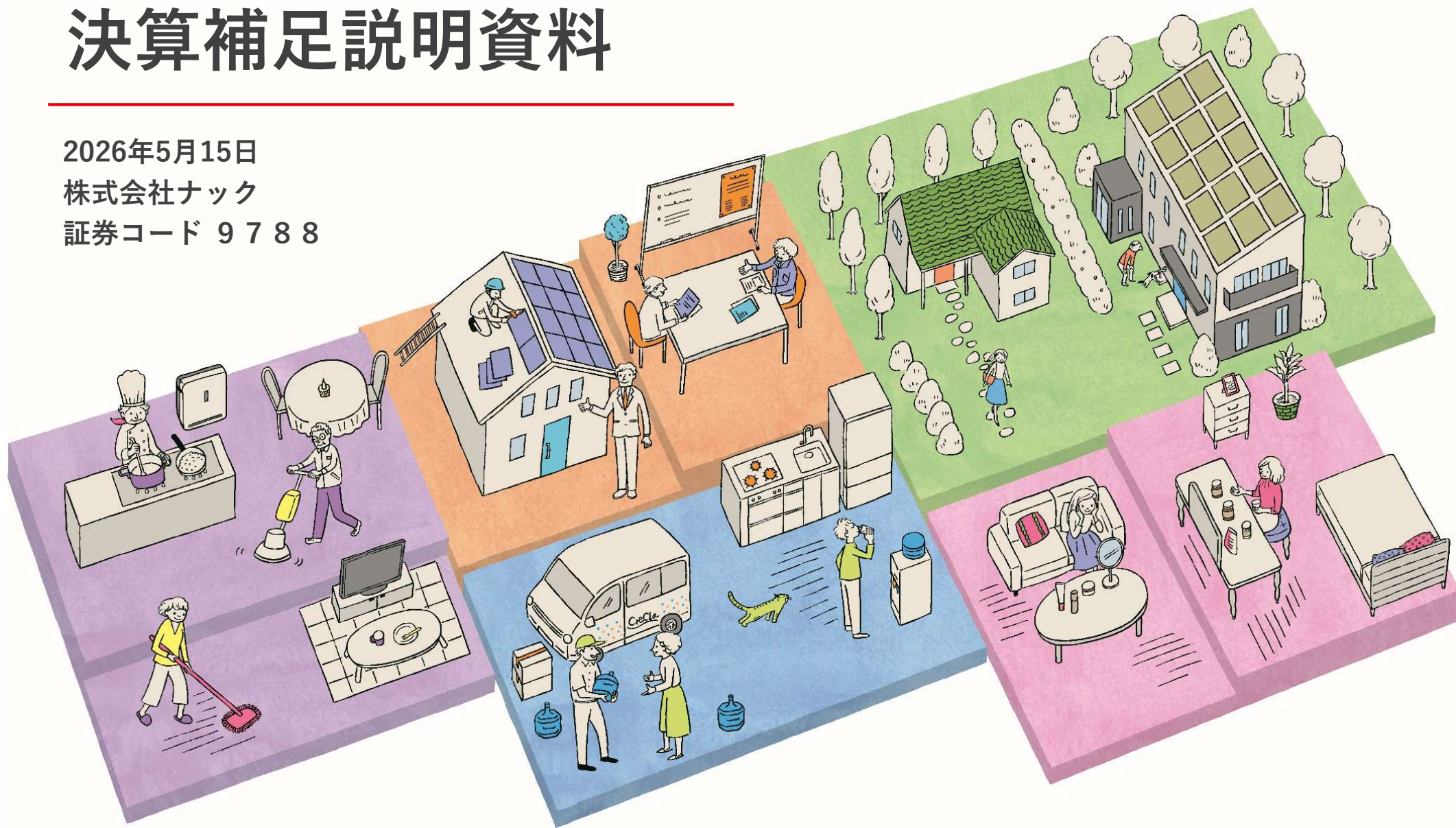


決算補足説明資料

証券コード 9788



本資料は、2026年3月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	2026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. 37
04	配当	…	P. 41
05	中期経営計画	…	P. 43
06	会社概要	…	P. 55

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 2026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

クリックラ

ボトル消費量の増加や小型の浄水型サーバー「putio」の顧客数増加、加盟店向けのサーバー販売台数増加、(株)コンビボックスの収益が加わったことで同水準(微増)

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

クリックラ

売上高の増加および「putio」における販促効率の向上により増加

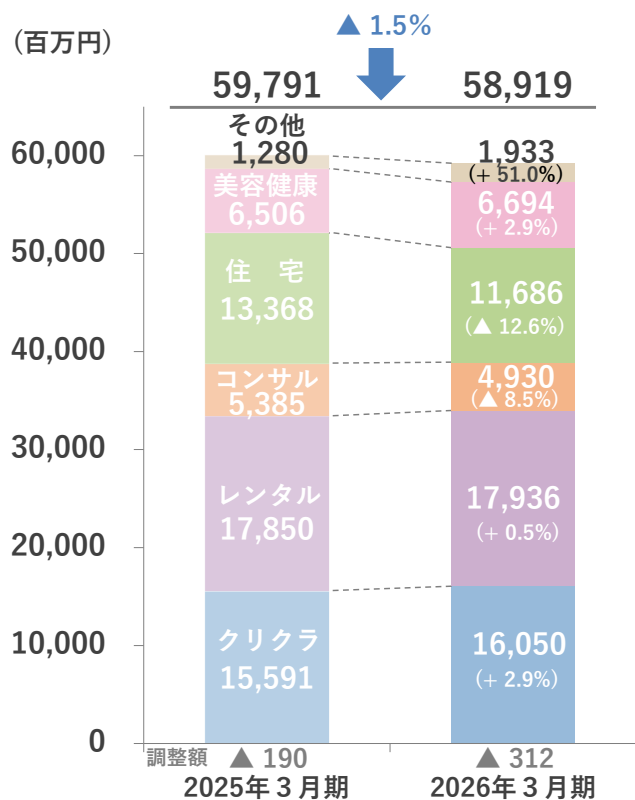
コンサル

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が減少したことで大幅に減少

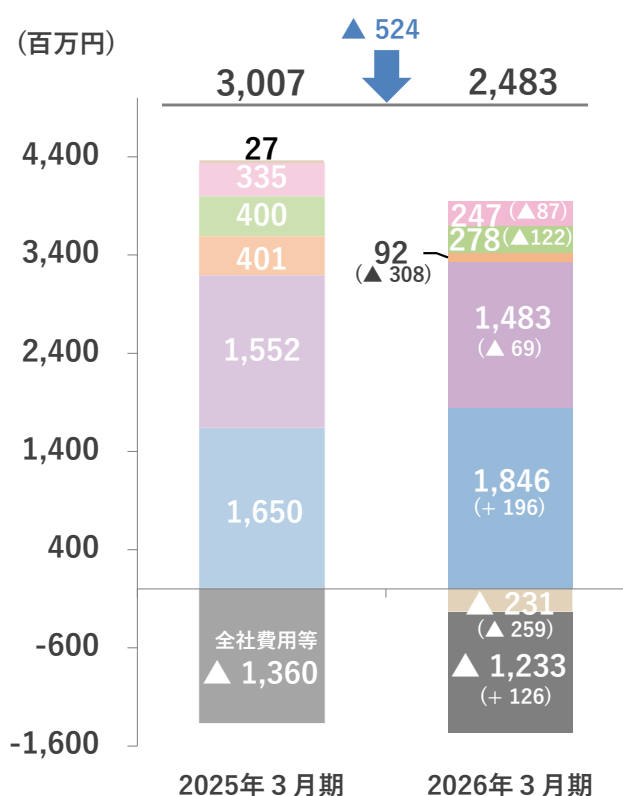
当期純利益

特別利益の増加及び特別損失の減少により増加

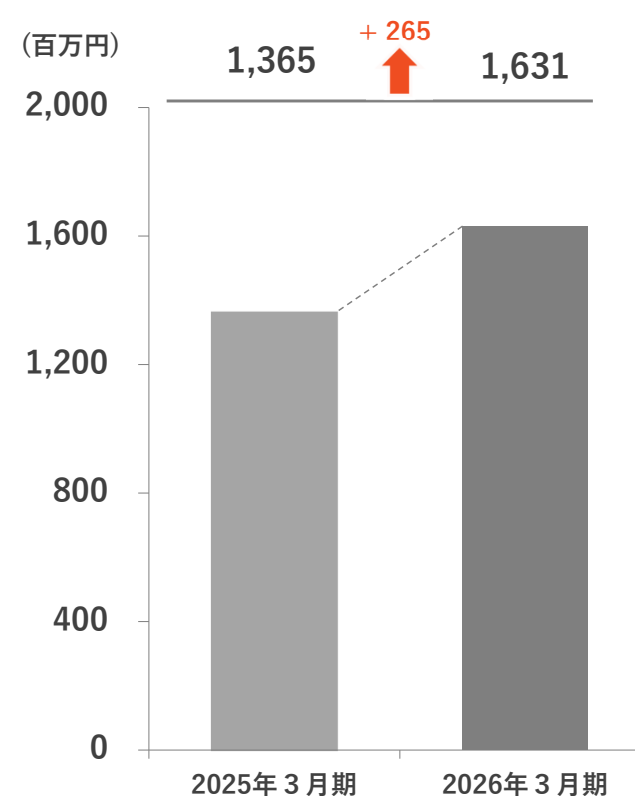
売上高（カッコ内は増減率）



営業利益（カッコ内は増減額）



当期純利益(※)



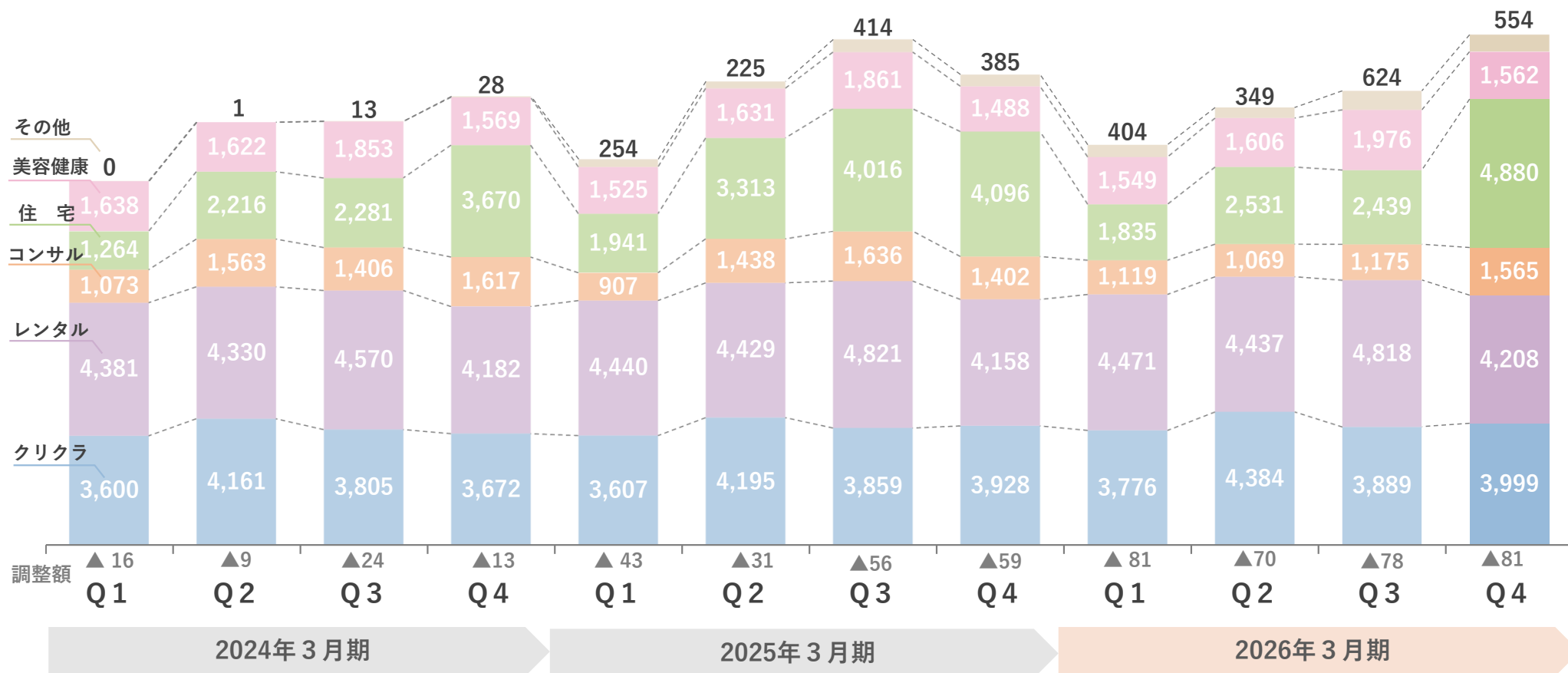
(※) 当期純利益：親会社株主に帰属する当期純利益、調整額：セグメント間の内部売上高又は振替高

1-1b 四半期別 売上高／営業利益の四半期推移

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	Q4
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	16,689
営業利益											
▲ 162	772	865	822	▲ 98	862	1,504	739	▲ 42	461	862	1,201

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 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	58,919	62,000	95.0%	59,791	▲ 1.5%
売上総利益	28,380	—	—	28,137	+ 0.9%
(売上総利益率)	48.2	—	—	47.1%	+ 1.1pt
販売費及び一般管理費	25,896	—	—	25,130	+ 3.0%
営業利益	2,483	2,900	85.6%	3,007	▲ 17.4%
(営業利益率)	4.2%	—	—	5.0%	▲ 0.8pt
営業外損益	2	—	—	11	▲ 87.5%
経常利益	2,485	2,900	85.7%	3,019	▲ 17.7%
特別損益	▲ 45	—	—	▲ 616	—
親会社株主に帰属する当期純利益	1,631	1,900	85.9%	1,365	+ 19.5%

1-1d セグメント別売上高



(百万円)

