

2016年7月 IR説明会

— 2016年3月期決算説明と2017年3月期業績予想 —

Best Communication
NAC



2016年7月4日

株式会社ナック

東証一部 9788



目次

1. 2016年3月期 決算概要
2. 2017年3月期 業績予想と施策
3. 中期目標／株主還元
4. 補足資料

この配付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等の不確実な要因の影響を受けます。

従って、実際の業績はこの配付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下さい。

1. 2016.3月期 決算概要



1 2016年3月期 連結損益計算書

(単位：百万円)

	'16.3月期 実績	'15.3月期 実績	増減率
売上高	80,302	85,443	▲ 6.0 %
売上総利益	33,930	34,048	▲ 0.3 %
(売上総利益率)	42.3%	39.8%	+ 2.5 pt
販売管費	33,229	32,531	+ 2.1 %
営業利益	701	1,517	▲ 53.8 %
(営業利益率)	0.9%	1.8%	▲ 0.9 pt
営業外損益	94	▲ 35	—
経常利益	795	1,481	▲ 46.3 %
特別損益	288	▲ 171	—
親会社株主に帰属する当期純利益	252	519	▲ 51.4 %

» 売上高・営業利益ともに住宅事業の落ち込みによる影響が大きく、前期を下回った。

1 セグメント別：売上高

(単位：百万円)

売 上 高	'16.3月期 実績	'15.3月期 実績	増減率
ク リ ク ラ	13,095	13,033	+ 0.5 %
レ ン タ ル	12,765	12,485	+ 2.2 %
建 築 コ ン サ ル	6,676	6,014	+ 11.0 %
住 宅 事 業	37,452	44,134	▲ 15.1 %
通 販 事 業	10,378	9,825	+ 5.6 %
消 去 調 整 他	▲65	▲49	-
合 計	80,302	85,443	▲ 6.0%

- » クリクラ事業は、加盟店への売上高は微減したが、直営部門の売上高が増加し、前期を上回った。
- » レンタル事業は、全ての部門で売上高が増加し、前期を上回った。
- » 建築コンサル事業は、産業用太陽光市場縮小により建築部材販売では売上高が減少したものの、ノウハウ販売の売上高が大幅に増加したことに加え、平成27年9月に株式会社エコ&エコを買収したことで、前期を上回った。
- » 住宅事業は、レオハウスの主要顧客である一次取得者層の需要回復が鈍く、前期を大幅に下回った。
- » 通販事業はマキアレイベルが堅調に推移したことに加え、Coyoriも順調に顧客数を伸ばしたことで前期を上回った。

1 セグメント別：営業利益

カッコ内は営業利益率です。

(単位：百万円)

営 業 利 益	'16.3月期 実績	'15.3月期 実績	増減率
ク リ ク ラ	▲ 201 (▲1.5%)	143 (1.1%)	- (▲2.6pt)
レ ン タ ル	1,841 (14.4%)	1,505 (12.1%)	22.3 % (+2.3pt)
建 築 コ ン サ ル	1,146 (17.2%)	900 (15.0%)	27.3% (+2.2pt)
住 宅 事 業	▲ 412 (▲1.1%)	388 (0.9%)	- (▲2.0pt)
通 販 事 業	▲ 105 (▲1.0%)	▲ 222 (▲2.3%)	- (+1.3pt)
全 社 費 用 等	▲ 1,567	▲ 1,199	-
合 計	701 (0.9%)	1,517 (1.8%)	▲53.8% (▲0.9pt)

- » クリクラは、本庄工場の減価償却費負担やワンウェイサービス「クリクラミオ」の立ち上げに関わる初期投資等の影響で、前期を下回った。
- » レンタルは、全ての部門で好調だったことと株式会社アーネストののれん償却が前期末で終了したことにより前期を上回った。
- » 建築コンサルは、ノウハウ販売の売上増加と管理コストの見直しにより前期を大幅に上回った。
- » 住宅事業は、売上の減少により前期を下回った。
- » 通販事業は、売上高が増加したことに加え、広告費の適正化を図ったことで前期を上回った。

1 セグメント別業績（1）クリクラ ①

売上高

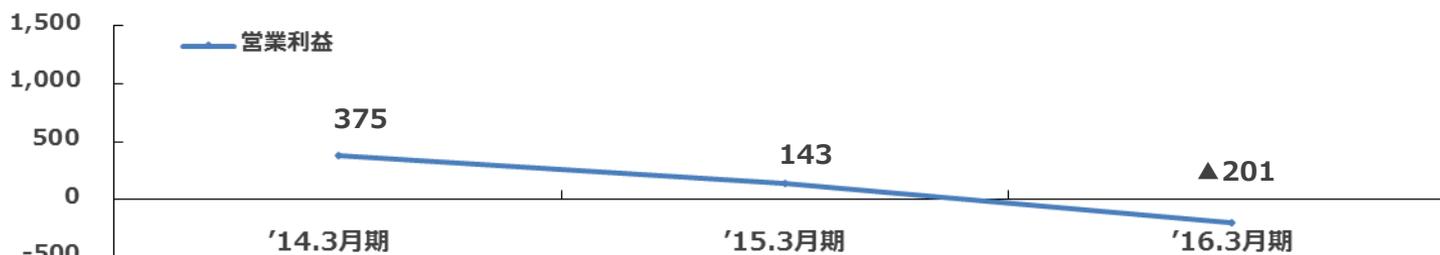
(単位：百万円)



- » 直営部門は、水素水を活用した新商品など高付加価値商品の提案にも取り組み、売上高は前期比で微増
- » 加盟店部門は、前期比でボトル売上は増加した一方で、加盟店の顧客数の伸びが鈍化した影響でサーバー売上は減少

営業利益

(単位：百万円)

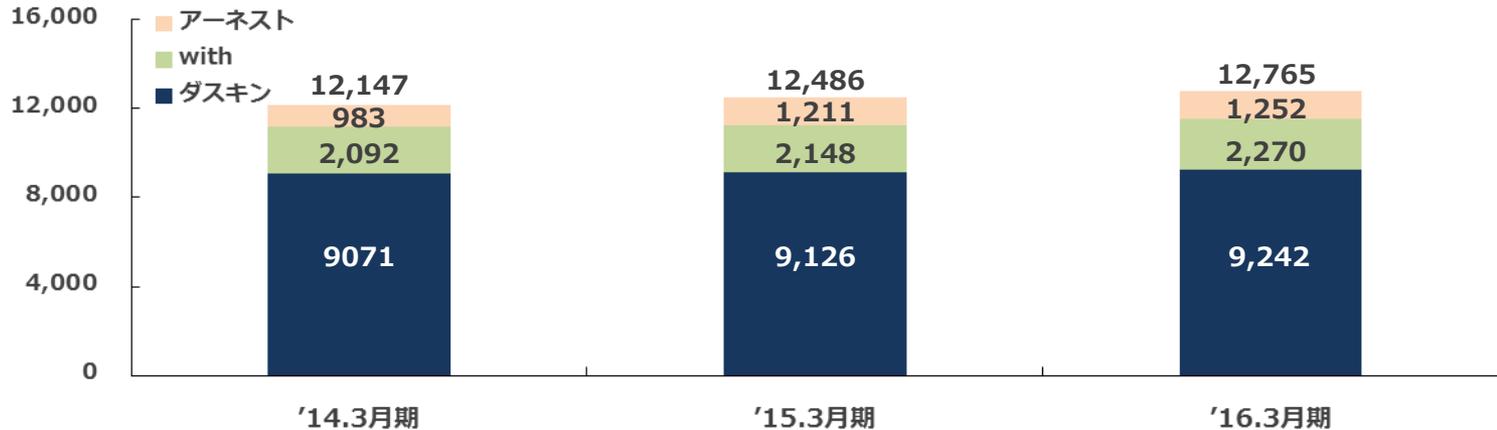


- » 損益面では、本庄工場の減価償却費負担やワンウェイサービス「クリクラミオ」の立ち上げに関わる初期投資等の影響で営業損失を計上

1 セグメント別業績（2）レンタル ①

売上高

(単位：百万円)



- ※ ダスキン事業（ダストコントロール商品部門）は、既存顧客へ深耕することにより顧客単価が改善
- ※ with事業（害虫駆除部門）は、前期に新規出店した直営店が好調のため売上高増加
- ※ アーネスト(法人向け定期清掃サービス)はW E B受注の定着に加え、既存顧客からの紹介で新規顧客が増加

営業利益

(単位：百万円)



- ※ 損益面では、全ての部門において売上高が増加したことと、アーネストののれん償却が前期末までで終了したことにより営業利益が前期比で大幅増加

1 セグメント別業績（3）建築コンサルティング ①

(単位：百万円)

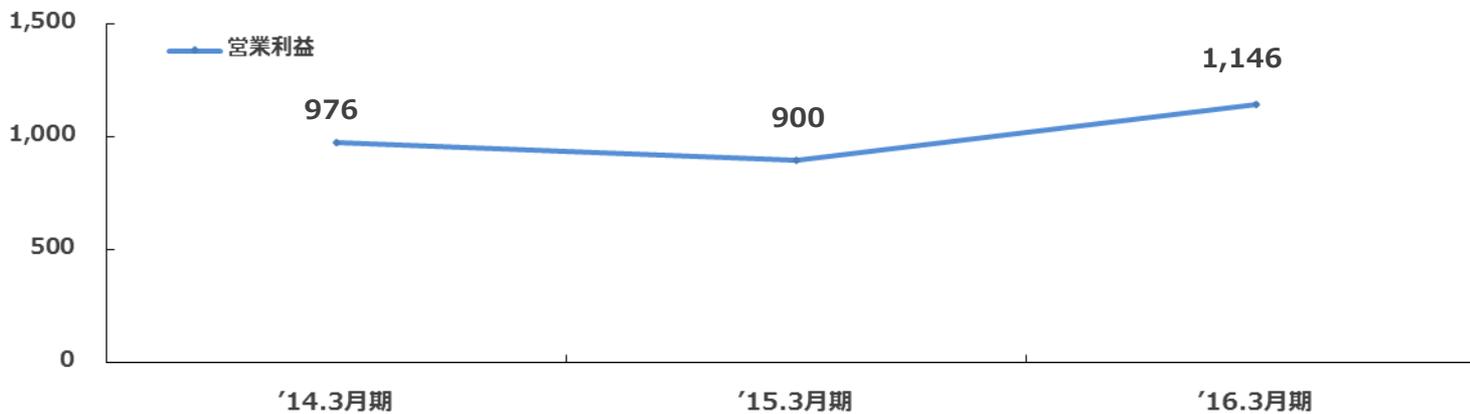
売上高



- » ノウハウ販売では、取引社数拡大に向けた地道な営業活動が功を奏し、売上高が増加
- » 建築部材販売では、産業用太陽光市場縮小により前期比で売上高が減少
- » 平成27年9月より、株式会社エコ&エコをグループ化したことにより売上高が増加

