2017年7月 IR説明会

― 2017年3月期決算説明と2018年3月期業績予想 ―

2017年7月3日

株式会社ナック

東証一部 ９７８８

目次

1．2017年3月期 決算概要

2．2018年3月期 業績予想と施策

3．中期目標／株主還元

4．補足資料

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、また新サービスの成否等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予想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。

1．2017.3月期 決算概要

1 2017年3月期 連結損益計算書

（単位：百万円）

	’17.3月期 実績	’16.3月期 実績	増減率
売上高	85,901	80,302	+ 7.0 %
売上総利益	34,695	33,930	+ 2.3 %
（売上総利益率）	40.4%	42.3%	▲ 1.9 pt
販管費	33,938	33,229	+ 2.1 %
営業利益	756	701	+ 7.9 %
（営業利益率）	0.9%	0.9%	± 0.0 pt
営業外損益	36	94	▲ 61.2 %
経常利益	793	795	▲ 0.3 %
特別損益	▲ 65	288	-
親会社株主に帰属する当期純利益	415	252	+ 64.3 %

» 売上高は建築コンサルティング事業を除く全てのセグメントで売上高が伸長したことで、前期を上回った。

» 営業利益はクリクラ事業とレンタル事業が前期を上回ったことに加え、前期計上したESOP信託満期による会社負担が無くなったことで前期を上回った。

1 セグメント別：売上高

（単位：百万円）

売上高	’17.3月期 実績	’16.3月期 実績	増減率
クリクラ	13,293	13,095	+ 1.5 %
レンタル	13,135	12,765	+ 2.9 %
建築コンサル	6,089	6,676	▲ 8.8 %
住宅事業	42,936	37,452	+ 14.6 %
通販事業	10,463	10,378	+ 0.8 %
消去調整他	▲16	▲65	–
合計	85,901	80,302	+ 7.0 %

» クリクラ事業は、加盟店・直営部門のともに売上高が増加し、前期を上回った。

» レンタル事業は、全ての部門で売上高が増加し、前期を上回った。

» 建築コンサルティング事業は、ノウハウ販売・建築部材販売ともに売上高が減少し、 前期を下回った。

» 住宅事業は、レオハウスで職人や業者不足などによる着工や工期の遅れはあったものの、受注数が増加したことで前期を上回った。

» 通販事業は、Coyoriブランドにて新規顧客数と注文が順調に伸びたことで前期を上回った。

1 セグメント別：営業利益

カッコ内は営業利益率です。

（単位：百万円）

営業利益	’17.3月期 実績	’16.3月期 実績	増減率
クリクラ	274 (2.1 %)	▲ 201 (▲ 1.5 %)	– (+ 3.6 pt)
レンタル	1,853 (14.1 %)	1,841 (14.4 %)	0.7 % (▲ 0.3 pt)
建築コンサル	956 (15.7 %)	1,146 (17.2 %)	▲ 16.6 % (▲ 1.5 pt)
住宅事業	▲ 622 (▲ 1.5 %)	▲ 412 (▲ 1.1 %)	– (▲ 0.4 pt)
通販事業	▲ 457 (▲ 4.4 %)	▲ 105 (▲ 1.0 %)	– (▲ 3.4 pt)
全社費用等	▲ 1,247	▲ 1,567	–
合計	756 (0.9 %)	701 (0.9 %)	+ 7.9 % (+ 0 pt)

» クリクラ事業は、売上高が増加したことと販売管理費を見直したことにより前期を上回った。

» レンタル事業は、全ての部門で売上高が増加したことで前期を上回った。

» 建築コンサルティング事業は、ノウハウ販売と建築部材販売における売上高の減少により前期を下回った。

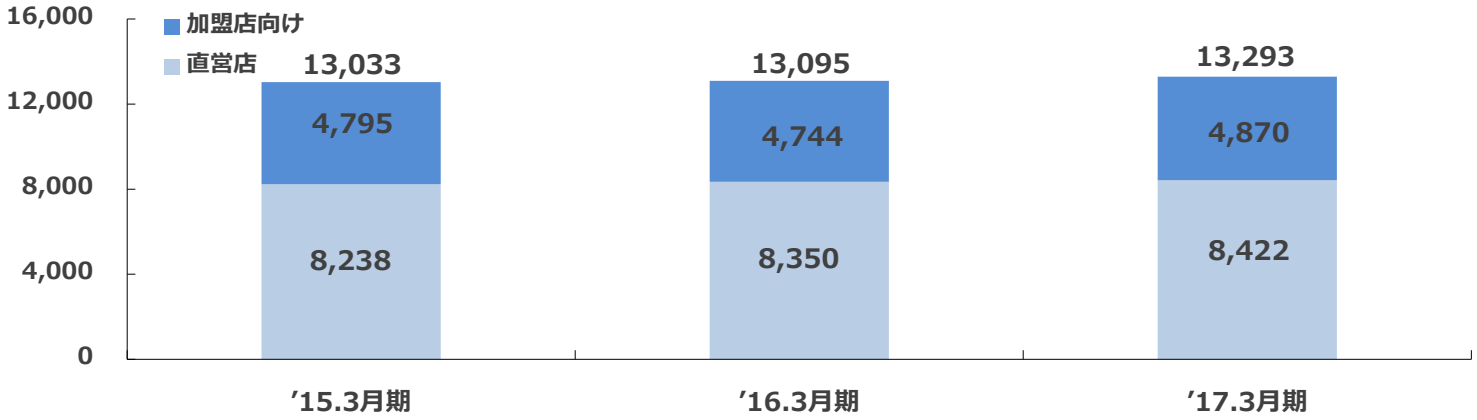
» 住宅事業は、レオハウスの売上高が当初予想に届かず、また工事原価や販売促進費が増加し、前期を下回った。

» 通販事業は、広告宣伝費及び販売促進費の適正化を図ったものの、のれん償却額が増加したことにより前期を下回った。

1 セグメント別業績（1）クリクラ ①

（単位：百万円）

売上高

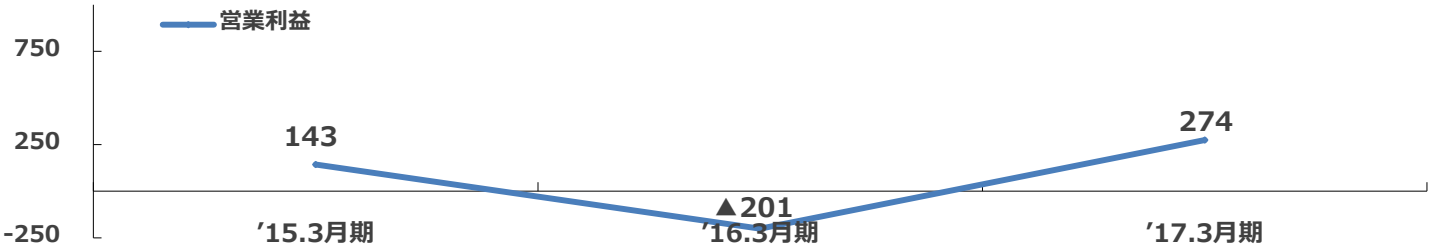


» 直営部門は、ワンウェイサービス「クリクラミオ」の顧客数が伸びたことで売上高が前期比で微増

» 加盟店部門は、加盟店へのプラント機器の販売等が増加したことで売上高が前期比で微増

（単位：百万円）

営業利益

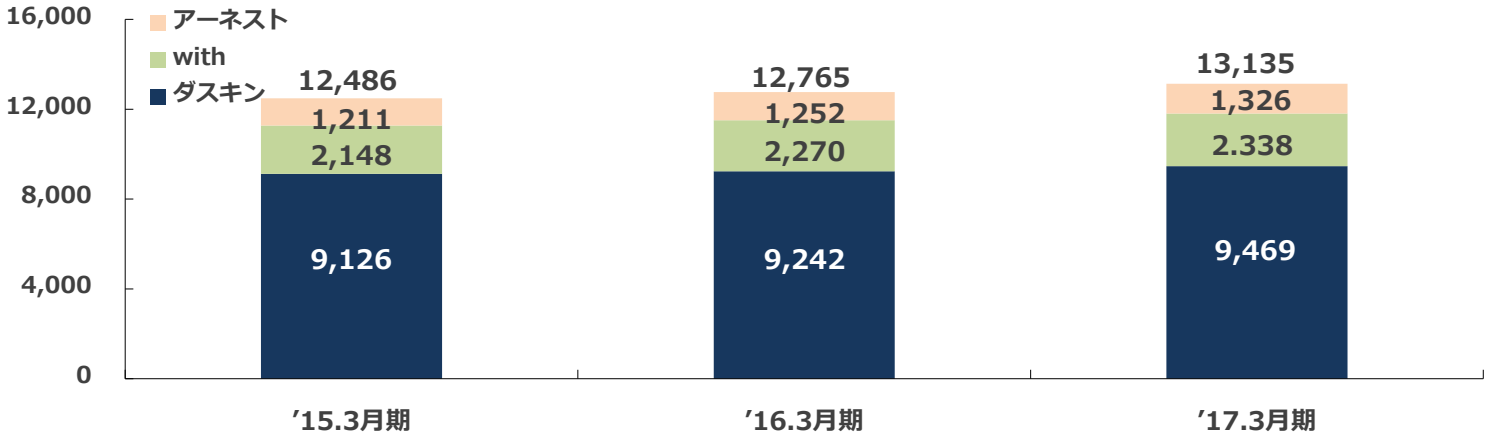


» 損益面では、売上高が増加したことと販売管理費を見直したことにより営業利益は前期比で増加

1 セグメント別業績（２）レンタル　①

（単位：百万円）

売上高



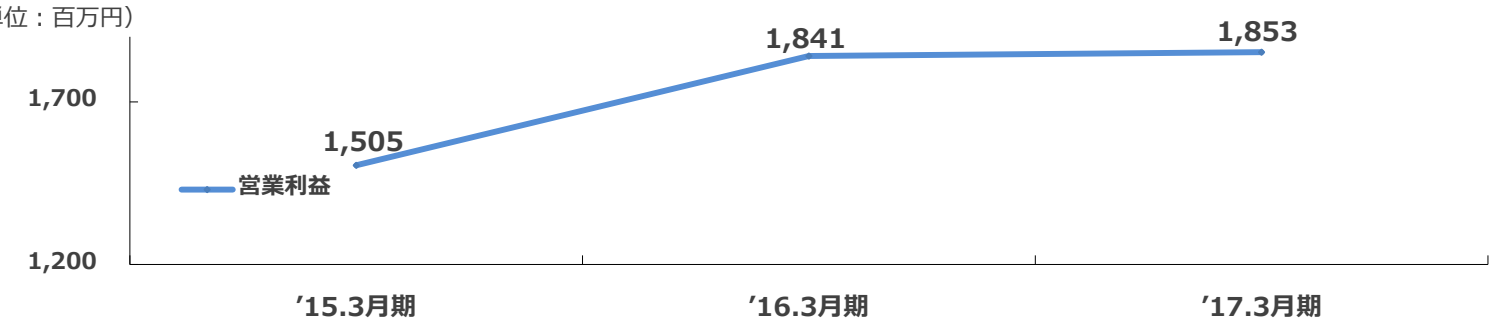
» ダスキン事業（ダストコントロール商品部門）は、Ｍ＆Ａ戦略と既存顧客への深耕が奏功したことで顧客数と顧客単価が堅調に推移し、売上高は前期比で増加

