



2026年 1 月30日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 ナ ッ ク
代表取締役社長 吉 村 寛
(コード番号：9788 東証プライム市場)
問合わせ先 IR・広報室長 松 井 孝 哲
(TEL. 03-3346-2111)

「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応」について（アップデート）

当社は、持続的成長と中長期的な企業価値の向上を図るため、資本コストや株価を意識した経営を実現すべく現状分析および対応方針を検討してまいりました。

2026年 1 月 30 日開催の取締役会において、改めて現状分析と改善に向けた協議を行い、内容を更新いたしましたのでお知らせいたします。

記

1. 現状分析

当社は、重要な経営指標として「連結売上高」の拡大を図るとともに、株主利益重視の観点から、「株主資本利益率（ROE）」を高水準に維持していくことを掲げております。

こうした中、当社のROEは2021/3期から2023/3期の期間では8%前後で推移していましたが、2024/3期に当期純利益が減少したことで6.26%と過去3年の数値を下回り、2025/3期においても特別損失を計上した影響で当期純利益が減少し、6.06%となりました。一方で、2025/3期のPBRは1.11倍と、直近5年間で最も高い水準となりました。2022/3期以来当社の課題となっていた「一日平均売買代金」については、株式分割による投資単位の引き下げやIR活動の強化を背景に改善が進んでおります。2024/3期においてプライム市場上場維持基準である0.2億円を上回り、2025/3期においても基準を上回る水準を維持しております。

	2021/3 期	2022/3 期	2023/3 期	2024/3 期	2025/3 期
連結売上高（百万円）	55,513	54,924	57,068	54,433	59,791
親会社株主に帰属する当期純利益（百万円）	1,837	1,708	2,002	1,436	1,365
純資産額（百万円）	21,355	22,138	23,204	22,715	22,394
ROE（%）	8.95	7.88	8.85	6.26	6.06
期末株価（円）	477	476	478	540	594
1株当たり純資産額（円）	475.30	491.60	516.31	527.92	536.36
PBR（倍）	1.00	0.97	0.93	1.02	1.11
1日平均売買代金（千円）	20,245	13,176	14,817	24,540	24,732

※ 1 日平均売買代金は ToSTNeT 売買代金を除く金額です。

※当社は、2024 年 2 月 1 日付で普通株式 1 株につき 2 株の割合で株式分割を行っております。

2021/3 期の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、期末株価、1 株当たり当期純利益を算定しております。

2. 改善に向けた対応方針

当社は株式市場からの評価を受けるべく以下の項目につきまして引き続き対応を推進しております。なお、2026 年 1 月 29 日時点の終値ベースでの当社 P B R は約 1.02 倍と、前年と比較するとやや低下したものの、引き続き 1 倍を上回る水準となっております。今後は指標である P B R 1 倍を安定的に上回る状態を維持するだけでなく、さらに高い水準を目指し企業価値向上に努めることで、投資家ならびに全てのステークホルダーに選ばれる会社を目指してまいります。

項目	対応方針
会社認知度の向上	(1)業績の向上
	(2)会社名とブランド名の紐づけ
	(3)IR 活動の強化
投資意欲の喚起	(4)サステナビリティへの取組み強化
	(5)株主還元の取組み（配当・株主優待の継続）

3. 足元の具体的な取り組み

(1) 業績の向上

・「長期ビジョン 2035」の策定

2020 年 10 月に発表した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 P B R が 1 倍前後であることを課題と捉え、2025 年 1 月 6 日に「長期ビジョン 2035」を発表いたしました。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ことで、急激な外部環境変化にも実効性のある施策を実施出来ると考えております。具体的には、ラストワンマイルを最大限に活用することで L T V を最大化させ、2035/3 期に売上高 1,000 億円、営業利益率 8 % の達成を目指してまいります。

・「中期経営計画 2028」の策定

2025 年 1 月 6 日に発表した「長期ビジョン 2035」に基づき、2025 年 5 月 15 日には「中期経営計画 2028」を発表いたしました。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と位置づけ、売上高の増加に対して利益は横ばいで推移する計画となります。当社の主力事業であり定期顧客を保有するクリクラ・レンタル・美容健康事業において売上高増加のために積極的な投資を行い、商品サービスの拡充、営業エリアの拡大、顧客数の増加に向けた施策を行う計画です。一方で、市場環境の厳しい建築コンサルティング・住宅事業においては現状の売上高を維持する施策をとり、2028/3 期には売上高 68,500 百万円、営業利益 3,300 万円を目指しております。

