

2024年3月期 第2四半期

決算説明会

株式会社 **タスキ**

2023年11月22日

ページ

連結業績ハイライト	2
前年同期比増減	3
予想比乖離	4
連結貸借対照表の状況	5
訪販グループ 業績概況	6
営業利益	7
フードグループ 業績概況	8
営業利益	9
その他 業績概況	10
2024年3月期セグメント別業績予想	11
株主還元	12
中期経営方針2022進捗	13
Appendix	22

連結業績ハイライト(前年同期比・予想比)

<前年同期比> 訪販グループ及びその他が減収となったものの、フードグループの増収で連結売上高は前年同期比+4.8%

RFIDの取り付け等による訪販グループの原価率UPを主因に減益

<公表予想比> 売上は、フードグループが上振れたものの、訪販グループ、その他は下振れそれに伴い、利益もフードグループが上振れ、訪販グループ、その他が下振れ

(百万円)

	2023年3月期 第2Q ①		公表 (2023.5.15) 予想 ②		2024年3月期 第2Q ③					
	利益率		利益率		利益率		前年同期比 ③-① 増減率		予想比 ③-② 乖離率	
売上高	81,913	—	86,200	—	85,821	—	+3,908	+4.8%	△378	△0.4%
営業利益	5,300	6.5%	2,300	2.7%	2,947	3.4%	△2,352	△44.4%	+647	+28.2%
経常利益	6,640	8.1%	3,300	3.8%	4,104	4.8%	△2,536	△38.2%	+804	+24.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	4,533	5.5%	2,000	2.3%	2,648	3.1%	△1,884	△41.6%	+648	+32.4%
EPS	91.65円	—	41.24円	—	54.97円	—	△36.68円	△40.0%	+13.73円	33.3%

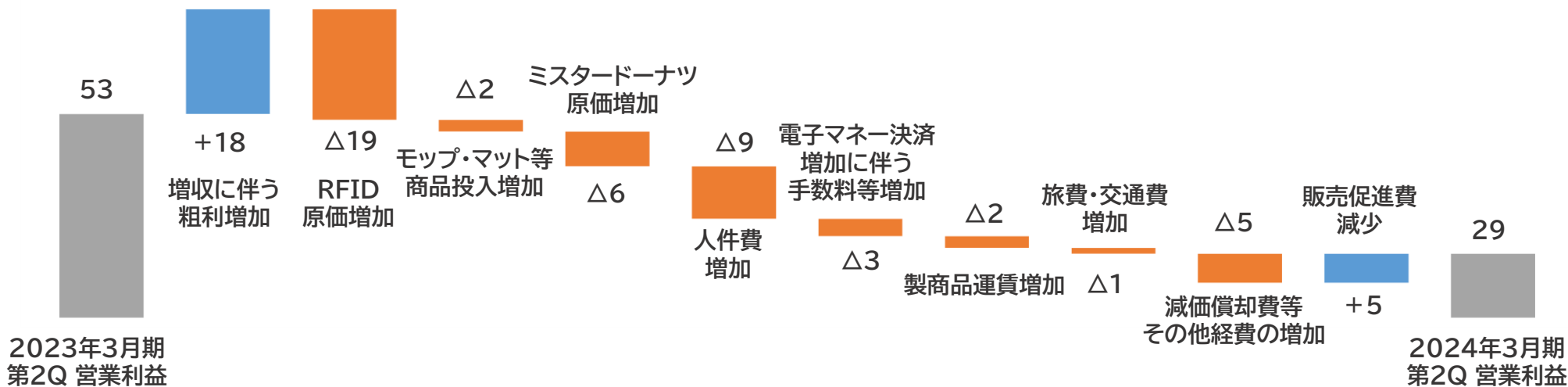
前年同期比増減

(百万円)

		2023年3月期 第2Q ①		2024年3月期 第2Q ②		前年同期比 ② - ①	
			利益率		利益率		増減率
訪販グループ	売上高	54,188	—	53,434	—	△754	△1.4%
	営業利益	5,081	9.4%	2,620	4.9%	△2,460	△48.4%
フードグループ	売上高	21,359	—	25,944	—	+4,585	+21.5%
	営業利益	2,431	11.4%	3,109	12.0%	+678	+27.9%
その他	売上高	8,029	—	7,799	—	△229	△2.9%
	営業利益	443	5.5%	243	3.1%	△199	△45.1%
全社・消去	売上高	△1,664	—	△1,357	—	+306	—
	営業利益	△2,655	—	△3,025	—	△370	—
連結	売上高	81,913	—	85,821	—	+3,908	+4.8%
	営業利益	5,300	6.5%	2,947	3.4%	△2,352	△44.4%

<連結営業利益増減要因>

(億円)

