

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

ナック

9788 東証プライム市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年1月25日(木)

執筆：フィスコアナリスト

村瀬智一

FISCO Ltd. Analyst **Tomokazu Murase**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2024年3月期第2四半期の業績概要	01
2. 2024年3月期の見通し	01
3. 中期経営計画	02
■ 会社概要	03
● 会社概要	03
■ 事業概要	05
1. クリクラ事業	05
2. レンタル事業	06
3. 建築コンサルティング事業	07
4. 住宅事業	07
5. 美容・健康事業	08
■ 業績動向	09
1. 2024年3月期第2四半期業績概要	09
2. セグメント別の動向	10
■ 今後の見通し	16
1. 2024年3月期の見通し	16
2. セグメント別の見通し	17
■ 中期経営計画並びに今後の展望・課題	20
1. プライム市場の上場維持基準適合	20
2. 事業拡大スキーム	21
3. 中期経営計画目標と進捗状況	21
■ 株主還元策	22
1. 配当政策	22
2. 株主優待	23
■ SDGs への取り組み	24

要約

住まいと生活に関わる分野における多角化経営で成長

ナック<9788>は、「暮らしのお役立ち」を基本戦略として、ダスキンのフランチャイズ加盟店を主力とした「レンタル事業」のほか、宅配水「クリクラ」や浄水型ウォーターサーバー「feel free」、次亜塩素酸水溶液「ZiACO（ジアコ）」の製造販売をする「クリクラ事業」を柱に、「建築コンサルティング事業」、「住宅事業」、「美容・健康事業」など、住まいと暮らしに関わる分野における多角化経営によって、発展してきた企業である。ストックビジネスで収益基盤を築いたうえで、他の事業への投資を積極的に行っているほか、新たな成長エンジンの構築かつ多角化によって、リスク分散も行っている。

1. 2024年3月期第2四半期の業績概要

2024年3月期第2四半期の業績は、売上高25,828百万円（前年同期比1.0%減）、営業利益609百万円（同10.4%増）、経常利益689百万円（同21.8%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益280百万円（同10.3%増）となった。2023年5月発表の第2四半期の業績予想から、売上高を2,200百万円減少の25,800百万円、営業利益を450百万円減少の600百万円、経常利益を370百万円減少の680百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益を420百万円減少の280百万円に同年11月に下方修正しており、これに沿った進捗となった。主力のクリクラ事業は、猛暑による水の需要増、前期に実施したクリクラボトルの値上げにより前年同期比4.6%の増収と売上高を牽引し、レンタル事業、美容・健康事業も堅調に推移し微増収となった。一方、建築コンサルティング事業は、審査申込から審査通過・振込まで時間を要するIT導入補助金対象商品の販売割合が増加したため、同10.9%の減収となり、住宅事業も建築部資材の高騰など事業環境の悪化により同11.4%の減収となった。損益面では、クリクラ事業の増収により売上総利益率が51.0%と前年同期比で0.8ポイント上回り、売上総利益は同70百万円増益となった。さらに美容・健康事業において広告宣伝費、販促費などを抑制したことで営業利益率が同0.2ポイント上回り、営業利益は同57百万円増益となった。そして、営業外収益で投資事業組合運用益81百万円（前年同期は9百万円）を計上したため、経常利益は同123百万円増益で着地した。

2. 2024年3月期の見通し

2024年3月期の業績は、売上高60,000百万円（前期比5.1%増）、営業利益3,500百万円（同8.3%増）、経常利益3,500百万円（同7.9%増）、親会社株主に帰属する当期純利益2,200百万円（同9.9%増）と期首計画を据え置いている。売上高については、レンタル事業において厚生労働省関連の感染症対策受託事業などが収束するため前期比11.9%減を見込むが、クリクラ事業は同1.8%増、建築コンサルティング事業は同33.3%増、住宅事業は同14.2%増、美容・健康事業は同17.2%増を見込み、事業全体では同5.1%増を計画している。営業利益は、中期経営計画最終年度を見据えクリクラ事業とレンタル事業で積極的な投資を行うためそれぞれ減少を予想しており、クリクラ事業が同16.6%減、レンタル事業が同22.0%減を見込むが、建築コンサルティング事業が同59.4%増、住宅事業が同431百万円増で黒字転換を、美容・健康事業は同68.1%増を見込み、事業全体では同8.3%増を計画している。通期計画に対する第2四半期までの進捗率は、売上高、営業利益ともに建築コンサルティング事業、住宅事業並びに美容・健康事業に遅れが出ているが、3事業とも第3四半期以降に売上高と利益が偏重する傾向があるため、同社では計画修正は想定していない。

要約

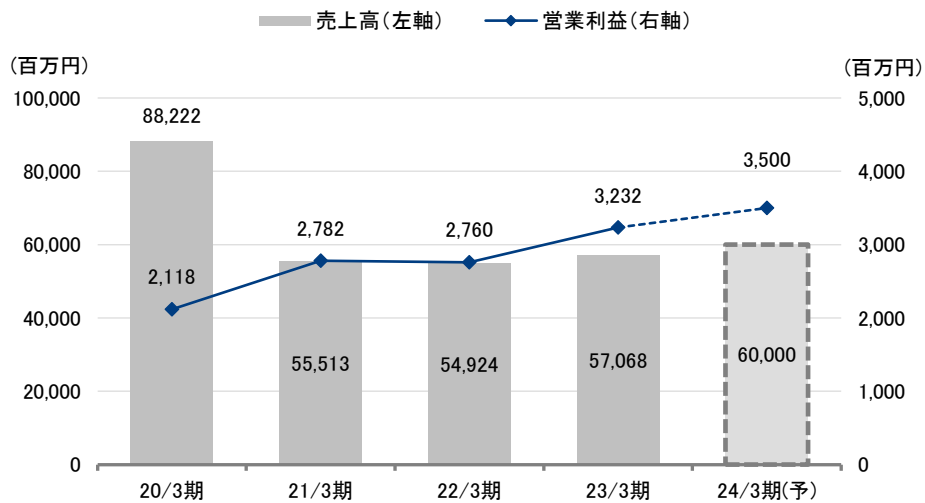
3. 中期経営計画

2021年3月期から2025年3月期にわたる5ヶ年の中期経営計画を推進している。最終年度の目標は売上高75,000百万円、営業利益5,000百万円を掲げている。損失計上が続き収益圧迫要因となっていた100%子会社の(株)レオハウスを2021年3月期にヤマダ電機(現ヤマダホールディングス<9831>)へ譲渡したことにより、収益を圧迫していた住宅事業を再建し、グループ全体として利益を生み出す筋肉質な組織構造となった。これまでは事業ごとに縦割り傾向があったものの、今後は約90万人の顧客基盤を活かし、グループシナジーを生む「横串」を通すようなビジネスを展開する方針である。

Key Points

- ・ クリクラ事業、ダスキン事業は、ストックビジネスとして安定的な収益を計上
- ・ 株式会社ダスキンと事業拡大・成長のための共同プロジェクトを新たに発足
- ・ 住宅事業改革でグループ全体として利益を生み出す筋肉質な組織構造へ
- ・ 全国約90万人の顧客基盤を活かし2025年3月期売上高750億円を目指す

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

ダスキンのFC企業としてトップの売上高、クリクラ事業は安定成長

● 会社概要

創業は1971年、東京都町田市においてダスキンのフランチャイズ（FC）企業として清掃用品のレンタル業をスタートした。FCビジネスの多くは1、2店舗で経営が安定すれば、そこで成長を止めてしまうが、同社は利益を再投資して営業エリアを拡大してきた。1984年にはダスキンのFC企業として日本一の売上高を達成し、現在もトップの企業として知られる。その後、積極的なM&Aなどにより飲食店向けの環境衛生や、顧客基盤を活用した建築のコンサルティングに、2002年には住宅販売と宅配水事業に参入した。さらに2013年には、通販事業を手がける（株）JIMOSをグループ化するなど、「複合企業体」として事業を展開している。なお、1995年に株式会社店頭公開し、1997年には東京証券取引所（以下、東証）市場第2部に上場、1999年に市場第1部に指定替えとなった後、2022年4月に東証が実施した市場再編においてプライム市場へ移行し、現在に至っている。

連結子会社

- ・ クリクラ
 - （株）クリクラ長崎（宅配水事業）・・・2023年4月1日に連結子会社化
- ・ レンタル
 - （株）アーネスト（ビルメンテナンス事業）
 - （株）キャンズ（原状回復工事事業）・・・2023年5月31日に子会社化
- ・ 建築コンサルティング
 - ナックハウスパートナー（株）（住宅FC事業・省エネ関連部資材の施工と販売）
- ・ 住宅
 - （株）ジェイウッド（注文住宅の建築請負）
 - （株）ケイディアイ（分譲・注文住宅）
 - （株）ナックライフパートナーズ（金融・福利厚生）
- ・ 美容健康
 - （株）JIMOS（化粧品・健康食品の通販等）
 - （株）ベルエアー（栄養補助食品、化粧品の製造販売）
 - 吉慕詩股份有限公司（台湾）（美容・健康事業）
 - （株）トレミー（化粧品の開発・製造）
 - （株）アップセール（化粧品・健康食品・医薬品の通販等）

