

2019年3月期 第2四半期

決算補足説明資料

2018年11月9日
株式会社ナック
東証一部 9788



注) IR説明会は12月3日(月)に開催予定です。

この資料は、第2四半期決算をよりご理解いただくために、参考までに作成している資料です。

本資料の記載内容

1. 第2四半期の実績	…	P. 2
2. セグメント別業績	…	P.10
3. 2019年3月期連結業績予想	…	P.23
4. 配当方針	…	P.27
5. 補足資料	…	P.29

この配付資料に記載されている業績目標及び契約数目標等はいずれも、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. 第2四半期の実績

1 2019年3月期 上期：連結損益計算書

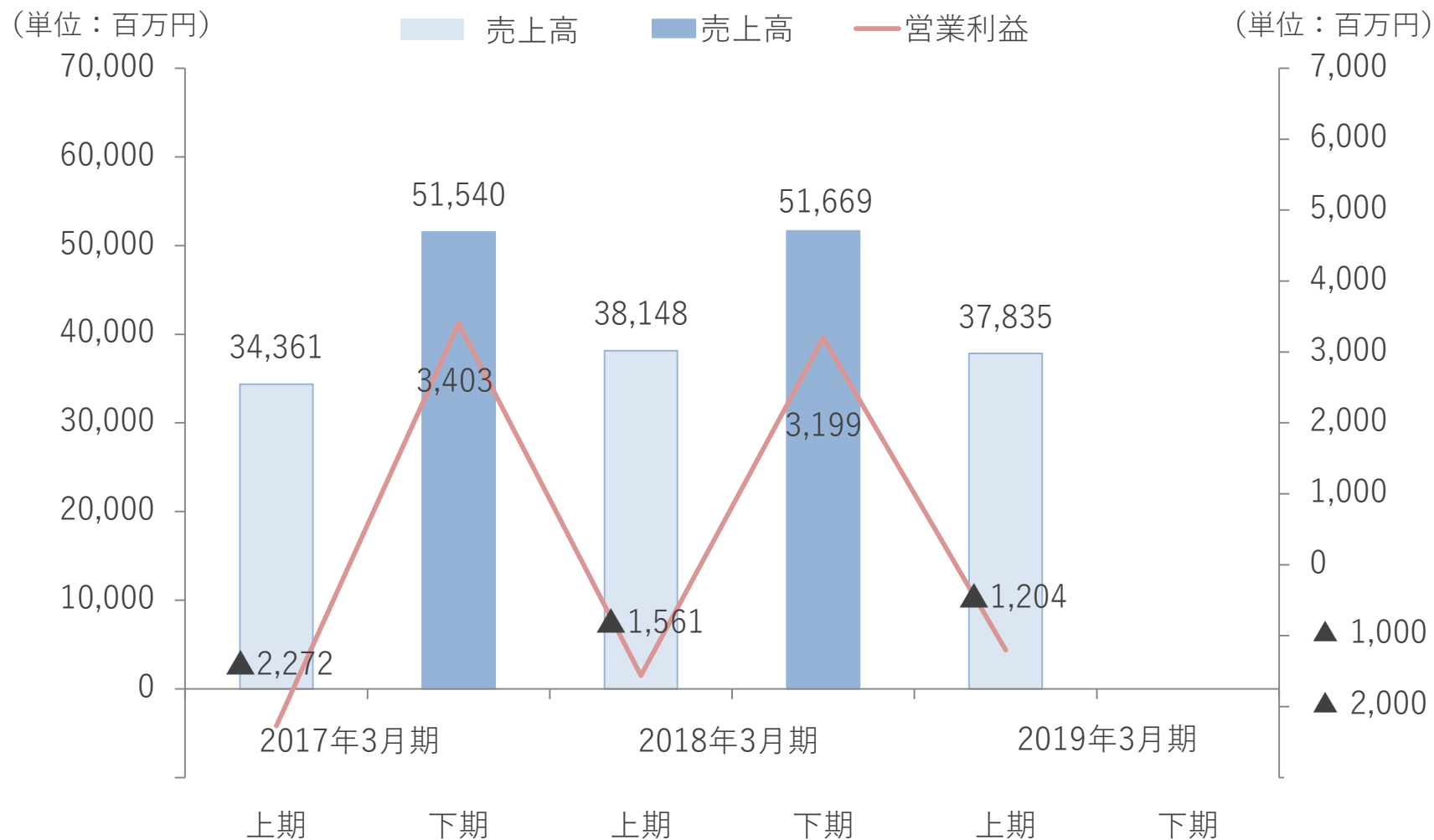
(単位：百万円)

	'19.3月期 上期実績	上期計画比		前年同期比	
		'19.3月期 上期計画	達成率	'18.3月期 上期実績	増減率
売上高	37,835	40,500	93.4%	38,148	▲ 0.8 %
売上総利益	15,748	-	-	15,775	▲ 0.2 %
(売上総利益率)	41.6 %	-	-	41.4 %	+ 0.2 pt
販管費	16,952	-	-	17,337	▲ 2.2 %
営業利益	▲ 1,204	▲ 1,550	-	▲ 1,561	-
(営業利益率)	▲ 3.2 %	▲ 3.8 %	-	▲ 4.1 %	+ 0.9 pt
営業外損益	▲ 16	-	-	▲ 14	-
経常利益	▲ 1,220	▲ 1,550	-	▲ 1,576	-
特別損益	▲ 10	-	-	▲ 180	-
親会社株主に帰属 する当期純利益	▲ 999	▲ 1,400	-	▲ 1,429	-

> 売上高は、建築コンサルティング事業と住宅事業、美容・健康事業において減少したことで前年同期を下回った。

> 営業利益は、クリクラ事業と美容・健康事業において販売促進費を抑制し効率的運用を図った結果、前年同期を上回った。

1 上半期／下半期の利益トレンド



» 住宅事業の引渡が期末に集中するため、営業利益は下半期に偏る傾向。

1 セグメント別：売上高

(単位：百万円)

	'19.3月期 上期実績	上期計画比		前年同期比	
		'19.3月期 上期計画	計画比	'18.3月期 上期実績	前年同期比
ク リ ク ラ 事 業	6,925	7,000	▲ 75	6,678	+ 246
レ ン タ ル 事 業	7,145	6,900	+ 245	6,783	+ 361
建築コンサルティング事業	2,427	2,700	▲ 273	2,558	▲ 131
住 宅 事 業	16,860	19,300	▲ 2,440	17,216	▲ 355
美 容 ・ 健 康 事 業	4,494	4,600	▲ 106	4,943	▲ 449
消 去 調 整 他	▲ 17	-	▲ 17	▲ 31	+ 14
合 計	37,835	40,500	▲ 2,665	38,148	▲ 313

- » クリクラ事業は、記録的な猛暑を背景に一世帯あたりのボトル消費量が増加したことにより、計画は下回ったものの、前年同期を上回った。
- » レンタル事業は、全ての部門で売上高が堅調に推移し、計画・前年同期を上回った。
- » 建築コンサルティング事業は、太陽光発電システムを中心とした建築部資材販売において、「改正FIT法」の施行や自然災害による納品の遅れにより計画・前年同期を下回った。
- » 住宅事業は、株式会社レオハウスと株式会社ジェイウッドにおいて2018年3月末時点における受注残が2017年3月末を下回ったことに加えて、西日本豪雨、台風、地震の影響により工事の完工と引渡しがずれ込んだことで、計画・前年同期を下回った。
- » 美容・健康事業はマキアレイベルとCoyoriブランドで新規顧客数は伸ばしたものの、既存顧客からの注文数鈍化と顧客売上単価が伸び悩み、計画・前年同期を下回った。

1 セグメント別：営業利益

(単位：百万円)

	'19.3月期 上期実績	上期計画比		前年同期比	
		'19.3月期 上期計画	計画比	'18.3月期 上期実績	前年同期比
ク リ ク ラ 事 業	458 (6.6 %)	280 (4.0 %)	+ 178 (+ 2.6 pt)	131 (2.0 %)	+ 327 (+ 4.7 pt)
レ ン タ ル 事 業	946 (13.3 %)	890 (12.9 %)	+ 56 (+ 0.4 pt)	928 (13.7 %)	+ 18 (▲ 0.4 pt)
建築コンサルティング事業	197 (8.1 %)	250 (9.3 %)	▲ 52 (▲ 1.1 pt)	239 (9.3 %)	▲ 41 (▲ 1.2 pt)
住 宅 事 業	▲ 2,195 (▲ 13.0 %)	▲ 1,910 (▲ 9.9 %)	▲ 285 (▲ 3.1 pt)	▲ 1,974 (▲ 11.5 %)	▲ 220 (▲ 1.6 pt)
美 容 ・ 健 康 事 業	▲ 99 (▲ 2.2 %)	▲ 250 (▲ 5.4 %)	+ 150 (+ 3.2 pt)	▲ 291 (▲ 5.9 %)	+ 192 (+ 3.7 pt)
全 社 費 用 等	▲ 512	▲ 810	+ 297	▲ 594	+ 81
合 計	▲ 1,204 (▲ 3.2 %)	▲ 1,550 (▲ 3.8 %)	+ 346 (+ 0.6 pt)	▲ 1,561 (▲ 4.1 %)	+ 357 (+ 0.9 pt)

※ カッコ内の数字は売上高に対する営業利益率です。

- » クリクラ事業は、直営部門・加盟店部門ともに売上高が前年同期比で増加したこと、販売促進費の抑制を図ったことにより、計画・前年同期ともに上回った。
- » レンタル事業は、全ての部門で売上高が堅調に推移したことで、計画・前年同期ともに上回った。
- » 建築コンサルティング事業は、建築部資材販売での売上高が前年同期比で減少したことに加え、ノウハウ販売においてオリジナル新商品の開発と販売促進を強化したことによる販管費の増加により、計画・前年同期を下回った。
- » 住宅事業は、レオハウスとジェイウッドで売上高が減少したことにより計画・前年同期を下回った。
- » 美容・健康事業は、引き続き販売促進費の抑制と効率的な運用に取り組んだことにより、計画・前年同期ともに前年同期を上回った。

1 営業利益の増減要因

(単位：百万円)

