

2018年3月期 決算補足説明資料

注) この資料は、2018年3月期決算概要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。

Best Communication
NAC



2018年5月11日

株式会社ナック

東証一部 9 7 8 8



本資料の記載内容

1. 2018年3月期決算概要	… P.2
2. セグメント別業績	… P.9
3. 2019年 3 月期 業績予想と施策	… P.22
4. 配当計画	… P.27
5. 中期経営計画	… P.29
6. 補足資料	… P.33

この配付資料に記載されている業績目標及び契約数目標等はいずれも、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。

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. 2018年3月期 決算概要

1 2018年3月期 通期：連結損益計算書

(単位：百万円)

	'18.3月期 通期実績	'17.3月期 通期実績	増減率
売上高	89,818	85,901	+ 4.6%
売上総利益	34,785	34,695	+ 0.3%
(売上総利益率)	38.7%	40.4%	▲ 1.7pt
販管費	33,148	33,938	▲ 2.3%
営業利益	1,637	756	+ 116.3%
(営業利益率)	1.8%	0.9%	+ 0.9pt
営業外損益	▲ 62	36	—
経常利益	1,574	793	+ 98.4%
特別損益	▲ 1,021	▲ 65	—
親会社株主に帰属する当期純利益	▲ 994	415	—

- » 売上高は、住宅事業の完工引渡棟数が増加したことでとレンタル事業部の売上高が伸長したことで、前期を上回った。
- » 営業利益はレンタル事業部が好調であったことに加え、クリックラ事業と通販事業において販売管理費の適正化を図ったことにより、前期を上回った。

1 セグメント別：売上高

(単位：百万円)

売 上 高	'18.3月期 通期実績	'17.3月期 通期実績	増減率
ク リ ク ラ	13,158	13,293	▲ 1.0%
レ ン タ ル	13,727	13,135	+ 4.5%
建 築 コ ン サ ル	5,383	6,089	▲ 11.6%
住 宅 事 業	47,492	42,936	+ 10.6%
通 販 事 業	10,115	10,463	▲ 3.3%
消 去 調 整 他	▲ 59	▲ 16	—
合 計	89,818	85,901	+ 4.6%

- » クリクラ事業は、直営部門の売上は微増したものの、加盟店部門においてボトル販売数量が減少したことにより、前期を下回った。
- » レンタル事業は、全ての部門で売上高が増加し、前期を上回り、過去最高を達成した。
- » 建築コンサルティング事業は、ノウハウ販売とエコ＆エコの売上高が減少し、前期を下回った。
- » 住宅事業は、レオハウスとジェイウッドにおいて完工引渡棟数が増加したことに加え、ケイディアイと国木ハウスの連結会計期間が伸びたことにより、前期を上回った。
- » 通販事業は、「Macchia Label(マキアレイベル)」と「Coyori」両ブランドにおいて既存顧客の売上単価が減少したことで、前期を下回った。

1 セグメント別：営業利益

* カッコ内の数字は売上高に対する営業利益率です。

(単位：百万円)

営 業 利 益	'18.3月期 通期実績	'17.3月期 通期実績	増減率
ク リ ク ラ	596 (4.5%)	274 (2.1 %)	+ 321 (+ 2.5pt)
レ ン タ ル	2,021 (14.7%)	1,853 (14.1 %)	+ 167 (+ 0.6pt)
建 築 コ ン サ ル	775 (14.4%)	956 (15.7 %)	▲ 181 (▲ 1.3pt)
住 宅 事 業	▲ 736 (▲ 1.6%)	▲ 622 (▲ 1.5 %)	▲ 113 (▲ 0.1pt)
通 販 事 業	147 (1.5%)	▲ 457 (▲ 4.4 %)	+ 605 (+ 5.8pt)
全 社 費 用 等 (新規事業・M&A関連を含む)	▲ 1,166	▲ 1,247	—
合 計	1,637 (1.8%)	756 (0.9%)	+ 880 (+ 0.9pt)

- » クリクラ事業は、直営部門の売上が堅調に推移したことと販売管理費の適正化を図ったことで、前期を上回り、過去最高を達成した。
- » レンタル事業は、全ての部門で売上高が増加したことで前期を上回り、過去最高を達成した。
- » 建築コンサルティング事業は、ノウハウ販売とエコ＆エコの売上高減少により、前期を下回った。
- » 住宅事業は、売上高が前期比増加したものの、建築資材高騰や施工を行う職人・設計の技術者不足などに起因した建設コストの増加を補うことが出来ず、前期を下回った。
- » 通販事業は、売上高の減少による売上総利益の悪化を補うべく販売促進費等を抑制したことで、前期を上回った。

1 営業利益の増減要因

(単位：百万円)

			前年同期比増加率
2017年3月期 営業利益		756	-
① 売上総利益		+ 90	+ 0.3%
② 販管費の ※ 増減	広告宣伝費及び販売促進費	+ 958	+ 15.2%
	人件費	▲ 649	▲ 4.8%
	支払手数料	+ 225	+ 15.6%
	減価償却費・のれん償却費	+ 323	+ 13.8%
	地代家賃	▲ 161	▲ 6.9%
	その他販管費	+ 93	+ 1.2%
2018年3月期 営業利益		1,637	-

※販管費の増減額について
+は損益の増加／▲は損益の減少

① 売上総利益の増加理由

- » レオハウスでは、期初に想定していた完工引渡棟数を大幅に下回ったことで、建築資材の高騰や施工を行う職人・設計の技術者不足などによる建設コストの増加をカバー出来ず、371百万円減少した。
- » JIMOSでは、顧客単価が低下したことで売上高が減少し、557百万円減少した。
- » 連結対象期間の変更に伴い、ベルエアーで436百万円、国木ハウスで230百万円、ケイディアイで223百万円増加した。

② 販管費の増減理由

- » 人件費は、ベルエアー、suzukuri、国木ハウスで新たに人件費494百万円を計上したことで増加したことによる。
- » 支払手数料は主にナックとsuzukuriのコンサルティング料が減少したことによる。
- » 地代家賃は、ベルエアー、suzukuri、国木ハウスで新たに303百万円を計上したことによる。

1 2018年3月期 通期：連結貸借対照表

(単位：百万円)

	'18年 3月末	構成比	'17年 3月末	構成比	増減額
流動資産	23,433	55.5%	22,133	50.9%	+ 1,300
有形固定資産	12,579	29.8%	13,813	31.8%	▲ 1,233
無形固定資産	2,782	6.6%	3,546	8.2%	▲ 764
投資その他の資産	3,452	8.2%	4,006	9.2%	▲ 553
固定資産計	18,814	44.5%	21,366	49.1%	▲ 2,551
資産合計	42,248	100.0%	43,499	100.0%	▲ 1,251

流動負債	20,979	49.7%	20,905	48.1%	+ 73
固定負債	7,154	16.9%	7,087	16.3%	+ 66
負債合計	28,133	66.6%	27,992	64.4%	+ 140

株主資本	14,873	35.2%	16,314	37.5%	▲ 1,440
その他の包括利益累計額	▲ 758	▲ 1.8%	▲ 807	▲ 1.9%	+ 48
純資産合計	14,114	33.4%	15,506	35.7%	▲ 1,391
負債・純資産合計	42,248	100.0%	43,499	100.0%	▲ 1,251

主な増減要因

■ 流動資産：商品及び製品 ▲ 495 販売用不動産 + 757 受取手形及び売掛金 + 483

■ 固定資産：建物及び建築物 ▲ 974 のれん ▲ 481

■ 流動負債：未成工事受入金 ▲ 423 店舗封鎖引当金 + 265

■ 固定負債：長期借入金 + 57

自己資本比率：33.4%

1 2018年3月期 通期：連結キャッシュフロー

(単位：百万円)

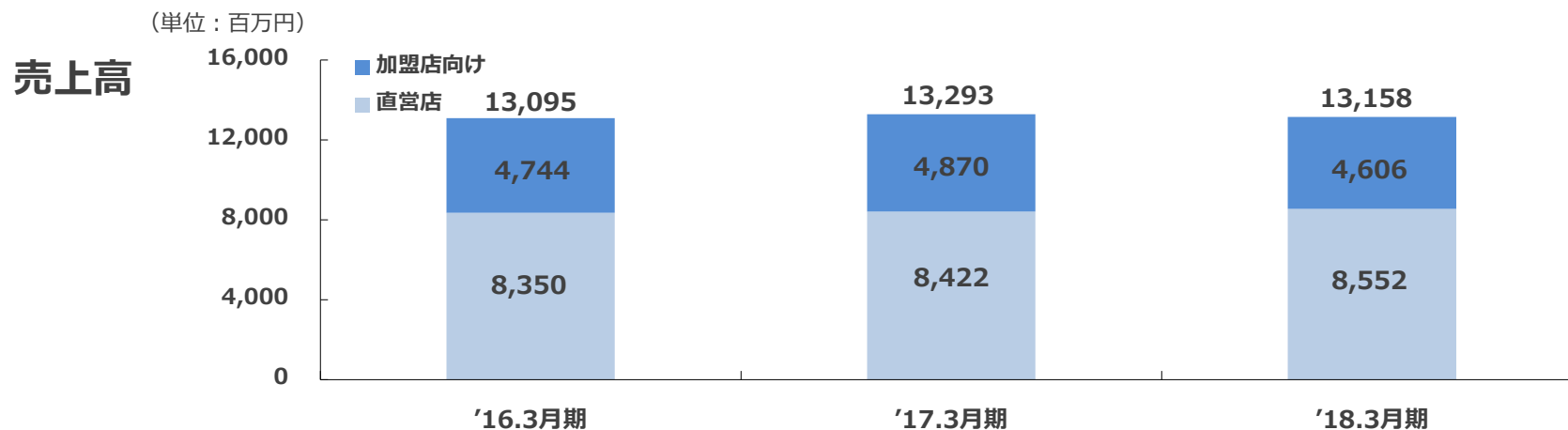
	'18.3月期 実績	'17.3月期 実績	増減額
1.営業活動によるCF	1,152	3,473	▲ 2,320
2.投資活動によるCF	▲ 905	▲ 2,657	+ 1,751
3.財務活動によるCF	▲ 473	▲ 1,732	+ 1,259
現金及び現金同等物の増減額	▲ 225	▲ 916	+ 690
現金及び現金同等物の期首残高	7,430	8,346	▲ 916
現金及び現金同等物の期末残高	7,261	7,430	▲ 225

