

2021年3月期 第2四半期 決算説明会

株式会社 **ダスキン**
2020年11月18日

- 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に基づく判断及び仮定に基づいており、判断や仮定に内在する不確定性及び今後の事業運営や内外の状況変化等による変動可能性に照らし、将来における当社の実際の業績又は展開と大きく異なる可能性があります。
- 本資料における「全社・消去」には「セグメント間取引消去」及び「全社費用」が含まれております。
- 2016年3月期より「企業結合に関する会計基準」（企業会計基準第21号 平成25年9月13日）等を適用し、「四半期（当期）純利益」を「親会社株主に帰属する四半期純利益」としてありますが、本資料上は「四半期（当期）純利益」と表記しております。
- 本資料において「新型コロナウイルス感染症拡大」を「コロナ」と表記しております。

■ 決算概況

連結業績 ハイライト	6
売上高の状況	7
営業利益の状況	9
経常利益の状況	11
四半期（当期）純利益の状況	13
連結貸借対照表の状況	15

■ セグメント毎の状況

セグメント別 ハイライト	17
主要事業の概況	
(1) 訪販グループ	18
(2) フードグループ	22
(3) その他・全社	26
その他（海外）	27

■ 公表業績予想との比較

2021年3月期 第2四半期累計 公表予想との比較	29
---------------------------	----

■ 2021年3月期 通期業績予想

2021年3月期 通期業績予想	31
-----------------	----

■ 株主還元

配当	35
----	----

■ 新型コロナウイルス感染症対応

新型コロナウイルス感染症対応の基本方針	37
①フランチャイズチェーンの維持	38
②訪販グループ	39
③フードグループ	44

■ CSV・ESG

CSVの取り組み 進捗状況	47
ESG評価による企業価値向上	48

■ ご参考

個別決算概況	50
セグメント別事業構成	51
お客様売上高	52
ダストコントロール事業における資源循環型ビジネスモデル	53

2021年3月期 第2四半期 決算概況

連結業績

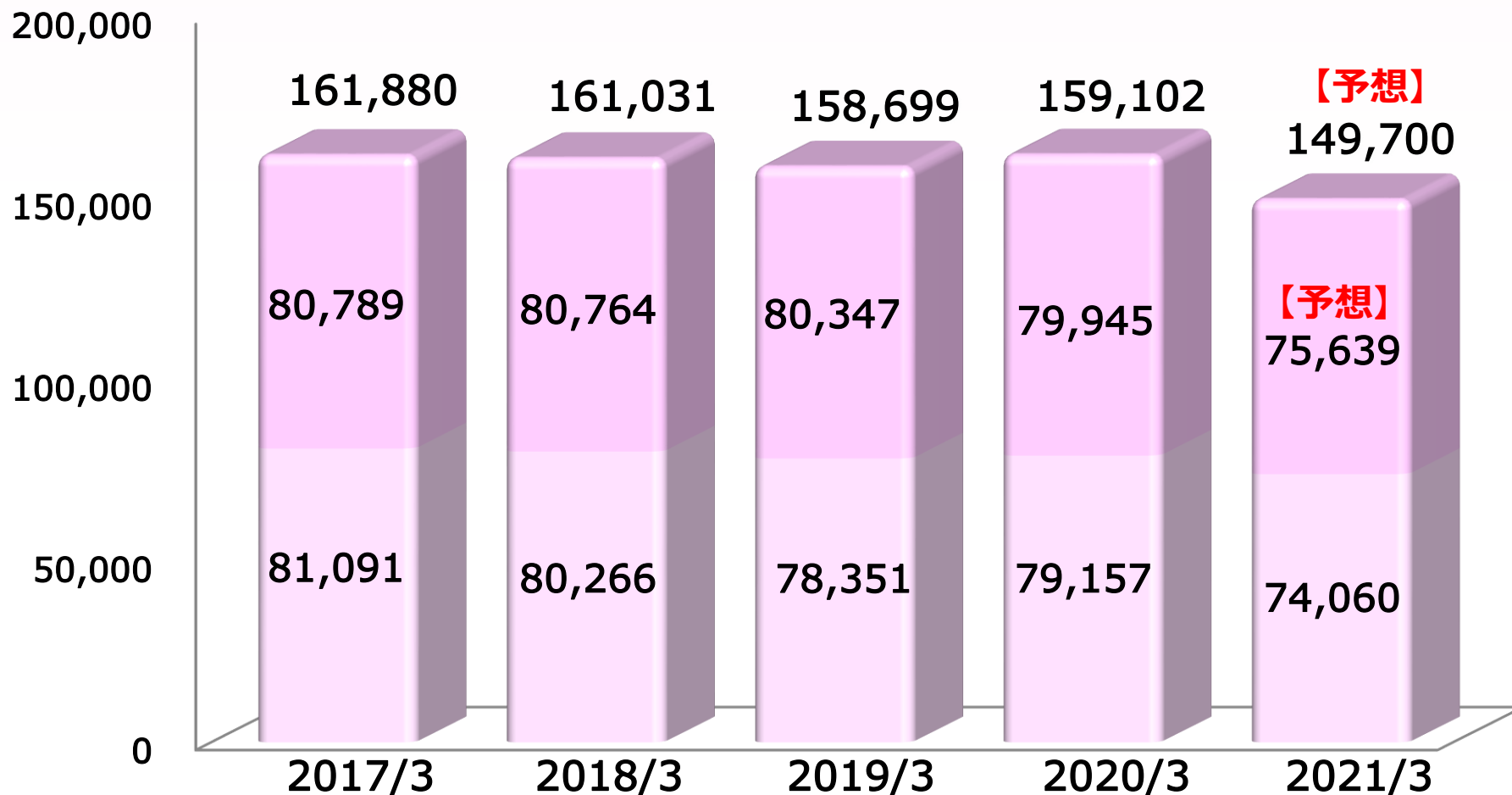
(単位：百万円)

	2020/3月期 2Q累計	2021/3月期 2Q累計	増 減		ご参考 2020/3月期
				増減率（%）	
売上高	79,157	74,060	▲5,097	▲6.4	159,102
営業利益	3,698	2,837	▲861	▲23.3	6,577
（売上高営業利益率）	（4.7%）	（3.8%）	（▲0.8）	—	（4.1%）
経常利益	4,115	3,962	▲152	▲3.7	7,929
（売上高経常利益率）	（5.2%）	（5.4%）	（+0.2）	—	（5.0%）
四半期(当期)純利益	2,783	1,393	▲1,390	▲49.9	5,591
（売上高当期純利益率）	（3.5%）	（1.9%）	（▲1.6）	—	（3.5%）

連結売上高の推移

■ 下半期
■ 上半期

(単位：百万円)



