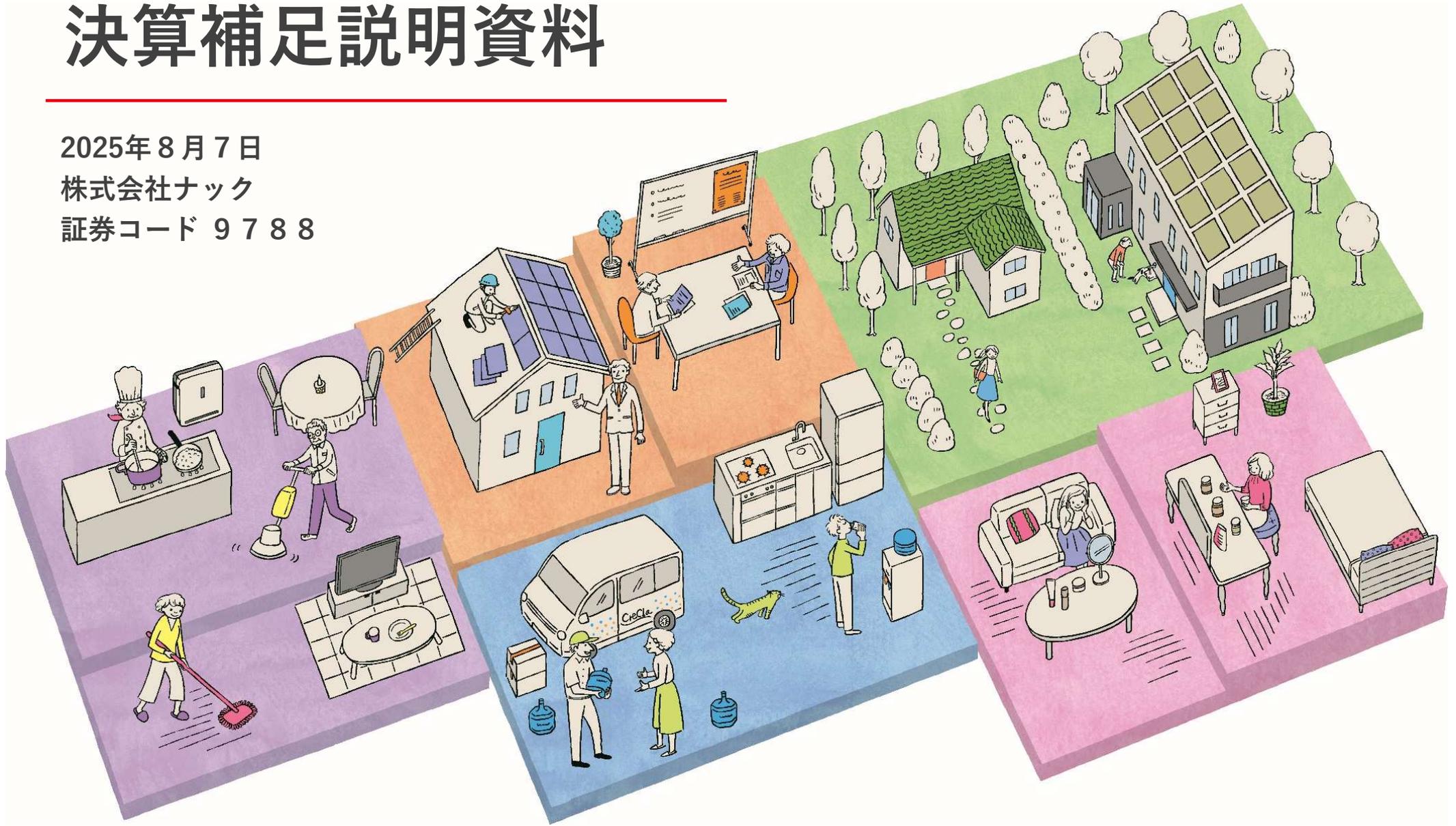


# 2026年3月期 第1四半期

NAC

## 決算補足説明資料

2025年8月7日  
株式会社ナック  
証券コード 9788



## — 本資料の記載内容 —

<b>01</b>	<b>第1四半期の実績</b>	…	<b>P. 2</b>
<b>02</b>	<b>セグメント別業績</b>	…	<b>P. 12</b>
<b>03</b>	<b>業績予想</b>	…	<b>P. 35</b>
<b>04</b>	<b>配当</b>	…	<b>P. 39</b>
<b>05</b>	<b>中期経営計画2028</b>	…	<b>P. 41</b>
<b>06</b>	<b>会社概要</b>	…	<b>P. 53</b>

---

**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。

したがって、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 第1四半期の実績

---

## 1-1. 連結損益計算書

**注意事項：**

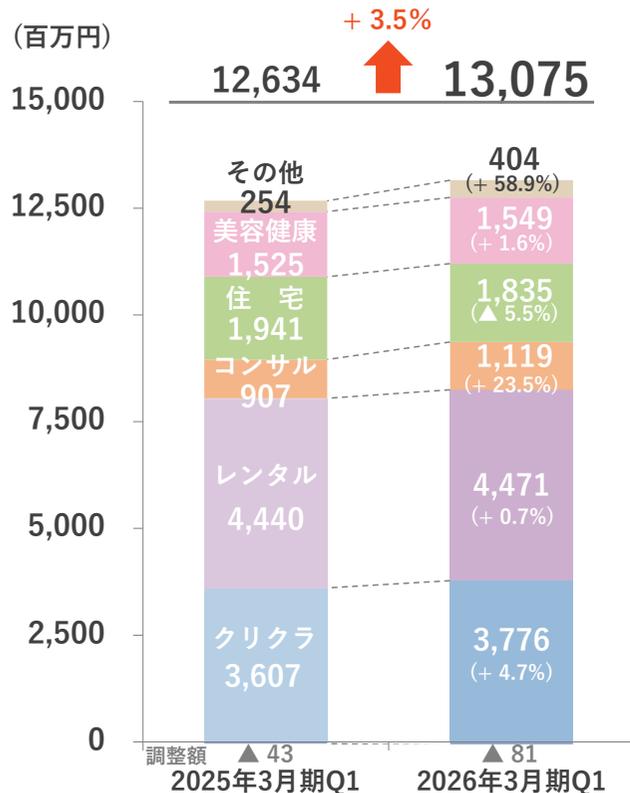
当社グループ内の業績管理方法を一部見直したことに伴い、2026年3月期第1四半期より従来の「クリクラ事業」「レンタル事業」「建築コンサルティング事業」「住宅事業」「美容・健康事業」の5区分に含めておりました一部事業を「その他」に変更しております。

本資料に記載されている報告セグメントごとの情報は、すべて変更後の新セグメント区分へ組み替えて表示しております。

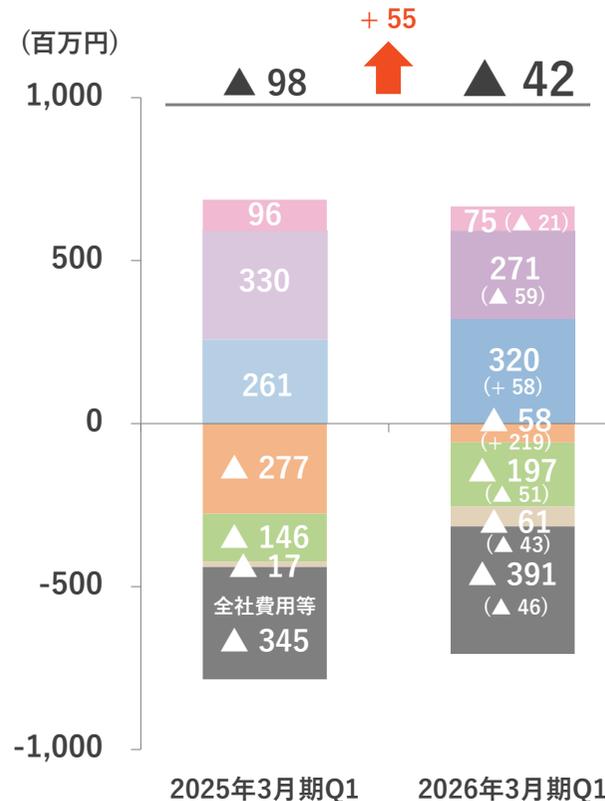
# 1-1a 業績ハイライト (前年同期比)

- 売上高**
  - コンサル** 複合的な要因によって地場工務店のキャッシュフローが悪化する中、課題解決を目指す商品を前期に複数上市。今期も引き続き積極的な販促を行ったことで増加
  - クリクラ** 直営部門での1顧客あたりのボトル消費量増加や加盟店向けのサーバー販売台数増加、また(株)コンビボックスの収益が加わったことで増加
- 営業損失**
  - コンサル** 売上高の増加に加え、費用の効率化が寄与し増加
  - 住宅** (株)ジェイウッドにおいて引き渡し棟数が減少したことに伴う売上高減少により減少
- 四半期純損失** 売上高が増加したことに加え、投資有価証券売却益を計上したことによって損失が大幅に縮小

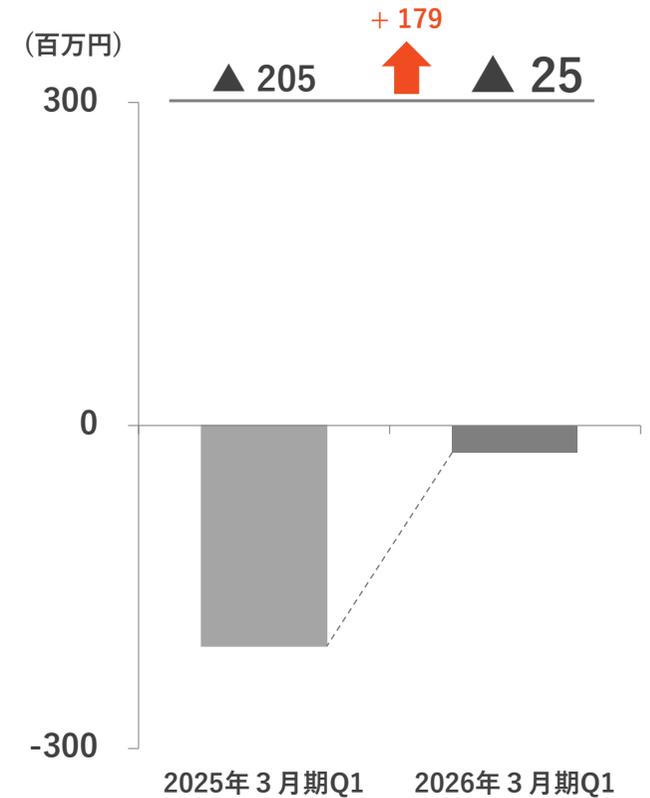
## 売上高 (カッコ内は増減率)



## 営業利益 (カッコ内は増減額)



## 四半期純損失(※)



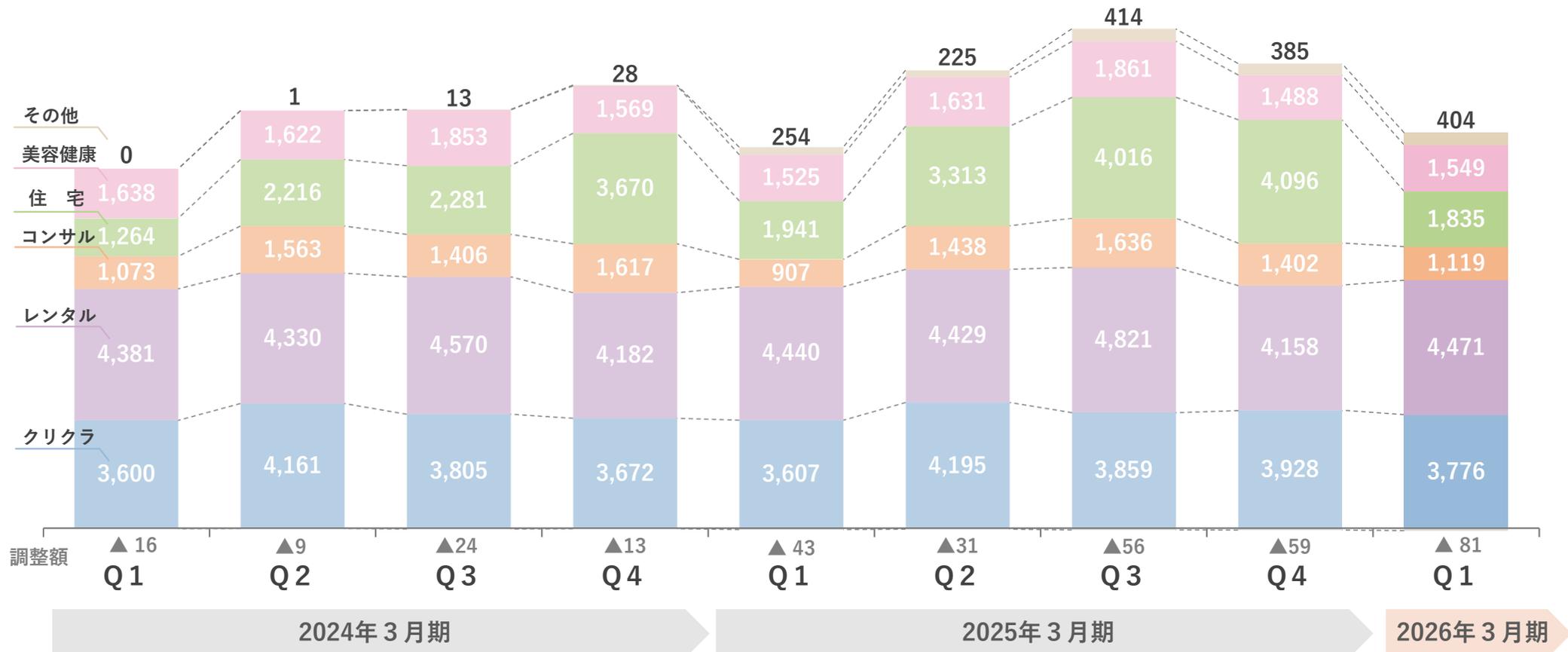
(※) 四半期純損失：親会社株主に帰属する当期純利益、調整額：セグメント間の内部売上高又は振替高

