

DUSKIN
喜びのタネをまこう

株式会社ダスキン 会社説明会

プライム市場
証券コード 4665



本日のテーマ概要

①

DUSKINについて

②

中期経営方針 2022

③

株主還元



DUSK!N について

存在意義

人に、社会に、「喜びのタネまき」を

企業目的

1. ダスキンは、「道と経済の合一」を目指します。
2. ダスキンは、人を愛し、人を育てます。
3. ダスキンは、責任をもって、“めい・あい・へるぷ・ゆう？”
と言えるように研鑽しつづけます。
4. ダスキンは、「喜びのタネまき」をいたします。

今も生き続ける創業者の想い



その原点は、「祈りの経営」を生涯追求した
創業者・鈴木清一の思想にあります。

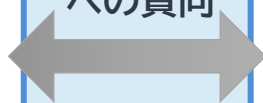
「利益は喜びの取引から生まれるもの」として、
お客様の喜びを第一とする創業者の想いは、
大切に継承され続けています。

フランチャイズ契約



- 商標の供与
- ノウハウの指導
- システムの提供
- 商品/資器材/原材料 他

経営理念
への賛同



〈全国営業拠点数〉

6,742拠点

(2023年3月末現在)



- 訪問販売
- 定期レンタル
- 店舗販売

連結売上高
(2023年3月期)

1,704億円

お客様売上高
(2023年3月期)

4,117億円

その他

約8%

- ダスキンヘルスケア
- 海外 他

訪販グループ

約63%

- クリーンサービス
- ケアサービス
- シニアケア 他

フードグループ

約29%

- ミスタードーナツ 他



主な事業内容

クリーンサービス

1,838
拠点



衛生環境を整える
DUSKIN

清掃・衛生用品の
レンタルと販売

シニアケア

2事業計
276
拠点



Health
Rent
ヘルスレント

LifeCare
DUSKIN
タスキライフケア

高齢者の暮らしの
お手伝い
介護用品・福祉用具の
レンタルと販売

ケアサービス(役務提供サービス)

5事業計
2,795
拠点

プロのおそうじ

ServiceMASTER

家事の代行

merry maids

害虫駆除・総合衛生管理

TERMINIX

緑と花のお手入れ

Total Green

住まいの補修

HomeRepair

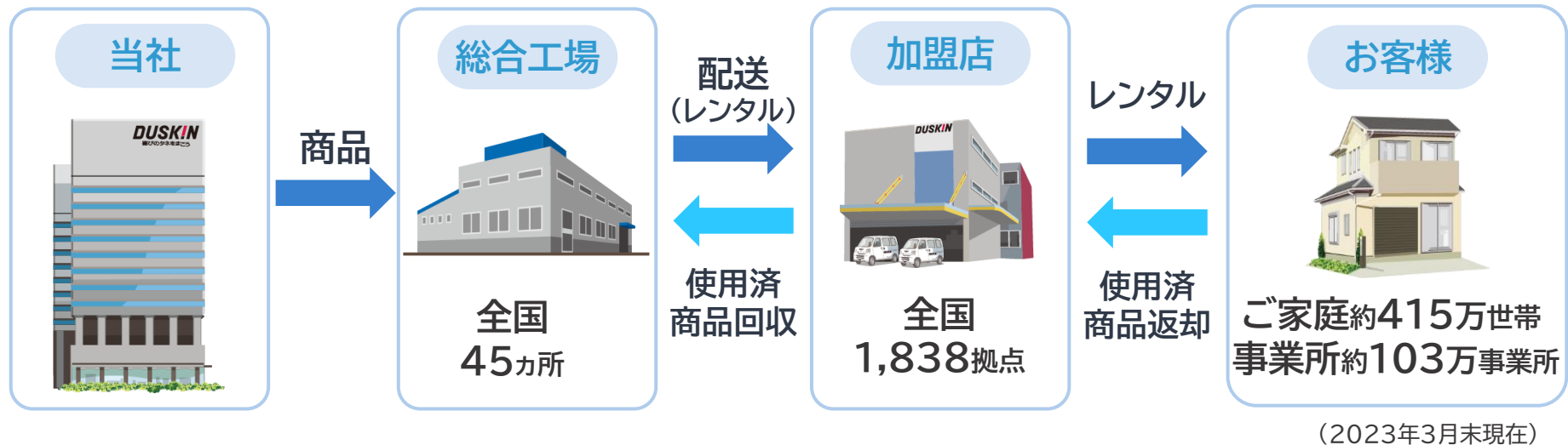


ご家庭から事業所まで
プロの技術で
お困りごとを解決

クリーンサービス事業(モップ・マット商品)



