



キッチンから、笑顔をつくろう

2021年3月期 第2四半期累計期間 決算説明資料

2020年11月6日

I . 第2四半期決算の概要

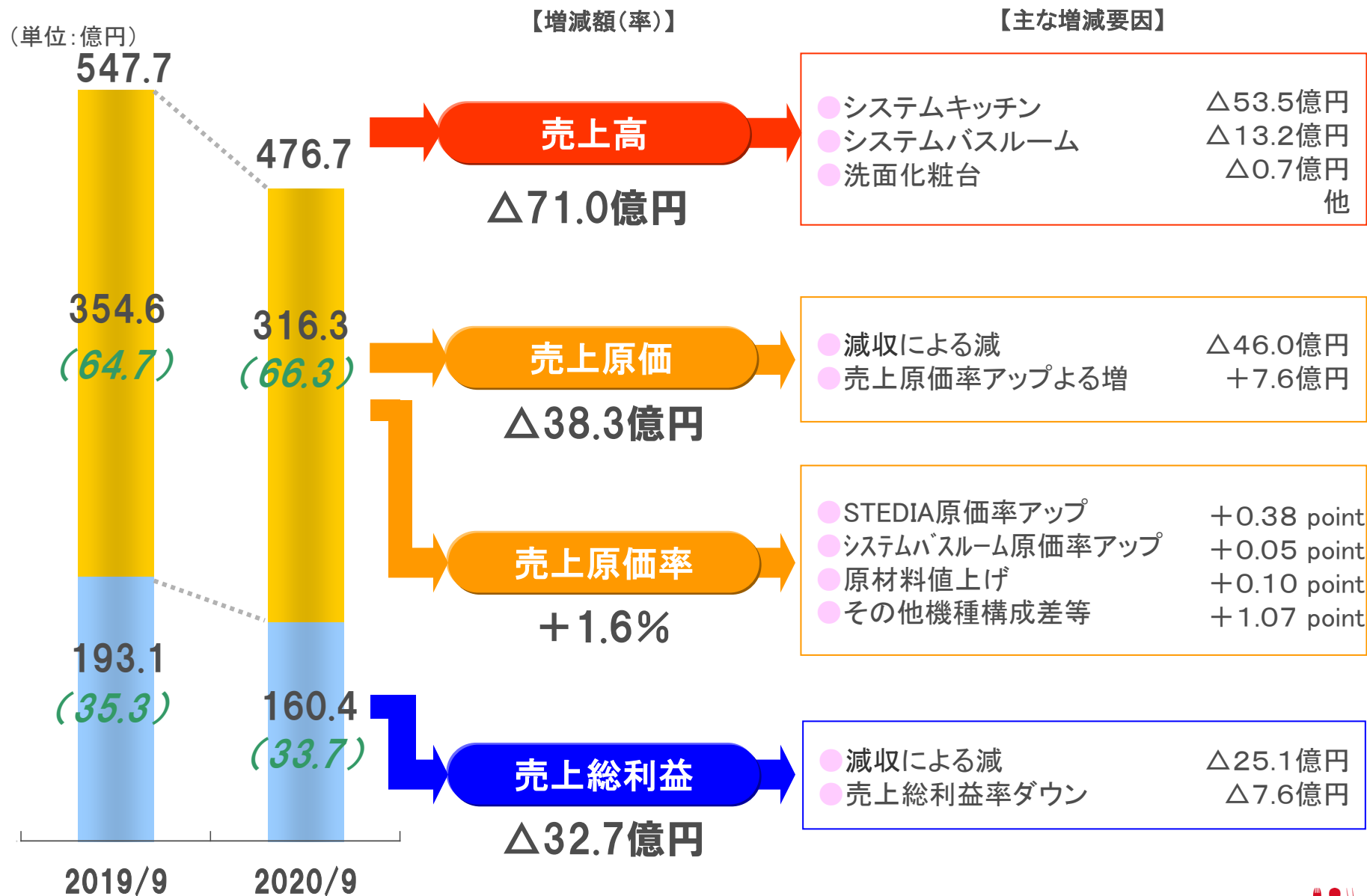
1. 2020年9月2Q累計 連結決算の概要

(単位:百万円)

	2020/9 (実績)	2019/9 (実績)	前期比 増減率	2020/9 (当初予想)	増減額 (実績-予想)	予想比 増減率
売上高	47,672	54,778	△13.0%	46,600	1,072	2.3%
営業利益	85	2,224	△96.2%	△800	885	—
経常利益	171	2,256	△92.4%	△750	921	—
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	△142	1,572	—	△960	817	—
1株当たり 四半期純利益	△3.87円	42.95円	—	△26.02円	—	—

* 当初予想：2020年8月6日公表

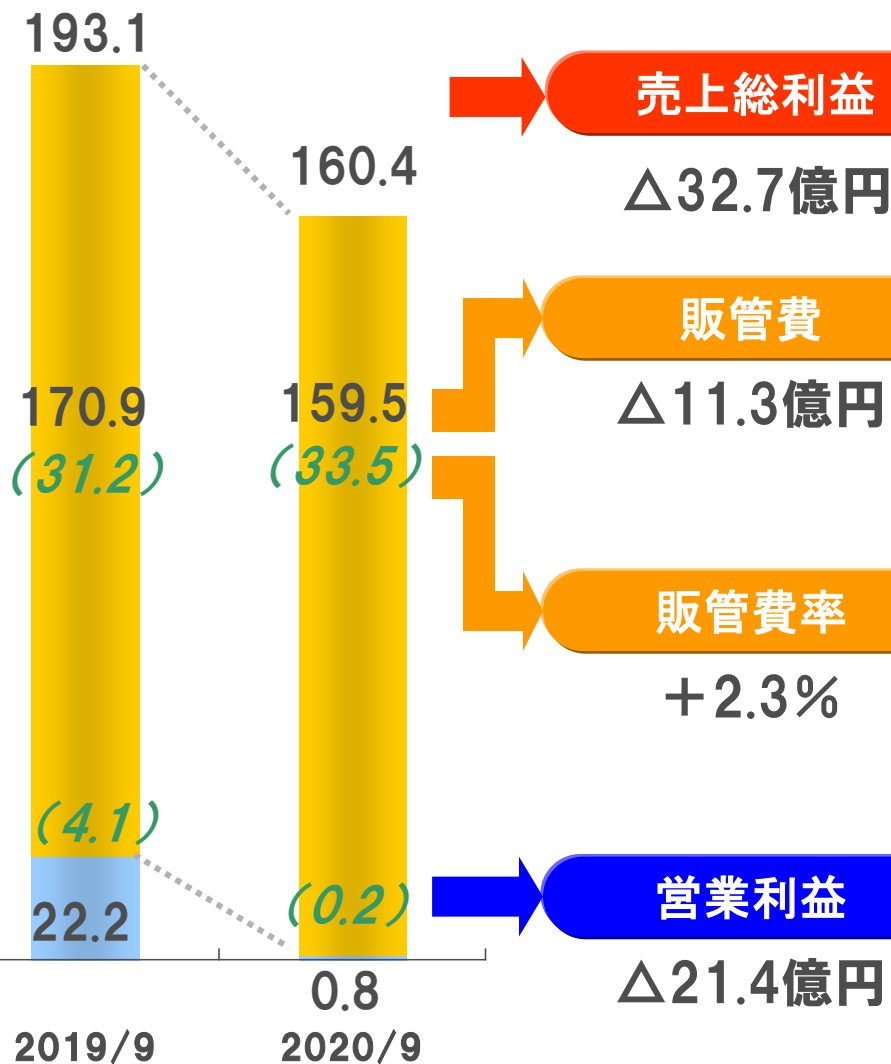
2. 連結損益の状況① 売上高・売上総利益



2. 連結損益の状況② 販管費・営業利益

(単位:億円)