会社概要

沿革

年	事項
1971年	東京都町田市に「(株)ナック」設立(資本金200万円) レンタル(ダスキン)事業スタート
1979年	東京都心の「新宿センタービル」へ本社移転
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	ウィズ事業スタート
1992年	建築コンサルティング事業スタート
1995年	株式会社頭公開(登録コード:9788)
1997年	東京証券取引所市場第2部に上場 信用取引銘柄に指定
1999年	東京証券取引所市場第1部に昇格 M&Aにより福岡県ヘダスキン営業エリア拡大
2002年	住宅事業スタート 日本経団連入会 クリクラ(宅配水)事業スタート
2005年	M&Aにより茨城県ヘダスキン営業エリア拡大
2006年	資本金40億円に増資
2010年	連結売上高500億円を達成
2012年	(株)ナックライフパートナーズ設立 (株)アーネストの株式を取得しグループ化
2013年	通販事業スタート (株)JIMOS及び(株)ジェイウッドの株式を取得しグループ化
2015年	埼玉県本庄市にクリクラミュージアム新設 ナックスマートエネルギー(株)(旧(株)エコ&エコ)の株式を取得しグループ化(2023年4月にエースホーム(株)へ吸収合併後、スマートエネルギー事業として継続)
2016年	(株)ケイディアイの株式を取得しグループ化 (株)ベルエアーの株式を取得しグループ化
2017年	(株)国木ハウスの株式を取得しグループ化(2021年4月にジェイウッドへ吸収合併後、KUNIMOKU HOUSEブランドとして継続)
2018年	通販事業を美容・健康事業に改編 資本金67億2,949万3,750円に増資
2020年	エースホームの株式を取得しグループ化(2023年4月にナックスマートエネルギーと吸収合併後、ナックハウスパートナー(株)に社名変更) (株)レオハウスの株式を譲渡
2021年	同社創業50周年 (株)トレミーの株式を取得しグループ化 (株)アップセールを新設
2022年	東京証券取引所市場プライム市場に移行
2023年	(株)クリクラ長崎を新設 (株)キャンズの株式を取得しグループ化

出所: ホームページよりフィスコ作成

■ 事業概要

「暮らしのお役立ち」を基本戦略として、5つの領域で事業を展開

同社の事業セグメントは、「暮らしのお役立ち」を基本戦略として、クリクラ事業、レンタル事業、建築コンサルティング事業、住宅事業、美容・健康事業の5つで構成されている。クリクラ事業ではウォーターサーバーを扱っており、業界の雄として知られ、レンタル事業のダスキン事業でも、ダスキンのFCとして有数の企業となっている。

1. クリクラ事業

クリクラ事業は、ウォーターサーバー事業を直営と加盟店など約500拠点の配送ネットワークで展開している。「クリクラ」とは、同社における宅配水サービスのブランドである。同社は2002年に宅配水事業に進出後、2004年に自社ブランド「クリスタルクララ」を全国展開し、2009年にブランド名を現在のものに変更した。

「クリクラ」の水は、生産から配達・メンテナンスまですべてを自社で管理している。製造には、宇宙開発の現場などでも利用されている最先端テクノロジーの逆浸透膜（RO膜）システムを使用し、原水に含まれる不純物や雑味を取り除いている。さらに56項目の厳しい水質安全基準を満たした、安心安全な水を提供している。ウォーターサーバーは産院でも使用され、赤ちゃんのミルクや離乳食など、乳幼児がいる子育て世帯にとって有用なサービスである。同社はSNS上においても、子育て世帯向けに「安心・安全なお水」を訴求している。

サーバーレンタル料と配送料は無料である。そのうえ環境にもやさしいサステナブルなボトルを採用しているため、余計なゴミが出ない点や、サーバーメンテナンスを一年に一回必ず行い、洗浄済みのサーバーと機械を交換する点も特長となっている。

水の配送については、自社配達を行っている。水の輸送は重量があるため、外部に委託した場合は多額のコストがかかるが、自社で完結することによってリーズナブルに製品を提供できる。ウォーターサーバーを設置し、水の配達を繰り返すことで売上が発生するため、安定的かつコンスタントに収益を挙げることができるのが、このビジネスの強みである。新サーバー・新サービスの開発にも取り組んでおり、定額制の浄水型ウォーターサーバー「feel free（フィールフリー）」や炭酸水が飲めるマルチサーバー「クリクラ Shuwa」、電気代を最大55%削減できる「クリクラ省エネサーバー」などを手掛けている。また、水道水を注ぐだけで、おいしい水が好きなだけ飲める浄水型ウォーターサーバー「feel free」より新たに登場した「putio（プティオ）」は、コンパクトなボディに多彩な機能を搭載している。クリクラ事業は、ストックビジネスとして安定的な収益を每期計上しており、今後も安定した収益源として全体の収益に貢献する。宅配水サービス以外では、クリクラの原水を原料として、クリクラの製造工場で作られた低濃度で弱酸性～中性の安心・安全な次亜塩素酸水溶液「ZiACO（ジアコ）」を手掛けている。“除菌”と“消臭”の2つの効果を発揮するノンアルコール除菌水であり、部屋の除菌・消臭、さらには衣服の消臭・花粉除去だけでなく、台所まわり、車内、トイレの除菌・消臭など、様々なシーンで利用できる。

事業概要

2. レンタル事業

レンタル事業は、創業の原点であるモップ・マットなどのダストコントロール商品を扱うダスキン事業をはじめ、介護用品や福祉用具、害虫駆除機等のレンタル・販売、総合ビルメンテナンスなど、顧客のニーズに沿った衛生環境を保つビジネスを展開している。

(1) ダスキン事業

主力は、同社の出発点であるダスキン事業である。ダスキンの992番目の加盟店として創業して以来、ダスキンのフランチャイジーとして1984年より30年以上、全国約1,900店の加盟店で売上高・顧客数ともに首位を継続している。また、関東を中心に北海道、大阪、愛知、福岡と幅広くエリアを拡大している。「モップのレンタル」という従来のダスキンのイメージから抜け出し、清掃用品の定期的なレンタルやプロによる清掃サービス、家事代行、害虫駆除、庭木の手入れ、リペアなど幅広いジャンルでサービスを提供している。

ダスキン事業の中でも、先行き需要が拡大し、成長エンジンとして機能しそうなのがケアサービス部門である。ハウスクリーニングのほか、トイレやキッチンなど水回りの清掃、エアコンクリーニングなどを展開している。世帯構成において単身世帯、共稼ぎ世帯、高齢者世帯などの比重が今後高くなるに従い、家事代行をはじめとする役務提供サービスに対する需要が一段と拡大すると同社は想定している。

また、2018年8月に締結したダスキンとの資本業務提携契約に基づき、特に共働き世代や高齢者世代へのお役立ちに注力し事業展開を進めてきた結果、ケアサービス部門は提携前と比較し売上高が約2.5倍に増加している。2023年11月には事業拡大・成長のため、新たに共同プロジェクトを発足し、両社の拡大・成長につながる事業強化策などを検討する計画である。

(2) ウィズ事業

自社ブランドとして1988年にスタートした飲食店向け害虫駆除器「with」を、飲食店や施設、店舗などに定期レンタルで展開している。薬剤メーカーと提携した「with」は、薬剤ペーパーセクトと機械本体一対で高い駆除率を誇る害虫駆除システムである。毎週2回、6時間自動的に繰り返し薬剤を噴霧しゴキブリを駆除することが特徴で、人のいない時間帯にマシンがタイマーで作動し、レストランや施設における衛生管理をサポートする。このほか、エアコンに設置する空気清掃器「BeClean フィルター」や、節水洗浄ノズル「Bubble90」を手掛けている。

(3) 総合ビルメンテナンス業

(株)アーネストにおいて総合ビルメンテナンス事業を展開している。オフィスビルや商業施設、マンションなど、建物に関わる総合的なメンテナンスとして、オフィスや施設の日常清掃・定期清掃・消毒除菌作業を幅広く手掛けており、導入企業は累計で1,000社を超える。対象となる清掃施設は、マンションや一般オフィスビルから、店舗・商業施設、病院・介護施設、教育機関、パチンコ店、工場、ホテル、神社仏閣・教会など幅広く、それぞれ培ったノウハウを用いて綺麗に清掃する。そのほか、衛生面や設備面から保守管理するビル管理業務、テナントの空調工事や、入居・退去にともなう内装工事、それらに伴う電気工事などの設備工事のほか、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）においてはウイルス・細菌対策やワクチン職域接種会場、厚生労働省が実施する水際対策の支援事業の運営を手掛けた。

