

2020年3月期 第2四半期 決算説明会

株式会社 **ダスキン**
2019年11月20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。
- 本資料における「全社・消去」には「セグメント間取引消去」及び「全社費用」が含まれております。
- 2016年3月期より「企業結合に関する会計基準」（企業会計基準第21号 平成25年9月13日）等を適用し、「当期（四半期）純利益」を「親会社株主に帰属する四半期純利益」としておりますが、本資料上は「当期（四半期）純利益」と表記しております。

■ 決算概況

連結業績 ハイライト	6
売上高の状況	7
営業利益の状況	9
経常利益の状況	11
当期（四半期）純利益の状況	13
連結貸借対照表の状況	15

■ セグメント毎の状況

セグメント別 ハイライト	17
主要事業の概況	
訪販グループ	18
フードグループ	22
その他・全社	25
その他（海外）	26

■ 公表業績予想との比較

2020年3月期第2四半期累計 期初予想との比較	28
--------------------------	----

■ 2020年3月期 通期業績予想

2020年3月期 通期業績予想	30
-----------------	----

■ 株主還元

配当	34
自社株買い	35

■ 中期経営方針2018

中期経営方針2018「基本方針」「数値目標」	37
中期経営方針2018重点施策進捗状況	
現事業の発展	38
新たなる成長	43
企業体質の強化	44
CSV（共通価値の創造）の取り組み	46
SDGs（持続可能な開発目標）への貢献	47

■ ご参考

個別決算概況	49
セグメント別事業構成	50
お客様売上高	51
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	52

2020年3月期 第2四半期 決算概況

連結業績

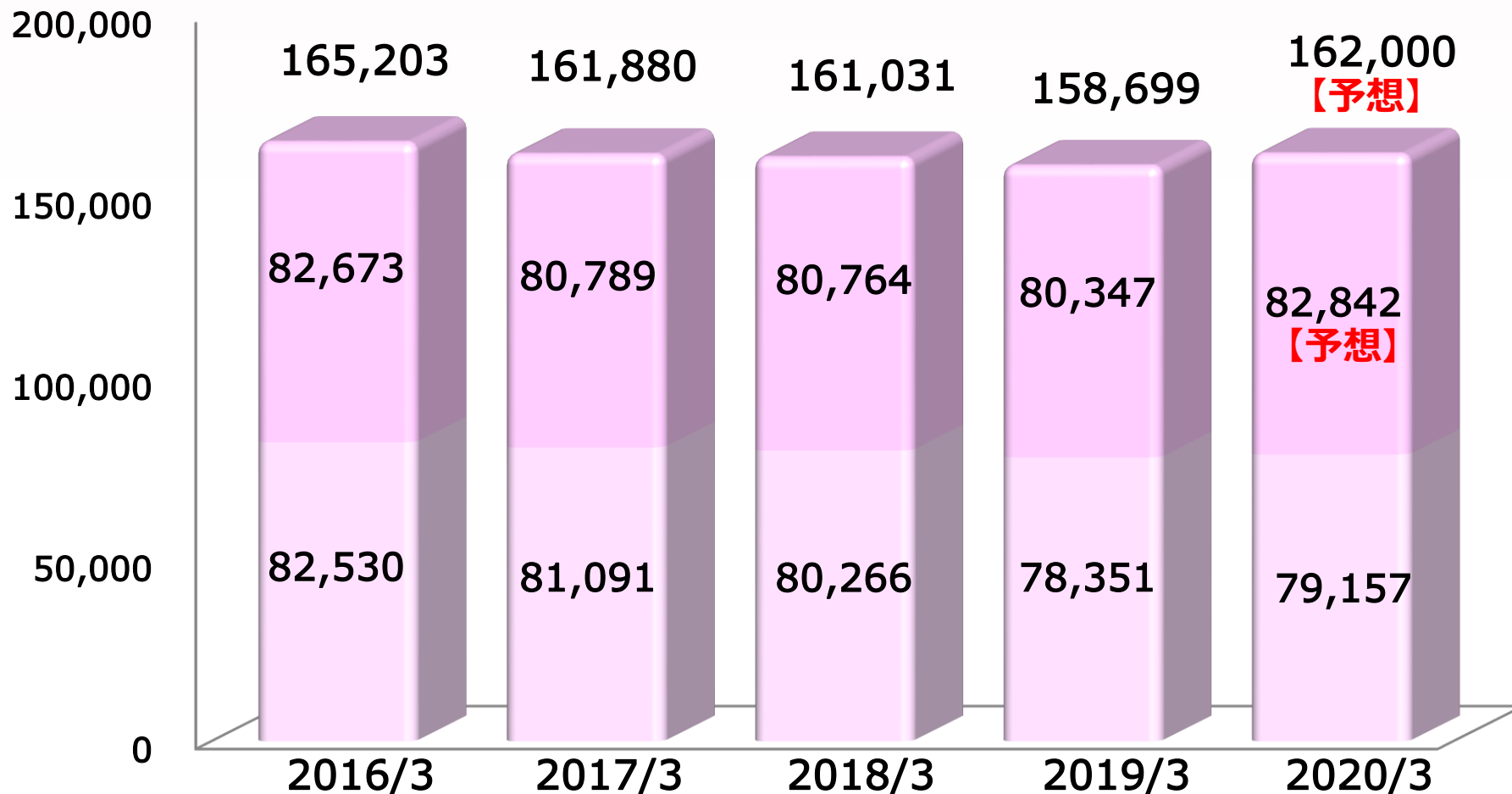
(単位：百万円)

	2019/3月期 2Q累計	2020/3月期 2Q累計	増 減		ご参考 2019/3月期
				増減率 (%)	
売上高	78,351	79,157	+805	+1.0	158,699
営業利益	4,378	3,698	▲679	▲15.5	7,954
(売上高営業利益率)	(5.6%)	(4.7%)	(▲0.9)	—	(5.0%)
経常利益	5,272	4,115	▲1,157	▲21.9	10,011
(売上高経常利益率)	(6.7%)	(5.2%)	(▲1.5)	—	(6.3%)
当期(四半期)純利益	3,394	2,783	▲610	▲18.0	5,984
(売上高当期純利益率)	(4.3%)	(3.5%)	(▲0.8)	—	(3.8%)

連結売上高の推移

■ 下半期
■ 上半期

(単位：百万円)



