

2014年 3月期 第2四半期

# 決算説明会

株式会社ダスキン

2013年11月27日



# 本資料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。

■第2四半期決算短信9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。



# 目次

## ■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(四半期)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	
クリーンケアグループ	14
フードグループ	18
その他・全社	22
その他(海外事業)	23

## ■公表予想との比較 及び 通期業績予想

2013年9月期 公表予想と実績比較	26
2014年3月期 通期業績予想	27

## ■配当について

配当について	30
--------	----

## ■ご参考

個別決算概況	32
事業別お客様売上高	33
セグメント別事業概要	34
ダストコントロール事業の資源循環型ビジネスモデルと強み	36



2014年 3月期 第2四半期

# 決算概況



## 連結業績

(単位:百万円)

	2012/ 9月期	2013/ 9月期	前年同期比増減		(ご参考) 2013/3月期
			額	率(%)	
売上高	82,088	83,310	+1,221	+1.5	168,163
営業利益	4,751	4,351	▲399	▲8.4	9,197
売上高営業利益率(%)	(5.8)	(5.2)	(▲0.6)	—	(5.5)
経常利益	5,746	5,327	▲419	▲7.3	11,027
売上高経常利益率(%)	(7.0)	(6.4)	(▲0.6)	—	(6.6)
当期(四半期)純利益	2,967	3,059	+91	+3.1	6,092
売上高当期純利益率(%)	(3.6)	(3.7)	(+0.1)	—	(3.6)

## 連結売上高の推移

(単位:百万円)

250,000

■ 売上高 上半期

■ 売上高 下半期

200,000

150,000

100,000

50,000

0

181,280

91,051

90,228

2010/3

177,320

89,520

87,800

2011/3

171,118

85,718

85,399

2012/3

168,163

86,074

82,088

2013/3

【予想】  
【173,000】【予想】  
【89,689】

83,310

2014/3

## 連結売上高

2013/9月期の連結売上高

833億10百万円 前年同期比 +12億21百万円(+1.5%)

## 主な特殊要因

フードグループにおいて、前期第2四半期より連結対象となった  
蜂屋乳業の当期第1四半期の売上 +4億円

《この特殊要因を除外して既存事業のみで比較すると、前年同期比 約8億円の増収》

## セグメント別 売上高

(単位:百万円)

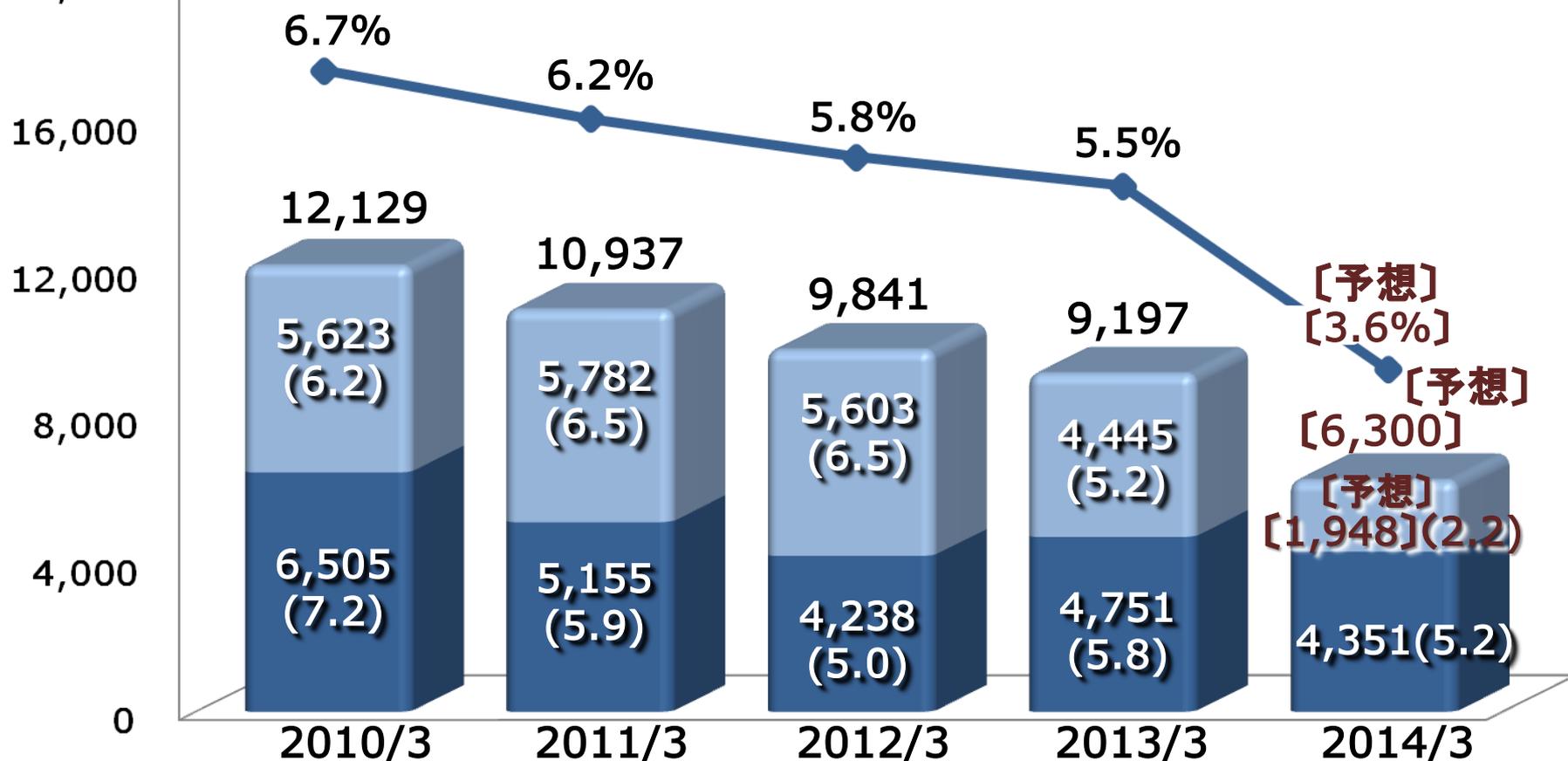
	2012/9月期	2013/9月期	前年同期比増減 (増減率%)
クリーンケアグループ	54,194	55,023	+828 (+1.5)
フードグループ	22,769	22,999	+230 (+1.0)
その他	5,124	5,286	+162 (+3.2)
連結合計	82,088	83,310	+1,221 (+1.5)

