

2019年3月期 第1四半期 決算補足説明資料

2018年8月8日
 株式会社ナック
 東証一部 9788



注) 当社は第1四半期において決算説明会を行っておりません。
 この資料は、第1四半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. 第1四半期の実績 | … | P. 2 |
| 2. セグメント別業績 | … | P. 9 |
| 3. 2019年3月期連結業績予想 | … | P.22 |
| 4. 中期計画／配当方針 | … | P.27 |
| 5. 補足資料 | … | P.30 |

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. 第1四半期の実績

1 2019年3月期 第1四半期：連結損益計算書

(単位：百万円)

	'18.3月期 Q1 実績	'19.3月期 Q1 実績	増減率
売上高	15,865	15,581	▲ 1.8 %
売上総利益	7,108	7,126	+ 0.3 %
(売上総利益率)	44.8 %	45.7 %	+ 0.9 pt
販管費	8,869	8,623	▲ 2.8 %
営業損益	▲ 1,760	▲ 1,497	—
(営業利益率)	▲ 11.1 %	▲ 9.6 %	—
営業外損益	4	▲ 11	—
経常損益	▲ 1,756	▲ 1,508	—
特別損益	▲ 177	▲ 3	—
四半期純利益	▲ 1,461	▲ 1,106	—

» 売上高は、建築コンサルティング事業と住宅事業、美容・健康事業において減少したことで、前年同期を下回った。

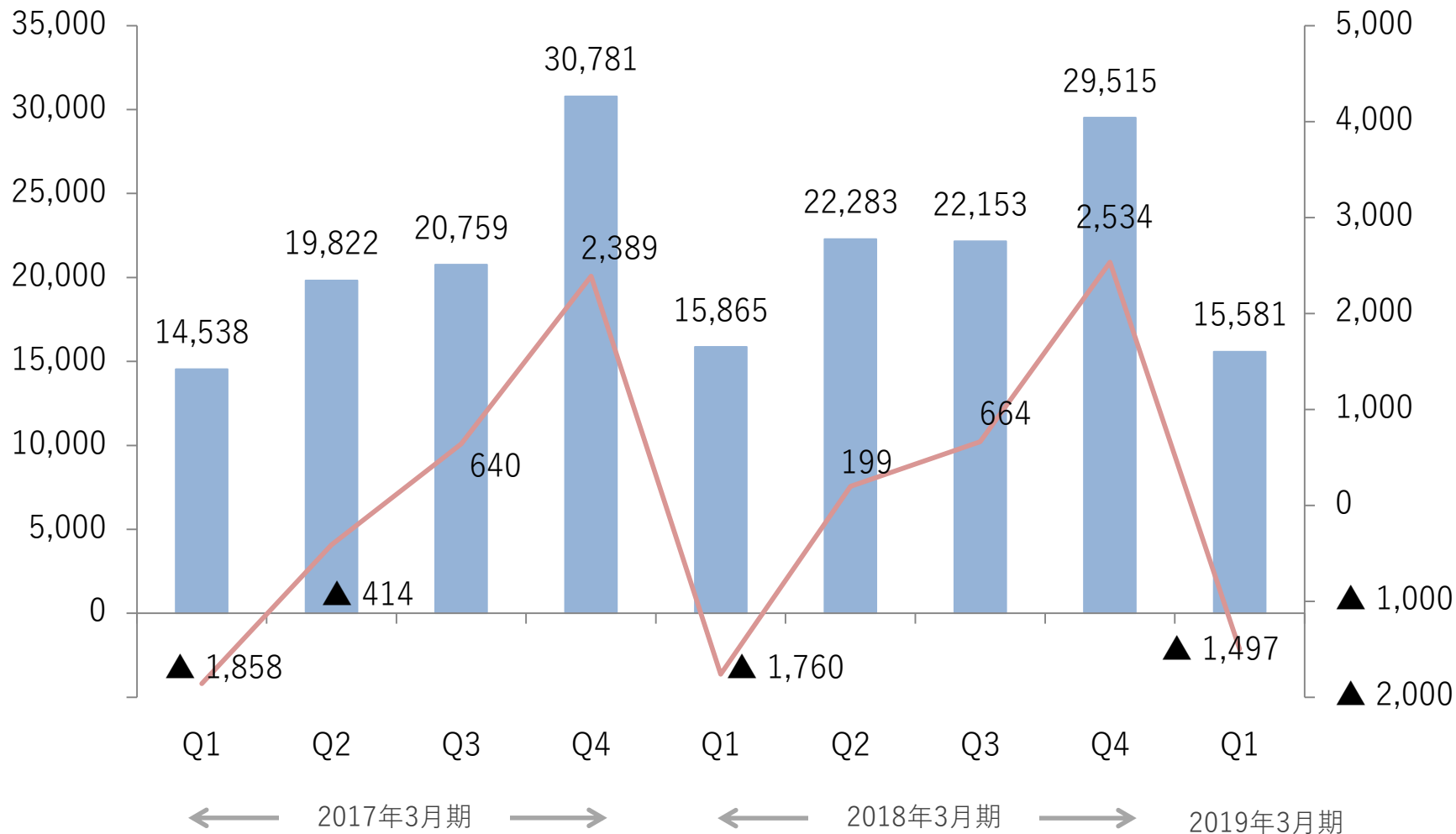
» 営業利益は、クリクラ事業と美容・健康事業において販売管理費の適正化を図ったことにより、前年同期を上回った。

1 四半期別 売上高／営業利益の推移

(単位：百万円)

■売上高 — 営業利益

(単位：百万円)



» 住宅の引き渡しが多期末に偏るため、例年、第1四半期の営業利益はマイナスの傾向

1 セグメント別：売上高

(単位：百万円)

	'18.3月期 Q1 実績	'19.3月期 Q1 実績	増減率
ク リ ク ラ 事 業	3,182	3,273	+ 2.8 %
レ ン タ ル 事 業	3,341	3,541	+ 6.0 %
建築コンサルティング事業	1,327	1,080	▲ 18.6 %
住 宅 事 業	5,485	5,419	▲ 1.2 %
美 容 ・ 健 康 事 業	2,547	2,277	▲ 10.6 %
消 去 調 整 他	▲ 19	▲ 9	—
合 計	15,865	15,581	▲ 1.8 %

- » クリクラ事業は、「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、前年同期を上回った。
- » レンタル事業は、全ての部門において売上高が増加したことにより、前年同期を上回った。
- » 建築コンサルティング事業は、建築部資材販売における売上高の減少が響き、前年同期を下回った。
- » 住宅事業は、レオハウスとジェイウッドにおいて、職人不足等により完工引渡数が伸びず、前年同期を下回った。
- » 美容・健康事業は、新規顧客数が順調に増加したが、既存顧客の継続率悪化と注文単価減少が響き、前年同期を下回った。

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)

	'18.3月期 Q1 実績	'19.3月期 Q1 実績	増減額
ク リ ク ラ 事 業	▲ 104 (▲ 3.3 %)	+ 87 (+ 2.7 %)	+ 191 (+ 6.0 pt)
レ ン タ ル 事 業	+ 437 (+ 13.1 %)	+ 431 (+ 12.2 %)	▲ 5 (▲ 0.9 pt)
建築コンサルティング事業	+ 45 (+ 3.4 %)	+ 49 (+ 4.5 %)	+ 3 (+ 1.1 pt)
住 宅 事 業	▲ 1,640 (▲ 29.9 %)	▲ 1,765 (▲ 32.6 %)	▲ 125 (▲ 2.7 pt)
美 容 ・ 健 康 事 業	▲ 202 (▲ 8.0 %)	▲ 50 (▲ 2.2 %)	+ 152 (+ 5.8 pt)
全 社 費 用 等	▲ 296	▲ 249	+ 46
合 計	▲ 1,760 (▲ 11.1 %)	▲ 1,497 (▲ 9.6 %)	+ 263 (+ 1.5 pt)

- ▶ クリクラ事業は、直営部門における売上高の増加により、前年同期を上回った。
- ▶ レンタル事業は、ポイント引当金の計上等により、前年同期を下回った。
- ▶ 建築コンサルティング事業は、エコ&エコにおける売上高の増加により、前年同期を上回った。
- ▶ 住宅事業は、売上高の減少と建築資材の高騰等により、前年同期を下回った。
- ▶ 美容・健康事業は、引き続き販売促進費等の適正化に取り組んだことで、前年同期を上回った。

1 営業利益の増減要因

(単位：百万円)

			前年同期比増加率
2018年3月期Q1 営業利益		▲ 1,760	-
①売上総利益		+ 18	+ 0.3 %
※②販管費の増減	広告宣伝費及び販売促進費	+ 143	+ 8.3 %
	その他販管費	+ 49	+ 2.3 %
	減価償却費・のれん償却費	+ 47	+ 9.6 %
	地代家賃	+ 24	+ 4.0 %
	人件費	▲ 16	▲ 0.5 %
	支払手数料	▲ 2	▲ 0.9 %
2019年3月期Q1 営業利益		▲ 1,497	-