- 全国の加盟店を通じてご家庭や事業所のお客様に、モップ・マット商品をレンタル
- 地域密着のフランチャイズ加盟店網が、当社の事業資産として大きな強みのひとつ



競争優位

- 強固な顧客基盤
- 地域密着のフランチャイズ加盟店網と商品配送システム
- 60年の歴史に裏打ちされた信頼と安心
- 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
- 広範な研修カリキュラムや充実した教育設備

事業内容

ミスタードーナツ

国内
998
店舗



手づくりドーナツと
多彩なメニュー

かつアンドかつ

15
店舗



とんかつレストラン

(店舗数:2023年3月末現在)

- お客様に「いいこと」を体感いただくため、楽しさ、おいしさの提供を追求
- フランチャイズ店舗網における顧客接点基盤が当社の成長を支える大きな資産



(2023年3月末現在)

競争 優位

- 約1,000店のフランチャイズ店舗網
での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
技術を持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
できる独自の研修・教育システム



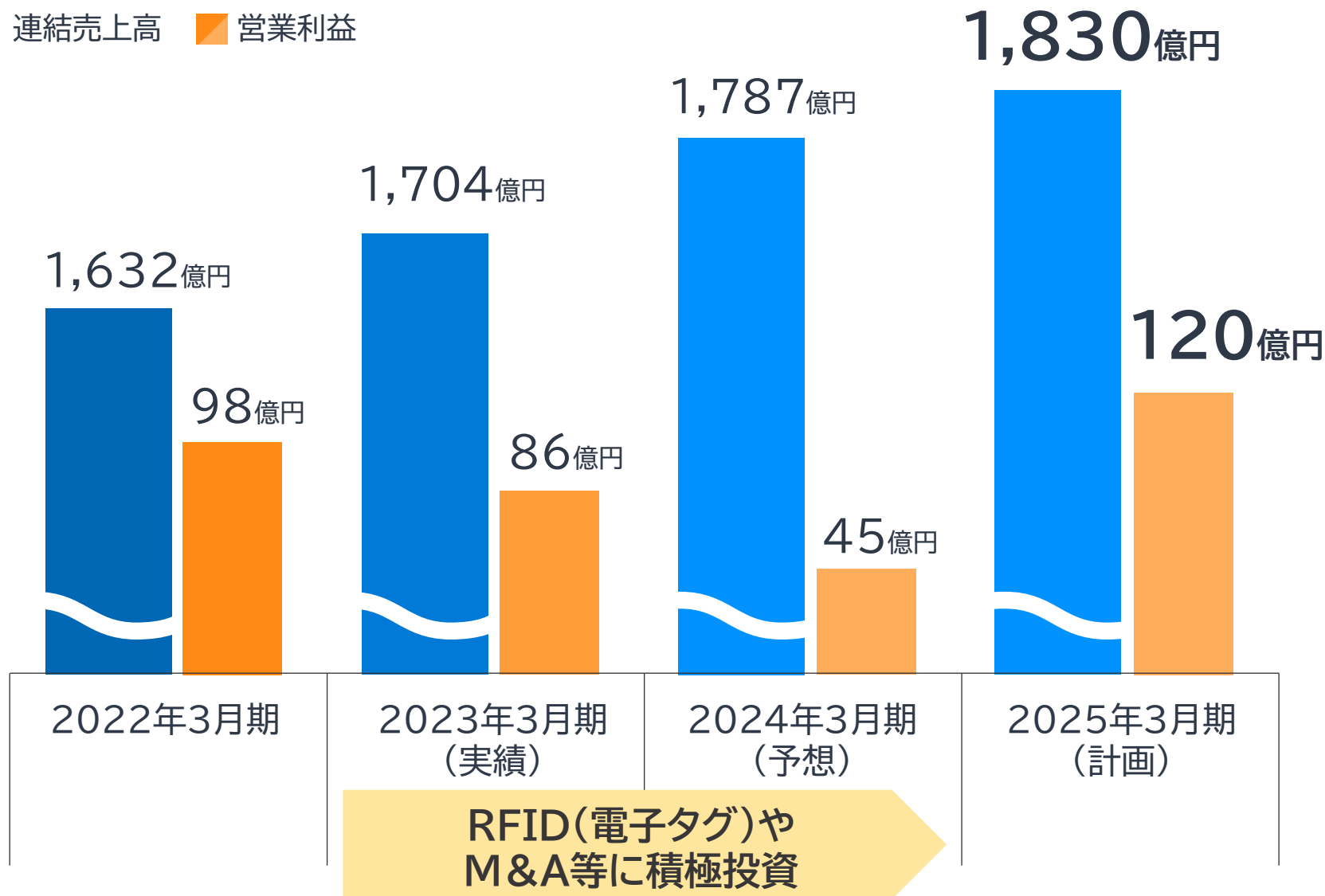
中期経営方針2022

ONE DUSKIN
世界一ひとにやさしいダスキン



