

# 訪販グループ

## 訪販グループ

訪販グループでは、「ワークライフマネジメント領域」「高齢者サポート領域」「衛生領域」の3つの領域においてクリーンサービス事業をはじめとしたそれぞれの事業が領域拡大と深耕を図ることで強くなり、連携をすることでお客様の生涯に寄り添い、さまざまなお困りごとをONE DUSKINで解決する暮らしのパートナー企業へと進化してまいります。

取締役 COO  
訪販グループ担当  
住本 和司



### 環境分析

リスク	機会	強み
<ul style="list-style-type: none"> <li>原材料価格の上昇</li> <li>訪問販売に関わる法規制強化</li> <li>労働人口減少による働き手不足</li> <li>清掃・家事サービス等のシェアリングエコノミーの台頭</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>HACCPに沿った衛生管理の制度化</li> <li>所有から利用へと変化する価値観</li> <li>清掃・家事等の代行サービスの需要の高まり</li> <li>在宅介護・介護予防ニーズの高まり</li> <li>インバウンド消費の回復</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>クリーンサービス事業における家庭約406万世帯、事業所約100万事業所の顧客基盤</li> <li>地域密着型の加盟店網と商品配送システム</li> <li>訪販グループ内で顧客へのクロスセリングが可能な事業を複数展開</li> <li>ダスキンブランドに裏打ちされた信頼と安心</li> </ul>

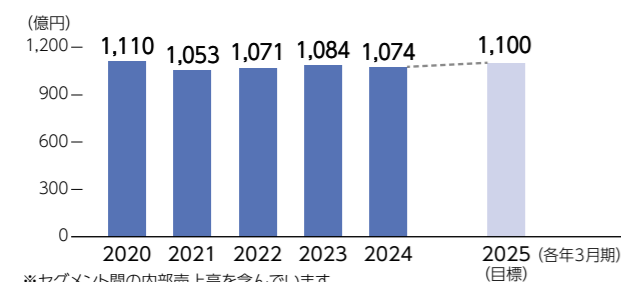
### 事業概況

主力のクリーンサービス事業については、家庭用営業専任組織の活動により、前期、直営店・関係会社店舗でお客様数が増加に転じました。更に加盟店での活動でも、新しいお客様づくりで成果を挙げつつあります。また、当社WEBサイトをはじめ、デジタルチャネルでの受注件数も増加し、お客様数の減少幅は縮小しました。

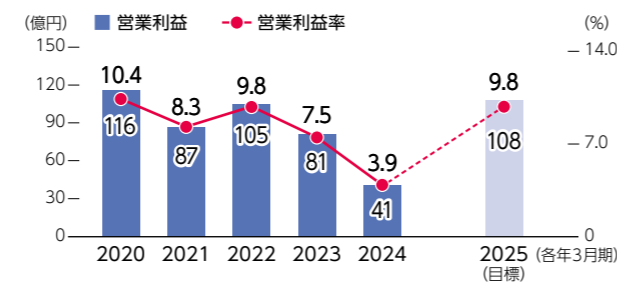
ケアサービス事業のお客様売上につきましては、エアコンクリーニングが好調に推移したサービスマスター事業(プロのお掃除サービス)が増加した他、メリーメイド事業(家事代行サービス)、ターミックス事業(害虫獣の駆除と総合衛生管理)、トータルグリーン事業(緑と花のお手入れサービス)は定期サービスが好調に推移したこと等により増加しました。

レントオール事業の催事等の各種イベントでのサービス受注は、コロナ拡大以前の状況に戻りつつあります。更に、各自治体向けに災害発生時の資材供給をサポートするサービス「防災サポートサービス」を展開することで災害時への対応に向けた取り組みにも注力しました。その他は、化粧品事業が減収となりましたが、引き続き好調を維持しているヘルスレント事業(介護用品・福祉用具のレンタルと販売)、ユニフォーム関連事業、ライフケア事業(ご高齢者の暮らしのお手伝い)は増収となりました。

