

2019年3月期 決算補足説明資料

2019年5月15日
株式会社ナック
東証一部 9788



注) IR説明会は7月2日(火)に開催予定です。
この資料は、2019年3月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

- | | | |
|-------------------|---|------|
| 1. 2019年3月期決算概要 | … | P. 2 |
| 2. セグメント別業績 | … | P. 9 |
| 3. 2020年3月期連結業績予想 | … | P.22 |
| 4. 配当方針 | … | P.27 |
| 5. 補足資料 | … | P.29 |

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. 2019年3月期決算概要

1 2019年3月期 通期：連結損益計算書

(単位：百万円)

	'19.3月期 実績	計画比		前期比	
		'19.3月期 計画	達成率	'18.3月期 実績	増減率
売上高	89,111	96,500	92.3%	89,818	▲ 0.8 %
売上総利益	34,763	-	-	34,785	▲ 0.1 %
(売上総利益率)	39.0 %	-	-	38.7 %	+ 0.3 pt
販売費及び 一般管理費	32,725	-	-	33,148	▲ 1.3 %
営業利益	2,037	2,000	101.9 %	1,637	24.5%
(営業利益率)	2.3 %	2.1 %	+ 0.2 pt	1.8 %	+ 0.5 pt
営業外損益	43	-	-	▲ 62	-
経常利益	2,081	2,050	101.5 %	1,574	32.2 %
特別損益	▲ 168	-	-	▲ 1,021	-
親会社株主に帰属 する当期純利益	798	600	133.0 %	▲ 994	-

▶ 売上高は、住宅事業、美容・健康事業において減少したことで前期を下回った。

▶ 営業利益は、クリクラ事業において増益となったこと、美容・健康事業において広告宣伝費及び販売促進費を抑制し効率的運用に努め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)

	'19.3月期 実績	計画比		前期比	
		'19.3月期 計画	計画比	'18.3月期 実績	前期比
ク リ ク ラ 事 業	13,179	13,700	▲ 521	13,158	+ 20
レ ン タ ル 事 業	14,394	14,200	+ 194	13,727	+ 667
建築コンサルティング事業	5,459	6,300	▲ 841	5,383	+ 75
住 宅 事 業	46,318	52,500	▲ 6,182	47,492	▲ 1,174
美 容 ・ 健 康 事 業	9,801	9,800	+ 1	10,115	▲ 314
消 去 調 整 他	▲ 41	-	▲ 41	▲ 59	+ 18
合 計	89,111	96,500	▲ 7,389	89,818	▲ 706

- ▶ クリクラ事業は、物流コストの高騰を踏まえてワンウェイ事業から撤退したことで計画は下回ったものの、記録的な猛暑を背景に一世帯あたりのボトル消費量が増加したことなどにより、前期を上回った。
- ▶ レンタル事業は、全ての部門で売上高が堅調に推移し、計画・前期を上回った。
- ▶ 建築コンサルティング事業は、太陽光発電システムを中心とした建築部資材販売において、販売ターゲットを住宅市場にシフトしたことで売上高が減少し計画を下回った一方、ノウハウ販売の業績好調により前期を上回った。
- ▶ 住宅事業は、株式会社レオハウスと株式会社ジェイウッドにおいて2018年3月末時点における受注残が2017年3月末を下回ったことに加え、当期中の受注数が伸び悩んだことで、計画・前期を下回った。
- ▶ 美容・健康事業は株式会社JIMOSの化粧品ブランド「MACCHIA LABEL(マキアレイベル)」と「Coyori(コヨリ)」で新規顧客数を伸ばした一方で、既存顧客からの注文数や顧客売上単価が伸び悩んだことで前期を下回ったが、計画どおりとなった。

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)

	'19.3月期 実績	計画比		前期比	
		'19.3月期 計画	計画比	'18.3月期 実績	前期比
ク リ ク ラ 事 業	788 (6.0 %)	405 (3.0 %)	+ 383 (+ 3.0 pt)	596 (4.5 %)	+ 192 (+ 1.5 pt)
レ ン タ ル 事 業	1,998 (13.9 %)	2,000 (14.1 %)	▲ 1 (▲ 0.2 pt)	2,021 (14.7 %)	▲ 22 (▲ 0.8 pt)
建築コンサルティング事業	754 (13.8 %)	755 (12.0 %)	▲ 0 (▲ 1.8 pt)	775 (14.4 %)	▲ 21 (▲ 0.6 pt)
住 宅 事 業	▲ 694 (▲ 1.5 %)	160 (0.3 %)	▲ 854 (▲ 1.8 pt)	▲ 736 (▲ 1.6 %)	+ 41 (+ 0.1 pt)
美 容 ・ 健 康 事 業	255 (2.6 %)	80 (0.8 %)	+ 175 (+ 1.8 pt)	147 (1.5 %)	+ 108 (+ 1.1 pt)
全 社 費 用 等	▲ 1,064	▲ 1,400	+ 335	▲ 1,166	+ 102
合 計	2,037 (2.3 %)	2,000 (2.1 %)	+ 37 (+ 0.2 pt)	1,637 (1.8 %)	+ 400 (+ 0.5 pt)

- » クリクラ事業は、直営部門において「クリクラあんしんサポート」サービスへの加入者数が順調に増加したことや、省エネサーバーへの切り替えに伴う手数料収入があったことにより、計画・前期ともに上回った。
- » レンタル事業は、期初に想定していなかった新規出店のために販売費及び一般管理費が増加したことで、前期を下回るも計画どおりとなった。
- » 建築コンサルティング事業では、ノウハウ販売においてオリジナル新商品の開発及びブランド化戦略に伴い販売費及び一般管理費が増加したことにより、前期を下回るも計画どおりとなった。
- » 住宅事業は、株式会社レオハウスと株式会社ジェイウッドで売上高が減少したことにより計画を下回ったが、株式会社レオハウスの営業損失減少により前期より改善した。
- » 美容・健康事業は、広告宣伝費及び販売促進費を中心とした販売費及び一般管理費を削減した結果、計画・前期ともに上回った。

1 営業利益の増減要因

(単位：百万円)

			前期比増加率
2018年3月期 営業利益		1,637	-
①売上総利益		▲ 22	▲ 0.1 %
※ ②販売費及び一般管理費の増減	減価償却費・のれん償却費	+ 270	+ 13.4 %
	地 代 家 賃	+ 253	+ 10.1 %
	広告宣伝費及び販売促進費	+ 223	+ 4.2 %
	人 件 費	▲ 30	▲ 0.2 %
	支 払 手 数 料	▲ 133	▲ 10.9 %
	そ の 他 販 管 費	▲ 161	▲ 2.0 %
2019年3月期 営業利益		2,037	+ 24.5 %

※販管費の増減額について,+は損益の増加/▲は損益の減少

① 売上総利益の減少理由

» 住宅事業の中核子会社である株式会社レオハウスで、2018年3月末の受注残が2017年3月末を下回ったことにより売上高が減少したことに加え、当期中の受注数が伸び悩んだことによる。

② 販売費及び一般管理費の増減理由

» 減価償却費・のれん償却費の減少は、主にレオハウスにおいて不採算店舗の統廃合を行ったことによる。

» 広告宣伝費及び販売促進費の減少は、主に美容・健康事業において抑制を図ったことによる。

1 2019年3月期 通期：連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2019年 3月末	構成比	2018年 3月末	構成比	増減額
流動資産	31,575	63.6 %	22,980	54.6 %	+ 8,595
有形固定資産	11,457	23.1 %	12,579	29.9 %	▲ 1,121
無形固定資産	2,549	5.1 %	2,782	6.6 %	▲ 232
投資その他の資産	3,908	7.9 %	3,773	9.0 %	+ 134
固定資産計	17,916	36.1 %	19,135	45.4 %	▲ 1,219
繰延資産合計	134	0.3 %	-	-	+ 134
資産合計	49,626	100.0 %	42,115	100.0 %	+ 7,510

流動負債	23,410	47.2 %	20,973	49.8 %	+ 2,437
固定負債	6,055	12.2 %	7,027	16.7 %	▲ 972
負債合計	29,465	59.4 %	28,001	66.5 %	+ 1,464
株主資本	20,950	42.2 %	14,873	35.3 %	+ 6,076
その他の包括利益累計額	▲ 789	▲ 1.6 %	▲ 758	▲ 1.8 %	▲ 30
純資産合計	20,161	40.6 %	14,114	33.5 %	+ 6,046
負債・純資産合計	49,626	100.0 %	42,115	100.0 %	+ 7,510

主な増減要因

■ 流動資産：現金・預金 + 1,906 販売用不動産 + 4,895

■ 固定資産：建物及び構築物 ▲ 738 リース資産 ▲ 524

■ 流動負債：短期借入金 + 1,900 買掛金 + 917

■ 固定負債：リース債務 ▲ 476 長期借入金 ▲ 400

自己資本比率：40.6 %

※「『税効果会計に係る会計基準』の一部改正」（企業会計基準第28号 平成30年2月16日）等を当連結会計年度の期首から適用しており、前連結会計年度に係る主要な経営指標等については、当該会計基準等を遡って適用した後の指標等となっております。

1 2019年3月期 通期：連結キャッシュフロー

(単位：百万円)

	'19.3月期 実績	'18.3月期 実績	増減額
1.営業活動によるCF	▲ 2,200	1,152	▲ 3,352
2.投資活動によるCF	▲ 835	▲ 905	70
3.財務活動によるCF	4,941	▲ 473	5,414
現金及び現金同等物の増減額	1,906	▲ 225	2,132
現金及び現金同等物の期首残高	7,261	7,430	▲ 168
新規連結等に伴う現金及び現金同等物の増加額	-	56	▲ 56
現金及び現金同等物の期末残高	9,167	7,261	1,906
減価償却費	1,546	1,783	▲ 236

