

2011年3月期

決算説明会

株式会社ダスキン

2011年5月27日



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。

決算短信の20ページ(追加情報)に記載の通り、当期より「セグメント情報等の開示に関する会計基準」(企業会計基準第17号 平成21年3月27日)及び「セグメント情報等の開示に関する会計基準の適用指針」(企業会計基準適用指針第20号 平成20年3月21日)を適用しております。

同19ページ[セグメント情報]の(注)2に記載の通り、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。

決算概況

連結業績 ハイライト	2
売上高の状況	3
営業利益の状況	5
経常利益の状況	7
当期純利益の状況	9
連結貸借対照表の状況	11

セグメント別売上高と営業利益

セグメント別ハイライト	13
主要事業の概況	
(1) クリーングループ	14
(2) フードグループ	18
(3) その他・全社	22

2011年3月期 業績予想との比較

2011年3月期 業績予想と実績との比較	25
----------------------------	----

2012年3月期 通期業績予想について

2012年3月期 通期業績予想	27
セグメント別売上高と営業利益予想	29

配当について

2011年3月期 配当について	33
-----------------------	----

ご参考

個別決算概況	35
セグメント別事業概要	36
事業別お客様売上高	38
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と強み	39

2011年3月期 決算概況



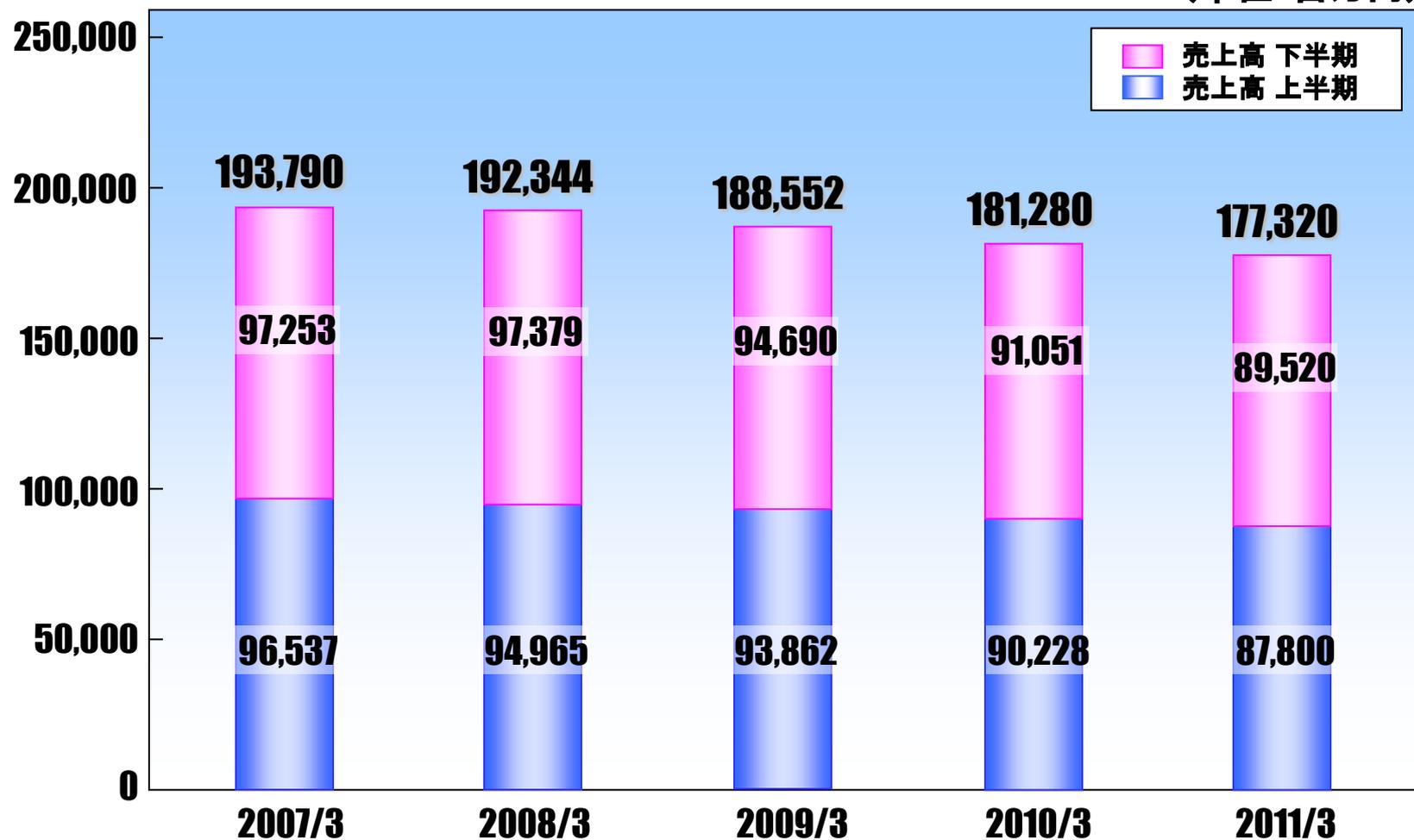
連結業績

(単位:百万円)

	2010/3月期	2011/3月期	前期比増減	
			額	率(%)
売上高	181,280	177,320	△3,959	△2.2
営業利益	12,129	10,937	△1,192	△9.8
売上高営業利益率(%)	(6.7)	(6.2)	(△0.5)	—
経常利益	13,806	12,613	△1,193	△8.6
売上高経常利益率(%)	(7.6)	(7.1)	(△0.5)	—
当期純利益	7,824	5,248	△2,575	△32.9
売上高当期純利益率(%)	(4.3)	(3.0)	(△1.4)	—

■ 連結売上高の推移

(単位:百万円)



■連結売上高のポイント

当期は、組織を事業別からマーケット別に変更し、事業間の相乗効果発揮を目指しましたが、お客様の生活防衛意識・節約志向が一段と高まる等、減収傾向に歯止めをかけることが出来ませんでした。

2011/3月期の連結売上高

1,773億20百万円 前期比 $\Delta 39$ 億59百万円($\Delta 2.2\%$)

【会計処理基準の変更】

従来、加盟店に対するシステム、機械設備等の賃貸収入及び費用は営業外損益に計上しておりましたが、当期より「売上高」「売上原価」及び「販売費及び一般管理費」に計上する方法に変更しております。

