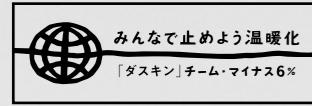


株式会社 ダスキン
〒564-0051 大阪府吹田市豊津町1-33
TEL:06-6387-3411(代表)
www.duskin.co.jp



第44期事業報告書



2005年4月1日～2006年3月31日

2005年度 (第44期) 事業報告書

2005年4月1日～
2006年3月31日

ごあいさつ

当社グループでは、2004年4月よりスタートした中期経営計画「改革と創生」を掲げ、生活者の視点ですべての企業活動を見直してまいりました。2004年度は事業の再編や様々な規程の整備などの改革を進め、2005年度は業務改革に着手し、その成果が表れる中、経営基盤の安定化を図ることができました。

2006年度は中期経営計画の最終年度として、これまでの改革を仕上げ、新たな成長戦略に取り組んでいく所存です。具体的には、既存事業における各事業部間の連携を一層強化するとともに、他企業との資本・業務提携などにより、事業領域の拡大や新規事業の開発を進め、お客さま・消費者の皆さんにとって生活がより豊かになるサービスの提案を行ってまいります。

また一方では、コンプライアンス体制・リスクマネジメント体制の定着・実践に注力し、全国の加盟店を含めたダスキングループ全体で、社会から信頼され続ける企業を目指し努力してまいります。

当社グループにとって、今年は“改革と創生”から“飛躍”につなげる一年と位置付け、積極的な経営を目指してまいります。皆さんにおかれましては、当社グループの取り組みになお一層のご理解とお力添えを賜りますようお願い申し上げます。



代表取締役社長
伊東英幸

目 次

ごあいさつ	2	事業の概況	8	2005年度(第44期)のトピックス	20
財務ハイライト	3	決算概要	12	会社概要	23
社長インタビュー	4	主要財務データ	16		
事業の概要	7	ダスキングループ及びフランチャイズチェーン店の概況	18		

財務ハイライト

(注)記載数値未満の端数の取り扱いは、金額は切り捨て、比率は四捨五入して表示しております。

■連結決算

	2002年度 (第41期)	2003年度 (第42期)	2004年度 (第43期)	2005年度 (第44期)
売 上 高	219,711	223,806	200,658	193,756
営 業 利 益	15,378	12,863	9,143	11,075
経 常 利 益	15,019	11,418	8,668	11,565
当期純利益	△147	5,600	1,270	8,554
総 資 本	166,786	183,116	180,498	180,014
自 己 資 本	71,518	93,397	100,174	108,656

■単体決算

	2002年度 (第41期)	2003年度 (第42期)	2004年度 (第43期)	2005年度 (第44期)
売 上 高	193,536	200,324	176,441	171,495
営 業 利 益	12,728	10,004	7,581	9,593
経 常 利 益	11,492	7,973	7,605	12,032
当期純利益	△2,389	3,502	6,034	4,831
総 資 本	156,223	154,497	166,253	164,343
自 己 資 本	88,333	91,495	88,701	92,406

■2005年度(第44期)事業概況

我が国の経済環境を展望致しますと、輸出は引き続き好調に推移しており、国内民間需要の面におきましても、高水準の企業利益を背景に設備投資も増加を続けております。企業部門の好調は家計部門にも波及しており、雇用者所得は雇用と賃金の改善を反映して緩やかに増加し、その下で個人消費は堅調に推移しております。

しかしながら、ダストコントロール業界におきましては、事業所市場における小規模事業所数の減少、一般家庭への「不織布モップ」の定着及び主婦の在宅率の低下等により厳しい状況が続いております。

フード業界におきましては、低価格路線が定着した一方で「手の届く贅沢」としての高級・上質志向が存在し、食動向は二極化の様相が見受けられます。ファーストフードの市場規模は拡大基調にはあるものの、外食市場規模全体を押し上げるものでは無く、コンビニエンスストアを中心とし

た中食産業が競合となっているとも言えます。

清掃・ビル管理関連のビルメンテナンス業界におきましても、事業所数の減少と企業におけるコスト削減、激化する競争により、お客さま確保が一段と厳しくなっております。

このような状況の中、前連結会計年度に携帯電話等通信機器販売のeeステーション事業を他社一次代理店へ営業譲渡し、事業終結したことによる売上減少が37億79百万円あったこと等により、当連結会計年度の売上高は1,937億56百万円、前連結会計年度比(以下、前期比)3.4%減となりました。経常利益は115億65百万円(前期比33.4%増)、当期純利益は85億54百万円(前期比573.3%増)となりました。前連結会計年度におきましては固定資産の減損会計を早期適用し、減損損失46億22百万円を特別損失として計上しております。

2006年度の取り組み

「改革と創生」を目指し、2004年4月から3ヵ年の「中期経営計画」。

その3年目となる2006年度を迎えるこれまでの成果と今年の取り組み、ダスキンの将来像について伊東社長に聞いた。

社長インタビュー

中期経営計画

改革と創生

2006年度は
行動の年です。

中期経営計画も2年が経過しました。
2005年度の成果はいかがでしたか？

社員自らが考え、実行することで、
質の変化を伴う「成長」の芽が見えてきました。

中期経営計画は、生活者・お客さまの視点に立つという観点でスタートし、現在、企業活動のすべてを見直す「改革と創生」への取り組みを進めています。その2年目となる2005年度は、「社員自ら課題を発見し、自ら解決する」というテーマに重点を置きました。企業体質の改善、改革を加速させるためには、社員一人ひとりの成長が不可欠だからです。その具体策として、問題解決の手法「シックスシグマ」の浸透、定着を図りました。これは、企業活動において、社員個々の勘や経験などに頼ることなく、お客さまの声を出発点として、自ら課題を発見し、自ら解決する取り組みです。一方で部下と上司が目標を共有し、その成果を適正に評価する人事制度の改革も行いました。これらにより、社員が目標を共有化し、同じ目標に向かって力を合わせるという意識が高まりました。

お客さまの視点に立つという基本的な姿勢から、具体的な新商品、サービスも生まれています。例えば、「家族の健康を考えたおそうじ」という発想から開発されたダニアレル物質抑制成分配合の「新機能モップ」。「ゆっくりとおいしさを十分に味わう、くつろぎのひとときを過ごしていただきたい」という気持ちから発売した、ミスタードーナツの「おかわり自由のカフェオレ」。いずれも、登場以来、多くの支持を得ています。

ダスキンの「成長」とは、質の変化を伴って量が拡大することです。今後も社員一人ひとりがお客さまと共に成長をしていきたいと考えます。



「改革と創生」行動の年です。
2006年度の課題と活動方針を教えてください。

お客さま視点の活動で企業価値を高めます。

お客さま視点の活動が企業価値を高める。会社にとって、業績向上は大切です。しかし、ダスキンの企業価値は、「どれだけ多くのお客さまに喜んでいただいているか」だと思います。

改革のために本当にやらなければいけないこと。それは、効率化、合理化だけではありません。お客さまの喜びのためには“手間をかける”ことも必要です。手間をかけるから伝わるのです。2006年度は、手間をかけるべきところと効率化すべきところをしっかりと見極め、全社一丸となって改革に取り組みます。

一方で、「レンタル＝エコ」。創業以来変わらない環境への取り組みを進めるなど、100年後も存在して欲しいと思われるダスキン、自分たちの子どもたちにとって好ましい、子どもたちの未来にとっても好ましい、安全・安心な社会づくりに貢献するダスキンとして歩み続けます。

各事業の具体的な成長戦略は、
どのように進んでいますか？

お客さまの満足度を高めるために、
ダスキンの総合力の再構築が進行中です。

ダスキンの総合力をお客さまの視点で再構築し、より満足度を高めるための取り組みが各事業で進んでいます。クリーンサービス事業では、お客さまから見えにくくなっている事業別のチャネルから、「一般家庭」と「事業所」の2つの市場に集約するチャネル改革がスタートしました。またケアサービス事業でも同様に、従来のタテ割り組織から4事業統合へ向けての作業が進んでいます。両事業ともお客さまにとってわかりやすく、利便性の高い流通組織づくりが目標です。さらにダスキン事業の窓口一本化と加盟店のネットワーク化によって、今後、お客さまとダスキンの結びつきをより強め、深めていくとともに加盟店のビジネスチャンスを拡大したいと思います。