当期の主な要因

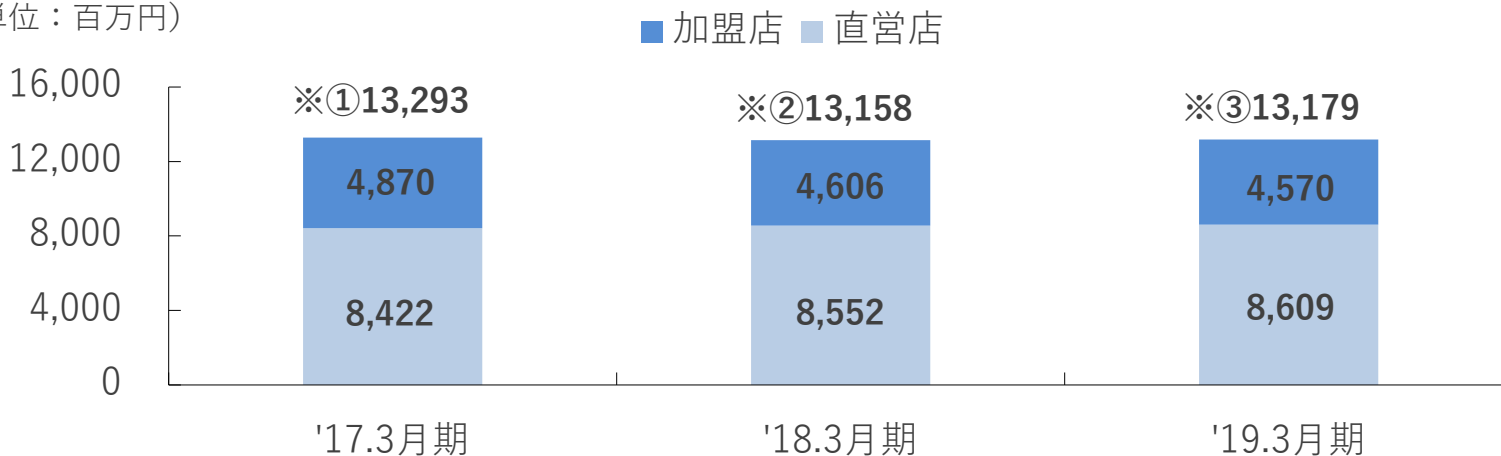
- 営業活動：税金等調整前当期純利益の増加1,912百万円、減価償却費1,546百万円等による資金の増加。
たな卸資産の増加5,876百万円、法人税等の支払額1,357百万円等による資金の減少。
- 投資活動：有形固定資産の取得による支出329百万円、
連結範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出249百万円等の資金の減少。
- 財務活動：株式の発行による収入5,291百万円等による資金の増加。

2. セグメント別業績

2 セグメント別業績（1）クリクラ事業 ①

（単位：百万円）

売上高

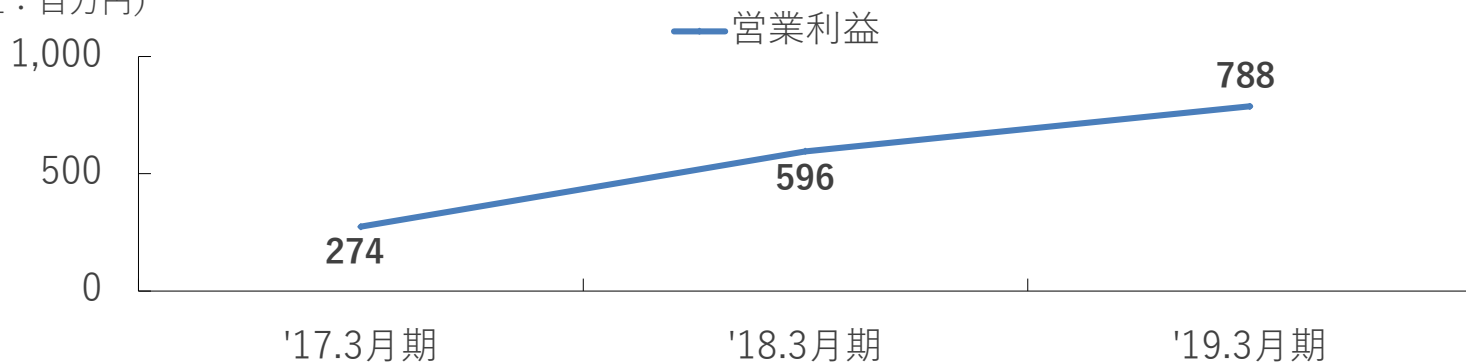


※①セグメント間売上2百万円を含む。 ※②セグメント間売上4百万円を含む。 ※③セグメント間売上3百万円を含む。

- » 直営部門は、記録的な猛暑を背景に一世帯あたりのボトル消費量が増加し、売上高は前期比で増加。
- » 加盟店部門の売上高は前期比と同水準となった。

（単位：百万円）

営業利益



- » 損益面では、直営部門において「クリクラあんしんサポート」サービスへの加入者数が順調に増加したことや、省エネサーバーへの切り替えに伴う手数料収入により、営業利益が前期比で増加。

2 セグメント別業績（1）クリクラ事業 ②

（単位：百万円）

（単位：百万円）

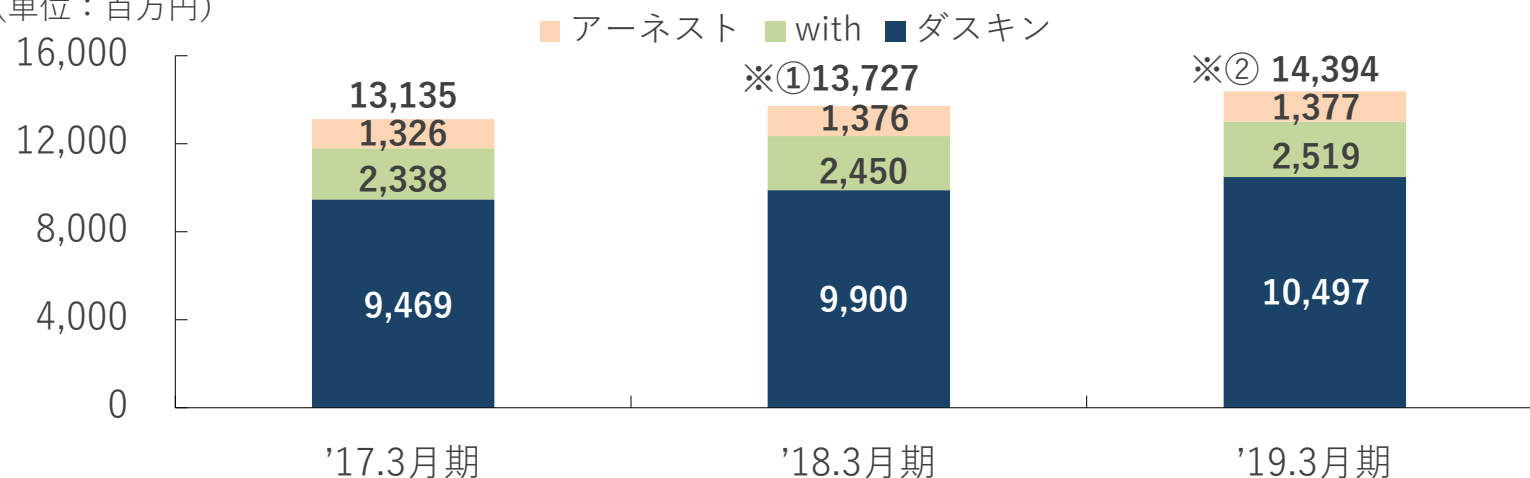


» Q1にテレビCMなどの広告宣伝費及び販売促進費が増加 Q2以降に営業利益が高まる傾向。

2 セグメント別業績（2）レンタル事業 ①

(単位：百万円)

売上高

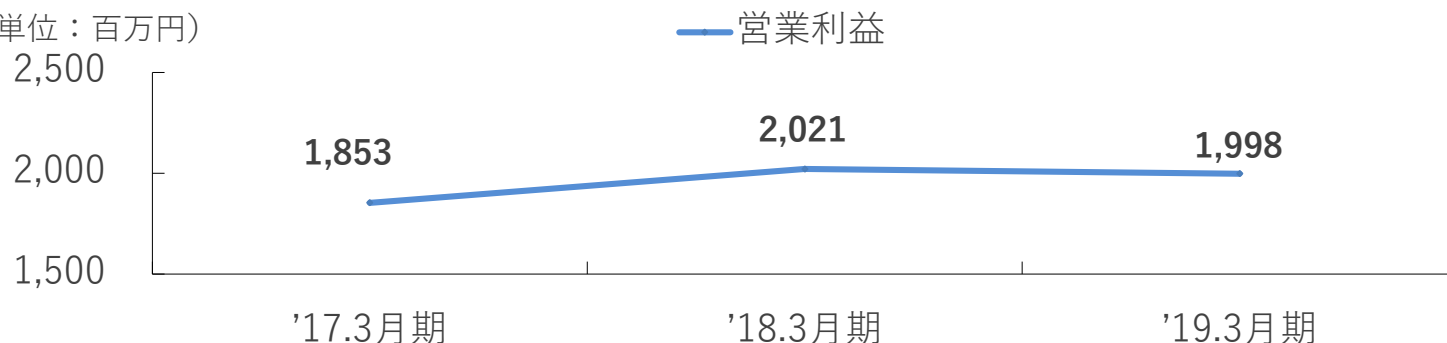


※①セグメント間売上1百万円を含む。 ※②セグメント間売上4百万円を含む。 ※③セグメント間売上6百万円を含む。

- » ダスキンの事業は、新規出店を通じた商圏拡大や既存顧客への深耕が奏功したことで顧客数と顧客単価が堅調に推移し、売上高は前期比で増加。
- » with事業（害虫駆除部門）は、需要が高まる夏場にかけて販売促進活動を全国的に展開したことにより、売上高は前期比で増加。
- » 株式会社アーネスト(法人向け定期清掃サービス)は前年と同じ水準で推移。

