

2023年3月期第2四半期

---

決算説明会

株式会社 **タスキ**

2022年11月22日

1. 2023年3月期第2四半期 連結決算報告	…P2
2. セグメント毎の状況	…P7
3. 通期業績予想	…P15
4. 中期経営方針2022の取り組み	…P17
5. 財務方針・資本政策	…P24
Appendix	…P28

※2022年3月期より「収益認識に関する会計基準」を適用しております。

## 2Q営業利益 業績予想比 +32.5%

- 売上高は全てのセグメントで前年同期を上回り概ね業績予想どおり
- 利益面は前年同期を下回るが、業績予想は上回る。

## 通期業績予想 据え置き

- 下半期、足元の原材料価格高騰等の影響を織り込むと、期初業績予想からは下振れる見込。通期ではほぼ期初の業績予想どおりの着地見込みで、通期業績予想は据え置き。
- 期初公表どおり配当予想81円（配当性向60.7%）

## 中期経営方針 進捗

- 衛生領域売上構成比率 55%（+12.4ポイント）
- ミスタードーナツ稼働店舗数 全国987店（+14店）
- RFID(電子タグ)導入は計画どおり進捗

※業績予想は、2022年5月13日に公表した予想(次ページ以降も同様)

# 業績ハイライト(前年同期比・業績予想比)

全てのセグメントで増収となり、連結売上高はほぼ期初の予想どおりで、前年同期を上回る  
利益面は原価率アップと経費の増加により前年同期を下回る

(百万円)

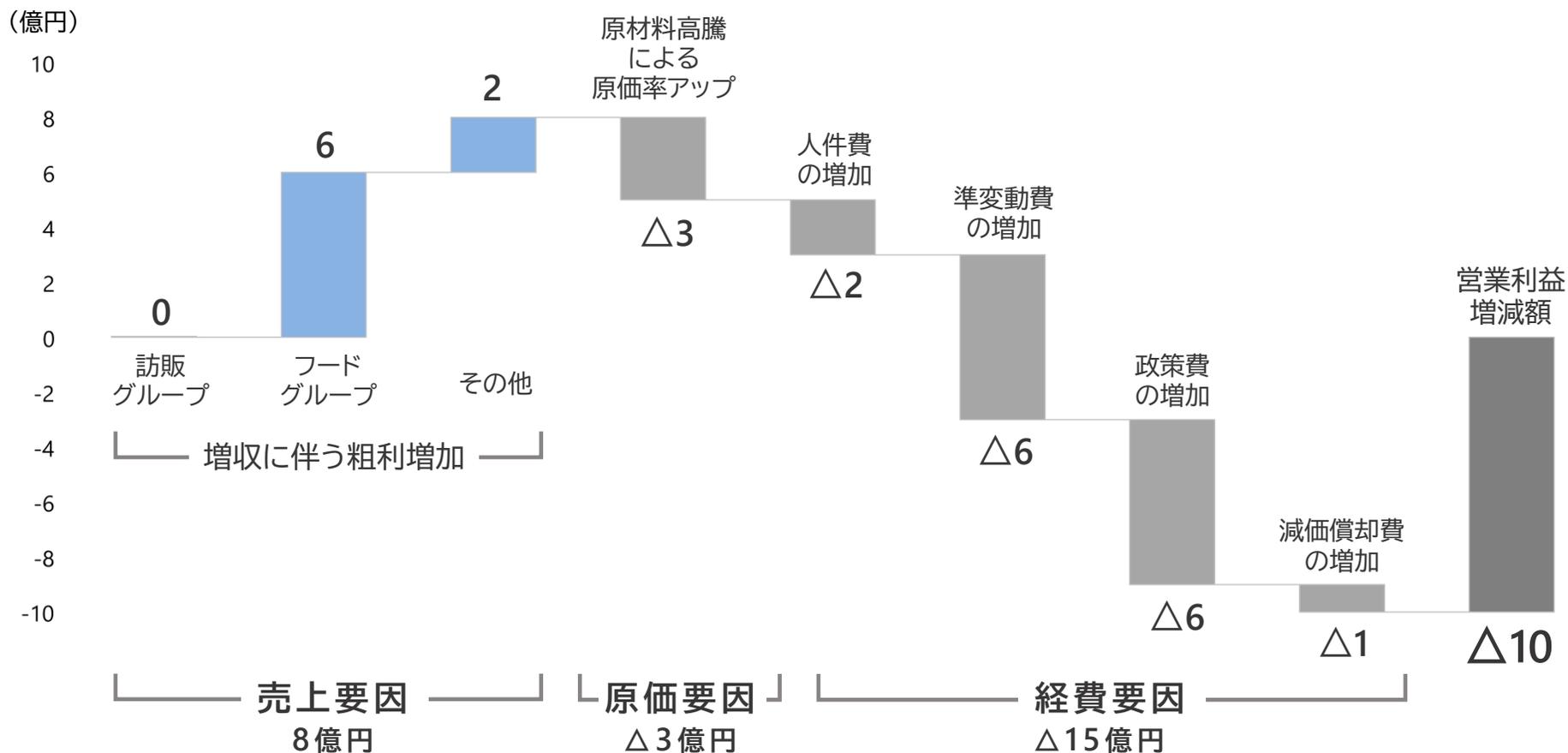
	2022年3月期2Q		2023年3月期2Q				
	実績	利益率	実績	利益率	前年同期比 (増減率)	業績予想	業績予想比 (乖離率)
売上高	80,213	—	<b>81,913</b>	—	<b>+1,700</b> (+2.1%)	<b>81,900</b>	<b>+13</b> (+0.0%)
営業利益	6,346	7.9%	<b>5,300</b>	<b>6.5%</b>	<b>△1,046</b> (△16.5%)	<b>4,000</b>	<b>+1,300</b> (+32.5%)
経常利益	7,504	9.4%	<b>6,640</b>	<b>8.1%</b>	<b>△863</b> (△11.5%)	<b>5,000</b>	<b>+1,640</b> (+32.8%)
親会社株主に帰属 する四半期純利益	5,175	6.5%	<b>4,533</b>	<b>5.5%</b>	<b>△642</b> (△12.4%)	<b>3,500</b>	<b>+1,033</b> (+29.5%)
EPS	104.46円	—	<b>91.65円</b>	—	<b>△12.81円</b> (△12.3%)	<b>70.80円</b>	<b>+20.85円</b> (+29.4%)

