

# 価値創造プロセス

私たちは社会に生かされ、ステークホルダーとの価値協創によりその恩返しをすることが事業活動と考えています。社会からお預かりする資本を有効に活用し、一つでも多くの喜びのタネをまき、社会にお返しすること。それが当社の「祈りの経営」における価値の創造です。当社ではフランチャイズという事業システムを起点に「喜びのタネまき」を実践し、継続的な企業価値の向上を実現します。



### INPUT

6つの資本 → P.22

- 人的資本**
  - 連結従業員 3,739名
  - 教育施設 誠心館/ダスキンスクール/ミスタードーナツカレッジ/地域研修センター
- 社会関係資本**
  - 地域に根差したフランチャイズシステム
  - 自治体・行政機関との連携
  - 国内拠点 6,742拠点<sup>※1</sup>
  - 海外拠点 11,474拠点<sup>※2</sup>
- 知的資本**
  - 特許保有件数 国内 136件/海外 5件<sup>※1</sup>
  - 研究開発費 7.2億円<sup>※3</sup>
- 財務資本**
  - 純資産 1,517億円<sup>※1</sup>
  - キャッシュ・フロー (現金及び現金同等物の期末残高) 312億円<sup>※3</sup>
- 製造資本**
  - モップ・マット製造工場 2拠点<sup>※1</sup>
  - 製造委託先食品工場 定期監査実施率 100%<sup>※3</sup>
- 自然資本**
  - 容器包装プラスチック使用 1,166t
  - エネルギー使用量 2,342千GJ(ギガジュール)
  - CO<sub>2</sub>排出量 454,841t-CO<sub>2</sub>



### OUTCOME

#### 人に、社会に、「喜びのタネまき」を

ステークホルダーとの価値協創 → P.21

**ダスキンのCSV**  
(共通価値の創造)  
事業を通じた社会への貢献

**経済価値** → P.38

- 加盟店の持続的な発展に寄与するビジネスモデル (加盟店平均契約年数 36年)
- 株主への積極的な利益還元 (総還元性向106.4%)
- お客様満足度向上による売上高の成長 (全国チェーン店お客様売上高 4,117億円、売上高成長率5.7%)
- ケアサービス事業拠点数 2,795拠点
- シニアケア事業拠点数 276拠点

※拠点に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。(2023年3月末現在)

**社会価値** → P.66

- 大阪府との包括連携協定締結
- 学校教育支援活動の推進
- 女性管理職比率 13.1%
- 障がい者雇用率 2.82%
- 一人当たり研修受講時間 18.6時間

**環境価値** → P.70

- 食品廃棄物リサイクル率69.1%
- 食品ロス量削減率38.6%(2021年3月期比)
- 容器包装プラスチックリサイクル率19.9%
- CO<sub>2</sub>排出量削減率20.2%(2014年3月期比)