営業利益

(単位：百万円)

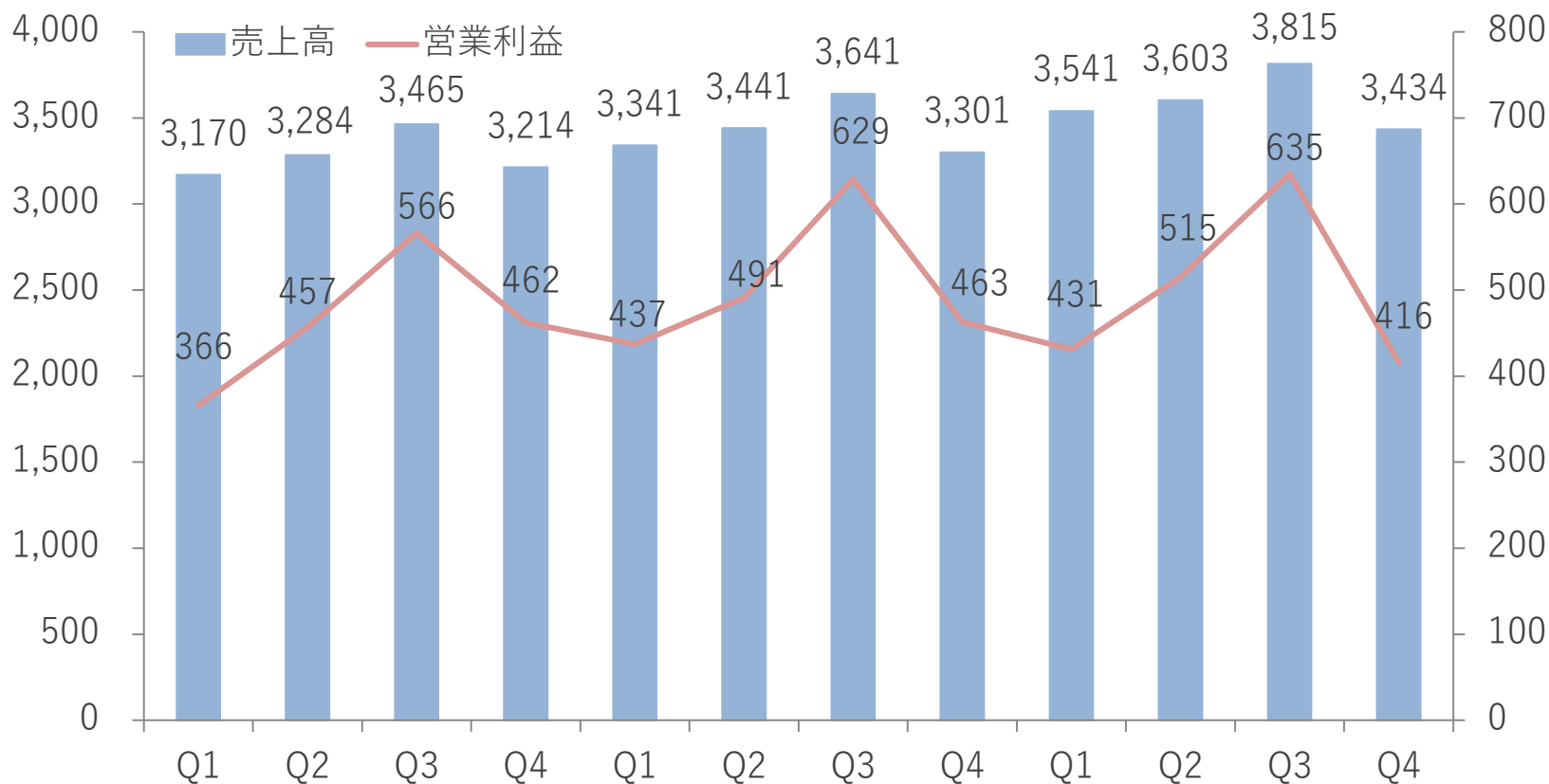


- » 損益面では、全ての部門において売上高が増加したが、2018年8月に株式会社ダスキンのと資本業務提携契約を締結し、それに基づく新規出店で販売費及び一般管理費が増加し、営業利益は前期比で微減となった。

2 セグメント別業績（2） レンタル事業 ②

（単位：百万円）

（単位：百万円）

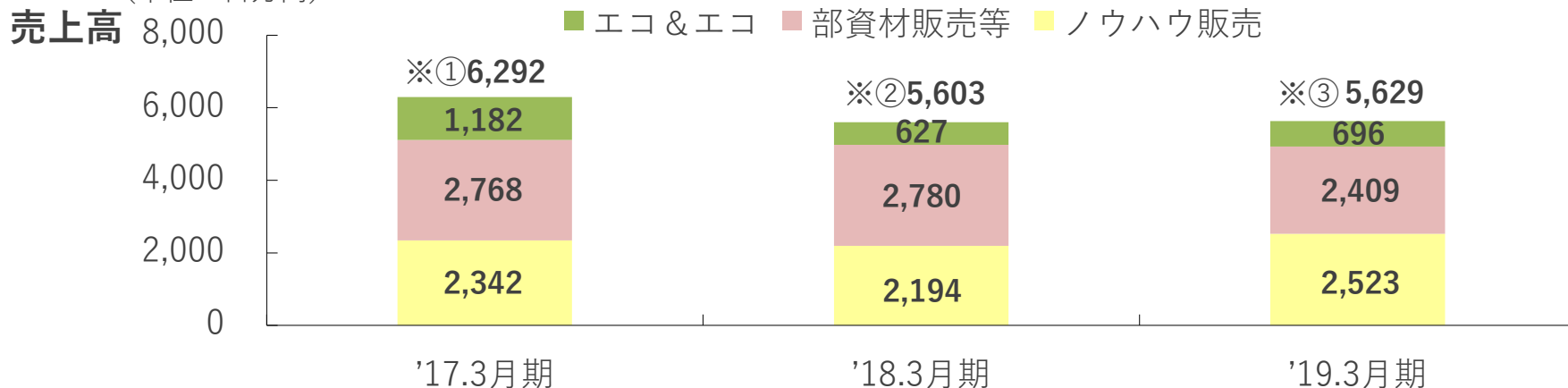


← 2017年3月期 → ← 2018年3月期 → ← 2019年3月期 →

» 一年を通じて売上高・営業利益が安定。

2 セグメント別業績（3）建築コンサルティング事業 ①

（単位：百万円）



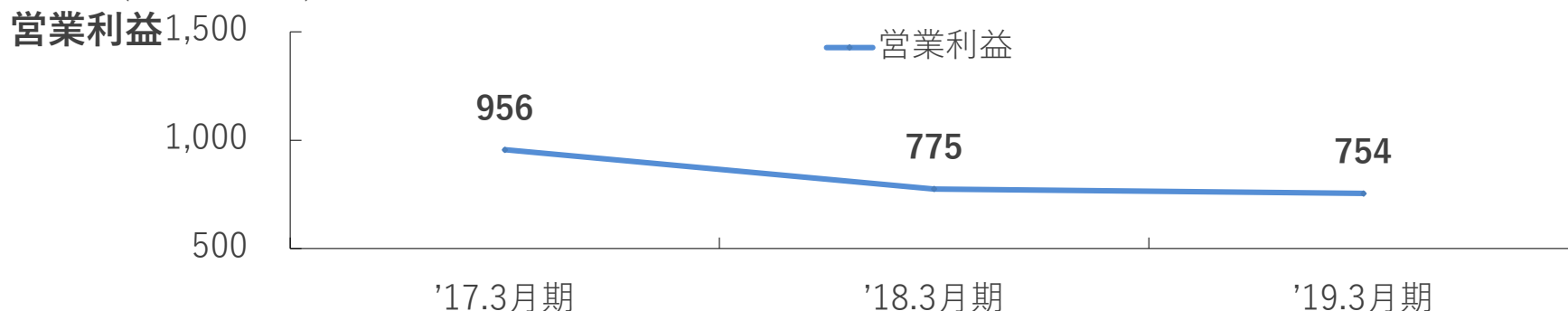
※①セグメント内売上202百万円を含む。 ※②セグメント内売上219百万円を含む。 ※③セグメント内売上169百万円を含む。

» ノウハウ販売では、前期末と2019年2月に販売を開始したオリジナル新商品の販売好調に加えて、第4四半期に販促活動を強化したことが奏功し、売上高が前期比で増加。

» 建築部資材販売では、市況を鑑みて販売ターゲットを住宅市場にシフトするなど、ビジネスモデルの変更に引き続き取り組んだ結果、前期比で売上高が減少するも、増益となった。

