

株式会社ダスキン
会社説明会

2025年7月26日(土)

- 1 株主還元
- 2 **DUSK!N**について
- 3 中期経営方針 2028

(2025年3月期)

会社名(英訳名)	株式会社ダスキン (DUSKIN CO., LTD.)		
業種、特徴	清掃関連用具レンタル、フランチャイズ展開、ミスタードーナツを展開		
本社住所	〒564-0051 大阪府吹田市豊津町1-33		
代表者名	大久保 裕行		
創立年月日	1963年2月4日	上場年月日	2006年12月12日
市場	東証プライム	証券コード	4665
資本金	11,352百万円	セグメント	訪販グループ、フードグループ、その他
決算月	3月		
売上高	【連結】188,791百万円 【単体】151,739百万円		
従業員数	【連結】3,775人 【単体】1,963人		
所属団体	日本フランチャイズチェーン協会(略称:JFA)、一般社団法人 日本ダストコントロール協会		
幹事証券	【主】大和証券 【副】野村証券、SMBC証券		

株価の状況

ダスキン (4665/T) 3,893 (10:16) -20 -0.51%

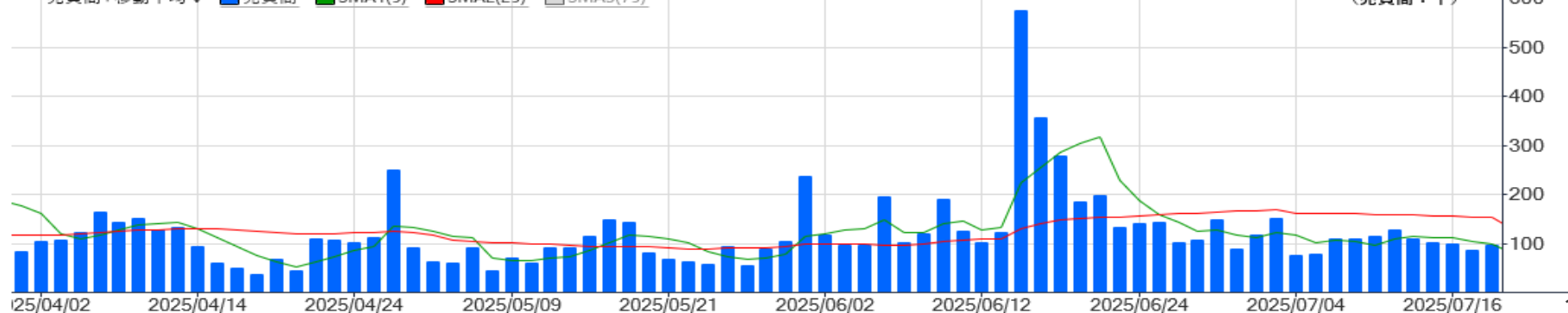
日足 2025/04/01~2025/07/18 [76本]ロウソク足 修正

ロウソク足 ▼ 陽線 ■ 陰線 ■
単純移動平均線 ▼ SMA1(5) SMA2(25) SMA3(50) SMA4(75) SMA5(100)



売買高+移動平均 ▼ 売買高 SMA1(5) SMA2(25) SMA3(75)

(売買高:千)