※1 2023年3月末現在  
 ※2 2022年12月末現在  
 ※3 2023年3月期

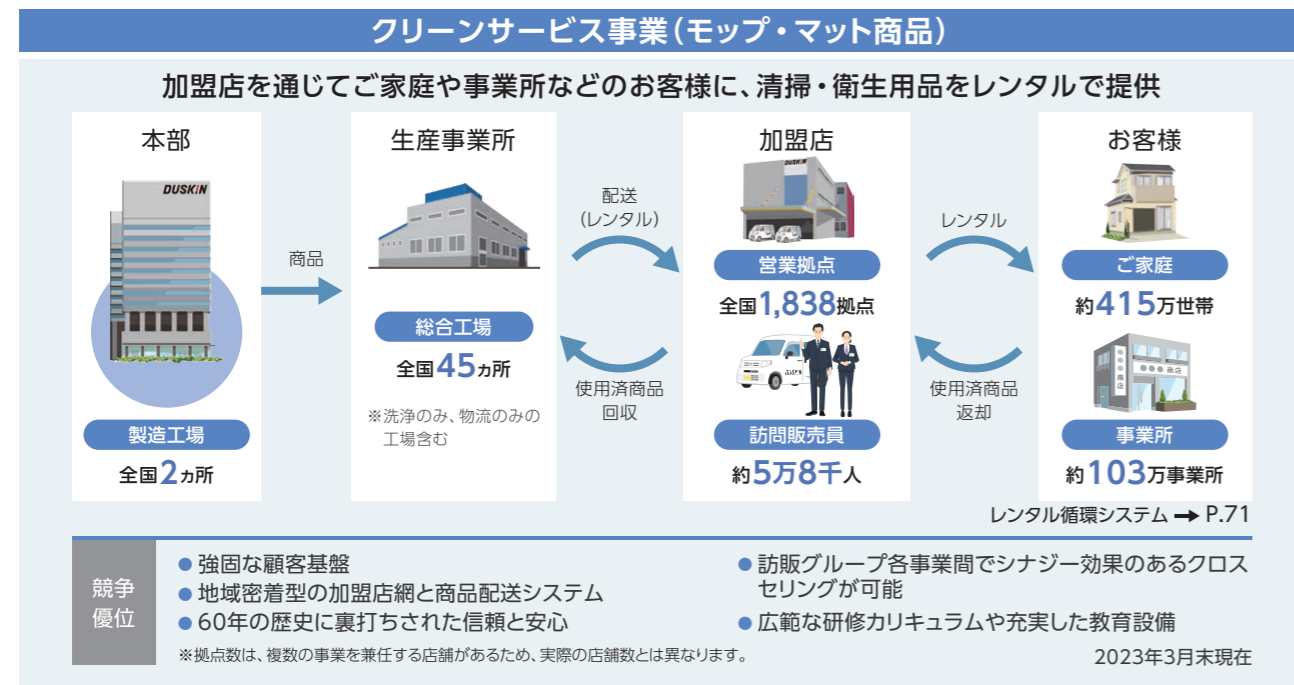
※2023年3月期  
 ※単位未満は切り捨てています。

# 価値創造プロセスの解説

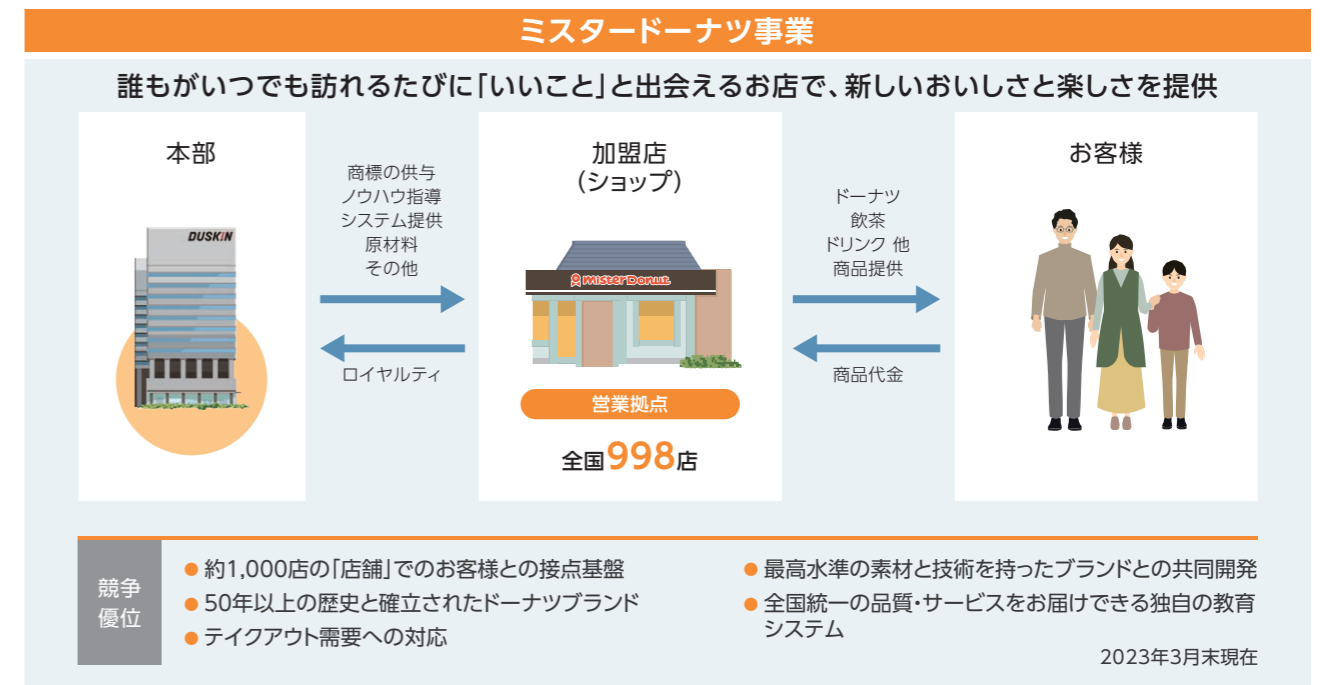
## ビジネスモデル

当社は、クリーンサービス事業(モップ・マット商品のレンタル)とミスタードーナツ事業の、大きく分けて2つのフランチャイズシステムによるビジネスモデルで事業を行っています。

クリーンサービス事業では、加盟店を通じてご家庭や事業所などのお客様に、清掃・衛生用品をレンタルと販売で提供。一方、ミスタードーナツ事業では、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提供しています。両グループの事業を支えているのが当社独自のフランチャイズシステムです。



※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、参考数値として掲載しています。



## インプット

### 人的資本

性別、年齢、国籍、キャリア等にかかわらず、互いに尊重、能力を最大限に発揮できる人材を育成し、変化する事業環境や多様化する顧客ニーズを的確に把握、新たな価値や優位性の創出につなげます。

