

DUSKIN
喜びのタネをまこう

株式会社ダスキン 会社説明会

2022年12月17日(土)

プライム市場
証券コード 4665



本日のテーマ概要

①

DUSKINについて

②

中期経営方針 2022

③

株主還元



DUSK!N について

会社名	株式会社ダスキン
本社所在地	大阪府吹田市豊津町1番33号
代表者	代表取締役 社長執行役員 大久保 裕行
会社設立	1963年(昭和38年)2月4日
資本金	113億円
売上高	連結 1,632億円 (2022年3月期) 単体 1,323億円 (2022年3月期)
全国チェーン店 お客様売上高	3,893億円 (2022年3月期)
従業員数 ※2022年3月末現在	連結 3,778名 単体 2,000名

存在意義

人に、社会に、「喜びのタネまき」を

企業目的

1. ダスキンは、「道と経済の合一」を目指します。
2. ダスキンは、人を愛し、人を育てます。
3. ダスキンは、責任をもって、“めい・あい・へるぷ・ゆう？”
と言えるように研鑽しつづけます。
4. ダスキンは、「喜びのタネまき」をいたします。

今も生き続ける創業者の想い



その原点は、「祈りの経営」を生涯追求した
創業者・鈴木清一の思想にあります。

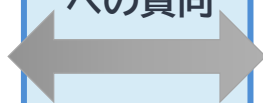
「利益は喜びの取引から生まれるもの」として、
お客様の喜びを第一とする創業者の想いは、
大切に継承され続けています。

フランチャイズ契約



- 商標の供与
- ノウハウの指導
- システムの提供
- 商品/資器材/原材料 他

経営理念
への賛同



〈全国営業拠点数〉

6,697拠点

(2022年9月末現在)



- 訪問販売
- 定期レンタル
- 店舗販売

連結売上高
(2022年3月期)

1,632億円

お客様売上高
(2022年3月期)

3,893億円

主な事業内容

訪販グループ

衛生環境を整える
DUSKIN



プロのおそうじ
ServiceMASTER.



害虫駆除・総合衛生管理
TERMINIX.



家事の代行
merry maids.



緑と花のお手入れ
Total Green



住まいの補修
HomeRepair



ユニフォームのトータルサポート
UNIFORM SERVICE



自然・美しいエイジングのために
Health & Beauty



タスキン
レントオール
DUSKIN RENT-ALL



Health Rent
ヘルスレント



Life Care DUSKIN
タスキンライフケア



フードグループ

Mister Donut

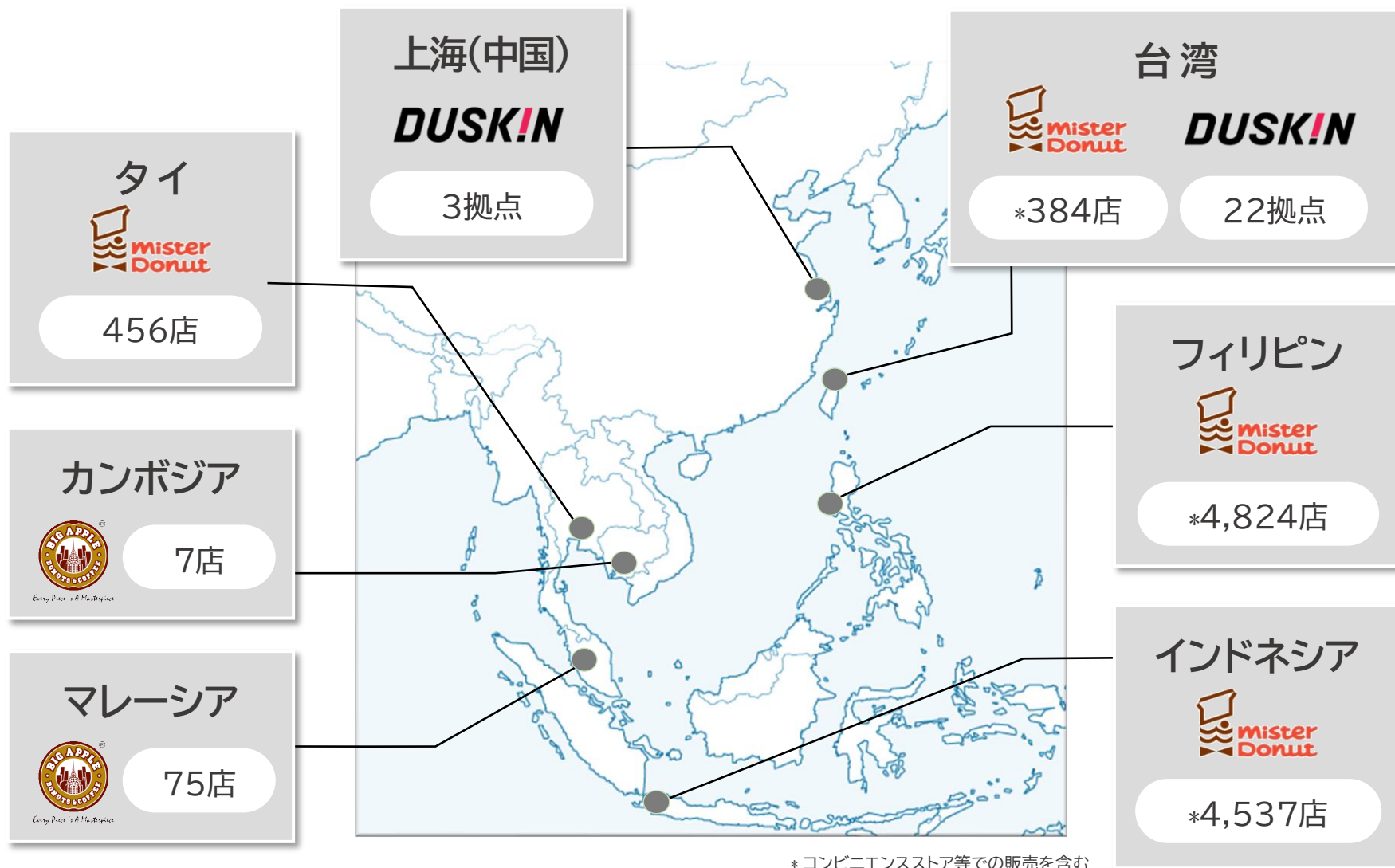


pie face
HAPPY PIE HOME



かつ
アビ
かつ





* コンビニエンスストア等での販売を含む

上海(中国)・台湾・カンボジア・マレーシアは当社が直接出資
タイ・フィリピン・インドネシアはマスターフランチャイズ展開

(2022年6月末現在)

