

5ヶ年中期経営計画

2021年3月期～2025年3月期

Best Communication
NAC



2020年10月30日

株式会社ナック

東証一部 9788

本資料の記載内容

- | | | |
|----------------------|---|-------------|
| 1. 基本戦略 | … | P. 2 |
| 2. 中期経営計画サマリー | … | P. 4 |
| 3. セグメント別計画 | … | P. 8 |
| 4. 配当方針 | … | P.24 |

この配付資料に記載されている業績目標等はいずれも、当社グループが現時点で入手可能な情報を基にした予想値であり、これらは経済環境、競争状況、新サービスの成否、また新型コロナウイルス感染症などの不確実な要因の影響を受けます。

従って、実際の業績はこの配付資料に記載されている計画とは大きく異なる場合がありますことをご承知おき下さい。

1. 基本戦略

1 基本戦略

環境

住宅事業中核会社（株レオハウス）の株式譲渡等に伴う
グループ事業構造の変化

施策

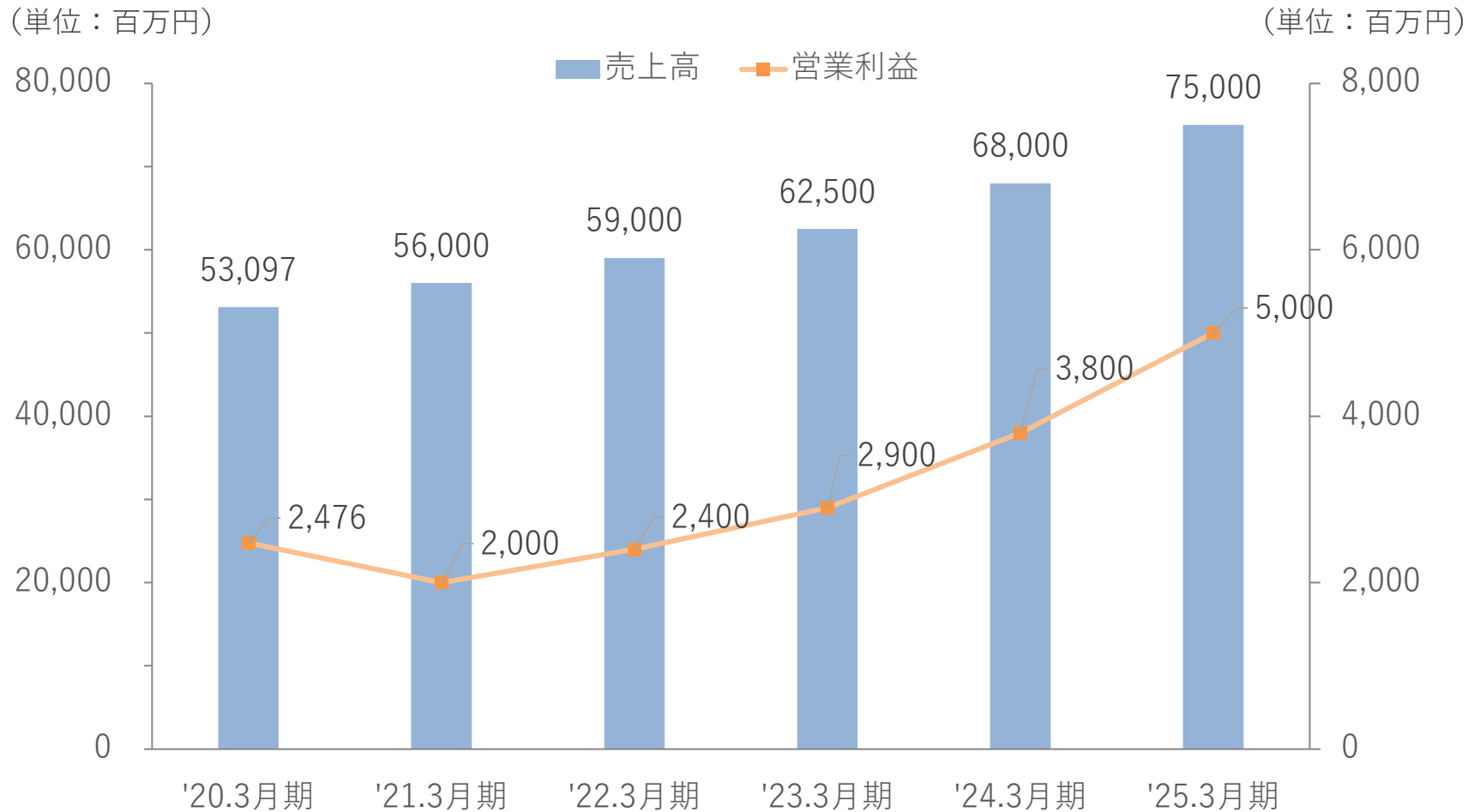
経営資源の再配置を行う
財務体質を強化し、積極的な投資を実行する

目標

グループ全体の発展と成長

2. 中期経営計画サマリー

2 中期経営計画サマリー（グループ連結業績推移）



» 2020年5月にレオハウスの全株式を譲渡しており、2020年3月期の同社の実績（売上高352億円・営業損失3.5億円）は比較のために除外

2 中期経営計画サマリー（最終年度売上高目標）

（単位：百万円）

売 上 高	2025年3月期 計画	2020年3月期 実績 ※	増減率	2020年3月期 実績
ク リ ク ラ 事 業	20,000	13,375	+ 49.5%	13,375
レ ン タ ル 事 業	17,000	14,808	+ 14.7 %	14,808
建築コンサルティング事業	13,000	5,251	+ 147.6 %	5,251
住 宅 事 業	11,000	10,975	+ 0.2 %	46,101
美 容 ・ 健 康 事 業	11,000	8,764	+ 25.5 %	8,764
新規事業・M & A	3,000	-	-	-
消 去 調 整 他	-	▲ 80	-	▲ 80
合 計	75,000	53,097	+ 41.2 %	88,222