# 営業利益の増減要因(前年同期比)

売上要因：売上増加に伴う粗利の増加 +8億円

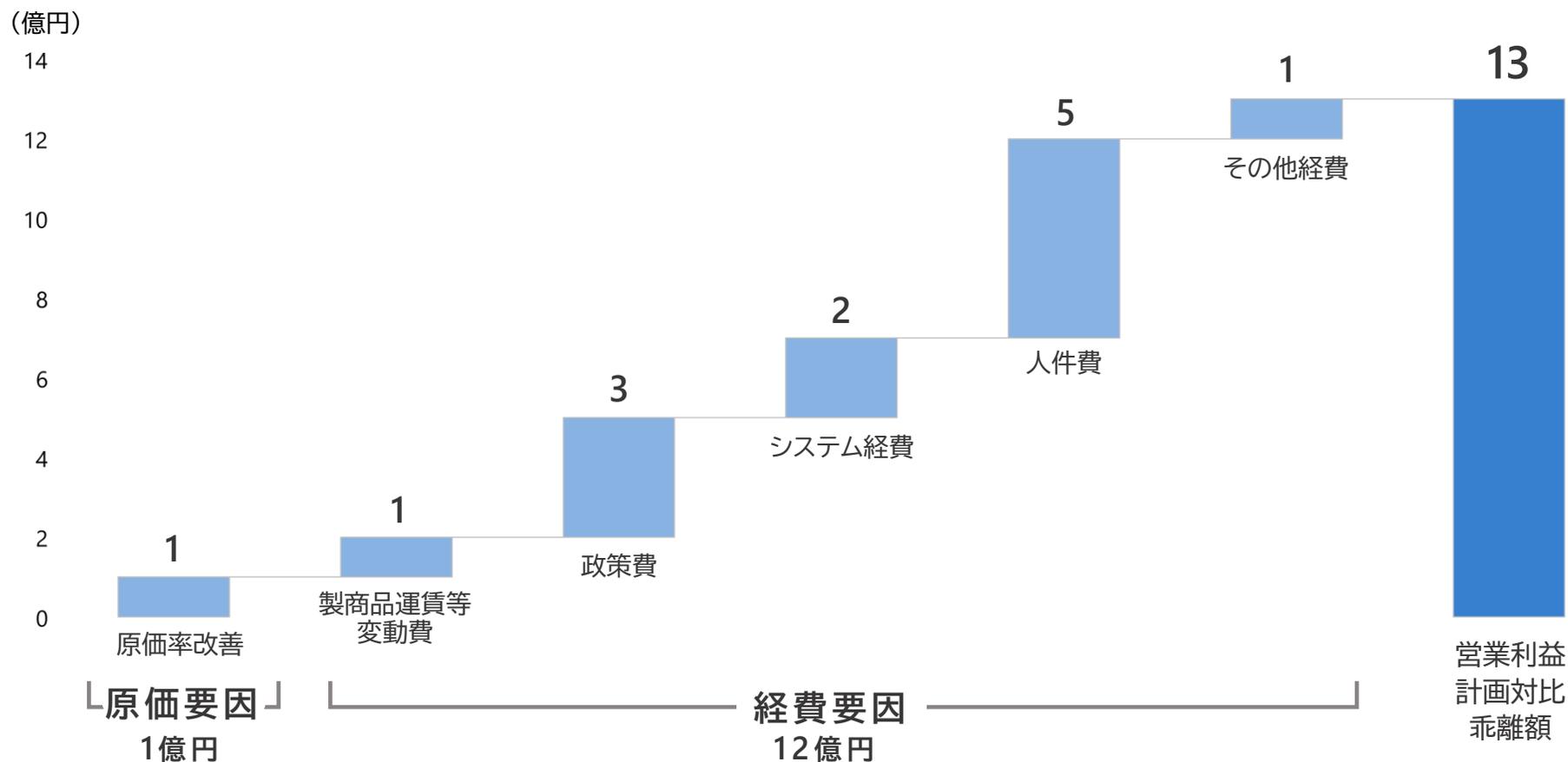
原価要因：原価率アップ △3億円

経費要因：経費増加 △15億円



# 営業利益の乖離要因(業績予想比)

価格改定や高付加価値商品の販売比率増による原価率改善により +1億円  
効率化等による経費削減努力により、営業利益の業績予想対比は+13億円



# 連結貸借対照表の状況

流動資産：「現金及び預金」が14億91百万円増加、「有価証券」が債券償還等により78億7百万円減少

流動負債：「未払法人税等」、「未払金」、「その他」で48億99百万円減少

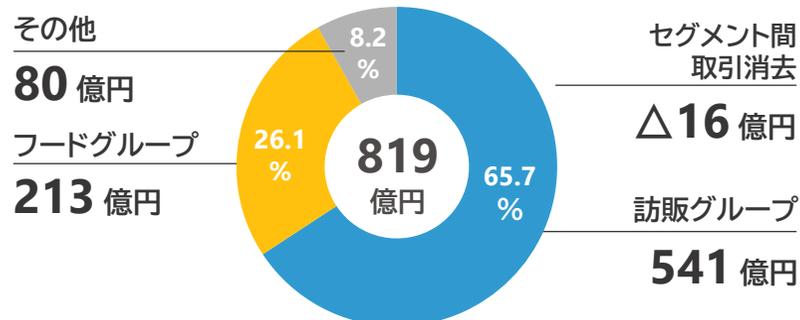
純資産：「利益剰余金」が18億79百万円増加

(百万円)

	2022年3月期	2023年3月期2Q	増減
流動資産	84,102	78,536	△5,566
固定資産	113,952	115,646	1,693
有形固定資産	49,474	48,810	△663
無形固定資産	8,146	7,765	△381
投資その他資産	56,331	59,070	2,738
<b>資産合計</b>	<b>198,055</b>	<b>194,182</b>	<b>△3,872</b>
流動負債	38,005	32,153	△5,852
固定負債	9,023	8,985	△38
<b>負債合計</b>	<b>47,029</b>	<b>41,138</b>	<b>△5,890</b>
純資産	151,026	153,044	2,018
<b>負債・純資産合計</b>	<b>198,055</b>	<b>194,182</b>	<b>△3,872</b>

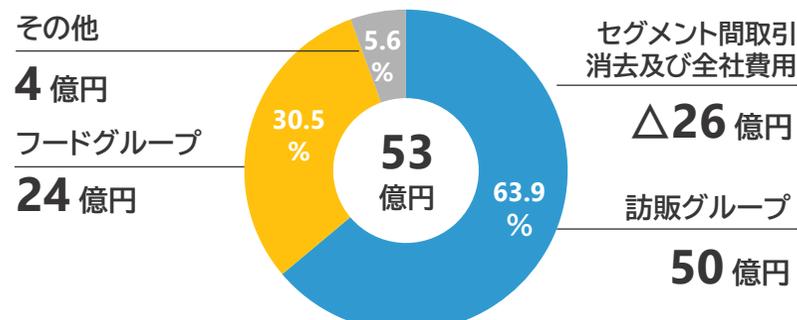
## 2023年3月期2Qセグメント別実績

### 売上高



※ 各セグメントの売上高は、セグメント間の内部売上高を含んでいます。  
構成比は外部顧客に対する売上高で算出しています。

### 営業利益



※ 各セグメントの営業利益はセグメント間の取引を含んでいます。  
構成比は「セグメント間取引消去及び全社費用」を除いて算出しています。

### 訪販グループ

- **クリーンサービス事業**  
清掃・衛生用品のレンタルと販売
- **ケアサービス事業(※5事業)**  
家事代行・清掃等の役務提供サービス
- **レントオール事業**  
イベント総合サポートと各種用品レンタル
- **その他訪販事業**  
シニアケア、ユニフォーム、化粧品を提供

### フードグループ

- **ミスタードーナツ事業**  
手づくりドーナツ、及びその他多彩なフードメニューの提供
- **その他フード事業**  
かつアンドかつ、パイフェイスの運営

### その他

- **海外事業**  
クリーンサービス、ケアサービスドーナツ事業の運営
- **ダスキンヘルスケア**  
病院施設向けマネジメントサービスの提供
- **ダスキン共益**  
リース及び保険代理業の運営

※ サービスマスター、メリーメイド、ターミニックス、トータルグリーン、ホームリペア

売上高は前年同期から6百万円増(+0.01%)、利益は13億84百万円減(△21.4%)

- オリンピック関連の受注反動減があるものの、クリーンサービス事業とシニア関連事業は売上増加
- クリーンサービス事業の価格改定対応費用や広告費用計上等により減益

(百万円)

	2022年3月期2Q		2023年3月期2Q				
	実績	利益率	実績	利益率	前年同期比 (増減率)	業績予想	業績予想比 (乖離率)
売上高	54,181	—	<b>54,188</b>	—	<b>+6</b> <b>(+0.01%)</b>	<b>54,600</b>	<b>△411</b> <b>(△0.8%)</b>
セグメント 利益	6,465	11.9%	<b>5,081</b>	<b>9.4%</b>	<b>△1,384</b> <b>(△21.4%)</b>	<b>4,600</b>	<b>+481</b> <b>(+10.5%)</b>

(百万円)

	2022年3月期2Q		2023年3月期2Q		
	実績	構成比	実績	構成比	前年同期比
クリーンサービス事業	39,513	72.9%	<b>40,020</b>	<b>73.9%</b>	<b>506(+1.3%)</b>
ケアサービス事業	6,932	12.8%	<b>6,728</b>	<b>12.4%</b>	<b>△204(△2.9%)</b>
その他訪販事業	7,402	13.7%	<b>7,105</b>	<b>13.1%</b>	<b>△296(△4.0%)</b>
セグメント間の内部売上高 又は振替高	333	0.6%	<b>334</b>	<b>0.6%</b>	<b>1(+0.4%)</b>

## 売上高増減要因

### クリーンサービス事業

- 7月の価格改定(レンタル商品、定期補充商品1品目、販売商品1品目の値上げ)による客単価アップ
- 家庭向け商品はリニューアルした「ロボットクリーナーSiRo」や蛇口直結タイプの小型浄水器の売上が好調に推移
- 事業所向け商品は衛生対策ニーズが高まるなか、抗菌・抗ウイルス加工を施した高機能マットの売上増加が継続

