

2025年3月期 第2四半期(中間期)

決算説明会

株式会社 **タスキ**

2024年11月22日

ページ

連結業績ハイライト	2
前年同期比増減	3
予想比乖離	4
連結貸借対照表の状況	5
訪販グループ 業績概況	6
営業利益	7
フードグループ 業績概況	8
営業利益	9
その他 業績概況	10
2025年3月期セグメント別業績予想	11
株主還元	13
中期経営方針2022進捗	14
Appendix	25

連結業績ハイライト(前年同期比・予想比)

<前年同期比> 訪販グループ、フードグループ、その他 すべて増収となり、連結売上高+6.9%
 フードグループの増収及びRFID取り付け完了に伴う原価減少を主因として営業利益増加

<公表予想比> 売上は、訪販グループは僅かに下振れたものの、フードグループは大幅上振れ
 利益面では、フードグループが大きく上振れた一方で、訪販グループは原材料費や物流費等の高騰の影響が大きく、大幅に下振れ。その結果、連結営業利益も大きく下振れとなった。

(百万円)

	2024年3月期 第2Q ①		公表 (2024.5.15) 予想 ②		2025年3月期 第2Q ③		前年同期比 ③-①		予想比 ③-②	
	利益率		利益率				増減率		乖離率	
売上高	85,821	—	89,900	—	91,727	—	+5,906	+6.9%	+1,827	+2.0%
営業利益	2,947	3.4%	5,400	6.0%	3,924	4.3%	+976	+33.1%	△1,475	△27.3%
経常利益	4,104	4.8%	7,000	7.8%	5,503	6.0%	+1,399	+34.1%	△1,496	△21.4%
親会社株主に帰属する 中間純利益	2,648	3.1%	4,900	5.5%	3,490	3.8%	+841	+31.8%	△1,409	△28.8%
EPS	54.97円	—	101.83円	—	72.98円	—	+18.01円	32.8%	△28.85円	△28.3%

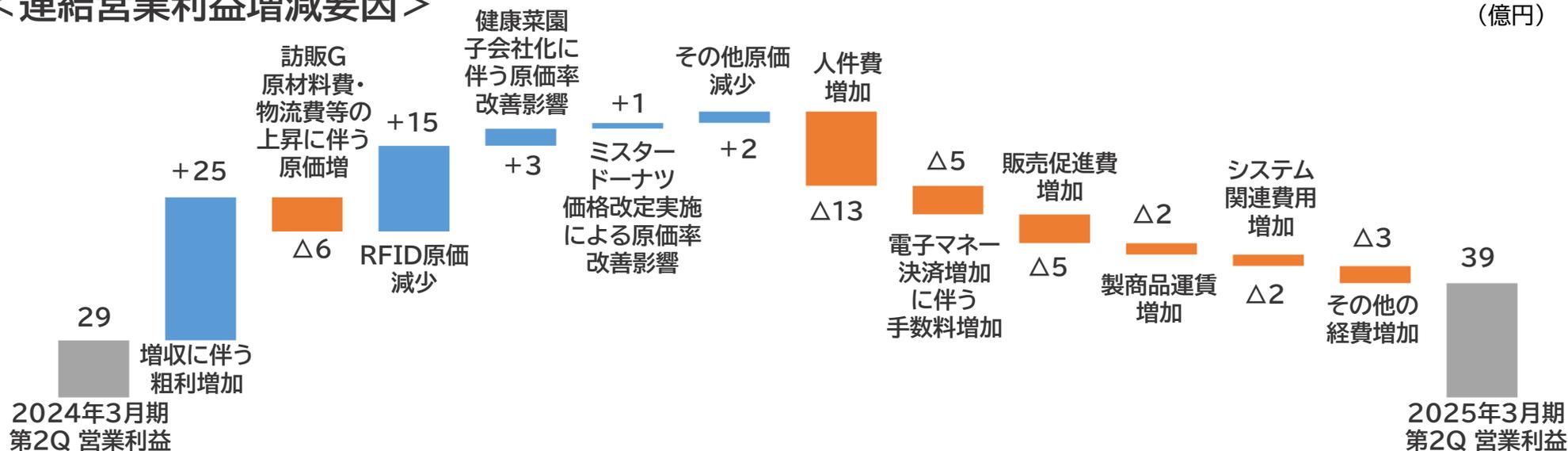
前年同期比増減

(百万円)

		2024年3月期 第2Q ①		2025年3月期 第2Q ②		前年同期比 ②-①	
		利益率		利益率		増減率	
訪販グループ	売上高	53,434	—	53,743	—	+309	+0.6%
	営業利益	2,620	4.9%	3,073	5.7%	+453	+17.3%
フードグループ	売上高	25,944	—	31,168	—	+5,223	+20.1%
	営業利益	3,109	12.0%	3,754	12.0%	+645	+20.8%
その他	売上高	7,799	—	8,241	—	+441	+5.7%
	営業利益	243	3.1%	313	3.8%	+69	+28.7%
全社・消去	売上高	△1,357	—	△1,425	—	△67	—
	営業利益	△3,025	—	△3,217	—	△192	—
連結	売上高	85,821	—	91,727	—	+5,906	+6.9%
	営業利益	2,947	3.4%	3,924	4.3%	+976	+33.1%

<連結営業利益増減要因>

(億円)

