



キッチンから、笑顔をつくろう



株主のみなさまへ

第56期 報告書

平成20年4月 1日から
平成21年3月31日まで

証券コード 7955

株主のみなさまへ



創業60周年を機に
「企業理念」を新たにし、
「第二の創業」を目指してまいります。

代表取締役社長

井上 強一

かつてない厳しい事業環境の中、次につながる成果を上げることができました。

2009年3月期の連結業績は、売上が前年同期比3.2%減の1,092億円、営業損失11億円となりました。厳しい事業環境が大きく起因しているとはいえ、誠に不本意な結果となり、株主のみなさまにお詫び申し上げます。

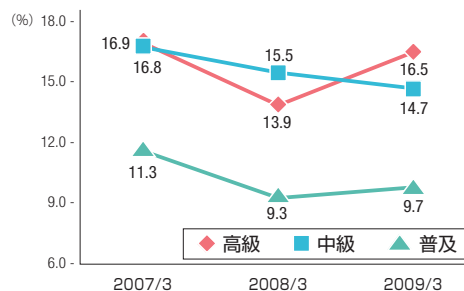
ただ、こうした環境下のため成果が見えにくい状況にあるものの、中期的な視点に立った近年の取り組みにより成果が出始めております。

当社は、2008年3月期から当期までの2年間を掛けて、主力商品を中心とした開発を推し進める中で、“The Kitchen Company”としての総合的な品揃えの強化を図ってきました。中・高級タイプの商品では「お値打ち価格」の商品を新たに導入すると共に、クリナップの質の高さを訴求した普及タイプの商品も取り揃えるなど、幅広い顧客層の取り込みを目指した商品ラインナップを構築してまいりました。また、浴槽・洗面部門でも厨房部門と同様に「家族の笑顔」をキーワードとした新商品の開発・提案を積極的に行ってまいりました。

その結果、2009年3月期における当社の業界シェアは、全キッチン、システムバスルーム、洗面化粧台の3部

門すべてにおいて僅かではありますが前年同期比シェアアップを果たすことができました。主力のシステムキッチンについて見ますと、残念ながら中級タイプでシェアを落とすこととなりましたが、高級タイプは前年同期比2.6ポイントアップ、普及タイプは同0.4ポイントアップとなり、シェア回復が着実に進んでおります。

■ システムキッチンにおける当社の業界シェア

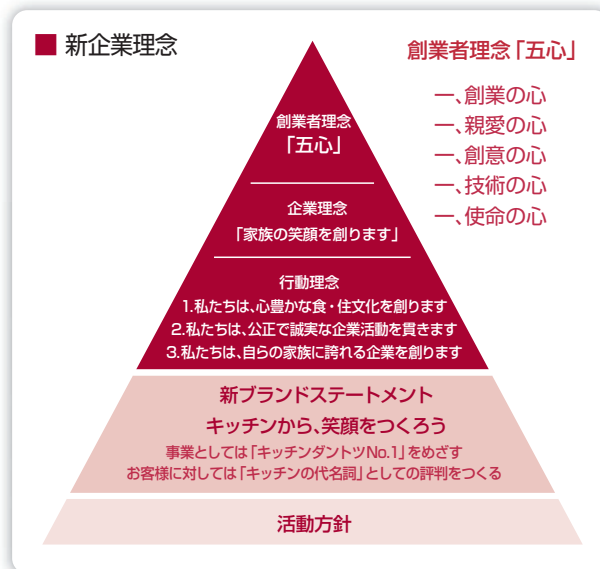


その他(特注品)のシェアは、
前期27.3%から2009年3月期27.7%へ



「第二の創業」に向けた挑戦の開始に当たり、「新企業理念」を策定いたしました。

当社は2009年10月に創業60年を迎えます。そして時代は今大きな転換期にあり、創業当時とは全く異なる事業環境が立ち現れております。こうした状況の中、当社は、社会と共に持続的な発展を実現していくためにも、守るべきものにはこだわり続け、その一方で、変化への的確な対応を果たしていくために自らを大胆に変革していくことが必要であると判断いたしました。そこで、創業者理念である「五心」を精神的規範としながら、今後の変革を推し進める中で当社が常に基本とするべき考え方として、「家族の笑顔を作ります」という新企業理念を策定いたしました。これは、クリナップが今後、キッチンを家庭づくりの核と捉え、キッチンの開発・提案を通じて笑顔が絶えない家族形成に貢献できる価値の提供に尽力していく、という意思の表明でもあります。



2010年3月期は、付加価値創造を積極的に推し進めてまいります。

2009年3月期は、主力商品を中心とした品揃えの強化、業務プロセス改革をはじめとした事業運営体制の強化に注力し、一定の成果を獲得しました。そして、2010年3月期は

1. 利益体質への変革

2. 付加価値創造による利益確保

という2つの基本方針を掲げております。

第一の「利益体質への変革」は、昨秋以来の急激かつ

大規模な景気後退に対応したもので、販管費の徹底削減、戦略的な人員配置と拠点設置などを進め、総合的な経営コストの圧縮を図ってまいります。既に2009年3月期において、物流合理化策なども含めた取り組みにより前年同期比21億円の販管費圧縮を果たしておりますが、一段の努力を全社一丸で推し進めていく所存です。