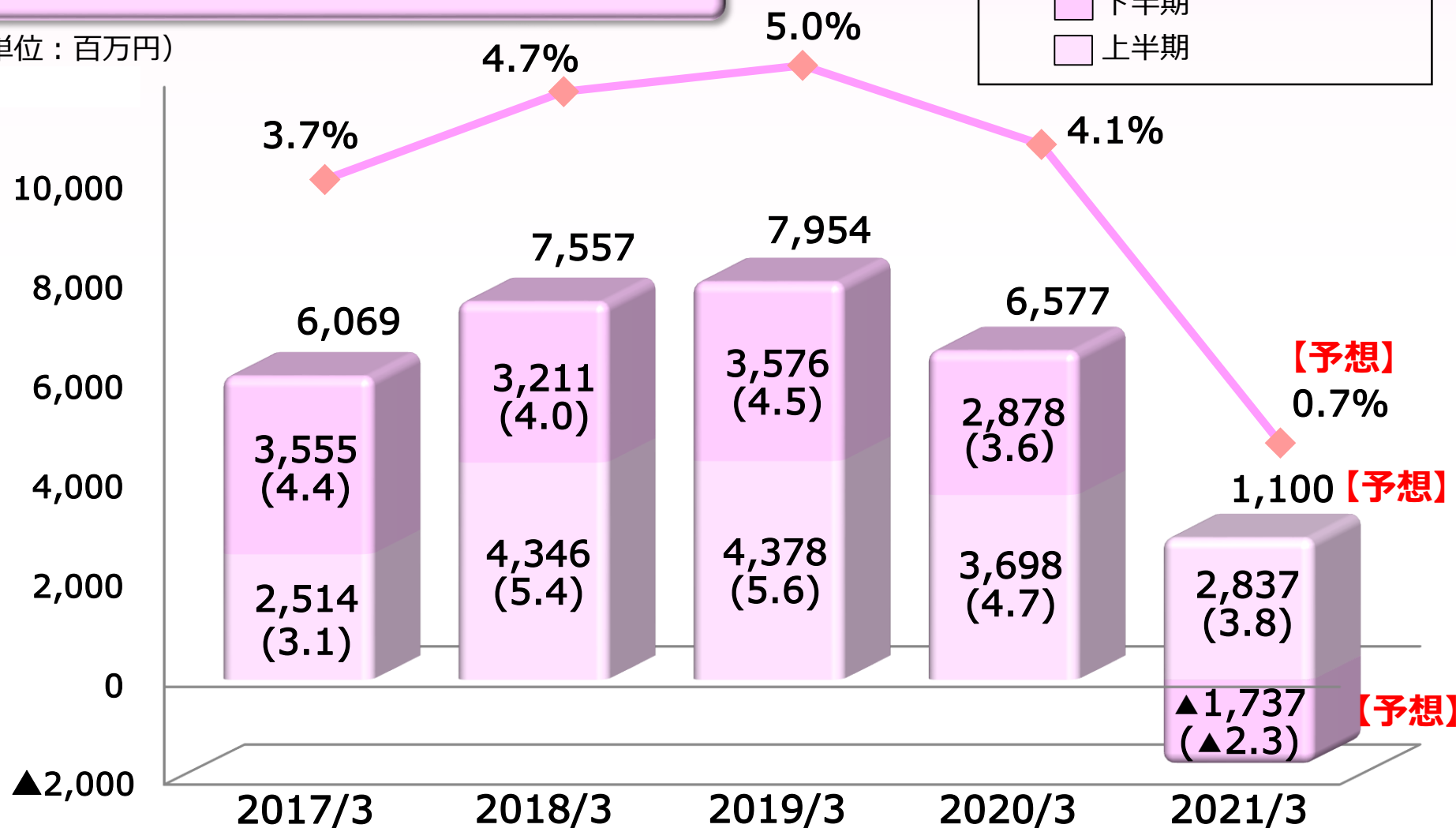
連結売上高

740億60百万円 前年同期比 ▲50億97百万円(▲6.4%)

(単位：百万円)		2020/3月期 2Q累計	2021/3月期 2Q累計	増 減	
					増減率 (%)
訪販グループ	外部顧客への売上高	55,644	52,015	▲3,628	▲6.5
	セグメント間内部売上高	303	278	▲25	▲8.2
	合 計	55,947	52,294	▲3,653	▲6.5
フードグループ	外部顧客への売上高	17,231	15,938	▲1,292	▲7.5
	セグメント間内部売上高	5	3	▲2	▲39.0
	合 計	17,236	15,942	▲1,294	▲7.5
その他	外部顧客への売上高	6,281	6,105	▲176	▲2.8
	セグメント間内部売上高	997	1,336	+339	+34.0
	合 計	7,278	7,441	+162	+2.2
セグメント間取引消去		▲1,306	▲1,618	▲312	－
連結売上高		79,157	74,060	▲5,097	▲6.4

連結営業利益 (率) の推移

(単位：百万円)



連結営業利益

28億37百万円 前年同期比 **▲8億61百万円(▲23.3%)**

《主な変動要因》

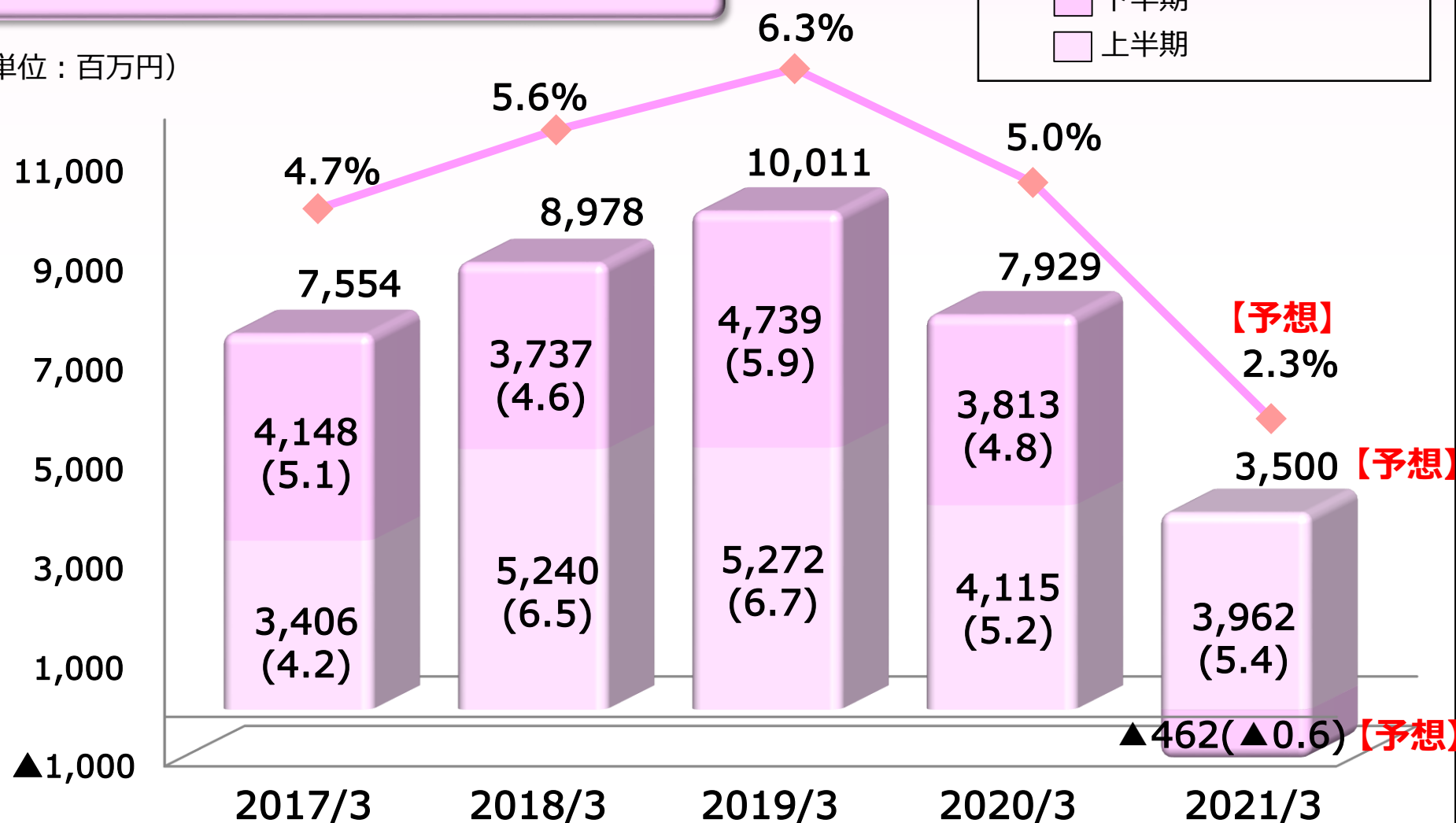
訪販グループ 売上減による粗利の減少
 フードグループ 売上減による粗利の減少、ショーケース扉設置費用
 全社・消去 前期消費増税対応システム費用計上、人件費の減少

