

2022年3月期

決算説明会

株式会社 **タスキ**

2022年5月25日

1. 2022年3月期 連結決算報告	…P2
2. セグメント毎の状況	…P7
3. 中期経営方針2022 数値目標と取り組み	…P14
4. 株主還元	…P27
Appendix	…P29

※2022年3月期より「収益認識に関する会計基準」を適用しております。
そのため、2021年3月期は当該基準の適用前、2022年3月期は適用後の数値となります。

すべてのセグメントで増収増益を達成

売上高
前期比
+6.1%

■ 訪販グループ

- 生活者・事業者の「衛生環境を整えるダスキン」へ進化

■ フードグループ

- テイクアウト需要取込み、miso meetsなど期間限定商品の販売が好調
- ベーカリーショップの事業譲渡、アイスクリーム事業からの撤退

■ その他

- 東京2020オリンピック・パラリンピック選手村の清掃業務受託
車両リースの増加など

営業利益
前期比
+112.8%

2023年3月期
業績予想
増収減益

- 売上高は年4.2%の成長見込み
- 円安や原材料の高騰、戦略的投資により減益
- 配当方針変更 配当予想81円(配当性向60.7%)

業績ハイライト(前期比・業績予想比)

すべてのセグメントで増収となり、連結売上高は前期実績・業績予想を上回る
増収に伴う粗利の増加等により、営業利益、経常利益、当期純利益も前期実績・業績予想を上回る
自己資本当期純利益率(ROE)は5.5%に向上

(百万円)

	2021年3月期		2022年3月期				
	実績	売上比	実績	売上比	前期比	業績予想※	業績予想比
売上高	153,770	-	163,210	-	+9,439 (+6.1%)	160,500	+2,710 (+1.7%)
営業利益	4,651	3.0%	9,899	6.1%	+5,247 (+112.8%)	8,400	+1,499 (+17.8%)
経常利益	6,633	4.3%	12,215	7.5%	+5,581 (+84.1%)	10,500	+1,715 (+16.3%)
親会社株主に帰属 する当期純利益	2,821	1.8%	8,132	5.0%	+5,311 (+188.2%)	7,200	+932 (+13.0%)
ROE	2.0%	—	5.5%	—	+3.5	—	—
EPS	57.19円	—	164.71円	—	+107.52円 (+188.0%)	145.83円	+18.88円 (+12.9%)

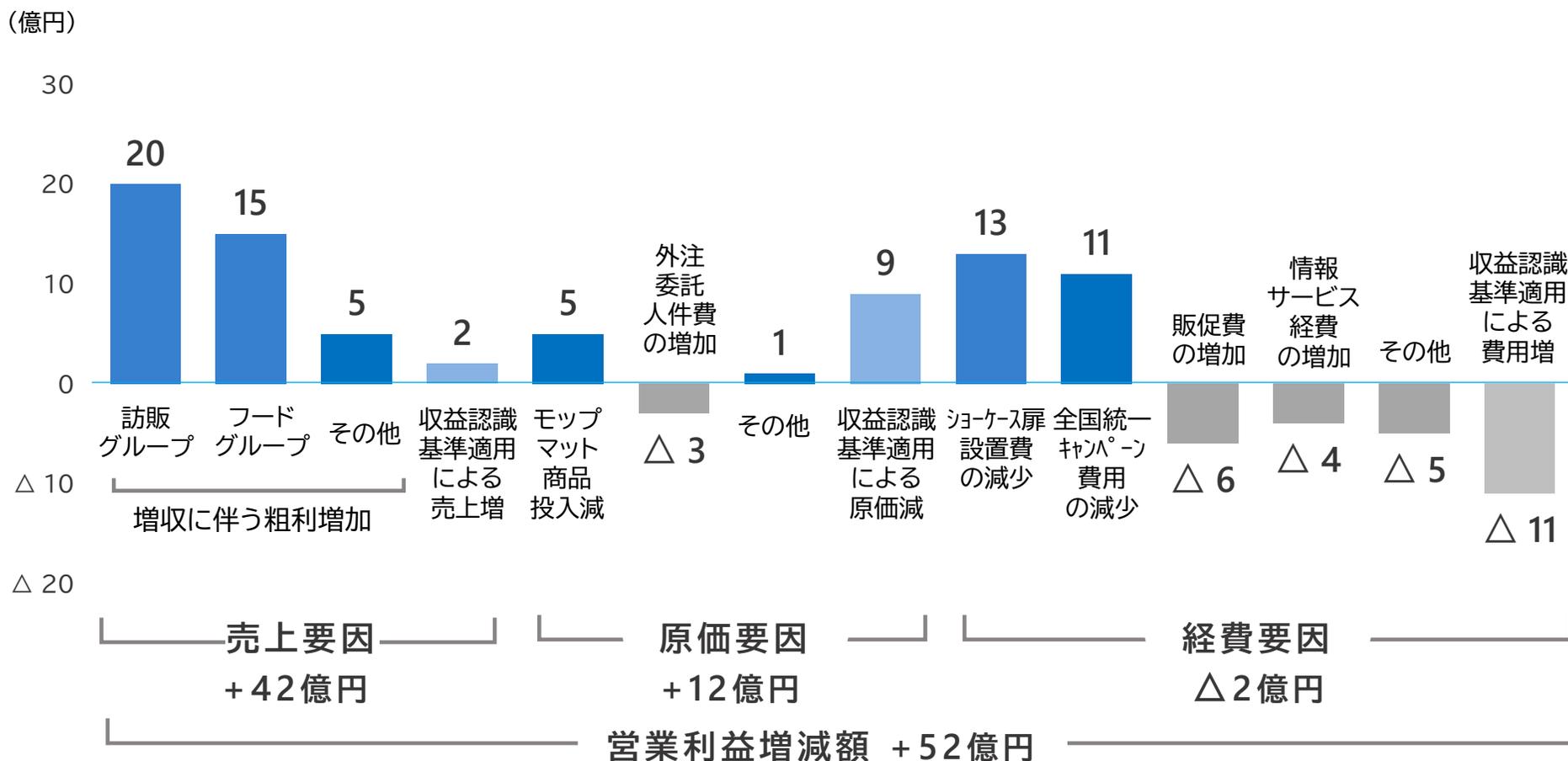
※業績予想は2021年10月28日公表の数値(次頁以降も同様)

営業利益の増減要因

売上要因：売上増加に伴う粗利の増加により+42億円

原価要因：モップ・マットの商品投入減、収益認識基準適用による原価減により+12億円

経費要因：政策費の減少はあるものの、収益認識基準の適用による費用増により△2億円



連結貸借対照表の状況

流動資産：「現金及び預金」、投資有価証券からの振替による「有価証券」が増加

固定資産：「投資有価証券」、「ソフトウェア」、「差入保証金」が減少

有利子負債：従業員持株会信託(ESOP)導入に伴う「長期借入金」

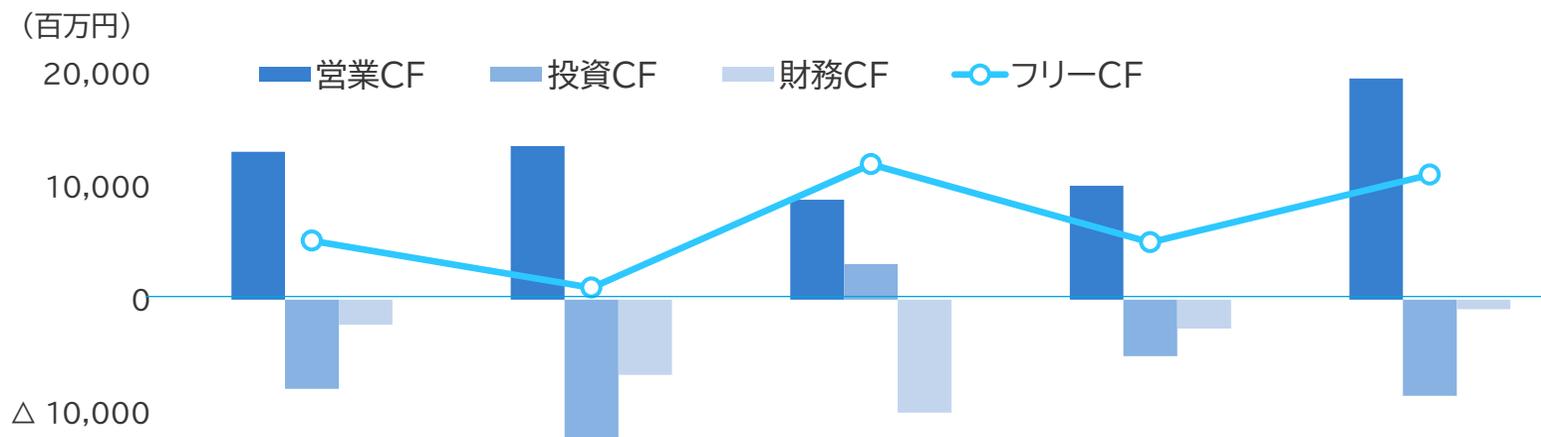
(百万円)