【増減額(率)】



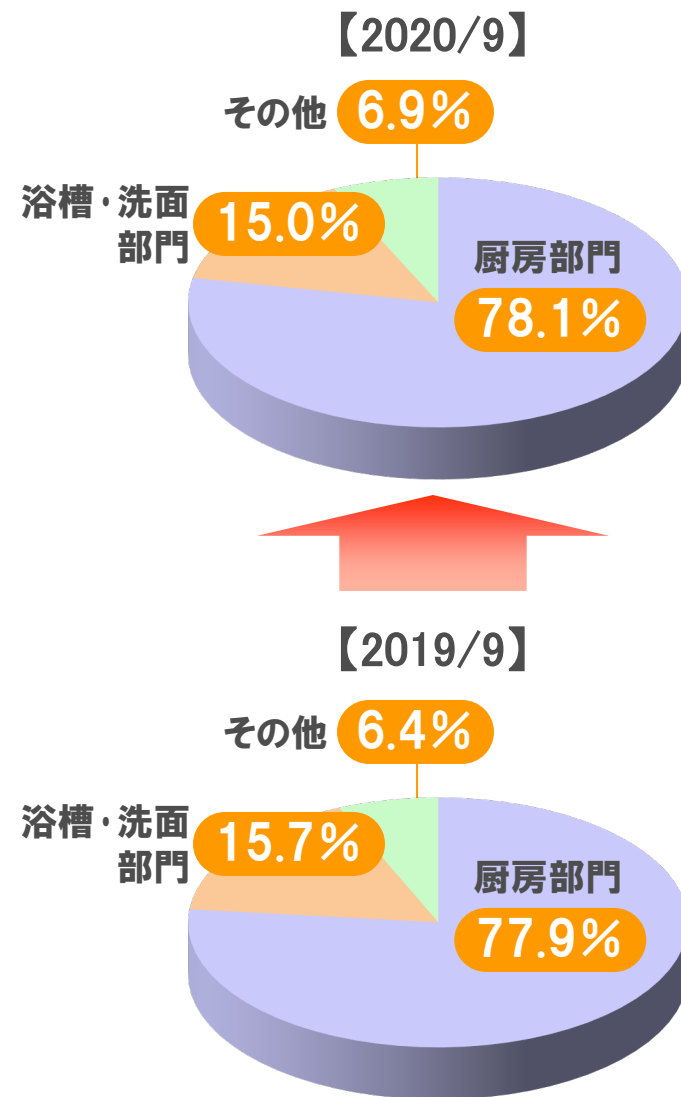
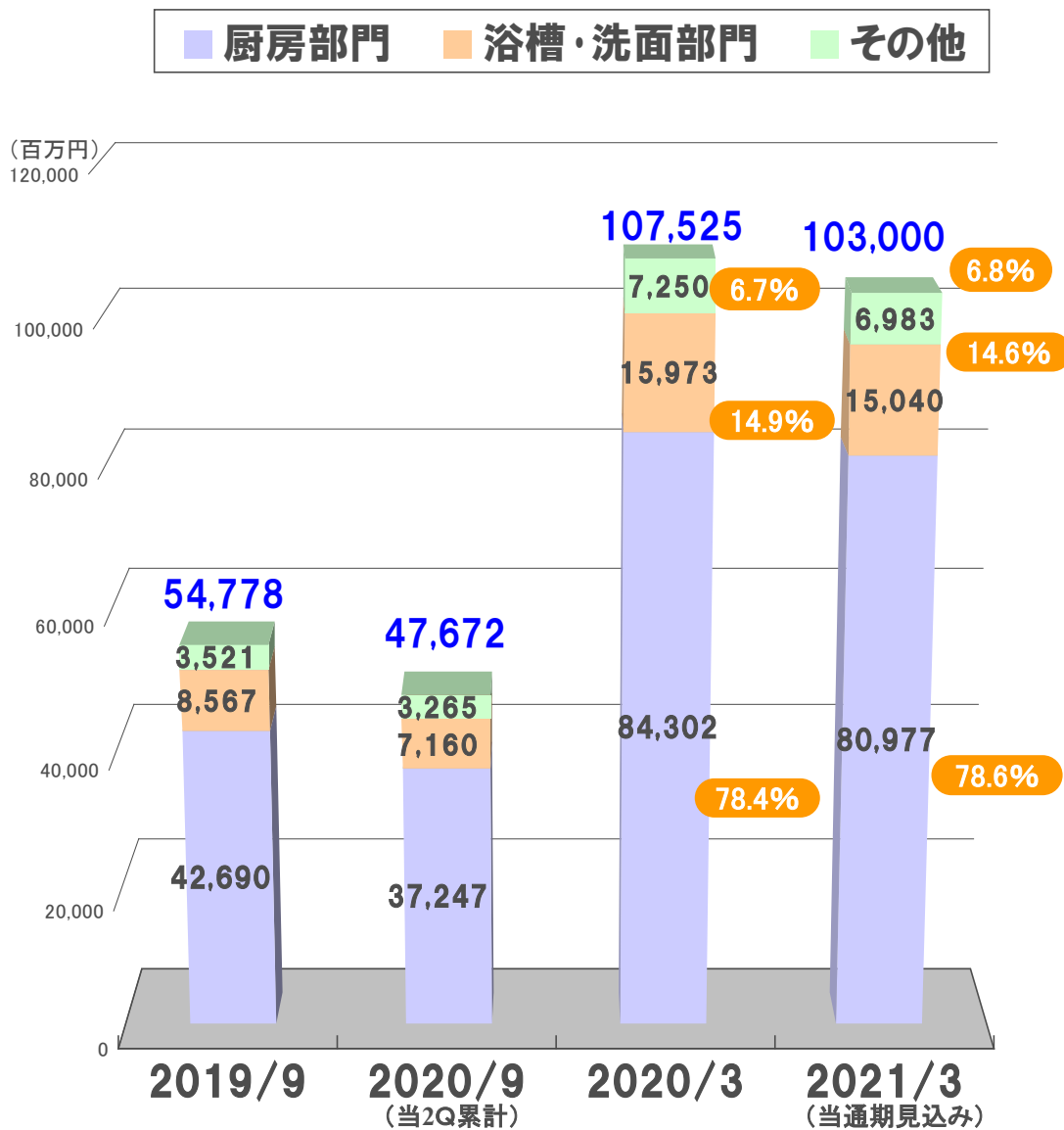
【主な増減要因】

● 販売費	△3.7億円
● 物流費	△2.4億円
● 人件費	△4.4億円
● 一般管理費	△0.8億円

● 販売費	△0.5 point
● 物流費	+0.4 point
● 人件費	+1.1 point
● 一般管理費	+1.3 point

● 売上総利益減	△32.7億円
● 販管費減	+11.3億円

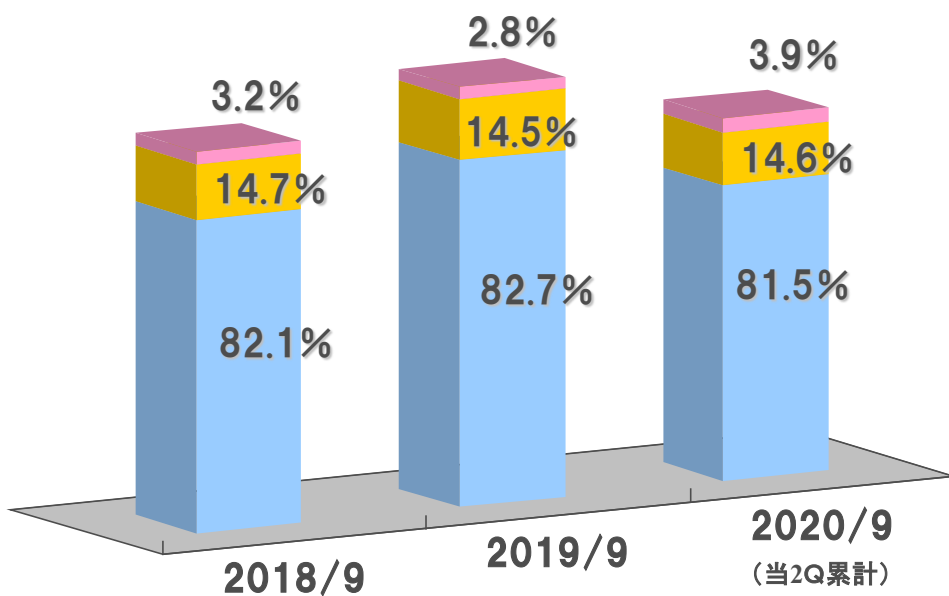
3. 売上構成① 部門別(連結)



