株式会社ナック　統合報告書2024

暮らし ラクラク ナック

株式会社ナック
https://www.nacoo.com/
〒163-0675
東京都新宿区西新宿1-25-1 新宿センタービル42階
TEL：03-3346-2111　FAX：03-3348-4311

Integrated Report 2024

株式会社ナック　統合報告書2024

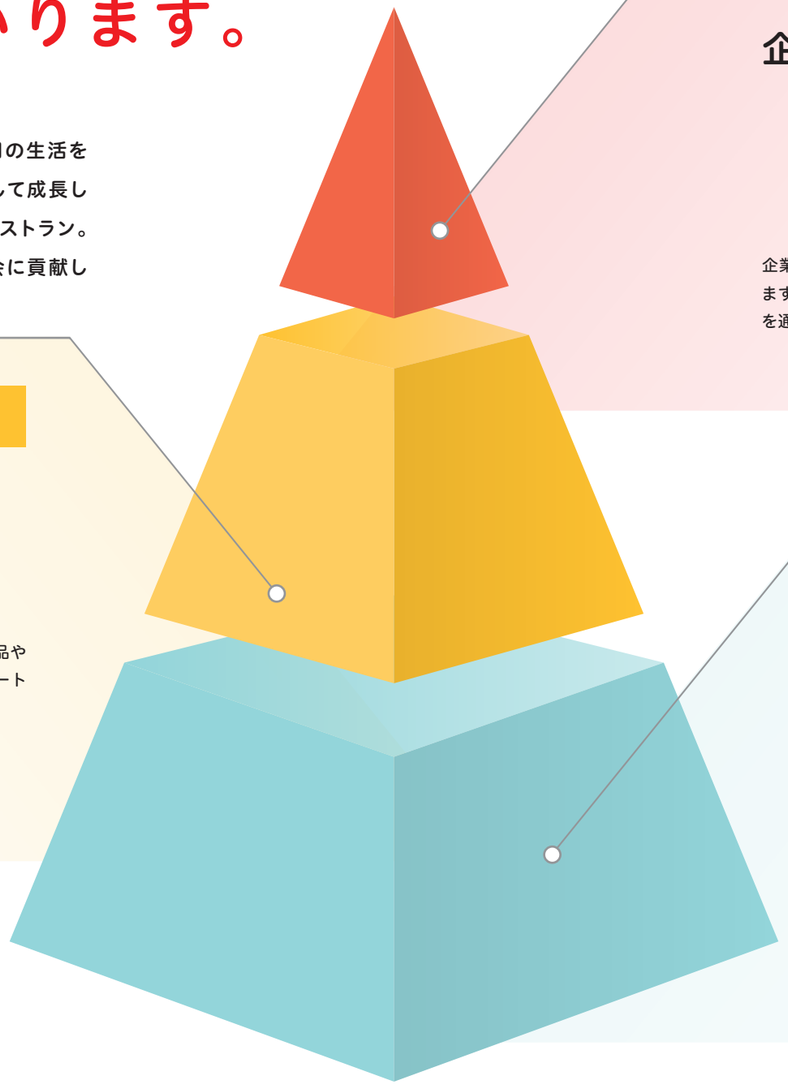
ナックグループは
「暮らしのお役立ち企業」として
広く社会に貢献してまいります。

ナックは1971年の創業以来、環境衛生や宅配水・住宅・美容健康など、毎日の生活を支える“暮らし”と“住まい”の事業を積み重ね、「暮らしのお役立ち企業」として成長してきました。家での毎日の暮らし。朝、出社するオフィス。お昼によく行くレストラン。いろいろな場所で、お客様の毎日を幅広く支える企業として、これからも社会に貢献してまいります。

コーポレートメッセージ

暮らしラクラク♪ ナック

90万件以上にのぼる多くのお客様とダイレクトに接し、「快く楽しい暮らし」に役立つ商品やサービスを通じて、常に消費者や社会と向き合っていく、という想いを込めたコーポレートメッセージを掲げています。



企業理念

企業は損得に非ず、常に善の道を歩み、
広く社会に貢献するため
発展成長を第一義とすべし

企業は成長し、存続することで、はじめて社会貢献ができます。日本は少子・高齢化時代を迎えていますが、これがチャンスと捉え、新たなサービスを創出し、国内に雇用を生む。そうした事業運営を通して、社会に貢献する企業でありたいと思います。

NAC WAY（価値観）

感謝心 謙虚に感謝することを忘れない
規律性 けじめ、節目、切り替えを大切にする
具体的 明確な目標を持って行動に移す
精一杯 自分のいる環境で最善を尽くす
即実行 思い立ったらすぐ行動

ナックグループは、変化に対して敏感であるとともに、企業理念や伝統も継承したいと考えます。そこで創業より大切にしている価値観、すなわち「感謝心」「規律性」「具体的」「精一杯」「即実行」の5つを「NAC WAY」にまとめ、社員の行動指針としています。

免責事項
本冊子は、ナックの業績及び事業戦略に関する情報提供を目的としたものであり、ナックの株式の購入や売却を勧誘するものではありません。本冊子の内容には、将来の業績に関する意見や予測などの情報掲載をすることがありますが、これらの情報は、冊子作成時点のナックの判断に基づいて作成されています。よって、その実現・達成を約束するものではなく、また今後、予告なしに変更されることがあります。本冊子利用の結果生じたいかなる損害についても、ナックは一切責任を負いません。また、本冊子の無断での複製、転送などを行わないようにお願いいたします。

目次

Our Company

01 ナックグループの価値創造

ナックグループのこれまでの歩みと、これからの未来に向けた現在の姿を解説しています。

05 価値創造プロセス
07 ナックのあゆみ
09 This is ナック
11 ナックの事業領域

Our Strategy

02 ナックグループの成長戦略

持続的な成長に向けた成長戦略の内容を、社長のメッセージと各事業ごとに解説しています。

13 トップメッセージ
17 中期経営計画の進捗
19 事業戦略
　19 クリクラ事業
　21 レンタル事業
　23 建築コンサルティング事業
　25 住宅事業
　26 美容・健康事業

Our Sustainability

03 ナックグループのサステナビリティ

中長期的な企業価値向上を実現する土台となるサステナビリティの状況を解説しています。

27 ナックのサステナビリティ
29 環境
33 社会
37 ガバナンス

Data Section

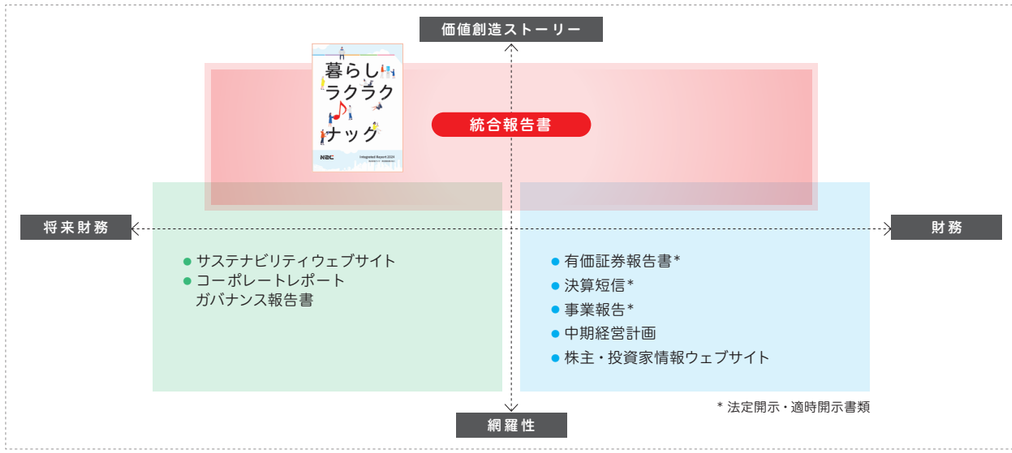
データセクション

成長を担保するエビデンスとして財務情報と基本データを掲載しています。

47 財務・非財務ハイライト
49 会社概要
50 株式情報

コミュニケーションツール体系

情報開示体系



統合報告書発行にあたって

当社はこれまでCSRレポートを発行してきましたが、長期視点の取り組みの進捗状況をお伝えする必要性や、中長期視点の情報開示に対するステークホルダーの皆様からの要請が高まってきたことを受け、今年から統合報告書を発行いたしました。
この統合報告書を通じて、当社グループについてよりよく知っていただくと同時に、ステークホルダーの皆様との対話をさらに深め、常に社会に貢献できる企業でありたいと考えています。

編集方針

株式会社ナックは、主に株主・投資家向けのコミュニケーションツールとして、統合報告書を発行しています。
本レポートでは、当社グループの企業理念や、戦略・業績等について、ESG・サステナビリティ情報と連携させ、企業価値向上のストーリーをお伝えしています。当社では、本レポート以外にも様々な媒体で情報を開示していますので、より理解を深めていただくためにご活用ください。

報告対象期間
2023年4月1日~2024年3月31日の活動を中心に掲載しています。ただし、過去の経緯やデータ、最近の事例を示すことが適当である場合は、この期間以外のものを報告しています。

報告対象組織
株式会社ナックとグループ会社を対象としています。

参考としたガイドライン
- IFRS財団「統合報告フレームワーク」
- GRI（Global Reporting Initiative）スタンダード
- TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）提言
- 経済産業省「価値協創ガイダンス」

将来の見通しに関する注意事項
本レポートに記載されている業績の見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断している一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

発行：2024年9月

価値創造プロセス

当社グループでは、創業以来、「暮らしのお役立ち企業」として時流に即した事業展開を行ってきました。めまぐるしく変化し続ける社会環境をチャンスと捉え、私達の強みである「face to face」による顧客接点や積極的な投資を通じて新たな資本を生み出し、持続的な価値を作りあげていきます。

外部環境

人的課題
- 少子高齢化による労働者人口の減少
- 人材の採用、育成、活用

環境課題
- 地球温暖化に伴う自然災害の増大
- 資源の枯渇

生活課題
- IT化社会への対応
- 新しい生活様式やニーズの高まり
- ライフスタイルの変化

経営資本（INPUT）

財務資本
- 連結純資産 227億円
- 自己資本比率 60.4%

製造・物流資本
- 製造拠点 45拠点
- 全国配送拠点 約100拠点
- 直営配送用車両 約1,300台

人的資本
- ライフステージで選べる職種形態
- 充実した研修プログラム

社会自然資本
- 定期顧客数 約90万件
- 加盟店・代理店社数 約1,200社
- 中小会員工務店 約7,000社

知的資本
- 自社研究施設による徹底した品質管理
- 多様なFCシステムの構築ノウハウ

ビジネスモデル

- 中期経営計画 詳細はP17へ
- マテリアリティ 詳細はP27へ
- 企業理念 詳細はP2へ

経営資本（OUTPUT）

連結売上高 544億円　連結営業利益 22億円

- クリクラ事業：宅配水、浄水サーバー、空間除菌
- レンタル事業：清掃用品、害虫駆除器、総合ビルメン
- 建築コンサルティング事業：工務店支援、住宅FC、省エネ商材
- 住宅事業：注文住宅、分譲住宅、不動産
- 美容・健康事業：化粧品、食品、健康食品

提供価値（OUTCOME）

お客様

- 安心で安全な商品・サービスの提供によるお客様のQOL向上

株主の皆様

- 持続的な成長による企業価値向上
- 安定的な利益還元

取引先

- 安定した収益を獲得できるビジネスモデル
- コンプライアンス徹底による適正な取引関係

従業員

- 効果的な人材教育と、より良い職場環境の提供
- 全従業員のウェルビーイング向上

地域社会

- 女性・高齢者等の積極的な雇用創出
- 健全で豊かな地域創生への貢献

地球環境

- 循環型社会づくりへの貢献
- 脱炭素化、再生エネルギーへの切り替えによる環境負荷の低減

資本循環

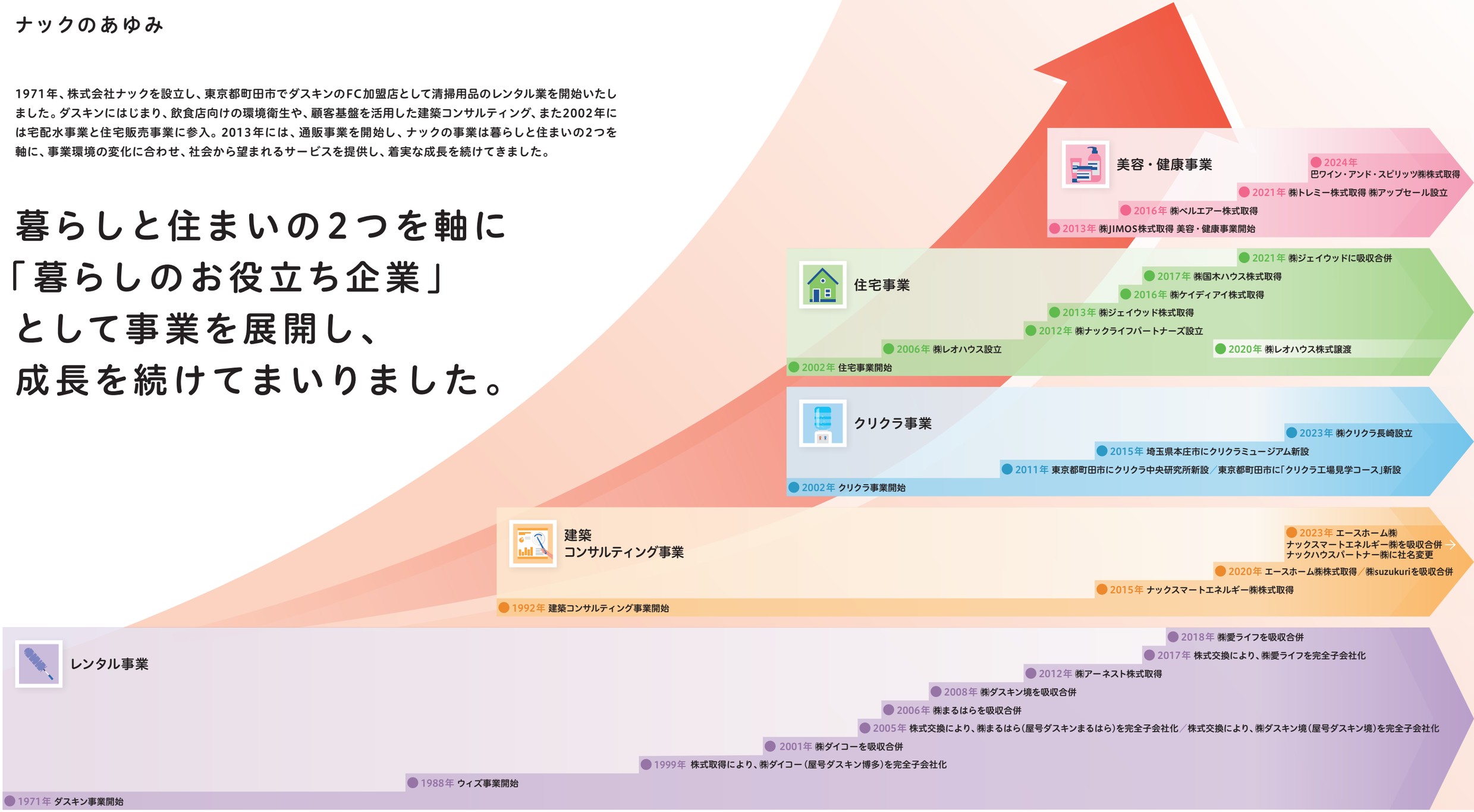
マテリアリティ

- 循環型社会の実現
- 脱炭素社会の実現
- 豊かで快適な暮らしの実現
- 働く人々の幸せづくり
- 地域との価値共創
- 企業統治・企業倫理の徹底

ナックのあゆみ

1971年、株式会社ナックを設立し、東京都町田市でダスキンのFC加盟店として清掃用品のレンタル業を開始いたしました。ダスキンにはじまり、飲食店向けの環境衛生や、顧客基盤を活用した建築コンサルティング、また2002年には宅配水事業と住宅販売事業に参入。2013年には、通販事業を開始し、ナックの事業は暮らしと住まいの2つを軸に、事業環境の変化に合わせ、社会から望まれるサービスを提供し、着実な成長を続けてきました。

暮らしと住まいの2つを軸に「暮らしのお役立ち企業」として事業を展開し、成長を続けてまいりました。



1971年～ 設立～日本一への道のり

1971年 東京都町田市に株式会社ナックを設立
1979年 東京都新宿区に本社移転
1984年 ダスキン事業売上日本一を達成（加盟店約2,500店・当時）。以来、日本一の売上高を継続中

1988年～ 事業の多角化をスタート

1995年 株式店頭公開
1997年 東京証券取引所市場第二部上場
1999年 東京証券取引所市場第一部昇格
2002年 経団連入会
2006年 資本金40億円に増資

