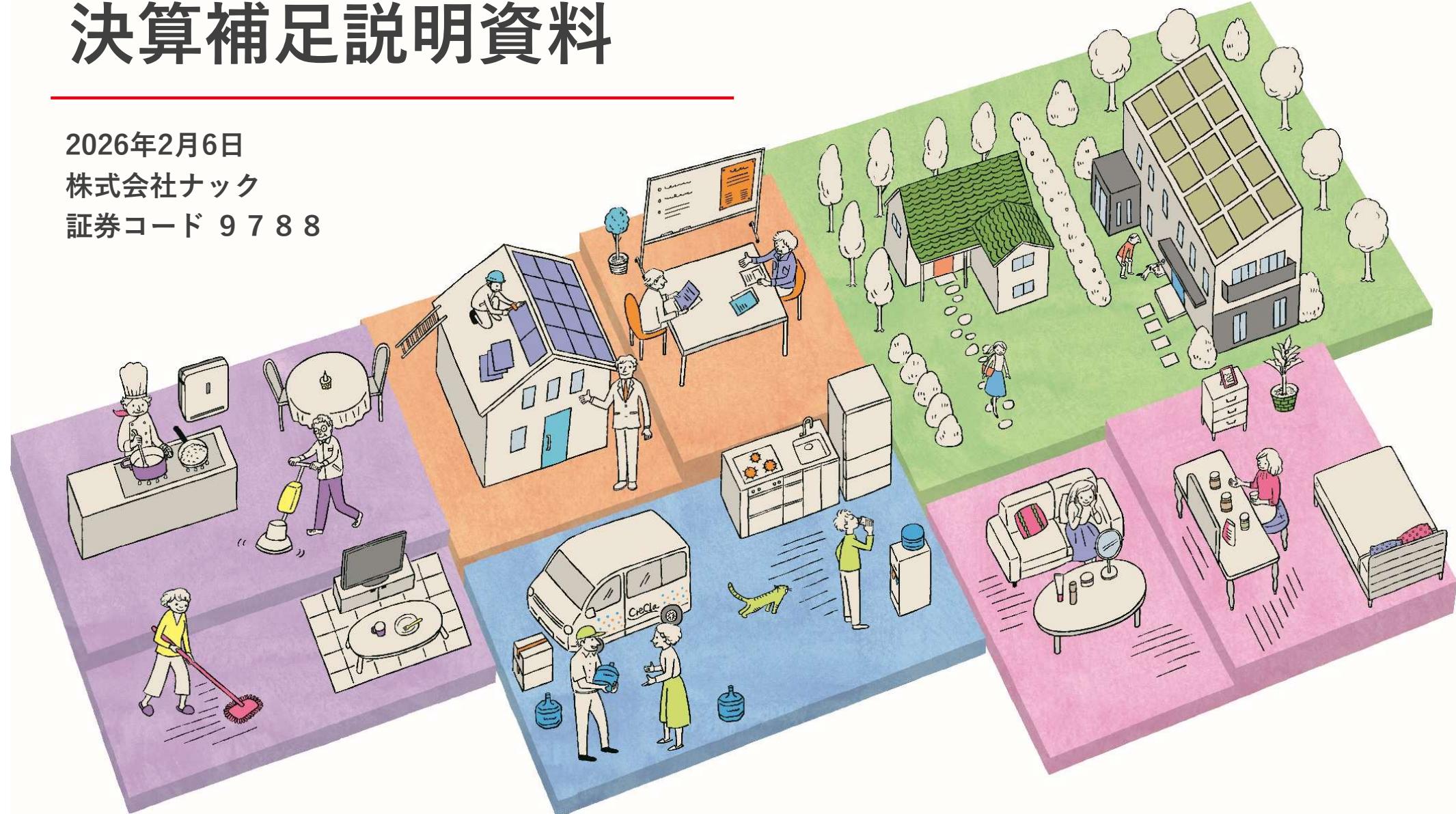


2026年3月期 第3四半期

NAC

決算補足説明資料

2026年2月6日
株式会社ナック
証券コード 9788



当社は第3四半期において決算説明会を行っておりません。

本資料は、2026年3月期 第3四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 —

01	第3四半期の実績	… P. 2
02	セグメント別業績	… P. 12
03	業績予想	… P. 35
04	配当	… P. 39
05	中期経営計画	… P. 41
06	会社概要	… P. 53

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ください。

01 第3四半期の実績

1-1. 連結損益計算書

1-1a 業績ハイライト（前年同期比）

NAC

売上高

[クリクラ](#)

加盟店向けのサーバー販売台数増加や小型の浄水型サーバー「putio」の顧客数増加、また(株)コンビボックスの収益が加わったことで増加

住宅

建築基準法改正による着工の遅れや工期延伸等により、(株)ケイディアイでは分譲住宅の販売在庫が確保出来ず販売数減少、(株)ジェイウッドでは完工棟数が減少したことで減少

営業利益

[コンサル](#)

売上高総利益率の高いコンサルティング部門での売上高減少により損失計上

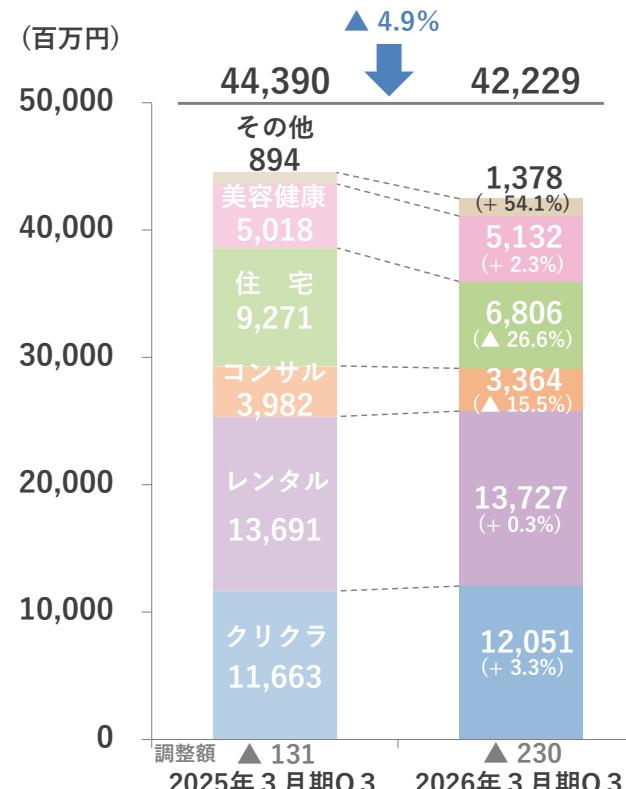
住宅

固定費の削減や販促の見直しを図るも、各社での売上高減少による損益悪化により損失計上

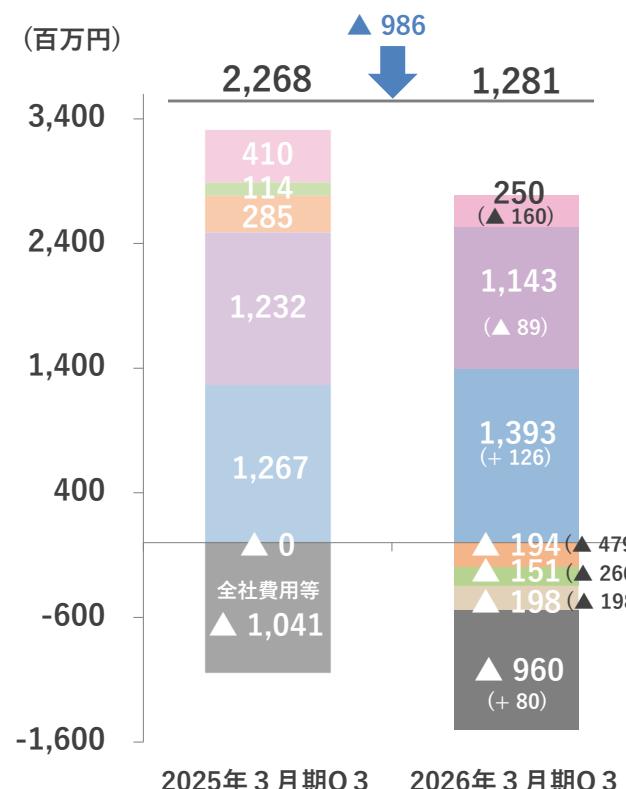
四半期純利益

営業利益の減少に伴い減少

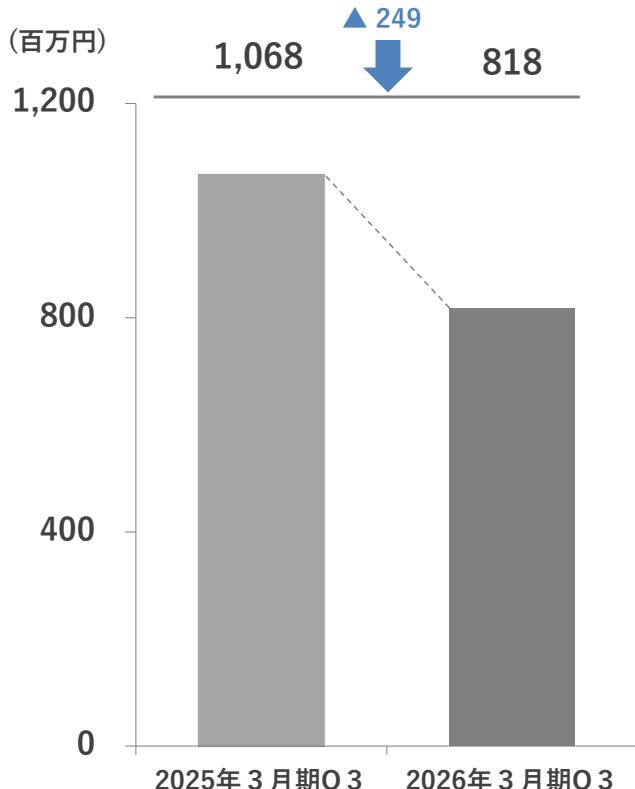
売上高 (カッコ内は増減率)



営業利益 (カッコ内は増減額)



四半期純利益 (※)



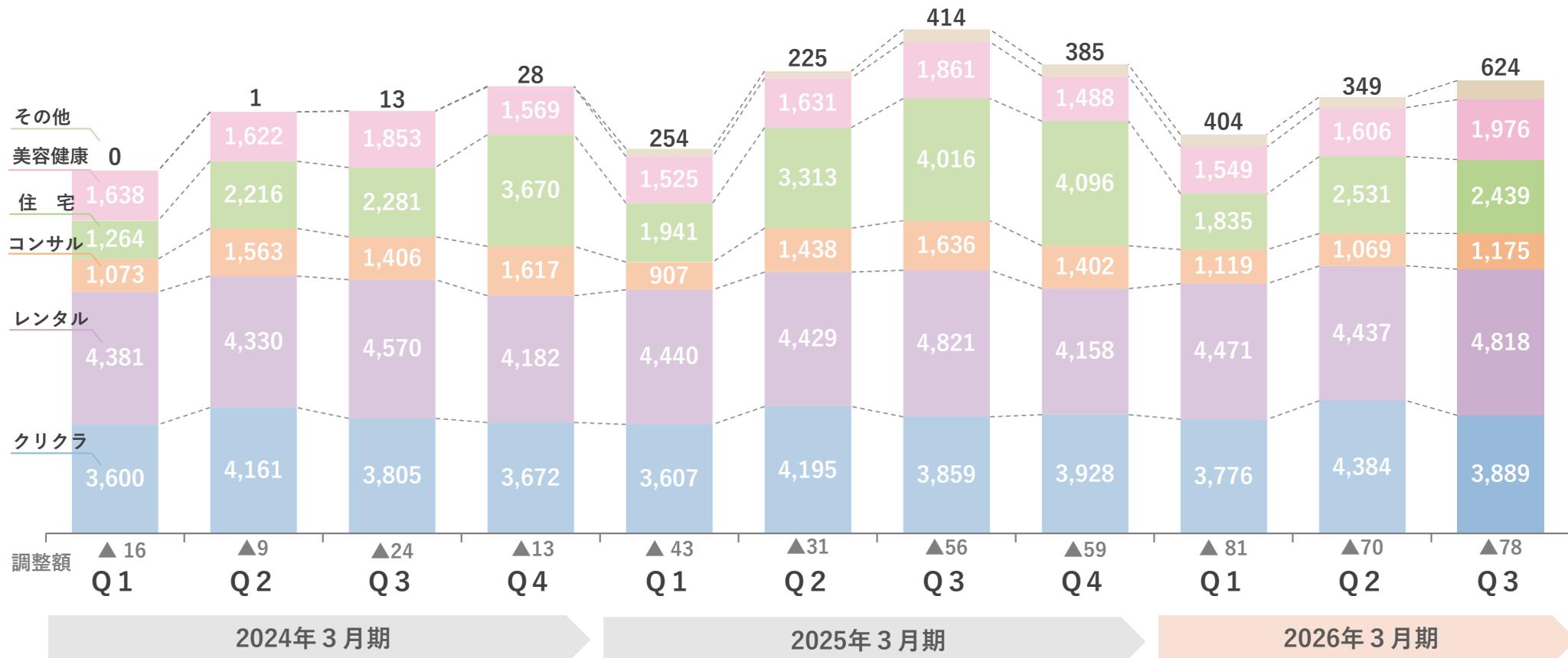
(※) 四半期純利益：親会社株主に帰属する四半期純利益、調整額：セグメント間の内部売上高又は振替高

