



2007年3月期 決算説明会

2007年5月21日
株式会社ダスキン

・将来予測とインサイダー取引に関するご注意	3
・決算概況	
2007年3月期 決算概況	5
2007年3月期 セグメント別売上と営業利益	8
2007年3月期 セグメント別事業概要	9
2007年3月期 セグメント別お客様売上高	10
2007年3月期 主要事業の概況	
1 愛の店関連事業	11
2 フードサービス事業	12
3 ケアサービス事業	13
4 その他事業	14
2007年3月期 株主還元について	15
・中期経営方針	
環境分析	17
テーマ、ビジョン及びスローガン	19
基本戦略	
1 家庭市場における事業領域の特定とブランド戦略の再構築	20
2 既存事業の強化	21
3 次世代事業の開発	26
4 コーポレートガバナンスの強化と社会貢献	27
事業戦略	
1 クリーンサービス事業	28
2 ミスタードーナツ事業	29
3 ケアサービス事業	31
投資及びキャッシュ・フロー計画	32
連結数値目標	33
セグメント別数値目標	34
・参考	35

- ・本資料には、当社(連結子会社を含む)の見通し、目標、計画、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。なお、上記の不確定性及び変動可能性を有する要素は多数あり、以下のようなものが含まれます。

- 地震、水害等の自然災害に起因する損害
- 日本、東南アジア等当社が営業活動を行っている、若しくは、行うことを計画している諸国の市場に影響を与える経済情勢、市場の需要並びにそれらにおける競争的環境
- 為替相場の変動
- 経営陣が設定したレベル、又はタイミング通りに生産効率及び向上と設備投資を実施する当社の能力
- 当社が営業活動を行っている市場内における法律、規制及び政府政策の変更で、特に環境保全等において当社事業に影響を与えるもの、又は将来の訴訟やその他の法的手続きを含めたその他の営業活動に影響を与える法律、規制及び政府政策の変更等
- 当社が営業活動を行っている市場内における政治的な不安定さ
- タイムリーに新商品を開発し、それらが市場で受け入れられるようにする当社の能力
- 当社が材料、部品、資材等を調達し、自社製品を製造、流通、販売する主な市場における、燃料供給の不足、交通機能のマヒ、ストライキ、作業の中断、又は労働力確保が中断されたり、困難である状況

以上の不確実性及び変動要素全般に関する追加情報については、当社の有価証券報告書をご参照ください。

インサイダー取引に関するご注意: 企業から直接、未公開の重要事実の伝達を受けた投資家(第一次情報受領者)は当該情報が「公表」される前に株式売買等を行うことが禁じられております(証券取引法第166条)。同法施行令により二以上の報道機関に対して企業が当該情報を公開してから12時間が経過した時点、又は、証券取引所に通知し且つ内閣府令で定める電磁的方法(TDnetの適時開示情報閲覧サービス及びEDINET公開WEBサイト)により掲載された時点をもって「公表」されたものとみなされます。



決算概況

2007年 3月期

2007年3月期 決算概況①

金額単位：百万円

	05/3月期	06/3月期	07/3月期	前期比	
売上高	200,658	193,756	193,790	34	0.0%
営業利益	9,143	11,075	13,986	2,911	26.3%
売上高営業利益率(%)	4.6	5.7	7.2		
経常利益	8,668	11,565	14,944	3,378	29.2%
売上高経常利益率(%)	4.3	6.0	7.7		
当期純利益	1,270	8,554	8,407	△146	△1.7%
売上高当期純利益率(%)	0.6	4.4	4.3		
流動資産	70,228	61,710	67,861	6,150	10.0%
有形固定資産	55,520	54,527	57,095	2,568	4.7%
無形固定資産	4,969	4,642	5,362	720	15.5%
投資その他資産	49,749	59,134	74,874	15,739	26.6%
繰延資産	30	-	-	-	-
流動負債	49,218	46,971	48,114	1,143	2.4%
固定負債	31,192	24,019	17,314	△ 6,704	△17.9%
純資産	100,087	109,023	139,763	30,740	28.2%
有利子負債	37,133	27,990	15,561	12,428	△44.4%

※ 有利子負債＝短期借入金、長期借入金、社債

売上高

- ・07/3月期の連結売上高は1,937億90百万円となり、前期対比34百万円の増加(+0.017%)となりました。
 - ・当社主力である「愛の店関連事業」セグメントは僅かに前期売上高を下回りました。(△0.8%)
 - ・「フードサービス事業」セグメントは、キャンペーンの仕組みを変更した影響で、前期を下回りました。(△2.4%)
 - ・「ケアサービス事業」セグメントは、メリーメイドの好調等で前期を上回りました。(＋7.4%)
 - ・「その他事業」セグメントは、レントオール事業のお客様売上高の好調等で前期を上回りました。(＋8.6%)
- なお、06/3月期の売上高は、携帯電話販売事業をその前期に他社一次代理店へ営業譲渡し事業終結したこと等を主因として69億2百万円減少しております。

営業利益

- ・連結営業利益は139億86百万円となり、前期対比29億11百万円の大幅増益(+26.3%)となりました。
- ・前期(特に上半期)不振であった、「フードサービス事業」セグメントのミスタードーナツ事業が大幅に増益となりました。
- ・「ケアサービス事業」セグメントの(株)ダスキンゼロケア及び「その他事業セグメント」のレントオール事業、ユニフォームサービス事業の赤字幅が大幅に縮小したことを主因として、結果として全セグメントが黒字化しました。

経常利益

- ・連結経常利益は149億44百万円となり、前期対比33億78百万円の大幅増益(+29.2%)となりました。
- ・営業利益の増益に加えて、株式上場の費用(2億46百万円)があったものの、貸倒引当金繰入額が大きく減少(6億26百万円)したこと等により営業損益が改善しました。

当期利益

- ・連結当期純利益は84億7百万円となり、前期対比1億46百万円減少(△1.7%)となりました。
 - ・経常利益が増加したことに加えて、特別損益が改善し、税金等調整前当期純利益が増加したものの、法人税等及び法人税等調整額が増加したことにより減益となりました。
- (法人税等及び法人税等調整額 前期21億72百万円から当期66億41百万円、44億69百万円増加)

なお、05/3月期に大幅減益となっている理由は、05/3月期に減損会計を早期適用し減損損失を46億22百万円計上したことが主な要因です。

総資産

期末総資産は、2,051億93百万円となり、前期末に比べて251億79百万円増加しました。

純資産

少数株主持分を含む期末の純資産は、1,397億63百万円となり前期末に比べて307億40百万円増加しました。

(資本の部の主な変動要因)

- ・株式上場に伴う自己株式の売出しによる影響 (232億16百万円)
- ・利益剰余金の増加 (67億19百万円)

