

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 >>>

2026年7月28日 (火)

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. 2026年3月期の業績概要	01
2. 2027年3月期の業績見通し	01
■ 業績動向	03
1. 2026年3月期の業績概要	03
2. セグメント別の動向	04
■ 今後の見通し	07
1. 2027年3月期の業績見通し	07
2. セグメント別の見通し	08
3. 中期経営計画の進捗状況	09

ナック

9788 東証プライム市場

2026年7月28日 (火)

<https://www.nacoo.com/ir/>

要約

住宅関連事業は市場環境悪化で苦戦も、主力事業は堅調。成長投資と重点施策を推進

ナック<9788>は、「暮らしのお役立ち企業」を基本戦略として、ダスキン<4665>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、自社ブランドの宅配水「クリクラ」や浄水型ウォーターサーバー「feel free (フィールフリー)」等の製造販売をする「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り発展してきた企業である。

1. 2026年3月期の業績概要

2026年3月期連結業績は、売上高58,919百万円(前期比1.5%減)、営業利益2,483百万円(同17.4%減)、経常利益2,485百万円(同17.7%減)、親会社株主に帰属する当期純利益1,631百万円(同19.5%増)と売上高は微減、各段階利益は最終利益を除き減益となった。期初予想に対しては、売上高・各段階利益とも未達となった。売上面では主力のクリクラ事業やレンタル事業が堅調で、それぞれ同2.9%増、同0.5%増となったほか、美容・健康事業が同2.9%増、新たな取り組みであるその他部門が同51.0%増となった。その他部門では、2025年3月期より開始した「Yesmart」事業や、(株)ナックライフパートナーズが運営する「買取大吉」が好調だった。一方、建築コンサルティング事業及び住宅事業は、住宅着工件数が減少する市場動向に加え、建築基準法改正に伴う建築確認申請手続の長期化によって伸び悩み、それぞれ同8.5%減、同12.6%減となった。利益面では、クリクラ事業において、クリクラボトルの価格改定による売上高の増加と、解約防止策として講じた複数年契約制の導入によって解約率が想定を下回る水準で推移したことにより同11.9%増となった。一方、レンタル事業は同4.5%減となったほか、建築コンサルティング事業は同76.9%減、住宅事業は同30.5%減となった。美容・健康事業は販促強化の影響で同26.0%減、その他部門は事業立ち上げに向け費用が先行し、営業損失を計上した。最終利益が前期比で増益となった理由は、前期の投資有価証券評価損(194百万円)及び売却損(289百万円)の剥落である。

2. 2027年3月期の業績見通し

2027年3月期の連結業績は、売上高63,500百万円(前期比7.8%増)、営業利益2,800百万円(同12.7%増)、経常利益2,800百万円(同12.6%増)、親会社株主に帰属する当期純利益1,700百万円(同4.2%増)と増収増益を見込んでいる。事業セグメント別では、売上面は各事業とも堅調な伸びを見込むなか、特に建築コンサルティング事業や美容・健康事業が2ケタと大幅な伸長を予想している。利益面では住宅事業が減益を見込むものの、その他の事業では堅調な増加を予想し、建築コンサルティング事業と美容・健康事業は増収効果に伴い大きな増益を見込む。その他部門については引き続き損失を予想する。施策面では中期経営計画に掲げる目標の達成に向けて引き続き成長投資に注力する。売上拡大のための新規出店や新サービスの開発、販促活動に対する投資を推進し、各事業で顧客数の拡大を図るほか、既存事業の枠にとらわれない新規事業開発やM&Aを進める。

