



キッチンから、笑顔をつくろう

2012年3月期

決算説明会

プレゼンテーション資料

2012年5月16日



キッチンから、笑顔をつくろう

I . 決算の概要

1. 2012年3月期 連結決算の概要

(単位: 百万円)

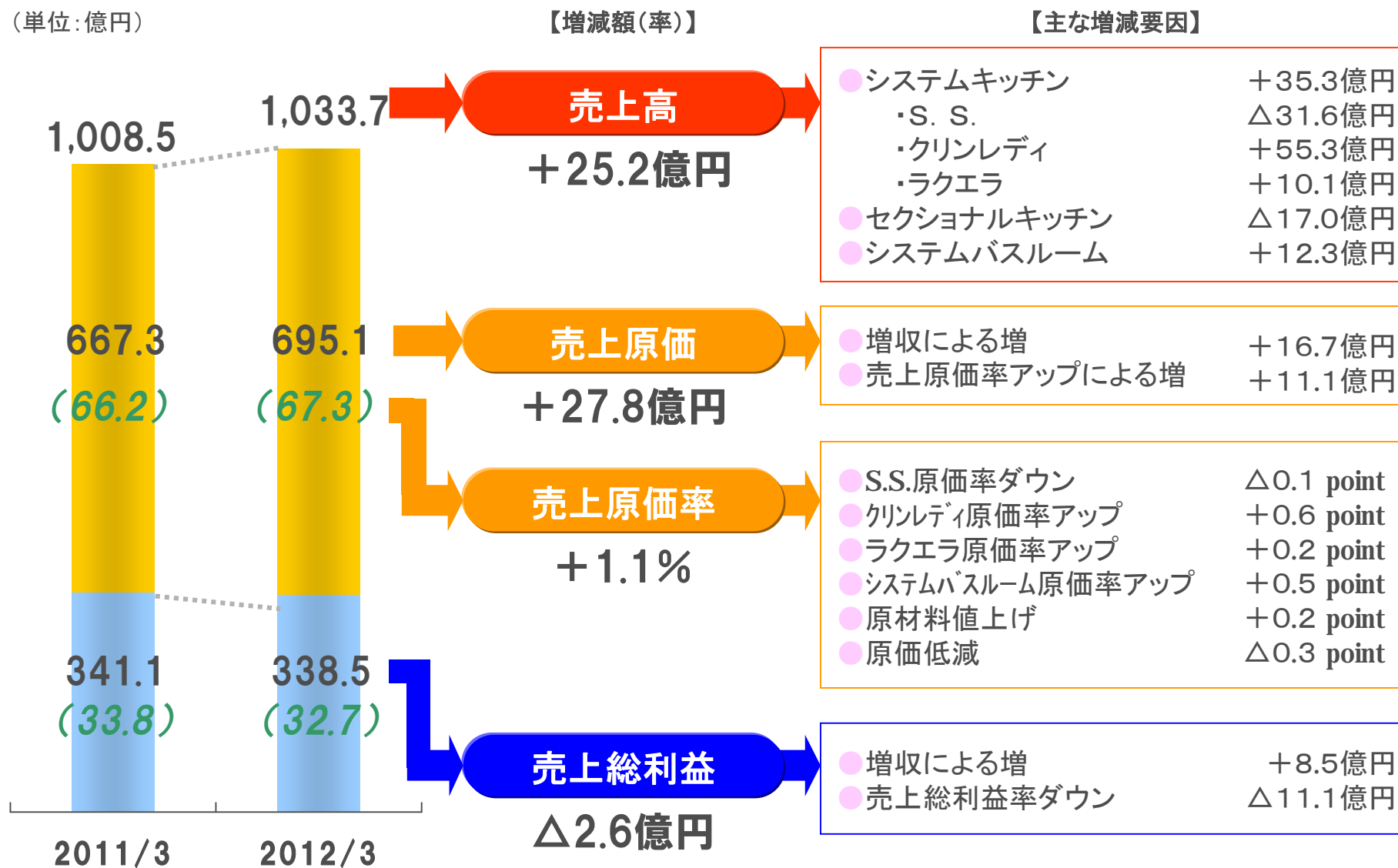
	2012/3 (実績)	2011/3 (実績)	前期比 増減率	2012/3 (期初予想)	2012/3 (修正予想)	修正予想比 増減率
売上高	103,377	100,851	2.5%	100,000	102,500	0.9%
営業利益	2,370	2,876	△17.6%	1,600	2,100	12.9%
経常利益	2,083	2,590	△19.5%	1,500	1,900	9.7%
当期純利益	2,155	257	738.5%	300	1,800	19.8%
1株当たり 当期純利益	46.27円	5.49円	742.8%	6.44円	38.63円	19.8%

* 期初予想 : 2011年8月6日公表

* 修正予想 : 2012年2月6日公表

2. 連結損益の状況① 売上高・売上総利益

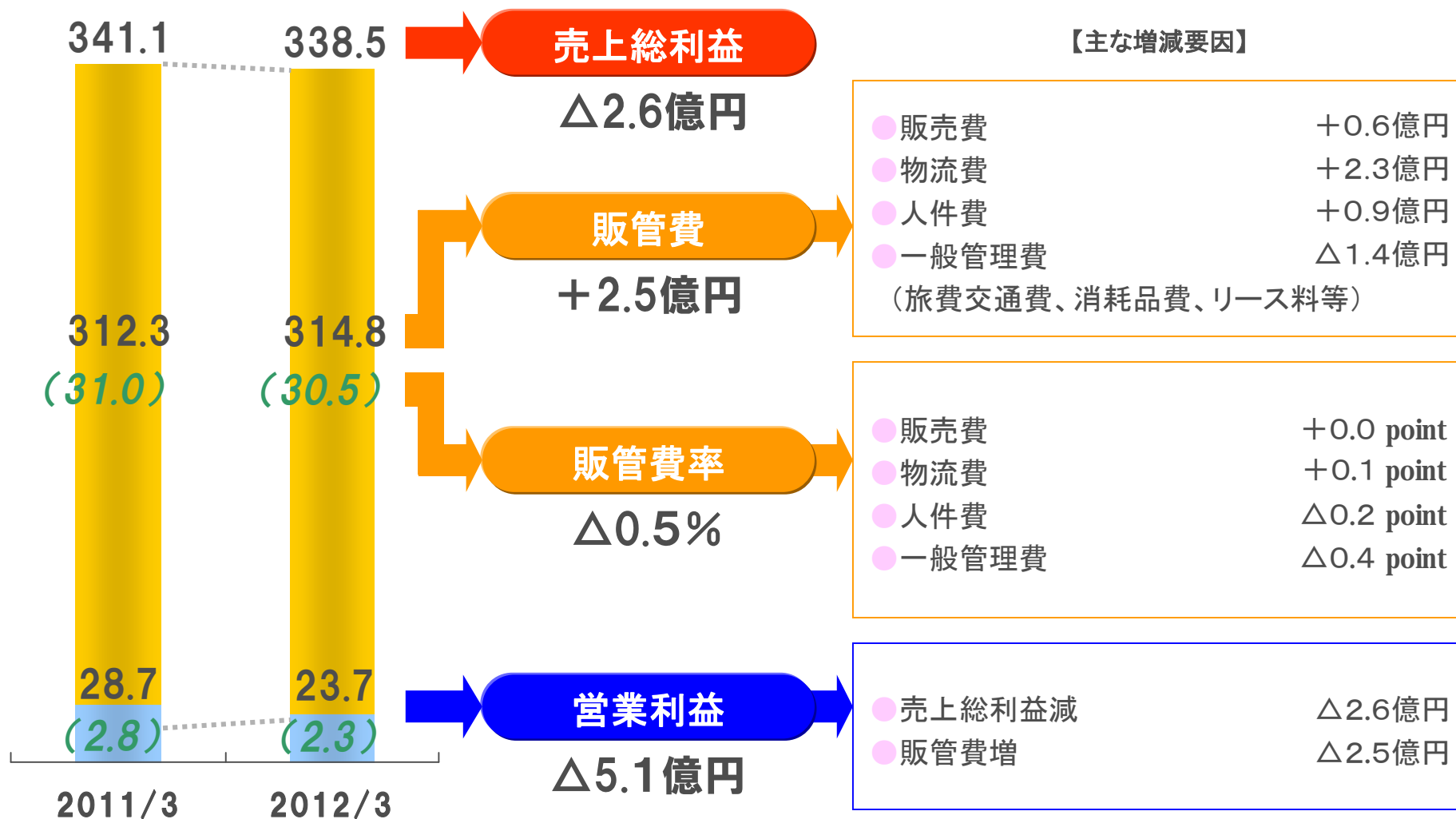
(単位:億円)



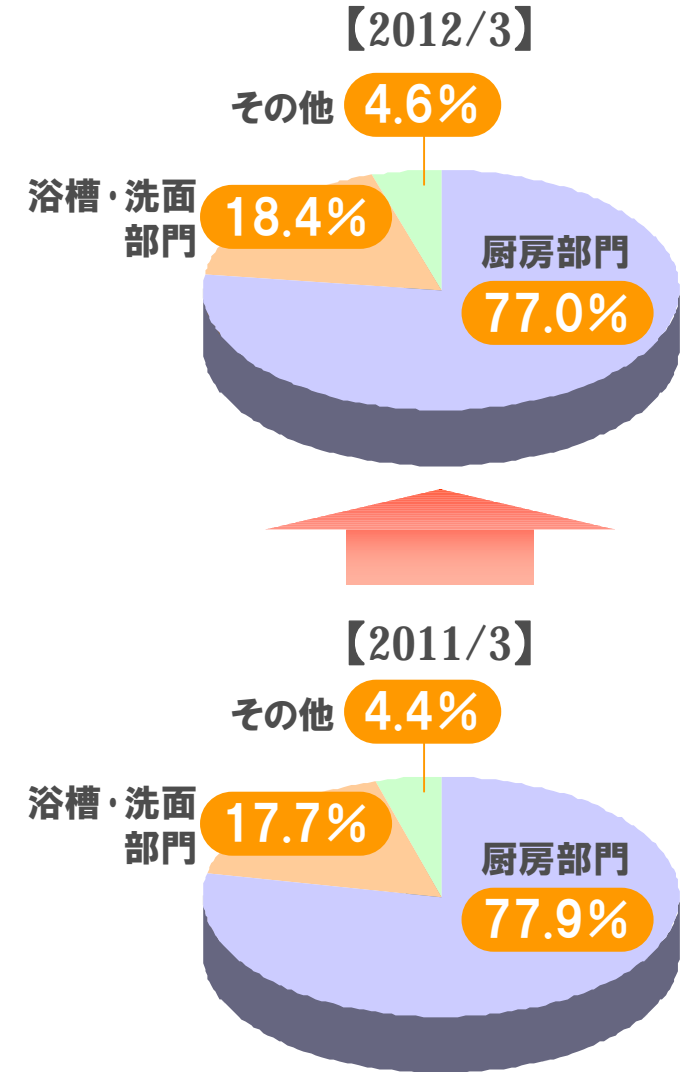
2. 連結損益の状況② 販管費・営業利益

(単位: 億円)