### 財務資本

収益性が健全な事業の継続が生み出す強固な財務基盤と安定したキャッシュ・フローが新規事業創出の源泉です。また、災害など想定外の危機の際も、事業継続とステークホルダーへの価値創造をしっかりと支えます。

### 知的資本

特許やノウハウ、ブランドやデータ資産などの知的財産を保有・活用することで、競争優位性の構築や不正競争などのリスク低減とともに、新商品・サービス開発、生産性向上、コスト削減につなげています。

### 社会関係資本

加盟店の人材育成の基本は自分の地元で事業を営むオーナーやスタッフに、当社のサービス品質を身に付けてもらうことです。これによって真に地域の人々のニーズにあった「喜びのタネ」をまくことができます。

### 製造資本

オンリーワンの製品やサービスを生み出す工場や委託先工場は欠かせない重要な資本です。製品や原材料の製造委託先の工場を定期的に監査し、継続的に品質等の改善・向上を図っています。

### 自然資本

環境にやさしい循環型ビジネスの衛生・清掃用品レンタルを事業化し、成長してきました。現在は、あらゆる事業領域で、原材料調達から商品製造、使用後の回収、再資源化までの全プロセスで環境負荷を低減しています。

## ステークホルダー

ステークホルダー	ダスキンに期待されていること	対話の機会
お客様	世界中の誰よりも、お客様視点に立って、考え、形にする	消費者懇談会、コンタクトセンター、ファンミーティング、ウェブサイトでの情報開示 など
加盟店	同じ理念を共有し、行動する	マネジャーによる支援、表彰制度、加盟店会 など
地域社会	信頼を積み重ね、最も身近で頼りになる存在となり、地域社会と共生・共栄する	学校教育支援活動、クリーンアップマイタウン(ゴミ拾い活動)、工場見学、ダスキンミュージアム、特殊詐欺被害防止啓発活動 など
取引先	適正で誠実な取引を通じて、強固なパートナーシップを構築する	仕入先様との勉強会、トレードショー、ダスキン購買クリーンライン など
社員	互いに支え、挑戦し、成長する	労使協議会、労働安全衛生委員会、ホットライン、教育制度、社員意識調査 など
地球環境	環境に配慮した事業を継続し、事業の成長と環境負荷低減を両立する	ダスキン環境目標2030への取り組み、白山国立公園の生態系の保護への協力、地球温暖化対策条例への対応 など
株主・投資家	コーポレート・ガバナンスの強化に努め、企業価値の向上を目指す	統合レポート、株主通信、決算説明会、個人投資家向け会社説明会、株主・機関投資家とのSRミーティング など

# 資本の強化

**人的資本** **人的資本に関する考え方**

社員一人ひとりがやりがいを持っていきいきと働きながら、健康で仕事と家庭生活を両立できるよう、キャリア実現を支援し、働き方改革や健康経営を推進するなど、働きやすい環境づくりに努めています。今後は、従来の「人的資源」としての考え方から、企業価値を高める「人的資本」にシフトするとともに、経営戦略と人材戦略を連動させる「人的資本経営」を強固なものにするため、変革を進めていきます。

## 人的資本に関する具体的な取り組み

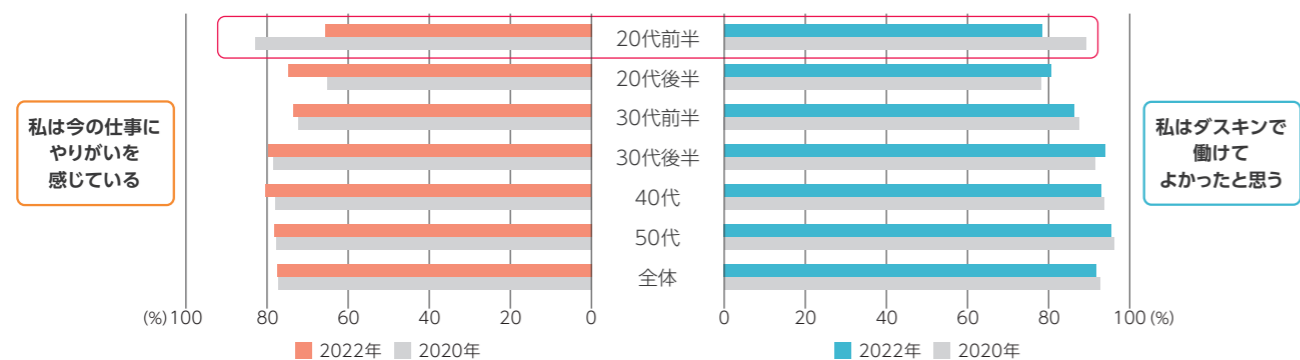


## 社員エンゲージメントの向上・強化

2022年4月より社員自らの意思でキャリアプランを築き、「より責任のある仕事や希望の仕事に携わりたい」という社員のモチベーションアップとキャリア形成を会社全体で支援することを目的に、入社3年目以降の階層からでも管理職に登用が可能となる昇格制度や自己申告制度を導入しました。併せて、評価方法に加点方式を取り入れ、部門業績と本人の貢献による賞与への評価反映を行うことで、若年層でもチャレンジできる風土を形成します。

