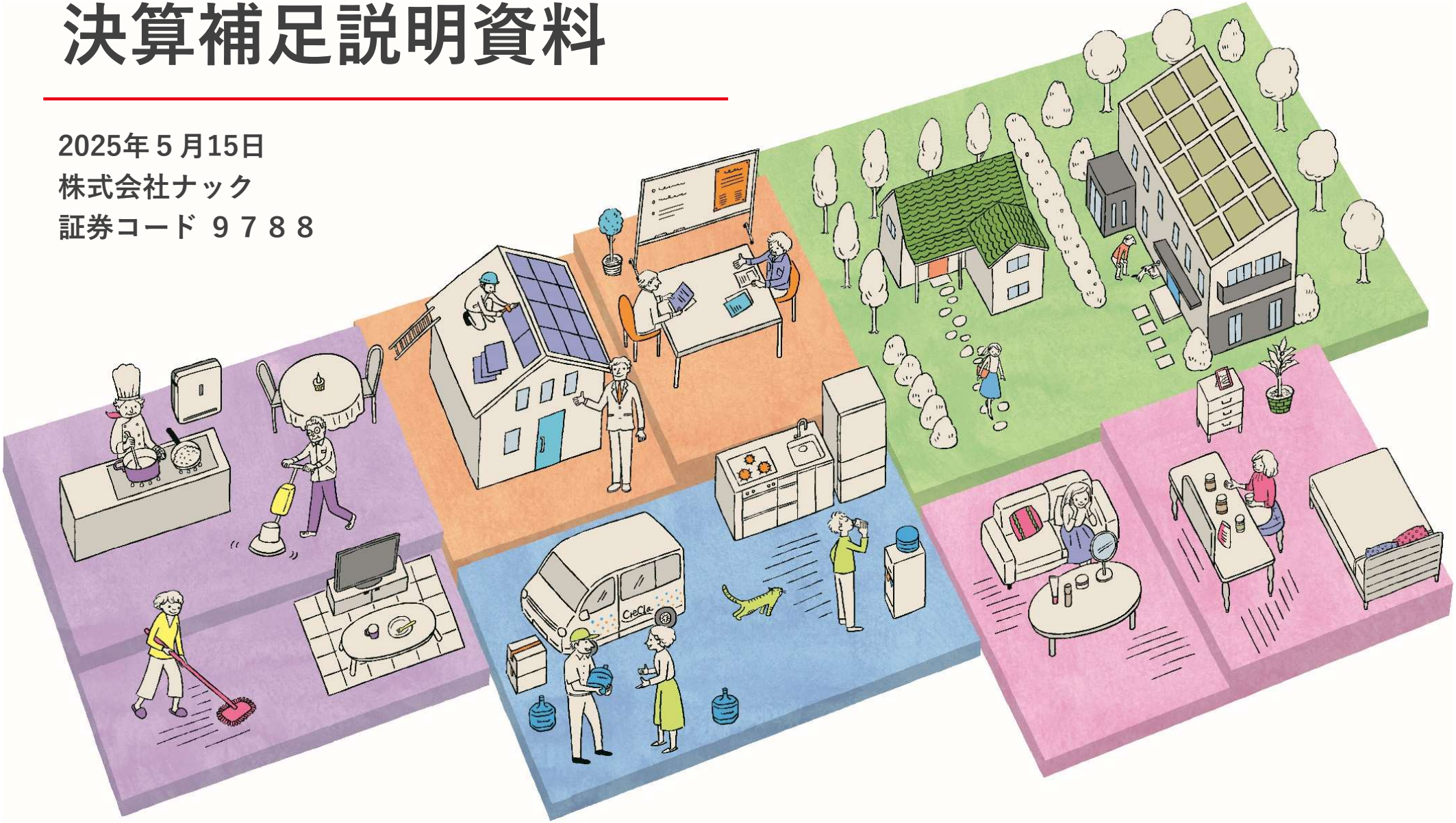
2025年３月期
決算補足説明資料

2025年５月15日
株式会社ナック
証券コード ９７８８



― 本資料の記載内容 ―

01　2025年３月期の実績　…　P. 2

02　セグメント別業績　…　P. 14

03　業績予想　…　P. 36

04　配当　…　P. 40

05　中期経営計画　…　P. 42

06　中期経営計画2028　…　P. 49

07　会社概要　…　P. 61

注意事項：
本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などの不確実な要因の影響を受けます。

したがいまして、実際の業績は本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ください。

01　2025年３月期の実績

1-1. 連結損益計算書

1-1a 業績ハイライト（前期比）

売上高

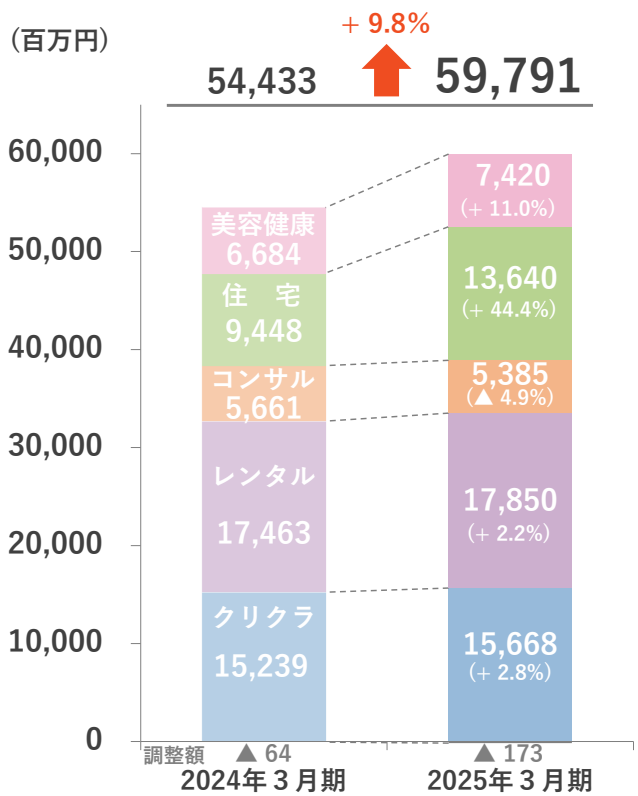
- **住宅**：㈱ケイディアイにて建売住宅の販売が好調に推移したことに加え、2024年6月より連結した㈱秀和住研の売上高が加わったことで増加
- **美容健康**：㈱JIMOSが展開する化粧品ブランド「MACCHIA LABEL（マキアレイベル）」と「SINN PURETE（シンピュルテ）」の販売好調により増加

営業利益

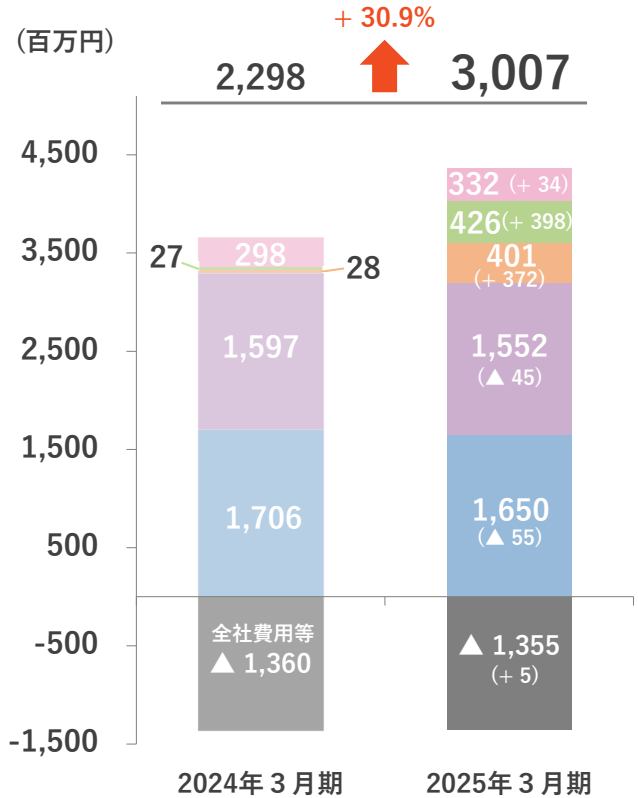
- **住宅**：㈱ケイディアイでの売上増加に加え、㈱秀和住研の収益が加わったことで大幅に増加
- **コンサル**：コンサルティング部門での拠点統合や納品物のデータ化など、費用の効率化が寄与し増加

当期純利益：投資有価証券評価損を特別損失として計上した影響で減少

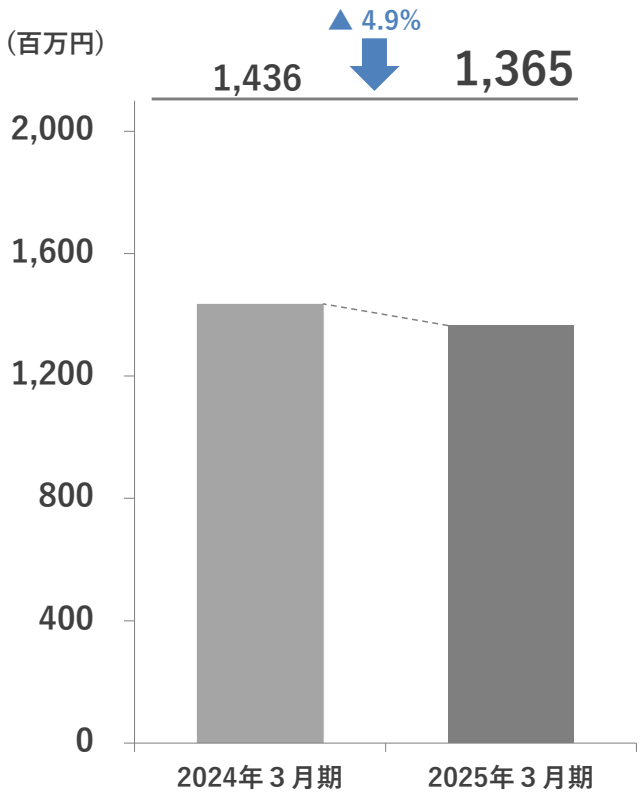
売上高（カッコ内は増減率）



営業利益（カッコ内は増減額）



当期純利益（※）



（※）当期純利益：親会社株主に帰属する当期純利益、調整額：セグメント間の内部売上高又は振替高

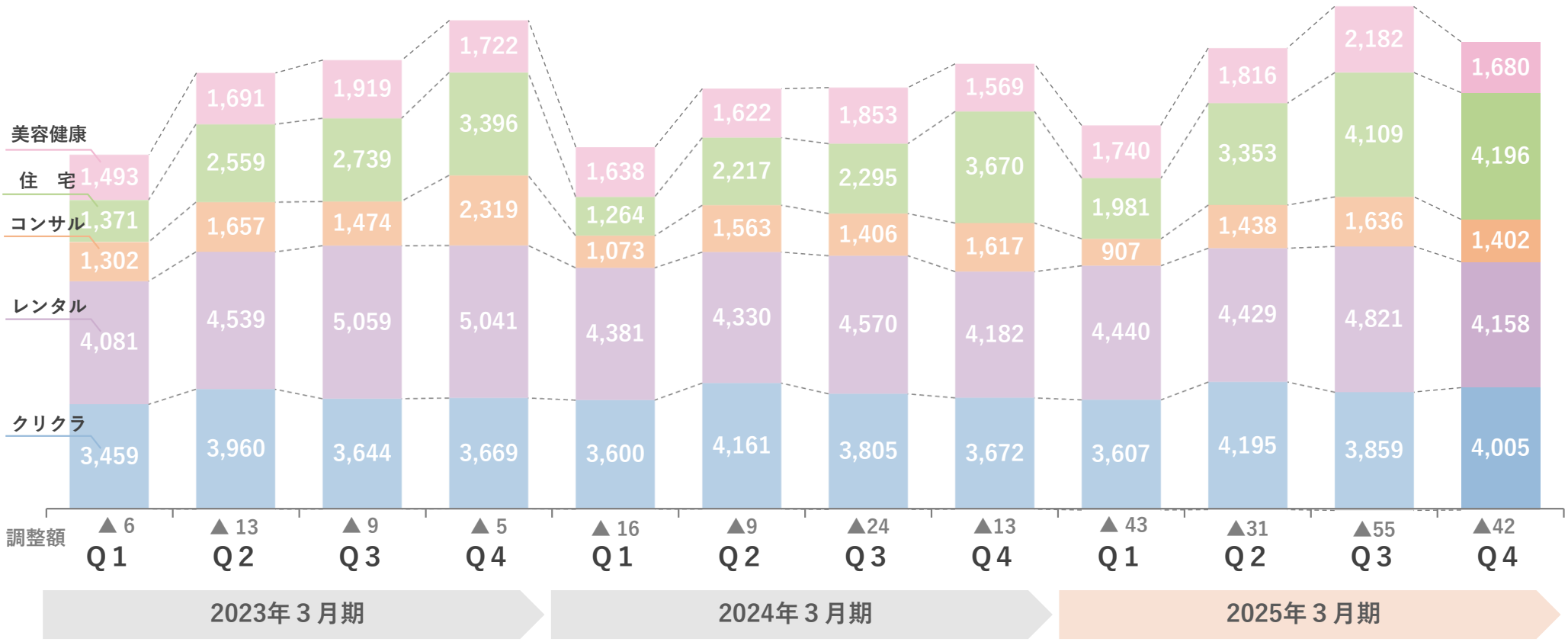
1-1b 四半期別　売上高／営業利益の四半期推移

	2023年３月期				2024年３月期				2025年３月期			
	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２	Q３	Q４
売上高	11,702	14,394	14,827	16,149	11,941	13,886	13,907	14,697	12,634	15,201	16,554	15,400
営業利益	▲ 243	795	975	1,705	▲ 162	772	865	822	▲ 98	862	1,504	739

売上高四半期推移

※建築コンサルティング事業、住宅事業の売上高がＱ４に集中する反動として、Ｑ１の売上高は減少しています。

（百万円）



◆調整額：セグメント間の内部売上高又は振替高

1-1c 連結損益計算書

（百万円）

	2025年３月期 実績	計画比		前期比	
		当期計画	達成率	前期実績	増減率
売上高	59,791	65,500	91.3%	54,433	＋9.8%
売上総利益	28,137	—	—	26,929	＋4.5%
（売上総利益率）	47.1	—	—	49.5%	▲2.4pt
販売費及び一般管理費	25,130	—	—	24,631	＋2.0%
営業利益	3,007	4,000	75.2%	2,298	＋30.9%
（営業利益率）	5.0%	—	—	4.2%	＋0.8pt
営業外損益	11	—	—	92	▲88.0%
経常利益	3,019	4,000	75.5%	2,390	＋26.3%
特別損益	▲617	—	—	▲11	—
親会社株主に帰属する当期純利益	1,365	2,550	53.6%	1,436	▲4.9%

1-1d セグメント別売上高

（百万円）

	2025年３月期 実績	計画比		前期比	
		計画	達成率	実績	増減率
クリクラ事業	15,668	16,100	97.3%	15,239	＋2.8%
レンタル事業	17,850	17,800	100.3%	17,463	＋2.2%
建築コンサルティング事業	5,385	9,000	59.8%	5,661	▲4.9%
住宅事業	13,640	10,900	125.1%	9,448	＋44.4%
美容・健康事業	7,420	8,000	92.8%	6,684	＋11.0%
消去調整他	▲173	3,700	—	▲64	—
合計	59,791	65,500	91.3%	54,433	＋9.8%

1-1e セグメント別営業利益

（百万円）

	2025年３月期 実績	計画比		前期比	
		計画	達成率	実績	増減率
クリクラ事業	1,650 (10.5%)	1,720 (10.7%)	96.0% (▲ 0.2pt)	1,706 (11.2%)	▲ 3.3% (▲ 0.7pt)
レンタル事業	1,552 (8.7%)	1,810 (10.2%)	85.8% (▲ 1.5pt)	1,597 (9.1%)	▲ 2.8% (▲ 0.4pt)
建築コンサルティング事業	401 (7.5%)	1,350 (15.0%)	29.8% (▲ 7.5pt)	28 (0.5%)	— (+ 7.0pt)
住宅事業	426 (3.1%)	320 (2.9%)	133.2% (+ 0.2pt)	27 (0.3%)	— (+ 2.8pt)
美容・健康事業	332 (4.5%)	360 (4.5%)	92.4% (▲ 0pt)	298 (4.5%)	+ 11.4% (+ 0pt)
全社費用等	▲ 1,355	▲ 1,560	—	▲ 1,360	—
合計	3,007 (5.0%)	4,000 (6.1%)	75.2% (▲ 1.1pt)	2,298 (4.2%)	+ 30.9% (+ 0.8pt)

※カッコ内の数値は売上高に対する営業利益率です。

1-1f 営業利益の増減要因（前期比）

売上総利益	住宅	㈱ケイディアイにて売上高が増加したことに加え、2024年6月より連結した㈱秀和住研の業績が加わったことで増加
広告宣伝費及び販売促進費	美容健康	美容・健康事業全体における広告宣伝費及び販売促進費の抑制により減少
人件費	レンタル	営業エリア拡大のための新規出店に伴う人員増加により増加

（百万円）

			前年同期比増減率
2024年３月期　営業利益		2,298	—
売上総利益の増減		＋1,208	＋4.5%
販売費及び一般管理費の増減	人件費	▲465	▲4.8%
	広告宣伝費及び販売促進費	＋181	＋5.7%
	地代家賃	▲72	▲4.6%
	減価償却費・のれん償却額	▲75	▲9.2%
	その他販管費	▲67	▲0.7%
2025年３月期　営業利益		3,007	＋30.9%

