



2025年3月期

決算説明会

株式会社 **タスキ**ン

2025年5月27日

ページ

連結業績ハイライト	2
連結営業利益(前期比増減要因・予想比乖離要因)	3
セグメント別 売上高・営業利益	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
2026年3月期業績予想	12
株主還元	13
中期経営方針2028について	14
Appendix	28

連結業績ハイライト(前期比・予想比)



(百万円)

	2024年3月期		公表（2024.11.5）				2025年3月期 ③			
	①		予想 ②				前期比 ③－①		予想比 ③－②	
	利益率		利益率				増減率		乖離率	
売上高	178,782	—	190,300	—	188,791	—	+10,008	+5.6%	+1,508	△0.8%
営業利益	5,084	2.8%	7,700	4.0%	7,268	3.9%	+2,184	+43.0%	△431	△5.6%
経常利益	7,878	4.4%	10,700	5.6%	10,697	5.7%	+2,819	+35.8%	△2	△0.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,589	2.6%	8,600	4.5%	8,808	4.7%	+4,219	+91.9%	+208	+2.4%
EPS	95.32円	—	180.06円	—	185.72円	—	+90.40円	94.8%	+5.66円	3.1%
ROE	3.01%	—	—	—	5.78%	—	+2.77	—	—	—

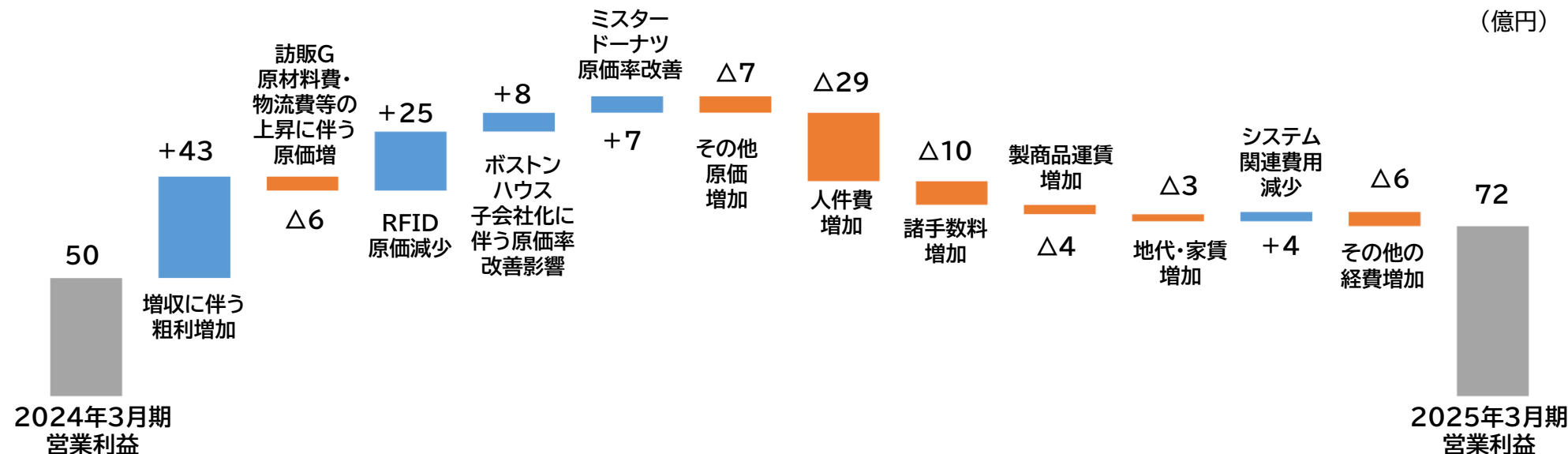
<前 期 比> フードグループが大幅増収となった他、全セグメントが増収
増収に伴う売上総利益の増加及びRFID取り付け原価の減少に伴う原価率改善により増益

<公表予想比> 売上は、訪販グループ、フードグループとも下振れ
利益面は、訪販グループは下振れしたものの、フードグループは上振れ

連結営業利益（前期比増減要因・予想比乖離要因）

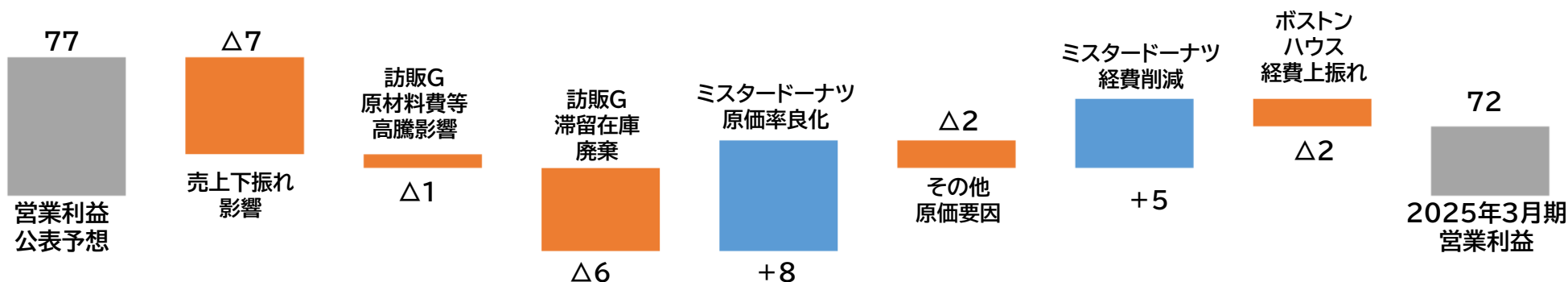
<営業利益 前期比増減要因>

増収に伴う粗利増加及びRFID原価減少が22億円の増益となった主因



<営業利益 予想比乖離要因>

売上下振れ及び訪販グループの滞留在庫の廃棄を行ったことが利益下振れの主因



セグメント別 売上高・営業利益



(百万円)

		2024年3月期 ①		2024.11.11公表予想 ②				2025年3月期 ③			
		利益率		利益率		利益率		前期比 ③-①		予想比 ③-②	
								増減率		乖離率	
訪販グループ	売上高	107,464	—	109,200	—	108,438	—	+974	+0.9%	△761	△0.7%
	営業利益	4,142	3.9%	6,900	6.3%	5,721	5.3%	+1,579	+38.1%	△1,178	△17.1%
フードグループ	売上高	58,437	—	67,600	—	66,747	—	+8,310	+14.2%	△852	△1.3%
	営業利益	6,916	11.8%	7,800	11.5%	8,556	12.8%	+1,639	+23.7%	+756	+9.7%
その他	売上高	15,646	—	16,300	—	16,486	—	+840	+5.4%	+186	+1.1%
	営業利益	440	2.8%	600	3.7%	511	3.1%	+70	+16.0%	△88	△14.8%
全社・消去	売上高	△2,766	—	△2,800	—	△2,882	—	△116	—	△82	—
	営業利益	△6,415	—	△7,600	—	△7,520	—	△1,105	—	+79	—
連結	売上高	178,782	—	190,300	—	188,791	—	+10,008	+5.6%	△1,508	△0.8%
	営業利益	5,084	2.8%	7,700	4.0%	7,268	3.9%	+2,184	+43.0%	△431	△5.6%

連結貸借対照表の状況

(百万円)

	2024年3月期末	2025年3月期末	前期末比増減
現金及び預金	14,434	18,096	+ 3,661
売上債権	11,158	11,370	+ 212
棚卸資産	11,607	11,863	+ 255
有価証券	12,200	7,988	△4,212
その他	9,903	11,275	+ 1,371
流動資産	59,305	60,594	+ 1,289
有形固定資産	50,489	50,160	△328
無形固定資産	7,414	9,014	+ 1,599
投資有価証券	73,877	69,509	△4,367
その他	11,008	14,039	+ 3,031
投資その他の資産	84,885	83,549	△1,336
固定資産	142,789	142,724	△65
資産合計	202,094	203,318	+ 1,223
買入債務	7,800	8,273	+ 472
その他	28,978	33,824	+ 4,845
流動負債	36,778	42,097	+ 5,318
長期借入金	747	197	△550
その他	10,099	9,480	△618
固定負債	10,847	9,678	△1,168
負債合計	47,626	51,776	+ 4,149
資本金	11,352	11,352	+ 0
利益剰余金	122,533	119,146	△3,386
自己株式	△5,464	△3,389	+ 2,074
その他有価証券評価差額金	11,342	8,902	△2,439
その他	14,704	15,529	+ 825
純資産	154,468	151,542	△2,926
負債・純資産合計	202,094	203,318	+ 1,223
有利子負債	916	220	△696

