



キッチンから、笑顔をつくろう

2015年3月期

決算説明会

プレゼンテーション資料

2015年5月25日



キッチンから、笑顔をつくろう

I . 決算の概要

1. 2015年3月期 連結決算の概要



(単位: 百万円)

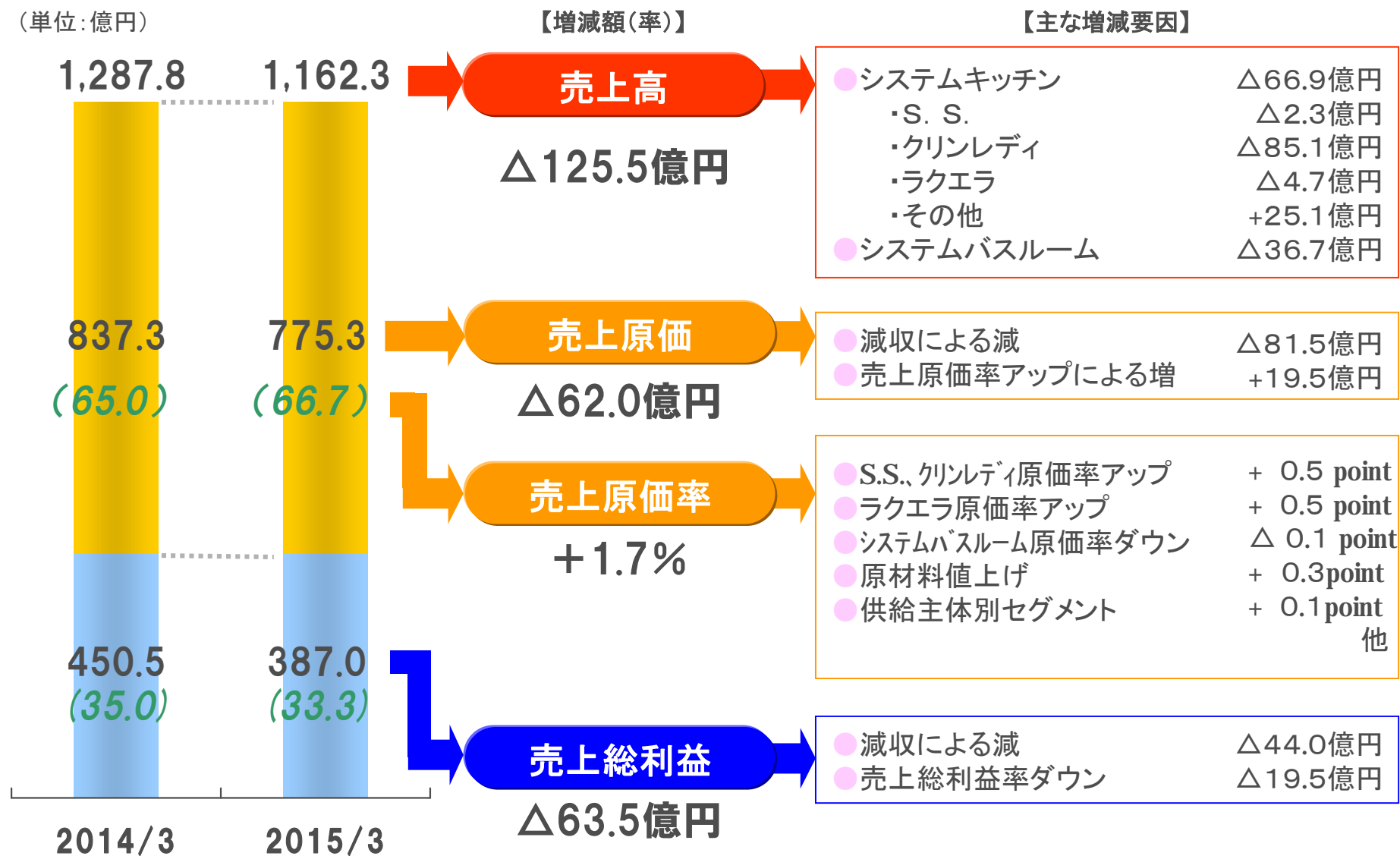
	2015/3 (実績)	2014/3 (実績)	前期比 増減率	2015/3 (期初予想)	2015/3 (修正予想)	修正予想比 増減率
売上高	116,239	128,785	△9.7%	127,000	120,000	△3.1%
営業利益	3,028	8,873	△65.9%	6,700	3,600	△15.9%
経常利益	2,703	8,470	△68.1%	6,400	3,200	△15.5%
当期純利益	883	4,970	△82.2%	3,700	1,300	△32.1%
1株当たり 当期純利益	20.84円	106.68円	△80.5%	79.41円	30.64円	△32.0%

* 期初予想 : 2014年5月8日公表

* 修正予想 : 2014年11月7日公表

2. 連結損益の状況① 売上高・売上総利益

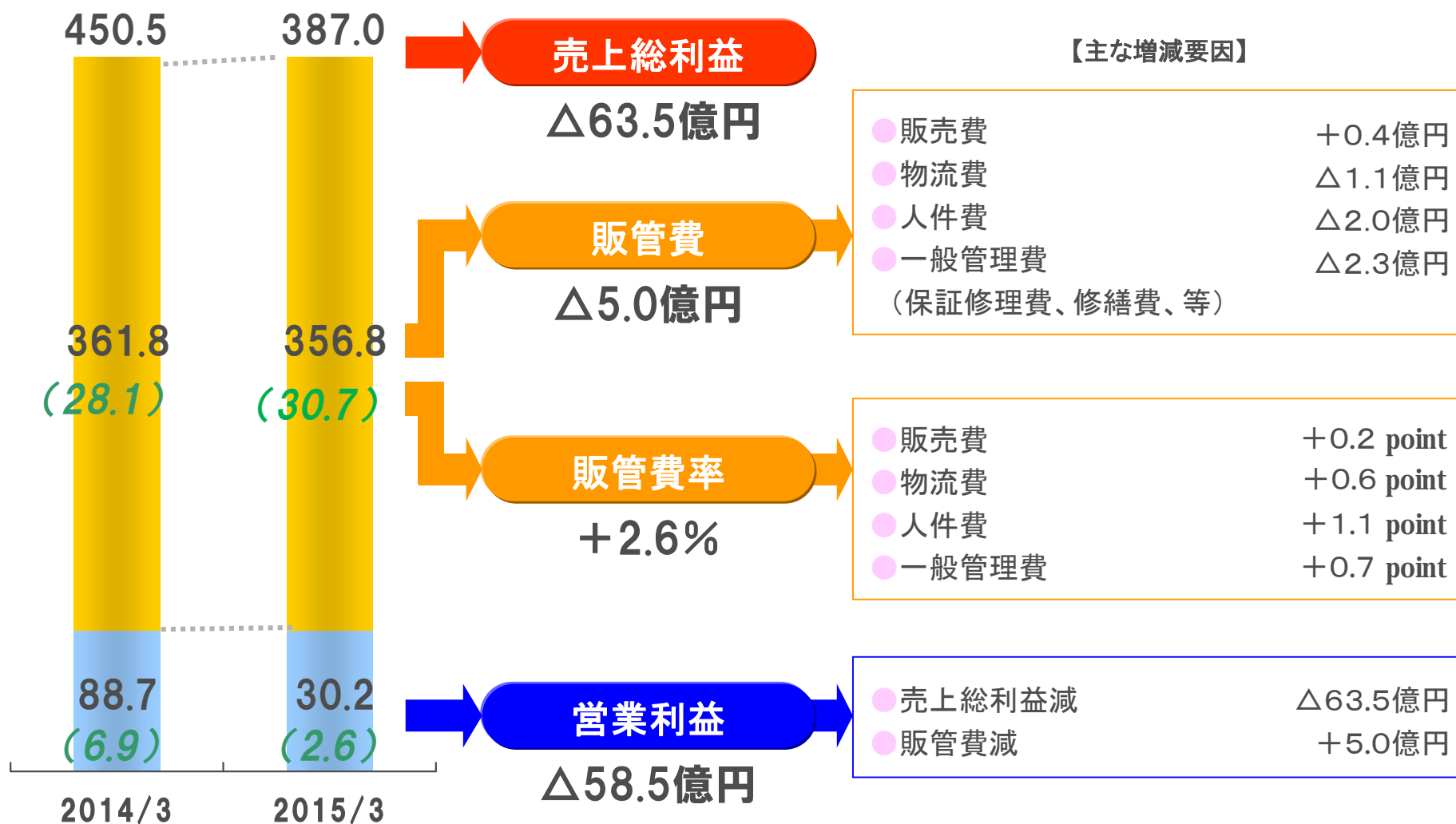
(単位:億円)