01　2025年3月期の実績

1-2. 連結貸借対照表

1-2a 連結貸借対照表　資産の部

流動資産

増　加　現金及び預金 ＋ 524百万円／商品 ＋ 336百万円／有形固定資産 ＋ 849百万円

減　少　販売用不動産 ▲ 1,164百万円

固定資産　特記事項なし

（百万円）

	2025年３月期	構成比	2024年3月期	構成比	増減額
流動資産	23,736	62.2%	24,007	63.8%	▲ 270
有形固定資産	8,697	22.8%	7,848	20.9%	＋ 849
無形固定資産	1,516	4.0%	1,263	3.4%	＋ 252
投資その他の資産	4,240	11.1%	4,495	12.0%	▲ 255
固定資産	14,454	37.8%	13,607	36.2%	＋ 847
資産合計	38,191	100.0%	37,615	100.0%	＋ 576

1-2b 連結貸借対照表　負債の部・純資産の部

負　債　**増　加**　未成工事受入金 ＋ 424百万円／長期借入金 ＋ 511百万円

純　資　産　**増　加**　親会社株主に帰属する当期純利益 ＋ 1,365百万円

減　少　剰余金の配当 ▲ 909百万円／自己株式取得 ▲ 819百万円

（百万円）

	2025年３月期	構成比	2024年3月期	構成比	増減額
流動負債	11,623	30.4%	11,226	29.8%	＋ 396
固定負債	4,173	10.9%	3,672	9.8%	＋ 500
負債合計	15,796	41.4%	14,899	39.6%	＋ 897
株主資本	23,064	60.4%	23,384	62.2%	▲ 320
その他の包括利益累計額	▲ 669	▲ 1.8%	▲ 669	▲ 1.8%	▲ 0
純資産合計	22,394	58.6%	22,715	60.4%	▲ 321
負債・純資産合計	38,191	100.0%	37,615	100.0%	＋ 576

01　2025年３月期の実績

1-3. 連結キャッシュフロー計算書

1-3 連結キャッシュフロー計算書

営業ＣＦ 増　加　税金等調整前当期純利益 ＋ 2,402百万円／減価償却費 ＋ 1,061百万円
減　少　法人税等の支払額 ▲ 842百万円

投資ＣＦ 減　少　有形固定資産の取得による支出 ▲ 351百万円／子会社株式の取得による支出 ▲ 358百万円

財務ＣＦ 減　少　長期借入金の返済による支出 ▲ 2,282百万円／配当金の支払いによる支出 ▲ 909百万円

（百万円）

	2025年3月期	2024年3月期	増減額
1.営業活動によるキャッシュフロー	4,136	▲ 10	＋ 4,146
2.投資活動によるキャッシュフロー	▲ 557	▲ 1,097	＋ 539
3.財務活動によるキャッシュフロー	▲ 3,074	▲ 1,914	▲ 1,160
現金及び現金同等物の増減額	503	▲ 3,022	＋ 3,526
現金及び現金同等物の期首残高	8,056	11,029	▲ 2,972
新規連結に伴う現金及び現金同等物の増加額	—	48	—
現金及び現金同等物の期末残高	8,560	8,056	＋ 503
減価償却費・のれん償却費	1,238	1,126	＋ 111

02　セグメント別業績

2-1. クリクラ事業

2-1a クリクラ事業　売上高および営業利益推移

売上高

直営部門

・顧客と直接接点を持つ配送員のスキルアップを目的に教育体制を強化し
サービス向上に努めた結果、1顧客あたりのボトル消費量が増加

・浄水型ウォーターサーバー「feel free」では、市場の需要拡大に伴い顧客件数が
増加したことでレンタル収益が増加

加盟店部門

・宅配水「クリクラ」の顧客件数は減少した一方、浄水型の顧客獲得は順調に推移

・加盟店向けのサーバー販売数が増加したことも寄与し、前期比で同水準（微増）

営業利益

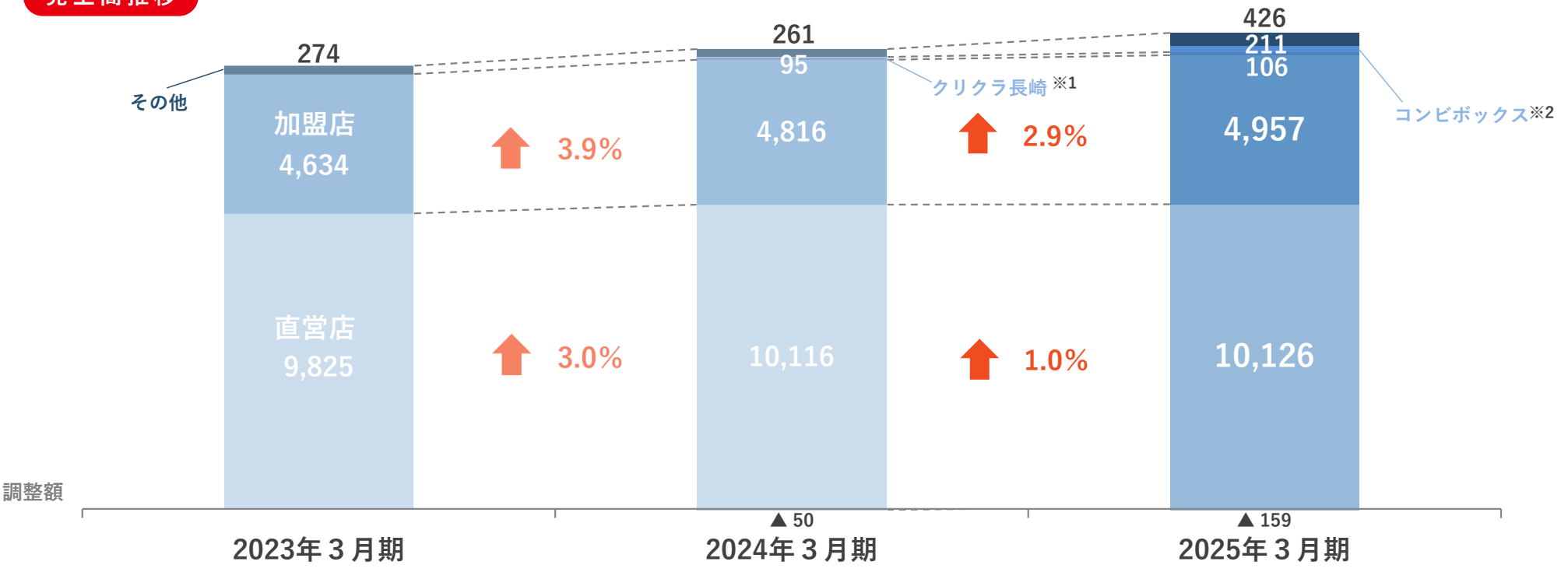
顧客獲得が順調に推移している小型の浄水型ウォーターサーバー「putio」へ集中的に
先行投資を行った結果、前期比で減少

（百万円）

	2023年３月期	2024年３月期	2025年３月期
売上高	14,733	15,239	15,668
営業利益	1,618	1,706	1,650

売上高推移

※1 新規設立（2023年４月より連結）　※2 M&Aにより子会社化（2025年1月より連結）

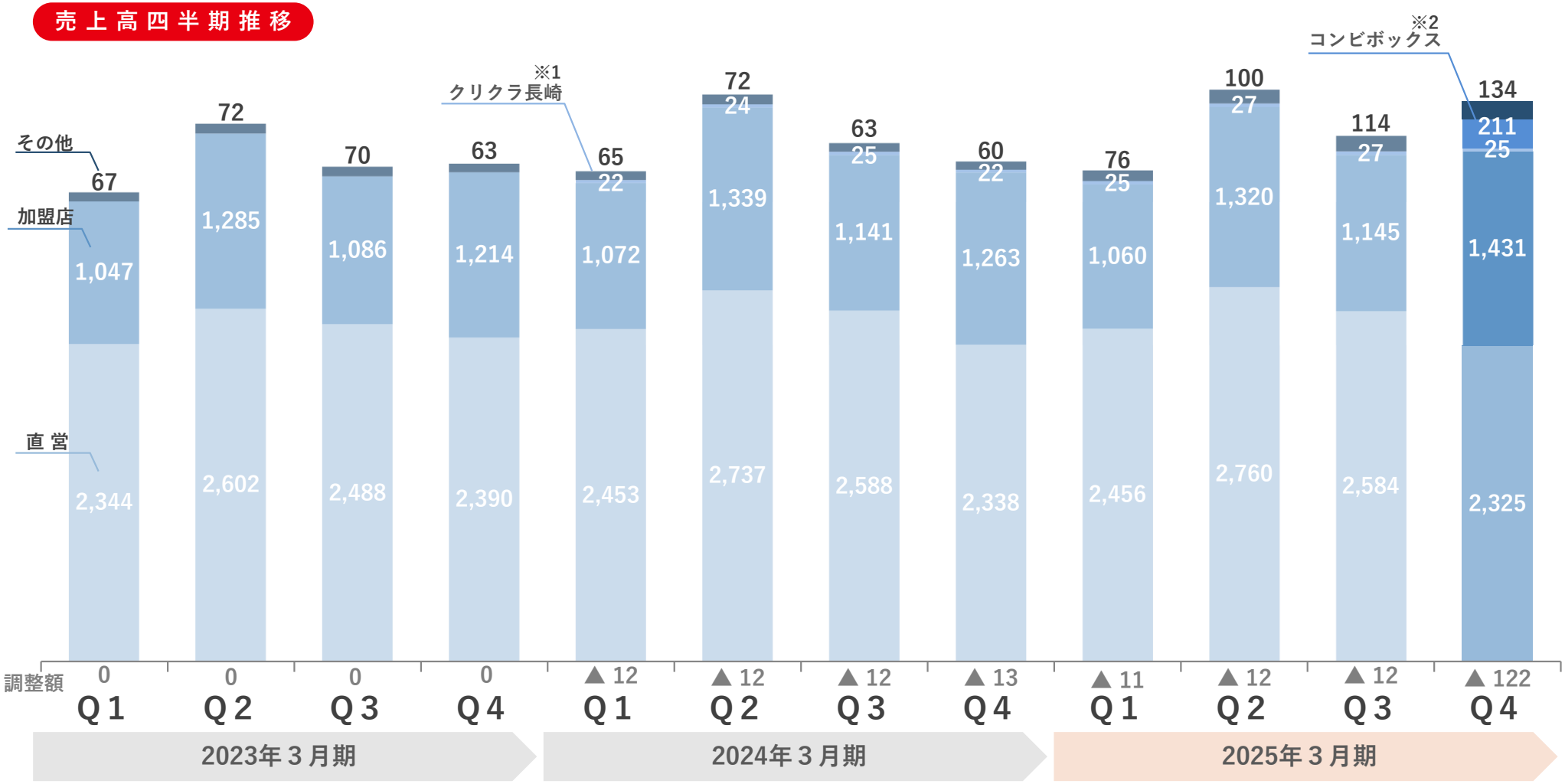


2-1b クリクラ事業　売上高／営業利益の四半期推移

	2023年３月期				2024年３月期				2025年３月期			
	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２	Q３	Q４
売上高	3,459	3,960	3,644	3,669	3,600	4,161	3,805	3,672	3,607	4,195	3,859	4,005
営業利益	125	584	474	434	259	650	447	348	261	609	396	383

※1　新規設立（2023年４月より連結）　※2　M&Aにより子会社化（2025年1月より連結）　（百万円）

売上高四半期推移



2-1c クリクラ事業　第55期以降の重点施策

- 動画教育ツールを活用し、ラストワンマイルを担う配送員のスキルアップ
- 安心・安全から培われた信頼というブランディングを軸にPR活動を強化し
  サーバーメンテナンス・一年に一度のサーバー交換の必要性を市場浸透
- システムインフラ「CrePF（クリクラプラットフォーム）」の加盟店導入拡大を推進し
  本部への情報集約によるブランド価値の向上と統一

CreCla

2024 トモニテ 子育て大賞

産院利用数 No.1
産院で1番選ばれているウォーターサーバー
※2024年12月 Anetis 運営事務局調べ

たまひよ 赤ちゃんグッズ大賞2025 RO水ウォーターサーバー部門 入賞

※「たまひよ赤ちゃんグッズ大賞2025」とは、たまひよ読者のママ・パパ2062名による「実際に使ってよかった」と思う商品・サービスに関するアンケート調査の結果をランキング形式で発表する企画です。（2024年8月-9月調査／WEBメディア「たまひよ」掲載）

feel free

2023年７月販売開始
小型化にこだわった
浄水型ウォーターサーバー
「putio（プティオ）」

No.1 GMO 顧客満足度 コスパのよさ（月額料金の安さ） 浄水型ウォーターサーバー 2025

2025年 GMO顧客満足度ランキング
浄水型ウォーターサーバー
コスパのよさ（月額料金の安さ） 第1位

No.1 GMO 顧客満足度 お客様対応（サポート） 浄水型ウォーターサーバー 2025

2025年 GMO顧客満足度ランキング
浄水型ウォーターサーバー
お客様対応（サポート） 第1位

02　セグメント別業績

2-2. レンタル事業

2-2a レンタル事業　売上高および営業利益推移

売上高

- ダスキン：フランチャイズ本部の(株)ダスキンによるケアサービス事業での価格改定や、新規出店により拡大した事業の売上高増加が寄与し前期比で増加
- ウィズ：上期に行った営業キャンペーンにより定期顧客が増加し、前期比で同水準（微増）
- アーネスト：コロナ禍に需要が増加した水際対策支援事業が終了したことで前期比で減少
- キャンズ：ダスキン事業の法人営業部との連係により受注が増加し、前期比で増加

営業利益

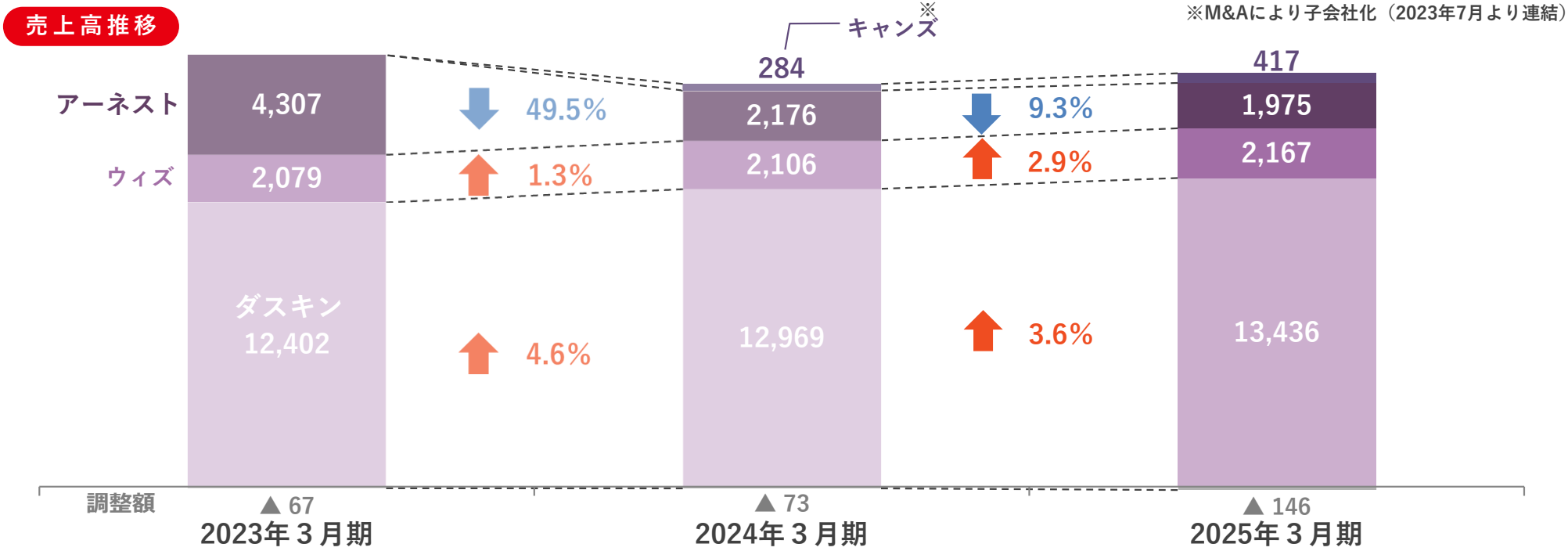
ダスキン事業での新規出店や人員増加、ガソリン価格の高騰に加えケアサービス事業での販売管理システム導入などにより、販売費および一般管理費が増加した影響で前期比で減少