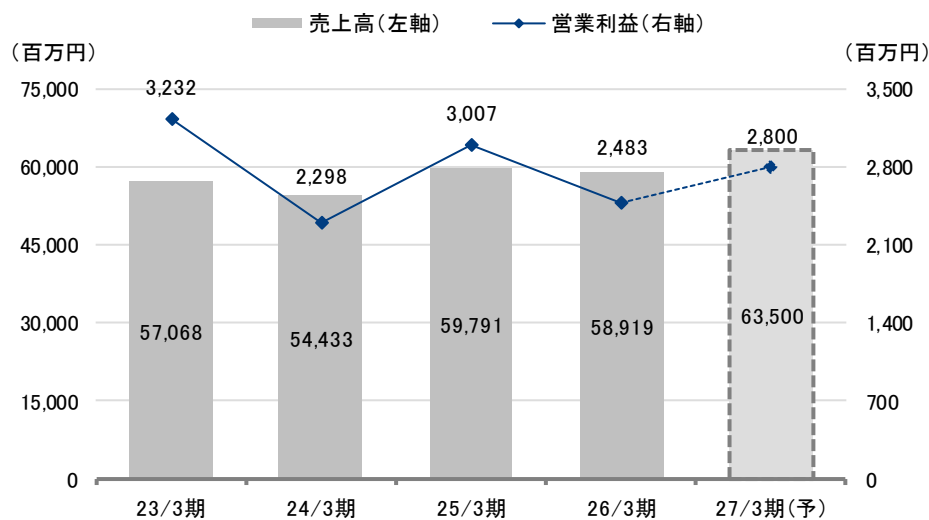
ナック | 2026年7月28日 (火)
9788 東証プライム市場 | <https://www.nacoo.com/ir/>

要約

Key Points

- ・ 2026年3月期は、住宅関連事業は苦戦も主力事業は堅調
- ・ 2027年3月期は増収増益予想。堅調な主力事業に加え建築コンサルティング事業が挽回をねらう
- ・ 中期経営計画に掲げる目標の達成に向けて、2027年3月期は重点施策を強力に推進

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

ナック

9788 東証プライム市場

2026年7月28日 (火)

<https://www.nacoo.com/ir/>

業績動向

2026年3月期は売上高が微減、各段階利益は最終利益を除き減益。 主力事業に加え、新たな取り組みが成長

1. 2026年3月期の業績概要

2026年3月期連結業績は、売上高58,919百万円（前期比1.5%減）、営業利益2,483百万円（同17.4%減）、経常利益2,485百万円（同17.7%減）、親会社株主に帰属する当期純利益1,631百万円（同19.5%増）と売上高は微減、各段階利益は最終利益を除き減益となった。期初予想の達成率は、売上高62,000百万円に対し95.0%、営業利益2,900百万円に対し85.6%、経常利益2,900百万円に対し85.7%、親会社株主に帰属する当期純利益1,900百万円に対し85.9%とすべて未達となった。売上面では、主力のクリクラ事業やレンタル事業が堅調で、それぞれ同2.9%増、同0.5%増となったほか、美容・健康事業が同2.9%増、新たな取り組みであるその他部門が同51.0%増となった。その他部門では、2025年3月期より開始した「Yesmart」事業や、グループのナックライフパートナーズが運営する「買取大吉」が好調だった。一方、建築コンサルティング事業及び住宅事業は、住宅着工件数が減少する市場動向に加え、建築基準法改正（木造住宅に関する構造計算の義務化等）に伴う建築確認申請手の長期化によって伸び悩み、それぞれ同8.5%減、同12.6%減となった。

利益面では、クリクラ事業において、クリクラボトルの価格改定による売上高の増加と、解約防止策として講じた複数年契約の導入によって解約率が想定を下回る水準で推移したことで、同11.9%増となった。一方、レンタル事業は販促費増加に伴い同4.5%減となったほか、建築コンサルティング事業は同76.9%減、住宅事業は減収を受けて同30.5%減となった。美容・健康事業は販促強化の影響で同26.0%減、その他部門は事業立ち上げに向け費用が先行し、営業損失を計上した。これらを要因に全体で減益となった。最終利益が前期比増益となった理由は、前期の投資有価証券評価損（194百万円）及び売却損（289百万円）の剥落である。

業績動向

2026年3月期連結業績

(単位：百万円)