» with事業（害虫駆除部門）は、地道な営業活動により優良顧客が増加したことで、売上高は前期比で増加

» アーネスト(法人向け定期清掃サービス)はＷＥＢ受注の定着に加え、既存顧客からの紹介で新規顧客が増加

（単位：百万円）

営業利益

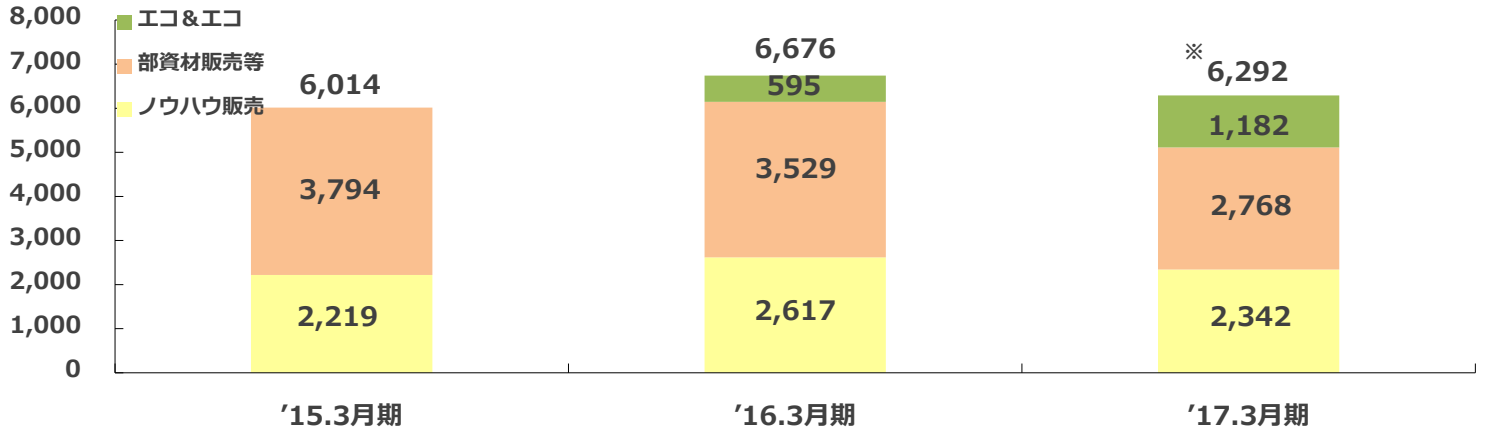


» 損益面では、人件費とその他の販売管理費が増加したものの売上高が増加したことで、営業利益が前期比で増加

1 セグメント別業績（３）建築コンサルティング ①

売上高

（単位：百万円）※ セグメント内売上202百万円を含む。

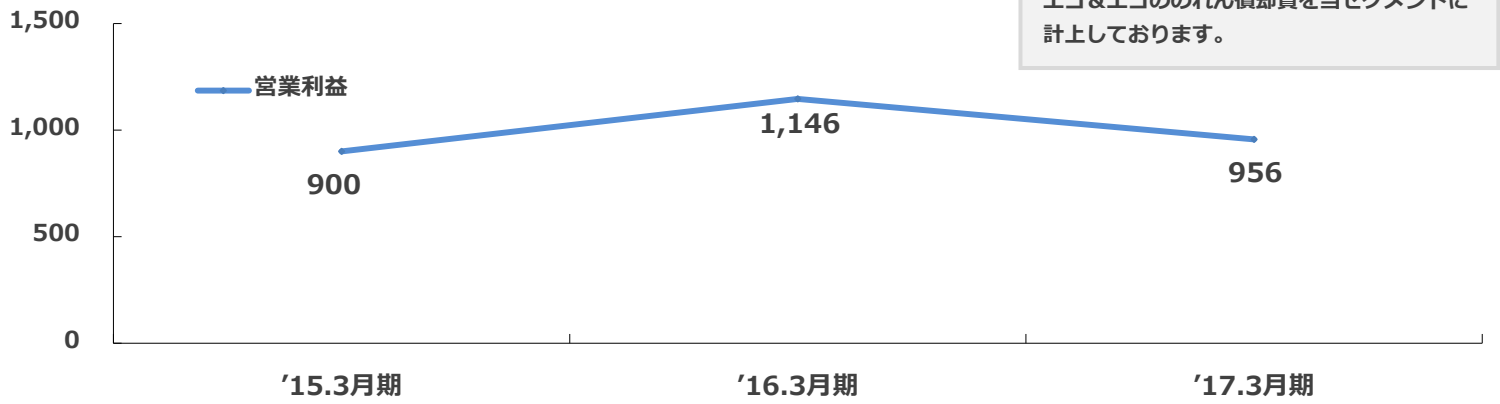


» ノウハウ販売では、市場の先行き不透明感などに起因した地場工務店における投資抑制基調の影響が大きく、売上高は前期比で減少

» 建築部材販売では、住宅用太陽光市場における建築部材の販売は伸長したものの、産業用太陽光市場縮小による売上高減少の補完には至らず、売上高は前期比で減少

営業利益

（単位：百万円）

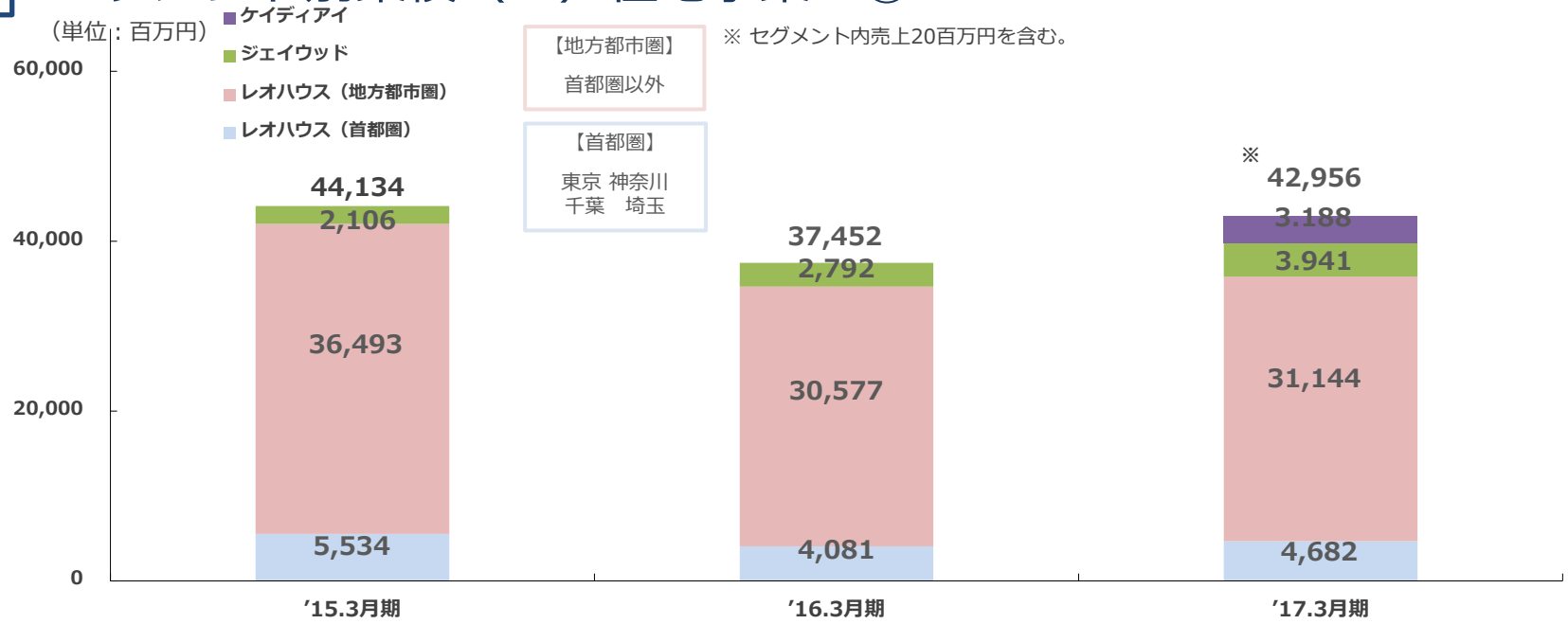


エコ&エコののれん償却費を当セグメントに計上しております。

» ノウハウ販売と建築部材販売における売上高の減少に伴い、営業利益は前期比で減少

1 セグメント別業績（４）住宅事業 ①

売上高

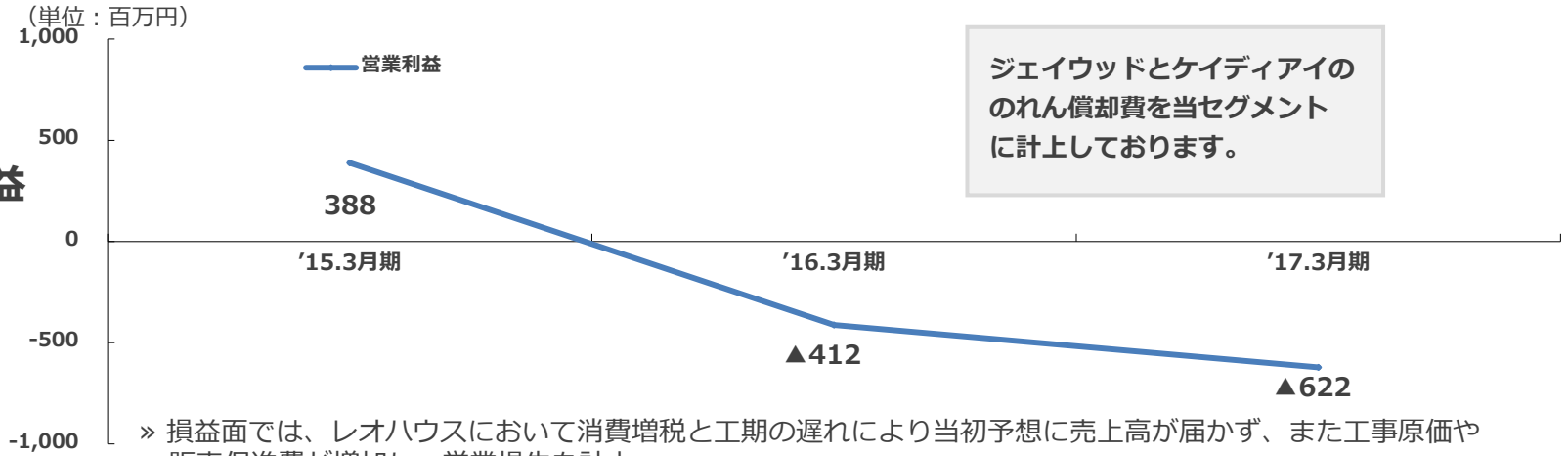


» レオハウスは、多様な営業戦略と積極的な販売促進活動が受注数の増加につながり、売上高は前期比で増加

» ジェイウッドは、受注も好調で売上高が前期比で増加

» 平成28年5月にグループに加わったケイディアイは、7月からの9ヶ月分の売上高が貢献

営業利益



» 損益面では、レオハウスにおいて消費増税と工期の遅れにより当初予想に売上高が届かず、また工事原価や販売促進費が増加し、営業損失を計上

1 セグメント別業績（４）住宅事業　②

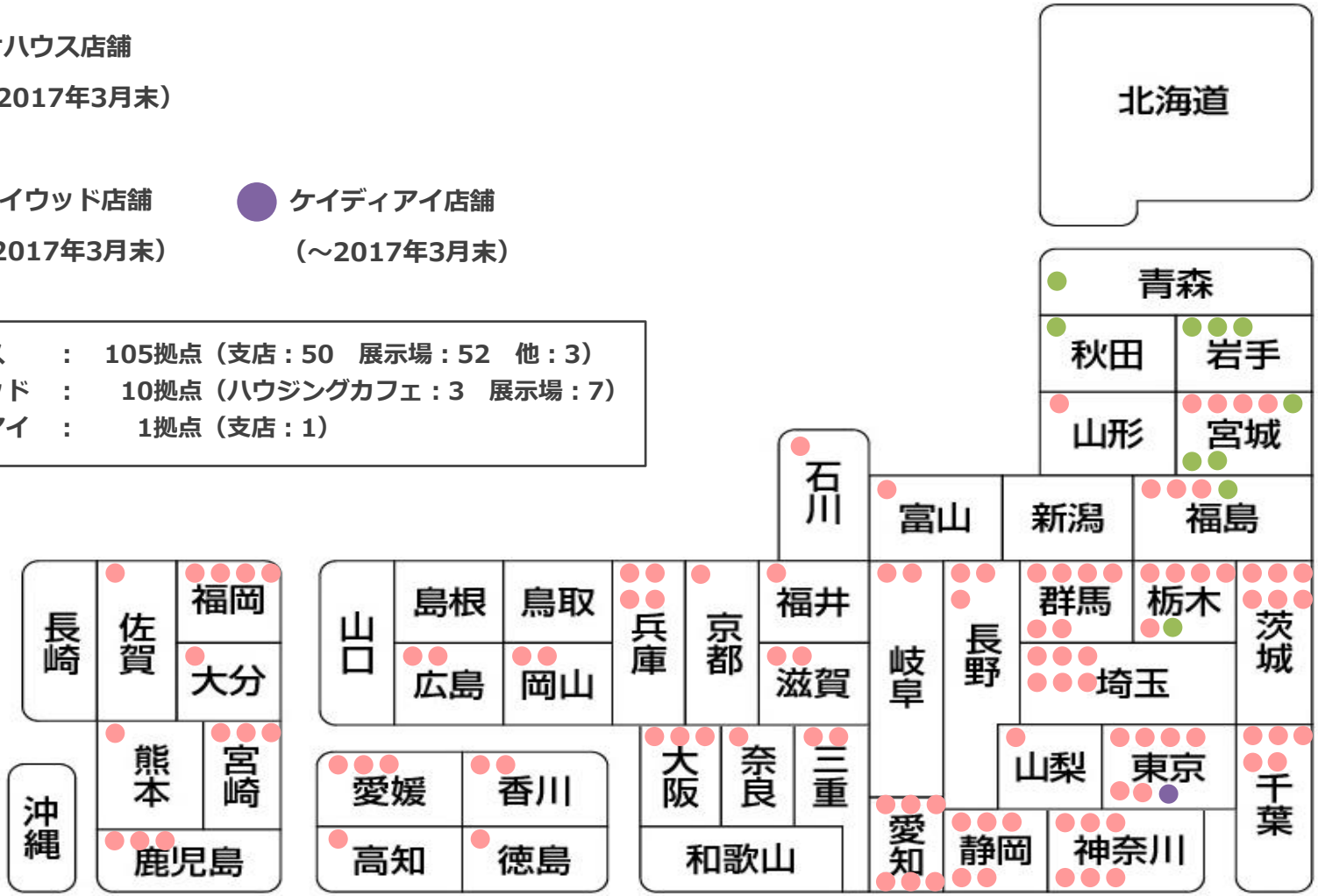
全国116拠点（レオハウス：105拠点、ジェイウッド：10拠点、ケイディアイ： 1拠点）

レオハウス店舗
（～2017年3月末）

ジェイウッド店舗
（～2017年3月末）

ケイディアイ店舗
（～2017年3月末）

レオハウス	：	105拠点（支店：50　展示場：52　他：3）
ジェイウッド	：	10拠点（ハウジングカフェ：3　展示場：7）
