



キッチンから、笑顔をつくろう

2020年3月期 第2四半期累計期間  
決算説明資料

2019年11月14日



キッチンから、笑顔をつくろう

# I . 第2四半期決算の概要

# 1. 2019年9月2Q累計 連結決算の概要

(単位:百万円)

	2019/9 (実績)	2018/9 (実績)	前期比 増減率	2019/9 (期初予想)	2019/9 (修正予想)	予想比 増減率
売上高	54,778	49,882	9.8%	51,400	54,700	6.4%
営業利益	2,224	△1,159	—	300	2,200	633.3%
経常利益	2,256	△1,095	—	330	2,250	581.8%
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	1,572	△1,286	—	50	1,550	—
1株当たり 四半期純利益	42.95円	△35.16円	—	1.37	42.35	—

\* 期初予想：2019年5月15日公表

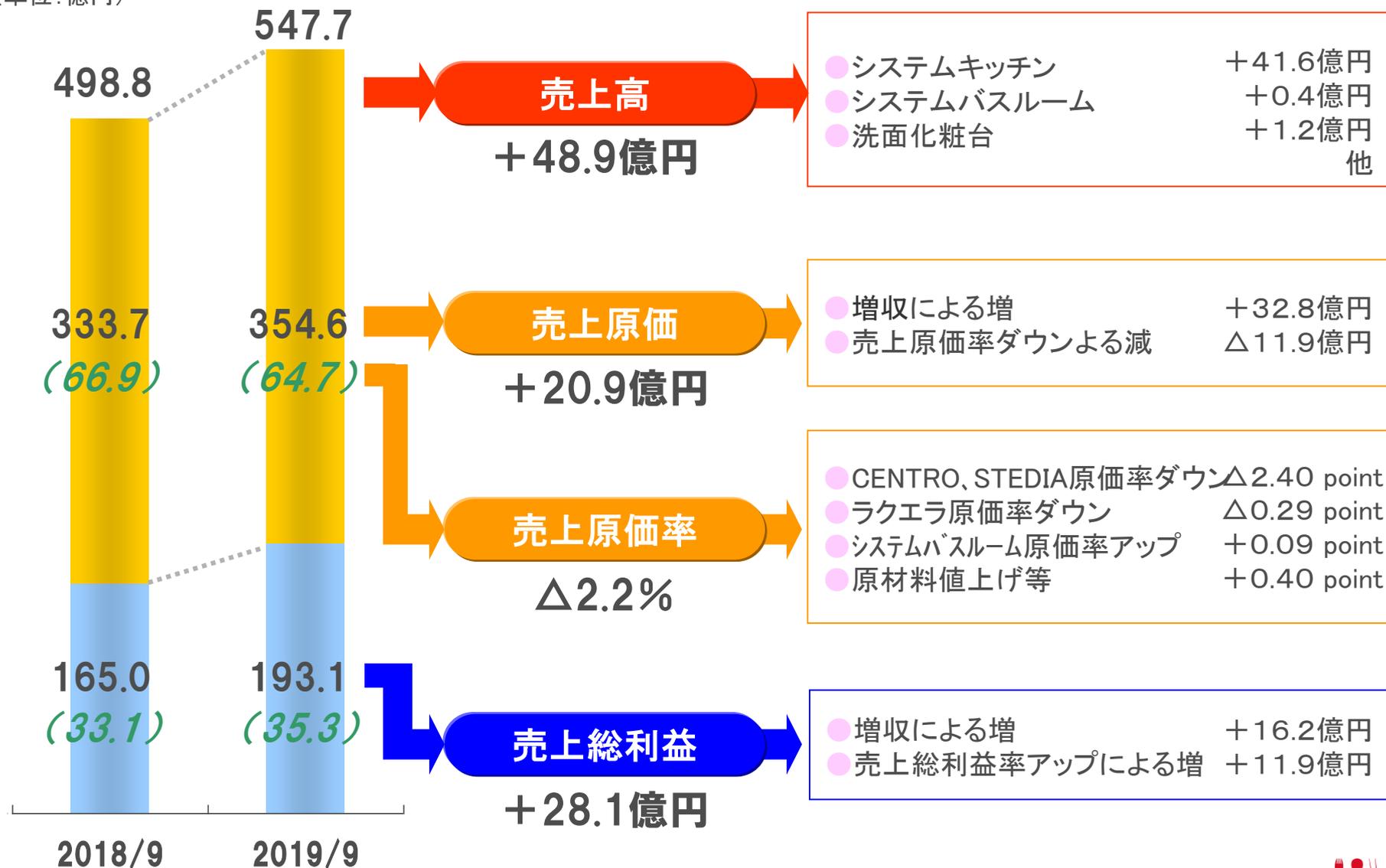
\* 修正予想：2019年10月31日公表

## 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)】

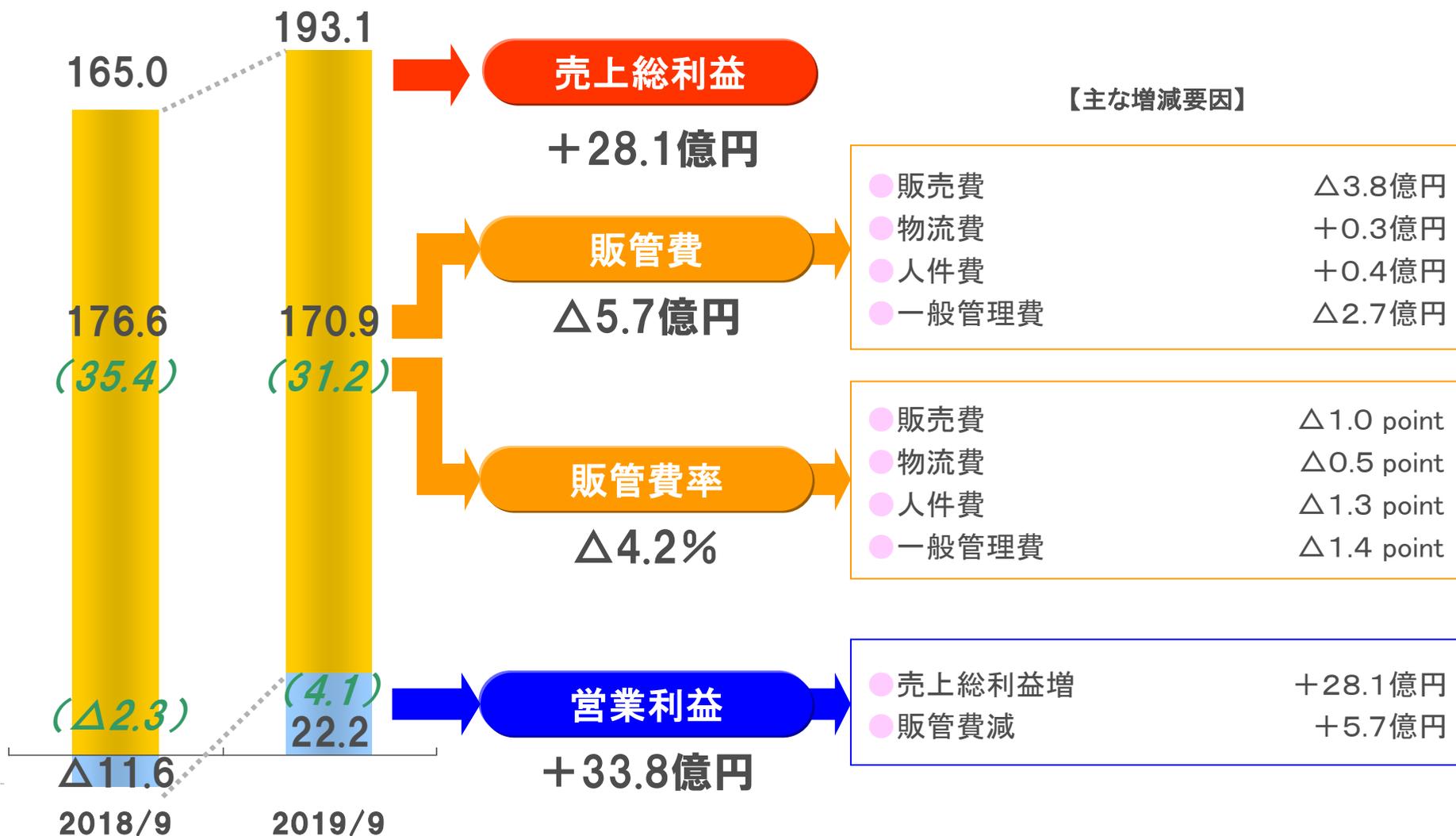
【主な増減要因】



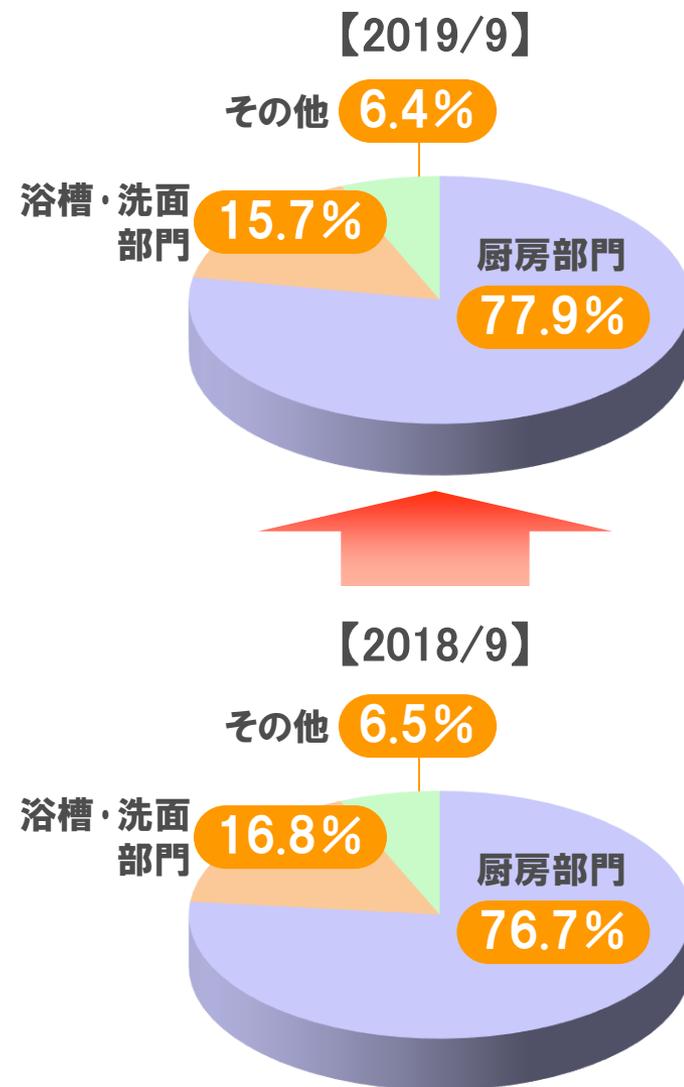
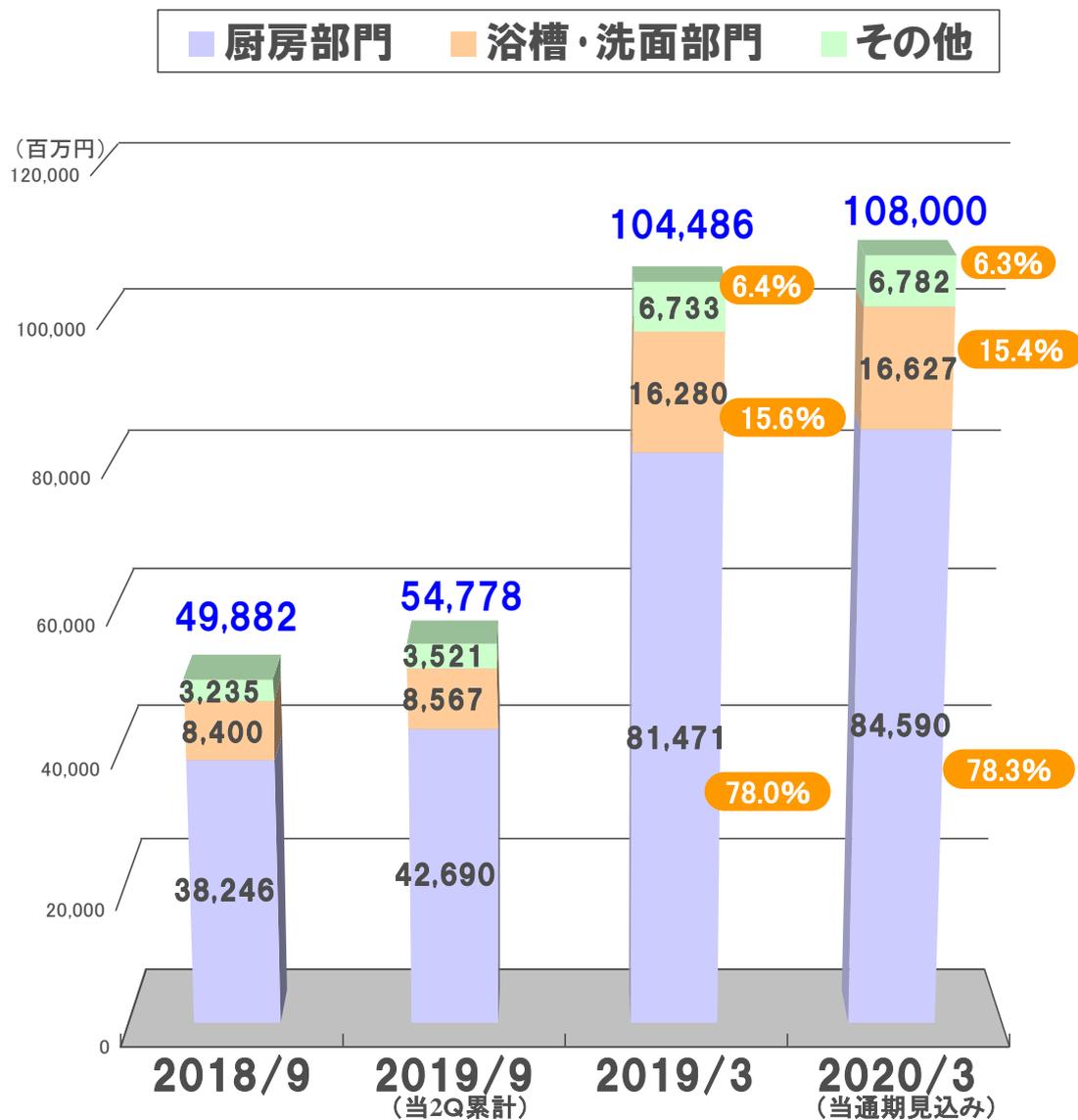
## 2. 連結損益の状況② 販管費・営業利益

(単位:億円)

【増減額(率)】



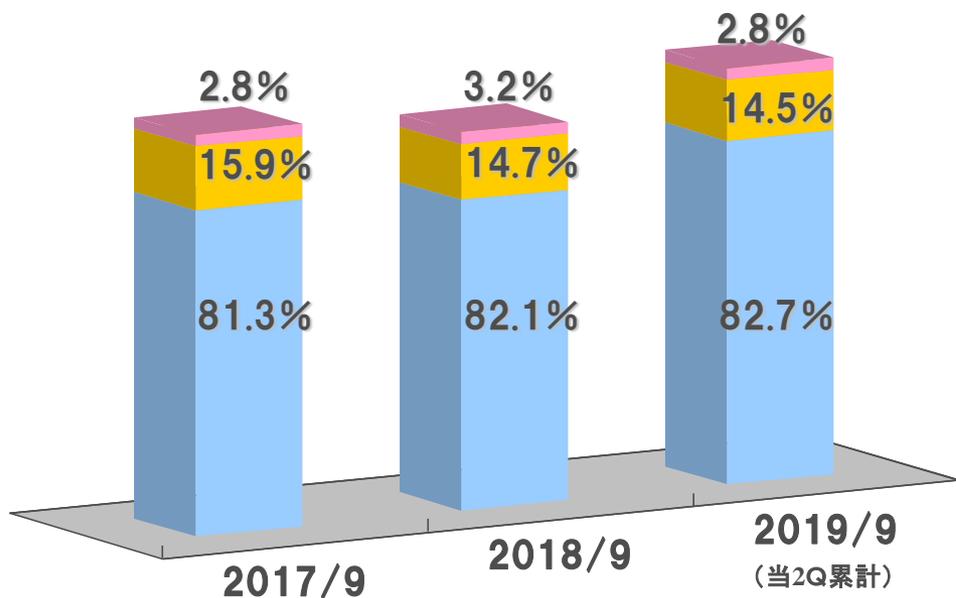
### 3. 売上構成① 部門別(連結)



