

中期経営計画について(2016年～2021年)

Best Communication
NAC



2015年12月9日

株式会社ナック

東証一部 9788

目次

- 1. 基本方針 … P. 2
- 2. 計画最終期（2021年3月期）数値計画 … P. 3
セグメント別：売上高／営業利益
- 3. 数値計画 … P. 4
- 4. セグメント別数値計画 … P. 5

1 基本方針

2021年3月期にグループ連結売上高1500億、同営業利益100億を達成すべく、既存事業の収益安定化と共に、新たな事業の育成に向け戦略的な投資を行っていく。

2

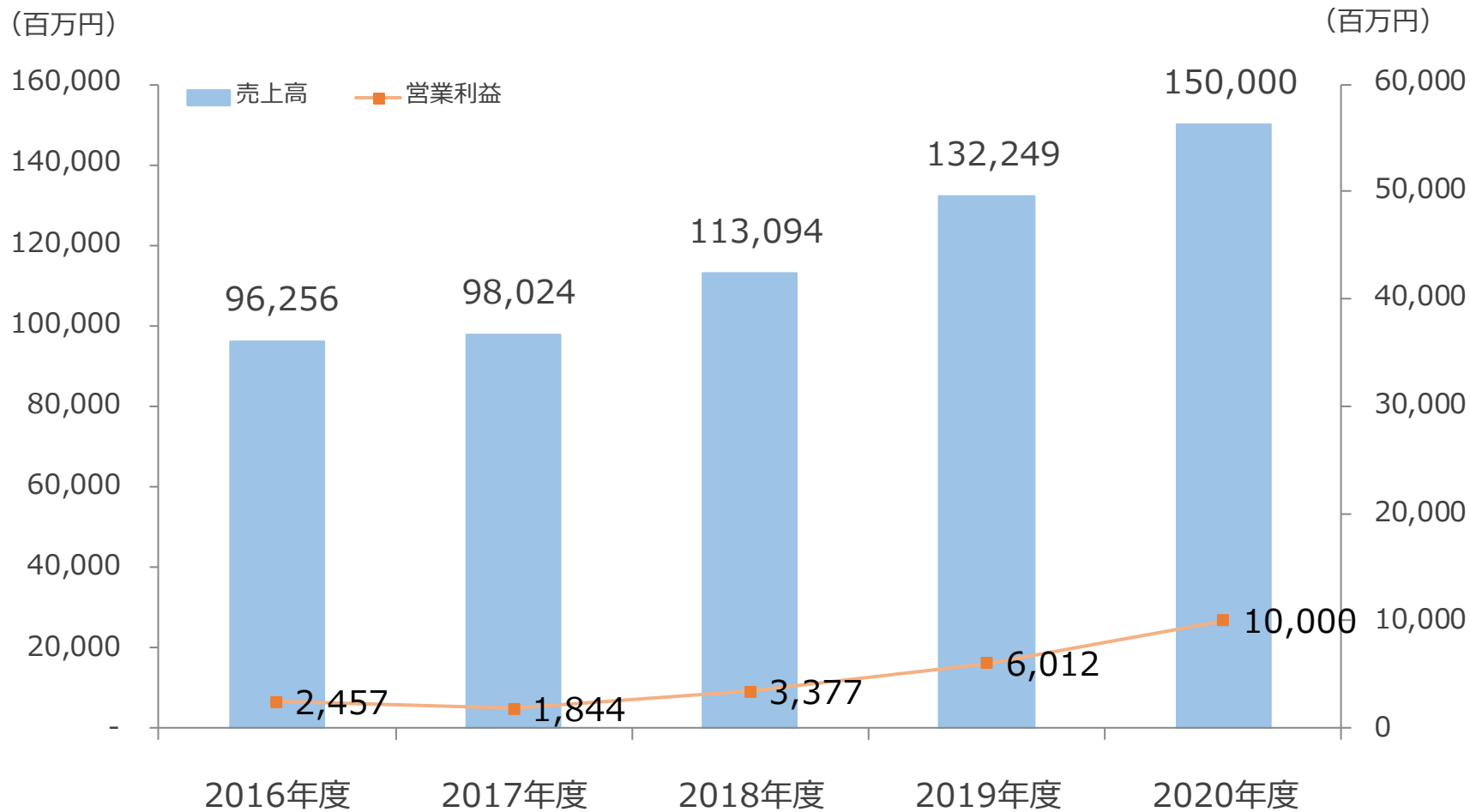