### ケアサービス事業

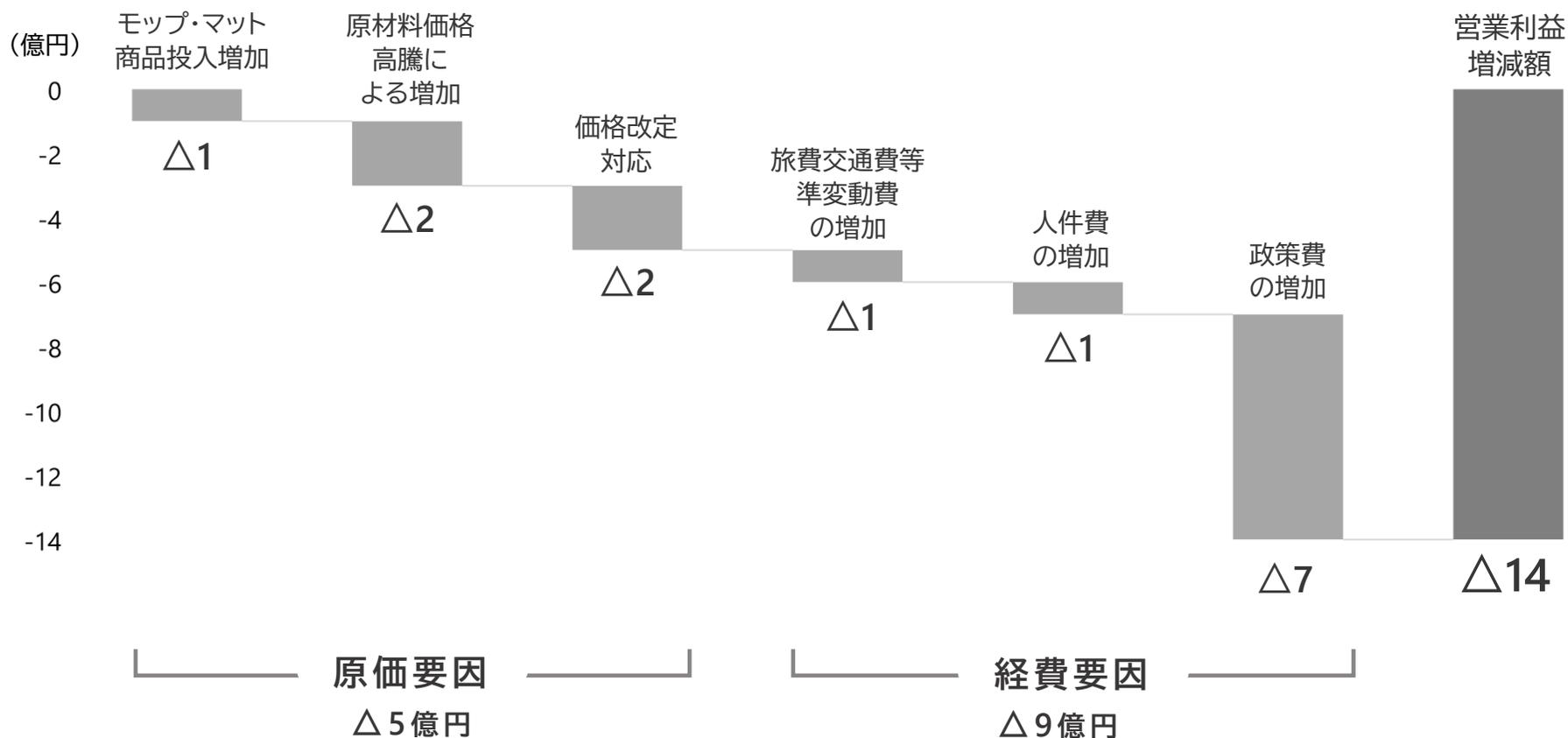
- 前期、東京オリンピック関連の受注があった「サービスマスター」の売上は減少したものの、他4事業の売上は増加

### その他訪販事業

- 前期、「イベント衛生サービス」や東京オリンピック関連の受注が大きかったレントオール事業が減収の他、化粧品関連事業は減収、ユニフォーム関連事業、ヘルスレント事業、ライフケア事業は増収

原材料価格高騰や価格改定への対応(台所用スポンジ配布)等により△5億円

準変動費の増加や積極的なweb広告展開による政策費の増加等で、営業利益は14億円の減少



売上高は前年同期から14億43百万円増(+7.2%)、利益も6億79百万円増(+38.8%)

- 主力のミスタードーナツ事業は前期3月に実施した一部商品の価格改定以後も好調を維持
- かつアンドかつは増収、店舗数が減少したパイフェイスは減収

(百万円)

	2022年3月期2Q		2023年3月期2Q				
	実績	利益率	実績	利益率	前年同期比 (増減率)	業績予想	業績予想比 (乖離率)
売上高	19,915	—	<b>21,359</b>	—	<b>+1,443</b> (+7.2%)	<b>21,000</b>	<b>+359</b> (+1.7%)
セグメント 利益	1,751	8.8%	<b>2,431</b>	<b>11.4%</b>	<b>+679</b> (+38.8%)	<b>1,900</b>	<b>+531</b> (+28.0%)

(百万円)

	2022年3月期2Q		2023年3月期2Q		
	実績	構成比	実績	構成比	前年同期比
ミスタードーナツ事業	18,403	92.4%	<b>20,494</b>	<b>95.9%</b>	<b>2,090</b> (+11.4%)
その他フード事業	1,505	7.6%	<b>856</b>	<b>4.0%</b>	<b>△649</b> (△43.1%)
セグメント間の内部売上高 又は振替高	7	0.0%	<b>8</b>	<b>0.0%</b>	<b>1</b> (+23.5%)

## 売上高増減要因

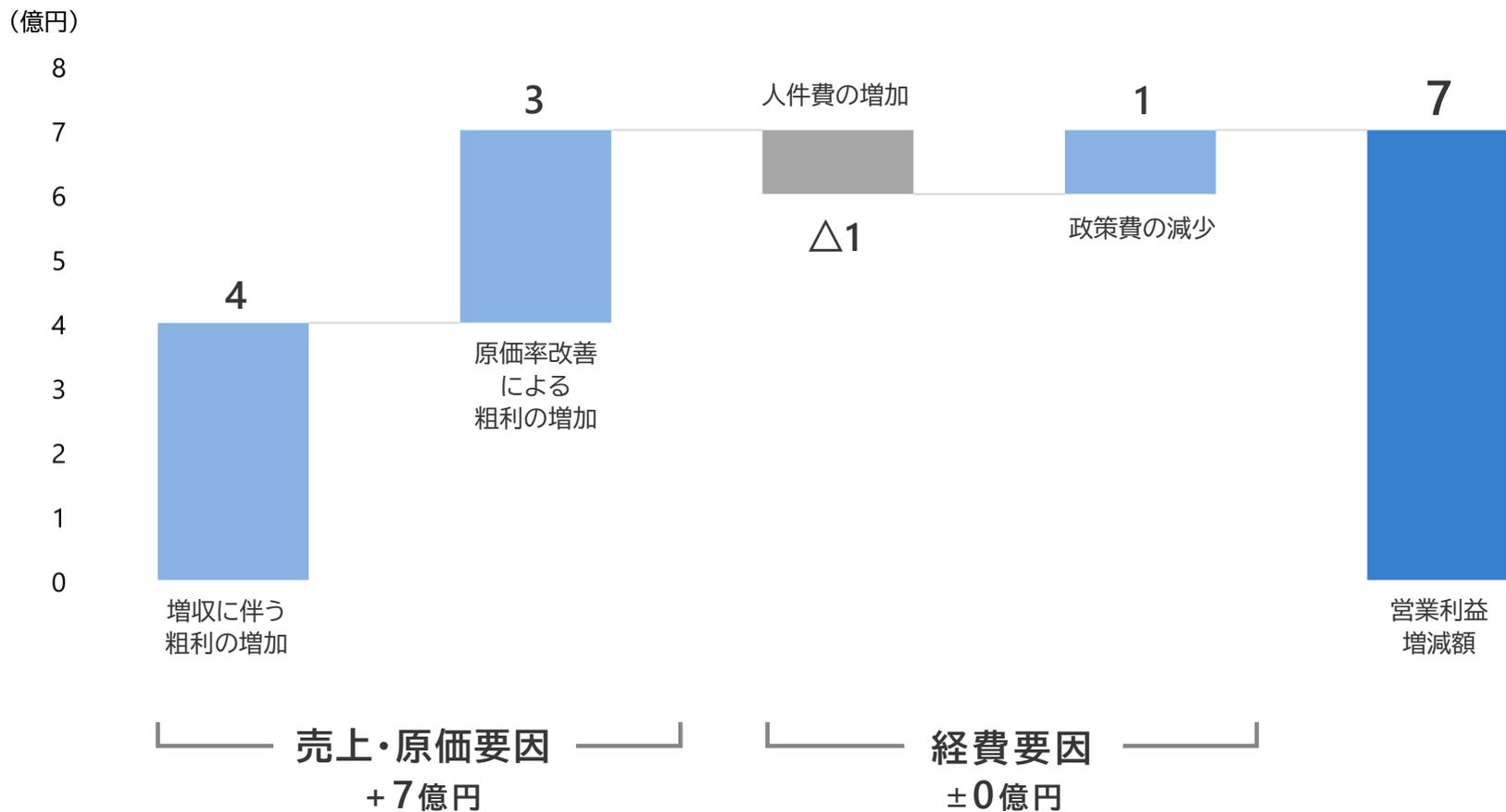
### ミスタードーナツ事業

- misdo meetsが好評
- お客数、お客様単価ともに前年同期比を上回る
- 新規出店により稼働店舗数は増加傾向

### その他フード事業

- かつアンドかつは増収、パイフェイスは店舗数減少
- 前期に連結子会社蜂谷乳業の全株式を譲渡してアイスクリーム事業から撤退したことに伴い、全体では減収

売上増加に伴う粗利の増加、原価率の改善により 営業利益は7億円の増加



売上高は前年同期から3億41百万円増(+4.4%)、利益は94百万円減(△17.6%)

- 海外事業は前期コロナ影響が大きかったフード事業が回復し増収
- 国内連結子会社(ダスキンヘルスケア、ダスキン共益)の減収影響等により減益

(百万円)

	2022年3月期2Q		2023年3月期2Q				
	実績	利益率	実績	利益率	前年同期比 (増減率)	業績予想	業績予想比 (乖離率)
売上高	7,688	—	<b>8,029</b>	—	<b>+341</b> (+4.4%)	<b>7,800</b>	<b>+229</b> (+2.9%)
セグメント 利益	538	7.0%	<b>443</b>	<b>5.5%</b>	<b>△94</b> (△17.6%)	<b>400</b>	<b>+43</b> (+10.8%)

