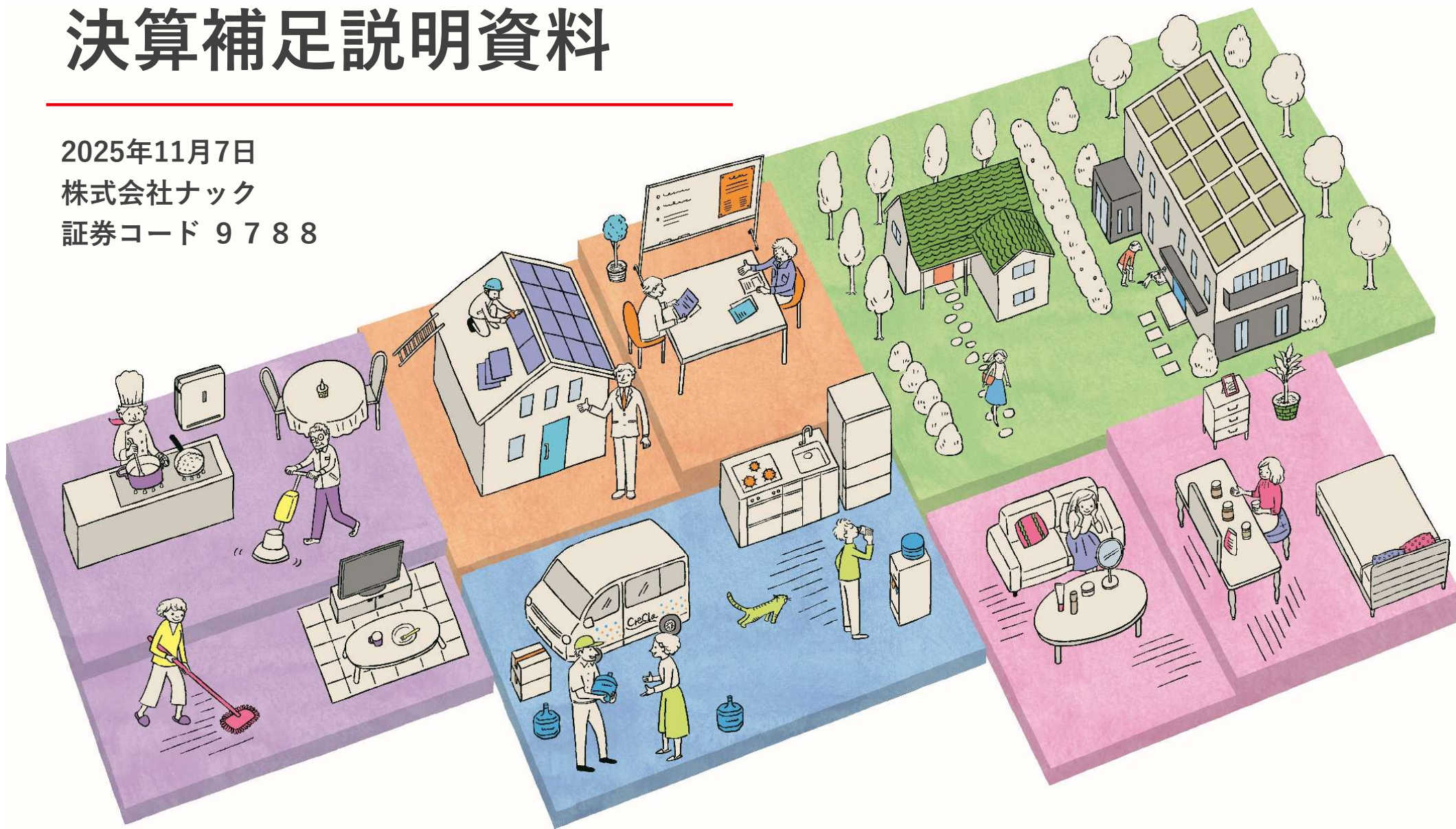


2025年11月7日
株式会社ナック
証券コード 9788



本資料は、2026年3月期第2四半期（中間期）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2四半期（中間期）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。

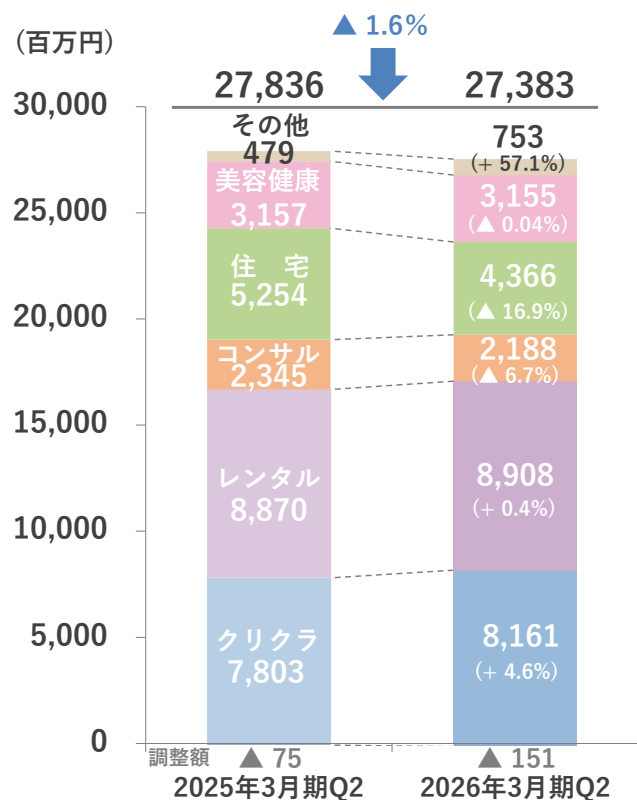
01 第2四半期（中間期）の実績

1-1. 連結損益計算書

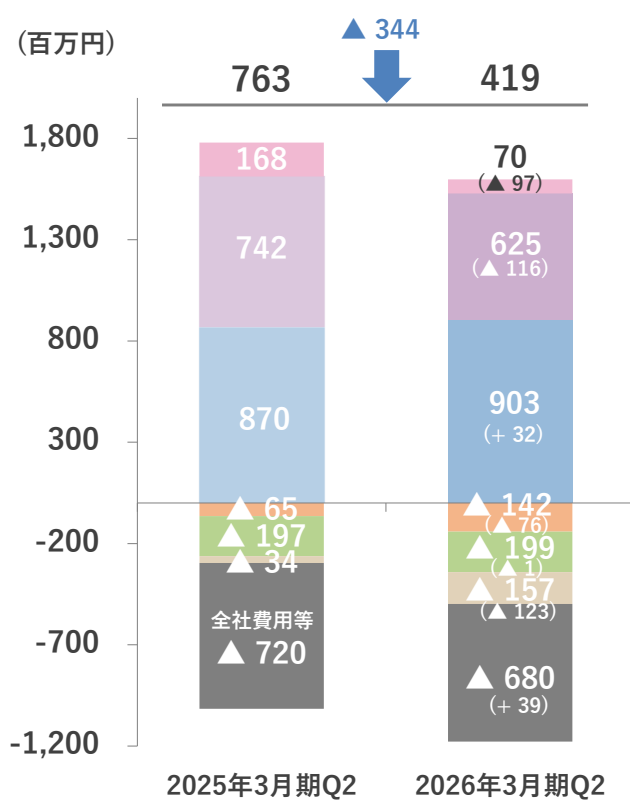
1-1a 業績ハイライト（前年同期比）

売上高	クリックラ	直営部門での1顧客あたりのボトル消費量増加や解約率低下、加盟店向けのサーバー販売台数増加に加え、(株)コンビボックスの収益が加わったことで増加
	住 宅	(株)ジェイウッドにおいて、建築基準法改正により確認申請審査が長期化し工期が延びていることで引き渡し棟数が伸び悩み減少
営業利益	レンタル	ダスキン事業での新規出店や受注獲得に向けた販促費増加により減少
	そ の 他	新規事業拡大に向けた先行投資の影響により減少
中間純利益	営業利益は減少しているものの、前期の特別損失の影響が無くなったことで増加	

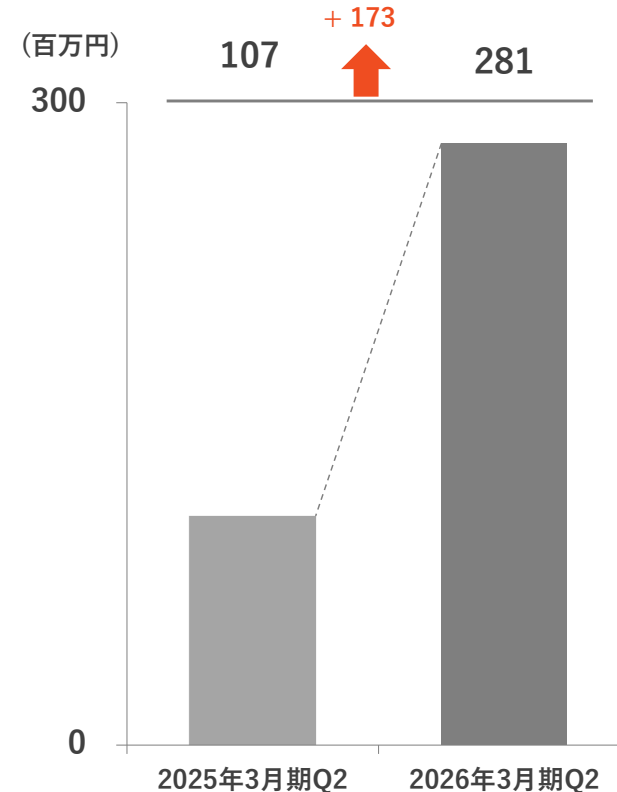
売上高（カッコ内は増減率）



営業利益（カッコ内は増減額）



中間純利益(※)



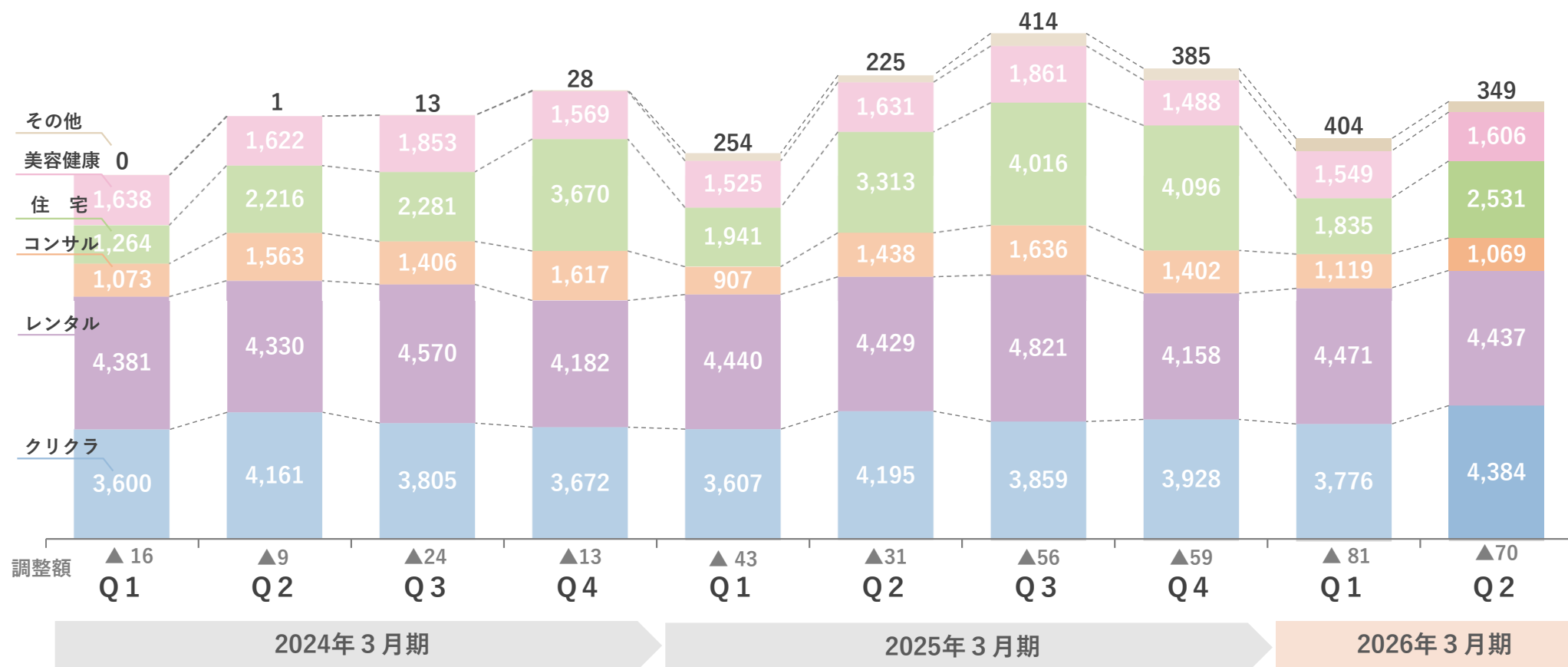
(※) 中間純利益：親会社株主に帰属する当期純利益、調整額：セグメント間の内部売上高又は振替高