事業概要

3. 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および建築部資材の販売と施工、住宅ネットワーク事業、スマートエネルギー事業を行っている。

(1) コンサルティング部門

社内ベンチャーより始まった建築コンサルティング事業であり、「住まいを通じ豊かな未来を創造する」をミッションとして、事業部設立以来、時代に先駆けた価値創造に挑戦している。具体的には経営戦略をはじめ、コスト削減や商品開発、営業手法などの経営支援ノウハウをパッケージにして提供し、地域の工務店が抱える諸問題の解決を手助けするなど、現在では全国約 7,000 社のビルダー・工務店に様々なソリューションを提供する事業に成長している。

(2) 住宅ネットワーク事業

住宅ネットワーク事業では、「ACEHOME（以下、エースホーム）」ブランドなどの FC 運営を行っている。エースホームは最後発の住宅 FC ながら、現在で 40 以上の加盟店が全国で住宅を供給している。その特徴は、「デザイン面でも耐久性を持たせた住まいにすることがこれからの住まいにおいては重要である」という信念に基づいて「美的耐久性」をコンセプトに顧客の嗜好や、加盟店の供給形態、地域等の特性に応じた商品を開発している点にある。ハウスメーカーと地元密着のビルダー双方のメリットを最大限に生かした住宅 FC と言える。なお、エースホームを運営するナックハウスパートナー（株）※は、住宅・ビルの革新的省エネルギー技術導入促進事業費補助金（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス支援事業）において創設された「ZEH ビルダー公募」の登録事業者であり、ZEH ビルダー評価制度で 5 つ星を取得している。ちなみに 5 つ星の評価を得ているのは、全国で 12%（2023 年 6 月末時点）ほどしかない。

| ※ 2023 年 4 月 1 日にエースホーム（株）から社名変更、かつナックスマートエネルギー（株）を吸収合併 |

(3) スマートエネルギー事業

太陽光発電システム・蓄電池などのスマートエネルギー商材を手掛けている。「環境に配慮した住まい」と「経済的メリットのある住まい」をバランスよく提案し、持続可能な社会づくりに貢献すべく、法人顧客からその先にあるエンドユーザーの住まいづくりを環境エネルギー分野でサポートする。エコキュートや IH クッキングヒーター、HEMS（ホーム エネルギー マネジメント システム）などを提供しており、HEMS を電化製品や太陽光発電・蓄電池などの住宅設備とつなぐことで、電気の使用状況や太陽光発電の発電状況、蓄電池の残容量などを確認し、電化製品を制御することが可能となる。

4. 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・保険業務を行っている。住宅着工戸数の減少が続くなか、住宅事業の中核子会社であったレオハウスを 2020 年 5 月にヤマダ電機へ譲渡するなど事業改革を推進した。2021 年 3 月期には suzukuri を建築コンサルティング事業へとセグメント変更し、コンテンツビジネスへの業態転換を図った。2021 年 4 月 1 日を効力発生日として（株）ジェイウッドが（株）国木ハウスを吸収合併し、（株）ケイディアイを含む 2 社を中心に事業を行っている（国木ハウスの事業はジェイウッドにて「KUNIMOKU HOUSE」ブランドとして継承した）。

事業概要

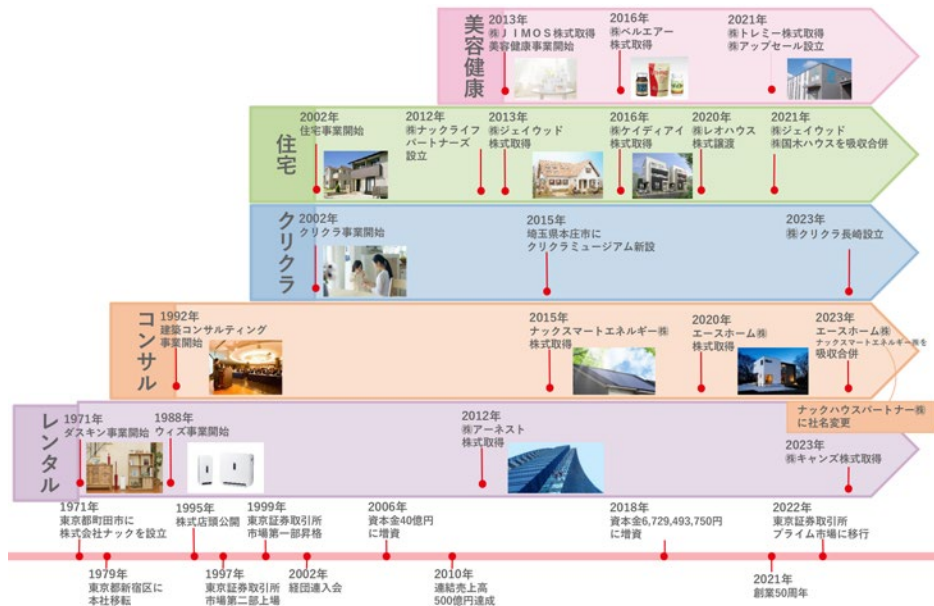
ジェイウッドでは「長く愛され続ける家づくり」をコンセプトに本物の木の家を提案している。「KUNIMOKU HOUSE」ブランドでは、駅近を志向する顧客など新たな顧客層へのアプローチに注力。ケイディアイは首都圏を中心に分譲住宅で2,500棟以上の実績がある。首都圏の厳しい法規制に対応しつつ、自由設計により敷地条件を最大限に活用し、高性能かつデザイン性にも優れた快適な住まいを提案している。

5. 美容・健康事業

JIMOSで化粧品販売、(株)ベルエアーでサプリメント及び健康食品販売をそれぞれ展開している。「MACCHIA LABEL (マキアレイベル)」「Coyori (コヨリ)」「SINN PURETE (シンピュルテ)」などのブランドを展開し、各種化粧品、医薬品、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う。そのほか、受託製造(OEM・ODM)により、他社への製品供給も行うことで美容と健康をトータルサポートする。

美容・健康事業を中心とした新たな商品開発やビジネス展開を目的として、JIMOSの主力商品の製造委託先だった(株)トレミーを子会社化したほか、自社ECサイトやECモールを中心としたEC事業の強化を目的として、(株)アップセールを設立するなど体制強化に努めている。

事業領域の拡大で発展



出所：決算補足説明資料より掲載

業績動向

2024年3月期第2四半期は減収増益、 クリクラ事業、レンタル事業、美容・健康事業は堅調に推移

1. 2024年3月期第2四半期業績概要

2024年3月期第2四半期の業績は、売上高 25,828 百万円（前年同期比 1.0% 減）、営業利益 609 百万円（同 10.4% 増）、経常利益 689 百万円（同 21.8% 増）、親会社株主に帰属する四半期純利益 280 百万円（同 10.3% 増）となった。2023年5月発表の第2四半期の業績予想から、売上高を 2,200 百万円減少の 25,800 百万円、営業利益を 450 百万円減少の 600 百万円、経常利益を 370 百万円減少の 680 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益を 420 百万円減少の 280 百万円に同年11月に下方修正しており、これに沿った進捗となった。

事業別の売上高をみると、クリクラ事業は猛暑による水の需要増、前期に実施したクリクラボトルの値上げにより前年同期比 4.6% 増、レンタル事業はケアサービス・ヘルスレント部門がダストコントロール部門の減収をカバーし同 1.1% 増となった。一方、建築コンサルティング事業は、建築部資材の高騰や、新型コロナウイルス関連融資の返済開始により顧客である地場工務店の経営改善に関する投資意欲が低下したこと、審査申込から審査通過・振込まで時間を要する IT 導入補助金対象商品の販売割合が増加したことなどから同 10.9% 減となり、住宅事業も土地価格の上昇、建設資材の高騰による住宅・不動産市場全体の鈍化により同 11.4% 減となった。また、美容・健康事業は新型コロナウイルスの 5 類感染症への移行に加え、熱中症対策による脱マスクの動きが加速しスキンケアの需要が増加、インバウンド消費も増加し同 2.4% 増となった。損益面では、クリクラ事業の増収により売上総利益率が 51.0% と前年同期比で 0.8 ポイント上回り、売上総利益は同 70 百万円増益となった。また、美容・健康事業において広告宣伝費、販促費などを抑制したことで営業利益率が同 0.2 ポイント上回り、営業利益は同 57 百万円増益となった。そして、営業外収益で投資事業組合運用益 81 百万円（前年同期は 9 百万円）を計上したため、経常利益は同 123 百万円増益で着地した。

2024年3月期第2四半期業績

(単位：百万円)