ミスタードーナツ事業では、「お客さま満足度向上」に全力を注ぎ、来店頻度を高めるための取り組みを進めています。改装・再配置計画に関しても、お客さまの声にも耳を傾け、入りやすく、居心地の良いお店づくりを促進します。

一方、2006年4月の介護保険法の改正を受け、シニアケアサービス領域では、新たな体制づくりに着手しました。とりわけ、介護保険の枠にとらわれないサービスを提供するホームインステッド事業は、さらなる市場の拡大が予想されます。100店舗突破を弾みに、さらに出店を加速させます。2006年度は、関連事業の連携強化を図るとともに、競争が激化する市場の中で、ダスキンの強みを發揮できる新メニューの開発・導入により、ダスキンのトータル介護ネットワークの拡充を目指す計画です。

事業の概要

(注1) 記載数値未満の端数の取り扱いは、売上高は切り捨て、構成比は四捨五入して表示しております。
 (注2) 全国チェーン店お客様売上高は、国内外の直営店・子法人等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。

新規事業、新たな市場への進出も含め、
これからのダスキンについてお聞かせください。

常に、社会への4つの約束を念頭に置き、
積極果敢なチャレンジを続けます。

ダスキンは中期経営計画のスタートに当たり、社会に対して4つの約束をしました。新規事業や新領域への進出に際しても、安全・安心や環境への配慮、地域社会への貢献などを踏まえながら、また経営理念を念頭に置き、新規の事業やプロジェクトも積極的に推し進める予定です。その一環として、2006年3月、フランチャイズ事業展開を目指すベンチャー企業の支援・育成を目的とした「フランチャイズ・ファンド」を三井物産などとの共同出資で設立しました。投資の対象は、ダスキンが展開する関連事業だけに限定していません。こうしたプロジェクトも効果的に機能させながら、これまで以上に幅広い視野を持ち、新規事業の開拓を進行させる計画です。

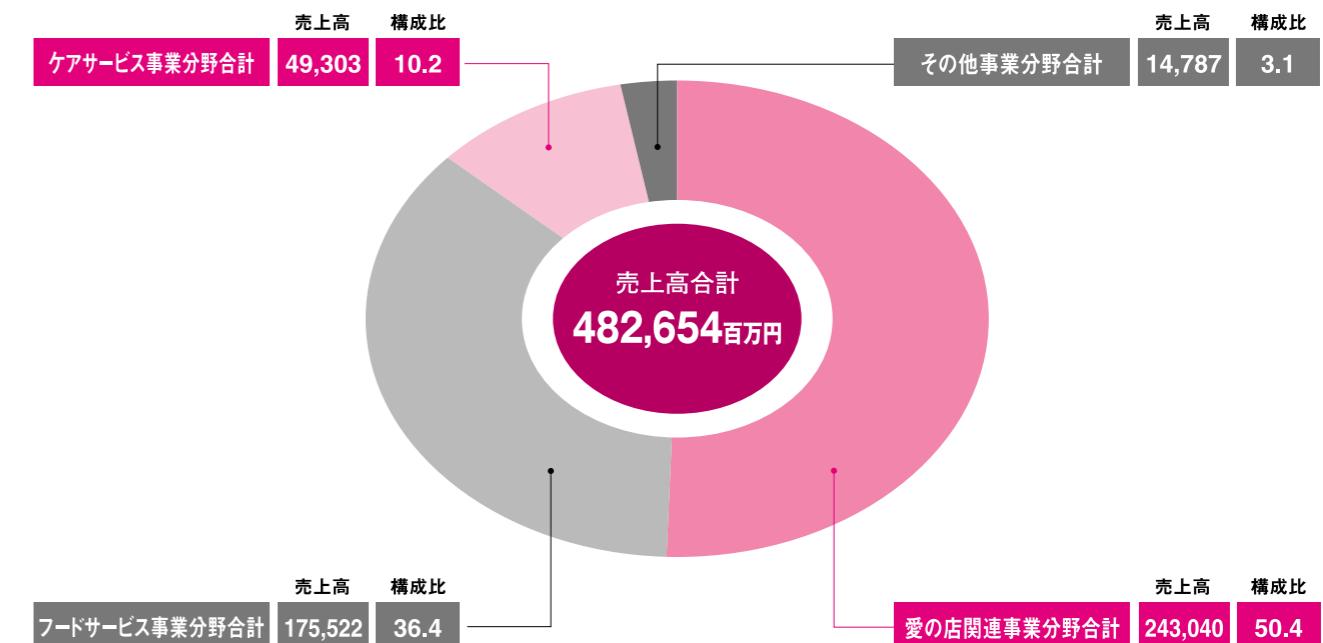
またミスターードーナツ、クリーンサービスにおいてはすでに海外展開をしていますが、さらに、東南アジアを中心とした市場の拡大を考えています。

今後、これらの成長戦略を現実のものとするためには、その推進役となる人材の育成が重要となります。ダスキンでは、2006年4月から「執行役員」を配置するなど、次世代の経営者育成にも取り組み始めています。

これからも、「喜びのタネ」をより多くのお客さまにお届けするために、私たちダスキンは、お客様の視点で、質の変化を伴う着実な「成長」を目指します。どうぞご期待ください。

■全国チェーン店お客様売上高及び構成比(事業分野別)

(単位:売上高／百万円、構成比／%)