# 1-1b 四半期別 売上高／営業利益の四半期推移

2024年3月期				2025年3月期				2026年3月期
Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
売上高								
11,941	13,886	13,907	14,697	12,634	15,201	16,554	15,400	13,075
営業利益								
▲ 162	772	865	822	▲ 98	862	1,504	739	▲ 42

## 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)

	2026年3月期 Q1実績	2025年3月期 Q1実績	増減率
売上高	13,075	12,634	+ 3.5%
売上総利益	6,556	6,130	+ 7.0%
(売上総利益率)	50.1%	48.5%	▲ 1.6pt
販売費及び一般管理費	6,598	6,228	+ 5.9%
営業利益	▲ 42	▲ 98	—
(営業利益率)	▲ 0.3%	▲ 0.8%	+ 0.5pt
営業外損益	15	0	—
経常利益	▲ 26	▲ 97	—
特別損益	57	▲ 44	—
親会社株主に帰属する当期純利益	▲ 25	▲ 205	—

# 1-1d セグメント別売上高



(百万円)

	2026年3月期 Q1実績	2025年3月期 Q1実績	前年同期比
ク リ ク ラ 事 業	3,776	3,607	+ 4.7%
レ ン タ ル 事 業	4,471	4,440	+ 0.7%
建 築 コ ン サ ル テ ィ ン グ 事 業	1,119	907	+ 23.5%
住 宅 事 業	1,835	1,941	▲ 5.5%
美 容 ・ 健 康 事 業	1,549	1,525	+ 1.6%
そ の 他 事 業	404	254	+ 58.9%
消 去 調 整 他	▲ 81	▲ 43	—
合 計	13,075	12,634	+ 3.5%

# 1-1e セグメント別営業利益



(百万円)

	2026年3月期 Q1実績	2025年3月期 Q1実績	前年同期比
ク リ ク ラ 事 業	320 (8.5%)	261 (7.2%)	+ 22.6% (+ 1.3pt)
レ ン タ ル 事 業	271 (6.1%)	330 (7.4%)	▲ 18.0% (▲ 1.3pt)
建 築 コ ン サ ル テ ィ ン グ 事 業	▲ 58 (▲ 5.2%)	▲ 277 (▲ 30.6%)	— (+ 25.4pt)
住 宅 事 業	▲ 197 (▲ 10.8%)	▲ 146 (▲ 7.5%)	— (▲ 3.3pt)
美 容 ・ 健 康 事 業	75 (4.9%)	96 (6.3%)	▲ 22.2% (▲ 1.4pt)
そ の 他 事 業	▲ 61 (▲ 15.2%)	▲ 17 (▲ 6.9%)	— (▲ 8.3pt)
全 社 費 用 等	▲ 391	▲ 345	—
合 計	▲ 42 (▲ 0.3%)	▲ 98 (▲ 0.8%)	— (+ 0.5pt)

※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**
クリラ
 直営部門での1顧客あたりのボトル消費量の増加や加盟店向けのサーバー販売台数の増加、また2025年1月より連結した(株)コンビボックスの収益が加わったことで増加
- 人件費**
 ベースアップ等の給与増加に加え、M&Aによるグループ拡大に伴い増加

		(百万円)	
			前年同期比増減率
2025年3月期 Q1 営業利益		▲ 98	—
売上総利益の増減		+ 426	+ 7.0%
	人 件 費	▲ 130	▲ 5.1%
	広告宣伝費及び販売促進費	+ 5	+ 0.7%
販売費及び一般管理費の増減	地 代 家 賃	▲ 29	▲ 7.1%
	減価償却費・のれん償却額	▲ 19	▲ 9.3%
	そ の 他 販 管 費	▲ 196	▲ 8.4%
2026年3月期 Q1 営業利益		▲ 42	—

# 01 第1四半期の実績

---

## 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** 未成工事支出金 + 305百万円

**減少** 現金及び預金 ▲ 1,967百万円

**固定資産** 特記事項なし

(百万円)					
	2026年3月期 Q1	構成比	2025年3月期	構成比	増減額
流動資産	22,586	61.4%	23,736	62.2%	▲ 1,150
有形固定資産	8,646	23.5%	8,697	22.8%	▲ 50
無形固定資産	1,409	3.8%	1,516	4.0%	▲ 107
投資その他の資産	4,133	11.2%	4,240	11.1%	▲ 107
固定資産	14,189	38.6%	14,454	37.8%	▲ 265
資産合計	36,776	100.0%	38,191	100.0%	▲ 1,415

# 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 + 403百万円
	減少	未払法人税等 ▲ 415百万円 / 賞与引当金 ▲ 302百万円 / 長期借入金 ▲ 273百万円
純資産	減少	剰余金の配当 ▲ 714百万円

(百万円)					
	2026年3月期 Q1	構成比	2025年3月期	構成比	増減額
流動負債	11,268	30.6%	11,623	30.4%	▲ 355
固定負債	3,857	10.5%	4,173	10.9%	▲ 315
負債合計	15,126	41.1%	15,796	41.4%	▲ 670
株主資本	22,324	60.7%	23,064	60.4%	▲ 740
その他の包括利益累計額	▲ 674	▲ 1.8%	▲ 669	▲ 1.8%	▲ 4
純資産合計	21,649	58.9%	22,394	58.6%	▲ 744
負債・純資産合計	36,776	100.0%	38,191	100.0%	▲ 1,415

## 02 セグメント別業績

---

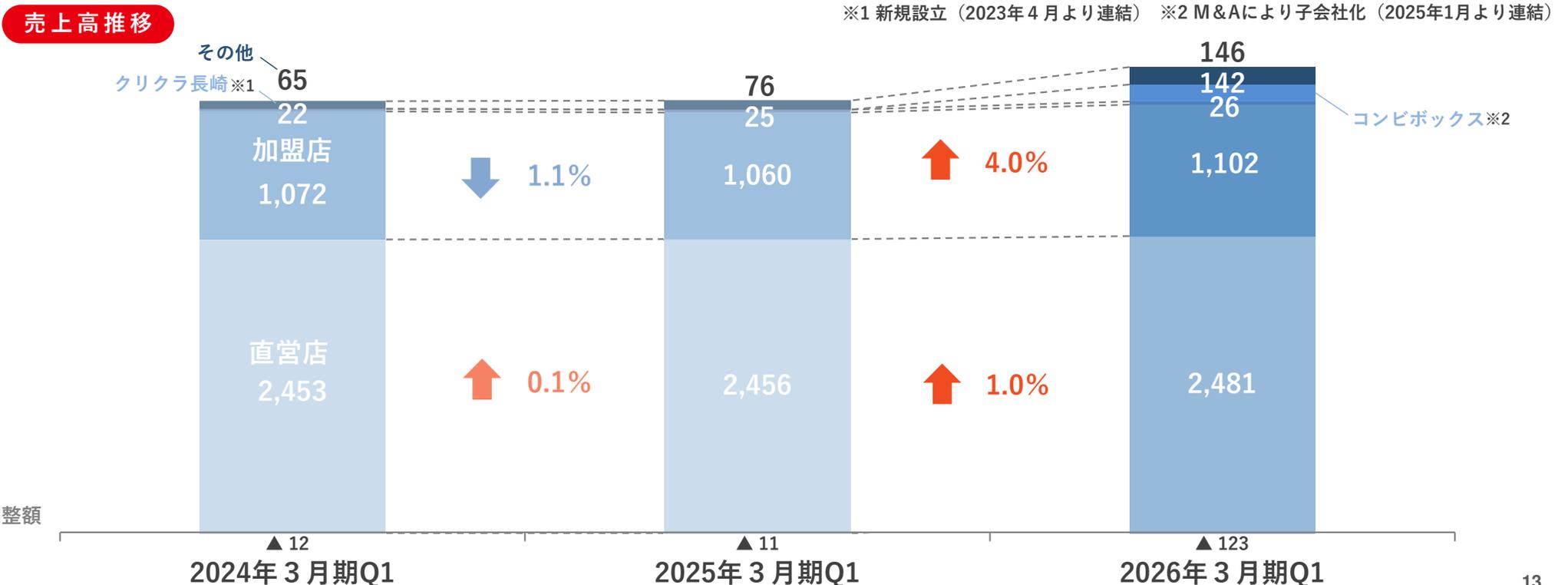
### 2-1. クリクラ事業

## 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** 配送員への教育体制強化の結果、宅配水「クリクラ」での1顧客あたりのボトル消費量増加や解約率低下に寄与し、前年同期比で同水準（微増）
  - 加盟店部門** 旧型サーバーの切替促進施策に伴い加盟店向けのサーバー販売台数が増加し、前年同期比で増加
  - その他** オンライン販売を中心に行う小型の浄水型ウォーターサーバー「putio（プティオ）」の顧客件数が順調に推移し、前年同期比で増加
- 営業利益** 上記に加え、解約予防も兼ねた副商材販売の好調による売上高増加の結果、前年同期比で増加

	2024年3月期Q1	2025年3月期Q1	2026年3月期Q1
売上高	3,600	3,607	3,776
営業利益	259	261	320

(百万円)



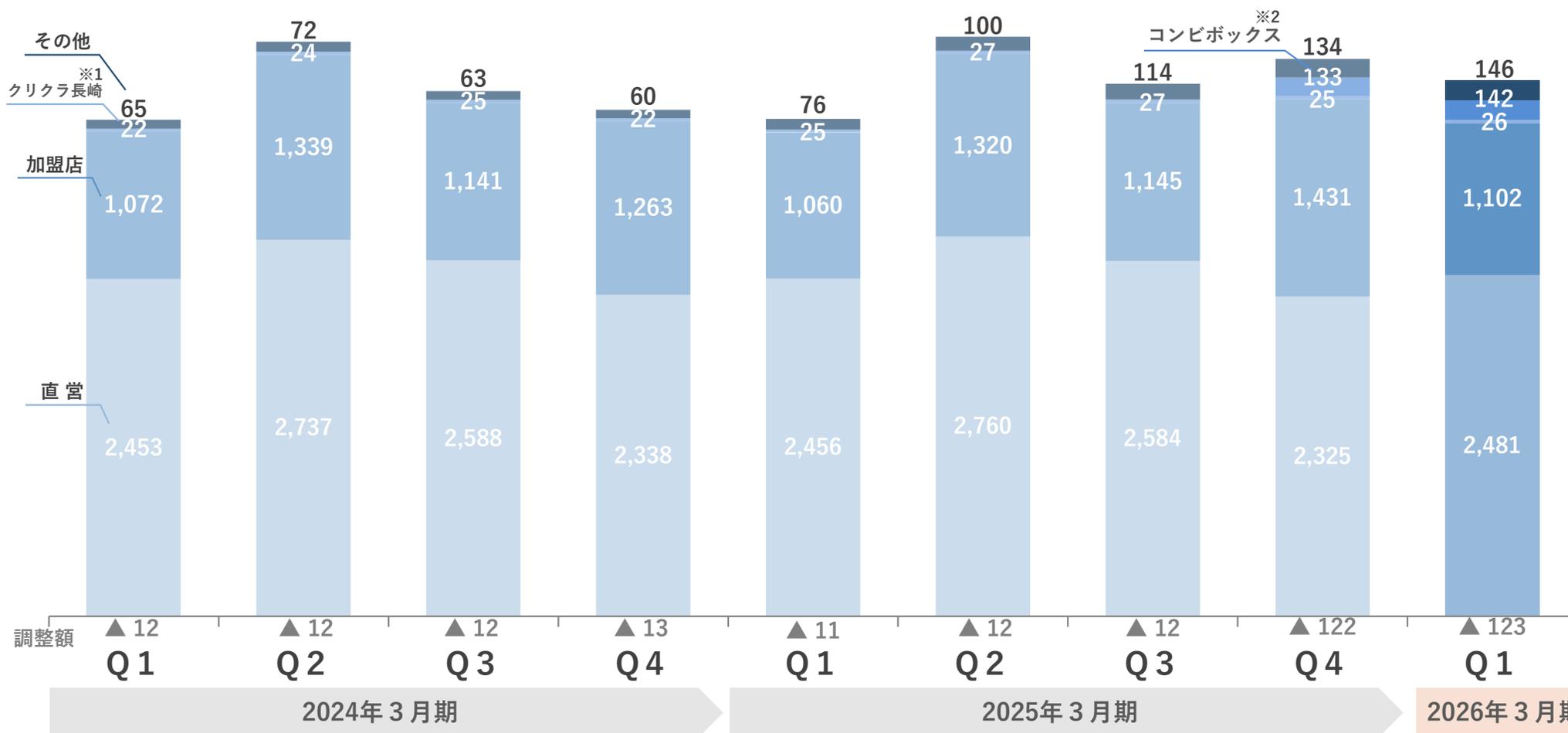
# 2-1b クリクラ事業 売上高／営業利益の四半期推移



2024年3月期				2025年3月期				2026年3月期
Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
売上高								
3,600	4,161	3,805	3,672	3,607	4,195	3,859	3,928	3,776
営業利益								
259	650	447	348	261	609	396	383	320