訪販グループ 売上高



訪販グループ 営業利益・営業利益率



### 「中期経営方針2022」の取り組み

中期経営方針2022の取り組みとしては、働く人とその家族の時間創出と充実を図る「ワークライフマネジメント領域」、プレシニアやアクティブシニアなどへのアプローチも加えた「高齢者サポート領域」、当社が長年培ってきた清潔・キレイの知見を生かした「衛生領域」の3つの領域に注力しています。特に「ワークライフマネジメント領域」では、鍵のトラブルに迅速に対応する「ダスキンレスキュー」を新事業として展開するなど、領域の拡大にも取り組んでいます。また、新規顧客とのご縁づくりでは、キャラクター商品の導入などで接点拡大を図っております。一方、既存顧客との関係性強化では、お客様個々に合わせた最適提案などを会員サイトDDuetを通じてお届けしております。このような取り組みによってお客様のCX(顧客体験価値)向上に注力しています。

### 3つの注力領域

ワークライフマネジメント領域	高齢者サポート領域	衛生領域
働く人とその家族の時間創出と充実を図る	既存領域に加え介護保険対象外市場のサービスメニュー拡大	衛生機能などを付加した高付加価値商品の開発・提供

### 5つの戦略

1. 組織戦略	2. CX戦略	3. 拠点戦略	4. 洗浄・物流戦略
<p>家庭用営業専任組織の構築と加盟店への拡大</p> <p>リアルチャネル「お客様係」の更なる強化を目指し、お客様開拓に特化した、組織の構築。直営店・関係会社の成果を持って加盟店への展開を拡大</p>	<p>生成AI・Eコマース・SNS・アプリ機能の充実による顧客体験価値向上</p> <p>お客様の状況に合わせた的確な情報の提供や提案を行う体制を強化するため、EコマースやSNS等による情報発信のチャネル拡大と、デジタルを活用したお客様とのコミュニケーションの強化</p>	<p>マーケットの需要に対応する新規出店によるサービス提供体制の構築</p> <p>マーケットの拡大などにより成長が予測されるハウスクリーニングや家事代行などを提供しているケアサービス事業と、介護や福祉用具レンタルなどを提供しているシニア向けサービスを中心に、サービス提供網の充足</p>	<p>RFID(電子タグ)の導入とスマートファクトリー化による効率化・省人化</p> <p>デジタル技術を積極的に取り入れ、業務の効率化・省人化を行います。生産性を向上させることにより、お客様とのコミュニケーション強化に注力できる時間や人材の創出を実現</p>
<p>情報と流通の改革</p> <p>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する</p>			
<p>5. 開発戦略</p> <p>お客様のニーズや社会課題解決に対応した商品・サービス・事業の開発</p> <p>生活者に寄り添い、暮らしにおけるさまざまなニーズやお困りごとにお応えできる商品・サービス・事業の開発に取り組みます。また、高齢化社会における社会課題解決に向けた高齢者サポート商品・サービス開発にも注力</p>			

### 全国チェーン店お客様売上高の推移

		(単位:億円)	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
クリーンサービス事業	家庭向け		874	840	821	817	793
	事業所向け		946	905	901	918	904
ケアサービス事業	サービスマスター		296	300	320	321	331
	ターミックス		86	82	84	89	93
	メリーメイド		112	108	116	117	120
	トータルグリーン		28	30	33	36	39
シニアケア事業	ホームリペア		1	2	2	2	2
	ヘルスレント		105	114	124	133	140
	ダスキン ライフケア		20	18	22	22	21
その他訪販事業	レントオール		146	48	148	163	151
	ユニフォームサービス		33	30	31	28	30
	ヘルス&ビューティ		25	20	21	20	18
	アザレプロダクツ(株)		32	27	27	27	28

※国内の直営店・子会社売上高及び加盟店推奨売上高の合計を参考数値として記載しています。

## 訪販グループ事業戦略

### クリーンサービス事業(清掃・衛生用品のレンタルと販売)

#### ● ビジネスサービス

事業所市場は、深刻化する人手不足の解決と、新たな提供価値として業務効率化・働き方改革を実現します。「業務の省人化、省力化」「現場の環境改善」「集客・開業支援」の三つのニーズに対応する解決提案で接客強化を図ります。さらに、JFS規格認証の監査会社として専門性を高め差別化を図ります。