(2) 会社名とブランド名の紐づけ

当社では、会社名と各ブランドの認知度向上および紐づけ強化を目的に、情報発信体制の整備とコミュニケーション活動の強化を進めております。2024年7月には公式X（旧Twitter）アカウントを開設し、プレスリリース情報に加え、事業・商品・サービスに関する多角的な情報発信を開始しました。

通常のプレスリリースに加えて、自社調査による客観的データを活用した「調査リリース」の制作・配信を行い、自社グループで展開するサービスと関連性があり社会的関心の高いテーマを切り口とした情報発信を強化しております。また、自社事業での取り組みや事業価値を分かりやすくまとめた広報資料の発信にも取り組み、社名と事業内容の紐づけ、理解促進を図っています。

これらの施策により、顧客・投資家・メディアなど多様なステークホルダーとの接点が拡大するとともに、メディア露出を通じた第三者評価の獲得が進み、会社名とブランドの紐づけ強化および認知の向上につながっております。

(3) I R活動の強化

当社では2024年3月期以降、社名の認知拡大および事業内容の理解促進を目的として、個人投資家向けI R説明会を定期的を開催し、個人投資家とのコミュニケーション機会を積極的に増やしています。

また、投資関連サイトへの広告掲載や、第三者による企業調査レポートの発行など、外部媒体を通じた情報発信の強化を図ってまいりました。新NISAの拡充に伴い、個人投資家層の市場参加が進む中、当社ではこれらの層を主要ターゲットと据え、流動性向上につながるI R活動を重点的に推進しております。

媒体活用に加えて、SNSを活用したデジタルコミュニケーション施策も強化しています。2024年7月に開設したX（旧Twitter）公式アカウントに加え、2026年1月にはInstagram公式アカウントを開設しました。Instagramでは、当社の事業内容やサービス概要、個人投資家に関心の高い株主還元策などを視覚的に分かりやすく発信し、幅広い層に向けた情報伝達を目指しています。

さらに、2025年11月には登録制のI Rメール配信サービスを開始し、投資家が当社情報に継続的にアクセスできる環境を整備しました。これらの取り組みにより、投資家とのタッチポイントが多角的に拡充され、事業理解の促進とともに、I R活動の一層の強化につながっています。

(4) サステナビリティへの取り組み強化

当社では、重要課題（マテリアリティ）の一つとして「脱炭素社会の実現」を掲げ、事業活動における環境負荷低減に取り組んでおります。その一環として、2024年より各拠点での再生可能エネルギー利用への切り替えを順次検討・推進しています。今後もグループ各拠点で再エネへの切り替えを検討するとともに、多く保有する配送車両のEV化についても順次検討を進めています。

また、当社の主力事業は労働集約型であり、人財の確保・育成が企業価値向上の重要な要素です。若手・中堅社員を対象としたDX・AI研修、女性社員のキャリア形成支援研修、次期経営層を育成する部長層研修など、階層別で多様な育成施策を整備し、人的資本強化に取り組んでいます。

さらに、これらの取り組みを包括的に整理し発信するため、2024年9月より統合報告書の発行を開始しました。2025年版では「長期ビジョン2035」「中期経営計画2028」を中心に、当社の目指す姿と取り組みを明確に示しています。今後も情報開示とステークホルダーとの対話を強化し、持続的な企業価値向上を図ってまいります。

(5) 株主還元への取り組み

投資意欲の喚起への対策として、2024年2月1日付けで普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施いたしました。株式を分割し当社株式の投資単位を引き下げることにより、当社株式の流動性を高め、多くの投資家が投資しやすい環境を整えたことで、2024/3期末の株主数は2023/3期末と比較して7,000名以上増加、2025/3期末にはさらに4,000名以上増加しており、一日平均売買代金の増加に寄与しております。また、2026年に贈呈予定の株主優待品につきましては、2024年に採用して以来ご好評いただいている、グループ会社の株式会社JIMOSのブランド「マキアレイベル」の商品（化粧品）を引き続き贈呈させていただくことを決定いたしました。さらに、株式分割と同時に導入した、保有株式数に応じて贈呈する優待商品を変更する制度を継続することで、優待制度の拡充を行っております。

また、中期経営計画2028においても積極的な株主還元を掲げており、3年間で30億円以上を実行する計画となっております。今後も株主の皆様のご期待にお応えするため、更なる成長を目指してまいります。

以 上