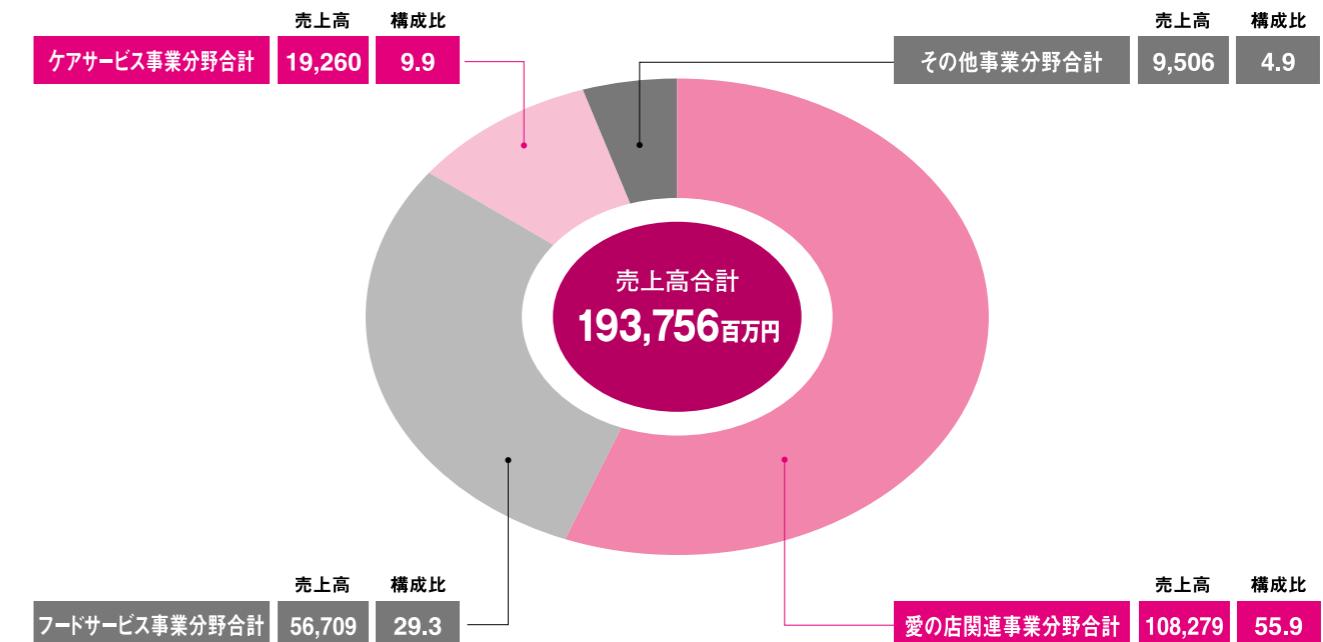
(注) 海外の売上高は各国の各期末レートで換算して記載しております。

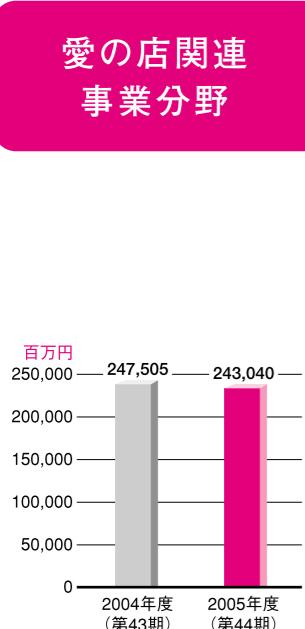
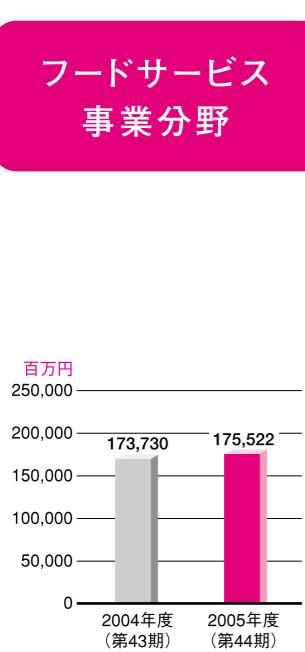
社会への4つの約束

- ①安全で安心、環境保全に配慮した商品・サービス、そして楽しさをお手渡します。
- ②歪みのない透明で公正な経営姿勢をつらぬき通します。
- ③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ます。
- ④立場を越えて、自由に意見を出し合い、議論し、決まったことは一つとなって実行する開かれた企業風土を醸成します。

■連結売上高及び構成比(事業分野別)

(単位:売上高／百万円、構成比／%)



全国チェーン店お客様売上高	事業名	事業内容	2005年度(第44期)のレビュー	2006年度(第45期)の取り組み						
愛の店関連 事業分野  <p>百万円</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>売上高(百万円)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2004年度(第43期)</td> <td>247,505</td> </tr> <tr> <td>2005年度(第44期)</td> <td>243,040</td> </tr> </tbody> </table>	年度	売上高(百万円)	2004年度(第43期)	247,505	2005年度(第44期)	243,040	クリーンサービス 事業 	モップ、マットなど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。	<ul style="list-style-type: none"> ●一般家庭向け空気清浄機の新商品等は順調に推移し、事業所市場のマット、フィルター商品も堅調に推移。 ●近年売上低下傾向にある主力商品の家庭用モップについても、平成18年3月からのダニアレル物質抑制成分配合の新モップ導入により、ホコリ取りモップから「健康おそうじ」をテーマとしたハウスダスト対策商品としての認知を上げることにつながり、売上低下傾向も緩やかに。 ●事業所用モップ、キャビネットタオル及び家庭用モップの売上低下が主因で売上高は前期比減。 	<ul style="list-style-type: none"> ●消費者の環境意識の高まりと持続可能な循環型社会へ対応していくために、新たな市場開拓ができる商品・サービスの開発を進める。 ●「ダスキン」としての総合力を発揮できるように事業部を越え本部と加盟店のネットワークの構築に着手し、加盟店も含めたダスキングループとしての一体感を高めることのできるブランドとして展開していく。 ●台湾で事業展開中の合弁会社楽清服務股份有限公司の運営強化。
年度	売上高(百万円)									
2004年度(第43期)	247,505									
2005年度(第44期)	243,040									
ヘルス&ビューティ 事業 		漢方の発想を取り入れた、からだと素肌の自然治癒力を向上させる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。	<ul style="list-style-type: none"> ●販売組織員数は増員したが、活性化にまではつながらず、売上高は前期並み。 	<ul style="list-style-type: none"> ●組織面ではレディ組織の育成を図り、お客さまが満足される物販組織の構築を目指す。 ●安全で安心な商品のさらなる追求を図る。 						
フードサービス 事業分野  <p>百万円</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>売上高(百万円)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2004年度(第43期)</td> <td>173,730</td> </tr> <tr> <td>2005年度(第44期)</td> <td>175,522</td> </tr> </tbody> </table> <p>※SEED RESTAURANT GROUP, INC.を含む。</p>	年度	売上高(百万円)	2004年度(第43期)	173,730	2005年度(第44期)	175,522	ミスターードーナツ 事業 	一つひとつ手づくりしたフレッシュなドーナツと、パイ、マフィン等のオープン商品や、ドリンク、デザートメニュー等を多彩に提供。	<ul style="list-style-type: none"> ●カフェオレの導入と飲茶メニューの改訂によりイトインの顧客数が増加。 ●「ポン・デ・ショコラ」の発売とチラシ投入量を増加させたことによりテイクアウトの顧客数も増加。 ●ショップの運営力の強化を図ることにより、売上高は上半期は苦戦。しかし下半期は前期より大幅増。 	<ul style="list-style-type: none"> ●「お客さま満足度の向上」にすべてを集中し、顧客増・来店頻度アップを図る。 ●お客さまに喜んでいただける商品開発とお客さまの期待に応えるショップ運営、お客さまニーズに合った店舗改善・改装・移転・出店を推進する。
年度	売上高(百万円)									
2004年度(第43期)	173,730									
2005年度(第44期)	175,522									
フード チェーン 事業 	カフェデュモンド 	アメリカ・ニューオリンズの名物カフェ「カフェデュモンド」を日本にはじめて紹介。チコリをブレンドした風味豊かなカフェオレと綿実油で揚げたベニエの専門店として展開。	<ul style="list-style-type: none"> ●既存店の売上高は前期を上回ったが、撤収店舗があったため全体の売上高は前期比減。 	<ul style="list-style-type: none"> ●カフェオレとベニエのオリジナリティを前面に出し訴求と商品開発を進める。 ●店舗のリフレッシュ改装を個店別に促進。 ●適正立地に直営での標準店を新規出店し検証を実施。 						
かつアンドかつ 		従来のとんかつ専門店とは一線を画した、女性・ファミリー層が対象の「自然・安心・おいしさ」にこだわった開放的なとんかつレストランを展開。	<ul style="list-style-type: none"> ●既存店の来店客数の低下はあったが、新業態のカツ丼専門店の通年稼動もあり、売上高は前期比増。 	<ul style="list-style-type: none"> ●お客さまの声を施策に移し、お客さま満足度の向上を図る。 ●リフレッシュ改装を促進し、女性やファミリー層の来店を促進する。 						
株式会社どん 		海鮮丼を中心に、新鮮な海の幸や旬の素材を使った丼などをリーズナブルな価格で提供。	<ul style="list-style-type: none"> ●既存店売上高の伸び悩みに加え、新規出店の計画からの遅れにより、売上高は低迷。 	<ul style="list-style-type: none"> ●お客さまの期待に応えられるメニューの開発とクイックオペレーションの開発等により、既存店の売上回復を目指す。 ●「低投資・高収益・短期投資回収」のモデル店の確立と新規出店の促進を図る。 						

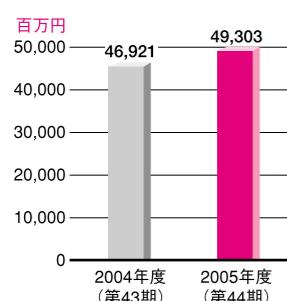
全国チェーン店お客様売上高

事業名

事業内容

2005年度(第44期)のレビュー

2006年度(第45期)の取り組み

ケアサービス
事業分野

サービスマスター	
メリーメイド	
ターミニックス	
トウルグリーン	
ホームインステッド 事業	
株式会社 ダスキンヘルスケア	
株式会社 ダスキンゼロケア	

米国・サービスマスター社・サービスマスタークリーニング部門とライセンス契約。家庭をはじめ、オフィス、飲食店からイベント会場やテーマパークまで、トータルな環境衛生の提案とおそうじサービスを提供。