» 株式会社エコ＆エコでは、安定した収益が見込める事業モデルへの転換を行ったことで売上高が前期比で増加。

（単位：百万円）

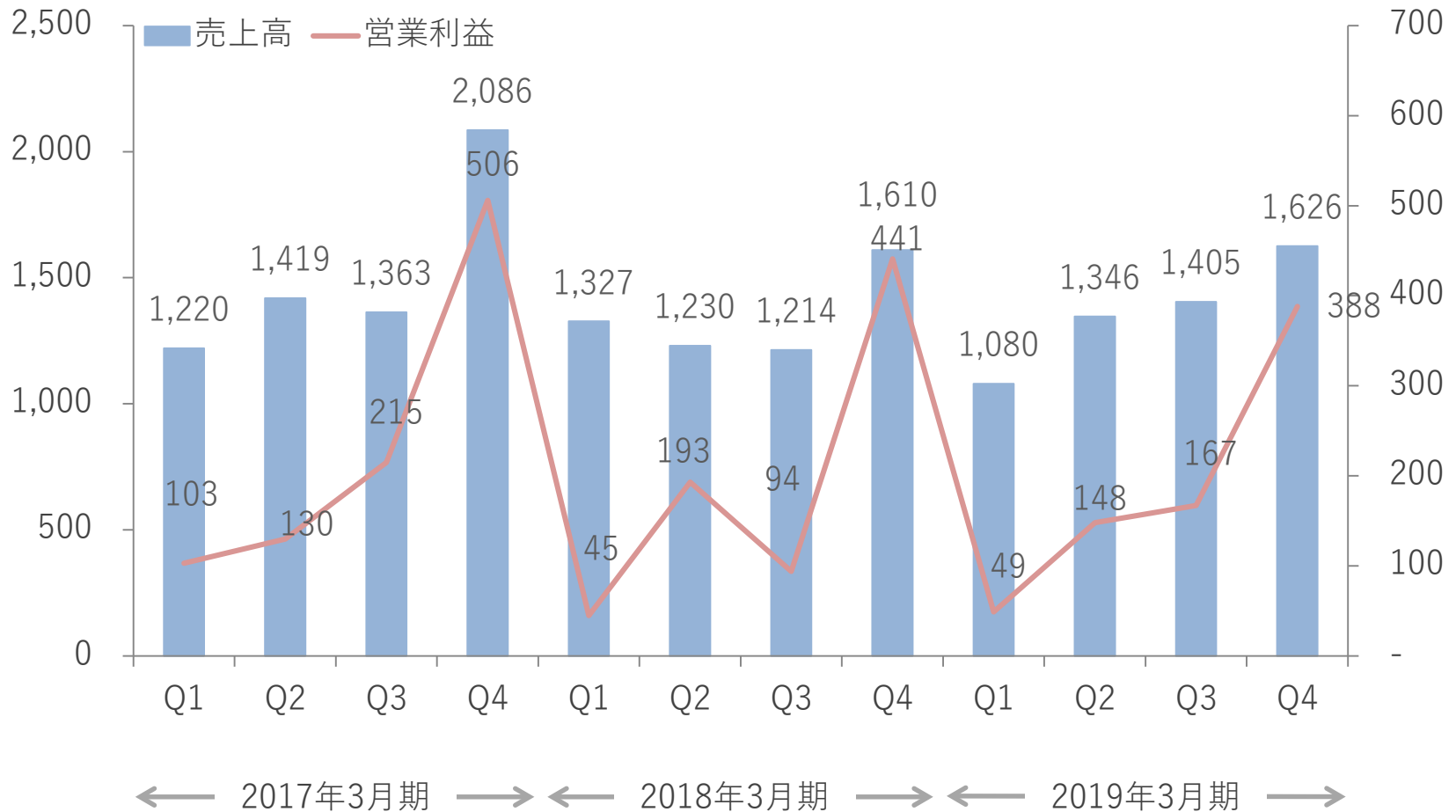


» 損益面では、ノウハウ販売において、オリジナル新商品の開発及びブランド化戦略に伴い販売費及び一般管理費が増加したことにより、営業利益は前期比で微減となった。

2 セグメント別業績（3）建築コンサルティング事業 ②

（単位：百万円）

（単位：百万円）



» 売上高・営業利益ともに、Q4に集中する傾向。

2 セグメント別業績（4）住宅事業 ①

売上高(単位：百万円)

■ レオハウス（首都圏）

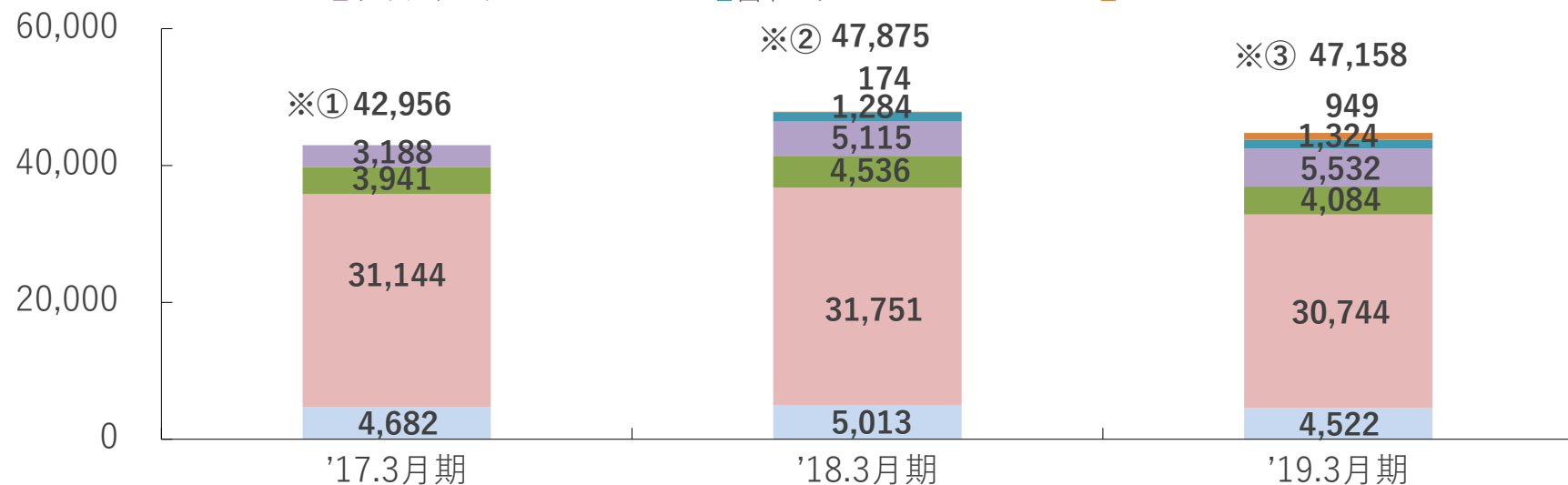
■ レオハウス（地方都市圏）

■ ジェイウッド

■ ケイディアイ

■ 国木ハウス

■ suzukuri



※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383百万円を含む。

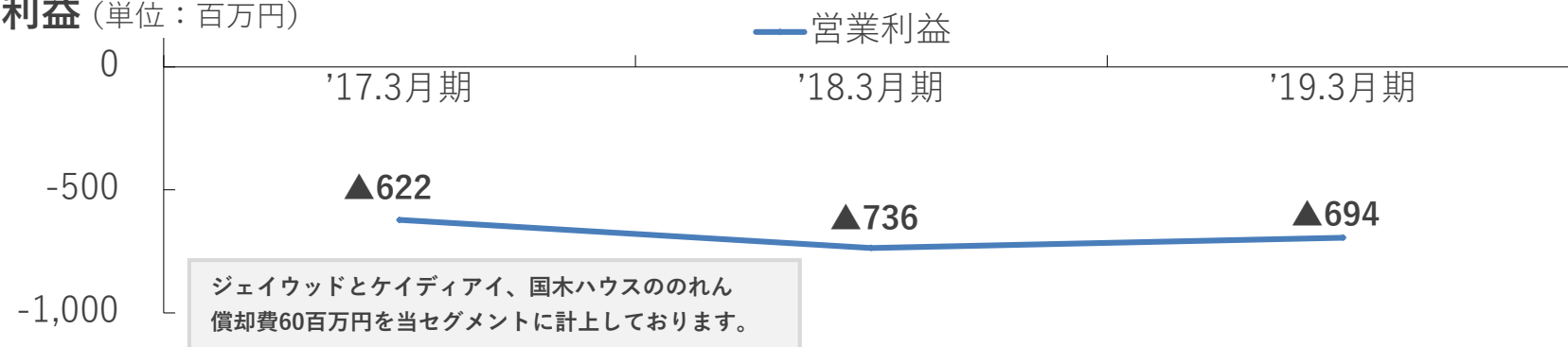
※③ セグメント内売上840百万円を含む。

セグメント間売上8百万円を含む。

セグメント間売上11百万円を含む。

※ 株式会社レオハウスと株式会社ジェイウッドにおいて、2018年3月末時点における受注残が2017年3月末を下回ったことを、期中の受注では補いきれず、売上高が前期比で減少した。

営業利益(単位：百万円)