※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



※「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



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  
コスバのよさ（月額料金の安さ）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  
お客様対応（サポート）第1位

## 02 セグメント別業績

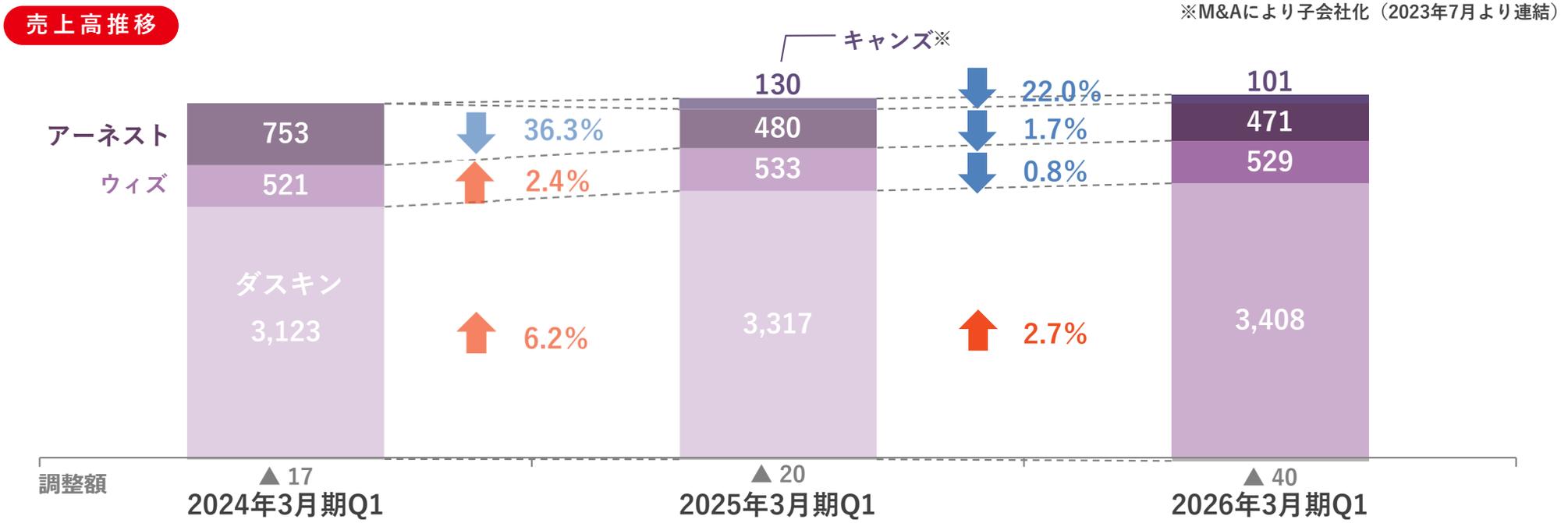
---

### 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	ダストコントロール部門では顧客件数減少の一方、ケアサービス部門、ヘルスレント部門では前期までに新店拡大してきた店舗の伸長により前年同期比で同水準（微増）
	ウィズ	飲食業界の回復に伴い順調に推移していた顧客獲得に落ち着きが見られ、前年同期比で同水準（微減）
	アーネスト	感染症関連事業の終了以降に売上が減少している一方、インバウンド需要増加に伴い宿泊施設のベッドメイキング等の受注が徐々に回復し、前年同期比で同水準（微減）
	キャンズ	ダスキン事業の法人営業部との連携強化も、受注は伸び悩み前年同期比で減少
営業利益	新規出店や受注獲得に向けた販売促進等により販売費及び一般管理費が増加し前年同期比で減少	

売上高	4,381	4,440	4,471	(百万円)
営業利益	408	330	271	



◆調整額：主にセグメント内の売上高

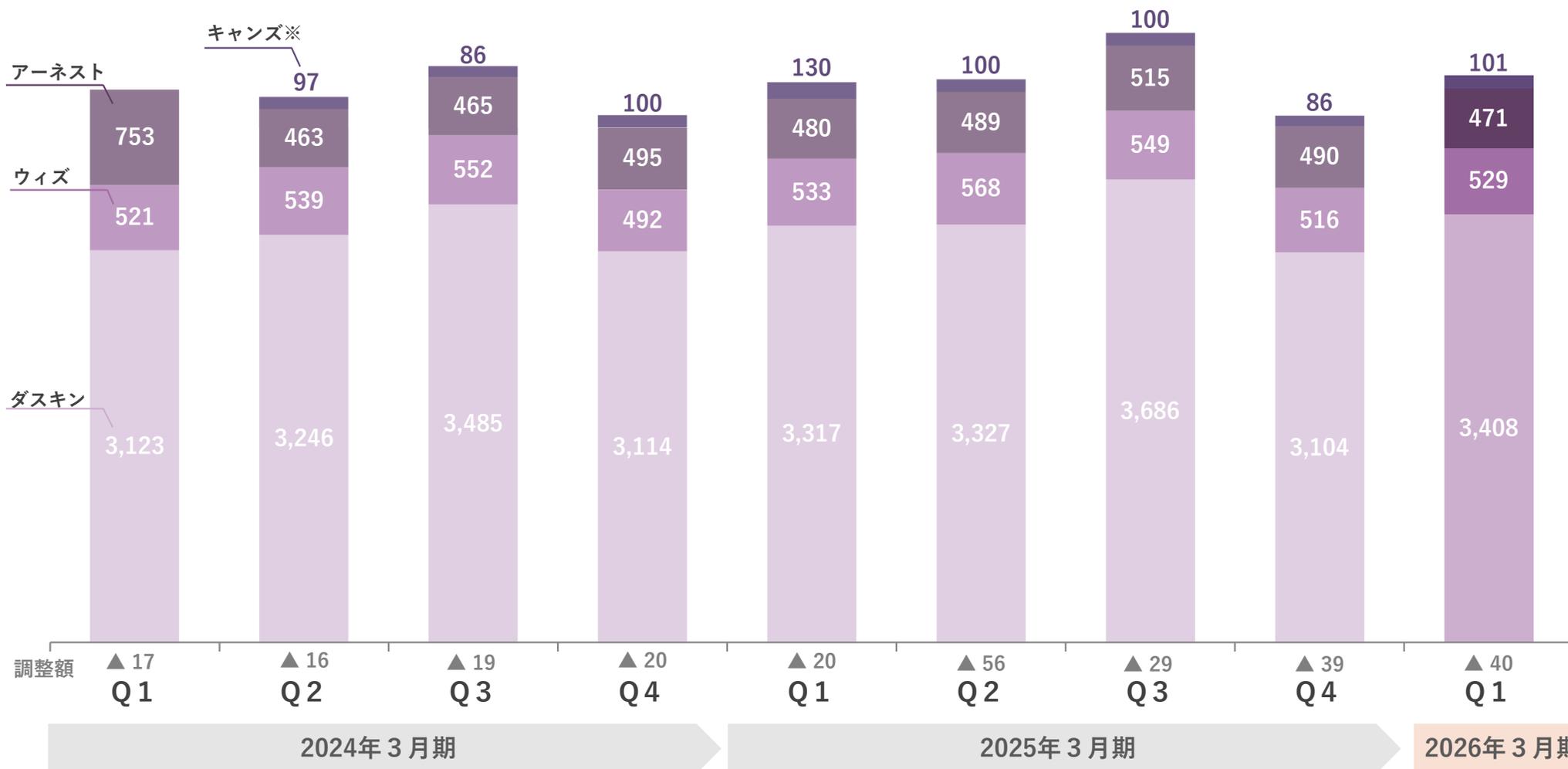
# 2-2b レンタル事業 売上高／営業利益の四半期推移



2024年3月期				2025年3月期				2026年3月期
Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
売上高								
4,381	4,330	4,570	4,182	4,440	4,429	4,821	4,158	4,471
営業利益								
408	398	488	301	330	411	490	319	271

## 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

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**<sup>®</sup>  
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

受注低下や建築原価の高騰、コロナ関連融資の返済など、ターゲットである地場工務店の抱える課題解決を目指した商品を前期に複数上市し積極的な販促を行った結果、前年同期比で増加

#### N H P

住宅フランチャイズを展開しているエースホームブランドにおいて、加盟店の上棟数が増加したことで前年同期比で増加

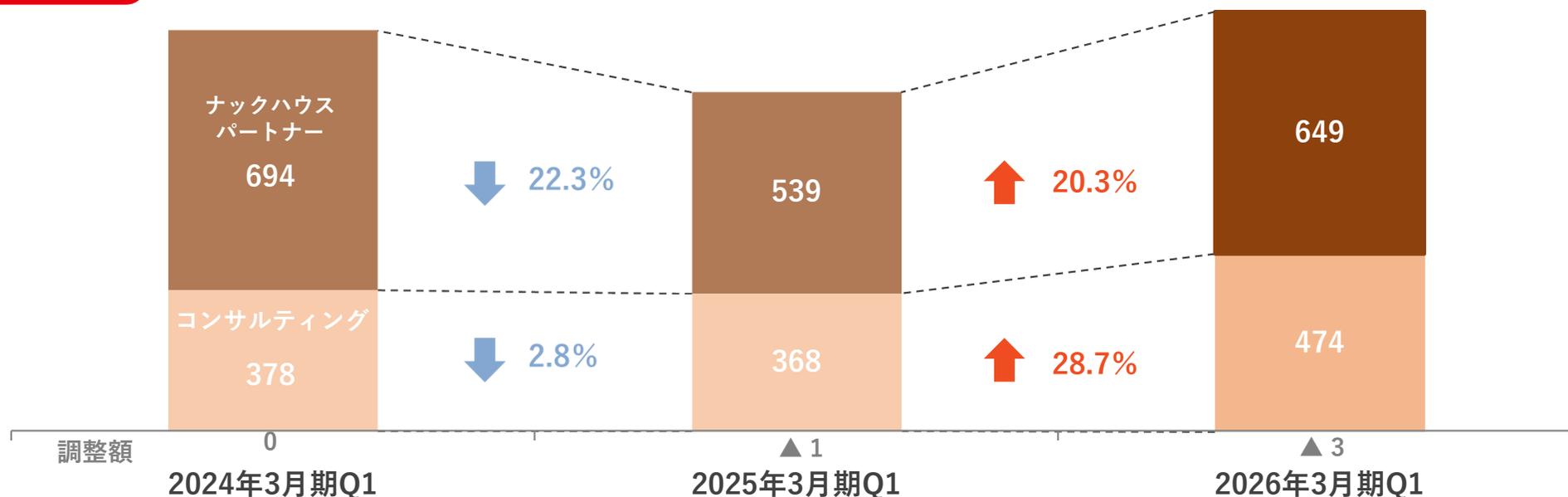
### 営業損失

事業全体での売上高増加の結果、前年同期比で大幅に縮小

	2024年3月期Q1	2025年3月期Q1	2026年3月期Q1
売上高	1,073	907	1,119
営業利益	▲ 295	▲ 277	▲ 58

(百万円)

### 売上高推移



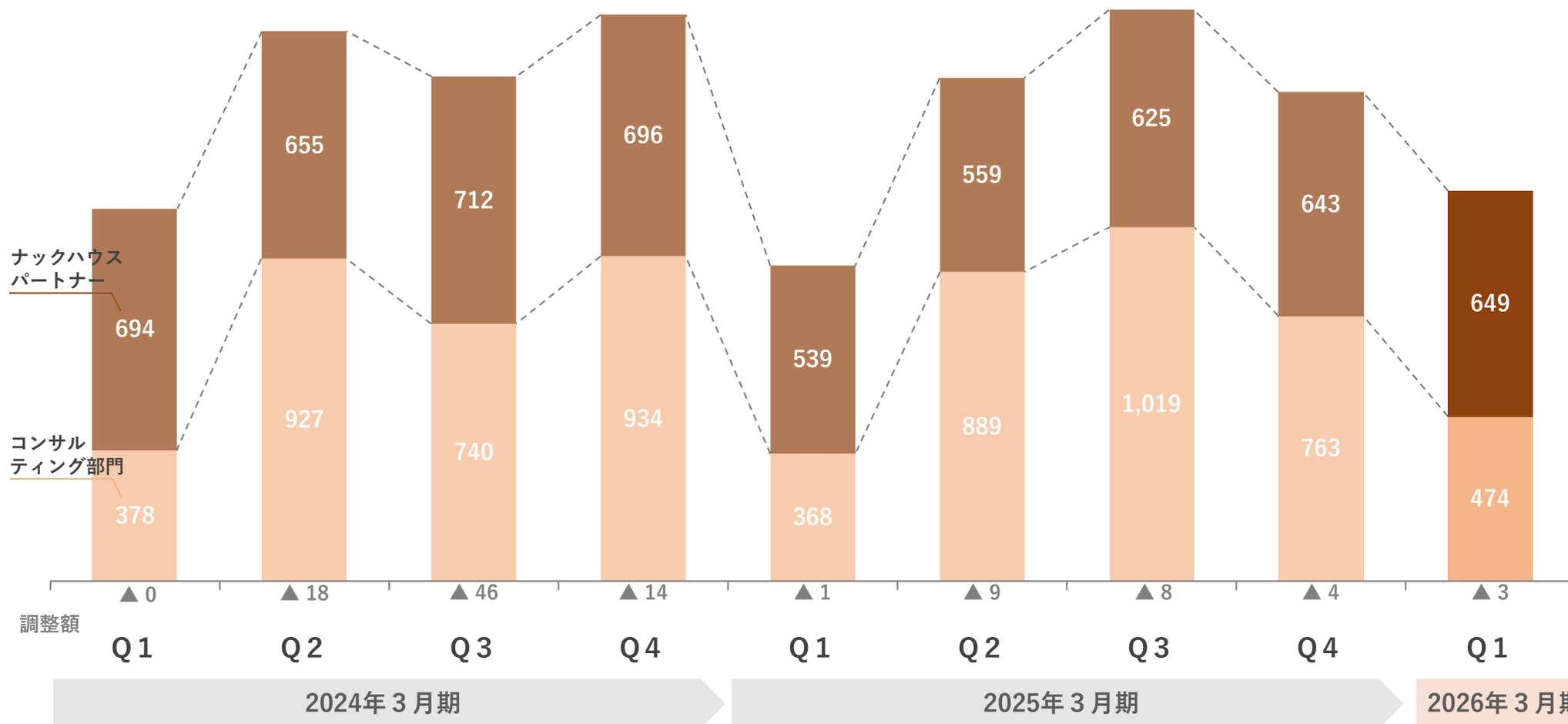
# 2-3b 建築コンサルティング事業 売上高／営業利益の四半期推移



2024年3月期				2025年3月期				2026年3月期
Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
売上高								
1,073	1,563	1,406	1,617	907	1,438	1,636	1,402	1,119
営業利益								
▲ 295	91	▲ 43	276	▲ 277	212	350	116	▲ 58