	2023年３月期	2024年３月期	2025年３月期
売上高	18,722	17,463	17,850
営業利益	2,050	1,597	1,552

（百万円）

※M&Aにより子会社化（2023年7月より連結）

売上高推移



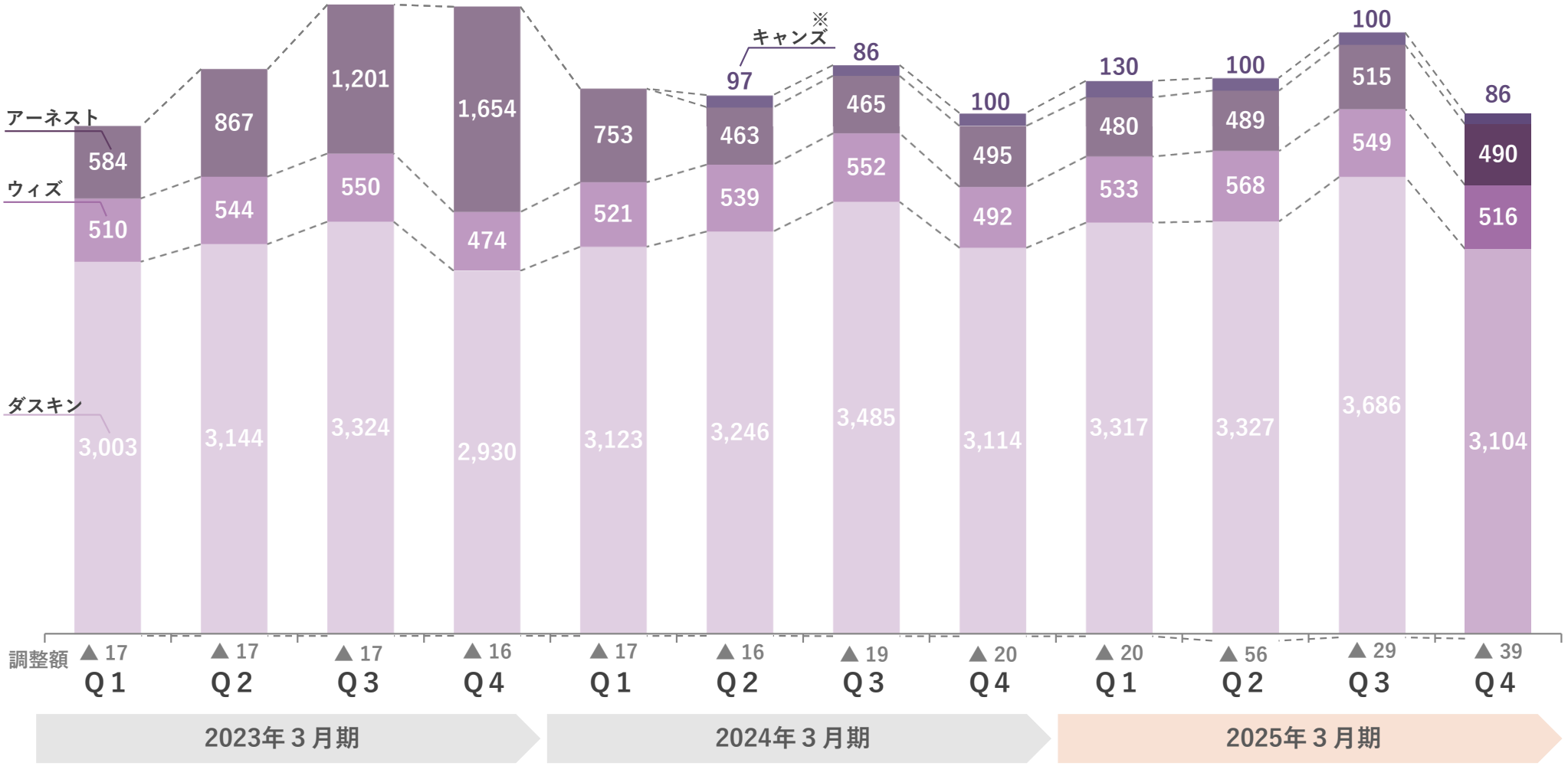
◆調整額：主にセグメント内の売上高

2-2b レンタル事業　売上高／営業利益の四半期推移

	2023年３月期				2024年３月期				2025年３月期			
	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２	Q３	Q４
売上高	4,081	4,539	5,059	5,041	4,381	4,330	4,570	4,182	4,440	4,429	4,821	4,158
営業利益	414	469	630	535	408	398	488	301	330	411	490	319

売上高四半期推移

※M&Aにより子会社化（2023年7月より連結）　（百万円）



◆調整額：主にセグメント内の売上高

2-2c レンタル事業　第55期以降の重点施策

ダスキン

- 顧客属性に合わせて取り扱う副商材の領域を拡張し、クロスセルによる売上を拡大
- 営業ツールの電子化や顧客とのLINE連携、新販売管理システムの導入等の DX戦略推進による人時生産性の向上

ウィズ　営業人員の増員や製品改善に投資を行い営業活動を強化

アーネスト　定期売上の増加や請負価格の交渉に注力し、売上増加と利益率改善を図る

キャンズ　ダスキン事業の法人営業部と連携し受注・活動エリアの拡大

衛生環境を整える DUSKIN　with　EARNEST 総合ビル管理　株式会社アーネスト　CAN'S Housing Maintenance

02　セグメント別業績

2-3. 建築コンサルティング事業

2-3a 建築コンサルティング事業　売上高および営業利益推移

売上高

コンサル　コロナ関連融資の返済や受注棟数の減少に伴い地場工務店の財務状況が悪化する中、複数商品を上市し販促を行ったが販売数は伸び悩み、前期比で同水準（微増）

NHP

- スマートエネルギー事業（旧ナックスマートエネルギー㈱）において卸売上高、材工売上高ともに減少し前期比で減少
- 住宅ネットワーク事業（旧エースホーム㈱）において、上期までの加盟店での受注数が減少したことで下期の上棟数が減少し、前期比で減少

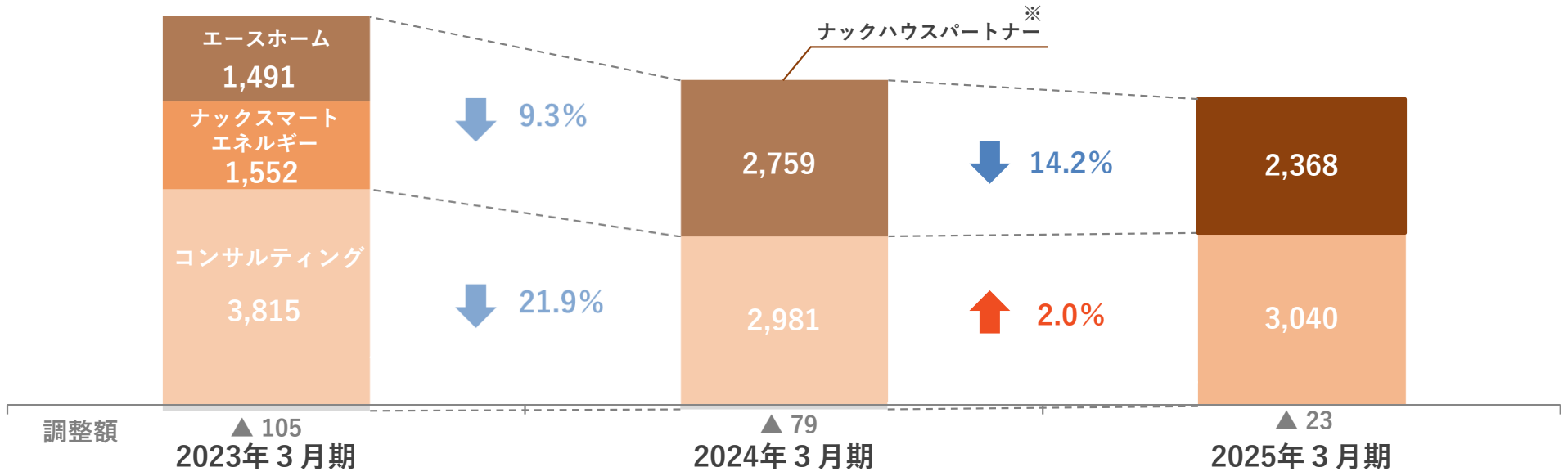
営業利益　コンサルティング部門での拠点統合や納品物のデータ化等、費用の効率化が寄与し前期比で増加

（百万円）

	2023年３月期	2024年３月期	2025年３月期
売上高	6,754	5,661	5,385
営業利益	847	28	401

※エースホーム㈱がナックスマートエネルギー㈱を吸収合併して社名変更（2023年４月１日）

売上高推移



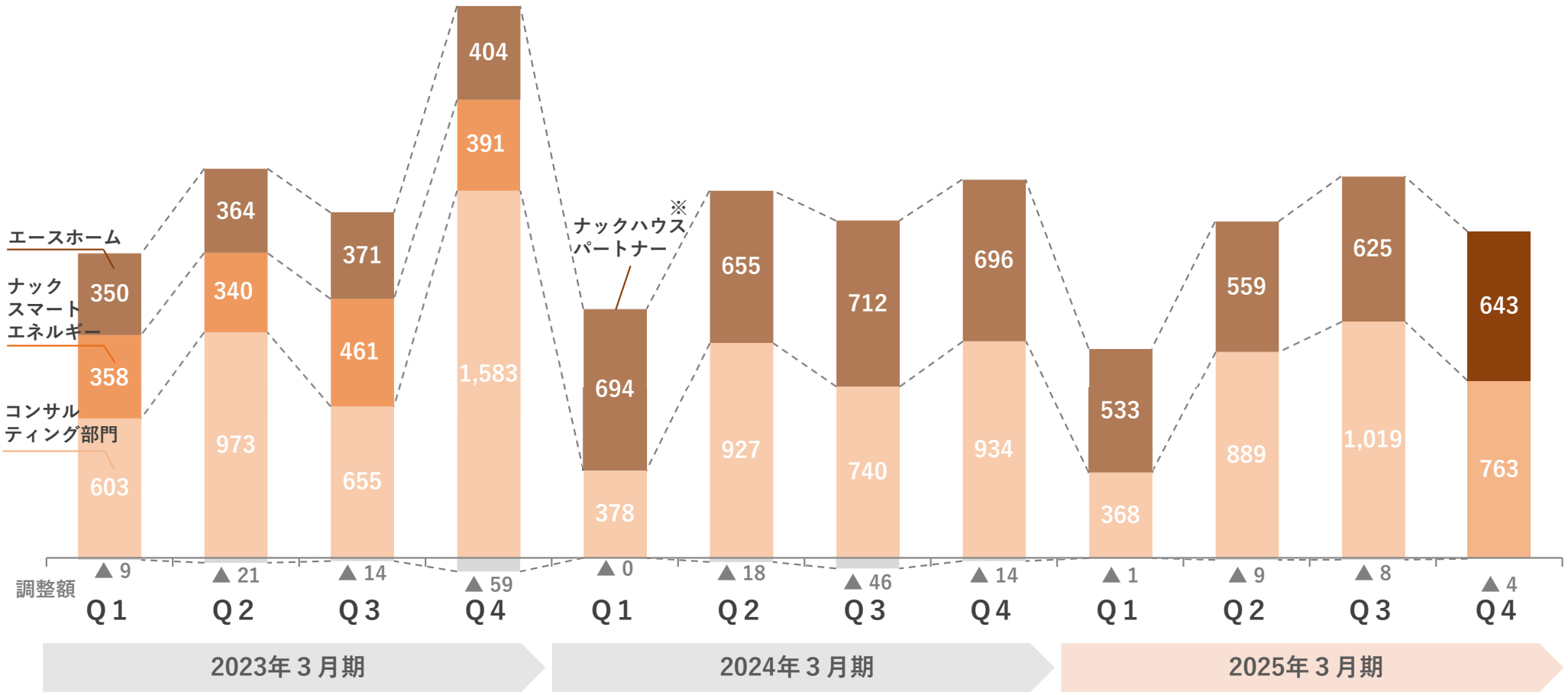
◆調整額：主にセグメント内の売上高

2-3b 建築コンサルティング事業　売上高／営業利益の四半期推移

	2023年３月期				2024年３月期				2025年３月期			
	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２	Q３	Q４
売上高	1,302	1,657	1,474	2,319	1,073	1,563	1,406	1,617	907	1,438	1,636	1,402
営業利益	▲193	134	10	895	▲295	91	▲43	276	▲277	212	350	116

※　エースホーム㈱がナックスマートエネルギー㈱を吸収合併し社名変更（2023年４月１日）（百万円）

売上高四半期推移



◆調整額：主にセグメント内の売上高

2-3c 建築コンサルティング事業　第55期以降の重点施策

コンサルティング部門

- 既存ターゲットである小規模工務店の経営状況が悪化する中、「人的資源」の課題解決を目的としたソリューションを開発・販促することで、上位層へアプローチ
- AIやDXを積極的に活用した商品開発や顧客サポート

ナックハウスパートナー

- 社内両事業部、コンサルティング事業部とのシナジーを発揮し省エネ関連商材の受注比率向上やノウハウ商品の受注強化
- 自社施工の強みを活かし、ワンストップサービス強化による差別化の推進

Think Tank For Construction NAC

コンサルティング部門

▸ 住宅ネットワーク事業

×

▸ スマートエネルギー事業

NAC HAUS Partner

02　セグメント別業績

2-4. 住宅事業

2-4a 住宅事業　売上高および営業利益推移

売上高

- ケイディアイ：仕入物件の売却が順調に進んだことで前期比で増加
- ジェイウッド：建売住宅の売却が進んだことで前期比で増加
- 秀和住研／秀和：2024年６月より新たに連結したことで住宅事業の売上高増加に貢献

営業利益

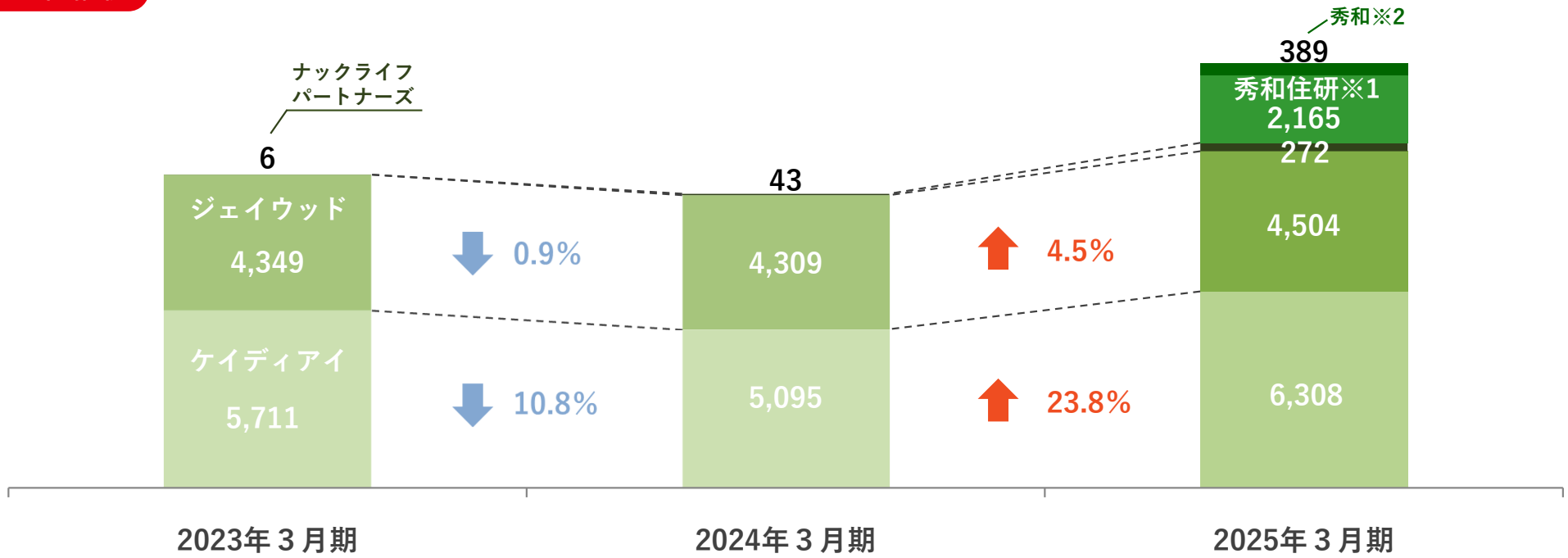
- ㈱ケイディアイの売上高増加に加え、㈱秀和住研の収益が加わったことで前期比で大幅に増加
- ㈱ジェイウッドは運営の効率化による販管費縮小が寄与し、損失計上の前期から利益計上に転換

（百万円）

	2023年３月期	2024年３月期	2025年３月期
売上高	10,067	9,448	13,640
営業利益	▲ 181	27	426

※1）M&Aにより子会社化（2024年6月より連結）　※2）秀和住研の完全子会社

売上高推移

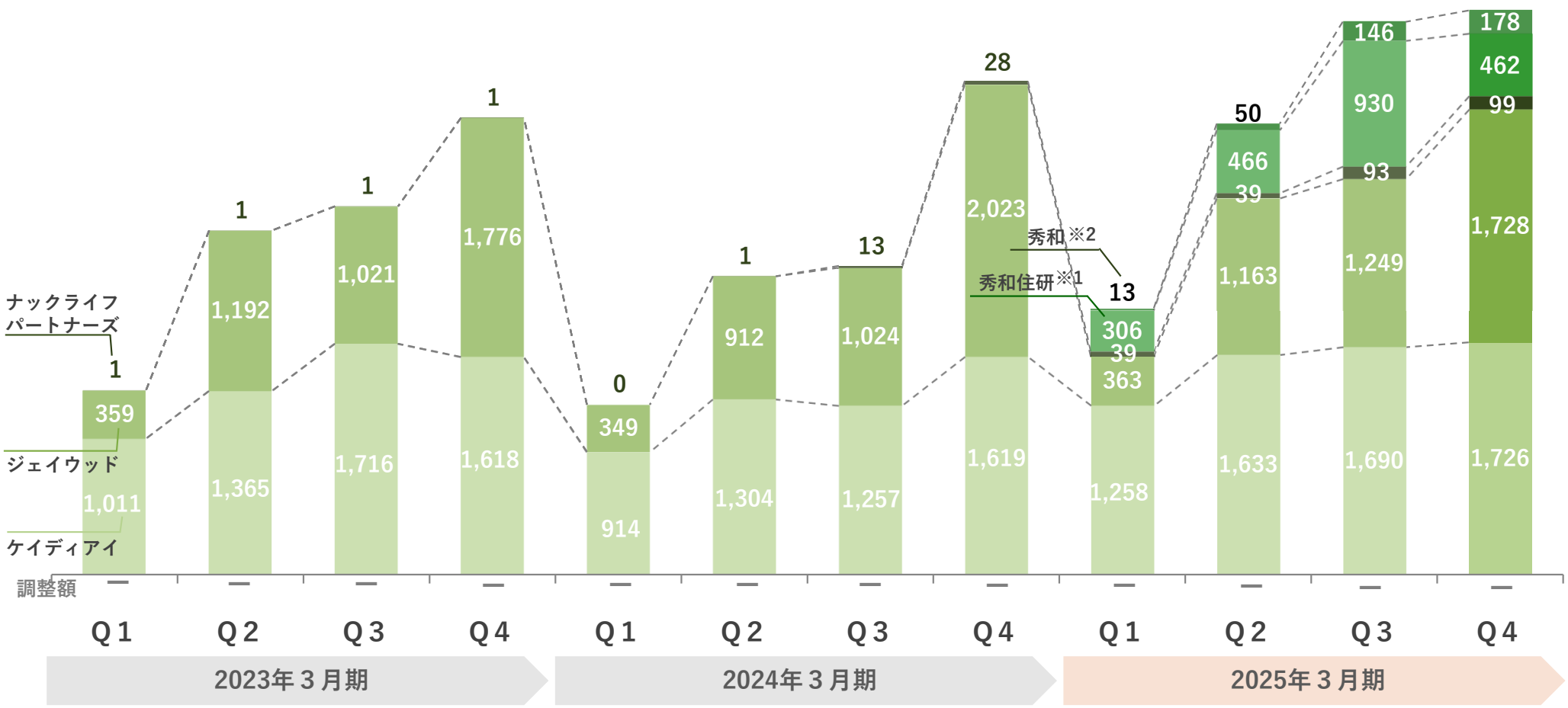


2-4b 住宅事業　売上高／営業利益の四半期推移

	2023年３月期				2024年３月期				2025年３月期			
	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２	Q３	Q４
売上高	1,371	2,559	2,739	3,396	1,264	2,217	2,295	3,670	1,981	3,353	4,109	4,196
営業利益	▲ 197	▲ 0	▲ 21	38	▲ 198	▲ 46	19	253	▲ 147	▲ 49	321	303

