

2026年3月期 第2四半期(中間期)

決算説明会

株式会社 **タスキ**ン

2025年11月21日

ページ

連結業績ハイライト	2
前年同期比増減	3
予算比乖離	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
2026年3月期 セグメント別業績予想	11
株主還元	12
中期経営方針2028について	13
 Appendix	 21

<前年同期比> 売上高は全セグメントが増収となったことで、前年同期比+3.7%の増収
利益面では、営業利益が前年同期比+19.5%となり、全ての段階で増益

<予 想 比> 売上高は僅かに下振れたものの、概ね予想通りに進捗
利益面は、各段階利益において上振れ

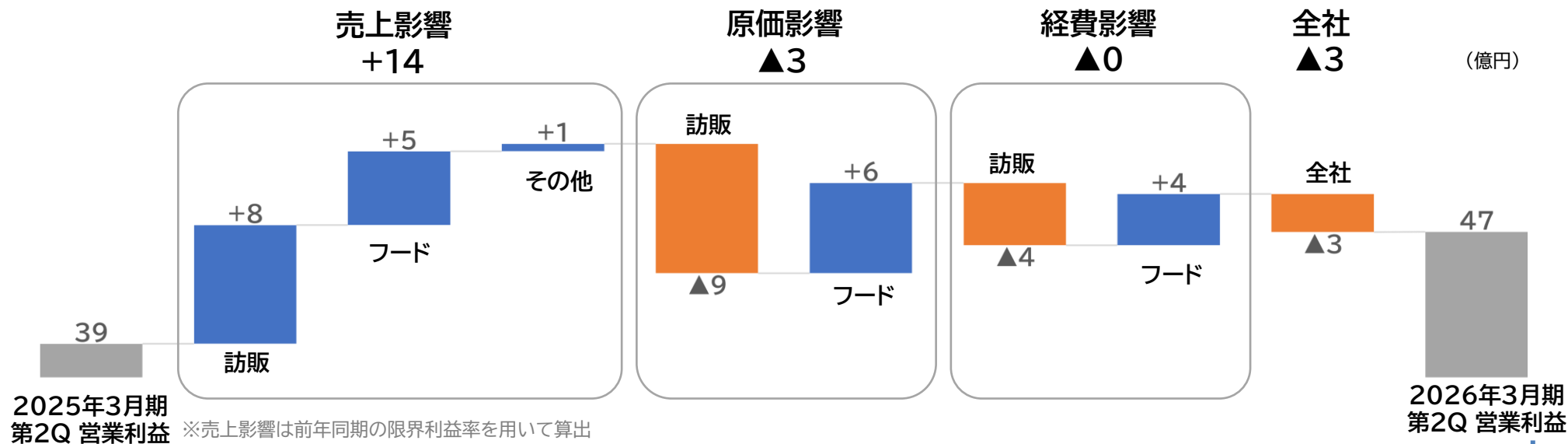
(百万円)

	2025年3月期 第2Q		公表(2025.5.15) 予想				2026年3月期 第2Q			
	①	利益率	②	利益率			前年同期比		予想比	
					③	利益率	③-①	増減率	③-②	乖離率
売上高	91,727	—	95,100	—	95,078	—	+3,350	+3.7%	△21	△0.0%
営業利益	3,924	4.3%	4,400	4.6%	4,691	4.9%	+766	+19.5%	+291	+6.6%
経常利益	5,503	6.0%	6,300	6.6%	6,569	6.9%	+1,066	+19.4%	+269	+4.3%
親会社株主に帰属する 中間純利益	3,490	3.8%	3,900	4.1%	4,248	4.5%	+758	+21.7%	+348	+8.9%
EPS	72.98円	—	82.23円	—	90.47円	—	+17.49円	+24.0%	+8.23円	+10.0%

(百万円)