資産増加に係る特記事項

流動資産

「有価証券」が、満期保有目的のCP購入等で、119億83百万円増加

投資等

「投資有価証券」が、債券の購入、取引先との関係強化等の目的による株式購入等で、219億64百万円増加

負債

有利子負債(短期借入金、長期借入金、社債)が、社債の買入消却及び借入金返済の進捗で124億28百万円減少

2007年3月期 セグメント別売上と営業利益

金額単位：百万円

	05/3月期		06/3月期		07/3月期		前期比	
愛の店関連事業								
売上高	110,445		108,279		107,459		△820	△0.8%
営業利益	17,020	15.4%	19,714	18.2%	19,866	18.5%	152	0.8%
フードサービス事業								
売上高	57,170		56,709		55,331		△1,379	△2.4%
営業利益	2,052	3.6%	2,155	3.8%	3,103	5.6%	948	44.0%
ケアサービス事業								
売上高	18,337		19,260		20,678		1,419	7.4%
営業利益	△654	—	△911	—	1	0.0%	914	—
その他事業								
売上高	14,704		9,506		10,321		814	8.6%
営業利益	△1,048	—	△633	—	228	2.2%	862	—
消去又は全社								
売上高	—		—		—		—	—
営業利益	△8,227	—	△9,249	—	△9,213	—	36	—
連結合計								
売上高	200,658		193,756		193,790		34	0.0%
営業利益	9,143	4.6%	11,075	5.7%	13,986	7.2%	2,912	26.3%

※売上高は外部顧客に対する売上高です。

セグメント別概要(売上高、営業利益は2006年度実績)

2007年3月期連結: 売上高1,937億円、営業利益139億円

愛の店関連事業		フードサービス事業		ケアサービス事業		その他	
売上高	1,074億円	売上高	553億円	売上高	206億円	売上高	103億円
営業利益	198億円	営業利益	31億円	営業利益	0億円	営業利益	2億円
クリーンサービス事業 モップ、マット、等のダストコントロール商品をはじめ、レンジフードフィルターや浄水器、空気清浄機、化粧室まわり商品等、暮らしやビジネス環境を便利に快適にする商品群を提供		ミスタードーナツ事業 手づくりのフレッシュなドーナツを提供するミスタードーナツ業態を展開		ケアサービス事業 ハウスクリーニング、家事代行サービス、害虫駆除サービス、庭木のお手入れサービスを提供		レントオール事業 ユニフォームサービス事業 ドリンクサービス事業 ダスキン共益株式会社 ダスキン保険サービス株式会社	
ヘルス&ビューティ事業 スキンケア化粧品や健康食品の開発、カウンセリング販売とサービスの提供		フードチェーン事業 カフェ「カフェデュモンド」、かつ専門店「かつアンドかつ」、等を展開		ホームインステッド事業 高齢者の身の回りのお世話や家事のお手伝いサービスを提供			
		(株)どん 海鮮丼を中心に新鮮な海の幸や旬の素材を使った丼、等を提供		(株)ダスキンヘルスケア 病院に対して衛生管理、診療材料の滅菌、等のサービスを提供			
				(株)ダスキンゼロケア 在宅介護を支援する公的介護保険適用のサービスを提供			

2007年3月期 セグメント別お客様売上高

金額単位: 百万円

	05/3月期		06/3月期			07/3月期		
	金額	構成比	金額	構成比	前期比	金額	構成比	前期比
愛の店関連事業	247,505	55.9%	243,040	55.0%	△1.8%	239,997	53.5%	△1.3%
フードサービス事業	134,105	30.3%	134,927	30.5%	0.6%	140,372	31.3%	4.0%
ケアサービス事業	46,921	10.6%	49,303	11.2%	5.1%	52,372	11.7%	6.2%
その他事業	14,398	3.3%	14,787	3.3%	2.7%	15,864	3.5%	7.3%
総合計	442,931	100%	442,059	100%	△0.2%	448,607	100%	1.5%

(注) ダスキン全国チェーン店お客様売上高(本資料におきましては「お客様売上高」と記載します。)は、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。

なお、上記金額には、SEED RESTAURANT GROUP,INC. 及び株式会社ヒガ・インダストリーズに係るお客様売上高は含んでおりません。

金額単位：百万円

	05/3月期		06/3月期		07/3月期		前期比	
愛の店関連事業								
売上高	110,445		108,279		107,459		△820	△0.8%
営業利益	17,020	15.4%	19,714	18.2%	19,866	18.5%	152	0.8%

クリーンサービス事業

- ・愛の店関連事業の中核をなすクリーンサービス事業は、家庭市場売上がほぼ47%、事業所市場売上が53%を占めております。
- ・07年3月期におきましては、家庭市場のモップ売上は微減となりましたが、高付加価値の新機能モップ(アレル物質抑制成分配合)の売上が伸長、特に20~30歳代の新規お客様層の獲得につながり、家庭市場の売上減少幅の縮小に大きく貢献。
- ・事業所市場におきましては、キャビネットタオル等が苦戦しましたが、オーダーメイドマット、空気清浄機「クリーン空感」の売上は好調に推移。
- ・結果的に、家庭市場は1.0%減少、事業所市場は0.2%の売上増加。

金額単位：百万円

	05/3月期		06/3月期		07/3月期		前期比	
フードサービス事業								
売上高	57,170		56,709		55,331		△1,379	△2.4%
営業利益	2,052	3.6%	2,155	3.8%	3,103	5.6%	948	44.0%

ミスタードーナツ事業

売上

- ・新商品（アイスカフェオレ、オールドファッション抹茶）が好評を博し、加えてセール実施日数増加効果もあってお客様売上の増加に伴うロイヤルティ収入の増加。
- ・一方、ミスドクラブポイントカードを導入しキャンペーンの仕組みを変更したことにより加盟店に対する販促品（プレミアム）売上が大きく減少。

営業利益

- ・前期（2006年3月期）は、売上不振に伴い緊急対策として販促費用を期中に積み増したが、今期は通常ベースの運営を実施し、それに見合う部分が前期と比較して減少。

金額単位：百万円

	05/3月期		06/3月期		07/3月期		前期比	
ケアサービス事業								
売上高	18,337		19,260		20,678		1,419	7.4%
営業利益	△654	—	△911	—	1	0.0%	914	—

ケアサービス4事業

売上

- ・メリーメイドの家事サービス、お掃除サービスが好調に推移。
(サービスマスターとメリーメイドのサービスメニューを改編した影響)
- ・サービスマスターのコントラクトサービスが好調に推移、顧客の定期化の促進でお客様売上高が増加し、ロイヤルティ収入が増加。また薬剤、資器材売上も伸長。
- ・メリーメイドの直営店売上も伸長。

