クリナップ®

キッチンから、笑顔をつくろう

2019年3月期

決算説明会

プレゼンテーション資料

2019年5月20日

Ⅰ．決算の概要

1. 2019年3月期　連結決算の概要

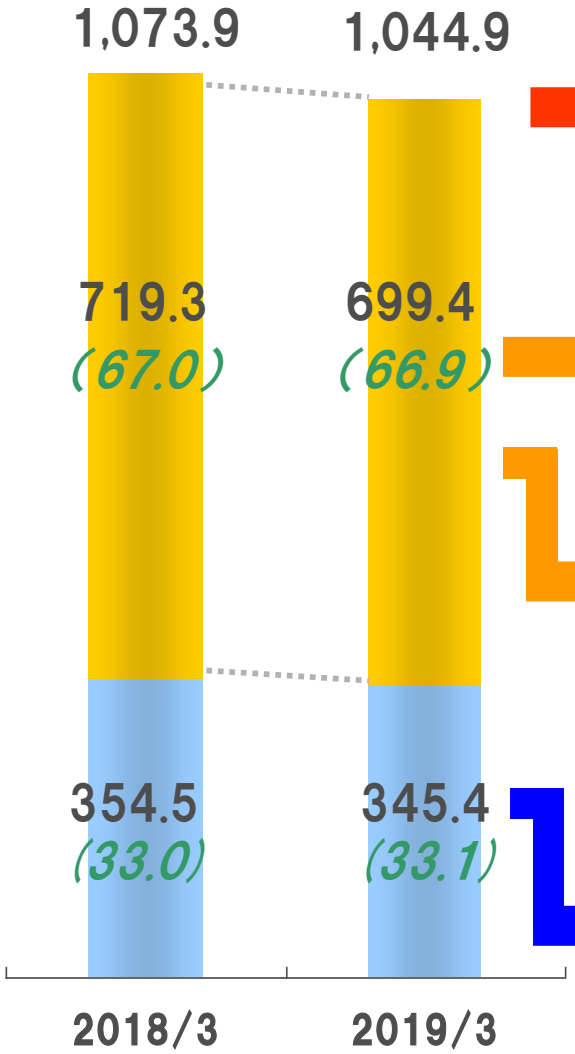
（単位：百万円）

	2019/3（実績）	2018/3（実績）	前期比増減率	2019/3（修正予想）
売上高	104,486	107,386	△2.7%	106,000
営業利益	△465	398	―	△750
経常利益	△376	418	―	△720
親会社株主に帰属する当期純利益	△704	49	―	△1,220
1株当たり当期純利益	△19.26円	1.34円	―	△33.34

＊修正予想：2018年10月31日公表

2. 連結損益の状況① 売上高･売上総利益

（単位：億円）



【増減額（率）】

売上高
△29.0億円

売上原価
△19.9億円

売上原価率
△0.1%

売上総利益
△9.1億円

【主な増減要因】

- システムキッチン △20.3億円
- システムバスルーム △5.5億円
- 洗面化粧台 △0.2億円

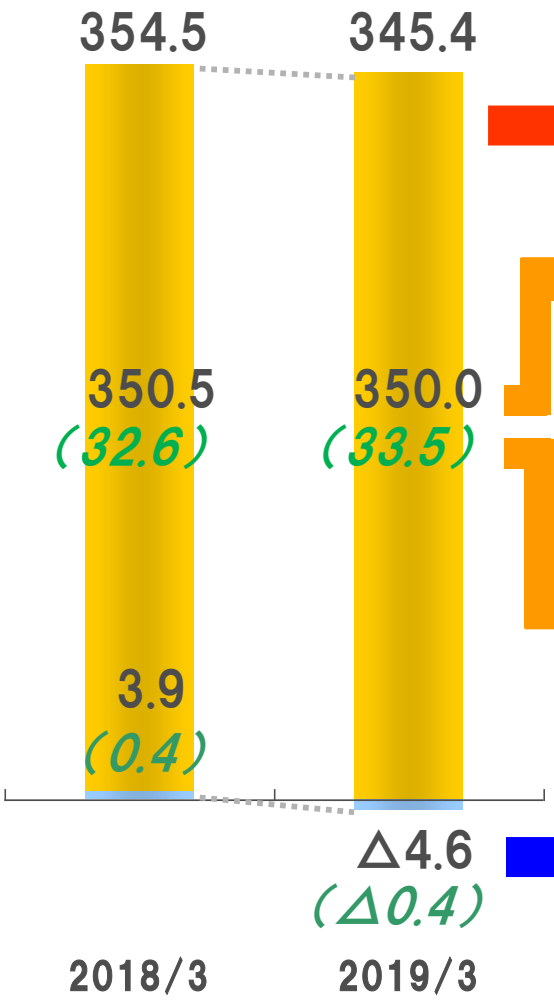
- 減収による減 △19.4億円
- 売上原価率ダウンによる減 △0.5億円

- CENTRO、STEDIA原価率ダウン △1.39 point
- ラクエラ原価率アップ ＋0.15 point
- システムバスルーム原価率ダウン △0.47 point
- 原材料値上げ　等 ＋1.61 point