	2026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	16,050	16,000	100.3%	15,591	+ 2.9%
レ ン タ ル 事 業	17,936	18,000	99.6%	17,850	+ 0.5%
建 築 コ ン サ ル テ ィ ン グ 事 業	4,930	6,000	82.2%	5,385	▲ 8.5%
住 宅 事 業	11,686	13,000	89.9%	13,368	▲ 12.6%
美 容 ・ 健 康 事 業	6,694	7,000	95.6%	6,506	+ 2.9%
そ の 他	1,933	2,000	96.6%	1,280	+ 51.0%
消 去 調 整 他	▲ 312	—	—	▲ 190	—
合 計	58,919	62,000	95.0%	59,791	▲ 1.5%

1-1e セグメント別営業利益



(百万円)

	2026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	1,846 (11.5%)	1,700 (10.6%)	108.6% (+ 0.9pt)	1,650 (10.6%)	+ 11.9% (+ 0.9pt)
レ　ン　タ　ル　事　業	1,483 (8.3%)	1,720 (9.6%)	86.2% (▲ 1.3pt)	1,552 (8.7%)	▲ 4.5% (▲ 0.4pt)
建　築　コ　ン　サ　ル　テ　ィ　ン　グ　事　業	92 (1.9%)	350 (5.8%)	26.5% (▲ 4.0pt)	401 (7.5%)	▲ 76.9% (▲ 5.6pt)
住　　　　宅　　　　事　業	278 (2.4%)	250 (1.9%)	111.4% (+ 0.5pt)	400 (3.0%)	▲ 30.5% (▲ 0.6pt)
美　容　・　健　康　事　業	247 (3.7%)	230 (3.3%)	107.8% (+ 0.4pt)	335 (5.2%)	▲ 26.0% (▲ 1.5pt)
そ　　　　　　の　　　　他	▲ 231 (-)	▲ 100 (-)	-	27 (2.2%)	-
全　　社　　費　　用　　等	▲ 1,233	▲ 1,250	-	▲ 1,360	-
合　　　　　　　　計	2,483 (4.2%)	2,900 (4.7%)	85.6% (▲ 0.5pt)	3,007 (5.0%)	▲ 17.4% (▲ 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

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

広告宣伝費及び販売促進費

JIMOS

売上高拡大を目的とした積極的な投資により増加

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）」の顧客件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)
			前期比増減率
2025年3月期 営業利益		3,007	—
売上総利益の増減		+ 242	+ 0.9%
販売費及び一般管理費の増減	人件費	▲ 32	+ 0.3%
	広告宣伝費及び販売促進費	▲ 105	+ 3.5%
	地代家賃	▲ 52	+ 3.2%
	サービス用品費	▲ 204	+ 22.8%
	その他の販管費	▲ 370	+ 4.0%
2026年3月期 営業利益		2,483	▲ 17.4%

01 2026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** 仕掛販売用不動産+ 669百万円／商品及び製品+ 479百万円

減少 未成工事支出金▲ 228百万円

固定資産 特記事項なし

	(百万円)				
	2026年3月期	構成比	2025年3月期	構成比	増減額
流動資産	24,891	64.0%	23,736	62.2%	+ 1,154
有形固定資産	8,386	21.6%	8,697	22.8%	▲ 310
無形固定資産	1,451	3.7%	1,516	4.0%	▲ 64
投資その他の資産	4,148	10.7%	4,240	11.1%	▲ 91
固定資産	13,987	36.0%	14,454	37.8%	▲ 467
資産合計	38,878	100.0%	38,191	100.0%	+ 687

1-2b 連結貸借対照表 負債の部・純資産の部

負債 増加 リース債務（一年内） + 297百万円／買掛金 + 183百万円

減少 リース債務▲ 387百万円／契約負債▲ 237百万円

純資産 増加 当期純利益の計上 + 1,631百万円／自己株式 + 34百万円

減少 利益剰余金の配当 ▲ 924百万円

	(百万円)				
	2026年3月期	構成比	2025年3月期	構成比	増減額
流動負債	11,825	30.4%	11,623	30.4%	+ 202
固定負債	3,937	10.1%	4,173	10.9%	▲ 236
負債合計	15,762	40.5%	15,796	41.4%	▲ 33
株主資本	23,817	61.3%	23,064	60.4%	+ 752
その他の包括利益累計額	▲ 701	▲ 1.8%	▲ 669	▲ 1.8%	▲ 31
純資産合計	23,115	59.5%	22,394	58.6%	+ 721
負債・純資産合計	38,878	100.0%	38,191	100.0%	+ 687

01 2026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 + 2,440百万円／減価償却費 + 893百万円

減少 棚卸資産の増加 ▲ 916百万円／未払金の増減額 ▲ 243百万円

投資CF **減少** 有形固定資産の取得による支出 ▲ 363百万円／無形固定資産の取得による支出 ▲ 149百万円

財務CF **減少** 長期借入金の返済による支出 ▲ 1,548百万円／配当金の支払いによる支出 ▲ 924百万円

(百万円)

	2026年3月期	2025年3月期	増減額
1.営業活動によるキャッシュフロー	1,346	4,136	▲ 2,790
2.投資活動によるキャッシュフロー	▲ 448	▲ 557	+ 109
3.財務活動によるキャッシュフロー	▲ 1,002	▲ 3,074	+ 2,072
現金及び現金同等物の増減額	▲ 105	503	▲ 608
現金及び現金同等物の期首残高	8,560	8,056	+ 503
新規連結に伴う現金及び現金同等物の増加額	—	—	—
現金及び現金同等物の期末残高	8,454	8,560	▲ 105
減価償却費・のれん償却費	1,055	1,238	▲ 182

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

宅配水「クリクラ」では価格改定に伴い一時的に解約数増加したものの、酷暑の影響で1顧客あたりのボトル消費量が増加。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り加盟店向けサーバー販売台数が増加したほか、使用年数の長期化したボトル容器の入れ替え需要があったものの、前年にプラント機器の販売があったことの反動減により、前期比で同水準（微減）

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、前年同期比で大幅に増加

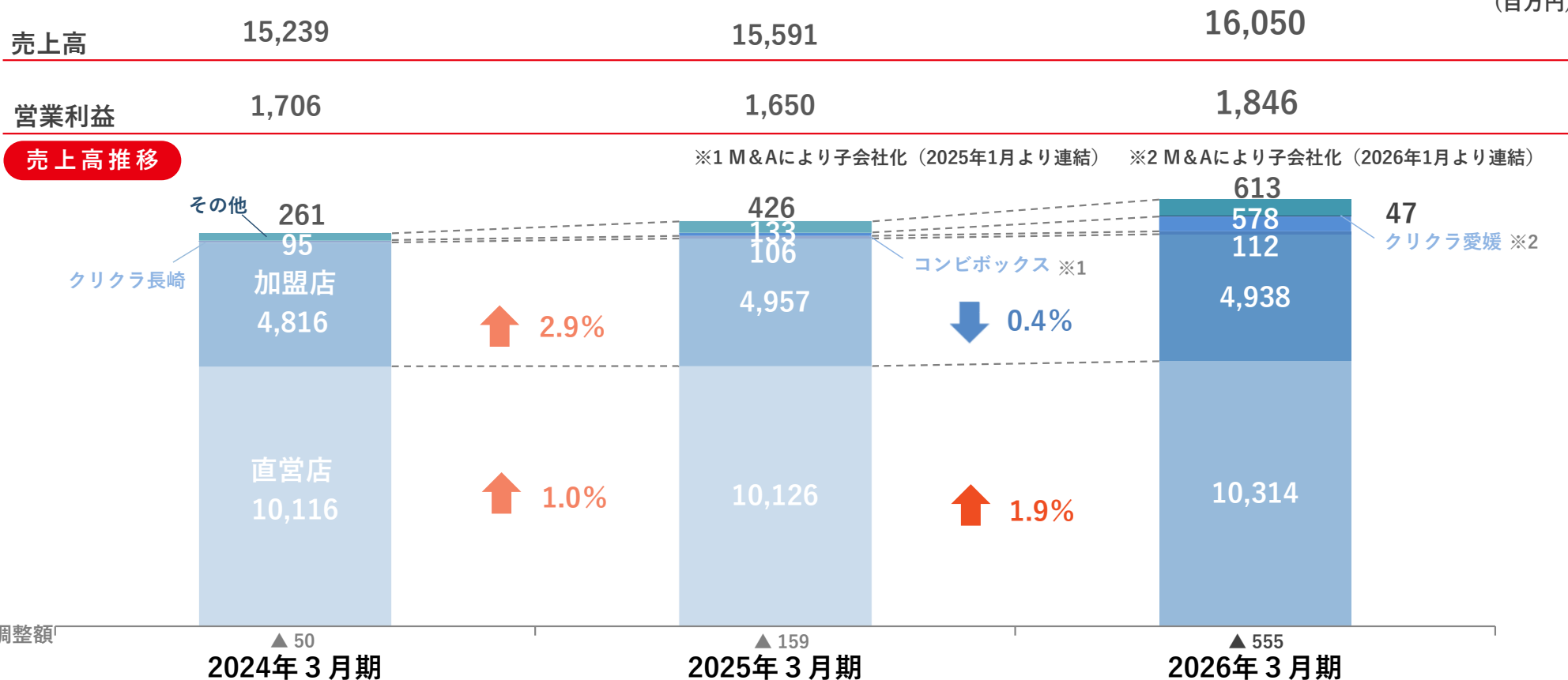
コンビボックス

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

ボトル消費量の増加、加盟店向けサーバー販売台数増加により前期比で増加

(百万円)



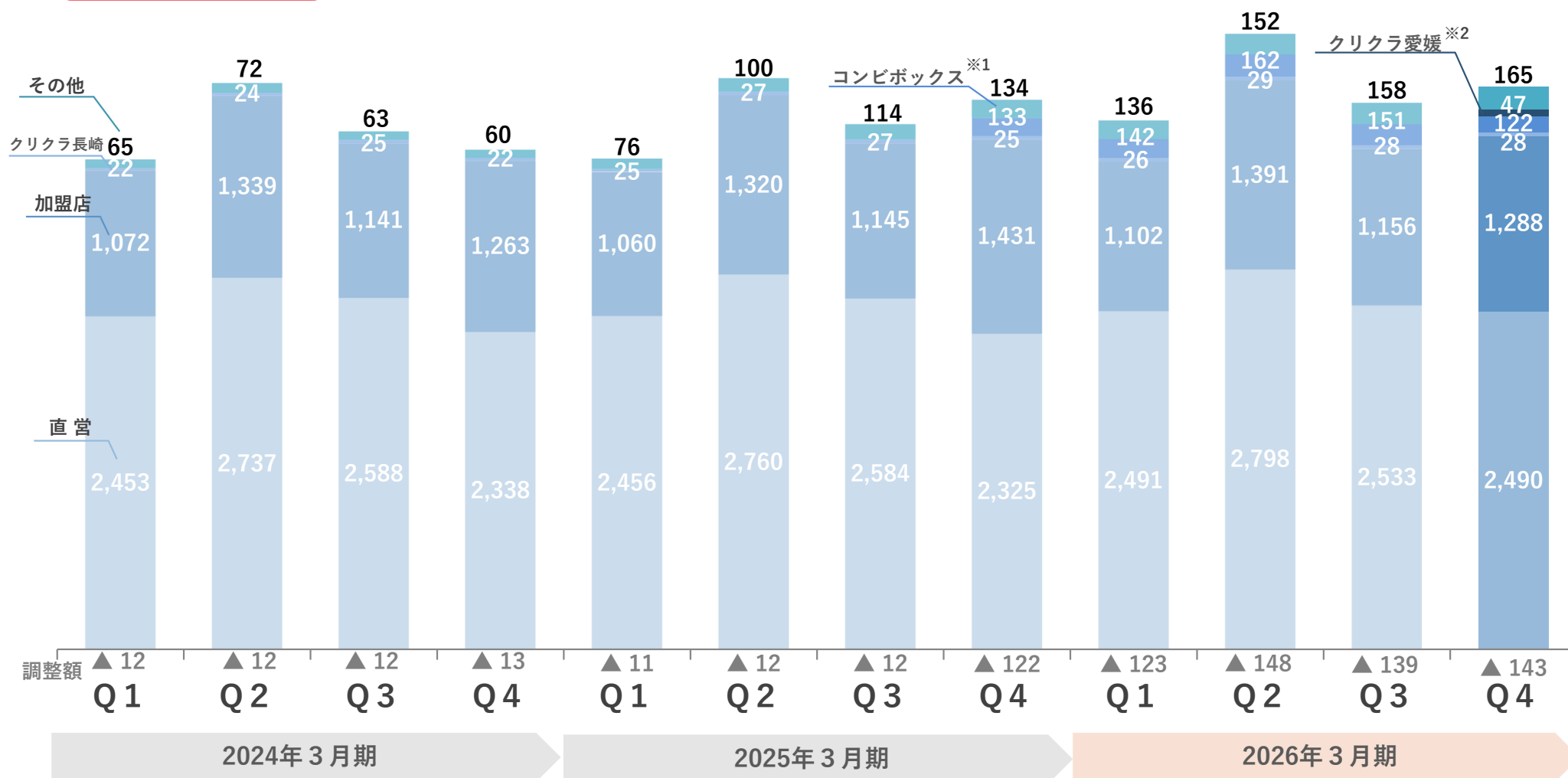
◆調整額：主にセグメント内の売上高

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	Q2	Q3	Q4
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	3,999
営業利益											
259	650	447	348	261	609	396	383	320	582	490	452

売上高四半期推移

※1 M&Aにより子会社化（2025年1月より連結） ※2 M&Aにより子会社化（2026年1月より連結） （百万円）



2-1c クリクラ事業 第56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
- ・ ブランド・コミュニケーション戦略の刷新
- ・ 複数年プラン導入を中心とした顧客定着施策によるLTVの向上
- ・ 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
コストのよさ（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

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、前期比で同水準（微増）

ウィズ

飲食店再開需要の一巡により顧客獲得の伸びが一服し前期比で同水準（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、前期比で同水準（微減）