※ 2020年5月にレオハウスの全株式を譲渡しており、2020年3月期の同社の実績は比較のために除外

2 中期経営計画サマリー（最終年度営業利益目標）

カッコ内の数字は売上高に対する営業利益率を表す

（単位：百万円）

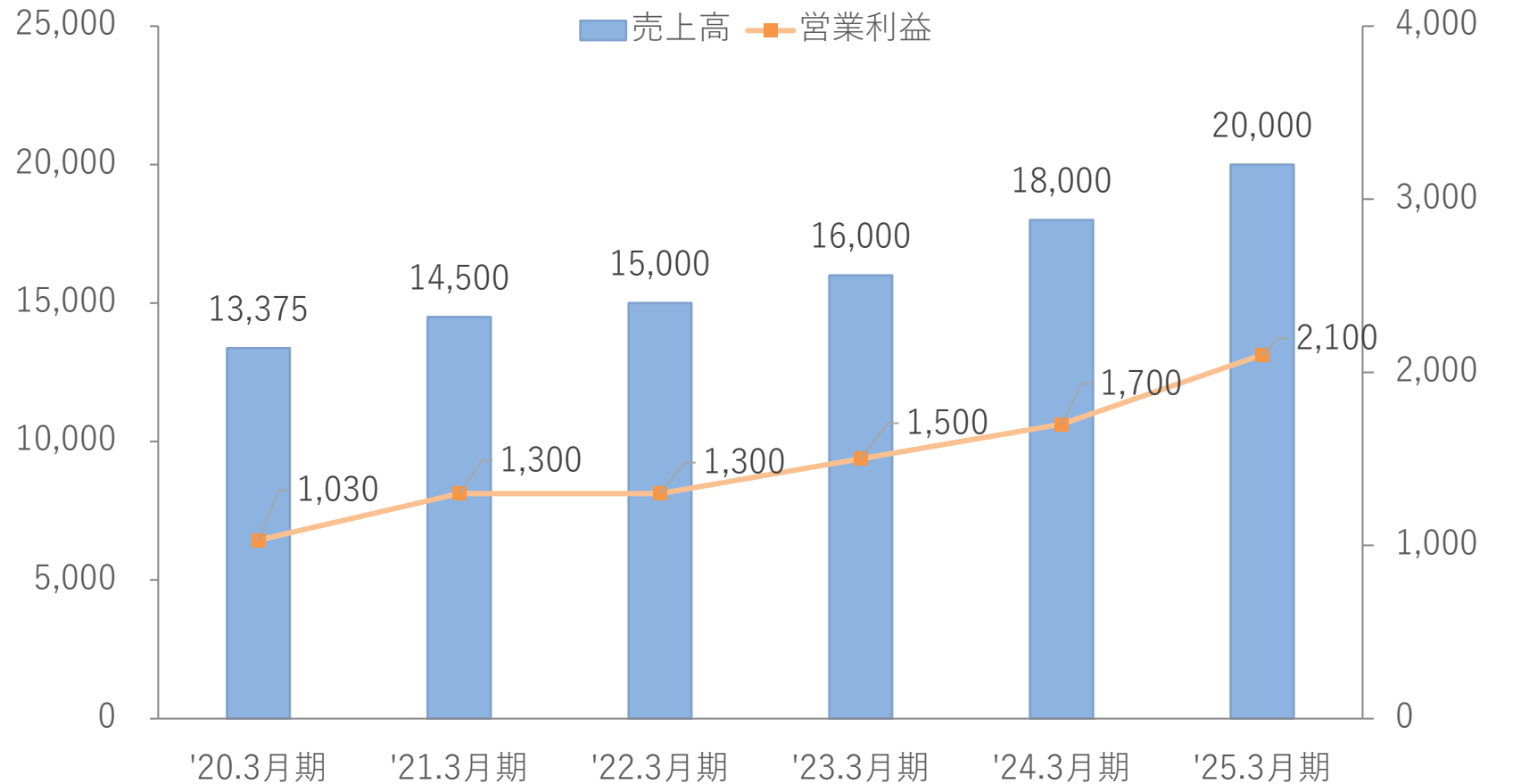
営業利益	2025年3月期 計画	2020年3月期 実績 ※	増減率	2020年3月期 実績
ク リ ク ラ 事 業	2,100 (10.5 %)	1,030 (7.7 %)	+ 103.7 % (+ 2.8 pt)	1,030 (7.7 %)
レ ン タ ル 事 業	2,000 (11.8 %)	1,844 (12.5 %)	+ 8.42 % (▲ 0.7 pt)	1,844 (12.5 %)
建築コンサルティング事業	1,600 (12.3 %)	730 (13.9 %)	+ 119.0 % (▲ 1.6 pt)	730 (13.9 %)
住 宅 事 業	300 (2.7 %)	▲ 187 (▲ 1.7 %)	- (+ 4.4 pt)	▲ 545 (▲ 1.2 %)
美 容 ・ 健 康 事 業	500 (4.5 %)	125 (1.4 %)	+ 298.3 % (+ 3.1 pt)	125 (1.4 %)
全 社 費 用 等 (新規事業・M&Aを含む)	▲ 1,500	▲ 1,067	-	▲ 1,067
合 計	5,000 (6.7 %)	2,476 (4.7 %)	+ 101.9 % (+ 2.0 pt)	2,118 (2.4 %)

※ 2020年5月にレオハウスの全株式を譲渡しており、2020年3月期の同社の実績は比較のために除外

3. セグメント別計画

3 セグメント別計画（クリックラ事業①）

（単位：百万円）



3 セグメント別計画（クリクラ事業②）



クリクラ[宅配水]