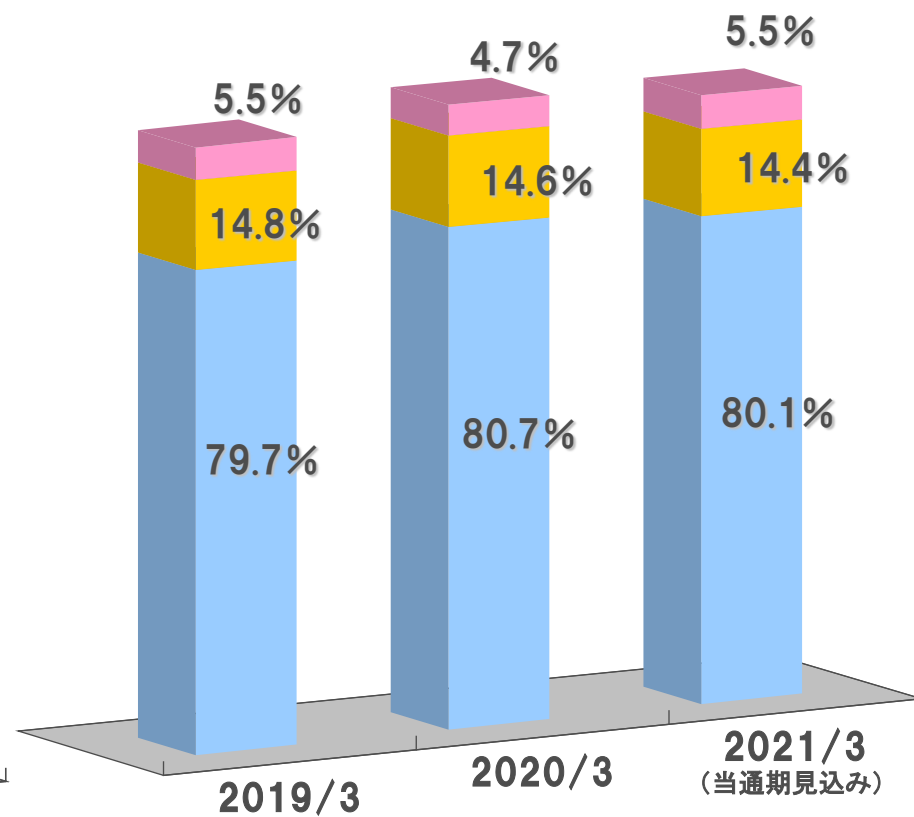
3. 売上構成② 販売ルート別(単体)

- 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】



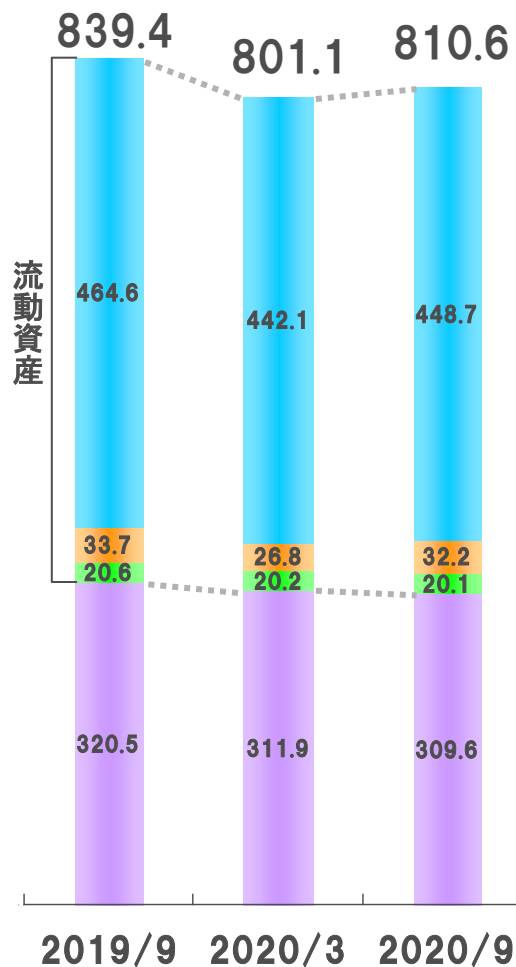
4. 連結貸借対照表の概要①

(単位:億円)

【資産の部】

【増減額】

【主な増減要因】



総資産

+9.6億円

現金及び預金
受取手形及び売掛金
電子記録債権

+6.6億円

たな卸資産

+5.4億円

その他の流動資産

△0.1億円

固定資産

△2.3億円

- 流動資産
- 固定資産

+11.9億円
△2.3億円

- 現金及び預金
- 受取手形及び売掛金
- 電子記録債権

+16.0億円
△4.0億円
△5.3億円

- 商品及び製品

+5.0億円

- 有形固定資産
- 無形固定資産
- 投資その他

△4.1億円
△1.4億円
+3.2億円

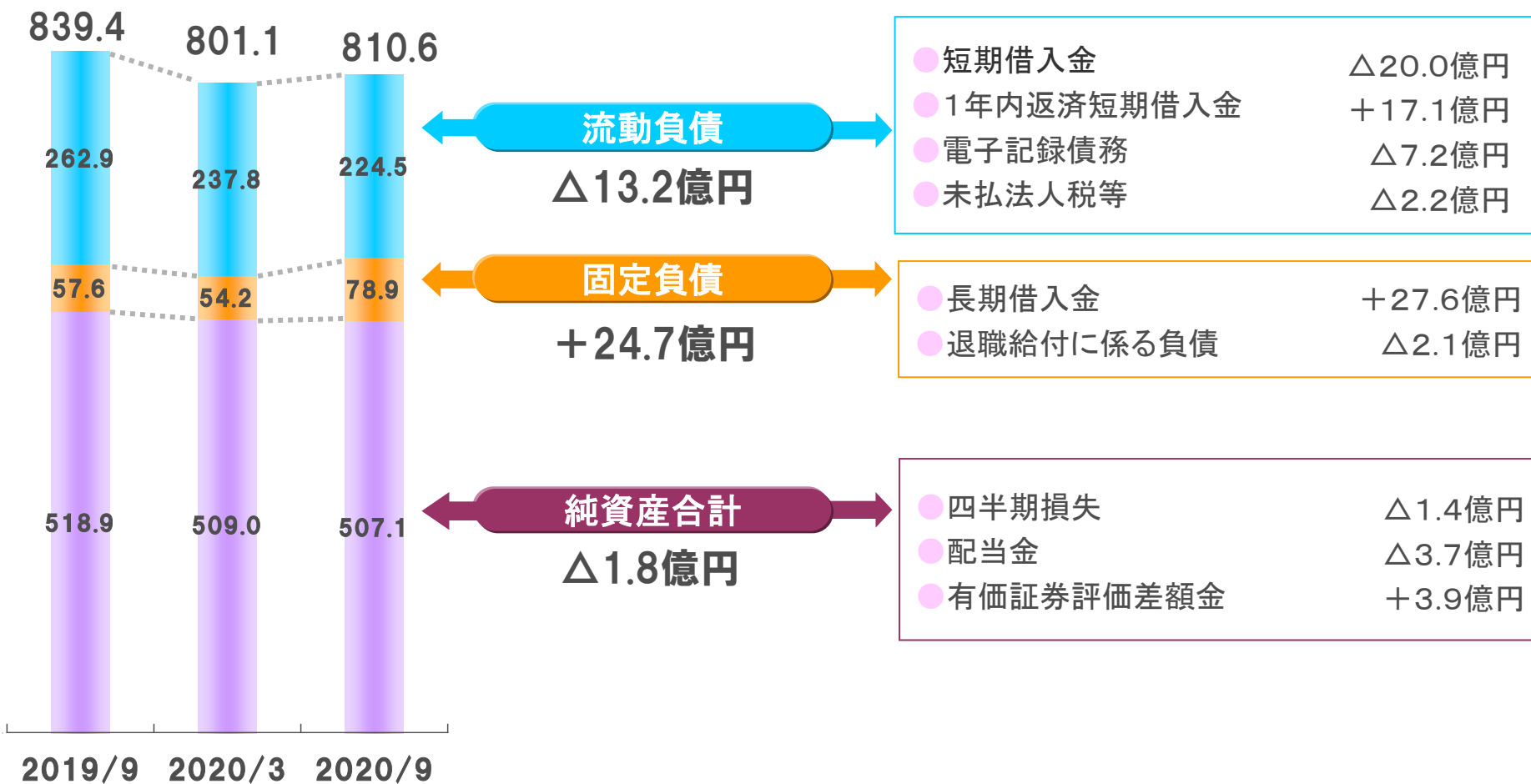
4. 連結貸借対照表の概要②

(単位:億円)