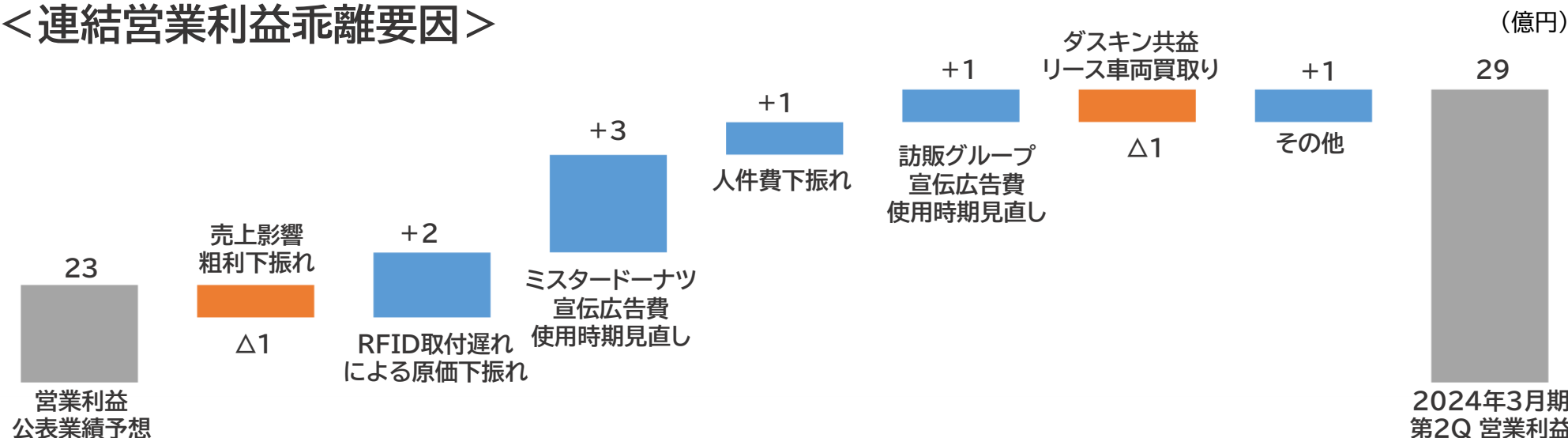


予想比乖離

(百万円)

		2023.5.15公表 セグメント別予想 ①		2024年3月期 第2Q ②		予想比 ②-①	
			利益率		利益率		乖離率
訪販グループ	売上高	56,000	—	53,434	—	△2,565	△4.6%
	営業利益	2,900	5.2%	2,620	4.9%	△279	△9.6%
フードグループ	売上高	22,800	—	25,944	—	+3,144	+13.8%
	営業利益	1,900	8.3%	3,109	12.0%	+1,209	+63.7%
その他	売上高	9,100	—	7,799	—	△1,300	△14.3%
	営業利益	600	6.6%	243	3.1%	△356	△59.4%
全社・消去	売上高	△1,700	—	△1,357	—	+342	—
	営業利益	△3,100	—	△3,025	—	+74	—
連結	売上高	86,200	—	85,821	—	△378	△0.4%
	営業利益	2,300	2.7%	2,947	3.4%	+647	+28.2%

<連結営業利益乖離要因>



連結貸借対照表の状況

(百万円)

	2023年3月期末	2024年3月期 第2Q末	
			前期比増減
現金及び預金	18,207	15,623	△2,584
売上債権	11,553	10,907	△645
棚卸資産	11,132	12,161	+1,028
有価証券	19,864	18,097	△1,767
その他	8,364	8,925	+561
流動資産	69,122	65,715	△3,406
有形固定資産	49,076	49,546	+470
無形固定資産	7,454	7,116	△338
投資有価証券	61,743	63,164	+1,421
その他	10,127	9,568	△559
投資その他の資産	71,871	72,733	+861
固定資産	128,402	129,396	+993
資産合計	197,524	195,111	△2,413
買入債務	7,594	7,096	△497
その他	29,238	24,879	△4,359
流動負債	36,832	31,975	△4,856
長期借入金	1,115	892	△223
その他	7,802	9,474	+1,672
固定負債	8,917	10,367	+1,449
負債合計	45,750	42,343	△3,407
資本金	11,352	11,352	±0
利益剰余金	124,943	125,240	+297
自己株式	△7,102	△8,583	△1,481
その他有価証券評価差額金	8,532	10,815	+2,282
その他	14,048	13,943	△104
純資産	151,774	152,768	+994
負債・純資産合計	197,524	195,111	△2,413

流動資産

金銭合同信託等の減少により
「有価証券」が減少

固定資産

保有株式の含み益増加等により
「投資有価証券」が増加

流動負債

「未払金」「未払法人税等」「賞与引当金」
等が減少

純資産

自己株式取得 1,696百万円
(取得株数 527,000株)

(百万円)

	2023年3月期 第2Q ①		2023.5.15公表 予想 ②		2024年3月期 第2Q ③					
	利益率		利益率		利益率		前年同期比 ③-① 増減率		予想比 ③-② 乖離率	
売上高	54,188	—	56,000	—	53,434	—	△754	△1.4%	△2,565	△4.6%
営業利益	5,081	9.4%	2,900	5.2%	2,620	4.9%	△2,460	△48.4%	△279	△9.6%

<売上高前年同期比>

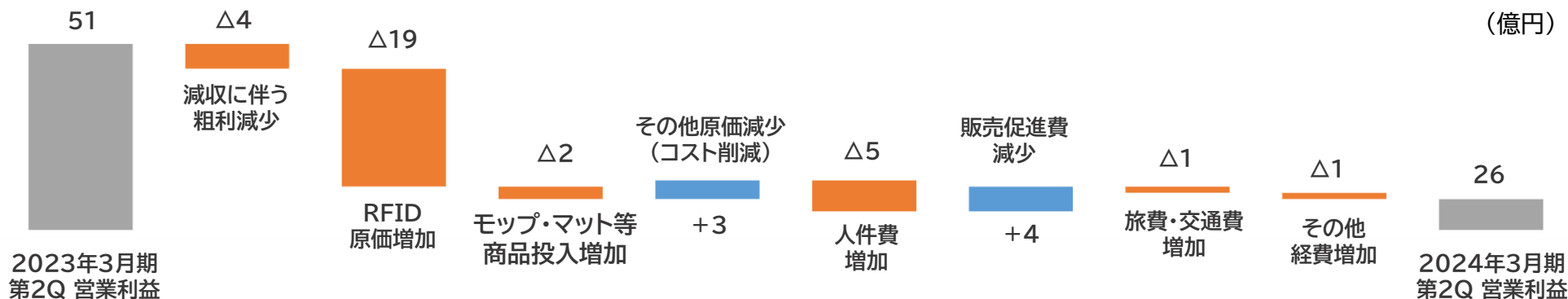
- ・主力のクリーンサービス事業、レントオール事業、化粧品事業が減収の一方で、ケアサービス事業、ユニフォームサービス事業、ライフケア事業、ヘルスレント事業は増収
- ・クリーンサービス事業は、前期7月1日からの価格改定に備えて台所用スポンジ等の駆け込み需要があったことに加え、営業日数が前年同期と比べて少なかった影響等もあり、家庭向け、事業所向けとも減収
- ・当期から加盟店へ拡大展開開始した「家庭用営業専任組織」は、計画には未達ながらも、直営店・関係会社では、新規が解約を上回る状況