	25/3期		期初予想	26/3期		達成率	前期比	
	実績	構成比		実績	構成比		増減額	増減率
売上高	59,791	-	62,000	58,919	-	95.0%	-872	-1.5%
クリックラ事業	15,591	26.1%	16,000	16,050	27.2%	100.3%	459	2.9%
レンタル事業	17,850	29.9%	18,000	17,936	30.4%	99.6%	86	0.5%
建築コンサルティング事業	5,385	9.0%	6,000	4,930	8.4%	82.2%	-455	-8.5%
住宅事業	13,368	22.4%	13,000	11,686	19.8%	89.9%	-1,681	-12.6%
美容・健康事業	6,506	10.9%	7,000	6,694	11.4%	95.6%	187	2.9%
その他	1,280	2.1%	2,000	1,933	3.3%	96.6%	652	51.0%
消去調整他	-190	-	-	-312	-	-	-121	-
売上総利益	28,137	47.1%	-	28,380	48.2%	-	243	0.9%
販管費	25,130	42.0%	-	25,896	44.0%	-	766	3.0%
営業利益	3,007	5.0%	2,900	2,483	4.2%	85.6%	-524	-17.4%
経常利益	3,019	5.0%	2,900	2,485	4.2%	85.7%	-534	-17.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,365	2.3%	1,900	1,631	2.8%	85.9%	266	19.5%

出所：決算短信、決算補足説明資料よりフィスコ作成

2. セグメント別の動向

(1) クリックラ事業

売上高は16,050百万円（前期比2.9%増）、営業利益は1,846百万円（同11.9%増）と増収増益となった。なお、販管費には2025年3月期に子会社化した（株）コンビボックス、及び2026年3月期に会社分割によって事業承継し設立した（株）クリックラ愛媛に係るのれん償却額等37百万円を含む。期初予想に対する達成率は、売上高16,000百万円に対し100.3%、営業利益1,700百万円に対し108.6%だった。特に営業利益は前期比2ケタの増益となり、営業利益率は11.5%（同0.9ポイント増）と伸びた。売上面では、直営部門で、酷暑を背景にボトル消費量が増加した。そのほか、クリックラボトルの価格改定を実施し、一時的に解約数が増加したものの解約防止策として3年または5年の契約期間の選択が可能な複数年プランを導入し契約年数に応じた価格設定を行ったことで、解約率は想定を下回る水準で推移した。また同社が推進する「ラストワンマイル」施策により、配達員が顧客に対して価格改定理由や複数年契約の価格メリットを訴求した効果もあったようだ。この結果、売上高は10,314百万円（同1.9%増）となった。加盟店部門では、旧型サーバーの切替に伴うサーバー販売の増加や、長期間使用したボトル容器の入替に伴う販売数の増加が寄与したものの、前期にプラント機器の販売があったことの反動減により、売上高は4,938百万円（同0.4%減）となった。前期に子会社化したコンビボックスは、顧客獲得が堅調に推移し売上高が増加した。またその他部門では、オンライン販売により小型の浄水型ウォーターサーバー「putio（プティオ）」の顧客数が増加し、売上高は増加した。利益面では増収効果に加え、「putio」において販売促進費を抑制しつつ顧客獲得が順調に進展したことが寄与した。

(2) レンタル事業

売上高は17,936百万円(前期比0.5%増)、営業利益は1,483百万円(同4.5%減)となった。販管費には(株)キャンズに係るのれん償却額12百万円を含む。期初予想に対する達成率は、売上高18,000百万円に対し99.6%、営業利益1,720百万円に対し86.2%だった。売上面では、ダスキン事業はケアサービス部門とヘルスレント部門において、前期までに新店舗での収益性向上が寄与し、売上高は13,573百万円(同1.0%増)となった。害虫駆除器「with」を主力とするウィズ事業では、コロナ禍後の飲食店再開需要が一巡したことで顧客獲得が伸び悩み、売上高2,136百万円(同1.4%減)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、採算を重視した事業運営により、受注数は堅調だったものの、売上高は1,969百万円(同0.3%減)と前期並みだった。賃貸物件等の原状回復工事等を行う(株)キャンズでは、法人営業部と連携して受注獲得に努めた結果、売上高は429百万円(同2.9%増)となった。利益面では、ダスキン事業での新規出店(3店舗)に伴う地代家賃や車両費、受注に向けた販促費のほか、人件費や配送車両向けの燃料費が増加し、営業利益は減益となった。

