

グリッド[®]

キッチンから、笑顔をつくろう

2015年3月期 第2四半期累計期間

決算説明会

プレゼンテーション資料

2014年11月19日

I . 第2四半期決算の概要

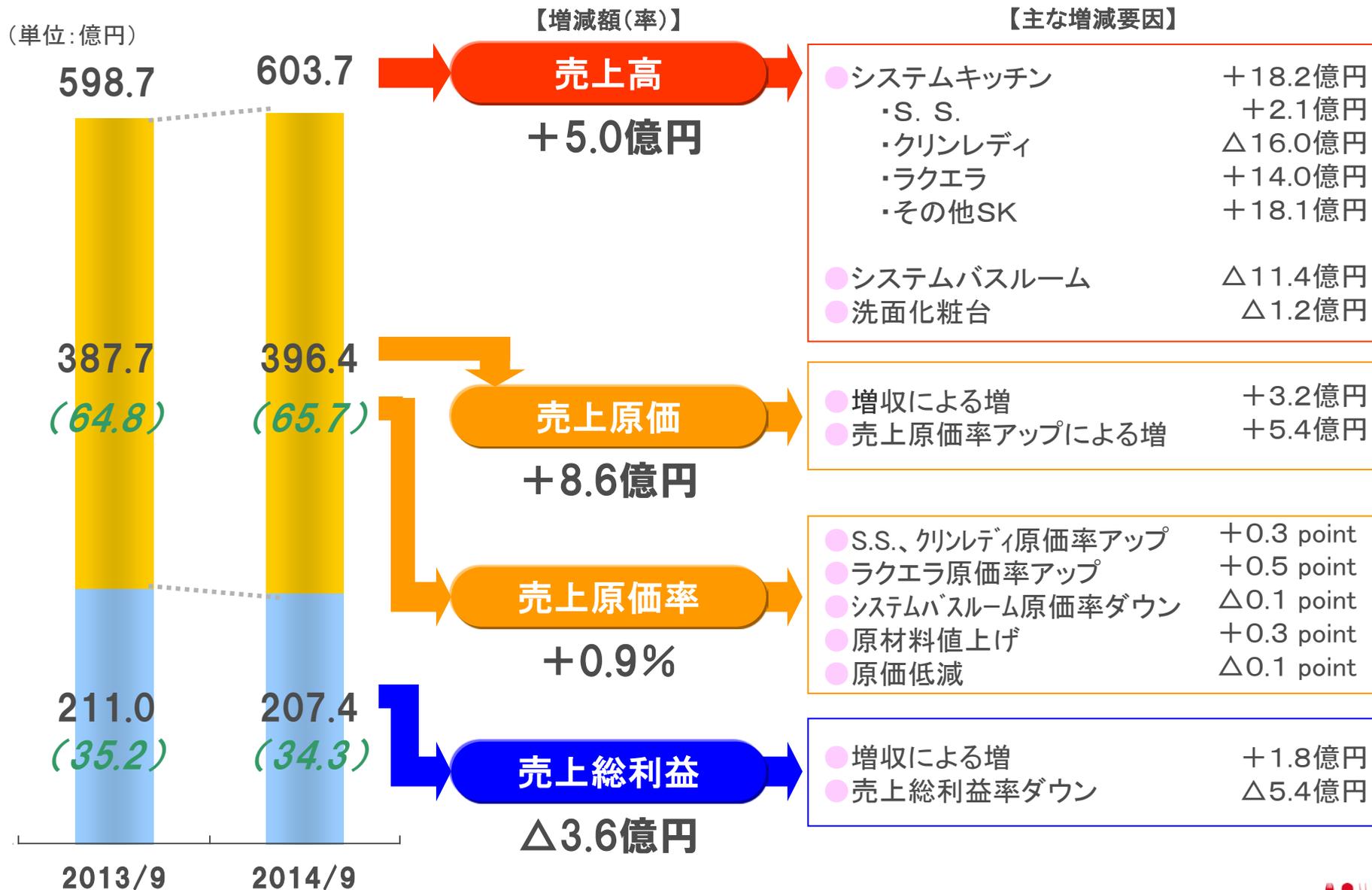
1. 2014年9月2Q累計 連結決算の概要

(単位:百万円)

	2014/9 (実績)	2013/9 (実績)	前期比 増減率	2014/9 (期初予想)	予想比 増減率
売上高	60,377	59,876	0.8%	63,000	△4.2%
営業利益	2,517	3,764	△33.1%	3,400	△26.0%
経常利益	2,316	3,563	△35.0%	3,200	△27.6%
四半期純利益	725	2,119	△65.8%	1,900	△61.8%
1株当たり 四半期純利益	16.78円	45.49円	△63.1%	40.78円	△58.9%

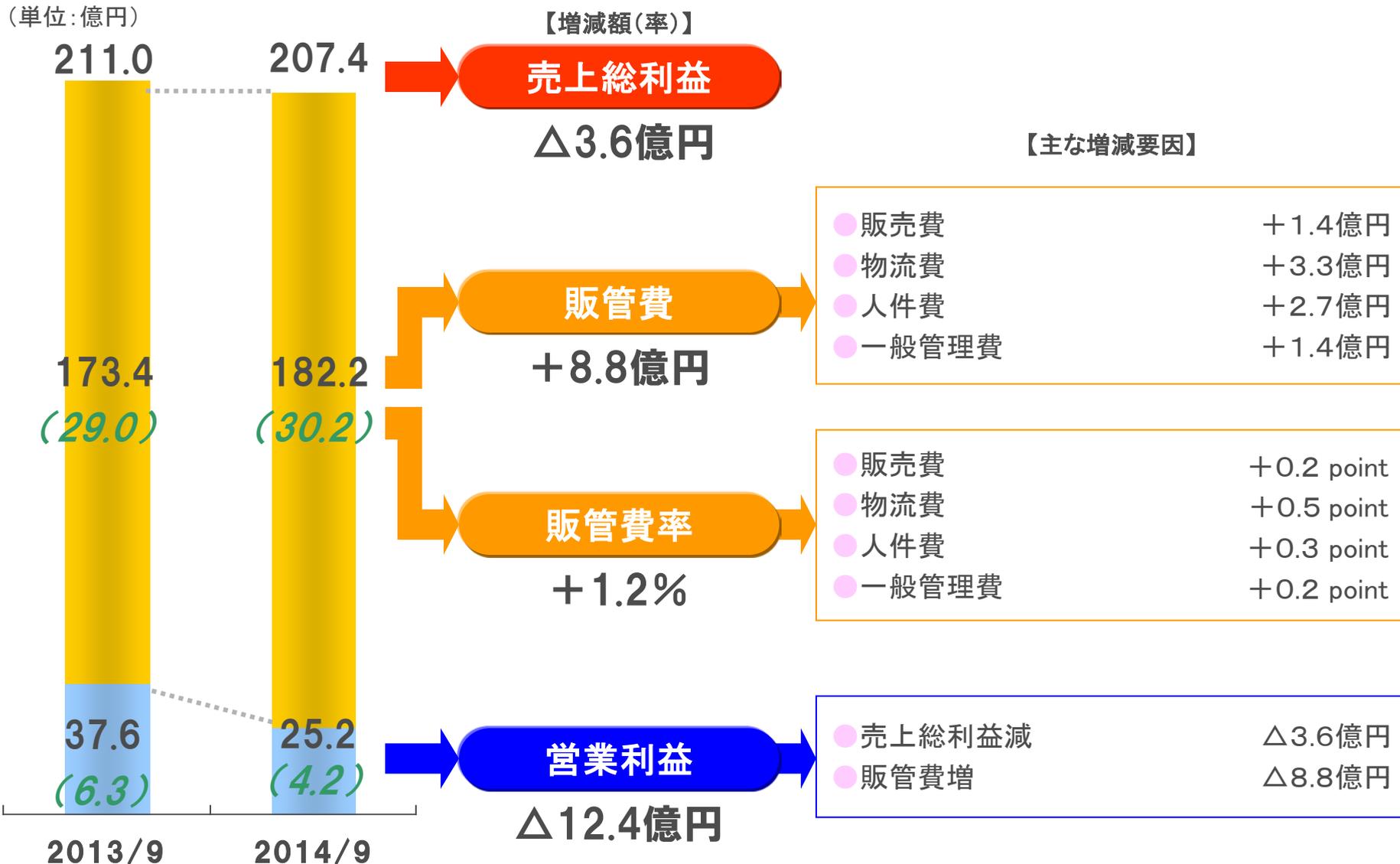
* 期初予想：2014年5月8日公表

2. 連結損益の状況① 売上高・売上総利益

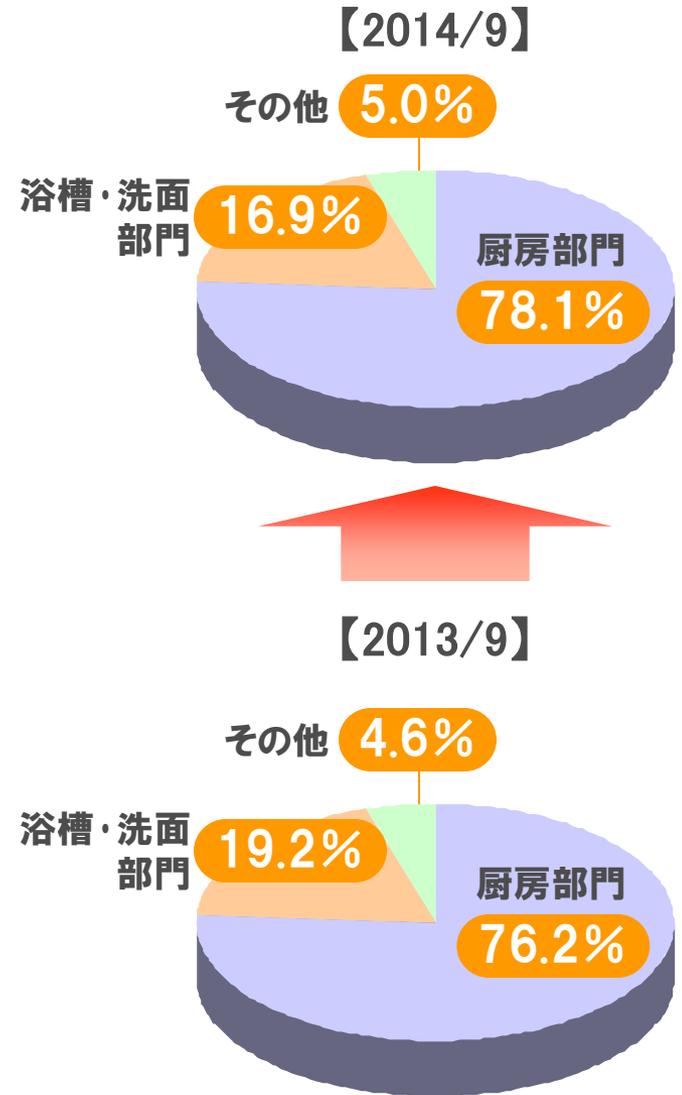
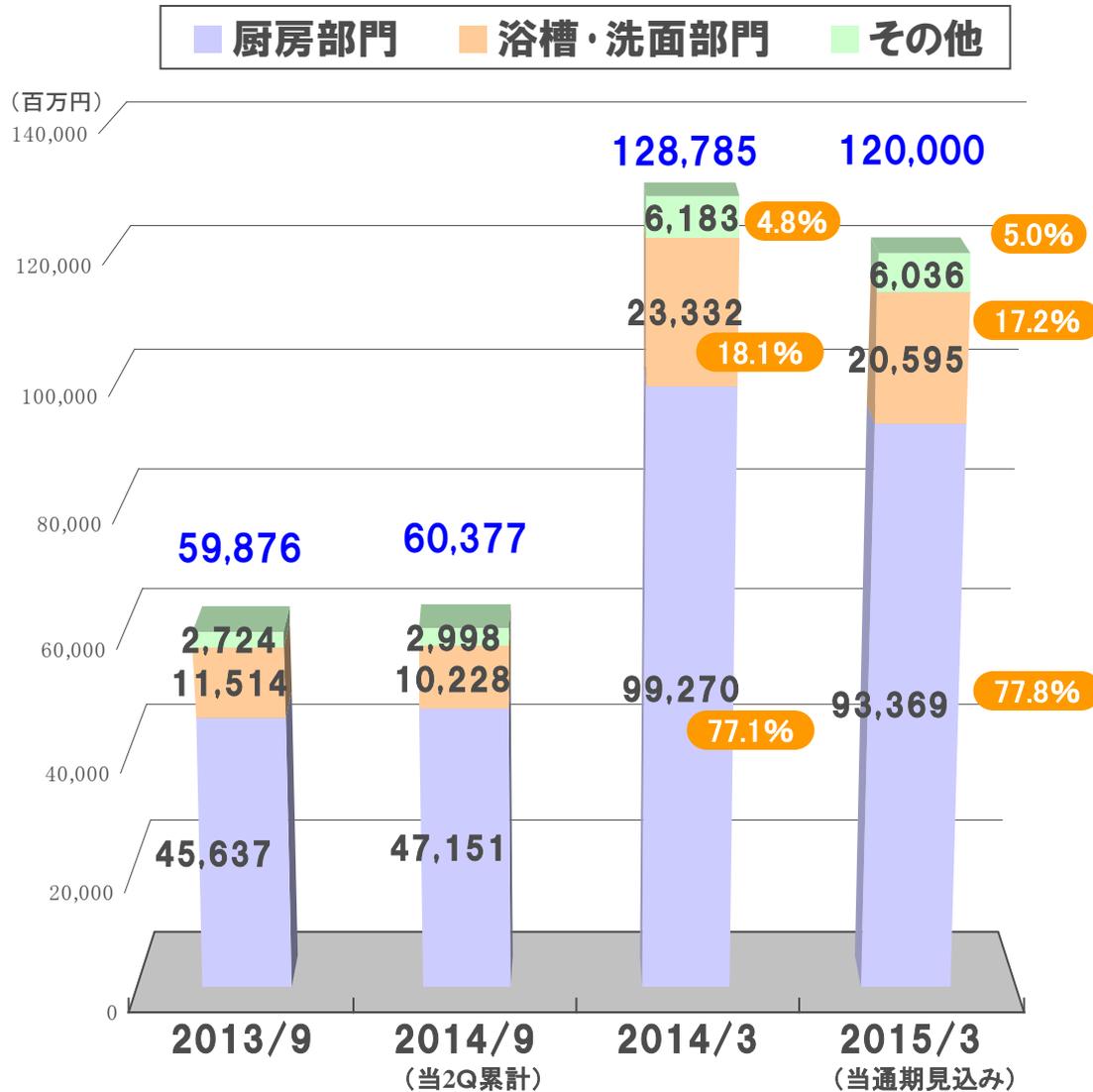