1-1b 四半期別 売上高／営業利益の四半期推移

NAC

2024年3月期				2025年3月期				2026年3月期			
Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	
売上高											
11,941	13,886	13,907	14,697	12,634	15,201	16,554	15,400	13,075	14,308	14,846	
営業利益											
▲ 162	772	865	822	▲ 98	862	1,504	739	▲ 42	461	862	
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

NAC

(百万円)

	2026年3月期 Q3実績	前期比	
		前期Q3実績	増減率
売上高	42,229	44,390	▲ 4.9%
売上総利益	21,167	21,245	▲ 0.4%
(売上総利益率)	50.1%	47.9%	+ 2.2pt
販売費及び一般管理費	19,885	18,976	+ 4.8%
営業利益	1,281	2,268	▲ 43.5%
(営業利益率)	3.0%	5.1%	▲ 2.1pt
営業外損益	10	5	+ 68.4%
経常利益	1,291	2,274	▲ 43.2%
特別損益	59	▲ 295	—
親会社株主に帰属する四半期純利益	818	1,068	▲ 23.4%

1-1d セグメント別売上高

NAC

(百万円)

	2026年3月期 Q3実績	前期比	
		前期Q3実績	増減率
クリクラ事業	12,051	11,663	+ 3.3%
レンタル事業	13,727	13,691	+ 0.3%
建築コンサルティング事業	3,364	3,982	▲ 15.5%
住宅事業	6,806	9,271	▲ 26.6%
美容・健康事業	5,132	5,018	+ 2.3%
その他の	1,378	894	+ 54.1%
消去調整他	▲ 230	▲ 131	—
合計	42,229	44,390	▲ 4.9%

1-1e セグメント別営業利益

NAC

(百万円)

	2026年3月期 Q3実績	前期比	
		前期Q3実績	増減率
クリエラ事業	1,393 (11.6%)	1,267 (10.9%)	+ 10.0% (+ 0.7pt)
レンタル事業	1,143 (8.3%)	1,232 (9.0%)	▲ 7.2% (▲ 0.7pt)
建築コンサルティング事業	▲ 194 (▲ 5.8%)	285 (7.2%)	— (▲ 13.0pt)
住宅事業	▲ 151 (▲ 2.2%)	114 (1.2%)	— (▲ 3.4pt)
美容・健康事業	250 (4.9%)	410 (8.2%)	▲ 39.1% (▲ 3.3pt)
その他の	▲ 198 (▲ 14.4%)	▲ 0 (▲ 0.0%)	— (▲ 14.4pt)
全社費用等	▲ 960	▲ 1,041	—
合計	1,281 (3.0%)	2,268 (5.1%)	▲ 43.5% (▲ 2.1pt)

※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（前年同期比）

NAC

売上総利益

コンサル

売上高総利益率の高いコンサルティング部門での売上高減少により減少

人件費

ベースアップ等の給与水準引き上げに加え、M&Aによるグループ拡大の影響を受けて増加

サービス用品費

クリクラ

小型の浄水型ウォーターサーバー「putio（プティオ）」の顧客数増加に伴い
サービス用品費（サーバーのリース料金）が増加

	(百万円)	前年同期比増減率	
2025年3月期 Q3 営業利益	2,268	—	
売上総利益の増減	▲ 77	▲ 0.4%	
人 件 費	▲ 139	+ 1.8%	
広 告 宣 伝 費 及 び 販 売 促 進 費	▲ 126	+ 5.5%	
販売費及び一般管理費の増減	地 代 家 賃	▲ 79	+ 6.4%
	サ 一 ビ ス 用 品 費	▲ 162	+ 24.7%
	そ の 他 販 管 費	▲ 402	+ 5.7%
2026年3月期 Q3 営業利益	1,281	▲ 43.5%	

01 第3四半期の実績

1-2. 連結貸借対照表

1-2a 連結貸借対照表 資産の部

NAC

流動資産

増 加

販売用不動産 + 999百万円／未成工事支出金 + 677百万円

商品及び製品+ 608百万円

減 少

現金及び預金 ▲ 1,589百万円

固定資産

特記事項なし

	(百万円)				
	2026年3月期 Q3	構成比	2025年3月期	構成比	増減額
流動資産	25,069	64.3%	23,736	62.2%	+ 1,332
有形固定資産	8,517	21.8%	8,697	22.8%	▲ 180
無形固定資産	1,448	3.7%	1,516	4.0%	▲ 68
投資その他の資産	3,945	10.1%	4,240	11.1%	▲ 295
固定資産	13,910	35.7%	14,454	37.8%	▲ 543
資産合計	38,980	100.0%	38,191	100.0%	+ 788

1-2b 連結貸借対照表 負債の部・純資産の部

NAC

負 債	増 加	未成工事受入金 + 1,040百万円／長期借入金 + 416百万円／買掛金+209百万円
	減 少	未払法人税等 ▲ 387百万円／賞与引当金 ▲ 386百万円
純 資 産	増 加	四半期純利益の計上 + 818百万円／自己株式+34百万円
	減 少	利益剰余金の配当 ▲ 924百万円

	2026年3月期 Q3	構成比	2025年3月期	構成比	(百万円)
流動負債	12,066	31.0%	11,623	30.4%	+ 443
固定負債	4,591	11.8%	4,173	10.9%	+ 418
負債合計	16,658	42.7%	15,796	41.4%	+ 862
株主資本	23,003	59.0%	23,064	60.4%	▲ 60
その他の包括利益累計額	▲ 682	▲ 1.8%	▲ 669	▲ 1.8%	▲ 12
純資産合計	22,321	57.3%	22,394	58.6%	▲ 73
負債・純資産合計	38,980	100.0%	38,191	100.0%	+ 788

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

NAC

売 上 高

直営部門

宅配水「クリクラ」では引き続き酷暑の影響で1顧客あたりのボトル消費量が増加。価格改定に伴い解約数増加も、既存顧客への事前の解約予防施策により解約率は想定以下で推移しており、結果として前年同期比で同水準（微増）

加盟店部門

旧型サーバーからの切替促進施策による加盟店向けのサーバー販売台数増加や、使用年数の長くなったボトル容器の入れ替え需要もあり前年同期比で増加

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）」の顧客数が順調に推移し、前年同期比で増加

コンビボックス

2025年1月に(株)コンビボックスをM&Aにより子会社化

営業利益

「putio」の販促効率向上により販促費を抑制したことでの前年同期比で増加

(百万円)

売上高

11,567

11,663

12,051

営業利益

1,357

1,267

1,393

売上高推移

その他

クリクラ長崎

200

加盟店
3,553

直営店
7,778

↓ 0.8%

292

80

3,526

7,801

↑ 3.5%

448

456

84

3,650

7,823

コンビボックス※

※ M&Aにより子会社化（2025年1月より連結）

調整額

▲37

2024年3月期Q3

▲36

2025年3月期Q3

▲411

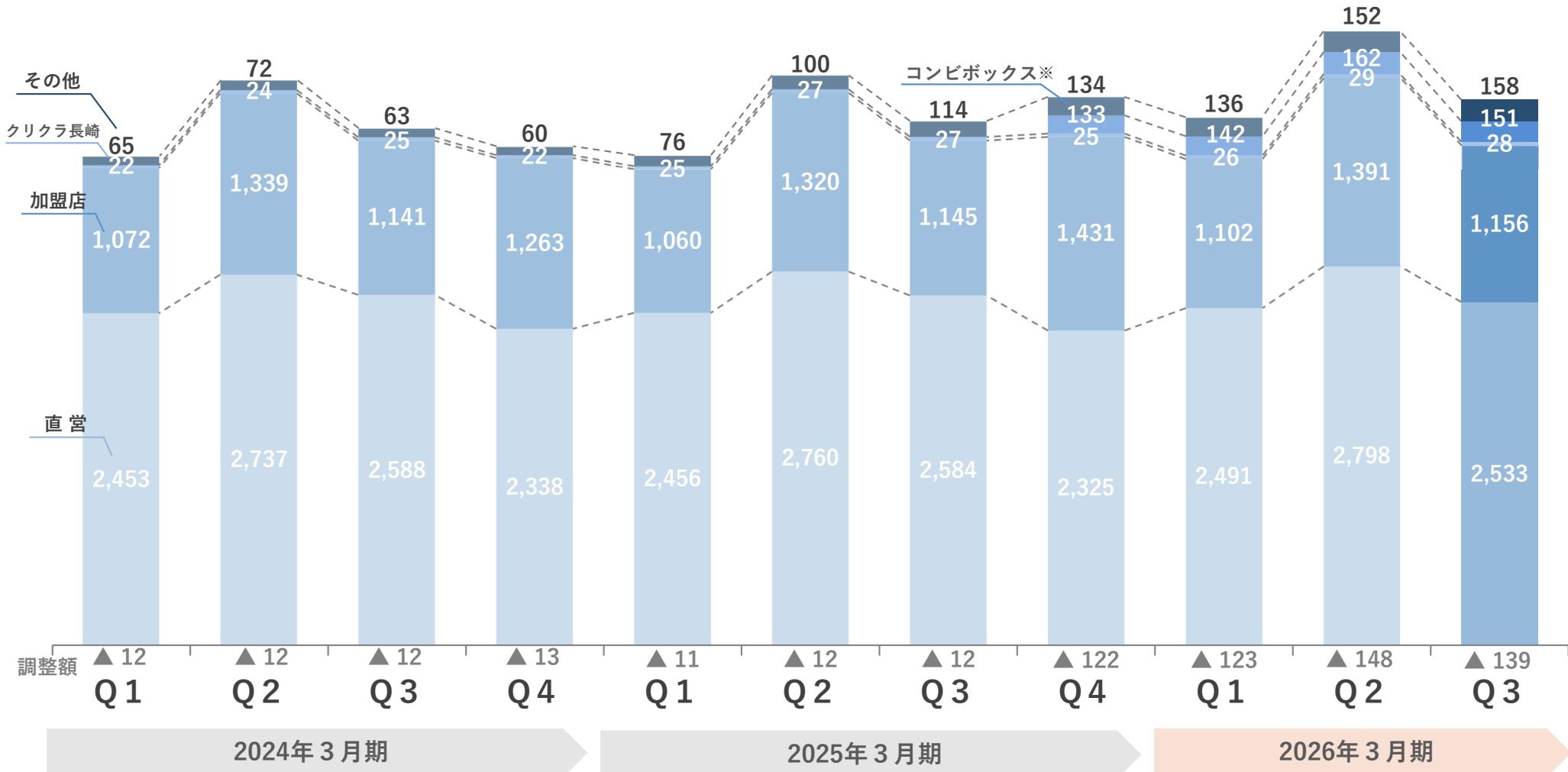
2026年3月期Q3

2-1b クリクラ事業 売上高／営業利益の四半期推移

NAC

2024年3月期				2025年3月期				2026年3月期		
Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
売上高										
3,600	4,161	3,805	3,672	3,607	4,195	3,859	3,928	3,776	4,384	3,889

売上高四半期推移	※ M&Aにより子会社化（2025年1月より連結）	(百万円)
----------	---------------------------	-------



- ・ 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2026」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。（2025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
コスパのよさ（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