<売上高業績予想比>

- ・クリーンサービス事業 家庭市場 売上計画対比 △5.7%
事業所市場 // △3.4%
- ・レントオール事業 ワクチン接種会場サービス受注減少により売上計画対比 △4.0%

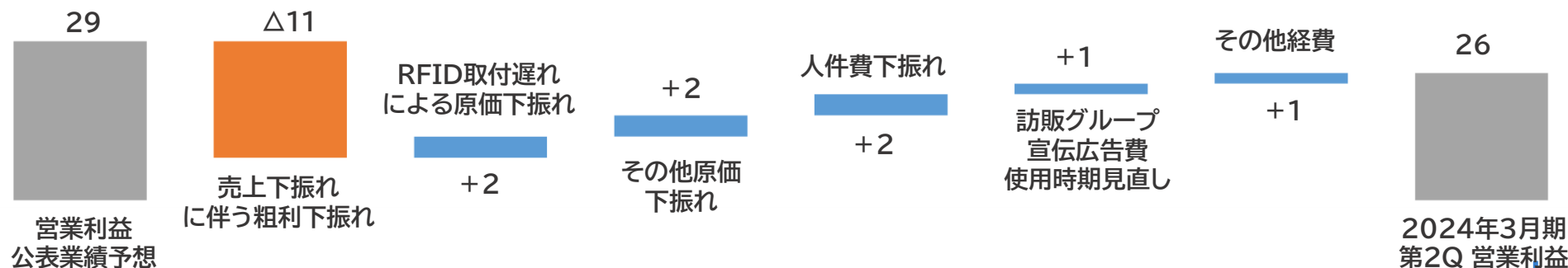
< 営業利益前年同期比 >

減収に伴う粗利減少及びRFID取り付けに伴う原価増を主因として減益
営業専任組織活動に伴う人件費や旅費・交通費等、経費も増加



< 営業利益業績予想比 >

営業専任組織による活動の計画未達に伴う売上の下振れが営業利益下振れの主因
RFID取り付け作業は若干遅れているものの、計画どおり当期中に完了見込み



(百万円)

	2023年3月期 第2Q ①		2023.5.15公表 予想 ②		2024年3月期 第2Q ③					
	利益率		利益率		利益率		前年同期比 ③-①		予想比 ③-②	
	増減率		乖離率		増減率		乖離率		乖離率	
売上高	21,359	—	22,800	—	25,944	—	+4,585	+21.5%	+3,144	+13.8%
営業利益	2,431	11.4%	1,900	8.3%	3,109	12.0%	+678	+27.9%	+1,209	+63.7%

<売上高前年同期比>

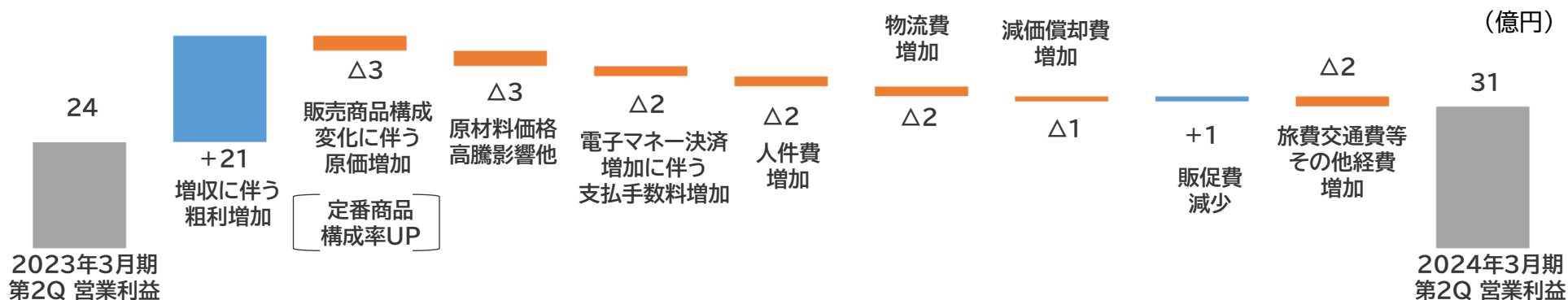
- ・主力のミスタードーナツは引き続き好調を維持
 - ・既存店ベースのお客様売上は、前年同期対比+17.1%
 - ・出店も着実に進み、稼働店数は前期末から10店増(998店 ⇒ 1,008店)
 - ・その結果、全店ベースお客様売上は、前年同期対比+20.0%
- ・1店舗出店した「かつアンドかつ」は増収、1店舗減の「パイフェイス」は減収

<売上高業績予想比>

- ・ポン・デ・リング20周年企画商品「白いポン・デ・リング」 売上計画対比+15.1%
- ・フレンチクルーラー50周年企画商品「生フレンチクルーラー」 売上計画対比+14.0%