流動資産

「有価証券」が減少する一方、「現金及び預金」が増加

固定資産

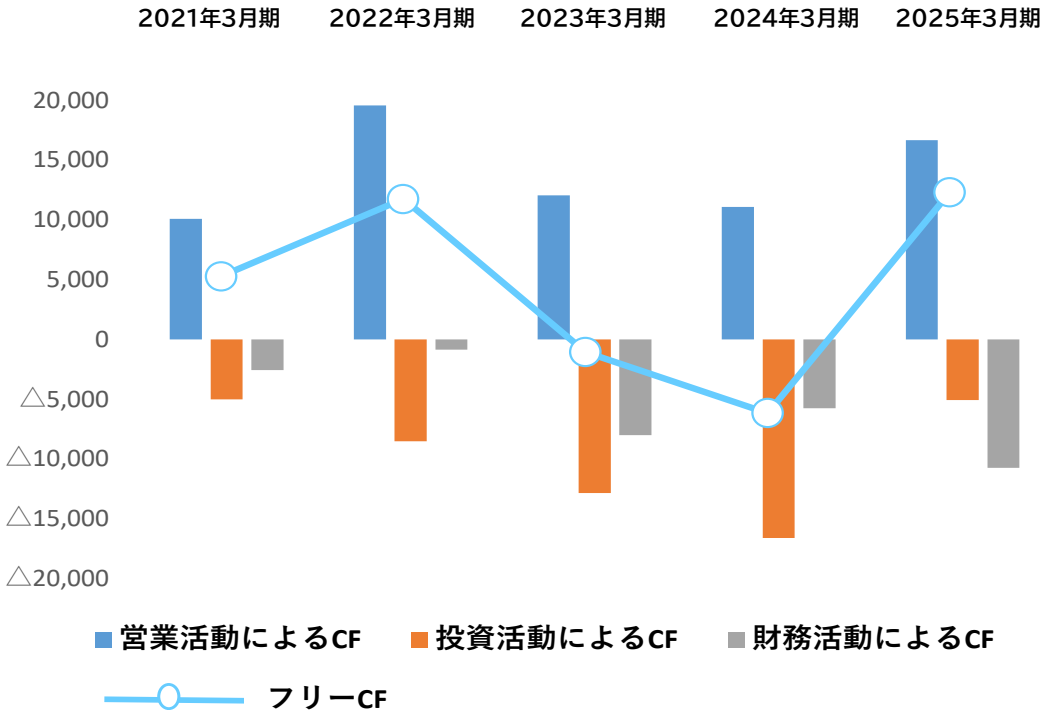
政策保有株式の一部売却実行に伴い
「投資有価証券」が減少

純資産

- ・自己株式取得1,328千株(4,999百万円)
(3/31付 消却 2,000千株)
- ・配当流出 5,523百万円
- ・政策保有株式の一部売却実行に伴い
「その他有価証券評価差額金」減少

連結キャッシュフローの状況

(百万円)



営業CF：増収に伴う粗利増、RFID原価減、投資有価証券売却益計上等による利益増に伴い増加

投資CF：前期はJPホールディングス株式の取得があったため、当期の投資CFは支出大幅減少

財務CF：株主還元の増加に伴い支出増

(百万円)

	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期	前期比増減
営業活動によるCF	10,103	19,596	12,061	11,093	16,683	+ 5,589
投資活動によるCF	△5,019	△8,524	△12,844	△16,604	△5,074	+ 11,530
フリーCF	5,083	11,071	△782	△5,510	11,609	+ 17,120
財務活動によるCF	△2,563	△835	△7,992	△5,743	△10,753	△5,009
現金及び現金同等物の期末残高	29,674	39,963	31,275	20,024	20,985	+ 960

(百万円)

	2024年3月期 ①		2024.11.11公表 予想 ②		2025年3月期 ③					
					利益率		前期比 ③－①		予想比 ③－②	
	利益率		利益率				増減率		乖離率	
売上高	107,464	—	109,200	—	108,438	—	+974	+0.9%	△761	△0.7%
営業利益	4,142	3.9%	6,900	6.3%	5,721	5.3%	+1,579	+38.1%	△1,178	△17.1%

<売上高 前期比>

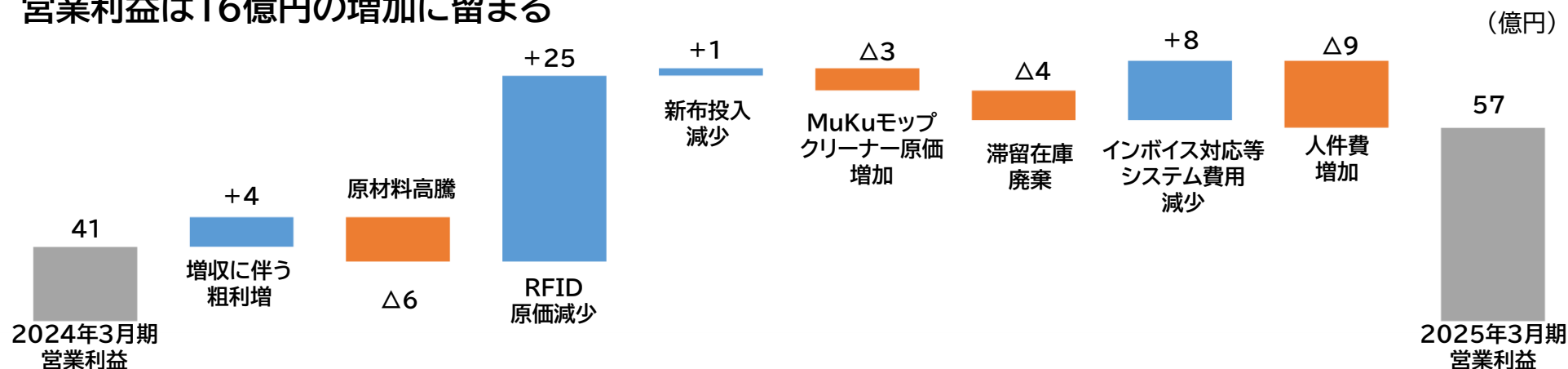
- 主力のクリーンサービス事業は、家庭向け、事業所向けとも減収
 - ・家庭用営業専任組織導入店の新規獲得数は増加。ウェブサイトをはじめ、デジタルチャネルでの受注件数も増加し、お客様数の減少幅は着実に縮小。
- ケアサービス事業は、拠点数増加及び価格改定効果もあってお客様売上は増加
- 前期末で洋服レンタルのサブスク事業から撤退。一方で、鍵のトラブル対応「レスキューサービス事業」増収。

<売上高 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

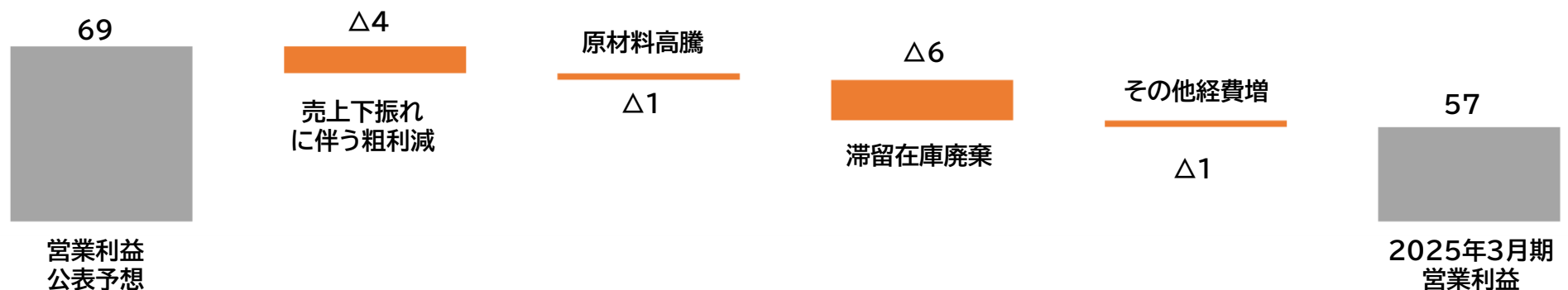
<営業利益 前期比>

RFID関連原価及びシステム関連費用が大幅に減少するも、原材料高騰及び人件費増加もあって営業利益は16億円の増加に留まる



<営業利益 予想比>

売上下振れに伴う粗利減及び計画外の長期滞留在庫処理が利益下振れ要因



(百万円)

