

2016年3月期 第2四半期
決算説明会

株式会社 **ダスキン**
2015年11月13日



- 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に基づく判断及び仮定に基づいており、判断や仮定に内在する不確定性及び今後の事業運営や内外の状況変化等による変動可能性に照らし、将来における当社の実際の業績又は展開と大きく異なる可能性があります。
- セグメント利益の「調整額」には、従来通り「セグメント間取引消去」及び「全社費用」が含まれており、本資料においては「全社・消去」と表示しております。
- 当期より「企業結合に関する会計基準」（企業会計基準第21号 平成25年9月13日）等を適用し、「四半期純利益」を「親会社株主に帰属する四半期純利益」としておりますが、本資料上は「四半期純利益」と表記しております。

■ 決算概況

連結業績 ハイライト	5
売上高の状況	6
営業利益の状況	8
経常利益の状況	10
当期純利益の状況	12
連結貸借対照表の状況	14

■ セグメント毎の状況

セグメント別 ハイライト	16
主要事業の概況	
クリーン・ケアグループ	17
フードグループ	21
その他・全社	24
その他（海外）	25

■ 公表業績予想との比較

2016年3月期第2四半期累計 期初予想との 比較	27
------------------------------	----

■ 2016年3月期 通期業績予想

2016年3月期 通期業績予想	29
-----------------	----

■ 株主還元

配当	33
自社株買い	33

■ トピックス

パイフェイス	35
ダスキンミュージアム	36

■ ご参考

個別決算概況	38
セグメント別 事業構成	39
お客様売上高	40
ダストコントロール事業における 資源循環型ビジネスモデル	41

2016年3月期 第2四半期
決算概況

連結業績

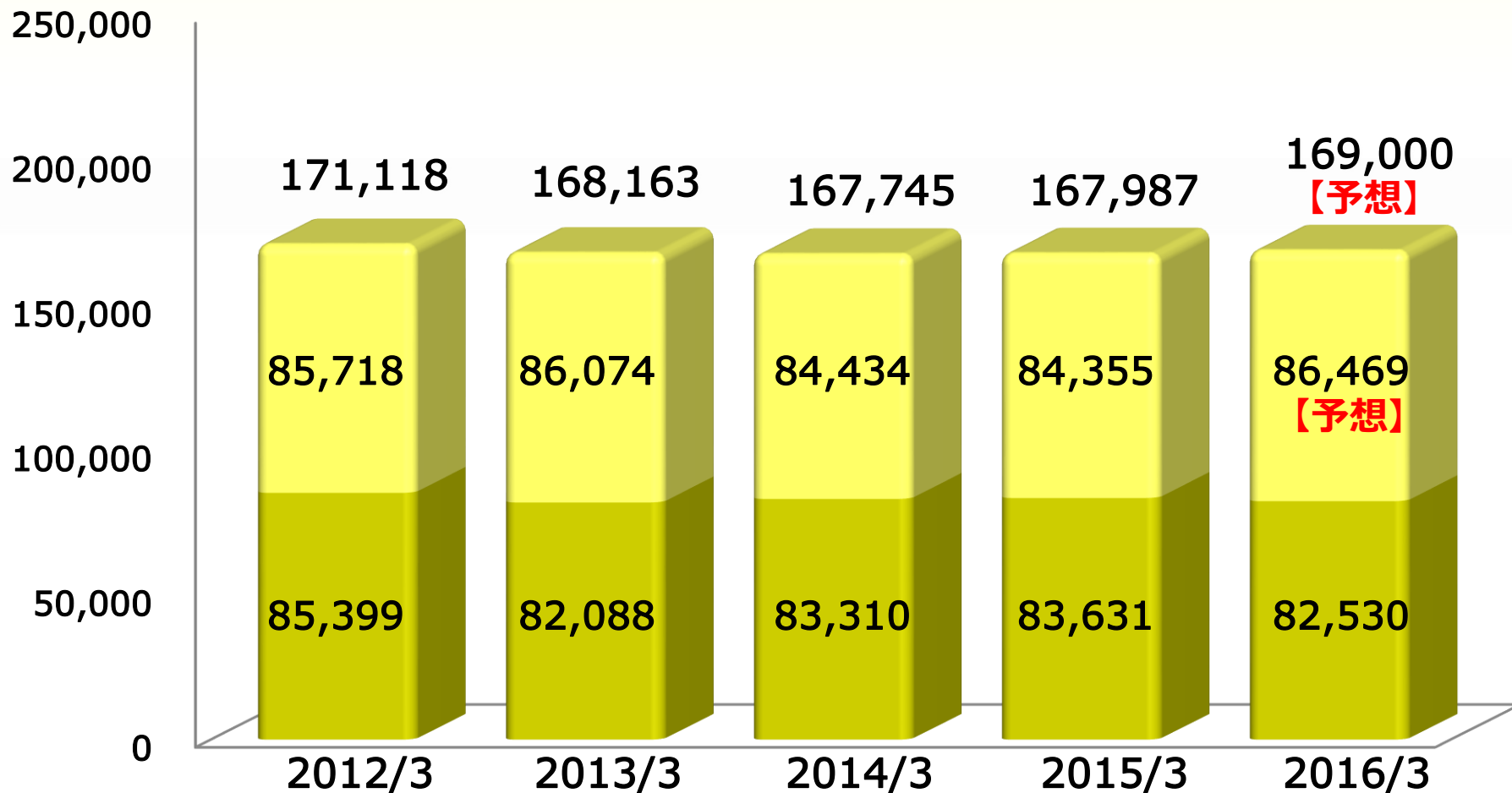
(単位：百万円)

	2015/3月期 2Q累計	2016/3月期 2Q累計	増減		(ご参考) 2015/3月期
			増減額	増減率(%)	
売上高	83,631	82,530	▲1,101	▲1.3	167,987
営業利益	1,858	2,681	+822	+44.3	5,067
(売上高営業利益率)	(2.2%)	(3.2%)	(+1.0)	—	(3.0%)
経常利益	2,815	3,432	+617	+21.9	7,083
(売上高経常利益率)	(3.4%)	(4.2%)	(+0.8)	—	(4.2%)
当期(四半期)純利益	1,469	1,962	+492	+33.5	3,441
(売上高当期純利益率)	(1.8%)	(2.4%)	(+0.6)	—	(2.0%)

連結売上高の推移

■ 下半期
■ 上半期

(単位：百万円)