## 売上高増減要因

### ダスキン香港

- MD台湾向け原材料出荷増による収益の増加

### ダスキン上海

- 上海のロックダウン影響により減収

### ビッグアップル

- 前期コロナ影響からの回復による収益の増加

### ダスキンヘルスケア

- 前期、東京オリンピック関連の清掃業務受託等の反動減で減収

### ダスキン共益

- 前期、リース車両の入れ替えが進んだ影響により減収

上半期の実績、下半期の最新の予測を考慮し、下半期各セグメント毎の売上高、営業利益は期初の予想を一部見直し。通期の売上高、連結営業利益は従来予想から変更は無し

(百万円)

	2022年3月期実績		2023年3月期予想 (2022年5月公表)		前期比増減 (増減率)
	実績	利益率	業績予想	利益率	
売上高	163,210	—	<b>170,000</b>	—	<b>+6,789</b> (+4.2%)
営業利益	9,899	6.1%	<b>7,800</b>	<b>4.6%</b>	<b>△2,099</b> (△21.2%)
経常利益	12,215	7.5%	<b>9,600</b>	<b>5.6%</b>	<b>△2,615</b> (△21.4%)
親会社株主に帰属する 当期純利益	8,132	5.0%	<b>6,600</b>	<b>3.9%</b>	<b>△1,532</b> (△18.8%)
EPS	164.71円	—	<b>133.51円</b>	—	<b>△31.2円</b> (△18.9%)

上半期の実績、下半期の最新の予測を考慮し、下半期各セグメント毎の売上高、営業利益は期初の予想を一部見直し。通期の売上高、連結営業利益は従来予想から変更は無し

(百万円)	2023年3月期		2022年3月期	
	下半期予想	(今回) 通期業績予想	下半期実績	前期増減
売上高	<b>88,086</b>	<b>170,000</b>	<b>82,997</b>	<b>+5,089</b>
訪販グループ	<b>56,411</b>	<b>110,600</b>	<b>52,946</b>	<b>+3,464</b>
フードグループ	<b>25,540</b>	<b>46,900</b>	<b>23,902</b>	<b>+1,638</b>
その他	<b>7,970</b>	<b>16,000</b>	<b>7,726</b>	<b>+244</b>
セグメント間取引 消去	△1,835	△3,500	△1,578	△257
営業利益	<b>2,499</b>	<b>7,800</b>	<b>3,552</b>	△1,052
訪販グループ	<b>2,318</b>	<b>7,400</b>	<b>4,073</b>	△1,755
フードグループ	<b>2,268</b>	<b>4,700</b>	<b>1,868</b>	<b>+400</b>
その他	<b>356</b>	<b>800</b>	<b>335</b>	<b>+21</b>
セグメント間取引 消去及び全社費用	△2,444	△5,100	△2,724	+280

## 【前期増減の主な要因】

### ① 訪販グループ売上

- クリーンサービス事業の価格改定による売上増
- 営業専任組織直営店売上増
- ケアサービス5事業、ヘルスレント事業の新規出店等

### ② フードグループ売上

- ミスタードーナツ事業の価格改定による売上増

### ③ 訪販グループ営業利益

- RFID(電子タグ)取付
- 原材料高騰等

# 中期経営方針2022の取り組み

## 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变革

#### 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变革

- 既存事業の变革・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」を目指し「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」へも注力

### 開発戦略

- ・レンタルモップ『TuZuKu 抗菌コーティングモップ』全国でレンタルを開始  
床面の「汚れ除去」「除菌・ウイルス除去(※2・3)」「抗菌コーティング(※1・2)」の3つの効果が1本で可能

・衛生商品の構成比 55.0%(目標55%)



※1:水拭きができる床で使用できます  
※2:すべての菌に効果があるわけではありません。  
※3:すべてのウイルスに効果があるわけではありません。  
(ウイルスはエンベロープタイプのウイルス1種で効果を検証)  
※ウイルス除去は薬剤が多い状態で行ってください。

- ・『防災サポートサービス』の提供を全国の拠点で開始  
レントオール事業を始めとする訪販グループが一体となって平常時の防災訓練サポートや災害時の避難所開設を支援

- ・ダスキンレスキュー近畿圏にて検証中

暮らしの安心駆けつけ

**DUSKIN RESCUE**



- ・「いま、親のいまを知ろう。」をテーマにしたコミュニケーション施策を展開

Health  
Rent  
ヘルスレント





## 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

情報と流通の改革によるお客様との接点強化を目指す

### 組織戦略

- ・家庭用営業専任組織の導入  
直営店・関係会社約60店で検証中  
来期以降加盟店展開予定



営業専任リーダー



営業専任スタッフ

### CX戦略

- ・Web広告強化  
レンタル商品おためし申し込み  
前期比14%増加(上半期累計)
- ・DDuet会員  
会員数約145万人  
前期比約4%増加(9月末時点)



### 拠店戦略

- ・ケアサービス事業 新規出店数 45店



- ・シニアケア事業  
新規出店数 4店



### 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





## 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

## 開発戦略

### ミスタードーナツ



宇治茶専門店  
「祇園辻利」と  
共同開発した  
『misdo meets  
祇園辻利 第二弾』



「エンゼルクリーム」  
が国産フルーツと  
出逢って誕生！  
『エンゼルフルーツ』



あったか飲茶  
メニュー  
ミスドゴハン  
「鶏柚子生姜麺」  
と「海鮮野菜麺」



ほくほく&しっとり食感の  
さつまいもド  
「さつまいもド焼き蜜いも風」  
「さつまいもド蜜いもブリュレ」  
が新登場

### かつアンドかつ

大粒で肉厚の広島産牡蠣の  
濃厚なうま味をぎゅっと  
とじ込めた“牡蠣フライ”などが  
楽しめる「秋の旬味フェア」開催





## 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

情報と流通の改革による販売機会の拡大を目指す

### 出店戦略

- ・上半期新規出店 14店
- ・稼働店舗数 全国987店  
(9月末時点)  
内、ドライブスルー店舗 6店  
(上半期1増加)
- ・上半期改装店舗 83店



### CX戦略

・ネットオーダー認知率47%  
(前年同月比9%増加)



・デリバリー導入店舗数336店  
(上半期73店増加)



・「楽天ペイ」「メルペイ」決済追加導入





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

## M&A、R&D投資等の積極化

- ▶ ご家庭の水まわり緊急駆けつけサービス等、水回りのトータルアドバイザーとしてサービスを展開している株式会社クラシアンと業務提携予定

## 海外戦略

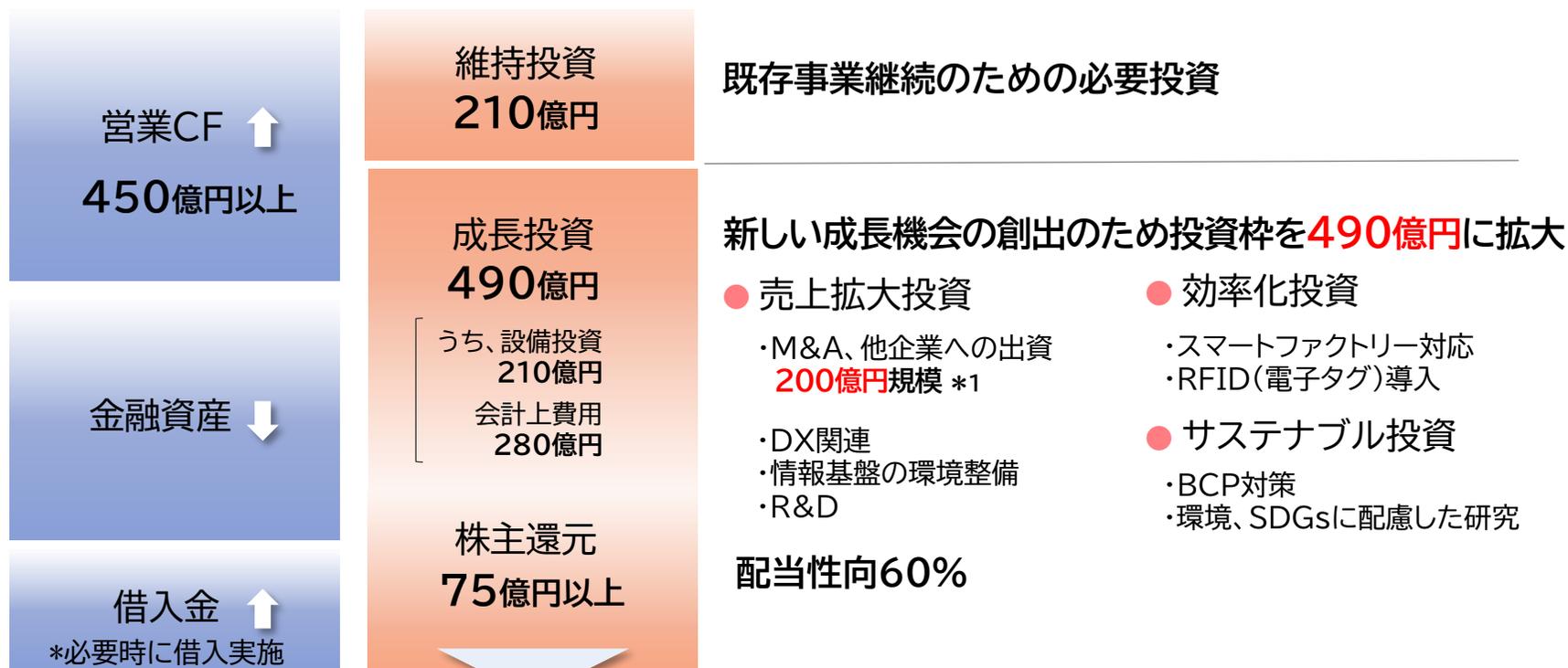
- ▶ シンガポールにおいてミスタドーナツ事業を展開することを目的とし、RE&S Enterprises Pte. Ltd. との間でマスターフランチャイズ契約を締結
- ▶ マレーシアを中心に展開しているドーナツブランド「ビッグアップル」マレーシア・カンボジアにおける稼働店舗82拠点にて売上・利益とも増加
- ▶ ダスキン香港のその主な機能を当社に集約、収益性の向上