ケイディアイ	：	1拠点（支店：1）



1 セグメント別業績（４）住宅事業　③

【レオハウス】四半期ごとの出店数と受注・完工・受注残・販売単価の推移

（単位：棟数／店舗）

	2015年3月期				2016年3月期				2017年3月期			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
受　注	530	525	415	435	387	533	406	459	457	677	397	550
完　工	468	557	492	654	238	500	347	694	186	390	403	871
受注残	1,267	1,220	1,129	902	1,035	1,057	1,109	861	1,114	1,385	1,361	1,016
受注残増減	+34	▲47	▲91	▲227	+133	+22	+52	▲248	+253	+271	▲24	▲345
単　価	※1 1,850万円／棟				※1 1,849万円／棟				※1 1,826万円／棟			
出店数	4	3	3	4	7	0	0	0	2	0	0	0
店舗計	※2 97	100	103	107	※3 109	※4 108	108	※5 105	※6 105	105	105	105

※1　販売単価は追加・外構工事を除いた金額

※2　支店統廃合により▲2

※3　支店統廃合により▲5

※4　支店統廃合により▲1

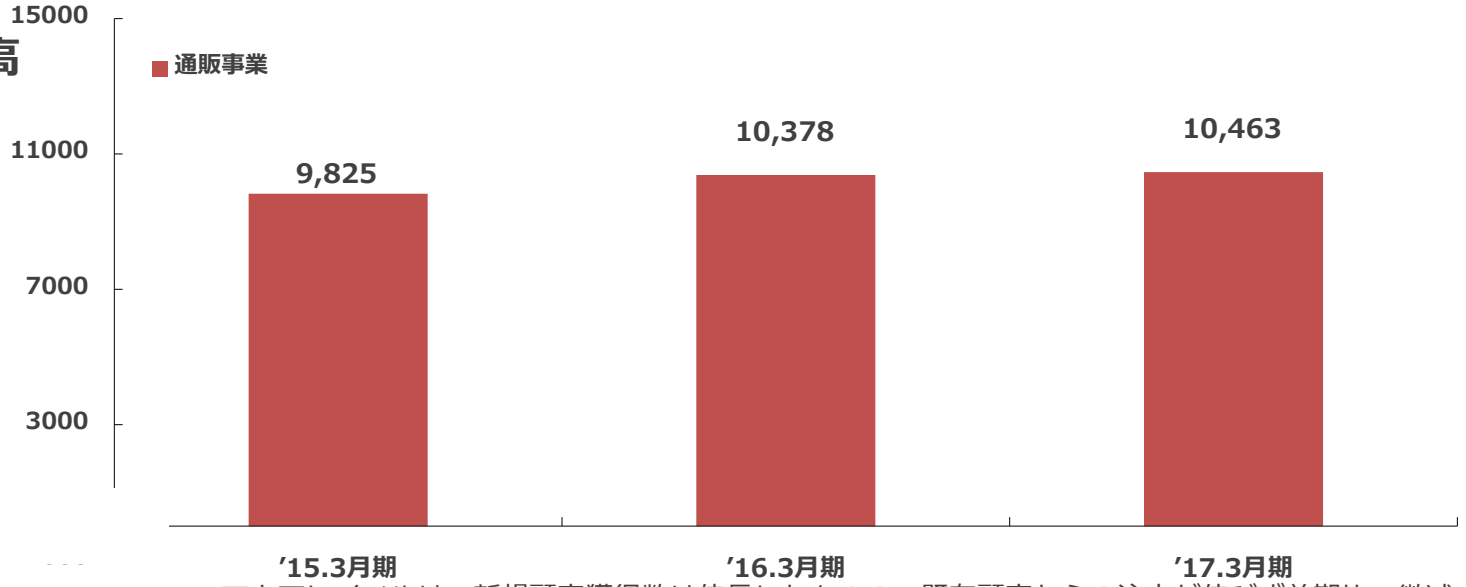
※5　支店統廃合により▲3

※6　支店統廃合により▲2

1 セグメント別業績（５）通販事業 ①

（単位：百万円）

売上高



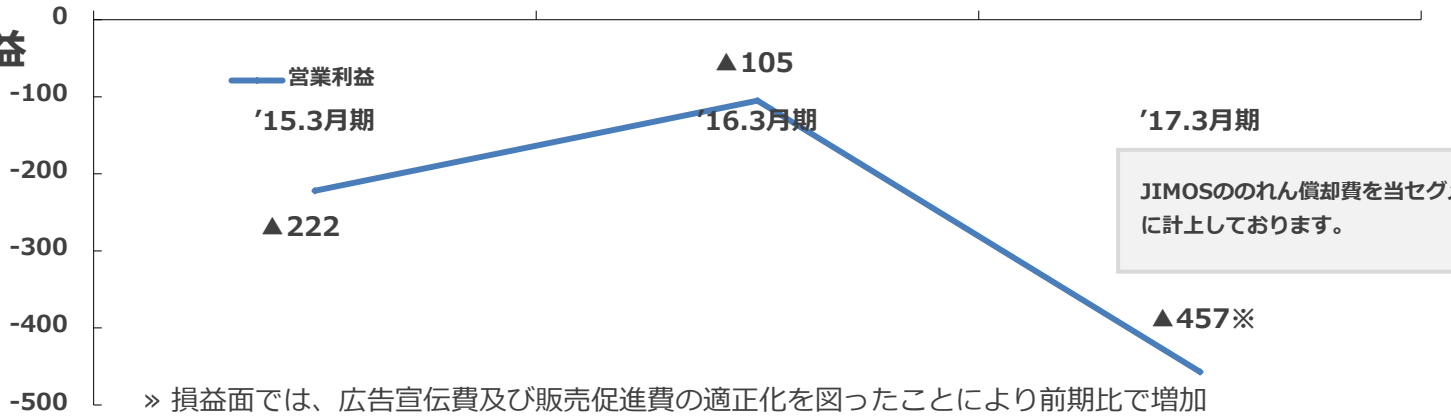
» マキアレイベルは、新規顧客獲得数は伸長したものの、既存顧客からの注文が伸びず前期比で微減

» Coyoriは、新規顧客が順調に推移し注文も好調で前期比で増加

» 通販コンサルティング事業は、売上高が前期比で減少

（単位：百万円）

営業利益

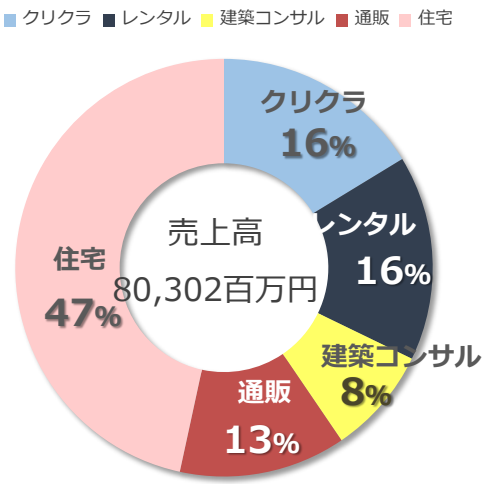


» 損益面では、広告宣伝費及び販売促進費の適正化を図ったことにより前期比で増加

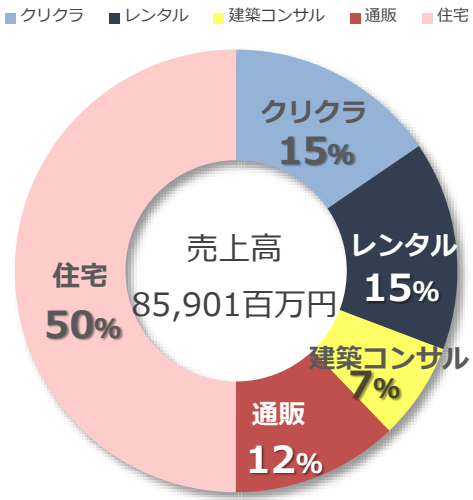
※2017年6月28日開示の【「平成29年度3月期決算短信[日本基準]連結」の一部訂正】に関連する修正