(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

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



▶ 住宅ネットワーク事業

×



▶ スマートエネルギー事業

Think Tank For Construction

コンサルティング部門

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** 前期の仕入不調による在庫減少により販売数が減少し、前年同期比で同水準（微減）
  - ジェイウッド** 1棟あたりの単価上昇を行った一方、引き渡し棟数が伸び悩み前年同期比で減少
  - 秀和住研** 豊富なラインナップを有するモデルハウスの有効活用により、受注拡大を図る
  - 秀和**

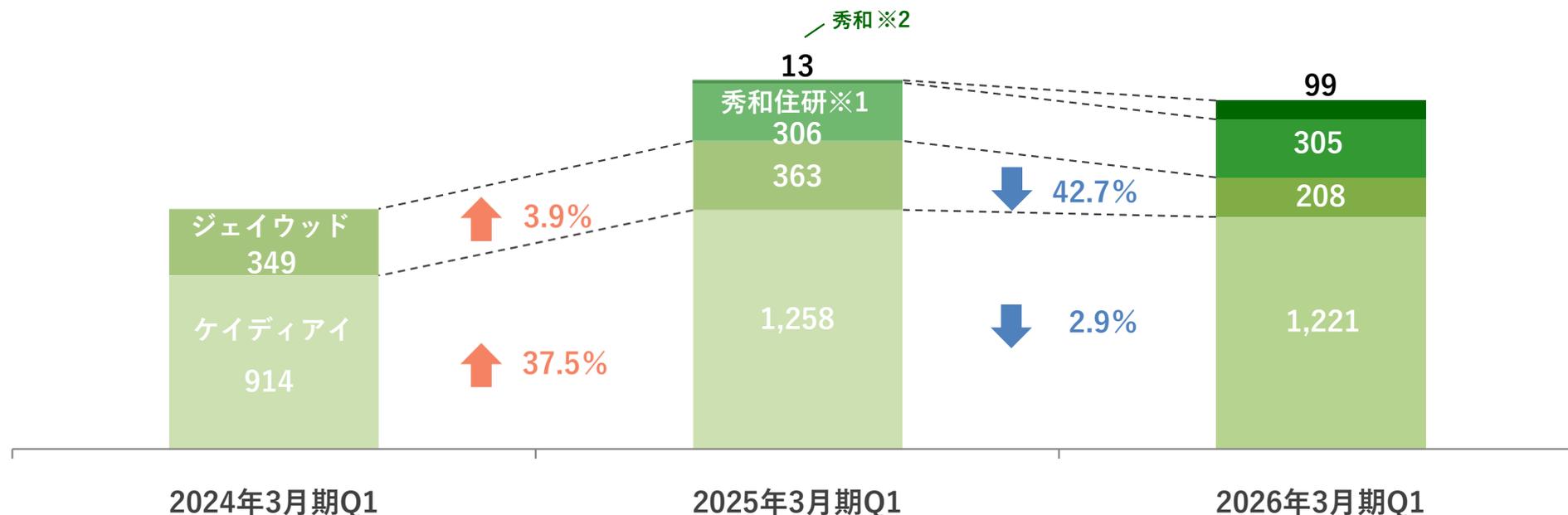
- 営業損失**
- ・(株)ケイディアイでは仕入物件の販売において適正な利益を確保し、損失計上の前期から利益転換
  - ・(株)ジェイウッドでは売上高が減少したことで、前年同期比で営業損失が拡大

	2024年3月期Q1	2025年3月期Q1	2026年3月期Q1
売上高	1,264	1,941	1,835
営業利益	▲ 198	▲ 146	▲ 197

(百万円)

### 売上高推移

※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



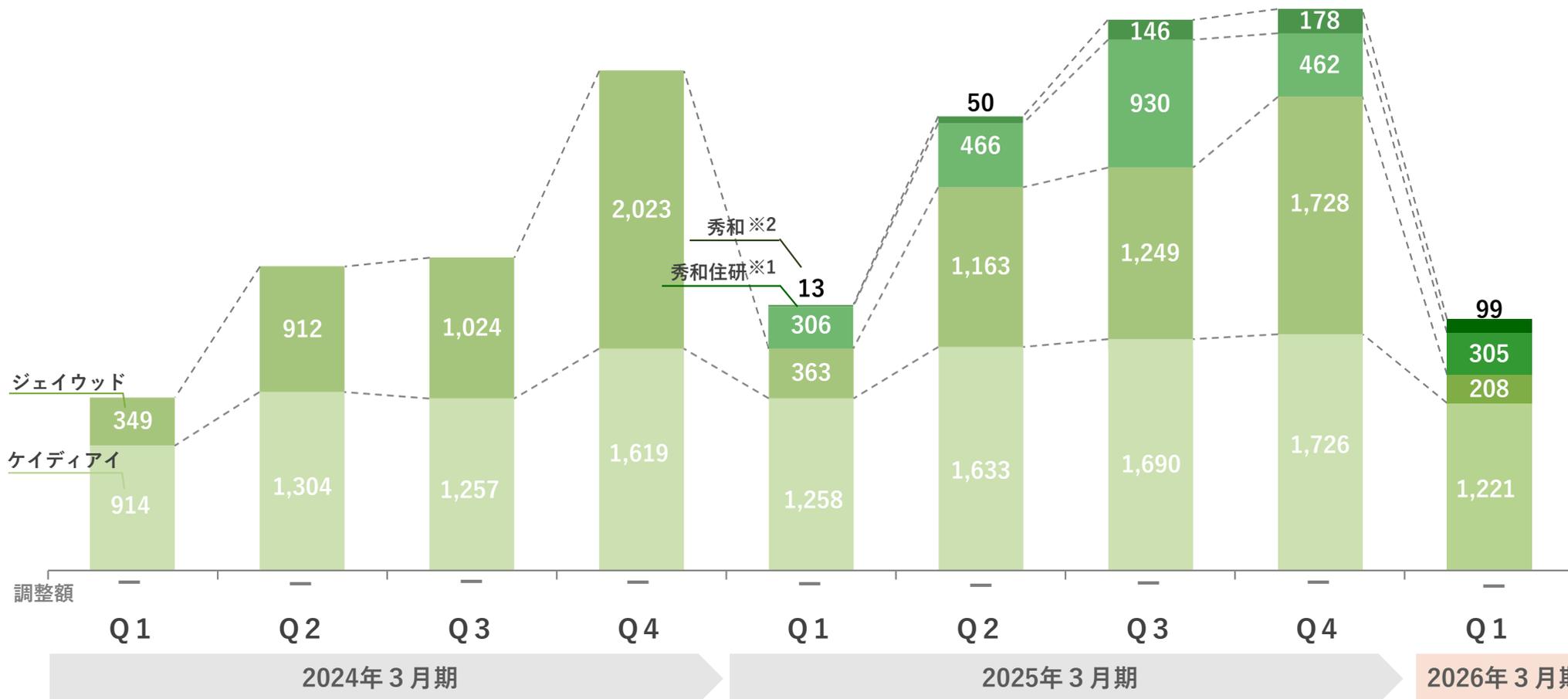
# 2-4b 住宅事業 売上高／営業利益の四半期推移



2024年3月期				2025年3月期				2026年3月期
Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
売上高								
1,264	2,216	2,281	3,642	1,941	3,313	4,016	4,096	1,835
営業利益								
▲ 198	▲ 46	20	252	▲ 146	▲ 51	312	285	▲ 197

## 売上高四半期推移

※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）



◆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** 主要ブランドである「MACCHIA LABEL」と「SINN PURETÉ」を中心に広告販促に注力したことで前期比で増加
- ベルエアー** 引き続き会員の高齢化に伴う販売数減少が課題となっている一方、対面での販促イベントを全国で実施したことで売上減少幅は抑えられ、前年同期比で同水準（微減）
- トレミー** 主要顧客からの受注減少に対し、新規顧客獲得や取引拡大を図ったものの、補うことができず前年同期比で大幅に減少

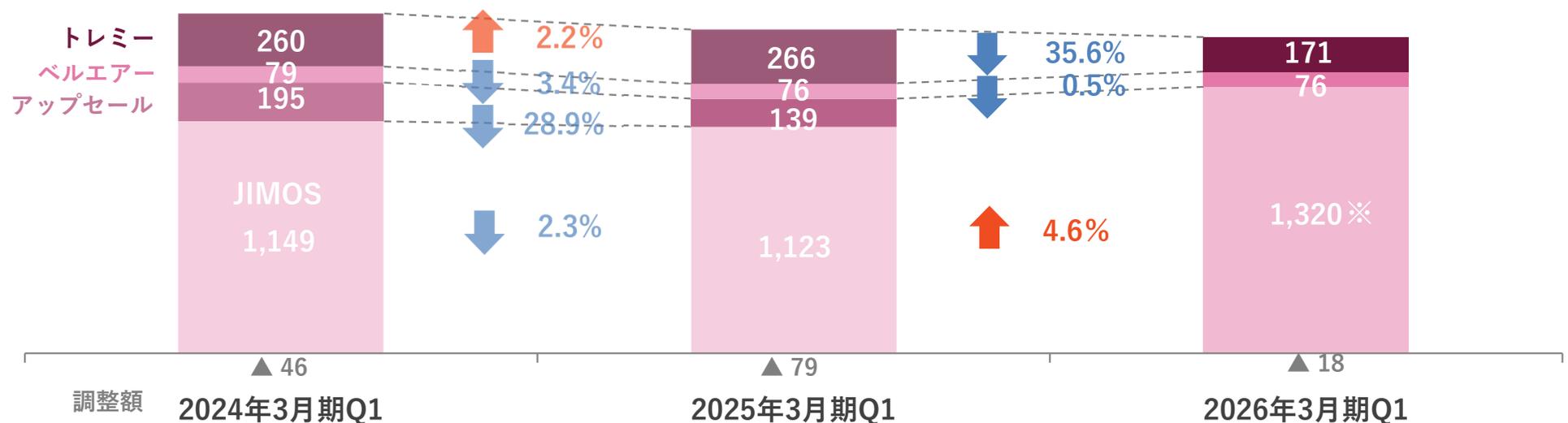
**営業利益** (株)トレミーでの売上高減少が響き、前年同期比で減少

	2024年3月期Q1	2025年3月期Q1	2026年3月期Q1
売上高	1,638	1,525	1,549
営業利益	25	96	75

(百万円)

### 売上高推移

※2025年4月1日に(株)JIMOSが(株)アップセールを吸収合併（アップセール事業部として事業存続）



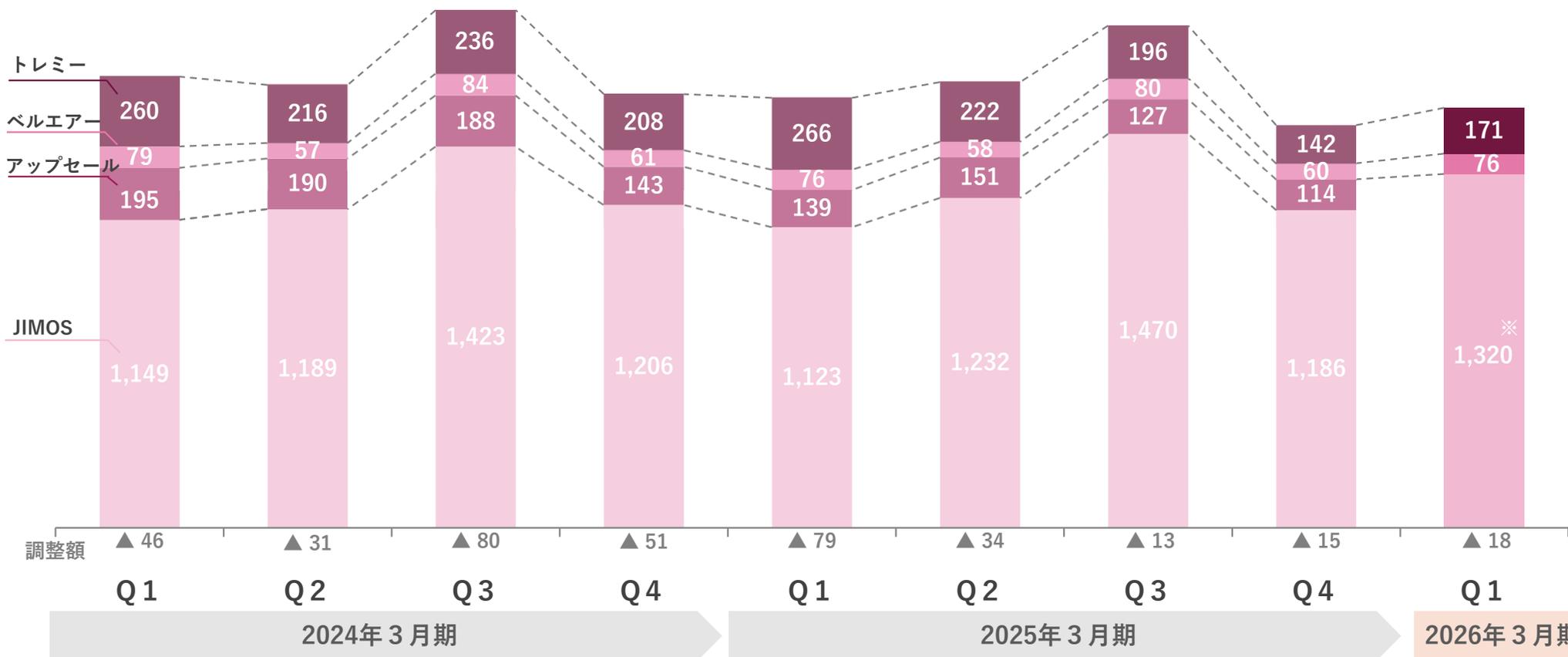
# 2-5b 美容・健康事業 売上高／営業利益の四半期推移



2024年3月期				2025年3月期				2026年3月期
Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
売上高								
1,638	1,622	1,853	1,569	1,525	1,631	1,861	1,488	1,549
営業利益								
25	20	258	▲7	96	71	242	▲75	75