'18.3月期の主な要因

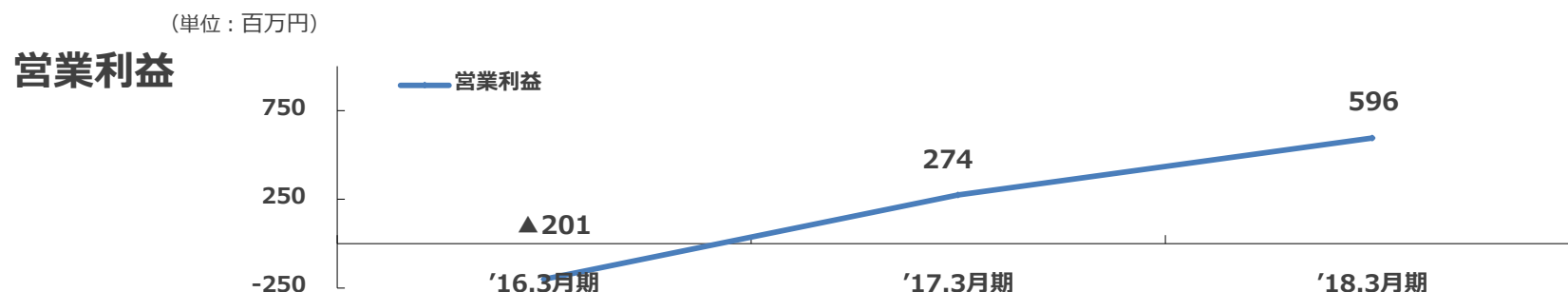
- 営業活動：税金等調整前当期純利益 +553
減価償却費 +1,783
減損損失 +647（レオハウスの不採算店舗に対する減損損失+579を計上）
法人税等の支払額 ▲ 925
未成工事受入金の減少 ▲ 496
- 投資活動：有形固定資産の取得による支出 ▲ 645
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出 ▲274
- 財務活動：配当金の支払い ▲445

2. セグメント別業績

2 セグメント別業績（1）クリクラ ①



- » 直営部門は、ソーウェイの優位性を活かした地道な営業活動などにより売上高が前期比増加
- » 加盟店部門は、売上高はボトル販売数量の減少などにより前期比減少

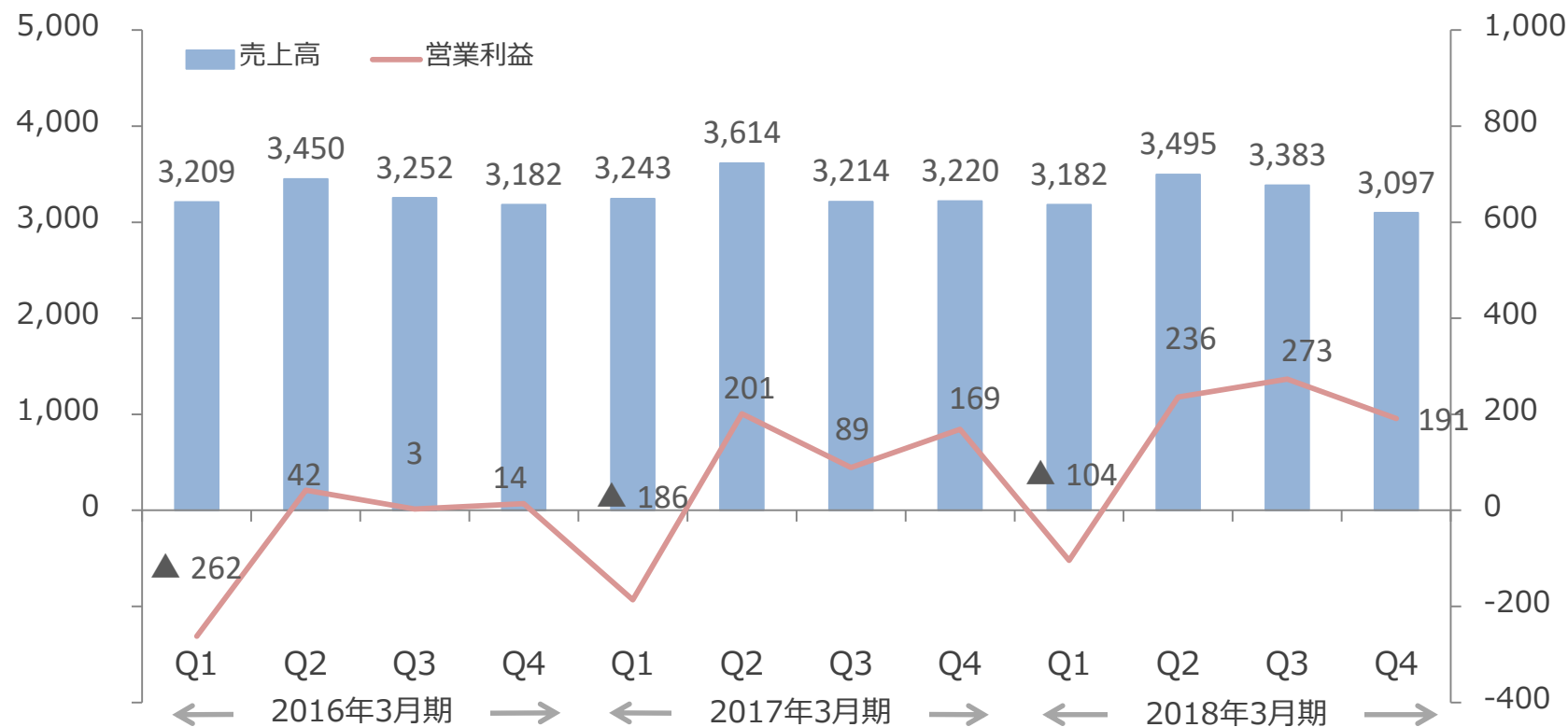


- » 営業利益は、直営部門の売上が堅調に推移したことから販売管理費の適正化を図ったことにより、前期比増加

2 セグメント別業績（1）クリックラ ②

（単位：百万円）

（単位：百万円）

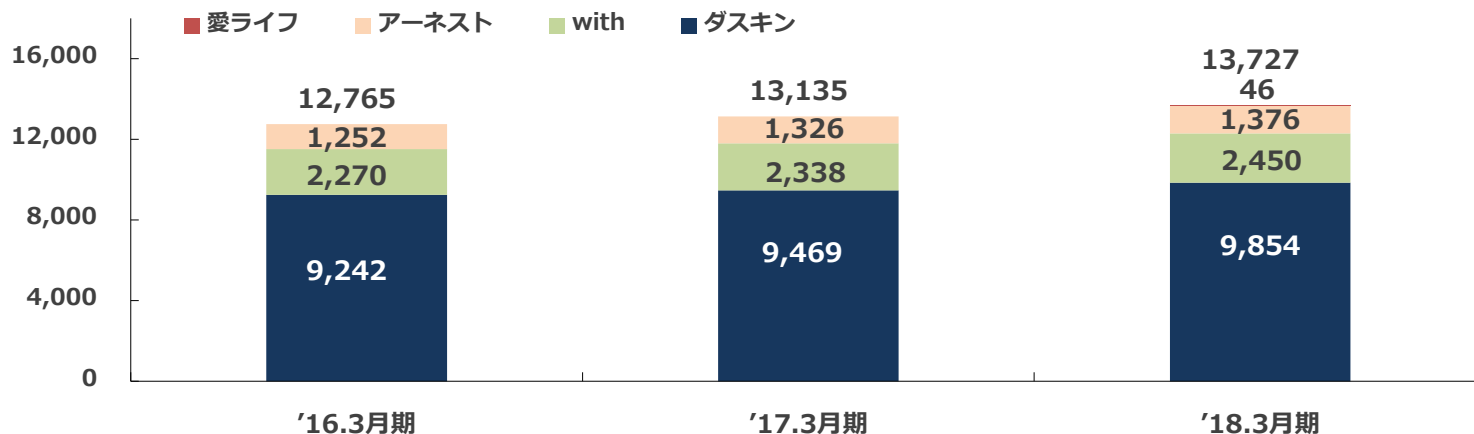


» Q1にテレビCMなどの販促費を増加 Q2で営業利益が高まる傾向

2 セグメント別業績（2）レンタル ①

（単位：百万円）

売上高



» ダスキン事業（ダストコントロール商品部門）は、既存顧客への深耕とダスキン加盟店のM & Aにより顧客数と顧客単価が堅調に推移し、売上高は前期比増加

» with事業（害虫駆除部門）は、主力商品である飲食店向け害虫駆除機「with（ウィズ）」を約12年振りにリニューアルしたことに加え、全国的に展開した販売促進活動が寄与し、売上高は前期比増加