1 売上高・営業利益構成比推移（2016年3月期⇒2017年3月期）

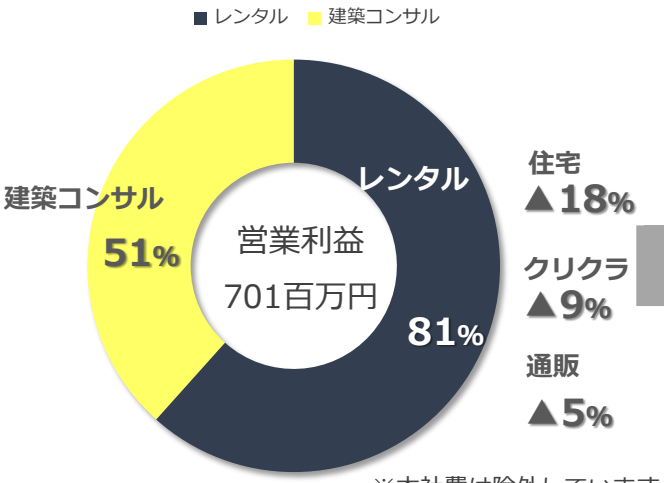
2016年3月期売上高



2017年3月期売上高



2016年3月期営業利益

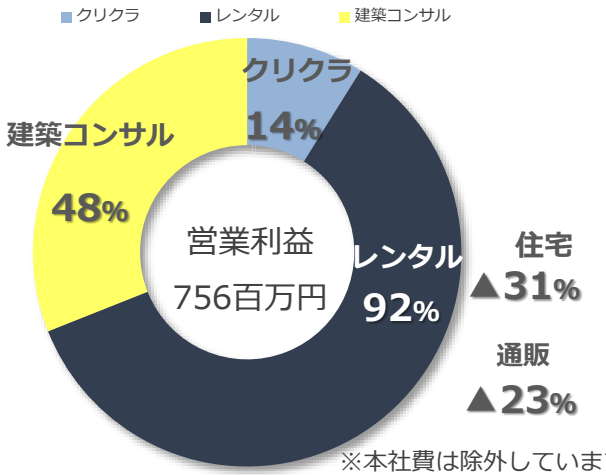


※本社費は除外しています

売上高営業利益率

クリクラ	レンタル	建築コンサル	通販	住宅	全社
▲1.5%	14.4%	17.2%	▲1.0%	▲1.1%	0.9%

2017年3月期営業利益



※本社費は除外しています

売上高営業利益率

クリクラ	レンタル	建築コンサル	通販	住宅	全社
2.1%	14.1%	15.7%	▲4.4%	▲1.5%	1.3%

2. 2018年３月期 業績予想と施策

2 2018年3月期　連結業績予想

（単位：百万円）

	2017年3月期　実績	2018年3月期　予想	前期比
売上高	85,901	96,300	+ 12.1 %
営業利益	756	2,000	+ 164.2 %
経常利益	793	2,050	+ 158.4 %
親会社株主に帰属する当期純利益	415	850	+ 104.6 %
年間配当	27 円	37 円	-
EPS	24.65 円	50.62 円	+25.97 円

□ **売上高・営業利益・経常利益・当期純利益ともに増加を見込む**

2 2018年3月期　セグメント別：売上高予想

（単位：百万円）

売　　上　　高	2017年3月期　実績	2018年3月期　予想	増減率
クリクラ事業	13,293	13,500	+ 1.6%
レンタル事業	13,135	13,600	+ 3.5%
建築コンサルティング事業	6,089	6,200	+ 1.8%
住　宅　事　業	42,936	52,000	+ 21.1%
通　販　事　業	10,463	11,000	+ 5.1%
消去調整他	▲16	-	-
合　　計	85,901	96,300	+ 12.1%

□ **住宅事業の建て直しを中心に業績アップを見込む。**

2 2018年3月期　セグメント別：営業利益予想

（単位：百万円）

営　業　利　益	2017年3月期 実績	2018年3月期　予想	増減率
クリクラ	274 (2.1 %)	300 (2.2%)	+ 9.3% (+0.1pt)
レンタル	1,853 (14.1 %)	1,800 (13.2%)	▲ 2.9% (▲ 0.9pt)
建築コンサルティング事業	956 (15.7 %)	900 (14.5%)	▲ 5.9% (▲ 1.2pt)
住宅事業	▲ 622 (▲ 1.5 %)	650 (1.3%)	- (+ 2.8pt)
通販事業	▲ 457 (▲ 4.4 %)	50 (0.5%)	- (+ 4.9pt)
全社費用等	▲ 1,247	▲ 1,700	-
合計	756 (0.9 %)	2,000 (2.1%)	+ 164.2% (+ 1.2pt)

※　（　）内の数字は売上高に対する営業利益率です。

2 2018年3月期　業績予想　クリクラ

■ **売上高　　135億円（前期比1.6%増）**

■ **営業利益　　3億円（前期比9.3%増）**

■ **市場見通し**

・宅配水市場は引き続き拡大を維持しているが、全体的に伸長率が落ち着き成長期から成熟期に移りつつある。

・新規参入は落ち着く一方で、事業譲渡や撤退の動きも見られるようになっている。
今後はM&Aなどにより他のブランドを取り込み自社ブランドの顧客数増加を見込む動きも活発化する一方、合併・提携などを含め業界再編が進むことが予想される。

※当社の動きとしては、2016年8月にアクアクララと業務提携、2017年6月に同社と合弁会社を設立
合計97万6千軒（2015年度矢野経済研究所調べ）の顧客に対する、サーバーメンテナナスや物流、衛生管理や品質管理、販売促進等について共同で研究開発、購買、運営を実施

・今後、宅配料金値上げによるワンウェイ業者への影響が予測される。

2 2018年3月期　クリクラ 施策

>>重点施策：　新規顧客の獲得及び継続率の向上

①基礎顧客数ＵＰ

・4月～6月
新規獲得キャンペーン

新規獲得：38400軒※見込み
（加盟店+直営）

②顧客売上単価ＵＰ

・健康食品、
水素水生成器「マジックポット」等

消費を促す副商材

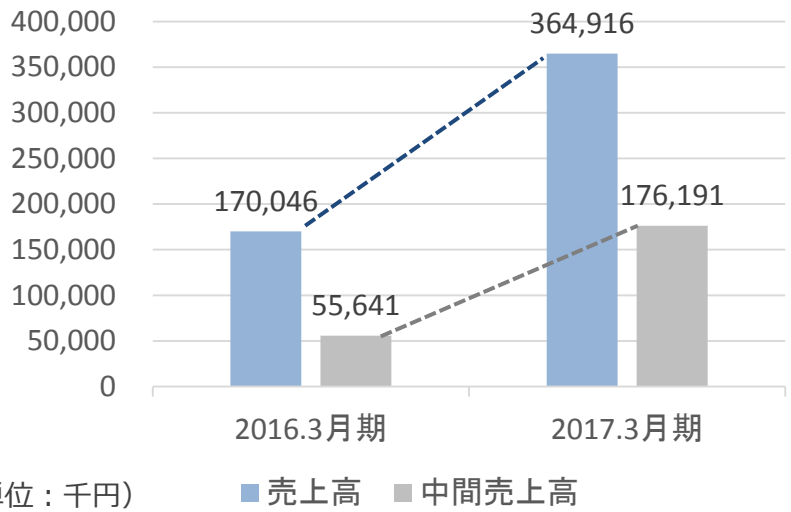
③新たな収益源

・新商材、カプセルコーヒー
「カフィタリー（Caffitaly）」販売

クリクラ顧客の囲い込み

>>クリクラミオについて

サービス開始から2年で売上倍増、顧客数は約１万軒

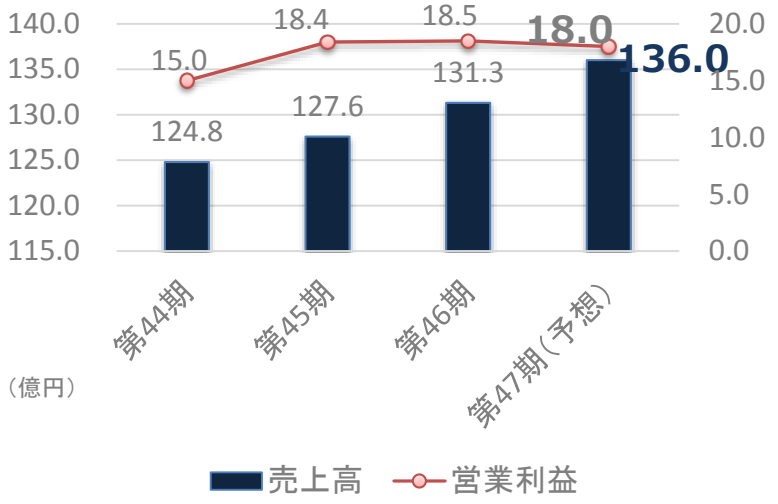


（単位：千円）

2 2018年3月期　業績予想　レンタル

■ **売上高　　136億円（前期比3.5%増）**

■ **営業利益　　18億円（前期比2.9%減）**



■**市場見通し**

・ダストコントロール商品部門
ダスキン加盟店の後継者問題。（M&A推進へ）少子高齢化に伴いケア部門が好調の兆し。

・環境衛生with部門：
全国の飲食店数は減少傾向にあるものの、前年比売上104%ＵＰ、営業利益110%ＵＰ
2015年3月期出店の直営店6拠点の投資回収が済み、出店効果が目に見えてきた。