株主還元

株主還元方針の変更

● 株主還元方針

成長への投資を優先した上で、配当に加え、財務の状況等を勘案し、機動的に自己株式の取得を行う

● 配当方針の見直し

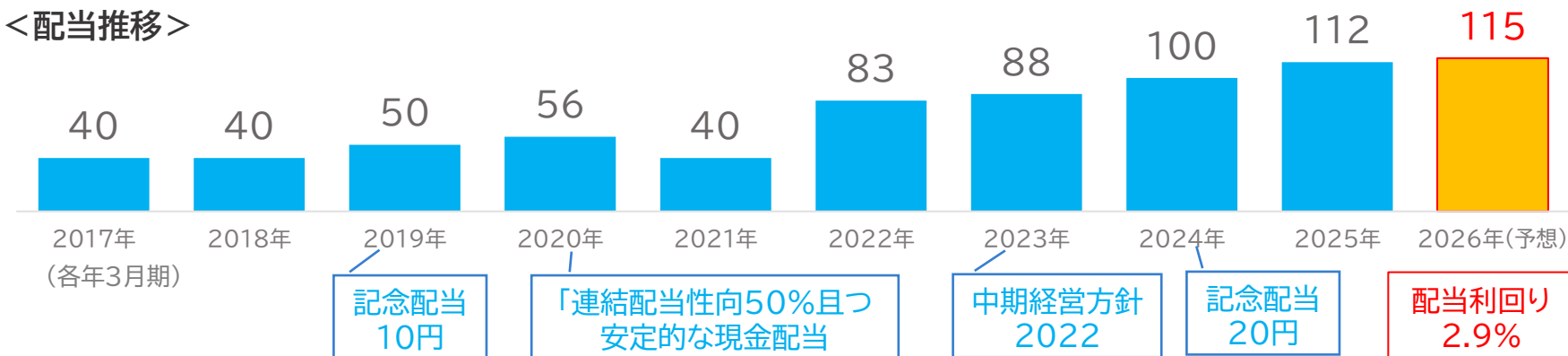
連結配当性向60%または自己資本配当率(DOE)3.0%のいずれか高い額

※従来のDOE2.5%から3.0%へ引き上げ

<参考> 2023年3月期～2025年3月期の自己株式取得実績

	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期	3期合計
取得株数(千株)	1,094	527	1,328	2,949
取得価格の総額(百万円)	3,303	1,696	4,999	9,999

<配当推移>



2025年7月18日の終値3,913円

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)

2 **DUSK!N** について

今も生き続ける創業者の想い

祈りの経営 「道と経済の合一」 ▶ 現代のCSV経営

- 1963年 ○ 創立
- 1964年 ○ 化学ぞうきん
「ホームダスキン」レンタル開始
- 1971年 ○ ミスタードーナツ事業開始
サービスマスター事業開始



ダスト
コント
ロール

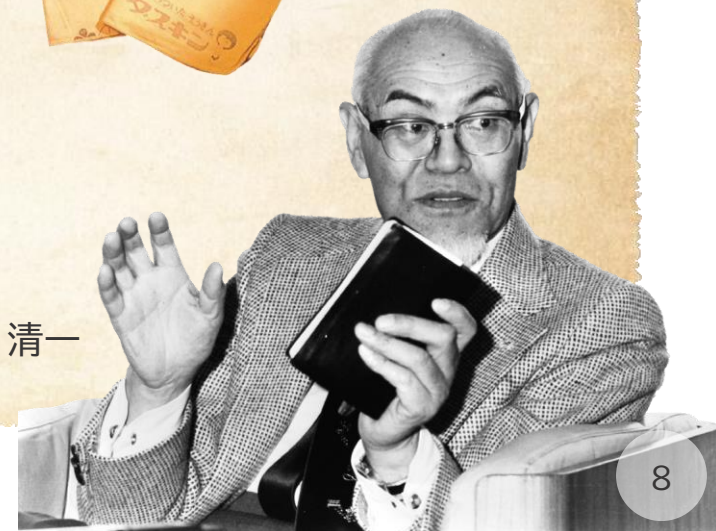
レンタル

フラン
チャイズ

経営理念への賛同

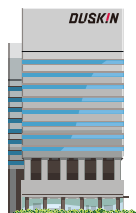
▶ 全国展開

創業者 鈴木 清一



フランチャイズ契約

経営理念への賛同



本部

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



加盟店

〈全国営業拠点数〉

6,812拠点

(2025年3月末現在)

- 訪問販売
- 店舗販売
- 定期レンタル

お客様



連結売上高 (2025年3月期)

1,887億円

お客様売上高 (2025年3月期)