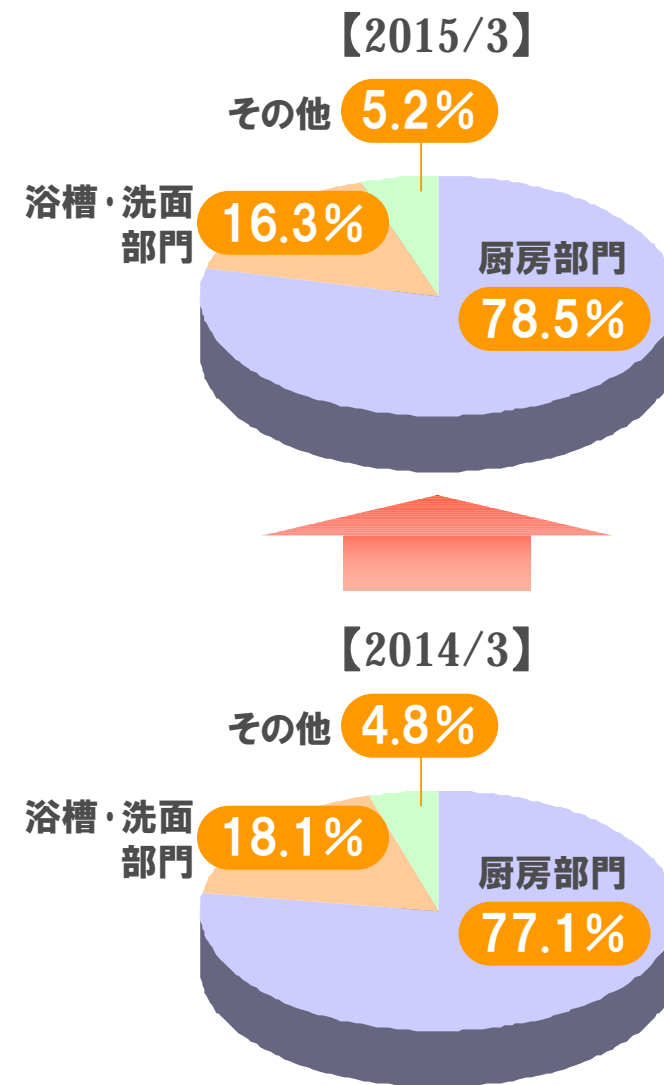
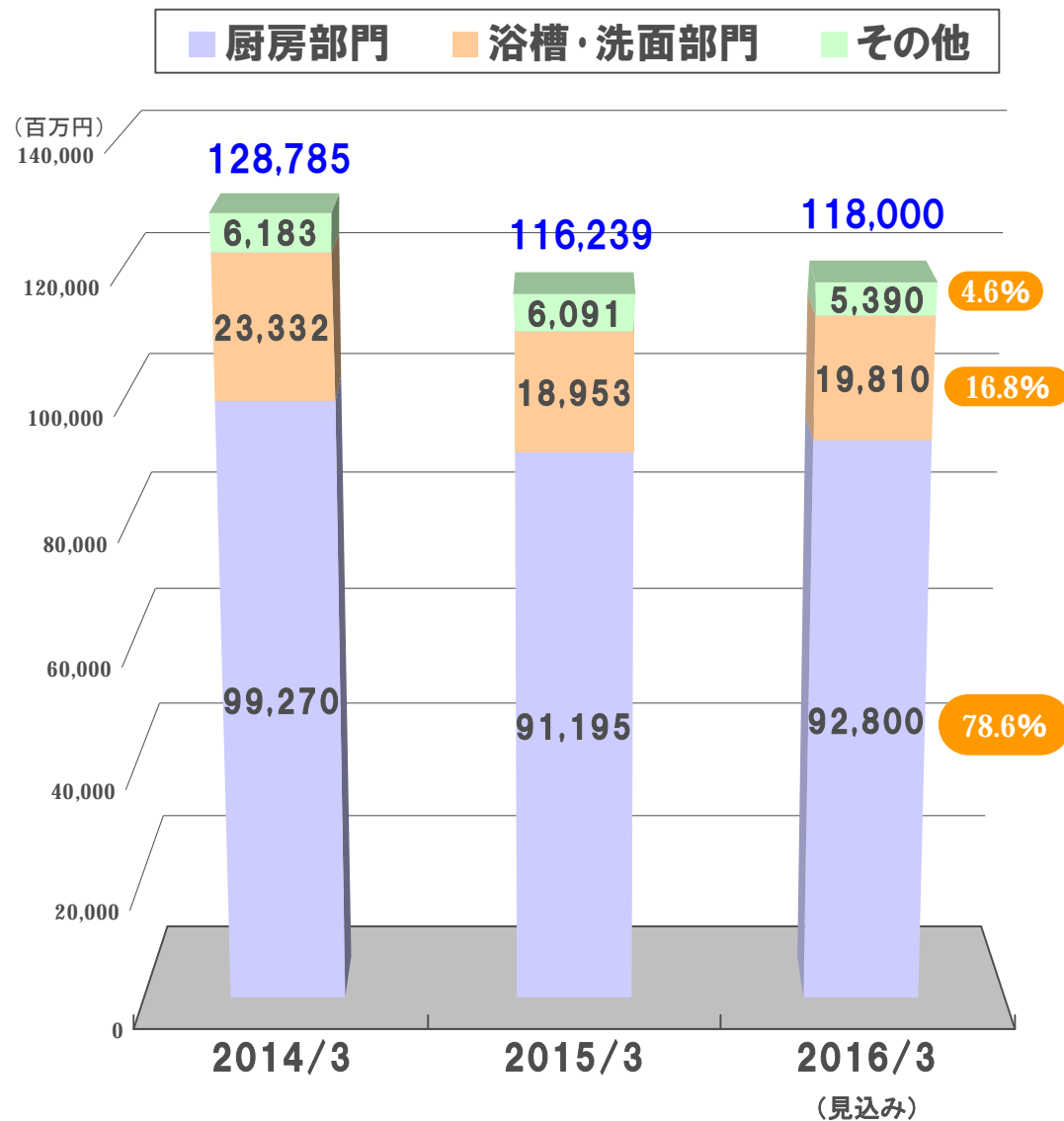
2. 連結損益の状況② 販管費・営業利益

(単位: 億円)

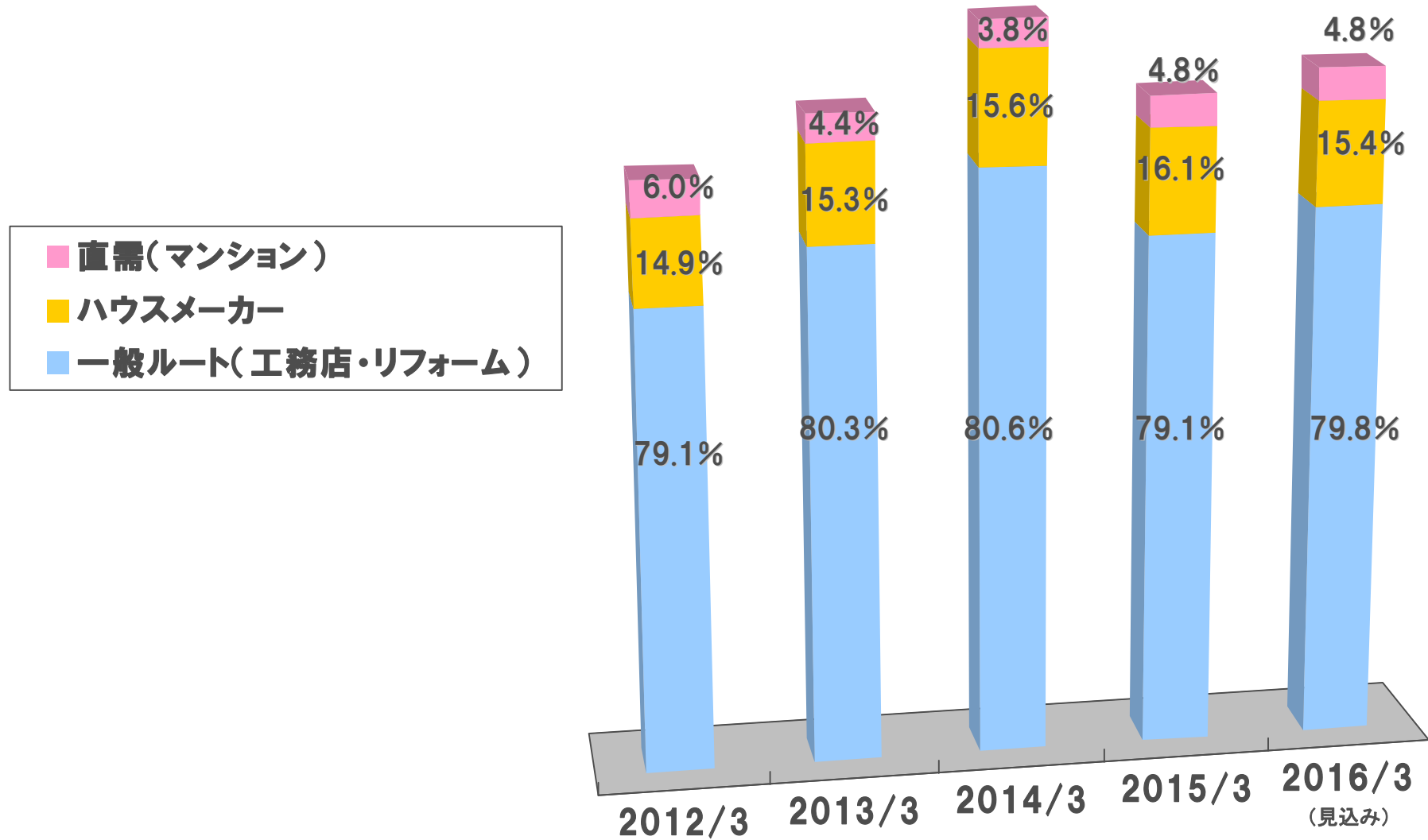
【増減額(率)】



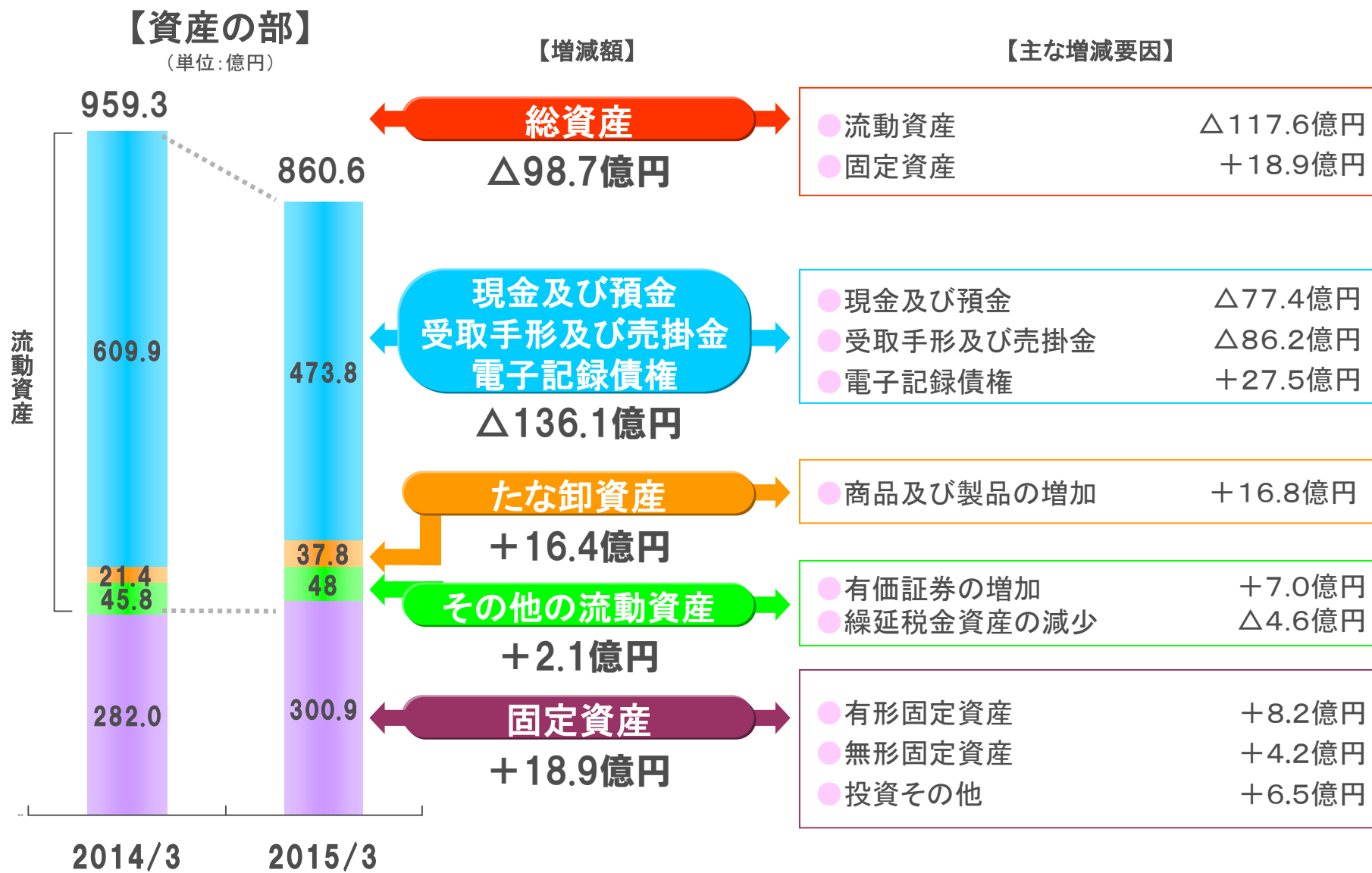
3. 売上構成① 部門別(連結)



