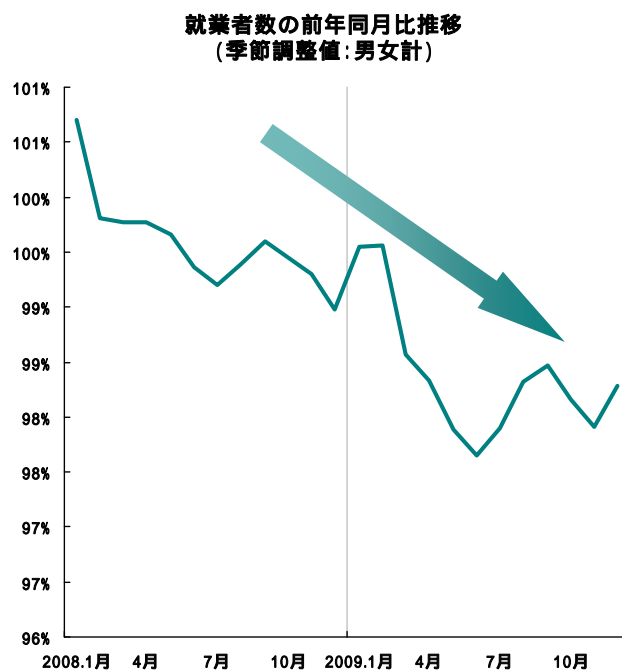
# 1. 清涼飲料業界の動向

## 1. 依然厳しい状況の続く経済情勢



(注) 四半期デフレーター-季節調整系列  
 = (名目季節調整系列 / 実質季節調整系列) × 100

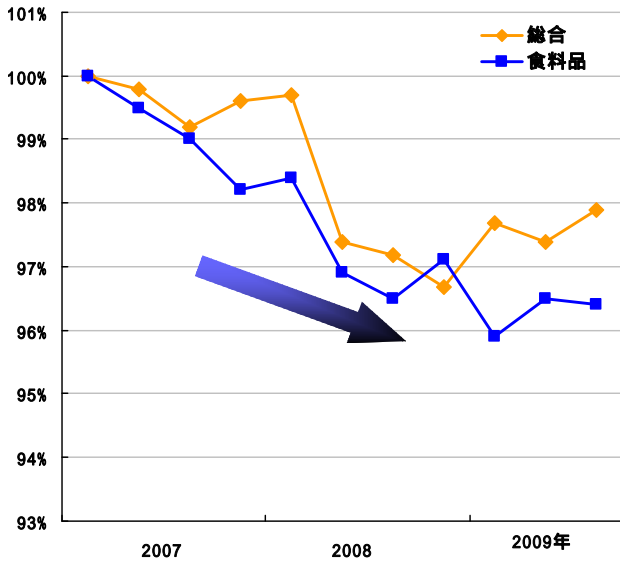
資料: 内閣府統計データより当社作成



資料: 総務省統計データより当社作成

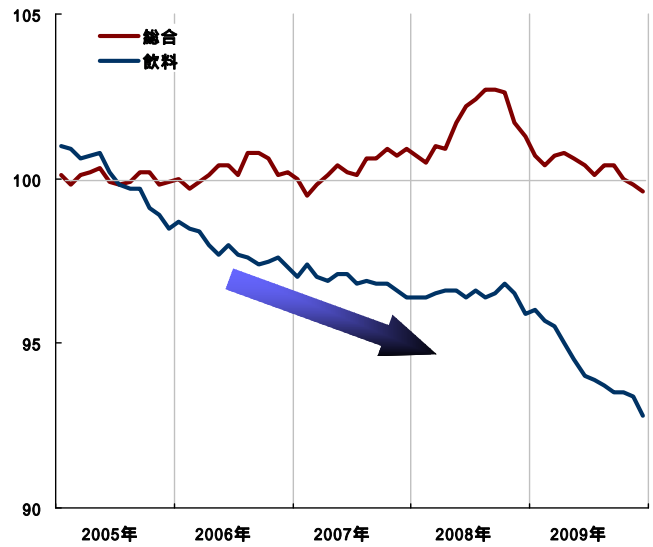
## 2. 個人消費の低迷と販売価格の動向

消費水準指数の推移  
(世帯人員分布調整済 - 二人以上の世帯)



資料: 総務省 統計データより当社作成  
(2007.1Q = 100とした指数)

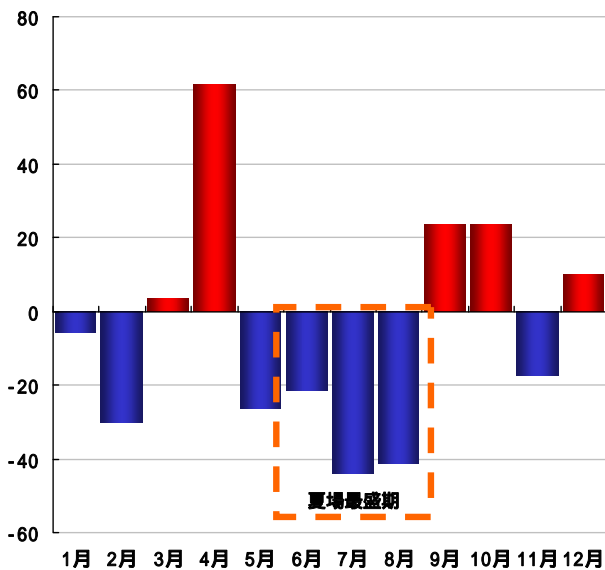
消費者物価指数推移



資料: 総務省統計データより当社作成  
(2005年平均=100とした指数)

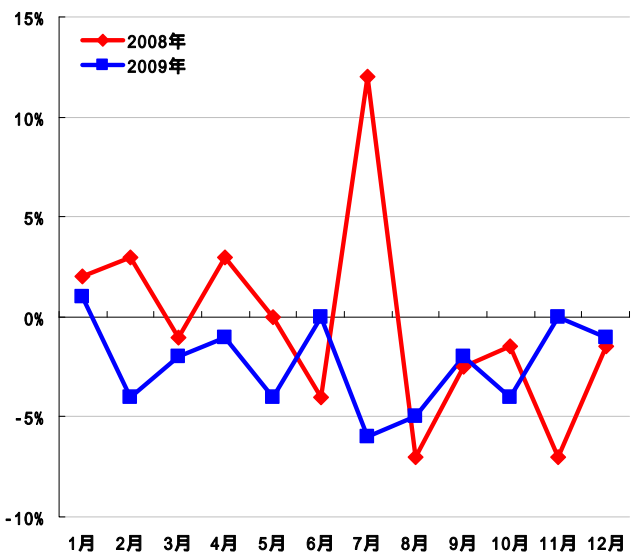
## 3. 販売動向

2009年度日照時間の平年値差異



資料: 気象庁統計データ(地点: 東京)より当社作成  
(平年値統計期間: 1971~2000年)

清涼飲料出荷数量前年比推移



資料: ガイドードリンク調べ



## 決算の概要

### 1. 連結業績ハイライト

【連結経営成績】

(単位:百万円)

	09/1期実績	10/1期実績	増減率	増減額
売上高	155,941	151,048	3.1%	4,893
売上総利益 (売上総利益率)	83,367 (53.5%)	80,067 (53.0%)	4.0%	3,300
営業利益	2,619	6,060	131.4%	3,440
経常利益	2,935	5,518	88.0%	2,582
当期純利益	1,002	705	29.6%	296
1株当たり当期純利益	60.49円	42.61円	-	17.88円
1株当たり配当金	50円	50円	-	-

【連結財政状態】

(単位:百万円)

	09/1期実績	10/1期実績	増減率	増減額
総資産	101,019	125,326	24.1%	24,307
純資産	70,743	71,020	0.4%	276
自己資本比率	68.8%	55.6%	-	-
1株当たり純資産	4,196.90円	4,208.25円	-	11.35円