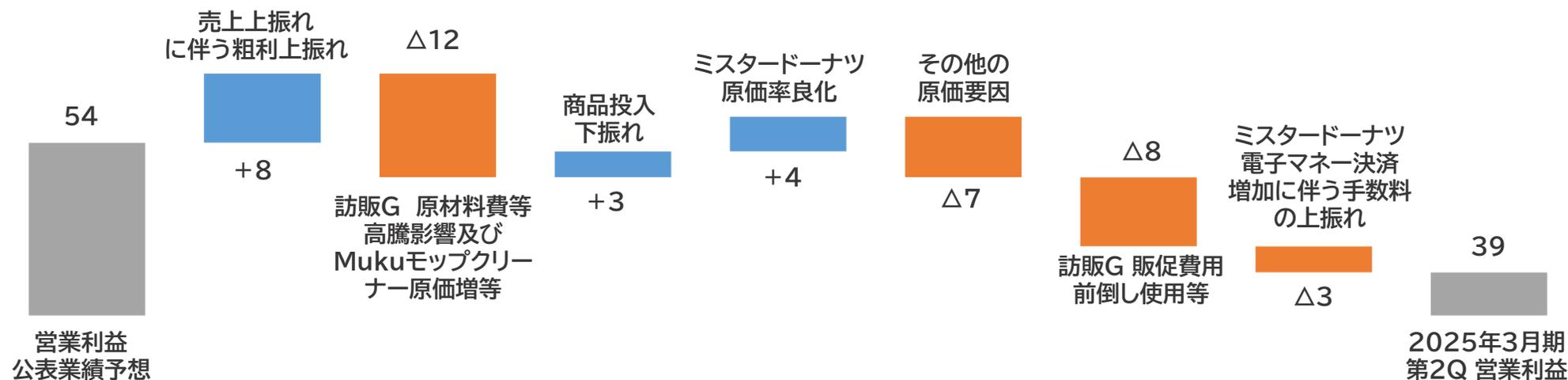


(百万円)

		2024.5.15公表 セグメント別予想 ①		2025年3月期 第2Q ②		
		利益率		利益率		予想比 ②-① 乖離率
訪販グループ	売上高	54,100	—	53,743	—	△356 △0.7%
	営業利益	5,500	10.2%	3,073	5.7%	△2,426 △44.1%
フードグループ	売上高	29,200	—	31,168	—	+1,968 +6.7%
	営業利益	2,900	9.9%	3,754	12.0%	+854 +29.5%
その他	売上高	8,000	—	8,241	—	+241 +3.0%
	営業利益	300	3.8%	313	3.8%	+13 +4.4%
全社・消去	売上高	△1,400	—	△1,425	—	△25 —
	営業利益	△3,300	—	△3,217	—	+82 —
連結	売上高	89,900	—	91,727	—	+1,827 +2.0%
	営業利益	5,400	6.0%	3,924	4.3%	△1,475 △27.3%

<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)

	2024年3月期末	2025年3月期 第2Q末	
			前期比増減
現金及び預金	14,434	14,695	+261
売上債権	11,158	10,986	△171
棚卸資産	11,607	11,838	+230
有価証券	12,200	9,000	△3,200
その他	9,903	10,505	+602
流動資産	59,305	57,026	△2,278
有形固定資産	50,489	50,237	△251
無形固定資産	7,414	7,674	+259
投資有価証券	73,877	70,092	△3,785
その他	11,008	11,113	+105
投資その他の資産	84,885	81,206	△3,679
固定資産	142,789	139,117	△3,671
資産合計	202,094	196,144	△5,950
買入債務	7,800	7,111	△688
その他	28,978	28,700	△277
流動負債	36,778	35,812	△966
長期借入金	747	472	△275
その他	10,099	9,473	△625
固定負債	10,847	9,946	△901
負債合計	47,626	45,758	△1,867
資本金	11,352	11,352	±0
利益剰余金	122,533	122,875	+342
自己株式	△5,464	△8,662	△3,198
その他有価証券評価差額金	11,342	10,524	△818
その他	14,704	14,295	△408
純資産	154,468	150,386	△4,082
負債・純資産合計	202,079	196,144	△5,950

流動資産

金銭合同信託等の減少により
「有価証券」が減少

固定資産

保有株式の一部売却、保有株式の含み
益減少、運用債権の償還等により「投資
有価証券」が減少

流動負債

「支払手形及び買掛金」「未払金」等
が減少

純資産

自己株式取得 3,436百万円
(取得株数 927,500株)

(百万円)

	2024年3月期 第2Q ①		2024.5.15公表 予想 ②		2025年3月期 第2Q ③					
	利益率		利益率		利益率		前年同期比 ③-①		予想比 ③-②	
	増減率		乖離率		増減率		乖離率		乖離率	
売上高	53,434	—	54,100	—	53,743	—	+309	+0.6%	△356	△0.7%
営業利益	2,620	4.9%	5,500	10.2%	3,073	5.7%	+453	+17.3%	△2,426	△44.1%

<売上高前年同期比>

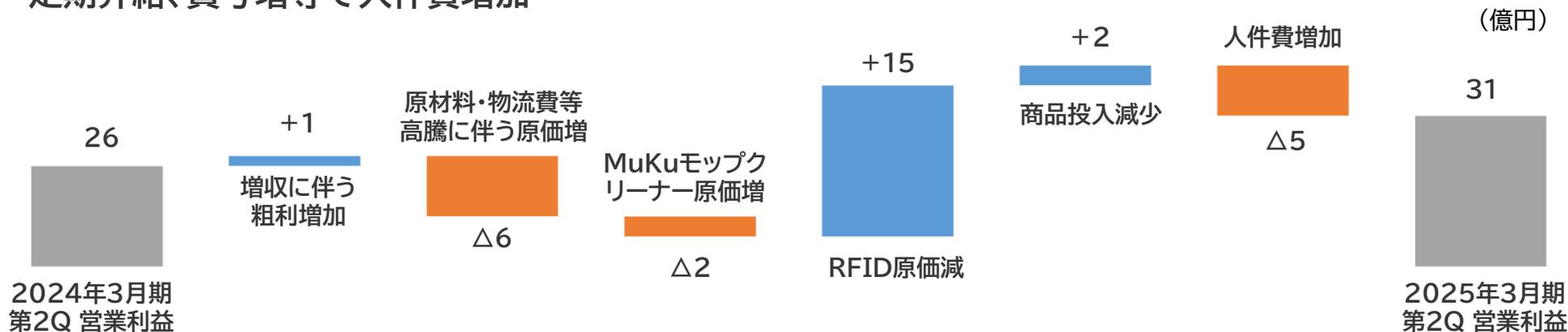
- ・主力のクリーンサービス事業の他、レントオール事業が減収の一方で、ケアサービス事業、ユニフォームサービス関連事業、化粧品関連事業、ライフケア事業、ヘルスレント事業は増収
- ・鍵のトラブル対応「レスキューサービス事業」の増収も寄与
- ・クリーンサービス事業
 - 家庭向け……家庭用営業専任組織及びデジタルチャネルによる獲得により、顧客軒数の減少幅は縮小
 - 事業所向け……モップ商品売上増加(新商品「抗菌エレクトロン」効果)、主力のマット商品売上は微減

