DUSKIN
喜びのタネをまこう

Corporate Report 2023

ダスキン統合レポート　ダイジェスト版

株式会社 ダスキン
〒564-0051 大阪府吹田市豊津町1番33号
www.duskin.co.jp

DK230630



ダスキン統合レポート2023「ダイジェスト版」の発行にあたって

本レポートは「ダスキン統合レポート2023」の「ダイジェスト版」です。当社の経営理念をはじめ、トップメッセージ、価値創造プロセス、事業戦略、サステナビリティなど、企業価値の向上を目指した取り組みについてコンパクトにご紹介します。

ダスキン統合レポートは、株主・投資家をはじめとするステークホルダーとの対話を深めるための大切なツールであり、ダスキンだからこそ表現できる「喜びのタネまき」を通して、中期経営方針2022で目指す姿や、これから創出される新たな価値を解説し、経営理念への変わらぬ理解とダスキンの未来に対する期待感を醸成することを目的に発行しています。

本レポートが対話創出のきっかけとなり、当社に対する理解をより一層深めていただけると幸いです。ぜひオリジナル版もご参照ください。(発行時期:2023年9月予定)

https://www.duskin.co.jp/ir/library/report/

オリジナル版の主なコンテンツ

イントロダクション
- 創業者の思想、存在意義
- ダスキンの成長の軌跡
- 会長メッセージ
- 社長メッセージ

価値創造ストーリー
- 価値創造プロセス
- 資本の強化
- マテリアリティ
- 財務・非財務ハイライト

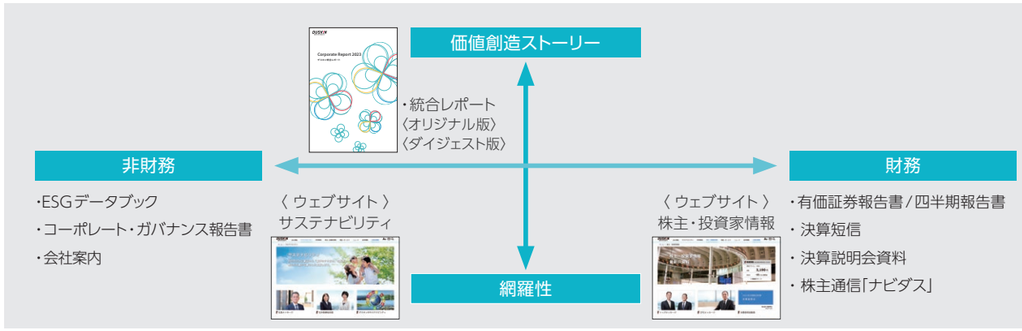
価値創造の戦略
- 中期経営方針2022
- CFOメッセージ
- COOメッセージ
- 海外戦略

価値創造の基盤
- 社長×社外取締役座談会
- ダスキンのサステナビリティ
- コーポレート・ガバナンス　など

Contents

ダスキンの原点	2
長期戦略「ONE DUSKIN」	4
会長メッセージ	6
社長メッセージ	8
価値創造プロセス	12
価値創造プロセスの解説	14
財務ハイライト	16
非財務ハイライト	17
中期経営方針2022	18
ダスキンの現在	20
グループ別事業戦略	22
訪販グループ	22
フードグループ	24
ダスキンのサステナビリティ	26
コーポレート・ガバナンス	28
主な経営指標の11ヵ年サマリー	30
会社情報	32
株式情報	33

本レポートの位置付け



刊行物ご案内

統合レポート	機関投資家を主な対象に、ダスキンの長期的な価値創造の全体像や経営戦略、業績、サステナビリティなど、財務情報と非財務情報を総合的に報告しているレポートです。 https://www.duskin.co.jp/ir/library/report/	
ESGデータブック	ESG(環境・社会・ガバナンス)情報に関心を持つステークホルダーを対象に、ESGに関する詳細なデータや各種方針をまとめています。コーポレートサイトにPDF形式で掲載しています。 https://www.duskin.co.jp/sus/library/databook/	
会社案内	求職者やダスキンへの加盟を検討する事業者、法人のお客様など、「ダスキンのことをこれから知ろうとしている人」を主な対象とした冊子です。ダスキンの事業活動とサステナビリティ活動を簡潔にまとめています。 https://www.duskin.co.jp/company/library/	

編集方針

- **本冊子で使用する用語**　企業集団:株式会社ダスキン及び連結子会社
  ダスキングループ:企業集団及び持分法適用関連会社
  ダスキンファミリー:ダスキングループ及びダスキンの経営理念に賛同するすべての組織(加盟店・協栄工場を含む)
  加盟店:フランチャイズチェーン加盟店
- **報告対象期間**　2023年3月期(2022年4月1日～2023年3月31日)を主な対象としていますが、2022年3月期以前及び2024年3月期の活動についても一部掲載しています。
- **報告対象範囲**　株式会社ダスキン、関係会社及び加盟店・協栄工場
- **発行時期**　2023年7月

お知らせ　本レポートの記載内容に修正が生じた場合は、当社企業情報サイト(https://www.duskin.co.jp/)に掲載いたします。

見通しに関する特記事項

本レポートには、当社の現在の計画、業績予想、戦略に関する情報が含まれていますが、これらの情報は情報開示時点における将来の見通しであり、リスクや不確定な要素を含んでいます。実際の業績等は、今後の経済状況や当社を取り巻く事業環境などのさまざまな要因により、大きく異なる可能性があることをご承知おきください。

1963 ダスキンの原点

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、
経営理念というかたちで
大切に継承されています。



創業者・鈴木 清一

1911年（明治44年）、愛知県碧南市に生まれる。1938年、一燈園※に身を投じ托鉢求道の生活に入る。1944年、ケントクを創立。以後「道と経済の合一」を願う「祈りの経営」について生涯を通じて追求。1963年、ダスキン創業。日本初の複合フランチャイズ企業の道を開く。1980年、68歳で永眠。

※京都山科にある無宗派無所有の修養団体

祈りの経営ダスキン　経営理念

一日一日と今日こそは
あなたの人生が（わたしの人生が）
新しく生まれ変わるチャンスです

自分に対しては
損と得とあらば損の道をゆくこと

他人に対しては
喜びのタネまきをすること

我も他も（わたしもあなたも）
物心共に豊かになり（物も心も豊かになり）
生きがいのある世の中にすること　　合掌

ありがとうございました

理念を実現するためのフランチャイズ



1964年 ダスキンフランチャイズチェーン全国加盟店研修会

ダスキンの理念である「祈りの経営」に賛同していただける方々に、ダストコントロール事業をビジネスチャンスとしてほしいとの思いから、「フランチャイズシステム」を導入しました。ダスキンの「フランチャイズ」は、本部と加盟店が理念を共有し、運命共同体として、ともに成長していくことを目指しています。

存在意義

人に、社会に、「喜びのタネまき」を

ダスキンは、利益追求のみならず、世の中の人に喜ばれる「喜びのタネまき」を実践し、地域の人々と喜びを分かち合い、物も心も豊かな暮らしに貢献することで、継続的な企業価値の向上を実現します。

創業者は、「利益は喜びの取引から生まれるもの」と考え、「ダスキンのお仕事に関わるすべての人が幸せになってほしい」という願いのもとに、生涯をかけて「喜びのタネまき」を追い求めました。

この存在意義こそ、ダスキンにおける経営の根幹を普遍的な価値として、企業の成長と社会の持続的発展に貢献するものです。







企業目的

1 ダスキンは
「道と経済の合一」を目指します。
企業活動のすべての原点には「祈り」があります。

2 ダスキンは
人を愛し、人を育てます。
仕事を通じ、人の成長を助けます。

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。
世界のトップレベルを目指します。

4 ダスキンは
「喜びのタネまき」
をいたします。
利益は“お客様の喜び”のバロメーターです。

長期戦略「ONE DUSKIN」

経営ビジョン

世界一 ひとにやさしいダスキン

長期戦略

ONE DUSKIN

すべての事業が一つになってホスピタリティあふれる対応ができる企業へ

提供価値

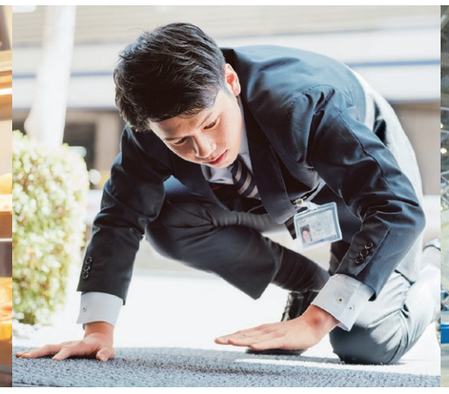
ステークホルダーとの価値協創
事業を通じた社会への貢献

ダスキンファミリーが一丸となって、お客様に向き合い、これからも社会から必要とされるダスキンへ

「世界一 ひとにやさしいダスキン」を目指して掲げた長期戦略「ONE DUSKIN」は、スタートしてから8年が経過し、今も着実に歩みを進めています。

「すべての事業が一つになってホスピタリティあふれる対応ができる企業へ」進化するため、人と人がつながり、安心して笑顔で暮らせる街をつくり出す企業グループを目指します。また、街で最も頼れる存在であり続けるために、お客様の要望に先回りした提案を行い最高のサービスをお届けすることを、ダスキンファミリーが一丸となって目指します。








ステークホルダーとの価値協創

お客様との協創

お客様のニーズに寄り添った商品・サービスの提供

お客様の声を直接お聞きするため、ファンミーティングを全国各地で定期的に開催。会長をはじめ各グループの本部・地域スタッフや加盟店オーナーが、お客様のご意見やご要望を直接お伺いし、商品・サービスの改良・改善につなげています。



地域社会との協創

学校教育支援活動の推進

2000年より学校教育支援活動を推進。学校の掃除時間を“子どもたちの力を伸ばす時間”として活用するため、現職の先生方と研究を行い、小学生向け出前授業「キレイのタネまき教室」や教員セミナー「子どもたちの力を伸ばす学校掃除セミナー」等、学校現場の要望に応じた活動に取り組んでいます。



社員との協創

ダイバーシティ＆インクルージョンの推進

変化し続ける社会やお客様ニーズに効果的に対応するためには、多様なキャリアや社会的背景を持つ社員が、お互いを尊重し個々の能力を最大限に発揮することが大切です。ダスキンでは、社員それぞれがいきいきとやりがいを持って働き、能力や経験を十分に発揮できる職場づくりを進めています。



地球環境との協創

身近に、未来に、エコのタネまき

おそうじ用具のレンタルからはじまり、ものを大切にしてきたダスキンは、地球の未来を大切にするため、くりかえし使う・みんなで使う・減らす・捨てない、これらの視点で、商品・サービスの開発、生産、お届けから使用後までの企業活動のすべてを見直し、更に取り組みを進めています。