## 売上高四半期推移

※2025年4月1日に(株)JIMOSが(株)アップセールを吸収合併 (百万円)  
(アップセール事業部として事業存続)



◆調整額：主にセグメント内の売上高

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



☆ TOREMY

“jimos one to only one”

## 02 セグメント別業績

---

### 2-6. 新たな取組み

## 2-6a 新たな取組み(その他) 売上高および営業利益推移

### 売上高

Yesmart

2025年4月に宇都宮店をオープンし、現在グループで4店舗を運営中

T W S

連結以前より行っているBtoB販売が好調に推移し前年同期比で同水準（微増）

N L P

前期中に行った出店数の拡大により前年同期比で増加

### 営業利益

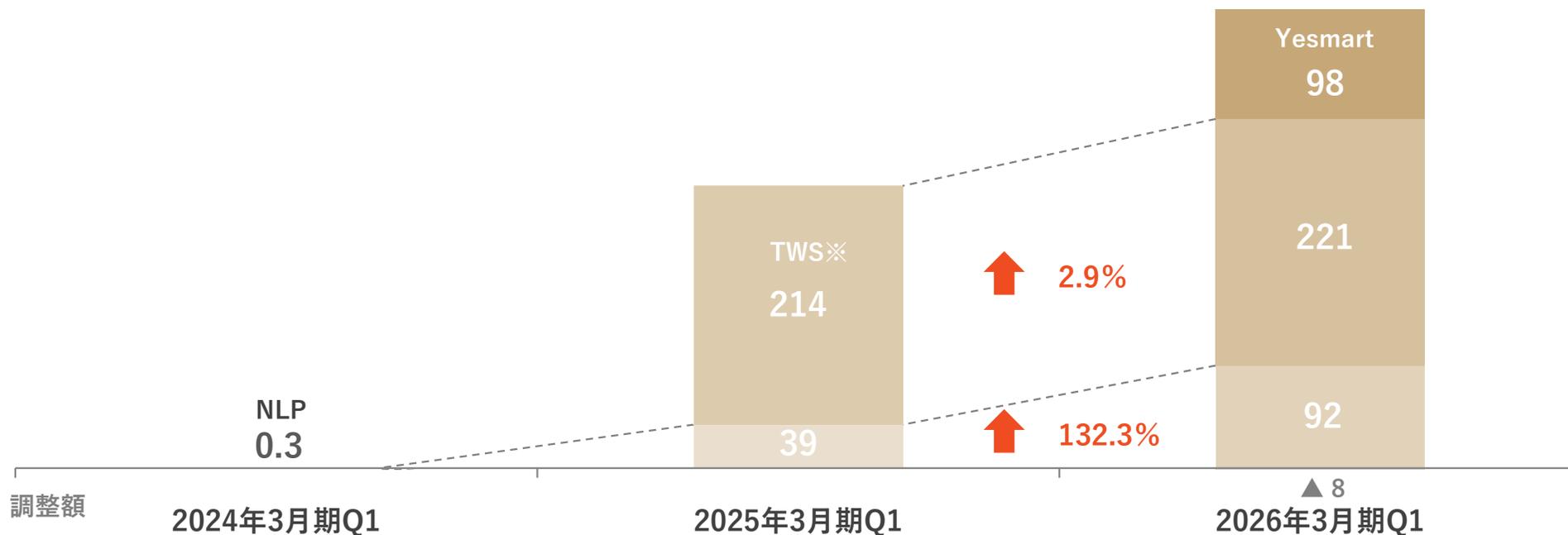
新たな取組みとして立ち上げフェーズにあるため、費用が先行しており損失計上

	2024年3月期Q1	2025年3月期Q1	2026年3月期Q1
売上高	0	254	404
営業利益	▲ 0	▲ 17	▲ 61

(百万円)

### 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

## 2-6 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

イエスマート  
**Yesmart**

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を変更し「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	15,591	+ 408
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	13,368	▲ 368
美　容　・　健　康　事　業	7,000	6,506	+ 493
そ　　の　　他	2,000	1,280	+ 719
消　去　調　整　他 (新規・M&A等を含む)	—	▲ 190	—
合　　計	62,000	59,791	+ 2,208

※2026年3月期より、報告セグメントを変更し「その他」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 (10.6%)	+ 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%)	400 (3.0%)	▲ 150 (▲ 1.1pt)
美 容 ・ 健 康 事 業	230 (3.3%)	335 (5.2%)	▲ 105 (▲ 1.9pt)
そ の 他	▲ 100 (▲ 5.0%)	27 (2.2%)	▲ 127 (▲ 7.2%)
全 社 費 用 等 (新規・M&A等を含む)	▲ 1,250	▲ 1,360	+ 110
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、報告セグメントを変更し「その他」が追加されています。