2012年～ グループ会社の拡大

2010年 連結売上高500億円達成
2018年 資本金6,729,493,750円に増資

2020年代 新たなステージへ

2021年 創業50周年
2022年 東京証券取引所プライム市場に移行

This is ナック

変化が早く多様化する顧客のニーズを発見・提供する実行力で、お客様との関係性を強化

関係強化

顧客との関係性を強化

90万件のお客様との定期的な取引実績

企業や家庭を対象とした90万件ものお客様に、「暮らしを楽で楽しくする」製品やサービスを定期的にご提供することで、長期的な関係性を築いてまいりました。

ラストワンマイルを担う100以上の国内拠点

日本全国に広がる拠点網と高度な専門知識や対応力を有するスタッフにより地域に根差したサービス提供を行うことで、高い顧客満足度を獲得しています。

発見力

ニーズの変化を素早く察知

Face to Face接点によるニーズの発見

サービスや商品を直接お客様にお届けするラストワンマイルを自社で担うことにより、お客様の暮らしのご不便やご要望のヒントを発見し、すぐに対応いたします。

定期訪問による変化の発見

定期的に訪問し顔を合わせ対話を行う事で、顧客や市場の変化にいち早く気づき、時代に合わせた商品展開やノウハウ提供が可能な点も当社の強みです。

顧客基盤

ニーズの発見力

「暮らし」に役立つ新たなサービスを生み出し続ける

素早い実行力

暮らしに役立つ提供力

実行力

適正な品質とスピードの両立

スピードの実現と環境負担の軽減

日本全国にある拠点の従業員やスタッフがお客様へのラストワンマイルを担うことで、スピーディーな対応と共に、配達コストや環境負荷の低減も叶えました。

約1,200社を超えるパートナーシップ

約500社の加盟店様と連携するクリクラ事業や、約450社の販売代理店様と提携するウィズ事業など、幅広いパートナーシップにより、全国のお客様に安定して商品とサービスをお届けします。

提供力

幅広いサービスをお届け

5つの事業領域と13のグループ企業

環境衛生や宅配水、住宅、美容健康など、くらしに根差したサービスのラインナップ。お客様の要望にきめ細かくお応えすると共に、新たなニーズを引き出します。

経営の多角化によるシナジー創出

市場やビジネスモデルの異なる各事業から得たノウハウや資源の共有など、販促やオペレーション効率のアップによる事業間シナジーにより、成長の可能性を引き出します。

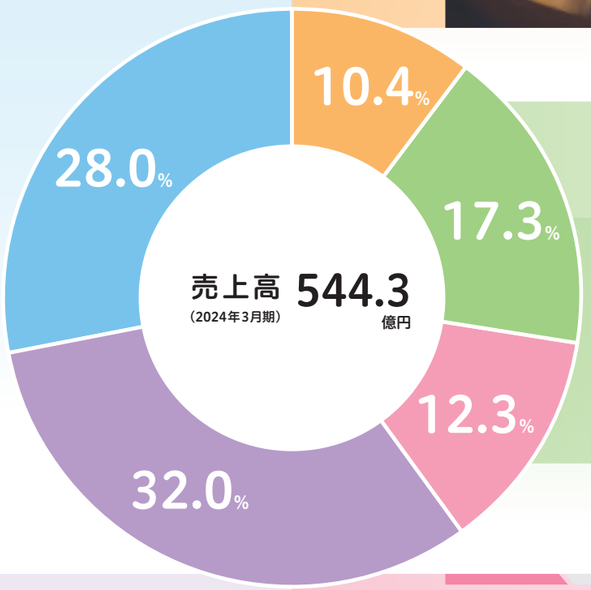
ナックの事業領域

あなたの毎日のすぐそばに、ナックのサービスがあります。掃除・水・住宅……一見、バラバラに見えるこれらのサービスに共通するキーワードは「暮らし」と「住まい」。住宅ビジネスを立ち上げた理由も、お客様との日々の接点の中で、住まいに不満や不安を感じている方が多いと気付いたから。
今後も、私たちの耳に直接届くお客様の声をヒントに、「暮らし」に役立つ新たなサービスを生み出し続けていきます。

クリクラ事業

クリクラは美味しく安全なだけではなく、人にも環境にもやさしいお水です。捨てない「サステナブルなボトル」の採用や輸送によるCO_2削減、サーバーの100%リサイクルにも取り組みはじめるなど循環型社会を目指しています。

CreCla ZIACO feel free



建築コンサルティング事業

全国のビルダー・工務店に向け、経営支援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を行っています。住まいを通じ人々の生活を豊かにする商品・サービスを追求し、提供しています。

Think Tank For Construction NAC / ACE HOME / NAC HAUS Partner

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業を行っています。お客様一人一人のご要望に寄り添った注文住宅や、地域にあった暮らしやすい分譲住宅を提供しています。

株式会社ジェイウッド / KUNIMOKU HOUSE / KDI-HOME

レンタル事業

モップ・マットなどのダストコントロール商品、介護用品や福祉用具、害虫駆除機等のレンタル・販売をはじめ、ご家庭や事務所のクリーニングや総合ビルメンテナンスも行っています。お客様のニーズに合わせた衛生環境を保つお手伝いをしています。

DUSKIN / with / EARNEST / CANS

美容・健康事業

各種化粧品、医薬部外品、栄養補助食品など、自社製品を中心とした通信・対面販売での直販及び卸売販売を行っています。また受託製造（OEM・ODM）機能を有し、他社への製品を供給しています。

MACCHIA LABEL / coyori / SINN PURETÉ / 豆腐の盛田屋
BELAIR / TOREMY / お商店 / Tomoe Wine and spirits

トップメッセージ

創業から50余年、「暮らしのお役立ち企業」としての役割を果たすため、次々と新規事業を開拓し、多角化を図ってきました。約90万の顧客基盤を強みに、更なる成長を追求してまいります。

株式会社ナック 代表取締役社長
吉村 寛

ダスキン加盟店を祖業とし、「暮らし」をキーワードに多彩な事業を展開

P7-8
ナックのあゆみ

当社は1971年にダスキンのフランチャイズ加盟店として、東京都町田市で創業しました。そして、多摩ニュータウンエリアの人口増大を皮切りに、首都圏における販路を拡大し、1984年にダスキン加盟店内で日本一の売上を達成して以来、売上高のみならず顧客数においても全国トップの座を守り続けています。このダスキン事業をはじめ、1988年に立ち上げた自社ブランドの害虫駆除器「ウィズ」事業など、当社はレンタル事業を中核のビジネスとして成長を遂げながら、次々と新たな事業に挑戦して多角化を推進してきました。

P11-12
ナックの事業領域

2002年に立ち上げた自社ブランドのクリクラ事業では、全国約500拠点に設けた独自の配送ネットワークを通じて、安心・安全でおいしい宅配水（ボトルウォーター）を家庭やオフィスにお届けしています。また、美容・健康事業では、「マキアレイベル」をはじめとする自社開発の各種化粧品、医薬部外品、栄養補助食品などを直販や卸売で提供しています。

一方、全国のビルダー・工務店向けの建築コンサルティング事業や、注文住宅建築請負・分譲住宅販売などの住宅事業も手掛けており、これらは、先に述べたレンタル事業やクリクラ事業とは特に関連性がない領域のように思えるかもしれません。しかしながら、当社における全ての事業には「暮らし」という共通のキーワードが存在しています。

ダスキンやクリクラを筆頭に、当社が展開・手掛けている事業の多くは、担当者が月に1回~2回定期的にお客様のもとへ伺うface to faceの営業スタイル（対面営業）になっています。こうしてお客様と直接コミュニケーションを交わすことで、お客様の「暮らし」に関する様々なお困り事を把握することができます。また、頻繁に足を運ぶことでお客様がお住まいの地域の情勢をつぶさに把握し、潜在しているニーズを察知してそれに応えていくことが可能となります。

住宅事業への進出も、多くのお客様が住まいに関して不満や不安を抱いていたことを察知できたことがきっかけとなりました。創業以来、当社が貫いてきたのは「暮らしのお役立ち企業」であり続けることであり、全ての事業はそれを実践するためのものとして、現在のナックとしての事業を形成しています。

約90万件の顧客基盤を強みに、新規事業の立ち上げやクロスセルを展開

P9-10
This is ナック

お陰様で当社グループはダスキンを中心としたレンタル事業で約33万件、クリクラ事業で約42万件、美容・健康事業で約11万件、その他事業も合わせると合計で約90万件ものお客様と定期契約や定期訪問によるお付き合いを続けています。この顧客基盤こそ、当社グループにおける最大の強みだと言えるでしょう。お客様から様々なご意見やご要望を頂戴することが新規事業を切り拓く糸口ともなりますし、既存の製品・サービスをご愛用いただいているお客様にクロスセル（新たな商品の提案）を行うことでもLTVの拡大を追求できます。

LTV（ライフタイムバリュー）
ある顧客が自社の利用を開始してから終了するまでの期間に、自社がその顧客からどれだけの利益を得ることができるのかを表す指標。

しかも、当社の顧客基盤においては、法人よりも個人のお客様が占める割合が圧倒的に高いという特徴があります。法人契約（業務用）は相対的に顧客単価が高い半面、景気の動向などに伴って解約が出やすいのに対し、個人のお客様は長期間にわたってご利用いただけるケースが主流で、当社にとっては収益の安定化に結びついています。

さらに、これまでのお付き合いを通じて信頼関係が構築されていることもあってか、当社グループが勧める商品なら「価格が多少高くても高品質だから購入して損はない」と考えていただける個人のお客様が多いのも特徴です。言わば「ナックのお墨付き」といった感覚で、安心して当社グループの商品をご愛顧いただいているのです。

当社グループの顧客基盤を高く評価し、メガヒット商品や高付加価値製品の販売を委託していただけるケースも増えています。こうした他社とのアライアンス（連携）についても、よりお客様の暮らしを豊かにするための提案として、積極的に取り組んでいきたいと考えています。

業務用につきましても、売上では一定のウエートを占めており、ほぼ全業種のお客様と取引関係にあることが当社にとって強みとなっています。繰り返しになりますが、多様な業種のお客様とのお付き合いを通じて寄せられた声は新規事業のヒントにも結びつきますし、法人のお客様からコラボレーション（協業）を提案していただけるケースもあります。

P19-20
クリクラ事業
P21-22
レンタル事業

ここまで述べてきたような当社グループの強みを踏まえれば、今後も中核に位置付けるべきビジネスはレンタル事業とクリクラ事業であると認識しています。宅配水のビジネスは競合が激化していますが、当社のクリクラは他と一線を画すサービスであると自負しています。たとえば、競合他社は宅配便でお水を配送して空のボトルはお客様が廃棄する方式を用いているのに対し、当社はお客様のもとに直接お届けする自社配送を貫くとともに、空のボトルを回収・洗浄して再利用する「サステナブルなボトル」方式を採用しています。レンタル料無料でお客様に提供しているウォーターサーバーに関しても、安全性とサステナビリティを重視しています。1年に1回の頻度

P29
ナックのサステナビリティ（環境）

でお客様が使用しているウォーターサーバーをフルメンテナンスしたウォーターサーバーと機械ごと交換している宅配水サービスは、当社以外に例を見ないと言えるでしょう。ボトルのリサイクルにおいても、長年の使用で傷などの劣化が目立つようになったものは溶解して文房具に加工し、発展途上国などに寄付する取り組みを実施しています。

当社は家事労働のサポートからスタートし、次第に取り扱う製品・サービスを拡大させて様々な方面から日常生活の質を向上させることに結びつくビジネスに取り組んできました。この先も日常生活をより充実させることに繋がるものであれば、積極的に新たな製品・サービスを取り扱ってまいります。そういった意味でも、「この会社が販売している商品なら間違いない」と思っていただけることが極めて重要で、それがナックの社会的な存在意義でもあると私は考えています。

環境の劇的な変化を踏まえて
中期経営計画最終年度の業績見通しを修正

P17-18
中期経営計画の進捗

2021年3月期を起点とする5カ年の中期経営計画（以下、中計）では、その最終年度である2025年3月期の目標値として売上高75,000百万円、営業利益5,000百万円を掲げていました。そして、同中計では2024年3月期に売上高68,000百万円、営業利益3,800百万円の達成を目指していたものの、残念ながら実績は売上高54,433百万円（達成率80.0%）、営業利益2,298百万円（同60.4%）にとどまりました。

こうした状況を踏まえて最終年度の目標達成は困難と判断し、期初時点で売上高65,500百万円（計画の87.3%）、営業利益4,000百万円（同80.0%）との業績予想を発表しています。前期比では増収増益となるものの、中計の目標値には届かない見通しになっている背景には、計画を策定した当時と比べて事業環境が劇的に変化してしまったことがあります。

たとえば、ダスキン事業では2018年の第三者割当で調達した資金を投入し、ケアサービス部門とヘルスレント部門において2023年9月までに合計130事業の出店拡大を計画していました。ところが、周知の通りで2020年春からコロナ禍に見舞われたこともあって出店数や出店時期が当初の予定より大幅に遅れてしまいました。

加えて、世界的にインフレ（物価高）が進んだことが利益の圧迫要因となりました。定期的にお客様のもとへ伺う事業が中心となっていることから、ガソリン価格の高止まりは当社にとって大きな痛手となっていますし、住宅事業におきましても資材価格の高騰が重くのしかかっています。

とはいえ、共働き世代やシニア世代を中心にケアサービス部門とヘルスレント部門に対するニーズが拡大しているのは確かで、今後も出店拡大は進めてまいります。新商品・サービスのクロスセルや他社とのアライアンス戦略にも引き続き積極的に取り組んでいく一方、資本業務提携やM&A（企業買収）も視野に入れながら販売拡大を図っていく方針です。

現在、当社グループにおきましては3大都市圏（東京・大阪・名古屋）をはじめ、全国の主要都市が主要な商圏となっています。前述した様々な取り組みを通じて販路を拡大し、更なる拠点の拡大を果たしたいと考えております。

そのためにも、クリクラ事業では、ショッピングモールなどのイベント営業を中心に販促活動を強化し、新規顧客との接点を増やす活動を続けます。建築コンサルティング事業では、中小建築業者・工務店の間でニーズが高まる人材確保やDXなどに関連する新商品の提供を推進します。

新たな中計の策定も進めておりますが、依然として先行き不透明な環境下が続いているだけに、なかなか明確な目標値を導き出すのが容易ではないのが実情です。ただ、大きなビジョンとして現在約90万件に達している顧客基盤をさらに拡大し、ミリオンカスタマー（100万件）を抱える企業グループを目指したいと考えています。

90万件のお客様から支持していただけるまでに半世紀以上を要したうえ、これからも日本では人口減少が進んでいく見通しですから、けっして容易に達成できるものではないでしょう。しかしながら、地道に販路の拡大を図ってビジョンの実現を目指してまいります。

「暮らしのお役立ち企業」の役割を果たし、
持続可能な未来を築いていく

私が常日頃から目指しているのは、一喜一憂しない生き方です。目先のことに囚われず、大事なもの、物事の本質を見失わないように心掛けながら経営に取り組んでいます。引き続き厳しい環境が続きますが、これからも当社グループは「暮らしのお役立ち企業」として、お客様の生活を豊かにする製品やサービスを提供し続けてまいります。

また、業績を伸ばすだけではなく、非財務分野への注力も、持続的な成長には欠かせない要因だと認識しています。当社グループの中核事業は労働集約型のビジネスであり、つねに優秀な人材を確保・育成しておかなければ、定期的に商品をお届けしながらお客様と密なコミュニケーションを交わし、高い評価を得ることは叶いません。足元では業界を超えて人材獲得競争が熾烈化しているだけに、職場環境の整備や労働条件の柔軟化は特に注力すべき課題であると認識しています。

P33
ナックのサステナビリティ（社会）

そのためにも、一人一人の社員が誇りをもって働ける環境を整え、組織全体の成長を促進することにも尽力する必要があると考えています。多様な人材が活躍できる職場であると同時に、常勤から時短勤務、非常勤（委託契約）、独立開業といった多様な働き方が可能な制度をさらに充実させていけるよう、社長としてリーダーシップをとりながら、しっかりと役割を果たしてまいります。

皆様とともに持続可能な未来を築いていくことこそ、当社グループが果たすべき使命であり、その実現をお約束いたします。ステークホルダーの皆様には引き続きご支援とご協力を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

中期経営計画の進捗

中期経営計画の概要

当社グループは、創業の事業であるレンタル事業を中心に5つの事業体制のもと、創業時からの基本戦略である多角化経営の基盤を築いています。しかしながら、外部環境の変化を受け、当社グループが属する各市場においても競争激化することが予想されます。このような環境の中、当社グループは、以下の事項を今後の事業展開における主要な課題として認識し、新しい価値の創造と価値あるサービス提供を通じ持続的な発展を目指します。