※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

≫ クリクラ事業とレンタル事業で売上総利益が増加したことによる。

② 販管費の増減理由

≫ 広告宣伝費及び販売促進費の減少は、主にJIMOSで販売促進費を抑制したことによる。

≫ 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閉鎖を行ったことによる。

1 2018年3月期 第1四半期：連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2018年 3月末	構成比	2018年 6月末	構成比	増減額
流動資産	22,980	54.6 %	22,840	54.7%	▲ 139
有形固定資産	12,579	29.9 %	12,113	29.0%	▲ 466
無形固定資産	2,782	6.6 %	2,570	6.2%	▲ 212
投資その他の資産	3,773	9.0 %	4,229	10.1%	+ 455
固定資産計	19,135	45.4 %	18,912	45.3%	▲ 222
資産合計	42,115	100.0 %	41,753	100.0 %	▲ 362
流動負債	20,973	49.8 %	21,105	50.5%	+ 132
固定負債	7,027	16.7 %	7,580	18.2%	+ 552
負債合計	28,001	66.5 %	28,686	68.7%	+ 685
株主資本	14,873	35.3 %	13,767	33.0%	▲ 1,106
その他の包括利益累計額	▲ 758	▲ 1.8 %	▲ 700	▲ 1.7%	+ 58
純資産合計	14,114	33.5 %	13,067	31.3%	▲ 1,047
負債・純資産合計	42,115	100.0 %	41,753	100.0 %	▲ 362

主な増減要因

- 流動資産：未成工事支出金 +2,223 現金・預金 ▲1,809 受取手形・売掛金▲953
- 固定資産：建物及び構築物 ▲248
- 流動負債：未成工事受入金+2,991 買掛金 ▲2,489
- 固定負債：長期借入金 +760 リース債務▲132

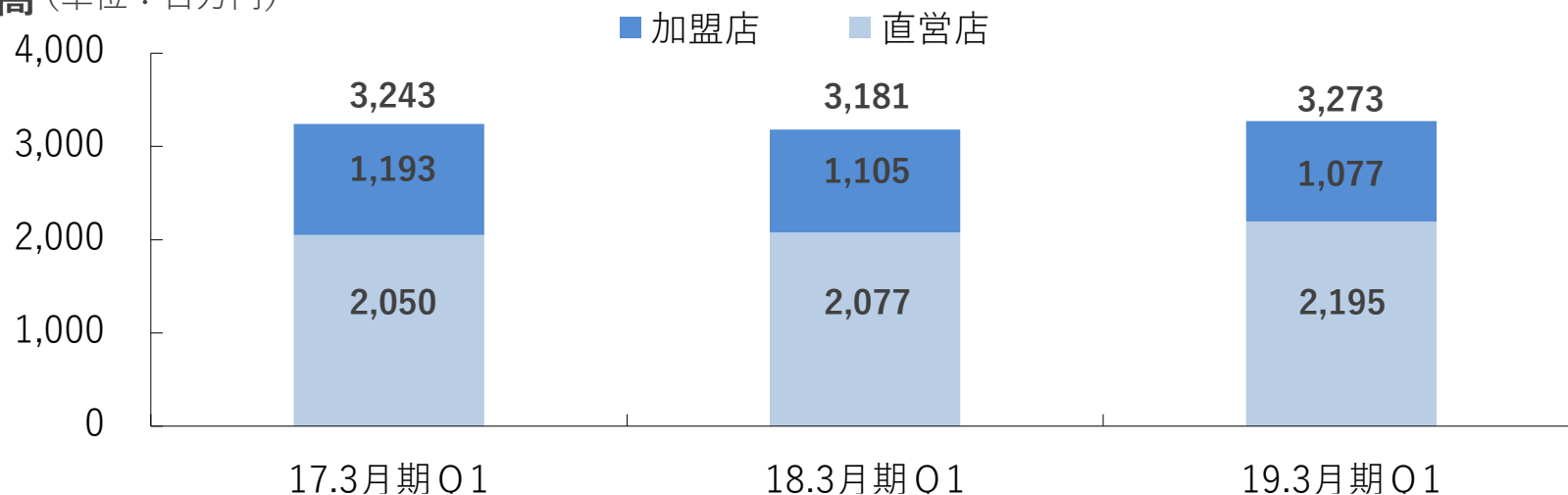
自己資本比率：31.3 %

※「『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）等を当第1四半期連結会計期間の期首から適用しており、前第1四半期連結累計期間及び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。

2. セグメント別業績

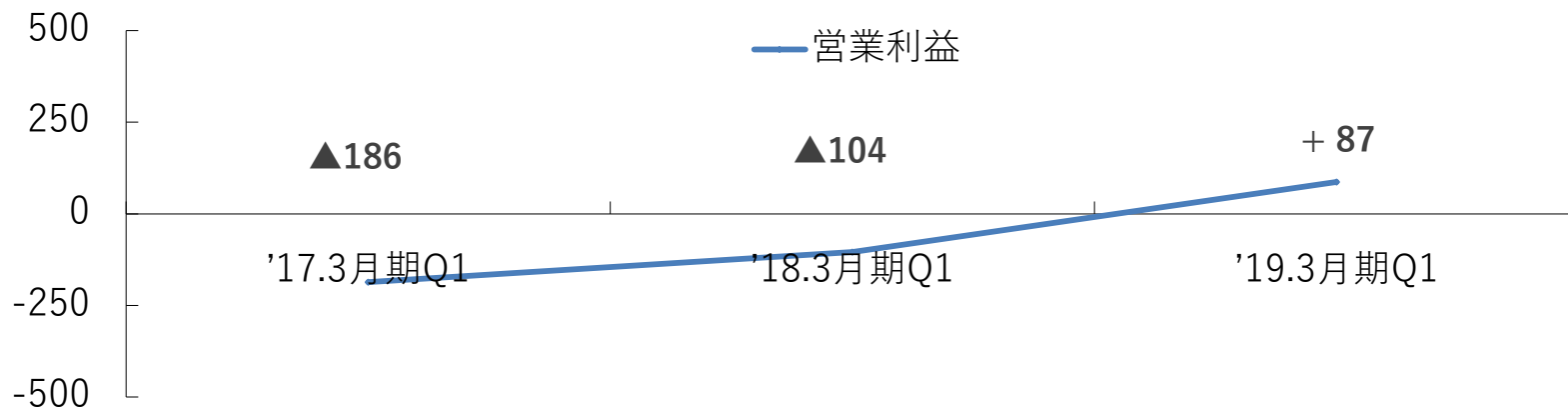
2 セグメント別業績（1）クリクラ事業 ①

売上高（単位：百万円）



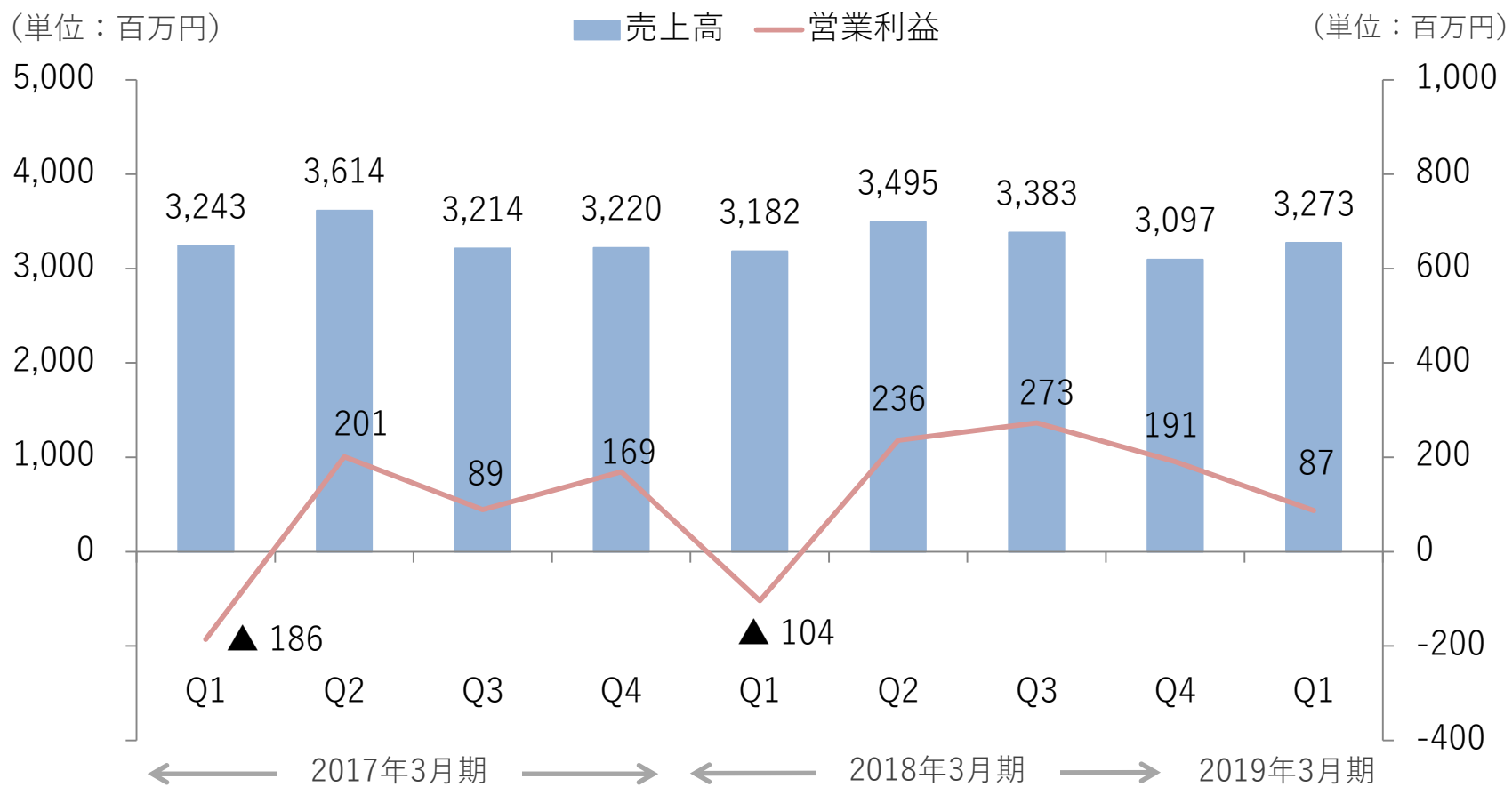
- ≫ 直営部門は、「クリクラあんしんサポート」サービスへの加入者数が順調に増加し、売上高は前年同期比で増加
- ≫ 加盟店部門は、顧客数・ボトル販売数が伸び悩んだことにより、売上高は前年同期比で減少