第二の「付加価値創造による利益確保」では、商品戦略とマーケティング戦略の両面における取り組みを考えております。

商品戦略としては、主力のキッチンにおいて品揃え全

株主のみなさまへ

体の付加価値の底上げを図り、幅広い顧客層のニーズを的確に掴んでいきたいと考えております。そのため、2009年3月期において唯一シェアを落とした中級タイプ市場の立直しを図ります。同市場に対応する当社の中・高級タイプ商品「クリンレディ」は、2008年9月のマイナーチェンジで高級タイプへの誘引を図ったものの、高級タイプ商品「S.S.」との棲み分けが分かりにくい状況が生じました。そこで、高機能・高品質でありながら納得価格の「クリンレディ」らしさを改めて訴え、シェア回復を図ってまいります。

また、マーケティング戦略としては、より一層の“顧客

目線”からの付加価値創造を推し進めてまいります。リフォーム戦略では、約1,200店に及ぶ「水まわり工房」会員店との強力なパートナーシップにより、地域のお客様に密着した販売機会の拡大を図ります。また、ショールームを活用した体感型料理教室の継続、昨年新設した暮らしの提案発信サイト「Dreamia Club」の拡充、季刊ブランドマガジン「Smile Idea」の発刊など、顧客接点の強化にも努めます。さらに、中長期的なりフォーム需要拡大に積極的に対応すべく、「リテール事業開発部」を本年3月に新設し、お客様へのダイレクトな窓口機能の強化をさらに前進させてまいります。

キッチンの代名詞としての評価を高め、ダントツのNo.1を目指してまいります。

新企業理念の策定に際して、当社は、行動理念と新ブランドステートメントを同時に決めました（P2参照）。新ブランドステートメント「キッチンから、笑顔をつくろう」は、市場に向けたクリナップからの新たなメッセージであると同時に、キッチン分野における絶対的なポジションを目指すことを宣言したものです。すなわち当社は、この新ブランドステートメントのもと、事業目標として「キッチン ダントツNo.1」を目指し、対顧客目標としてクリナップというブランドにおいて「キッチンの代名詞」としての評判をつくり上げてまいります。

「第二の創業」に向け、クリナップは新たな一歩を歩み始めました。当社は今後、次の時代の成長企業への飛躍を目指して、社員一人ひとりの努力を積み重

ね、企業全体の成果へと繋げていきたいと考えております。非常に厳しい事業環境下での経営が当面は続くことが予想されますが、株主のみなさまにおかれましては、今後ともご支援のほどよろしくお願い申し上げます。

■ 中長期ビジョン

事業目標

キッチン
ダントツNo.1
をめざす

対顧客目標

キッチンの
代名詞
としての評判をつくる

【新ブランドステートメント】

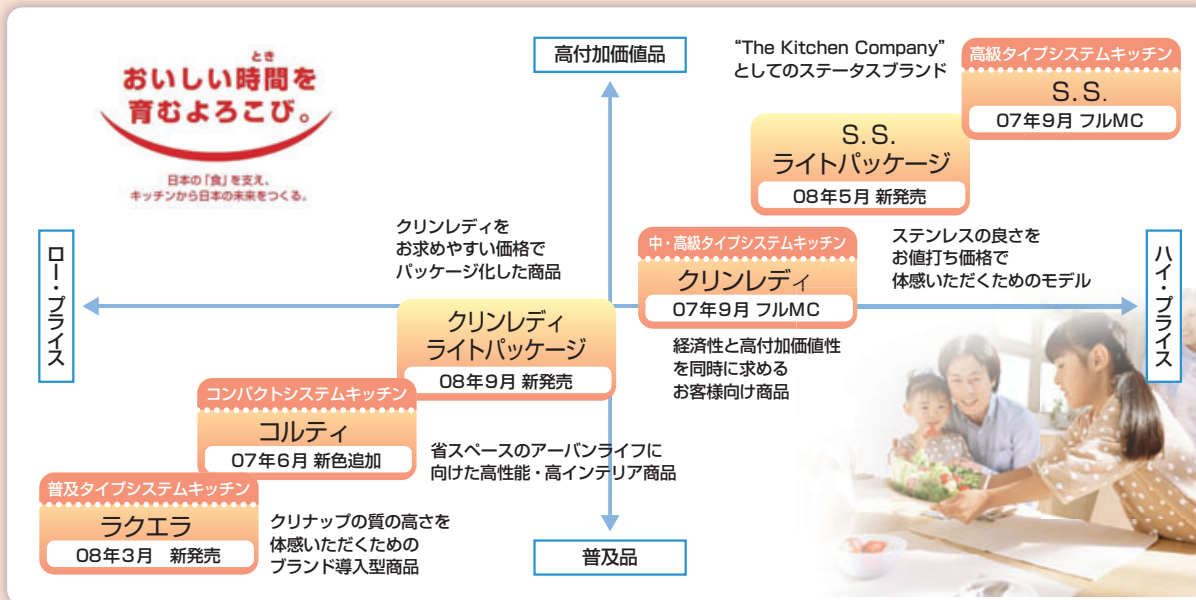
キッチンから、笑顔をつくろう

特集：主力商品における品揃え強化の状況

“The Kitchen Company”