キャンズ

法人営業部との関係により受注獲得に努めた結果、前期比で同水準（微増）

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期比で同水準（微減）

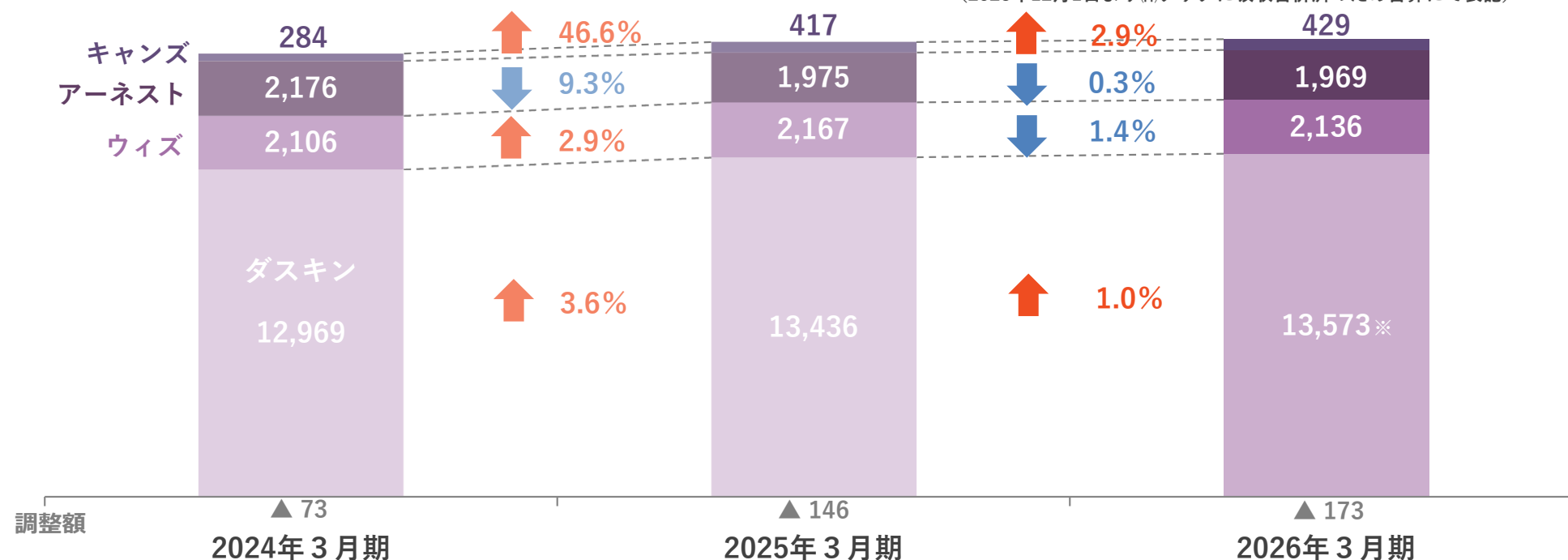
売上高	17,463	17,850	17,936
-----	--------	--------	--------

(百万円)

営業利益	1,597	1,552	1,483
------	-------	-------	-------

売上高推移

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



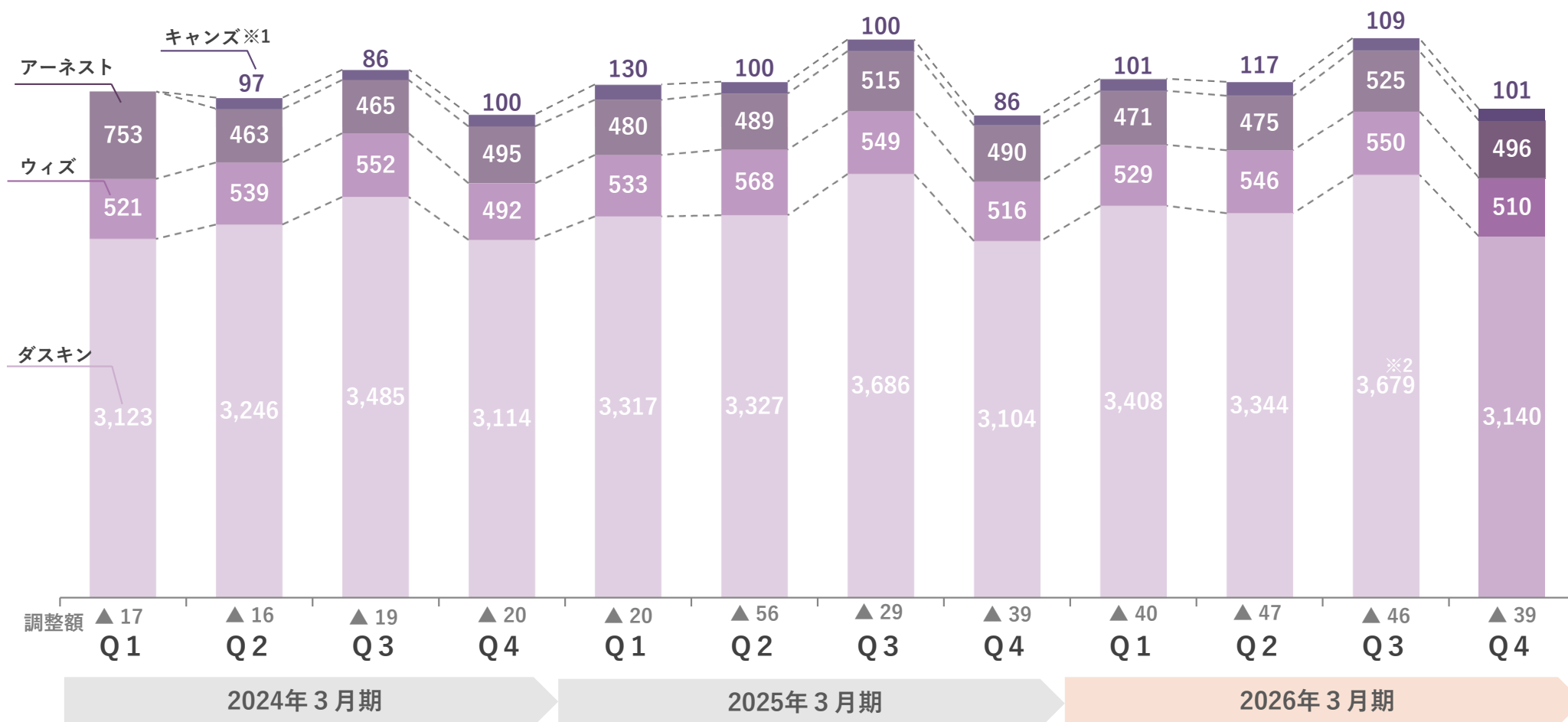
◆調整額：主にセグメント内の売上高

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	Q2	Q3	Q4
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	4,208
営業利益											
408	398	488	301	330	411	490	319	271	354	517	339

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)ナックに吸収合済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
- ・新規出店やM&Aによる営業エリアの拡大
- ・業務効率改善に向けたケアサービス部門の拠点最適化を図る

ウィズ

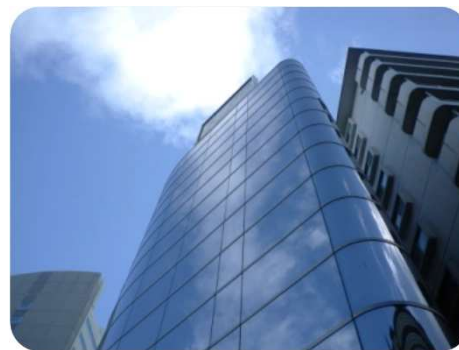
顧客に合わせた多種多様な副商材の営業活動を強化・売上の拡大

アーネスト

人手不足を補う外国人スタッフの教育とインバウンド需要の取引強化

キャンズ

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

受注減少に加え、法改正における建築コスト増加や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、補助金対象商品の受注獲得に注力したが、補助金採択率が大幅に低下したことにより、前期比で減少

N H P

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期比で増加

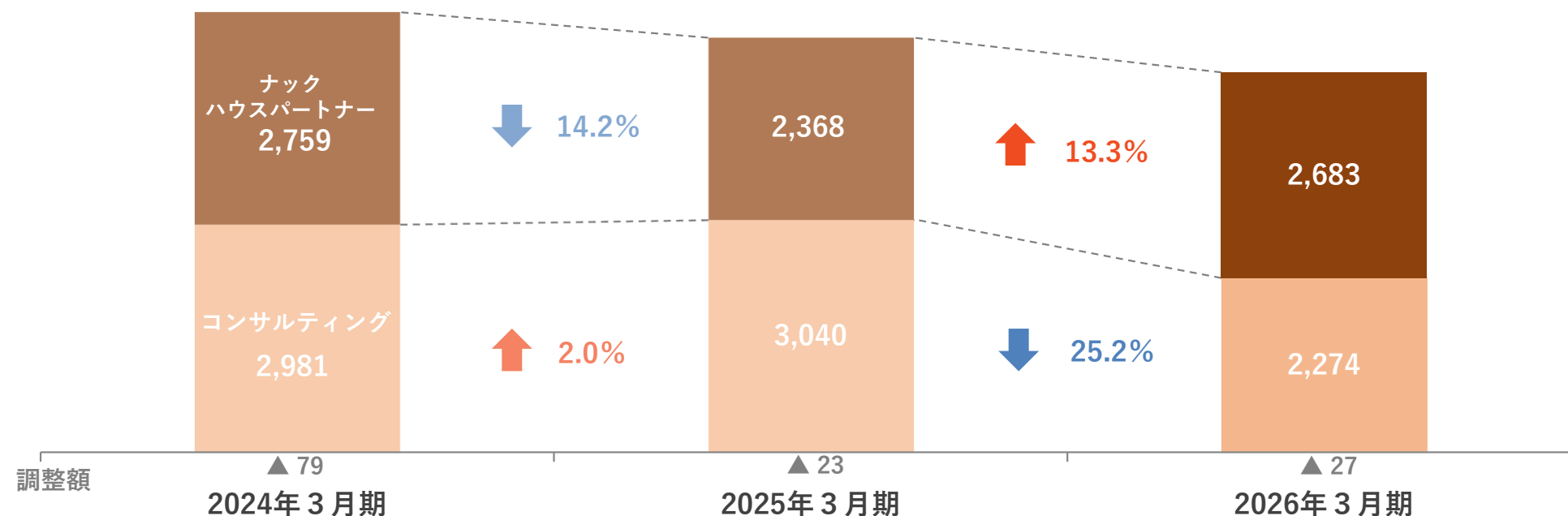
営業利益

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、大幅に減少

	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
売上高	5,661	5,385	4,930
営業利益	28	401	92

(百万円)

売上高推移



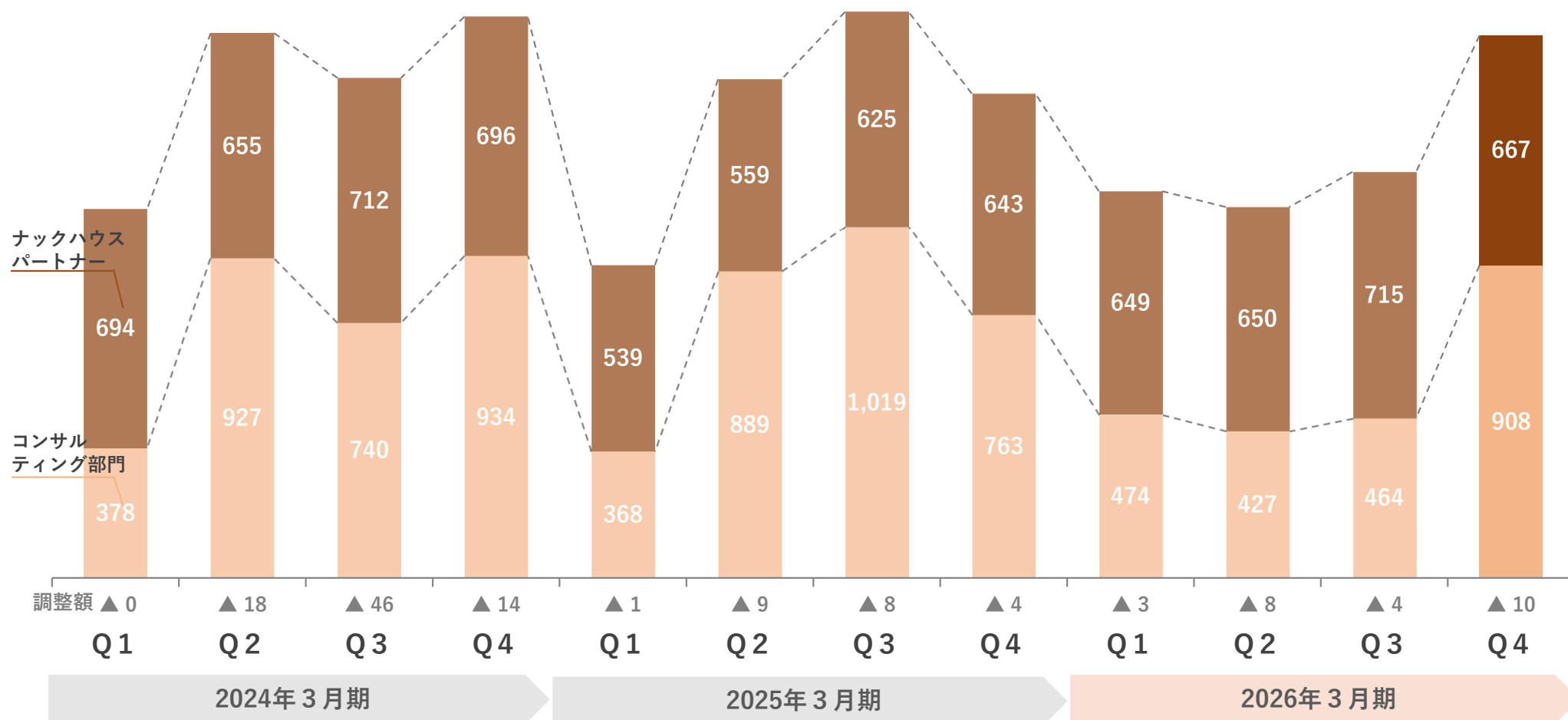
◆調整額：主にセグメント内の売上高

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

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	Q4
売上高											
1,073	1,563	1,406	1,617	907	1,438	1,636	1,402	1,119	1,069	1,175	1,565
営業利益											
▲ 295	91	▲ 43	276	▲ 277	212	350	116	▲ 58	▲ 83	▲ 52	287