2. 連結損益の状況② 販管費・営業利益

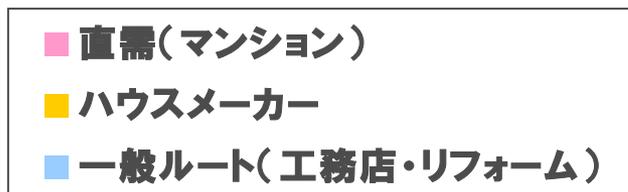
(単位:億円)



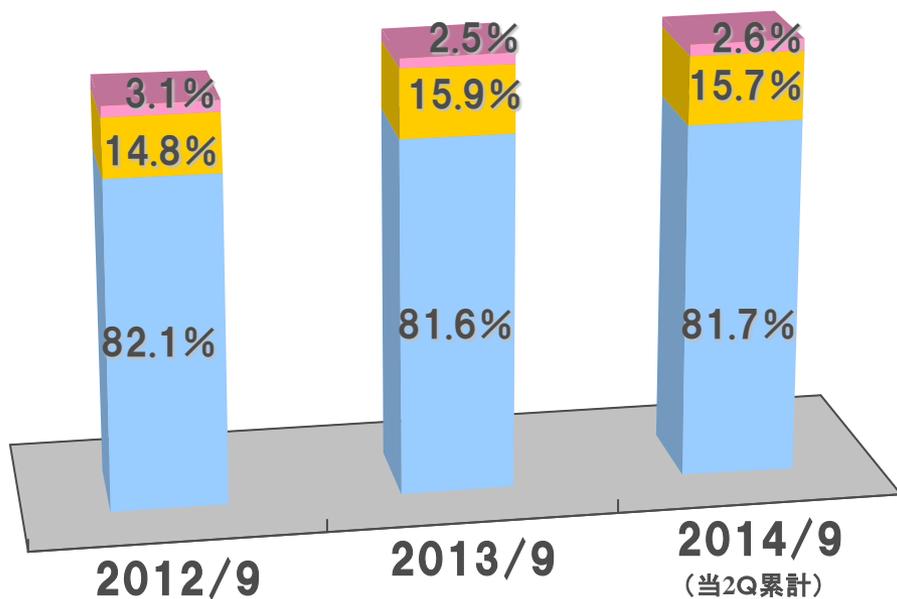
3. 売上構成① 部門別(連結)



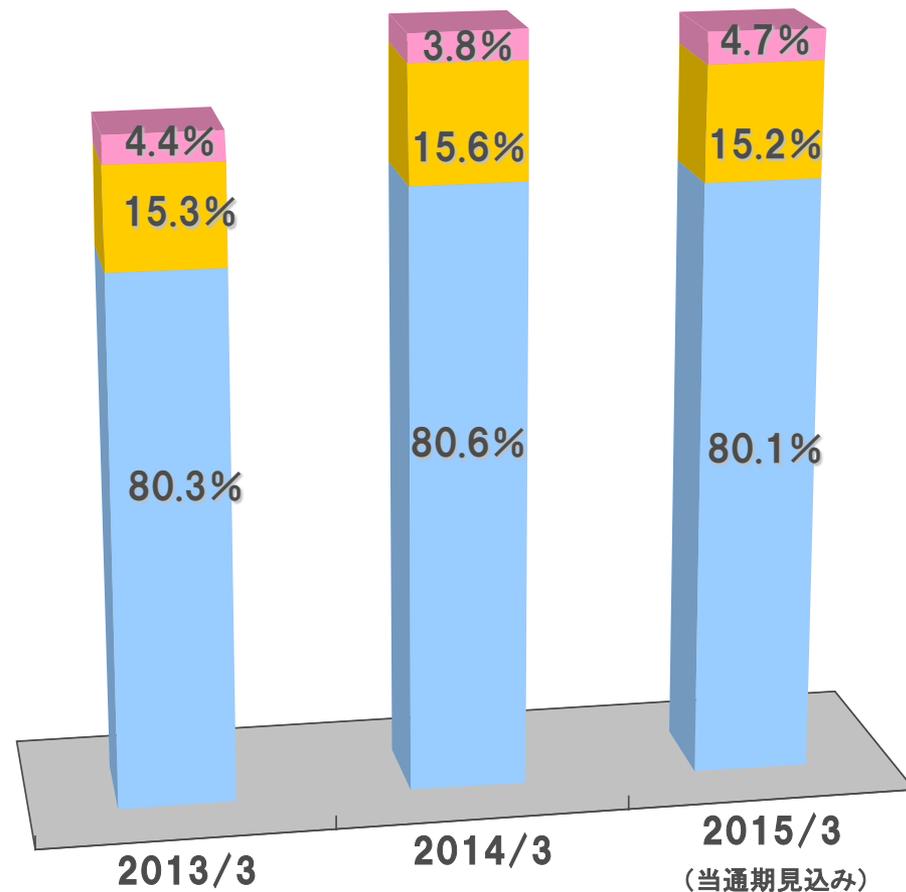
3. 売上構成② 販売ルート別(単体)



【上半期ベース】



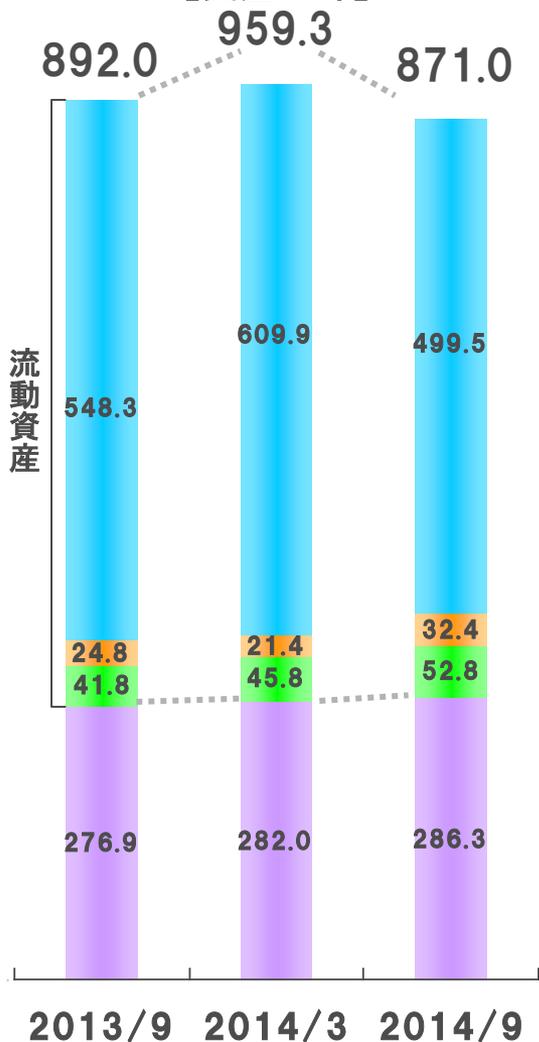
【通期ベース】



4. 連結貸借対照表の概要-1/2

(単位:億円)

【資産の部】



【増減額】

【主な増減要因】

総資産

△88.2億円

- 流動資産
- 固定資産

△92.5億円
+4.3億円

現金及び預金
受取手形及び売掛金
電子記録債権

△110.4億円

- 現金及び預金
- 受取手形及び売掛金
- 電子記録債権

△66.4億円
△75.2億円
+31.2億円

たな卸資産

+11.0億円

- 直需在庫の増加

その他の流動資産

+6.9億円

- 有価証券の増加

+7.0億円

固定資産

+4.3億円

- 有形固定資産
- 無形固定資産
- 投資その他

+2.6億円
△0.3億円
+2.0億円

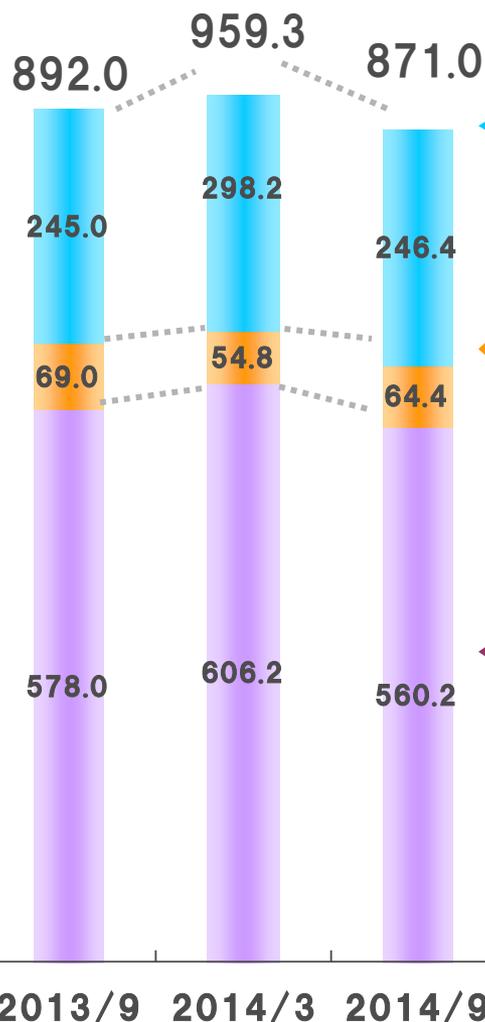
4. 連結貸借対照表の概要-2/2

(単位:億円)