※増加の場合は+、減少の場合は▲で表示

## 連結営業利益(率)の推移

(単位:百万円)  
20,000

◆ 売上高営業利益率 ■ 営業利益 上半期 ■ 営業利益 下半期



## 連結営業利益のポイント

2013/9月期の連結営業利益

43億51百万円 前年同期比 ▲3億99百万円(▲8.4%)

## 主な増減要因

1.売上高の増加に伴う営業利益への影響額	+0億円
2.原価率変動に伴う営業利益への影響額	▲1億円
3.経費率変動に伴う営業利益への影響額	▲3億円
4.蜂屋乳業の影響額	▲0億円

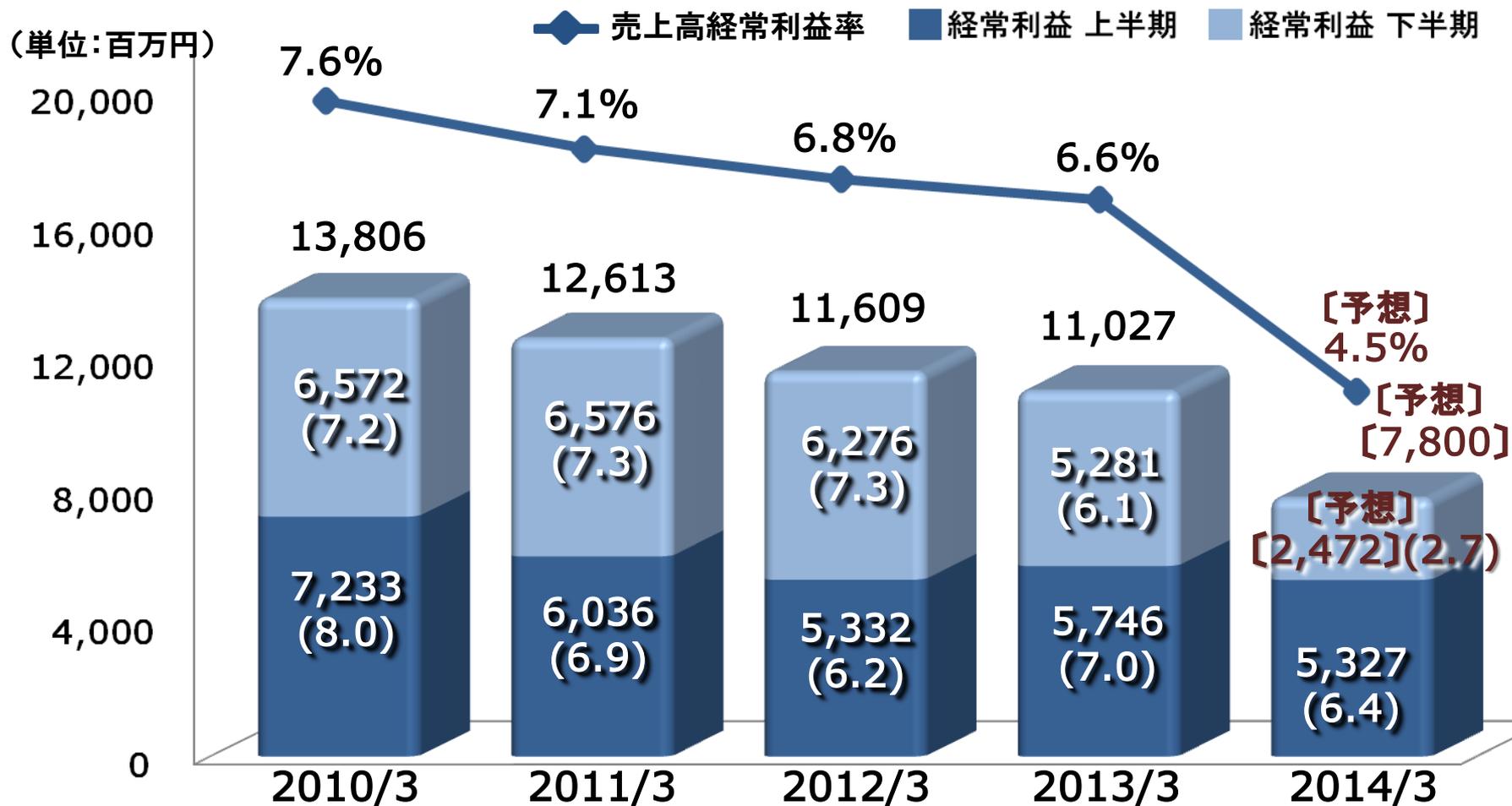
(単位:百万円)

## セグメント別 営業利益

	2012/9月期 (営業利益率%)	2013/9月期 (営業利益率%)	前年同期比増減 (増減率%)
クリーンケアグループ	7,317 (13.5)	7,512 (13.7)	+195 (+2.7)
フードグループ	478 (2.1)	▲144 (▲0.6)	▲622 (▲130.1)
その他	216 (4.2)	209 (4.0)	▲6 (▲3.2)
全社・消去	▲3,261 (-)	▲3,227 (-)	+34 (-)
連結合計	4,751 (5.8)	4,351 (5.2)	▲399 (▲8.4)

