

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12月20日(金)

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. 2025年3月期中間期の業績概要	01
2. 2025年3月期の業績見通し	01
■ 業績動向	02
1. 2025年3月期中間期の業績概要	02
2. セグメント別の動向	04
■ 今後の見通し	06
1. 2025年3月期の業績見通し	06
2. セグメント別の見通し	07
3. 中期経営計画の進捗状況	10
4. SDGs への取り組み	10

■ 要約

住まいと生活に密接した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<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、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)」、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。

1. 2025年3月期中間期の業績概要

2025年3月期第2四半期(以下、中間期)の業績は、売上高27,836百万円(前年同期比7.8%増)、営業利益763百万円(同25.3%増)、経常利益755百万円(同9.6%増)、親会社株主に帰属する中間純利益107百万円(同61.6%減)となった。期初計画(中間期ベース)に対しては、売上高が0.6%未達、営業利益は30.5%未達、経常利益は31.3%未達、親会社株主に帰属する中間純利益は85.6%未達で着地した。売上高については、建築コンサルティング事業では地場工務店からの受注が減少し、ナックハウスパートナー(株)でも加盟店向けの部材売上減少により前年同期比11.1%減の減収となった。住宅事業は(株)ケイディアイや(株)ジェイウッドにおける住宅販売が大きく伸びたほか、新たに連結対象となった(株)秀和住研の売上が加わり、大幅な増収となった。美容・健康事業では一部部門が減収となったが、2025年3月期から通期で連結対象となったTOMOEワインアンドスピリッツ(株)の売上がカバーし、前年同期比増加した。利益面では美容・健康事業において(株)JIMOSの販売促進費圧縮効果もあって増益となったが、主力のクリクラ事業やレンタル事業は減益となった。また、建築コンサルティング事業や住宅事業では、前年同期以前から継続している営業損失の改善に取り組み、損失額を圧縮した。親会社株主に帰属する中間純利益は投資有価証券評価損(185百万円)の計上等により前年同期比で大きく減少した。

2. 2025年3月期の業績見通し

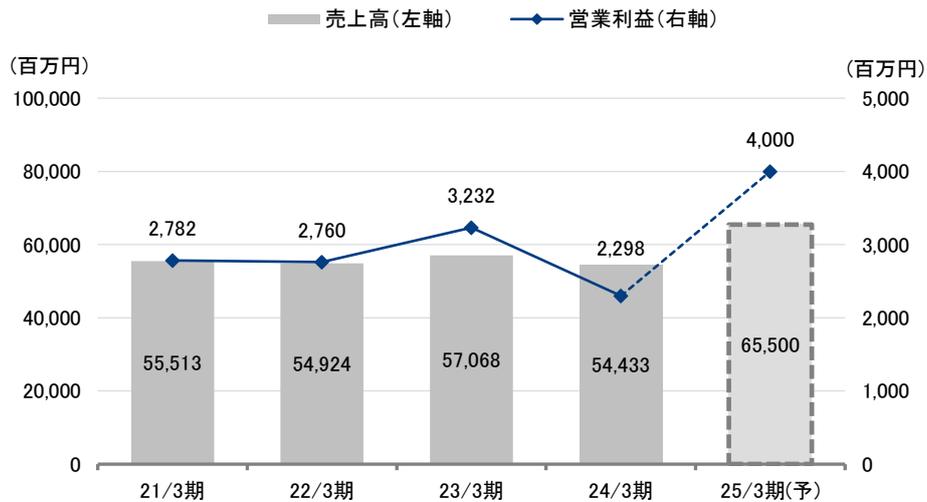
2025年3月期の業績は、売上高65,500百万円(前期比20.3%増)、営業利益4,000百万円(同74.1%増)、経常利益4,000百万円(同67.3%増)、親会社株主に帰属する当期純利益2,550百万円(同77.5%増)と期初業績予想を据え置いた。売上高については、クリクラ事業及びレンタル事業においては前期比微増だが、その他の事業では大幅な増収を計画している。建築コンサルティング事業や住宅事業といった住宅関連事業では、下期業績拡大を目指し、受注率向上に向けた営業活動を推進する。住宅事業では秀和住研の業績上積みを期待し、同社事業との連携によるシナジー発揮で業績面への寄与に期待がかかる。美容・健康事業では、JIMOSにおける新規顧客獲得、(株)トレミーにおける医薬部外品を対象としたODM(Original Design Manufacturing)商品の開発や協力工場との連携強化による新規受注増のほか、通期で連結対象となったTOMOEワインアンドスピリッツにおけるアップセルをはじめとした他事業との連携等により、シナジー発揮が業績面の押し上げとなること期待される。利益面については増収効果に加え、2024年3月期までに新規出店により拡大した事業の投資回収により、利益拡大がプラス材料になることを見込む。