【負債・純資産の部】

【増減額】

【主な増減要因】



流動負債
△51.8億円

固定負債
+9.5億円

純資産合計
△46.0億円

● 短期借入金	+3.0億円
● 買掛金	△13.9億円
● 未払金	△17.4億円
● 未払法人税等	△25.9億円

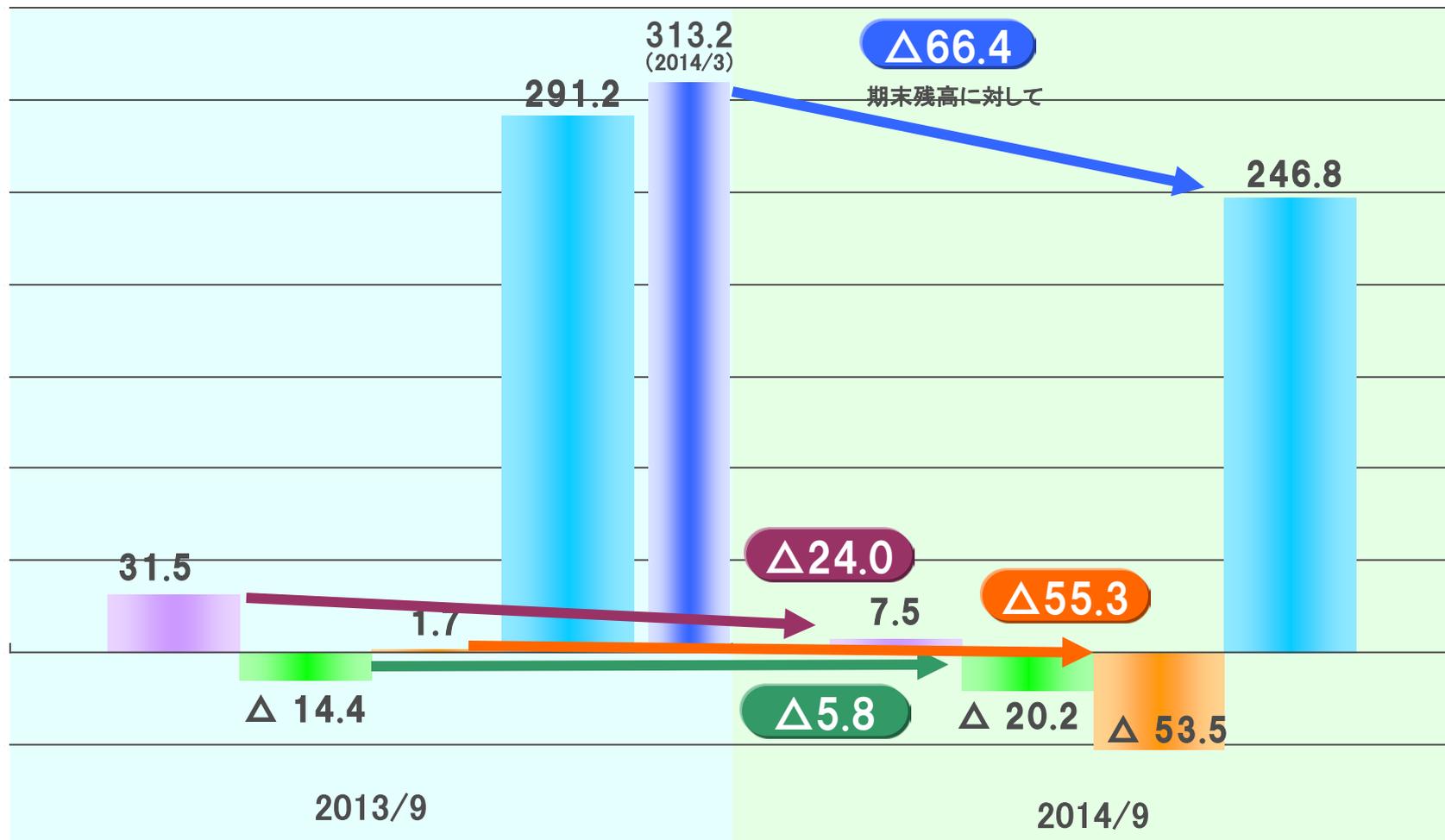
● 長期借入金	△8.0億円
● 厚年基金解散損失引当金	+8.9億円
● 退職給付に係る負債	+8.4億円

● 四半期純利益	+7.2億円
● 配当金	△6.9億円
● 自己株取得	△40.8億円
● 期首利益剰余金の減額	△6.0億円

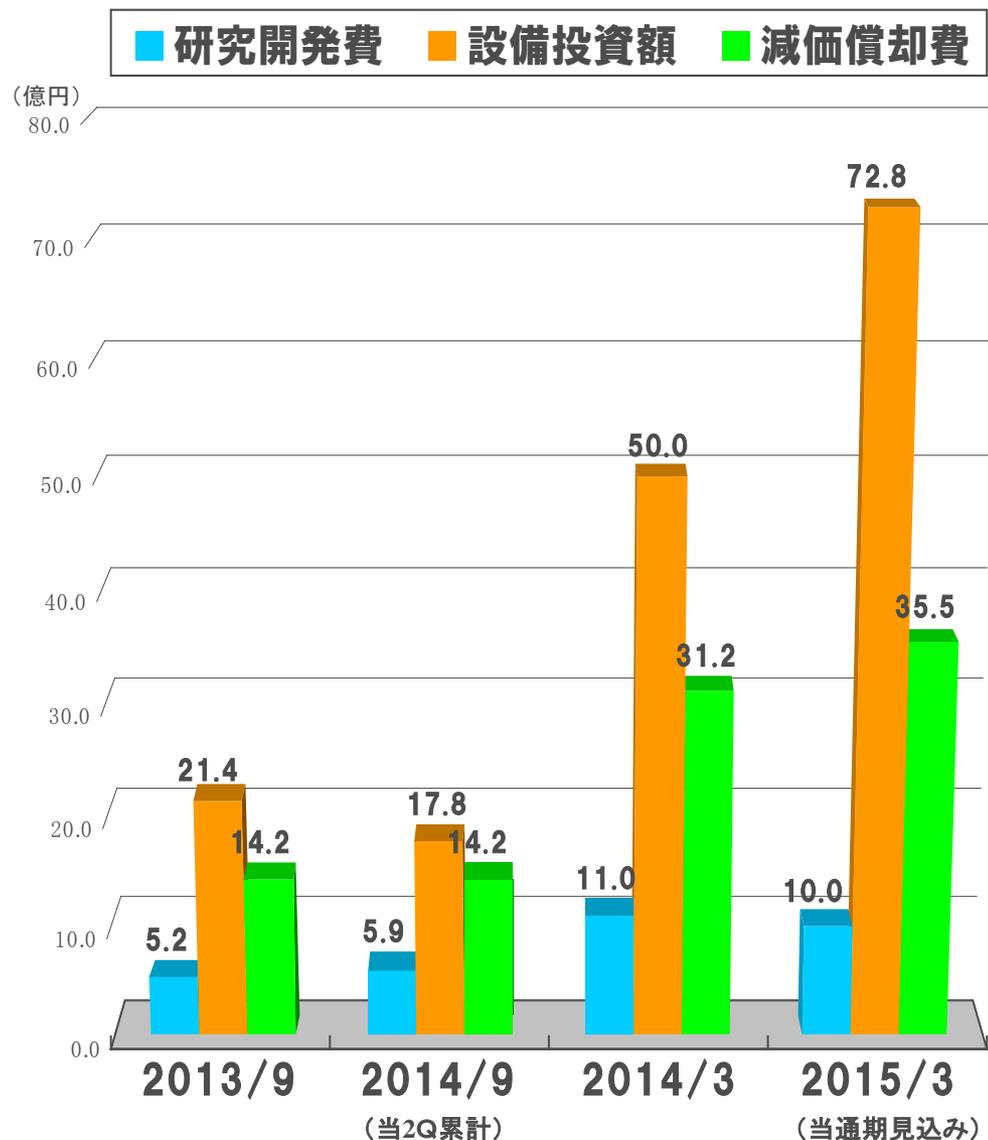
5. 連結キャッシュ・フロー計算書の概要

(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中間(期末)残高



6. 設備投資等の状況(連結)



【2015年3月期の主な設備投資の内容】

上半期実績

①生産設備	8.7億円
②ショールーム改装等	4.4億円
③情報投資	2.9億円
④その他	1.8億円

下半期計画

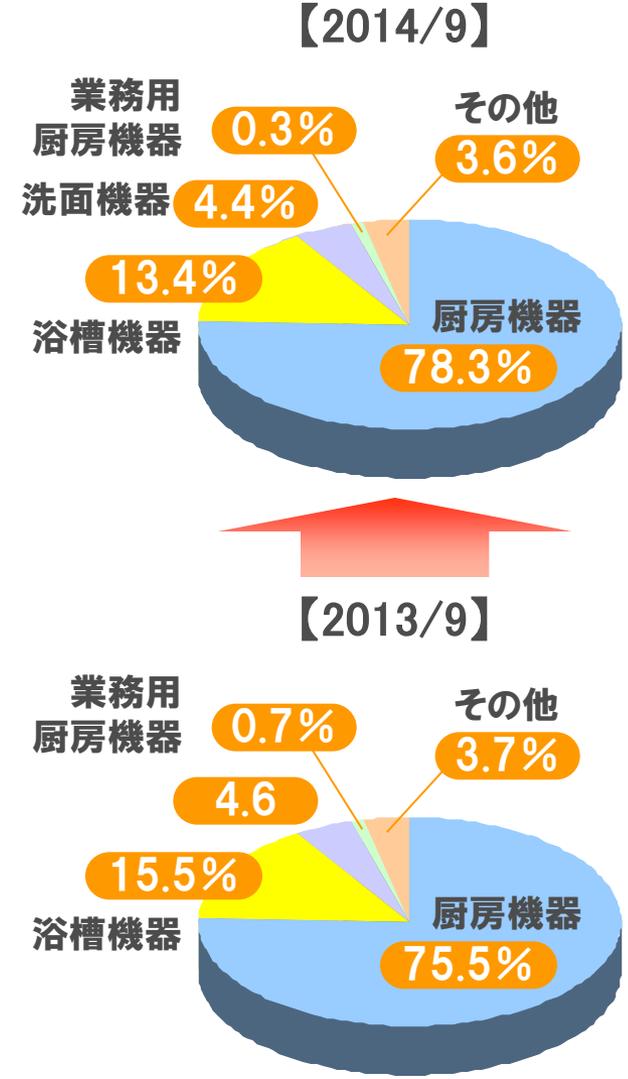
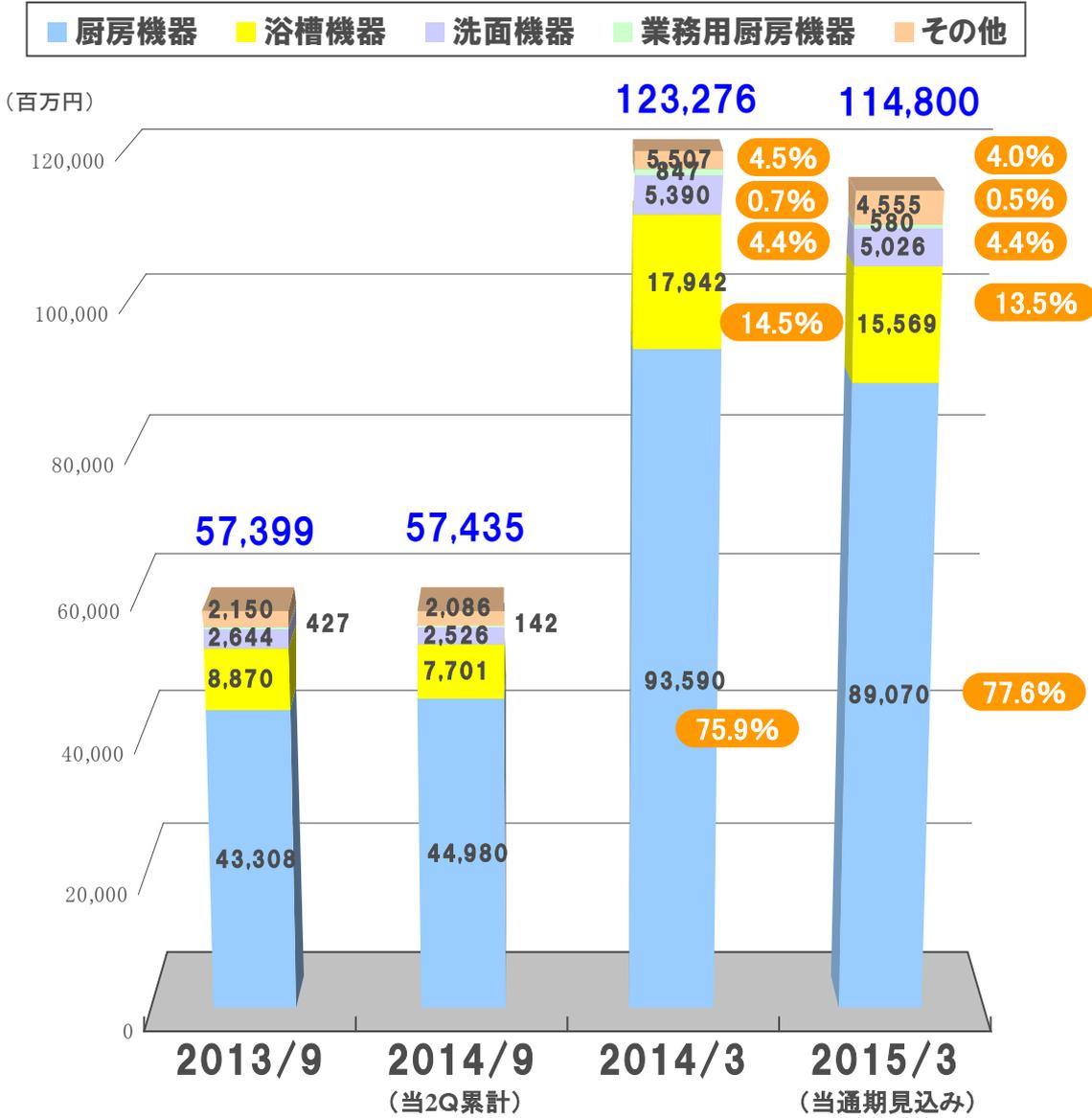
①生産関係	29.5億円
②営業関係	13.0億円
③情報関係	10.9億円
④その他	1.6億円

