

2023年3月期

決算説明会

株式会社 **タスキ**

2023年5月24日

ページ

連結業績ハイライト	2
前期比増減	3
予想比乖離	4
連結貸借対照表の状況	5
連結キャッシュフローの状況	6
訪販グループ 業績概況	7
営業利益	8
フードグループ 業績概況	9
営業利益	10
その他 業績概況 営業利益	11
2024年3月期業績予想	12
株主還元	13
中期経営方針2022進捗	14
Appendix	26

連結業績ハイライト(前期比・予想比)

<前期比>すべてのセグメントで増収。

RFIDの取付開始等による訪販グループの原価率UPを主因に減益

<公表予想比>売上は、訪販グループが下振れ、フードグループ、その他は上振れ

利益は、その他が下振れ、訪販グループ、フードグループが上振れ

(百万円)

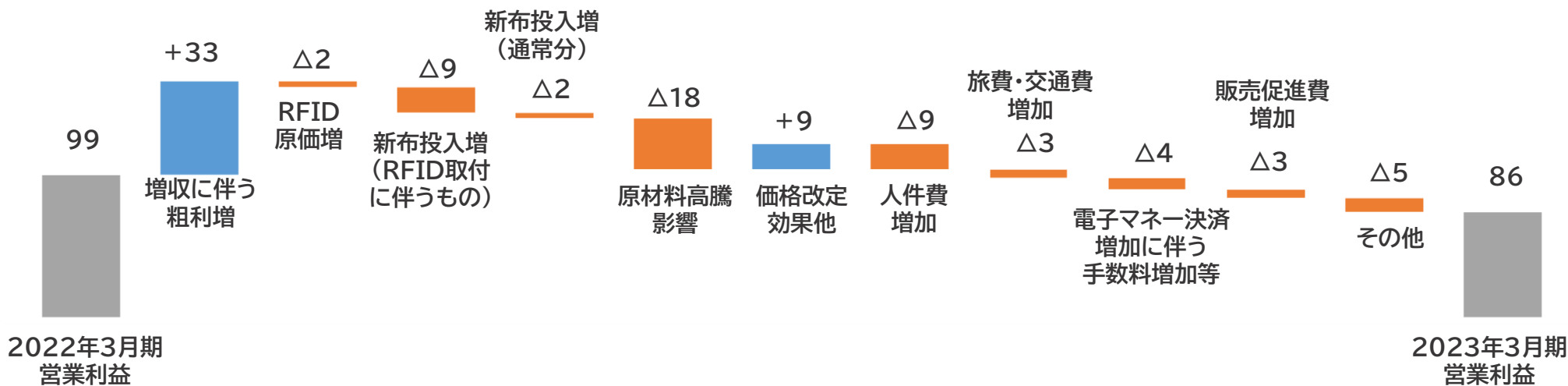
	2022年3月期 ①		公表 (2022.5.13) 予想 ②		2023年3月期 ③		前期比 ③-①		予想比 ③-②	
	利益率	利益率	利益率	利益率			増減率	乖離率		
売上高	163,210	—	170,000	—	170,494	—	+7,283	+4.5%	+494	+0.3%
営業利益	9,899	6.1%	7,800	4.8%	8,637	5.1%	△1,261	△12.7%	+837	+10.7%
経常利益	12,215	7.5%	9,600	5.9%	11,375	6.7%	△839	△6.9%	+1,775	+18.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	8,132	5.0%	6,600	4.0%	7,196	4.2%	△935	△11.5%	+596	+9.0%
EPS	164.71円	—	133.51円	—	146.13円	—	△18.58円	△11.3%	+12.62円	9.5%
ROE	5.49%	—	—	—	4.77%	—	△0.72	—	—	—

前期比増減

		2022年3月期 ①		2023年3月期 ②		前期比 ②-①	
			利益率		利益率		増減率
訪販グループ	売上高	107,128	—	108,469	—	+1,341	+1.3%
	営業利益	10,539	9.8%	8,114	7.5%	△2,425	△23.0%
フードグループ	売上高	43,818	—	48,879	—	+5,061	+11.6%
	営業利益	3,619	8.3%	5,473	11.2%	+1,853	+51.2%
その他	売上高	15,414	—	16,229	—	+815	+5.3%
	営業利益	873	5.7%	702	4.3%	△170	△19.5%
全社・消去	売上高	△3,150	—	△3,085	—	+65	—
	営業利益	△5,133	—	△5,652	—	△519	—
連結	売上高	163,210	—	170,494	—	+7,283	+4.5%
	営業利益	9,899	6.1%	8,637	5.1%	△1,261	△12.7%

<連結営業利益増減要因>

(億円)

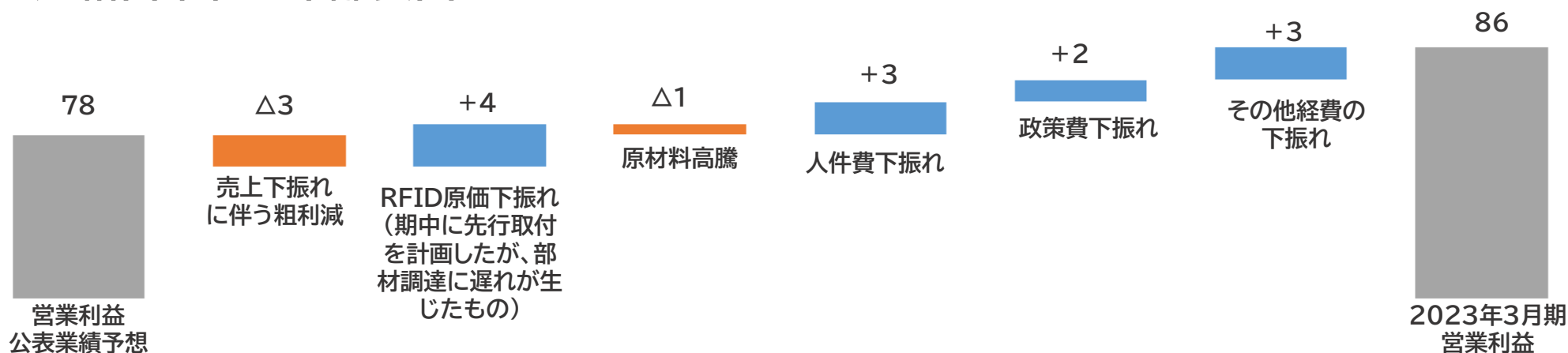


(百万円)