» アーネスト(法人向け定期清掃サービス)は、既存顧客からの紹介で新規顧客が増加し、売上高は前期比増加

（単位：百万円）

営業利益

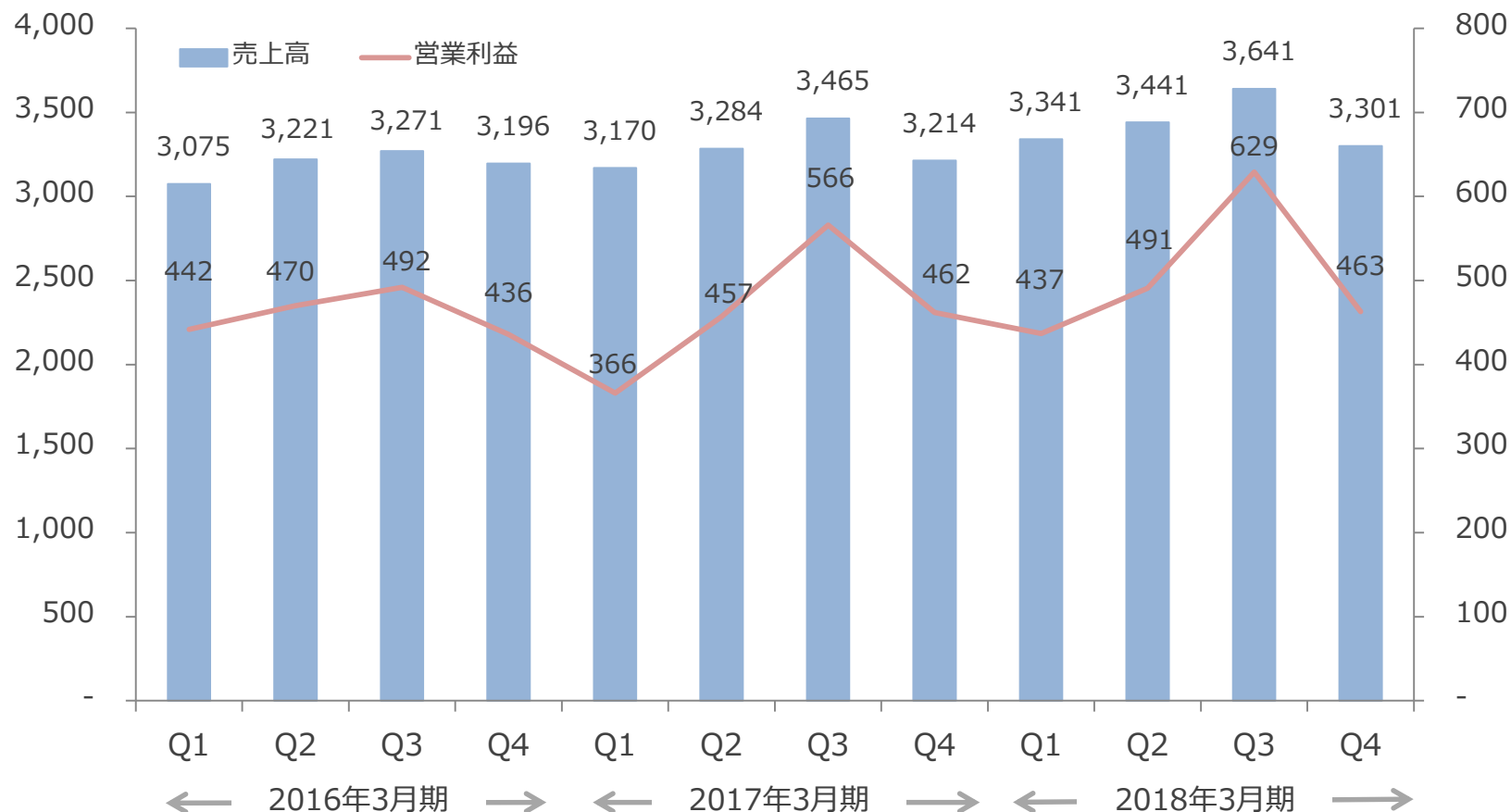


» 営業利益は、全ての部門において売上高が増加したことで前期比増加

2 セグメント別業績（2）レンタル ②

（単位：百万円）

（単位：百万円）

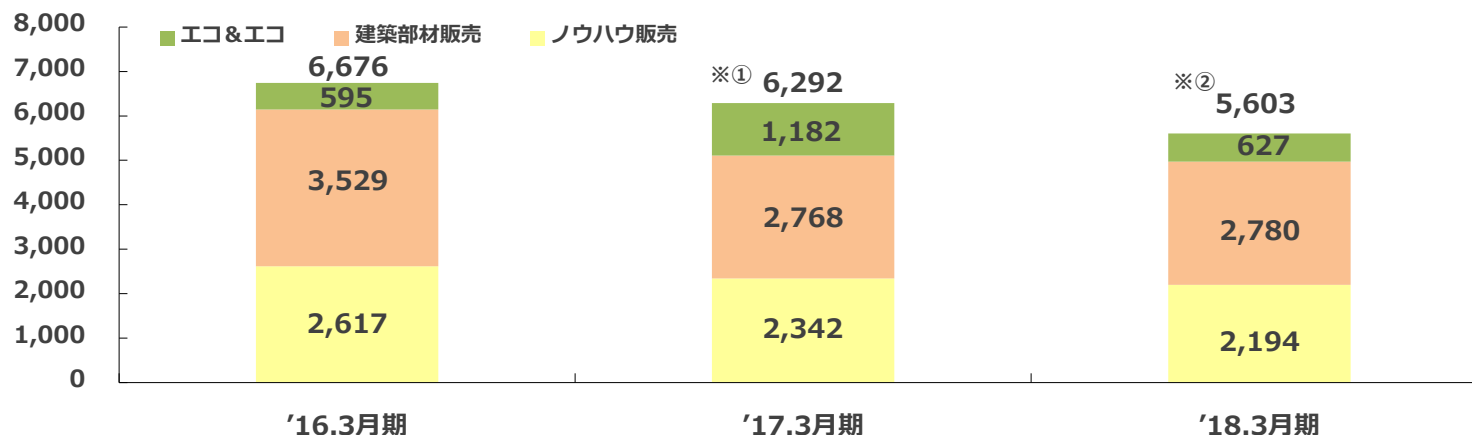


» 1年を通じて売上高・営業利益は安定

2 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） ※①セグメント内売上202百万円を含む。 ※②セグメント内売上219百万円を含む。

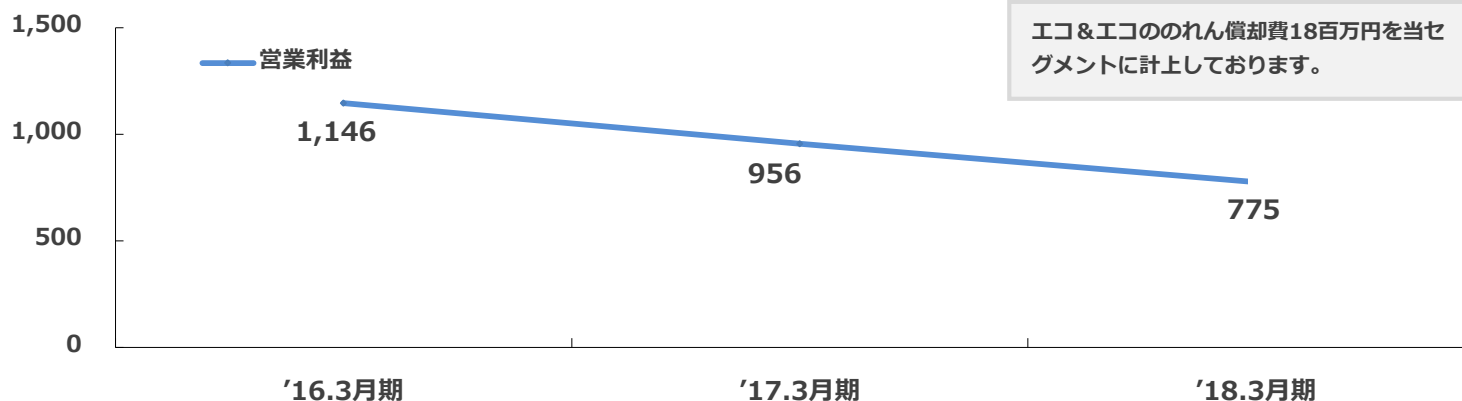
売上高



- ※ ノウハウ販売は、市場の先行き不透明感などに起因した地場工務店の投資抑制基調が影響し、売上高は前期比減少
- ※ 建築部材販売は、新築住宅市場や分譲・リノベーションといった隣接市場への営業強化が奏功し、売上高は前期比微増
- ※ エコ&エコは、今後の安定・継続的な収益確保のため販売スキームを見直し、また、工程管理の手法を抜本的に変更したことで、前期比大幅減少