連結売上高

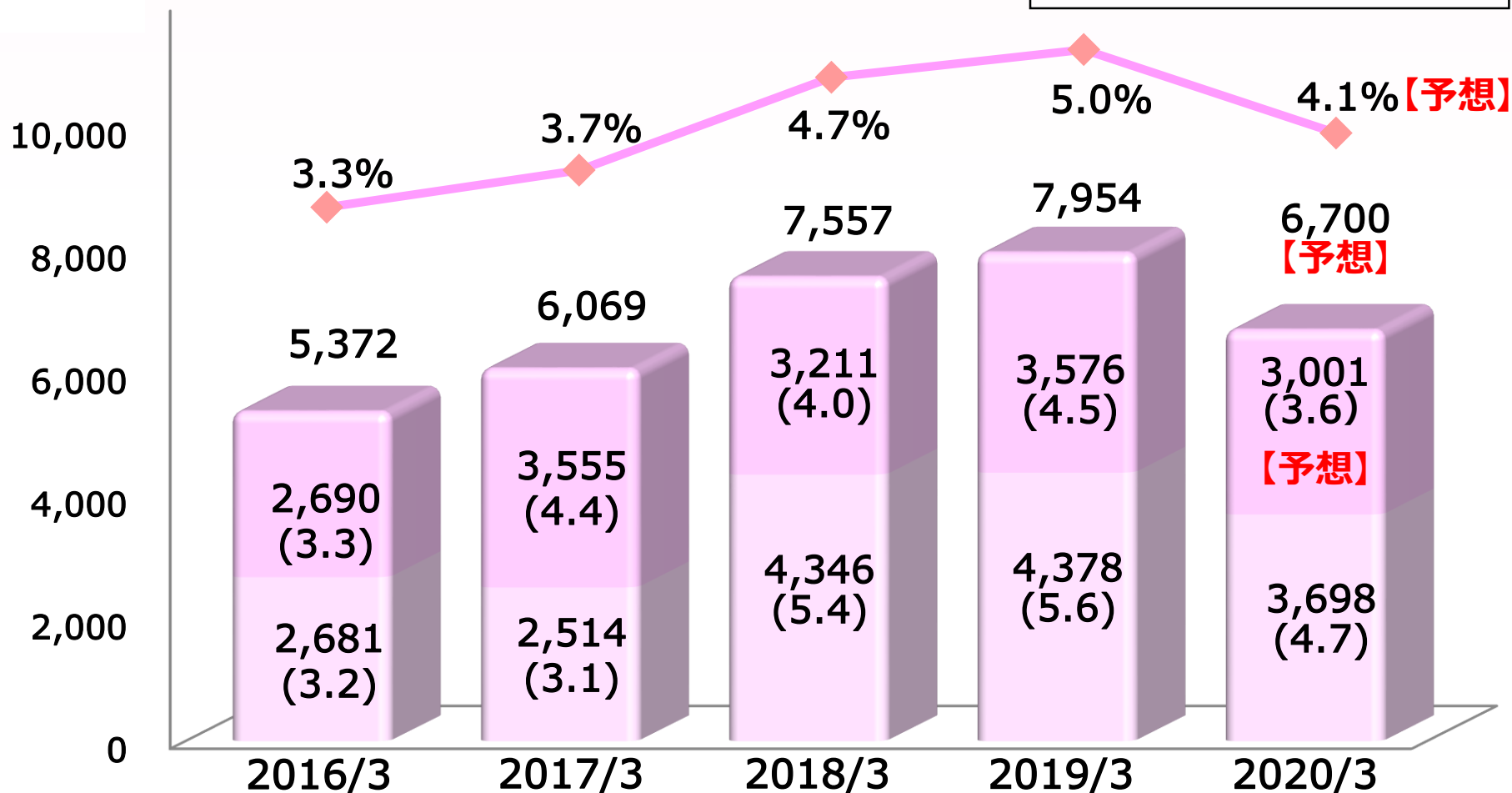
791億57百万円

前年同期比 +8億5百万円(+1.0%)

(単位：百万円)		2019/3月期 2Q累計	2020/3月期 2Q累計	増 減	増減率 (%)
訪販グループ	外部顧客への売上高	55,120	55,644	+523	+0.9
	セグメント間内部売上高	361	303	▲57	▲15.9
	合 計	55,481	55,947	+465	+0.8
フードグループ	外部顧客への売上高	16,998	17,231	+232	+1.4
	セグメント間内部売上高	4	5	+0	+11.5
	合 計	17,003	17,236	+233	+1.4
その他	外部顧客への売上高	6,232	6,281	+49	+0.8
	セグメント間内部売上高	1,181	997	▲184	▲15.6
	合 計	7,414	7,278	▲135	▲1.8
セグメント間取引消去		▲1,547	▲1,306	+241	－
連結売上高		78,351	79,157	+805	+1.0

連結営業利益 (率) の推移

(単位：百万円)



連結営業利益

36億98百万円 前年同期比 ▲6億79百万円(▲15.5%)

《セグメント別：主な変動要因》

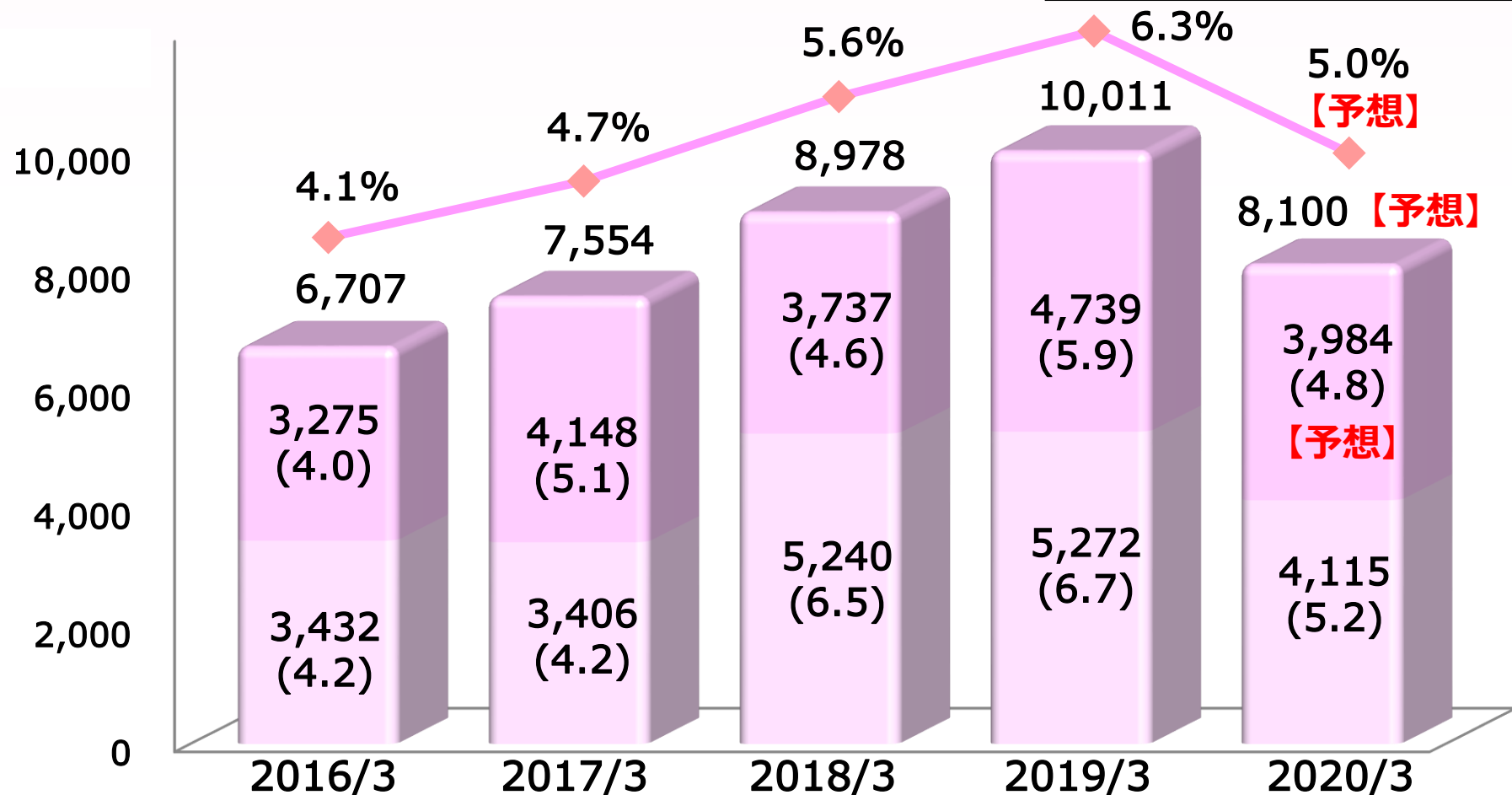
訪販グループ 原価率アップ、セグメント間の異動等による人件費増加
 フードグループ 売上増による粗利増加、経費の減少
 その他 ダスキンヘルスケアの人員増による人件費増加
 全社・消去 消費増税対応システム費用等の増加