そうした人事施策を適切に運用するため、定期的に社員意識調査を実施しています。2022年の社員意識調査では、2020年の調査結果と比較して、「仕事にやりがいを感じてい

る」、「ダスキンで働けてよかった」の項目が全体的に向上した一方で、20歳代前半の社員の意識が目立って低下していることがわかりました。これはコロナ禍によって、業務が大きく制約されたことが影響していると考えています。また、若手社員に対するサポートが十分でなかった点も否めません。こうした点を踏まえて、当社では年1回の自己申告により、社員本人のキャリア意向も踏まえた配置や業務割り当て等を上司と話し合う「キャリア面談」の実施や執行役員との「年2回の対話」の場を設ける等の施策を通じて、若手社員の不安の払しょくや将来のキャリアプラン等のサポートを強化しています。



## ダイバーシティ&インクルージョンの一環として女性社員の活躍を推進

創業以来、あらゆるサービスの基本は「人」とあるという考えのもと、さまざまな教育研修を通じて「人づくり」を進めており、自分自身の能力の再確認と役割認識を新たにすることで、会社への貢献意欲の再設計を行うとともに、自身のキャリア開発について考える機会を提供しています。

中でも、女性社員の活躍推進はダスキンの持続的成長を左右する要素でもあることから、マテリアリティとして「ダイバーシティ&インクルージョンの推進」を掲げ、さまざまな観点から取り組みを強化しています。女性活躍推進法に基づく

行動計画にて、2026年3月期「女性管理職比率13%以上」の目標を定めました。加えて、女性活躍に関する認定制度「えるぼし」取得を目指しています。

2022年に実施した社員意識調査の結果によると、2020年の調査結果と比較して、特に40代から50代の女性社員について管理職志向が下がっている点を課題と捉えています。その理由について実態を調査するとともに、外部研修に次世代管理職候補の女性を積極的に参加させる等の施策を講じています。

## ワーク・ライフバランスの観点から育児休業取得率100%達成を目指す

もう一つの課題は、社員が仕事と家庭を両立しながら活躍できる職場環境づくりです。特に、男女を問わず育児休業を取得できることが、ワーク・ライフバランスを進める上で欠かせません。日本では、2022年10月から「産後パパ育休（出生時育児休業）」が施行されるなど、公的な制度が充実しています。

こうした状況を受けて、ダスキンにおいても育児休業制度の活用を積極的に推奨していく考えです。社員が利用可能な公的制度としては、育児休業をはじめ、パパママ育休プラス、産後パパ育休などがあります。加えて、ダスキン独自の「配偶者出産休暇」も設けています。今後、男女とも育児休業取得率100%を継続できる環境づくりに取り組んでいきます。

目標	女性管理職比率13%以上	正社員の育児休業取得率 男女とも100%
主な取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>次世代管理職候補の女性の外部研修への積極的な参加</li> <li>原則としてPJ発足時には、PJメンバーの3割以上の女性、もしくは女性非管理職の最低1名以上の参加</li> <li>女性非管理職の決裁会議等への参加</li> <li>定期異動検討時に女性候補者情報を共有し、計画的な女性管理職の育成につなげる</li> <li>積極的に女性支店長や地域本部の女性課長職を登用することで、支店や地域にいる女性社員の意識向上を図る</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>意識改革を目的に、管理職や所属長への教育機会を提供する</li> <li>社内報やガイドブック等に育児休業の情報を掲載する</li> <li>社内に推進チームを立ち上げ取得を促進する</li> <li>男性の育児休業に関する相談窓口を設置して対応する</li> </ul>

**VOICE** **社内の手厚いサポートを受けて 充実した育児休業の期間を過ごせました。**

私が育児休業を取得したのは、子どもが生まれて約2週間後から約1ヵ月です。育児休業中に2日間、どうしても外せない仕事があったので、前半を従来の育児休業、後半を産後パパ育休と変則的な形で育児休業を申請しました。休業中は夫婦で相談して家事と育児のシフトを組みました。夜中は主に私が担当、産後の妻の負担が少しでも減るように考えました。取得して良かったのは、妻が「体力面、メンタル面ともに助かった」と言ってくれたことや、義理の両親にも喜んでもらったこと。一般的に男性は子どもと過ごす時間が少なくなりがちですが、約1ヵ月、間近で成長を実感できたのはとても価値がありました。

フード開発事業部 新業態開発室 春尾 誉

## 資本の強化

### 知的資本

#### 知的資本に関する考え方

特許やノウハウ、ブランドやデータ資産などの知的財産は、技術開発やリスクを管理する上で貴重な資本となります。これらの知的財産を保有・活用することで、競争優位性の構築や不正競争などのリスク低減とともに、新商品・サービス開発、生産性向上、コスト削減につなげています。

