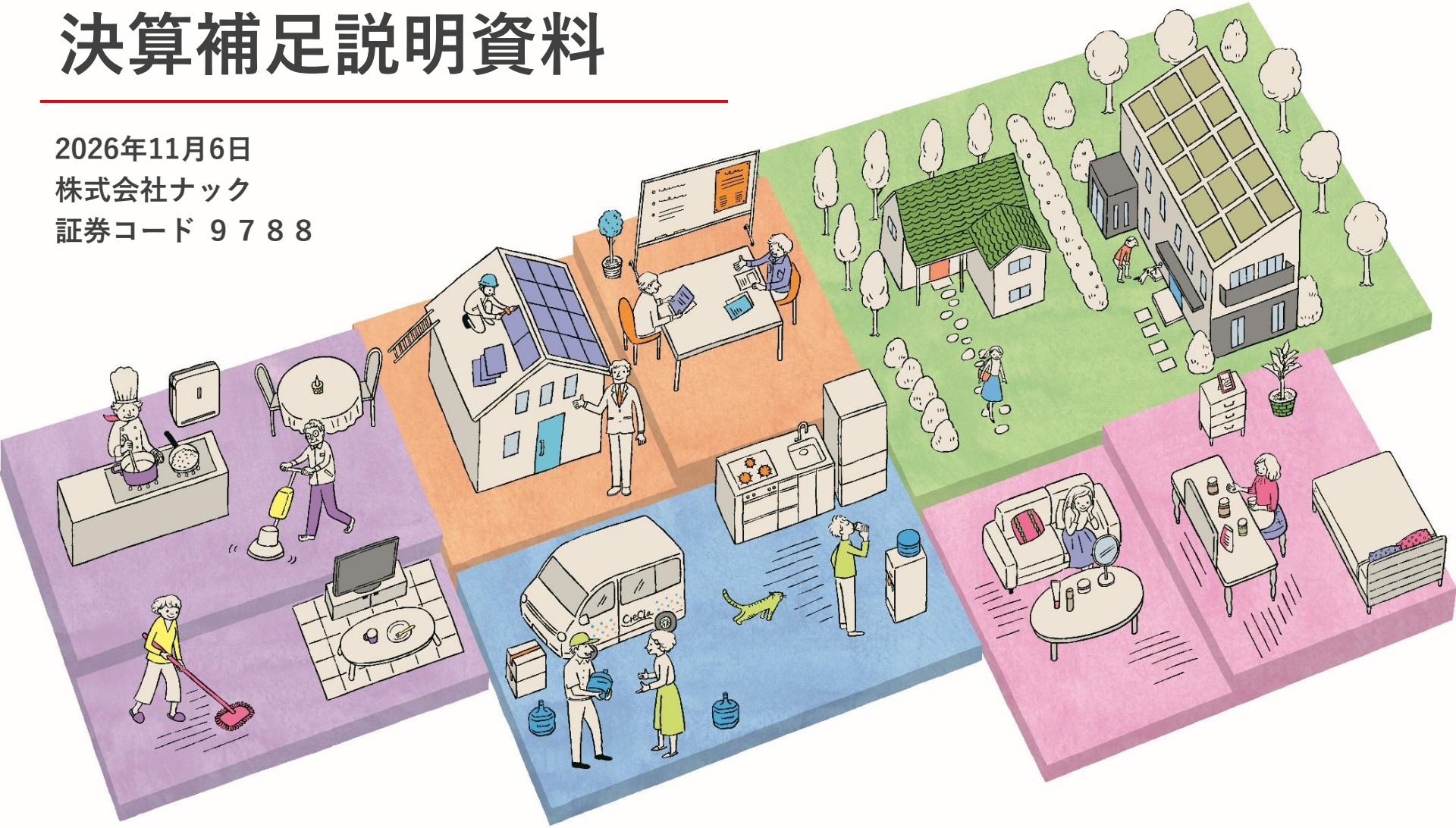
2027年３月期 第２四半期（中間期）
決算補足説明資料

2026年11月6日
株式会社ナック
証券コード ９７８８



当社は第２四半期（中間期）において決算説明会を行っておりません。
本資料は、2027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. 38

04　配当　…　P. 42

05　中期経営計画　…　P. 44

06　会社概要　…　P. 56

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

- レンタル：ダスキンの一部商品およびウィズの価格改定により増加
- コンサル：審査完了までに時間を要する補助金対象商品の販売割合が増加したことで中間期に売上が計上されず減少

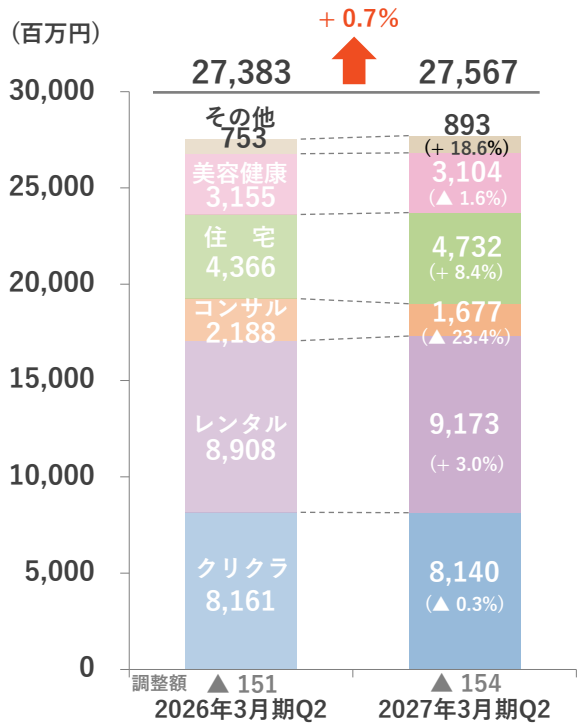
営業利益

- レンタル：ダスキンの一部商品およびウィズの価格改定による売上増加により大幅に増加
- コンサル：売上高の減少を販管費の節減で吸収できず大幅に損失が拡大

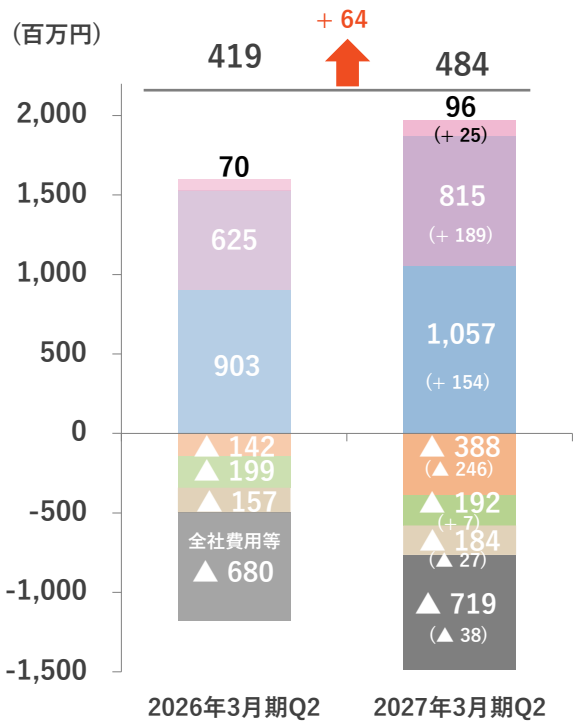
中間純損失

前年同期に投資有価証券売却益を計上したことによる反動減および
Yesmart事業に係る減損損失の計上により中間純損失を計上

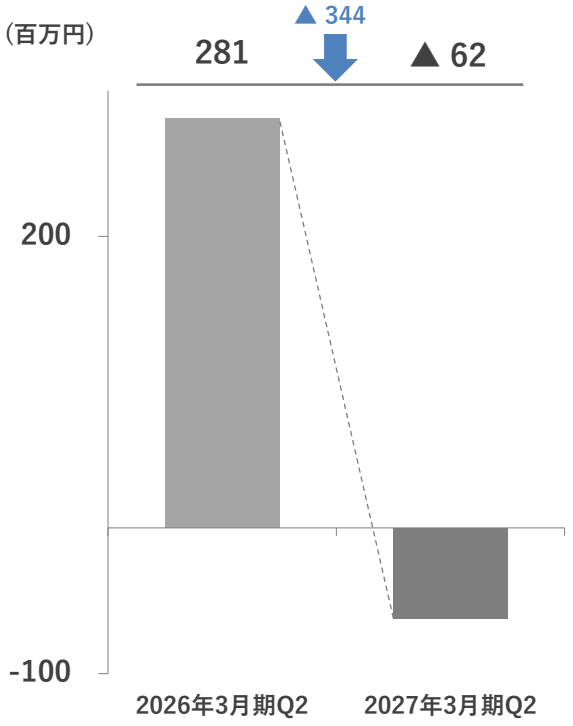
売上高（カッコ内は増減率）



営業利益（カッコ内は増減額）



中間純損益（※）



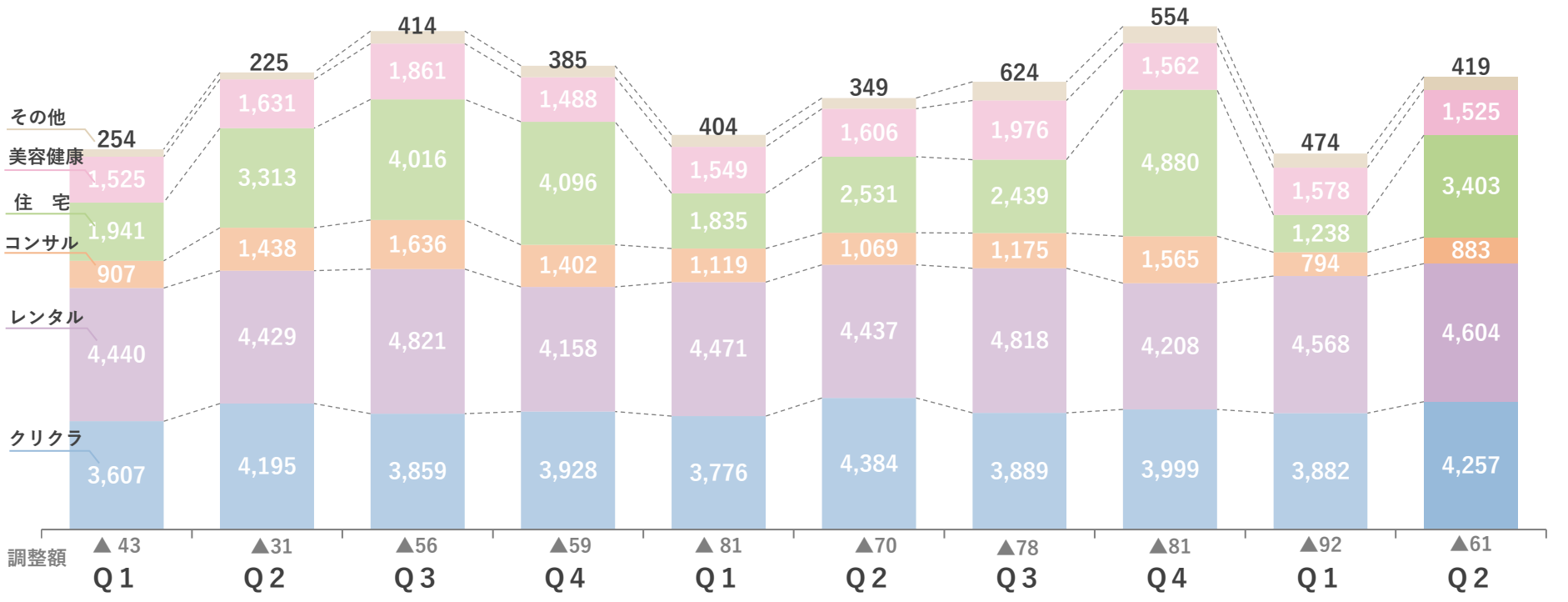
（※）中間純利益：親会社株主に帰属する中間純損益、調整額：セグメント間の内部売上高又は振替高

1-1b 四半期別　売上高／営業利益の四半期推移

	2025年３月期				2026年３月期				2027年3月期	
	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２
売上高	12,634	15,201	16,554	15,400	13,075	14,308	14,846	16,689	12,534	15,032
営業利益	▲ 98	862	1,504	739	▲ 42	461	862	1,201	▲55	539

売上高四半期推移

（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）

	2027年３月期 Q２実績	計画比		前期比	
		当期Q２計画（2026年5月15日公表値）	達成率	前期Q２実績	増減率
売上高	27,567	27,400	100.6%	27,383	＋0.7%
売上総利益	13,573	—	—	13,705	▲1.0%
（売上総利益率）	49.2%	—	—	50.1%	▲0.9pt
販売費及び一般管理費	13,089	—	—	13,286	▲1.5%
営業利益	484	600	80.7%	419	＋15.4%
（営業利益率）	1.8%	—	—	1.5%	＋0.3pt
営業外損益	▲24	—	—	9	—
経常利益	459	600	76.6%	429	＋7.0%
特別損益	▲188	—	—	106	—
親会社株主に帰属する中間純利益	▲62	400	—	281	—

1-1d セグメント別売上高

（百万円）

	2027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	8,140	8,000	101.8%	8,161	▲ 0.3%
レンタル事業	9,173	9,000	101.9%	8,908	＋ 3.0%
建築コンサルティング事業	1,677	2,000	83.9%	2,188	▲ 23.4%
住宅事業	4,732	4,500	105.2%	4,366	＋ 8.4%
美容・健康事業	3,104	3,000	103.5%	3,155	▲ 1.6%
その他	893	900	99.3%	753	＋ 18.6%
消去調整他	▲ 154	—	—	▲ 151	—
合計	27,567	27,400	100.6%	27,383	＋ 0.7%