計画最終期（2021年3月期）数値計画

セグメント別：売上高／営業利益

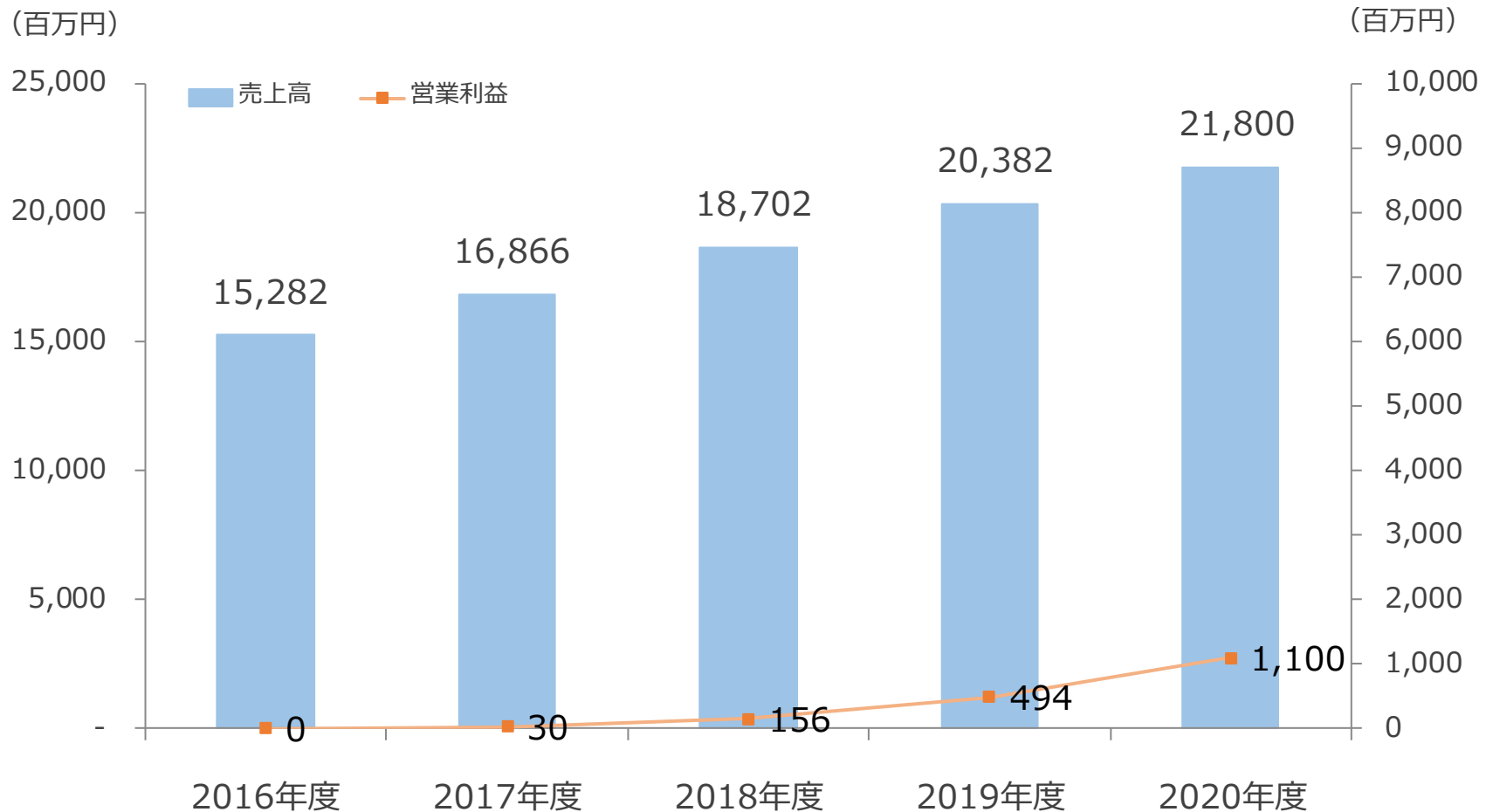
(単位：百万円)

売上高	売上高	営業利益	営業利益率
クリックラ事業	21,800	1,100	5.0%
レンタル事業	17,000	2,200	12.9%
建築コンサルティング事業	8,800	1,100	12.5%
住宅事業	80,000	5,100	6.3%
通販事業	20,400	2,100	10.2%
M & A 他	2,000	0	-
本社費用	-	▲1,600	-
合計	150,000	10,000	6.6%