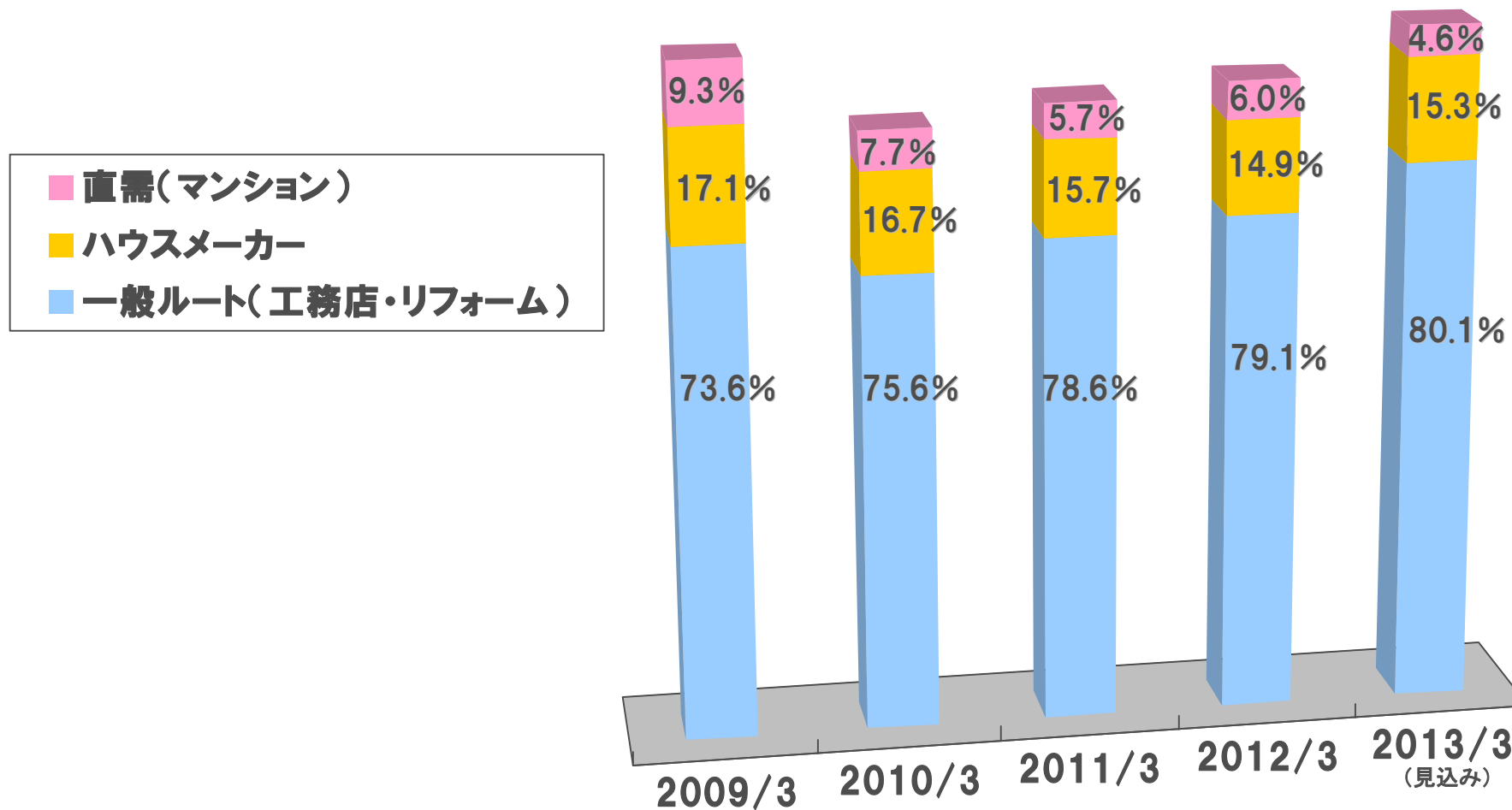
【増減額(率)】



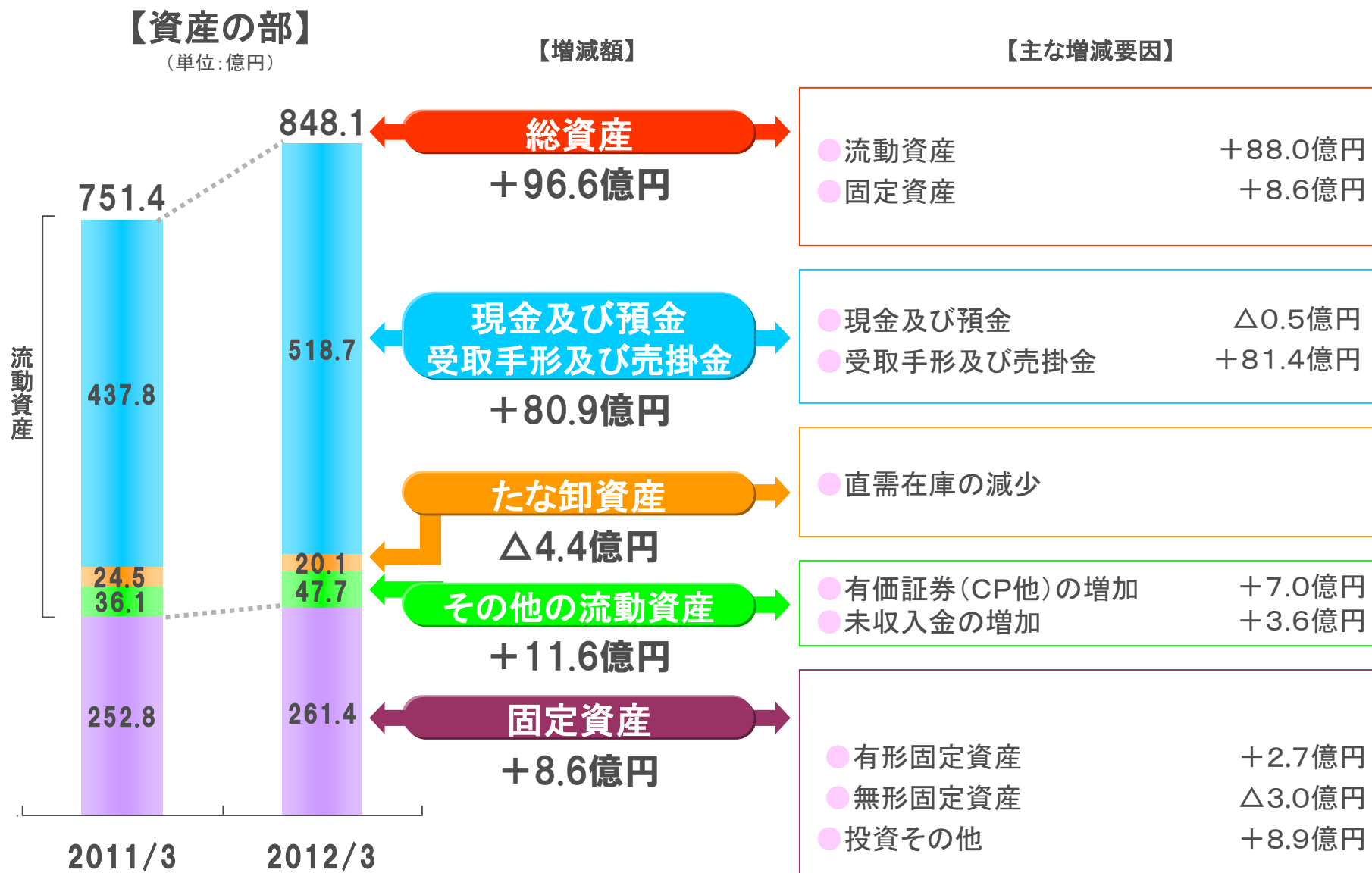
3. 売上構成① 部門別(連結)



3. 売上構成② 販売ルート別(単体)



4. 連結貸借対照表の概要-1/2



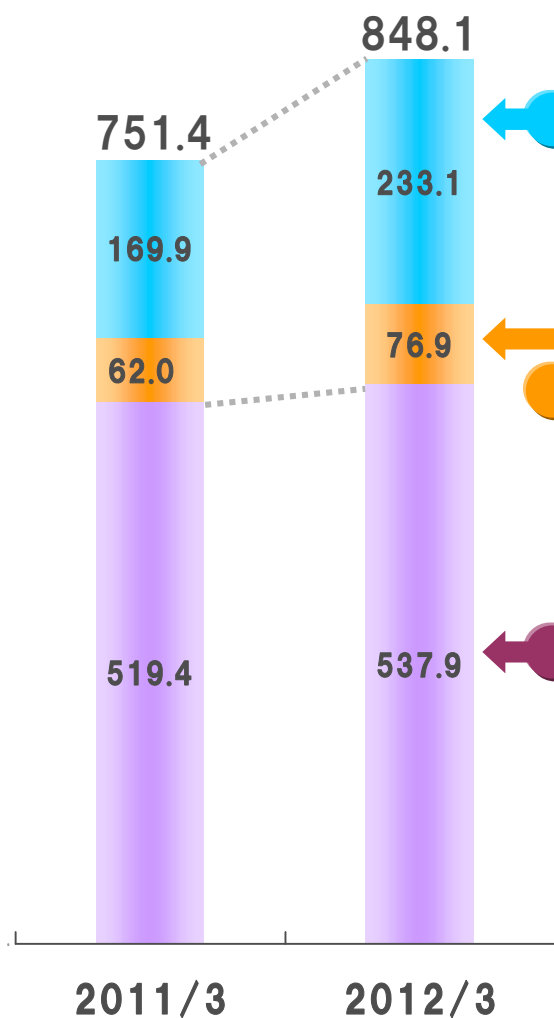
4. 連結貸借対照表の概要-2/2

【負債・純資産の部】

(単位:億円)