		2022.11.22公表 セグメント別予想 ①		2023年3月期 ②		
		利益率		利益率		予想比 ②-①
						乖離率
訪販グループ	売上高	110,600	—	108,469	—	△2,130
	営業利益	7,400	6.7%	8,114	7.5%	+714
フードグループ	売上高	46,900	—	48,879	—	+1,979
	営業利益	4,700	10.0%	5,473	11.2%	+773
その他	売上高	16,000	—	16,229	—	+229
	営業利益	800	5.0%	702	4.3%	△97
全社・消去	売上高	△3,500	—	△3,085	—	+414
	営業利益	△5,100	—	△5,652	—	△552
連結	売上高	170,000	—	170,494	—	+494
	営業利益	7,800	4.6%	8,637	5.1%	+837

<連結営業利益乖離要因>

(億円)



連結貸借対照表の状況

(百万円)

	2022年3月期末	2023年3月期末	
			前期比増減
現金及び預金	23,360	18,207	△5,152
売上債権	12,266	11,553	△712
棚卸資産	10,411	11,132	+720
有価証券	30,604	19,864	△10,739
その他	7,460	8,364	+904
流動資産	84,102	69,122	△14,980
有形固定資産	49,474	49,076	△397
無形固定資産	8,146	7,454	△691
投資有価証券	46,176	61,743	+15,566
その他	10,154	10,127	△27
投資その他の資産	56,331	71,871	+15,539
固定資産	113,952	128,402	+14,449
資産合計	198,055	197,524	△530
買入債務	6,963	7,594	+630
その他	31,042	29,238	△1,804
流動負債	38,005	36,832	△1,173
長期借入金	1,530	1,115	△414
その他	7,493	7,802	+309
固定負債	9,023	8,917	△105
負債合計	47,029	45,750	△1,278
資本金	11,352	11,352	±0
利益剰余金	122,401	124,943	+2,542
自己株式	△4,219	△7,102	△2,882
その他有価証券評価差額金	7,195	8,532	+1,337
その他	14,296	14,048	△248
純資産	151,026	151,774	+748
負債・純資産合計	198,055	197,524	△530

流動資産

債券の償還等により「有価証券」が減少

固定資産

債券の購入、含み益の増加等により
「投資有価証券」が増加

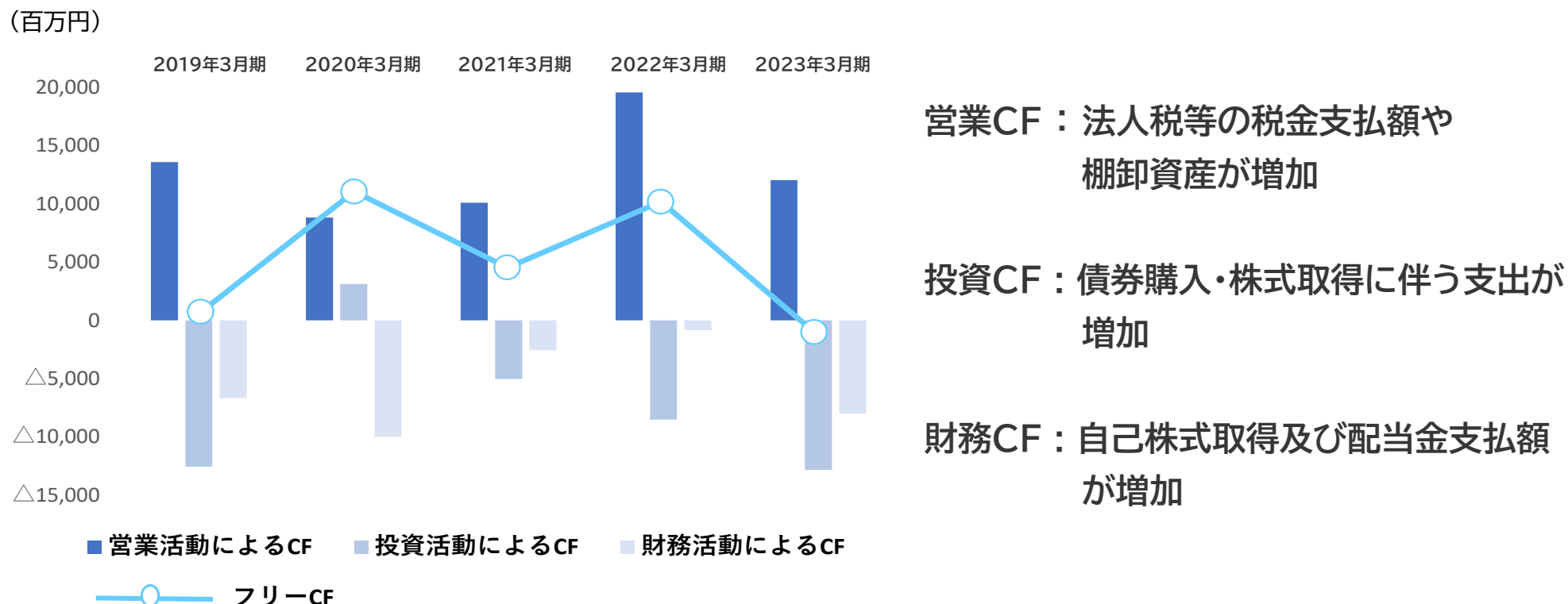
流動負債

「未払法人税等」が減少

純資産

自己株式取得 1,094千株
(3,303百万円)

連結キャッシュフローの状況



	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	前期比増減
営業活動によるCF	13,606	8,850	10,103	19,596	12,061	△7,534
投資活動によるCF	△12,555	3,137	△5,019	△8,524	△12,844	△4,319
フリーCF	1,051	11,988	5,083	11,071	△782	△11,854
財務活動によるCF	△6,671	△10,022	△2,563	△835	△7,992	△7,157
現金及び現金同等物の期末残高	25,237	27,167	29,674	39,963	31,275	△8,687

(百万円)

	2022年3月期 ①		2022.11.22公表 予想 ②		2023年3月期 ③		前期比 ③-①		予想比 ③-②	
	利益率		利益率		利益率		増減率		乖離率	
売上高	107,128	—	110,600	—	108,469	—	+1,341	+1.3%	△2,130	△1.9%
営業利益	10,539	9.8%	7,400	6.7%	8,114	7.5%	△2,425	△23.0%	+714	+9.6%