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
売上高									
11,941	13,886	13,907	14,697	12,634	15,201	16,554	15,400	13,075	14,308
営業利益									
▲ 162	772	865	822	▲ 98	862	1,504	739	▲ 42	461

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)



1-1c 連結損益計算書



(百万円)

	2026年 3 月期 Q 2 実績	計画比		前期比	
		当期Q 2 計画 (2025年5月15日公表値)	達成率	前期Q 2 実績	増減率
売 上 高	27,383	30,000	91.3%	27,836	▲ 1.6%
売 上 総 利 益	13,705	—	—	13,351	+ 2.7%
(売 上 総 利 益 率)	50.1%	—	—	48.0%	▲ 2.1pt
販 売 費 及 び 一 般 管 理 費	13,286	—	—	12,588	+ 5.5%
営 業 利 益	419	650	64.6%	763	▲ 45.1%
(営 業 利 益 率)	1.5%	—	—	2.7%	▲ 1.2pt
営 業 外 損 益	9	—	—	▲ 8	—
経 常 利 益	429	650	66.4%	755	▲ 43.2%
特 別 損 益	106	—	—	▲ 235	—
親会社株主に帰属する中間純利益	281	450	62.5%	107	+ 160.5%

1-1d セグメント別売上高



(百万円)

	2026年3月期 Q2実績	計画比		前期比	
		当期Q2計画	達成率	前期Q2実績	増減率
ク　リ　ク　ラ　事　業	8,161	8,300	98.3%	7,803	+ 4.6%
レ　ン　タ　ル　事　業	8,908	9,200	96.8%	8,870	+ 0.4%
建　築　コ　ン　サ　ル　テ　ィ　ン　グ　事　業	2,188	2,900	75.5%	2,345	▲ 6.7%
住　　　　宅　　　　事　　　　業	4,366	5,400	80.9%	5,254	▲ 16.9%
美　容　・　健　康　事　業	3,155	3,400	92.8%	3,157	▲ 0.04%
そ　　　　　　の　　　　他	753	800	94.2%	479	+ 57.1%
消　去　調　整　他	▲ 151	—	—	▲ 75	—
合　　　　　　　　計	27,383	30,000	91.3%	27,836	▲ 1.6%

1-1e セグメント別営業利益



(百万円)

	2026年3月期 Q2実績	計画比		前期比	
		当期Q2計画	達成率	前期Q2実績	増減率
ク　リ　ク　ラ　事　業	903 (11.1%)	750 (9.0%)	120.4% (+ 2.1pt)	870 (11.2%)	+ 3.8% (▲ 0.1pt)
レ　ン　タ　ル　事　業	625 (7.0%)	750 (8.2%)	83.4% (▲ 1.2pt)	742 (8.4%)	▲ 15.7% (▲ 1.4pt)
建　築　コ　ン　サ　ル　テ　ィ　ン　グ　事　業	▲ 142 (▲ 6.5%)	20 (0.7%)	— (▲ 7.2pt)	▲ 65 (▲ 2.8%)	— (▲ 3.7pt)
住　　　　宅　　　　事　　　　業	▲ 199 (▲ 4.6%)	▲ 120 (▲ 2.2%)	— (▲ 2.4pt)	▲ 197 (▲ 3.8%)	— (▲ 0.8pt)
美　容　・　健　康　事　業	70 (2.2%)	▲ 60 (▲ 1.8%)	— (+ 4.0pt)	168 (5.3%)	▲ 57.9% (▲ 3.1pt)
そ　　　　　　の　　　　　　他	▲ 157 (▲ 20.9%)	▲ 40 (▲ 5.0%)	— (▲ 15.9pt)	▲ 34 (▲ 7.1%)	— (▲ 13.8pt)
全　　社　　費　　用　　等	▲ 680	▲ 650	—	▲ 720	—
合　　　　　　　　計	419 (1.5%)	650 (2.2%)	64.6% (▲ 0.7pt)	763 (2.7%)	▲ 45.1% (▲ 1.2pt)

※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）

売上総利益

クリクラ

2025年1月より連結した(株)コンビボックスの売上高が加わったことを含め、事業全体での売上高増加に伴い増加

人件費

ベースアップ等による給与増加に加え、M&Aによるグループ拡大に伴い増加

その他販管費

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)
			前年同期比増減率
2025年3月期 Q2 営業利益			—
売上総利益の増減			+ 2.7%
販売費及び 一般管理費の増減	人件費	▲ 139	+ 2.7%
	広告宣伝費及び販売促進費	▲ 63	+ 4.2%
	地代家賃	▲ 50	+ 6.2%
	減価償却費・のれん償却額	▲ 1	+ 0.4%
	その他販管費	▲ 442	+ 9.5%
2026年3月期 Q2 営業利益			▲ 45.1%

01 第2四半期（中間期）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** 販売用不動産 + 651百万円／未成工事支出金 + 364百万円
減少 現金及び預金 ▲ 376百万円

固定資産 特記事項なし

	2026年3月期 Q2	構成比	2025年3月期	構成比	増減額
流動資産	24,703	63.5%	23,736	62.2%	+ 967
有形固定資産	8,573	22.0%	8,697	22.8%	▲ 123
無形固定資産	1,384	3.6%	1,516	4.0%	▲ 132
投資その他の資産	4,271	11.0%	4,240	11.1%	+ 30
固定資産	14,229	36.5%	14,454	37.8%	▲ 225
資産合計	38,933	100.0%	38,191	100.0%	+ 741

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 + 601百万円 長期借入金 + 713百万円

減少 未払法人税等 ▲ 117百万円

純資産 減少 利益剰余金の配当 ▲ 433百万円

	2026年3月期 Q2	構成比	2025年3月期	構成比	増減額
流動負債	11,979	30.8%	11,623	30.4%	+ 355
固定負債	4,856	12.5%	4,173	10.9%	+ 683
負債合計	16,835	43.2%	15,796	41.4%	+ 1,038
株主資本	22,673	58.2%	23,064	60.4%	▲ 391
その他の包括利益累計額	▲ 575	▲ 1.5%	▲ 669	▲ 1.8%	+ 94
純資産合計	22,097	56.8%	22,394	58.6%	▲ 297
負債・純資産合計	38,933	100.0%	38,191	100.0%	+ 741

01 第2四半期（中間期）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	税金等調整前中間純利益 +536百万円／減価償却費 +440百万円／未成工事受入金 +601百万円
	減 少	棚卸資産 ▲ 1,285百万円／法人税等の支払額 ▲ 429百万円
投資CF	増 加	投資有価証券の売却 + 99百万円
	減 少	固定資産の取得 ▲ 315百万円
財務CF	増 加	長期借入金による収入 +1,664百万円
	減 少	借入金の返済による支出 ▲ 884百万円／配当金の支払 ▲ 714百万円

	2026年3月期 Q2 実績	2025年3月期 Q2 実績	2025年3月期 通期実績
1.営業活動によるキャッシュフロー	▲ 218	1,732	4,136
2.投資活動によるキャッシュフロー	▲ 137	▲ 761	▲ 557
3.財務活動によるキャッシュフロー	▲ 17	▲ 338	▲ 3,074
現金及び現金同等物の増減額	▲ 373	633	503
現金及び現金同等物の期首残高	8,560	8,056	8,056
現金及び現金同等物の期末残高	8,186	8,689	8,560
減価償却費・のれん償却額	531	600	1,238

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」では酷暑の影響で1顧客あたりのボトル消費量が増加。
また配送員への教育体制強化によって解約率が低下し、前年同期比で同水準（微増）

加盟店部門

新規顧客獲得のためのキャンペーンや旧型サーバーから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たことで前年同期比で増加