【増減額】

【主な増減要因】



流動負債
+63.2億円

固定負債
+14.8億円

純資産合計
+18.5億円

- 買掛金 +26.7億円
- 未払金 +22.8億円
- 1年内返済予定長期借入金 +16.1億円
- 災害損失引当金 △4.4億円

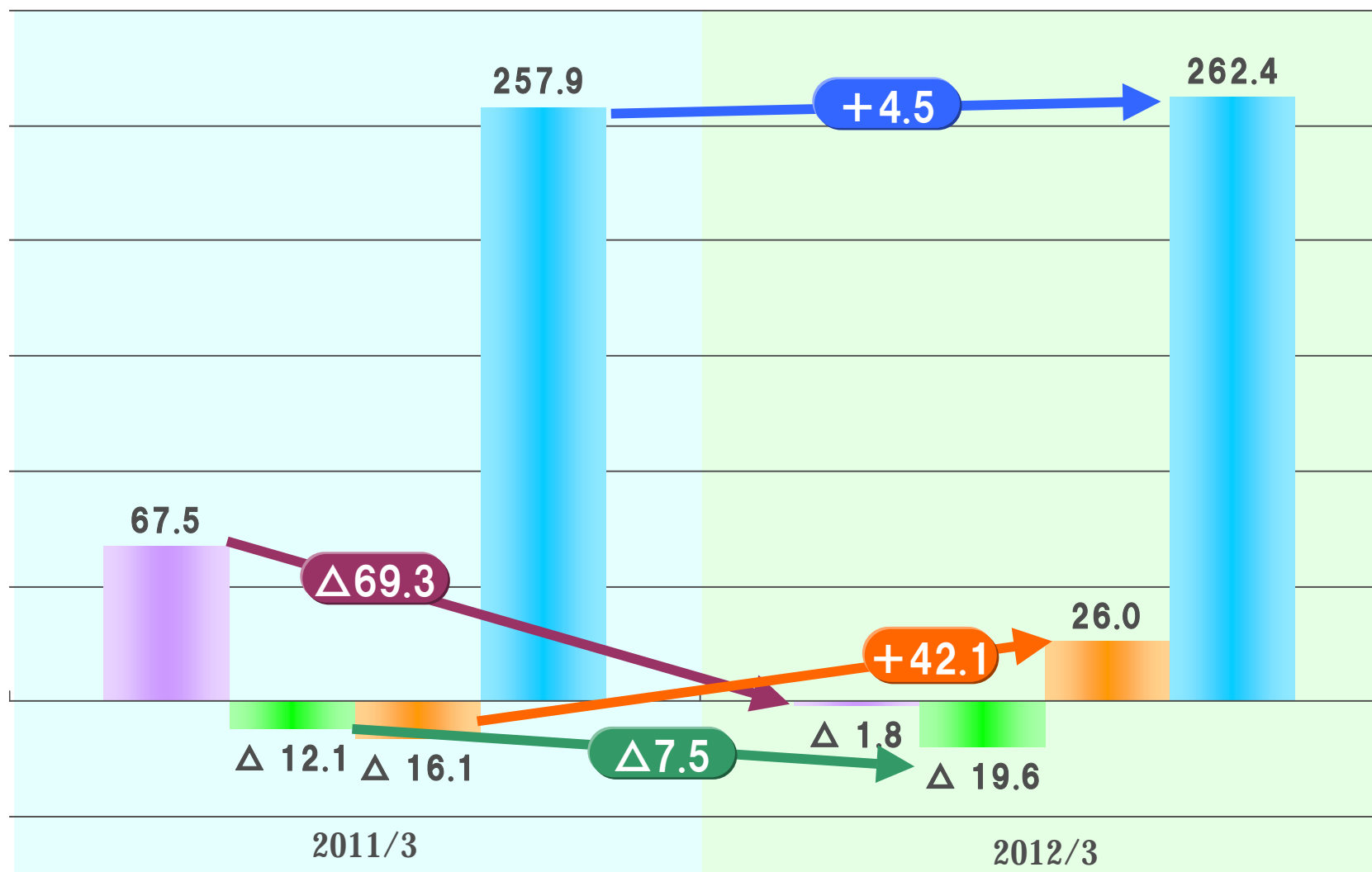
- 長期借入金 +15.8億円

- 当期純利益 +21.5億円
- 配当 △4.6億円
- その他有価証券評価差額金 +1.6億円

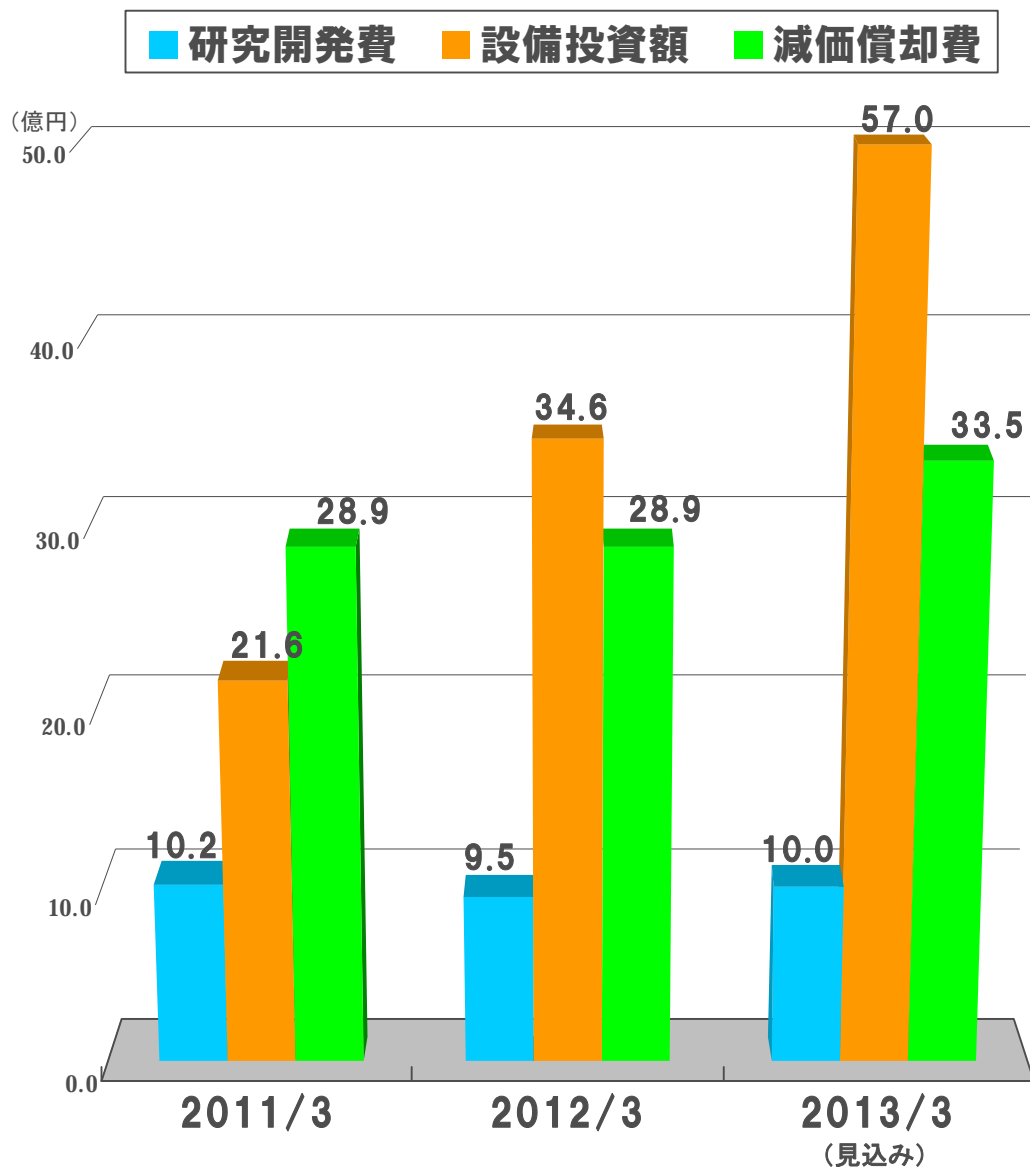
5. 連結キャッシュ・フロー計算書の概要

(単位: 億円)

■ 営業活動CF
 ■ 投資活動CF
 ■ 財務活動CF
 ■ 現金及び現金同等物の期末残高



6. 設備投資等の状況(連結)



【主な設備投資の内容】

2012年3月期の実績

①生産関係	7.7億円
②ショールーム改装等	12.2億円
③営業事業用不動産	7.7億円
④情報投資	4.0億円

2013年3月期の計画

①生産関係	28.9億円
②営業関係	19.1億円
③情報関係	6.9億円
④その他	2.1億円

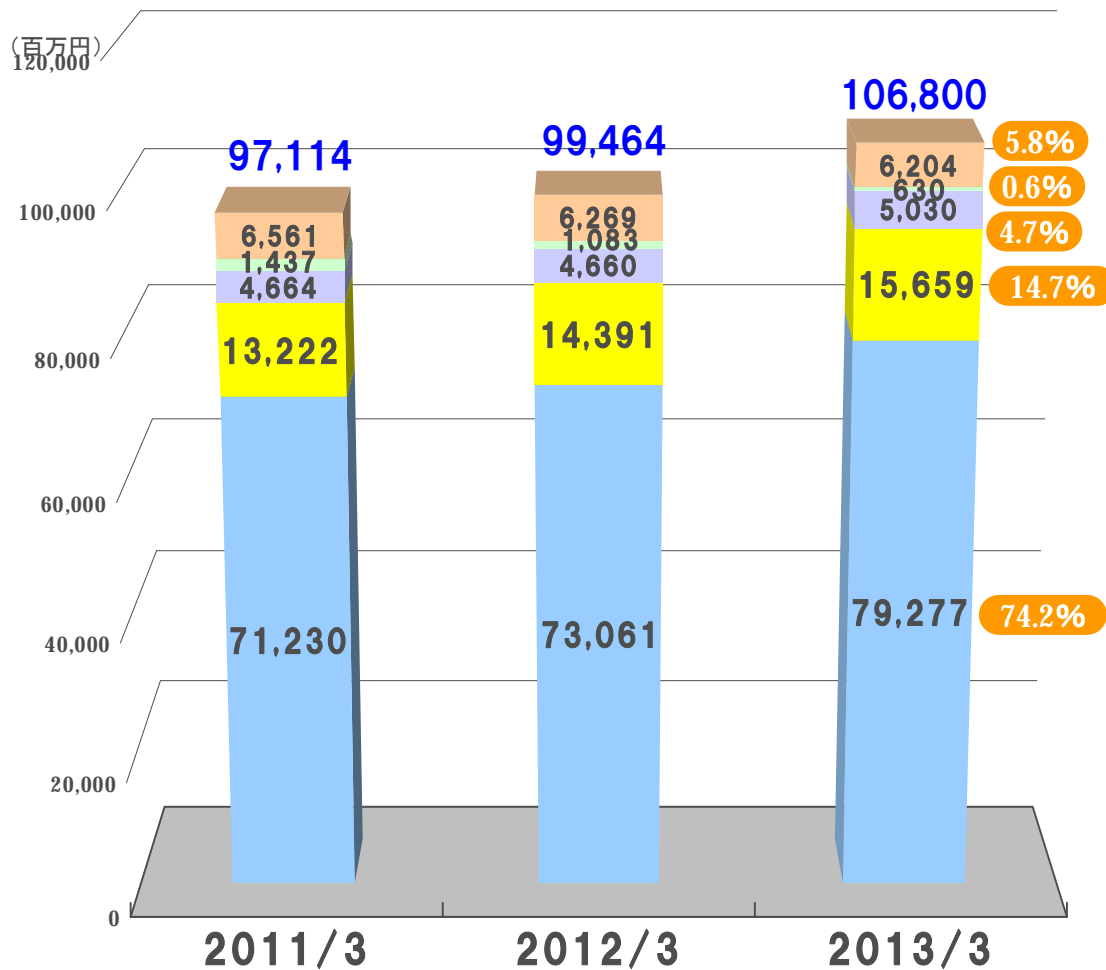
7. 2012年3月期 単体決算の概要

(単位:百万円)

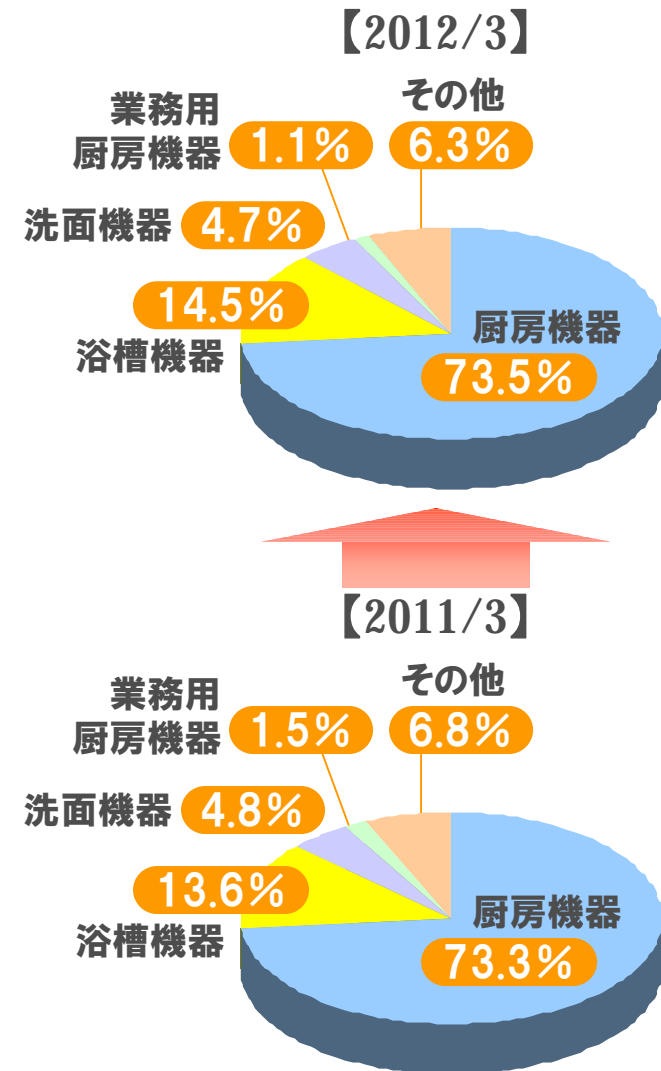
	2012/3 (実績)	2011/3 (実績)	前期比 増減率
売上高	99,464	97,114	2.4%
営業利益	1,406	1,944	△27.6%
経常利益	1,362	1,943	△29.9%
当期純利益	2,033	14	- %
1株当たり 当期純利益	43.65円	0.31円	- %