としての総合的な品揃えが
充実してまいりました。

当社は、キッチンの開発・製造を通じてリーディングカンパニーへと成長し、お客様をはじめとした社会と触れ合ってきました。この原点に立ち、当社は、この2年を掛けて“The Kitchen Company”としての総合的な品揃えの強化を実施いたしました。これにより、幅広いお客様に対してクリナップ独自の暮らし充足型の商品提案を行い、クリナップブランドの質の高さ、提案力の高さを再認識していただき、「キッチンならクリナップ」という消費者の認識を改めて確立していきたいと考えております。



主なトピックス

新商品関連 ①

高級タイプ「S. S.」



S. S. ライトパッケージ

お求めやすい価格設定の「S. S. ライトパッケージ」を新たに加えたことで、「S. S.」全体の販売数量が前年同期比10%増加。

「S. S.」は、クリナップの原点であるステンレスシステムキッチンの良さをお客様にお届けするためのステータスブランドです。当社は、2008年5月より、当社独自のステンレスシステムキッチンをより多くのお客様にお求めいただけるよう、お求めやすい価格設定の「S. S. ライトパッケージ」を発売しました。この結果、新たな顧客層の取り込みに成功し、2009年3月期の「S. S.」全体の販売数量は前年同期比10%増となると共に、高級システムキッチンの分野における当社のシェアを伸ばすことができました。

「S. S. ライトパッケージ」においては、2009年4月より、創業60周年を記念した感謝価格（一律10万円値下げ）にてご提供するなど、より一層の顧客志向の取り組みに努めております。

新商品関連 ②

中・高級タイプ「クリンレディ」

キッチン専門メーカーとしてのこだわりを凝縮した新「クリンレディ」を発売し、うきうきと楽しい時間を過ごせる機能の数々を提案。

「キッチンから、笑顔をつくろう」の新ブランドステートメントのもと、クリンレディについて全面的に見直し、キッチン専門メーカーとしてのこだわりを凝縮した新「クリンレディ」を2009年6月1日より発売しました。キッチンで「うきうき」と楽しい時間を過ごせる機能の数々が満載された自信作です。



「うきうきポケット」(業界初)

特徴① 「うきうき お料理」のための新機能

キッチンに立ったままの自然な姿勢で楽に手が届くエリアを「届きますエリア」とし、扉を引くと料理でよく使う収納物が手に取りやすい高さで自動的に上がってくる「うきうきポケット」(標準装備、業界初)、吊り戸棚から自然な姿勢で手が届く位置に降りてくる「アイエリアボックス」の2つの新機能を装備

特徴② 「うきうき デザイン」のための新機能

今までなかった花柄の人工大理石ワークトップ、キラキラ輝くパールホワイトのクリアトッププロントなどを新たに加え、人気のホワイトキッチンのデザイン性をさらに向上

特徴③ 「ラク楽 お手入れ」のための充実機能

水はねや食器が当たる音がとても静かな「美・サイレントシンク」(特殊表面加工によりお掃除簡単、標準装備)、2008年度のグッドデザイン賞を受賞した「洗エールレンジフード」(フィルター掃除を自動で行えるレンジフード)など、清掃性を重視した人気の機能を装備



新商品関連 ③

バスルーム「hairo[はいろ]」

小さな子供との入浴を考えた 初めてのバスルーム「hairo[はいろ]」を発売。

2009年3月より、バスルーム新商品「hairo[はいろ]」の発売を開始しました。この商品は、キッチンを通じて「家族の笑顔」を追求するクリナップが、「家族の笑顔」を創り出す新しいバスルームの形を提案したものです。小学生未満の子供を持つパパ・ママ1,000人に実施した「生活感アンケート」と「お風呂アンケート」の結果をもとに開発しました。「足ピタフロア」「フリーテーブル」「フリーパネル」「ストレート浴槽」「浴室まるごと保温」など、新たに5つの機能が設けられ、小さな子供との入浴を考えた初めてのバスルームとなっています。



フリーテーブル

コミュニケーション関連

食と暮らしの新情報サイト 「Dreamia Club」(ドリーミアクラブ) をオープン。

当社は、2008年10月より、「The Kitchen Company」としてのキッチンづくりのグランドコンセプト「おいしい時間(とき)を育むよろこび。」を幅広く発信・提案していくための情報サイトとして、新たに「Dreamia Club」(ドリーミアクラブ)をオープンしました。

同サイトでは、いろいろな「おいしい!」が生まれるような、暮らしに役立つ情報、講座、イベント、ショッピングなどを提供し、メーカーとしてのクリナップの枠にとらわれず、キッチンに関わるすべての人を対象としたおいしい暮らしづくり、コミュニティづくり、夢を叶えるお手伝いをしていきたいと考えています。