営業利益

- ・サービスマスターとメリーメイドのサービスメニュー改編のための経費
(政策費及び広告費用)が増加。

介護関連の事業

- ・介護関連の事業(ホームインステッド事業、(株)ダスキンゼロケア)につきましては、設立から約2年半が経過し、お客様の認知度が向上したダスキンゼロケアの売上増加が顕著であり、ホームインステッド事業も合わせて順調に推移しました。
- ・ダスキンゼロケアにおける拠点配備等の先行投資の影響から、依然赤字を計上しておりますが、売上増加に伴い、赤字幅は大きく縮小し、収支は確実に改善しております。

金額単位：百万円

	05/3月期		06/3月期		07/3月期		前期比	
その他事業								
売上高	14,704		9,506		10,321		814	8.6%
営業利益	△1,048	—	△633	—	228	2.2%	862	—

その他の事業

その他事業セグメントのレントオール事業は、介護保険法改正の影響を受けて、介護関連のヘルスレント商品売上が減少しましたが、お客様売上高は伸長し、ロイヤルティ収入が増加したことにより、売上高は前期を上回りました。営業利益は依然として赤字となりましたが、原価、経費の圧縮及びロイヤルティの増加に伴う売上構成の変化等により、赤字幅は大きく圧縮しております。

またユニフォームサービス事業につきましては、売上高は微減となりましたがレンタル原価のうちリース費用が減少したことを主因として原価が減少したことにより、依然赤字を計上しておりますが、赤字幅を大幅に圧縮できました。

	06/3期	07/3期	08/3期(予想)
1株当たり年間配当金(円)	150	40	35
	(30)	—	—
普通配当(円)	150	30	35
	(30)	—	—
記念配当(円)	0	10	0

配当総額(百万円)	1,603	2,695	2,358
連結配当性向(%)	18.9	28.0	38.7
連結純資産当期利益率(ROE)(%)	8.2	6.8	—
連結純資産配当率(DOE)(%)	1.5	2.0	—

※ 2006.10.16 1株を5株の割合で株式分割しております。

06/3期の年間配当金欄及び普通配当欄の()書きは、1株当たり年間配当金を5で除した額を記載しております。

また、各指標につきましては、決算短信記載要領に基づいて算出しております。



中期経営方針

2008年3月期～2010年3月期について

環境分析

マクロ環境

- 少子高齢化の進展、総人口の減少及び世帯数の増加等に伴うマーケット環境の変化
- 高齢者雇用問題や共働き世帯の増加等の雇用環境の変化
- 原油価格の変動に伴う原価変動リスクの増大

既存主要事業分野の『外部』環境

クリーンサービス事業

- ・ 業界全体の成長は横這いの傾向
- ・ 女性の社会進出に伴う専業主婦比率の低下及び主婦の在宅率の低下
- ・ 安価で使い捨ての不織布モップの定着
- ・ 主顧客層である小規模事業所数の減少並びに大規模事業所への集約化の進展

ミスタードーナツ事業

- ・ 外食市場の成長は横這い傾向、中食市場は拡大
- ・ カフェチェーンの台頭等、競合激化と同業種の出現
- ・ コンビニエンスストア、ベーカリーチェーンを中心とした中食市場の拡大に伴うドーナツ代替品の多様化

ケアサービス事業

- ・ 人材獲得競争の激化
- ・ 事業への参入障壁の低さに起因する多種多様(異業種、専業チェーン、零細等)な競合の参入

既存主要事業分野の『内部』環境

クリーンサービス事業

- ・ 販売員が高齢化、及び減少
- ・ トータル提案が十分にできない事業別組織
- ・ 20歳代、30歳代の掃除離れに起因する当社顧客層の偏り(顧客層の高齢化)
- ・ 加盟店オーナーの高齢化に伴う世代交替