【負債・純資産の部】

【増減額】

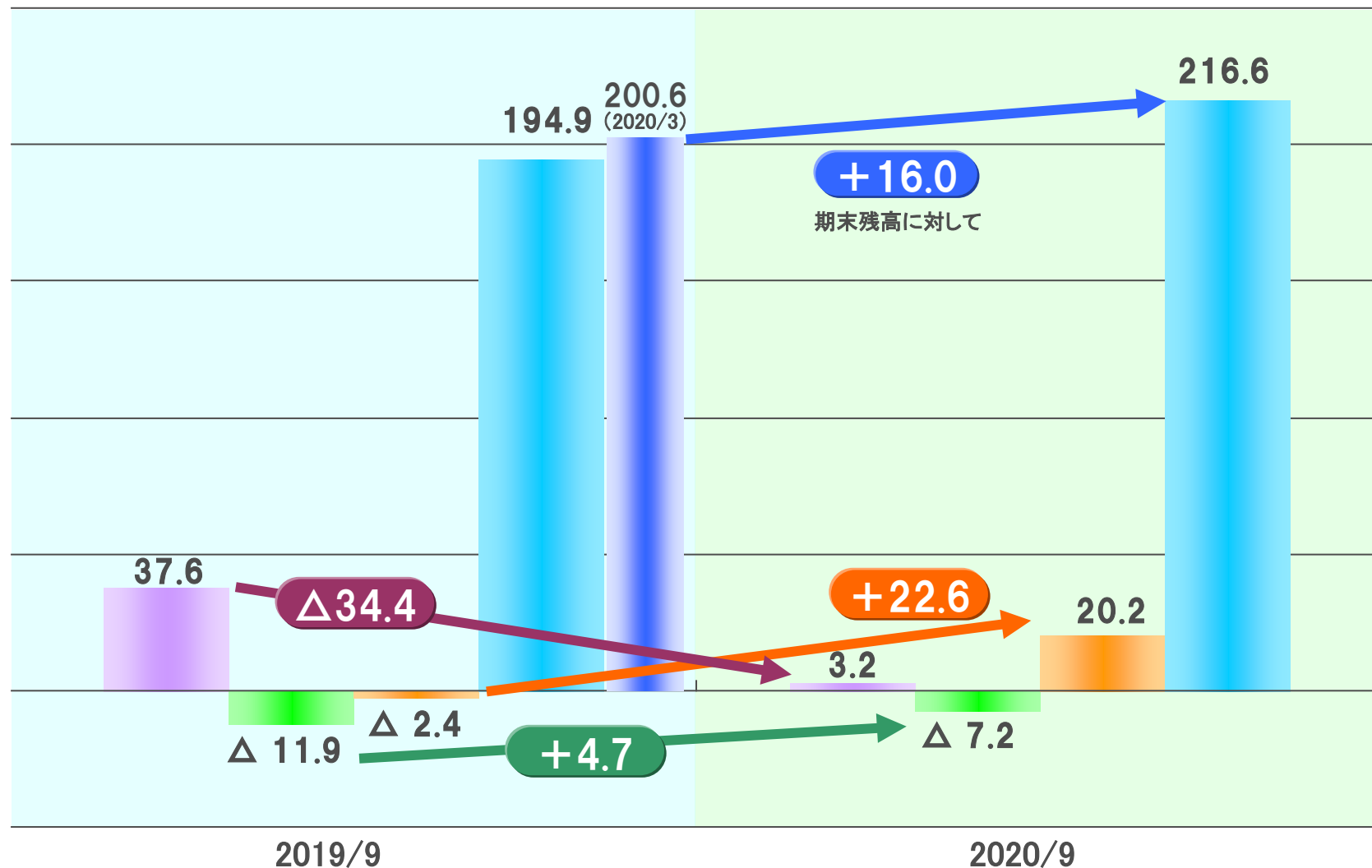
【主な増減要因】



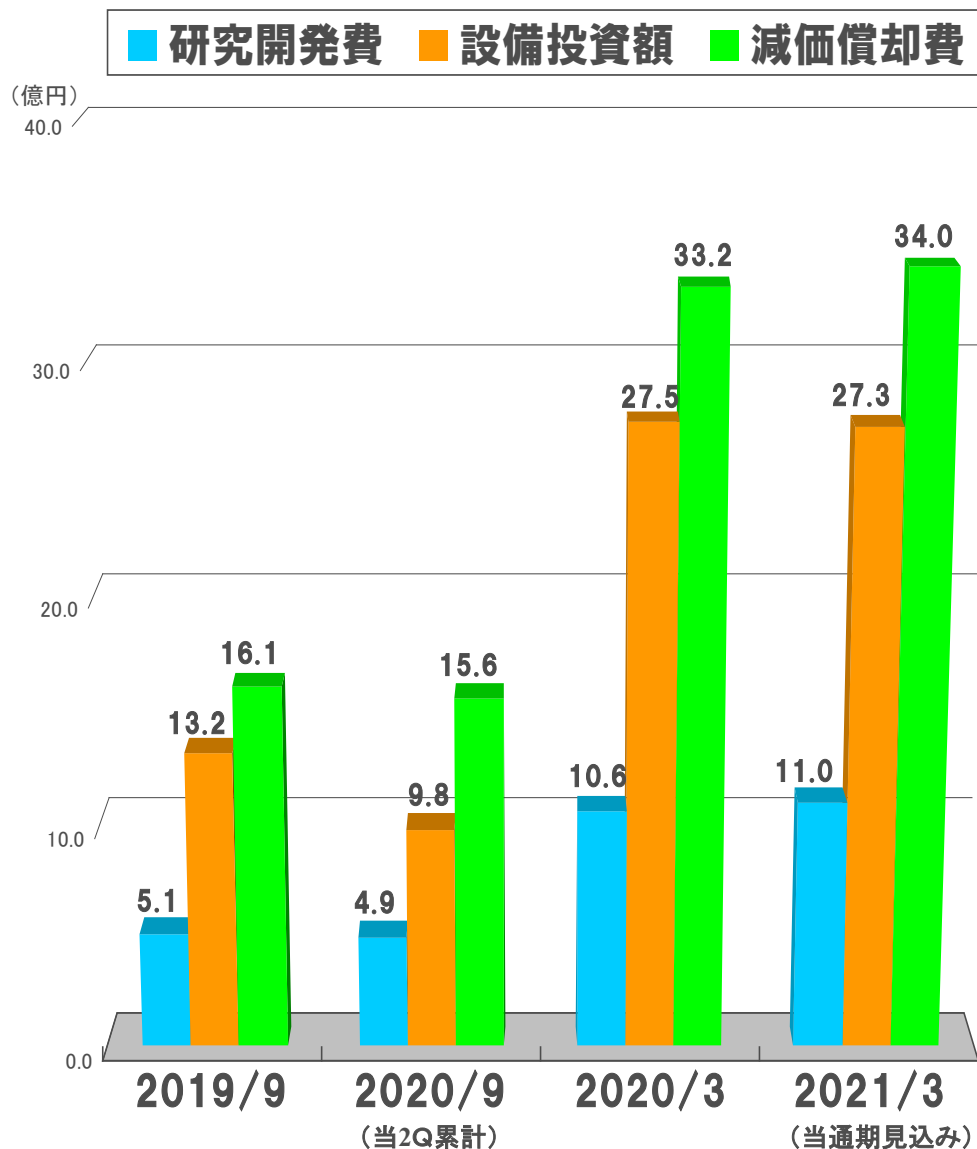
5. 連結キャッシュ・フロー計算書の概要

(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中間(期末)残高



6. 設備投資等の状況(連結)