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



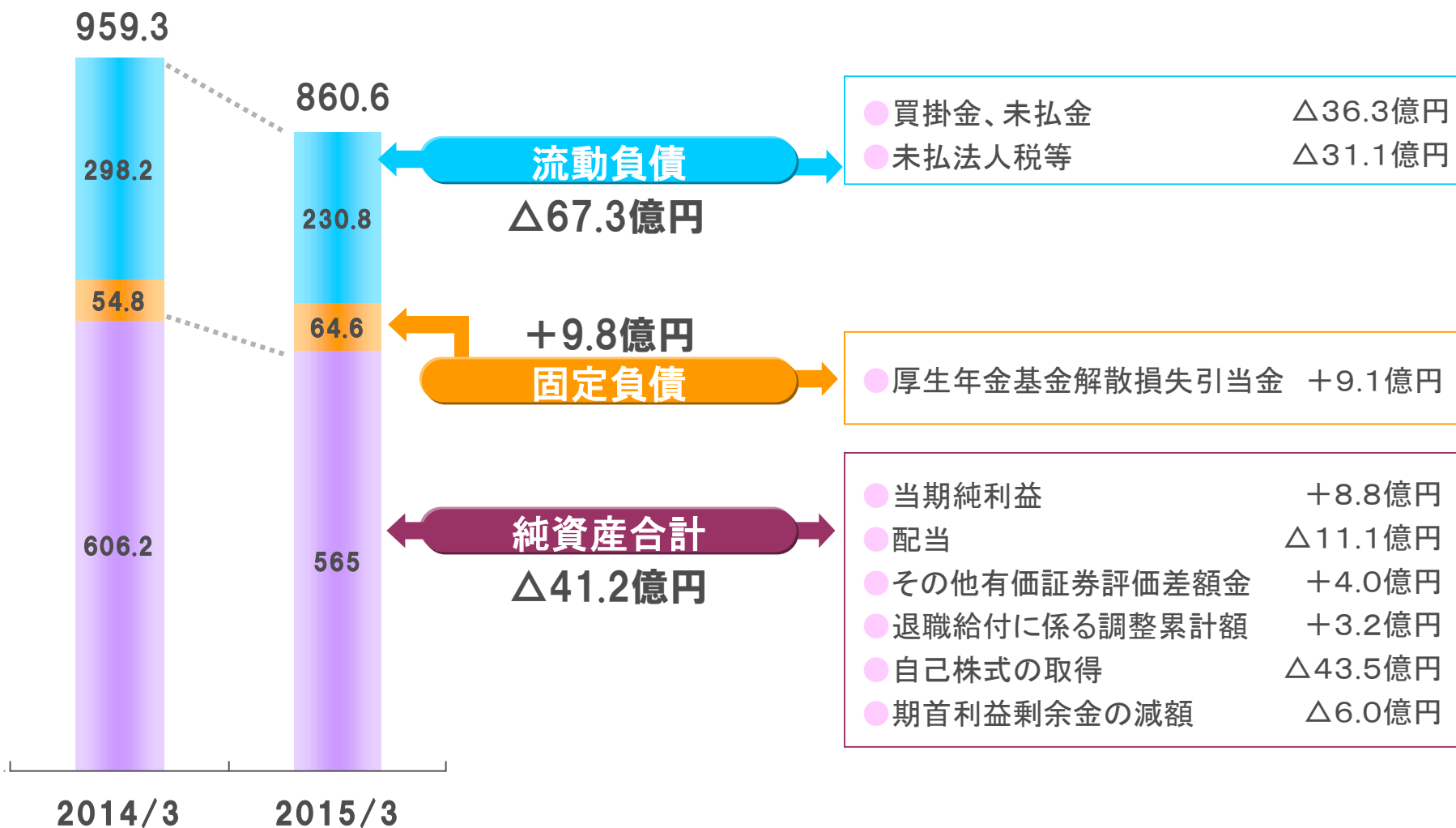
4. 連結貸借対照表の概要-2/2

【負債・純資産の部】

(単位: 億円)