(3) 建築コンサルティング事業

売上高は4,930百万円(前期比8.5%減)、営業利益92百万円(同76.9%減)となった。なお、販管費にはナックハウスパートナー(株)ののれん償却額41百万円を含む。期初予想に対する達成率は、売上高6,000百万円に対し82.2%、営業利益350百万円に対し26.5%と売上高・営業利益とも未達となった。売上面では、コンサルティング部門において主要顧客の地場工務店の経営が、住宅着工棟数減少、法改正の影響による工期長期化、建築コスト増といった要因で厳しさを増すなか、補助金が活用可能な商品の提案を進めたが販売件数は伸び悩み、売上高は2,274百万円(同25.2%減)と落ち込んだ。ナックハウスパートナーでは、住宅フランチャイズを展開するエースホームブランドにおいて加盟店の上棟数が増加し、売上高は2,683百万円(同13.3%増)となった。利益面では粗利率の高いコンサルティング部門の減収が大きく響き、減益となった。同社は、コンサルティング部門の減収対策として、地場工務店に限らず、他の業態の企業でも利用可能なAIツール「NAC AI TOOL」に加え、中小企業向けAI活用研修をサービスとして展開していく予定で、2027年3月期の動向に注目したい。

(4) 住宅事業

売上高は11,686百万円(前期比12.6%減)、営業利益は278百万円(同30.5%減)となった。なお、販管費には(株)秀和住研ののれん償却額45百万円を含む。期初予想に対する達成率は、売上高13,000百万円に対し89.9%、営業利益250百万円に対し111.4%だった。売上面では、(株)ケイディアイにおいて、重点エリアの都内23区の地価高騰や、それに伴う土地仕入の競争激化に加え、建築基準法改正による着工の遅れに伴い分譲住宅の在庫を確保できず、販売数が減少した。これにより売上高は5,212百万円(同17.4%減)となった。(株)ジェイウッドでも、法改正に伴い確認審査が長期化したことで注文住宅の工期が延伸し、期中の完工棟数が減少した。一方、建築コストの上昇を受けた価格転嫁により受注単価は上昇したが、完工棟数の減少を補うには至らず、売上高は4,163百万円(同7.6%減)で着地した。秀和住研((株)秀和を含む)においても法改正に伴う確認申請審査の延伸により受注棟数が減少し、売上高は2,309百万円(同9.6%減)となった。利益面では各部門の減収が響き、ケイディアイにおいて利益率の高い物件販売があったものの、前期比で大きく減益となった。

ナック

9788 東証プライム市場

2026年7月28日 (火)

<https://www.nacoo.com/ir/>

業績動向

(5) 美容・健康事業

売上高は6,694百万円（前期比2.9%増）、営業利益は247百万円（同26.0%減）となった。販管費には（株）JIMOS、（株）トレミーののれん償却額61百万円を含む。期初予想に対する達成率は、売上高7,000百万円に対し95.6%、営業利益230百万円に対し107.8%だった。売上面では、JIMOSでは主要ブランドである「MACCHIA LABEL（マキアレイベル）」「SINN PURETÉ（シンピュルテ）」に重点を置いた広告・販促施策を行った。特に「SINN PURETÉ」については、増収傾向の潮流に乗り、大手百貨店の直営店や商業施設内への展開を通じて販促を強化し、売上高は5,794百万円（同4.5%増）となった。（株）ベルエアーでは、卸売や販促イベントによる増収を図ったが、高齢化に伴う会員数の減少により販売数は減少し、売上高は264百万円（同3.9%減）となった。トレミーでは、新規顧客開拓や取引拡大を進めたものの、主要取引先からの受注減をカバーできず、売上高は775百万円（同6.4%減）となった。利益面では、JIMOSにおける広告販促への投資を行ったほか、他部門の減収が響き減益となった。