	23/3 期 2Q		24/3 期 2Q		前年同期比		増減額	増減率
	実績	構成比	計画	実績	構成比	達成率		
売上高	26,097	100.0%	25,800	25,828	100.0%	100.1%	-269	-1.0%
クリクラ事業	7,419	28.4%	7,500	7,762	30.1%	103.4%	343	4.6%
レンタル事業	8,621	33.0%	8,300	8,711	33.7%	104.9%	90	1.1%
建築コンサルティング事業	2,960	11.3%	3,700	2,637	10.2%	71.2%	-323	-10.9%
住宅事業	3,931	15.1%	5,000	3,482	13.5%	69.6%	-449	-11.4%
美容・健康事業	3,184	12.2%	3,500	3,261	12.6%	93.1%	77	2.4%
調整他	-19	-	-	-26	-	-	-7	-
売上総利益	13,108	50.2%	-	13,178	51.0%	-	70	0.5%
販管費	12,556	48.1%	-	12,568	48.7%	-	12	0.1%
営業利益	552	2.1%	600	609	2.3%	101.5%	57	10.4%
経常利益	566	2.2%	680	689	2.7%	101.3%	123	21.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	254	1.0%	280	280	1.1%	100.0%	26	10.3%

※ 2Q 計画の売上高、各段階利益は修正値

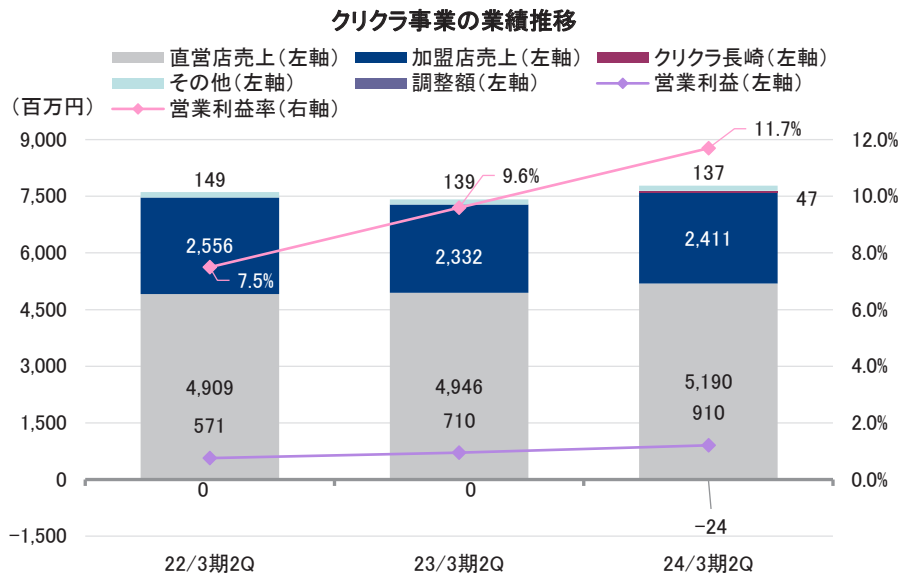
出所：決算短信、決算補足説明資料よりフィスコ作成

業績動向

2. セグメント別の動向

(1) クリクラ事業

クリクラ事業の売上高は 7,762 百万円(前年同期比 4.6% 増)、営業利益は 910 百万円(同 28.2% 増)となった。2023 年 4 月より加盟店から承継した(株)クリクラ長崎を連結子会社化し、47 百万円の売上を計上している。宅配水市場は、定額かつ安価で利用できる浄水型ウォーターサーバーの需要拡大に伴い異業種も参入するなど顧客獲得競争が激化している。また、物価高騰による既存顧客のボトルの買い控えや、巣ごもり需要の解消により 1 件当たりのボトル消費量は減少傾向にある。同社では、浄水サーバーへの需要拡大に対応すべく、2023 年 7 月に単身者や高齢者に向けた小型の浄水型ウォーターサーバー「putio(プティオ)」をリリースした。直営部門、加盟店部門ともに、顧客件数は前年同期比で減少しているものの、猛暑により水の需要が増加したこと、2022 年 10 月にクリクラボトルを 8~9% 値上げしたことにより増収となった。直営部門においては、新型コロナウイルス感染症の 5 類感染症への移行により、ウイルス対策として利用していた次亜塩素酸水溶液「ZiACO(ジアコ)」の解約数が増加し、前年同期比で減収となったが、クリクラボトルの増収で補い、売上高は同 4.9% 増の 5,190 百万円で着地した。加盟店部門における売上高は同 3.4% 増の 2,411 百万円となった。損益面では、増収に伴い営業利益率は 11.7% と前年同期を 2.1 ポイント上回り 200 百万円の増益となった。



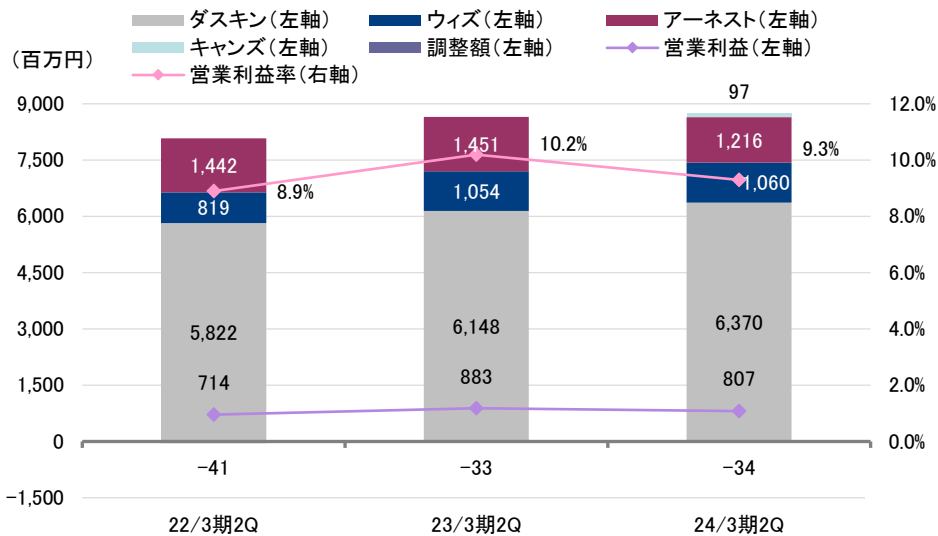
出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

業績動向

(2) レンタル事業

レンタル事業の売上高は8,711百万円（前年同期比1.1%増）、営業利益は807百万円（同8.7%減）となった。主力のダスキン事業は家事代行や害虫駆除、花や庭木の管理といった包括的な役務サービスを提供するケアサービス部門、並びに介護用品や福祉用具のレンタル・販売を行うヘルスレント部門の事業成長により、売上高は同3.6%増の6,370百万円となった。ケアサービス部門及びヘルスレント部門の増収は、2023年度よりサービス拠点数を増やし販促人員も増強して営業活動を拡大したこと、猛暑によるエアコン需要の高まりを受けクリーニング受注が増加したことが主因だ。害虫駆除器「with」を主力とするウィズ事業では、主要顧客である飲食店の営業再開が追い風になったほか、新規顧客獲得を目的とした販促活動の強化もあって、売上高は前年同期比0.5%増の1,060百万円となった。法人向け定期清掃サービスを提供する（株）アーネストでは、新型コロナウイルス感染症が5類に移行した影響で、前期の売上に貢献した厚生労働省が実施する水際対策の支援事業の受注が減少し、売上高は同16.1%減の1,216百万円となった。なお、2023年6月に神奈川県内において賃貸物件等の原状回復工事を展開するキャンズを子会社化、同年7月より連結し売上高97百万円を計上している。損益面では、ダスキン事業、ウィズ事業が増収となったが、アーネストの減収による影響で営業利益は同76百万円の減益となった。