営業利益（単位：百万円）



- ≫ 損益面では、直営部門における売上高の増加により、営業利益が前年同期比で増加

2 セグメント別業績（1）クリクラ事業 ②



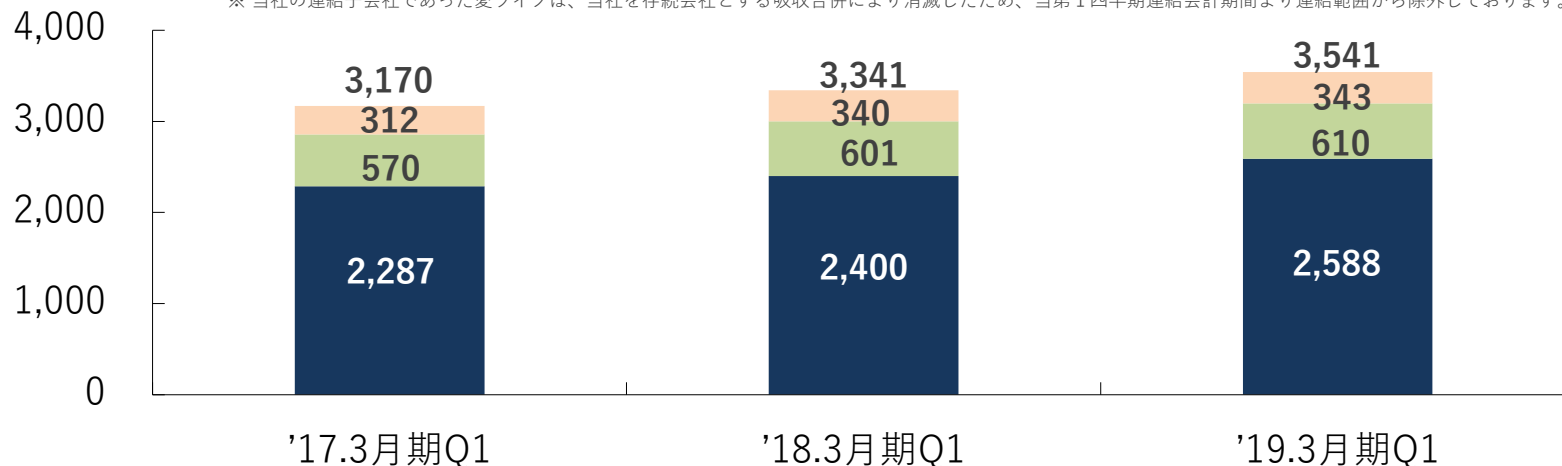
➤ Q1・Q3にテレビCMなどの販促費を増加 Q2・Q4で利益率が高まる傾向

2 セグメント別業績（2）レンタル事業 ①

売上高（単位：百万円）

■アーネスト ■with ■ダスキン

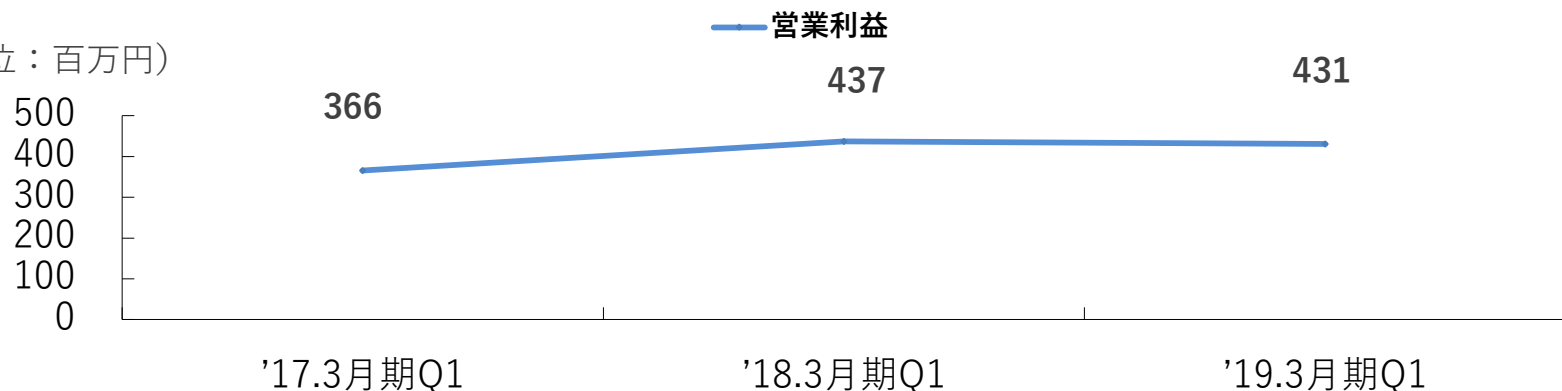
※ 当社の連結子会社であった愛ライフは、当社を存続会社とする吸収合併により消滅したため、当第1四半期連結会計期間より連結範囲から除外しております。



- ダスキン事業（ダストコントロール部門）は、新規出店による営業エリアの拡大や既存顧客への深耕により、顧客数と顧客単価が伸長し、売上高が前年同期比で増加
- with事業（害虫駆除部門）は、新規出店や全国的な販売促進活動を実施し、売上高が前年同期比で増加
- 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により新規顧客が増加し、売上高が前年同期比で増加