		2025年3月期 第2Q		2026年3月期 第2Q		前年同期比	
		①	利益率	②	利益率	②－①	増減率
連結	売上高	91,727	—	95,078	—	+3,350	+3.7%
	営業利益	3,924	4.3%	4,691	4.9%	+766	+19.5%
訪販グループ	売上高	53,743	—	55,609	—	+1,865	+3.5%
	営業利益	3,073	5.7%	2,572	4.6%	△501	△16.3%
フードグループ	売上高	31,168	—	32,420	—	+1,252	+4.0%
	営業利益	3,754	12.0%	5,229	16.1%	+1,474	+39.3%
その他	売上高	8,241	—	8,420	—	+178	+2.2%
	営業利益	313	3.8%	368	4.4%	+55	+17.6%
全社・消去	売上高	△1,425	—	△1,371	—	+53	—
	営業利益	△3,217	—	△3,479	—	△261	—

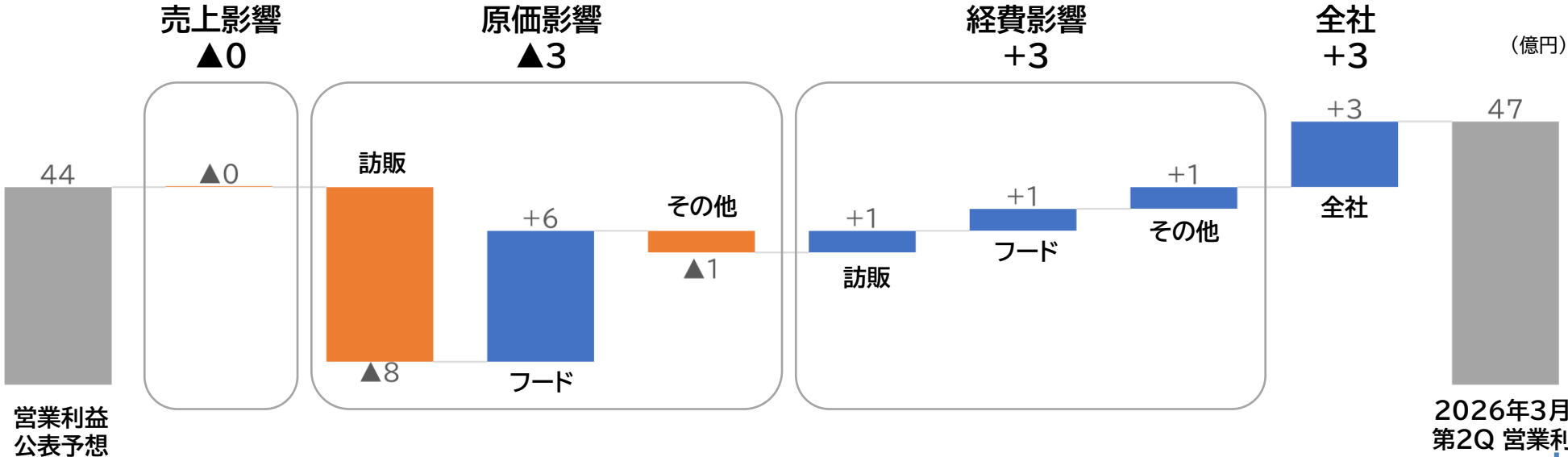
<連結営業利益 増減要因>



(百万円)

		公表(2025.5.15) 予想		2026年3月期 第2Q		
		①	利益率	②	利益率	予想比 ②-① 乖離率
連結	売上高	95,100	—	95,078	—	△21 △0.0%
	営業利益	4,400	4.6%	4,691	4.9%	+291 +6.6%
訪販グループ	売上高	55,700	—	55,609	—	△90 △0.2%
	営業利益	3,300	5.9%	2,572	4.6%	△727 △22.0%
フードグループ	売上高	32,300	—	32,420	—	+120 +0.4%
	営業利益	4,500	13.9%	5,229	16.1%	+729 +16.2%
その他	売上高	8,500	—	8,420	—	△79 △0.9%
	営業利益	400	4.7%	368	4.4%	△31 △7.9%
全社・消去	売上高	△1,400	—	△1,371	—	+28 —
	営業利益	△3,800	—	△3,479	—	+320 —

<連結営業利益 乖離要因>



連結貸借対照表の状況

(百万円)

