

2019年3月期 第3四半期

決算補足説明資料

2019年2月8日
株式会社ナック
東証一部 9788



注) 当社は第3四半期において、決算説明会を開催しておりません。
本資料は、第3四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3四半期の実績	…	P. 2
2. セグメント別業績	…	P. 9
3. 配当方針	…	P.22
4. 補足資料	…	P.24

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3四半期の実績

(単位：百万円)

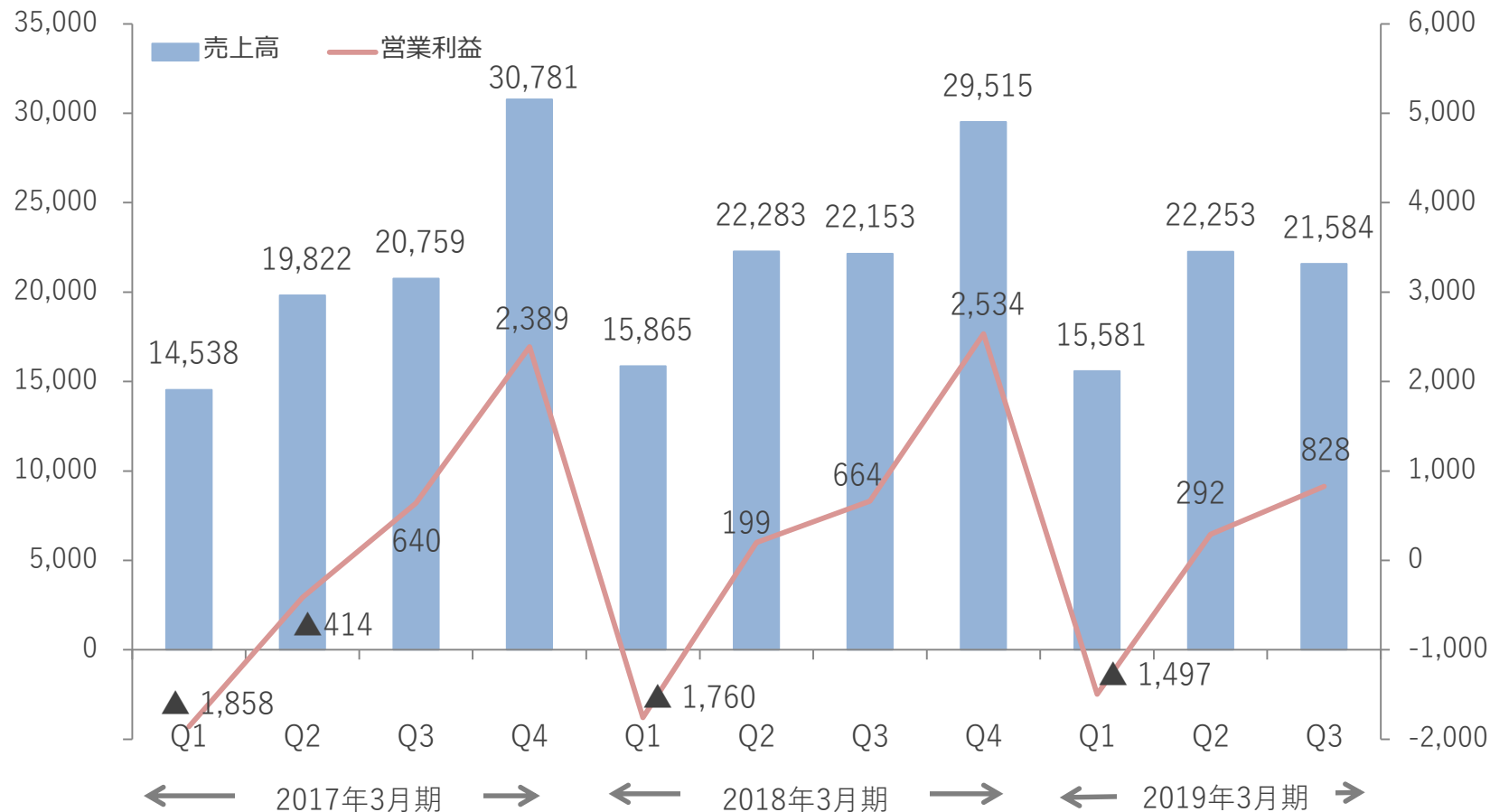
	2019年3月期 Q3 累計 実績	2018年3月期 Q3 累計 実績	前年同期比	2019年3月期 通期 公表値 (5月11日)
売上高	59,420	60,302	▲ 1.5%	96,500
売上総利益	24,641	24,636	+ 0.0%	-
(売上総利益率)	41.5%	40.9%	+ 0.6pt	-
販管費	25,018	25,533	▲ 2.0%	-
営業利益	▲ 376	▲ 896	-	2,000
(営業利益率)	▲ 0.6%	▲ 1.5%	+ 0.9pt	2.1%
営業外損益	▲ 20	38	-	-
経常利益	▲ 396	▲ 858	-	2,050
特別損益	31	▲ 217	-	-
親会社株主に帰属 する四半期純利益	▲ 437	▲ 1,042	-	600

» 全体では売上高が微減したものの、相対的に利益率の高いセグメントで売上が増加したことと販管費の削減によって効率的な運営に努めた結果、営業損失が減少した。

1 四半期別 売上高／営業利益の推移

(単位：百万円)

(単位：百万円)



≫ 住宅の引渡しがQ4に偏るため、売上高・営業利益ともにQ4に偏る傾向。

1 セグメント別：売上高

(単位：百万円)

売 上 高	2019年3月期 Q3 累計 実績	2018年3月期 Q3 累計 実績	前年同期比	2019年3月期 通期 公表値 (5月11日)
ク リ ク ラ	10,215	10,061	+ 1.5%	13,700
レ ン タ ル	10,960	10,425	+ 5.1%	14,200
建 築 コ ン サ ル	3,832	3,772	+ 1.6%	6,300
住 宅 事 業	27,409	28,344	▲ 3.3%	52,500
美 容 ・ 健 康 事 業	7,029	7,738	▲ 9.2%	9,800
消 去 調 整 他	▲ 27	▲ 40	-	-
合 計	59,420	60,302	▲ 1.5%	96,500

- » クリクラ事業は、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たことにより、前年同期を上回った。
- » レンタル事業は、全ての部門で売上高が増加し、前年同期を上回った。
- » 建築コンサルティング事業は、オリジナル新商品の販売促進と、工務店のサポート体制の強化に努めたことが奏功し、前年同期を上回った。
- » 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て、当期中の受注数が伸び悩んだことにより前年同期を下回った。
- » 美容・健康事業は「MACCHIA LABEL」と「Coyori」ブランドで新規顧客数は伸ばしたものの、既存顧客からの注文数鈍化と顧客売上単価が伸び悩み、前年同期を下回った。

1 セグメント別：営業利益

営業利益	2019年3月期 Q3累計実績	2018年3月期 Q3累計実績	前年同期比	2019年3月期 通期公表値 (5月11日)
クリクラ	648 (6.4%)	404 (4.0%)	+ 244 (+ 2.3pt)	405 (3.0%)
レンタル	1,582 (14.4%)	1,557 (14.9%)	+ 24 (▲ 0.5pt)	2,000 (14.1%)
建築コンサル	365 (9.5%)	333 (8.8%)	+ 31 (+ 0.7pt)	755 (12.0%)
住宅事業	▲ 2,325 (▲ 8.5%)	▲ 2,267 (▲ 8.0%)	▲ 57 (▲ 0.5pt)	160 (0.3%)
美容・健康事業	122 (1.7%)	▲ 58 (▲ 0.8%)	+ 181 (+ 2.5pt)	80 (0.8%)
全社費用等 (新規・M&Aを含む)	▲ 770	▲ 866	+ 96	▲ 1,400
合計	▲ 376 (▲ 0.6%)	▲ 896 (▲ 1.5%)	+ 520 (+ 0.9pt)	2,000 (2.1%)

*カッコ内の数字は売上高に対する営業利益率です。

- › クリクラ事業は、直営部門の売上高が前年同期比で増加したことにより、前年同期を上回った。
- › レンタル事業は、全ての部門で売上高が増加したことで、前年同期を上回った。
- › 建築コンサルティング事業は、ノウハウ販売において売上高が増加したこと、株式会社エコ&エコにおいて収益構造が改善したことにより、前年同期を上回った。
- › 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の売上高減少により、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の抑制と効率的な運用に取り組んだことにより、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
2018年3月期Q3 営業利益		▲ 896	-
①売上総利益		+ 5	+ 0.0 %
※ ②販管費の増減	広告宣伝費及び販売促進費	+ 238	+ 5.4 %
	減価償却費・のれん償却費	+ 208	+ 13.8 %
	地 代 家 賃	+ 144	+ 7.7 %
	人 件 費	▲ 2	▲ 0.0 %
	支 払 手 数 料	▲ 103	▲ 11.4 %
	そ の 他 販 管 費	+ 28	+ 0.5 %
2019年3月期Q3 営業利益		▲ 376	-