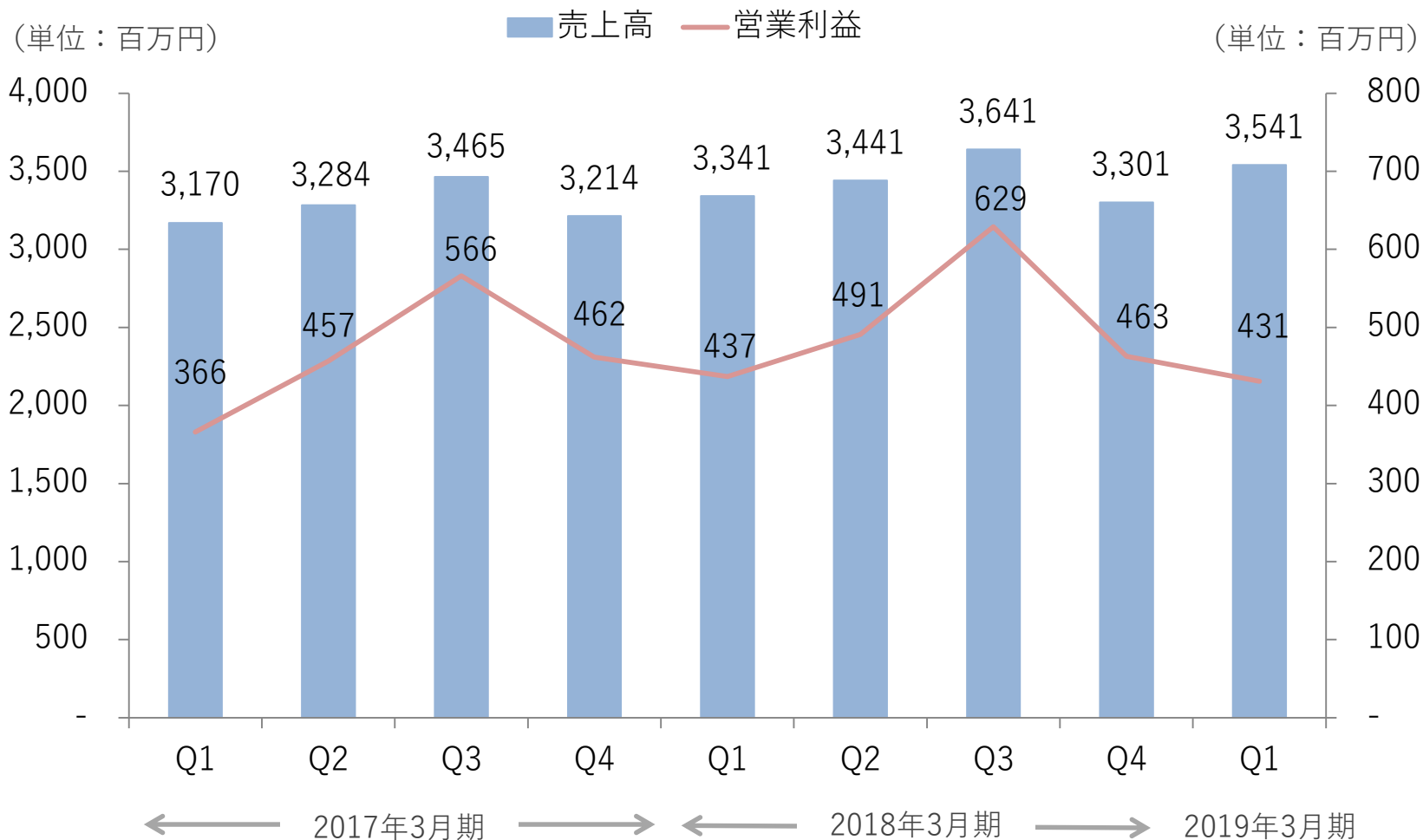
営業利益

（単位：百万円）



- 損益面では、人件費の増加やポイント引当金の計上により、営業利益が前年同期比で減少

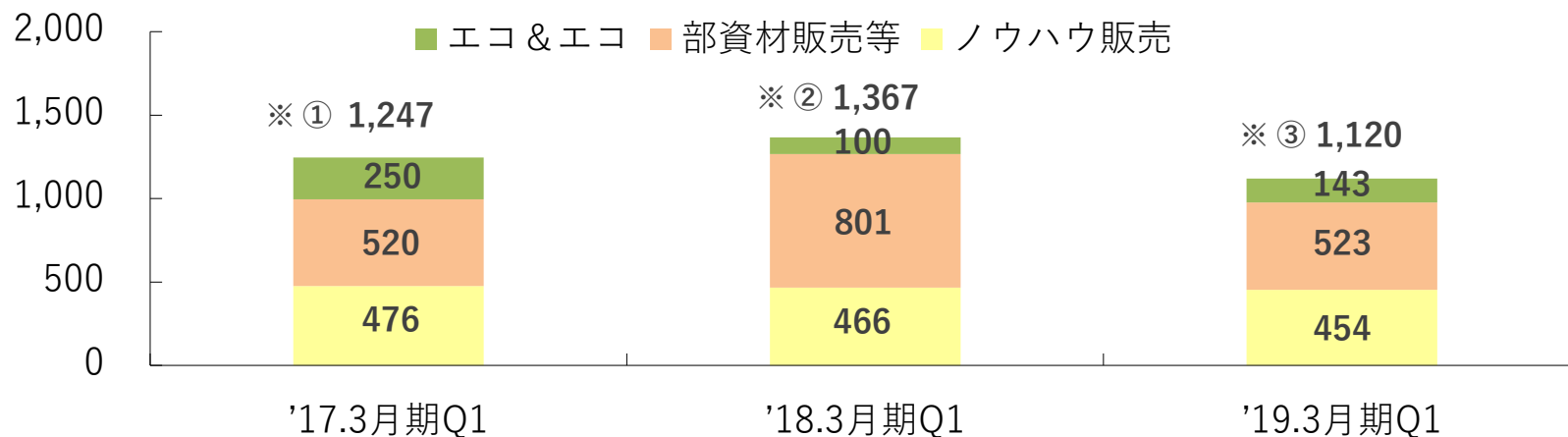
2 セグメント別業績（2）レンタル事業 ②



≫ 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事業 ①

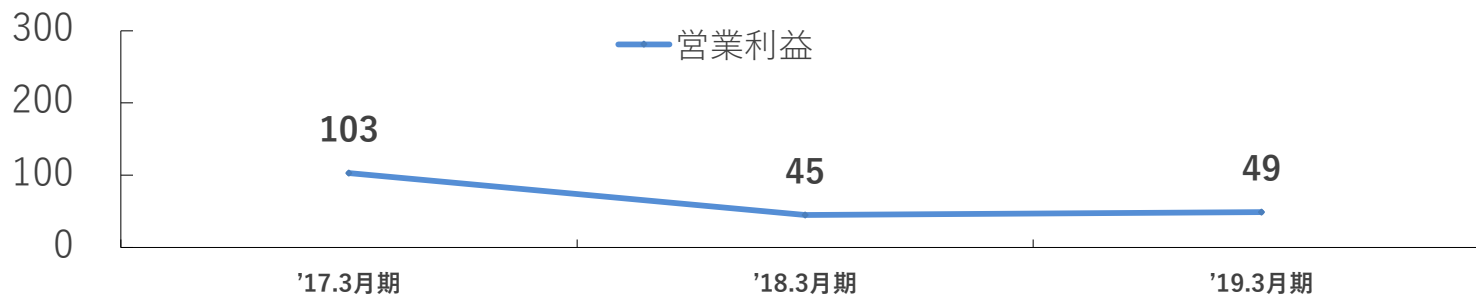
売上高（単位：百万円） ※① セグメント内売上27百万円を含む。 ※② セグメント内売上40百万円を含む。 ※③ セグメント内売上40百万円を含む。



- ※ ノウハウ販売では、オリジナル新商品の販売促進や取引先地場工務店へのサポート体制を強化したものの、売上高は前年同期比で微減
- ※ 部資材販売では、改正F I T法の施行に伴い、事業計画認定の手続きが煩雑化し、商品の納期がずれ込んだことで、売上高は前年同期比で大幅に減少
- ※ エコ＆エコでは、前期より取り組んできた収益構造の改善や営業体制、工程管理の見直しといった各種施策が奏功し、売上高は前年同期比で増加