3 数値計画

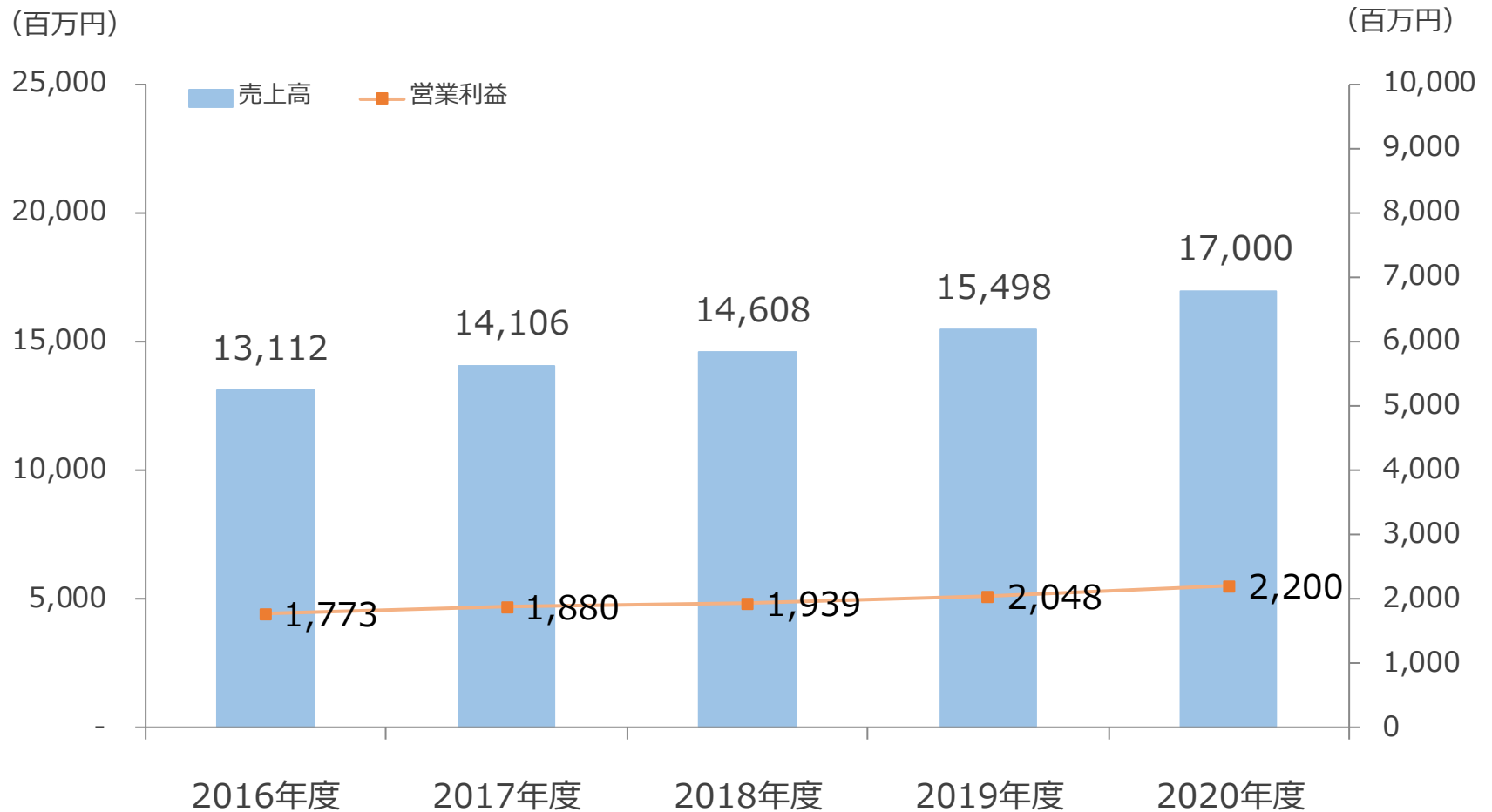


4 -1 セグメント別数値計画 クリクラ事業



» 市場成長の鈍化と参入企業の増加への対応等により固定費が増加したことで収益性が悪化。コストの最適化による収益性改善を図りつつ、ワンウェイモデルによる顧客拡大、既存顧客へのクロスセル、新たなフランチャイズ開発により事業拡大を図る。

4 -2 セグメント別数値計画 レンタル事業



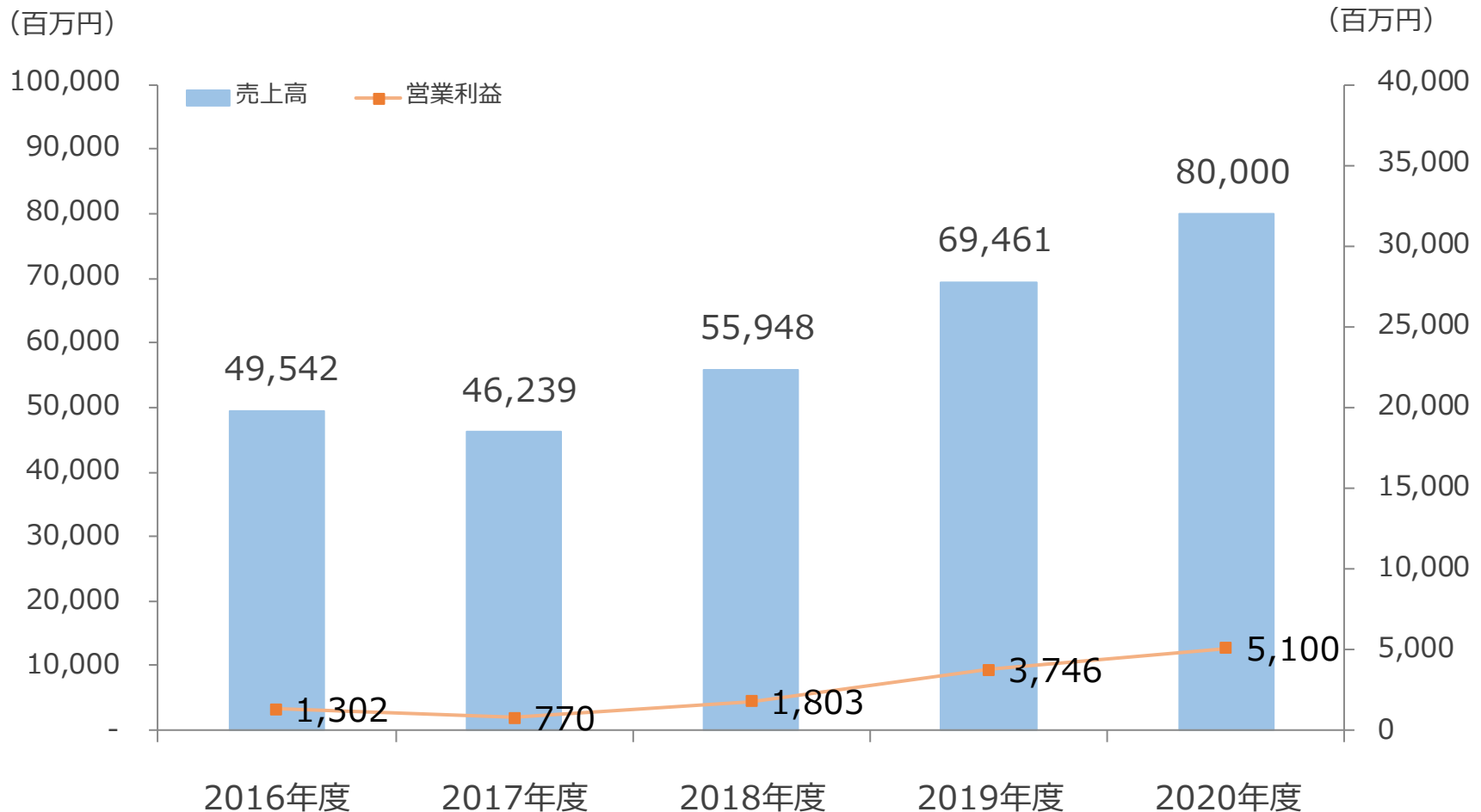
» 主力のダスキンは市場成熟により大きな成長は見込めないものの、安定した収益源として維持していく。市場拡大が見込まれる高齢者・単身世帯への家事代行サービス及び店舗・工場などの事業所向け節電設備の導入施工（EMS）事業が成長ドライバー。