※販管費の増減額について,+は損益の増加/▲は損益の減少

① 売上総利益の増減理由

※売上高が微減したものの、相対的に利益率の高いセグメントで売上高が増加したため。

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、美容・健康事業において抑制を図ったことによる。

※ 減価償却費・のれん償却費の減少は、主に株式会社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。

1 2019年3月期 第3四半期：連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2018年 12月末	構成比	2018年 3月末	構成比	増減額
流動資産	32,194	62.9%	22,980	54.6%	+ 9,244
有形固定資産	11,742	23.0%	12,579	29.9%	▲ 836
無形固定資産	2,762	5.4%	2,782	6.6%	▲ 20
投資その他の資産	4,316	8.4%	3,773	9.0%	+ 542
固定資産計	18,821	36.8%	19,135	45.4%	▲ 313
繰延資産合計	148	0.3%	-	-	+ 148
資産合計	51,164	100.0%	42,115	100.0%	+ 9,079

流動負債	25,734	50.3%	20,973	49.8%	+ 4,792
固定負債	6,505	12.7%	7,027	16.7%	▲ 522
負債合計	32,239	63.0%	28,001	66.5%	+ 4,269
株主資本	19,715	38.5%	14,873	35.3%	+ 4,841
その他の包括利益累計額	▲ 789	▲ 1.5%	▲ 758	▲ 1.8%	▲ 31
純資産合計	18,925	37.0%	14,114	33.5%	+ 4,810
負債・純資産合計	51,164	100.0%	42,115	100.0%	+ 9,079

主な増減要因

■ 流動資産：未成工事支出金 + 3,820 販売用不動産 + 2,824

■ 固定資産：建物及び構築物 ▲ 522 のれん + 159

■ 流動負債：買掛金 ▲ 1,179 短期借入金 + 2,345 未成工事受入金 + 5,533

■ 固定負債：リース債務 ▲ 410

自己資本比率：37.0%

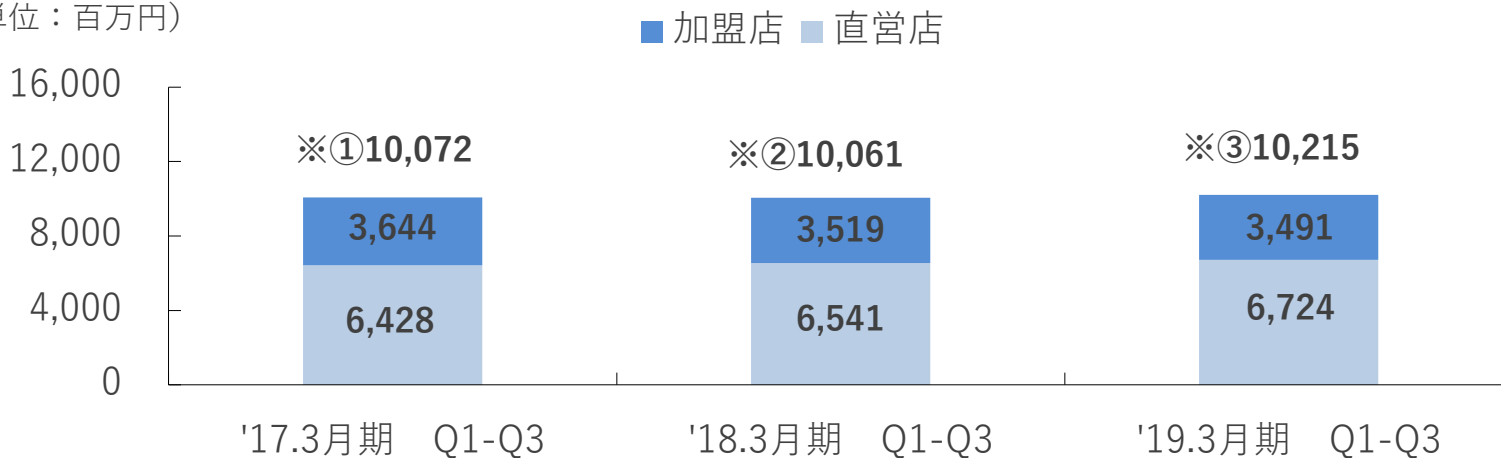
※「『税効果会計に係る会計基準』の一部改正」（企業会計基準第28号 平成30年2月16日）等を当第1四半期連結累計期間の期首から適用しており、前第3四半期連結累計期間及び前連結会計年度に係る主要な経営指標等については、当該会計基準等を遡って適用した後の指標等となっております。

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

（単位：百万円）

売上高

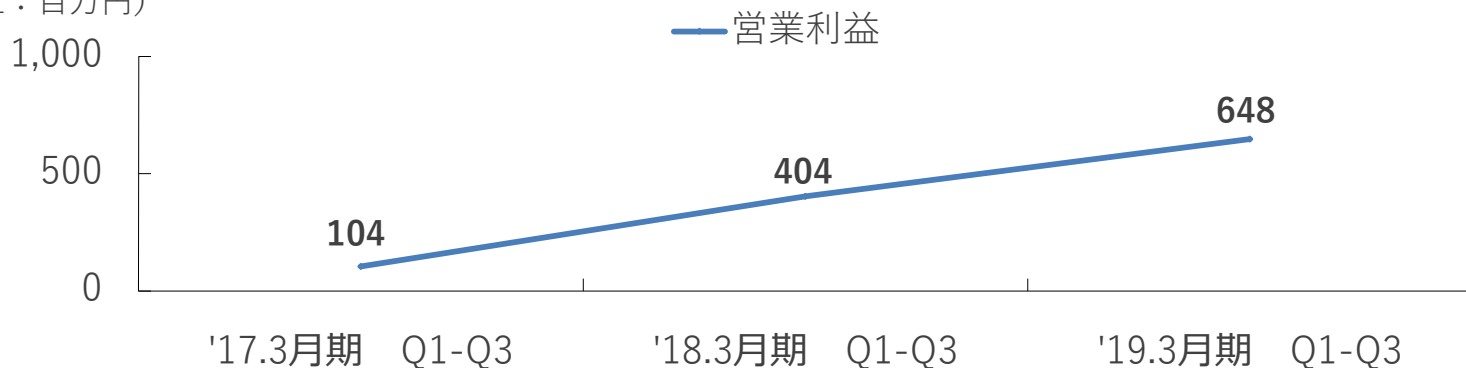


※①セグメント間売上2百万円を含む。 ※②セグメント間売上2百万円を含む。 ※③セグメント間売上2百万円を含む。

- › 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、売上高は前年同期比で増加。
- › 加盟店部門の売上高は前年同期比と同水準となった。