# 04 配当

---

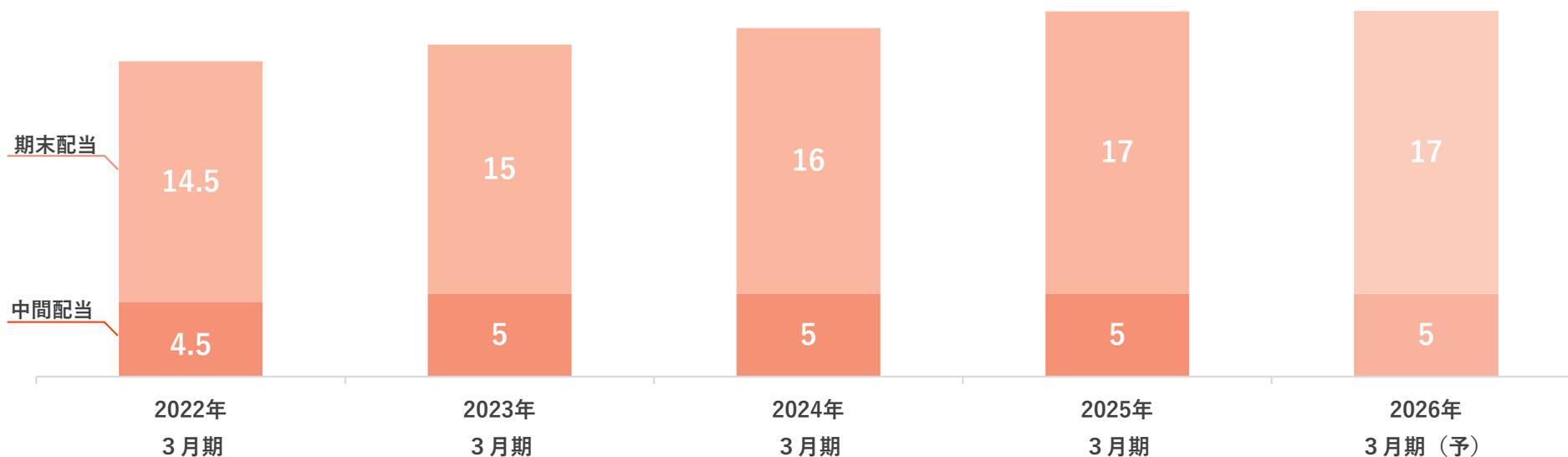
# 4-1 配当方針および配当実績、配当予想

## 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。

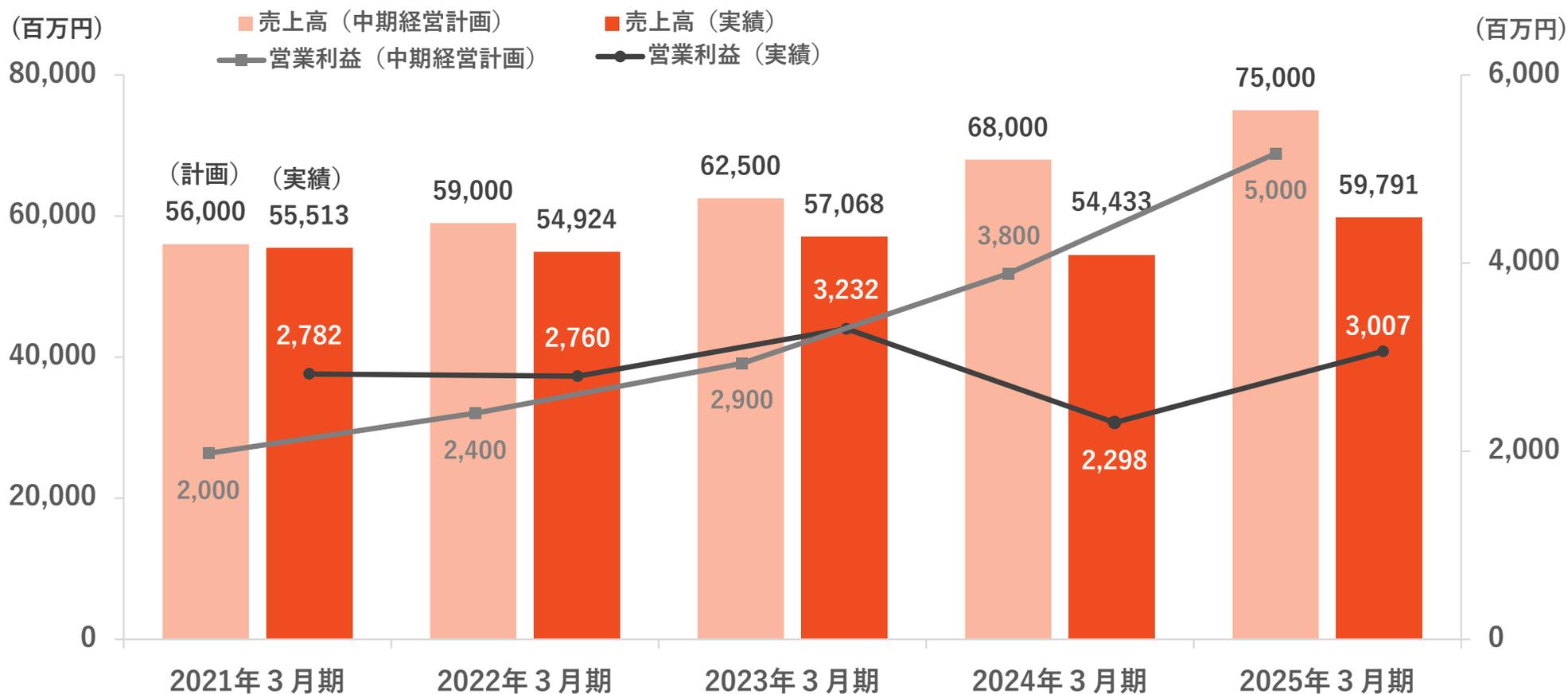


# 06 中期経営計画2028

---

## 6-1 前中計(2021年3月期-2025年3月期) 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。

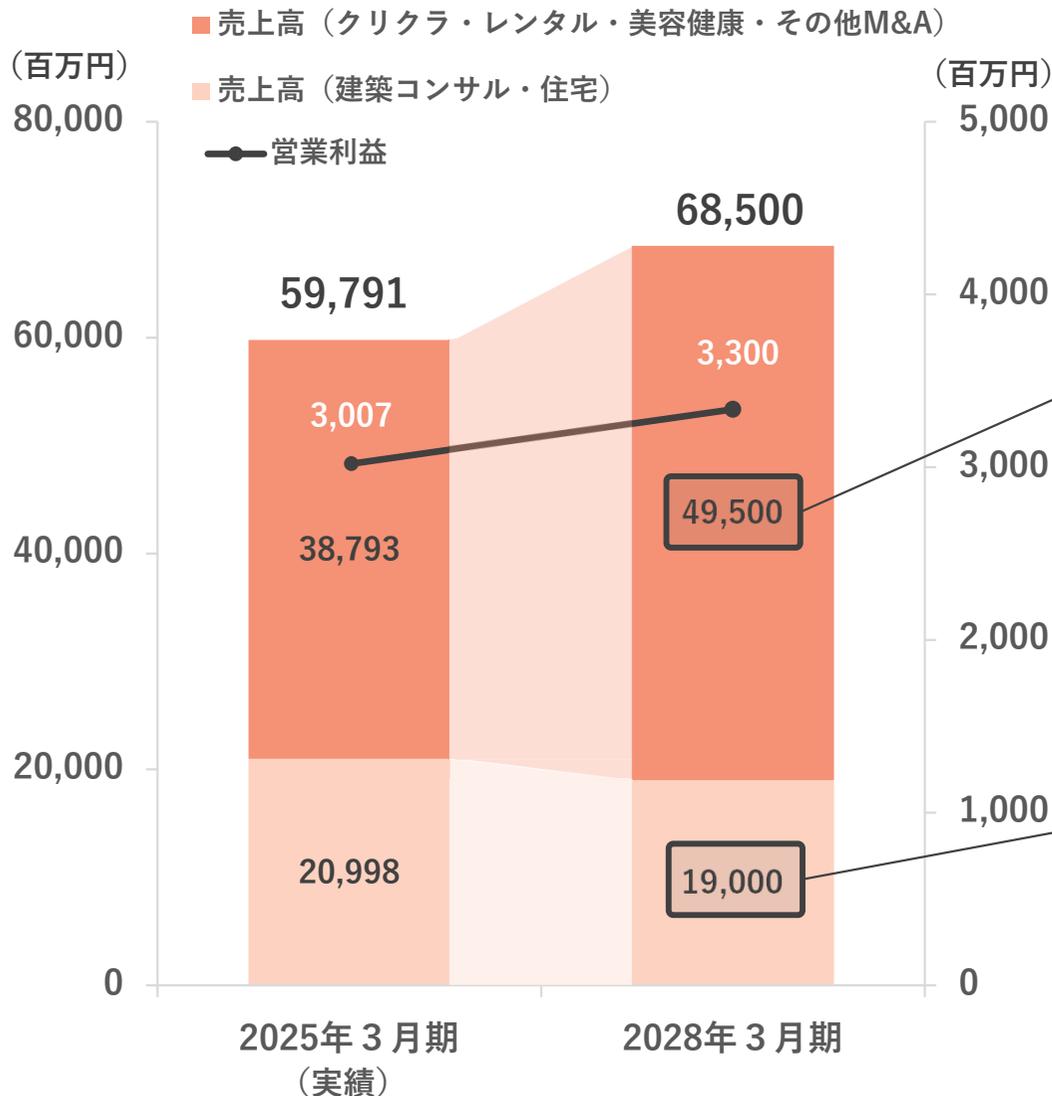


## 6-2 連結業績計画

■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。

### ■ 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

### ■ 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

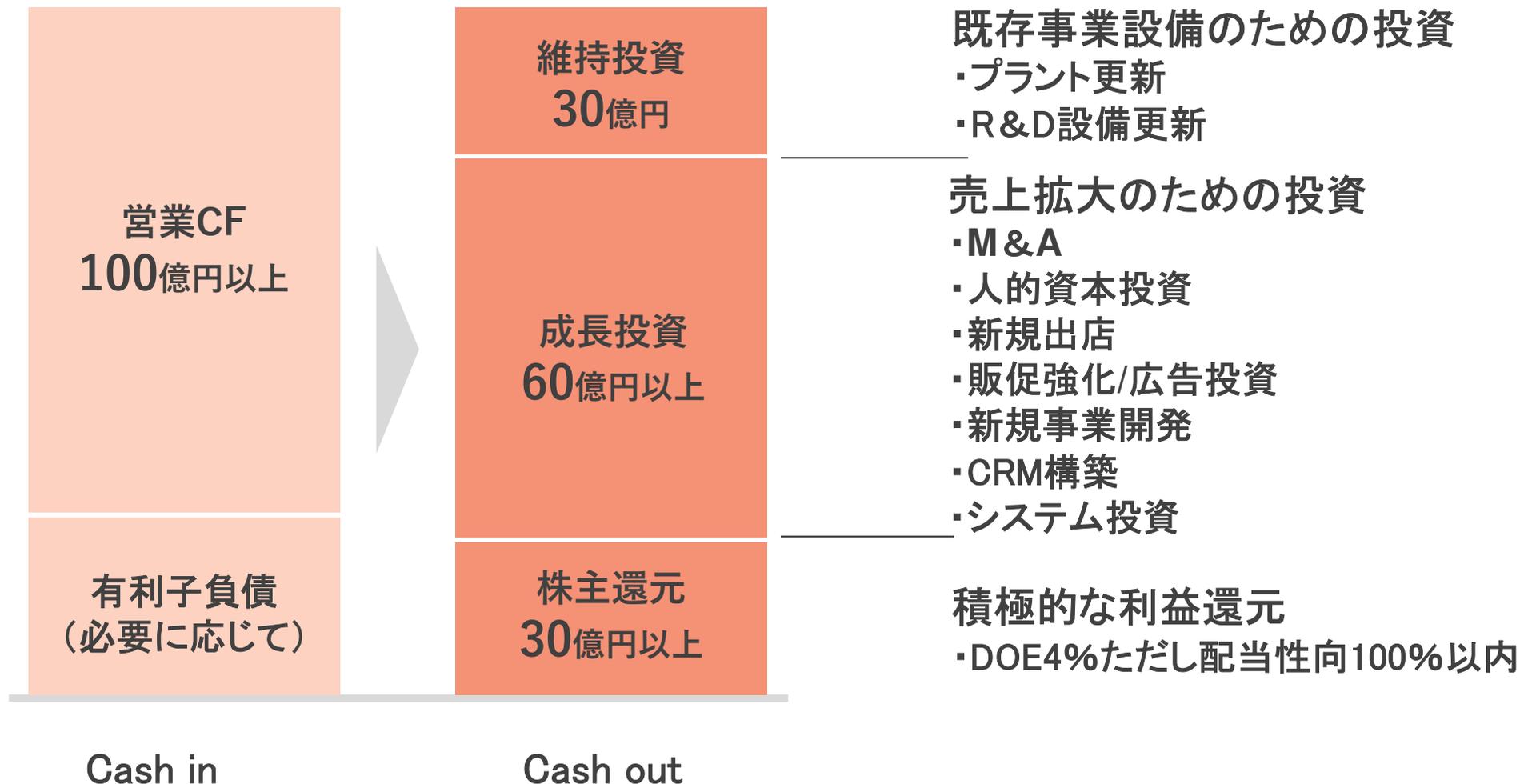
- ・積極的な広告投資による売上高拡大
- ・化粧品OEM事業における新規顧客開拓
- ・競争力、価値ある新商品開発

#### 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

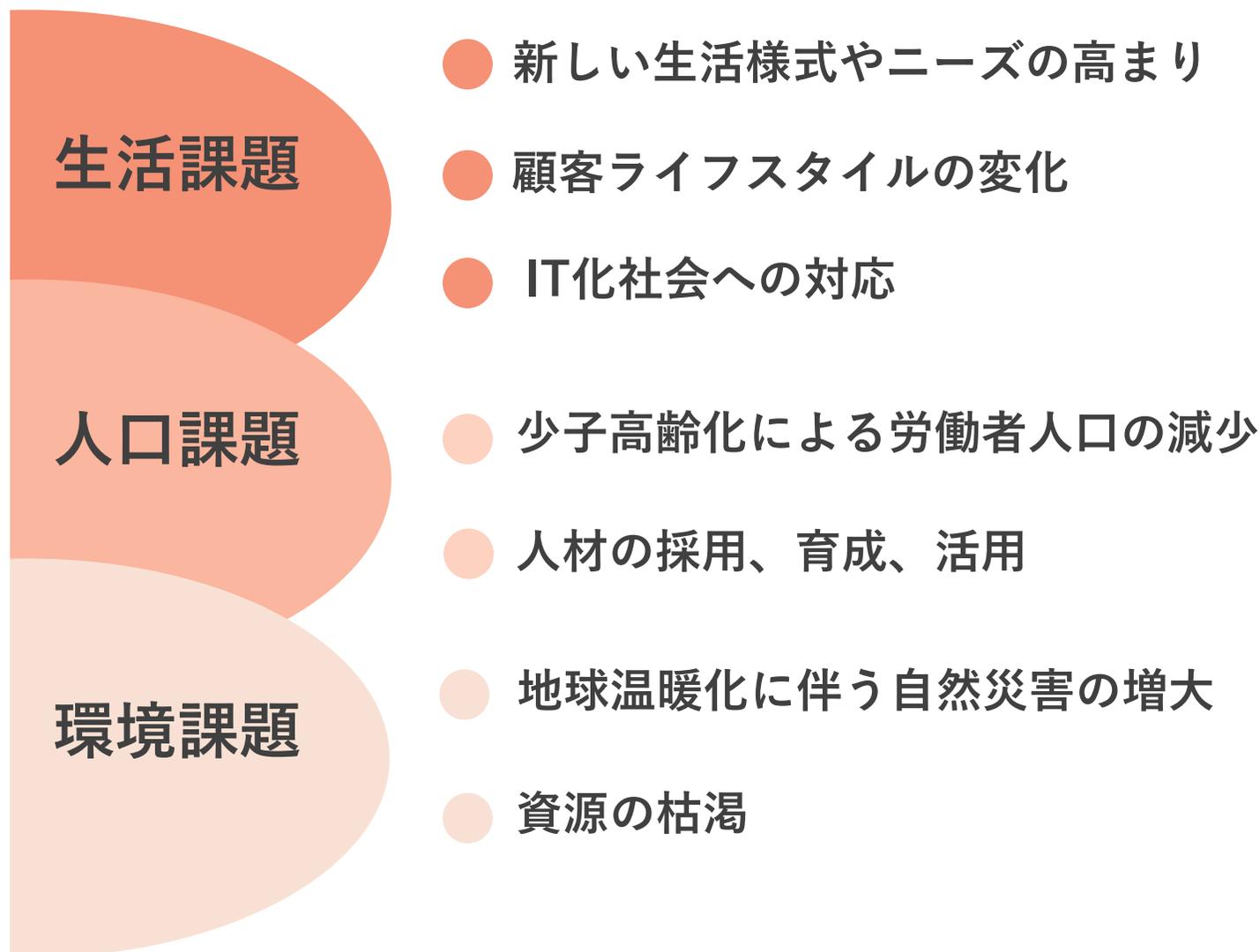
- 3カ年のキャッシュアロケーションは以下のとおり
- 営業CFと有利子負債を原資として、既存事業運営に必要な投資のほか、株主還元および成長に向けた投資を実行し、持続的な企業価値向上を図る



# (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



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

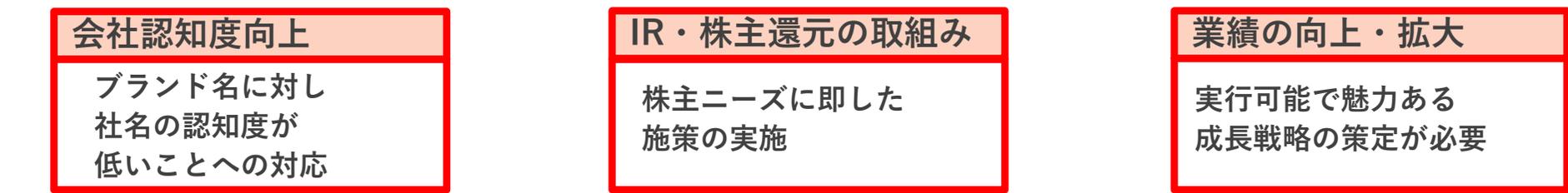
## 6-6 長期ビジョン策定に至った背景

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



課  
題  
取  
組



**長期ビジョンの必要性**

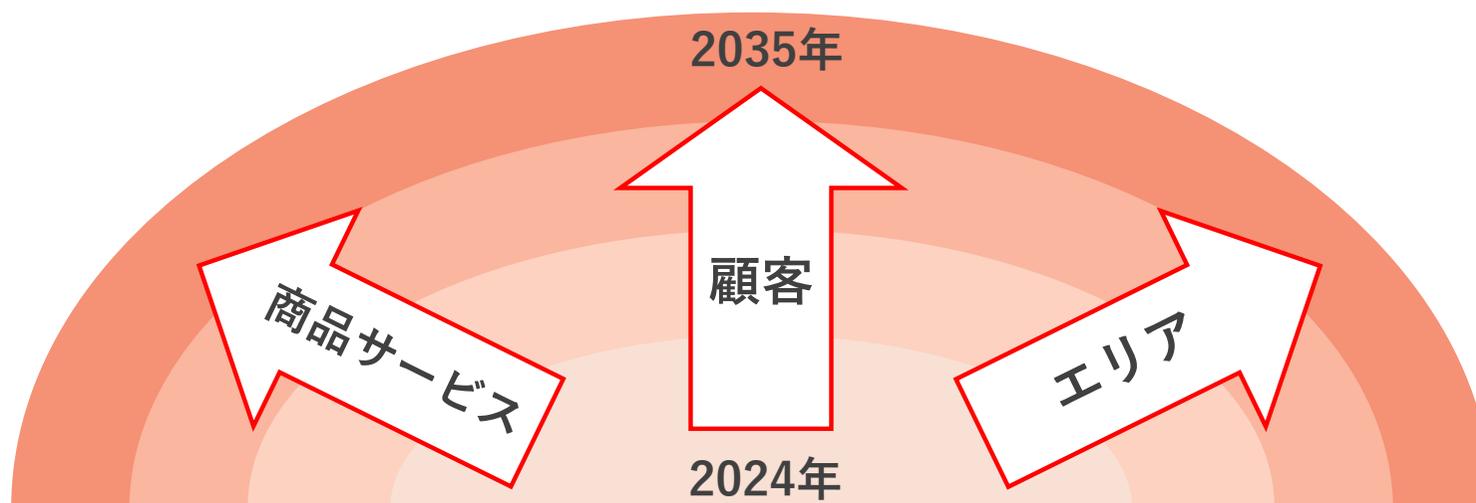
ナックとしての長期ビジョンを策定し、最適な投資実行、最適な事業ポートフォリオの構築を進める  
 急激な外部環境変化にも、長期ビジョンをもとに対応することで実効性ある施策を実施する