※増減欄の記載=増益の場合は+、減益の場合は▲で表示

## 連結経常利益(率)の推移



## 連結経常利益のポイント

2013/9月期の連結経常利益

53億27百万円 前年同期比 ▲4億19百万円(▲7.3%)

## 主な増減要因

1. 営業利益の減少 ▲4億円

2. 営業外損益悪化 ▲19百万円

・金融収支 +12百万円

(単位:百万円)	前期	当期	前年同期比 増減
受取利息 ①	470	487	+16
受取配当金 ②	142	136	▲5
支払利息 ③	2	1	▲0
金融収支 ①+②-③	610	623	+12

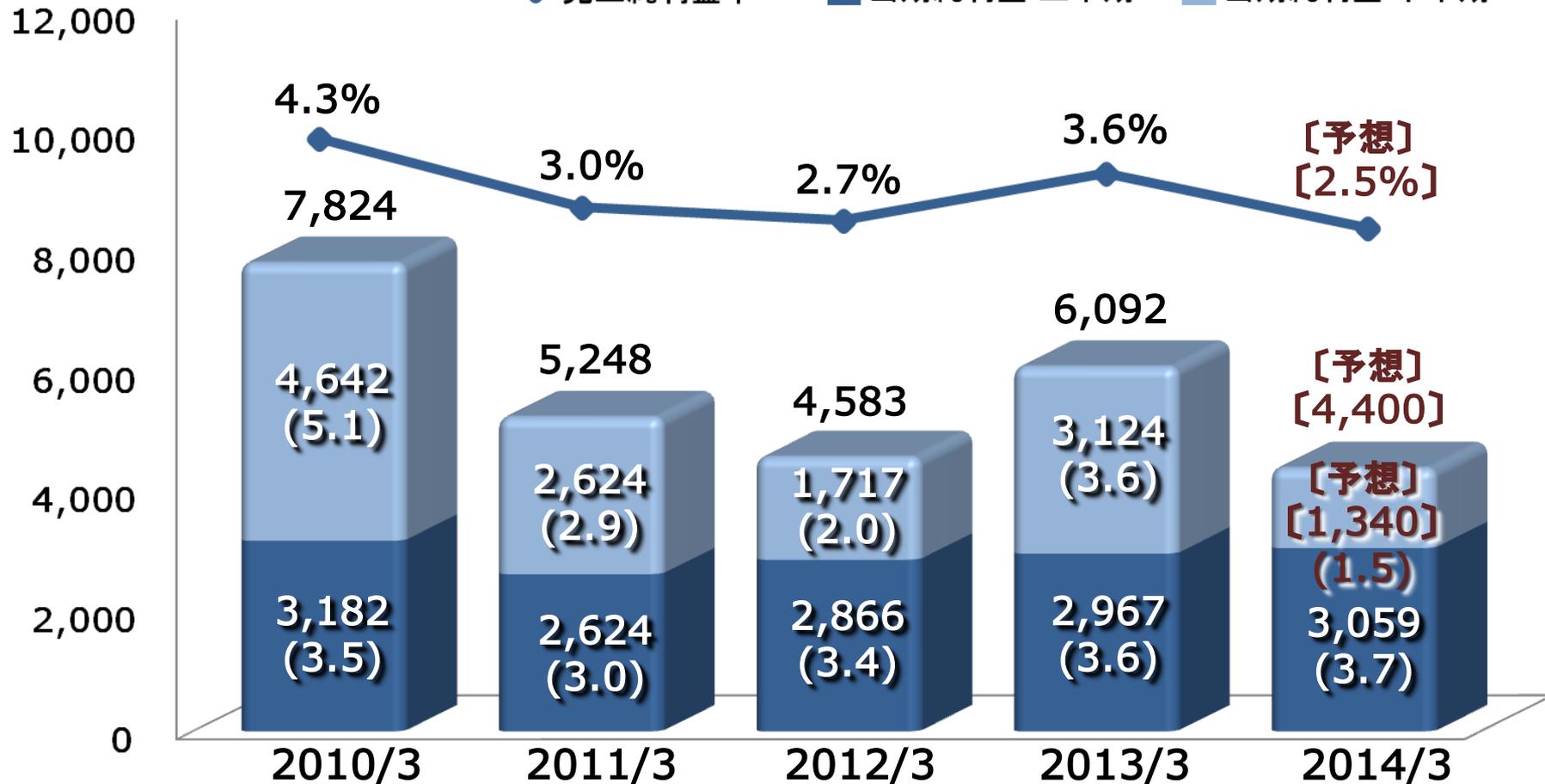
・その他 ▲31百万円

※増益の場合は+、減益の場合は▲で表示

## 連結当期(四半期)純利益(率)の推移

(単位:百万円)  
12,000

● 売上純利益率 ■ 当期純利益 上半期 ■ 当期純利益 下半期



## 連結当期(四半期)純利益のポイント

2013/9月期の連結四半期純利益

**30億59百万円** 前年同期比 +91百万円(+3.1%)

## 主な増減要因

1. 税引前四半期純利益の増減 ▲3億円・経常利益の増減 ▲4億円・特別損益の増減 +1億円➢ 投資有価証券評価損の減少 (+10億円)➢ 投資有価証券売却及び償還益の減少 (▲9億円)2. 「投資有価証券売却及び償還益」が無くなったこと  
に伴う「法人税等調整額」の減少等 +4億円

※増益の場合は+、減益の場合は▲で表示

## 連結貸借対照表

(単位:百万円)