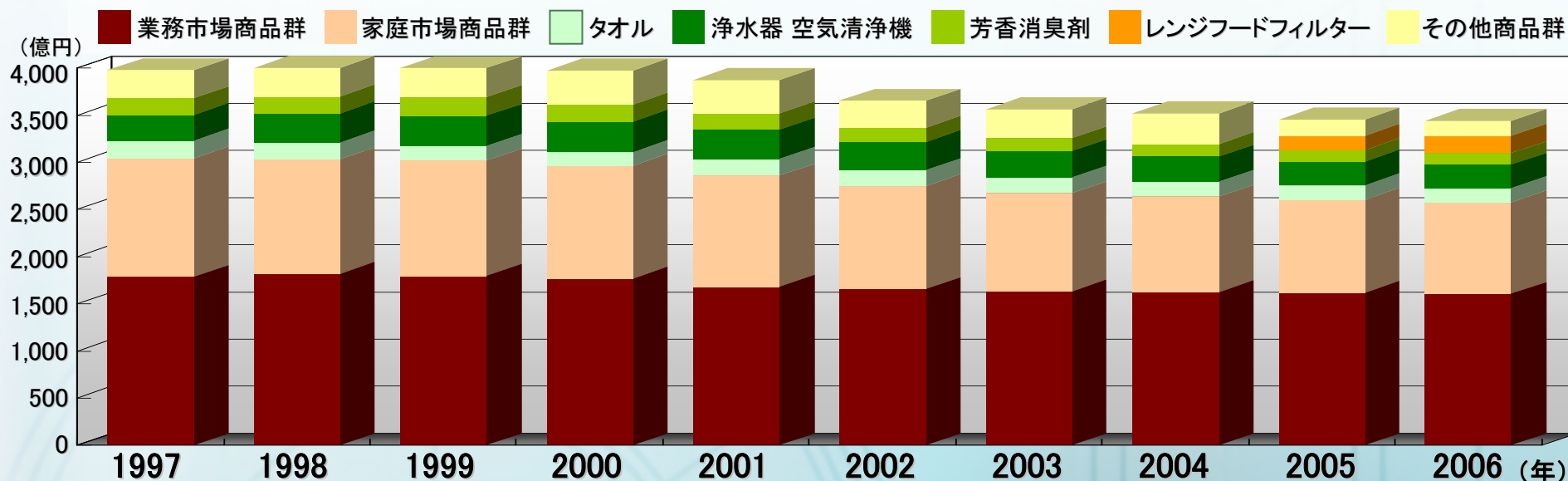
ミスタードーナツ事業

- ・ 首都圏等の都市部商圏の空白化(店舗展開の遅滞)
- ・ 店舗の老朽化

ケアサービス事業

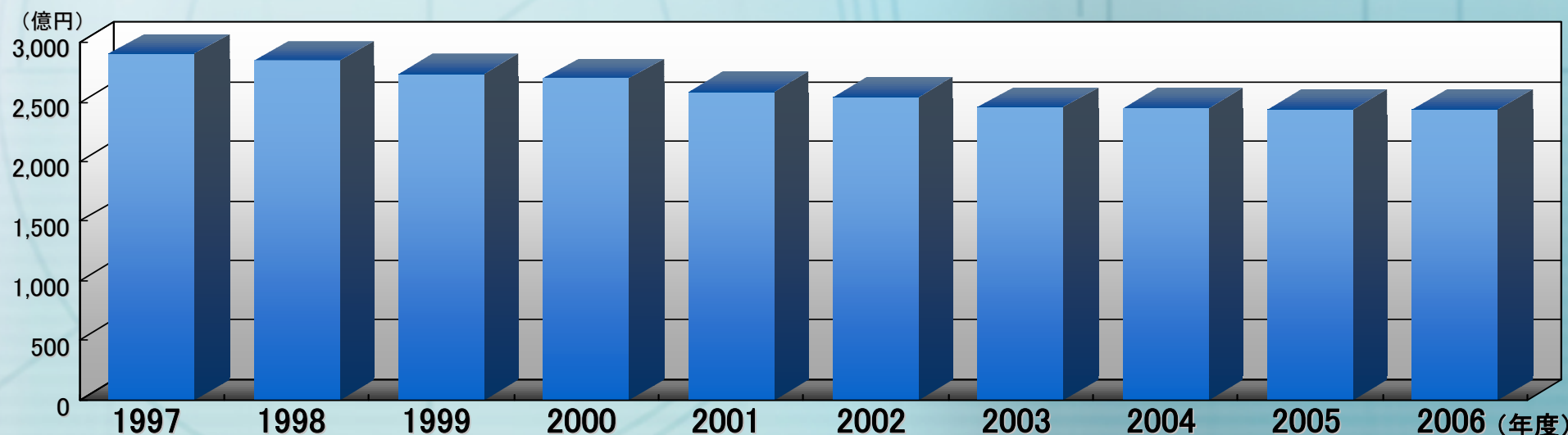
- ・ 加盟店オーナーの高齢化に伴う世代交替
- ・ サービス内容の多様化に伴い、サービス人員の技術及び営業レベルの向上が課題

ダストコントロールレンタル市場規模の推移(過去10年)



出典:(社)日本ダストコントロール協会

外食産業売上推移(過去10年)



出典:(財)外食産業総合調査研究センター

中期経営方針のテーマ

共生と飛躍

- 「共生」…………… パートナーとしての加盟店をはじめ、すべてのステークホルダーに
当社の企業姿勢、経営理念を理解していただき、地域・社会の皆様からの信頼を勝ち取り
共に喜びを分かち合うこと。
- 「飛躍」…………… お客様の要望を捉え事業の成長を図ると共に、
新事業開発及び、展開を行い、地域・社会に対して貢献すること。

中期ビジョン

お客様との親密性、地域での信頼性No.1

目指す方向性は、お客様との親密性、地域での信頼度においてNo.1の企業グループとなること。

企業グループスローガン

街いちばんの喜びを 街いちばんの信頼で

一人ひとりが、それぞれの地域でお客様が喜びを感じるサービスを提供することで、
地域で最も喜ばれ、信頼度No.1の従業員や事業所でありたいとの強い願いを込めると共に
加盟店を含む企業グループ全員の意識を共有化し、徹底を図る。

基本戦略

1. 家庭市場における事業領域の特定とブランド戦略の再構築

① ヒューマンケア事業領域

個人の心身の快適さに関する訪問サービスを提供する領域であり健康ニーズに対応する役務サービスを基点に展開

② ホームサービス事業領域

「お届け」「役務」といったサービスの提供方法にとらわれず家庭の安全・安心・快適の支援サービスを幅広く提供

③ タウンショップ事業領域

毎日の生活の中で、気軽に利用できる身近なくつろぎの場を提供

提供する価値

安心

快適

楽しみ

お届け

役務

対象となる生活領域

個人

家庭

街(戸外)