			前年同期比増加率
2018年3月期上期 営業利益		▲ 1,561	-
①売上総利益		▲ 27	▲ 0.2 %
※ ②販管費の増減	減価償却費・のれん償却費	+ 126	+ 12.6 %
	広告宣伝費及び販売促進費	+ 125	+ 4.0 %
	地 代 家 賃	+ 70	+ 5.6 %
	人 件 費	+ 6	+ 0.1 %
	支 払 手 数 料	▲ 14	▲ 2.4 %
そ の 他 販 管 費		+ 70	+ 1.7 %
2019年3月期上期 営業利益		▲ 1,204	-

※販管費の増減額について,+は損益の増加／▲は損益の減少

① 売上総利益の減少理由

≫ レオハウスで、2018年3月末の受注残が2017年3月末を下回ったこと、西日本における自然災害の影響で売上高が減少したことによる。

② 販管費の増減理由

≫ 減価償却費・のれん償却費の減少は、主にレオハウスにおいて不採算店舗の統廃合を行ったことによる。
 ≫ 広告宣伝費及び販売促進費の減少は、クリクラ事業と美容・健康事業において抑制を図ったことによる。

1 2019年3月期 上期：連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2018年 9月末	構成比	2018年 3月末	構成比	増減額
流動資産	28,082	59.8 %	22,980	54.6 %	+ 5,102
有形固定資産	11,889	25.3 %	12,579	29.9 %	▲ 689
無形固定資産	2,398	5.1 %	2,782	6.6 %	▲ 384
投資その他の資産	4,398	9.4 %	3,773	9.0 %	+ 624
固定資産計	18,685	39.8 %	19,135	45.4 %	▲ 450
繰延資産合計	162	0.3 %	-	-	+ 162
資産合計	46,930	100.0 %	42,115	100.0 %	+ 4,814

流動負債	21,486	45.8 %	20,973	49.8 %	+ 513
固定負債	6,869	14.6 %	7,027	16.7 %	▲ 158
負債合計	28,356	60.4 %	28,001	66.5 %	+ 355
株主資本	19,333	41.2 %	14,873	35.3 %	+ 4,459
その他の包括利益累計額	▲ 758	▲ 1.6 %	▲ 758	▲ 1.8 %	▲ 0
純資産合計	18,574	39.6 %	14,114	33.5 %	+ 4,459
負債・純資産合計	46,930	100.0 %	42,115	100.0 %	+ 4,814

主な増減要因

■ 流動資産：現金・預金 + 2,636 未成工事支出金 + 1,996

■ 固定資産：建物及び構築物 ▲ 402 のれん ▲ 254

■ 流動負債：買掛金 ▲ 2,315 未成工事受入金 + 3,514

■ 固定負債：リース債務 ▲ 306

自己資本比率：39.6 %

※「『税効果会計に係る会計基準』の一部改正」（企業会計基準第28号 平成30年2月16日）等を当第2四半期連結累計期間の期首から適用しており、前第2四半期連結累計期間及び前連結会計年度に係る主要な経営指標等については、当該会計基準等を遡って適用した後の指標等となっております。

1 2018年3月期 上期：連結キャッシュフロー

(単位：百万円)

	'19.3月期 上期実績	'18.3月期 上期実績	'18.3月期 通期実績
1.営業活動によるCF	▲ 2,476	▲ 3,117	1,152
2.投資活動によるCF	▲ 170	▲ 688	▲ 905
3.財務活動によるCF	5,283	1,221	▲ 473
現金及び現金同等物の増減額	2,636	▲ 2,584	▲ 225
現金及び現金同等物の期首残高	7,261	7,430	7,430
新規連結に伴う現金及び現金同等物の増加額	-	56	56
現金及び現金同等物の期末残高	9,898	4,903	7,261
減価償却費	782	889	1,783