- ・生産性向上を目的としたシステムインフラ、CrePF（クリクラプラットフォーム）の構築（11ページ）
- ・フランチャイズ制度改革により加盟店施策の強化
- ・基礎顧客軒数の拡大のため、商業施設等での催事営業やテレアポ営業を積極化
- ・自社製次亜塩素酸水溶液を利用した空間除菌消臭サービスZiACO(ジアコ)の事業化
- ・新サービス、新サーバー開発（炭酸サーバー・浄水サーバー）
- ・業界再編を機に積極的なM&Aを実施

クリクラ事業（宅配水）



商業施設等の催事営業の様子



2020年取扱開始した新サーバー
クリクラFit

ZiACO事業化



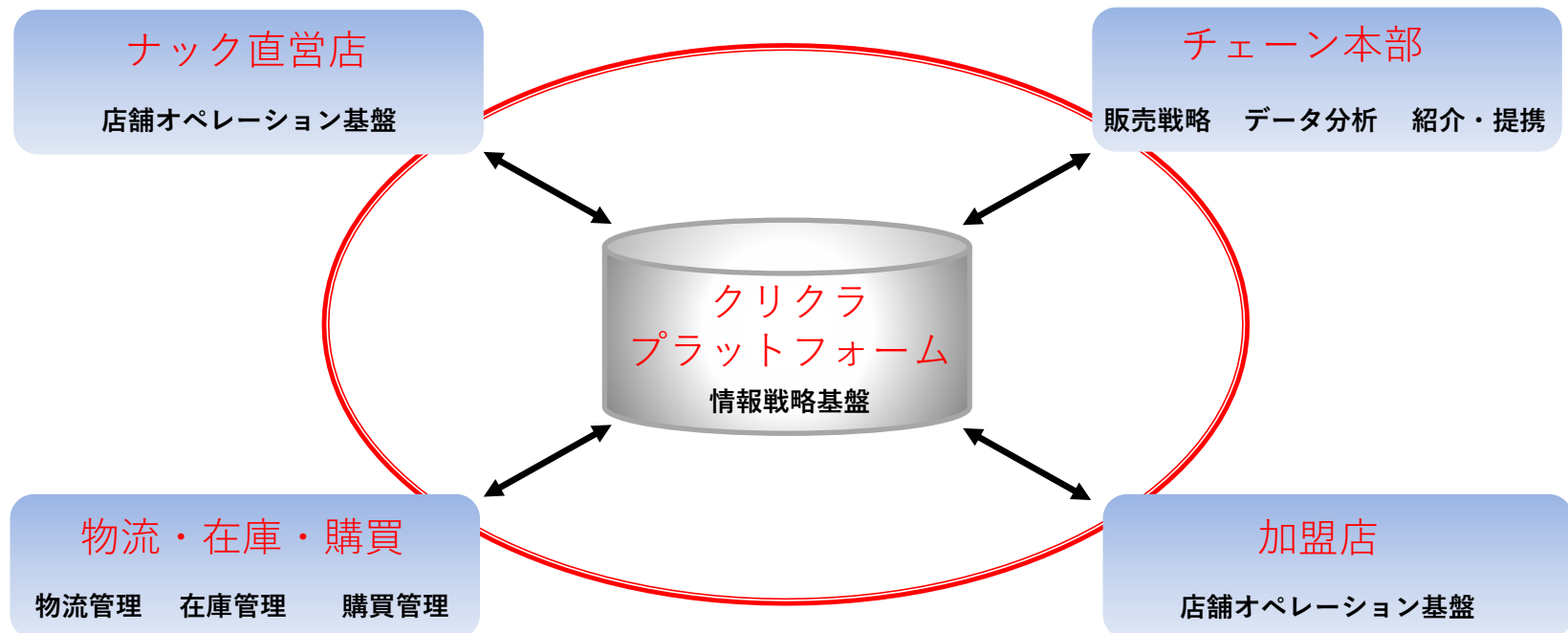
3 セグメント別計画（クリクラ事業③）



クリクラ[宅配水]