	2024年3月期 ①		2024.11.11公表 予想 ②		2025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	58,437	—	67,600	—	66,747	—	+8,310	+14.2%	△852	△1.3%
営業利益	6,916	11.8%	7,800	11.5%	8,556	12.8%	+1,639	+23.7%	+756	+9.7%

<売上高 前期比>

➤ 主力のミスタードーナツは引き続き好調

- ・お客様売上前期比 (全店ベース)+9.3% (既存店ベース)+7.6%
- ・来店お客様数 +5.2%、お客様単価 +4.5%
- ・期末月の稼働店舗数 前期の期末月比 +24店(1,017店 ⇒ 1,041店)

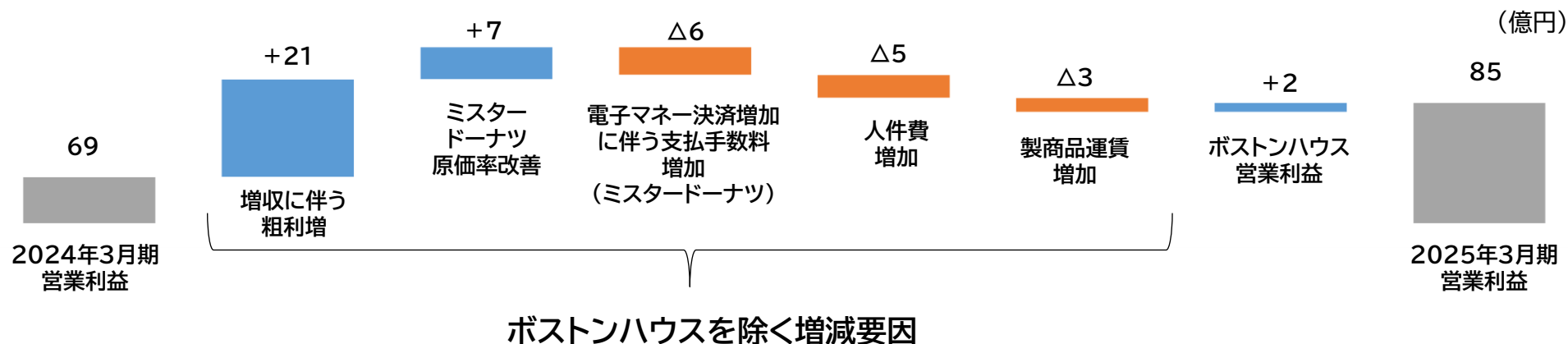
➤ 前期子会社化した株式会社ボストンハウスの損益を当期から計上(15か月分)

<売上高 予想比>

➤ 仕組み変更を行った年末恒例の「ミスト福袋」の販売数が計画を下回った。

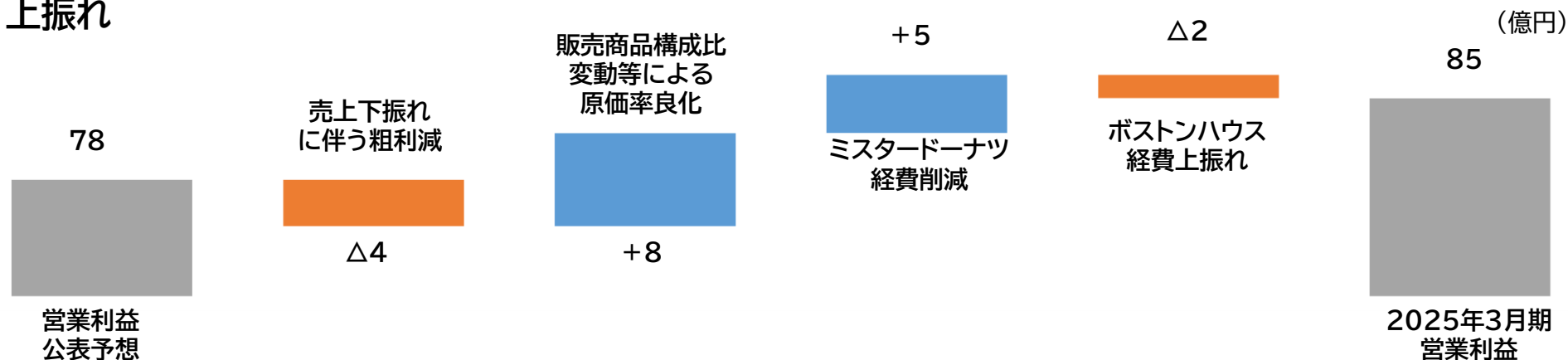
<営業利益 前期比>

人件費等、経費が増加するも、増収に伴い粗利が大幅に増加すると共に、原価率も改善し営業利益は増加



<営業利益 予想比>

売上が下振れするも、高利益率商品の構成比が高まり原価率が計画から良化したこと等で利益は上振れ



(百万円)

	2024年3月期 ①		2024.11.11公表 予想 ②		2025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	15,646	—	16,300	—	16,486	—	+840	+5.4%	+186	+1.1%
営業利益	440	2.8%	600	3.7%	511	3.1%	+70	+16.0%	△88	△14.8%

<売上高・営業利益 前期比>

- ダスキン共益は増収減益。ダスキンヘルスケアは増収ながら労務費増加で減益。
- 海外事業
 - ・ダスキン上海、ビッグアップルは、円安寄与で前期売上を上回る。
 - ・2023年に進出したミスタードーナツシンガポール、2024年に進出した同香港が好調に推移。
国内からのドーナツ原材料売上が大きく増加。

<売上高・営業利益 予想比>

海外向けドーナツ原材料売上が予想を上回ったが、ダスキン共益、ダスキンヘルスケアの利益が下振れ

2026年3月期 業績予想（2025年3月期対比）

（単位：百万円）

			2026年3月期（予想）											
			上期		下期		通期		前期比増減					
			利益率		利益率		利益率		上期 増減率		下期 増減率		通期 増減率	
訪販グループ	売上高		55,700	—	56,300	—	112,000	—	+1,956	+3.6%	+1,604	+2.9%	+3,561	+3.3%
	営業利益		3,300	5.9%	3,400	6.0%	6,700	6.0%	+226	+7.4%	+752	+28.4%	+978	+17.1%
フードグループ	売上高		32,300	—	36,400	—	68,700	—	+1,131	+3.6%	+820	+2.3%	+1,952	+2.9%
	営業利益		4,500	13.9%	4,100	11.3%	8,600	12.5%	+745	+19.8%	△701	△14.6%	+43	+0.5%
その他	売上高		8,500	—	8,400	—	16,900	—	+258	+3.1%	+154	+1.9%	+413	+2.5%
	営業利益		400	4.7%	150	1.8%	550	3.3%	+86	+27.7%	△47	△24.1%	+38	+7.6%
全社・消去	売上高		△1,400	—	△1,200	—	△2,600	—	+25	—	+257	—	282	—
	営業利益		△3,800	—	△4,150	—	△7,950	—	△582	—	152	—	△429	—
連結	売上高		95,100	—	99,900	—	195,000	—	+3,372	+3.7%	+2,836	+2.9%	+6,208	+3.3%
	営業利益		4,400	4.6%	3,500	3.5%	7,900	4.1%	+475	+12.1%	+155	+4.7%	+631	+8.7%
連結経常利益			6,300	6.6%	5,300	5.3%	11,600	5.9%	+796	+14.5%	+106	+2.0%	+902	+8.4%
親会社株主に帰属する当期純利益			3,900	4.1%	5,100	5.1%	9,000	4.6%	+409	+11.7%	△218	△4.1%	+191	+2.2%