要約

Key Points

- ・2025年3月期中間期は増収、利益面は最終利益を除いて増益を確保
- ・新たに連結対象となった秀和住研や TOMOE ワインアンドスピリッツが業績向上に貢献

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

主力のクリクラ事業とレンタル事業が堅調、住宅事業も大きく寄与

1. 2025年3月期中間期の業績概要

2025年3月期中間期の業績は、売上高27,836百万円(前年同期比7.8%増)、営業利益763百万円(同25.3%増)、経常利益755百万円(同9.6%増)、親会社株主に帰属する中間純利益107百万円(同61.6%減)となった。期初計画(中間期ベース)に対しては、売上高が0.6%未達、営業利益は30.5%未達、経常利益は31.3%未達、親会社株主に帰属する中間純利益は85.6%未達での着地となった。

業績動向

売上高については、主力事業の1つであるクリクラ事業において、昨年から販売開始した小型の浄水型ウォーターサーバー「putio」の販売促進効果等もあって顧客獲得が順調に推移し、同0.5%増となった。またレンタル事業では主力のダスキン事業が定期顧客数の増加等により堅調に推移したほか、ウィズ事業やグループの(株)キャンズの売上増が寄与し、同1.8%増となった。建築コンサルティング事業では顧客となる地場工務店の財務的事情(コロナ融資の返済等)で受注が減少したほか、ナックハウスパートナーにおいても加盟店向けの部材売上減少といった要因により同11.1%減となった。住宅事業はケイディアイやジェイウッドにおける住宅販売が大きく伸びたほか、新たに連結対象となった秀和住研の売上が加わり、53.2%増と大幅に伸長した。美容・健康事業では一部部門が価格競争等の影響を受け減収となったが、2025年3月期から通期で連結対象となったTOMOEワインアンドスピリッツ(2024年9月に巴ワイン・アンド・スピリッツから社名変更)の売上がカバーし、同9.1%増となった。

利益面では美容・健康事業においてJIMOSが販売促進費を圧縮した効果もあって前年同期比で大きく増益を果たした。一方、主力のクリクラ事業は「putio」の先行投資の影響で、レンタル事業では新規出店等のコスト増により前年同期比で減益となった。また、建築コンサルティング事業や住宅事業では、前年同期以前から継続している営業損失の改善に向けて、販売促進費等の抑制や固定費の見直しに取り組み、損失額の圧縮を果たした。親会社株主に帰属する中間純利益は投資有価証券評価損(185百万円)の計上等により前年同期比で大きく減少した。

2025年3月期中間業績

(単位:百万円)

	24/3 期中間期		計画	25/3 期中間期		達成率	前年同期比	
	実績	構成比		実績	構成比		増減額	増減率
売上高	25,828	100.0%	28,000	27,836	100.0%	99.4%	2,008	7.8%
クリクラ事業	7,762	30.1%	8,100	7,803	28.0%	96.3%	41	0.5%
レンタル事業	8,711	33.7%	8,800	8,870	31.9%	100.8%	159	1.8%
建築コンサルティング事業	2,637	10.2%	3,600	2,345	8.4%	65.2%	-292	-11.1%
住宅事業	3,482	13.5%	4,000	5,334	19.2%	133.4%	1,852	53.2%
美容・健康事業	3,261	12.6%	3,500	3,556	12.8%	101.6%	295	9.1%
消去調整他	-26	-	-	-74	-	-	-48	-
売上総利益	13,178	51.0%	-	13,351	48.0%	-	173	1.3%
販管費	12,568	48.7%	-	12,588	45.2%	-	20	0.2%
営業利益	609	2.4%	1,100	763	2.7%	69.5%	154	25.3%
経常利益	689	2.7%	1,100	755	2.7%	68.7%	66	9.6%
親会社株主に帰属する 中間純利益	280	1.1%	750	107	0.4%	14.4%	-173	-61.6%