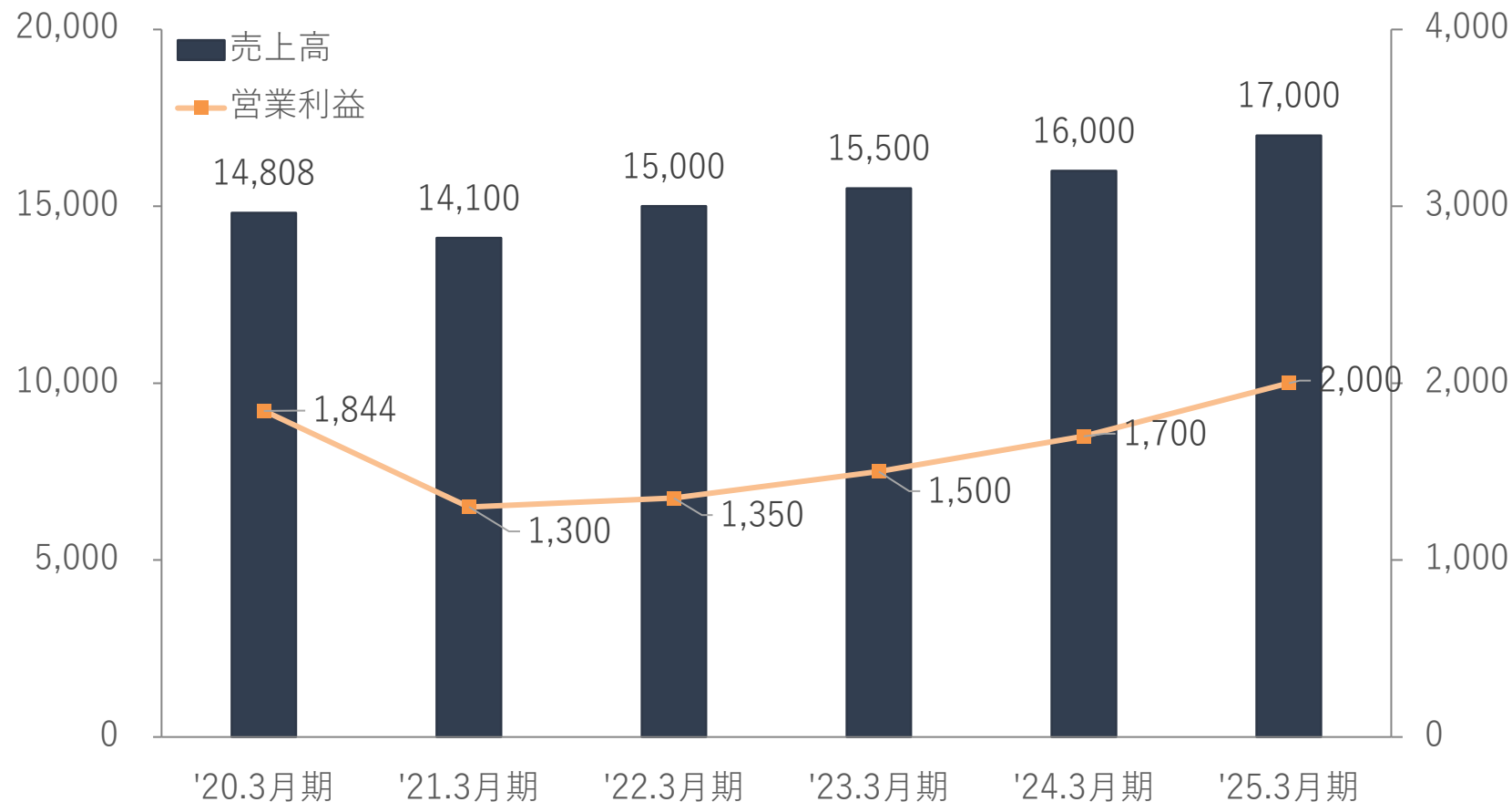
システムインフラ、CrePF（クリクラプラットフォーム）の構築

- ・情報戦略基盤として情報を一元管理、データを活用して事業生産性を向上
- ・オペレーション基盤の整備等により加盟店支援を強化し、売上を拡大
- ・CrePFを活用した業務の自動化およびモバイル化により業務効率およびサービス品質を向上



3 セグメント別計画（レンタル事業①）

（単位：百万円）



（単位：百万円）

3 セグメント別計画（レンタル事業②）



ダスキン[レンタル商品]



with[環境衛生商品]



EARNEST[定期清掃]

- ・ダスキン事業では、2018年の第三者割当の調達資金を原資にケアサービス及びヘルスレント出店を継続（14・15ページ）。加えて、ダストコントロール商品の家庭用市場への営業と、ダスキン加盟店のM&Aを推進
- ・「with（ウィズ）」を主力とする害虫駆除事業では、除菌・衛生分野の新商品を積極的に取り入れ事業を拡大
- ・アーネストでは既存ビルメン事業に内装設備工事等を手掛ける新部門を設立

ケアサービス及びヘルスレントの出店

Total Green



家事の代行
merry maids.



住まいの補修
HomeRepair



Health Rent
ヘルスレント



害虫駆除
TERMINIX.



プロのおそうじ
ServiceMASTER.



除菌・衛生商品の拡充



3 セグメント別計画（レンタル事業③）



ダスキンのレンタル商品

ダスキンの資本業務提携の計画

- ・ケアサービス事業では2018年8月から2023年9月にかけて110事業を追加、合計130事業を展開予定

ケアサービス事業内訳	2018年8月 事業数	2020年10月 事業数	2023年9月 事業数(計画)
サービスマスター	8	21	31
メリーメイド	5	14	27
タニックス	4	11	23
トータルグリーン	2	6	22
ホームリペア	1	14	27
合計	20	66	130