その他

約8%

- ダスキンヘルスケア
- 海外 他

訪販グループ

約65%

- クリーンサービス
- ケアサービス
- シニアケア 他

フードグループ

約27%

- ミスタードーナツ 他

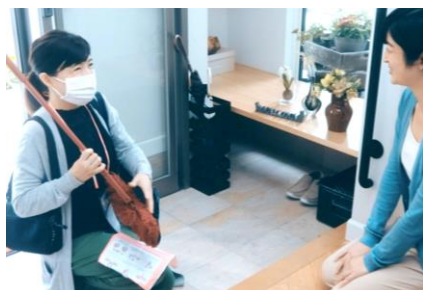


主な事業内容

(2022年9月末現在)

クリーンサービス

1,843
拠点



衛生環境を整える
DUSKIN

清掃・衛生用品の
レンタルと販売

シニアケア

2事業計
268
拠点



Health Rent
ヘルスレント
LifeCare
DUSKIN
タスキンライフケア

高齢者の暮らしの
お手伝い
介護用品・福祉用具の
レンタルと販売

ケアサービス(役務提供サービス)

5事業計
2,761
拠点

プロのおそうじ

ServiceMASTER

家事の代行

merry maids

害虫駆除・総合衛生管理

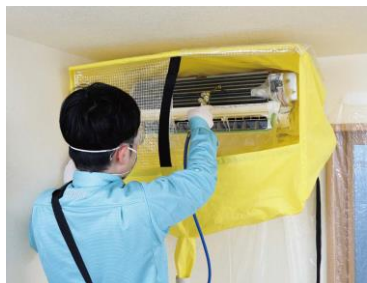
TERMINIX

緑と花のお手入れ

TotalGreen

住まいの補修

HomeRepair

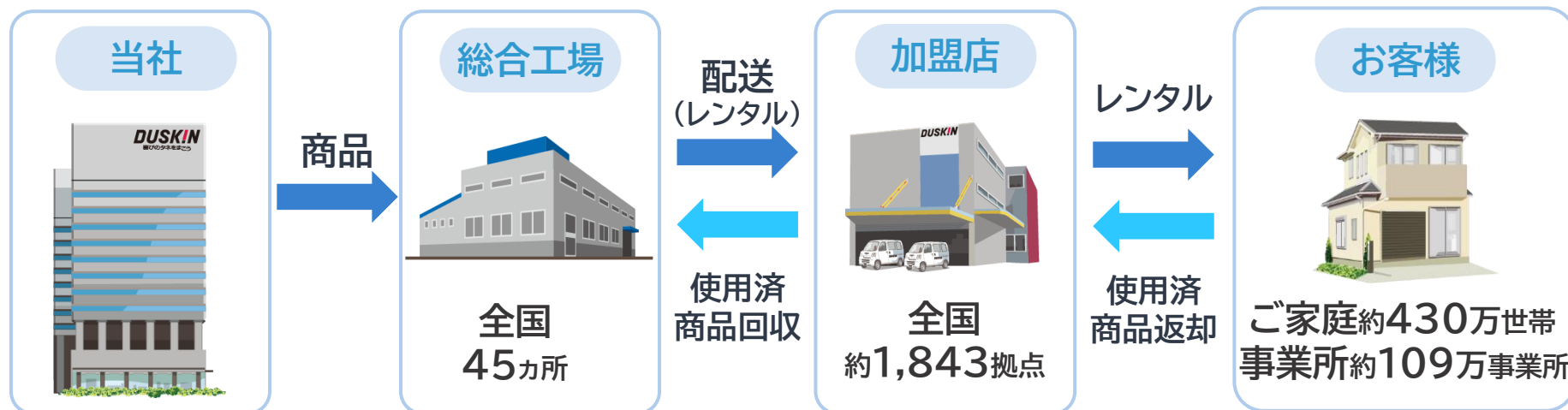


ご家庭から事業所まで
プロの技術で
お困りごとを解決

クリーンサービス事業(モップ・マット商品)



- 全国の加盟店を通じてご家庭や事業所のお客様に、モップ・マット商品をレンタル
- 地域密着のフランチャイズ加盟店網が、当社の事業資産として大きな強みのひとつ



(2022年9月末現在)

競争優位

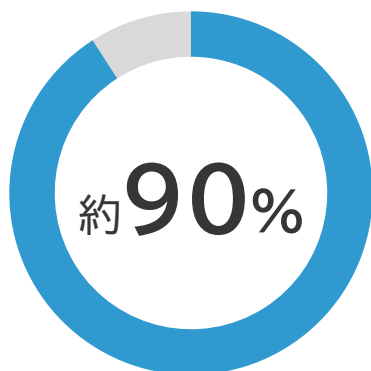
- 強固な顧客基盤
- 地域密着のフランチャイズ加盟店網と商品配送システム
- 60年の歴史に裏打ちされた信頼と安心
- 訪販グループ各事業間でシナジー効果のあるクロスセリングが可能
- 広範な研修カリキュラムや充実した教育設備

- モップ・マット商品等のダストコントロールレンタル市場では圧倒的なシェアを誇る
- 家事支援や訪問介護・福祉サービスは、今後も需要拡大を見込む

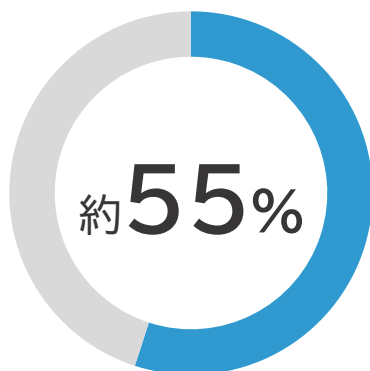
クリーンサービス事業関連 ダストコントロールレンタル市場

売上高
第1位
お客様売上高
1,722億円

家庭市場シェア



事業所市場シェア



*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)