	2013/3月末	2013/9月末	前期末比 増減	主な増減要因
流動資産	59,162	55,743	▲3,418	「現金及び預金」 +21億円(増加) 「有価証券」 ▲62億円(減少) 「商品及び製品」 +11億円(増加)
有形・無形固定資産	61,597	60,512	▲1,085	「建物及び構築物」 ▲4億円(減少) 「建設仮勘定」 +7億円(増加) 「その他」 ▲6億円(減少)
投資その他の資産	81,614	85,604	+3,990	「投資有価証券」 +48億円(増加) 「繰延税金資産」 ▲4億円(減少)
資産合計	202,375	201,860	▲514	—
流動・固定負債	49,563	47,219	▲2,343	「買掛金」 ▲4億円(減少) 「賞与引当金」 ▲3億円(減少) 「未払金」 ▲11億円(減少) 「退職給付引当金」 +5億円(増加)
純資産	152,811	154,640	+1,829	「利益剰余金」 +18億円(増加) 「自己株式」 ▲9億円(減少) 「その他有価証券評価差額金」 +8億円(増加)
負債純資産合計	202,375	201,860	▲514	—
有利子負債	189	138	▲50	関係会社の借入金減少

# セグメント別 売上高と営業利益



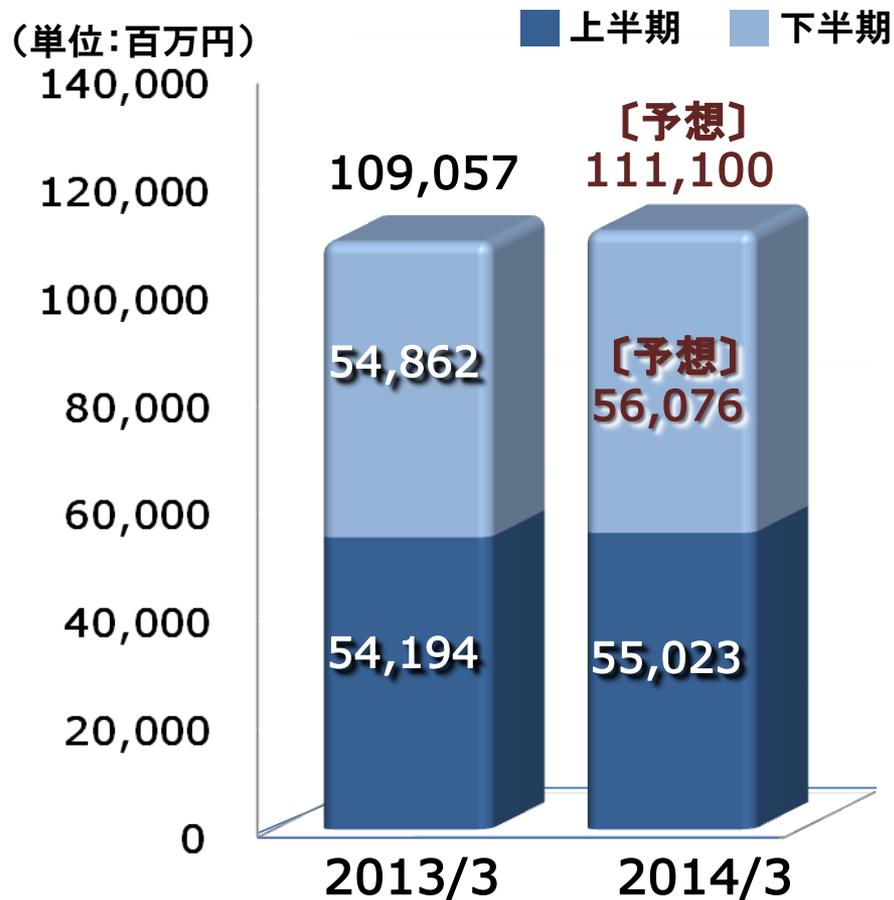
## セグメント別

(単位:百万円)

		2013/3月期 営業利益率(%)		2012/9月期 営業利益率(%)		2013/9月期 営業利益率(%)		前年同期比 増減率(%)	
クリーンケア グループ	売上高	109,057	—	54,194	—	55,023	—	828	1.5
	営業利益	14,380	13.2	7,317	13.5	7,512	13.7	195	2.7
フード グループ	売上高	48,804	—	22,769	—	22,999	—	230	1.0
	営業利益	1,140	2.3	478	2.1	▲144	▲0.6	▲622	▲130.1
その他	売上高	10,301	—	5,124	—	5,286	—	162	3.2
	営業利益	236	2.3	216	4.2	209	4.0	▲6	▲3.2
全社・消去	営業利益	▲6,561	—	▲3,261	—	▲3,227	—	34	—
連結合計	売上高	168,163	—	82,088	—	83,310	—	1,221	1.5
	営業利益	9,197	5.5	4,751	5.8	4,351	5.2	▲399	▲8.4