	2021年3月期	2022年3月期	前期比増減
流動資産	69,239	84,102	+14,863
固定資産	119,159	113,952	△5,207
有形固定資産	50,152	49,474	△678
無形固定資産	9,635	8,146	△1,488
投資その他資産	59,372	56,331	△3,040
資産合計	188,399	198,055	+9,656
流動負債	34,587	38,005	+3,418
固定負債	7,974	9,023	+1,048
負債合計	42,562	47,029	+4,467
純資産	145,836	151,026	+5,189
負債・純資産合計	188,399	198,055	+9,656
有利子負債	—	1,530	+1,530

営業CF：税金等調整前当期純利益が増加、コロナに係る見舞金支払額が減少

投資CF：有形・無形固定資産の取得、有価証券・投資有価証券の取得による支出が増加

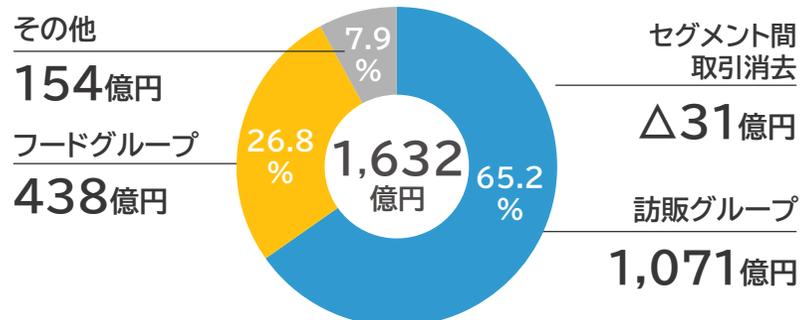
財務CF：ESOP導入に伴う長期借入金の増加、配当金の支払による減少



	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	前期比増減
営業活動によるCF	13,111	13,606	8,850	10,103	19,596	+9,493
投資活動によるCF	△ 7,909	△ 12,555	3,137	△ 5,019	△ 8,524	△ 3,505
フリーCF	5,201	1,051	11,988	5,083	11,071	+5,987
財務活動によるCF	△ 2,232	△ 6,671	△ 10,022	△ 2,563	△ 835	+1,728
現金及び現金 同等物の期末残高	30,877	25,237	27,167	29,674	39,963	+10,288

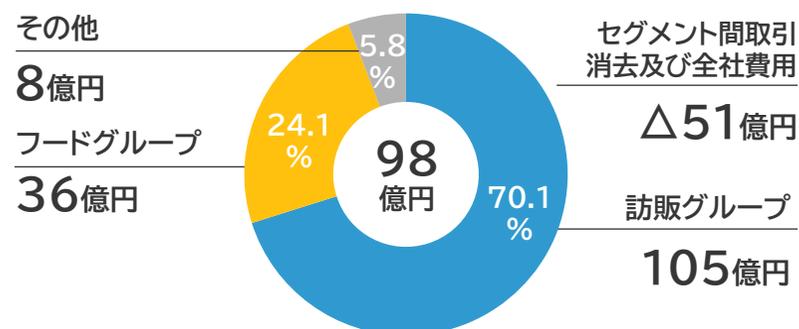
2022年3月期セグメント別実績

売上高



※各セグメントの売上高は、セグメント間の内部売上高を含んでいます。構成比は外部顧客に対する売上高で算出しています。

営業利益



※各セグメントの営業利益はセグメント間の取引を含んでいます。

訪販グループ

- **クリーンサービス事業**
清掃・衛生用品のレンタルと販売
- **ケアサービス事業(5事業)**
家事代行・清掃等の役務提供サービス
- **レントオール事業**
イベント総合サポートと各種用品レンタル
- **その他訪販事業**
シニアケア、ユニフォーム、化粧品を提供

フードグループ

- **ミスタードーナツ事業**
手づくりドーナツ、及びその他多彩なフードメニューの提供
- **その他フード事業**
かつアンドかつ、パイフェイスの運営

その他

- **海外事業**
クリーンサービス、ドーナツ事業の運営
- **ダスキンヘルスケア**
病院施設向けマネジメントサービスの提供
- **ダスキン共益**
リース及び保険代理業の運営

売上高は前期から17億88百万円増(+1.7%)、利益も17億60百万円増(+20.1%)

– クリーンサービス事業が家庭向け、事業所向けともに減収

– 前期コロナの影響が最も大きかったレントオール事業とケアサービス事業が増収

(百万円)

	2021年3月期		2022年3月期				
	実績	売上比	実績	売上比	前期比	業績予想	業績予想比
売上高	105,339	—	107,128	—	+1,788 (+1.7%)	107,700	△571 (△0.5%)
セグメント利益	8,779	8.3%	10,539	9.8%	+1,760 (+20.1%)	10,500	+39 (+0.4%)

売上高増減

クリーンサービス事業

- 家庭向け商品の新規顧客の獲得件数が増えたものの解約数が上回り、モップ商品の売上が減少
- 事業所向け商品は緊急事態宣言により飲食店等が休業した地域を中心にレンタルの中止や延期が発生し、売上が減少

ケアサービス事業(5事業)

- 衛生意識の高まりにより、衛生清掃パックやエアコンクリーニング受注増加で全事業増収

レントオール事業

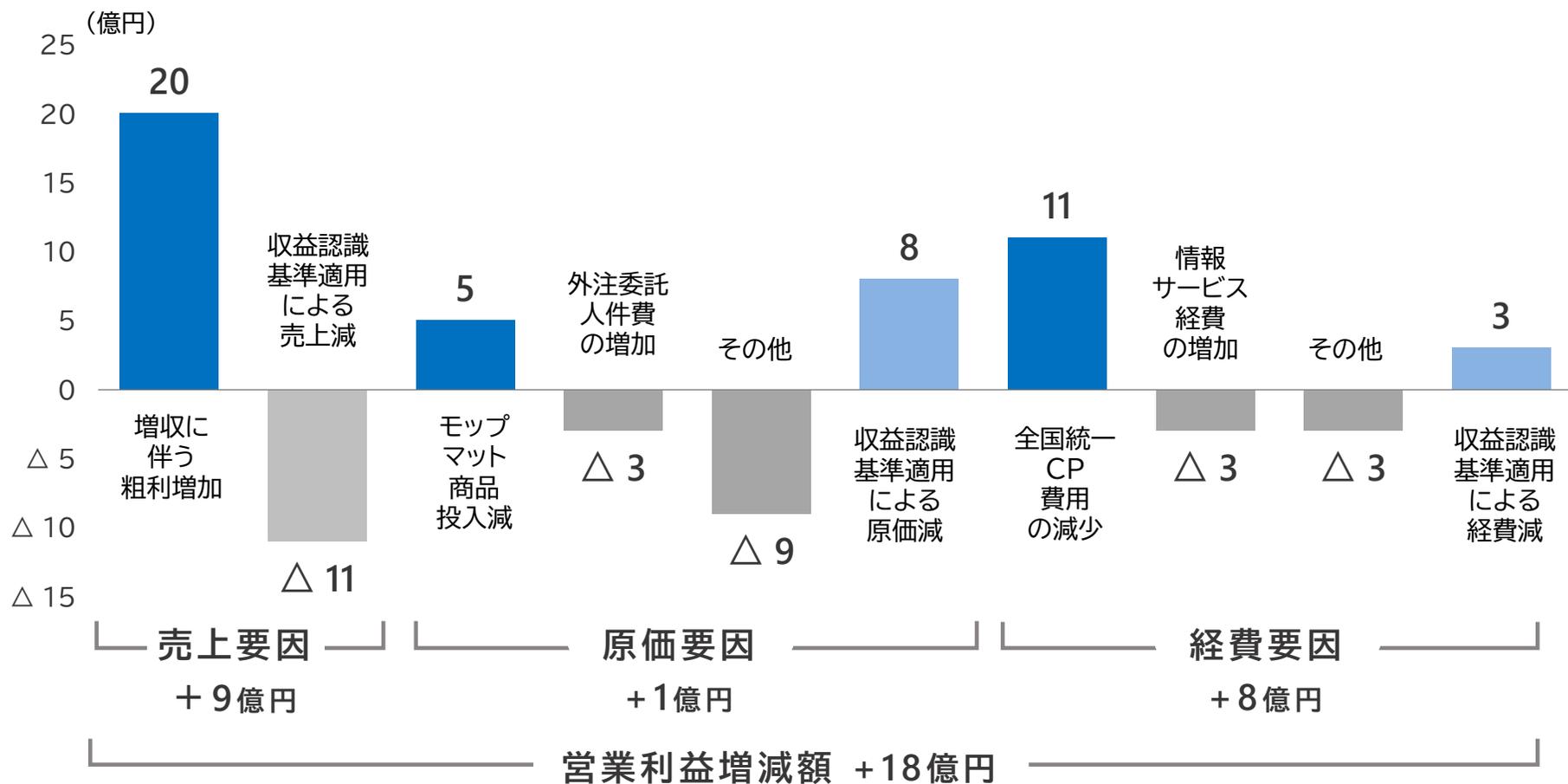
- コロナワクチン接種会場や東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会等の受注によりイベント衛生サービスが大幅な増収

その他訪販事業

- ヘルスレント事業(介護用品のレンタル等)が好調を維持
- 化粧品関連事業、ライフケア事業(高齢者の生活サポートサービス)も増収

売上増加に伴う粗利の増加により +9億円

前期、加盟店の売上回復のための開拓促進費や、「衛生環境を整えるダスキンの」ブランド構築に向けた宣伝広告費が当期発生しないことが主な増加要因となり、営業利益は18億円の増加