4,540億円

- 信頼で結ばれ、一つの目的に向かっていく関係を築き、発展させる

ダスキンフランチャイズチェーン 全国加盟店会

発足 1966年 加入数 1,574店

ダスキン 生産協栄会

発足 1969年 会員数 45事業所

ミスタードーナツ フランチャイズ共同体

発足 1972年 加入数 1,034店



加盟店組織 が活動

ダスキン全国ケアサービス 加盟店会

発足 1977年 会員数 1,165店

全国ダスキンレントオール・ ヘルスレントコミュニティ会

発足 1983年 会員数 287店

ダスキン ユニフォームサービス フランチャイズチェーン会

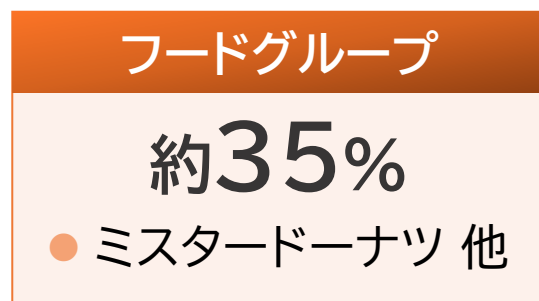
発足 1985年 会員数 213店

会員数・加入数等は2025年3月末現在

※1 DFC全国連合会(1966年発足)から変遷を経て、2003年に現在の加盟店組織が発足 ※2 生産懇話会(1969年発足)より1988年に現在の名称に変更

※3 全国サービスマスター会(1977年発足)より2004年に現在の名称へ変更 ※4 ユナイテッドレントオールコミュニティ(1983年発足)より2014年に現在の名称へ変更

※5 ユニケアコミュニティ(1985年発足)より2005年に現在の名称へ変更



クリーンサービス



衛生環境を整える
DUSKIN

清掃・衛生用品の
レンタルと販売
1,802拠点

シニアケア



Health Rent
ヘルスレント

介護用品・福祉用具の
レンタルと販売
189拠点

LifeCare DUSKIN
ダスキントライフケア

高齢者の
暮らしのお手伝い
95拠点

ケアサービス(役務提供サービス)