レンタル事業の業績推移



出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

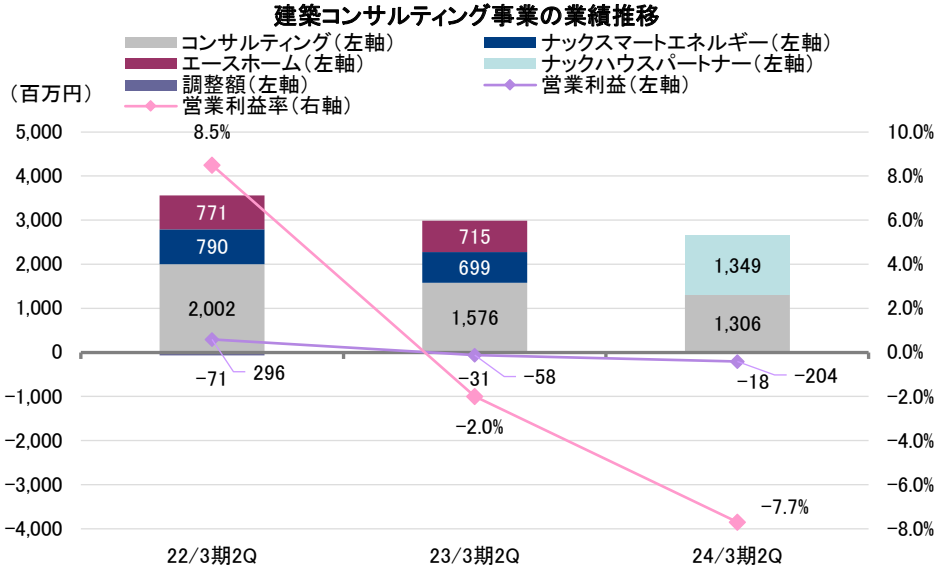
業績動向

(3) 建築コンサルティング事業

建築コンサルティング事業の売上高は 2,637 百万円（前年同期比 10.9% 減）、営業損失 204 百万円（前年同期は営業損失 58 百万円）となった。なお、損益にはナックハウスパートナーののれん償却額 20 百万円が含まれている。建築部資材の高騰や新型コロナウイルス関連融資の返済開始により、顧客である地場工務店の経営改善に向けた投資意欲が低下している。さらに、地場工務店は後継者問題や現場の人材不足、施主のライフスタイルの多様化などの課題を抱え、業務の DX、効率化への対応を迫られている。コンサルティング部門においては、2022 年 11 月に最適な住宅ローンを AI でマッチングする住宅ローン比較ツール「モゲレコ」や、クラウド型業務管理システム「CONOC」など、複数の IT ツールを搭載した無料会員サービス「D-mot（ディーモット）」をリリースし、その後約 8 ヶ月間で約 1,000 社の登録を受け付けた。2023 年 9 月には、中小工務店では内製化が難しいとされる「デザイン性が優れた企画住宅の画面データ」、「モデルハウスを建てずに受注につなげる DX 活用接客スキル」などをパッケージ化したノウハウ商品「i-Style（アイスタイル）」をリリースした。同社は、これらの商品・サービスを IT 導入補助金対象に適用させることで、多くの中小工務店の負担を最小限にして DX、業務効率化を推進した。その結果、2024 年 3 月期第 2 四半期には同サービスの販売割合が増加した。しかし、IT 導入補助金対象商品は審査申込から審査通過・振込までにリードタイムがあり売上の計上が後ずれするため、売上高は前年同期比 17.2% 減の 1,306 百万円となった。

住宅ネットワーク事業とスマートエネルギー事業においては、2023 年 4 月に住宅フランチャイズ本部として商品開発や加盟店サポートを行うエースホームが、太陽光発電システムを中心としたスマートエネルギー関連商材の販売・施工を展開する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た。両子会社の経営合理化・効率化と、両社のサービスのシナジー効果を最大化することが経営統合の目的である。スマートエネルギー事業においては、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商品供給遅延が改善し、滞留していた納品ペースが回復に向かったため、売上高は前年同期比で微増となった。一方、住宅ネットワーク事業は、加盟店の上棟数減少に伴い部材などの卸売りが減少し、売上高は前年同期比で減少し、両事業を合わせたナックハウスパートナーの売上高は同 4.5% 減の 1,349 百万円となっている。損益面では、スマートエネルギー事業において、卸売り中心から工事請負も含めた販売構成に変更したことで売上総利益率が改善したが、売上総利益率の高いコンサルティング部門の減収が影響し建築コンサルティング事業全体の営業損失は前年同期から拡大した。

業績動向

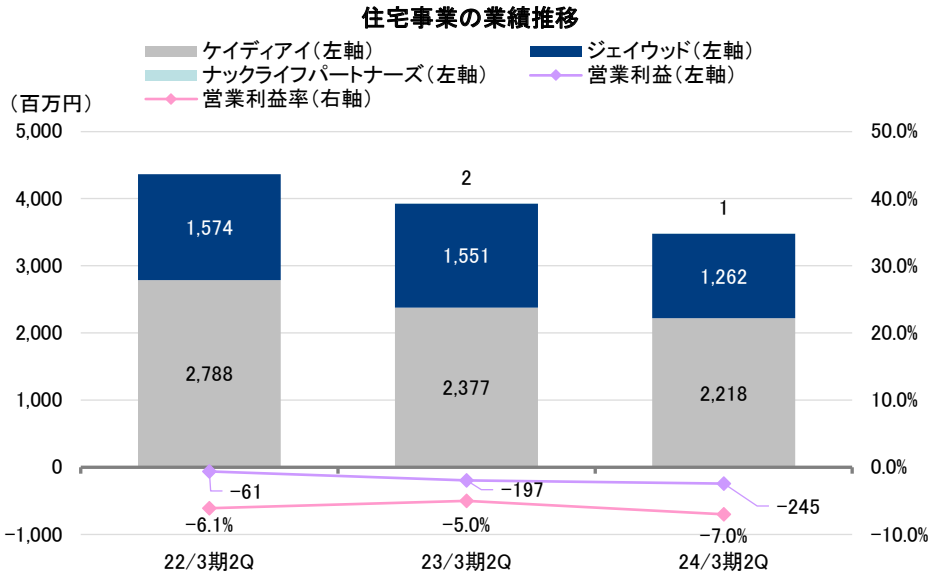


出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

(4) 住宅事業

住宅事業の売上高は3,482百万円（前年同期比11.4%減）、営業損失245百万円（前年同期は営業損失197百万円）となった。なお、損益にはケイディアのれん償却額7百万円が含まれている。国土交通省発表の9月新設住宅着工戸数によると、全体では4ヵ月連続の減少、持家では22ヵ月連続の減少となり事業環境は厳しい状況にある。ケイディアでは、都心の土地価格上昇や建築部資材高騰の影響で住宅価格が高騰し、住宅・不動産市場全体が鈍化したため販売戸数が伸び悩み、売上高は前年同期比6.7%減の2,218百万円となった。ジェイウッドでは、1棟あたりの販売単価の上昇や販売用不動産の増収があったものの、完工棟数が減少したため売上高は同18.6%減少し1,262百万円となった。損益面では、ケイディアにおいては販売戸数減少により営業利益が前年同期から大幅に悪化した。ジェイウッドでは、建築部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が改善したものの、売上高の減少により前年同期と同水準の損失計上となった。住宅事業全体の営業損失はケイディアの損益悪化の影響により前年同期比で48百万円拡大した。

業績動向

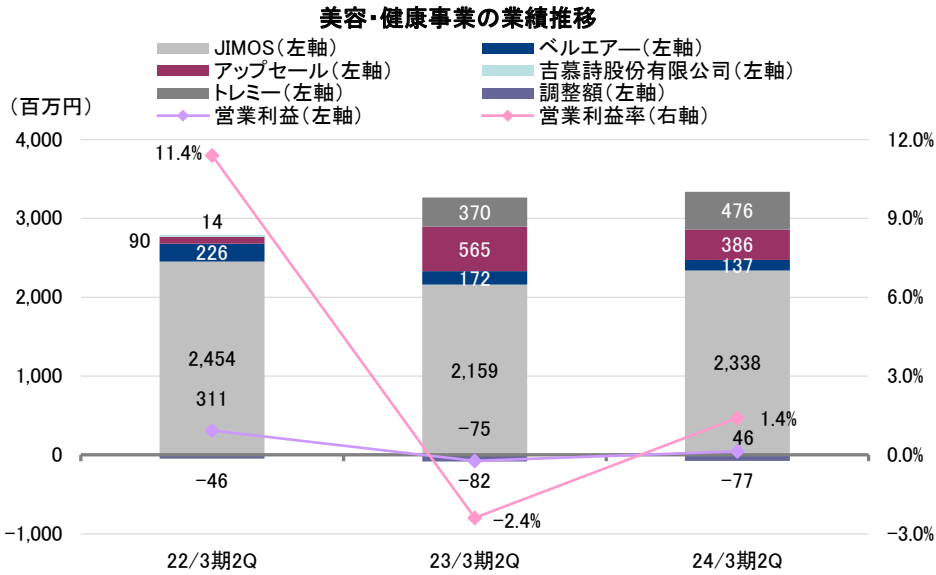


出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

(5) 美容・健康事業

美容・健康事業の売上高は3,261百万円（前年同期比2.4%増）、営業利益は46百万円（前年同期は営業損失75百万円）となった。なお、損益にはJIMOS、ベルエアー、トレミー及びアップセールののれん償却額89百万円が含まれている。化粧品業界は、新型コロナウイルスの5類感染症への移行に加え、熱中症対策としても脱マスクの動きが加速したことで、メイクアップ及びアンチエイジングなどのスキンケアの需要が増加した。また、訪日外国人によるインバウンド消費も増加しており、業界全体に持ち直しの兆しが見られる。化粧品・健康食品の通販を主力とするJIMOSでは、「SINN PURETÉ」の伸長や、「MACCHIA LABEL」での新規顧客獲得が順調に推移し、売上高は前年同期比8.3%増の2,338百万円となった。化粧品受託製造を主力とするトレミーにおいても、化粧品市場の回復に伴う既存顧客からの受注増加に加え、大手販売先からの新規受注やインバウンド需要による受注があり、売上高は同28.6%増の476百万円となった。一方、栄養補助食品の販売を手掛けるベルエアーでは、顧客数減少により売上高は同20.4%減の137百万円、化粧品・健康食品・医薬品等の通販を行うアップセールでは、EC販売の価格競争が激化したことによる販売量の減少、医薬品販売の新規顧客獲得効率の悪化により売上高は同31.7%減の386百万円となった。損益面では、アップセールが減収により損失を計上したものの、JIMOS、トレミーの売上高が増加したことに加え、グループ会社間のオフィス共用やコストコントロールが寄与し、美容・健康事業全体の営業利益は、損失計上した前年同期から黒字転換した。