【2021年3月期の主な設備投資の内容】

上半期実績

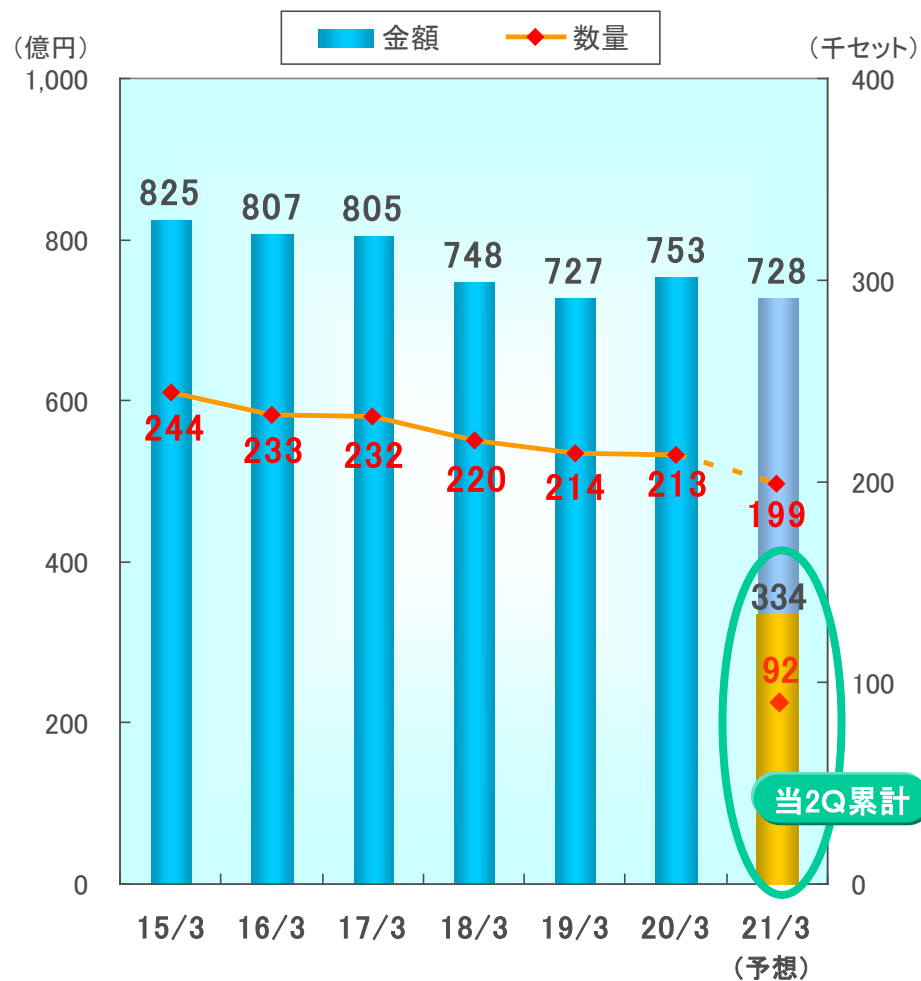
①生産関係	2.5億円
②営業関係(ショールーム等)	3.7億円
③情報関係	2.9億円
④その他	0.7億円

下半期計画

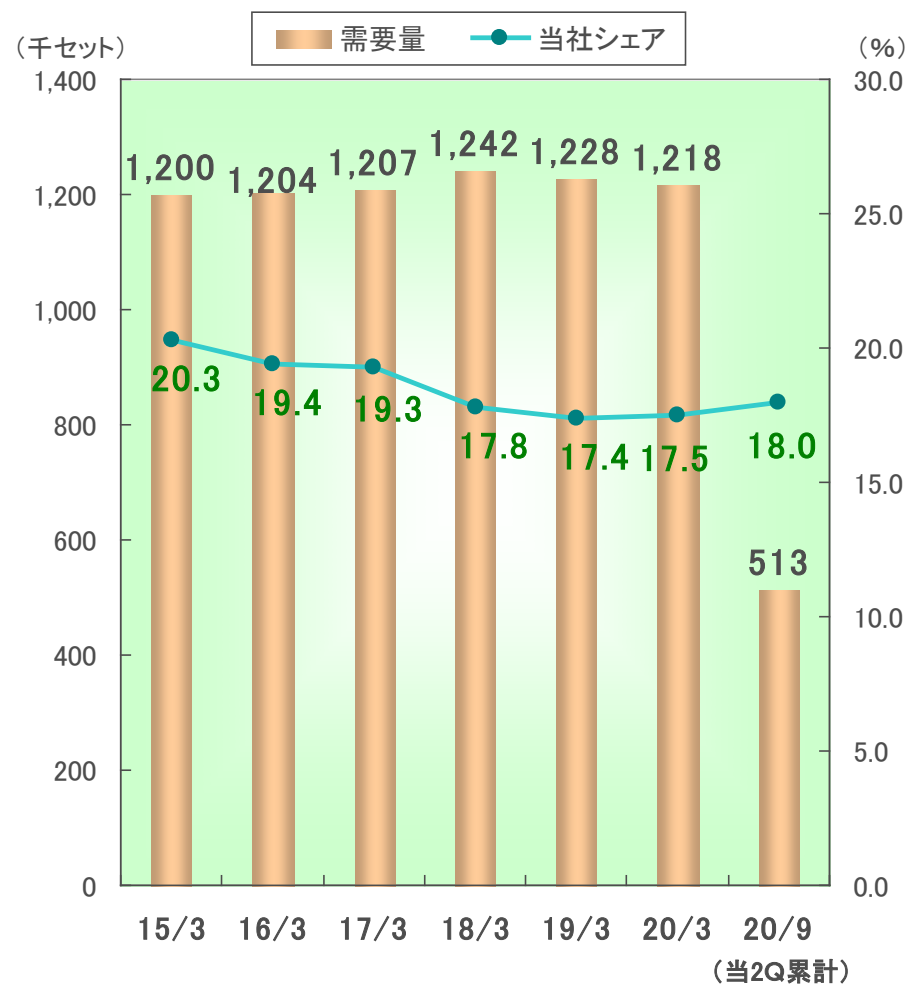
①生産関係	7.9億円
②営業関係	2.4億円
③情報関係	6.3億円
④その他	0.9億円