※1）M&Aにより子会社化（2024年6月より連結）　※2）秀和住研の完全子会社　（百万円）

売上高四半期推移



◆調整額：主にセグメント内の売上高

2-4c 住宅事業　第55期以降の重点施策

ケイディアイ

・都内23区の用地仕入を強化し売上増加を図る

ジェイウッド

・GX志向型住宅や平屋などラインナップの拡充
・投資家向けに小規模アパート建築の請負を展開

秀和住研 & 秀和

・青森・秋田に33棟展開するモデルハウスを活用
・高気密・高断熱の技術力を生かし顧客一人一人に合ったプランを提案

KDI-HOME
Kindness, Development, Integrity

株式会社ジェイウッド

人にやさしい住まい。
SHUWA
秀和住研

02　セグメント別業績

2-5. 美容・健康事業

2-5a 美容・健康事業　売上高および営業利益推移

売上高

- **JIMOS**：「MACCHIA LABEL」のファインバブルを活用した化粧水が主力に成長、「SINN PURETÉ」のヘアケアアイテムやフレグランスの好調も寄与し前期比で同水準（微増）
- **ベルエアー**：会員の高齢化に伴う退会増加により販売数が減少し前期比で減少
- **アップセール**：ヘアケア商品の供給不足による仕入不調を取扱商品のバリエーション拡充で補ったもののカバーできず、前期比で減少
- **トレミー**：主要顧客からの受注が減少したことが影響し、前期比で減少
- **TWS**：2024年3月より新たに連結、グループシナジーを発揮し売上拡大を図る

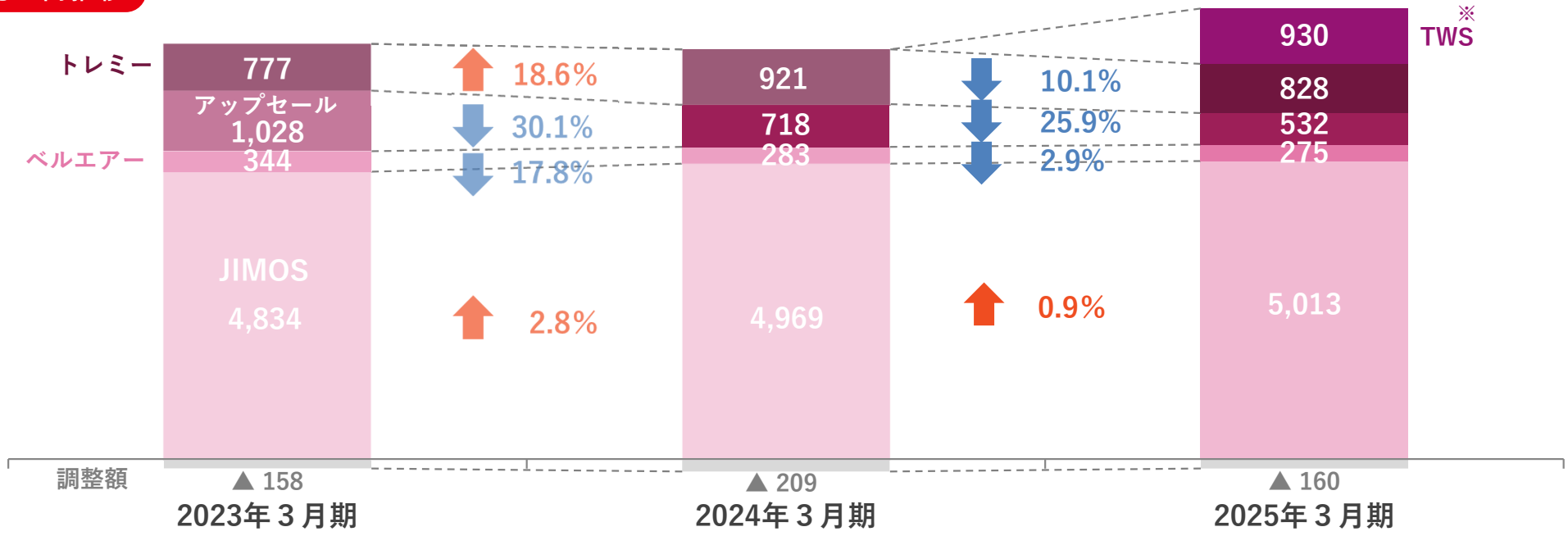
営業利益：㈱JIMOSでの売上高増加が寄与し前期比で増加

（百万円）

	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
売上高	6,826	6,684	7,420
営業利益	238	298	332

売上高推移

※TOMOEワインアンドスピリッツ株式会社：M&Aにより子会社化（2024年3月より連結）



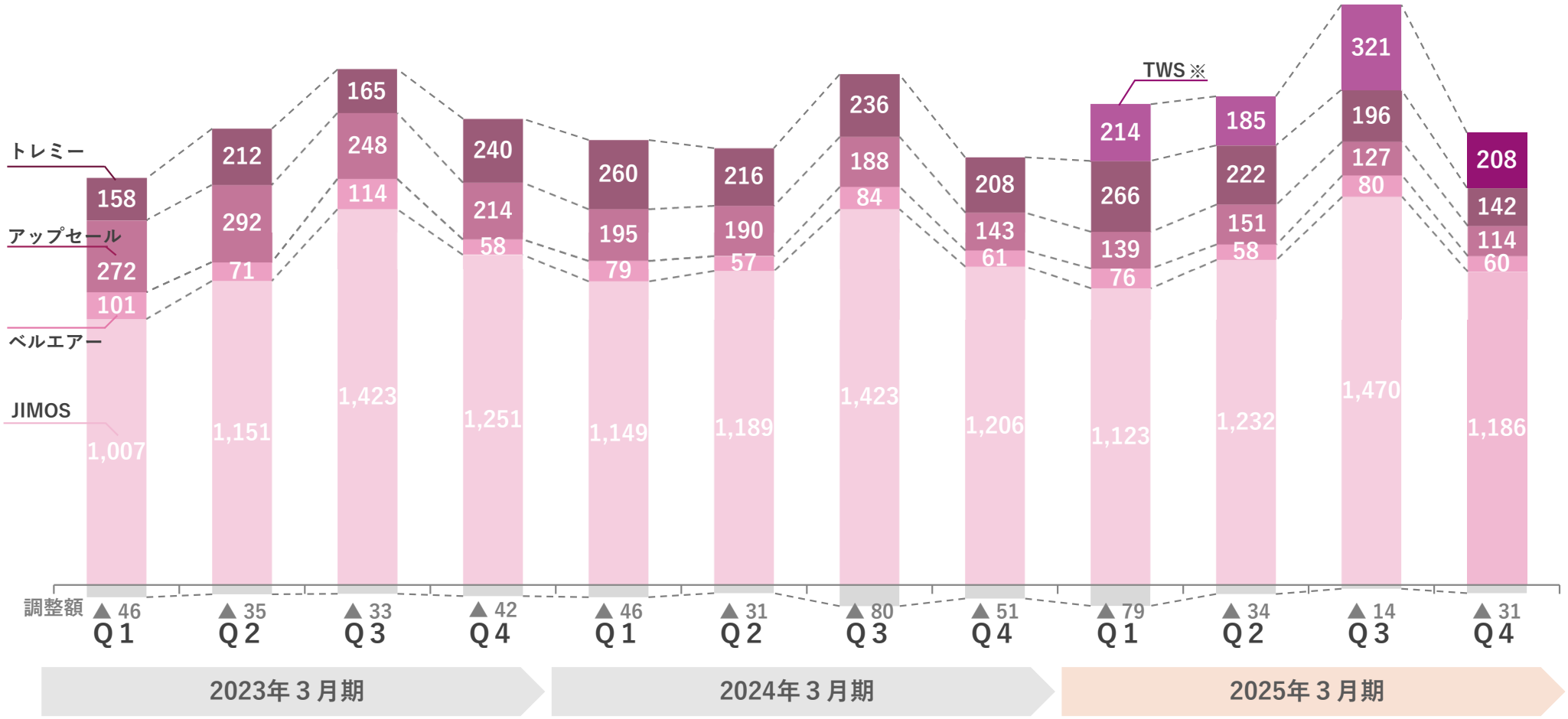
◆調整額：主にセグメント内の売上高

2-5b 美容・健康事業　売上高／営業利益の四半期推移

	2023年３月期				2024年３月期				2025年３月期			
	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２	Q３	Q４
売上高	1,493	1,691	1,919	1,722	1,638	1,622	1,853	1,569	1,740	1,816	2,182	1,680
営業利益	▲ 41	▲ 34	200	113	25	20	258	▲ 7	79	53	266	▲ 67

売上高四半期推移

※TOMOEワインアンドスピリッツ株式会社：M&Aにより子会社化（2024年3月より連結）　（百万円）



◆調整額：主にセグメント内の売上高

2-5c 美容・健康事業　第55期以降の重点施策

JIMOS

売上規模拡大のために積極的な投資を行い、各ブランド主要製品の強化やリニューアル、及び新規顧客獲得のための製品開発を行う

ベルエアー

美容系製品の販売やリニューアル製品の販促強化など会員サポート体制の充実を図りつつ、グループシナジーやOEM製品の受託など新たな事業領域にも着手

トレミー

・協力会社との連携を深化させ、フルフィルメントサービスへチャレンジ
・医薬部外品の開発スピードUPとオリジナル処方の蓄積で新規案件の獲得を図る

MACCHIA LABEL マキアレイベル

SINN PURETÉ natural & organics

ベルエアー

coyori

豆腐の盛田屋

UP SALE

jimos one to only one

TOREMY

02　セグメント別業績

2-6. 新たな取組み

2-6 新たな取り組み

Yesmart 事業	・韓国食品スーパー「Yesmart（イエスマート）」を展開 ・ナックグループ直営店として4店舗を運営中、中長期的に全国展開を目指す ・直営店だけでなく、加盟店展開も視野に入れ事業拡大を計画
TOMOE ワインアンド スピリッツ	従来のBtoBでの卸売販売に加え、グループ間シナジーを活かした 「ワインのサブスク」サービスやWEB販促を行いBtoC販売の拡大を図る
ナックライフ パートナーズ	中古品の買取を行う「買取大吉」事業のFC加盟店として全国に4店舗を展開

韓国食品 食材 Yesmart イエスマート

Tomoe Wine and spirits

買取大吉 KAITORI DAIKICHI

（ナックライフパートナーズ）

03　2026年３月期の業績予想

3-1 連結業績予想

- 2025年３月期に対し、増収減益の見込み
- 2025年３月期までに新規出店によって拡大した事業の投資回収を行うとともに、長期ビジョン達成のため、人的資本や新商品・新サービス、販促活動などの投資を予定
- 2026年３月期より、報告セグメントに「その他」を追加

（百万円）

	2026年３月期 予想	2025年３月期 実績	増減額
売上高	62,000	59,791	＋ 2,208
営業利益	2,900	3,007	▲ 107
経常利益	2,900	3,019	▲ 119
親会社株主に帰属する当期純利益	1,900	1,365	＋ 534
EPS	44.27円	31.82円	＋ 12.45円

3-2 連結業績予想：セグメント別売上高

（百万円）

	2026年３月期 予想	2025年３月期 実績	増減額
クリクラ事業	16,000	15,668	＋ 331
レンタル事業	18,000	17,850	＋ 149
建築コンサルティング事業	6,000	5,385	＋ 614
住宅事業	13,000	13,640	▲ 640
美容・健康事業	7,000	7,420	▲ 420
その他	2,000	—	—
消去調整他 （新規・M&A等を含む）	—	▲ 173	—
合計	62,000	59,791	＋ 2,208

※2026年3月期より、「その他」セグメントが追加されています。

3-3 連結業績予想：セグメント別営業利益

（百万円）

	2026年３月期 予想	2025年３月期 実績	増減額
クリクラ事業	1,700 (10.6%)	1,650 (10.5%)	+49 (+ 0.1pt)
レンタル事業	1,720 (9.6%)	1,552 (8.7%)	+ 167 (+ 0.9pt)
建築コンサルティング事業	350 (5.8%)	401 (7.5%)	▲ 51 (▲ 1.7pt)
住宅事業	250 (1.9%)	426 (3.1%)	▲ 176 (▲ 1.2pt)
美容・健康事業	230 (3.3%)	332 (4.5%)	▲ 102 (▲ 1.2pt)
その他	▲ 100 (—)	—	—
全社費用等 （新規・M&A等を含む）	▲ 1,250	▲ 1,355	+ 105
合計	2,900 (4.7%)	3,007 (5.0%)	▲ 107 (▲ 0.3pt)

※カッコ内の数値は売上高に対する営業利益率です。　※2026年3月期より、「その他」セグメントが追加されています。

04　配当

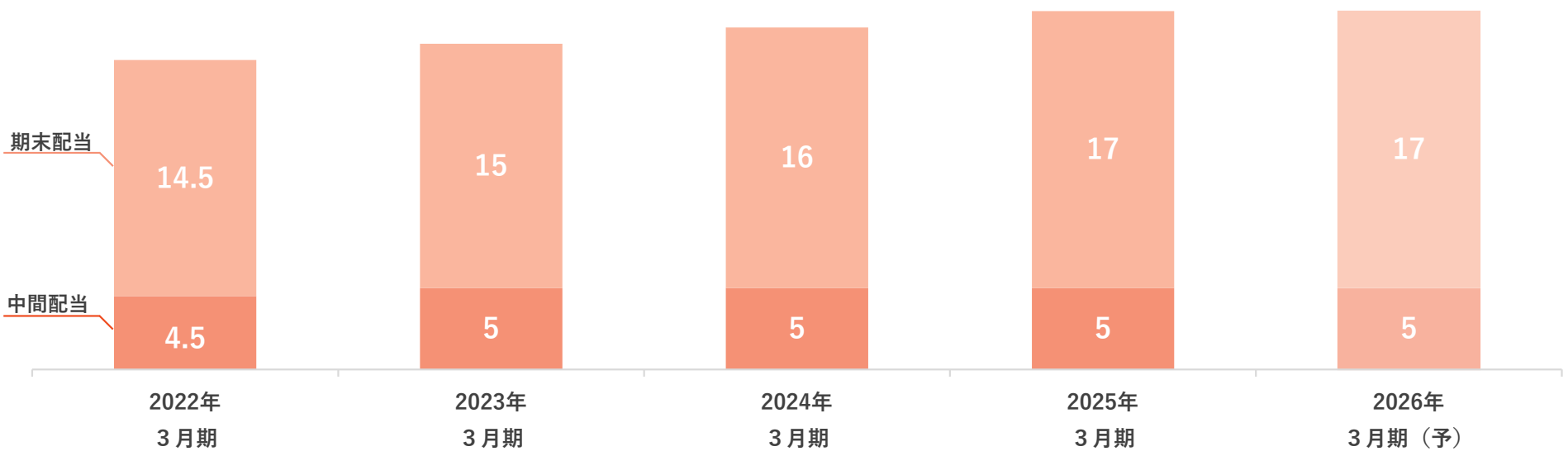
4-1 配当方針および配当実績、配当予想

配 当 方 針

連結純資産配当率（DOE）４％かつ配当性向100％以内

年間配当額※	19	20	21	22	22
純資産配当率(DOE)	3.9%	3.9%	4.0%	4.1%	—
配当性向	49.9%	44.9%	63.2%	69.1%	49.7%

※　2024年2月1日を効力発生日として、普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施。
1株当たりの配当金については、当該株式分割調整後の数値を記載しております。