営業利益

（単位：百万円）

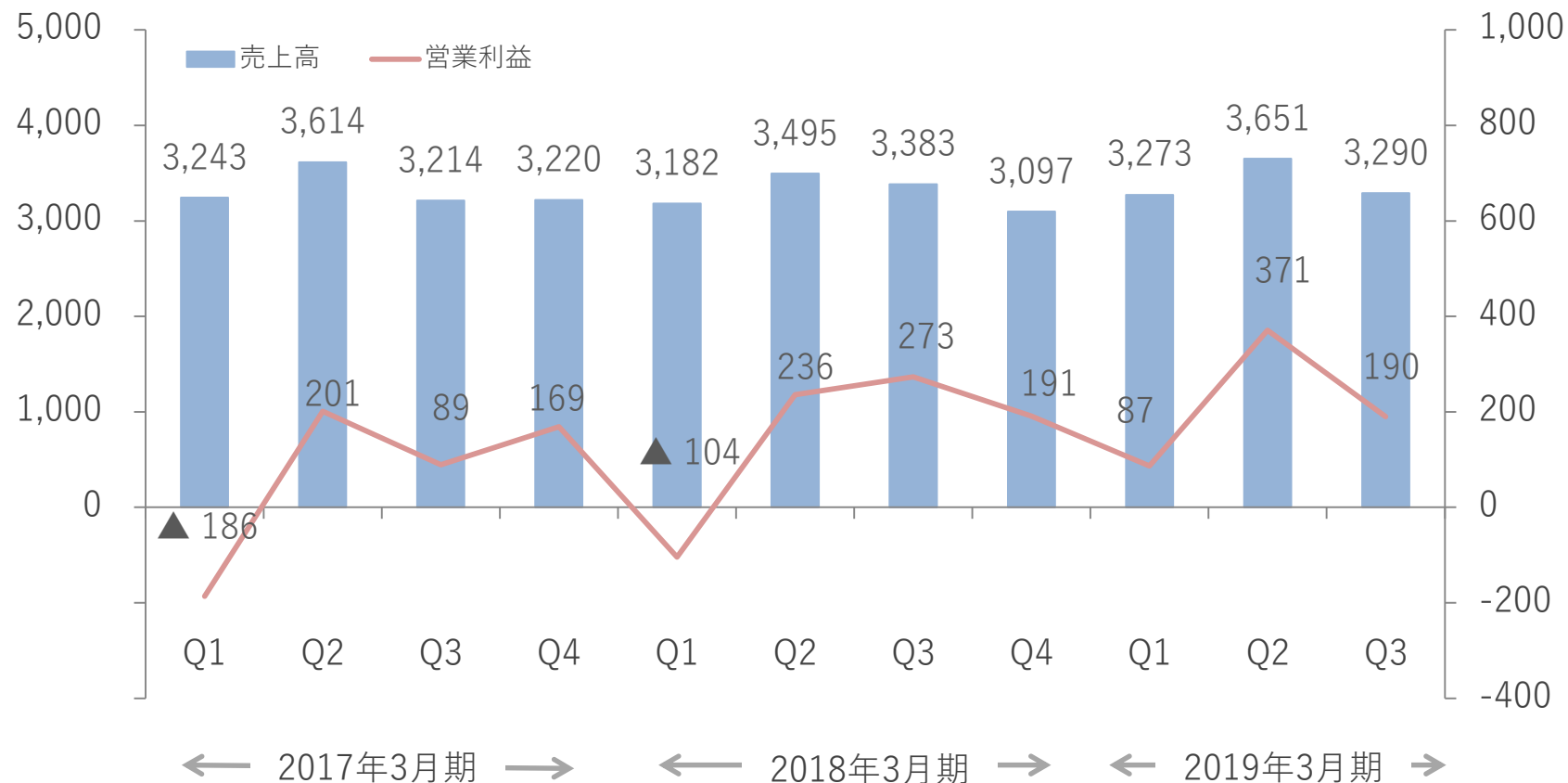


- › 損益面では、直営部門において売上高が前年同期比で増加したことにより、営業利益が前年同期比で増加。

2 セグメント別業績（1）クリクラ事業 ②

（単位：百万円）

（単位：百万円）

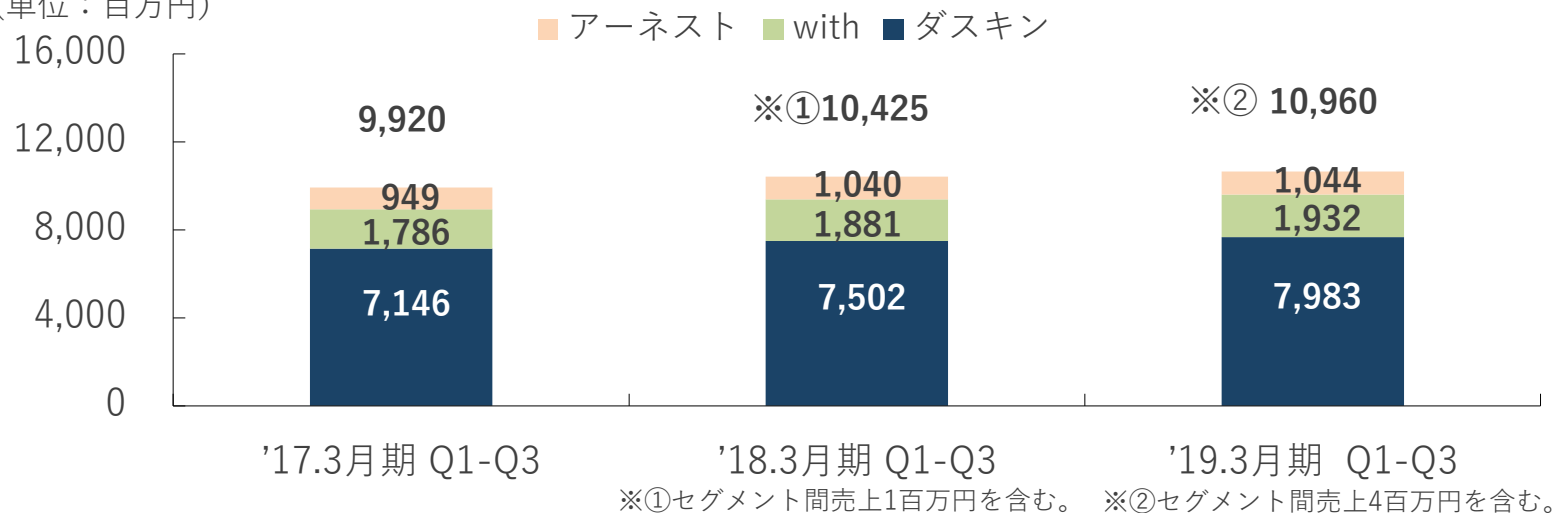


» Q1にテレビCMなどの販促費が増加 Q2以降に営業利益が高まる傾向。

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



- » ダスキン事業は、新規出店を通じた商圈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、売上高は前年同期比で増加。
- » 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、売上高は前年同期比で増加。
- » 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)