- 減収による減 △9.6億円
- 売上総利益率アップ ＋0.5億円

2. 連結損益の状況② 販管費･営業利益

（単位：億円）



【増減額（率）】

売上総利益
△9.1億円

販管費
△0.5億円

販管費率
＋0.9%

営業利益
△8.6億円

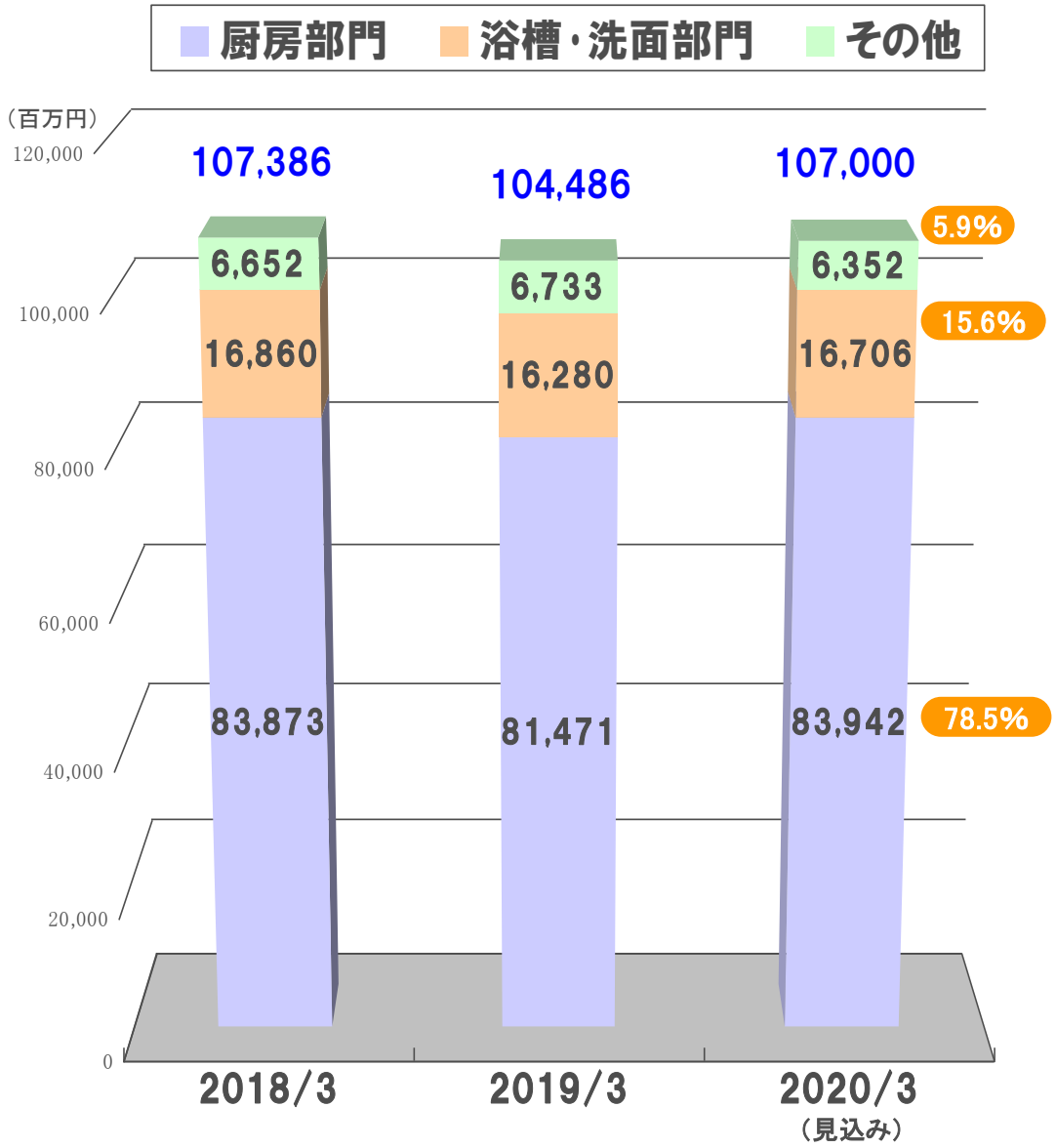
【主な増減要因】

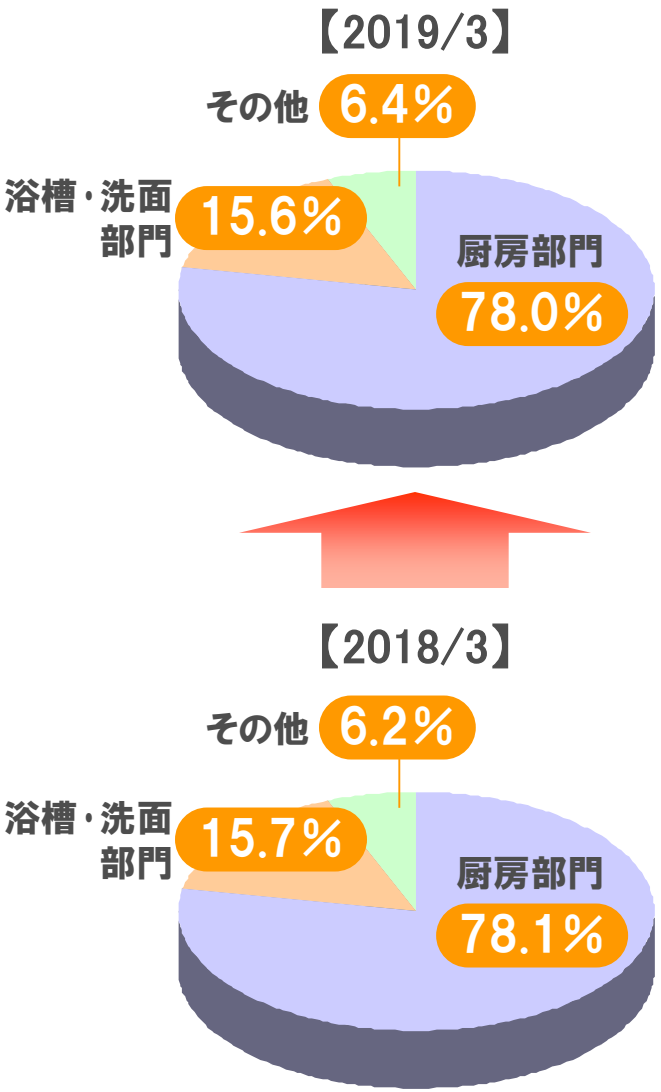
販売費	＋5.1億円
物流費	△1.8億円
人件費	△2.4億円
一般管理費	△1.4億円