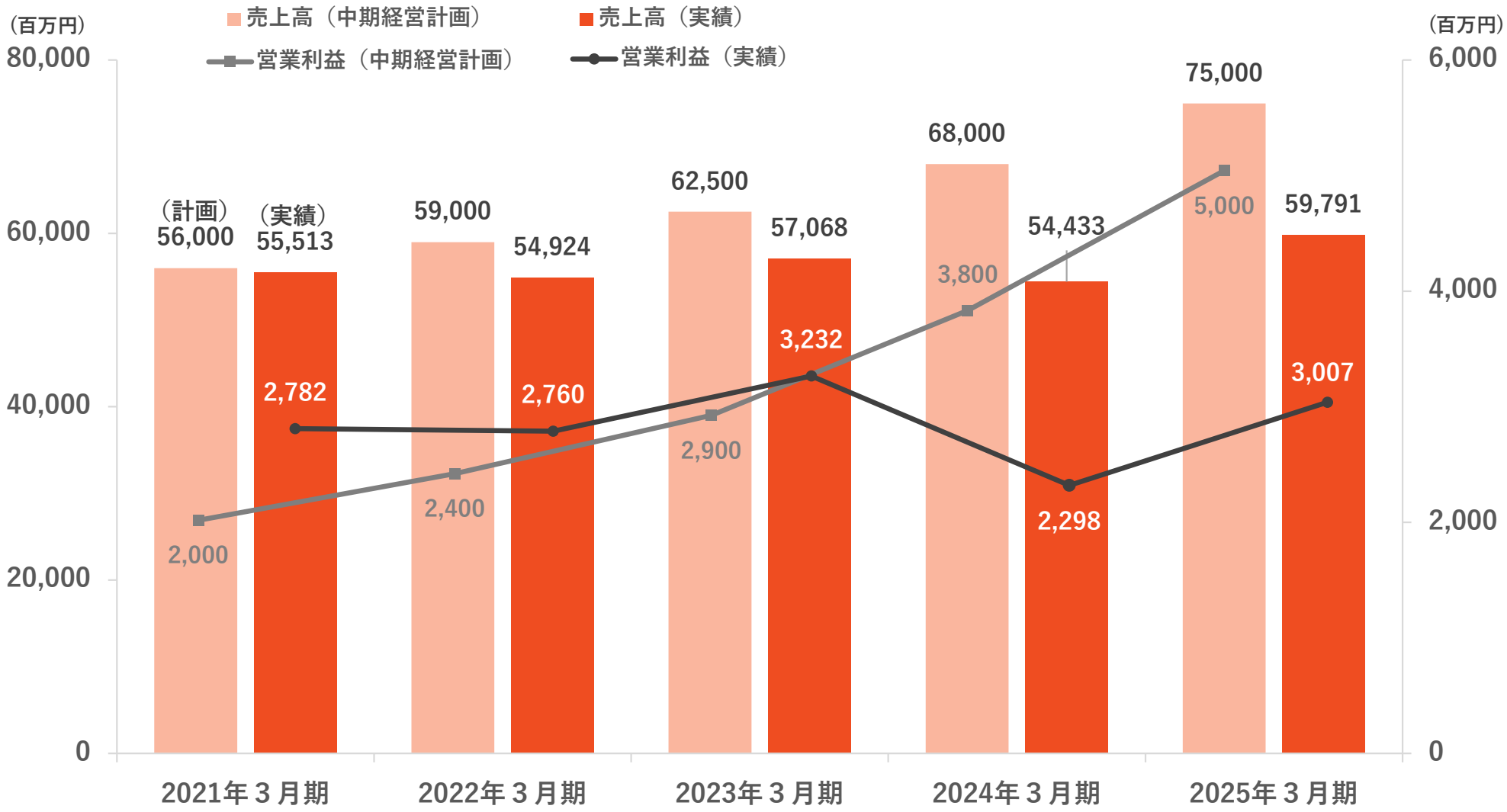


05　中期経営計画

（2021年3月期～2025年3月期）

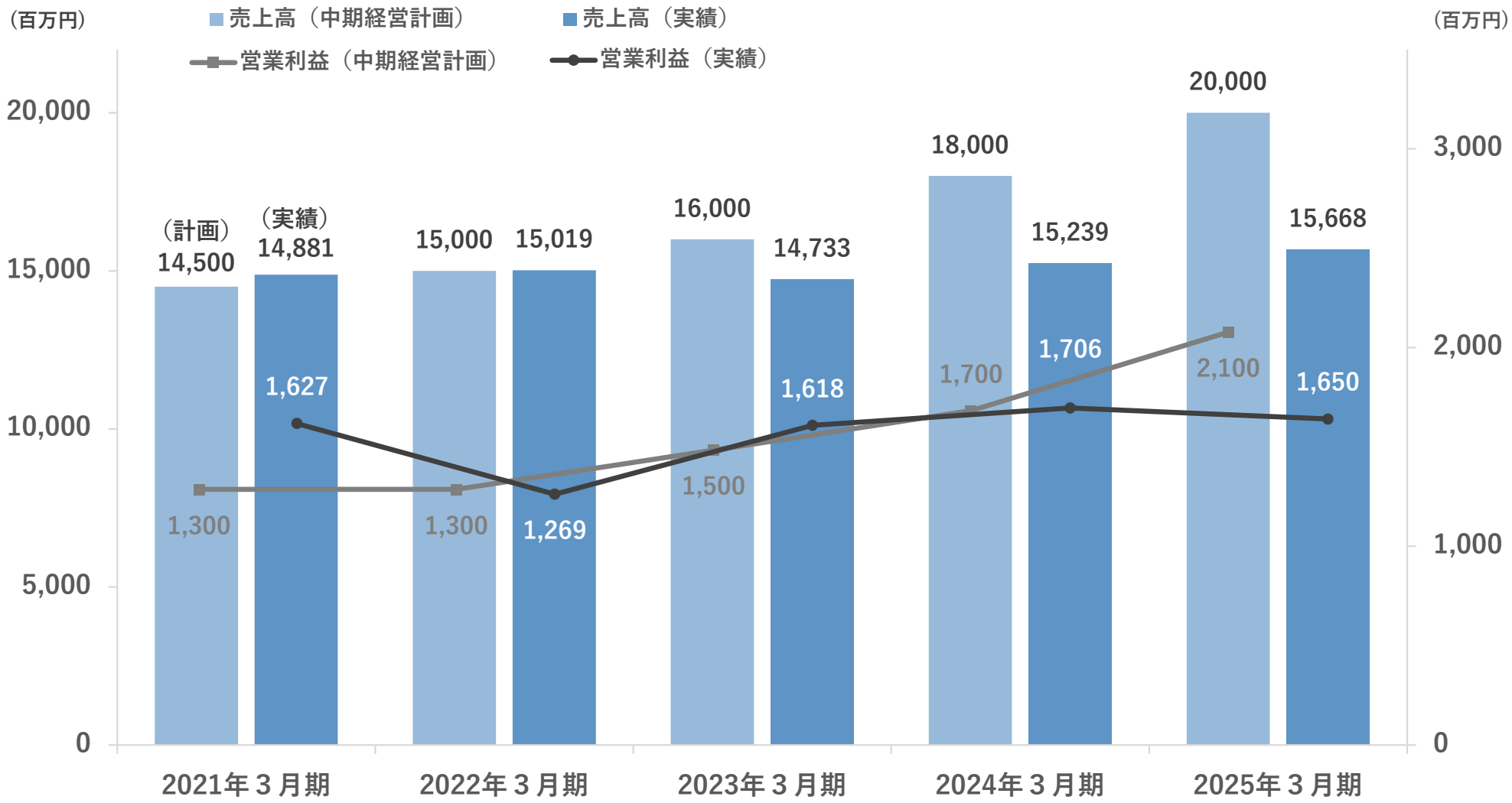
5-1 中期経営計画の状況

- 中期経営計画に対して減収減益で着地
- 2020年の計画策定時から、コロナウイルスの流行など大幅に事業環境が変化し当初の計画通りに事業を推進することができなかったことが要因