当期の主な要因

■ 営業活動：未成工事受入金の増加3,514百万円、減価償却費782百万円等による資金の増加。

たな卸資産の増加3,112百万円、仕入債務の減少2,315百万円、四半期純損失1,231百万円等による資金の減少。

■ 投資活動：貸付による支出63百万円、無形固定資産の取得による支出62百万円等による資金の減少。

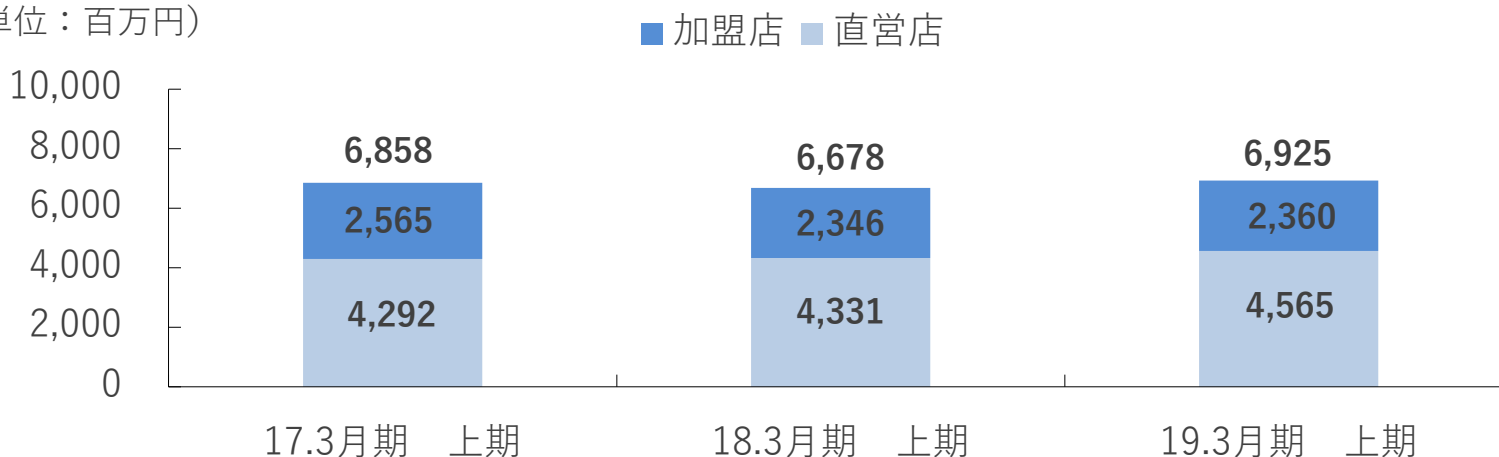
■ 財務活動：株式の発行による収入5,291百万円等による資金の増加。

2. セグメント別業績

2 セグメント別業績（1）クリクラ事業 ①

（単位：百万円）

売上高

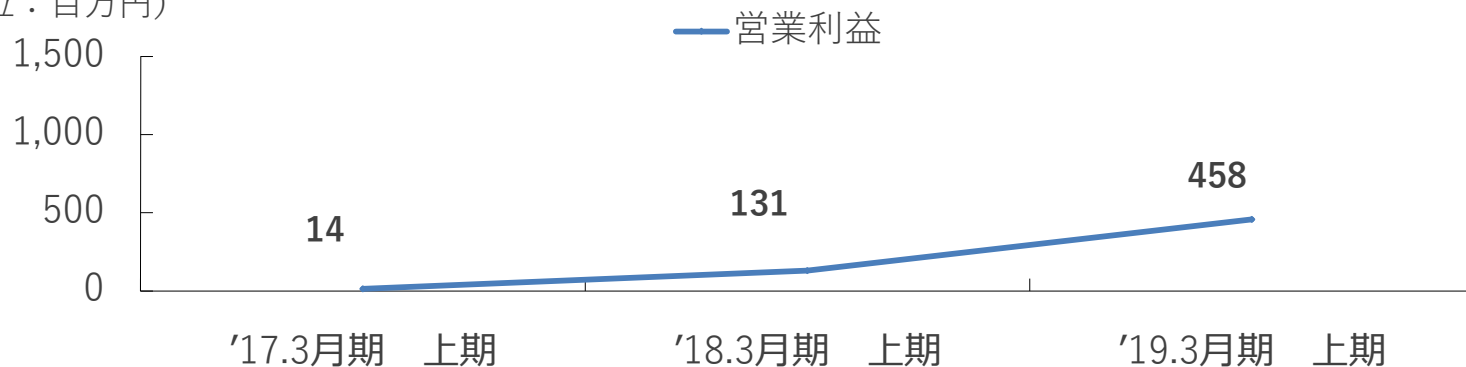


≫ 直営部門は、記録的な猛暑を背景に一世帯あたりのボトル消費量が増加し、売上高は前年同期比で増加。

≫ 加盟店部門は、サーバー販売数とボトル販売数が堅調に推移した結果、売上高は前年同期比で微増。

営業利益

（単位：百万円）



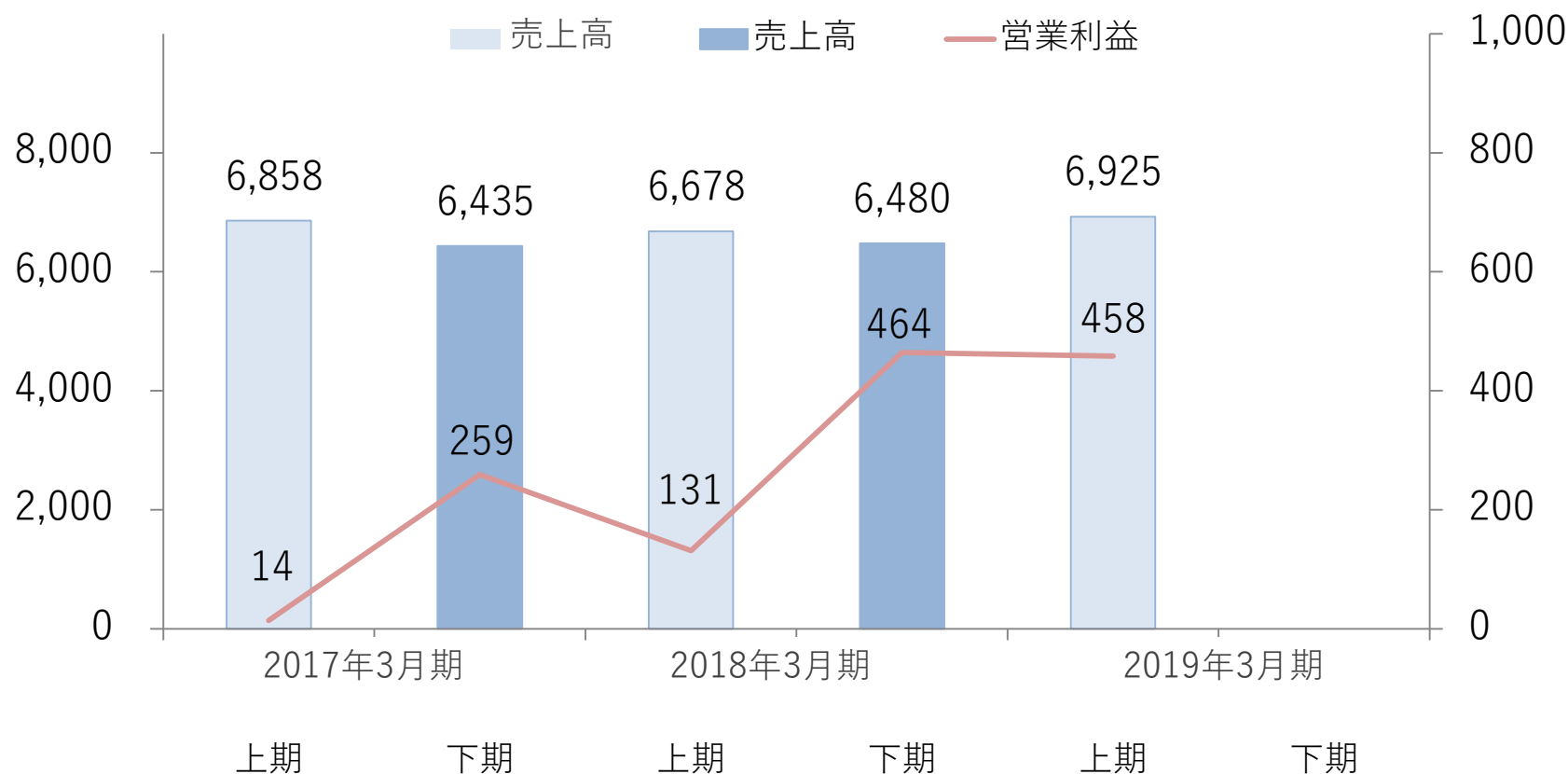
≫ 損益面では、売上高が前年同期比で増加したこと、販売促進費の抑制を図ったこと等により、営業利益が前年同期比で増加。

2 セグメント別業績（1）クリクラ ②

（単位：百万円）

上期／下期 売上高・営業利益の推移

（単位：百万円）

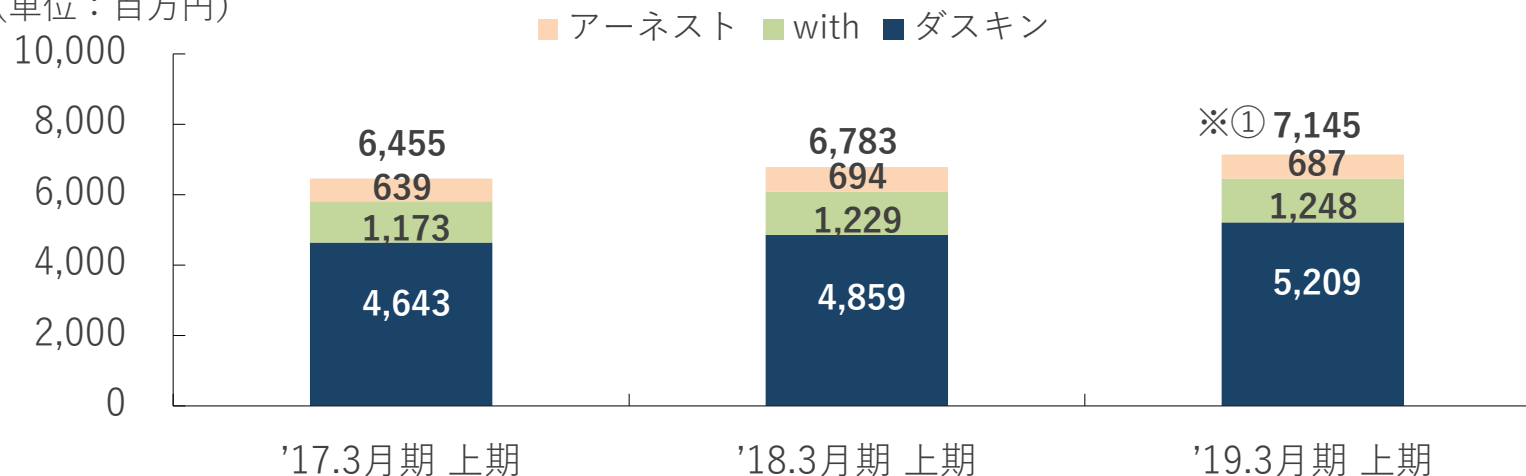


» '19.3月期上期の営業利益は、売上高が昨年同期比で増加したこと、販売促進費を抑制したことにより、前年同期比で増加。

2 セグメント別業績（2）レンタル事業 ①

（単位：百万円）

売上高

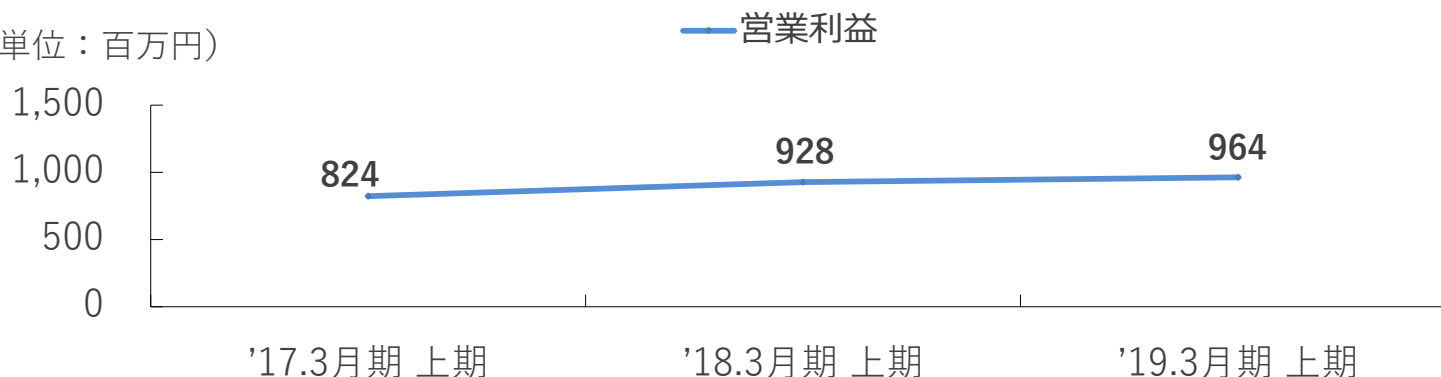


※① セグメント間売上2百万円を含む。

- » ダスキン事業（ダストコントロール商品部門）は、新規出店を通じた商圈拡大や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、売上高は前年同期比で増加。
- » with事業（害虫駆除部門）は、需要が高まる夏場にかけて販売促進活動を全国的に展開したことにより、売上高は前年同期比で増加。
- » アーネスト（法人向け定期清掃サービス）は前年と同じ水準で推移。

営業利益

（単位：百万円）



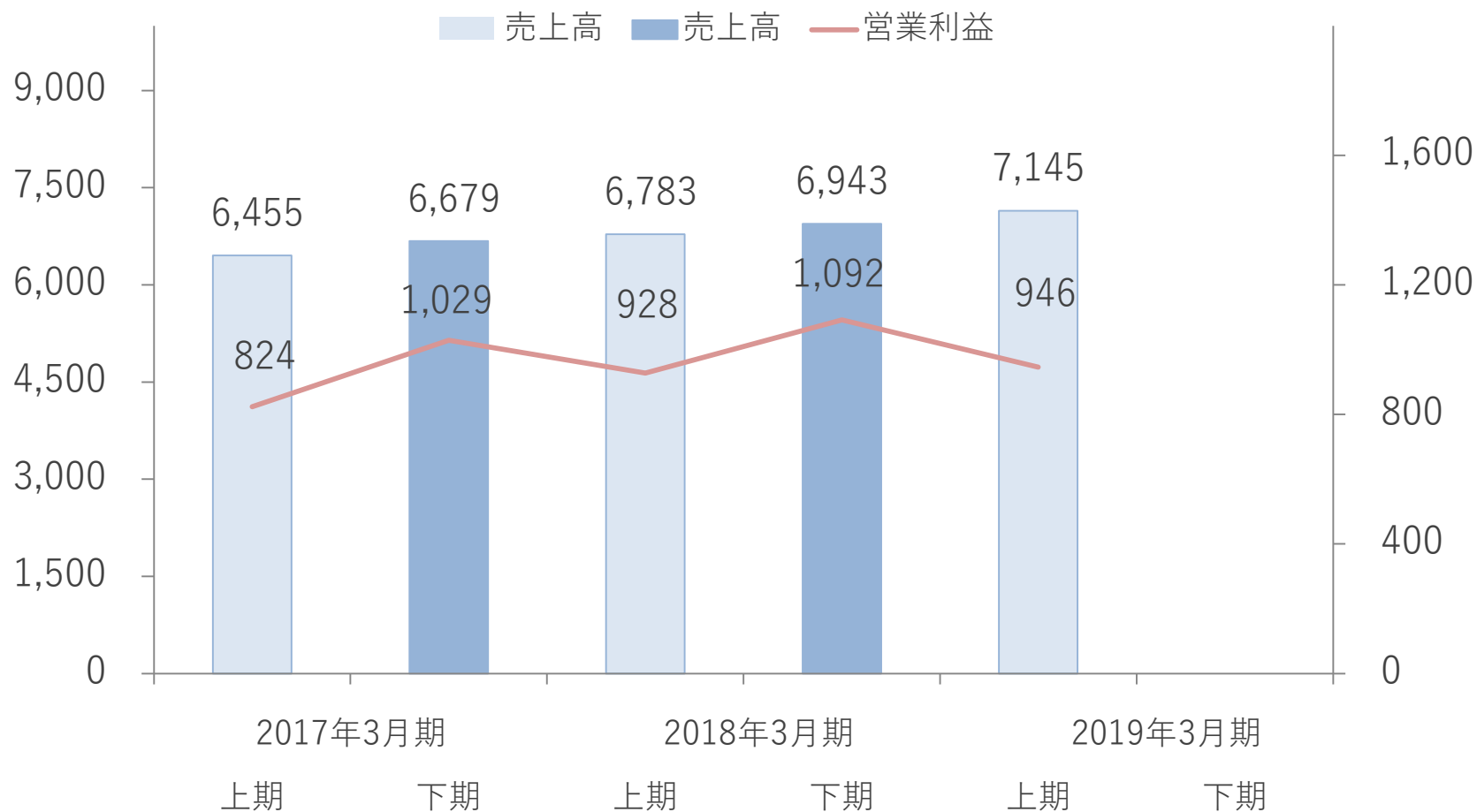
- » 損益面では、すべての部門において売上高が堅調に推移したことにより、営業利益が前年同期比で増加。