NAC

売 上 高

ダスキン

ケアサービス部門とヘルスレント部門において、前期までに出店を拡大した店舗の収益性向上により、前年同期比で同水準（微増）

ウィズ

飲食店の回復に伴い順調であった顧客獲得が一巡し、前年同期比で同水準（微減）

アーネスト

採算性を踏まえた事業運営を行った結果、前年同期比で同水準（微減）

キャンズ

法人営業部との連係により受注獲得に努めるも、前年同期比で同水準（微減）

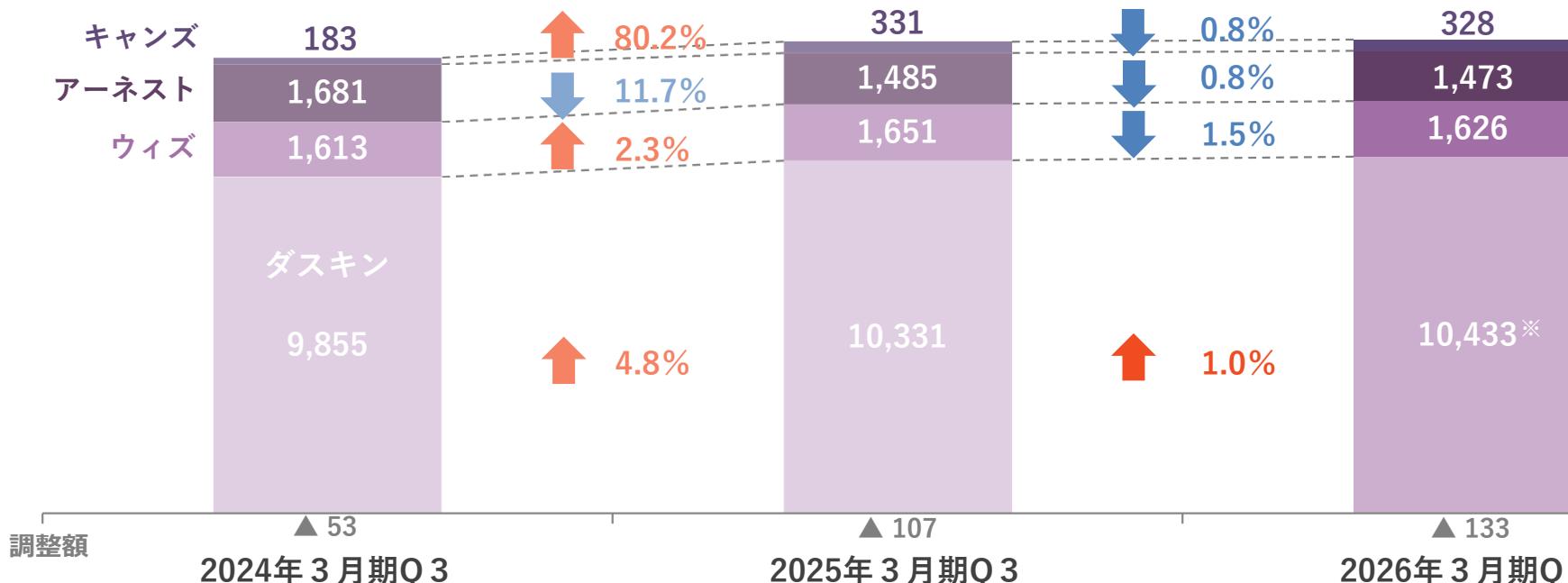
営 業 利 益

新規出店や受注獲得に向けた販促費増加に伴い販売管理費が増加し前年同期比で減少

	(百万円)		
売上高	13,281	13,691	13,727
営業利益	1,296	1,232	1,143

売上高推移

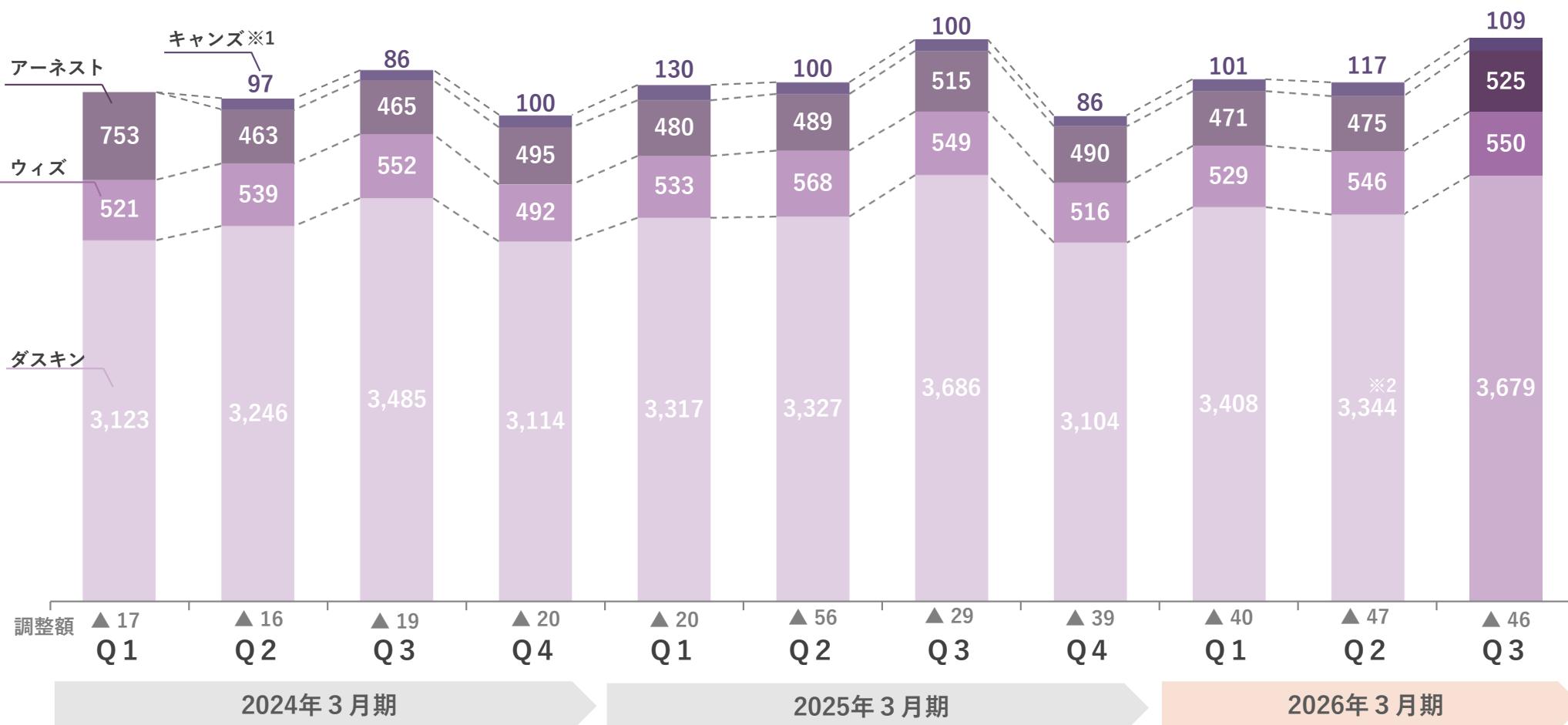
※ 2025年8月にM&Aにより子会社化した(有)ダスキンヤマナカの4百万円を含む
(2025年12月1日より(株)ナックに吸収合併済のため合算にて表記)



2-2b レンタル事業 売上高／営業利益の四半期推移

NAC

2024年3月期				2025年3月期				2026年3月期			
Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	
売上高											
4,381	4,330	4,570	4,182	4,440	4,429	4,821	4,158	4,471	4,437	4,818	
営業利益											
408	398	488	301	330	411	490	319	271	354	517	
売上高四半期推移				※1) M&Aにより子会社化（2023年7月より連結）				※2) 2025年8月にM&Aにより子会社化した(有)ダスキンヤマナカの売上高を含む (2025年12月1日より株ナックに吸収合併のため合算にて表記)			(百万円)



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 イ 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

法人営業部と連携し受注・活動エリアの拡大



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

NAC

売 上 高

コンサル

受注減少や法改正による建築コスト増加と工期延長が重なり主要顧客である地場工務店の経営状況が悪化するなか、3Qは補助金対象商品の受注獲得に注力。審査申込から採択、売上計上までに時間を要するため、前年同期比で大幅に減少。

NHP

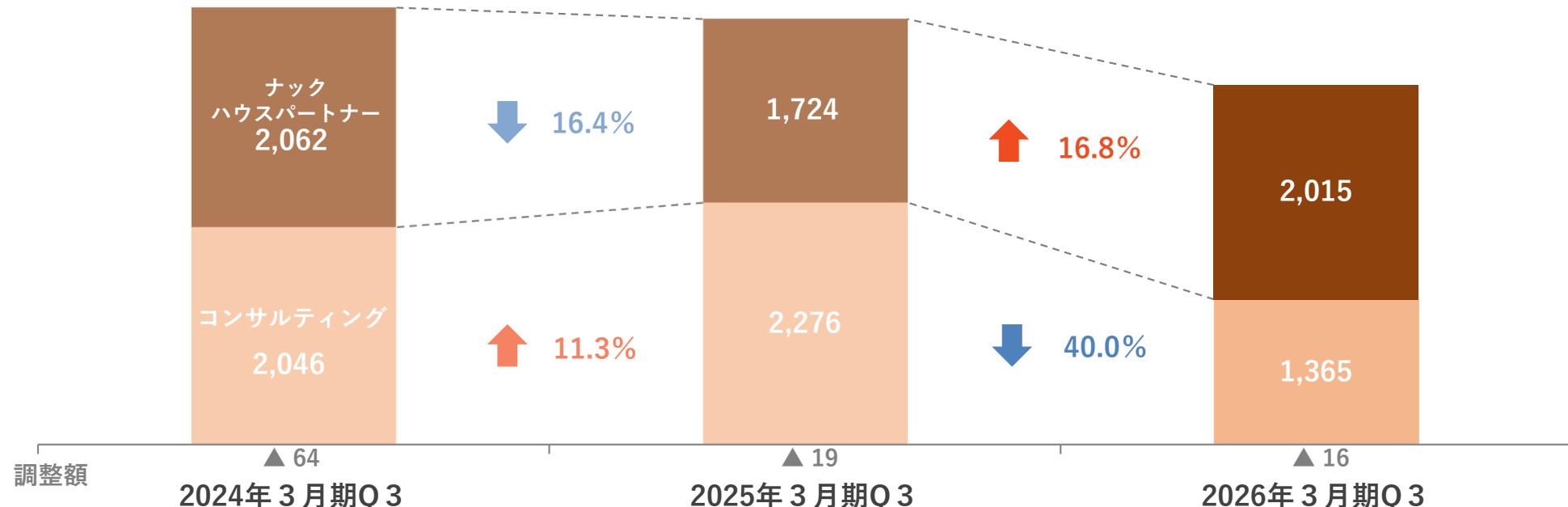
住宅FCを展開するエースホームブランドにおいて、加盟店の上棟数が増加したことにより前年同期比で増加

営 業 損 失

売上高総利益率の高い建築コンサルティング部での売上高減少の結果、損失計上

	(百万円)		
売上高	4,044	3,982	3,364
営業利益	▲ 247	285	▲ 194

売上高推移



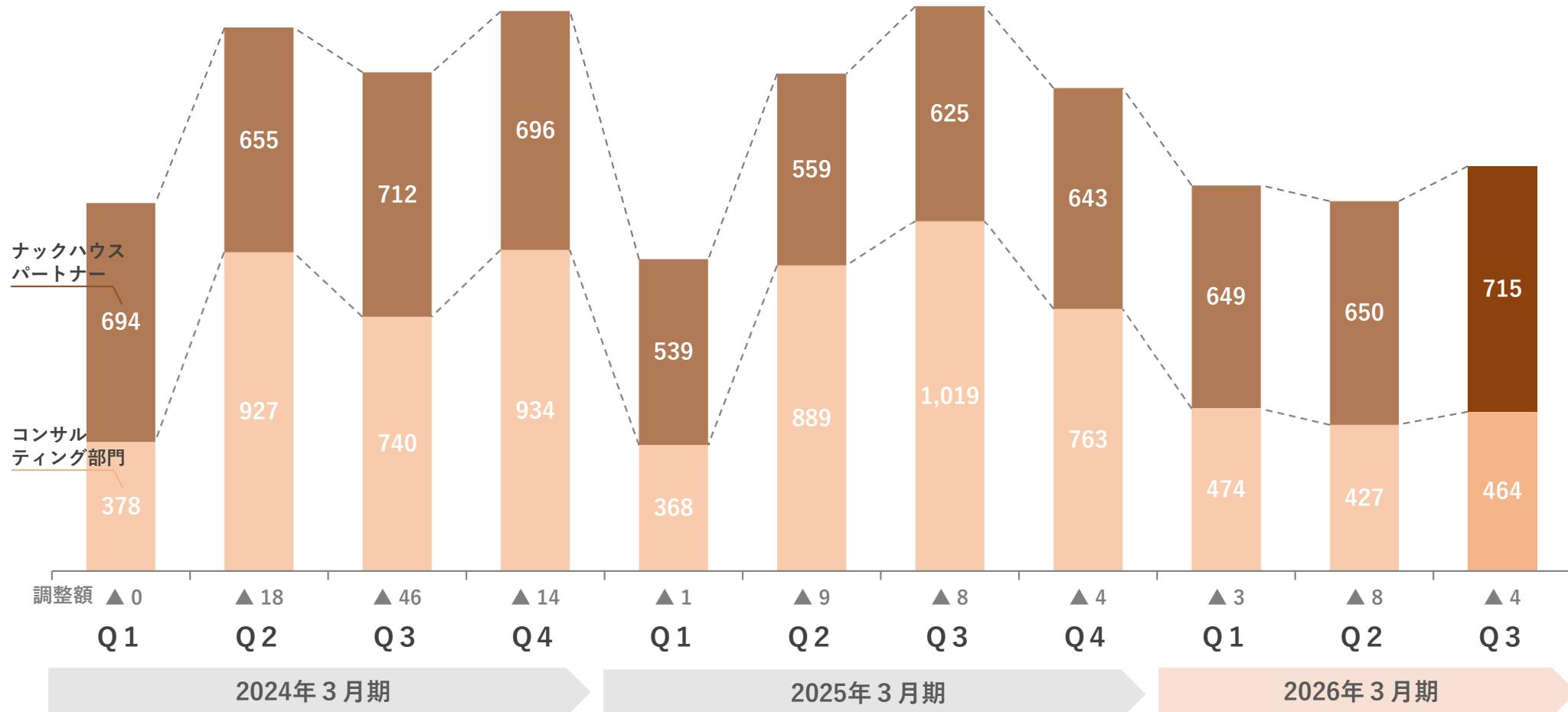
2-3b 建築コンサルティング事業 売上高／営業利益の四半期推移

NAC

2024年3月期				2025年3月期				2026年3月期		
Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
売上高										
1,073	1,563	1,406	1,617	907	1,438	1,636	1,402	1,119	1,069	1,175
営業利益										
▲295	91	▲43	276	▲277	212	350	116	▲58	▲83	▲52