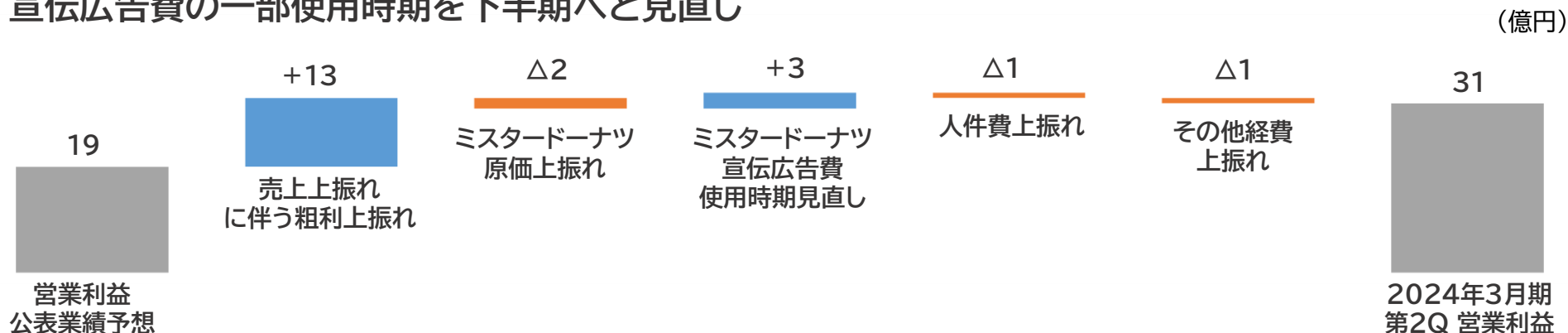
< 営業利益前年同期比 >

増収に伴う粗利の増加により増益
定番商品の構成率UP等で原価増、電子マネー決済増加に伴う手数料増等で経費も増加



< 営業利益業績予想比 >

売上上振れで粗利上振れ
宣伝広告費の一部使用時期を下半期へと見直し



(百万円)

	2023年3月期 第2Q ①		2023.5.15公表 予想 ②		2024年3月期 第2Q ③		前年同期比 ③-①		予想比 ③-②	
	利益率		利益率		利益率		増減率		乖離率	
売上高	8,029	—	9,100	—	7,799	—	△229	△2.9%	△1,300	△14.3%
営業利益	443	5.5%	600	6.6%	243	3.1%	△199	△45.1%	△356	△59.4%

<売上高・営業利益前年同期比>

- ・ダスキンヘルスケア、ダスキン共益は増収
- ・海外事業は、ダスキン香港(清算予定)から調達していたペーパータオルを国内調達に変更したことを主因に減収
- ・ビッグアップルは、コロナ収束に伴い、ビッグアップルが入居するショッピングモールから郊外の方へと人の流れが向かい、来店お客様数が減少したことで減収

<売上高・営業利益業績予想比>

海外取引においてに予算計上誤りがあり、業績予想比は大きな乖離が発生(通期影響なし)

2024年3月期 セグメント別業績予想

		2023年3月期		修正前 (2023.5.15公表)		通期予想		修正後 (2023.11.8 公表)					
		下期実績 ①		下期予想 ②				下期予想 ③		前年同期比 ③-①		修正額 ③-②	
		利益率		利益率		利益率		利益率		増減率		修正率	
訪販グループ	売上高	54,281	—	57,100	—	109,200	—	55,765	—	+1,484	+2.7%	△1,334	△2.3%
	営業利益	3,032	5.6%	1,600	2.8%	4,100	3.8%	1,479	2.7%	△1,553	△51.2%	△120	△7.5%
フードグループ	売上高	27,520	—	30,100	—	56,700	—	30,755	—	+3,234	+11.8%	+655	+2.2%
	営業利益	3,041	11.1%	3,700	12.3%	6,300	11.1%	3,190	10.4%	+148	+4.9%	△509	△13.8%
その他	売上高	8,200	—	6,900	—	15,300	—	7,500	—	△700	△8.5%	+600	+8.7%
	営業利益	259	3.2%	200	2.9%	600	3.9%	356	4.8%	+96	+37.3%	+156	+78.2%
全社・消去	売上高	△1,421	—	△1,600	—	△2,500	—	△1,142	—	+278	—	+457	—
	営業利益	△2,997	—	△3,300	—	△6,500	—	△3,474	—	△476	—	△174	—
連結	売上高	88,580	—	92,500	—	178,700	—	92,878	—	+4,297	+4.9%	+378	+0.4%
	営業利益	3,337	3.8%	2,200	2.4%	4,500	2.5%	1,552	1.7%	△1,784	△53.5%	△647	△29.4%

【下半期】

<訪販グループ>

上半期の売上動向に鑑み、クリーンサービスの事業所向け、家庭向けの売上を下方修正。下半期は60周年謝恩活動による営業活性化を見込む売上の下振れに伴う粗利減少に加えて、RFID取り付け費用の一部上半期からの持ち越しを織り込んだ他、経費削減も織り込む

<フードグループ>

好調を維持しているミスタードーナツは下半期も上振れ見込む

しかしながら、上半期使用予定の広告宣伝費の一部使用時期を下半期とした他、期中に決定したドリンク商品価格改定対応のための費用を積み増した事等により、期初計画からは下振れの見込み

<その他>

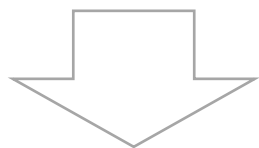
リース事業等を展開する連結子会社ダスキン共益株式会社がミスタードーナツ店舗に展開しているオープンのリース売上の上振れ、海外取引における予算計上の誤りを修正

<全社・消去>

人件費増加等を織り込む

「中期経営方針2022」期間中の株主還元方針

- 配当に加えて、機動的で弾力的な自己株式の取得を積極的に実施し、3年間累計の総還元性向100%以上を目標に株主の皆様へ利益還元する方針
- 財務健全性とのバランスを考慮した上で、業績に応じた利益配分を行うことを基本方針とし、毎期の配当額は、連結配当性向60%または自己資本配当率(DOE)2.5%のいずれか高い額とする