ケアサービス事業関連 家事支援サービス市場

売上高
第1位
お客様売上高
266億円

*日本経済新聞社「第39回サービス業調査」

シニアケア事業関連 訪問介護・福祉サービス市場

売上高
第10位
お客様売上高
147億円

*日本経済新聞社「第39回サービス業調査」

(2022年3月期実績)

- お客様に「いいこと」を体感いただくため、楽しさ、おいしさの提供を追求
- フランチャイズ店舗網における顧客接点基盤が当社の成長を支える大きな資産

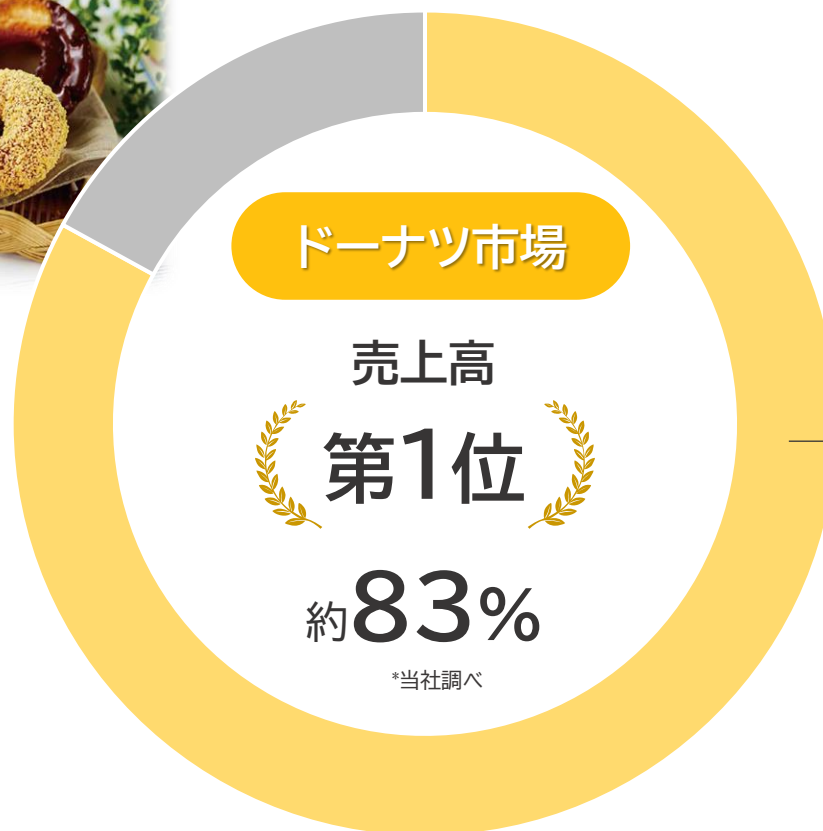


(2022年9月末現在)

競争優位

- 約1,000店のフランチャイズ店舗網での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持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

■ ドーナツNO.1ブランドとしてのお客様からの支持



お客様売上高
929億円

(2022年3月期実績)