(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

ナッカス
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

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

NAC

売 上 高

ケイディアイ

建築基準法改正に伴う着工の遅れなどが原因となり分譲住宅の販売在庫を確保できず、販売数が減少したことで前年同期比で減少

ジェイウッド

建築基準法改正により確認申請審査が長期化し工期が伸びたことで完工棟数が減少、販売単価の上昇によって減少幅の抑制を図るも前年同期比で減少

秀 和 住 研

受注棟数が減少することで前年同期比で減少

営 業 損 失

(株)ジェイウッドでは固定費の削減や販促の見直しに努めたものの損失拡大

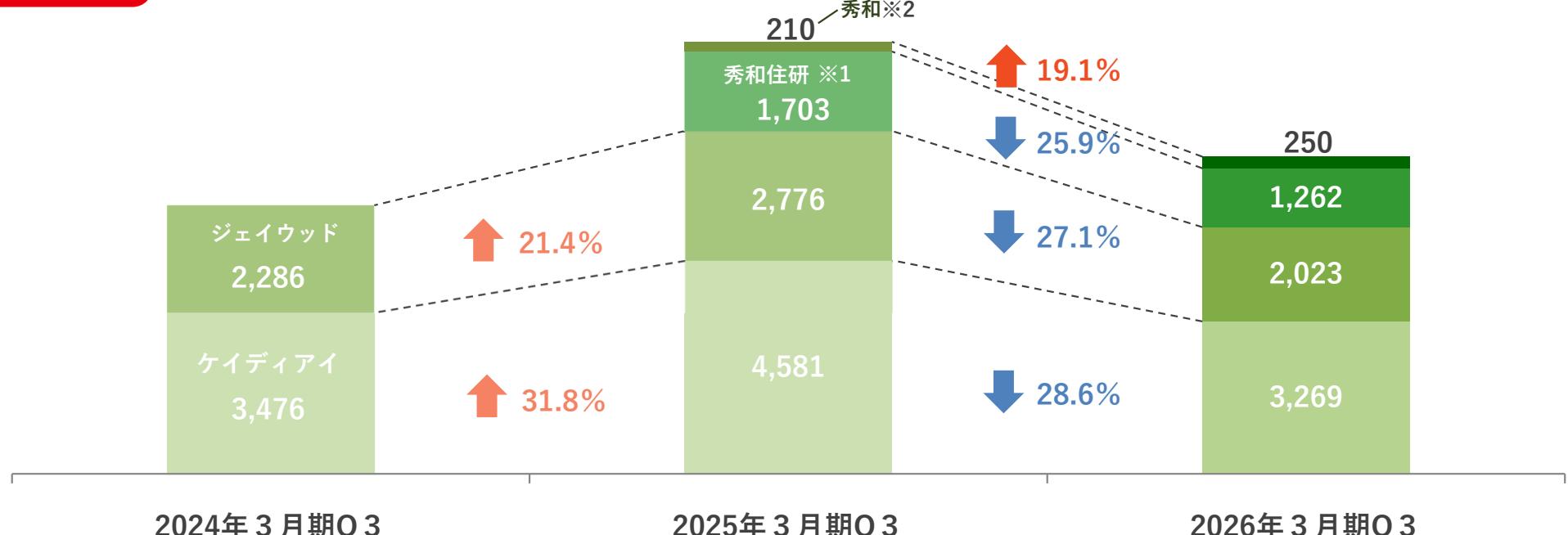
(株)ケイディアイ、(株)秀和住研でも売上高減少に伴う損益悪化により住宅事業全体で損失計上

	(百万円)		
売上高	5,762	9,271	6,806

営業利益	▲ 223	114	▲ 151
------	-------	-----	-------

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

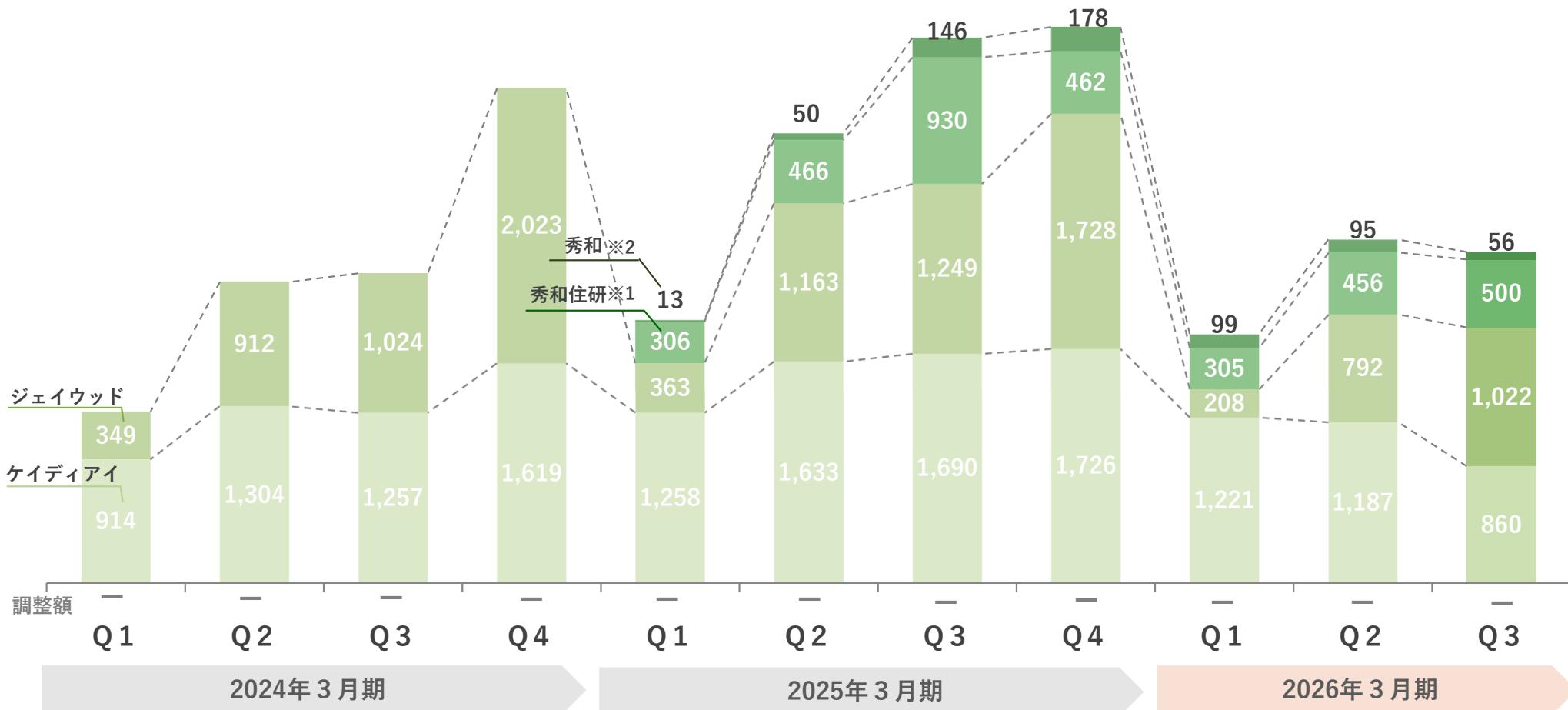


2-4b 住宅事業 売上高／営業利益の四半期推移

NAC

2024年3月期				2025年3月期				2026年3月期		
Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
売上高										
1,264	2,216	2,281	3,642	1,941	3,313	4,016	4,096	1,835	2,531	2,439
営業利益										
▲ 198	▲ 46	20	252	▲ 146	▲ 51	312	285	▲ 197	▲ 1	48
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)



2-4c 住宅事業 第55期以降の重点施策

NAC

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。
SHUIWA
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

NAC

売 上 高

JIMOS

主要ブランドである「MACCHIA LABEL」と「SINN PURETÉ」に重点を置いた広告・販促施策が奏功しており前期比で増加

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ものの、対面での販促イベントを増やしたことが寄与し、前年同期比で同水準（微減）

トレミー

前期から継続する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推進したものの、カバーできず前年同期比で減少

営 業 利 益

(株)JIMOSでの売上高拡大を目的とした広告販促への積極投資による一時的な減益に加え、(株)トレミーの売上高減少により前年同期比で大幅に減少

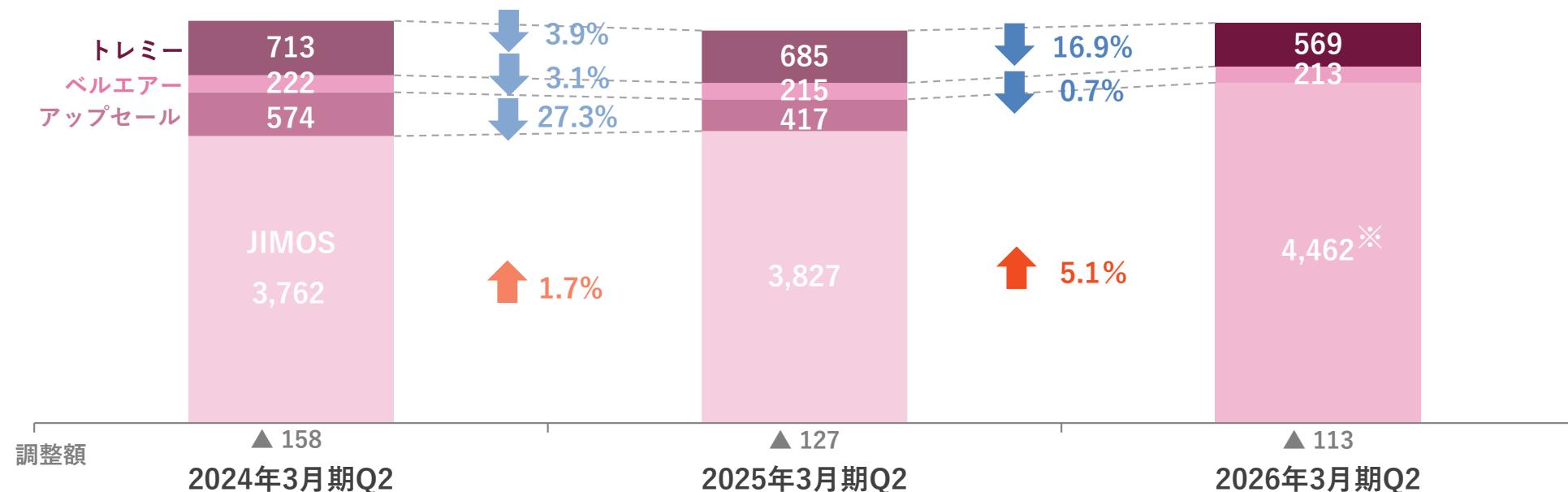
(百万円)

売上高	5,114	5,018	5,132
-----	-------	-------	-------

営業利益	305	410	250
------	-----	-----	-----

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)