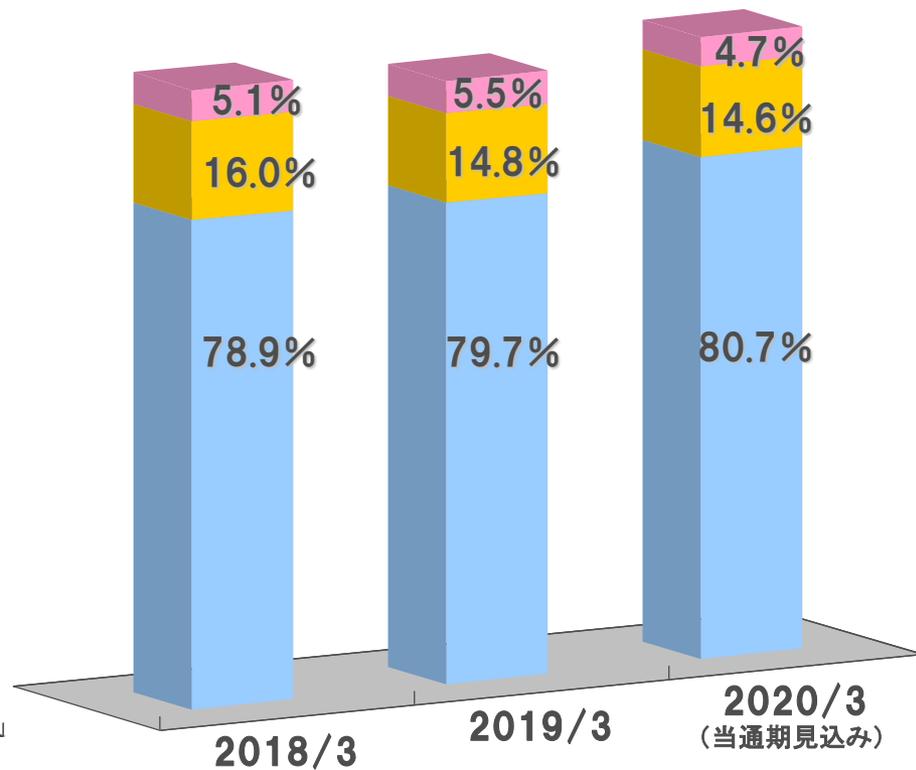
### 3. 売上構成② 販売ルート別(単体)

- 直需(マンション)
- ハウスメーカー
- 一般ルート(工務店・リフォーム)

【上半期ベース】



【通期ベース】



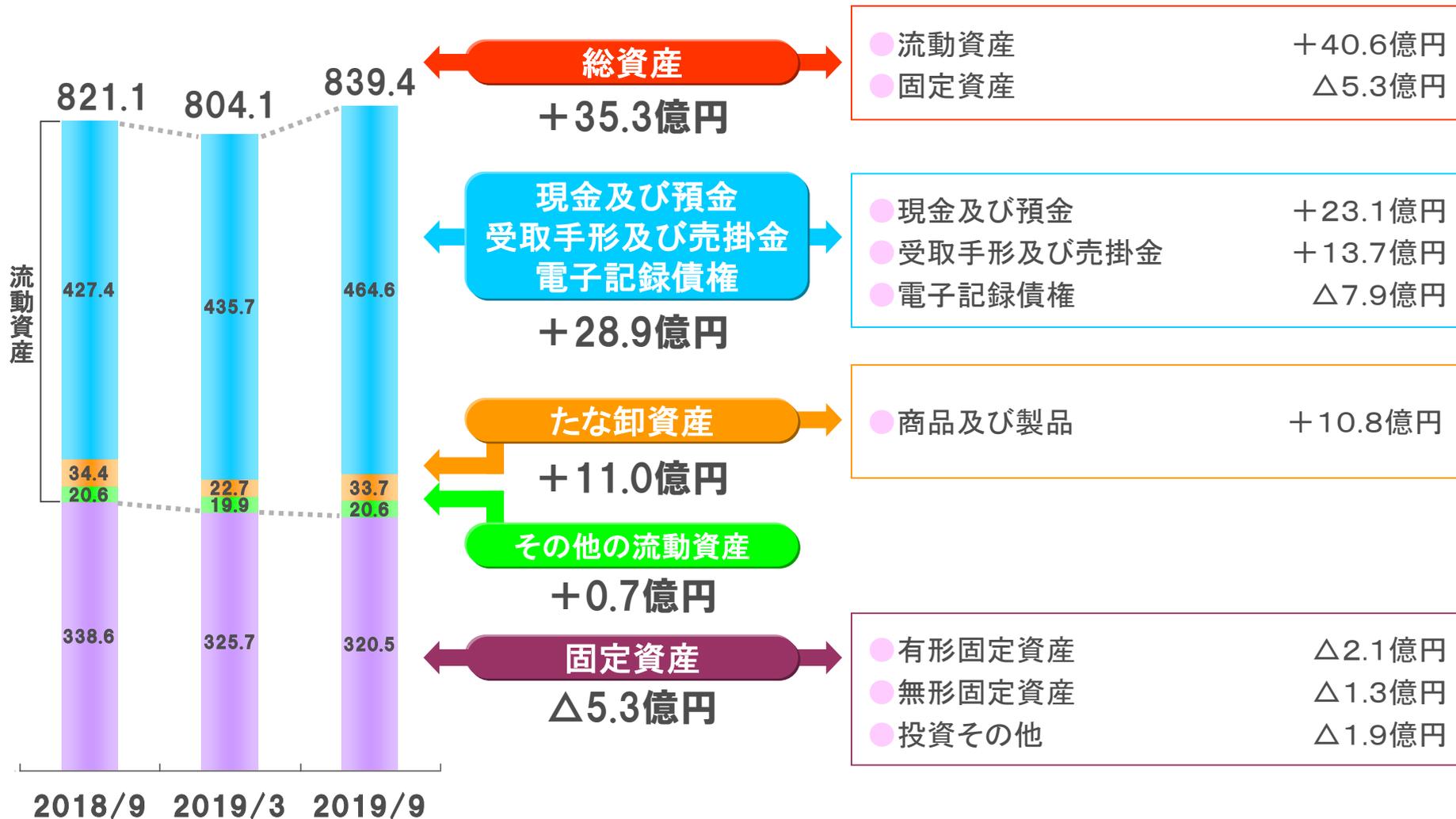
# 4. 連結貸借対照表の概要①

(単位:億円)

【資産の部】

【増減額】

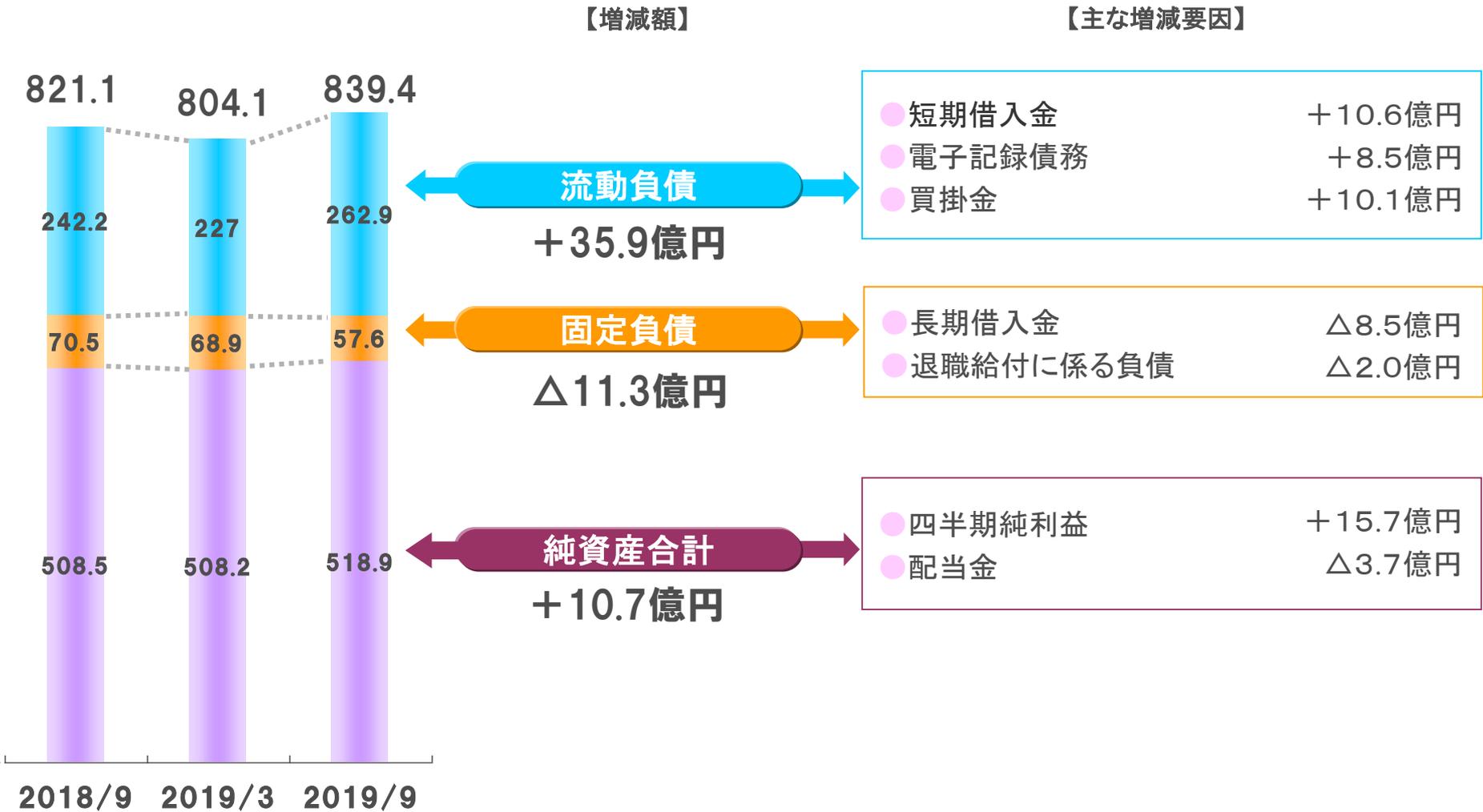
【主な増減要因】



# 4. 連結貸借対照表の概要②

(単位:億円)