<訪販グループ>

クリーンサービス(事業所向け、家庭向け)の増収他、ケアサービス、ヘルスレント等の増収を見込む。人件費、万博関連費用の増加があるものの、増収に伴う粗利増加、RFID効果等により増益の計画

<フードグループ>

ミスタードーナツは増収計画ながら、ボストンハウス取り込みはマイナス見込む(前期取り込みは15か月分)。利益面では、55周年を迎えるミスタードーナツの販売促進費用増加を織り込む。

<その他>

海外事業で増収増益、国内子会社は増収ながら販売促進費用等の増加で利益横這いの計画

<全社・消去>

前期に使用した創業60周年記念大会費用の減少があるものの、人件費、設備費(人事システムの減価償却費)や株主管理費用の増加を見込む

<特別損益>

政策保有株式の売却に伴う有価証券売却益の減少を織り込む

「中期経営方針2022」期間中の株主還元方針

- 配当に加えて、機動的で弾力的な自己株式の取得を積極的に実施し、3年間累計の総還元性向100%以上を目標に株主の皆様へ利益還元する方針
- 財務健全性とのバランスを考慮した上で、業績に応じた利益配分を行うことを基本方針とし、毎期の配当額は、連結配当性向60%または自己資本配当率(DOE)2.5%のいずれか高い額とする

(単位:百万円)

		2023年3月期 (前々期実績)	2024年3月期 (前期実績)	2025年3月期 (当期)	3期 合計
配当	普通配当	4,350 (1株当たり88円)	3,874 (1株当たり80円)	5,297 (1株当たり112円)	13,522
	記念配当	—	968 (1株当たり20円) ※1	—	968
		4,350	4,842	5,297	14,491
自己株式取得		3,303	1,696	4,999	9,999
		(取得株数 1,094千株)	(取得株数 527千株)	(取得株数 1,328千株)	(取得株数 2,949千株)
株主還元額合計		7,654	6,538	10,297	24,490
配当性向		60.2%	105.3%	60.3%	70.4%
DOE		2.9%	3.2% ※2	3.5%	—
総還元性向		106.4%	143.0%	116.9%	119.0%

※1 創業60周年記念配当

※2 DOE(普通配当のみ) 2.5%

株式会社ダスキン 中期経営方針 2028

Medium-Term Business Plan

長期戦略の振り返りと経営戦略の変遷

当社はこれまで「ONE DUSKIN」戦略のもと、社会とお客様の变化するニーズを捉え、様々な事業の連携により、お役立ち領域の拡充や新たな価値創造により一定の成果を得ました。今回新たに策定した長期経営戦略「Do-Connect」をもとに、パーパス・ビジョンの実現に向けて、中期経営方針2028に取り組みます。



※「中期経営方針2028」より最終年表記に変更しております。期間は2026年3月期～2028年3月期です。

「ONE DUSKIN」の主な成果

事業拡大

- 海外展開拡大
- M&A・戦略的提携の拡大
- 事業横断での課題解決の実現(イベント衛生サービスなど)

デジタル化の推進

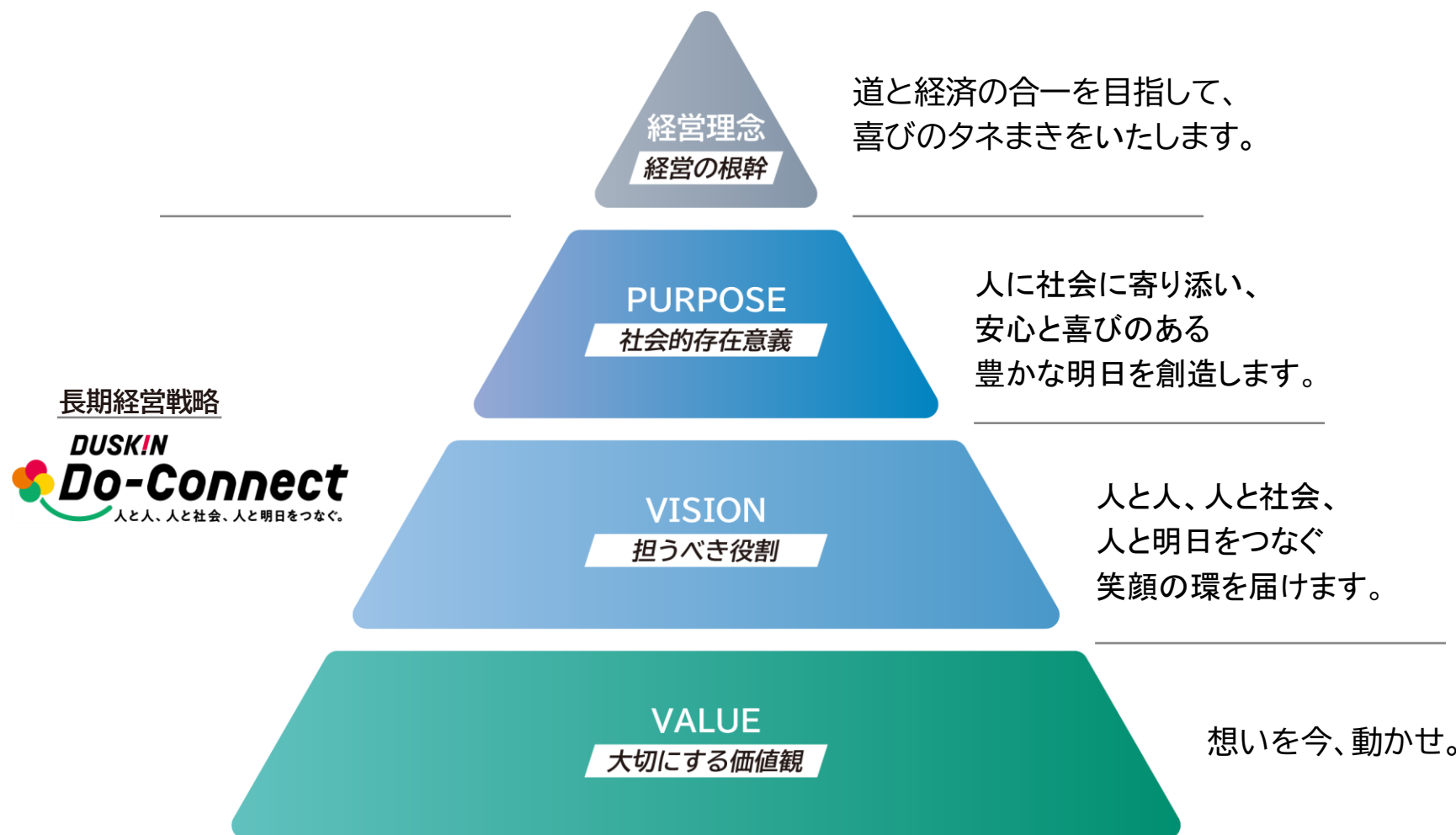
- DDuet、MDアプリ(ネットオーダー)などの機能拡充
- RFID(電子タグ)の運用開始

ガバナンス強化

- 3分の1以上の独立社外取締役選任と執行役員制度の導入
- 指名・報酬委員会(旧名称:取締役評価検討会)の設置



当社が目指す姿、パーパス(社会的存在意義)およびビジョン(我々が担うべき役割)を実現するために、経営理念を礎としてスピードをもって想いを今、動かします。



「中期経営方針2022」の振り返り

- ・売上高は、基準期(2022年3月期)から全セグメントで着実に増加(連結売上高は+15.7%)
- ・営業利益は、基準期から減少。原材料費・人件費等の高騰が主因。
- ・M&Aにより「持分法投資利益」は増加。純利益は、基準期から+8.3%増加した。