1-1e セグメント別営業利益

（百万円）

	2027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	1,057 (13.0%)	850 (10.6%)	124.4% (+ 2.4pt)	903 (11.1%)	+ 17.1% (+ 1.9pt)
レンタル事業	815 (8.9%)	700 (7.8%)	116.4% (+ 1.1pt)	625 (7.0%)	+ 30.3% (+ 1.9pt)
建築コンサルティング事業	▲ 388 (▲ 23.1%)	▲ 250 (▲ 12.5%)	— (▲ 10.6pt)	▲ 142 (▲ 6.5%)	— (▲ 16.6pt)
住宅事業	▲ 192 (▲ 4.1%)	50 (1.1%)	— (▲ 5.2pt)	▲ 199 (▲ 4.6%)	— (+ 0.5pt)
美容・健康事業	96 (3.1%)	100 (3.3%)	96.3% (▲ 0.2pt)	70 (2.2%)	+ 35.9% (+ 0.9pt)
その他	▲ 184 (▲ 20.6%)	▲ 150 (▲ 16.7%)	— (▲ 3.9pt)	▲ 157 (▲ 20.9%)	— (+ 0.3pt)
全社費用等	▲ 719	▲ 700	—	▲ 680	—
合計	484 (1.8%)	600 (2.2%)	80.7% (▲ 0.4pt)	419 (1.5%)	+ 15.4% (+ 0.3pt)

※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	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
	住宅	工事原価の高騰により減少
人件費	住宅	一部人件費の計上区分を販管費から売上原価へ変更したことで減少
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）

			前年同期比増減率
2026年３月期 Ｑ２　営業利益		419	—
売上総利益の増減		▲ 132	▲ 1.0%
販売費及び一般管理費の増減	人件費	＋ 97	▲ 1.9%
	広告宣伝費及び販売促進費	＋ 96	▲ 6.1%
	減価償却費・のれん償却額	＋ 37	▲ 8.7%
	サービス用品費	▲ 37	＋ 6.9%
	その他販管費	＋ 2	▲ 0.0%
2027年３月期 Ｑ２　営業利益		484	—

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 ＋ 619百万円／仕掛販売用不動産 ＋ 480百万円／商品及び製品 ＋ 406百万円

減　少　現金及び預金 ▲ 1,643百万円

固定資産　特記事項なし

（百万円）

	2027年３月期 Q２	構成比	2026年３月期 Q４	構成比	増減額
流動資産	24,446	64.0%	24,891	64.0%	▲ 444
有形固定資産	8,149	21.3%	8,386	21.6%	▲ 237
無形固定資産	1,383	3.6%	1,451	3.7%	▲ 68
投資その他の資産	4,196	11.0%	4,148	10.7%	＋ 47
固定資産	13,729	36.0%	13,987	36.0%	▲ 257
資産合計	38,176	100.0%	38,878	100.0%	▲ 702

1-2b 連結貸借対照表　負債の部・純資産の部

負　債	増　加	長期借入金 + 667百万円／一年内返済予定長期借入金 + 205百万円
	減　少	未払法人税等 ▲ 162百万円
純 資 産	増　加	特記事項無し
	減　少	自己株式の取得 ▲ 744百万円／利益剰余金の配当 ▲ 715百万円

（百万円）

	2027年３月期 Q２	構成比	2026年３月期 Q４	構成比	増減額
流動負債	11,833	31.0%	11,825	30.4%	+ 7
固定負債	4,585	12.0%	3,937	10.1%	+ 647
負債合計	16,418	43.0%	15,762	40.5%	+ 655
株主資本	22,399	58.7%	23,817	61.3%	▲ 1,417
その他の包括利益累計額	▲ 641	▲ 1.7%	▲ 701	▲ 1.8%	+ 59
純資産合計	21,758	57.0%	23,115	59.5%	▲ 1,357
負債・純資産合計	38,176	100.0%	38,878	100.0%	▲ 702

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	売上債権 +738百万円／減価償却費 ＋400百万円／税金等調整前中間純利益 ＋271百万円
	減　少	棚卸資産 ▲ 1,393百万円／法人税等の支払額 ▲ 451百万円
投資ＣＦ	減　少	固定資産の取得 ▲ 190百万円／投資有価証券の取得 ▲ 135百万円
財務ＣＦ	増　加	長期借入金による収入 ＋1,600百万円
	減　少	借入金の返済による支出 ▲ 726百万円／自社株式の取得による支出 ▲ 744百万円／配当金の支払 ▲ 715百万円

（百万円）

	2027年3月期 Q２実績	2026年3月期 Q２実績	2026年3月期 通期実績
1.営業活動によるキャッシュフロー	▲ 749	▲ 218	1,323
2.投資活動によるキャッシュフロー	▲ 237	▲ 137	▲ 425
3.財務活動によるキャッシュフロー	▲ 663	▲ 17	▲ 1,002
現金及び現金同等物の増減額	▲ 1,649	▲ 373	▲ 105
現金及び現金同等物の期首残高	8,454	8,560	8,560
現金及び現金同等物の期末残高	6,805	8,186	8,454
減価償却費・のれん償却額	491	531	1,055

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　前年同期に比べ気温は比較的落ち着いていたものの、顧客当たりのボトル消費量は同水準を維持。クリクラボトルの価格改定による増収に加え、オンライン販売を中心とする小型の浄水型ウォーターサーバー「putio」の顧客数が順調に推移し、前年同期比で同水準（微増）

加盟店部門　前年同期におけるサーバーの一括購入の反動減に加え、地域ごとの気温動向の差による一部地域での宅配水需要低下に伴う加盟店向けボトル卸売本数の減少およびボトルキャップ等の関連商材の販売数減少により前年同期比で減少

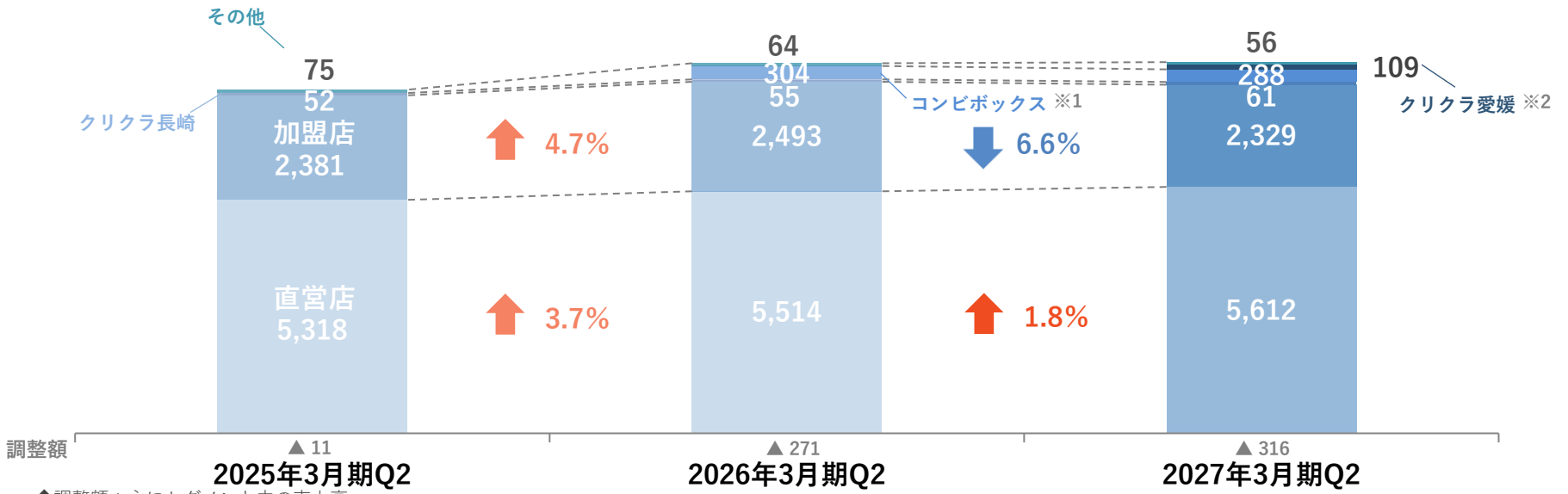
営業利益　クリクラボトルの価格改定および「putio」の顧客数増加に伴う増収により、前年同期比で増加

（百万円）

	2025年3月期Q2	2026年3月期Q2	2027年3月期Q2
売上高	7,803	8,161	8,140
営業利益	870	903	1,057

売上高推移

※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）



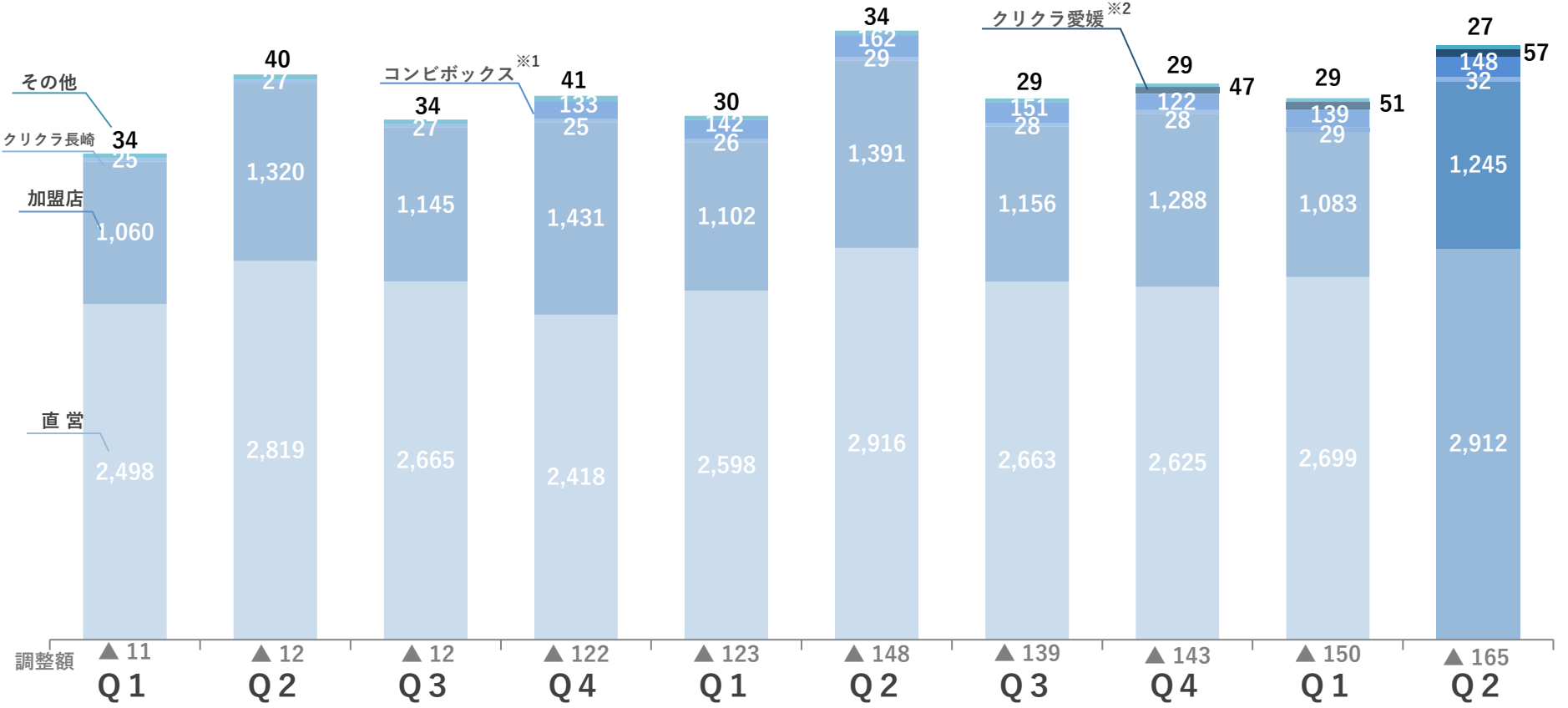
◆調整額：主にセグメント内の売上高

2-1b クリクラ事業　売上高／営業利益の四半期推移

	2025年３月期				2026年３月期				2027年3月期	
	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２
売上高	3,607	4,195	3,859	3,928	3,776	4,384	3,889	3,999	3,882	4,257
営業利益	261	609	396	383	320	582	490	452	435	621

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）



◆調整額：主にセグメント内の売上高

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

CreCla



たまひよ 赤ちゃんグッズ大賞2026 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）

ママリ 口コミ大賞 受賞 ウォーターサーバー 2026

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

※ 2025年12月Anetis運営事務局調べ

feel free



No.1 GMO 顧客満足度 コスパのよさ（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
コスパのよさ（月額料金の安さ） 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

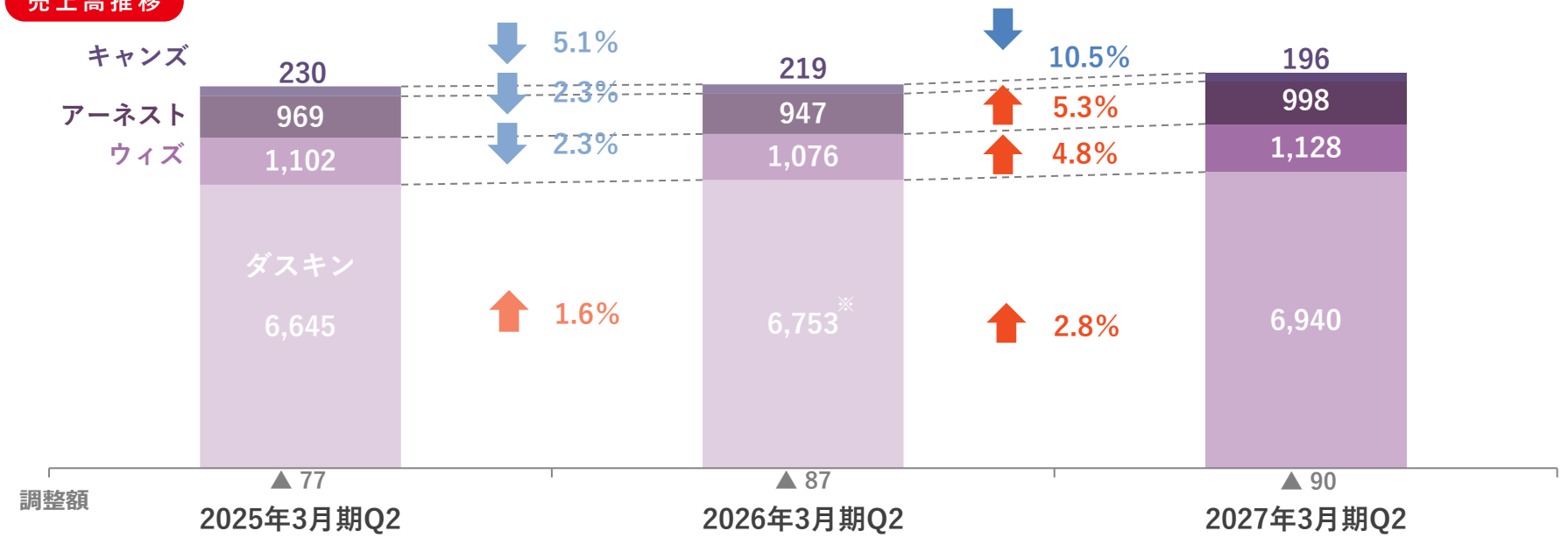
- **ダスキン**　一部商品の価格改定及びヘルスレント部門での顧客数増加による増収に加え前期出店した拠点の顧客数が順調に推移し、前年同期比で同水準（微増）
- **ウィズ**　価格改定に伴う増収により前年同期比で増加
- **アーネスト**　ホテル客室清掃や外資系企業向け大型案件の受注により、前年同期比で増加
- **キャンズ**　建築資材の供給不足を背景とした新築物件の工程遅延が一部案件への影響し、前年同期比で減少