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

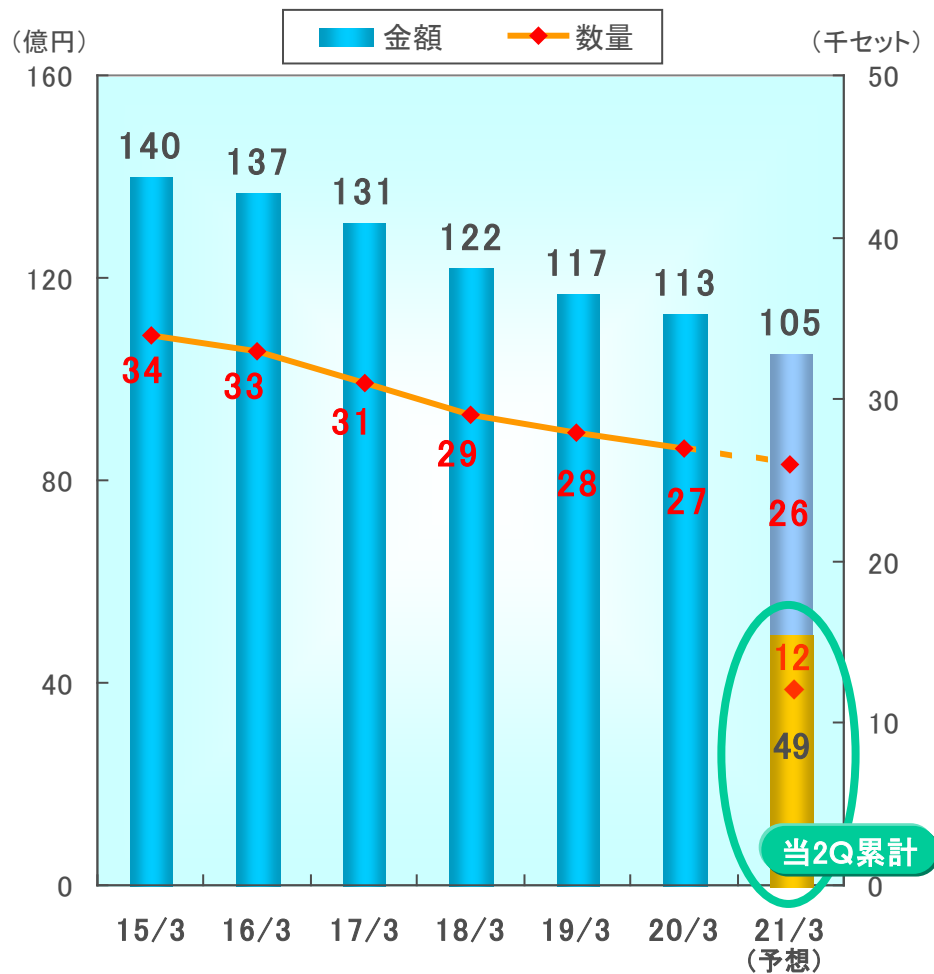


同商品需要動向と当社シェア

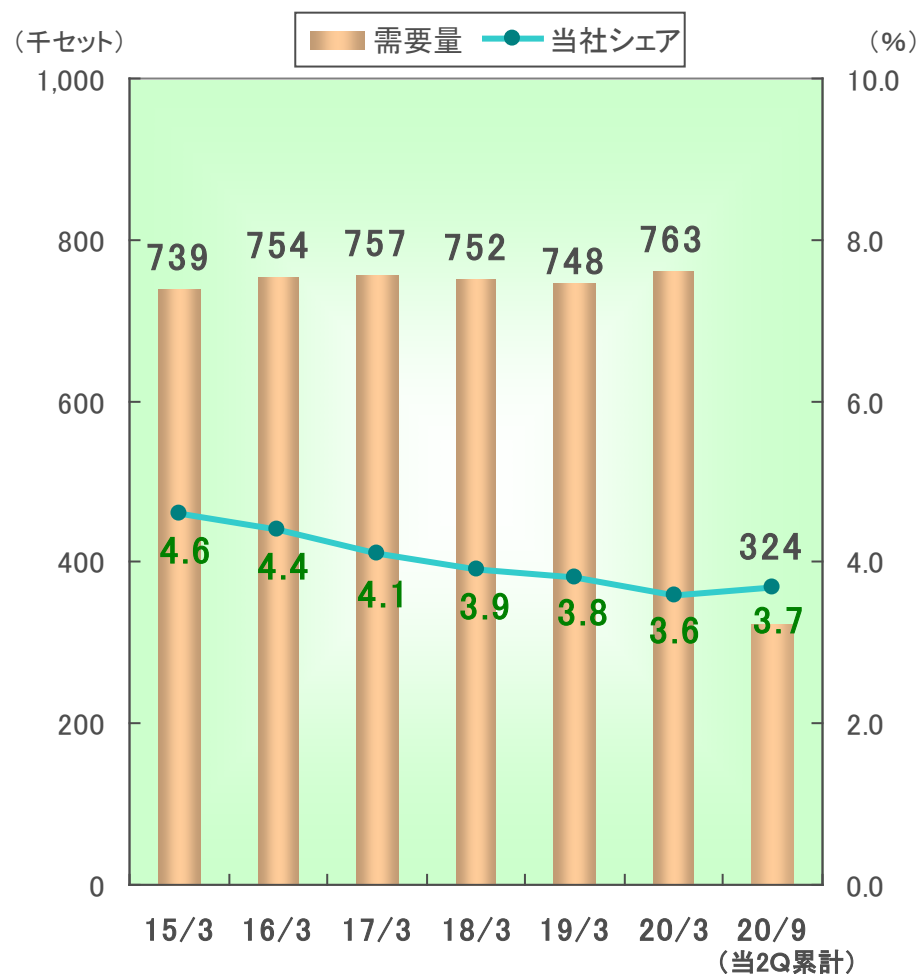


7. 主要商品の販売実績と当社シェア②

システムバスルームの販売実績

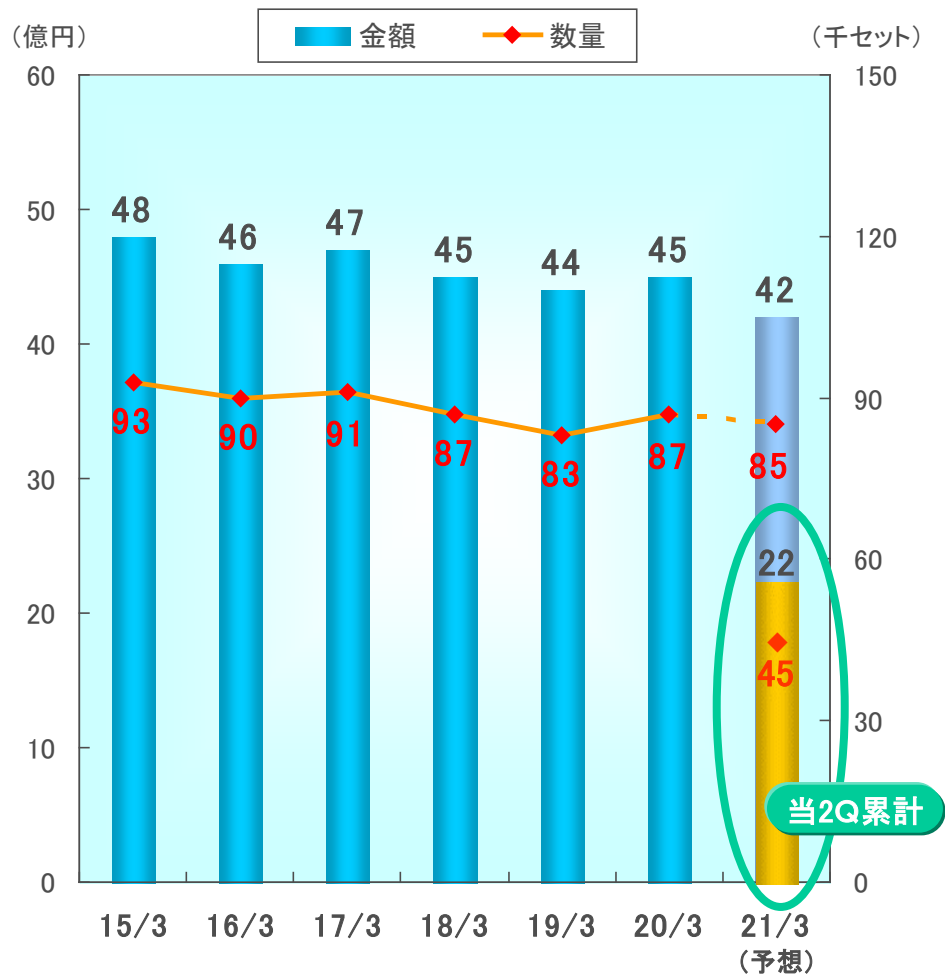


同商品需要動向と当社シェア

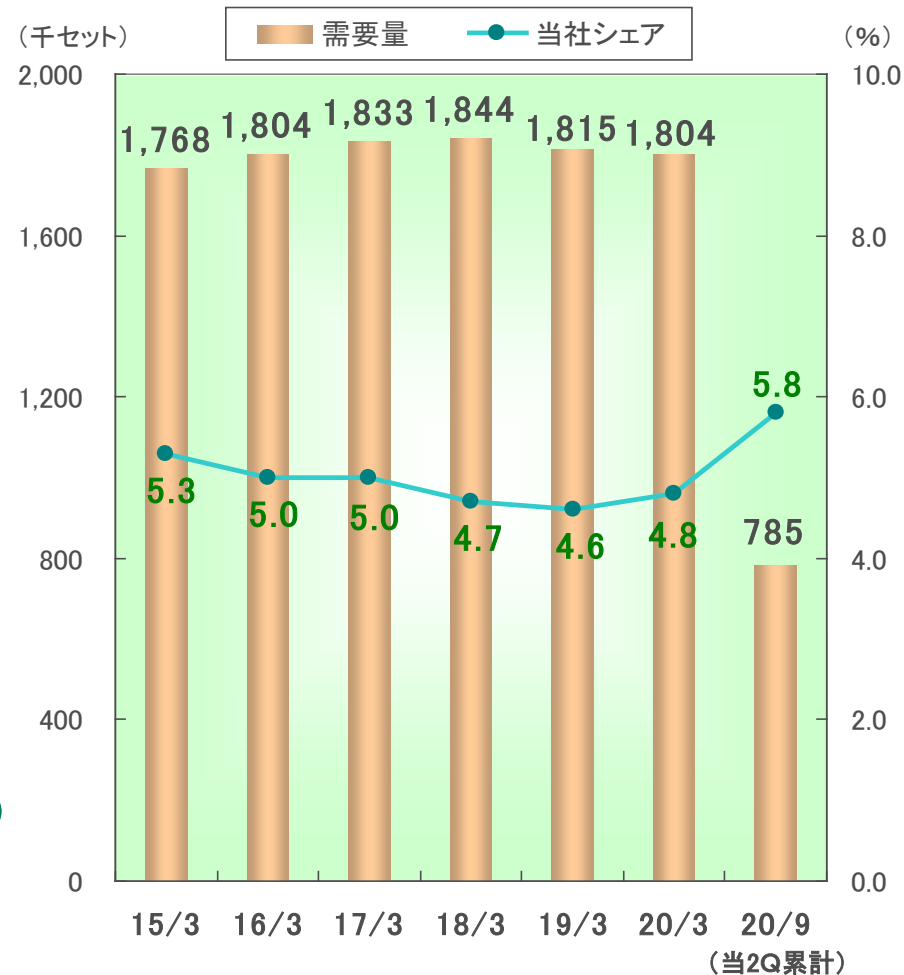


7. 主要商品の販売実績と当社シェア③

洗面化粧台



同商品需要動向と当社シェア



8. 2021年3月期 連結業績予想

(単位: 百万円)

	2020/3 (実績)	2021/3 (予想)	前期比 増減率
売上高	107,525	103,000	△4.2%
営業利益	2,499	700	△72.0%
営業利益率	2.3%	0.7%	—
経常利益	2,545	800	△68.6%