売上高は前期から72億57百万円増(+19.9%)、利益も32億4百万円増(+772.6%)

– 主力のミスタードーナツ事業はテイクアウトの売上増加が牽引するかたちで増収増益

– パイフェイス及びかつアンドかつは減収減益

(百万円)

	2021年3月期		2022年3月期				
	実績	売上比	実績	売上比	前期比	業績予想	業績予想比
売上高	36,561	—	43,818	—	+7,257 (+19.9%)	40,600	+3,218 (+7.9%)
セグメント利益	414	1.1%	3,619	8.3%	+3,204 (+772.6%)	2,600	+1,019 (+39.2%)

売上高増減

ミスタードーナツ事業

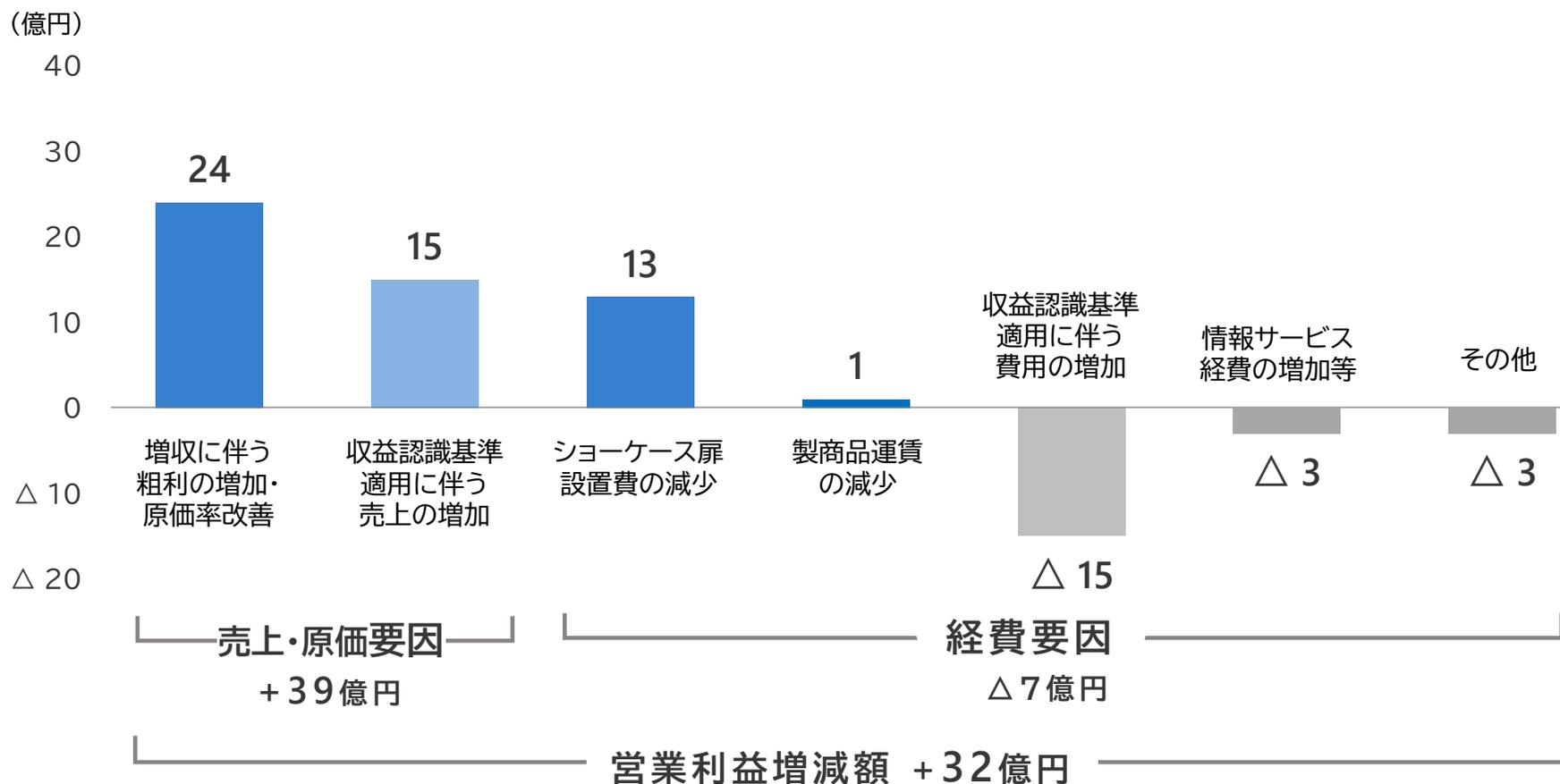
- テイクアウト需要の高まりで好調を維持
- “misdo meets”が総じて好評
年末年始の福袋も好評で売上増加に貢献
- 新規出店により稼働店舗数は増加傾向

その他フード事業

- かつアンドかつは緊急事態宣言下の営業時間短縮の影響を大きく受けて減収
- パイフェイスの店舗数の減少に伴い減収

売上増加に伴う粗利の増加、原価率の改善により +39億円

前期、店舗ショーケース扉の設置工事にかかった経費の減少等もあり、営業利益は32億円の増加



売上高は前期から3億61百万円増(+2.4%)、利益も2億13百万円増(+32.3%)

－海外事業は増収減益、ダスキンヘルスケア、ダスキン共益は増収増益

(百万円)

	2021年3月期		2022年3月期				
	実績	売上比	実績	売上比	前期比	業績予想	業績予想比
売上高	15,053	—	15,414	—	+361 (+2.4%)	15,200	+214 (+1.4%)
セグメント利益	660	4.4%	873	5.7%	+213 (+32.3%)	700	+173 (+24.8%)

売上高増減

ダスキン香港

- 前期にマスク等の取扱いがあった影響で減収

ダスキン上海

- 業務用モップ・マットの売上増加、衛生関連商品の販売が好調

Big Apple

- 前期ロックダウンによる影響からの回復

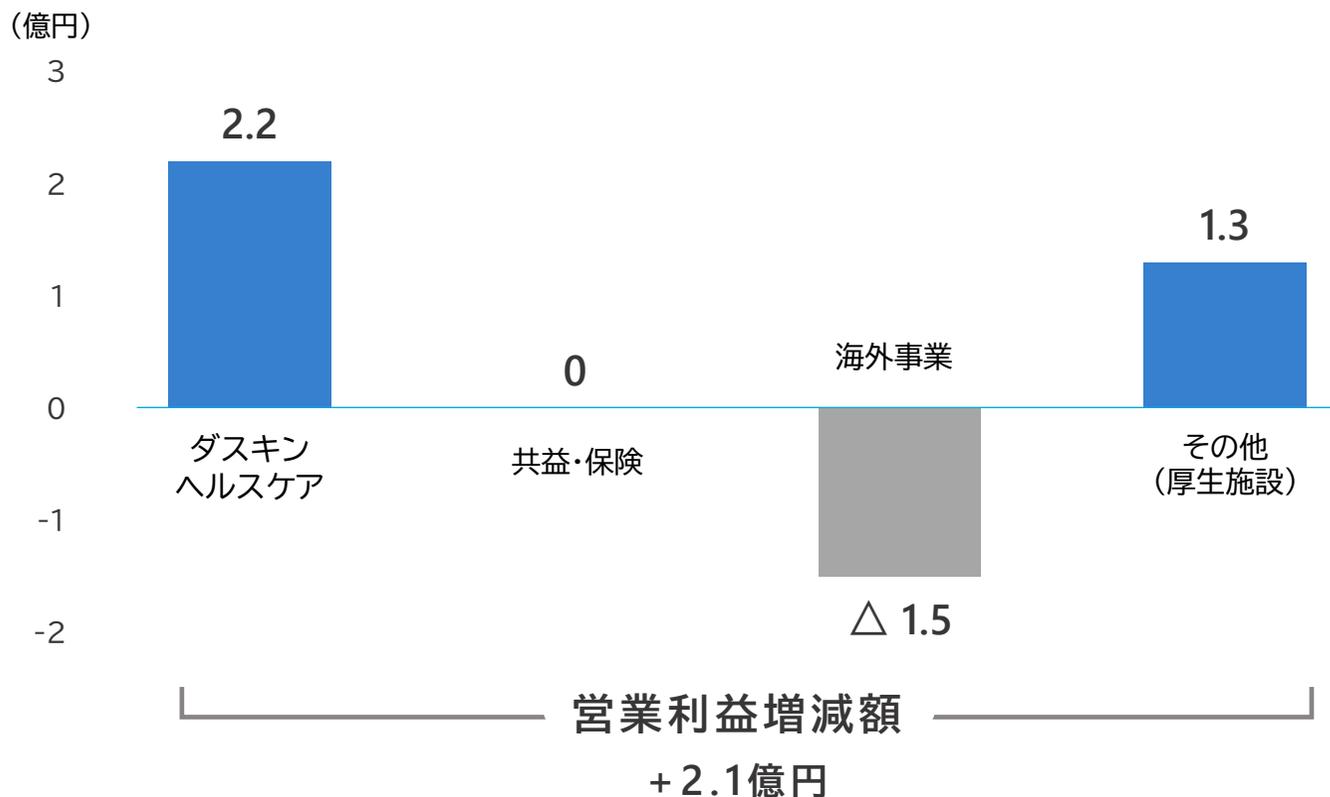
ダスキンヘルスケア

- 病院契約施設の新規獲得、東京2020オリンピック・パラリンピック選手村の清掃業務の受託等で増収

ダスキン共益

- リース車両の入れ替え増加等により増収

ダスキンヘルスケアは、収益認識基準の適用による影響があるものの、売上増加に伴う粗利の増加
海外事業の人件費計上部門の変更による経費の増加等により、営業利益は2.1億円の増加