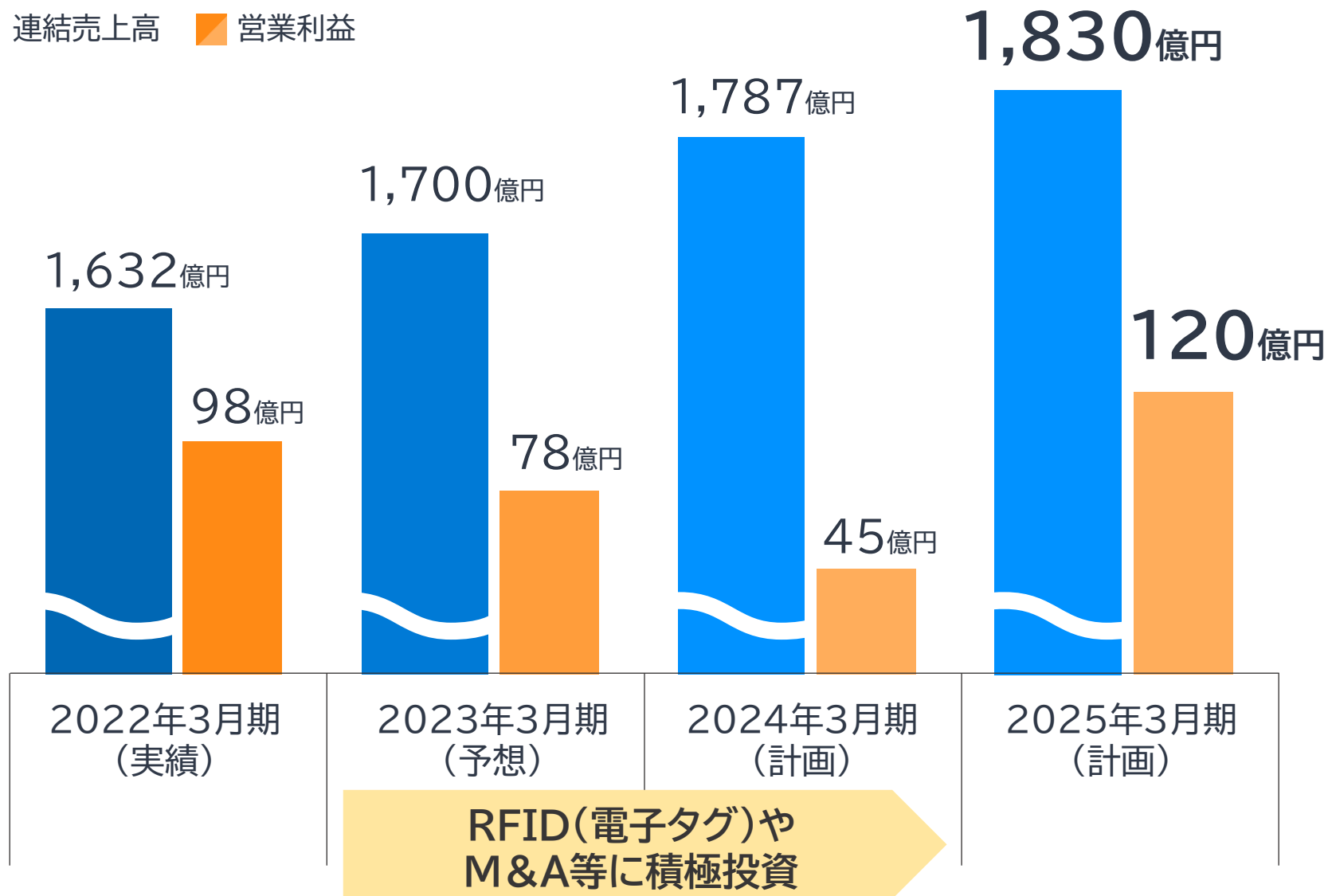
中期経営方針2022

ONE DUSKIN
世界一ひとにやさしいダスキン



中期経営方針2022 数値目標(連結)

■ 連結売上高 ■ 営業利益



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変革

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変革

- 既存事業の変革・発展
- 新しい成長機会への投資



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



訪販グループ 既存事業の変革と発展

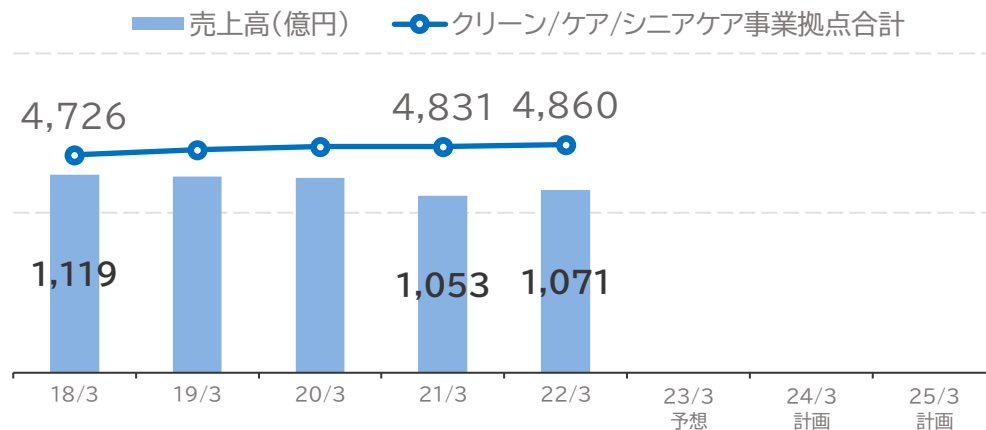
増収

1,053億円
(2021/3月期)

↓

1,071億円
(2022/3月期)

売上高と拠点数



コロナ禍
が転機



衛生ブランド確立

タグライン 衛生環境を整える
DUSKIN
「衛生環境を整える」

リアル接点とデジタル接点
の両立・最適化

衛生領域の開発

除菌、抗菌、抗ウイルス商品・
サービスラインナップの拡充

モップ・マットなど基幹商品の
抗菌化・抗ウイルス化

感染対策を新たに加えた衛生
パックの提供



訪販グループ 既存事業の変革と発展

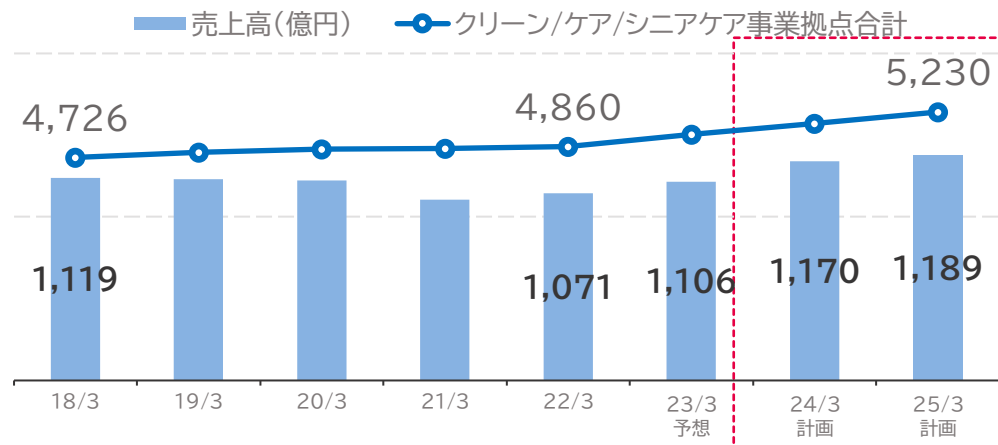
着実な成長

1,071 億円
(2022/3月期)

↓

1,189 億円
(2025/3月期)

売上高と拠点数



3つの注力領域

衛生領域

市場ニーズの高い衛生機能を強化

ワークライフマネジメント領域

働く方とその家族の時間創出と充実を図る

高齢者サポート領域

前期高齢者へのアプローチ

情報と流通の改革

家庭向け営業専任組織の構築

需要拡大に対応する新規出店

eコマース・SNSの強化

RFID(電子タグ)導入と

スマートファクトリー化



訪販グループ 開発戦略

- 暮らしや事業環境における「調律業」を目指し、「衛生領域」を最重要領域として展開
- 「ワークライフマネジメント領域」と「高齢者サポート領域」へも注力

開発戦略

衛生(最重要領域)

TuZuKu 抗菌コーティングモップ



衛生領域売上構成比 **55%**
(前期比12.4%増)

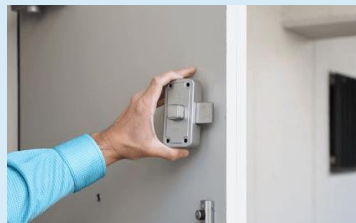


ワークライフマネジメント

ダスキンレスキュー 「鍵の駆けつけサービス」近畿圏で検証

暮らしの安心駆けつけ

DUSKIN RESCUE



高齢者サポート

「いま、親のいまを知ろう。」を
テーマにした
コミュニケーション施策を展開





訪販グループ 情報と流通の改革

情報と流通の改革によるお客様との接点強化を目指す

組織戦略

家庭用営業専任組織の構築

- 直営店・関係会社約60店で検証中
- 来期以降加盟店展開予定



拠店戦略

5事業計
2,761
拠点

ケアサービス事業 出店計画
3年間で**367**拠店増

2事業計
268
拠点

シニアケア事業 出店計画
3年間で**71**拠店増

CX(顧客体験)戦略

Web広告強化

- モップおためし軒数増 (前期比14%増)