ヒューマンケア事業領域

ヘルス&ビューティ

ホームインステッド

ヘルスレント

ダスキンゼロケア

ホームサービス事業領域

クリーンサービス

サービスマスター

メリーメイド

レントオール

ターミニックス

トゥルグリーン

ドリンクサービス

タウンショップ事業領域

ミスタードーナツ

どん

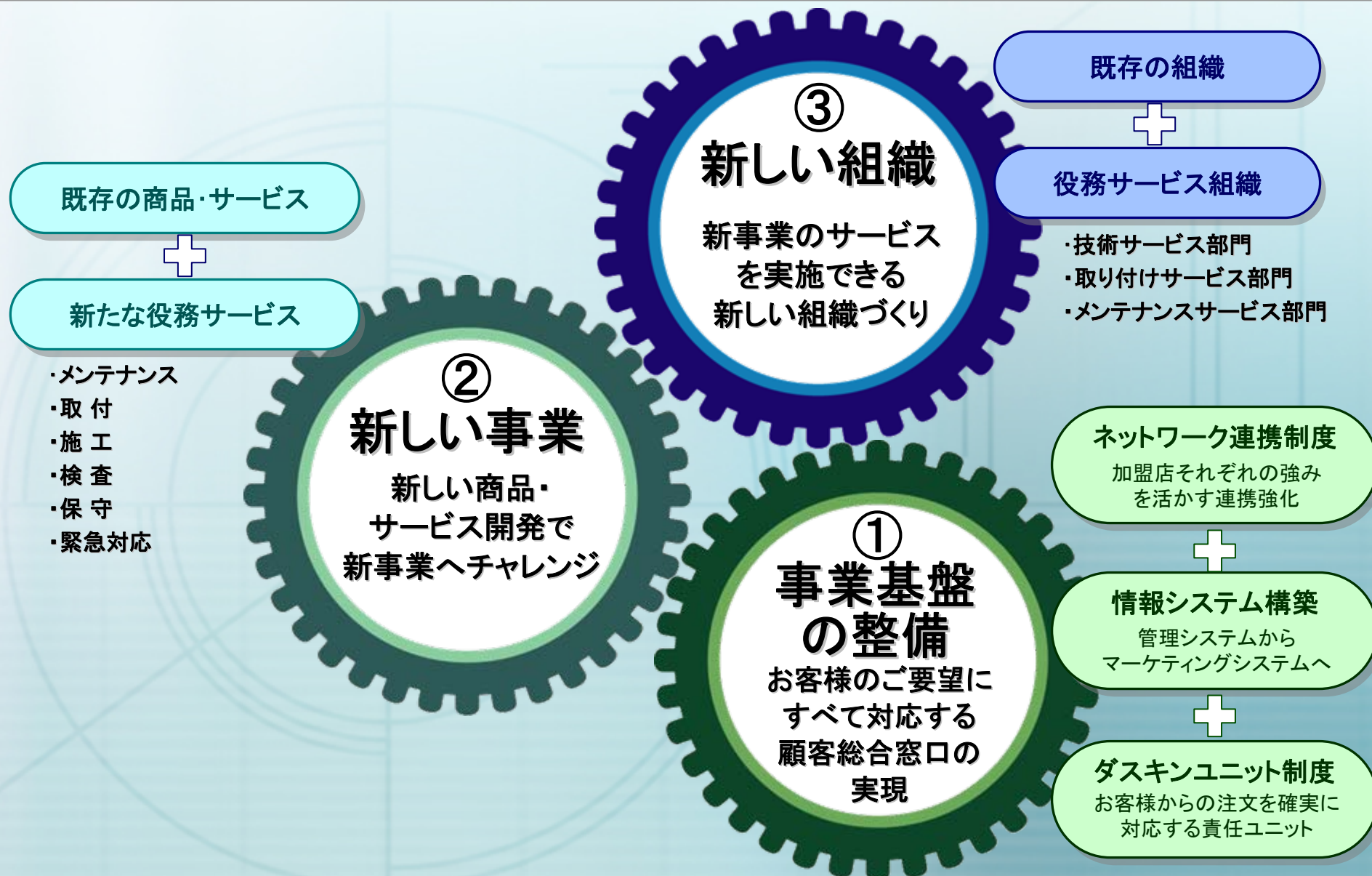
カフェデュモンド

かつアンドかつ

基本戦略

2. 既存事業の強化

[1] ネットワーク計画の推進による新たな価値の提供



基本戦略

2. 既存事業の強化

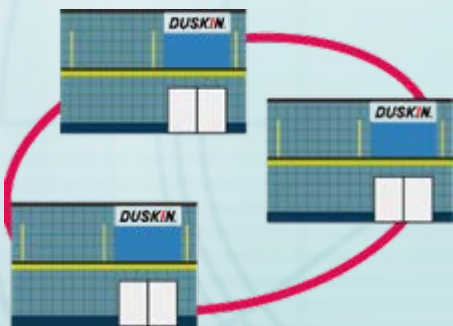
[1] ネットワーク計画の推進による新たな価値の提供

① 事業基盤の整備

ネットワーク参画店は、お客様にすべての商品・サービスを均一に提供できる当社の「お客様の総合窓口」となります。

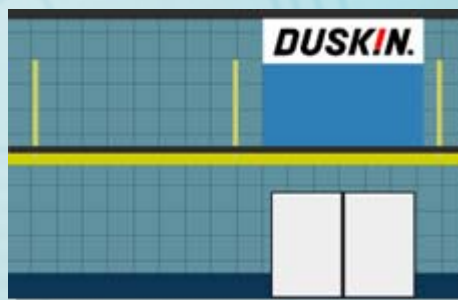
1 ネットワーク連携制度

すべての商品・サービスをお客様に均一に提供できる加盟店連携の構築



お客様

【お客様総合窓口一本化の実現】

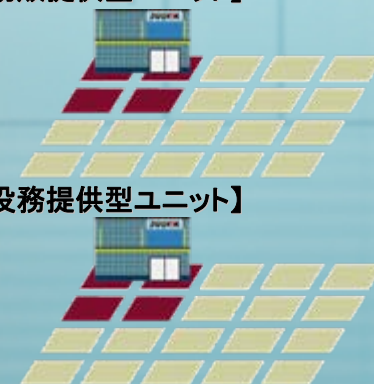


ネットワーク参画店

2 ダスキンユニット制度

お客様からのご注文・ご要望に確実に対応できる責任ユニット制度の導入

サービス品質を提供するユニット
【物販提供型ユニット】



【役務提供型ユニット】

3 情報システム構築

ネットワーク計画の制度・政策を具現化するために必要な情報システムの構築

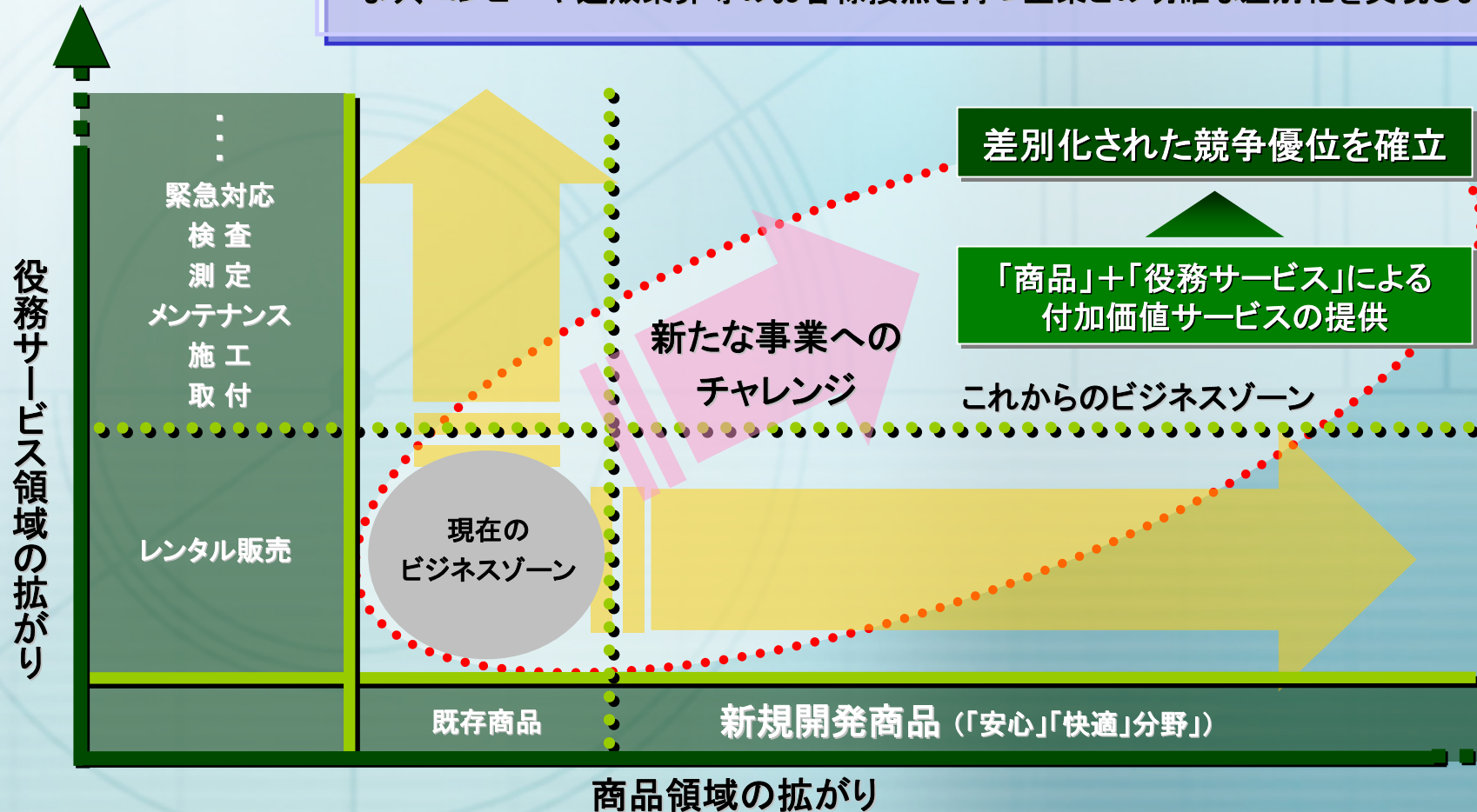
基本戦略

2. 既存事業の強化

[1] ネットワーク計画の推進による新たな価値の提供

② 新しい事業の考え方

「安心」「快適」の分野において、取付、メンテナンス、施工等の役務サービスを付加した新規開発商品により、社会構造の変化に対応できる新しい事業へチャレンジしていきます。この事は、当社が築いたお客様との「絆」を活かした新たなビジネスモデルの確立となり、コンビニや通販業界等のお客様接点を持つ企業との明確な差別化を実現します。