米国・サービスマスター社・メリーメイド部門とライセンス契約。家の定期おそうじから洗濯、買い物など、日常の家事全般の代行サービスを提供。

米国・サービスマスター社・ターミニックス部門とライセンス契約。人や環境に優しいシステムで、不快な害虫駆除・予防。

米国・サービスマスター社・トウルグリーン部門とライセンス契約。科学的システムにより、家庭の庭から大型施設まで、庭木、樹木、芝生などをメンテナンスするサービスを提供。

米国・ホームインステッドシニアケア社とマスタートランチャイズ契約。公的介護保険制度の枠に関係なく、高齢者の個人的なニーズへ柔軟に対応する身の回りのお手伝いサービスを提供。
※介護保険適用外サービス

病院施設を清潔な状態に保つ衛生管理、診療材料の滅菌・物流管理、サービスに関わる人材の教育などの専門業務をマネジメント。

訪問介護サービスを中心に、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。

- オフィス・テナントビル等の定期サービスを行うコントラクトサービス(日常清掃サービス)、エアコンクリーニングサービスは順調に推移。
- 全体としては、施設管理のマネジメントを行うファシリティマネジメントは、契約更新時の金額の値引き及び解約等により、売上高は前期を若干下回る。

- 家事お手伝いサービスが順調に推移し、売上高は前期比増。

- ペストコントロールサービス(定期サービス)が順調に推移し、売上高は前期比増。

- 新規お客様の定期サービス獲得が進み順調に推移し、売上高は前期比増。

- 新規店の出店が順調に進み、売上高は前期を大幅に伸長。

- 病院のマネジメントサービスは新規契約の獲得が順調に推移し、売上高は前期比増。

- 訪問介護の拠点となるステーションと小規模多機能施設の出店に伴い、売上高は順調に推移したが、出店に伴う先行投資が膨らむ。

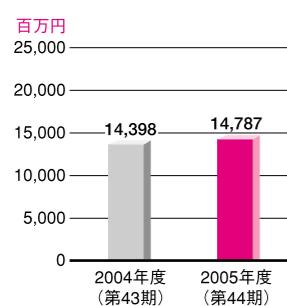
- 市場別政策をより明確にし、これまで以上にお客さま・消費者の立場に立った戦略や品質の高いサービスを企画・開発し、他社との差別化を図る。
- 家庭市場では、お客様にわかりやすいサービスメニューに改編し、新規のお客さまの獲得につなげる。
- 事業所市場では、業種・業態別メニューを整理し、提案型営業による積極的な定期契約のお客さま作りを推進。

- 医療・福祉機関への営業強化を図り、連携を深める。
- 組織員からお客様へのお知らせ活動、リピート顧客と認知症ケアサービスの獲得等の営業強化を図る。
- 全国の都道府県への出店を目指す。

- 医療施設の総合衛生管理、診療材料の流通管理、人材教育等一括的に推進。

- 居宅介護事業とセンター機能事業に特化し、経営体质の強化を目指す。
- ニーズに合ったサービスの提供による新しいお客様作りとサービス品質・介護技術の向上による顧客維持を進める。

その他事業分野



レンタル事業	
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	

「ダスキンレンタルオール」として、生活・レジャー用品やイベント用品などの総合レンタルサービス、「ヘルスレン特」として介護・福祉用具のレンタル・販売サービスを展開。

事業所用ユニフォームのレンタル・リース・販売を展開。

くつろぎを届ける「オフィスコーヒーサービス」、オフィスと家庭に安心と安全を届ける「スプラッシュウォーターサービス」にてトータルなビバレッジサービスを展開。

加盟店も含めた当社企業グループに対するリース事業を展開。

加盟店も含めた当社企業グループに対する保険サービス事業を展開。

- 総合レンタルサービスのレンタルオールでは、ベビー用品やイベント関連の会場設備用品が伸長。介護用品関連のヘルスレン特も好調に推移し、売上高は前期比増。

- 大口顧客の解約等があり、売上高は前期比減。

- オフィスコーヒーと水の相乗効果により順調に推移。

- 主力のリース事業は順調に推移。

- 保険期間の変更による売上計上月の移行等により、売上高は前期比減。

- 家庭用・業務用レンタルサービスの品質をさらに高めるとともに、地球環境に優しい循環型サービスの推進を図る。
- ますます需要が高まる介護用品のレンタル・販売の拡大を目指し、介護・福祉用具の専門店として「ヘルスレン特」の出店を促進。

- 販売システムの見直しを図る。
- 専門知識を持った担当者の増員と育成を図る。
- クリーニング品質の向上とお客様満足度の向上を目指す。

- 競合他社と差別化された商品の開発と導入を目指す。
- FCパッケージの構築。

- 加盟店も含めた当社企業グループに対して、当社のあらゆる事業のあらゆる資器材調達のサポートをする。
- メーカーからの直接購入によりフランチャイズメリットを追求。

- 加盟店も含めた当社企業グループに対して、当社のあらゆる事業のあらゆる保険のサポートを推進。

(注)ダスキン共益(株)、ダスキン保険サービス(株)、ダスキンビジネスサービス(株)、(有)フランチャイズインベストメントを除く。

(注)記載金額は、表示単位未満を切り捨てて表示しております。

■連結貸借対照表

科 目	2004年度 (第43期) (2005年3月31日現在)	2005年度 (第44期) (2006年3月31日現在)
(資産の部)		
流动資産	70,228	61,710
現金及び預金	43,912	41,274
受取手形及び売掛金	10,685	11,237
有価証券	497	—
たな卸資産	6,993	5,736
繰延税金資産	1,545	1,205
その他	6,731	2,502
貸倒引当金	△137	△246
固定資産	110,239	118,303
有形固定資産	55,520	54,527
建物及び構築物	21,169	19,163
機械装置及び運搬具	4,872	4,245
土地	24,997	23,791
建設仮勘定	421	903
その他	4,059	6,422
無形固定資産	4,969	4,642
投資その他の資産	49,749	59,134
投資有価証券	24,282	35,375
長期貸付金	3,053	2,896
差入保証金	14,731	13,665
繰延税金資産	4,604	4,136
その他	3,980	4,435
貸倒引当金	△902	△1,375
繰延資産	30	—
社債発行費	30	—
資産合計	180,498	180,014
負債、少数株主持分及び資本合計	180,498	180,014

■連結損益計算書

科 目	2004年度 (第43期) (2004年4月1日~2005年3月31日)	2005年度 (第44期) (2005年4月1日~2006年3月31日)
売上高		
売上原価	114,600	109,871
売上総利益	86,058	83,884
販売費及び一般管理費	76,915	72,809
営業利益	9,143	11,075
営業外収益		
受取利息	168	329
受取配当金	408	108
設備等賃貸収入	594	989
持分法による投資利益	—	1
雑収入	1,786	2,957
営業外費用	1,623	3,053
支払利息	491	399
貸倒引当金繰入額	—	626
設備等賃貸費用	413	356
たな卸資産廃棄及び評価損	1,440	885
持分法による投資損失	360	—
雑損失	726	3,432
経常利益	8,668	11,565
特別利益		
固定資産売却益	24	801
投資有価証券売却益	168	21
関係会社株式売却益	1,299	—
貸倒引当金戻入益	10	17
債務保証損失引当金戻入益	74	9
営業権譲渡益	370	—
その他特別利益	397	2,344
特別損失	192	1,043
固定資産売却損	70	426
固定資産廃棄損	822	431
減損損失	4,622	466
退職給付費用	463	—
希望退職関連費用	490	99
その他特別損失	614	7,084
税金等調整前当期純利益	3,928	10,776
法人税、住民税及び事業税	1,758	1,531
過年度法人税等	1,122	—
法人税等調整額	△261	2,619
少数株主利益	38	48
当期純利益	1,270	8,554