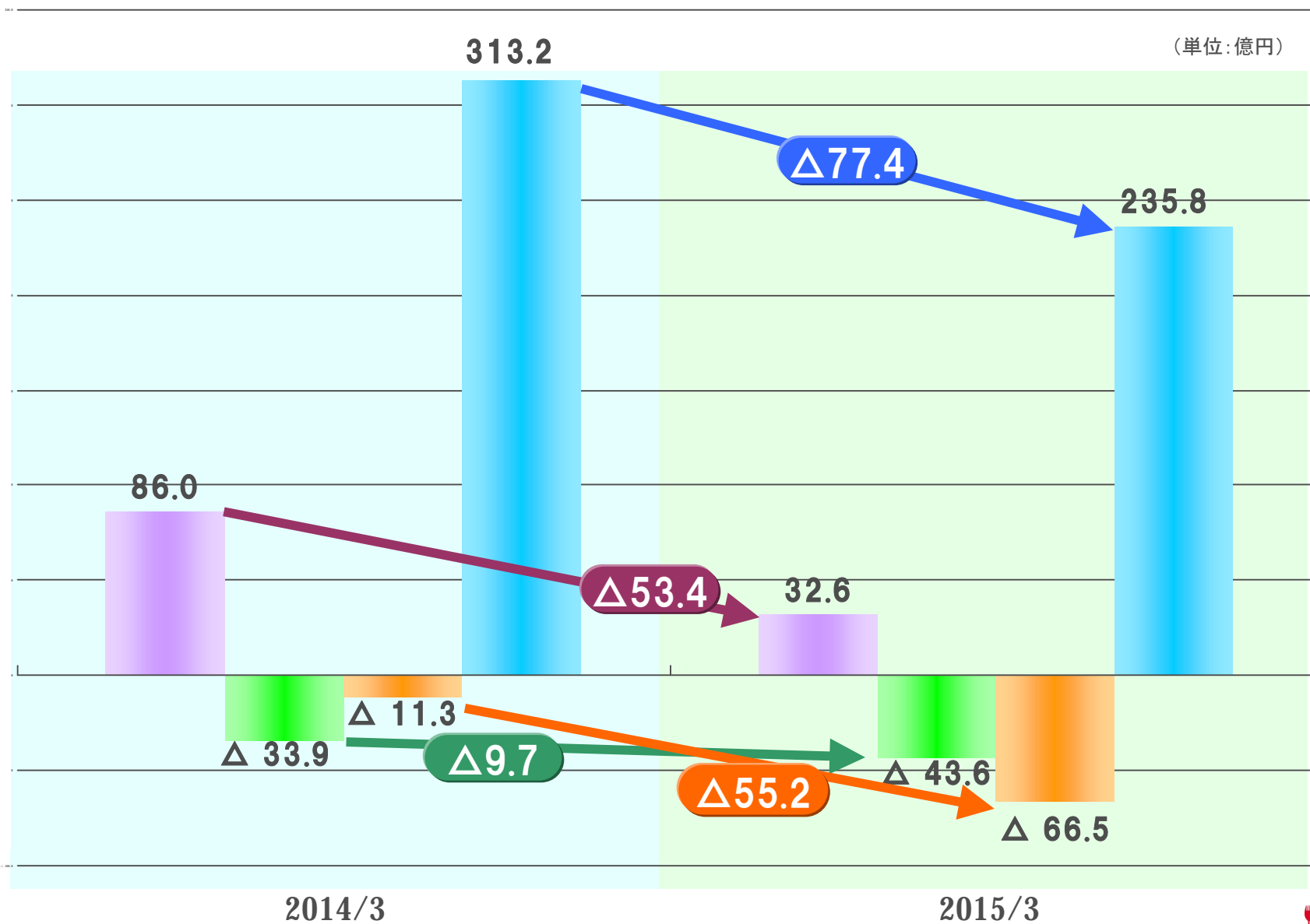
【増減額】

【主な増減要因】

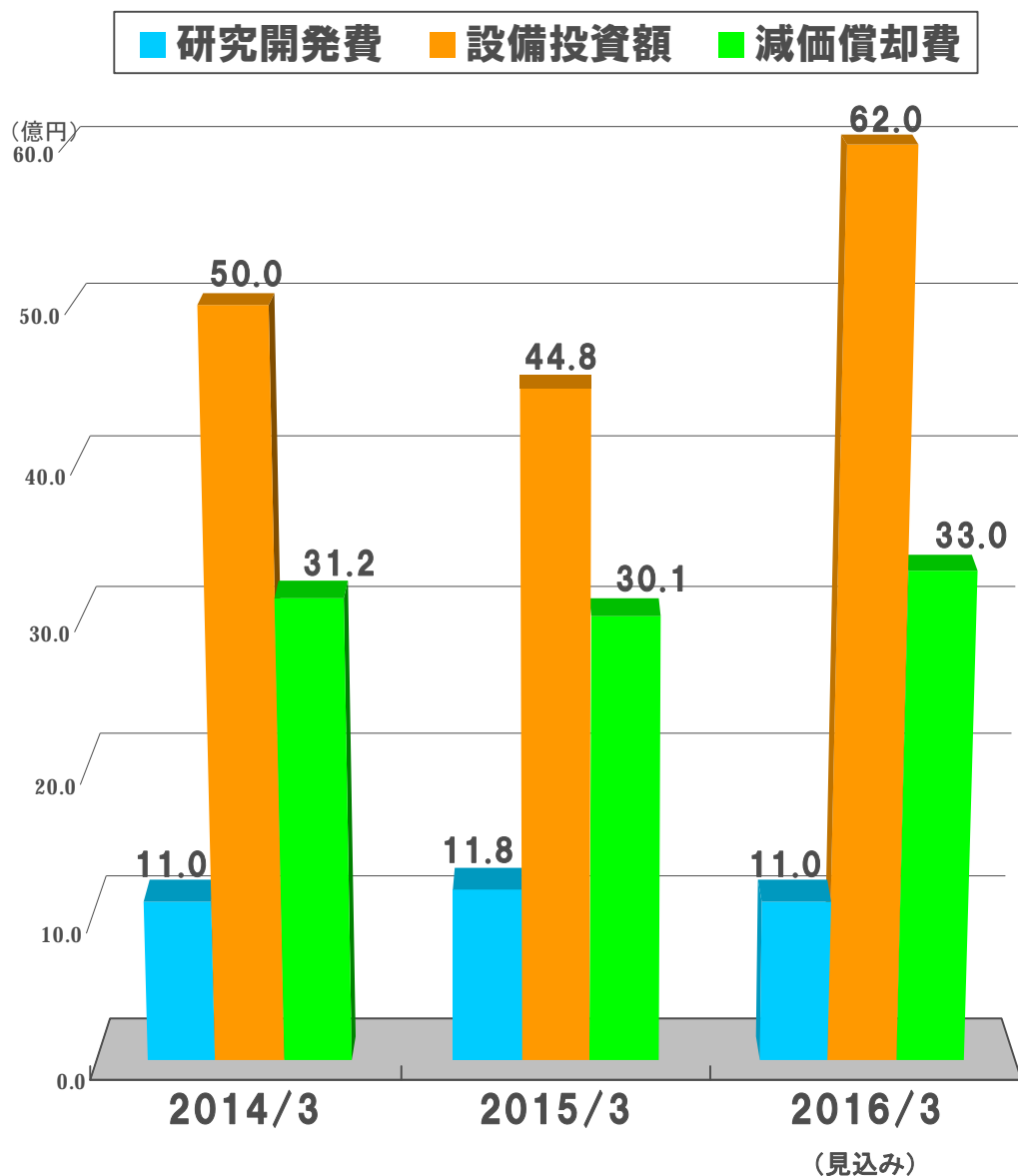


5. 連結キャッシュ・フロー計算書の概要

■ 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】

2015年3月期の実績

①生産関係	21.9億円
②ショールーム改装等	9.2億円
③情報投資	10.6億円
④その他	3.1億円

2016年3月期の計画

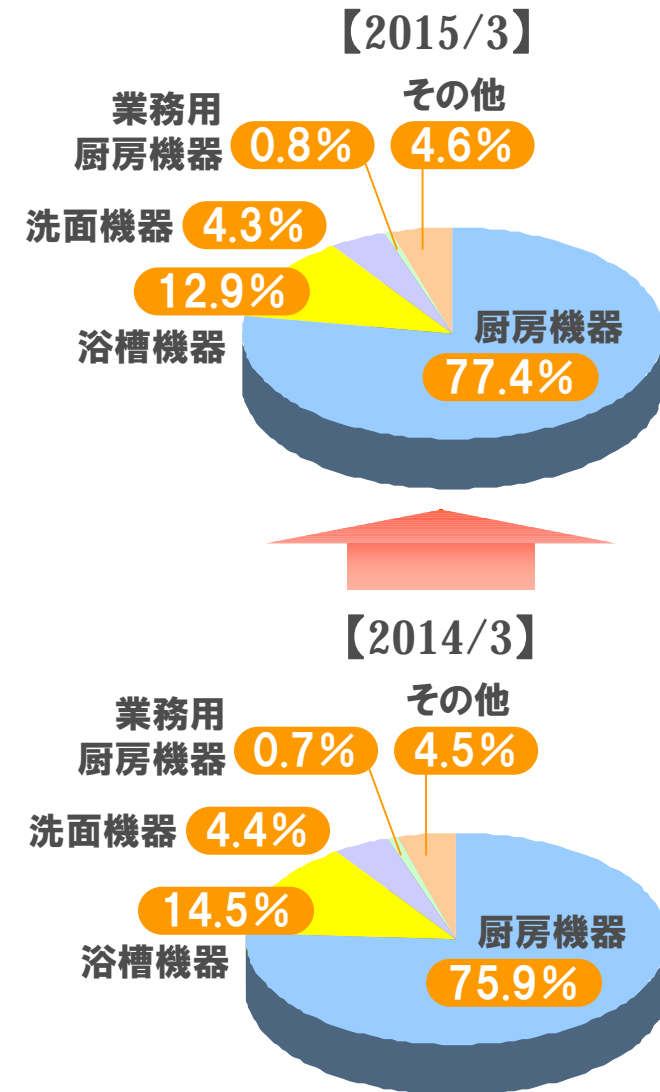
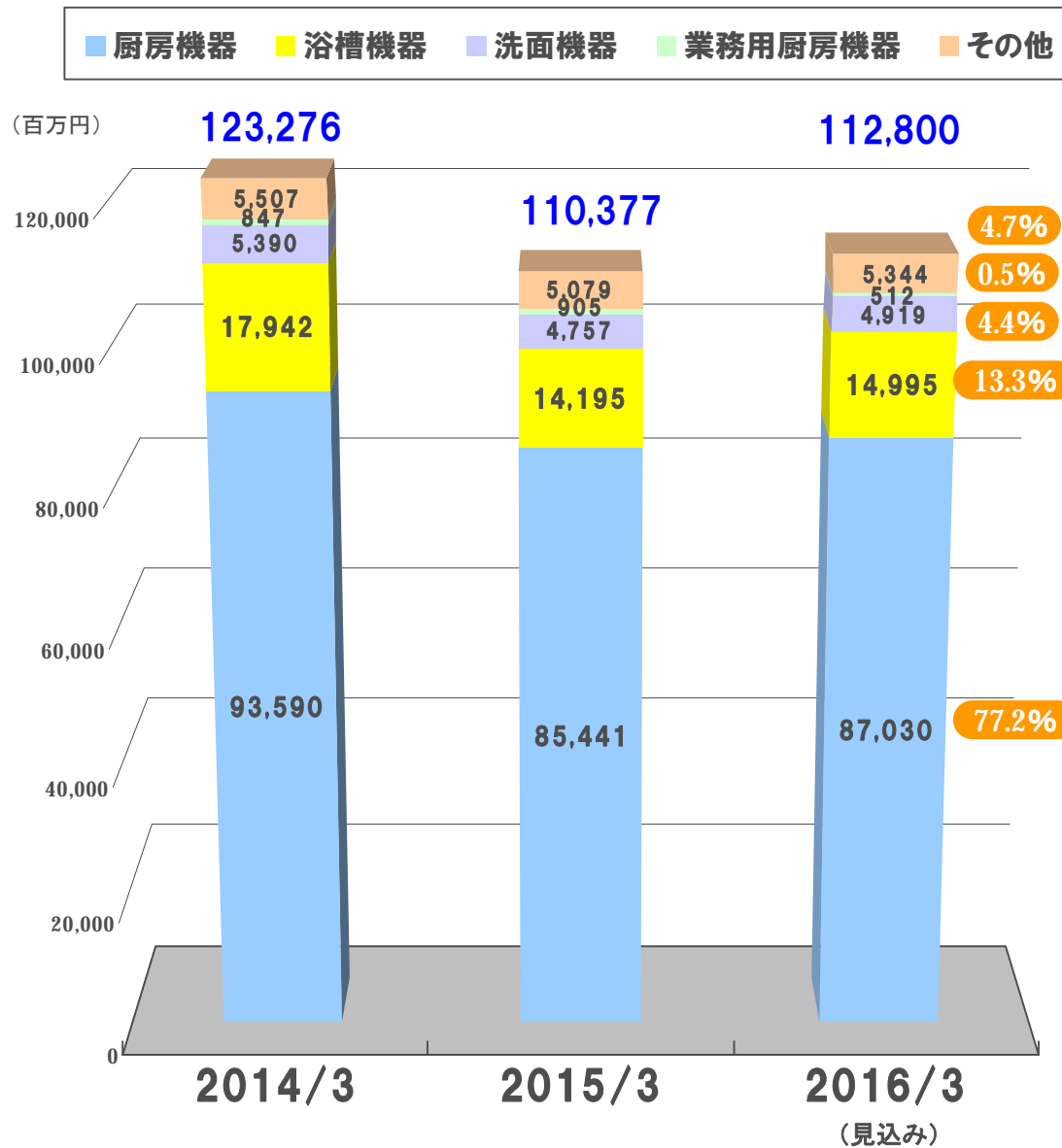
①生産関係	30.4億円
②営業関係	16.6億円
③情報関係	13.9億円
④その他	1.1億円

7. 2015年3月期 単体決算の概要

(単位:百万円)

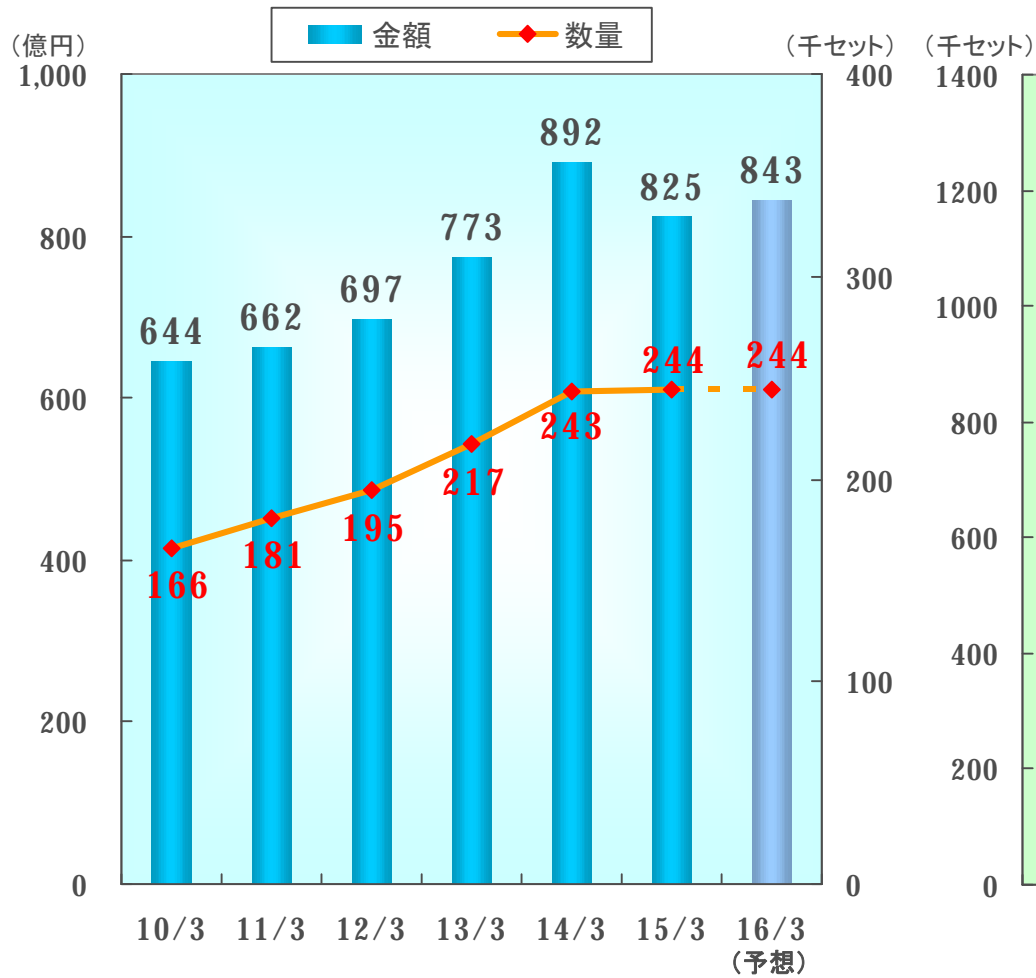
	2015/3 (実績)	2014/3 (実績)	前期比 増減率
売上高	110,377	123,275	△10.5%
営業利益	2,684	7,959	△66.3%
経常利益	2,645	7,924	△66.6%
当期純利益	1,169	4,792	△75.6%
1株当たり 当期純利益	27.57円	102.86円	△73.2%