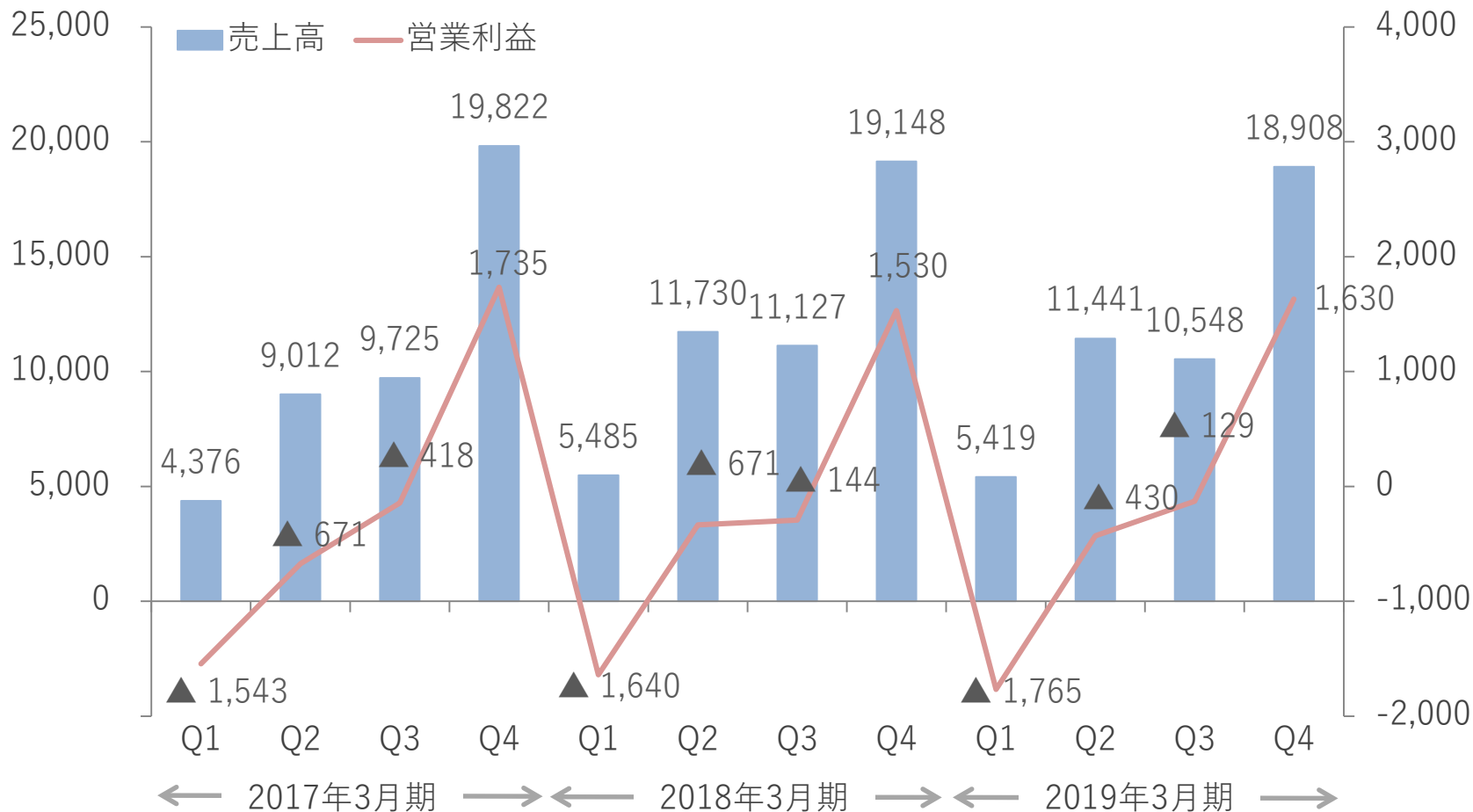


※ 住宅事業は、株式会社レオハウスにおいて人件費を含む販売費及び一般管理費の削減等を行うことによって営業損失額が前期比で減少し、前期を上回った。

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）



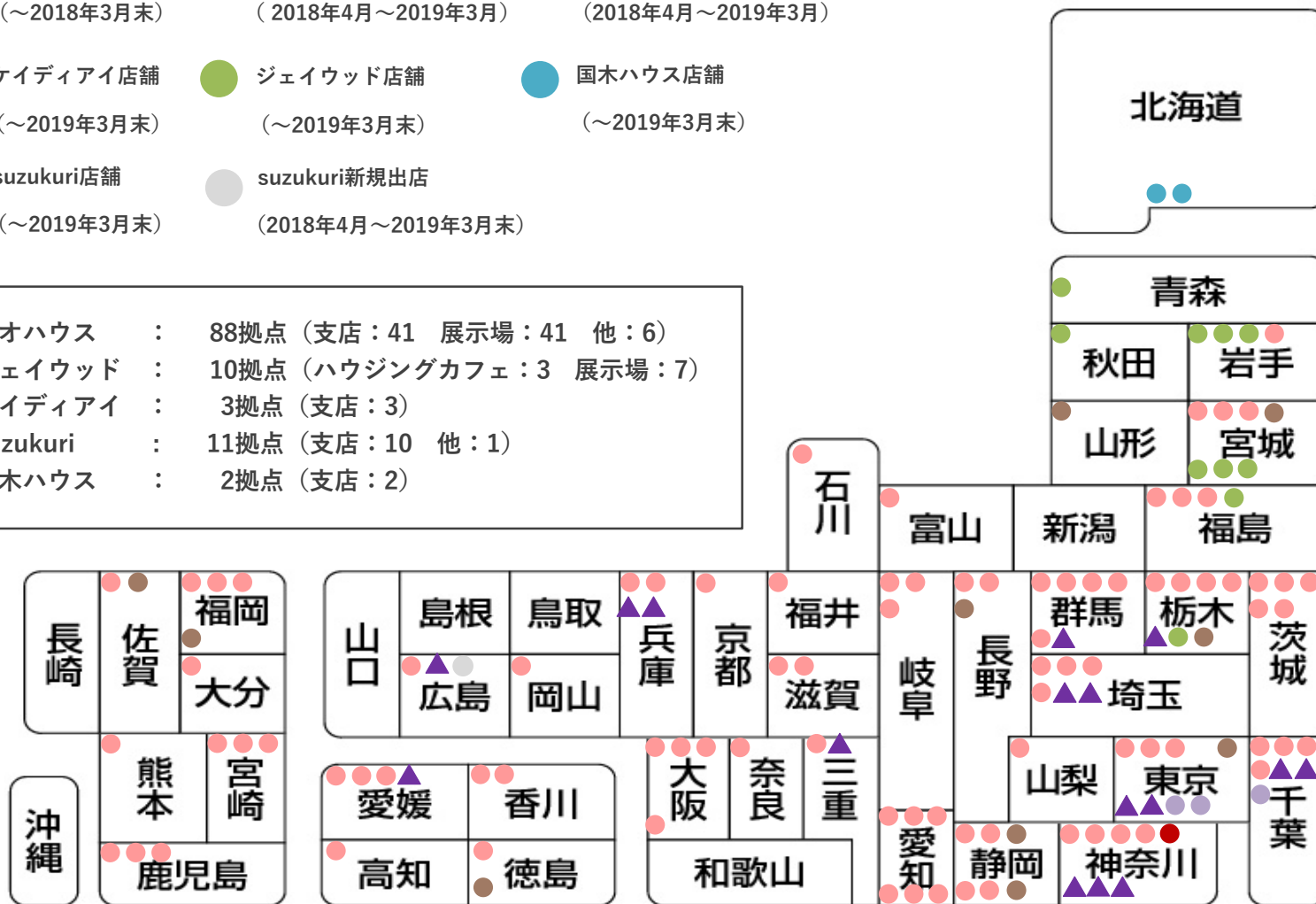
» 住宅の引渡しが集中するQ4に売上高・営業利益が高まる傾向。

2 セグメント別業績（4）住宅事業 ③

全国114拠点（レオハウス：88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（～2018年3月末）
- レオハウス新規出店（2018年4月～2019年3月）
- ▲ レオハウス閉鎖店舗（2018年4月～2019年3月）
- ケイディアアイ店舗（～2019年3月末）
- ジェイウッド店舗（～2019年3月末）
- 国木ハウス店舗（～2019年3月末）
- suzukuri店舗（～2019年3月末）
- suzukuri新規出店（2018年4月～2019年3月末）

レオハウス	:	88拠点（支店：41 展示場：41 他：6）
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：10 他：1）
国木ハウス	:	2拠点（支店：2）



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）

	2017年3月期				2018年3月期				2019年3月期			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
受注 （累計）	457 (457)	677 (1,134)	397 (1,531)	550 (2,081)	439 (439)	542 (981)	419 (1,400)	489 (1,889)	469 (469)	528 (997)	386 (1,383)	487 (1,870)
完工 （累計）	186 (186)	390 (576)	403 (979)	871 (1,850)	188 (188)	477 (665)	396 (1,061)	834 (1,895)	156 (156)	427 (583)	400 (983)	766 (1,749)
受注残	1,114	1,385	1,361	1,016	1,245	1,294	1,309	944	1,233	1,317	1,271	976
受注残 増減	+ 253	+ 271	▲ 24	▲ 345	+ 229	+ 49	+ 15	▲ 365	+ 289	+ 85	▲ 41	▲ 301
単価	※1 1,826万円／棟				※1 1,792万円／棟				※1 1,806万円／棟			

※1 販売単価は追加・外構工事を除いた金額

出店数	2	0	0	0	5	0	0	0	1	0	0	0
店舗計	※1 105	105	105	105	※2 105	105	105	※3 101	※4 88	88	88	88