■連結キャッシュ・フロー計算書

	2004年度 (第43期) (2004年4月1日~2005年3月31日)	2005年度 (第44期) (2005年4月1日~2006年3月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,995	19,530
投資活動によるキャッシュ・フロー	△23,371	△14,105
財務活動によるキャッシュ・フロー	△4,660	△10,100
現金及び現金同等物の期末残高	36,824	34,151

(注)記載金額は、表示単位未満を切り捨てて表示しております。

■ 単体貸借対照表

科 目	2004年度 (第43期) (2005年3月31日現在)	2005年度 (第44期) (2006年3月31日現在)
(資産の部)		
流動資産	56,198	52,868
現金及び預金	35,668	34,897
受取手形	11	16
売掛金	9,256	9,459
有価証券	497	—
商品	2,934	2,370
製品	2,167	1,765
原材料	924	461
仕掛品	3	3
貯蔵品	301	443
前払費用	364	374
繰延税金資産	1,212	858
短期貸付金	371	186
関係会社短期貸付金	752	1,054
未収入金	1,534	1,277
その他流動資産	334	497
貸倒引当金	△137	△802
固定資産	110,024	111,475
有形固定資産	47,440	44,418
建物	17,685	15,897
構築物	1,028	905
機械及び装置	1,676	1,383
車両及びその他の陸上運搬具	4	3
工具器具及び備品	2,012	2,242
レンタル固定資産	184	205
土地	24,764	23,595
建設仮勘定	84	184
無形固定資産	3,407	2,915
営業権	124	164
商標権	29	14
ソフトウェア	2,873	1,921
その他無形固定資産	380	815
投資その他の資産	59,175	64,141
投資有価証券	23,558	34,685
関係会社株式	9,737	9,516
その他の関係会社有価証券	—	269
関係会社出資金	88	89
長期貸付金	1,469	1,383
関係会社長期貸付金	5,714	4,919
関係会社特別清算債権	5,073	—
長期前払費用	226	155
差入保証金	13,683	12,457
繰延税金資産	6,958	3,583
その他投資	192	549
貸倒引当金	△7,527	△3,357
投資損失引当金	—	△111
繰延資産	30	—
社債発行費	30	—
資産合計	166,253	164,343

レントオール事業のレンタル商品固定資産。

(単位:百万円)

科 目	2004年度 (第43期) (2005年3月31日現在)	2005年度 (第44期) (2006年3月31日現在)
(負債の部)		
流動負債	54,925	52,768
買掛金	7,523	8,239
短期借入金	6,225	7,525
未払金	7,300	6,300
未払費用	883	902
未払法人税等	1,001	152
未払消費税等	323	284
預り金	16,614	15,063
レンタル品預り保証金	12,858	12,639
賞与引当金	1,370	1,338
その他流動負債	825	322
固定負債	22,625	19,168
社債	4,000	4,000
長期借入金	12,562	8,337
退職給付引当金	4,938	5,384
役員退職引当金	95	183
債務保証損失引当金	61	51
長期預り保証金	967	909
長期未払金	—	302
負債合計	77,551	71,936
(資本の部)		
資本金	11,352	11,352
資本剰余金	2,732	2,732
資本準備金	1,090	1,090
その他資本剰余金	1,642	1,642
自己株式処分差益	1,642	1,642
利益剰余金	97,929	101,334
利益準備金	2,777	2,777
任意積立金	82,169	92,169
事業開発積立金	869	869
別途積立金	81,300	91,300
当期末処分利益	12,982	6,387
その他有価証券評価差額金	286	597
自己株式	△23,600	△23,611
資本合計	88,701	92,406
負債・資本合計	166,253	164,343

加盟店にレンタル製品を出
荷し回収されるまでの間、
預かる保証金。

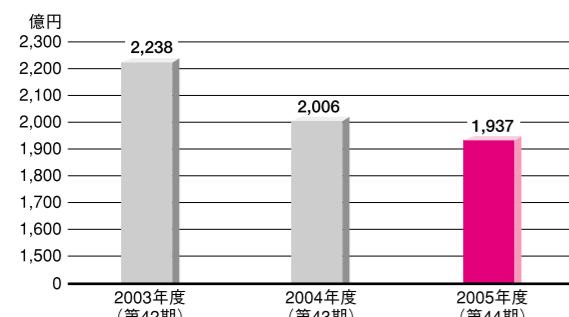
■ 単体損益計算書

科 目	2004年度 (第43期) (2004年4月1日~2005年3月31日)	2005年度 (第44期) (2005年4月1日~2006年3月31日)
売上高	176,441	171,495
売上原価	103,206	100,645
売上総利益	73,235	70,849
販売費及び一般管理費	65,654	61,256
営業利益	7,581	9,593
営業外収益		
受取利息	276	206
有価証券利息	39	192
受取配当金	141	1,430
設備等賃貸収入	1,210	1,583
店舗運営委託料収入	181	118
紹介手数料収入	147	152
雑収入	635	2,633
営業外費用		
支払利息	234	243
社債利息	50	50
貸倒引当金繰入額	—	470
設備等賃貸費用	413	356
たな卸資産廃棄及び評価損	1,440	881
賃貸契約解約違約金	199	—
雑損失	270	2,609
経常利益	7,605	12,032
特別利益		
固定資産売却益	15	793
営業権譲渡益	313	—
投資有価証券売却益	516	21
貸倒引当金戻入益	3,187	—
債務保証損失引当金戻入益	74	9
関係会社清算益	163	123
その他特別利益	168	4,440
特別損失		
固定資産売却損	14	394
固定資産廃棄損	722	358
減損損失	4,529	404
関係会社株式評価損	120	199
投資損失引当金繰入額	—	111
退職給付費用	483	—
希望退職関連費用	490	—
貸倒引当金繰入額	—	2,348
その他特別損失	603	297
税引前当期純利益	5,081	9,001
法人税、住民税及び事業税	1,260	655
過年度法人税等	1,016	—
法人税等調整額	△3,230	△953
当期純利益	6,034	4,831
前期繰越利益	1,326	1,556
合併受入未処分利益	5,689	—
合併受入未処理損失	68	—
当期末処分利益	12,982	6,387

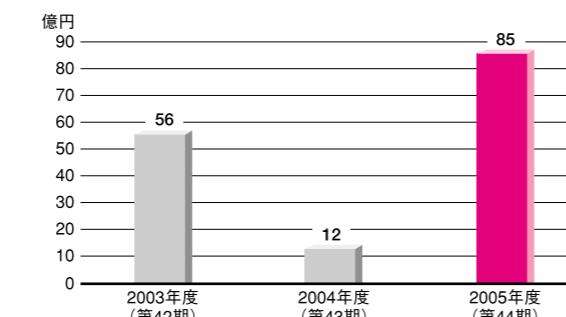
(注)記載数値未満の端数の取り扱いは、金額は切り捨て、比率・その他の数値については四捨五入して表示しております。

連結

売上高

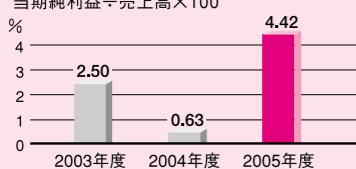


当期純利益



収益性

売上高当期純利益率



当期純利益を売上高で除したものであり、処分可能な利益がどの程度あるかを見る指標。多額の特別損益が発生していない場合は、企業の事業収益もみることができ、過去実績と比較することが有効です。

総資本当期純利益率



自己資本当期純利益率



当期純利益を自己資本で除したものであり、自己資本の投資効率を見る指標。ROEともいわれ、株主にとって配当の多寡を判断するための重要な指標のひとつでもあります。

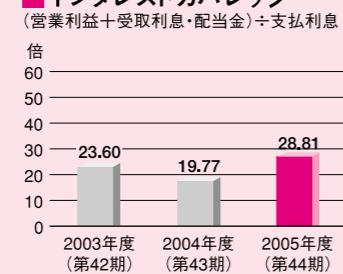
安全性

流動比率



1年内に資金化する資産と、1年内に支払う負債とを比べて支払い能力をチェックするのがポイント。欧米では、金融機関が融資に際して最も重視する比率。低ければ、金融機関からの信用度も低下します。