・定期清掃サービス：
ビル建設ラッシュの追い風を受け、業務依頼は増加傾向。
首都圏など地域によっては人材確保が厳しい課題。

2 2018年3月期　レンタル 施策

>>ダストコントロール部門重点施策　：　顧客数増加と売上増加

①基礎顧客数ＵＰ

・後継者不在のダスキン加盟店において、
Ｍ＆Ａ戦略のさらなる推進

②顧客売上単価ＵＰ
③顧客層拡大（スポット・シニア）

・ケアサービス部門のサービス内容とエリアの拡充
・Home Repair事業を新規導入

NEW

住まいの補修 Home Repair

花と庭木の管理 TRUGREEN

プロのおそうじ ServiceMASTER

家事の代行 merry maids

害虫駆除 TERMINIX

>>環境衛生with部門重点施策　：　新商品を活用した大規模な販促

①商品アイテム強化

・ Withマチックモデルチェンジ
・ ネズミ忌避剤商品導入

②販売活動強化

・ 新アイテムを活用し全国キャンペーン

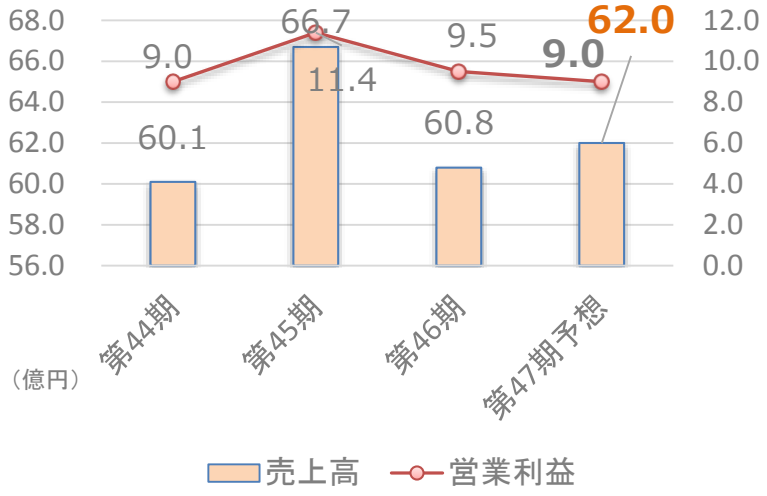
ネズミ忌避剤の定期納品

12年ぶりの新モデル

2 2018年3月期　業績予想　建築コンサルティング事業

■ **売上高　　62億円（前期比1.8%増）**

■ **営業利益　9億円 (前期比5.9%減)**



■**市場見通し**

・ノウハウ販売部門（住宅市場）

昨年度、新設住宅着工戸数は2016年1月以降6月を除き前年同月水準を上回っている。史上最低水準の住宅ローンが牽引役ではあるが、相続税対策の貸家の伸び（前年比110.5%）が大きく、持ち家は（103.1%）に留まった。

・建築部材販売部門（建材市場）

2015年6月末（第45期）の固定価格買取制度の優遇期間終了に伴い産業用太陽光市場における売上確保が難しくなった市場環境のなか、住宅用太陽光市場においては、加速するZEH化への対応が必須。

