



2024年3月期

決算説明会

株式会社 **タスキ**

2024年5月21日

ページ

連結業績ハイライト	2
前期比増減	3
予想比乖離	4
連結貸借対照表の状況	5
連結キャッシュフローの状況	6
訪販グループ 業績概況	7
営業利益	8
フードグループ 業績概況	9
営業利益	10
その他 業績概況 営業利益	11
2025年3月期業績予想	12
株主還元	13
中期経営方針2022進捗	14
Appendix	26

連結業績ハイライト(前期比・予想比)

<前 期 比> 訪販グループ、その他は減収。フードグループが大幅増収
RFIDの取付に伴う原価増、インボイス対応費用、人件費等、経費も増加し、減益

<公表予想比> 売上は、概ね予想どおりとなった一方で、利益は上振れ。
ミスタードーナツの原価率下振れが利益上振れの主因

(百万円)

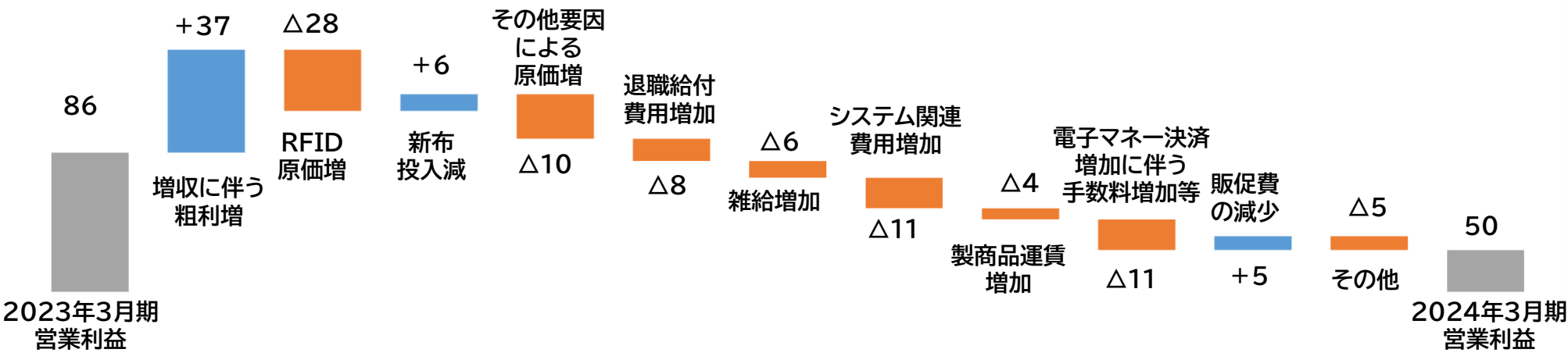
	2023年3月期		期初（2023.5.15）		2024年3月期 ③					
	①		公表予想 ②		利益率		前期比 ③－①		予想比 ③－②	
	利益率		利益率				増減率		乖離率	
売上高	170,494	—	178,700	—	178,782	—	+ 8,288	+ 4.9%	+ 82	+ 0.0%
営業利益	8,637	5.1%	4,500	2.5%	5,084	2.8%	△3,553	△41.1%	+ 584	+ 13.0%
経常利益	11,375	6.7%	6,500	3.6%	7,863	4.4%	△3,512	△30.9%	+ 1,363	+ 21.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	7,196	4.2%	4,400	2.5%	4,574	2.6%	△2,622	△36.4%	+ 174	+ 4.0%
EPS	146.13円	—	90.72円	—	95.01円	—	△51.12円	△35.0%	+4.29円	+ 4.7%
ROE	4.77%	—	—	—	2.99%	—	△1.77	—	—	—

(百万円)

		2023年3月期 ①		2024年3月期 ②		前期比 ②－①	
		利益率		利益率		増減率	
訪販グループ	売上高	108,469	—	107,464	—	△1,004	△0.9%
	営業利益	8,114	7.5%	4,142	3.9%	△3,971	△48.9%
フードグループ	売上高	48,879	—	58,437	—	+9,557	+19.6%
	営業利益	5,473	11.2%	6,916	11.8%	+1,443	+26.4%
その他	売上高	16,229	—	15,646	—	△583	△3.6%
	営業利益	702	4.3%	440	2.8%	△262	△37.3%
全社・消去	売上高	△3,085	—	△2,766	—	+319	—
	営業利益	△5,652	—	△6,415	—	△762	—
連結	売上高	170,494	—	178,782	—	+8,288	+4.9%
	営業利益	8,637	5.1%	5,084	2.8%	△3,553	△41.1%

<連結営業利益増減要因>

(億円)

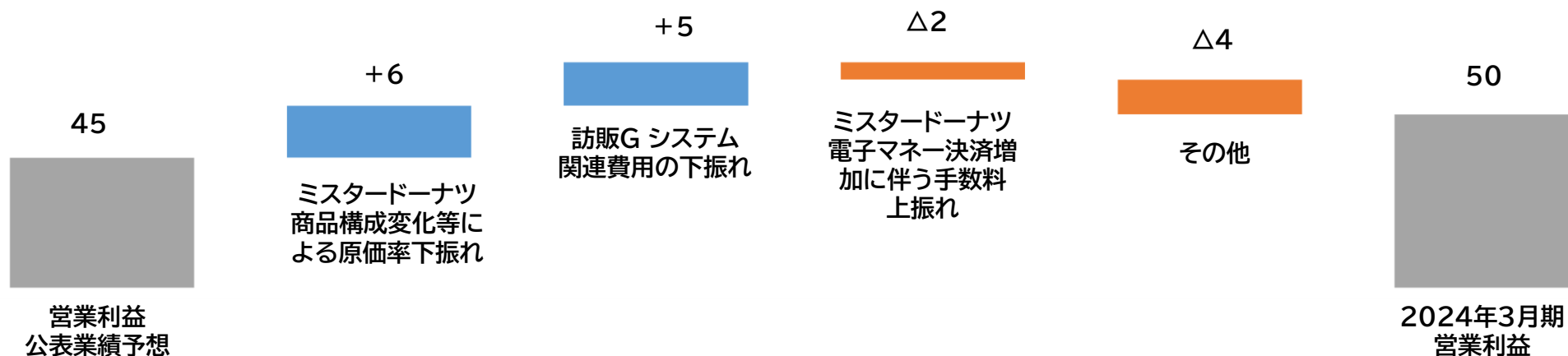


(百万円)