単位: 百万円

		2022年3月期 (第60期) 実績(基準期)	2025年3月期 (第63期) 実績	基準期との 差異要因
訪販グループ	売上高	107,128	108,438	・主力のクリーンサービス事業売上は、減少したものの、ケアサービス、シニアケア事業などのその他事業の売上は増加 ・能登半島地震影響によるRFID(電子タグ)効果の遅れ、原材料費等の高騰により、利益は減少
	営業利益	10,539	5,721	
フードグループ	売上高	43,818	66,747	・ミスタードーナツは価格改定を行うも来店お客様数の減少はなく、大幅に売上増加 ・その他の事業の売上も増加(ボストンハウスの子会社化) ・売上増加に伴い売上総利益も大幅増加
	営業利益	3,619	8,556	
その他	売上高	15,414	16,486	・国内連結子会社は増収 ・シンガポール、香港にミスタードーナツを展開。海外事業の売上も増加 ・人件費高騰の影響等により利益は減少
	営業利益	873	511	
セグメント間取引 消去及び全社費用	売上高	▲ 3,150	▲ 2,882	・ベースアップによる人件費増、ブランディング施策、データセンター移設、DX戦略推進や退職給付費用が増加
	営業利益	▲ 5,133	▲ 7,520	
連結	売上高	163,210	188,791	—
	営業利益	9,899	7,268	
経常利益		12,215	10,697	
親会社株主に帰属する 当期純利益		8,132	8,808	
ROE		5.4%	5.8%	

「中期経営方針2022」の振り返り

「中期経営方針2022」で得た成果と
成長に向けて引き続き取り組むべき課題

		成果	中期経営方針2028 取り組み課題
事業 ポート フォリオ 変革	新しい 成長機会 への投資	- 株式会社JPホールディングスとの資本業務提携 - レスキューサービス事業(鍵の交換や修理等に対応)の導入 - 株式会社クラシアンとの資本業務提携 - 健康菜園株式会社(現:株式会社ホストハウス)の連結子会社化(イタリアンレストラン事業への進出) - ミスタードーナツのシンガポール・香港への進出 - 家庭向けお掃除サービスを台湾で新規導入	- 子育て領域での新規事業開発 - ハウスマンテナンス領域への発展 - フード新業態の開発 - アジア未展開国へのさらなる進出
	既存事業 の変革・ 発展	- 営業専任組織によるリアル接点強化 - デジタル接点の機能拡充(DDuet/MDアプリなど) - レンタル用マット・モップへのRFID(電子タグ)の装着 - ミスタードーナツの商品開発・店舗出店の強化 - キッチンレス店舗の拡大 - 無人決済システム・画像認識レジの検証開始	- リアル接点とデジタル接点を活用した顧客提供価値のさらなる向上 - RFID(電子タグ)を活用した生産性向上 - 内製化工場の強化拡充 - ミスタードーナツの新店舗形態での出店
経営基盤の構築		- 人的資本経営推進の各種仕組み整備 - クラウドシフト準備および一部着手	- 挑戦する人材の育成と採用 - デジタル化の加速による生産性向上とAI活用などによるCX(顧客体験価値)向上
社会との共生		- 食品ロスの削減 - 営業車両EV化に向けた実証実験の開始 - 環境ビジョン2050の策定 - バーチャルPPAの導入	環境目標2030の目標達成に向けた実践サステナビリティ中期計画「アクションプランFY2025-2027」を推進

		成果
財務方針・ 資本政策	M&A投資	子育てやハウスマンテナンス、イタリアンレストラン業態など、新たな領域に参入 M&A:146億円(目標:200億円)
	株主還元	3年間累計の総還元性向は119%(自己株式取得99億円)

中期経営方針2028で目指すこと<基本方針>

4つの経営テーマのもと、経営の根幹である「道と経済の合一」、すなわち社会価値と経済価値の両面において価値向上を目指し、「人に社会に寄り添い、安心と喜びのある豊かな明日の創造」を進めます。そのために、お客様との対面での関係性を大切にすると共に、それを支えるデジタル技術の向上にも努めてまいります。

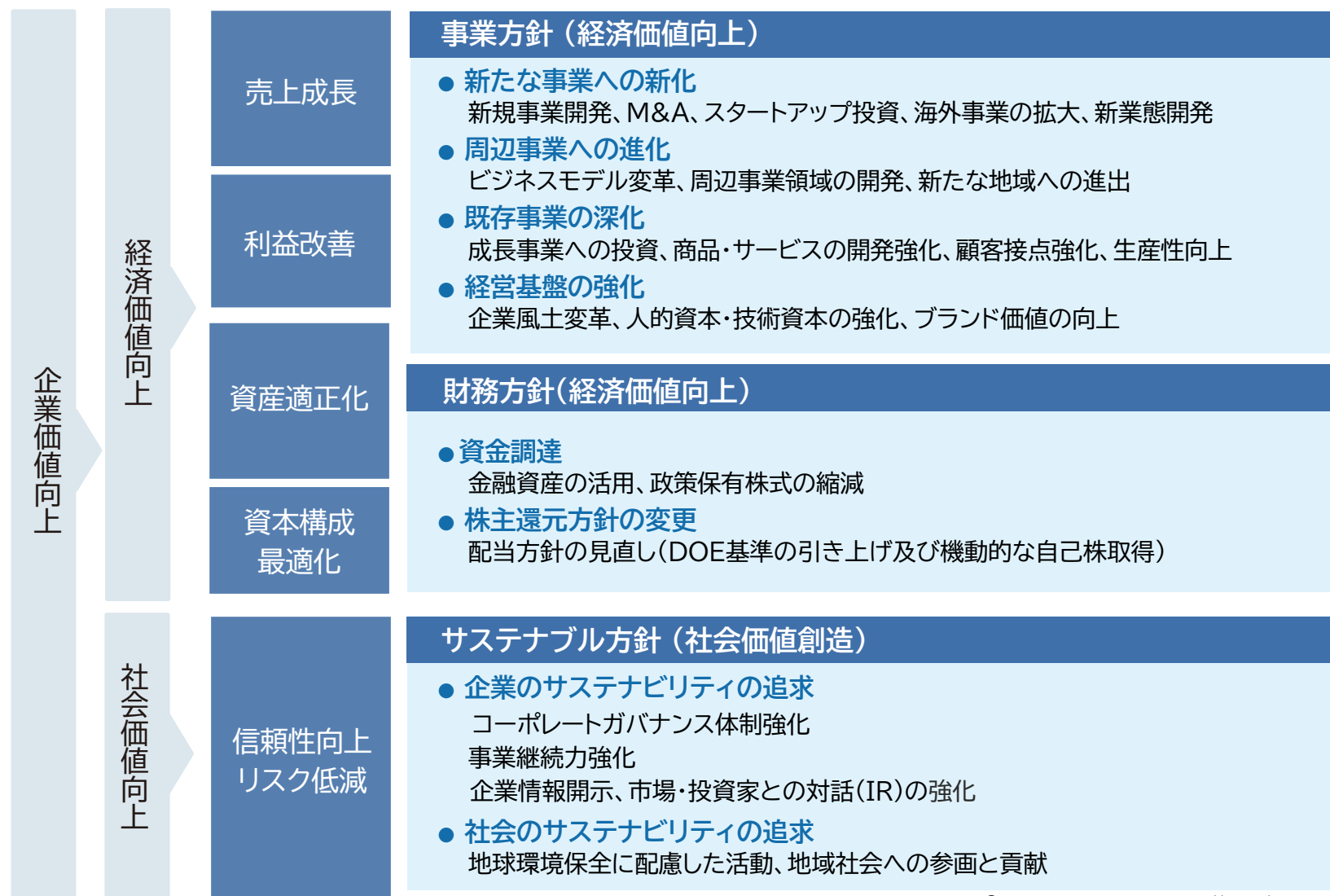


経営テーマ4 経営基盤の強化

経済・社会価値創造の源(原動力)となる基盤の強化

企業価値向上に向けた取り組み(全体像)

企業価値向上に向けた戦略展開(資本コストと株価を意識した経営の実現に向けて)