2 セグメント別業績（2）レンタル ②

上期／下期 売上高・営業利益の推移

（単位：百万円）

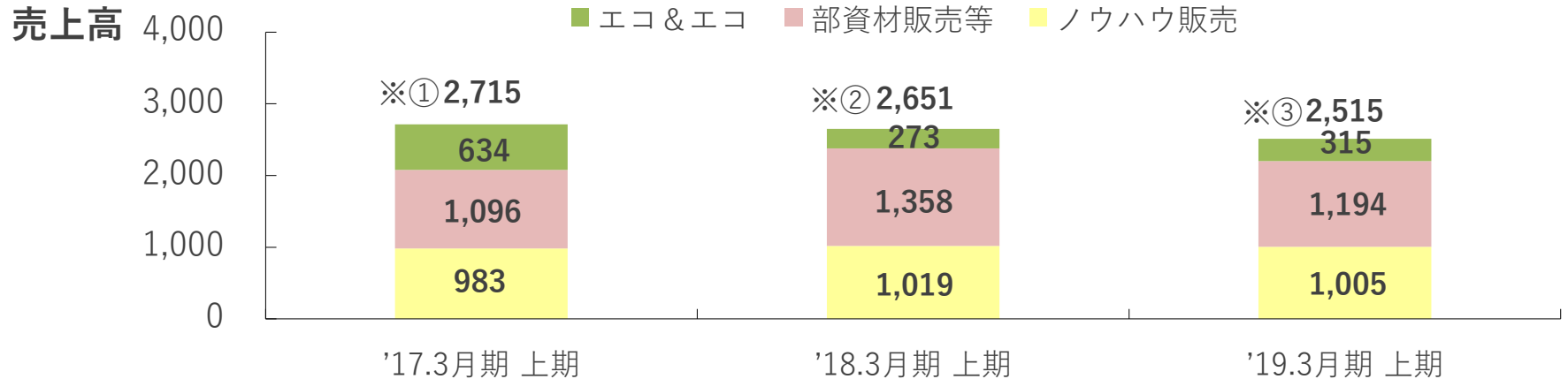
（単位：百万円）



≫ '19.3月期上期の営業利益は、すべての部門において売上高が堅調に推移したことにより、前年同期比で増加。

2 セグメント別業績（3）建築コンサルティング事業 ①

（単位：百万円）



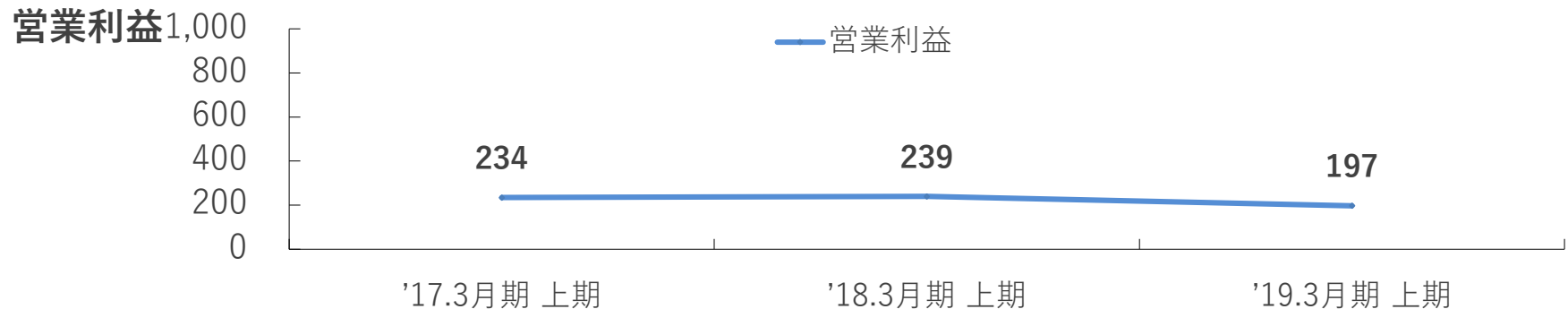
※①セグメント内売上75百万円を含む。 ※②セグメント内売上93百万円を含む。 ※③セグメント内売上87百万円を含む。

» ノウハウ販売では、売上高が前年同期比と同じ水準で推移。

» 建築部資材販売において、「改正FIT法」の施行や自然災害による納品の遅れにより、売上高が前年同期比で減少。

» エコ＆エコでは、安定した収益が見込める事業モデルへの変換を行ったことで売上高が前年同期比で増加。

（単位：百万円）



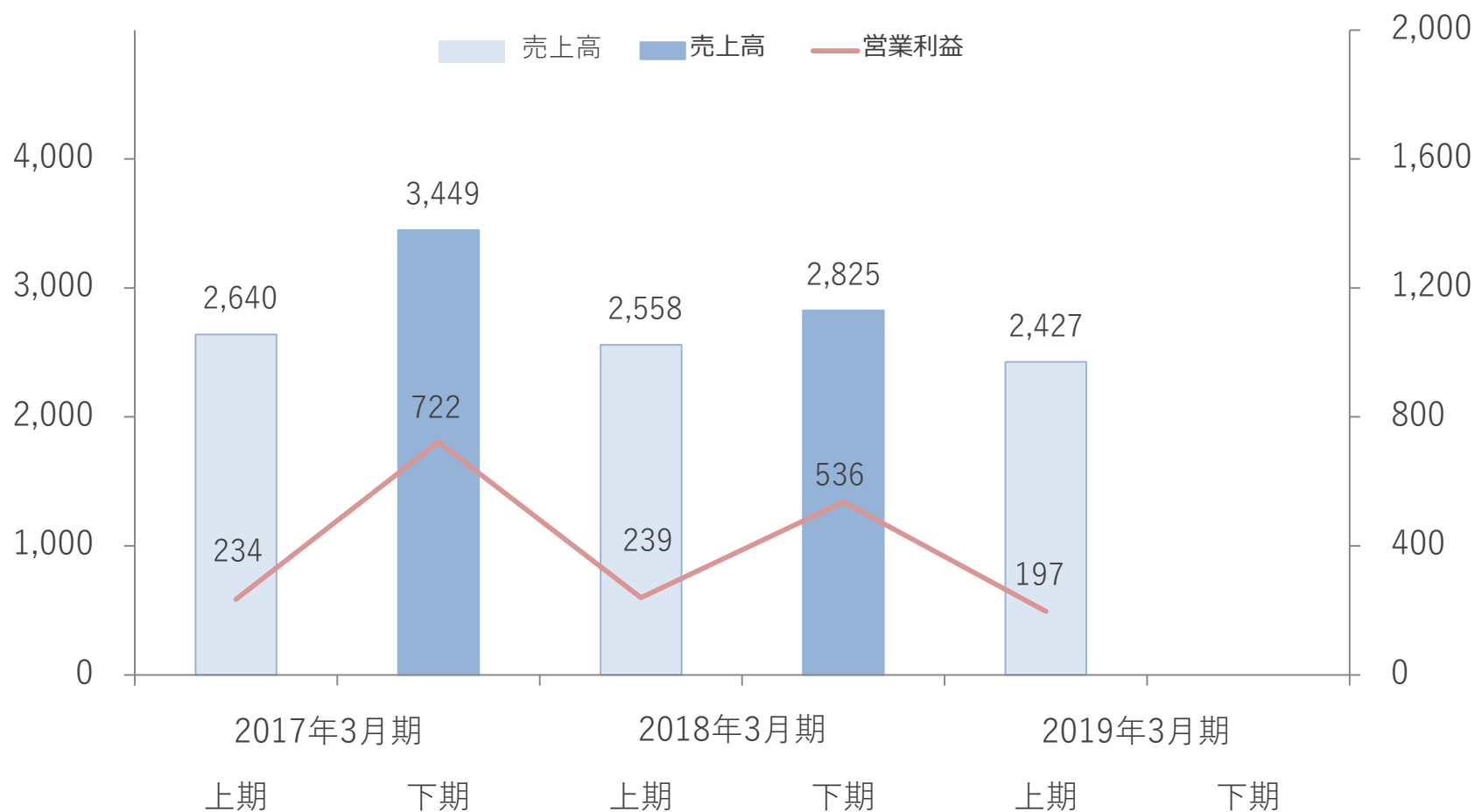
» 損益面では、建築部資材販売を中心に売上高が前年同期比で減少したこと、ノウハウ販売においてオリジナル新商品の開発と販売促進を強化したことによる販管費の増加で、営業利益が前年同期比で減少。

2 セグメント別業績（3）建築コンサルティング ②

（単位：百万円）

上期／下期 売上高・営業利益の推移

（単位：百万円）



≫ '19.3月期上期の営業利益は、建築部資材販売での売上高が前年同期比で減少したことに加え、ノウハウ販売においてオリジナル新商品の開発と販売促進を強化したことによる販管費の増加で、前年同期比で減少。