<売上高業績予想比>

ケアサービス等は概ね計画どおりに推移するもクリーンサービス事業が下振れし、全体でも僅かに下振れ

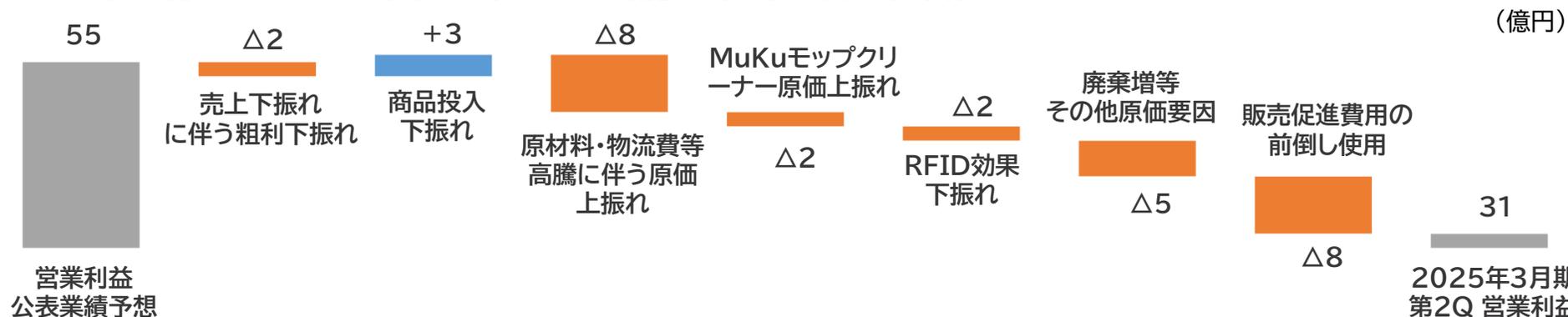
< 営業利益前年同期比 >

原材料・物流費等の高騰の影響を大きく受ける一方、RFID取り付けに伴う原価減少等により原価率改善
定期昇給、賞与増等で人件費増加



< 営業利益業績予想比 >

想定以上の原材料費・物流費等のUP、販促費用の前倒し使用が営業利益下振れの主要因
RFID取り付けによる効率化効果も遅れ(能登半島地震の影響)



(百万円)

	2024年3月期 第2Q ①		2024.5.15公表 予想 ②		2025年3月期 第2Q ③					
	利益率		利益率		利益率		前年同期比 ③-① 増減率		予想比 ③-② 乖離率	
売上高	25,944	—	29,200	—	31,168	—	+5,223	+20.1%	+1,968	+6.7%
営業利益	3,109	12.0%	2,900	9.9%	3,754	12.0%	+645	+20.8%	+854	+29.5%

<売上高前年同期比>

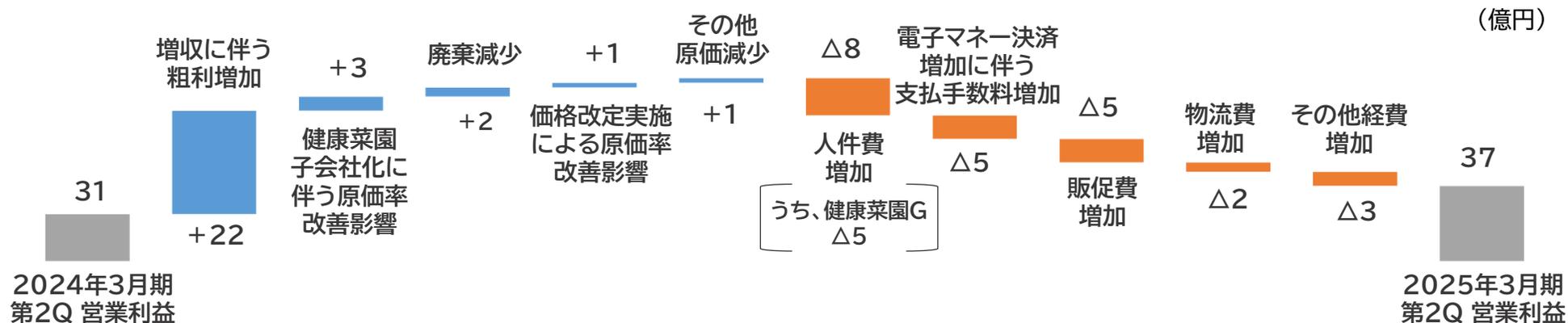
- ・ミスタードーナツは好調を維持、お客様売上は26ヵ月連続前年同月を上回る
 - ・全店ベースお客様売上 前年同期対比+15.8%
 - ・既存店ベースのお客様売上 前年同期対比+13.9%
 - ・稼働店舗数 前期末比+13店(1,017店⇒1,030店)
 - ・来店お客様数 +10.3%、お客様単価 +5.4%
- ・前期子会社化した健康菜園株式会社グループの損益を当期から計上

<売上高業績予想比>

- ・2024.7.3 ポン・デ・リング、オールドファッション等定番商品19種の価格改定後も来店お客様数増加
- ・民放TV番組でミスタードーナツが採り上げられたこともあり大幅に上振れ