売上

- 販売エリア・チャネル・ターゲットの拡大による「販路拡大」
- 商品ラインナップの拡充による「LTVの向上」

コスト

- オペレーション効率のUPによる「コスト低減」

シナジー創出

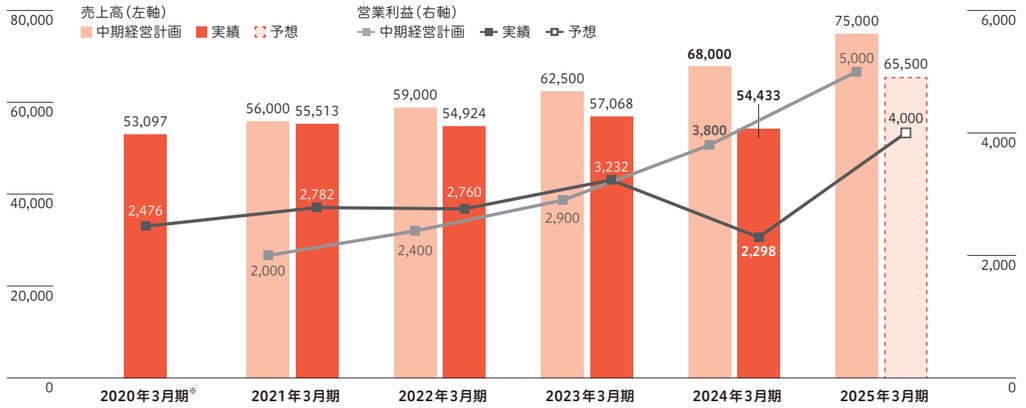
- 競合・M&A・合併・統廃合による、経営・売上・コスト面の「シナジー創出」

施策一覧

売上	販路拡大	■ **クリクラ事業** 基礎顧客軒数の拡大のため、商業施設等でのイベント営業やテレマーケティングを積極化
		■ **レンタル事業** 株式会社ダスキンによる第三者割当の調達資金を原資にケアサービス事業、ヘルスレント事業の拠点数を120以上増設。提携関係を発展・強化し、更なる事業拡大・成長の実現による企業価値向上を目指すため同社と共同プロジェクトを発足
		■ **美容・健康事業** 従来の販売方式に加えて、新たにEC販売を開始、顧客層の拡大を図る
	LTVの向上	■ **クリクラ事業** 申し込みプランの拡充、及びクリクラポイントなどの既存顧客向けサービスの充実 新サービス、新サーバー開発（炭酸サーバー・浄水サーバー）
		■ **レンタル事業** 害虫駆除事業で、除菌・衛生分野の新商品を積極的に取り入れ事業を拡大
		■ **建築コンサルティング事業** 工務店の価値最大化を図る新たなソリューションの提供として、地場建築業界の DX 促進サポートと、業界全体の発展を目的とした無料の新サービス「D-mot」の提供を開始。随時サービスの拡充
		■ **美容・健康事業** 既存ブランドでの新商品投入と、新ブランドの取扱開始で事業拡大を図る 「SINN PURETÉ（シンピュルテ）」の取扱いを開始
コスト	コスト低減	■ **クリクラ事業** 生産性向上を目的としたシステムインフラ、CrePF（クリクラプラットフォーム）を構築 リアルタイムなデータを分析し、より適時適切なサポートを行うと共に、スマートデバイスの活用により、営業及び事務スタッフの業務効率を改善
		■ **建築コンサルティング事業** DX推進により地場中小工務店の業務効率化を図るとともにVR展示場を展開
		■ **美容・健康事業** 株式会社JIMOS主力商品の製造委託先であるトレミー買収によるコストメリットの創出
シナジー創出	シナジー創出	■ **レンタル事業** 賃貸物件等の原状回復工事・空室清掃等を行う株式会社キャンズの全株式を取得し子会社化。 ハウスクリーニング事業の拡大、原状回復工事の内製化による外注費抑制、法人営業部の強化等に繋げる
		■ **建築コンサルティング事業** コンサル部門とエースホームにて工務店向けノウハウ商品を共同開発
		■ **住宅事業** 株式会社国木ハウスを吸収合併、経営資源を集中し経営の効率化を図るとともに、両者の強みを生かした事業展開
		■ **美容・健康事業** 洋酒の輸入販売を行う巴ワイン・アンド・スピリッツ株式会社の全株式を取得し子会社化

定量目標の進捗

全体　売上高／営業利益（百万円）



全体

（単位：百万円）

	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	
	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	予想
売上高	**53,097**	56,000	**55,513**	59,000	**54,924**	62,500	**57,068**	68,000	**54,433**	75,000	65,500
営業利益	**2,476**	2,000	**2,782**	2,400	**2,760**	2,900	**3,232**	3,800	**2,298**	5,000	4,000

セグメント

（単位：百万円）

	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	
	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	予想
クリクラ事業											
売上高	**13,375**	14,500	**14,881**	15,000	**15,019**	16,000	**14,733**	18,000	**15,239**	20,000	16,100
営業利益	**1,030**	1,300	**1,627**	1,300	**1,269**	1,500	**1,618**	1,700	**1,706**	2,100	1,720
レンタル事業											
売上高	**14,808**	14,100	**14,626**	15,000	**15,916**	15,500	**18,722**	16,000	**17,463**	17,000	17,800
営業利益	**1,844**	1,300	**1,333**	1,350	**1,621**	1,500	**2,050**	1,700	**1,597**	2,000	1,810
建築コンサルティング事業											
売上高	**5,251**	9,000	**8,495**	9,500	**7,449**	10,000	**6,754**	11,000	**5,661**	13,000	9,000
営業利益	**730**	750	**807**	800	**872**	1,000	**847**	1,300	**28**	1,600	1,350
住宅事業											
売上高	**10,975**	10,000	**10,341**	10,500	**10,686**	10,500	**10,067**	10,500	**9,448**	11,000	10,900
営業利益	**△ 187**	△ 100	**74**	50	**233**	130	**△ 181**	200	**27**	300	320
美容・健康事業											
売上高	**8,764**	8,400	**7,213**	9,000	**5,921**	9,500	**6,826**	10,000	**6,684**	11,000	8,000
営業利益	**125**	50	**122**	200	**151**	250	**238**	350	**298**	500	360

※ 2020年5月にレオハウスの全株式を譲渡しており、2020年3月期の同社の実績は比較のために除外

事業領域

クリクラ事業

自社ブランドとして、宅配水や浄水型ウォーターサーバーの
製造・販売を展開しています。
「安心・安全」を事業理念に全国約500社の加盟店とともに、
「地球の未来に優しいブランド」として
成長を続けています。

取締役
クリクラビジネスカンパニー代表
川上 裕也

「安全な水」を提供し続ける、ナックを支える基幹事業の「クリクラ事業」

クリクラ事業は2002年の事業開始以来「安心・安全」を事業理念に事業展開している、当社の主力事業です。当社がFC本部として全国に展開し、直営店28店舗と約500社の加盟店を有しており、事業開始から20年以上継続している老舗のウォーターサーバーブランドとなります。埼玉県本庄市には、1万坪ほどの敷地に総額60億円を投じたフラッグシップとなるプラントを構え、全国に44の製造プラントと、11のメンテナンスセンターを保有しています。また、2011年には、東京都町田市にR&Dセンタークリクラ中央研究所を建設し、最新の設備と専門の研究員のもと、詳細な検査・分析を自社で行っております。なお、この本庄工場と町田工場・R&Dセンターでは工場見学も行っており、個人の方はもちろん、小学校や中学校の社会科見学等にも活用いただいております。

クリクラ事業の最大の特徴は、高度な「安全性」です。クリクラの水は、品質が不安定で水道水より検査基準の少ない天然水ではなく、主として国が安全管理を行っている水道水を原水としております。この水道水をRO（逆浸透膜）フィルターにより純水になるまで徹底的にろ過し、一般的なミネラルウォーターの品質基準にさらに10項目の自主安全基準を設けております。そこに良質な天然のミネラルを日本人の好みに合うように配合し、おいしく品質基準と安定性の高い商品を製造しています。また、ウォーターサーバーは全て自社開発し、配送も専任スタッフが行っております。これにより、クリクラでは他社は行っていないサーバーメンテナンスを一年に一回必ず実施しています。専任のメンテナンススタッフがサーバーを分解し、徹底的にフル洗浄し、一年間使い続けたサーバーと交換というサイクルで「安全性」を維持しているのです。他にも、クリクラでは「はじめての水プロジェクト」を通して、全国約590の産院にクリクラを提供しており、ママと赤ちゃんにも安心して飲める「お水」をお届けしております。妊産婦や赤ちゃんをはじめ、衛生面を気にされるお客様からは、サーバーメンテナンスなどクリクラの安心・安全への取り組みは非常に好評いただいております。

選択肢が増える中でも、選ばれる「クリクラ」としての地位を確立

2024年3月期のクリクラ事業の業績は、売上高15,239百万円（前期比3.4%増）、営業利益は1,706百万円（同5.4%増）となりました。特に直営部門では顧客件数の増加と解約率の低下が大きく寄与しました。また、前期に実施した値上げや猛暑の影響で1顧客当たりのボトル消費量が増加し、これが売上高の増加に繋がりました。

近年ウォーターサーバー市場では、定額で安価に利用できる給水型の浄水型ウォーターサーバーの需要が急拡大しております。クリクラ事業でもfeel freeブランドで浄水型ウォーターサーバーを扱っており、需要拡大に伴い2023年7月には卓上型の「feel free putio」をリリースし、顧客獲得は順調に推移しております。今後も「クリクラ」「feel free」ともにWEB広告出稿やイベント営業を強化し、顧客接点拡大を図り新規顧客獲得に努めてまいります。

また、クリクラではサステナビリティにも力を入れております。クリクラのお水は全国44ヶ所の工場で製造し、「地産地消」を推奨しております。これにより長距離輸送によるCO_2排出を抑制しています。他にもクリクラのボトルは再利用可能な「サステナブルなボトル」の使用や、利用できなくなったボトルを文房具などにリサイクルし、小学校や福祉協議団体へ寄付する活動も行っています。これにより、環境に優しいブランドとして、ブランド価値を高めています。

競争が激化する事業環境で、「クリクラ」というブランドを強固にしていく

現在ウォーターサーバー業界は、宅配業者が配達してボトルは使い捨てのワンウェイ方式がシェアを拡大、さらに近年はボトル不要の浄水型ウォーターサーバーの急拡大や通販大手企業などの参入もあり、レッドオーシャンと化しています。その中で、多くの機会も存在しています。まず、新市場の開拓です。需要が急拡大中の浄水型ウォーターサーバーは市場が拡大しており、今後更なる顧客基盤の拡大が見込まれます。また、強炭酸水が作れる「クリクラShuwa」など、革新的な製品の導入が新市場の開拓や、顧客ニーズにマッチし新規顧客獲得へ繋がるなど、今後も事業拡大を見込めるビジネスだと考えております。

次に、サステナビリティの推進についても大きな機会です。環境意識の高まりに伴い、クリクラで使用している再利用可能な「サステナブルなボトル」や「地産地消」による長距離輸送によるCO_2排出の抑制など、環境に配慮した製品の需要が増加しています。

その他にもDX推進を目的に開発した「CrePF（クリップ）」の加盟店導入を推進しており、業務生産性の向上とDX推進に取り組んでいます。これにより、業務効率を向上させ、顧客サービスの質を向上させることが期待されています。

課題としては、「人材募集」が挙げられます。クリクラ事業は労働集約型のビジネスモデルのため、人口減少、人件費高騰が叫ばれる中で、いかに「人材確保」を行っていくか今後の重要な課題です。また、為替変動や物価上昇に伴うコスト増加も大きなリスクです。特に、クリクラ事業ではサーバーを外貨建てで仕入れているため円安による仕入費用の増加が利益を圧迫する要因となっています。

収益の柱としての役割を果たしつつ、社会に貢献する事業へ

2025年3月期は中期経営計画の最終年度ということで、全力で目標達成に向けて取り組んでいます。その中で第一に取り組んでいるのが、新規顧客の獲得です。積極的なWEB広告出稿を行うほか、ショッピングモールでのイベント営業を強化し、基礎顧客数の増加を図ります。また、システムインフラの強化も重要な施策です。直営店では全店で導入し、実績が出ている「CrePF（クリップ）」の導入を加盟店にも促進し、クリクラチェーン全体で業務生産性の向上とDX推進に取り組み、顧客サービスの質を向上させてまいります。

私たちは、「安心・安全な水の提供」を使命として、お客様に最高の品質とサービスを提供することをお約束いたします。常にお客様の声に耳を傾け、改善を重ねながら、皆様の期待に応えるべく努力を続けてまいります。

また、私たちは環境に配慮した事業運営を推進し、持続可能な社会の実現に貢献することを目指しています。「サステナブルなボトル」の使用やリサイクル活動を通じて、環境負荷の低減に取り組んでいます。これからも、社会的責任を果たし、地域社会との共生を図ってまいります。

ステークホルダーの皆様には、引き続きご支援とご協力を賜りますようお願い申し上げます。私たちは、皆様との信頼関係を大切にし、共に成長していくことを目指します。クリクラ事業の未来を共に築いてまいりましょう。

「クリクラ事業」における サステナビリティへの貢献

近年、サステナビリティやSDGsといったフレーズを日常で耳にする機会が増え、注目度も高まっています。当社が提供する宅配水「クリクラ」では、サービス開始以来、安心・安全なお水をお届けすることを第一に考えるとともに、“捨てない、繰り返し使える”「サステナブルなボトル」を採用してきました。2009年には、宅配水業界で初めて「エコマーク」を取得。水源を守る活動にも参画し、年間365本の樹木を植樹しています。

その他にも、9つの市町村と災害救援物資の供給に関する協定を締結し、災害時の支援活動や、ウォーターエイドやユニセフへのクリクラポイントを通じた寄付で、世界の水と衛生環境の整備を支援しています。

また、教育にも力を入れており、保育園や小学校の子供たちに対して無料の工場見学を開催しているほか、バングラデシュでは現地の子供たちへの手洗い啓発活動を行っています。さらに、廃棄ボトルをリサイクルしてオリジナル定規を寄贈し、子供たちへの「お水の勉強会」も実施しています。

今後は、2050年のカーボンニュートラルな社会に向けて、クリクラは「水」を通じて持続可能な社会の実現及び更なる事業成長を目指してまいります。

事業領域

レンタル事業

祖業であるダスキン事業は、
売上高・顧客数共に全加盟店の中で
不動の№1を40年以上にわたり継続。
害虫駆除器の定期レンタルやビルメンテナンス、
オフィス・住宅などの物件原状回復工事なども
展開しています。

取締役
レンタルビジネスカンパニー代表
脇本 和好

「暮らし」に関わる様々なビジネスを手掛け、互いにシナジー効果を発揮

ダスキン事業は1971年の創業時から手掛けているもので、モップやマット、介護用品や福祉用具などのレンタル・販売とともに、清掃サービス、家事代行を展開し、1984年から現在に至るまで、売上高・顧客数において全ダスキン加盟店でトップの座を守り続けています。ウィズ事業は1988年に立ち上げたナックの自社ブランドで、日本で初めて医薬品として厚生労働省の認可を受けた害虫駆除器を飲食店や施設、店舗などに定期レンタルを行っています。

グループ会社において、アーネストではオフィスビルや商業施設、マンションなどの日常清掃・定期清掃・消毒除菌作業などといった総合メンテナンスを展開。同じくキャンズは、物件の原状回復工事、大規模改修工事・リノベーション工事、新築住宅内装仕上げ工事（クロス張り／各種床施工）などを請け負っています。これらのビジネスは、お客様の「暮らし」に関するお困り事の解決を追求する中で派生していったものです。

レンタル事業概要

ダスキン	**ダストコントロール** モップやマット等のクリンネス商品を定期レンタル・販売 **ケアサービス** プロによる清掃サービスや家事代行や庭木のお手入れ等 **ヘルスレント** 介護・福祉用具のレンタル・販売
ウィズ	害虫駆除器のレンタル
アーネスト	総合ビルメンテナンス
キャンズ	賃貸物件等の原状回復工事

人手不足といった深刻なリスク環境下で、強固な顧客基盤が収益機会をもたらす

国が働き方改革を推進する一方で人手不足が深刻化しており、様々な業界が人材獲得難に陥っているのが実情です。定期的にお客様のもとを訪問するレンタル事業は労働集約型のビジネスであるだけに、その点において人材獲得難は非常に大きなリスクだと言えます。

ですが、この先、どれだけ技術革新が進んだとしても、配達などの実務をAI（人工知能）が代行することは困難であり、むしろ独居世帯の増加などによりリアルなコミュニケーションによる人と人との繋がりの社会における重要性は今後ますます高まっていくでしょう。我々の事業が社会における必要不可欠な事業であることは疑いようがありませんし、またそこにこそ事業成長の可能性があると捉えています。そこで、より魅力的な職場環境を整えるための取り組みを進めているところです。

優秀な人材がやりがいを感じながら末永く働ける環境を整えられれば、レンタル事業にとってそれは大きな収益機会をもたらすことになるでしょう。当社グループは同事業だけでも既に約33万件に上る顧客基盤を築いており、長いお付き合いを通じて数多くのお客様から高い信頼を獲得しています。こうした信頼関係が築かれていることで、既存のお客様へのクロスセルも円滑に展開しやすくなっています。ディスカウント販売を避けたい高付加価値製品を手掛ける他社からのアライアンスのお誘いも多く、実際にレンタル事業で毎月訪問しているお客様にお勧めしたところ、好評を博しています。こうしたアライアンスにも、引き続き力を入れていきたいと考えております。

2024年3月期の取り組み

ケアサービス部門の出店拡大や外食需要の回復は奏功も感染症関連事業は受注縮小

2024年3月期はダスキンとの資本業務提携の方針に沿ってケアサービス部門の事業所数が拡大し、同部門の受注・売上が増加しました。政府が新型コロナウイルスの分類を季節性インフルエンザと同じ5類に引き下げたのを機に外食需要が回復傾向を示し、飲食店への「ウィズ」の納品率も向上した一方で、コロナ禍において感染症関連事業が急拡大した子会社のアーネストでは5類引き下げによってその反動に見舞われました。

同関連事業の売上の減少と共に、原材料費や人件費の高騰により、レンタル事業全体における営業利益も減少を余儀なくされました。その結果、2024年3月期の売上高は17,463百万円（前期比6.7%減）、営業利益は1,597百万円（同22.1%減）と、前期比で減収減益になったものの、目標としていた売上高を達成することができました。

中期経営計画の最終年度となる2025年3月期は、ケアサービス部門及びヘルスレント部門の出店拡大や「ウィズ」の営業強化、アーネストにおけるインバウンド需要の取り込みなどを進め、前期比で増収増益を目指してまいります。

中期経営計画の最終目標は達成済みだが、コロナ関連事業は終息へ

中期経営計画（以下、中計）で注力している施策として、まずダスキン事業で2018年に第三者割当増資で調達した資金を原資としたケアサービス部門とヘルスレント部門の出店拡大が挙げられます。併せて、家庭用市場でダストコントロール商品の営業の強化を図るとともに、「ウィズ」を主軸とする害虫駆除事業では、除菌・衛生分野の新商品の積極的な取り入れによる事業拡大、またグループ会社のアーネスト、キャンズでは、事業周辺領域の更なる伸長を計画することで、レンタル事業では2025年3月期に売上高17,000百万円を目指していました。