この会計処理基準の変更により、従来の方法に比べて、売上高は21億33百万円増加しております。この影響を除いた売上高は1,751億87百万円であり、これを前期と比較しますと、60億92百万円(3.4%)の減少となります。

尚、震災による影響は4~5億円と見ております。

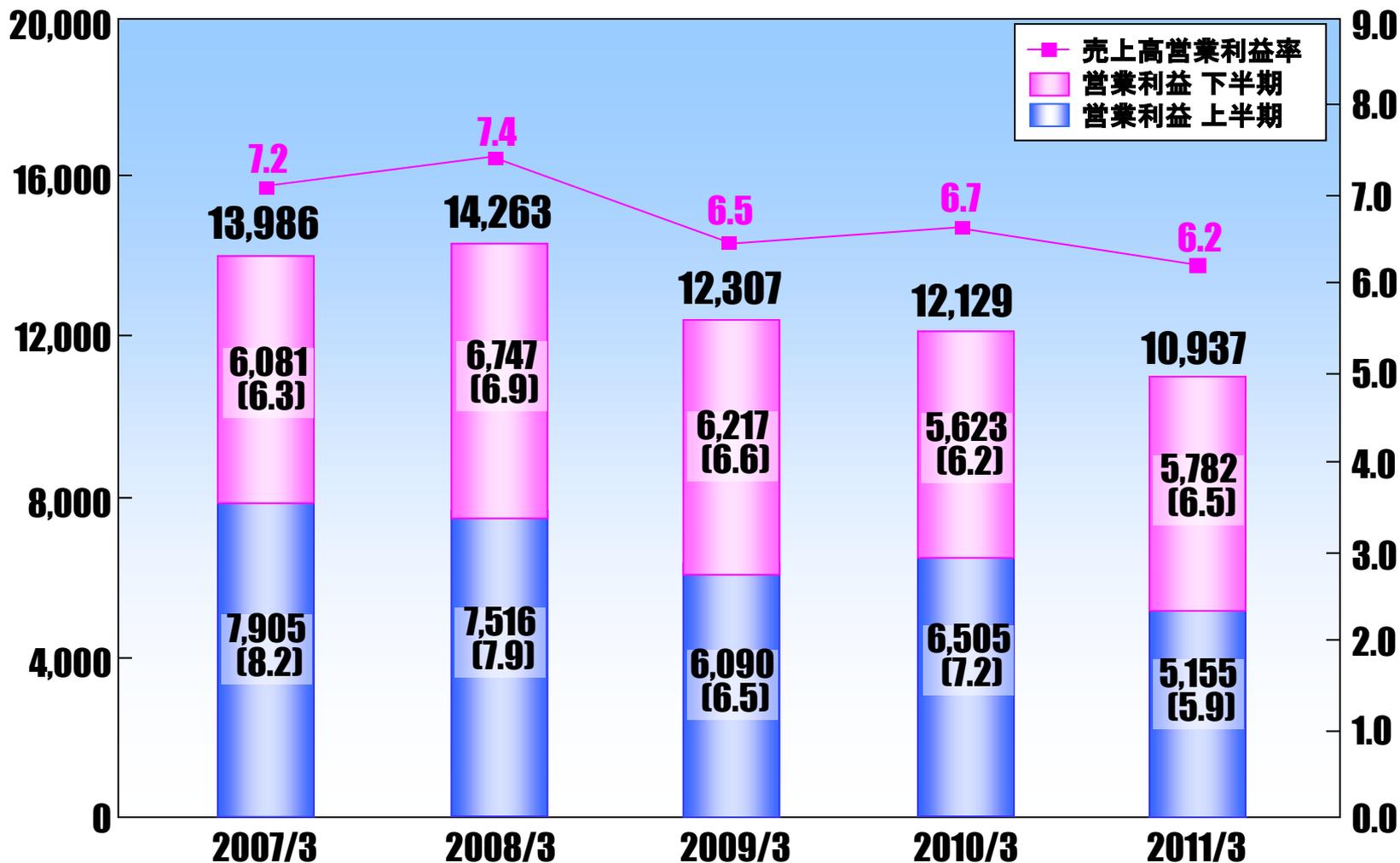
会計処理基準変更の影響を除いた連結売上高

1,751億87百万円 前期比 $\Delta 60$ 億92百万円($\Delta 3.4\%$)

■連結営業利益(率)の推移

(単位:百万円)

(単位:%)



■連結営業利益のポイント

2011/3月期の連結営業利益

109億37百万円 前期比 Δ 11億92百万円(Δ 9.8%)

主な増減要因

- ①会計処理基準変更に伴う営業利益の増加額 12億円
 営業利益影響額 1,194百万円
 (売上高2,133百万円-営業費用939百万円)