インタレストカバレッジ



営業利益と受取利息との合計額が、支払利息をどの程度カバーしているか、つまり金融費用の支払いにあてる財源が、十分かどうかを示します。借入金等の有利子負債が少ないほど支払利息割引料は少なくなり、インタレストカバレッジは高くなります。企業の安全性を示す指標のひとつ。

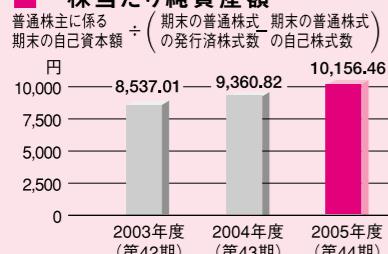
自己資本比率



総資本に占める自己資本の割合で、財務の安定性を計る指標のひとつ。自己資本は、株主からの払込金と、過年度からの利益の蓄積で構成されており、負債とは異なり返済・支払を要しない資金であるため、総資本に占める自己資本の比率が高いほど財務の安定性は高くなります。

その他

一株当たり純資産額



自己資本を期末発行済株式数(自己株式考慮後)で除したものであり、自己資本を尺度とした株式の評価指標。同業他社や過去実績と比較することが有効です。

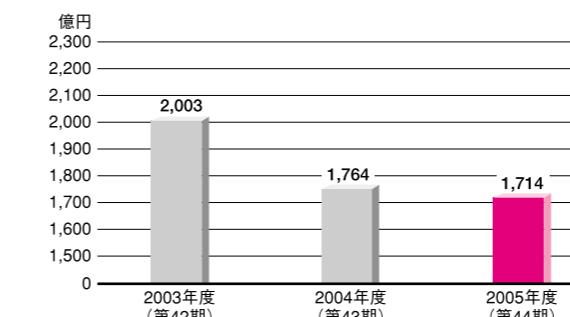
一株当たり当期純利益



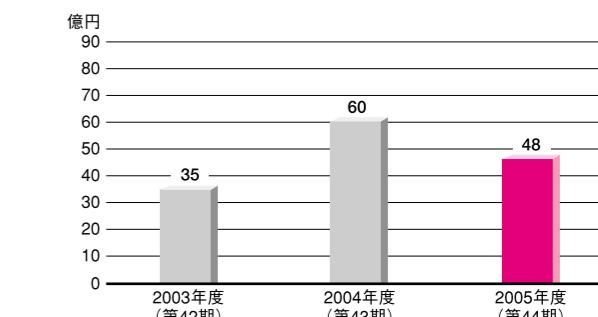
当期純利益を発行済株式数(自己株式考慮後)で除したものであり、利益を尺度とした株式の評価指標。同業他社や過去実績と比較することが有効です。

単体

売上高



当期純利益



収益性

売上高当期純利益率

当期純利益÷売上高×100



当期純利益を売上高で除したものであり、処分可能な利益がどの程度あるかを見る指標。多額の特別損益が発生していない場合は、企業の事業収益もみることができ、過去実績と比較することができます。

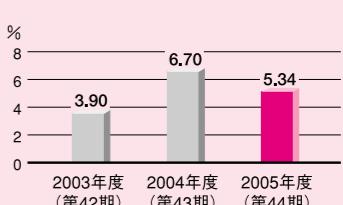
総資本当期純利益率

%



当期純利益を総資本で除したものであり、事業に投下した資本の効率性を見る指標。ROAともいわれ、ROEともいわれ、株主にとって配当の多寡を判断するための重要な指標のひとつでもあります。

自己資本当期純利益率



当期純利益を自己資本で除したものであり、自己資本の投資効率を見る指標。ROEともいわれ、株主にとって配当の多寡を判断するための重要な指標のひとつでもあります。

安全性

流動比率



総資本に占める自己資本の割合で、財務の安定性を計る指標のひとつ。自己資本は、株主からの払込金と、過年度からの利益の蓄積で構成されており、負債とは異なり返済・支払を要しない資金であるため、総資本に占める自己資本の比率が高いほど財務の安定性は高くなります。

インタレストカバレッジ



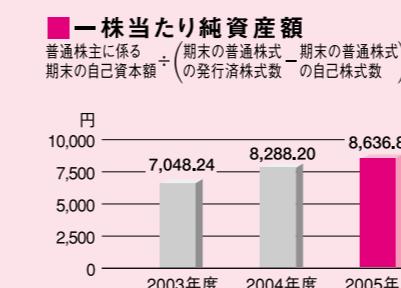
営業利益と受取利息との合計額が、支払利息をどの程度カバーしているか、つまり金融費用の支払いにあてる財源が、十分かどうかを示します。借入金等の有利子負債が少ないほど支払利息割引料は少なくなり、インタレストカバレッジは高くなります。企業の安全性を示す指標のひとつ。

自己資本比率

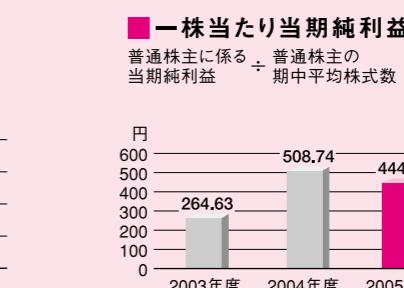


総資本に占める自己資本の割合で、財務の安定性を計る指標のひとつ。自己資本は、株主からの払込金と、過年度からの利益の蓄積で構成されており、負債とは異なり返済・支払を要しない資金であるため、総資本に占める自己資本の比率が高いほど財務の安定性は高くなります。

その他



自己資本を期末発行済株式数(自己株式考慮後)で除したものであり、自己資本を尺度とした株式の評価指標。同業他社や過去実績と比較することが有効です。



当期純利益を発行済株式数(自己株式考慮後)で除したものであり、利益を尺度とした株式の評価指標。同業他社や過去実績と比較することが有効です。

■2005年度(第44期)全国チェーン店お客様売上高 4,826億54百万円

■全国チェーン店事業別お客様売上高

事業名	2004年度 (第43期)		2005年度 (第44期)		前期 増減率
	金額	構成比	金額	構成比	
クリーンサービス(国内)	244,002	50.6	239,107	49.5	△2.0
クリーンサービス(海外)	1,065	0.2	1,294	0.3	21.5
クリーンサービス	245,067	50.8	240,401	49.8	△1.9
ヘルス&ビューティ	2,437	0.5	2,638	0.5	8.2
愛の店関連事業分野計	247,505	51.3	243,040	50.4	△1.8
ミスター・ドーナツ(国内)	121,001	25.1	120,471	25.0	△0.4
ミスター・ドーナツ(海外)	4,440	0.9	6,847	1.4	54.2
ミスター・ドーナツ	125,441	26.0	127,318	26.4	1.5
カフェデュモンド	1,617	0.3	1,476	0.3	△8.7
かつアンドかつ	1,059	0.2	1,064	0.2	0.5
その他レストラン	979	0.2	420	0.1	△57.1
フードチェーン	3,656	0.8	2,961	0.6	△19.0
株式会社どん	4,884	1.0	4,647	1.0	△4.9
SEED RESTAURANT GROUP, INC.	39,624	8.2	40,595	8.4	2.4
その他	123	0.0	—	—	—
フードサービス事業分野計	173,730	36.0	175,522	36.4	1.0
サービスマスター	25,915	5.4	26,569	5.5	2.5
メリーメイド	5,859	1.2	6,299	1.3	7.5
ターミニックス	6,301	1.3	6,469	1.3	2.7
トゥルグリーン	1,374	0.3	1,389	0.3	1.1
ケアサービス	39,450	8.2	40,727	8.4	3.2
ホームインステッド	429	0.1	809	0.2	88.4
株式会社ダスキンヘルスケア	6,461	1.3	6,126	1.3	△5.2
株式会社ダスキンゼロケア	580	0.1	1,640	0.3	182.7
ケアサービス事業分野計	46,921	9.7	49,303	10.2	5.1
レントオール	9,057	1.9	10,281	2.1	13.5
ユニフォームサービス	4,427	0.9	3,564	0.7	△19.5
ドリンクサービス	449	0.1	742	0.2	65.2
その他	464	0.1	199	0.0	△57.0
その他事業分野計	14,398	3.0	14,787	3.1	2.7
全国チェーン店お客様売上高合計	482,556	100.0	482,654	100.0	0.0