※1 支店統廃合により▲2

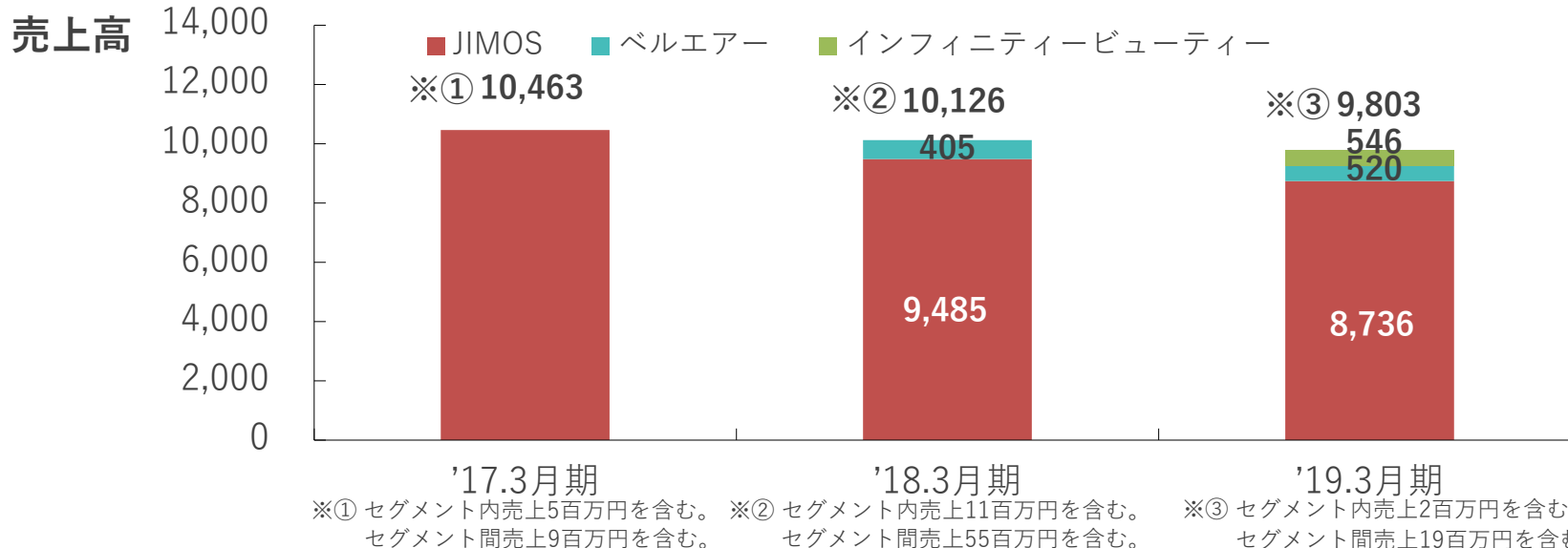
※2 suzukuriへのブランドチェンジにより▲5

※3 不採算店舗統廃合により▲4

※4 不採算店舗統廃合により▲14

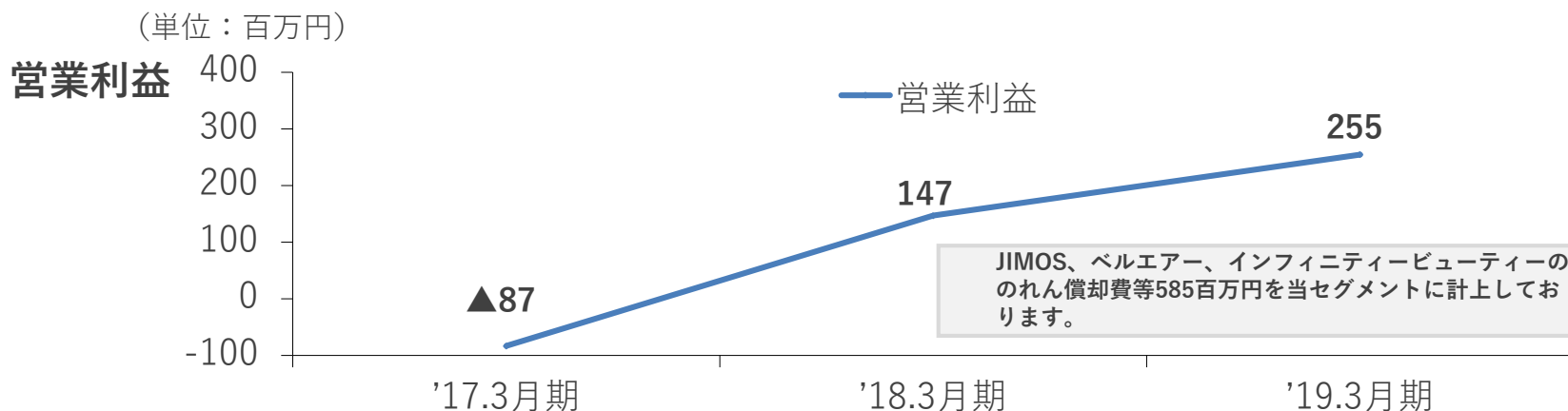
2 セグメント別業績（5）美容・健康事業 ①

（単位：百万円） ※2019年3月期より通販事業から美容・健康事業に名称変更しております。



» 化粧品通販を手がける株式会社JIMOSにおいて、新規顧客数が増加したものの、既存顧客からの注文や顧客売上単価が伸び悩み、売上高が前期比で減少。

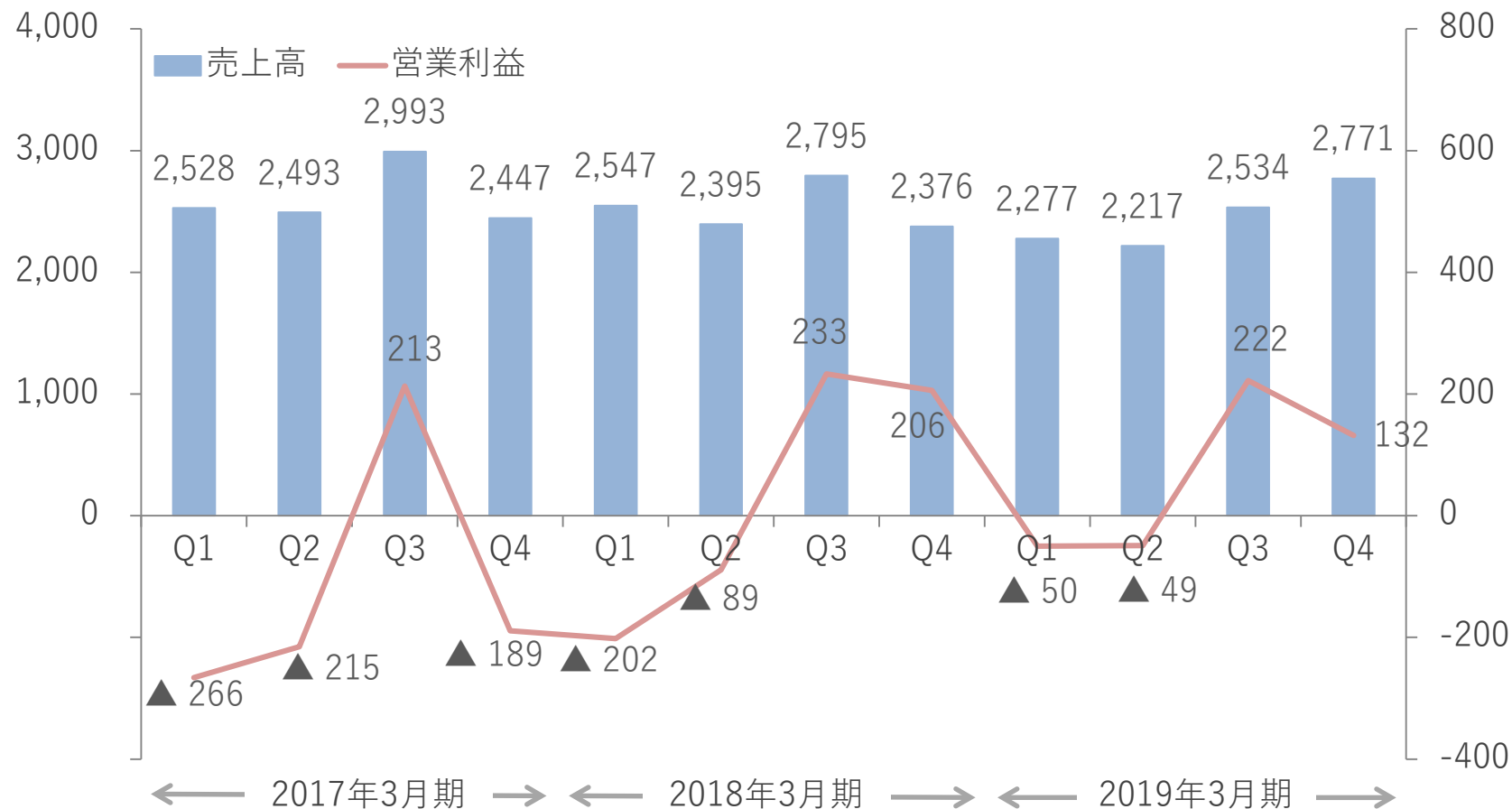
» 2018年12月にグループに加わったインフィニティービューティー株式会社は、1月からの3ヶ月分の売上高が貢献。



» 損益面では、広告宣伝費及び販売促進費の効率的な運用に努め、営業利益が前期比で増加。

2 セグメント別業績（5）美容・健康事業 ②

(単位：百万円)



※ 上期に販促費を増やし、下期に売上高・営業利益が高まる傾向。

3. 2020年3月期 連結業績予想

3 2020年3月期 連結業績予想

(単位：百万円)

	2019年3月期 実績	2020年3月期 予想	前期比
売上高	89,111	100,200	+ 12.4 %
営業利益	2,037	2,200	+ 8.0 %
経常利益	2,081	2,150	+ 3.3 %
親会社株主に帰属する 当期純利益	798	1,000	+ 25.3 %
年間配当	34 円	36 円	-
E P S	40.32 円	44.63 円	+ 4.31 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 2020年3月期 セグメント別：売上高予想