2035年に目指すナックグループの姿

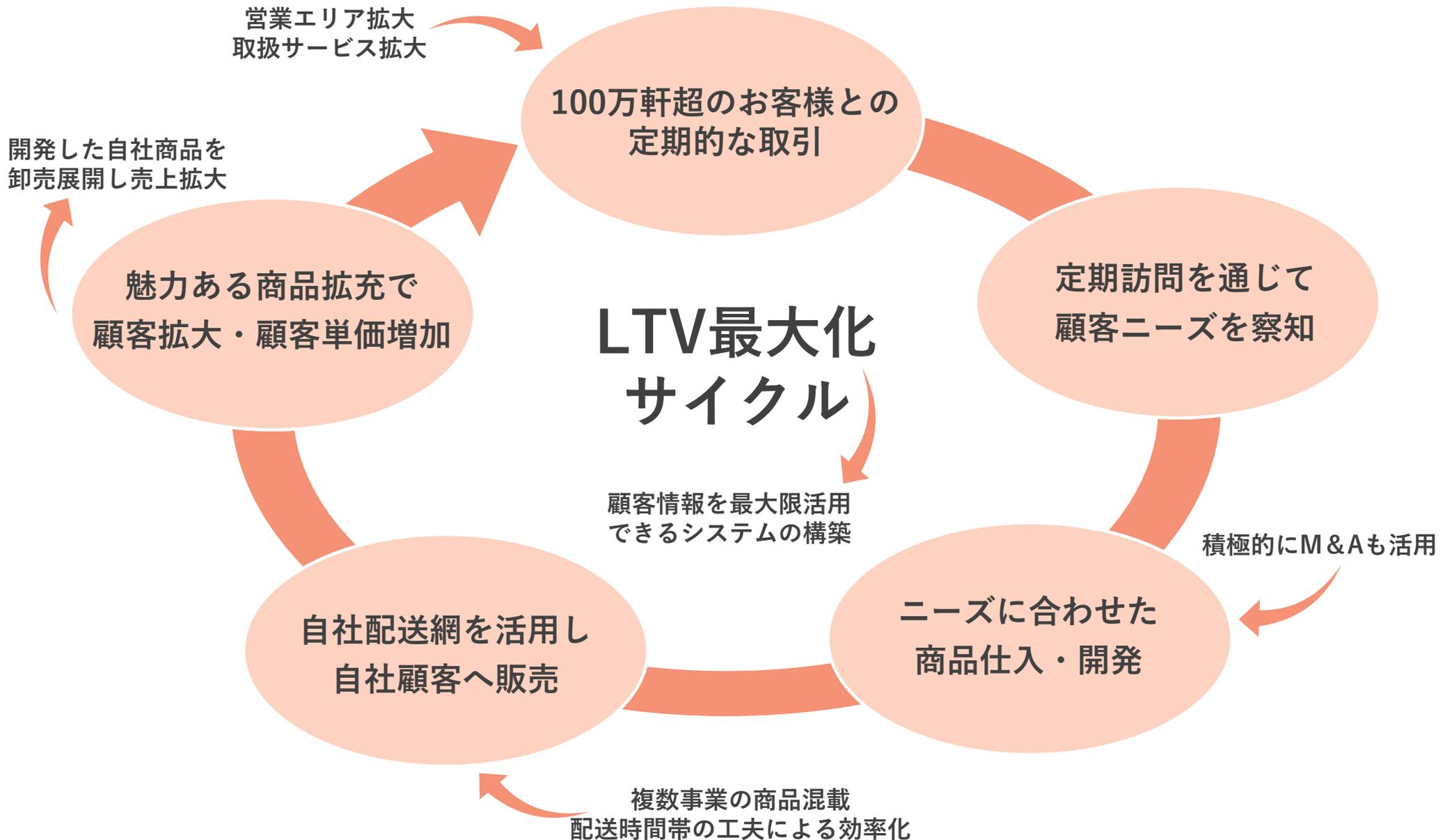
ラストワンマイルを最大限に活用してLTV最大化

～もっと暮らしに寄り添うナック～

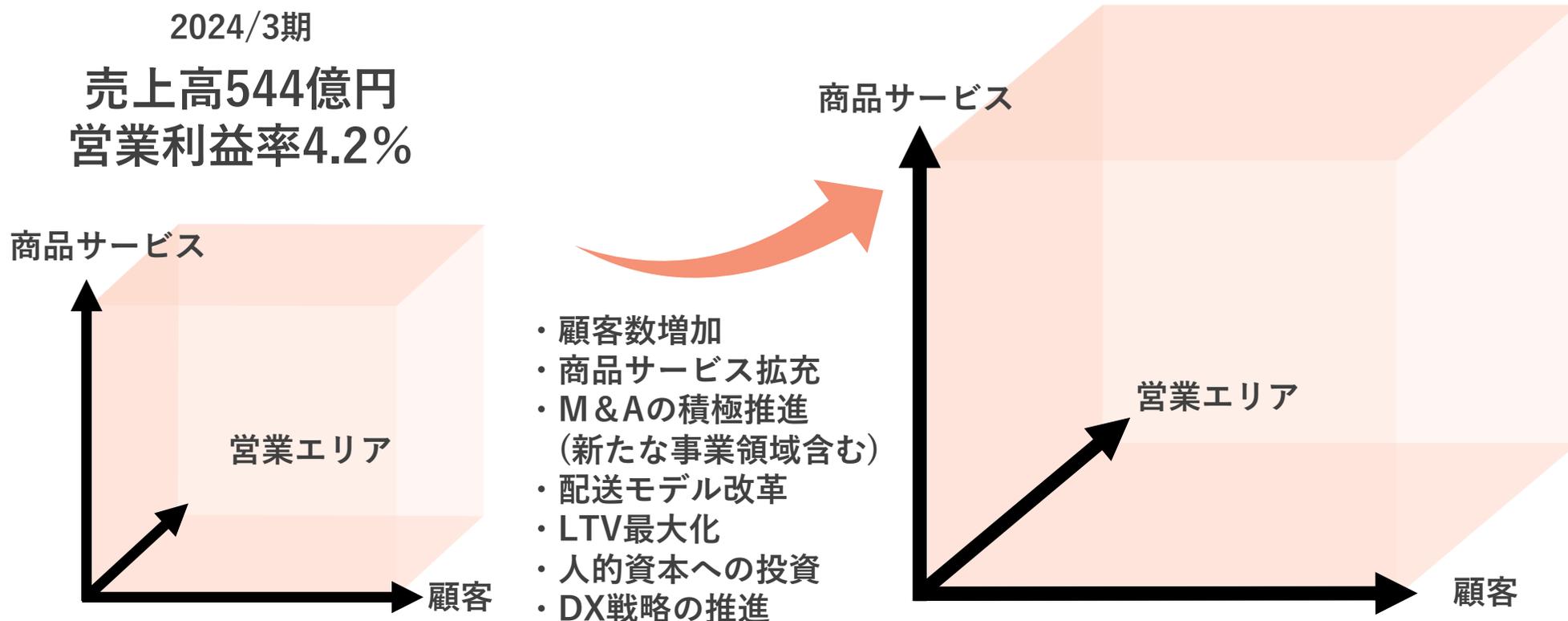
- 顧客への商品・サービスの拡充
- 新たな顧客層・エリア（海外含む）の開拓
- 暮らしのお困りごとを解決するビジネスモデルの構築
- ミリオンカスタマーに向けたサービスモデル構築



## 《LTVを最大化させるサイクル》



## 《長期ビジョン達成に向けたアプローチ》



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 ※連結子会社のみ2025年6月末時点の情報を記載)

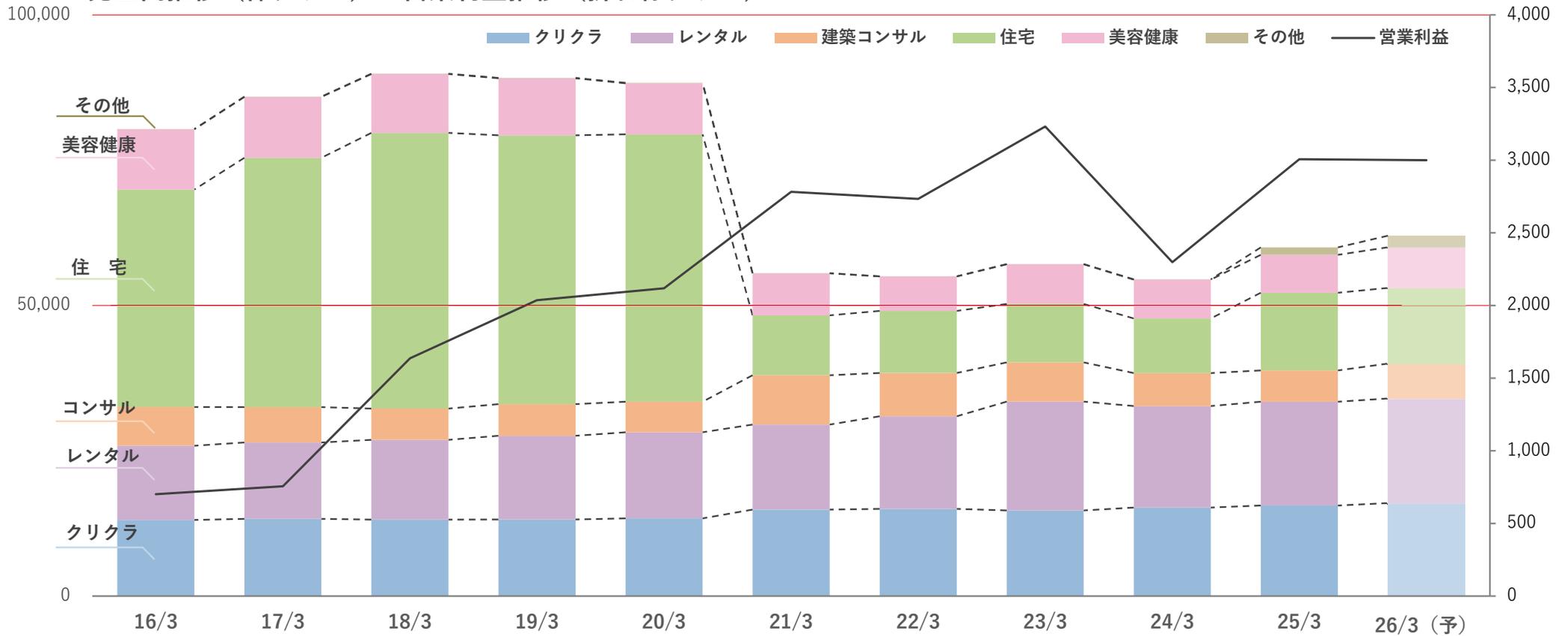
商号	株式会社ナック (NAC CO., LTD.)												
所在地	東京都新宿区西新宿一丁目25番1号 新宿センタービル42階												
設立	1971年 5月20日												
代表者	代表取締役社長 吉村 寛												
連結子会社	<table border="1"> <tr> <td>クリクラ</td> <td>株式会社クリクラ長崎 (宅配水事業) 株式会社コンビボックス (宅配水事業および飲食関連事業等) ※2024年12月27日に子会社化</td> </tr> <tr> <td>レンタル</td> <td>株式会社アーネスト (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)</td> </tr> <tr> <td>コンサル</td> <td>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)</td> </tr> <tr> <td>住 宅</td> <td>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</td> </tr> <tr> <td>美容健康</td> <td>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)</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>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 株式会社ナックライフパートナーズ (金融・福利厚生) 株式会社ナックイエスマート (韓国食品スーパーの運営) ※2025年6月1日に新設</td> </tr> </table>	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)	その他	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 株式会社ナックライフパートナーズ (金融・福利厚生) 株式会社ナックイエスマート (韓国食品スーパーの運営) ※2025年6月1日に新設
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)												
その他	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 株式会社ナックライフパートナーズ (金融・福利厚生) 株式会社ナックイエスマート (韓国食品スーパーの運営) ※2025年6月1日に新設												
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