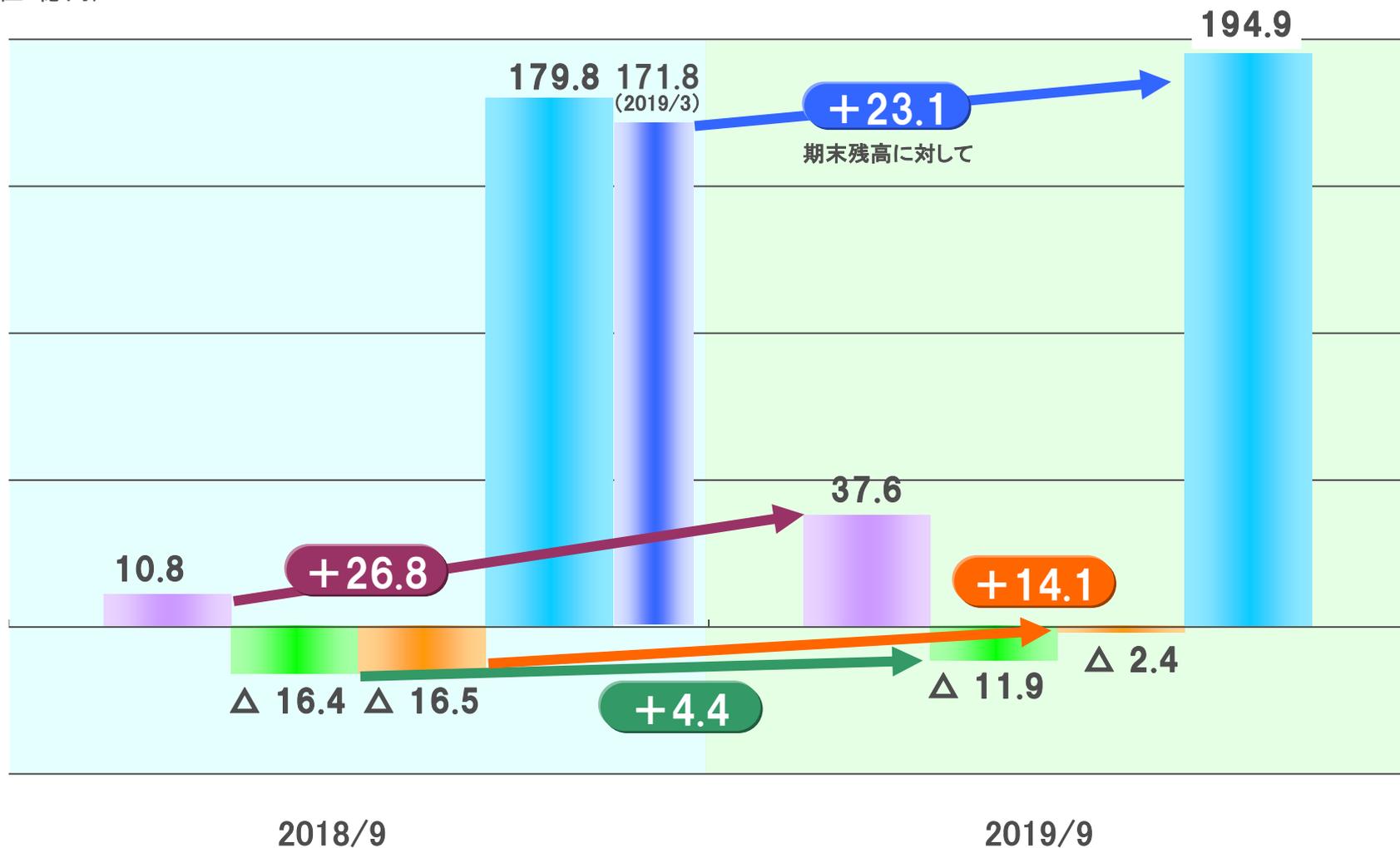
## 【負債・純資産の部】



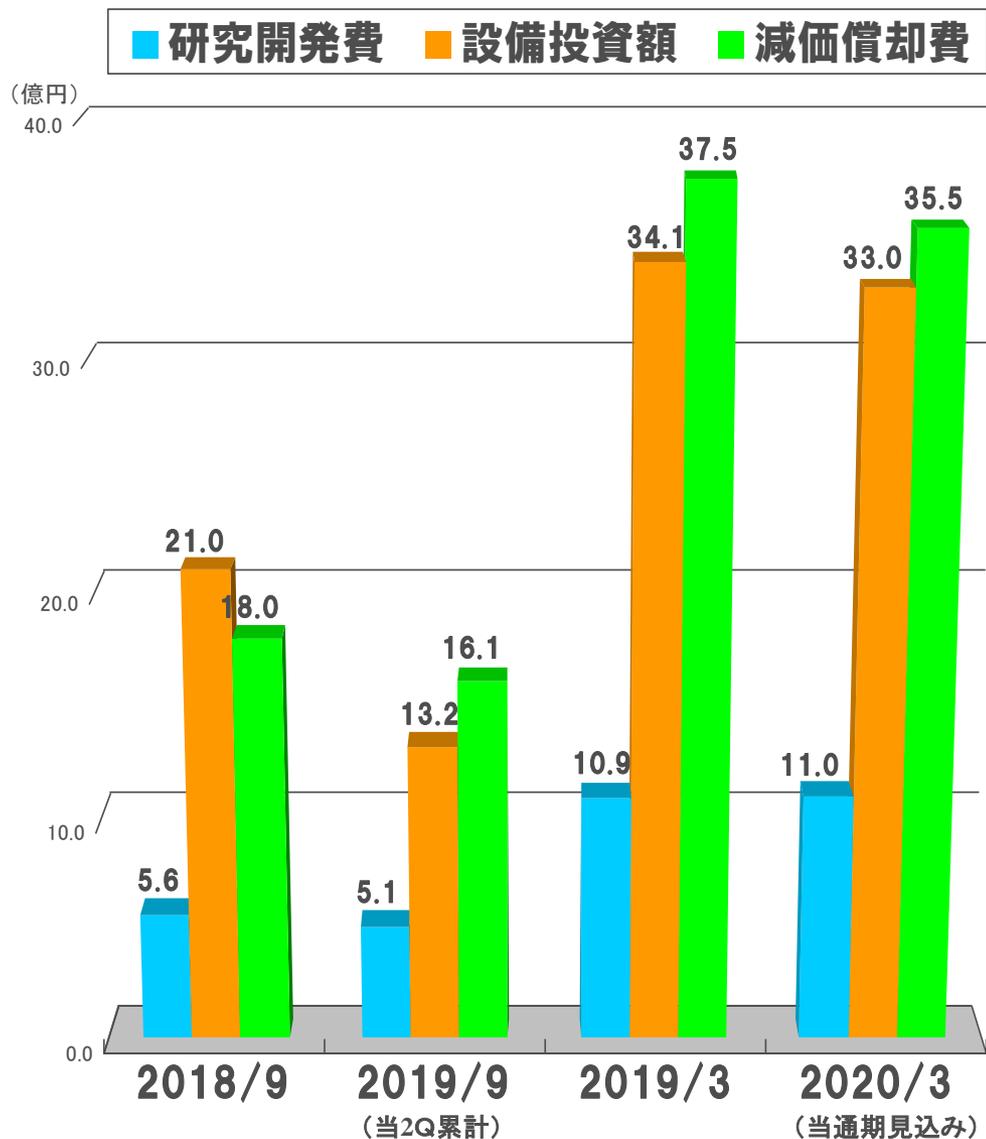
# 5. 連結キャッシュ・フロー計算書の概要

■ 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中間(期末)残高

(単位:億円)