中期経営方針2022 数値目標(連結)

■ 連結売上高 ■ 営業利益



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
- 新しい成長機会への投資



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



訪販グループ 既存事業の変革と発展

情報と流通の改革

洗浄・物流戦略

RFID(電子タグ)の導入
スマートファクトリー化による効率化



組織戦略

家庭用営業専任組織の構築

- 2023年度より加盟店へ展開



CX(顧客体験)戦略

デジタルでの情報発信

- EコマースやSNS等による情報発信のチャネル拡大

DDuet会員の活用



- デジタルコミュニケーションの強化

拠店戦略

5事業計
2,795
拠点

ケアサービス事業 出店計画

3年間で**367**拠店増

2事業計
276
拠点

シニアケア事業 出店計画

3年間で**71**拠店増

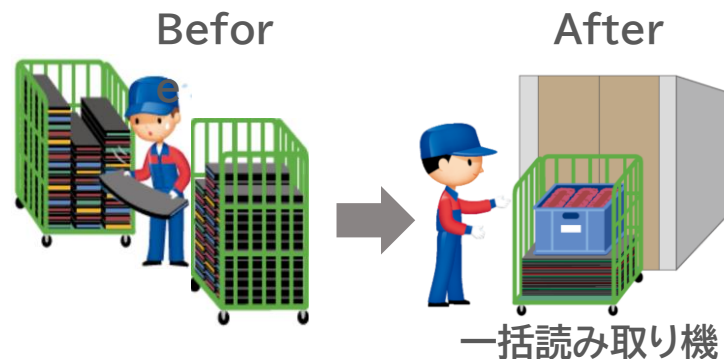


訪販グループ 既存事業の変革と発展

情報と流通の改革

RFID (電子タグ)

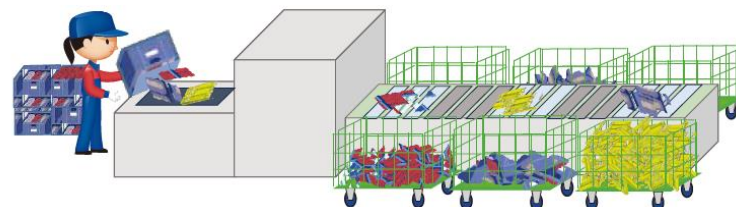
すべてのマット・モップにRFID(電子タグ)を取付け、リーダーの読取により非接触で個別情報を得ることが可能