連結数値目標

単位:百万円

			2025年3月期 実績(基準期)	2028年3月期 目標	増減(増減率)	
	訪販グループ	売上高	108,438	118,200	9,761	(9.0%)
		営業利益	5,721	9,100	3,378	(59.0%)
	フードグループ	売上高	66,747	73,900	7,152	(10.7%)
		営業利益	8,556	9,000	443	(5.2%)
	その他	売上高	16,486	18,600	2,113	(12.8%)
		営業利益	511	700	188	(37.0%)
	セグメント間取引 消去及び全社費用	売上高	▲2,882	▲ 2,900	▲17	—
		営業利益	▲ 7,520	▲ 8,200	▲679	—
	連結	売上高	188,791	207,800	19,008	(10.1%)
		営業利益	7,268	10,600	3,331	(45.8%)
		営業利益率	3.9%	5.1%	—	(1.2p)
連結経常利益			10,697	14,300	3,602	(33.7%)
親会社株主に帰属する当期純利益			8,808	10,600	1,791	(20.3%)
ROE			5.8%	7.0%	—	(1.2p)

参考)お客様売上	454,055	491,000	40,433 (8.1%)
----------	---------	---------	---------------

新たな事業への「新化」、周辺事業への「進化」、 既存事業の「深化」、3つの「シン化」への挑戦



新規事業開発

子育て領域の新規事業創出

海外事業の拡大

アジア未展開国への進出



周辺領域への進出

ハウスマンテナンス領域 ※など周辺領域への進出

※クリーンサービス事業、ケアサービスを含む

新たな飲食ブランド(業態)の開発



成長事業における売上拡大

人材資源の重点投入および出店拡大

既存事業の収益性向上

デジタル技術の活用と生産性向上

事業戦略を支え、企業価値向上に資する財務方針

積極的な成長投資を支える資金調達および
株主資本の最適化を意識した株主還元政策を推進する。

1

資金調達

- 成長投資を支える資金として、
政策保有株式の縮減、金融資産の活用

2

株主還元方針の変更

- 株主還元方針
成長への投資を優先した上で、配当に加え、
財務の状況等を勘案し、機動的に自己株式の取得を行う
- 配当方針の見直し
連結配当性向60%または自己資本配当率(DOE)
3.0%のいずれか高い額
※従来のDOE2.5%から3.0%へ引き上げ

ステークホルダーとの価値協創 および信頼性向上への取り組み

企業の持続可能性の追求と、社会の持続可能性の追求

1

企業の持続可能性の追求 (企業のサステナビリティ)

- 経営の健全性・透明性向上のための、コーポレートガバナンス(企業統治)体制強化にむけた取り組み
- BCP(事業継続計画)作成・見直しおよび、事業継続力強化による大規模災害対策等への対応
- 企業情報開示の強化、市場・投資家との対話の充実

2

社会の持続可能性の追求 (社会のサステナビリティ)

- 地球環境保全に配慮した活動(事業活動を通じた環境負荷の軽減)
 - 環境目標2030の目標達成に向けた実践
 - 廃棄物削減、資源の有効活用
 - 再生可能エネルギー利用
- 地域社会への参画と貢献
 - 地域の安心・安全、地域のコミュニティづくりなどの取組みを推進
 - サステナブル調達

資本コストと株価を意識した経営の実現に向けた対応

現状分析

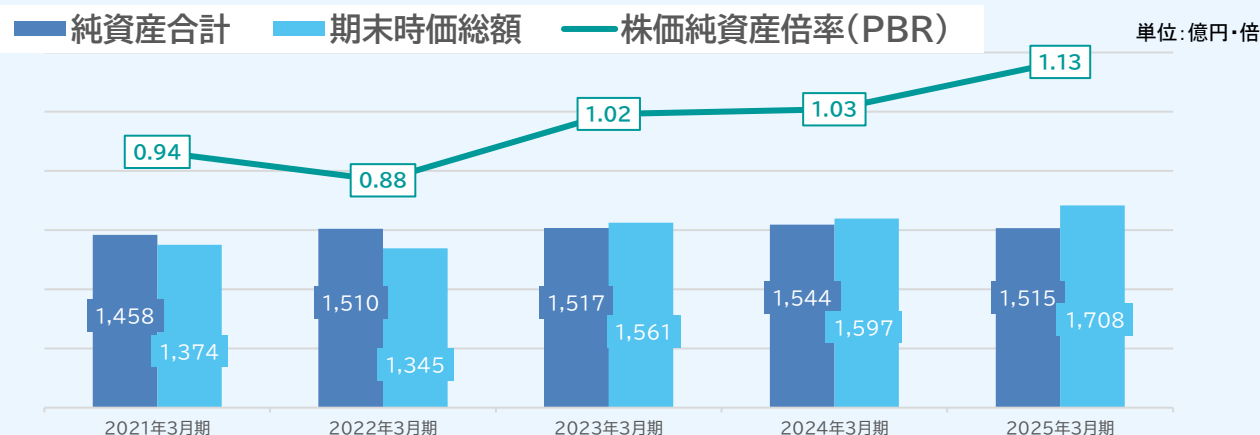
企業価値関連指標および株主資本コストの現状分析

- 当社はCAPM等により株主資本コストを5%前後と認識しており、ROEはこれを上回ってはいるものの、市場の期待リターンは当社認識の株主資本コストよりも高位であるとも考えており、PBR向上を目指して、着実にROE向上に注力する。