DDuet会員



- 会員数約145万人 (前期比4%増)

洗淨・物流戦略

RFID(電子タグ)の導入 スマートファクトリー化による効率化



*モップやマットに取り付けられたRFIDタグ(赤丸で囲った部分)
ハンディタイプの読み取り機は主に加盟店での検品や棚卸しに活用される

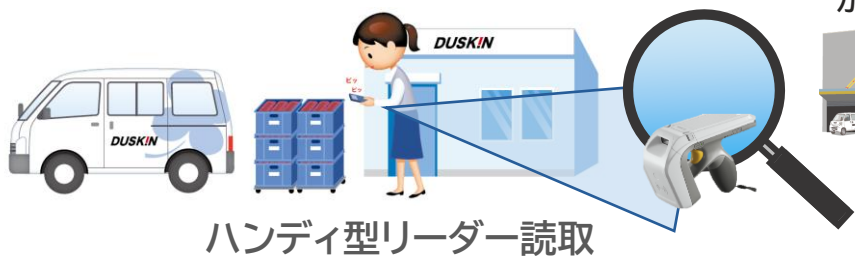
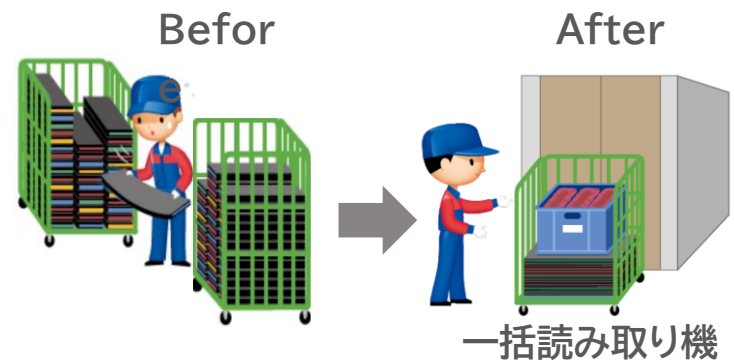


RFID(電子タグ)導入による効率化・収益性向上

- 将来的な経営リスクである労働力不足に対応した生産体制を構築
- 中長期的視点での収益向上に繋げ、サステナブルな企業価値向上を図る
- 2025年3月期には14億円の原価低減効果を見込む

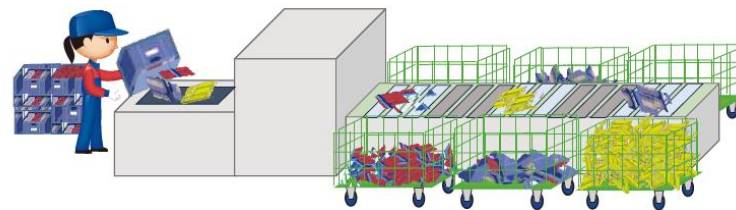
RFID (電子タグ)

すべてのモップ・マットにRFID(電子タグ)を取付け、リーダーの読取により非接触で個別情報を得ることが可能



スマートファクトリー

革新的な設備機器の開発・導入
RFID(電子タグ)と連動した業務フローの自動化により、省人化を図る



自動仕分け機

- ・自動仕分け機
- ・自動品質検査機
- ・自動梱包機等を開発中



フードグループ 既存事業の変革と発展

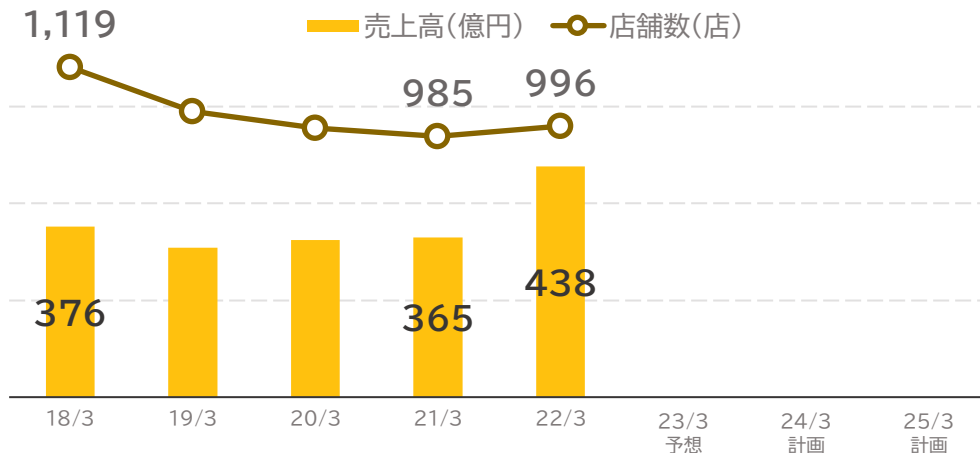
3期連続増収

365億円
(2021/3月期)



438億円
(2022/3月期)