7. 2014年9月2Q累計 単体決算の概要

(単位:百万円)

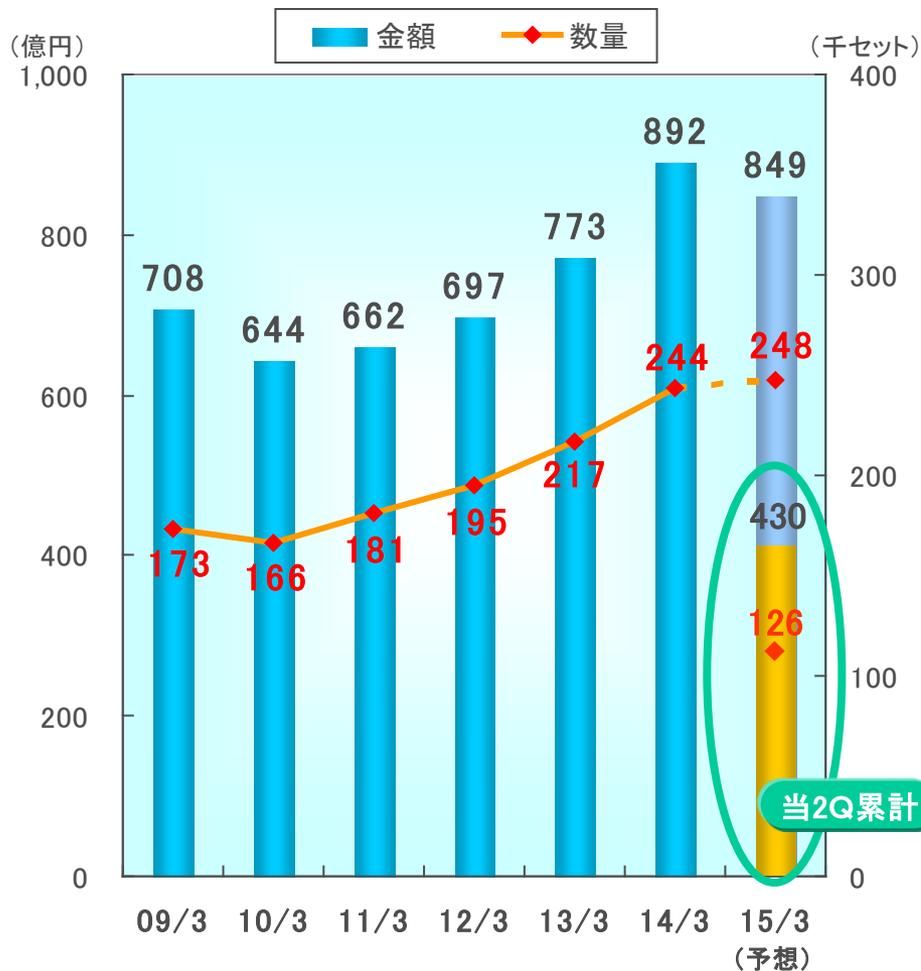
	2014/9 (実績)	2013/9 (実績)	前期比 増減率
売上高	57,435	57,399	0.1%
営業利益	2,416	3,365	△28.2%
経常利益	2,519	3,510	△28.2%
四半期純利益	1,151	2,211	△47.9%
1株当たり 四半期純利益	26.61円	47.46円	△43.9%