会計処理基準変更の影響を除いた営業利益

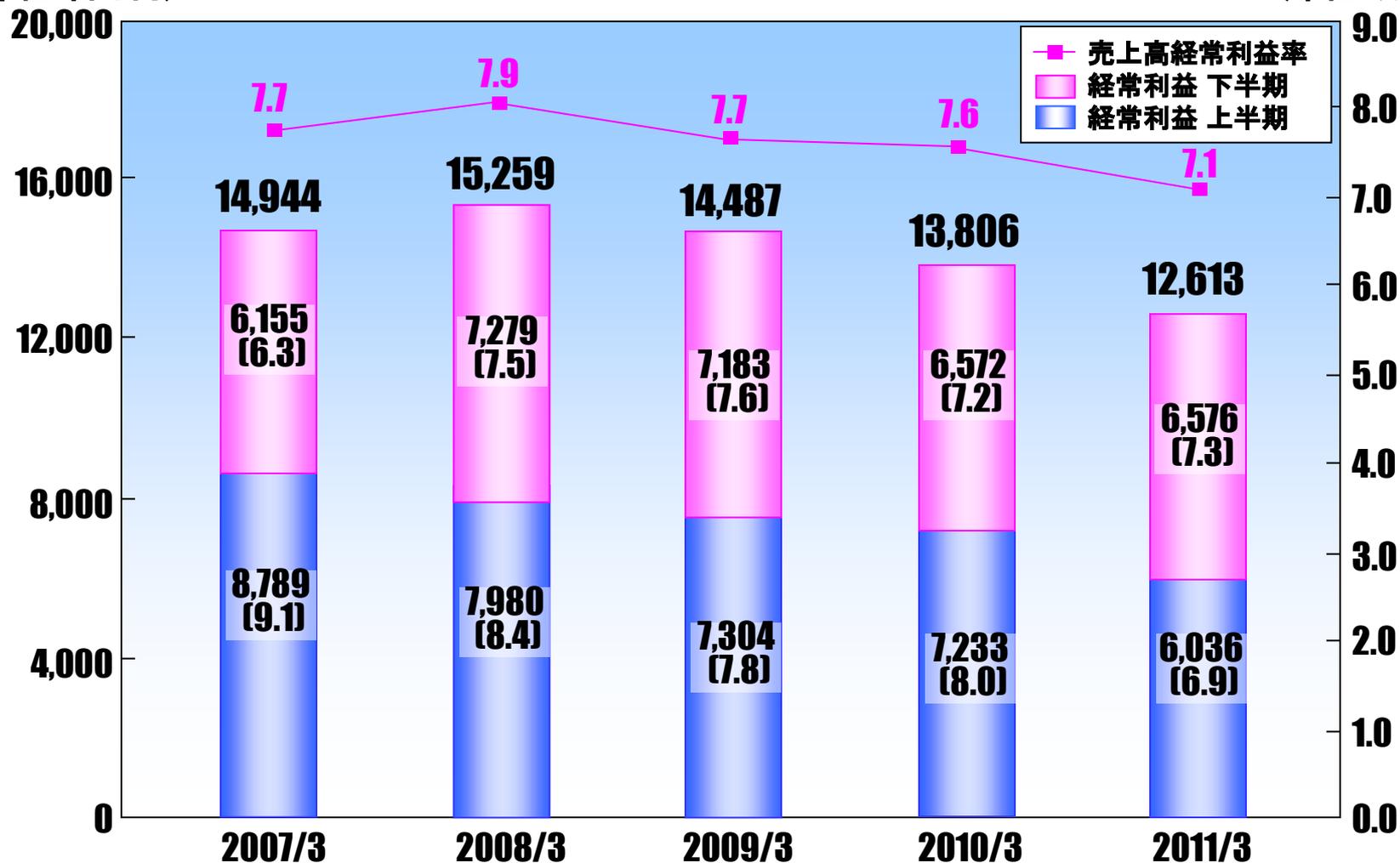
97億43百万円 前期比 Δ 23億86百万円(Δ 19.7%)

- ②売上高減少に伴う営業利益の減少額 4億円
- ③原価率のアップによる売上総利益の減少額 11億円
 会計処理基準変更の影響を除いた原価率の前期比較
 2010/3月期 55.3% \Rightarrow 2011/3月期 55.9% 0.6ポイントUP
 ※主として新商品「ダストクリーナー」発売に伴う原価先行
 及び原油・穀物価格の高騰の影響
- ④経費率のアップによる営業利益の減少額 9億円
 会計処理基準変更の影響を除いた販管費率の前期比較
 2010/3月期 38.0% \Rightarrow 2011/3月期 38.5% 0.5ポイントUP
 ※主としてクリーングループでの新店舗業務システム導入に伴う費用

■連結経常利益(率)の推移

(単位:百万円)

(単位:%)



■連結経常利益のポイント

2011/3月期の連結経常利益
126億13百万円 前期比 Δ 11億93百万円(Δ 8.6%)