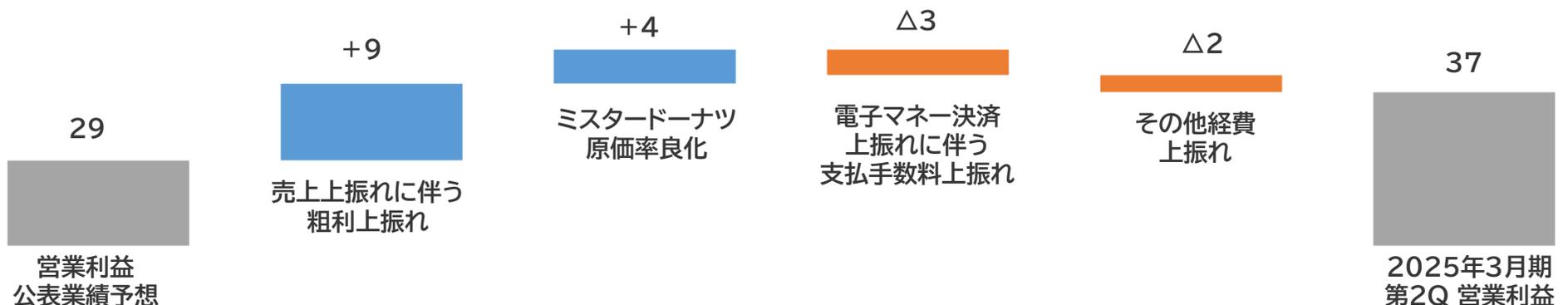
< 営業利益前年同期比 >

増収に伴う粗利の増加により増益、健康菜園の損益計上も原価率改善に寄与
電子マネー決済増加に伴う支払手数料、宣伝広告費増加



< 営業利益業績予想比 >

売上上振れで粗利上振れ



(百万円)

	2024年3月期 第2Q ①		2024.5.15公表 予想 ②		2025年3月期 第2Q ③		前年同期比 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	7,799	—	8,000	—	8,241	—	+441	+5.7%	+241	+3.0%
営業利益	243	3.1%	300	3.8%	313	3.8%	+69	+28.7%	+13	+4.4%

<売上高・営業利益前年同期比>

- ・ダスキン共益は増収増益、ダスキンヘルスケアは増収ながら労務費増で減益
- ・海外事業

ダスキン上海、ビッグアップルは、円安が寄与して前年同期を上回る

前期進出したミスタードーナツシンガポールが好調で、国内からの材料売上が増加

<売上高・営業利益業績予想比>

ミスタードーナツシンガポールは計画以上に出店が進み、ドーナツ材料売上が上振れ

2025年3月期 連結業績予想（2024年11月5日修正開示）

（百万円）

	2024年3月期		修正前 ②		修正後 ③（2024.11.5 公表予想）					
	①		（2024.5.15公表予				前期比 ③-①		修正額 ③-②	
	利益率		利益率		利益率		増減率		修正率	
売上高	178,782	—	189,000	—	190,300	—	+11,517	+6.4%	+1,300	+0.7%
営業利益	5,084	2.8%	10,700	5.7%	7,700	4.0%	+2,615	+51.4%	△3,000	△28.0%
経常利益	7,863	4.4%	14,100	7.5%	10,700	5.6%	+2,836	+36.1%	△3,400	△24.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,574	2.6%	10,000	5.3%	8,600	4.5%	+4,025	+88.0%	△1,400	△14.0%
EPS	95.01円	—	207.81円	—	180.06円	—	+85.05円	89.5%	△27.75円	△13.4%

※ 下半期は、計画に沿って政策保有株式の一部を売却していく方針であり、売却益を織り込むと通期の「親会社株主に帰属する当期純利益」の下振れは14億円に留まる見通し

2025年3月期 セグメント別業績予想

		2025年3月期 下期						2025年3月期 通期									
		2024.5.15公表予想 ①		2024.11.5修正公表予想 ②				2024年3月期実績 ③		2024.5.15公表予想 ④		2024.11.5修正公表予想 ⑤					
				期初公表から修正額 ②-①		前期比 ⑤-③						期初公表から修正額 ⑤-④					
	利益率	利益率	修正率	利益率	利益率	修正率	利益率	利益率	利益率	利益率	増減率	増減率	修正率	修正率			
訪販グループ	売上高	55,900	—	55,456	—	△443	△0.8%	107,464	—	110,000	—	109,200	—	+1,735	+1.6%	△800	△0.7%
	営業利益	5,300	9.5%	3,826	6.9%	△1,473	△27.8%	4,142	3.9%	10,800	9.8%	6,900	6.3%	+2,757	+66.6%	△3,900	△36.1%
フードグループ	売上高	36,500	—	36,431	—	△68	△0.2%	58,437	—	65,700	—	67,600	—	+9,162	+15.7%	+1,900	+2.9%
	営業利益	4,100	11.2%	4,045	11.1%	△54	△1.3%	6,916	11.8%	7,000	10.7%	7,800	11.5%	+883	+12.8%	+800	+11.4%
その他	売上高	8,100	—	8,058	—	△41	△0.5%	15,646	—	16,100	—	16,300	—	+653	+4.2%	+200	+1.2%
	営業利益	300	3.7%	286	3.6%	△13	△4.4%	440	2.8%	600	3.7%	600	3.7%	+159	+36.2%	+0	+0.0%
全社・消去	売上高	△1,400	—	△1,374	—	+25	—	△2,766	—	△2,800	—	△2,800	—	△33	—	+0	—
	営業利益	△4,400	—	△4,382	—	+17	—	△6,415	—	△7,700	—	△7,600	—	△1,184	—	+100	—
連結	売上高	99,100	—	98,572	—	△527	△0.5%	178,782	—	189,000	—	190,300	—	+11,517	+6.4%	+1,300	+0.7%
	営業利益	5,300	5.3%	3,775	3.8%	△1,524	△28.8%	5,084	2.8%	10,700	5.7%	7,700	4.0%	+2,615	+51.4%	△3,000	△28.0%

【下半期】

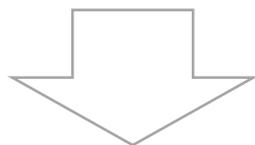
下半期は、訪販グループを除いて当初計画どおりを見込む。

訪販グループは、上半期の売上動向に鑑み、売上高を下方修正。営業利益については、下半期も原材料や物流費用の高騰は続くものと想定しているが、経費の節減等により、上半期24億円の下振れに対し、下半期は15億円の下振れに留まる予想。

フードグループは、上半期は民放TV番組でミスタードーナツが採り上げられた効果が大きかったが、それを除外すれば概ね計画どおりに推移。下半期も、当初計画どおりを見込む。

「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



中期経営方針2022 期間中累計

(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 (当期予想)	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)	5,160 (1株当たり110円)	13,385
	記念配当	—	968 (1株当たり20円) ※	—	968
		4,350	4,842	5,160	14,353
自己株式取得		3,303 (取得株数 1,094千株)	1,696 (取得株数 527千株)	5,000 (取得株数 1,351千株)	9,999
株主還元額合計		7,654	6,538	10,160	24,353
総還元性向		106.4%	143.0%	118.1%	119.5%