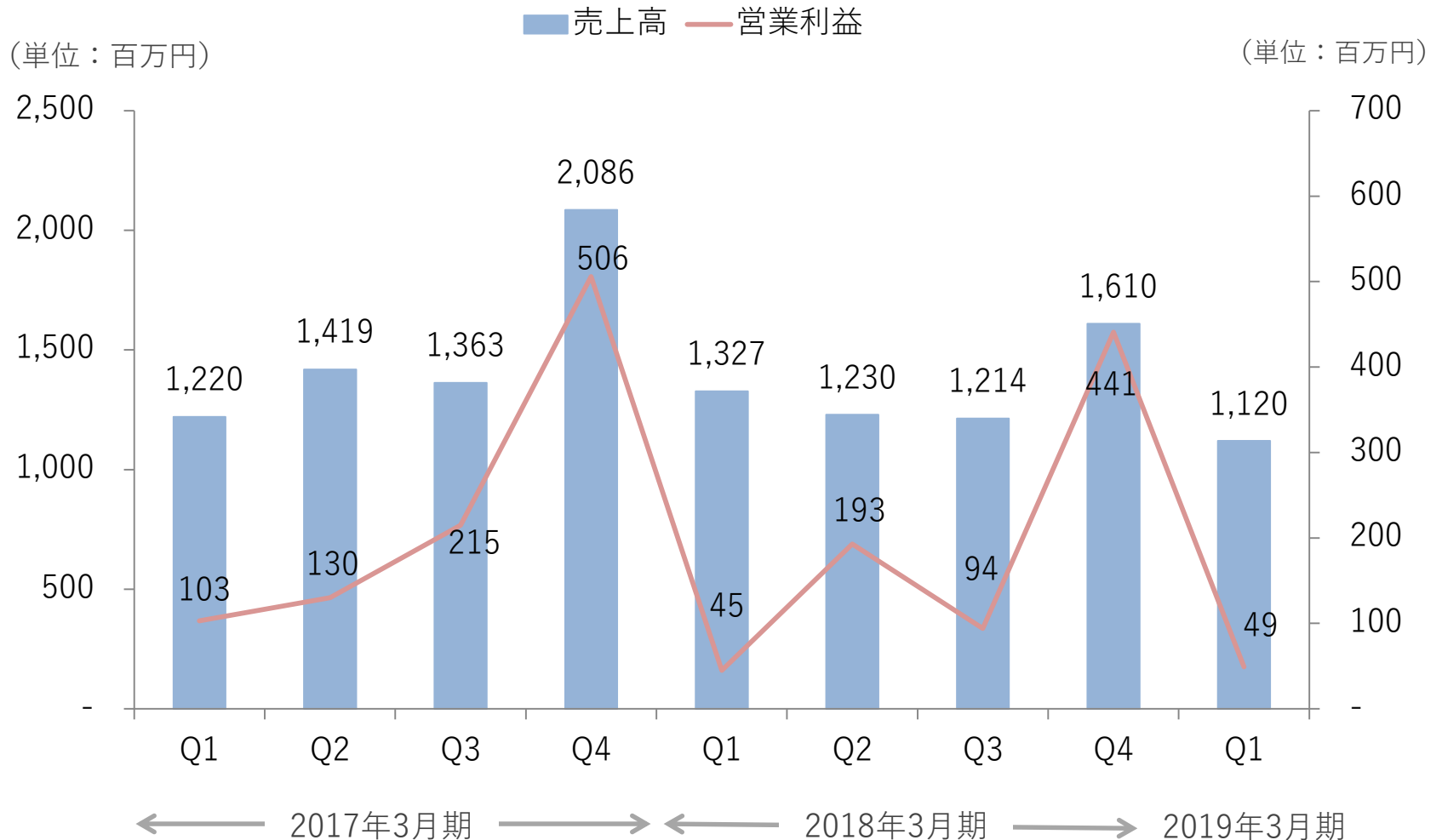
営業利益

（単位：百万円）



- ※ 損益面では、エコ＆エコにおける売上高の増加と販売管理費の適正化により、営業利益は前年同期比で増加

2 セグメント別業績（3）建築コンサルティング事業 ②



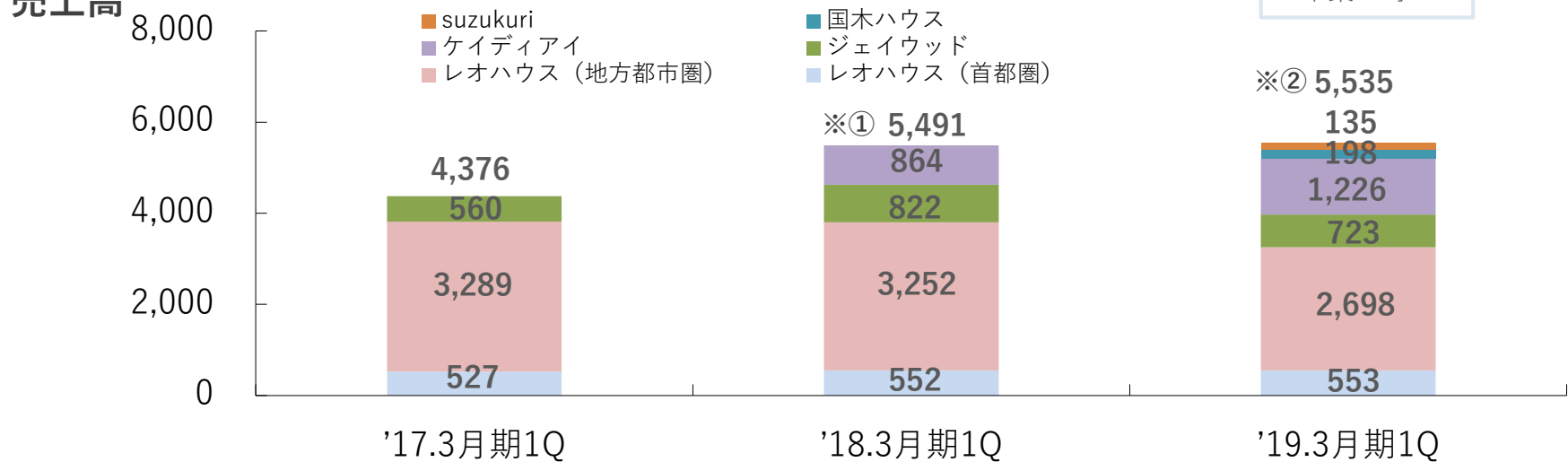
≫ 売上・利益ともに、第4四半期に売上・利益が集中する傾向

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

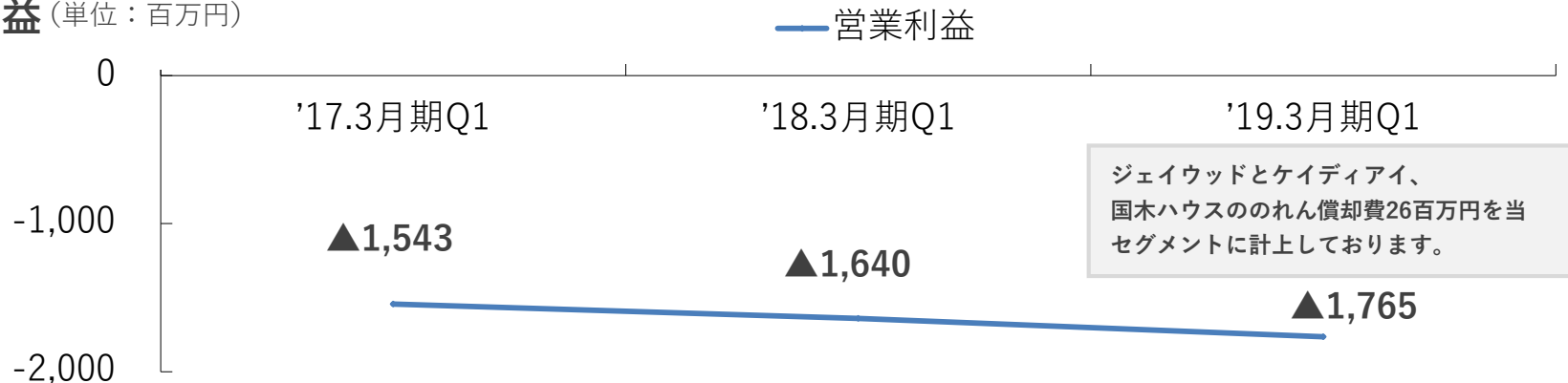
【首都圏】
東京 神奈川
千葉 埼玉

売上高 (単位：百万円) ※①セグメント内売上6百万円を含む。 ※②セグメント内売上116百万円を含む。



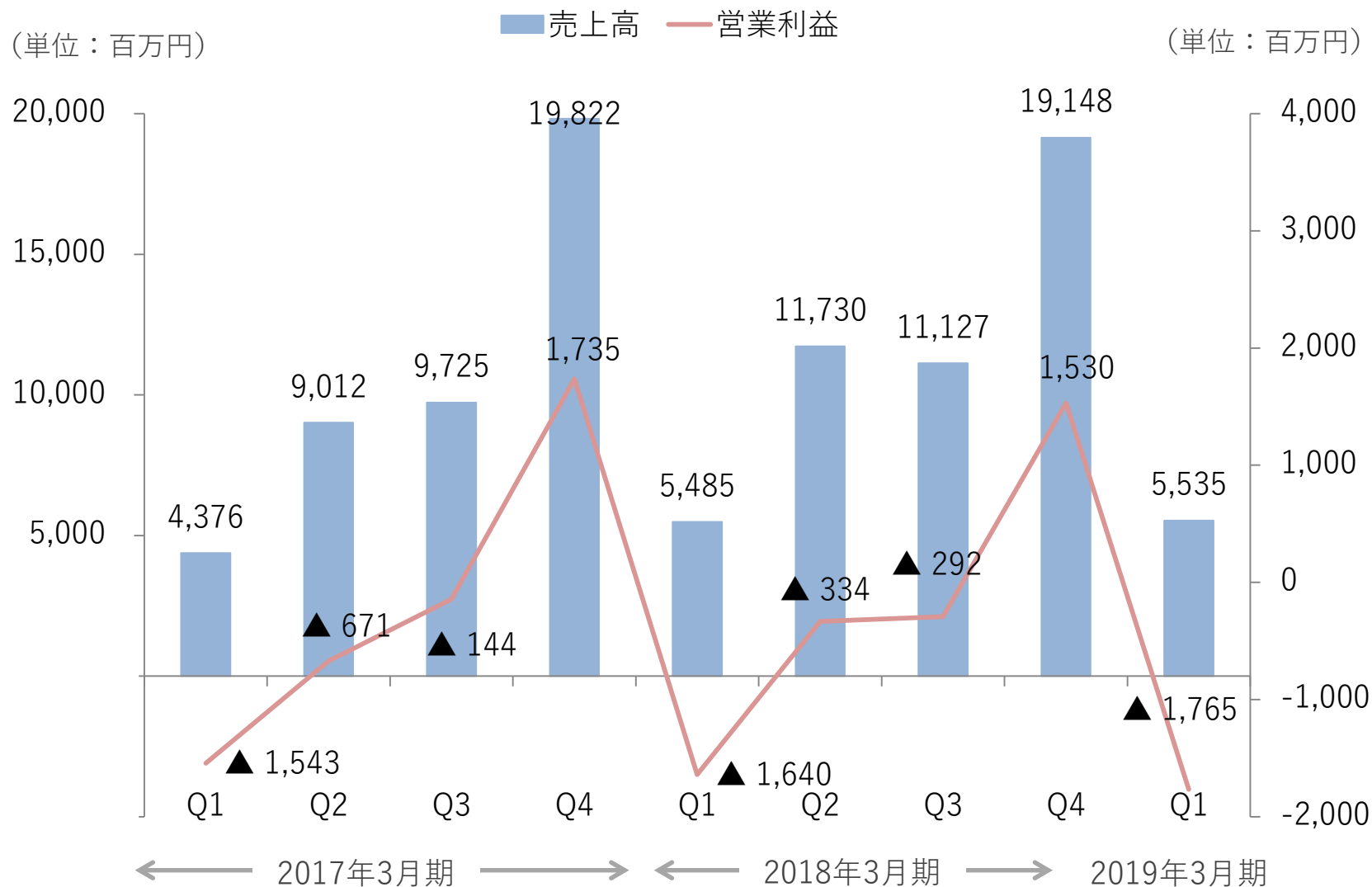
- レオハウスは、施工を行う職人不足等により工事の完工と引渡しが遅れ込んだことで、売上高が前年同期比で減少
- ジェイウッドは、前期末の受注残が前々期を下回ったことにより、売上高が前年同期比で減少
- ケイディアアイは、首都圏で開設した新規拠点が営業力の強化に繋がり、売上高が前年同期比で大幅に増加

営業利益 (単位：百万円)