エアコンクリーニング

プロのおそうじ
ServiceMASTER



1,210拠点

家事代行

家事の代行
merry maids



801拠点

害虫獣駆除・予防

害虫駆除・総合衛生管理
TERMINIX

544拠点

庭木のお手入れ

緑と花のお手入れ

Total Green 185拠点

お部屋の修繕などの補修

住まいの補修
HomeRepair

101拠点

その他

イベント総合サポートと 各種用品のレンタル

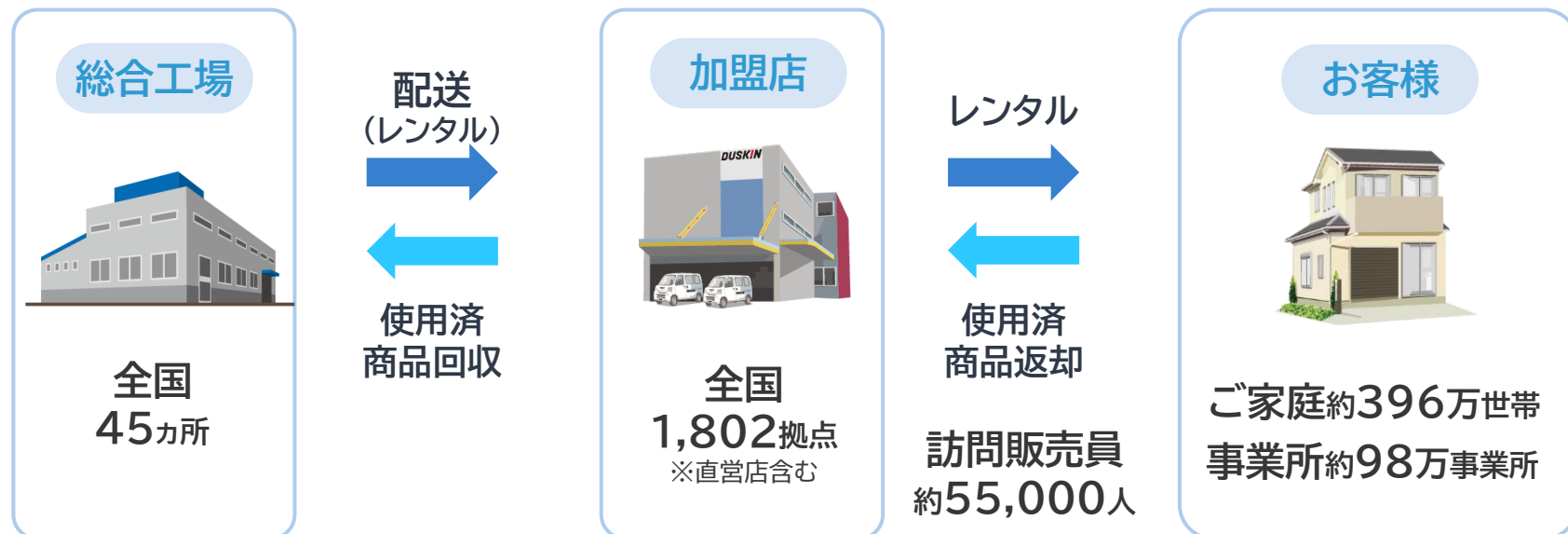
ダスキントール
DUSKIN RENT-ALL



98拠点

(拠点数:2025年3月末現在)

- 加盟店を通じてご家庭や事業所のお客様に、モップ・マットなどの商品をレンタル
- 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



(2025年3月末現在:国内のみ)

競争優位

- 強固な顧客基盤
＜市場シェア＞
家庭市場 約89%
事業所市場 約56%
- 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

※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)

ミスタードーナツ



手づくりドーナツと
多彩なメニュー

1,041拠点

かつアンドかつ



とんかつレストラン



16拠点

ナポリの食卓



イタリアンレストラン

14拠点



- 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



(2025年3月末現在:国内のみ)

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
- 55周年を迎えた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研修・教育システム



中期経営方針2028

中期経営方針2028で目指すこと<基本方針>

新たな事業への「新化」、周辺事業への「進化」、既存事業の「深化」、3つの「シン化」への挑戦

経営テーマ1

新たな事業への

新 化

Innovation

新規事業開発

子育て領域の新規事業創出

海外事業の拡大

アジア未展開国への進出

経営テーマ2

周辺事業への

進 化

Expansion

周辺領域への進出

ハウスマンテナンス領域など周辺領域への進出

※クリーンサービス事業、ケアサービスを含む

新たな飲食ブランド(業態)の開発

経営テーマ3

既存事業の

深 化

Development

成長事業における売上拡大

人材資源の重点投入および出店拡大

既存事業の収益性向上

デジタル技術の活用と生産性向上

経営テーマ4

経営基盤の強化

経済・社会価値創造の
源(原動力)となる
基盤の強化

新しいつながりで、暮らしに喜びを。

グループの存在意義を果たすために、訪販グループは新たにハウスマンテナンスを加えた4つの領域(ハウスマンテナンス、衛生、ワークライフサポート、シニアサポート)に注力し、各戦略に取り組む。