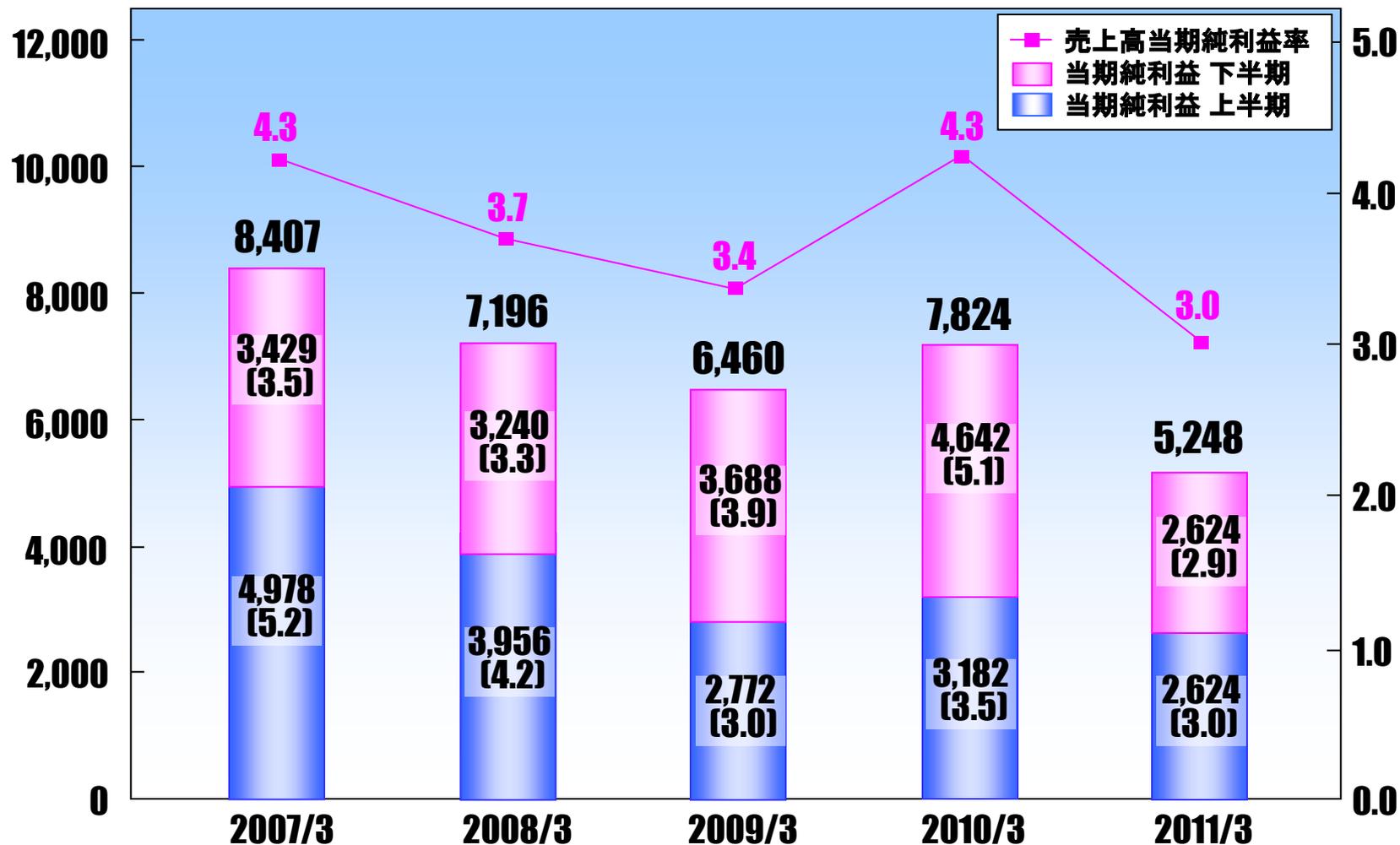
主な増減要因

①営業利益の減少額	12億円
②営業外損益の増減	
②-1 会計処理基準変更に伴う営業外損益の悪化	12億円
・設備賃貸料の減少	15億円
・設備賃貸費用の減少	3億円
②-2 会計処理基準変更の影響を除く営業外損益の改善	12億円
・持分法投資損益の改善	7億円
・金融収支の改善	1億円
・その他営業外損益の改善	4億円
➤ 会計処理基準変更の影響	
営業利益の増加と営業外損益で相殺される為、経常利益段階での影響はない	

■ 連結当期純利益(率)の推移

(単位:百万円)

(単位:%)



■連結当期純利益のポイント

2011/3月期の連結当期純利益

52億48百万円 前期比 $\Delta 25$ 億75百万円($\Delta 32.9\%$)主な増減要因

① 税引前当期純利益の減少		38億円
・経常利益の減少	12億円	
・特別損益の悪化	26億円	
投資有価証券売却益の減少	(6億円)	
投資有価証券評価損の増加	(3億円)	
東日本大震災による損失	(11億円)	
資産除去債務会計適用の影響	(5億円)	
その他特別損益の悪化	(1億円)	
② 税金費用等の減少		12億円
・税引前利益減少に伴う法人税の減少	14億円	
・少数株主損益の増加	2億円	

(単位:百万円)

	2010/3月末	2011/3月末	前期末比 増減	主な増減要因	
流動資産	66,453	60,364	△6,089	「現金及び預金」の減少 「有価証券」の減少 「商品及び製品」の減少 「預け金」等の増加	11億円 70億円 7億円 15億円
有形・無形固定資産	59,925	60,168	243		
投資その他資産	74,509	78,343	3,833	「投資有価証券」の増加 「繰延税金資産」の増加 「差入保証金」の減少	31億円 13億円 7億円
資産合計	200,889	198,876	△2,012	—	
流動・固定負債	52,580	50,311	△2,269	「借入金」の減少 「災害損失引当金」の増加 「未払金」の増加 「退職給付引当金」の増加 「資産除去債務」の増加	56億円 7億円 6億円 13億円 7億円
純資産	148,308	148,565	256	「利益剰余金」の増加 「自己株式」の増加 「その他有価証券評価差額金」の増加	26億円 15億円 8億円
負債純資産合計	200,889	198,876	△2,012	—	
有利子負債	5,987	362	△5,624	ダスキンの減少 関係会社の減少	55億円 1億円

※有利子負債＝1年以内返済予定を含む長期借入金(現在、社債及び短期借入金はありません。)

セグメント別売上高と営業利益



セグメント別

(単位:百万円)

		2010/3月期		2011/3月期		前期比	
		営業利益率		営業利益率		増減率	
クリーングループ	売上高	117,940	—	115,661	—	△2,278	△1.9%
	営業利益	16,363	13.9%	13,619	11.8%	△2,743	△16.8% (△2.1)
フードグループ	売上高	52,440	—	51,112	—	△1,328	△2.5%
	営業利益	4,120	7.9%	4,418	8.6%	298	7.2% (0.8)
その他	売上高	10,899	—	10,546	—	△352	△3.2%
	営業利益	628	5.8%	210	2.0%	△417	△66.4% (△3.8)
全社・消去	営業利益	△8,983	—	△7,312	—	1,670	—
連結合計	売上高	181,280	—	177,320	—	△3,959	△2.2%
	営業利益	12,129	6.7%	10,937	6.2%	△1,192	△9.8% (△0.5)

※ 当期より報告セグメントを変更しております。2010年3月期数値は、新セグメントに置換えた数値です。
「その他」の区分は、報告セグメントに含まれない事業セグメントです。
当期より海外事業は「その他」の区分に含めております。

売上高

6カ月(4月～9月、10月～3月)

(単位:百万円)

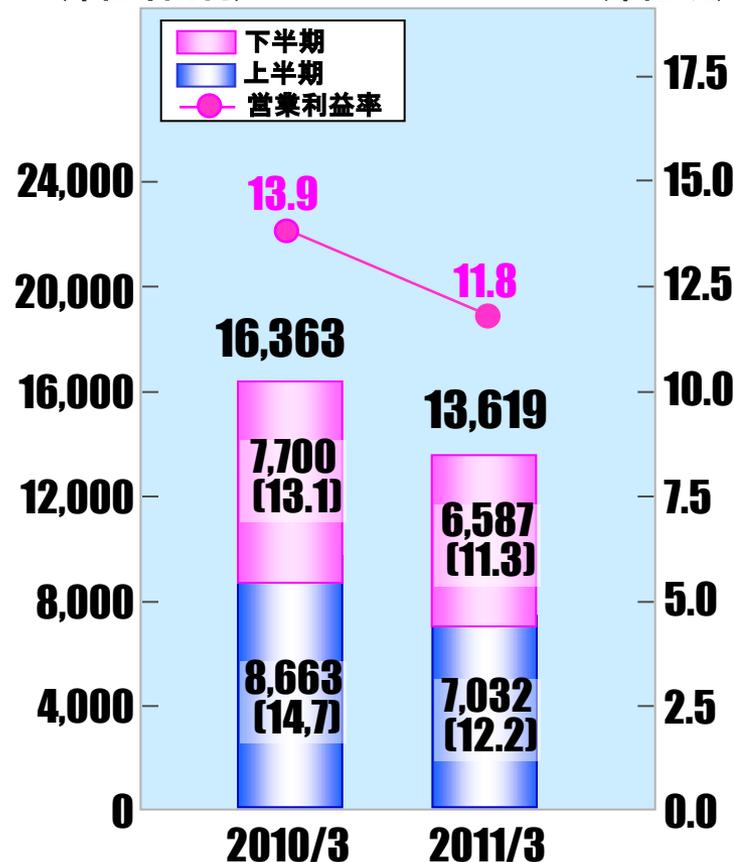


営業利益

6カ月(4月～9月、10月～3月)