		2023年3月期（前期実績）		2024年3月期（当期予想）		（単位：百万円）	
						2期	合計
配当額（年間）	普通配当	4,350	（1株当たり88円）	3,777	（1株当たり78円）	8,128	
	記念配当	—		968	（1株当たり20円） ※	968	
自己株式取得		3,303	（取得株数 1,094千株）	1,696	（取得株数 527千株）	4,999	
株主還元額合計		7,654		6,442		14,096	
総還元性向		106.4%		146.4%		121.6%	

※ 創業60周年記念配当

中期經營方針2022進捗

基本方針に基づく3つのテーマ



テーマ1 | 事業ポートフォリオの变革

事業環境の変化に対応し、社会課題解決に向けた事業ポートフォリオへ变革

- 既存事業の变革・発展
新商品・サービスによる事業領域の拡大とバリューチェーンの強化
- 新しい成長機会への投資
今後取り組むべき社会課題の解決への貢献による社会的価値創造の実現



テーマ2 | 経営基盤の構築

企業価値向上のための経営基盤の強化

- 人材・技術等の経営資本、組織・事業等の管理体制の強化



テーマ3 | 社会との共生

サステナブルな社会と経営の実現に向けた取り組み

- 持続可能な社会づくりへの貢献と、社会にこたえる企業統治体制の構築



テーマ1 | 事業ポートフォリオの変革

● 既存事業の変革・発展

暮らしや事業環境における「調律業」を目指す訪販グループは、「衛生領域」「ワークライフマネジメント領域」「高齢者サポート領域」を注力領域に定め、5つの戦略を推進することで、領域の深耕と拡大を進めています



開発戦略

【ワークライフマネジメント領域】

- ・「ダスキんレスキュー」
検証エリアの拡大
神戸・名古屋・東京エリアにて
追加検証を開始

暮らしの安心駆けつけ



- ・「クラシアン」
協業トライアル開始
関西の拠点で協業プランを開始



【衛生領域】

- ・「防災サポートサービス」
契約締結自治体の増加
32自治体から
51自治体まで伸長(前期比+60%)



【高齢者サポート領域】

- ・「まちかど生き生きプラザ」をオープン
フレイル予防に貢献し、地域にお住いの高齢者の
いきいきとした生活をサポートする拠点(埼玉県和光市)



まちかど生き生きプラザ



テーマ1 | 事業ポートフォリオの変革

● 既存事業の変革・発展

情報と流通の改革によるお客様との新たな接点作りと、顧客維持の強化を目指す

組織戦略

- ・家庭用営業専任組織 加盟店展開を開始
加盟店113店にて導入済
- ・家庭用営業専任組織による新規契約軒数
約15,000軒（前期同期比+133%）



営業専任リーダー



営業専任スタッフ

拠店戦略

- ・ケアサービス事業
新規出店数 39店
- ・シニアケア事業
新規出店数 7店



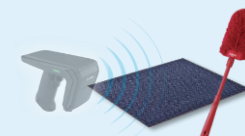
CX戦略

- ・Web広告強化
レンタル商品おためし申し込み軒数の増加（前期同期比+16%）
- ・DDuet会員
会員数約158万人まで伸長（前期同期比+22%）



物流戦略

- ・RFID(電子タグ)の導入による効率化
対象商品への2024年3月期中の取り付け完了を予定





テーマ1 | 事業ポートフォリオの変革

● 既存事業の変革・発展

誰もが、いつでも「しあわせな時間」を過ごせるようなショップを目指し、おいしさ・楽しさの提供を追求

新業態開発

既存ブランドとは異なる立地・客層・利用動機等に対応する業態の開発

既存バリューチェーンの強化

既存事業の主要原材料等における加工・流通の内製化

マーチャンダイジング

ブランドを活用した新商品・販売機会の創出

開発戦略

ミスタードーナツ



宇治茶専門店「祇園辻利」と共同開発した『misdo meets 祇園辻利 第二弾』



2つのリングドーナツに2つの味が入った“ザクもっちり食感”のドーナツ『ザクもっちりリング』



ポン・デ・リング 20周年記念商品 驚きの見た目と食感を楽しめる『白いポン・デ・リング』が新登場



フレンチクルーラー 50周年記念商品 やわらか、しっとり、くちどける。『生フレンチクルーラー』が新登場

かつアンドかつ



「冷や汁セット」や「石臼挽き蕎麦」などのさっぱりとしたセットメニュー「夏の旬味フェア」



広島県産のぷっくりとした大きな牡蠣 熱々のさっくり揚げた“牡蠣フライ”などが楽しめる「秋の旬味フェア」開催



テーマ1 | 事業ポートフォリオの変革

● 既存事業の変革・発展

情報と流通の改革による販売機会の拡大を目指す

出店戦略

- ・上半期新規出店 22店
- ・稼働店舗数 全国1,008店
内、ドライブスルー店舗 8店
(上半期1店増加)
- ・上半期改装店舗 78店



CX戦略

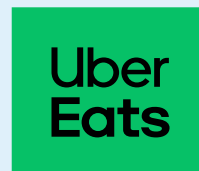
・ネットオーダー認知率49%
(前年同月比+2%)

・デリバリー導入店舗数523店
(上半期163店増加)

※導入店舗数は各社との契約済店舗数



misdo ネットオーダー





テーマ1 | 事業ポートフォリオの変革

● 新しい成長機会への投資

今後取り組むべき社会課題の解決への貢献による社会的価値創造の実現

M&A、ベンチャー出資、R&D投資、産学連携等の手法を活用した積極投資

- ▶ 東京・関東を中心に300を超える子育て支援施設(保育園・学童クラブ・児童館)を運営する子育て支援のリーディングカンパニーである株式会社JPホールディングスへの出資 及び業務提携契約を締結



生涯にわたりダスキンの関係性を維持するための領域開発

子育てしながら働く方々が、
安心して働き・暮らせる生活環境の提供
子育て領域

JP社の知見共有

既存事業(家事代行等)