<売上高前期比>

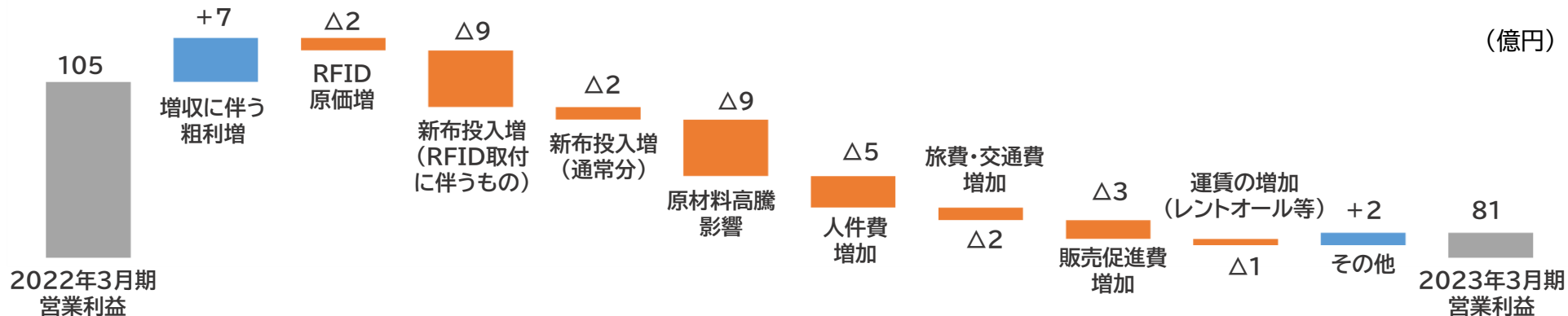
- ・ケアサービス事業が微減収となったものの、主力のクリーンサービス事業をはじめ、その他はすべて増収
- ・昨年7月に価格改定を実施したクリーンサービス事業は、家庭向け、事業所向けとも増収
- ・ケアサービス事業は、すべての事業で「お客様売上」は増加したが、除菌・抗菌の資器材、薬剤の加盟店向け売上が減少し、トータルでは微減収
- ・昨年、ワクチン接種会場等の受注で増収に転じたレントオール事業は、同売上は減少したものの、コロナ禍で中止されていた一般イベントも徐々に再開されてきたこと等により当期も増収

<売上高業績予想比>

主力のクリーンサービス事業で、家庭向け、事業所向けとも計画未達

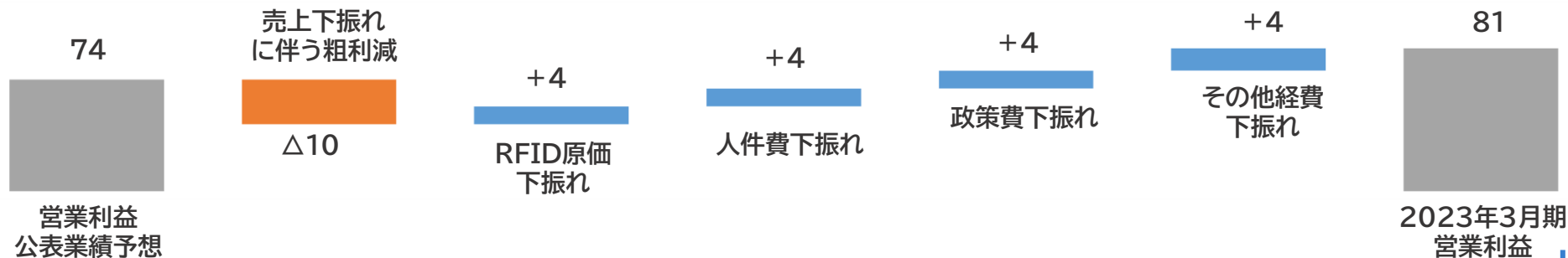
< 営業利益前期比 >

RFID取付開始に伴う原価増及び原材料価格の高騰影響等を主因として減益
 営業専任組織活動に伴う費用、価格改定に伴う販売促進費やWEB広告費用の増加等、経費も増加



< 営業利益業績予想比 >

RFID取付は、期中に先行取付(2024年3月期分の前倒し)を計画したが、部材調達に遅れが生じ、原価が下振れ
 人件費、政策費等、各種経費は削減に努め、下振れ



(百万円)

	2022年3月期 ①		2022.11.22公表 予想 ②		2023年3月期 ③					
	利益率		利益率		利益率		前期比 ③-① 増減率		予想比 ③-② 乖離率	
売上高	43,818	—	46,900	—	48,879	—	+5,061	+11.6%	+1,979	+4.2%
営業利益	3,619	8.3%	4,700	10.0%	5,473	11.2%	+1,853	+51.2%	+773	+16.5%

<売上高前期比>

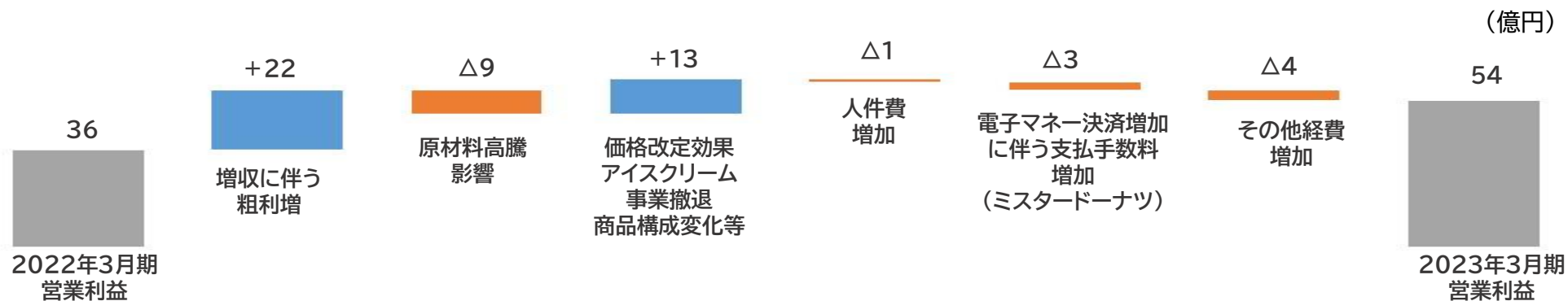
- ・主力のミスタードーナツが2回(2022年3月と11月)にわたる価格改定後も好調に推移
出店増加等により稼働店舗数も2023年3月には998店まで増加
その結果、稼働日数が前期比1.8%増加し、全店合計お客様売上は前期比13.6%増加
- ・事業ポートフォリオ見直しの一環として、2022年3月期中にベーカリー事業、アイスクリーム事業から撤退。その他のフード事業は減収