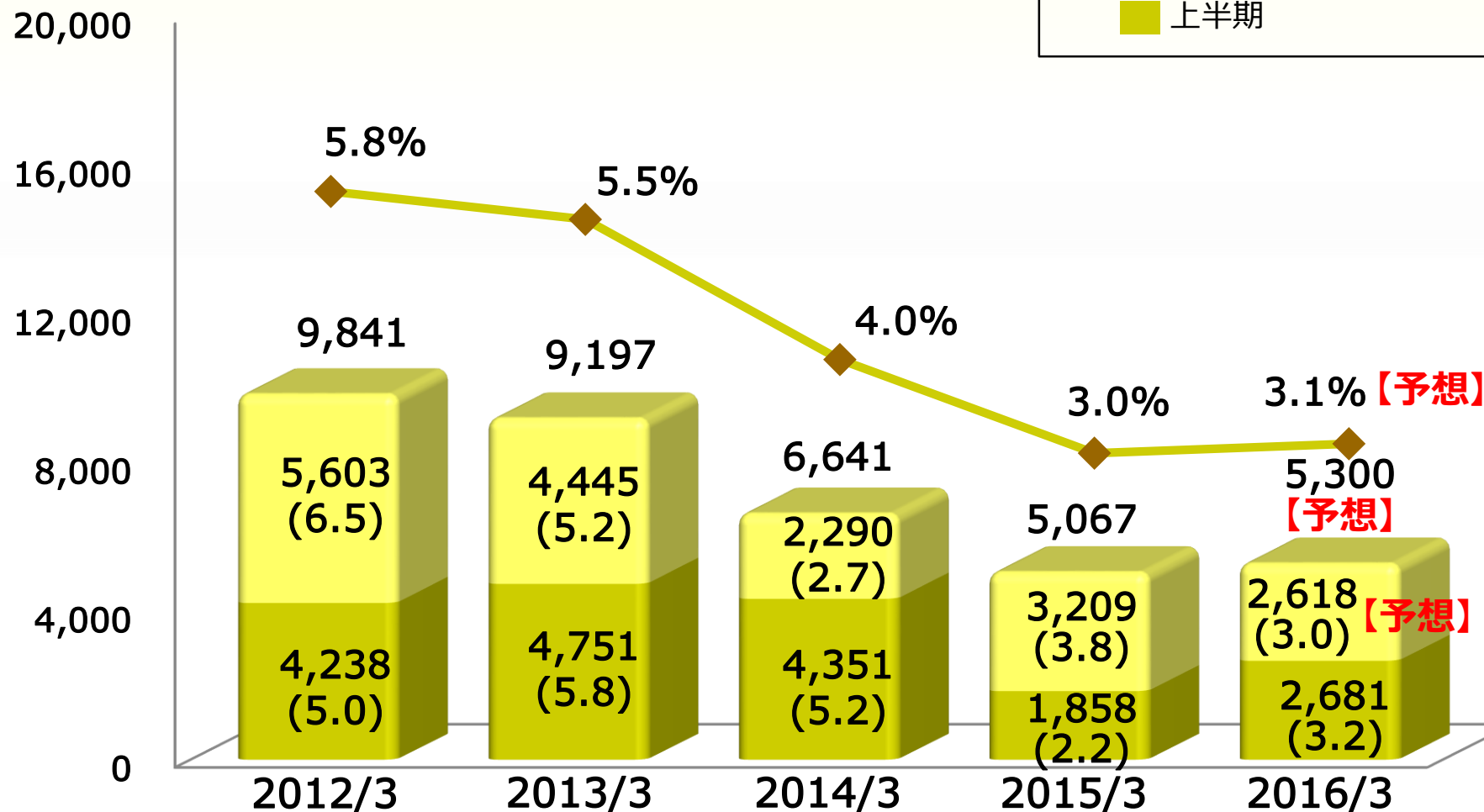
連結売上高

825億30百万円 前年同期比 ▲11億1百万円(▲1.3%)

セグメント毎の売上高	2015/3月期 2Q累計	2016/3月期 2Q累計	前年同期比増減 増減率	
クリーン・ケアグループ	54,137	55,007	+869	+1.6%
フードグループ	24,187	22,118	▲2,069	▲8.6%
その他	5,306	5,404	+97	+1.8%
連結合計	83,631	82,530	▲1,101	▲1.3%

連結営業利益 (率) の推移

(単位：百万円)



連結営業利益

26億81百万円 前年同期比 +8億22百万円(+44.3%)

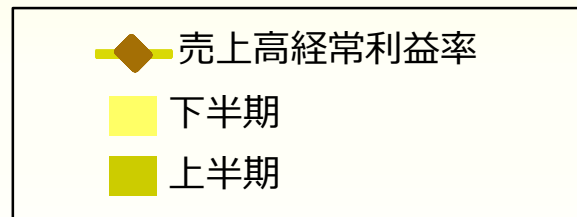
《 増益の主要因 》

- クリーン・ケアグループ . . . 増収効果とスタイルクリーナー商品原価減少
- フードグループ . . . 減収に伴う減益を原価率改善と経費削減でカバー
- その他 . . . 病院施設のマネジメント事業減益
- 全社・消去 . . . ダスキンミュージアム費用増加