8. 部門別の単体売上構成

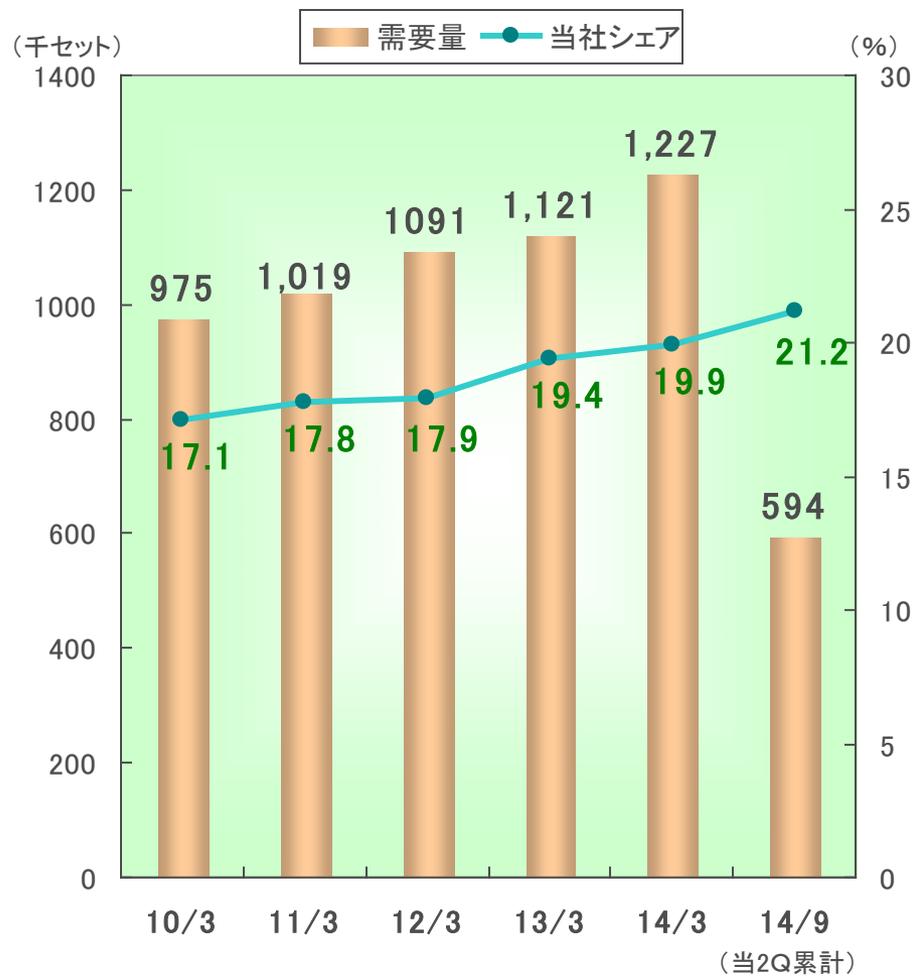


9. 主要商品の販売実績と当社シェア-1/4

システムキッチンの販売実績

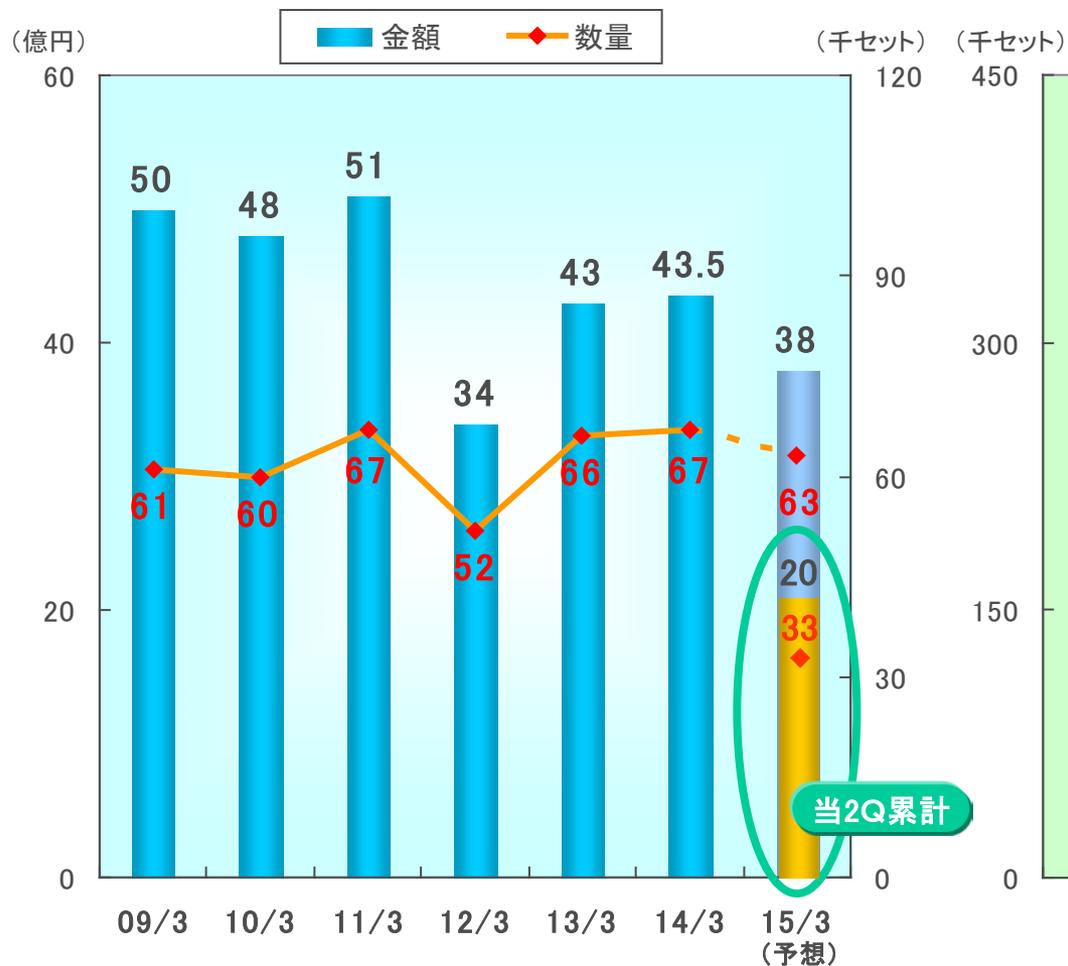


同商品需要動向と当社シェア

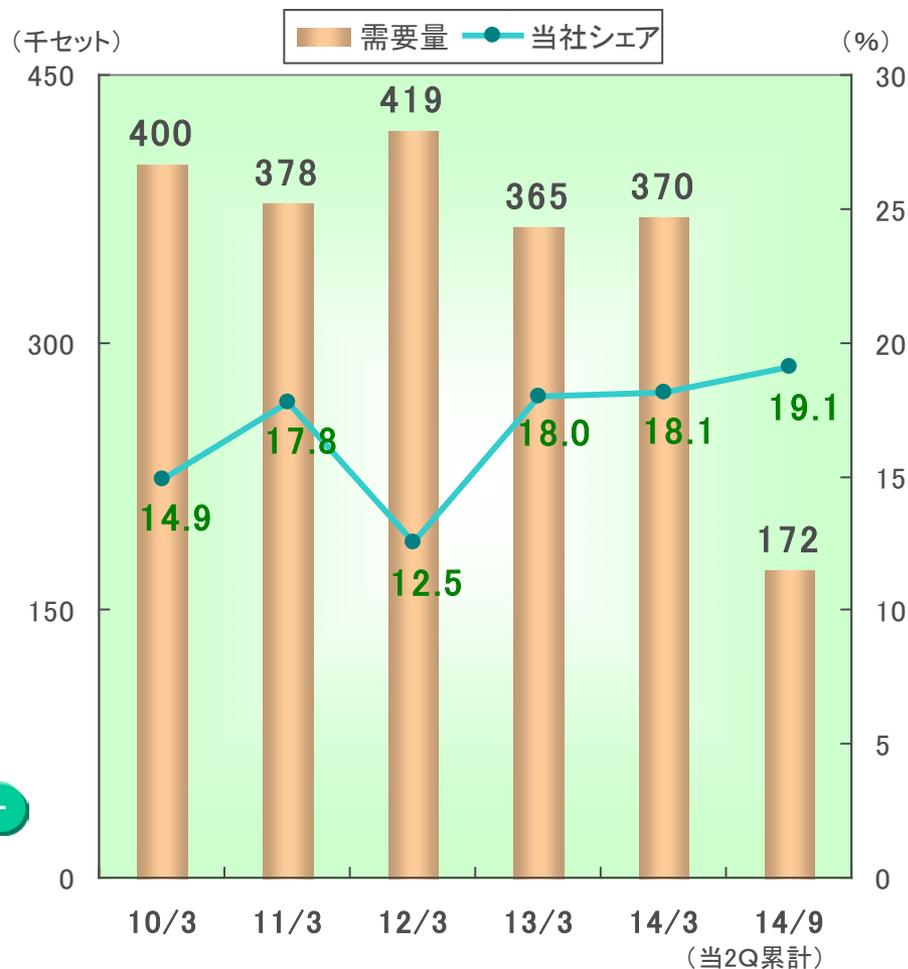


9. 主要商品の販売実績と当社シェア-2/4

セクショナルキッチンの販売実績

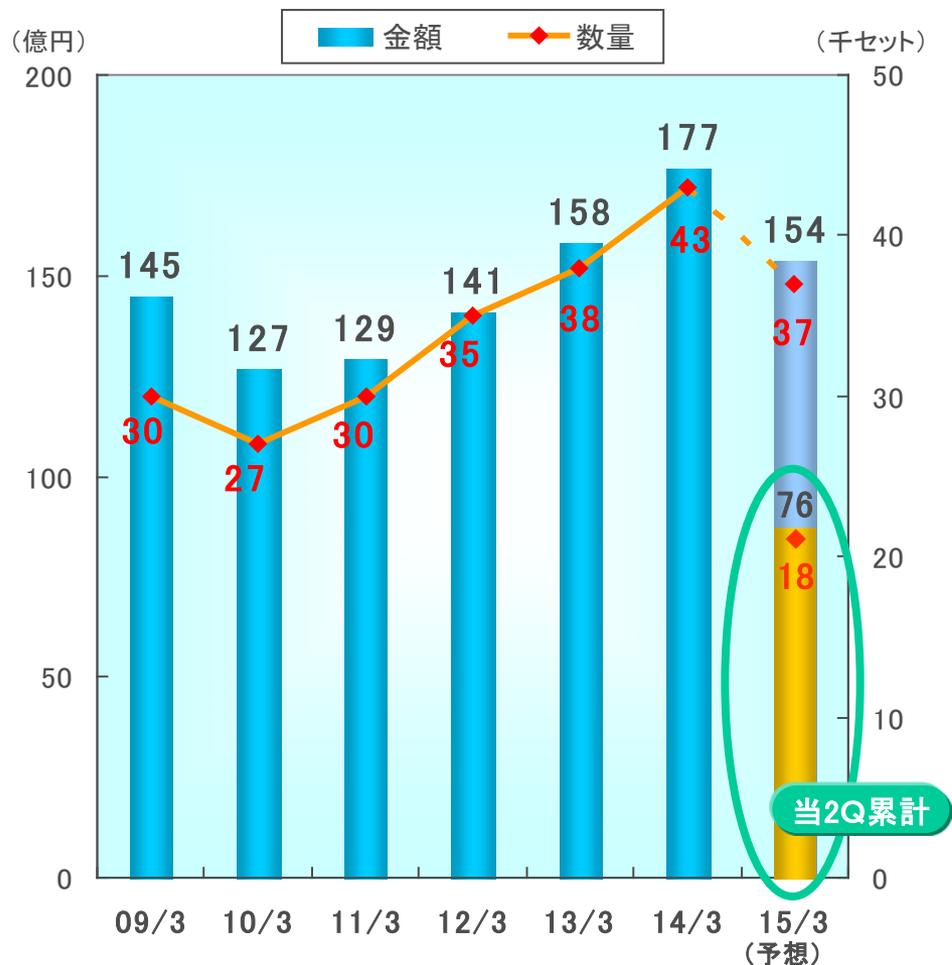


同商品需要動向と当社シェア

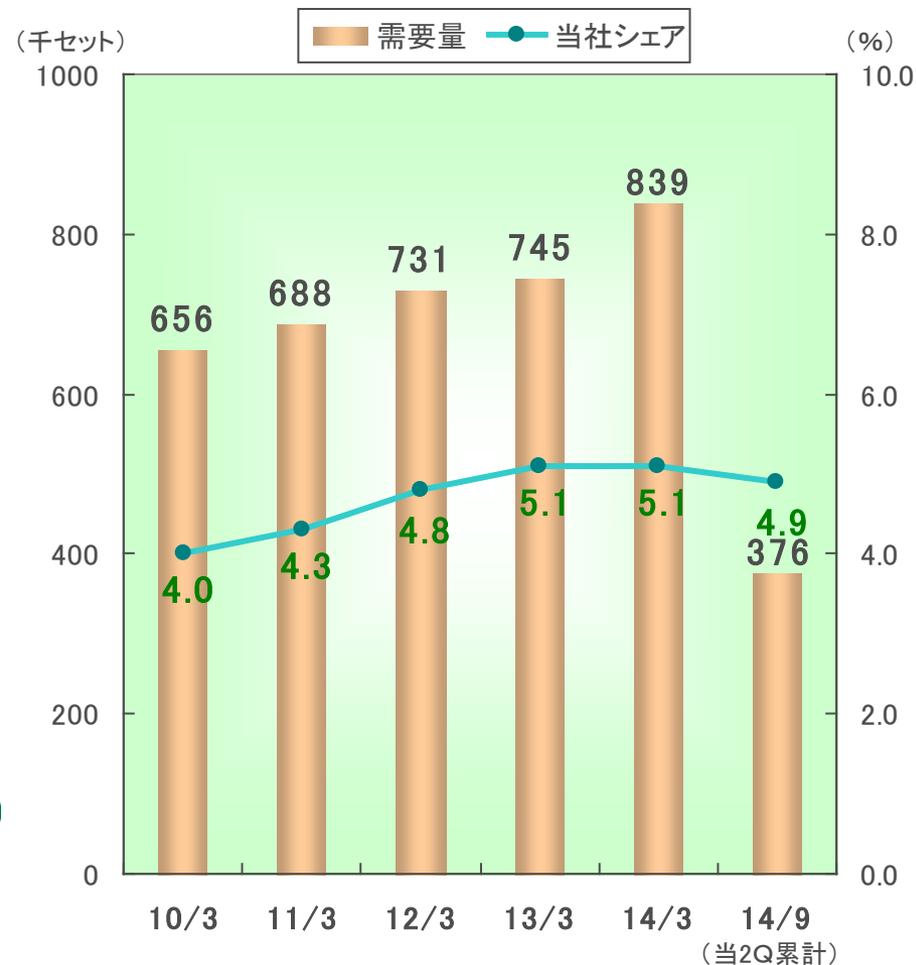


9. 主要商品の販売実績と当社シェア-3/4

システムバスルームの販売実績

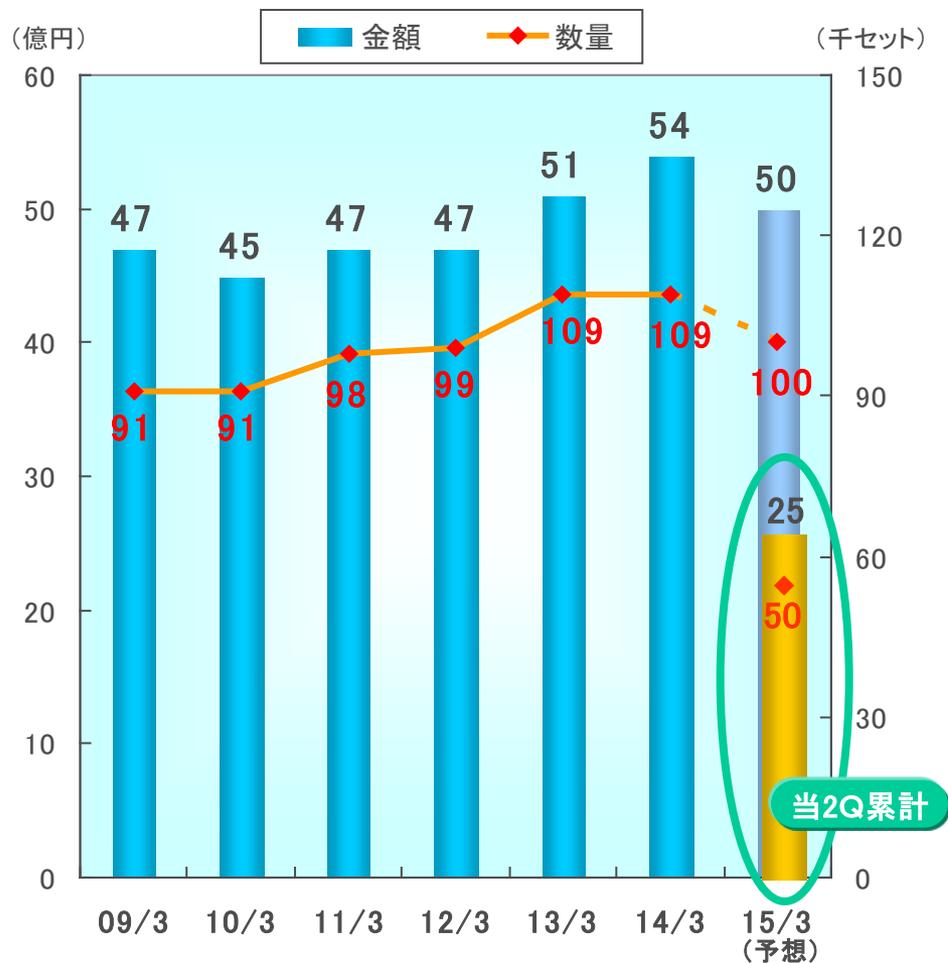


同商品需要動向と当社シェア

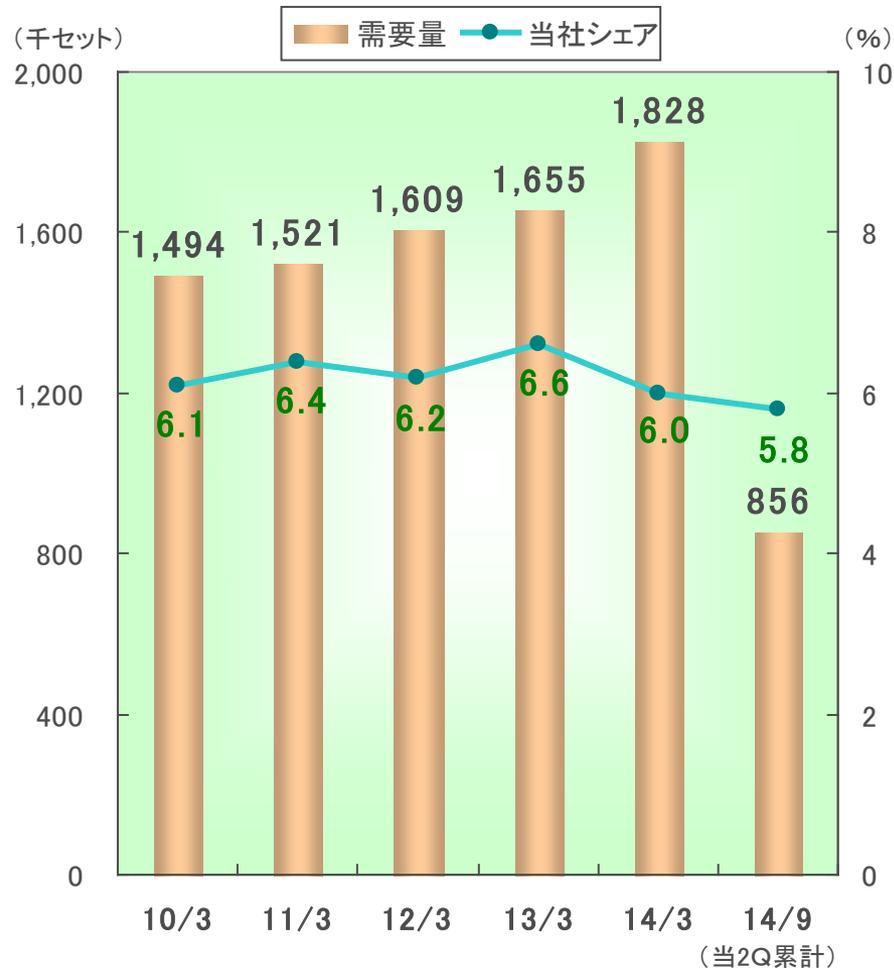


9. 主要商品の販売実績と当社シェア-4/4

洗面化粧台



同商品需要動向と当社シェア