自己株式関連

機動的な資本政策の遂行を目的に 自己株式を取得。

当社は、2008年11月7日開催の取締役会において、経営環境の変化に対応した機動的な資本政策を目的として自己株式の取得を決議し、以下の通り実施しました(当社普通株式の東京証券取引所における市場買付け)。なお、上期においても200,000株(取得総額:95,048,500円)の自己株式取得を実施しております。

取得期間	取得した株式の総数	取得総額
2008年11月10日 ～ 2008年11月27日	600,000株	234,061,000円

連結ハイライト情報／連結セグメント情報

■ 連結財務ハイライト

(百万円)

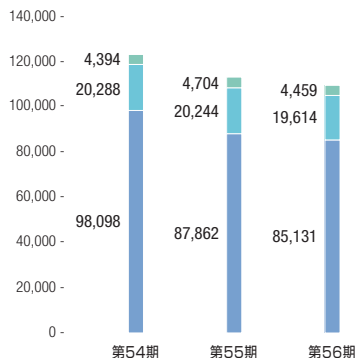
	第54期 平成19年3月期	第55期 平成20年3月期	第56期 平成21年3月期
売上高	122,781	112,811	109,205
営業利益(損失:△)	4,139	△ 1,301	△ 1,100
経常利益(損失:△)	3,962	△ 1,382	△ 1,163
当期純利益(損失:△)	1,865	△ 3,078	△ 3,317
総資産	86,950	79,897	76,101
純資産	60,595	55,892	51,264

■ 部門別売上高(連結)

(百万円)

	第54期 平成19年3月期	第55期 平成20年3月期	第56期 平成21年3月期
厨房部門	98,098	87,862	85,131
浴槽・洗面部門	20,288	20,244	19,614
その他	4,394	4,704	4,459
合計	122,781	112,811	109,205

(百万円)



厨房部門の主な商品

高級品クラスの「S. S.」シリーズ、中・高級品クラスの「クリンレディ」シリーズ、普及品クラスの「ラクエラ」、マンション向けシステムキッチン、セクショナルキッチン等で構成されております。

浴槽・洗面部門の主な商品

中・高級品クラスのシステムバスルーム「アクリアバス」、普及品クラスの「L-バス」等の浴槽関連商品と、洗面化粧台等で構成されております。



第56期の営業概況

市場環境

当連結会計年度におけるわが国経済は、米国サブプライムローンに端を発した世界的な金融危機が実体経済に波及したことから景気は急速に後退し、企業収益は大幅に減少、投資抑制、雇用情勢悪化による個人消費の一層の落ち込みなど大変厳しい状況となりました。

業績・成果

このような状況の中で当社グループは、主力である中・高級品クラスのシステムキッチンについて、2008年5月に「S.S.ライトパッケージ」を、同9月に「クリンレディ ライトパッケージ」を発売し、高品質商品のお求めやすさを訴求した商品力の強化を図ってきました。

ショールームでは、2008年9月に沖縄ショールーム、同11月には静岡ショールームの移転リニューアルを行い、実際に商品の使用が可能な体感スペースを併設しました。

販売面では、会員登録制組織「水まわり工房」との共催による新商品フェア、リフォームフェアの開催に注

住宅設備機器業界においては、個人消費低迷の影響から、下期は新設住宅着工戸数が前年同期の水準をさらに下回り、リフォーム需要も回復は見られなかったことから、システムキッチン、システムバスルームおよび洗面化粧台の出荷数は前年を下回る結果となりました。

かし、さらに地域有力店対象の工場見学会実施により連携の強化に努めました。

生産面では、引き続きVE活動(*)を推進し原価低減に努めました。

これらの結果、当連結会計年度の売上高は前年同期比3.2%減の1,092億5百万円となりました。利益面では値頃感のある商品力強化の一方、原価率上昇もあり経費圧縮に努めたものの営業損失11億円、経常損失11億63百万円、当期純損失は有料老人ホームの減損、繰延税金資産の取り崩しもあり33億17百万円となりました。

*VE活動： VE (Value Engineering) は、商品・サービスの期待される機能・価格を最低コストで確実に達成するための技術であり、VE活動は生産の現場におけるVE実現に向けた取り組み。

第56期の部門別の状況

厨房部門では「S.S.」が「ライトパッケージ」の効果もあり、数量で前年同期比伸長したものの、金額では微減となりました。「クリンレディ」では、「ライトパッケージ」の浸透が遅れ、数量、金額ともに前年同期を下回る結果となりました。また、普及品クラスは、数量、金額とも前年同期比伸長しました。この結果、厨房部門の売上高は前年同期比3.1%減の851億31百万円となりました。