(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

- 補助金利用による導入負担の軽減とAIやDXツールの活用支援の強化
- 他業界への販売を視野に入れた汎用性の高いAI商品を新たに開発

ナックス
ハウス
パートナー

- 外部協力先とのパートナーシップ強化による新規加盟店開拓、受注獲得
- 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

土地仕入の難化および建築基準法改正に伴う着工の遅れにより、分譲住宅の販売在庫を十分に確保できず、販売数が減少したことで前期比で減少

ジェイウッド

建築基準法改正に伴う確認申請審査の長期化により工期が延伸し完工棟数が減少
販売単価の上昇により減少幅の抑制を図るも前期比で減少

秀和住研

受注棟数が減少したことで前期比で減少

営業利益

売上高減少に伴う損益悪化により前期比で減少

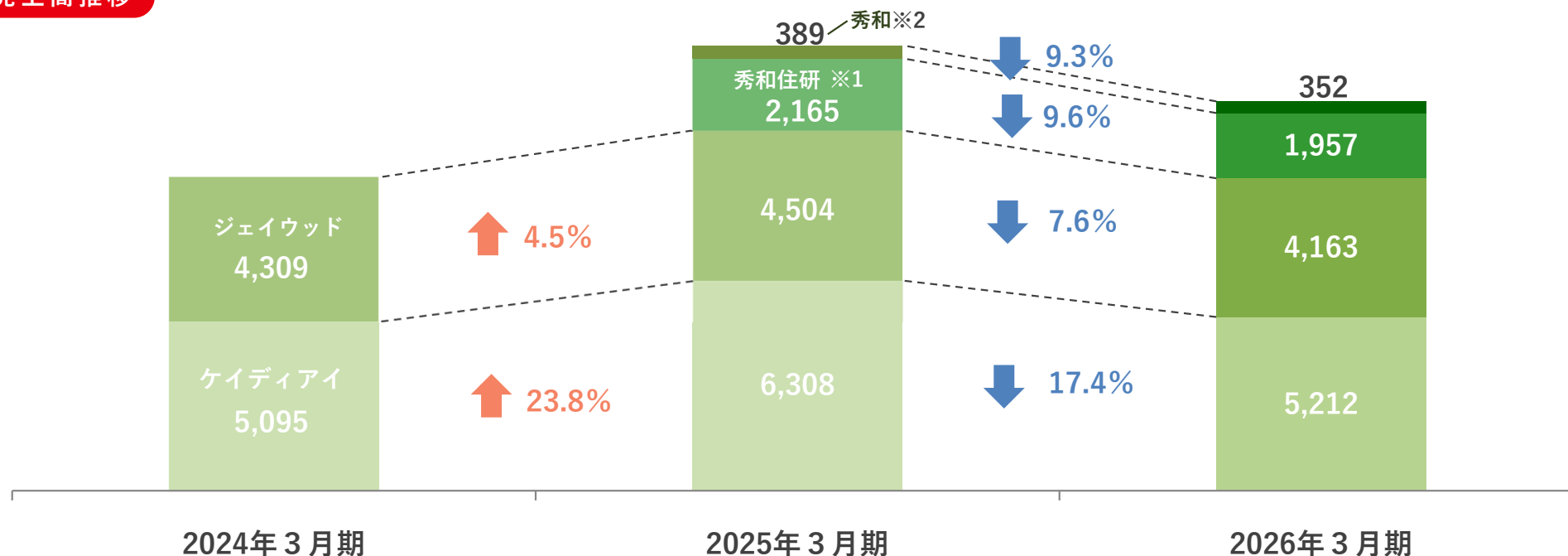
売上高	9,405	13,368	11,686
-----	-------	--------	--------

(百万円)

営業利益	28	400	278
------	----	-----	-----

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

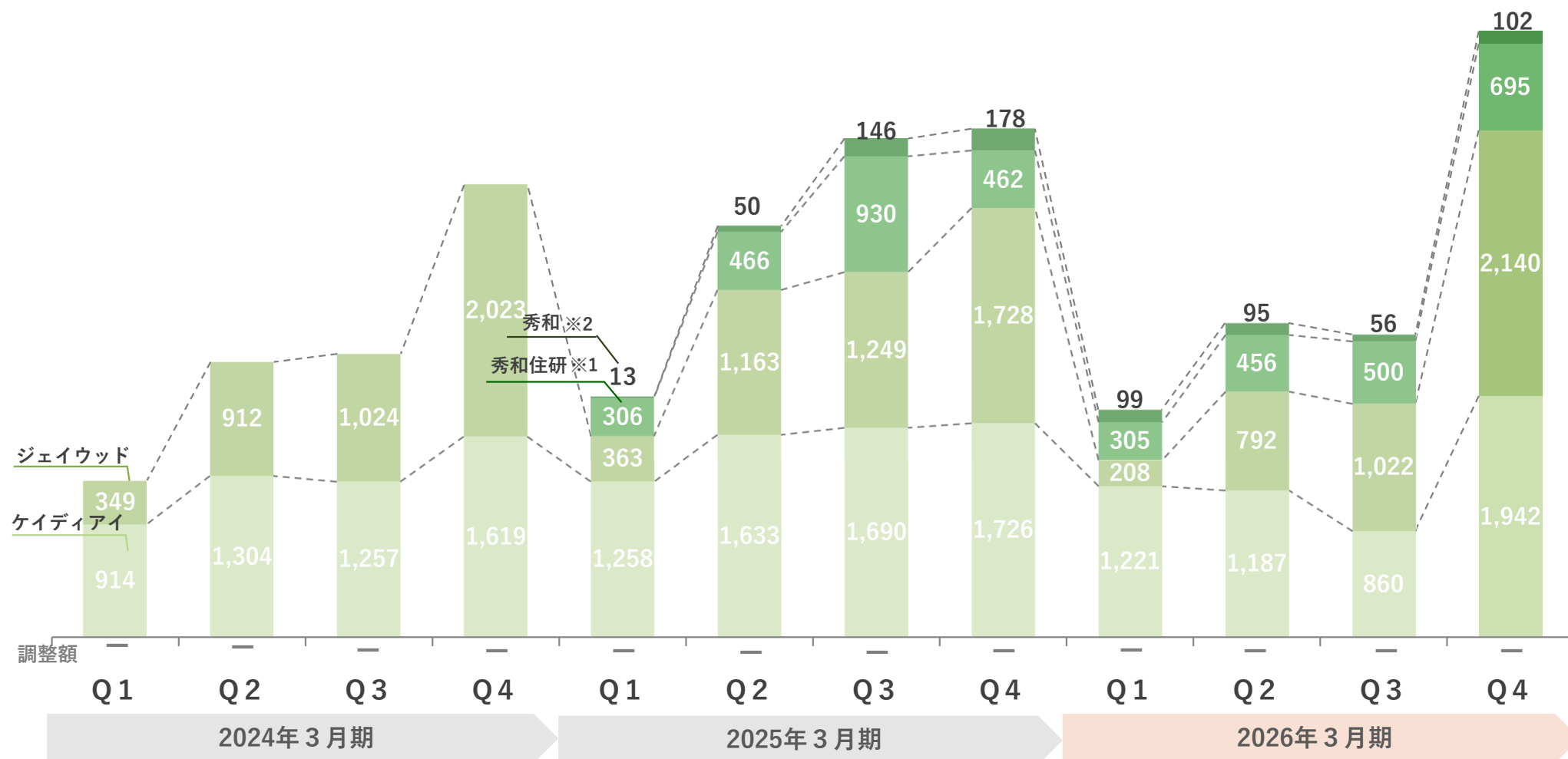


2-4b 住宅事業 売上高／営業利益の四半期推移

2024年3月期				2025年3月期				2026年3月期			
Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
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	4,880
営業利益											
▲ 198	▲ 46	20	252	▲ 146	▲ 51	312	285	▲ 197	▲ 1	48	429

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

ケイディアイ

- ・仕入重点エリアの再開拓で用地仕入に注力し、優良在庫の増加を図る
- ・分譲住宅における商品ブランドの確立を目指す

ジェイウッド

- ・紹介施策やアフター受注獲得等、既存顧客を起点とした受注獲得を強化する
- ・SNS活用による大型リゾート建築、高付加価値建築のブランド確立を推進

秀和住研

- ・長期優良住宅、GX志向型住宅、ZEH水準住宅等のラインアップを増強する
- ・地域密着、多角化による顧客接点の強化による受注拡大を目指す

**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」に重点を置いた広告・販促施策が奏功し、前期比で増加

ベルエアー

卸売や販促イベントによる増収を図ったが、引き続き会員の高齢化に伴う販売数減少により、前期比で減少

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、補いきれず前期比で減少

営業利益

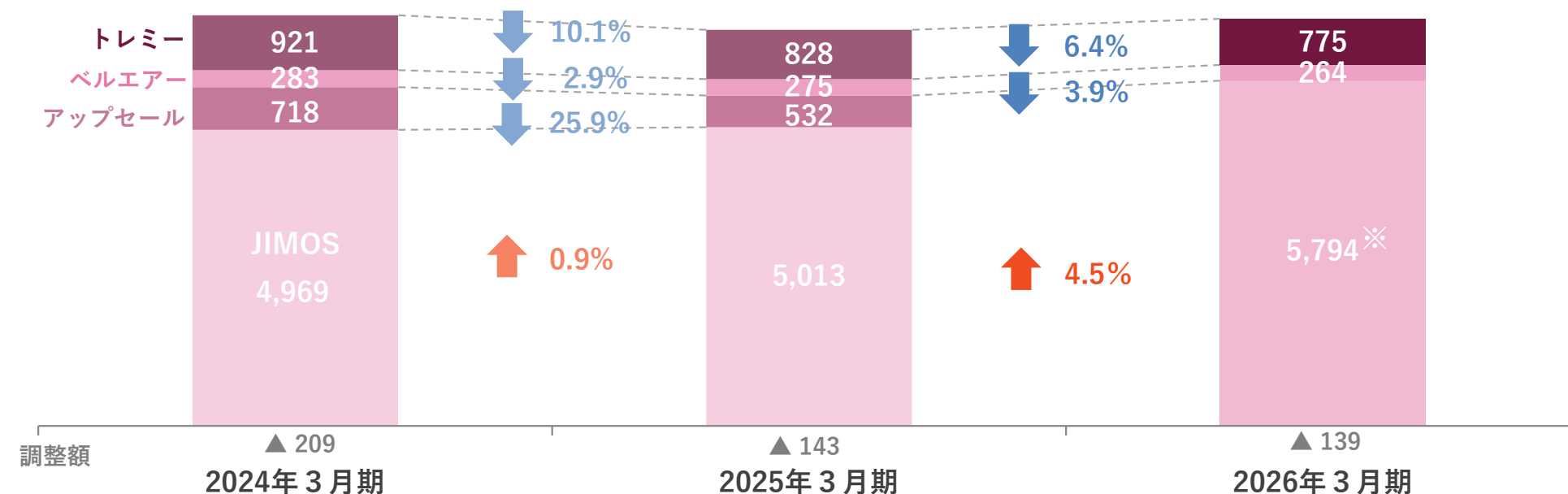
(株)JIMOSでの売上高拡大を目的とした広告販促への積極投資による一時的な減益に加え、
(株)トレミーの売上高減少により前期比で減少

(百万円)

売上高	6,684	6,506	6,694
営業利益	298	335	247

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)



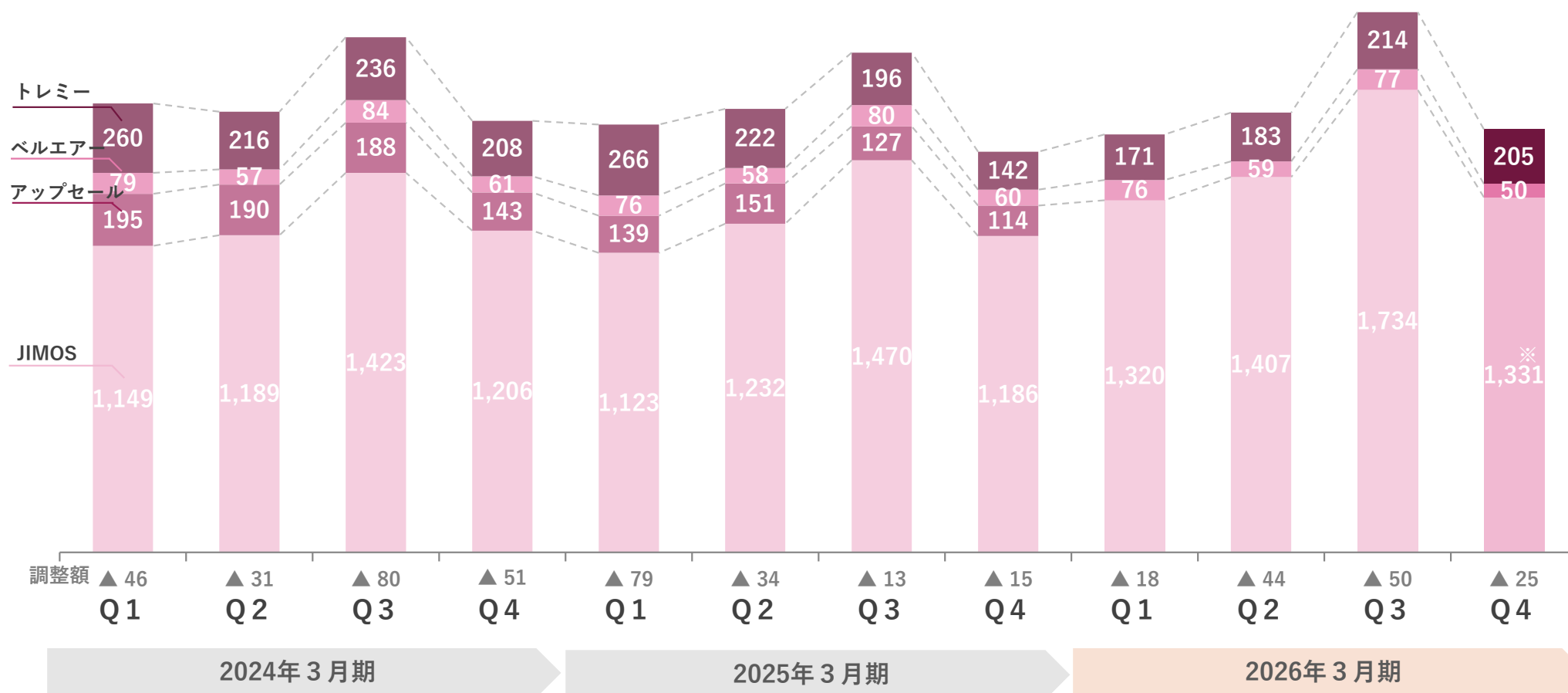
◆調整額：主にセグメント内の売上高

2-5b 美容・健康事業 売上高／営業利益の四半期推移

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	Q4
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	1,562
営業利益											
25	20	258	▲7	96	71	242	▲75	75	▲4	179	▲2