新規サービス開発



テーマ1 | 事業ポートフォリオの変革

● 新しい成長機会への投資

海外戦略

- ▶ ミスタードーナツ事業のマスターフランチャイズ契約を締結したR E & S Enterprises Pte Ltd社が、シンガポールに「ミスタードーナツ」を初出店
 - ・2023年 5月 ミスタードーナツ 1号店(ビシャン)
 - 7月 ミスタードーナツ 2号店(ノバナ)



シンガポールのミスタードーナツ1号店

- ▶ 生活者のより豊かな生活の実現に貢献するために台湾・台北でダスキンの家庭向けお掃除サービスを新規導入



テーマ2 | 経営基盤の構築

- 人材・技術等の経営資本
組織・事業等の管理体制の強化

人的資本経営の推進

- ▶ 近年の技術や社会の変化に対応するため、従業員が必要なスキルを自律的に学べる教育ツールを導入
約350名が利用し、学習時間が2,306時間に到達(2023年9月末時点)



DX推進

- ▶ クラウド移行に伴うレガシーシステム再構築の構想検討に向けたプロジェクト組成



テーマ3 | 社会との共生

- 持続可能な社会づくりへの貢献と、
社会にこたえる企業統治体制の構築

地球保全への取り組み

- ▶ 「ダスキ環境目標2030」の推進
- ▶ 更なるCO2排出量削減を推進するため、
ダスキ営業車両EV化の実証実験を開始

気候変動への対応により
脱炭素社会の実現に貢献します。

2030年度目標
再生可能エネルギー利用率 **50%**
ダスキグループ拠点CO2排出量
46%減 (2013年度比)
※Scope1,2:46%減、Scope3:26%減



Appendix

(百万円)

	2023年3月期 第2Q ①		2024年3月期 第2Q ②			
	利益率		利益率		前期比 ②-① 増減率	
売上高	66,331	—	69,960	—	+3,628	+5.5%
営業利益	3,910	5.9%	1,799	2.6%	△2,110	△54.0%
経常利益	7,315	11.0%	5,097	7.3%	△2,218	△30.3%
当期純利益	5,659	8.5%	3,983	5.7%	△1,675	△29.6%

全国チェーンお客様売上高

	2023年3月期 第2Q	2024年3月期 第2Q (百万円)		
			増減	増減率
訪販グループ	134,436	133,869	△567	△0.4%
クリーンサービス合計	86,671	85,003	△1,667	△1.9%
クリーンサービス（家庭向け）	40,970	39,727	△1,242	△3.0%
クリーンサービス（事業所向け）	45,700	45,276	△424	△0.9%
ケアサービス合計	28,835	29,791	+955	+3.3%
サービスマスター	16,373	16,803	+429	+2.6%
メリーメイド	5,647	5,770	+123	+2.2%
ターミックス	4,763	4,994	+230	+4.8%
トータルグリーン	1,921	2,095	+174	+9.1%
ホームリペア	128	126	△1	△1.4%
レントオール	7,517	7,296	△221	△2.9%
ヘルスレント	6,592	6,965	+372	+5.6%
ユニフォームサービス	1,476	1,482	+6	+0.4%
アザレプロダクツ	1,224	1,335	+111	+9.1%
ライフケア	1,181	1,110	△71	△6.0%
ヘルス&ビューティ	937	883	△53	△5.8%
フードグループ	47,222	56,535	+9,312	+19.7%
ミスタードーナツ	46,356	55,628	+9,271	+20.0%
かつアンドかつ	840	890	+50	+6.0%
その他フード	25	15	△9	△37.8%
その他	17,066	18,723	+1,657	+9.7%
クリーン・ケア（海外）	3,919	3,989	+70	+1.8%
ミスタードーナツ（海外）	7,868	9,380	+1,512	+19.2%
Big Apple	1,011	965	△46	△4.6%
ダスキンのヘルスケア	4,266	4,387	+121	+2.8%
合計	198,725	209,127	+10,402	+5.2%

※ 国内外の直営店・子会社売上高及び加盟店推定売上高の合計を参考数値として記載しております。

※ 海外のお客様売上高は、連結財務諸表に含まれる海外子会社の決算期に合わせて1~12月の合計値を掲載しております。

※ MOSDOはミスタードーナツに含まれております。

営業拠点数

	2023年3月期末	2024年3月期 第2Q末	
			増減
訪販グループ	5,728	5,732	+ 4
クリーンサービス	1,838	1,825	△13
サービスマスター	1,183	1,189	+ 6
メリーメイド	790	795	+ 5
ターミニックス	553	550	△ 3
トータルグリーン	166	167	+ 1
ホームリペア	103	106	+ 3
レントオール	102	102	+ 0
ヘルスレント	180	184	+ 4
ユニフォームサービス	215	215	+ 0
アザレプロダクツ	43	43	+ 0
ライフケア	96	97	+ 1
ヘルス&ビューティ	459	459	+ 0
フードグループ	1,014	1,025	+ 11
ミスタードーナツ	998	1,008	+ 10
かつアンドかつ	15	16	+ 1
その他フード	1	1	+ 0
その他	11,474	11,957	+ 483
クリーン・ケア（海外）	25	25	+ 0
ミスタードーナツ（海外）	11,362	11,842	+ 480
Big Apple	87	90	+ 3
合計	18,216	18,714	+ 498

(拠点)