## 6. 設備投資等の状況(連結)



### 【2020年3月期の主な設備投資の内容】

#### 上半期実績

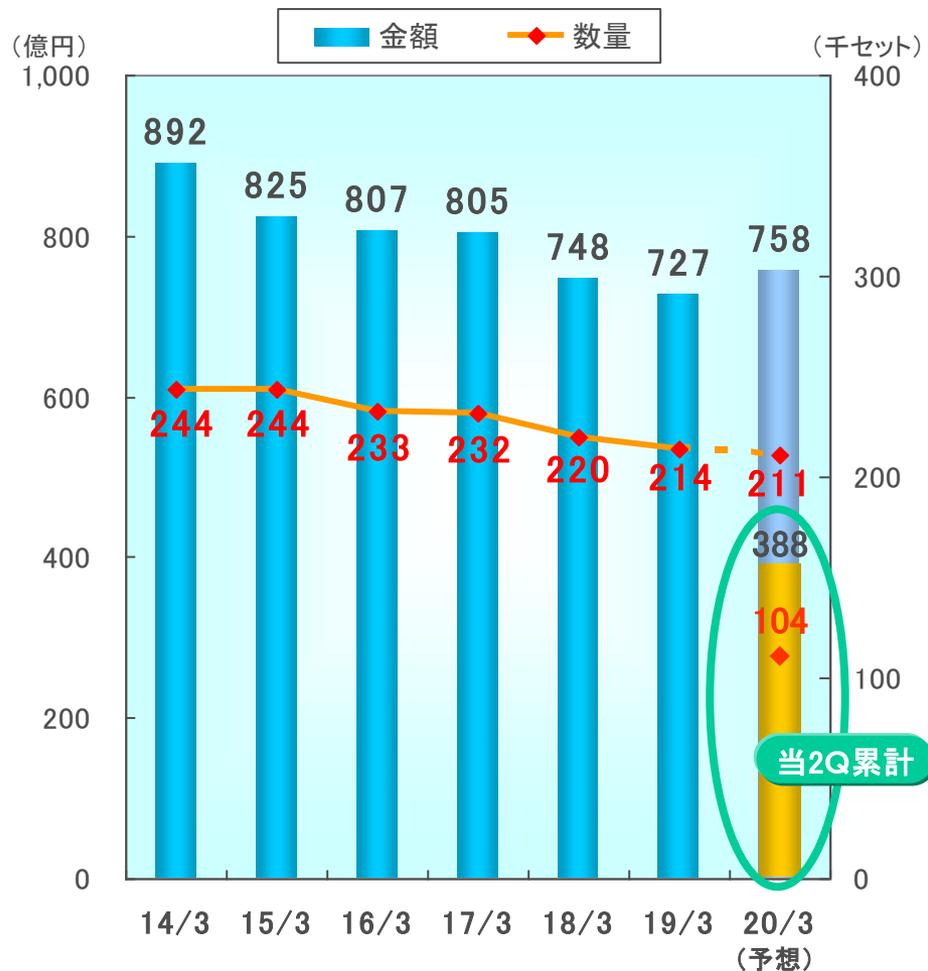
①生産関係	4.2億円
②営業関係(ショールーム等)	4.8億円
③情報関係	2.7億円
④その他	1.5億円

#### 下半期計画

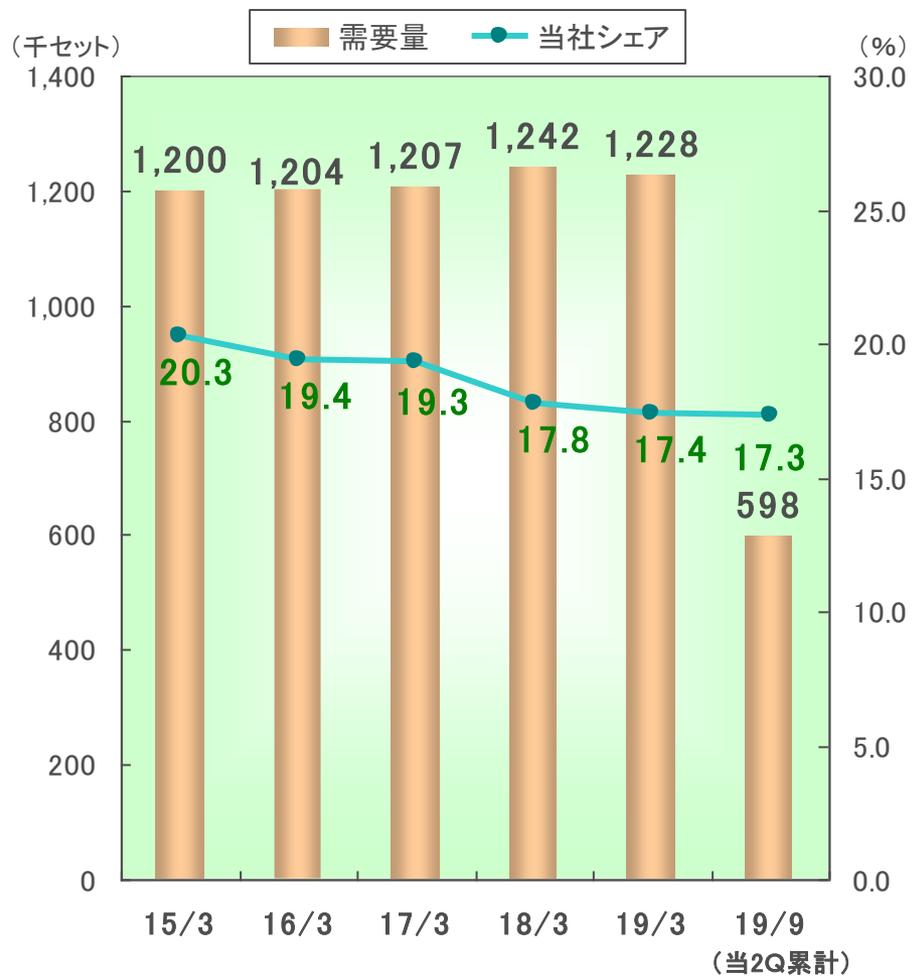
①生産関係	7.8億円
②営業関係	6.1億円
③情報関係	5.5億円
④その他	0.4億円