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

マキアレイベルへの広告投資による新規顧客獲得拡大
「SINN PURETÉ」の国内店舗展開を拡大

トレミー

製造・薬事・研究・営業・健康食品の各部門の連携を強めシナジー効果の向上
医薬部外品を含む製品展開の拡充により、商品ラインアップ強化を推進

MACCHIA LABEL
マキアレイベル



SINN PURETÉ
natural&organics



coyori



豆腐の盛田屋



“jimos one to only one

TOREMY

2026年4月1日に(株)トレミーが
(株)ベルエアーを吸収合併



▶ 化粧品製造 (株)トレミー

×



▶ サプリメント販売 (旧：(株)ベルエアー)

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** 当期に新たに4店舗出店したことにより前期比で大幅に増加

T W S 大口顧客への販売が減少したことで前期比で同水準（微減）

N L P 当期に新たに6店舗目となる「買取大吉」の出店を行い、
出店数拡大に伴い業績は順調に推移しており前期比で大幅に増加

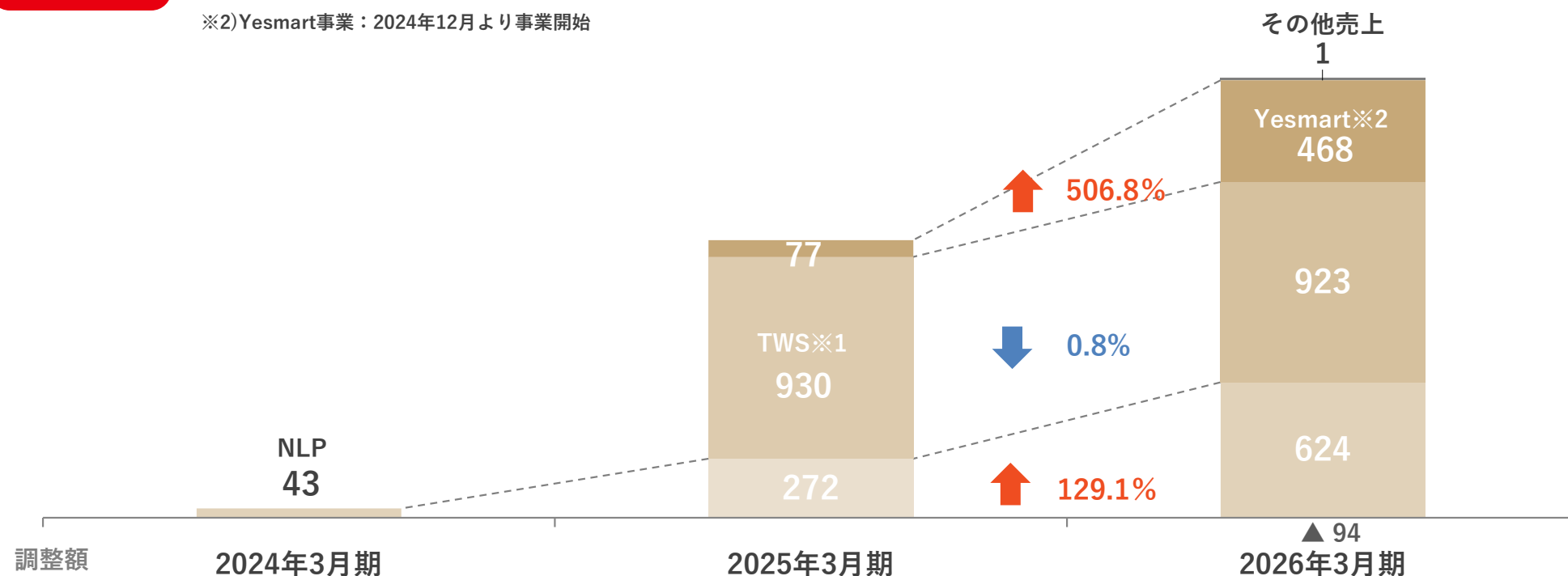
営業損失 新たな取組みとして立ち上げフェーズにあるため、費用が先行しており損失計上

売上高	43	1,280	1,933	(百万円)
営業利益	▲ 0	27	▲ 231	

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



◆調整額：主にセグメント内の売上高

2-6b 新たな取り組み 第56期以降の重点施策

Yesmart 事業

- ・ 競合との差別化を図る商品ラインアップの開拓および仕入コストの削減
- ・ 売場の進化と店内イベント・キャンペーンの強化による集客力向上

TOMOE ワインアンド スピリッツ

- ・ オンライン注文の利用拡大推進による業務効率化
- ・ 飲食業を中心とした業務用マーケットの開拓

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」事業の新規出店
- ・ 新たなFC事業への加盟検討



(ナックライフパートナーズ)

03 2027年3月期の業績予想

3-1 連結業績予想

- 2026年3月期に対し、増収増益の見込み
- 中期経営計画達成のため、新規出店・新サービス、販促活動などの投資による顧客数の拡大
- 既存事業の枠にとらわれない新規事業開発およびM & Aの推進

(百万円)

	2027年3月期 予想	2026年3月期 実績	増減額
売上高	63,500	58,919	+ 4,080
営業利益	2,800	2,483	+ 316
経常利益	2,800	2,485	+ 314
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,700	1,631	+ 68
EPS	40.67円	39.03円	+ 1.64円

3-2 連結業績予想：セグメント別売上高

(百万円)

	2027年3月期 予想	2026年3月期 実績	増減額
ク リ ク ラ 事 業	17,000	16,050	+ 949
レ ン タ ル 事 業	18,500	17,936	+ 563
建 築 コンサルティング事業	5,800	4,930	+ 869
住 宅 事 業	12,400	11,686	+ 713
美 容 ・ 健 康 事 業	7,700	6,694	+ 1,005
そ の 他	2,000	1,933	+ 66
消 去 調 整 他 (新 規 ・ M & A 等 を 含 む)	—	▲ 312	—
合 計	63,500	58,919	+ 4,580

※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)

	2027年3月期 予想	2026年3月期 実績	増減額
ク リ ク ラ 事 業	1,980 (11.6%)	1,846 (11.5%)	+ 133 (+ 0.1pt)
レ ン タ ル 事 業	1,520 (8.2%)	1,483 (8.3%)	+ 36 (▲ 0.1pt)
建 築 コ ン サ ル テ ィ ン グ 事 業	230 (4.0%)	92 (1.9%)	+ 137 (+ 2.1pt)
住 宅 事 業	260 (2.1%)	278 (2.4%)	▲ 18 (▲ 0.3pt)
美 容 ・ 健 康 事 業	320 (4.3%)	247 (3.7%)	+ 72 (+ 0.6pt)
そ の 他	▲ 180 (-)	▲ 231 (-)	+ 51 (-)
全 社 費 用 等 (新 規 ・ M & A 等 を 含 む)	▲ 1,330	▲ 1,233	▲ 96
合 計	2,800 (4.4%)	2,483 (4.2%)	+ 316 (+ 0.2pt)

※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※

20

21

22

22

22

純資産配当率(DOE)

3.9%

4.0%

4.1%

4.0%

—

配当性向

44.9%

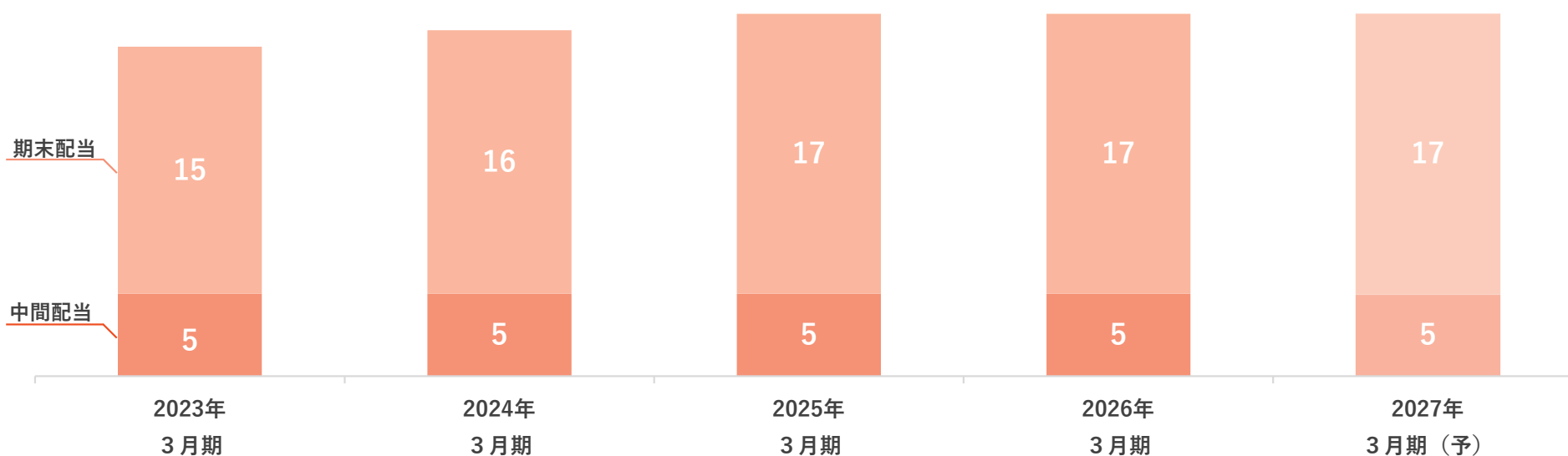
63.2%

69.1%

56.4%

54.1%

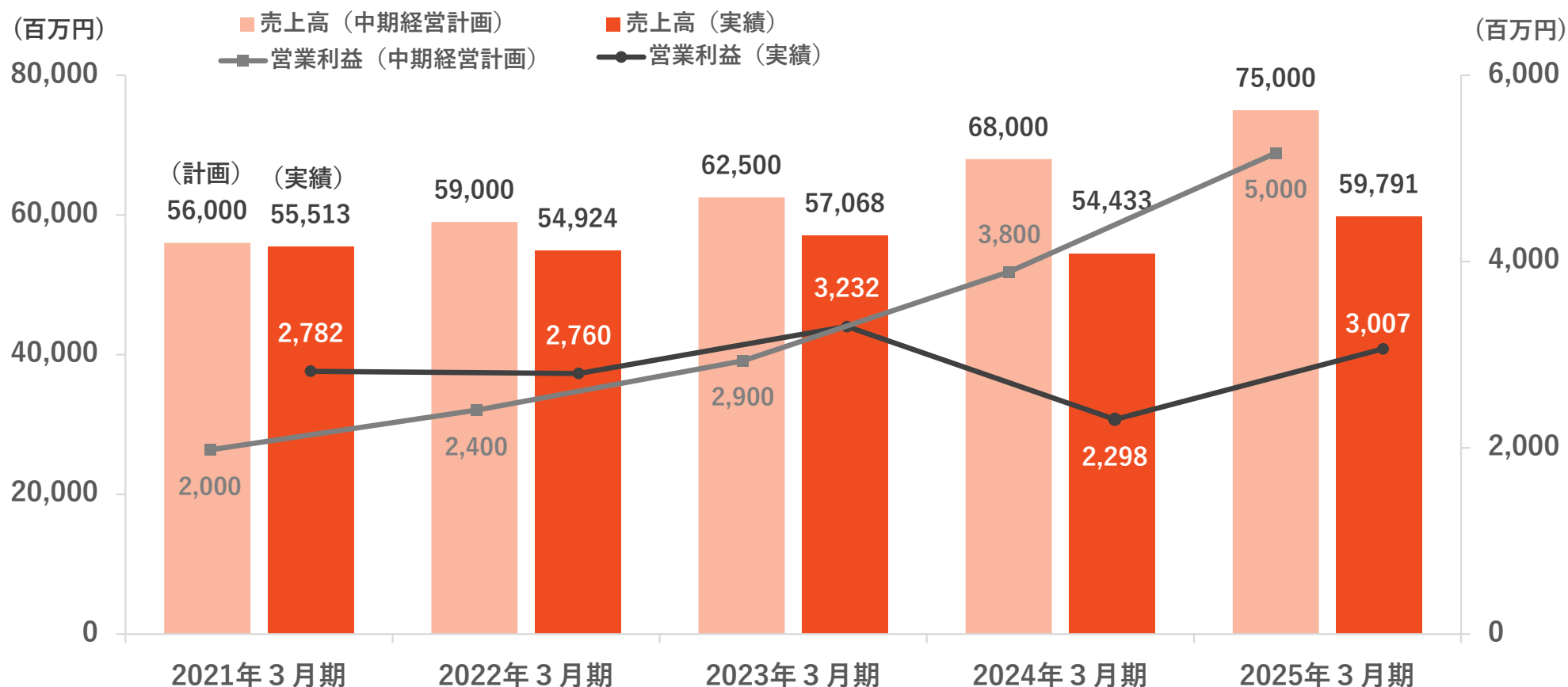
※ 2024年2月1日を効力発生日として、普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施。
1株当たりの配当金については、当該株式分割調整後の数値を記載しております。