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

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

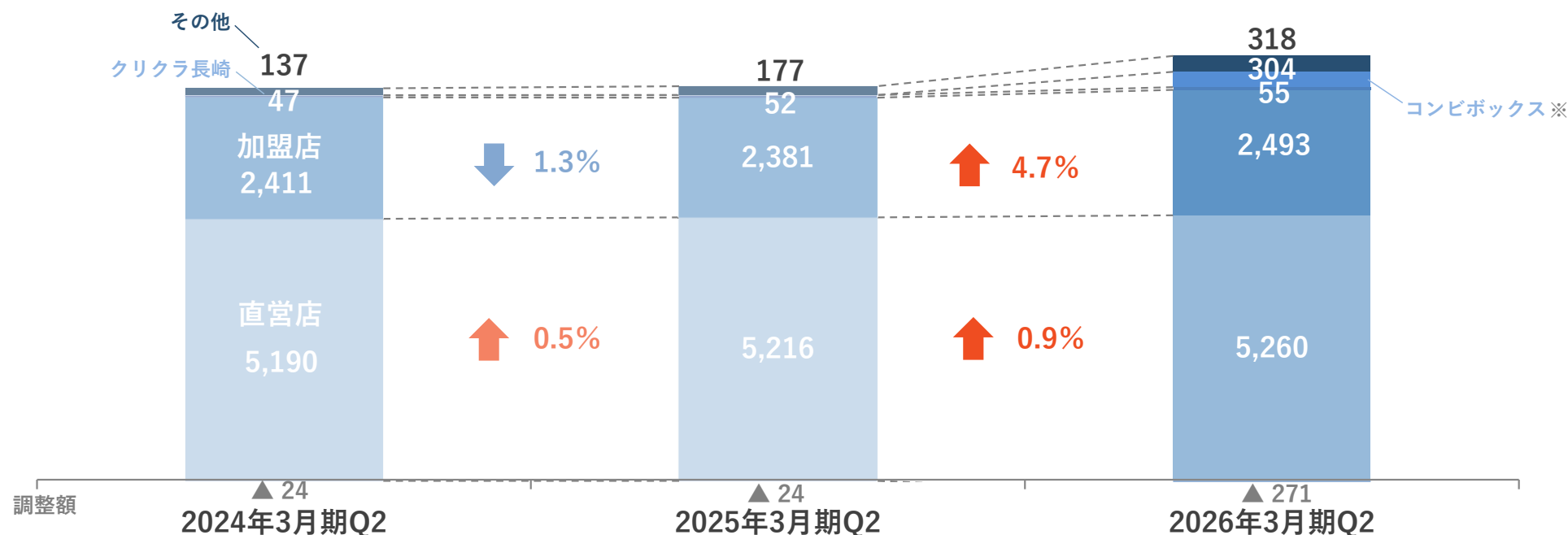
営業利益

直営部門での売上高増加により前年同期比で増加

売上高	7,762	7,803	8,161
			(百万円)
営業利益	910	870	903

売上高推移

※ M & Aにより子会社化（2025年1月より連結）

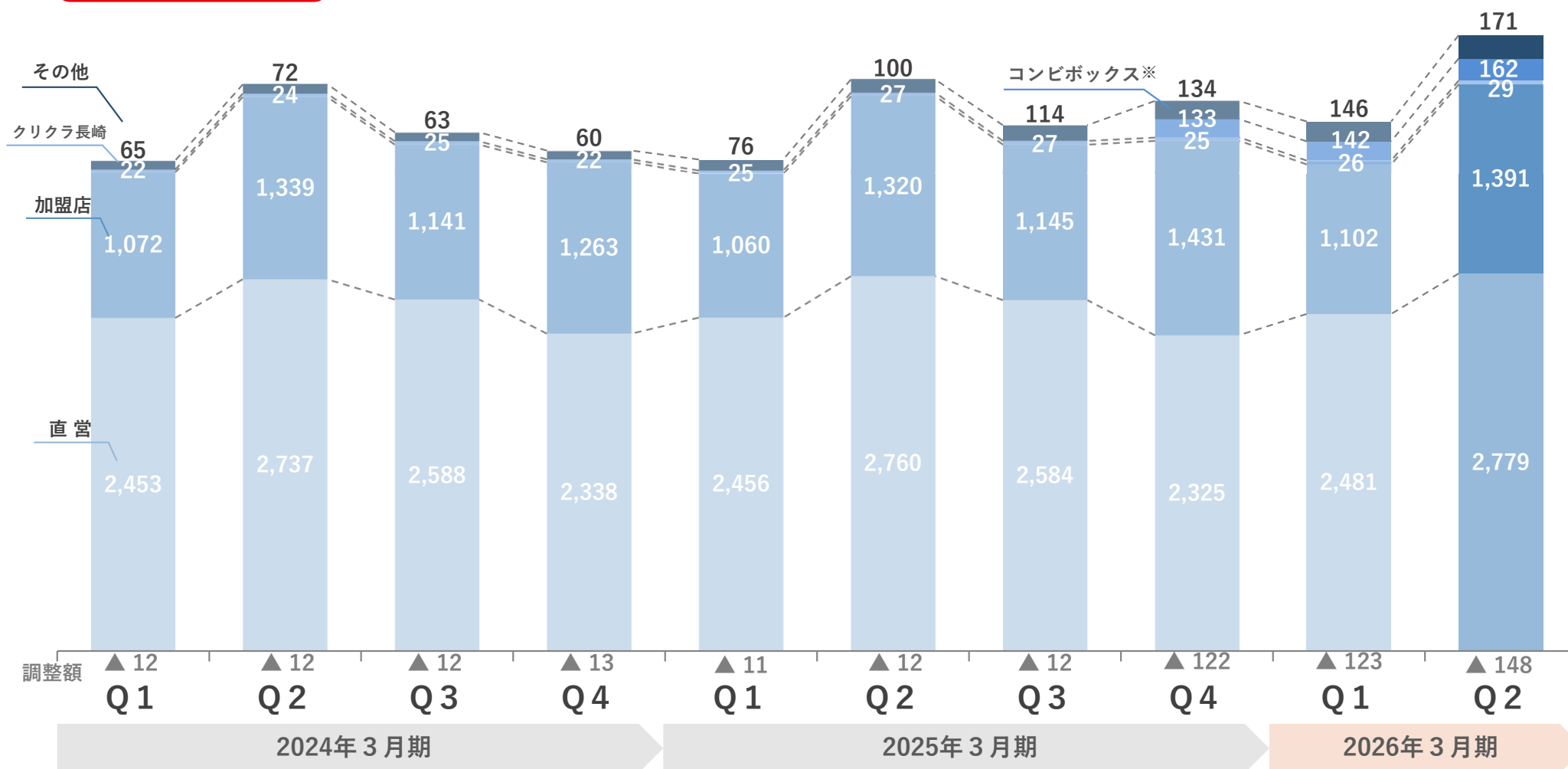


2-1b クリクラ事業 売上高／営業利益の四半期推移

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
売上高									
3,600	4,161	3,805	3,672	3,607	4,195	3,859	3,928	3,776	4,384
営業利益									
259	650	447	348	261	609	396	383	320	582

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）



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

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

2024
トモニテ
子育て大賞

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

No.1
GMO
顧客満足度
コスバのよさ（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
コスバのよさ（月額料金の安さ）第1位

クリクラは、ここまでやる。

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

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売上高が順調に推移し、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一服感が見られ、前年同期比で同水準（微減）

アーネスト

日常清掃業務において大口案件の解約があり、前年同期比で同水準（微減）

キャンズ

法人営業部との関係により事業拡大を図るも、受注数が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

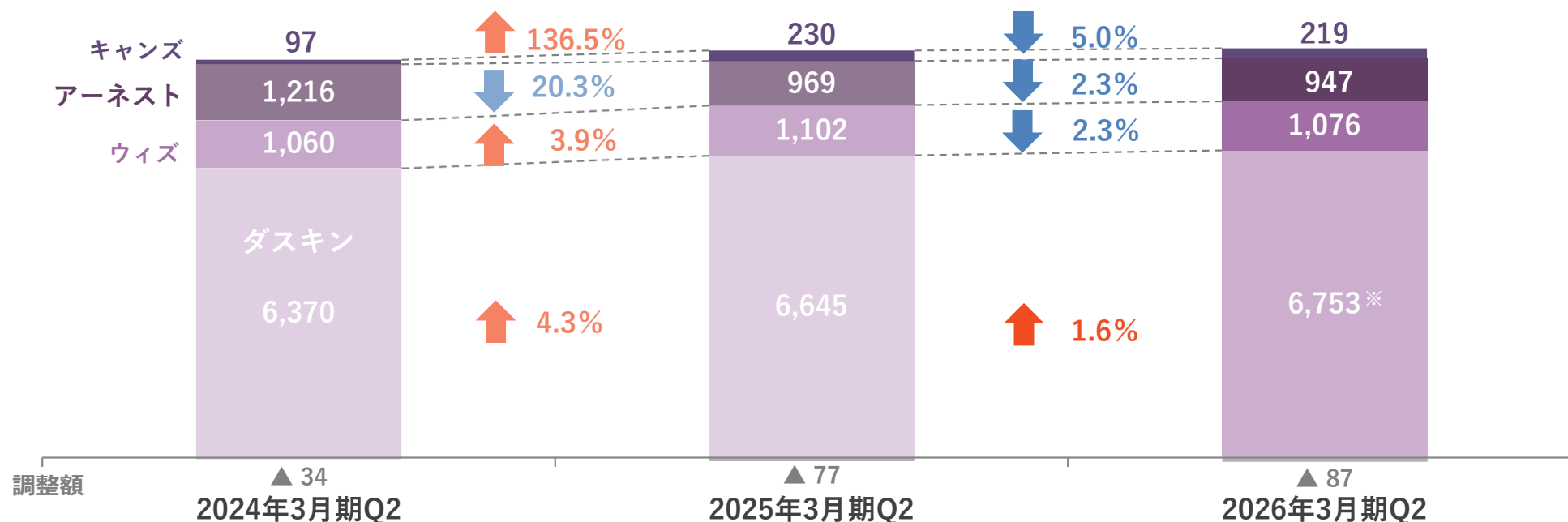
(百万円)

売上高	8,711	8,870	8,908
-----	-------	-------	-------

営業利益	807	742	625
------	-----	-----	-----

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100万円を含む
(2025年12月1日より(株)ナックに吸収合併予定のため合算にて表記)



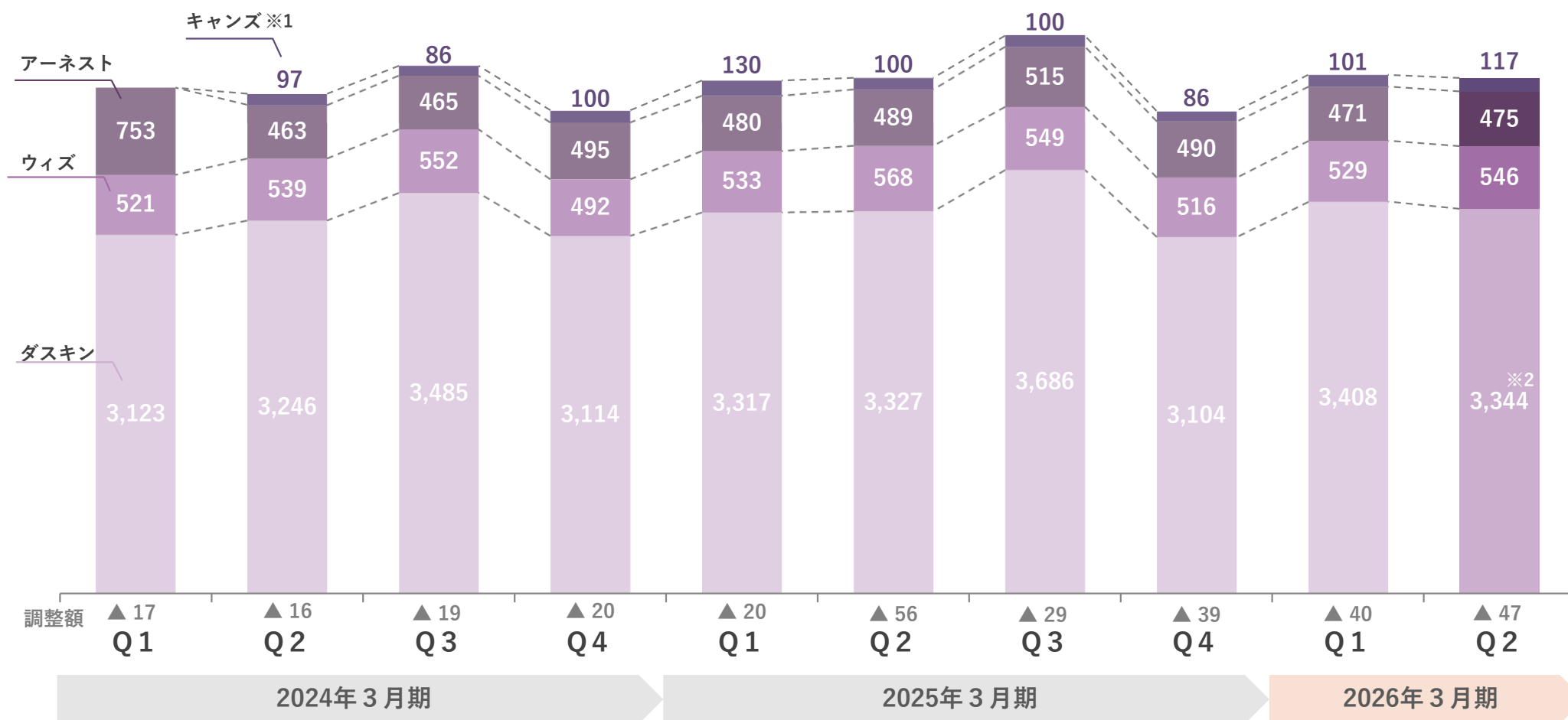
◆調整額：主にセグメント内の売上高

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
売上高									
4,381	4,330	4,570	4,182	4,440	4,429	4,821	4,158	4,471	4,437
営業利益									
408	398	488	301	330	411	490	319	271	354

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1百万円を含む（百万円）
（2025年12月1日より(株)ナックに吸収合併予定のため合算にて表記）



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

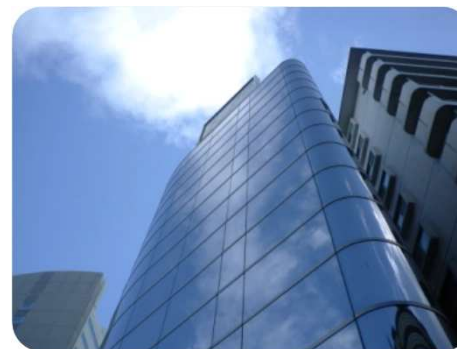
営業人員の増員や製品改善に投資を行い営業活動を強化

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

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

人口減少や物価高、人材不足に加え法改正による建築コスト増加と工期延長が重なり工務店のキャッシュフローが悪化。その結果、ノウハウ商品の販売が伸び悩んだことで前年同期比で減少。

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や新規加盟店の増加により前年同期比で増加

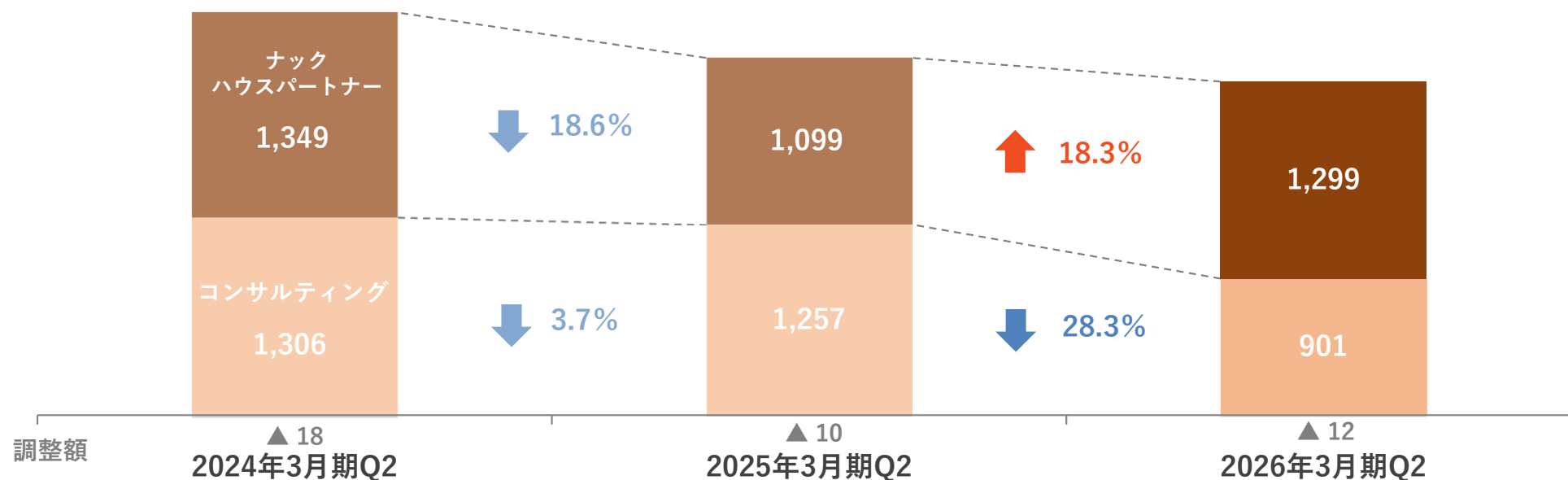
営業損失

建築コンサルティング部門での売上高減少の結果、営業損失は前年同期比で拡大

売上高	2,637	2,345	2,188
営業利益	▲ 204	▲ 65	▲ 142

(百万円)