	2025年3月期末	2026年3月期 第2Q末	前期末比増減
資産合計	203,318	201,190	△2,128
流動資産	60,594	56,105	△4,488
現金及び預金	18,096	16,140	△1,955
売上債権	11,370	11,996	+626
棚卸資産	11,863	12,399	+535
有価証券	7,988	4,698	△3,289
その他	11,275	10,870	△405
固定資産	142,724	145,084	+2,360
有形固定資産	50,160	49,407	△753
無形固定資産	9,014	10,097	+1,083
投資その他の資産	83,549	85,579	+2,030
投資有価証券	69,509	71,507	+1,998
その他	14,039	14,071	+32
負債・純資産合計	203,318	201,190	△2,128
負債合計	51,776	47,515	△4,260
流動負債	42,097	38,299	△3,798
買入債務	8,273	7,833	△440
その他	33,824	30,466	△3,357
固定負債	9,678	9,216	△462
長期借入金	197	3	△194
その他	9,480	9,213	△267
純資産	151,542	153,674	+2,131
資本金	11,352	11,352	±0
利益剰余金	119,146	120,473	+1,327
自己株式	△3,389	△3,176	+213
その他有価証券評価差額金	8,902	10,044	+1,141
その他	15,529	14,978	△550

流動資産

「現金及び預金」、「有価証券」等が減少

固定資産

「有形固定資産」が減少する一方、
「無形固定資産」、「投資有価証券」等が増加

流動負債

「賞与引当金」、「未払金」等が減少

純資産

・「利益剰余金」、
「その他有価証券評価差額金」等が増加

(百万円)

	2025年3月期 第2Q		公表(2025.5.15) 予想		2026年3月期 第2Q					
							前年同期比		予想比	
	①	利益率	②	利益率	③	利益率	③－①	増減率	③－②	乖離率
売上高	53,743	—	55,700	—	55,609	—	+1,865	+3.5%	△90	△0.2%
営業利益	3,073	5.7%	3,300	5.9%	2,572	4.6%	△501	△16.3%	△727	△22.0%

<売上高 前年同期比>

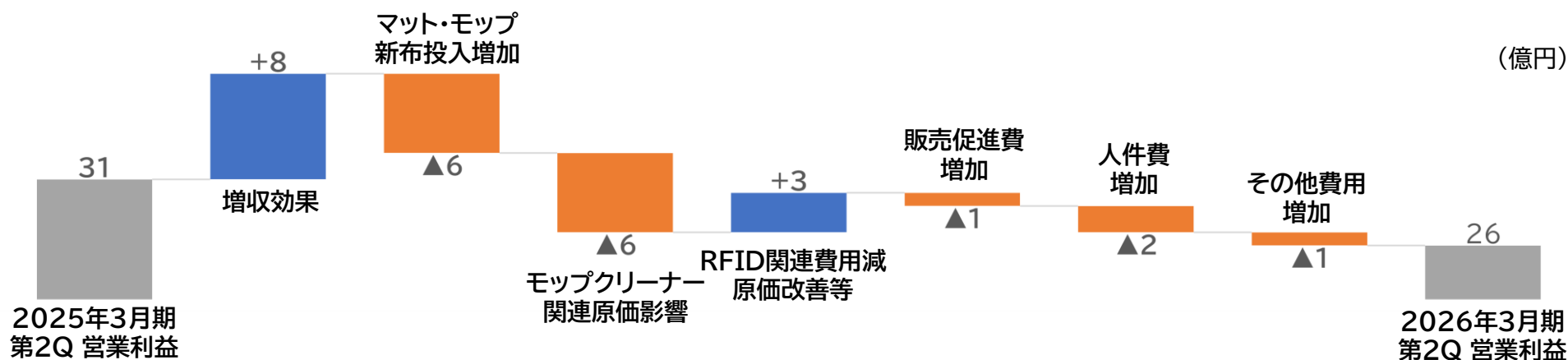
- 主力のクリーンサービス事業は、家庭向け、事業所向けともに減収
 - ・家庭用営業専任組織活動による新規獲得軒数は増加
 - ・ウェブサイトをはじめ、デジタルチャネル販売にも注力し、受注件数も増加
 - ・依然として新規獲得軒数が解約軒数を上回るまでは至っておらず、顧客軒数は減少
- ケアサービス事業やレントオール事業を中心に、訪販グループのその他事業は全て増収
- 「2025年日本国際博覧会(大阪・関西万博)」の会場内清掃等の提供により業績に寄与