スマートファクトリー

革新的な設備機器の開発・導入
RFID(電子タグ)と連動した業務フローの自動化により、省人化を図る

総合工場



自動仕分け機

加盟店

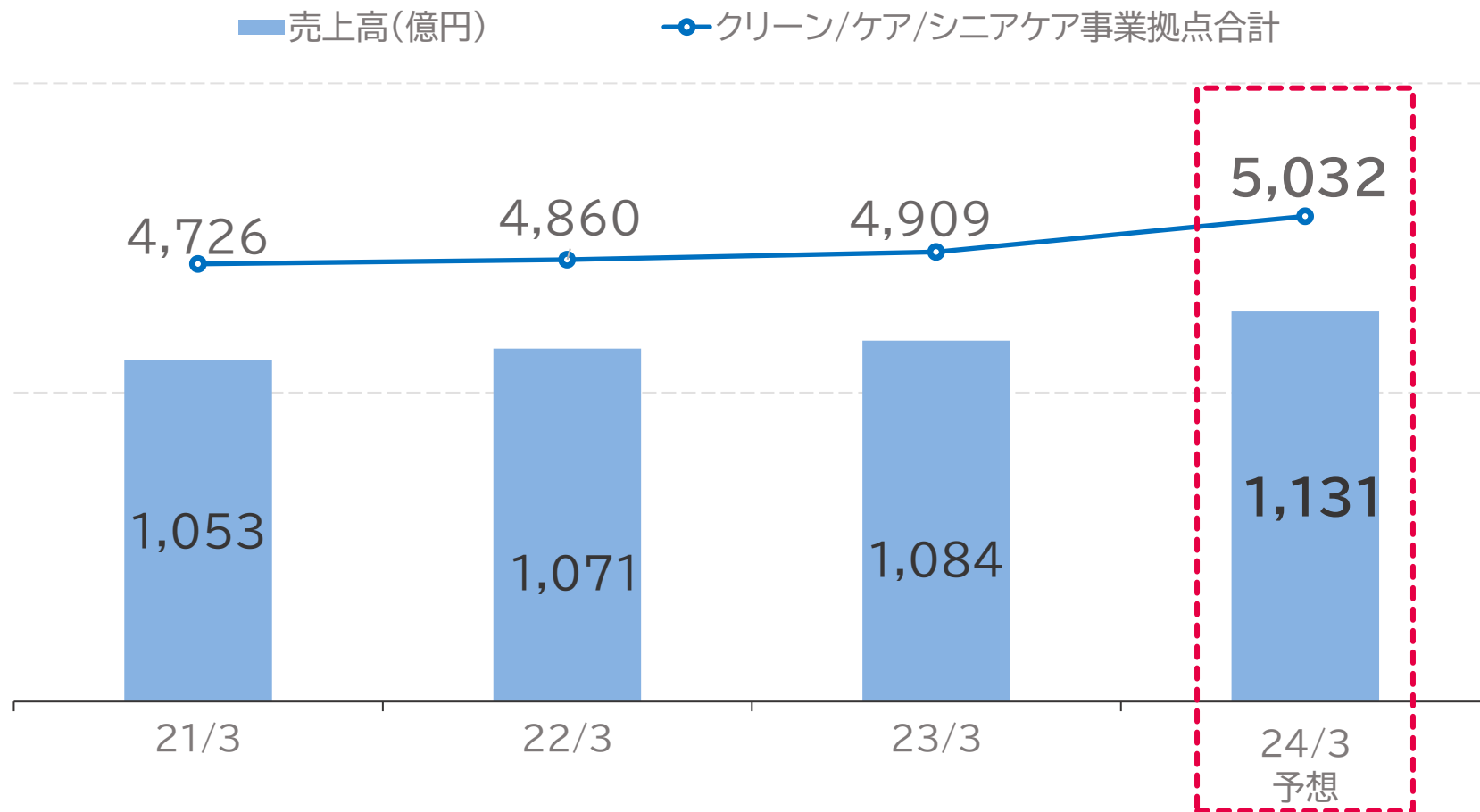


- ・自動仕分け機
- ・自動品質検査機
- ・自動梱包機等を開発中



訪販グループ 既存事業の変革と発展

売上高と拠点数





フードグループ 既存事業の変革と発展

100円
セール廃止
出店形態
の見直し



お客様の利用動機拡大

misdo meets

最高水準の素材と技術をもつ
ブランドとの共同開発

ミスドゴハン

朝食・ランチ・軽食メニューの充実

新業態・新サービスの展開

郊外のドライブスルー
駅ナカキッチンレスショップ
ミスドネットオーダー
デリバリーサービス
ピックアップドア

定番ドーナツ周年企画

「白いポン・デ・リング」



20周年を記念したポン・デ・リング
2023年6月14日から8月下旬まで数量・期間限定で発売(順次販売終了予定)

misdo meets

「misdo meets 祇園辻利」



宇治茶専門店「祇園辻利」と共同開発
2023年4月26日から5月下旬まで数量・期間限定で発売(現在は販売終了)

ミスドゴハン

「ザクもっちリング」



テイクアウトもできる軽食メニュー
2023年6月2日から発売
ショップにより販売時間・販売個数は異なる



フードグループ 既存事業の変革と発展

情報と流通の改革


出店戦略

新規出店	32店
稼働店舗数 (2023/3月期)	998店
うち、改装新型店舗	702店

テイクアウト専門店



CX(顧客体験)戦略

 ゆっくり選べるド!
misdo
ネットオーダー

ネットオーダー
認知率 **52%** (2023/3月期)

 お店のドーナツ、あなたのもとへ。
ミスドで
出前館!