8. 部門別の単体売上構成

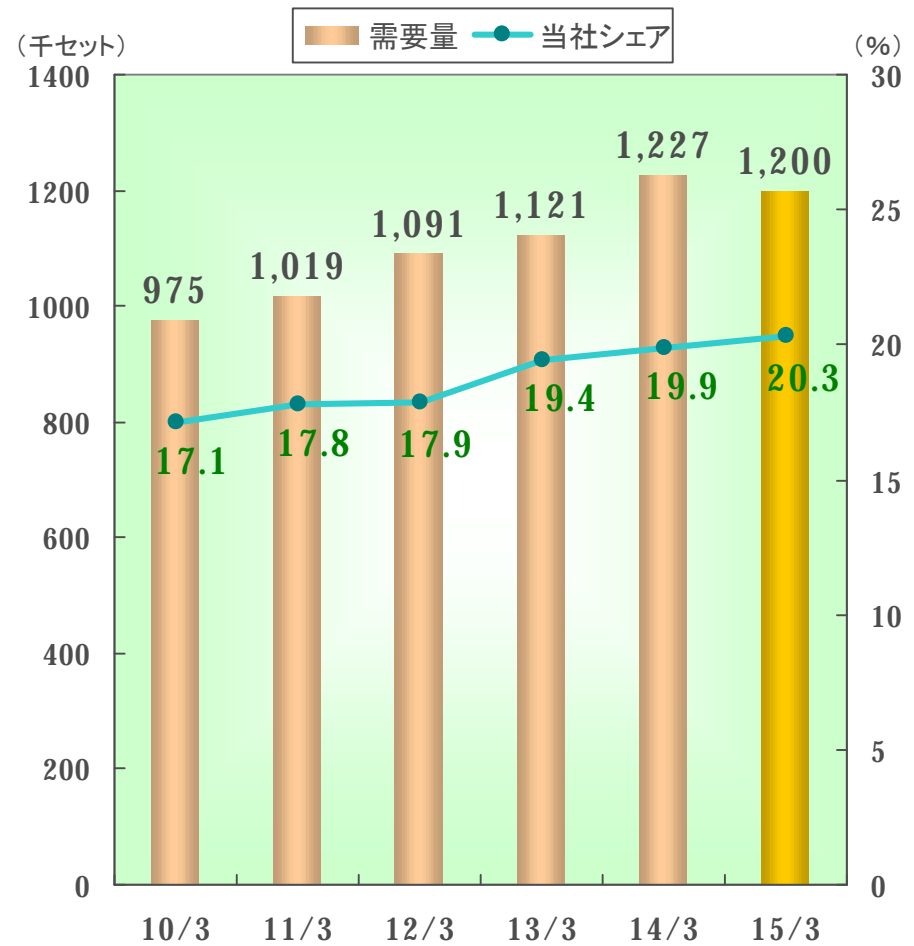


9. 主要商品の販売実績と当社シェア-1/3

システムキッチンの販売実績

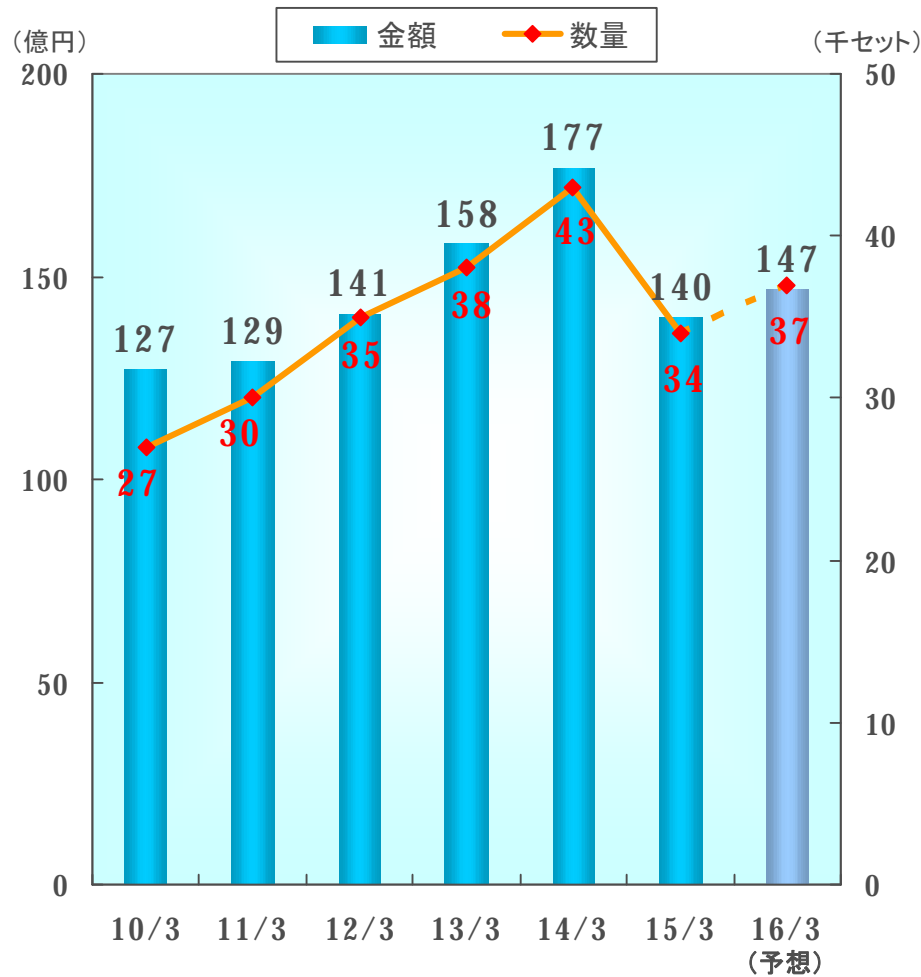


同商品需要動向と当社シェア

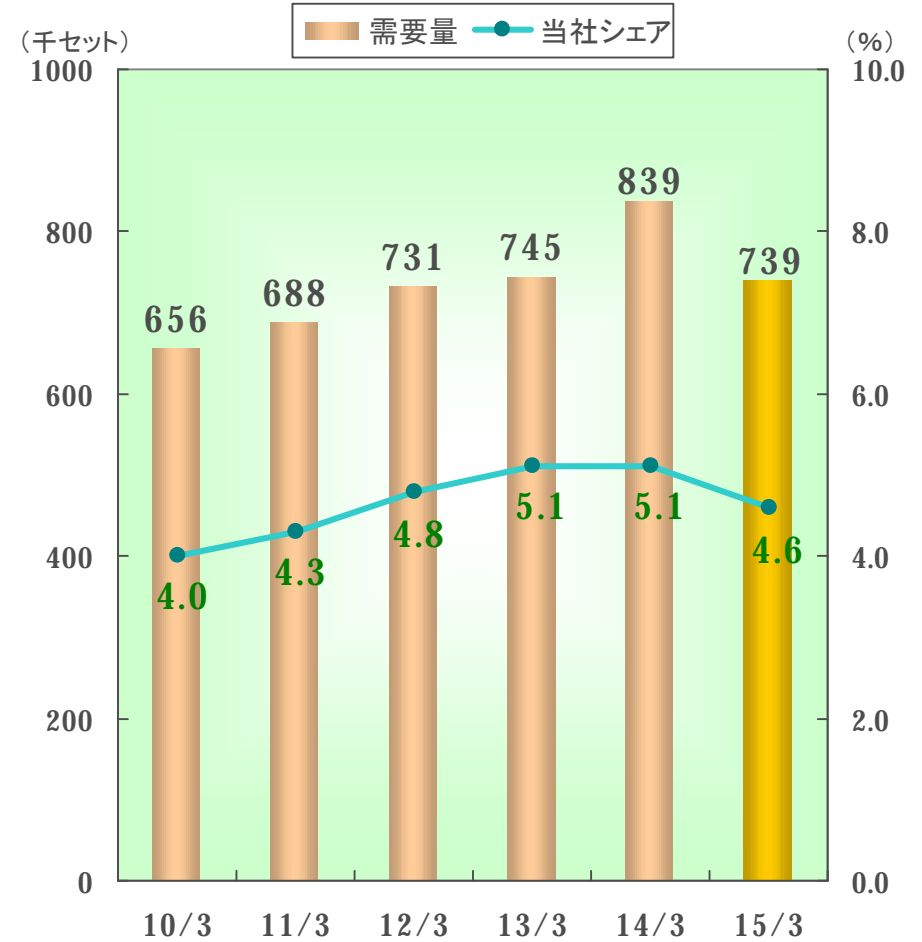


9. 主要商品の販売実績と当社シェア-2/3

システムバスルームの販売実績

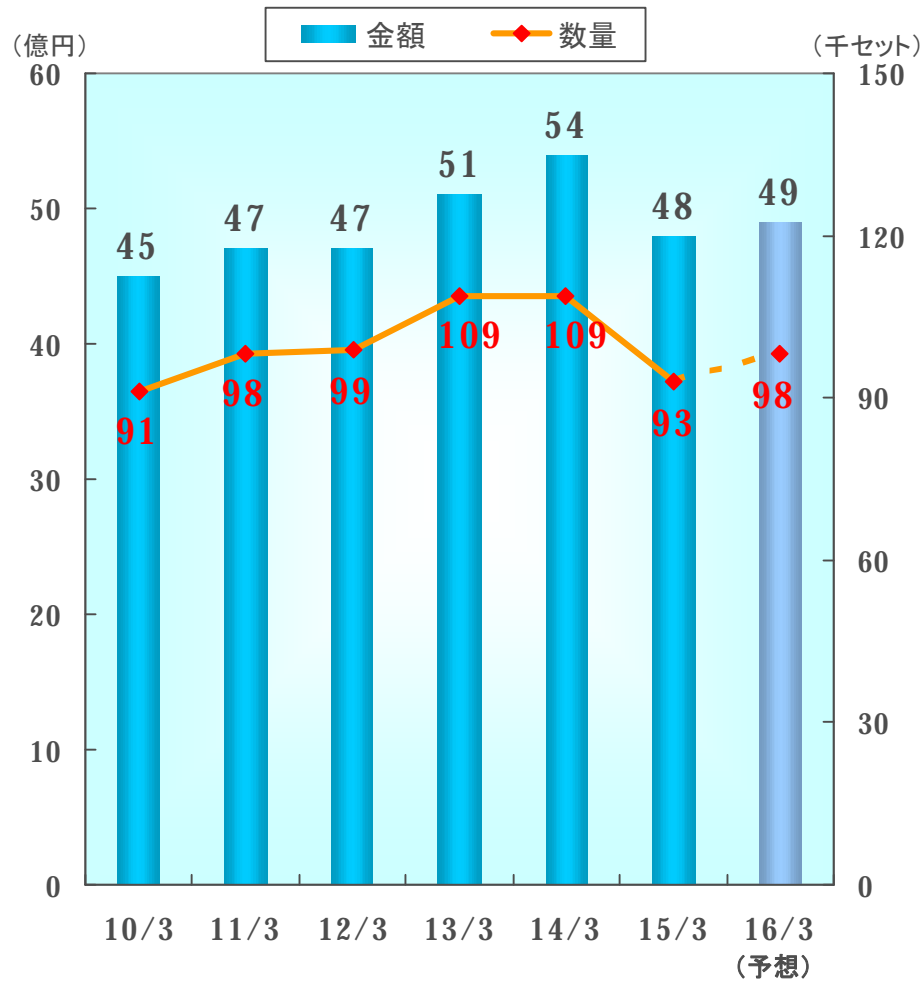


同商品需要動向と当社シェア

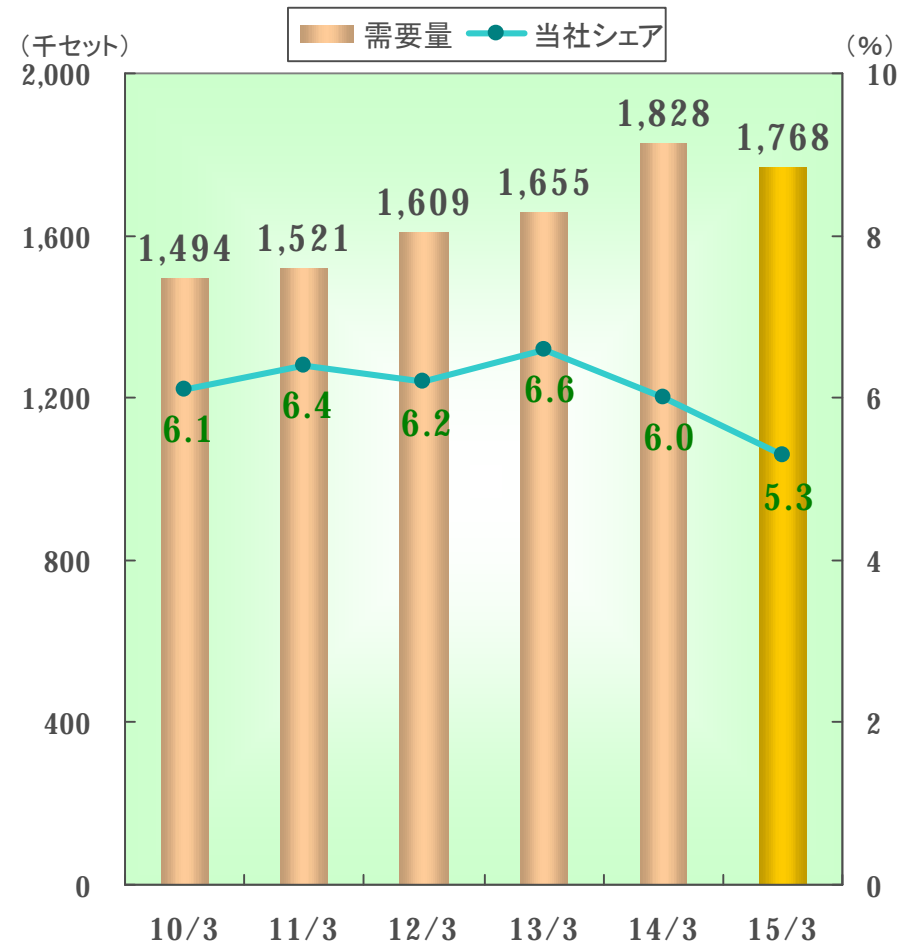


9. 主要商品の販売実績と当社シェア-3/3