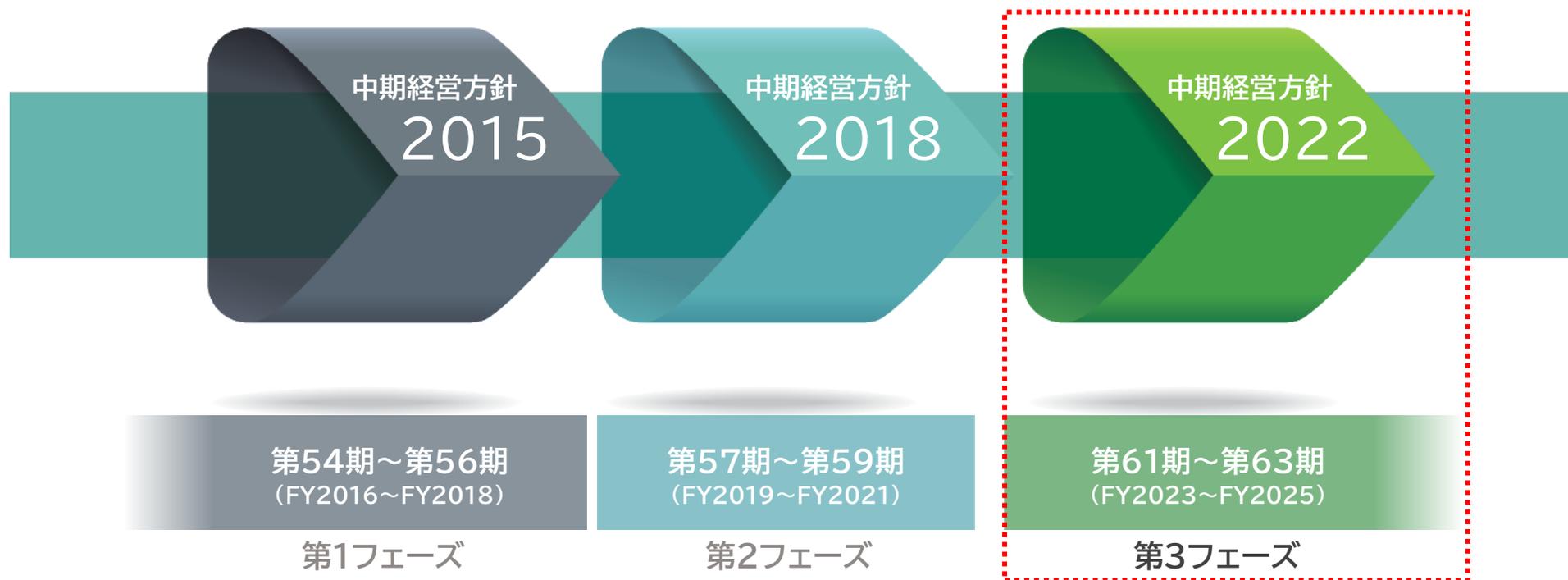
※ 創業60周年記念配当

* 取得株数は@3,700円で試算

「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」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

訪販グループは、「衛生領域」「ワークライフマネジメント領域」「高齢者サポート領域」を注力領域に定め、5つの戦略を推進することで、領域の深耕と拡大を進めています



開発戦略

ダスキン レスキューサービス

東京・名古屋・大阪の拠点における問い合わせ軒数実績 1万件以上
— 売上は2倍に増加（前年 同期間比）



ペットと暮らすおうちのキレイをサポート

「ペット用おそうじモップセット」を2024年3月18日から全国でレンタル開始
— ペットモップ ご契約は5万本以上



「防災サポートサービス」契約締結自治体の増加

生活するうえで必要となる、電源確保のための発電機や、冷暖房器具、介護ベッド、衛生環境を整える、モップや、マット、空気清浄機などを提供
— 2024年3月末 75自治体と締結済み
— 2024年9月末 85自治体まで伸長



株式会社クラシアンとの提携

大阪の営業拠点での相互送客を開始





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新たな接点作りと、顧客維持の強化を目指す

組織戦略

- ・クリーンサービス事業の家庭用営業専任組織 加盟店展開
227店にて導入済
- ・クリーンサービス事業の家庭用営業専任組織導入店
新規契約軒数 +8.5% (前年 同期間比)
- ・ケアサービスライセンス取得
156人増加



営業専任スタッフ

拠店戦略

- ・ケアサービス事業(5事業)
新規事業 加盟数 46店 (4月~9月 実績)
- ・シニアケア事業
新規事業 加盟数 3店 (4月~9月 実績)

フロのおそうじ
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
TotalGreen

住まいの補修
HomeRepair

Health
Rent
ヘルスレント

LifeCare
ダスキンライフケア

CX戦略

- ・Web広告強化
レンタル商品おためし申し込み軒数の増加 (前年 同期間比 +52%)
- ・DDuet会員
会員数約178万人まで伸長 (2024年4月~9月 +5.2%)



物流戦略

- ・RFID(電子タグ)の運用開始
作業時間の削減
検数作業の精度向上



※各数値は2024年9月末時点の実績を記載



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、おいしさ・楽しさの提供を追求

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

- ・イタリアンレストラン「ナポリの食卓」
早期のフランチャイズ展開を目指す



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

- ・内製化対象商品のテスト販売を実施



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

- ・既存ブランドを活用した新商品・販売機会の創出





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

開発戦略

misdo meets

「misdo meets 祇園辻利」



宇治茶専門店「祇園辻利」と共同開発

2024年3月27日から4月下旬まで
数量・期間限定で発売(現在は販売終了)

定番・期間限定商品

「白いポン・デ・いちごみるく」



「白いポン・デ・リング」のいちごみるく味

2024年8月7日から9月上旬まで
数量・期間限定で発売(現在は販売終了)

ミスドゴハン

「ザクもっちドッグ」



テイクアウトもできる
軽食メニュー

2024年6月5日から発売
ショップにより販売時間・販売個数は異なる



MISDO HALLOWEEN
×ブラックサンダー
9月11日(水)~10月31日(木)