損益面では、売上高の減少と東京五輪や首都圏再開発に伴う建築資材の高騰等により、営業利益が前年同期比で減少

2 セグメント別業績（4）住宅事業 ②



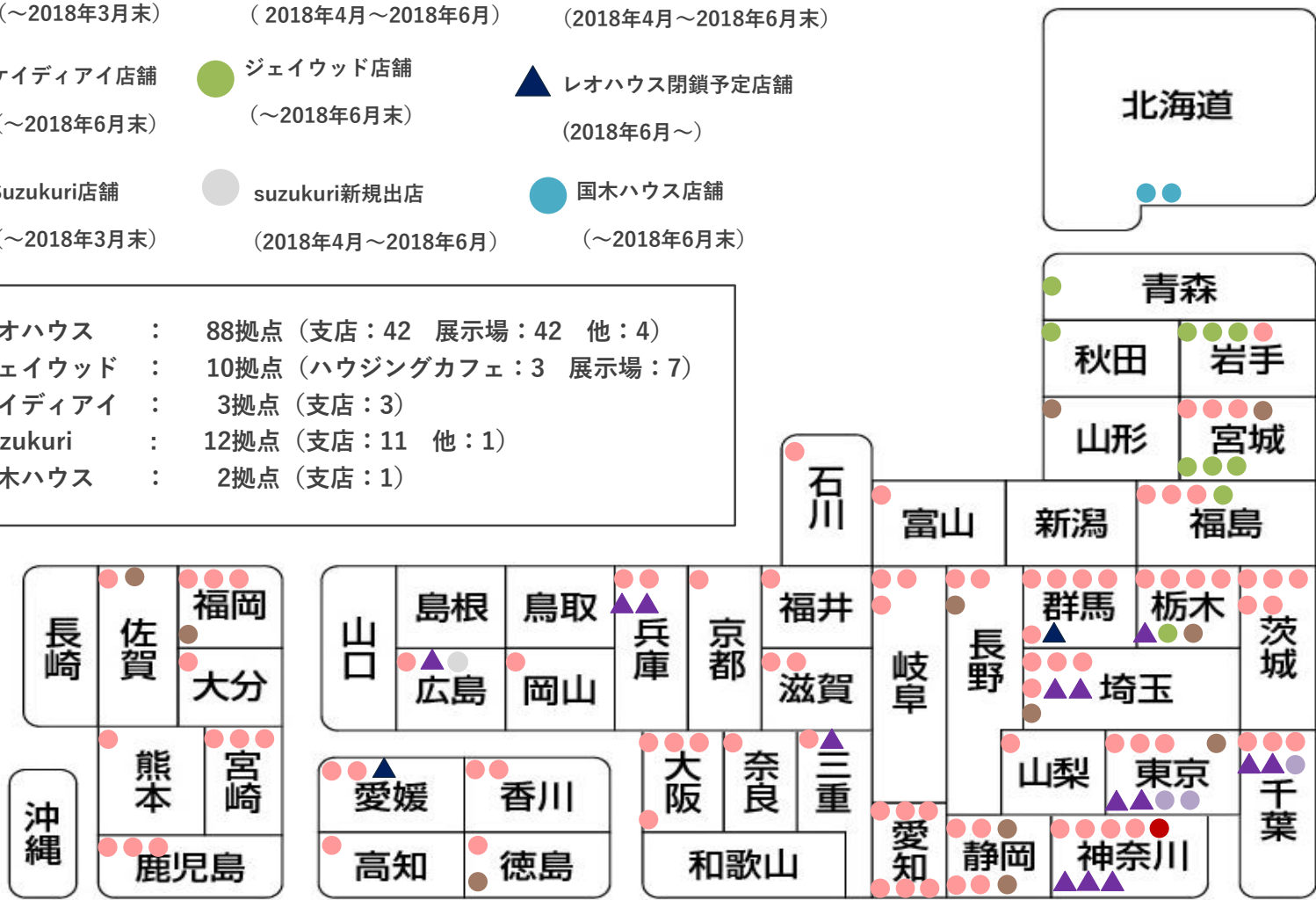
» 住宅の引渡が集中する第4四半期に売上・利益が高まる傾向

2 セグメント別業績（4）住宅事業 ③

全国115拠点（レオハウス：88拠点、ジェイウッド：10拠点、ケイディアイ：3拠点、suzukuri：12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～2018年6月）
- ▲ レオハウス閉鎖店舗（2018年4月～2018年6月末）
- ケイディアイ店舗（～2018年6月末）
- ジェイウッド店舗（～2018年6月末）
- ▲ レオハウス閉鎖予定店舗（2018年6月～）
- Suzukuri店舗（～2018年3月末）
- suzukuri新規出店（2018年4月～2018年6月）
- 国木ハウス店舗（～2018年6月末）

レオハウス	:	88拠点（支店：42 展示場：42 他：4）
ジェイウッド	:	10拠点（ハウジングカフェ：3 展示場：7）
ケイディアイ	:	3拠点（支店：3）
suzukuri	:	12拠点（支店：11 他：1）
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）

	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	457	677	397	550	439	542	419	489	470			
完工	186	390	403	871	188	478	396	834	156			
受注残	1,114	1,385	1,361	1,016	1,245	1,294	1,309	944	1,233			
受注残 増減	+ 253	+ 271	▲ 24	▲ 345	+ 229	+ 49	+ 15	▲ 365	+ 289			
単価	※1 1,826万円／棟				※1 1,792万円／棟				※1 1,950万円／棟（計画）			

※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			
店舗計	※1 105	105	105	105	※2 105	105	105	※3 101	※4 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

※4 支店統廃合により▲14

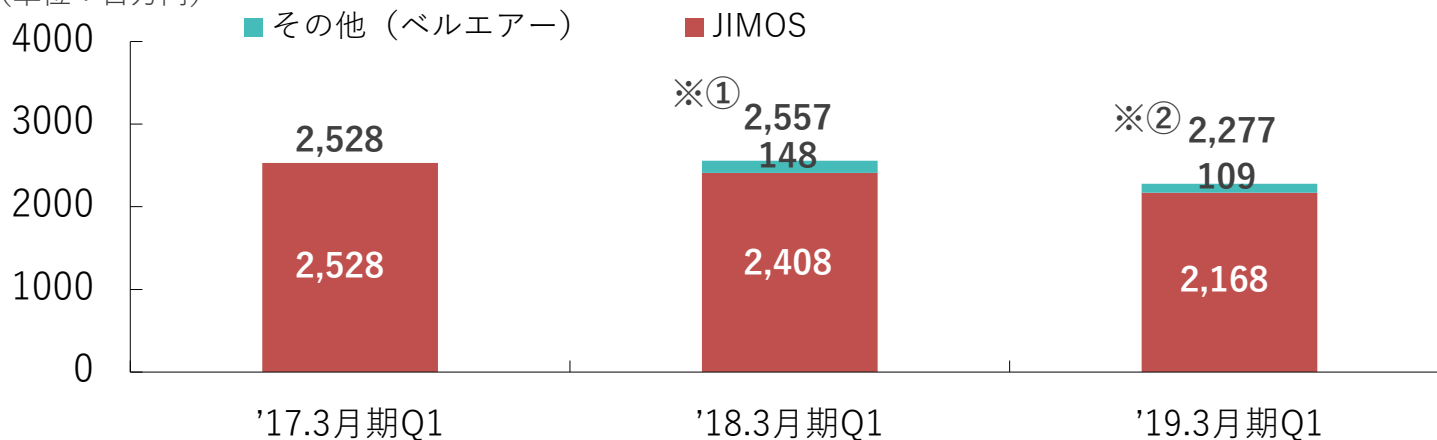
※3 不採算店統廃合により▲4

2 セグメント別業績（5）美容・健康事業 ①

※通販事業から美容・健康事業に名称変更しております。

※①セグメント内売上9百万円を含む。※②セグメント内売上6百万円を含む。

売上高 (単位：百万円)



- マキアレイベルは、新規顧客数が順調に増加したものの、既存顧客の注文単価減少が響き、売上高が前年同期比で減少
- Coyoriは、既存会員顧客の継続率悪化と新規顧客数の伸びが鈍化したことにより、売上高が前年同期比で減少