セグメント毎の営業利益

(単位：百万円)	2020/3月期2Q累計 (営業利益率)	2021/3月期2Q累計 (営業利益率)	増 減	
				増減率
訪販グループ	6,383 (11.4%)	5,345 (10.2%)	▲1,037	▲16.2% (▲1.2)
フードグループ	411 (2.4%)	▲232 (▲1.5%)	▲643	▲156.5% (▲3.8)
その他	239 (3.3%)	268 (3.6%)	+29	+12.5% (+0.3)
全社・消去	▲3,334	▲2,545	+789	－
連結営業利益	3,698 (4.7%)	2,837 (3.8%)	▲861	▲23.3% (▲0.8)

連結経常利益 (率) の推移

(単位：百万円)



連結経常利益

39億62百万円 前年同期比 **▲1億52百万円(▲3.7%)**

《 主な増減要因 》

① 営業利益 **▲8.5億円**

② 営業外損益 **+7億円**

➢ 持分法による投資損益の改善 **+5億円**
(ナック等)

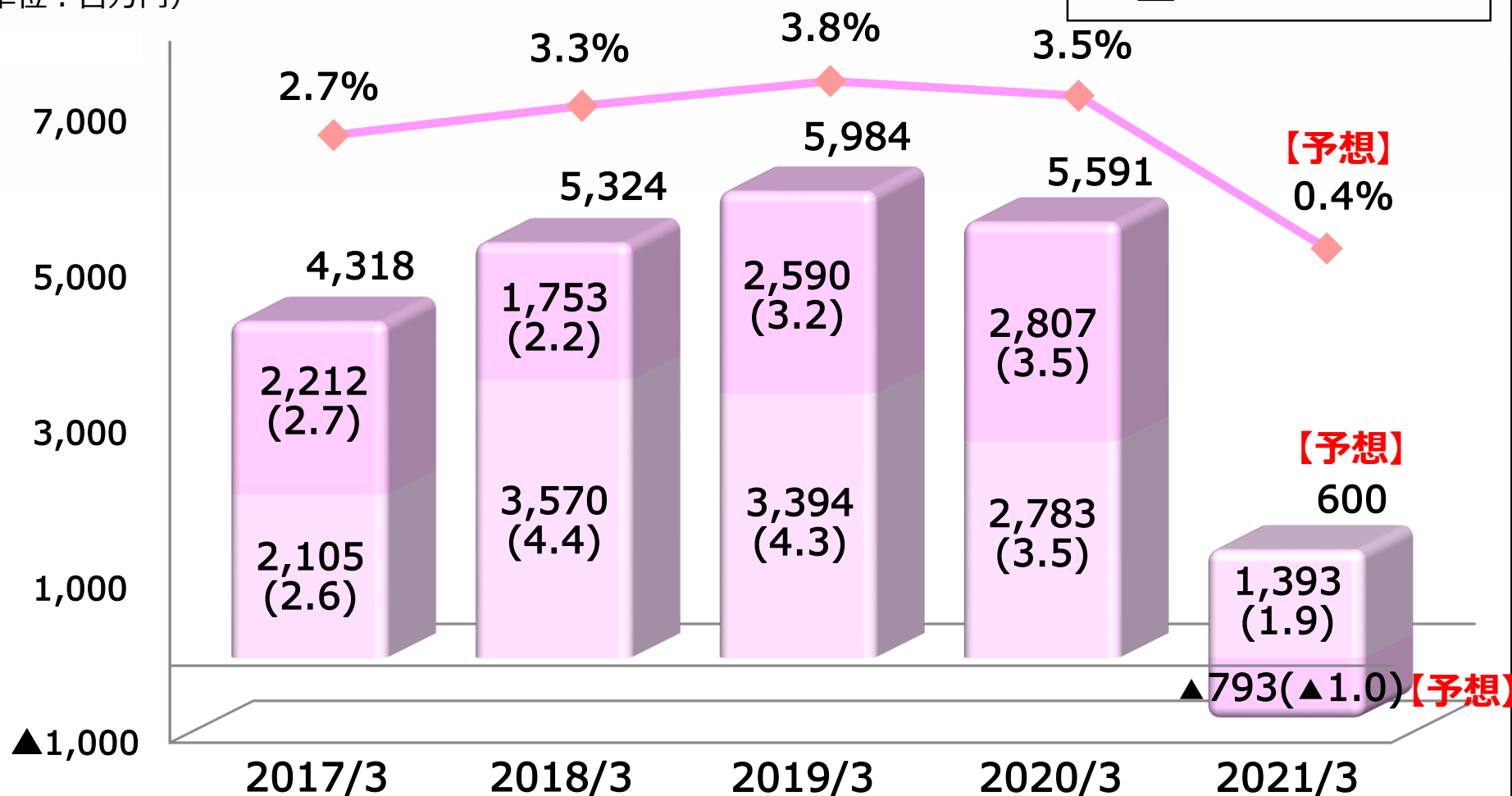
➢ その他 **+2億円**

増益要因を+、減益要因を▲で表示

連結四半期（当期）純利益（率）の推移

（単位：百万円）

- 売上高当期純利益率
- 下半期
- 上半期



連結四半期純利益

13億93百万円 前年同期比 ▲13億90百万円(▲49.9%)

＜ 主な増減要因 ＞

① 経常利益 ▲1.5億円**② 特別損益 ▲17.5億円**

➢ お見舞金の支払い ▲16.5億円

➢ 投資有価証券売却益の減少 ▲2億円

➢ その他 +1億円

③税金費用等 +5億円（費用の減少）

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2020/3月末	2020/9月末	増 減	主な増減要因
流動資産	62,195	65,217	+3,022	「現金及び預金」 ▲64億円 「有価証券」 +66億円 「商品及び製品」 +7億円 「受取手形及び売掛金」 +6億円 「その他」 +13億円
有形固定資産	50,360	50,289	▲71	「建物及び構築物（純額）」 ▲1億円
無形固定資産	10,922	10,325	▲597	「ソフトウェア」 ▲5億円
投資その他資産	61,680	56,352	▲5,328	「投資有価証券」 ▲41億円 「繰延税金資産」 ▲12億円
資産合計	185,158	182,184	▲2,974	—
流動・固定負債	43,127	38,542	▲4,584	「未払金」 ▲21億円 「未払法人税等」 ▲12億円 「賞与引当金」 ▲11億円
純資産	142,031	143,641	+1,610	「利益剰余金」 ▲2億円 「その他有価証券評価差額金」 +18億円
負債・純資産合計	185,158	182,184	▲2,974	—

セグメント毎の状況

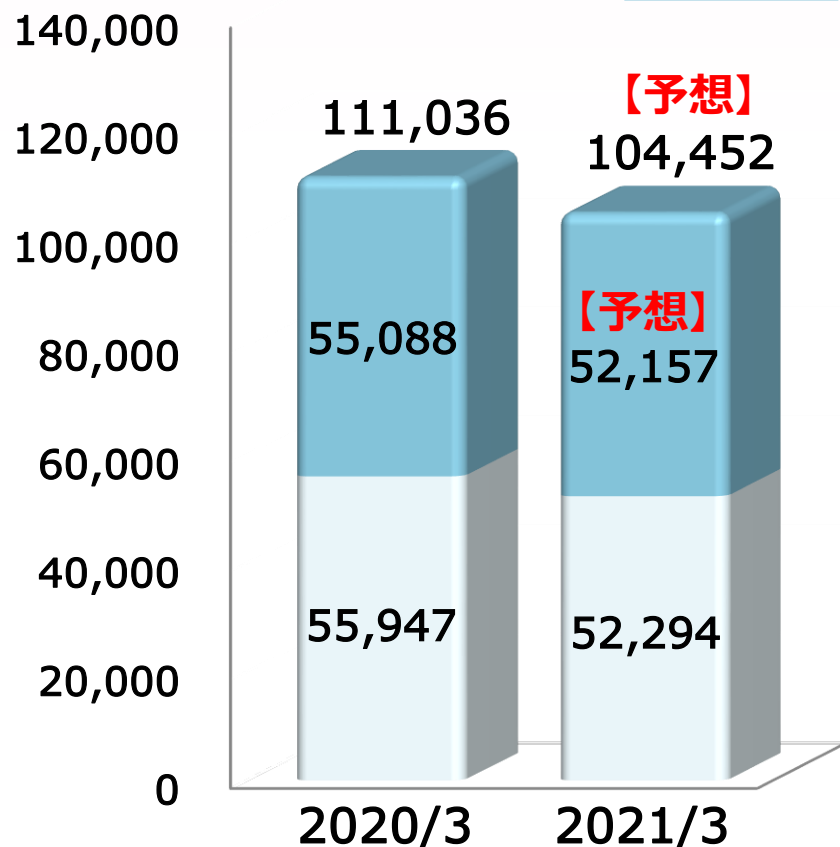
(単位：百万円)