出店戦略



- ・2024年9月稼働店舗数 1,030店
(4月~9月 新規出店21店)
- ・2025年3月期改装店舗 48店
→改装新型店舗897店

CX戦略



テイクアウト専門店「アトレ信濃町ショップ」
ミスタードーナツ初のレジ前に立つだけでお手持ち商品が
レジに表示される無人決済システムの導入店



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

海外戦略

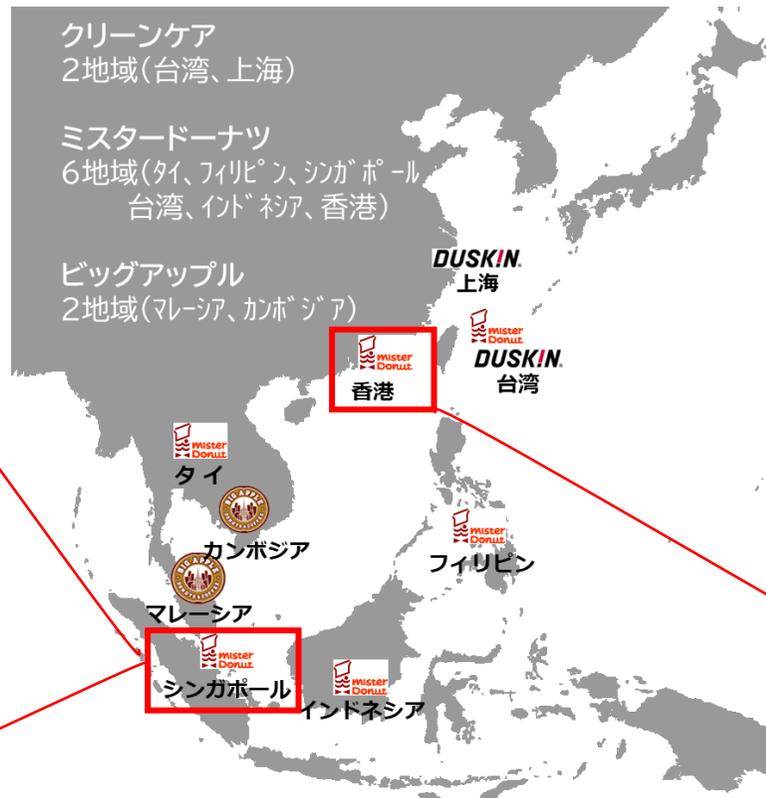
- ▶ ミスタードーナツシンガポール 上半期で5店舗出店(合計6月末で7店舗) ※11月5日 8号店がオープン
- ▶ ミスタードーナツ香港 第1号店がオープン



シンガポールのミスタードーナツ1号店



シンガポールのミスタードーナツ7号店



香港のミスタードーナツ
テイクアウト専門店 1号店
※10月26日オープン



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

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、ベンチャー出資、R&D投資、産学連携等の手法を活用した積極投資)

- ▶ 東京・関東を中心に300を超える子育て支援施設(保育園・学童クラブ・児童館)を運営する子育て支援事業のリーディングカンパニーである株式会社JPホールディングスへの出資 及び 業務提携契約を締結
- ▶ JPホールディングス社が運営する子育て会員サイトに商品・サービスのお知らせを開始
子育て支援の領域において新たな事業、新たなサービスの創出に向け両社で協議中

DUSKIN
喜びのタネをまこころ



祈りの経営を土台に、
「喜びのタネまき」を実践する企業



「すべてはこどもたちの笑顔のために」



未来を担う「こどもたちの笑顔」のために
挑戦し続ける企業





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

- ▶ 「タレントマネジメントシステム」の導入
- ▶ 従業員の自己理解を深める事を目的とした「個性診断」「成長診断」の実施



タレントマネジメントシステム
【カオナビ】

DX推進

- ▶ データ分析体制の確立、および早期PoC(価値検証)に向けた決裁プロセスの見直し
- ▶ 自律的に学べる教育ツールを導入 利用者1.2倍、学習時間が1.6倍に伸長
- ▶ デジタル技術の理解深耕を目的に全社DX必須教育の継続実施
- ▶ 業務のデジタル化による生産性向上を目的とした、社内ペーパーレス化の加速



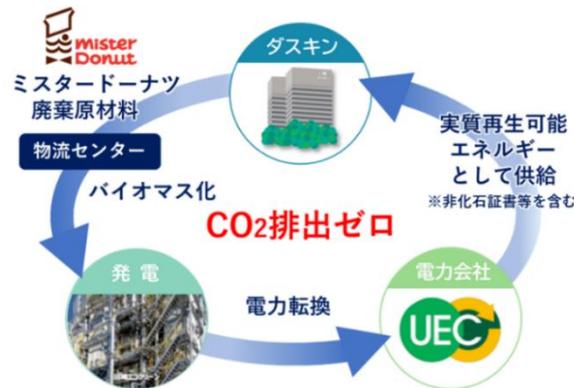


テーマ3 | 社会との共生

- 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

環境保全への取り組み

- ▶ 食品ロス削減と再生可能エネルギーの利用
- ▶ ダスキンの営業車両 EV車の導入決定
- ▶ ダスキンの環境目標2030(DUSKIN Green Target 2030)の推進
日本コカ・コーラ株式会社、コカ・コーラ ボトラーズジャパン株式会社、LEGOLAND Japan 合同会社の各社と協働「ボトル to ボトル」水平リサイクルの取り組みを拡大



- ▶ ダスキンの環境ビジョン2050の策定
人と社会と地球をつなぐ、豊かな未来へ
 - ・グリーンエコノミーの推進
 - ・グリーンエネルギーの活用
 - ・グリーンマテリアルの追求
 - ・グリーンコミュニティの発展

Appendix

(百万円)

	2024年3月期 第2Q ①		2025年3月期 第2Q ②			
	利益率		利益率		前期比 ②-① 増減率	
売上高	69,960	—	73,951	—	+3,991	+5.7%
営業利益	1,799	2.6%	2,769	3.7%	+970	+53.9%
経常利益	5,097	7.3%	6,095	8.2%	+997	+19.6%
当期純利益	3,983	5.7%	4,555	6.2%	+571	+14.4%