# 7. 主要商品の販売実績と当社シェア①

## システムキッチンの販売実績

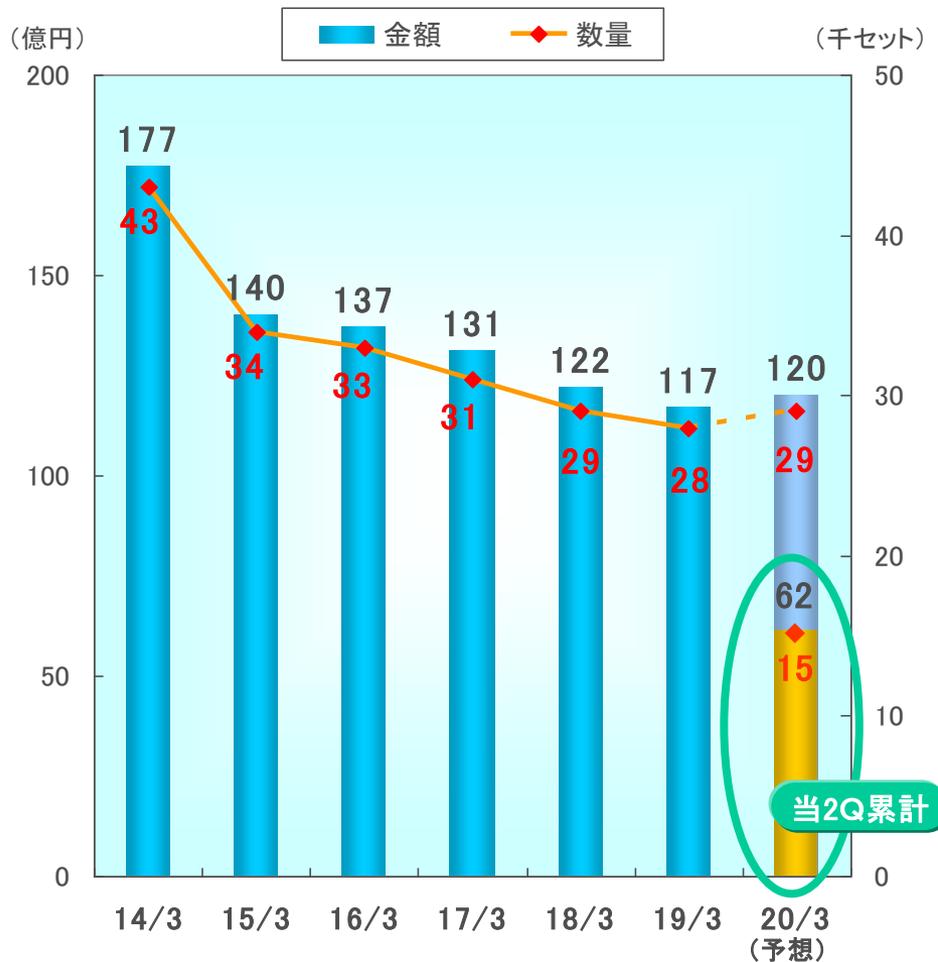


## 同商品需要動向と当社シェア

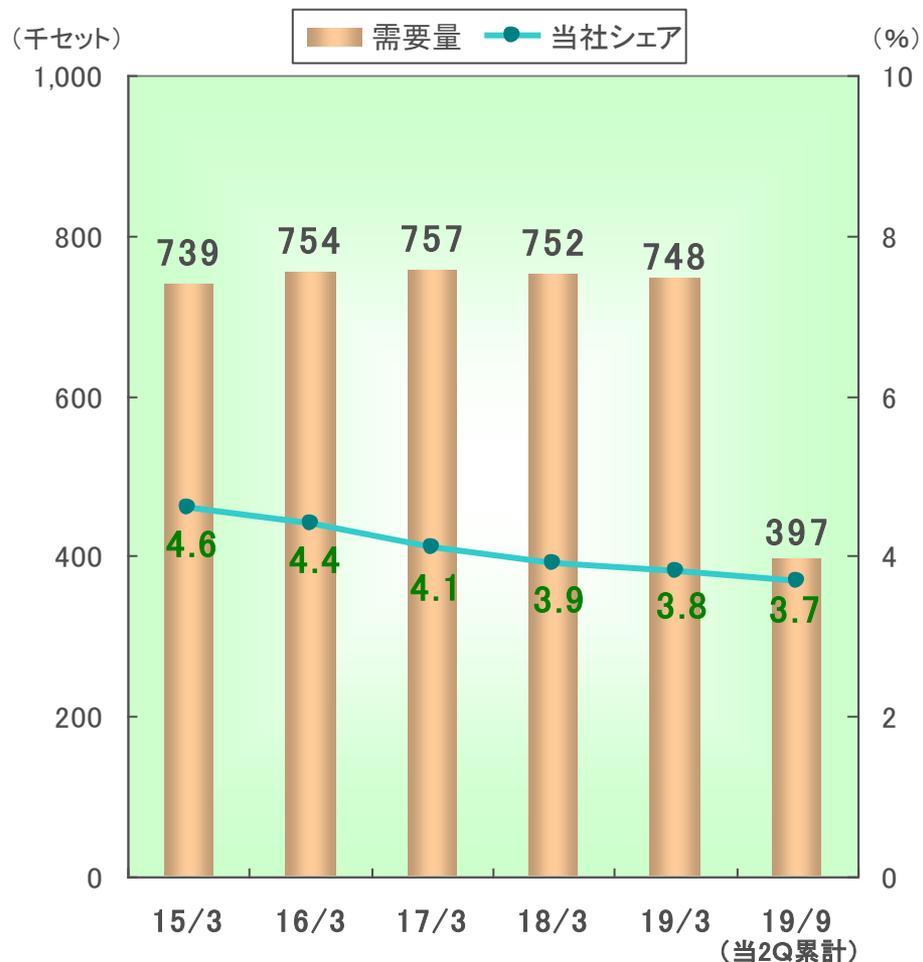


# 7. 主要商品の販売実績と当社シェア②

## システムバスルームの販売実績

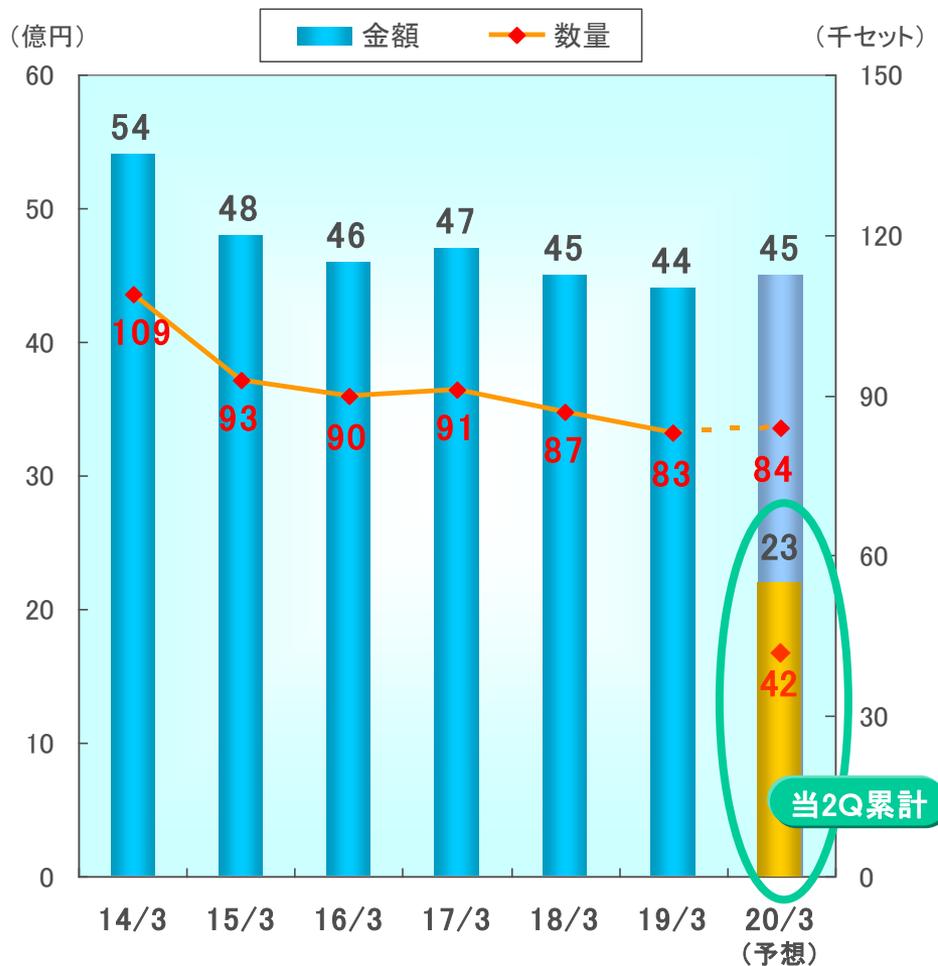


## 同商品需要動向と当社シェア

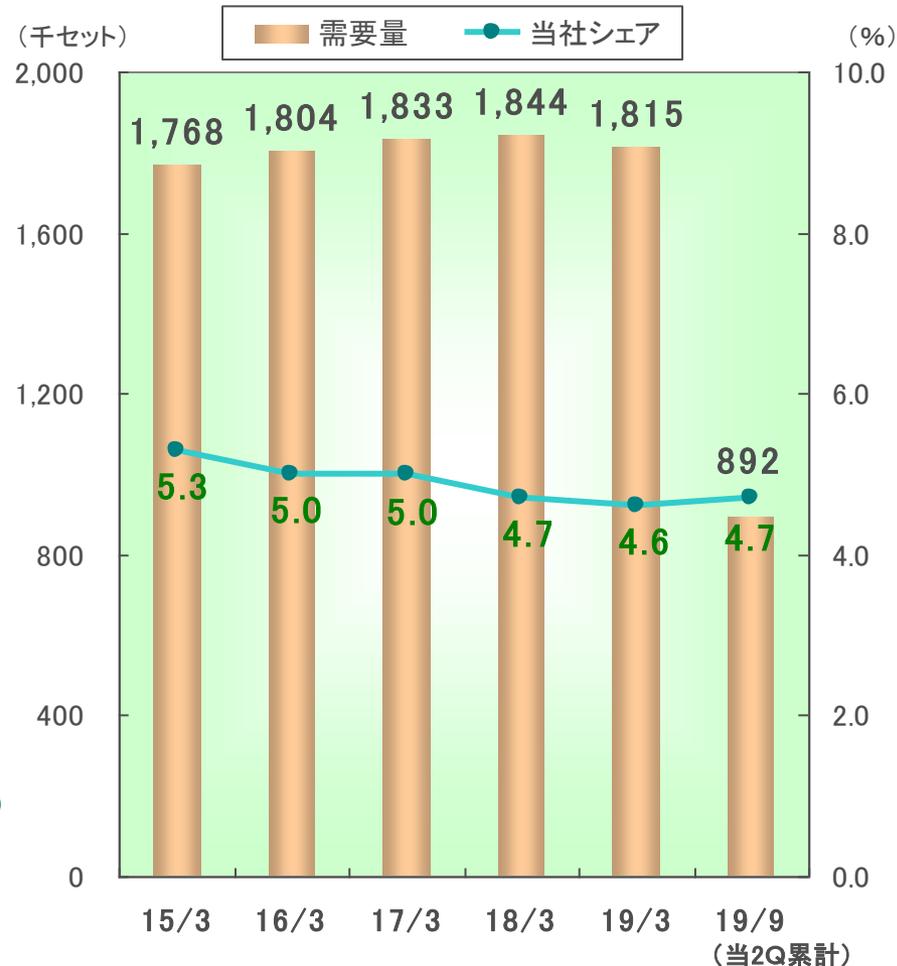


# 7. 主要商品の販売実績と当社シェア③

## 洗顔化粧台



## 同商品需要動向と当社シェア



## 8. 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	108,000	+3.4%
営業利益	△465	2,450	-
営業利益率	-	2.3%	-
経常利益	△376	2,500	-
経常利益率	-	2.3%	-
親会社株主に帰属 する当期純利益	△704	1,500	-
当期純利益率	-	1.4%	-