		2020/3月期		2020/3月期 2Q累計		2021/3月期 2Q累計		増 減	
		営業利益率		営業利益率		営業利益率		増減率	
訪販グループ	売上高	111,036	－	55,947	－	52,294	－	▲3,653	▲6.5%
	営業利益	11,603	10.4%	6,383	11.4%	5,345	10.2%	▲1,037 (▲1.2)	▲16.2%
フードグループ	売上高	36,263	－	17,236	－	15,942	－	▲1,294	▲7.5%
	営業利益	681	1.9%	411	2.4%	▲232	▲1.5%	▲643 (▲3.8)	▲156.5%
その他	売上高	14,572	－	7,278	－	7,441	－	+162	+2.2%
	営業利益	442	3.0%	239	3.3%	268	3.6%	+29 (+0.3)	+12.5%
全社・消去	売上高	▲2,769	－	▲1,306	－	▲1,618	－	▲312	－
	営業利益	▲6,149	－	▲3,334	－	▲2,545	－	+789	－
連結合計	売上高	159,102	－	79,157	－	74,060	－	▲5,097	▲6.4%
	営業利益	6,577	4.1%	3,698	4.7%	2,837	3.8%	▲861 (▲0.8)	▲23.3%

※ セグメント別の売上高は、セグメント間の内部売上高を含む数値を表示しております。

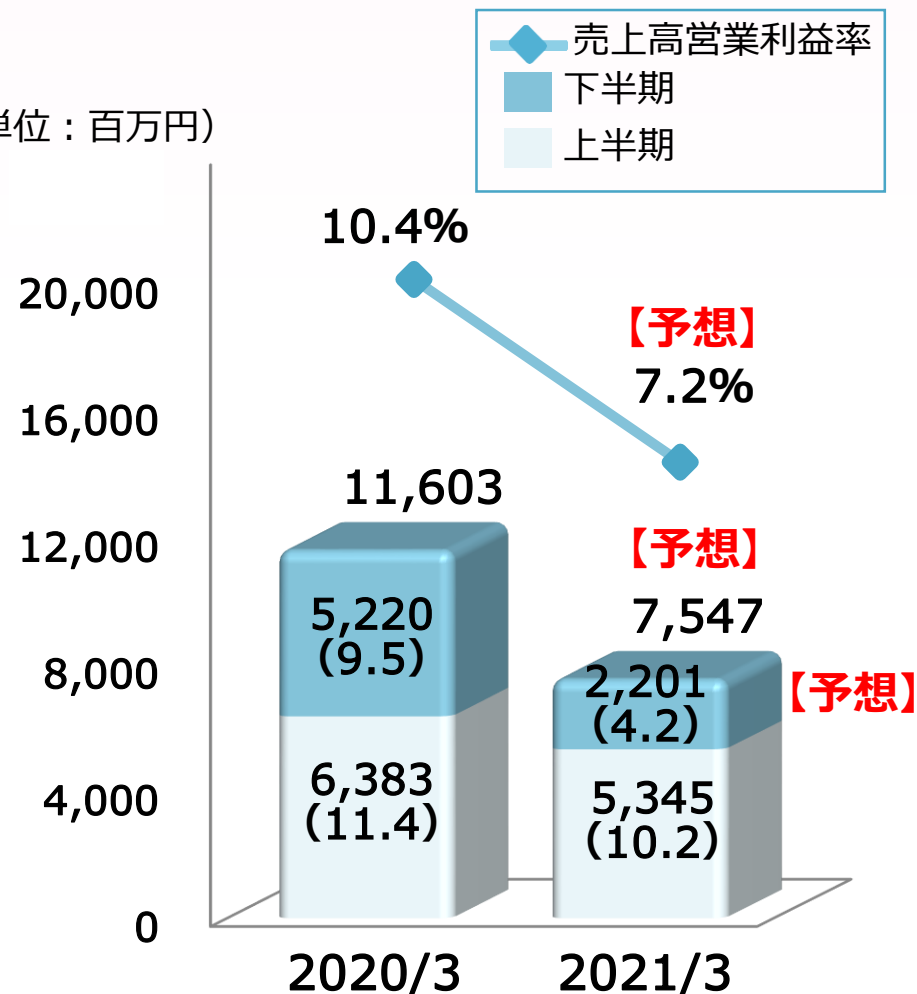
売上高

(単位：百万円)



営業利益

(単位：百万円)



※レントオール 売上高 前年同期1,796 当期439 前期増減▲1,356 前年同期比▲75.5%

売上高

(単位：百万円)	前2Q	当2Q	増減	
				増減率 (%)
外部顧客への売上高	55,644	52,015	▲3,628	▲6.5
セグメント間の内部売上高	303	278	▲25	▲8.2
合計	55,947	52,294	▲3,653	▲6.5

家庭向けサービス（ホームサービス）

●ダストコントロール商品売上は減少

- ダストコントロール商品（全体）の増減率 ▲7.8%（1Q：▲5.6%、2Q：▲9.7%）
（特殊な減少要因） ▲3.7億円
 - ・くらしキレイBOXの減少 ▲2.7億円（前期は9月、当期は10月発売）
 - ・消火器の減少 ▲1.0億円（前期切り替え時期のため）
- （その他減少要因） ▲9.3億円
 - ・モップレンタルの減少（延期、中止、解約含む） ▲4.3億円
 - ・モップのハンドル等の減少 ▲1.0億円
 - ・レンジフードフィルターの減少 ▲0.9億円
 - ・その他の減少 ▲3.1億円

●ケアサービス事業（役務提供サービス）は微減

- お客様売上高合計 ▲0.3%（1Q：▲4.7%、2Q：+3.9%）
 - ・ハウスクリーニング（サービスマスター） +5.3%（1Q：▲0.4%、2Q：+11.1%）
 - ・家事代行等（メリーメイド） ▲8.9%（1Q：▲14.1%、2Q：▲3.8%）
 - ・シロアリ防除等（ターミニックス） ▲1.0%（1Q：+1.0%、2Q：▲3.0%）
 - ・緑と花のお手入れ（トータルグリーン） +5.4%（1Q：+5.6%、2Q：+5.2%）
 - ・住まいの補修サービス（ホームリペア） +34.3%（1Q：+27.6%、2Q：+40.1%）

●ヘルスレント事業（介護関連用品のレンタル）は依然好調

- ヘルスレント お客様売上高 +7.2%（1Q：+6.8%、2Q：+7.6%）

売上高

(単位：百万円)	前2Q	当2Q	増減	
				増減率 (%)
外部顧客への売上高	55,644	52,015	▲3,628	▲6.5
セグメント間の内部売上高	303	278	▲25	▲8.2
合計	55,947	52,294	▲3,653	▲6.5

事業所向けサービス（ビジネスサービス）

●ダストコントロール商品売上は微減

- ダストコントロール商品（全体）の増減率 ▲0.6%（1Q：▲2.9%、2Q：+1.7%）
 増減額 ▲1.0億円
 （増加要因）
 - ・アルコール除菌剤等の衛生関連商品の増加 +5.0億円（衛生意識の高まり）
 - ・空気清浄機本体の増加 +6.0億円（衛生意識の高まり）
 （減少要因）
 - ・マット・モップの減少（延期、中止、解約含む） ▲10.0億円
 - ・化粧室関連商品の減少 ▲1.0億円
 - ・その他 ▲1.0億円