デリバリー導入店舗
360店 (2023/3月期)

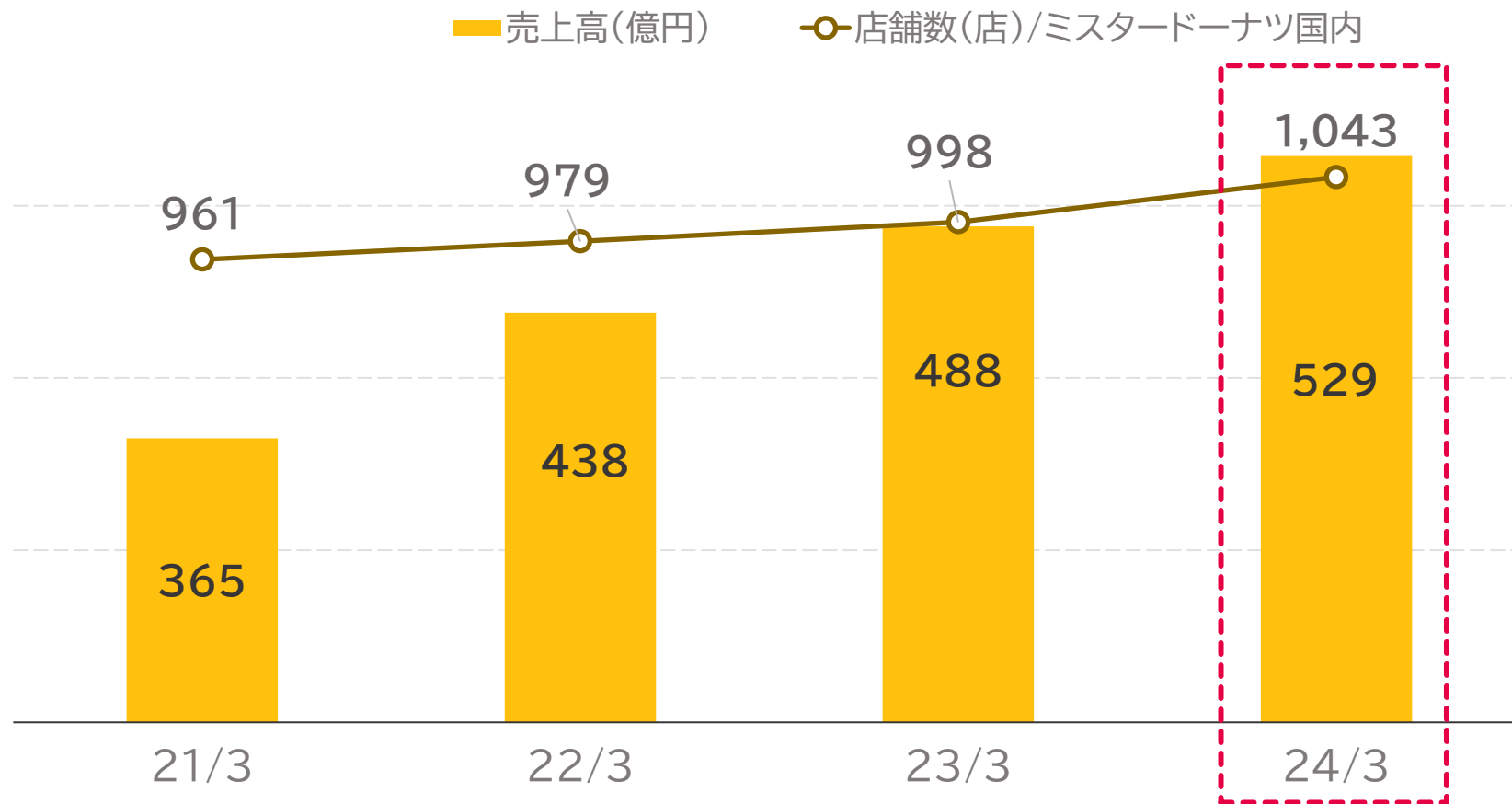
2023年7月追加導入

楽天ペイ・メルペイなど
キャッシュレス決済 **20ブランド**



フードグループ 既存事業の変革と発展

売上高と店舗数





新しい成長機会への投資

M&A,R&D投資等の積極化

- ▶ 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において新たな価値を創造
- 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