※ 拠点には複数の事業を兼業する店舗があるため、全事業拠点数の合計は実際の店舗数とは異なっております。

※ 拠点数は、当社運営の拠点、子会社が運営する拠点及びフランチャイズ加盟店が運営する拠点の合計です。 ※ 拠点数は稼働店舗数で掲載しております。

※ 海外の拠点数は12月末現在で掲載しております。

訪販グループ

訪問販売

家庭向け

- **クリーンサービス (定期レンタル)**
 - ・ダストコントロール[モップ、マット等]
 - ・エアークontrol[空気清浄機]
 - ・ウォーターコントロール[浄水器]
 - ・ドリンクサービス[ポトルドウォーター]
- **ケアサービス (役務提供)**
 - ・サービスマスター[ハウスクリーニング]
 - ・メリーメイド[家事代行]
 - ・ターミニックス[害虫駆除・予防]
 - ・トータルグリーン[緑と花の手入れ]
 - ・ホームリペア[壁・床等の傷の補修]
- **ヘルス&ビューティ他** [化粧品、健康食品]
- **ライフケア** [高齢者生活支援]

事業所向け

- **クリーンサービス (定期レンタル)**
 - ・ダストコントロール[モップ、マット等]
 - ・クリーンサービス [化粧室周り関連商品]
 - ・エアークontrol [空気清浄機]
 - ・ウォーターコントロール [浄水器]
 - ・ワイプフルサービス [ウェス]
 - ・ドリンクサービス [オフィスコーヒー]
- **ケアサービス (役務提供)**
 - ・サービスマスター [オフィスクリーニング]
 - ・ターミニックス [害虫駆除・予防]
 - ・トータルグリーン [緑と花の手入れ]
 - ・ホームリペア [壁・床等の傷の補修]
- **ユニフォームサービス他** [リース、販売、クリーニング]

店舗

- **レントオール** [イベント企画・運営・日用品レンタル]
- **ヘルスレント** [介護用品・福祉用具のレンタルと販売]

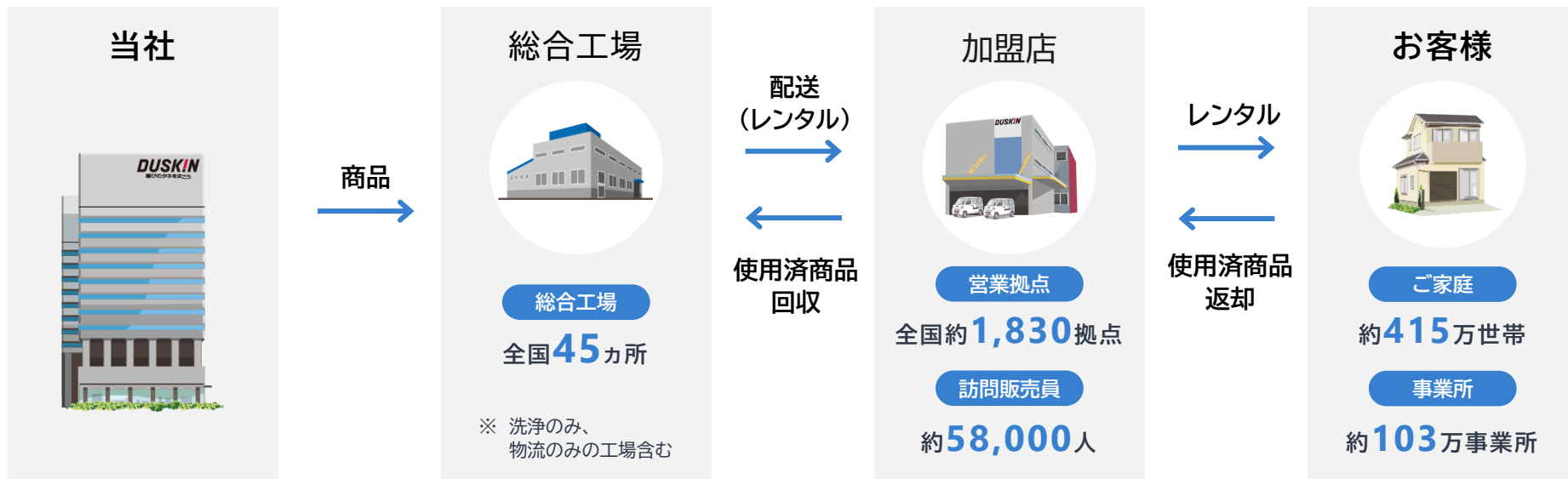
フードグループ

- **ミスタードーナツ** [手づくりドーナツ専門店]
- **MOSDO** [モスバーガーコラボ]
- **かつアンドかつ** [とんかつレストラン]
- **パイフェイス** [パイ専門店]

その他

- **(株)ダスキンのヘルスケア** [病院等の衛生管理サービス]
- **ダスキンの共益(株)** [リース事業、保険代理業]
- **海外**
 - クリーン・ケアサービス
 - ミスタードーナツ
 - Big Apple
 - ダスキンの香港 (清算予定)

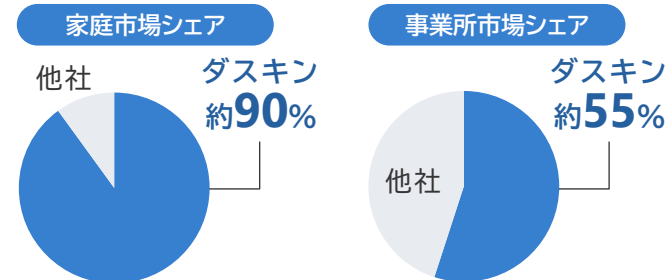
加盟店を通じて家庭や事業所などのお客様に、清掃・衛生用品をレンタルで提供



競争優位

- 1 強固な顧客基盤
- 2 地域密着型のフランチャイズ加盟店網と商品配送システム
- 3 55年以上の歴史に裏打ちされた信頼と安心
- 4 訪販グループ各事業間でシナジー効果のあるクロスセリングが可能
- 5 広範な研修カリキュラムや充実した教育設備