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。

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

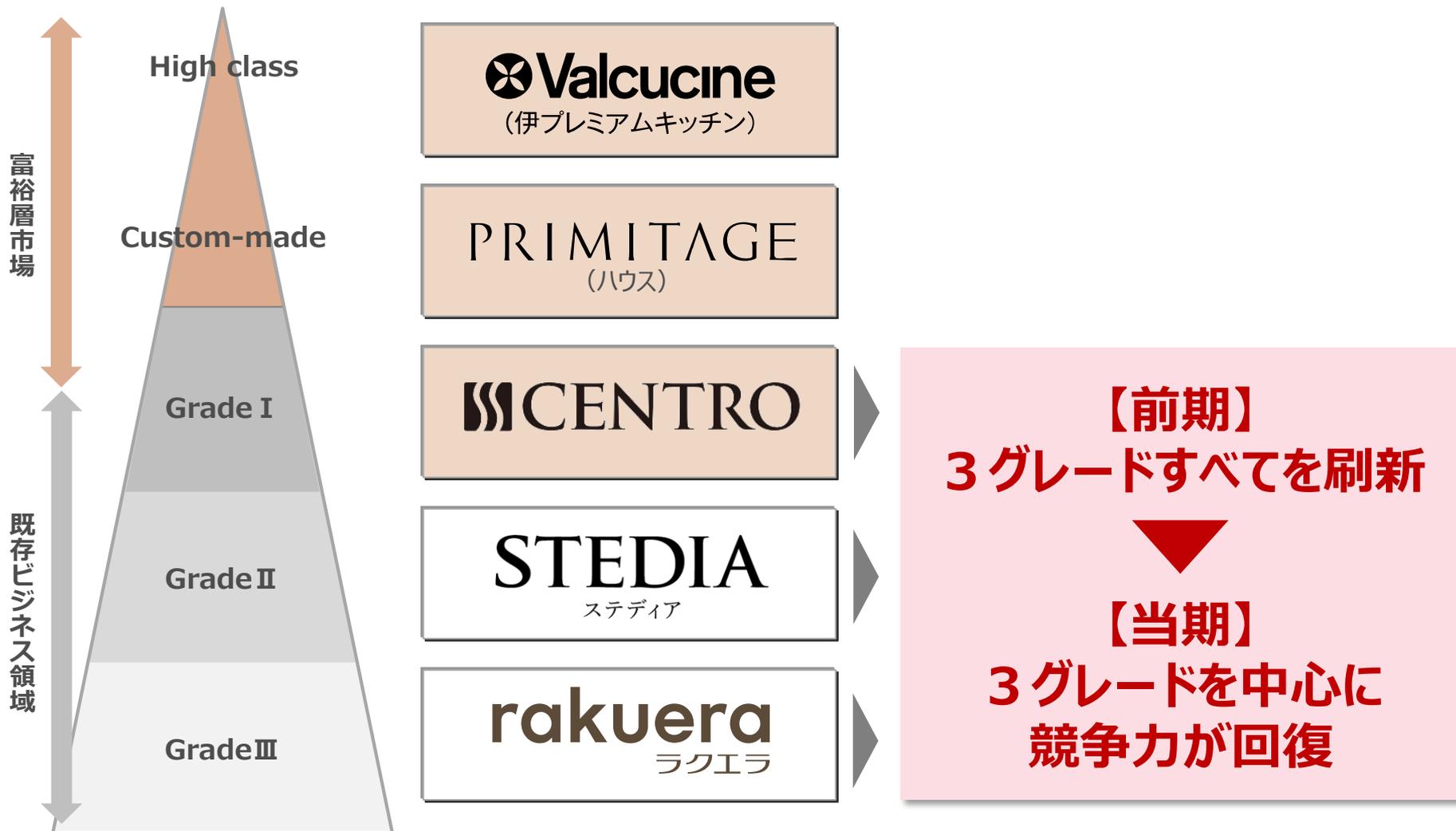
基盤強化

5. 技術力強化

6. ブランドづくり

7. 人づくり

### 中核3グレードの刷新により、競争力を回復



## 中核ブランド「STEDIA」、お陰様で年内販売台数 5 万セット突破

# STEDIA

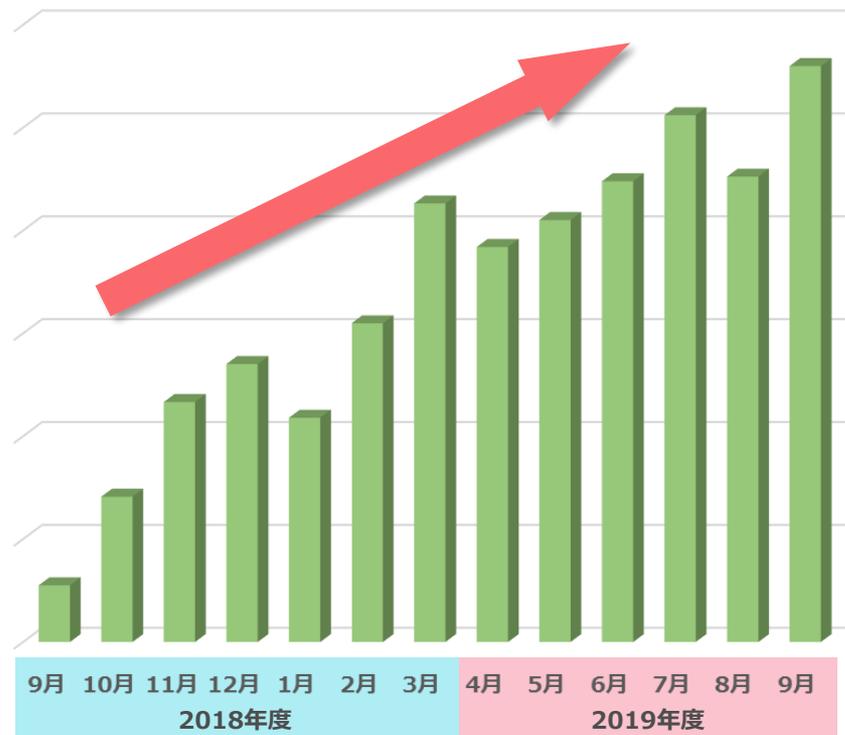
ステディア

松たか子さんが  
出演する  
新TVCM第2弾  
5月16日（木）～

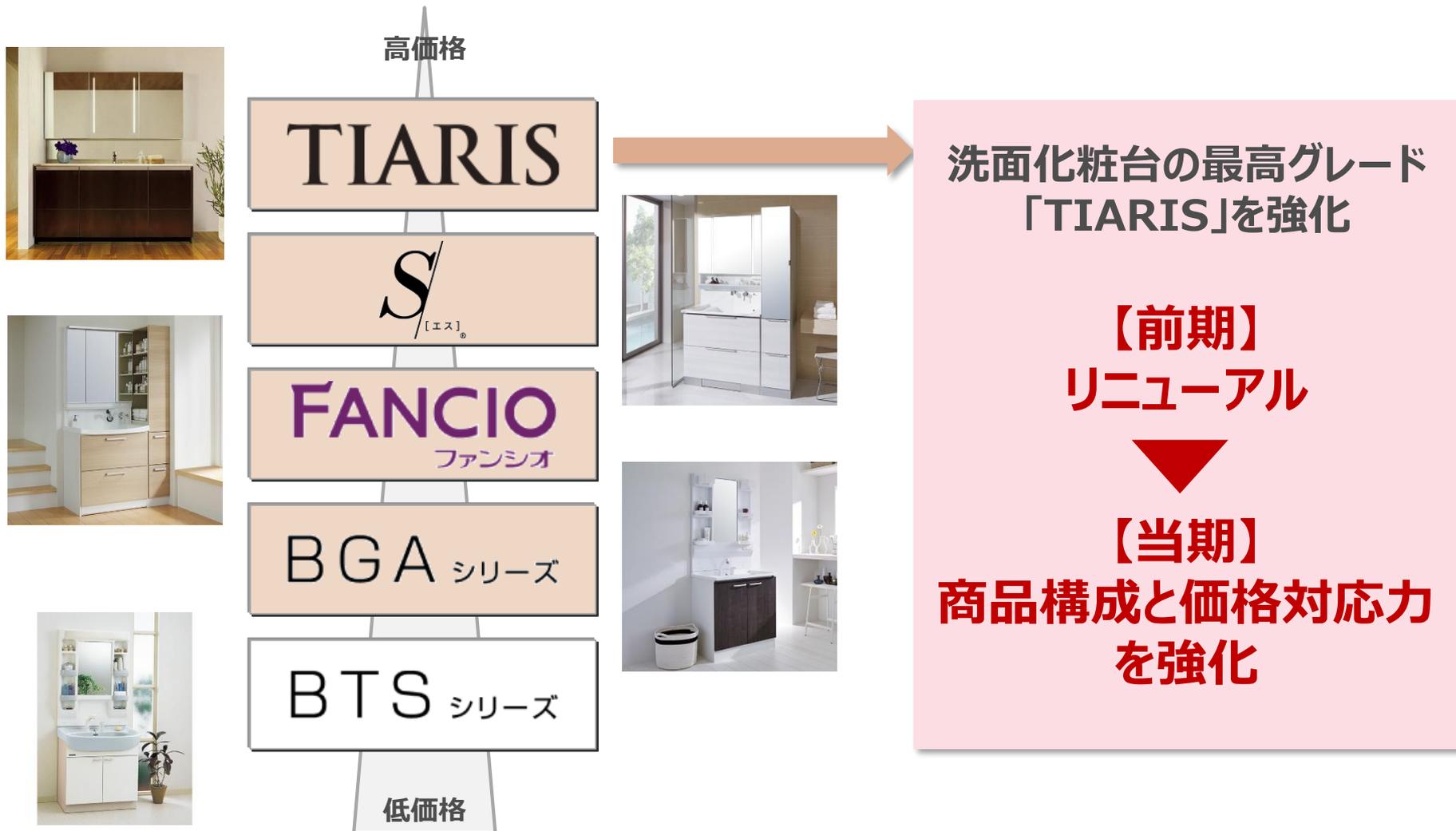


2018年9月の発売以来、販売セット数は増加。  
年内（2019年12月）には5万セットを突破の見通し。

「STEDIA」発売後、各月の販売セット数推移



### 人工大理石ボールタイプの4ブランドを中心に展開



### フラッグシップモデル「TIARIS」を強化

# TIARIS



上記写真はアンダーミラーなしの新ティアリス

機能性や美しさはそのままに  
利便性の向上と価格バリエーションの拡大を図る



「片寄せボールカウンター」  
を追加し  
使い勝手の良さを強化



アンダーミラーの有無と  
「樹脂製3面鏡」で  
価格バリエーションを拡大



片寄せボールカウンター  
収納も充実



### 3. 営業戦略 ①ショールーム強化

## 横浜オープンにより、旗艦ショールーム4拠点体制を確立

6月28日 みなとみらいにOPEN

KITCHEN TOWN  
YOKOHAMA



### 4つの特徴

- 1 自分好みのインテリアテイストを発見できる「ディスカバリーウォーク」
- 2 インテリアシミュレーションシステム「My Kitchen Coordination」
- 3 カラーとテイストを具体的に表現した12セットの「空間提案コーナー」
- 4 最新キッチン体験や、イベントを開催できる「キッチンスタジオ」

### 3. 営業戦略 ②販売促進策 1/2

## 「70th感謝キャンペーン」実施。お見積もり、ご成約で豪華賞品をプレゼント



創業70周年を記念して、2019年5月から11月にかけて「70th感謝キャンペーン」を実施。

該当商品のお見積もりで宿泊施設招待や食のカatalogギフト、オリジナルクオカードを、成約されたお客さまにはギフト券を抽選でプレゼント。  
※応募期間は11月30日まで



#### ～ お見積りキャンペーン ～

- A 賞：東京ベイ舞浜ホテル クラブリゾート ペア宿泊ご招待 [毎月5組10名様]
- B 賞：食のカatalogギフト [毎月30名様]
- C 賞：「松たか子さん」オリジナルQUOカード [毎月60名様]

#### ～ ご成約キャンペーン ～

- ご成約 : ギフト券70,000円分 [合計700名様]
- Wチャンス : ギフト券30,000円分 [合計200名様]



<https://cleanup.jp/kitchen/70th-campaign/>

## リフォーム事業のさらなる活性化。イベント・コンテストで需要を喚起



- ・全国各地でフェア・イベント、情報交換会を積極展開
- ・流通パートナーとの連携でリフォーム需要を喚起



**第2回**  
**いいね♡が見つかる!**  
**水まわり工房**  
**事例写真コンテスト**

事例写真投票期間

2019年11月～2020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

Before



CENTRO  
リフォーム事例

Before



STEDIA  
リフォーム事例

After



After



## ◆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



台湾展示会



台湾納入商品



マレーシア納入物件



ベトナム納入物件



中国納入物件

# 富裕層向け海外キッチン事業や、他業種コラボのダイニング事業を推進

## Valcucine

2017年に日本上陸したイタリアン高級キッチンブランド「Valcucine」