- ・ヘルスレント事業では2023年9月までに10店舗の出店を予定

ヘルスレント事業	2018年8月 店舗数	2020年10月 店舗数	2023年9月 店舗数(計画)
ヘルスレント	0	2	10

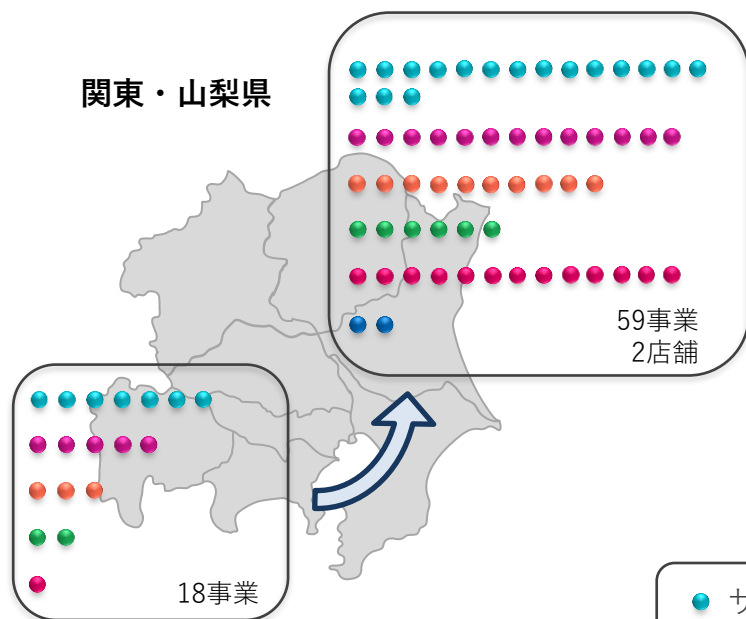
3 セグメント別計画（レンタル事業④）

DUSKIN
喜びのタネをまこう

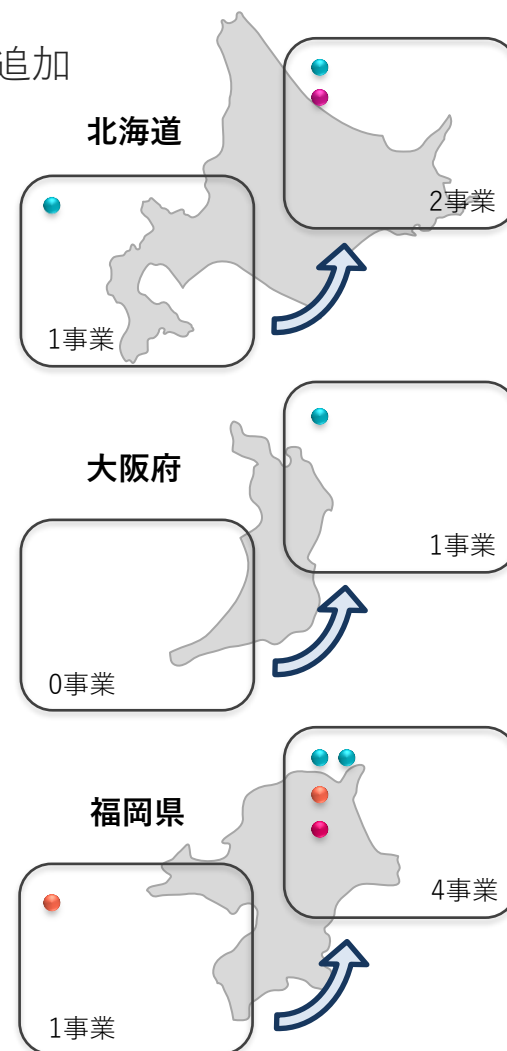
ダスキンのレンタル商品

ダスキンの資本業務提携の進捗（2020年10月時点）

- ・ケアサービス事業では、既存の20事業に加えて46事業を追加
- ・ヘルスレント事業では、新たに2店舗を出店



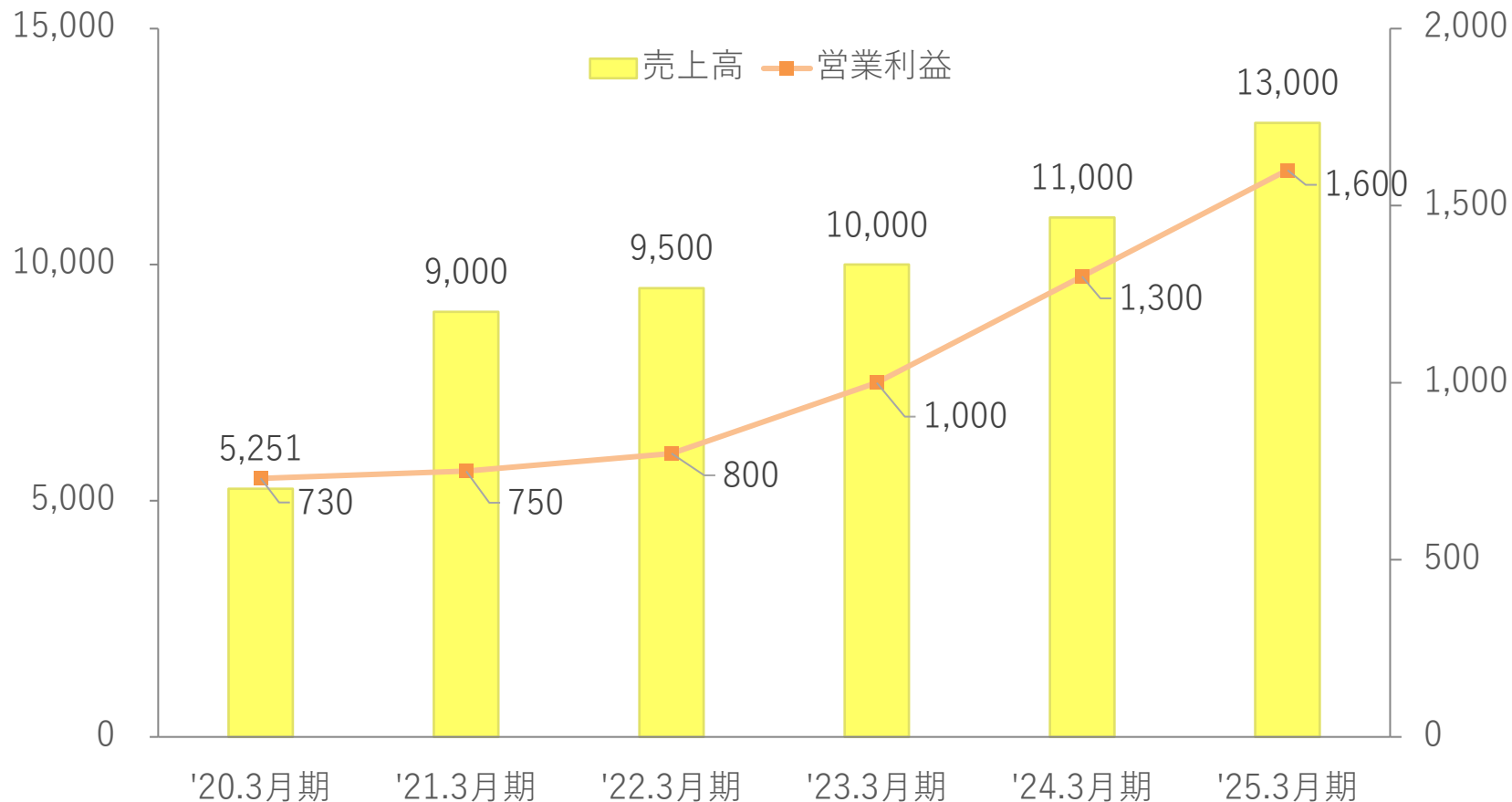
- サービスマスター事業
- メリーメイド事業
- ターミニクス事業
- トータルグリーン事業
- ホームリペア事業
- ヘルスレント事業