進捗として2023年3月期には、すでに目標売上を上回る18,722百万円の実績を獲得いたしました。コロナ関連事業が終息し、環境変化も影響したことから2024年3月期は前期を若干下回ったものの、中計の最終年である2025年3月期は17,800百万円を目標に掲げ、順調に推移しています。

株式会社ダスキンとの資本業務提携契約

2018年8月30日
株式会社ダスキンと資本業務提携契約を締結

投資回収フェーズへ

2023年11月8日第2期共同プロジェクトを発足
→ 両社の事業拡大に向け未来を見据えた新しい施策を計画

利益率をより高めるため、無駄を削ぎ落とした収益構造を構築する

中計のところでも触れましたが、当社は2018年に第三者割当増資を実施したのを機にダスキンと資本業務提携を結び、ケアサービス部門とヘルスレント部門において出店拡大を進めてまいりました。それらの施策によって、レンタル事業の売上規模は従前と比べて約30億円の拡大を果たしています。

当セグメントはナックグループにおける業績の牽引役であると自負しておりますが、今後は収益基盤をより強固なものにするフェーズとして、獲得した売上から得られる利益のウエートをさらに高めていく策が求められてきます。売上の拡大と共に、適切なコスト管理を行う事で収益効率を高めてまいります。

そのためペーパーレス化やキャッシュレス化などのIT化や、DXを推進することで、管理体制の合理化と強化を図ると共に、こうして無駄を削ぎ落とした収益構造を構築することで、社員のリソースを売上拡大に活用しつつ、更なる利益の拡大を追求してまいります。

一方で、先に述べたようにレンタル事業はお客様と直接お会いするというビジネスの性質上、人材の確保・育成・定着が極めて重要な課題となってきます。待遇の改善はもとより、エンゲージメントの向上に結びつく施策やメンター制度の導入、独立開業希望者のサポートなどを通じて、働きやすく働きがいのある職場環境を整えてまいります。

事業領域

建築コンサルティング事業

業界内で圧倒的多数を占める
中小・零細規模のビルダー・工務店に
経営支援ノウハウ商品を提供。
自社ブランドによる住宅フランチャイズ事業や
省エネ関連部材・資材の販売・施工も展開しています。

取締役
建築コンサルティングカンパニー代表
大場 直樹

2024年3月期の取り組み

主力商品への補助金適用を提案して販売拡大も、一部の売上が翌期の計上へ

住宅建築業界の環境悪化から、建築コンサルティング事業における2024年3月期の売上高は5,661百万円(前期比16.2%減)にとどまりました。営業利益は、売上総利益率の高いコンサルティング事業での売上高減少による影響で28百万円(同96.6%減)となりました。

コンサルティング部門では、多彩な機能を搭載した無料会員サービス「D-mot」やDX活用接客スキルなどの様々なノウハウをパッケージ化した「i-Style」といった主力商品に、IT導入補助金を適用させることを提案。会員顧客の負担を抑えながらDXの推進をサポートする戦略が奏功して販売が拡大したものの、同補助金の審査・支給には時間を要するため、一部の受注分が翌期の計上となりました。スマートエネルギー部門では、半導体不足による蓄電池やパワーコンディショナーなどの供給遅延が改善し、売上高は前期比で減少しております。

全国約7,000社以上のビルダー・工務店に経営支援ノウハウ商品を提供

住宅建築業界と言えば、一般的には大手ハウスメーカーを連想しがちですが、実は中小・零細規模のビルダー・工務店が圧倒的多数を占めており、その多くはコロナ禍に見舞われたこともあって、経営に苦しんでいるケースが少なくありません。1992年の事業部設立以来、建築コンサルティング事業は経営戦略策定やコスト削減、商品開発、営業手法などといった経営支援ノウハウ商品を提供しており、全国約7,000社以上のビルダー・工務店に当社のソリューションを導入いただいています。

一方、グループ会社のナックハウスパートナー株式会社では住宅フランチャイズ事業も展開しており、「ACEHOME」「HUCK」といった自社ブランドの住宅フランチャイズを運営しています。また、国が推奨する長期優良住宅に対応した「Arie」ブランドの提供を通じて、建築コンサルティング事業において会員となっているビルダー・工務店のサポートを行っています。さらに、太陽光発電システム・蓄電池などの省エネ関連部材・資材の販売・施工も手掛けています。

先に述べたように、住宅建築業界はピラミッドのように裾野の部分が最も広くなっています。マジョリティーであるビルダー・工務店向けの経営コンサルティングに特化し、全国約7,000社以上の工務店と会員ネットワークを展開しているのが当社の特徴であり、良質でありながら相対的に安価な住宅を建築できるノウハウを会員企業に提供できるのが当社の強みです。

住宅建築業界の環境悪化はリスクだが、逆に収益機会の拡大にも結びつく

世界的にインフレが進行して建築部材・資材価格が高騰する一方で人手不足が深刻化しているうえ、コロナ関連融資の返済が始まったことが経営を圧迫し、中小・零細のビルダー・工務店を取り巻く足元の環境は著しく悪化しています。日本銀行の金融政策が見直されて国内金利が上昇し始めたこともローン返済の負担増に結びつき、住宅購入意欲の低下に作用しかねません。建築コンサルティング事業にとっても、こうした環境の悪化は「リスク」として作用します。

しかしながら、当事業部においては「リスク」と「機会」は表裏一体の関係にあります。経営環境が悪化すれば、その難局を乗り切るために何らかの手を打たなければならず、我々が提供する経営支援ノウハウ商品に対するニーズが高まります。今後は後継者問題を含む経営継続について、M&A(企業買収)を通じた他社への事業譲渡提案のような手も考えられます。

また、国は大幅な省エネ化を図った住宅(ZEH:ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス)の普及を推進する方針ですが、環境性能を高めればおのずと価格も高くなり、住宅購入層の可処分所得との間にギャップが生じる結果となります。助成金の活用や高性能ながら価格を抑えた住宅の開発などを通じて、こうしたジレンマの問題を解決していくことは、当事業部にとって収益拡大に繋がるチャンスとなってくるでしょう。

ビルダー・工務店のDXや省エネ化を推進する新商品を投入

中小・零細のビルダー・工務店におきましては、コスト削減や人材確保・育成などへの喫緊の対応はもとより、時代の要請としてDX(デジタルトランスフォーメーション)の推進やSDGsへの取り組みも求められ、経営課題が山積みの状態です。こうした現状を踏まえ、共同購入によるコスト削減、国の補助金制度活用の提案などによる事業の再構築やDXの推進をサポートしていくことが当事業部の使命であると考えております。

そこで、ビルダー・工務店の価値最大化を図る新たなソリューションとして、DXや省エネ化を推進するいくつかの新商品の販売を計画するとともに、無料会員の拡充を図っていく方針です。

また、脱炭素社会の実現に向け事業間の更なるシナジー効果発揮を目的に2023年にエースホームがナックスマートエネルギーを吸収合併し、社名をナックハウスパートナーに変更し発足しました。既存事業での提供価値向上に加え、コンサルティング部門とも連携しながら、省エネ関連商材の販売拡大や省エネ関連の新たなノウハウ商品開発に取り組んでまいります。残念ながら2024年3月期の売上高と営業利益は中計で掲げた数値に及びませんでしたが、今期は最終目標の達成に向けて尽力してまいります。

衣食住の一角である住宅関連ビジネスは社会性が高く、これからも社会貢献に注力

先述しましたように、コロナ禍や金融政策、国の方針(環境住宅の普及)などといったように、住宅建築業界は様々な事象の影響を受けやすいうえ、大半を占めるのが中小・零細の事業者です。ただ、私は2008年9月に発生したリーマンショックに伴う不動産・建築不況を経験しておりますが、当時は総悲観の状況となっていたものの、その苦難をどうにか乗り越えた後には危機以前よりもさらに良好な環境が訪れました。

さらに、少子高齢化が進んでも、日本において住宅に対するニーズが完全に消失してしまうことはまず考えられません。加えて、住宅は人間の生活に不可欠な衣食住の一角を占めており、我々が手掛けているのは非常に社会性の高いビジネスであると自負しております。全国各地のビルダー・工務店に向けたビジネスを展開しておりますので、お客様が我々のソリューションを通じて経営を改善することは地方創生にも結びつきうるとも言えるでしょう。

そもそも「暮らしのお役立ち企業」を標榜するナックがこの分野に進出したのは、日本の住宅が高性能である半面、価格が高くて一般的な所得層の方々にはなかなか手の届かない存在であったことに問題意識を抱いたのが発端でした。建築コンサルティング事業におきましても、引き続き社会的意義の高いビジネスに取り組んでいくことで世の中に貢献してまいります。

事業領域

住宅事業

お客様一人一人のご要望に寄り添った注文住宅や、
地域にあった暮らしやすい分譲住宅を提供。
需要にあわせたサービス展開、それを実現するための
営業力強化を進め、事業拡大を目指します。

厳しい事業環境の中、セグメント全体での黒字化を達成

住宅事業の売上高は9,448百万円（前期比6.1%減）、営業利益27百万円（前期は181 百万円の損失）の減収増益での着地となりました。国土交通省から発表された2024年3月の新設住宅着工戸数によると、前年同月比で全体的な着工数は10ヵ月連続で減少し、持家では28ヵ月連続の減少となっており、事業環境は厳しい状況です。ケイディアイでは、都心の土地価格上昇や建築資材の高騰の影響で住宅価格が上昇し、住宅・不動産市場全体が活況を失ったため、販売戸数が伸び悩み、売上高は前期比△10.8%の5,095百万円となりました。ジェイウッドでは、1棟当たりの販売単価の上昇や販売用不動産の増収はありましたが、完成棟数の減少が響いて売上高は同△0.9%の4,309百万円となりました。損益面では、ケイディアイでは在庫の不良化を回避するために販売価格を調整し、早期販売を行った結果、売上総利益率が下がり、営業利益が大幅に減少しました。ジェイウッドでは、建築資材の上昇分を販売価格に転嫁することで販売単価と売上総利益率を改善しました。その結果、セグメント全体での営業損益が黒字化しました。

営業活動の強化に注力し、増収増益を目指す

2025年3月期は、売上高は10,900百万円（前期比15.4%増）、営業利益は320百万円（前期は27百万円の利益）を見込んでいます。ケイディアイでは、用地仕入において従来の都内23区中心から東京郊外まで拡大し、不動産ソリューションの強化を軸に、事業の拡大を目指します。ジェイウッドでは、バリアフリー対策や需要が高まる平屋や店舗・店舗併用住宅の受注を強化するための営業活動を推進します。また、エースホームブランドの商品販売も拡充し、受注数の増加を図ります。北海道で展開するKUNIMOKU HOUSE事業では、高性能住宅や省エネ住宅などの商品ラインナップを充実させ、顧客獲得に取り組みます。これらの取り組みによって、事業の成果をさらに向上させ、売上高と営業利益の拡大を目指してまいります。

2025年3月期の取り組み

株式会社秀和住研を子会社化

株式会社秀和住研は、1990年に創業し、青森県と秋田県を主な営業エリアとして、新築戸建て住宅の建築請負業を営み成長してきた企業です。幅広い顧客のニーズに対応すべく、複数の住宅FCに加盟することで商品ラインナップを揃えています。当社グループのナックハウスパートナー株式会社が運営する住宅FC「ACE HOME」とは2009年の加盟以降良好な関係を築いており、販売実績においてもトップディーラーに位置しております。同社がナックグループに加わることで、エースホームブランドの強化及び同エリアで営業活動を行う当社子会社の株式会社ジェイウッドとの相乗効果も見込んでおり、当社の企業価値向上が期待されます。

事業領域

美容・健康事業

自社開発の各種化粧品、医薬部外品、栄養補助食品などを
通販・対面による直販や卸売で提供。
今後は各事業のクロスセルを推進し、ナックにしかできない
サービスの展開を目指します。

減収での着地も、コスト管理の徹底により増益を達成

美容・健康事業の売上高は6,684百万円（前期比2.1%減）、営業利益は298百万円（同24.9%増）となりました。前期比で減収となりましたが、化粧品業界では新型コロナウイルスの影響や熱中症対策による脱マスクの需要増などがあり、スキンケア商品やアンチエイジングなどの需要が増加しています。また、訪日外国人によるインバウンド消費も増えており、業界全体で回復の兆しが見られ、市場が好転する兆しも見えています。

そのような中、JIMOSでは、「MACCHIA LABEL」や「SINN PURETÉ」などのブランドが順調に推移し、主力商品である「薬用クリアエステヴェール」の上位商品である「薬用クリアエステヴェールEX」の販売も好調でした。原材料や物流のコスト上昇を商品価格に反映させるなどの施策や、トレミーでも化粧品市場の回復や新規受注の増加により売上高が増加した一方で、ベルエアー・アップセールでの顧客数減少やEC販売の価格競争の影響を受け、売上高が減少しました。

新規顧客獲得と各事業との連携強化に注力

2025年3月期は、売上高は8,000百万円（前期比19.7%増）、営業利益は360百万円（同20.8%増）を見込んでいます。JIMOSでは主力製品の強化や新商品開発による顧客獲得を図り、ベルエアーではサプリメント販売への原点回帰と商品リニューアルによる新規顧客獲得を目指します。アップセールでは通販事業の拡充と輸入ワインの直販に注力し、トレミーではODM提案や生産性向上に取り組み、グループシナジーを最大化します。これらの取り組みにより、美容・健康事業の売上拡大と利益率の向上を目指します。

巴ワイン・アンド・スピリッツ株式会社がナックグループに

当社は、中期経営計画において、経営資源の再配置や積極的な投資実行を通じて、グループ全体の発展と成長を目指していますが、2024年2月に、巴ワイン・アンド・スピリッツ株式会社を子会社化し、新たにグループに加わりました。

同社は、ワインを中心に洋酒の輸入販売に力を入れて成長してきた企業です。巴ワイン・アンド・スピリッツ株式会社をグループ内に統合することで、当社のレンタル事業やクリクラ事業の顧客に対して、リピート性の高いクロスセル商品の提供が可能となるほか、ワインセラーを無償でレンタルし定期的にワインをお届けする「ワインのサブスク」といった新たなビジネスモデルも開始しております。

Topic

株主優待品を用いた拡販と認知度の向上

当社では、株主の皆様のご支援に感謝するとともに、当社株式への投資意欲を高め、より多くの株主の皆様に当社株式を中長期的に保有していただくことを目的として、株主優待制度を実施しています。

株主の皆様をはじめ、より多くの方に当社グループの魅力を知っていただくために、2024年3月期はJIMOSの「マイクロバブルローション」を株主優待品としました。

マイクロバブル
ローション

これまでも自社製品を優待品として贈呈してきましたが、これは、株主の皆様に当社の製品を利用いただくきっかけを提供することで、実際にECサイトで購入していただくことや、当社の社名と製品を紐づけて認識していただくことを目的としています。

今後も、株主優待制度と当社製品を利用し、株主様から長期的に応援していただける関係を構築するために、魅力ある製品を開発・提供し続けてまいります。

ナックのサステナビリティ

当社は、暮らしのお役立ち企業として、社会・環境の変化を事業成長の機会と捉え、ステークホルダーの皆様と共に、持続可能な社会の実現及び更なる事業成長を目指してまいります。

基本方針

ナックグループは、企業理念とNAC WAYのもと、暮らしのお役立ち企業として、社会・環境の変化を事業成長の機会と捉え、ステークホルダーの皆様と共に、持続可能な社会の実現及び更なる事業成長を目指してまいります。

行動規範

お客様に対して
日々のコミュニケーションを通して、安心で安全な商品・サービスを提供します

株主の皆様に対して
常に新しい価値と需要を創造し、持続的な成長を目指します

取引先・競合他社・行政に対して
法令・社会規範を遵守し、公正な企業活動を行います

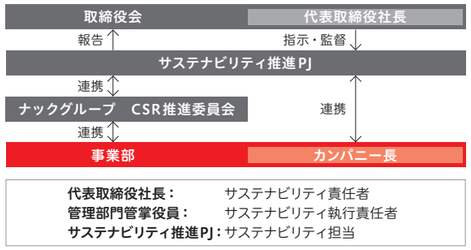
従業員に対して
積極的な人材教育と、より良い職場環境の提供に努めます

社会に対して
地域社会との密接な連携・協調を図り、健全で豊かな社会づくりに向けて貢献します

環境に対して
環境への影響を考慮した事業運営を心掛け、環境保全活動に積極的に取り組みます

サステナビリティ推進体制

ナックグループでは、サステナビリティ課題に対応する役割をサステナビリティ推進PJが担い、管理部門管掌役員のもと、各種サステナビリティ対応を推進しております。

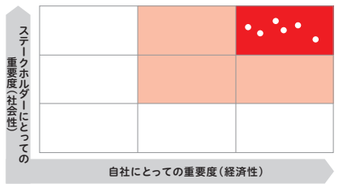


重要課題（マテリアリティ）の策定プロセス

STEP1 社会課題の抽出
ナックグループのバリューチェーンを洗い出し、自事業と関連する業界が直面する諸課題を列挙しました。

STEP2 抽出された社会課題の評価
自社にとっての重要度（経済性）とステークホルダーにとっての重要度（社会性）の2軸でマッピングを行い、重要課題候補を絞りました。