(百万円) 売上高推移（棒グラフ）・営業利益推移（折れ線グラフ）



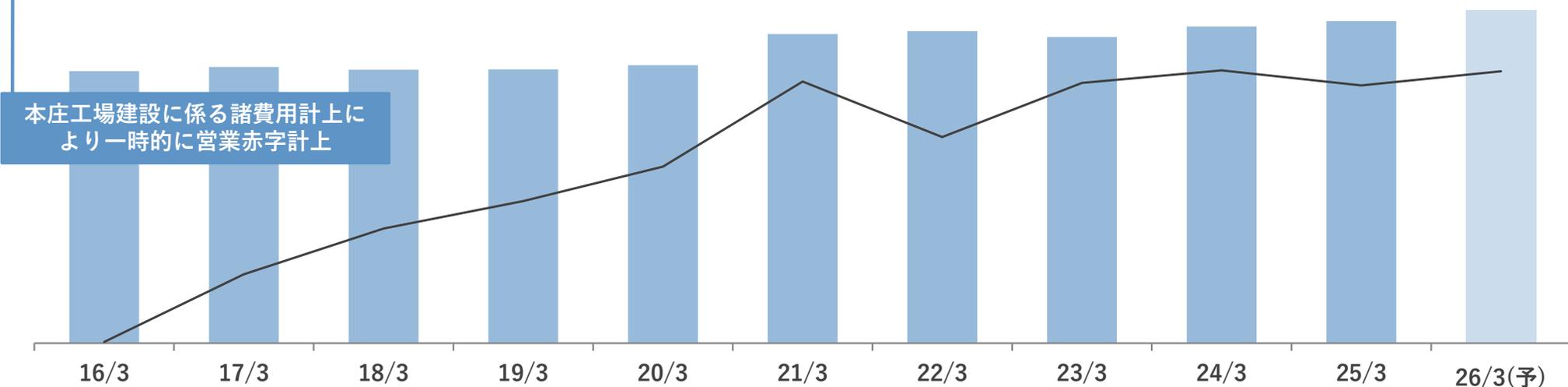
## 7-3 事業紹介 クリクラ事業

主な構成：(株)ナック クリクラ事業本部、(株)クリクラ長崎、(株)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 (株)クリクラ長崎を子会社化（屋号「クリクラ九十九」）
- 2024年12月 (株)コンビボックスを子会社化（屋号「クリクラノースランド」）

	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	15,591	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）



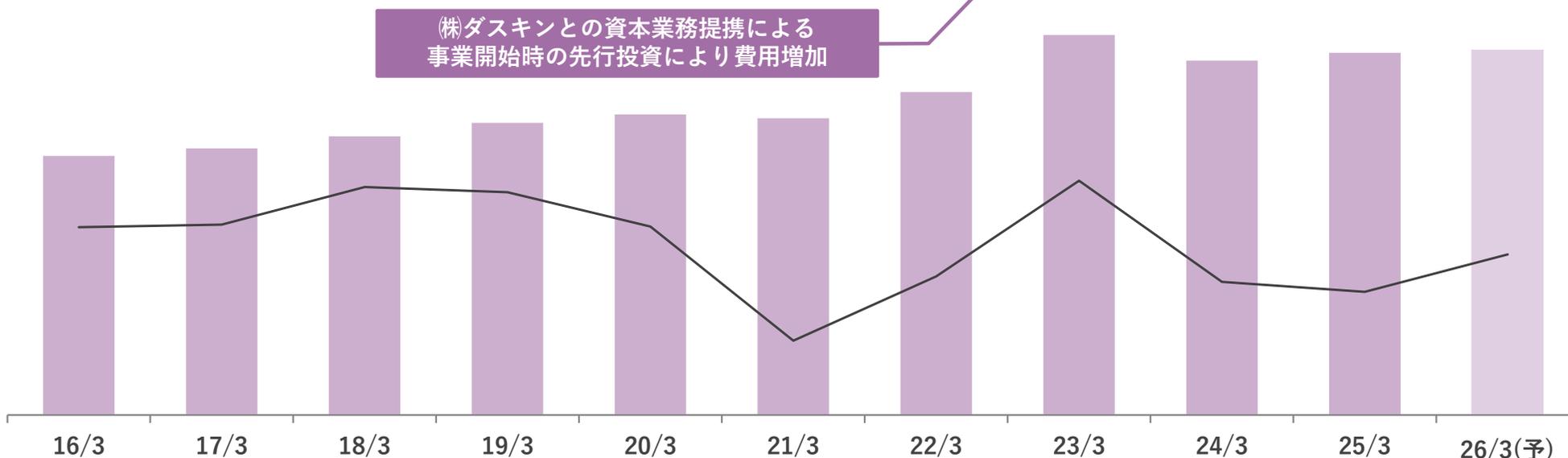
## 7-4 事業紹介 レンタル事業

主な構成：(株)ナック ダスキン事業本部、ウィズ事業部、(株)アーネスト、(株)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 (株)アーネストを子会社化（ビルメンテナンス事業）
- ・ 2018年8月 (株)ダスキンと資本業務提携契約を締結
- ・ 2023年5月 (株)キャンズを子会社化（原状回復工事事業）

	(百万円)										
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）



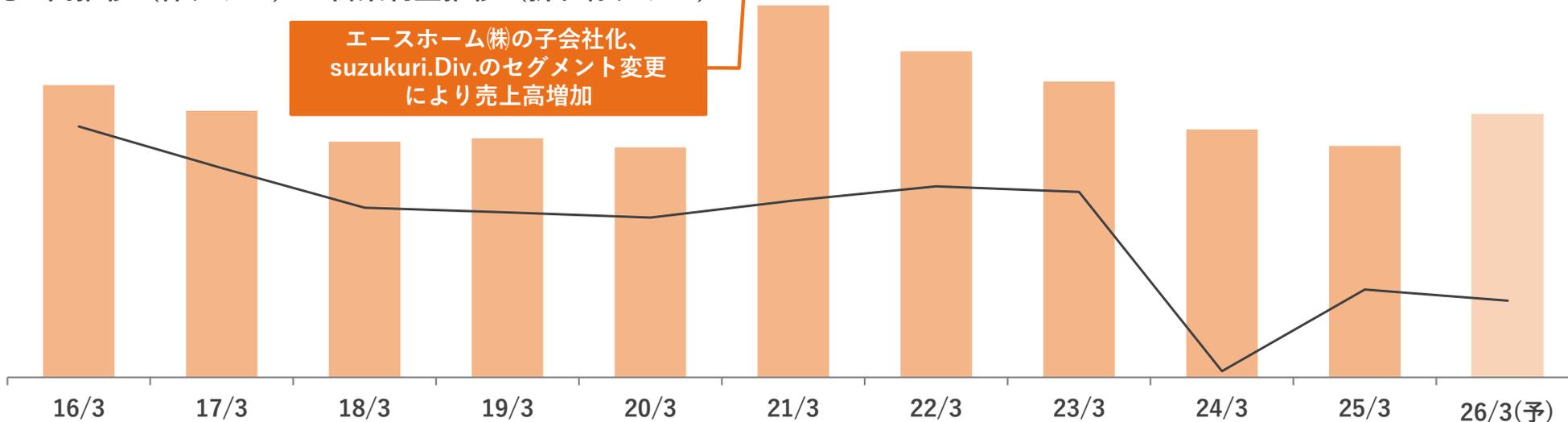
## 7-5 事業紹介 建築コンサルティング事業

主な構成：(株)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(株)

- ・ 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(株)※以下「NSE(株)」を子会社化(省エネ商材販売・施工)
- ・ 2017年4月 (株)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(株)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(株)がNSE(株)を吸収合併、ナックハウスパートナー(株)に社名変更

	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)



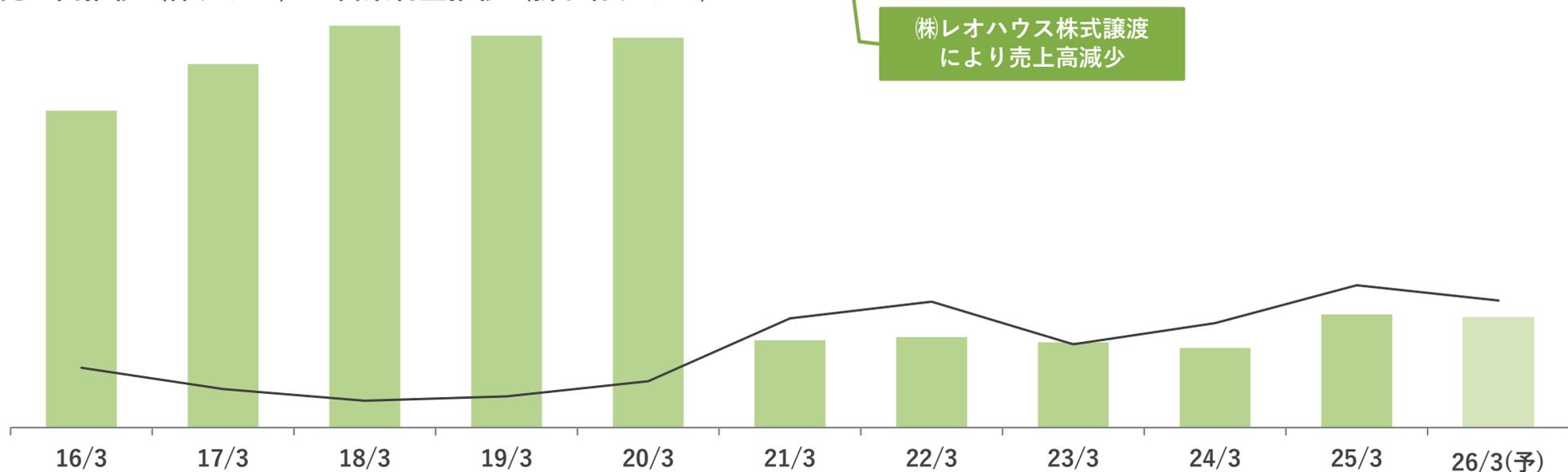
## 7-6 事業紹介 住宅事業

主な構成：(株)ケイディアイ、(株)ジェイウッド、(株)秀和住研、(株)秀和

- 戸建注文住宅の建築請負、分譲住宅の販売
- 2013年7月 (株)ジェイウッドを子会社化（自然素材の注文住宅）
- 2016年5月 (株)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 (株)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 (株)ジェイウッドが(株)国木ハウスを吸収合併（KUNIMOKU HOUSE事業として継続）
- 2024年5月 (株)秀和住研を子会社化（東北地方で住宅事業を展開）

	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	37,414	42,894	47,433	46,249	46,019	10,308	10,681	10,061	9,405	13,368	13,000
営業利益	▲ 410	▲ 621	▲ 742	▲ 697	▲ 546	62	232	▲ 182	28	400	250

売上高推移（棒グラフ）・営業利益推移（折れ線グラフ）



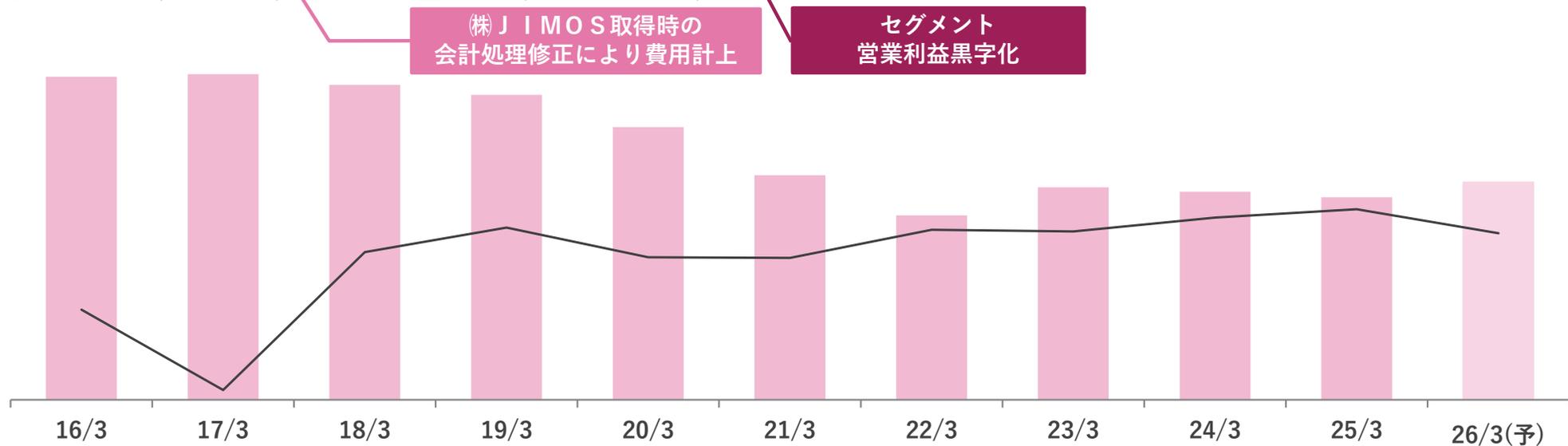
## 7-7 事業紹介 美容・健康事業

主な構成：(株)JIMOS、(株)ベルエアー、(株)トレミー

- 化粧品・健康食品及び美容材料等の通信販売
- 2013年7月 (株)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 (株)ベルエアーを子会社化（サプリメント販売）
- 2021年7月 (株)トレミーを子会社化（化粧品の受託製造）
- 2021年9月 (株)アップセールを設立（化粧品・健康食品・医薬品の通販）
- 2025年4月 (株)JIMOSが(株)アップセールを吸収合併（アップセール事業として事業存続）

売上高	(百万円)										
10,378	10,463	10,115	9,801	8,764	7,213	5,921	6,826	6,684	6,506	7,000	
営業利益	▲ 105	▲ 457	147	255	125	122	151	238	298	335	230

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 その他事業

主な構成：(株)ナック 新領域開発本部、(株)NLP、TWS(株)、(株)ナックイエスマート

- 2026年3月期より報告セグメントを変更し、「その他」を追加
- 2012年11月 (株)ナックライフパートナーズ(NLP)を設立（住宅販売に付随する金融・保険業務）
- 2023年11月 (株)NLPにて買収大吉事業を開始
- 2024年2月 巴ワイン・アンド・スピリッツ（TWS）(株)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(株)へ社名変更
- 2024年12月 (株)コンビボックスを子会社化、同社の運営する韓国食品スーパー「Yesmart」事業を開始
- 2025年6月 「Yesmart」事業を(株)コンビボックスから分割し、(株)ナックイエスマートを設立

	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	41	58	68	82	33	4	6	43	1,280	2,000
営業利益	▲1	▲1	5	2	1	11	0	1	▲0	27	▲100

売上高推移（棒グラフ）