●ケアサービス事業（役務提供サービス）は減少

- お客様売上高合計 ▲8.5%（1Q：▲12.4%、2Q：▲4.8%）
 - ・オフィスクリーニング（サービスマスター） ▲8.7%（1Q：▲12.4%、2Q：▲5.1%）
 - ・害虫獣駆除（ターミニックス） ▲8.4%（1Q：▲12.8%、2Q：▲4.3%）
 - ・緑と花のお手入れ（トータルグリーン） +2.9%（1Q：+3.2%、2Q：+2.6%）
 - ・住まいの補修サービス（ホームリペア） ▲21.7%（1Q：▲41.2%、2Q：+5.9%）

●レントオール事業（イベント運営・関連用品レンタル）のお客様売上は大きく減少

- レントオール お客様売上高 ▲77.7%（1Q：▲79.0%、2Q：▲76.7%）

営業利益

(単位：百万円)

	前2Q	当2Q	増減	
			増減率 (%)	
セグメント利益	6,383	5,345	▲1,037	▲16.2

➤ 売上減少に伴う売上総利益への影響 **▲18億円**

➤ 原価率アップに伴う売上総利益への影響 **▲4億円**

- ダストコントロールの売上構成変化による増加 **▲1億円**
- ユニフォーム事業等の投入の増加 **▲1億円**
- その他 **▲2億円**

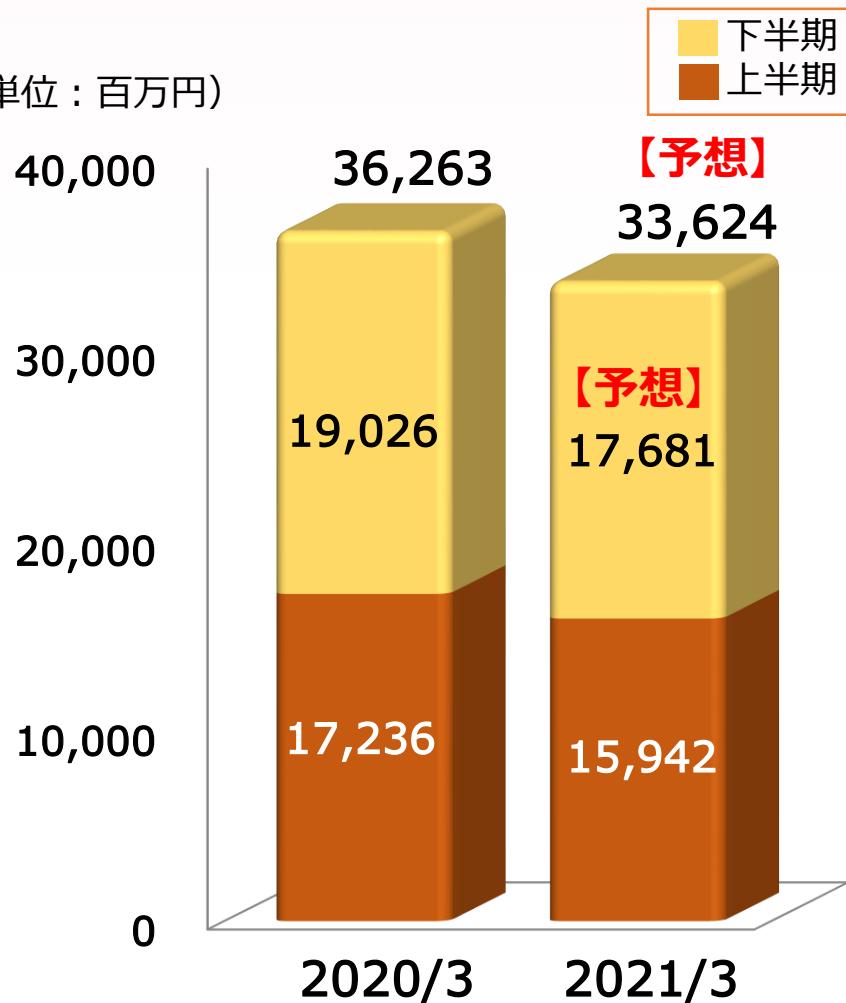
➤ 経費減少による営業利益への影響 **+12億円**

- 外注委託費等の人件費減少 **+9億円**
- 旅費交通費の減少 **+3億円**
- 宣伝広告費等販売促進関連費用の増加 **▲1億円**
- その他 **+1億円**

増益要因を+、減益要因を▲で表示

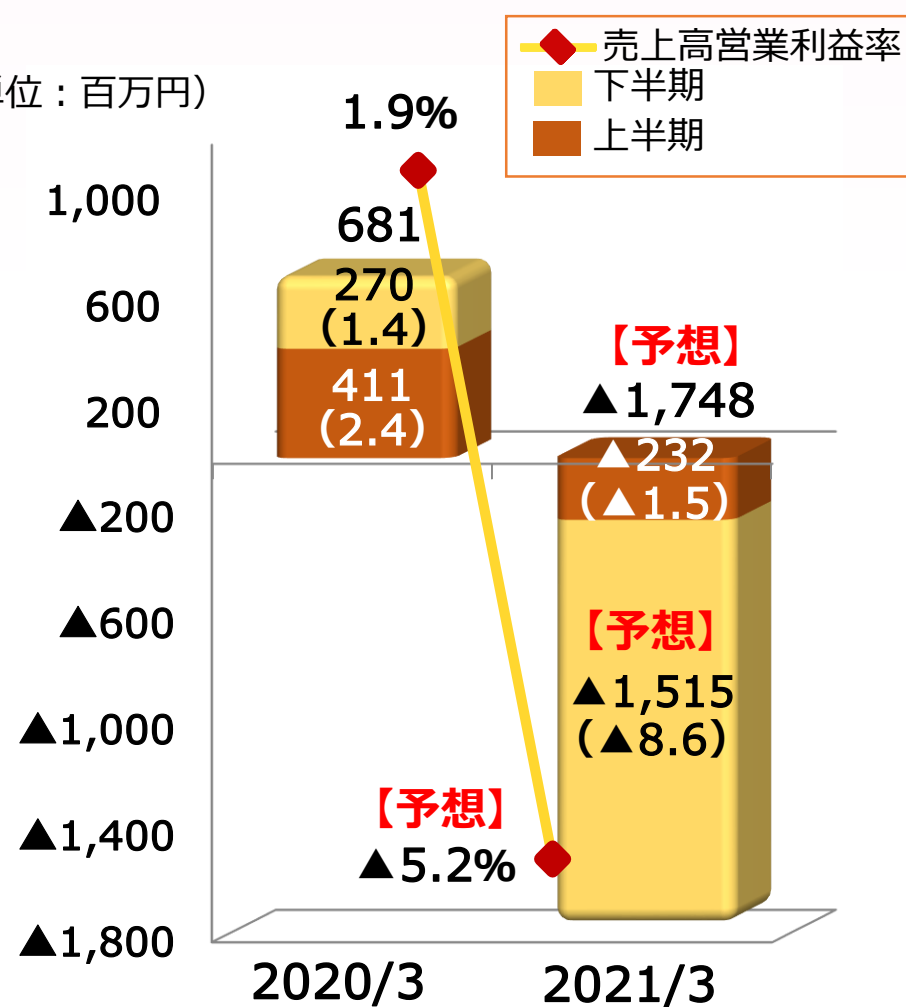
売上高

(単位：百万円)



営業利益

(単位：百万円)



売上高

(単位：百万円)	前2Q	当2Q	増減	
			増減率 (%)	
外部顧客への売上高	17,231	15,938	▲1,292	▲7.5
セグメント間内部売上高	5	3	▲2	▲39.0
合計	17,236	15,942	▲1,294	▲7.5