売上高と店舗数



100円
セール廃止
出店形態
の見直し



楽しさ・おいしさの提供

misdo meetsの展開
季節定番商品の展開
デザートドリンク
の展開



売上高の維持向上

定番商品のブラッシュアップ
ミスドゴハンの強化
新定番ドーナツ
の育成





フードグループ 既存事業の変革と発展

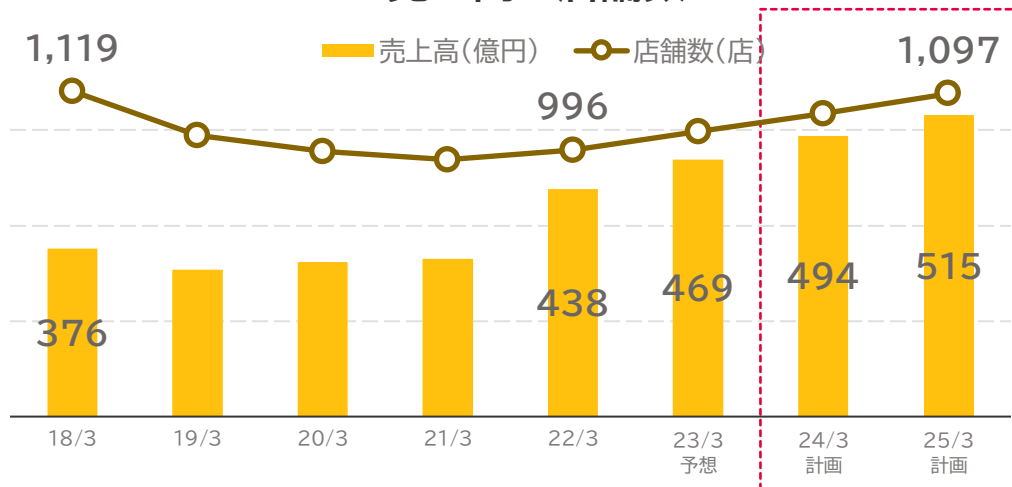
「攻め」へ転換

438億円
(2022/3月期)



515億円
(2025/3月期)

売上高と店舗数



お客様の利用動機拡大

misdo meets

最高水準の素材と技術をもつ
ブランドとの共同開発

ミスドゴハン

朝食・ランチ・軽食メニューの充実

新業態・新サービスの展開

郊外のドライブスルー

駅ナカキッチンレスショップ

misdo ネットオーダー

デリバリーサービス

ピックアップドア



フードグループ 開発戦略

■ 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、楽しさ・おいしさの提供を追求

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
『misdo meets 祇園辻利 第二弾』

2022年4月27日から5月下旬まで数量・期間限定で発売(現在は販売終了)

あったか飲茶メニュー
ミストゴハン
「鶏柚子生姜麺」
「海鮮野菜麺」



2022年10月5日から2023年3月下旬まで期間限定で発売

かつアンドかつ

大粒で肉厚の広島産牡蠣の濃厚なうま味をぎゅっととじ込めた“牡蠣フライ”などが楽しめる「秋の旬味フェア」開催



2022年10月5日から2023年3月下旬まで期間限定で発売



フードグループ 情報と流通の改革


- 情報と流通の改革による販売機会の拡大を目指す
- 店舗数の増加に加え、ネットオーダーやデリバリーサービスの強化を図る

出店戦略

新規出店 (前期末比)	+14店
稼働店舗数 (9月末時点)	987店
内、ドライブスルー店舗	6店
内、改装新型店舗	602店



CX(顧客体験)戦略

 ゆっくり選べる!
misdo
ネットオーダー

ネットオーダー
認知率 **47%**
(前期末比9%増加)

 お店のドーナツ、あなたのもとへ。
ミスドで
出前館!

デリバリー導入店舗
336店(9月末時点)
(前期末比27%増)

 |  Pay
 Pay

楽天ペイ・メルペイ決済追加
キャッシュレス決済
20ブランド



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、R&D投資等の積極化

- ご家庭の水まわり緊急駆けつけサービス等、水回りのトータルアドバイザーとしてサービスを展開している株式会社クラシアンと業務提携

海外戦略

- シンガポールにおいてミスタドーナツ事業を展開することを目的とし、RE&S Enterprises Pte. Ltd. との間でマスターフランチャイズ契約を締結



- マレーシアを中心に展開しているドーナツブランド「ビッグアップル」マレーシア・カンボジアにおける稼働82店舗にて売上・利益とも増加



- ダスキン香港のその主な機能を当社に集約し、収益性向上



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

人的資本経営の推進

事業ポートフォリオ変革に必要な
人材の育成・確保
ダイバーシティ&インクルージョンの推進

女性管理職比率 **13.2%**(前期比+1.9%)
男性育児休業制度取得の推進
早期管理職登用が可能な人事制度に刷新

事業の選択と集中のための管理強化

資本コストを意識した経営管理

ガバナンス実効性の更なる向上

プライム市場に相応しい
ガバナンス体制構築に資する取り組み

R&Dの強化

自社技術・開発力強化
オープンイノベーションの推進

DX推進

業務効率化とともに、
CX(顧客体験価値)の向上を目指す



サステナブルな社会と経営の実現に向けた取り組み

- 循環型社会の形成に貢献しながら持続的に成長するため3R*1を推進
- 環境負荷が少ない社会づくりや脱炭素社会の実現に向けて積極的に取り組む

～2022年3月期

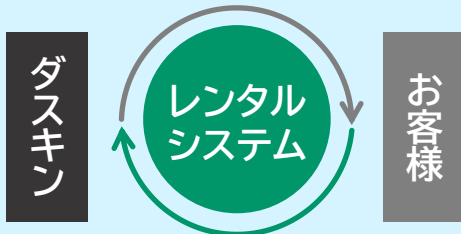
循環型社会に貢献し成長

クリーンサービス事業

レンタル循環システム

モップ・マットレンタル回収率

100%



再生97.6% 新品2.4%

ミスタードーナツ事業

1974年からくり返し使える陶器・ガラス製食器を使用

ダスキンの環境目標2030 (DUSKIN Green Target 2030)

環境負荷が少ない社会づくり

廃棄物削減、資源の有効活用



食品ロス量
(2000年比)

半減

化石資源由来
プラスチック
(2000年比)