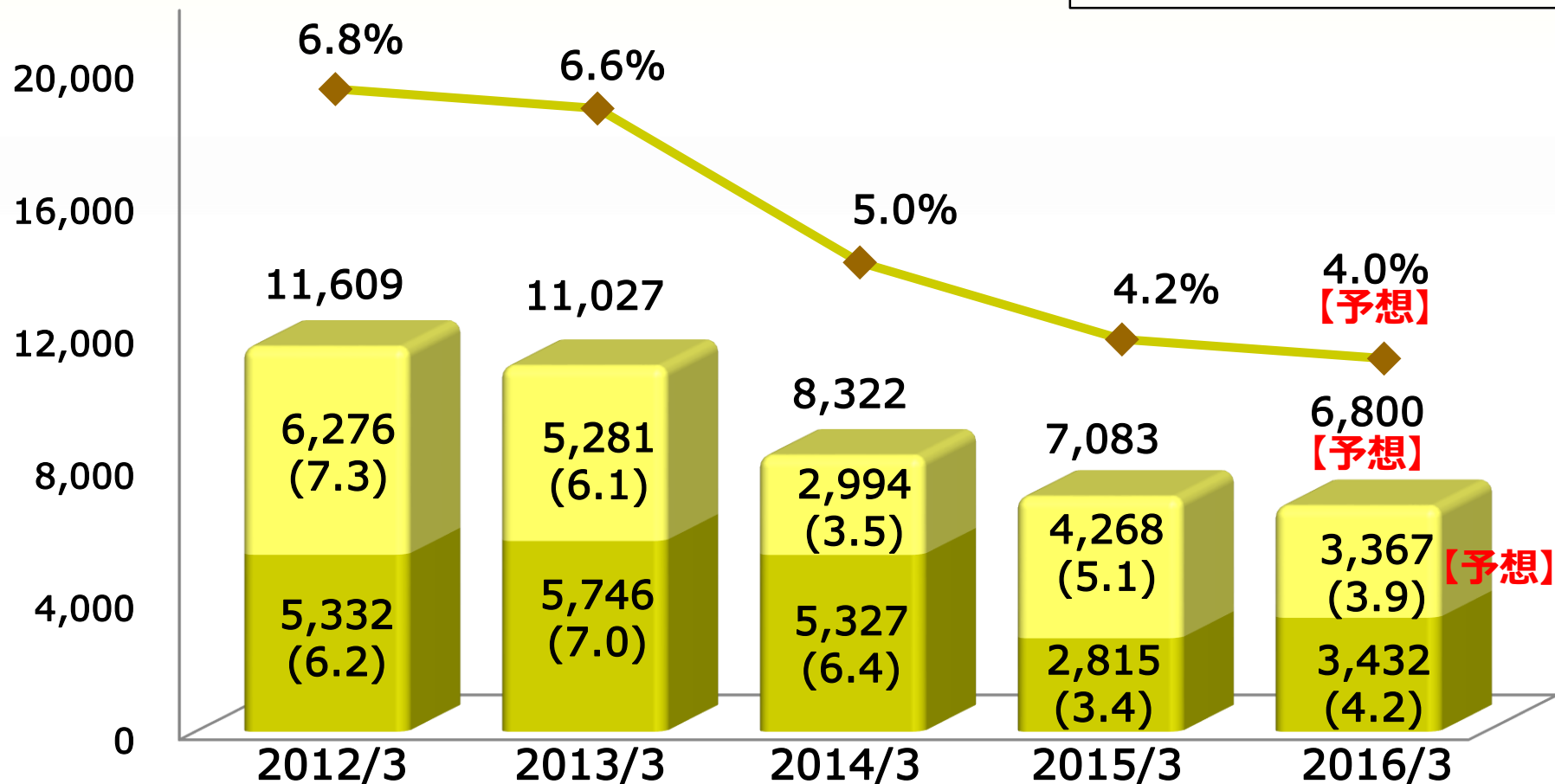
(単位：百万円)

セグメント毎の営業利益	2015/3月期 2Q (営業利益率)	2016/3月期 2Q (営業利益率)	前年同期比増減 増減率	
クリーン・ケアグループ	5,097 (9.4%)	6,084 (11.1%)	+986	+19.4% (+1.7)
フードグループ	▲485 (▲2.0%)	▲377 (▲1.7%)	+108	- (+0.3)
その他	154 (2.9%)	▲5 (▲0.1%)	▲159	▲103.5% (▲3.0)
全社・消去	▲2,907	▲3,020	▲112	-
連結合計	1,858 (2.2%)	2,681 (3.2%)	+822	+44.3% (+1.0)

連結経常利益 (率) の推移



(単位：百万円)



連結経常利益

34億32百万円

前年同期比 +6億17百万円(+21.9%)

《 主な増減要因 》

① 営業利益 +8億円

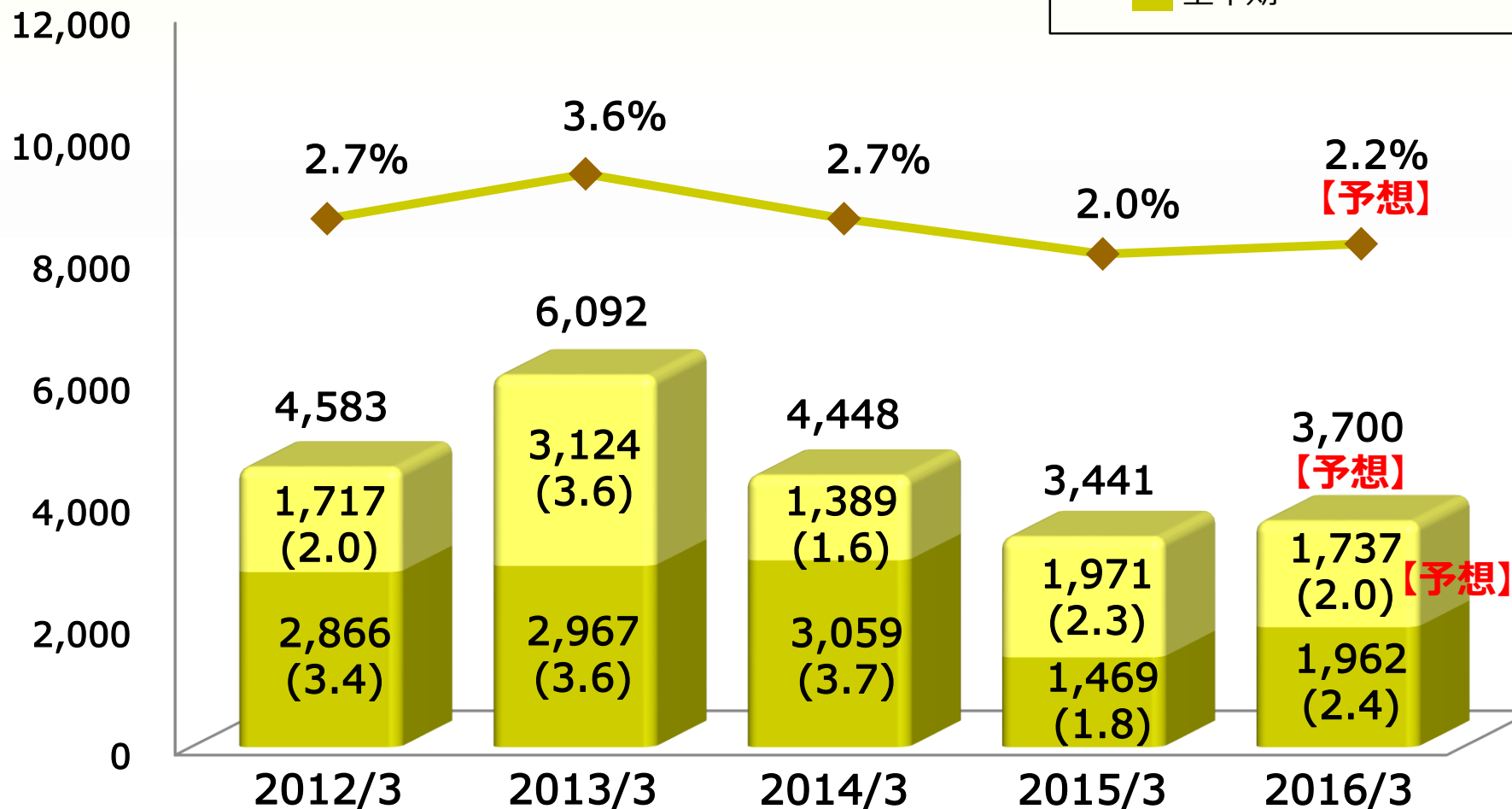
② 営業外損益 ▲2億円

➢ 受取利息減少	▲2億円
投資有価証券償還に伴う減少	▲1.6億円
➢ その他	▲0億円
自己株式取得費用増加	▲0.4億円
その他	

増益要因を+、減益要因を▲で表示

連結当期純利益 (率) の推移

(単位：百万円)