（単位：百万円）

営業利益



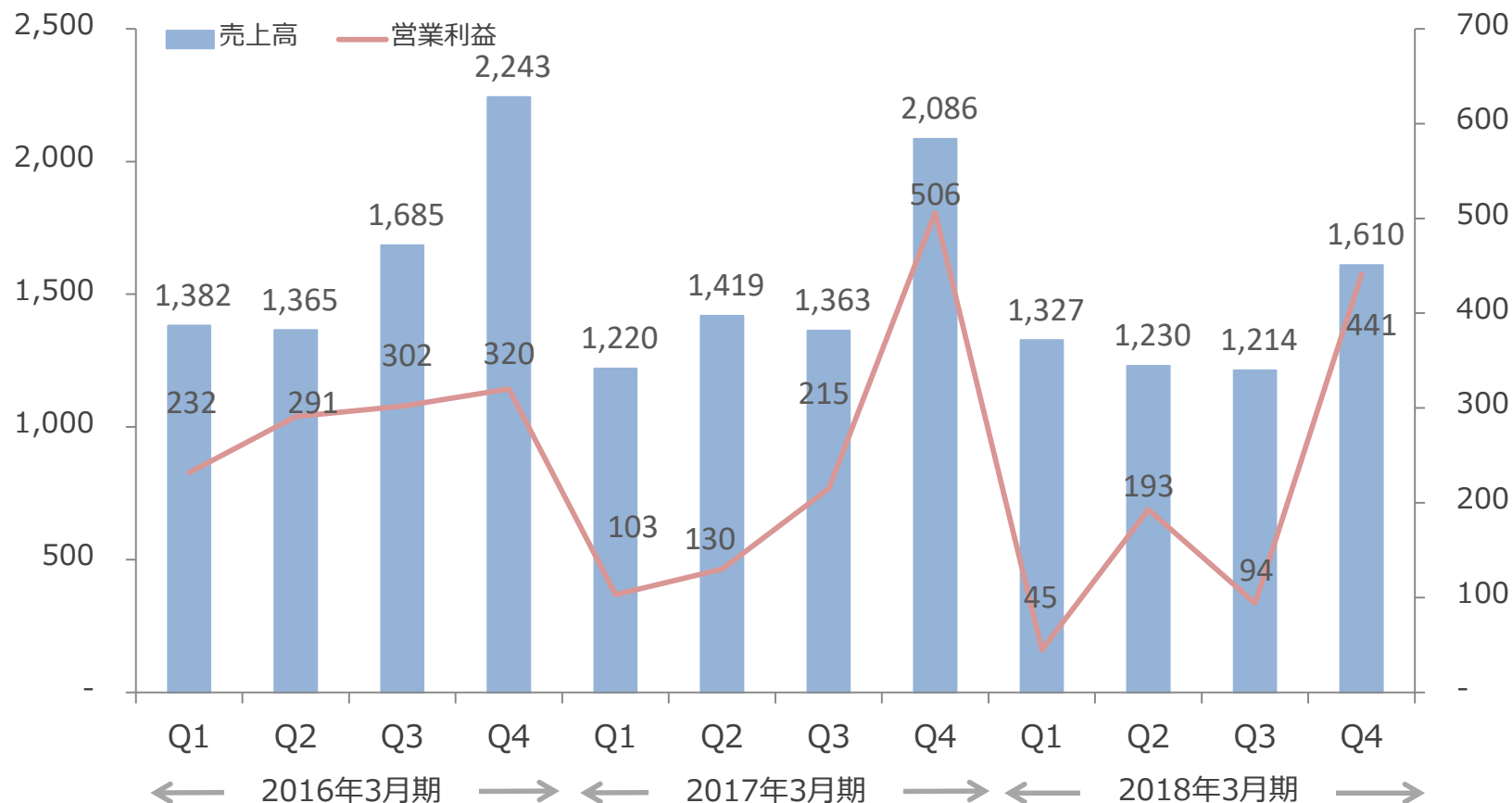
エコ&エコののれん償却費18百万円を当セグメントに計上しております。

- ※ 営業利益は、ノウハウ販売とエコ&エコにおける売上高の減少により、前期比減少

2 セグメント別業績（3）建築コンサルティング ②

（単位：百万円）

（単位：百万円）



» 売上高・営業利益ともに4Qに高まる傾向

2 セグメント別業績（４）住宅事業 ①

【地方都市圏】

首都圏以外

【首都圏】

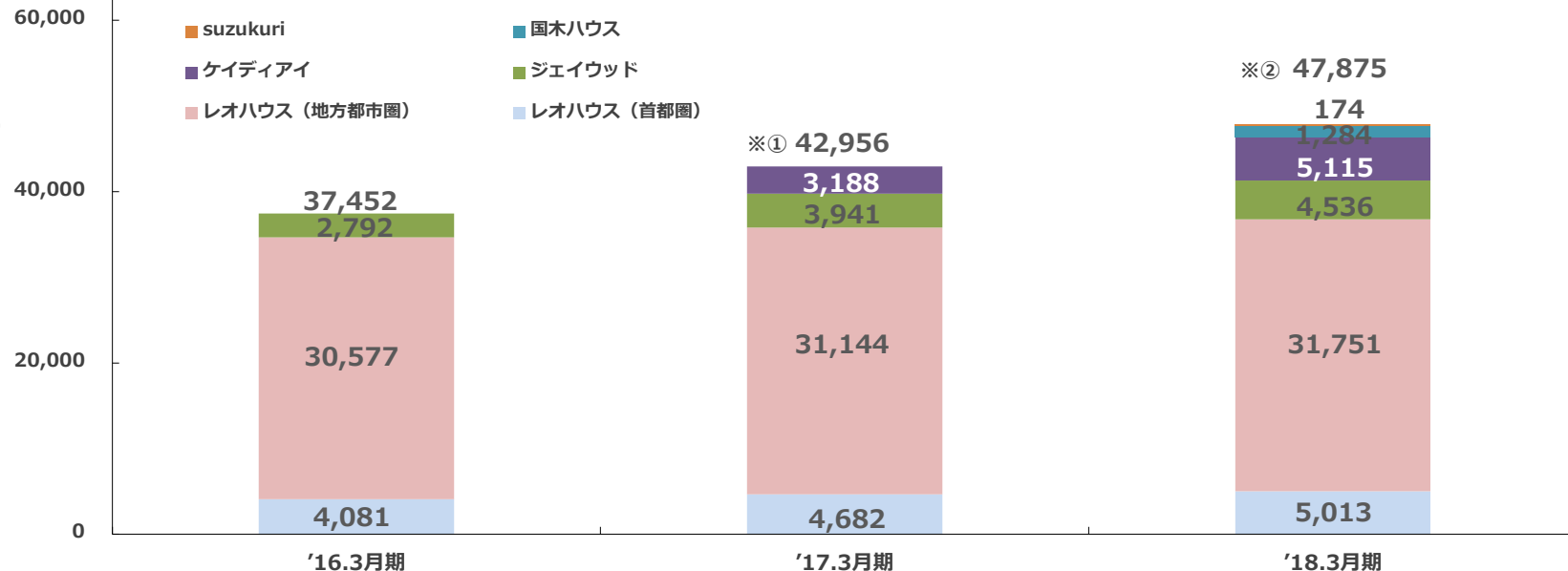
東京 神奈川
千葉 埼玉

Best Communication
NAC

(単位：百万円)

※ ①セグメント内売上20百万円を含む。 ※ ②セグメント内売上392百万円を含む。

売上高



» レオハウスとジェイウッドでは、完工引渡棟数が増加したことで、前期比増加

» ケイディアイと国木ハウスは、連結対象期間の変更に伴い、前期比増加

(単位：百万円)