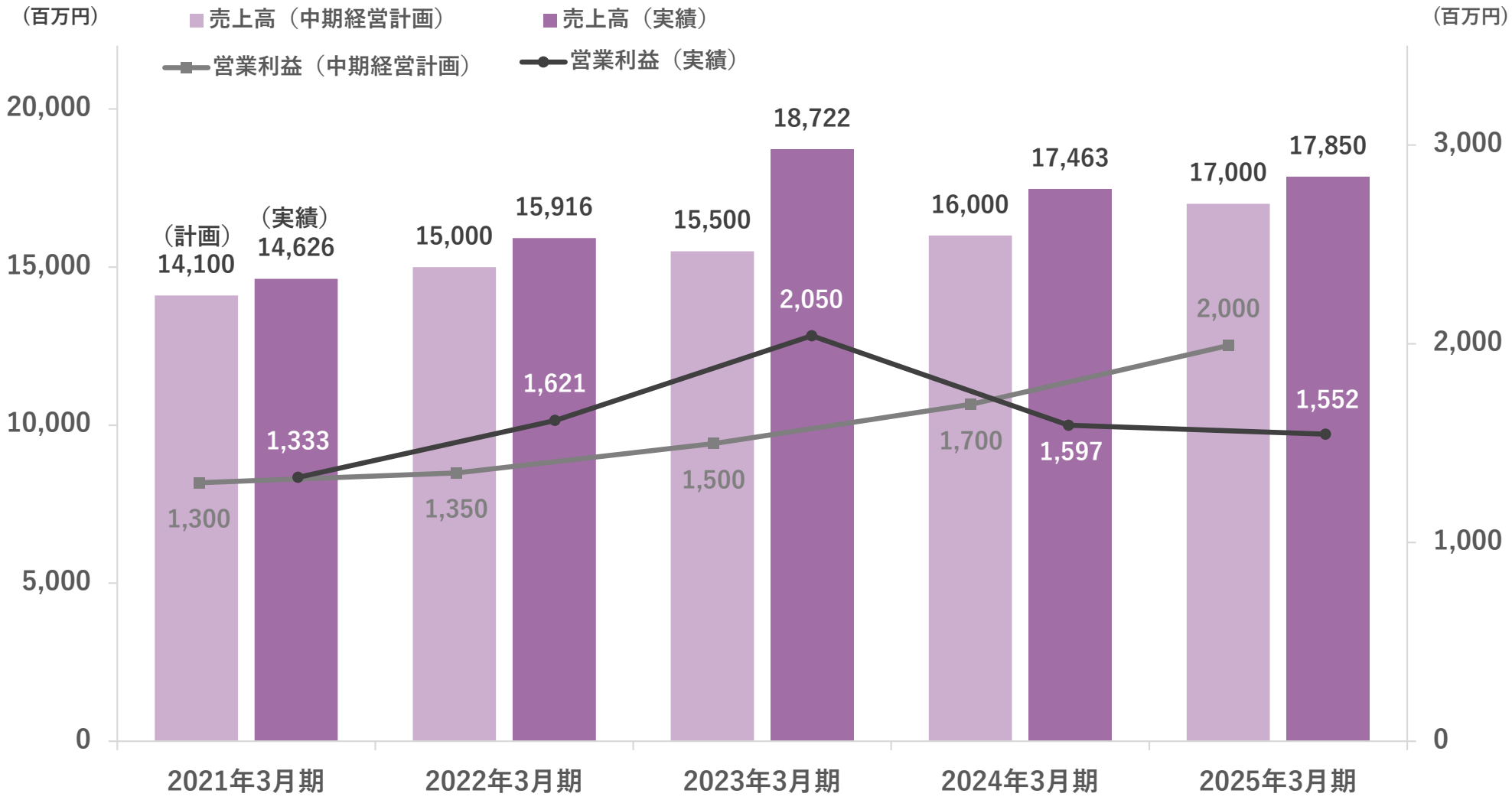
5-2 中期経営計画の状況（クリクラ事業）

- 前期比増収減益での着地
- 中期経営計画に対しては減収減益で着地



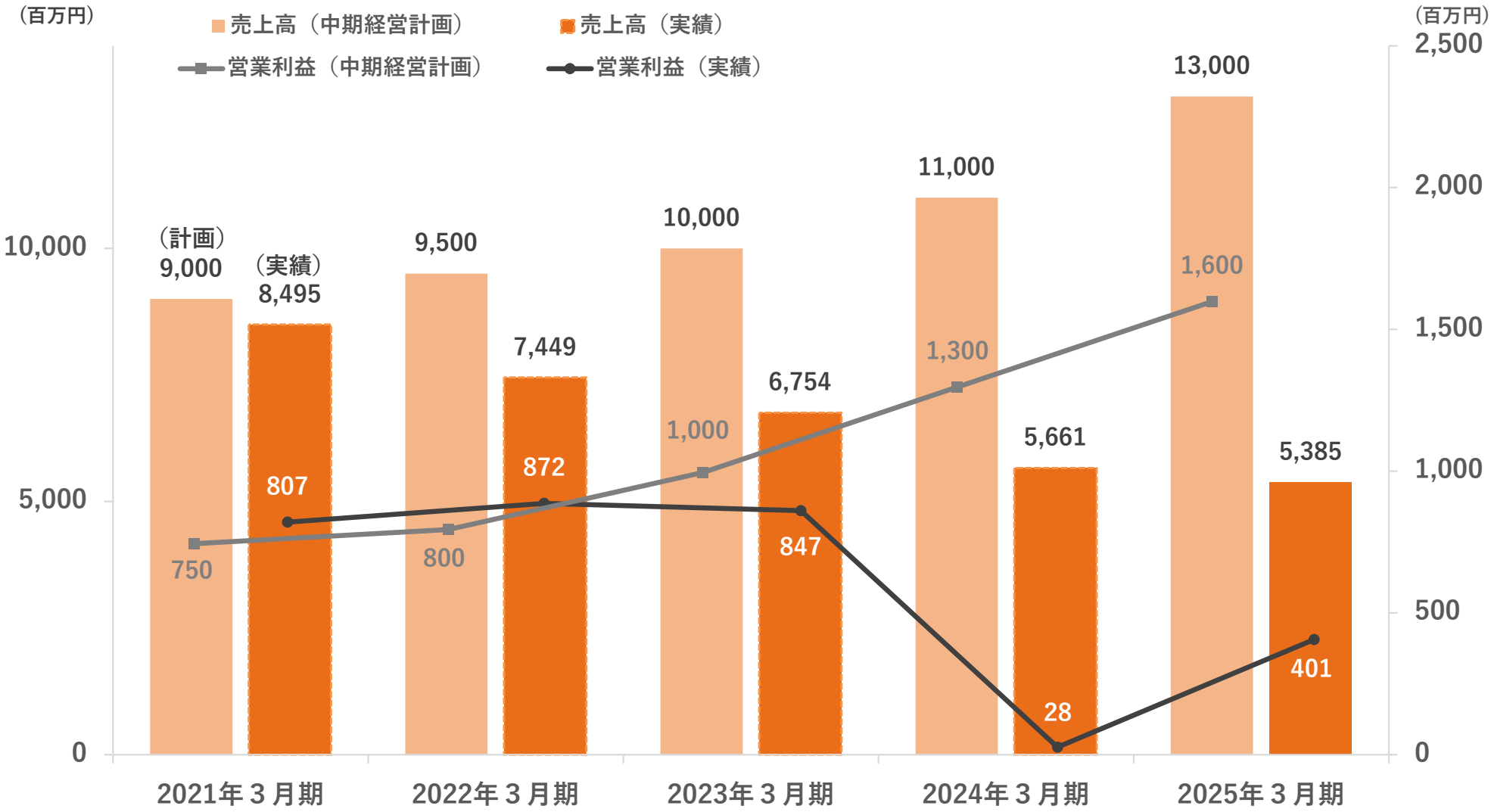
5-3 中期経営計画の状況（レンタル事業）

- 前期比増収減益で着地
- 中期経営計画に対しては増収減益で着地



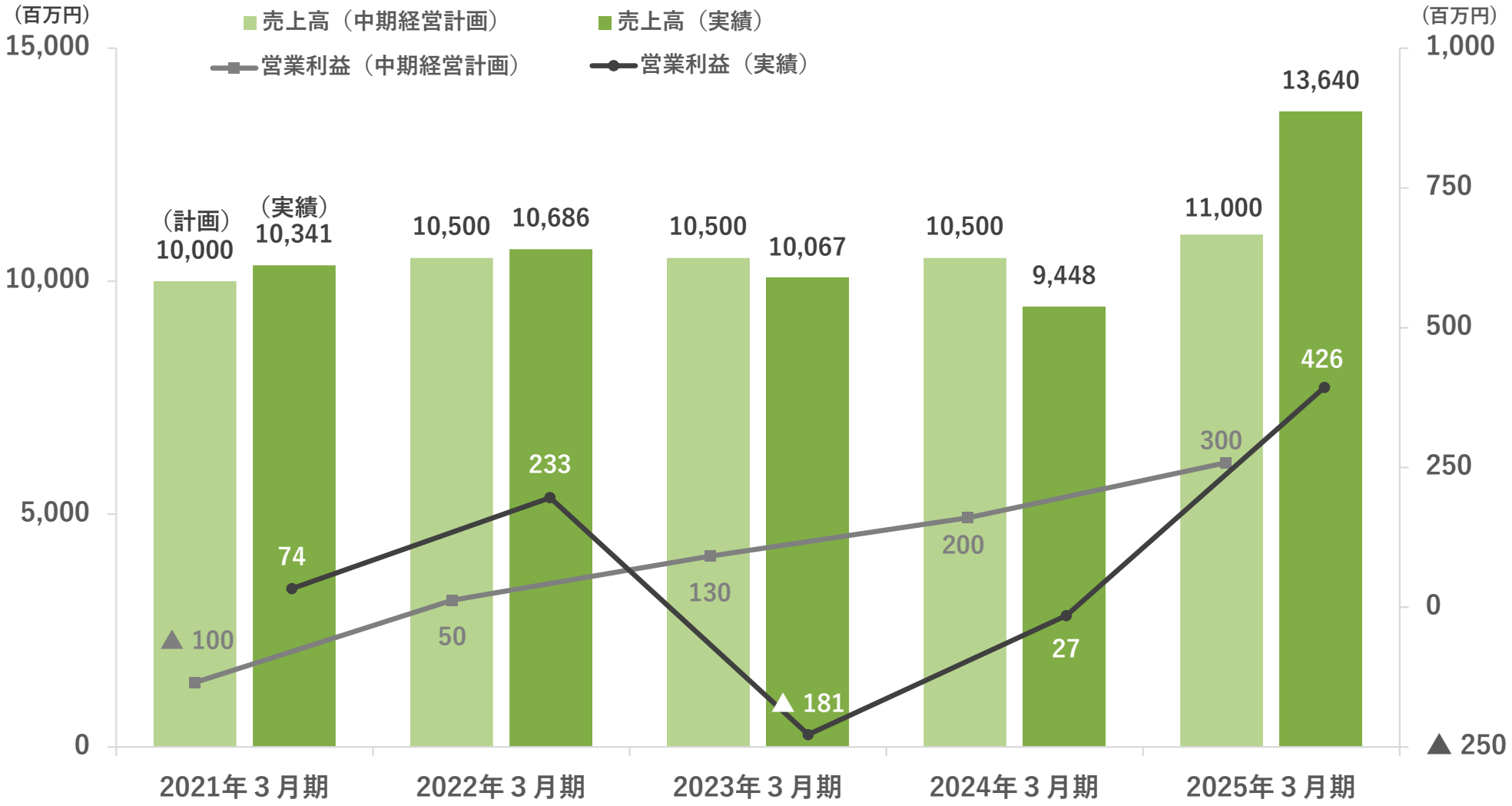
5-4 中期経営計画の状況（建築コンサルティング事業）

- 前期比減収増益で着地
- 中期経営計画に対しては大幅な減収減益で着地



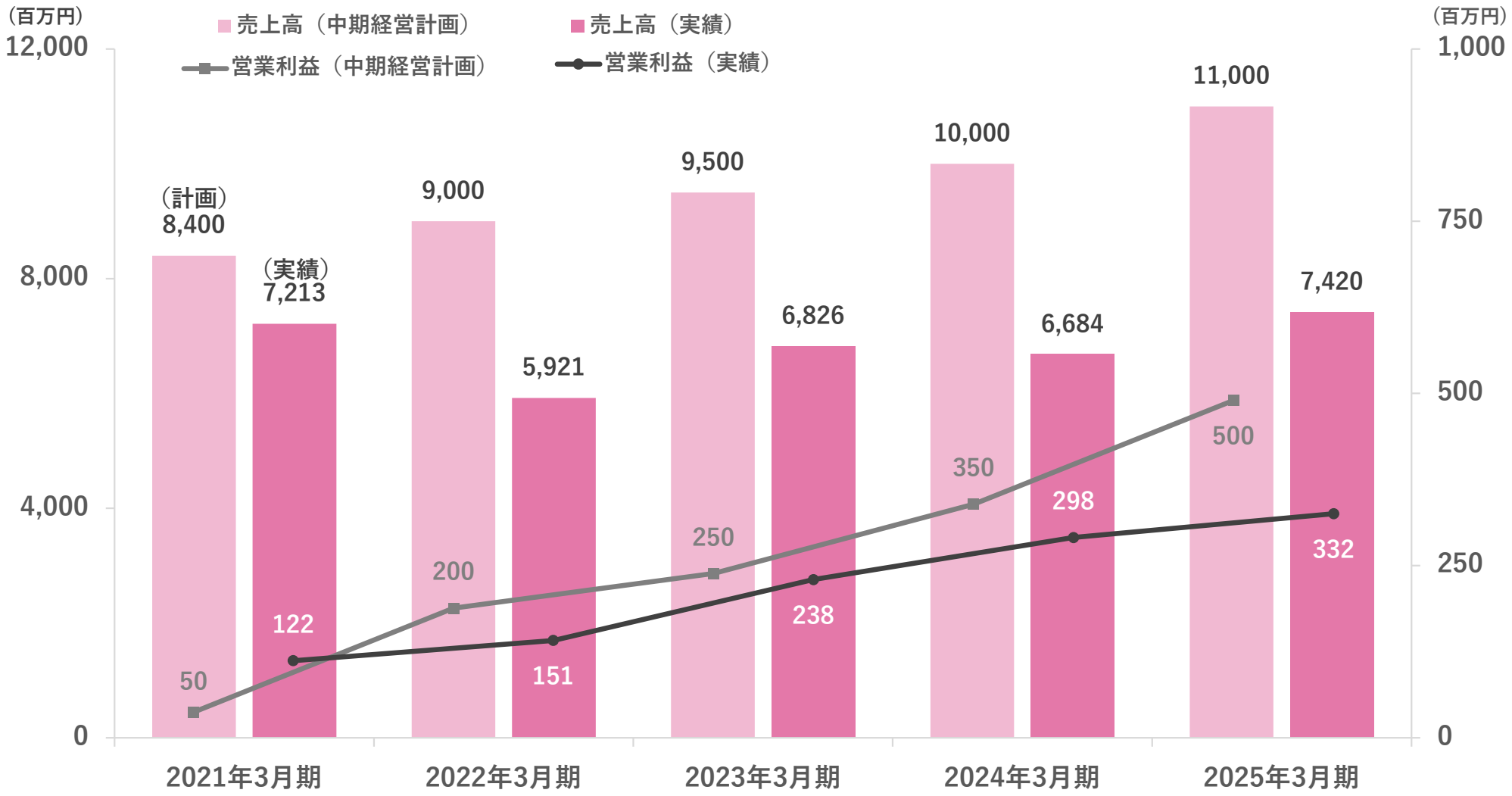
5-5 中期経営計画の状況（住宅事業）

- 前期比増収増益で着地
- 中期経営計画に対しては増収増益で着地



5-6 中期経営計画の状況（美容・健康事業）

- 前期比増収増益で着地
- 中期経営計画に対しては減収減益で着地



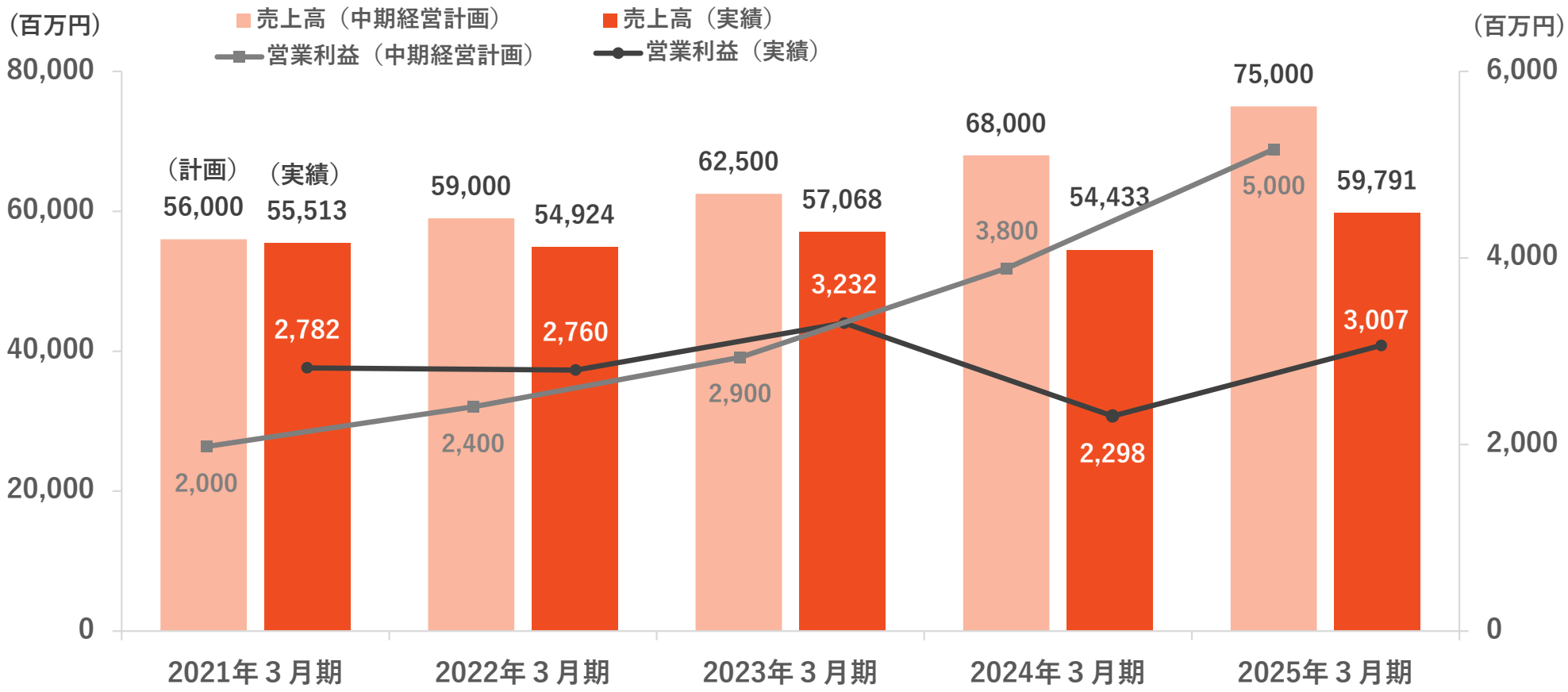
06　中期経営計画2028

6-1 前中計の振り返り

■ 3年目までは利益計画達成するも、4期目で計画未達の予算となった

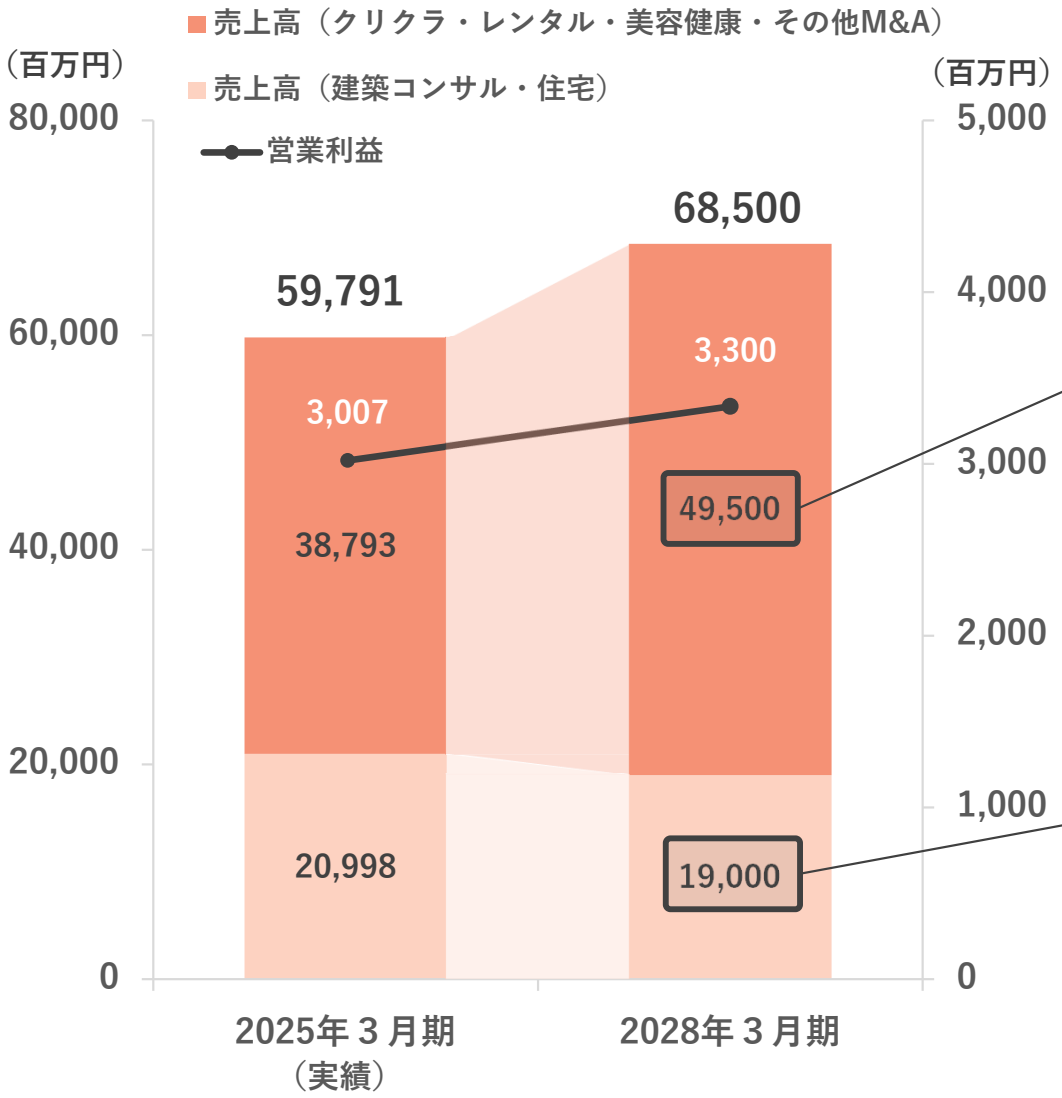
■ 2020年10月の中期経営計画公表後、急激かつ大きな外部環境変化があったことが主因。

■コロナの影響が想定していたより長期間にわたったことで、レンタル事業での新規出店および採用が想定通りに進まず。建築コンサルティング事業でも主要顧客である中小地場工務店の経営状況が悪化した。



6-2 連結業績計画

■本中計は長期ビジョン2035実現のための3ヶ年の投資フェーズの位置づけ。
そのため、売上の増加額に対して利益は横ばいで推移する計画。
具体的な投資内容は次ページ以降の重点施策・財務方針に記載。



■当社グループの顧客に対して定期的に商品サービスを提供するビジネスを中心に売上高を伸ばすべく積極的に投資を行う。

■長期ビジョン2035の実現に向けて商品サービスの拡充、営業エリアの拡大、顧客数の増加に資する施策をとる。

■市場環境が厳しい建築コンサルティング事業および住宅事業においては売上高を維持する施策をとる。

6-3 重点施策

■ 重点施策（1/2）

クリクラ

・「クリクラ」ブランドの明確な定義と浸透
・健康的で快適な生活をサポートするサービス業への転換
・新規顧客獲得を目的とした販売促進を強化
・ LTVの向上に資するCRMの深化

レンタル

・ダスキン事業、ウィズ事業における積極的な新規エリアへの出店
・出店強化したケアサービス事業の利益率向上
・ダスキン加盟店のM＆A
・IT投資による業務効率向上

コンサル

・新たな顧客層に向けたソリューションの提供
・魅力的な住宅FC加盟メニューの開発
・アライアンスによる顧客開拓の推進

6-3 重点施策

■ 重点施策（2/2）

住宅

・分譲住宅事業では用地仕入のための情報収集に注力
・金利上昇など、需要が増えるタイミングに備えた人材育成
・より柔軟な原価管理を実現する仕入制度の構築

美容・健康

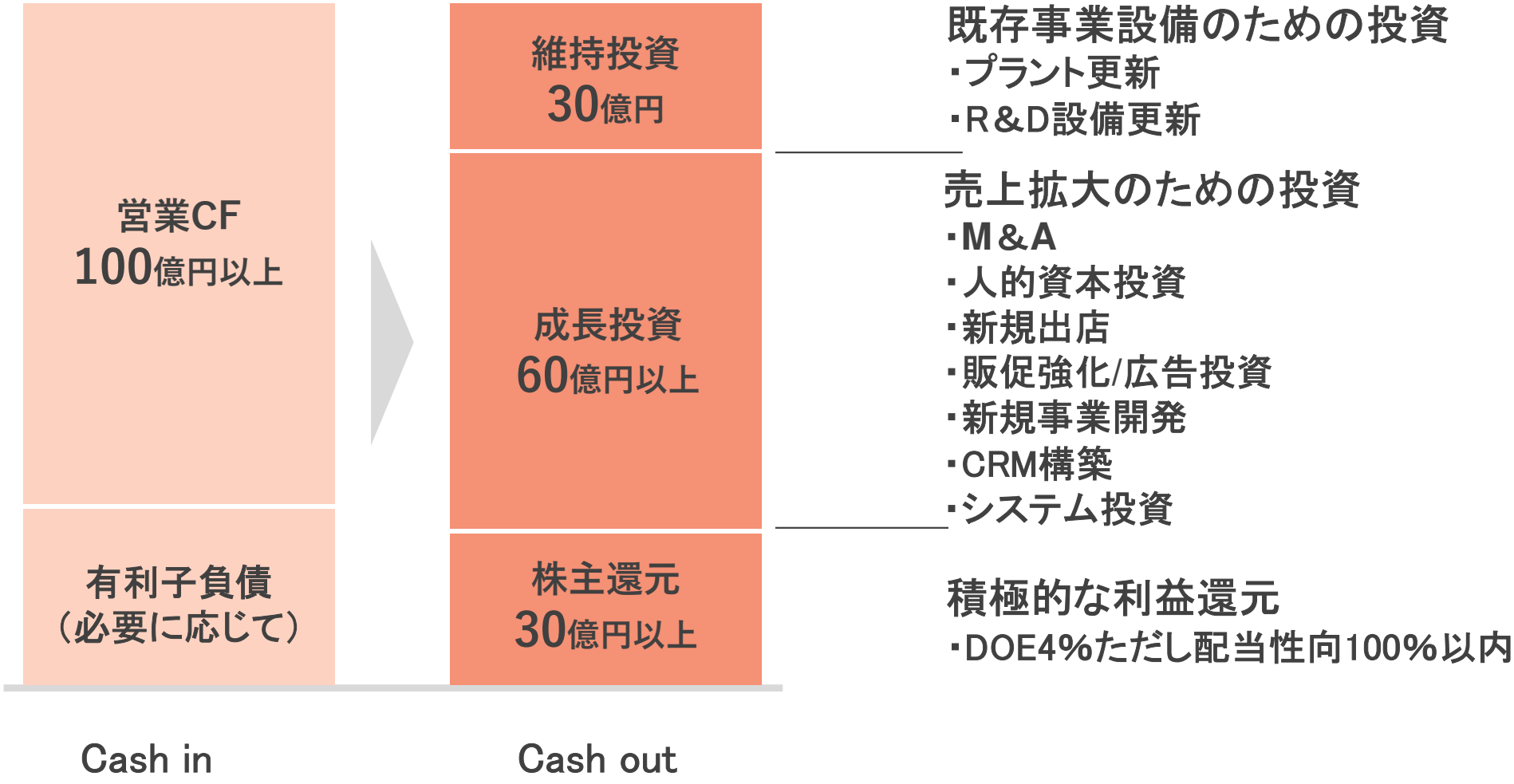
・積極的な広告投資による売上高拡大
・化粧品OEM事業における新規顧客開拓
・競争力、価値ある新商品開発

全社

・既存事業の枠にとらわれない新規事業開発、M&A
・従業員のエンゲージメントを高める人的資本への投資
・グループ横断でのCRM構築

6-4 財務方針

■ 3ヵ年のキャッシュアロケーションは以下のとおり
■営業CFと有利子負債を原資として、既存事業運営に必要な投資のほか、
株主還元および成長に向けた投資を実行し、持続的な企業価値向上を図る