海外戦略

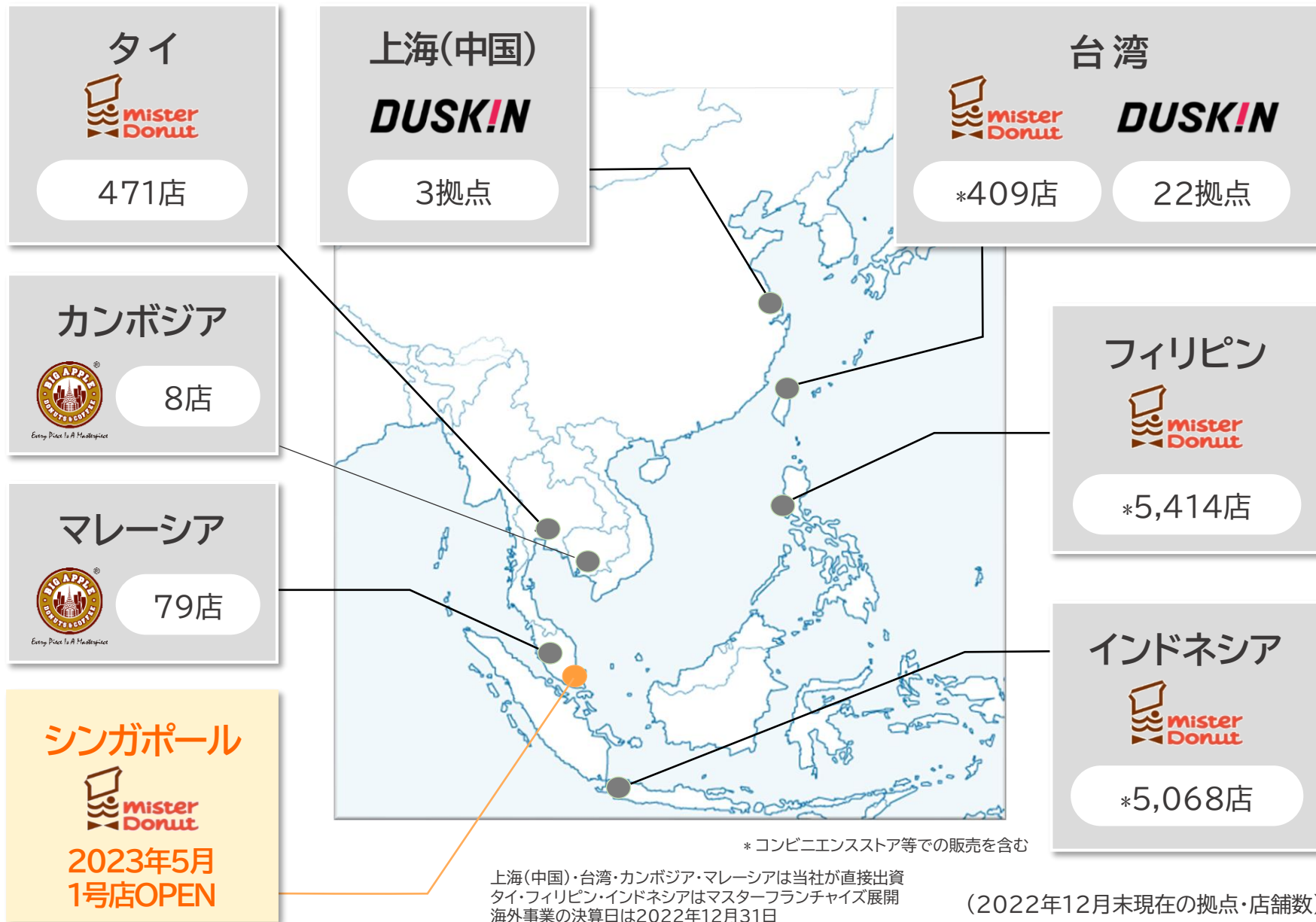
- ▶ 現状の展開国の成長に加えて、市場環境を含めた各国の情勢を見極めた上で、アジアの未展開国等への進出を検討・実行
- シンガポールにおいてミスタドーナツ事業を展開することを目的とし、RE&S Enterprises Pte. Ltd. との間でマスターフランチャイズ契約を締結。