3 セグメント別計画（建築コンサルティング事業①）

（単位：百万円）

（単位：百万円）



» '21.3月期に売上高が大きく増加しているのは、2020年2月にエースホームをM&Aしたことに加え、2020年4月よりsuzukuriを住宅事業セグメントから当セグメントに変更したことによる

3 セグメント別計画（建築コンサルティング事業②）

Think Tank For Construction
NAC

建築コンサルティング【工務店支援】

ACE HOME

エースホーム【住宅フランチャイズ】



ナックススマートエネルギー【省エネ商材販売・工事】

- ・DX※による非対面型適正価格住宅供給プラットフォームの構築（18ページ）
- ・工務店の価値最大化を図る新たなソリューションの提供（19ページ）
- ・ナックススマートエネルギーは再生可能エネルギー普及のためのエコシステムの確立
- ・エースホームは建築コンサルティング事業との協働により地場工務店の活性化

オープンイノベーション
でDXを推進



施工エリア・
ネットワーク拡大

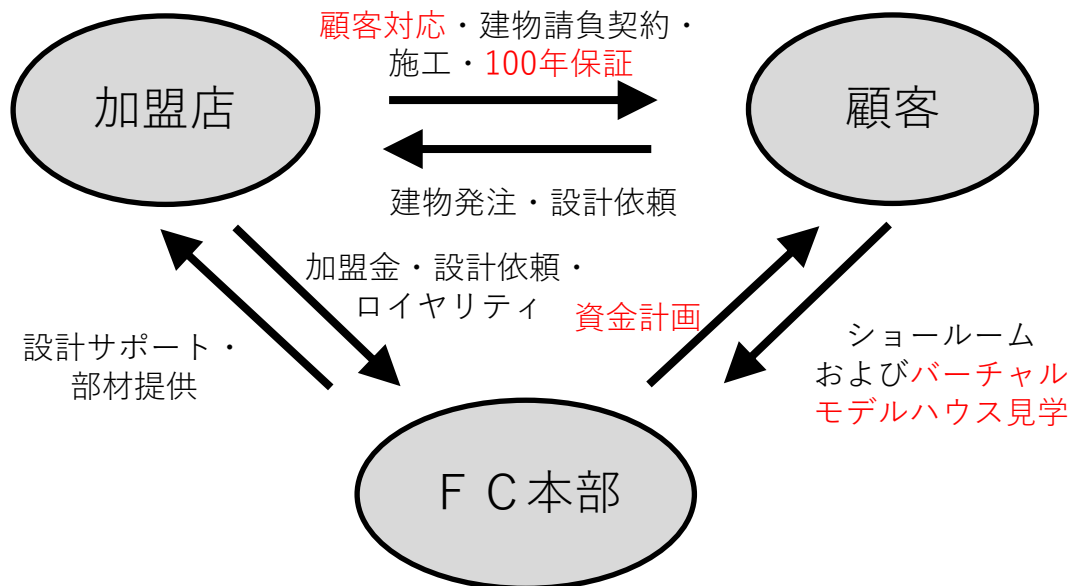


※DX（デジタルトランスフォーメーション）とは、企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立することをいう

3 セグメント別計画（建築コンサルティング事業③）

DXによる非対面型適正価格住宅供給プラットフォームの構築

- ・ 短工期、100年保証、適正価格住宅のF C本部を運営
- ・ 新築住宅への潜在ニーズと可処分所得低下に対応した住宅を適正価格で提供
- ・ 感染症対策でバーチャルモデルハウス見学・資金計画・設計依頼はリモートで行う
- ・ エンドユーザーに徹底リサーチを行い、ニーズの高い項目に価値を特化
- ・ 営業とプロモーションは本部で代行し、加盟工務店の施工リソースを活用
- ・ 販管費（営業・モデルハウス）を大幅に削減し、オンラインアプリとVRで代替