		2023.11.8公表 セグメント別予想 ①		2024年3月期 ②		予想比 ②－①	
		利益率		利益率		乖離率	
訪販グループ	売上高	109,200	—	107,464	—	△1,735	△1.6%
	営業利益	4,100	3.8%	4,142	3.9%	+42	+1.0%
フードグループ	売上高	56,700	—	58,437	—	+1,737	+3.1%
	営業利益	6,300	11.1%	6,916	11.8%	+616	+9.8%
その他	売上高	15,300	—	15,646	—	+346	+2.3%
	営業利益	600	3.9%	440	2.8%	△159	△26.6%
全社・消去	売上高	△2,500	—	△2,766	—	△266	—
	営業利益	△6,500	—	△6,415	—	+84	—
連結	売上高	178,700	—	178,782	—	+82	+0.0%
	営業利益	4,500	2.5%	5,084	2.8%	+584	+13.0%

<連結営業利益乖離要因>

(億円)



連結貸借対照表の状況

(百万円)

	2023年3月期末	2024年3月期末	前期比増減
現金及び預金	18,207	14,434	△3,772
売上債権	11,553	11,158	△395
棚卸資産	11,132	11,607	+475
有価証券	19,864	12,200	△7,663
その他	8,364	9,903	+1,539
流動資産	69,122	59,305	△9,817
有形固定資産	49,076	50,489	+1,412
無形固定資産	7,454	7,414	△39
投資有価証券	61,743	73,862	+12,119
その他	10,127	11,008	+880
投資その他の資産	71,871	84,870	+12,999
固定資産	128,402	142,774	+14,372
資産合計	197,524	202,079	+4,555
買入債務	7,594	7,800	+206
その他	29,238	28,978	△259
流動負債	36,832	36,778	△53
長期借入金	1,115	747	△368
その他	7,802	10,099	+2,297
固定負債	8,917	10,847	+1,929
負債合計	45,750	47,626	+1,875
資本金	11,352	11,352	±0
利益剰余金	124,943	122,518	△2,425
自己株式	△7,102	△5,464	+1,638
その他有価証券評価差額金	8,532	11,342	+2,809
その他	14,048	14,704	+656
純資産	151,774	154,453	+2,679
負債・純資産合計	197,524	202,079	+4,555
有利子負債	1,115	916	△199

流動資産

債券の償還等により「有価証券」が減少

固定資産

JPホールディングス株式の取得等により「投資有価証券」が増加

固定負債

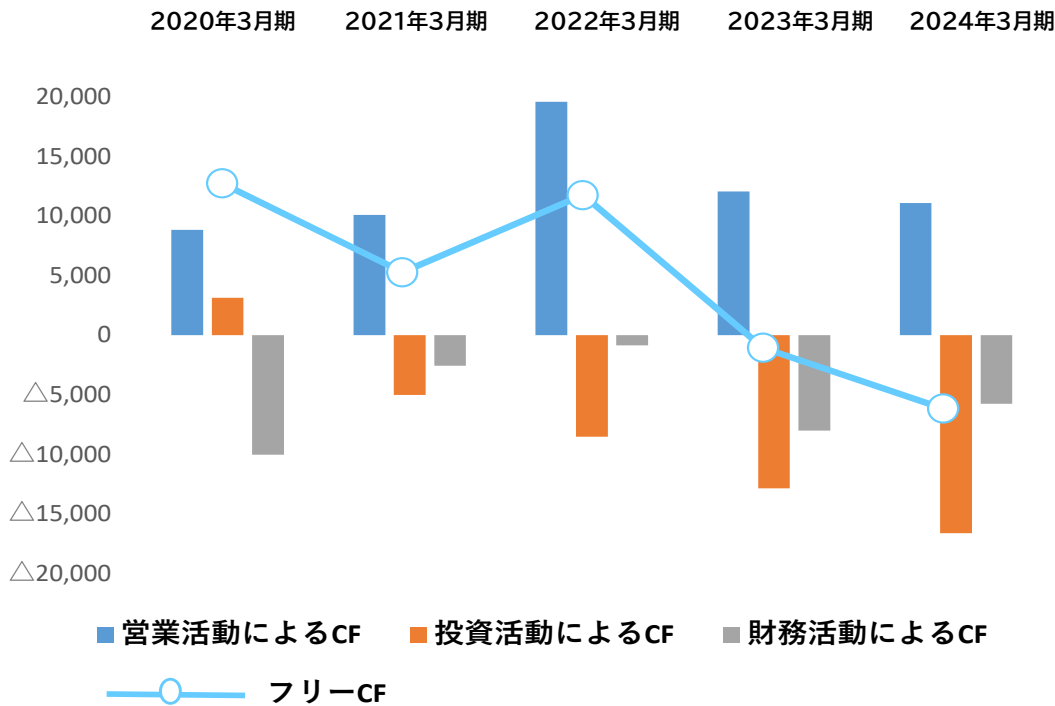
保有株式の時価増額に伴い「繰延税金負債」増加

純資産

- ・保有株式の時価増額に伴い「その他有価証券評価差額金」増加
- ・自己株式取得527千株(1,696百万円)
(3/29付 消却 995千株)

連結キャッシュフローの状況

(百万円)



営業CF：RFID原価増、インボイス対応費用増等により営業CFは減少

投資CF：JPホールディングス株式の取得等により支出増加

財務CF：自己株式取得額が減少
前期取得 3,303百万円
当期取得 1,696百万円

	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	前期比増減
営業活動によるCF	8,850	10,103	19,596	12,061	11,093	△968
投資活動によるCF	3,137	△5,019	△8,524	△12,844	△16,604	△3,760
フリーCF	11,988	5,083	11,071	△782	△5,510	△4,728
財務活動によるCF	△10,022	△2,563	△835	△7,992	△5,743	+2,248
現金及び現金同等物の期末残高	27,167	29,674	39,963	31,275	20,024	△11,250

(百万円)

	2023年3月期		2023.11.8公表		2024年3月期 ③					
	①		予想 ②		利益率		前期比 ③－①		予想比 ③－②	
	利益率		利益率				増減率		乖離率	
売上高	108,469	—	109,200	—	107,464	—	△1,004	△0.9%	△1,735	△1.6%
営業利益	8,114	7.5%	4,100	3.8%	4,142	3.9%	△3,971	△48.9%	+42	+1.0%