#### PICK UP 化粧室・トイレ用モップ

化粧室用マルチクリーナーとセットで使用  
する「洗わないウエット清掃」により、準備  
や水洗いの必要がなく時短お掃除を実現



#### ● ホームサービス

家庭市場では、従来の訪問活動に加え、営業専任組織による計画的・継続的な活動を通じて「新しいお客様づくり」を行います。また、デジタルツールの活用を推進し、お客様に提供・提案する情報を平準化することで、活動の質の向上を図ります。さらに、情報・流通改革の取り組みにより、お客様満足度の向上を目指し、「生涯顧客化」による売上成長を目指します。

#### PICK UP ペット用おそうじモップセット

従来の床用モップの機能に加え、ペット  
特有の抜け毛やホコリ・粗ゴミを高捕集。  
ペットと暮らす方のお困りごとを解決



### ケアサービス事業(役務提供サービス)

#### ● サービスマスター(プロのお掃除サービス)

事業環境の変化に対応するため、顧客接客機会の創出と、繰り返し提案できる新たなサービスの開発で、新規顧客開拓及び定期化を図ります。また、拡大するお客様のニーズに対応できる体制構築のため、新規出店及び人材確保を強化します。

#### PICK UP 出張手洗い洗車サービス

大量の水を必要としないため、場所を  
選ばず、車の移動も不要な出張訪問  
型の法人向け手洗い洗車サービス



#### ● ターミックス(害虫獣の駆除と総合衛生管理)

市場の需要にお応えするため、リアルとデジタルを駆使した顧客接客強化をしていきます。事業所市場では、新たに専門知識を習得できる営業に特化した研修制度を導入することでお客様とリアルに対面する営業担当者の増員を行い活動量の拡大を図ります。

#### PICK UP 事業所ペストコントロール(PC)定期獲得プロモーション

需要に合わせた提案手法で害虫獣駆除  
サービスの契約獲得。中型LED捕虫器の  
営業用パッケージを販売



#### ● メリーメイド(家事代行サービス)

役務サービスの根幹であるサービス提供体制の充実(人材の継続雇用・教育)と個店別課題を解決し、売上の向上を図ります。さらに、新商品・サービス開発を行い、今まで以上に必要とされるメリーメイドを目指します。

#### PICK UP 福利厚生としての家事代行サービスの提案

福利厚生として注目されている家事  
代行をより積極的に法人タイアップと  
して訴求



#### ● トータルグリーン(緑と花のお手入れサービス)

広告・営業・教育のさまざまな場面で、より分かりやすく、より伝わりやすくを実現する「コミュニケーションの最適化」を推進。定期的にお客様宅を訪問し、お庭のお困りごとと解決のお手伝いをする「定期サービス」の更なる販売を促進し、事業競争力を高めます。

#### PICK UP 新たな定期サービス

従来の定期サービスに加え、お客様  
のお困りごとに特化した「ケムシと雑  
草おまかせサービス」を新たに導入



#### ● ホームリペア(住まいのピンポイント補修)

家庭市場では中古住宅市場の拡大や加齢に伴う住宅改修ニーズの増加が予測される中、大掛かりな工事ではなく「短期間・適正料金の住まいの補修」をお届けできる事業を目指します。また、インバウンド需要の回復が見込まれる宿泊施設や飲食店の修繕ニーズにも対応します。

#### PICK UP 浴室床貼りサービス

汚れや冷感、滑りやすさが  
気になる浴室床を当日中に  
簡単リフォーム



### シニアケア事業(高齢者サポート)

#### ● ヘルスレント(介護用品・福祉用具のレンタルと販売)

全国で、高齢者人口の増加に伴うサービス需要の拡大に対応するため出店を強化します。また、ケアマネジャーとの連携を強化し、ご利用者様との関係を深め、顧客満足度の向上に努めることで、地域で最も信頼される事業所を目指します。