連結当期（四半期）純利益

19億62百万円

前年同期比 +4億92百万円(+33.5%)

《 主な増減要因 》

① 経常利益 +6億円

② 特別損益 ▲2億円

- 減損損失増加 ▲1億円
ドーナツ研修施設からダスキンミュージアムへの改装に伴う減損損失発生 ▲1億円
- 関係会社清算損の計上 ▲1億円
ミスタードーナツ韓国清算損 ▲1億円

③ 税金費用等 +1億円（費用の減少）

- 税引前利益の増加に伴うもの +2億円
- その他 ▲1億円

増益要因を+、減益要因を▲で表示

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2015/3月末	2016/3月末 2Q末	増減	主な増減要因
流動資産	67,727	62,663	▲5,063	「現金及び預金」 ▲36億円 「受取手形及び売掛金」 +13億円 「有価証券」 ▲40億円 「繰延税金資産」 +4億円
有形・無形固定資産	61,117	61,085	▲31	「建物及び構築物」(純額) +9億円 「建設仮勘定」 ▲5億円
投資その他の資産	69,630	62,014	▲7,616	「投資有価証券」 ▲63億円 「繰延税金資産」 ▲10億円
資産合計	198,475	185,763	▲12,712	—
流動・固定負債	43,279	39,671	▲3,607	「未払法人税等」 ▲4億円 「賞与引当金」 ▲3億円 「未払金」 ▲6億円 「その他流動負債」 ▲18億円 「退職給付に係る負債」 ▲3億円
純資産	155,196	146,091	▲9,104	「利益剰余金」 +7億円 「自己株式」 ▲105億円 「その他有価証券評価差額金」 +5億円
負債・純資産合計	198,475	185,763	▲12,712	—
有利子負債	50	25	▲25	

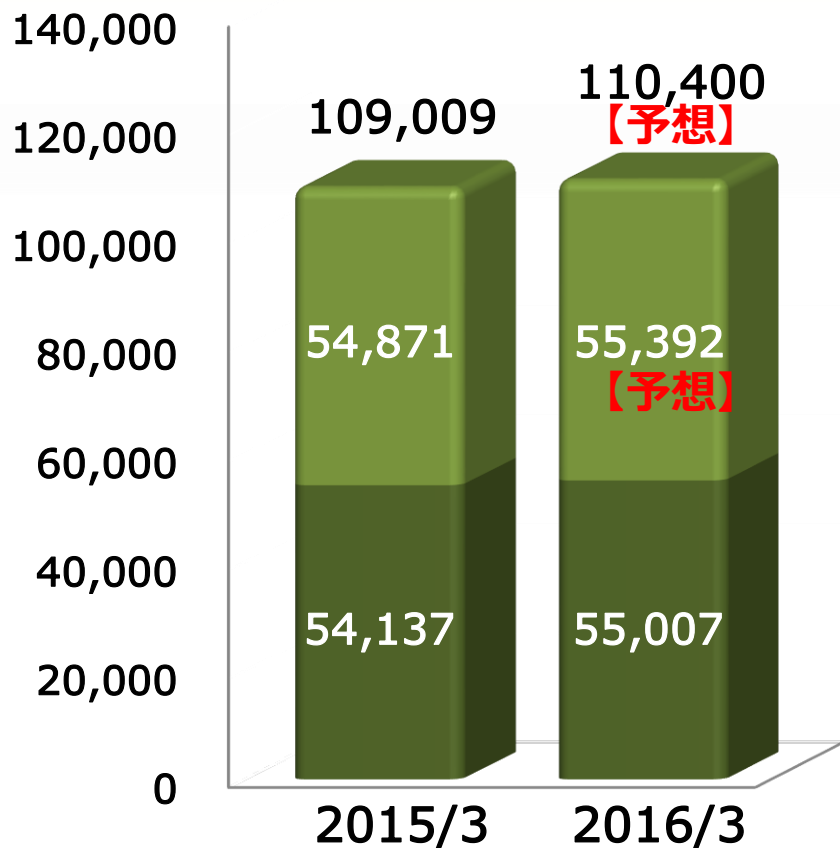
セグメント毎の状況

(単位:百万円)

		2015/3月期		2015/3月期 2Q累計		2016/3月期 2Q累計		増減	
		営業利益率 (%)		営業利益率 (%)		営業利益率 (%)		増減率 (%)	
クリーン・ケア グループ	売上高	109,009	—	54,137	—	55,007	—	+869	+1.6
	営業利益	11,254	10.3	5,097	9.4	6,084	11.1	+986	+19.4
フード グループ	売上高	48,289	—	24,187	—	22,118	—	▲2,069	▲8.6
	営業利益	▲201	▲0.4	▲485	▲2.0	▲377	▲1.7	+108	—
その他	売上高	10,688	—	5,306	—	5,404	—	+97	+1.8
	営業利益	▲87	▲0.8	154	2.9	▲5	▲0.1	▲159	▲103.5
全社・消去	営業利益	▲5,898	—	▲2,907	—	▲3,020	—	▲112	—
連結	売上高	167,987	—	83,631	—	82,530	—	▲1,101	▲1.3
	営業利益	5,067	3.0	1,858	2.2	2,681	3.2	+822	+44.3