浴槽・洗面部門では、中・高級品クラスのシステムバ

スルーム「アクリアバス」が数量では前年同期比微増となったものの金額では前年を下回り、普及品クラスのシステムバスルーム「L-バス」も数量、金額とも前年割れとなったことから、システムバスルーム全体でも数量、金額とも前年同期を下回る結果となりました。洗面化粧台では、中級品クラスの「S[エス]」および普及品クラスが数量で伸長したものの、トータルでは数量が前年並み、金額では前年割れとなり、浴槽・洗面部門の売上高は前年同期比3.1%減の196億14百万円となりました。

連結財務諸表

■ 連結貸借対照表の要旨

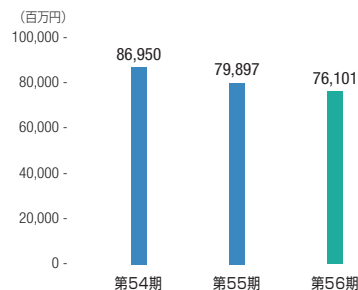
流動資産 流動資産は前期末比16億84百万円減少し478億58百万円となりました。これは主に、現金及び預金が増加(13億72百万円)した一方で、有価証券の減少、売上減に伴う受取手形及び売掛金の減少、繰延税金資産の取り崩しなどがあったためです。

固定資産 固定資産は前期末比21億11百万円減少し282億43百万円となりました。これは主に、減価償却費による有形固定資産の減少(14億89百万円)と時価評価等による投資有価証券の減少(4億40百万円)があったためです。

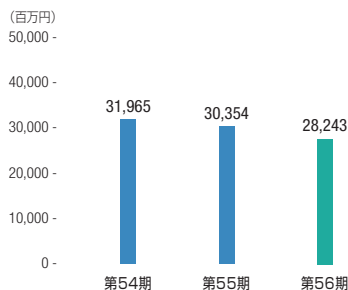
資産合計 固定資産、流動資産が共に減少したことから、資産合計は前期末比37億95百万円減少し761億1百万円となりました。

	第55期 平成20年3月31日現在	第56期 平成21年3月31日現在
(資産の部)		
流動資産	49,543	47,858
現金及び預金	13,794	15,166
受取手形及び売掛金	25,936	24,102
その他	9,865	8,644
貸倒引当金	△ 52	△ 53
固定資産	30,354	28,243
有形固定資産	21,881	20,391
建物及び構築物	9,836	9,004
土地	6,635	6,557
その他	5,408	4,829
無形固定資産	2,705	2,855
投資その他の資産	5,767	4,995
投資有価証券	2,297	1,835
その他	3,787	3,372
貸倒引当金	△ 317	△ 212
資産合計	79,897	76,101

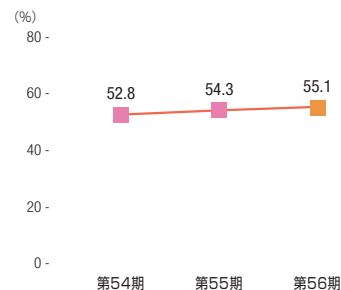
■ 資産合計



■ 固定資産



■ 固定比率





(百万円)

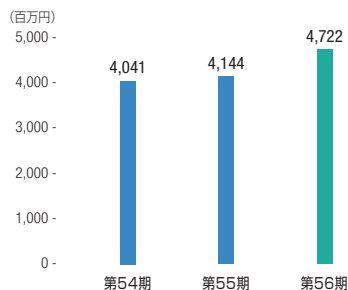
	第55期 平成20年3月31日現在	第56期 平成21年3月31日現在
(負債の部)		
流動負債	17,865	18,832
買掛金	6,557	6,057
その他	11,308	12,775
固定負債	6,139	6,005
長期借入金	2,992	2,496
退職給付引当金	818	1,022
役員退職慰労引当金	424	424
その他	1,904	2,061
負債合計	24,005	24,837
(純資産の部)		
株主資本	55,572	51,220
資本金	13,267	13,267
資本剰余金	12,351	12,351
利益剰余金	30,017	25,994
自己株式	△ 63	△ 393
評価・換算差額等	319	43
その他有価証券評価差額金	319	47
為替換算調整勘定	—	△ 3
純資産合計	55,892	51,264
負債純資産合計	79,897	76,101

流動負債 流動負債は前期末比9億66百万円増加し18億32百万円となりました。これは主に、買掛金の減少(4億99百万円)、1年内返済予定の長期借入金の減少(6億55百万円)などがあった一方で、短期借入金が増加(17億30百万円)したこと等によりです。

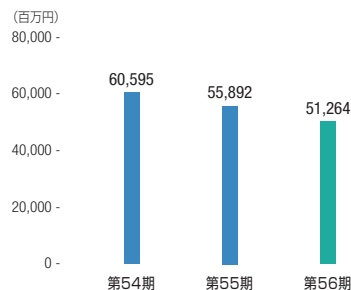
固定負債 固定負債は前期末比1億34百万円減少し6億5百万円となりました。これは主に、長期借入金の減少(4億96百万円)などによりです。

純資産合計 純資産合計は前期末比46億28百万円減少し51億264百万円となりました。これは主に、当期純損失33億17百万円と配当金の支払い7億32百万円、自己株式の取得などによりです。この結果、自己資本比率は前期末比2.6ポイント低下し67.4%となりました。