<売上高前期比>

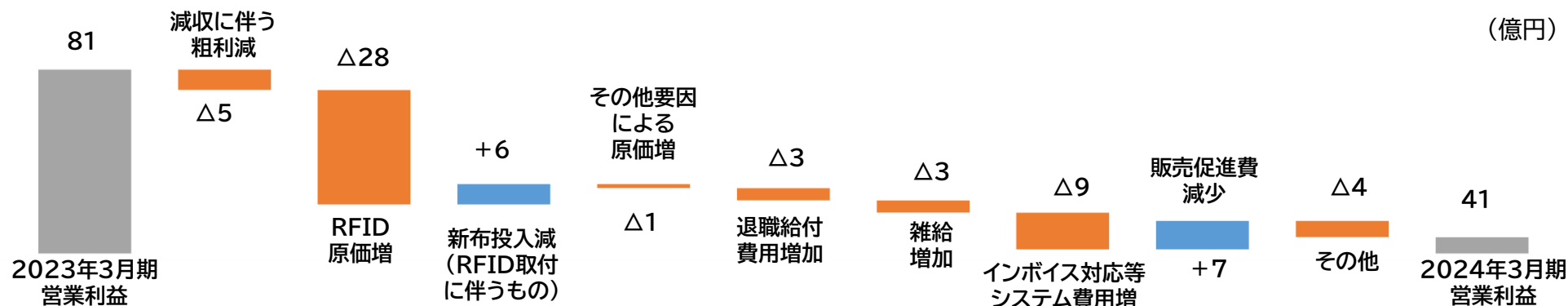
- 主力のクリーンサービス事業は、家庭向け、事業所向けとも減収
 - ・家庭用営業専任組織の活動により、直営店・関係会社店舗ではお客様数が増加に転じた。
 - ・ウェブサイトをはじめ、デジタルチャネルでの受注件数も増加
- エアコンクリーニング等が好調なケアサービス事業のお客様売上は増加
- レントオール事業は、コロナワクチン接種会場のサービス受注が減少したことで減収
 - ・催事等、各種イベントはコロナ禍以前の状況に戻りつつある状況
 - ・自治体向けの「防災サポートサービス」も順調推移

<売上高業績予想比>

主力のクリーンサービス事業で、家庭向け、事業所向けとも計画未達

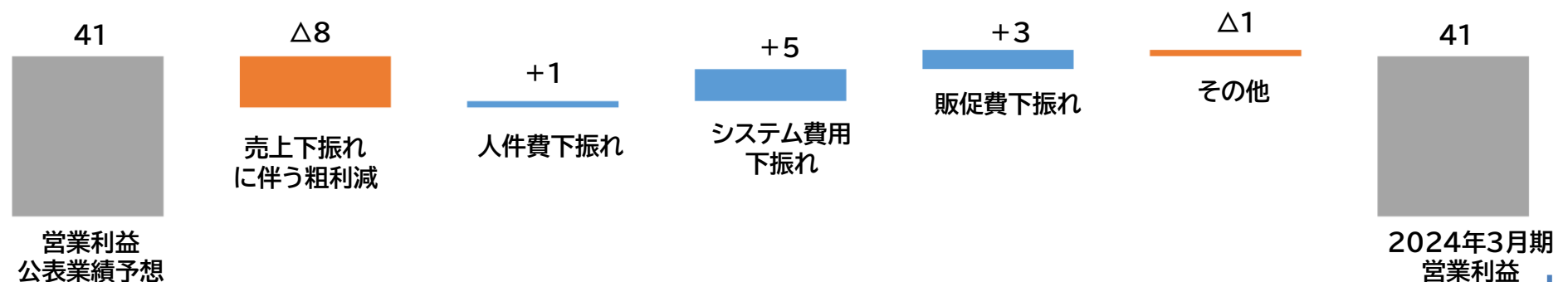
<営業利益前期比>

RFID原価増及びインボイス対応等のシステム関連費用の増加が減益の主因
宣伝広告等販売促進費用は減少(前期は価格改定周知のための宣伝広告費使用あり)



<営業利益業績予想比>

売上下振れに伴い粗利減となったものの、経費節減等により公表どおりに着地



(百万円)

	2023年3月期		2023.11.8公表		2024年3月期 ③					
	①		予想 ②		利益率		前期比 ③－①		予想比 ③－②	
	利益率		利益率				増減率		乖離率	
売上高	48,879	—	56,700	—	58,437	—	+9,557	+19.6%	+1,737	+3.1%
営業利益	5,473	11.2%	6,300	11.1%	6,916	11.8%	+1,443	+26.4%	+616	+9.8%

<売上高前期比>

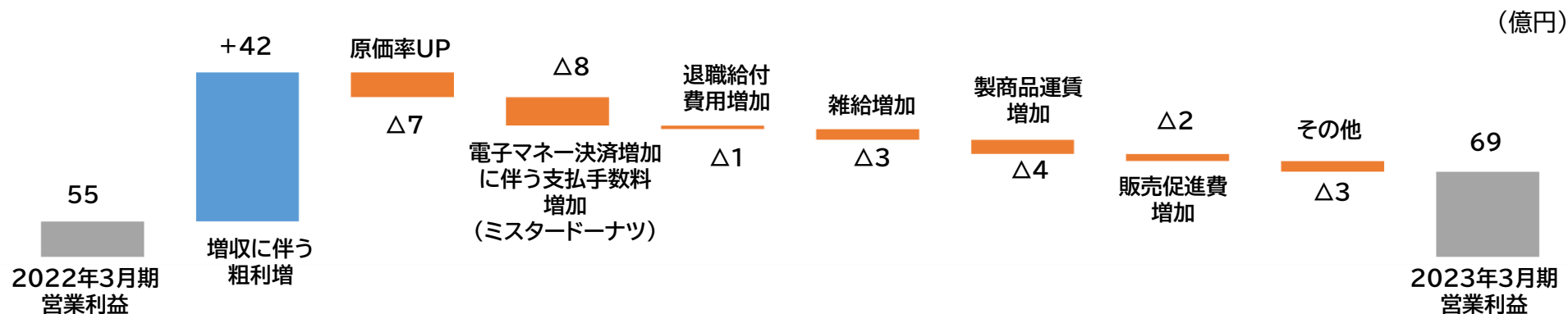
- 主力のミスタードーナツは引き続き好調
 - ・お客様売上(全店ベース)+18.3% ・単価+6.1% ・客数+11.9%
- 期末月の稼働店舗数は前期の期末月に比べて19店増加
 - その結果、日々の稼働店舗数を単純に積み上げた「稼働日数」も増加
 - ・(2023年3月 月中稼働店舗数) 998店 ⇒ (2024年3月 月中稼働店舗数) 1,017店
 - ・稼働日数 2.4%増加
- ポン・デ・リング20周年記念商品「白いポン・デ・リング」等、周年商品の売上が増収に寄与