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) クリクラ事業

売上高は7,803百万円(前年同期比0.5%増)、営業利益は870百万円(同4.4%減)となった。計画比(中間期ベース)では売上高は3.7%未達、営業利益は16.1%超過と利益面では達成した。ボトルの宅配が不要で定額かつ安価に利用可能な浄水型ウォーターサーバーは需要が増加する一方、顧客獲得競争が激化している。直営部門では、昨年からの販売開始した小型の浄水型ウォーターサーバー「putio」について積極的なWeb広告や、ショッピングモールでのイベント販売等を強化するなど、先行投資の形で販売促進に資金を集中的に投入したことで、新規顧客獲得件数は順調に推移した。また解約予防策として、様々な企業とアライアンスを行い話題性のある商品を副商材として提案した結果、解約率も低下した。次亜塩素酸水溶液「ZiACO」については、新型コロナウイルス感染症の5類移行後、特需の収束でコロナ禍以前のペースに戻っており、前年同期比で減少した。結果として直営部門の売上高は前年同期比微増で着地した。加盟店部門では1顧客当たりのボトル消費量増加や解約率の低下があったが、一方で他社製品との競争激化から顧客数が伸び悩み、売上高は前年同期比微減となった。利益面では、「putio」への注力により販売促進費が増加したこともあり、前年同期比で営業利益は減少し、営業利益率は同0.5ポイント減の11.2%となった。

(2) レンタル事業

売上高は8,870百万円(前年同期比1.8%増)、営業利益は742百万円(同8.1%減)となった。計画比(中間期ベース)では売上高は0.8%超過、営業利益は12.7%未達となった。ダスキン事業は、売上高6,645百万円(同4.3%増)と増収となった。ダストコントロール部門における顧客の解約率低下や副商材の販売が好調であったことが要因となった。ケアサービス部門ではダスキン<4665>が「サービスマスター事業」(プロの手によるお掃除サービス)や「メリーメイド事業」(家事代行サービス)の価格改定(値上げ)を実施し、増収の一因となった。その他、ヘルスレント部門でもダスキンとの資本業務提携に基づく新規出店効果等で定期顧客数が増加し、増収に寄与した。

害虫駆除器「with」を取り扱うウィズ事業では、営業キャンペーンによる新規顧客数増加に加え、既存顧客への副商材の販売が寄与し、売上高は1,102百万円(同3.9%増)と増加した。また(株)アーネストでは、インバウンド需要の増加を背景に宿泊施設のベッドメイキング等の販促活動を強化して定期売上が増加した一方で、新型コロナウイルス感染症水際対策支援事業の終了に伴う減収により売上高969百万円(同20.3%減)と減収となった。キャンズでは、賃貸物件の原状回復工事においてダスキン事業の法人営業部との連携により受注数を拡大しており、売上高230百万円(同137.1%増)と業績に寄与した。

利益面では、ダスキン事業での新規出店やケアサービス部門の販売管理システム導入に伴う販管費の増加がネックとなり減益となった。

業績動向

(3) 建築コンサルティング事業

売上高は2,345百万円(前年同期比11.1%減)、営業損失65百万円(前年同期は204百万円の損失)となった。計画比(中間期ベース)では売上高は34.8%未達、営業利益は250百万円の計画に対して赤字での着地となった。コンサルティング部門では、顧客である地場工務店が住宅業界の着工棟数減少や、コロナ融資の返済開始といった課題を抱え、財務的な事情から経営改善への投資を行う余裕のない状態が続いている。同社は着工棟数が伸び悩むなか、工務店向けの建築・経営ノウハウ商品を拡充する等の施策で需要喚起を図ったが、売上高は1,257百万円(同3.7%減)と減収となった。ナックハウスパートナーの業績は、売上高1,099百万円(同18.6%減)となった。スマートエネルギー事業では、従来の卸売から材工請負に変更した影響で卸売の減収があったほか、新築住宅を中心とした材工請負も建築需要減に伴い完工数が減少し、減収となった。住宅ネットワーク事業では、エースホームブランドのフランチャイズ加盟店において住宅上棟件数が減少し、部材売上高が減少したことが減収要因となった。損益面では、コンサル部門が受注減に伴って販売管理費や業務委託費を抑制した結果、営業損失は前年同期比で大幅に縮小した。なお損益にはナックハウスパートナーののれん償却額20百万円を含む。