## 2. 要約連結損益計算書

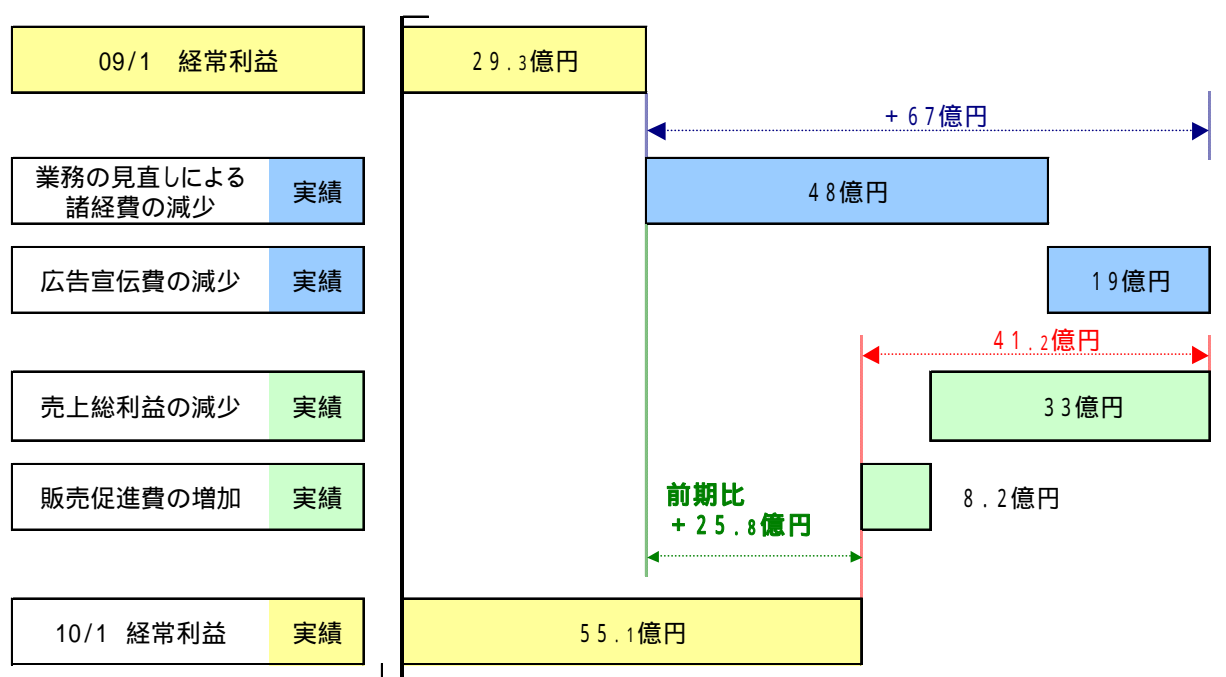
(単位:百万円)

科目	09/1期		10/1期			
	実績	百分比	実績	百分比	増減率	増減額
<b>売上高</b>	<b>155,941</b>	<b>100.0%</b>	<b>151,048</b>	<b>100.0%</b>	<b>3.1%</b>	<b>4,893</b>
売上原価	72,573	46.5%	70,981	47.0%	2.2%	1,592
売上総利益	83,367	53.5%	80,067	53.0%	4.0%	3,300
販売費及び一般管理費	80,748	51.8%	74,006	49.0%	8.3%	6,741
<b>営業利益</b>	<b>2,619</b>	<b>1.7%</b>	<b>6,060</b>	<b>4.0%</b>	<b>131.4%</b>	<b>3,440</b>
営業外収益	833	0.5%	803	0.6%	3.6%	29
営業外費用	517	0.3%	1,345	0.9%	160.3%	828
<b>経常利益</b>	<b>2,935</b>	<b>1.9%</b>	<b>5,518</b>	<b>3.7%</b>	<b>88.0%</b>	<b>2,582</b>
特別利益	-	0.0%	615	0.3%	-	615
特別損失	370	0.3%	3,849	2.5%	939.5%	3,479
<b>税金等調整前当期純利益</b>	<b>2,565</b>	<b>1.6%</b>	<b>2,284</b>	<b>1.5%</b>	<b>11.0%</b>	<b>281</b>
法人税等	1,382	0.9%	1,460	0.9%	5.7%	78
少数株主利益	181	0.1%	118	0.1%	34.8%	63
<b>当期純利益</b>	<b>1,002</b>	<b>0.6%</b>	<b>705</b>	<b>0.5%</b>	<b>29.6%</b>	<b>296</b>

### 【主な販売費及び一般管理費】

発送配達費	4,349	2.8%	4,271	2.8%	1.8%	78
広告宣伝費	4,577	2.9%	2,671	1.8%	41.6%	1,905
販売促進費	17,990	11.5%	18,811	12.5%	4.6%	821
給与手当	14,085	9.0%	13,435	8.9%	4.6%	649

## 3. 連結経常利益の増減要因



利益の増加要因 利益の減少要因

## 4. 連結売上高

### (1) 部門別売上高

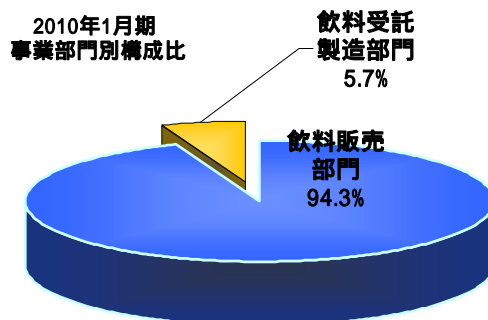
(単位:百万円)

	09/1期		10/1期			
	累計実績	構成比	累計実績	構成比	増減率	増減額
コーヒー飲料	79,222	50.8%	75,362	49.9%	4.9%	3,859
茶系飲料	22,662	14.5%	20,116	13.3%	11.2%	2,545
果汁飲料	11,837	7.6%	9,777	6.5%	17.4%	2,059
炭酸飲料	11,066	7.1%	13,250	8.8%	19.7%	2,184
ミネラルウォーター類	5,862	3.8%	5,666	3.8%	3.4%	196
機能性飲料	3,556	2.3%	2,914	1.9%	18.1%	642
ドリンク剤	2,579	1.6%	2,432	1.6%	5.7%	147
その他	12,370	7.9%	12,880	8.5%	4.1%	510
飲料販売部門	149,158	95.6%	142,400	94.3%	4.5%	6,757
飲料受託製造部門	6,783	4.4%	8,647	5.7%	27.5%	1,864
合計	155,941	100.0%	151,048	100.0%	3.1%	4,893

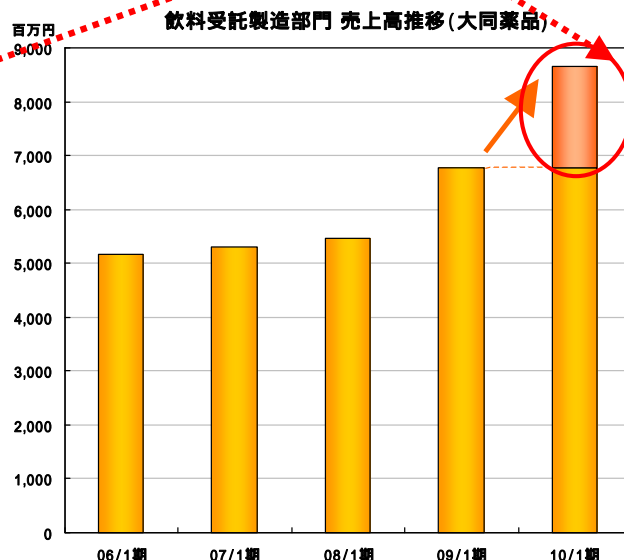
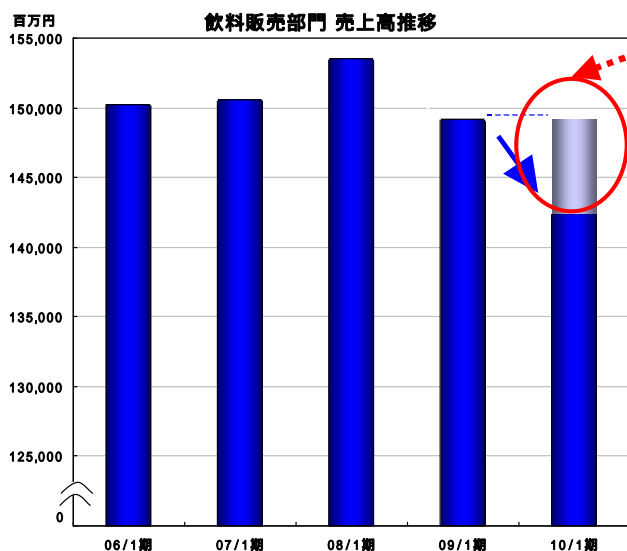
### (2) 飲料販売部門 販売チャネル別売上高

(単位:百万円)

	09/1期		10/1期			
	累計実績	構成比	累計実績	構成比	増減率	増減額
自販機	133,127	89.3%	126,126	88.6%	5.3%	7,001
CVS等	16,030	10.7%	16,274	11.4%	1.5%	243
飲料販売部門	149,158	100.0%	142,400	100.0%	4.5%	6,757



補完関係



## 5. 要約連結貸借対照表

### (1) 資産の部

(単位:百万円)