◆調整額：主にセグメント内の売上高

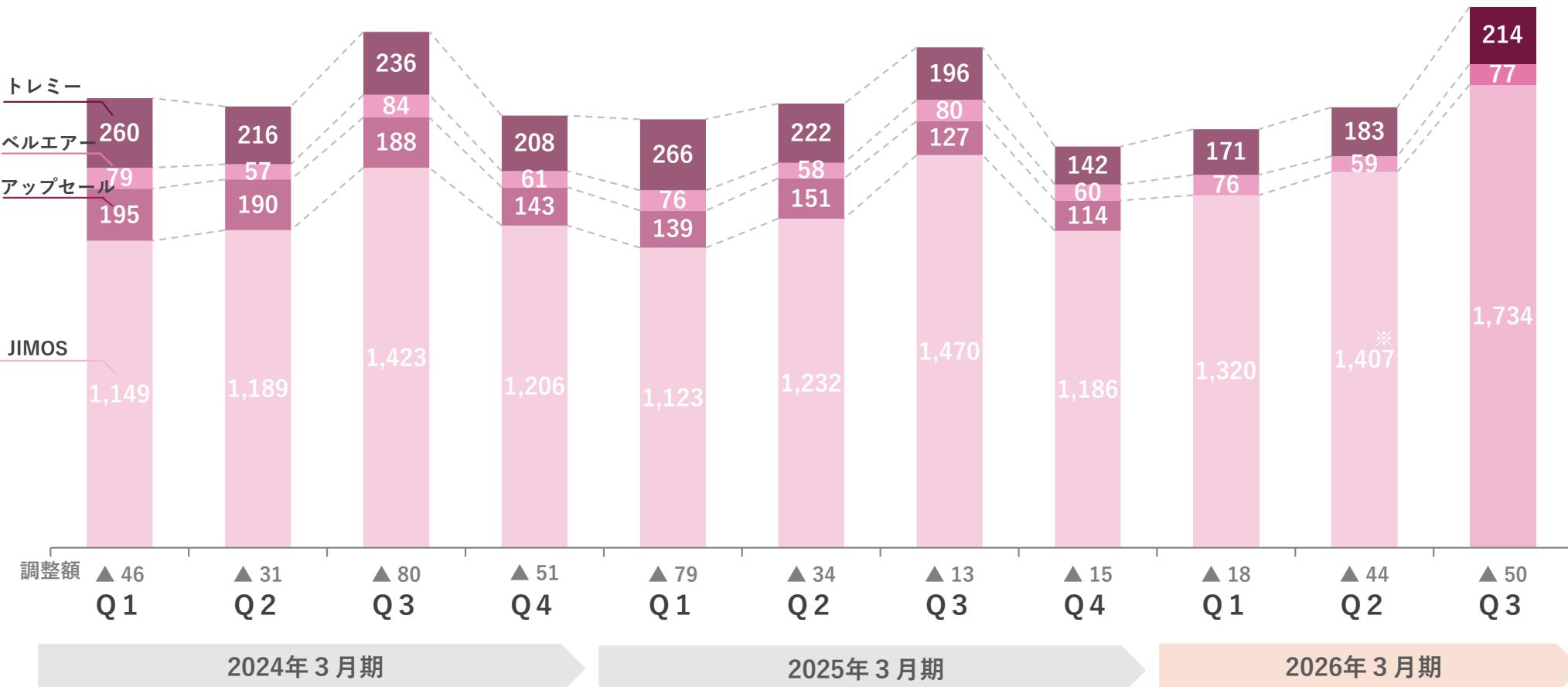
2-5b 美容・健康事業 売上高／営業利益の四半期推移

NAC

2024年3月期				2025年3月期				2026年3月期		
Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
売上高										
1,638	1,622	1,853	1,569	1,525	1,631	1,861	1,488	1,549	1,606	1,976
営業利益										
25	20	258	▲ 7	96	71	242	▲ 75	75	▲ 4	179

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

2-5c 美容・健康事業 第55期以降の重点施策

NAC

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



☆ 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

NAC

売 上 高

Yesmart

2025年10月に日野店、太田店をオープンし、現在グループで7店舗を運営中

T W S

大口顧客への販売が減少したことによる前年同期比での同水準（微減）

N L P

2025年10月にはグループで6店舗目となる「買取大吉」の新規出店を行い、出店数拡大に伴い業績は順調に推移しており前年同期比で大幅に増加

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

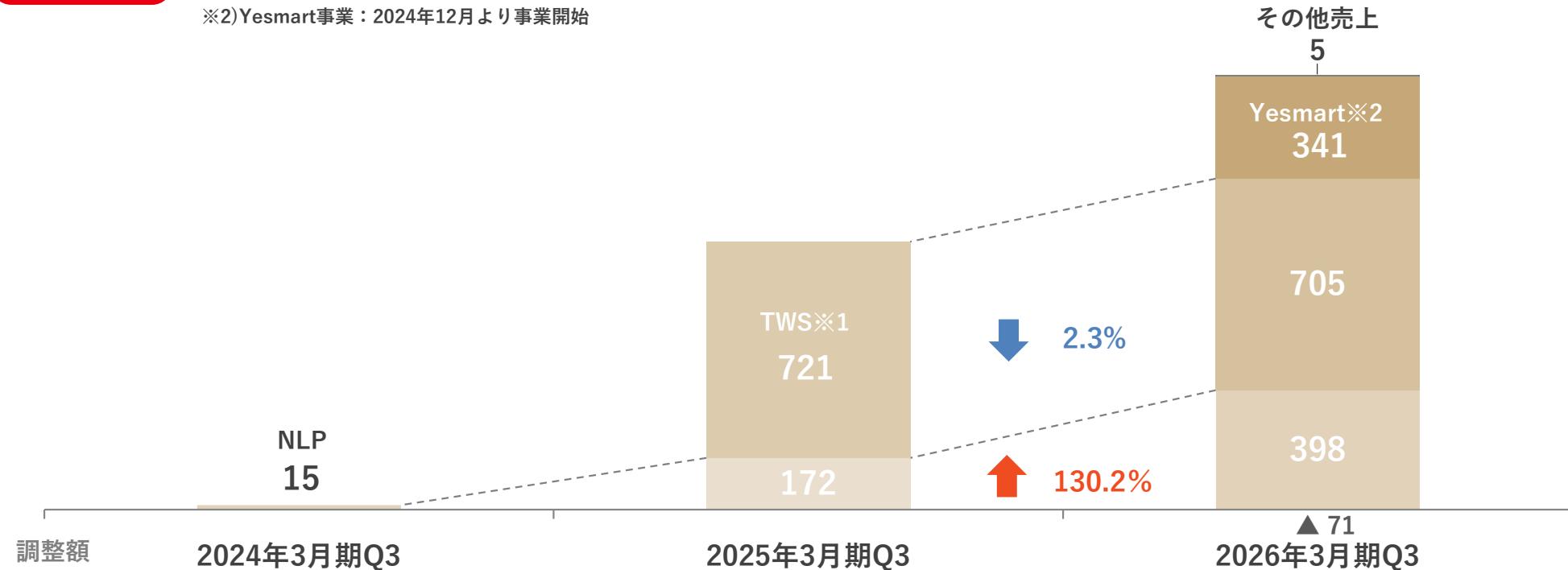
売上高	15	894	1,378	(百万円)
-----	----	-----	-------	-------

営業利益	▲ 1	▲ 0	▲ 198
------	-----	-----	-------

売上高推移

※1)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）

※2)Yesmart事業：2024年12月より事業開始



Yesmart
事業

- ・韓国食品スーパー「Yesmart（イエスマート）」を展開
- ・ナックグループとして7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6店舗を展開



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、增收減益の見込み
- ・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

	2026年3月期 予想	2025年3月期 実績	(百万円)
			増減額
売 上 高	62,000	59,791	+ 2,208
當 業 利 益	2,900	3,007	▲ 107
經 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
E P S	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

	2026年3月期 予想	2025年3月期 実績	(百万円)
			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
その他の	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)
その他の	▲ 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