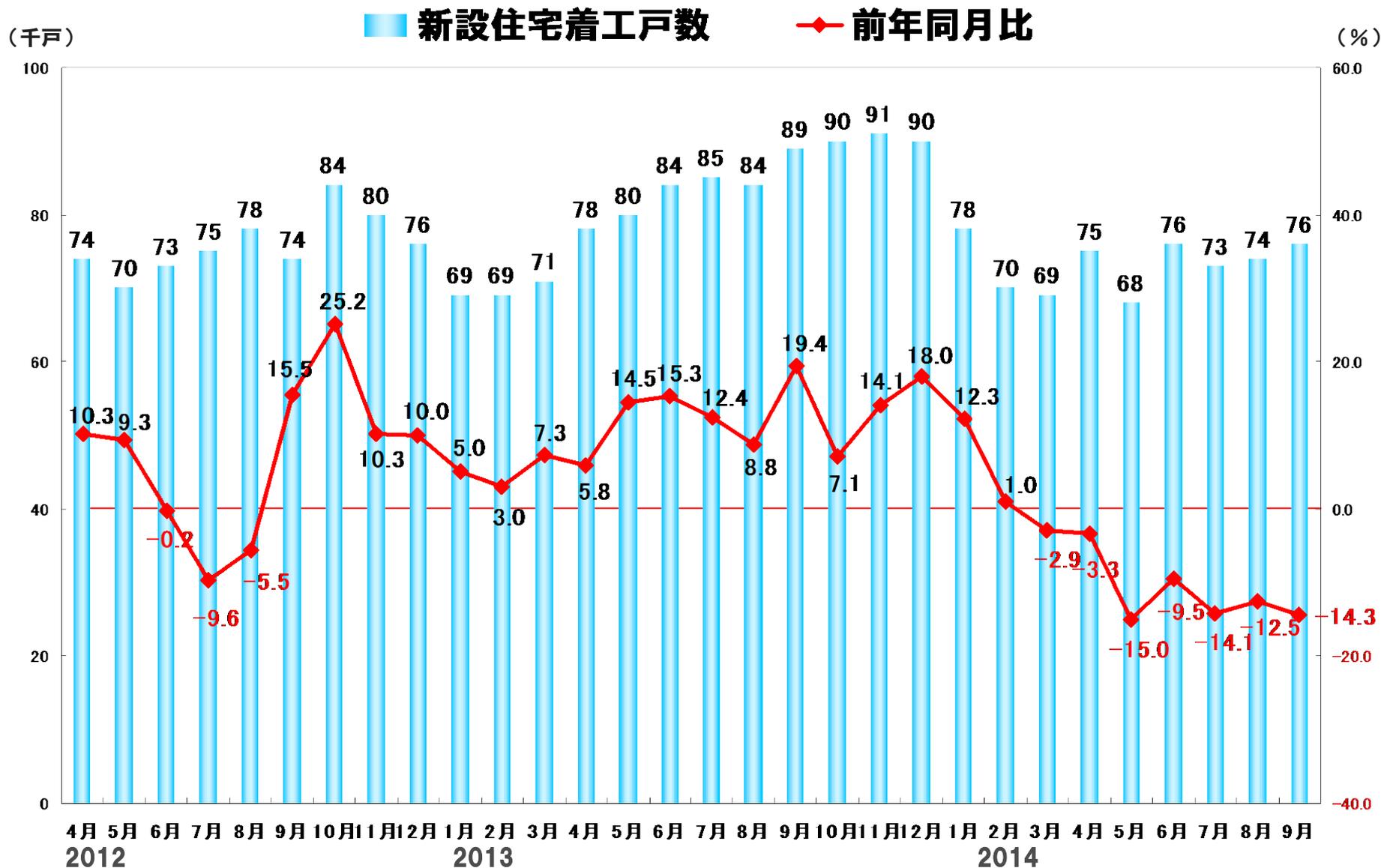
10. 2015年3月期 連結業績予想

(単位:百万円)

	2014/3 (実績)	2015/3 (予想)	前期比 増減率
売上高	128,785	120,000	△6.8%
営業利益	8,873	3,600	△59.4%
営業利益率	6.9%	3.0%	—
経常利益	8,470	3,200	△62.2%
経常利益率	6.6%	2.7%	—
当期純利益	4,970	1,300	△73.8%
当期純利益率	3.9%	1.1%	—

Ⅱ. 当上期の成果と今後

1. 経営環境



* 国土交通省 建築着工統計調査報告

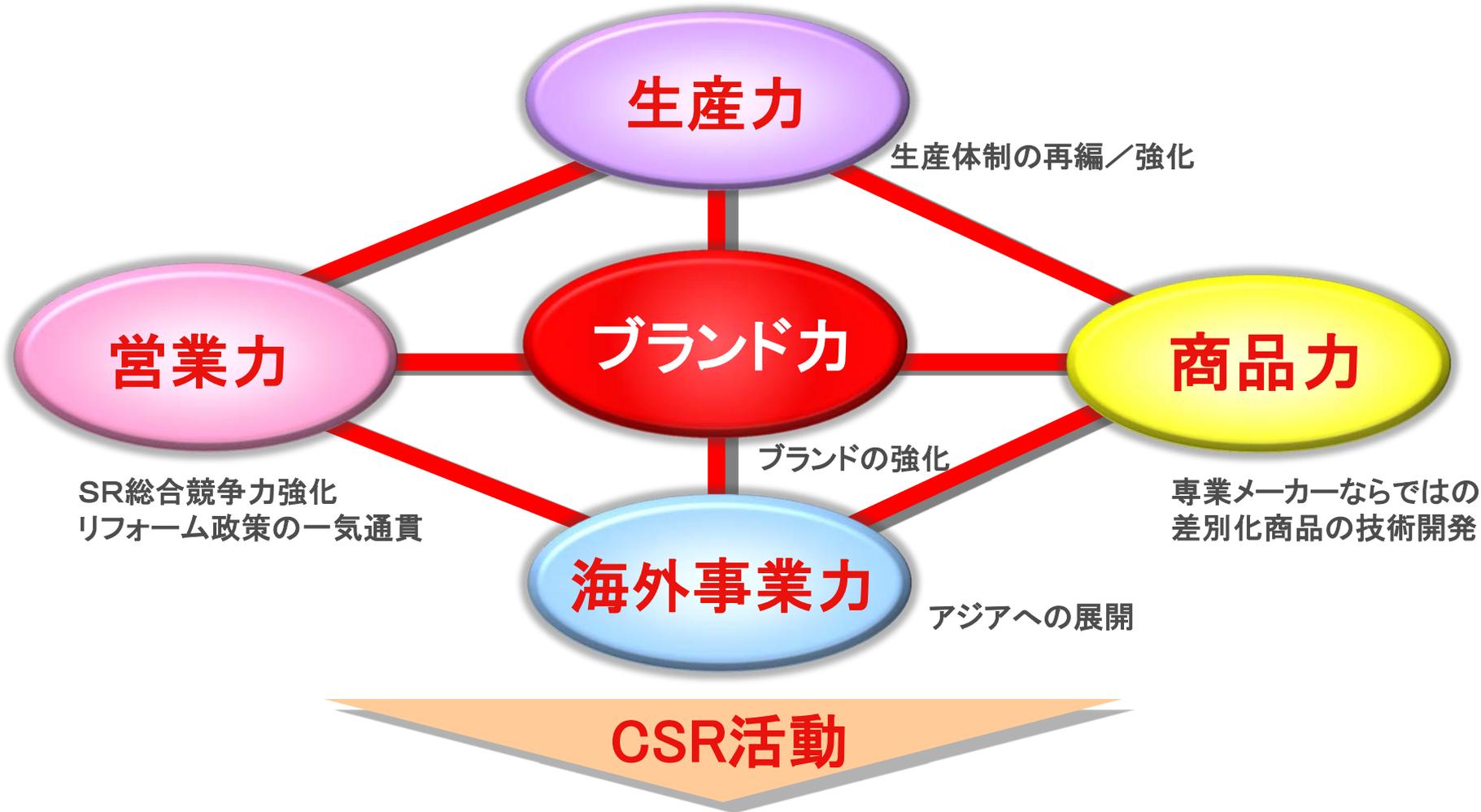
2015年3月期 経営方針

「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

3. 重要施策

「ザ・キッチンカンパニー」の確固たる確立



“The Kitchen Company” の実現

4. 「生産力」

●ものづくりの深化と進化

CPS

クリナップ・プロダクション・システム
(受注生産方式)