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。

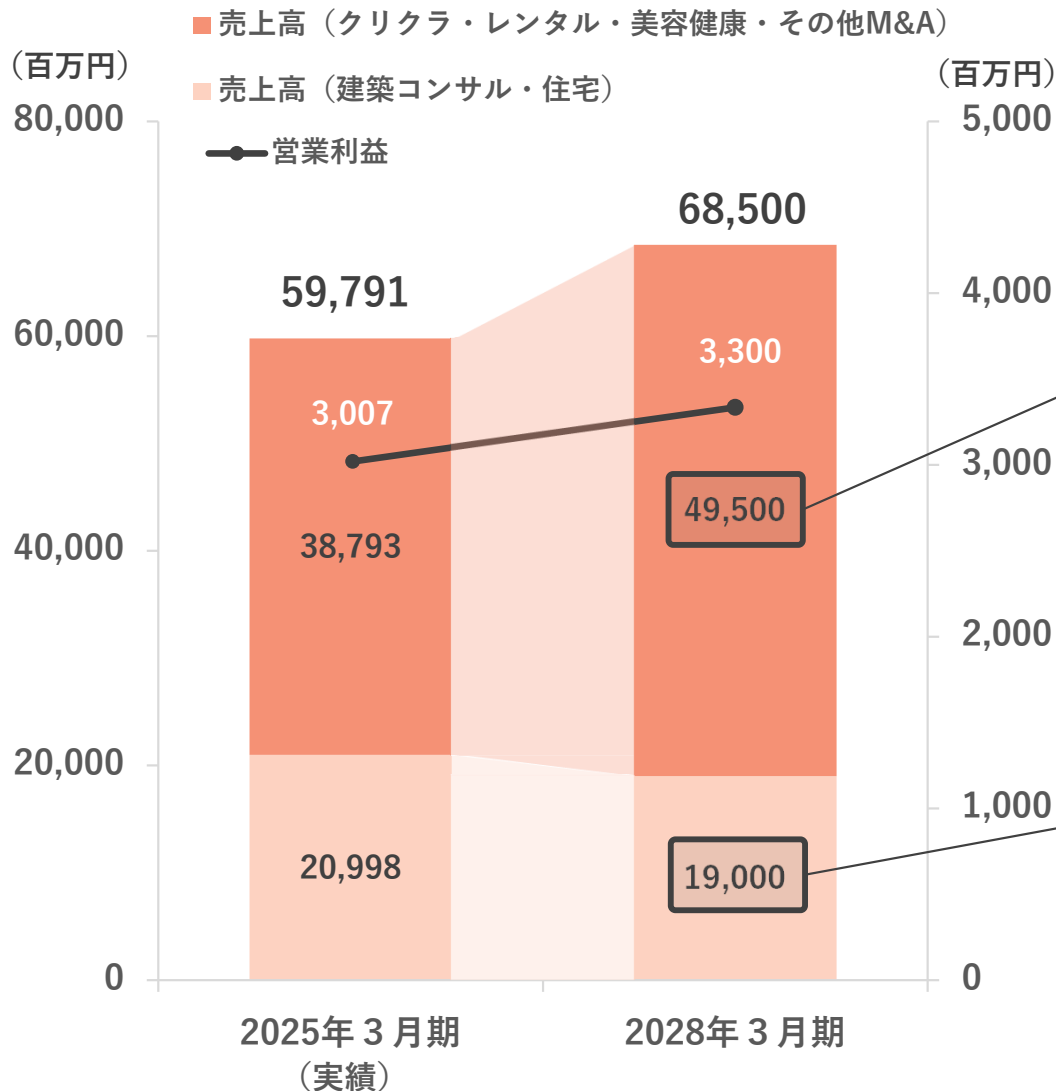


6-2 連結業績計画

■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

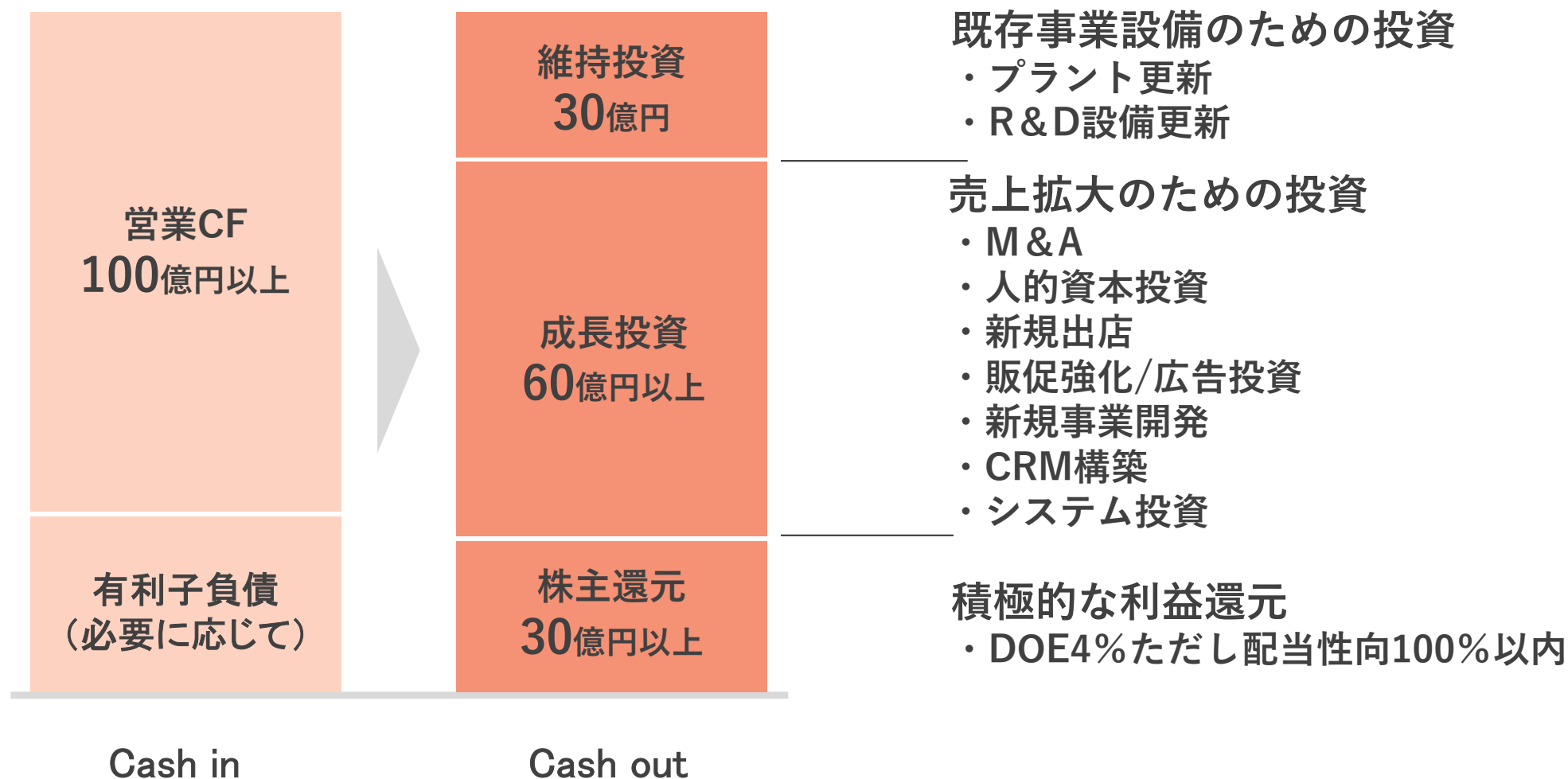
- ・ 積極的な広告投資による売上高拡大
- ・ 化粧品OEM事業における新規顧客開拓
- ・ 競争力、価値ある新商品開発

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

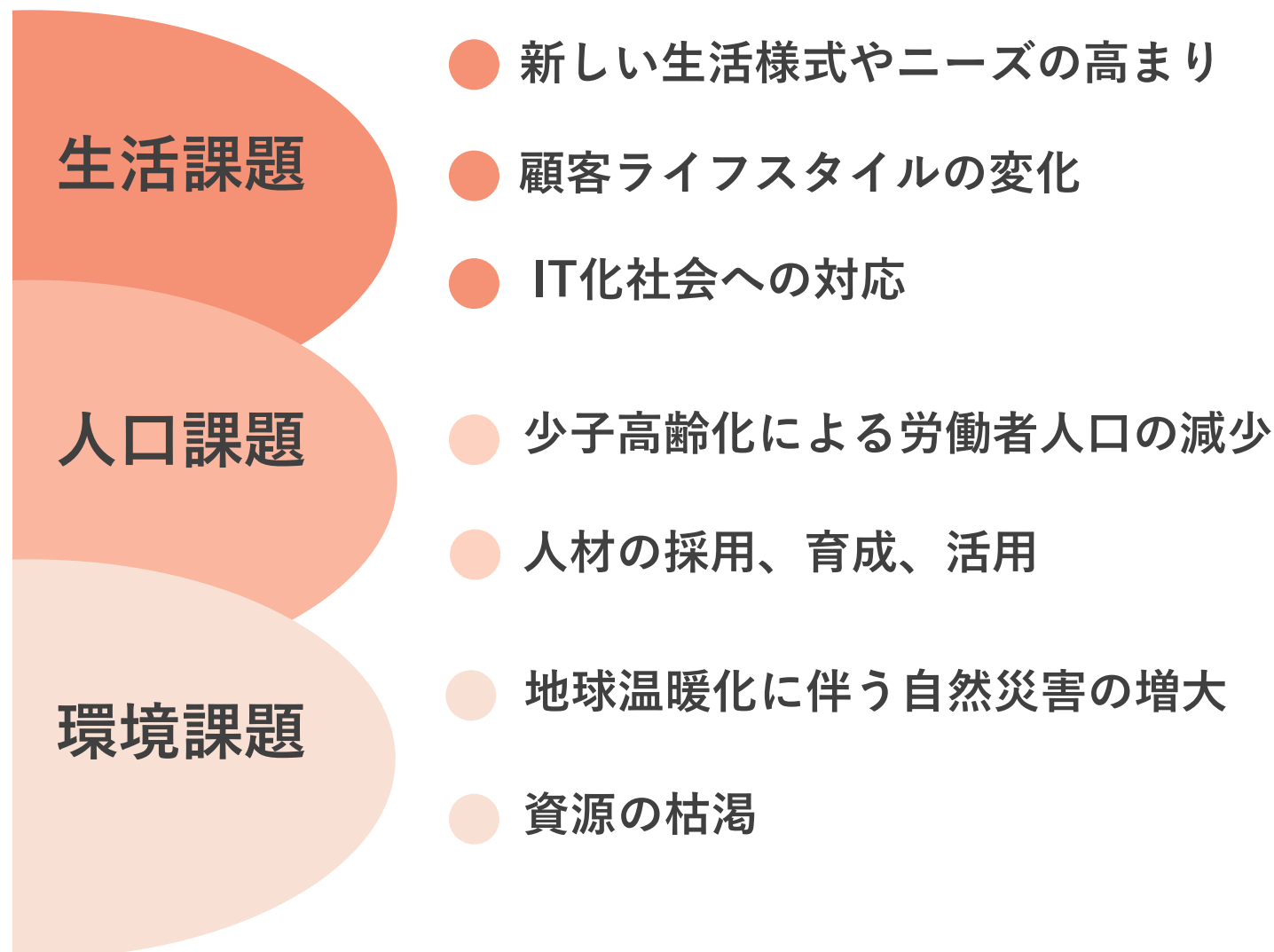
6-4 財務方針

- 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

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

長年に渡ってPBR 1 倍前後

株価

分割前まで長年に渡り
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

長年に渡り大きな
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

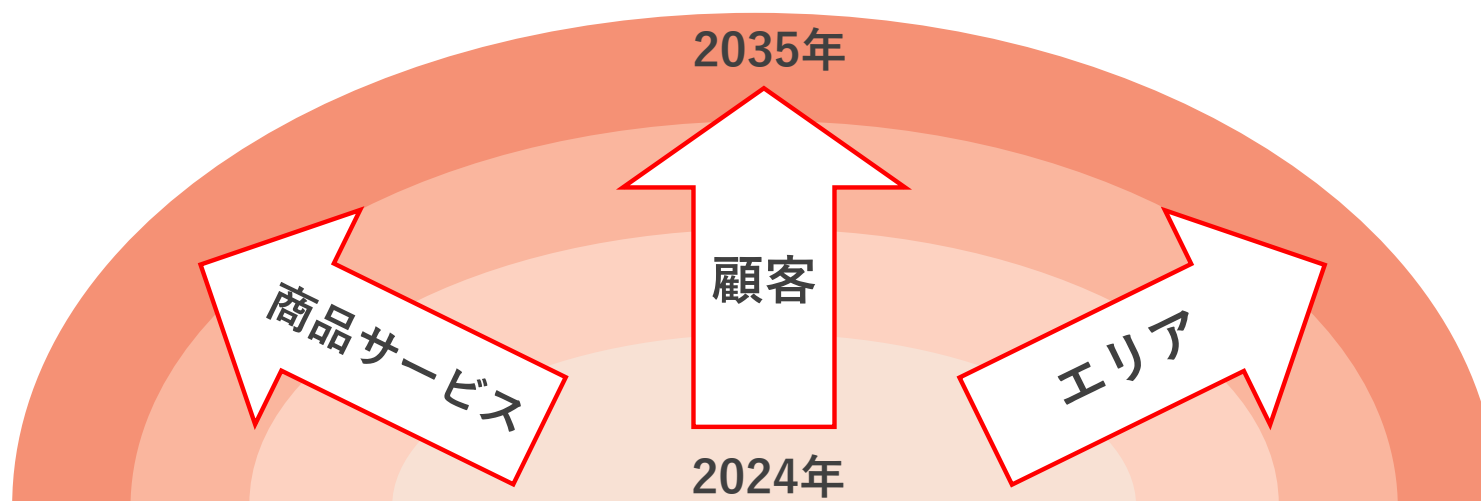
ナックとしての長期ビジョンを策定し、最適な投資実行、最適な事業ポートフォリオの構築を進める
急激な外部環境変化にも、長期ビジョンをもとに対応することで実効性ある施策を実施する