NAC

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%

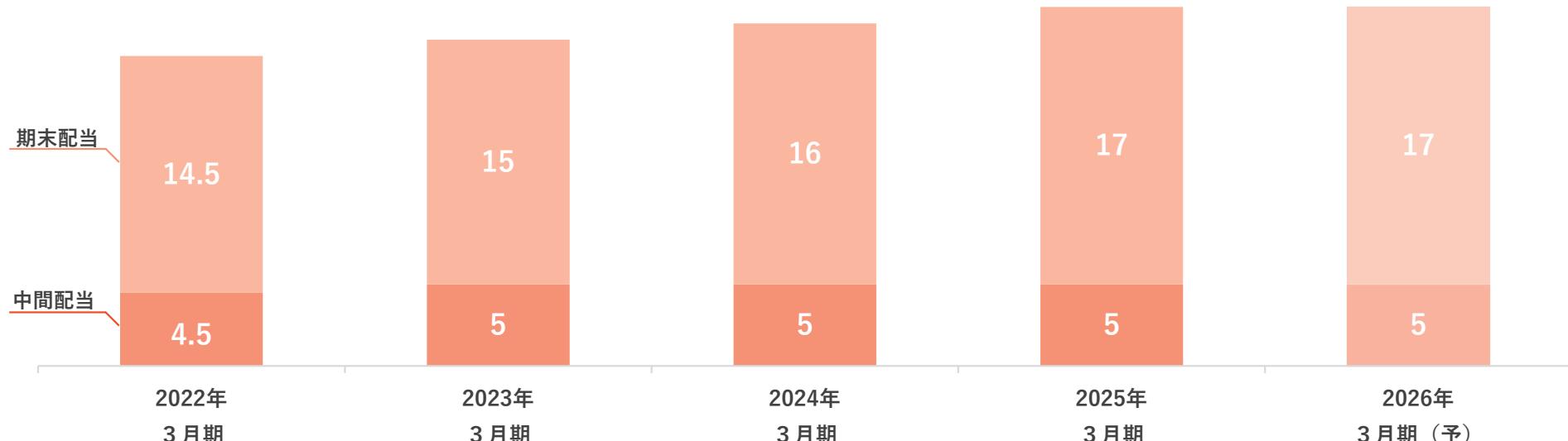
44.9%

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。

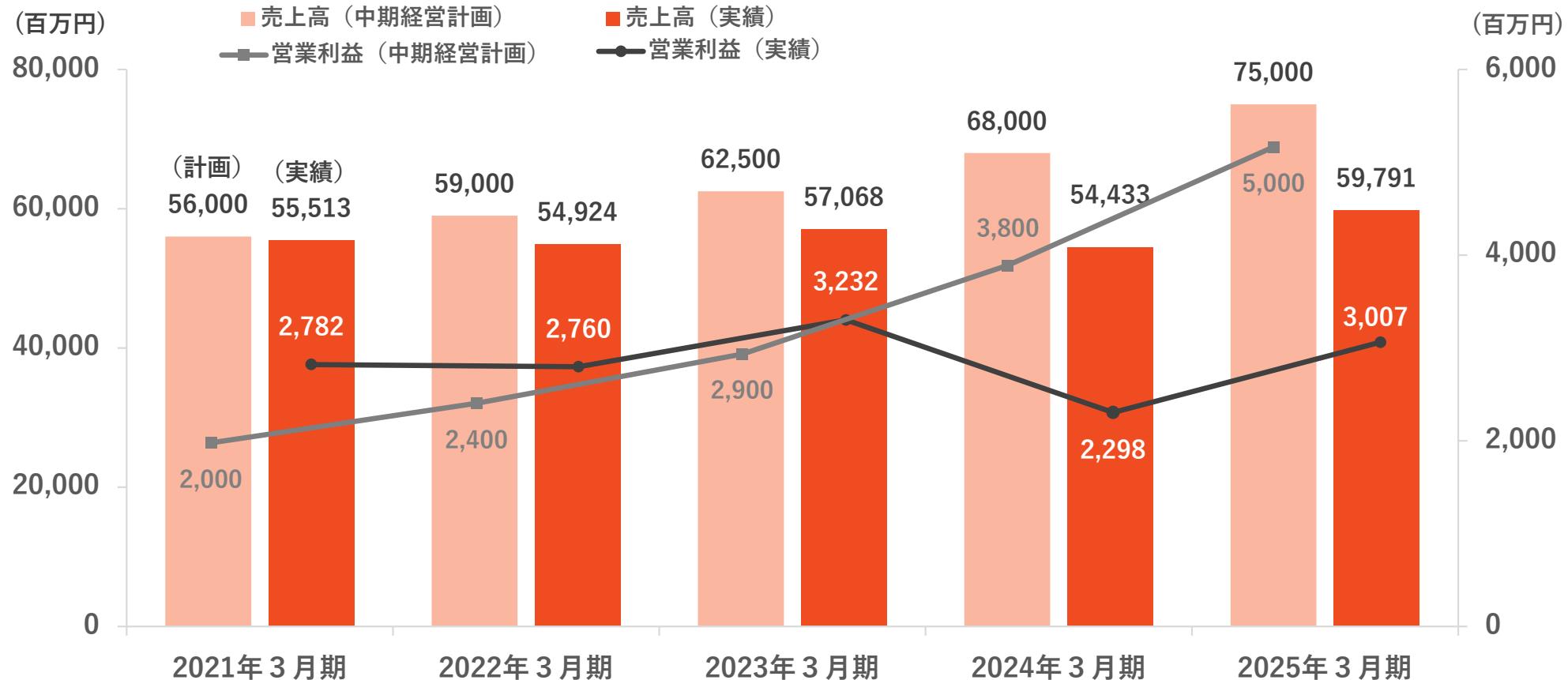


06 中期経営計画2028

6-1 前中計(2021年3月期-2025年3月期) の振り返り

NAC

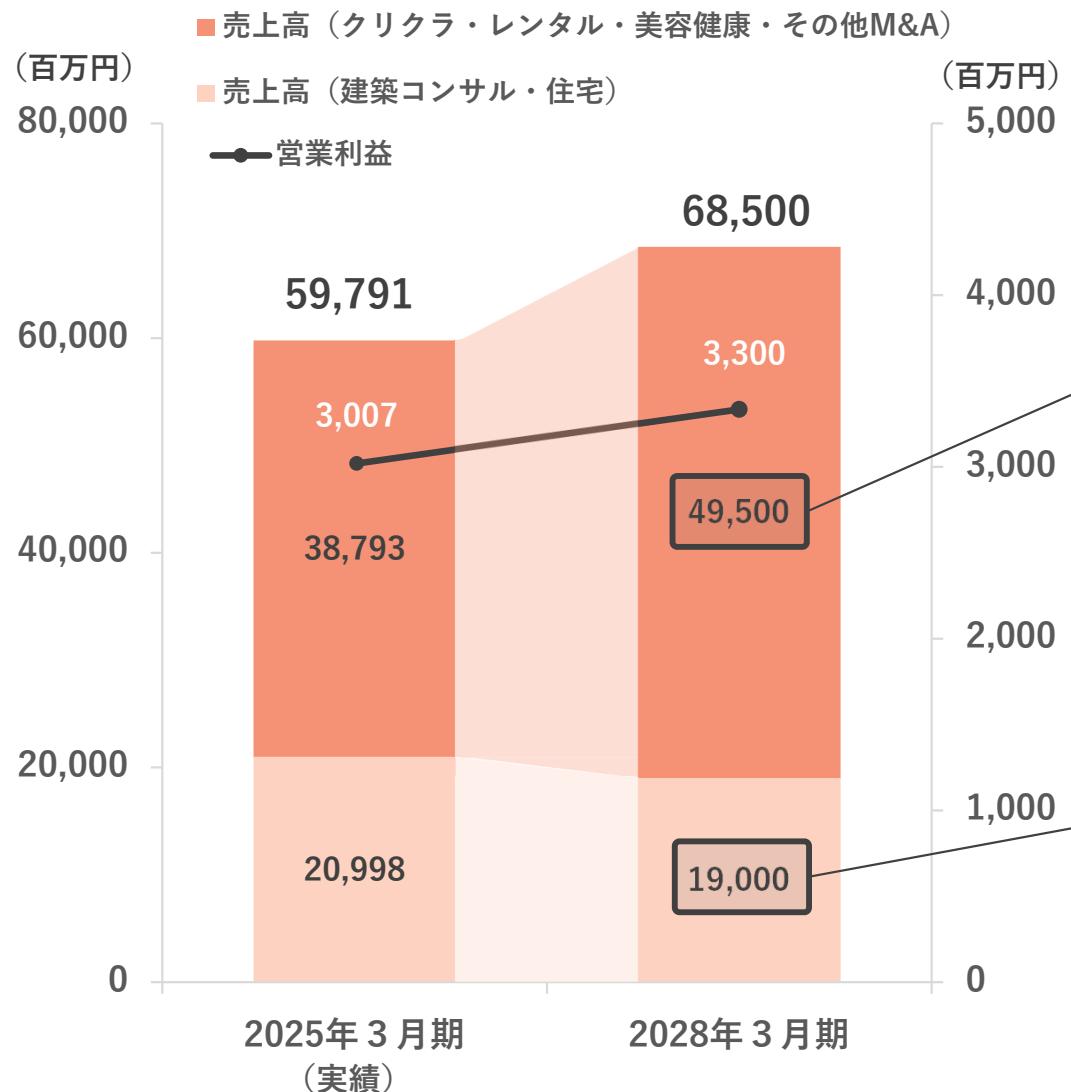
- 3年目までは利益計画達成するも、4期目で計画未達の予算となつた
- 2020年10月の中期経営計画公表後、急激かつ大きな外部環境変化があったことが主因。
- コロナの影響が想定していたより長期間にわたつたことで、レンタル事業での新規出店および採用が想定通りに進まず。建築コンサルティング事業でも主要顧客である中小地場工務店の経営状況が悪化した。



■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

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

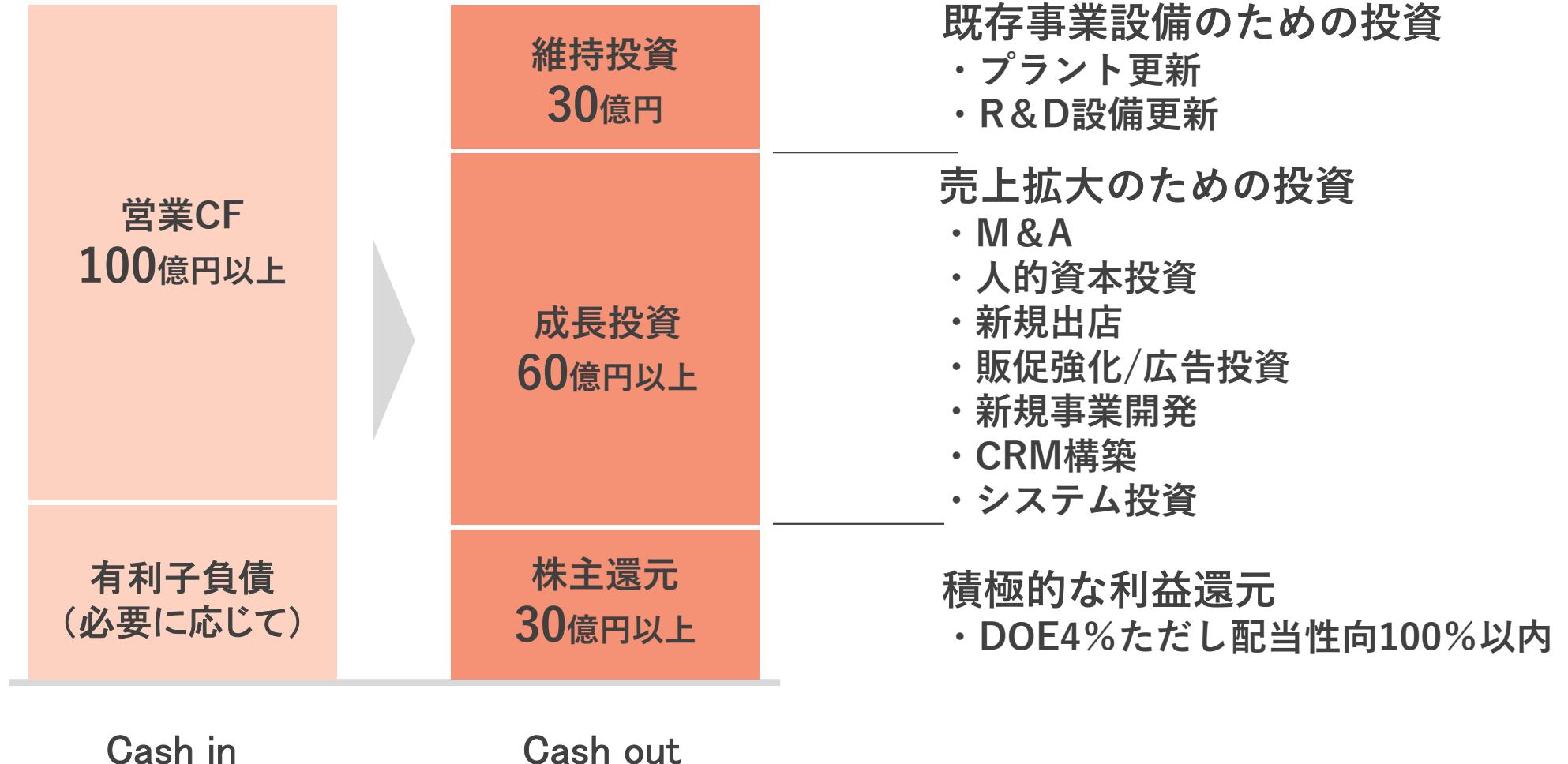
- ・積極的な広告投資による売上高拡大
- ・化粧品OEM事業における新規顧客開拓
- ・競争力、価値ある新商品開発

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

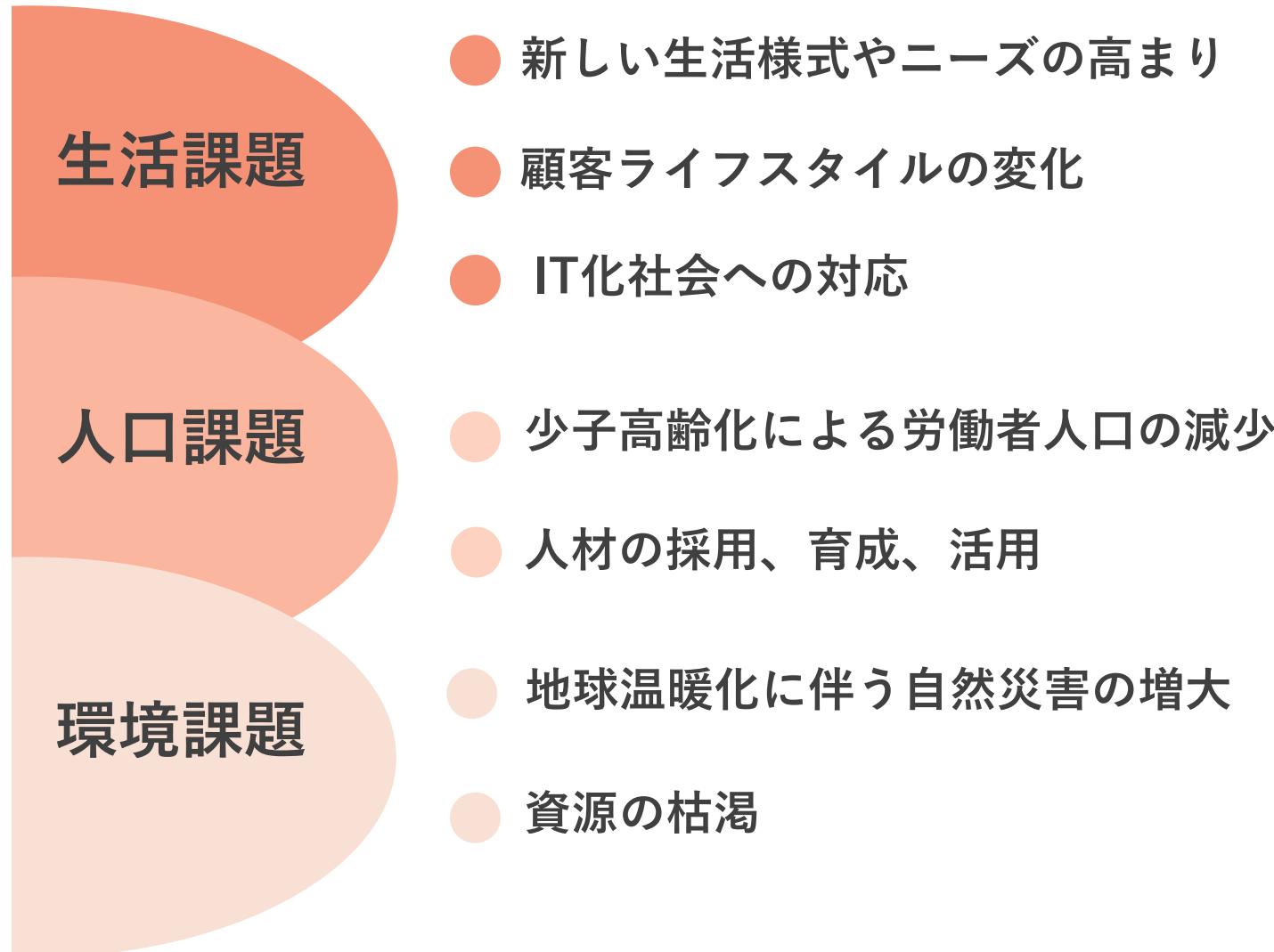
6-4 財務方針

- 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

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PBR 1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