8. 部門別の単体売上構成

■ 厨房機器 ■ 浴槽機器 ■ 洗面機器 ■ 業務用厨房機器 ■ その他

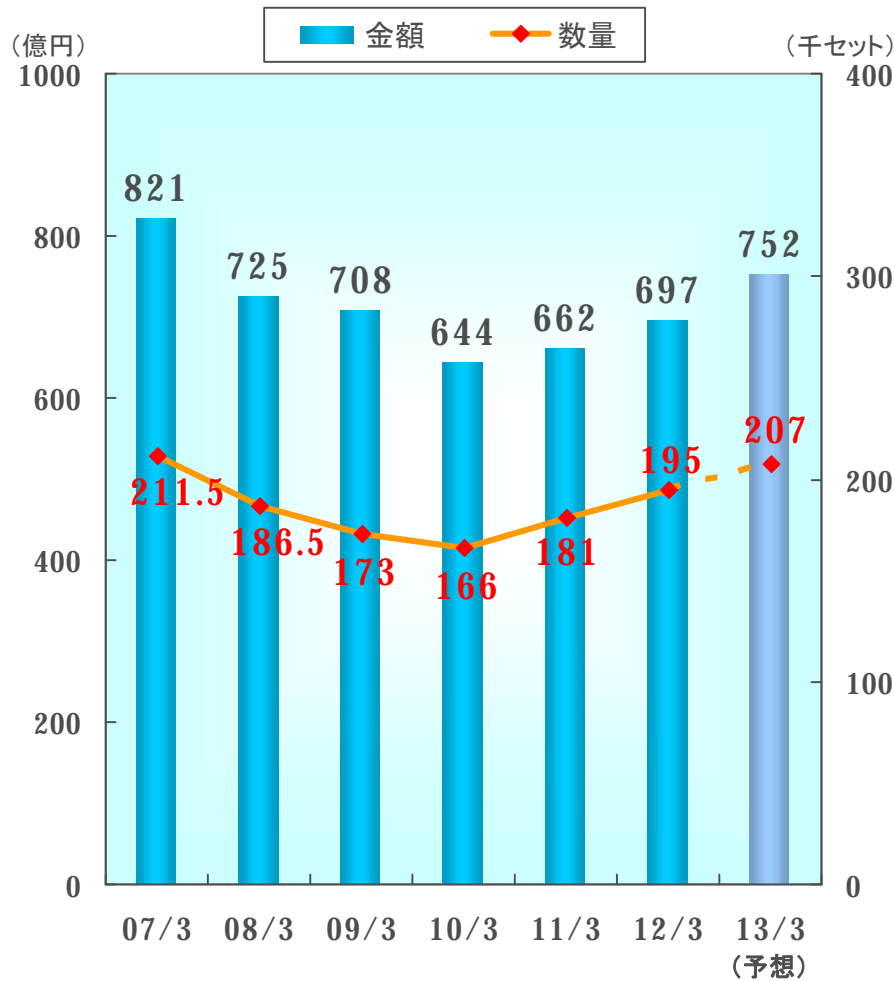


(見込み)