2035年に目指すナックグループの姿

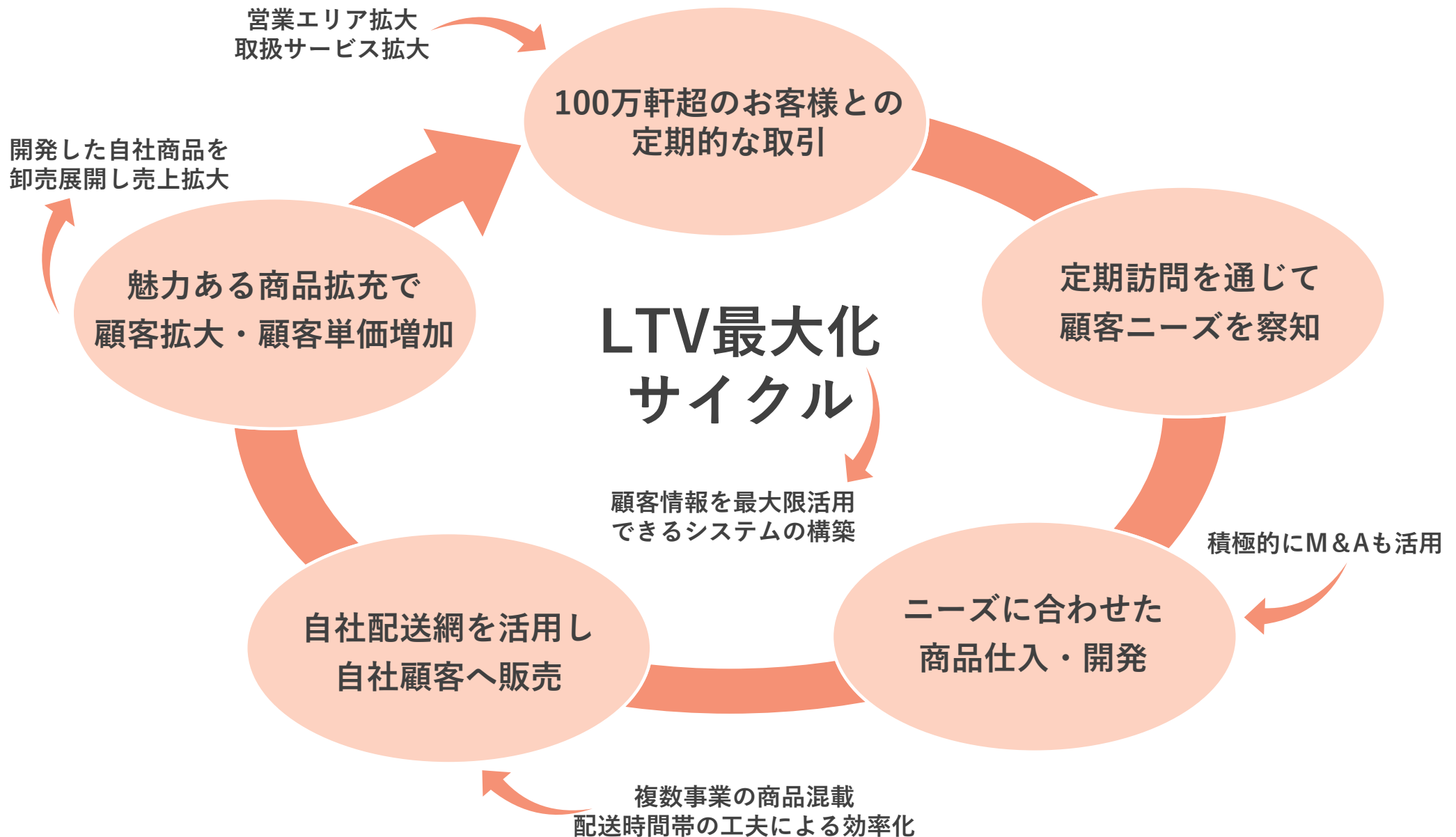
ラストワンマイルを最大限に活用してLTV最大化

～もっと暮らしに寄り添うナック～

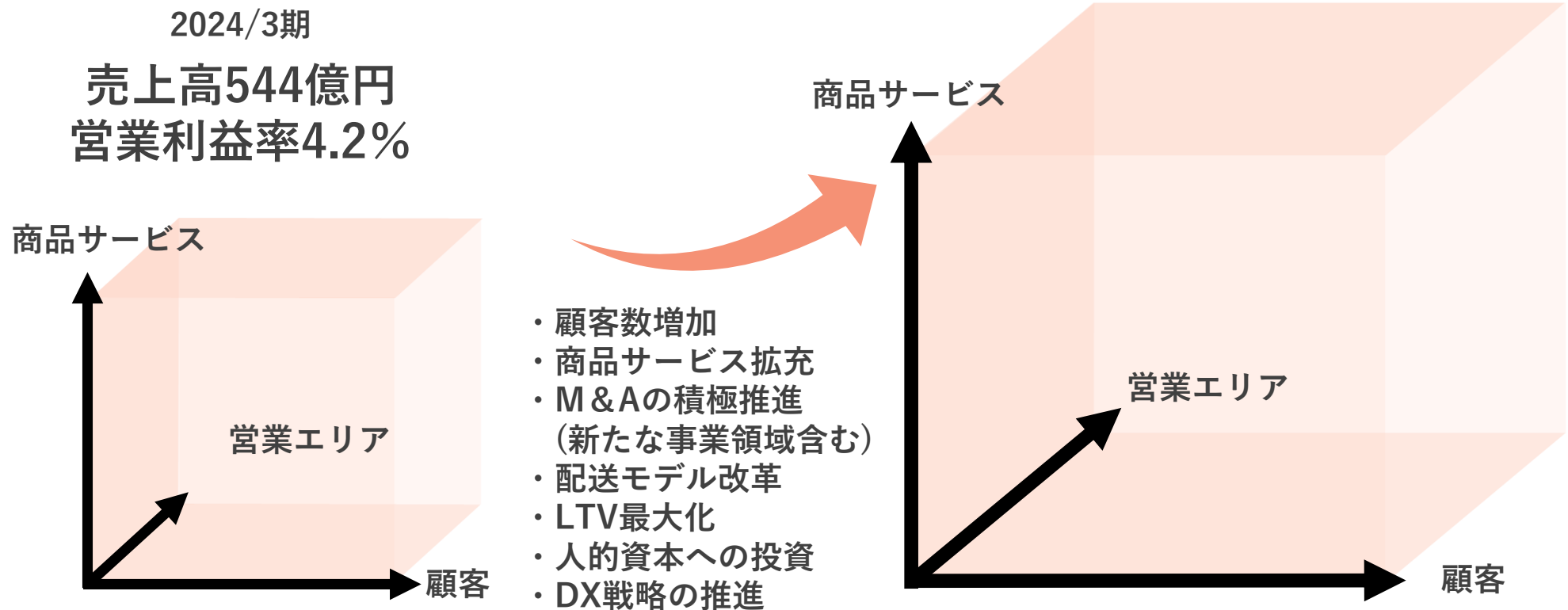
- 顧客への商品・サービスの拡充
- 新たな顧客層・エリア（海外含む）の開拓
- 暮らしのお困りごとを解決するビジネスモデルの構築
- ミリオンカスタマーに向けたサービスモデル構築



《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

06 会社概要

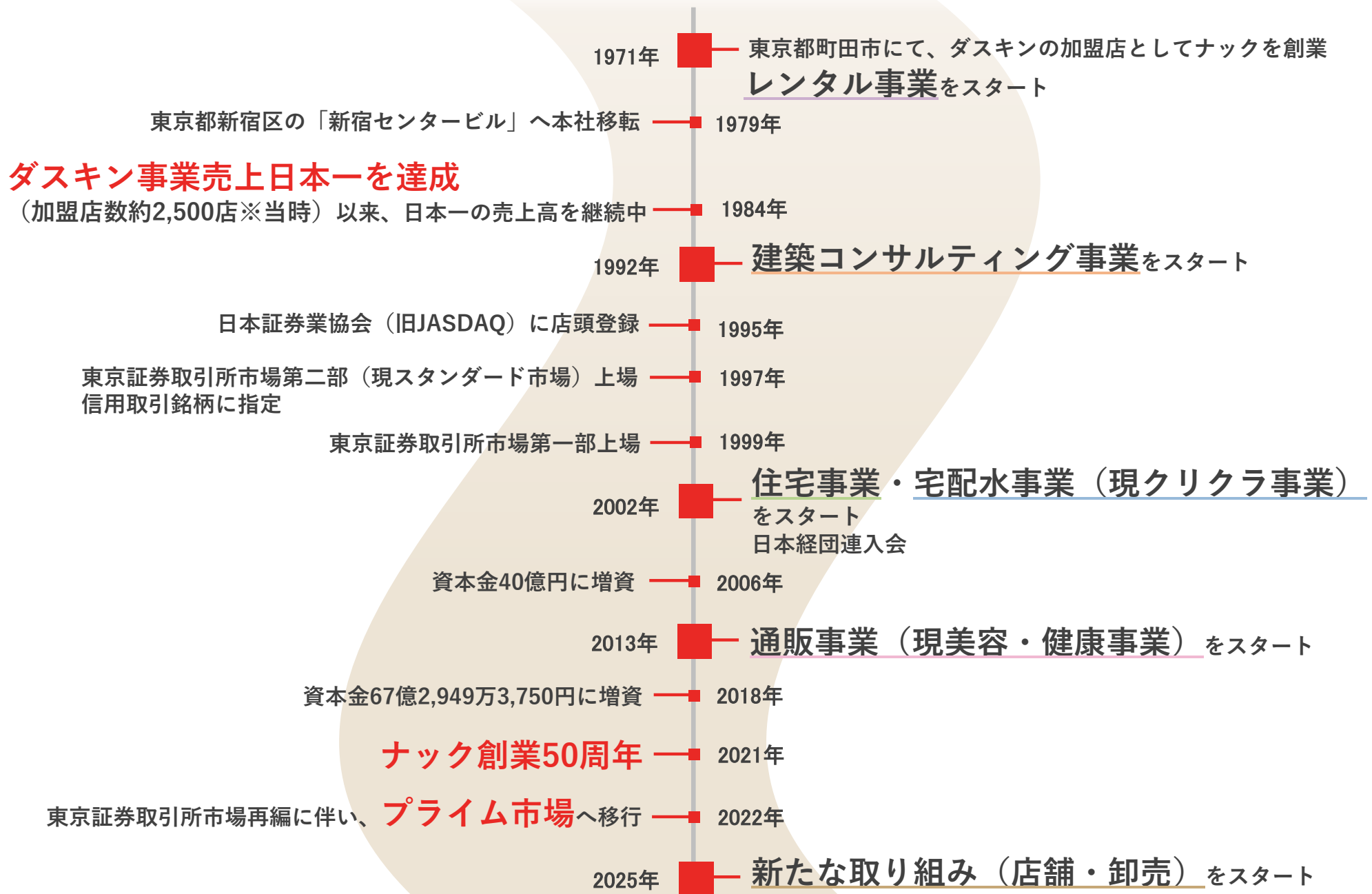
7-1 会社概要



(2026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）※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
	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） 株式会社ジェイウッド（注文住宅の建築請負）
	住　　宅	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　※2026年4月1日より㈱秀和住研に吸収合併されております。
	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）※2026年4月1日より㈱トレミーに吸収合併されております。
		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・買取事業）
	従業員数（正社員）	連結 1,678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（一単位：100株）	
株主数	39,068（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

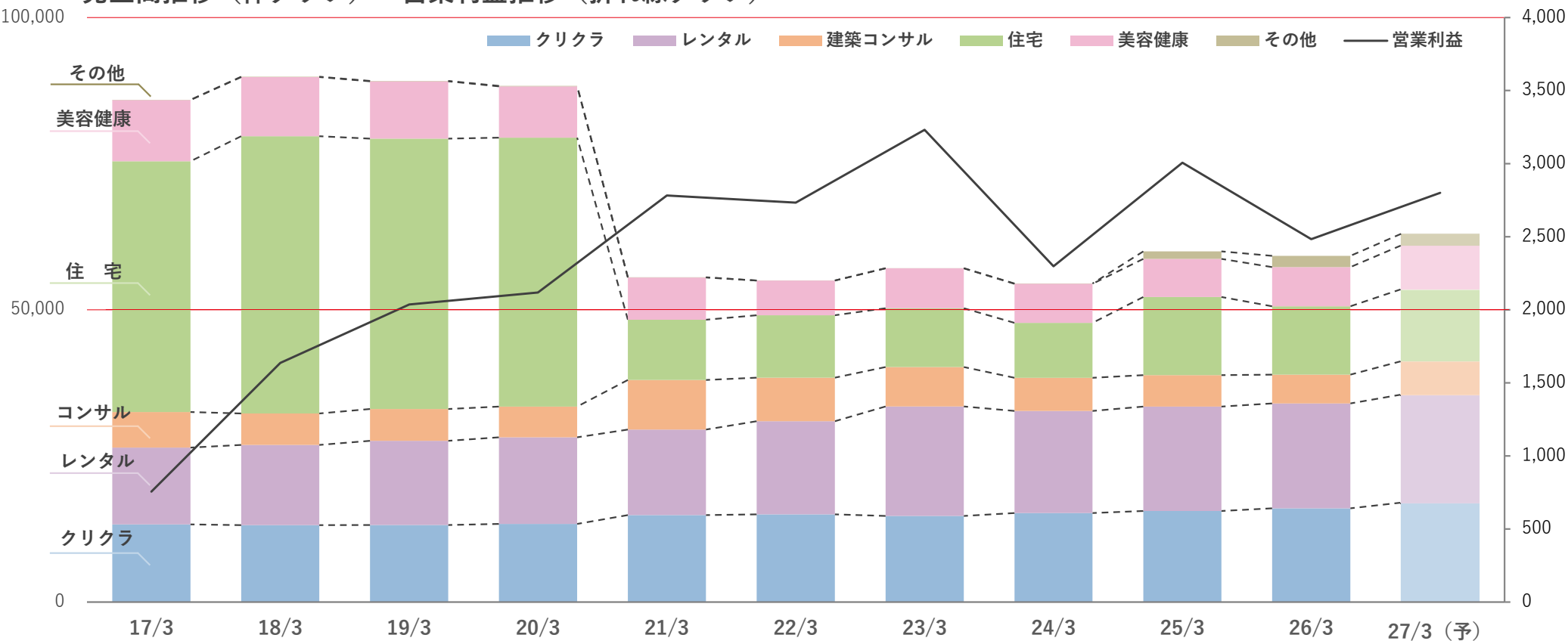


7-3 ナックグループ業績（過去10期＋予想）

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	2027年 3月期(予)
85,901	89,818	89,111	88,222	55,513	54,924	57,068	54,433	59,791	58,919	63,000
756	1,637	2,037	2,118	2,782	2,760	3,232	2,298	3,007	2,483	2,800