(単位：百万円)

営業利益

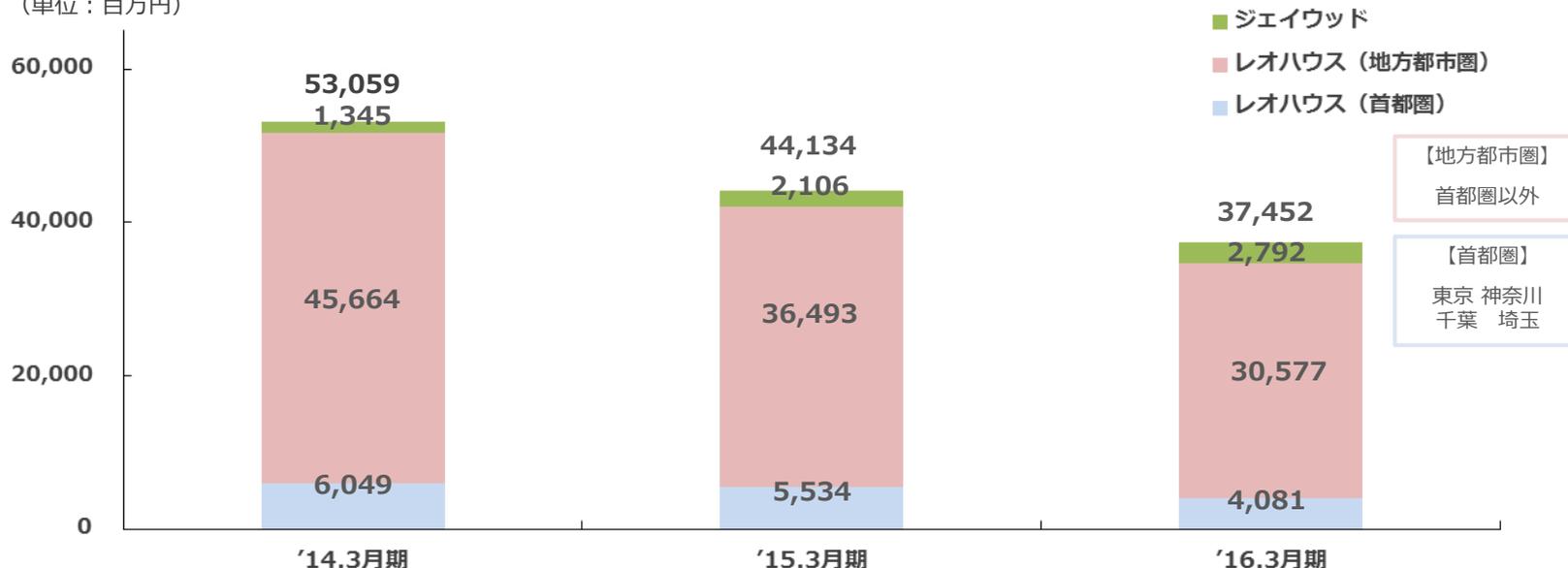


- » 損益面では、ノウハウ販売での売上高増加および管理コストの見直しにより、営業利益が前期比で大幅増加

1 セグメント別業績（4）住宅事業 ①

(単位：百万円)

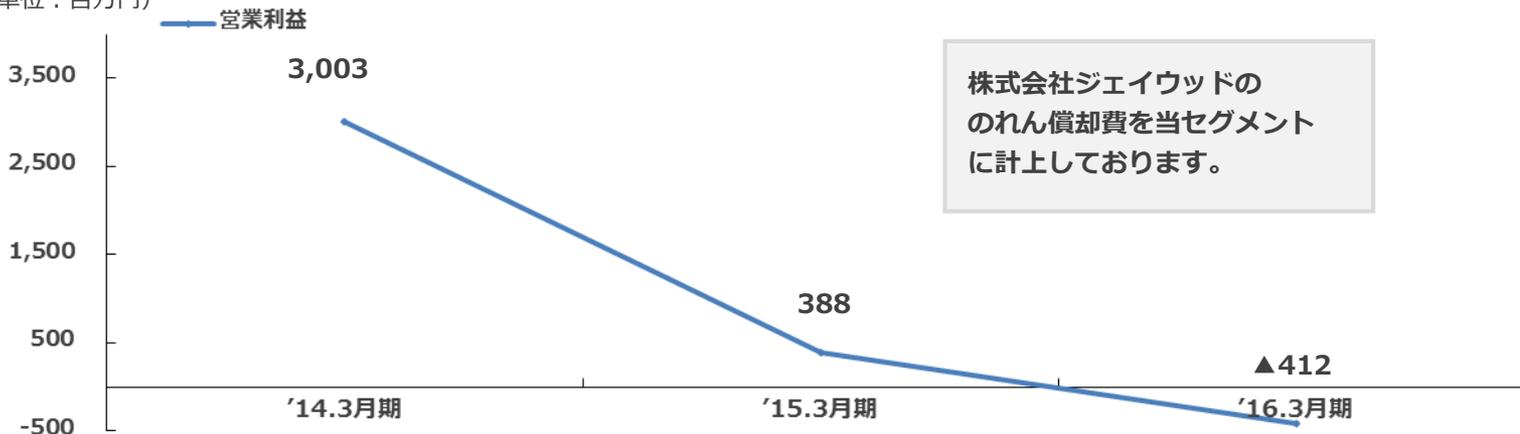
売上高



- 住宅事業は、レオハウスの主要顧客である一次取得者層の需要回復が鈍く、売上高は前期比で大幅に減少
- ジェイウッドは受注も好調で売上高が前期比で増加

(単位：百万円)

営業利益



株式会社ジェイウッドの
のれん償却費を当セグメント
に計上しております。

※損益面では、レオハウスの売上高の大幅減少により営業損失を計上

1 セグメント別業績（4）住宅事業 ②

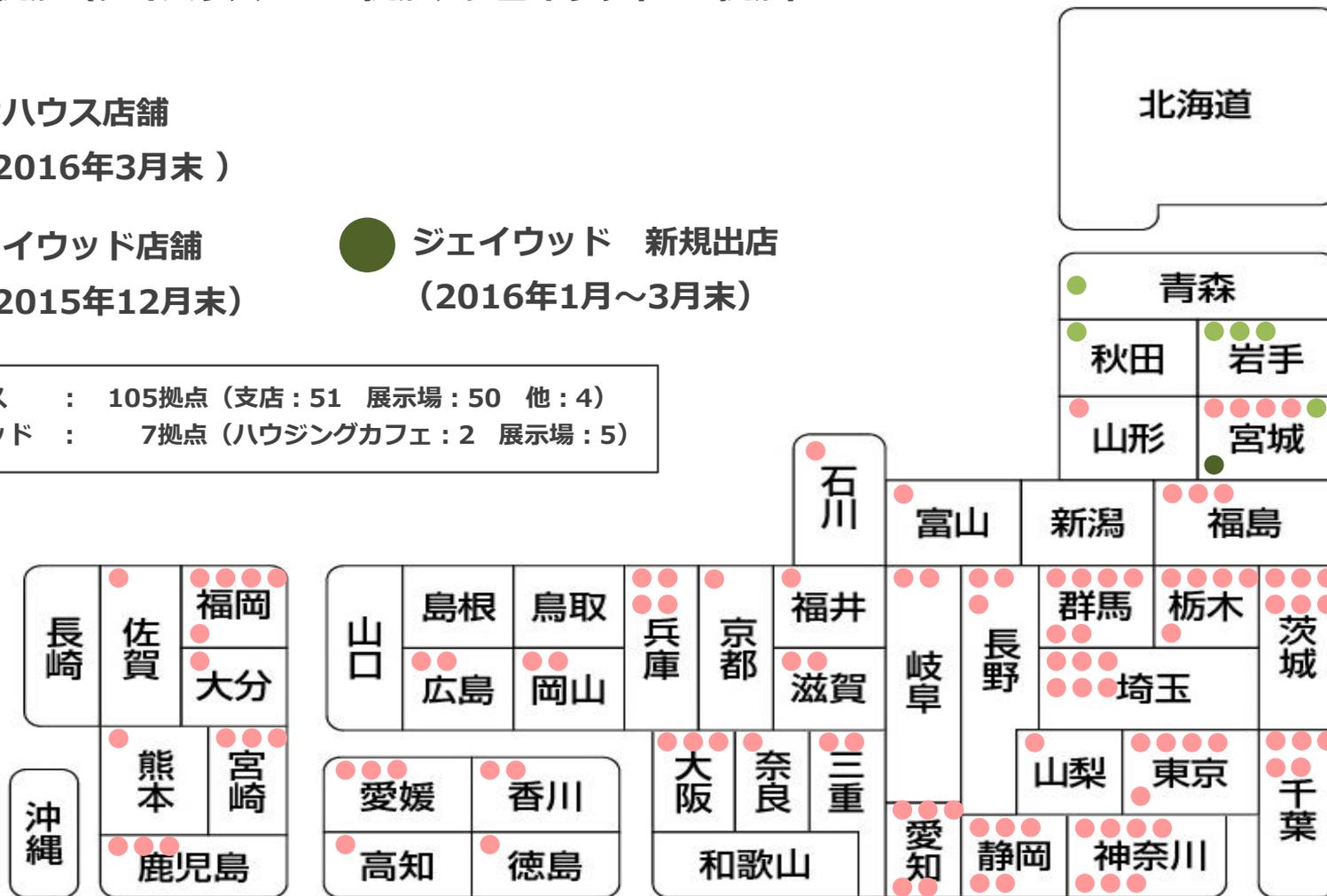
全国112拠点（レオハウス：105拠点、ジェイウッド：7拠点）

● レオハウス店舗
（～2016年3月末）

● ジェイウッド店舗
（～2015年12月末）

● ジェイウッド 新規出店
（2016年1月～3月末）

レオハウス	: 105拠点（支店：51 展示場：50 他：4）
ジェイウッド	: 7拠点（ハウジングカフェ：2 展示場：5）



1 セグメント別業績（4）住宅事業 ③

【レオハウス】四半期ごとの出店数と受注・完工・受注残・販売単価の推移

(単位：棟数/店舗)