#### PICK UP 特殊寝台 RaKuDa Wポケット(介護ベッド)

介護保険福祉用具貸与における  
ダスキンヘルスレントオリジナル  
商品の導入

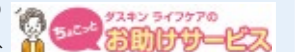


#### ● ダスキン ライフケア(ご高齢者の暮らしのお手伝い)

介護事業者への定期訪問による保険外サービスの提案活動の推進と既存顧客への訪問頻度の増加と高齢者の生活状況の把握によるサービス提案で満足度の向上を図ります。また、介護度の低い高齢者向けに「ちょこっとお助けサービス」を展開します。

#### PICK UP ちょこっとお助けサービス

増加する軽度な介護を求める高齢者を対象に30分程度の  
短時間サービスで、在宅生活の  
継続をサポートするサービス



### その他訪販事業

#### ● レントオール(イベント総合サポートと各種用品のレンタル)

イベントを通じてお客様が求めていることを一緒になって作り上げるために、企画・運営業務から携わりワンストップで請け負うことを目指します。他社にはないコンテンツを開発し、イベントの受注拡大を図ります。

#### PICK UP UDe-Sports®

高齢者や未就学児にもゲームを楽しんでもらえる「UDe-Sports®」を導入し、  
イベント内で実施するアミューズメント  
の選択肢を広げます



※一般社団法人UDe-スポーツ協会の商標登録です

#### ● ユニフォームサービス(ユニフォームのリース・販売とクリーニング)

ユニフォームに関わる衛生領域で営業・開発に注力いたします。お客様の規模別の営業組織を構築し、提案活動を展開。クリーニングの品質安定と付加価値向上、職場環境改善の商品をリリースし、お役立ちを拡大します。

#### PICK UP ダスキン抗菌クリーニング

ユニフォームクリーニングに「抗菌効果」の  
付加価値を付与し、衛生環境改善・HACCP  
対応を訴求



#### ● ヘルス&ビューティ(自然派化粧品と健康食品の販売)

自然派化粧品・健康食品とも、従来推し進めてきた体感デモに加えて、ダスキン会員サイト[DDuet]・SNS・Web広告等での露出を増やし、40代以上の女性を中心とした新規顧客とのお縁づくりに注力します。

#### PICK UP カルディ&ココニ

お客様に二つのスキンケアブランド  
から選んでいただける提案型で  
“素肌みずから美しく”をサポート



#### ● ダスキンレスキュー(暮らしの駆けつけサービス)

お見積り・キャンセル・出張料無料! 安全・安心の鍵修理・交換や金庫等の解錠など、鍵に関するお困りごとを優れた技術と適正な価格で解決します。(未対応エリアあり)

#### PICK UP 鍵の駆けつけサービス

防犯に関するアドバイスのご提供や電子錠・  
スマートロックなどへの交換も対応可能です



# フードグループ

## フードグループ

主力事業のミスタードーナツでは「いいことあるぞ」をスローガンに誰もがいつでも「しあわせな時間」を過ごせるお店を目指し、おいしさ、楽しさの提供を追求しています。店舗では、利便性、快適さの更なる向上のため、新たな立地条件での出店、ネットオーダー導入等を実施。また、他社とのタイアップ等マーチャンダイジングにも注力しています。環境保全面ではプラスチック使用量やフードロス、CO<sub>2</sub>排出量の削減目標を明確にして取り組んでいます。

取締役 COO  
フードグループ担当  
**和田 哲也**



### 環境分析

#### リスク

- コンビニエンスストアや量販店等競合小売店の商品力の向上
- 健康志向とドーナツに対する消費者マインドの変化
- 小麦粉等の原材料と店舗光熱費、生産のための燃料費等の高騰

#### 機会

- 新しい生活様式に対応したサービスによるビジネスチャンスの拡大
- 「miso meets」シリーズや他社とのコラボレーション、協業による新規顧客開拓

#### ミスタードーナツの強み

- 50年以上の歴史とドーナツNo.1ブランドとしてのお客様からの支持
- テイクアウト需要への対応
- フランチャイズ展開により実現できる約1,000店の「店舗」というお客様との接点基盤
- お客様に「いいこと」を体感いただくため、他ブランドとの共同開発を複数実現し、期間限定販売による話題化を通じた販売力への市場評価