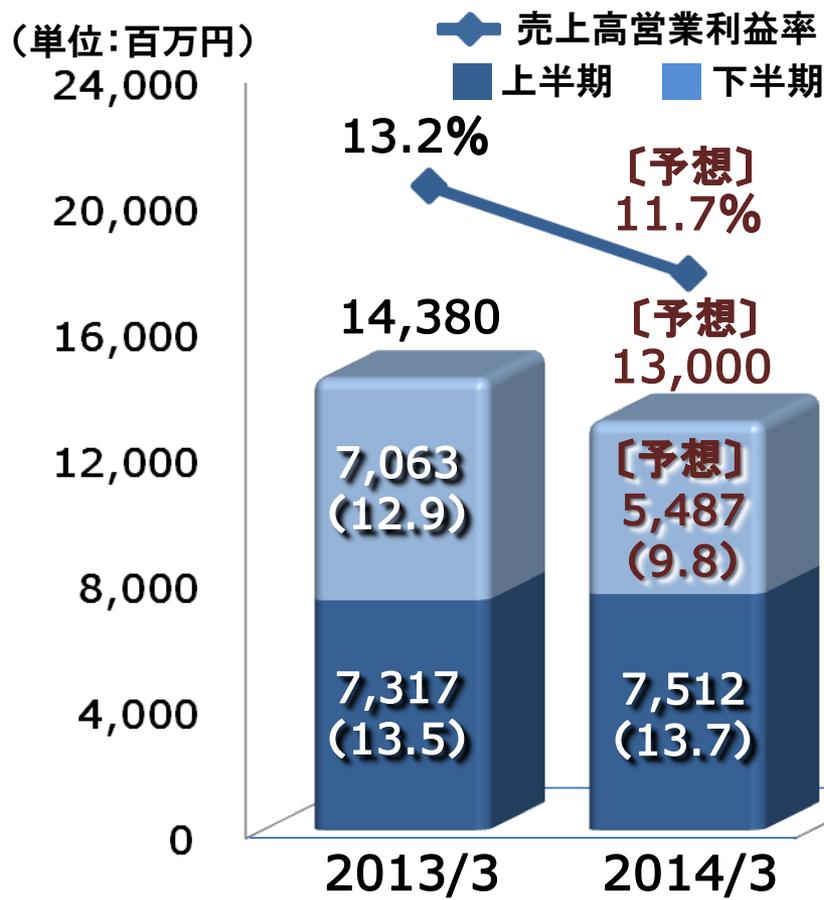
## 売上高

6カ月(4月～9月、10月～3月)



## 営業利益

6カ月(4月～9月、10月～3月)



## 売上高

(単位:百万円)	前期	当期	増減額	率(%)
セグメント売上	54,194	55,023	+828	+1.5

### 家庭市場

- 創業50周年キャンペーンの一環として、全国各地でお客様に当社商品を使用体験していただく“オタメシ祭り”を開催。
  - ・この活動は非常に盛況で、重点販売商品であるフロアモップ「ララ」、ハンディモップ「シュシュ」、置き型式掃除機「ダストクリーナー」のレンタル売上は順調に増加
  - ・ご家庭向けのダストコントロール商品全体では微増
- ご家庭向けの役務提供サービスは、家事代行をはじめ、全てのサービスが順調に推移

### 事業所市場

- 事業所市場は相変わらず厳しい環境が続く
  - ・ダストコントロール商品では、マットの新商品(うす型吸塵吸水マット、インサイドマット)は順調に推移したものの、トイレ周り商品などの売上は減少
- 事業所向けの役務提供サービスは、概ね順調であったものの、大型商業施設の清掃等管理サービスの売上は減少

### その他

- レントールはヘルスレント(介護・福祉用品のレンタル)、イベントレント(イベント用品等のレンタル)ともに好調

## 営業利益

(単位:百万円)	前期	当期	増減額	率(%)
セグメント営業利益	7,317	7,512	+195	+2.7

### 【前期との比較】

マット新商品(うす型吸塵吸水マット)の市場投入増加に伴う原価率の悪化や、50周年活動に伴う販売促進費用の増加があるものの、増収に伴う粗利増加に加え、前期から好調に推移しているレントオール事業が利益計上したこともあり増益。

➤ 増収に伴う営業利益影響 +1億円

➤ 原価率悪化に伴う営業利益への影響額 ▲1億円

- ・マット等市場投入増加 ▲4億円
- ・工場等のコストダウン +2億円
- ・その他 +1億円

➤ 経費減少(経費率の改善)に伴う営業利益への影響額 +2億円

- ・オタメシ祭り等販促費用の増加 ▲2億円
- ・システム費用の減少 +1億円
- ・減価償却費の減少 +1億円
- ・外注委託費の減少 +1億円
- ・レントオール等その他の事業の損益改善 +1億円

※増益の場合は+、減益の場合は▲で表示

## 今後の取り組み

### ➤ 家庭市場

- 地域密着型の体験型デモンストレーションパッケージ開発
  - ・大型施設での開催に加え、地元スーパーや小型店舗などの小規模施設でも活動
- 「ララ」「シュシュ」「ダストクリーナー」を使った“お手軽本格おそうじ”の更なる普及
- お客様のご要望にお応えするサービス体制の拡大
- 全てのお客様に情報が届く新たな仕組みの構築
- 役務提供サービスでは、需要に柔軟に対応できるサービス供給体制の構築