注力する取り組み

領域拡張戦略

お客様へ更なるお役立ちを目指し、住まいの快適化と、暮らす人がより安心して時間を過ごせる環境づくりのサポート

・ハウスマンテナンス領域

事業深化戦略

自社の強みの深堀による衛生環境を整えるとともに、シニア・子育て共働き世帯の生活を支えるソリューションの提供

・衛生領域
・ワークライフサポート領域
・シニアサポート領域

チャネル戦略

リアル接点とデジタル接点の両輪による新規契約の獲得と既存顧客との関係性強化

DX戦略

顧客体験における新たな価値の創造を目指し、本部・加盟店・生産事業所の業務改革と生産性の向上

新しいつながりで、暮らしに喜びを。

これまで注力してきた3つの領域に新たにハウスマンテナンス領域を加え、4つの領域に注力



ハウスマンテナンス領域

新しい領域への進出

住まいの快適化と、暮らす人がより安心して時間を過ごせる環境づくりをサポート

- ▶ 床・壁などの補修
- ▶ 鍵の交換や修理
- ▶ 入居前の清掃サービス
- ▶ 水のトラブルへの対応(他社との協業) など



衛生領域

衛生的な生活環境と
職場の環境づくりを
サポート



ワークライフ サポート領域

働く方とその家族の
暮らしのお困りごとを
解決し、時間の創出と
安心できる環境を提供



シニアサポート領域

高齢者の不安と
不満の解消、
生きがいのある
暮らしを創出

ハウスマンテナンス領域

2022年2月
カギのお困りごとに対応するサービスとして
近畿圏で検証開始

2024年の4月
「レスキューサービス事業」発足

2026年3月期

地域を限定し、
東名阪において
新規出店を目指す

暮らしの安心駆けつけ

DUSKIN RESCUE



この世界に新しい食文化を。

食べたその時だけではなく、食べ終わった後も、そのおいしさと喜びが、心に残り続けるような「おいしい思い出」をより多くのお客様にお届けするため、挑戦を積み重ねます。

注力する取り組み

新業態開発

自社開発およびM&Aの活用により、事業ポートフォリオを拡張し、収益基盤を構築