●ミスタードーナツ事業

- 全店合計お客様売上 ▲10.1% (1Q: ▲16.2%、2Q: ▲4.1%)
お客様売上増減要因 (第2四半期累計概算：金額ベース)

全店合計お客様売上 331億円 前年同期対比 約▲37億円

- ・ イートイン減少 (客数減) ▲32億円
- ・ テイクアウト増加 (客単価アップ) +15億円
- ・ その他 (クローズ、コロナ影響による一時休店等を含む) ▲20億円

- 既存店ベースお客様売上 ▲8.7% (1Q: ▲14.7%、2Q: ▲2.8%)
- 稼働店1店当たりの売上 ▲4.8% (1Q: ▲8.1%、2Q: ▲1.5%)
 - ・ 客単価は上昇、客数は減少 客単価 +12.8%、客数 ▲5.5%
- 稼働店舗数減少 前2Q単純平均 992店、当2Q単純平均 965店 (増減 ▲27店)
※総稼働日数 ▲5.6%
- 扉付きショーケース工事 年間予定770店舗 上期実績337店舗

- ・ コロナ影響でイートイン需要が大きく減少
- ・ テイクアウト需要が高まり単価・客数共に増加
- ・ 当期発売した季節商品が顧客の支持を受け好評

●その他のフード事業

- お客様売上

ベーカリーファクトリー	+12.2%	店数増加 (+2店)
ザ・シフォン&スプーン	▲97.0%	事業撤退
パイフェイス	▲55.4%	コロナ禍で客数減少
かつアンドかつ	▲9.4%	コロナ禍で客数減少

miso meets 祇園辻利 Toshi Yoroizuka



第1弾：2020年4月10日～（販売終了）
第2弾：2020年5月15日～（販売終了）



ボン・デ・宇治抹茶
ショコラアーモンド



ボン・デ・宇治抹茶
& ショコラクリーム



宇治抹茶
ショコラパイ



ティラミス宇治抹茶
ホイップ



クリスプダブル
宇治抹茶



ボン・デ・パイ
ショコラ

さつまいもド



2020年9月4日～（販売中）



さつまいもド
スイートポテト



さつまいもド
いもけんぴ



さつまいもド
プレーン



さつまいもド
紫いも



さつまいもド
大学いも

菅田将暉 スペシャルテイクアウトBOX



2020年9月4日～（終了）

営業利益

(単位：百万円)

	前2Q	当2Q	増減	
			増減率 (%)	
セグメント利益	411	▲232	▲643	▲156.5

➤ 売上減少に伴う売上総利益への影響 **▲5億円**

➤ 原価率はほぼ変動なく、利益に与える影響は軽微

➤ 経費増加に伴う営業利益への影響 **▲1.5億円**

- 宣伝広告費等販売促進関連費用の増加
(ショーケース扉設置費用含む) **▲2.5億円
(▲4.5億円)**
- 人件費の減少 **+0.5億円**
- 旅費交通費の減少 **+0.5億円**

増益要因を+、減益要因を▲で表示

その他

(単位：百万円)	前2Q	当2Q	増減	
			増減率 (%)	
外部顧客への売上高	6,281	6,105	▲176	▲2.8
セグメント間の内部売上高	997	1,336	+339	+34.0
合計	7,278	7,441	+162	+2.2
セグメント利益	239	268	+29	+12.5

●海外（連結子会社） 増収増益

- ・ダスキンの香港は、当社グループ向けマスク売上を計上したことにより売上が増加
- ・コロナの影響ですべての子会社の外部顧客への売上は減少

●ダスキンのヘルスケア（病院施設のマネジメントサービス） 増収減益

- ・既存顧客の増額で増収となったものの、コロナ対策費用の増加で減益

●ダスキンの共益（リース及び保険代理業） 増収増益

- ・ミスタードーナツ店舗システムを更新し機器を入れ替えたこと等によりリース売上が増加

全社・消去

(単位：百万円)	前2Q	当2Q	増減	
			増減率 (%)	
セグメント利益	▲3,334	▲2,545	+789	－

●本社部門

- ・システム費用等の減少 +5億円（前期消費税対応システム費用を計上）
- ・人件費の減少 +3億円

海外事業

➤ 海外のお客様売上高

	(単位：現地通貨)	2019.1～6月	2020.1～6月	増減	
				増減率	
ダストコントロール ケアサービス	台湾 (百万NTドル)	632	627	▲ 5	▲ 0.9%
	上海 (百万人民元)	18	15	▲ 3	▲ 17.8%
	韓国 (百万ウォン)	784	---	▲ 784	---
ミスタードーナツ	台湾 (百万NTドル)	501	433	▲ 68	▲ 13.7%
	上海 (百万人民元)	2	---	▲ 2	---
ビッグアップル	マレーシア (百万リンギット)	24	18	▲ 5	▲ 23.7%

※ ミスタードーナツ上海は2019年3月末に全店舗をクローズ

※ ダスキン韓国（プルムワンダスキン）は2019年10月末をもって事業撤退しました。

公表業績予想との比較

連 結

※ (2020.6.10)公表値との比較

(単位：百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	四半期純利益
予想 (6/10)	68,030	▲2,220	▲1,820	▲3,490
実績	74,060	2,837	3,962	1,393
乖離額 (率%)	+6,030 (8.9)	+5,057 (－)	+5,782 (－)	+4,883 (－)

売上高 セグメント別乖離額

・ 訪販グループ	+49億円
・ フードグループ	+12億円
・ その他	▲1億円

営業利益 乖離の主たる要因

・ 訪販グループ	〔 売上上振れに伴う粗利上振れ 〕	+24億円
・ フードグループ	〔 売上上振れに伴う粗利上振れ 販売促進費の未使用・期ズレ 〕	+14億円
・ その他	〔 販売促進費の未使用・期ズレ 〕	+1億円
・ 全社・消去	〔 人件費減少 システム費用の減少 〕	+12億円

2021年 3月期 通期業績予想

- ・2020年6月にその時点の業績に鑑み、9月迄はコロナの影響を大きく受けるものの、その後通常ベースに戻るものと想定した業績予想を公表しました。現在はコロナの終息時期が未だ見通せない状況であり、当下半期は第2Q同様の傾向が継続するものと想定しております。
- ・加盟店の売上回復に全力を挙げるために、上半期に予定していた経費の使用時期をより高い効果を得るべく下半期に変更しました。

連結

※2020年10月29日 公表

(単位：百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2020年3月期（前期）実績	159,102	6,577	7,929	5,591
2021年3月期 公表予想（10/29）	149,700	1,100	3,500	600
前期 対 予想（乖離額：率%）	▲9,402（▲5.9）	▲5,477（▲83.3）	▲4,429（▲55.9）	▲4,991（▲89.3）

個別

(単位：百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2020年3月期（前期）実績	127,838	3,956	7,419	5,614
2021年3月期 公表予想（10/29）	120,100	▲700	2,700	400
前期 対 予想（乖離額：率%）	▲7,738（▲6.1）	▲4,656（▲117.7）	▲4,719（▲63.6）	▲5,214（▲92.9）

下半期 セグメント別予想 ※ 前年同期間対比

(単位：百万円)

		2021/3月期 通期予想		2020/3月期 下半期実績		2021/3月期 下半期予想 (通期予想-上半期実績)		増 減	
			営業利益率		営業利益率		営業利益率		増減率
訪販グループ	売上高	104,452	—	55,088	—	52,157	—	▲2,930	▲5.3%
	営業利益	7,547	7.2%	5,220	9.5%	2,201	4.2%	▲3,019	▲57.8% (▲5.3)
フードグループ	売上高	33,624	—	19,026	—	17,681	—	▲1,345	▲7.1%
	営業利益	▲1,748	▲5.2%	270	1.4%	▲1,515	▲8.6%	▲1,785	▲661.3% (▲10.0)
その他	売上高	14,853	—	7,293	—	7,411	—	+117	+1.6%
	営業利益	385	2.6%	203	2.8%	116	1.6%	▲87	▲42.9% (▲1.2)
全社・消去	売上高	▲3,229	—	▲1,463	—	▲1,610	—	▲147	—
	営業利益	▲5,084	—	▲2,814	—	▲2,538	—	+276	—
連結合計	売上高	149,700	—	79,945	—	75,639	—	▲4,305	▲5.4%
	営業利益	1,100	0.7%	2,878	3.6%	▲1,737	▲2.3%	▲4,616	▲160.4% (▲5.9)