基本戦略

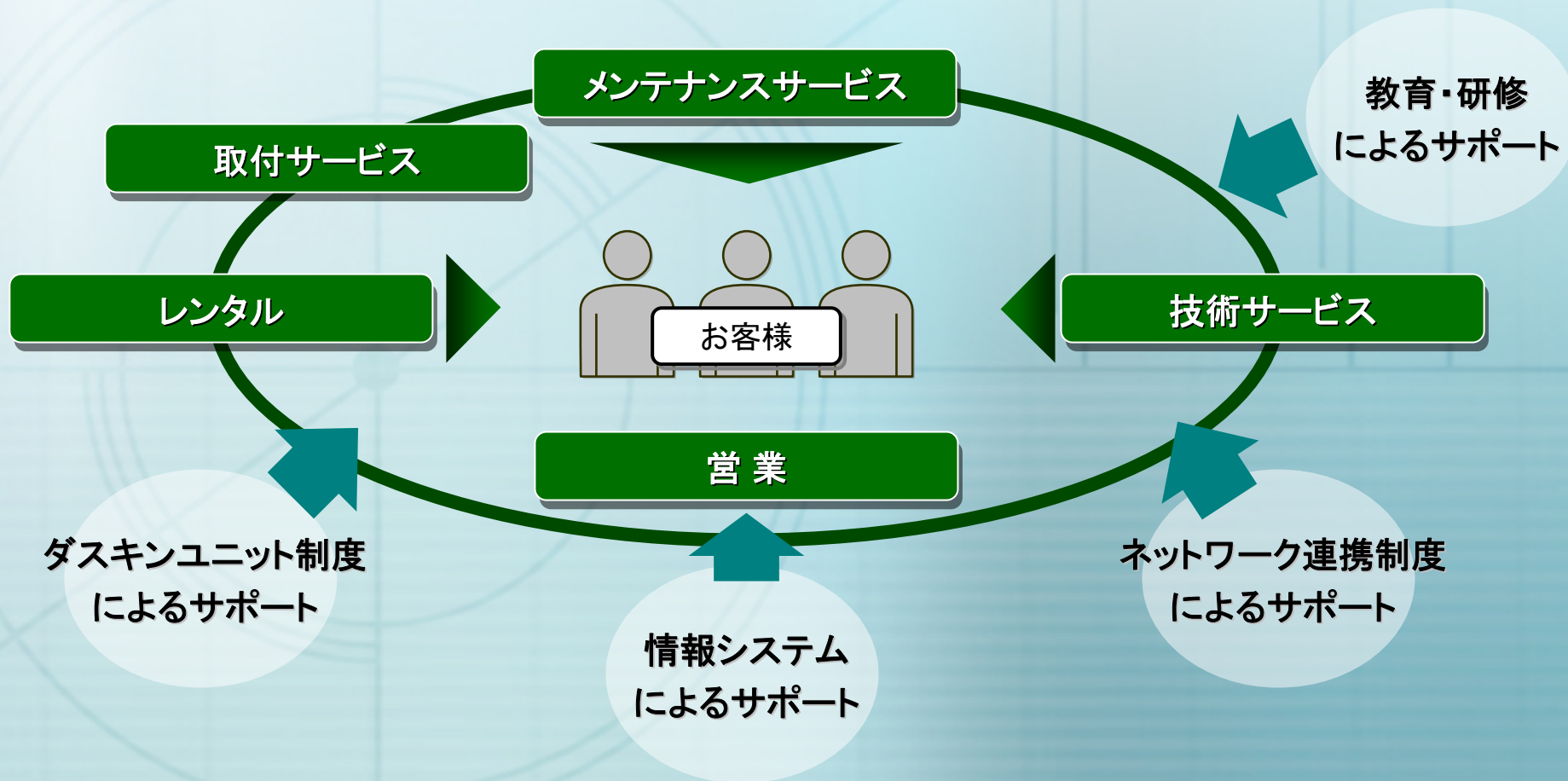
2. 既存事業の強化

[1] ネットワーク計画の推進による新たな価値の提供

③ 新しい組織の考え方

ビジネスの拡がりにあわせ、より専門的な機能に分化し、それぞれが助け合い、ネットワークでつながる活気あふれる組織づくりを始めます。

当社ならではの専門サービスを提供できる組織づくりへ



基本戦略

2. 既存事業の強化

[2] 海外戦略

クリーンサービス事業・ミスタードーナツ事業については、日本と近い文化を持ちビジネスモデルが活用しやすい東南アジア諸国に対して、主体的に事業展開を行っていきます。

		現地会社	当社出資比率	手法	お客様売上高 (百万円)(2006年)	店舗数 (軒数)	
台湾	クリーンサービス	楽清服務股份有限公司	統一超商 (51%) 当社 (49%)	合併契約	1,481	10	
	ミスタードーナツ	統一多拿滋股份有限公司	統一超商 (50%) 当社 (50%)	合併契約	2,198	18	
中国	上海	クリーンサービス	楽清(上海)清潔用具租賃有限公司	ダスキン香港 (85%) ダスキン台湾 (15%) (当社出資比率 計58.35%)	合併契約	—	—
		ミスタードーナツ	上海丸仁楽清食品有限公司	当社 (51%) 丸仁 (49%)	合併契約	243	8
	進出地域 検討中	ミスタードーナツ	検討中	ライセンス契約も含めて検討中	—	—	
韓国	ミスタードーナツ	MISTER DONUT KOREA CO.,LTD.	当社 (60%) 三井物産 (28%) 韓国三井物産 (12%)	合併契約	—	(注) 1	
フィリピン	ミスタードーナツ	フードフェスト社	当社出資無し	ライセンス契約	2,371	1,268	
タイ	ミスタードーナツ	セントラルグループ	当社出資無し	ライセンス契約	3,825	181	