エコのタネ
身近に、未来に、エコのタネまき。

会長メッセージ

創業精神を継承し、経済価値と社会価値の両立を通じて、企業価値の向上を目指してまいります。



創業時より大切にしてきた「道と経済の合一」

今年度、当社は創業60周年を迎えます。これもひとえに、お客様をはじめ、株主の皆様、加盟店や取引先、社員のご愛顧とご支援のおかげであり、心より感謝申し上げます。

私が経営の中で常に大切にしていることは、創業者である鈴木清一がどのような想いで「喜びのタネまき」について考え、「祈りの経営」に基づく事業を立ち上げたかということです。創業者は人に喜ばれること、世の中に役立つことを自ら率先して行動することで、経営理念を社内外に広めていきました。そこには、企業の利潤はお役に立った後に結果としてついてくるという考え方があります。企業として適正な利潤の追求は欠かせないものである反面、儲けを第一にした事業の発想は当社にはありません。そして今日では多岐にわたる事業を展開していますが、それぞれの事業を伸びていく大樹の枝葉とするならば、「祈りの経営」は太い幹にあたります。これからも創業者の思想を受け継ぎ、理念を共有する企業集団であり続けたいと強く願っています。

昨今、サステナビリティ経営の観点から、経済価値と社会価値の両立が重要とされています。これに対して、当社では創業時より「道と経済の合一」を追求してきました。道とは、やさしさや思いやりの心を皆が持つことで、持続可能な社会を実現することを意味します。この価値は、いかなる時代においても普遍的なものです。一方で、経済は時代の変化に対応して新たな価値を生み出していかなければ、世の中から取り残されかねません。すなわち、変えてはならない「道」と変えなければならない「経済」を合一していくことが、当社の最たる企業価値であると考えます。

当社の考え方に賛同していただいているステークホルダーの皆様方との協業をこれからも大切にしつつ、「道と経済の合一」を目指すことで、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に努めてまいります。

長期戦略「ONE DUSKIN」の実現に向けて注力

私が社長に就任して3年後の創業50周年で「ONE DUSKIN」の構想を発表しました。当時、各事業部は縦割り組織の中で事業を展開していました。縦割り組織ならではの強さがある一方で、ダスキンという一つのグループとして相乗効果を発揮することで、「世界一 ひとにやさしいダスキン」に向けて、更なる価値を創出できると考えたのです。

以来、加盟店を筆頭に「ONE DUSKIN」に向けた取り組みを進めてきました。最近では、コロナ禍において、クリーンサービス事業とケアサービス事業、レントオール事業の加盟店が一つになって、「イベント衛生サービス」を展開する取り組みが行われています。

正直なところ、「ONE DUSKIN」は山の8合目あたりであり、中でも、訪販グループとフードグループとのシナジーが課題です。これら2つが融合できれば、当社の事業は更に強くなります。今後、頂上までの残り2合を目指して尽力していきたいと思います。

これからも、謙虚な気持ちと、ステークホルダーの皆様に対する感謝の気持ちを持ちつつ、「道と経済の合一」を大切にしながら社会課題に応え、持続的な企業価値の向上を目指してまいります。

今後とも変わらぬご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

株式会社ダスキン
取締役会長

山村輝治



創業60周年を節目として
これまで以上に「喜びのタネまき」を世の中に広げ、
企業としての更なる進化を追求していきます。

当社は、2024年3月期の年次モットーを「まごころ届けて60年、自ら考え行動し、喜びのタネをまこう」としています。創業60周年を迎えるにあたり、「喜びのタネまき」という創業の原点に戻り、加盟店や生産事業所を含むダスキンファミリーが一丸となって、取り組んでまいります。一人ひとりが「思い」を持って、自ら考えて行動に移していくことが、すべてのステークホルダーの皆様の期待に応えることになり、企業価値の向上につながると考えています。

厳しい経営環境の中、グループでの結束力、行動力を発揮した一年

ここ数年のコロナ禍により、日本経済は事業活動に制約がかかり経済的な影響を受けました。また、ロシア・ウクライナ情勢の長期化、エネルギー価格や原材料価格の高騰、不安定な外国為替相場などで収益面にも打撃を受けました。当社も厳しい局面が続いたものの、一方で実感したのはグループの結束力であり、厳しい事態に対して総力を挙げて取り組む行動力です。加盟店で働く方々をはじめ、当社の社員、当社に関わるすべての方々が、創業以来大切にしてきた「喜びのタネまき」という理念を共有し、課題の解決に向けて取り組みました。その結果、厳しい一年であったものの、すべてのセグメントで増収となりました。理念を共有し、行動ができることは、当社にとって大きな財産であると改めて実感しました。

訪販グループの主力であるモップ・マット商品は、2022年7月に約30年ぶりとなる価格改定を行いました。お客様のもとへ訪問し、対面接客を通じて培ってきたコミュニケーションの積み重ねが、価格改定に対するご理解につながりました。ミスタードーナツの商品についても、2022年3月と11月の2回にわたり価格改定を行いましたが、店舗での対面によるホスピタリティを持った接客対応に努めてきたことで、お客様に概ね受け入れていただけたと実感しています。多くのお客様からご理解を賜り、感謝の気持ちでいっぱいです。

「中期経営方針2022」の取り組みは、加盟店とともに着実に進んでいます。訪販グループでは、最重要領域と位置付けている衛生領域において除菌・抗菌及び抗ウイルスの衛生商品・サービスの売上高構成比率を2025年3月期に55%まで引き上げる計画でしたが、すでに一年目の2023年3月期で目標をクリアしています。フードグループのミスタードーナツでも最高水準の素材と技術を持つブランドとの共同開発「misdo meets」等の新商品販売が好調に推移したことに加え、新規出店等により稼働店舗数が増加したことで、売上高・営業利益とも前期比を上回ることができました。

リアルとデジタルの両面からCX（顧客体験）の向上を目指す

お客様への更なるサービス向上を目指して、デジタル技術の活用に注力しています。このことにより、商品・サービスの提供時にとどまらず、購入前、購入後においてもCX（顧客体験）を向上させていく考えです。

訪販グループではお客様向け会員サイト「DDuet（ディーデュエット）」を運営しており、会員数は150万人を超えています。サイトでのご注文機能だけでなく、DDuetアプリのマイページ機能では、お客様に応じた商品・サービスのご案内をしております。一方、フードグループでは「misdoネットオーダー」を導入し、スマートフォンなどを通じて事前に注文することで、レジに並ばなくても商品を受け取れる仕組みを構築しています。こうした取り組みを通じて、お客様との対面営業の強みに加えて、デジタル技術により24時間対応できる要素を掛け合わせることで、新たな接点や関係性を築けると考えています。

また、訪販グループでは、デジタル技術の活用に力を入れる一方、お客様との直接対面の機会を増やす活動も展開しています。第61期は約250名の営業専任組織により、家庭市場の開拓に乗り出しました。ここ数年、モップ商品の契約数は減少傾向でしたが、直営店と関係会社での検証では契約数は純増に転じています。この結果を踏まえ、対面営業活動を全国の加盟店で展開するとともに、家庭市場のモップのみにとどまらず、事業所市場でも同様の展開を進めていく考えです。

加えて、フードグループのミスタードーナツでは、主に都市圏でのキッチンレス店舗の出店を強化していきます。従来のキッチン併設店に比べて、省スペースで店舗運営が可能となり、出店コストなどの制約が少なくなることから、出店が加速していくことを想定しています。

日本及び海外で新しい成長機会の創出に向けた挑戦を展開

昨年より、新しい成長機会の創出に向けた投資を積極的に行っています。2022年2月より暮らしの中で起こるトラブルに迅速に対応するため、鍵のお困りごとを解決する「ダスキンレスキュー」を、新たなブランドとして近畿圏で検証をスタートさせました。また、同年11月に、水まわりのトラブルに対応する駆けつけサービス等を展開する株式会社クラシアンとの業務提携、及び同社の持株会社への出資を行いました。同社との事業の親和性があると判断し、新たなお客様にサービスをご提供するための出資です。

今後、引越し退去時の清掃や鍵の交換サービスとクラシアンの水まわり事業とのコラボレーションなど、さまざまな事業やサービスの組み合わせを通じて、従来のビジネスの発想を超えた新たな価値を生み出していく考えです。

また、海外戦略については、新たな成長機会として、アフターコロナを見据えて、成長の芽をしっかり育てていきます。具体的には、R E & S Enterprises Pte Ltdとミスタードーナツ事業のシンガポールにおけるマスターフランチャイズ契約を締結し、展開を図ります。更に、台湾では「家庭向けお掃除サービス」の導入をしました。

このほか、海外向けのECサイトの展開も進めているところです。巨大市場である中国については、ゼロコロナ政策が緩和された中でアプローチを再開しています。また、東南アジア諸国については、所得水準が日本を超える地域が出てきており、市場としてのニーズは十分あると考えます。それぞれの国や地域の顧客層に向けて、当社がどのような商品・サービスで強みを発揮できるのか、検討しているところです。

海外事業について期待していることは、国内と同様に「ONE DUSKIN」に基づく取り組みが進んでいる点です。海外のクリーンサービス事業の展開拡大とともに、ケアサービス事業にも注力しています。「ONE DUSKIN」の理念を日本から世界へ広げていくことで、事業拡大の可能性を追求していきます。

一方、DX推進による生産性向上も重要課題です。2024年3月期中に、モップ・マットのレンタル商品約3,100万枚すべてにRFID（電子タグ）を取り付け、手作業の検数作業や棚卸し業務の効率化に向けた取り組みを加速させます。RFIDの取り付け費のほとんどは原価計上となるため、一時的な減益要因となるものの、中長期の成長及び就業人口減少対策として欠かせない戦略投資であることをご理解いただきたいと思います。



人的資本経営を更に推進し、持続的な成長に向けた人材基盤を強化

中長期にわたる持続的成長に向けて、当社では新たなビジョンの策定を進めており、サステナビリティ経営の強化に取り組んでいます。

特に重要課題である人材基盤の強化については、人的資本経営の観点から時代の先を見据えた取り組みを進めています。2022年4月に人事制度を刷新し、「より責任のある仕事をしたい」という社員へのモチベーションアップとキャリア形成を会社全体で支援することを目的に、入社3年目以降どの年齢、等級からでも管理職に登用が可能となる昇格制度を導入しました。また、新規事業やDX、CX（顧客体験）に関するアイデアを社員から募集するなど誰でもチャレンジできる風土を形成したいと考えています。

ダイバーシティ&インクルージョンについては、目標を設定して取り組んでいます。創業当時から年齢や性別、身体上のハンディキャップなどを問わず活躍できる組織を目指してきました。多様な考え方や価値観を認め合い、職場においては公正に評価され処遇されると同時に、能力や経験を十分に発揮できる環境づくりを推進しています。

一方、環境に関する課題については、2030年に向けたダスキン環境目標を設定しており、進捗管理をしっかり行いながら、毎年見直しをしています。また、コーポレートガバナンスに関しては現状、コーポレート・ガバナンスコードをすべて順守しており、今後コードの見直しに際しても上場企業の責務として誠実に対処いたします。

「中期経営方針2022」は、「ONE DUSKIN」を旗印とした長期戦略の総仕上げにあたります。当社グループのすべての事業が一つになって、ホスピタリティあふれる対応ができる企業になるために、中期経営方針の施策を着実に実行してまいります。ステークホルダーの皆様には、引き続き変わらぬご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