セグメント毎の営業利益

	2019/3月期2Q (営業利益率)	2020/3月期2Q (営業利益率)	増 減	
				増減率
訪販グループ	7,203 (13.0%)	6,383 (11.4%)	▲820	▲11.4% (▲1.6)
フードグループ	4 (0.0%)	411 (2.4%)	+406	+8,782.8% (+2.4)
その他	261 (3.5%)	239 (3.3%)	▲22	▲8.5% (▲0.2)
全社・消去	▲3,091	▲3,334	▲243	—
連結営業利益	4,378 (5.6%)	3,698 (4.7%)	▲679	▲15.5% (▲0.9)

連結経常利益 (率) の推移

(単位：百万円)



連結経常利益

41億15百万円 前年同期比 **▲11億57百万円(▲21.9%)**

《 主な増減要因 》

① 営業利益 ▲7億円**② 営業外損益 ▲5億円**

➢ 持分法による投資損益の悪化 **▲2億円**
(ナック、ダスキン韓国)

➢ 金融収支 **▲1億円**

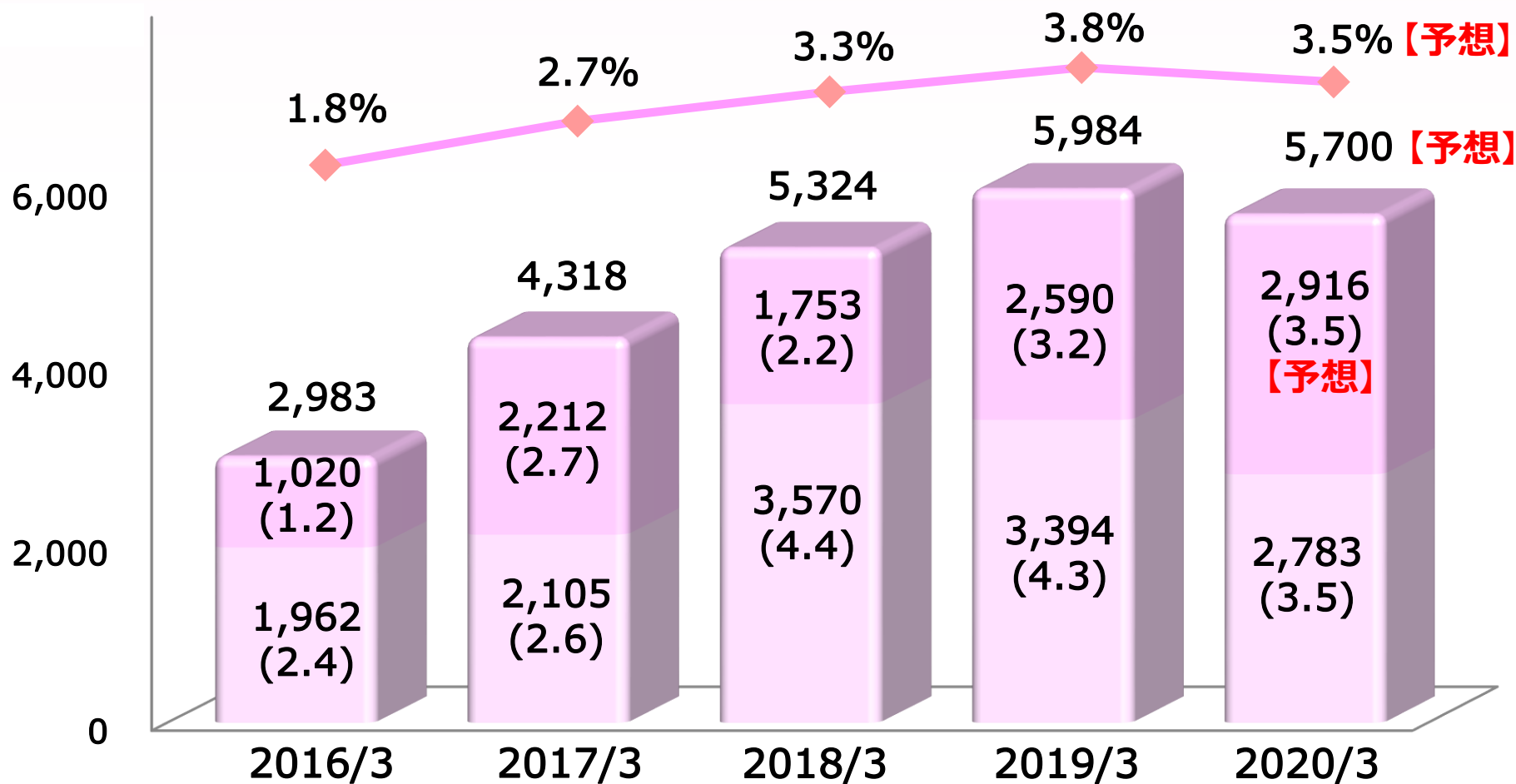
➢ その他 **▲2億円**

増益要因を+、減益要因を▲で表示

連結当期（四半期）純利益（率）の推移

（単位：百万円）

◆ 売上高当期純利益率
■ 下半期
■ 上半期



連結四半期純利益

27億83百万円 前年同期比 ▲6億10百万円(▲18.0%)

《 主な増減要因 》

① 経常利益 ▲12億円

② 特別損益 +2億円

- 投資有価証券売却益の増加 +2億円
- 投資有価証券評価損の増加 ▲1.5億円
- その他 +1.5億円

③ 税金費用等 +4億円（費用の減少）

- ダスキン韓国清算に伴う税効果認識 +1億円
- その他 +3億円

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2019/3月末	2019/9月末	増 減	主な増減要因
流動資産	63,948	62,120	▲1,827	「現金及び預金」 ▲11億円 「受取手形及び売掛金」 +21億円 「有価証券」 ▲44億円 「商品及び製品」 +13億円
有形固定資産	48,604	50,271	+1,666	「その他（純額）」 +18億円
無形固定資産	10,556	10,143	▲412	「その他」 ▲4億円
投資その他資産	71,114	66,888	▲4,225	「投資有価証券」 ▲50億円 「繰延税金資産」 +4億円 「差入保証金」 +4億円
資産合計	194,223	189,423	▲4,799	—
流動・固定負債	44,339	41,524	▲2,815	「未払金」 ▲20億円 「関係会社精算損失引当金」 ▲3億円 「その他」 ▲6億円
純資産	149,884	147,899	▲1,984	「利益剰余金」 +17億円 「自己株式」 ▲27億円 「その他有価証券評価差額金」 ▲10億円
負債・純資産合計	194,223	189,423	▲4,799	—