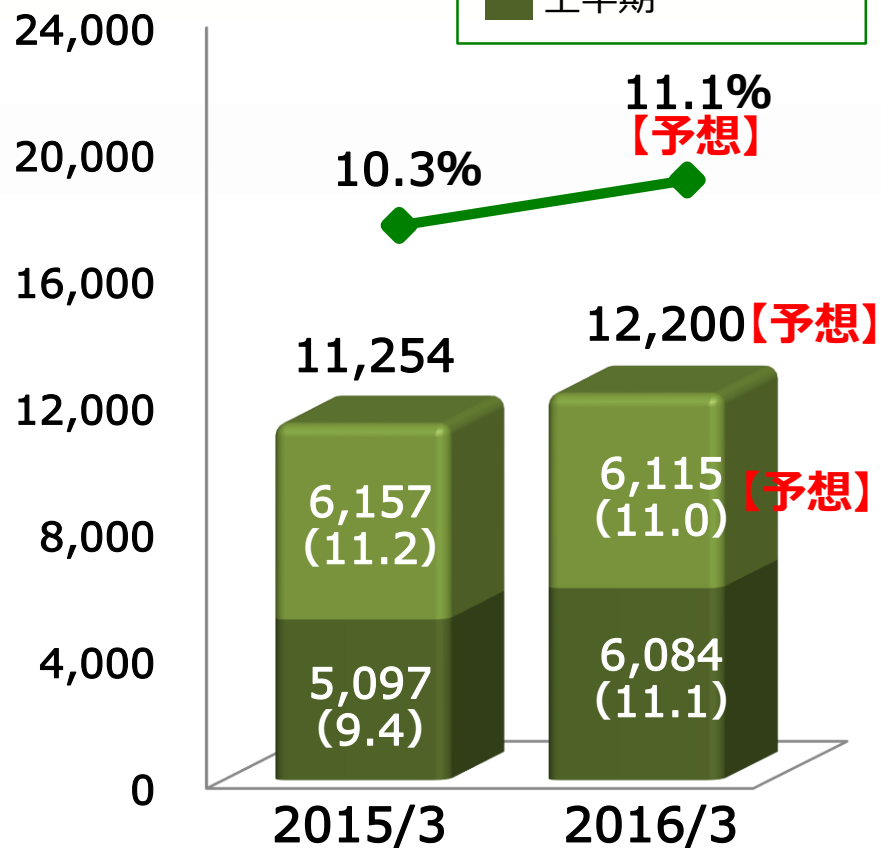
売上高

(単位：百万円)



営業利益

(単位：百万円)



売上高

(単位：百万円)	前2Q	当2Q	増減額	率(%)
セグメント売上	54,137	55,007	+869	+1.6

家庭市場

●主力であるモップ商品売上は、全体としては減少するも、「おそうじベーシック3」は順調

- ダストコントロール商品（全体）の増減率 ▲0.3%（1Q：+0.0%、2Q：▲0.6%）
- モップ商品（全体）の増減率 ▲1.4%（1Q：▲2.1%、2Q：▲0.6%）
 - ・ベーシック3（LaLa、shushu、スタイルクリナー個別売上も含む） +10.3%
 - ・その他のハンディ、フロアモップ ▲7.6%
- フィルター商品の増減率 ▲3.1%（1Q：▲1.6%、2Q：▲4.6%）
- ウォーター商品の増減率 ▲3.9%（1Q：▲3.9%、2Q：▲4.0%）
- 台所用スポンジ +103.9%（1Q：+127.9%、2Q：+83.1%）

●役務提供サービスは依然好調

- お客様売上高合計 +4.1%
 - ・ハウスクリーニング（サービスマスター） +2.9%
 - ・家事代行等（メリーメイド） +3.9%
 - ・シロアリ防除等（ターミニックス） +9.5%
 - ・庭木お手入れサービス（ツールグリーン） +5.5%

●介護関連用品のレンタル（レントオール事業）は依然好調

- レントオール
 - ・介護用品レンタル（ヘルスレント）お客様売上高 +9.3%

売上高

(単位：百万円)	前2Q	当2Q	増減額	率(%)
セグメント売上	54,137	55,007	+869	+1.6

事業所市場

●主力であるマット商品売上は、全体としては減少するも、高付加価値のマットは増加

- ダストコントロール商品（全体）の増減率 ▲0.3%（1Q：▲0.0%、2Q：▲0.6%）
- マット商品（全体）の増減率 ▲0.6%（1Q：▲0.6%、2Q：▲0.6%）
 - ・うす型吸塵吸水マット +103.2%
 - ・インサイドマット +42.2%
 - ・その他のマット ▲5.1%
 - （ ※ ベーシックマット +0.1% ）

●役務提供サービスは資器材・薬剤の売上も回復

- お客様売上高合計 +1.6%
 - ・サービスマスター（含 ファシリティ） +1.2%
 - ・害虫獣駆除（ターミニックス） +2.4%
 - ・庭木お手入れサービス（トゥルグリーン） +14.1%
- 資器材・薬剤の加盟店向け売上高増減率 +4.9%