	2014年3月期				2015年3月期				2016年3月期			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
受注	762	1017	499	531	530	525	415	435	387	533	406	459
完工	445	739	711	917	468	557	492	654	238	500	347	694
受注残	1,606	1,860	1,636	1,233	1,267	1,220	1,129	902	1,035	1,057	1,109	861
受注残増減	+300	+254	▲224	▲403	+34	▲47	▲91	▲227	+133	+22	+52	▲248
単価	※1 1,756万円/棟				※1 1,850万円/棟				※1 1,849万円/棟			

※1 販売単価は追加・外構工事を除いた金額

出店数	9	6	2	3	4	3	3	4	7	0	0	0
店舗計	84	90	92	95	※2 97	100	103	107	※3 109	※4 108	108	※5 105

※2 支店統廃合により▲2

※3 支店統廃合により▲5

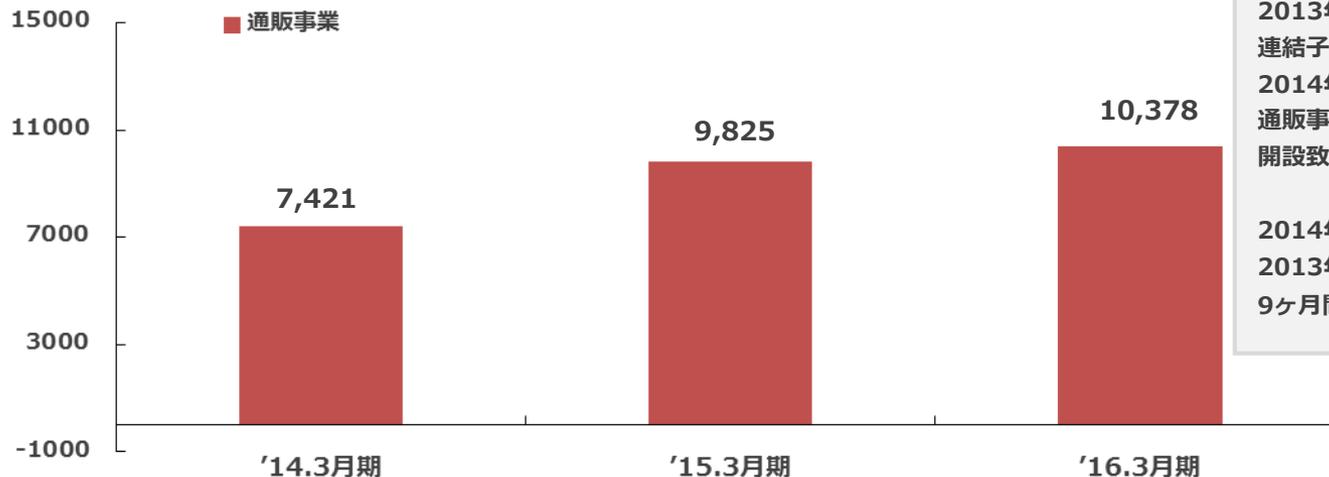
※4 支店統廃合により▲1

※5 支店統廃合により▲3

1 セグメント別業績（5）通販事業 ①

(単位：百万円)

売上高



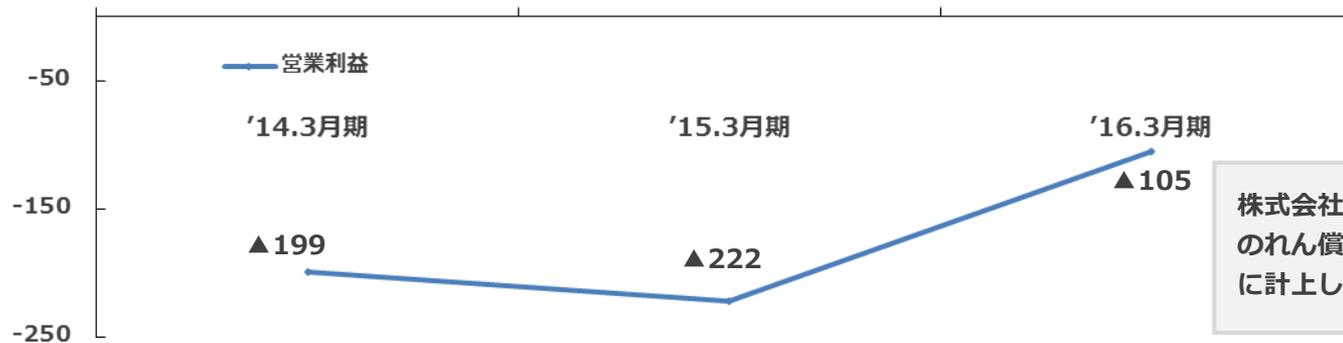
2013年7月に株式会社JIMOSを連結子会社化したことに伴い、2014年3月期の第2四期より通販事業セグメントを開設致しました。

2014年3月期の実績は、2013年7月～2014年3月の9ヶ月間となっております。

- » 化粧品通信販売では、マキアレイベルは新規顧客数が順調に増加し、売上高が堅調に推移
- » Coyoriは、広告費を前倒しで投入したことで新規顧客が順調に増加し、売上高が増加
- » 通販コンサルティング事業では、主要顧客が入れ替わったこと等により売上高が減少

(単位：百万円)

営業利益



株式会社JIMOSののれん償却費を当セグメントに計上しております。

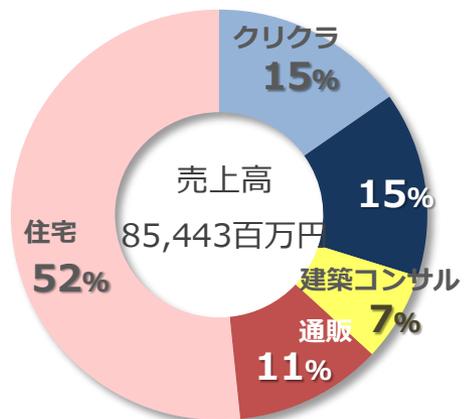
- » 損益面では、売上高が増加したことに加え、広告費の適正化を図ったことで前期比で増加

1

売上高・営業利益構成比推移 (2015年3月期⇒2016年3月期)

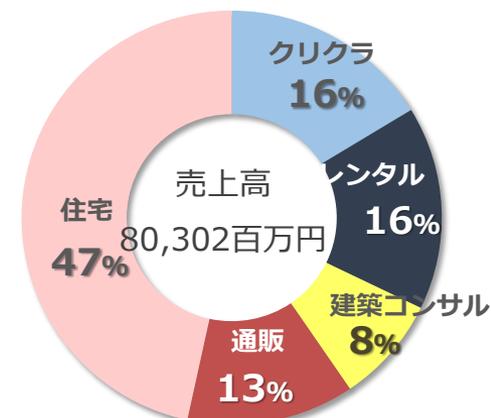
2015年3月期売上高

■ クリクラ ■ レンタル ■ 建築コンサル ■ 通販 ■ 住宅



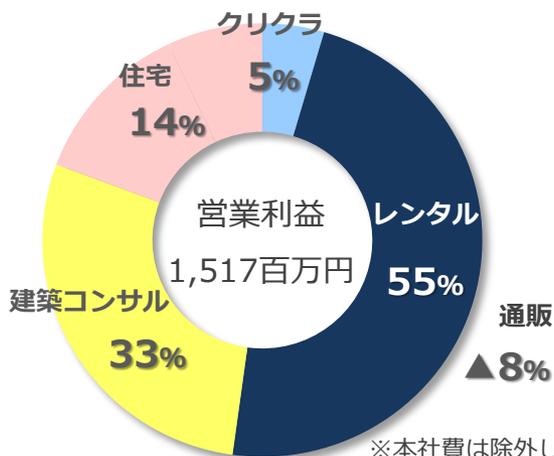
2016年3月期売上高

■ クリクラ ■ レンタル ■ 建築コンサル ■ 通販 ■ 住宅



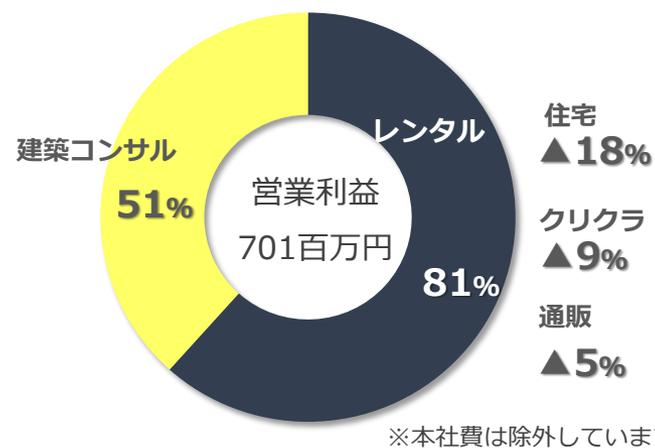
2015年3月期営業利益

■ クリクラ ■ レンタル ■ 建築コンサル ■ 住宅



2016年3月期営業利益

■ レンタル ■ 建築コンサル



売上高営業利益率

クリクラ	レンタル	建築コンサル	通販	住宅	全社
1.1%	12.1%	15.0%	▲2.7%	0.9%	1.8%

売上高営業利益率

クリクラ	レンタル	建築コンサル	通販	住宅	全社
▲1.5%	14.4%	17.2%	▲1.0%	▲1.1%	0.9%

2. 2017年3月期 業績予想と施策



2 2017年3月期 連結業績予想

(単位：百万円)

	'16.3月期 実績	'17.3月期 予想	増減率
売上高	80,302	92,000	+ 14.6%
営業利益	701	2,000	+ 185.1%
経常利益	795	2,000	+ 151.4%
当期純利益	252	800	+ 216.5%
年間配当	38 円	38 円	-
EPS	14.99 円	47.24 円	+ 32.25 円

□ 売上高・営業利益・経常利益・当期純利益ともに増加を見込む

2 2017年3月期 セグメント別：売上高予想

(単位：百万円)

売 上 高	2016年3月期 実績	2017年3月期 予想	増減率
ク リ ク ラ 事 業	13,095	13,700	+ 4.6%
レ ン タ ル 事 業	12,765	13,000	+ 1.8%
建 築 コ ン サ ル テ ィ ン グ 事 業	6,676	6,800	+ 1.8%
住 宅 事 業	37,452	47,500	+ 26.8%
通 販 事 業	10,378	11,000	+ 6.0%
消 去 調 整 他	▲65	-	-
合 計	80,302	92,000	+ 14.6%