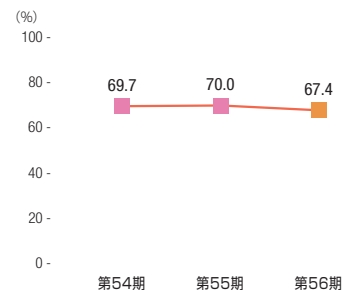
有利子負債



純資産合計



自己資本比率



連結財務諸表

(百万円)

■ 連結損益計算書の要旨

売上高 厨房部門と浴槽・洗面部門の売上高がともに微減となったことから、売上高は前年同期比3.2%減の1,092億5百万円となりました。

売上原価 値ごろ感のある商品力の強化や原材料の値上がりなどにより原価率が上昇する一方で、減収による売上原価の減少、販売ルートの改善効果などがあったことから、売上原価は前年同期比16億86百万円減少し746億55百万円となりました。

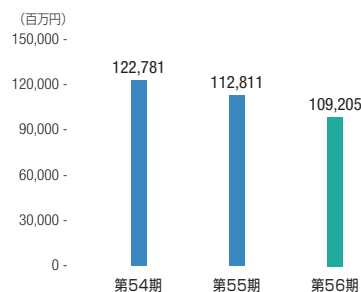
販管費 販売費や物流費の削減など、総合的な経費節減の取り組みを行ったことなどから、販管費は前年同期比21億21百万円減少し356億50百万円となりました。

営業損失 売上原価及び販管費の圧縮に努めたものの、減収となったことから、営業損失11億円を計上しました。

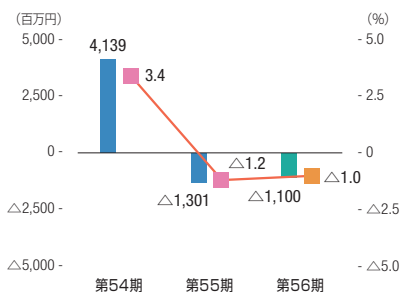
当期純損失 特別損失として有料老人ホームの減損損失を計上したことなどから、当期純損失33億17百万円となりました。

	第55期 平成19年4月1日～ 平成20年3月31日	第56期 平成20年4月1日～ 平成21年3月31日
売上高	112,811	109,205
売上原価	76,341	74,655
売上総利益	36,469	34,550
販売費及び一般管理費	37,771	35,650
営業損失(損失:△)	△ 1,301	△ 1,100
営業外収益	717	726
営業外費用	798	790
経常損失(損失:△)	△ 1,382	△ 1,163
特別利益	26	13
特別損失	603	850
税金等調整前当期純損失(損失:△)	△ 1,959	△ 2,001
法人税等	1,119	1,315
当期純損失(損失:△)	△ 3,078	△ 3,317

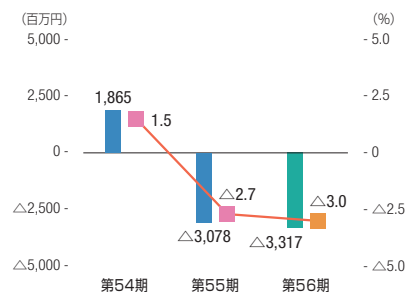
■ 売上高

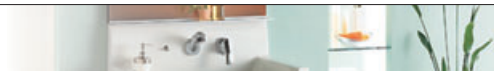


■ 営業利益・営業利益率



■ 当期純利益・当期純利益率





■ 連結キャッシュ・フロー計算書の要旨

(百万円)

	第55期	第56期
	平成19年4月1日～ 平成20年3月31日	平成20年4月1日～ 平成21年3月31日
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,945	3,463
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 3,405	△ 2,626
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 874	△ 507
現金及び現金同等物に係る換算差額	0	8
現金及び現金同等物の増減額	△ 334	321
現金及び現金同等物の期首残高	16,634	16,300
連結の範囲の変更に伴う現金及び 現金同等物の増加額	—	54
現金及び現金同等物の期末残高	16,300	16,675

営業活動によるキャッシュ・フロー

営業活動によって得られた資金は前年同期比12.2%減の34億63百万円となりました。これは、税金等調整前当期純損失20億1百万円、減価償却費41億35百万円、売上債権の減少21億64百万円があった一方、たな卸資産の増加5億98百万円があったこと等によります。

投資活動によるキャッシュ・フロー

投資活動の結果使用した資金は前年同期比22.9%減の26億26百万円となりました。これは、生産設備の増設および改修に伴う支出8億42百万円、営業拠点整備に伴う支出1億26百万円、情報システム構築に伴う支出8億4百万円があったこと等によります。