<売上高業績予想比>

- 新型コロナウイルス感染症が五類感染症へ移行したこと等で、イートイン売上が計画を上回る。

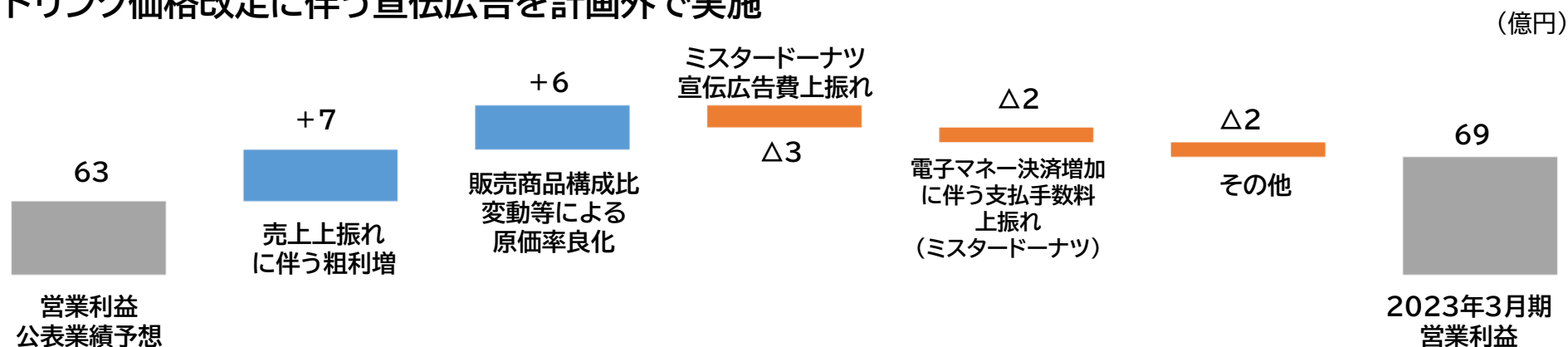
<営業利益前期比>

増収に伴い粗利が大幅増加。一方、高原価率商品の販売構成比UPや廃棄増で原価率は悪化
ドリンク価格改定に伴い、宣伝広告等販売促進費用は増加



<営業利益業績予想比>

ドリンク価格改定に伴う宣伝広告を計画外で実施



(百万円)

	2023年3月期		2023.11.8公表		2024年3月期 ③					
	①		予想 ②		利益率		前期比 ③－①		予想比 ③－②	
	利益率		利益率				増減率		乖離率	
売上高	16,229	—	15,300	—	15,646	—	△583	△3.6%	+ 346	+ 2.3%
営業利益	702	4.3%	600	3.9%	440	2.8%	△262	△37.3%	△159	△26.6%

<売上高・営業利益前期比>

- ダスキンヘルスケア、ダスキン共益は増収減益。 海外事業は減収減益
 - ・マレーシアを中心に展開しているビッグアップルグループが、コロナ拡大収束に伴うお客様の行動変化で、来店お客様数が減少
 - ・ダスキンヘルスケアは人件費(原価)増、ダスキン共益は転リース車両の一部自社化による原価増を夫々主因に減益

<売上高・営業利益業績予想比>

ダスキンヘルスケア、ダスキン共益の原価上振れを主因として利益が下振れ

2025年3月期 業績予想（2024年3月期対比）



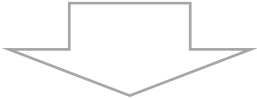
(単位：百万円)

			2025年3月期（予想）											
			上期		下期		通期		前期比増減					
									上期		下期		通期	
			利益率	利益率	利益率	増減率	増減率	増減率						
	訪販グループ	売上高	54,100	—	55,900	—	110,000	—	+ 665	+ 1.2%	+ 1,869	+ 3.5%	+ 2,535	+ 2.4%
		営業利益	5,500	10.2%	5,300	9.5%	10,800	9.8%	+ 2,879	+ 109.9%	+ 3,778	+ 248.3%	+ 6,657	+ 160.7%
	フードグループ	売上高	29,200	—	36,500	—	65,700	—	+ 3,255	+ 12.5%	+ 4,007	+ 12.3%	+ 7,262	+ 12.4%
		営業利益	2,900	9.9%	4,100	11.2%	7,000	10.7%	△ 209	△ 6.7%	+ 292	+ 7.7%	+ 83	+ 1.2%
	その他	売上高	8,000	—	8,100	—	16,100	—	+ 200	+ 2.6%	+ 253	+ 3.2%	+ 453	+ 2.9%
		営業利益	300	3.8%	300	3.7%	600	3.7%	+ 56	+ 23.2%	+ 103	+ 52.4%	+ 159	+ 36.2%
	全社・消去	売上高	△ 1,400	—	△ 1,400	—	△ 2,800	—	△ 42	—	+ 8	—	△ 33	—
		営業利益	△ 3,300	—	△ 4,400	—	△ 7,700	—	△ 274	—	△ 1,010	—	△ 1,284	—
	連結	売上高	89,900	—	99,100	—	189,000	—	+ 4,078	+ 4.8%	+ 6,138	+ 6.6%	+ 10,217	+ 5.7%
		営業利益	5,400	6.0%	5,300	5.3%	10,700	5.7%	+ 2,452	+ 83.2%	+ 3,163	+ 148.1%	+ 5,615	+ 110.5%
連結経常利益			7,000	7.8%	7,100	7.2%	14,100	7.5%	+ 2,895	+ 70.6%	+ 3,340	+ 88.9%	+ 6,236	+ 79.3%
親会社株主に帰属する当期純利益			4,900	5.5%	5,100	5.1%	10,000	5.3%	+ 2,251	+ 85.0%	+ 3,174	+ 164.9%	+ 5,425	+ 118.6%

- <訪販グループ>
クリーンサービスの事業所向け、家庭向けの増収他、売上増加計画に基づく粗利の増加、並びにRFID取付原価の減少に伴い大幅増益予想
- <フードグループ>
ミスタードーナツは当期も増収増益の計画。前期に子会社化した健康菜園Gの業績が年間寄与
- <その他>
海外・国内子会社とも増収増益計画
- <全社・消去>
創業60周年費用、ブランディング施策費用、データセンター移行費用等、経費増加
- <営業外損益>
前期に持分法適用関連会社化したJPホールディングスの持分利益等、持分法投資損益の増加

「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



(単位：百万円)