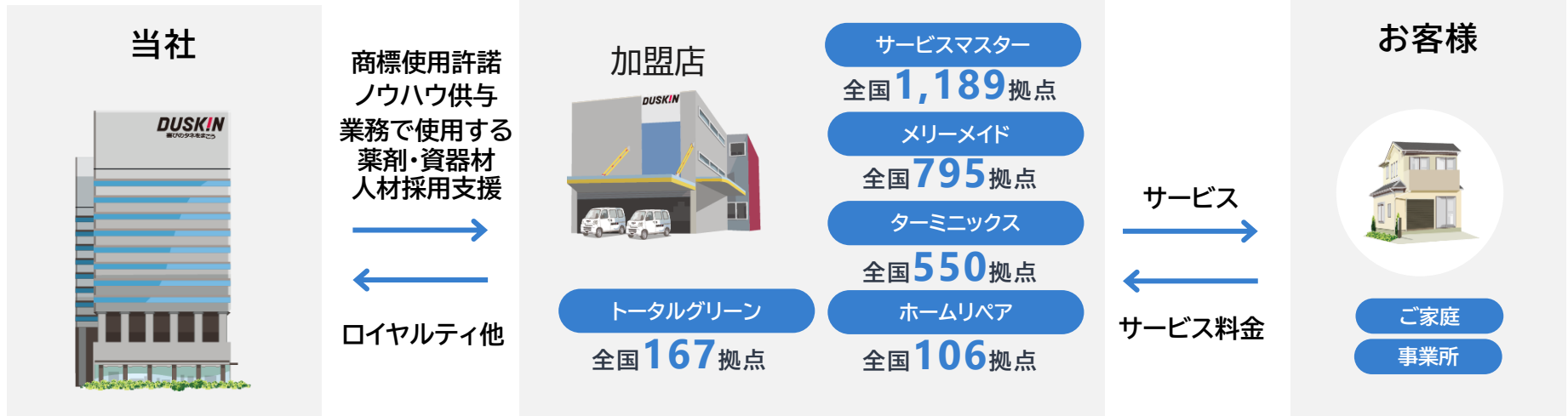
市場シェア



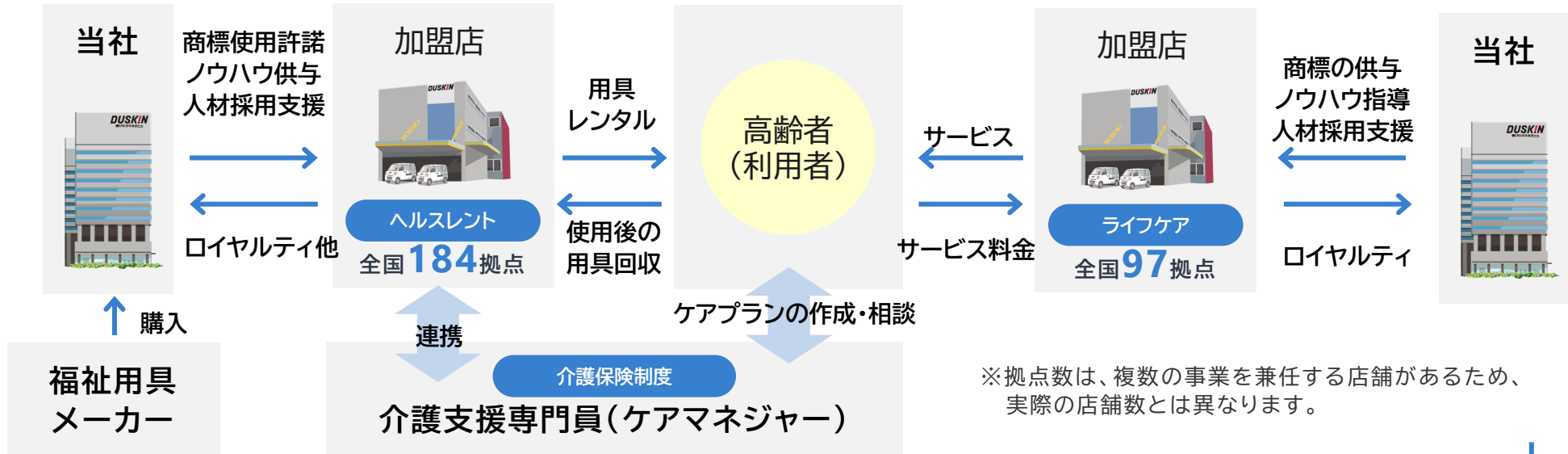
※一般社団法人日本ダストコントロール協会データ参考(当社調べ)

ケアサービス事業・シニアケア事業 ビジネスモデル

■ケアサービス事業



■シニアケア事業



※拠点数は、複数の事業を兼任する店舗があるため、実際の店舗数とは異なります。

誰もが、いつでも訪れるたびに「いいこと」と出会えるお店で、新しいおいしさと楽しさをお届け

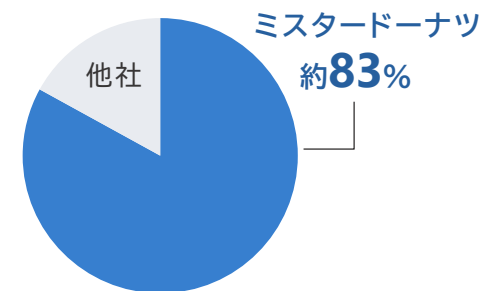


競争優位

- 1,000店超の「店舗」というお客様との接点基盤
- 50年以上の歴史と確立されたドーナツブランド
- テイクアウト需要への対応
- 最高水準の素材と技術をもったブランドとの共同開発
- 全国統一の品質・サービスをお届けできる独自の教育システム

※拠点数は、複数の事業を兼任する店舗があるため、実際の店舗数とは異なります。

市場シェア



※当社調べ



将来見通しに関するご注意事項

本資料には、当社(連結子会社を含む)の見通し、目標、戦略等の将来に関する記述が含まれております。これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。