2 セグメント別業績（４）住宅事業 ①

【地方都市圏】

首都圏以外

【首都圏】

東京 神奈川
千葉 埼玉

Best Communication
NAC

売上高（単位：百万円）

■ レオハウス（首都圏）

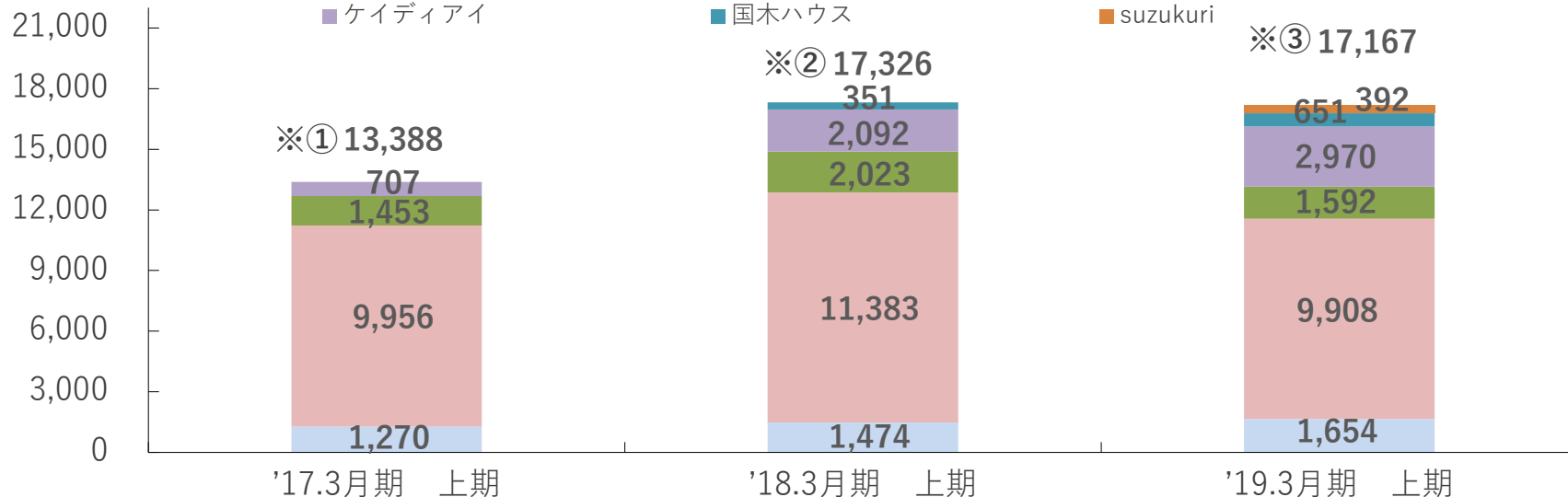
■ レオハウス（地方都市圏）

■ ジェイウッド

■ ケイディアイ

■ 国木ハウス

■ suzukuri



※① セグメント内売上6百万円を含む。 ※② セグメント内売上110百万円を含む。 ※③ セグメント内売上308百万円を含む。

≫ レオハウスとジェイウッドにおいて、2018年3月末時点における受注残が2017年3月末を下回ったことで、売上高が前年同期比で減少。

営業利益（単位：百万円）

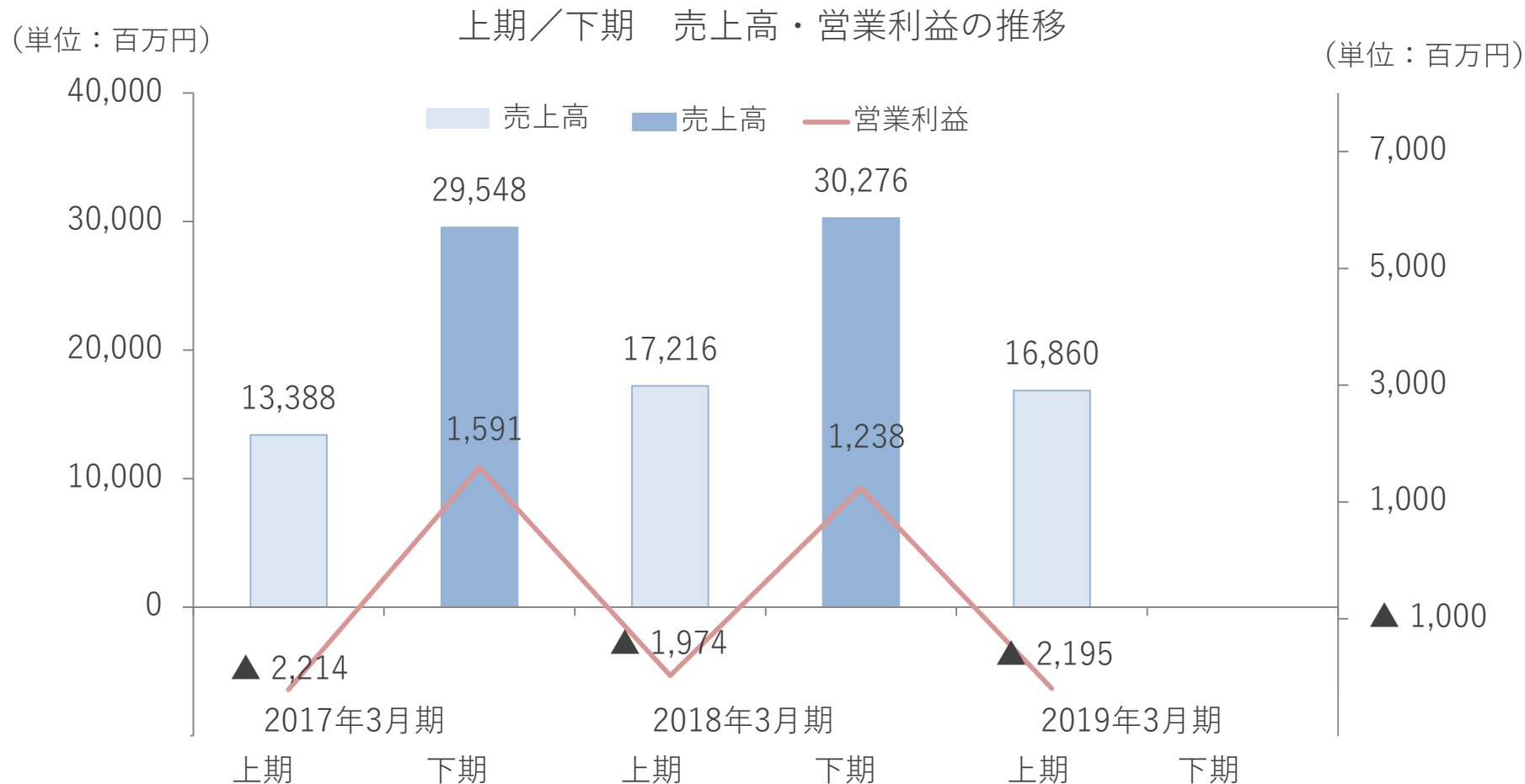
— 営業利益



ジェイウッドとケイディアイ、国木ハウスののれん償却費37百万円を当セグメントに計上しております。

≫ レオハウスとジェイウッドにおいて、売上高が減少したことにより、営業利益は前年同期比で減少。

2 セグメント別業績（４）住宅事業 ②

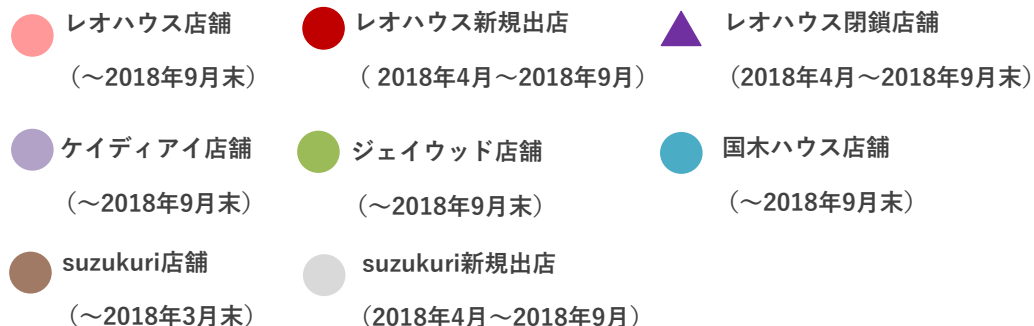


≫ 住宅の引渡が期末に集中するため、営業利益は下半期に偏る傾向。

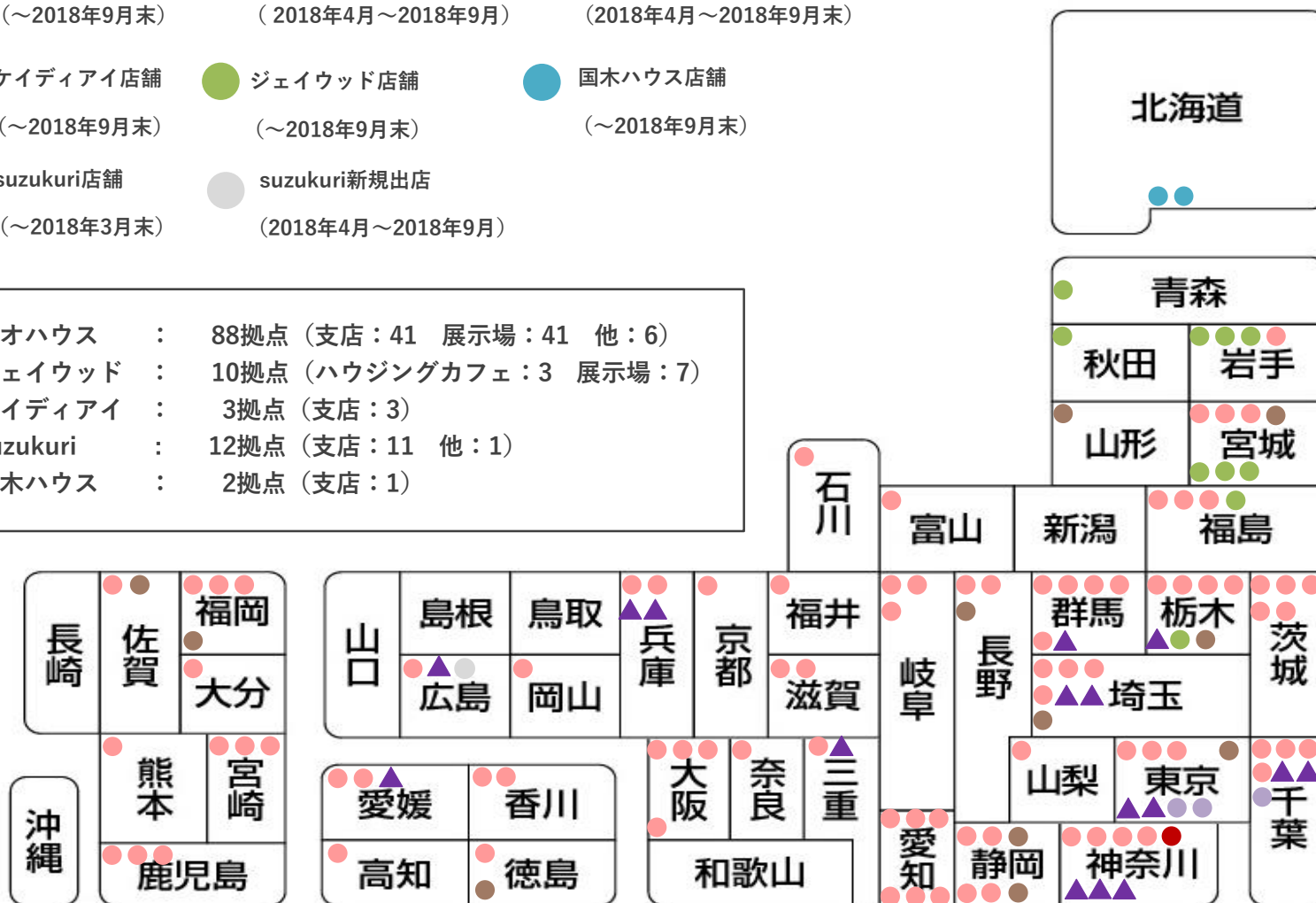
’19.3月期上期の営業利益は、売上高が減少したことにより前年同期比で減少。

2 セグメント別業績（４）住宅事業 ③

全国115拠点（レオハウス：88拠点、ジェイウッド：10拠点、ケイディアアイ：3拠点、suzukuri：12拠点、国木ハウス：2拠点）



レオハウス	: 88拠点（支店：41 展示場：41 他：6）
ジェイウッド	: 10拠点（ハウジングカフェ：3 展示場：7）
ケイディアアイ	: 3拠点（支店：3）
suzukuri	: 12拠点（支店：11 他：1）
国木ハウス	: 2拠点（支店：1）



2 セグメント別業績（４）住宅事業 ④