科目	09/1期		10/1期			
	実績	構成比	実績	構成比	増減率	増減額
<b>流動資産</b>	<b>64,901</b>	<b>64.2%</b>	<b>68,027</b>	<b>54.3%</b>	<b>4.8%</b>	<b>3,126</b>
現金及び預金	26,426	26.1%	22,395	17.9%	15.3%	4,030
受取手形及び売掛金	13,004	12.9%	12,716	10.2%	2.2%	287
有価証券	16,267	16.1%	23,708	18.9%	45.7%	7,441
たな卸資産	6,417	6.3%	6,190	4.9%	3.5%	226
その他	2,786	2.8%	3,016	2.4%	8.2%	229
<b>固定資産</b>	<b>36,117</b>	<b>35.8%</b>	<b>57,298</b>	<b>45.7%</b>	<b>58.6%</b>	<b>21,180</b>
有形固定資産	7,842	7.8%	28,208	22.5%	259.7%	20,366
リース資産	-	0.0%	20,552	16.4%	-	20,552
その他	7,842	7.8%	7,656	6.1%	2.4%	186
無形固定資産	2,437	2.4%	2,670	2.1%	9.6%	232
投資その他の資産	25,837	25.6%	26,419	21.1%	2.3%	581
投資有価証券	20,304	20.1%	21,180	16.9%	4.3%	876
その他	5,533	5.5%	5,238	4.2%	5.3%	294
<b>資産合計</b>	<b>101,019</b>	<b>100.0%</b>	<b>125,326</b>	<b>100.0%</b>	<b>24.1%</b>	<b>24,307</b>

## 5. 要約連結貸借対照表

### (2) 負債の部・純資産の部

(単位:百万円)

科目	09/1期		10/1期			
	実績	構成比	実績	構成比	増減率	増減額
<b>流動負債</b>	<b>26,914</b>	<b>26.7%</b>	<b>40,550</b>	<b>32.3%</b>	<b>50.7%</b>	<b>13,635</b>
支払手形及び買掛金	17,277	17.1%	17,906	14.3%	3.6%	628
未払金	4,749	4.7%	5,161	4.1%	8.7%	412
リース債務	-	0.0%	9,434	7.5%	-	9,434
その他	4,887	4.9%	8,047	6.4%	64.7%	3,159
<b>固定負債</b>	<b>3,361</b>	<b>3.3%</b>	<b>13,755</b>	<b>11.0%</b>	<b>309.3%</b>	<b>10,394</b>
リース債務	-	0.0%	10,325	8.3%	-	10,325
その他	3,361	3.3%	3,430	2.7%	2.1%	68
<b>負債合計</b>	<b>30,275</b>	<b>30.0%</b>	<b>54,305</b>	<b>43.3%</b>	<b>79.4%</b>	<b>24,030</b>
<b>株主資本</b>	<b>70,460</b>	<b>69.7%</b>	<b>70,336</b>	<b>56.2%</b>	<b>0.2%</b>	<b>124</b>
資本金	1,924	1.9%	1,924	1.6%	0.0%	-
資本剰余金	1,464	1.4%	1,464	1.2%	0.0%	-
利益剰余金	67,074	66.4%	66,951	53.4%	0.2%	122
自己株式	1	0.0%	3	0.0%	-	1
評価・換算差額等	927	0.9%	618	0.5%	-	308
少数株主持分	1,210	1.2%	1,302	1.0%	7.6%	92
<b>純資産合計</b>	<b>70,743</b>	<b>70.0%</b>	<b>71,020</b>	<b>56.7%</b>	<b>0.4%</b>	<b>276</b>
<b>負債及び純資産合計</b>	<b>101,019</b>	<b>100.0%</b>	<b>125,326</b>	<b>100.0%</b>	<b>24.1%</b>	<b>24,307</b>

## 6. 「リース取引に関する会計基準」適用前後の貸借対照表(イメージ)

【リース資産・債務のオフバランス時】

金融資産 672.8億円	その他負債 345.4億円
その他資産 374.9億円	純資産 710.2億円

総資産 1,047.7億円  
自己資本比率 66.5%

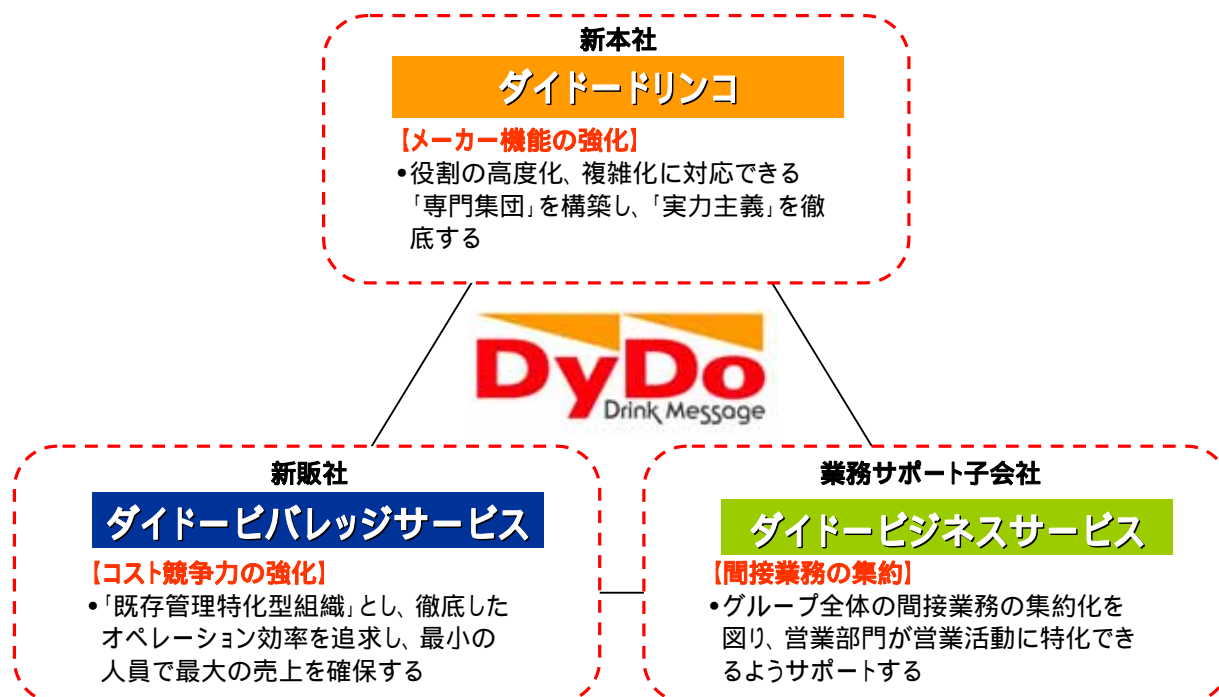
【リース資産・債務のオンバランス時】

金融資産 672.8億円	リース債務 197.6億円
	その他負債 345.4億円
リース資産 205.5億円	純資産 710.2億円
その他資産 374.9億円	

総資産 1,253.2億円  
自己資本比率 55.6%

## 7. グループ連結経営体制 (2010年3月21日～)

- 「ダイドードリンクグループ」としての一体感を醸成するため、各社とも、すべて「DyDo」を冠する社名とし、それぞれの役割期待を明確化することにより、グループ全体視点による経営を推進する







## 通期業績予想

### 1. 通期業績予想

【連結業績予想】

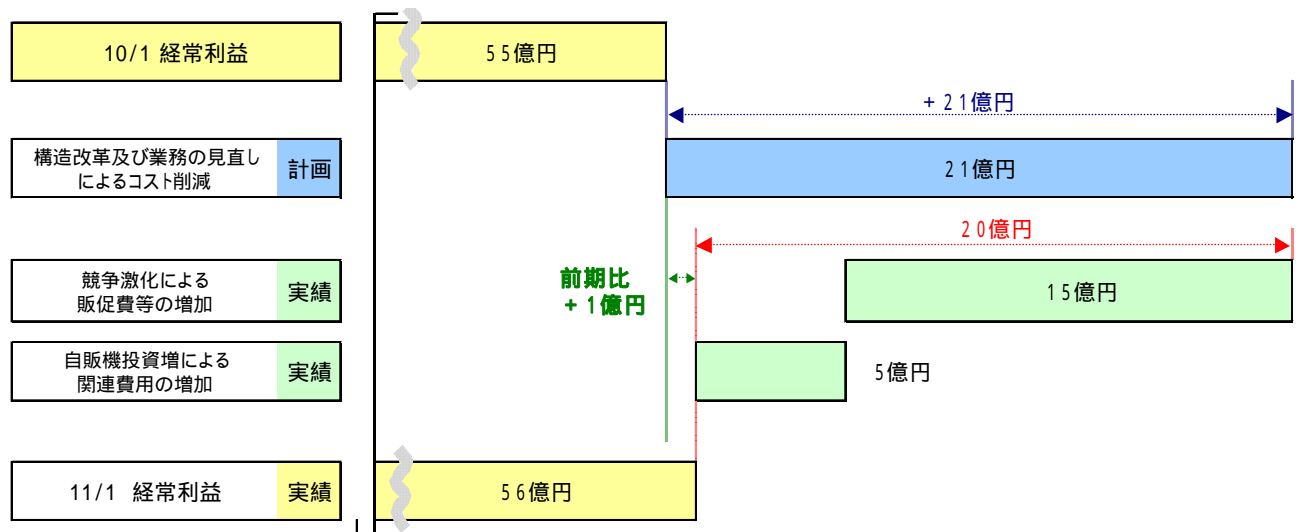
(単位:百万円)