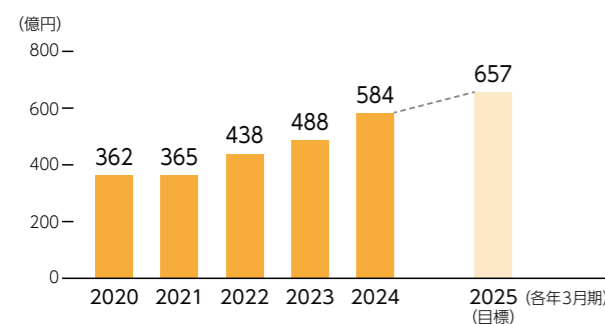
### 事業概況

フードグループは、主力のミスタードーナツ事業が引き続き好調を維持し、来店お客様数、お客様単価、更には新規出店による稼働店舗数の増加に伴い、原材料売上、ロイヤルティ売上が増加したこと等により、増収増益となりました。

商品別では定番商品の周年記念企画、他社との共同開発商品「miso meets」、軽食需要に対応する「ミスドゴハン」シリーズが好調に推移しました。更に季節商品やキャラクターとのコラボ企画の定着が図れたことも加わり、業績向上に大きく寄与しました。

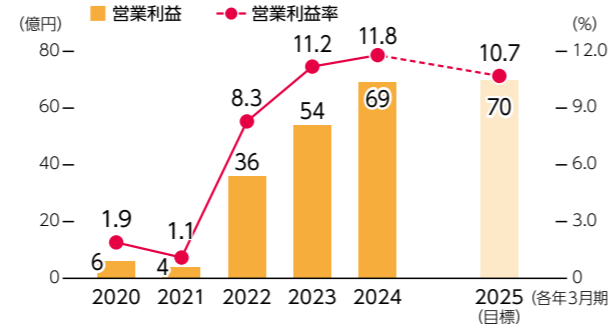
その他の事業では、「かつアンドかつ」が増収でしたが、パイ専門店「パイフェイス」は2024年3月31日をもって、事業を終了することといたしました。

#### フードグループ 売上高



※セグメント間の内部売上高を含んでいます。

#### フードグループ 営業利益・営業利益率



### 「中期経営方針2022」の取り組み

2023年3月期からの3か年は、フードグループの中心事業であるミスタードーナツでは好評の共同開発「miso meets」シリーズや「ミスドゴハン」シリーズの展開でお客様の利用動機拡大に努めます。また出店戦略としては既存の店舗タイプはもちろん郊外のドライブスルーや駅ナカキッチンレスなど、未出店立地への出店を推進します。更にお客様に新たな体験価値を提供するために、ネットオーダーシステムの強化、デリバリーサービス導入店舗の拡大、ピックアップドアの導入など、「情報と流通の改革」に取り組みます。

#### おいしさ、楽しさの提供を追求

新業態開発	既存バリューチェーンの強化	マーチャンダイジング
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	既存事業の主要原材料等における加工・流通の内製化	ブランドを活用した新商品・販売機会の創出

#### 既存事業の利便性向上

情報と流通の改革 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する

##### 1. 開発戦略

お客様の利用動機拡大



ミスドゴハン

##### 2. 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

##### 3. CX戦略

お客様の体験に新たな価値を提供



ピックアップドア

情報と流通の改革

### フードグループ

#### 主な計画

- 働きやすい環境づくり  
生産性向上を通じた人材獲得への取り組み
- 新規事業の開発  
「ナポリの食卓」の展開とパッケージ化に向けた取り組み
- 情報と流通の改革  
「近くに店がない」「欲しい商品がない」「購入時に待たされる」などのお困りごとをDXで解決



(左)ナポリの食卓  
(右)かつアンドかつ

### ミスタードーナツ

#### 主な計画

- 来店のきっかけとなる新商品の開発
- お客様と加盟店の期待に応える店舗開発と出店
- デジタル媒体(アプリ・SNS)の活用を通じたお客様接点拡大と満足度の向上