(6) その他

2026年3月期に新設されたその他部門は、新たな取り組みに関わる事業で構成されている。内訳は、韓国食品スーパーを運営する「Yesmart」事業、ワインの卸売事業を展開するTOMOEワインアンドスピリッツ（株）、中古品買取「買取大吉」のフランチャイズに加盟する（株）ナックライフパートナーズとなる。2026年3月期の売上高は1,933百万円（前期比51.0%増）、営業損失は231百万円（前期は営業利益27百万円）となった。販管費にはTOMOEワインアンドスピリッツののれん償却額2百万円を含む。期初予想に対する達成率は、売上高2,000百万円に対し96.6%、営業損失100百万円に対し営業損失231百万円だった。売上面では、「Yesmart」事業は2026年3月期に4店舗（宇都宮・北本・日野・太田）を出店し、7店舗体制としたことで売上が大幅に増加、売上高468百万円（同506.8%増）となった。TOMOEワインアンドスピリッツでは従来のBtoB販売に加え、同社グループの顧客に対するBtoC販売を拡大したが、大口顧客への販売が減少し売上高は923百万円（同0.8%減）となった。ナックライフパートナーズは、「買取大吉」事業で2店舗を出店し6店舗体制としたことで業績が順調に推移、売上高は624百万円（同129.1%増）と大幅に増加した。損益面では、立ち上げの段階にあるため出店等の先行投資がかさみ損失幅が広がったが、「Yesmart」事業では一定の店舗数が確保できたため新規出店は一時中断し、配送効率や店舗の品揃え改善等の収益性向上施策を推進する方針であることから、今後は損失幅が縮小していくと考えられる。

■ 今後の見通し

2027年3月期は増収増益予想。 成長投資を加速させ、売上規模拡大を目指す

1. 2027年3月期の業績見通し

2027年3月期の連結業績は、売上高63,500百万円（前期比7.8%増）、営業利益2,800百万円（同12.7%増）、経常利益2,800百万円（同12.6%増）、親会社株主に帰属する当期純利益1,700百万円（同4.2%増）と増収増益を見込んでいる。事業セグメント別では、売上面は各事業とも堅調な伸びを見込むなか、特に建築コンサルティング事業や美容・健康事業が2ケタと大幅な伸長を予想している。利益面では住宅事業が減益を見込むものの、その他の事業では堅調な伸びを予想し、特に建築コンサルティング事業と美容・健康事業は増収効果に伴い大きな増益を見込む。その他部門については新規事業の展開が中心となるため引き続き損失を予想する。施策面では現在の中期経営計画の達成に向けて引き続き成長投資に注力する。売上拡大のための新規出店や新サービスの開発、販促活動に対する投資を推進し、各事業で顧客数の拡大を図るほか、既存事業の枠にとらわれない新規事業開発やM&Aを進める。

2027年3月期の業績見通し

（単位：百万円）

	26/3期 実績	27/3期 予想	前期比	
			増減額	増減率
売上高	58,919	63,500	4,580	7.8%
クリックラ事業	16,050	17,000	949	5.9%
レンタル事業	17,936	18,500	563	3.1%
建築コンサルティング事業	4,930	5,800	869	17.6%
住宅事業	11,686	12,400	713	6.1%
美容・健康事業	6,694	7,700	1,005	15.0%
その他	1,933	2,000	66	3.5%
消去調整他（新規・M&A等を含む）	-312	-	-	-
営業利益	2,483	2,800	316	12.7%
クリックラ事業	1,846	1,980	133	7.3%
レンタル事業	1,483	1,520	36	2.5%
建築コンサルティング事業	92	230	137	150.0%
住宅事業	278	260	-18	-6.5%
美容・健康事業	247	320	72	29.6%
その他	-231	-180	-	-
全社費用等（新規・M&A等を含む）	-1,233	-1,330	-	-
経常利益	2,485	2,800	314	12.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,631	1,700	68	4.2%

出所：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

売上高は17,000百万円(前期比5.9%増)、営業利益は1,980百万円(同7.3%増)と増収増益を見込む。「クリクラ」では既存顧客での複数年プラン導入が進み、新規顧客に対しても積極的に提案している。これにより、顧客基盤の拡大と、顧客の定着からLTV(Life Time Value:顧客生涯価値)の向上をねらう。また、CRM強化による顧客満足度の向上や、動画教育ツールを活用したラストワンマイル担う配送員のスキルアップ、ブランド・コミュニケーション戦略刷新に基づくプロモーション、システムインフラ「CrePF(クリクラプラットフォーム)」の加盟店導入拡大、といった従来からの施策を引き続き推進する。