セグメント毎の状況

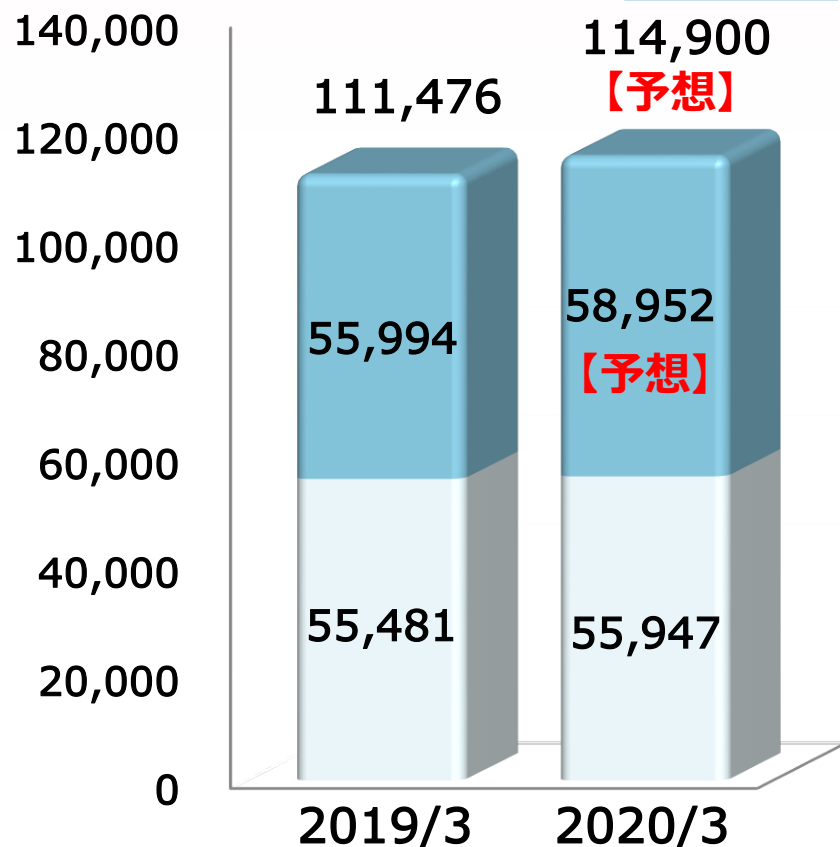
(単位：百万円)

		2019/3月期		2019/3月期 2Q累計		2020/3月期 2Q累計		増 減	
		営業利益率		営業利益率		営業利益率		増減率	
訪販グループ	売上高	111,476	－	55,481	－	55,947	－	+465	+0.8%
	営業利益	13,406	12.0%	7,203	13.0%	6,383	11.4%	▲820	▲11.4% (▲1.6)
フードグループ	売上高	35,426	－	17,003	－	17,236	－	+233	+1.4%
	営業利益	320	0.9%	4	0.0%	411	2.4%	+406	+8,782.8% (+2.4)
その他	売上高	14,858	－	7,414	－	7,278	－	▲135	▲1.8%
	営業利益	387	2.6%	261	3.5%	239	3.3%	▲22	▲8.5% (▲0.2)
全社・消去	売上高	▲3,062	－	▲1,547	－	▲1,306	－	+241	－
	営業利益	▲6,160	－	▲3,091	－	▲3,334	－	▲243	－
連結合計	売上高	158,699	－	78,351	－	79,157	－	+805	+1.0%
	営業利益	7,954	5.0%	4,378	5.6%	3,698	4.7%	▲679	▲15.5% (▲0.9)

※ セグメント別の売上高は、セグメント間の内部売上高を含む数値を表示しております。

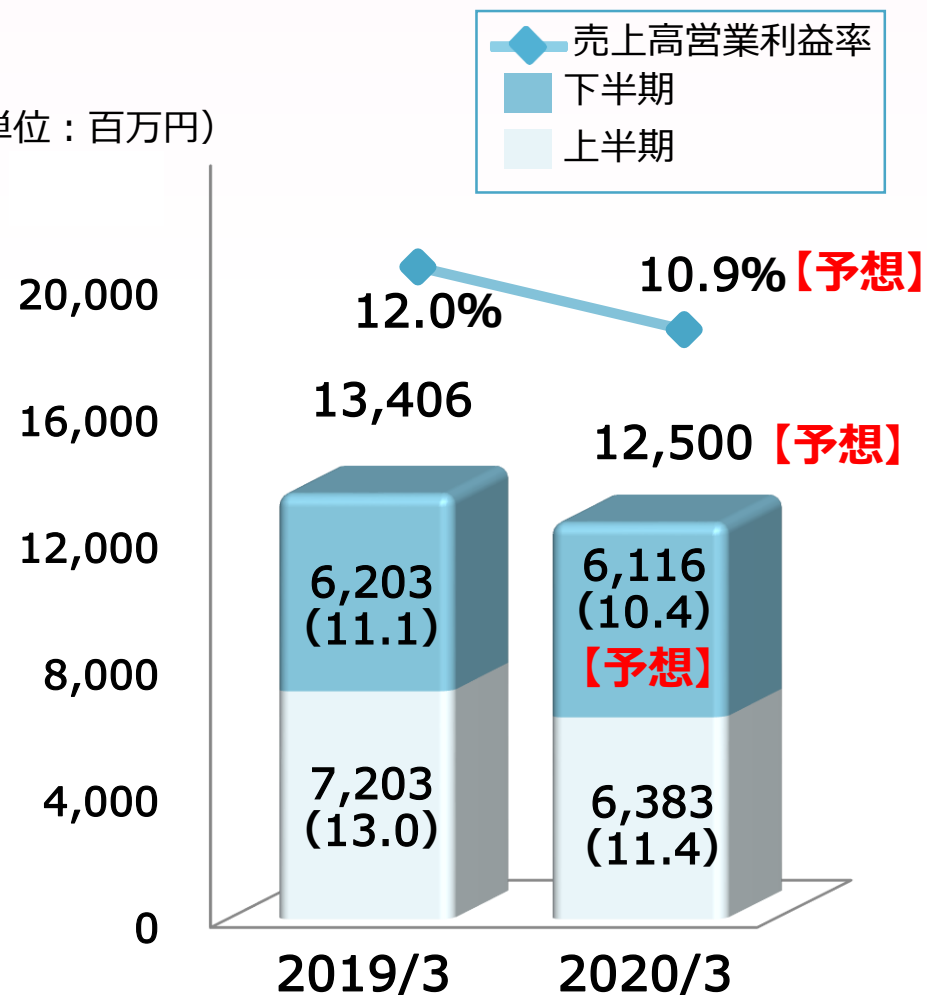
売上高

(単位：百万円)



営業利益

(単位：百万円)



売上高

(単位：百万円)	前2Q	当2Q	増減	
				増減率 (%)
外部顧客への売上高	55,120	55,644	+ 523	+ 0.9
セグメント間の内部売上高	361	303	▲ 57	▲ 15.9
合計	55,481	55,947	+ 465	+ 0.8

●ダストコントロール商品売上は微減

- ダストコントロール商品（全体）の増減率 ▲0.3%（1Q：▲3.5%、2Q：+2.8%）
- モップ商品（全体）の増減率 ▲3.9%（1Q：▲5.6%、2Q：▲2.2%）
 - ・ベーシック3（LaLa、shushu、ｽﾀｲﾙｸﾘｰﾅｰ個別売上も含む） +0.6%
 - ・その他のモップ ▲300百万円 ▲5.5%
 - ・ロボットクリーナーSiRo ▲176百万円 ▲45.8%
- 台所用スポンジ +154百万円
- 暮らしキレイBOX +300百万円
- 消火器 +112百万円

●ケアサービス事業（役務提供サービス）は増加

- お客様売上高合計 +4.0%（1Q：+2.2%、2Q：+5.8%）
 - ・ハウスクリーニング（サービスマスター） +2.9%（1Q：+3.6%、2Q：+2.2%）
 - ・家事代行等（メリーメイド） +2.8%（1Q：+1.0%、2Q：+4.6%）
 - ・シロアリ防除等（ターミニックス） +7.1%（1Q：▲1.1%、2Q：+16.0%）
 - ・緑と花のお手入れ（トータルグリーン） +9.6%（1Q：+1.7%、2Q：+16.9%）
 - ・住まいの補修サービス（ホームリペア） +68.2%（1Q：+50.1%、2Q：+88.0%）