営業利益　価格改定による増収及び販促効率向上等の販管費の抑制により前年同期比で増加

（百万円）

	2025年3月期Q2	2026年3月期Q2	2027年3月期Q2
売上高	8,870	8,908	9,173
営業利益	742	625	815

売上高推移



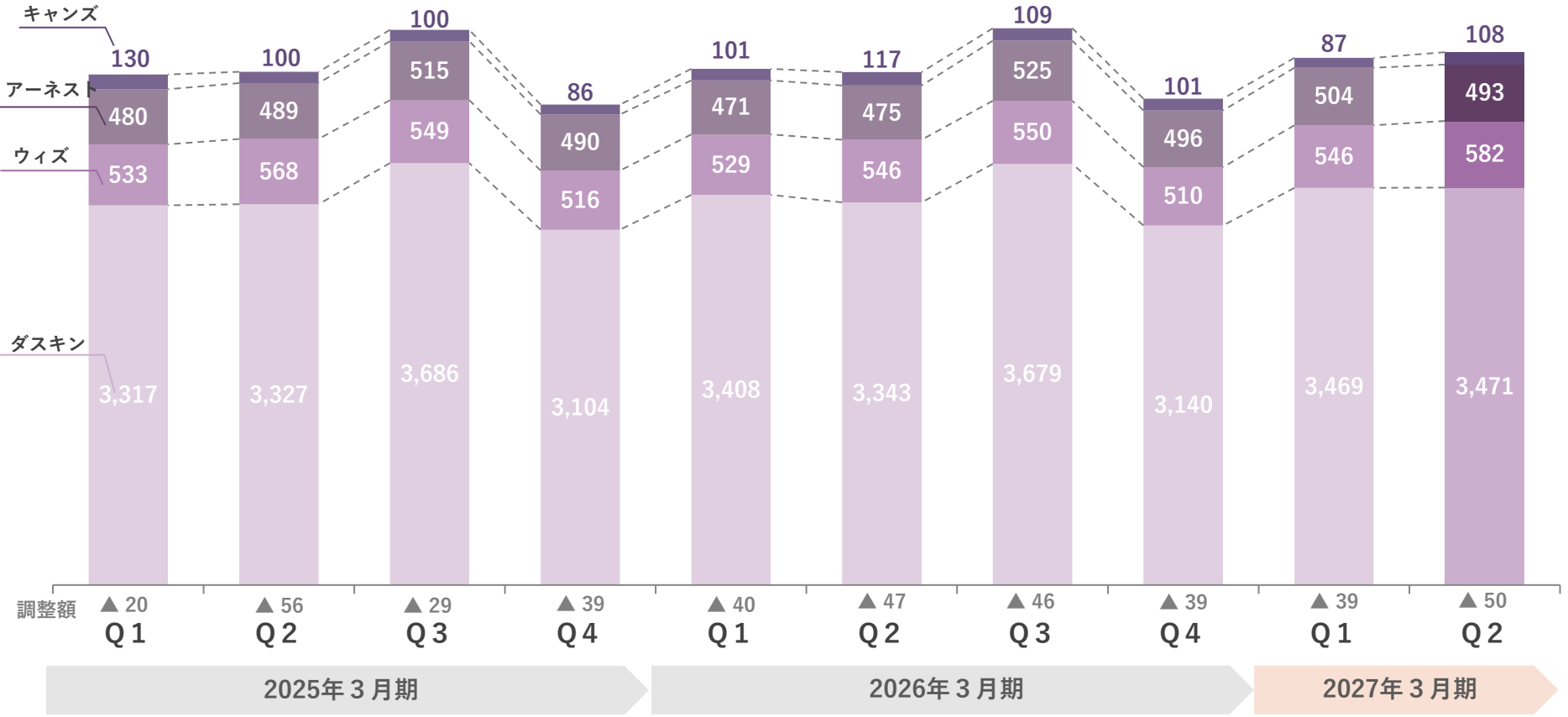
◆調整額：主にセグメント内の売上高

2-2b レンタル事業　売上高／営業利益の四半期推移

	2025年３月期				2026年３月期				2027年３月期	
	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２
売上高	4,440	4,429	4,821	4,158	4,471	4,437	4,818	4,208	4,568	4,604
営業利益	330	411	490	319	271	354	517	339	365	450

売上高四半期推移

（百万円）



◆調整額：主にセグメント内の売上高

2-2c レンタル事業　第56期以降の重点施策

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　補助金を活用した商品の受注獲得に注力したものの、補助金対象商品は審査完了まで時間を要し、当中間期に売上が計上されず、前年同期比で大幅に減少

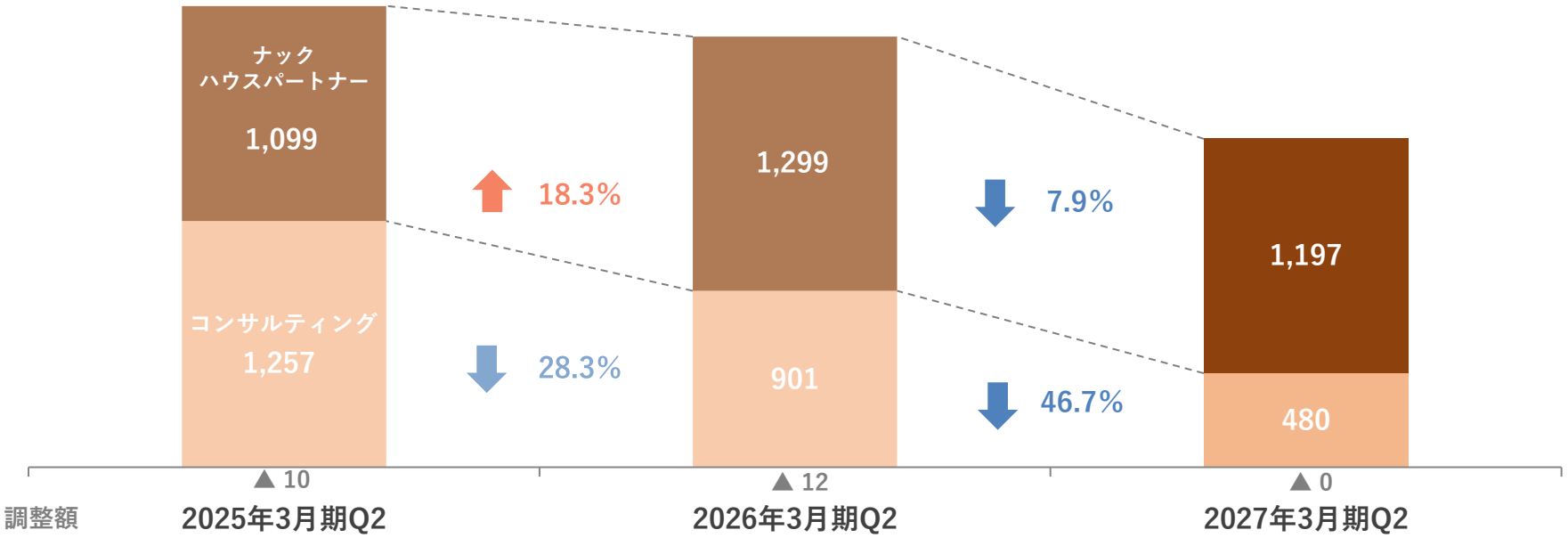
NHP　省エネ関連部資材の卸売高は増加したものの、主要ビルダーからの工事請負受注が減少し、前年同期比で減少

営業損益　売上高の減少を販管費の節減で吸収できず大幅に損失が拡大

（百万円）

売上高	2,345	2,188	1,677
営業損益	▲ 65	▲ 142	▲ 388

売上高推移



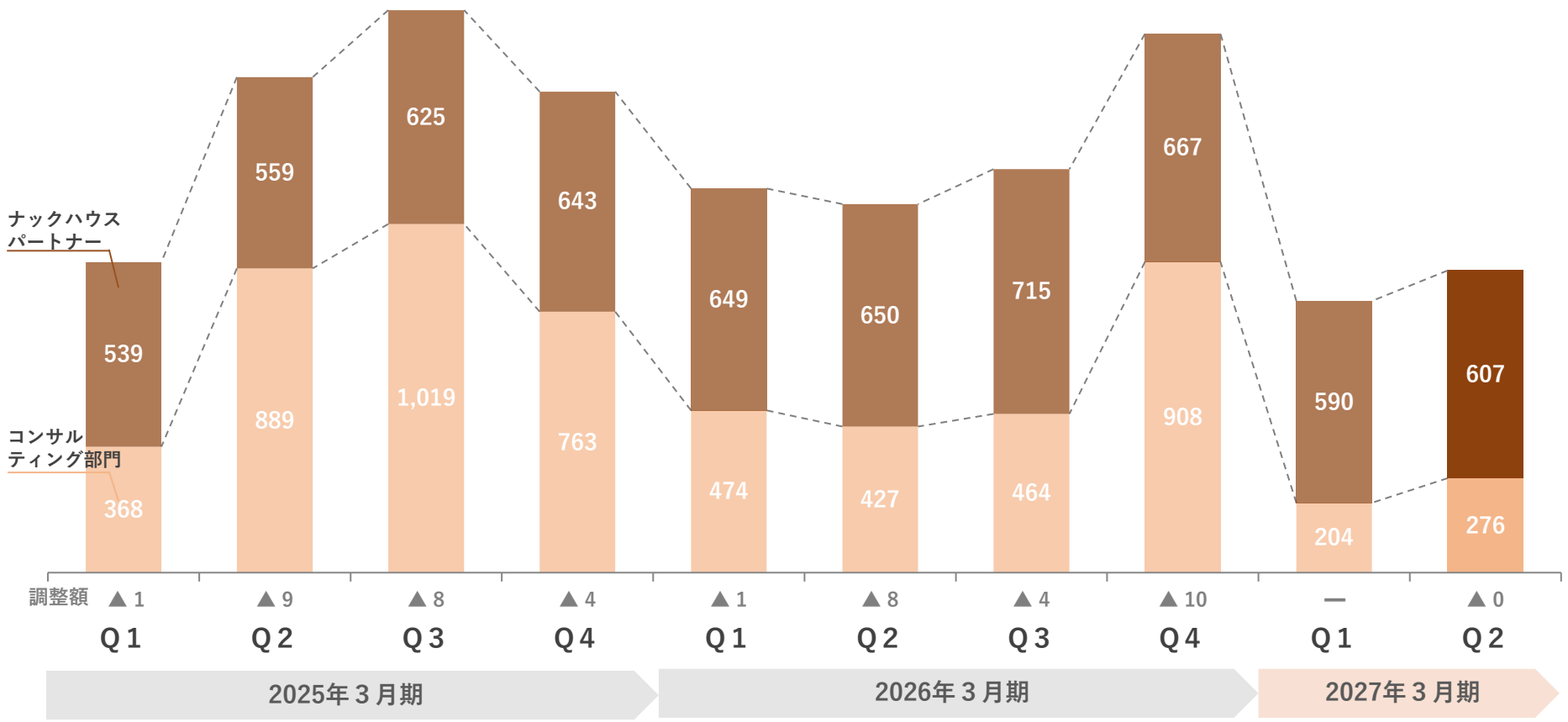
◆調整額：主にセグメント内の売上高

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

	2025年３月期				2026年３月期				2027年３月期	
	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２
売上高	907	1,438	1,636	1,402	1,119	1,069	1,175	1,565	794	883
営業利益	▲277	212	350	116	▲58	▲83	▲52	287	▲244	▲144

（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

2-3c 建築コンサルティング事業　第56期以降の重点施策

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　着工の遅れにより分譲住宅の販売在庫の不足による販売数が減少し、前年同期比で同水準（微減）