●イベント運営・関連用品レンタル（レントオール事業）は依然好調

- レントオール
 - ・レントオール（イベント関連）お客様売上高 +11.7%

営業利益

	前2Q	当2Q	増減額	率(%)
セグメント営業利益	5,097	6,084	+986	+19.4

- point
1. 増収に伴い粗利増加
 2. 「スタイルクリーナー」商品原価減少
 3. 50周年 地域大会費用の減少

➤ 売上増加に伴う売上総利益の増加 +4億円

➤ 原価率改善に伴う売上総利益の増加 +1億円

- スタイルクリーナー原価減少 +3億円
- 原油価格下落等による原価減少 +2億円
- マット等の市場投入増加 ▲4億円

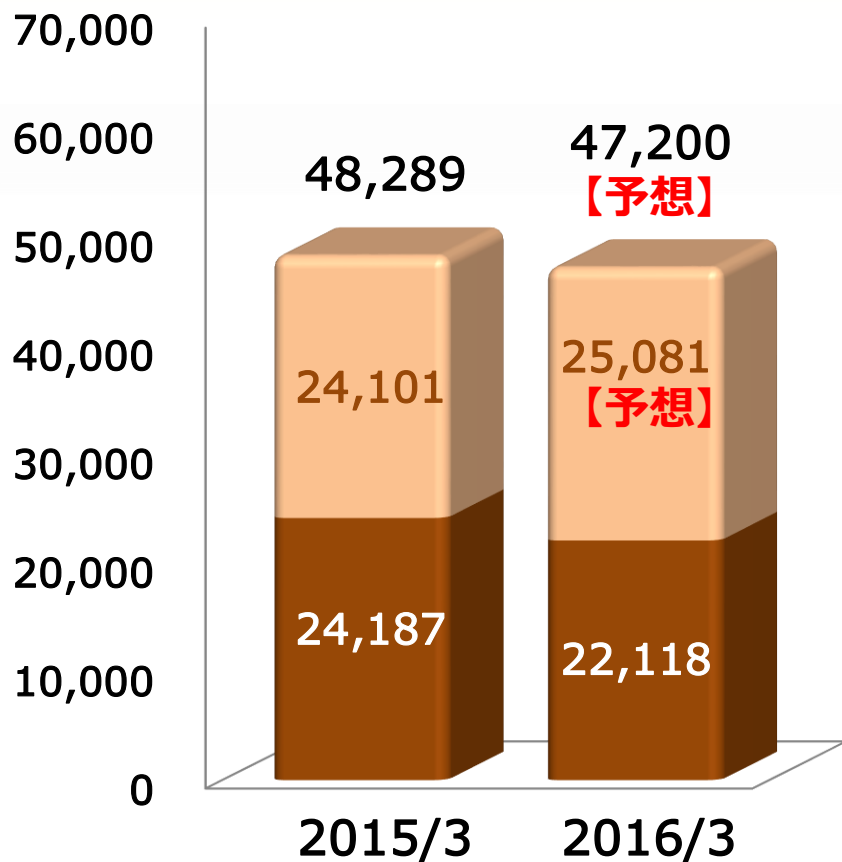
➤ 経費減少に伴う営業利益への影響 +4億円

- 50周年地域大会費用の減少 +4億円

増益要因を+、減益要因を▲で表示

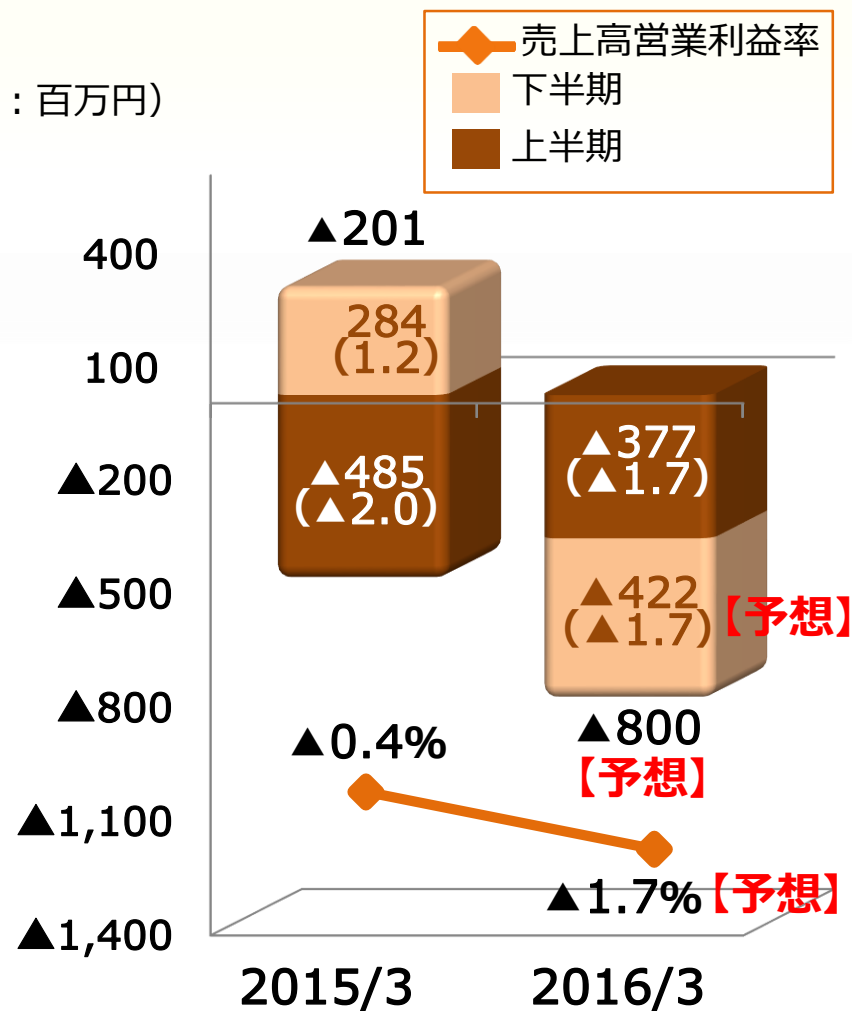
売上高

(単位：百万円)



営業利益

(単位：百万円)



売上高

(単位：百万円)

	前2Q	当2Q	増減額	率(%)
セグメント売上	24,187	22,118	▲2,069	▲8.6

●ミスタードーナツ事業

✓ 総お客様売上高 ▲10.1% (1Q：▲13.7%、2Q：▲6.0%)

(※ 45周年記念販売促進効果等により9月は増加に転じた。 9月単月 +3.8%)

➢ 当期の新商品が前期商品に比べ受け入れられなかった。

・ クロワッサンドーナツ (前期) 対 ブルックリンメリーゴーランド (当期) の販売総個数
単純合計比較 ⇒ ▲57%

・ コットンスノーキャンディの販売総個数単純合計比較 (対前期) ⇒ ▲17%

➢ 稼働店舗数の減少 稼働店舗数6カ月累計 ▲2.4%

※ 契約店舗数の期中増減

前期末	当期中open	当期close	当期中純増	当期2Q末
1,316	7	27	▲20	1,296

●その他のフード事業

・ **既存事業** ➢ お客様売上高

かつアンドかつ	+17.0%
カフェデュモンド	▲2.7%
ザ・どん	▲8.3%

・ **新規事業** ➢ 新規出店

ベーカリーファクトリー	1店 (2Q末合計店舗数3店)
ザ・シフォン&スプーン	1店 (2Q末合計店舗数2店)

営業利益

(単位：百万円)	前2Q	当2Q	増減額	率(%)
セグメント営業利益	▲485	▲377	+108	-

- point
1. 減収に伴い粗利減少
 2. 廃棄費用（評価損含む）減少
 3. 経費抑制的に使用

➤ ミスタードーナツ売上減少に伴う売上総利益の減少	▲7億円	
➤ ミスタードーナツ原価率改善に伴う売上総利益の増加	+4億円	
● 評価損及び廃棄費用の減少		+4億円
➤ ミスタードーナツ経費減少	+5億円	
● 広告宣伝費等経費抑制		+5億円
➤ 新規事業費用増	▲1億円	
● ベーカリー、シフォンの出店費用等		▲1億円

増益要因を+、減益要因を▲で表示

その他

(単位：百万円)	前2Q	当2Q	増減額	率(%)
セグメント売上	5,306	5,404	+97	+1.8
セグメント営業利益	154	▲5	▲159	▲103.5

point 日本国内のペーパータオル需要増を主因にダスキン香港が増収

●海外（連結子会社）

- ・ 海外連結子会社3社合計では増収。円安の恩恵も大きい。
- ・ 決算期ズレの未達取引修正の影響で営業損失となったもの。
- ・ 7月 ミスタードーナツ韓国（連結子会社）清算。
今後の韓国におけるミスタードーナツの展開は、ダスキン香港が運営する形態へ。

●その他

- ・ 病院施設のマネジメント事業（株式会社ダスキンヘルスケア）は、増収ながら、サービス人員確保の費用が増加し減益

全社・消去

(単位：百万円)	前2Q	当2Q	増減額	率(%)
セグメント営業利益	▲2,907	▲3,020	▲112	-

●本社部門

- ・ ミスタードーナツ研修施設をダスキンミュージアムに改装したこと等に伴う費用増加

海外事業

➤ 海外のお客様売上高

	(単位：現地通貨)	2014.1～6月	2015.1～6月	前年同期比 増減
クリーン・ケア 事業	台湾 (千NTドル)	418,886	462,345	+43,458 (+10.4%)
	上海 (千人民元)	7,571	8,800	+1,229 (+16.2%)
	韓国 (千ウォン)	299,228	423,928	+124,700 (+41.7%)
ミスタードーナツ 事業	台湾 (千NTドル)	359,424	397,930	+38,506 (+10.7%)
	上海 (千人民元)	11,348	11,018	▲330 (▲2.9%)
	韓国 (千ウォン)	2,578,052	2,874,635	+296,582 (+11.5%)