		2023年3月期	2024年3月期	2期間実績 合計	2025年3月期（当期予想）	中計期間 合計
	普通配当	4,350 (1株当たり88円)	3,874 (1株当たり80円)	8,225	6,101 (1株当たり126円)	14,327
	記念配当	—	968 (1株当たり20円) ※1	968	—	968
配当額（年間）		4,350 (1株当たり88円)	4,842 (1株当たり100円)	9,193	6,101 (1株当たり126円)	15,295
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	1,475	6,475
株主還元額合計		7,654	6,538	14,193	7,577	21,771
配当性向		60.2%	105.3%	78.1%	60.6%	70.3%
総還元性向		106.4%	143.0%	120.6%	75.8%	100.0%
DOE		2.87%	3.17% ※2		3.96%	

※1 創業60周年記念配当

※2 DOE（普通配当のみ）≒ 2.54%

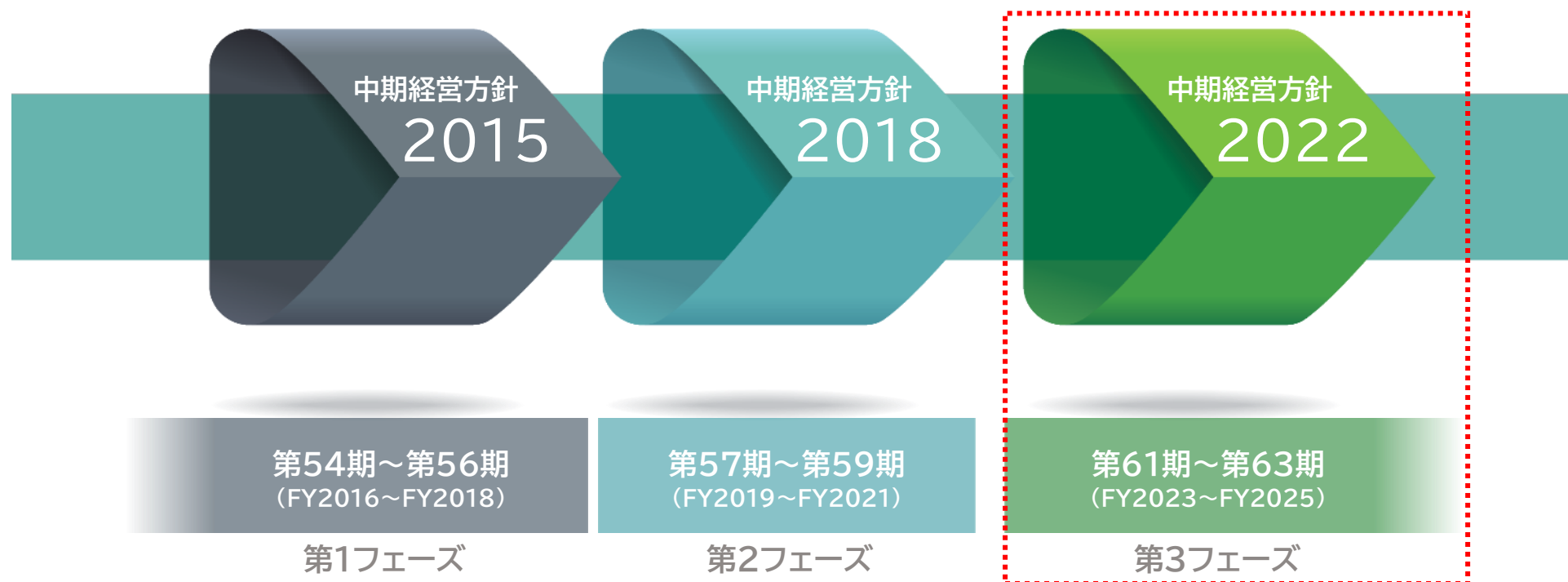
※配当性向につきましては1株当たり計算、総還元性向につきましては総額計算により算出しております。

※2025年3月期(当期予想)は、中計期間中の還元目標 総還元性向100%からの試算であり、現時点で実行をお約束するものではありません。

「中期経営方針2022」で目指すこと

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企業価値向上に努めてまいります。

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

「中期経営方針2022」の取り組み



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る



開発戦略

① 「レスキューサービス」の事業化を正式決定

暮らしの安心駆けつけ

DUSKIN RESCUE

② ペットと暮らすおうちのキレイをサポートする新商品の「ペット用おそうじモップセット」と「いぬ・ねこ用消臭おそうじスプレー」を2024年3月18日から全国でレンタルと販売を開始



③ 「防災サポートサービス」契約締結自治体の増加 2023年3月期 43自治体と締結済み 2024年3月期 75自治体まで伸長(前期比+74.4%) ※提供商品は、パーティションや泡手指消毒剤、マット、空気清浄機等

**ダスキン
レントオール**
DUSKIN RENT-ALL

④ 「まちかど生き生きプラザ」 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) ※和光市からの受託数は現在5事業受け持っている



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

- ・クリーンサービス事業の家庭用営業専任組織 加盟店展開
加盟店123店にて導入済
- ・クリーンサービス事業の家庭用営業専任組織による新規契約軒数
約30,000軒（前期比+80.7%）



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(5事業)
新規出店数 98店
- ・シニアケア事業
新規出店数 11店

プロのおそうじ
ServiceMASTER.

家事代行
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

**Health
Rent**
ヘルスレント

LifeCare
ダスキンライフケア

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（前期比+3%）
- ・DDuet会員
会員数約170万人まで伸長（前期比+12%）



物流戦略

- ・RFID(電子タグ)の導入による効率化
流通する全てのマット・モップへのRFID概ね取り付け完了





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

- ・健康菜園株式会社の株式取得(子会社化)に伴い
株式会社ボストンハウスが展開するイタリアンレストラン
『ナポリの食卓』等の外食事業を取得



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

- ・連結子会社のエバーフレッシュ函館の知見を活用し
内製化工場の設立を検討



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

- ・既存ブランドを活用した新たな販売機会、チャネルの創出による
お客様との接点の拡大



「中期経営方針2022」の取り組み フードグループ



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

ミスタードーナツ

開発戦略



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
※2024年3月期



ベルギーのプレミアム
チョコレートプラント
「ゴディバ」と共同開発し
た『miso meets
GODIVA プレミアムショ
コラコレクション』を発売
※2024年3月期

かつアンドかつ



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」など、季節
限定メニューの販売

出店戦略

- ・2024年3月期新規出店 39店
- ・稼働店舗数 全国1,017店
内、ドライブスルー店舗 7店
(前年同月比 19店増加)
- ・2024年3月期改装店舗 103店



CX戦略

- ・スマートフォン向けミスタードーナツ
公式アプリをリニューアル



- ・デリバリーサービス提供数 646店
(286店増加)