(注)1.全国チェーン店お客様売上高は、国内外の直営店・子法人等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。
2.海外の売上高は各国の各期末レートで換算して記載しております。
3.記載数値未満の端数の取り扱いは、金額は切り捨て、比率は四捨五入して表示しております。

■営業拠点数

事業名	2004年度(第43期) (2005年3月31日現在)					2005年度(第44期) (2006年3月31日現在)					
	加盟店	直営店	その他	サブ	合計	加盟店	直営店	その他	サブ	合計	増減
クリーンサービス(国内)	2,162	38	21	(2,086)	2,221	2,165	30	21	(1,955)	2,216	△5
クリーンサービス(海外)	9	—	—	—	9	9	—	—	—	9	0
クリーンサービス	2,171	38	21	—	2,230	2,174	30	21	—	2,225	△5
ヘルス&ビューティ	354	11	—	—	365	362	8	—	—	370	5
愛の店関連事業分野計	2,525	49	21	—	2,595	2,536	38	21	—	2,595	0
ミスター・ドーナツ(国内)	1,241	74	—	—	1,315	1,231	72	—	—	1,303	△12
ミスター・ドーナツ(海外)	1,425	—	—	—	1,425	1,406	—	—	—	1,406	△19
ミスター・ドーナツ	2,666	74	—	—	2,740	2,637	72	—	—	2,709	△31
カフェデュモンド	29	7	—	—	36	25	7	—	—	32	△4
かつアンドかつ	3	8	—	—	11	2	8	—	—	10	△1
その他レストラン	—	3	—	—	3	—	3	—	—	3	0
フードチェーン	32	18	—	—	50	27	18	—	—	45	△5
株式会社どん	93	4	—	—	97	87	3	—	—	90	△7
SEED RESTAURANT GROUP, INC.	202	173	—	—	375	202	143	—	—	345	△30
フードサービス事業分野計	2,993	269	—	—	3,262	2,953	236	—	—	3,189	△73
サービスマスター	896	40	—	—	936	908	33	—	—	941	5
(ファシリティマネジメント)	—	(24)	—	(272)	(24)	(22)	—	(22)	(283)	(22)	(△2)
メリーメイド	297	29	—	—	326	332	27	—	—	359	33
ターミニックス	296	28	—	—	324	295	23	—	—	318	△6
トゥルグリーン	32	6	—	—	38	31	7	—	—	38	0
ケアサービス	1,521	103	—	—	1,624	1,566	90	—	—	1,656	30
ホームインステッド	50	5	—	—	55	95	5	—	—	100	45
株式会社ダスキンヘルスケア	—	(176)	—	—	(176)	—	(199)	—	—	(199)	(23)
株式会社ダスキンゼロケア	—	56	—	—	56	—	61	—	—	61	5
ケアサービス事業分野計	1,571	164	—	—	1,735	1,661	156	—	—	1,817	80
レンタルオール	123	23	—	—	146	187	28	—	—	215	69
ユニフォームサービス	178	8	—	—	186	181	8	—	—	189	3
ドリンクサービス	81	15	—	—	96	92	14	—	—	106	10
その他	2	4	—	—	6	—	4	—	—	4	△2
その他事業分野計	384	50	—	—	434	460	54	—	—	514	80
合計	7,473	532	21	—	8,026	7,610	484	21	—	8,115	89

*ファシリティマネジメント、株式会社ダスキンヘルスケアは

(注)1.その他拠点は、取次専門店等です。

2.上記拠点には、複数の事業を兼業する店舗も含まれています。

そのため、全事業拠点合計8,115店は、実際の店舗数とは異なります。

■加盟契約数

事業名	2004年度(第43期) (2005年3月31日現在)			2005年度(第44期) (2006年3月31日現在)		
	合計	合計	増減	合計	合計	増減
ダストコントロール	2,156	—	—	2,159	—	3
クリーンサービス	1,412	—	—	1,422	—	10
エアークリーン	1,250	—	—	1,272	—	22
ウォーターカー	1,568	—	—	1,584	—	16
ワイプルサービス	793	—	—	806	—	13
クリーンサービス(海外)	1	—	—	1	—	0
クリーンサービス	7,180	—	—	7,244	—	64
ヘルス&ビューティ	354	—	—	362		

・ダニアレル物質抑制 ・成分配合の新モップが大好評! 申し込みが約3倍に!



ダニアレル物質（ダニの死がい・フン）を約96%抑制する成分を吸着剤に配合した家庭用モップの新発売にあわせて3月13日から「健康おそうじキャンペーン」をスタートしたところ、コールセンターへのモップの新規お申し込み件数が前年比約3倍と予測を大幅に上回りました。健康意識の高い消費者へ向けての新しいおそうじ方法の提案が高い効果を上げました。

暮らしの快適化生活研究所各方面で活躍!!

暮らしの快適化生活研究所では、研究成果の一端として、「ワン・ツー・スリーでキレイが続く『収納とおそうじ』一緒に!レシピ」を発行しました。ほかにも「ダスキン衣類の収納セミナー」や「子どもたちの力を伸ばす掃除を考えるフォーラム」を開催するなど、快適な暮らしのお役立ちのために各方面で活躍しています。



東京本社が西新宿へ移転



11月1日、東京本社が「三角ビル」の愛称で親しまれている新宿住友ビルに移転。首都圏におけるダスキンの機能をより充実させ、お客様へのサービスをこれまで以上に的確かつ迅速に行っていきます。

ミスタードーナツ日本上陸 35周年

ミスタードーナツは、日本第1号店を大阪府箕面市にオープンして以来、できたてのおいしい手づくりドーナツを提供し続け、4月2日で35周年を迎えました。日本全国で展開する店舗数は1,303店（2006年3月31日現在）。ドーナツショップのトップブランドとしての地位を確立しました。今後は、アジア方面への展開も積極的に進めていきます。



35周年記念「ミスドメリカちゃん」 ・コラボキャンペーンに42万通の応募!



35周年記念キャンペーングッズに、創業当時の制服を着たリカちゃん人形「ミスタードーナツ35thリカちゃん」が登場。ミニサイズのグラスやトレイ、ドーナツなどもセットして、7,000体を抽選でプレゼントしました。国民的キャラクターであるリカちゃん人気とミスタードーナツのブランド力により、キャンペーン期間中の応募数は42万通を超え、マスコミにも多数取り上げられました。

・ブランドイメージ定着に向け ・新 VI を導入

「改革と創生」をすすめるダスキンの新ブランドイメージを消費者・お客さまに訴求するため、VI（ビジュアル・アイデンティティ）を再構築。四つ葉のクローバーをモチーフに「清潔感」「親しみやすさ」を表現しています。



2005 Topics

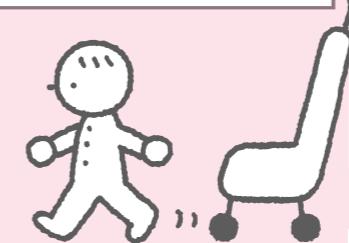
2005年度（第44期）のトピックス

・おかげり自由の ・カフェオレを新発売! ・六本木ヒルズに ・1日限定 ・「カフェオレ・カフェ」 もお目見え!



・ベンチャー企業を支援・育成 ・「フランチャイズ・ファンド」を設立

三井物産との資本業務提携の一環としてベンチャー企業によるフランチャイズ展開が可能な事業の拡大を支援することを目的とした「フランチャイズ・ファンド」を、3月29日、設立しました。日本のフランチャイズビジネスの草分け的存在であり、最大の規模を誇るダスキンは今日まで築き上げた成功事例やノウハウの活用といった強みを活かし、事業機会の創出と創業間もない企業への投資を行っていきます。



エコマーク 認定商品、続々登場!!