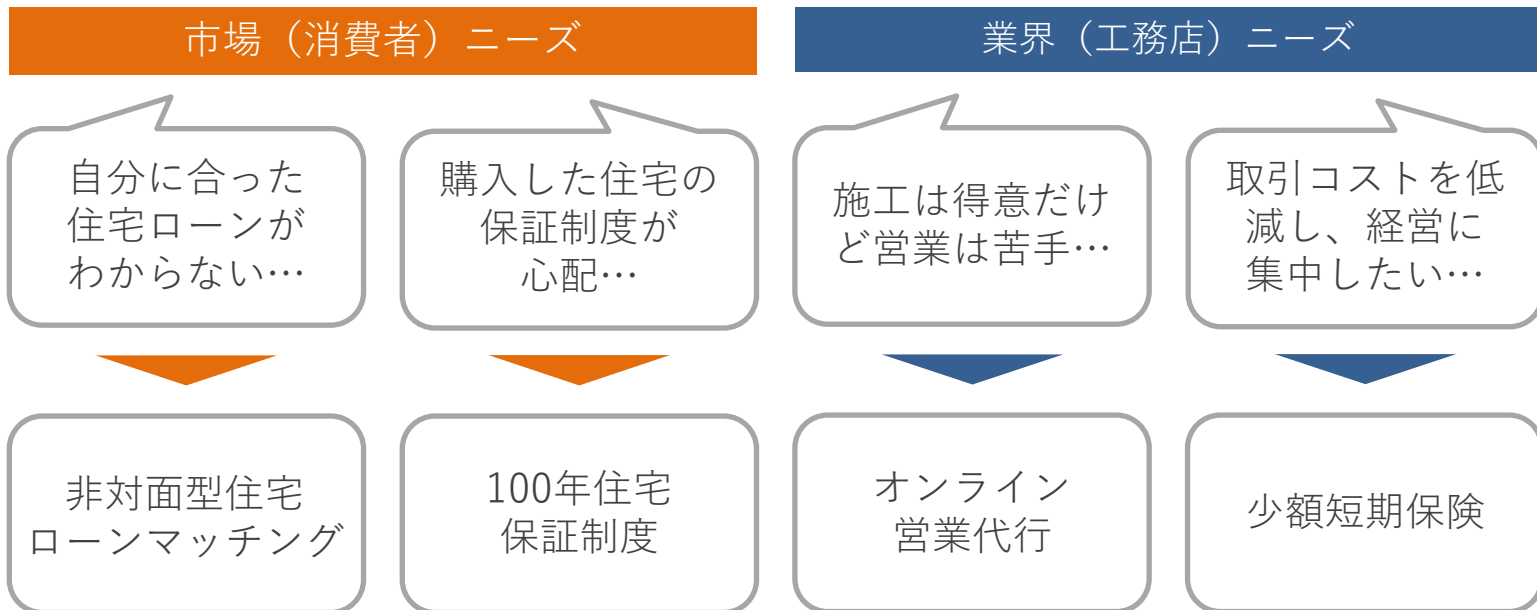


※赤文字はDXを活用

3 セグメント別計画（建築コンサルティング事業④）

工務店の価値最大化を図る新たなソリューションの提供

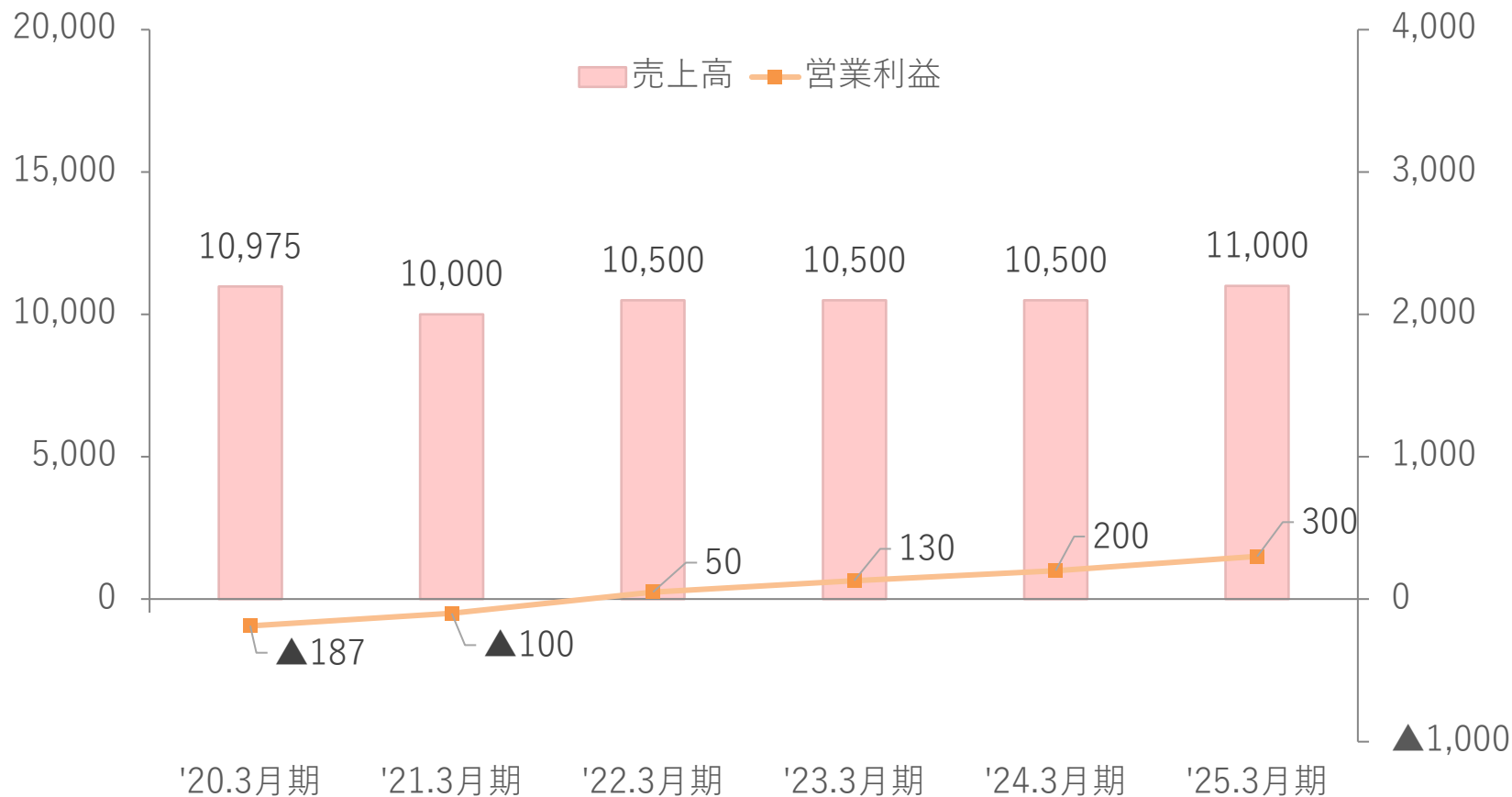
- ・DXによる非対面型住宅ローンマッチング
- ・消費者ニーズの充足のための100年住宅保証制度
- ・オンラインによる営業代行
- ・成長戦略推進のための少額短期保険の活用