【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）

	2017年3月期				2018年3月期				2019年3月期			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
受 注	457	677	397	550	439	542	419	489	470	537		
完 工	186	390	403	871	188	478	396	834	156	427		
受注残	1,114	1,385	1,361	1,016	1,245	1,294	1,309	944	1,233	1,317		
受注残 増 減	+ 253	+ 271	▲ 24	▲ 345	+ 229	+ 49	+ 15	▲ 365	+ 289	+ 84		
単 価	※1 1,826万円／棟				※1 1,792万円／棟				※1 1,950万円／棟（計画）			

※1 販売単価は追加・外構工事を除いた金額

出 店 数	2	0	0	0	5	0	0	0	1	0		
店 舗 計	※1 105	105	105	105	※2 105	105	105	※3 101	※4 88	88		

※1 支店統廃合により▲2

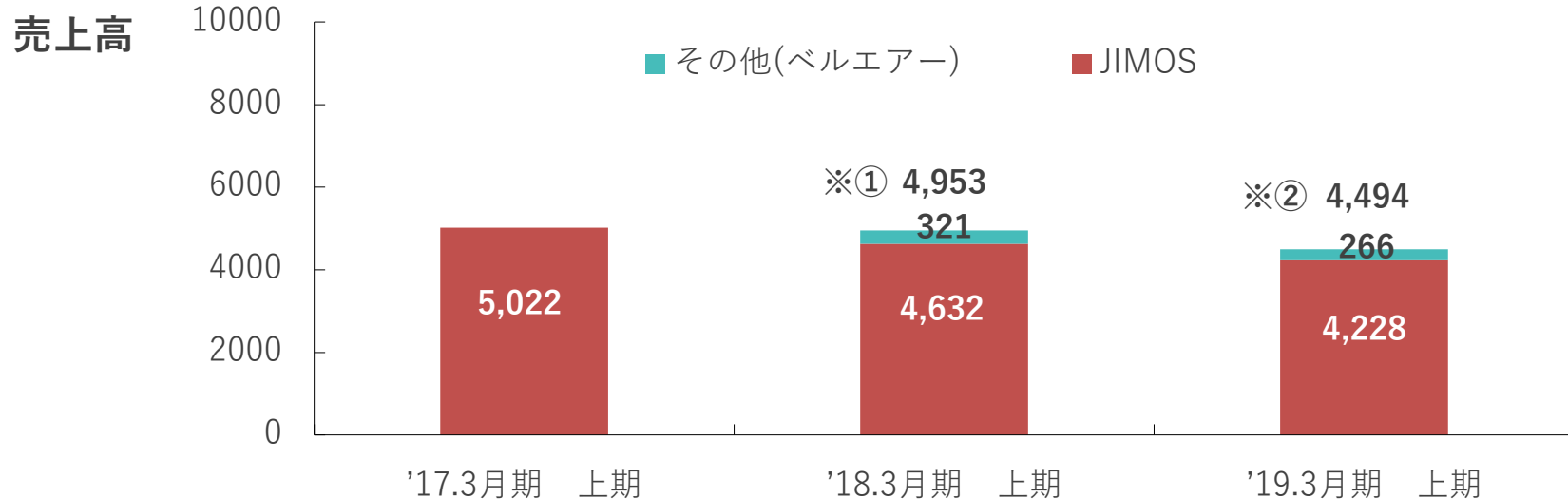
※2 suzukuriへのブランドチェンジにより▲5

※3 不採算店統廃合により▲4

※4 不採算店統廃合により▲14

2 セグメント別業績（5）美容・健康事業 ①

（単位：百万円） ※2019年3月期より通販事業から美容・健康事業に名称変更しております。

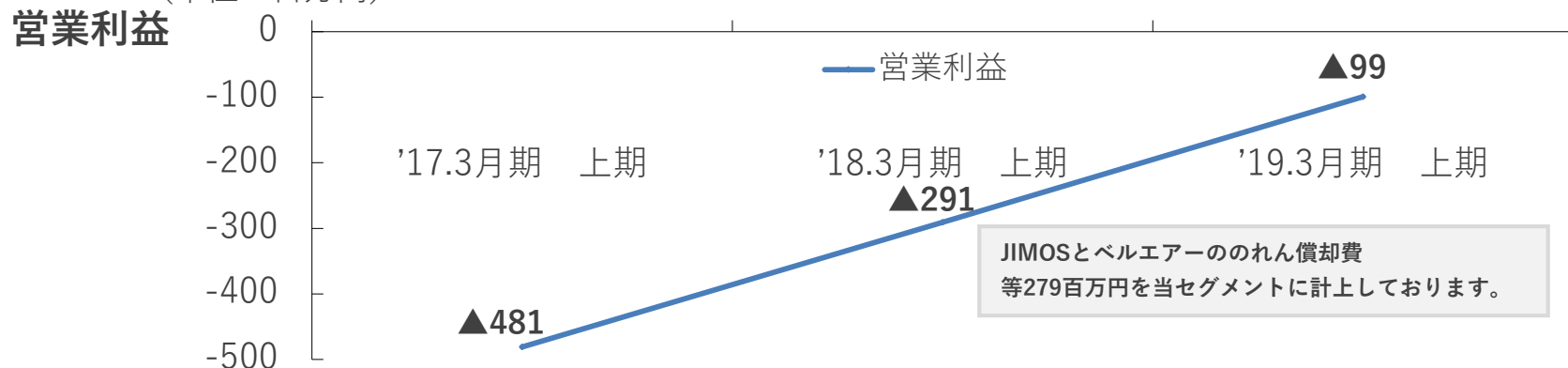


※① セグメント内売上10百万円を含む。
セグメント間売上29百万円を含む。

※② セグメント間売上12百万円を含む。

- » マキアレイベルは、新規顧客数は増加したものの、既存顧客からの注文が伸びず、売上高が前年同期比で減少。
- » Coyoriは、新規顧客数が順調に増加した一方で、顧客売上単価が伸び悩み、売上高が前年同期比で減少。