※ セグメント別の売上高は、セグメント間の内部売上高を含む数値を示しております。

下半期 セグメント別予想 ※ 上半期・下半期対比

(単位：百万円)

		2021/3月期 通期予想		2021/3月期 上半期実績		2021/3月期 下半期予想 (通期予想-上半期実績)		増 減	
			営業利益率		営業利益率		営業利益率		増減率
訪販グループ	売上高	104,452	—	52,294	—	52,157	—	▲137	▲0.3%
	営業利益	7,547	7.2%	5,345	10.2%	2,201	4.2%	▲3,144	▲58.8% (▲6.0)
フードグループ	売上高	33,624	—	15,942	—	17,681	—	+1,739	+10.9%
	営業利益	▲1,748	▲5.2%	▲232	▲1.5%	▲1,515	▲8.6%	▲1,283	— (▲7.1)
その他	売上高	14,853	—	7,441	—	7,411	—	▲30	▲0.4%
	営業利益	385	2.6%	268	3.6%	116	1.6%	▲152	▲56.8% (▲2.0)
全社・消去	売上高	▲3,229	—	▲1,618	—	▲1,610	—	+8	—
	営業利益	▲5,084	—	▲2,545	—	▲2,538	—	+6	—
連結合計	売上高	149,700	—	74,060	—	75,639	—	+1,579	+2.1%
	営業利益	1,100	0.7%	2,837	3.8%	▲1,737	▲2.3%	▲4,574	▲161.2% (▲6.1)

※ セグメント別の売上高は、セグメント間の内部売上高を含む数値を示しております。

株主還元

1 株当たり配当金実績 及び 予想

(単位：円)	2019年3月期 (実績)	2020年3月期 (実績)	2021年3月期 (予想)
第2四半期末	30 (記念配当10円含む)	24	20
期末	20	32	20
年間合計	50	56	40
配当総額 (百万円)	2,643	2,803	1,973
連結配当性向 (%)	44.5	50.9	329.0

※ 連結配当性向 = 1株当たり計算

新型コロナウイルス 感染症対応

当社は、お客様の安全を最優先に考え、感染拡大防止と安全確保の対策を講じ、社会のお役に立てるよう取り組みます。

① フランチャイズチェーンの維持

フランチャイズ本部として全国の店舗・営業拠点を持続・維持するために加盟店をバックアップします。

② 訪販グループ

「お掃除のダスキン」から「衛生のダスキン」へ衛生管理の重要度が高まる状況の中、衛生分野に注力し、商品・サービスの開発・提案を実施します。

③ フードグループ

いいことあるぞ **Mister Donut** の実現

お客様が安心して利用できる店舗環境整備、持ち帰りしやすい仕組みを導入し、「おいしい商品」の提供を続けます。

フランチャイズチェーンの維持

- ① 当社全事業の全てのフランチャイズ加盟店とその従業員に対して5月にお見舞金を支給（総額16億58百万円）
- ② 未使用製品の本部返却、ミスタードーナツ賞味期限切れ原材料引き取り
- ③ フランチャイズ加盟店売掛金の棚上げ及び融資
- ④ ミスタードーナツ店舗（カフェテリアタイプ）のショーケースについて本部費用で扉設置（15億円）
- ⑤ 訪販グループ売上回復へ向けた広告販促費用投入



④ ショーケースの扉の設置



⑤ グループ内横断キャンペーンへの広告投下

コロナ感染拡大により社会もニーズも大きく変化
その変化に柔軟に対応しお客様のお役立ちを行うことが
生活調律業

家庭市場



家族の暮らし
総合窓口化

「衛生対策」
「イエナカ」
「代行」「癒し」
需要拡大



事業所市場



衛生管理の
ノウハウ提供企業へ

社会課題「衛生対策」に対して、商品・役務に関する高いレベルのノウハウをワンストップで提供出来る強みを活かし、新たな価値を提供

「衛生」のダスキンへ更なる進化

家庭用 衛生パック



空間・フロア・厨房 衛生マネジメントサービス



感染対策型 衛生マネジメントサービス



イベント施設・学校等 感染対策型 衛生マネジメント



サービスマスター衛生清掃パック

「床・空間・モノ」3つの領域に「除菌清掃」と「抗菌・防カビ・防汚」
処理を施工し清潔で衛生的に保つためのサービスを開始

床



抗菌ワックス仕上げ

空間



オゾン除菌脱臭

モノ



付着した細菌除去

オフィス

教育関連施設

レジャー施設

宿泊施設

介護施設・医療施設

飲食店

イベント衛生サービス（イベントの「衛生対策」をワンストップで提供）

コロナ禍でイベント自粛が続く中、その再開へ向けて当社が衛生面でイベントをサポートする新サービス。イベント資材のレンタルを行うレントオール事業と清掃・衛生用品のダストコントロール事業、プロのお掃除サービスマスター事業、害虫獣の駆除と総合衛生管理を行うターミニックス事業のサービスをパッケージ化したワンストップサービス。**今後のイベントには「衛生対策」が標準化すると考え10月より全国で受注開始。**



検温ツールレンタル



客席除菌



化粧室（マット・清掃）

●メリーメイド 「お部屋の除菌仕上げ」

メリーメイド事業で衛生意識の高まりを受け「お部屋のお掃除」にプラスし、ドアノブやスイッチプレート、床を除菌剤や当社の「すっきり除菌モップ」で仕上げるサービスを導入。



●TuZuKu 持続除菌洗剤

ダストコントロール事業で、富士フイルム株式会社と共同開発した洗剤・除菌・抗菌ができる商品を発売。



当社の洗剤ノウハウと富士フイルムの銀系抗菌剤と超親水性ポリマーを利用した抗菌技術を組み合わせ、洗剤・除菌・抗菌が一度に可能

※全ての菌を除菌・抗菌するわけではありません。

進化し続けるミスタードーナツの店舗！

新しい時代のニーズをとらえ、
「いつでも利用できるミスタードーナツへ」

WEB予約システム



ドライブスルー



マスターコントロールキッチン (セントラルキッチン)



省人化店舗開発



お客様にとって「いいことあるぞ」の具現化のための商品戦略
「misdo meets」「ミスドゴハン」を継続実施いたします。

- | | |
|---------------------|------------------------|
| ①「misdo meets」展開 | ➡ 来店頻度の増加 |
| ②「ミスドゴハン」のテイクアウト促進 | ➡ 軽食/食事利用のきっかけづくり |
| ③他社キャラクターとのコラボレーション | ➡ 話題性喚起による来店誘因 |
| ④50周年テイクアウトボックス | ➡ Withコロナを踏まえたテイクアウト促進 |