経常利益率	2.4%	0.8%	—
親会社株主に帰属 する当期純利益	1,465	400	△72.7%
当期純利益率	1.4%	0.4%	—



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）

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. 海外事業の拡大

4. 新規事業の推進

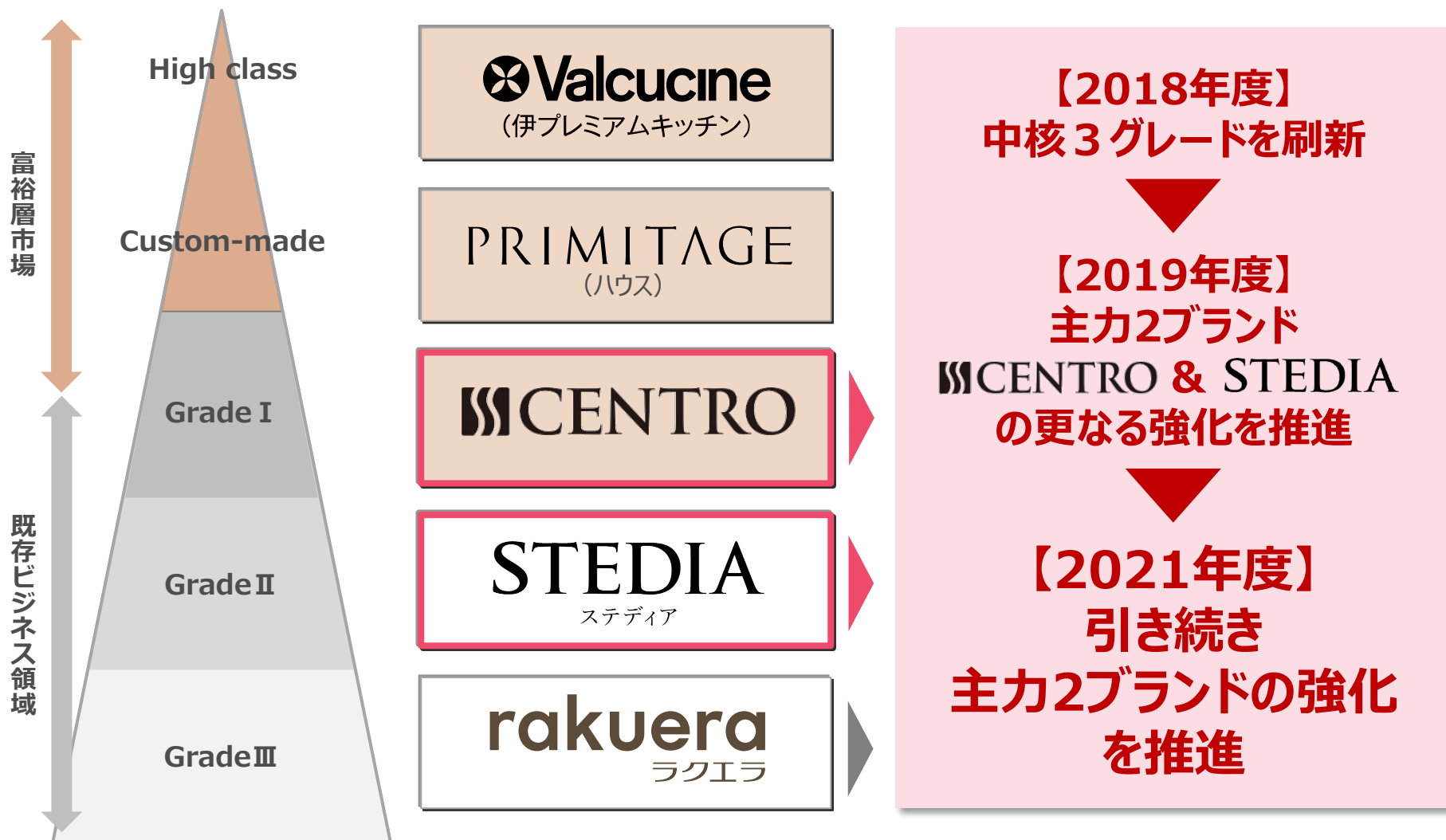
基盤強化

5. 技術力強化

6. ブランドづくり

7. 人づくり

中核3グレードを中心とした販売促進を展開



STEDIA

ステディア

デザインと価格の両面で、より幅広い層に対応するリニューアルを実施

1

「わたらしさ」を表現できるキッチンとして、
更に幅広いインテリアテイストに対応



【主なリニューアルポイント】

- 意匠の要となる扉面材と取手のバリエーション強化
- 人気の「フラット対面プラン」にステンレスワークトップが新登場
- 限られたスペースにも対応する「奥行き60cmタイプ」を追加