(4) 住宅事業

売上高は5,334百万円(前年同期比53.2%増)、営業損失は196百万円(前年同期は245百万円の損失)となった。計画比(中間期ベース)では売上高は33.4%超過、営業損失は50百万円見込みのところ、196百万円の損失となった。なお営業損失には2024年5月に子会社化した秀和住研ののれん償却額15百万円が含まれる。ケイディアについては、住宅建築需要の低迷を受けて顧客の需要を喚起するために販売価格の見直しを行い、販売棟数を増加させた結果、売上高2,891百万円(同30.3%増)と大幅増収となった。またジェイウッドでは注文住宅に加えて建売住宅の販売にも注力し、売上高は1,526百万円(同20.9%増)となった。さらに2025年3月期中間期は2024年6月より連結子会社となった秀和住研の売上高772百万円、及び秀和住研の子会社である(株)秀和の売上高63百万円が増収に寄与した。損益面ではこれらの増収効果に加えて、ジェイウッドにおける固定費を中心とした販売管理費の見直しや、秀和住研の連結効果もあって損失額は49百万円縮小した。

(5) 美容・健康事業

売上高は3,556百万円(前年同期比9.1%増)、営業利益は133百万円(同185.3%増)となった。計画比(中間期ベース)では売上高は1.6%超過、営業利益は166.4%超過と計画値を達成した。なお、損益にはJIMOS、トレミー及びTOMOEワインアンドスピリッツののれん償却額75百万円が含まれている。化粧品・健康食品の通販等を行うJIMOSでは、従来強みの自然派化粧品分野で他社参入が増加したことで商品のコモデティ化が進み、「Coyori」や「豆腐の盛田屋」に関する売上が減少した。一方で「MACCHIA LABEL」や「SINN PURETÉ」の好調により減収分を補完したことから、売上高は2,356百万円(同0.7%増)とほぼ前年同期並みとなった。トレミーでは、化粧品の受託生産の受注が増加し、リピート売上も堅調で売上高は488百万円(同2.6%増)となった。栄養補助食品の販売を手掛けるベルエアーは、既存会員の高齢化により販売数が減少し、売上高は134百万円(同1.8%減)となった。化粧品・健康食品・医薬品等の通販を行うアップセールは、主力のヘアケア製品の仕入れ不調による品不足で売上が減少したうえ、ECモールでの価格競争激化の影響もあり、売上高は290百万円(同24.8%減)と減収となった。TOMOEワインアンドスピリッツは2025年3月期から通期で連結対象となるが、従来からのワインを中心とした洋酒の輸入卸販売に加えて、アップセールが運営するECモールでの通信販売を開始した。シナジーを発揮し、売上高は400百万円を計上した。利益面では、TOMOEワインアンドスピリッツにおいて、円安に伴う仕入価格上昇分を売上価格に反映する際タイムラグが発生し、損失を計上したものの、JIMOSにおける販売促進効率化による費用圧縮が奏功し、営業利益は前年同期比で大きく増加した。

■ 今後の見通し

2025年3月期は増収増益を計画も、中期経営計画に対しては減収減益

1. 2025年3月期の業績見通し

2025年3月期の業績は、売上高 65,500 百万円（前期比 20.3% 増）、営業利益 4,000 百万円（同 74.1% 増）、経常利益 4,000 百万円（同 67.3% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 2,550 百万円（同 77.5% 増）と期初の業績予想を据え置いた。2025年3月期は中期経営計画に対しては減収減益を見込んでいるが、中計目標に近づけるため邁進する考えだ。売上高については、クリクラ事業及びレンタル事業においては前期比微増だが、その他の事業では大幅な増収を計画する。建築コンサルティング事業や住宅事業といった住宅関連事業は、例年業績が下期に偏重する傾向があることから、商機を逃さずに受注率向上に向けた営業活動を推進する。住宅事業では、連結対象となった秀和住研に関する業績分の上積みへ期待がかかる。他にも、秀和住研と同社事業との連携による、シナジー発揮のための施策も明確になっており、業績への寄与を期待したい。美容・健康事業では、JIMOS における商品リニューアルからの新規顧客獲得、トレミーにおける ODM 商品の開発や協力工場との連携強化による新規受注増といった施策のほか、通期で連結対象となった TOMOE ワインアンドスピリッツにおけるアップセールでの EC モール販売や、ウィズ事業との連携等施策によるシナジー発揮が、業績押し上げにつながるだろう。