販売費	＋0.6 point
物流費	― point
人件費	＋0.1 point
一般管理費	＋0.2 point

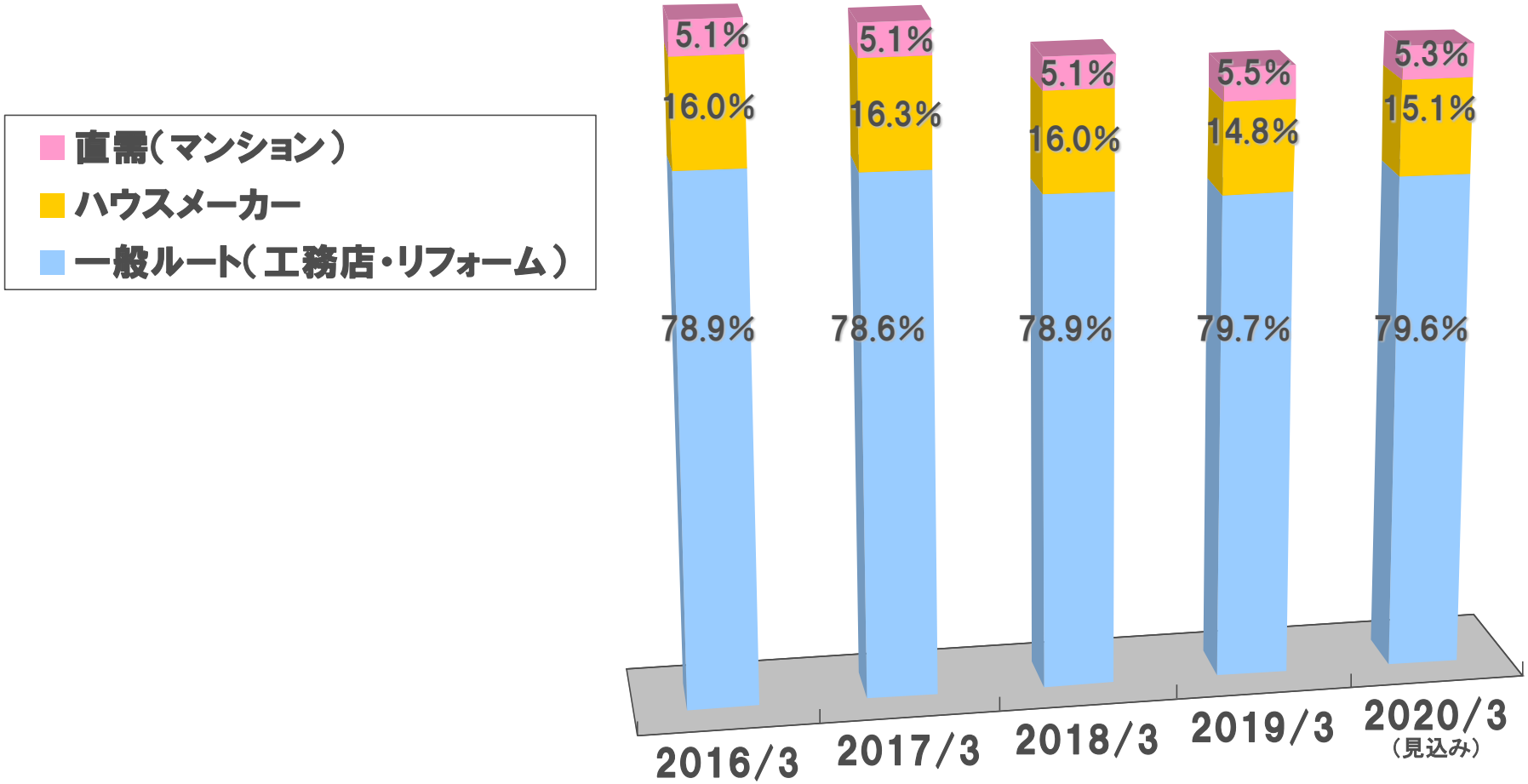
売上総利益減	△9.1億円
販管費減	＋0.5億円

3. 売上構成① 部門別（連結）





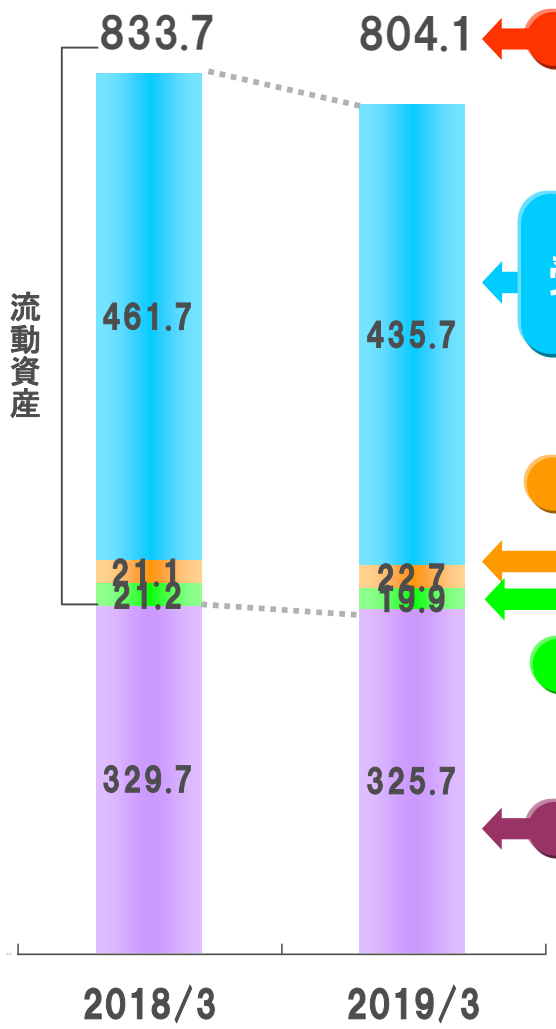
3. 売上構成②　販売ルート別（単体）



4. 連結貸借対照表の概要-1/2

【資産の部】

（単位：億円）



【増減額】

総資産
△29.7億円

現金及び預金
受取手形及び売掛金
電子記録債権
△26.0億円

たな卸資産
＋1.7億円

その他の流動資産
△1.3億円

固定資産
△3.9億円

【主な増減要因】

流動資産	△25.7億円
固定資産	△3.9億円

現金及び預金	△30.2億円
受取手形及び売掛金	△4.1億円
電子記録債権	＋8.3億円

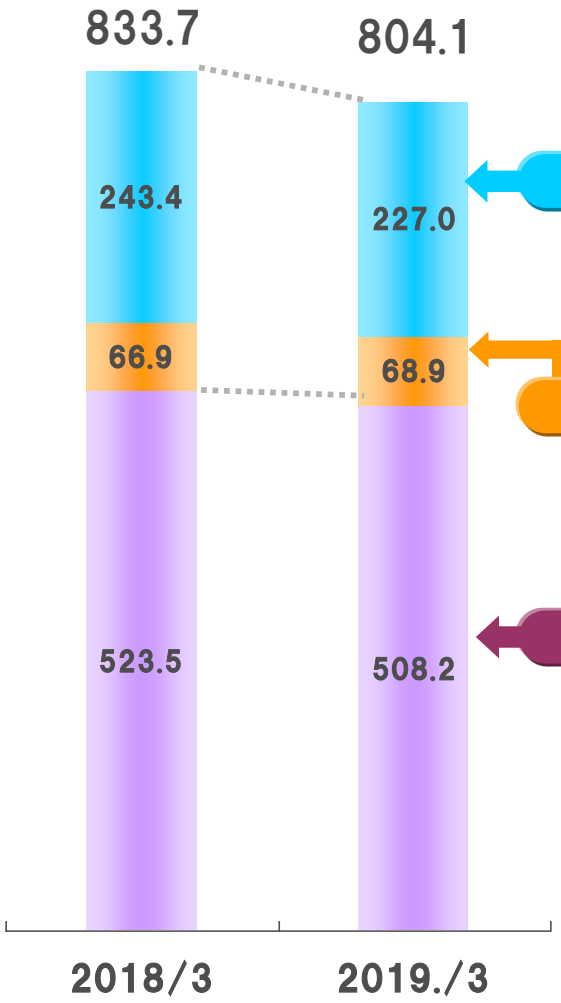
原材料の増加	＋0.9億円

有形固定資産	△6.0億円
無形固定資産	＋1.3億円
投資その他	＋0.8億円

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】

流動負債
△16.4億円

固定負債
＋2.0億円

純資産合計
△15.2億円

【主な増減要因】

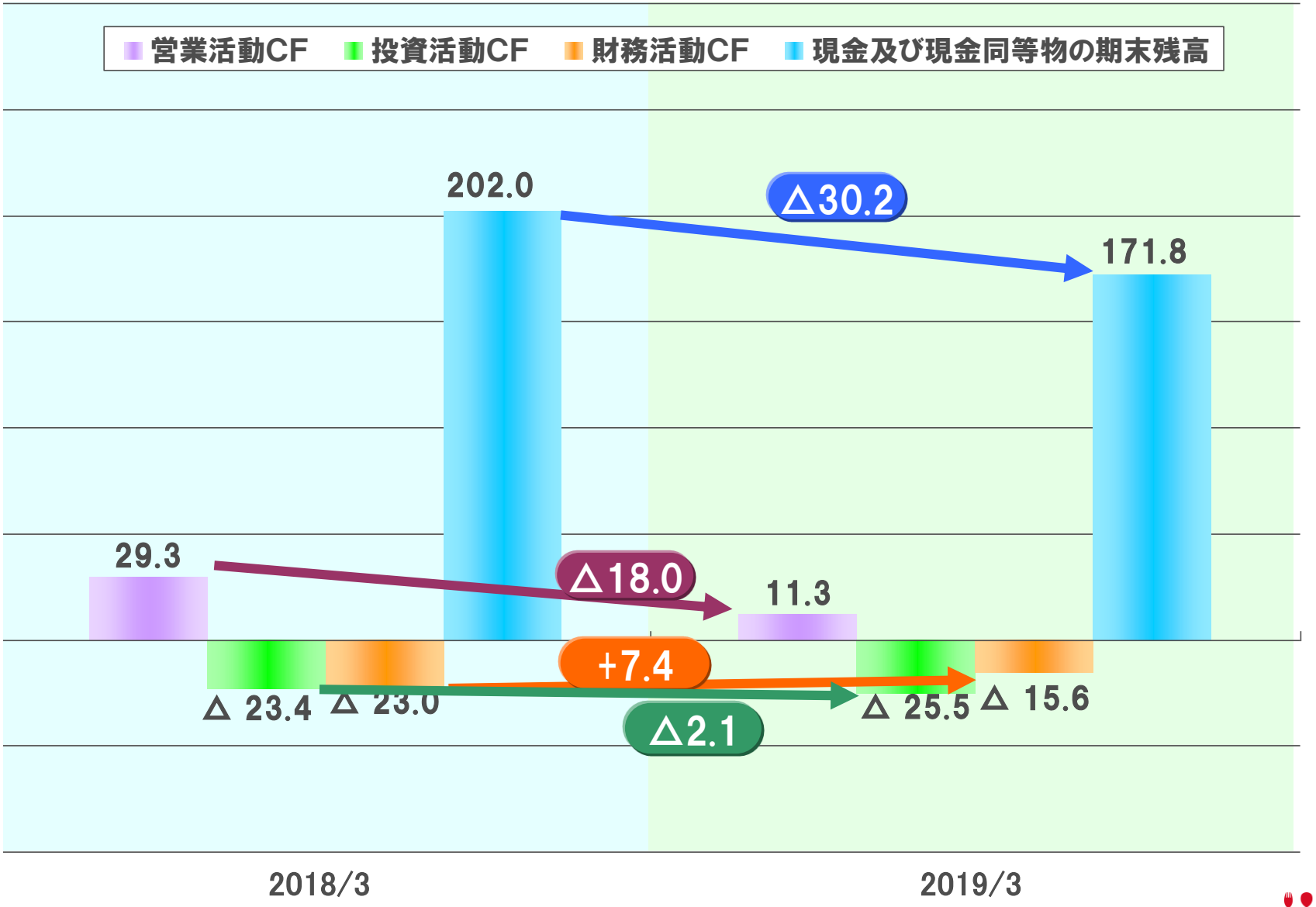
買掛金、未払金	△3.3億円
短期借入金	△19.1億円
1年内返済予定長期借入金	＋1.9億円
株式給付引当金	＋2.5億円