ミスタードーナツアプリ

#### 全国チェーン店お客様売上高の推移

(単位:億円)	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
ミスタードーナツ	771	780	929	1,055	1,248
かつアンドかつ	17	16	16	17	18
その他フード	7	4	4	0.6	0.3

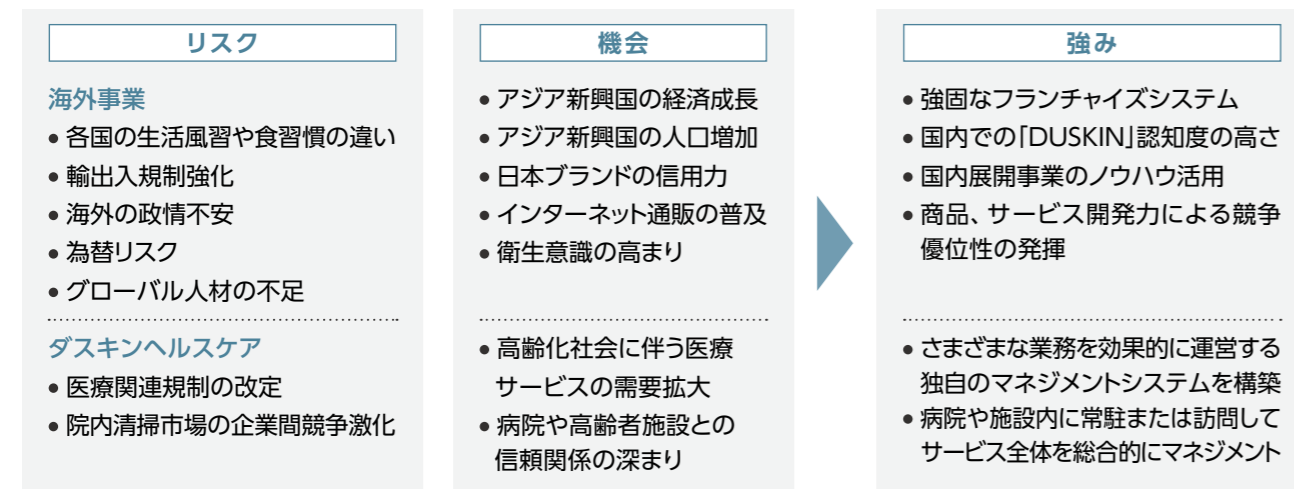
※(株)かつアンドかつは(株)ダスキンの子会社です。

## 海外・その他

### 海外・その他

その他セグメントは、海外連結子会社の楽清(上海)清潔用具租賃有限公司(中国でダストコントロール商品のレンタルと販売)、Big Appleグループ(マレーシアを中心にドーナツ事業を展開)に加え、フランチャイズ展開を行っていない国内連結子会社の株式会社ダスキンヘルスケア(病院施設のマネジメントサービス)、ダスキン共益株式会社(リース及び保険代理業)で構成されています。

#### 環境分析



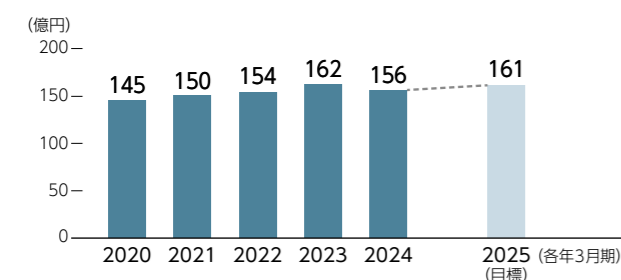
#### 事業概況

その他セグメントは、国内連結子会社の売上が増加したものの海外事業の売上が減少したことで減収となりました。営業利益は、減収に伴う粗利減少に加え、国内の連結子会社の人件費の増加影響等もあり減益となりました。

国内で展開している株式会社ダスキンヘルスケア並びにダスキン共益株式会社はともに増収となりましたが、人件費の上昇等により原価、経費が増加し、いずれも減益となりました。