※デリバリーサービス提供数は各社との契約済店舗数



※各数値は2024年3月末時点の実績を記載
ミスタードーナツの稼働店舗数は、期末月の稼働店舗数を記載



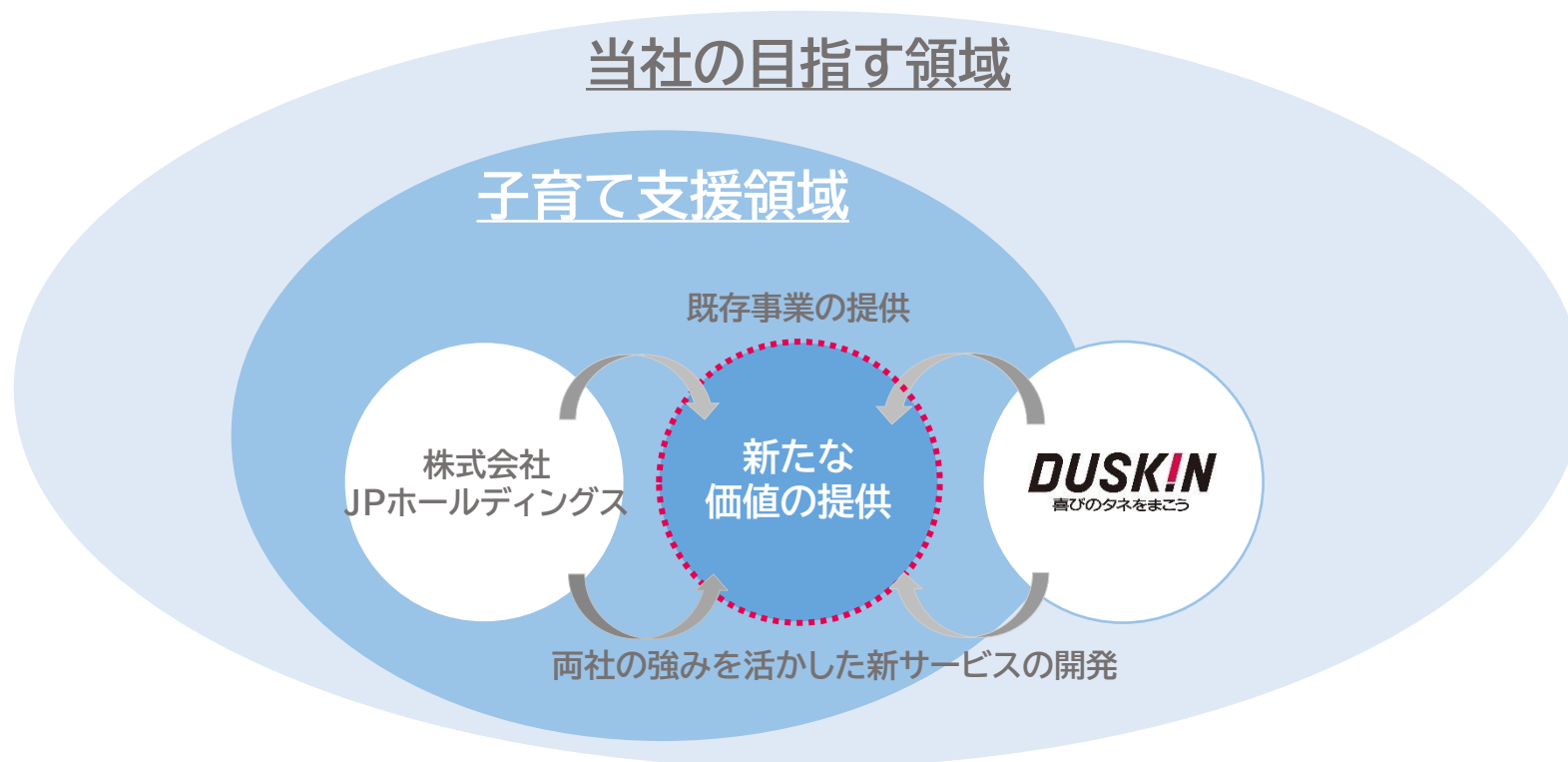
テーマ1 | 事業ポートフォリオの変革

● 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事業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





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が、シンガポールに「ミスタードーナツ」を2店舗出店



シンガポールのミスタードーナツ1号店



シンガポールのミスタードーナツ2号店



シンガポール

- ▶ ミスタードーナツ事業の中華人民共和国香港特別行政区展開におけるマスターフランチャイズ契約締結
- ▶ 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



家庭向けおそうじサービス契約調印式



台湾での研修の様子



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460名が利用し、学習時間が4,300時間に到達
- ▶ 従業員自身の自己理解を深めるための「個性診断」「成長診断」の実施
- ▶ 適材適所の人材配置実現や、人材育成を促進するために従業員のスキル・能力を一元化するツール導入の決定



事業の選択と集中

- ▶ 株式会社EDISTの解散を決定



テーマ3 | 社会との共生

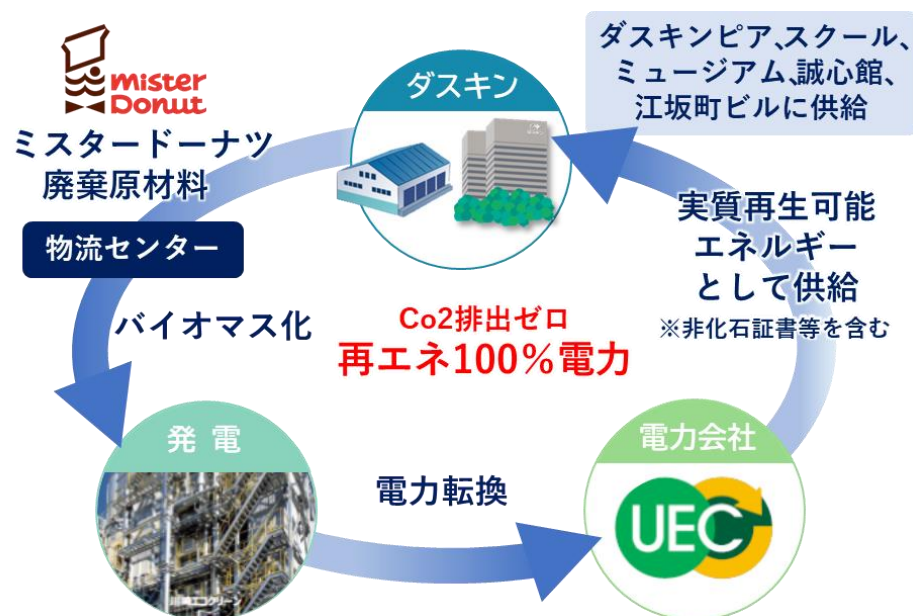
- 持続可能な社会づくりへの貢献と、社会にこたえる企業統治体制の構築

環境保全への取り組み

- ▶ ダスキンの環境目標2030(DUSKIN Green Target 2030)の推進
- ▶ 訪販グループの営業車両EV化を目指した実証実験の実施
- ▶ 廃棄ドーナツを飼料としてリサイクルする対応店舗数の拡大