売上高推移



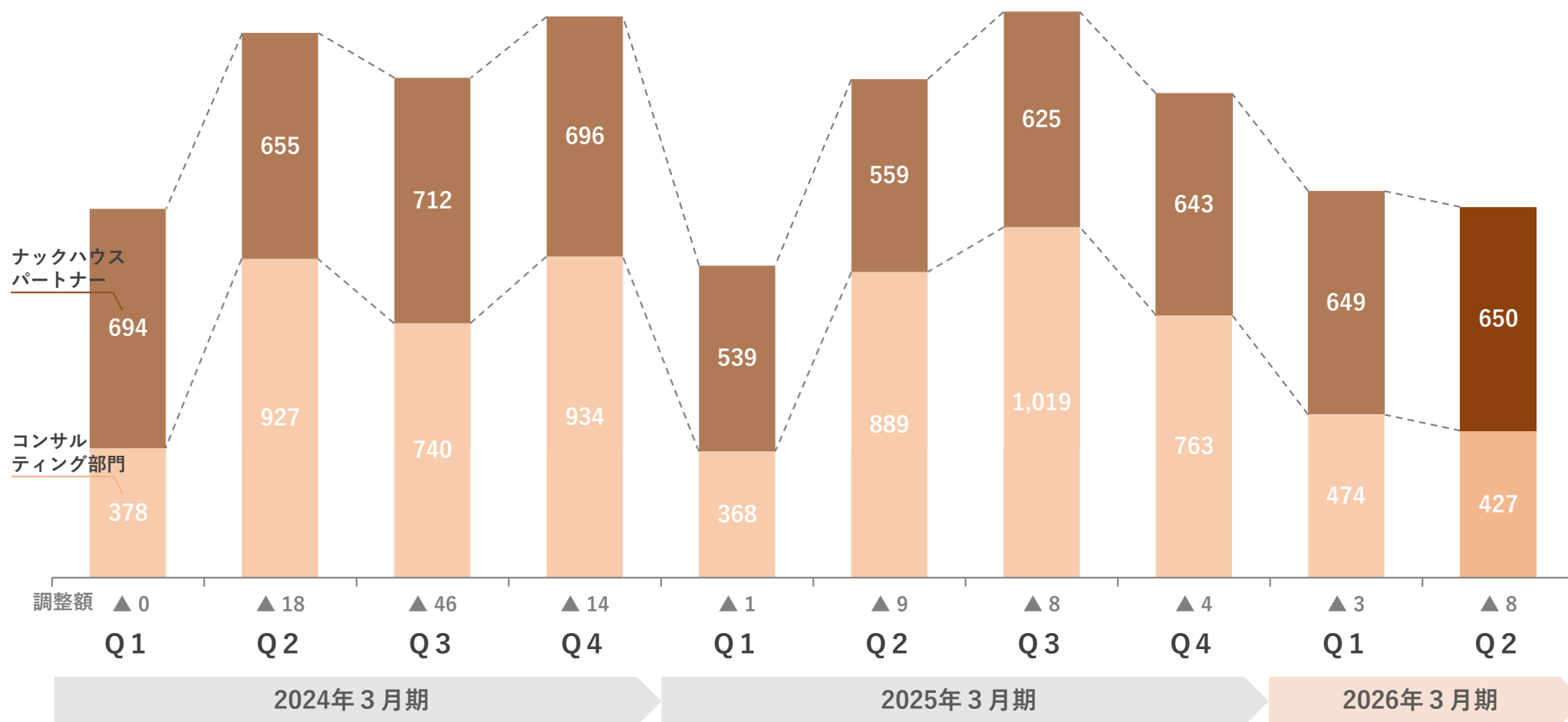
◆調整額：主にセグメント内の売上高

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

(百万円)

売上高四半期推移



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



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

都内の地価高騰により用地仕入に苦戦したことで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、工期が延びたことで引き渡し棟数が伸び悩み、前年同期比で大幅に減少

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

営業損失

(株)ケイディアイにおいて仕入物件の販売にて適正な利益の確保に努めたものの、
(株)ジェイウッドの売上高減少により、営業損失は前年同期比で同水準（微増）

売上高

3,480

5,254

4,366

(百万円)

営業利益

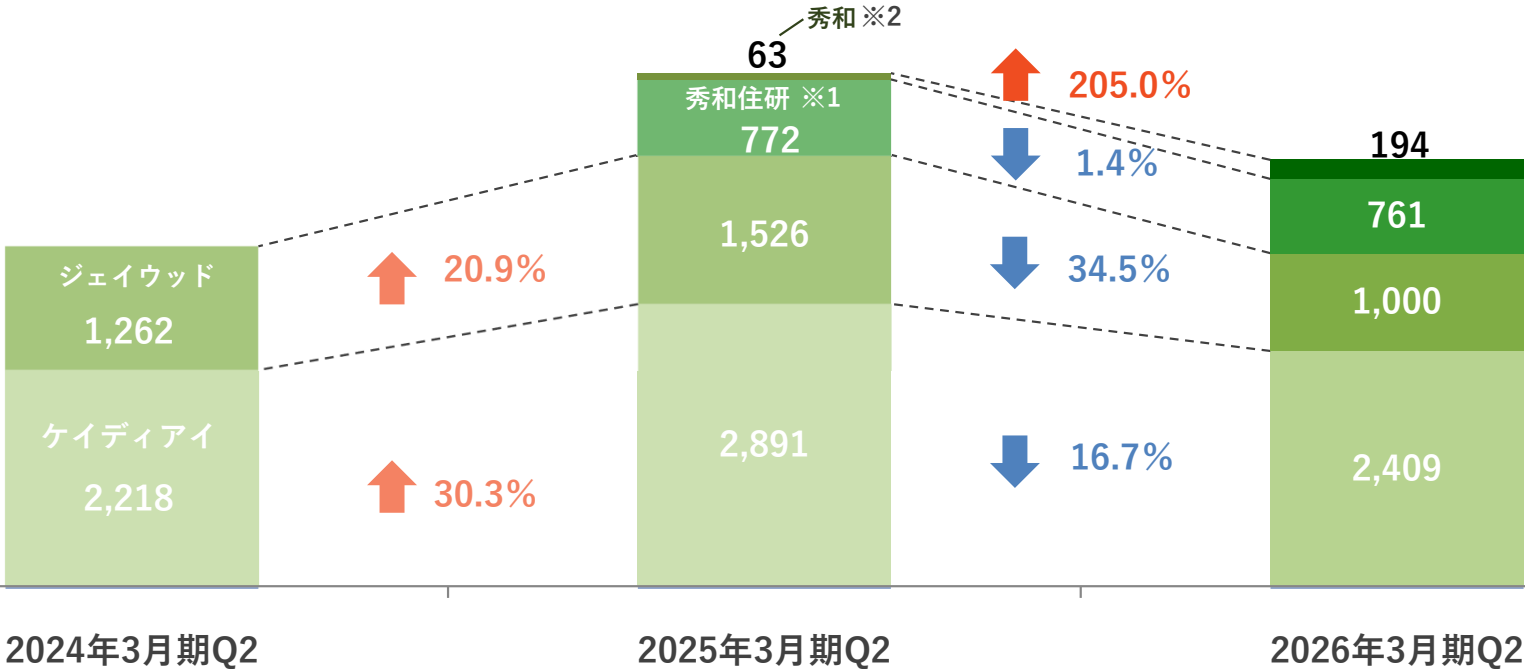
▲ 244

▲ 197

▲ 199

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

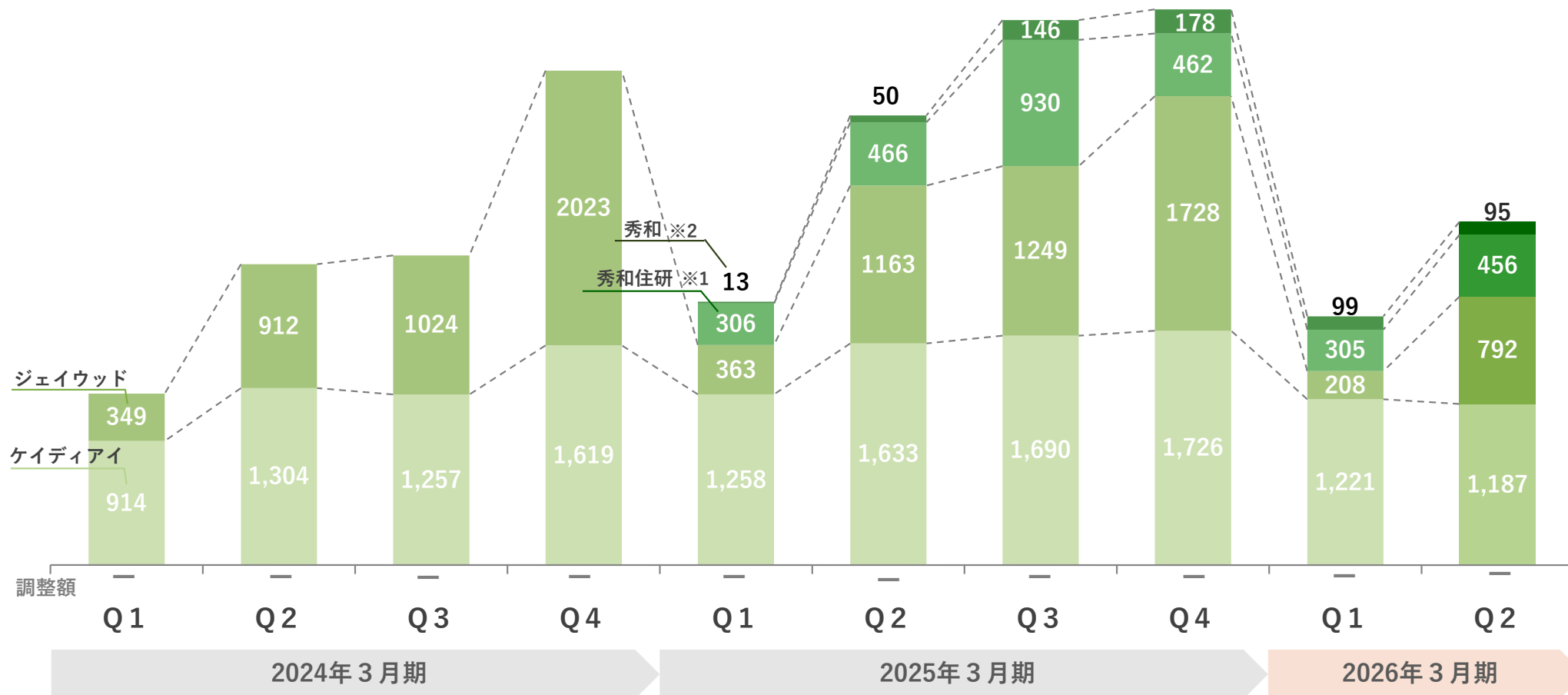


2-4b 住宅事業 売上高／営業利益の四半期推移

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
売上高									
1,264	2,216	2,281	3,642	1,941	3,313	4,016	4,096	1,835	2,531
営業利益									
▲ 198	▲ 46	20	252	▲ 146	▲ 51	312	285	▲ 197	▲ 1

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が好調だったことで、前年同期比で同水準（微増）

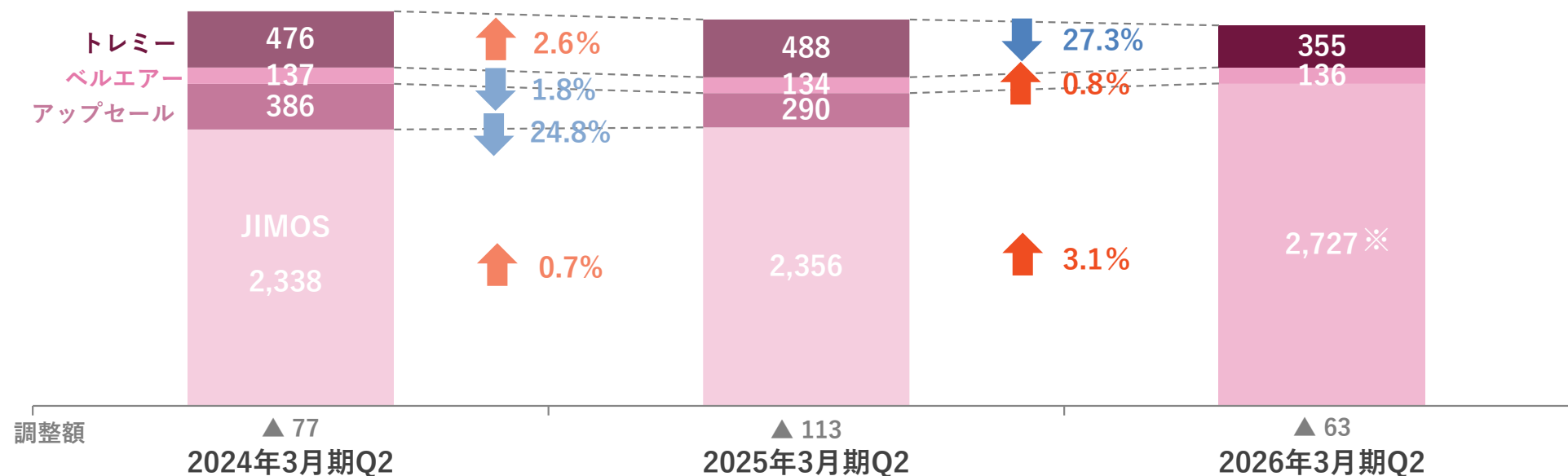
トレミー 主要顧客からの受注減少に対し、新規顧客獲得や取引拡大を図ったものの、
補うことができず前年同期比で減少