イタリアのトップブランドグループ「イタリアン・クリエイション・グループ」の一員として、同グループの「Driade（ドリアデ）」の家具と、「Fontana Arte（フォンナアルテ）」の照明を、Valcucine Tokyoで展示スタート

デザイン・アート系のイベントにも参加し、幅広い層にアピール



◀アバンギャルドな作品で彩られた ValcucineTokyo ▼



### 主な出展イベント

- DESIGNART TOKYO2019 (10.18-27)
- ELLE DÉCOR DESIGN WALK2019 (10.23-11.4)



老舗家具メーカー 飛騨産業とコラボし、新たなLDK空間を提案



コンセプト▶「家事は省力化し、無理をしない暮らし」という現代のライフスタイルに合わせ、L・D・Kそれぞれの要素・機能を合理的に再構築した空間実現を目指す

プロダクト▶美しい天然木（ホワイトオーク）を使った「キッチンテーブル」、「収納ワゴン」、「ダイニングセット」、「周辺収納」をラインナップ

公式WEB▶<https://hiromastyle.jp/>

### 主な出展イベント

- DESIGNART TOKYO2019 (10.18-27)
- IFFT / インテリア ライフスタイル リビング (11.20-22)

## 「創業70周年」を記念したツール戦略を展開

### ◀ 「創業70周年記念サイト」を開設

- 創業70周年の感謝を含めたメッセージ
- 当社の社章に込められた想い
- 商品ギャラリー  
：当社がこれまで生み出してきた業界初の商品等を中心に、その変遷を紹介

など

### ◀ 「70年の感謝をこめて」A4冊子を発行

**全株主に配布**



わたしたちクリナップは  
おかげさまで  
創業70周年を迎えました

70th Anniversary

クリナップブランドムービー Hands Make Smile

Hands Make Smile

創業70周年、そしてその先へ  
私たちは、これからも「変革と創造」に挑戦しつづけます。

私たちクリナップは、2019年10月に「創業70周年」を迎えました。これほど以上に、皆さまのあたたかいご支援の賜物であり、これまでの多くの感謝を申し上げます。

これまで私たちは「キッチンの専門家」として、暮らしの空間に生まれる食生活文化を創造し続け、キッチンをとりまく環境に進化をもたらしてきました。

そして、創業70周年という大きな節目を“新たな成長と発展へのスタートの年”とするため、主力製品であるシステムキッチンの刷新を機動的に図ってまいりました。2018年2月に当社最上級グレードのシステムキッチン「CENTRO」を発売。発売以来35年、ロングセラーとして着実に続けてきたシステムキッチン「クリンレディイ」が、2018年9月に「STEDIA」として生まれ変わりました。さらに2019年2月には「オクエス」のリニューアルを経て、3グレードすべての製品ブランドの刷新とモデルチェンジを完了しました。

これからも私たちクリナップは、キッチンを導いた美しい住まいの場を創造し続け、時代や社会が求める一人ひとりの生活スタイルに合った商品やサービスをお届けしてまいります。

創業70周年記念年表  
70年の感謝をこめて  
クリナップ株式会社

クリナップの  
ESG

## サステナビリティレポート2019

ESG（環境、社会、ガバナンス）の観点から、持続可能な社会への取り組みを紹介

- 2005年より「**環境報告書**」を毎年発行
- 2017年には社会的な取り組みを開示するため「**社会・環境報告書**」と名称を変更
- 今年度は一層充実した報告書「**サステナビリティレポート2019**」として発行



当社ウェブサイトで公開  
[https://cleanup.jp/life\\_cycle/](https://cleanup.jp/life_cycle/)

スポーツ  
振興

## クリナップ レスリング部

皆川博恵選手が「世界選手権」で銀メダルを獲得  
**東京五輪代表に内定！**



東京五輪の第1次予選である  
「2019年レスリング世界選手権」

- 開催期間：9月14日～22日
- 開催地：カザフスタン・ヌルスルタン



レスリング部  
皆川博恵選手  
(女子76kg級)