□ 住宅事業の建て直しを中心に業績回復を見込む。

2 2017年3月期 セグメント別：営業利益予想

カッコ内は営業利益率です。

(単位：百万円)

営 業 利 益	2016年3月期 実績	2017年3月期 予想	増減率
ク リ ク ラ	▲ 201 (▲1.5%)	200 (1.5%)	- (+3.0pt)
レ ン タ ル	1,841 (14.4%)	1,770 (13.6%)	▲ 3.9% (▲ 0.8pt)
建築コンサルティング 事 業	1,146 (17.2%)	1,050 (15.4%)	▲ 8.4% (▲ 1.8pt)
住 宅 事 業	▲ 412 (▲1.1%)	795 (1.7%)	- (+ 2.8pt)
通 販 事 業	▲ 105 (▲1.0%)	▲ 200 (▲ 1.8%)	- (▲ 0.8pt)
新 規 ・ M & A	-	▲ 365	-
全 社 費 用 等	▲ 1,567	▲ 1,250	-
合 計	701 (0.9%)	2,000 (2.2%)	+185.1 % (+ 1.3pt)

2 2017年3月期 業績予想 クリクラ

■ 売上高 137億円（前期比4.6%増）

■ 営業利益 2億円 -

■ 市場見通し



- 大型新規参入は見られず、ワンウェイ業者による宅配水業界への新規参入も沈静化。新規顧客獲得競争が激化している。

- 業界再編の動き
 - ① キリンの撤退→富士山の銘水へ譲渡
 - ② コスモウォーター：オリックスへの連結子会社化
 - ③ ウォーターダイレクト：光通信への連結子会社化
 ※ OEM供給のプレミアムウォーターも統合

など、大手を含めた再編が顕著。

競争が激化する中、業界再編が進み今後は淘汰も進むことが予想される。

2 2017年3月期 クリクラ 施策

>>重点施策：新規顧客の獲得及び継続率の向上

①基礎顧客数UP

- ・4月～6月
新規獲得キャンペーン

新規獲得：32,980軒
(加盟店+直営)

②顧客売上単価UP

- ・水素水生成器
「マジックポット」販売拡充
- ・スムージー等副商材提供

③ポイントサービス充実による解約防止

- ・メンテナンス代としてのポイント
利用など、ラインナップ充実
- ・ポイントサイトリニューアル

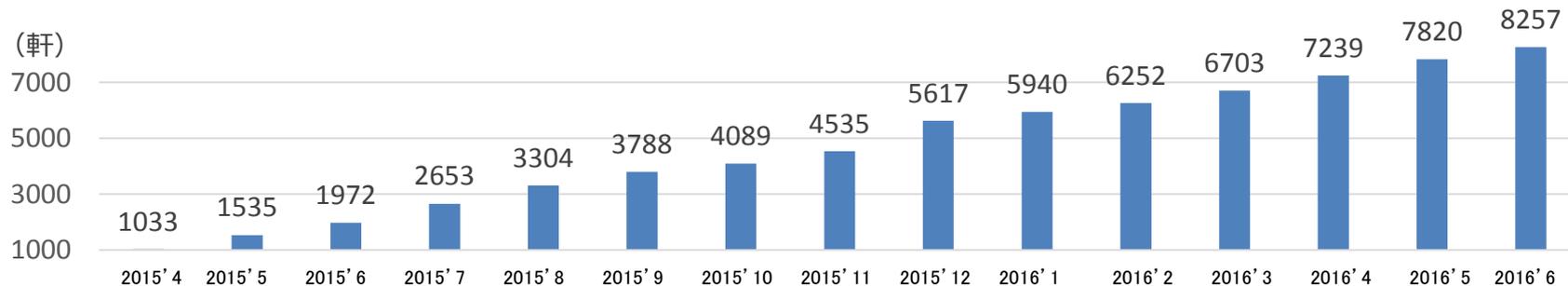
>>クリクラミオについて

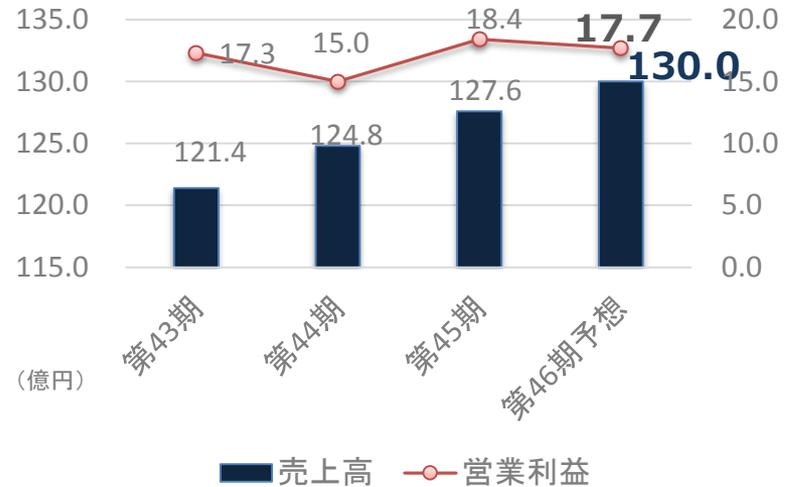
若年層一人暮らし、DINKSなど今まで手放してきた顧客層は、

将来のツーウェイ「クリクラ」潜在顧客である。

役割：クリクラが今まで手放してきた顧客の受け皿・・・低消費、オートロック、ハイセキュリティマンション

2016年6月末時点 **8,257軒**



2 2017年3月期 業績予想 レンタル**■ 売上高 130億円（前期比1.8%増）****■ 営業利益 17.7億円（前期比3.9%減）****■ 市場見通し**

- ・ダストコントロール商品部門：ダスキン加盟店の後継者問題。（M&A推進へ）
少子高齢化に伴いケア部門が好調の兆し。
- ・環境衛生with部門：代理店のリピート売上がV字回復、ウィズは前年比120%UP
直営部門も出店効果により概ね順調。
- ・定期清掃サービス：ビル建設ラッシュの追い風を受け、業務依頼は増加傾向
首都圏など地域によっては人材確保が厳しい課題。

2 2017年3月期 レンタル 施策

>>ダストコントロール部門重点施策 : 顧客数増加と売上増加

①基礎顧客数UP

- ・後継者不在のダスキン加盟店において、M & A戦略のさらなる推進

②顧客売上単価UP

③顧客層拡大 (スポット・シニア)

- ・ケアサービス部門の拡充

害虫駆除



花と庭木の管理



プロのおそうじ



家事の代行



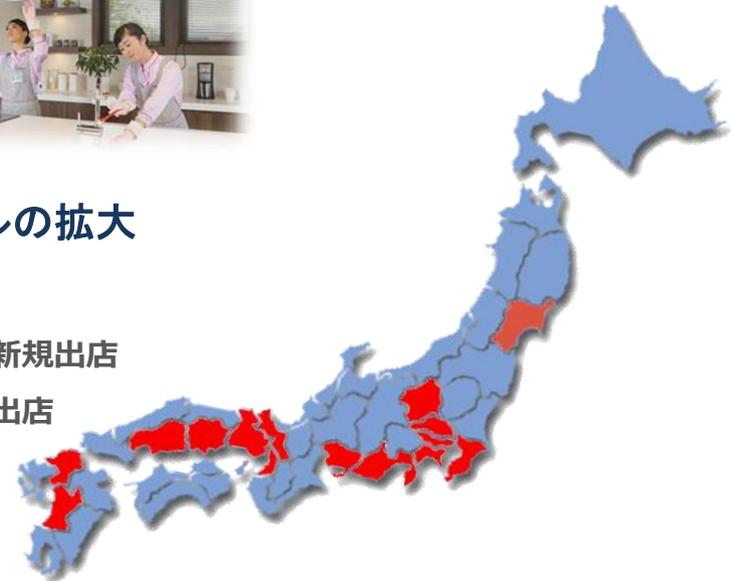
>>環境衛生with部門重点施策 : 全国的な販売チャネルの拡大

①販売チャネルの拡大

- ・WEBの強化・活用
- ・直営店のスクラップ&ビルド

仙台閉鎖 東海地区新規出店

福山にサテライト店出店



関東から九州に向けて沿岸部都心を直営店で網羅

2 2017年3月期 業績予想 建築コンサルティング事業**■ 売上高 68億円（前期比1.8%増）****■ 営業利益 10.5億円（前期比8.4%減）****■ 市場見通し**