シンガポール1号店

「ミスタドーナツJUNCTION8(ジャンクションエイト)シヨップ」オープン



海外展開





サステナブルな社会と経営の実現に向けた取り組み

- 循環型社会の形成に貢献しながら持続的に成長するため3R*1を推進
- 環境負荷が少ない社会づくりや脱炭素社会の実現に向けて積極的に取り組む

～2023年3月期

ダスキンの環境目標2030 (DUSKIN Green Target 2030)

循環型社会に貢献し成長

クリーンサービス事業

レンタル循環システム

モップ・マットレンタル回収率

100%



再生97.6% 新品2.4%

ミスタードーナツ事業

1974年からくり返し使える陶器・ガラス製食器を使用

環境負荷が少ない社会づくり

廃棄物削減、資源の有効活用



食品ロス量
(2000年比)

半減

化石資源由来
プラスチック
(2000年比)

25%
排出抑制

容器包装
プラスチック
リサイクル率

60%

脱炭素社会の実現

気候変動への対応



再生可能エネルギー
利用率

50%

ダスキングループ
拠点CO₂排出量
(2013年比) スコープ1,2

46%減

サプライチェーン
CO₂排出量
(2013年比) スコープ3

26%減

*1 Reduce(リデュース)、Reuse(リユース)、Recycle(リサイクル)の3つのRの総称



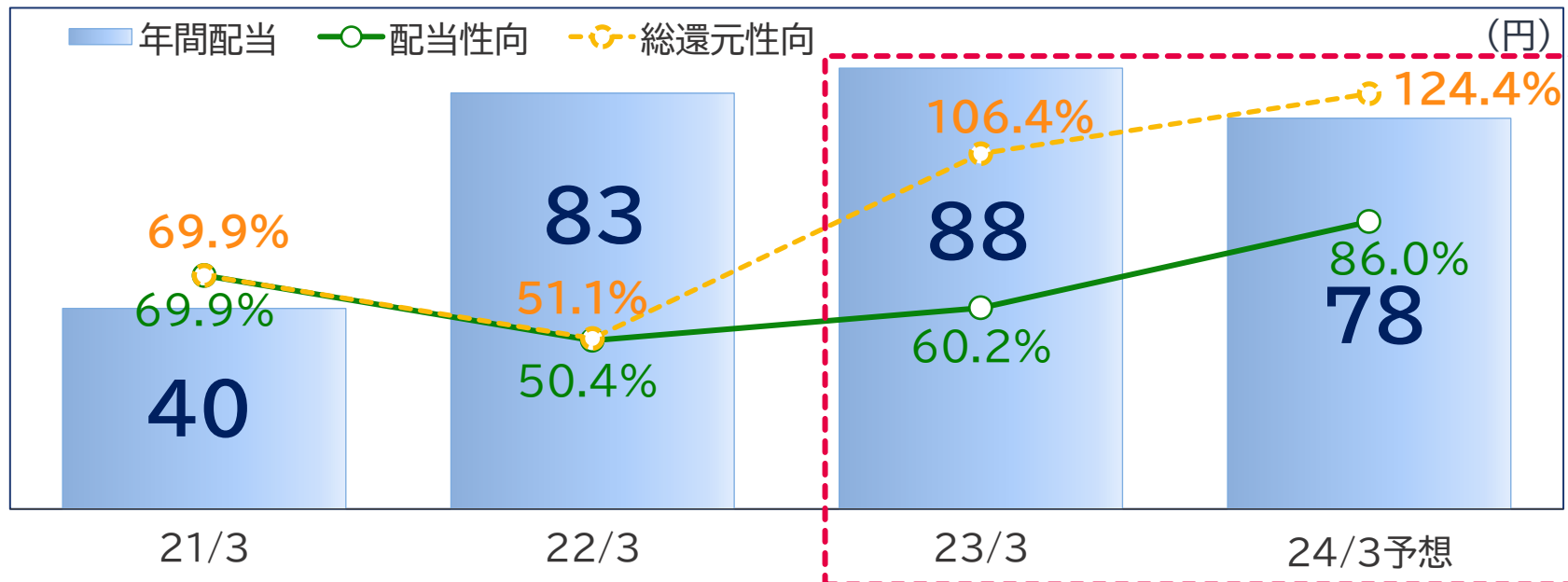
株主還元

■ 株主還元方針

「2023年3月期より、**連結配当性向**を50%から**60%**に変更
下限指標となる**自己資本配当率(DOE)2.5%**のいずれか高い額で
配当額を決定

「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**を目標に利益還元する方針

< 配当予想 >



< 自己株式取得 >

計画 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

実行 取得した株式の総数：1,621千株、49億99百万円
取得終了日：2023年7月14日

当社の商品・サービスをご利用いただくために



➔ 9月末、3月末時点の株主様に対して

- 100株以上300株未満の株主様 ご優待券 1,000円分(500円券×2枚)
- 300株以上の株主様 ご優待券 2,000円分(500円券×4枚)

※モスバーガー  各店舗でも使用できます。



長く保有していただくために

➔ 「長期保有株主優遇制度」(9月末・3月末)

- 3年以上継続保有の株主様 ご優待券 500円分(500円券×1枚)

予想PER *1

35.5倍

PBR *2
(2023年3月期)

1.03倍

予想配当利回り*3

2.4%

2023/6/30 終値3,218円

— ダスキン株価(左軸) — 日経平均(右軸)



*1 終値3,218円/EPS(予想)90.72円

*2 終値3,218円/BPS(前期末)3120.70円

*3 年間配当(予想)78円/終値3,218円

■ 当社ホームページで様々なIR情報を掲載しています。是非ご覧ください。

URL: <https://www.duskin.co.jp/ir/>