秀和住研　完工棟数が減少したことで前年同期比で減少

営業損失

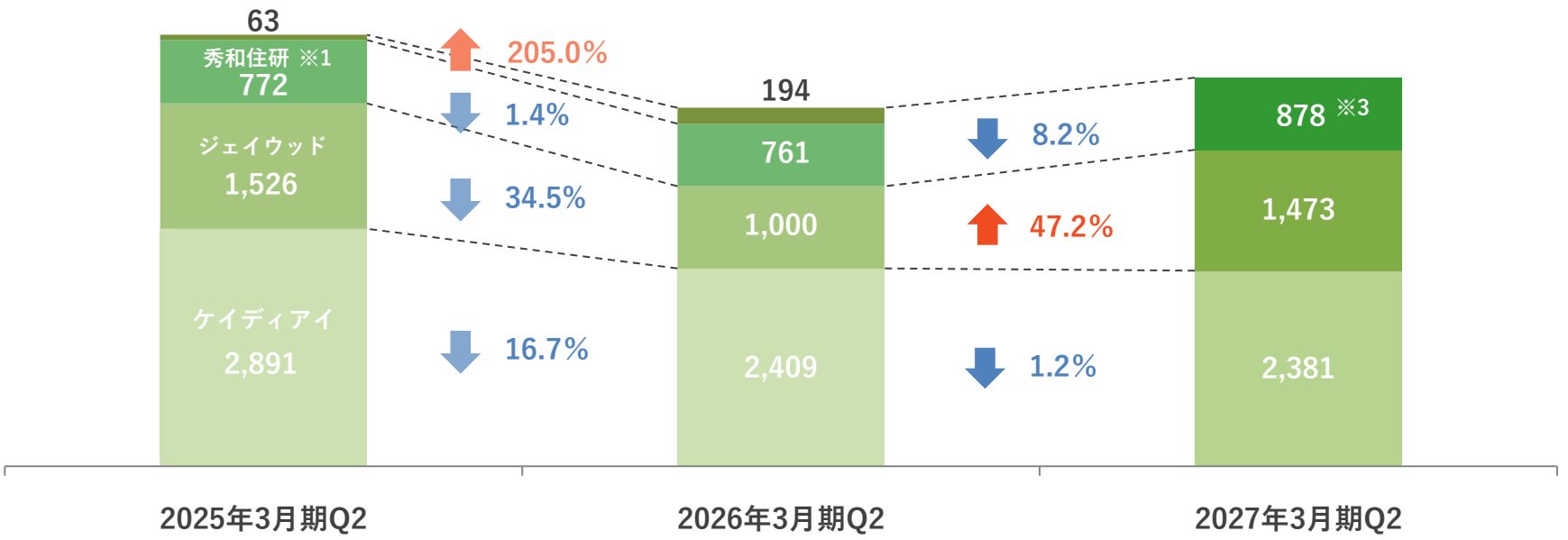
工事原価高騰に伴う損益の悪化により収益性は低下したが、ケイディアイでの高利益物件の販売及び各社における販管費の節減により前年同期比で損失が縮小した

（百万円）

	2025年3月期Q2	2026年3月期Q2	2027年3月期Q2
売上高	5,254	4,366	4,732
営業利益	▲ 197	▲ 199	▲ 192

売上高推移

秀和※2　※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　※3）2026年4月1日に㈱秀和住研が㈱秀和を吸収合併



◆調整額：主にセグメント内の売上高

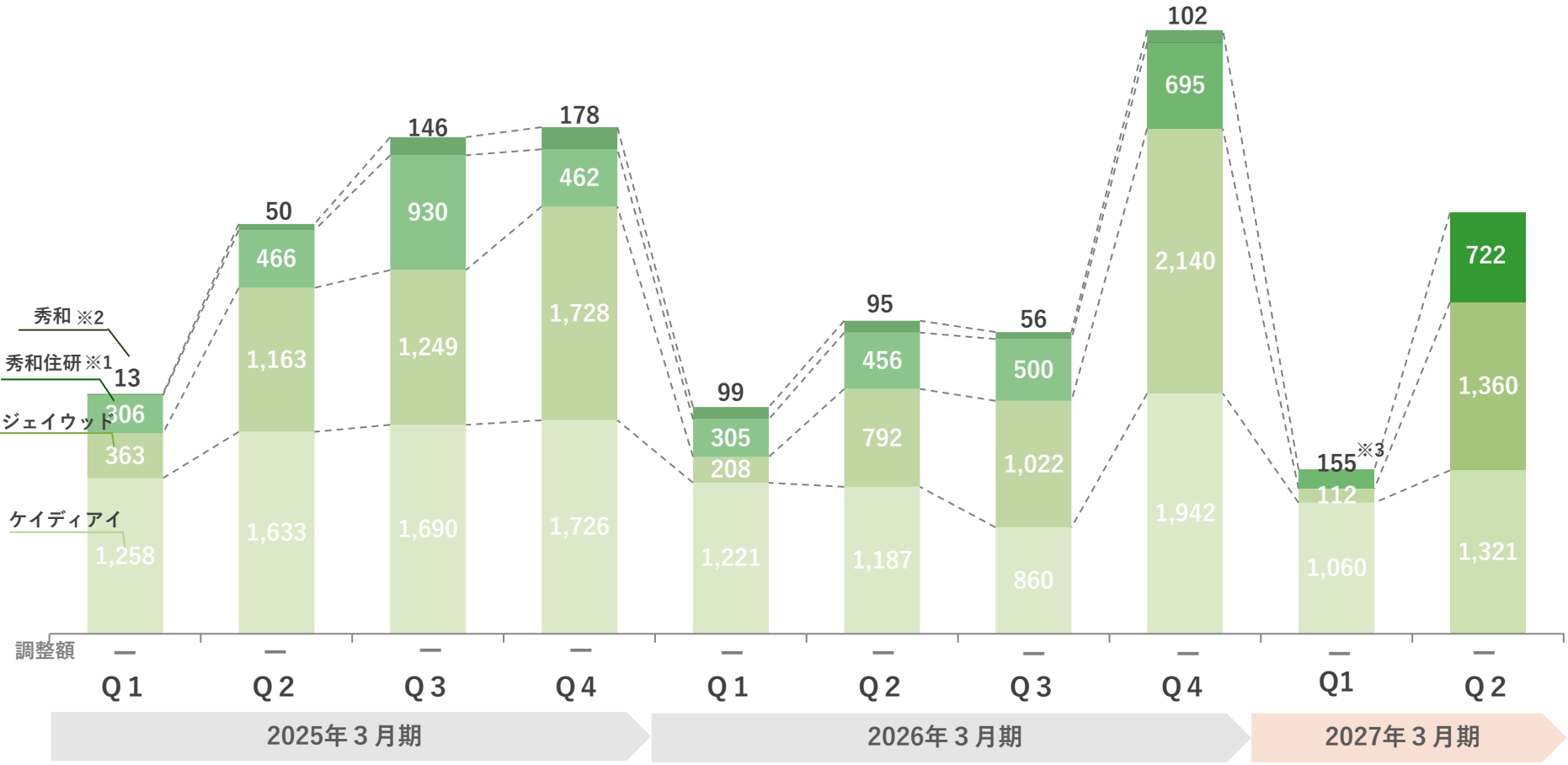
2-4b 住宅事業　売上高／営業利益の四半期推移

	2025年３月期				2026年３月期				2027年３月期	
	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２
売上高	1,941	3,313	4,016	4,096	1,835	2,531	2,439	4,880	1,328	3,403
営業利益	▲ 146	▲ 51	312	285	▲ 197	▲ 1	48	429	▲233	40

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　※3）2026年4月1日に㈱秀和住研が㈱秀和を吸収合併

（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56期以降の重点施策

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　「SINN PURETÉ」を中心としたホールセールチャネルの販路拡大が順調に推移したものの、「MACCHIA LABEL」の顧客数減少及びヘアケア製品の売上高が減少し、前年同期比で減少

トレミー　新規受注の増加や高単価製品の受注により増収となった一方、サプリメント事業部にて販売数が減少し、前年同期比で同水準（微減）

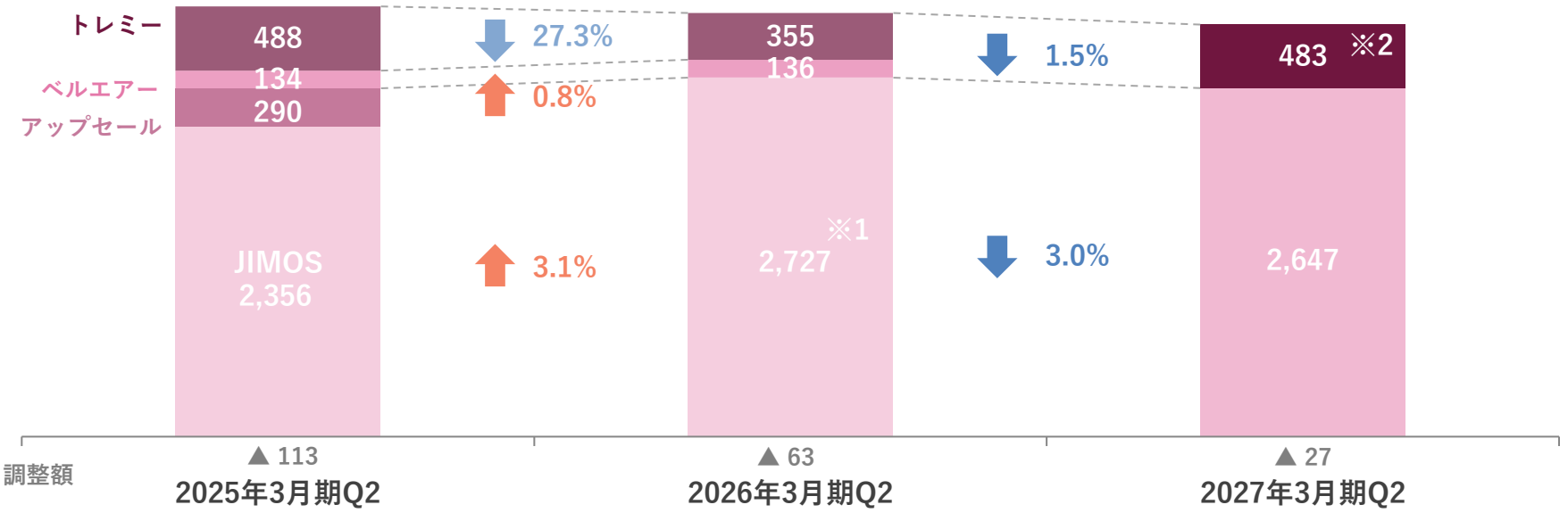
営業利益　㈱JIMOSでの減収及び広告販促への積極投資による減益要素があったが、JIMOSののれん償却費等の減少により増益

（百万円）

	2025年3月期Q2	2026年3月期Q2	2027年3月期Q2
売上高	3,157	3,155	3,104
営業利益	168	70	96

売上高推移

※1 2025年4月1日に㈱JIMOSが㈱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 2026年4月1日に㈱トレミーが㈱ベルエアーを吸収合併（ベルエアーの屋号を用いサプリメント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

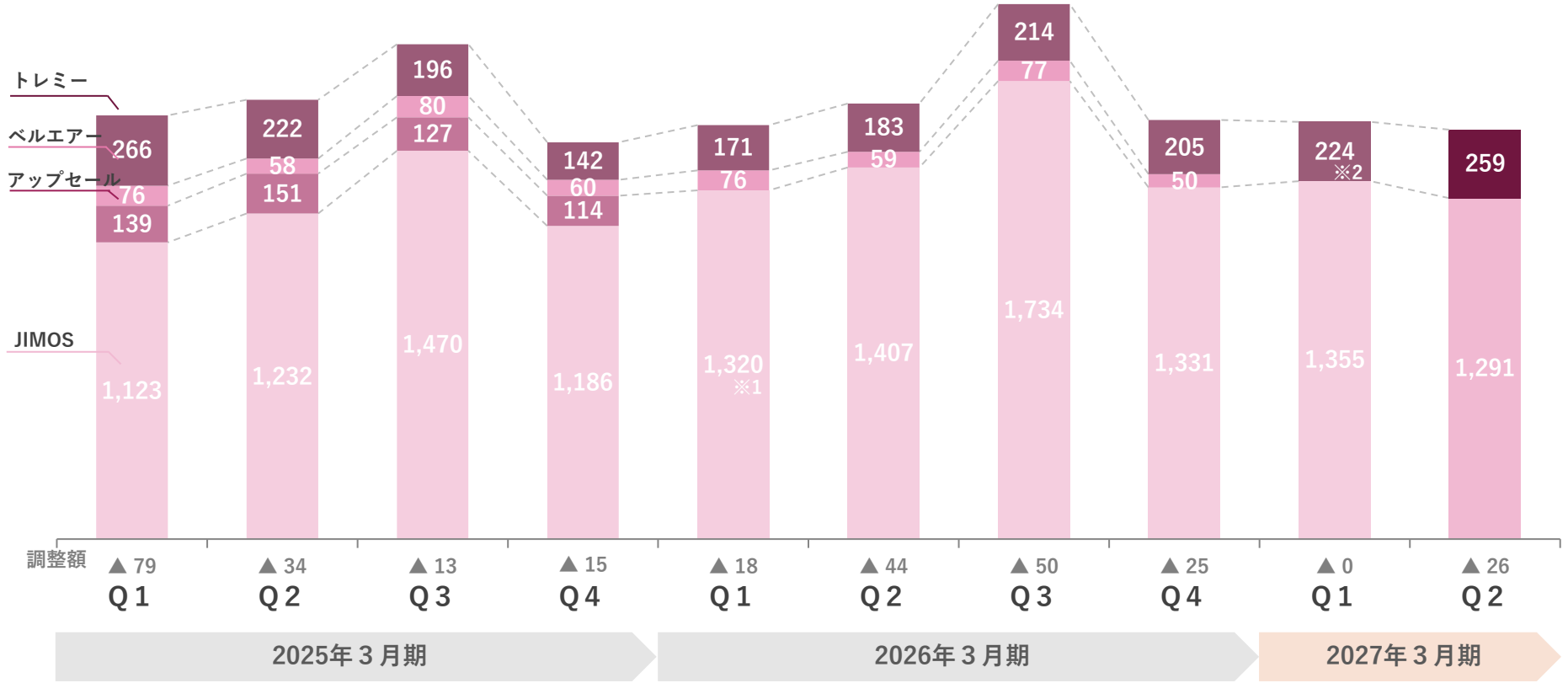
2-5b 美容・健康事業　売上高／営業利益の四半期推移

	2025年３月期				2026年３月期				2027年３月期	
	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２
売上高	1,525	1,631	1,861	1,488	1,549	1,606	1,976	1,562	1,578	1,525
営業利益	96	71	242	▲ 75	75	▲ 4	179	▲ 2	74	22

（百万円）

売上高四半期推移

※1 2025年4月1日に㈱JIMOSが㈱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 2026年4月1日に㈱トレミーが㈱ベルエアーを吸収合併（ベルエアーの屋号を用いサプリメント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56期以降の重点施策