後継者不在による工務店の廃業が急速に進行することが予想される。

2 2018年3月期　建築コンサルティング事業 施策

>>ノウハウ販売重点施策 ： 工務店向け支援サービスの強化

①取引先地場工務店向け支援策の拡充
・新商品の開発
・主力商品のバージョンアップ

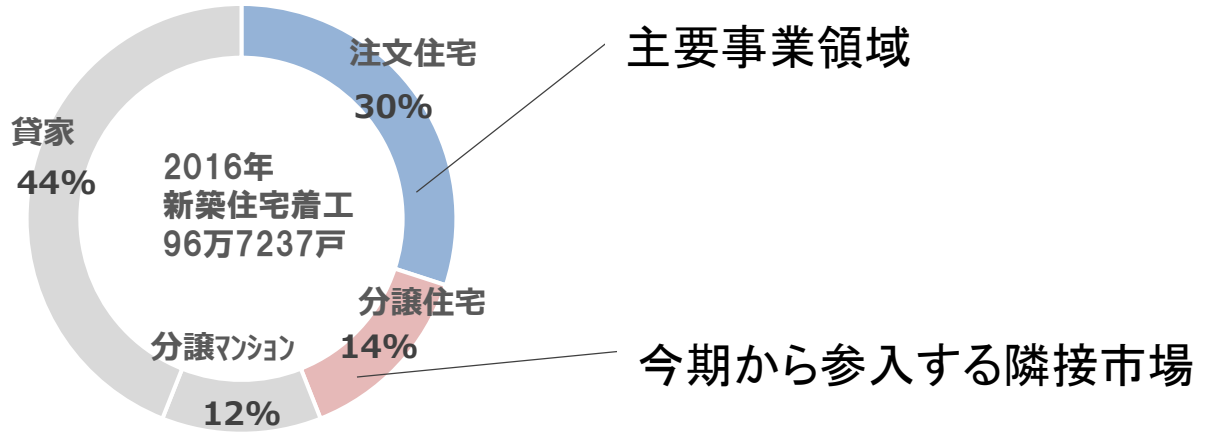
② 競合との差別化
・ジャックスと提携したつなぎ融資などの
金融商品による支援

>>建築部材販売重点施策 ： 売上の底上げ

①分譲住宅などの隣接市場へ参入
・後付け太陽光・LED照明・エアコンの
パッケージ販売

②ZEH商品の販促強化
・断熱・給湯・冷暖房・換気等、
商品アイテム数を拡充

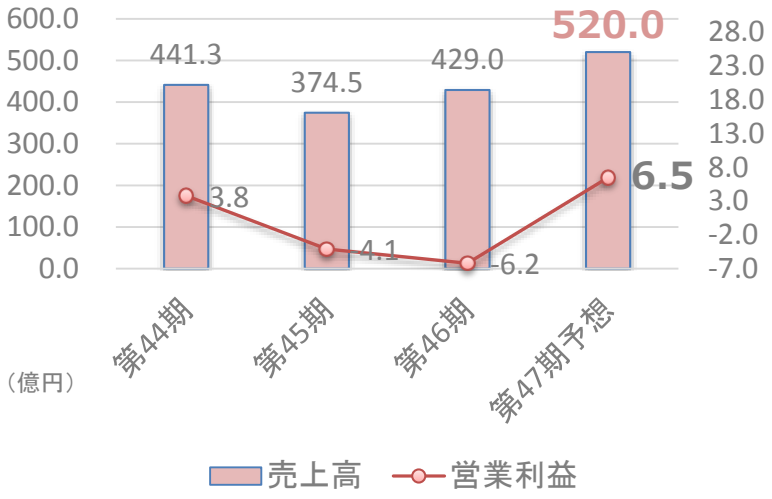
建築コンサルティング事業のカバー領域



2 2018年3月期　業績予想　住宅事業

■ **売上高　　520億円 （前期比21.1%増）**

■ **営業利益　　6.5億円　－**



■**市場見通し**

・2017年5月の住宅着工の動向（国土交通省総合政策局発表）

⇒持家（前年同月比1.5%増）・貸家（前年同月比1.6%増）・分譲住宅（前年同月比3.9%減）

持家は２ヶ月連続増、貸家は19ヶ月連続増、分譲は一戸建ては19ヶ月連続増

分譲住宅の減少はマンション（12.6%減）の影響が大きい。

2017年5月の住宅着工戸数は前年同月比で３ヶ月ぶりの減少。

・ 2016年１月～12月新設着工数　　96.7万戸（+6.4%）

※貸家　＋10.5%（改正相続税法施行で伸び大）、持家+3.1%（消費税見送りで伸び小幅）に対し、

2017年着工戸数予想（建設経済研究所発表）　94.7万戸（▲2.3%）

※貸家　▲6.1%、持家＋1.7%　の予測となっている。

2 2018年3月期　住宅事業＜注文住宅レオハウス＞ 施策

>>重点施策 ： ニーズに対応して幅広い顧客層を獲得

大人気の家
CoCo

①商品施策

・新体系　大人気の家CoCo（ココ）
　業界初！　在来軸組工法/２×４　同一価格販売・セレクト方式で顧客ニーズに対応

・オリジナル制震システム（L-SAVエルセーブ）
　開発した制震システムL-SAVの標準仕様により地震対策

②販促ＰＲ

・オリコン商標の活用
　◎「価格の納得感」部門で１位

・ハウス・オブ・ザ・イヤー・イン・エナジー
　2016年 優秀賞：大人気の家ＣｏＣｏ　ZEHセレクト
　2016年 優秀企業賞：3年以上連続の受賞

・ホームページの全面改訂
　展示場への来場予約
　ＳＮＳ活用による来場・資料請求増加

2 2018年3月期　住宅事業　新規施策

≫ 幅広い層へのアプローチ

①マトリックスコンセプト

・低価格規格住宅　別会社「suzukuri」で展開

・レオハウスからのブランドチェンジかレオハウスとの併設で9拠点にモデル新設

・レオハウスが設計と工務を受託し、suzukuriを販売専門とすることで生産性の向上

②M&A

・ニッチ・独自なターゲットや商圏の重複しないエリアで成長可能な会社をグループ化

4/27　公表　国木ハウスグループ化

③リフォーム事業の深耕

・OB顧客へのメンテナンスリフォーム

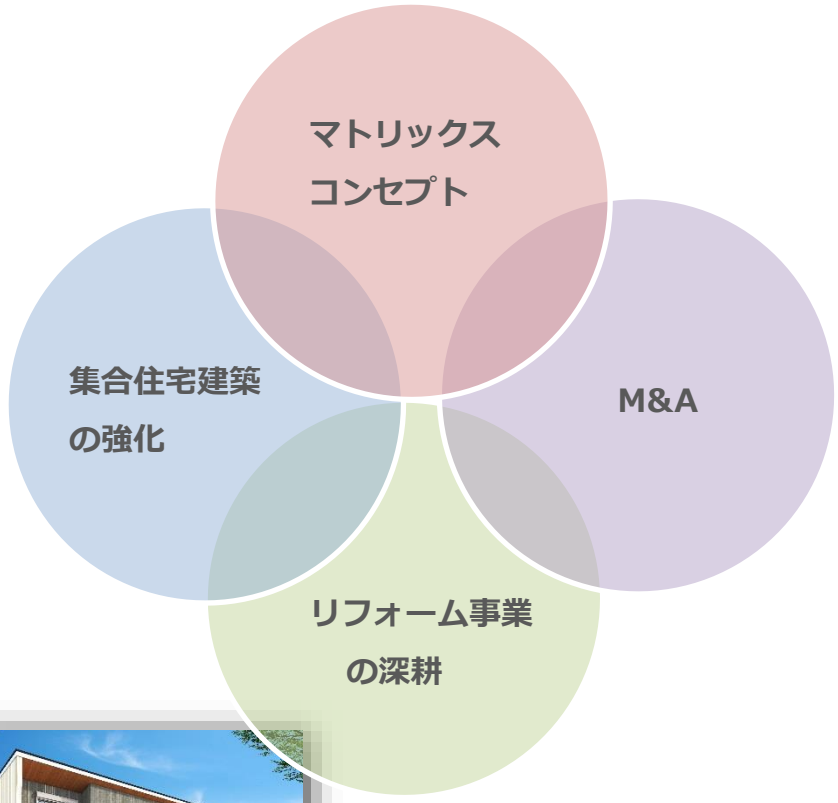
・収益物件へのリノベーション提案

④集合住宅（アパート）建築の強化

・大手不動産アパマンショップと提携・専用商品の開発

MATRIX CONCEPT マトリックスコンセプト　選んでつくるわが家

今期のチャレンジ

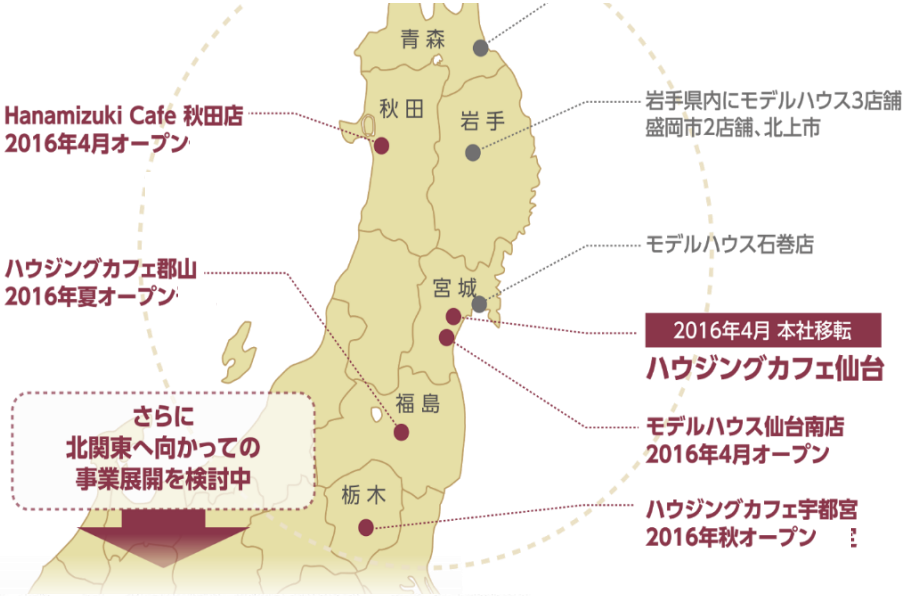


La cute（ラキュート）

2 2018年3月期　住宅事業＜ジェイウッド＞ 施策

>>重点施策 ： 南東北の地盤固めと効果的な広告投資

前期2017.3期の出店状況



①南東北の地盤固め

・お客様あっての人材教育を基本理念に、景気に左右されないビジネスモデルを確立

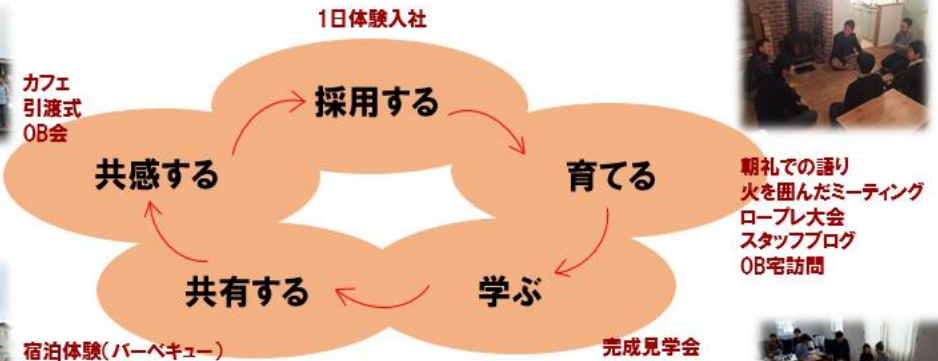
②効果的な広告投資

・前期新規出店した地域に集中し、広告費の適正化

■ジェイウッドが実践するお客様あっての人財教育

カフェ
引渡式
OB会

宿泊体験（バーベキュー）
薪ストーブイベント（夕食会）
上棟式（餅まき）
塗り壁体験
雑貨フェア・マルシェ



朝礼での語り
火を囲んだミーティング
ロープレ大会
スタッフブログ
OB宅訪問

完成見学会
バスツアー
カフェでおしゃべり
古い町並み見学

感じ取る力を養い、
商品以外の価値を生み出せる人財育成に
取り組んでいます

他社には真似できない・景気に左右されない
ビジネスモデルを確立

2 2018年3月期　住宅事業＜ケイディアイ＞ 施策

>>重点施策 ： 人材育成とコスト削減

①人材育成

・営業社員の増員・確保・育成
仕入れ情報力を強化し販売在庫を増やす

・営業、設計、インテリアコーディネーター人員確保
注文住宅事業の受注棟数を増やす

②コスト削減

・グループ化によるスケールメリットが寄与し、
資金調達コストと資材調達価格の削減

③その他

・賃貸収入が見込める資産物件取得の検討
安定収入の確保

3つの事業展開

分譲住宅事業

首都圏販売2500棟以上の
経験と実績

注文住宅事業

自然素材や無垢材を使った
注文住宅

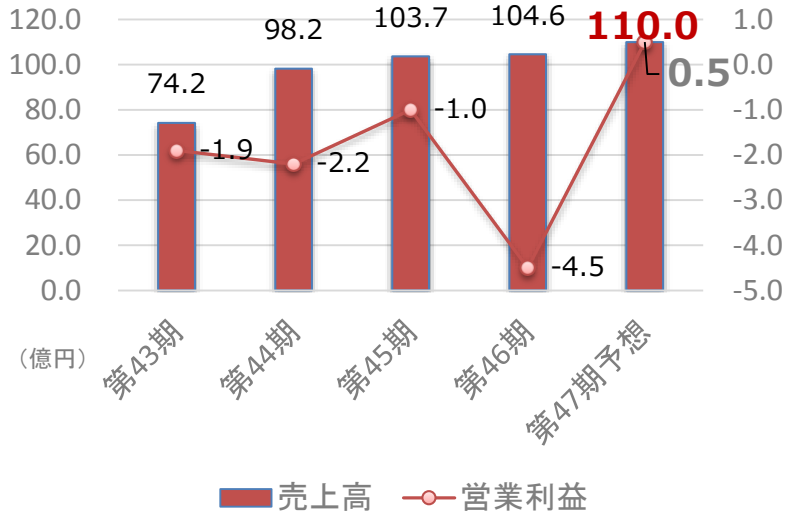
収益アパートの販売及び請負

土地がなくても始められる
アパート経営

2 2018年3月期　業績予想　通販事業

■ **売上高　　110億円（前期比5.1%増）**

■ **営業利益　　0.5億円（前期 ▲4.5億円）**



■**市場見通し**

- 2016年の国内消費者向けＥＣ市場は15兆1358億円（前年比9.0%増）、ＥＣの浸透度合いを示す指標ＥＣ化率は5.43%（同0.68%増）まで上昇と、市場は堅調に拡大している。
- アメリカのＥＣ化率は約7%、中国は15%超であり、日本のＢto C-ＥＣ市場はまだ飽和しておらず、伸び代を残していると推測される。
- 越境ＥＣやスマートフォンの一層の普及など複数の要素により、引き続き成長を続ける見通し。
- 今後大手宅配業者の値上げの影響が懸念される。

2 2018年3月期　通販事業 施策

>>重点施策 ： 顧客数拡大に向け海外市場への進出と新ブランドの開発、WEBの強化

①海外市場への進出

・越境ＥＣの実績を踏まえ台湾で本格展開へ

②ブランド政策

・新ブランド立ち上げ着手

③WEBマーケティング強化

・オフラインからオンラインへ注力

『薬用クリアエステヴェール』美容液ファンデーション市場で
12年連続売り上げ NO.1を獲得！

» マキアレイベル

最先端技術を取り入れたスキンケア・メイクアイテム
40代～60代女性を中心に、アクティブ顧客*27万人

*アクティブ顧客 ＝ ２回以上の商品購入、かつ、過去360日以内の継続購入

» Coyori（こより）

自然由来成分の美容液オイルを中心としたスキンケア
初回購入時の72%が定期購入*1、アクティブ顧客５万人*2

*1定期購入 ＝ 1～2ヶ月のサイクルで定期購入する契約
*2アクティブ顧客 ＝ 購入回数3回以上、定期契約あり

3. 中期目標／株主還元

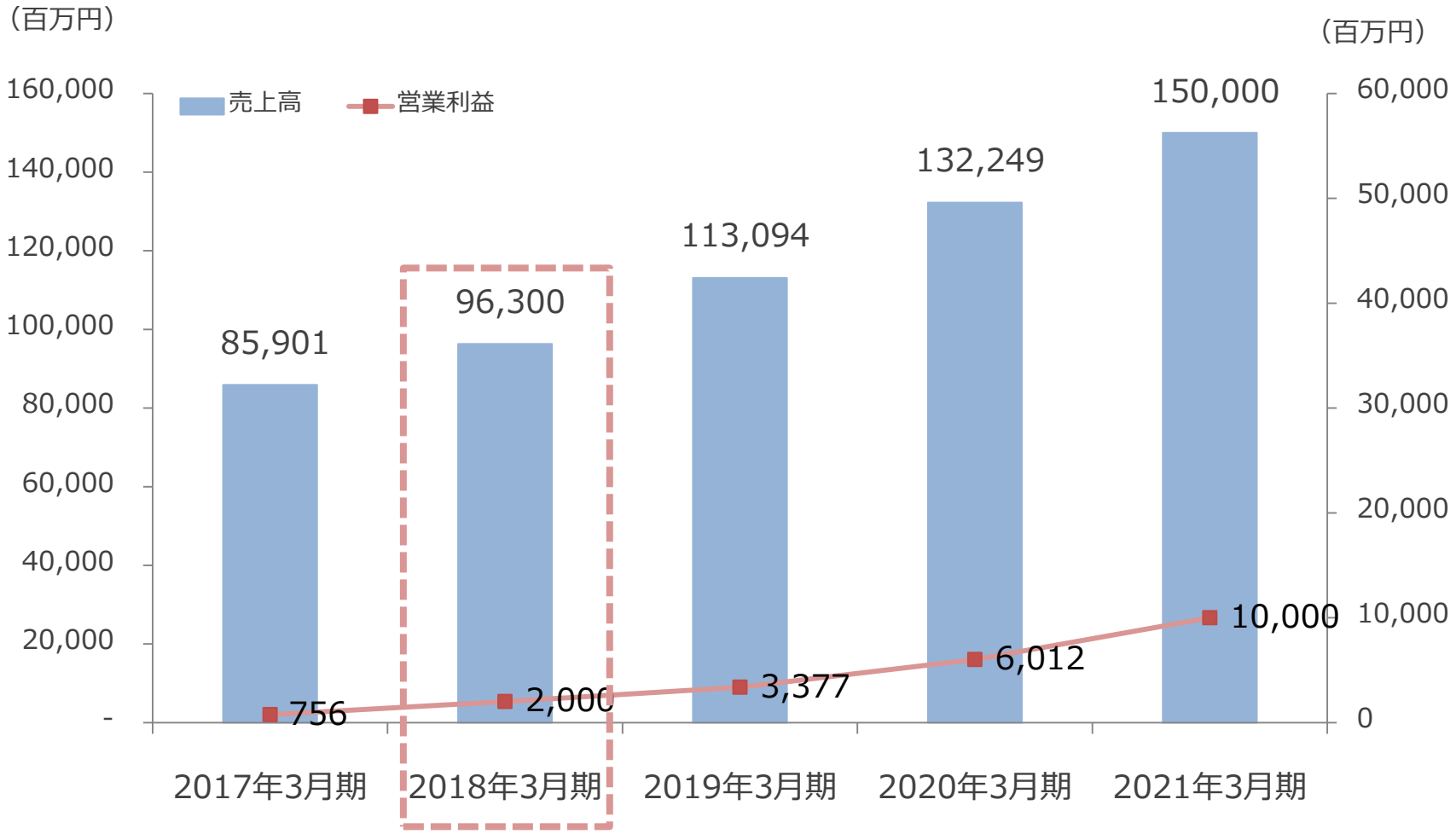
2021年3月期にグループ連結売上高1500億、同営業利益100億を達成すべく、既存事業の収益安定化と共に、新たな事業の育成に向け戦略的な投資を行っていく。

3 中期経営計画（最終期2021年3月期）

（単位：百万円）

売上高	売上高	営業利益	営業利益率
クリクラ事業	21,800	1,100	5.0 %
レンタル事業	17,000	2,200	12.9%
建築コンサルティング事業	8,800	1,100	12.5%
住宅事業	80,000	5,100	6.3%
通販事業	20,400	2,100	10.2%
M&A他	2,000	0	-
本社費用	-	▲1,600	-
合計	150,000	10,000	6.6%