PBR

株価純資産倍率

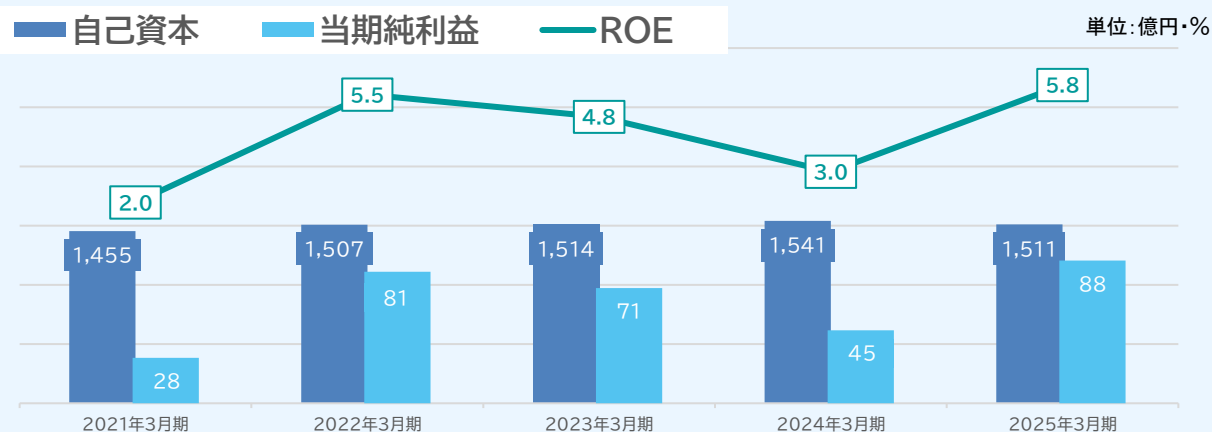
2023年3月期より
1倍超えが続き、
2025年3月期はさらに上昇



ROE

自己資本利益率

3.0%~5.8%で推移



※2021年3月期はコロナの影響を受け一時的にROEが低下

戦略展開

政策保有株式の縮減によりキャッシュを創出

政策保有株式残高

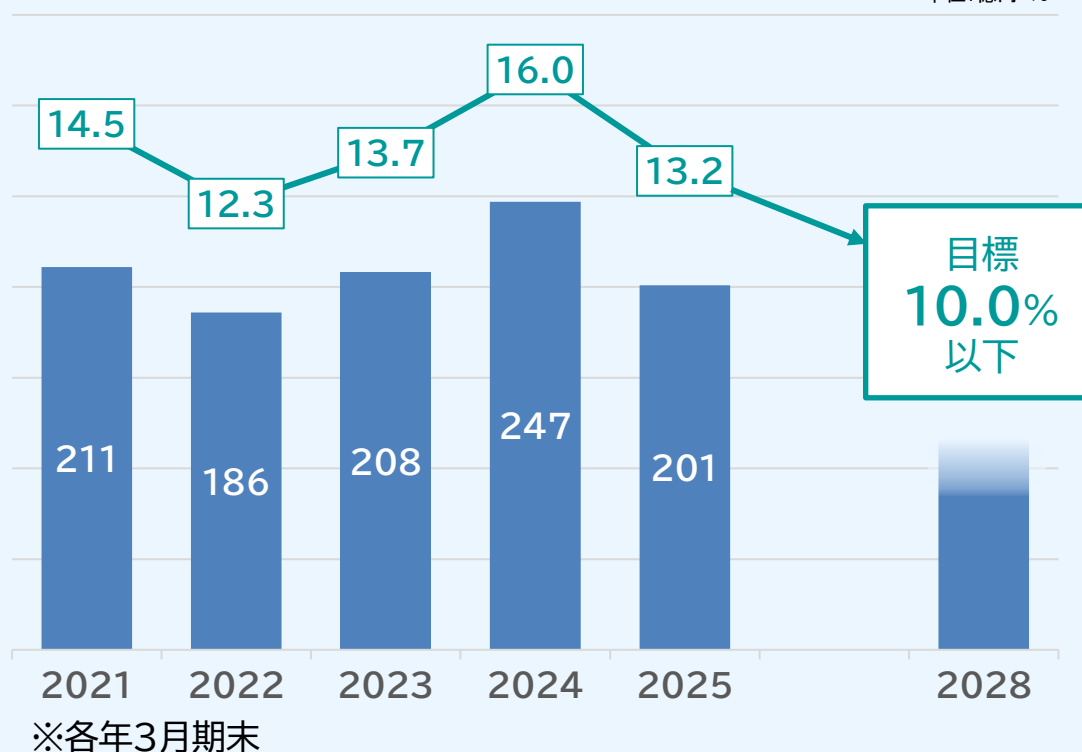
および連結純資産に
占める割合の推移

売却目標

純資産に占める
政策保有株式の割合
(上場株式のみ)
10%以下

■ 政策保有株式残高 (億円)※上場株式 — 連結純資産に占める割合(%)

単位: 億円・%



資本コストと株価を意識した経営の実現に向けた対応

戦略展開

事業戦略および財務方針に基づく3ヶ年のキャッシュアロケーション

CASH IN キャッシュイン

営業CF ↑
(2026年3月期～
2028年3月期)

約530億円
以上

政策保有株式
の縮減 ↓

金融資産
の活用 ↓

CASH OUT キャッシュアウト

維持投資
約380億円

成長投資
約300億円

株主還元
約175億円

キャッシュイン・キャッシュアウトの
バランスを考慮しながら機動的に判断

● 維持投資

- 既存システム改修
- データ基盤整備(クラウド関連)
- サステナブル関連
- 環境関連
- BCP など

● 成長投資

- 売上拡大投資
 - 効率化投資
 - 新規システム投資 など
- 約100億円

● M&A投資

- 事業ポートフォリオ変革に向けM&A投資を行う
- 約200億円

戦略の成果と財務健全性のバランスを
とりながら利益還元

配当方針
連結配当性向60%またはDOE3.0%のいずれか高い額

※自己株式取得も機動的・柔軟に実施

Appendix

(百万円)

	2024年3月期		2025年3月期 ②			
	①				前期比 ②－①	
	利益率		利益率		増減率	
売上高	146,518	—	151,739	—	+ 5,221	+ 3.6%
営業利益	2,718	1.9%	4,713	3.1%	+ 1,995	+ 73.4%
経常利益	7,270	5.0%	9,222	6.1%	+ 1,951	+ 26.8%
当期純利益	4,973	3.4%	8,341	5.5%	+ 3,368	+ 67.7%

全国チェーンお客様売上

	2024年3月期	2025年3月期			(百万円)
			増減		
				増減率	
訪販グループ	267,783	269,555	+ 1,771	+ 0.7%	
クリーンサービス合計	169,828	166,495	△3,332	△2.0%	
クリーンサービス（家庭向け）	79,360	77,019	△2,341	△3.0%	
クリーンサービス（事業所向け）	90,467	89,476	△990	△1.1%	
ケアサービス合計	58,738	62,319	+ 3,581	+ 6.1%	
サービスマスター	33,189	35,381	+ 2,192	+ 6.6%	
メリーメイド	12,045	12,863	+ 817	+ 6.8%	
ターミニックス	9,303	9,505	+ 202	+ 2.2%	
トータルグリーン	3,944	4,332	+ 388	+ 9.8%	
ホームリペア	255	237	△18	△7.2%	
レントオール	15,148	15,628	+ 479	+ 3.2%	
ヘルスレント	14,094	14,796	+ 702	+ 5.0%	
ユニフォームサービス	3,060	3,095	+ 34	+ 1.1%	
アザレプロダクツ	2,842	2,832	△10	△0.4%	
ライフケア	2,187	2,185	△1	△0.1%	
ヘルス&ビューティ	1,883	1,818	△65	△3.5%	
レスキューサービス	—	384	+ 384	+ 100.0%	
フードグループ	126,729	141,908	+ 15,179	+ 12.0%	
ミスタードーナツ	124,848	136,516	+ 11,668	+ 9.3%	
かつアンドかつ	1,849	1,902	+ 53	+ 2.9%	
ボストンハウス（健康菜園）	—	3,489	+ 3,489	+ 100.0%	
その他フード	31	—	△31	△100.0%	
その他	37,941	42,590	+ 4,649	+ 12.3%	
クリーン・ケア（海外）	8,166	9,196	+ 1,030	+ 12.6%	
ミスタードーナツ（海外）	18,985	22,140	+ 3,155	+ 16.6%	
Big Apple	1,904	2,110	+ 206	+ 10.8%	
ダスキンヘルスケア	8,885	9,143	+ 258	+ 2.9%	
合計	432,454	454,055	+ 21,601	+ 5.0%	

※ 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。

営業拠点数

	2024年3月期	2025年3月期		(拠点)
			増減	
訪販グループ	5,749	5,732	△17	
クリーンサービス	1,823	1,802	△21	
サービスマスター	1,194	1,210	+16	
メリーメイド	798	801	+3	
ターミニックス	555	544	△11	
トータルグリーン	176	185	+9	
ホームリペア	105	101	△4	
レントオール	102	98	△4	
ヘルスレント	187	189	+2	
ユニフォームサービス	215	213	△2	
アザレプロダクツ	43	43	+0	
ライフケア	95	95	+0	
ヘルス&ビューティ	456	447	△9	
レスキューサービス	—	4	+4	
フードグループ	1,033	1,080	+47	
ミスタードーナツ	1,017	1,041	+24	
かつアンドかつ	16	16	+0	
ボストンハウス	—	23	+23	
ナポリの食卓	—	14	+14	
ボーノボーノ DINING CAFÉ	—	1	+1	
BOSTON's Café	—	2	+2	
パスタアルデンティーノ	—	1	+1	
とり弁鶏	—	5	+5	
その他	10,990	10,487	△503	
クリーン・ケア（海外）	25	25	+0	
ミスタードーナツ（海外）	10,873	10,366	△507	
Big Apple	92	96	+4	
合計	17,772	17,299	△473	

※ 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。

※ 拠点数は期末営業日現在の稼働店舗数を記載しておりますが、ミスタードーナツの拠点数につきましては、期末月の稼働店舗数を記載しております。

※ 海外の拠点数は12月末現在で掲載しており、「催事・期間限定販売等の店舗」は削除しております。

また、国内の記載に合わせて、当期から期末月の稼働店舗数を記載しており、2024年3月期の拠点数も稼働店舗数としております。

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]
 - ・エアーコントロール[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[ボトルドウォーター]
- **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]
- **ライフケア** [高齢者生活支援]
- **レスキューサービス** [鍵の交換や修理等に対応]

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]
 - ・エアーコントロール [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]
- **レスキューサービス** [鍵の交換や修理等に対応]

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]