マッピングイメージ



STEP3 重要課題の設定
マッピングにより経済性と社会性の2軸を満たす社会課題を特定し、外部有識者及び自社役員のスコアリングをもとに、重要課題を設定しました。

STEP4 取締役会での議論と決定
抽出した重要課題に関して、取締役会での議論を経て決定しました。

STEP5 活動の定量化
今後、事業部との議論を通して、重要課題に基づく各施策について定量化可能な指標を検討していく予定です。

重要課題（マテリアリティ）

テーマ	項目	具体的な取組内容	KPI
Ⅰ．循環型社会の実現	資源循環プロセスの確立及び化学製品・プラスチック等への環境規制強化対応	・3R（リデュース、リユース、リサイクル）の推進 ・レンタルビジネスの拡大 ・脱プラの推進	・リユース率、使用回数、使用年数 ・顧客件数、拠点数、平均継続月数 ・包装、容器等の切り替え率
Ⅱ．脱炭素社会の実現	自社操業における脱炭素社会への対応	低公害車への切り替え	切り替え台数（切り替え率）
	創エネ・省エネの商品・サービスの提供及びバリューチェーンにおける脱炭素社会への対応	・グリーン冷媒を使用したサーバーの導入 ・省エネ、創エネ商品の浸透	・導入台数（導入率） ・該当商材の販売金額、数量
Ⅲ．豊かで快適な暮らしの実現	安全・安心な商品サービスの提供	顧客ロイヤリティの向上	LTV（ライフタイムバリュー）
	様々な領域（衛生、介護、住環境、化粧品・健康食品など）における暮らしのサポート	・家事代行、介護用品サービス拡充 ・住み続けられる住環境の提供 ・化粧品、健康食品による前向きな毎日のサポート	・事業追加数 ・延べ供給戸数 ・顧客満足度、定期顧客数、リピート率、平均継続月数
	DX、AI、ロボット技術の活用による生活様式の変化に対応した商品・サービスの提供	・新システムを導入・活用し、生産性向上 ・デジタル人材育成体制の構築	・イノベーション投資額 ・研修実施回数
Ⅳ．働く人々の幸せづくり	人材獲得・採用、育成、スキルアップ	人材への投資推進	一人当たり年間研修時間
	人権尊重と労働環境の整備	働きやすい労務環境の整備	・年間休日 ・年間労働時間
	ダイバーシティ&インクルージョン	ダイバーシティの推進	女性社員比率
Ⅴ．地域との価値共創	地域創生及び地域社会との共存	・地場工務店振興 ・持続可能なサプライチェーン構築	・会員工務店数、プレミアムサービス有料会員継続率 ・取引行動規範の署名率
	水ストレスへの対応	工場見学の活性化／水知識の啓蒙活動	工場見学者数
Ⅵ．企業統治・企業倫理の徹底	コーポレート・ガバナンスの更なる強化、充実	・多様性のある取締役会 ・諮問委員会の構成 ・取締役／監査役のスキルアップ方針・計画の策定	取締役会の実効性向上
	リスクマネジメントの徹底、強化	生産体制の維持、災害対策の強化により事業継続性を確保	リスクレベル表の策定及び更新
	プライバシーとデータセキュリティ	・従業員への教育や訓練を実施及びルールの徹底 ・多層防御によるITセキュリティ対策	情報セキュリティ関連の研修・eラーニングの実績
	コンプライアンスの徹底	・教育・研修の実施及び体制の整備・強化 ・高い倫理観をもつ風通しの良い企業風土の醸成	・コンプライアンス違反件数 ・ナックホットライン相談件数 ・コンプライアンス関連の研修・eラーニングの実績

環境

当社は、事業活動における継続的な環境負荷低減だけではなく、環境に配慮した製品・サービスをお客様に提供することによって、社会全体の環境負荷低減に貢献し、持続可能な社会の実現を目指しています。

事業活動に伴う、環境負荷を軽減

サステナブルなボトルの採用

クリクラでは資源を節約し、ゴミの量を削減するために、繰り返し使用できるサステナブルなボトルを採用しています。配送スタッフがお水をお届けする際、お客様が飲み終えたボトルも一緒に回収します。回収された空ボトルは、世界レベルの衛生基準を誇るクリクラプラントで、厳重な品質管理の下で検査・洗浄され、再利用されます。クリクラの12Lボトルは、ご家庭と工場を1月に2回往復し、約3年使用できる耐久性があり、500mlのペットボトルに換算して、約1700本分のゴミを削減するのと同じ効果があります。

※ クリクラは宅配水業界ではじめて、エコマークを取得しました。

“リユース”で循環型社会づくりに貢献

創業の事業であるダスキンはリユースが特長です。お客様のご家庭やオフィスでご利用いただいたモップや玄関マットを、4週間に1度、配送スタッフが交換に伺います。回収したモップやマットは、ダスキンの工場できれいに洗浄され、再びお客様のお手元に届きます。また、洗浄汚水はろ過して再び洗浄用水として使用しており、回収したレンタル商品に付着していた埃や汚れも資源化して有効利用。生産から使用後まで、安全で安心、環境保全に配慮した商品・サービスを提供しています。

積載スペースを拡げ車の往復する回数を低減

クリクラでは、配送車両の改善も進めています。宅配水業界ではじめて、配送専用の車両を開発し、積載スペースにムダが出ないよう工夫しました。

車両1台ごとの配送効率を高めることで、実質的に、車の走行距離を減らすことができます。また、水ボトルが取り出しやすい荷台をデザインし（特許取得）、配送スタッフの体の負担も軽減しています。

アイドリングストップ

クリクラ、ダスキン、ウィズなどでは、配送スタッフがご家庭・オフィスの玄関先まで、商品を直接お届けしています。

グループ全体で、登録されている車両の数は1300台以上。全ての車で、アイドリング時間を1日10分ずつ短縮したとすれば、1年間でガソリンを約60キロリットル（ドラム缶約300本分）、CO_2排出量を約39トン削減できます。

ナックでは、スタッフ全員でアイドリングストップを心掛けています。

自然エネルギーの活用を推進

産業用ソーラーシステムも提供

省エネ商材の販売・施工を行う「ナックハウスパートナー」では、家庭用・産業用の太陽光発電システムや、HEMS（家庭用のエネルギー管理システム）、エコ建材を提供しています。

自社工場にも大型の太陽光パネルを設置し、CO_2削減効果は年間約25トン。毎年、1300本の杉を植林するのと同じ効果があります。

人と環境にやさしい住宅を

建築コンサルティング事業では、2013年より、自然素材の家づくりを普及させるためのネットワークを開設しました。

サンゴやお米由来の建材を利用するなど、有害な物質を発生させない、人と環境にやさしい住まいを目指します。

気候変動への対応（TCFD提言に基づく情報開示）

ナックグループでは、脱炭素社会の実現を重要課題の一つとして捉えており、2021年9月には気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）提言への賛同も表明しております。また、TCFD提言に賛同する企業や金融機関が一体となって取り組みを推進するTCFDコンソーシアムにも加盟しております。

TCFD提言に基づき、気候変動に関する前向きな開示の検討を進めております。

1.ガバナンス

気候関連のリスク及び機会についての、取締役会による監視体制

当社は、気候変動が事業活動へ与える影響は重要なものであると捉え、気候関連の目標の達成・進捗状況を把握し、経営に反映させる必要があると考えております。そこで、半期に1度以上、サステナビリティ推進PJより取締役会にて状況報告することで、取締役会が気候変動によるリスクと機会の実態を把握・監視できる体制を構築し、気候変動に関するガバナンスの強化を進めています。取締役会は、1ヶ月に1回以上開催し、当社企業集団の経営上の重要な事項についての意思決定を行うと共に、業務執行の監督を行っています。戦略、行動計画、リスク管理方針、目標設定、目標の進捗のモニタリング及び監督等に関しても、気候関連問題への影響を考慮したうえで意思決定を行っております。

気候関連のリスク及び機会を評価・管理するうえでの経営者の役割

当社の取締役会では、気候変動に関するリスク・機会を経営上の重要な事項とし、意思決定及び業務執行の監督を行っております。その中で、取締役会議長でもある代表取締役社長が気候関連問題の責任者となります。

気候関連問題を含むサステナビリティ課題に対応する役割をサステナビリティ推進PJが担い、サステナビリティに対する執行責任を負う管理部門管掌役員のもと、リスク、機会の評価、戦略、計画、予算の見直しと指導、設定した目標に対する進捗状況をモニタリングし、その結果を取締役会にて報告・審議しています。

2.戦略

(1)リスク及び機会の特定

ナックグループの内、株式会社ナックのクリクラ事業、レンタル事業、建築コンサルティング事業を対象として、気候変動に関連するリスクと機会の特定を進めております。

リスク

	世の中の変化	ナックグループのリスク	影響事業	影響内容	影響項目
移行リスク	GHGガス排出規制	化石燃料の高騰	全社	● ガソリン車から低公害車への移行に関する導入費用 ※ガソリン車：約1,300台	費用増加
		再エネ利用への移行	クリクラ	● クリクラプラントにおけるGHGガス低排出の設備への入替費用	費用増加
		炭素税の引き上げ	全社	● CO_2排出に伴う課税による税負担の増加 ※ 炭素税：10,000円／t-CO_2換算	費用増加
物理的リスク	台風・豪雨などによる水害	営業・製造拠点の停止	クリクラ	● 製造機能の停止 ● 営業拠点の機能停止による売上高減少 ● 被害拠点の復旧費用 ※ ハザードマップ参照（国土交通省） ※ 該当プラント：4プラント／10プラント　該当拠点：12拠点／28拠点	売上高減少 費用増加
			レンタル	● 営業拠点の機能停止による売上高減少 ● 被害拠点の復旧費用 ※ ハザードマップ参照（国土交通省）　※ 該当拠点：27拠点／61拠点	売上高減少 費用増加
	平均気温の上昇	設備投資	全社	● 空調設備増設に伴う設備投資費用の増加	費用増加
		配送業務の効率低下	クリクラ レンタル	● 配送員増員による人件費増加	費用増加
	海面上昇	沿岸地域の拠点移転	全社	● 沿岸地域の営業拠点及びプラントの移転費用	費用増加
	良質な水資源不足	原水確保のコスト増	クリクラ	● 水道料金高騰による原水確保費用の増加 ※ 2040年1.36倍（2015年比）　※ 参照：EY新日本有限責任監査法人	費用増加

機会

側面	事業部	世の中の変化	機会の内容	影響項目
資源の効率性	コンサル	研修・セミナーオンライン化の更なる進展	● 潜在顧客へのアプローチの実現 ● 諸経費（印刷費／デザイン費）の削減	売上高増加 費用減少
エネルギー源	全社	低公害車（EV車など）普及	● 車両維持に関するトータルコストの削減	費用減少
製品／サービス	クリクラ	省資源・低排出技術の開発	● 環境負荷の少ないプラント設備を加盟店向けに販売	売上高増加
	クリクラ	飲料水需要の高まり	● 繁忙期の伸長による売上高増	売上高増加
	レンタル	害虫駆除機の需要の高まり	● 出店エリア拡大による売上高増加	売上高増加
市場	クリクラ	防災意識の高まり	● ローリングストック啓蒙による消費促進	売上高増加
	全社	環境を意識した消費行動	● リユース商品の需要増加による顧客増 ● リターナブルボトルの優位性による顧客増 ● プレミアムサービス会員へのサービス拡充による解約率の低減	売上高増加

※ 上記のリスクと機会に関しましては、主に株式会社ナック単体での検討内容となりますため、今後対象範囲をグループ全体へ広げたうえで検討を行い、適宜上表へ追加予定です。

(2)シナリオ分析

気候変動による世界的な平均気温の上昇について、ナックグループでは2℃上昇した場合、4℃上昇した場合、それぞれのシナリオを採用し、検討を行っております。

まずは株式会社ナック単体に関わるシナリオ分析の大枠に関して各事業と議論の場を持ち、より事業戦略に即し、具体性の高い内容へと検討を進めているところです。

①シナリオ群の定義

想定期間	2030年～2050年
シナリオ定義	2.0℃シナリオ（IPCC　RCP2.6） 4.0℃シナリオ（IPCC　RCP8.5）

	2.0℃上昇の世界	4.0℃上昇の世界
政策・規制	● 炭素税の引き上げ ● GHG排出制限	● 特段の政策や規制はなし
調達	● グリーンエネルギー普及による電力価格上昇 ● 原材料費の高騰	● サプライチェーンにおける洪水被害の増加
配送	● 低公害車への移行	● 原油価格上昇により、電力等コストの上昇
商品・サービス	● サステナブル商品の需要増加	● 飲料水、防災関連商品の需要の高まり

シナリオ群の定義に関しましては、外部機関による科学的根拠等を参考に、当社内でのディスカッションを通してそれぞれの社会像を定義し、上記想定期間の世界観を考察しました。

※ 前提を変えたシナリオ分析や対象事業範囲の拡大に関しても、順次検討を行う予定です。

②シナリオ分析結果

平均気温2.0℃上昇及び4.0℃上昇の世界において、当社が受ける影響の特定を行いましたが、一定程度のレジリエンスにより何れも軽微であるとの結果になりました。

今後は、影響想定範囲をサプライチェーン全体まで広げ考察を進めていくとともに、気候変動に関する情勢の変化を引き続き注視してまいります。

3.リスク管理

気候関連リスクを識別・評価するプロセス

ナックグループは、リスク及び機会の特定やシナリオ分析を通して、サプライチェーン全体を含むグループの事業領域が気候変動によって受ける影響の把握・評価を進めております。

主管部門であるサステナビリティ推進PJを中心に、各事業部へのヒアリングをもとに気候変動によるリスクと機会の抽出から識別・評価まで行っており、年に1回以上、見直しのプロセスを設けております。

気候関連リスクを管理するプロセス

重要な影響を与えると評価されたリスクと機会に対し、経営管理部を中心に各事業部と具体的な対応策について検討、対応方針を策定のうえ、年2回以上は取締役会へ報告を行い、その内容を含む気候関連問題への対応全般に関して監督を受ける体制を構築しております。

上記プロセスの組織の総合的リスク管理における位置付け

ナックグループではリスク管理規程を制定し、各事業にてリスクに関しての状況報告、課題の検討とあわせ、リスク情報の共有を行い、グループ経営会議でのリスク対応方針の審議を経て取締役会で決定されます。

気候関連リスクにおいては、経営管理部からの報告に基づき、取締役会にて決定を行うものとしております。

4.指標と目標

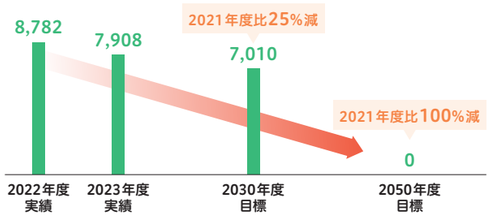
ナックグループでは、GHG排出量に関して、日本政府目標に準じ、2050年までのカーボンニュートラルを目指します。

目標達成へ向けた主な取り組みとしましては、以下のような取り組みを検討しております。

- 低公害車の導入
- 再生可能エネルギー由来の電力への切り替え
- 太陽光パネル設置拠点での売電から自家消費への切り替え
- クリクラ製造工程におけるガス使用量削減の検討
- 他、技術革新の成果をいち早く取り入れるための情報収集、提携の検討等

低公害車や再生可能エネルギー導入へ向けた積極的な情報収集を始めとし、関連分野での外部との提携も視野に包括的な取り組みを進めることを検討しております。

GHG排出量（Scope1＋Scope2）（t-CO_2）



※ 集計期間は会計年度に準ずるものとし、各年度4月～翌3月としております。

具体的な進捗としましては、レンタル事業にて電気自動車の実証実験を開始したことに加え、再生可能エネルギーでの電力調達に関する情報収集、ガス使用量削減のための検討を開始している段階となります。

尚、GHG排出量以外の指標に関しては、サステナビリティ全般において重要課題として別途マテリアリティの設定を行っており、その内の一つとして「脱炭素社会の実現」を掲げております。

Scope3に基づくサプライチェーンGHG排出量算定

カテゴリ	カテゴリ名	GHG排出量（t-CO_2）
カテゴリ1	購入した製品・サービス	64,039
カテゴリ2	資本財	101
カテゴリ3	Scope1,2に含まれない燃料及びエネルギー活動	529
カテゴリ4	輸送、配送（上流）	5,212
カテゴリ5	事業から出る廃棄物	1,168
カテゴリ6	出張	88
カテゴリ7	雇用者の通勤	495

カテゴリ	カテゴリ名	GHG排出量（t-CO_2）
カテゴリ8	リース資産（上流）	算定除外
カテゴリ9	輸送、配送（下流）	1,343
カテゴリ10	販売した製品の加工	算定除外
カテゴリ11	販売した製品の使用	算定除外
カテゴリ12	販売した製品の廃棄	36
カテゴリ13	リース資産（下流）	2,856
カテゴリ14	フランチャイズ	3,692
カテゴリ15	投資	算定除外

Scope3におけるGHG排出量削減施策につきましては、現在、影響の大きいカテゴリ別に検討を進めております。

※ Scope3排出量の算定方法
産業連関表による環境負荷原単位データブック（3EID）（2015年）や産業技術総合研究所のIDEA v2.3、環境省のサプライチェーンを通じた組織の温室効果ガス排出等の算定のための排出原単位データベースVer3.1等を参照しました。
今後、参照先及び算定条件変更に伴い、GHG排出量が増減する可能性があります。

TCFD提言に基づく情報開示については、ホームページでもご確認いただけます。
詳しくはhttps://www.nacoo.com/sustainability/environment/climate_change/