食品リサイクル × 再生可能エネルギー

- ▶ ミスタードーナツの原材料廃棄物の一部をエネルギー化し、リサイクルループの構築



Appendix

(百万円)

	2023年3月期		2024年3月期 ②			
	①				前期比 ②－①	
	利益率		利益率		増減率	
売上高	138,560	—	146,518	—	+7,957	+5.7%
営業利益	5,752	4.2%	2,718	1.9%	△3,033	△52.7%
経常利益	10,125	7.3%	7,270	5.0%	△2,855	△28.2%
当期純利益	6,944	5.0%	4,973	3.4%	△1,971	△28.4%

全国チェーンお客様売上

	2023年3月期	2024年3月期			(百万円)
			増減	増減率	
訪販グループ	270,081	267,783	△2,297	△0.9%	
クリーンサービス合計	173,558	169,828	△3,729	△2.1%	
クリーンサービス（家庭向け）	81,731	79,360	△2,371	△2.9%	
クリーンサービス（事業所向け）	91,826	90,467	△1,358	△1.5%	
ケアサービス合計	56,831	58,738	+1,906	+3.4%	
サービスマスター	32,195	33,189	+993	+3.1%	
メリーメイド	11,792	12,045	+253	+2.1%	
ターミニックス	8,917	9,303	+385	+4.3%	
トータルグリーン	3,662	3,944	+282	+7.7%	
ホームリペア	263	255	△8	△3.0%	
レントオール	16,398	15,148	△1,249	△7.6%	
ヘルスレント	13,365	14,094	+728	+5.5%	
ユニフォームサービス	2,863	3,060	+197	+6.9%	
アザレプロダクツ	2,788	2,842	+53	+1.9%	
ライフケア	2,273	2,187	△85	△3.8%	
ヘルス&ビューティ	2,002	1,883	△118	△5.9%	
フードグループ	107,388	126,729	+19,340	+18.0%	
ミスタードーナツ	105,570	124,848	+19,277	+18.3%	
かつアンドかつ	1,755	1,849	+93	+5.3%	
その他フード	62	31	△30	△48.7%	
その他	34,302	37,941	+3,638	+10.6%	
クリーン・ケア（海外）	7,555	8,166	+610	+8.1%	
ミスタードーナツ（海外）	16,075	18,985	+2,910	+18.1%	
Big Apple	2,001	1,904	△97	△4.9%	
ダスキンヘルスケア	8,670	8,885	+215	+2.5%	
合計	411,772	432,454	+20,681	+5.0%	

※ 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	2024年3月期		(拠点)
			増減	
訪販グループ	5,728	5,749	+ 21	
クリーンサービス	1,838	1,823	△15	
サービスマスター	1,183	1,194	+ 11	
メリーメイド	790	798	+ 8	
ターミニックス	553	555	+ 2	
トータルグリーン	166	176	+ 10	
ホームリペア	103	105	+ 2	
レントオール	102	102	+ 0	
ヘルスレント	180	187	+ 7	
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	95	△1	
ヘルス & ビューティ	459	456	△3	
フードグループ	1,014	1,033	+ 19	
ミスタードーナツ	998	1,017	+ 19	
かつアンドかつ	15	16	+ 1	
その他フード	1	0	△1	
その他	11,474	11,611	+ 137	
クリーン・ケア（海外）	25	25	+ 0	
ミスタードーナツ（海外）	11,362	11,494	+ 132	
Big Apple	87	92	+ 5	
合計	18,216	18,393	+ 177	

※ 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。

※ 拠点数は期末営業日現在の稼働店舗数を記載しておりますが、ミスタードーナツの拠点数につきましては、当期から期末月の稼働店舗数を記載しています。（2023年3月期の拠点数も993店から998店に修正しております。）

※ 海外の拠点数は12月末現在で掲載しております。なお、前期まで拠点数に含まれていた「催事・期間限定販売等の店舗」については、当期から削除しております。

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]
 - ・エアーコントロール[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[ボトルドウォーター]
- **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]
- **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]
 - ・エアーコントロール [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]

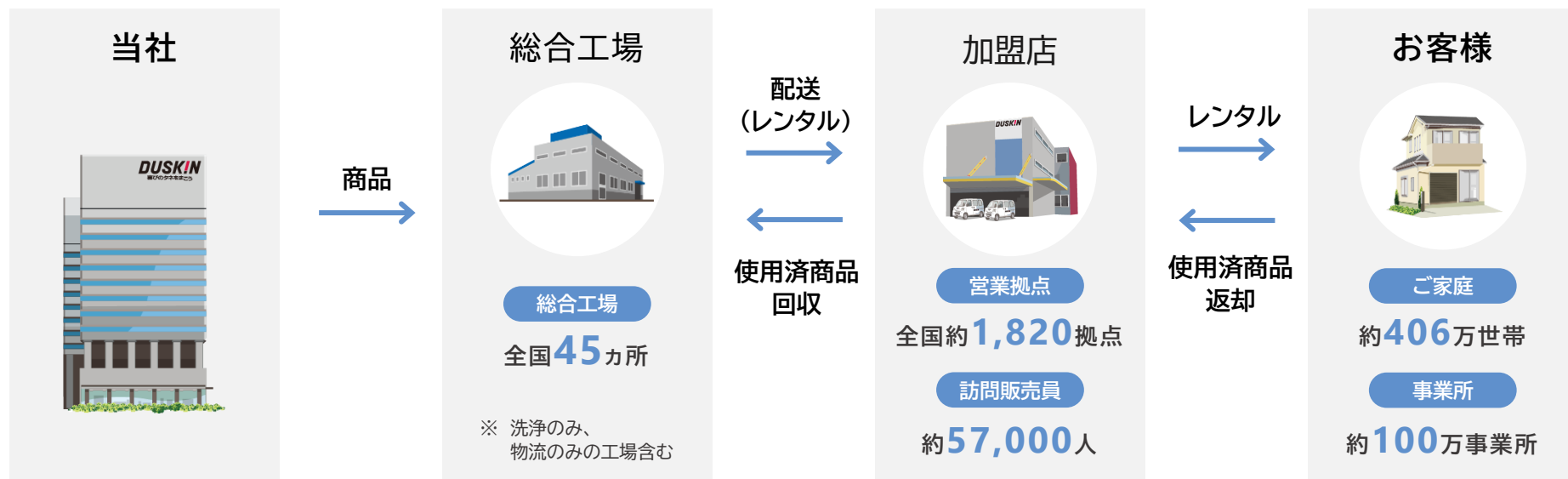
フードグループ

- **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]
- **ナポリの食卓他**
[イタリアンレストラン]