	10/1期実績	11/1期予想	増減率	増減額
自販機	126,126	126,150	0.0%	23
CVS等	16,274	16,300	0.2%	25
飲料販売部門	142,400	142,450	0.0%	49
飲料受託製造部門	8,647	8,650	0.0%	2
売上高	151,048	151,100	0.0%	51
営業利益	6,060	6,100	0.7%	39
経常利益	5,518	5,600	1.5%	81
当期純利益	705	2,900	310.8%	2,194
1株当たり当期純利益	42.61円	175.05円	-	132.44円

【配当予想】

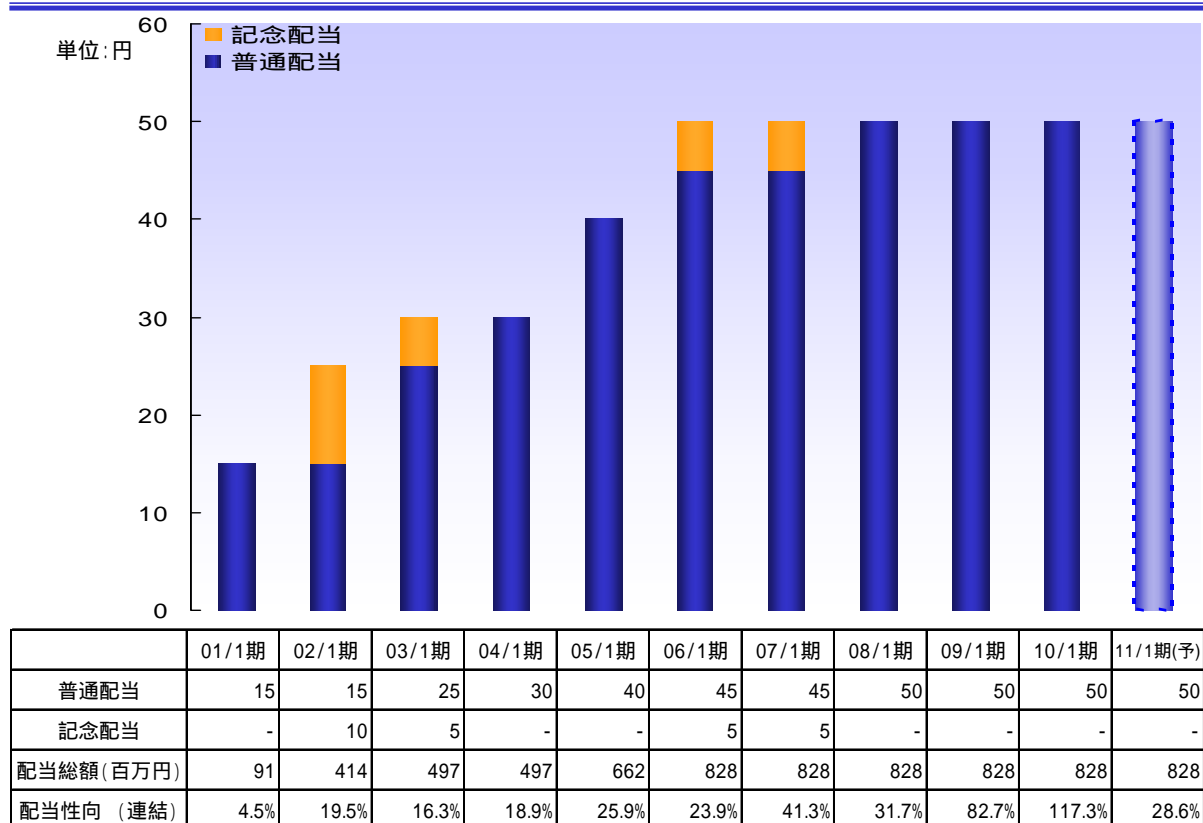
	10/1期実績	11/1期予想	増減額
1株当たり 年間配当金	50円	50円	-
(中間)	20円	20円	-
(期末)	30円	30円	-

## 2. 連結経常利益の見通し



利益の増加要因 利益の減少要因

## 3. 株主還元に対する考え方



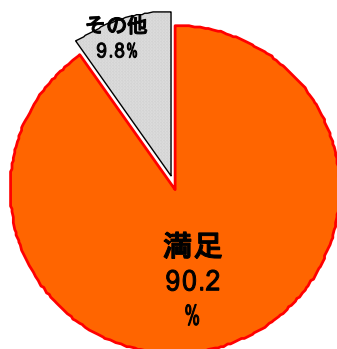
## 4. 個人株主層の拡大へ向けて



## 5. 株主優待品に対するご意見

### 株主の皆さまからいただいたご意見

Q・株主優待品は  
いかがでしたか？



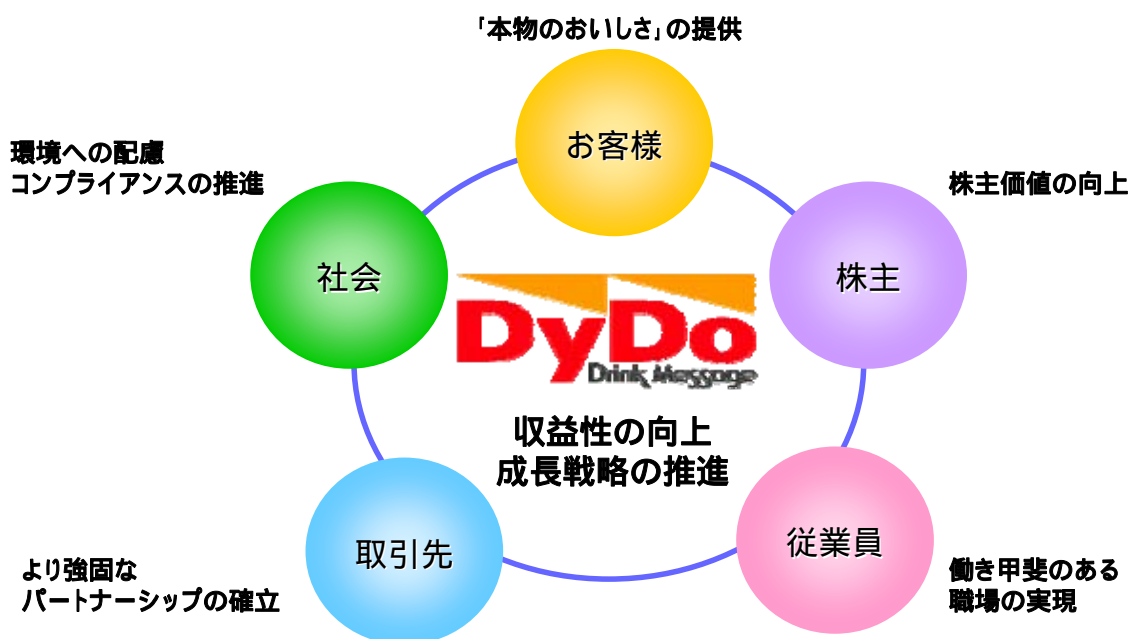
株主優待品アンケートより  
(2009年9月実施)

- ・優待制度は個人投資家の必須条件です。今後も絶対継続して下さい。  
(30代男性)
- ・優待は毎回楽しみにしています。絶対に今後も続けていって下さい。  
(40代男性)
- ・初めてですが、内容、ボリュームともにあり、他社より良い。  
(60代男性)
- ・話聞いていた以上のボリューム、種類にビックリ！これからもボリュームの多い株主優待を楽しみにします。  
(40代女性)
- ・今回は、3歳と5歳の孫が遊びに来ている時に送られてきたので、孫たちが大興奮でした。早く！早く！と催促の嵐でしたよ。  
(50代女性)
- ・外出先では、DyDoの自動販売機を探して買うようになりました。  
(50代女性)
- ・自分では買ったことの無い製品も含まれており、試せる機会となり良い。  
(40代男性)
- ・貴社の株主優待は、雑誌だけでなく、口コミでも広がっているのでは是非続けて欲しい。  
(20代男性)
- ・配当を無くしても優待は続けて欲しい。年2回楽しみにしています。  
(80代男性)
- ・配当減でも株主優待は継続して欲しい。  
(50代男性)