#### 知的資本に関する具体的な取り組み

自動認識技術やIoT  
デジタル技術の活用により、  
生産性向上に注力しています。

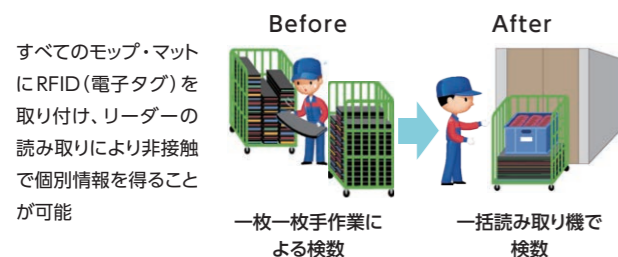


執行役員  
生産本部 本部長  
守田 啓司

#### 自動認識技術のRFID(電子タグ)による情報と流通の改革

当社は、中期経営方針2022の3年間に於いてデジタル技術を活用した情報と流通の改革を遂行し、生産性の向上による作業時間の軽減はもちろん、お客様との接点強化を図ることを目指しています。

その中心となるのがRFID(電子タグ)の導入です。2023年度中に全国の生産事業所で流通している約3,100万枚のモップ・マット商品にRFID(電子タグ)を実装し、加盟店、訪問販売員、生産事業所それぞれで行われていた手作業の検数作業をデジタル化。これによって検数工程の大幅な生産性の向上を図るとともに、労働力不足解消にもつなげます。加盟店や訪問販売員においてはRFID(電子タグ)導入により生み出される時間を、喜びのタネをまく「営業活動」の時間創出に振り向けることができます。



#### 5年かけてRFIDタグ技術を確立

2019年よりモップ・マットに取り付けるRFID(電子タグ)の洗浄耐久試験を行い、翌年より沖縄エリア限定でRFID(電子タグ)付きモップ・マットの流通テストを開始しました。

繰り返し洗浄しても故障が発生しない対策を重ねて実施し、耐久性を向上させることで、循環型レンタルシステムに合致したRFID(電子タグ)技術を確立することができました。



モップやマットに取り付けられたRFIDタグ(赤丸で囲った部分)。ハンディタイプの読み取り機は主に加盟店での検品や棚卸しに活用される

#### IoTのデジタル技術を活用したスマートファクトリー化

RFID(電子タグ)導入は生産現場も大きく変わります。RFIDタグシステムと連動する設備を導入すれば省人化はもちろんオペレーションの難易度を下げることが容易となります。

例えば、検品後のモップ仕分けラインに洗浄工程ごとにソーターを開発することで手作業の仕分けが不要になります。また、RFID(電子タグ)取り付け商品はダブルチェックなどのあらゆる「カウント作業」から解放され、精度の向上により日次棚卸などの付帯業務も削減できます。

こうしたスマートファクトリー化の推進により、労働環境の改善・人的資源、技術等の確保などさまざまな効果を生み出すことができ、次世代を見据えた「スマートファクトリー」が実現できるのです。

### 社会関係資本

#### 社会関係資本に関する考え方

加盟店のネットワークを通じて、地域社会との絆を深めながら、社会課題の解決に努めています。自分の出身地で事業を営む加盟店のオーナーは、当然のことながら地域の市場特性やお客様のご要望に通じています。その上で、当社との密接な連携を通じて、新たな価値を創出していくことで、地域に密着した「喜びのタネまき」が可能になります。

#### 社会関係資本に関する具体的な取り組み

いつ起こるかわからない自然災害  
「防災サポートサービス」で  
地域社会の安全・安心に貢献



レントオール事業

#### 災害発生時の避難所開設を速やかにサポート

レントオール事業(イベント総合サポートと各種用品のレンタル)は、災害発生時に自治体の避難所開設に必要な施設衛生サービスと約100種のレンタル商品を全国102拠点のネットワークの活用とクリーンサービス事業、ケアサービス事業を連携し、速やかにサポートする『防災サポートサービス』の提供を、2022年7月から全国の拠点で開始。また、災害発生時に備えた防災訓練会場の設営・衛生対策・資機材レンタルもサポートすることで、地域の安全・安心に貢献しています。



#### 長年培ってきた実績とノウハウを活用

災害が発生すると、その地域のレントオール加盟店が中心となって、自治体の避難所開設に必要な資機材の運搬や設置を行います。近隣の加盟店が被災し、レンタル商品が足りなくなる場合は、全国のレントオール拠点のネットワークを活用して調達します。その後、避難所を閉鎖する際のレンタル商品の撤去、清掃も担います。

このサービスのベースになっているのは、長年にわたってレントオールとして携わってきた会場設営の実績とダスキンの衛生関連サービスのノウハウです。近年では、コロナ禍の2020年10月にスタートした「イベント衛生サービス」で培ったワクチン接種会場等での経験も大いに役立っています。