長期借入金	＋10.9億円
退職給付に係る負債	△6.0億円
株式給付引当金	△2.1億円

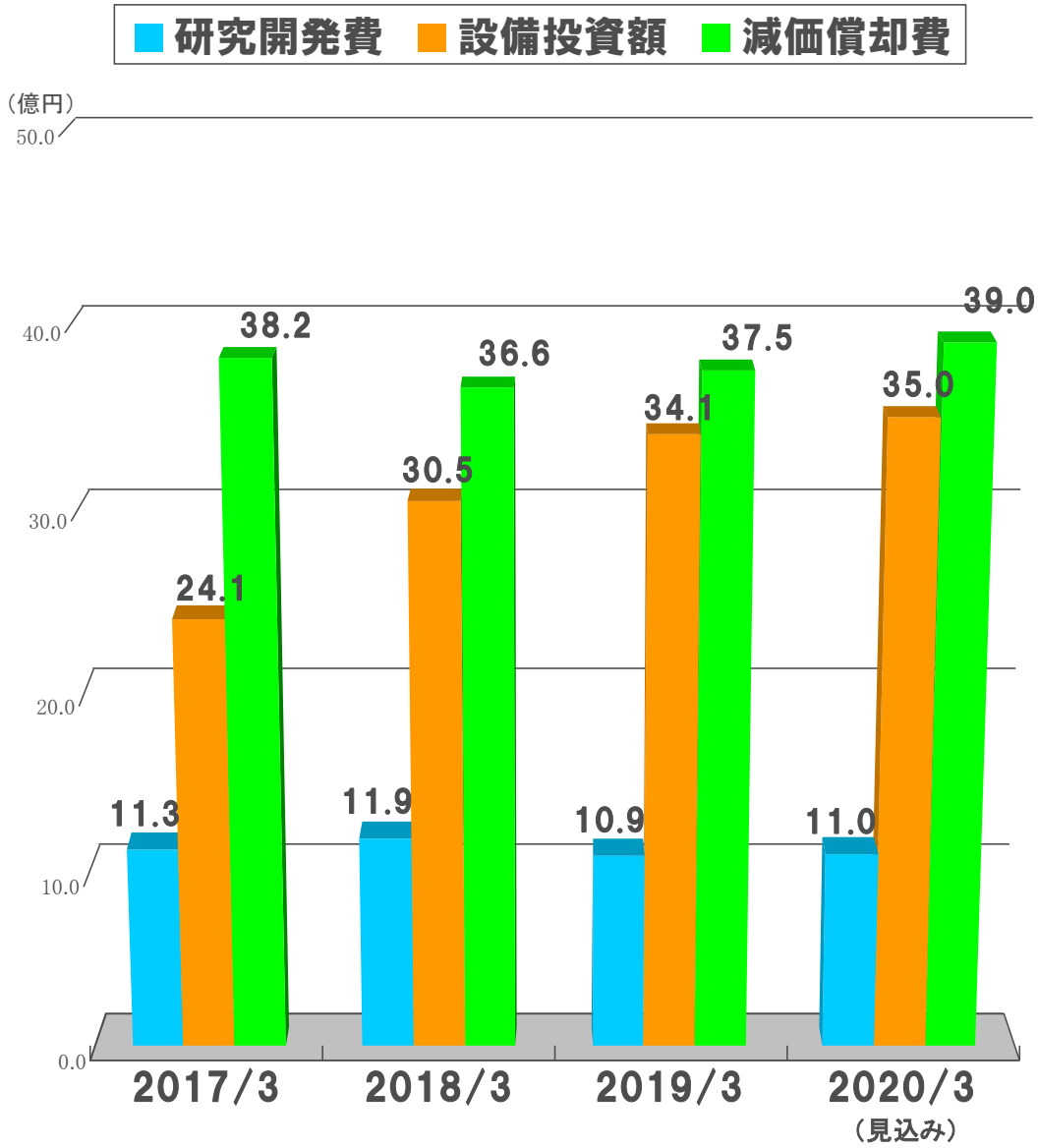
当期純利益	△7.0億円
配当	△7.4億円
その他有価証券評価差額金	△1.9億円
退職給付に係る調整累計額	＋1.6億円

5. 連結キャッシュ･フロー計算書の概要

（単位：億円）



6. 設備投資等の状況（連結）



【主な設備投資の内容】

2019年3月期の実績

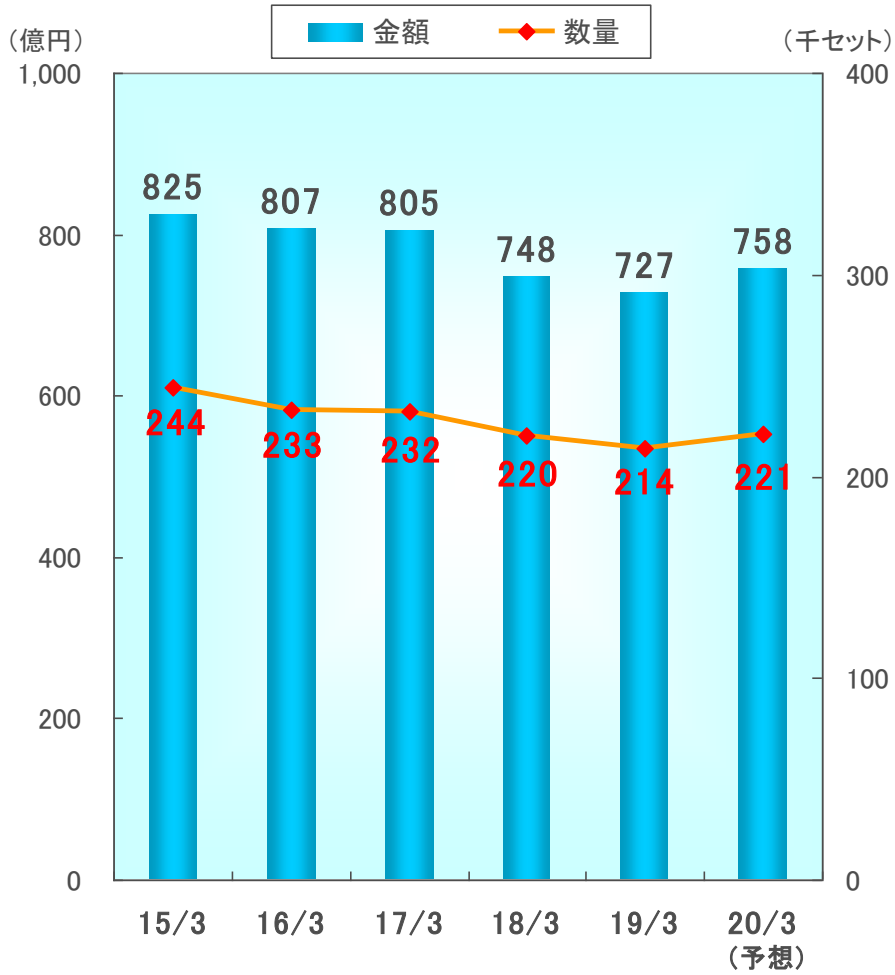
①生産関係	10.4億円
②ショールーム改装等	13.3億円
③情報投資	9.9億円
④その他	0.4億円