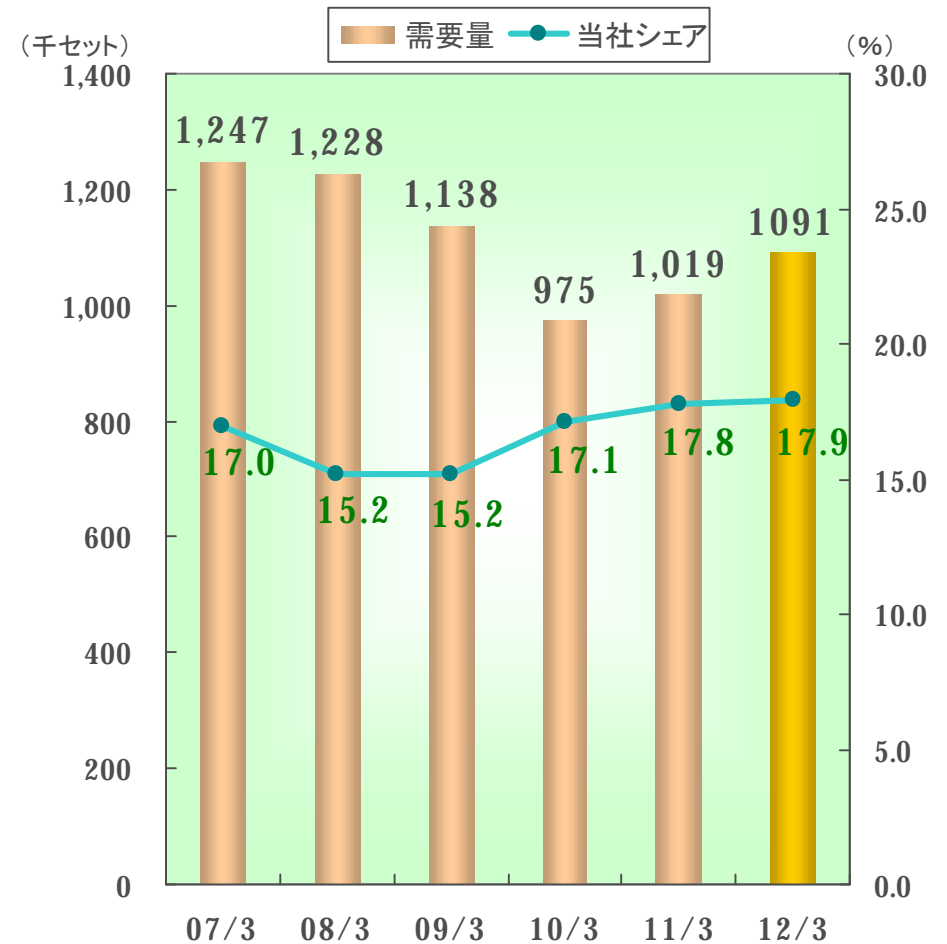


9. 主要商品の販売実績と当社シェア-1/4

システムキッチンの販売実績

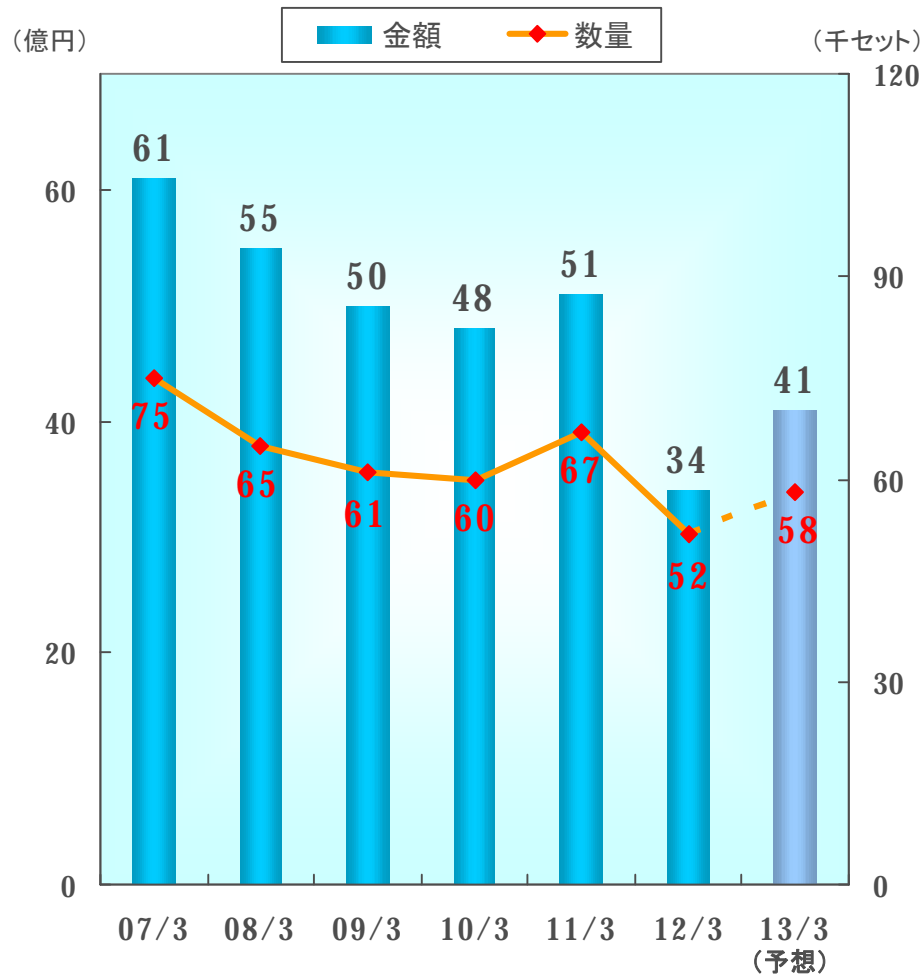


同商品需要動向と当社シェア

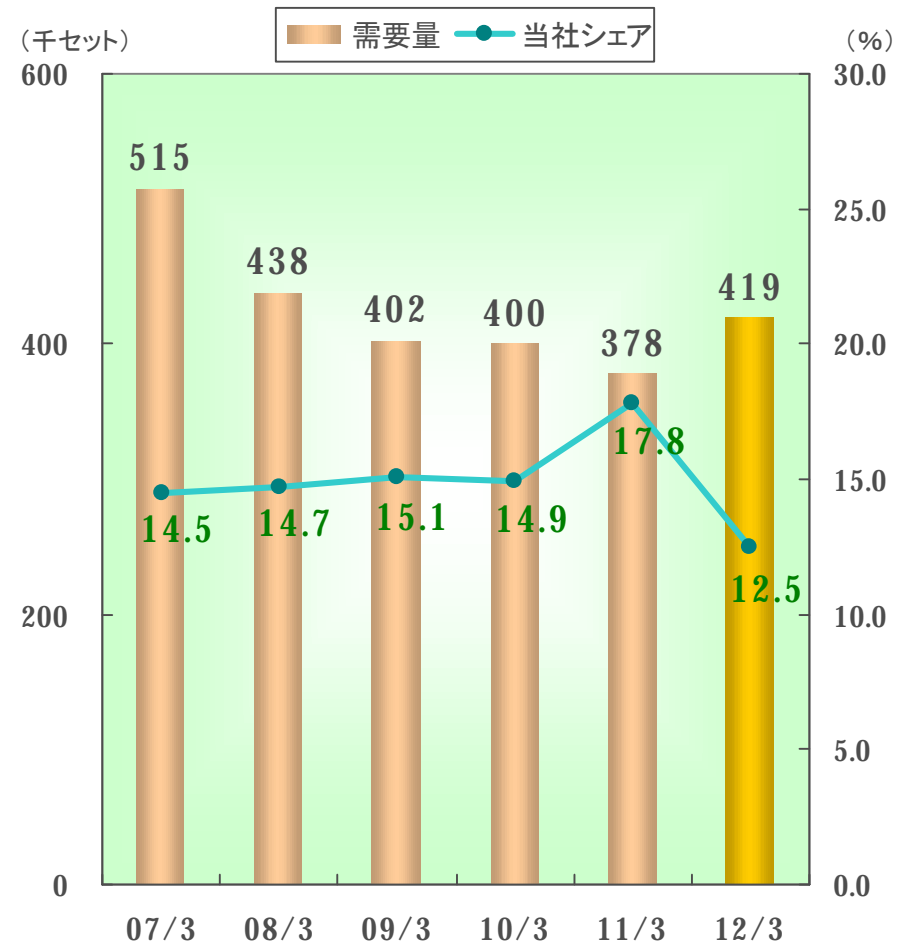


9. 主要商品の販売実績と当社シェア-2/4

セクショナルキッチンの販売実績

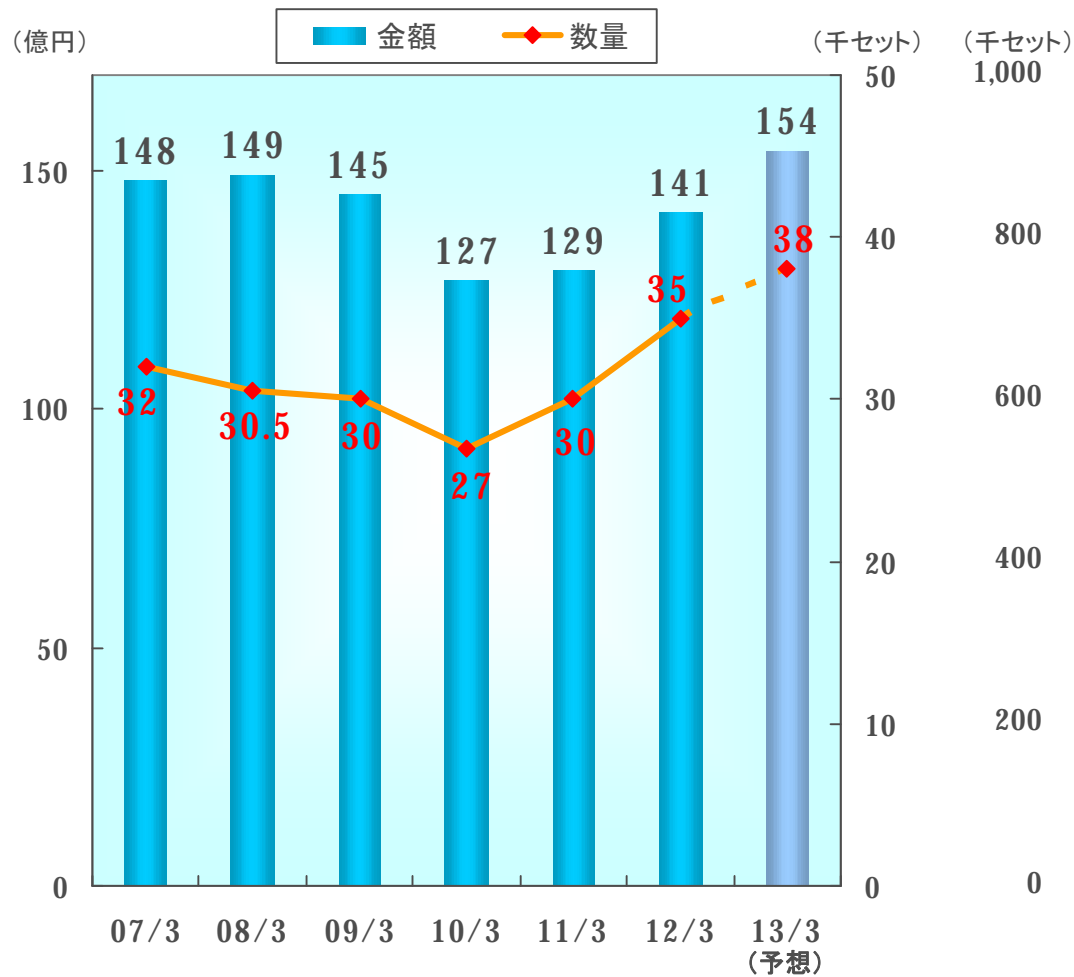


同商品需要動向と当社シェア

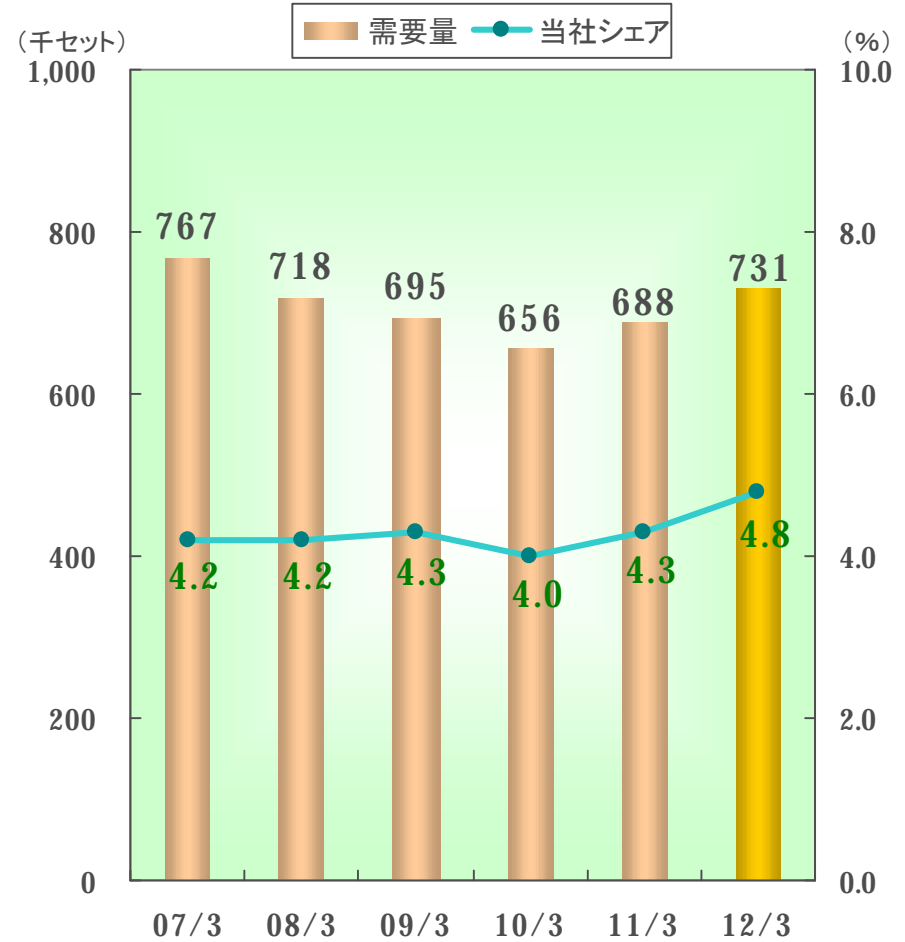


9. 主要商品の販売実績と当社シェア-3/4

システムバスルームの販売実績

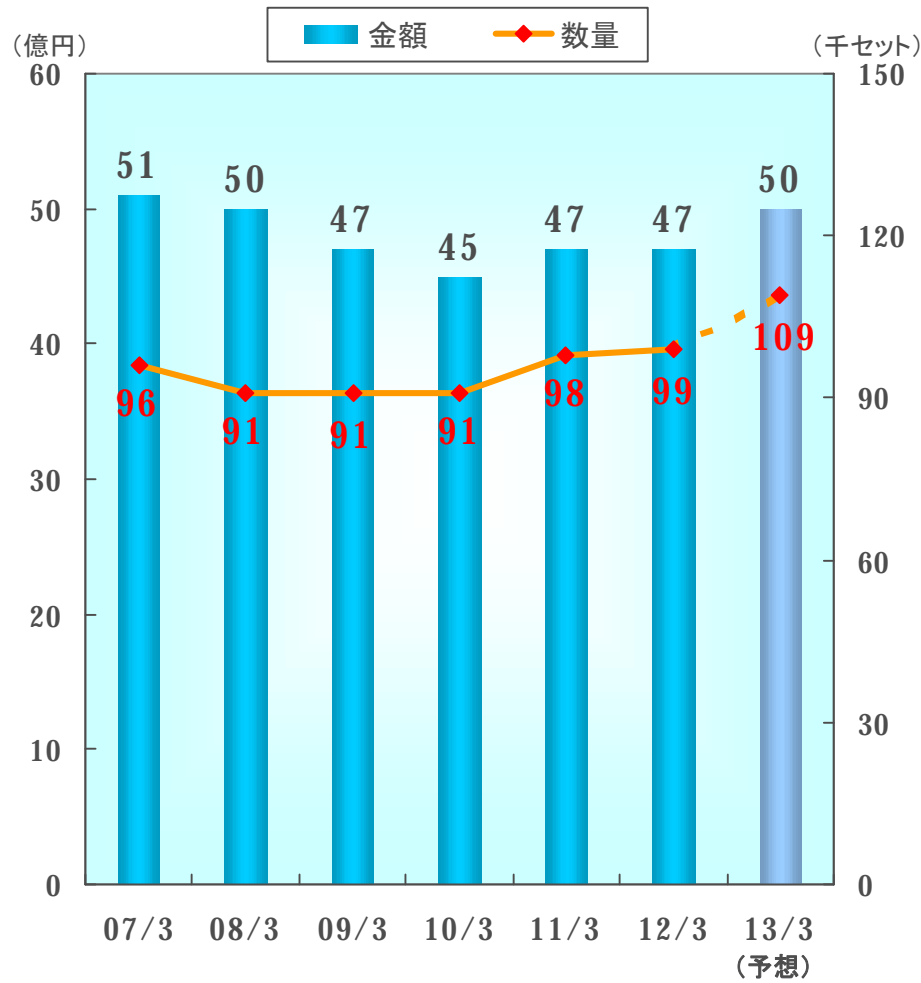