<売上高業績予想比>

miso meets 他、各商品が計画を上回った他、ネットオーダーによる予約販売で福袋が好調に推移

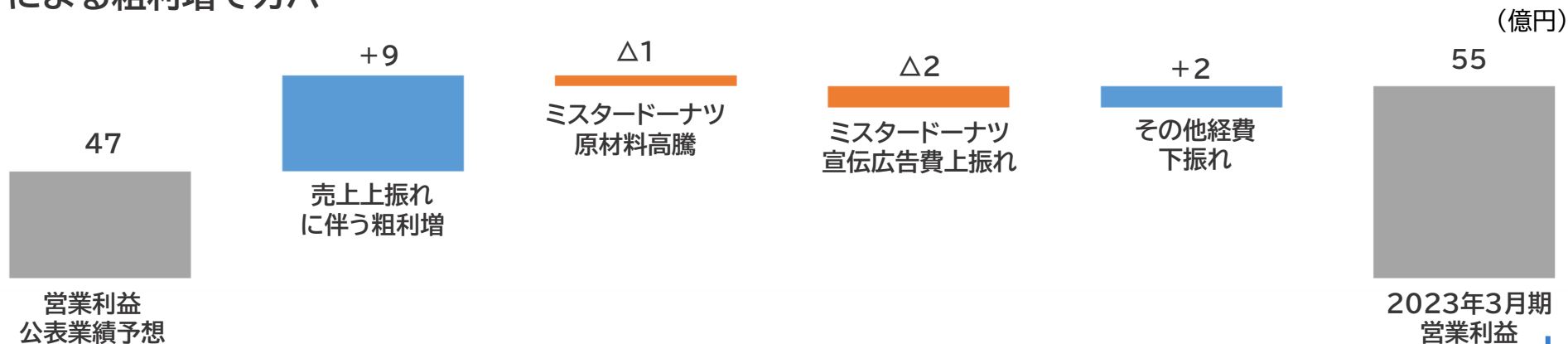
<営業利益前期比>

増収に伴う粗利の増加及び価格改定効果で増益
電子マネー決済増加に伴う手数料等、経費は増加



<営業利益業績予想比>

想定以上の原材料高騰影響や価格改定対応のための販売促進費使用があったものの、売上高の上振れによる粗利増でカバー



(百万円)

	2022年3月期 ①		2022.11.22公表 予想 ②		2023年3月期 ③					
	利益率		利益率		利益率		前期比 ③-① 増減率		予想比 ③-② 乖離率	
売上高	15,414	—	16,000	—	16,229	—	+815	+5.3%	+229	+1.4%
営業利益	873	5.7%	800	5.0%	702	4.3%	△170	△19.5%	△97	△12.1%

<売上高・営業利益前期比>

- ・ダスキンヘルスケア、ダスキン共益、海外事業、いずれも増収
- ・海外のコロナ影響は沈静化し、ミスタードーナツ売上回復に伴う原材料売上の増加、ビッグアップルの増収に加えて、円安も寄与
- ・期中に上海でコロナが再拡大しロックダウンしたことによる「ダスキン上海」の減収影響、ダスキンヘルスケアの経費増加を主因に減益

<売上高・営業利益業績予想比>

ミスタードーナツ台湾好調に伴い、原材料売上が上振れ

2024年3月期 業績予想（2023年3月期対比）

（単位：百万円）

		2024年3月期（予想）														
		上期			下期			通期			前期比増減					
		売上高	利益率	—	売上高	利益率	—	売上高	利益率	—	上期		下期		通期	
											増減率	増減率	増減率	増減率		
訪販グループ	売上高	56,000	—	57,100	—	113,100	—	+1,811	+3.3%	+2,818	+5.2%	+4,630	+4.3%			
	営業利益	2,900	5.2%	1,600	2.8%	4,500	4.0%	△2,181	△42.9%	△1,432	△47.2%	△3,614	△44.5%			
フードグループ	売上高	22,800	—	30,100	—	52,900	—	+1,440	+6.7%	+2,579	+9.4%	+4,020	+8.2%			
	営業利益	1,900	8.3%	3,700	12.3%	5,600	10.6%	△531	△21.9%	+658	+21.6%	+126	+2.3%			
その他	売上高	9,100	—	6,900	—	16,000	—	+1,070	+13.3%	△1,300	△15.9%	△229	△1.4%			
	営業利益	600	6.6%	200	2.9%	800	5.0%	+156	+35.4%	△59	△23.0%	+97	+13.8%			
全社・消去	売上高	△1,700	—	△1,600	—	△3,300	—	△35	—	△178	—	△214	—			
	営業利益	△3,100	—	△3,300	—	△6,400	—	△444	—	△302	—	△747	—			
連結	売上高	86,200	—	92,500	—	178,700	—	+4,286	+5.2%	+3,919	+4.4%	+8,205	+4.8%			
	営業利益	2,300	2.7%	2,200	2.4%	4,500	2.5%	△3,000	△56.6%	△1,137	△34.1%	△4,137	△47.9%			

<訪販グループ>

クリーンサービスの事業所向け、家庭向けの増収他、売上増加計画に基づく粗利の増加を見込むも、RFID取付に係る費用及び原材料の高騰等による原価率の悪化等により大幅な減益の予想