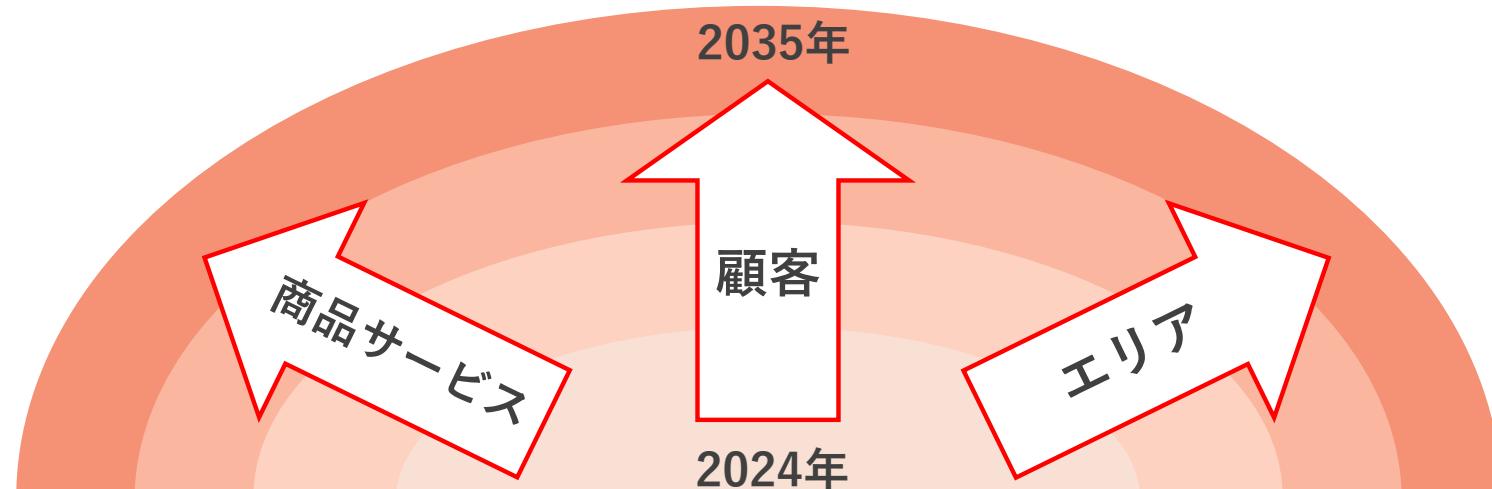
長期ビジョンの必要性

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

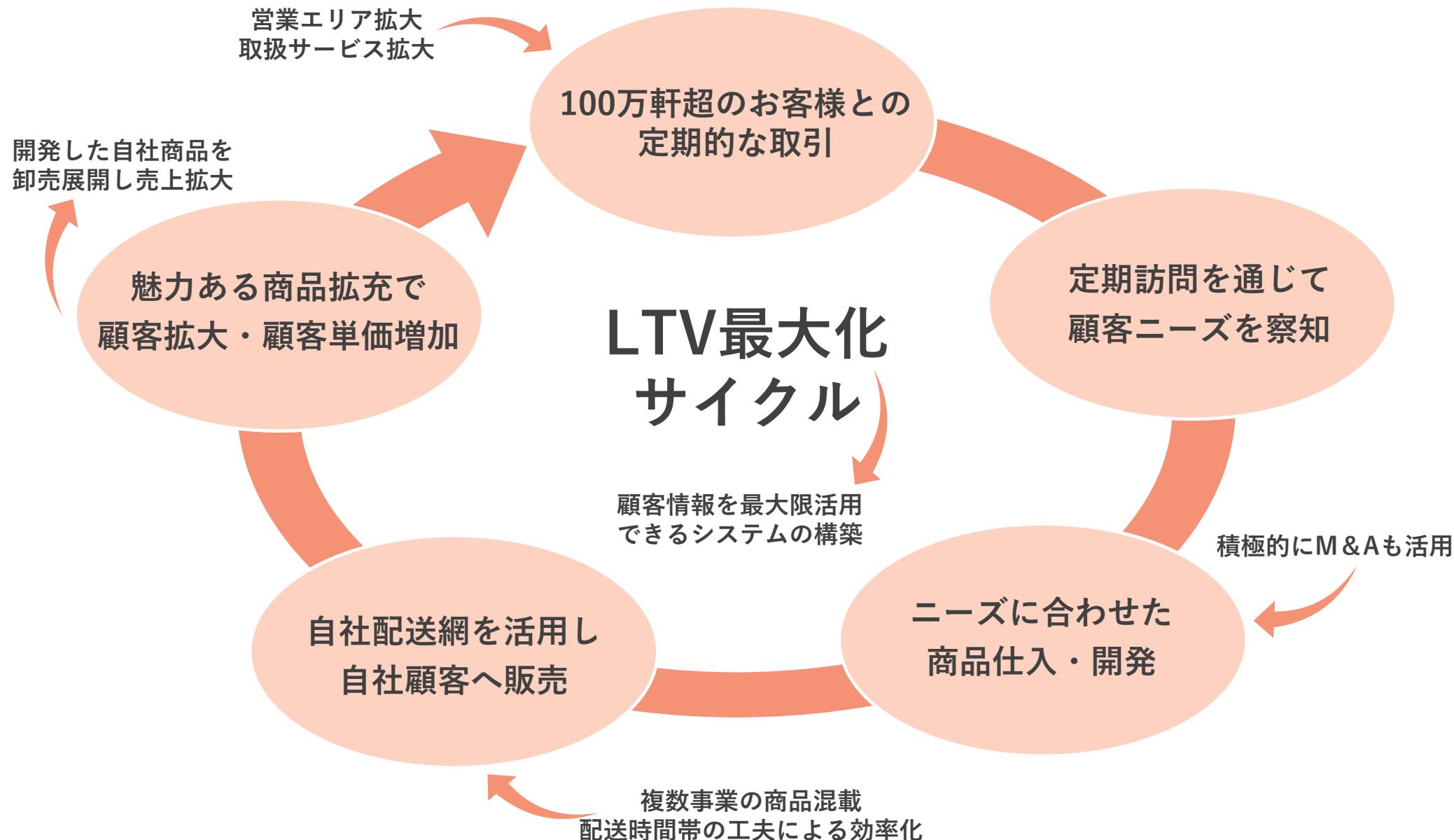
2035年に目指すナックグループの姿

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»



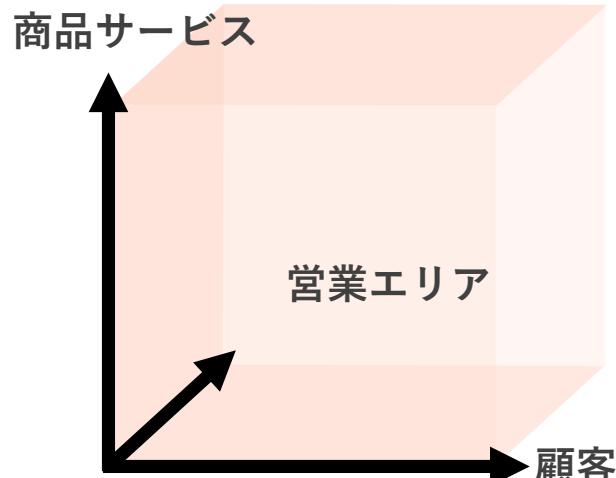
«長期ビジョン達成に向けたアプローチ»

2035/3期

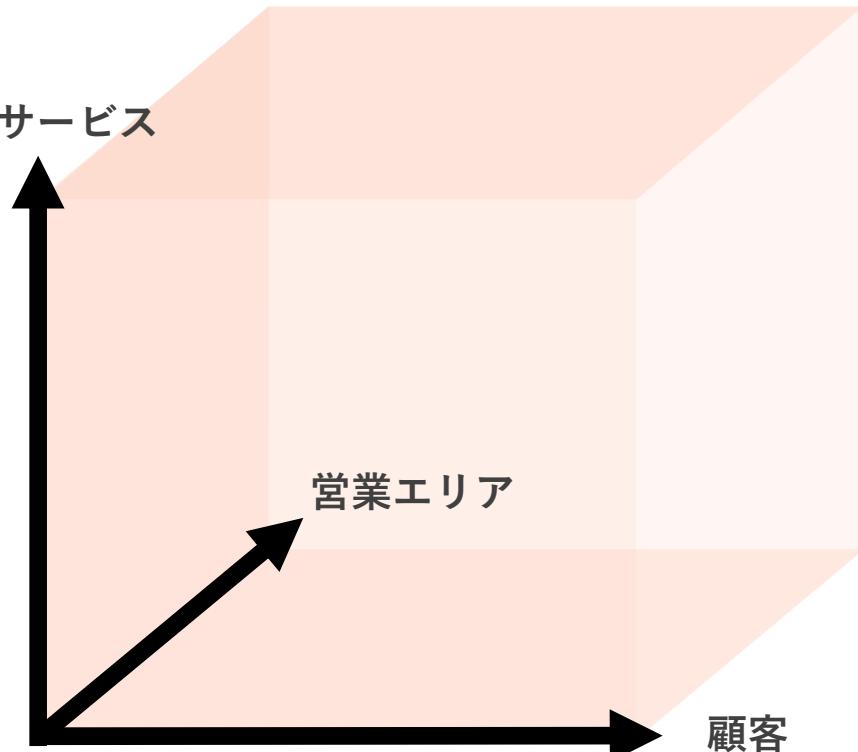
売上高1,000億円
営業利益率8%

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



中期経営計画を推進し、長期目標の達成を目指す

06 会社概要

7-1 会社概要



(2025年9月末時点 ※連結子会社のみ2026年1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	<p>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) ※2024年12月27日に子会社化 株式会社クリクラ愛媛 (宅配水事業) ※2026年1月5日に子会社化</p> <p>レンタル 株式会社アーネスト (ビルメンテナンス事業)</p> <p>コンサル 株式会社キャンズ (原状回復工事事業) 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)</p> <p>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 (注文住宅の建築請負) ※2024年5月24日に子会社化 株式会社秀和 (注文住宅の建築請負) ※2024年5月24日に孫会社化 株式会社 JIMOS (化粧品・健康食品の通販等)</p> <p>美容健康 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)</p> <p>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・買取事業) 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</p>
従業員数 (正社員)	連結 1,698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 (一单元 : 100株)
株主数	24,963名 (自己名義株式を除く総株主数)