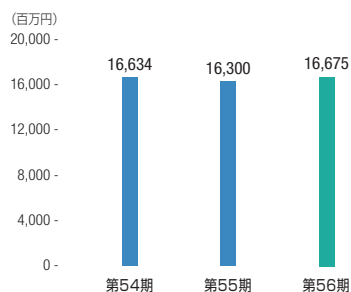
財務活動によるキャッシュ・フロー

財務活動の結果使用した資金は前年同期比42.0%減の5億7百万円となりました。これは、短期借入金による資金の純増が17億30百万円、長期借入金の約定返済11億51百万円、配当金の支払い7億31百万円、自己株式の取得3億29百万円等によるものです。

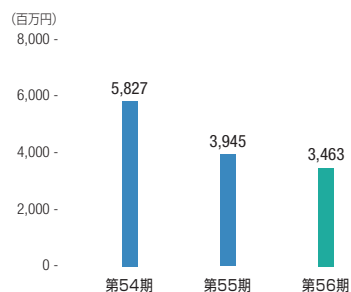
現金及び現金同等物の期末残高

これらにより、現金及び現金同等物の期末残高は、新規連結に伴う増加54百万円を含め、前期末比3億75百万円(2.3%)増加し166億75百万円となりました。

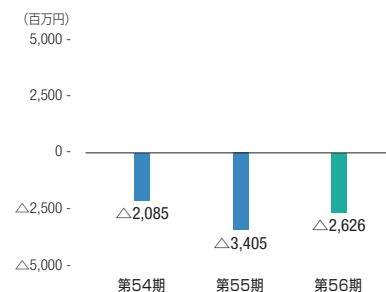
■ 現金及び現金同等物の期末残高



■ 営業活動によるキャッシュ・フロー



■ 投資活動によるキャッシュ・フロー



株式関連情報 (平成21年3月31日現在)

■ 剰余金の配当について

当社は、株主のみなさまに対する利益還元を重要な経営方針の一つと考えております。長期的な安定と成長を実現することにより最大の利益をあげ、安定的な配当を長期的に継続していくことを基本方針としております。

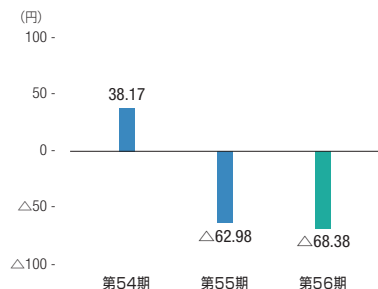
内部留保資金につきましては、新製品生産設備、営業拠点整備、情報基盤整備等の設備投資に充て、効率的な経営による収益力の向

上と資本効率の向上に努めてまいります。

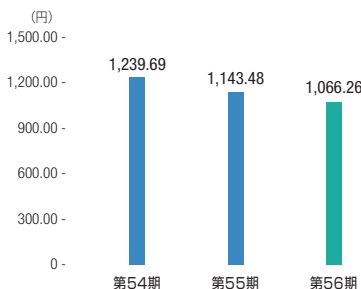
なお、期末配当金につきましては1株当たり5円とし、1株当たり年間10円の普通配当を実施させていただきました。

また、次期の1株当たり配当金は、中間、期末とも5円、年間10円の配当を予定しております。

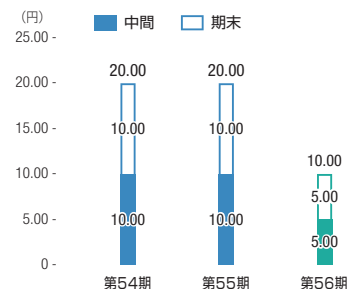
■ 1株当たり当期純利益



■ 1株当たり純資産額

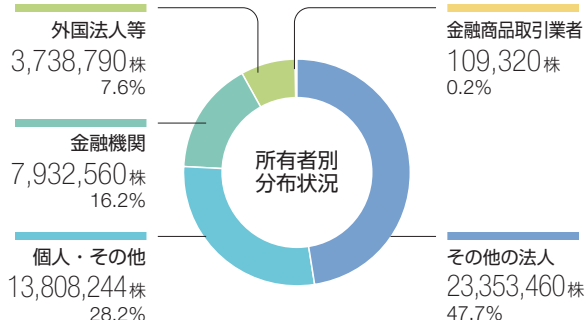


■ 1株当たり配当金



■ 株式の状況

発行可能株式総数	130,000,000 株
発行済株式総数	48,942,374 株
株主数	5,461 名



■ 大株主

株主名	持株数(千株)	出資比率(%)
株式会社井上	13,074	27.1
株式会社タカヤス	8,000	16.6
クリナップ社員持株会	2,435	5.0
クリナップ興栄会	1,506	3.1
ダンスケバンククライアントソールディングス	1,302	2.7
クリナップ共進会	1,206	2.5
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	1,170	2.4
井上 けよ	1,133	2.3
株式会社三菱東京UFJ銀行	1,043	2.1
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口4G)	998	2.0

注) 出資比率は自己株式(864,199株)を控除して計算しております。

会社情報

(平成21年3月31日現在)