ダスキンの IR 検索



会社情報

サステナビリティ

研究開発

株主・投資家情報

商品・サービス

ニュース

採用情報

加盟店募集



ホーム > 株主・投資家情報 > 個人投資家の皆様へ

株主・投資家情報

▶ 個人投資家の皆様へ

- ▶ よくわかるダスキンの
- ▶ これまでの歩み
- ▶ 事業内容
- ▶ ダスキンの強み
- ▶ 業績推移
- ▶ 株主優待
- ▶ 個人投資家向け説明会

▶ 経営方針 >

▶ 財務・業績情報 >

▶ 株主・株式情報 >

▶ IR資料室 >

▶ IRカレンダー >

▶ IRニュース（適時開示情報） >

▶ その他 >

個人投資家の皆様へ



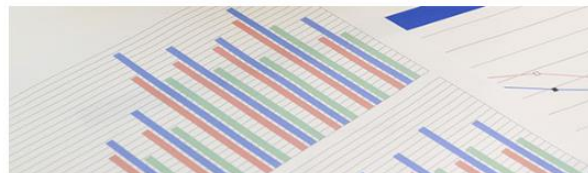
よくわかるダスキンの

より一層ダスキンを知っていただくための情報をピックアップしています。



これまでの歩み

ダスキンのこれまでの歩みについて掲載しています。



事業内容

ダスキンの事業内容について掲載しています。



ダスキンの強み

ダスキンの強みについて掲載しています。



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。

Appendix

会社名	株式会社ダスキン
本社所在地	大阪府吹田市豊津町1番33号
代表者	代表取締役 社長執行役員 大久保 裕行
会社設立	1963年(昭和38年)2月4日
資本金	113億円
売上高	連結 1,704億円 (2023年3月期) 単体 1,385億円 (2023年3月期)
全国チェーン店 お客様売上高	4,117億円 (2023年3月期)
従業員数 ※2023年3月末現在	連結 3,739名 単体 1,989名

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	—	—	—

(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		予想比③-②	
								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

(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	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>

misdo 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

(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	
	売上高	利益率	売上高	利益率	売上高	利益率	増減率	増減率	乖離率	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					
				利益率			利益率			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

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。