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㈱トレミーが
㈱ベルエアーを吸収合併



▸ 化粧品製造（㈱トレミー）

×



▸ サプリメント販売（旧：㈱ベルエアー）

02　セグメント別業績

2-6. 新たな取り組み

2-6a 新たな取り組み(その他)　売上高および営業利益推移

売上高

Yesmart　前年同期比で同水準（微減）
事業ポートフォリオの見直しにより2026年12月に撤退予定

TWS　前年同期の顧客オリジナル商品の売上高の剝落により、前年同期比で同水準（微減）

NLP　前連結会計年度における出店により店舗数が増加したことにより前年同期比で増加

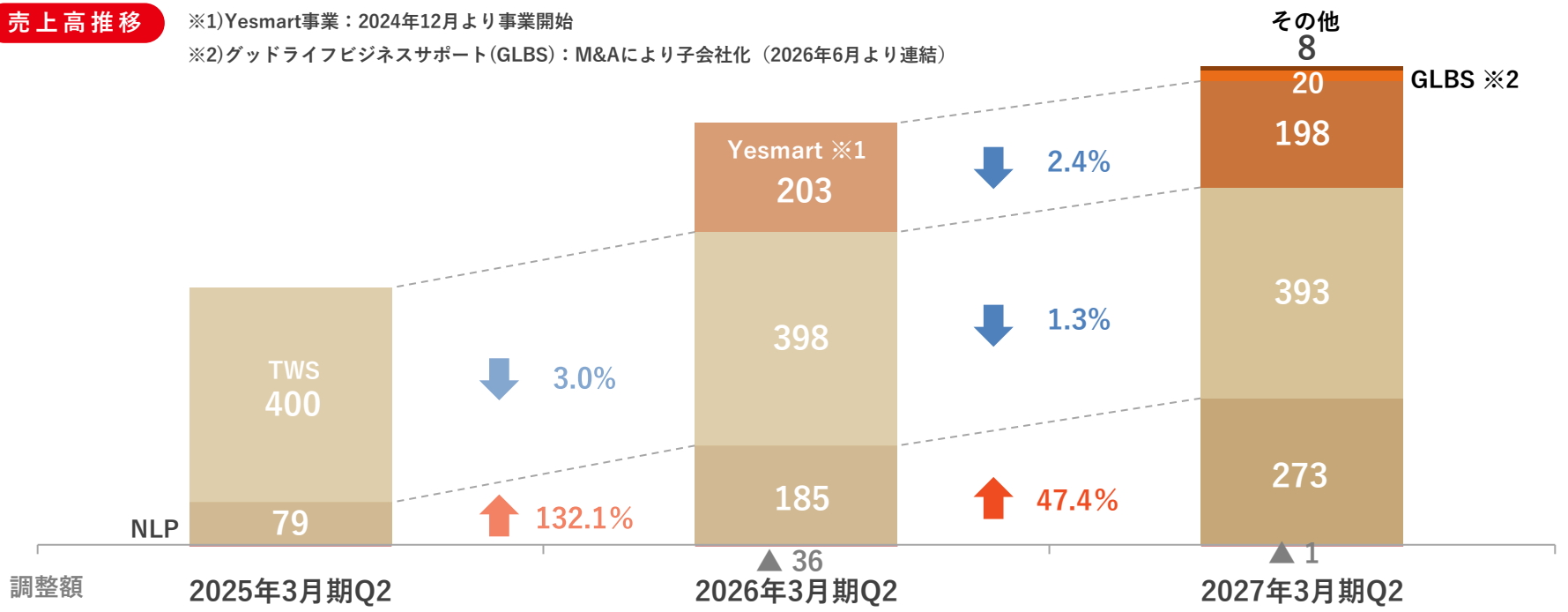
営業損失　新たな取り組みとして立ち上げフェーズにある事業が多く、費用が先行しており損失計上

	2025年3月期Q2	2026年3月期Q2	2027年3月期Q2
売上高	479	753	893
営業利益	▲ 34	▲ 157	▲ 184

（百万円）

売上高推移

※1)Yesmart事業：2024年12月より事業開始
※2)グッドライフビジネスサポート(GLBS)：M&Aにより子会社化（2026年6月より連結）



◆調整額：主にセグメント内の売上高

2-6b 新たな取り組み(その他)　売上高／営業利益の四半期推移

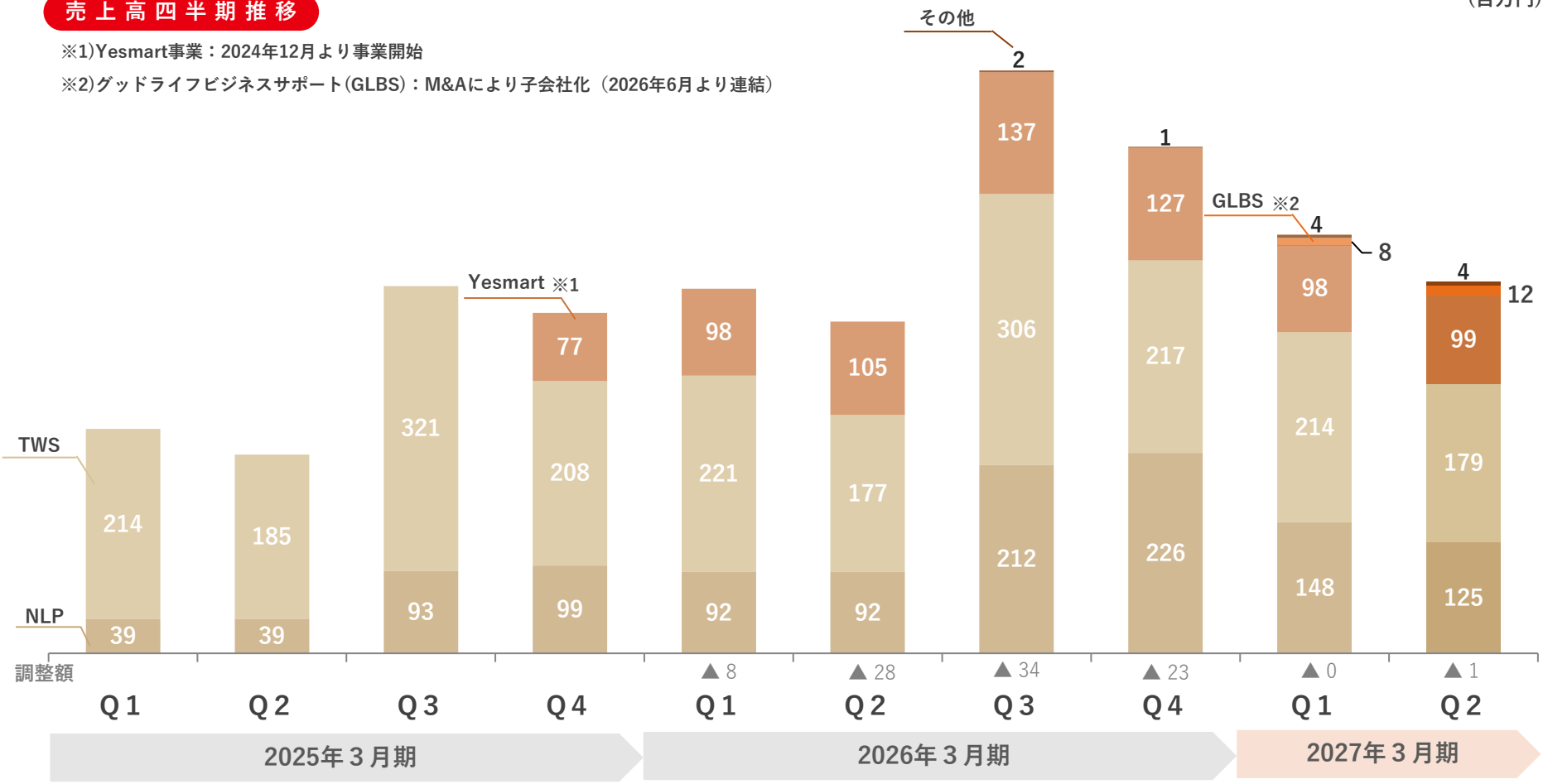
	2025年３月期				2026年３月期				2027年３月期	
	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２	Q３	Q４	Q１	Q２
売上高	254	225	414	385	404	349	624	554	474	419
営業利益	▲17	▲16	33	28	▲61	▲96	▲41	▲33	▲91	▲93

（百万円）

売上高四半期推移

※1)Yesmart事業：2024年12月より事業開始

※2)グッドライフビジネスサポート(GLBS)：M&Aにより子会社化（2026年6月より連結）



◆調整額：主にセグメント内の売上高

2-6b 新たな取り組み(その他)　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



韓国食品 食材
Yesmart イエスマート



Tomoe Wine and spirits



買取大吉 KAITORI DAIKICHI
（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	＋ 4,580
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	2,100	1,933	＋166
消去調整他（新規・M&A等を含む）	—	▲312	—
合計	63,500	58,919	＋4,580

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 (4.2%)	247 (3.7%)	＋72 (＋0.5pt)
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。

04　配当

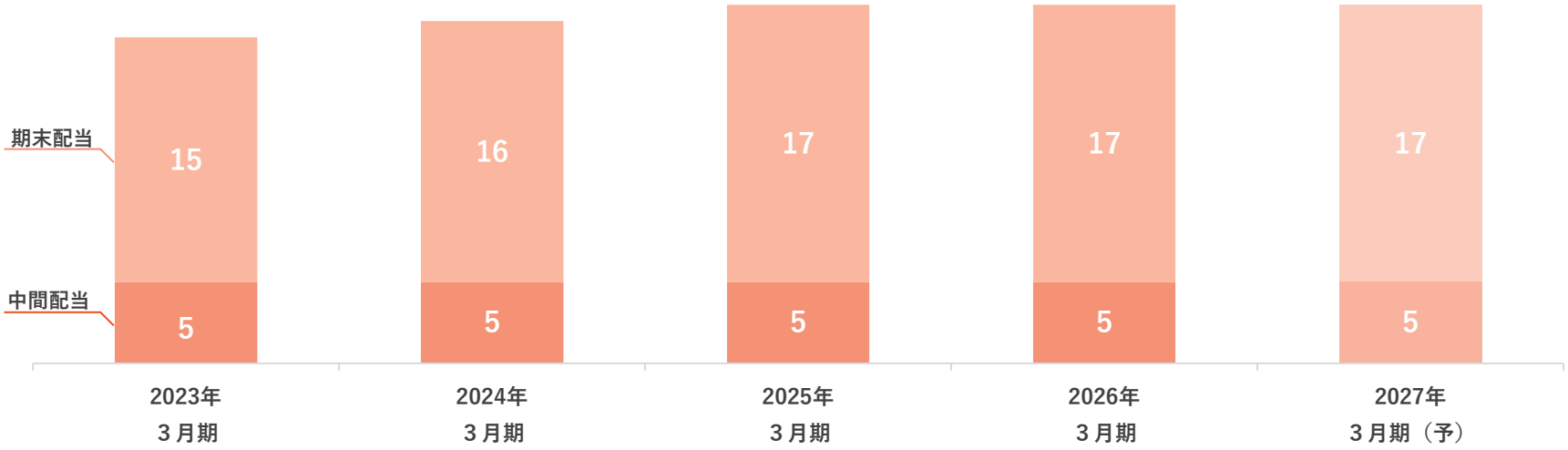
4-1 配当方針および配当実績、配当予想

配 当 方 針

連結純資産配当率（DOE）４％かつ配当性向100％以内

	2020	2021	2022	2022	2022
年間配当額※					
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。