#### 万全の備えで地域に貢献するために

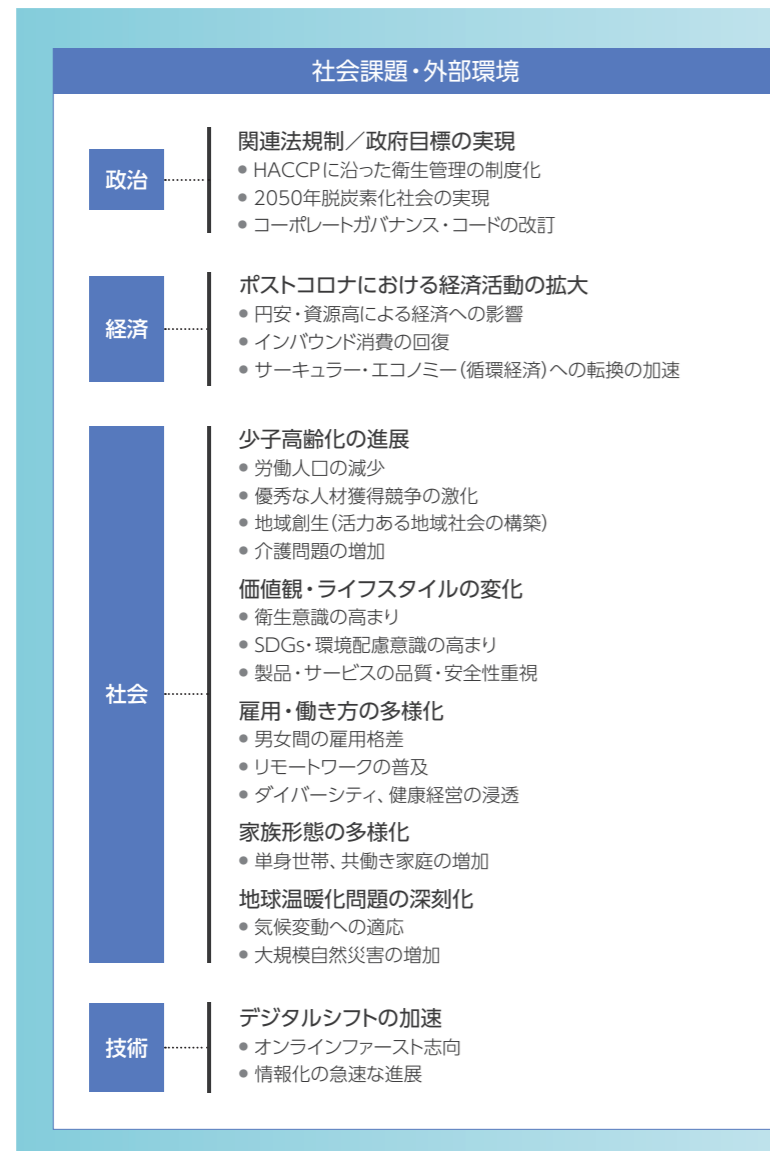
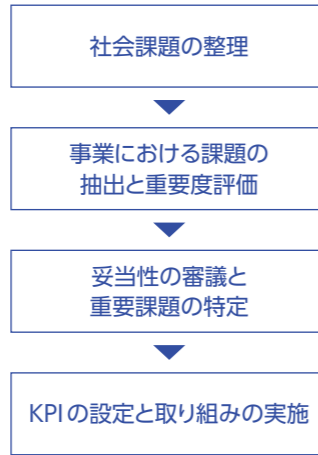
自治体の協力を得て災害協定遂行シミュレーションを実施。自治体、各拠点間の初動対応や実際に避難所を設営し、行政や地域の方も交えて、利用者の視点に立ってレイアウトやプランの検証を行っています。当サービスは避難所毎に事前に提供する商品・サービスを決めておくことで「安心」を提供し、地域の皆様との信頼関係を深めていくものです。より多くの自治体と災害協定の締結を通じて地域に寄り添い、人々の暮らしに貢献できるよう今後も検証を重ね、その精度と信頼性に磨きをかけます。

# マテリアリティ

## 未来を創るために考えるべきこと(リスクと機会、マテリアリティの認識)

### 特定のプロセス

外部環境を政治(Politics)・経済(Economy)・社会(Society)・技術(Technology)の観点から整理・分析し、各ステークホルダー(お客様・加盟店・地域社会・取引先・社員・地球環境・株主・投資家)の視点でそれぞれリスクと機会を特定しました。特定したリスクと機会の対応策をマテリアリティ(重要課題)と位置付け、創出価値やSDGsの観点も踏まえて具体的な取り組み、KPIを設定しました。