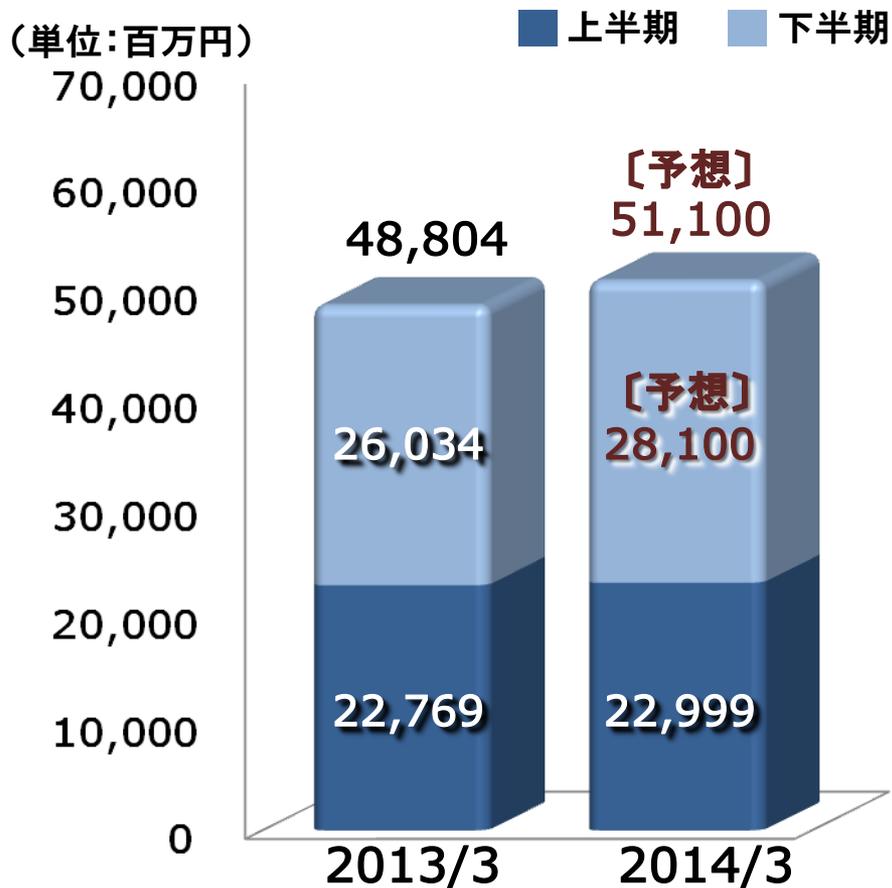
### ➤ 事業所市場

- レンタル・サービス(交換業務)拠点の拡大
  - ・交換業務の集約による効率の追求と高いサービス品質の提供
- 営業拠点の拡大
  - ・営業(活動)時間を増やすと共に営業担当者を育成する等、営業力を強化
- 清掃・衛生関連商品のパッケージ化による“衛生管理”の総合提案
  - ・飲食店衛生管理サービス



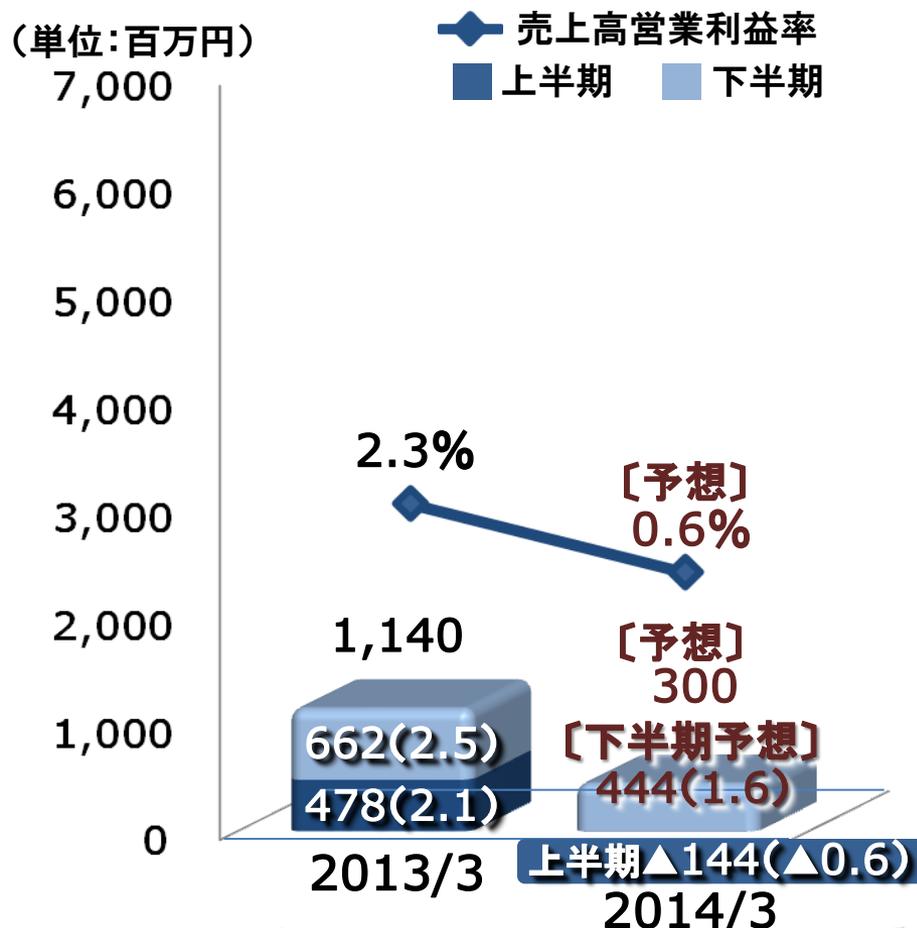
## 売上高

6カ月(4月～9月、10月～3月)



## 営業利益

6カ月(4月～9月、10月～3月)



## 売上高

	(単位:百万円)		前期	当期	増減	率(%)
セグメント売上 ①	22,769	22,999	22,769	22,999	+230	+1.0
新子会社 蜂屋乳業1Q影響額 ②	—	454	—	454	+454	—
②の影響を除く比較(①-②)	22,769	22,545	22,769	22,545	▲224	▲1.0

### 蜂屋乳業の子会社化(前期7月)が増収に寄与

※ 既存事業のみでは2億円の減収 = 前期3月にスティックケーキ事業から撤退

#### ■ミスタードーナツ事業の取り組み

- ブランド価値向上に向けた取り組み 「TRY! NEW MISDO!」
  - ・4月のフライオイル、グレーズの開発・導入、定番ドーナツの生地の一新
  - ・9月の新たなオリジナルコーヒーの発売
- ポン・デ・リング発売10周年企画の継続
- 有名企業との積極的なコラボレーション
  - ・カルピス「カルピス®ドーナツ」、「家族のカレーパン」

◀ ミスタードーナツ国内既存店お客様売上 前年同期比増減率 ▶

前年同期比増減率	第1四半期 +1.6%	第2四半期 ▲9.3%	上半期 ▲4.0%
----------	-------------	-------------	-----------

#### ■ミスタードーナツ国内店舗数(2013年9月末時点)

	ミスタードーナツ店舗			MOSDO	和っ花	合計
	標準店	小商圏店	省スペース店			
前期末	1,356	17	3	1	1	1,378
9月末	1,344	17	3	1	0	1,365
増減数	▲12	0	0	0	▲1	▲13

## 営業利益

(単位:百万円)	前期	当期	増減	率(%)
セグメント営業利益 ①	478	▲144	▲622	▲130.1
新子会社 蜂屋乳業1Q影響額 ②	—	▲5	▲5	—
②の影響を除く実質比較(①-②)	478	▲138	▲616	▲128.9