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）



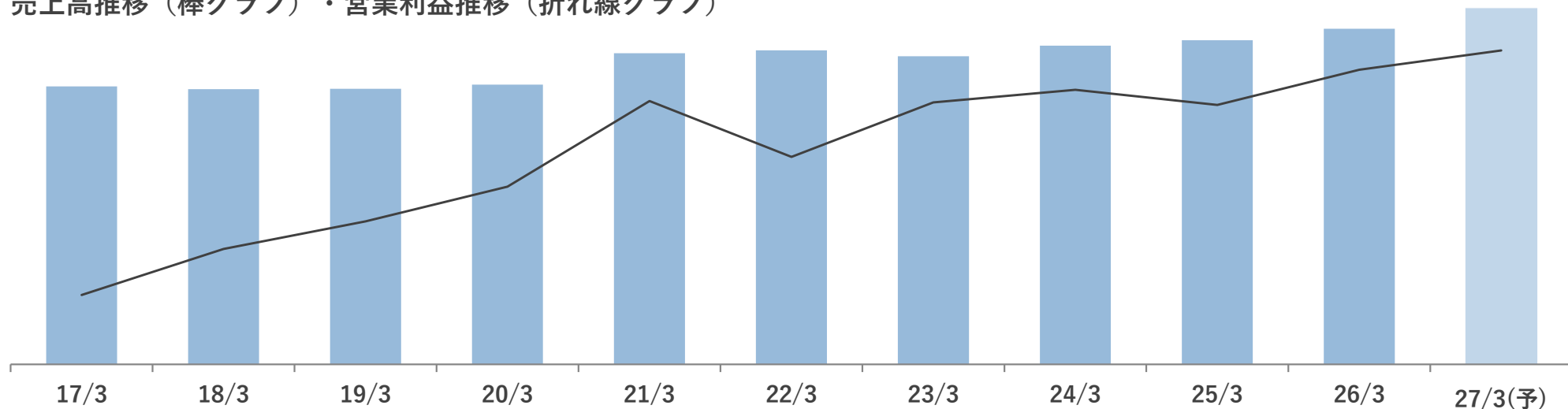
7-4 事業紹介 クリクラ事業

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」）

売上高	(百万円)									
13,293	13,158	13,179	13,375	14,881	15,019	14,733	15,239	15,591	16,050	17,000
営業利益										
274	596	788	1,030	1,627	1,269	1,618	1,706	1,650	1,846	1,980

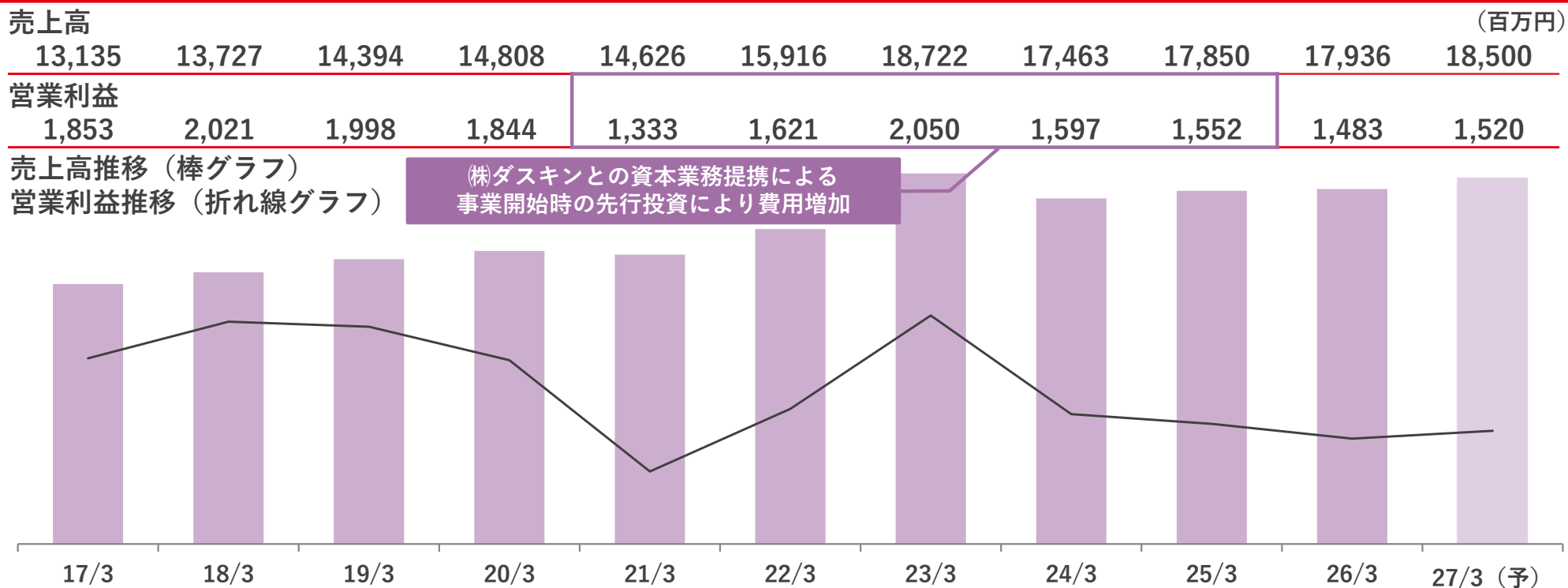
売上高推移（棒グラフ）・営業利益推移（折れ線グラフ）



7-5 事業紹介 レンタル事業

主な構成：(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



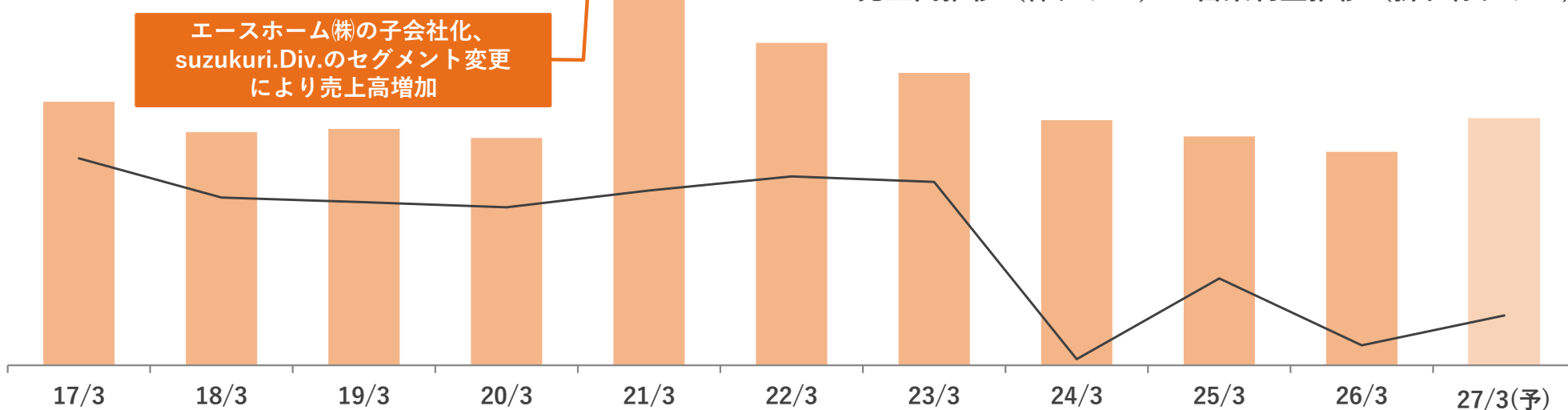
7-6 事業紹介 建築コンサルティング事業

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

売上高											(百万円)
6,089	5,383	5,459	5,251	8,495	7,449	6,754	5,661	5,385	4,930	5,700	
営業利益											
956	775	754	730	807	872	847	28	401	92	230	

売上高推移(棒グラフ)・営業利益推移(折れ線グラフ)



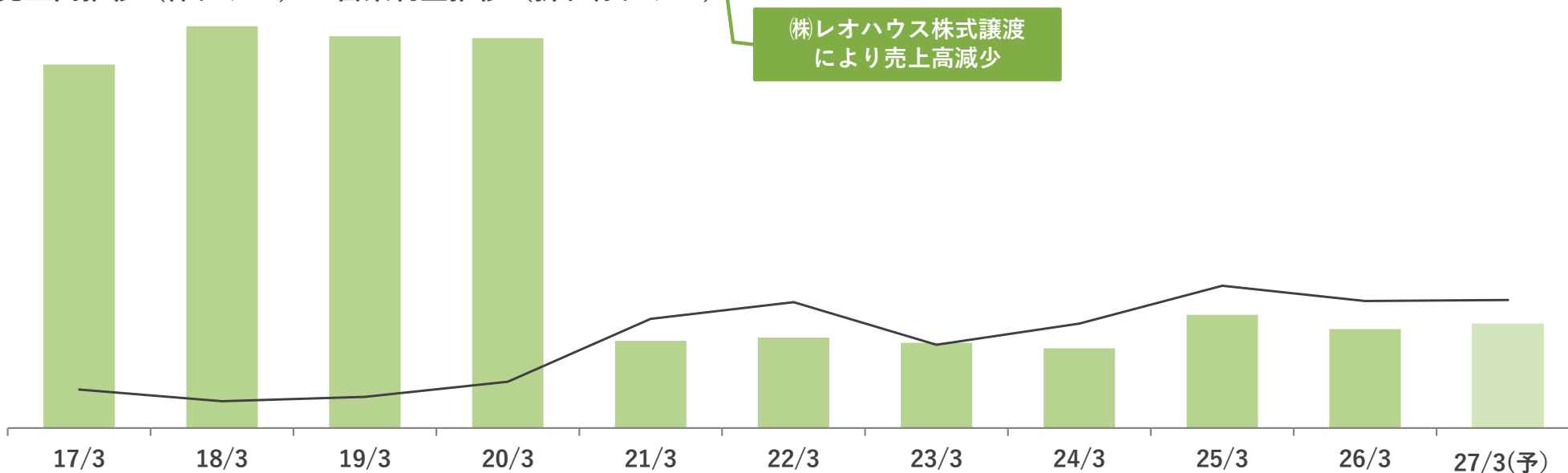
7-7 事業紹介 住宅事業

主な構成：(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	42,894	47,433	46,249	46,019	10,308	10,681	10,061	9,405	13,368	11,686	12,300
営業利益	▲ 621	▲ 742	▲ 697	▲ 546	62	232	▲ 182	28	400	278	260

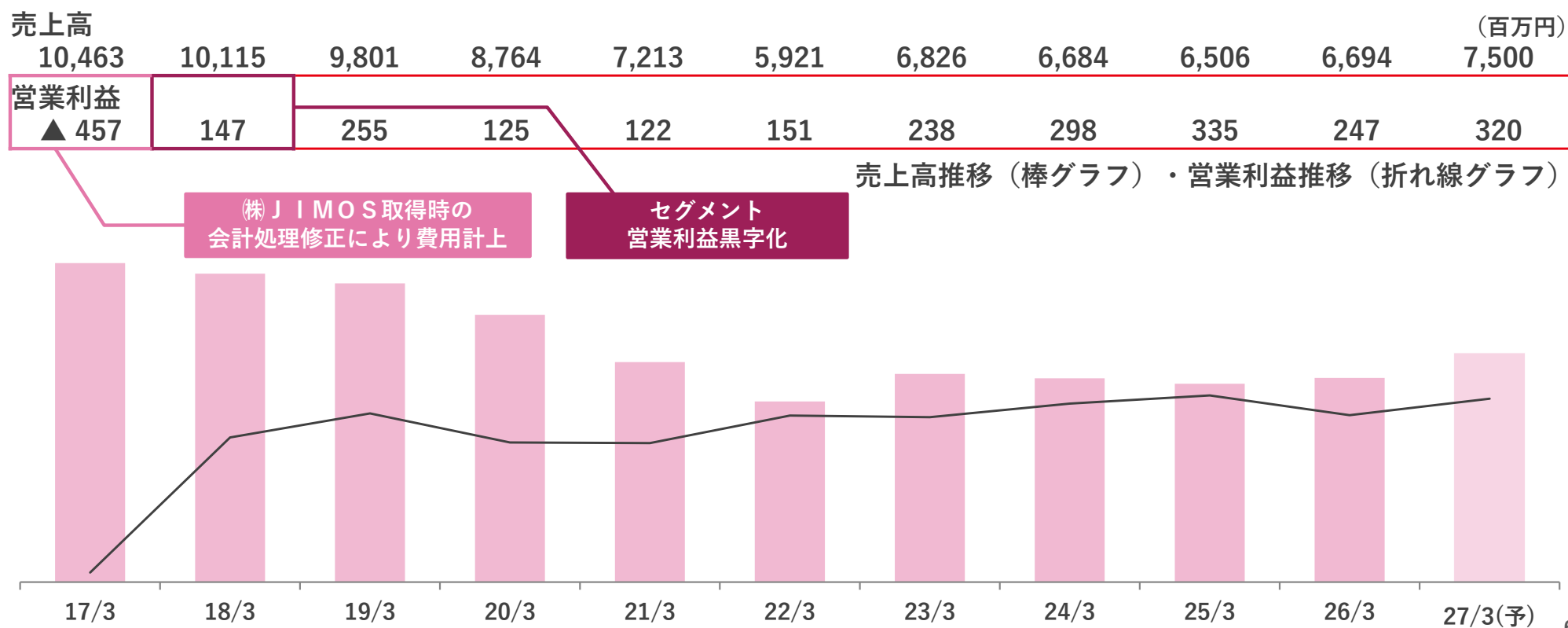
売上高推移（棒グラフ）・営業利益推移（折れ線グラフ）



7-8 事業紹介 美容・健康事業

主な構成：(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）



7-9 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)

- 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
- 2026年 3 月 (株)ナックイエスマートを(株)ナックに吸収合併（イエスマート事業として継続）

売上高	41	58	68	82	33	4	6	43	1,280	1,933	(百万円) 2,000
営業利益	▲ 1	5	2	1	11	0	1	▲ 0	27	▲ 231	▲ 180

売上高推移（棒グラフ）