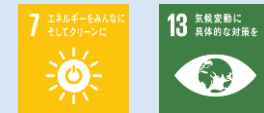
25%
排出抑制

容器包装
プラスチック
リサイクル率

60%

脱炭素社会の実現

気候変動への対応



再生可能エネルギー
利用率

50%

ダスキングループ
拠点CO₂排出量
(2013年比) スコープ1,2

46%減

サプライチェーン
CO₂排出量
(2013年比) スコープ3

26%減

*1 Reduce(リデュース)、Reuse(リユース)、Recycle(リサイクル)の3つのRの総称



社会からの評価

- GPIF*1が採用する5つの国内インデックスすべてに選定
- 更なる企業価値の向上と持続可能な社会の実現に貢献する企業を目指す

GPIFが採用する国内インデックス



**FTSE Blossom
Japan Sector
Relative Index**



**FTSE Blossom
Japan**

**2022 CONSTITUENT MSCIジャパン
ESGセレクト・リーダーズ指数**

**2022 CONSTITUENT MSCI日本株
女性活躍指数 (WIN)**



その他社会からの評価

2022



Sompo Sustainability Index

SOMPOアセットマネジメント
「SOMPOサステナビリティ・インデックス」



環境省
「ESGファイナンス・アワード・ジャパン」



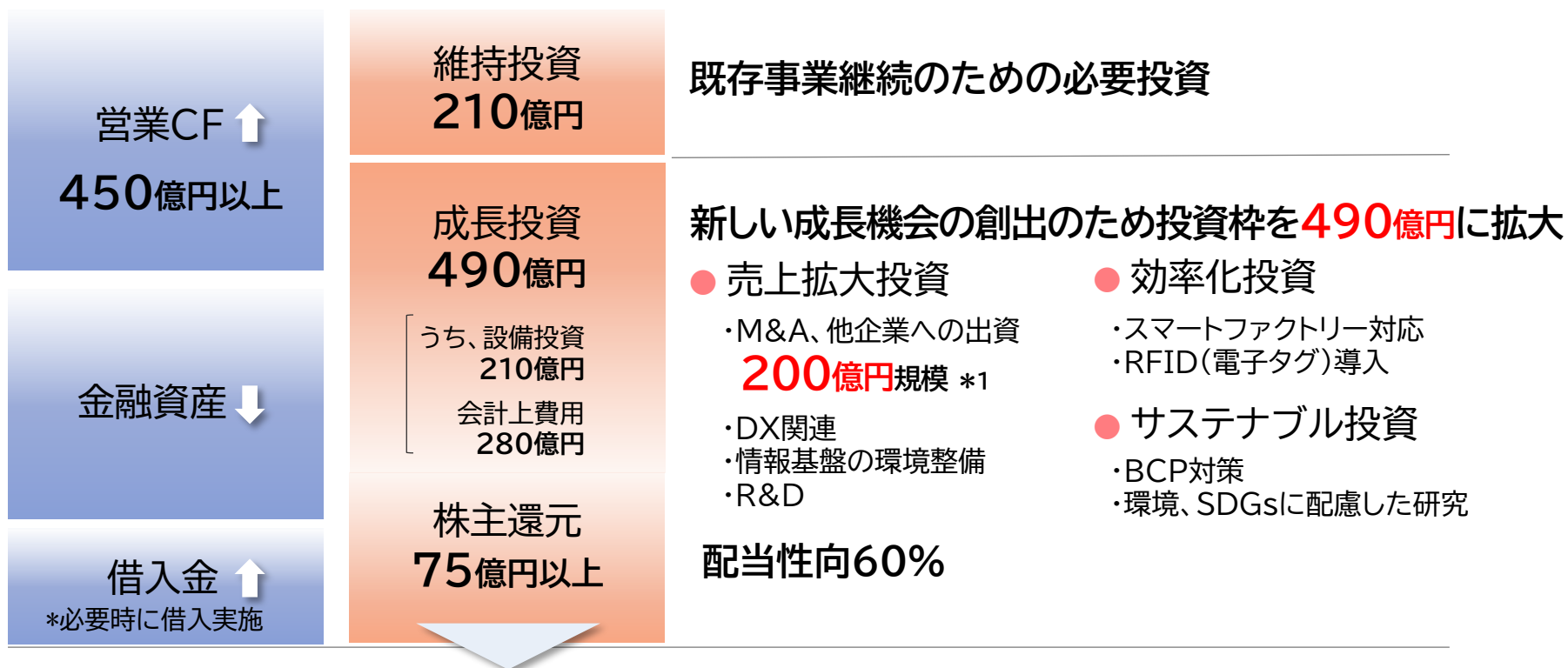
2022
健康経営優良法人
Health and productivity
ホワイト500

経済産業省
「健康経営優良法人2022 ホワイト500」

*1日本の年金積立金管理運用独立行政法人

■ 事業ポートフォリオ再構築に向けて、「新しい成長機会」に大胆な投資を行う

3カ年の「キャッシュアロケーション」



戦略の成果と財務健全性のバランスをとりながら、総還元性向の向上を図る

注意) 会計上費用となる経費的投資を成長投資に含む
*1: 投資案件により、200億円以上も検討

- 原材料価格高騰や物流費等のコスト上昇分を内部努力で吸収することが困難であると判断し、一部商品の価格改定を実施

クリーンサービス事業 価格改定

(税抜金額に対する改定額・改定率)

改定日:2022年7月1日

対象商品と改定率(希望小売価格)

- ◆ レンタル商品(マット・モップ等) 68品目: 約3~6%
- ◆ 定期補充商品(レンジフードフィルター等) 1品目: 約9~11%
- ◆ 販売商品 1品目: 約11~12%

ミスタードーナツ事業 価格改定

改定日:2022年11月25日

対象商品と改定額・率

- ◆ ドーナツ、パイ、マフィン 39種: 10~20円改定(改定率:7.4%)
- ◆ ドーナツポップ単品: 3円、セット: 10~30円改定(改定率:4.3%)