全国チェーンお客様売上高

	2024年3月期 第2Q	2025年3月期 第2Q (百万円)		
			増減	増減率
訪販グループ	133,869	134,148	+ 279	+ 0.2%
クリーンサービス合計	85,003	83,495	△1,508	△1.8%
クリーンサービス（家庭向け）	39,727	38,662	△1,065	△2.7%
クリーンサービス（事業所向け）	45,276	44,832	△443	△1.0%
ケアサービス合計	29,791	31,519	+ 1,728	+ 5.8%
サービスマスター	16,803	17,900	+ 1,096	+ 6.5%
メリーメイド	5,770	6,171	+ 401	+ 7.0%
ターミニックス	4,994	5,088	+ 93	+ 1.9%
トータルグリーン	2,095	2,243	+ 147	+ 7.0%
ホームリペア	126	116	△10	△8.2%
レントオール	7,296	7,002	△293	△4.0%
ヘルスレント	6,965	7,277	+ 312	+ 4.5%
ユニフォームサービス	1,482	1,567	+ 84	+ 5.7%
アザレプロダクツ	1,335	1,176	△158	△11.9%
ライフケア	1,110	1,071	△38	△3.5%
ヘルス&ビューティ	883	882	△0	△0.1%
レスキューサービス	—	155	+ 155	+ 100.0%
フードグループ	56,535	66,706	+ 10,171	+ 18.0%
ミスタードーナツ	55,628	64,436	+ 8,808	+ 15.8%
かつアンドかつ	890	931	+ 40	+ 4.5%
ボストンハウス（健康菜園）	—	1,338	+ 1,338	+ 100.0%
その他フード	15	—	△15	△100.0%
その他	18,723	20,922	+ 2,198	+ 11.7%
クリーン・ケア（海外）	3,989	4,625	+ 636	+ 16.0%
ミスタードーナツ（海外）	9,380	10,756	+ 1,375	+ 14.7%
Big Apple	965	997	+ 32	+ 3.3%
ダスキンヘルスケア	4,387	4,542	+ 154	+ 3.5%
合計	209,127	221,777	+ 12,649	+ 6.0%

※ 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。

営業拠点数

	2024年3月期 第2Q末	2025年3月期 第2Q末		(拠点)
			増減	
訪販グループ	5,732	5,743	+ 11	
クリーンサービス	1,825	1,810	△15	
サービスマスター	1,189	1,198	+ 9	
メリーメイド	795	800	+ 5	
ターミニックス	550	550	+ 0	
トータルグリーン	167	181	+ 14	
ホームリペア	106	104	△2	
レントオール	102	98	△4	
ヘルスレント	184	187	+ 3	
ユニフォームサービス	215	214	△1	
アザレプロダクツ	43	43	+ 0	
ライフケア	97	96	△1	
ヘルス&ビューティ	459	456	△3	
レスキューサービス	—	6	+ 6	
フードグループ	1,025	1,069	+ 44	
ミスタードーナツ	1,008	1,030	+ 22	
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	—	13	+ 13	
ボーノボーノ DINING CAFÉ	—	1	+ 1	
BOSTON's Café	—	3	+ 3	
パスタアルデンティーノ	—	1	+ 1	
とり弁鶏	—	5	+ 5	
その他フード	1	0	△1	
その他	10,634	10,373	△261	
クリーン・ケア（海外）	25	25	+ 0	
ミスタードーナツ（海外）	10,519	10,259	△260	
Big Apple	90	89	△1	
合計	17,391	17,185	△206	

※ 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。(前期まで含めて記載していた移動販売・催事販売を削除して記載しております。)

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[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]
- **化粧品関連事業**
 - ・ヘルス&ビューティ[化粧品、健康食品]
 - ・アザレプロダクツ(株)[化粧品製造、販売]
 - ・(株)共和化粧品工業[化粧品販売]
- **レスキューサービス**
 - ・暮らしの駆けつけサービス
- **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]
- **ユニフォーム関連事業**
 - ・ユニフォームサービス[リース、販売等]
 - ・中外産業(株)[ユニフォームの企画・販売]
- **レスキューサービス**
 - ・暮らしの駆けつけサービス

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]

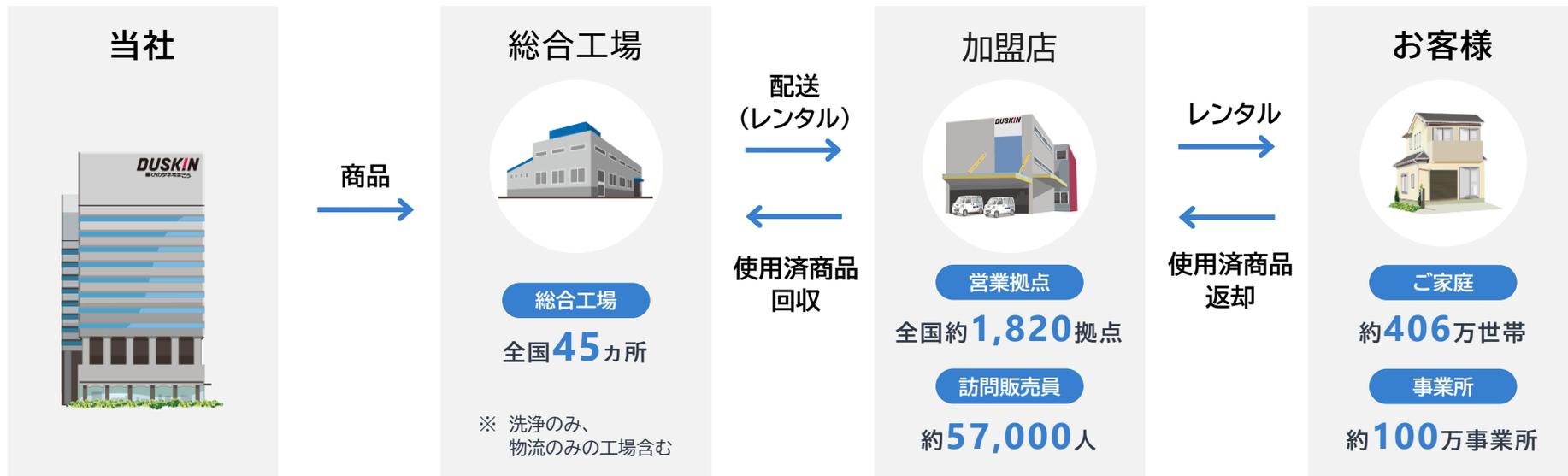
フードグループ

- **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]
- **かつアんどかつ** [とんかつレストラン]
- **イタリアンレストラン** [ナボリの食卓、BOSTON's CAFÉ他]
- **炭火焼き・とり重専門店** [とり弁鶏]