<売上高 予想比>

- 主力のクリーンサービス事業が計画から下振れしたものの、訪販グループのその他事業が計画を上回った結果、全体では僅かな下振れ

<営業利益 前年同期比>

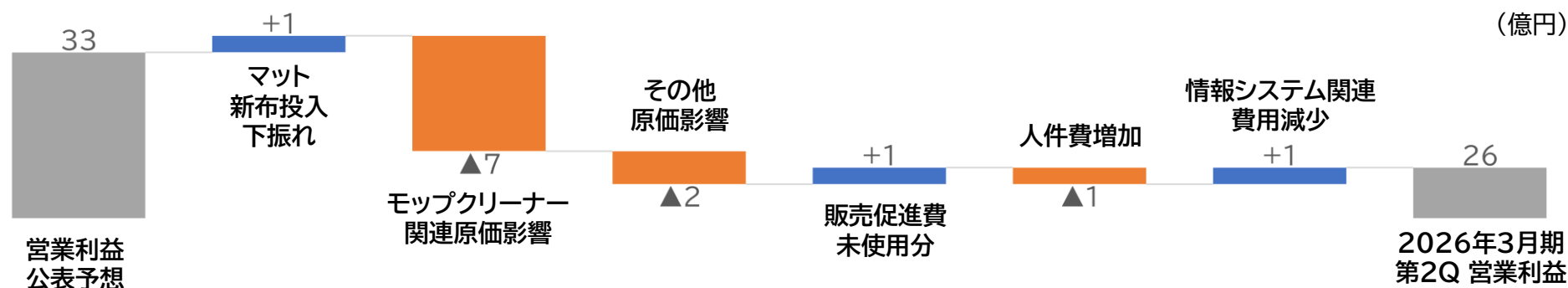
増収効果があったものの、ケース付きモップクリーナー関連の原価計上に加え、
マット・モップ等の新布投入が増加し原価が増加
デジタル施策強化に伴い、販売促進費が増加



※増収効果は前年同期の限界利益率を用いて算出

<営業利益 予想比>

ケース付きモップクリーナーが想定を上回る出荷となったことで原価が上振れ



(百万円)

	2025年3月期 第2Q		公表(2025.5.15) 予想		2026年3月期 第2Q					
							前年同期比		予想比	
	①	利益率	②	利益率			③－①	増減率	③－②	乖離率
売上高	31,168	—	32,300	—	32,420	—	+1,252	+4.0%	+120	+0.4%
営業利益	3,754	12.0%	4,500	13.9%	5,229	16.1%	+1,474	+39.3%	+729	+16.2%

<売上高 前年同期比>

➤ 主力のミスタードーナツは引き続き好調を維持

・全店ベースお客様売上	前年同期比	+3.7%
・既存店ベースお客様売上	前年同期比	+1.2%
・店舗数増減	前年9月末比	+27店（今年9月末時点:1,057店）
・平均お客様単価	前年同期比	+4.6%（価格改定効果等）
・来店お客様数(1店舗当たり)	前年同期比	▲3.6%