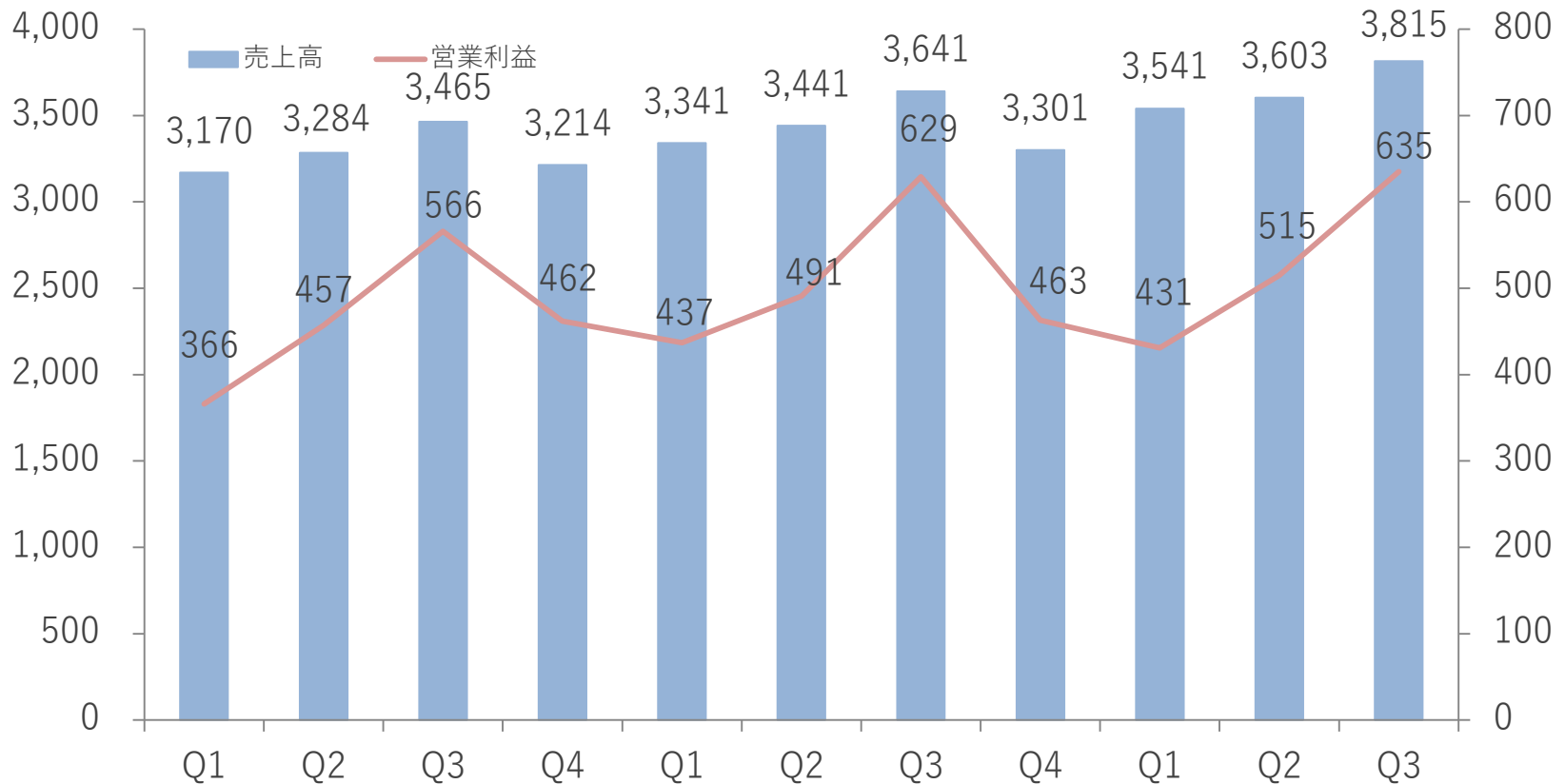


- » 損益面では、すべての部門において売上高が増加したことにより、営業利益が前年同期比で増加。

2 セグメント別業績（2） レンタル事業 ②

（単位：百万円）

（単位：百万円）

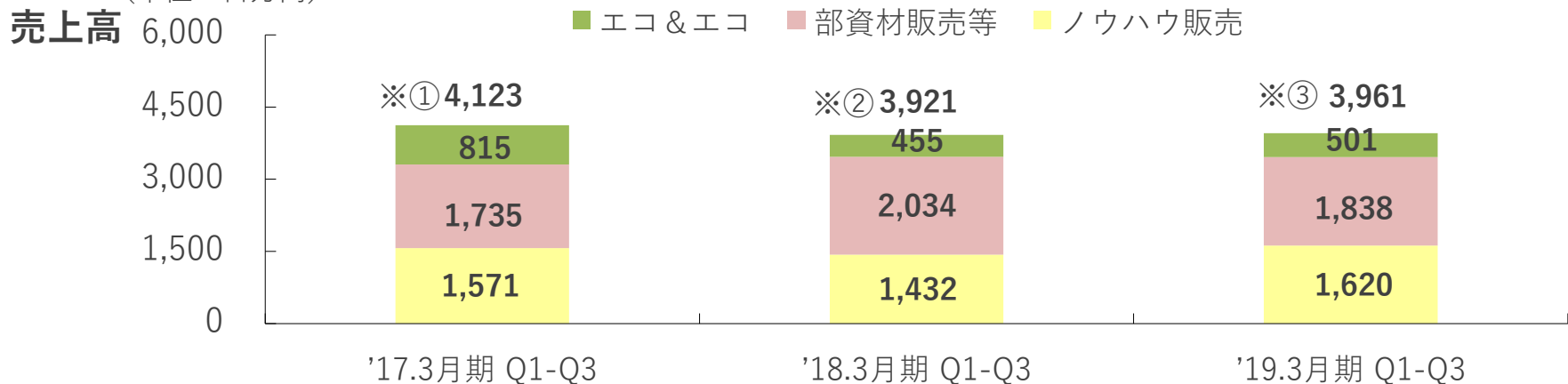


← 2017年3月期 → ← 2018年3月期 → ← 2019年3月期 →

≫ 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）



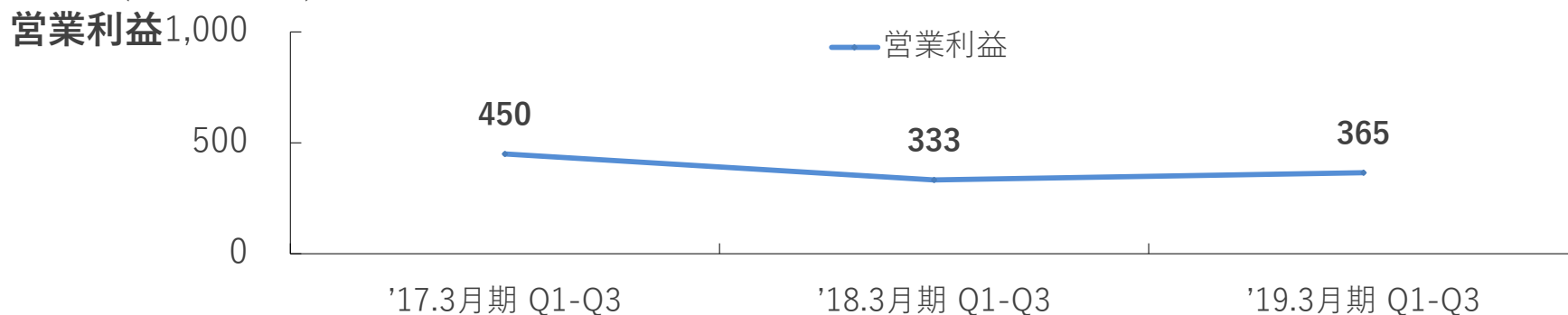
※①セグメント内売上119百万円を含む。 ※②セグメント内売上149百万円を含む。 ※③セグメント内売上128百万円を含む。

» ノウハウ販売では、オリジナル新商品の販売促進と、工務店のサポート体制の強化に努めたことが奏功し、売上高は前年同期比で増加。

» 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、前年同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年同期比で増加。