営業利益 (株)JIMOSでの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

売上高	3,261	3,157	3,155
営業利益	46	168	70

※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)

売上高推移

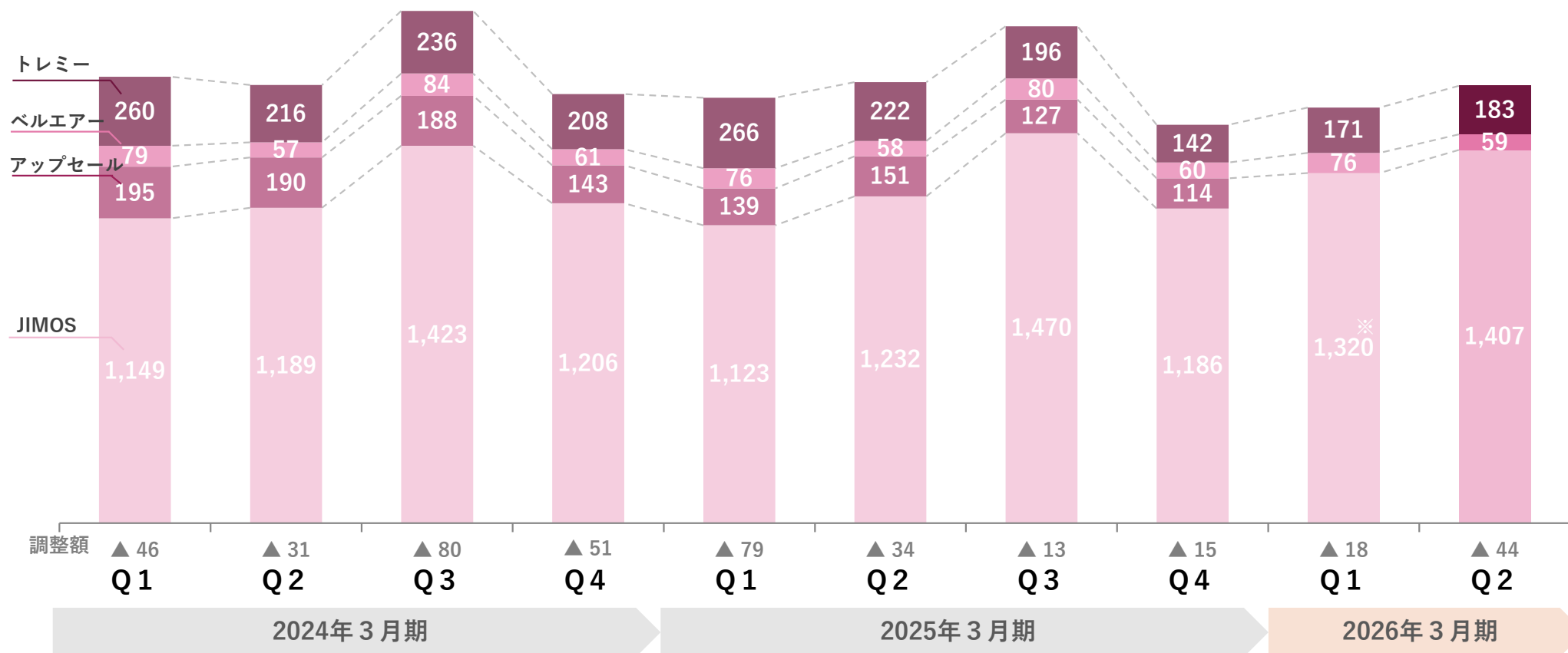


2-5b 美容・健康事業 売上高／営業利益の四半期推移

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
売上高									
1,638	1,622	1,853	1,569	1,525	1,631	1,861	1,488	1,549	1,606
営業利益									
25	20	258	▲ 7	96	71	242	▲ 75	75	▲ 4

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、9月に北本店をオープンし、現在グループで5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ている一方で、通販でのBtoC販売が伸び悩み前年同期比で同水準（微減）

N L P 2025年9月にはグループで5店舗目となる「買取大吉」の新規出店を行い、出店数を拡大していることで前年同期比で増加

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

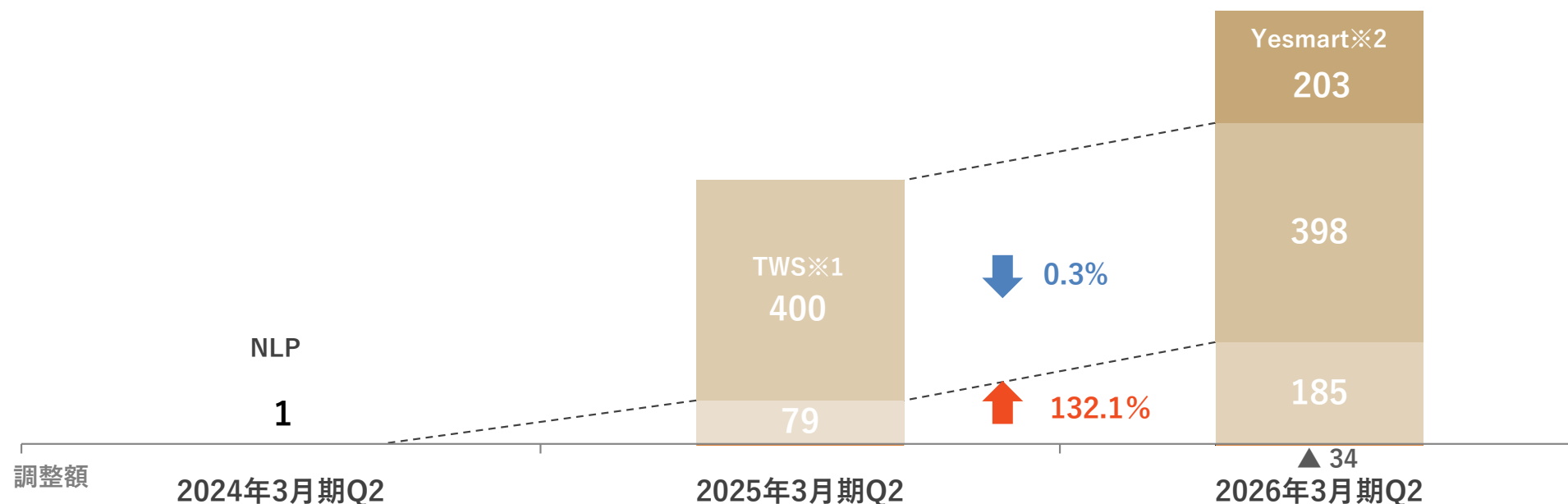
	1	479	753
売上高			
営業利益	▲ 0	▲ 34	▲ 157

(百万円)

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

2-6 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5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5店舗を展開



(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%

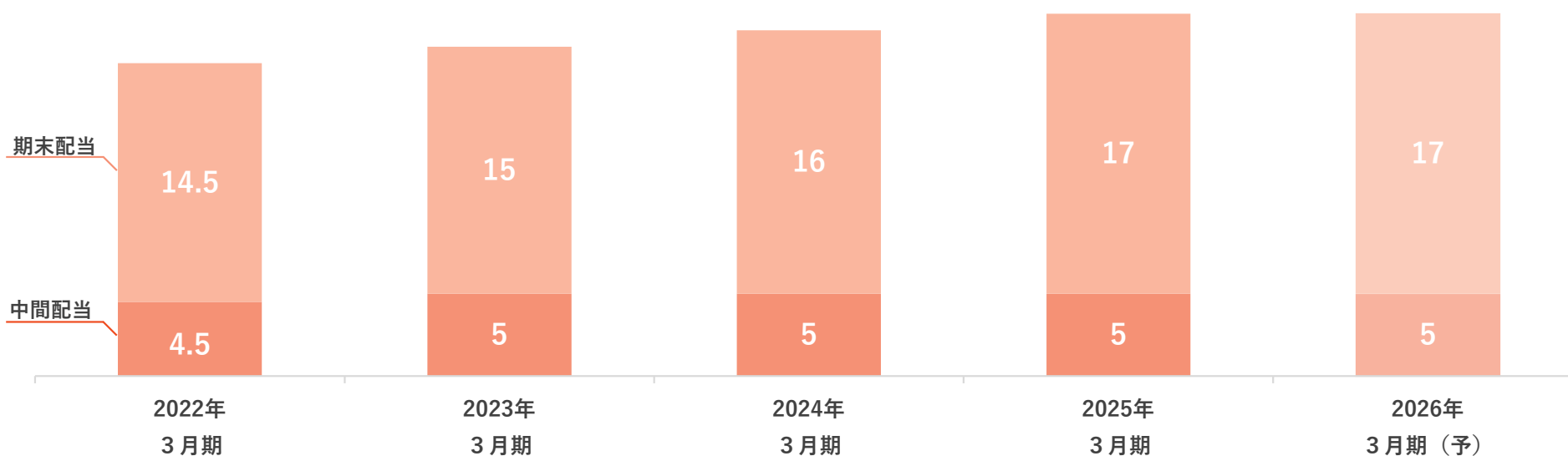
44.9%

63.2%

69.1%

49.7%

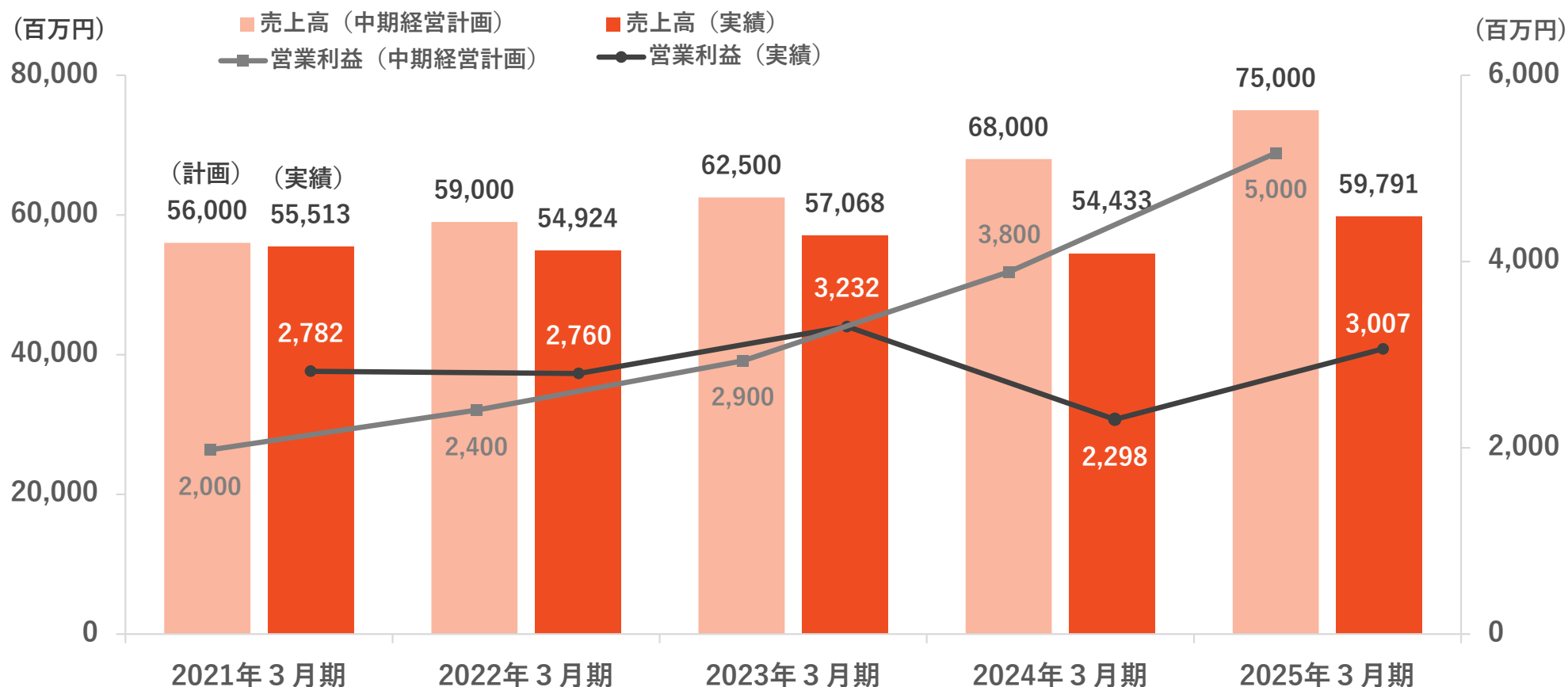
※ 2024年2月1日を効力発生日として、普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施。
1株当たりの配当金については、当該株式分割調整後の数値を記載しております。