利益面については、人材投資やサービス開発・販促活動など顧客獲得のための投資を予定しているが、増収効果に加え、2024年3月期までに新規出店により拡大した事業の投資回収が進行中で、プラス材料になることを見込む。費用面ではクリクラ事業における販売促進費の適切なコントロールや、建築コンサルティング事業における販売管理費・業務委託費の効率化、美容・健康事業における広告宣伝費や販売促進費の効率化等施策の継続が見込まれ、利益率向上に資することが期待される。なお配当については、1株当たり年間配当 22 円（中間 5 円の実績、期末 17 円の予想）を予想しており、配当性向は 37.1% となる見込みである。

今後の見通し

2025年3月期の業績見通し

(単位：百万円)

	24/3 期 実績	25/3 期 予想	前期比	
			増減額	増減率
売上高	54,433	65,500	11,066	20.3%
クリクラ事業	15,239	16,100	860	5.6%
レンタル事業	17,463	17,800	336	1.9%
建築コンサルティング事業	5,661	9,000	3,338	59.0%
住宅事業	9,448	10,900	1,451	15.4%
美容・健康事業	6,684	8,000	1,315	19.7%
調整他（新規・M&A等を含む）	-64	3,700	3,764	-
営業利益	2,298	4,000	1,701	74.1%
クリクラ事業	1,706	1,720	13	0.8%
レンタル事業	1,597	1,810	212	13.3%
建築コンサルティング事業	28	1,350	1,321	4,721.4%
住宅事業	27	320	292	1,085.2%
美容・健康事業	298	360	61	20.8%
消去調整他（新規・M&A等を含む）	-1,360	-1,560	-199	-
経常利益	2,390	4,000	1,609	67.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,436	2,550	1,113	77.5%

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16,100百万円（前期比5.6%増）、営業利益は1,720百万円（同0.8%増）を見込む。通期業績予想比で中間期の進捗率は売上高48.5%、営業利益50.6%と堅調に推移している。浄水型ウォーターサーバーの需要が拡大する中で引き続き同分野の新規顧客獲得に注力し、昨年からの販売開始した小型の浄水型ウォーターサーバー「putio」の販促を強化することで収益基盤の拡大を図る。下期の販売促進費の投入規模については、顧客獲得の推移を見ながら判断するとしている。販促施策としては上期と同様、積極的なWeb広告の出稿や、ショッピングモールなどでのイベント営業を展開し営業活動を強化する。ウォーターサーバーと並行して副商材の販売も継続し、特に年末商戦に向けて拡販活動を活発化することで相乗効果による売上増を狙う。加盟店での顧客獲得についても直営部門と同様にイベント営業を進め、巻き返しを図る。加盟店向けには、同事業のシステムインフラ「CrePF（クリクラプラットフォーム）」の導入を進め、販売活動の効率化で収益性を確保する。次亜塩素酸水溶液「ZiACO」は新型コロナウイルス感染症の5類移行の影響で売上が減少傾向にあるが、冬場のインフルエンザ対策等向け除菌・ウイルス除去効果に対する需要が期待できるほか、消臭効果という商品特性をアピールすることでウェルビーイング需要を喚起し、売上増を図る。