（参考）長期ビジョン2035

当社の価値創造プロセスにおける外部環境認識

生活課題

- 新しい生活様式やニーズの高まり
- 顧客ライフスタイルの変化
- IT化社会への対応

人口課題

- 少子高齢化による労働者人口の減少
- 人材の採用、育成、活用

環境課題

- 地球温暖化に伴う自然災害の増大
- 資源の枯渇

詳細は当社HPの価値創造プロセス（https://www.nacoo.com/sustainability/process/）をご覧ください

6-6 長期ビジョン策定に至った背景

2020年10月の中期経営計画公表後、急激かつ大きな外部環境変化があり、
これらへの対応が必要であるとともに、プライム市場の上場維持基準が未達成であること、
長期間に渡ってPBRも１倍前後であることも課題となっている

現状認識

上場維持基準

一日平均売買代金の項目が未達成（2023年時点）

PBR株価純資産倍率

長期に渡ってPBR１倍前後

株価

分割前まで長期に渡り
400円台を推移

×

出来高

３月に増加する他は
年間通じて低水準

PER株価収益率

長期に渡り大きな
変動がない

×

ROE自己資本利益率

資本コストは上回り
概ね６～８％を推移

課題取組

会社認知度向上

ブランド名に対し
社名の認知度が
低いことへの対応

IR・株主還元の取組み

株主ニーズに即した
施策の実施

業績の向上・拡大

実行可能で魅力ある
成長戦略の策定が必要

長期ビジョンの必要性

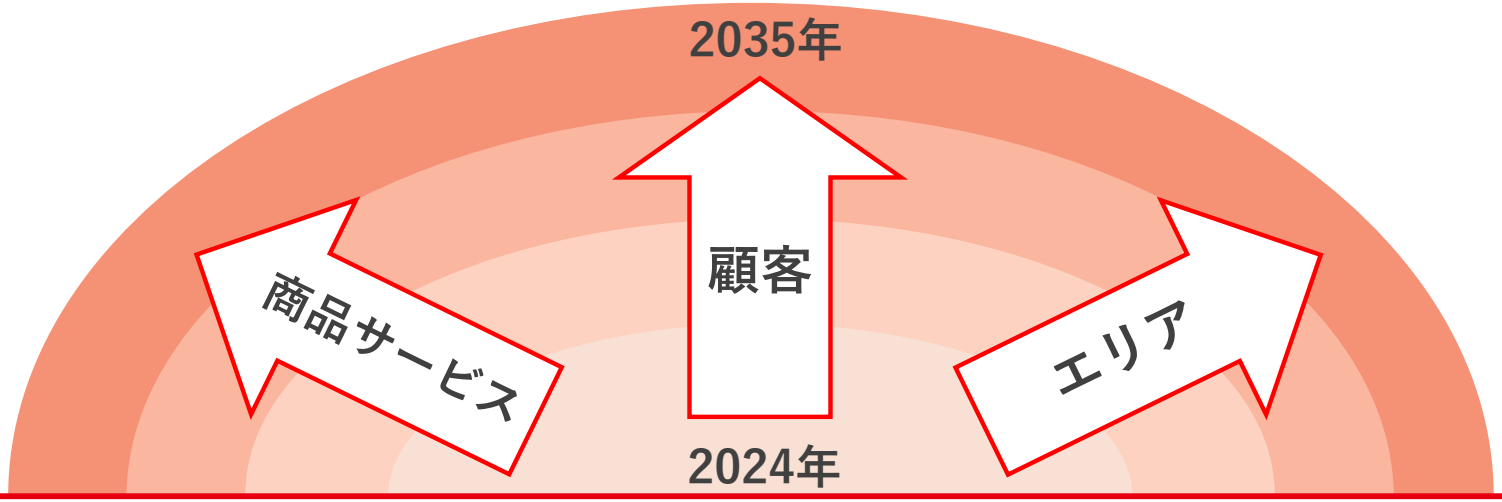
ナックとしての長期ビジョンを策定し、最適な投資実行、最適な事業ポートフォリオの構築を進める
急激な外部環境変化にも、長期ビジョンをもとに対応することで実効性ある施策を実施する

2035年に目指すナックグループの姿

ラストワンマイルを最大限に活用してLTV最大化

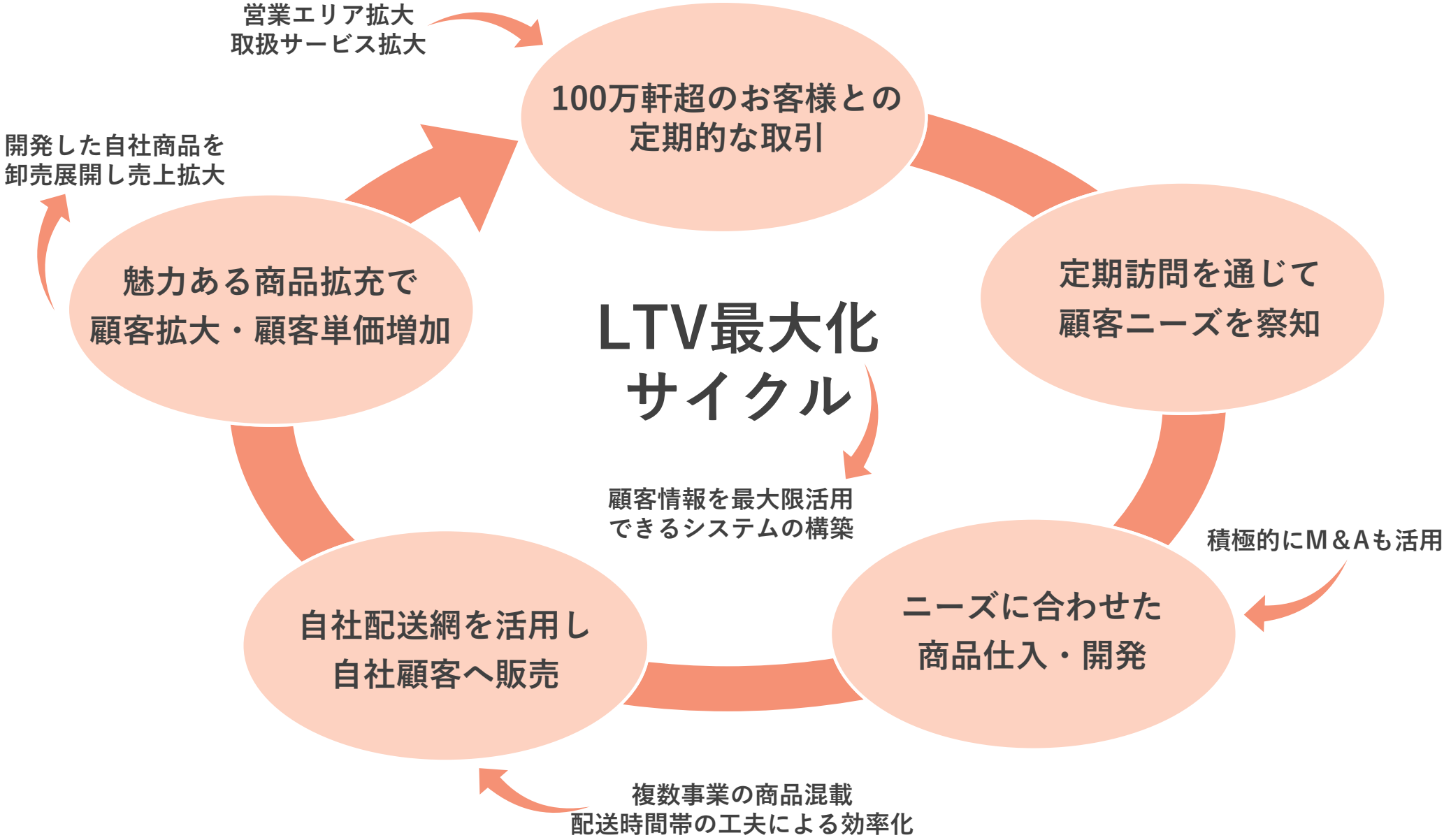
～もっと暮らしに寄り添うナック～

- 顧客への商品・サービスの拡充
- 新たな顧客層・エリア（海外含む）の開拓
- 暮らしのお困りごとを解決するビジネスモデルの構築
- ミリオンカスタマーに向けたサービスモデル構築



6-7 2035年に目指す姿と実現に向けた戦略

≪LTVを最大化させるサイクル≫

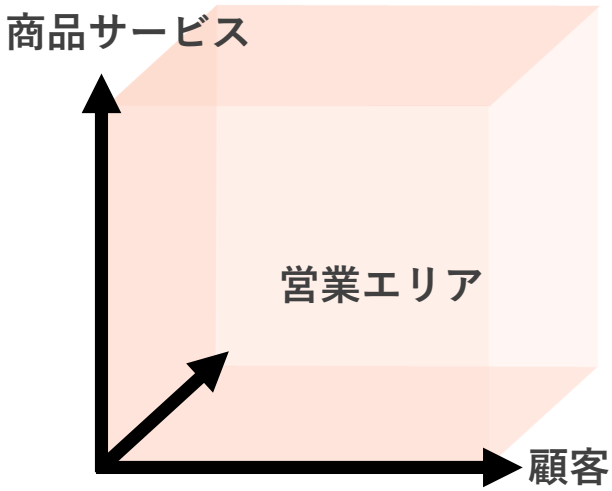


6-7 2035年に目指す姿と実現に向けた戦略

≪長期ビジョン達成に向けたアプローチ≫

2024/3期

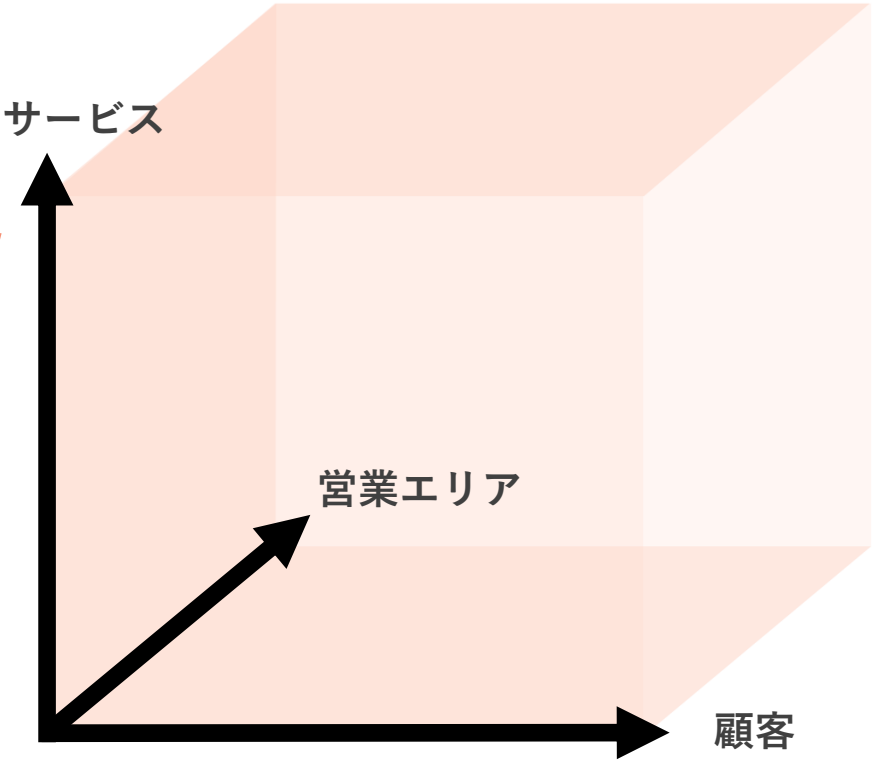
売上高544億円
営業利益率4.2%



- 顧客数増加
- 商品サービス拡充
- M＆Aの積極推進
  （新たな事業領域含む）
- 配送モデル改革
- LTV最大化
- 人的資本への投資
- DX戦略の推進

2035/3期

売上高1,000億円
営業利益率8%



中期経営計画を推進し、長期目標の達成を目指す

07　会社概要

7-1 会社概要

（2025年3月末 時点）

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42階
設立	1971年 5 月20日
代表者	代表取締役社長　吉村　寛
連結子会社	**クリクラ** 株式会社クリクラ長崎（宅配水事業） 株式会社コンビボックス（宅配水事業および飲食関連事業等）※2024年12月27日に子会社化 **レンタル** 株式会社アーネスト（ビルメンテナンス事業） 株式会社キャンズ（原状回復工事事業） **コンサル** ナックハウスパートナー株式会社（住宅FC事業・省エネ関連部資材の施工と販売） **住　宅** 株式会社ジェイウッド（注文住宅の建築請負） 株式会社ケイディアイ（分譲・注文住宅） 株式会社ナックライフパートナーズ（金融・福利厚生） 株式会社秀和住研※2024年5月24日に子会社化 株式会社秀和※2024年5月24日に孫会社化 **美容健康** 株式会社 JIMOS（化粧品・健康食品の通販等） 株式会社ベルエアー（栄養補助食品、化粧品の製造販売） 株式会社トレミー （化粧品の開発・製造） 株式会社アップセール（化粧品・健康食品・医薬品の通販等）※2025年4月1日より㈱JIMOSに吸収合併されております。 TOMOEワインアンドスピリッツ株式会社（洋酒の輸入・販売）※2024年2月26日に子会社化/2024年9月に社名変更
従業員数（正社員）	連結 1,717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	46,613,500 株（一単元：100株）
株主数	29,859 名（自己名義株式を除く総株主数）

7-2 ナックグループのあゆみ

美容健康

2013年
㈱ＪＩＭＯＳ株式取得
美容健康事業開始

2016年
㈱ベルエアー
株式取得

2021年
㈱トレミー株式取得
㈱アップセール設立

2024年
巴ワイン・アンド・スピリッツ㈱
株式取得
9月
TOMOEワインアンドスピリッツ㈱
に社名変更

住宅

2002年
住宅事業開始

2012年
㈱ナックライフ
パートナーズ
設立

2013年
㈱ジェイウッド
株式取得

2016年
㈱ケイディアイ
株式取得

2020年
㈱レオハウス
株式譲渡

2021年
㈱ジェイウッド
㈱国木ハウスを吸収合併

2024年
㈱秀和住研
株式取得

クリクラ

2002年
クリクラ事業開始

2015年
埼玉県本庄市に
クリクラミュージアム新設

2023年
㈱クリクラ長崎設立

2024年
㈱コンビボックス
株式取得

コンサル

1992年
建築コンサルティング
事業開始

2015年
ナックスマートエネルギー㈱
株式取得

2020年
エースホーム㈱
株式取得

2023年
エースホーム㈱
ナックスマートエネルギー㈱を
吸収合併

ナックハウスパートナー㈱
に社名変更

レンタル

1971年
ダスキン事業開始

1988年
ウィズ事業開始

2012年
㈱アーネスト
株式取得

2023年
㈱キャンズ株式取得

1971年
東京都町田市に
株式会社ナックを設立

1979年
東京都新宿区に
本社移転

1995年
株式店頭公開

1997年
東京証券取引所
市場第二部上場

1999年
東京証券取引所
市場第一部昇格

2002年
経団連入会

2006年
資本金40億円
に増資

2010年
連結売上高
500億円達成

2018年
資本金6,729,493,750円
に増資

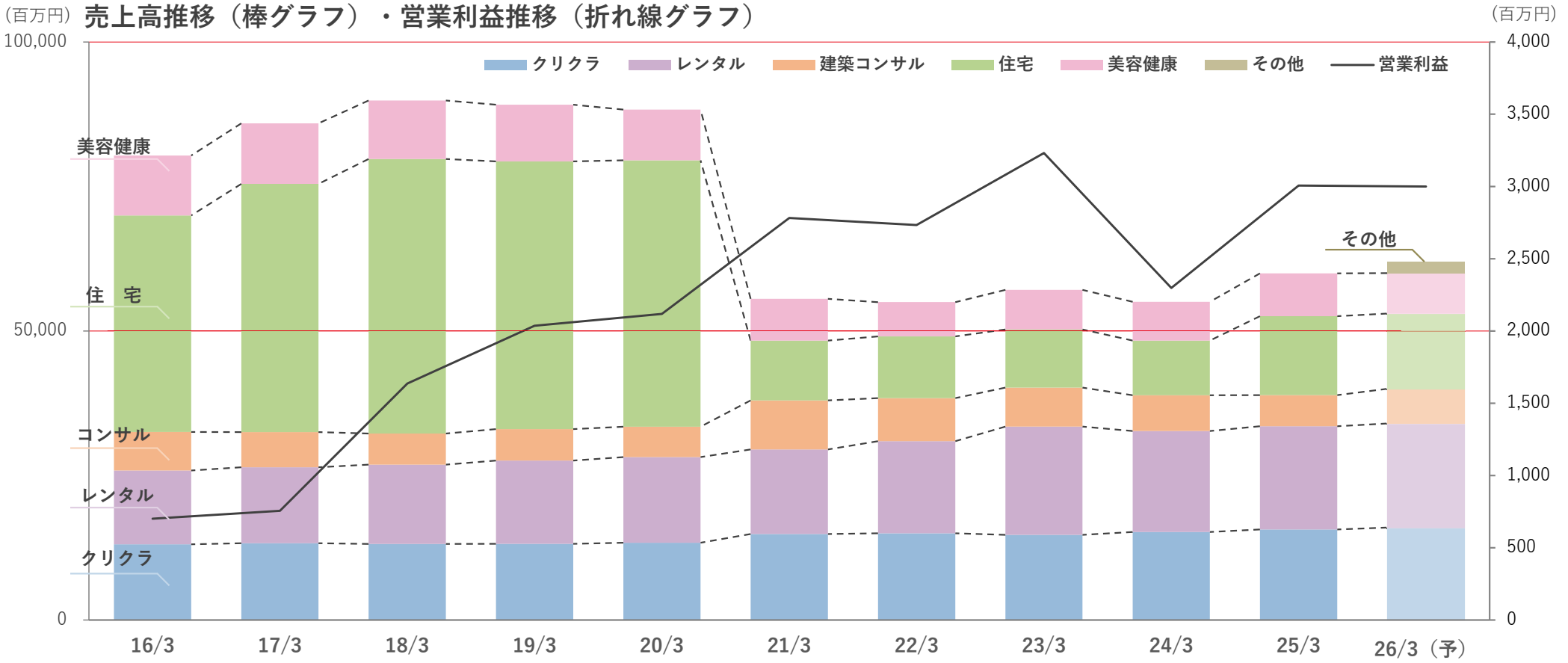
2021年
創業50周年

2022年
東京証券取引所
プライム市場に移行

7-3　ナックグループ業績（過去10期＋予想）

2016年3月期	2017年3月期	2018年3月期	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	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期(予)
80,302	85,901	89,818	89,111	88,222	55,513	54,924	57,068	54,433	59,791	62,000
701	756	1,637	2,037	2,118	2,782	2,760	3,232	2,298	3,007	2,900