同商品需要動向と当社シェア

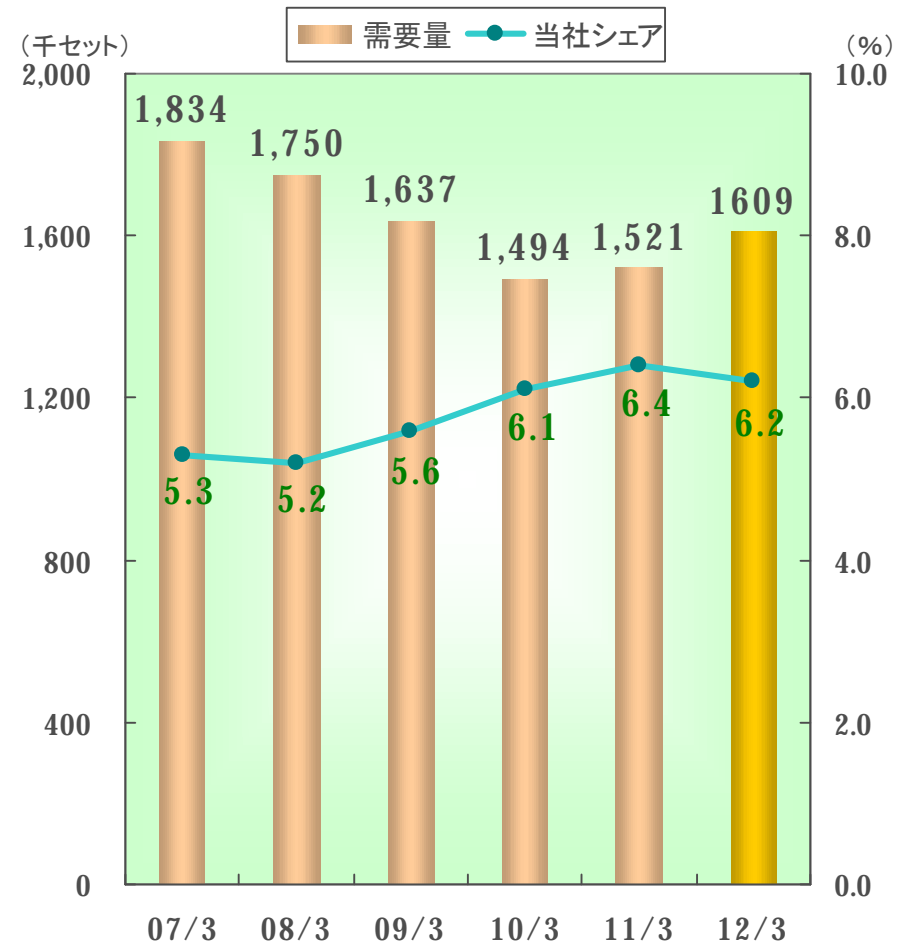


9. 主要商品の販売実績と当社シェア-4/4

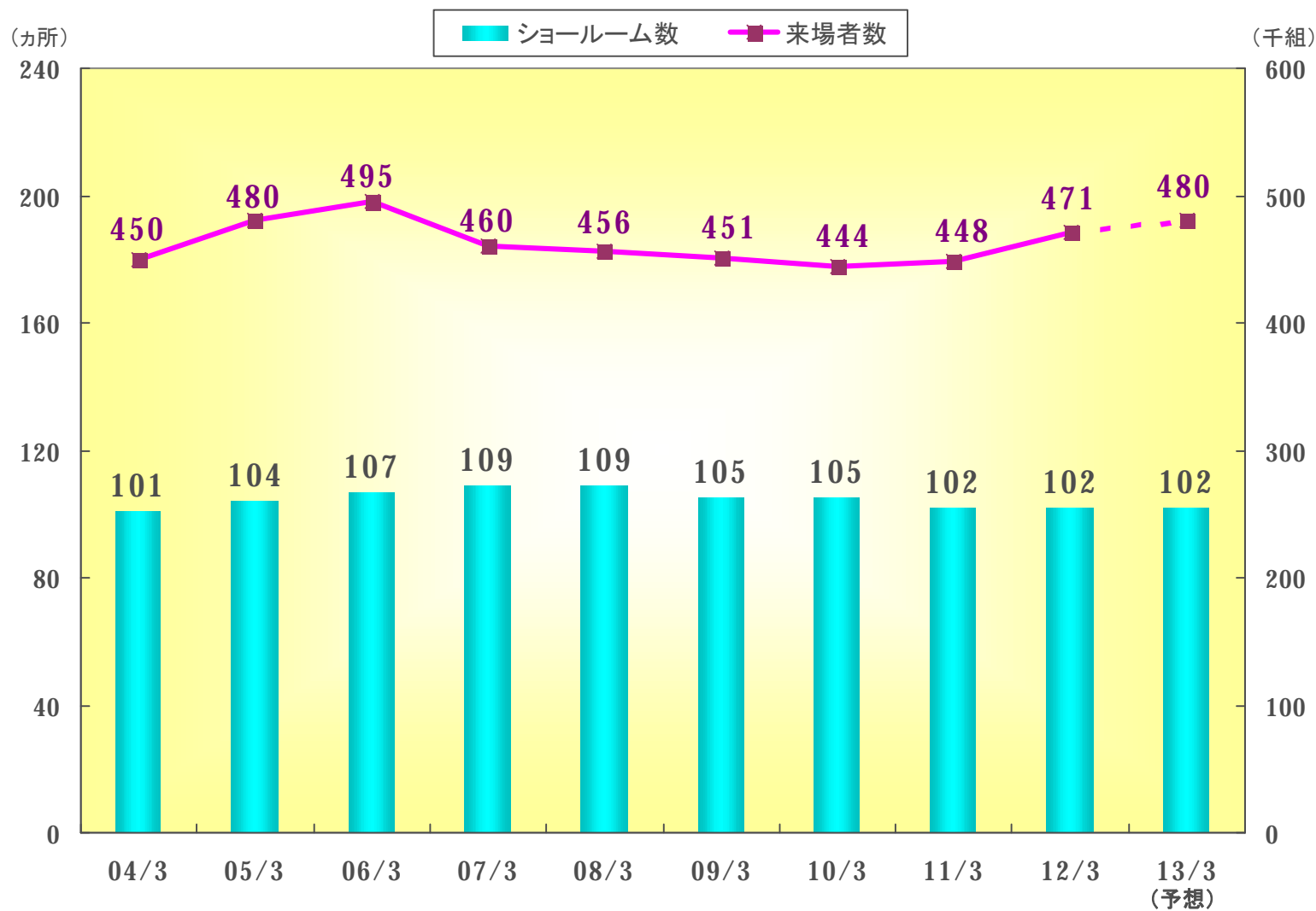
洗顔化粧台



同商品需要動向と当社シェア



10. ショールーム数と来場者数の推移



11. 2013年3月期 連結業績予想

(単位:百万円)

	2012/3 (実績)	2013/3 (予想)	前期比 増減率
売上高	103,377	111,000	7.4%
営業利益	2,370	2,400	1.2%
営業利益率	2.3%	2.2%	-
経常利益	2,083	2,100	0.8%
経常利益率	2.0%	1.9%	-
当期純利益	2,155	900	△58.3%
当期純利益率	2.1%	0.8%	-