(単位:百万円)

(単位:%)



クリーングループ

(単位:百万円)	前期	当期	増減額	率(%)
P/L上の売上 ①	117,940	115,661	△2,278	△1.9
処理基準変更による増加額 ②	—	876	—	—
増加額を除いた実態P/L ①-②	117,940	114,785	△3,154	△2.7

➤ 家庭市場、事業所市場とも、一部の商品、サービスで前期を上回るものの、依然厳しいマーケット環境が続いている

家庭市場

- モップで集めたホコリをその場で吸い取る“新おそうじスタイル”を提案する「ダストクリーナー」は、本格的な展開が下半期にズレ込んだことから、約3億円の売上にとどまる
- 主力のモップ商品群は、『shushu』が好調に推移し、ハンディモップは前期を僅かながら上回ったものの、フロアモップ及び他商品の落ち込みをカバーできず、前年割れとなる
家庭用主力商品の前期対比(商品出荷ベース)
モップ 約2%減、 ウォータークリーン商品 約6%減
- 一方、役務サービスでは、価格を見直した「エアコンクリーニングサービス」が好調に推移すると共に、他の役務サービスも前年を上回る
家庭対象のエアコンクリーニング売上前期比較(お客様売上ベース)
単価 約20%減、 件数 約80%増、 売上 約40%増

事業所市場

- 事業所市場では、主力のマット商品をはじめとして新規の顧客獲得が依然低調である
事業所用主力商品の前期対比(商品出荷ベース)
マット 約4%減、 エアークリーン商品 約19%減(前期はプラスマクラスターイオン[※]発生機本体売上が寄与) ※「プラスマクラスターイオン」は、シャープ株式会社の登録商標です。

クリーングループ

(単位:百万円)	前期	当期	増減額	率(%)
P/L上の営業利益 ①	16,363	13,619	△2,743	△16.8
処理基準変更による増加額 ②	—	510	—	—
増加額を除いた実態P/L ①-②	16,363	13,109	△3,254	△19.9

【前期との比較】

- 会計処理基準変更に伴う営業利益の増加 5億円
- 売上減少に伴う営業利益の減少 5億円
- 原価率の変動に伴う売上総利益の減少 9億円
 - 新商品「ダストクリーナー」の影響
売上 約3億円に対し、商品投入額(原価に反映) 約10億円
- 経費率アップに伴う営業利益の減少 20億円
 - 新店舗業務システム導入費用等での費用増 約10億円

ネットワークシステム収支(単位:億円)

	前期	当期	前期比
①手数料収入	5	5	0
②新店舗業務システム	10	26	16
③旧店舗業務システム	6	3	▲4
④情報連携システム	9	6	▲3
⑤経費合計(②+③+④)	24	34	10
収支(①-⑤)	▲19	▲29	10

- 組織変更に伴う経費増(「全社・消去」からの移動) 約8億円
- 新しく関係会社となったアザレグループの営業利益 1億円
 - 2010年10月1日より連結対象となった為、下半期分が反映

■ 今後の取り組み

➤ ダスキนมOPPによる“おそうじ方法のスタンダード化”を目指す

● 「ハウスダスト対策にはダスキンを」を浸透させるための活動強化

- ・販売員が体験を伝えると共に「ハウスダスト対策DVD」の配布により、ダスキนมOPPの有効性を訴求
- ・「フロアモップ」と「ダストクリーナー」のセットによる“新しいおそうじ文化”の創造

➤ 新商品の展開

● コンパクトでスタイリッシュなフロアモップ『LaLa』

- ・西日本(近畿、中四国、九州)4月より展開、他・全国展開8月後半より

● 空間清浄機『デオ』

[小型空気清浄機+プラズマクラスターイオン発生機能を搭載]

- ・2011年2月より全国展開(一部地域では昨年末より展開)



➤ ダスキンの『プロのおそうじギフト』の導入による新たな市場の創出

● ケアサービスのハウスクリーニングをギフトカードとして販売(2011年4月より)

- ・エアコンクリーニングや浴室クリーニング等



エアコンクリーニングのギフトカード

売上高

6カ月(4月～9月、10月～3月)

(単位:百万円)

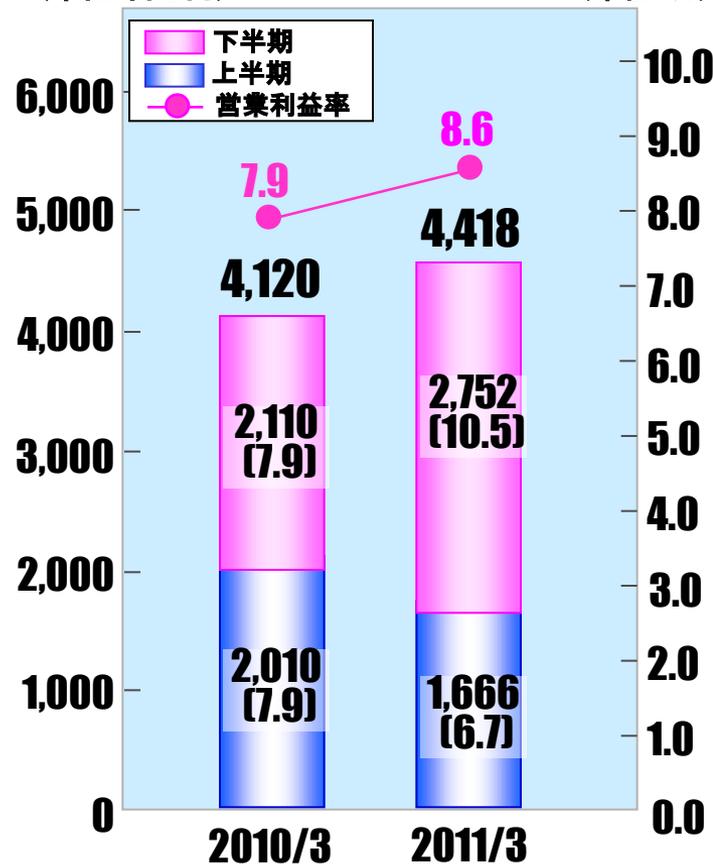


営業利益

6カ月(4月～9月、10月～3月)