Every Piece Is A Masterpiece

## 事業ポートフォリオの再構築に向けて、「新しい成長機会」に大胆投資

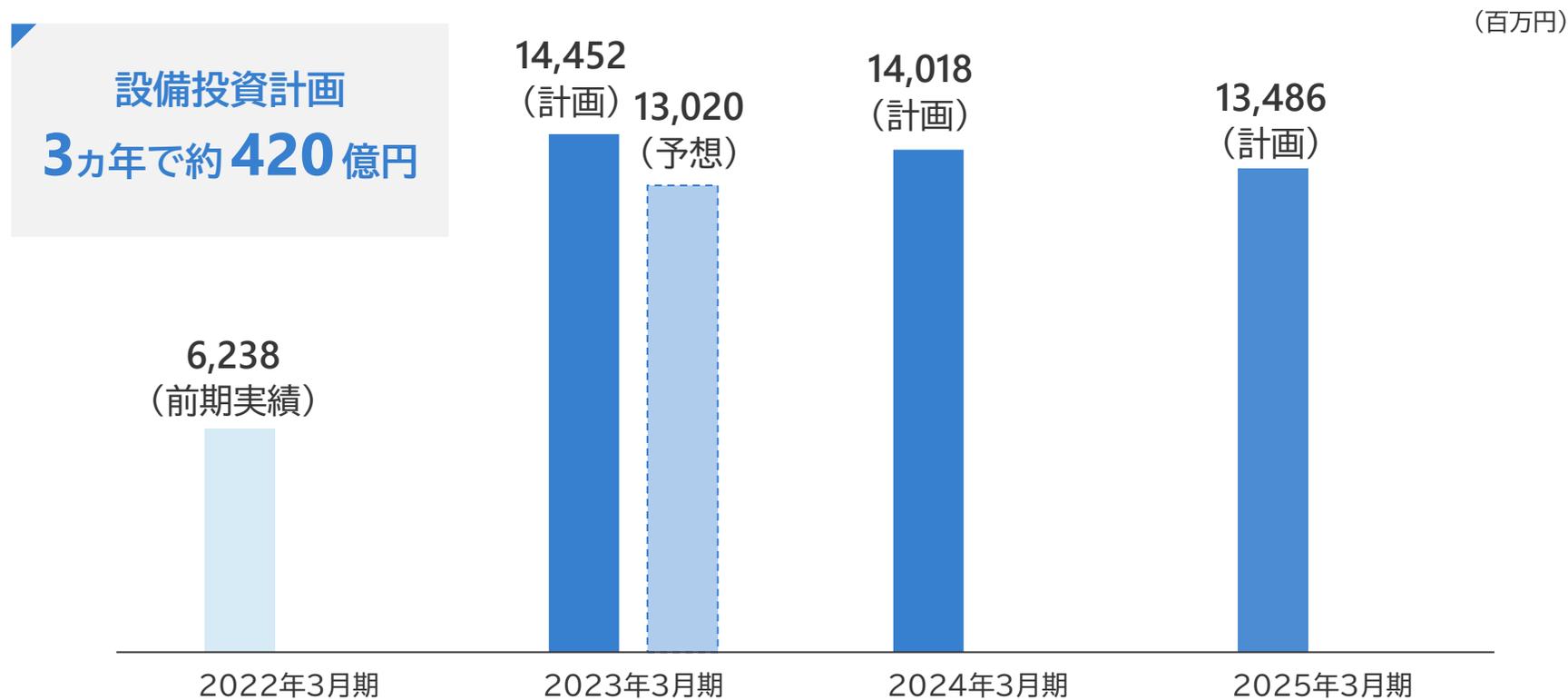
### 3カ年の「キャッシュアロケーション」



戦略の成果と財務健全性のバランスをとりながら、総還元性向の向上を図る

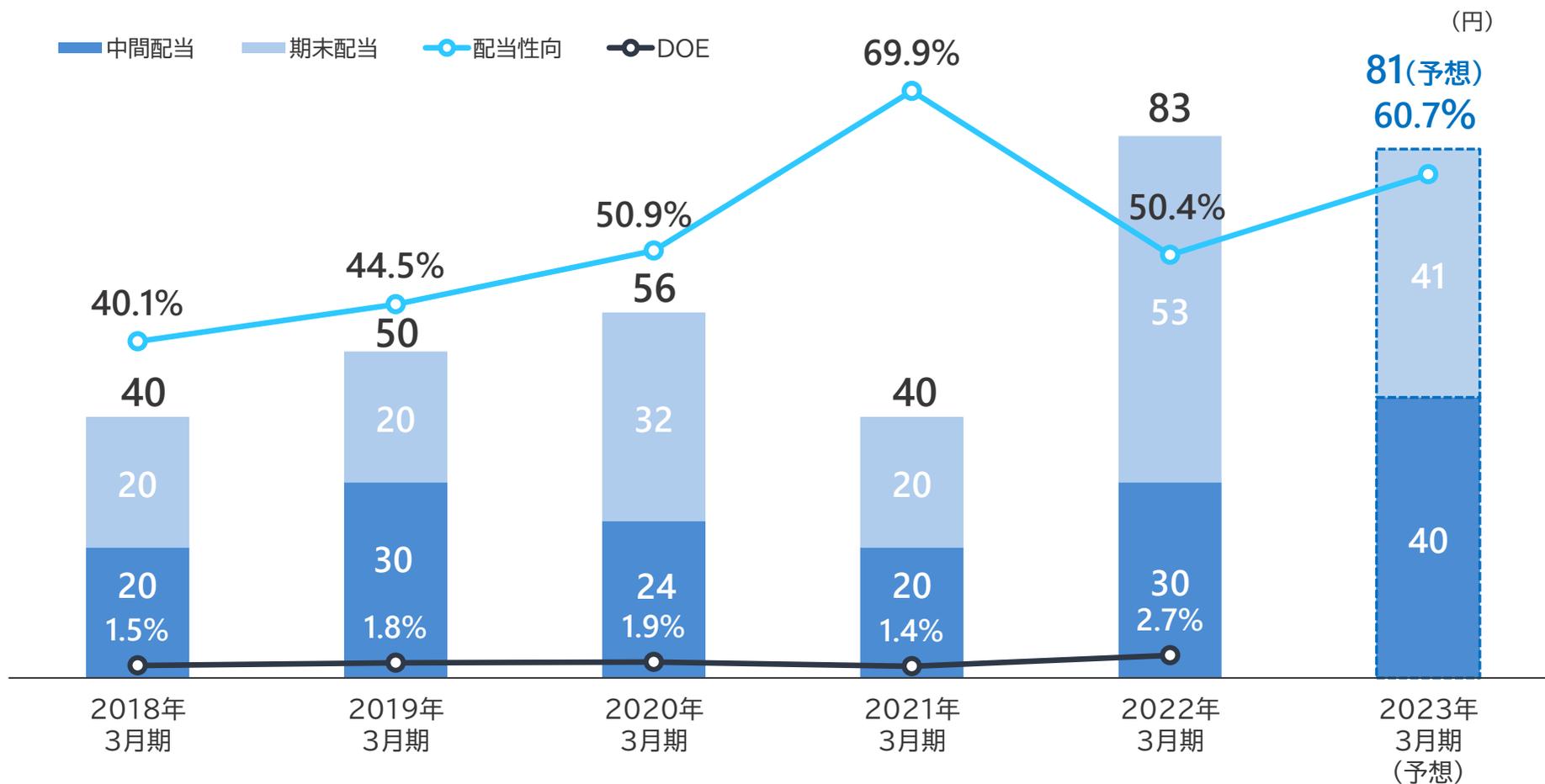
注意)会計上費用となる経費的投資を成長投資に含む  
\*1:投資案件により、200億円以上も検討

今期の設備投資計画144億に対して、通期の設備投資は130億の見込み  
 (「成長投資」に約78億、「維持投資」に約52億)  
 RFID(電子タグ)導入等DX投資は計画通り進捗