ステークホルダーの視点	想定されるリスク	想定される機会	マテリアリティ
お客様	<ul style="list-style-type: none"> <li>社会ニーズの変化への対応遅れによる利用動機の低下及びビジネス機会の喪失</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日常的な衛生管理意識の向上</li> <li>事業所の衛生管理及び感染症対策の負担増</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>衛生領域商品・サービスの拡大</li> </ul>
加盟店	<ul style="list-style-type: none"> <li>役務提供サービスの不備による信用力及び顧客満足度の低下</li> <li>イートイン(店内飲食)需要減少</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人材不足解消や経営効率向上のためのアウトソーシングサービスの利用拡大</li> <li>テイクアウト及びデリバリー需要伸長</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ケアサービス事業・シニアケア事業の拡充・加盟促進</li> <li>新たな生活様式に対応した店づくりとオペレーションの確立</li> </ul>
地域社会	<ul style="list-style-type: none"> <li>コミュニケーション不足による地域社会との関係悪化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域の安全・安心及び地域経済の活性化に寄与</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域との共存共栄</li> </ul>
取引先	<ul style="list-style-type: none"> <li>サプライチェーン上の問題、災害の発生による商品供給の停止や品質の劣化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>調達リスク管理及び協力関係の強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>安全・安心で持続可能な商品・サービスの提供</li> </ul>
社員	<ul style="list-style-type: none"> <li>多様性の欠如による組織力の低下</li> <li>優秀な人材流出によるビジネスチャンスの逸失</li> <li>労働生産性の低下及び健康関連費用の増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>多様性を受け入れ、組織の一体感を醸成することで新しい価値を創造</li> <li>優秀かつ多様な人材の獲得・育成による組織力と社員ロイヤルティの向上</li> <li>働きがいのある職場環境の整備による労働生産性と健康力の向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ダイバーシティ&amp;インクルージョンの推進</li> <li>社員の成長とキャリア実現支援</li> <li>働き方改革と健康経営の推進</li> </ul>
地球環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>廃棄物の増大による社会的批判や処理コストの増加</li> <li>環境規制強化によるエネルギー費用の高騰、異常気象発生増加による被害</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>資源の有効活用によるリサイクル率の向上、再生可能資源への代替</li> <li>エネルギー使用の合理化及び再生可能エネルギー利用による環境負荷低減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>循環型社会づくりへの貢献</li> <li>気候変動への対応</li> </ul>
株主・投資家	<ul style="list-style-type: none"> <li>ガバナンスの機能不全に伴う事業継続リスク、予期せぬ損失の発生</li> <li>ESGへの取り組み不足によるレピュテーションの低下</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社会課題の変化に応じた事業ポートフォリオ変革、サステナブルな企業価値創造に向けた対話</li> <li>社会的責任の遂行及び信頼性の向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ガバナンス実効性の更なる向上</li> </ul>

## マテリアリティ

### 社会とステークホルダーのためのマテリアリティとCSVを考える

マテリアリティ	主な取り組み
衛生領域商品・サービスの拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>除菌、抗菌、抗ウイルス商品・サービスラインナップの拡充</li> <li>新領域「空間除菌・非接触」による衛生商品・サービス開発</li> <li>モップ・マットなど基幹商品の抗菌化、抗ウイルス化</li> <li>感染対策を新たに加えた衛生パックの提供 → P.47、P.54</li> </ul>
ケアサービス事業・シニアケア事業の拡充・加盟促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>都市型パッケージ直営店出店</li> <li>加盟店オルガナイズ促進 → P.47</li> </ul>
新たな生活様式に対応した店づくりとオペレーションの確立	<ul style="list-style-type: none"> <li>デリバリーサービスの導入促進 → P.51</li> </ul>
地域との共存共栄	<ul style="list-style-type: none"> <li>子どもたちに掃除の大切さを伝える出前授業の実施</li> <li>自治体と協働し、感染症対策・衛生管理、子ども・福祉、地産品普及などを促進 → P.66</li> </ul>
安全・安心で持続可能な商品・サービスの提供	<ul style="list-style-type: none"> <li>品質保証体制の確実な運用 → P.67</li> </ul>
ダイバーシティ&インクルージョンの推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>女性活躍推進法に基づく第3次行動計画策定</li> <li>障がい者雇用の促進 → P.22、P.69</li> </ul>
社員の成長とキャリア実現支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>集合研修やeラーニングの目的明確化及び連動性のある教育・研修体系の整備・充実 → P.68</li> </ul>
働き方改革と健康経営の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>多様な働き方の推奨、年間労働時間の適正化</li> <li>グループ全体で「健康経営優良法人」認定取得 → P.69</li> </ul>
循環型社会づくりへの貢献	<ul style="list-style-type: none"> <li>繰り返し使う「モップ・マット」の再商品化率の維持</li> <li>食品廃棄ロス抑制と発生した食品廃棄物のリサイクル</li> <li>プラスチックの3R+Renewable(再生可能資源への代替)推進 → P.70</li> </ul>
気候変動への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>低排出ガス認定自動車導入促進</li> <li>CO<sub>2</sub>削減目標に加え、再生可能エネルギーの利用拡大</li> <li>気候変動リスクと機会の特定、財務インパクトの開示 → P.70、P.72</li> </ul>
ガバナンス実効性の更なる向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>取締役会の機能強化</li> <li>適正な財務資本政策の実施</li> <li>ステークホルダーエンゲージメントの推進 → P.74</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>コンプライアンス推進とリスクマネジメント → P.80</li> </ul>