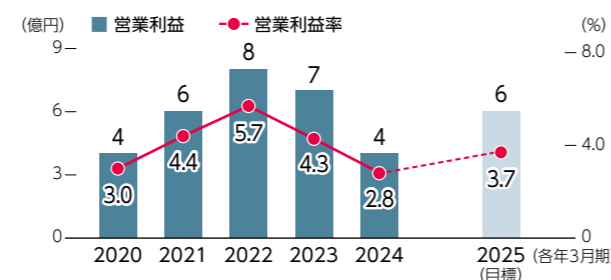
海外事業は、楽清(上海)清潔用具租賃有限公司が減収となったこと、Big Appleグループがコロナ感染症拡大の収束に伴うお客様の行動変化による来店お客様数の減少により減収となったことで、前期の売上を下回る結果となりました。

その他セグメント 売上高



※セグメント間の内部売上高を含んでいます。

その他セグメント 営業利益・営業利益率



#### 「中期経営方針2022」の取り組み

海外事業では、中国進出の拠点であり、これまで当社事業の原材料及び資器材の貿易業を主業としてきた楽清香港有限公司の機能を国内に集約し、業務効率化を図り収益性を向上することを目的に同社を解散することを決定しました。

また、海外拠点拡大を目指してミスタードーナツ事業のシンガポール及び香港展開を決定し、それぞれマスターフランチャイズ契約を締結。今後も東南アジアを中心に展開をしてまいります。更には台湾で「家庭向けお掃除サービス」を導入、オーストラリア、韓国、シンガポール、タイ、香港の5地域へ向け家庭用清掃・衛生商品の公式ECサイトをオープンするなど海外展開強化を図っています。

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

(左)シンガポールのミスタードーナツ1号店  
(右)シンガポールのミスタードーナツ2号店

生活者のより豊かな生活の実現に貢献するために台湾でダスキンの家庭向けお掃除サービスを新規導入

家庭向けお掃除サービス契約調印式  
台湾での研修の様子

#### 「DUSKIN」事業

展開地域でダストコントロール事業を核として「トータルクリーンケア」を目指す



2地域 台湾/中国

#### 「Mister Donut」事業

アジアを中心にパートナー企業とともに、「おいしいドーナツ」を提供



5地域 タイ/フィリピン/台湾/インドネシア/シンガポール

#### 「Big Apple」事業

ハラル認証対応の「シンプルなおいしさ」を提供する海外ドーナツブランド



2地域 マレーシア/カンボジア



株式会社ダスキンヘルスケアでは、医療・介護関連施設に「安全・安心・衛生」を複合的に提案することを目標にしています。人材不足解消と事故防止はもちろんのこと、作業のデジタル化や清掃ロボットの導入で作業効率と品質の向上に努めています。2024年は節目の第40期でもあり「道と経済の合一」を実践する原点帰りの一年として取り組みを進めます。



#### お客様売上高の推移

(単位: 億円)	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
ダストコントロール/ケアサービス	54	53	64	75	81
ミスタードーナツ	144	113	121	160	189
ビッグアップル	12	11	15	20	19
ダスキンヘルスケア	83	84	85	86	88

※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ため、1~12月の合計値を掲載しています。

## 研究開発

### 訪販グループ 「キレイ・健康」そして地球環境に配慮した研究開発

昨今、コロナ禍を起因として、暮らしを取り巻く環境は大きく様変わりしてきています。また、アレルギー疾患の増加等、生活様式・社会環境の変化が人体に対して影響を及ぼす場面も増えてきました。

当社では生活者の困りごとの改善を第一に、商品・サービスの研究に取り組んでいます。当社はこのような「キレイ・健康」のための研究を「健究」と称して、多様なテーマで人々のキレイと健康を創造し続けます。