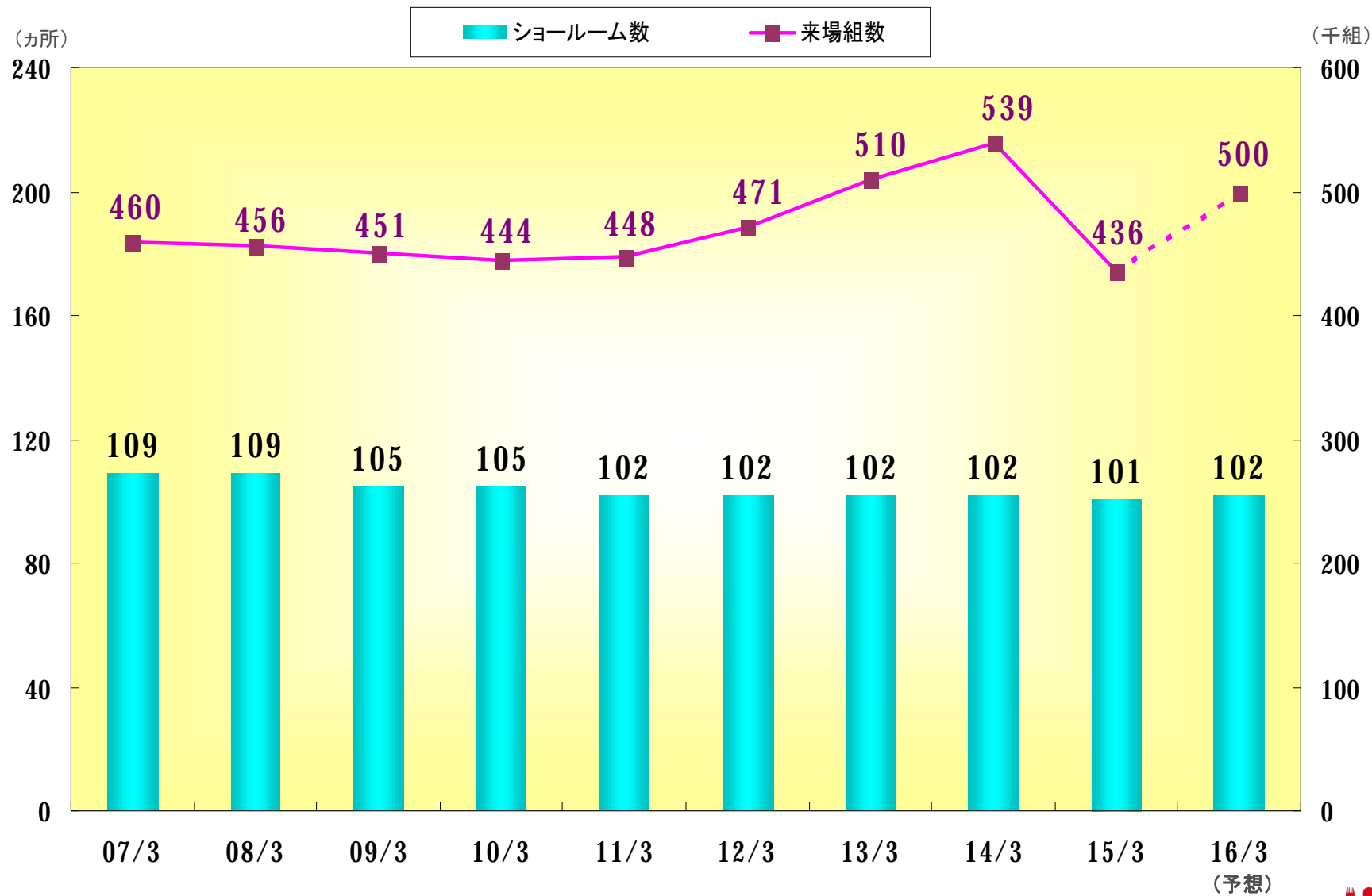
洗面化粧台



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(組数)の推移



11. 2016年3月期 連結業績予想

(単位:百万円)

	2015/3 (実績)	2016/3 (予想)	前期比 増減率
売上高	116,239	118,000	+1.5%
営業利益	3,028	2,800	△7.5%
営業利益率	2.6%	2.4%	-
経常利益	2,703	2,450	△9.4%
経常利益率	2.3%	2.1%	-
親会社株主に帰属 する当期純利益	883	1,350	+52.7%
当期純利益率	0.8%	1.1%	-