・ノウハウ販売部門（住宅市場）

2015年度以降住宅着工戸数は回復が見られるものの、短期的には消費税増税の先送りや景気の先行き不透明感など、不確実性の高いリスク要因が多く不安定。

・建築部材販売部門（建材市場）

住宅用太陽光市場では、前提となる消費者の収支モデルで「売電」から省エネ・創エネによる「自己消費」へとトレンドが変化。

産業用太陽光については、2014度の固定価格買取制度の優遇期間終了に伴い市場低迷が想定される。

2 2017年3月期 建築コンサルティング事業 施策

>>重点施策：サービスの強化とシナジーの追求

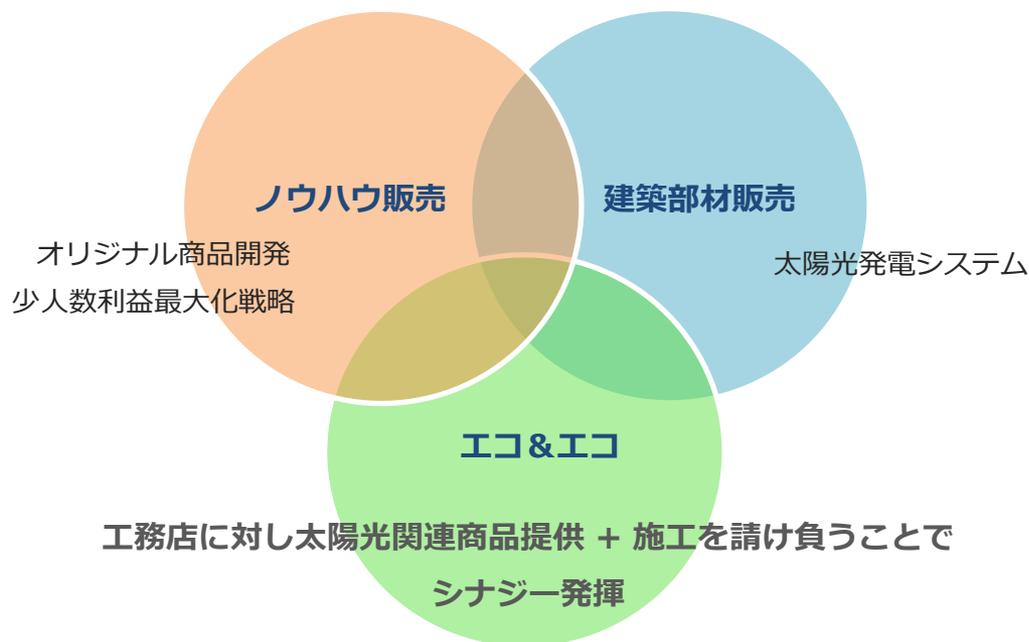
①新商品

- ・ ZEH対応商品やHEMS・蓄電池の拡販
- ・ 子育て世帯向け住宅、可変性住宅等のノウハウ商品

② ワンストップサービスの加速

- ・ 太陽光発電が産業用⇒住宅需要へシフト
- ・ エコ&エコの全国の施工ネットワークを活かし商材卸+施工

産業用太陽光から住宅用太陽光へトレンドがシフト



Think Tank For Construction
NAC

NAC NET | Business Product

BP

eco&eco
ECOLOGY + ECONOMY

組織

商品

集客

営業

受注

資材発注

施工

実行予算作成 / 着工 / 資材発注 / 施工まで

2 2017年3月期 業績予想 住宅事業

■ 売上高 475億円 (前期比26.8%増)

■ 営業利益 7.9億円 -

■ 市場見通し



- ・ 2016年5月の住宅着工の動向（国土交通省総合政策局発表）
⇒ 持ち家（+4.3%）・貸家（+15.0%）・分譲住宅（+7.9%）といずれも増加、
総着工戸数は5ヶ月連続プラス。
- ・ 展示場への来場動向が回復基調、前期比で受注回復の兆し。
- ・ イギリスEU離脱の影響 ⇒ 都市部の景況感不透明
- ・ 消費税増税延期による影響 ⇒ 駆け込み需要で見込んでいた受注計画を分散化を行う必要がある。
- ・ マイナス金利政策継続 ⇒ 住宅ローン金利史上最低
- ・ 熊本地震の影響 ⇒ 住宅着工の見通しは不透明、業者不足対策・制震販促を推進。

2 2017年3月期 住宅事業<レオハウス> 施策

>>重点施策：営業戦略による幅広い顧客層獲得

①商品施策

- ・新体系 大人気の家CoCo（ココ）
業界初！ 在来軸組工法/2×4 同一価格販売・セレクト方式で顧客ニーズに対応
- ・ZEH（ゼロエネルギーハウス）
高価格帯商品 補助金125万円⇒2020年までに50%の比率へ
- ・サプライズNEO
低価格帯商品 九州地区復興支援住宅として開発



②販促PR

- ・オリコン商標の活用
 - ◎コストの妥当性 ◎見積りの正確さ ◎女性顧客満足
- ・ハウスオブザイヤーインエナジー 優秀賞
確かな省エネルギー住宅の販売実績の証



③店舗政策 スクラップ&ビルドによる効率化

- ・18店舗モデルルーム建替
- ・新規出店4店舗
栃木・黒川（名古屋）・江戸川・新平塚
- ・不採算店舗6店閉鎖

素敵なカフェ風
ダイニング



オーガニックな暮らしが似合いそう、やさしさに包まれるナチュラルデザイン。

おっ！
素敵じゃない！



ホワイトの外壁が映えるシンプルデザイン。太陽光発電システムにもしっかり対応。

屋上庭園にワクワク



あこがれの屋上庭園やビルトインガレージを備えた、プラスα空間のある3階建て。

2 2017年3月期 住宅事業<新規事業> 施策

>>注文住宅以外の周辺分野へのチャレンジ進出

① ケイディアイのグループ化

- ・首都圏中心部新規顧客開拓、不動産販売事業参入による売上UP

<ケイディアイ側メリット>
銀行借入金利の改善
建築コストの低減

ケイディアイ



La cute (ラキュート)



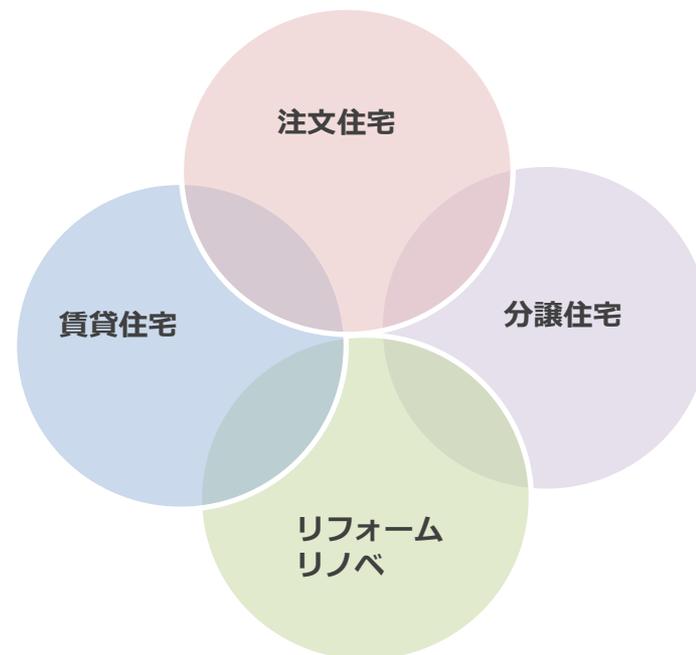
② 集合住宅（アパート）建築の強化

- ・アパマンショップリーシングと業務提携、都市型賃貸集合住宅「La Cute（ラキュート）」発売

③ メンテナンス&リフォームの強化

- ・築10年経過したOB顧客へのメンテナンス&リフォーム
- ・今後5年間で約8,000棟が対象

住宅事業の多角化へチャレンジ



2 2017年3月期 住宅事業<ジェイウッド> 施策

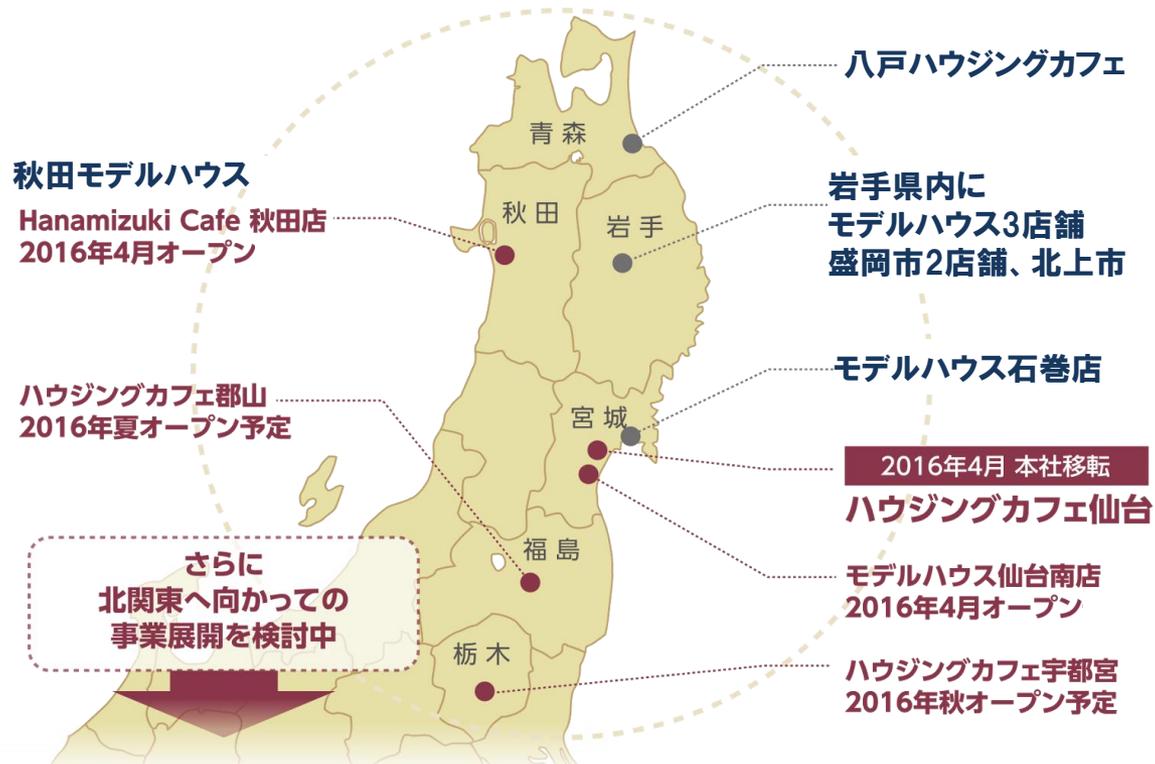
>>重点施策：独自の集客スタイルを強化し、出店拡大

①好調な集客スタイルを強化

- ・ハウジングカフェ
カフェで「認知」、モデルハウスで「共感」、
宿泊体験や地域コミュニティーで「納得」
- ・マルシェ
ターゲットにマッチしたショップを集め一般顧客を見込み顧客へ