レオハウス株式譲渡
により収益構造変化



7-4 事業紹介 クリクラ事業

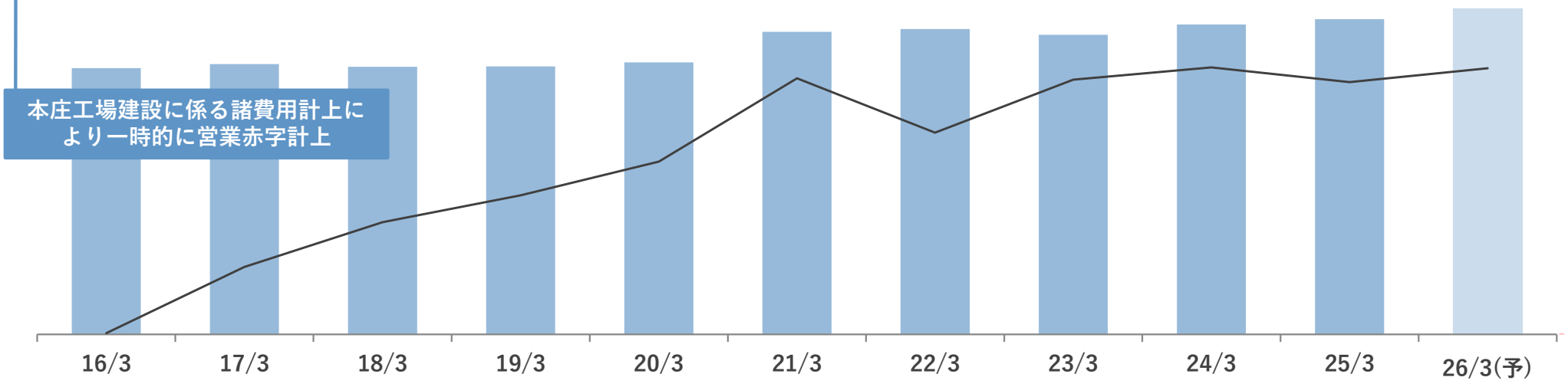
主な構成：㈱ナック クリクラ事業本部、㈱クリクラ長崎、 ㈱コンビボックス

- 宅配水「クリクラ」、浄水型ウォーターサーバー「feel free（フィールフリー）」、次亜塩素酸水溶液「ZiACO（ジアコ）」の製造・販売
- クリクラチェーンの本部を運営（加盟店全国約400社）
- 浄水型ウォーターサーバー「feel free」**コスパの良さ/お客様対応 第１位**
  （2025年 GMO顧客満足度ランキング 浄水型ウォーターサーバー コスパの良さ（月額料金の安さ）/お客様対応（サポート） 第1位）
- **業界初**のecoマークを取得、**業界初**の研究開発専門センター設立
- 2023年４月　㈱クリクラ長崎を子会社化（屋号「クリクラ九十九」）
- 2024年12月　㈱コンビボックスを子会社化（屋号「クリクラノースランド」）

（百万円）

	16/3	17/3	18/3	19/3	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3	26/3(予)
売上高	13,095	13,293	13,158	13,179	13,375	14,881	15,019	14,733	15,239	15,668	16,000
営業利益	▲ 201	274	596	788	1,030	1,627	1,269	1,618	1,706	1,650	1,700

売上高推移（棒グラフ）・営業利益推移（折れ線グラフ）



7-5 事業紹介 レンタル事業

主な構成：㈱ナック ダスキン事業本部、ウィズ事業部、㈱アーネスト、㈱キャンズ

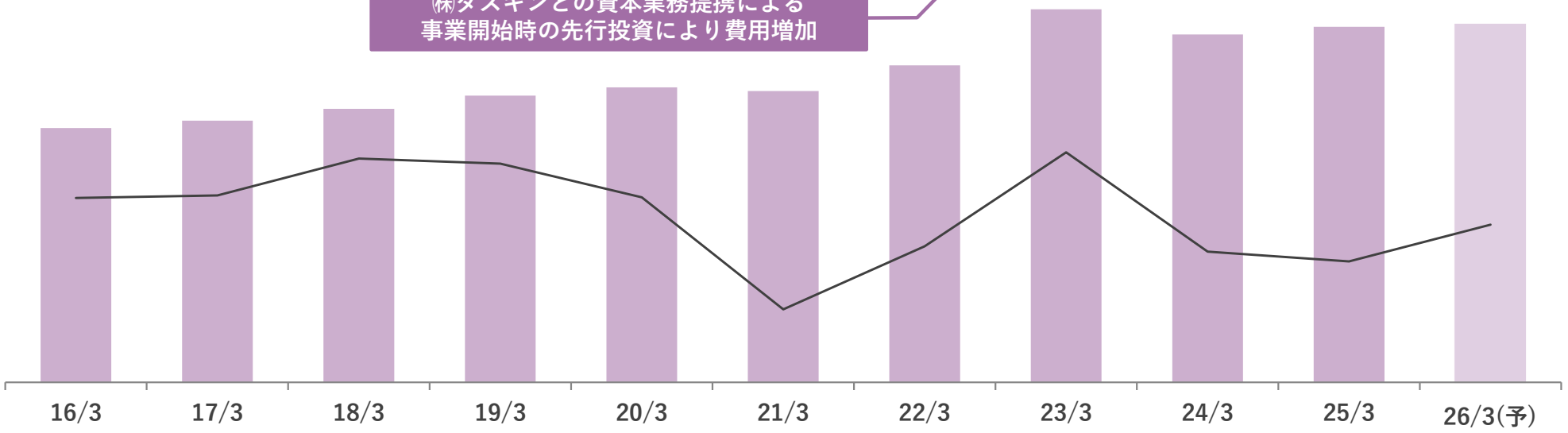
- ダストコントロール商品と害虫駆除器のレンタル・販売および定期清掃業務等
- ダスキンフランチャイズディーラー**売上No.１**（約1,900社中）
- **日本初**の厚生労働省承認飲食店向け害虫駆除器「with」
- 2012年３月　㈱アーネストを子会社化（ビルメンテナンス事業）
- 2018年８月　㈱ダスキンと資本業務提携契約を締結
- 2023年５月　㈱キャンズを子会社化（原状回復工事事業）

（百万円）

	16/3	17/3	18/3	19/3	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3	26/3(予)
売上高	12,765	13,135	13,727	14,394	14,808	14,626	15,916	18,722	17,463	17,850	18,000
営業利益	1,841	1,853	2,021	1,998	1,844	1,333	1,621	2,050	1,597	1,552	1,720

売上高推移（棒グラフ）・営業利益推移（折れ線グラフ）

㈱ダスキンとの資本業務提携による
事業開始時の先行投資により費用増加



7-6 事業紹介 建築コンサルティング事業

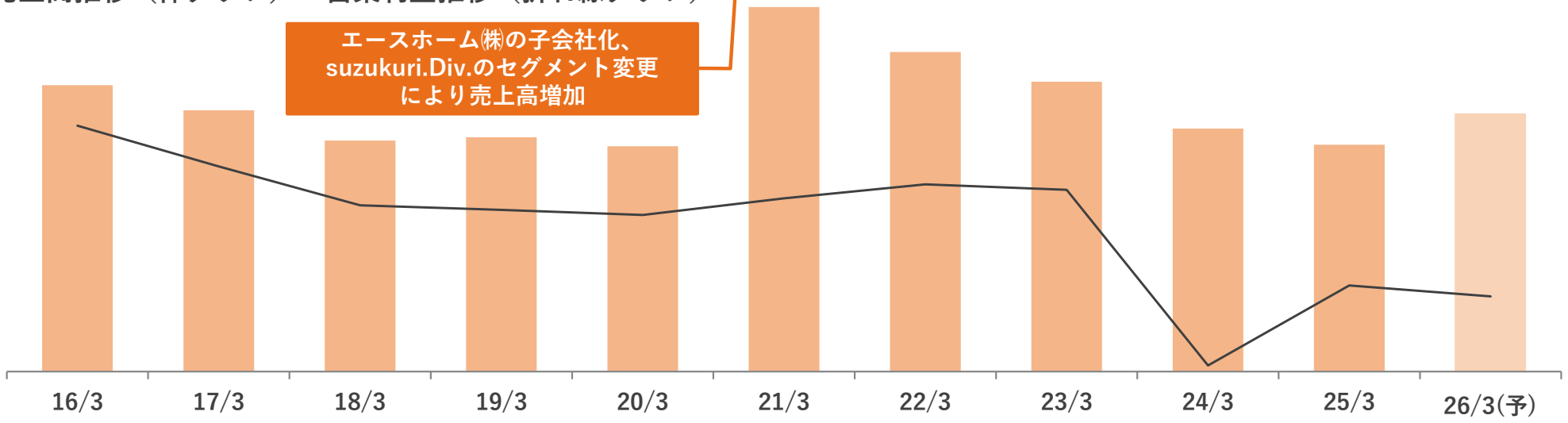
主な構成：㈱ナック 建築コンサルティング事業部、ナックハウスパートナー㈱

- 地場工務店への建築ノウハウ商品及び建築部資材の販売と施工、住宅フランチャイズ事業
- ナック会員工務店　約7,000社
- 2015年９月 ナックスマートエネルギー㈱※以下「NSE㈱」を子会社化(省エネ商材販売・施工)
- 2017年４月 ㈱ｓｕｚｕｋｕｒｉを子会社化（異業種と提携した住宅事業を展開）
  （2020年４月に住宅事業セグメントから変更後、suzukuri Div.として継続）
- 2020年２月 エースホーム㈱を子会社化（住宅フランチャイズ事業）
- 2023年４月 エースホーム㈱がNSE㈱を吸収合併、ナックハウスパートナー㈱に社名変更

（百万円）

	16/3	17/3	18/3	19/3	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3	26/3(予)
売上高	6,676	6,089	5,383	5,459	5,251	8,495	7,449	6,754	5,661	5,385	6,000
営業利益	1,146	956	775	754	730	807	872	847	28	401	350

売上高推移（棒グラフ）・営業利益推移（折れ線グラフ）



7-7 事業紹介 住宅事業

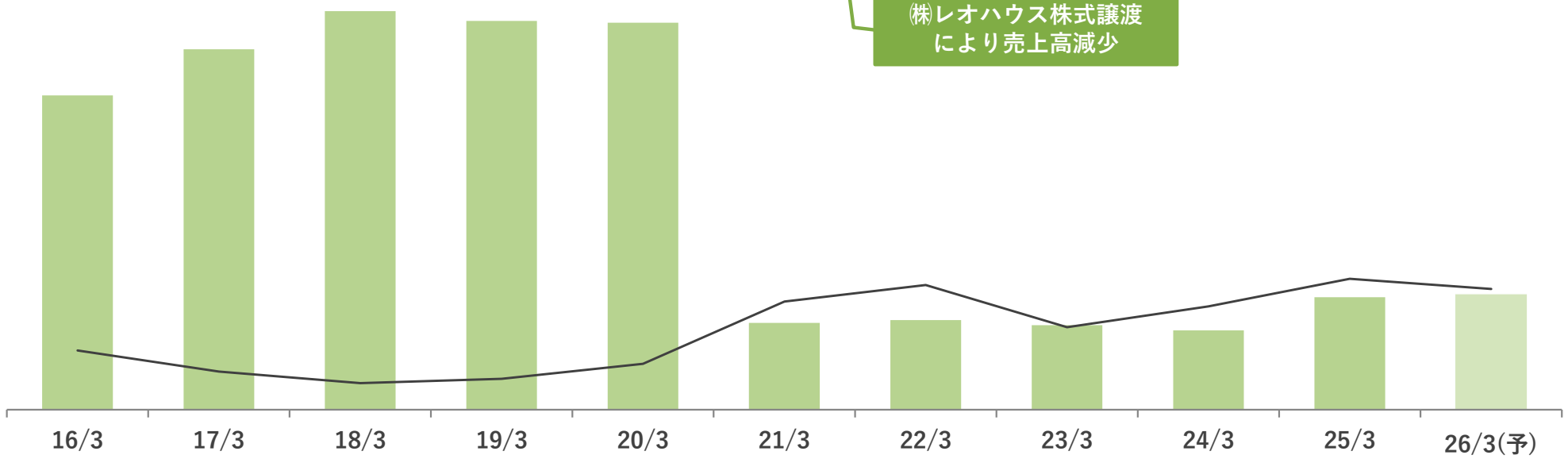
主な構成：㈱ケイディアイ、㈱ジェイウッド、㈱ナックライフパートナーズ、 ㈱秀和住研

- 戸建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
- 2013年７月　㈱ジェイウッドを子会社化（自然素材の注文住宅）
- 2016年５月　㈱ケイディアイを子会社化（首都圏での分譲・注文住宅）
- 2017年６月　㈱国木ハウスを子会社化（北海道で住宅事業を展開）
- 2021年４月　㈱ジェイウッドが㈱国木ハウスを吸収合併（KUNIMOKU HOUSE事業として継続）
- 2024年５月　㈱秀和住研を子会社化（東北地方で住宅事業を展開）

（百万円）

	16/3	17/3	18/3	19/3	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3	26/3(予)
売上高	37,452	42,936	47,492	46,318	46,101	10,341	10,686	10,067	9,448	13,640	13,000
営業利益	▲ 412	▲ 622	▲ 736	▲ 694	▲ 545	74	233	▲ 181	27	426	250

売上高推移（棒グラフ）・営業利益推移（折れ線グラフ）

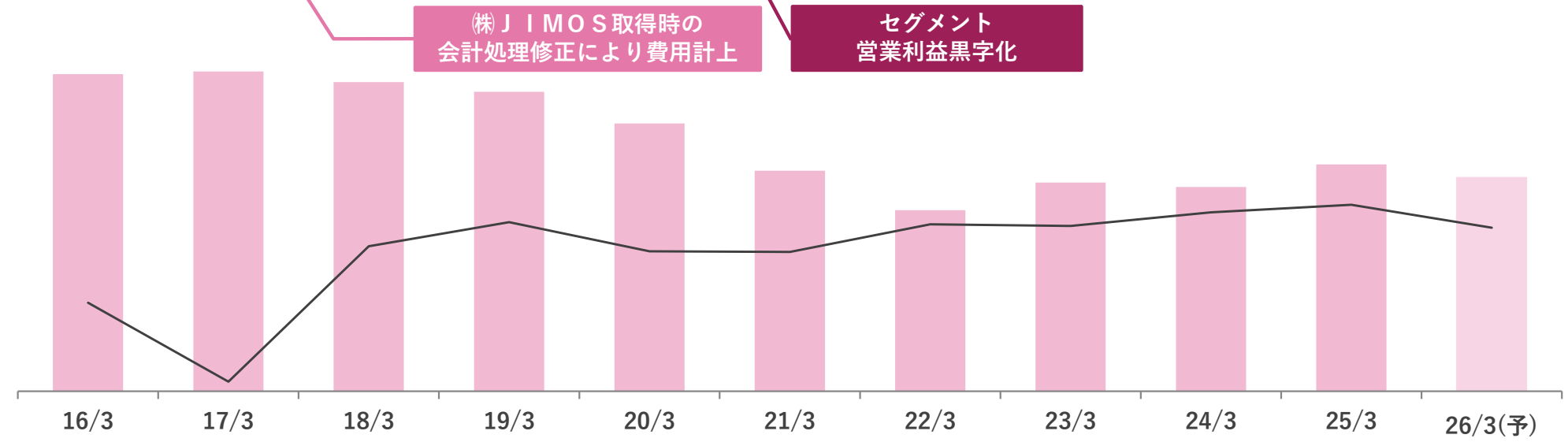


7-8 事業紹介 美容・健康事業

主な構成：㈱ＪＩＭＯＳ、㈱ベルエアー、㈱トレミー、㈱アップセール、TWS㈱

- 化粧品・健康食品及び美容材料等の通信販売
- 2013年７月 ㈱ＪＩＭＯＳの子会社化により美容・健康事業参入
  21年連続 美容液ファンデ通販売上No.１「薬用クリアエステヴェール」などを展開
- 2016年12月 ㈱ベルエアーを子会社化（サプリメント販売）
- 2021年７月 ㈱トレミーを子会社化（化粧品の受託製造）
- 2021年９月 ㈱アップセールを設立（化粧品・健康食品・医薬品の通販）
- 2024年２月 巴ワイン・アンド・スピリッツ（TWS）㈱を子会社化（ワインの輸入販売）
  └同年９月 TOMOEワインアンドスピリッツ㈱へ社名変更

（百万円）

	16/3	17/3	18/3	19/3	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3	26/3(予)
売上高	10,378	10,463	10,115	9,801	8,764	7,213	5,921	6,826	6,684	7,420	7,000
営業利益	▲105	▲457	147	255	125	122	151	238	298	332	230

売上高推移（棒グラフ）・営業利益推移（折れ線グラフ）