バリューチェーンの強化

チェーン全体の最適化にむけて、内製化工場設立の実現を目指す

マーチャンダイジング

ブランドを活用した、新商品・販売機会を創出し、お客様との接点を拡大

新たな成長への挑戦

ミスタードーナツ
・新店舗形態により、未出店地域への出店に挑戦

かつアンドかつ
/ナポリの食卓
・フランチャイズ展開への挑戦

フランチャイズ展開による新たな地域への進出



関西で16店舗展開するとんかつレストラン

1999年2月 大阪で1号店をオープン
2019年1月 株式会社かつアンドかつを設立

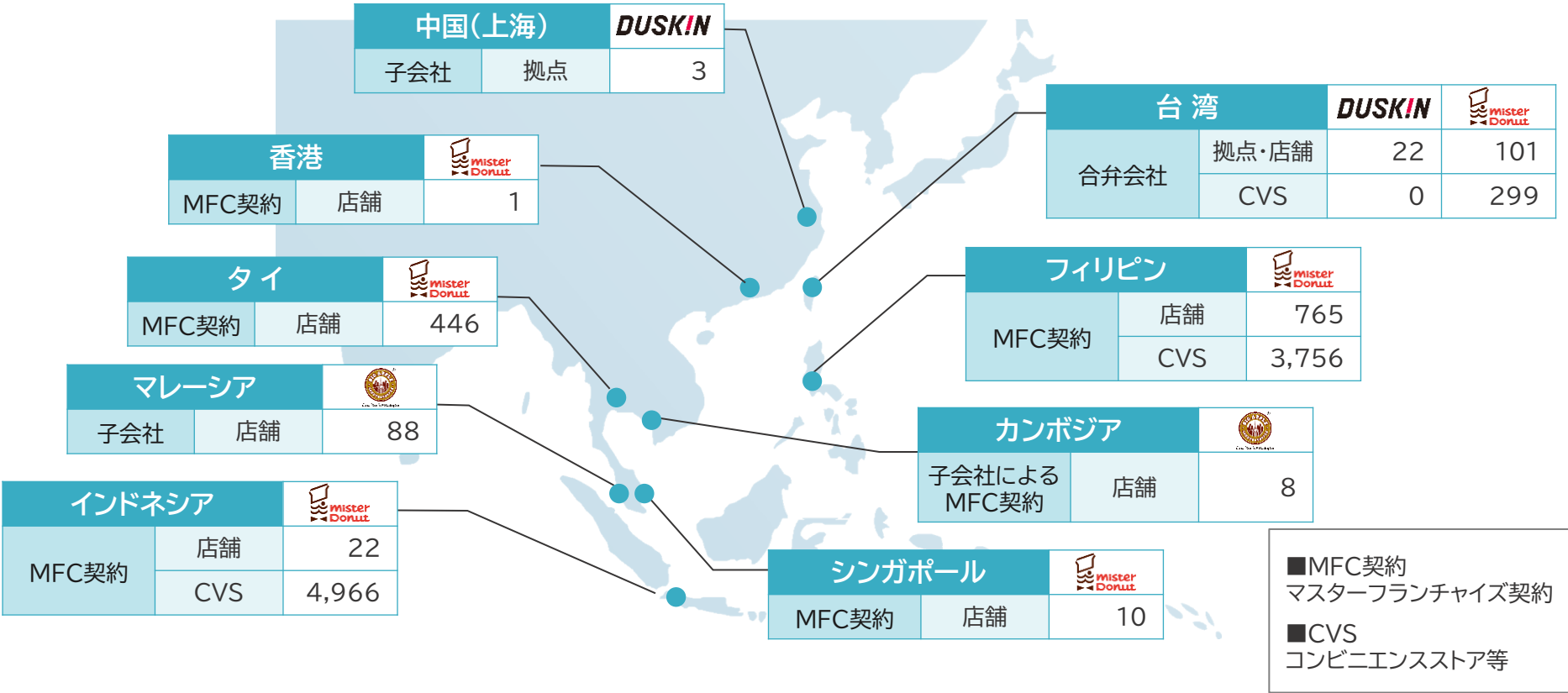


北関東地域で14店舗展開するイタリアンレストラン

郊外に店舗を展開しており、カジュアルで
親しみやすい雰囲気の特徴

アジア未展開国への進出

現状の展開国の成長に加えて、市場環境を含めた各国の情勢を見極めた上で、
 アジアの未展開国等への進出を検討・実行



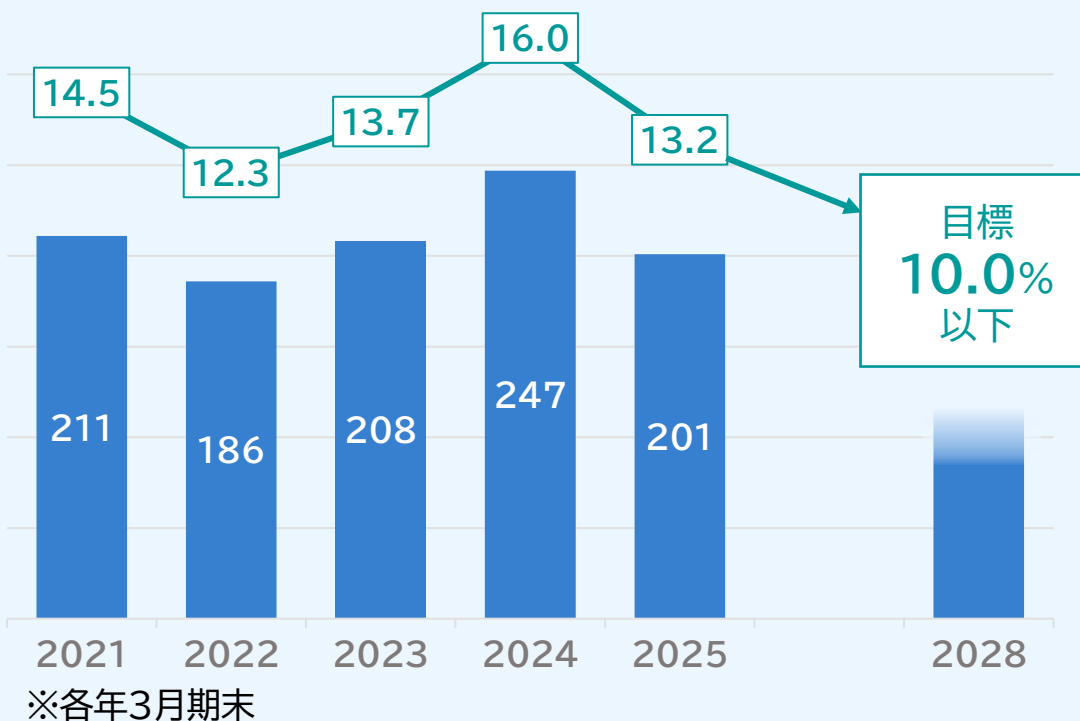
政策保有株式残高 および連結純資産に 占める割合の推移

売却目標

純資産に占める
政策保有株式の割合
(上場株式のみ)
10%以下

■ 政策保有株式残高 (億円)※上場株式 — 連結純資産に占める割合(%)

単位: 億円・%



デジタル基盤の整備とデジタル人材の育成を図り、業務の改革を通じて生産性の向上を目指すとともに、顧客との関係性強化により新たな価値創造を実現する。

IT 戦略

DXを実現するための基盤整備

-クラウドへの
システム移行を加速

DX 戦略

デジタル人材の 育成

-無人決済システム・
画像認識レジ

-RFID(電子タグ)による
物流の 効率化等

CX 最大化

デジタル技術の 活用と顧客との 関係強化による 新たな顧客価値 の創造

-アプリの機能拡充
◎ミスタードーナツ
◎お掃除用品レンタル・
サービスなどの会員サイト

ダスキン環境ビジョン2050

目指すべきサステナブルな未来社会