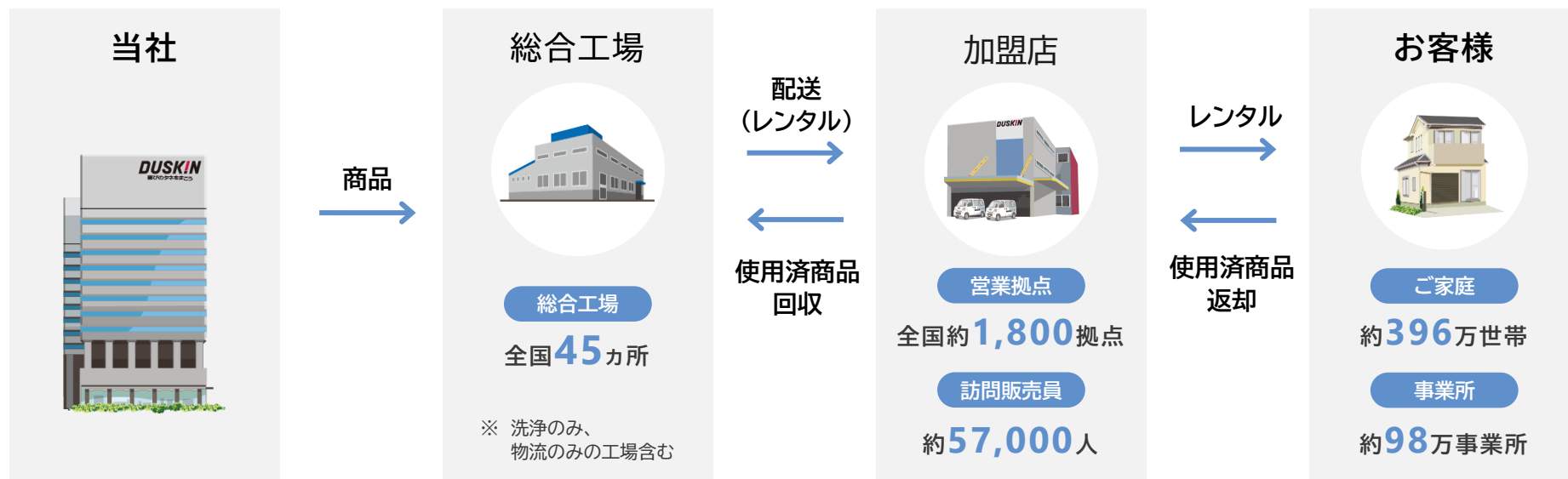
フードグループ

- **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]
- **ナポリの食卓他**
[イタリアンレストラン]

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

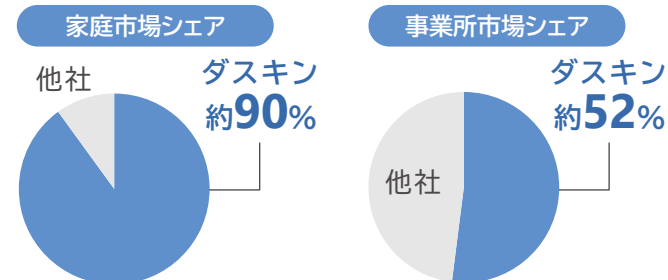
加盟店を通じて家庭や事業所などのお客様に、清掃・衛生用品をレンタルで提供



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

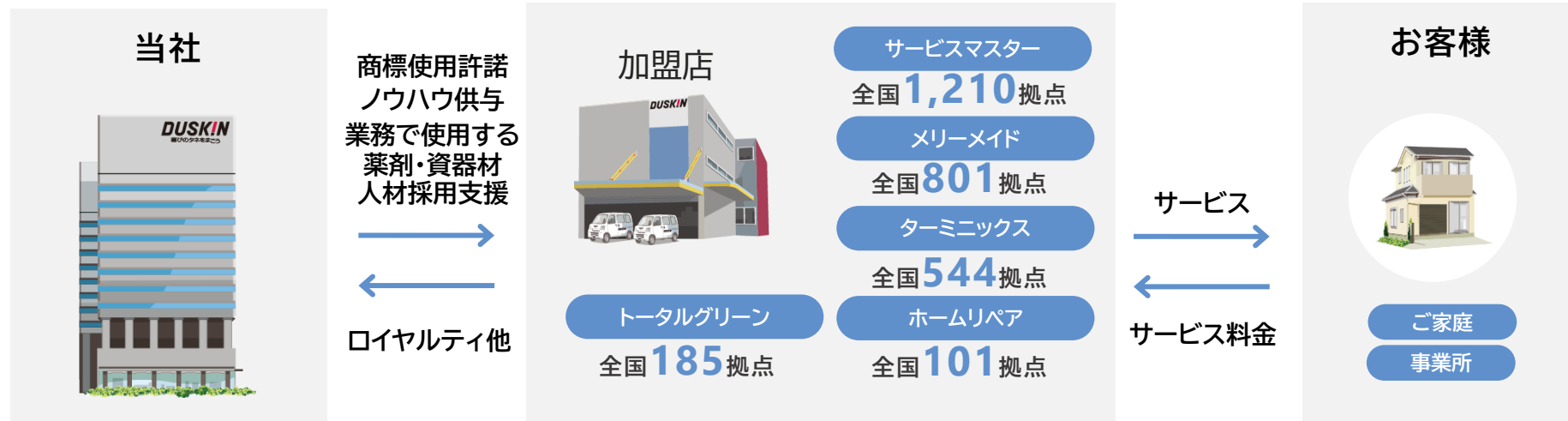
市場シェア



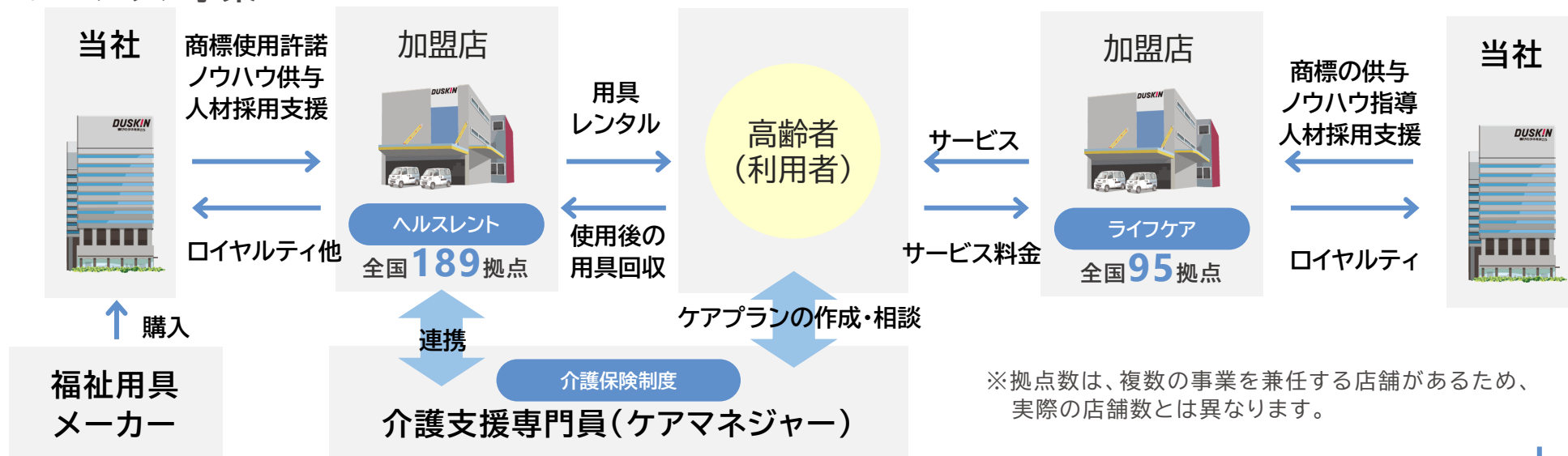
※一般社団法人日本ダストコントロール協会データ参考(当社調べ)

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

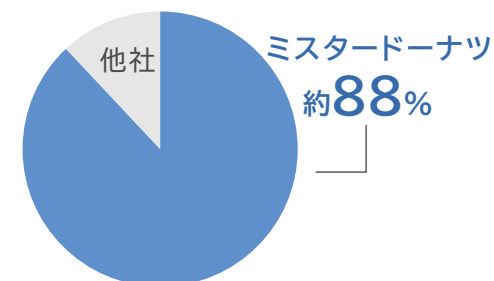


競争優位

- 1,000店超の「店舗」というお客様との接点基盤
- 50年以上の歴史と確立されたドーナツブランド
- テイクアウト需要への対応
- 最高水準の素材と技術をもったブランドとの共同開発
- 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、期末月の稼働店舗数を記載しております。

市場シェア



※出典: 株式会社富士経済
「外食産業マーケティング便覧2025 No.1」



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。