キッチンから、笑顔をつくろう

Ⅱ. 当期の成果と今後

1. 2012年3月期の経営方針と成果

経営基本方針

「経営の徹底的強化・高度化によりザ・キッチンカンパニーを確立する」

- ①新クリンレディを中心に差別化した商品による売上／シェアの拡大
- ②強みを一層強化する組織構造改革
- ③企業理念に基づく意識改革

上半期において震災復旧を完了し、
下半期は新クリンレディを軸に事業を集中



- ・下半期の売上拡大により、通期で増収に転換
- ・システムキッチンおよびシステムバスルームのシェア拡大

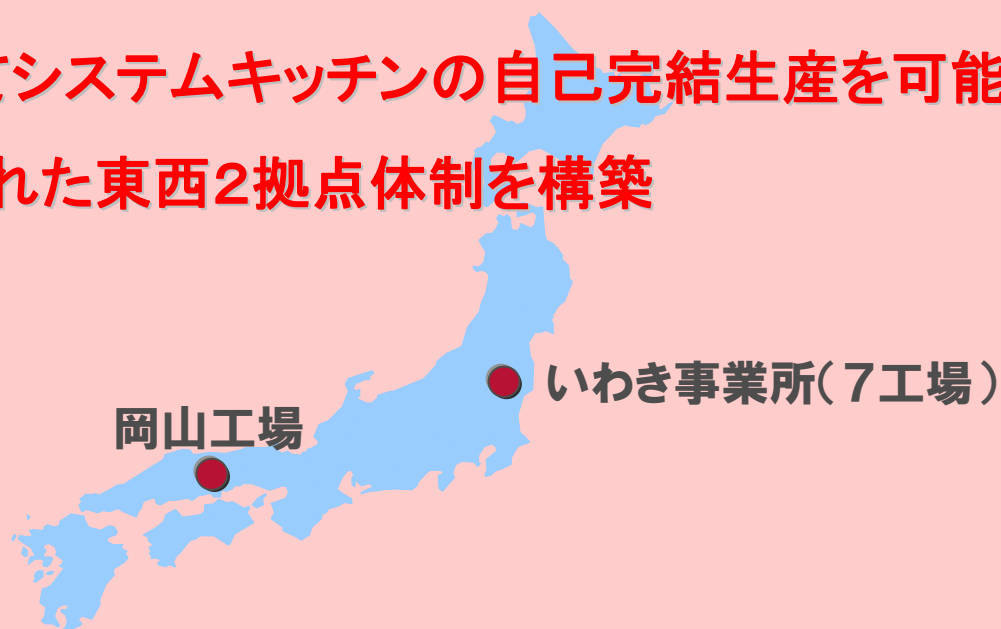
2. 生産体制の見直し

【従 来】

いわき事業所内の「7工場」に集中した生産体制

震災での経験を踏まえ
一極集中型の生産体制を改善

岡山工場にてシステムキッチンの自己完結生産を可能とし、
バランスのとれた東西2拠点体制を構築

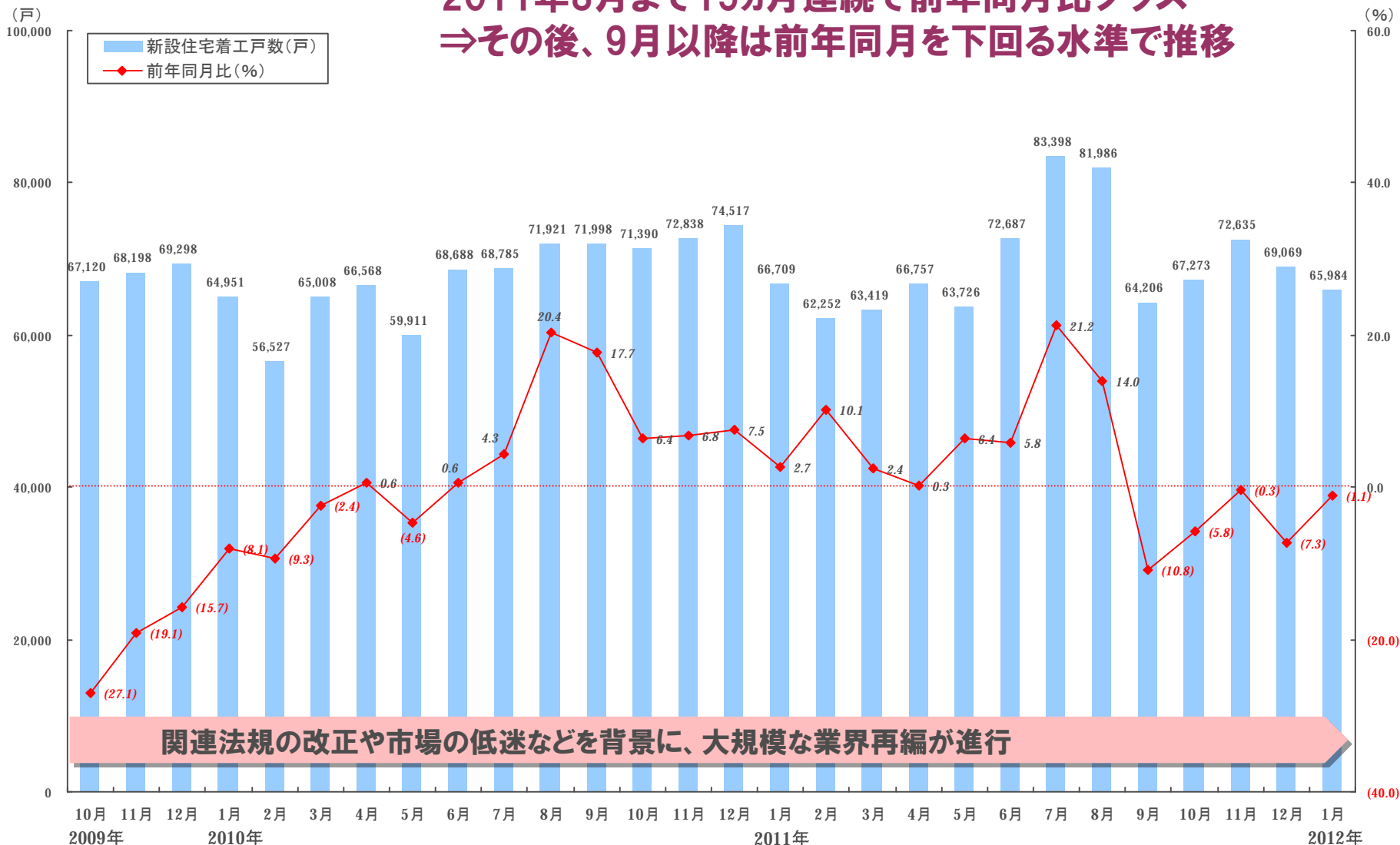


3. 経営環境

■新設住宅着工戸数

* 国土交通省 建築着工統計調査報告

2011年8月まで15ヵ月連続で前年同月比プラス
⇒その後、9月以降は前年同月を下回る水準で推移

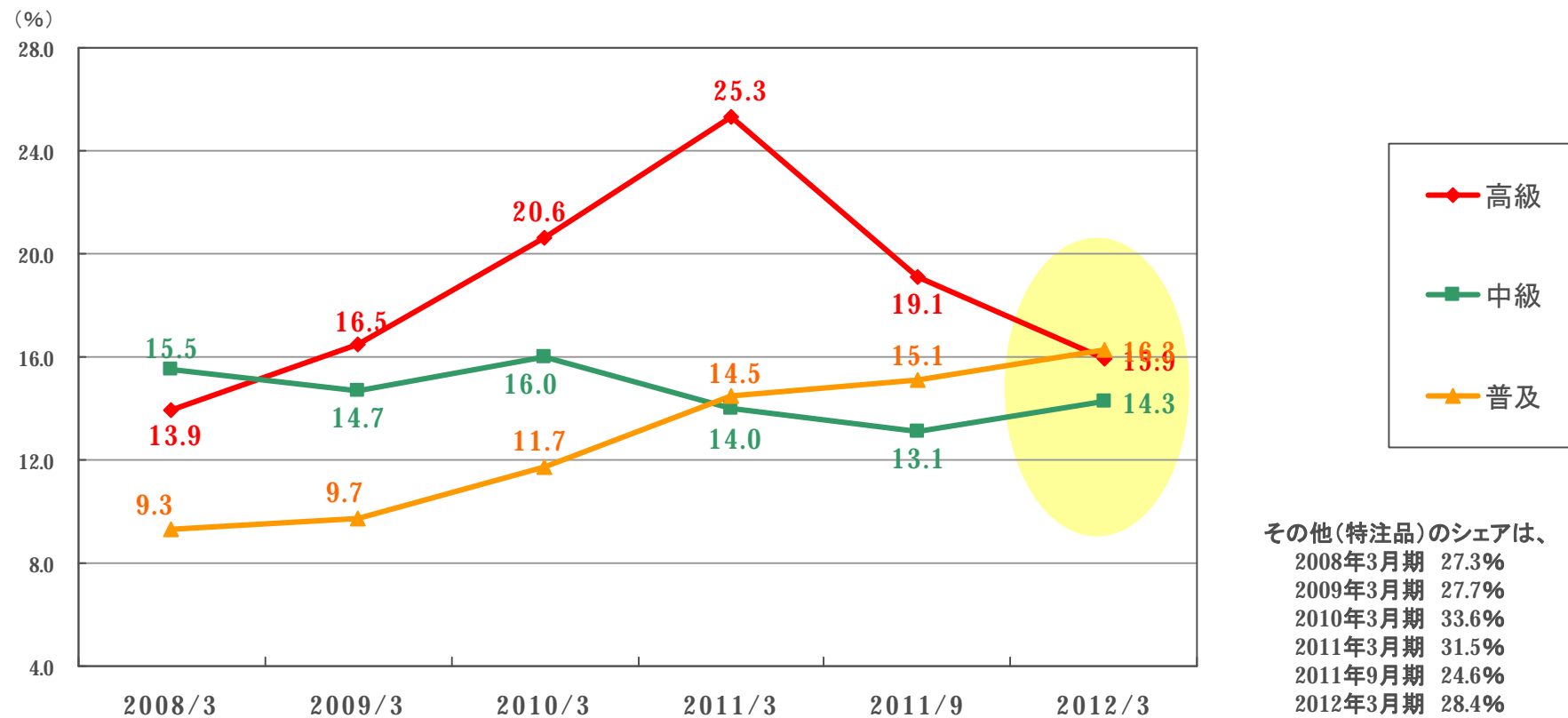


関連法規の改正や市場の低迷などを背景に、大規模な業界再編が進行

4. システムキッチンのクラス別シェア

中級および普及クラスのシェアが伸長

システムキッチンにおける業界シェア推移



※キッチンバス工業会による出荷統計をベースに算出

5. 新クリンレディの社会的評価

Stainless Cabinet Kitchen

クリンレディ



清潔
長寿命
ECO

All About「キッチンオブザイヤー2011」で「グランプリ・大賞」

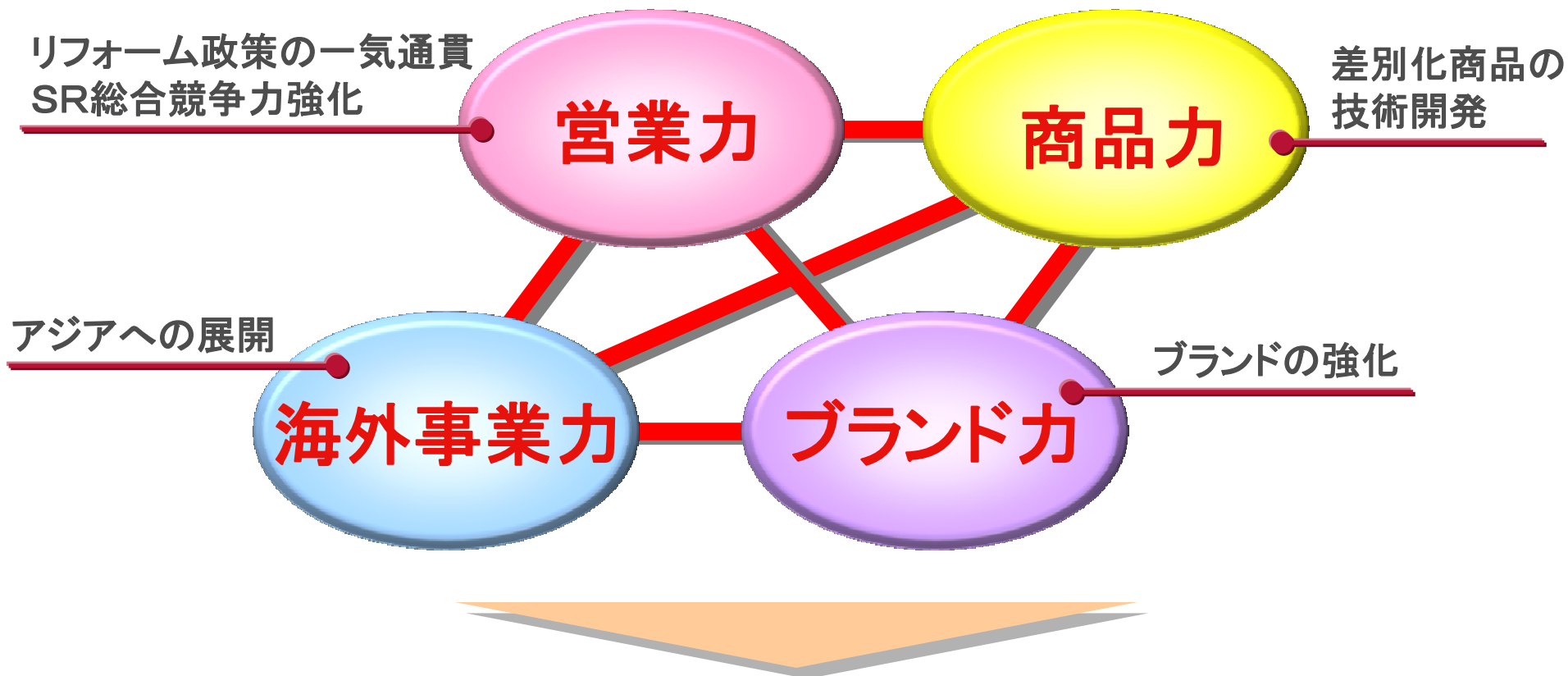
- シンプルで端正なキッチンデザインは、高い好感が持たれ、フロアコンテナ等の引出し収納の密度も高機能化された
- クロムやニッケルなどのレアメタルを大幅に削減した新素材ステンレス『NSSCR FW1』によるキャビネットは、接着剤の使用をほとんどなくし、重量は50%減と半減。リサイクル可能だけでなく、運送搬入時の環境負荷を低減する画期的な技術を導入している
- これからのキッチンデザインの方向を示す指針を示した意義はグランプリに値する

「第14回ステンレス協会賞」で優秀賞

- これまで高級価格帯に限られていたステンレスキャビネットを中級価格帯に採用し、市場のボリュームゾーンを拡大したこと
- 地球環境のための省資源化や、輸送の軽量化に加え、ステンレスならではのリサイクル性を向上させたこと

6. 経営基本方針(新中期経営計画による)

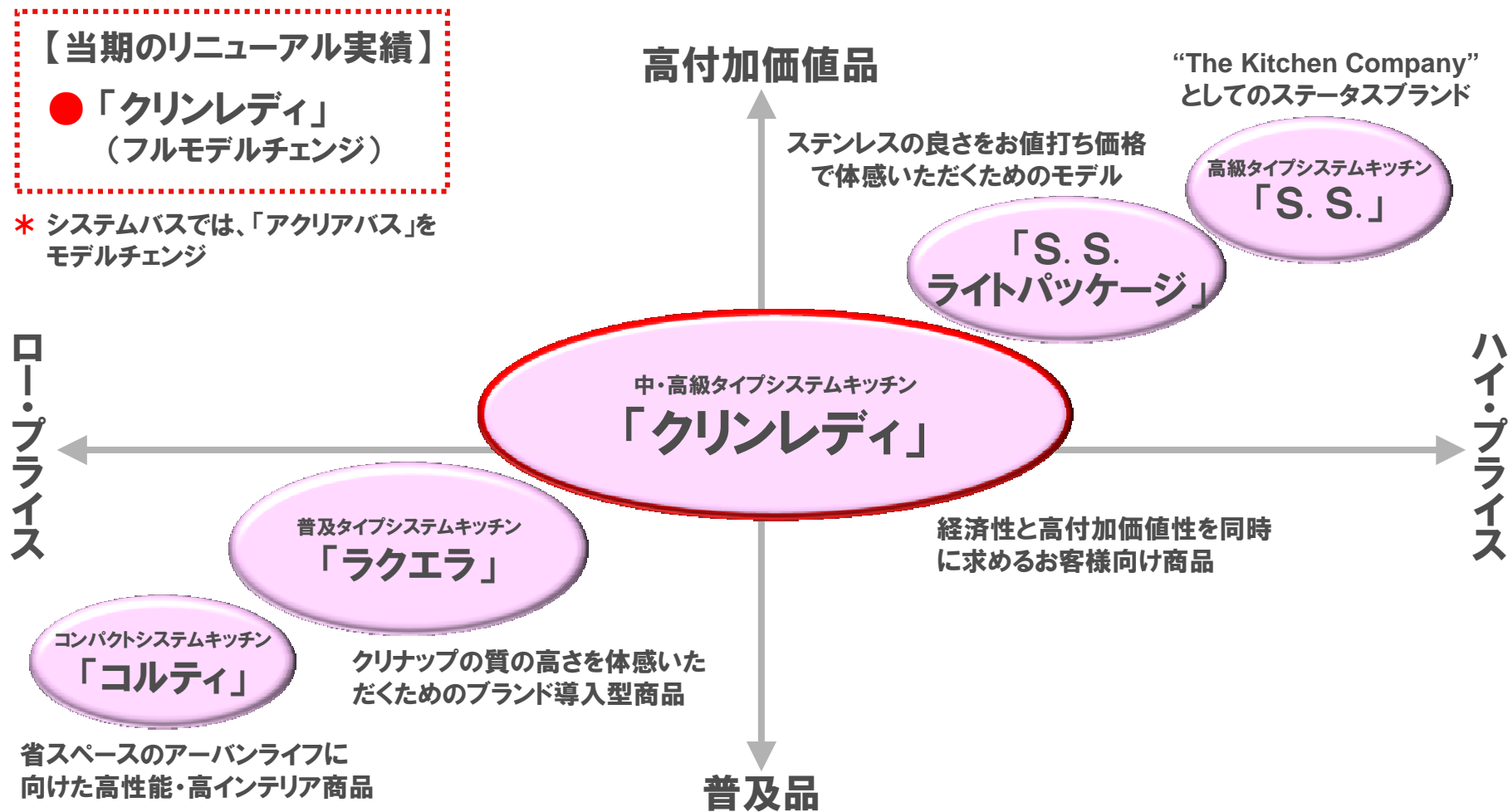
12中計を徹底的に推進し、ザ・キッチンカンパニーを確立する



“The Kitchen Company” の実現

7. 「商品力」 ①商品ラインナップ

専門メーカーならではのモノづくり



7. 「商品力」 ②アクリアバスのモデルチェンジ

アクリアバス

2012年3月1日～受注開始

「清掃性」と「デザイン性」を強化

- 5年ぶりのモデルチェンジ
- ご好評の業界トップクラスの「保温性」や「安全性」に加えて、ニーズが高い「清掃性」と「デザイン性」を向上

【清掃性】

カビの根が入り込みにくい新しい目地材「クリンパッキン」や、排水口のお手入れが楽になるステンレス製の「クリンヘアキャッチャー」を標準装備することにより、清掃性が向上