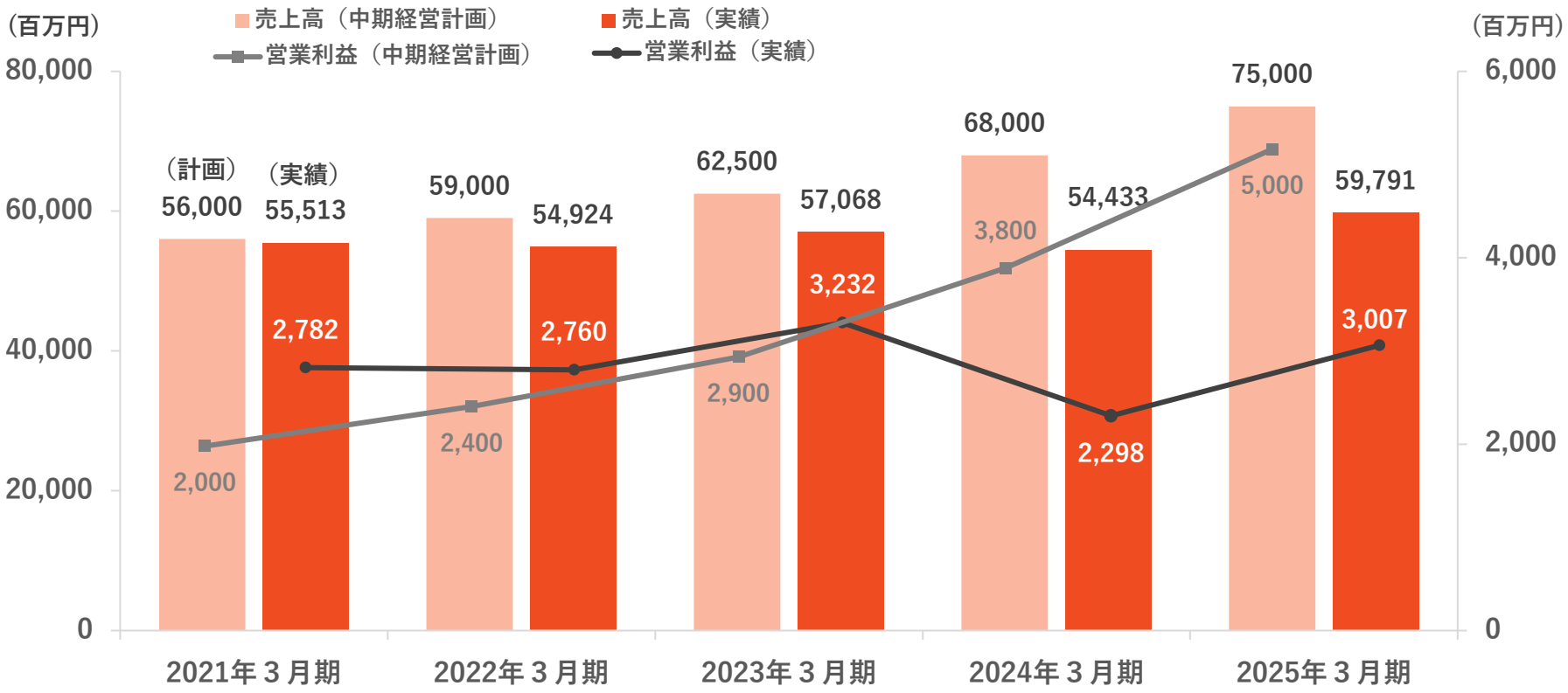
05　中期経営計画2028

5-1 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

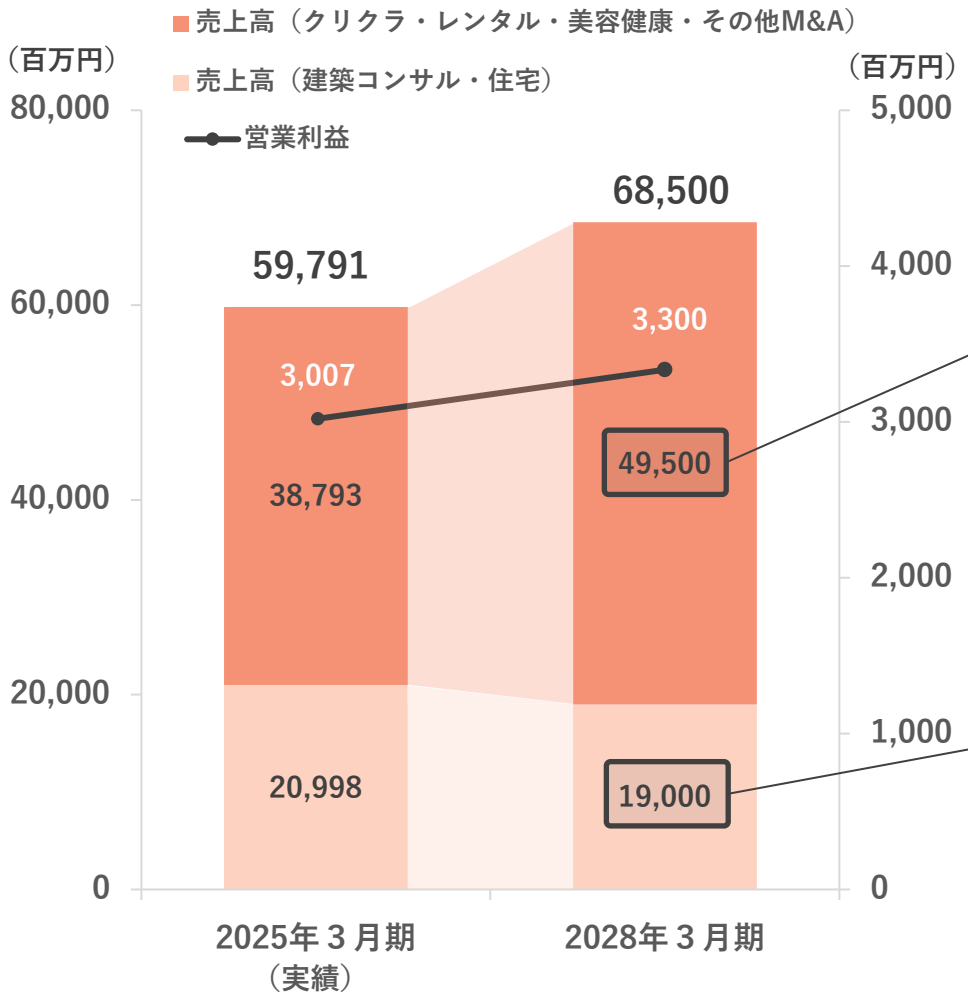
■ 2020年10月の中期経営計画公表後、急激かつ大きな外部環境変化があったことが主因。

■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。



5-2 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。

5-3 重点施策

■ 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

5-3 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

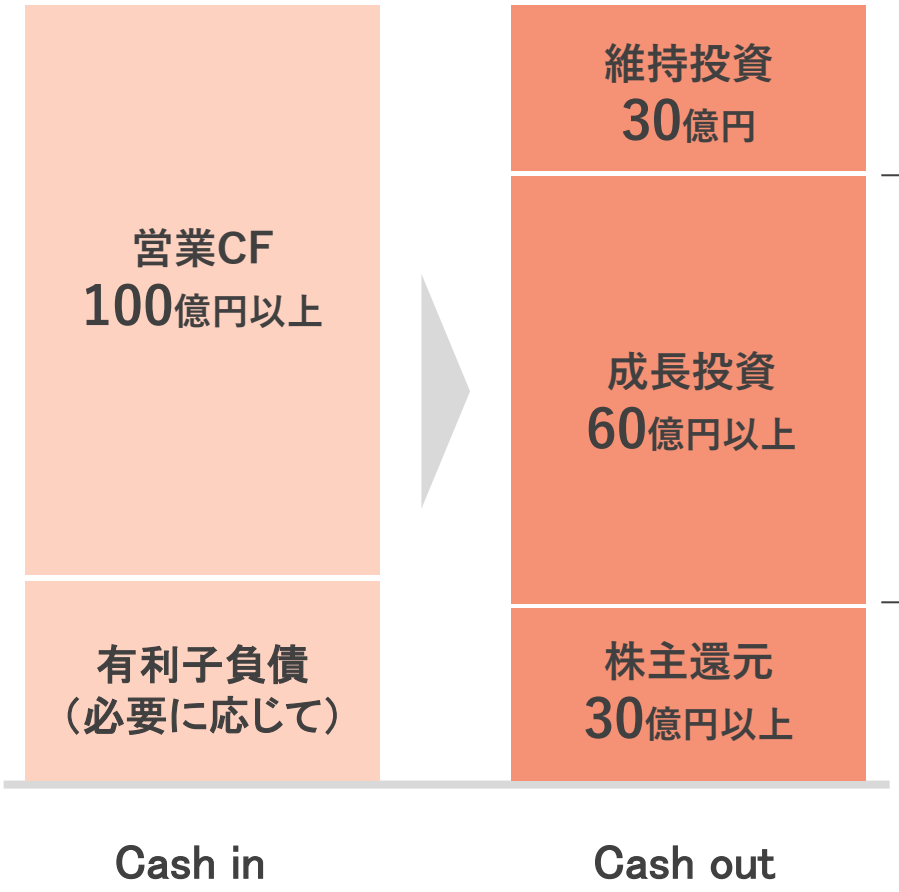
・積極的な広告投資による売上高拡大
・化粧品OEM事業における新規顧客開拓
・競争力、価値ある新商品開発

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

5-4 財務方針

■ 3ヵ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



既存事業設備のための投資
・プラント更新
・R＆D設備更新

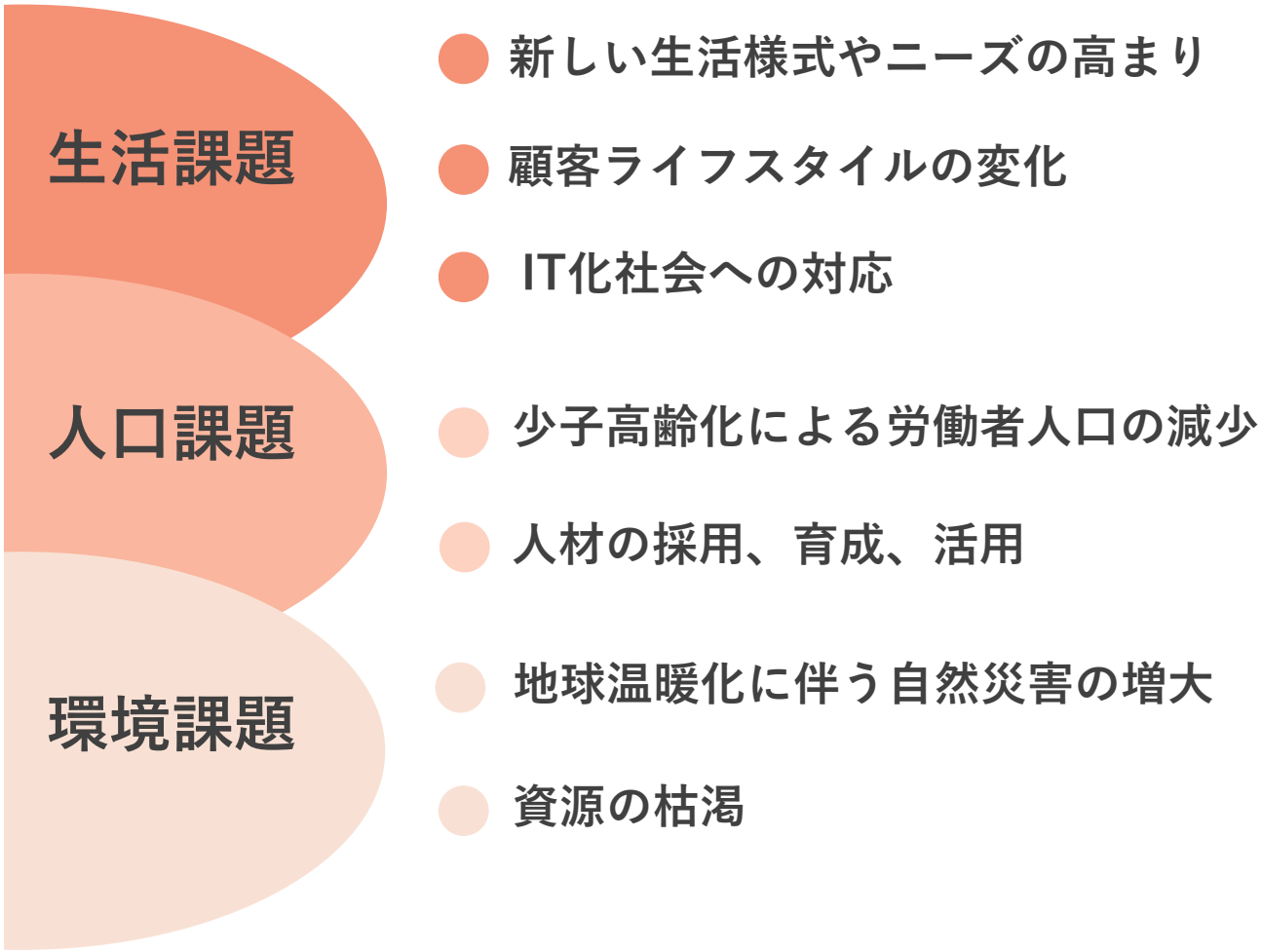
売上拡大のための投資
・M＆A
・人的資本投資
・新規出店
・販促強化/広告投資
・新規事業開発
・CRM構築
・システム投資

積極的な利益還元
・DOE4%ただし配当性向100%以内

（参考）長期ビジョン2035

5-5 環境認識

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

5-6 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PBR１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

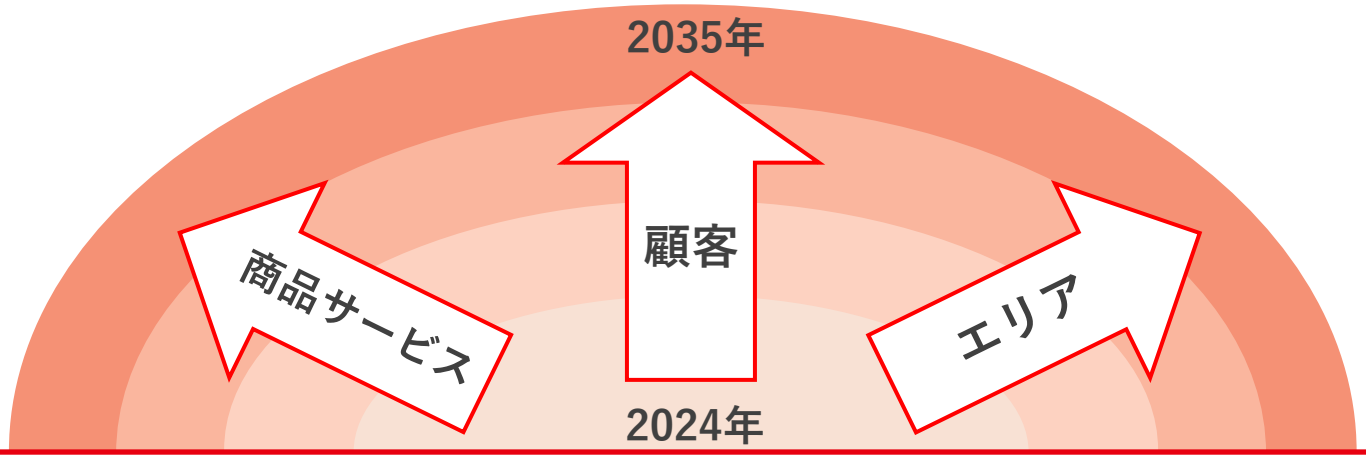
ナックとしての長期ビジョンを策定し、最適な投資実行、最適な事業ポートフォリオの構築を進める
急激な外部環境変化にも、長期ビジョンをもとに対応することで実効性ある施策を実施する