2020年3月期の計画

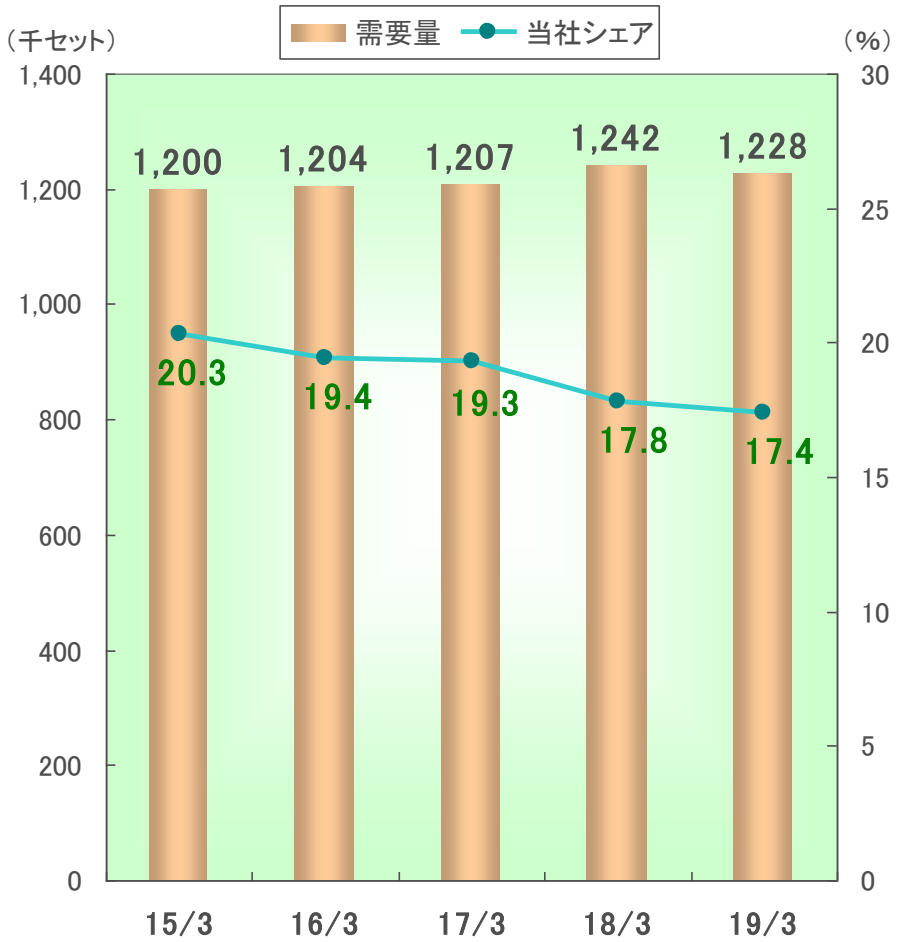
①生産関係	10.4億円
②営業関係	13.8億円
③情報関係	9.4億円
④その他	1.4億円