(2) レンタル事業

売上高は17,800百万円（前期比1.9%増）、営業利益は1,810百万円（同13.3%増）を見込む。業績予想比で中間期の進捗率は売上高49.8%、営業利益41.0%と堅調に推移している。ダスキン事業については、資本業務提携契約に基づき出店拡大を進めてきたケアサービス部門とヘルスレント部門での投資回収を図る。これは中期経営計画でもその達成を目標として掲げており、通期で注力する。新販売管理システムの導入も推進し、業務効率化を進める。ウィズ事業においては、主要顧客である飲食店向けの営業強化を図る。同事業はコロナ禍影響を除けば毎期安定した売上を見込めることから、営業強化によりさらなる上積みを図る考えだ。インバウンド需要対応の側面からは、訪日外国人客が抱く日本のクレンリネス期待に応えるため、害虫駆除は飲食店に必要不可欠となり、これを追い風として注力する。アーネストにおいては、これまでに水際対策の支援事業関連で取引関係を構築したホテル等に対し、インバウンド需要対応としてベッドメイキング等を強化し、売上増加につなげる。キャンズにおいては、上期の実績に貢献したダスキン事業とのさらなるシナジーに期待がかかる。他事業と比較して売上規模は小さいが、協業実績から将来に向けたノウハウを蓄積し、受注・活動エリアの拡大を進めていく。

(3) 建築コンサルティング事業

売上高は9,000百万円（前期比59.0%増）、営業利益は1,350百万円（前期は28百万円の利益）を見込む。業績予想比で中間期の進捗率は売上高26.1%、かつ65百万円の営業損失計上と、現時点では苦戦中だ。コンサルティング部門では顧客である地場工務店を取り巻く経営環境が思わしくないなか、受注獲得に役立つ建築コンサル向け商品を拡充することで顧客を支援する。一例として、2024年9月に工務店のブランディングを行う(株)ONE STONESと業務提携契約を締結し、規格住宅、変容住宅、作品住宅の3つのプロダクトを提供する「THE Architect」の販売を開始した。工務店が利用することで、ユニークな発想と技術でカスタマイズできる規格住宅、新築以上の魅力で住人の美意識を共鳴させるリノベーション、住人との共創で地域のアイコンとなる唯一無二のフルオーダーメイド住宅など、デザイン性をサポートし、住宅需要喚起を図る。同社によれば、販売開始以降の反響は良く、出だしも好調とのことであり、売上高改善への期待は大きい。特に小規模工務店では、デザイン性の追求には困難なことが多く、設計を支援することで工務店からの注目度も高いようだ。そのほか、無料会員サービスである「D-mot」の拡充による導入窓口の拡大や、DX・省エネ化を推進する商品販売を引き続き進める。ナックハウスパートナーではコンサルティング部門をはじめとする社内他部門との連携により、省エネ関連商材の受注増加を目指すほか、新サービス等の共同開発を進める。住宅関連の業績は比較的下期偏重の傾向があり、加盟店との連携をさらに強化して販売機会を逃さぬ対応を進める。

(4) 住宅事業

売上高は10,900百万円（前期比15.4%増）、営業利益は320百万円（前期は27百万円の利益）を見込む。業績予想比で中間期の進捗率は売上高48.9%、営業損失196百万円の計上と、売上面は堅調だが損益面に課題が残る。住宅事業の業績は例年下期偏重の傾向にあり、かつ売上単価も高いことから、各部門で商機を確実に捉える対応を進めていく。ケイディアイにおいては、用地仕入について、引き続き従来の都内23区中心から東京郊外にまで対象を拡げ、不動産ソリューション強化と事業拡大を目指す。ジェイウッドではバリアフリー対策等で需要の高まる平屋や店舗・店舗併用住宅の受注強化に向けて営業活動を推進するほか、ナックハウスパートナーで扱う住宅「ACE HOME（エースホーム）」の販売に関し、FC契約する秀和住研と協業して受注の増加を図る。北海道で展開するKUNIMOKU HOUSE事業では、高性能住宅や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。さらに2025年3月期から連結対象となった秀和住研の業績は業績予想に見込まれておらず、上積みにも期待がかかる。秀和住研は元々ナックハウスパートナーが運営するフランチャイズ「ACE HOME」のトップディーラーであることから、同社内、特に営業エリアの同じジェイウッドとのシナジーが期待できる。