※ その他にM&A投資やRFID原価等、会計上費用となる投資を3カ年で280億円計画

連結配当性向60%またはDOE2.5%のいずれか高い額で配当額決定  
 2023年3月期においては、年間81円配当を予定



## ■ 2022年11月8日開催の取締役会決議内容

自己株式取得に係る事項の決定

上限：1,786千株, 50億円（発行済株式総数の3.57%(自己株式を除く)）

取得期間：2022年11月9日～2023年9月22日

## ■ 当面の株主還元方針

「中期経営方針2022」の3年間は、機動的で弾力的な自己株式の取得を積極的に実施  
3年間累計の総還元性向**100%以上**を目標に株主の皆様に利益還元する方針

# Appendix

原材料価格高騰や物流費等のコスト上昇分を内部努力で吸収することが困難であると判断し、一部商品の価格改定を実施

## ■ クリーンサービス事業 価格改定

(税抜金額に対する改定額・改定率)

改定日:2022年7月1日

対象商品と改定率(希望小売価格)

- レンタル商品(マット・モップ等)68品目: 約3~6%
- 定期補充商品(レンジフードフィルター等)1品目: 約9~11%
- 販売商品 1品目: 約11~12%

## ■ ミスタードーナツ事業 価格改定

改定日:2022年11月25日

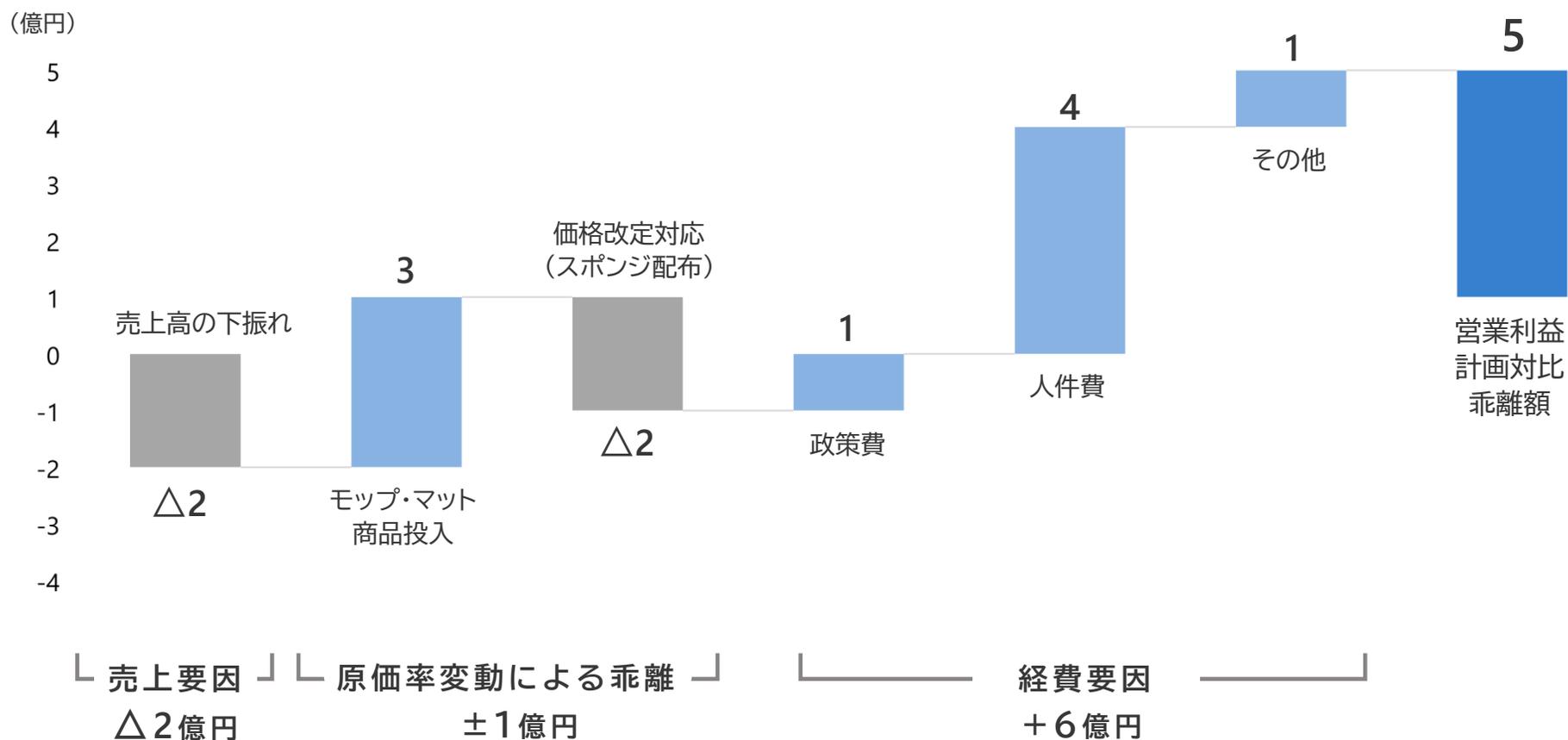
対象商品と改定額・率

- ドーナツ、パイ、マフィン 39種(44種中): 10~20円改定(改定率:7.4%)
- ドーナツポップ単品: 3円、セット: 10~30円改定(改定率:4.3%)

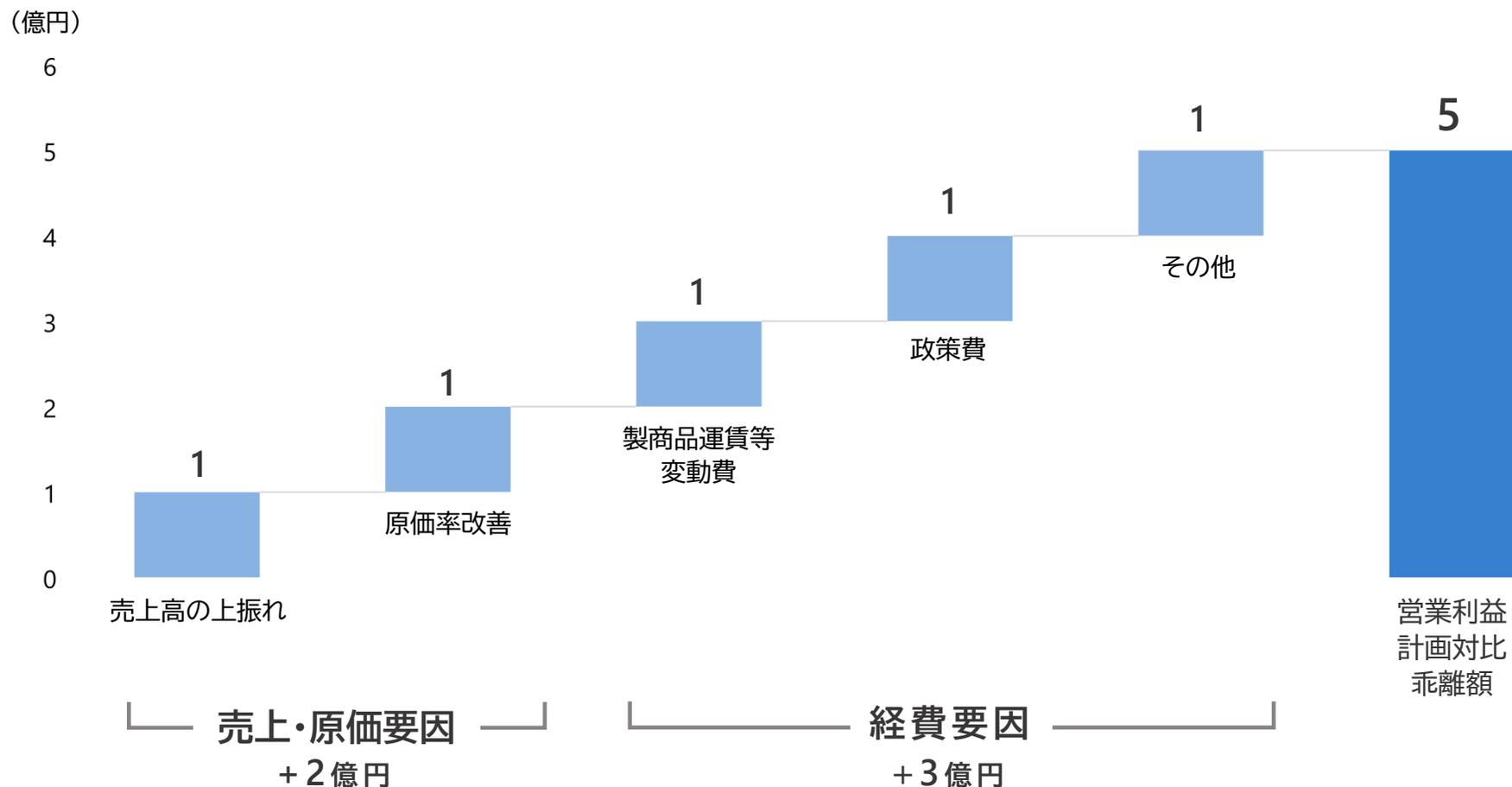
※ ショップにより販売価格、取扱商品は異なります。

売上高の下振れによる粗利の減少により  $\Delta 2$  億円

価格改定への対応(スポンジ配布)や想定を上回る原材料の高騰があったものの、  
人件費の減少影響等もあり、営業利益は+5億円の上振れ



売上高の上振れによる粗利の増加、原価率の改善により +2億円  
 製商品運賃等変動費および政策費の減少もあり、営業利益は+5億円の上振れ



訪販グループ 四半期推移

2023年3月期

(百万円)