(2) レンタル事業

売上高は18,500百万円(前期比3.1%増)、営業利益は1,520百万円(同2.5%増)を見込む。ダスキン事業での新規出店やM&Aによる営業エリア拡大のほか、顧客属性に合わせて取り扱う副商材の対象領域を拡大し、定期顧客へのクロスセルにより売上拡大を図る。また、ケアサービス部門で業務効率改善に向けた拠点の最適化を進める。M&Aについては、2026年3月期に(有)ダスキンの子会社化、吸収合併したが、2027年3月期においても他のダスキン加盟店の事業承継等の課題への対応策の1つとして積極的に取り組む。ウィズ事業では顧客に合わせた多種多様な副商材の販売を強化し売上につなげる。アーネストでは人手不足を補うため、外国人スタッフを教育し、ホテル清掃等のインバウンド需要に対応する。キャンズではダスキン事業の法人営業部門との連携を強化し、受注数と営業エリアの拡大を目指す。

(3) 建築コンサルティング事業

売上高は5,800百万円(前期比17.6%増)、営業利益は230百万円(同150.0%増)を見込む。コンサルティング部門では、主要顧客である地場工務店の業況が改善しない状況を踏まえ、他業態への販売も視野に入れ、汎用性の高いAIツール「NAC AI TOOL」に加え、中小企業向けAI研修をサービスとして展開していく計画だ。「NAC AI TOOL」は、顧客との商談内容を学習し、プレゼンテーションや見積もりの資料を作成するほか、取引先との受発注を効率化する機能を有する。併せて、ツール活用に向けた研修サービスも提供する。これにより収益獲得機会を上げ、業績につなげる構想である。なお、これらAIやDXツール活用においては補助金等を積極的に活用し、顧客企業の負担を軽減する。ナックハウスパートナーでは、住宅ネットワーク事業において、外部協力先との関係強化により新規加盟店の開拓や受注獲得の強化を図る。スマートエネルギー事業では、販売・施工・提案のワンストップサービスを強化し、優位性を築く。

(4) 住宅事業

売上高は12,400百万円(前期比6.1%増)、営業利益は260百万円(同6.5%減)を見込む。ケイディアイでは、重点エリアの都内23区の再開拓に注力するため、同エリアの用地仕入れを強化し優良在庫の確保を図る。採算性を重視して仕入対象を厳選し、販売時の利益確保を目指す。(株)ジェイウッドでは、既存顧客を起点に新規顧客の紹介やアフター受注等、効率的な営業活動を行う。そのほか、SNSを活用した大型リゾート建築や高付加価値住宅建築のブランド確立の施策を進める。秀和住研は2026年4月に子会社の秀和を吸収合併したが、建築基準法改正を追い風として、長期優良住宅、GX(脱炭素化)志向型住宅、ZEH(Net Zero Energy House)水準住宅といった高付加価値住宅への対応を強化し、販売ラインナップを増強する。

(5) 美容・健康事業

売上高は7,700百万円(前期比15.0%増)、営業利益は320百万円(同29.6%増)を見込む。JIMOSでは売上拡大に向けて積極的な投資を行う。「MACCHIA LABEL」ではWeb広告等の広告投資を引き続き積極的に行う。従来からの人気商品である薬用クリアエステヴェールに加え、最近では基礎化粧品のマイクロバブルラインの化粧水や乳液等の人気が高まっており、引き続き広告宣伝を強化する。「SINN PURETÉ」ではEC販売に加え、商業施設や大手百貨店での直接販売を強化する。トレミーは2026年4月に(株)ベルエアーを吸収合併したが、ベルエアーのサプリメント販売も含め、製造・薬事・研究・営業・健康食品の各部門の連携を強化し、シナジーを追求する。そのほか、従来の化粧品に医薬部外品を含めた製品展開で商品ラインナップを強化し、売上拡大につなげる。

(6) その他

その他事業では、売上高2,000百万円(前期比3.5%増)、営業損失180百万円(前期は231百万円の損失)を見込む。「Yesmart」事業では新規出店は抑制して既存の7店舗に集中し、競合との差別化を図る。商品ラインナップの開拓や仕入コストの削減を推進するほか、売り場の改善、店内イベント・キャンペーンに注力し、集客力を強化する。TOMOEワインアンドスピリッツではオンライン注文の拡大推進のほか、業務効率化に取り組む。また飲食業を中心とした業務用マーケットを開拓する。ナックライフパートナーズでは、適地を開拓して積極的に「買取大吉」を新規出店するとともに、新たなフランチャイズ事業への加盟を検討する。