営業利益



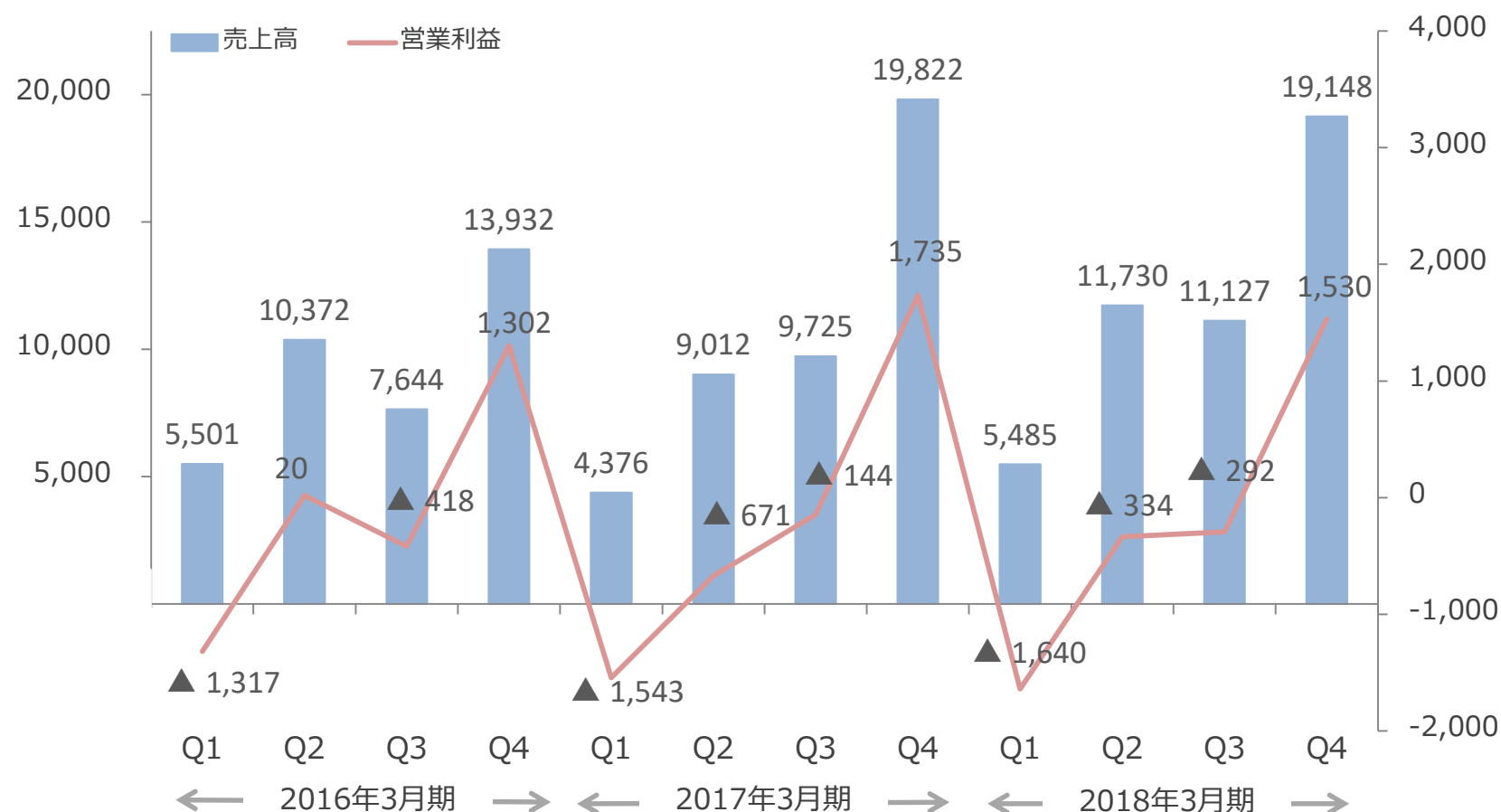
ジェイウッドとケイディアイ、
国木ハウスののれん償却費103百万円を当
セグメントに計上しております。

» 営業利益は、レオハウスとジェイウッドで期初に想定していた完工引渡棟数を大幅に下回ったことで、建築資材の高騰や施工を行う職人・設計の技術者不足などによる建設コストの増加がカバー出来ず、前期比減少

2 セグメント別業績（４）住宅事業 ②

（単位：百万円）

（単位：百万円）



» 住宅の引渡が集中する4Qに売上高・営業利益が高まる傾向

2 セグメント別業績（４）住宅事業 ③

全国127拠点（レオハウス：101拠点、ジェイウッド：10拠点、ケイディアアイ：3拠点、suzukuri：11拠点、国木ハウス：2拠点）

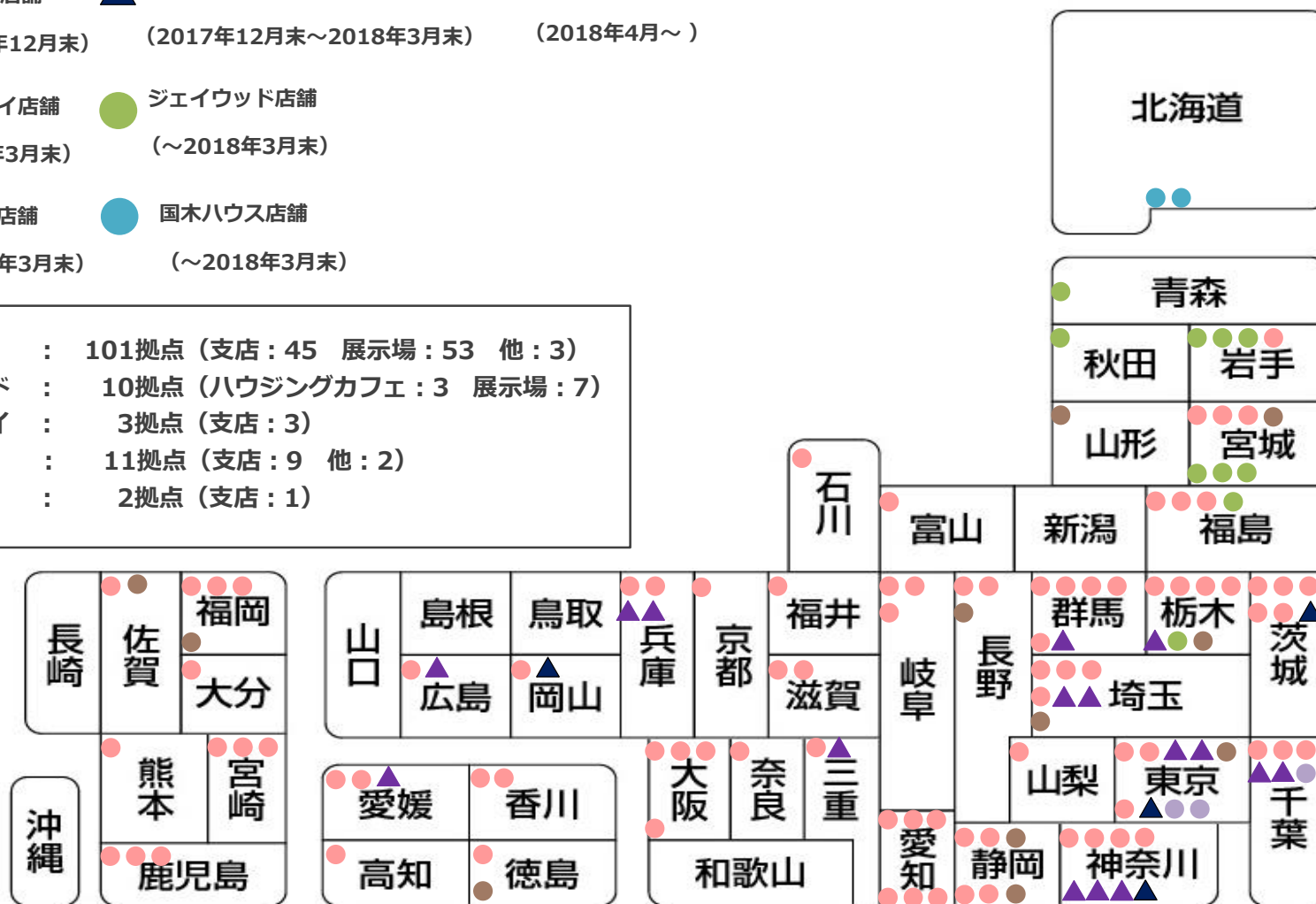
● レオハウス店舗 ▲ レオハウス閉鎖店舗 ▲ レオハウス閉鎖予定店舗

（～2017年12月末） （2017年12月末～2018年3月末） （2018年4月～）

● ケイディアアイ店舗 ● ジェイウッド店舗
（～2018年3月末） （～2018年3月末）

● Suzukuri店舗 ● 国木ハウス店舗
（～2018年3月末） （～2018年3月末）

レオハウス : 101拠点（支店：45 展示場：53 他：3）
ジェイウッド : 10拠点（ハウジングカフェ：3 展示場：7）
ケイディアアイ : 3拠点（支店：3）
Suzukuri : 11拠点（支店：9 他：2）
国木ハウス : 2拠点（支店：1）



2 セグメント別業績（４）住宅事業 ④

【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）

	2016年3月期				2017年3月期				2018年3月期			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
受 注	387	533	406	459	457	677	397	550	439	542	419	489
完 工	238	500	347	694	186	390	403	871	188	478	396	834
受注残	1,035	1,057	1,109	861	1,114	1,385	1,361	1,016	1,245	1,294	1,309	944
受注残 増減	+ 133	+ 22	+ 52	▲ 248	+ 253	+ 271	▲ 24	▲ 345	+ 229	+ 49	+ 15	▲ 365
単 価	※1 1,849万円／棟				※1 1,826万円／棟				※1 1,792万円／棟			

※1 販売単価は追加・外構工事を除いた金額

出店数	7 ※2	0 ※3	0	0 ※4	2 ※5	0	0	0	5 ※6	0	0	0
店舗計	109	108	108	105	105	105	105	105	105	105	105	※7 101

※2 支店統廃合により▲5

※3 支店統廃合により▲1

※4 支店統廃合により▲3

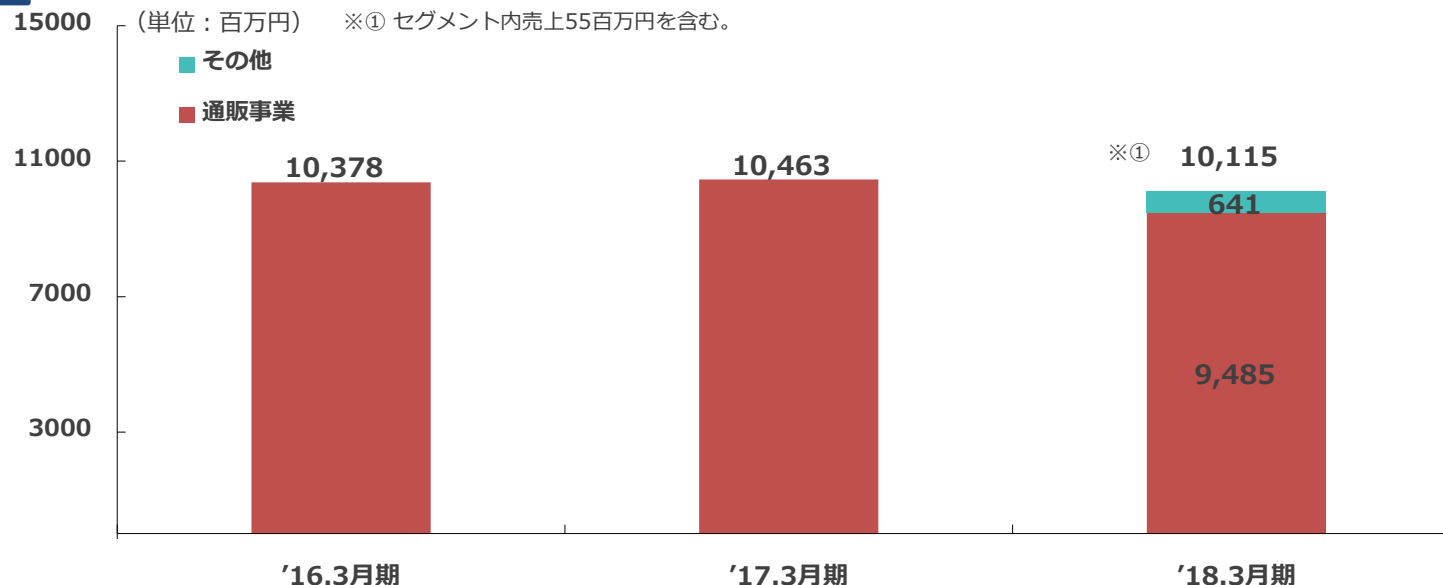
※5 支店統廃合により▲2

※6 suzukuriへのブランドチェンジにより▲5

※7 不採算店統廃合により▲4

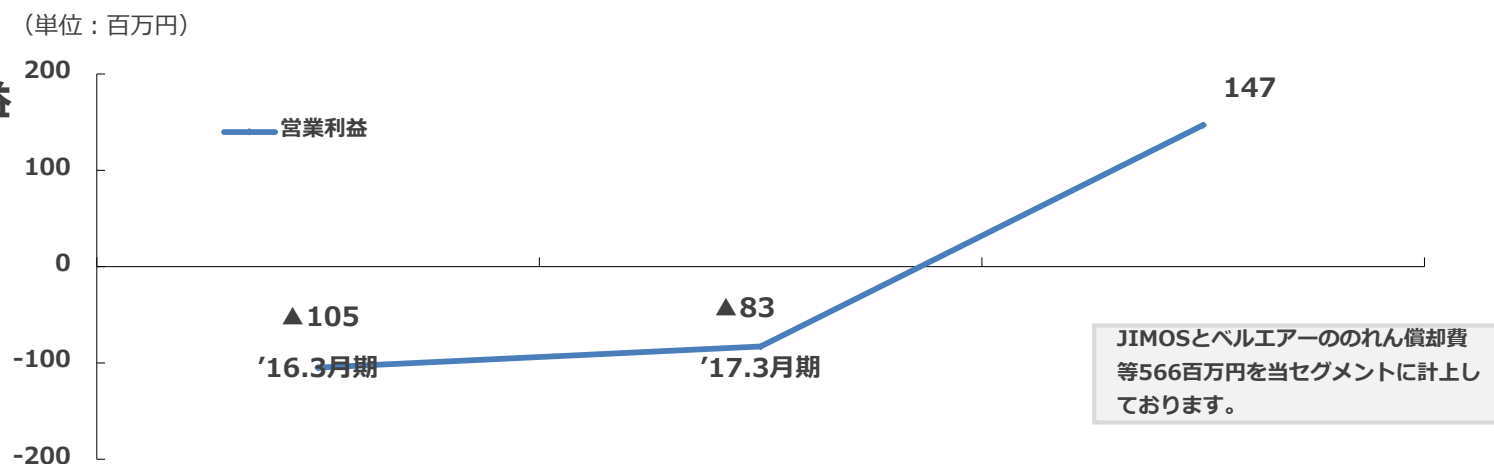
2 セグメント別業績（5）通販事業 ①

売上高



» 「Macchia Label(マキアレイベル)」と「Coyori(こより)」両ブランドにおいて、新規顧客獲得数が伸長した一方、既存顧客の売上単価減少が響き、売上高は前期比減少

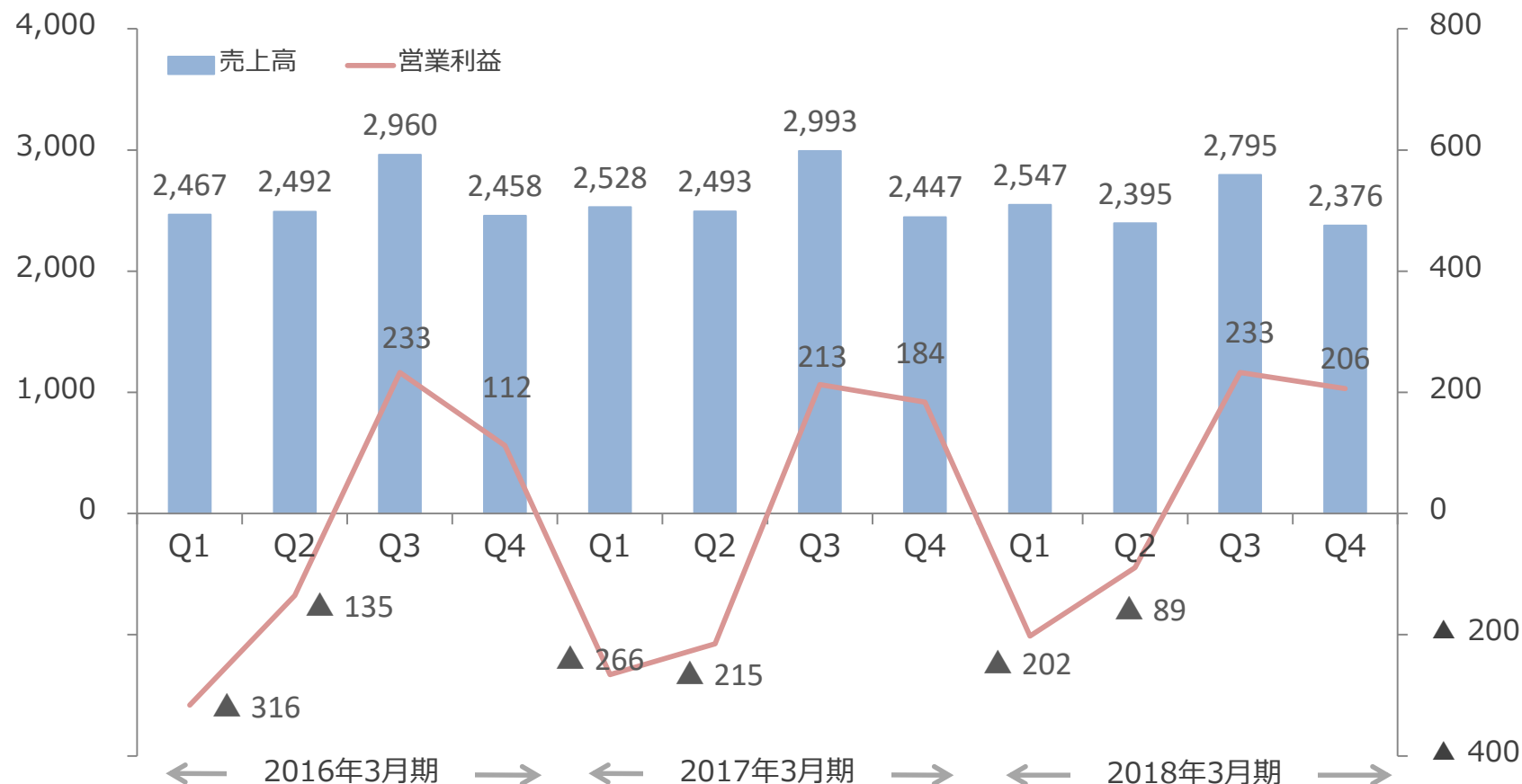
営業利益



» 営業利益は、売上高の減少による売上総利益の悪化を補うべく販売促進費等を抑制し、前期比増加

2 セグメント別業績（5）通販事業 ②

(単位：百万円)



» 上期に販促費を増加 下期に売上高・営業利益が高まる傾向

3. 2019年3月期 業績予想と施策

3 2019年3月期 連結業績予想

(単位：百万円)

	2018年3月期 実績	2019年3月期 予想	前期比
売上高	89,818	96,500	+ 7.4%
営業利益	1,637	2,000	+ 22.2%
経常利益	1,574	2,050	+ 30.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	▲ 994	600	-
年間配当	18 円	34 円	-
EPS	▲ 59.15円	35.68円	+ 94.83円

» 住宅事業の建て直しを軸に、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。

3 2019年3月期 セグメント別：売上高予想

(単位：百万円)

売 上 高	2018年3月期 実績	2019年3月期 予想	増減率
ク リ ク ラ 事 業	13,158	13,700	+ 4.1%
レ ン タ ル 事 業	13,727	14,200	+ 3.4%
建築コンサルティング 事 業	5,383	6,300	+ 17.0%
住 宅 事 業	47,492	52,500	+ 10.5%
通 販 事 業	10,115	9,800	▲ 3.1%
消 去 調 整 他	▲ 59	-	-
合 計	89,818	96,500	+ 7.4%

3 2019年3月期 セグメント別：営業利益予想

(単位：百万円)

営 業 利 益	2018年3月期 実績	2019年3月期 予想	増減率
ク リ ク ラ	596 (4.5%)	405 (3.0%)	▲ 32.1% (▲ 1.5pt)
レ ン タ ル	2,021 (14.7%)	2,000 (14.1%)	▲ 1.1% (▲ 0.6pt)
建築コンサルティング 事 業	775 (14.4%)	755 (12.0%)	▲ 2.6% (▲ 2.4pt)
住 宅 事 業	▲ 736 (▲ 1.6%)	160 (0.3%)	- (+ 1.9pt)
通 販 事 業	147 (1.5%)	80 (0.8%)	▲ 45.8% (▲ 0.7pt)
全 社 費 用 等 (新規・M&Aを含む)	▲ 1,166	▲ 1,400	-
合 計	1,637 (1.8%)	2,000 (2.1%)	+ 22.2% (+ 0.3pt)

※ () 内の数字は売上高に対する営業利益率です。

■ 売上高:前期比7.4%増 965億円

■ 営業利益:前期比22.2%増 20億円

レンタル

【ダストコントロール商品部門】

⇒ M&A戦略の推進

⇒ トータルケアサービス部門のエリア拡大

【害虫駆除部門】

⇒ 新規顧客開拓と販売促進キャンペーンの実施

住宅

【レオハウス】

⇒ 不採算店舗の統廃合による固定費の削減

⇒ 経営資源の適切配分による収益性の改善

⇒ 消費増税の駆け込み需要に対応した営業体制の構築

【ジェイウッド】

⇒ コミュニティを利用した強固な基盤作りの推進

【ケイディアイ】

⇒ 首都圏に特化した営業戦略と建築コストの削減

【suzukuri】

⇒ 異業種との提携を通じたターゲット層の拡大

クリクラ

クリクラ事業

⇒ サービス品質改善を通じたブランド力の向上

⇒ 幅広い顧客ニーズに対応した商品の提供

⇒ 夜間・土日配送の導入

建築コンサルティング

【ノウハウ・建築部材販売】

⇒ 余剰電力買取制度の終了と国策である“ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス（ZEH）”の標準化に関わる販売促進活動をより一層強化

【エコ&エコ】

⇒ 建築部材販売部門との連携強化

通販

新規顧客の獲得

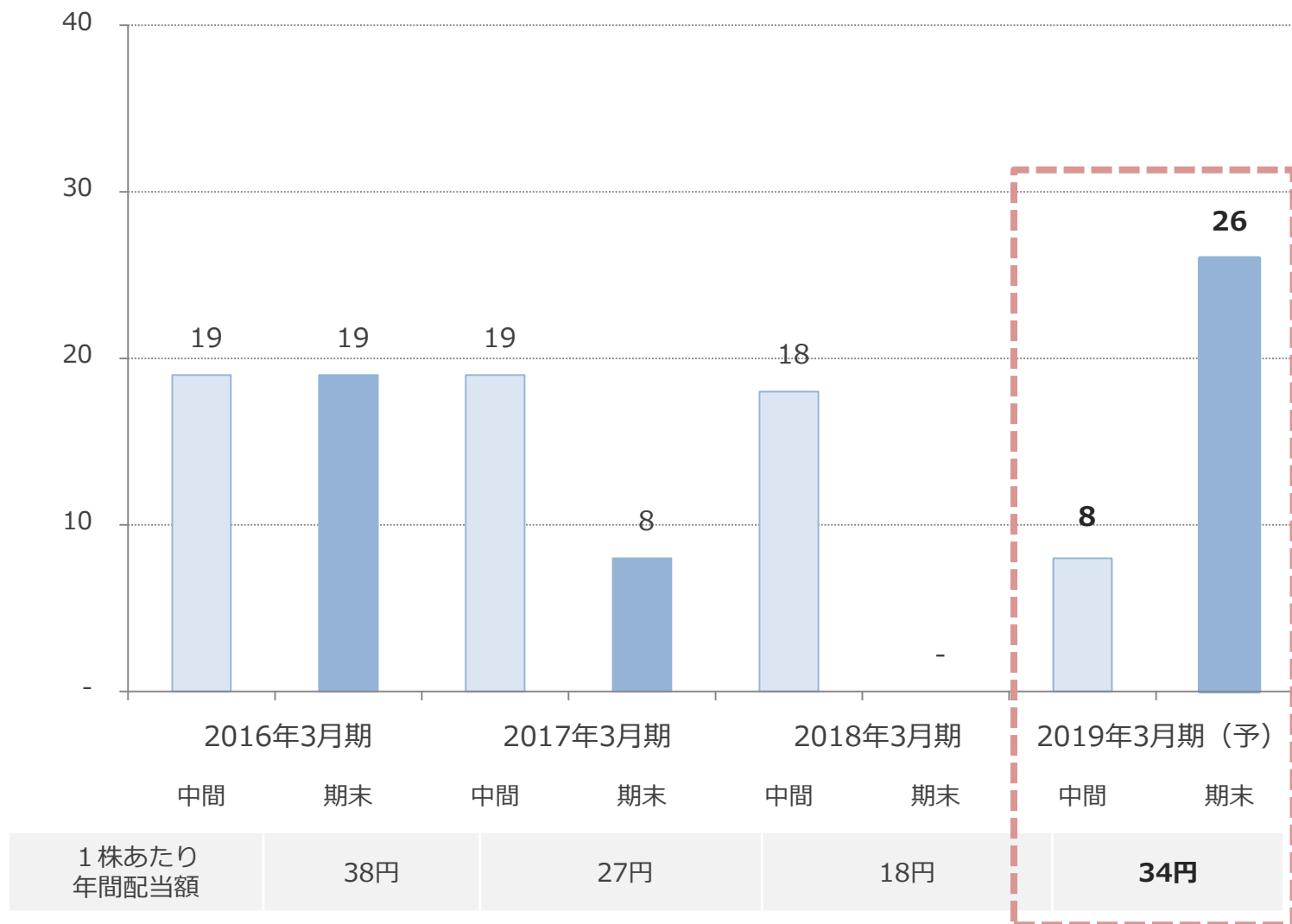
⇒ 他社とのアライアンスによる商圏と購買層の拡大

⇒ 海外市場への本格展開

4. 配当計画

4 配当方針：純資産配当率(DOE) 4 %

(単位：円) ※ 配当性向100%以内



» 配当方針の「連結純資産配当率4%」を基準に2019年3月期年間配当額は34円の予定。

» 中間・期末の支払割合は、従来の「1：1」から「1：3」の比率に変更。

5. 中期経営計画

5 中期経営計画について

2021年3月期を最終期とした中期経営計画については、
2019年3月期第1四半期中を目途に見直しを行い、
機関決定を経て公表を予定しております。

6. 補足資料

会社概要と事業紹介

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	■ 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、分譲住宅の販売及びそれに付随する金融・保険業務 ■ 通販事業：化粧品・健康食品・酒類等の通信販売
連結子会社	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） 株式会社ベルエアー（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） 株式会社ケイディアイ（住宅事業） 株式会社ナックライフパートナーズ（金融・福利厚生） 株式会社国木ハウス（住宅事業） 株式会社suzukuri（住宅事業） 株式会社愛ライフ（レンタル事業）
従業員数（正社員）	連結2,165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	13,269名（自己名義株式を除く総株主数）

6 主な指標（連結ベース）経営指標から

	'17.3月期 実績	'18.3月期 実績	増減
期中平均発行済株式数	16,854,157株	16,807,436株	▲ 46,721株
1株当たり純資産（BPS）	923.41円	839.28円	▲ 84.13円
1株当たり当期純利益（EPS）	24.65円	▲ 59.15円	▲ 83.79円
自己資本比率	35.7%	33.4%	▲ 2.3pt
自己資本純利益率（ROE）	2.7%	▲ 6.7%	▲ 9.4pt
1株当たり配当金	27円	18円	▲ 9円
配当性向	109.5%	▲ 30.4%	▲ 139.9pt
純資産配当率	2.9%	2.1%	▲ 0.8pt

1971年 5月	東京都町田市に株式会社ダスキン鶴川設立	
1977年 8月	株式会社ナックに商号変更	
1995年 9月	日本証券業協会（現：JASDAQ）に店頭登録	
1997年 1月	東京証券取引所市場第二部上場	
1999年 9月	東京証券取引所市場第一部指定	
2001年 12月	宅配水事業「クリクラ」に進出	
2002年 2月	連結子会社（現・株式会社レオハウス）で住宅事業に進出	
2010年 3月	創業 40周年、売上高 500億円達成	
2012年 3月	株式会社 アーネストを子会社化	
2013年 7月	株式会社 JIMOSを子会社化 株式会社ジェイウッドを子会社化	
2015年 4月	クリクラ本庄工場新設	
2015年 9月	株式会社エコ&エコを子会社化	
2016年 5月	株式会社ケイディアイを子会社化	
2016年 12月	株式会社ベルエアーを子会社化	
2017年 4月	株式会社suzukuriで住宅事業を開始	
2017年 6月	株式会社国木ハウスを子会社化	
2017年 9月	株式会社愛ライフを子会社化	

6 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 年度～2016 年度宅配水市場 販売金額ベース (株)矢野経済研究所調べ

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」
- 2017年9月よりダスキン事業を手がける株式会社愛ライフを子会社化

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**
- 2016年5月より首都圏を中心に分譲・注文住宅を手がける株式会社ケイディアイを子会社化
- 2017年4月よりマトリックスコンセプトを展開する株式会社suzukuriを子会社化
- 2017年6月より北海道で住宅事業を展開する株式会社国木ハウスを子会社化

通販事業

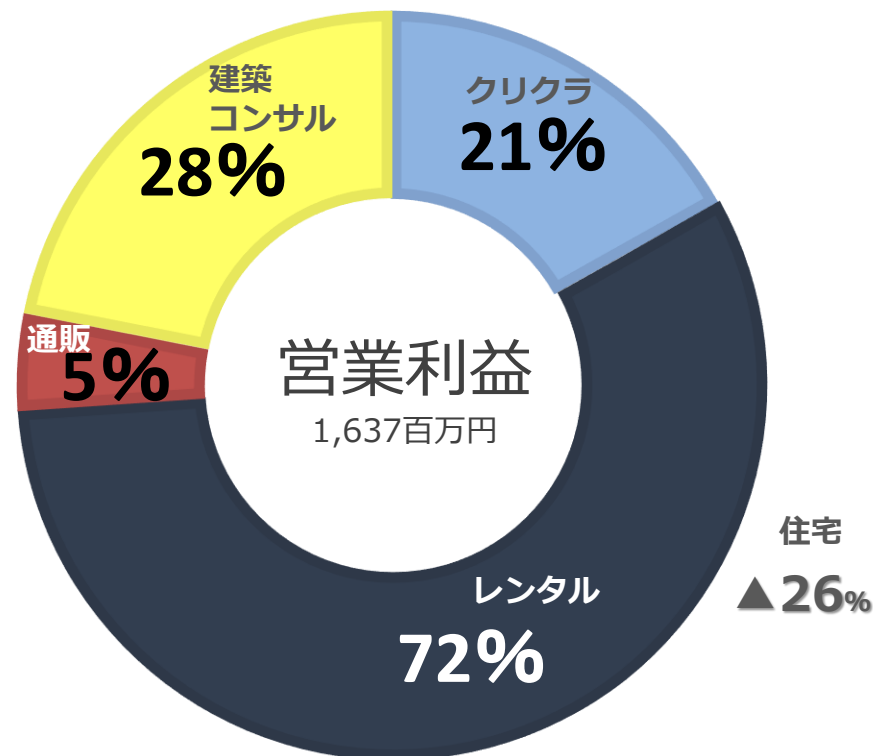
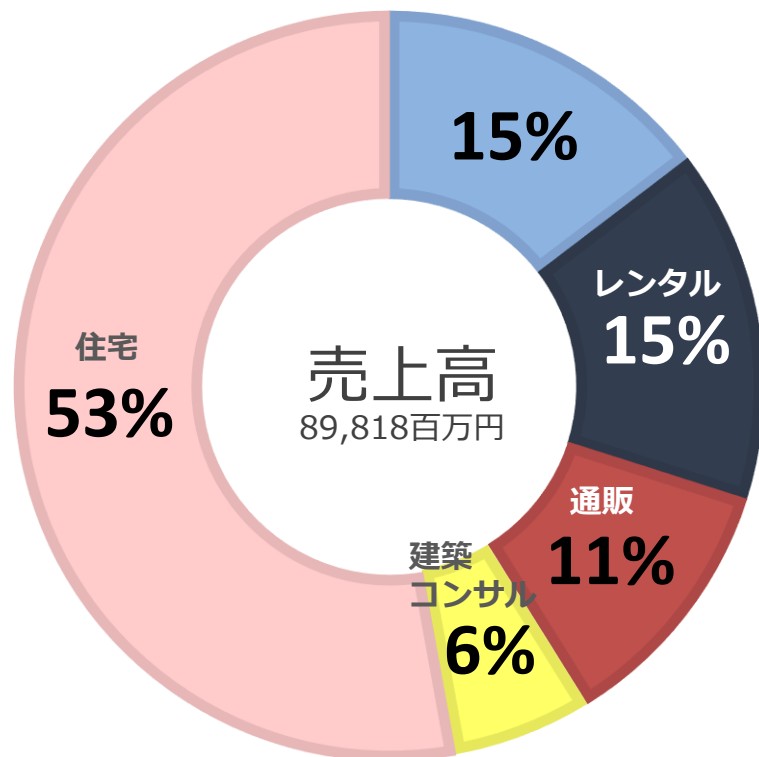
- 2013年7月、株式会社 JIMOS の子会社化により通販事業参入
- 40～60代の女性を中心に、基礎化粧品が主力
- 『薬用クリアエステヴェール』美容液ファンデーション市場で12年連続売上 **NO.1**を獲得！
- 2016年12月より栄養補助食品（サプリメント）を手がける株式会社ベルエアーを子会社化

6

売上高・営業利益構成比（18.3期実績）

■ クリクラ ■ レンタル ■ 通販 ■ コンサル ■ 住宅

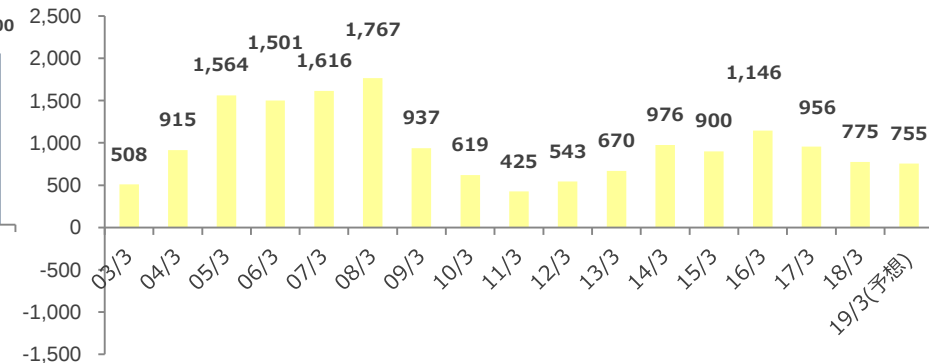
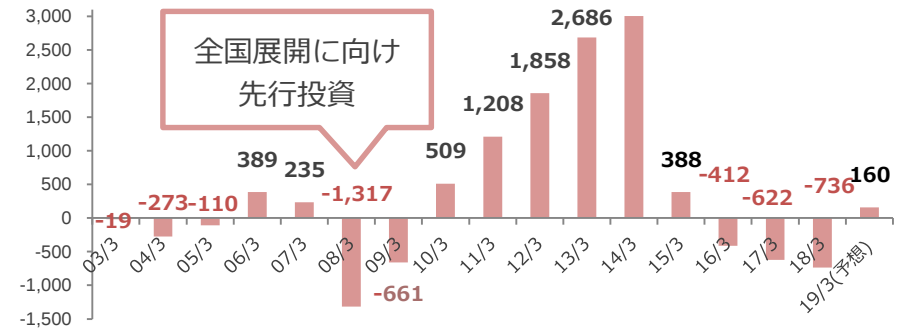
■ クリクラ ■ レンタル ■ 通販 ■ コンサル



売上高営業利益率

※本社費は除外しています

クリクラ	レンタル	建築コンサル	通販	住宅	全社
4.5%	14.7%	14.4%	1.5%	▲1.6%	1.8%



37