#### お客様の「キレイ・健康」を守るコア技術

ダストコントロール製品開発で培った4つの基幹技術をベースに、複合的な機能を持つ多彩な製品を提供し、「キレイ・健康」領域への貢献を目指します。

**1 吸着剤技術【捕集力・保持力】**

ホコリをキャッチして包み込み、はなさない。含まれている抗菌剤と防カビ剤が増殖を抑制。

**2 洗浄加工技術**

高機能で均質な製品を生み出すために欠かせない、ダスキンが誇るプロセス技術。

**3 素材加工技術【パイル性能】**

必要とされる多種多様な機能を実現させるため、さまざまな素材や加工条件を設計し、独自のパイルを生み出す。

**4 製品設計技術【ハンドル設計】**

優れたダストコントロール機能と耐久性、使用における安全性を担保するために最適な素材を選定した設計。

#### 地球環境に配慮した研究開発

当社では、SDGsに基づいた環境課題の解決に取り組んでおり、省エネ・再エネ、気候変動対策、循環型社会の実現に貢献することを謳っています。ダスキンのダストコントロールで培ったコア技術は、「長く使う」「減らす」「替える」ことを促進する研究開発に活かされ、持続可能な社会の実現に貢献しています。

<b>長く使う</b>	強度のある繊維を用いた洗浄耐久性のあるモップパイルや、マットパイルを再原料化するケミカルリサイクルの研究。
<b>替える</b>	業界紙や官報などの情報から、法改正により想定される規制物質に対する代替材料を研究。
<b>減らす</b>	樹脂容器の薄肉化や、袋サイズの適正化で化石資源由来原料を削減。さらに、生分解性素材を用いた袋の研究で、ワンウェイプラスチック25%排出抑制の目標達成を目指す。

パイル糸を集め、化学的に分解する

原料状態まで戻す

ケミカルリサイクル研究イメージ

樹脂量を削減したボトルに変更

### フードグループ 「安全・安心」そして地球環境に配慮した研究開発

フードグループにおいては、お客様の安全・安心と環境配慮のための研究開発に日々取り組んでいます。フード事業の主力であるミスタードーナツは、安全・安心を徹底的に追求するために、厳格かつ精密な4ステップを実行し、お客様に「おいしい安全」を約束しています。環境課題については、食品ロス削減やオイルのリサイクル、地球環境に配慮した素材選びなど、可能な限りの取り組みを実践することによって循環型社会の実現に貢献したいと考えます。

#### お客様に「おいしい安心」を届ける開発プロセス

ミスタードーナツは、おいしさへのこだわりはもちろん、安全・安心の追求にも余念がありません。商品の開発段階から、ショップでお客様の手に渡るまで、すべての段階で厳しい衛生管理・チェック体制を整えています。どのプロセスでも決して手をゆるめないからこそ、お客様においしさで安全・安心を約束します。

STEP 1 「おいしい安心」をかんがえる

STEP 2 「おいしい安心」をつくる

STEP 3 「おいしい安心」をはこぶ

STEP 4 「おいしい安心」をつたえる

商品の開発段階ごとに、各部門から構成される「安全確認会議」を開催、安全性に関する厳しい審査を行う。

大切な原材料を最良の環境で生産できるよう、原材料工場で定期的な監査を実施。約400項目をすみずみまで確認する。

原材料を全国のショップに届けるための物流センターでは、定期監査で施設管理状態など約300項目を入念にチェック。

ショップでの衛生管理を日々綿密に行うほか、専門部門の検査員によるサニタリーチェックを全店で自主的に実施している。

#### 地球環境に配慮した研究開発

食品ロスから脱炭素化まで、地球環境に配慮した取り組みや研究開発を進めています。閉店後に残ったドーナツは飼料としてリサイクルするなどの活動も行っています。ミスタードーナツのエコ活動は、「エコとりくむド」というキーワードで推し進めています。

<b>食品ロス削減</b>	廃棄個数の削減、残ったドーナツの再資源化、調理オイルのリサイクル活用など。ドーナツリサイクル展開店舗数は957店舗(2024年4月現在)	<p>繰り返し使える陶器・ガラス製食器での提供で、紙・プラスチックの排出を削減</p> <p>レジ袋削減への取り組み</p>
<b>地球環境に配慮した素材選び</b>	地球環境に配慮した素材の使用や、プラスチック使用量の削減に取り組む。一部紙製包材には森林環境に配慮してつくれたFSC®認証紙を使用。	
<b>地球温暖化への対応</b>	日常の省エネ対策、省電力型設備の導入・検証など、ショップでの省エネに取り組む。新規でオープンするショップではLED照明の設置を標準化。	