3 中期経営計画業績推移



※2018年3月期は2015年12月9日発表時【売上高98,024百万円、営業利益1,844百万円】より修正

3 2021年3月期　売上高目標

（単位：百万円）

売上高	’17.3月期 実績	’21.3月期 目標	’17.3月期比増減率
クリクラ	13,293	21,800	+ 64.2%
レンタル	13,135	17,000	+ 25.0%
建築コンサル	6,089	8,800	+ 44.5%
住宅事業	42,936	80,000	+ 86.3%
通販事業	10,463	20,400	+ 95.2%
M&A他	–	2,000	–
合計	85,901	150,000	+ 74.6%

3　2021年3月期　営業利益目標

（単位：百万円）

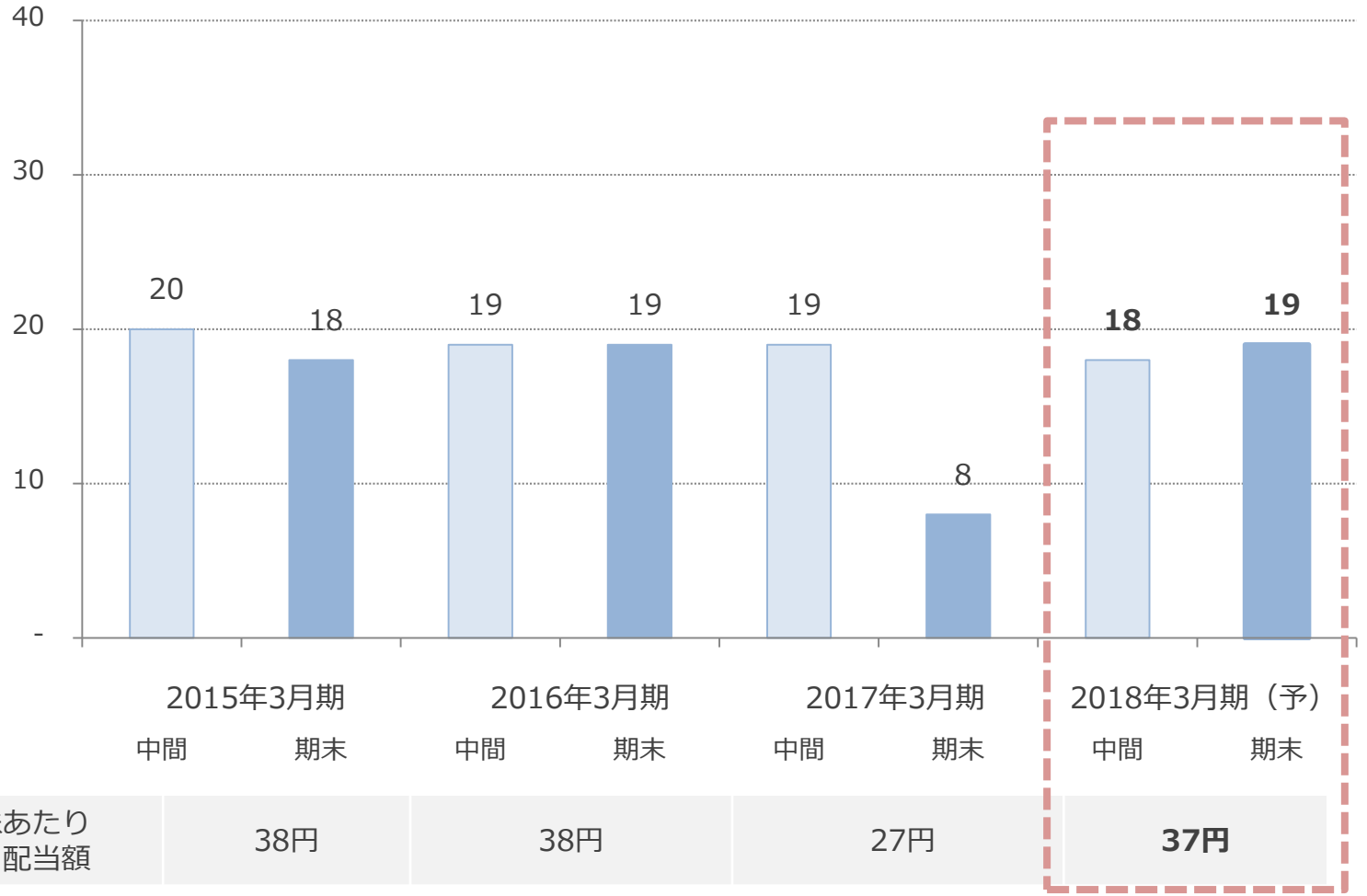
営　業　利　益	’17.3月期　実績	’21.3月期　目標	’16.3月期比増減率
クリクラ	274 (2.1 %)	1,100 (5.0%)	300.9% (＋ 2.9pt)
レンタル	1,853 (14.1 %)	2,200 (12.9%)	18.7% (▲ 1.2pt)
建築コンサル	956 (15.7 %)	1,100 (12.5%)	15.0% (▲3.2pt)
住宅事業	▲ 622 (▲ 1.5 %)	5,100 (6.3%)	－ (＋ 7.8pt)
通販事業	▲ 457 (▲ 4.4 %)	2,100 (10.2%)	－ (＋ 14.6pt)
全社費用等	▲ 1,247	▲1,600	－
合計	756 (0.9 %)	10,000 (6.6%)	＋ 1221.2% (＋ 5.7pt)

※　（　）内の数字は売上高に対する営業利益率です。

3 配当方針：純資産配当率(DOE)４％

※ 2017年3月期より「配当性向100%以内」の前提条件を付与

（単位：円）



１株あたり年間配当額	38円	38円	27円	**37円**

» 配当方針の「連結純資産配当率4%」を基準に2018年3月期年間配当額は37円の予定です。

4. 補足資料

会社概要と事業紹介

4 各事業の市場におけるポジショニング

クリクラ事業	■ 宅配水市場売上高シェアNo.1※1（加盟店は全国に約600社） ■ 製造本数業界No.1(約1800万本) ■ 業界初のHACCP認証、ecoマークを取得 ■ 業界初の研究開発専門センター設立 ※1 2011～2014年度宅配水市場販売金額ベース株式会社矢野経済研究所調べ　2016年2月現在
レンタル事業	■ ダスキンフランチャイズディーラー売上No.1（約2,000社中） ■ 日本初の厚生労働省承認 飲食店向け害虫駆除器「with」
建築コンサルティング事業	■ ナック会員工務店　約6,000社 ■ 地場工務店向け「受注促進」「原価低減」支援事業 ■ 太陽光発電システム、スマートハウス商材などの卸販売 ■ 2015年9月より省エネ商材販売・工事を手がける株式会社エコ＆エコを子会社化
住宅事業	■ 「レオハウス」ブランドによる注文住宅の建築請負 ■ レオハウス ’11 ’12 ’13 年度注文住宅　地域ビルダーNo.1 ■ 2013年7月より自然素材住宅を手がける株式会社ジェイウッドを子会社化 ■ 2016年オリコン日本顧客満足度調査ハウスメーカー（注文住宅）女性の顧客満足度第1位等、同調査で合計３部門で1位獲得 ■ 2016年5月より首都圏を中心に分譲・注文住宅を手がける株式会社ケイディアイを子会社化
通販事業	■ 2013年7月、株式会社 JIMOS の子会社化により通販事業参入 ■ 40～60代の女性を中心に、基礎化粧品が主力 ■ 『薬用クリアエステヴェール』美容液ファンデーション市場で12年連続売上 NO.1を獲得！ ■ 2016年12月より栄養補助食品（サプリメント）を手がける株式会社ベルエアーを子会社化

4 会社概要

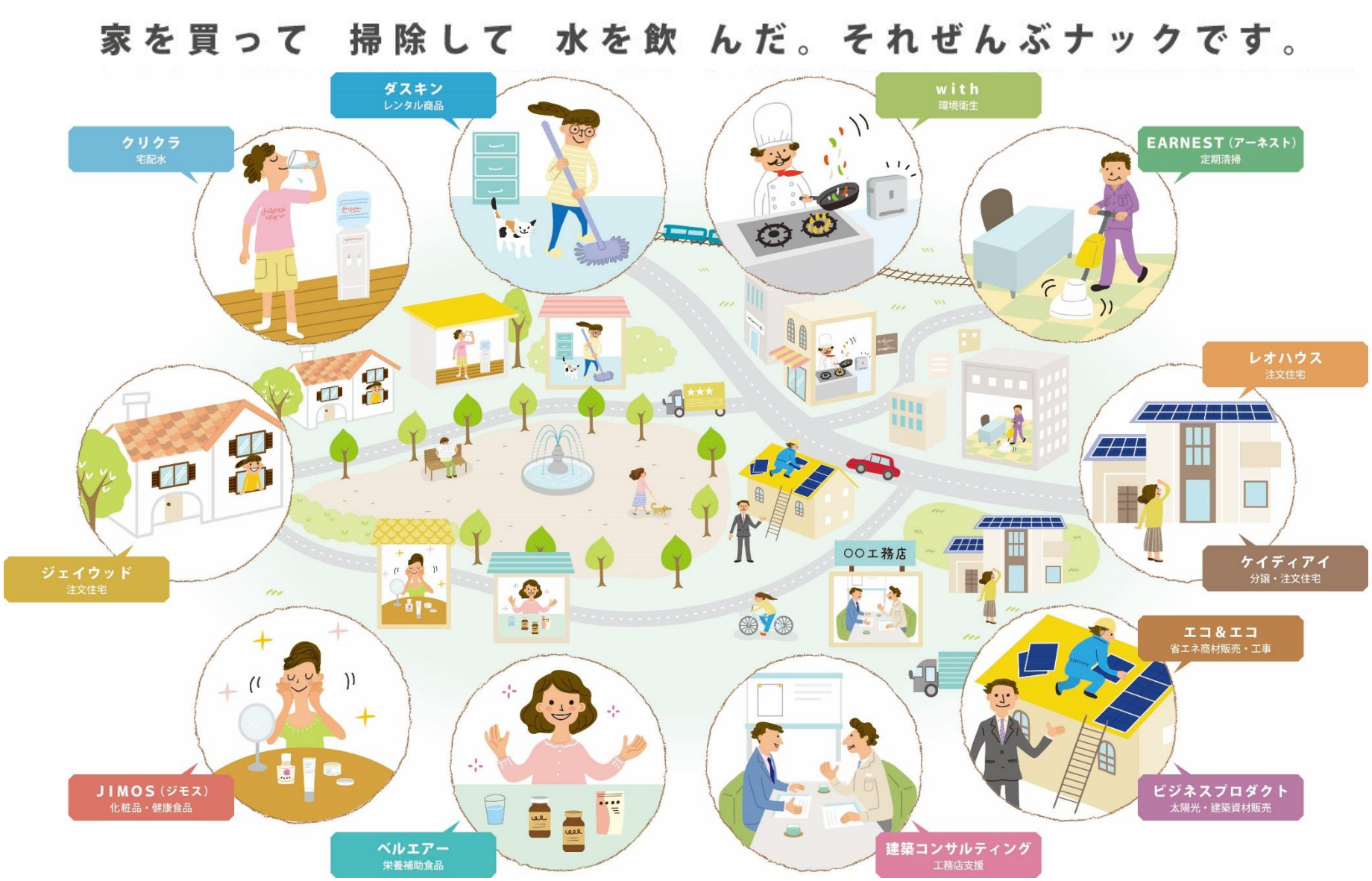
（2017年3月末 現在）

商号	株式会社ナック（ Nac Co., Ltd. ）
所在地	東京都新宿区西新宿一丁目25番1号　新宿センタービル
設立	昭和46年5月20日
代表者	代表取締役社長　吉村　寛
事業内容	■ クリクラ事業：宅配水の製造・販売 ■ レンタル事業：ダスキンの清掃用品、害虫駆除器のレンタル、定期清掃業務 ■ 建築コンサルティング事業：建築ノウハウ、太陽光発電システムの販売 ■ 住宅事業：注文住宅の建築請負、分譲住宅の販売及びそれに付随する金融・保険業務 ■ 通販事業：化粧品・健康食品・酒類等の通信販売
連結子会社	株式会社レオハウス（住宅事業） 株式会社アーネスト（ビルメンテナンス事業） 株式会社 JIMOS（通販事業） 株式会社ベルエアー（通販事業） 株式会社ジェイウッド（住宅事業） 株式会社エコ＆エコ（省エネ商材販売・工事） 株式会社ケイディアイ（住宅事業） 株式会社ナックライフパートナーズ（金融・福利厚生）
従業員数（正社員）	連結2,174名（パートタイマー、アルバイトは除く）
資本金	40億円
発行済株式数	18,719,250株　（一単元：100株）
株主数	11,775名（自己名義株式を除く総株主数）