「misdo meets」「ミスドゴハン」



「ポケモン」とのコラボ



「ミスドゴハン」のテイクアウト促進



50周年テイクアウトボックス

CSV ・ ESG



社会の
持続的
な発展

フランチャイズチェーン

家事や清掃等の負担を軽減する
「ケアサービス事業」の拡充

目標

2,760店

期末予測

2,693店

進捗

△

受動喫煙を防止する「フード店舗」

全店導入

全店導入

○

サプライチェーン

有事に早期復旧を可能とする「BCP」

訪販G販売品
上位60品目

対策済み
50品目

△

循環型社会づくり

くり返し使う「モップ・マット」の再商品化

97%

97.6%

○

「食品廃棄物」のリサイクル率向上

50%以上

53%

○

気候変動対応

温暖化原因となる「CO2排出量」削減

2013年度比
16%減

同左
20%減

○

多様な人材

「女性管理職」活躍の場の創出

8%以上

9.2%

○

「障がい者雇用」の促進

3%以上

2.8%

△

「家事支援外国人」受入事業の拡充

50名

47名
コロナ禍で休止中

-

47



人づくり



環境との
共生

当社株式のGPIF保有比率

2020年3月末 **8.4%**（4,291千株）

ESGインデックス・社外評価

ESG総合 MSCI ジャパン
ESGセレクト・リーダーズ指数3年連続選定 最上位「**AAA評価**」2020 CONSTITUENT MSCIジャパン
ESGセレクト・リーダーズ指数**E:環境** S&P/JPX
カーボン・エフィシエント指数

3年連続選定

**S:社会** MSCI
日本株女性活躍指数（WIN）

2020年より構成銘柄に選定

2020 CONSTITUENT MSCI日本株
女性活躍指数 (WIN)**S:社会** 経済産業省
健康経営優良法人2020

4年連続選定



ご 参 考

ダスキン単体

(単位：百万円)

	2020/3月期 2Q累計	2021/3月期 2Q累計	増 減		ご参考 2020/3月期
				増減率 (%)	
売上高	63,298	58,999	▲4,299	▲6.8	127,838
営業利益	2,252	2,093	▲159	▲7.1	3,956
(売上高営業利益率)	(3.6%)	(3.5%)	(▲0.0)	—	(3.1%)
経常利益	4,835	4,739	▲96	▲2.0	7,419
(売上高経常利益率)	(7.6%)	(8.0%)	(+0.4)	—	(5.8%)
四半期(当期)純利益	3,780	2,462	▲1,317	▲34.9	5,614
(売上高当期純利益率)	(6.0%)	(4.2%)	(▲1.8)	—	(4.4%)

訪販グループ

※売上内訳・・・①以外売上 ②商品売上 ③ロイヤリティ(定期以外はロイヤリティなし) ④直営店

訪問販売

ご家庭向け

定期レンタル

ダストコントロール・・・モップ、マット等
エアークリーン・・・空気清浄機
ウォータークリーン・・・浄水器
ドリンクサービス・・・ボトルドウォーター

役務提供サービス

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
ターミニックス・・・害虫獣駆除・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

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
エアークリーン・・・空気清浄機
ウォータークリーン・・・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

役務提供サービス

サービスマスター・・・オフィスクリーニング
ターミニックス・・・害虫獣駆除・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・・・介護用品レンタル

フードグループ

※売上内訳・・・①加盟店への原材料売上
②ロイヤリティ ③直営店

ミスタードーナツ・・・手作りドーナツ専門店
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
ベーカリーファクトリー・・・郊外型大型ベーカリー

ザ・シフォン&スプーン・・・シフォンケーキ
※2020年7月に全店舗閉鎖
パイフェイス・・・パイ専門店

その他

(株)ダスキヘルスケア
・・・病院の衛生管理サービス
ダスキ共益(株)
・・・リース事業、保険代理業
海外・・・ダストコントロール
ミスタードーナツ
Big Apple
ダスキ香港

事業別 お客様売上高

※ 海外事業のお客様売上高は、1月～6月の合計値
(単位:百万円)

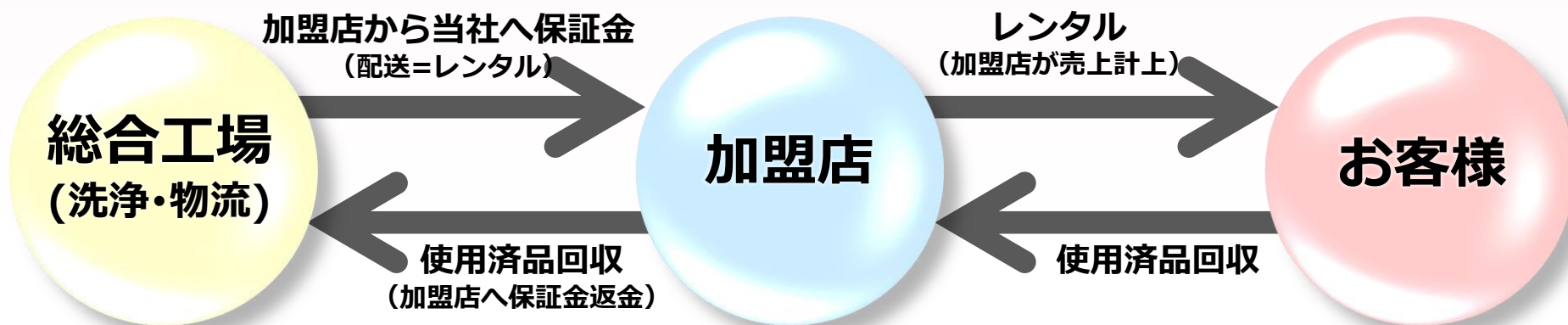
	2020/3月期2Q	2021/3月期2Q	前期比較	
			増減額	増減比
訪販グループ	137,423	124,525	▲12,898	▲9.4%
ダストコントロール(国内) ホームサービス(家庭用)	44,576	41,688	▲2,887	▲6.5%
ビジネスサービス(事業所用)	47,143	45,101	▲2,041	▲4.3%
ケアサービス(役務提供サービス)	26,725	25,653	▲1,072	▲4.0%
(サービスマスター)	(15,038)	(14,651)	(▲386)	(▲2.6%)
(メリーメイド)	(5,420)	(4,938)	(▲481)	(▲8.9%)
(ターミニックス)	(4,672)	(4,372)	(▲300)	(▲6.4%)
(トータルグリーン)	(1,518)	(1,596)	(+78)	(+5.2%)
(ホームリペア)	(75)	(93)	(+18)	(+23.9%)
ヘルス&ビューティ	1,291	1,010	▲280	▲21.7%
アザレプロダクツ	1,929	1,342	▲586	▲30.4%
ダスキライフケア	1,058	907	▲150	▲14.3%
レントオール	7,755	1,727	▲6,028	▲77.7%
ヘルスレント	5,214	5,589	+375	+7.2%
ユニフォームサービス	1,727	1,502	▲225	▲13.0%
フードグループ	38,126	34,153	▲3,973	▲10.4%
ミスタードーナツ(国内)	36,849	33,127	▲3,722	▲10.1%
その他フード	386	219	▲167	▲43.3%
かつアンドかつ	890	806	▲83	▲9.4%
その他	14,181	12,674	▲1,506	▲10.6%
ダストコントロール(海外)	2,562	2,524	▲38	▲1.5%
ドーナツ(海外)※BigAppleを含む	7,449	5,975	▲1,474	▲19.8%
ダスキんヘルスケア	4,168	4,175	+6	+0.2%
合 計	189,731	171,353	▲18,377	▲9.7%

※ その他フード : ハーカリーファクトリー、パイフェイス、ザ・シフォン&スポンジ(2020年7月全店舗閉鎖)

※ MOSDOについては、ミスタードーナツ(国内)に含めて記載。

モップ・マット等のレンタル

商品を繰り返し使い、寿命が尽きるまで使い切るという発想が根幹



直営及び子会社	13工場
協力会社	32工場
合計	45工場

直営・子会社拠点	約100拠点
F C 拠点	約1,800拠点
営業拠点	約1,900拠点

訪問販売員
約62,000人

家庭市場のお客様
約460万軒

事業所市場のお客様
約112万軒

*洗浄のみ、物流のみの工場含む

① 全国を網羅する充実した生産・販売体制

この資源循環型ビジネスモデルを全国規模で確立する多額の投資には、工場体制の整備、レンタル用商品の資材購入が必要であり、加えて全国的な訪問販売員の組織構築に時間と費用を要するため、競合は少ない。

② 強固な顧客基盤

対面販売できる広範な顧客基盤を有している点が強み。特に家庭市場における顧客基盤が強固である。