3. 中期経営計画の進捗状況

(1) 中期経営計画2028

2026年3月期から2028年3月期までの3ヶ年を、長期ビジョン2035に定める2035年に目指す姿「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～」を実現するための投資フェーズと位置付け、重点施策を推進している。建築コンサルティング事業や住宅事業を除く事業については、顧客に対する定期的なサービスの提供を中心に売上高を伸ばす投資を行う。そのうえで、長期ビジョン2035の方針である、商品サービスの拡充や営業エリアの拡大、顧客数の増加のための施策を進める。積極的に売上拡大を図るが、同時に投資を強化するため利益は横ばいとなる見込みだ。市場環境の厳しい建築コンサルティング事業や住宅事業では、現状の売上高水準を維持する施策展開となる。2028年3月期の数値目標として、クリクラ事業、レンタル事業、美容・健康事業及びその他M&Aの合計で売上高49,500百万円、建築コンサルティング事業及び住宅事業の合計で売上高19,000百万円、総計68,500百万円(2025年3月期比14.6%増)を目指し、営業利益は3,300百万円(同9.7%増)を目指す。

中期経営計画初年度の2026年3月期は、建築コンサルティング事業及び住宅事業を除く事業の売上高で42,613百万円(前期比3.4%増)と増収を確保したが、建築コンサルティング事業と住宅事業の合計売上高は16,616百万円(同11.4%減)と減収、全体の売上高は58,919百万円(同1.5%減)とわずかに減収、営業利益は2,483百万円(同17.4%減)と減益で着地した。同社はこれらの進捗状況について一定の評価をしながらも、各事業の施策等業務内容における課題を認識しており、2027年3月期からそれらの課題を解決しつつ重点施策をさらに強力に推進する方針だ。

(2) 重点施策の進捗状況

クリクラ事業では、ラストワンマイルの担い手である配送員のスキルアップや複数年プランの導入による顧客のLTV向上施策が進んでいる。宅配水「クリクラ」の価格改定に際しては、配送員の丁寧な顧客対応が価格改定のネガティブな影響を低減させたうえ、複数年プランの契約につながるなど、成果を挙げた。引き続きCRMを深化することで「クリクラ」ブランドを市場に浸透させる。

レンタル事業では、ダスキン事業の新規出店と加盟店のM&Aによる顧客拡大策を進めている。2026年3月期は新規エリアへの出店を進めたほか、ダスキンヤマナカを子会社化後に吸収合併した。また人件費や燃料費が高騰するなか、ITにより業務効率化を進め、販管費のコントロールに努めている。2027年3月期はこれらの施策を継続して推進するほか、ケアサービス部門でも業務効率改善を進める。さらに、レンタル事業では2026年5月に(株)グッドライフビジネスサポートを子会社化した。グッドライフビジネスサポートは現在ダスキン事業の人材採用を担っており、将来的には同社グループ全体にサービス展開することも見据えている。

建築コンサルティング事業では、住宅分野で厳しい状況が続くなか、コンサルティング分野で新たな顧客層を開拓すべく、「NAC AI TOOL」や新たなサービスの提案・販売を進める。ナックハウスパートナーでは、環境配慮や構造設計に優れた長期優良住宅など、フランチャイズ加盟店にとって時代に合うメニューの開発を進める。

住宅事業では、ケイディアイがコストに見合った優良土地物件を開拓し、ジェイウッドでは従来の戸建ての注文住宅以外にも、リゾート地における高付加価値住宅のニーズへ対応する。秀和住研は長期優良住宅や環境配慮型の物件供給等により厳しい建設業界に対応していく。

美容・健康事業では、主力のJIMOSにおいて積極的な広告投資の効果が売上に表れており、引き続き広告施策に注力する。またベルエアーを吸収合併したトレミーでは、化粧品OEM分野での新規顧客開拓と、シナジーを生かした競争力のある高付加価値な新商品開発を強化する。

重要事項 (ディスクレーマー)

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、企業から報酬を受け取って作成されています。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、配布等することは強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