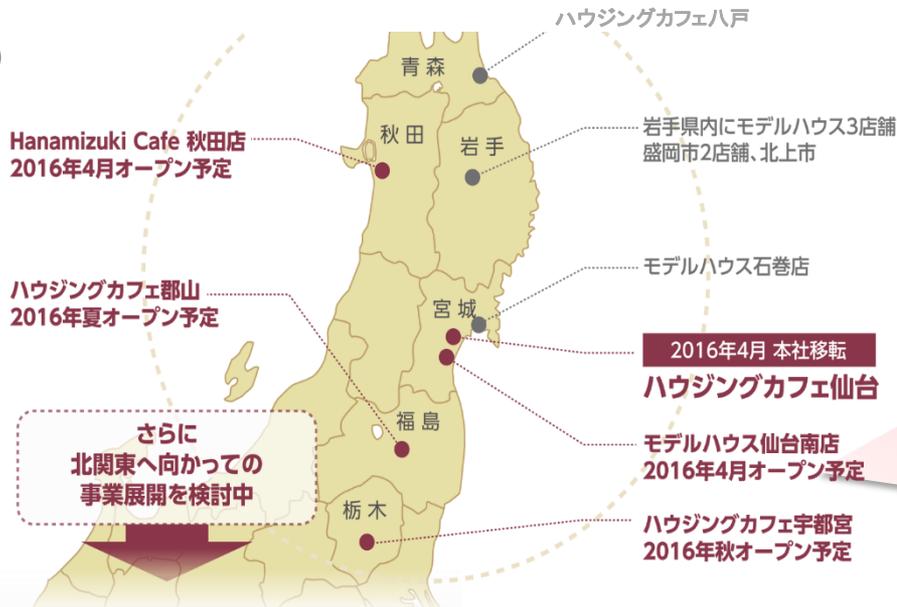
②東北エリアから関東へ向け商圈拡大へ

- ・関東進出に向け、本社を盛岡から仙台へ移転
- ・新規出店4店
仙台南・秋田カフェ・郡山・宇都宮



2 2017年3月期 住宅事業<ジェイウッド> 中期目標

10,000,000



2020年東京オリンピックイヤー

受注棟数 **500棟**

受注金額 **100億円**

4,000,000

3,500,000

3,000,000

2,500,000

2,000,000

1,500,000

1,000,000

500,000

0

今期東北エリアの地盤を固め、
宇都宮の関東初出店を皮切りに
全国展開へ向けて拡大

2004年
創業

2011年
東日本大震災

2012年
カフェ事業開始

2013年
ナックグループへ

18期
(2020)

受注金額
10,000,000
(千円)

期 (年度)	1期 (2004)	2期 (2005)	3期 (2006)	4期 (2007)	5期 (2008)	6期 (2009)	7期 (2010)	8期 (2011)	9期 (2012)	11期 (2014)	12期 (2015)	13期 (2016)
売上高 (千円)	2,819	201,343	194,362	203,322	344,469	534,318	840,388	1,127,024	1,415,924	2,106,734	2,792,527	4,000,000

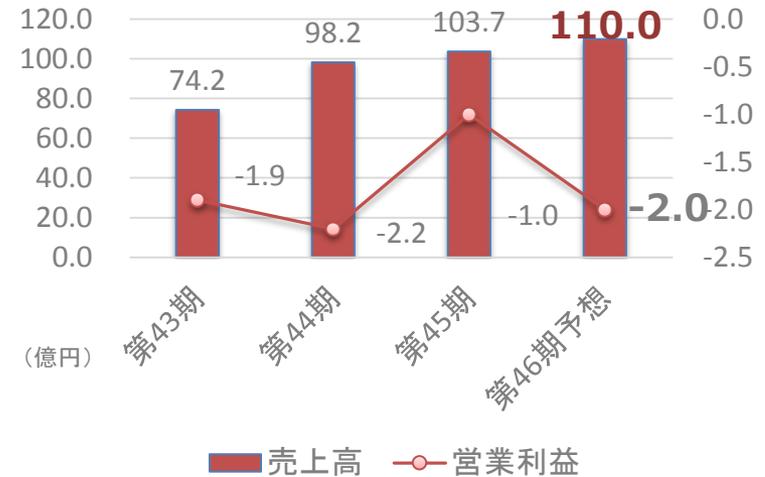
*今期
見込み

2 2017年3月期 業績予想 通販事業

■ 売上高 110億円（前期比1.1%増）

■ 営業利益 ▲2億円（前期 ▲1億円）

■ 市場見通し



- ・ 機能性表示食品制度の開始
- ・ 主に中国をターゲットにした越境ECの活況
- ・ ネット通販の伸張、中でもスマートフォン、タブレット向けECサイトが伸張

など複数の要素により、成長を続ける見通し

2 2017年3月期 通販事業 施策

>>重点施策：顧客数拡大に向け既存ブランドの進化と新ブランドの開発

①ブランド政策

- ・Coyoriブランドリニューアル
- ・新ブランド立ち上げ着手

②顧客利便性向上

- ・コンビニ受け取り
- ・スマホアプリ開発



『薬用クリアエステヴェール』美容液ファンデーション市場で
11年連続売り上げ **NO.1** を獲得！

» マキアレイベル

最先端技術を取り入れたスキンケア・メイクアイテム
40代～60代女性を中心に、**アクティブ顧客* 26万人**

*アクティブ顧客 = 2回以上の商品購入、かつ、
過去360日以内の継続購入



» Coyori (こより)

自然由来成分の美容液オイルを中心としたスキンケア
初回購入時の**約80%が定期購入*¹**、**アクティブ顧客4.4万人*²**

*¹定期購入 = 1～2ヶ月のサイクルで定期購入する契約

*²アクティブ顧客 = 購入回数3回以上、定期契約あり



3. 中期目標／株主還元



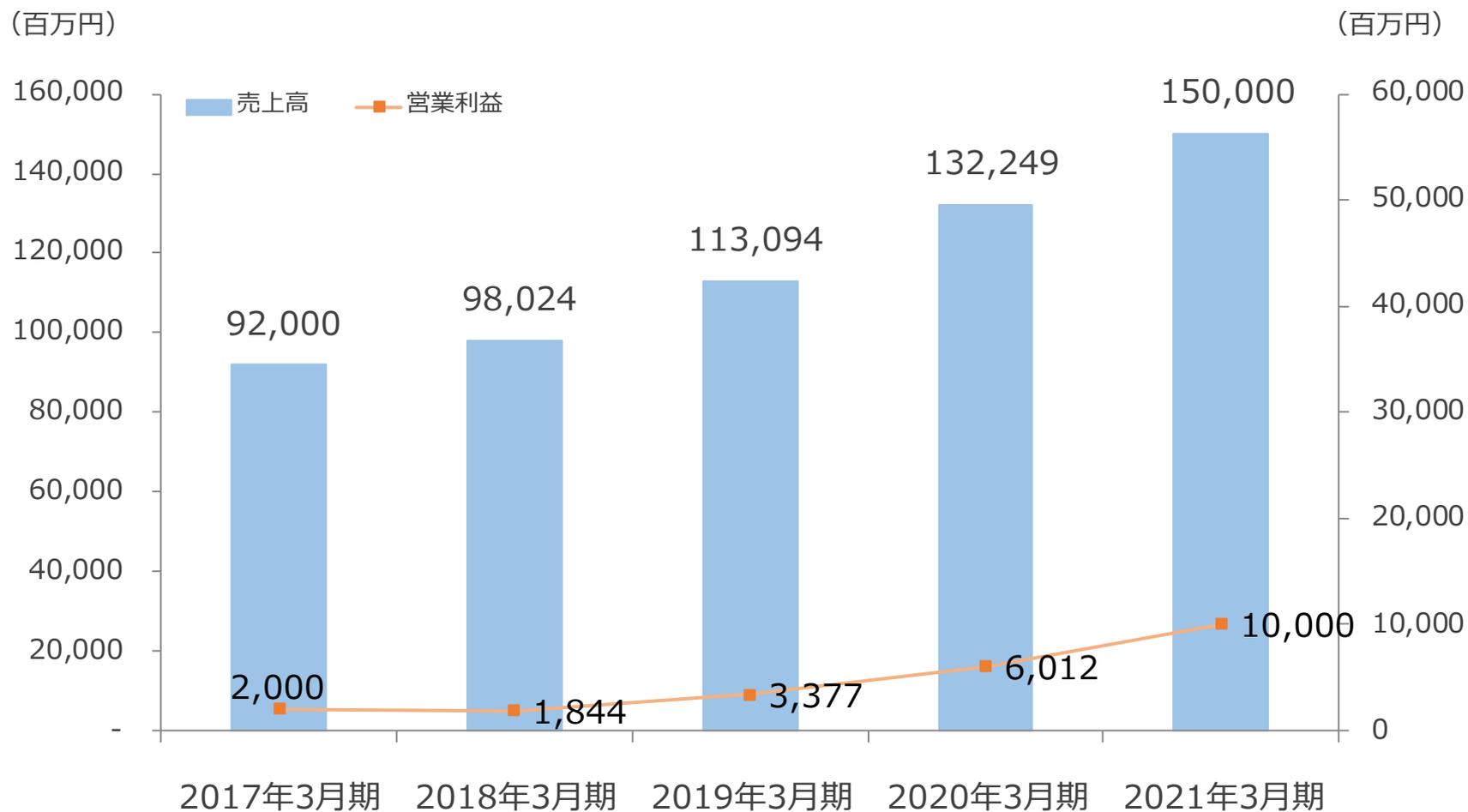
2021年3月期にグループ連結売上高1500億、同営業利益100億を達成すべく、既存事業の収益安定化と共に、新たな事業の育成に向け戦略的な投資を行っていく。

3 中期経営計画（最終期2021年3月期）

（単位：百万円）

売 上 高	売上高	営業利益	営業利益率
ク リ 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 中期経営計画業績推移



3 2021年3月期 売上高目標

(単位：百万円)

売 上 高	'16.3月期 実績	'21.3月期 目標	'16.3月期比増減率
ク リ ク ラ	13,095	21,800	+ 66.5%
レ ン タ ル	12,765	17,000	+ 33.2%
建 築 コ ン サ ル	6,676	8,800	+ 31.8%
住 宅 事 業	37,452	80,000	+ 113.6%
通 販 事 業	10,378	20,400	+ 96.6%
M & A 他	—	2,000	—
合 計	80,302	150,000	+ 86.8%

3 2021年3月期 営業利益目標

(単位：百万円)

営業利益	'16.3月期 実績	'21.3月期 目標	'16.3月期比増減率
ク リ ク ラ	▲ 201 (▲1.5%)	1,100 (5.0%)	－ (+ 6.5pt)
レ ン タ ル	1,841 (14.4%)	2,200 (12.9%)	19.5% (▲ 1.5pt)
建 築 コ ン サ ル	1,146 (17.2%)	1,100 (12.5%)	▲ 4.0% (▲ 4.7pt)
住 宅 事 業	▲ 412 (▲1.1%)	5,100 (6.3%)	－ (+ 7.4pt)
通 販 事 業	▲ 105 (▲1.0%)	2,100 (10.2%)	－ (+ 11.2pt)
全 社 費 用 等	▲ 1,567	▲1,600	－
合 計	701 (0.9%)	10,000 (6.6%)	+ 1326.5% (+ 5.7pt)