会社概要

商号	クリナップ株式会社 Cleanup Corporation
本社所在地	〒116-8587 東京都荒川区西日暮里6丁目22番22号
電話	03-3894-4771(大代表)
創業	昭和24年10月5日
会社設立	昭和29年10月5日
工場	平成2年2月6日 東証2部上場 平成3年9月2日 東証1部指定
資本金	132億6,734万円
主要営業品目	厨房機器、浴槽機器、洗面機器、その他
社員数	3,422名
主な事業所	支社：国内1カ所 支店：国内13カ所 営業所：国内122カ所 海外：香港支店、北京事務所 工場：四倉、鹿島システム、鹿島、湯本、クレート (いずれも福島県いわき市)

役員

代表取締役社長	井上 強 一	取締役	鈴木 章
取締役	高嶋 信	取締役	松浦 昌孝
取締役	川合 和夫	取締役	佐藤 茂
取締役	酒井 均	常勤監査役	山根 康正
取締役	加藤 亨一	監査役	猪狩 昌行
取締役	小島 輝夫	監査役	新谷 謙一
取締役	小松 裕恒	監査役	有賀 文宣

注) 監査役 新谷謙一および有賀文宣の両氏は、社外監査役であります。

ショールーム (全国105カ所)

札幌支店ブロック	6カ所	静岡支店ブロック	4カ所
東北支店ブロック	13カ所	名古屋支店ブロック	8カ所
北関東支店ブロック	6カ所	京都支店ブロック	4カ所
埼玉支店ブロック	4カ所	大阪支店ブロック	8カ所
東京支社ブロック	16カ所	中国支店ブロック	10カ所
信越支店ブロック	5カ所	四国支店ブロック	5カ所
北陸支店ブロック	5カ所	九州支店ブロック	11カ所

お近くのショールームをホームページでご確認ください。

<http://cleanup.jp/>

※株主・投資家のみならずに向けたIR情報(決算情報等)を掲載しております。
また、「商品情報」をはじめ、ホットな「新着情報」、さらに「生活情報」なども掲載しております。



■ 株主メモ

事業年度	4月1日～翌年3月31日
期末配当金 受領株主確定日	3月31日
中間配当金 受領株主確定日	9月30日
定時株主総会	毎年6月
株主名簿管理人/ 特別口座の口座管理機関	三菱UFJ信託銀行株式会社
同連絡先	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 TEL 0120-232-711 (通話料無料)
上場証券取引所	東京証券取引所 市場第一部
公告の方法	電子公告により行う 公告掲載URL http://cleanup.jp/ (ただし、電子公告によることができない事故、その他のやむを得ない事由が生じたときは、日本経済新聞に公告いたします。)

(お知らせ)

1. 株券電子化によるご注意

- 株券電子化に伴い、株主様の住所変更、買取請求その他各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問合せください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。
- 特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、左記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問合せください。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店にてもお取次ぎいたします。
- 配当金の口座振込のご指定につきましても、お手続きは配当金振込指定書を各口座管理機関を経由してお届けいただくこととなります。従来同封いたしておりました当社専用の「配当金振込指定書」は今回から同封を取りやめております。振込指定のお手続きにつきましては詳しくは各口座管理機関にお問い合わせください。
- 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店でお支払いいたします。

2. 配当金計算書について

本年から、配当金の口座振込をご指定の方と同様に、「配当金領収証」により配当金をお受取になられる株主様宛にも「配当金計算書」を同封いたしております。配当金をお受取になった後の配当金額のご確認や確定申告の資料としてご利用いただけます。

【株式に関するお手続きについて】

■ 特別口座に記録された株式

お手続き、ご照会等の内容	特別口座の 口座管理機関	お問合せ先
<ul style="list-style-type: none"> ● 特別口座から一般口座への振替請求 ● 単元未満株式の買取(買増)請求 ● 住所・氏名等のご変更 ● 特別口座の残高照会 ● 配当金の受領方法の指定(*) 	株主名簿 管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 TEL 0120-232-711 (通話料無料)
<ul style="list-style-type: none"> ● 郵送物等の発送と返戻に関するご照会 ● 支払期間経過後の配当金に関するご照会 ● 株式事務に関する一般的なお問合せ 		[手続き書類のご請求方法] <ul style="list-style-type: none"> ● 音声自動応答電話によるご請求 0120-244-479 (通話料無料) ● インターネットによるダウンロード http://www.tr.mufg.jp/daikou/

(*) 特別口座に記録された株式をご所有の株主様は配当金の受領方法として株式数比例配分方式はお選びいただけません。

■ 証券会社等の口座に記録された株式

お手続き、ご照会等の内容	株主名簿 管理人	お問合せ先
<ul style="list-style-type: none"> ● 郵送物等の発送と返戻に関するご照会 ● 支払期間経過後の配当金に関するご照会 ● 株式事務に関する一般的なお問合せ 	株主名簿 管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 TEL 0120-232-711 (通話料無料)
<ul style="list-style-type: none"> ● 上記以外のお手続き、ご照会等 		口座を開設されている証券会社等にお問合せください。

ティップ。株式会社
キッチンから、笑顔をつくろう

東京都荒川区西日暮里 6-22-22 〒116-8587 TEL 03(3894)4771