中期経営方針2022 数値目標と取り組み

ONE DUSKIN 世界一ひとにやさしいダスキン

中期経営方針2022は
2023年3月期～2025年3月期
の3年間と設定



第1フェーズ、第2フェーズ で作り上げた基盤を更に発展させることと、長期戦略「ONE DUSKIN」実現の総仕上げとして第3フェーズにおける取り組みを実行することで、社会に必要とされ続ける企業としての企業価値向上に努めてまいります。

「中期経営方針2022」数値目標(連結)

(百万円)

		2022年3月期		2023年3月期		2024年3月期		2025年3月期		基準期からの 成長率
		実績(基準期)	計画	前期比	計画	前期比	目標	前期比		
連結	売上高	163,210	170,000	4.2%	178,700	5.1%	183,000	2.4%	12.1%	
	営業利益	9,899	7,800	△21.2%	4,500	△42.3%	12,000	166.7%	21.2%	
訪販 グループ	売上高	107,128	111,800	4.4%	117,000	4.7%	118,900	1.6%	11.0%	
	営業利益	10,539	8,300	△21.3%	4,300	△48.2%	11,000	155.8%	4.4%	
フード グループ	売上高	43,818	46,500	6.1%	49,400	6.2%	51,500	4.3%	17.5%	
	営業利益	3,619	3,900	7.7%	4,200	7.7%	4,500	7.1%	24.3%	
その他	売上高	15,414	14,800	△4.0%	15,500	4.7%	15,800	1.9%	2.5%	
	営業利益	873	500	△42.7%	800	60.0%	1,000	25.0%	14.5%	
セグメント間 取引消去及 び全社費用	売上高	△3,150	△3,100	-	△3,200	-	△3,200	-	-	
	営業利益	△5,133	△4,900	-	△4,800	-	△4,500	-	-	
経常利益		12,215	9,600	△21.4%	6,500	△32.3%	14,000	115.4%	14.6%	
親会社株主に帰属する 当期純利益		8,132	6,600	△18.8%	4,400	△33.3%	10,000	127.3%	23.0%	
ROE		5.5%					6%以上			

		2023年3月期	
		計画	前期比
連結	売上高	170,000	4.2%
	営業利益	7,800	△21.2%
訪販グループ	売上高	111,800	4.4%
	営業利益	8,300	△21.3%
フードグループ	売上高	46,500	6.1%
	営業利益	3,900	7.7%
その他	売上高	14,800	△4.0%
	営業利益	500	△42.7%
セグメント間取引消去及び 全社費用	売上高	△3,100	-
	営業利益	△4,900	-
経常利益		9,600	△21.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益		6,600	△18.8%
EPS		133.51円	△18.9%

- 訪販グループ
注力する衛生関連商品の提供強化、ケアサービスの拠点数増等により、前期対比4.4%の増収
利益面は、RFID(電子タグ)の取り付け開始で10億円の売上原価増を織り込み、減益となる見込み

- フードグループ
主力のミスタードーナツにおける“miso meets”を中心とした商品戦略等、既存店の売上増に加え、新規出店による稼働店舗数増加を織り込み、前期対比6.1%の増収を計画
利益面は、一部商品の価格改定を2022年3月1日に実施したところですが、足下では更なる原材料高や円安が進んでおり、その影響も織り込み、増益は小幅に留まる計画

- その他
上海におけるロックダウン長期化の影響や前期に受注した東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会関連売上の減少等を織り込み、減収減益となる計画

		2024年3月期	
(百万円)		計画	前期比
連結	売上高	178,700	5.1%
	営業利益	4,500	△42.3%
訪販グループ	売上高	117,000	4.7%
	営業利益	4,300	△48.2%
フードグループ	売上高	49,400	6.2%
	営業利益	4,200	7.7%
その他	売上高	15,500	4.7%
	営業利益	800	60.0%
セグメント間取引消去及び全社費用	売上高	△3,200	-
	営業利益	△4,800	-
経常利益		6,500	△32.3%
親会社株主に帰属する当期純利益		4,400	△33.3%
ROE		-	-

- 訪販グループ

衛生意識の定着やケアサービスにおける出店増により、前期対比4.7%の増収を計画する一方、RFIDの2025年3月期の運用開始に向けて、流通する約3,100万枚のレンタル品(マット・モップ)へのタグ取り付けによる約43億円の売上原価増を織り込み、大幅な減益となる計画

- フードグループ

ミスタードーナツにおけるお客様の利便性向上への取り組み拡充や新規店舗出店等により、前期対比6.2%の増収を見込む
利益面は、外部環境の想定が困難であり、前期と同様の影響を織り込んだ増益計画

2025年3月期 セグメント別目標

		2025年3月期	
(百万円)		目標	前期比
連結	売上高	183,000	2.4%
	営業利益	12,000	166.7%
訪販 グループ	売上高	118,900	1.6%
	営業利益	11,000	155.8%
フード グループ	売上高	51,500	4.3%
	営業利益	4,500	7.1%
その他	売上高	15,800	1.9%
	営業利益	1,000	25.0%
セグメント間 取引消去及び 全社費用	売上高	△3,200	-
	営業利益	△4,500	-
経常利益		14,000	115.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益		10,000	127.3%
ROE		6%以上	-

- 訪販グループ
前期対比1.6%の増収を見込む一方、利益面においては、RFID運用開始に伴う効率化および原価の減少(約14億円)により、増益となる見込み

- フードグループ
稼働店舗数増により、前期対比4.3%の増収、それに伴う増益を計画

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

「生活調律業」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



衛生領域



お客様とのリアル接点の強みと新たなデジタル技術を活用し、コミュニケーションを強化

情報と流通の改革

組織戦略

お客様に寄り添う組織の構築



CX戦略

デジタルの力でコミュニケーションをより良いものに変革



拠点戦略

お客様のニーズにこたえられるサービス提供網づくり



洗浄・物流戦略

効率化と省人化による生産性の向上



ワークライフ
マネジメント領域



高齢者サポート領域



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、
楽しさ・おいしさの提供を追求

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ндаイジング

ブランドを活用した新商品・
販売機会の創出

既存事業においてはさらなる利便性向上が「カギ」

開発戦略

お客様の利用動機拡大



misdo meets 祇園辻利 第2弾

情報と流通の改革

出店戦略

郊外・都市部への出店



駅ナカキッチンレスショップ



郊外のドライブスルー

CX戦略

お客様の体験に新たな価値を提供



デリバリー



ピックアップドア



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

M&A、R&D投資等の積極化

- ▶ 既存事業とのシナジー効果を発揮しつつ社会課題に対応する領域
- ▶ 地球環境の保全や少子高齢化対応、地方創生を始めとした社会課題に対応し、既存事業と将来的にシナジーが発揮できる領域



海外戦略

- ▶ 現在の展開国の成長に加えて、市場環境を見極めた上で未展開国へ



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

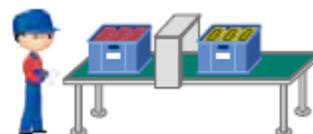
人的資本経営の推進

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



DX推進

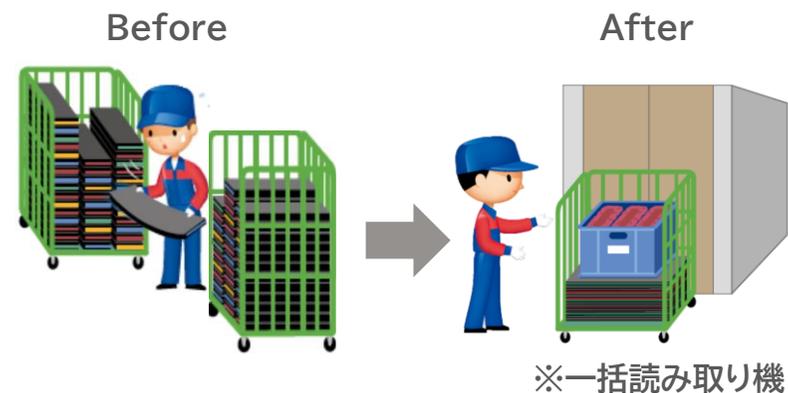
- ▶ クラウドシフト専任組織の設置によるDX推進基盤の構築
- ▶ レンタル商品へのRFID(電子タグ)導入と洗浄工場のスマートファクトリー化



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し、
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