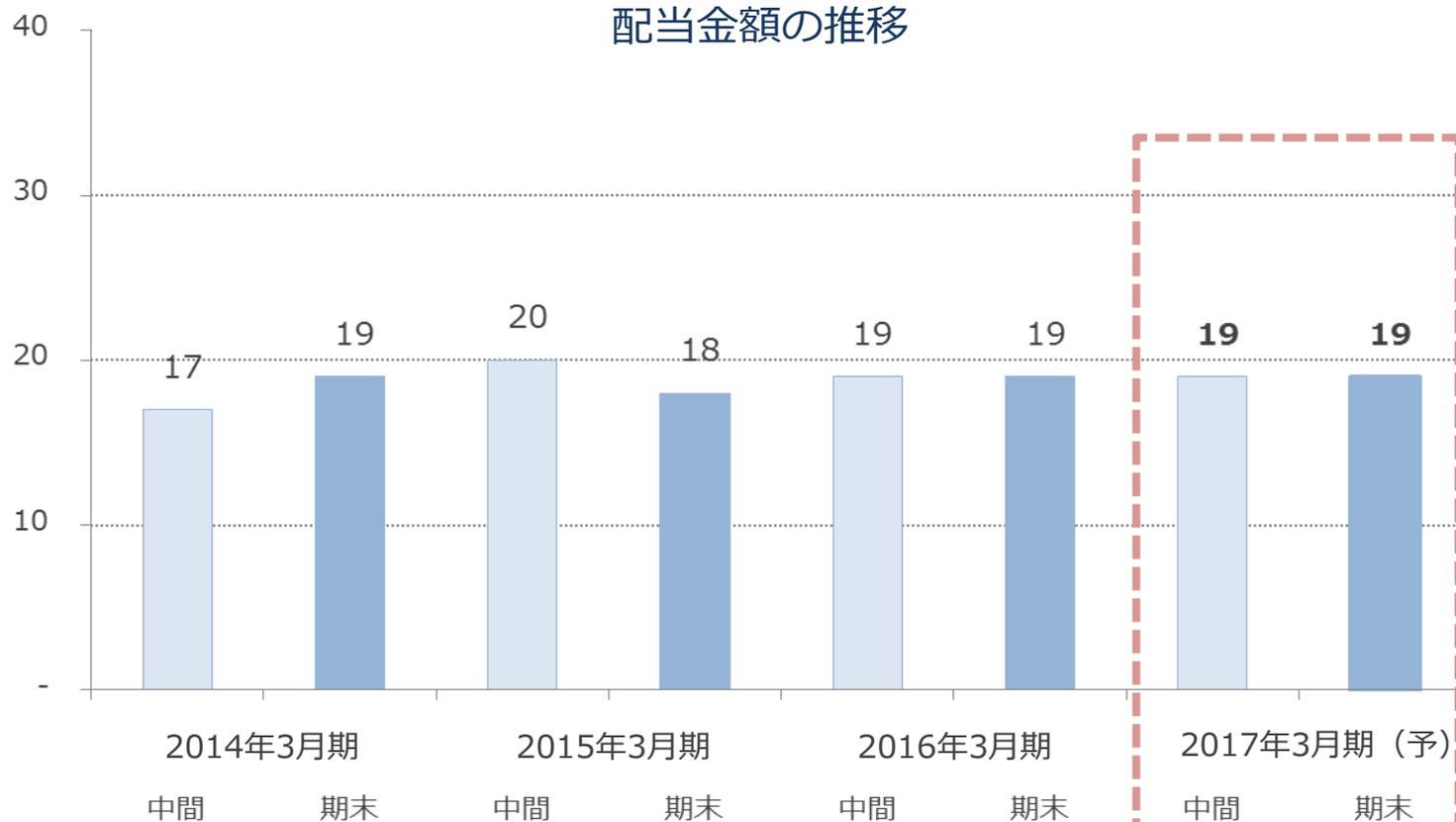
※ () 内の数字は売上高に対する営業利益率です。

3 配当方針：純資産配当率(DOE) 4%

※ 2017年3月期より「配当性向100%以内」の前提条件を付与

(単位：円)

配当金額の推移



1株あたり
年間配当額

36円

38円

38円

38円

※ 配当方針の「連結純資産配当率4%」を基準に2017年3月期年間配当額は38円の予定です。

4. 補足資料

会社概要と事業紹介



4 各事業の市場におけるポジショニング

クリクラ事業

- 宅配水市場売上高シェアNo.1※1（加盟店は全国に約600社）
- 製造本数業界No.1（約1800万本）
- 業界初のHACCP認証、ecoマークを取得
- 業界初の研究開発専門センター設立

※1 2011～2014年度宅配水市場販売金額ベース株式会社矢野経済研究所調べ 2016年2月現在

レンタル事業

- ダスキンフランチャイズディーラー売上No.1（約2,000社中）
- 日本初の厚生労働省承認 飲食店向け害虫駆除器「with」

建築コンサルティング事業

- ナック会員工務店 約6,000社
- 地場工務店向け「受注促進」「原価低減」支援事業
- 太陽光発電システム、スマートハウス商材などの卸販売
- 2015年9月より省エネ商材販売・工事を手がける株式会社エコ&エコを子会社化

住宅事業

- 「レオハウス」ブランドによる注文住宅の建築請負
- レオハウス '11 '12 '13 年度注文住宅 地域ビルダーNo.1
- 2013年7月より自然素材住宅を手がける株式会社ジェイウッドを子会社化
- 2016年オリコン日本顧客満足度調査ハウスメーカー（注文住宅）女性の顧客満足度第1位等、同調査で合計 3部門で1位獲得

通販事業

- 2013年7月、株式会社 JIMOS の子会社化により通販事業参入
- 40～60代の女性を中心に、基礎化粧品が主力
- 「'14 Yahoo! BEAUTY あなたが選ぶ通販コスメ大賞」のベースメイクアイテム部門でJIMOSの商品が No.1 を獲得

(2016年3月末 現在)

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
設立	昭和46年5月20日
代表者	代表取締役社長 吉村 寛
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ■ クリクラ事業：宅配水の製造・販売 ■ レンタル事業：ダスキンの清掃用品、害虫駆除器のレンタル、定期清掃業務 ■ 建築コンサルティング事業：建築ノウハウ、太陽光発電システムの販売 ■ 住宅事業：注文住宅の建築請負、それに付随する金融・保険業務 ■ 通販事業：化粧品・健康食品・日用雑貨等の通信販売
連結子会社	<p>株式会社レオハウス (住宅事業) 株式会社アーネスト (ビルメンテナンス事業) 株式会社 JIMOS (通販事業) 株式会社ジェイウッド (住宅事業) 株式会社エコ&エコ (省エネ商材販売・工事) 株式会社ナックライフパートナーズ (金融・福利厚生)</p>
従業員数 (正社員)	連結2,100名 (パートタイマー、アルバイトは除く)
資本金	40億円
発行済株式数	18,719,250株 (一単位：100株)
株主数	10,670名 (自己名義株式を除く総株主数)

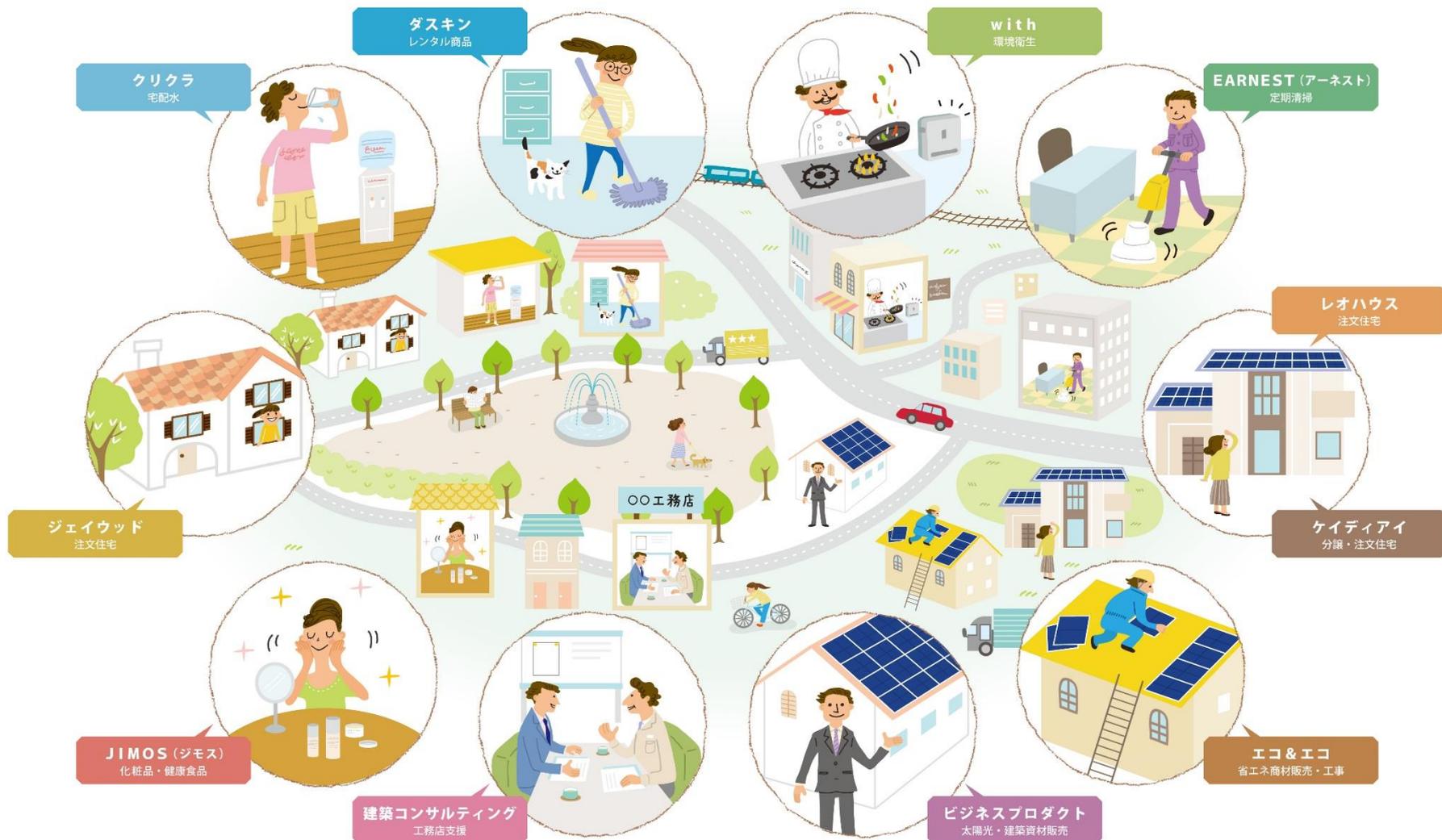
4 主な指標（連結ベース）経営指標から

	'15.3月期 実績	'16.3月期 実績	増減
期中平均発行済株式数	16,717,171 株	16,867,190 株	+ 150,019 株
1株当り純資産（BPS）	961.22 円	934.95 円	▲ 26.27 円
1株当り当期純利益（EPS）	31.09 円	14.99 円	▲ 16.1 円
自己資本比率	40.5 %	38.0 %	▲ 2.5 pt
自己資本純利益率（ROE）	3.2 %	1.6 %	▲ 1.6 Pt
1株当り配当金	38 円	38 円	0 円
配当性向	122.2%	253.6 %	+ 131.4 pt
純資産配当率	4.0%	4.0 %	0 pt