資源循環社会

資源効率・循環を当たりまえに

脱炭素社会

カーボンニュートラルを目指して

環境共生社会

人と自然のつながりを豊かに

グリーンエコノミーの推進

グリーンエネルギーの活用

グリーンマテリアルの追求

グリーンコミュニティの発展

4つの
グリーンチャレンジ

Four Green Challenges

環境目標2030

- 食品ロス半減（2001年3月期比）
- ワンウェイプラスチック 25%排出抑制（2021年3月期比）
- 容器包装プラスチックリサイクル 60%
- 再生可能エネルギー利用率 50%
- グループ拠点CO₂排出量 46%減（2014年3月期比）

連結数値目標

単位:百万円

			2025年3月期 実績(基準期)	2028年3月期 目標	増減(増減率)	
連結	訪販グループ	売上高	108,438	118,200	9,761	(9.0%)
		営業利益	5,721	9,100	3,378	(59.0%)
	フードグループ	売上高	66,747	73,900	7,152	(10.7%)
		営業利益	8,556	9,000	443	(5.2%)
	その他	売上高	16,486	18,600	2,113	(12.8%)
		営業利益	511	700	188	(37.0%)
	セグメント間取引 消去及び全社費用	売上高	▲2,882	▲ 2,900	▲17	—
		営業利益	▲ 7,520	▲ 8,200	▲679	—
	連結	売上高	188,791	207,800	19,008	(10.1%)
		営業利益	7,268	10,600	3,331	(45.8%)
		営業利益率	3.9%	5.1%	—	(1.2p)
連結経常利益			10,697	14,300	3,602	(33.7%)
親会社株主に帰属する当期純利益			8,808	10,600	1,791	(20.3%)
ROE			5.8%	7.0%以上	—	(1.2p)
参考)お客様売上			454,055	491,000	36,944	(8.1%)