7. 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

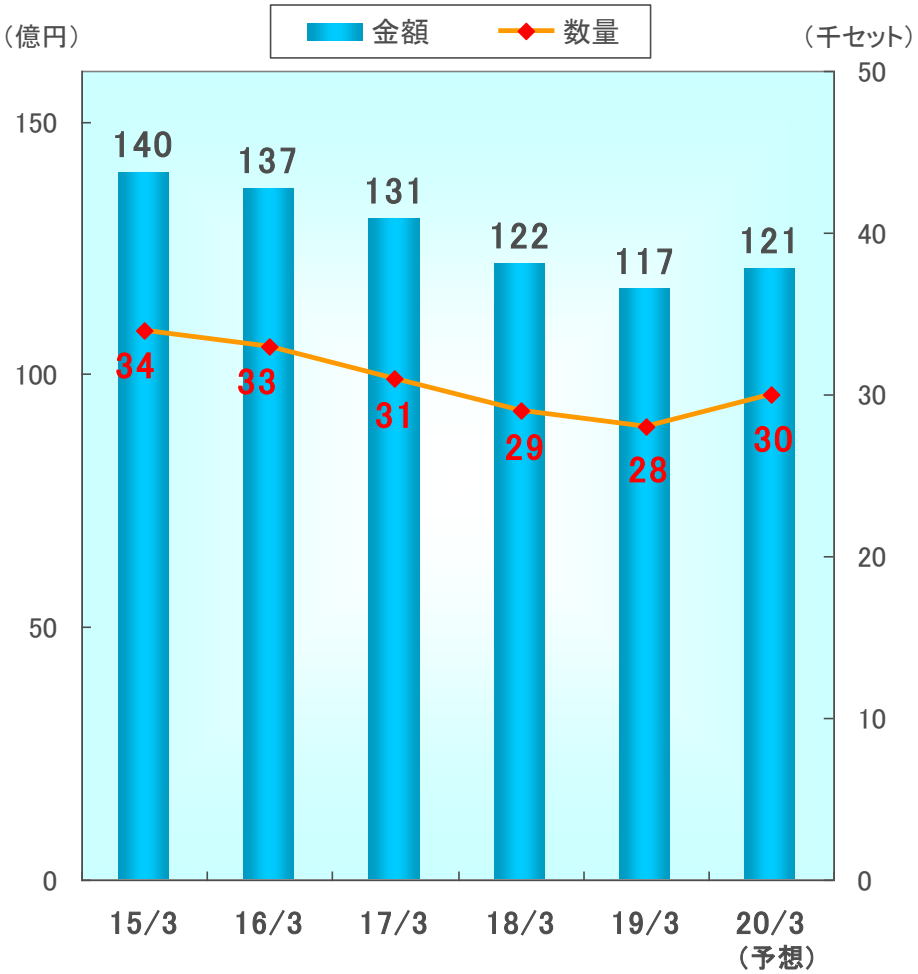


同商品需要動向と当社シェア

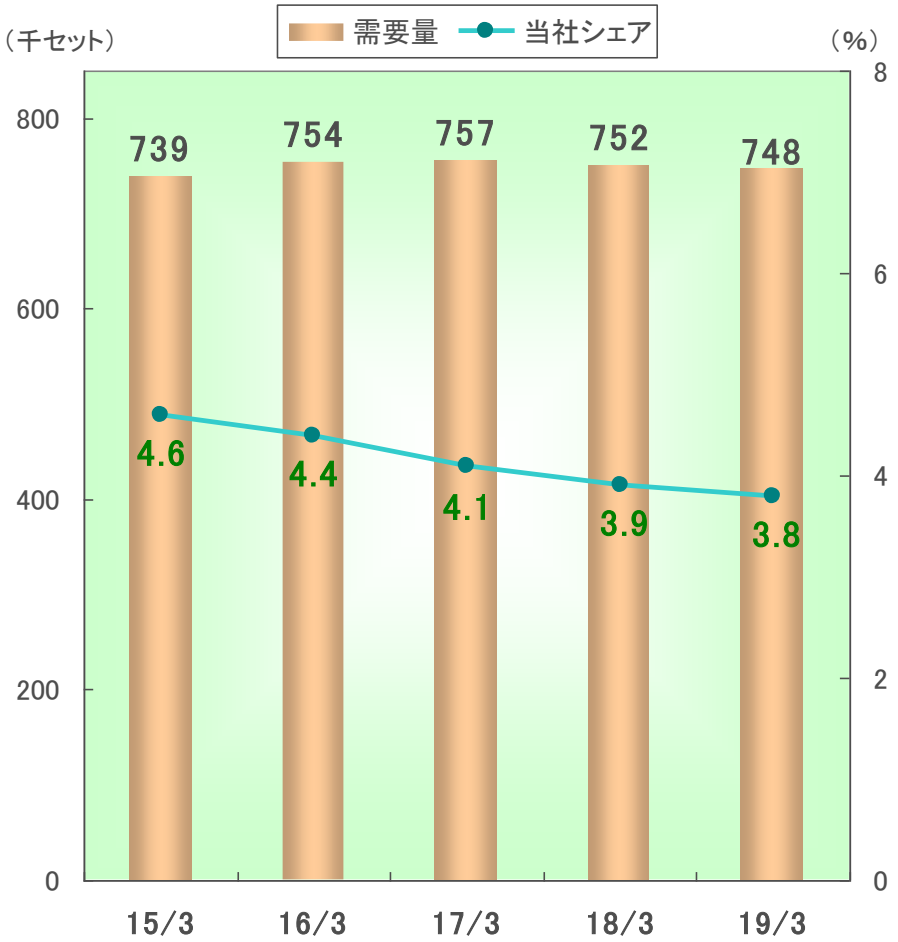


7. 主要商品の販売実績と当社シェア-2/3

システムバスルームの販売実績

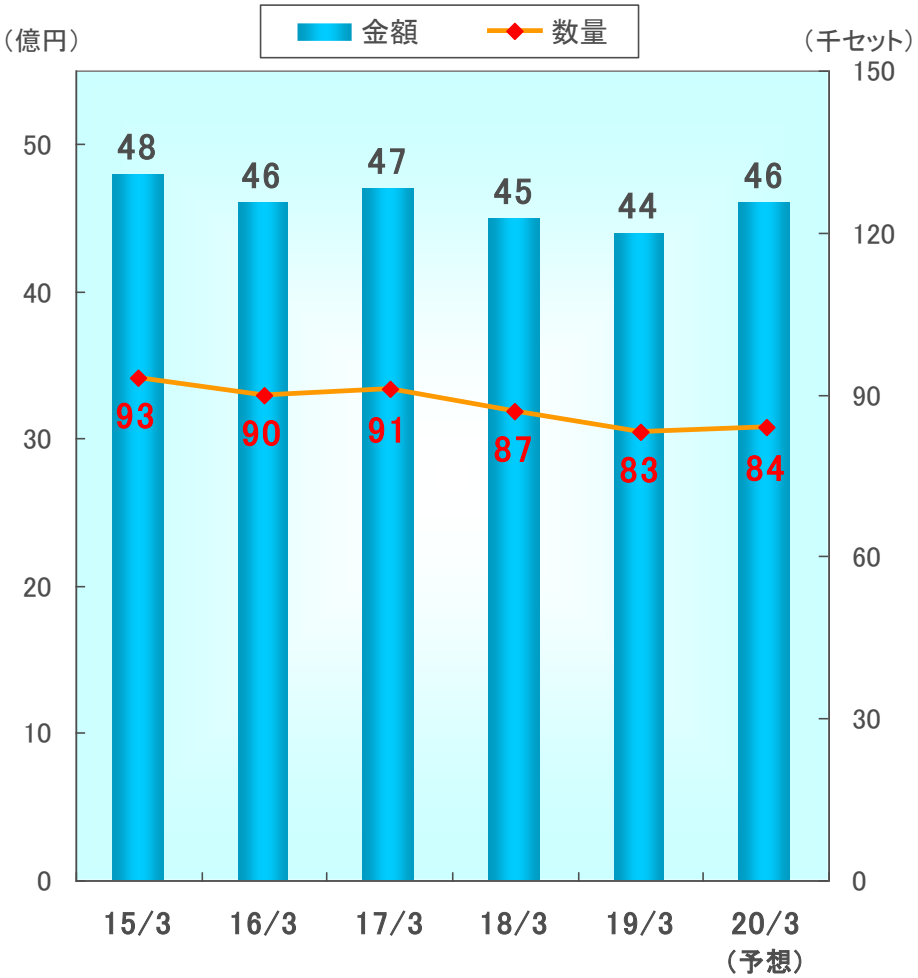


同商品需要動向と当社シェア

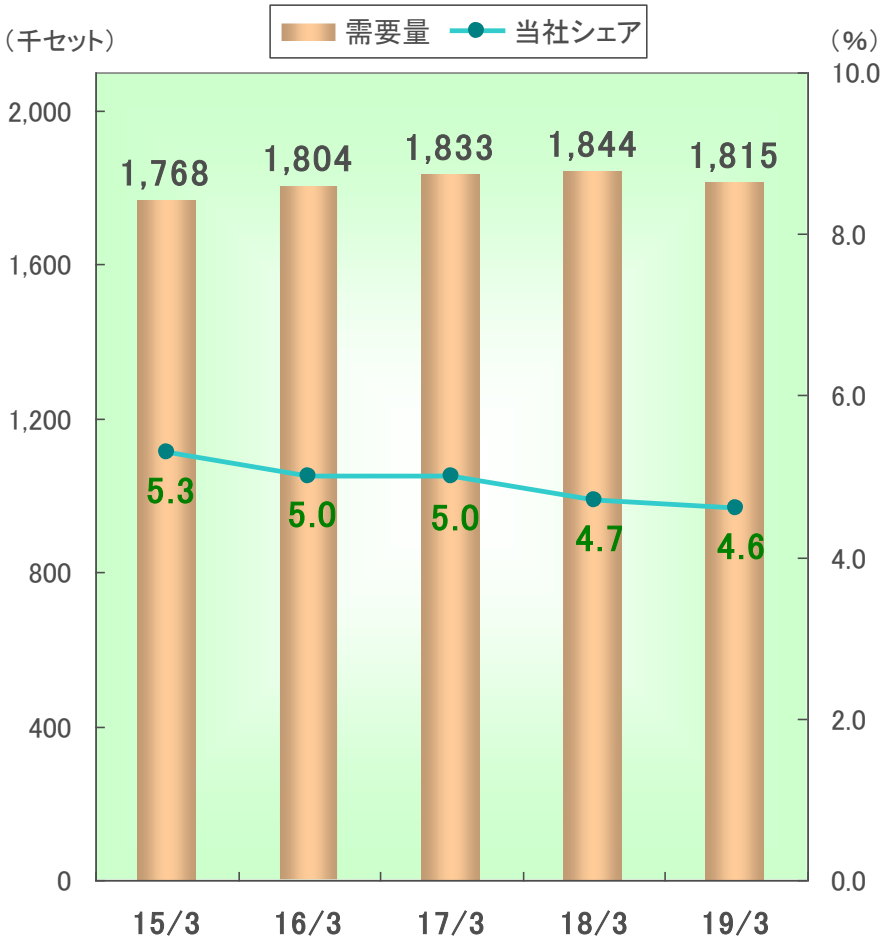


7. 主要商品の販売実績と当社シェア-3/3

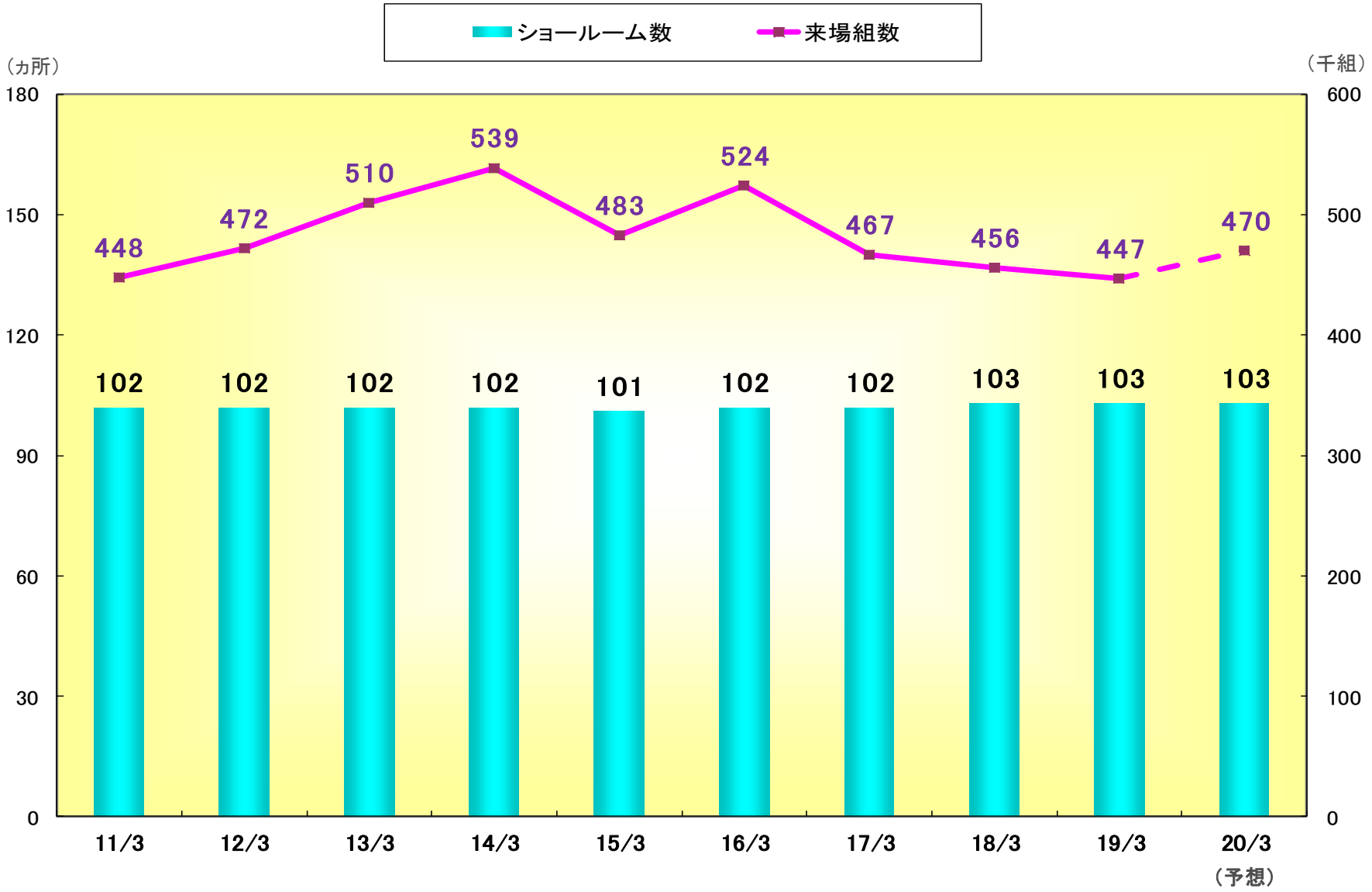
洗面化粧台



同商品需要動向と当社シェア



8. ショールーム数と来場者数（組数）の推移



9. 2020年3月期　連結業績予想

（単位：百万円）

	2019/3 （実績）	2020/3 （予想）	前期比 増減率
売上高	104,486	107,000	＋2.4%
営業利益	△465	1,100	－
営業利益率	－	1.0%	－
経常利益	△376	1,150	－
経常利益率	－	1.1%	－
親会社株主に帰属する当期純利益	△704	550	－
当期純利益率	－	0.5%	－

キッチンから、笑顔をつくろう

Ⅱ．経営戦略

（中期経営計画の進捗）

『暮らし価値創造企業「Cleanup」への変革』

私たちCleanupは、「キッチンの専門家」として、キッチン、ダイニング、リビング、サニタリー空間に「新たな暮らし価値」を創造・提案することで世界中のお客様に「感動」をお届けし、いつまでも選ばれ続ける企業を目指します。

1．18中計（2018-2020）概要②　～コミットメントと骨子～

創業70周年、そしてその先へ
私たちCleanupは、事業の「変革と創造」に挑戦します。

構造改革	1.中高級市場の競争力強化
	2.収益構造の変革
成長戦略	3.第2の事業の柱構築
	4.M＆Aと業務提携
基盤強化	5.技術力強化
	6.ブランドづくり
	7.人づくり

商品ラインナップ再構築に向け、３グレードすべてを刷新

2018年												2019年					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6

Grade Ⅰ（高級モデル）
CENTRO

2018年2月
ブランド刷新

「CENTROアンバサダー」立上げなど積極的な販促展開

2019年2月
デザイン性等の強化

Grade Ⅱ（中高級モデル）
STEDIA
ステディア

2018年9月
ブランド刷新

新CMなど積極的な広告販促展開

Grade Ⅲ（普及モデル）
rakuera
ラクエラ

2019年2月
リニューアル

３グレードすべてを刷新

競争力を強化

クリナップ
キッチンから、笑顔をつくろう

2018年9月より、クリナップ中核ブランドの新たな物語が始まった

STEDIA
ステディア

「クリンレディ」からのさらなる発展

中高級価格帯の新たな中核ブランドへ

1 フロアコンテナ意匠を一新

インテリアトレンドの多様化に対応し、フロアコンテナ（足元収納）の意匠を一新し、LDK空間に馴染むデザインに

2 「アクリストン流レールシンク」誕生

2015年に誕生した「流レールシンク」は、ステンレス製に加え、アクリストン製を新たに追加

3 使用頻度と取り出しやすさを考慮した新収納も標準装備

手入れしやすく、清潔に使えるステンレスエコキャビネットの標準装備に加え、当社が今まで培ってきた収納思想「ゾーンコンセプト」をさらに進化

クリナップ
キッチンから、笑顔をつくろう

昨年度に続く、STEDIAの魅力を伝える広告販促活動の展開

TVCM
2019年
5月16日
公開

STEDIA
ステディア

今年も松たか子さんがステンレスキャビネットキッチンの魅力を語る

“キレイ好きならクリナップ♪”

ステンレスキャビネット篇

松さんの「ねえ、知ってた？」の語り掛けから、「日本はもう、タイに迫る蒸し暑さ」とタイの風景が広がります。「STEDIA」がキッチン内部の湿気による、カビ・においに強いステンレスを使用している点を訴求し「清潔・安心」と松さんが語ります。

洗エールレンジフード篇

銭湯を舞台に「ねぇ、油汚れはお湯で落としたいでしょ？」と松さん。レンジフードのファンフィルターが自動で丸洗いされる様子を伝え、最後には「あー、さっぱり！」と湯上り風の演出。汗ばむ夏でもキレイな松さんの笑顔が光ります。

CM動画 WEBで公開中！ ▶ 『STEDIA　スペシャルサイト』
http://cleanup.jp/kitchen/stediasp

クリナップ
キッチンから、笑顔をつくろう

業界２紙から高評価を獲得

	日経ホームビルダー プロが採用したい 建築・建材メーカーランキング2018	リフォーム産業新聞 リフォーム営業マン・プランナーが選ぶ設備建材 リフォーム大賞2019	
Grade Ⅰ （高級モデル） CENTRO	日経ホームビルダー 建材・設備メーカーランキング 2018 システムキッチン部門 1位	高級価格帯 2位	リフォーム大賞 2019 結果発表 キッチン部門 総合1位 rakuera ラクエラ
Grade Ⅱ （中高級モデル） STEDIA ステディア		中級価格帯 1位	
Grade Ⅲ （普及モデル） rakuera ラクエラ		普及価格帯 1位	

3. 営業戦略　①ショールーム強化　1/2

ショールームの継続的な改装・移転により、販売力を維持・強化

2018年度は、6拠点のリニューアルを実施

＊成田SRのグランドオープンは2019年度

堺ショールーム
（2018年5月8日オープン）

- ショールーム面積を約50%増床

練馬ショールーム
（2018年9月6日オープン）

- マンション等の狭小住宅向けのリフォームに対応

金沢ショールーム
（2018年9月23日オープン）

- キッチンの使用体験ができる「キッチンスタジオ」を新設

豊田ショールーム
（2018年9月6日オープン）

- リフォーム需要掘り起こしに向けた各種展示を強化

高知ショールーム
（2019年3月1日オープン）

- 集客効果の向上が見込まれるエリアに出店

成田ショールーム
（2019年4月5日オープン）

- キッチンスタジオ、空間提案コーナー等のほか、授乳室・多目的トイレを新設

大都市圏４か所目となる旗艦ショールーム、横浜にオープン

KITCHEN TOWN YOKOHAMA

クリナップ・キッチンタウン・横浜
（2019年度オープン予定）

2019年度、首都圏エリアで東京に次ぎ２か所目となる旗艦ショールーム「クリナップ・キッチンタウン・横浜」をオープン（予定）。最新のシステムキッチンやバスルーム、洗面化粧台等の水まわり商品をゆっくりとご覧いただけます。

※写真はイメージ

KITCHEN TOWN OSAKA

クリナップ・キッチンタウン・大阪
（2012年7月オープン）

KITCHEN TOWN TOKYO

クリナップ・キッチンタウン・東京
（2015年10月オープン）

KITCHEN TOWN NAGOYA

クリナップ・キッチンタウン・名古屋
（2016年10月オープン）

リフォーム事業活性化に向け、写真コンテストを開催

クリナップのリフォーム 水まわり工房

2006年のスタートから13年目

【正会員数】

2007年2月末	2012年2月末	2019年5月末
約900社	約2,600社	約4,100社

水まわり工房 事例写真コンテスト

期間限定開催

2018年10月～2019年1月末

目的

- WEBでの更なる顧客接点強化
- 水まわり工房加盟店のPR強化

CENTRO
リフォーム事例

STEDIA
リフォーム事例

創業70周年を記念し、「70th 感謝キャンペーン」を開催

70th Anniversary

今年10月に創業70周年を迎えることを記念し、お客様へ感謝の思いを込めた「70th感謝キャンペーン」を実施。

期間限定開催

2019年5月中旬～2019年11月末

目的

エンドユーザー様のショールーム誘客と、見積りの促進

＼70th 感謝キャンペーン／

該当商品をお見積されたお客様へプレゼント!

