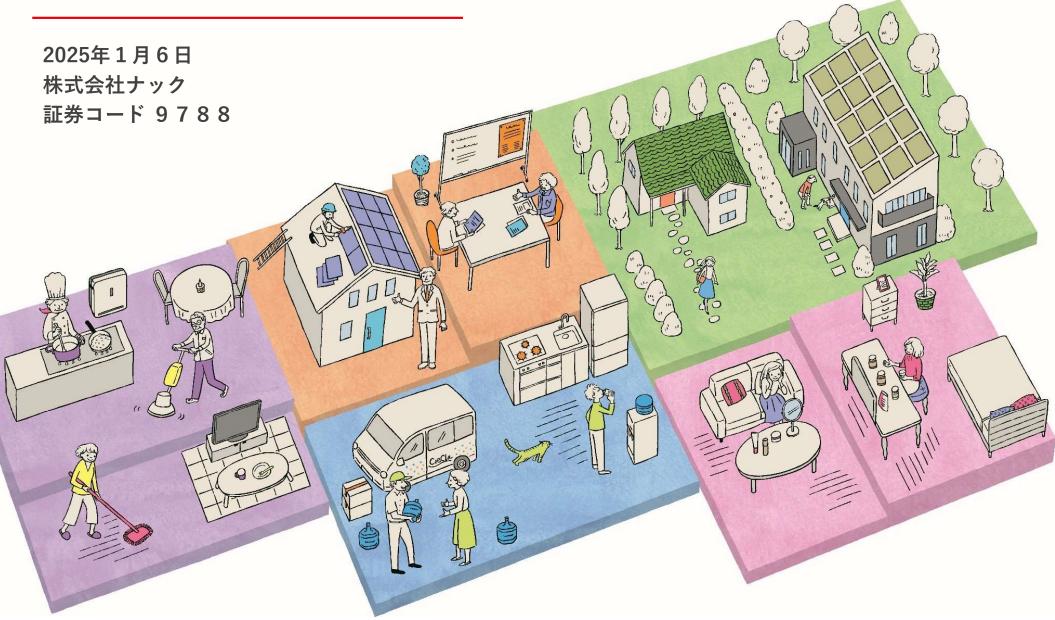


# 長期ビジョン2035





### 一 本資料の記載内容 一

01 環境認識 … P. 3

02 策定の背景 ···· P. 4

03 2035年に目指す姿と

実現に向けた戦略 … P. 5

#### 注意事項:

本資料に記載されている業績目標等は、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。

したがいまして、実際の業績は本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ください。

### 1. 環境認識



### 当社の価値創造プロセスにおける外部環境認識

# 生活課題

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

## 人口課題

- 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

### 2. 長期ビジョン策定に至った背景



2020年10月の中期経営計画公表後、急激かつ大きな外部環境変化があり、 これらへの対応が必要であるとともに、プライム市場の上場維持基準が未達成であること、 長期間に渡ってPBRも1倍前後であることも課題となっている

現状認識

#### 上場維持基準

一日平均売買代金の項目が未達成(2023年時点)

### 株価

分割前まで長期に渡り 400円台を推移



3月に増加する他は 年間通じて低水準

出来高

#### PBR株価純資産倍率

長期に渡ってPBR1倍前後

#### PER株価収益率

長期に渡り大きな 変動がない



資本コストは上回り 概ね6~8%を推移

ROE自己資本利益率

課題取組

#### 会社認知度向上

ブランド名に対し 社名の認知度が 低いことへの対応

#### IR・株主還元の取組み

株主ニーズに即した 施策の実施

#### 業績の向上・拡大

実行可能で魅力ある 成長戦略の策定が必要

#### 長期ビジョンの必要性

ナックとしての長期ビジョンを策定し、最適な投資実行、最適な事業ポートフォリオの構築を進める 急激な外部環境変化にも、長期ビジョンをもとに対応することで実効性ある施策を実施する

### 3. 2035年に目指す姿と実現に向けた戦略

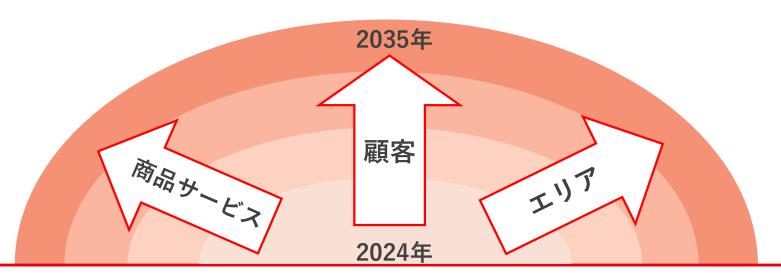


### 2035年に目指すナックグループの姿

# ラストワンマイルを最大限に活用してLTV最大化

~もっと暮らしに寄り添うナック~

- 顧客への商品・サービスの拡充
- 新たな顧客層・エリア(海外含む)の開拓
- 暮らしのお困りごとを解決するビジネスモデルの構築
- ミリオンカスタマーに向けたサービスモデル構築



### 3. 2035年に目指す姿と実現に向けた戦略



### ≪LTVを最大化させるサイクル≫

営業エリア拡大 取扱サービス拡大

開発した自社商品を卸売展開し売上拡大

魅力ある商品拡充で 顧客拡大・顧客単価増加 100万軒超のお客様との 定期的な取引

LTV最大化 サイクル

顧客情報を最大限活用 できるシステムの構築

自社配送網を活用し 自社顧客へ販売 定期訪問を通じて 顧客ニーズを察知

積極的にM&Aも活用 ニーズに合わせた

商品仕入・開発

複数事業の商品混載 配送時間帯の工夫による効率化

### 3. 2035年に目指す姿と実現に向けた戦略

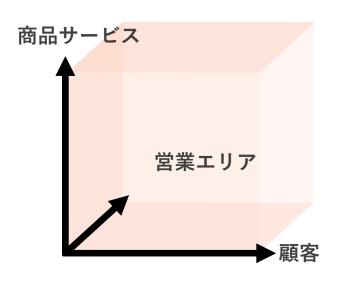


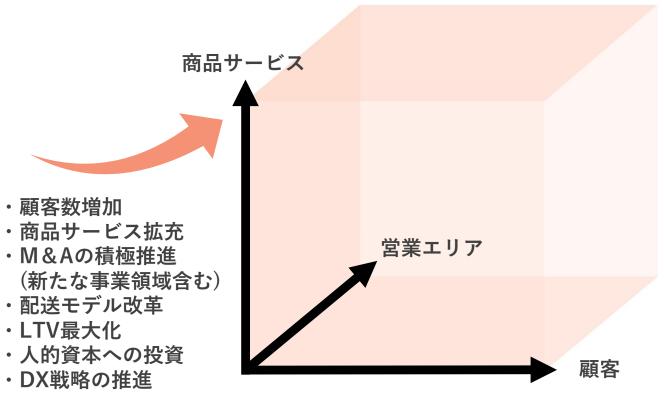
≪長期ビジョン達成に向けたアプローチ≫

2035/3期

# 売上高1,000億円 営業利益率8%

2024/3期 売上高544億円 営業利益率4.2%





中期経営計画を推進し、長期目標の達成を目指す