	1Q	2Q	3Q	4Q	FY2023
売上高	27,089	27,099			54,188
営業利益	2,467	2,613			5,081
営業利益率	9.1	9.6			9.4

2022年3月期

	1Q	2Q	3Q	4Q	FY2022
売上高	26,576	27,605	27,904	25,041	107,128
営業利益	2,969	3,496	3,519	554	10,539
営業利益率	11.2	12.7	12.6	2.2	9.8

2021年3月期

	1Q	2Q	3Q	4Q	FY2021
売上高	25,595	26,699	28,237	24,807	105,339
営業利益	2,102	3,243	3,471	△38	8,779
営業利益率	8.2	12.1	12.3	△0.2	8.3

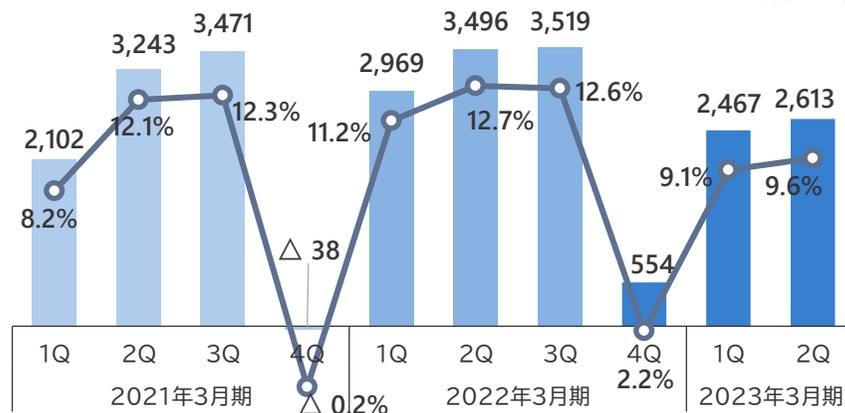
売上高

(百万円)



営業利益

(百万円)



フードグループ 四半期推移

2023年3月期

(百万円)

	1Q	2Q	3Q	4Q	FY2023
売上高	10,716	10,642			21,359
営業利益	1,266	1,164			2,431
営業利益率	11.8	10.9			11.4

2022年3月期

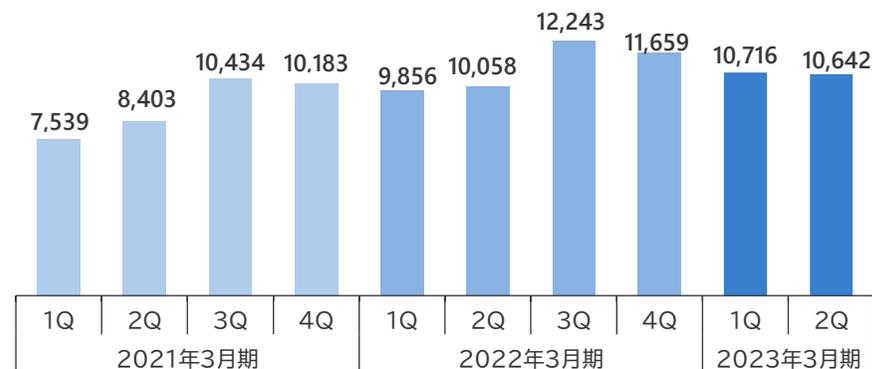
	1Q	2Q	3Q	4Q	FY2022
売上高	9,856	10,058	12,243	11,659	43,818
営業利益	710	1,040	1,480	388	3,619
営業利益率	7.2	10.3	12.1	3.3	8.3

2021年3月期

	1Q	2Q	3Q	4Q	FY2021
売上高	7,539	8,403	10,434	10,183	36,561
営業利益	△195	△36	778	△131	414
営業利益率	△2.6	△0.4	7.5	△1.3	1.1

売上高

(百万円)



営業利益

(百万円)



## その他 四半期推移

### 2023年3月期

(百万円)

	1Q	2Q	3Q	4Q	FY2023
売上高	3,954	4,074			8,029
営業利益	271	171			443
営業利益率	6.9	4.2			5.5

### 2022年3月期

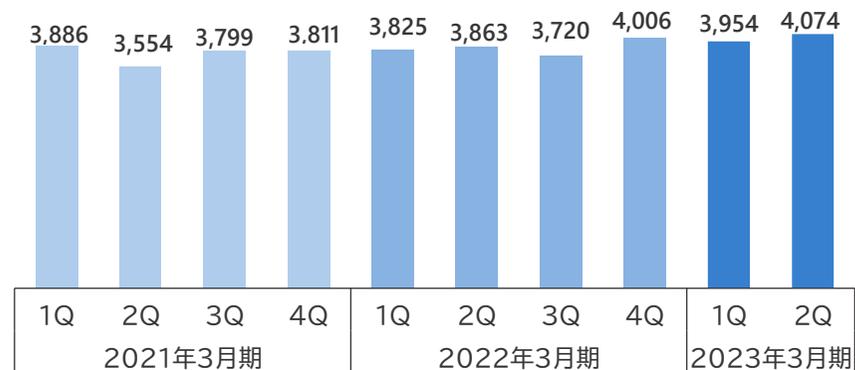
	1Q	2Q	3Q	4Q	FY2022
売上高	3,825	3,863	3,720	4,006	15,414
営業利益	265	272	147	187	873
営業利益率	6.9	7.1	4.0	4.7	5.7

### 2021年3月期

	1Q	2Q	3Q	4Q	FY2021
売上高	3,886	3,554	3,799	3,811	15,053
営業利益	209	59	146	244	660
営業利益率	5.4	1.7	3.9	6.4	4.4

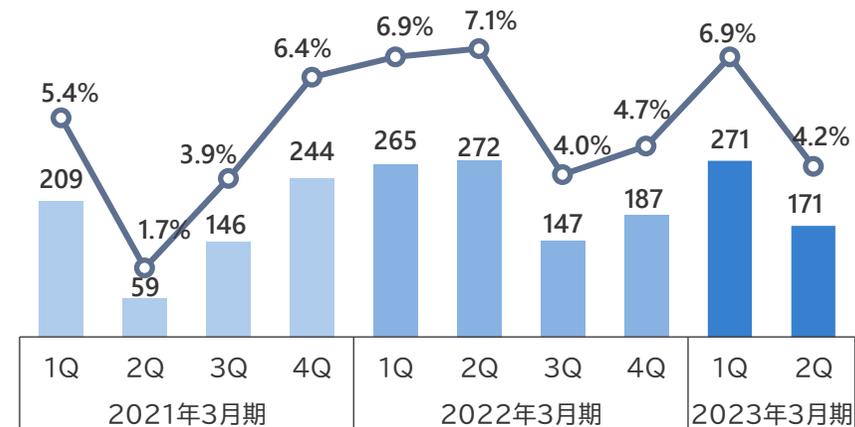
## 売上高

(百万円)



## 営業利益

(百万円)



# 全国チェーンお客様売上高

	(百万円)	2022年3月期 2Q	2023年3月期 2Q	前期比増減
<b>訪販グループ</b>		133,499	<b>134,436</b>	936
クリーンサービス(国内)家庭用		41,009	40,970	△39
クリーンサービス(国内)事業所用		44,852	45,700	848
サービスマスター		16,547	16,373	△173
メリーメイド		5,493	5,647	154
ターミニックス		4,515	4,763	248
トータルグリーン		1,749	1,921	172
ホームリペア		128	128	0
ヘルス&ビューティ		1,057	937	△119
アザレプロダクツグループ		1,254	1,224	△30
ダスキンのライフケア		1,081	1,181	100
レントオール		8,147	7,517	△630
ヘルスレント		6,140	6,592	452
ユニフォームサービス		1,524	1,476	△48
<b>フードグループ</b>		42,803	<b>47,222</b>	4,418
ミスタードーナツ(国内)		41,802	46,356	4,553
かつアンドかつ		769	840	70
その他フード		230	25	△205
<b>その他</b>		13,520	<b>17,066</b>	3,545
クリーンサービス(海外)		2,977	3,919	941
ミスタードーナツ(海外)		5,559	7,868	2,309
Big Apple		663	1,011	348
ダスキンのヘルスケア		4,319	4,266	△52
<b>合計</b>		189,824	<b>198,725</b>	8,900

※ 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揃える為、1～6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。

	(拠点)	2022年3月期 2Q	2023年3月期 2Q	前期比増減
<b>訪販グループ</b>		5,661	<b>5,693</b>	32
クリーンサービス(国内)		1,864	1,843	△21
サービスマスター		1,146	1,170	24
メリーメイド		769	782	13
ターミニックス		554	554	0
トータルグリーン		146	157	11
ホームリペア		95	98	3
ヘルス&ビューティ		464	460	△4
アザレプロダクツグループ		44	44	0
ダスキンのライフケア		91	94	3
レントオール		103	102	△1
ヘルスレント		170	174	4
ユニフォームサービス		215	215	0
<b>フードグループ</b>		996	<b>1,004</b>	8
ミスタードーナツ(国内)		973	987	14
かつアンドかつ		16	15	△1
その他フード		7	2	△5
<b>その他</b>		9,109	<b>10,507</b>	1,398
クリーンサービス(海外)		25	25	0
ミスタードーナツ(海外)		8,786	10,201	1,415
Big Apple		82	82	0
ダスキンのヘルスケア		216	199	△17
<b>合計</b>		15,766	<b>17,204</b>	1,438