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。

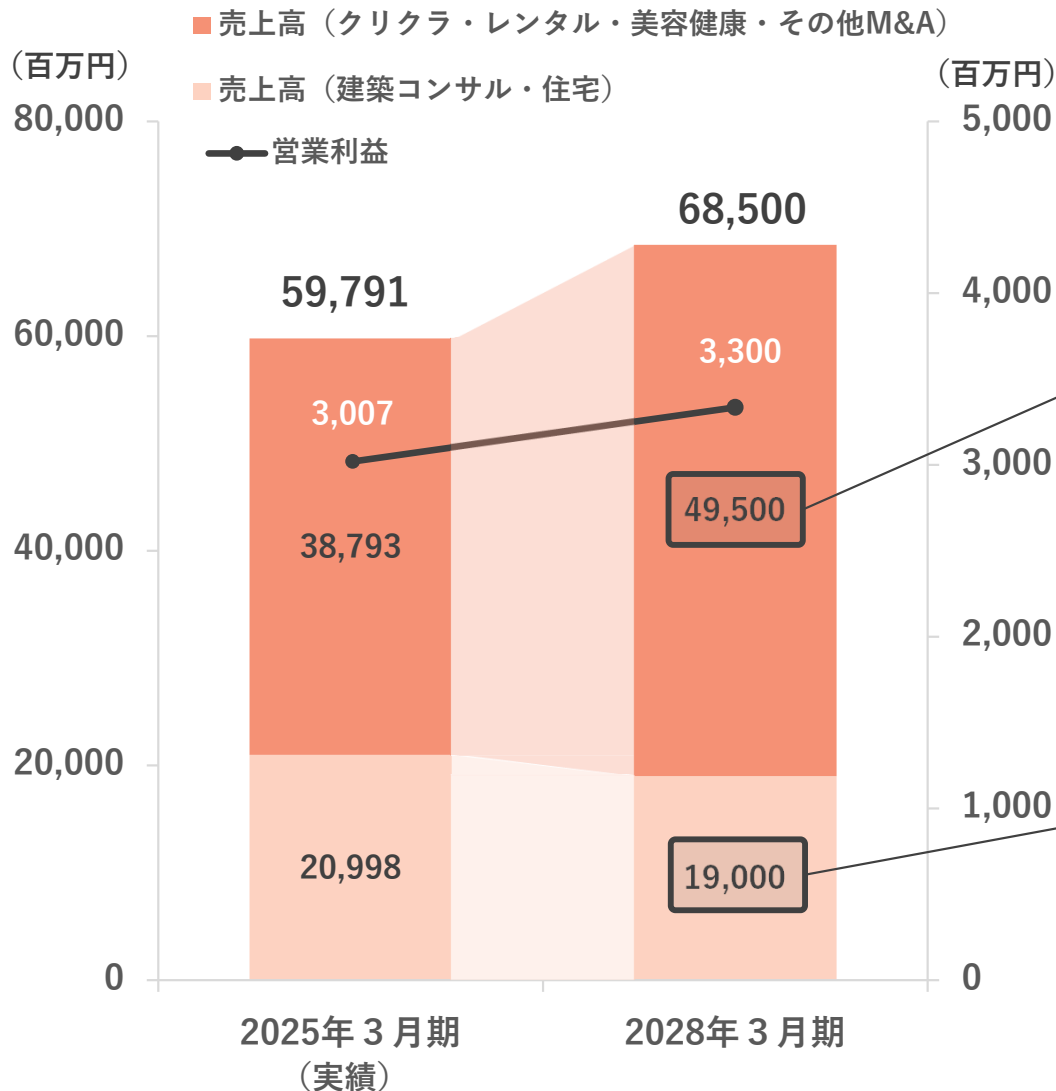


6-2 連結業績計画

■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

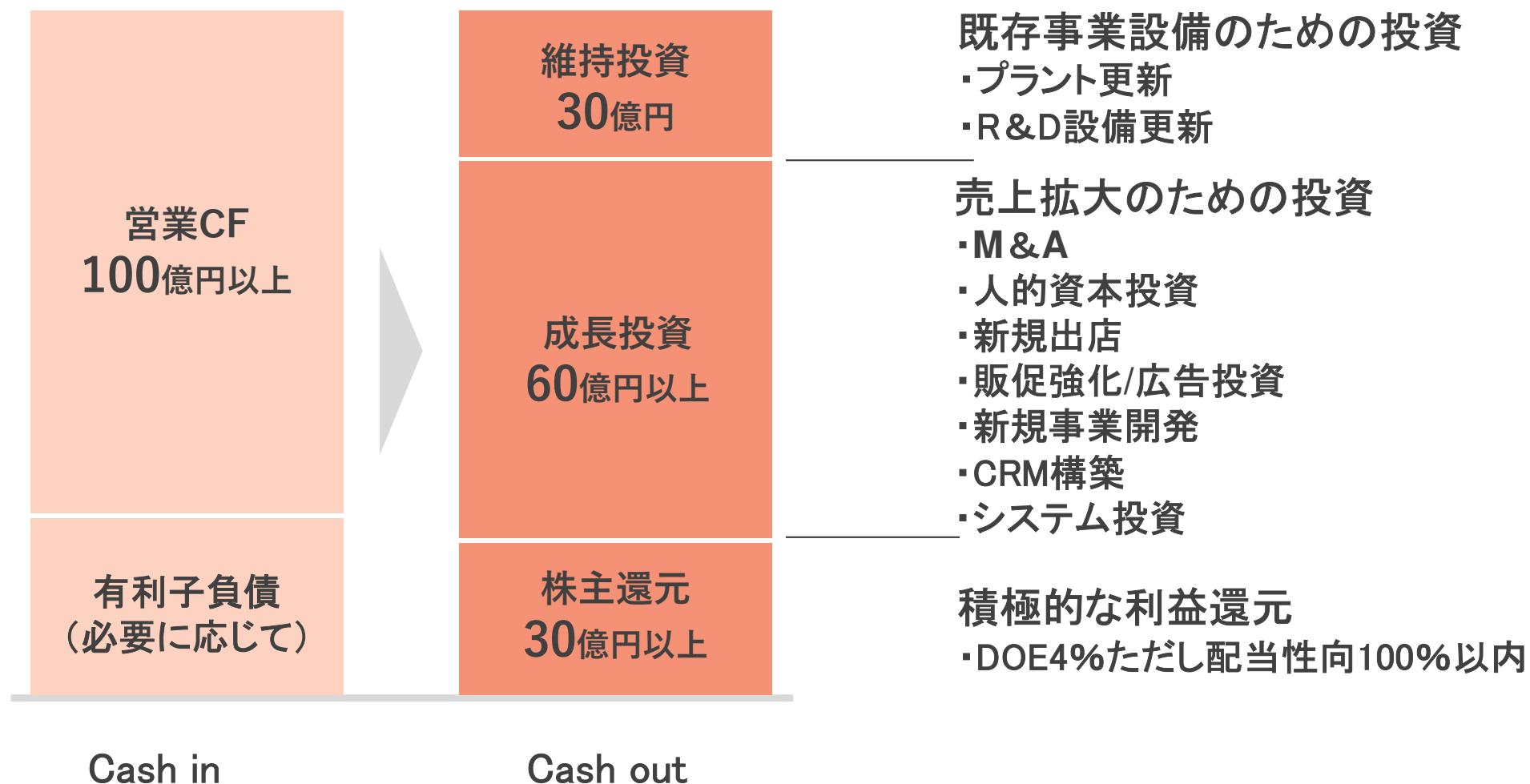
- ・積極的な広告投資による売上高拡大
- ・化粧品OEM事業における新規顧客開拓
- ・競争力、価値ある新商品開発

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

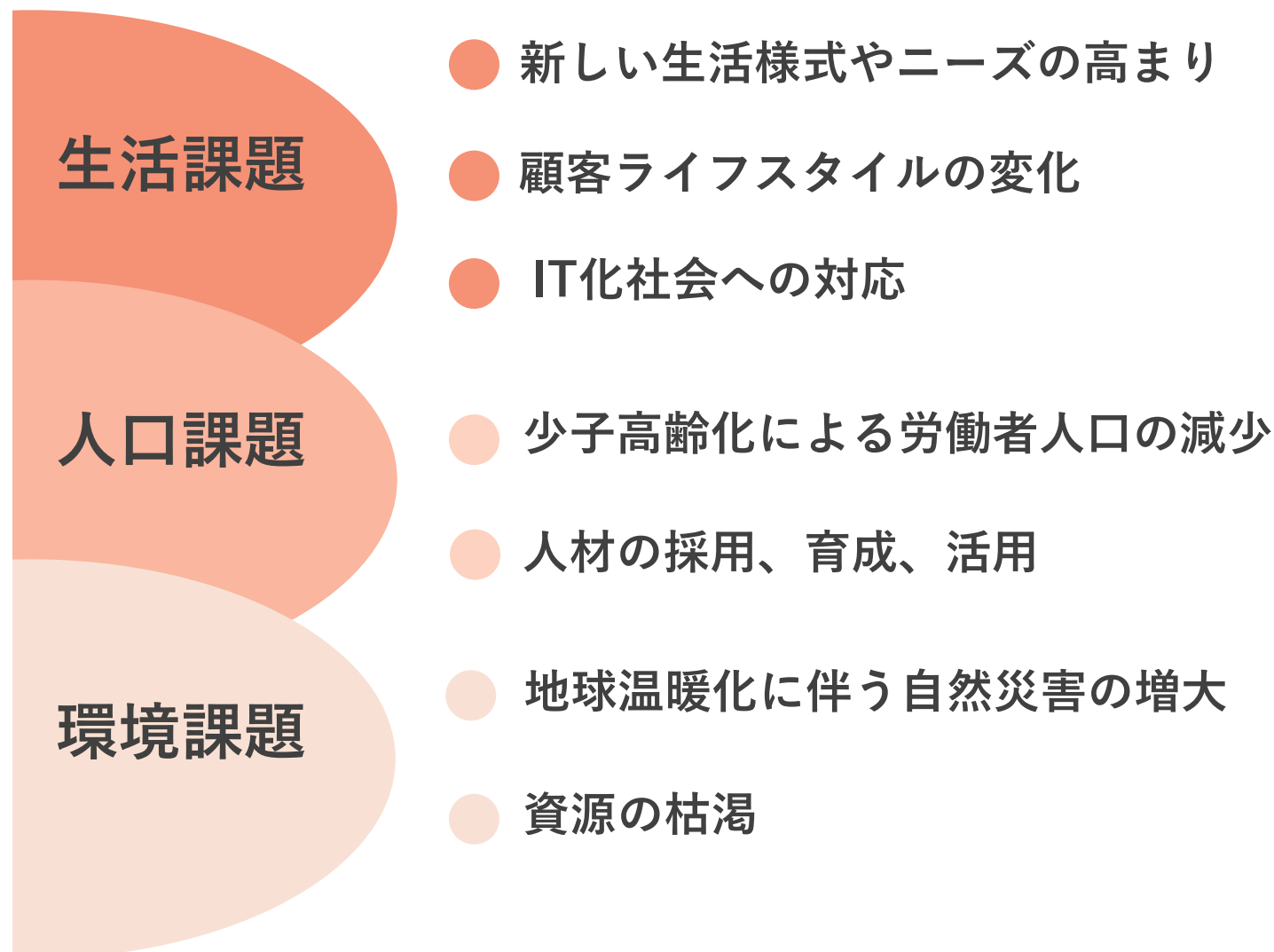
6-4 財務方針

- 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

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

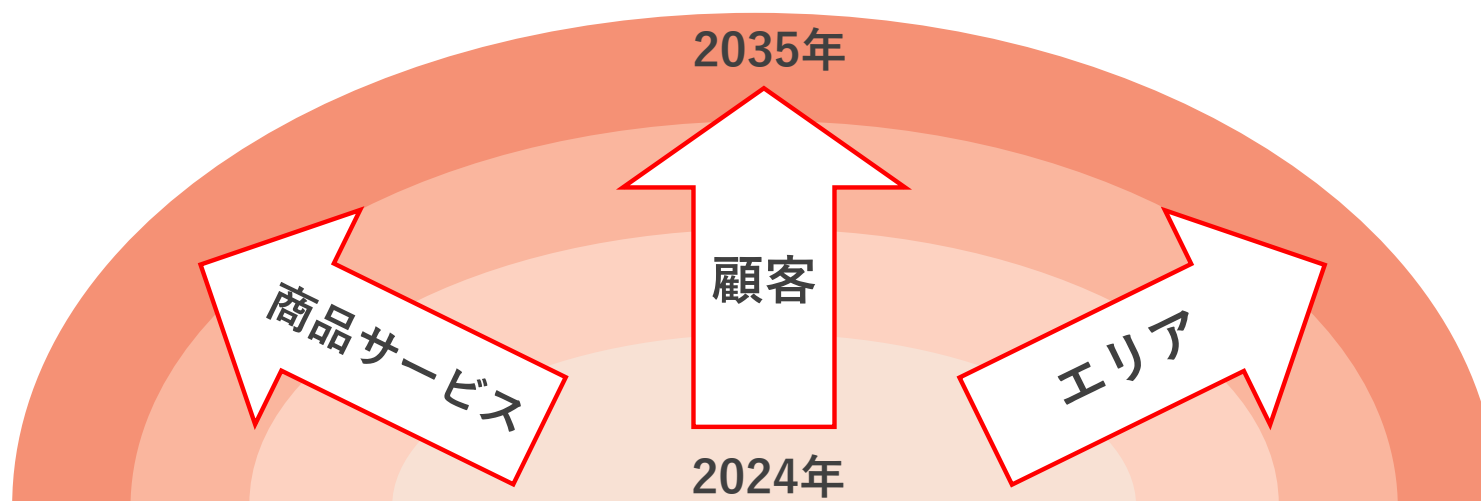
ナックとしての長期ビジョンを策定し、最適な投資実行、最適な事業ポートフォリオの構築を進める
急激な外部環境変化にも、長期ビジョンをもとに対応することで実効性ある施策を実施する

2035年に目指すナックグループの姿

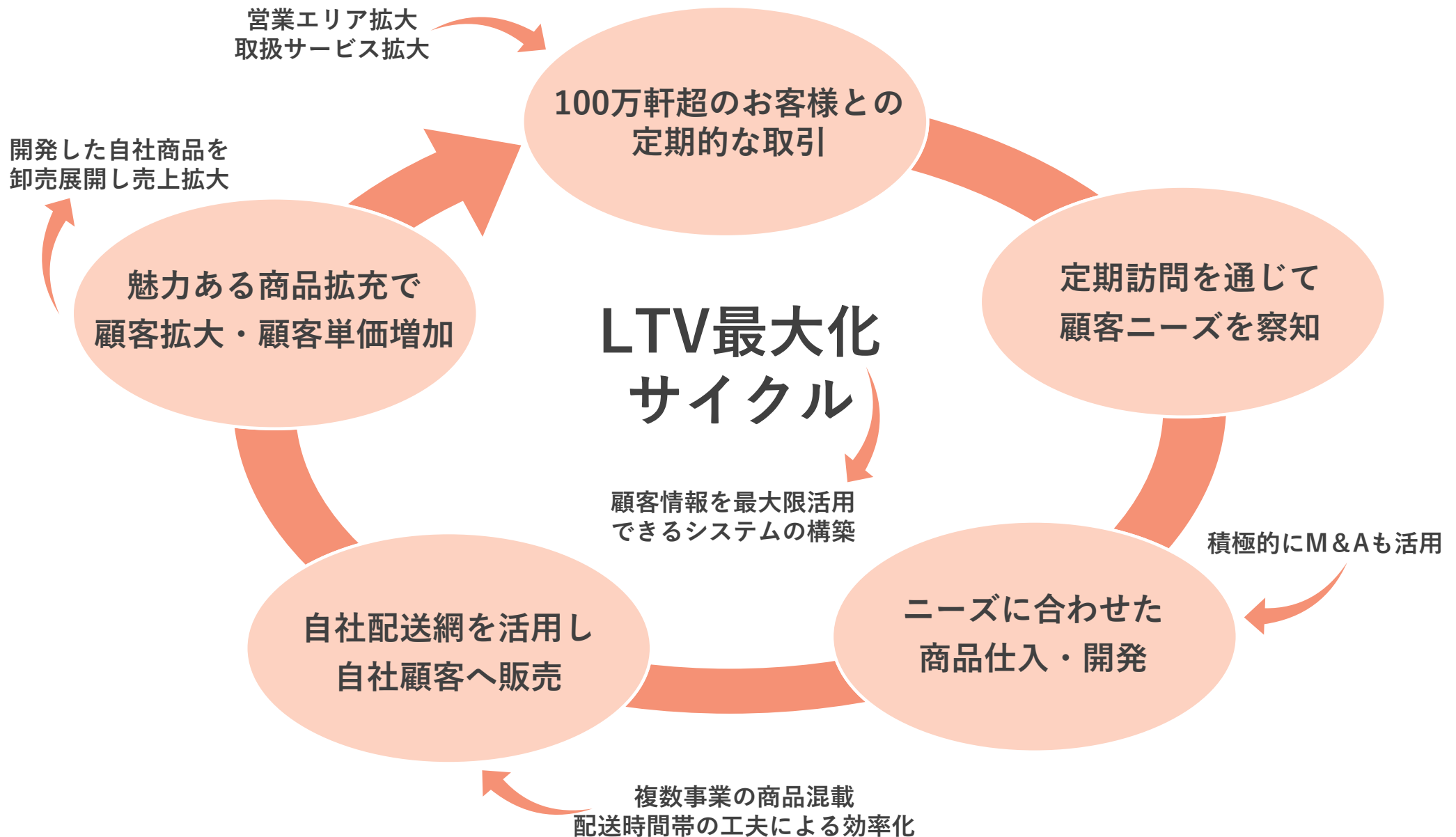
ラストワンマイルを最大限に活用してLTV最大化

～もっと暮らしに寄り添うナック～

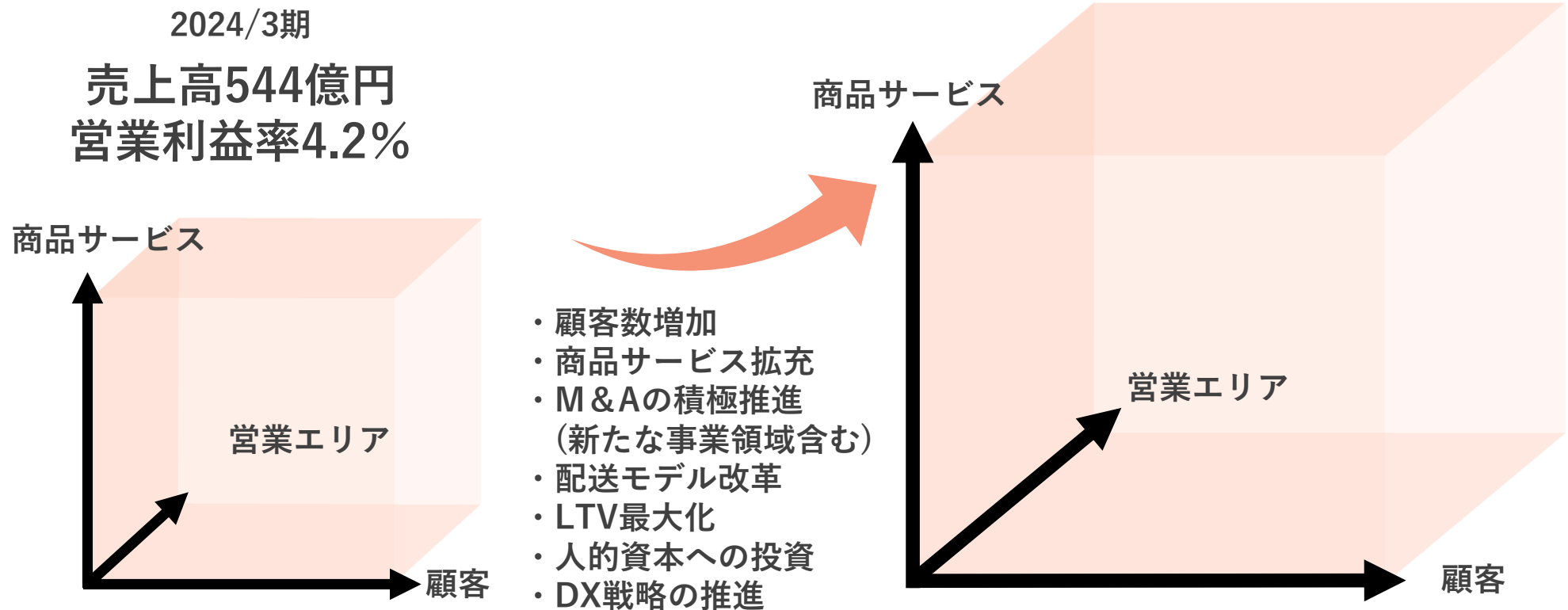
- 顧客への商品・サービスの拡充
- 新たな顧客層・エリア（海外含む）の開拓
- 暮らしのお困りごとを解決するビジネスモデルの構築
- ミリオンカスタマーに向けたサービスモデル構築



《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



(2025年9月末 時点)

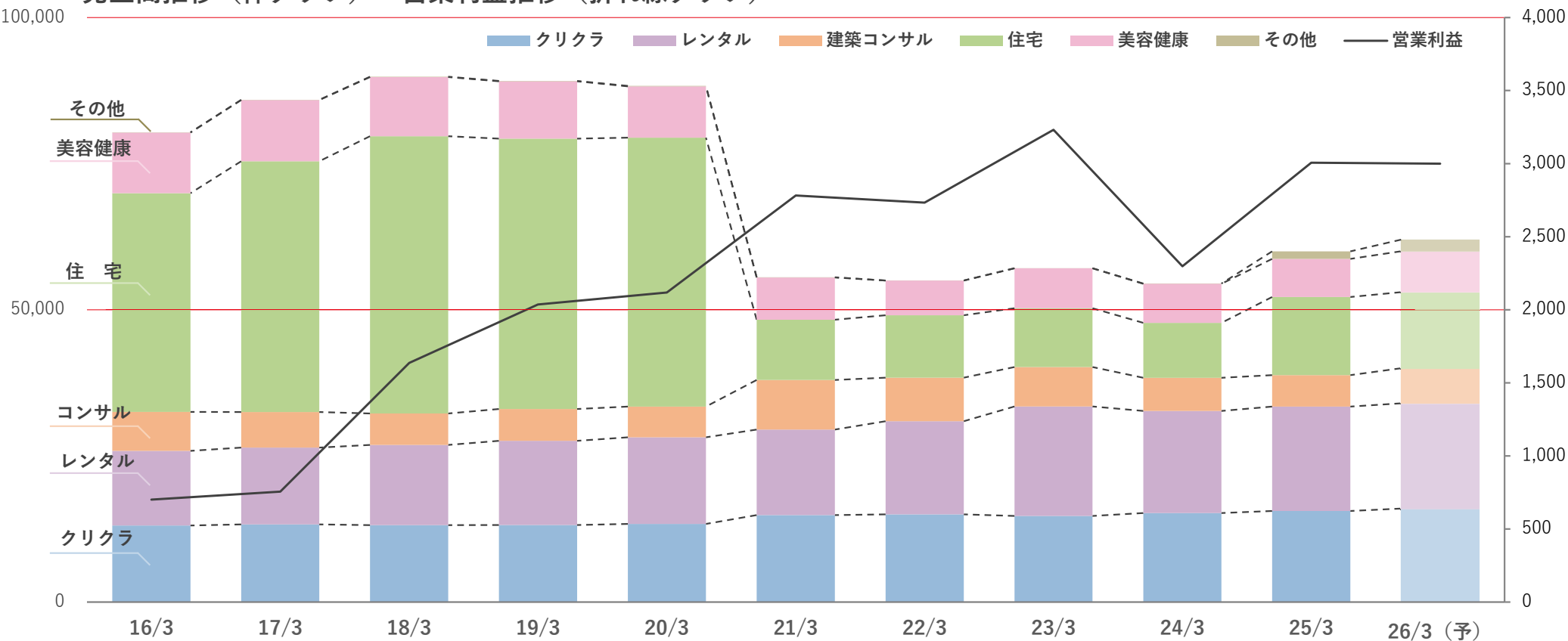
商号	株式会社ナック (NAC CO., LTD.)												
所在地	東京都新宿区西新宿一丁目25番1号 新宿センタービル42階												
設立	1971年 5 月20日												
代表者	代表取締役社長 吉村 寛												
連結子会社	<table border="1"> <tr> <td>クリクラ</td><td>株式会社クリクラ長崎 (宅配水事業) 株式会社コンビボックス (宅配水事業および飲食関連事業等) ※2024年12月27日に子会社化</td></tr> <tr> <td>レンタル</td><td>株式会社アーネスト (ビ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) 有限会社ダスキンヤマナカ(レンタル事業)</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 (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</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) 有限会社ダスキンヤマナカ(レンタル事業)	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 (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	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) 有限会社ダスキンヤマナカ(レンタル事業)												
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 (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												
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 1,698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 (一単位：100株)												
株主数	24,964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）