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

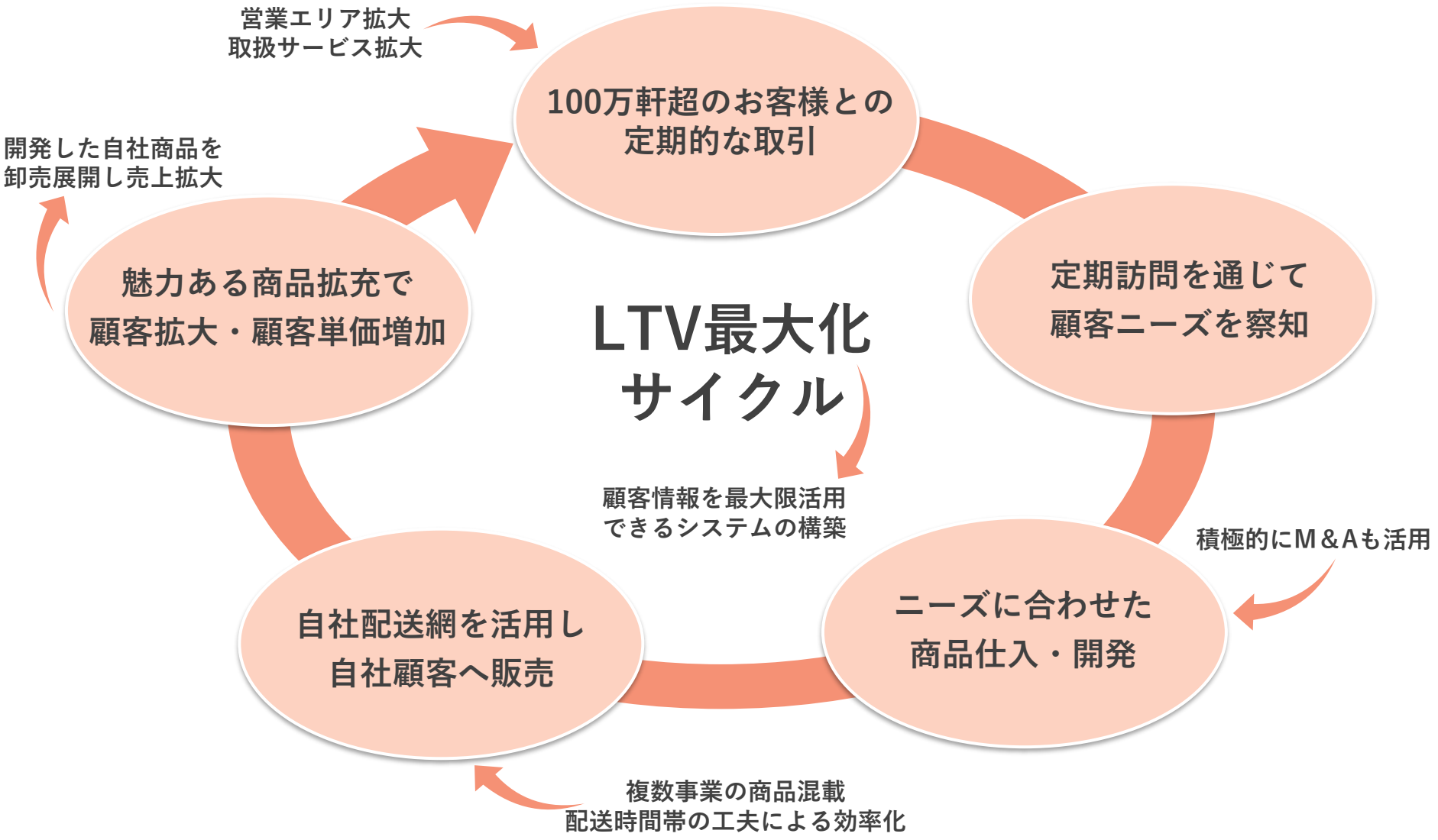
～もっと暮らしに寄り添うナック～

- 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
- ミリオンカスタマーに向けたサービスモデル構築



5-7 2035年に目指す姿と実現に向けた戦略

≪LTVを最大化させるサイクル≫

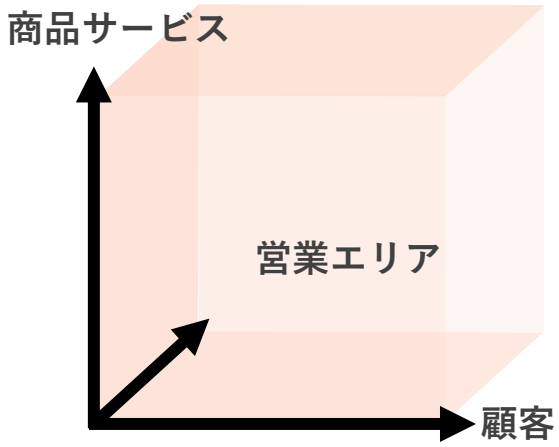


5-7 2035年に目指す姿と実現に向けた戦略

≪長期ビジョン達成に向けたアプローチ≫

2024/3期

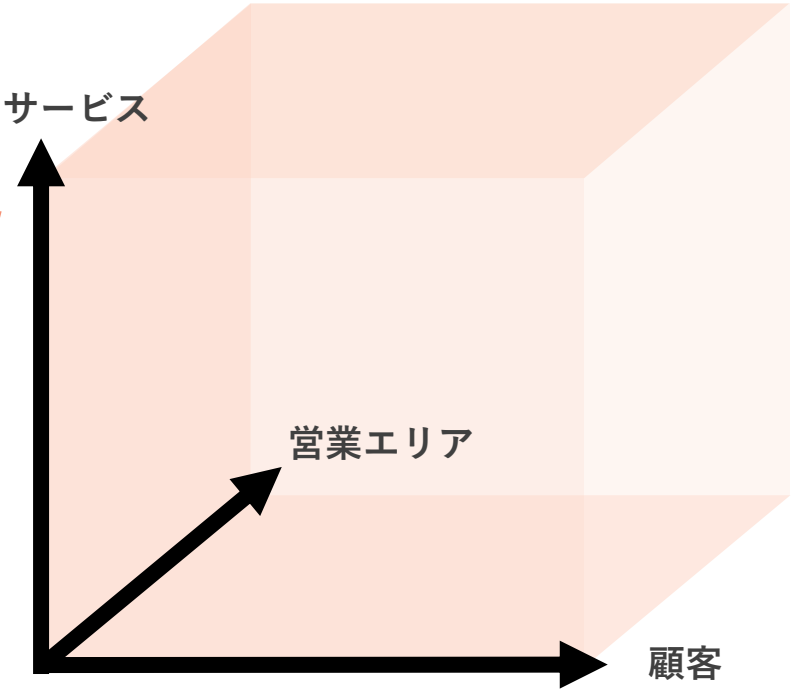
売上高544億円
営業利益率4.2%



- 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

2035/3期

売上高1,000億円
営業利益率8%



中期経営計画を推進し、長期目標の達成を目指す

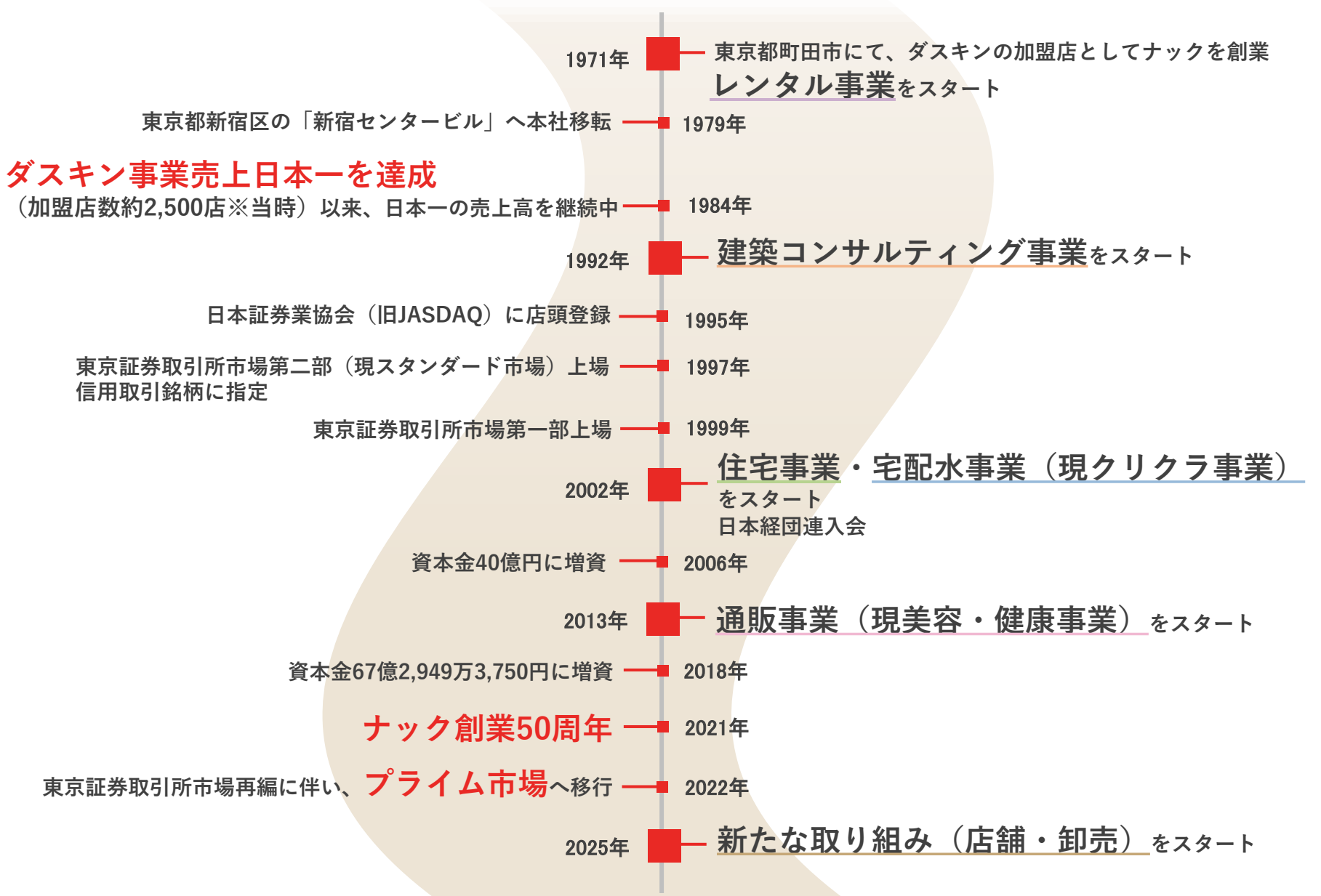
06　会社概要

6-1 会社概要

（2026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　川上　裕也
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） 株式会社ナックRS宮崎（ダスキンフランチャイズ加盟店）※2026年8月17日に新規設立 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 美容健康：株式会社 JIMOS（化粧品・健康食品の通販等） 株式会社トレミー（化粧品の開発・製造・販売、栄養補助食品販売） 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） 株式会社グッドライフビジネスサポート（人材派遣事業）※2026年5月1日に子会社化
従業員数（正社員）	連結 1,701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	43,613,500 株（一単元：100株）
株主数	36,322（自己名義株式を除く総株主数）

6-2 ナックグループのあゆみ

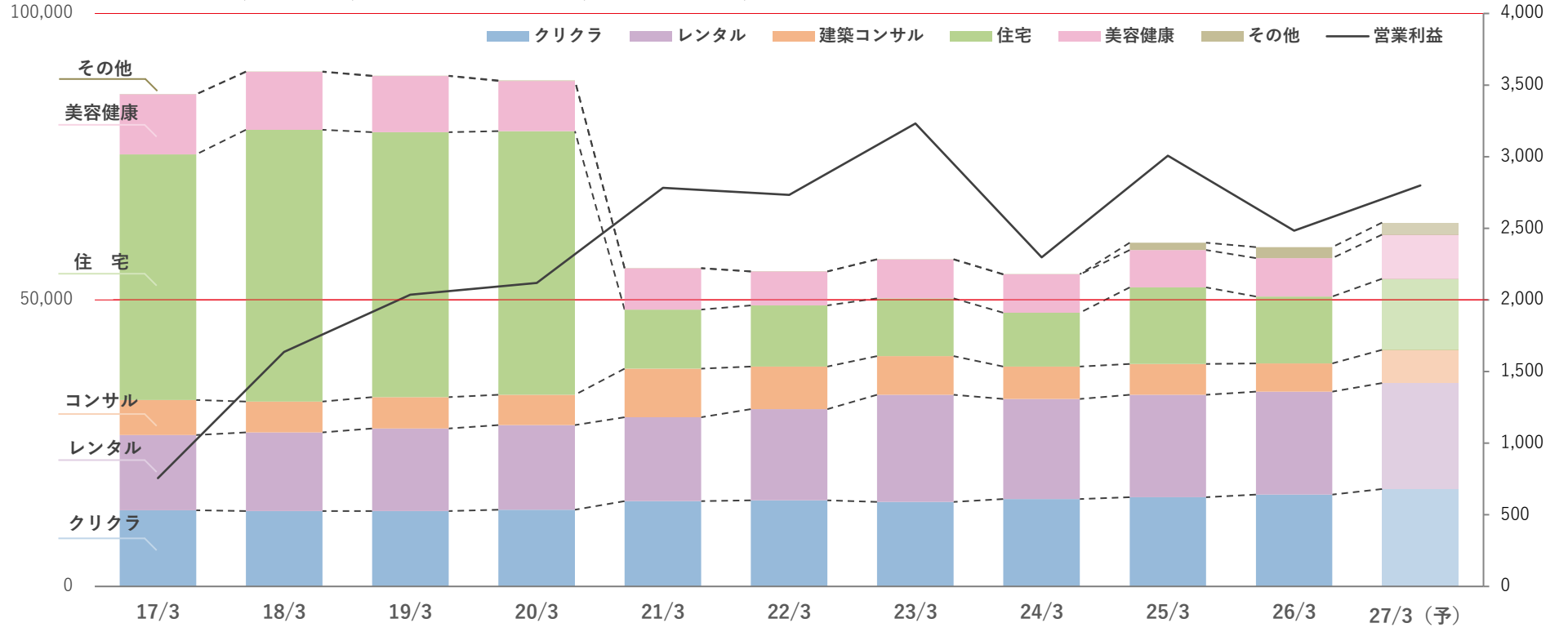


6-3　ナックグループ業績（過去10期＋予想）

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	63,500
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）