（単位：百万円）

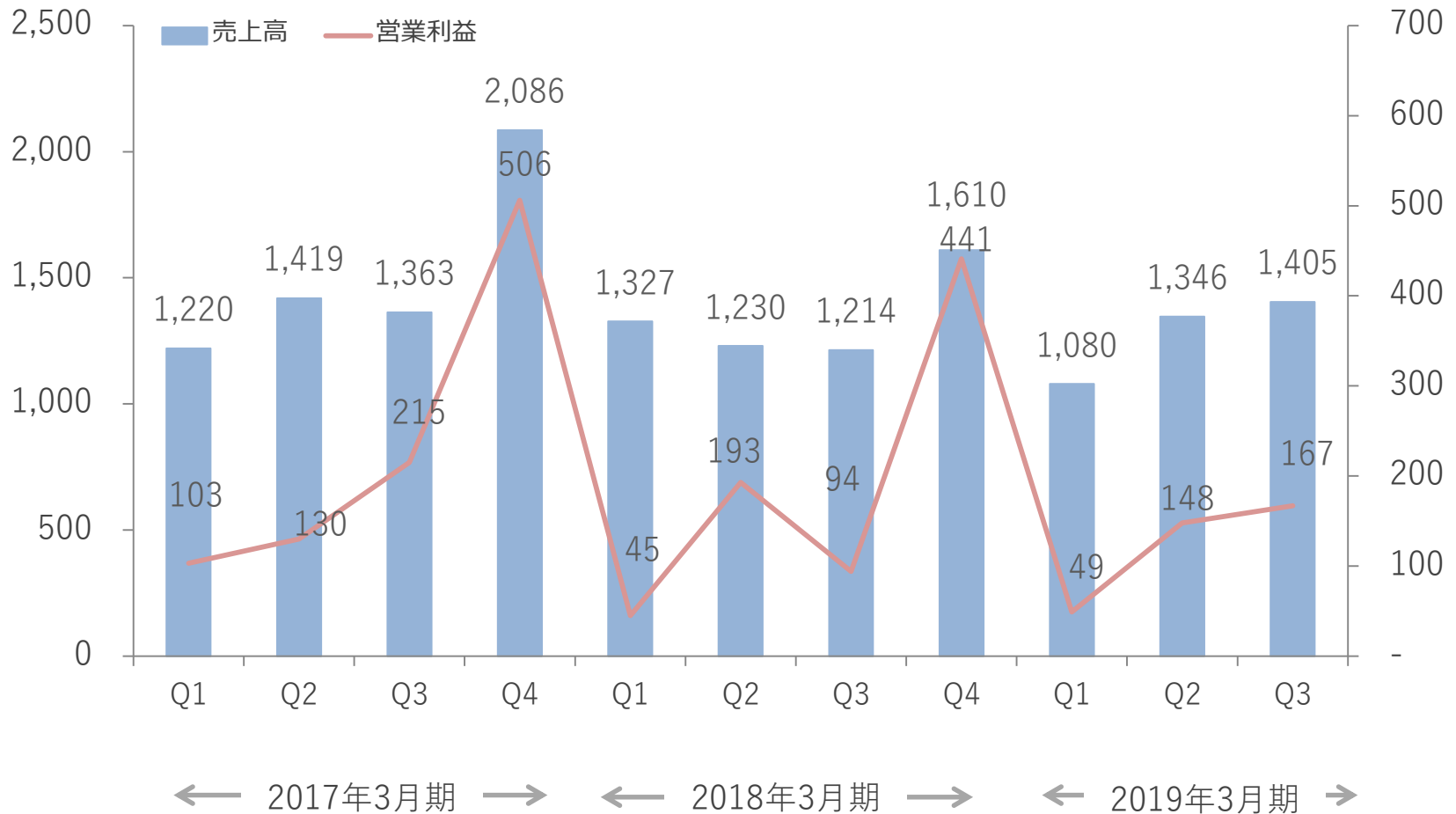


» 損益面では、ノウハウ販売において売上高が増加したこと、株式会社エコ＆エコにおいて収益構造を改善したことにより、営業利益が前年同期比で増加。

2 セグメント別業績（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）

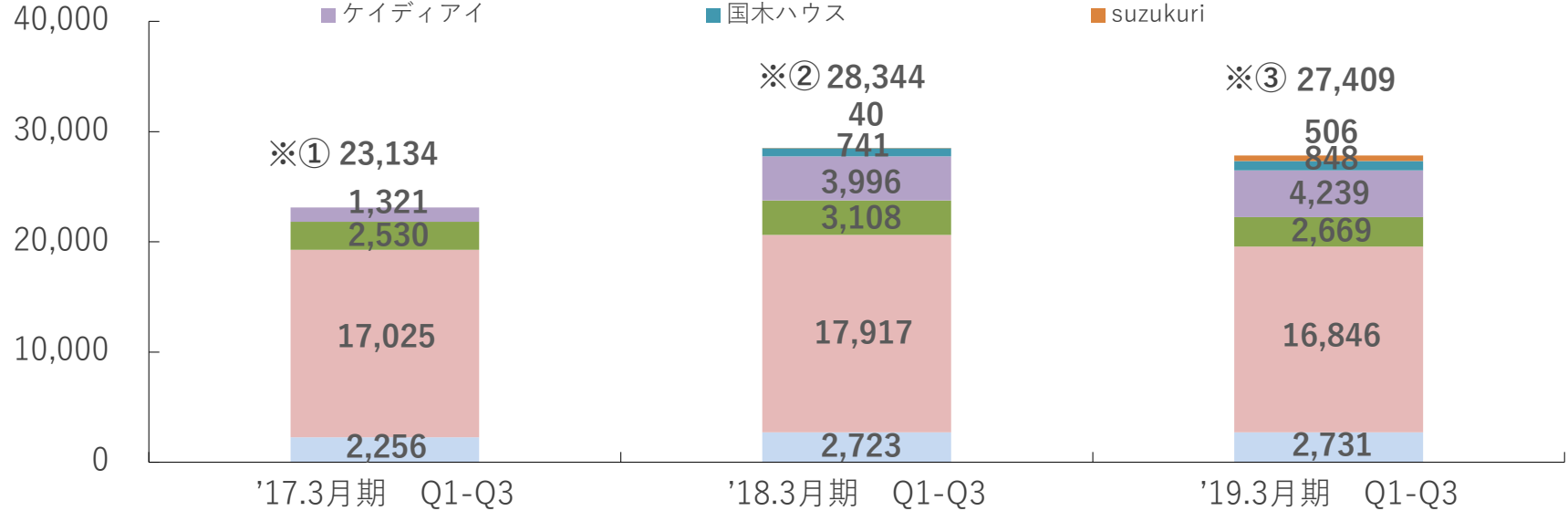
■ レオハウス（地方都市圏）

■ 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184百万円を含む。

※③ セグメント内売上433百万円を含む。
セグメント間売上5百万円を含む。

※ 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、売上高が前年同期比で減少した。

営業利益(単位：百万円)

— 営業利益



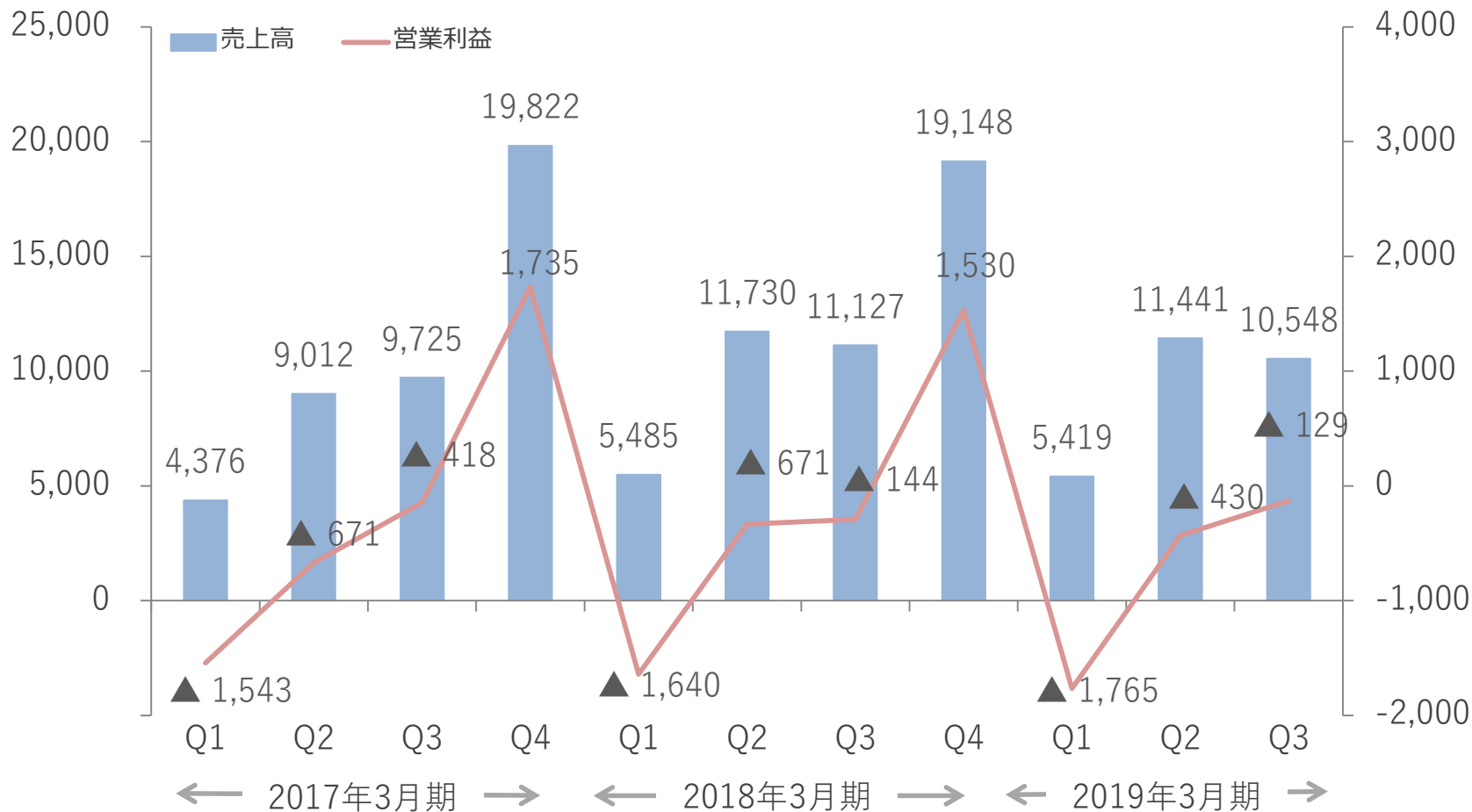
ジェイウッドとケイディアアイ、国木ハウスののれん償却費48百万円を当セグメントに計上しております。