「欲しいものを
欲しい時に
欲しいだけ」
提供する！



営業

生産

物流
取付設置

『全体最適』の追求

お客様満足

●西日本地区の生産体制強化

西日本地区において、システムキッチンの自己完結生産を行い、
効率的かつタイムリーに商品を生産／配送

津山工場	増築
キッチンカウンターの 生産品目を増加	

岡山工場	生産能力増強
キッチンキャビネットの 生産を増強	



津山・岡山工場



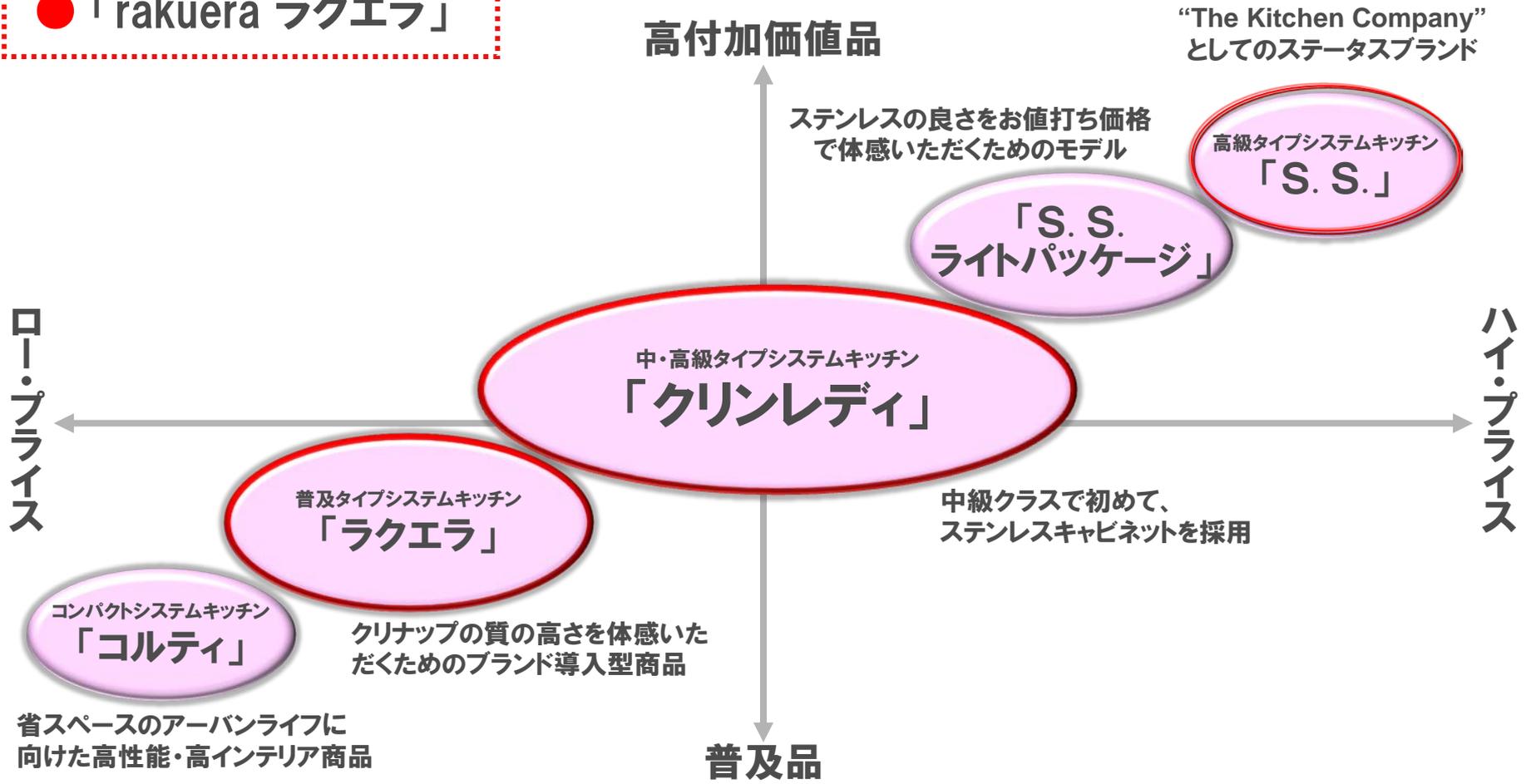
いわき事業所
(7工場)



5. 「商品力」 ① 商品ラインナップ

専門メーカーの強みを生かしたモノづくり

【当上期のリニューアル実績】
● 「rakuera ラクエラ」



2008年発売以来 人気のシステムキッチン

『rakuera ラクエラ』をリニューアル

① デザイン性の向上

● 「新トレンドの導入」

大理石や木目をモチーフとした扉柄を新たに追加

● 「独自性の追求」

当社独自のクリスタルUVコート鏡面扉の
バリエーションを拡大

(普及価格帯キッチンへの導入は当社のみ)



ノルディック(Nordic:北欧の)
大理石調の石目柄をUVコートで美しく演出。モダンノルディックの
インテリアテイストに

② マンションリフォーム対応力の向上

● アイテムのバリエーション拡大

・梁にあわせて現場で調整可能な吊戸棚

・低天井高対応のロータイプ(高さ216cm)食器棚



カフェウッドシリーズ(ビンテージ仕上げ)
砥の粉を木に塗りこみ、拭き上げる「砥の粉仕上げ調」ビンテージ
な風合いを取り入れ、ラステック風に

6. 「営業力」 ① SRの総合競争力強化

全国6カ所のSRを全面リニューアルオープン（2014年4月～10月）

コンセプトは、「イベント対応型」&「空間展示体感型」



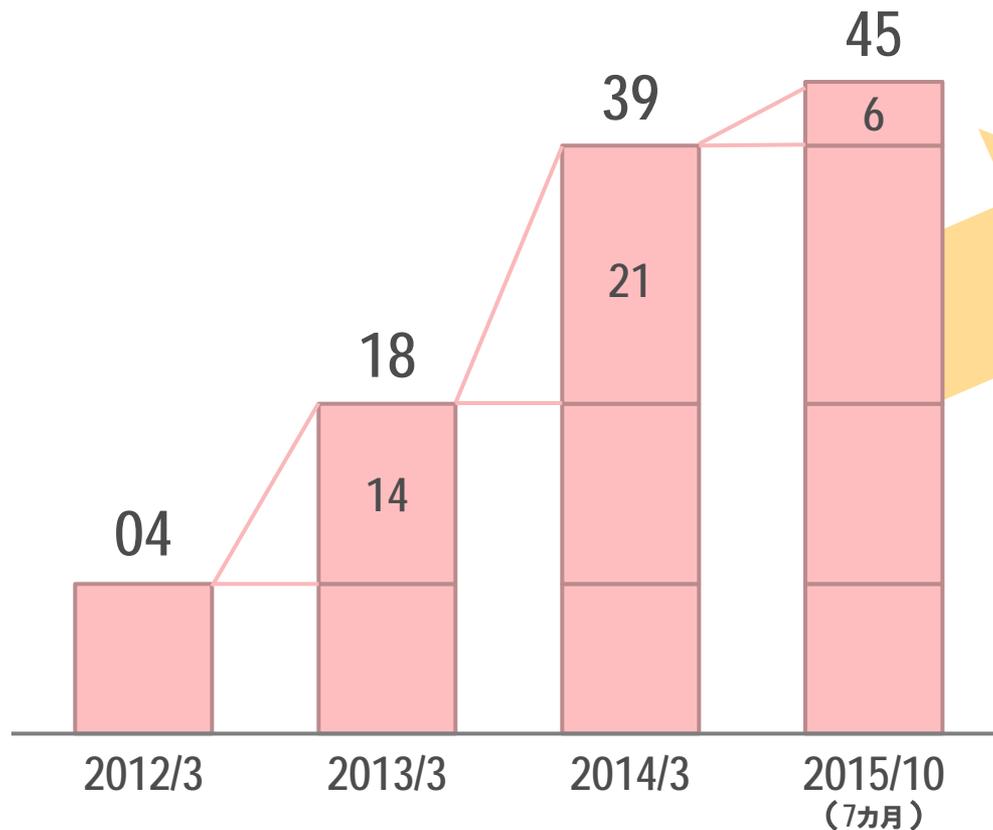
【改装のポイント】

- ダイニングまでの居住スペースを再現した「空間展示」
- イベント対応力を強化
⇒「体験キッチンコーナー」を設置



これまで & これから

過去約4年間で
45拠点のリニューアルを実施



全国101拠点すべてにおいて付加価値の高い提案が出来るよう、下期以降も積極的なリニューアルを継続

SRアドバイザー
全380名

ショールームにおける
提案力の最大化を目指して
人材の総合力アップを推進



食育インストラクター3級

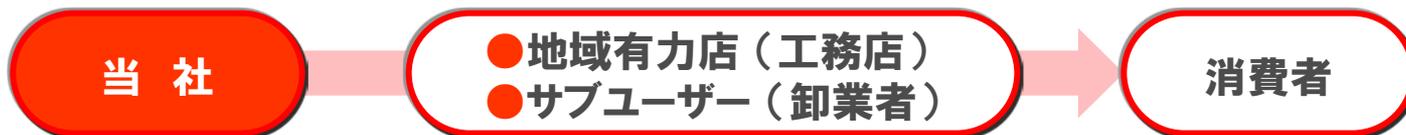
前期に取得済み

整理収納アドバイザー

キッチンスペシャリスト

当期から来期にかけて
取得を推進

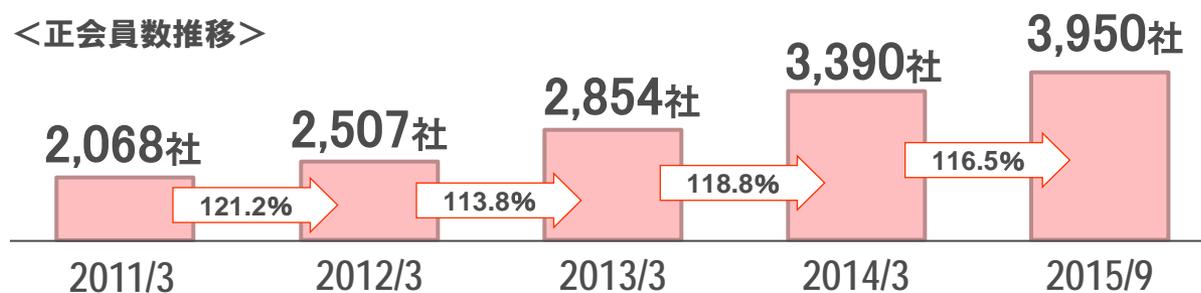
リフォーム需要を取り込む一気通貫の仕組みを構築・強化



リフォーム戦略の強化

- 工務店やリフォームショップを組織化した「水まわり工房」を強化

<正会員数推移>



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



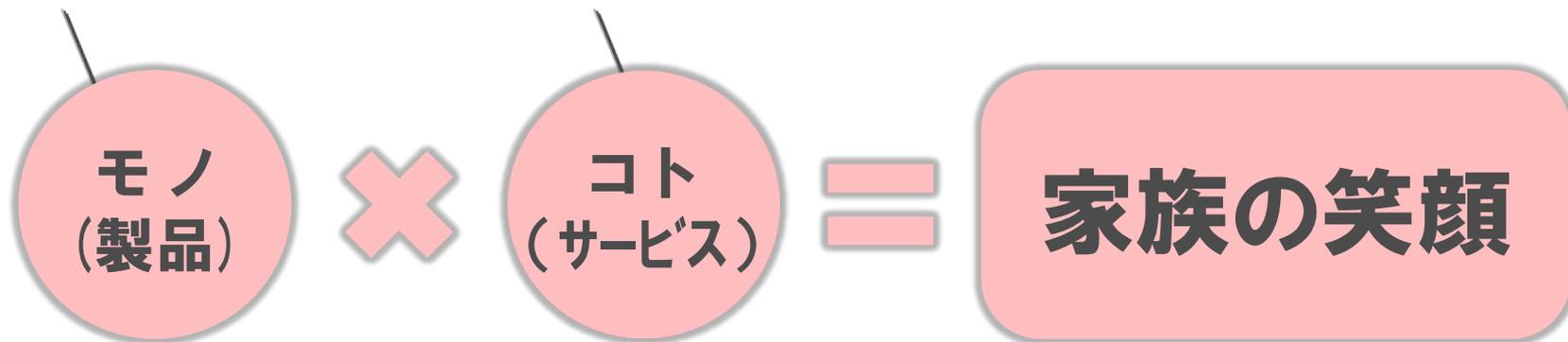
7. 「ブランド力」 ① ブランド価値の向上を目指して

専門メーカーの強みを生かした様々な活動を通して、企業理念を
実践し、ブランド力の向上を図る。

CPSを基礎とした
モノづくりの深化と進化

「心豊かな食・住文化」をテーマとした
様々なコミュニケーション活動を拡大

企業理念の実践



クリナップのブランド価値向上

ザ・キッチン・カンパニーの確立

◎サロナーゼを講師として、定期的にイベント開催



ドリミアフェスタ(キッチンタウン大阪)