株式会社ダスキン
代表取締役 社長執行役員

大久保 裕行

価値創造プロセス

私たちは社会に生かされ、ステークホルダーとの価値協創によりその恩返しをすることが事業活動と考えています。社会からお預かりする資本を有効に活用し、一つでも多くの喜びのタネをまき、社会にお返しすること。それが当社の「祈りの経営」における価値の創造です。当社ではフランチャイズという事業システムを起点に「喜びのタネまき」を実践し、継続的な企業価値の向上を実現します。

社会課題

政治	経済	技術	社会
●関連法規制 ●政府目標の実現	●ポストコロナにおける経済活動の拡大	●デジタルシフトの加速	●少子高齢化の進展 ●価値観・ライフスタイルの変化 ●雇用・働き方の多様化 ●家族形態の多様化 ●地球温暖化問題の深刻化

INPUT

6つの資本

人的資本※1
- 連結従業員 **3,739名**
- 教育施設
  誠心館／ダスキンスクール／ミスタードーナツカレッジ／地域研修センター

社会関係資本
- 地域に根差した**フランチャイズシステム**
- 自治体・行政機関との**連携**
- 国内拠点 **6,742拠点**※1
- 海外拠点 **11,474拠点**※2

知的資本
- 特許保有件数
  国内 136件／海外 5件※1
- 研究開発費 **7.2億円**※3

財務資本
- 純資産 **1,517億円**※1
- キャッシュ・フロー（現金及び現金同等物の期末残高）
  312億円※3

製造資本
- モップ・マット製造工場 **2拠点**※1
- 製造委託先食品工場
  定期監査実施率 **100%**※3

自然資本※3
- 容器包装プラスチック使用
  1,166t
- エネルギー使用量
  2,342千GJ（ギガジュール）
- CO_2排出量 **454,841t-CO_2**

リスクと機会

ビジネスモデル・フランチャイズシステム

加盟店と経営理念を共有し、本部及び加盟店が共同事業の精神のもと、ともに成長を目指していくのが創業以来変わることのない当社のフランチャイズシステムです。



経営課題マテリアリティ

中期経営方針2022

OUTPUT

訪販グループ
- クリーンサービス事業
- ケアサービス事業
- シニアケア事業
- その他訪販事業

フードグループ
- ミスタードーナツ事業
- その他フード事業

海外
- 海外事業
  ダストコントロール
  ケアサービス
  ミスタードーナツ
  ビッグアップル

OUTCOME

人に、社会に、「喜びのタネまき」を



経済価値
- 加盟店の持続的な発展に寄与するビジネスモデル（加盟店平均契約年数 36年）
- 株主への積極的な利益還元（総還元性向106.4%）
- お客様満足度向上による売上高の成長（全国チェーン店お客様売上高 4,117億円、売上高成長率5.7%）
- ケアサービス事業拠点数 2,795拠点
- シニアケア事業拠点数 276拠点

※拠点に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。（2023年3月末現在）

社会価値
- 大阪府との包括連携協定締結
- 学校教育支援活動の推進
- 女性管理職比率 13.1%
- 障がい者雇用率 2.82%
- 一人当たり研修受講時間 18.6時間

環境価値
- 食品廃棄物リサイクル率69.1%
- 食品ロス量削減率38.6%（2021年3月期比）
- 容器包装プラスチックリサイクル率19.9%
- CO_2排出量削減率20.2%（2014年3月期比）

※2023年3月期
※単位未満は切り捨てています。

長期戦略 ONE DUSKIN

すべての事業が一つになって　ホスピタリティあふれる対応ができる企業へ

※1 2023年3月末現在
※2 2022年12月末現在
※3 2023年3月期

価値創造プロセスの解説

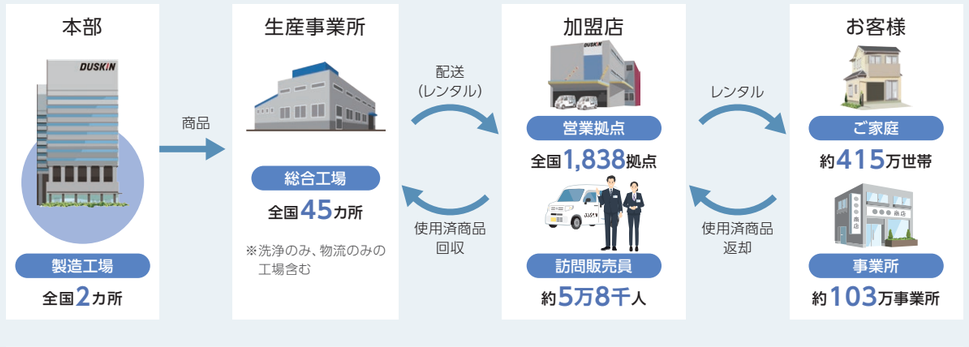
ビジネスモデル

当社は、クリーンサービス事業（モップ・マット商品のレンタル）とミスタードーナツ事業の、大きく分けて2つのフランチャイズシステムによるビジネスモデルで事業を行っています。

クリーンサービス事業では、加盟店を通じてご家庭や事業所などのお客様に、清掃・衛生用品をレンタルと販売で提供。一方、ミスタードーナツ事業では、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提供しています。両グループの事業を支えているのが当社独自のフランチャイズシステムです。

クリーンサービス事業（モップ・マット商品）

加盟店を通じてご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

- 強固な顧客基盤
- 地域密着型の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

※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。

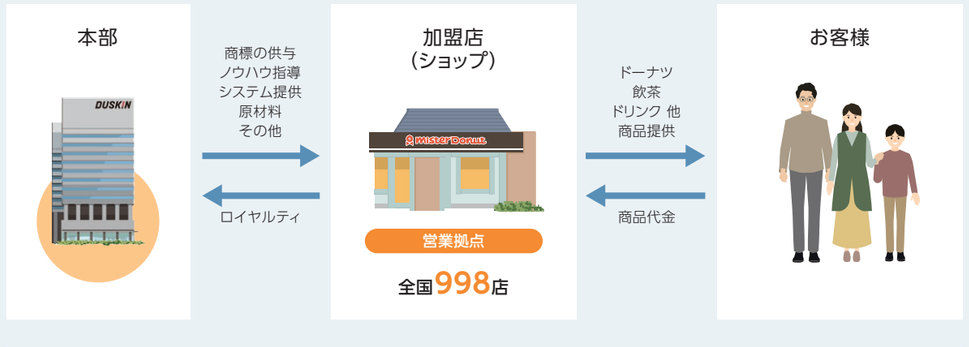
2023年3月末現在

ミスタードーナツ事業



※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、参考数値として掲載しています。

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提供



競争優位

- 約1,000店の「店舗」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教育システム

2023年3月末現在

インプット

人的資本

性別、年齢、国籍、キャリア等にかかわらず、互いに尊重、能力を最大限に発揮できる人材を育成し、変化する事業環境や多様化する顧客ニーズを的確に把え、新たな価値や優位性の創出につなげます。

財務資本

収益性が健全な事業の継続が生み出す強固な財務基盤と安定したキャッシュ・フローが新規事業創出の源泉です。また、災害など想定外の危機の際も、事業継続とステークホルダーへの価値創造をしっかり支えます。

知的資本

特許やノウハウ、ブランドやデータ資産などの知的財産を保有・活用することで、競争優位性の構築や不正競争などのリスク低減とともに、新商品・サービス開発、生産性向上、コスト削減につなげています。

社会関係資本

加盟店の人材育成の基本は自分の地元で事業を営むオーナーやスタッフに、当社のサービス品質を身に付けてもらうことです。これによって真に地域の人々のニーズにあった「喜びのタネ」をまくことができます。

製造資本

オンリーワンの製品やサービスを生み出す工場や委託先工場は欠かせない重要な資本です。製品や原材料の製造委託先の工場を定期的に監査し、継続的に品質等の改善・向上を図っています。

自然資本

環境にやさしい循環型ビジネスの衛生・清掃用品レンタルを事業化し、成長してきました。現在は、あらゆる事業領域で、原材料調達から商品製造、使用後の回収、再資源化までの全プロセスで環境負荷を低減しています。

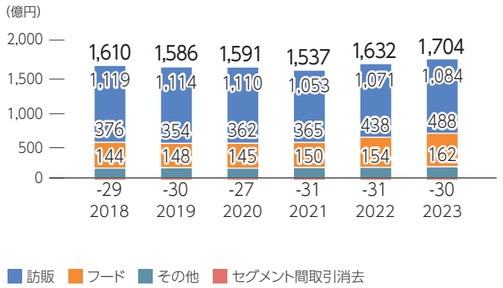
ステークホルダー

ステークホルダー	ダスキンに期待されていること	対話の機会
お客様	世界中の誰よりも、お客様視点に立って、考え、形にする	消費者懇談会、コンタクトセンター、ファンミーティング、ウェブサイトでの情報開示 など
加盟店	同じ理念を共有し、行動する	マネジャーによる支援、表彰制度、加盟店会 など
地域社会	信頼を積み重ね、最も身近で頼りになる存在となり、地域社会と共生・共栄する	学校教育支援活動、クリーンアップマイタウン（ゴミ拾い活動）、工場見学、ダスキンミュージアム、特殊詐欺被害防止啓発活動 など
取引先	適正で誠実な取引を通じて、強固なパートナーシップを構築する	仕入先様との勉強会、トレードショー、ダスキン購買クリーンライン など
社員	互いに支え、挑戦し、成長する	労使協議会、労働安全衛生委員会、ホットライン、教育制度、社員意識調査 など
地球環境	環境に配慮した事業を継続し、事業の成長と環境負荷低減を両立する	ダスキン環境目標2030への取り組み、白山国立公園の生態系の保護への協力、地球温暖化対策条例への対応 など
株主・投資家	コーポレート・ガバナンスの強化に努め、企業価値の向上を目指す	統合レポート、株主通信、決算説明会、個人投資家向け会社説明会、株主・機関投資家とのSRミーティング など

財務ハイライト（各年3月期）

（注）記載金額は、単位未満を切り捨てて表示しています。

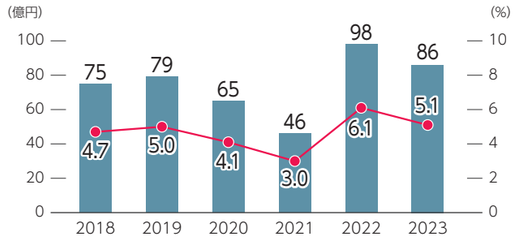
連結売上高　1,704億円



訪販グループは、ケアサービス事業が前期並みとなったものの、主力のクリーンサービス事業とその他訪販事業が増収。フードグループもお客様売上高増加に伴い増収となり、連結売上高は前期比72億83百万円(4.5%)増の1,704億94百万円となりました。

（注1）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。
（注2）2018年4月1日より「クリーンケアグループ」は「訪販グループ」に改称しました。

営業利益　86億円



ミスタードーナツ事業が好調を維持したフードグループの売上総利益が増加したものの、訪販グループが計画に沿って戦略的投資を進めたこと等で原価が大幅に増加したこと等により、連結営業利益は前期比12億61百万円(12.7%)減の86億37百万円となりました。

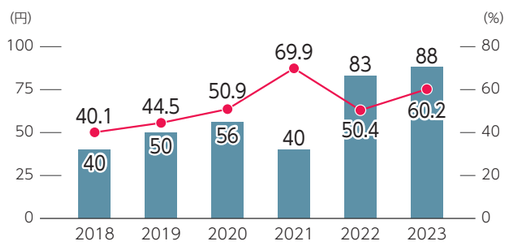
親会社株主に帰属する当期純利益　71億円

親会社株主に帰属する当期純利益は、営業利益の減少に加え、無形固定資産の一部減損損失計上等により前期から9億35百万円(11.5%)減少し71億96百万円となり、1株当たり当期純利益は146.13円となりました。

フリーキャッシュ・フロー　△7億円

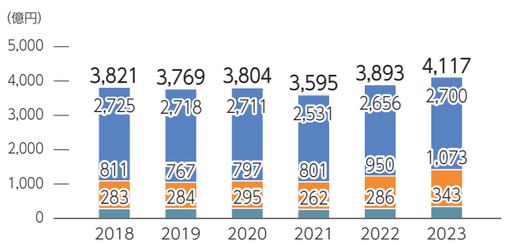
当期の営業キャッシュ・フローは、120億61百万円の資金収入となる一方、投資キャッシュ・フローは有価証券及び投資有価証券の取得などにより、128億44百万円の資金支出となりました。この結果、フリーキャッシュ・フローは△7億82百万円となりました。

1株当たり配当金　88円



2023年3月期の年間配当は、配当の基本方針、配当性向60%に添って、88円といたしました。

全国チェーン店お客様売上高　4,117億円

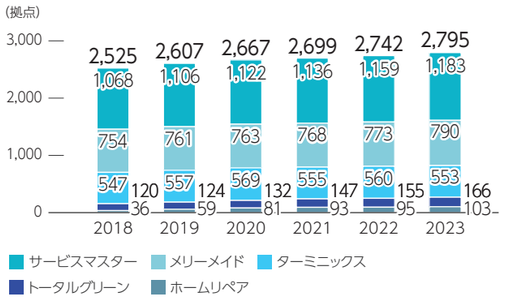


訪販グループ主力のクリーンサービス事業とケアサービス事業すべての事業が増収になった他、シニアケア事業、イベントがコロナ拡大以前の状況に戻りつつあるレントオール事業も増収となりました。また、フードグループ主力のミスタードーナツ事業が来店お客様数、お客様単価とも前期を上回った結果、お客様売上高は前期比223億83百万円増の4,117億72百万円となりました。

（注1）国内外の直営店・子会社等売上高及び加盟店の推定売上高の合計を、参考数値として掲載しています。
（注2）その他に含まれる海外関係会社等のお客様売上高については、前年1月から12月までの合計値を記載しています。

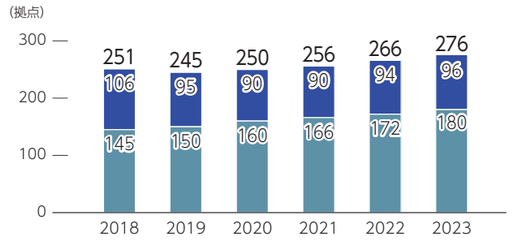
非財務ハイライト（各年3月期／※3月末現在）

ケアサービス事業拠点数※（役務提供サービス）　2,795拠点



衛生管理意識の更なる高まりや在宅率が上昇したことで、お掃除サービスの衛生パックやエアコンクリーニングサービスが大きく伸び、事業拠点数も順調に増加しています。家事や清掃の外部委託ニーズは、今後も堅調に推移すると予測しており、新規加盟を促進する活動を継続します。

シニアケア事業拠点数※　276拠点



依然高い需要があるヘルスレント事業とダスキンライフケア事業の事業拠点数は順調に増加しています。高齢者のさまざまなニーズにお応えする介護用品・福祉用具レンタルと販売、公的介護保険適用外のきめ細かなサービス、アクティブシニア向けサービス等に注力し、新規加盟を促進する活動を継続します。

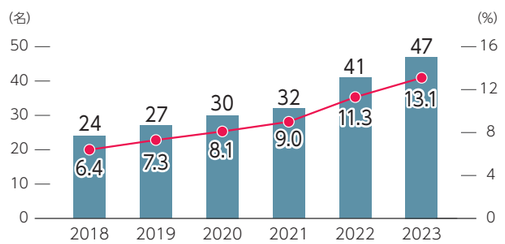
CO_2排出量及び削減率　20.2%

「ダスキン環境目標2030」において、2031年3月期までのダスキングループ拠点のCO_2排出削減目標を、2014年3月期比26%から46%に引き上げました。気候変動への対応を通して、企業の成長と持続可能な社会の実現を目指します。

食品廃棄物の再生利用等実施率　69.1%

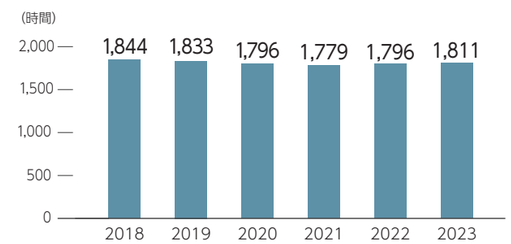
ミスタードーナツ事業では、閉店後に残ったドーナツを飼料化処理工場へ運び、飼料としてリサイクルしています。「ダスキン環境目標2030」では、フードグループでの食品ロス量を2001年3月期比で半減させる目標を設定しており、循環型社会作りに更に貢献します。

女性管理職比率　13.1%



当社の事業は、女性のお客様のご利用が多いことから、女性の視点に立って、より便利で快適な商品・サービスを提供することが重要だと認識しています。女性管理職比率は増加を続けており、2026年3月期に13%以上の目標を設定し、女性活躍を推進する取り組みを続けます。

1人当たり年間労働時間　1,811時間



時間外労働の削減を経営の重要課題と捉え、1人当たり年間労働時間を1,800時間以下と定めた上で、年次有給休暇取得率60%の促進、毎月1回以上のノー残業デー、テレワークの継続実施に取り組むほか、シフト勤務制度を導入し、柔軟な働き方を推進します。

中期経営方針2022

中期経営方針2022の位置付けと基本方針

長期戦略 **ONE DUSK!N**
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月期から
2025年3月期までの3年間と設定

中期経営方針 2015 → 中期経営方針 2018 → 中期経営方針 2022

第1フェーズ	第2フェーズ	第3フェーズ
2016年3月期～2018年3月期	2019年3月期～2021年3月期	2023年3月期～2025年3月期

当社は、長期戦略「ONE DUSKIN」の第3フェーズとして「中期経営方針2022」（2023年3月期～2025年3月期）を策定しました。第1フェーズ、第2フェーズでつくり上げた基盤を更に発展させ、長期戦略「ONE DUSKIN」実現の総仕上げとなる取り組みを着実に実行することで、社会に必要とされ続ける企業として、更なる企業価値向上に努めます。

中期経営方針2022　基本方針

事業環境の変化に対応し、社会課題の解決に向けて、
事業ポートフォリオを変革することで、“道と経済の合一”を目指す

数値目標（連結）

- 売上高は、年平均4%程度の成長を見込み、2025年3月期では1,830億円を目指します。
- 利益面では、2023年3月期、2024年3月期はRFID（電子タグ）の取り付け等の影響により一時的な減益の見込み。
  2025年3月期には改善する計画で、当期純利益100億円、ROE 6%以上を目指します。

（億円）

	2022年3月期実績（基準期）	2023年3月期（実績）	2024年3月期（計画）	2025年3月期（目標）	基準期からの成長率
売上高	1,632	1,704	1,787	1,830	12.1%
営業利益	98	86	45	120	21.2%
経常利益	122	113	65	140	14.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	81	71	44	100	23.0%
自己資本利益率（ROE）	5.5%	4.8%	–	6%以上	–

基本方針に基づく3つのテーマの取り組み

		2023年3月期の主な取り組み	今後の取り組み
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 ●既存商品の除菌・抗菌・抗ウイルス対応、新商品の開発などを最重要領域と定めた「衛生領域」に注力し、売上構成比率が50%超の水準に向上 ●「ワークライフマネジメント領域」では、ニーズに対応すべくケアサービス事業の出店促進や暮らしの駆けつけサービスとして鍵のトラブルに対応する「ダスキンレスキュー」の検証を近畿圏で開始 ●「高齢者サポート領域」では、ライフケア事業、ヘルスレント事業の成長のための出店促進 ■ フードグループ ●ミスタードーナツ事業では、引き続き「misdo meets」「ミスドゴハン」に注力 ●お客様の利便性向上にも注力し、出店及び店舗改装を推進 ●ネットオーダーの機能強化	■ 訪販グループ ●新規顧客獲得のための新たな営業専任組織の構築 ●RFID（電子タグ）の流通総数約3,100万枚への取り付け完了とスマートファクトリーとの連動化 ●市場ニーズが高い「衛生機能」を強化した高付加価値商品の開発、提案 ●役務提供サービスを中心に、働く方とその家族に時間を創出し暮らしの充実を提供する「ワークライフマネジメント領域」への取り組み強化 ●前期高齢者へのアプローチや介護保険対象外市場のサービスメニューの拡大を図る「高齢者サポート領域」の拡充 ■ フードグループ ●ミスタードーナツ事業では、引き続き「misdo meets」など魅力的な商品開発に注力 ●他企業との協業やコラボレーション企画等による利用動機の拡大 ●デリバリーサービスの拡充やネットオーダーサービス定着のための更なる機能強化 ●多様な店舗形態による都市部の未出店エリアへの出店、従来型店舗の改装等を積極的に推進
	新しい成長機会への投資	■ 業務提携 ●暮らしの駆けつけサービスを一層拡充し、生活者のより豊かな生活の実現に貢献することを目的に、株式会社クラシアンとの間で業務提携契約を締結 ■ 海外展開 ●楽清香港有限公司の貿易機能を当社に集約し、収益性向上を目的に同社を解散 ●ミスタードーナツ事業のシンガポール展開を決定し、R E& S Enterprises Pte Ltdとマスターフランチャイズ契約を締結	■ 海外展開 ●台湾で「家庭向けお掃除サービス」の導入を図り、トータルクリーンケアの完成に向けて前進 ●タイ、フィリピン、台湾、インドネシアで展開しているミスタードーナツ事業は、新たにシンガポールへの出店を行い、今後も東南アジアを中心に展開
テーマ2 経営基盤の構築		●「中期経営方針2022」で最重要戦略投資と位置付けているレンタル商品へのRFID（電子タグ）の取り付けを開始 ●社員自らが課題を発見し自ら解決していく企業風土づくりのために、社員の意識改革を主導する業務改革推進部の立ち上げを決定 ●年齢に関係なく、すべての社員が自分の個性を活かし、働きがいを持って活躍できる環境整備を目的に人事制度を刷新	●経営基盤の根本である「人財」へ積極的に投資することで、事業ポートフォリオの変革を行える人材育成の強化 ●社員一人ひとりが自己実現できる環境づくりの取り組みとして、全社員向け教育ツールの導入 ●資本コスト・資本収益性を意識した経営を実践し、持続的な成長と中長期的な企業価値の更なる向上を目指し、経営資源の適切な配分とモニタリングを一層強化
テーマ3 社会との共生		●廃棄物削減・資源の有効活用の取り組みとして、個包装マフィン販売開始など廃棄ドーナツの低減 ●食品廃棄物リサイクル率は60%超の水準まで向上 ●プラスチック資源循環促進法への対応として、フォーク、スプーン、ストローやテイクアウトバッグ、梱包資材の一部をバイオマス素材に切替 ●小売電気事業者からの調達による再生可能エネルギーの利用拡大 ●店舗・工場の省エネ設備への切替促進	●ダスキン環境目標2030（DUSKIN Green Target 2030）の完遂を目指して、課題に着実に取り組む ●軽商用EV（電気自動車）の実証実験と充電マネジメントシステムの確立 ●非化石証書の購入、コーポレートPPA（電力購入契約）の導入検討 ●TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）提言に基づく情報開示の拡充 ●水害等の大規模災害対策を含むBCP（事業継続計画）の取り組みを強化

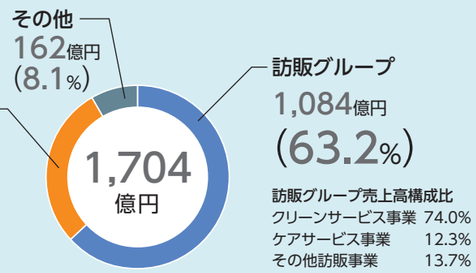
ダスキンの現在

当社は、事業活動をフランチャイズ方式を中心に展開しています。常に変化する時代のニーズ・社会の要請に応える商品・サービスを提供し続けた当社の歩みは、「喜びのタネまき」の実践の積み重ねそのものです。

連結売上高
1,704億円

連結営業利益
86億円

連結売上高※1
(売上高構成比より)



フードグループ売上高構成比
ミスタードーナツ事業 96.3%
その他フード事業 3.7%

訪販グループ売上高構成比
クリーンサービス事業 74.0%
ケアサービス事業 12.3%
その他訪販事業 13.7%

セグメント間消去 △30億円

全国チェーンお客様売上高※2
4,117億円

ROE
(自己資本当期純利益率)
4.8%

自己資本比率
76.6%

株主還元
総還元性向 106.4%

※2023年3月期　※1 セグメントの売上高は、セグメント間の内部売上を含んでいます。売上高構成費はセグメント間の内部売上高を除いて算出しております。
※2 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います。

訪販グループ 5,728拠点

クリーンサービス事業

クリーンサービス
清掃・衛生用品のレンタルと販売
1,838拠点
衛生環境を整える DUSKIN

シニアケア事業

ヘルスレント
介護用品・福祉用具のレンタルと販売
180拠点
Health Rent ヘルスレント

ダスキン ライフケア
ご高齢者の暮らしのお手伝い
96拠点
DUSKIN LifeCare ダスキンライフケア

ケアサービス事業

サービスマスター
プロのお掃除サービス
1,183拠点
プロのおそうじ ServiceMASTER

ターミニックス
害虫獣の駆除と総合衛生管理
553拠点
害虫駆除・総合衛生管理 TERMINIX

メリーメイド
家事代行サービス
790拠点
家事の代行 merry maids

トータルグリーン
緑と花のお手入れサービス
166拠点
緑と花のお手入れ Total Green

ホームリペア
住まいのピンポイント補修
103拠点
住まいの補修 HomeRepair

その他訪販事業

レントオール
イベント総合サポートと各種用品のレンタル
102拠点
ダスキン レントオール DUSKIN RENT-ALL

ユニフォームサービス
ユニフォームのリース・販売とクリーニング
215拠点
ユニフォームのトータルサポート UNIFORM SERVICE

ヘルス&ビューティ
自然派化粧品と健康食品の販売
459拠点
Health&Beauty

アザレ プロダクツ
自然派化粧品の販売
43拠点
AZARE PRODUCTS
※アザレプロダクツ(株)は(株)ダスキンの子会社です。

※拠点数・契約加盟数・店舗数(2023年3月末現在/国内のみ)
※訪販グループの拠点数は事業加盟数です(営業拠点・地域本部・エリアは除く)。※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。

女性管理職比率※1
13.1%
(ダスキン単体)

従業員数
連結 3,739名
男女比:男性61.9%、女性38.1%

取締役会における社外取締役の割合
33%

訪問販売員(お客様係)
約 5万8千人

創業 60年
1963年11月16日(創業記念日)

生産事業所
45拠点

循環型レンタルシステム※1
再商品化率 97.3%

知的財産の保有件数
特許
国内/136 海外/5

研究開発費※1
7億円
(ダスキン単体)

※2023年3月末現在/※1 2023年3月期

フードグループ 1,014店

ミスタードーナツ事業

ミスタードーナツ
手づくりドーナツと多彩なメニュー
997店
mister Donut

※2023年3月末現在

モスド
ハンバーガーとドーナツのお店
1店
MOSDO!

※(株)モスフードサービスと資本・業務提携契約を締結しています。

その他フード事業

パイフェイス
オーストラリア発祥のパイ専門店
1店
Pie face HAPPY PIE HOME

かつアンドかつ
こだわりのとんかつレストラン
15店
かつアンドかつ

※(株)かつアンドかつは(株)ダスキンの子会社です。

海　外 11,474拠点

海外事業

ダストコントロールケアサービス
2地域〔台湾、中国(上海)〕
25拠点
DUSKIN

ミスタードーナツ
4地域(タイ、フィリピン、台湾、インドネシア)
11,362拠点
mister Donut

ビッグアップル
海外ドーナツブランド
2地域(マレーシア、カンボジア)
87拠点
BIG APPLE DONUTS & COFFEE
Every Piece Is A Masterpiece

※海外子会社営業拠点数(2022年12月末現在)
※ミスタードーナツの事業拠点数は、マスターフランチャイズ契約先の店舗数を含んでいます。

グループ別事業戦略

訪販グループ

当社は長年培ってきた「清潔・キレイ」のノウハウを活かし、お客様の暮らしや事業運営において、衛生的で快適な環境づくりの実現という価値を提供しています。これまでの美観を保つニーズにお応えすることに加えて、菌やウイルスという目に見えないリスクに対応する「衛生機能」を強化した高付加価値商品の開発と提供を推進することや、既存事業を起点とした、「ワークライフマネジメント」、「高齢者サポート」にも取り組みお客様のご期待にお応えしています。



環境分析

リスク
- 原燃料価格の上昇
- 訪問販売に関わる法規制強化
- 労働人口減少による働き手不足
- 清掃・家事サービス等のシェアリングエコノミーの台頭

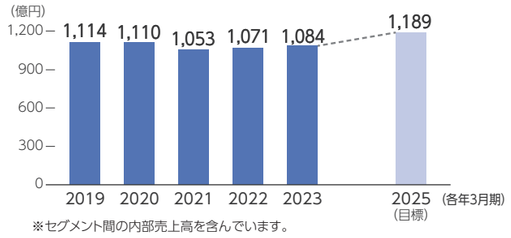
機会
- コロナ禍を経て高まった日常的な衛生意識
- HACCPに沿った衛生管理の制度化
- 所有から利用へと変化する価値観
- 清掃・家事などの代行サービスの需要の高まり
- 在宅介護・介護予防ニーズの高まり

強み
- クリーンサービス事業における家庭約415万世帯、事業所約103万事業所の顧客基盤
- 顧客基盤を支える地域密着型の加盟店網と商品配送システム
- 訪販グループ各事業部間でクロスセリングが可能なシナジー効果が見込める事業を複数展開
- ダスキンブランドに裏打ちされた信頼と安心

事業概況

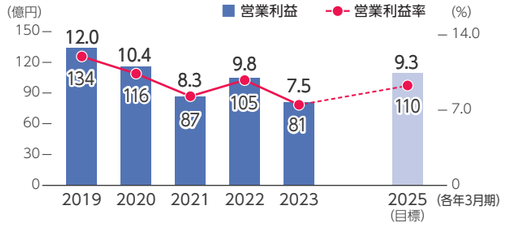
訪販グループは、ケアサービス事業が前期並みとなったものの、主力のクリーンサービス事業が増収となったほか、シニアケア事業とその他訪販事業も増収となり、全体の売上高は増加しました。7月に価格改定を行ったクリーンサービス事業は、売上は増加。高い衛生対策ニーズのもとで、抗菌・抗ウイルス加工を施した高機能のマット売上が牽引しました。ケアサービス事業とシニアケア事業については、お客様のニーズに応えるべく出店を促進したこと等により、展開しているすべての事業のお客様売上が増加。その他訪販事業では、イベントがコロナ拡大以前の状況に戻りつつあるレントオール事業のお客様売上が増加しました。

訪販グループ　売上高



※セグメント間の内部売上高を含んでいます。

訪販グループ　営業利益・営業利益率



「中期経営方針2022」の取り組み

中期経営方針2022の取り組みとしては、市場ニーズの高い「衛生領域」、働く方とその家族の時間創出と充実を図る「ワークライフマネジメント領域」、前期高齢者へのアプローチも加えた「高齢者サポート領域」の3つの領域に注力しています。

特にクリーンサービス事業では既存の組織の強化に加え、営業専任組織を立ち上げて新規顧客の開拓を推進することで、当社の強みであるお客様との直接対面の機会を拡大し、CX（顧客体験）の向上を図ります。それに加えてデジタルでの情報発信や収集、キャラクター商品の導入によるコミュニケーション活性化など、顧客との接点拡大に力を入れます。

3つの注力領域

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
衛生ニーズに応える高付加価値商品の開発・提供	働く方とその家族の時間創出と充実を図る	既存領域に加え前期高齢者のサポートも強化

4つの戦略

情報と流通の改革 ・・・ お客様とのリアル接点の強みと新たなデジタル技術を活用し、コミュニケーションを強化する

1. 組織戦略

お客様開拓に特化した組織の構築

リアルチャネル「お客様係」の更なる強化を目指し、お客様開拓に特化した、組織の構築を行います。お客様との関係性を深め、お客様数の増加を目指します。

2. CX戦略

顧客体験をデジタルの力でより良いものに変革

お客様の個々の状況に合わせて的確な情報の提供や提案を行う体制を強化するため、EコマースやSNS等による情報発信のチャネル拡大と、無料のインターネット会員サイト「DDuet」を活用したデジタルコミュニケーションの強化を行います。

3. 拠点戦略

お客様のニーズに応えられるサービス提供網づくり

マーケットの拡大などにより成長が予測されるハウスクリーニングや家事代行などのケアサービス事業と、介護や福祉用具レンタルなどのシニア向けサービスを中心に、サービス提供網の充足を図ります。お客様のご要望に確実に対応できる拠点体制を構築していきます。

4. 洗浄・物流戦略

効率化と省人化による生産性の向上

RFID（電子タグ）の導入やスマートファクトリー化など、デジタル技術を積極的に取り入れ、業務の効率化・省人化を行います。生産性を向上させることにより、お客様とのコミュニケーション強化に注力できる時間や人材の創出を実現します。

全国チェーン店お客様売上高の推移

	（単位：億円）	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期
クリーンサービス事業	家庭向け	897	874	840	821	817
	事業所向け	945	946	905	901	918
ケアサービス事業	サービスマスター	293	296	300	320	321
	ターミニックス	83	86	82	84	89
	メリーメイド	111	112	108	116	117
	トータルグリーン	27	28	30	33	36
	ホームリペア	1	1	2	2	2
シニアケア事業	ヘルスレント	99	105	114	124	133
	ダスキンライフケア	21	20	18	22	22
その他訪販事業	レントオール	143	146	48	148	163
	ヘルス&ビューティ	25	25	20	21	20
	アザレプロダクツ（株）	35	32	27	27	27
	ユニフォームサービス	33	33	30	31	28

※国内の直営店・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います。

フードグループ

主力事業のミスタードーナツでは「いいことあるぞ」をスローガンに誰もがいつでも「しあわせな時間」を過ごせるお店を目指し、おいしさ、楽しさの提供を追求しています。店舗では、利便性、快適さの更なる向上のため、新たな立地条件での出店、ネットオーダー導入等を実施。また、他社とのタイアップ等マーチャンダイジングにも注力しています。環境保全面ではプラスチック使用量やフードロス、CO_2排出量の削減目標を明確にして取り組んでいます。



環境分析

リスク

- 新型コロナウイルス感染症の影響によるイートイン利用習慣の減少
- コンビニエンスストアや量販店等競合小売店の商品力の向上
- 健康志向とドーナツに対する消費者マインドの変化
- 小麦粉等の原材料と店舗光熱費、生産のための燃料費等の高騰

機会

- 新しい生活様式に対応したサービスによるビジネスチャンスの拡大
- 「misdo meets」シリーズや他社とのコラボレーション、協業による新規顧客開拓

ミスタードーナツの強み

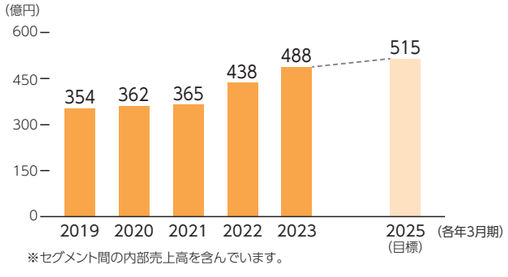
- 50年以上の歴史とドーナツNo.1ブランドとしてのお客様からの支持
- テイクアウト需要への対応
- フランチャイズ展開により実現できる約1,000店の「店舗」というお客様との接点基盤
- お客様に「いいこと」を体感いただくため、他ブランドとの共同開発を複数実現し、期間限定販売による話題化を通じた販売力への市場評価

事業概況

フードグループは、主力のミスタードーナツ事業のお客様売上が増加し、原材料売上、ロイヤルティ売上が増加したこと等により、増収増益となりました。3月と11月に一部商品の価格を改定しましたが、その後も好調を維持し、来店客数、客単価とも前期を上回りました。更に新規出店等により稼働店舗数が増加したことも加わり、全店合計お客様売上も前期を上回りました。商品別では他社との共同開発商品、季節定番商品の展開、キャラクターとのコラボ企画、年末の福袋などが好評で、売上増加に大きく寄与しました。

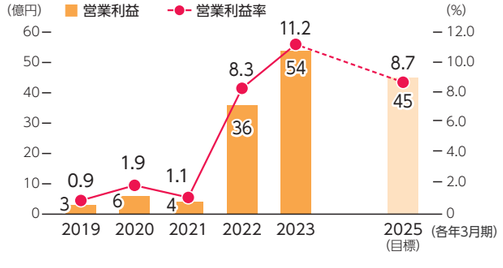
その他の事業では、「かつアンドかつ」が増収でしたが、店舗数減少の「パイフェイス」及び2021年11月に連結子会社蜂屋乳業株式会社の全株式を譲渡しアイスクリーム事業から撤退したこと等により、全体では減収となりました。

フードグループ　売上高



※セグメント間の内部売上高を含んでいます。

フードグループ　営業利益・営業利益率



「中期経営方針2022」の取り組み

2023年3月期からの3ヵ年は、フードグループの中心事業であるミスタードーナツでは好評の共同開発「misdo meets」シリーズや季節商品の展開でお客様の利用動機拡大に努めます。また出店戦略としては既存店はもちろん郊外のドライブスルーや駅ナカキッチンレスなど、未出店立地への出店を推進します。更にお客様に新たな体験価値を提供するために、ネットオーダーシステムの強化、デリバリーサービス導入店舗の拡大、ピックアップドアの導入など、「情報と流通の改革」に取り組みます。

情報と流通の改革

出店戦略

郊外・都市部への出店

- 駅ナカキッチンレスショップ
- 郊外のドライブスルー

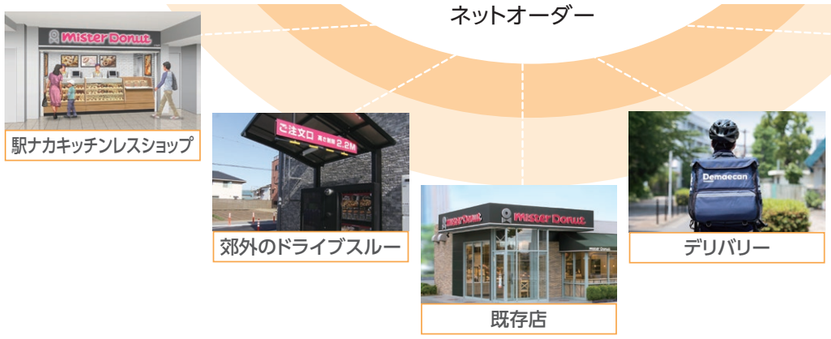


CX戦略

お客様の体験に
新たな価値を提供

- デリバリー
- ピックアップドア





駅ナカキッチンレスショップ

郊外のドライブスルー

既存店

デリバリー

ピックアップドア

ミスタードーナツ

原材料の価格高騰が続き、2度の価格改定を行いましたが、客数の減少は見られず業績は堅調に推移。商品施策においては、ドーナツ専門店として商品一つひとつのクオリティにこだわり、ミスタードーナツならではのおいしさと楽しさの提供を継続します。

主な計画

- 商品周年企画を中心としたおいしさと楽しさの提供
- SNS強化、稼動店舗増等によるお客様接点の拡大
- 1店1店の磨き込みによるお客様満足度の向上

かつアンドかつ

強みであるテイクアウトの比率を更に高めるために、Web決済や持ち帰りロッカーの導入。また、検証を重ねてきたセントラルキッチンの稼働、更にはモバイルを活用したPOSシステムの改修などの相乗効果で店舗運営の効率化と収益性アップを図ります。

主な計画

- DX強化と店舗オペレーション改善による基礎売上拡大
- セントラルキッチン導入による品質と収益性の向上
- POSシステムを活用した店舗運営の効率化

全国チェーン店お客様売上高の推移

(単位:億円)	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期
ミスタードーナツ	740	771	780	929	1,055
かつアンドかつ	17	17	16	16	17
その他フード	9	7	4	4	0.6

※(株)かつアンドかつは(株)ダスキンの子会社です。

ダスキンのサステナビリティ

サステナビリティに関する考え方

ダスキングループは、企業として社会から求められる期待に喜びをもって応え、社会のお役に立ちながら持続的に成長するためのサステナビリティ方針を掲げています。この方針を実現するためには、ステークホルダーの皆様との対話を通じて取り組むべきESG課題を特定するとともに、持続可能な開発目標(SDGs)に貢献する多様な視点・側面からの取り組みを推進していくことが重要だと考えています。こうしたサステナビリティへの取り組みについて、期待と信頼に応えるべく継続して改善を図り、更なる企業価値の向上と持続可能な社会の実現に貢献する企業を目指しています。

サステナビリティビジョン

「社会からの期待に喜びをもって応えること」

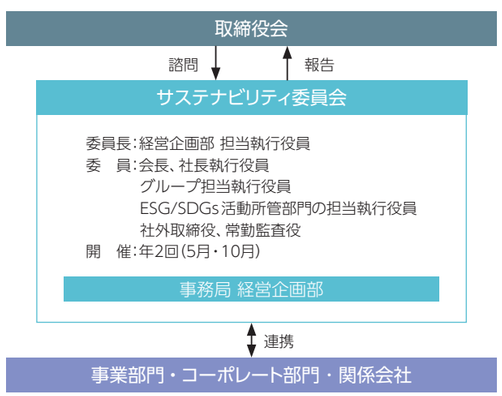
人と環境と社会のつながりに心を配りながら、
社会からの期待に謙虚に耳を傾け、喜びをもって応えます。
安全・安心で優れた商品・サービスの提供を通じて、
豊かな暮らし、笑顔あふれる地域社会の持続的な発展に貢献します。

サステナビリティ方針

1. 持続可能な成長
   私たちは、「喜びのタネ」をまき、社会の信頼に応え続けます
2. 人権尊重
   私たちは、一人ひとりの人権を守り、個性を尊重します
3. 環境保全
   私たちは、あらゆる活動を通して、地球環境の保全に努めます
4. 対話・交流
   私たちは、人を思いやり、より良い社会を目指します
5. 商品・サービス
   私たちは、お客様に喜ばれる商品・サービスを提供します
6. 職場環境の向上
   私たちは、誰もが公正に個性や能力を伸ばし、働く喜びが得られる職場を築きます
7. コンプライアンス
   私たちは、相手の身になって考え、行動します
8. 情報管理
   私たちは、情報の取り扱いに細心の注意を払い、適正に管理します
9. 危機管理
   私たちは、緊急時には生命の安全を最優先し、地域一体で助け合います

■ ガバナンス

当社は、企業としての成長と持続可能な社会の発展への貢献を両立する重要性を認識し、グループ全体でCSV経営を推進しています。2017年よりサステナビリティの観点を経営に統合するため、サステナビリティを推進する経営企画部担当執行役員を委員長とし、「サステナビリティ委員会」を取締役会の諮問機関として設置しています。当委員会は年2回開催し、サステナビリティに関わる基本方針や重要なリスクと機会への対応策の検討、指標と目標の設定のほか、主要な年次活動の特定、未対応課題への取り組み等の検討・審議・評価・改善を担い、重要な決議事項は取締役会に報告しています。



■ リスク管理

サステナビリティ関連のリスクと機会への対応を管理・強化していくにあたり、サステナビリティ委員会は、経営企画部門とともに各リスク・機会の重要性を評価しています。外部環境の変化と事業への影響を踏まえ、将来的に当社グループが直面しうるリスクがバリューチェーンのどこにあるのか、今後マテリアルな課題になり得るのか、といった点を検討し、重大な財務上または戦略的な影響を及ぼす可能性があると評価したリスクについては、具体的な対応策を講じておくことで、リスクを回避または最小化することに努めています。

■ 戦略・指標と目標

当社では、外部環境を政治・経済・社会・技術の観点から整理・分析することで、各ステークホルダーの視点でそれぞれリスクと機会を特定し、企業としての成長と持続可能な社会の発展への貢献を両立するために必要な重要課題を認識しています。

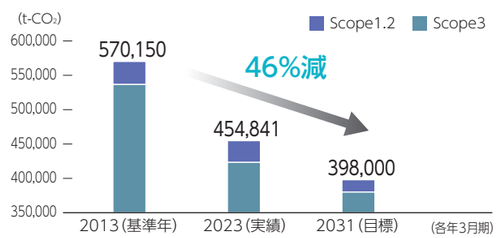
その一つである「人的資本・多様性」においては、事業ポートフォリオ変革に必要な人材育成方針・社内環境整備方針を整理し、維持・向上するための指標と目標を設定しています。

また、「気候変動への対応」においては、世界的に共通したサステナビリティ課題であり、また時間軸や規模等の観点で不確実性が高いため、この緩和・適応策の検討に特に注力し、優先的に取り組みを推進しています。なお、気候関連財務情報開示の質の向上を目指してTCFD提言に賛同しており、当該提言に沿って随時情報開示を拡充しています。

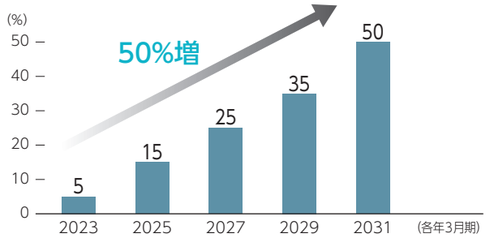
人材育成方針・社内環境方針

	人材育成方針	社内環境整備方針
考え方	i. 経営理念を理解し、すべての行動の源とできる人材を育成する ii. 一人ひとりが必要な知識やスキルを修得し、役割を効果的に果たすための育成を行う	i. 多様なキャリア・社会的背景を持つ社員が最大限能力を発揮できる環境づくり ii. 社員とその家族の健康維持・増進にも取り組み、健康かつ豊かな発展を実現する環境づくり
主な人事施策	全社教育体系 OJT・Off-JT：階層別研修／スキルアップ研修／キャリア開発研修／外部選抜研修／全社研修(理念教育等)／事業別研修 自己啓発：能力開発支援(資格取得奨励制度等)	人事処遇制度 新人事制度(2023年3月期から)：コースの見直し／キャリア開発支援強化／メリハリのある評価と処遇／転勤への配慮／セカンドキャリアライフ応援制度 女性管理職登用・外国人雇用・障がい者雇用促進 福利厚生制度：子育て・介護と仕事の両立／ワーク・ライフバランス推進／社員健康づくり(がん検診促進・健康意識向上など健康経営) 労働安全確保に向けた取り組み
指標と目標	▶ 意識調査「キャリア充実度」全年代80%以上 ▶ 社員一人当たり年間研修時間 15時間以上かつ研修未受講の人をなくす	▶ 女性管理職比率　13%以上 ▶ 男性育休取得率　100% ▶ 一人当たり年間労働時間　1,800時間以下

CO_2排出量



再生可能エネルギー利用率目標



気候変動への対応に関する戦略及び指標と目標について、詳しくはHPをご覧ください。 https://www.duskin.co.jp/sus/ecology/savingenergytcfd/

コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンス強化の取り組み

当社では、コーポレート・ガバナンスを経営上重要な課題の一つとして、その強化に取り組んでいます。2017年に取締役評価検討会を設置し、2018年に執行役員制度を導入、2019年には、同評価検討会の構成員を独立役員のみに改めるとともに、取締役会の諮問機関としました。更に、2022年には、女性社外取締役を1名増員し、3名としました。当社は今後も、法令改正や変化する社会情勢などを踏まえながら、コーポレート・ガバナンスの一層の向上に努めます。

■ コーポレート・ガバナンス体制の変遷

2003	● **品質保証委員会（現サステナビリティ委員会）を設置** ● **コンプライアンス推進会議（現コンプライアンス委員会）を設置**
2006	● **リスクマネジメント委員会を設置** ● 東京証券取引所・大阪証券取引所の各市場第一部に上場 （注）東京証券取引所と大阪証券取引所は、2013年7月16日に現物市場を統合 ● 定款に「経営理念」を盛り込む ● 内部統制システムの基本方針を制定
2007	● **役員退職慰労金制度を廃止**
2008	● 社外監査役を2名から3名に増員
2013	● 議決権電子行使プラットフォーム参加
2014	● 社外取締役を1名から2名に増員
2015	● **社外役員会議の設置** ● 社外取締役を2名から3名に増員 ● **招集通知 早期Web開示を開始**
2016	● 取締役会の実効性に関する分析・評価を実施
2017	● **取締役評価検討会を設置** ● 取締役評価・選任制度を導入 ● 取締役に対する株式報酬型ストック・オプション導入
2018	● **執行役員制度を導入** ● **3分の1以上の独立社外取締役を選任** ● 取締役員数を15名以内から12名以内に減員
2019	● 取締役評価検討会を社長の諮問機関から取締役会の諮問機関に変更
2020	● グループ制を導入、COO・CFOの配置 ● サクセッションプラン（次世代経営幹部育成）の運用開始
2021	● 株式報酬型ストック・オプション制度に替えて譲渡制限付株式報酬制度導入 ● ハイブリッド型バーチャル株主総会（参加型）開催
2022	● **女性の独立社外取締役を3名選任** ● 東京証券取引所の市場第一部からプライム市場に移行

コーポレート・ガバナンスの基本的な考え方

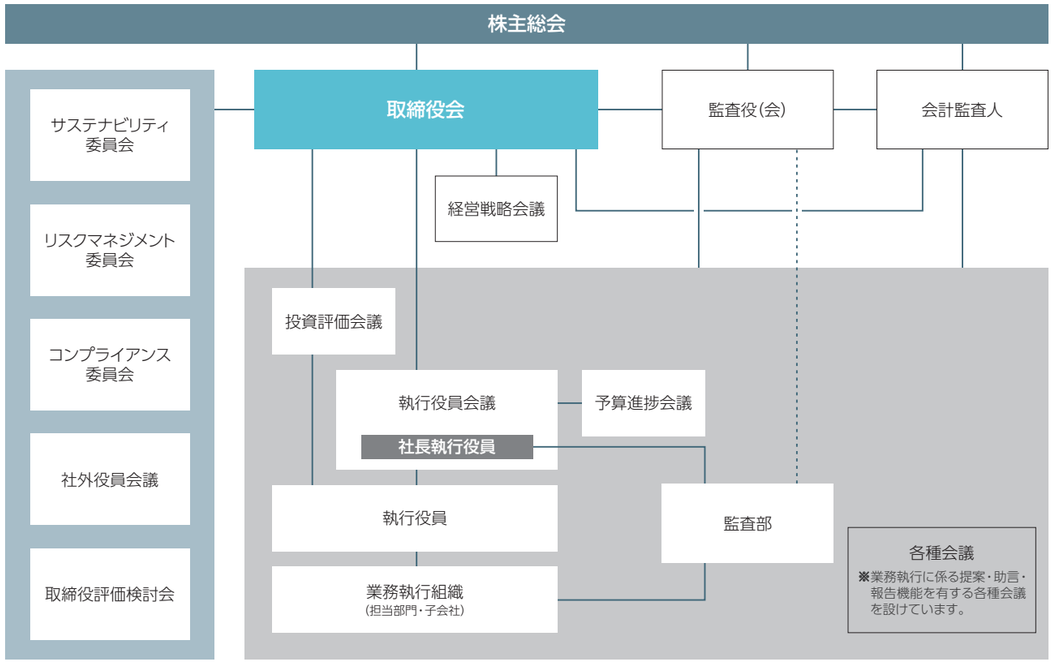
当社は、さまざまなステークホルダーの期待に応え、中長期的な企業価値向上を図りつつ持続的な成長を果たす企業となるために、コーポレート・ガバナンスの強化を経営の重要課題と捉えています。経営環境の変化に迅速かつ的確に対応できる経営体制を確立するとともに、健全で透明性の高い経営が実現できるよう、体制や組織、システムを整備していきます。すべての企業活動の基本にコンプライアンスを据え、企業価値の永続的な向上を目指していきます。

コーポレート・ガバナンス報告書について、詳しくはHPをご覧ください。
https://www.duskin.co.jp/ir/governance/corporate/pdf/governance.pdf

コーポレート・ガバナンス体制

当社は、監査役会設置会社です。また、当社は取締役会の意思決定及び監督機能の強化並びに業務執行の迅速化を目的として執行役員制度を導入しており、その実効性を確保するため「取締役評価・選任制度」を設けるとともに、取締役の報酬決定に関する客観性と透明性を確保するため、「取締役評価検討会」を設置しています。業務執行者を兼務する取締役の相互監視及び独立役員であり客観性が高い監査が可能な社外監査役と、当社の事業内容に精通し、かつ高い情報収集力を持つ社内（常勤）監査役が精度の高い監査を実施する現在の経営監視体制は、お客様視点に立った経営を推進し、健全で効率的な業務執行を行う体制として最も実効性があり、経営環境の変化に対する迅速かつ的確な対応に最も適合していると判断しています。

コーポレート・ガバナンス体制（2023年6月現在）



主な経営指標の11ヵ年サマリー

ダスキン及び連結子会社
3月31日に終了した各事業年度

		中期経営方針			長期戦略「ONE DUSKIN」 中期経営方針2015			中期経営方針2018				中期経営方針2022
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
お客様売上高												
全国チェーン店お客様売上高	(百万円)	411,494	407,225	401,561	394,850	384,547	382,104	376,994	380,425	359,582	389,388	411,772
うち訪販グループ	(百万円)	274,665	276,956	270,390	274,005	272,633	272,577	271,811	271,189	253,178	265,659	270,081
うちフードグループ	(百万円)	115,484	106,426	105,631	95,549	86,058	81,148	76,741	79,714	80,148	95,031	107,388
その他(海外事業※1等)	(百万円)	21,344	23,842	25,539	25,295	25,855	28,378	28,440	29,521	26,255	28,698	34,302
会計年度												
売上高	(百万円)	168,163	167,745	167,987	165,203	161,880	161,031	158,699	159,102	153,770	163,210	170,494
営業利益	(百万円)	9,197	6,641	5,067	5,372	6,069	7,557	7,954	6,577	4,651	9,899	8,637
経常利益	(百万円)	11,027	8,322	7,083	6,707	7,554	8,978	10,011	7,929	6,633	12,215	11,375
親会社株主に帰属する当期純利益	(百万円)	6,092	4,448	3,441	2,983	4,318	5,324	5,984	5,591	2,821	8,132	7,196
包括利益	(百万円)	9,095	6,246	7,870	1,401	5,309	7,825	8,571	2,178	6,331	7,477	8,316
減価償却費	(百万円)	7,083	6,953	7,068	6,704	6,878	6,216	6,415	6,938	7,378	7,462	7,439
設備投資額	(百万円)	5,285	3,974	6,319	8,520	6,047	6,047	6,324	6,744	9,243	6,238	7,916
会計年度末												
純資産額	(百万円)	152,811	151,903	155,196	143,648	142,108	147,786	149,884	142,031	145,836	151,026	151,774
総資産額	(百万円)	202,375	202,778	198,475	190,322	190,116	196,058	194,223	185,158	188,399	198,055	197,524
有利子負債残高	(百万円)	191	246	52	20	91	196	18	14	18	1,539	1,116
キャッシュ・フロー												
営業活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	16,269	12,086	6,251	11,199	15,803	13,111	13,606	8,850	10,103	19,596	12,061
投資活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	△6,864	△14,004	5,515	△2,826	△3,565	△7,909	△ 12,555	3,137	△5,019	△8,524	△12,844
財務活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	△5,980	△6,553	△4,514	△12,952	△6,800	△2,232	△ 6,671	△10,022	△2,563	△835	△7,992
現金及び現金同等物の期末残高	(百万円)	28,171	19,775	27,118	22,503	27,902	30,877	25,237	27,167	29,674	39,963	31,275
1株当たり情報												
1株当たり純資産額	(円)	2,407.88	2,446.24	2,544.09	2,569.53	2,651.76	2,758.28	2,876.63	2,872.99	2,948.85	3,047.67	3,120.70
1株当たり当期純利益金額	(円)	95.15	71.13	56.19	52.18	78.95	99.63	112.38	109.95	57.19	164.71	146.13
1株当たり配当額	(円)	40.00	60.00	40.00	40.00	40.00	40.00	50.00	56.00	40.00	83.00	88.00
1株当たり期末株価	(円)	1,878	1,979	2,080	2,022	2,428	2,697	2,635	2,841	2,785	2,689	3,190
財務指標												
自己資本比率	(%)	75.1	74.3	77.6	75.0	74.5	75.2	77.0	76.6	77.2	76.1	76.6
自己資本利益率(ROE)	(%)	4.1	2.9	2.3	2.0	3.0	3.7	4.0	3.8	2.0	5.5	4.8
総資産利益率(ROA)	(%)	3.1	2.2	1.7	1.5	2.3	2.8	3.1	2.9	1.5	4.2	3.6
株価収益率	(倍)	19.74	27.82	37.02	38.75	30.75	27.07	23.45	25.84	48.70	16.33	21.83
配当性向	(%)	42.0	84.4	71.2	76.7	50.7	40.1	44.5	50.9	69.9	50.4	60.2
株式情報※2												
資本金	(百万円)	11,352	11,352	11,352	11,352	11,352	11,352	11,352	11,352	11,352	11,352	11,352
発行済株式総数	(千株)	64,994	63,494	63,494	57,494	55,194	55,194	52,694	50,994	50,994	50,994	50,994
期末保有自己株式	(千株)	1,913	1,915	2,947	1,948	1,749	1,750	679	1,659	1,650	1,559	2,492
自己株式取得数	(千株)	1,203	1,500	1,030	5,000	2,100	—	1,430	2,679	—	—	1,094
自己株式取得金額	(百万円)	2,015	2,835	1,841	10,503	4,415	—	3,750	7,777	—	—	3,303
株主構成 個人等	(%)	41.5	39.8	40.0	41.1	40.2	38.7	40.2	39.4	40.2	42.2	41.8
金融機関	(%)	16.9	15.9	16.7	18.1	19.6	20.6	22.7	23.3	22.9	22.7	22.7
国内法人等	(%)	28.5	28.2	26.0	23.9	23.4	22.1	21.0	21.2	20.1	19.3	18.8
外国人	(%)	10.2	13.0	12.6	13.5	13.7	15.4	14.7	12.8	13.5	12.7	12.7
自己株式	(%)	2.9	3.0	4.6	3.4	3.2	3.2	1.3	3.3	3.2	1.9	4.0
従業員数												
常時雇用者	(名)	3,512	3,552	3,487	3,538	3,528	3,773	3,813	3,802	3,819	3,778	3,739
うちダスキン単体	(名)	1,952	1,936	1,928	1,960	1,954	1,991	2,020	1,974	1,988	2,000	1,989
臨時雇用者※3	(名)	5,751	5,867	6,041	6,128	6,219	6,029	6,086	6,080	5,925	5,937	5,924
うちダスキン単体	(名)	1,715	1,541	1,478	1,588	1,607	1,488	1,438	1,121	1,057	1,129	1,074
営業拠点												
総計	(拠点)	9,912	10,143	10,427	11,067	11,610	12,359	13,675	14,688	14,649	16,342	18,216
うち訪販グループ※4	(拠点)	5,949	6,031	6,135	6,218	6,200	6,245	6,332	6,365	5,664	5,683	5,728
うちフードグループ	(拠点)	1,422	1,398	1,354	1,314	1,195	1,119	1,037	1,003	985	996	1,014
海外事業※1	(拠点)	2,541	2,714	2,938	3,535	4,215	4,995	6,306	7,320	8,000	9,663	11,474

※1 前年の12月末現在
※2 株式数は、千株未満を切捨てて表示しています。
※3 年間の平均人員
※4 2021年3月以降ドリンクサービスの拠点を除いています。

会社情報

会社概要

社名	株式会社ダスキン(DUSKIN CO.,LTD.)	**設立**	1963(昭和38)年2月4日
本社	〒564-0051 大阪府吹田市豊津町1番33号	**資本金**	113億円(2023年3月31日現在)
代表者	代表取締役 社長執行役員　大久保 裕行	**従業員数**	3,739名(連結)、1,989名(単体)(2023年3月31日現在)

関係会社(2023年3月31日現在)

■ 訪販グループ　■ フードグループ　■ その他

連結子会社

(国内)

- (株)ダスキンサーヴ北海道
- (株)ダスキンサーヴ東北
- (株)ダスキンサーヴ北関東
- (株)ダスキンサーヴ東海北陸
- (株)ダスキンサーヴ近畿
- (株)ダスキンサーヴ中国四国
- (株)ダスキンサーヴ九州
- (株)ダスキン沖縄
- (株)ダスキン十和田
- (株)ダスキン宇都宮
- (株)ダスキン伊那
- (株)ダスキン越前
- (株)ダスキン八代
- (株)ダスキン鹿児島
- (株)ダスキンシャトル東京
- アザレプロダクツ(株)
- 共和化粧品工業(株)
- 中外産業(株)
- (株)EDIST
- (株)和倉ダスキン
- (株)小野ダスキン
- (株)ダスキンプロダクト北海道
- (株)ダスキンプロダクト東北
- (株)ダスキンプロダクト東関東
- (株)ダスキンプロダクト西関東
- (株)ダスキンプロダクト東海
- (株)ダスキンプロダクト中四国
- (株)ダスキンプロダクト九州
- エムディフード(株)
- エムディフード東北(株)
- エムディフード九州(株)
- (株)かつアンドかつ
- (株)エバーフレッシュ函館
- ダスキン共益(株)
- (株)ダスキンヘルスケア

(海外)

- 楽清香港有限公司
- 楽清(上海)清潔用具租賃有限公司
- Big Apple Worldwide Holdings Sdn. Bhd.

持分法適用関連会社

(国内)

- (株)ナック

(海外)

- 楽清服務股份有限公司
- 統一多拿滋股份有限公司

役員紹介(2023年6月23日現在)

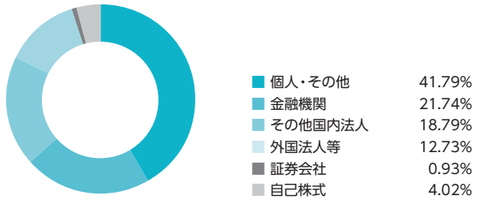
取締役		監査役		執行役員	
取締役会長	山村 輝治	常勤監査役	内藤 秀幸	執行役員	根本 誠之
代表取締役 社長執行役員	大久保 裕行		吉田 隆司		江村 敬一
取締役 COO	住本 和司	社外監査役	川西 幸子		守田 啓司
	和田 哲也		荒川 恭一郎		母里 和己
取締役 CFO	宮田 直人		猿木 秀和		平野 英司
取締役 執行役員	上野 進一郎				大工原 徹次
社外取締役	関口 暢子				飯田 健司
	辻本 由起子				叶　英之
	武藏 扶実				塚本 浩司

株式情報

株式の状況(2023年3月31日現在)

決算期	3月31日
定時株主総会	6月中
証券コード	4665
上場証券取引所	東京証券取引所(プライム市場) ※ 東京証券取引所の市場区分見直しにより2022年4月より市場第一部からプライム市場に移行しました。
1単元の株式数	100株
発行可能株式総数	200,000,000株
発行済株式の総数	50,994,823株(自己株式2,051,028株含む)
株主数	49,151名(前期末比1,379名増)
株主名簿管理人	三井住友信託銀行株式会社 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
独立監査人	EY新日本有限責任監査法人

所有者別の株式分布状況



大株主(上位10名)

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	6,625	13.53
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	2,371	4.84
株式会社ニップン	1,800	3.67
ダスキン働きさん持株会	1,611	3.29
小笠原 浩方	1,415	2.89
ダスキンFC加盟店持株会	1,155	2.36
株式会社三井住友銀行	840	1.71
株式会社モスフードサービス	760	1.55
住友不動産株式会社	749	1.53
大和ハウス工業株式会社	700	1.43

1. 当社は、自己株式を2,051,028株所有しておりますが、上記大株主からは除外しております。なお、自己株式には、従業員持株会信託型ESOPの信託財産として株式会社日本カストディ銀行(信託口)が所有する当社株式447,500株を含んでおりません。
2. 持株比率は自己株式を控除して計算しております。

主な社会からの評価

ダスキンのESG(環境・社会・ガバナンス)分野の取り組みは、
SRI(社会的責任投資)評価機関や各種組織・団体から、多くの評価や表彰を受けています。

FTSE Russell 「FTSE Blossom Japan Sector Relative Index」	FTSE Blossom Japan Sector Relative Index	SOMPOアセットマネジメント 「SOMPOサステナビリティ・インデックス」	2023 Sompo Sustainability Index
FTSE Russell 「FTSE Blossom Japan Index」	FTSE Blossom Japan	環境省 「ESGファイナンス・アワード・ジャパン」	2023 ESG FINANCE AWARDS JAPAN
MSCI社 「MSCI 日本株女性活躍指数(WIN)」	2023 CONSTITUENT MSCI日本株女性活躍指数(WIN)	株式会社三井住友銀行 「ポジティブ・インパクト金融原則適合型ESG/SDGs評価融資」	ESG/SDGs
MSCI社 「MSCI ジャパン ESGセレクト・リーダーズ指数」	2023 CONSTITUENT MSCIジャパンESGセレクト・リーダーズ指数	経済産業省 「健康経営優良法人2023～ホワイト500～」	2023 ホワイト500
JPXグループ 「S&P/JPXカーボン・エフィシェント指数」	S&P/JPX カーボン エフィシェント 指数	日本経済新聞社 「Smart Work経営」	NIKKEI Smart Work 2023

社会からの評価　https://www.duskin.co.jp/sus/evalution/