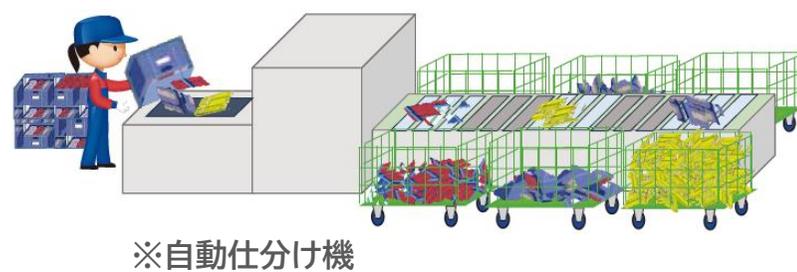
RFID (電子タグ)

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
- ・自動品質検査機
- ・自動梱包機 など



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

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

環境方針で掲げた循環型社会づくりや脱炭素社会の実現に貢献することを目指し、
2030年度までの環境経営における目標として策定・推進

廃棄物削減、資源の有効活用により
循環型社会づくりに貢献します。



食品ロス量 **半減** (2000年比)

化石資源由来プラスチック

25%排出抑制 (2020年比)

容器包装プラスチックリサイクル率 **60%**

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。



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
46%減 (2013年比)

※スコープ3 (サプライチェーン排出量) 26%減



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

■ GPIFが採用する5つの国内インデックスすべてに選定

サステナビリティビジョンである「社会からの期待に喜びをもって応えること」を実現するべく、ステークホルダーとの対話を通じてESG課題に取り組み、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します



**FTSE Blossom
Japan Sector
Relative Index**



**FTSE Blossom
Japan**

**2021 CONSTITUENT MSCIジャパン
ESGセレクト・リーダーズ指数**

**2021 CONSTITUENT MSCI日本株
女性活躍指数 (WIN)**



※上記がGPIFが採用する5つの国内インデックス

2021



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」

■ 配当方針の変更

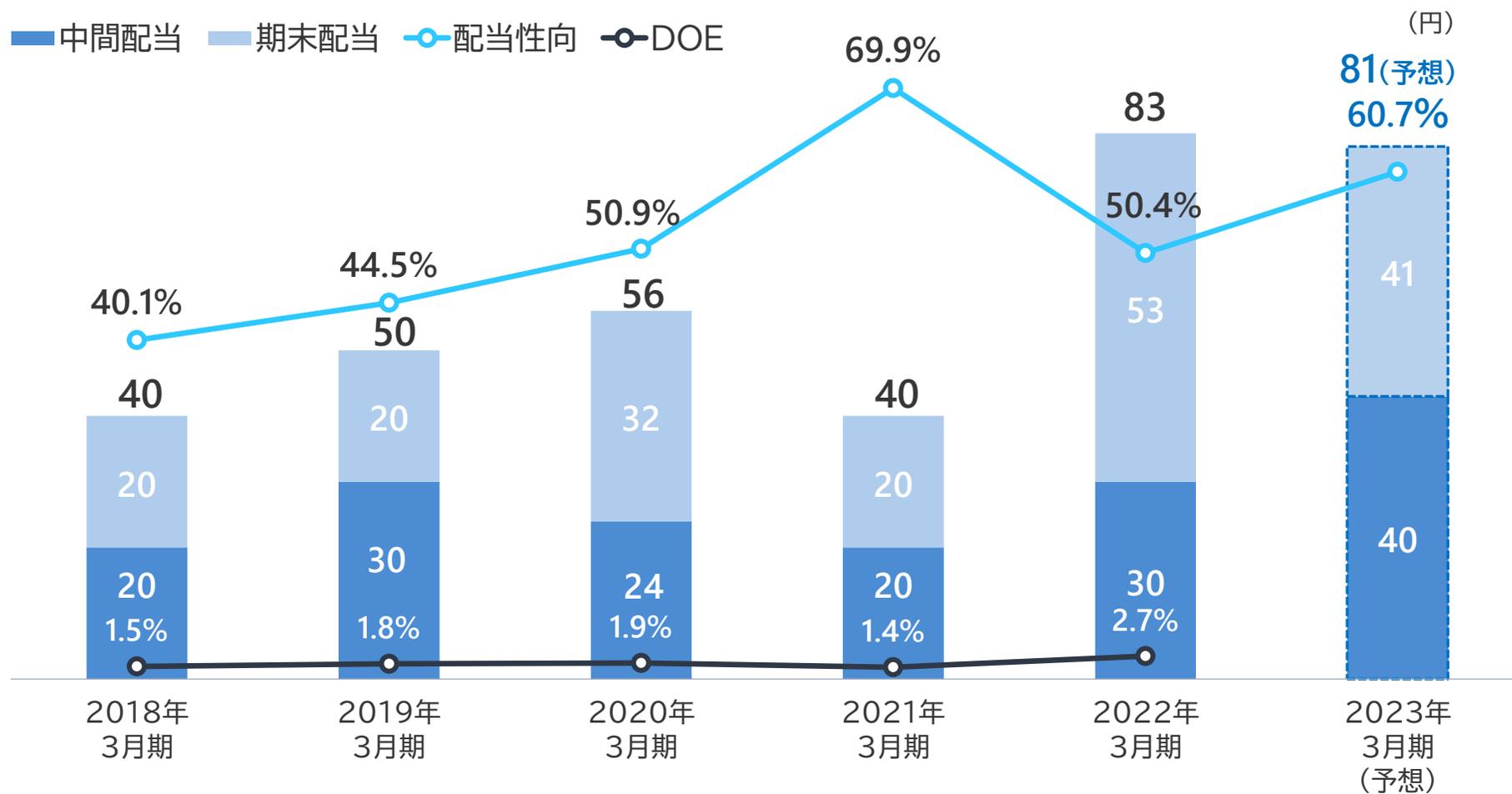
株主に対する利益還元を経営の重要課題と位置付け、持続的な成長と企業価値向上のための投資や様々なリスクに備えるための財務健全性とのバランスを考慮した上で、業績に応じた利益配分を行うことを基本方針とし、
毎期の配当額は、**連結配当性向60%**または**自己資本配当率(DOE)2.5%**のいずれか高い額といたします。

■ 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
長期戦略「ONE DUSKIN」でこれまでに実施した実績に鑑み、
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

2022年3月期の期末配当は連結配当性向50%を目途に配当額を決定

2023年3月期より連結配当性向60%またはDOE2.5%のいずれか高い額で配当額を決定



Appendix

■ 連結経常利益

122億15百万円 前期比 +55億81百万円(+84.1%)

《 主な増減要因 》

- 営業利益 +52億円
- 営業外損益 +3億円
 - 助成金収入の増加 +2億円
 - 解約違約金の増加 △1億円
 - その他 +2億円

増益要因を+、減益要因を△で表示

■ 連結当期純利益

81億32百万円 前期比 +53億11百万円(+188.2%)

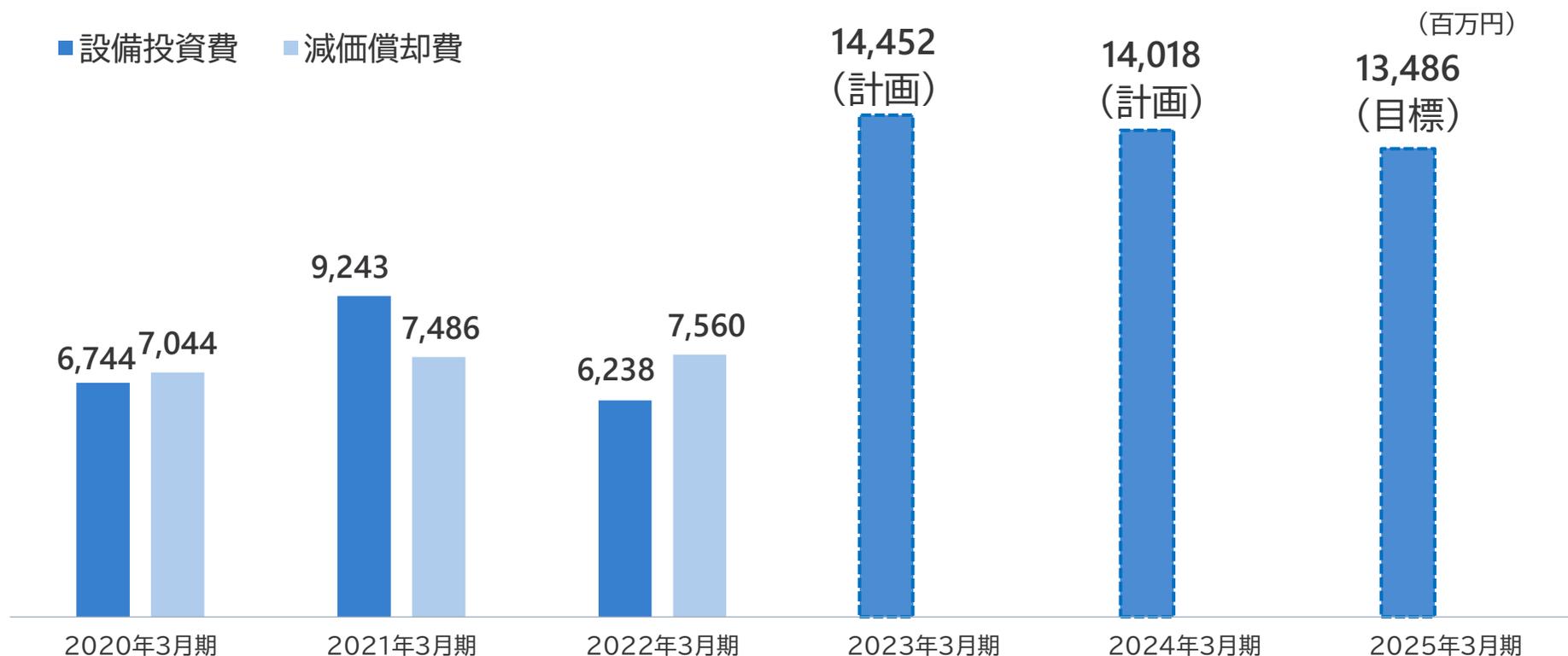
《 主な増減要因 》

- 経常利益 +56億円
- 特別損益 +17億円
 - 新型コロナウイルス感染症に係る見舞金の減少 +16億円
 - 減損損失の減少 +2億円
 - 投資有価証券売却益の増加 +1億円
 - 関係会社株式売却損 △3億円
 - その他 +1億円
- 法人税等 △20億円