(5) 美容・健康事業

売上高は8,000百万円（前期比19.7%増）、営業利益は360百万円（同20.8%増）を見込む。業績予想比で中間期の進捗率は売上高44.5%、営業利益36.9%と50%をやや下回るが、下期に向けて重点施策を推進し計画達成を目指す。JIMOSにおいては、「MACCHIA LABEL」等の各ブランドの主要製品の強化やリニューアルを行うほか、新商品・新カテゴリーの開発により新規顧客獲得を図る。ベルエアーでは、創立以来続けてきたサプリメント販売への原点回帰を掲げ、販路拡大の推進とともに商品リニューアルによる新規顧客獲得を推進する。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。取扱商品拡充の一環として連結対象となったTOMOEワインアンドスピリッツと協働してワイン直販を行うほか、医薬品販売の拡大に向けて広告投資を行う。これにより自社EC内でのグループ顧客の囲い込みを進める。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、利益率の向上と、各事業との垂直連携強化によるグループシナジーの最大化を目指す。TOMOEワインアンドスピリッツでは前述のアップセールとの協働のほか、ウィズ事業とも連携して飲食店向けワインの販売を強化する。ウィズ事業の営業部門が営業活動を行い、新たな販売ルートを開拓する。また2024年6月には施策の1つとしてサブスク方式でのワイン販売を行う「ワインのサブスク by Tomoe ワイン」の提供を開始しており、クリクラ、レンタル、美容・健康の各事業で抱える定期顧客向けに販路を拡大する具体的施策を進めている。

3. 中期経営計画の進捗状況

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いる。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、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している。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。最終年度となる2025年3月期について、当期の業績予想は売上高65,500百万円（中期経営計画の87.3%）、営業利益4,000百万円（同80.0%）と中期経営計画を下回るものの、前期比では増収増益を見込んでおり、2025年3月期業績予想の達成を目指し、各事業で計画している施策を遂行する。

セグメント別の状況としては、クリクラ事業は最終年度売上高20,000百万円、営業利益2,100百万円の計画に対して、売上高16,100百万円、営業利益1,720百万円の見込みとなり未達の予想となる。レンタル事業は売上高17,000百万円、営業利益2,000百万円の計画に対して売上高17,800百万円、営業利益1,810百万円と売上超過ながら利益は未達となる見込みだ。建築コンサルティング事業は売上高13,000百万円、営業利益1,600百万円の計画に対して売上高9,000百万円、営業利益1,350百万円と売上高・利益ともに未達となる見込みである。住宅事業は売上高11,000百万円、営業利益300百万円の計画に対し、売上高10,900百万円、営業利益320百万円とほぼ計画を達成する見込みである。美容・健康事業は売上高11,000百万円、営業利益500百万円の計画に対し、売上高8,000百万円、営業利益360百万円と売上高・利益ともに未達となる見込みである。

4. SDGs への取り組み

同社では、重要課題（マテリアリティ）として、(1) 循環型社会の実現、(2) 脱炭素社会の実現、(3) 豊かで快適な暮らしの実現、(4) 働く人々の幸せづくり、(5) 地域との価値共創、(6) 企業統治・企業倫理の徹底、を設定している。特に環境面での取り組みに注力が見られることから、その一例を紹介する。

クリクラでは資源を節約し、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の配送時に使用済みボトルも一緒に回収し、回収された空ボトルは、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下、検査・洗浄され、再利用される。家庭と工場をひと月に2回往復するクリクラの12リットルボトルは、約3年使用できる耐久性があり、500ミリリットルのペットボトル換算では約1,700本分のゴミ削減に値する。また、耐久性の問題で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。2024年4月には、ボールペンに再製品化したことを発表した。その他、クリクラ事業やダスキン事業、ウィズ事業では配送スタッフがアイドリングストップを心掛けている。グループ全体で登録されている車両は1,300台以上に上り、全車両で1日10分のアイドリング時間短縮により1年間でガソリン約60キロリットル、CO₂排出量を約39トン削減できる。またクリクラ事業では積載スペースを上げた配送専用の車両を開発し、配送効率を高め、車の走行距離短縮に貢献している。ダスキン事業はサービス自体がリユースを前提としたレンタルであり、事業の拡大が環境保全につながる。トレミーでは自社工場に大型太陽光パネルを設置しており、CO₂削減量は年間約25トンに上る。

2021年9月には気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）提言への賛同も表明、TCFDコンソーシアムにも加盟しており、環境・気候問題を経営の観点から捉えて今後も取り組みを進めていく。

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