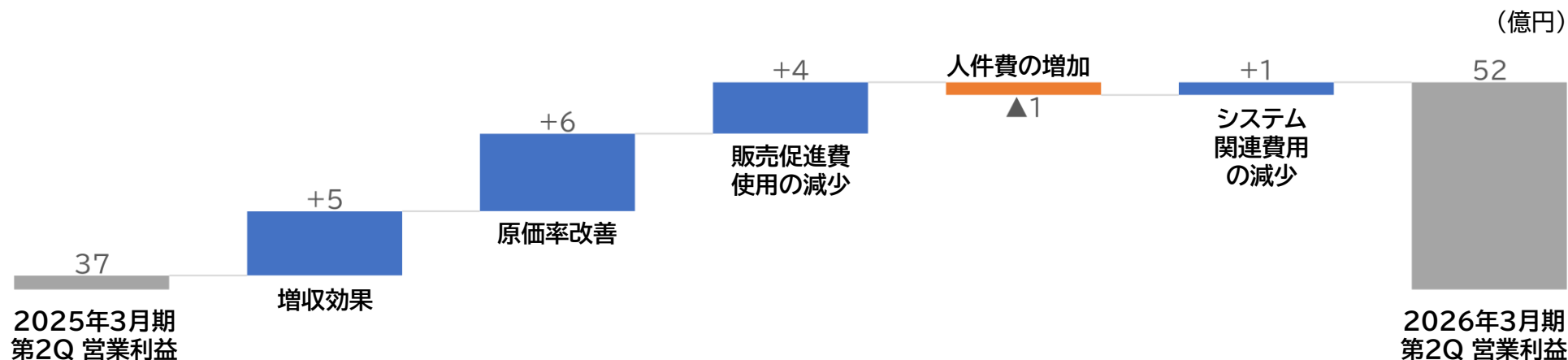
<売上高 予想比>

➤ 55周年記念商品を販売

“もっちゅりん”はお客様からの反響も大きく、来店動機へと繋がったことで業績に寄与

<営業利益 前年同期比>

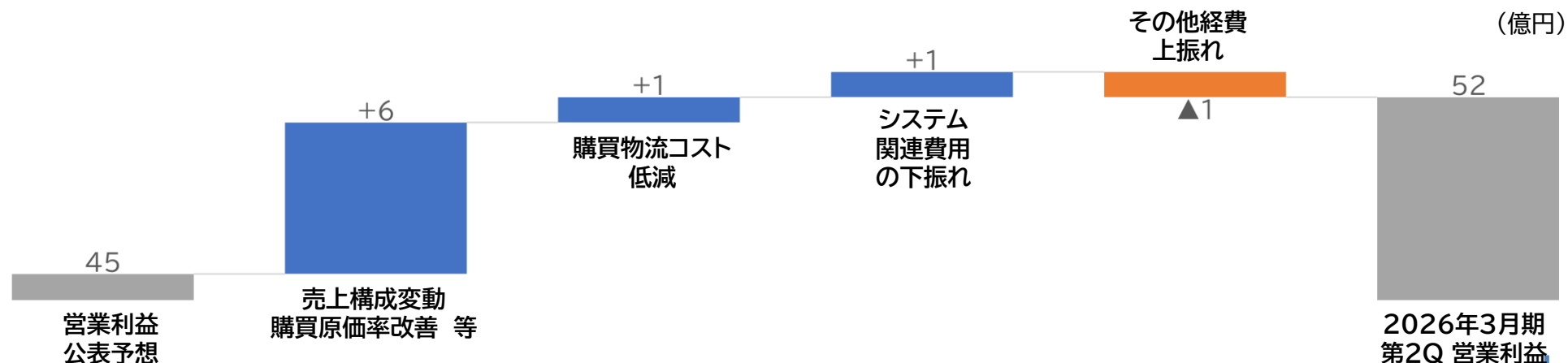
増収効果に加えて、価格改定による原価率の改善、販売促進費の減少等によって大幅な増益



※増収効果は前年同期の限界利益率を用いて算出

<営業利益 予想比>

売上が予想より上振れたことに加えて、売上構成比の変動等により、全体でも上振れ



(百万円)

	2025年3月期 第2Q		公表(2025.5.15) 予想		2026年3月期 第2Q					
							前年同期比		予想比	
	①	利益率	②	利益率	③	利益率	③－①	増減率	③－②	乖離率
売上高	8,241	—	8,500	—	8,420	—	+178	+2.2%	△79	△0.9%
営業利益	313	3.8%	400	4.7%	368	4.4%	+55	+17.6%	△31	△7.9%

<売上高・営業利益 前年同期比>

- ダスキン共益は減収ながら増益、ダスキンヘルスケアは増収増益
- 海外事業は減収減益
 - ダスキン上海は大口顧客の解約影響等により減収
 - 店舗数の増加等でビッグアップルは増収

<売上高・営業利益 予想比>

- 売上高、営業利益ともに、ダスキン共益、ダスキンヘルスケアは上振れ
- 海外事業は下振れ
 - 香港向けのドーナツ原材料売上は上振れ
 - 台湾向けのドーナツ原材料売上、マット売上が下振れ

2026年3月期 セグメント別業績予想

- 連結・個別の業績予想については変更なし
- 訪販グループでは主力クリーンサービスの減収傾向に加えて、
ケース付きモップクリーナーによる原価計上影響が下期にも継続して発生する見込み
- 好調傾向を維持したフードグループは、下期も好調を維持すると予想
- 上期において一部経費の未使用があった全社費用を通期予想に反映

2026年3月期 通期

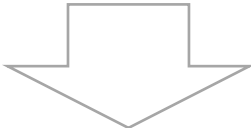
(百万円)

		2025.5.15公表予想		2025.11.7修正公表予想			
		① 利益率		② 利益率		期初公表から修正額	
						②－①	修正率
訪販グループ	売上高	112,000	—	111,700	—	△300	△0.3%
	営業利益	6,700	6.0%	5,500	4.9%	△1,200	△17.9%
フードグループ	売上高	68,700	—	68,900	—	+200	+0.3%
	営業利益	8,600	12.5%	9,400	13.6%	+800	+9.3%
その他	売上高	16,900	—	17,000	—	+100	+0.6%
	営業利益	550	3.3%	550	3.2%	±0	±0.0%
全社・消去	売上高	△2,600	—	△2,600	—	±0	—
	営業利益	△7,950	—	△7,550	—	+400	—
連結	売上高	195,000	—	195,000	—	±0	±0.0%
	営業利益	7,900	4.1%	7,900	4.1%	±0	±0.0%

「中期経営方針2028」期間中の株主還元方針

- 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)3.0%のいずれか高い額とする。

(百万円)

		2024年3月期 (前々期実績)	2025年3月期 (前期実績)	2026年3月期 (当期予想)
配当	普通配当	3,874	5,297	5,400
		(1株当たり80円)	(1株当たり112円)	(1株当たり115円)
	記念配当	968	—	—
		(1株当たり20円)※1	—	—
		4,842	5,297	5,400

※1 創業60周年記念配当

株式会社ダスキン
中期経営方針2028の取り組み



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

ナッシュ株式会社と資本業務提携契約を締結



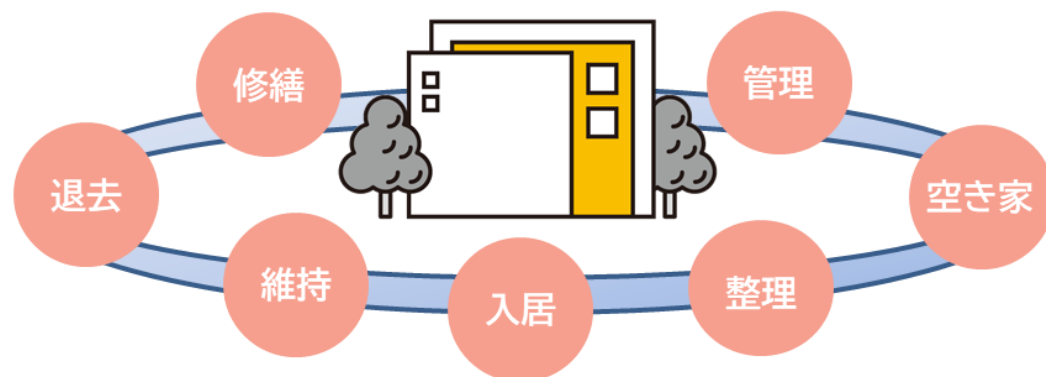
両社のメンバーでプロジェクトを組成し、新サービスの展開を目指して検討を開始

周辺事業への「進化」の取り組み

訪販グループ ハウスメンテナンス領域について

展開目的

お客様への更なるお役立ちを目指し、住まいの快適化と、暮らす人がより安心して時間を過ごせる環境づくりをサポート



緊急トラブル対応
サービス

原状回復
サービス※

空き家管理
サービス※

住設機器交換
サービス※

・既存事業

衛生環境を創る
DUSKIN

プロのおそうじ
ServiceMASTER.

害虫駆除・総合衛生管理
TERMINIX.

家事の代行
merry maids.

緑と花のお手入れ
Total Green

住まいの補修
HomeRepair

・加盟店ネットワーク
・家庭顧客基盤

アライアンス企業

くらし安心ークラシアン
RNC/IN

子育て支援領域※

※実証実験中

訪販グループ

緊急トラブル対応サービス

■ダスキンレスキュー（鍵の交換や修理等に対応） 加盟展開の開始 ※東京・大阪の地域限定

暮らしの安心駆けつけ

DUSKIN RESCUE



空き家管理サービス

住設機器交換サービス

■各種 実証実験開始

訪販グループ

地域社会への参画と貢献(当社のCSV)



契約自治体数: 97自治体 ※2025年9月末時点

有事

避難所開設・運営サポート

① レンタル商品供給

避難所開設に必要な約100種の商品供給

② 避難所衛生サポート

感染対策商品供給・巡回清掃サービス実施

③ 敏速な供給体制

全国の拠点網で、敏速に供給対応を実施

平時

減災トレーニングパッケージ

① 地域減災パッケージ

命を守る行動力を

② 災害対策本部運営パッケージ

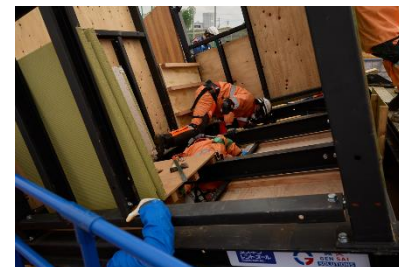
中枢機能の統率力を

③ 避難所運営パッケージ

くらしを守る基盤を



倒壊した建物を想定した設備



倒壊した建物の設備から救出する様子

NEW

※2025年9月末時点

周辺事業への「進化」と既存事業の「深化」の取り組み

フードグループ

■新たな飲食ブランド(業態)の展開



■ミスタードーナツの取り組み

・55周年企画の展開



【もっちりん】



【ニューホームカット】

・多様な店舗形態での展開



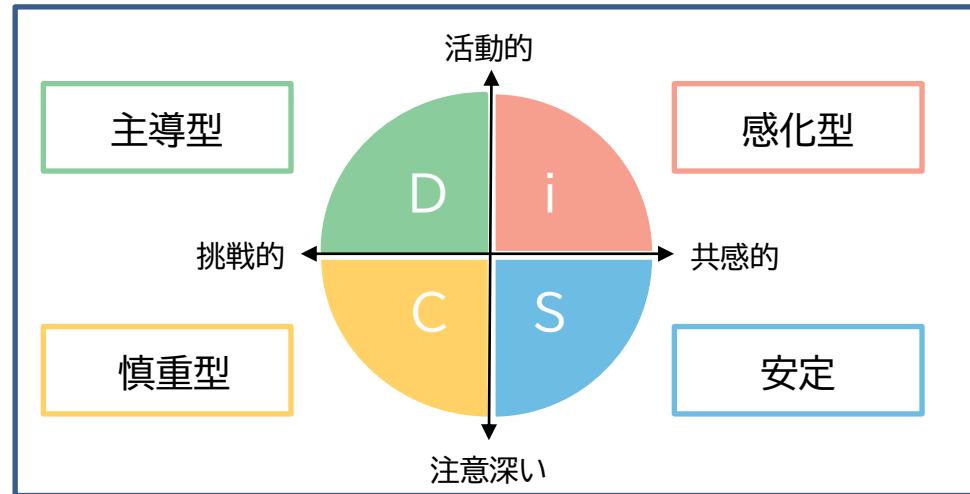
【キッチンレス店舗】

■人的資本経営の推進

人財のパフォーマンス最大化を目指した各種取り組み

- ・タレントマネジメントシステムの導入
- ・各種アセスメントの実施

参考: DiSC理論 4つのパターン



■DX推進を加速するPoC(概念実証)制度の導入

システムに関する新技術やサービス導入のスピード向上を目的とした制度

■コーポレートガバナンス体制強化に向けた取り組み

- ・オフサイトミーティングの実施
- ・サクセッションプランの見直し

Appendix

(百万円)

	2025年3月期 第2Q		2026年3月期 第2Q			
	①	利益率	②	利益率	②－①	前年同期比 増減率
売上高	73,951	—	75,847	—	+1,895	+2.6%
営業利益	2,769	3.7%	3,411	4.5%	+641	+23.2%
経常利益	6,095	8.2%	7,311	9.6%	+1,216	+20.0%
中間純利益	4,555	6.2%	5,383	7.1%	+828	+18.2%

(百万円)

	2025年3月期 第2Q	2026年3月期 第2Q		
			増減	増減率
訪販グループ	134,148	136,746	+2,597	+1.9%
クリーンサービス合計	83,495	81,931	△1,563	△1.9%
クリーンサービス(家庭向け)	38,662	37,542	△1,119	△2.9%
クリーンサービス(事業所向け)	44,832	44,389	△443	△1.0%
ケアサービス合計	31,519	33,119	+1,599	+5.1%
サービスマスター	17,900	19,006	+1,106	+6.2%
メリーメイド	6,171	6,334	+162	+2.6%
ターミニックス	5,088	5,247	+159	+3.1%
トータルグリーン	2,243	2,410	+167	+7.5%
ホームリペア	116	120	+4	+3.5%
レントオール	7,002	8,258	+1,255	+17.9%
ヘルスレント	7,277	7,763	+485	+6.7%
ユニフォームサービス	1,567	1,807	+240	+15.3%
アザレプロダクツ	1,176	1,757	+580	+49.4%
ライフケア	1,071	1,106	+34	+3.2%
ヘルス&ビューティ	882	748	△134	△15.2%
レスキューサービス	155	253	+98	+63.5%
フードグループ	66,706	69,240	+2,534	+3.8%
ミスタードーナツ	64,436	66,847	+2,411	+3.7%
かつアンドかつ	931	927	△3	△0.4%
ナポリの食卓等	1,338	1,465	+127	+9.5%
その他	20,922	21,904	+982	+4.7%
クリーン・ケア(海外)	4,625	4,810	+184	+4.0%
ミスタードーナツ(海外)	10,756	11,170	+413	+3.8%
Big Apple	997	1,058	+60	+6.1%
ダスキンヘルスケア	4,542	4,866	+323	+7.1%
合計	221,777	227,892	+6,114	+2.8%

※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揃える為、1～6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。※(株)ボストンハウスが運営する拠点はナポリの食卓等に含まれております。

(拠点)

	2025年3月期 第2Q末	2026年3月期 第2Q末	増減
訪販グループ	5,743	5,722	△21
クリーンサービス	1,810	1,784	△26
サービスマスター	1,198	1,213	+15
メリーメイド	800	796	△4
ターミニックス	550	550	±0
トータルグリーン	181	185	+4
ホームリペア	104	102	△2
レントオール	98	97	△1
ヘルスレント	187	194	+7
ユニフォームサービス	214	212	△2
アザレプロダクツ	43	42	△1
ライフケア	96	96	±0
ヘルス&ビューティ	456	446	△10
レスキューサービス	6	5	△1
フードグループ	1,069	1,096	+27
ミスタードーナツ	1,030	1,057	+27
かつアンドかつ	16	16	±0
ナポリの食卓等	23	23	±0
その他	10,581	10,657	+76
クリーン・ケア(海外)	25	25	±0
ミスタードーナツ(海外)	10,259	10,330	+71
Big Apple	89	99	+10
ダスキンヘルスケア	208	203	△5
合計	17,393	17,475	+82

※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。 ※ミスタードーナツの国内拠点数については、2026年3月期より契約店舗で記載しております。

※海外の拠点数は6月末現在で掲載しております。 ※ダスキンヘルスケアは、契約施設数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。

※(株)ボストンハウスが運営する拠点はナポリの食卓等に含まれております。



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。