増益要因を+、減益要因を△で表示

設備改修やシステム改修等の維持投資に加えて、成長戦略投資として売上拡大・効率化投資、サステナブル投資やRFID(電子タグ)やスマートファクトリー化等のDX投資により、3カ年で約420億円の設備投資を計画

※その他にM&A投資や、RFID原価等、会計上費用となる投資を3カ年で280億円計画



※ 2021年3月期からリース事業の貸借資産も設備投資費に含めています。

訪販グループ 四半期推移

2022年3月期

(百万円)

	1Q	2Q	3Q	4Q	FY2022
売上高	26,576	27,605	27,904	25,041	107,128
営業利益	2,969	3,496	3,519	554	10,539
営業利益率	11.2	12.7	12.6	2.21	9.8

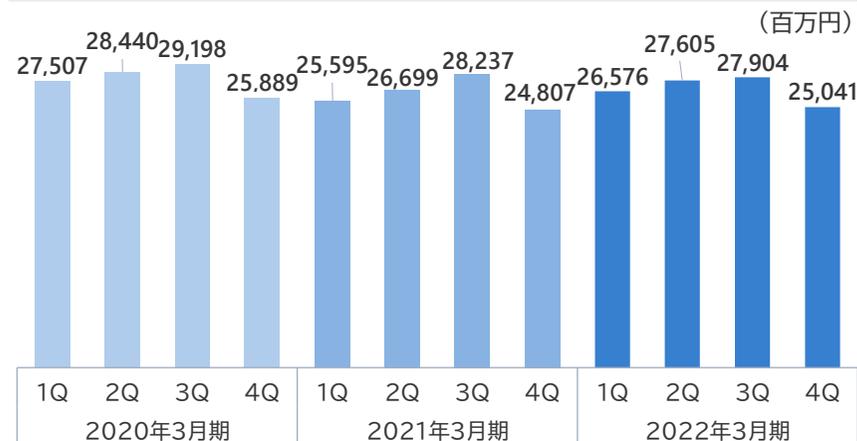
2021年3月期

	1Q	2Q	3Q	4Q	FY2021
売上高	25,595	26,699	28,237	24,807	105,339
営業利益	2,102	3,243	3,471	△38	8,779
営業利益率	8.2	12.1	12.3	△0.2	8.3

2020年3月期

	1Q	2Q	3Q	4Q	FY2020
売上高	27,507	28,440	29,198	25,889	111,036
営業利益	3,165	3,217	3,052	2,167	11,603
営業利益率	11.5	11.3	10.5	8.4	10.4

売上高



営業利益



フードグループ 四半期推移

2022年3月期

(百万円)

	1Q	2Q	3Q	4Q	FY2022
売上高	9,856	10,058	12,243	11,659	43,818
営業利益	710	1,040	1,480	388	3,619
営業利益率	7.2	10.3	12.1	3.3	8.3

2021年3月期

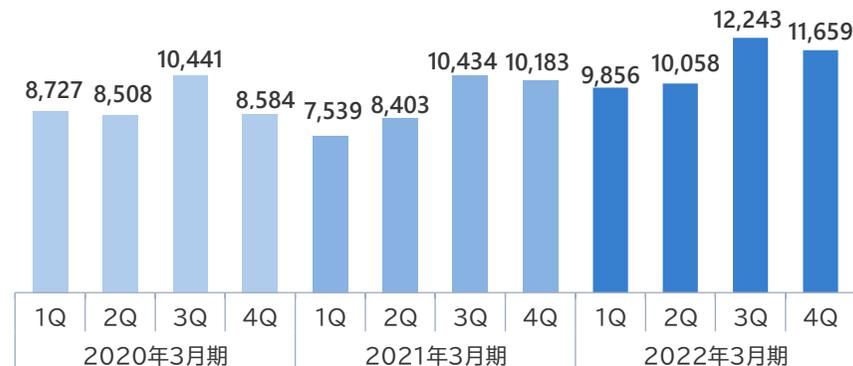
	1Q	2Q	3Q	4Q	FY2021
売上高	7,539	8,403	10,434	10,183	36,561
営業利益	-195	-36	778	-131	414
営業利益率	-2.6	-0.4	7.5	-1.3	1.1

2020年3月期

	1Q	2Q	3Q	4Q	FY2020
売上高	8,727	8,508	10,441	8,584	36,263
営業利益	284	127	816	-546	681
営業利益率	3.3	1.5	7.8	-6.4	1.9

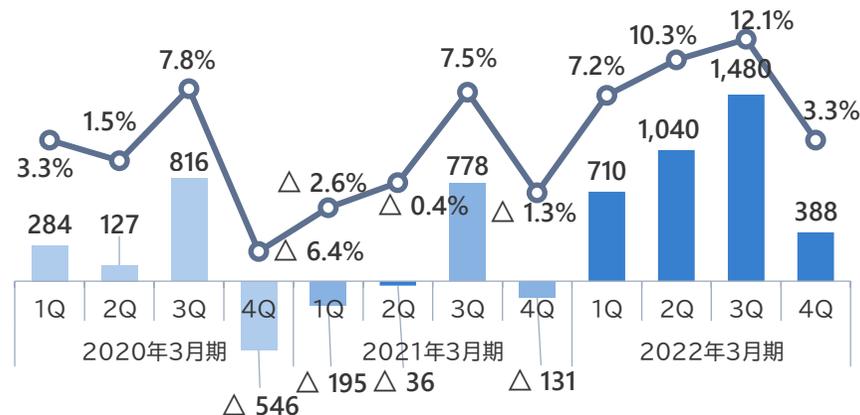
売上高

(百万円)



営業利益

(百万円)



その他 四半期推移

2022年3月期

(百万円)

	1Q	2Q	3Q	4Q	FY2022
売上高	3,825	3,863	3,720	4,006	15,414
営業利益	265	272	147	187	873
営業利益率	6.9	7.0	4.0	4.7	5.7

2021年3月期

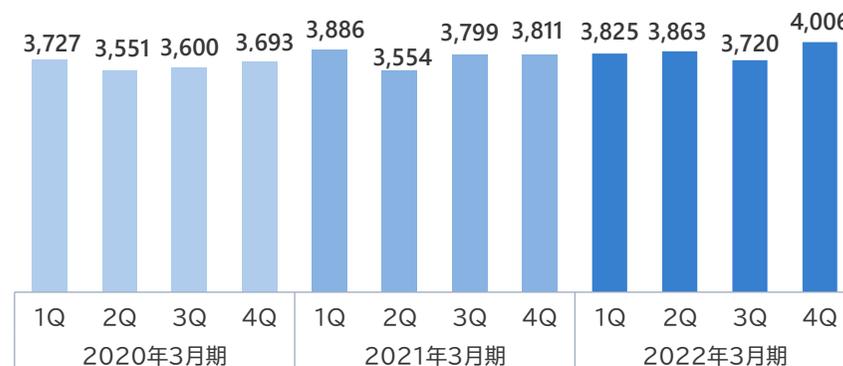
	1Q	2Q	3Q	4Q	FY2021
売上高	3,886	3,554	3,799	3,811	15,053
営業利益	209	59	146	244	660
営業利益率	5.4	1.7	3.8	6.4	4.4

2020年3月期

	1Q	2Q	3Q	4Q	FY2020
売上高	3,727	3,551	3,600	3,693	14,572
営業利益	174	64	94	108	442
営業利益率	4.7	1.8	2.6	2.9	3.0

売上高

(百万円)



営業利益

(百万円)



連結業績等の推移

(百万円)