6-4 事業紹介 クリクラ事業

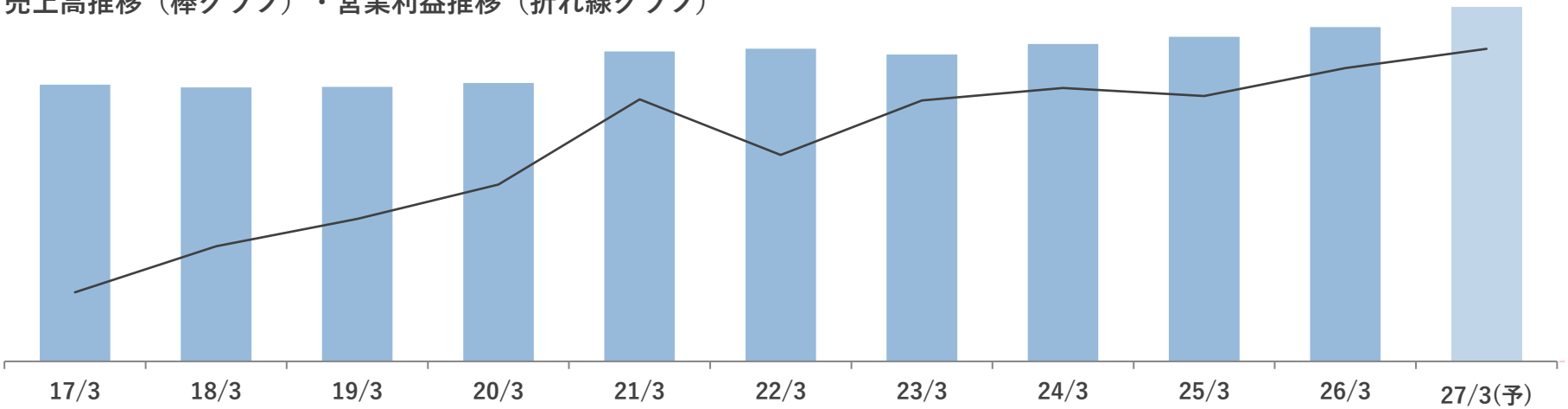
主な構成：㈱ナック クリクラ事業、㈱クリクラ長崎、㈱コンビボックス、㈱クリクラ愛媛

- 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 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） 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　㈱クリクラ長崎を子会社化（屋号「クリクラ九十九」）
- 2024年12月　㈱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　㈱クリクラ愛媛を子会社化（屋号「クリクラ愛媛」）

（百万円）

	17/3	18/3	19/3	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3	26/3	27/3(予)
売上高	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

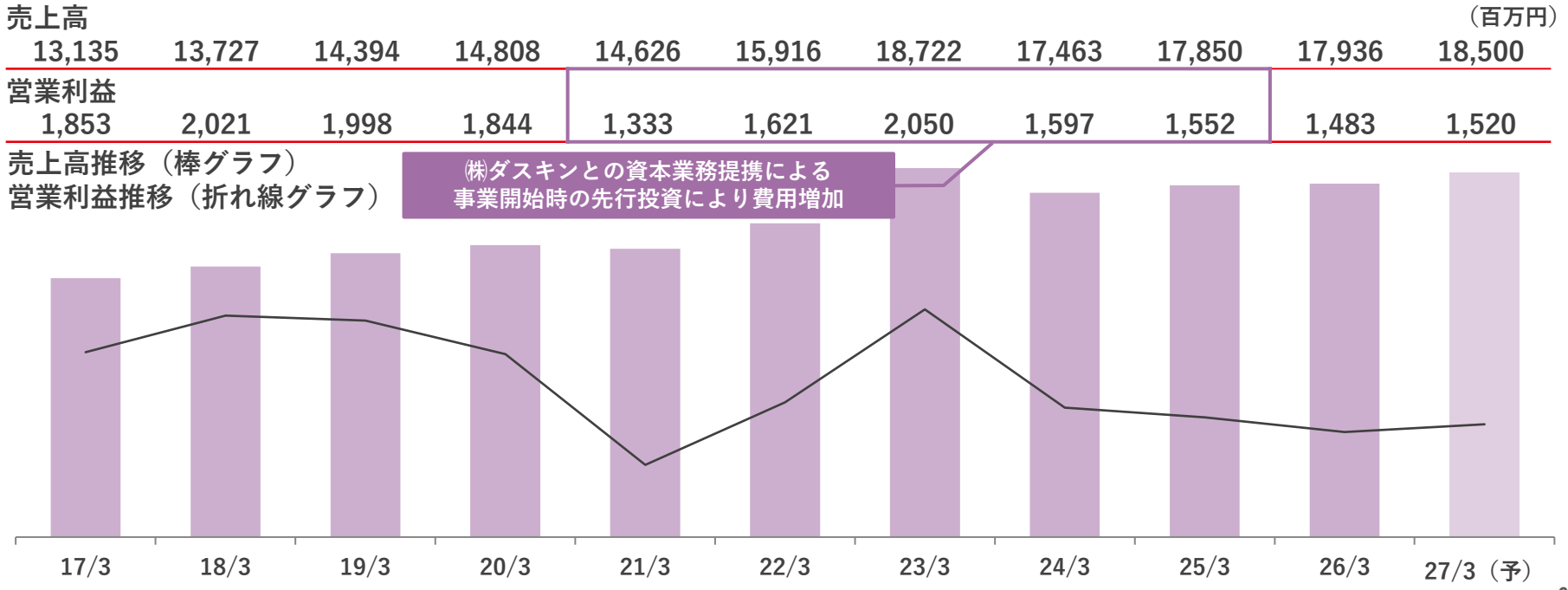
売上高推移（棒グラフ）・営業利益推移（折れ線グラフ）



6-5 事業紹介 レンタル事業

主な構成：㈱ナック ダスキン事業、ウィズ事業部、㈱アーネスト、㈱キャンズ　等

- 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　㈱アーネストを子会社化（ビルメンテナンス事業）
- 2018年８月　㈱ダスキンと資本業務提携契約を締結
- 2023年５月　㈱キャンズを子会社化（原状回復工事事業）
- 2025年８月　㈲ダスキンヤマナカを子会社化（レンタル事業）※2025年12月にナックに吸収合併
- 2026年８月　㈱ナックRS宮崎を設立（レンタル事業）



6-6 事業紹介 建築コンサルティング事業

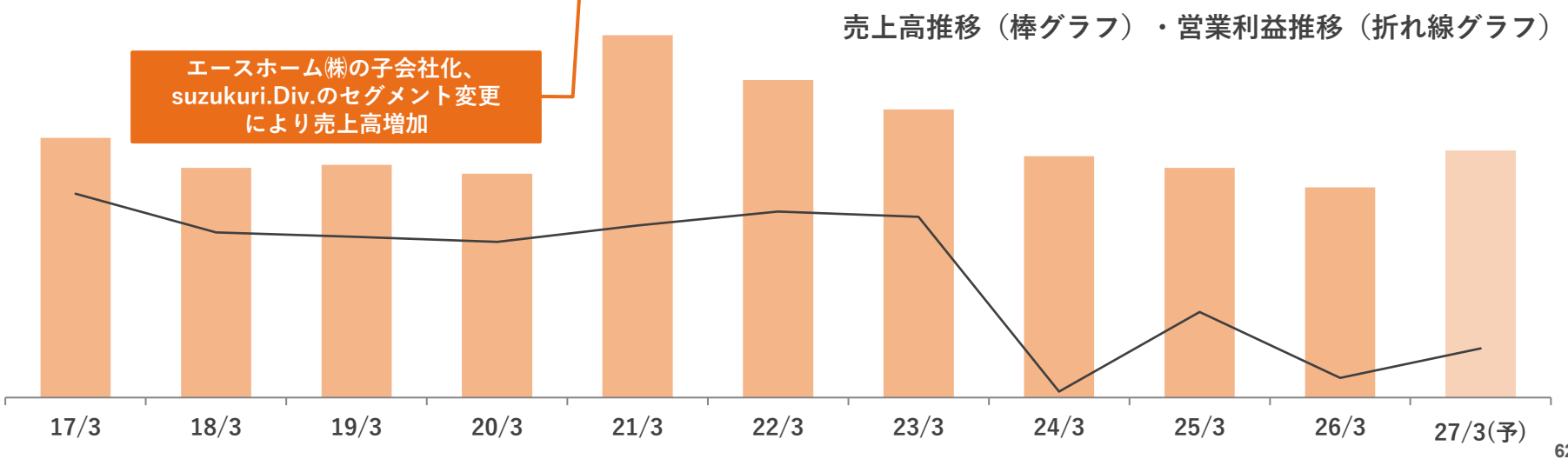
主な構成：㈱ナック 建築コンサルティング事業部、ナックハウスパートナー㈱

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

（百万円）

	17/3	18/3	19/3	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3	26/3	27/3(予)
売上高	6,089	5,383	5,459	5,251	8,495	7,449	6,754	5,661	5,385	4,930	5,800
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）



6-7 事業紹介 住宅事業

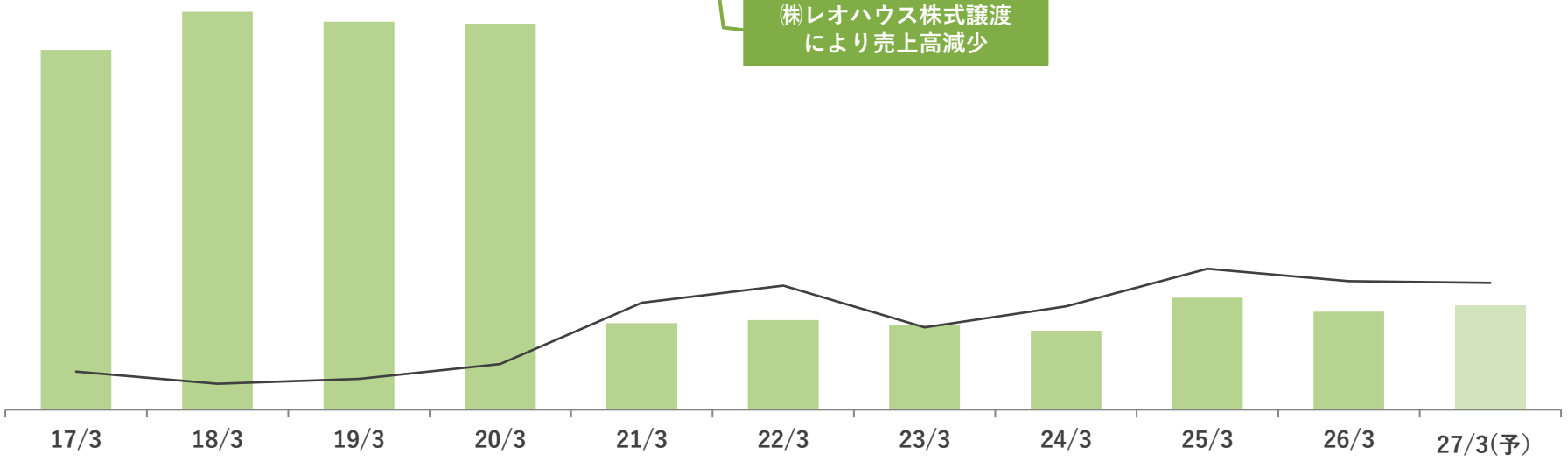
主な構成：㈱ケイディアイ、㈱ジェイウッド、㈱秀和住研

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

（百万円）

	17/3	18/3	19/3	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3	26/3	27/3(予)
売上高	42,894	47,433	46,249	46,019	10,308	10,681	10,061	9,405	13,368	11,686	12,400
営業利益	▲ 621	▲ 742	▲ 697	▲ 546	62	232	▲ 181	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）



6-8 事業紹介 美容・健康事業

主な構成：㈱ＪＩＭＯＳ、㈱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 ㈱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 ㈱ベルエアーを子会社化（サプリメント販売）
- 2021年７月 ㈱トレミーを子会社化（化粧品の受託製造）
- 2021年９月 ㈱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 ㈱JIMOSが㈱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）
- 2026年４月 ㈱トレミーが㈱ベルエアーを吸収合併（サプリメント事業本部として事業存続）

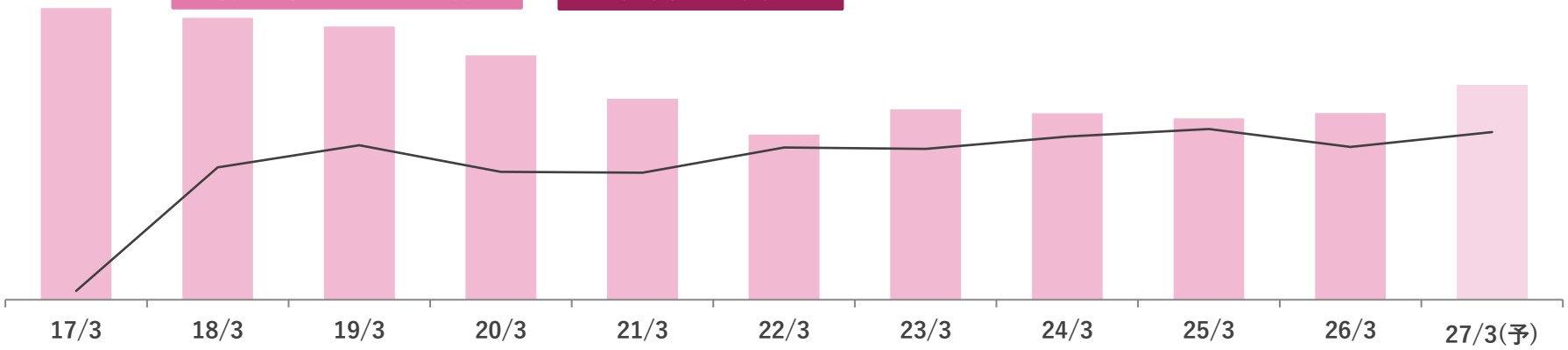
（百万円）

	17/3	18/3	19/3	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3	26/3	27/3(予)
売上高	10,463	10,115	9,801	8,764	7,213	5,921	6,826	6,684	6,506	6,694	7,700
営業利益	▲457	147	255	125	122	151	238	298	335	247	320

売上高推移（棒グラフ）・営業利益推移（折れ線グラフ）

㈱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



6-9 事業紹介 その他事業

主な構成：㈱ナック 新領域開発本部、㈱NLP 、TWS㈱、㈱GLBS

- 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 ㈱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 ㈱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）㈱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㈱へ社名変更
- 2024年12月 ㈱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㈱コンビボックスから分割し、㈱ナックイエスマートを設立
- 2026年３月 ㈱ナックイエスマートを㈱ナックに吸収合併（イエスマート事業として継続）
- 2026年５月 ㈱グッドライフビジネスサポートを子会社化（人材派遣）

（百万円）

	17/3	18/3	19/3	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3	26/3	27/3(予)
売上高	41	58	68	82	33	4	6	43	1,280	1,933	2,100
営業利益	▲ 1	5	2	1	11	0	1	▲ 0	27	▲ 231	▲ 180

売上高推移（棒グラフ）