(注) 2007年4月27日 ソウル市内明洞に第1号店明洞ショップをオープンしました。

※ 店舗数は2007年3月末現在 コンビニ、キオスクショップ含む。

基本戦略

3. 次世代事業の開発

新事業のフランチャイズ展開を早期に実現するには、「独自にゼロから新規事業を創出する」手法だけでは限界があります。そこで今後は、フランチャイズファンド、M&A、他社との提携等を積極的に推進して参ります。これらの推進部署として、07年4月より「新規事業開発プロジェクト」を新設しております。

フランチャイズファンドの活用

ブランド力・販売チャネル・人材が未整備な初期段階の企業若しくは、事業モデルを投資対象とし、新規性・意外性のあるフランチャイズ事業のシーズを発掘して参ります。

M&Aの活用

当社の成長戦略の中で不足しているノウハウ・ブランド・人材等を他社資産で補完しスピーディに成長戦略を実現していきます。

新規事業の 開発

他社との業務提携の活用

当社にない強みを持つ企業と業務提携を結ぶことにより、多様化するお客様のニーズに幅広く応えて参ります。

ITを利用したネットワークサービスの活用

ユビキタスネットワーク時代を迎えインターネット等を利用することにより当社の商品・サービスに付加価値を加えお客様に提供して参ります。

基本戦略

4. コーポレートガバナンスの強化と社会貢献

コーポレートガバナンスの強化

「経営理念を実践する」ことが、当社にとってのコーポレートガバナンスと考えます。
そのために、これまで実行してきたコーポレートガバナンス活動を整理・整頓し、更に、実効性を高め「信頼される誠実な企業」を確立します。

「ダスキンのエコ」の追求

創業以来、独自のレンタルシステムで商品をお届けしてきましたが、その事業活動の根幹には商品を何度も使い、寿命が尽きるまで使い切るという発想があります。
当社は、まさに「もったいない」から始まったビジネスです。
これからも、循環型社会の実現に向けて、「ダスキンのエコ」を追求し地域の人々と喜びを分かち合いながら、心豊かな暮らしに貢献して参ります。

ダスキン環境方針

「暮らしと地球環境のために「ダスキンのエコ」を追求

- 1 環境負荷の少ない商品・サービスの設計・開発・選択
- 2 環境負荷が少ない工場稼働
- 3 環境負荷の少ない物流と営業・販促活動
- 4 環境負荷の少ないオフィス活動や施設・設備
- 5 環境負荷の少ない社会づくりへの貢献

環境方針に則り

- ・「チームマイナス6%」に参加し地球温暖化防止のためCO2削減に取り組みます。
- ・国際規格ISO14001に基いた環境マネジメントシステムを全社において推進します。



みんなで止めよう温暖化

チーム・マイナス6% www.team-6.jp

事業戦略

1. クリーンサービス事業

2010年3月期売上高を、2007年3月期対比で
家庭市場で5%、事業所市場で2.5%の成長を図ります。

① ネットワーク化推進による顧客数の増加

② 家庭市場における「健康」を切り口とした新商品群による
顧客数の増加

③ 商品調達の海外シフトによるコストダウン

④ 海外(台湾、上海)展開の強化

キャンペーンの仕組み変更、移転・改装促進や
都心型高級店舗の出店による事業規模の拡大等で
着実にお客様数増加を図ります

①ミスドポイントカードの定着化によるお客様層の拡大

②改装の促進と不採算店の閉鎖、移転の促進

③空白商圈への既存ブランド店舗の出店拡大

④新ブランドによる都心型高級店舗の戦略的展開

⑤サンドウィッチ、オープン商品の拡充による時間帯別マーケティング

⑥上海、台湾への新規出店と韓国への進出

事業戦略

2. ミスタードーナツ事業

■ 都心型高級店舗の戦略的展開



07年4月 高級業態「アンドナンド」第1号店
「渋谷公園通りショップ」オープン

・4月20日のオープンから
5月15日まで

1日平均売上高
1,082千円

・初年度見込み

出店数見込み 6店
合計売上高 700百万円

■ 海外展開の強化



07年4月 中国、台湾に続き韓国に
第1号店「明洞ショップ」オープン

・4月27日のオープンから
5月15日まで

1日平均売上高
720千円

・初年度見込み

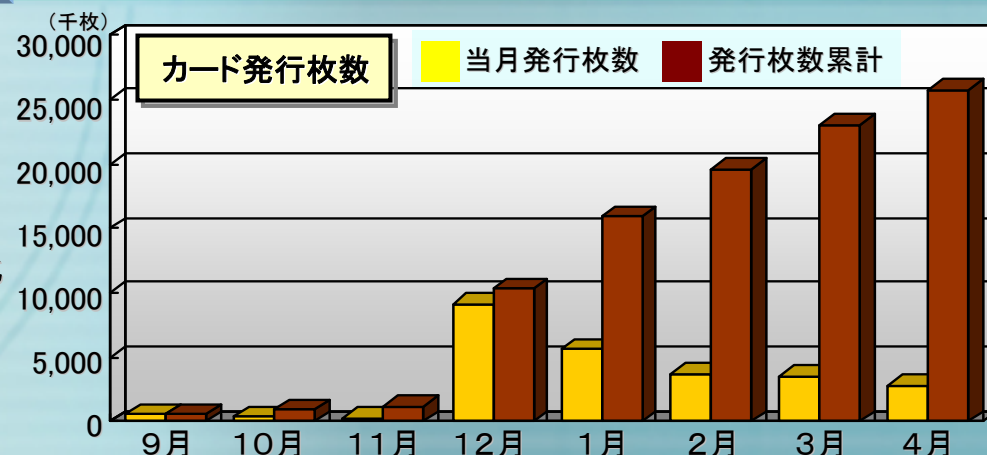
出店数見込み 6店
合計売上高 271百万円

■ ミスドポイントカードの定着化



06年12月 本格導入
(06年9月東北地域限定先行導入)

・来店頻度向上
・ポイントカードの定着化
によるお客様層の拡大



定期お客様比率を高めること及びネットワーク化による
お客様の囲い込み、新規出店の拡大等で、
2010年3月期ケアサービス事業売上高を
2007年3月期対比で、6%の成長を図ります。

- ① 定期的性の高いメニューへの販促資源の集中
- ② 「健康」「快適」「安全・安心」をテーマにした新サービスの開発
- ③ ネットワーク化の推進による顧客満足度の向上
- ④ 店舗数の拡大