*ショップにより販売価格、取扱商品は異なります。



株主還元

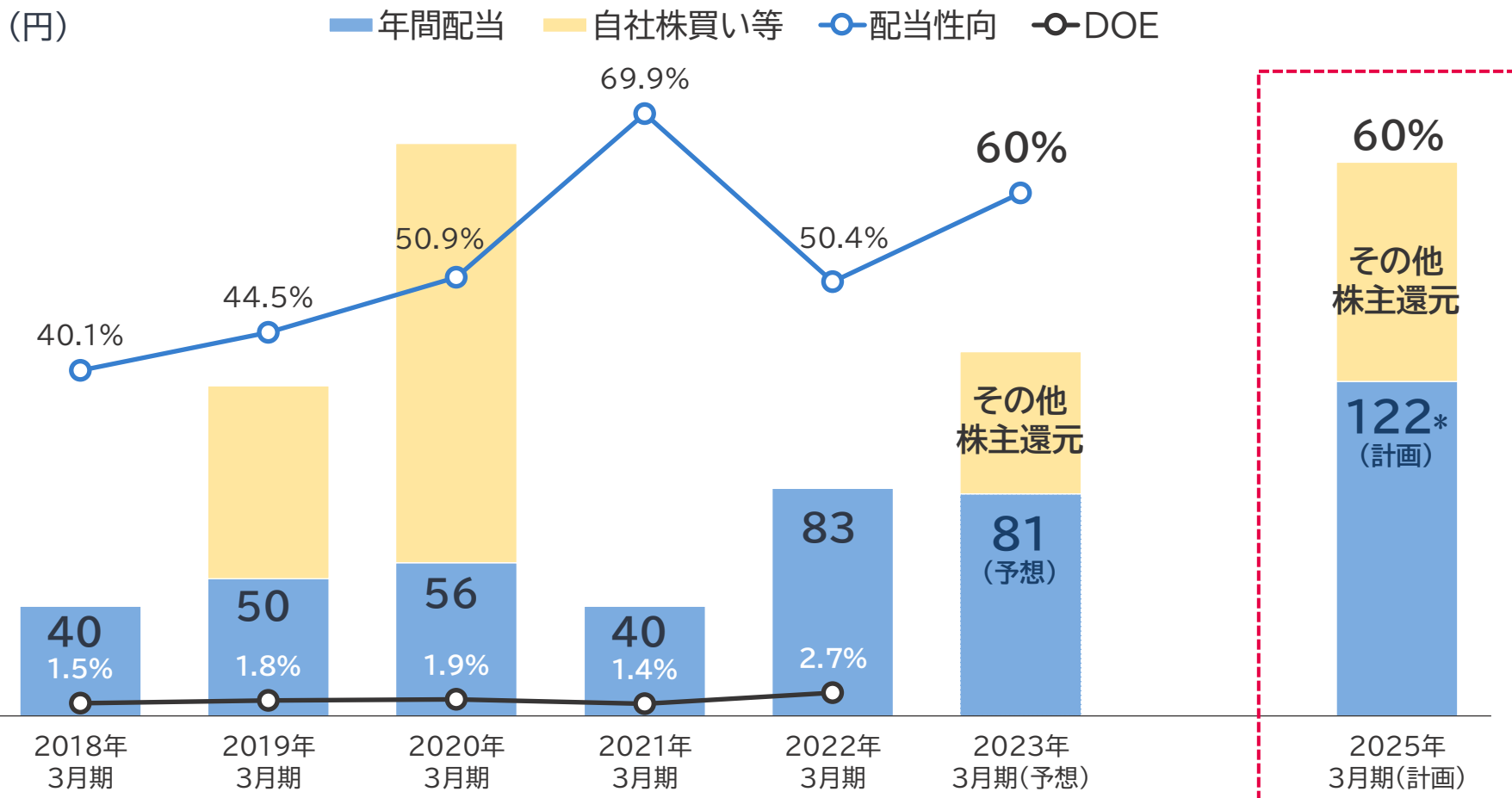
■ 当面の株主還元方針

「中期経営方針2022」の3年間は、
機動的で弾力的な自己株式の取得を積極的に実施
3年間累計の**総還元性向100%以上**を目標に利益還元する方針

■ 2022年11月8日公表

自己株式取得に係る事項の決定
上限：**1,786千株, 50億円**（発行済株式総数の3.57%（自己株式を除く））
取得期間：2022年11月9日～2023年9月22日

- 2023年3月期より、**連結配当性向**を50%から**60%**に変更
- 下限指標となる**自己資本配当率(DOE)2.5%**のいずれか高い額で配当額を決定



*2025年3月期当期純利益100億円(計画)からEPSの理論値を算定し配当額(計画)を試算

当社の商品・サービスをご利用いただくために



➔ 9月末、3月末時点の株主様に対して

- 100株以上300株未満の株主様 ご優待券 1,000円分(500円券×2枚)
- 300株以上の株主様 ご優待券 2,000円分(500円券×4枚)

※モスバーガー  各店舗でも使用できます。



長く保有していただくために

➔ 「長期保有株主優遇制度」(9月末・3月末)

- 3年以上継続保有の株主様 ご優待券 500円分(500円券×1枚)

予想PER *1

22.1倍

PBR *2
(2022年3月期)

0.97倍

予想配当利回り*3

2.7%

2022/12/16 終値2,948円



*1 終値2,948円/EPS(予想)133.51円

*2 終値2,948円/BPS(前期末)3047.67円

*3 年間配当(予想)81円/終値2,948円

■ 当社ホームページで様々なIR情報を掲載しています。是非ご覧ください。

URL: <https://www.duskin.co.jp/ir/>

ダスキンの IR 検索



会社情報

サステナビリティ

研究開発

株主・投資家情報

商品・サービス

ニュース

採用情報

加盟店募集



ホーム > 株主・投資家情報 > 個人投資家の皆様へ

株主・投資家情報

▶ 個人投資家の皆様へ

- ▶ よくわかるダスキンの
- ▶ これまでの歩み
- ▶ 事業内容
- ▶ ダスキンの強み
- ▶ 業績推移
- ▶ 株主優待
- ▶ 個人投資家向け説明会

▶ 経営方針 >

▶ 財務・業績情報 >

▶ 株主・株式情報 >

▶ IR資料室 >

▶ IRカレンダー >

▶ IRニュース（適時開示情報） >

▶ その他 >

個人投資家の皆様へ



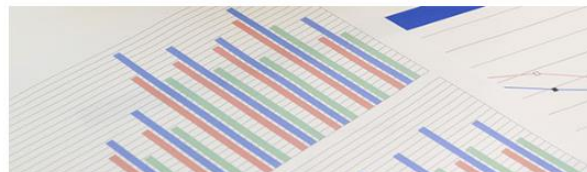
よくわかるダスキンの

より一層ダスキンを知っていただくための情報をピックアップしています。



これまでの歩み

ダスキンのこれまでの歩みについて掲載しています。



事業内容

ダスキンの事業内容について掲載しています。



ダスキンの強み

ダスキンの強みについて掲載しています。



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。