その他

- **(株)ダスキンヘルスケア**
[病院等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・ケアサービス
ミスタードーナツ
Big Apple
ダスキン香港(清算手続中)

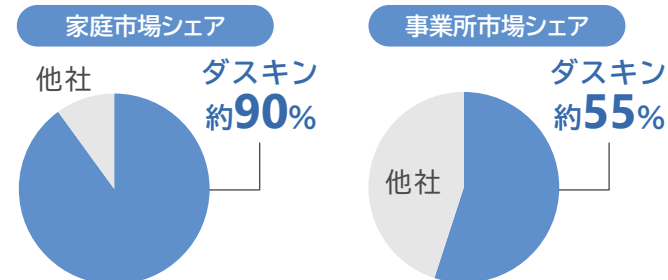
加盟店を通じて家庭や事業所などのお客様に、清掃・衛生用品をレンタルで提供



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

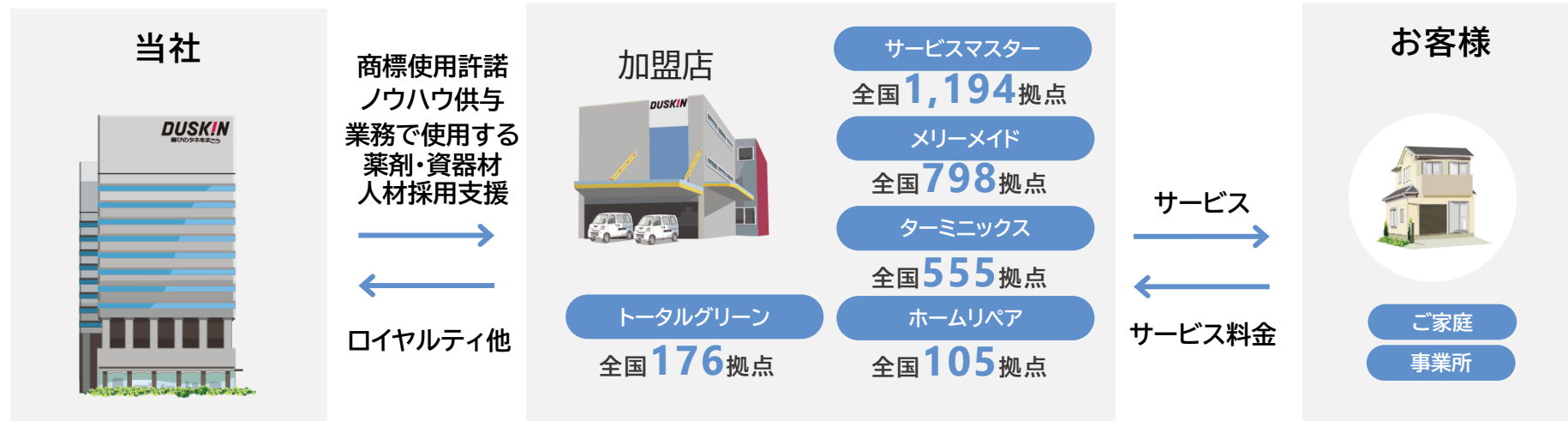
市場シェア



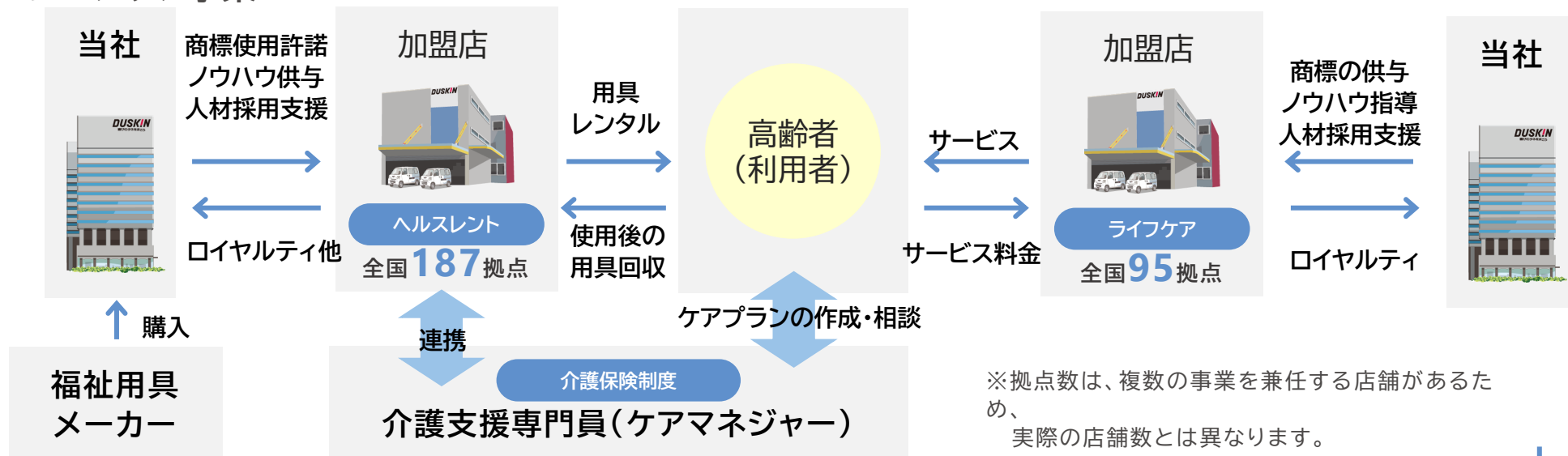
※一般社団法人日本ダストコントロール協会データ参考(当社調べ)

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

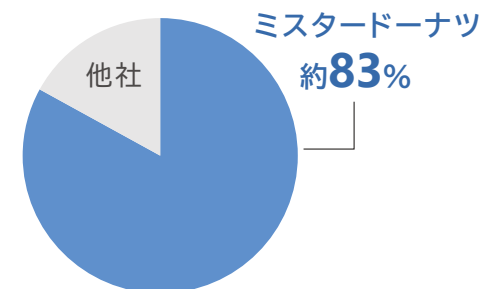


競争優位

- 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、期末月の稼働店舗数を記載しております。

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。