業績動向



出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

新商品・サービスの開発・提供に注力し、 2024年3月期は増収増益を見込む

1. 2024年3月期の見通し

2024年3月期の業績は、売上高 60,000 百万円（前期比 5.1% 増）、営業利益 3,500 百万円（同 8.3% 増）、経常利益 3,500 百万円（同 7.9% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 2,200 百万円（同 9.9% 増）を見込む。売上高は、レンタル事業において厚生労働省関連の感染症対策受託事業などが収束するため前期比 11.9% 減を見込むが、クリクラ事業は同 1.8% 増、建築コンサルティング事業は同 33.3% 増、住宅事業は同 14.2% 増、美容・健康事業は同 17.2% 増を見込み、事業全体では同 5.1% 増を計画している。通期計画に対する 2 四半期までの進捗率については、クリクラ事業は 51.7%、レンタル事業は 52.8% と標準進捗率を上回っているが、建築コンサルティング事業は 29.3%、住宅事業は 30.3%、美容・健康事業は 40.8% と進捗に遅れが出ているため、事業全体では 43.0% となっている。同社においては、建築コンサルティング事業では IT 導入補助金対象商品が第 3 四半期以降に売上計上されること、住宅事業では例年第 3 四半期以降に売上増加が見込まれること、美容・健康事業でもスキンケアなどについては第 3 四半期以降に売上増加が見込まれることから、現時点での計画修正は想定していない。営業利益は、クリクラ事業が同 16.6% 減、レンタル事業が同 22.0% 減を見込むが、建築コンサルティング事業が同 59.4% 増、住宅事業が同 431 百万円増で黒字転換を、美容・健康事業は同 68.1% 増を見込み、事業全体では同 8.3% 増を計画している。通期計画に対する第 2 四半期までの進捗率は、クリクラ事業が 67.4%、レンタル事業が 50.4% と標準進捗率を超えているが、建築コンサルティング事業と住宅事業は損失を計上し、美容・健康事業も 11.5% と進捗に遅れが出ているため、事業全体では 17.4% となっている。前述のとおり、建築コンサルティング事業、住宅事業、美容・健康事業は第 3 四半期以降に売上高と利益が偏重する傾向があるため、同社では計画修正は想定していない。

今後の見通し

2024年3月期の業績見通し

(単位：百万円)

	23/3期 実績	24/3期 予想	前期比		24/3期 2Q	
			増減額	増減率	実績	予想比
売上高	57,068	60,000	2,931	5.1%	25,828	43.0%
クリクラ事業	14,733	15,000	266	1.8%	7,762	51.7%
レンタル事業	18,722	16,500	-2,222	-11.9%	8,711	52.8%
建築コンサルティング事業	6,754	9,000	2,245	33.3%	2,637	29.3%
住宅事業	10,067	11,500	1,432	14.2%	3,482	30.3%
美容・健康事業	6,826	8,000	1,173	17.2%	3,261	40.8%
調整他	-35	-	-	-	-26	-
営業利益	3,232	3,500	267	8.3%	609	17.4%
クリクラ事業	1,618	1,350	-268	-16.6%	910	67.4%
レンタル事業	2,050	1,600	-450	-22.0%	807	50.4%
建築コンサルティング事業	847	1,350	502	59.4%	-204	-
住宅事業	-181	250	431	-	-245	-
美容・健康事業	238	400	161	68.1%	46	11.5%
調整他	-1,341	-1,450	-108	-	-705	-
経常利益	3,243	3,500	256	7.9%	689	19.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	2,002	2,200	197	9.9%	280	12.7%

出所：決算短信、決算補足説明資料よりフィスコ作成

2. セグメント別の見通し

(1) クリクラ事業

クリクラ事業の売上高は 15,000 百万円（前期比 1.8% 増）、営業利益は 1,350 百万円（同 16.6% 減）を見込む。浄水型ウォーターサーバーの需要が拡大し、顧客獲得競争が厳しさを増す環境下、顧客拡大のためショッピングモールなどでのイベント営業を中心とする販促活動の強化、新商品・新サービスの開発・提供を進める計画だ。具体的には、2023年7月に小型浄水サーバー「putio」をリリースした。他にも同年5月に（株）Secualが提供する簡易型ホームセキュリティサービス「Secual Home」の販売を開始している。同サービスは、設置工事不要で、利用者が自分で簡単に取り付けられることが特長で、月額 980 円（税込）から始められる。クリクラ事業だけではなく、レンタル事業においてもクロスセルを展開している。また、クリクラブランド全体での販売効率化を進めるため、システムインフラ「CrePF（クリクラプラットフォーム）」の加盟店への導入を推進している。同システム導入により、宅配水業務における営業管理、伝票、精算事務の効率化が可能となる。1日の一人当たりの作業時間が30分以上短縮できるなどの成果が報告されており、コスト削減効果が期待される。2024年3月期は、前期に実施したクリクラボトルの値上げ、事業全体の生産性の向上により計画達成の可能性は高いと弊社では考えている。

(2) レンタル事業

レンタル事業の売上高は16,500百万円(前期比11.9%減)、営業利益は1,600百万円(同22.0%減)を見込む。高齢化の進展のほか、共働き世帯やリモートワークの増加、感染症対策としての除菌意識の高まりを受けて、家事支援サービスや介護関連サービスの需要、市場規模の拡大が想定される。ダスキン事業においては、2018年8月より(株)ダスキンとの資本提携契約に基づきケアサービス部門、ヘルスレント部門のさらなる出店(事業数拡大)を進め、シニア市場におけるサービス網を拡充する計画を推進している。5年間で110のサービス拠点を増設し、今期より投資回収フェーズに入っている。ケアサービス部門では庭木の剪定、エアコンクーリーニングなど、年間での定期的な利用が定着してきている。また、ヘルスレント部門でもサービスエリアの拡大に合わせて、一定のエリア内でのストックポイントの確保などを検討中だ。さらに、除菌意識の高まりを受けて空気清浄機やクリンネス商品の販売も強化している。ウィズ事業においては主要顧客である飲食店がインバウンド需要の追い風もあり、コロナ禍前の賑わいを取り戻しており順調に推移することが見込まれる。アーネストにおいては、厚生労働省関連の感染症対策などの受託事業の実績から各省庁とのパイプができ、他省庁からの受託事業の受注も開始しているが、減収は避けられない見通しだ。一方、施設・設備管理業務において、原状回復工事などの施工能力を持つキャンズとのシナジー効果が期待される。第2四半期までの事業全体の業績は堅調に推移しており、計画達成の可能性は高いと弊社では考えている。

(3) 建築コンサルティング事業

建築コンサルティング事業の売上高は9,000百万円(前期比33.3%増)、営業利益は1,350百万円(同59.4%増)を見込む。VR住宅展示場、無料会員サービス「D-mot」、太陽光発電、蓄電池、エコキュートなどDXやSDGsを推進する商品を展開するなか、IT導入補助金対象商品を活用した営業手法を強化し、販売数を拡大する計画だ。第2四半期に販売割合が増加したIT導入補助金対象商品については、審査完了まで時間を要するため、売上は第3四半期以降に伸長する見込みである。「D-mot」については、2023年9月に新たにDXを活用した集客、エンドユーザーへのエネルギーコスト抑制提案に関するコンテンツを追加搭載し、サービスを拡充した。追加コンテンツは、自社で環境と光熱費に配慮した住宅設計が可能となる「環境対応住宅サポート」、「メタバース展示場」、「HP作成キット」、SNSでの効果的な投稿により自社への問合せにつなげる「SNS分析サポート」の4つである。「D-mot」の導入推進により無料会員制度の入口を広げ、会員向けのアフターサポートも強化する計画だ。