環境保全や資源の有効活用に配慮した商品開発方針に基き、当期も「ノンオイルモップ・エコ」「事業所用モップ・エコ」「エコリサイクルマット」を開発しエコマーク認定を受けました。エコマークは見えやすい位置に表記し、官公庁、事業所、ISOを推進している工場などに向けて積極的に提案していきます。また3月には、横浜中央工場にてこれらの新商品のマスコミ向け発表会を開催。商品もさることながら、環境保全に取り組む企業姿勢もPRできました。



・広げよう愛の輪運動基金 ・25周年記念式典を開催

11月16日、ダスキンが支援する（財）広げよう愛の輪運動基金が、設立25周年を迎えて、発足より運動の推進に尽力された関係者への感謝を込めて記念式典を開催しました。

「これまで、これからも、めい・あい・へるぶ・ゆう」を合言葉に、愛の輪会員のみならず、人の役に立ちたいと思う人が「障害のある方々の自立と社会との共生」実現のお手伝いをすることを宣言しました。また、世界銀行の障害と開発担当アドバイザーのジュディス E.ヒューマンさんの基調講演なども行われ、有意義な式典となりました。



9月14日、ミスタードーナツは、アメリカンコーヒーに続くドリンクメニューの第二の柱として、ストレートドリップ製法（特許出願中）によるおかげり自由のカフェオレを新発売しました。カフェオレ特有の膜が張らないミルクとこだわりのコーヒー豆を使った逸品です。発売以降は10～20代女性の来店と店内飲食の売り上げが増加しました。PRイベントとして10月8日に、CMキャラクターの玉木宏さんプロデュースによる1日限定「カフェオレ・カフェ」を六本木ヒルズにオープン。5,000杯の試飲キャンペーンを行い、高いPR効果を上げました。

「愛・地球博」2,200万人の来場者をダスキンのマットがお出迎え!

日本で35年ぶりに開催され2,200万人以上が来場した万博「愛・地球博」でもダスキンのサービスがお役立ちました。会場内施設の約8割にあたる80施設で、クリーンサービスをはじめケアサービス、レンタルオール、ドリンクサービスなどが清潔で快適な施設空間づくりに貢献。ダスキンの企業姿勢と幅広い事業を国内外からの来場者にアピールしました。



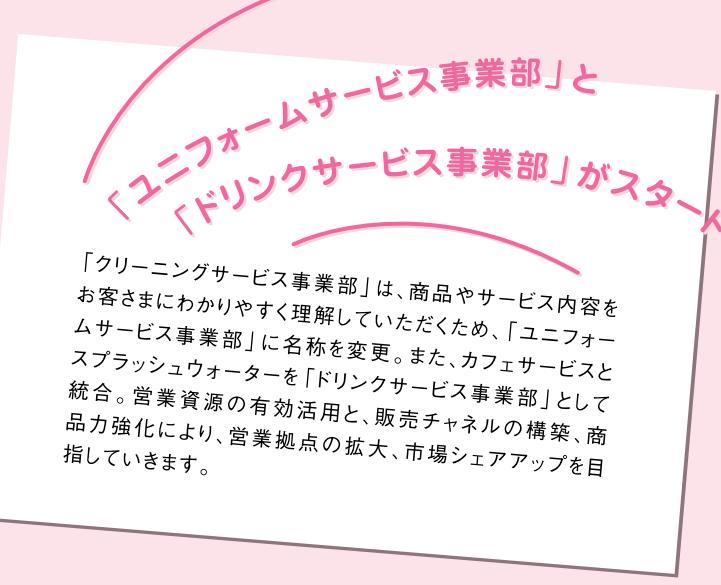
消費者団体代表とダスキン役員が意見交換

2月14日、ダスキンの企業姿勢を知りたい方へ、誠心館に消費者団体の代表者14名を招いて懇談会を開催。ダスキンからは役員など14人が出席し、コンプライアンスや品質保証、環境保全体制などについて説明しました。参加者からは「経営幹部自らが消費者の声に耳を傾ける姿勢が見え、好印象」「企業活動について、もっと情報発信するべき」といった感想をいただきました。



ダスキン役員と報道関係者との『記者懇親会』を開催

7月28日、在阪の大手新聞社を中心に13名の記者を大阪本社に迎え、経営陣自らがダスキンの「今」をPRしました。今までの改革の進捗を伊東社長が説明。和やかな雰囲気の中で情報交換も進み、参加した記者からは「ダスキンの改革を肌で感じることができました。今後はたくさんの良いニュースを我々にご提供ください」と期待を寄せる声をいただきました。



第2回「あなたの喜ぶ顔」 ・フォトコンテスト開催 応募数は昨年の2倍!!

ダスキンの企業スローガン「あなたの喜ぶ顔が見たい」が、年々多くの方が共感を集め、応募数は昨年の約2倍にあたる8,925点!遠く海外からも「喜ぶ顔」が届きました。受賞作品50点は1冊の写真集にまとめられました。

優秀賞「一緒にいいね」
大久保淳さん(神奈川県)

会社概要

祈りの経営ダスキン 経営理念

一日一日と今日こそは
あなたの人生が(わたしの人生が)
新しく生まれ変わるチャンスです

自分に対しては
損と得とあらば損の道をゆくこと

他人に対しては
喜びのタネまきをすること

我も他も(わたしもあなたも)
物心共に豊かになり(物も心も豊かになり)
生きがいのある世の中にすること

2005年度(第44期)関係会社等一覧

●連結子会社

[愛の店関連事業]

株式会社ダスキンサーブ北海道
株式会社ダスキンサーブ東北
株式会社ダスキンサーブ北関東
株式会社ダスキンサーブ東海北陸
株式会社ダスキンサーブ中国
株式会社ダスキンサーブ四国
株式会社ダスキンサーブ九州
株式会社ダスキンちば
株式会社ダスキンシャトル東京
株式会社和倉ダスキン
株式会社小野ダスキン
株式会社ダスキンプロダクト北海道
株式会社ダスキンプロダクト東北
株式会社ダスキンプロダクト東関東
株式会社ダスキンプロダクト西関東
株式会社ダスキンプロダクト東海
株式会社ダスキンプロダクト中四国
株式会社ダスキンプロダクト九州
DUSKIN HONG KONG COMPANY LIMITED

[フードサービス事業]

株式会社どん
株式会社エバーフレッシュ函館
上海丸仁楽清食品有限公司

[ケアサービス事業]

株式会社ダスキンヘルスケア
株式会社ダスキンゼロケア

[その他事業]

ダスキン共益株式会社
ダスキンビジネスサービス株式会社
ダスキン保険サービス株式会社
有限会社フランチャイズインベストメント
フランチャイズ育成投資事業有限責任組合

●持分法適用の関係会社

[愛の店関連事業]
樂清服務股份有限公司

[フードサービス事業]
統一多拿滋股份有限公司
SEED RESTAURANT GROUP, INC.

※2006年3月31日現在

会社概要

社名 株式会社ダスキン【DUSKIN CO., LTD.】
本社 〒564-0051 大阪府吹田市豊津町1番33号
設立 1963(昭和38)年2月4日
資本金 113億5,294万円(2006年3月31日現在)
株式会社ダスキン売上高 1,714億円(2005年度)
全国チェーン店お客様売上高 4,826億円(2005年度)
従業員数 1,989名(2006年3月31日現在)

(注)全国チェーン店お客様売上高は、国内外の直営店・子法人等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。

役員(2006年6月28日現在)

代表取締役社長	伊東 英幸	社外取締役	坂本 允子
専務取締役	足立 勤	監査役	石見 道信
	高田 宥		吉開 熱
常務取締役	西山 精也	社外監査役	新井 ふく
取締役	大熊 敬介		千森 秀郎
	友井 正宏		
	西村 晴夫		
	長沼 洋一		
	宮島 賢一		
	山村 輝治		
	元岡 節三		