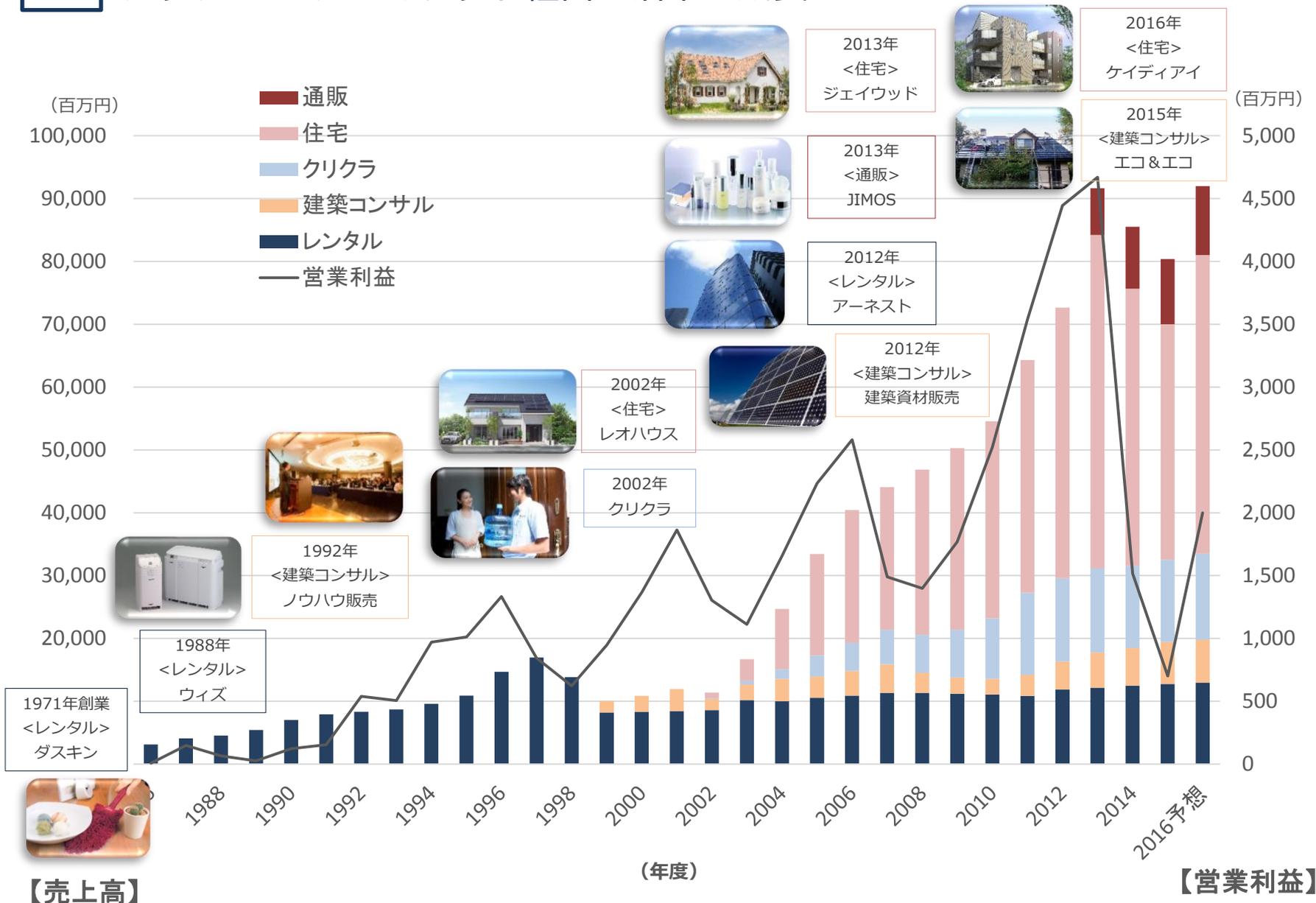
4 ナックの理念：暮らしのお役立ち企業

家を買って 掃除して 水を飲んだ。それぜんぶナックです。

家での毎日の暮らし。朝、出社するオフィス。お風によく行くレストラン。ナックが提供するサービスは、街のいろいろな場所で、お客さまの生活をサポートしています。「暮らしのお役立ち」。ナックの企業理念です。

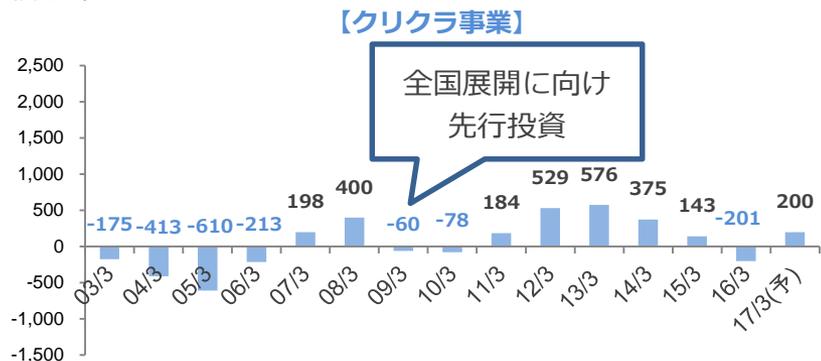


4 ナック コングロマリット経営の沿革と成長

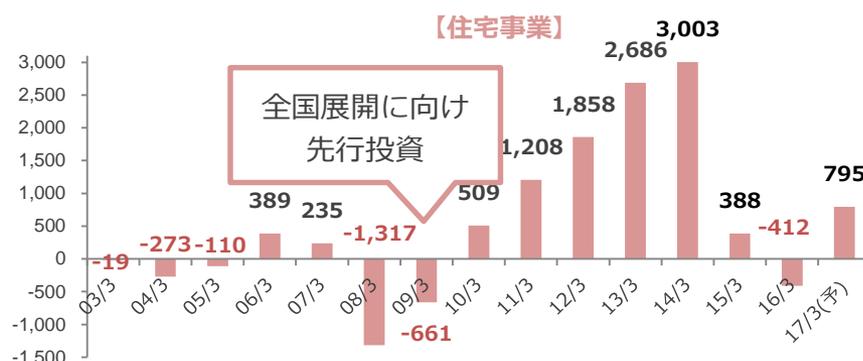


4 セグメント別営業利益の推移

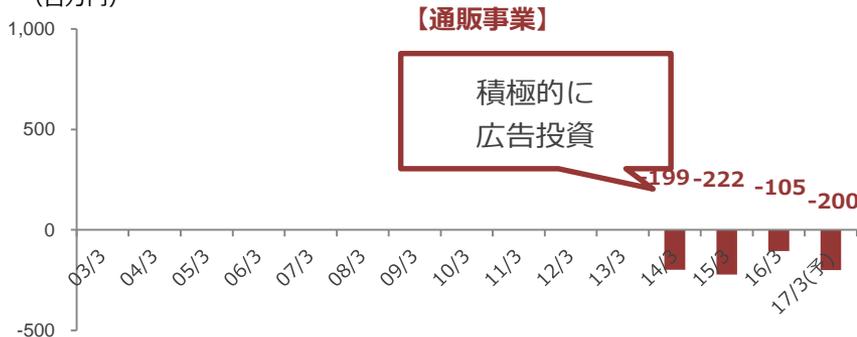
(百万円)



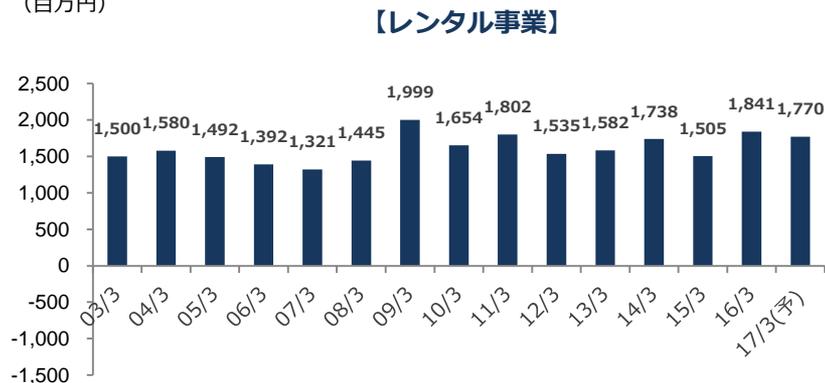
(百万円)



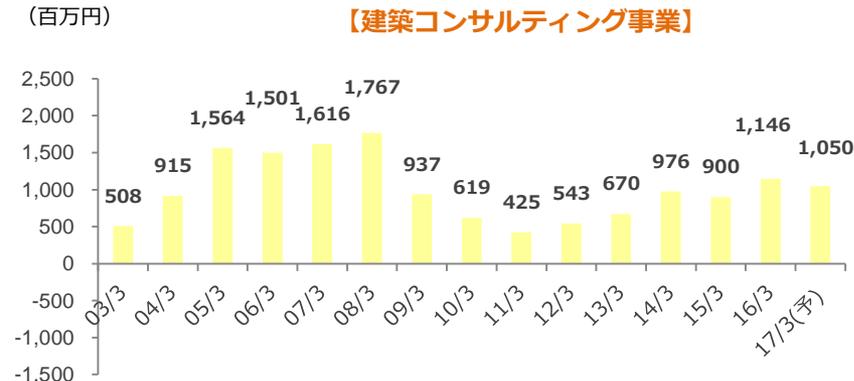
(百万円)



(百万円)



(百万円)



安定したレンタル事業と建築コンサルティング事業を基盤に積極的に投資をして成長を目指します。

Best Communication
NAC