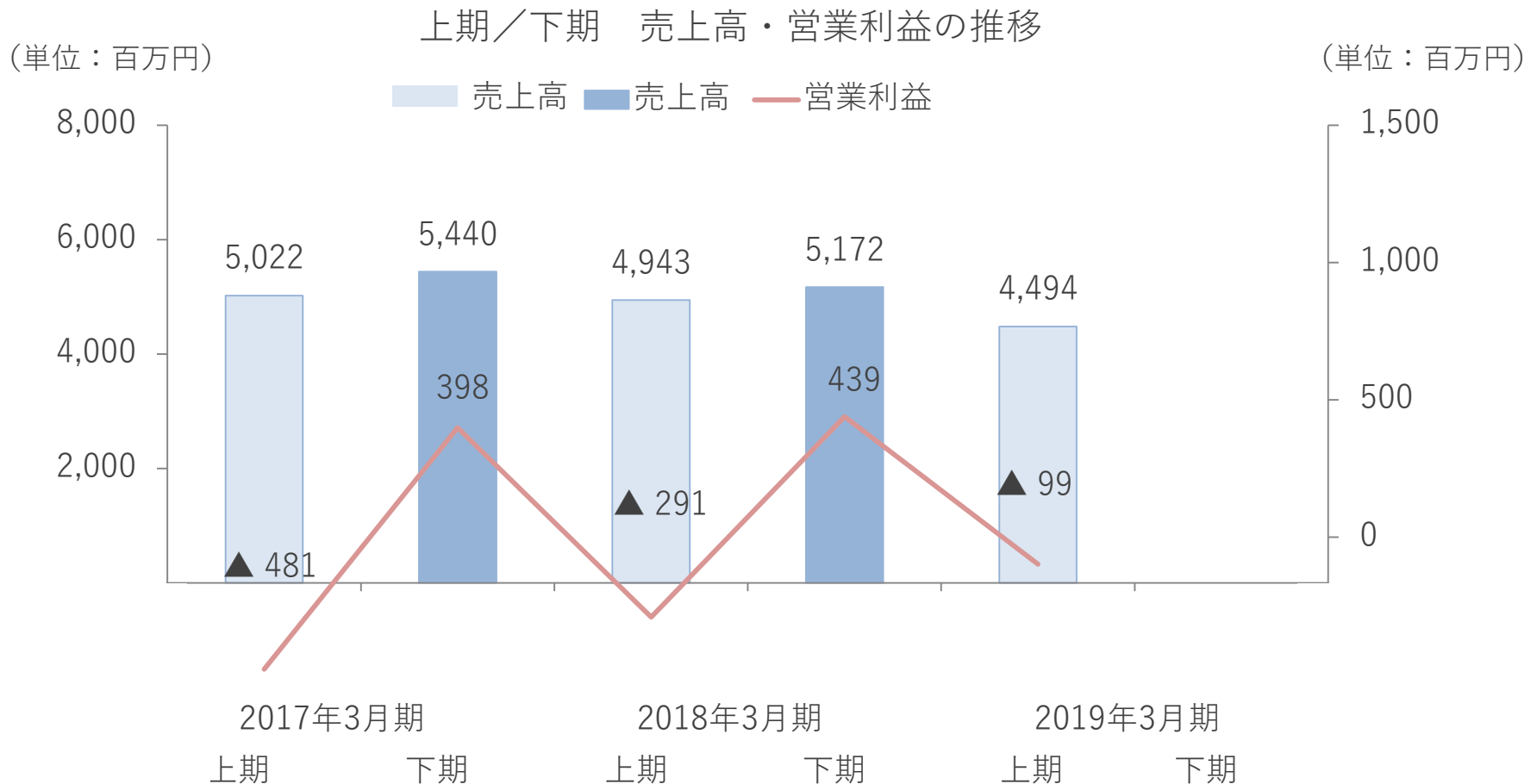
（単位：百万円）



JIMOSとベルエアーののれん償却費
等279百万円を当セグメントに計上しております。

- » 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、営業利益が前年同期比で増加。

2 セグメント別業績（5）美容・健康事業 ②



» 上期に販促費を増加 下期に売上高・営業利益が高まる傾向。

» のれん償却費を当セグメントに計上しており、損益面ではマイナスとなる。

3. 2019年3月期 連結業績予想

3

2019年3月期 連結業績予想

(単位：百万円)

	2018年3月期 実績	2019年3月期 予想	前期比
売上高	89,818	96,500	+ 7.4 %
営業利益	1,637	2,000	+ 22.2 %
経常利益	1,574	2,050	+ 30.2 %
親会社株主に帰属する 当期純利益	▲ 994	600	-
年間配当	18 円	34 円	-
EPS	▲ 59.15 円	35.68 円	+ 94.83 円

» 住宅事業の建て直しを軸に、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。

3 2019年3月期 セグメント別：売上高予想

(単位：百万円)

売 上 高	2018年3月期 実績	2019年3月期 予想	増減率
ク リ ク ラ 事 業	13,158	13,700	+ 4.1 %
レ ン タ ル 事 業	13,727	14,200	+ 3.4 %
建築コンサルティング事業	5,383	6,300	+ 17.0 %
住 宅 事 業	47,492	52,500	+ 10.5 %
美 容 ・ 健 康 事 業	10,115	9,800	▲ 3.1 %
消 去 調 整 他	▲ 59	-	-
合 計	89,818	96,500	+ 7.4 %

3 2019年3月期 セグメント別：営業利益予想

(単位：百万円)

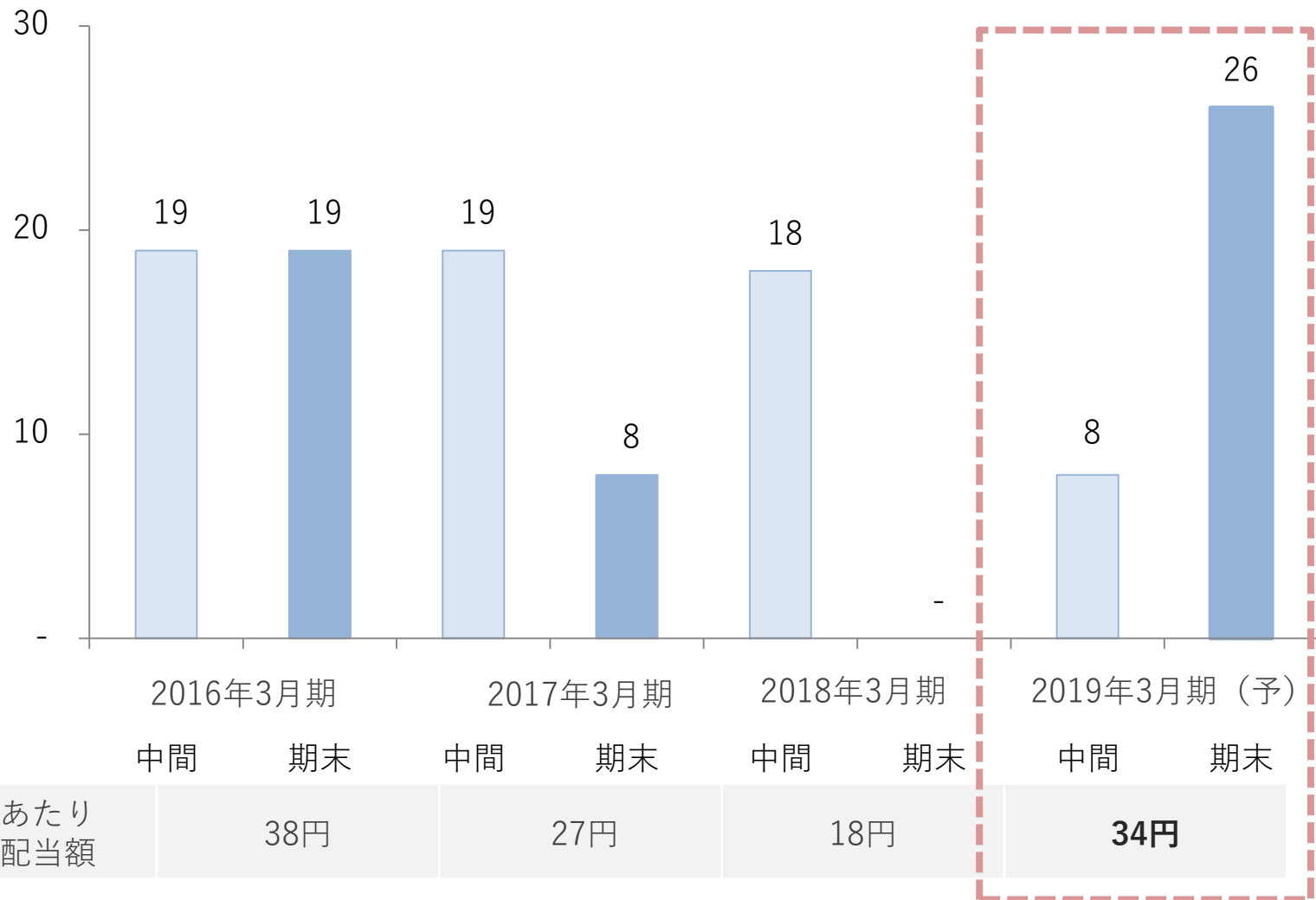
営 業 利 益	2018年3月期 実績	2019年3月期 予想	増減率
ク リ ク ラ 事 業	596 (4.5 %)	405 (3.0 %)	▲ 32.1 % (▲ 1.5 pt)
レ ン タ ル 事 業	2,021 (14.7 %)	2,000 (14.1 %)	▲ 1.1 % (▲ 0.6 pt)
建築コンサルティング事業	775 (14.4 %)	755 (12.0 %)	▲ 2.6 % (▲ 2.4 pt)
住 宅 事 業	▲ 736 (▲ 1.6 %)	160 (0.3 %)	- (+ 1.9 pt)
美 容 ・ 健 康 事 業	147 (1.5 %)	80 (0.8 %)	▲ 45.8 % (▲ 0.7 pt)
全 社 費 用 等 (新規・M&Aを含む)	▲ 1,166	▲ 1,400	-
合 計	1,637 (1.8 %)	2,000 (2.1 %)	+ 22.2 % (+ 0.3 pt)

※ カッコ内の数字は売上高に対する営業利益率です。

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)



» 中間・期末の支払割合は、従来の「1：1」から「1：3」の比率に変更。

5. 補足資料 会社概要と事業紹介

5 会社概要

(2018年9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 ■ 美容・健康事業：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（美容・健康事業） 株式会社ベルエアー（美容・健康事業） 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） 株式会社国木ハウス（住宅事業） 株式会社suzukuri（住宅事業）
従業員数（正社員）	連結2,187名（パートタイマー、アルバイトは除く）
資 本 金	6,729,493,750 円
発 行 済 株 式 数	24,306,750株 （一単位：100株）
株 主 数	9,341名（自己名義株式を除く総株主数）

5 主な指標（連結ベース）経営指標から

	'17.3月期 実績	'18.3月期 実績	増減
期中平均発行済株式数	16,854,157 株	16,807,436 株	▲ 46,721 株
1株当り純資産（BPS）	923.41 円	939.61 円	▲ 84.13 円
1株当り当期純利益 （EPS）	24.65 円	▲ 59.15 円	▲ 83.79 円
自己資本比率	35.7 %	33.4 %	▲ 2.3 pt
自己資本純利益率 （ROE）	2.7 %	▲ 6.7 %	▲ 9.4 pt
1株当り配当金	27 円	18 円	▲ 9 円
配当性向	109.5 %	▲ 30.4 %	▲ 139.9 pt
純資産配当率	2.9 %	2.1 %	▲ 0.8 pt

1971年 5月	東京都町田市に株式会社ダスキン鶴川設立	
1977年 8月	株式会社ナックに商号変更	
1995年 9月	日本証券業協会（現：JASDAQ）に店頭登録	
1997年 1月	東京証券取引所市場第二部上場	
1999年 9月	東京証券取引所市場第一部指定	
2001年 12月	宅配水事業「クリクラ」に進出	
2002年 2月	連結子会社（現・株式会社レオハウス）で住宅事業に進出	
2010年 3月	創業 40周年、売上高 500億円達成	
2012年 3月	株式会社 アーネストを子会社化	
2013年 7月	株式会社 JIMOSを子会社化 株式会社ジェイウッドを子会社化	
2015年 4月	クリクラ本庄工場新設	
2015年 9月	株式会社エコ＆エコを子会社化	
2016年 5月	株式会社ケイディアイを子会社化	
2016年 12月	株式会社ベルエアーを子会社化	
2017年 4月	株式会社suzukuriで住宅事業を開始	
2017年 6月	株式会社国木ハウスを子会社化	