3 セグメント別計画（住宅事業①）

（単位：百万円）

（単位：百万円）



※ 2020年5月にレオハウスの全株式を譲渡しており、2020年3月期の同社の実績は比較のために除外

3 セグメント別計画（住宅事業②）



J-wood【注文住宅】



国木ハウス【分譲・注文住宅】

KDI-HOME

Kindness, Development, Integrity

ケイディアイ【分譲・注文住宅】

- ・2021年4月を効力発生日としてジェイウッドが国木ハウスを吸収合併、経営資源を集中し経営の効率化を図るとともに、両者の強みを生かした事業を展開
- ・ケイディアイでは首都圏の戸建、土地分譲、注文住宅に加え新たな事業展開を検討

ジェイウッドと国木ハウスを合併



新事業展開を検討



3 セグメント別計画（美容・健康事業①）

（単位：百万円）

（単位：百万円）



3 セグメント別計画（美容・健康事業②）

“jimos one to only one

JIMOS [化粧品・健康食品]



ベルエアー [栄養補助食品]

- ・ JIMOSでは既存ブランドでの新商品投入と、新ブランドの取扱開始で事業拡大を図る
2020年12月よりメイドインジャパンのスキンケア&ベースメイクブランド「SINN PURETÉ（シンピュルテ）」の取扱いを開始
- ・ ベルエアーでは、従来の販売方式に加えて、新たにEC販売を開始、顧客層の拡大を図る

新商品投入



新ブランド

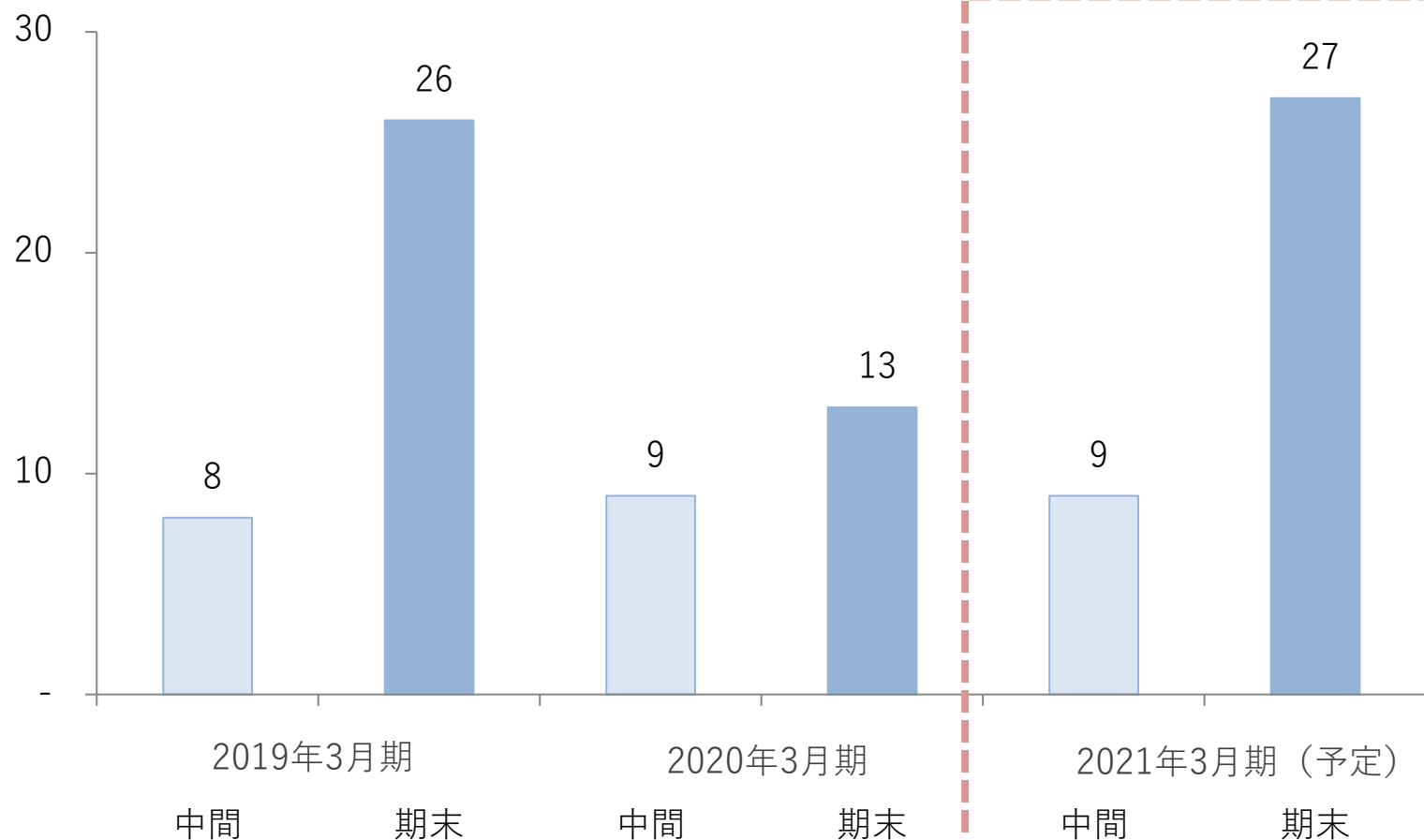
SINN PURETÉ
natural & organics



4. 配当方針

4 配当方針：純資産配当率(DOE) 4 %かつ配当性向100%以内

(単位：円)



1株あたり
年間配当額

34円

22円

36円

- » 配当方針の「連結純資産配当率4%かつ配当性向100%以内」を基準に2021年3月期年間配当額は36円の予定
- » 2022年3月期以降の配当方針は、配当性向を基準とする予定

NAC