(単位:百万円)

(単位:%)



フードグループ

(単位:百万円)	前期	当期	増減額	率(%)
P/L上の売上 ①	52,440	51,112	△1,328	△2.5
処理基準変更による増加額 ②	—	1,256	—	—
増加額を除いた実態P/L ①-②	52,440	49,855	△2,584	△4.9

➤ 主力のミスタードーナツ事業が年間を通して“40周年キャンペーン”を展開するものの、特に上半期の落ち込みが大きく、前期売上を下回る

●上・下半期単位での前期比較

ミスタードーナツ事業の売上動向

- ・上半期 前年同期は、モスフードサービスとの共同キャンペーンや商品の一斉入れ替え等の施策が功を奏したが、当期は猛暑の影響もあり低調に推移
- ・下半期 第3四半期は、40周年大復刻祭イベントとキャンペーンの相乗効果や復刻商品の展開等でお客様売上は前年同期を上回るものの、直営店舗数の減少等で当社売上は前年同期ほぼ横這いにとどまる
第4四半期は、前年同期が“40周年キャンペーン”を先取り展開し、好調であったのに対し、当期は震災の影響もあり、前年同期を下回る

ミスタードーナツ国内既存店お客様売上

前期比増減率	上半期	下半期	通期
	△2.7%	△1.9%	△2.3%

● ミスタードーナツ国内店舗数(2011年3月末時点)

	ミスタードーナツ	アムナド	モスド	和っ花	合計
前期	1,326	5	0	0	1,331
当期	1,347	6	1	1	1,355
増加数	21	1	1	1	24

フードグループ

(単位:百万円)	前期	当期	増減額	率(%)
P/L上の営業利益 ①	4,120	4,418	298	7.2
処理基準変更による増加額 ②	—	989	—	—
増加額を除いた実態P/L ①-②	4,120	3,429	△690	△16.8

【前期との比較】

- 会計処理基準変更に伴う営業利益の増加 10億円
- 売上減少に伴う営業利益の減少 2億円
- 原価率の変動に伴う売上総利益の減少 4億円
 - オイル関係を中心とした原材料の高騰等で実質原価率は上昇
 - ・オイル及び油脂関係 2億円
 - ・小麦及び砂糖等ミックス関係 1億円
 - その他、商品ミックスによる原価率の悪化
- 経费率アップに伴う営業利益の減少 1億円
 - 販売促進費用等の増加で経费率は悪化
 - ・ミスタードーナツ40周年キャンペーン費用等

■ ミスタードーナツ事業今後の取り組み

➢ 新カテゴリー商品、焼きドーナツの展開
“**焼**きド”の全国展開(2011年5月25日より)

- 油で揚げない、オーブンでじっくり焼いたカラフルなドーナツ登場
- 現状来店頻度の少ない客層への訴求
20~30代女性や中高年層



➢ 夏季商品を充実させ、夏場の集客力アップを図る

- ドーナツ、ドリンク、飲茶などで夏季限定メニューを展開

➢ 出店戦略及び店舗戦略

都心・新立地に対応する省スペース店舗、低投資及びキッチンレス店舗の開発

- 事業成長のための出店
駅構内、駅改札内、商業・オフィス複合ビル、高速道路サービスエリア等
- ブランドイメージ向上のための出店
空港、デパ地下等

■ 蒸しドーナツの店『和っ花』1号店を大阪心斎橋に出店
(2011年2月オープン)

和風素材、伝統の色、和菓子のエッセンスを取り入れた蒸しドーナツの専門店



その他

(単位:百万円)

	前期	当期	増減額	率(%)
P/L上の売上	10,899	10,546	△352	△3.2

(単位:百万円)

	前期	当期	増減額	率(%)
P/L上の営業利益 ①	628	210	△417	△66.4
処理基準変更による減少額 ②	—	305	—	—
減少額を除いた実態P/L ①+②	628	516	△111	△17.8

※ 当期より海外事業は「その他」の区分に含めております

➤ 国内では、顧客企業の経費削減意識の一層の高まりから業績は低調に推移

・病院施設のマネジメント事業

サービス施設数は微増しているものの、大口顧客解約による単価の低下

・リース事業

一般リースの期間満了に伴い、再リースの増加による減収

➤ 海外の連結子会社では、売上は順調に伸びており、赤字幅は縮小

全社・消去

(単位:百万円)

	前期	当期	増減	率(%)
P/L上の営業利益	△8,983	△7,312	1,670	18.6

- 当期からの組織変更に伴う費用の減少(クリーングループへの費用移動)
- セグメント間取引消去額の減少
- 本社費用のコスト削減

海外事業

※ 当期から海外事業は「その他」の区分に含めております。

➤ 海外事業のお客様売上推移

国(もしくは地域)別お客様売上

	国(もしくは地域) (単位:現地通貨)	2009/3	2010/3	2011/3
ダストコントロール 事業	台湾(千台湾元)	495,194	514,716	531,132
	上海(千人民元)	5,606	8,070	11,242
ミスタードーナツ 事業	台湾(千台湾元)	857,291	756,567	780,926
	上海(千人民元)	17,461	17,267	23,945
	韓国(千ウォン)	9,246,447	17,839,592	25,325,708
	タイ(千バーツ)	1,115,998	1,191,269	1,362,902
	フィリピン(千ペソ)	1,834,107	1,646,481	1,720,028

➤ ミスタードーナツ海外(上海・台湾・韓国)店舗の推移

3地域とも着実に店舗数を増やしている

3月末時点	前期末 店舗数	3月末 店舗数	増加数
上海・台湾・韓国 合計	98店	137店	39店

➤ 新規進出国の進捗状況

ダストコントロール事業

韓国

今期中の事業開始を目指す

ミスタードーナツ事業

マレーシア

今期中の出店を目指す

インドネシア

来期出店を目指して、市場調査及びパートナー企業を選定中

2011年3月期 業績予想との比較



連結

(単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
1/27修正予想	178,000	10,500	11,800	5,300
実績	177,320	10,937	12,613	5,248
乖離額(率%)	△679(△0.4)	437(4.2)	813(6.9)	△51(△1.0)