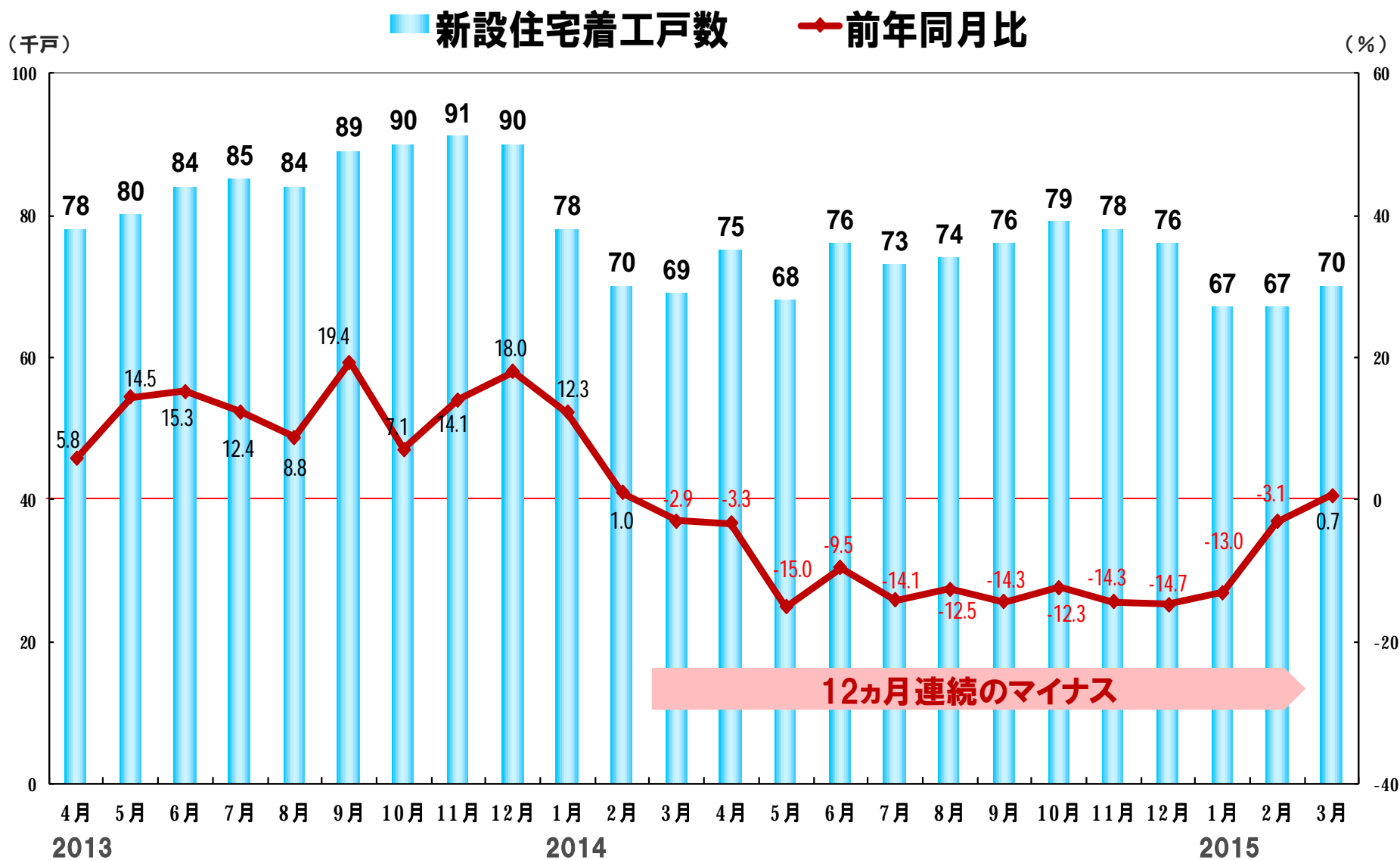


キッチンから、笑顔をつくろう

Ⅱ. 今後の経営戦略

(前中期経営計画の総括と新中期経営計画の概要)

1. 経営環境



* 国土交通省 建築着工統計調査報告

2. 2015年3月期の経営方針と成果

(1) 方針と主な施策

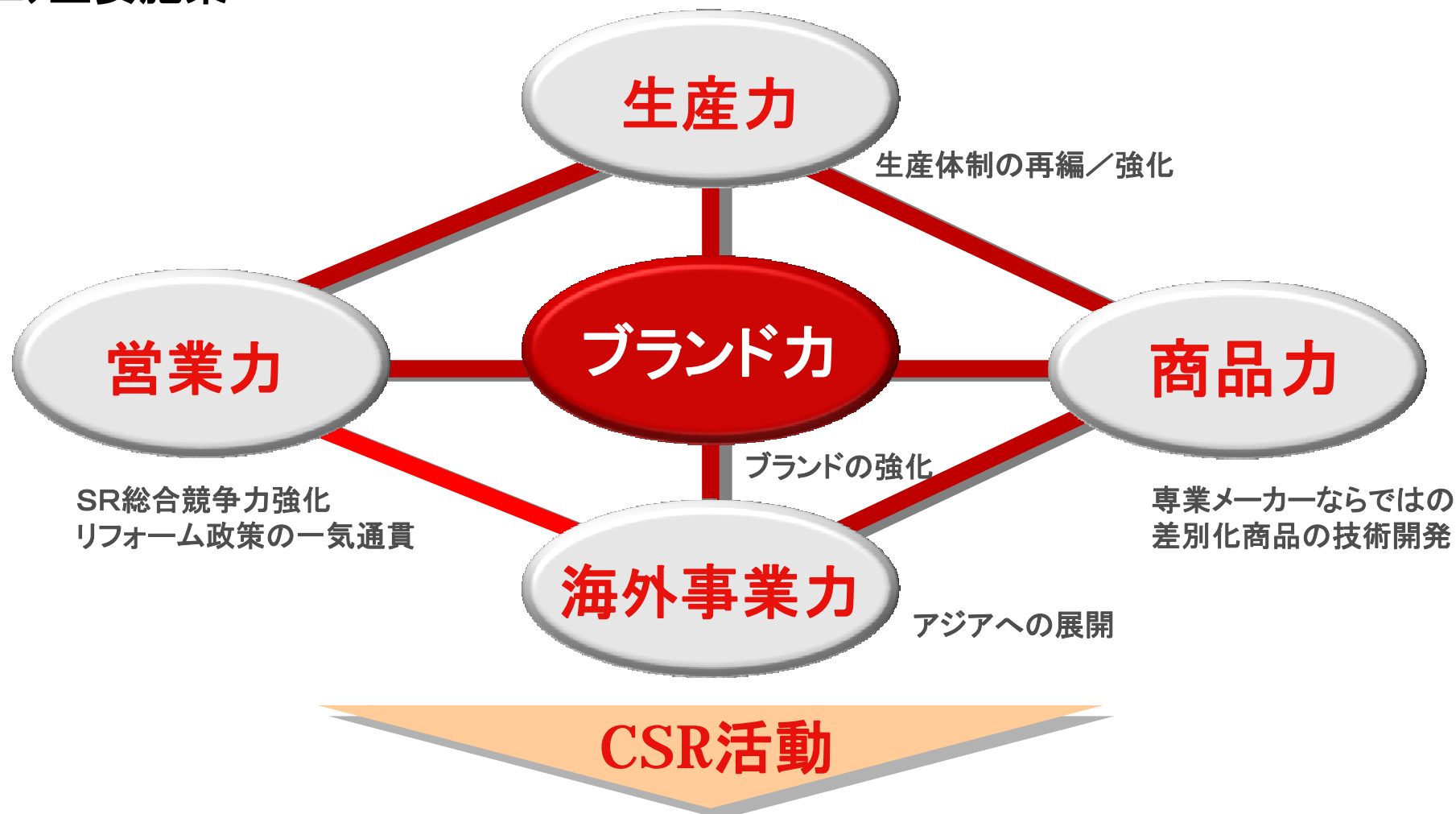
2015年3月期 経営方針

「ザ・キッチンカンパニー」の確固たる確立

- ① リフォーム政策のスピードを上げた推進
- ② ショールームの総合競争力強化
- ③ 中高級システムキッチンのシェアアップ及び普及クラスの強化
- ④ CPS活動の全社展開による業務効率化
- ⑤ トータル品質の強化およびトータルコストの低減
- ⑥ 20年サポートを支える業務システムの整備
- ⑦ 海外事業の戦略的推進
- ⑧ 70周年を見据えた人事環境および人財づくり

2. 2015年3月期の経営方針と成果

(2)重要施策



“The Kitchen Company” の実現

2. 2015年3月期の経営方針と成果

(3) 主な成果

「生産力」関連

- 津山工場の増築・・・キッチンカウンターの新産品目を増加
- 岡山工場の生産能力増強・・・キッチンキャビネットの生産を増強

「商品力」関連

- 普及クラスで人気のシステムキッチン「rakuera」(ラクエラ) をリニューアル
→普及クラスのシェアが向上(21.0% 前年比0.9ポイントアップ)

「営業力」関連

① ショールーム政策

- 9カ所のショールームをリニューアル
- ショールームアドバイザー約400名の人材力強化を推進
 - ・「食育インストラクター3級」「整理収納アドバイザー」、(取得済み)
 - ・「キッチンスペシャリスト」(取得推進中)

② リフォーム政策

- 「水まわり工房」(工務店・リフォームショップの会員組織)の強化を推進
⇒ 会員総数が前期比514社増加し5,346社に

2. 2015年3月期の経営方針と成果

(3) 主な成果

「ブランド力」関連

- 全国ショールームを起点とし、「食住文化コミュニケーション」を積極的に展開
⇒ サロナーゼによるイベントを、のべ1,200回開催
- 「ザ・キッチンカンパニー」として、「食育」支援活動を継続展開
⇒ 「弁当の日 応援プロジェクト」を通じて、講演会や料理教室を実施
- クリナップ監修の絵本「世界にひとつのキッチン」を発刊

「海外事業力」関連

- 中国では、瀋陽、蘇州、無錫、太倉の4地区にキッチン等の供給を開始
- 台湾・ベトナムでは、現地代理店ショールームを活用しながら、販売を拡大
(S. S.・クリンレディなど、中高級品を中心とした展開)