4 -3 セグメント別数値計画 建築コンサルティング事業



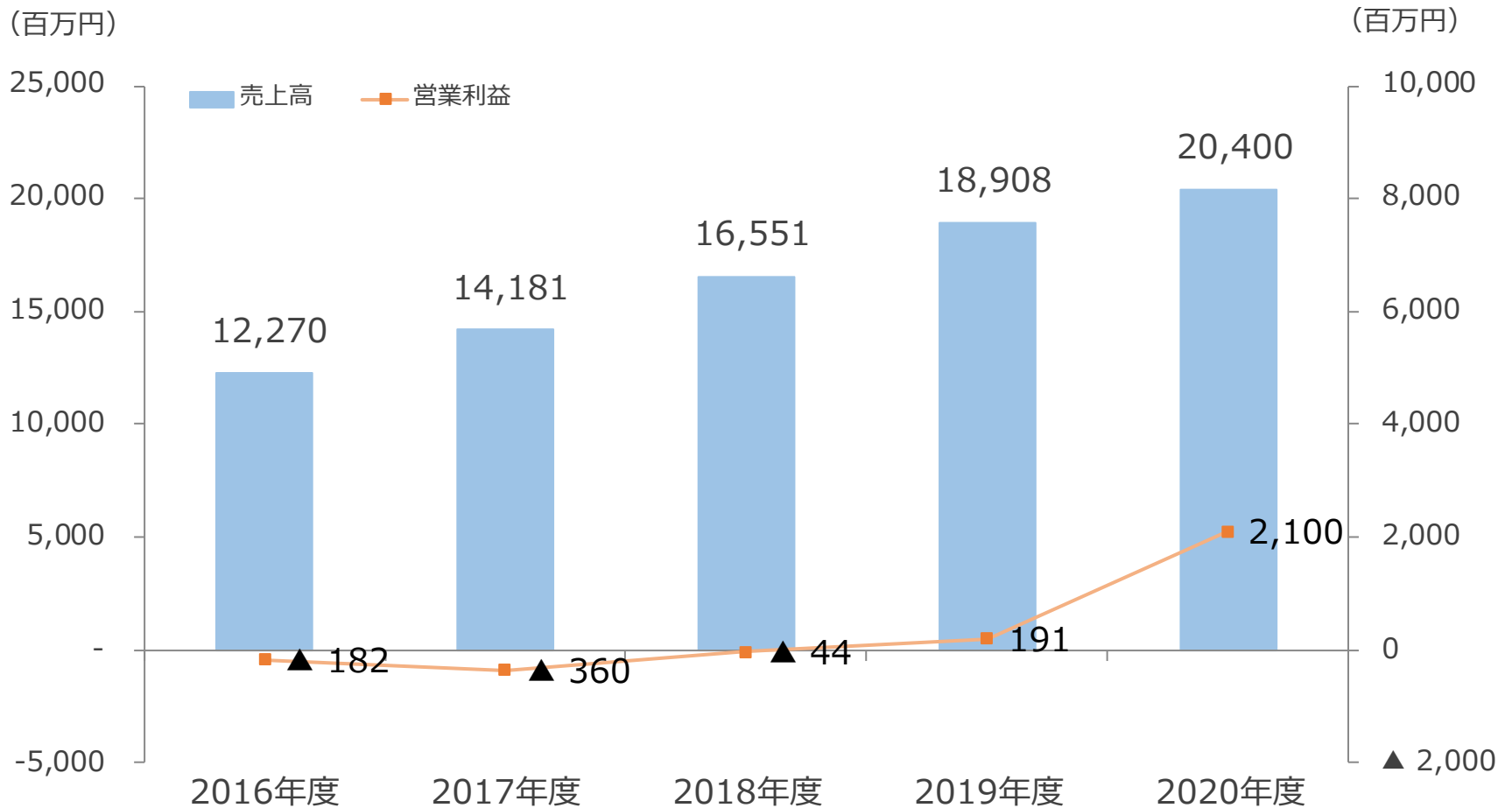
» ノウハウ販売は戸建て住宅業界の市場縮小による顧客の経営状態の悪化がネックとなっている。新たな商品開発によりこれまでとは異なる層の顧客開拓に注力していく。建築部材販売はZEH等の省エネ住宅の市場拡大を背景に、新築住宅向け太陽光設備販売・施工の伸張を見込む。

4 -4 セグメント別数値計画 住宅事業



» 2016年度は消費税増税前の駆け込みによる需要増が想定されるが、2017年度はその反動減を見込む。人件費・材料費の継続的な高騰が見込まれる中、金利の動向、政府の省エネ住宅政策の動向などの影響を強く受ける見込みであり市場は不透明。OB顧客のリフォーム需要の取り込みと土地建物分譲事業の展開等により業績拡大を見込む。

4 -5 セグメント別数値計画 通販事業



» 化粧品通信販売は好調な新規獲得の為の広告投資を継続し顧客基盤の拡大を図る。計画最終年度には広告投資を抑制し収益化を図る計画。通販以外の新規事業開発も進んでおり、2018年度以降の黒字化を目指す。