### 【前期との比較】

ミスタードーナツの宣伝広告費等の経費増加に加え、原材料価格高騰等で原価率が悪化したことにより大幅な減益となり、営業損失となった。

➤ (蜂屋乳業を除外した)減収に伴う営業利益影響 ▲0億円

➤ (蜂屋乳業を除外した)原価率悪化に伴う営業利益への影響 ▲1億円

- ・原材料高騰影響 ▲1億円
- ・廃棄の増加 ▲1億円

➤ (蜂屋乳業を除外した)経費増加(経費率の悪化)に伴う営業利益への影響 ▲5億円

- ・販売促進費用関連 ▲1億円
  - ・TRY! NEW MISDO! を中心とした宣伝広告費用の増加
  - ・当期には、前期9月に実施した“半額セール”がないことによる販促費用の減少
- ・減価償却費、物流関連費用、外注委託費等の経費増加 ▲3億円

※増益の場合は+、減益の場合は▲で表示

ミスタードーナツ今後の取り組み

➤ イートインの強化

- ・コーヒーとパイのセット販売



➤ バラエティ感のある商品展開

- ・クリスマスドーナツ  
ミスト×スヌーピー
- ・ハロウィン  
ミスト×キティ



➤ 新定番ドーナツの販売

- ・クランツリング

➤ ポン・デ・リング誕生10周年企画

- ・ポン・デ・リング生の進化系 新商品



➤ ミストビッツの定番化

- ・大好評のミストビッツを季節毎のリニューアルで新たな定番商品に  
冬季限定“ミストビッツ winter”



春のミスト  
ビッツ2月  
登場予定

その他

(単位:百万円)	前期	当期	増減額	率(%)
セグメント売上	5,124	5,286	+162	+3.2
セグメント営業利益	216	209	▲6	▲3.2

- 病院施設のマネジメント事業(ダスキンヘルスケア)、リース事業(ダスキン共益)とも順調に推移
- リース事業(ダスキン共益)については、原価上昇により利益面は悪化

➤ 海外事業

- ・クリーン・ケア事業は、展開国(地域)すべて順調に推移
- ・ミスタードーナツ事業は、台湾、上海、韓国が低迷

全社・消去

(単位:百万円)	前期	当期	増減額	率(%)
セグメント営業利益	▲3,261	▲3,227	+34	—

- ・全社広告費及び本社経費の削減等で僅かながら経費減少



## 海外事業

### ➤ 海外事業の国別お客様売上推移

- ・台湾のクリーン・ケア事業に関して、前期に導入した役務提供サービスとの相乗効果が出始めたことで売上が順調に推移

	国名及び地域 (単位:現地通貨)	2012年 1月~6月	2013年 1月~6月	前年同期 増減
クリーン・ケア 事業	台湾 (千台湾元)	346,508	397,811	+51,303 (+14.8%)
	上海 (千人民元)	6,959	6,978	+19 (+0.3%)
	韓国 (千ウォン)	20,620	288,427	+267,807 (+1,298.8%)
ミスタードーナツ 事業	台湾 (千台湾元)	347,017	298,276	▲48,740 (▲14.0%)
	上海 (千人民元)	16,261	14,714	▲1,547 (▲9.5%)
	韓国 (千ウォン)	11,142,352	6,091,717	▲5,050,634 (▲45.3%)

※台湾は国として記載しています。

### ➤ ミスタードーナツ海外(台湾・上海・韓国)店舗の推移

	前期12月末 店舗数	当期6月末 店舗数	増加数
台湾・上海・韓国 合計	133店	104店	▲29店

## 海外事業今後の取り組み

### ➤ クリーン・ケア事業

- ・既存の展開国での一般家庭のお客様増加に注力  
拠点数の増加  
展示会の実施
- ・SNS等を活用した新チャネル開発
- ・役務提供サービスの拡大



上海の展示会風景

韓国 体感風景

### ➤ ミスタードーナツ事業

- ・未展開国への進出(東南アジア、オセアニア等)
- ・イートイン顧客獲得を目指した新型店舗の開発導入
- ・現地の嗜好に合った商品開発と販売促進



マレーシア 店舗オープンの様子



タイ “スティックド”

# 公表予想との比較 及び 通期業績予想



## 連結

➤ 2013年5月15日公表の第2四半期累計予想との比較

(単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	四半期純利益
第2四半期累計予想	84,500	3,100	3,900	2,400
実績	83,310	4,351	5,327	3,059
乖離額(率%)	▲1,189(▲1.4)	+1,251(+40.4)	+1,427(+36.6)	+659(+27.5)

## 売上高

≪クリーンケアグループ≫ 家庭市場の計画未達 ▲1億円  
 事業所市場での計画未達 ▲4億円  
 ≪フードグループ≫ ミスタードーナツの計画未達 ▲10億円

## 営業利益

≪クリーンケアグループ≫ ダストクリーナー原価の下振れ +3億円  
 マット新商品の市場投入の下振れ +3億円  
 50周年関連経費の期ズレ +1億円  
 ≪フードグループ≫ 売上未達影響あるものの、経費の期ズレ等で概ね計画通り

## 経常利益

・営業利益の上振れに加え、営業外損益の上振れ

※売上、利益の増加は+、減少は▲で表示

## 連結 (5/15公表分)

(単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2013/3月期実績	168,163	9,197	11,027	6,092
2014/3月期予想	173,000	6,300	7,800	4,400
前期比増減額	+4,836	▲2,897	▲3,227	▲1,692
前期比増減率(%)	+2.9	▲31.5	▲29.3	▲27.8

## 個別 (5/15公表分)

(単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2013/3月期実績	145,275	6,399	9,446	4,995
2014/3月期予想	148,000	3,400	6,400	3,900
前期比増減額	+2,724	▲2,999	▲3,046	▲1,095
前期比増減率(%)	+1.9	▲46.9	▲32.3	▲21.9