社会

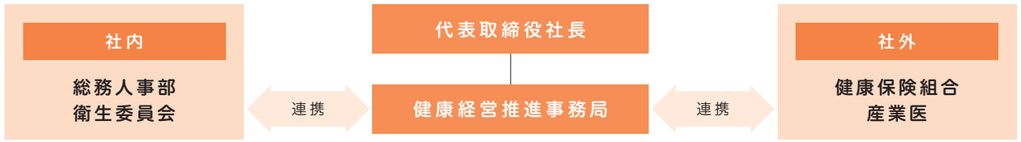
当社が取り組む事業は、様々なステークホルダーの方々によって支えられています。お客様に最大限のご満足を提供すると同時に、従業員が「幸せ」を感じられる会社づくりに取り組んでいます。ステークホルダーの皆様の期待に応え信頼を得ていくことで、豊かな社会の実現に貢献していきます。

働きやすい職場づくり（健康経営）

「暮らし」と「住まい」を軸に事業展開するうえで、従業員の健康が必要不可欠です。暮らしのお役立ち企業を標榜する中で、お客様に寄り添う従業員が、一生涯にわたり健康で安全に活き活きと働くことが必要だと考えています。
従業員一人ひとりが健康の維持向上に努められるよう、全社をあげて様々な健康促進の取り組みを行っていきます。

健康経営宣言／健康経営推進体制

経営管理本部に健康経営推進事務局を設け、健康経営を推進してまいります。



現状の課題と具体的な取り組み、その成果

従業員の健康意識が低い	メンタルヘルス対策	ワーク・ライフ・バランス	喫煙率が高い

健康

- 健康診断受診率：88.1%
- 健康増進／ハラスメントに関する研修を実施
- 全社員へインフルエンザ予防接種を義務化

ワーク・ライフ・バランス

- 有給休暇取得日数：9.9日
- テレワークやフレックスタイム制度の導入
- 過重労働当社基準42時間／月超え延べ人数

メンタル

- ストレスチェック受診率：97.4%
- 相談体制の充実

喫煙

- 受動喫煙対策への取り組み

人材の育成

事業の基盤である「人材」を育成するため、積極的な採用と階層別研修の充実などに力を入れています。従業員一人ひとりが必要な知識やスキルを修得し自らのキャリアを切り開けるよう、社内公募制度や資格取得補助制度、各種研修などを設けています。
また、営業現場では、先輩営業スタッフが新人のサポートにつく「サテライト制度」を導入しており、少人数で質の高い教育環境を整えています。

基本的な考え方

ナックグループは、企業理念実現のため、「暮らし」と「住まい」を軸とした事業を展開し、生活に寄り添った幅広い商品・サービスを提供しています。お客様からの信頼を得られるよう、従業員一人ひとりが能力を最大限に発揮し、成長意欲をもって挑戦し続けることが必要だと認識しています。

この考えのもと、ナックグループでは以下の通り人材育成方針及び社内環境整備を定め、推進していきます。

人材育成方針

「暮らしのお役立ち企業」を実現するため、顧客に対して価値を提供し、信頼を直に得られるような人材の育成を追求し、実行していきます。

具体的な取り組み

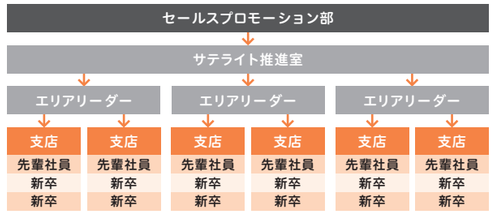
● 各種研修制度

研修制度等を通じ、ナックグループの将来を担う人材育成に努めていきます。従来の集合研修をはじめ、コロナ禍で新たに導入したオンライン研修やeラーニング研修により、役職やキャリアに応じた研修などを通じて、社員のスキル向上やコミュニケーションの醸成に努めていきます。

階層	基礎研修	マネジメント	課題解決・戦略	ヒューマンスキル	キャリア
事業部長／部長	部長研修 不定期				
マネージャー	室長／マネージャー研修 不定期				
室長／担当室長					
店長／プラント長／室長代理etc	eラーニング必修II 新任管理職研修	選抜研修（公開講座）	店長研修III 戦略思考・構想力編 店長研修I マーケティング戦略編 デジタルイノベーション	選抜研修（公開講座）	社内公募制度 キャリア研修（女性社員）
リーダー				選抜研修（公開講座）	メンター制度
一般職／事務	NBSフォローアップ研修 新卒フォローアップ研修				
新人	NBS研修 eラーニング必修I 新入社員研修				

● サテライト制度

ナックでは、新入社員2~4人と先輩社員一人で「サテライト」という班を組んで営業研修を行います。現場でのOJT研修を中心に行うことで若手社員の早期育成を図ります。



● 女性社員研修

2023年度より、幅広い年齢層・職種を対象として女性社員研修を開始しました。
女性従業員のライフ（＝人生）とキャリア（＝仕事）に改めて向き合い、自身の強みを再確認し、今後のキャリア形成に生かすプログラムとなっております。

● 社内公募

社内公募制度を年間2回開催し、キャリアチェンジやスキルアップを望む従業員のキャリア開発支援を実施しています。

● ナックイノベーションコンテスト

当社が成長する「新規事業」及び「収益拡大策」を募集するコンテストを実施しております。
2022年から開始しており、昨年第2回優秀賞作品については事業化に向けた準備も進めております。

● DX人材の育成

DX人材の育成を目的に、2018年から若手社員を中心に「デジタルイノベーションプロジェクト」を開始しました。2022年からは階層に応じ「DX研修」を導入し、2023年には生成AIの理解・活用促進を目的に一部管理職を対象に「生成AI研修」を行い、デジタルコア人材の育成を図っております。
なお、2023年に「DX認定事業者」として認定も取得しております。

社内環境整備

ナックグループは、意欲ある人材の可能性を最大化させるため、多様なサポート制度を整備していきます。

具体的な取り組み

● 女性活躍推進

女性従業員が安心して長く働ける環境を作ると共に、自身の強みを活かして活躍できる組織作りを行っていきます。また、多様な価値観や新たな視点・発想を取り入れるべく2026年度までに正社員に占める女性正社員比率を30%まで引き上げ、女性が活躍できる環境づくりを進めていきます。

項目	2023年度実績	2026年度目標
女性正社員比率(%)	18.5	30.0
女性管理職比率(%)	3.7	10.0
育児短時間勤務利用率(%)	100	100
20代正社員の勤続年数	男性：2年3ヶ月 女性：2年4ヶ月	男女共に 勤続年数を5年にする

● 中途採用者の活躍

多様な考え方、価値観を事業に取り入れると共に、組織の活性化を目的に中途採用も積極的に活用していきます。
※正規雇用労働者の中途採用比率（公表日：2024年6月1日）
2021年度：69%、2022年度：62%、2023年度：68%

● 多様な働き方

従業員が働きがいのある職場を目指し、労務管理の改善強化を図っています。フレックスタイムやテレワークなどの柔軟な勤務制度導入をはじめ、男性の育休取得促進、仕事と育児・介護の両立支援など、働きやすい職場環境づくりに努めていきます。

●エンゲージメント向上

当社では2023年度よりエンゲージサーベイを開始し、従業員の「働きがい」や「人間関係」など、従業員の本音を聞き取り組織力アップや職場の改善に繋げる活動を開始しました。
実施した調査結果より、従業員がより高いパフォーマンスを発揮できるようフリーコメントで上がった課題点から業務プロセスなどを見直し、各種改善に向け取り組んでまいります。

ダイバーシティの推進

定年退職者の再雇用制度（嘱託）

高齢化が進み人生100年時代といわれる中、60歳定年後の就労問題の解決及び人材の活用を図るため、定年後再雇用制度を取り入れています。65歳定年制度を設けているグループ会社もあり、本人の希望や健康状態に配慮しながらセカンドキャリアをサポートできる体制を整えています。 定年を迎える従業員が持つ経験や能力を後進の指導育成や技能の伝承に活かせるよう、今後も定年後の再雇用促進に取り組んでいきます。

障害者雇用

ハンディキャップに関わらず自立した生活ができるよう、障害のある方の更なる雇用と定着を目指しています。それぞれの特性に合った業務の検討、就労定着のフォロー体制の整備などに積極的に取り組んでいます。また、近隣の特別支援学校からのインターンシップの受け入れも行うことで、雇用を創出する取り組みを行っています。

女性活躍推進

「女性活躍推進法」に基づき、女性の活躍推進に向けた行動計画を策定しています。女性営業職（キャリア）採用を拡充しているほか、グループ会社においても住宅営業、設計、インテリアコーディネーター、施工管理、アフターメンテナンスなどあらゆる分野で女性が活躍しています。

社内表彰・報奨制度

一年間を通して高い営業成績の基準をクリアした従業員を“エース”として表彰する「ナックエースクラブ」や事業部ごとのインセンティブ旅行、長年ナックグループに貢献してくださった従業員の方へ勤続の功績を称え感謝の気持ちを表する「永年勤続表彰」などがあります。これらのような表彰・報奨制度を設け、組織の活性化と従業員の仕事に対する意欲の向上に取り組んでいます。

人権の尊重

不正な行為（法令違反・パワハラ・セクハラ等）を防止するため、eラーニングによる研修やコンプライアンス委員会を開催しています。また、外部の法律事務所とも連携した相談窓口（ナックホットライン）を設置し、相談しやすい環境構築を目指しています。

お客様と共に

ポイントを利用した寄付

ダスキン事業では、ダスキン家庭用商品のレンタル時にお客様に付与するポイント「ナックグリーンポイント」を用いて日本赤十字社及びユニセフへの寄付を行っています。お客様のご希望により1口1,000ポイント（＝500円）から受け付け、その同額をナックからも上乗せして寄付しています。 安全・便利かつ清潔な住環境の手助けとなるサービスの提供やポイント寄付を通じて、お客様とともに豊かな社会づくりに貢献しています。
また「すべての人々が清潔な水と衛生を利用できる世界」を目指すクリクラは、世界各地で様々な支援活動を行っている国際NGOウォーターエイドの取り組みに賛同し、2016年から同団体への寄付を続けています。クリクラポイントを通じてお客様からいただいたご厚意は、世界中の安全な水とトイレの普及に広く役立てられています。

官公民協働プロジェクトへの参加

ダスキン事業では、政府によるプロジェクト「子供の未来応援国民運動」に参加し、寄付付きダスキン台所用スポンジの販売売上の一部を同プロジェクトへ寄付しています。 学習支援を行う団体や子供食堂、児童養護施設など、全国の支援団体に「子供の未来応援基金」が役立てられています。

スポーツ支援

暮らしをサポートする企業として、スポーツ選手を応援

当社では、東京都町田市で創業した当社と同郷であるレーシングドライバーの佐藤琢磨選手や、家庭でクリクラの水を利用していたジュニアスノーボーダーの柳原詩選手、柳原凛来選手ともスポンサー契約を締結し、アスリートを応援しています。
また、クリクラでは、吉本興業株式会社の運営するe-Sportsチーム「よしもとゲーミング」とスポンサー契約を締結し、様々なイベントを開催し、選手だけではなく、多くのお客様の健康意識向上を目指した取り組みを行っています。

地域社会と共に

工場見学・行政との連携

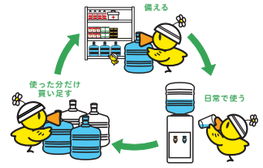
クリクラでは社会貢献の一環として、地域住民の皆様をはじめ、地元の保育園の園児、小学校の生徒などを招き工場見学を実施しています。宅配水業界最大規模の複合見学では、世界の水事情や水の歴史についても学ぶことができます。ナックの創業地である東京都町田市や、クリクラ本部のある埼玉県本庄市と協力のもと、市内にある他社の工場見学と連携し、クリクラミュージアムを新たな観光資源として活用しています。

地方創生の実現に向けて

健康で快適な暮らしを長期にわたって保証するサービスを提供することで、住宅購入者が安心して長く住み続けられる家づくりを支援しています。地域密着のビルダー・工務店への支援を通して、地域社会の発展や地場住宅産業の活性化に繋げることで、地方創生を目指します。

防災とローリングストックの啓蒙

クリクラでは2011年の東日本大震災をはじめ、2016年の熊本地震、2024年1月の能登半島地震など、災害時には被災地にいち早く入り、避難所にお水をお届けするなど様々な支援活動を行ってきました。全国9つの市町村と「災害救援物資の供給等に関する協定」を締結しており、災害時において最大限の協力体制を整えています。
また、ローリングストックの啓蒙活動も積極的に行っております。ローリングストックとは「使いながら備蓄」することで、クリクラボトル(1本12リットル)を常に3本備蓄しておくことで、4人家族が3日間過ごせる水の確保に繋がります。このローリングストックの啓蒙活動をはじめ防災意識向上を推進するため、2017年より、日本気象協会推進「tenki.jp知る防災」プロジェクトにも参画しています。



ガバナンス

当社は、企業価値の持続的な向上のためには、コーポレート・ガバナンスの強化が重要であると考えています。そのために、当社は経営環境の変化に対応して迅速な意思決定を行うことができる経営体制をとるとともに、迅速かつ適切な開示を行うことで経営の透明性及び健全性の確保に努めています。

基本的な考え方

当社は、株主、顧客、取引先など様々なステークホルダーから信頼され続けることが企業の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に繋がると考えており、そのために本コードのそれぞれの原則を踏まえたコーポレート・ガバナンスの確立が重要であるとの認識のもと経営環境の変化に迅速に対応できる意思決定と業務執行体制の構築及びコンプライアンスの強化に取り組むこととします。

コーポレート・ガバナンス体制の概要（2024年6月27日現在）

機関設計	監査役設置会社
取締役	8名（うち、独立社外取締役3名）
取締役会委員長	吉村 寛（代表取締役社長）
監査役会	3名（うち、独立社外監査役2名）
定款上の取締役の任期	2年

任意の委員会の有無	有
指名報酬諮問委員会	5名（うち、独立役員5名）
委員長	中畑 裕子（独立社外取締役）
執行役員制度	採用
執行役員数	8名

ガバナンス強化のあゆみ

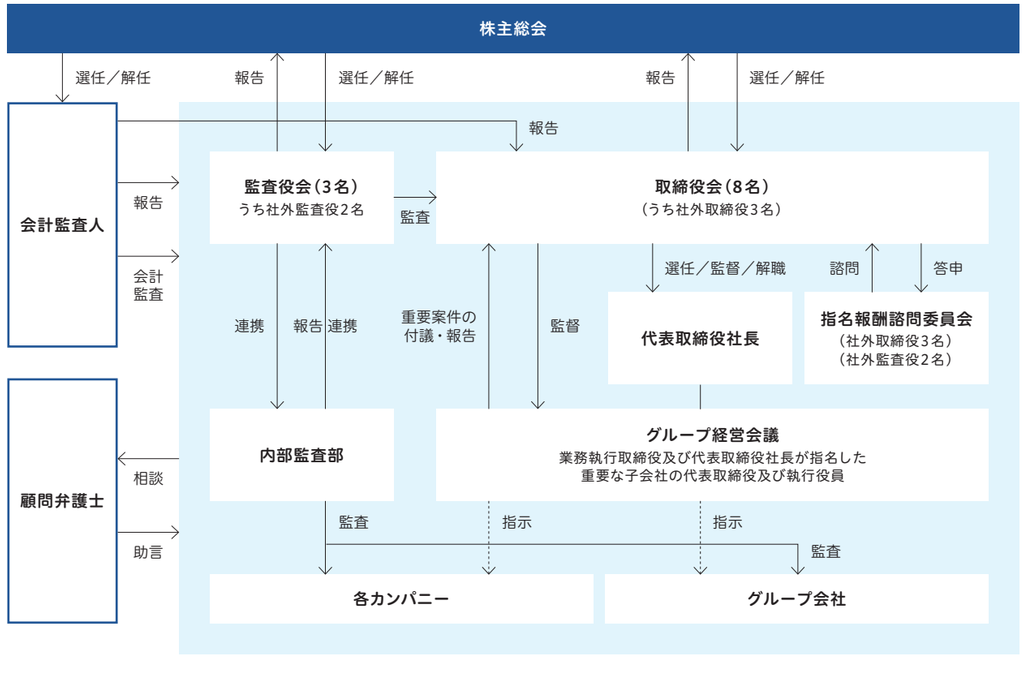
社内取締役　社外取締役　社内監査役　社外監査役

	取締役会※ 役員数	取締役会※ 社外取締役比率		監査役会 役員数	監査役会 社外監査役比率		任意の委員会
2017年	7名	28%	社内5 社外2	4名	75%	社内1 社外3	
2018年	7名	28%	社内5 社外2	3名	66%	社内1 社外2	
2019年	6名	16%	社内5 社外1	3名	66%	社内1 社外2	
2020年	8名	37%	社内5 社外3	3名	66%	社内1 社外2	
2021年	8名	37%	社内5 社外3	4名	75%	社内1 社外3	
2022年	9名	44%	社内5 社外4	4名	75%	社内1 社外3	
2023年	9名	44%	社内5 社外4	3名	66%	社内1 社外2	
2024年	8名	37%	社内5 社外3	3名	66%	社内1 社外2	