※ 台湾は国として記載しています。

公表業績予想との比較

連結

※ 期初(2015.5.15)公表値との比較

(単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	四半期純利益
予想(5/15)	85,700	1,900	2,600	1,300
実績	82,530	2,681	3,432	1,962
乖離額(率%)	▲3,169(▲3.7)	+781(+41.1)	+832(+32.0)	+662(+51.0)

売上高 乖離の主たる要因

・クリーン・ケアグループ	[ダストコントロール +5億円、レントオール +1億円]	+6億円
・フードグループ	[ミスタードーナツ事業 ▲33億円、その他のフード ▲2億円]	▲35億円
・その他	[ダスキンヘルスケア ▲1億円、海外 ▲2億円]	▲3億円

営業利益 乖離の主たる要因

・クリーン・ケアグループ	売上上振れに伴う粗利上振れ +3億円 マット等投入増加 ▲2億円 スタイルクリーナー商品原価下振れ +1億円 経費未消化、使用時期のズレ +10億円	+12億円
・フードグループ	売上下振れに伴う粗利下振れ ▲11億円 原価率好転 +4億円 経費未消化、使用時期のズレ +4億円	▲3億円
・その他	[ミスタードーナツ上海子会社化の遅れ +1億円]	+1億円
・全社・消去	[経費使用時期のズレ ▲2億円]	▲2億円

2016年 3月期
通期 業績予想

2015.9.24 業績予想の修正概要

連結

(単位：百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2015/3月期(前期)実績	167,987	5,067	7,083	3,441
2016/3月期 期初公表予想	173,700	5,300	6,800	3,700
2016/3月期 9/24修正予想	169,000	5,300	6,800	3,700
前期 対 修正予想 (増減率)	+1,012 (+0.6%)	+232 (+4.6%)	▲283 (▲4.0%)	+258 (+7.5%)
期初予想 対 修正予想 (増減率)	▲4,700 (▲2.7%)	—	—	—

個別

(単位：百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2015/3月期(前期)実績	141,580	3,002	6,167	3,394
2016/3月期 期初公表予想	146,400	3,200	6,000	3,600
2016/3月期 9/24修正予想	142,600	3,200	6,000	3,600
前期 対 修正予想 (増減率)	+1,019 (+0.7%)	+197 (+6.6%)	▲167 (▲2.7%)	+205 (+6.1%)
期初予想 対 修正予想 (増減率)	▲3,800 (▲2.6%)	—	—	—

セグメント別修正内容

※ 期初公表値対比

(単位：百万円)

		期初公表 通期予想 営業利益率 (%)		修正点	2016/3月期 通期修正予想 営業利益率 (%)	
クリーン・ケア グループ	売上高	109,940	—	ダストコントロール+300、レントオール+200、 ユニフォームサービス+100、アサレ化粧品▲100	110,400	—
	営業利益	11,600	10.6	売上上方修正影響+300、 コスト削減（経費使用見直し）+300	12,200	11.1
フード グループ	売上高	51,860	—	ミスタートーナツ▲4,500 その他▲200	47,200	—
	営業利益	0	0.0	売上下方修正影響▲1,600、原価率好転 +400、コスト削減（経費使用見直し）+400	▲800	▲1.7
その他	売上高	11,900	—	ダスキンヘルスケア▲300、 ミスタートーナツ上海（子会社化の遅れ）▲200	11,400	—
	営業利益	▲100	▲0.8	ミスタートーナツ上海（子会社化の遅れ）+100	0	0.0
全社・消去	営業利益	▲6,200	—	コスト削減（経費使用見直し）+100	▲6,100	—
連結	売上高	173,700	—	▲4,700	169,000	—
	営業利益	5,300	3.1	—	5,300	3.1

下半期 セグメント別予想

※ 前年同期間対比

(単位：百万円)

		2016/3月期 通期修正予想 営業利益率 (%)		2015/3月期 下半期実績 営業利益率 (%)		2016/3月期 下半期予想 (通期予想-上半期実績) 営業利益率 (%)		増 減 増減率 (%)	
クリーン・ケア グループ	売上高	110,400	—	54,871	—	55,392	—	+521	+0.9
	営業利益	12,200	11.1	6,157	11.2	6,115	11.0	▲41	▲0.7
フード グループ	売上高	47,200	—	24,101	—	25,081	—	+979	+4.1
	営業利益	▲800	▲1.7	284	1.2	▲422	▲1.7	▲707	▲248.7
その他	売上高	11,400	—	5,381	—	5,995	—	+613	+11.4
	営業利益	0	0.0	▲241	▲4.5	5	0.1	+247	—
全社・消去	営業利益	▲6,100	—	▲2,990	—	▲3,079	—	▲88	—
連結	売上高	169,000	—	84,355	—	86,469	—	+2,114	+2.5
	営業利益	5,300	3.1	3,209	3.8	2,618	3.0	▲590	▲18.4

株主還元

配当

- 2016年3月期（当期）
⇒ 基本方針通り安定配当継続

◀ 1株当たり配当金実績 及び 予定 ▶

（単位：円）

	2014/3月期	2015/3月期	2016/3月期
第2四半期末	40（普通配当20円＋記念配当20円）	20	20
期末	20（普通配当20円）	20	20
年間（合計）	60（普通配当40円＋記念配当20円）	40	40
配当総額（百万円）	3,734	2,442	2,221
連結配当性向（%）	84.4	71.2	60.1

※ 連結配当性向 = 1株当たり計算

自社株買い

- 2016年3月期（当期）上半期中の自社株買い
⇒ 5,000,100株（10,503百万円）

発行済株式総数	63,494,823株
9月末 自社株数	7,948,182株
差引	55,546,641株

トピックス

トピックス (1) パイフェイス



10月27日
「ラゾーナ川崎プラザシヨップ」

11月19日
「渋谷モディシヨップ」

トピックス (2)

ダスキンミュージアム



ダスキンミュージアム
10月1日オープン

おそうじの歴史・文化・掃除道具の
変遷などを紹介、おそうじ体験



おいしく楽しいミスタードーナツの世界
が見て、味わって、体験できる

ご参考

ダスキン単体

(単位：百万円)

	2015/3月期 2Q累計	2016/3月期 2Q累計	増減		(ご参考) 2015/3月期
			増減額	増減率(%)	
売上高	70,485	69,149	▲ 1,336	▲1.9	141,580
営業利益	627	1,566	+938	+149.5	3,002
(売上高営業利益率)	(0.9%)	(2.3%)	(+1.4)	—	(2.1%)
経常利益	2,467	3,256	+788	+31.9	6,167
(売上高経常利益率)	(3.5%)	(4.7%)	(+1.2)	—	(4.4%)
当期(四半期)純利益	1,597	2,120	+522	+32.7	3,394
(売上高当期純利益率)	(2.3%)	(3.1%)	(+0.8)	—	(2.4%)