■売上

震災による影響

売上 約5億円 減少

その他

売上 約2億円 減少

■営業利益

下振れ要因

震災による不足商品の計画外投入(モップ・マット中心)

売上原価 約2億円 増加

ダストクリーナーの商品投入誤差

営業利益 約3億円 減少

上振れ要因

本社費用のコスト削減等

経費 約8億円 減少

システム費用の経費から資産への移動

経費 約1億円 減少

■経常利益

営業外収益の上振れ

経常利益 約4億円 増加

■当期純利益

災害による損失の計上

税前利益 約11億円 減少

2012年3月期 通期業績予想について



連結

(単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2010/3月期実績	181,280	12,129	13,806	7,824
2011/3月期実績	177,320	10,937	12,613	5,248
2012/3月期予想	179,200	8,900	10,800	6,200
前期比増減額	1,879	△2,037	△1,813	951
前期比増減率(%)	1.1	△18.6	△14.4	18.1

個別

(単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2010/3月期実績	158,966	9,742	13,770	7,592
2011/3月期実績	155,150	8,256	10,826	4,615
2012/3月期予想	157,500	6,800	9,800	5,600
前期比増減額	2,349	△1,456	△1,026	984
前期比増減率(%)	1.5	△17.6	△9.5	21.3

連結 上半期・下半期比較

(単位:百万円)

		売上高	営業利益 (%)		経常利益	当期純利益
上半期	2011/3月期実績	87,800	5,155	5.9	6,036	2,624
	2012/3月期予想	88,900	2,900	3.3	3,900	2,200
	前期比増減額	1,099	△2,255	△2.6	△2,136	△424
	前期比増減率(%)	1.3	△43.7	—	△35.4	△16.2
下半期	2011/3月期実績	89,520	5,782	6.5	6,576	2,624
	2012/3月期予想	90,300	6,000	6.6	6,900	4,000
	前期比増減額	779	217	0.2	323	1,375
	前期比増減率(%)	0.9	3.8	—	4.9	52.4
通期	2011/3月期実績	177,320	10,937	6.2	12,613	5,248
	2012/3月期予想	179,200	8,900	5.0	10,800	6,200
	前期比増減額	1,879	△2,037	△1.2	△1,813	951
	前期比増減率(%)	1.1	△18.6	—	△14.4	18.1

セグメント別

(単位:百万円)

		2010/3月期 営業利益率		2011/3月期 営業利益率		2012/3月期 営業利益率		増減額 増減率	
クリーン グループ	売上高	117,940	—	115,661	—	115,200	—	△461	△0.4%
	営業利益	16,363	13.9%	13,619	11.8%	13,000	11.3%	△619	△4.6% (△0.5)
フード グループ	売上高	52,440	—	51,112	—	53,400	—	2,287	4.5%
	営業利益	4,120	7.9%	4,418	8.6%	3,300	6.2%	△1,118	△25.3% (△2.5)
その他	売上高	10,899	—	10,546	—	10,600	—	53	0.5%
	営業利益	628	5.8%	210	2.0%	200	1.9%	△10	△5.2% (△0.1)
全社・消去	営業利益	△8,983	—	△7,312	—	△7,600	—	△287	—
連結合計	売上高	181,280	—	177,320	—	179,200	—	1,879	1.1%
	営業利益	12,129	6.7%	10,937	6.2%	8,900	5.0%	△2,037	△18.6% (△1.2)

クリーニンググループ

(単位:百万円)	前期	当期	増減額	率(%)
売上高	115,661	115,200	△461	△0.4
営業利益	13,619	13,000	△619	△4.6
営業利益率	11.8%	11.3%	—	△0.5

■ 売上

新商品(スタイルフロアLaLa等)効果による売上増	売上	25億円増
レントオール事業等(ダストコントロール事業以外)の売上増	売上	14億円増
アザレグループにおける売上(2011年3月期は下半期のみ反映)	売上	10億円増
ケアサービスでの『プロのおそうじギフト』等の売上増	売上	3億円増
クリーニンググループでのサーヴ(独立事業主)システム変更に伴う売上減	売上	25億円減
東日本大震災による売上への影響額	売上	33億円減

■ 営業利益

新商品(スタイルフロアLaLa等)売上による利益増	営業利益	5億円増
レントオール事業等(ダストコントロール事業以外)の売上増に伴う利益増	営業利益	4億円増
システム導入関連費用の軽減	経費	6億円減
既存商品の投入額の増減(品質向上のための投入増を含む)	売上原価	1億円減
原油高騰による原価増	売上原価	2億円増
減価償却費の増加	経費	2億円増
新商品販売促進に伴う経費増	経費	4億円増
家事手伝いサービス販売促進に伴う経費増	経費	2億円増
東日本大震災による営業利益への影響額	営業利益	12億円減

フードグループ

(単位:百万円)	前期	当期	増減額	率(%)
売上高	51,112	53,400	2,287	4.5
営業利益	4,418	3,300	△1,118	△25.3
営業利益率	8.6%	6.2%	—	△2.5

■売上

焼きドーナツの全国展開に伴う売上増

売上 43億円増

東日本大震災による売上への影響額

売上 20億円減

■営業利益

焼きドーナツの全国展開に伴う利益増

営業利益 4億円増

原材料高騰による原価増

原価 8億円増

その他(減価償却費等)の経費増

経費 4億円増

東日本大震災による営業利益への影響額

営業利益 3億円減

その他事業

(単位:百万円)	前期	当期	増減額	率(%)
売上高	10,546	10,600	53	0.5
営業利益	210	200	△10	△5.2
営業利益率	2.0%	1.9%	—	△0.1

■「その他」はほぼ前期横這いの計画

配当について



配 当

2011年3月期の期末配当につきましては、従来からの当社の配当政策に従い、2010年3月期と同様の1株につき40円を予定しております。

なお、2012年3月期につきましても、1株につき40円を予定しております。

	2009/3月期実績	2010/3月期実績	2011/3月期予想	2012/3月期予定
1株当たり年間配当金(円)	40	40	40	40
配当総額(百万円)	2,673	2,649	2,612	2,575
連結配当性向(%)	41.6	34.1	50.4	41.5

※ 連結配当性向は1株当たりで計算しております。

ご参考



個別

(単位:百万円)