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

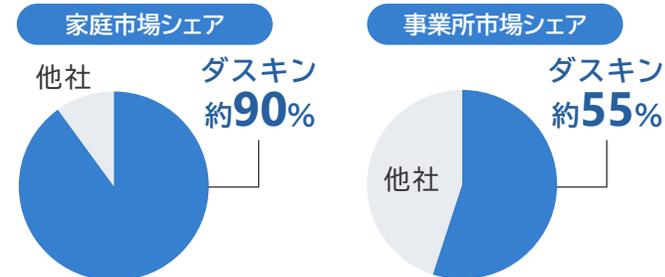
加盟店を通じて家庭や事業所などのお客様に、清掃・衛生用品をレンタルで提供



競争優位

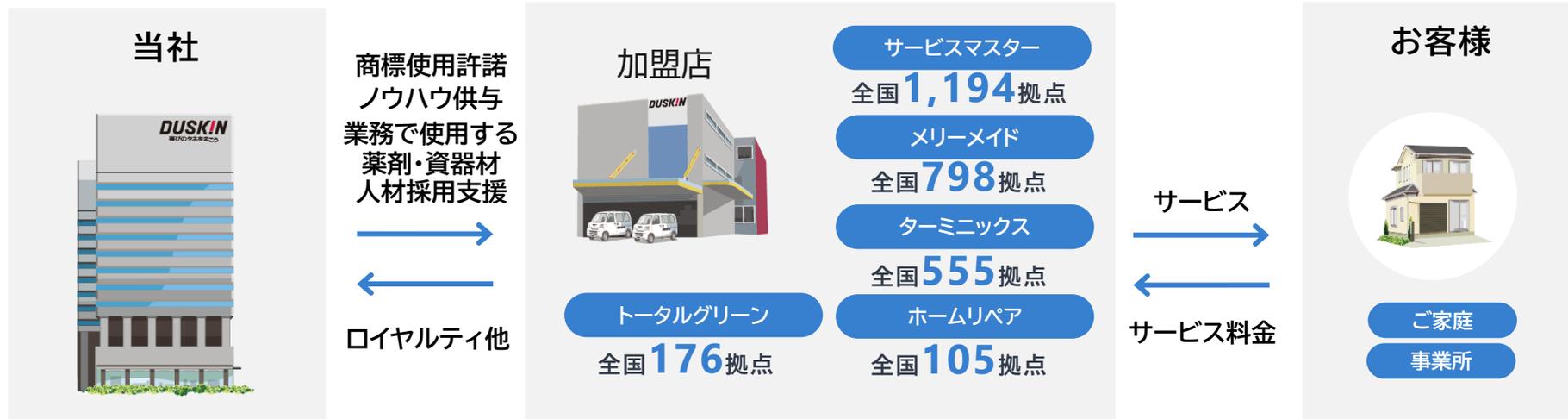
- ① 強固な顧客基盤
- ② 地域密着型のフランチャイズ加盟店網と商品配送システム
- ③ 55年以上の歴史に裏打ちされた信頼と安心
- ④ 訪販グループ各事業間でシナジー効果のあるクロスセリングが可能
- ⑤ 広範な研修カリキュラムや充実した教育設備

市場シェア

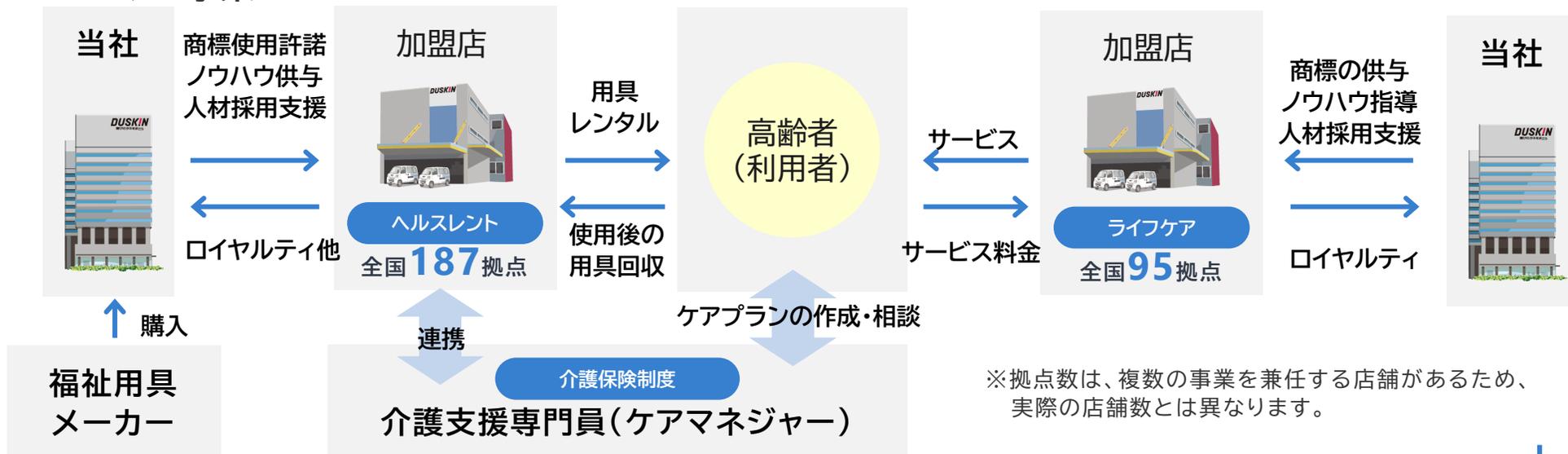


※一般社団法人日本ダストコントロール協会データ参考(当社調べ)

■ケアサービス事業



■シニアケア事業



※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、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。