<フードグループ>

好調を維持しているミスタードーナツは当期も増収計画。それに伴う粗利増を見込むも、原材料や物流費の更なる高騰を織り込み微増益を予想

<その他>

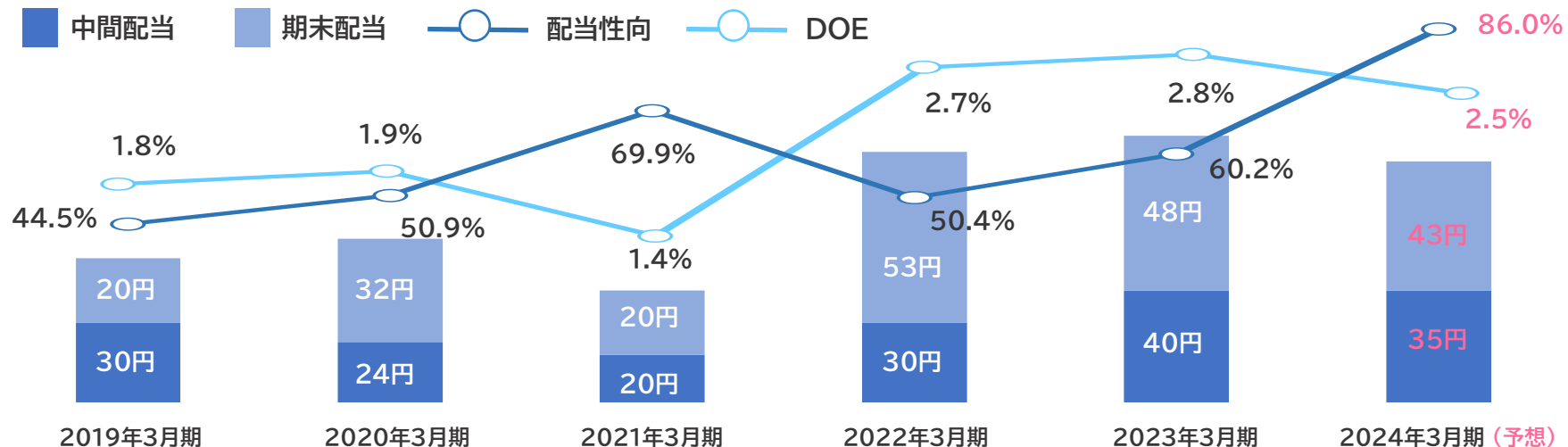
樂清香港有限公司(ダスキンの香港)の解散に伴い、ペーパータオルの商流を変更したことに伴いセグメント売上は減少(連結影響なし)

※ダスキンの香港は現在清算手続き中

<全社・消去>

DX関連費用、人件費増加を織り込む

■ 配当



■ 2023年3月期 自己株式取得

期中取得 1,094,700株(発行済株式総数比 2.15%)
3,303百万円

■ 2023年3月期 総還元性向

配当支払 4,351百万円 (中間2,001百万円+期末2,349百万円)

自己株式取得 3,303百万円

総還元額 7,654百万円 (総還元性向 106.4%)

「中期経営方針2022」で目指すこと

ONE DUSKIN 世界一ひとにやさしいダスキン

「中期経営方針2022」は
2023年3月期～2025年3月期
の3年間と設定



第1フェーズ、第2フェーズ で作り上げた基盤を更に発展させることと、長期戦略「ONE DUSKIN」実現の総仕上げとして第3フェーズにおける取り組みを実行することで、社会に必要とされ続ける企業として企業価値向上に努めてまいります。

基本方針に基づく3つのテーマ



テーマ1 | 事業ポートフォリオの変革

事業環境の変化に対応し、社会課題解決に向けた事業ポートフォリオへ変革

- 既存事業の変革・発展

新商品・サービスによる事業領域の拡大と
バリューチェーンの強化

- 新しい成長機会への投資

今後取り組むべき社会課題の解決への
貢献による社会的価値創造の実現



テーマ2 | 経営基盤の構築

企業価値向上のための経営基盤の強化

- 人材・技術等の経営資本、組織・事業等の管理体制の強化



テーマ3 | 社会との共生

サステナブルな社会と経営の実現に向けた取り組み

- 持続可能な社会づくりへの貢献と、社会にこたえる企業統治体制の構築



テーマ1 | 事業ポートフォリオの変革

●既存事業の変革・発展

暮らしや事業環境における「調律業」を目指す訪販グループは、「衛生領域」を最重要領域として展開、「ワークライフマネジメント領域」と「高齢者サポート領域」にも注力



衛生領域



情報と流通の改革

組織戦略

家庭用営業専任組織の構築と加盟店への拡大



CX戦略

Eコマース・SNS・アプリ機能の充実による顧客体験価値向上



拠点戦略

マーケットの需要に対応する新規出店によるサービス提供体制の構築



洗浄・物流戦略

RFID(電子タグ)の導入とスマートファクトリー化による効率化・省人化



開発戦略

注力領域の深耕と拡大による売上の基盤を確立



ワークライフ マネジメント領域



高齢者サポート領域



テーマ1 | 事業ポートフォリオの変革

● 既存事業の変革・発展

誰もが、いつでも「しあわせな時間」を過ごせるようなショップを目指し、楽しさ、おいしさの提供を追求

新業態開発

既存ブランドとは異なる立地・客層・利用動機等に対応する業態の開発

既存バリューチェーンの強化

既存事業の主要原材料等における加工・流通の内製化

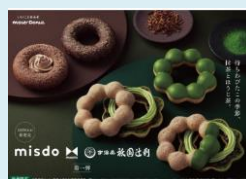
マーチャンダイジング

ブランドを活用した新商品・販売機会の創出

既存事業においてはさらなる利便性向上が「カギ」

開発戦略

お客様の利用動機拡大



misdo meets



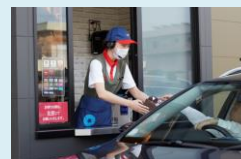
ミスドゴハン

出店戦略

郊外・都市部への出店



駅ナカキッチンレスショップ



郊外のドライブスルー

CX戦略

お客様の体験に新たな価値を提供



デリバリー



ピックアップドア

情報と流通の改革



テーマ1 | 事業ポートフォリオの変革

- 新しい成長機会への投資

M&A、R&D投資等の積極化

- ▶ 既存事業とのシナジー効果を発揮しつつ社会課題に対応する領域
- ▶ 地球環境の保全や少子高齢化対応、地方創生を始めとした社会課題に対応し、既存事業と将来的にシナジーが発揮できる領域