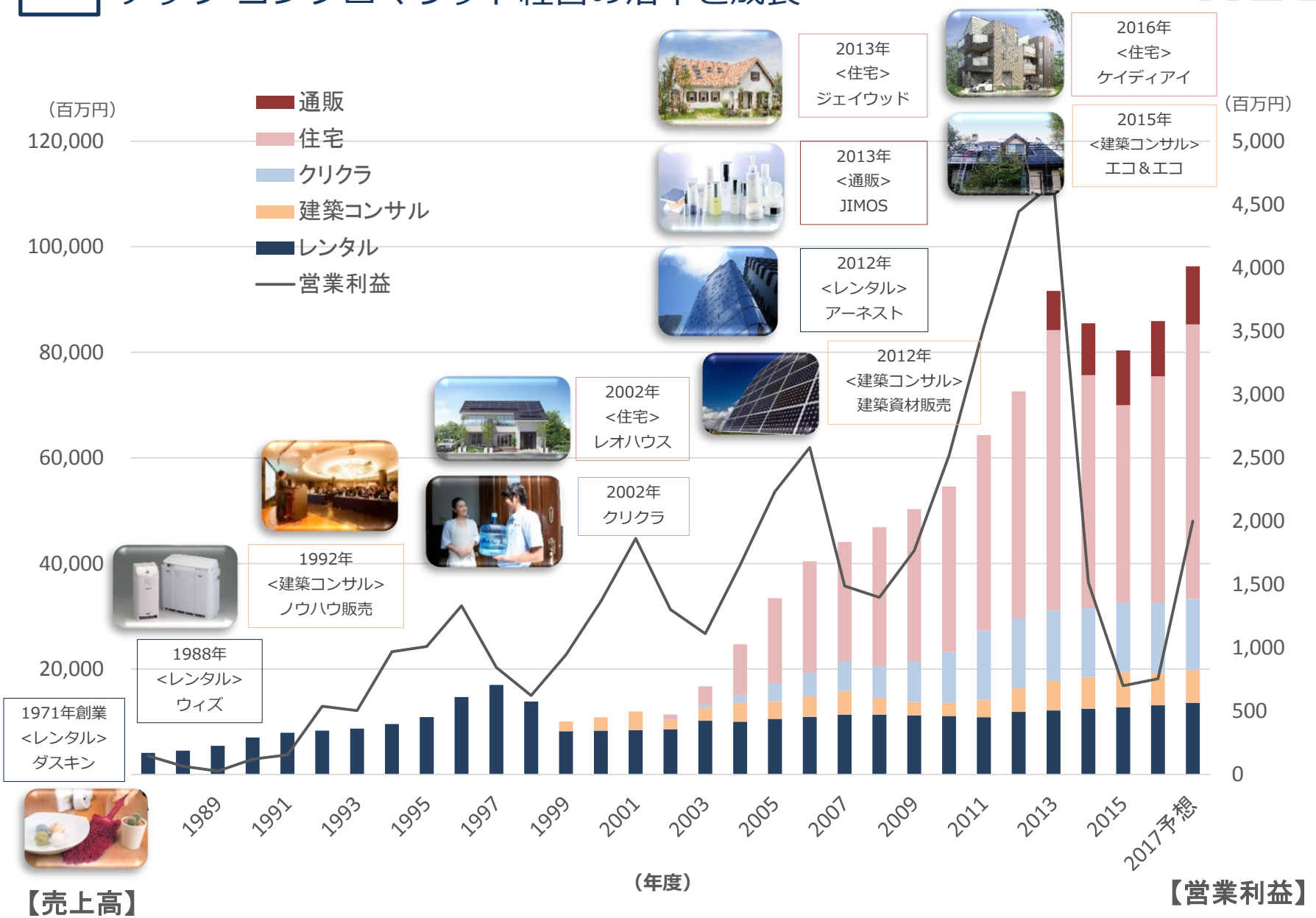
4 主な指標（連結ベース）経営指標から

	’16.3月期　実績	’17.3月期　実績	増減
期中平均発行済株式数	16,867,190 株	16,854,157 株	▲ 13,033 株
1株当り純資産（BPS）	934.95 円	923.41 円	▲ 11.54 円
1株当り当期純利益（EPS）	14.99 円	24.65 円	+ 9.66 円
自己資本比率	38.0 %	35.6 %	▲ 2.4 pt
自己資本純利益率（ROE）	1.6 %	2.7 %	+ 1.1 Pt
1株当り配当金	38 円	27 円	▲ 11 円
配当性向	253.6 %	110.1 %	▲ 143.5 pt
純資産配当率	4.0 %	2.9 %	▲ 1.1 pt

4 ナックの理念：暮らしのお役立ち企業



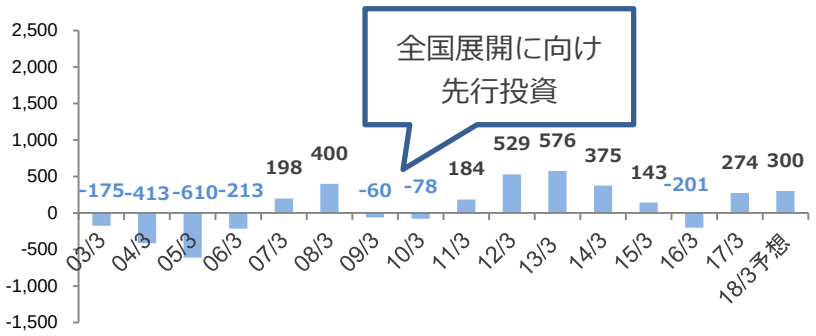
4 ナック コングロマリット経営の沿革と成長



4 セグメント別営業利益の推移

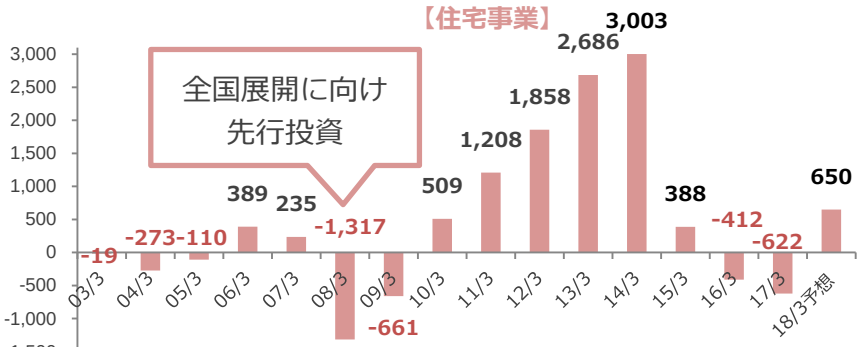
（百万円）

【クリクラ事業】



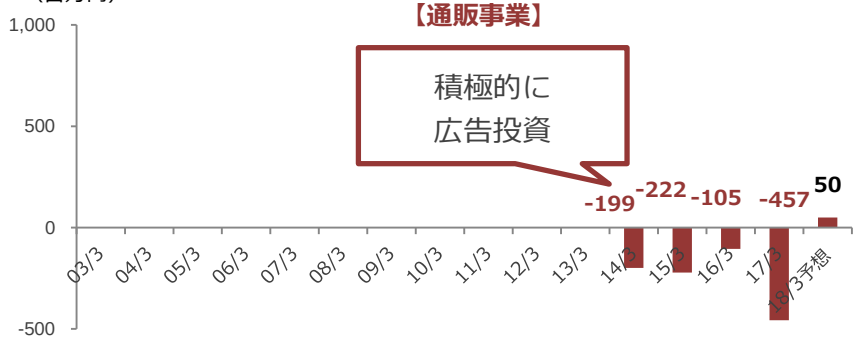
（百万円）

【住宅事業】



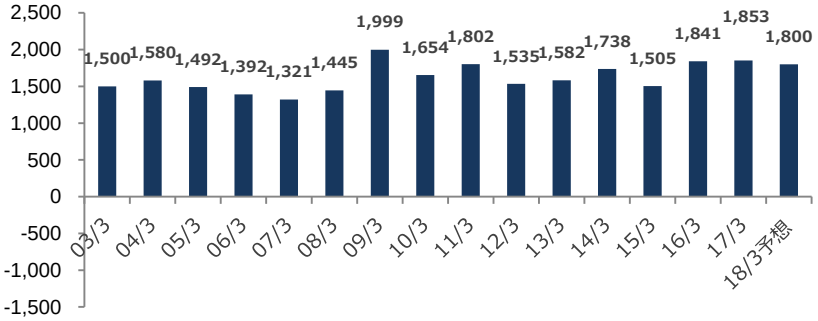
（百万円）

【通販事業】



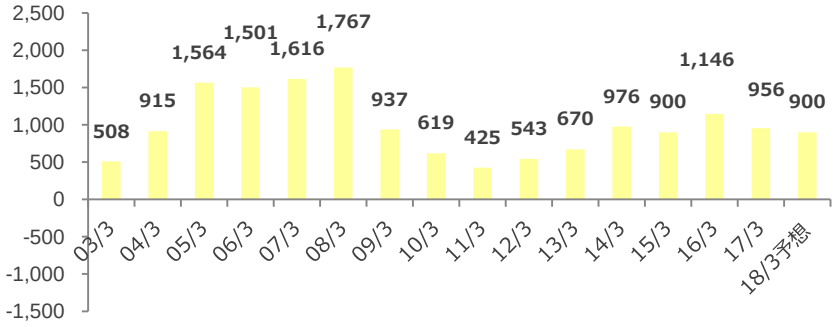
（百万円）

【レンタル事業】



（百万円）

【建築コンサルティング事業】



安定したレンタル事業と建築コンサルティング事業を基盤に積極的に投資をして成長を目指します。

Best Communication
NAC