【デザイン性】

クリナップ独自の透明感と深みのある人工大理石素材「アクリストーンクオーツ」を、浴槽や洗面器置きカウンターに展開(8色のカラーバリエーションから選択可能)



▲清掃性を向上させる「クリンヘアキャッチャー」



▲アクリストーンクオーツを採用し「デザイン性」を向上

8. 「営業力」 ～リフォーム政策の一気通貫化～

リフォーム戦略の強化

- 「水まわり工房」会員店＝約2,500店（2012年3月末現在）
- リフォームフェア
前期開催実績：2,183回 今期開催計画：2,800回



流通連携の強化

- 地域有力店と連携してサブユーザー対象にリフォームセミナーを実施
- 有力店／サブユーザー主催でリフォームフェアを実施

SR総合競争力の強化

- 専門メーカーの強みを活かしたSRづくり(大阪SRの大型移転／開設等)
- SRアドバイザーのレベルアップ

◎キッチンから笑顔をつくる料理アカデミー



2009年より 寄付講座を毎年実施



- 200名を超える参加希望者の中から抽選で26名の受講者を決定
- 聖徳大学のご協力のもと、聖徳大学オープンアカデミーを会場に10月7日～毎月1回、計6回実施
- 郷土料理、美学、科学、健康、安全、食育など多彩な切り口から、食に関する講義と調理実習を展開



料理アカデミー “Web分校” 開設 (クリックするだけで誰でも受講可能)

- これまでの講座内容を“Web分校”としてホームページに掲載
- 第1弾「食の役割」、第2弾「食の科学」は掲載済み
第3弾以降は順次掲載



The screenshot shows the Clean Up website's navigation menu with options like Kitchen, Bathroom, Washstand, Showroom, Catalogue, Company, and Investor Relations. Below the menu is a banner for the 'Kitchen Academy' (Web Branch) featuring the text 'キッチンから笑顔をつくる 料理アカデミー Web分校' and the URL 'http://cleanup.jp/kitchen-academy/'. The banner also includes a brief description of the program's focus on local cuisine, aesthetics, science, health, and safety.

◎日本最大の環境展「エコプロダクツ2011」に出展



来場者18万人に、クリナップのブランドメッセージである“キッチンから笑顔をつくろう”と、新クリンレディの高い環境性能をアピール。



10. 「海外事業力」

●中国

ハウスメーカーと共同し、
遼寧省瀋陽市 にキッチン
を現地にて生産／供給

●ベトナム

代理店と共に現地にSRを
新規オープン

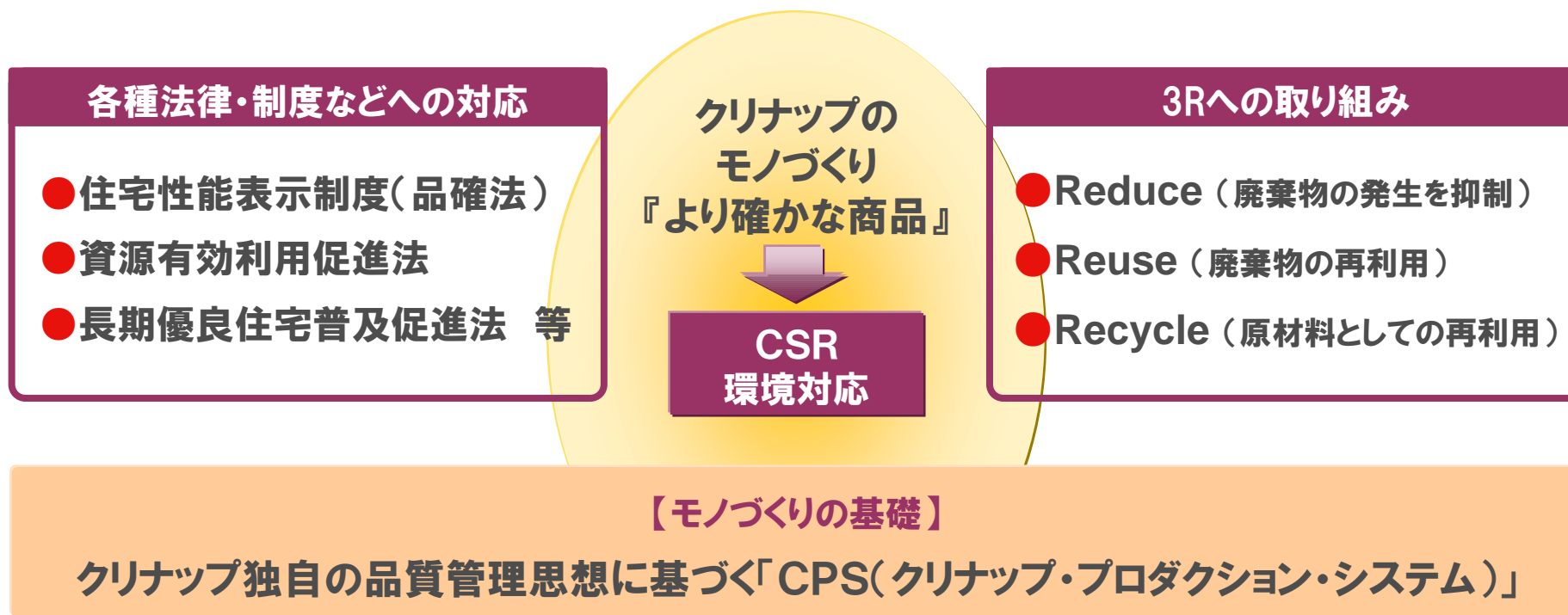
●台湾

既存代理店をサポートする
ために現地事務所を設立



『より確かな商品』づくりを目指して・・・

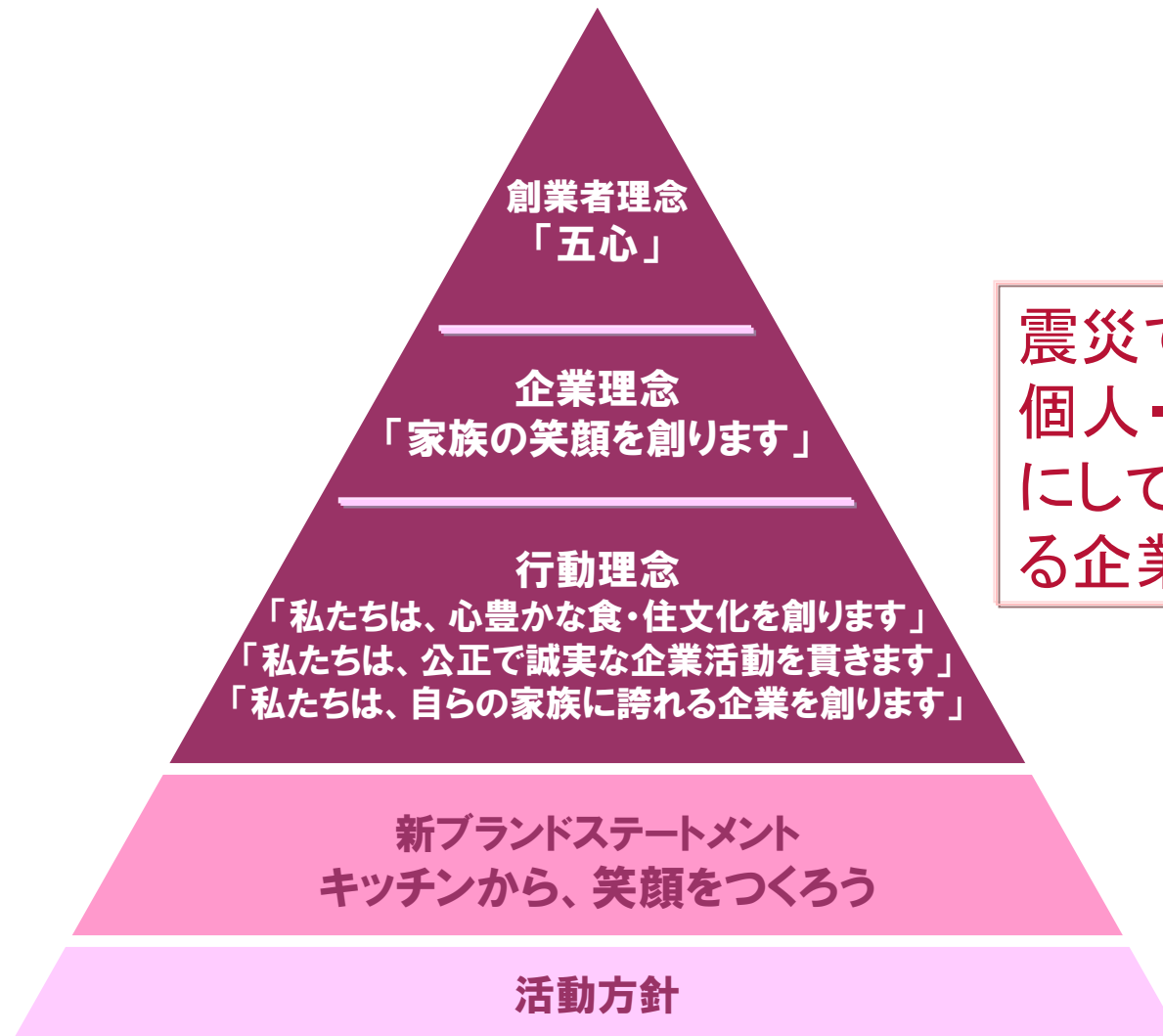
クリナップは、いつの時代においても、お客様の目線から確かな品質の提供を最優先に考えたモノづくりを続けています。



➡ 「ステンレス エコキャビネット」を標準装備したクリンレディ等に反映

11. 中期的な戦略 ②『第二の創業』の基盤確立

◎創業65周年を目標に、「第二の創業」に相応しい基盤を確立する



震災での経験をふまえ、
個人・家族・社会を大切
にしてグローバル展開す
る企業を目指す

IRお問合せ先

クリナップ株式会社
コミュニケーション部 広報・ブランド推進課
IR担当まで ご連絡ください

Tel 03-3810-8241
Fax 03-3800-2261
URL <http://cleanup.jp/>

お断り事項

本資料は、2012年3月期の決算（2011年4月～2012年3月）の業績に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券への投資を勧誘することを目的としたものではありません。

また、本資料は、2012年5月16日現在のデータに基づいて作成されております。本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証又は約束するものではなく、また、今後予告なしに変更されることがあります。