●ヘルスレント事業（介護関連用品のレンタル）は依然好調

- ヘルスレント お客様売上高 +6.7%（1Q：+5.9%、2Q：+7.4%）

売上高

(単位：百万円)	前2Q	当2Q	増減	
				増減率 (%)
外部顧客への売上高	55,120	55,644	+ 523	+ 0.9
セグメント間の内部売上高	361	303	▲ 57	▲ 15.9
合計	55,481	55,947	+ 465	+ 0.8

事業所向けサービス (ビジネスサービス)

●ダストコントロール商品売上は微減

- ダストコントロール商品 (全体) の増減率 ▲0.7% (1Q : ▲2.1% 、 2Q : +0.7%)
- マット商品 (全体) の増減率 ▲0.5% (1Q : ▲1.3% 、 2Q : +0.4%)
 - ・ オーダーメイドマット ▲0.3%
 - ・ インサイド (屋内専用オーダーメイドマット) +7.9%
 - ・ その他のマット ▲0.5%

●ケアサービス事業 (役務提供サービス) は増加

- お客様売上高合計 +2.2% (1Q : +0.8% 、 2Q : +3.6%)
 - ・ サービスマスター (含 ファシリティ) +1.6% (1Q : +0.5% 、 2Q : +2.7%)
 - ・ 害虫獣駆除 (ターミニックス) +3.3% (1Q : +1.4% 、 2Q : +5.3%)
 - ・ 緑と花のお手入れ (トータルグリーン) +9.1% (1Q : +4.0% 、 2Q : +13.7%)
 - ・ 住まいの補修サービス (ホームリペア) +9.6% (1Q : +0.7% 、 2Q : +25.3%)

●イベント運営・関連用品レンタル (レントオール) は依然好調

- レントオール お客様売上高 +8.7% (1Q : +6.8% 、 2Q : +10.3%)

営業利益

(単位：百万円)

	前2Q	当2Q	増減	
			増減率 (%)	
セグメント利益	7,203	6,383	▲820	▲11.4

➤ 売上増加に伴う売上総利益の増加 **+2億円**

➤ 原価率悪化に伴う売上総利益の減少 **▲3億円**

● 洗浄工場における経費の増加 **▲2億円**

● マット等の新布投入の増加 **▲1億円**

➤ 経費増加の営業利益への影響 **▲7億円**

● 外注委託費及びセグメント間の人員異動等の人件費増加 **▲4億円**

● 製商品運賃の増加 **▲1億円**

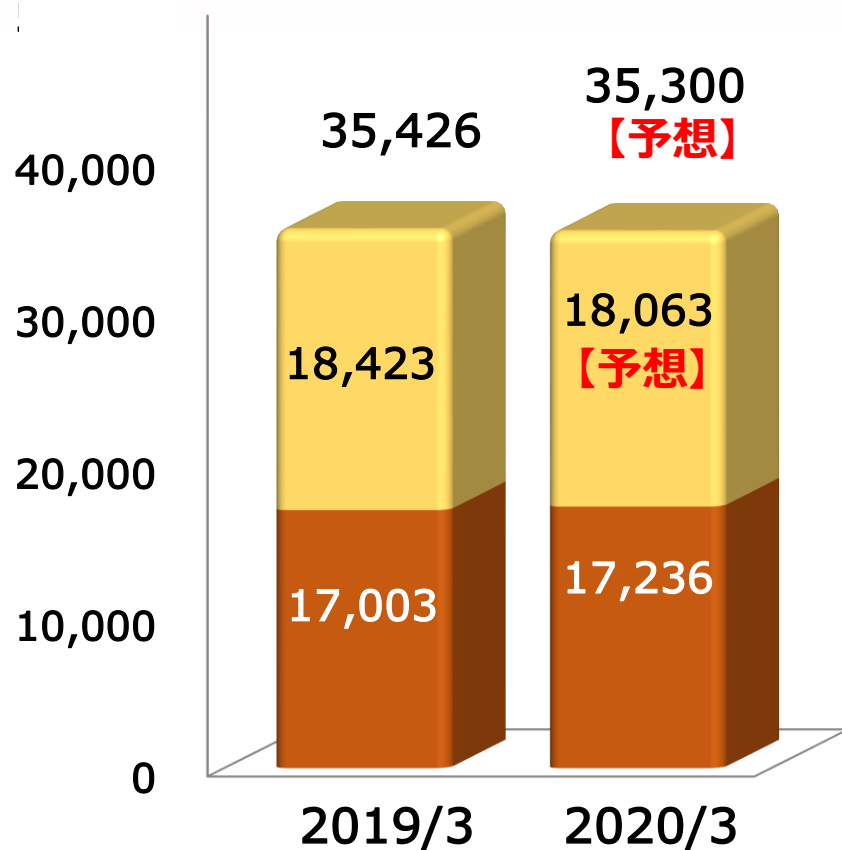
● 宣伝広告費等販売促進関連費用の増加 **▲1億円**

● その他 **▲1億円**

増益要因を+、減益要因を▲で表示

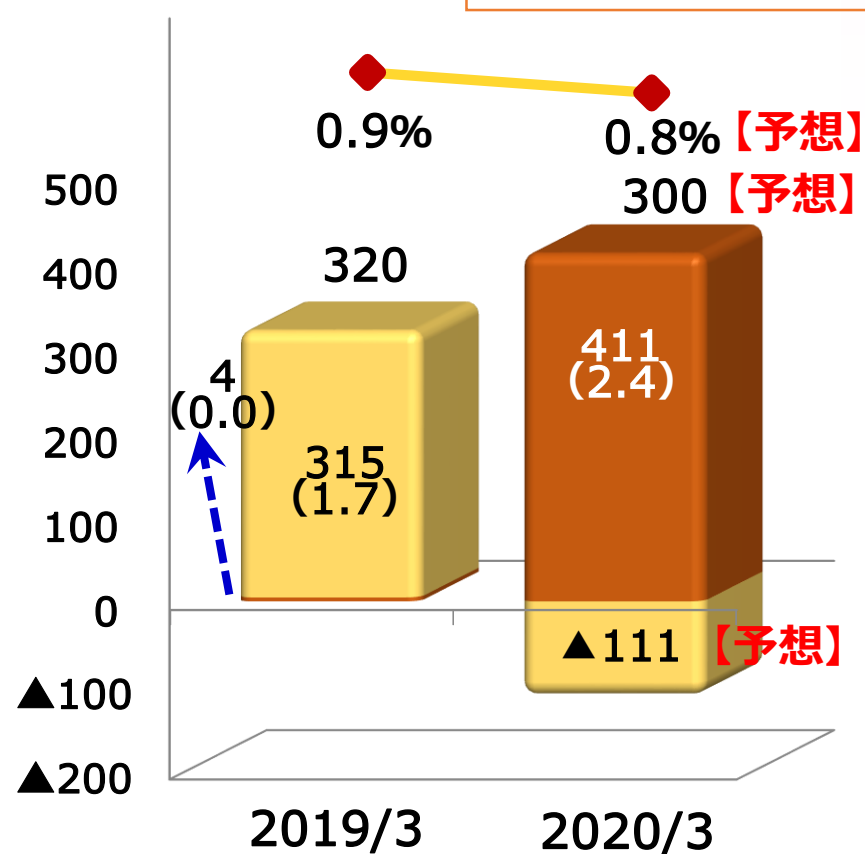
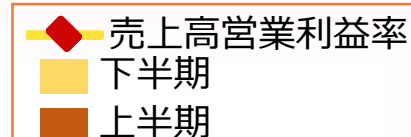
売上高

(単位：百万円)



営業利益

(単位：百万円)



売上高

(単位：百万円)	前2Q	当2Q	増減	
			増減率 (%)	
外部顧客への売上高	16,998	17,231	+232	+1.4
セグメント間内部売上高	4	5	+0	+11.5
合計	17,003	17,236	+233	+1.4

● ミスタードーナツ事業

- 全店合計お客様売上 +4.4% (1Q： +3.4% 、 2Q： +5.5%)
- 既存店ベースお客様売上 +9.7% (1Q： +9.1% 、 2Q： +10.4%)
- 稼働店1店当たりの売上 +11.7% (1Q： +11.0% 、 2Q： +12.5%)
 - ・ 客単価は上昇、客数は減少 客単価 (全店ベース) +6.6% 、 客数 (全店ベース) ▲2.0%
 - ・ 稼働店舗数減少 稼働店舗数 前2Q単純平均 1,065店 、 当2Q単純平均 992店 (増減 ▲73店)
※総稼働日数 ▲6.5%
 - ・ 4月に発売した「タピオカドリンク」がヒットし、売上増加に貢献。
 - ・ “misdo meets”「抹茶スイーツプレミアム」「堂島ローナツコレクション」も好評。
 - ・ 稼働店舗数減の影響はあるものの全店合計お客様売上も前年同期を上回る。
既存店ベースお客様売上も好調に推移。

● その他のフード事業

- お客様売上

ベーカリーファクトリー	▲13.4%	客数減による
ザ・シフォン&スプーン	▲33.2%	店舗数減 (▲1店)
パイフェイス	▲13.6%	店舗数減 (▲1店)
かつアンドかつ	+1.0%	

営業利益

(単位：百万円)

	前2Q	当2Q	増減	
			増減率 (%)	
セグメント利益	4	411	+ 406	+ 8,782.8

➤ 売上増加に伴う売上総利益の増加 **+1億円**

➤ 原価率改善に伴う売上総利益の増加 **+ 1.5億円**

➤ 経費減少に伴う利益の増加 **+ 1.5億円**

●減価償却費の増加 **▲1億円**

●地代家賃等の減少 **+0.5億円**

●その他 **+2億円**

増益要因を+、減益要因を▲で表示

その他

(単位：百万円)	前2Q	当2Q	増減	
			増減率 (%)	
外部顧客への売上高	6,232	6,281	+49	+0.8
セグメント間の内部売上高	1,181	997	▲184	▲15.6
合計	7,414	7,278	▲135	▲1.8
セグメント利益	261	239	▲22	▲8.5

●ダスキン共益（リース及び保険代理業） 減収減益

- ・ 本社PC、支店店舗システム等が再リースへ移行したため一般リースが減少

●ダスキンヘルスケア（病院施設のマネジメントサービス） 増収減益

- ・ 既存顧客の増額で増収となったものの、人件費の増加で減益

●海外（連結子会社） 減収増益

- ・ ミスタードーナツ上海撤退（2019年3月末で全店クローズ）
- ・ ダスキン上海は、事業所向けの新規顧客獲得が好調

全社・消去

(単位：百万円)	前2Q	当2Q	増減	
			増減率 (%)	
セグメント利益	▲3,091	▲3,334	▲243	－

●本社部門

- ・ 消費増税対応システム費用の増加 ▲2億円
- ・ 退職給付費用の増加 ▲1億円

海外事業

➤ 海外のお客様売上高

	(単位：現地通貨)	2018.1～6月	2019.1～6月	増減	
				増減率	
ダストコントロール ケアサービス	台湾 (百万NTドル)	593	632	+39	+6.6%
	上海 (百万人民元)	13	18	+4	+32.8%
	韓国 (百万ウォン)	648	784	+136	+21.0%
ミスタードーナツ	台湾 (百万NTドル)	494	501	+7	+1.5%
	上海 (百万人民元)	9	2	▲ 6	▲ 70.7%
ビッグアップル	マレーシア (百万リンギット)	27	24	▲ 3	▲ 11.8%

※ 台湾は国として記載しています。※ミスタードーナツ上海は2019年3月末に全店舗をクローズ

※ ダスキン韓国（プルムワンダスキン）は2019年10月末をもって事業撤退しました。

公表業績予想との比較

連 結

※ 期初(2019.5.15)公表値との比較

(単位：百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	四半期純利益
予想 (5/15)	79,700	3,500	3,900	2,500
実績	79,157	3,698	4,115	2,783
乖離額 (率%)	▲542 (▲0.7)	+198 (5.7)	+215 (5.5)	+283 (11.4)

売上高 乖離の主たる要因

- ・ 訪販グループ [ダストコントロール ▲2億円、ケアサービス▲1億円、その他▲1億円] ▲4億円
- ・ フードグループ [ミスタードーナツ事業 +3億円、その他フード▲3億円] +0億円
- ・ その他 [ダスキン共益▲1億円] ▲1億円

営業利益 乖離の主たる要因

- ・ 訪販グループ [売上下振れに伴う粗利下振れ ▲2億円
原価率悪化 ▲1億円
おそうじロボットSiRo原価下振れ +1億円
スタイルクリーナー原価下振れ +1億円] ▲1億円
- ・ フードグループ [原価率好転 +1億円
販売促進費の未使用・期ズレ +2億円] +3億円
- ・ その他 [ミスタードーナツ上海撤退に伴う粗利下振れ ▲1億円] ▲1億円
- ・ 全社・消去 [人件費減少 +3億円
システム費用の増加 ▲2億円] +1億円

2020年 3月期 通期 業績予想

連 結

※ 期初に公表した通期業績予想については変更ございません。

(単位：百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2019年3月期（前期）実績	158,699	7,954	10,011	5,984
2020年3月期 公表予想	162,000	6,700	8,100	5,700
前期 対 予想（乖離額：率%）	+3,300 (2.1)	▲1,254 (▲15.8)	▲1,911 (▲19.1)	▲284 (▲4.8)

個 別

(単位：百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2019年3月期（前期）実績	129,592	5,254	8,529	5,198
2020年3月期 公表予想	130,700	4,000	7,400	5,800
前期 対 予想（乖離額：率%）	+1,107 (0.9)	▲1,254 (▲23.9)	▲1,129 (▲13.2)	+601 (11.6)

下半期 セグメント別予想 ※ 前年同期間対比

(単位：百万円)

		2020/3月期 通期予想		2019/3月期 下半期実績		2020/3月期 下半期予想 (通期予想-上半期実績)		増 減	
			営業利益率		営業利益率		営業利益率		増減率
訪販グループ	売上高	114,900	—	55,994	—	58,952	—	+2,957	+5.3%
	営業利益	12,500	10.9%	6,203	11.1%	6,116	10.4%	▲86	▲1.4% (▲0.7)
フードグループ	売上高	35,300	—	18,423	—	18,063	—	▲360	▲2.0%
	営業利益	300	0.8%	315	1.7%	▲111	▲0.6%	▲426	▲135.3% (▲2.3)
その他	売上高	15,000	—	7,444	—	7,721	—	+276	+3.7%
	営業利益	300	2.0%	126	1.7%	60	0.8%	▲65	▲51.8% (▲0.9)
全社・消去	売上高	▲3,200	—	▲1,514	—	▲1,893	—	▲378	—
	営業利益	▲6,400	—	▲3,068	—	▲3,065	—	+3	—
連結合計	売上高	162,000	—	80,347	—	82,842	—	+2,494	+3.1%
	営業利益	6,700	4.1%	3,576	4.5%	3,001	3.6%	▲574	▲16.1% (▲0.8)

※ セグメント別の売上高は、セグメント間の内部売上高を含む数値を示しております。

######

株主還元

1 株当たり配当金実績 及び 予想

(単位：円)	2018年 3月期	2019年 3月期	2020年3月期 (予想)
第2四半期末	20	30	24
期末	20	20	32
年間合計	40	50	56
配当総額 (百万円)	2,137	2,643	2,858
連結配当性向 (%)	40.1	44.5	50.2

※ 連結配当性向 = 1株当たり計算

2019.2/12公表

期間 2019.2.14 ~ 2019.7.31
 取得株数上限 1,500千株
 取得金額上限 4,000百万円

	≪買付け株数≫	≪買付け金額≫
2019年3月期	493,700株	1,324百万円
2020年3月期（当期 上半期）	962,700株	2,675百万円
合計	1,456,400株	3,999百万円

（2019.9月末現在の自社株保有数） 1,642,641株（3.1%）
 （現在の発行済株式総数） 52,694,823株

中期経営方針2018

中期経営方針2018

DUSKIN
喜びのタネをまこう

基本方針

新たな成長

現事業の発展

企業体質の強化



数値目標

(2021年3月期)

連結売上高	1,650億円	2019年3月期比	+63億円
連結営業利益	82億円	2019年3月期比	+3億円

現事業の発展（訪販グループ）

家庭市場

おうちのコトから“家族の暮らし”総合窓口へ

DDuet

接点チャネルの連携を図り、生涯ご利用いただける仕組みの構築

会員数の推移	2019年3月末	744千人
	<u>2019年9月末</u>	<u>895千人</u>



クレジット決済

現金取引からクレジット決済への促進

利用率	2019年3月末	4.2%
	<u>2019年9月末</u>	<u>5.4%</u>

現事業の発展（訪販グループ）

事業所市場

衛生管理サポーターから“衛生管理ノウハウ提供”の
ビジネスパートナーへ

注力領域：衛生管理市場

ハイジーンマスターの増員と育成

2019年3月末 1,406名

2019年9月末 1,588名



衛生をはじめとした施設管理ノウハウ提供へ

現事業の発展（訪販グループ）

新たな共創の場

ダスキンラボ（2019年5月開設）

生活者・外部企業(団体)・加盟店・従業員等の枠を
超え生活調律を創出する場



3

1000
DUS-LAB

DUSKIN
LABORATORY

現事業の発展（フードグループ）

ミスタードーナツ

出店・改装

①既存商圈（既存店舗）

既存店舗の改装促進、及び立地変化に対応したリロケーションの実施

②空白商圈（新規出店）

空白商圈のターゲットに向けた業態パッケージを開発、新規出店を促進

駅ナカのテイクアウト専門



郊外主要駅 駅ナカ

都市部のカフェ業態ショップ



都市部イートインカフェ

郊外のドライブスルー併設ショップ



郊外ロードサイド独立店

キッチン併設／キッチンレスの選択肢を組み合わせ、様々な立地への出店が可能に。

改装実績

27店（2019年9月末）

出店実績

4店（2019年9月末）

改装目標

125店

出店目標

31店

現事業の発展（フードグループ）

ミスタードーナツ

商品戦略「miso meets」「ミスドゴハン」



最高水準の素材、
技術を持つ企業と
の共同開発商品
「ミスドミーツ」



よりお手軽にご利用いただくた
めに「セットメニュー」を充実



株式会社 祇園辻利
商品カテゴリー
抹茶スイーツプレミアム



株式会社 モンシェール
商品名：堂島ローナツ

いいことあるぞ Mister Donut		ドリンク つき フードセット		セットのドリンクはレジにてご確認ください。 (掲載のセット価格はミスドブレンドコーヒーでの価格になります。)	
ホットドッグ	あつあつジュースドッグ	とろとろチーズドッグ	冷たいならこと じゃがいもポタージュパスタ	冷たいパジルと じゃがいもポタージュパスタ	4種チーズの カルボナーラ
	セット ¥537 (税込 ¥587)	セット ¥558 (税込 ¥608)	セット ¥850 (税込 ¥900)	セット ¥850 (税込 ¥900)	セット ¥904 (税込 ¥954)
パスタ	冷たいならこと じゃがいもポタージュパスタ	冷たいパジルと じゃがいもポタージュパスタ	ゴロゴロなすの ミートソース	ゴロゴロなすの ミートソース	ゴロゴロなすの ミートソース
	セット ¥850 (税込 ¥900)	セット ¥850 (税込 ¥900)	セット ¥904 (税込 ¥954)	セット ¥904 (税込 ¥954)	セット ¥904 (税込 ¥954)
飲	さっぱりと野菜の涼風麺	うま辛担々涼風麺	やわらか とり肉そば	やわらか とり肉そば	やわらか とり肉そば
茶	セット ¥742 (税込 ¥792)	セット ¥656 (税込 ¥706)	セット ¥656 (税込 ¥706)	セット ¥656 (税込 ¥706)	セット ¥656 (税込 ¥706)
	単品 ¥572 (税込 ¥602)	単品 ¥486 (税込 ¥516)	単品 ¥486 (税込 ¥516)	単品 ¥486 (税込 ¥516)	単品 ¥486 (税込 ¥516)
	汁そば とり肉&海老ワンタン	香る海老ぶりワンタン麺	汁そば	汁そば	汁そば
	セット ¥742 (税込 ¥792)	セット ¥656 (税込 ¥706)	セット ¥504 (税込 ¥534)	セット ¥504 (税込 ¥534)	セット ¥504 (税込 ¥534)
	単品 ¥572 (税込 ¥602)	単品 ¥486 (税込 ¥516)	単品 ¥334 (税込 ¥354)	単品 ¥334 (税込 ¥354)	単品 ¥334 (税込 ¥354)

- ・定着化させるための商品の改変や
セットメニューの見直しを図る

新たなる成長

新規事業

ダスキンウォッシュ（洗濯代行サービス）

- ・ 洗濯代行 洗濯、乾燥、たたみ
- ・ コインランドリー 定額利用（会員制）、スポット利用
- ・ 洗濯DIY & ワークショップ
 お気に入りの自分で手入れできるワークスペース



企業体質の強化

コーポレート・ガバナンス

■コーポレート・ガバナンス強化

- ▶ 取締役の指名、報酬に係る取締役会の諮問機関として 独立役員のみで構成する「取締役評価検討会」を設置
- ▶ 東京証券取引所が定める
コーポレートガバナンス・コード78原則全て **COMPLY**

企業体質の強化

資本政策

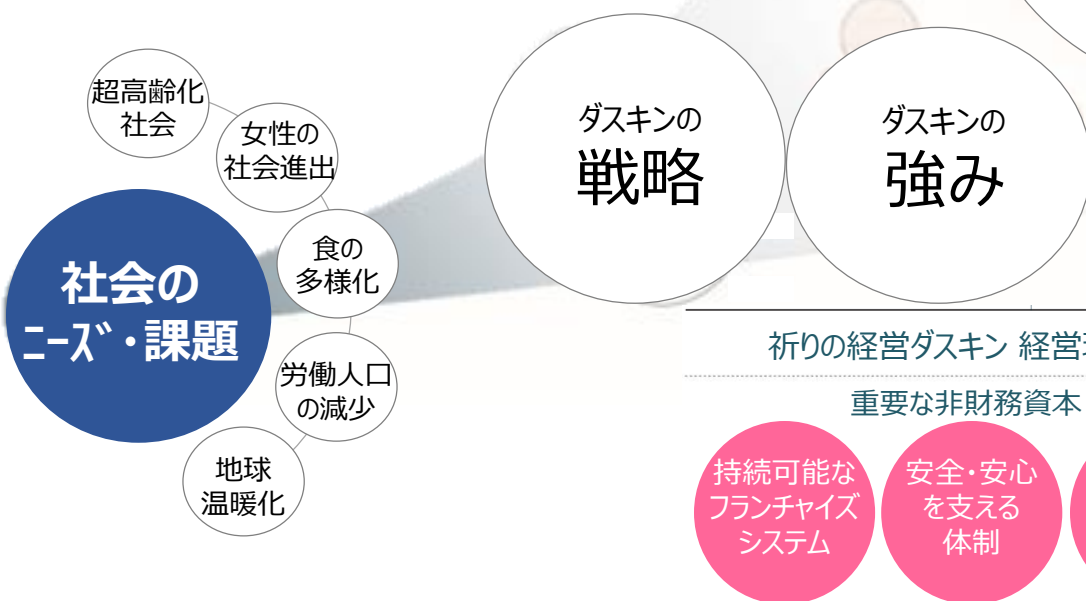
■ 「資本効率の向上」「強固な財務基盤の維持」「株主還元」の3つのバランスを取りながら、持続的な成長と中長期的な企業価値向上を図る

▶ 株主還元

- ・ 連結配当性向50%を目途に毎期の配当額を決定し、且つ安定的な現金配当を実施
- ・ 1株当たりの株主価値とROEの向上を目的として、自己株式の取得を検討

CSV（共通価値の創造）の取り組み

ダスキンは、高齢化や地球温暖化など社会が抱えるさまざまな問題や課題を解決するためにCSVを実践し、これから社会が必要とする商品やサービスを創造することで、暮らしを豊かに笑顔あふれる社会の実現を目指します。



SDGs（持続可能な開発目標）への貢献

CSV重要課題と方針

社会的価値とSDGsへの貢献



社会の持続的な発展

フランチャイズチェーン

超高齢化社会や働き方、暮らし方の変化に対応した、地域社会の持続的な発展に貢献するソリューションを展開する

サプライチェーン

安全・安心の確保と災害・事故時の持続可能性を強化する



環境との共生

循環型社会づくり

資源利用の最適化に向けた循環型モデルを構築する

気候変動対応

バリューチェーン全体での移動・輸送・エネルギー利用を最適化する



人づくり

多様な人材

変化し続ける事業環境や多様化する消費者ニーズに効果的に対応し、新たな価値や優位性を創出する

- 家事や清掃等の負担を軽減する
- 高齢者の生活支援と家族の介護負担を軽減する
- 住み良いまちづくりに寄与する

- 食の安全・安心を提供する
- 商品・サービスを安定的にお届けする

- 繰り返し使うレンタルシステムで循環型社会に貢献する
- 食品リサイクルの推進と食品ロスを削減する
- 海洋汚染を引き起こす使い捨てプラスチックの使用を抑制する
- 温室効果ガス排出削減による気候変動を緩和する

- 多様な人材の雇用拡大、活躍の場を創出する
- 勤労者生活の充実を通じて経済発展に寄与する



ご 参 考

ダスキン単体

(単位：百万円)

	2019/3月期 2Q累計	2020/3月期 2Q累計	増 減		ご参考 2019/3月期
				増減率 (%)	
売上高	63,829	63,298	▲530	▲0.8	129,592
営業利益	2,987	2,252	▲734	▲24.6	5,254
(売上高営業利益率)	(4.7%)	(3.6%)	(▲1.1)	—	(4.1%)
経常利益	5,196	4,835	▲360	▲6.9	8,529
(売上高経常利益率)	(8.1%)	(7.6%)	(▲0.5)	—	(6.6%)
当期(四半期)純利益	3,714	3,780	+66	+1.8	5,198
(売上高当期純利益率)	(5.8%)	(6.0%)	(+0.2)	—	(4.0%)

訪販グループ

※売上内訳・・・①以外売上 ②商品売上 ③ロイヤリティ(定期以外はロイヤリティなし) ④直営店

訪問販売

ご家庭向け

定期レンタル

ダストコントロール・・・モップ、マット等
エアークリーン・・・空気清浄機
ウォータークリーン・・・浄水器

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・・・害虫獣駆除・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

ドリンクサービス・・・ボトルドウォーター

ヘルス&ビューティ他・・・化粧品、健康食品

ダスキライフケア・・・高齢者生活支援

事業所向け

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
エアークリーン・・・空気清浄機
ウォータークリーン・・・浄水器
ワイプフルサービス・・・ウェス

役務提供サービス

サービスマスター・・・オフィスクリーニング
ターミニックス・・・害虫獣駆除・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

ドリンクサービス・・・オフィスコーヒー

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・・・介護用品レンタル

フードグループ

※売上内訳・・・①加盟店への原材料売上
②ロイヤリティ ③直営店

ミスタードーナツ・・・手作りドーナツ専門店

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

ベーカリーファクトリー・・・郊外型大型ベーカリー

アイス・デ・ライオン・・・アイスクリーム専門店

ザ・シフォン&スプーン・・・シフォンケーキ

パイフェイス・・・パイ専門店

その他

(株)ダスキヘルスケア

・・・病院の衛生管理サービス

ダスキん共益(株)

・・・リース事業、保険代理業

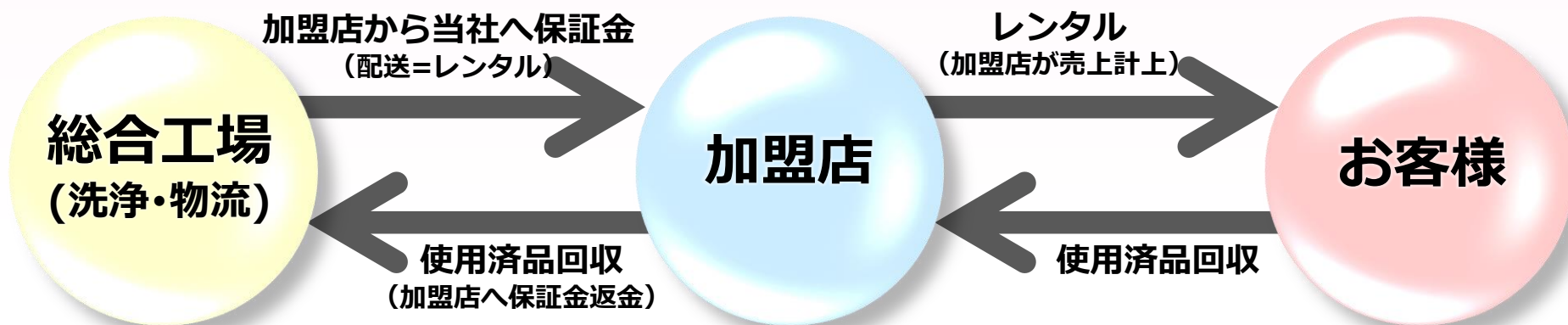
海外・・・ダストコントロール
ミスタードーナツ
Big Apple
ダスキん香港

(単位:百万円)

※ その他フット : ベーカリ・ファクトリー、アイ・デ・ライオン、ザ・シフォン&スポン、パティエス
※ MOSDOについては、ミスター・ドーナツ（国内）に含めて記載。

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・子会社拠点	90拠点
FC拠点	約1,900拠点
営業拠点	約2,000拠点

訪問販売員
約63,000人

家庭市場のお客様
約470万軒

事業所市場のお客様
約120万軒

*洗浄のみ、物流のみの工場含む

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多額の投資には、工場体制の整備、レンタル用商品の資材購入が必要であり、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。