中期経営方針(08/3期～10/3期)について

投資及びキャッシュ・フロー計画

投資計画

金額単位:百万円

	07/3月期	08/3月期予測	09/3月期計画	10/3月期計画
建物、設備等	3,000	6,000	4,700	4,800
レンタル固定資産等	2,300	1,900	1,900	1,900
ネットワーク計画関連	1,250	1,650	2,250	400
システム関連	1,600	1,250	1,550	1,300
その他	600	600	700	500
合計	8,750	11,400	11,100	8,900

※ 08年3月期予測の建物、設備等には、研修センター建設関連費用1,500百万円を含んでおります。

キャッシュ・フロー計画

金額単位:百万円

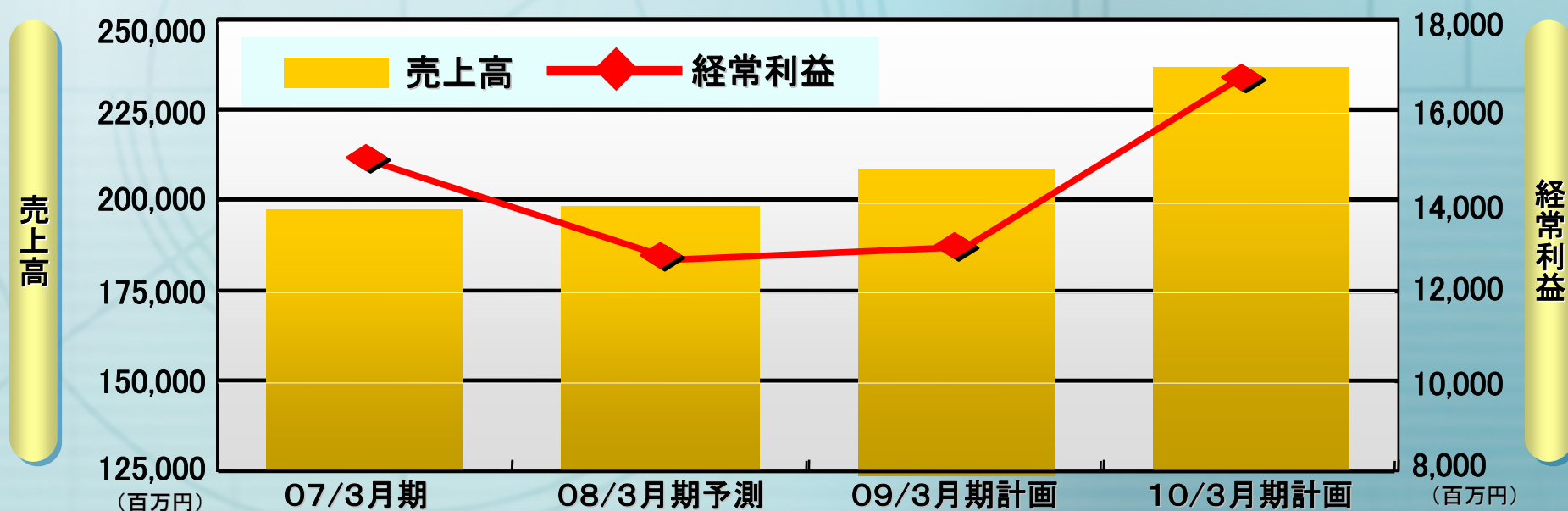
	07/3月期	08/3月期予測	09/3月期計画	10/3月期計画
営業活動によるキャッシュ・フロー	18,364	8,900	11,100	13,100
投資活動によるキャッシュ・フロー	△27,769	△9,200	△8,400	△8,700
財務活動によるキャッシュ・フロー	10,061	△5,700	△6,300	△3,100
現金及び現金同等物の増減額	743	△6,000	△3,700	1,300
現金及び現金同等物の期首残高	34,151	34,900	28,900	25,300
現金及び現金同等物の期末残高	34,894	28,900	25,300	26,600

中期経営方針(08/3期～10/3期)について

連結数値目標

金額単位:百万円

	07/3月期	08/3月期予測		09/3月期計画		10/3月期計画		07/3
	金額	金額	前期比	金額	前期比	金額	前期比	月期比
売上高	193,790	195,700	1.0%	204,000	4.2%	235,000	15.2%	21.3%
営業利益	13,986	11,800	△15.6%	12,000	1.7%	16,100	34.2%	15.1%
売上高営業利益率(%)	7.2	6.0		5.9		6.9		
経常利益	14,944	12,300	△17.7%	13,100	6.5%	16,500	26.0%	10.4%
売上高経常利益率(%)	7.7	6.3		6.4		7.0		
当期純利益	8,407	6,100	△27.4%	6,700	9.8%	9,000	34.3%	7.1%
売上高当期純利益率(%)	4.3	3.1		3.3		3.8		



中期経営方針(08/3期～10/3期)について

セグメント別数値目標

金額単位:百万円

	07/3月期		08/3月期予測		09/3月期計画		10/3月期計画	
	金額	利益率	金額	利益率	金額	利益率	金額	利益率
愛の店関連事業								
売上高	107,459		109,200		111,400		11,5200	
営業利益	19,866	18.5%	19,200	17.6%	19,300	17.3%	20,900	18.1%
フードサービス事業								
売上高	55,331		54,300		57,600		61,600	
営業利益	3,103	5.6%	3,400	6.3%	3,600	6.3%	3,800	6.2%
ケアサービス事業								
売上高	20,678		22,000		22,500		23,900	
営業利益	1	0.0%	600	2.7%	700	3.1%	1,200	5.0%
その他事業								
売上高	10,321		10,200		12,500		※ 34,400	
営業利益	228	2.2%	400	3.9%	600	4.8%	※ 1,500	4.4%

※新規事業の売上見込み20,000百万円、それに伴う営業利益500百万円を含んでおります。

消去又は全社

売上高	—		—		—		—	
営業利益	△9,213	—	△11,800	—	△12,200	—	△11,300	—

連結合計

売上高	193,790		195,700		204,000		235,000	
営業利益	13,986	7.2%	11,800	6.0%	12,000	5.9%	16,100	6.9%

2007年3月期決算概況

株式会社ダスキン単体

金額単位:百万円

	05/3月期	06/3月期	07/3月期	前期比	
売上高	176,441	171,495	169,205	△2,290	△1.3%
営業利益	7,581	9,593	11,384	1,791	18.7%
売上高営業利益率(%)	4.3	5.6	6.7		
経常利益	7,605	12,032	13,474	1,441	12.0%
売上高経常利益率(%)	4.3	7.0	8.0		
当期純利益	6,034	4,831	7,759	2,927	60.6%
売上高当期純利益率(%)	3.4	2.8	4.6		

クリーンサービス事業における資源循環型ビジネスモデル

モップ、マット、等のレンタル

商品を何度も何度も使い、寿命が尽きるまで使い切るという発想が根幹



強み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に時間と費用を要するため、競争は少ない。

強み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。特に家庭用市場における顧客基盤が強固である。