CENTRO

STEDIA

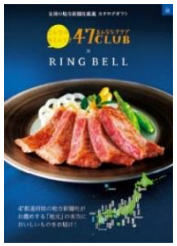
アクリアバス

お見積　　ご成約

A 賞

東京ベイ舞浜ホテル
ペア宿泊ご招待

B 賞



食のカタログ

C 賞

「松たか子さん」
オリジナルQUOカード

4. 成長戦略　①海外事業の拡大

◆アジア諸国を中心にシステムキッチンの販売を拡大
◆海外での供給体制を強化

●中国
- ・キッチン等を大手ハウスメーカーへ供給（蘇州、太倉等）
- ・日系デベロッパーへの営業展開と代理店との連携強化

●台湾
- ・物件獲得とエリア拡大に向けた営業活動を展開
- ・代理店への支援強化、大手デベロッパーへの営業強化

●シンガポール、マレーシア、タイ、ベトナム
- ・アセアン諸国の中心的市場への展開、デザイナー及び現地代理店と連携し、大手デベロッパーへの営業強化

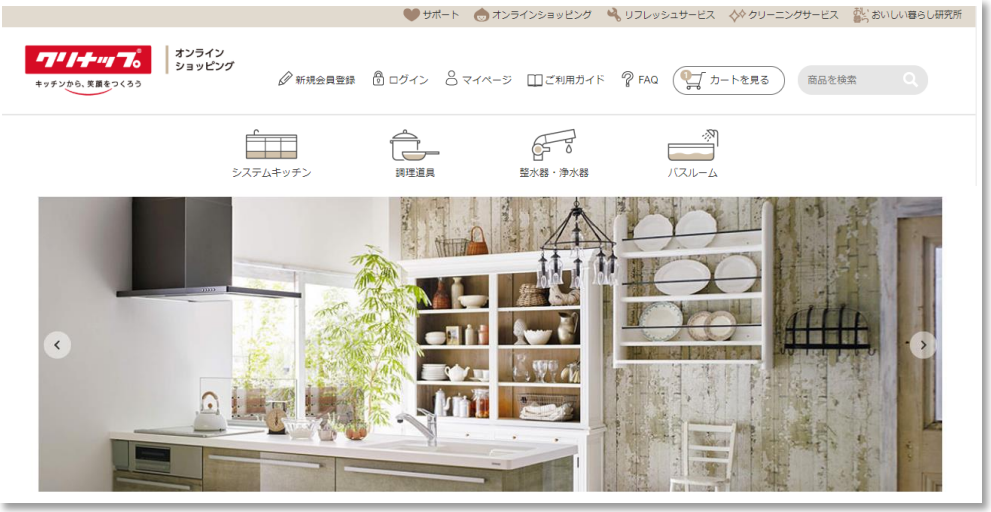
●その他アジア
- ・主要国に代理店を設置、富裕層中心の営業展開

中国(上海)展示会

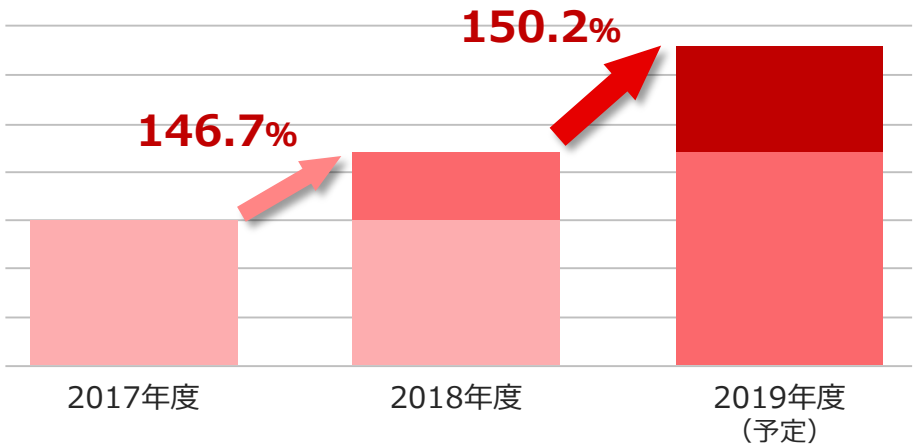
中国(瀋陽)タウンハウス

新たな販売チャネルとして、ECビジネスを推進

EC（オンラインショッピング）サイトは、リニューアル後、大きく成長。
オンラインによるリフレッシュサービスの展開とともに、マーケットのさらなる拡大を図る！ http://style.cleanup.jp/



売上は毎年堅調に推移



水まわりのリフレッシュサービス

- クリーニングサービス
- 機器交換サービス
- 部材交換サービス
- 後付けサービス
- 浴室リフレッシュサービス

インターネットで会員登録や見積もりを受け付け。
専門のサービス担当者が現地へうかがい、お客さまからのご相談にていねいにお応えします。

技術力を生かした建材事業の展開

ステンレス加工技術専門の当社関係会社

株式会社クリナップステンレス加工センター

【主な事業内容】
ステンレス材の表面処理、切断加工、
カラーステンレス建材の制作・施工　など

「第25回 建築・建材展2019」に初出展

- 主催：日本経済新聞社
- 会場：東京ビックサイト東3・5・6ホール
- 会期：3月5日～8日

当社のキッチンだけでなく公共施設や店舗等で内装材や建材として用いられた、美しく堅牢なカラーステンレスの魅力を、使用実例・実績と共にご案内

球場のバックネットや動物園のフェンスの他、
郵便受けやステンレス瓦、ボルトなどを展示

カラーステンレスの特徴

1 塗装と比べて耐久性に優れる
⇒経年劣化が懸念される建材や内装材に最適

2 「研磨技術×色の組合せ」で、豊富なバリエーション

5. CSR施策

社会・環境報告書

社会的取り組みや活動の開示

クリナップの社会的な取り組みや活動を「2018社会・環境報告者」にて開示。社会からの信頼を高めるため、事業活動のなかでの社会性、文化性、環境配慮について詳しく紹介。

「2018社会・環境報告書」
報告対象期間：
2017年4月1日～2018年3月31日

公益財団法人　クリナップ財団

～地域社会への感謝を込めて～

2012年設立の同財団では、地域社会を担う若手人材の育成、福島県内の復興支援を継続的に実施。2018年度は40名に奨学金を給付。

クリナップ レスリング部

レスリングを通じたスポーツ振興を推進　1992年創部

企業スポーツとしてレスリング部を運営。4名の選手が2020年東京五輪出場を目指し奮闘中。生産拠点である福島県いわき市では、キッズレスリングも支援。

皆川博恵選手

河名真寿斗選手

木下貴輪選手

塩川貫太選手

■おもな結果（2018年10月以降）

<世界選手権> 2018.10
皆川博恵選手
女子76kg級　2年連続銅メダル

<福井国体> 2018.10
河名真寿斗選手　グレコ67kg級　優勝
塩川貫太選手　グレコ97kg級　優勝

<天皇杯> 2018.12
皆川博恵選手　女子76kg級　優勝
河名真寿斗選手　グレコ67kg級　3位
塩川貫太選手　グレコ87kg級　3位

<アジア選手権> 2019.04
皆川博恵選手　女子76kg級　準優勝

クリナップキッズ　いわきレスリングクラブ

キッズレスリングの運営を通じ、地域への社会貢献、将来を担う子どもたちの健全な育成に取り組み、明るい未来の創造を支援。

IRお問合せ先

クリナップ株式会社
経営企画部　広報・ブランド推進課
IR担当まで　ご連絡ください

Tel 03-3894-4771
URL http://cleanup.jp/

お断り事項

本資料は、2019年3月期の決算（2018年4月～2019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、2019年5月20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。