海外戦略

- ▶ 現在の展開国の成長に加えて、市場環境を見極めた上で未展開国へ



テーマ2 | 経営基盤の構築

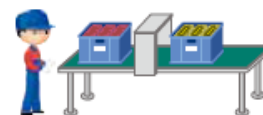
- 人材・技術等の経営資本、組織・事業等の管理体制の強化

人的資本経営の推進

- ▶ 事業ポートフォリオ変革に必要な人材の育成・確保
- ▶ ダイバーシティマネジメント&インクルージョンの推進

DX推進

- ▶ クラウドシフト専任組織の設置によるDX推進基盤の構築
- ▶ レンタル商品へのRFID(電子タグ)導入と洗浄工場のスマートファクトリー化



2023年3月期の取り組み状況と、 経営環境の変化に対する今後の取り組み

ウイズコロナ



衛生意識の高まり



高齢化社会



価格高騰
原材料の高騰



コスト高騰



「食」の安全・安心

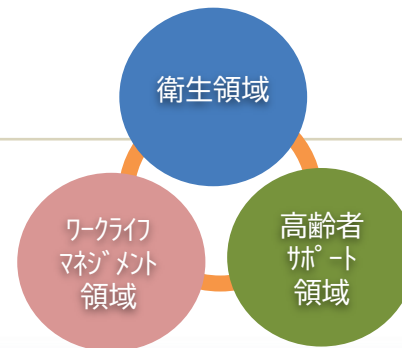


激動するデジタル技術



資本コストや株価を
意識した経営の実現





テーマ1 | 事業ポートフォリオの変革

● 既存事業の変革・発展

<2023年3月期の取り組み>

開発戦略

- ・衛生機能を強化した高付加価値商品の売上構成比が55%まで伸長

※既存商品の除菌・抗菌・抗ウイルスなどの機能を持つ衛生関連商品・サービス

- ・鍵のトラブルに対応するダスキンレスキューを近畿圏にて検証



- ・暮らしのパートナーとしての領域拡大を目指した株式会社クラシアンとの業務提携



拠点戦略

- ・ケアサービス出店強化
ケアサービス事業新規出店114店
- ・シニアケア事業
新規出店16店

<今後の取り組み>

組織戦略

- ・家庭用営業専任組織の加盟店への拡大



CX戦略

- ・DDuet会員拡大
- ・WEB広告の強化 など



拠点戦略

- ・ケアサービス事業加盟店、シニアケア事業加盟店の出店強化



物流戦略

- ・レンタルマット/モップにRFID(電子タグ)取付け





テーマ1 | 事業ポートフォリオの変革

●既存事業の変革・発展

<2023年3月期の取り組み>

開発戦略

- ・「misdo meets」や「ミスドゴハン」等のメニュー強化



出店戦略

- ・多様な店舗形態による出店
- ・ゆったり過ごしていただくための店舗改装



CX戦略

- ・ミスドネットオーダーの機能強化



misdo ネットオーダー

<今後の取り組み>

開発戦略

- ・利用動機拡大のための取り組み強化

misdo



出店戦略

- ・都市部の未出店エリアへの出店、従来型店舗の改装



CX戦略

- ・ミスドネットオーダーやデリバリーサービスのさらなる拡充



新業態開発

既存バリューチェーンの強化

マーチャンダイジング



テーマ1 | 事業ポートフォリオの変革

● 新しい成長機会への投資

<2023年3月期の取り組み>

アライアンス

- ・株式会社クラシアンと業務提携契約を締結



海外戦略

- ・R E & S Enterprises Pte Ltdと
マスターフランチャイズ契約締結



- ・楽清服務股份有限公司と
「家庭向けお掃除・家事おてつだいサービス」
事業の導入契約を締結

<今後の取り組み>

先進技術の獲得

- ・ベンチャー企業への積極出資



海外戦略

- ・トータルクリーンケアの完成を目指す





テーマ 2 | 経営基盤の構築

- 人材・技術等の経営資本、組織・事業等の管理体制の強化

<2023年3月期の取り組み>

人的資本経営の推進

- ・従業員の意識改革を主導する業務改革推進部の立ち上げ
- ・ダイバーシティ&インクルージョンを推進するために人事制度を刷新
- ・全従業員向け教育ツールの導入



<今後の取り組み>

人材の育成

- ・経営基盤の根本である「人材」へ積極的に投資
- ・事業ポートフォリオの変革を行える人材育成・強化



企業価値の向上

- ・資本コストや収益性を意識した経営
- ・経営資源の適切な配分とモニタリングを一層強化



Appendix

(百万円)

	2022年3月期 ①		2023年3月期 ②			
	利益率		利益率		前期比 ②-① 増減率	
売上高	132,333	—	138,560	—	+6,227	+4.7%
営業利益	6,828	5.2%	5,752	4.2%	△1,076	△15.8%
経常利益	10,563	8.0%	10,125	7.3%	△437	△4.1%
当期純利益	7,400	5.6%	6,944	5.0%	△455	△6.2%

全国チェーンお客様売上高

	2022年3月期	2023年3月期		
			増減	増減率
訪販グループ	265,659	270,081	+ 4,421	+ 1.7%
クリーンサービス合計	172,299	173,558	+ 1,258	+ 0.7%
クリーンサービス（家庭向け）	82,138	81,731	△407	△0.5%
クリーンサービス（事業所向け）	90,160	91,826	+ 1,666	+ 1.8%
ケアサービス合計	55,781	56,831	+ 1,050	+ 1.9%
サービスマスター	32,067	32,195	+ 128	+ 0.4%
メリーメイド	11,607	11,792	+ 184	+ 1.6%
ターミニックス	8,477	8,917	+ 440	+ 5.2%
トータルグリーン	3,373	3,662	+ 288	+ 8.5%
ホームリペア	255	263	+ 8	+ 3.2%
レントオール	14,819	16,398	+ 1,579	+ 10.7%
ヘルスレント	12,495	13,365	+ 870	+ 7.0%
ユニフォームサービス	3,131	2,863	△267	△8.6%
アザレプロダクツ	2,789	2,788	△0	△0.0%
ライフケア	2,240	2,273	+ 32	+ 1.5%
ヘルス&ビューティ	2,103	2,002	△101	△4.8%
フードグループ	95,031	107,388	+ 12,357	+ 13.0%
ミスタードーナツ	92,951	105,570	+ 12,619	+ 13.6%
かつアンドかつ	1,627	1,755	+ 128	+ 7.9%
その他フード	452	62	△390	△86.3%
その他	28,698	34,302	+ 5,604	+ 19.5%
クリーン・ケア（海外）	6,473	7,555	+ 1,082	+ 16.7%
ミスタードーナツ（海外）	12,112	16,075	+ 3,962	+ 32.7%
Big Apple	1,554	2,001	+ 446	+ 28.7%
ダスキンヘルスケア	8,557	8,670	+ 112	+ 1.3%
合計	389,388	411,772	+ 22,383	+ 5.7%