**セグメント別 下期実績・予想対比**

(単位:百万円)

		前年下期実績		当下期予想 (通期予想-上期実績)		増減	
		営業利益率		営業利益率		増減率	
クリーンケア グループ	売上高	54,862	—	56,076	—	+1,214	+2.2%
	営業利益	7,063	12.9%	5,487	9.8%	▲1,576	▲22.3%
フード グループ	売上高	26,034	—	28,100	—	+2,066	+7.9%
	営業利益	662	2.5%	444	1.6%	▲218	▲32.9%
その他	売上高	5,176	—	5,513	—	+337	+6.5%
	営業利益	19	0.4%	▲59	▲1.1%	▲78	▲410.5%
全社・消去	営業利益	▲3,299	—	▲3,922	—	▲624	—
連結合計	売上高	86,074	—	89,689	—	+3,615	+4.2%
	営業利益	4,445	5.2%	1,948	2.2%	▲2,497	▲56.2%



# 配当について



## 2014年3月期 配当について

## ■創業50周年記念配当について

2014年3月期中間配当において 1株当たり20円の記念配当を実施

1株当たり配当金 (円)	2012/3月期 実績	2013/3月期 実績	2014/3月期 予定
第2四半期末	—	20	40 (普通配当20円+記念配当20円)
期末	40	20	20 (普通配当20円)
年間(合計)	40	40	60 (普通配当40円+記念配当20円)
配当総額(百万円)	2,571	2,547	3,754
連結配当性向(%)	56.3	41.8	85.3

※連結配当性向は1株当たりで計算しております。

# ご参考



## 個別業績

(単位:百万円)

	2012/ 9月期	2013/ 9月期	前年同期比増減		(ご参考) 2013/3月期
			額	率(%)	
売上高	70,841	70,777	▲64	▲0.1	145,275
営業利益	3,095	2,771	▲324	▲10.5	6,399
売上高営業利益率(%)	(4.4)	(3.9)	(▲0.5)	—	(4.4)
経常利益	5,009	4,799	▲210	▲4.2	9,446
売上高経常利益率(%)	(7.1)	(6.8)	(▲0.3)	—	(6.5)
当期(四半期)純利益	2,839	3,133	294	10.4	4,995
売上高当期純利益率(%)	(4.0)	(4.4)	(0.4)	—	(3.4)



## セグメント別の事業概況

2013年3月期連結

売上高1,681億円、営業利益91億円

### クリーンケアグループ

売上高	1,090億円
営業利益	143億円

※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収入なし)/③直営店売上

#### ホームサービス

#### 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、化粧室周り商品等、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(役務提供サービス)

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

#### ビジネスサービス

#### 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

高齢者の生活支援サービス

#### レントオール

日用品・介護用品等のレンタル

#### 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

飲料水、コーヒーの販売

### フードグループ

売上高	488億円
営業利益	11億円

※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

手作りのフレッシュなドーナツ、飲茶やドリンク等、多彩なメニューを提供するドーナツ専門店

#### 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」、(株)モスフードサービスとのコラボショップ「MOSDO」

#### (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

### その他事業

売上高	103億円
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

病院施設の衛生マネジメントサービス等

#### ダスキン共益(株)

リース事業

保険代理事業

#### 海外事業・その他

クリーン・ケア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2013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

### クリーンケアグループ

#### 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(役務提供サービス)
  - 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
- ・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 ..... 日用品、介護用品、イベント用品等のレンタル及び販売

#### 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
  - 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(役務提供サービス)
  - 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
- ・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
- ・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
  - MOSDO ..... (株)モスフードサービスとのコラボショップ
- ・ザ・どん ..... 海鮮どんぶり
- 日本のごはん亭 ..... 定食の店

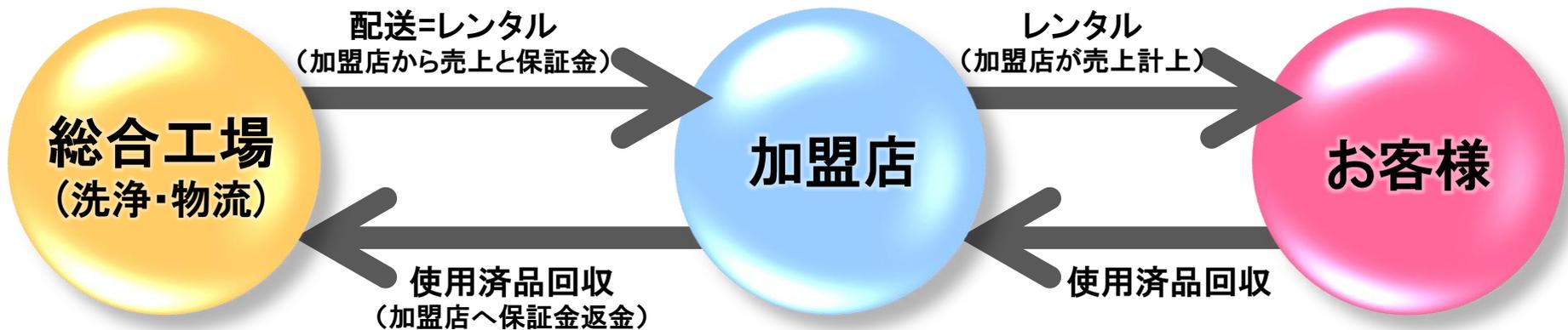
### その他事業

- ・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、保険代理業
- ・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 ..... クリーン・ケア事業、ミスタードーナツの海外展開及びダスキん香港

※概要図は2013年4月1日時点をイメージしています。

## 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	13工場
協力会社	32工場
合計	45工場

直営・子会社支店	71拠点
FC拠点	約2,100拠点
営業拠点	約2,200拠点

訪問販売員	約65,000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
---------------	--------

### 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、競争は少ない。

### 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。