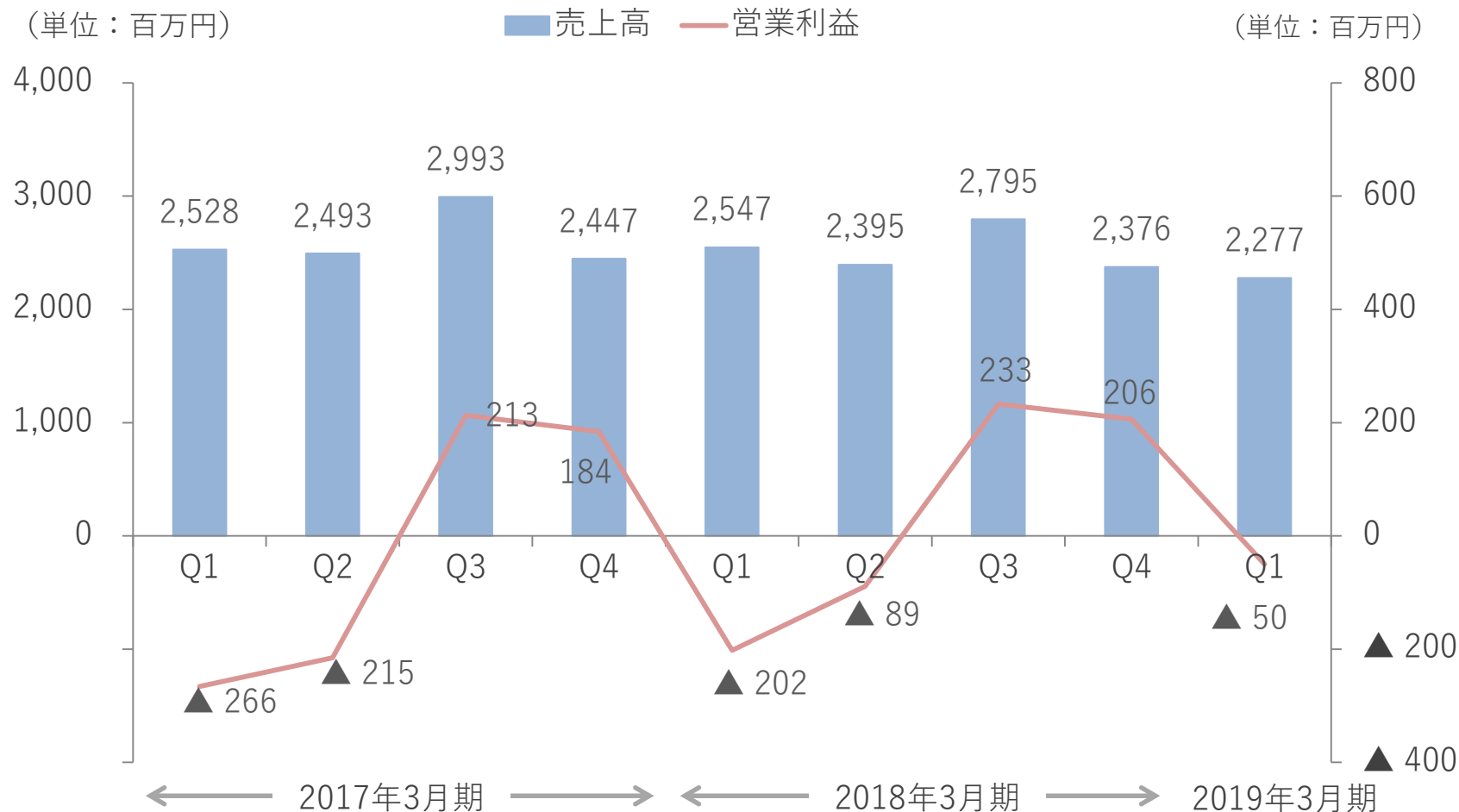
(単位：百万円)

営業利益



- 損益面では、引き続き、販売促進費の適正化に取り組んだことにより、営業利益は前年同期比で増加

2 セグメント別業績（5）美容・健康事業 ②



- ≫ 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
- ≫ のれん償却費を当セグメントに計上しており、損益面ではマイナスとなる。

3. 2019年3月期 連結業績予想

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。

■ 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

レンタル事業

【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

住宅事業

【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

クリクラ事業

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事業

【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

美容・健康事業

新規顧客の獲得

- ⇒ 他社とのアライアンスによる商圈と購買層の拡大
- ⇒ 海外市場への本格展開

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 %
美 容 ・ 健 康 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 事 業	596 (4.5 %)	405 (3.0 %)	▲ 32.1 % (▲ 1.5 pt)
レ ン タ ル 事 業	2,021 (14.7 %)	2,000 (14.1 %)	▲ 1.1 % (▲ 0.6 pt)
建築コンサルティング事業	775 (14.4 %)	755 (12.0 %)	▲ 2.6 % (▲ 2.4 pt)
住 宅 事 業	▲ 736 (▲ 1.6 %)	160 (0.3 %)	- (+ 1.9 pt)
美 容 ・ 健 康 事 業	147 (1.5 %)	80 (0.8 %)	▲ 45.8 % (▲ 0.7 pt)
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 % (+ 0.3 pt)

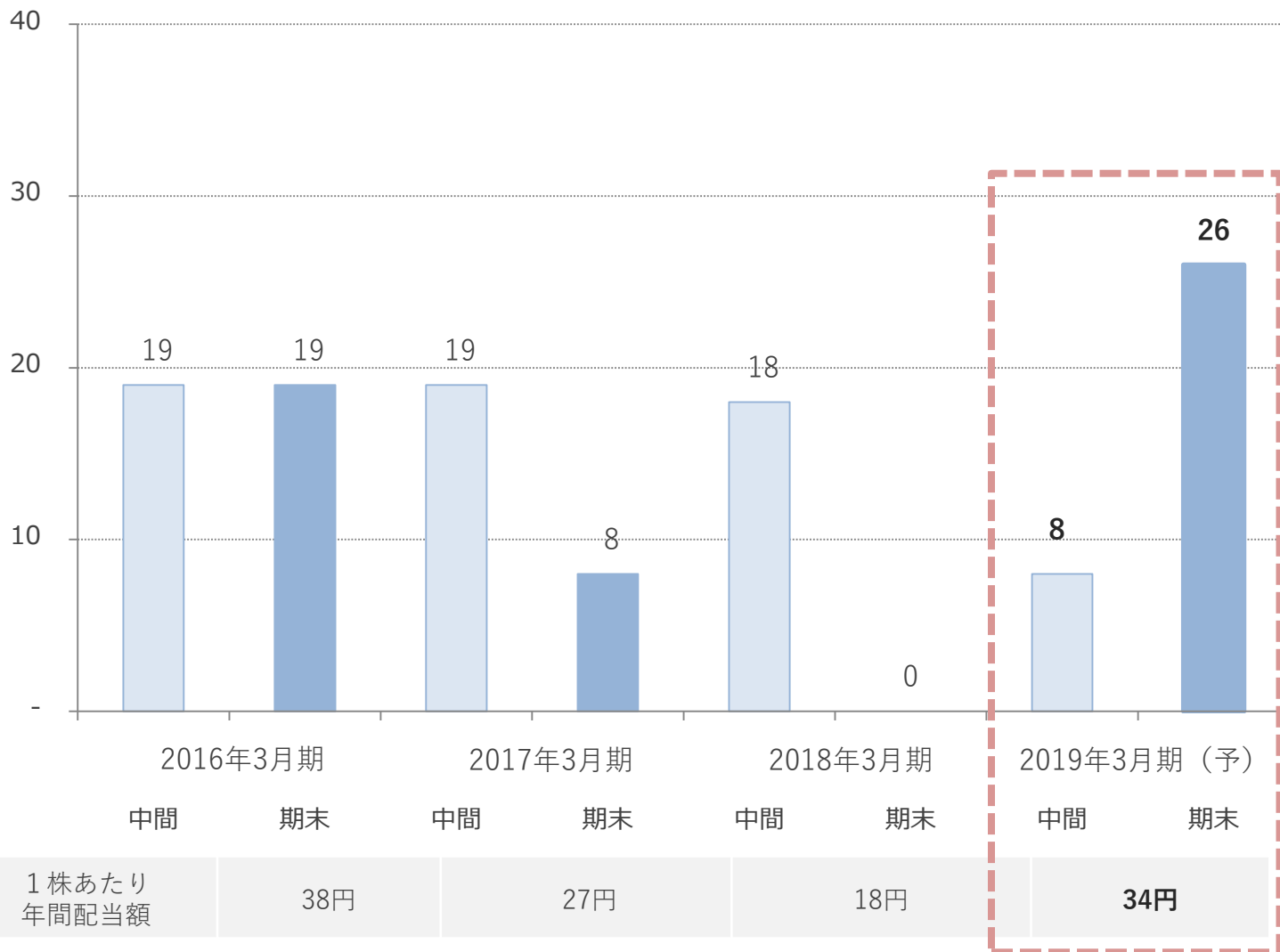
※ () 内の数字は売上高に対する営業利益率です。

4. 中期計画／配当方針

**2021年3月期を最終期とした中期経営計画については、
現在見直しを進めております。**

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. 補足資料 会社概要と事業紹介

5 会社概要

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) 株式会社愛ライフ (レンタル事業)</p>
従業員数 (正社員)	連結2,169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)

5 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株当り純資産 (B P S)	923.41 円	839.28 円	▲ 84.13 円
1株当り当期純利益 (E P S)	24.65 円	▲ 59.15 円	▲ 83.79 円
自己資本比率	35.7 %	33.4 %	▲ 2.3 pt
自己資本純利益率 (R O E)	2.7 %	▲ 6.7 %	▲ 9.4 pt
1株当り配当金	27 円	18 円	▲ 9 円
配当性向	109.5 %	▲ 30.4 %	▲ 139.9 pt
純資産配当率	2.9 %	2.1 %	▲ 0.8 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	
2017年 9月	株式会社愛ライフを子会社化	
2018年 4月	株式会社愛ライフを吸収合併	

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
- 2018年4月に株式会社愛ライフを吸収合併

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

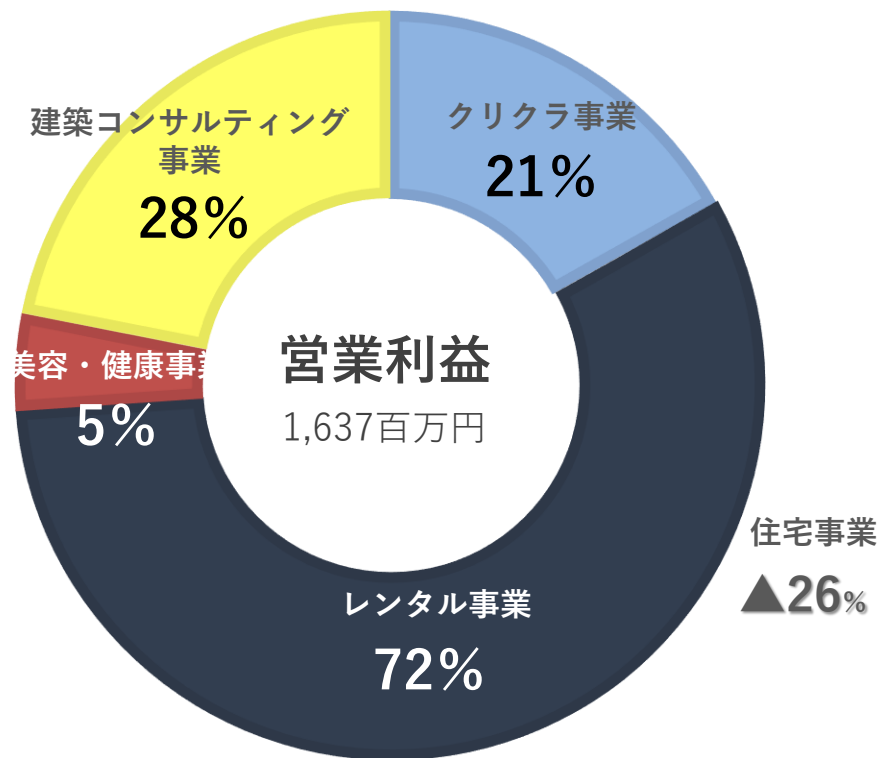
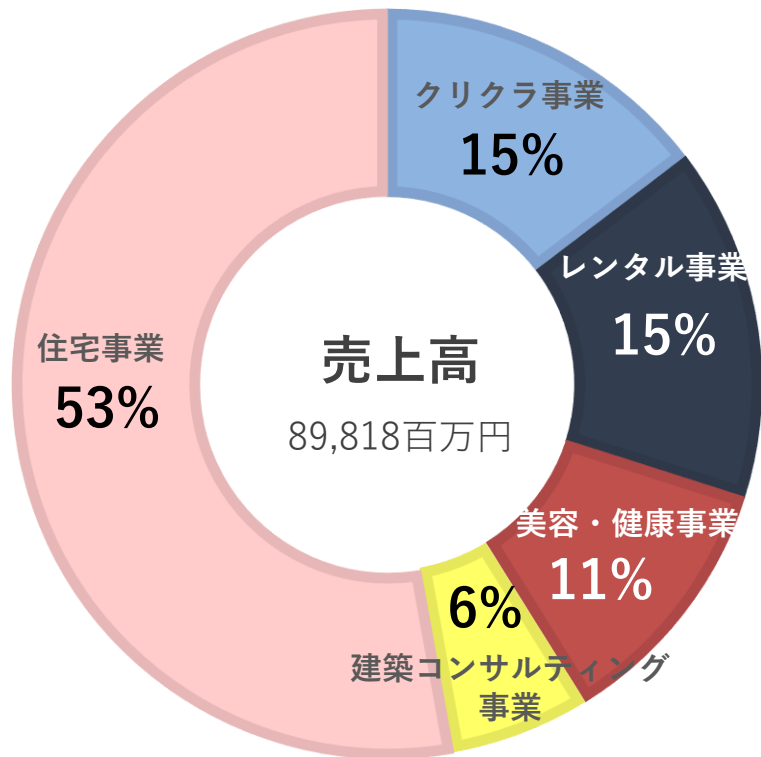
美容・健康事業

- 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

5 売上高・営業利益構成比（18.3期実績）

■ クリクラ事業 ■ レンタル事業 ■ 通販事業
■ コンサル事業 ■ 住宅事業

■ クリクラ事業 ■ レンタル事業
■ 通販事業 ■ コンサル事業

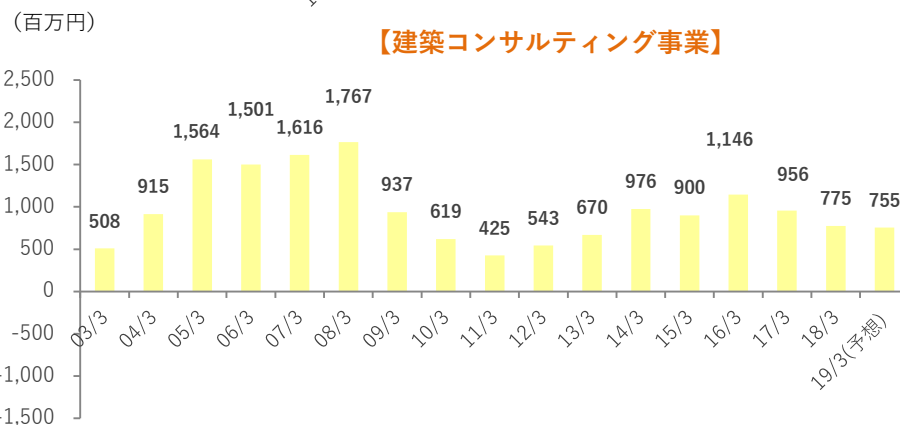
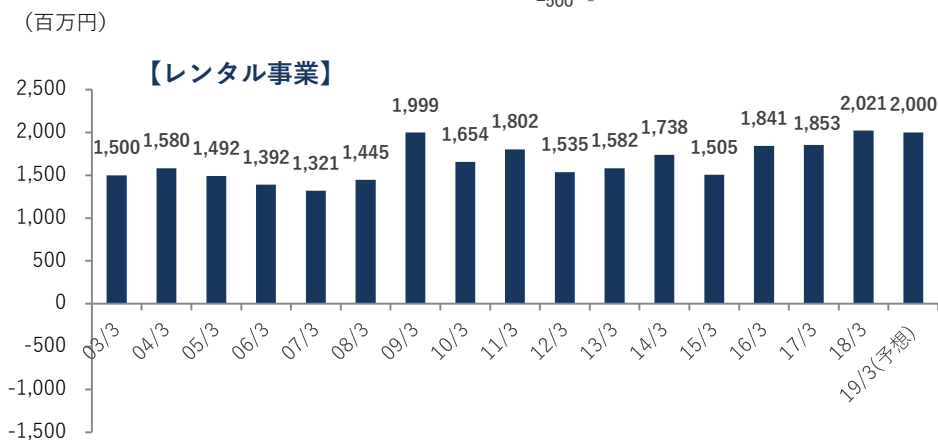
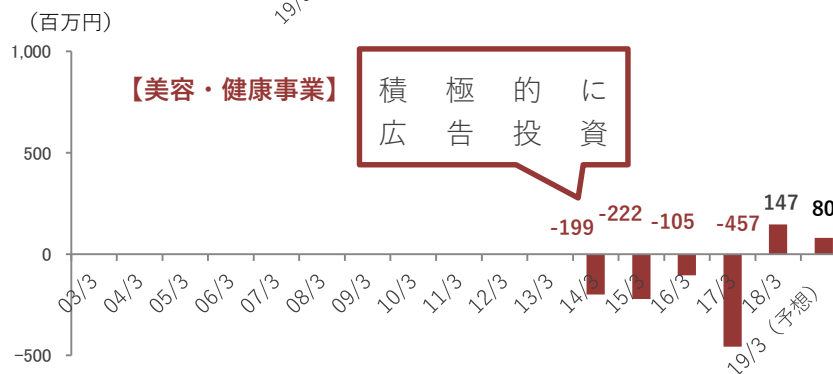
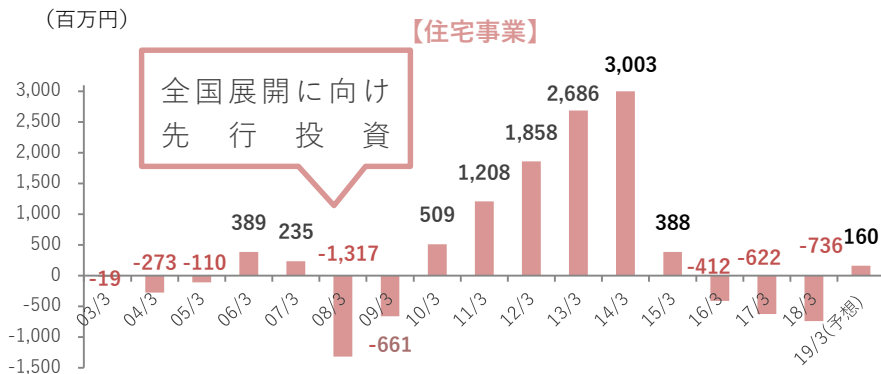
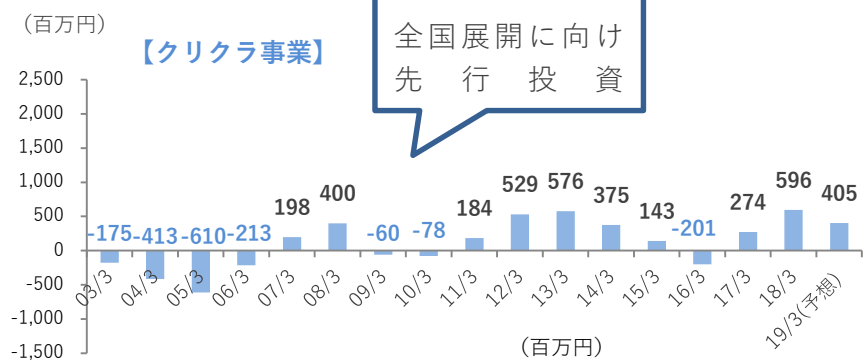


売上高営業利益率

※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
4.5%	14.7%	14.4%	1.5%	▲1.6%	1.8%

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。