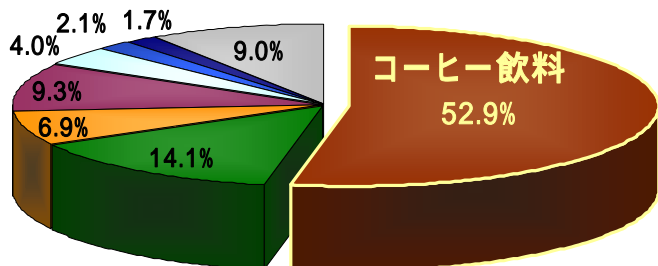
## 参考資料

### 私たちに関わる人々(ステークホルダー)に対する共存共栄



ダイドブレンドコーヒー & デミタスコーヒー

飲料販売部門 商品別構成比



- |              |         |
|--------------|---------|
| ■ コーヒー飲料     | ■ 茶系飲料  |
| ■ 果汁飲料       | ■ 炭酸飲料  |
| □ ミネラルウォーター類 | ■ 機能性飲料 |
| ■ ドリンク剤      | □ その他   |

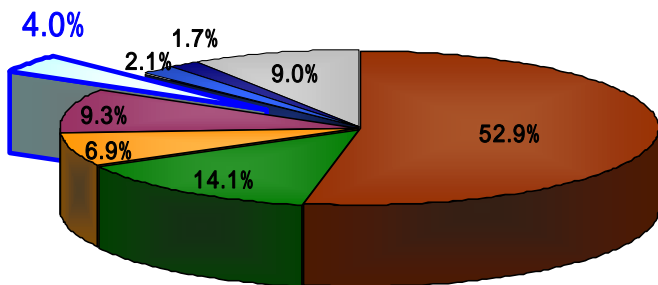


D-1 COFFEEも新ラインアップ!



飲料販売部門 商品別構成比

ミネラルウォーター類

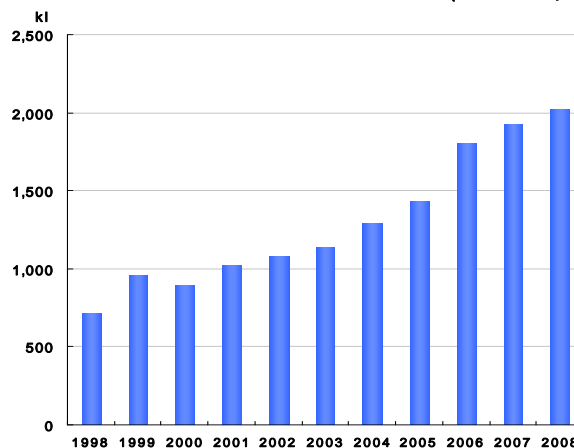


- |              |         |
|--------------|---------|
| ■ コーヒー飲料     | ■ 茶系飲料  |
| ■ 果汁飲料       | ■ 炭酸飲料  |
| ■ ミネラルウォーター類 | ■ 機能性飲料 |
| ■ ドリンク剤      | □ その他   |

モンドセレクション  
金賞受賞!

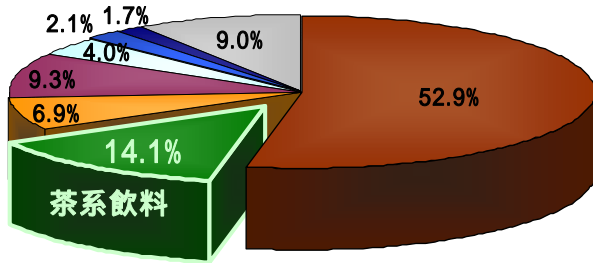


ミネラルウォーター生産量推移 (業界全体)



資料: 全国清涼飲料工業会のデータにより当社作成

飲料販売部門 商品別構成比



- |              |         |
|--------------|---------|
| ■ コーヒー飲料     | ■ 茶系飲料  |
| ■ 果汁飲料       | ■ 炭酸飲料  |
| □ ミネラルウォーター類 | ■ 機能性飲料 |
| ■ ドリンク剤      | □ その他   |

NEW



茶処静岡産茶葉を100%使用  
葉の茶シリーズ

NEW

Ti-Haに  
新ラインアップ!



特定保健用食品  
燕龍茶 レベルケア

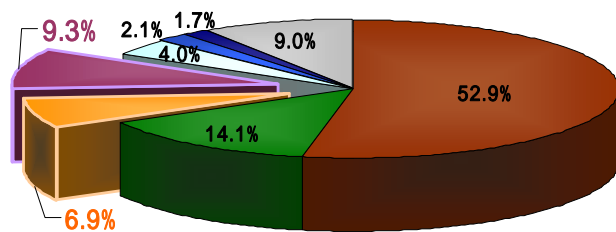


コクと香りの  
おいしい麦茶



飲料販売部門 商品別構成比

炭酸飲料

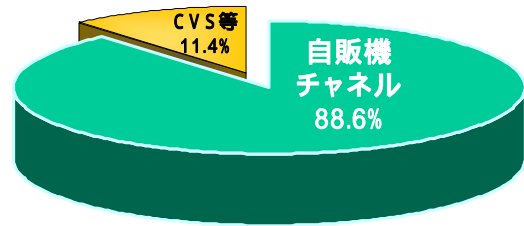


果汁飲料

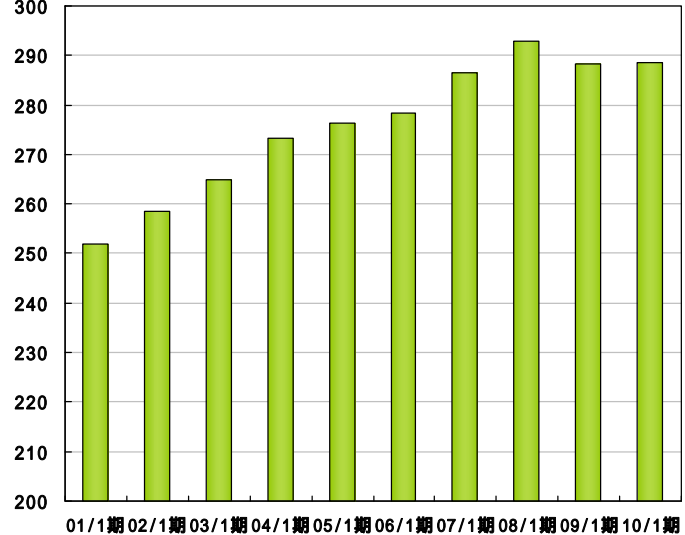
- |              |         |
|--------------|---------|
| ■ コーヒー飲料     | ■ 茶系飲料  |
| ■ 果汁飲料       | ■ 炭酸飲料  |
| □ ミネラルウォーター類 | ■ 機能性飲料 |
| ■ ドリンク剤      | □ その他   |



2010年1月期  
飲料販売部門チャンネル別構成比



千台 自動販売機オペレーション台数推移



株主優待品のご紹介

100株以上保有の株主の皆さまに

**年2回** 3,000円相当の  
自社製品詰め合わせを進呈

(割当基準日: 1月20日、7月20日)



2009年1月20日現在の株主の皆さまに進呈した株主優待品



2010年版  
知って得する株主優待\*で

読者が選ぶ「株主優待人気  
ランキング」上位ランキン!