	2010/3月期	2011/3月期	前期比増減	
			額	率(%)
売上高	158,966	155,150	△3,815	△2.4
営業利益	9,742	8,256	△1,486	△15.3
売上高営業利益率(%)	(6.1)	(5.3)	(△0.8)	—
経常利益	13,770	10,826	△2,943	△21.4
売上高経常利益率(%)	(8.7)	(7.0)	(△1.7)	—
当期純利益	7,592	4,615	△2,977	△39.2
売上高当期純利益率(%)	(4.8)	(3.0)	(△1.8)	—

新セグメント別の事業概要

2011年3月期連結：売上高1,773億円、営業利益109億円

クリーニンググループ

売上高	1,157億円
営業利益	136億円

※売上は、①加盟店へのレンタル・商品売上、資器材・薬剤売上等
②ロイヤルティ
(ダストコントロール事業に関してはロイヤルティなし)
③直営店売上

ホームサービス

ビジネスサービス

ダストコントロール事業

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快適にする商品群を提供

ケアサービス

ハウスクリーニング、家事代行サービス、害虫獣害除サービス、庭木のお手入れサービスを提供

ヘルス&ビューティ、他

化粧品や健康食品の販売

ホームインステッド

高齢者生活支援サービス

レントオール

日用品・介護用品のレンタル

ユニフォームサービス

レンタル及びクリーニング

ドリンクサービス

コーヒー、飲料水の販売

フードグループ

売上高	511億円
営業利益	44億円

※売上は、①加盟店への原材料売上
②ロイヤルティ
③直営店売上

ミスタードーナツ

手づくりのフレッシュなドーナツを提供するドーナツ専門店を展開
(アンドナンド、和っ花を含む)

フードチェーン

かつ専門店「かつアンドかつ」、カフェ「カフェデュモンド」、スティック型ケーキの販売「スティック・スイーツ・ファクトリー」を展開

(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

その他

売上高	105億円
営業利益	2億円

※売上は、①直営店売上
②ロイヤルティ
③原材料売上

(株)ダスキンヘルスケア

病院施設のマネジメントサービス等

ダスキン共益(株)

リース事業

ダスキン保険サービス株式会社

海外事業・その他

ダストコントロール事業及びミスタードーナツの海外展開、ダスキン香港

※概要図は2011年4月1日時点イメージしています。

フランチャイズ展開

※2011年4月1日時点

クリーニンググループ

ホームサービス

- ・モップ、マット等の定期訪問レンタル
 - ダストコントロール…… 家庭用 モップ、マット等
 - エアークリーン……… 家庭用 空気清浄機
 - ウォータークリーン…… 家庭用 浄水器
- ・ケアサービス
 - 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……… 家庭用 害虫獣駆除・予防
 - トウルグリーン……… 庭木の手入れ

ビジネスサービス

- ・モップ、マット等の定期訪問レンタル
 - ダストコントロール……… 事業所用 モップ、マット等
 - クリーンサービス……… 事業所用 トイレ・洗面所関連商品
キャビネットタオル等
 - エアークリーン……… 事業所用 空気清浄機
 - ウォータークリーン……… 事業所用 浄水器
 - ワイプフルサービス……… レンタルウエス
- ・ケアサービス
 - サービスマスター……… プロの清掃サービス
 - ターミニックス……… 事業所用 害虫獣駆除・予防

- ・ヘルス&ビューティ、他…… 自然派化粧品、健康食品
- ・ホームインステッド……… 高齢者生活支援サービス
- ・レントオール……… イベント用品等のレンタルや介護用品のレンタル及び販売
- ・ユニフォームサービス……… ユニフォームのレンタル及びクリーニング
- ・ドリンクサービス……… オフィスコーヒー、ボトルドウォーター等の販売

フードグループ

- ・ミスタードーナツ……… ミスタードーナツ
アンドナンド
和っ花
- ・フードチェーン
 - カフェデュモンド……… カフェオレとベニエ
 - かつアンドかつ……… とんかつレストラン
 - スティック・スイーツ・ファクトリー
……… スティック型ケーキショップ
- ・ザ・どん …… 海鮮どんぶり

その他

- ・主としてFC加盟店へのサービス(販売)
 - ダスキん共益……… リース事業
 - ダスキん保険サービス… 保険代理事業
- ・ダスキんヘルスケア……… 病院のマネジメント
サービス等
- ・海外事業………
ダストコントロール事業、ミスタードーナツの海外
展開及びダスキん香港

事業別お客様売上高 前期比較

(単位:百万円)

	2010/3月期	2011/3月期	前期比	率
クリーニンググループ	283,015	279,314	△3,700	△1.3%
ホームサービス ダストコントロール(国内)	111,551	108,477	△3,074	△2.8%
ビジネスサービス ダストコントロール(国内)	108,614	103,604	△5,010	△4.6%
ケアサービス	40,935	41,987	1,052	2.6%
(サービスマスター)	(24,376)	(24,860)	(483)	(2.0%)
(メリーメイド)	(8,011)	(8,382)	(370)	(4.6%)
(ターミニックス)	(6,891)	(6,974)	(82)	(1.2%)
(トウルグリーン)	(1,655)	(1,770)	(115)	(7.0%)
ヘルス&ビューティ	2,654	2,882	227	8.6%
アザレプロダクツ	-	2,312	2,312	- %
ホームインステッド	2,241	2,235	△6	△0.3%
レントオール	12,629	13,596	967	7.7%
ユニフォームサービス	3,373	3,022	△350	△10.4%
ドリンクサービス	1,014	1,195	180	17.8%
フードグループ	128,240	125,061	△3,179	△2.5%
ミスタードーナツ	122,673	119,890	△2,783	△2.3%
フードチェーン	2,601	2,745	144	5.6%
どん	2,965	2,425	△540	△18.2%
その他	19,529	19,945	415	2.1 %
ダストコントロール(海外)	1,454	1,642	187	12.9%
ミスタードーナツ(海外)	10,770	11,493	722	6.7%
ダスキヘルスケア	7,281	6,809	△471	△6.5%
その他	22	-	△22	- %
合 計	430,785	424,322	△6,463	△1.5%

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 協力会社	14工場 33工場	直営及び子会社支店 FC拠点	78店 約2,100拠点	訪問販売員	約75,000人	家庭市場の お客様	約550万軒	事業所市場の お客様	約130万軒
合計	47工場	営業拠点	約2,200拠点						

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。