※ 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6月末現在で掲載しております。 ※ヘルスケアは、契約施設数を掲載しております。

## 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]
- **ダスキライフケア** [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]

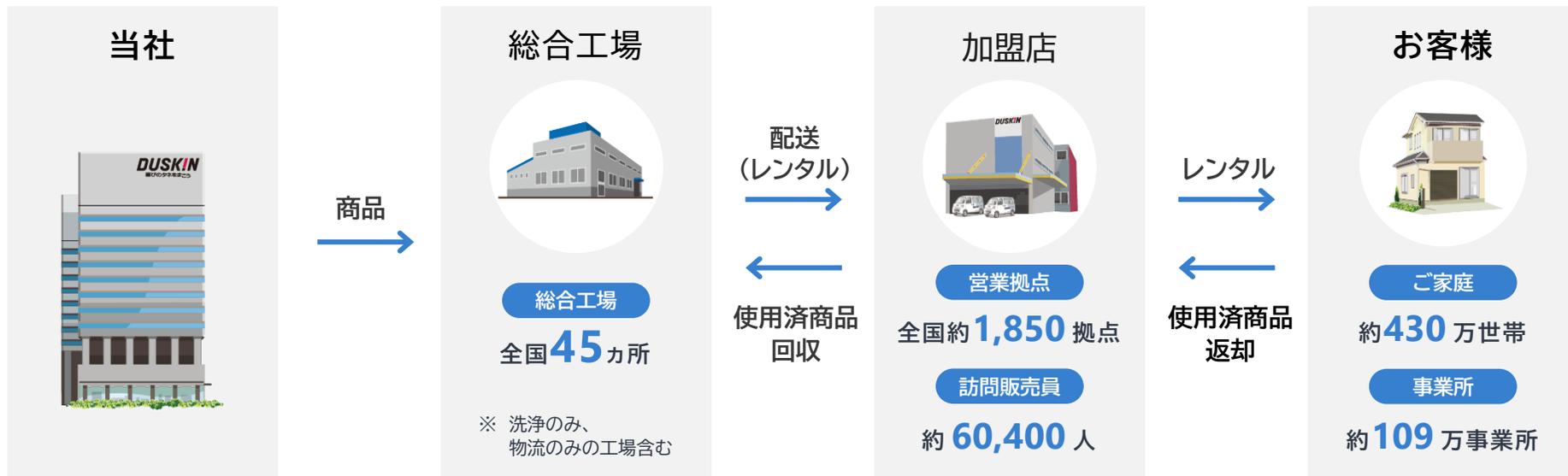
## フードグループ

- **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**
  - クリーンサービス
  - ケアサービス
  - ミスタードーナツ
  - ビッグアップル
  - ダスキン香港

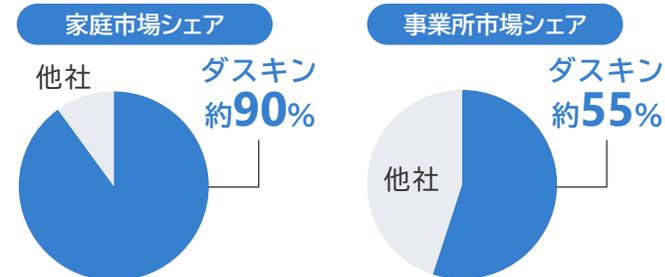
加盟店を通じて家庭や事業所などのお客様に、清掃・衛生用品をレンタルで提供



## 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

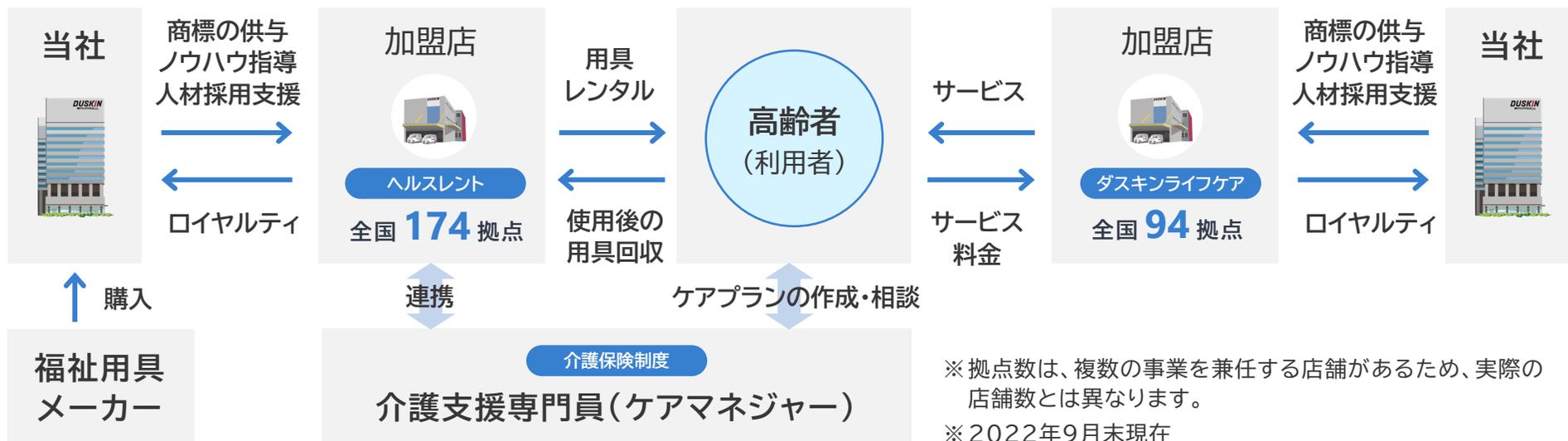


※ 一般社団法人日本ダストコントロール協会データ参考(当社調べ)

## ■ ケアサービス事業



## ■ シニアケア事業



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

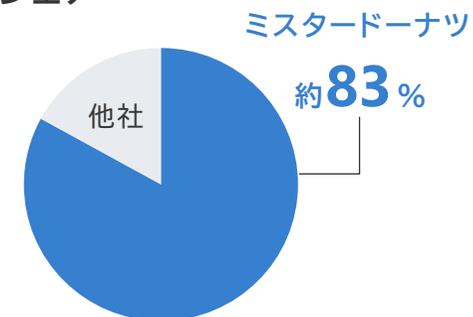


## 競争優位

- 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



※ ドーナツ店の出店数ベースより算出(当社調べ)

		2020年 3月期	2021年 3月期	2022年 3月期	2023年 2Q	出典
為替 (円/ドル)	期中平均レート	108.70	106.03	112.35	133.96	日本銀行「主要時系列 統計データ」東京市場 ドル・円 スポット 17時時点/月中平均
	期末レート	107.42	108.70	118.54	143.09	
A重油 全国平均 (円/リットル)	期中平均	71.3	57.9	82.1	89.5	経済産業省 資源エネ ルギー庁「石油製品価 格調査」大型ローリー 価格
	期末価格	61.7	62.6	93.1	88.3	
輸入小麦 政府売渡価格 (円/トン)	4月	54,630	51,420	51,930	72,530	農林水産省「輸入小麦 の政府売渡価格の推 移」5銘柄加重平均
	10月	49,890	49,210	61,820	72,530	

注)一般的な市場価格として当社が認識している価格を記載しており、実際の購入価格とは異なります。A重油は一部の洗浄工場でボイラー燃料として使用

(単位:億円)

	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	CAGR
クリーンサービス事業に関わる ダストコントロール市場規模	2,876	2,836	2,788	2,723	2,669	△1.9%

出典:一般社団法人日本ダストコントロール協会

ケアサービス事業に関わる ハウスクリーニング市場規模	1,620	1,700	1,760	1,820※	-	4.4%
ケアサービス事業に関わる 家事代行市場規模	830	865	905	940※	-	4.3%

出典:富士経済 ネットワークス「サービス産業要覧」 ※2020年は予測・見込額

シニアケア事業に関わる 福祉用具産業市場規模	15,106	14,990	15,193	15,055	-	0.9%
シニアケア事業に関わる 訪問介護サービス市場規模	9,770	9,800	9,820	9,830※	-	0.2%

出典:日本福祉用具・生活支援用具協会、富士経済 ネットワークス「サービス産業要覧」 ※2020年は予測・見込額

和・洋菓子・デザート類 市場規模	22,761	22,907	22,833	21,099	21,419	△1.5%
---------------------	--------	--------	--------	--------	--------	-------

出典:矢野経済研究所「和洋菓子・デザート類市場調査」

外食産業の市場規模 (ファストフード)	29,964	30,560	32,271	30,180	32,448	2.0%
------------------------	--------	--------	--------	--------	--------	------

出典:富士経済「外食産業マーケティング便覧」 ※CAGRは当社にて算定



#### 将来見直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)の見直し、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。