\*2009年11月 野村IR発行

👑 驚き! 感動の株主優待ランキング  
4年連続 No.1

順位	社名	優待回数
1	ダイドードリンコ	2回
2	日本マクドナルドホールディングス	2回
3	カゴメ	2回

👑 株主優待総合ランキング

順位	社名	優待回数
1	日本マクドナルドホールディングス	2回
2	カゴメ	2回
3	ダイドードリンコ	2回

# <よくいただくご質問>

Q. 「食の安全」に対する取り組みを教えてください。

A

## 原材料の検査体制

当社では、「食の安全」確保のために、製品の企画段階より原材料規格書及び品質規格書によるチェックを行い、法令に適合した安全な原材料のみを使用する体制を構築しています。

## ダブルチェック体制

当社が製造を委託している各協力工場は、いずれも優れた製造ラインを有しており、徹底した品質管理を行っております。また、製品製造後さらに、当社の品質管理部門において厳格な品質チェックを実施しています。

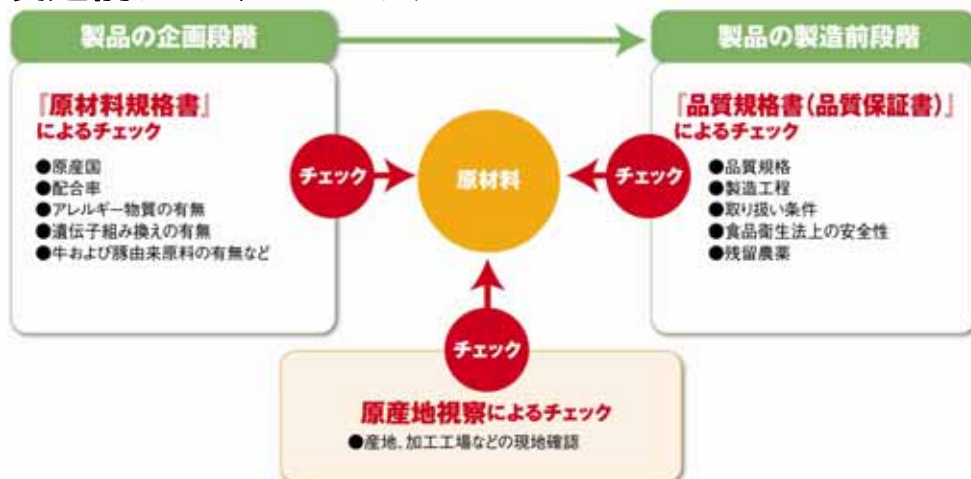
この体制はいわば品質管理のダブルチェック体制でもあり、当社独自の厳しい品質管理ができていますと確信しております。こうした当社の真剣な取り組み姿勢から、各協力工場間において、品質管理に向けての競争が促されることになり、品質管理がより充実していくというメリットが生まれています。

## 原材料・栄養表示一覧の掲載

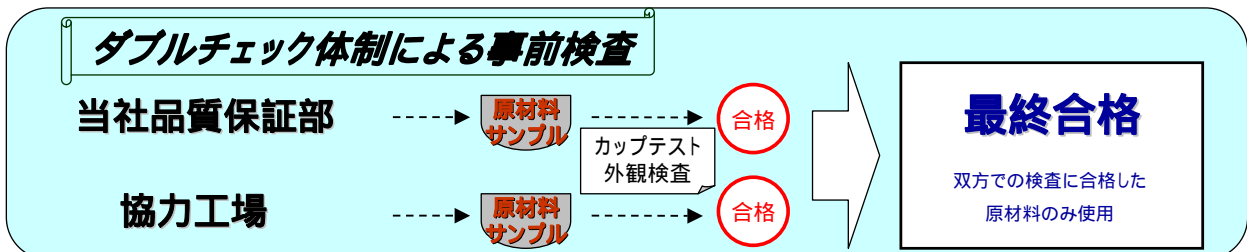
当社では、お客さまに安心をお届けするための取り組みの一環として、ホームページ上に「原材料・栄養成分一覧」を掲載しています。

お客さまからの信頼こそが、企業としての存立の基盤であると考えております。今後とも、企業の社会的責任として、確実な品質管理体制・チェック体制を堅持し、全社員一丸となって「食の安全」の確保に向けて努力してまいります。

## 原材料の検査体制 製造前におけるチェック

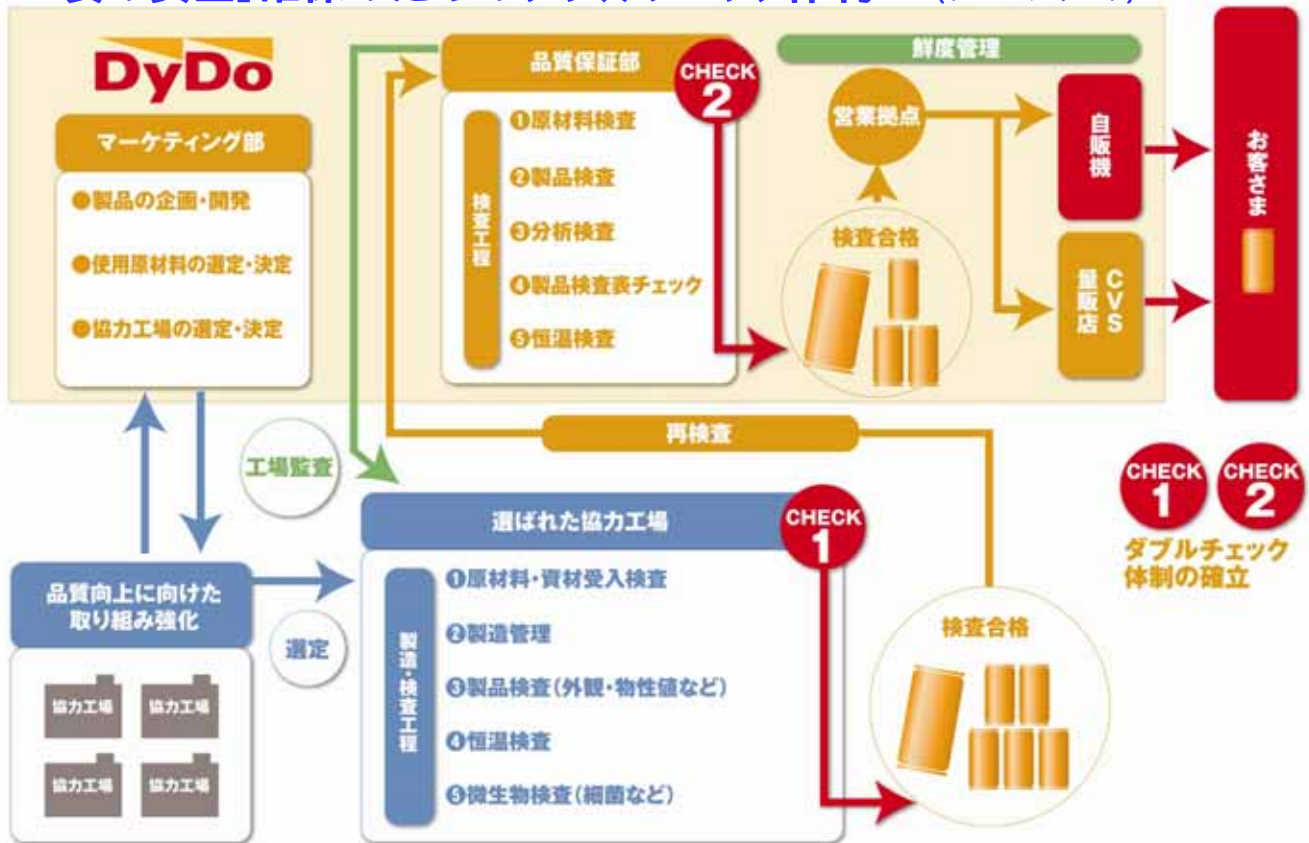


## 製造段階におけるチェック(コーヒー豆)





## 「食の安全」確保のためのダブルチェック体制 (フローチャート)



## 原材料・栄養成分一覧の掲載 (当社ホームページ)

主な製品の原材料・栄養成分を一覧で掲載

アレルギー特定原材料も分かりやすく記載

[トップページ](#) [製品情報トップ](#) [原材料・栄養成分一覧](#)

DyDo

製品情報 | 自販機空間 | 企業情報 | DyDoの取り組み | IR情報 | お客様相談室 | お問い合わせ | トランコ通販

製品情報TOP > 原材料・栄養成分一覧

**原材料・栄養成分一覧**

ガイドラインの主な製品の原材料の記載状況などを紹介しています。ご確認のうえ、お買い上げをお願いいたします。

[コーヒー類 | お茶類 | 紅茶類 | 緑茶類 | エネルギー飲料類 | 果汁類 | 野菜類 | 乳飲料 | 肉類類 | その他類]

2019年02月06日現在

商品名	商品画像	原材料名	アレルギー原材料	単位	たんぱく質	脂質	糖質	食塩相当量	ナトリウム	エネルギー	カルシウム	ビタミンB1	ビタミンB2	ビタミンB6	ビタミンC
ガイドラインコーヒー (200g)		牛乳、砂糖、コーヒー、脱脂粉乳、乳化剤	乳	100ml 当たり	36	0.7	0~1	75	40		187	1027	79.5		
ガイドラインコーヒー (ルーキー) (200g)		牛乳、コーヒー、砂糖、脱脂粉乳、乳化剤、香料(アセスルファムK)	乳	100ml 当たり	30	0.8	0.5	5.5	27	146kcal	19	110	83		
ガイドラインコーヒー				100g											