※ 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。
 ※ 海外のお客様売上高は、連結財務諸表に含まれる海外子会社の決算期に合わせて1~12月の合計値を掲載しております。
 ※ MOSDOはミスタードーナツに含まれております。

	2022年3月期	2023年3月期		(拠点)
			増減	
訪販グループ	5,683	5,728	+ 45	
クリーンサービス	1,852	1,838	△14	
サービスマスター	1,159	1,183	+24	
メリーメイド	773	790	+17	
ターミニックス	560	553	△7	
トータルグリーン	155	166	+11	
ホームリペア	95	103	+8	
レントオール	102	102	+0	
ヘルスレント	172	180	+8	
ユニフォームサービス	215	215	+0	
アザレプロダクツ	44	43	△1	
ライフケア	94	96	+2	
ヘルス&ビューティ	462	459	△3	
フードグループ	996	1,009	+ 13	
ミスタードーナツ	979	993	+14	
かつアンドかつ	15	15	+0	
その他フード	2	1	△1	
その他	9,663	11,474	+ 1,811	
クリーン・ケア（海外）	25	25	+0	
ミスタードーナツ（海外）	9,557	11,362	+ 1,805	
Big Apple	81	87	+6	
合計	16,342	18,211	+ 1,869	

※ 拠点には複数の事業を兼業する店舗があるため、全事業拠点数の合計は実際の店舗数とは異なっております。

※ 拠点数は、当社運営の拠点、子会社が運営する拠点及びフランチャイズ加盟店が運営する拠点の合計です。 ※ 拠点数は稼働店舗数で掲載しております。

※ 海外の拠点数は12月末現在で掲載しております。

訪販グループ

訪問販売

家庭向け

- **クリーンサービス (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ontrol[空気清浄機]
 - ・ウォーターコントロール[浄水器]
 - ・ドリンクサービス[ポトルドウォーター]
- **ケアサービス (役務提供)**
 - ・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]
- **ヘルス&ビューティ他** [化粧品、健康食品]
- **ライフケア** [高齢者生活支援]

事業所向け

- **クリーンサービス (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ontrol [空気清浄機]
 - ・ウォーターコントロール [浄水器]
 - ・ワイプフルサービス [ウェス]
 - ・ドリンクサービス [オフィスコーヒー]
- **ケアサービス (役務提供)**
 - ・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]

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・福祉用具のレンタルと販売]

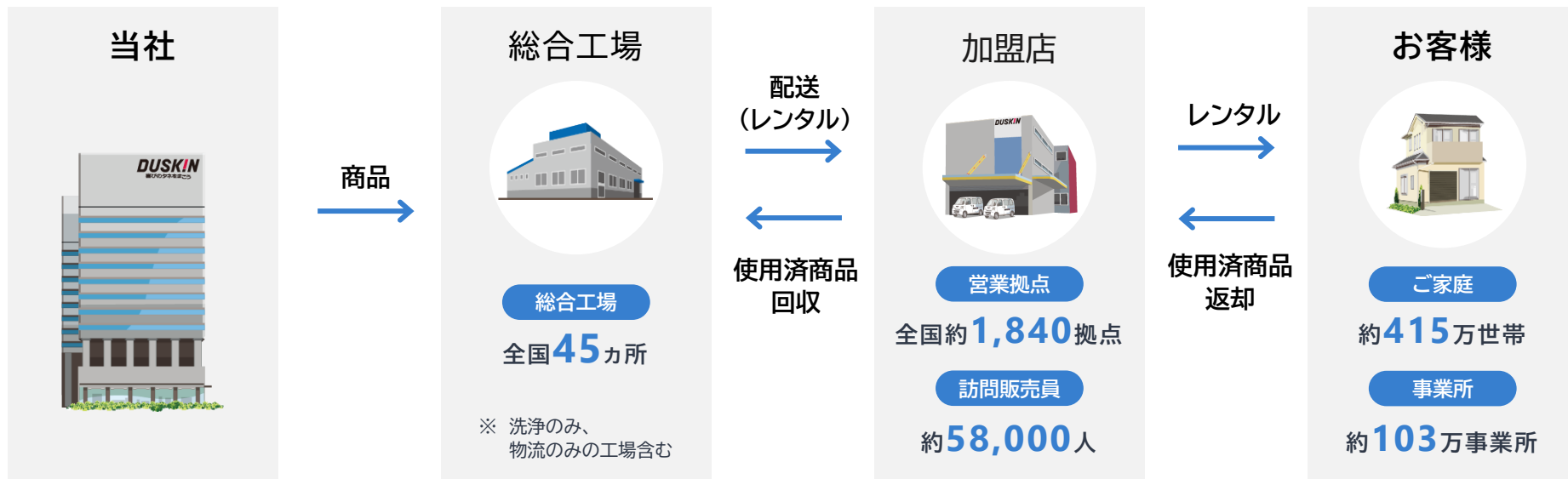
フードグループ

- **ミスタードーナツ** [手づくりドーナツ専門店]
- **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]
- **パイフェイス** [パイ専門店]

その他

- **(株)ダスキンヘルスケア** [病院等の衛生管理サービス]
- **ダスキン共益(株)** [リース事業、保険代理業]
- **海外** クリーン・ケアサービス
ミスタードーナツ
Big Apple
ダスキン香港

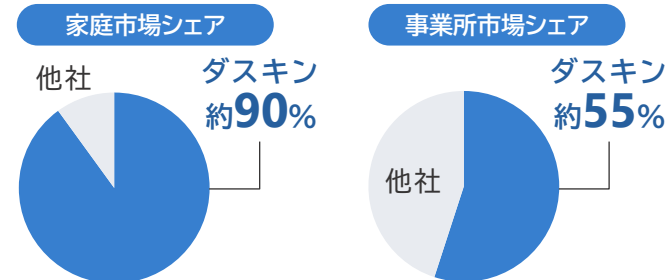
加盟店を通じて家庭や事業所などのお客様に、清掃・衛生用品をレンタルで提供



競争優位

- 1 強固な顧客基盤
- 2 地域密着型のフランチャイズ加盟店網と商品配送システム
- 3 55年以上の歴史に裏打ちされた信頼と安心
- 4 訪販グループ各事業間でシナジー効果のあるクロスセリングが可能
- 5 広範な研修カリキュラムや充実した教育設備