(単位：百万円)

売 上 高	2019年3月期 実績	2020年3月期 予想	増減率
ク リ ク ラ 事 業	13,179	13,400	+ 1.7 %
レ ン タ ル 事 業	14,394	14,500	+ 0.7 %
建築コンサルティング事業	5,459	5,800	+ 6.2 %
住 宅 事 業	46,318	55,000	+ 18.7 %
美 容 ・ 健 康 事 業	9,801	11,500	+ 17.3 %
消 去 調 整 他	▲ 41	-	-
合 計	89,111	100,200	+ 12.4 %

3 2020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	2019年3月期 実績	2020年3月期 予想	増減率
クリクラ事業	788 (6.0%)	500 (3.7%)	▲ 36.6 % (▲ 2.3 pt)
レンタル事業	1,998 (13.9%)	1,500 (10.3%)	▲ 24.9 % (▲ 3.5 pt)
建築コンサルティング事業	754 (13.8%)	800 (13.8%)	▲ 6.1 % (+ 0.0 pt)
住宅事業	▲ 694 (▲ 1.5%)	550 (1.0%)	- (+ 2.5 pt)
美容・健康事業	255 (2.6%)	100 (0.9%)	▲ 60.9 % (▲ 1.7 pt)
全社費用等 (新規・M&Aを含む)	▲ 1,064	▲ 1,250	-
合計	2,037 (2.3%)	2,200 (2.2%)	+ 8.0 % (▲ 0.1 pt)

※ カッコ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12.4%増 1,002億円

■ 営業利益:前期比8.0%増 22億円

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】

⇒ 出店数の拡大と人材育成

⇒ 下期より、介護・福祉用具をレンタルするヘルスレント事業に参入

【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

⇒ 新商材の販売促進

住宅

【レオハウス】

⇒ 注文住宅に加えて分譲住宅を販売

⇒ 販売費及び一般管理費の効率的運用と経営資源の適切配分により黒字転換を目指す

【ジェイウッド】

⇒ 独特の集客方法に加えて効率的な営業手法の導入

【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

【国木ハウス】

⇒ デザイン性訴求による独自化

【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】

⇒ 戸別訪問以外の販売手法に注力

⇒ 適切な投資を行う（新サーバー開発、ZiACOのブランド強化、物流体制の強化）

建築コンサルティング

【ノウハウ・建築部資材販売】

⇒ 従来のノウハウ提供だけでなく専用部材提供など、営業から施工までフォローした商流構築に取り組む

【エコ&エコ】

⇒ 建築部資材販売部門との連携強化

美容・健康

【JIMOS】

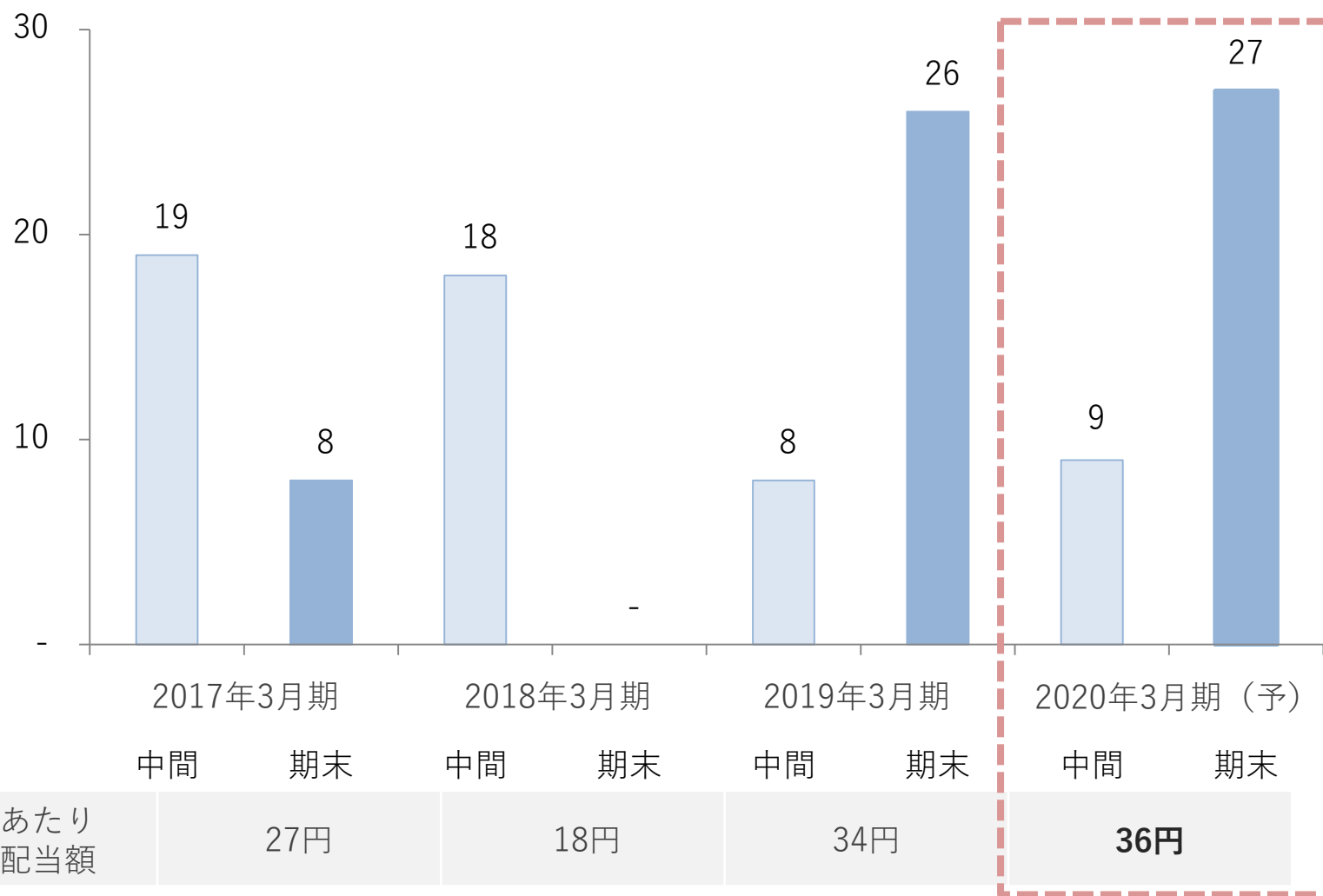
⇒ 広告宣伝費の適正な投入と販売チャネルの拡大を通じた新規顧客の獲得

⇒ アジアを中心とする海外市場への展開

4. 配当方針

4 配当方針：純資産配当率(DOE) 4 %かつ配当性向100%以内

(単位：円)



- » 配当方針の「連結純資産配当率4%」を基準に2020年3月期年間配当額は36円の予定。
- » 2019年3月期より、中間・期末の支払割合を従来の「1：1」から「1：3」の比率に変更。

5. 補足資料 会社概要と事業紹介

5 会社概要

(2019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、分譲住宅の販売及びそれに付随する金融・保険業務 ■ 美容・健康事業：化粧品・健康食品・酒類等の通信販売
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 (美容・健康事業) 株式会社ベルエアー (美容・健康事業) 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) インフィニティービューティー株式会社 (美容・健康事業)</p>
従業員数 (正社員)	連結2,174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	24,306,750株 (一単位：100株)
株主数	12,373名 (自己名義株式を除く総株主数)

5 主な指標（連結ベース）経営指標から

	'18.3月期 実績	'19.3月期 実績	増減
期中平均発行済株式数	16,807,436 株	19,802,890 株	+ 2,995,454株
1株当り純資産（BPS）	839.28 円	899.84 円	+ 60.56 円
1株当り当期純利益 （EPS）	▲ 59.15 円	40.32 円	+ 99.47 円
自己資本比率	33.4 %	40.6 %	+ 7.2 pt
自己資本純利益率 （ROE）	▲ 6.7 %	4.7 %	+ 11.4 pt
1株当り配当金	18 円	34 円	+ 16 円
配当性向	▲ 30.4 %	84.3 %	+ 114.8 pt
純資産配当率	2.1 %	3.9 %	+ 2.4 pt

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	
2018年12月	インフィニティービューティー株式会社を孫会社化（株式会社JIMOSの子会社化）	

5 各事業の市場におけるポジショニング

クリクラ事業

- 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

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6,500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
- 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月より異業種との提携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