<http://www.dydo.co.jp/product/seihin/ichiran.html>

# <よくいただくご質問>

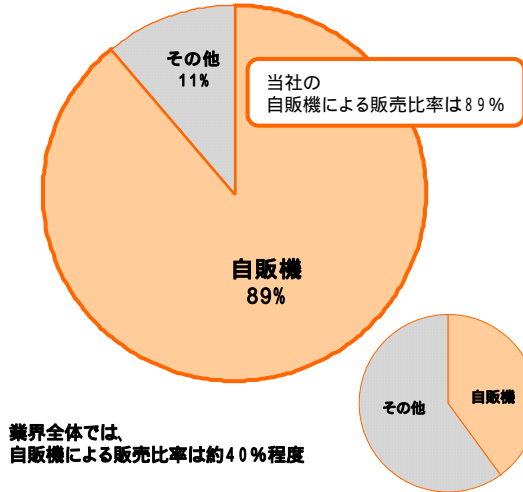
## Q. ビジネスモデルと業績の安定性との関係を教えてください。

A

当社は売上の約90%が自販機によるもの、そして製品別では、コーヒーが売上の半分以上を占めています。「コーヒーという利益率の高い製品を、価格安定性、そして販売安定性の高い自販機で販売する」というビジネスモデルが、当社の業績を安定的なものにしています。

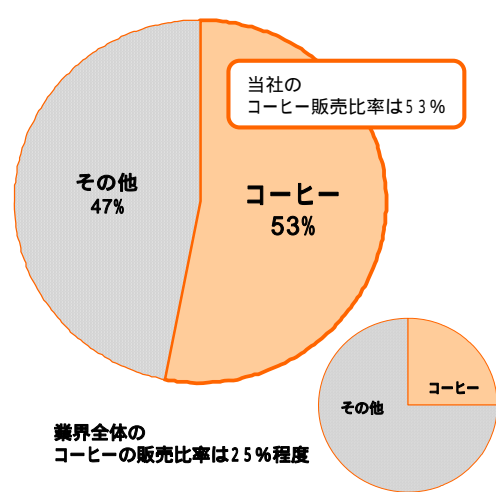
当社飲料販売部門チャネル別売上構成比

(2010年1月期)



当社飲料販売部門製品別売上構成比

(2010年1月期)



資料:ガイドードリンク調べ

(注)小数点以下四捨五入

## Q. なぜ安定した財務体質を維持できるのですか？

A

- ・「全国の協力工場へ製造を委託」
- ・「製品開発と営業に経営資源を集中」

自社工場を持たない生産体制により、仕入れは協力工場に委託し、回収は現金主体となっています。そのため、収支ギャップも常に小さく、安定しています。当社の安定的な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のです。

- ・「効率的な物流体制を実現」

製造と物流は全国の協力工場・協力業者へ分散し、「現地生産・現地消費」により物流費を低減しています。



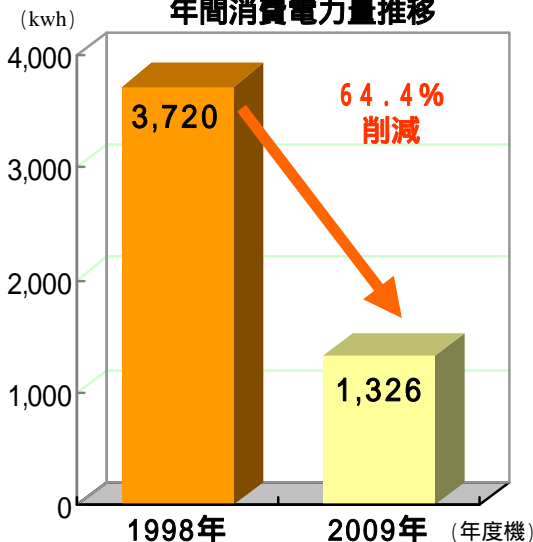
# <よくいただくご質問>

## Q. 環境への取り組みについて教えてください。

A1

当社では、「IH自販機」「LED搭載自販機」「ノンフロン・ヒートポンプ自販機」など環境配慮型自販機の導入を積極的に進めております。  
また、当社では、全国3箇所に「自販機管理センター」を設け、自販機の再生にも取り組んでおります。今後とも、地球環境保全活動への貢献をめざしてまいります。

### DyDo自販機1台当りの 年間消費電力量推移



### IH加温自販機

- ・業界初「IHヒーター」搭載
- ・販売時のみの加温により、業界トップクラスの消費電力を削減  
(2006年度当社同型機種比33.5%減)



IH自販機

### 3Rを推進

- ・リデュース (廃棄物の発生を抑制)
- ・リユース (再使用)
- ・リサイクル (再資源化)



再生のために分解された自販機

A2

当社では、製造工程から環境負荷の少ない製品作りを推進しております。一例としては、従来のスチール缶より環境にやさしい「環境配慮型スチール缶」を100%採用し、CO<sub>2</sub>の排出量や資源使用量などを低減しています。また、事業所などの運営においても、社員1人ひとりのきめ細やかな対策を実施しています。

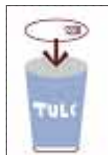
### 「環境配慮型スチール缶」を100%採用

当社売上高の半分以上を占めるコーヒー飲料。そのコーヒー飲料に多く使用されるスチール缶は、リサイクル性に優れています。当社は、スチール缶の製造工程において、環境にやさしい「環境配慮型スチール缶」を100%採用。製缶時のCO<sub>2</sub>排出量、資源使用量、エネルギー消費量を低減しています。

#### ・TULC缶

製缶時に水を使用せず、CO<sub>2</sub>や産業廃棄物の発生も大幅に抑制されました。つまり、一滴の水も汚すことなく、土壌汚染や地球温暖化などの環境負荷を軽減します。

#### ・TULC缶



#### ・3ピースグラビアラミネート缶 / クリスタル缶

従来の印刷缶が必要とされていた塗装・印刷を、オープンで乾燥する工程がなくなり、製缶時のエネルギー消費が低減されました。

#### ・従来の印刷缶



#### ・3ピースグラビアラミネート缶 / クリスタル缶



### 容器を軽量化し、資源の使用量をカット

メーカーと協力して成形技術の改良に努め、容器の厚みを薄くするなど、容器の資源使用量を抑えています。容器の軽量化は、商品を運ぶエネルギーの削減にもつながります。

	1987年度	1996年度	2009年度	
190gスチール缶	37.2g	→	29.7g	約20%軽量化
350gアルミ缶	19.5g	→	16.4g	約16%軽量化
500mlペットボトル		32.0g	→ 26.0g	約19%軽量化

### クールビズ・ウォームビズへの参加

2005年より、「チーム・マイナス6%」へいち早く参加し、地球温暖化防止に取り組んでいます。



# <よくいただくご質問>

## Q. 社会貢献活動について教えてください。

A1

当社は、清涼飲料水という消費者の皆さまの生活に密着した製品を取り扱っていることから、自販機を通じて、地域に密着した営業展開に注力しております。地域社会とのつながりは、当社にとって非常に重要であり、様々な場面で社会貢献に取り組んでおります。取り組みの一つとして、各地方自治体との「災害時における飲料の提供協力に関する協定」の締結や、災害発生時には自販機内の製品を提供できる「災害救援ベンダー」を展開しております。

### 地方自治体と災害協定を締結

万一の大規模災害発生時には、災害対応型自販機（災害救援ベンダー）からの在庫製品の提供や、当社が指定する物流拠点から避難所への飲料の共同配送を行います。



災害時の物流拠点・自販機からの飲料提供

### 停電時にも飲料提供できる「災害救援ベンダー」

災害や緊急事態の発生などで停電になったときには、管理者の操作により、非常用電源で必要な電力を供給して自販機内の製品を取り出すことができます。普段は通常の自販機としてご利用いただけます。

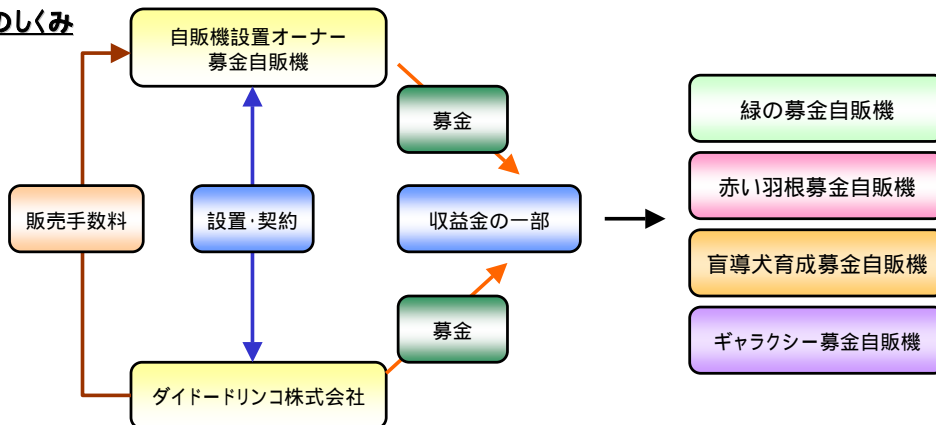


災害救援ベンダー

A2

当社売上高の約9割は自販機によるもの。当社では、自販機オーナーさまの協力のもと、自販機による収益金の一部を募金として寄付する「社会貢献型自販機」の設置を推進しています。森林づくりへ貢献するための「緑の募金」をはじめ、「赤い羽根共同募金」「盲導犬育成募金」「ギャラクシー・ブライト」など、さまざまな活動を支援し、事業を通じて社会に貢献してまいります。