指名報酬諮問委員会は2021年4月～

※ 株主総会後の人数及び比率

ガバナンス体制図（2024年6月27日現在）



各委員会の概要・構成（2024年3月期）

名称	社外取締役	役割・体制・取り組み
1 取締役会 2024年3月期の開催回数：16回	女性1名 社外 3名／8名	● 決議事項（50件）：株主総会に関する事項、予算・事業計画に関する事項、人事・組織に関する事項、決算に関する事項、株式に関する事項、資金に関する事項、役員報酬に関する事項等 ● 報告事項（54件）：月次連結業績、M&A事案進捗状況、投資進捗状況、サステナビリティ・ESG に関する事項、取締役会実効性に関する事項、訴訟案件等 ● 審議事項（7件）：　業績予想、カンパニー制の在り方等
2 監査役会 2024年3月期の開催回数：12回	社外 2名／3名	● 当社グループのコーポレート・ガバナンスや内部統制システムの整備・運用状況、監査方針・監査計画策定及び業務分担等、会計監査人の監査の評価等
3 指名報酬諮問委員会 2024年3月期の開催回数：6回	女性1名 社外 5名／5名	● 取締役の選任及び解任に関する株主総会議案 ● 執行役員兼務の取締役について、執行役員役職の昇格及び降格議案 ● 取締役候補者の選任及び取締役の解任に関して指名報酬諮問委員会が必要と認めた事項 ● 取締役及び重要な使用人の個人別の報酬等の内容に係る決定に関する方針及び内容 ● 取締役及び重要な使用人の報酬等に関して指名報酬諮問委員会が必要と認めた事項

取締役の選解任と手続き

当社では、経営陣幹部の選任と取締役・監査役候補者を指名するにあたり、性別、年齢及び国籍の別なく、それぞれの人格及び見識等を考慮のうえ、当社の経営理念・経営戦略を理解したうえで当社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を実現する意思と能力を有し、その職務と責任を全うできる適任者を候補者として独立社外取締役を主要な構成員とする指名報酬諮問委員会にて審議のうえ、取締役会で選任または指名する方針としております。執行役員その他の経営陣幹部については、上記の方針に基づき、事前の評価・面談等を経て代表取締役社長が提案を行い、取締役会において選任を行うこととします。

取締役の選解任や取締役候補者の指名にあたっては、上記の方針に基づき、事前の評価・面談等を経て代表取締役社長が提案を行い、独立社外取締役を主要な構成員とする指名報酬諮問委員会での審議を経たうえ取締役会で決議し、株主総会において選任することとします。なお、当社では社外取締役の独立性に関する基準を定めており、この基準を満たす者を社外取締役候補者といたします。

監査役の選解任や監査役候補者の指名にあたっては、上記の方針に基づき、事前の評価・面談等を経て代表取締役社長が提案を行い、監査役会の同意を得て取締役会において監査役候補者を指名し、株主総会において選任することとします。

社外取締役の選任理由（2024年6月27日現在）

宮島 賢一	**所有株式数**	－株
	在任年数	3年
	取締役会出席状況	16／16回

選任理由
株式会社ダスキン役員の経歴及び、経営全般に関する幅広い見識を有しているため、社外取締役の見地から、株式会社ダスキンとの資本業務提携推進の他、当社の事業推進の強化に貢献いただけると判断し、社外取締役の候補として選任をお願いするものであります。

中畑 裕子	**所有株式数**	－株
	在任年数	3年
	取締役会出席状況	16／16回

選任理由
複数社の代表取締役及び社外取締役としての豊富な経験と幅広い知識を有しております。同氏の高い専門性と豊富な経験に基づく外部からの視点が、当社の経営体制の充実と取締役会における多様性の確保に有用であると判断し、社外取締役の候補として選任をお願いするものであります。

山下 真実	**所有株式数**	－株
	在任年数	新任
	取締役会出席状況	－

選任理由
会社経営に加え社外取締役としての豊富な経験と幅広い知識を有しております。女性活躍推進等にも精通しており、当社が取り組む社会課題に同氏の高い専門性と豊富な経験に基づく外部からの視点が、当社の経営体制の充実と取締役会における多様性の確保に有用であると判断し、社外取締役の候補として選任をお願いするものであります。

取締役会の実効性評価

当社では、第53期を対象期間として、取締役会の構成、運営、ガバナンス、役員の自己評価等に関するアンケート調査を全ての取締役及び監査役に対して実施し、取締役会の実効性について分析・評価を行いました。

＜取締役会の実効性の評価結果の概要＞

- 第53期における取締役会の実効性評価に関する総括的な評価においては、高評価が増加するとともに、要改善の評価数が減少しており、前期に引き続き、取締役会が実効的にその役割・責務を果たしていると評価いたしました。
- 他方、取締役会の構成・運営・ガバナンスに関する項目においては、一部で改善を要するとの指摘がありました。今後は、取締役会にて審議・議論を重ね、その内容の充実を図ることで改善してまいります。
- また、より透明性・実効性を高めるため、第三者にて実施するアンケート調査も検討し、取締役会の実効性の更なる向上を図ってまいります。

役員報酬

取締役及び監査役の報酬等の総額

役員区分	報酬等の総額（百万円）	報酬等の種類別の総額（百万円）			対象となる役員の人数（人）
		固定報酬	役員賞与	譲渡制限付株式報酬	
取締役（社外取締役を除く）	152	122	－	29	5
監査役（社外監査役を除く）	9	9	－	－	2
社外取締役	18	18	－	－	4
社外監査役	6	6	－	－	3

取締役及び監査役の報酬等についての株主総会の決議に関する事項

ⅰ）2007年6月24日開催の第36期定時株主総会において、取締役の報酬限度額は、年額400百万円以内と決議いただいております。当該株主総会終結時点の取締役の員数は12名です。

ⅱ）1990年6月25日開催の第19期定時株主総会において、監査役の報酬限度額は、月額2百万円以内と決議いただいております。当該株主総会終結時点の監査役の員数は1名です。

ⅲ）2021年6月29日開催の第50期定時株主総会において、取締役（社外取締役を除く）を対象に、譲渡制限付株式報酬の導入を決議いただいており、取締役に対して付与する譲渡制限付株式報酬は年額30百万円以内（株式数としては91,200株以内）となっております。当該株主総会終結時点の取締役の員数は5名です。

取締役の個人別の報酬等の内容に係る決定方針に関する事項

当社では、取締役の報酬は、固定報酬と業績連動型報酬にて構成しております。業績及びこれに対する各人の貢献度などに応じて決定する方針としており、当期における取締役の具体的な個人別の報酬額は、株主総会で決議された報酬総額の上限金額の範囲内であり、独立社外取締役を主要な構成員とする指名報酬諮問委員会にて審議のうえ、取締役会で決定しております。

取締役の報酬構成

ⅰ）固定報酬

固定報酬については、株主総会の決議によって決定した限度内において、取締役の貢献度及び能力、並びに資質を評価し、処遇に反映することを基本方針としております。また、その実効性を確保するために取締役の評価制度を設けるとともに、個々の取締役の報酬決定に関する客観性と透明性を確保するため、取締役会の諮問機関として指名報酬諮問委員会を設置しております。

ⅱ）譲渡制限付株式報酬

当社は、取締役（社外取締役を除く）に、企業価値の持続的な向上を図るインセンティブを与えるとともに、株主の皆様とのより一層の価値共有を進めることを目的として、2021年6月29日開催の第50期定時株主総会において、年額30百万円以内とする譲渡制限付株式報酬制度の決議をいただいており、同年より導入しております。取締役会での割当決議を経て、独立社外取締役を主要な構成員とする指名報酬諮問委員会にて審議のうえ、払込期日までに付与しており、譲渡制限期間については、金銭報酬債権の払込期日から、対象取締役が当社の取締役、執行役員のいずれかの地位からも退任する日までの期間としております。なお、当事業年度における譲渡制限付株式報酬額の総額は29百万円であります。

取締役の個人別の報酬等の決定に係る委任に関する事項

取締役（社外取締役を除く）の報酬等のうち、金銭による固定報酬（年額報酬）の各事業年度総額は、株主総会において承認を得た範囲内において取締役会により決定しております。

取締役の個人別の報酬等の内容については、会社全体の業績及び各取締役の職務の執行状況を勘案するため、代表取締役社長による決定が適していると判断し、取締役会の決議により代表取締役社長である吉村寛に委任しております。委任する権限の範囲は、株主総会において承認を得た範囲内における個人別の固定報酬（年額報酬）の額の決定としております。当該権限が適切に行使されるよう、取締役会は、独立社外取締役を主要な構成員とする指名報酬諮問委員会での審議を踏まえ、取締役の報酬等に係る社内規程を定めるほか、上記委員に基づき取締役の個人別の報酬等の内容を決定するに際しては、予め、指名報酬諮問委員会での審議を行い、当該審議の内容を最大限尊重することを上記委任の条件としております。当期の取締役の個人別の報酬等の内容は、上記手続を経て決定されていることから、取締役会は、その内容が上述の役員報酬等の内容に関する方針等に沿うものであると判断しております。

また、監査役の報酬については、監査役の協議により決定しております。

コンプライアンス・リスクマネジメント

基本原則・方針

当社グループでは、法令順守、企業や社会人としての倫理、社会規範を重視した活動により、社会に貢献できる企業となることを宣言いたします。

具体的な行動指針

① 経営情報の適切な開示
私たちは、株主・投資家に経営情報を適切に開示し、透明性の高い経営に努めます。

② 契約の順守
私たちは、取引先とは公正な契約を締結し、それを順守します。

③ 取引先との適法・適正な取引
私たちは、公正な取引を勧め、法令に反する可能性のある行為などは行いません。また、取引先からの不正行為・違法行為の誘いは拒否いたします。

④ 機密情報・個人情報の適切な管理
私たちは、自社の機密情報・他社より適法に入手した機密情報(個人情報を含む)は法令及び社内諸規程にのっとり適切に管理いたします。

⑤ インサイダー取引の禁止
私たちは、業務遂行上、当社や関係会社または取引先の重要情報を知った場合には、その情報が正式に公表されるまでは、インサイダー取引やその疑いを招くような行動・行為は一切取りません。

⑥ 情報システムの適切な使用
私たちは、会社の情報システムを業務のみに使用し、個人的な目的のための使用は行いません。

⑦ 反社会的勢力との関係の根絶
私たちは、反社会的勢力との関わりを断つとともに、反社会的取引(いわゆる総会屋活動及びこれに類似する不正な収益を企業から獲得する活動を行うもの)は一切行いません。

⑧ 公私で厳格な峻別
私たちは、個人の利害と会社の利害を厳格に区別し、誠実に業務の遂行を行います。

⑨ 安全かつ働きやすい職場の実現
私たちは、安全や衛生に関する諸法令・社内規程を順守し、社員の安全と健康を確保できる職場環境を維持していきます。

⑩ 人権の尊重
私たちは、人権を尊重し、国籍、人種、性別、年齢、信条、社会的身分、障害の有無等を理由とする差別やハラスメント(嫌がらせ)を一切行わないものとします。

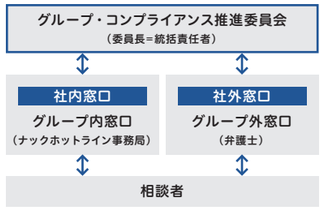
リスク管理体制

コンプライアンス委員会の設置

当社グループでは、グループ経営に重大な影響を与えるリスクの認識と対応を図るとともに法令・企業倫理遵守を徹底するコンプライアンス体制を推進するために、グループ・コンプライアンス推進委員会を設置し、グループのコンプライアンスの統括を行っています。

内部通報制度

ナックグループ統一の内部通報規程に基づいた、「ナックホットライン」制度を運用しています。
「ナックホットライン」制度とは、法令、社会規範、社内規程に反する行為その他のコンプライアンス上の問題に関する通報・相談等の情報提供を受け付けることにより、リスクの防止及び軽減とともに、企業の自浄作用による改善を目的とする制度です。



リスクマネジメント

当社グループは、様々なリスクを一元的に俯瞰し、リスクの洗い出しやリスク予防を行うため、「リスク管理規程」を定めています。リスクが発生した場合は、迅速かつ的確に対応することにより被害を最小限にくい止めるとともに、再発を防止し、当社グループの企業価値を保全することを目的としています。

内部統制システム

基本的な考え方、整備状況　詳しくはhttps://www.nacoo.com/sustainability/governance/internal_control/

内部統制

基本的な考え方

当社は、「社会に対するお役立ち企業」であることを存在意義と定め、経営理念に基づいた企業活動を、「企業行動憲章」(日本経団連制定)に準拠し、実践する。
このような企業活動の実践を確保するために、当社の役員・全従業員の認識の統一に努めるとともに、意思決定過程及び結果に対して検証を行う制度・規程を整備するなどの体制を構築し、下記の通り運用していくことを、内部統制の基本方針とする。

整備状況

取締役及び使用人の職務の執行が法令及び定款に適合することを確保するための体制

(1)当社の企業理念に則った「グループ行動規範」を制定し、取締役、監査役及び使用人が法令・定款及び社会規範を遵守するための行動規範とする。
(2)コンプライアンスの責任者として、経営管理担当役員が当社を含むグループ全体にわたるコンプライアンス体制の整備及び問題点の把握にあたる。
(3)顧問弁護士と日常の法律問題に関する情報を交換し、日常発生する法律問題全般に関して助言と指導を適宜受けられる体制をとる。
(4)当社の内部監査部門は、内部監査規程に基づき、業務監査の一環としてコンプライアンスに係る監査を実施し、その結果を経営管理担当役員に報告するとともに、必要に応じて改善策等の提言を行う。

反社会的勢力排除に向けた基本的な考え方及びその整備状況

基本的な考え方

当社グループは、反社会的勢力排除に向け、「ナックグループ行動規範」において、「市民社会の安全を脅かす反社会的勢力とは断固として対決するものとし、一切の関係を遮断する」ことを基本方針として掲げております。

整備状況

内部統制システムに関する基本方針において、上記の基本的な考え方とともに、下記の整備状況についても定めております。
(1)反社会的勢力への対応については、顧問弁護士及び所轄警察署と緊密な連携の下、迅速に対応できる環境を整えており、また反社会的勢力に関する動向の把握に努めている。
(2)取引先との契約書類については、反社会的勢力排除に関する条項を定めている。

情報セキュリティ基本方針

株式会社ナックグループ(以下、ナックグループ)は、創業以来「お役立ち企業」というコンセプトのもと、事業活動に取り組んでおります。
この事業活動を遂行するためにはお客様からお預かりした情報資産が基礎となり、これを様々なリスクから保護しなくてはならないことを自覚しています。
そこで、ナックグループは、保有する情報資産の適切な保護と利用について「情報セキュリティポリシー」を策定し、役員及び従業員の全てがこれに関与し、これを理解、支持し、また厳守することを宣言します。

情報セキュリティポリシー

1. 情報資産の保護
情報資産の機密性、完全性及び可用性を確実にするために、組織的、物理的、人的、技術的に、適切な対策を講じます。

2. 情報セキュリティ体制
情報セキュリティに関連する責任を明確化し、対策を実施するための体制を整備します。

3. 法令及び契約の順守
情報セキュリティに関連する法律、各種規範、お客様やお取引先との契約上の要求事項及び、社内規程を順守します。

4. 教育の実施
ナックグループの役員、従業員全てに対し、定期的な情報セキュリティに関する教育、訓練を行い、情報セキュリティの重要性、適切な取扱い、管理に関し、周知、徹底を図ります。

5. 評価・見直し
情報セキュリティに関する管理体制及び取り組みについて点検を実施し、継続的に改善、見直しを行います。

6. 非常時の対応
情報セキュリティに関する事故が発生した際には、迅速な対応、是正処置を講じるとともに、事故原因を分析し、適正な管理策及び施策を通じ、再発防止に努めます。

サプライチェーンマネジメント

現在のグローバル化した企業活動においては、自社の範囲を超えて、サプライチェーン全体で持続可能な社会の実現を目指していくことが、企業の重要な社会的責任となっています。
当社は、法令及び社会規範等の遵守、人権の尊重、環境保全への配慮等の社会的責任を果たすためには、それらの活動を自社単体ではなく、サプライチェーンのお取引先様とのパートナーシップを通じて取り組むことが重要であると認識しています。
これらに関連する取り組みとして、当社は、経団連会長、日商会頭、連合会長及び関係大臣をメンバーとする「未来を拓くパートナーシップ構築推進会議」にて創設された、「パートナーシップ構築宣言」の趣旨に賛同し、宣言を公表しました。「パートナーシップ構築宣言」は、サプライチェーンの取引先や価値創造を図る事業者の皆様との連携・共存共栄を進めることで、新たなパートナーシップを構築することを宣言するものです。
当社はこれからも、品質に加えて、環境や社会に配慮したバリューチェーンを確立することで安心・安全なサービスを提供し、パートナー企業とともに、お客様の持続的な成長を支えていきます。

社外取締役メッセージ

コーポレート・ガバナンスの強化が求められている昨今、
いっそう重要な役割を担っているのが社外取締役です。
社内取締役が健全な経営をまっとうすべく、
客観的な立場から積極的に提言を行ってまいります。

社外取締役
中畑 裕子

専門領域は企業経営や新規事業開発 客観的視点で中期ビジョンについて進言

まずは、私の経歴について簡単にご説明いたします。新卒で入社した会社から人材を活用したセールスプロモーションのベンチャー企業に転職したところ、同社が2002年にIPO（株式新規公開）を果たし、同年に私は人材派遣と人材紹介を行う子会社の社長に抜擢されました。以後3年間にわたってその経営に携わった後、2005年に独立して自分の会社を設立しました。

もともと私は独立を念頭に置いており、前職時代に習得した知見やノウハウをもとに、ファッション業界向けの人材紹介を展開するビジネスを起業しました。そして、5年後の2010年には新たな挑戦のために同事業を売却しています。