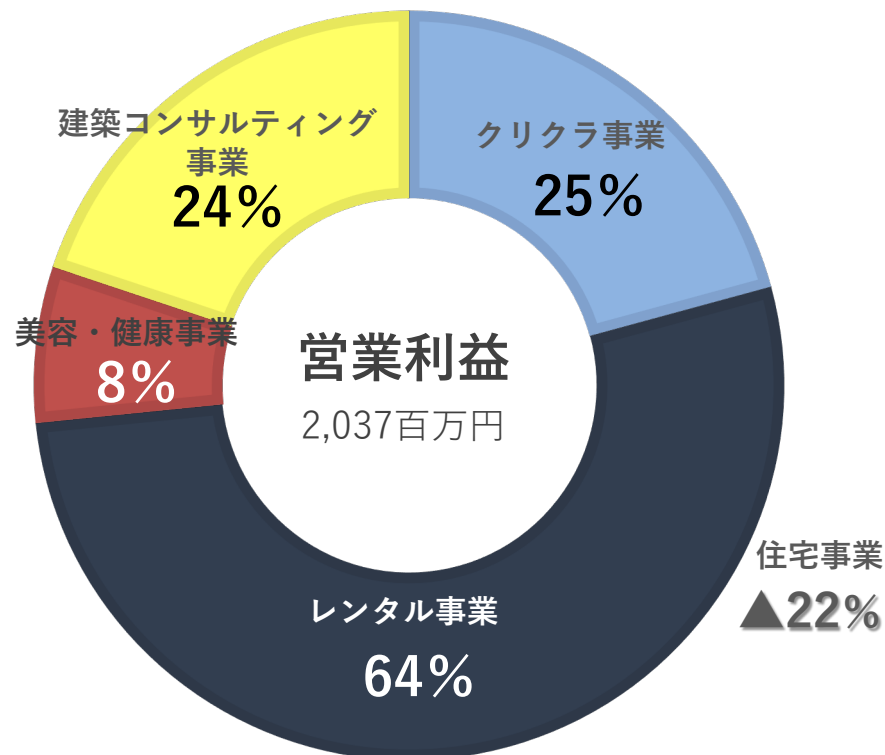
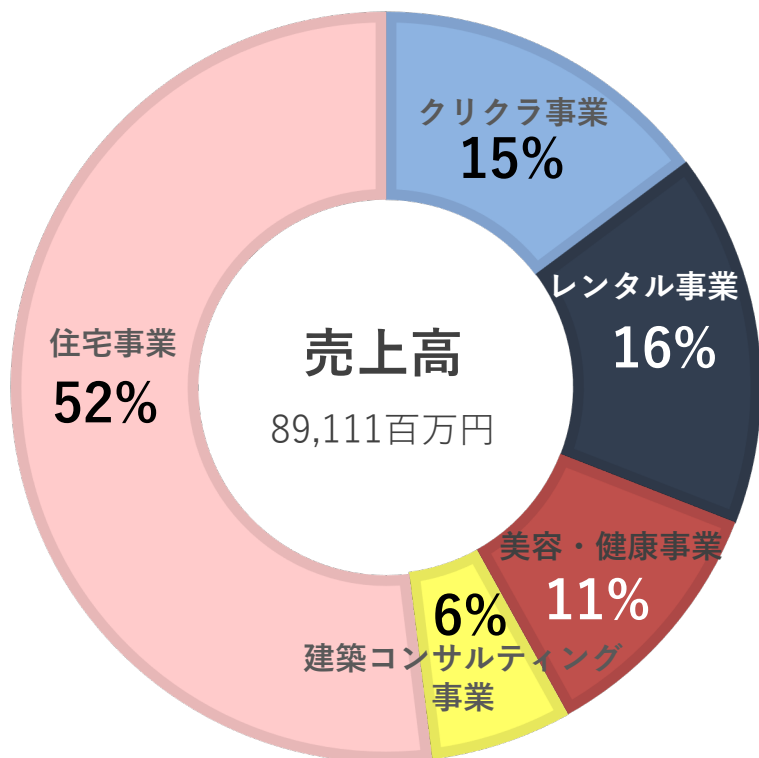
美容・健康事業

- 2013年7月、株式会社 JIMOS の子会社化により美容・健康事業参入
- 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14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
- 2018年12月よりECモールでヘアケア商品の販売を手がけるインフィニティービューティー株式会社を株式会社JIMOSの子会社化

5 売上高・営業利益構成比 (19.3期実績)

- クリクラ事業
- レンタル事業
- 美容・健康事業
- コンサル事業

- クリクラ事業
- レンタル事業
- 美容・健康事業
- コンサル事業

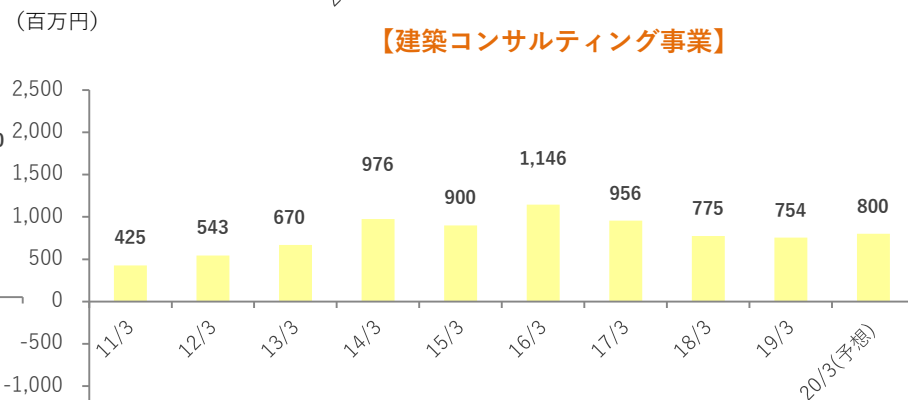
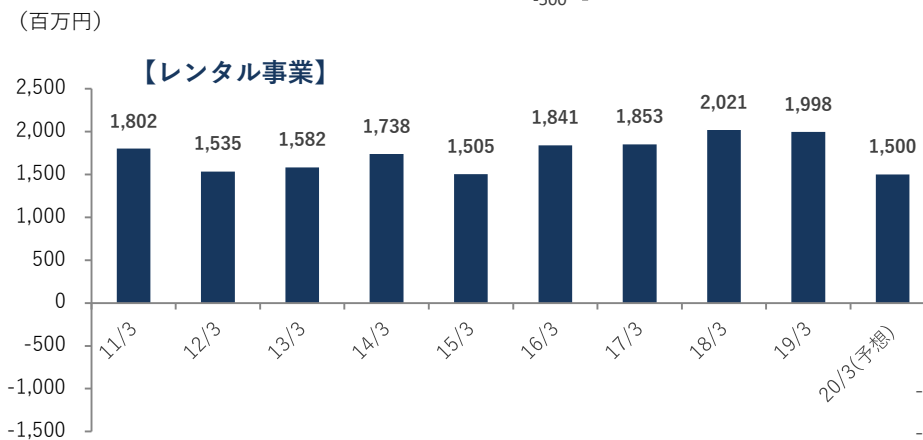
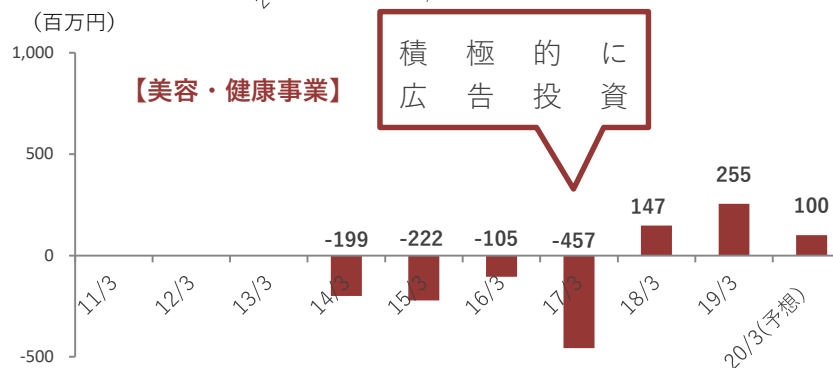
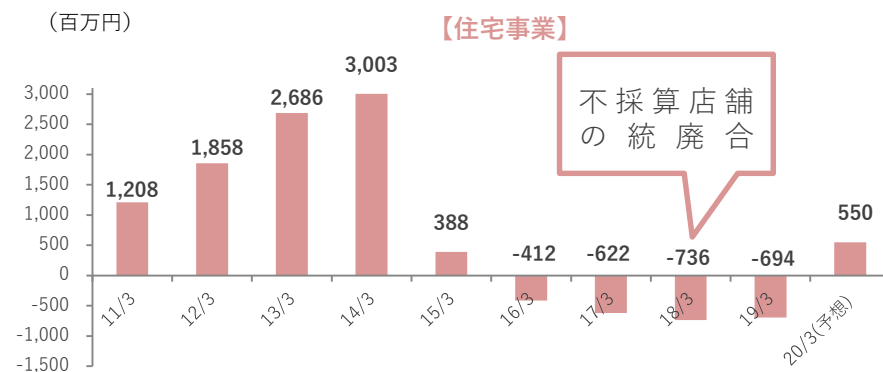
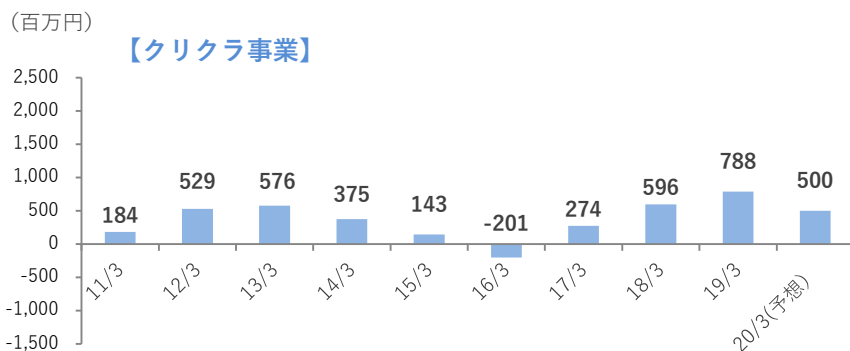


売上高営業利益率

※本社費は除外しています

クリクラ事業	レンタル事業	建築コンサルティング事業	美容・健康事業	住宅事業	全社
6.0%	13.9%	13.8%	2.6%	▲1.5%	2.3%

5 セグメント別営業利益の推移



≫ 安定したレンタルと建築コンサルティングを基盤に、積極的に投資をして成長を目指します。