そのほか、20年以上も中小工務店の安定的な収益化をサポートしてきた同社のオリジナル住宅開発システム「GRANDPIA system(グランピアシステム)」を大幅にアップデートした「GRANDPIA ETERNAL(グランピア エターナル)」として2023年7月にリリースした。続けて同年9月には、中小工務店では内製化が難しいとされる「デザイン性が優れた企画住宅の画面データ」、「モデルハウスを建てずに受注につなげるDX活用接客スキル」などをパッケージ化したノウハウ商品「i-Style(アイスタイル)」をリリースするなど、新商品・サービスを開発、提供し続けている。また、住宅ネットワーク事業とスマートエネルギー事業をナックハウスパートナーに統合したことによるシナジー効果で、脱炭素社会の実現に向けた新サービスも開発・提供する計画である。第2四半期までの売上高、営業利益の進捗は計画を下回るが、IT導入補助金審査完了が第3四半期以降に集中する見込みであることから、今後のキャッチアップが期待される。中小工務店においては、コスト低減、労働力確保、脱炭素に向けた関心が高まる消費者への新しい商品・サービス提案など、経営改善余地は大きく、7,000社の会員工務店に対してコンサルティングを行う同社への需要は、今後も一層高まるものと弊社では考えている。

ナック | 2024年1月25日(木)

 9788 東証プライム市場 | <https://www.nacoo.com/ir/>

今後の見通し

(4) 住宅事業

住宅事業の売上高は11,500百万円(前期比14.2%増)、営業利益は250百万円(前期は営業損失181百万円)を見込む。ケイディアイにおいては不動産ソリューションを強化し、都内23区を中心とした用地仕入に注力することで事業拡大を目指す。ジェイウッドではJWOOD事業が20周年を迎えることを背景に、様々なキャンペーンを通じて新たな「ファンづくり」の推進を目指す。北海道で展開するKUNIMOKU HOUSE事業では、省エネ住宅等の商品ラインナップを充実させることで顧客獲得を目指す。しかし、土地価格の上昇、建築部資材の高騰などを受けた住宅購入意欲の減退により、住宅着工戸数は減少傾向が続いている。そのため第2四半期までの進捗は計画を大きく下回り、営業損失を計上している。例年、第3四半期以降に受注・売上が伸びる傾向にあるため、今後の営業活動に期待が持てるだろうと弊社では考えている。

(5) 美容・健康事業

美容・健康事業の売上高は8,000百万円(前期比17.2%増)、営業利益は400百万円(同68.1%増)を見込む。JIMOSにおいては、広告投資の効率化を目的としてブランド横断的な組織を新設し、新規顧客獲得の拡大を目指す。また既存商品の価格改定や、新商品・新カテゴリーの開発により商品ラインナップを充実させることで、事業拡大を図る。具体的には、2023年4月以降「MACCHIA LABEL」で新商品をリリースし、9月以降には「SINN PURETÉ」からヒトデエキスを高濃度配合したゲルマスクをはじめ新商品を相次いでリリースしている。2023年11月にはゲームアイテムの異世界転生をコンセプトにしたコスメブランド「MAGIA(マジア)」を立ち上げ、同年12月に第一弾となる化粧水「解放(リリース)ポーション」をリリースするなど、ユニークかつ積極的なブランド展開を進めている。化粧水であるが、アニメが好きな男性やコスプレイヤー、訪日客などからも人気が高く、全国の@cosmeはもちろんのこと、アニメイト、ソフマップ、TSUTAYA、ビックカメラ、ヨドバシカメラなど異業種チャンネルでも取り扱いを開始している。今後も同シリーズの商品展開が見込まれるなか、新たなコスメ需要の獲得が期待できると、弊社では考えている。

ベルエアーでは、創立以来50年続けてきたサプリメント販売への原点回帰を掲げ、人生100年時代を見据えた販路拡大を計画している。アップセールでは、通販事業の取扱商品拡充と積極的な商品開発・仕入により収益性向上を目指す。2023年10月には同社が販売する美容・健康商材をメインとしつつ、元美容部員、薬剤師、海外バイヤーなど各カテゴリーに精通した仕入担当者が厳選した家具・家電、日用雑貨、医薬品、食品・酒類など、幅広い分野の商材を取り扱うECサイト「まるお商店」をオープンした。トレミーでは、医薬部外品等の積極的なODM提案により市場競争力を高め、利益率の向上を図るとともに、生産性を上げるための設備及び人的投資を行い、各事業との垂直連携強化によるメリットの最大化を目指す。

■ 中期経営計画並びに今後の展望・課題

2025年3月期に営業利益5,000百万円の目標を掲げる

同社は、2021年3月期から2025年3月期を最終年度とする5ヶ年の中期経営計画を推進しており、目標として売上高75,000百万円、営業利益5,000百万円を掲げている。レオハウスの譲渡により住宅事業への依存割合を下げたが、経営資源の再配置や財務体質の強化、積極的な投資の実行を施策とし、グループ全体の発展と成長を目指す。また、プライム市場上場維持基準の適合に向けて、会社認知度の向上、投資家への投資意欲の喚起を行う方針だ。

1. プライム市場の上場維持基準適合

同社は2022年4月東京証券取引所プライム市場に移行したが、その時点で上場維持基準のうち「1日平均売買代金」を充足していなかったため、中期経営計画の最終年度である2025年3月期終了後の2025年12月末までに、適合基準に達することを目指している。1日平均売買代金を2022年12月末の0.16億円から2025年12月末に0.20億円以上とする計画だ。そのために、業績の向上（中期経営計画の達成）、会社名とブランド名の紐づけ、IR活動の強化、サステナビリティや株主還元の取り組みを進め、株価向上、出来高向上を目指す。具体的には、2023年5、6月に自己株式1,000千株（発行済み株式数の4.1%）を大株主より取得し、消却を行った。2022年4月にはコーポレートサイトを全面リニューアルし、同年6月にはサステナビリティページを新設するなど情報開示の充実を図った。また、2024年1月には、2月1日を効力発生日として1株につき2株の割合をもって株式分割することを発表した。投資単価を引き下げることで、同社株式の流動性を高め、多くの投資家が投資しやすい環境をつくることを目的としている。SDGsとしては、循環型社会の実現、脱炭素社会の実現、地域との価値共創、豊かで快適な暮らしの実現、多様な人材育成と人権尊重の5つを重要課題として特定し、取り組みを進めている。脱炭素社会の実現に向けては、TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）提言への賛同を表明し、賛同企業や金融機関が一体となって取り組みを推進するコンソーシアムに加盟している。2022年7月には気候変動問題に取り組む国際NGOであるCDP（Carbon Disclosure Project カーボン・ディスクロージャープロジェクトの略）が実施する「気候変動質問書」に回答した。また、GHG（温室効果ガス）排出量に関して2050年までにカーボンニュートラルを実現する目標を掲げ、配送のEV車での実証実験、再生可能エネルギー由来の電力への切替え、クリクラボトルのエコマーク取得、ウォーターサーバー「クリクラFit」における代替フロンより環境負荷の低いグリーン冷媒への切替え、などの取り組みを進めている。

2. 事業拡大スキーム

同社は、クリクラ事業において約43万人、レンタル事業において約33万人、美容・健康事業の通信販売で約11万人と、グループ全体で合計約90万人の定期顧客を顧客基盤として抱えている。この顧客基盤を活かしてシナジー効果を創出するために、これまでの事業別の縦割りの事業展開ではなく、各事業に横串を通したグループ横断的な事業展開を目指す。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を積極的に進め、資本業務提携、M&Aも視野に入れた販売活動を進める方針である。2024年3月期は、Secualの提供する簡易型ホームセキュリティサービス「Secual Home」のクリクラ事業とレンタル事業での販売など、顧客のLTV向上に向けて取り組みは順調に進んでいる。また、共働き世代やシニア世代の顧客ニーズに合わせて、ケアサービス部門、ヘルスレント部門を拡大しているが、2023年11月にはダスキンとの資本業務提携に基づき、新たに「事業拡大・成長共同プロジェクト（仮称）」を立ち上げ、さらなる商品・サービスの開発・提供を進めることも検討している。また、中小建築業者・工務店は、DXへの対応、SDGsへの対応、コストの削減、人材の確保・育成など喫緊の経営課題が山積みである。これらのニーズに対応し、共同購入によるコスト削減、IT導入補助金活用やノウハウの提供などによる事業再構築やDXを進めることで事業を拡大する方針である。