※ 営業利益は、株式会社レオハウスと株式会社ジェイウッドの売上高減少により、前年同期を下回った。

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）



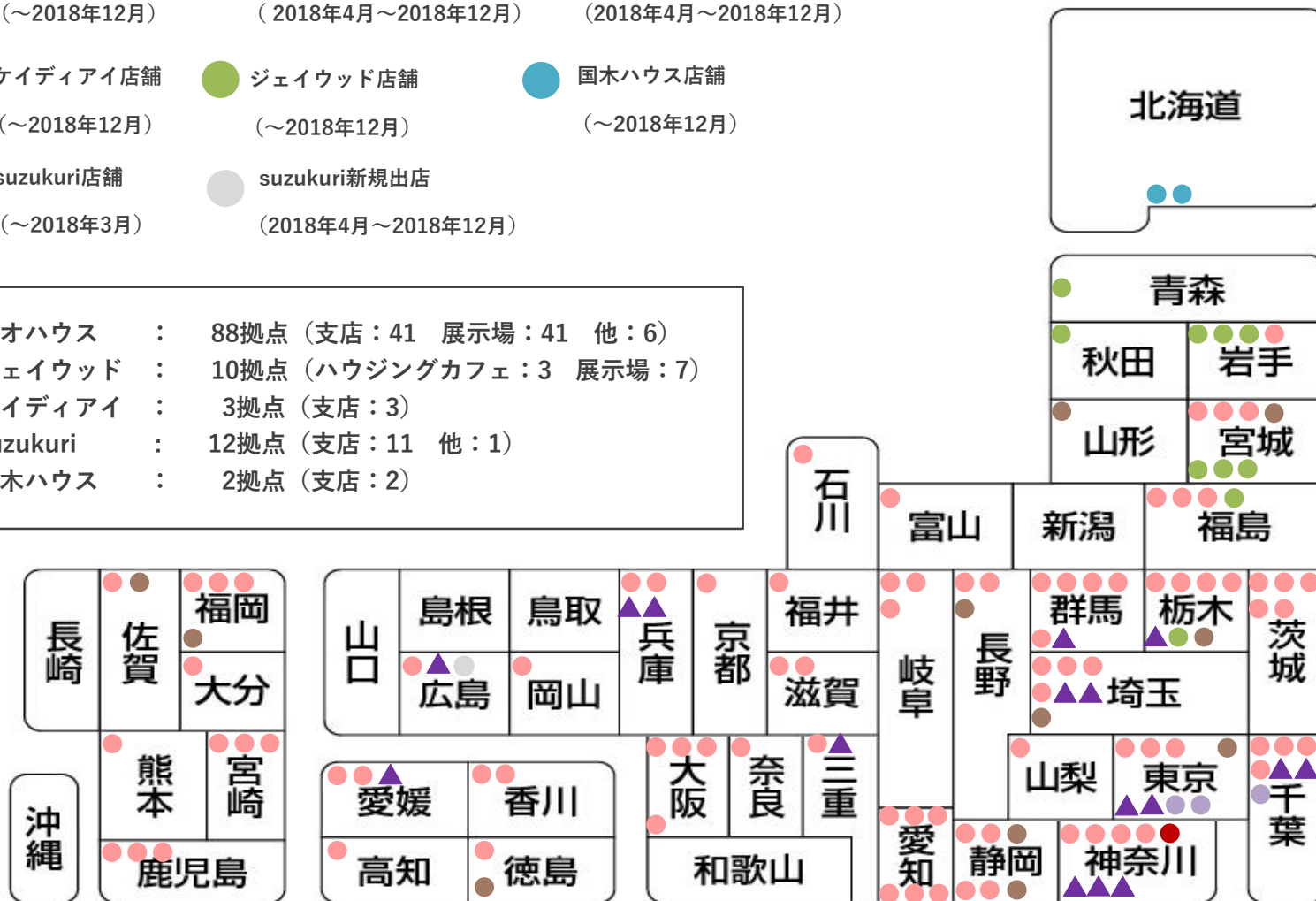
» 住宅の引渡しが集中するQ4に売上高・営業利益が高まる傾向。

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12月）
- レオハウス新規出店（2018年4月～2018年12月）
- ▲ レオハウス閉鎖店舗（2018年4月～2018年12月）
- ケイディアアイ店舗（～2018年12月）
- ジェイウッド店舗（～2018年12月）
- 国木ハウス店舗（～2018年12月）
- suzukuri店舗（～2018年3月）
- suzukuri新規出店（2018年4月～2018年12月）

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	:	12拠点（支店：11 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	457	677	397	550	439	542	419	489	470	537	395	
完工	186	390	403	871	188	478	396	834	156	427	398	
受注残	1,114	1,385	1,361	1,016	1,245	1,294	1,309	944	1,233	1,317	1,271	
受注残 増減	+ 253	+ 271	▲ 24	▲ 345	+ 229	+ 49	+ 15	▲ 365	+ 289	+ 84	▲ 46	
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	0	0	
店舗計	※1 105	105	105	105	※2 105	105	105	※3 101	※4 88	88	88	

※1 支店統廃合により▲2

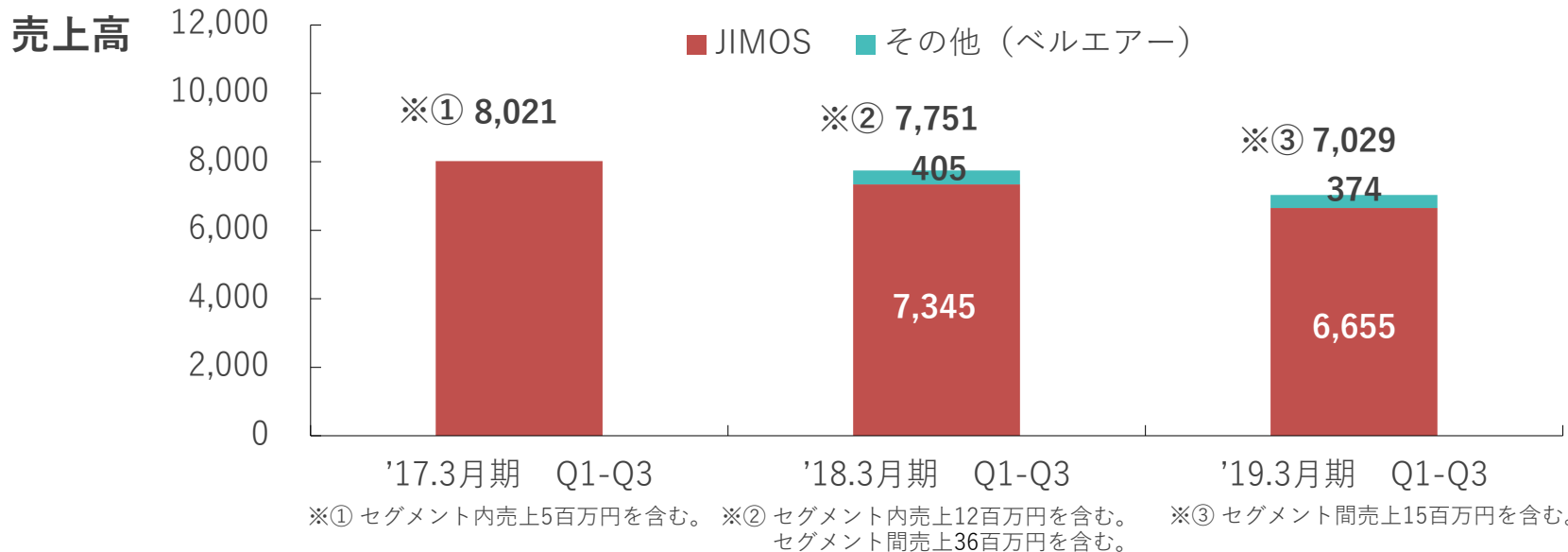
※2 suzukuriへのブランドチェンジにより▲5

※3 不採算店舗統廃合により▲4

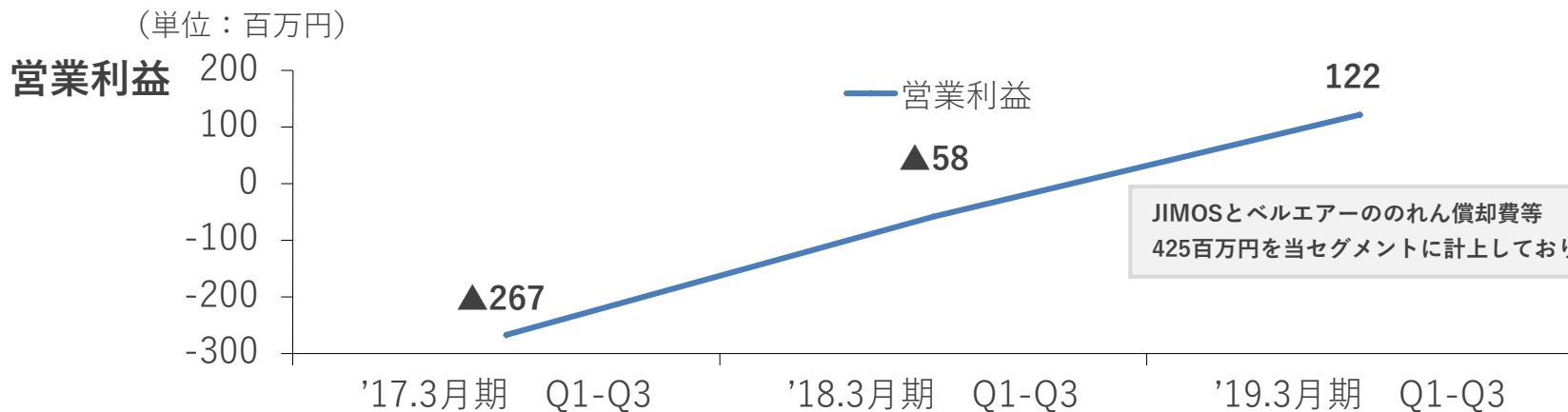
※4 不採算店舗統廃合により▲14

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。



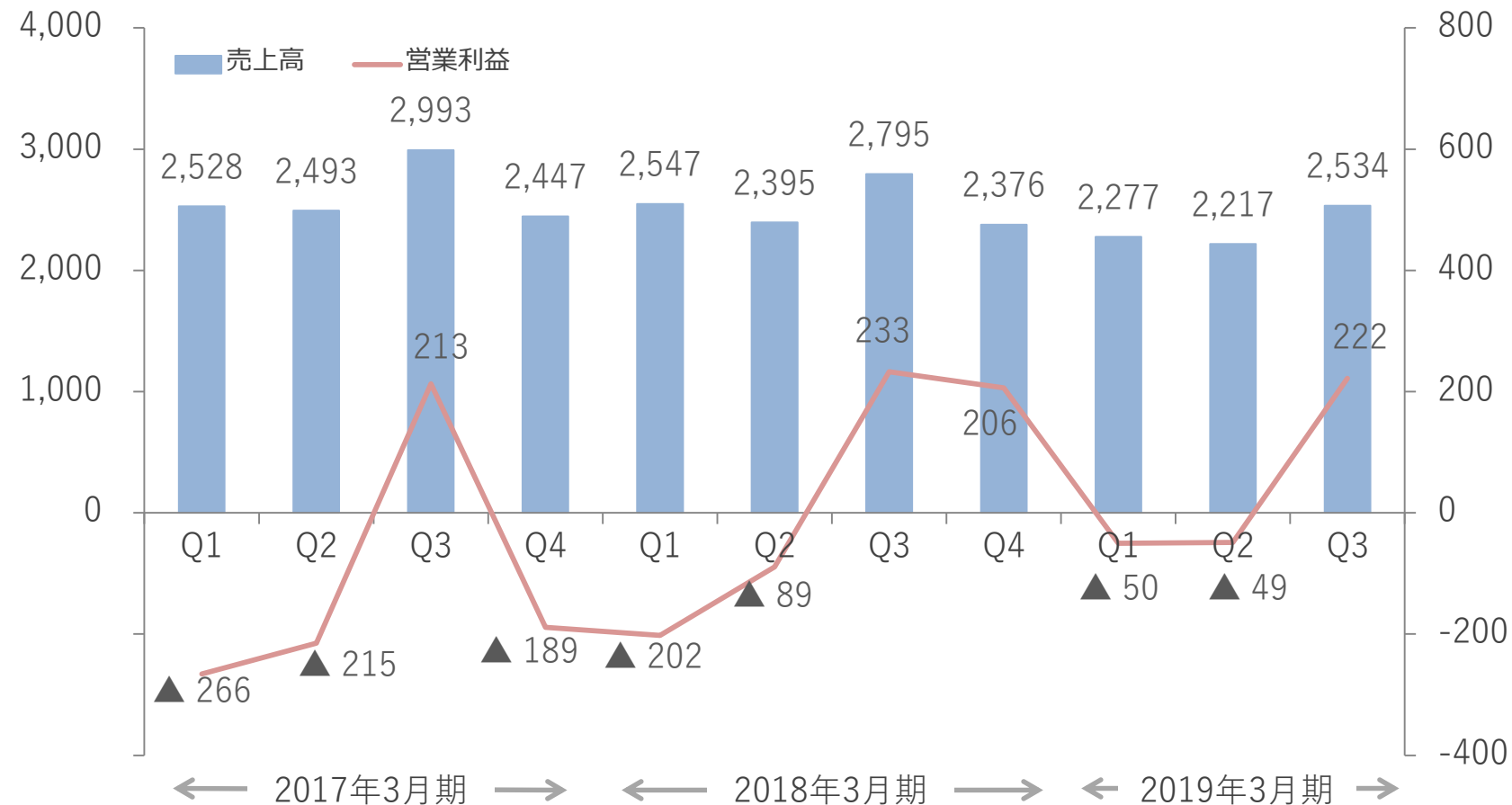
- ▶ 「MACCHIA LABEL」は、新規顧客数は増加したものの、既存顧客からの注文が伸びず、売上高が前年同期比で減少。
- ▶ 「Coyori」は、新規顧客数が順調に増加した一方で、顧客売上単価が伸び悩み、売上高が前年同期比で減少。



- ▶ 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、営業利益が前年同期比で増加。

2 セグメント別業績（5）美容・健康事業 ②

(単位：百万円)

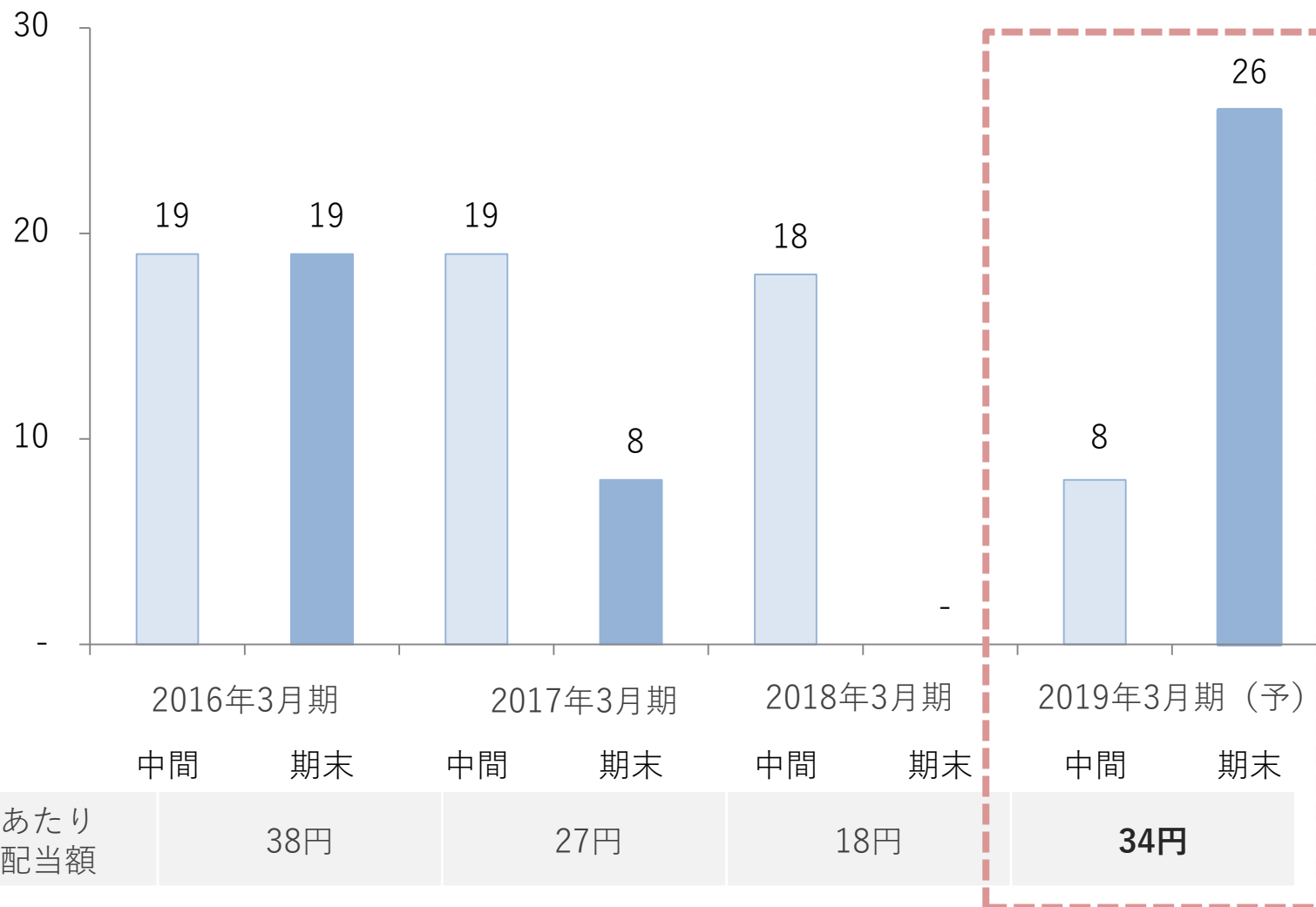


※ 上期に販促費を増やし、下期に売上高・営業利益が高まる傾向。

3. 配当方針

3 配当方針：純資産配当率(DOE) 4 %かつ配当性向100%以内

(単位：円)



≫ 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。

4. 補足資料 会社概要と事業紹介

(2018年9月末 現在)

4 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)</p>
従業員数 (正社員)	連結2,187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 (一単元：100株)
株主数	9,341名 (自己名義株式を除く総株主数)

4 主な指標（連結ベース）経営指標から

	'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（BPS）	923.41 円	939.61 円	▲ 84.13 円
1株当り当期純利益 （EPS）	24.65 円	▲ 59.15 円	▲ 83.79 円
自己資本比率	35.7 %	33.4 %	▲ 2.3 pt
自己資本純利益率 （ROE）	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	

4 各事業の市場におけるポジショニング

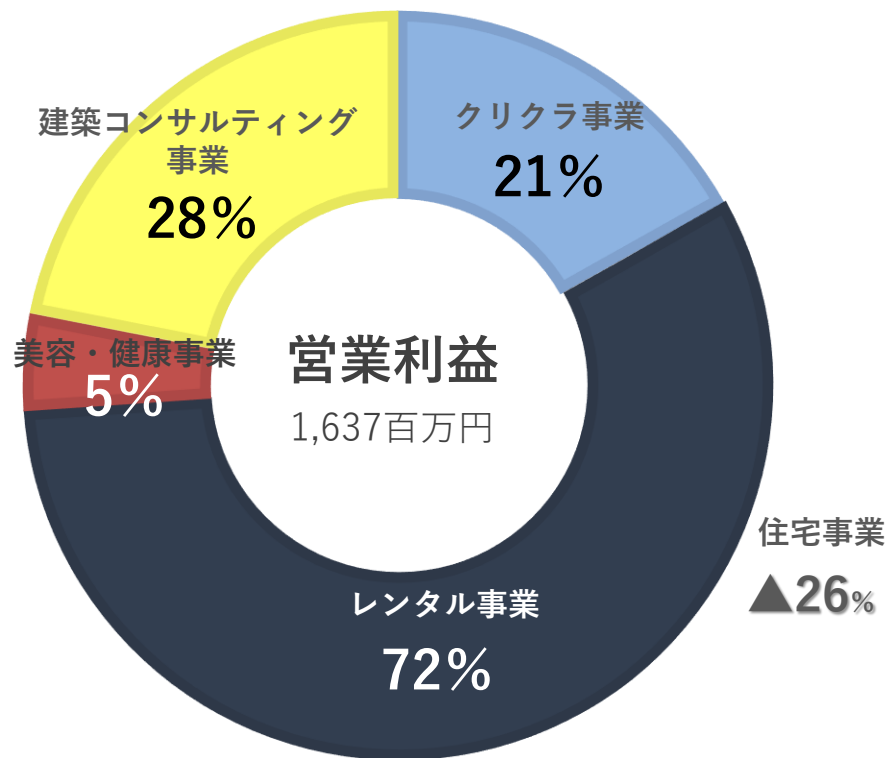
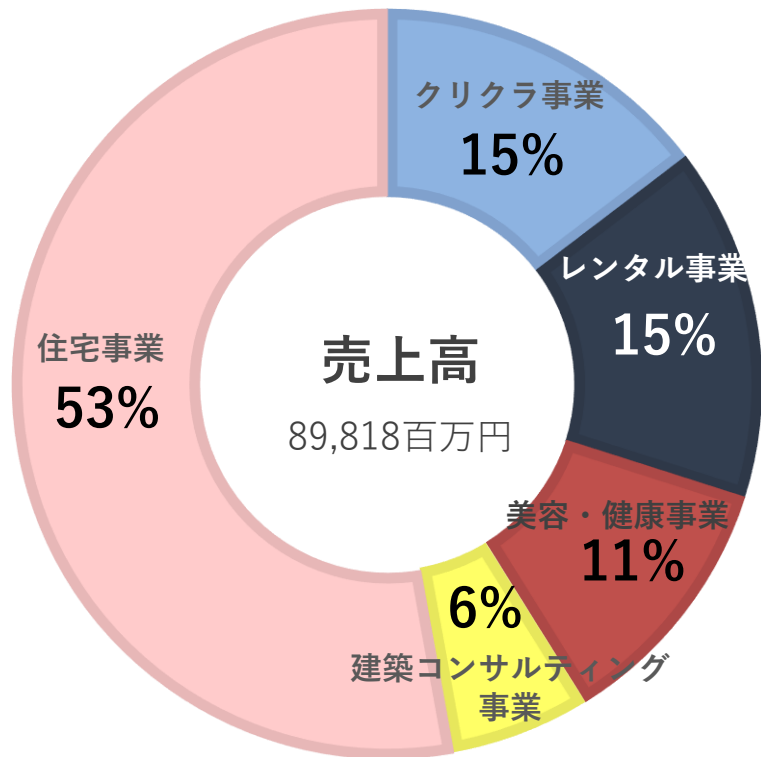
<p>クリクラ事業</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 製造本数業界No.1(約1800万本) ■ 業界初のHACCP認証、ecoマークを取得 ■ 業界初の研究開発専門センター設立
<p>レンタル事業</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ ダスキンフランチャイズディーラー売上No.1 (約2,000社中) ■ 厚生労働省承認を得た薬剤を使用 日本初の飲食店向け害虫駆除器「with」
<p>建築コンサルティング事業</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ ナック会員工務店 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
<p>住宅事業</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 「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
<p>美容・健康事業</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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

4

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
- 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

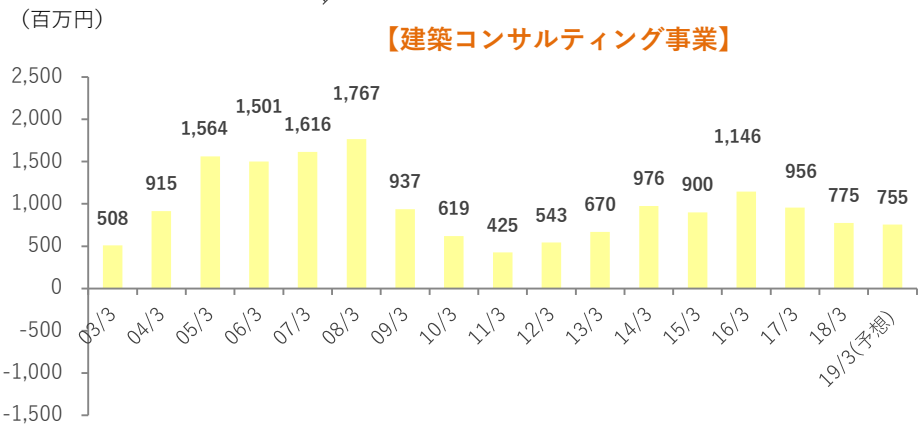
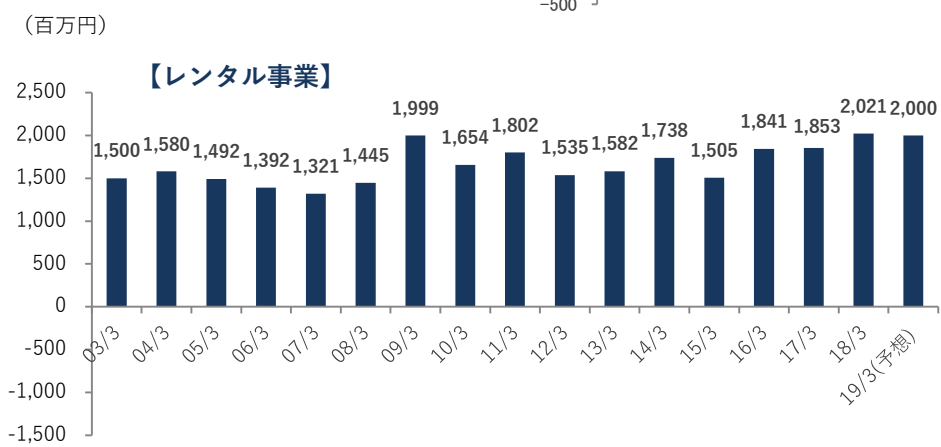
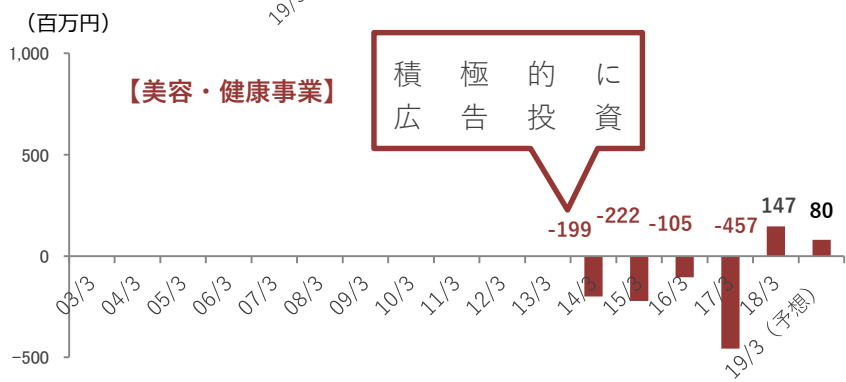
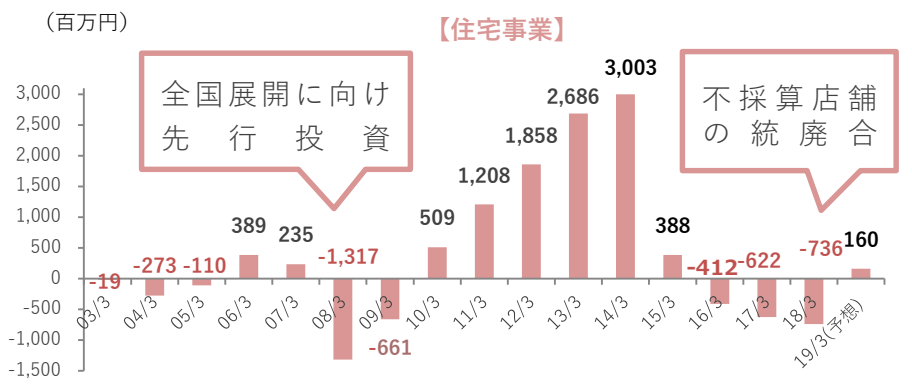
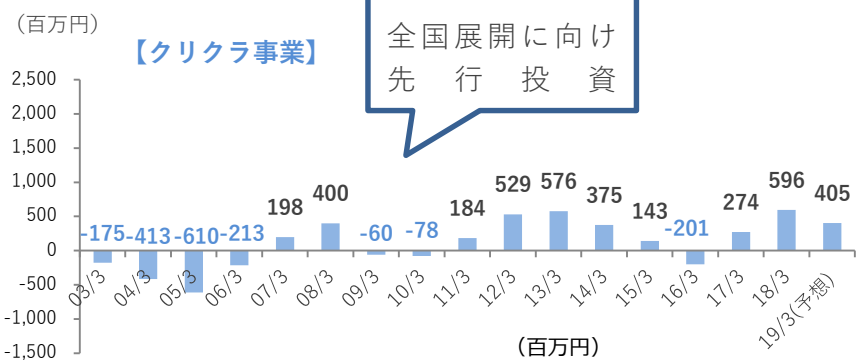


売上高営業利益率

※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
4.5%	14.7%	14.4%	1.5%	▲1.6%	1.8%

4 セグメント別営業利益の推移



➤ 安定したレンタル事業と建築コンサルティング事業を基盤に、積極的に投資を行う。