### 募金のしくみ



### 「緑の募金自販機」

・設置台数：全国に約3,500台  
(2010年1月20日現在)



緑の募金自販機

2008年5月、農林水産大臣より感謝状が授与されました。



# <よくいただくご質問>

## Q. 個人株主・個人投資家に対する考え方を教えてください。

A

当社は、清涼飲料という消費者の皆さまの生活に密着した製品を取り扱っています。つまり、個人株主・個人投資家の皆さまは、当社にとって顧客であり、お客さまそのものだということです。

個人株主を増やすということは、当社のファンを増やすことにつながると考えております。

継続的に個人株主・個人投資家の皆さまとのコミュニケーションの充実を図り、ひとりでも多くの方に、当社の株主そして当社のファンになっていただきたいと考えております。

### 個人株主・個人投資家向け説明会 開催実績

日 程	開 催 地 区
2008年 3月	東 京
2008年 5月	仙 台
2008年 9月	名 古 屋
2008年11月	広 島
2009年 3月	東 京
2009年 5月	札 幌
2009年 9月	名 古 屋
2009年11月	福 岡
2010年 3月	東京(今回)

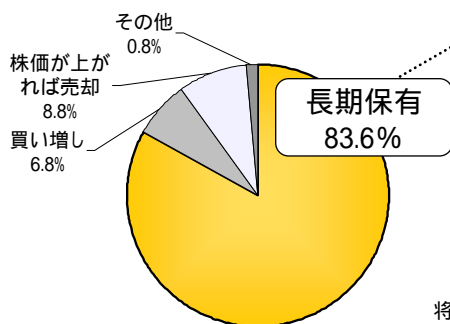
2007年3月:東京での開催以降、今回で13度目の開催

## Q. 他の株主の意見も知りたい。

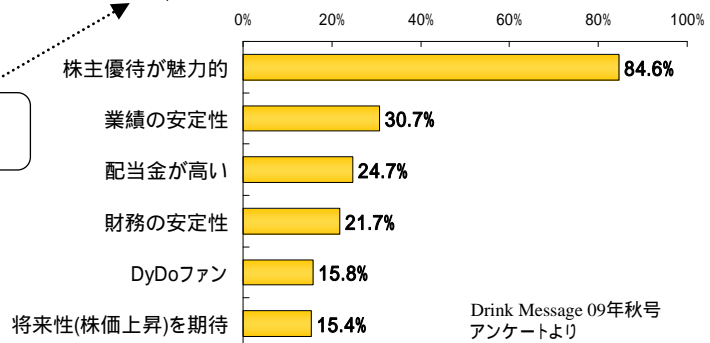
A

当社では、株主通信誌「Drink Message」の発行時、株主優待品贈呈時など、定期的に株主の皆さまを対象としたアンケートを実施し、毎回、非常に多くのご回答をいただいております。

Q・当社株式について、どのような保有方針をお持ちですか？



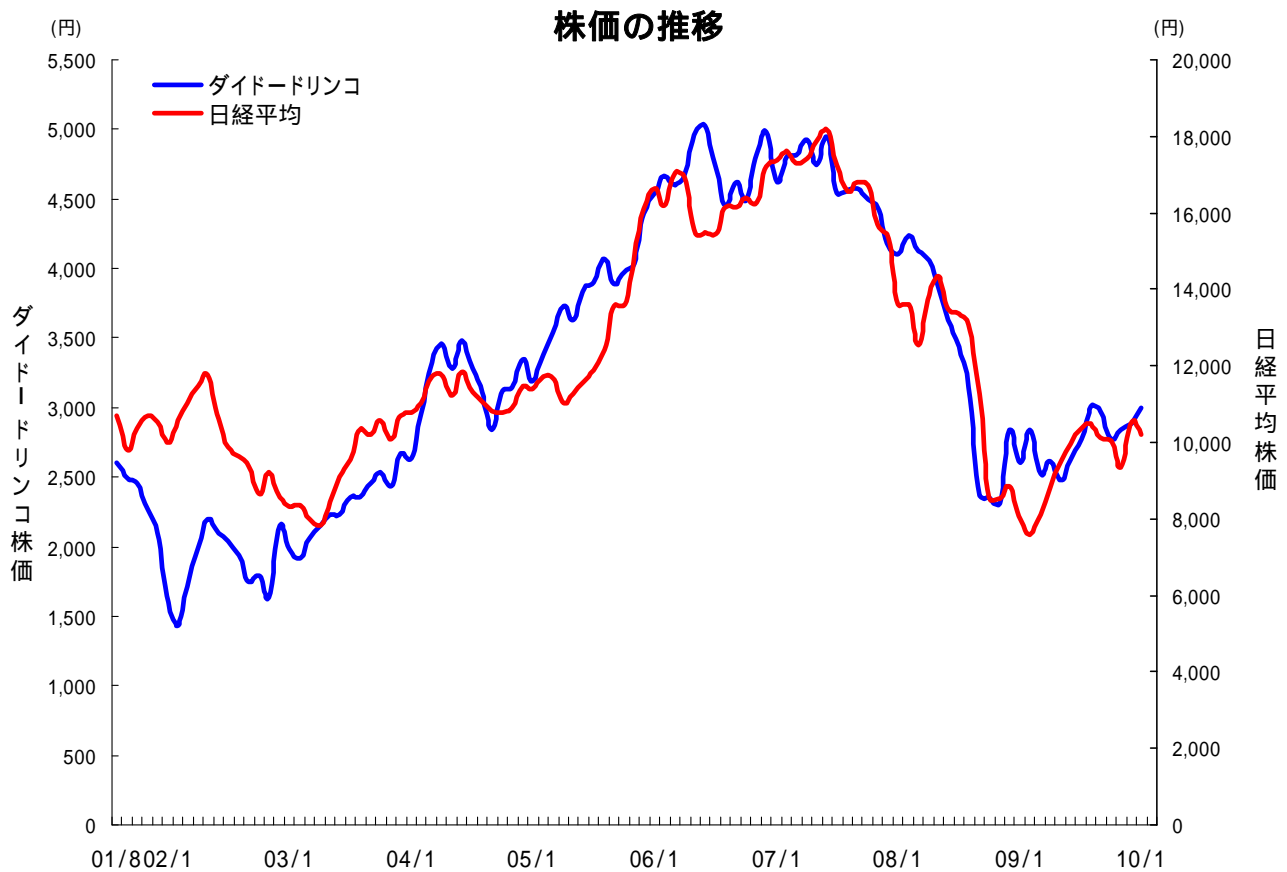
Q・長期保有の理由をお答えください。(複数回答可)



### お寄せいただいたコメント(一部)

- ・今後の益々の発展を期待しています。(30代男性)
- ・立派な財務内容なので、安心して株主になって居られる。(20代女性)
- ・経済環境が厳しくなる中、頑張ってください。(70代男性)
- ・堅実、安定をモットーに経営をして欲しい。(70代女性)
- ・自販機で買うときは、ダイドーと決めています。(50代男性)
- ・株主への配慮がとても細やかで感謝しています。親類にも宣伝しています。(40代女性)

## <ご参考>



当資料は、あくまでダイドードリンコ株式会社をより深く理解していただくためのものであり、当資料に記載されたいかなる情報も、当社株式の購入や売却を勧誘するものではなく、またこれらに関する投資アドバイス目的で作成されたものでもありません。また、当資料に記載されている当社の計画、戦略、確信などのうち、歴史的事実でないものは、将来の実績等に関する見通しです。これらは、現在入手可能な情報から得られたダイドードリンコ株式会社の経営陣の判断に基づくものであり、経営環境の変動等のリスクや不確定な要因を含んでおります。そのため、実際の業績につきましては、これら見通しと大きく異なる結果となることがあり得ます。従いまして、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。

#### 【お問い合わせ先】

ダイドードリンコ株式会社 経営企画部 広報IR室

TEL (06)6222-2621 FAX (06)6222-2623

URL:<http://www.dydo.co.jp/corporate/ir/>