3. 中期経営計画目標と進捗状況

中期経営計画では、2024年3月期は売上高68,000百万円、営業利益は3,800百万円を目指していたが、現時点における業績予想は売上高60,000百万円、営業利益3,500百万円と、前期比では増収増益となるものの、中期経営計画比では減収減益を見込む。引き続き、クリクラ事業やレンタル事業を中心に、事業拡大に向けた積極的な先行投資を進めるため利益成長が鈍化する見込みであり、利益水準としては中期経営計画を初めて下回る。

クリクラ事業では、2025年3月期に売上高20,000百万円、営業利益2,100百万円を目指す。2024年3月期は売上高18,000百万円、営業利益1,700百万円の計画であったが、現時点の業績予想では売上高15,000百万円、営業利益1,350百万円と、中期経営計画に対して3,000百万円の減収、350百万円の減益を見込んでいる。

レンタル事業では、2025年3月期に売上高17,000百万円、営業利益2,000百万円を目指す。2024年3月期は売上高16,000百万円、営業利益1,700百万円の計画であったが、現時点の業績予想では売上高16,500百万円、営業利益1,600百万円と、中期経営計画に対して500百万円の増収、100百万円の減益を見込んでいる。

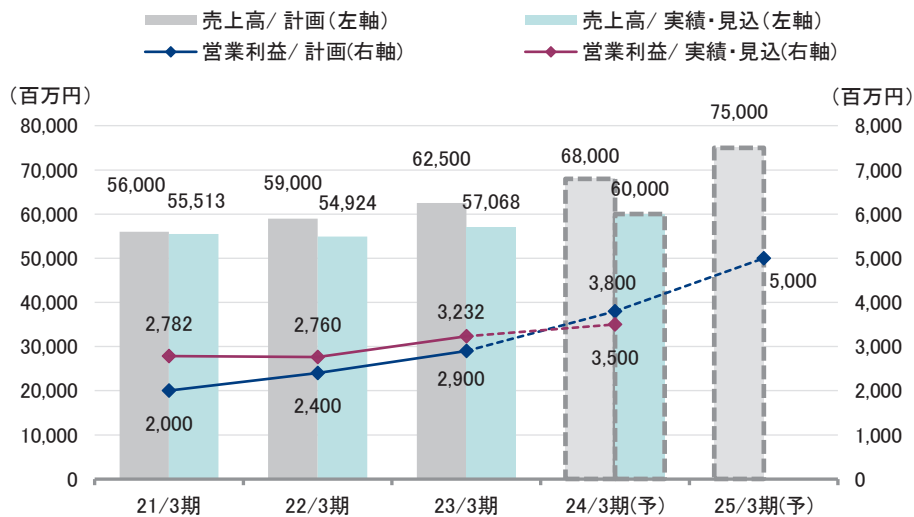
建築コンサルティング事業では、2025年3月期に売上高13,000百万円、営業利益1,600百万円を目指す。2024年3月期は売上高11,000百万円、営業利益1,300百万円の計画であったが、現時点の業績予想では売上高9,000百万円、営業利益1,350百万円と、中期経営計画に対して2,000百万円の減収、50百万円の増益を見込んでいる。

中期経営計画並びに今後の展望・課題

住宅事業では、2025年3月期に売上高 11,000 百万円、営業利益 300 百万円を目指す。2024年3月期は売上高 10,500 百万円、営業利益 200 百万円の計画であったが、現時点の業績予想では売上高 11,500 百万円、営業利益 250 百万円と、中期経営計画に対して 1,000 百万円の増収、50 百万円の増益を見込んでいる。

美容・健康事業では、2025年3月期に売上高 11,000 百万円、営業利益 500 百万円を目指す。2024年3月期は売上高 10,000 百万円、営業利益 350 百万円の計画であったが、現時点の業績予想では売上高 8,000 百万円、営業利益 400 百万円と、中期経営計画に対して 2,000 百万円の減収、50 百万円の増益を見込んでいる。

中期経営計画の業績推移



出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

株主還元策

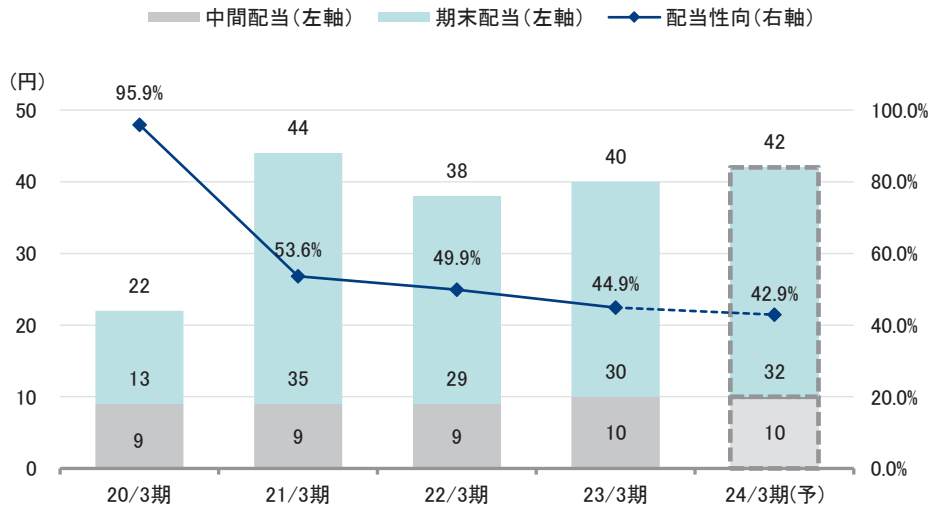
株式分割に伴い、 2024年3月期は期末 16 円と合わせて年 26 円に計画修正

1. 配当政策

同社は利益配分について、将来の事業展開と経営体質強化のために必要な内部留保を確保しつつ、積極的に利益還元を行うことを基本方針としている。配当の回数は中間期と年度末の年 2 回としており、これらの配当の決定機関は、中間期は取締役会、期末は株主総会となる。同社は 2024 年 1 月 5 日に「株式分割、株式分割に伴う定款の一部変更、配当予想の修正および株主優待内容決定に関するお知らせ」を発表した。中間期においては分割前の計画どおり 10 円配当を実施し、分割後の 2024 年 3 月期は期末 16 円と合わせて年 26 円に計画を修正している。ただし、今回の修正予想は株式分割に伴う修正であり、1 株当たりの期末配当予想に分割前からの実質的な変更はない。

株主還元策

1株当たり配当金及び配当性向の推移



※ 1 21/3 期の期末配当は記念配当 8 円含む。

※ 2 24/3 期の期末配当は株式分割前。「前回予想」の 1 株当たり期末配当予想に実質的な変更はなし。

出所：同社提供資料、会社リリースより掲載

2. 株主優待

期末の株主名簿に記載された、100 株以上を保有する株主に対して株主優待を行っている。

優待内容は所有株式数に応じて、同社グループで展開する化粧品ブランド「MACCIHA LABEL (マキアレイベル)」から、ファインバブルを取り入れた商品となっている。100 株以上 300 株未満を所有する株主には、薬用マイクロバブルローション (100ml) を贈呈、300 株以上 500 株未満を保有する株主には、薬用マイクロバブルローション (100ml) とマイクロバブルフォーム (140ml) を贈呈する。500 株以上を保有する株主には、薬用マイクロバブルローション (100ml)、マイクロバブルフォーム (140ml) に加え、マイクロバブルパック & セラム (35g) を贈呈する。

優待内容

①薬用マイクロバブルローション (100ml)	②マイクロバブルフォーム (140ml)	③マイクロバブルパック & セラム (35g)

※商品デザインは異なる場合があります

出所：同社提供資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項 (ディスクレマー) をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

■ SDGs への取り組み

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る。配送スタッフが水ボトルを届ける際に、顧客が飲み終えたボトルも一緒に回収する。回収された空ボトルについては、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もと、検査・洗浄され、再利用される。なお、家庭と工場をひと月に2回往復するクリクラの12Lボトルは、約3年使用できる耐久性があるため、500mlのペットボトルに換算すると、約1700本分のゴミ削減に値する。また、リユースができなくなったボトルも定規などの文房具などに作り替え、発展途上国や福祉施設への寄付を行っている。

さらに、全国44ヶ所に設けた製造プラントから各営業拠点へ納品することで地産地消を推進するとともに、長距離輸送によるCO₂排出を抑制している。配送車両の改善も進めており、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に工夫している。これにより車両1台ごとの配送効率を高めることができ、実質的に車の走行距離を減らすことにつながっている。そのほか、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る。

また、創業以来の事業であるダスキンはリユースが特長である。顧客の家庭やオフィスで利用し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する。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、再び顧客の手元に届く。洗浄過程で排出される汚水は、ろ過して再び洗浄用水として使用されるほか、回収したレンタル商品に付着している埃や汚れも資源化して有効利用している。さらにダスキンでは、内閣府が推進する「こどもの未来応援国民運動」に参加し、寄付付きの商品などを開発・販売している。

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp