

ダイドードリンコ 創業以来初の商品ブランド全面刷新 「飲料 SPA モデル」から「共創 SPA モデル」へ進化

「あ、うれしい！」を、一緒に。

新 dydo



ダイドードリンコ株式会社（本社：大阪市北区、代表取締役社長：中島 孝徳、以下「当社」）は、顧客やパートナーとともに価値を創るブランドへの転換に向け、2026 年秋冬商品より、創業以来初となる商品ブランドの全面刷新を実施しますので、お知らせいたします。

今回の刷新は、パッケージのデザイン変更にとどまるものではなく、従来の商品ごとの訴求から、商品ブランド総体で価値を伝えていく方向へ転換し、品質、おいしさ、価格を通じて信頼されるブランドをめざすものです。

当社は、新たな商品ブランドのもと、企画からファブレス製造、自販機を通じた販売までを一気通貫でつなぐ当社独自の事業モデルである「飲料 SPA モデル」をさらに進化させ、顧客やパートナーとともに商品や体験を創り上げる「共創 SPA モデル」へ移行します。これにより、生活者にとって、より身近で、より選びたくなるブランドへの進化を図ってまいります。

本取り組みの背景および概要は、以下の通りです。

1. 商品ブランド刷新の背景

近年、SNSの進展などにより、生活者の声が直接ブランド価値に影響を与える時代となり、企業と顧客の関係性は、「一方向」から「双方向」へと変化しています。加えて、原材料価格やエネルギー費の高騰、人口減少、流通環境の変化など、事業を取り巻く環境も大きく変化しており、飲料業界は転換点を迎えています。

こうした環境のもと、当社は、商品単位での訴求にとどまらず、商品ブランド総体として信頼を蓄積していくことが重要であると考えています。特に、生活者が商品を選ぶ際に、品質、おいしさ、価格に納得し、安心して選べるブランドであることが、今後ますます重要になると捉えています。

当社はこうした変化を踏まえ、従来の商品ブランドごとの訴求から、商品ブランド総体で価値を伝えていく戦略へ転換し、創業以来初となる商品ブランドの全面刷新を実施します。

2. 「飲料 SPA モデル」から「共創 SPA モデル」への進化

当社はこれまで、企画からファブレス製造、自販機を通じた販売までを一気通貫でつなぐ独自の事業モデル、いわば飲料業界の「SPA モデル」により商品を展開してきました。

SPA とは、企画から販売までを一貫して担う製造小売型の事業モデルを指します。当社は、自社工場を持たないファブレス経営により、商品ごとに最適なパートナーと連携し、消費者ニーズを素早く商品に反映する柔軟な商品開発を実現してきました。さらに、全国に展開する約 26 万台の自販機ネットワークを通じて、お客様に直接商品をお届けできる点が、当社の強みです。

今回の刷新を機に、これらの強みを基盤としてさらに進化させ、顧客やパートナーとともに商品や体験を創り上げる「共創 SPA モデル」へ移行します。



これまで個別に展開してきた「共創」の取り組みを、商品ブランド全体の仕組みとして再設計し、常時オープンな「共創 SPA モデル」へと進化させてまいります。生産者・製造業者をはじめ、開発パートナーとなるメーカー企業、行政や地方自治体、コンテンツホルダー、そして生活者であるお客様とともに、自販機ネットワークという当社ならではの強みを生かしたチャレンジングな商品開発やマーケティングを実現し、新たな価値を創出していきます。

この「共創 SPA モデル」への進化を、生活者に見える形で具現化するのが、新たな商品ブランドです。

3. ブランドコンセプト

新たな商品ブランドは、透明かつ丁寧なモノづくりにより実現する「安心の品質と価格」、創意工夫のモノづくりから生み出す「おいしさと楽しさ」を提供価値とし、オープンなモノづくりを通じて、品質とおいしさ、価格で信頼されるブランドをめざします。

コンセプトムービー：<https://youtu.be/oorxrK4quZQ>

4. 商品ブランド刷新の主なポイント

(1) 新商品ブランドロゴおよびスローガン

「あ、うれしい！」を、一緒に。



新商品ブランドロゴは、水・お茶・コーヒーなど、様々な飲料カテゴリに自然に調和するデザインとしています。

ロゴの「y」とその上の2つの●には、協力会社や生活者、地域社会などとの相互尊重と支え合いの想いを込め、共創・調和・つながりを表現しています。

また、「y」のカーブは笑顔を想起させる形状とし、柔らかさと親しみやすさを演出しています。一方で、創業から親しまれてきた「ダイドー」のネーミングや、コーポレートカラーは継承し、ブランド資産を活用しています。

さらに、“「あ、うれしい！」を、一緒に。”を商品ブランドのスローガンとし、オープンなモノづくりにこだわる姿勢を示しています。

(2) 新デザインパッケージ



RTD（Ready to drink）におけるベーシックな商品に、新デザインパッケージを導入します。新デザインパッケージは、あらゆるライフスタイルやシーンになじむ、シンプルでスタイリッシュなデザインとしています。

また、背景の和紙やテクスチャを通じて、地域の生産者を想い、素材を大切にする姿勢を表現しています。

なお、当社ならではの特長をもつ商品については、新商品ブランドロゴを活用した個別デザインを採用します。

(3) 新デザイン自販機



全国に展開する自販機的设计を刷新します。新商品ブランドロゴの2つの●を象徴的にあしらい、シンプルながらも、お客様に寄り添う温かみや誠実さが伝わるデザインです。

また、自販機を単なる販売チャネルではなく、ブランドの世界観と価値を体感いただく顧客接点として再定義し、進化させていきます。自販機は、当社が生活者と直接つながる重要な接点であり、「共創 SPA モデル」によって生まれる価値を生活者に届けるための基盤でもあります。

新デザイン自販機は、2026年8月以降、以下のエリアより順次設置してまいります。

【優先設置エリア（計200台）】

東京（渋谷区/新宿区/豊島区/港区 周辺）120台

大阪（大阪市北区/中央区/西区 周辺）70台

愛知（名古屋市中村区周辺）10台

5. 今後の取り組み

当社は今後、「共創 SPA モデル」の具体化に向け、顧客やパートナーとともに価値を創り上げる取り組みを一層強化してまいります。

また、共創プラットフォームの構築、顧客参加型の商品開発、パートナー企業との協業拡大等、共創による商品開発やマーケティングの取り組みを通じて、生活者に新しいおいしさや楽しさをお届けすべく、2026年秋以降、共創によって生まれた商品を順次展開してまいります。

当社は、これらの取り組みを通じて、生活者にとって「選びたくなる」ブランドの確立をめざすとともに、自販機と飲料の新たな価値づくりを推進してまいります。

DyDo グループは、「こころとからだに、おいしいものを。」をブランドメッセージに、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。

*** 本報道資料に関するお問い合わせ先 ***

ダイドードリンコ株式会社 コーポレートコミュニケーション部

TEL : 06-6222-2621 E-mail : dydo-press@dydo.co.jp