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。

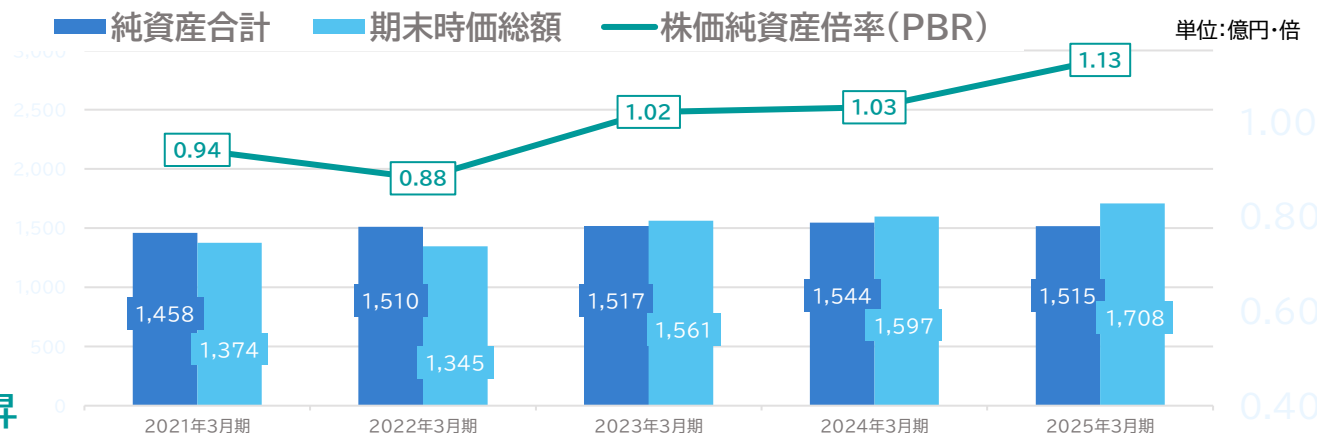
現状分析 企業価値関連指標および、株主資本コストの現状分析

- 当社はCAPM等により株主資本コストを5%前後と認識しており、ROEはこれを上回ってはいるものの、PBR向上を目指して、着実にROE向上に注力する。

PBR

株価純資産倍率

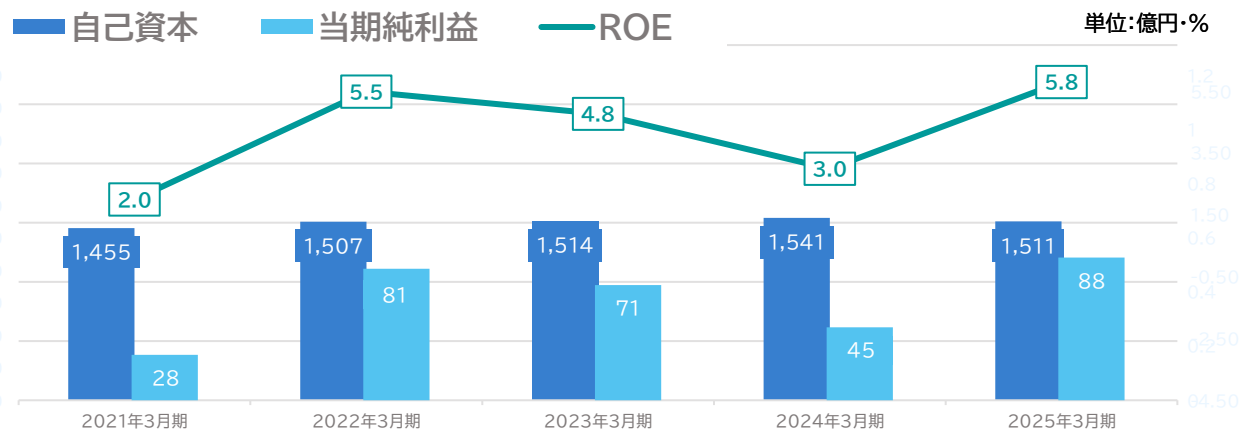
2023年3月期より
1倍超えが続き、
2025年3月期はさらに上昇



ROE

自己資本利益率

3.0%~5.8%で推移



※2021年3月期はコロナの影響を受け一時的にROEが低下