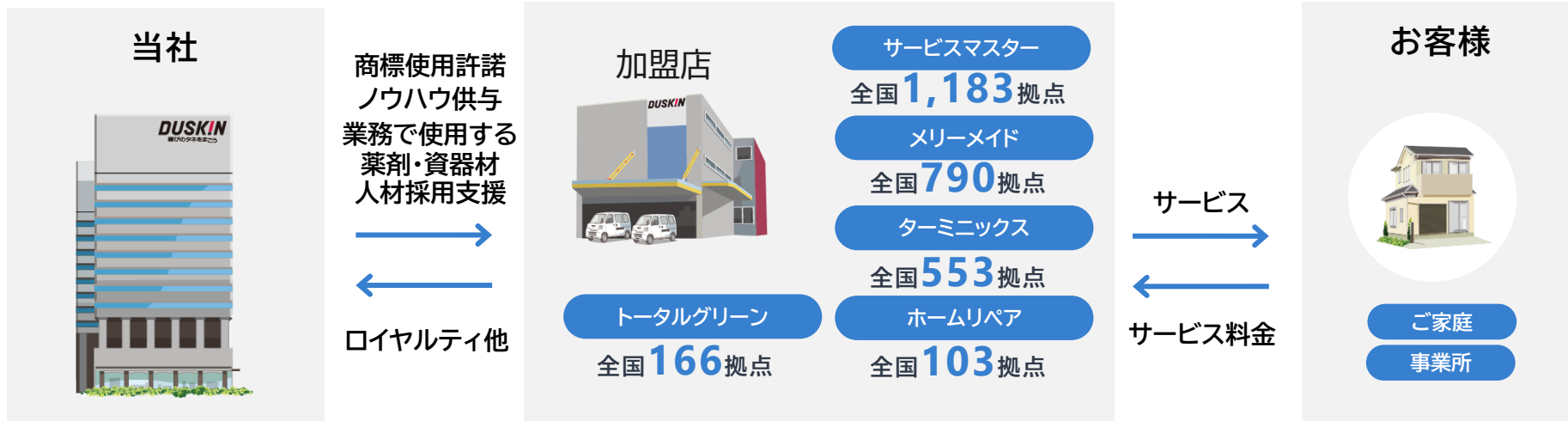
市場シェア



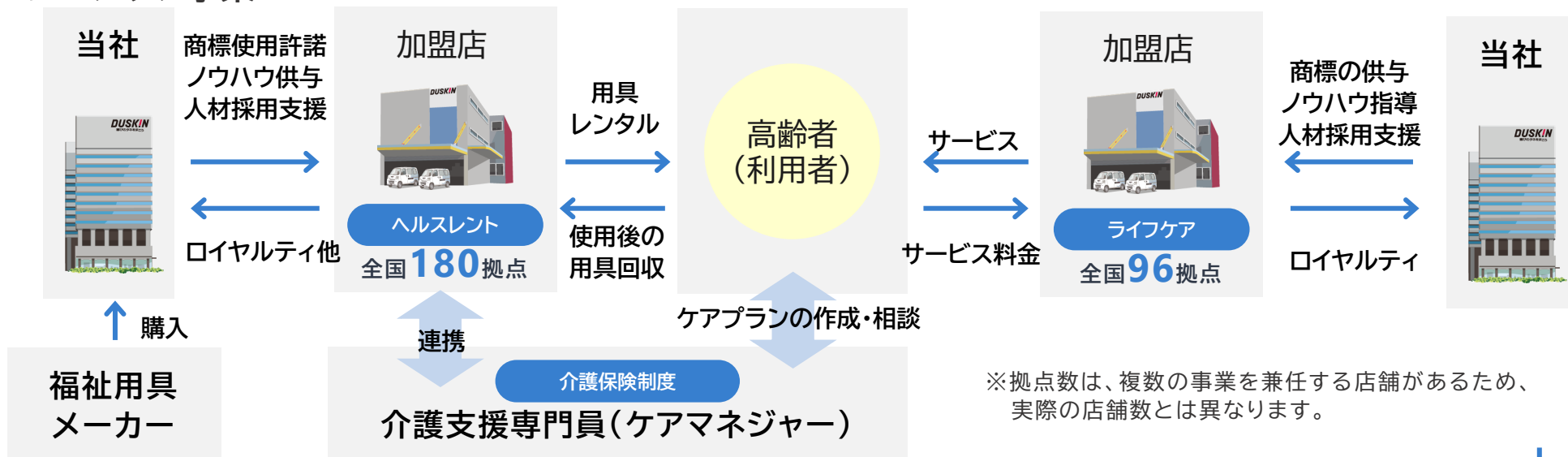
※一般社団法人日本ダストコントロール協会データ参考(当社調べ)

ケアサービス事業・シニアケア事業 ビジネスモデル

■ケアサービス事業



■シニアケア事業



※拠点数は、複数の事業を兼任する店舗があるため、実際の店舗数とは異なります。

誰もが、いつでも訪れるたびに「いいこと」と出会えるお店で、新しいおいしさと楽しさをお届け

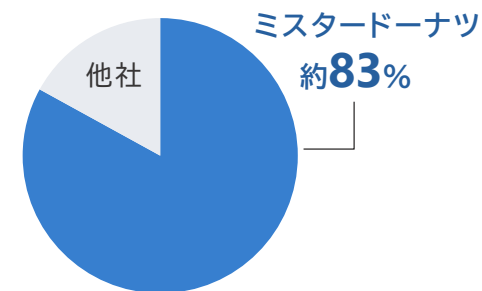


競争優位

- 1 900店超の「店舗」というお客様との接点基盤
- 2 50年以上の歴史と確立されたドーナツブランド
- 3 テイクアウト需要への対応
- 4 最高水準の素材と技術をもったブランドとの共同開発
- 5 全国統一の品質・サービスをお届けできる独自の教育システム

※拠点数は、複数の事業を兼任する店舗があるため、実際の店舗数とは異なります。

市場シェア



※当社調べ



将来見通し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及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。