	2018年3月期		2019年3月期		2020年3月期		2021年3月期		2022年3月期	
			増減率		増減率		増減率		増減率	
売上高	161,031	158,699	△1.4%	159,102	0.3%	153,770	△3.4%	163,210	6.1%	
売上原価	87,808	86,138	△1.9%	87,043	1.1%	84,335	△3.1%	88,302	4.7%	
売上総利益 (売上高売上総利益率)	73,222 (45.5%)	72,560 (45.7%)	△0.9% (0.3)	72,059 (45.3%)	△0.7% (△0.3)	69,435 (45.2%)	△3.6% (△0.1)	74,908 (45.9%)	7.9% (0.7)	
販売費及び一般管理費	65,664	64,606	△1.6%	65,482	1.4%	64,783	△1.1%	65,009	0.3%	
営業利益 (売上高営業利益率)	7,557 (4.7%)	7,954 (5.0%)	5.2% (0.3)	6,577 (4.1%)	△17.3% (△0.9)	4,651 (3.0%)	△29.3% (△1.1)	9,899 (6.1%)	112.8% (3.0)	
営業外収益	1,747	2,373	35.9%	1,752	△26.2%	2,260	29.0%	2,624	16.1%	
営業外費用	326	316	△3.2%	400	26.5%	278	△30.4%	308	10.7%	
経常利益 (売上高経常利益率)	8,978 (5.6%)	10,011 (6.3%)	11.5% (0.7)	7,929 (5.0%)	△20.8% (△1.3)	6,633 (4.3%)	△16.3% (△0.7)	12,215 (7.5%)	84.1% (3.2)	
特別利益	163	431	164.1%	1,193	176.3%	27	△97.7%	137	396.0%	
特別損失	1,228	1,971	60.5%	651	△67.0%	2,346	260.1%	725	△69.1%	
税金等調整前当期利益	7,913	8,471	7.1%	8,471	△0.0%	4,315	△49.1%	11,627	169.4%	
当期純利益 (売上高当期純利益率)	5,324 (3.3%)	5,984 (3.8%)	12.4% (0.5)	5,591 (3.5%)	△6.6% (△0.2)	2,821 (1.8%)	△49.5% (△1.7)	8,132 (5.0%)	188.2% (3.1)	
総資産額	196,058	194,223	△0.9%	185,158	△4.7%	188,399	1.8%	198,055	5.1%	
純資産額	147,786	149,884	1.4%	142,031	△5.2%	145,836	2.7%	151,026	3.6%	
有利子負債残高	173	0	-	0	-	0	-	1,530	-	
減価償却費	6,339	6,542	3.2%	7,044	7.7%	7,486	6.3%	7,560	1.0%	
研究開発費	643	682	6.0%	561	△17.7%	636	13.4%	644	1.3%	
設備投資額	5,076	6,324	24.6%	6,744	6.6%	9,243	37.1%	6,238	△32.5%	
連結従業員数(人)	3,773	3,813	1.1%	3,802	△0.3%	3,819	0.4%	3,778	△1.1%	
単体従業員数(人)	1,991	2,020	1.5%	1,974	△2.3%	1,988	0.7%	2,000	0.6%	

各種指標の推移

		2018年3月期		2019年3月期		2020年3月期		2021年3月期		2022年3月期	
				変動		変動		変動		変動	
収益性	総資本当期純利益率(ROA)	2.76%	3.07%	0.31	2.95%	△0.12	1.51%	△1.44	4.21%	2.70	
	自己資本当期純利益率(ROE)	3.68%	4.03%	0.35	3.84%	△0.19	1.96%	△1.87	5.49%	3.53	
効率性	総資本回転率(回)	0.83	0.81	△0.02	0.84	0.03	0.82	△0.02	0.84	0.02	
	固定資産回転率(回)	1.26	1.23	△0.04	1.26	0.03	1.27	0.01	1.40	0.13	
	売上債権回転日数(日)	22.55	23.49	0.93	26.66	3.18	28.19	1.52	27.43	△0.76	
	買入債権回転日数(日)	28.41	29.01	0.60	27.63	△1.38	30.13	2.51	28.78	△1.35	
	棚卸資産回転日数(日)	39.40	40.88	1.48	48.24	7.36	53.09	4.86	43.04	△10.06	
安全性	自己資本比率	75.19%	77.04%	1.85	76.55%	△0.49	77.23%	0.68	76.07%	△1.16	
	流動比率	204.31%	186.27%	△18.03	180.84%	△5.43	200.19%	19.34	221.29%	21.10	
	固定比率	85.90%	87.07%	1.17	86.75%	△0.31	81.89%	△4.86	75.63%	△6.26	
	長期固定適合率	78.31%	81.61%	3.30	81.72%	0.11	77.64%	△4.08	71.36%	△6.28	
	インタレストカバレッジレシオ(倍)	1,759.6	4,141.8	2,382.1	65,046.1	60,904.3	13,876.4	△51,169.7	43,519.0	29,642.6	
株主還元	1株当たり配当額(円)	40.00	50.00	10.00	56.00	6.00	40.00	△16.00	83.00	43.00	
	配当性向(%) ※1	40.15%	44.49%	4.34	50.93%	6.44	69.95%	19.02	50.39%	△19.56	
	総還元性向(%) ※1	40.20%	106.89%	66.69	189.28%	82.39	69.95%	△119.33	51.05%	△18.90	
	株主資本配当率(%)	1.45%	1.77%	0.32	1.98%	0.21	1.36%	△0.62	2.72%	1.37	
	株主総利回り(TSR)(%) ※2	155.32%	143.76%	△11.66	147.45%	3.69	148.91%	1.46	121.83%	△27.08	
その他	1株当たり当期純利益(円)	99.63	112.38	12.75	109.95	△2.43	57.19	△52.76	164.71	107.52	
	株価収益率(PER)(倍)	27.07	23.45	△3.62	25.84	2.39	48.70	22.86	16.33	△32.38	
	1株当たり純資産(円)	2,758.28	2,876.63	118.35	2,872.99	△3.64	2,948.85	75.86	3,047.67	98.82	
	株価純資産倍率(PBR)(倍)	0.98	0.92	△0.06	0.99	0.07	0.94	△0.04	0.88	△0.06	
株式	期末発行済株式総数(千株)	55,195	52,695	△2,500	50,995	△1,700	50,995	0	50,995	0	
	期末保有自己株式数(千株)	1,750	679	△1,071	1,659	980	1,650	△9	975	△675	
	自己株取得数(千株)	1	1,430	1,429	2,679	1,249	0	△2,679	0	0	
	自己株消却数(千株)	0	2,500	2,500	1,700	△800	0	△1,700	0	0	

*1 配当性向は1株計算、総還元性向は金額計算しています。

*2 (各事業年度末日の株価+当事業年度の4事業年度前から各事業年度までの1株当たり配当額の累計額) / 当事業年度の5事業年度前の末日の株価 で計算しています。

全国チェーンお客様売上高

	2021年3月期	2022年3月期	前期比増減	(百万円)
訪販グループ	253,178	265,659	12,481	
クリーンサービス(国内)家庭用	84,062	82,138	△1,923	
クリーンサービス(国内)事業所用	90,529	90,160	△368	
サービスマスター	30,015	32,067	2,051	
メリーメイド	10,850	11,607	757	
ターミニックス	8,269	8,477	207	
トータルグリーン	3,098	3,373	275	
ホームリペア	210	255	45	
ヘルス&ビューティ	2,088	2,103	14	
アザレプロダクツグループ	2,776	2,789	13	
ダスキライフケア	1,886	2,240	353	
レントオール	4,846	14,819	9,972	
ヘルスレント	11,463	12,495	1,031	
ユニフォームサービス	3,081	3,131	49	
フードグループ	80,148	95,031	14,883	
ミスタードーナツ(国内)	78,024	92,951	14,926	
かつアンドかつ	1,649	1,627	△22	
その他フード	473	452	△21	
その他	26,255	28,698	2,442	
クリーンサービス(海外)	5,327	6,473	1,146	
ミスタードーナツ(海外)	11,340	12,112	772	
Big Apple	1,168	1,554	386	
ダスキんヘルスケア	8,420	8,557	137	
合計	359,582	389,388	29,806	

※ 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揃える為、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

	2021年3月期	2022年3月期	前期比増減	(拠点)
訪販グループ	5,664	5,683	19	
クリーンサービス(国内)	1,876	1,852	△24	
サービスマスター	1,136	1,159	23	
メリーメイド	768	773	5	
ターミニックス	555	560	5	
トータルグリーン	147	155	8	
ホームリペア	93	95	2	
ヘルス&ビューティ	465	462	△3	
アザレプロダクツグループ	49	44	△5	
ダスキライフケア	90	94	4	
レントオール	103	102	△1	
ヘルスレント	166	172	6	
ユニフォームサービス	216	215	△1	
フードグループ	985	996	11	
ミスタードーナツ(国内)	961	979	18	
かつアンドかつ	16	15	△1	
その他フード	8	2	△6	
その他	8,214	9,879	1,665	
クリーンサービス(海外)	25	25	0	
ミスタードーナツ(海外)	7,892	9,557	1,665	
Big Apple	83	81	△2	
ダスキヘルスケア	214	216	2	
合計	14,863	16,558	1,695	

※ 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。 ※ヘルスケアは、契約施設数を掲載しております。

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]
- **ダスキライフケア** [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]