CSV	2023年3月期実績	KPI(2025年3月期目標)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>衛生売上構成比率 55.1%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>衛生売上構成比率 55%</li> </ul>
▶ 経済価値	<ul style="list-style-type: none"> <li>ケアサービス事業 新規出店数114拠点(累計2,795拠点)</li> <li>シニアケア事業 新規出店数16拠点(累計276拠点)</li> <li>ミスタードーナツ事業 デリバリーサービス提供 360店舗</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ケアサービス事業 新規出店数367拠点</li> <li>シニアケア事業 新規出店数71拠点</li> <li>ミスタードーナツ事業 デリバリーサービス提供 635店舗</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>出前授業454回、教員セミナー13会場(コロナ禍の影響で開催抑制)</li> <li>防災サポートサービス 自治体との協定締結 43件</li> <li>製造委託先食品工場の定期監査実施率 100%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>出前授業500回/年間、教員セミナー25会場/年間</li> <li>製造委託先食品工場の定期監査実施率 100%維持</li> </ul>
▶ 社会価値	<ul style="list-style-type: none"> <li>女性管理職比率 13.1%</li> <li>障がい者雇用率 2.82%</li> <li>一人当たり年間研修時間 18.6時間</li> <li>意識調査「キャリア充実度」 77.5%</li> <li>一人当たり年間労働時間 1,811時間</li> <li>健康経営優良法人認定取得 18法人</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>女性管理職比率 13%以上(2026年3月期目標)</li> <li>女性活躍に関する認定制度「えるぼし」取得</li> <li>障がい者雇用率 3%以上</li> <li>一人当たり年間研修受講 15時間以上かつ研修未受講者をなくす</li> <li>意識調査「キャリア充実感」 全年代80%以上</li> <li>一人当たり年間労働時間 1,800時間以下を維持</li> <li>健康経営優良法人認定取得 27法人</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>モップ・マットの再商品化率 97.3%</li> <li>食品廃棄物リサイクル率 69.1%</li> <li>食品ロス量 38.6%減(2001年3月期比)</li> <li>容器包装プラスチックリサイクル率 19.9%(2021年3月期比)</li> <li>化石資源由来ワンウェイプラスチック排出抑制 3.2%増(2021年3月期比)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>モップ・マットの再商品化率 97%維持</li> <li>食品廃棄物リサイクル率 60%</li> <li>2030年目標                     <ul style="list-style-type: none"> <li>食品ロス量半減(2001年3月期比)</li> <li>容器包装プラスチックリサイクル率 60%(2021年3月期比)</li> <li>化石資源由来ワンウェイプラスチック 25%減排出抑制(2021年3月期比)</li> </ul> </li> </ul>
▶ 環境価値	<ul style="list-style-type: none"> <li>低排出ガス認定自動車 新車登録851台(累計6,338台)</li> <li>ダスキングループ拠点のCO<sub>2</sub>排出量 20.2%減(2014年3月期比)</li> <li>再生可能エネルギー利用率 2.5%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>低排出ガス認定自動車 新車登録3,760台</li> <li>2030年目標                     <ul style="list-style-type: none"> <li>ダスキングループ拠点のCO<sub>2</sub>排出量 46%減(2014年3月期比)</li> <li>再生可能エネルギー利用率 50%</li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>サステナビリティ・ダイバーシティに関する規定開示</li> <li>株主総利回り(TSR) 5年累積130.0%(配当込み TOPIX 5年累積131.8%)</li> <li>GPIF採用 5つすべてのESG指数銘柄に選定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コーポレートガバナンス・コードへの対応</li> <li>株主総利回り(TSR)の向上(比較指標:配当込み TOPIX)</li> <li>GPIF採用すべてのESG指数銘柄に継続選定</li> </ul>
▶ ガバナンス	<ul style="list-style-type: none"> <li>個人情報保護ガイドブックと統合した「コンプライアンスガイドブック第3版」改訂</li> <li>地域本部の災害対策備品の見直し</li> <li>災害時の停電対策として9地域本部へ蓄電池を設置</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>個人情報保護マネジメントシステムの構築と運用</li> <li>大規模災害対策(本部・加盟店向けBCP)マニュアルの継続的改善</li> </ul>

SDGsへの貢献
  3.3 3.8      8.2
  4.1 4.4      11.7 11.a
  3.d 4.4 4.7
  5.1 5.5      8.5 8.8
  7.2 7.3      12.2 12.3 12.5
  13.1 13.2      14.1
  11.b 16.10
 17.14 17.16