2

スタイリッシュなデザインをお求めやすい
価格でご提案できる
「スタイリッシュプラン」を新設定



デザインを重視しつつ、
人気のレイアウトとアイテムを
絞り込んだ
コストバランスの良いプラン

CENTRO STEDIA

ステディア

ドイツ高級ブランド食洗機『Miele（ミーレ）』の対応範囲を拡大

『Miele』の主な特徴

- 富裕層の圧倒的支持を集めるプレミアムブランド
- 大容量と高い洗浄能力

45cm 60cm

90cm

高さ90cmのキッチン
への対応を可能

85cm

「CENTRO」にて
間口60cm／高さ85cm
タイプを規格採用

その後、「STEDIA」へ
展開

間口45cmタイプ
を追加採用

間口

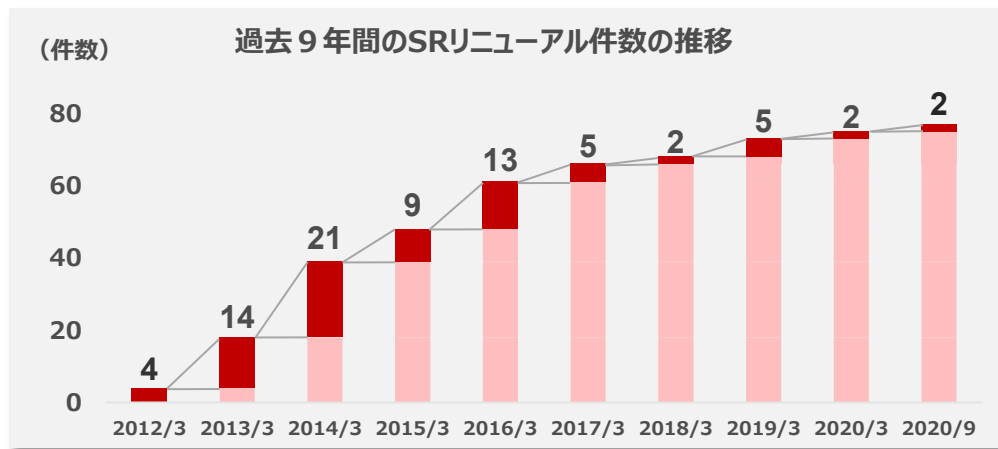
高さ



2. 中高級市場の競争力強化 ②ショールーム

お客様との重要な接点であるショールームを継続的にパワーアップ

■ 全国ショールーム：持続的な魅力アップに向け、リニューアルを継続展開



■ 当期のリニューアル実績



「福島ショールーム」
移転オープン
6月6日（土）



「小牧ショールーム」
リニューアルオープン
9月26日（土）

■ 旗艦ショールーム：全国4拠点体制を確立 [東京・横浜・名古屋・大阪]



2019年6月28日 横浜みなとみらいにOPEN

KITCHEN TOWN
YOKOHAMA



3. 賃貸住宅市場のリフォーム対応力強化

コンパクトキッチン
colty
コルティ

最新トレンドに対応し、コンパクトキッチン「コルティ」をリニューアル

近年の賃貸住宅市場におけるリフォーム需要に対応し、多面的に**リフォーム対応力**を向上

魅力あるデザイン

インテリアトレンドを反映した扉カラーや取手、周辺収納で、生活をイメージしやすく仕立てる「ホームステージング」を意識し、高いデザイン性を実現

フラット対面が登場

フラット対面レイアウトでリビングとキッチンをひと続きにして、気持ちのいい開放感と広々とした余裕をプラス

2タイプの奥行設定

物件の広さに応じて、2タイプの奥行から選択可能



4. “新しい生活様式”に対応したマーケティング施策

WEBやデジタルを活用して来店につなげる**バーチャルtoリアル**を展開

新たなマーケティング施策展開により、ショールームにおける成約率アップへ

アテンション

テレビCM(BS)



商品訴求CMを展開

インタレスト&サーチ

オンラインSR



WEBセミナー



アクション

ショールーム



フェア／イベント開催

3.【新しい生活様式 対応策】① オンラインSR

ショールーム見学が疑似体験できる新たなWEBコンテンツ お客様のオンライン上での商品検討増加に対応し 10月1日より「オンラインショールーム」オープン

【主な特徴】

- ① クリナップホームページから、登録なしで誰でもアクセス
- ② 全体像がひと目で把握できる箱庭型ショールーム
- ③ パソコンでもスマートフォンでも分かりやすい、直感的な操作性、閲覧性

商品紹介ルーム
「STEDIA」

⇒ 「CENTRO」ルーム
11月下旬オープン予定
⇒ 今後も掲載ブランド拡大へ

ビルトイン機器を選ぶ
「セレクトルーム」

クリナップのものづくりの理念や
商品特長、ユーザーボイスなど
の幅広い情報コンテンツを配した
「エントランス」



4.【新しい生活様式 対応策】② WEBセミナー

おうち時間や家事シェアをテーマにした家づくりセミナーをオンライン開催

夫婦喧嘩も減る？



ストレスフリーな在宅が叶う家づくり



● おうち時間を快適に過ごす
アイデア満載のセミナー

● Zoomによるオンラインセミナー

・参加希望者に、当日開催前に、
セミナーのURLをメールでお送り

● 4つのセミナーを配信

<プログラム>

① 10:00～10:45

家事はシェアする！夫婦のための収納アイデア&グッズご紹介
【講師：住宅収納スペシャリスト 大熊千賀先生】

② 11:15～12:00

在宅ワークも快適♪夫婦円満になるLDKのレイアウト
【講師：二級建築士 市村千恵先生】

③ 14:00～14:45

今時キッチンは「静か&楽ちゃん」！最新アイテム徹底解説
【講師：クリナップテクノサービス(株) 猪爪夕子】

④ 15:15～16:00

暮らしが変わった！リフォームビフォーアフター事例
【講師：クリナップテクノサービス(株) リフォームコーディネーター】

4. 【新しい生活様式 対応策】③ イエナカ充実フェア

ショールーム予約来場者促進に向けた、新たな施策を展開

**“おうち時間”を見つめ直す！をコンセプトに
おうちがさらに楽しくなるイベントを開催**

おうちが
さらに
楽しくなる!!

／クリナップショールーム／

イエナカ充実フェア

ショールームご来場で素敵なグッズをプレゼント!

2020.9.1-12.25開催

**ショールームにおける主な
新型コロナウイルス感染症予防対策**

- マスク着用、アルコール手洗い、入館時の検温など
- 事前予約制を促進し、密を避けてのご案内を基準に運営

5. 海外事業の拡大

◆ アジアを中心にステンレスを基軸としたキッチン商品を輸出販売

◆ コロナ禍の中、オンライン営業など効果的な販売政策を展開

● 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

- ・ 効果的な販売政策と政府の対策もありコロナ影響を抑え収益確保
- ・ 戦略的に販売エリア進出を行い、台湾全土へS R設置

● ベトナム、タイ、マレーシア、シンガポール

- ・ 代理店S R新設、SNS・動画配信による販売プロモーション等の推進と支援

● その他アジア

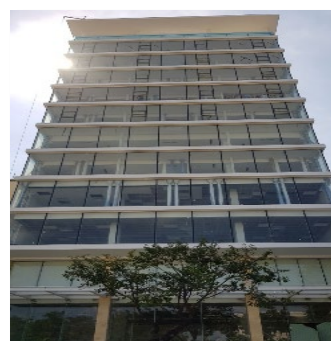
- ・ 主要国に代理店を設置、富裕層中心の営業展開



台湾展示会



ベトナム展示会



ベトナム納入物件



中国納入物件

6. CSR施策

サステナビリティレポート2020発行 (2020年11月)

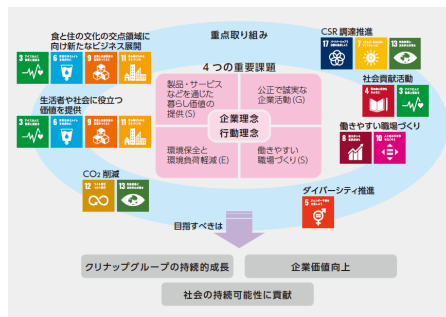
● CSR活動を通じた持続可能社会の実現へ



昨年度より「社会・環境報告書」を「サステナビリティレポート」へとリニューアル。持続可能社会の実現へ、ESGの観点から当社の取り組みを紹介。

■ SDGs への取り組み

企業理念「家族の笑顔を創ります」の実践活動を通じた持続可能な社会の実現を目指し、当社グループが取り組むべき4つの重要課題と7つの重点取り組みを定める。



「サステナビリティレポート2020」

- ・ 2020年11月中旬 発行 (予定)
- ・ 発行部門：法務・監査部 環境ISO推進課

(公財)クリナップ財団 奨学生への支援強化

- 2013年度より奨学支援事業を開始し、**2020年度で8回目**
⇒ **8年累計奨学生：310名に**
- 2020年度より、**対象者の増員と奨学金の増額**を実施

対象者	奨学金
10名増員	5,000円/月増額
↓	↓
50名 (継続受給者7名含む)	25,000円/月 (一人当たり)

【公益財団法人クリナップ財団の概要】

- 東日本大震災の翌年 (2012年12月) に設立
- 当財団は、震災のダメージを受けながらも地域の皆さまにご支援いただき、早期に商品の受注・生産を再開できたことへの感謝を表し、福島県の復興支援を目的として活動

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、2021年3月期第2四半期の決算(2020年4月～2020年9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、2020年11月6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。