5 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 年度～2016 年度宅配水市場 販売金額ベース（株）矢野経済研究所調べ

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
- 2017年4月よりマトリックスコンセプトを展開する株式会社suzukuriを子会社化
- 2017年6月より北海道で住宅事業を展開する株式会社国木ハウスを子会社化

美容・健康事業

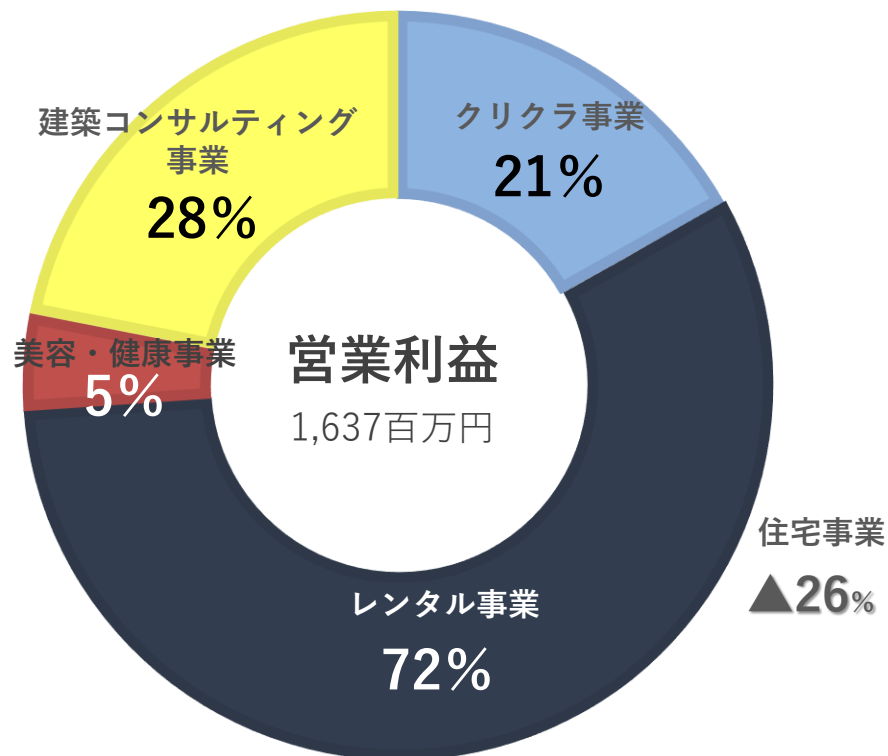
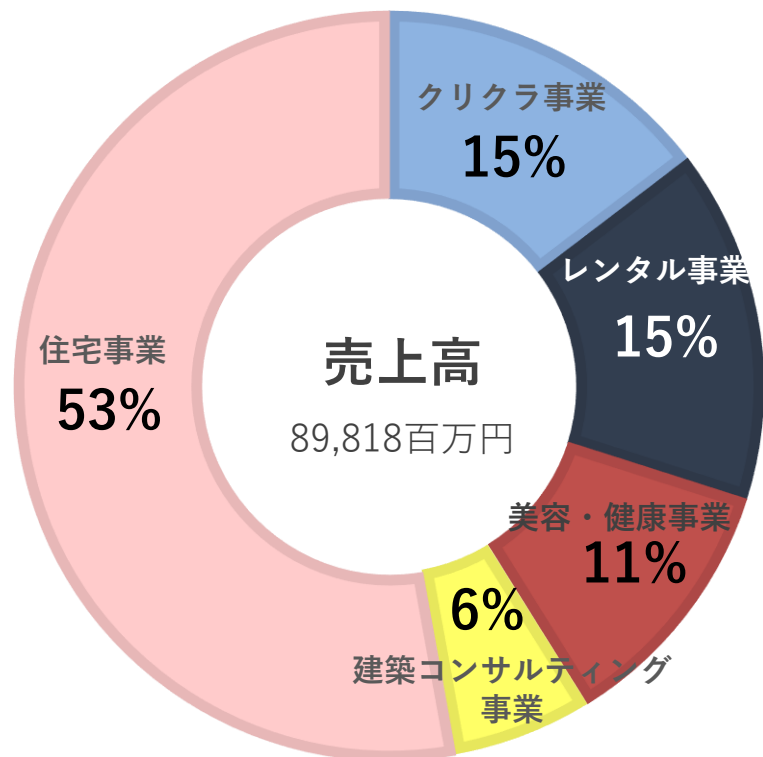
- 2013年7月、株式会社 JIMOS の子会社化により美容・健康事業参入
- 40～60代の女性を中心に、基礎化粧品が主力
- 『薬用クリアエステヴェール』美容液ファンデーション市場で14年連続売上 **NO.1**を獲得！
- 2016年12月より栄養補助食品（サプリメント）を手がける株式会社ベルエアーを子会社化

5

売上高・営業利益構成比（18.3期実績）

■ クリクラ事業 ■ レンタル事業
■ 美容・健康事業 ■ コンサル事業

■ クリクラ事業 ■ レンタル事業
■ 美容・健康事業 ■ コンサル事業



売上高営業利益率

※本社費は除外しています

クリクラ事業	レンタル事業	建築コンサルティング事業	美容・健康事業	住宅事業	全社
4.5%	14.7%	14.4%	1.5%	▲1.6%	1.8%

5 セグメント別営業利益の推移

(百万円)

【クリックラ事業】

全国展開に向け
先行投資

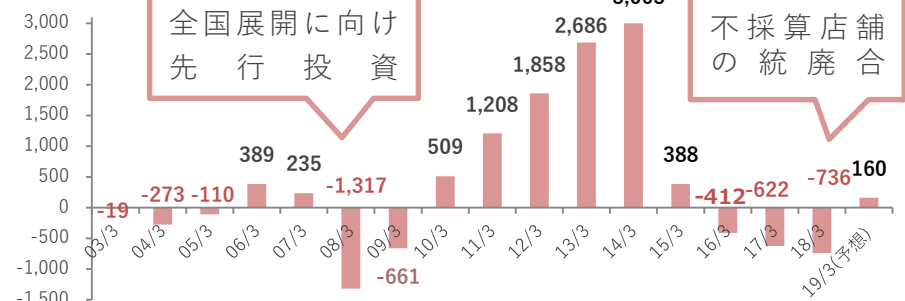


(百万円)

【住宅事業】

全国展開に向け
先行投資

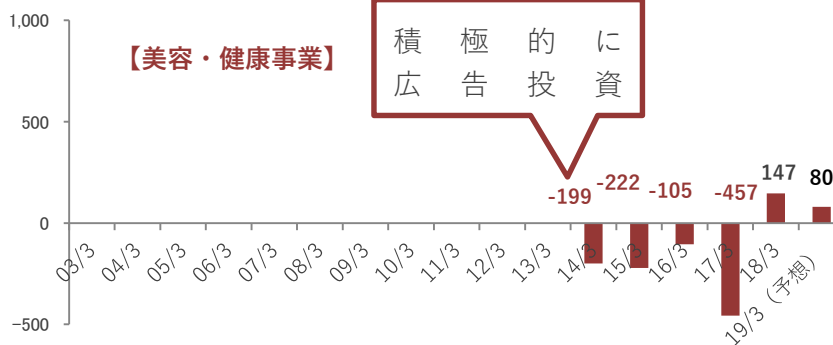
不採算店舗
の統廃合



(百万円)

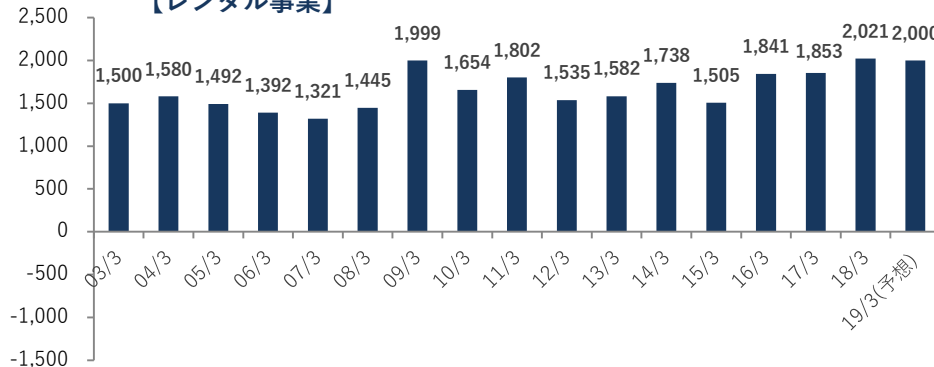
【美容・健康事業】

積極的に
広告投資



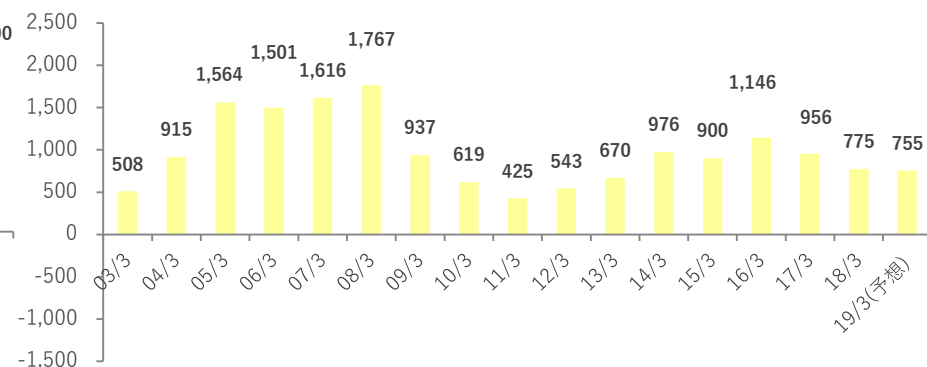
(百万円)

【レンタル事業】



(百万円)

【建築コンサルティング事業】



≫ 安定したレンタルと建築コンサルティングを基盤に、積極的に投資をして成長を目指します