グリーン・ケアグループ

※売上内訳・・・①レンタル ②商品売上 ③ロイヤリティ(定期レンタルはロイヤリティなし) ④直営店

訪問販売

ご家庭向け

定期レンタル

- ダストコントロール・・・モップ、マット等
- エアークリーン・・・空気清浄機
- ウォータークリーン・・・浄水器

役務提供サービス

- 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・・・害虫獣駆除・予防
- トゥルグリーン・・・庭木手入れ

ドリンクサービス・・・ボトルドウォーター

ヘルス&ビューティ・・・化粧品、健康食品

事業所向け

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
- エアークリーン・・・空気清浄機
- ウォータークリーン・・・浄水器
- ワイプフルサービス・・・ウェス

役務提供サービス

- サービスマスター・・・ハウスクリーニング
- ターミニックス・・・害虫獣駆除・予防
- トゥルグリーン・・・庭木手入れ

ユニフォームサービス・・・リース、販売、クリーニング

ドリンクサービス・・・オフィスコーヒー

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・・・介護用品レンタル

フードグループ

※売上内訳・・・①加盟店への原材料売上
②ロイヤリティ ③直営店

ミスタードーナツ・・・手作りドーナツ専門店

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

カフェデュモンド・・・カフェオレとベニエ

ベーカリーファクトリー・・・郊外型大型ベーカリー

アイス・デ・ライオン・・・アイスクリーム専門店

ザ・シフォン&スプーン・・・シフォンケーキ

ザ・どん・・・どんぶり専門店

四季五感・・・海鮮中心おひつ御膳

パイフェイス・・・パイ専門店
(2015.10.27出店)

その他

(株)ダスキンヘルスケア
・・・病院の衛生管理サービス
ダスキン共益(株)
・・・リース事業、保険代理業

海外・・・ダストコントロール
ミスタードーナツ
ダスキン香港

事業別 お客様売上高

※ 海外事業のお客様売上高は、1月～6月の合計値

(単位:百万円)

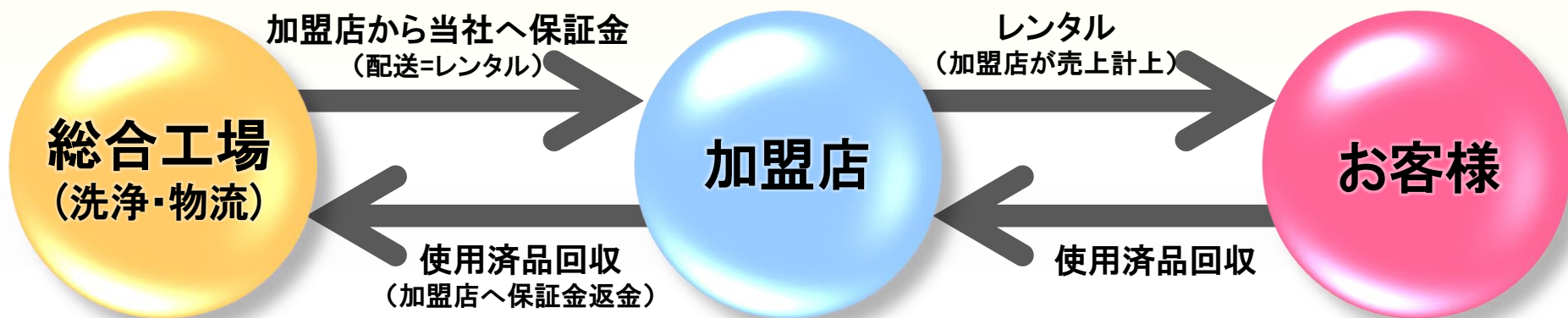
	2015/3月期2Q	2016/3月期2Q	前年同期比	増減率
クリーンケアグループ	134,738	136,677	+1,938	1.4%
ダストコントロール (国内) ホームサービス (家庭用)	48,392	47,955	▲437	▲0.9%
ダストコントロール (国内) ビジネスサービス (事業所用)	48,160	47,996	▲164	▲0.3%
ケアサービス (役務提供サービス)	23,322	24,000	+678	+2.9%
(サービスマスター)	(13,327)	(13,577)	(+250)	(+1.9%)
(メリーメイド)	(4,727)	(4,912)	(+184)	(+3.9%)
(ターミニックス)	(4,089)	(4,260)	(+171)	(+4.2%)
(トゥルグリーン)	(1,178)	(1,249)	(+71)	(+6.1%)
ヘルス&ビューティ	1,412	1,409	▲2	▲0.1%
アザレプロダクツ	1,139	1,871	+731	+64.1%
ホームインステッド	1,068	1,076	+7	+0.7%
レントオール	9,038	10,006	+968	+10.7%
ユニフォームサービス	1,506	1,611	+104	+6.9%
ドリンクサービス	697	750	+53	+7.7%
フードグループ	52,368	47,457	▲4,911	▲9.4%
ミスタードーナツ(国内)	50,622	45,527	▲5,095	▲10.1%
フードチェーン	932	1,184	+251	+27.0%
どん	813	745	▲67	▲8.3%
その他	11,747	13,222	+1,474	12.6%
ダストコントロール(海外)	1,575	2,052	+476	+30.3%
ミスタードーナツ(海外)	6,616	7,614	+998	+15.1%
ダスキンヘルスケア	3,555	3,554	▲0	▲0.0%
合計	198,855	197,357	▲1,497	▲0.8%

※ フードチェーン : カフェ1111、かつ安どかつ、バーガーファクトリー、アイスライオン、シフォン&スポン

※ MOSDOについては、ミスタードーナツに含めて記載しております。

モップ・マット等のレンタル

商品を繰り返し使い、寿命が尽きるまで使い切るという発想が根幹



直営及び子会社	13工場
協力会社	32工場
合計	45工場

直営・子会社支店	71拠点
FC拠点	約2,100拠点
営業拠点	約2,200拠点

訪問販売員
約65,000人

家庭市場のお客様
約530万軒

事業所市場のお客様
約124万軒

① 全国を網羅する充実した生産・販売体制

この資源循環型ビジネスモデルを全国規模で確立するには、工場体制の整備、レンタル用商品の資材購入に多額の投資が必要であり、加えて全国的な訪問販売員の組織構築に時間と費用を要するため、競合は少ない。

② 強固な顧客基盤

対面販売できる広範な顧客基盤を有している点が強み。特に家庭市場における顧客基盤が強固である。