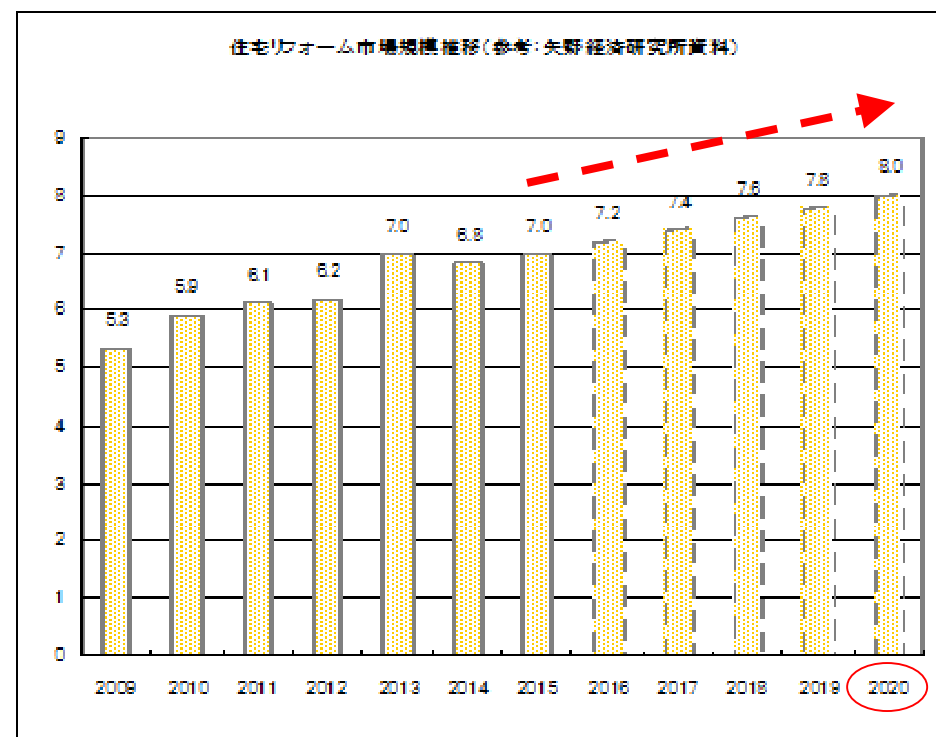
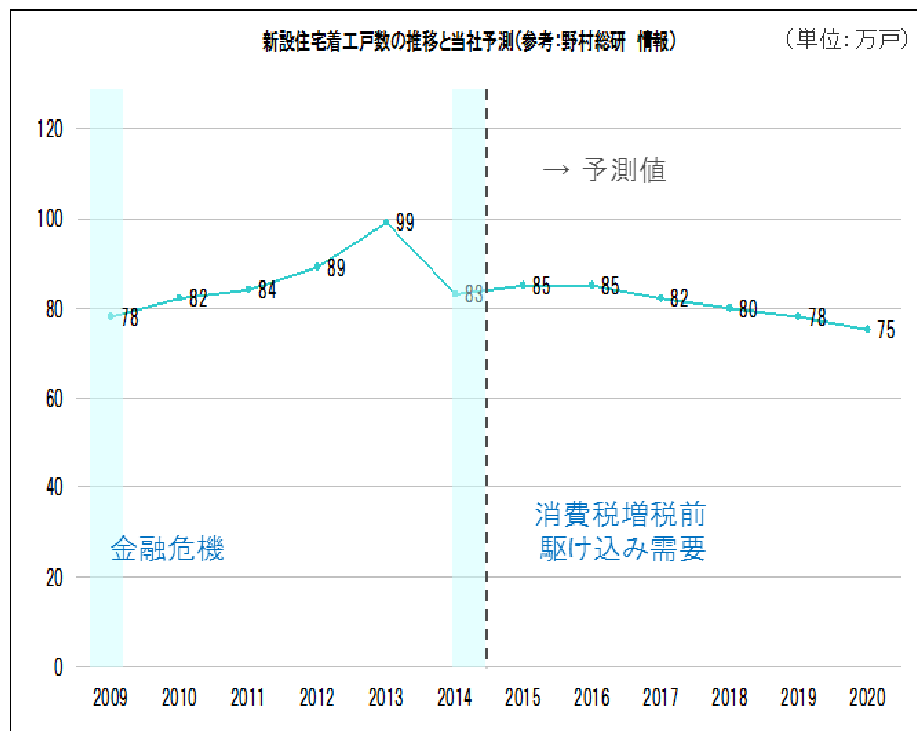
中期経営計画の最終年度として、
「ザ・キッチンカンパニーの確固たる確立」に向けた取り組みを展開

3. 新中期経営計画『15中計』の概要

(1) 環境認識

[新設住宅着工戸数・リフォーム市場規模の推移]

日本の総世帯数は2019年をピークに減少に転じると予測されます。また、新設住宅着工戸数は80万戸程度から漸減し、2020年には75万戸程度となると予測されます。一方、リフォーム市場は、2000年前後に建築した住宅のリフォーム適齢期が訪れることから、堅調に推移することが予測されます。

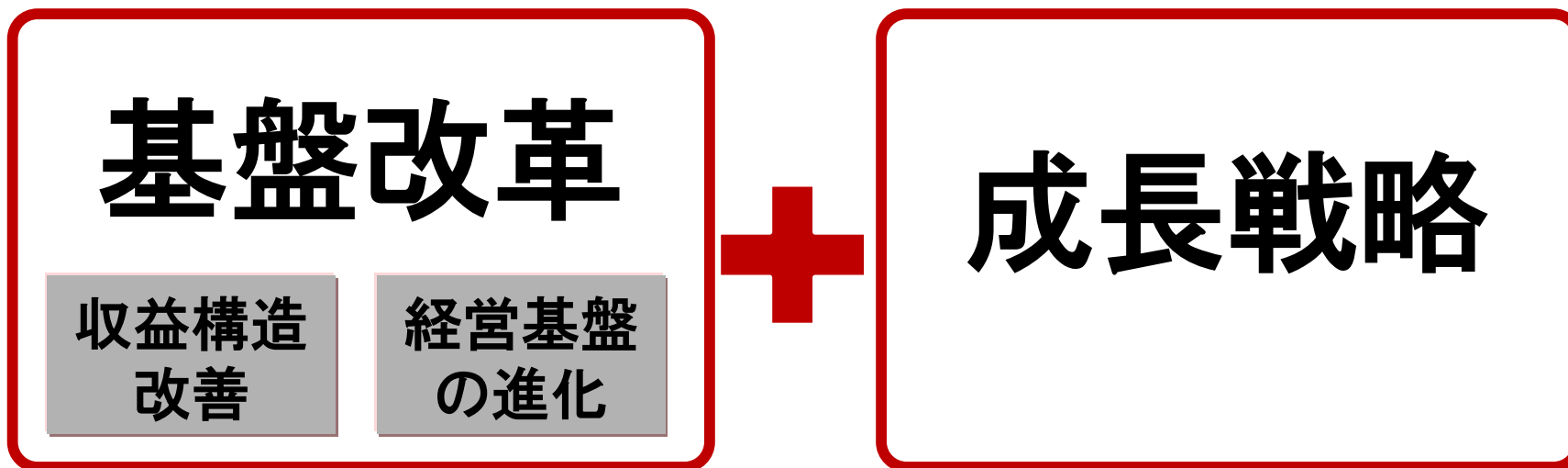


3. 新中期経営計画『15中計』の概要

(2) 基本的な考え方

**第2の創業 “第2章”
「基盤改革を急ぎ、次なる成長へ」**

(3) 重点方針



3. 新中期経営計画『15中計』の概要

(4) 具体的政策

基盤改革① 収益構造改善

- **市場ニーズに即した商品のタイムリーな提供**
 - ・中高級品のシェア回復（⇒「クリンレディ」全面リニューアル）
 - ・伸びる市場の攻略と差別化商品の開発
- **リフォーム市場で競争優位となる政策の実行**
 - ・ショールームを核とした販売戦略・販促支援策の推進
 - ・新「20年サポートプログラム」開始
- **収益コスト構造の実現**
 - ・CPSの深化・進化の継続による原価の更なる低減
 - ・サプライチェーンの再構築とコスト低減の両立

基盤改革② 経営基盤の進化

- **業務・仕組みの効率化による高い生産性の実現**
- **キッチン専門メーカーならではの人・ブランドづくり**
- **社会的使命をもった事業活動の推進**
- **ガバナンス体制の強化と安定的な株主還元**

(4) 具体的政策

成長戦略

● 海外事業の拡大

マーケットを見極めながら、中長期的に海外売上高の拡大を実現するために、海外事業基盤の構築を進める

● 既存事業領域の拡大

クリナップ研究所を中心とした技術開発により、「水まわり事業」の新たな価値(商品・サービス)の創造と新市場の創出を図る

● 新規事業への挑戦

自社の強みを活かしつつ、成長が予見される新規事業の種を見出し、積極的に挑戦する

4. 2016年3月期の具体的施策

(1) 商品施策

クリンレディをフルモデルチェンジし、5月に新発売

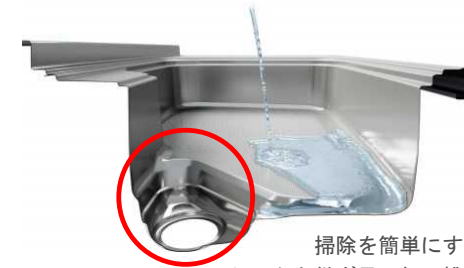
【「流レールシンク」を標準装備した新クリンレディ】

流レールシンク

水のチカラでキレイをキープ

使う水の力を活用してシンク内のゴミの広がりや量を最小限に抑え、掃除の手間を軽減する画期的なシンクです。

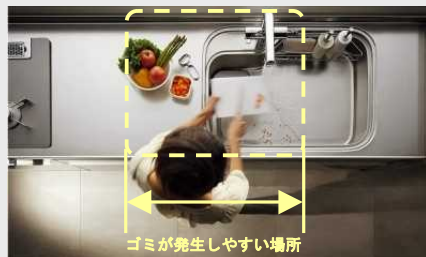
調理中に出る野菜の切れ端や、フライパンやボウルについたオイル、お皿に残った細かい食べ残しなど、シンクに落ちたいろいろな汚れを広げず、水を使うたびに排水口に向かって流します。



掃除を簡単にする、シンクと継ぎ目の無い排水口「とってもクリン排水口」

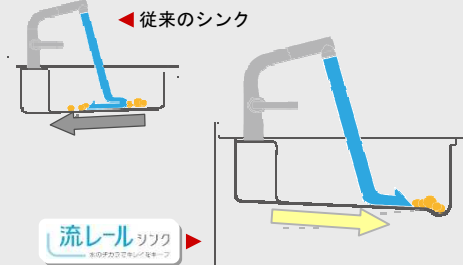
【新クリンレディ3つの業界初】

1 ゴミの近くに排水口を寄せた「調理面側排水口」



排水口をゴミの発生しやすい調理面側に寄せました。作業で出るゴミなどが水の通り道に落ちるので、ムダに広がりません。

2 汚れやゴミを集めやすくする「手前勾配」



水栓からの水の流れとシンクの勾配を一致させ、水の勢いをそのまま活かして、シンクのゴミなどを効率的に集めます。

3 ゴミをスムーズに流す「水路構造」



ゴミなどが溜まりやすい場所に独自の水路構造を設けました。普段の作業で使用する水でゴミ集めの手間を軽減できます。

4. 2016年3月期の具体的施策

(2) ブランド施策

①「弁当の日」応援プロジェクトを通じて食育活動を推進



②映画「はなちゃんのみそ汁」に協賛し、心豊かな食住文化を創造



2015年12月公開予定

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 03-3810-8350
URL <http://cleanup.jp/>

お断り事項

本資料は、2015年3月期の決算(2014年4月～2015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、2015年5月25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。