売却の話は香港に長期滞在の予定で渡航してすぐにまとまり、想定以上に早い決着となったことから、私はそのまま現地に残り、前職時代にお付き合いのあったお客様から要請を受けて、アパレルの副資材を扱う多国籍企業に参画しました。同社では東南アジア諸国で複数の新規法人設立を担当し、日本、香港、シンガポール、バングラデシュ、インドネシア、カンボジア、中国を含めたグループ法人11社を統括するCAO（管理本部長）に就任し2017年に帰国しています。

一方、2018年に婦人靴小売りのアマガサ、2019年にラーメンチェーンを展開する幸楽苑ホールディングスの社外取締役を歴任しました。2021年には、サステナビリティ向上をミッションとしたスタートアップ、サスティナシード株式会社を起業しました。

ナックの社外取締役には2021年6月に就任し、2024年6月から指名報酬諮問委員会の委員長も務めています。

私が専門としている領域は、経営戦略やマーケティング、ESG、国際経験、異業種知見などをバックグラウンドとする企業経営と新規事業開発です。おそらくナックの経営陣の方々は私に対し、こうした専門性を活かしながら社外取締役という客観的な立場で中長期的な経営ビジョンについて積極的に意見を述べることを期待されているのだと思います。

オープンでフラットな議論が飛び交う取締役会 ガバナンスのみならず、事業についても積極提言

2015年6月に金融庁と東京証券取引所によってコーポレートガバナンス・コードが策定され、2021年6月にはその内容が改訂、プライム市場上場企業は今まで以上に高水準の企業統治が求められるようになっています。

かつては「是」とされてきたことがコーポレートガバナンス・コードの策定や改訂によって「否」とされるようになった項目もあり、多くの上場企業は戸惑いながら対応を迫られたかと思われます。特に社歴の長い企業では長年の慣習を否定しなければならないケースも出て来ることもあるでしょうし、企業統治における変革を推進するのはけっして容易なことだけではないでしょう。それだけに、ナックの経営陣は強い決意を抱きながらこの重要課題に取り組んでおり、だからこそ異なるカルチャーをもつ私にお声がけいただいたのだと思います。

ナックのガバナンスにおける大きな強みは、その取締役会がオープンかつフラットな議論を行える場であることだと私は思います。私自身は海外滞在経験が長いこともあり、伝え方には気を付けるようにしていますが、歯に衣着せず自分の考えを割とストレートに表現するタイプです。

とはいうものの、当初は畑違いの私がどこまで口を挟むべきかとの躊躇いもあり、「差し出がましいかもしれませんが」と前置きして発言していました。ところが、「忌憚なきご意見をうかがうために参加していただいているので、遠慮なくお聞かせください」とおっしゃっていただき、以後は遠慮なく率直な意見を述べております。

しかも、ガバナンスに関連したテーマだけにとどまらず、ナックが展開している各事業に関しても自由に発言させていただいています。私自身も企業の経営者なので、マーケティングやコスト管理など、様々な方面へ関心がありますし、多彩なスタートアップと交流をもっているので、ナックとのシナジーがありそうな企業を紹介することもあります。

その一例がメタバース（仮想空間上）の住宅展示場を運営するスタートアップ企業の紹介でした。私としてはその企業の製品を使ってみてはどうかとお伝えしていたのみでしたが、そのスタートアップと資本提携する話がすぐにまとまりました。零細・中堅の工務店にとって展示場への出展は容易なことでありませんが、メタバースならそのハードルが下がることから、建築コンサルティング事業で工務店向けに提供している無料サービス「D-mot」でメタバース住宅展示場を展開することになり、建築コンサルティング事業との連携が実現しました。

取締役会の更なる活性化が社外取締役の役割 意欲的にナックの活動に関わって意見を述べる

私が意識しているのは、取締役会を議論の場としてさらに活性化させていくということです。もちろん、目の前にある今期の業績を拡大させることは非常に重要なテーマですが、ビジネスはずっと続いていくものですし、社外取締役は客観視できる立場にあるからこそ、中長期的な視点からも率直な意見を述べることを期待されており、常にナックの向上を目指して取締役会での議論に参加していきたいと考えています。

私が委員長を務めている指名報酬諮問委員会でも、前向きな議論を繰り広げていくために、ネガティブな発言は禁止にしようという話が出ました。そして、指名報酬諮問委員会として、諮問の機関であると共に、実効性向上のために取締役が取り組むべき事項の提言を併せて行っていこうという共通認識が得られています。

取締役会や指名報酬諮問委員会以外でも、私は積極的にナックの活動に関わっています。社外取締役ですので、直接の実行には関わることはしておりませんが、毎年開催している新規事業コンテストがその一つで、2023年には私も審査員を務めました。自分自身もスタートアップの創業経営者であるだけに、従業員の方々が提案する事業案について興味津々で耳を傾けながら、その実現性や将来性、ナックという会社との親和性などについてシビアに見定め、感じたことを助言させていただいています。

また、私はナック社内で立ち上げられたサステナビリティ推進プロジェクトにもオブザーバーとして参加しておりました。事業におけるサステナビリティ戦略についても積極的な提案を行っています。以前からナックでは、宅配水「クリクラ」において、破損などで再利用が難しくなったボトルを子供向けの文具にリサイクルする取り組みを行ってきました。

私が関わっているスタートアップ界隈で最近は若い世代を中心に環境への意識が高まっており、市販のペットボトル飲料を購入せず、水筒を持参している人が増えており、その事例を紹介するとともに、クリクラのボトルの再利用として水筒に再加工することを提案しました。すると、次に取締役会に出席した際に吉村社長から「さっそく水筒を作りました」と聞かされ、その柔軟な判断や対応力の早さに驚嘆しました。

中期経営計画で最も重要なのは丹念な振り返り ナックのファンを増やすことも企業価値の向上に

言うまでもなく、中期経営計画には必ず、いつからその目標達成に挑むのかという起点が存在します。その起点から定めた中期の計画であり、VUCA時代と言われる今、事業を取り巻く環境が当時とは異なってくれば、足元の情勢を踏まえると非現実的な目標値と化してしまうケースも出てきます。

そこで、状況に応じて中期の達成目標も臨機応変に見直していくべきではないかと個人的には考えております。中計の策定後も新たな期を迎える度に、その期を起点とする中期目標に改めていくことができればより適切でないかと個人的には考えております。

そのうえで、不可欠となってくるのが丹念な振り返りでしょう。実現できた計画と未達に終わった計画を社内でつぶさに検証し、改善すべきポイントや新たに取り組むべき事項をあぶり出して緻密な修正を素早く行っていくことが重要です。

また、単に売上や利益を拡大させるだけにとどまらず、サステナビリティへの取り組みのように、別のアプローチからも企業価値を間接的に高めていくことが可能です。貴重な人的資本である従業員の皆様に柔軟な姿勢で寄り添い、働きやすくて能力も伸ばしやすい環境を整えることもその一つでしょう。

一方、ナックが展開しているビジネスのブランド名は広く知られていますが、依然として社名は十分に浸透していないのが実情に感じています。そこで、もっとナックについて認知していただくための仕掛けについて、私も積極的に提案を行っています。こうした草の根的な活動を通じてこの会社を詳しく知ってもらい、より多くの方々にナックのファンになっていただくことも企業価値の向上に結びつくと思います。また、長期経営計画で、ナックのこれからを魅力的に伝えることも、企業価値向上に繋がる重要な事項だと思います。

役員一覧（在任年数：2024年6月27日現在／出席状況：2024年3月期）

役職	代表取締役社長	取締役 クリクラビジネス カンパニー代表	取締役 レンタルビジネス カンパニー代表	取締役 建築コンサルティング カンパニー代表	取締役 レンタルビジネス カンパニーダスキン事業部長
氏名	吉村 寛	川上 裕也	脇本 和好	大場 直樹	嶋内 穣
生年月日	1961年5月8日生	1965年10月28日生	1961年7月12日生	1969年9月15日生	1963年12月31日生
在任年数	19年	10年	8年	3年	新任
保有する株式	140,917株	83,346株	43,926株	51,670株	22,574株
取締役会出席状況	16／16回	16／16回	16／16回	16／16回	–
指名報酬諮問委員会	–	–	–	–	–
指名報酬諮問委員会の出席状況	–	–	–	–	–

専門的経験分野・期待する分野

経営戦略 マーケティング	●		●	●	●
財務会計M&A		●			
法務 リスクマネジメント	●	●		●	
SDGs／ESG	●	●	●	●	●
国際経験		●			
他業種知見	●		●	●	●

※ 各人に特に期待される項目を4つまで記載しております。上記一覧表は、各人の有する全ての知見や経験を表すものではありません。

役職	社外取締役	社外取締役	社外取締役	監査役	社外監査役	社外監査役
氏名	宮島 賢一 社外 独立	中畑 裕子 社外 独立	山下 真実 社外 独立	潤間 正弘	大和田 徹 社外 独立	松尾 浩順 社外 独立
生年月日	1955年3月16日生	1973年9月22日生	1978年5月23日生	1964年4月2日生	1974年3月8日生	1980年6月20日生
在任年数	3年	3年	新任	1年	6年	1年
保有する株式	–	–	–	1,192株	–	–
取締役会出席状況	16／16回	16／16回	–	13／13回	16／16回	13／13回
指名報酬諮問委員会	●	● （委員長）	●	–	●	●
指名報酬諮問委員会の出席状況	6／6回	6／6回	–	–	6／6回	4／4回

専門的経験分野・期待する分野

経営戦略 マーケティング	●	●	●			
財務会計M&A				●	●	●
法務 リスクマネジメント	●			●		●
SDGs／ESG		●	●			
国際経験	●	●	●			
他業種知見	●	●	●		●	●

財務・非財務ハイライト

	2015年3月期	2016年3月期	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**
財務ハイライト										
損益状況（単位：百万円）										
売上高	85,443	80,302	85,901	89,818	89,111	88,222	55,513	54,924	57,068	54,433
営業利益	1,517	701	756	1,637	2,037	2,118	2,782	2,760	3,232	2,298
経常利益	1,481	795	793	1,574	2,081	2,098	2,683	2,792	3,243	2,390
親会社株主に帰属する当期純利益	519	252	415	△994	798	514	1,837	1,708	2,002	1,436
財政状況（単位：百万円）										
純資産	16,132	15,831	15,506	14,114	20,161	19,808	21,355	22,138	23,204	22,715
総資産	39,862	41,694	43,379	42,115	49,626	46,433	40,847	39,724	38,735	37,615
自己資本	16,132	15,831	15,506	14,114	20,161	19,757	21,298	22,063	23,204	22,715
キャッシュ・フローの状況（単位：百万円）										
営業活動によるキャッシュ・フロー	△1,537	2,653	3,473	1,152	△2,200	2,488	6,454	2,847	1,709	△10
投資活動によるキャッシュ・フロー	△4,086	△205	△2,657	△905	△835	△1,706	△1,448	△1,107	△361	△1,097
財務活動によるキャッシュ・フロー	3,727	1,424	△1,732	△473	4,941	△857	54	△3,743	△2,555	△1,914
現金及び現金同等物期末残高	4,474	8,346	7,430	7,261	9,167	9,115	14,188	12,187	11,029	8,056
1株当たり情報（単位：円）※1										
1株当たり純資産	961.22	934.95	923.41	839.28	899.84	881.83	950.59	983.20	1,032.62	527.92
1株当たり純利益（EPS）	31.09	14.99	24.65	△59.15	40.32	22.94	82.02	76.17	89.14	33.22
1株当たり年間配当金	38.00	38.00	27.00	18.00	34.00	22.00	44.00	38.00	40.00	21.00
1株当たり当期純利益	31.09	14.99	24.65	△59.15	40.32	22.94	82.02	76.17	89.14	33.22
財務指標（単位：%）										
株主資本利益率（ROE）※2	—	—	—	△6.7	4.7	2.6	9.0	7.9	8.8	6.1
総資産利益率（ROA）	1.3	0.6	1.0	△2.4	1.6	1.1	4.5	4.3	5.2	3.8
自己資本比率	40.5	38.0	35.8	33.5	40.6	42.6	52.1	55.5	59.9	60.4
配当性向	30.1	65.5	43.6	22.7	57.6	29.1	137.8	74.8	69.4	63.2
配当利回り※3	3.7	4.4	2.8	1.9	3.4	2.8	4.6	4.0	4.2	3.9
非財務ハイライト										
人材に関するデータ										
従業員数（人）	2,103	2,100	2,174	2,169	2,174	2,237	1,583	1,633	1,591	1,636
女性正社員比率（%）	—	—	—	—	—	—	—	—	17.9	18.5
女性管理職比率（%）※4	—	—	—	—	—	—	—	—	4.9	3.7
環境に関するデータ										
温室効果ガス 排出量（Scope1＋2）（千t）	—	—	—	—	—	—	—	—	8.78	7.91
温室効果ガス 排出量（Scope3）（千t）	—	—	—	—	—	—	—	—	191.36	79.56

※1 2024年2月1日付で株式分割
※2 2018年3月期より開示
※3 期末日の終値で計算
※4 単体

会社概要（2024年3月31日現在）

商号	株式会社ナック
英語名	NAC CO., LTD
設立年月日	1971年（昭和46年）5月20日
代表者	代表取締役社長 吉村 寛
本社所在地	〒163-0675 東京都新宿区西新宿1-25-1 新宿センタービル42階 TEL：03-3346-2111 FAX：03-3348-4311
資本金	6,729,493,750円
URL	https://www.nacoo.com/
上場取引所	東京証券取引所（プライム市場）
証券コード	9788
事業年度	4月1日から翌3月31日まで
従業員数	連結1,636名（パート・アルバイトは除く）
幹事証券	野村證券株式会社
監査法人	仰星監査法人

グループ会社一覧

クリクラ事業

株式会社クリクラ長崎

主な事業内容	宅配水「クリクラ」の販売
所在地	長崎県佐世保市卸本町20-17

レンタル事業

株式会社アーネスト

主な事業内容	ビルメンテナンス事業等
所在地	東京都渋谷区幡ケ谷2-21-4

株式会社キャンズ

主な事業内容	原状回復工事等
所在地	神奈川県横浜市西区久保町36-2

建築コンサルティング事業

ナックハウスパートナー株式会社

主な事業内容	住宅フランチャイズ事業及び 省エネ関連部資材の施工と販売
所在地	東京都新宿区新宿1-8-1

住宅事業

株式会社ジェイウッド

主な事業内容	注文住宅の建築請負
所在地	宮城県仙台市泉区大沢3-4-1

株式会社ケイディアイ

主な事業内容	分譲・注文住宅
所在地	東京都中央区銀座2-7-18

株式会社ナックライフパートナーズ

主な事業内容	住宅専門金融業
所在地	東京都新宿区西新宿1-25-1

美容・健康事業

株式会社JIMOS

主な事業内容	化粧品・健康食品の通販等
所在地	福岡県福岡市博多区冷泉町2-1

JIMOS TAIWAN Co.,Ltd.

主な事業内容	化粧品卸売業、化粧品小売業
所在地	台北市大安區忠孝東路4段147巷1號5樓

株式会社ベルエアー

主な事業内容	栄養補助食品、化粧品の製造・販売
所在地	東京都新宿区西新宿2-6-1

株式会社トレミー

主な事業内容	化粧品の開発・製造
所在地	東京都府中市宮町2-15-13

株式会社アップセール

主な事業内容	化粧品・健康食品・医薬品の通販等
所在地	東京都新宿区新宿1-8-1

巴ワイン・アンド・スピリッツ株式会社

主な事業内容	ワインを中心とした洋酒の輸入販売
所在地	東京都品川区北品川5-5-15

株式会社秀和住研（2024年5月子会社化）

主な事業内容	新築戸建て住宅の請負及び施工 ならびにリフォーム工事
所在地	青森県八戸市城下3-13-16

株式会社秀和

主な事業内容	新築戸建て住宅の請負及び施工
所在地	青森県八戸市城下3-13-16

株式情報（2024年3月31日現在）

証券コード	9788
上場証券取引所	東京証券取引所（プライム市場）
上場日	1995年9月8日
業種	サービス業
1単元の株式数	100株
発行可能株式総数	86,000,000株
発行済株式総数	46,613,500株　※ 自己株式を含む
株主数	25,497名（前年度末比7,525名増） ※ 自己名義株式を除く総株主数
事業年度	4月1日から翌3月31日まで
定時株主総会	6月中
期末配当金受領株主確定日	3月31日
中間配当金受領株主確定日	9月30日
株主名簿管理人（兼 特別口座管理機関）	三菱UFJ信託銀行株式会社
同連絡先	東京都府中市日鋼町1-1 TEL：0120-232-711（通話料無料） 郵送先： 〒137-8081 新東京郵便局私書箱第29号 三菱UFJ信託銀行株式会社　証券代行部
公告方法	電子公告により行う。ただし電子公告によることができない事故その他やむを得ない事由が生じたときは、日本経済新聞に掲載して行う。 公告掲載URL： https://www.nacoo.com/

株主状況

大株主（上位10名）

株主名	持株数（株）	持株比率（%）
株式会社ダスキン	11,738,200	27.11
株式会社ヤマダホールディングス	4,476,200	10.34
レモンガス株式会社	4,013,400	9.27
株式会社キャピタル	3,529,928	8.15
ナック従業員持株会	1,569,116	3.62
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	1,338,400	3.09
株式会社ブリリアントフューチャー	815,700	1.88
エクセレント株主会	761,286	1.76
西山　文江	589,372	1.36
西山　由之	452,368	1.04

（注）1. 持株比率は自己株式（3,311,960株）を控除して計算しております。なお、自己株式には「役員報酬BIP信託口」が保有する当社株式（272,320株）は含んでおりません。
2. 自己株式は上記大株主から除外しております。
3. 2024年2月1日付で普通株式2株につき1株の割合をもって株式分割しております。