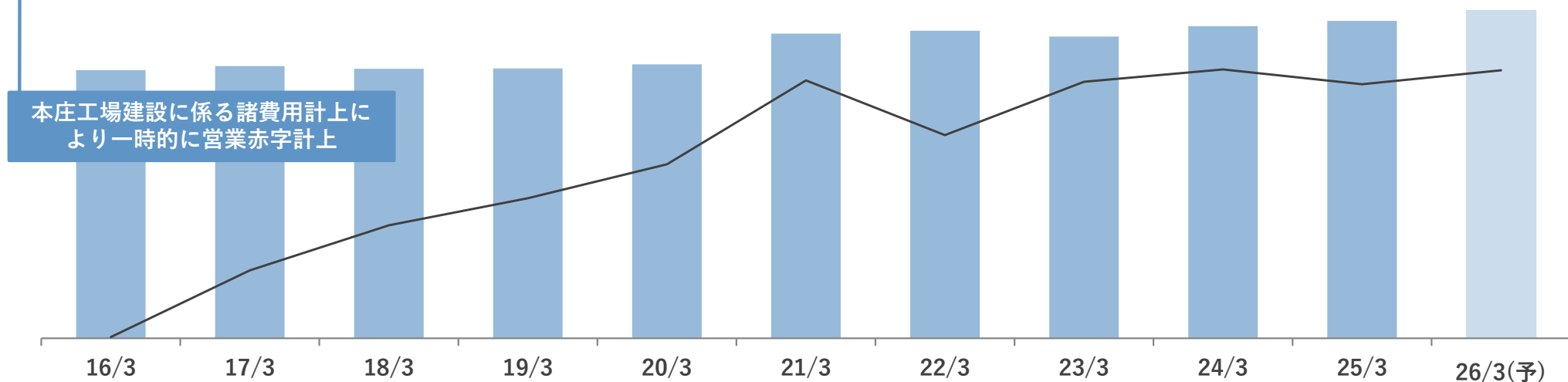
7-3 事業紹介 クリクラ事業

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」）

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
(百万円)											
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）



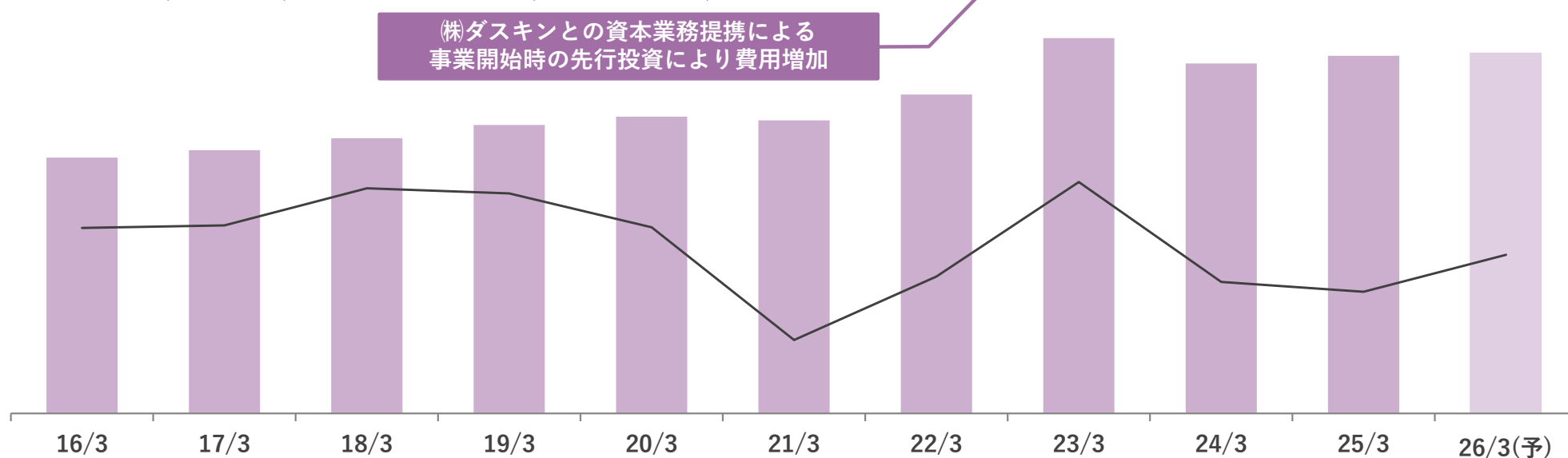
7-4 事業紹介 レンタル事業

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）

(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
営業利益	1,841	1,853	2,021	1,998	1,844	1,333	1,621	2,050	1,597	1,552

売上高推移（棒グラフ）・営業利益推移（折れ線グラフ）



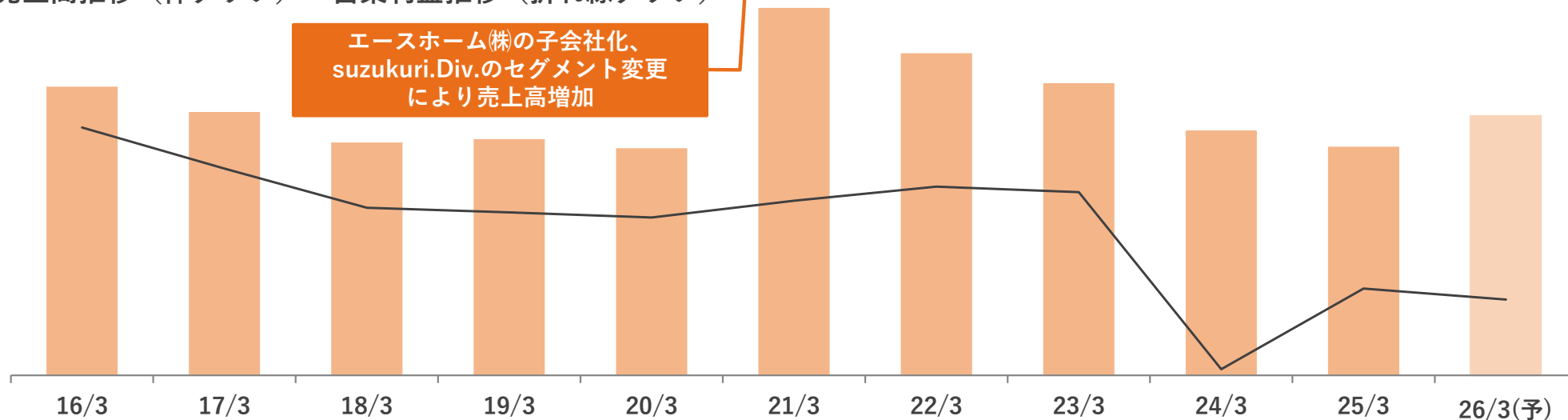
7-5 事業紹介 建築コンサルティング事業

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	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)



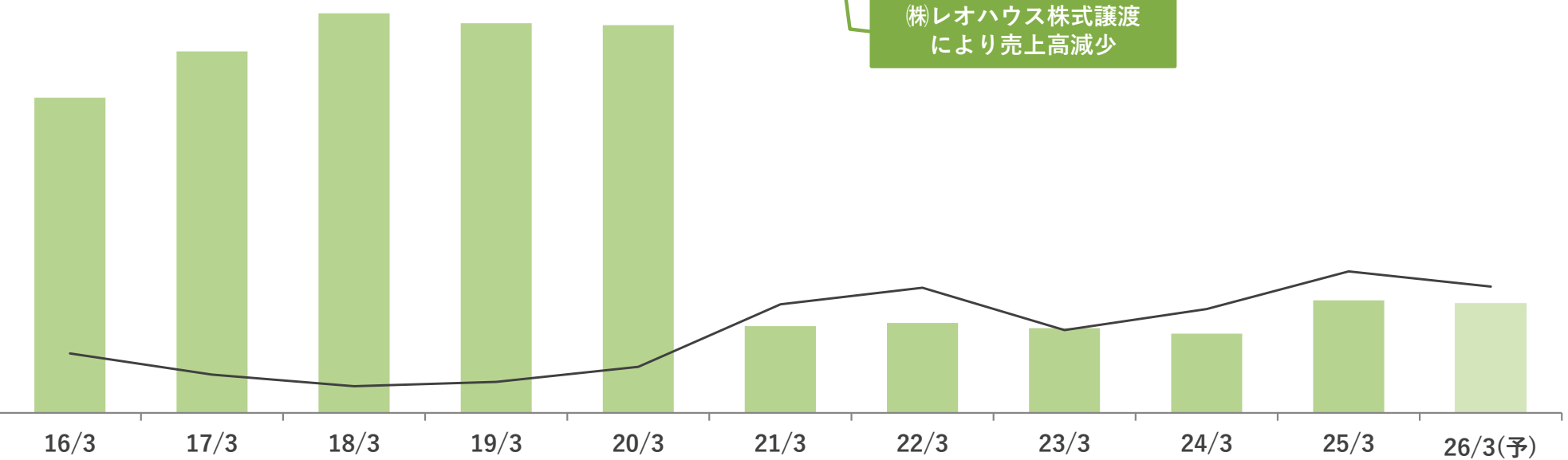
7-6 事業紹介 住宅事業

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	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

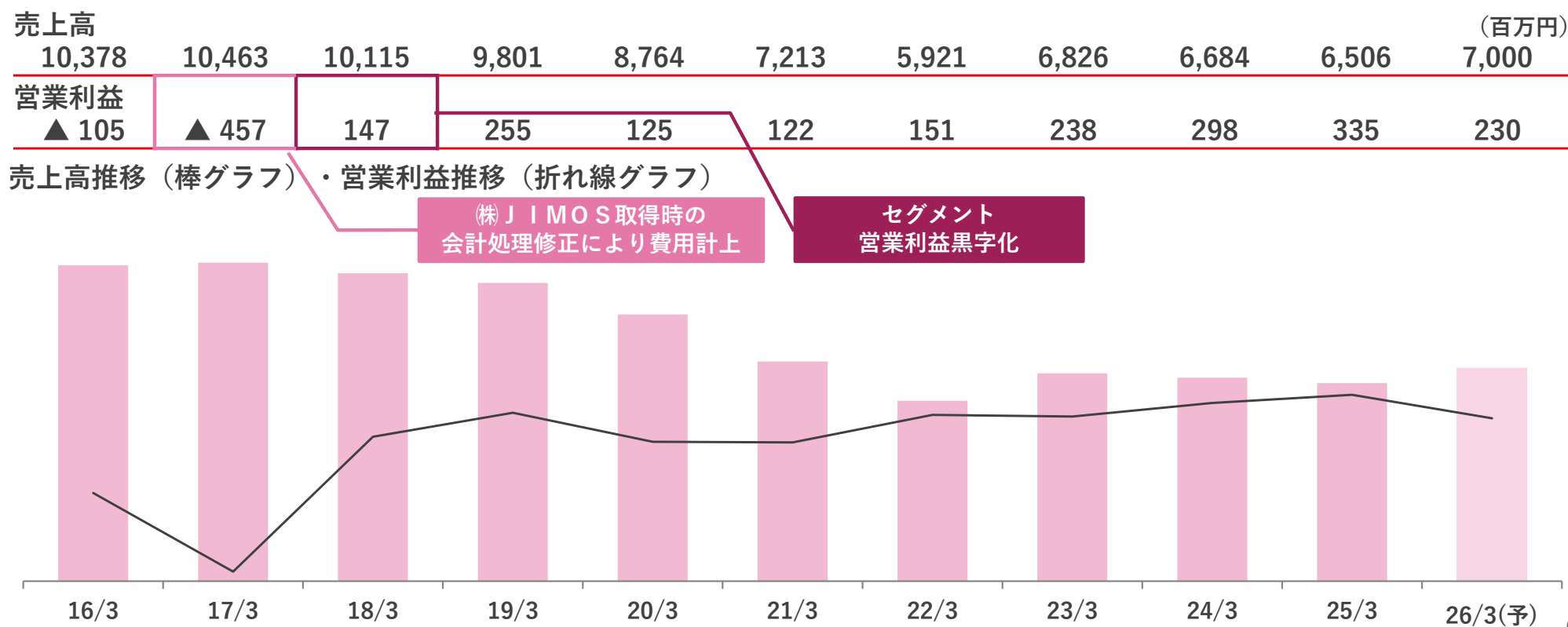
売上高推移（棒グラフ）・営業利益推移（折れ線グラフ）



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）



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											(百万円)
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）