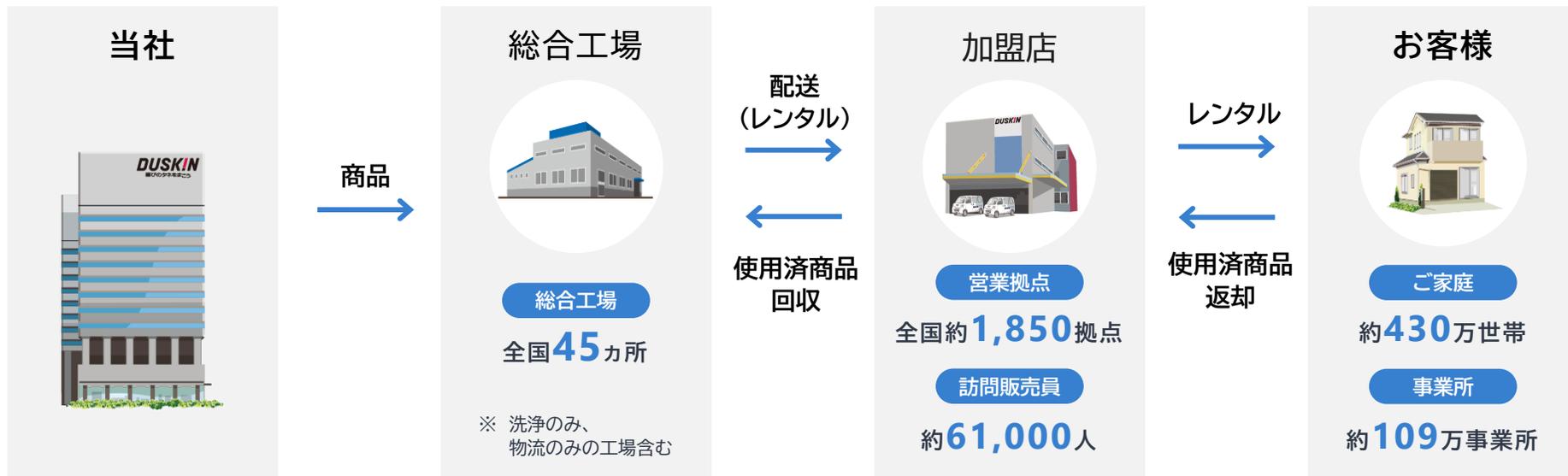
フードグループ

- **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**
 - クリーンサービス
 - ミスタードーナツ
 - Big Apple
 - ダスキン香港

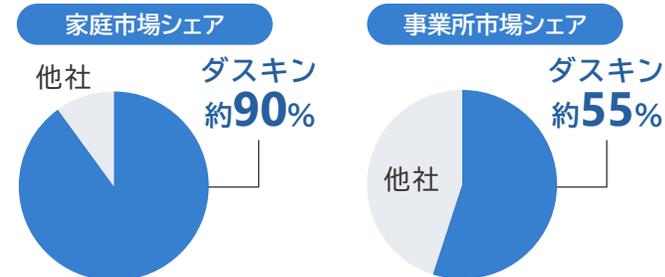
加盟店を通じて家庭や事業所などのお客様に、清掃・衛生用品をレンタルで提供



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

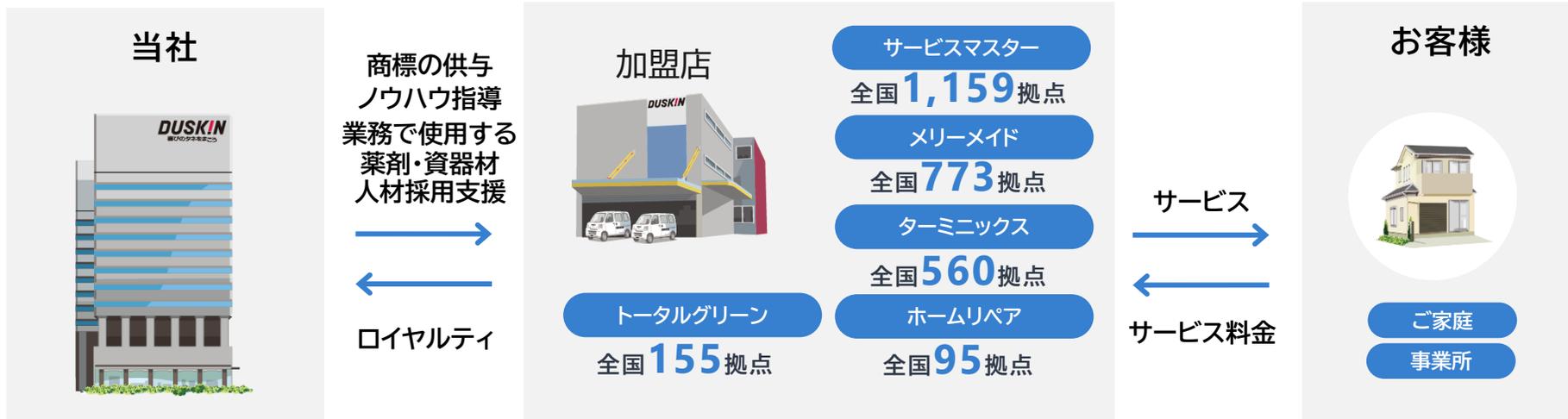
市場シェア



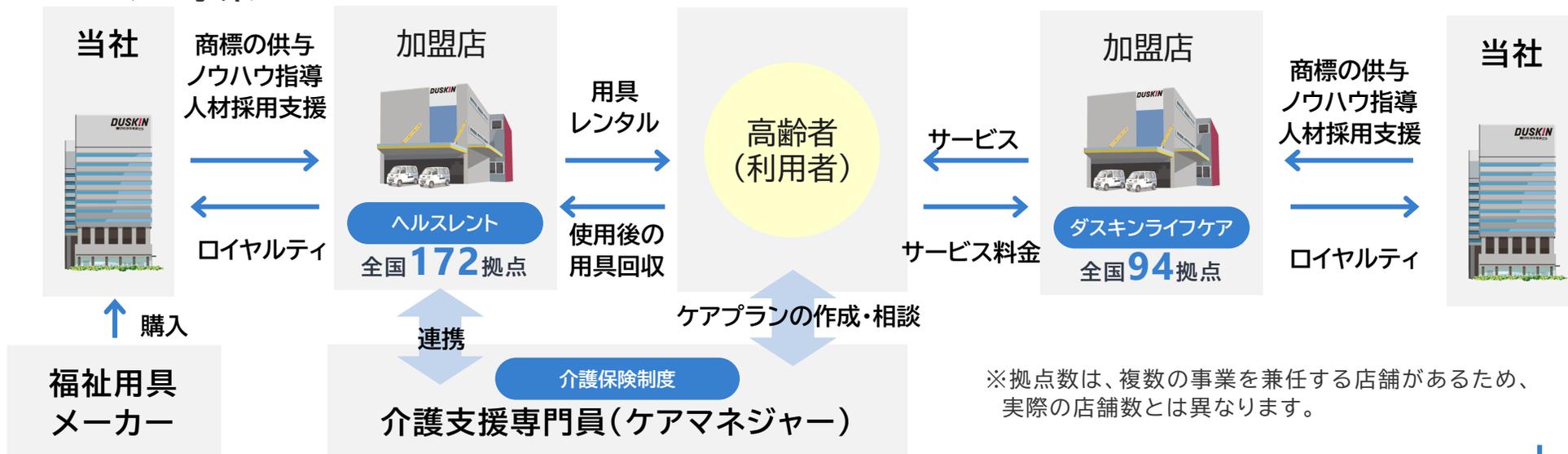
※一般社団法人日本ダストコントロール協会データ参考(当社調べ)

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

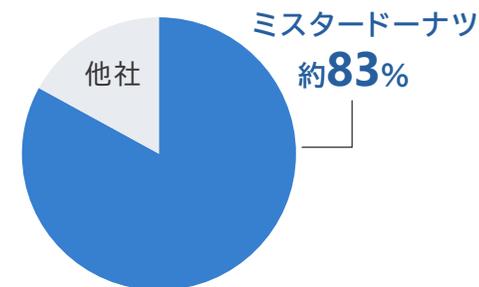


競争優位

- 1 900店超の「店舗」というお客様との接点基盤
- 2 50年以上の歴史と確立されたドーナツブランド
- 3 テイクアウト需要への対応
- 4 最高水準の素材と技術をもったブランドとの共同開発
- 5 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



※ドーナツ店の出店数ベースより算出(当社調べ)

(単位:億円)

	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	CAGR
クリーンサービス事業に関わる ダストコントロール市場規模	2,906	2,876	2,836	2,788	2,723	△1.6%

出典:一般社団法人日本ダストコントロール協会

ケアサービス事業に関わる ハウスクリーニング市場規模	1,450	1,530	1,620	1,700	1,820※	5.8%
ケアサービス事業に関わる 家事代行市場規模	795	830	865	905	940※	4.3%

出典:富士経済 ネットワークス「サービス産業要覧 家事代行」 ※2020年は予測・見込額

シニアケア事業に関わる 福祉用具産業市場規模	14,552	15,106	14,990	15,033	-	1.1%
---------------------------	--------	--------	--------	--------	---	------

出典:日本福祉用具・生活支援用具協会

和・洋菓子・デザート類 市場規模	22,771	22,761	22,907	22,833	21,099	△1.9%
---------------------	--------	--------	--------	--------	--------	-------

出典:矢野経済研究所「和洋菓子・デザート類市場調査」

外食産業の市場規模 (ファストフード)	28,958	29,964	30,560	32,271	30,180	1.0%
------------------------	--------	--------	--------	--------	--------	------

出典:富士経済「外食産業マーケティング便覧」

※CAGRは当社にて算定



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。