テーブルコーディネート&天然酵母パンセミナー(新宿ショールーム)

◎ 「ムラのおばちゃん直伝 おふくろの味 伝承塾」



福岡ショールーム

- 九州各地の郷土料理を巡る料理教室
- 九州の観光と地域づくりを紹介する雑誌「九州のムラ」とコラボ

◎ 「高校生レストラン」特別料理教室

津ショールーム

- テレビドラマ「高校生レストラン」でも話題を呼んだ、三重県立相可高校の村林先生と生徒さん5名を招いて…
- 2012年から毎年1回開催



「弁当の日 応援プロジェクト」に協賛し、食育活動を積極的に推進

● 第8回キッズデザイン賞 優秀賞 受賞

「弁当の日」応援プロジェクトが「第8回キッズデザイン賞」の未来を担う消費者デザイン部門において優秀賞である「消費者担当大臣賞」を受賞



● 「丸の内キッズジャンボリー」に出展

8/12～14、東京国際フォーラムにて開催された「丸の内キッズジャンボリー」に出展し、約13万人の親子の方々に、『食』に関する体験教室を開催



● 「もっとひろがれ弁当の日講演会」を支援

10/2、荒川区日暮里地区PTA会が主催した「もっとひろがれ弁当の日講演会」を支援し、地域と密着した食育を推進



<協賛企業>



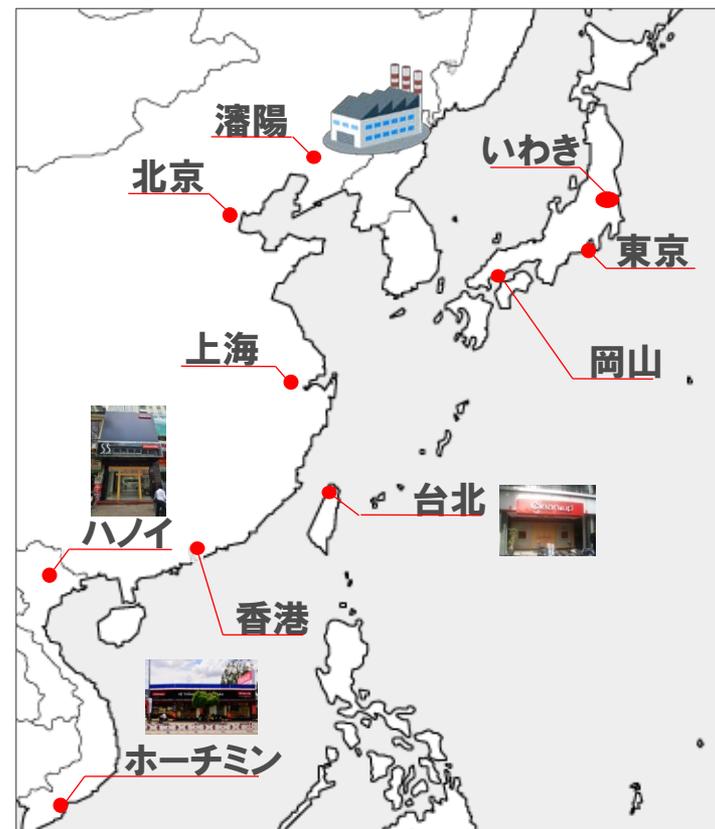
8. 「海外事業力」

●中国

- ・ハウスメーカー様と共同進出。瀋陽、蘇州、無錫、太倉の4地区にキッチン等を供給開始
- ・出荷ベースで概ね年初計画の数値達成見込み
- ・次年度以降もハウスメーカー様と連携を取り、品質と対応力の強化を図る

●台湾、ベトナム

- ・中高級品(S. S. クリンレディ)中心に現地代理店へ輸出販売
- ・代理店SRを活用し法人顧客や一般ユーザーへ販売拡大
- ・駐在員事務所により継続的な代理店支援と拡販に注力



中国瀋陽和平区マンション



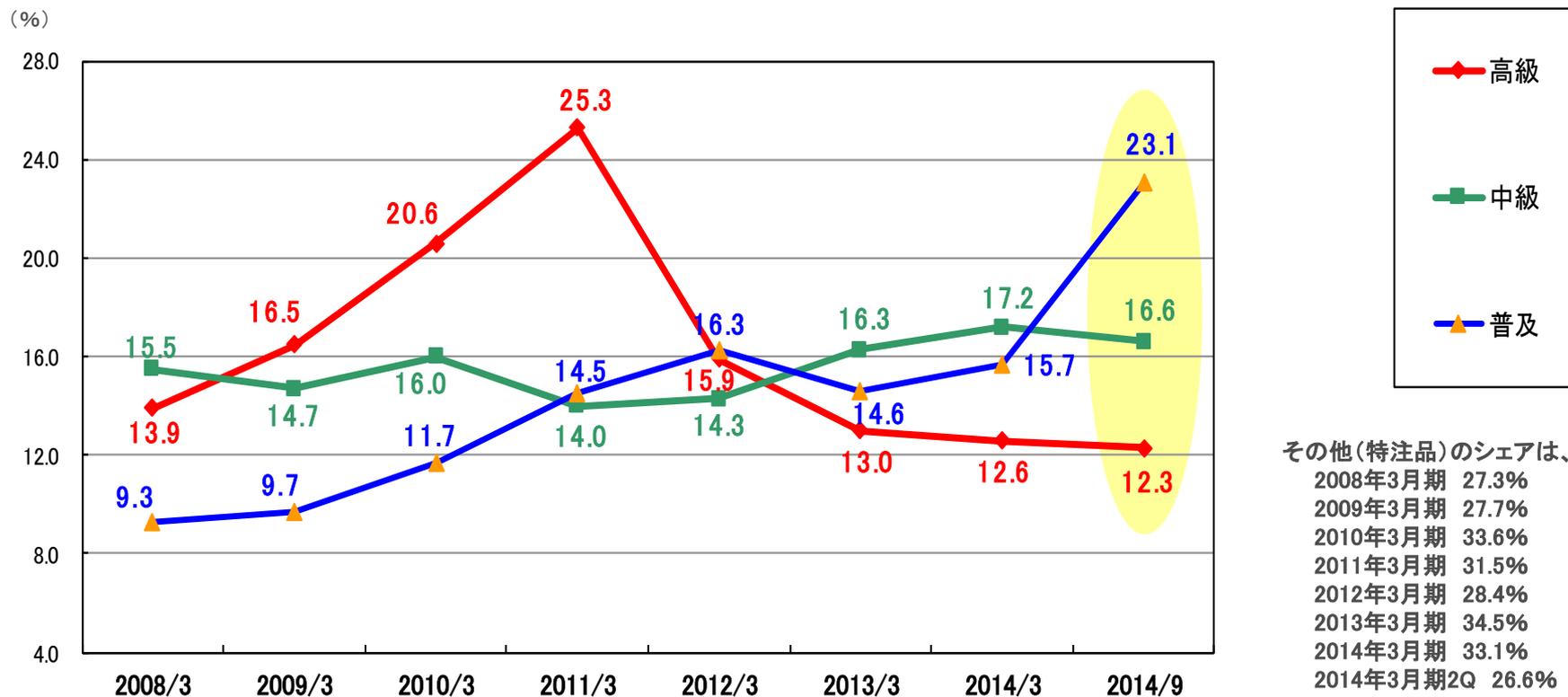
台湾 新北市マンション



ベトナム ハノイ(ホワンタインタワー)

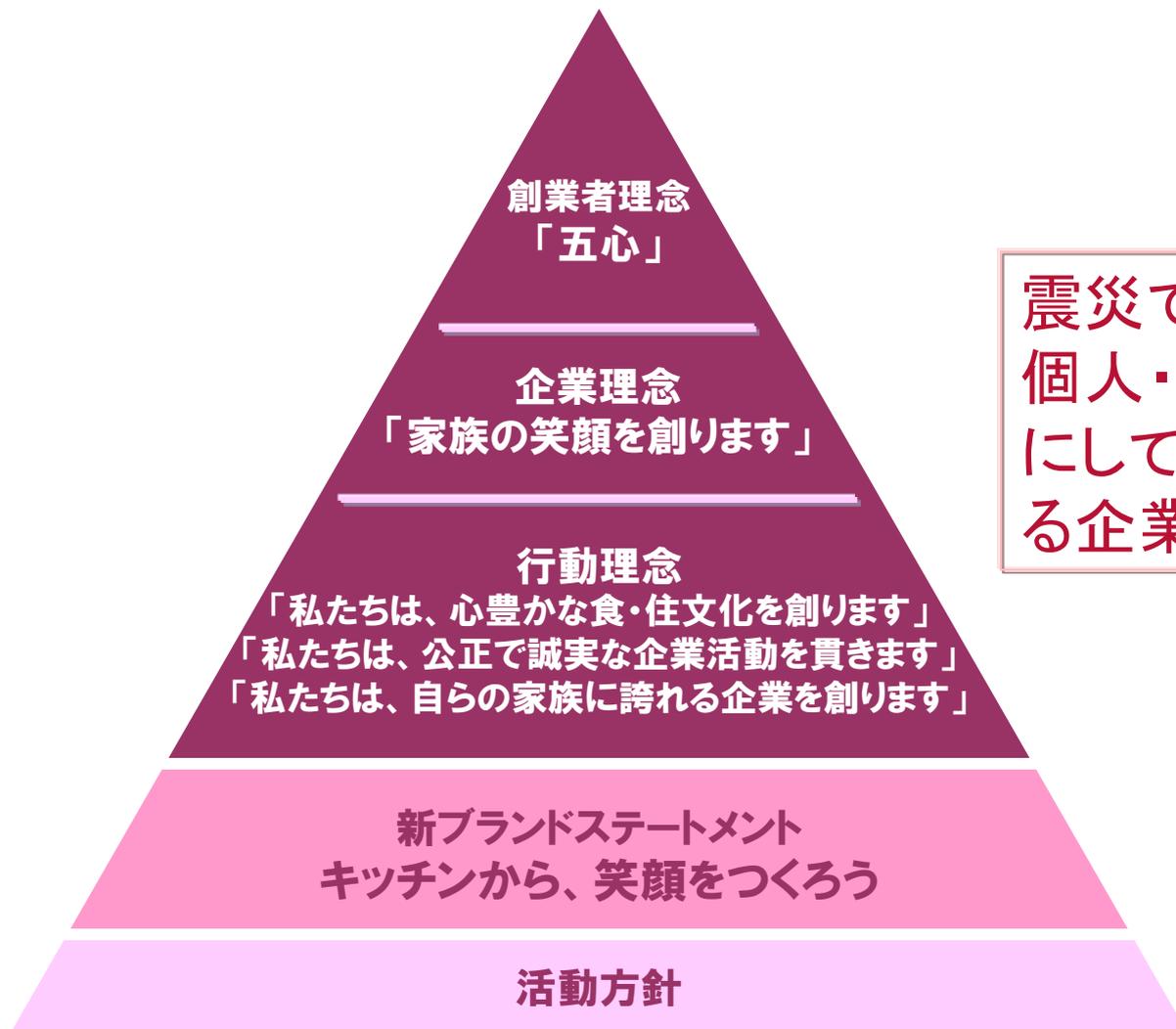
ラクエラの堅調な推移により 普及クラスのシステムキッチンシェアが拡大

システムキッチンにおけるクラス別の業界シェア推移



※キッチンバス工業会による出荷統計をベースに算出

◎創業65周年を迎える本年、「第二の創業」に相応しい基盤を確立し、創業70周年への更なる挑戦を図る。



震災での経験をふまえ、
個人・家族・社会を大切に
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 03-3810-8350
URL <http://cleanup.jp/>

お断り事項

本資料は、2015年3月期第2四半期の決算(2014年4月～2014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、2014年11月19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。