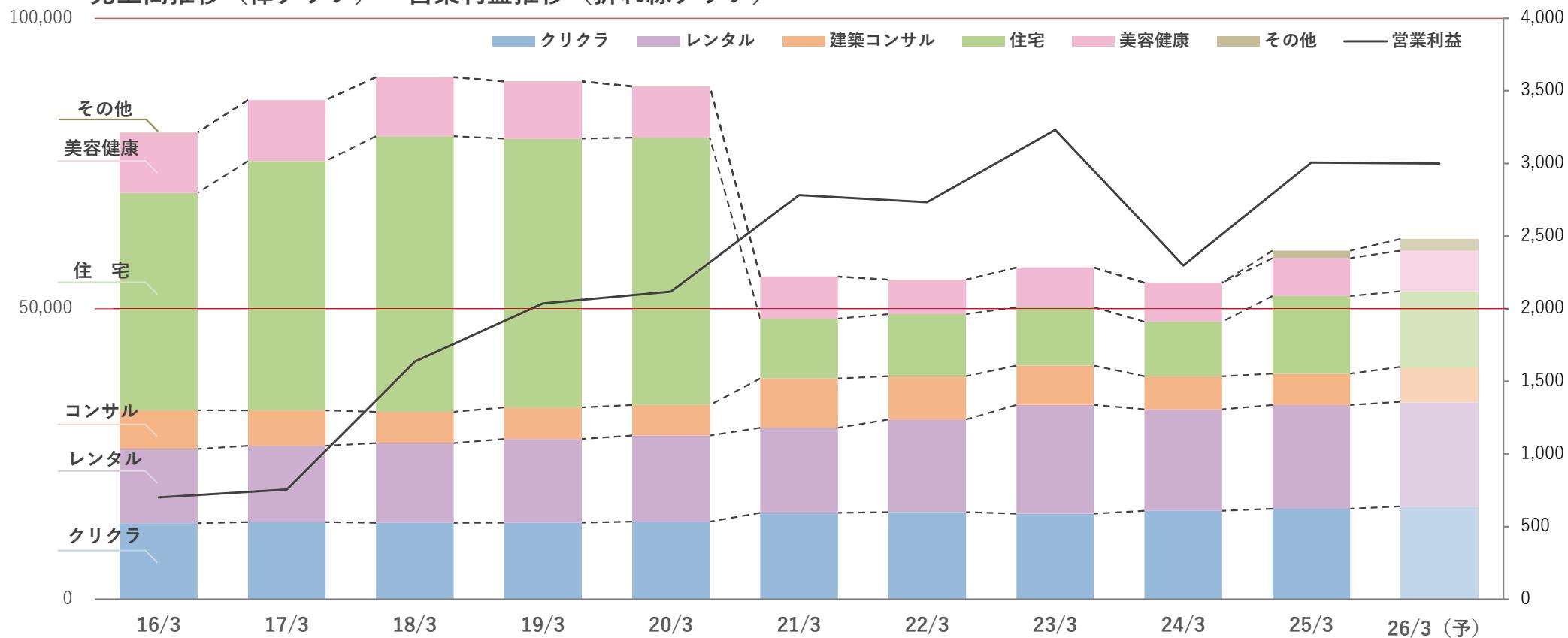
7-2 ナックグループ業績（過去10期 + 予想）

NAC

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

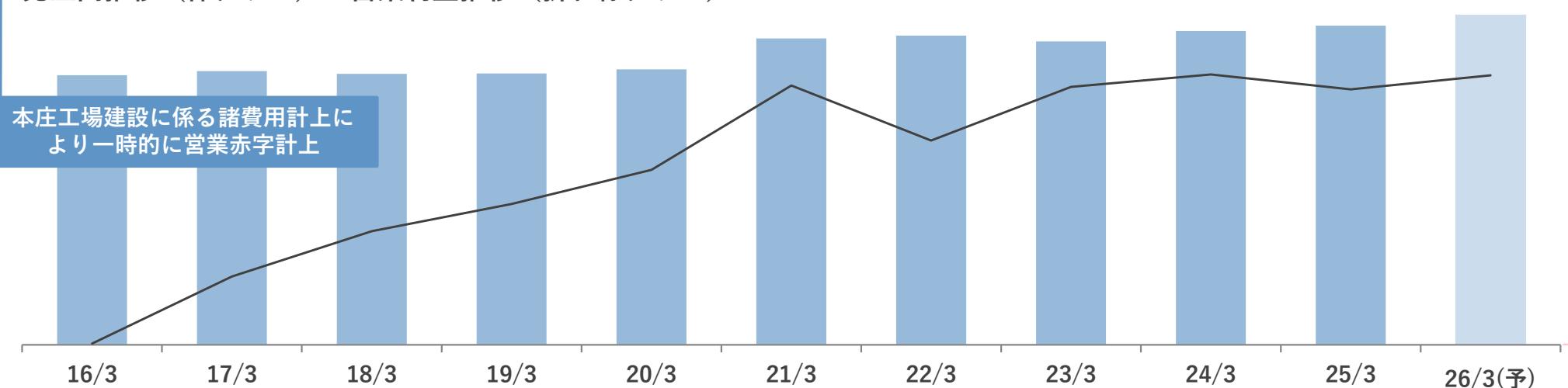
主な構成：(株)ナック クリクラ事業本部、(株)クリクラ長崎、(株)コンビボックス、(株)クリクラ愛媛

- ・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」）
- ・2026年1月 (株)クリクラ愛媛を子会社化（屋号「クリクラ愛媛」）

											(百万円)
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
------	-------	-----	-----	-----	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

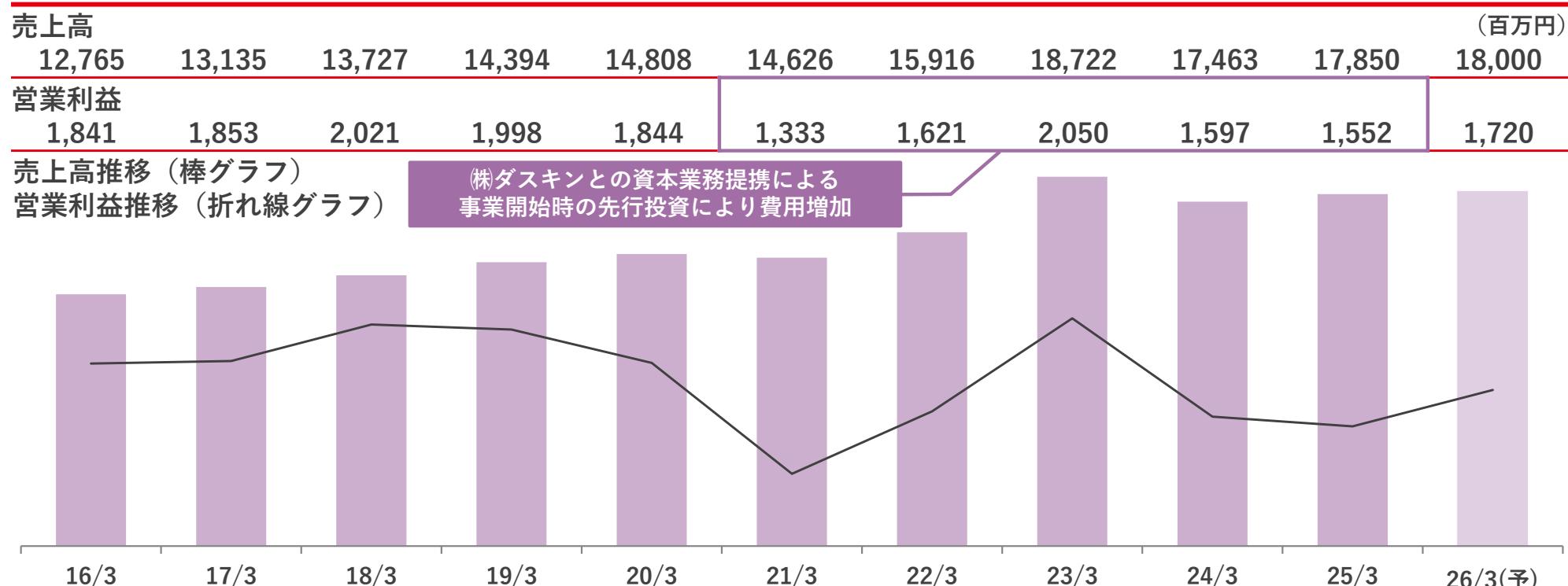
売上高推移（棒グラフ）・営業利益推移（折れ線グラフ）



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）
- ・2025年8月 (有)ダスキンヤマナカを子会社化（レンタル事業）
- ・2025年12月 (株)ナックが(有)ダスキンヤマナカを吸収合併



7-5 事業紹介 建築コンサルティング事業

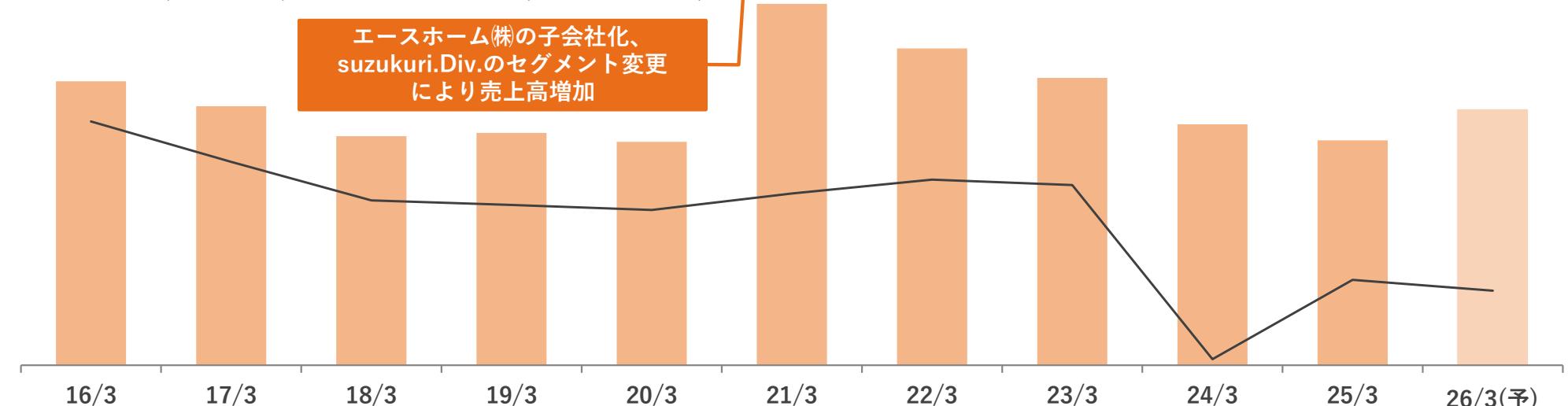
主な構成：(株)ナック 建築コンサルティング事業部、ナックハウスパートナー(株)

- 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

	(百万円)										
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

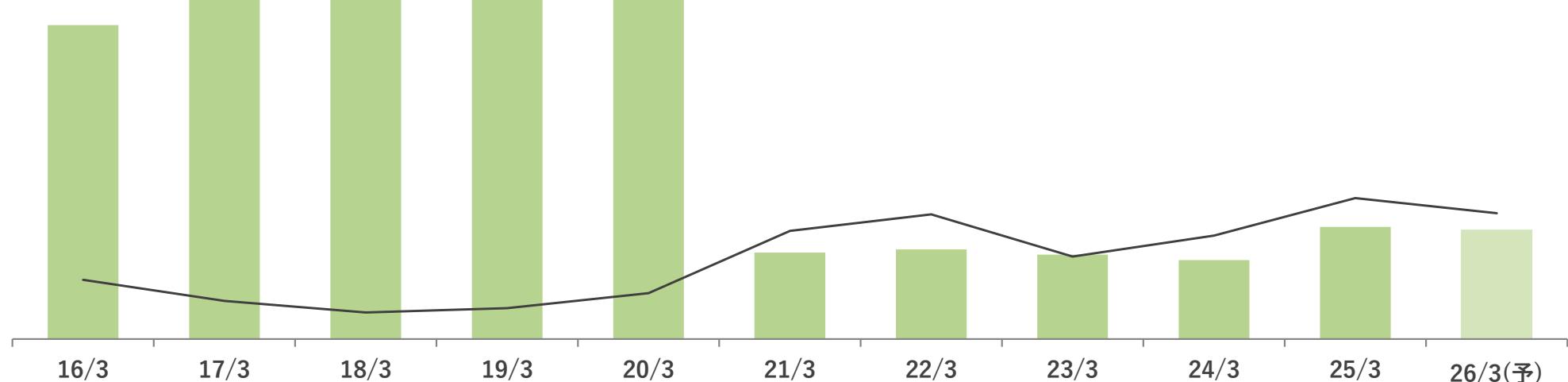
主な構成：(株)ケイディアイ、(株)ジェイウッド、(株)秀和住研、(株)秀和

- ・ 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）

売上高	(百万円)										
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）

(株)レオハウス株式譲渡
により売上高減少



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

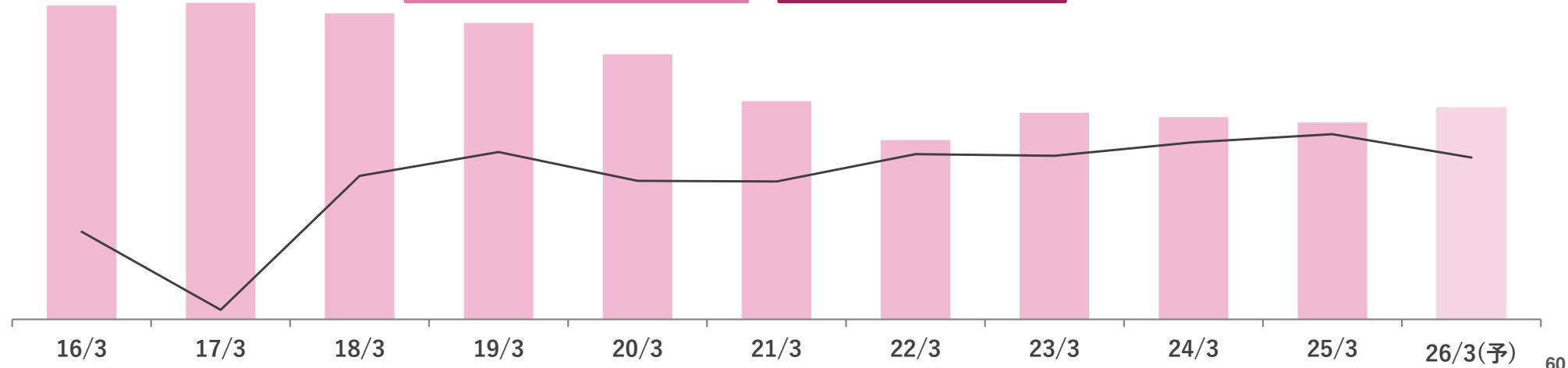
- 化粧品・健康食品及び美容材料等の通信販売
- 2013年7月 (株)JIMOSの子会社化により美容・健康事業参入
21年連続 美容液ファンデ通販売上**No.1** 「薬用クリアエステヴェール」などを展開
- 2016年12月 (株)ベルエアーを子会社化 (サプリメント販売)
- 2021年7月 (株)トレミーを子会社化 (化粧品の受託製造)
- 2021年9月 (株)アップセールを設立 (化粧品・健康食品・医薬品の通販)
- 2025年4月 (株)JIMOSが(株)アップセールを吸収合併 (アップセール事業として事業存続)

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）

(株)JIMOS取得時の
会計処理修正により費用計上

セグメント
営業利益黒字化



7-8 事業紹介 その他事業

NAC

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にて買取大吉事業を開始
- 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

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)											

