

グリッド[®]

キッチンから、笑顔をつくろう

2021年3月期
決算説明資料

2021年5月27日

I . 決算の概要

1. 2021年3月期 連結決算の概要

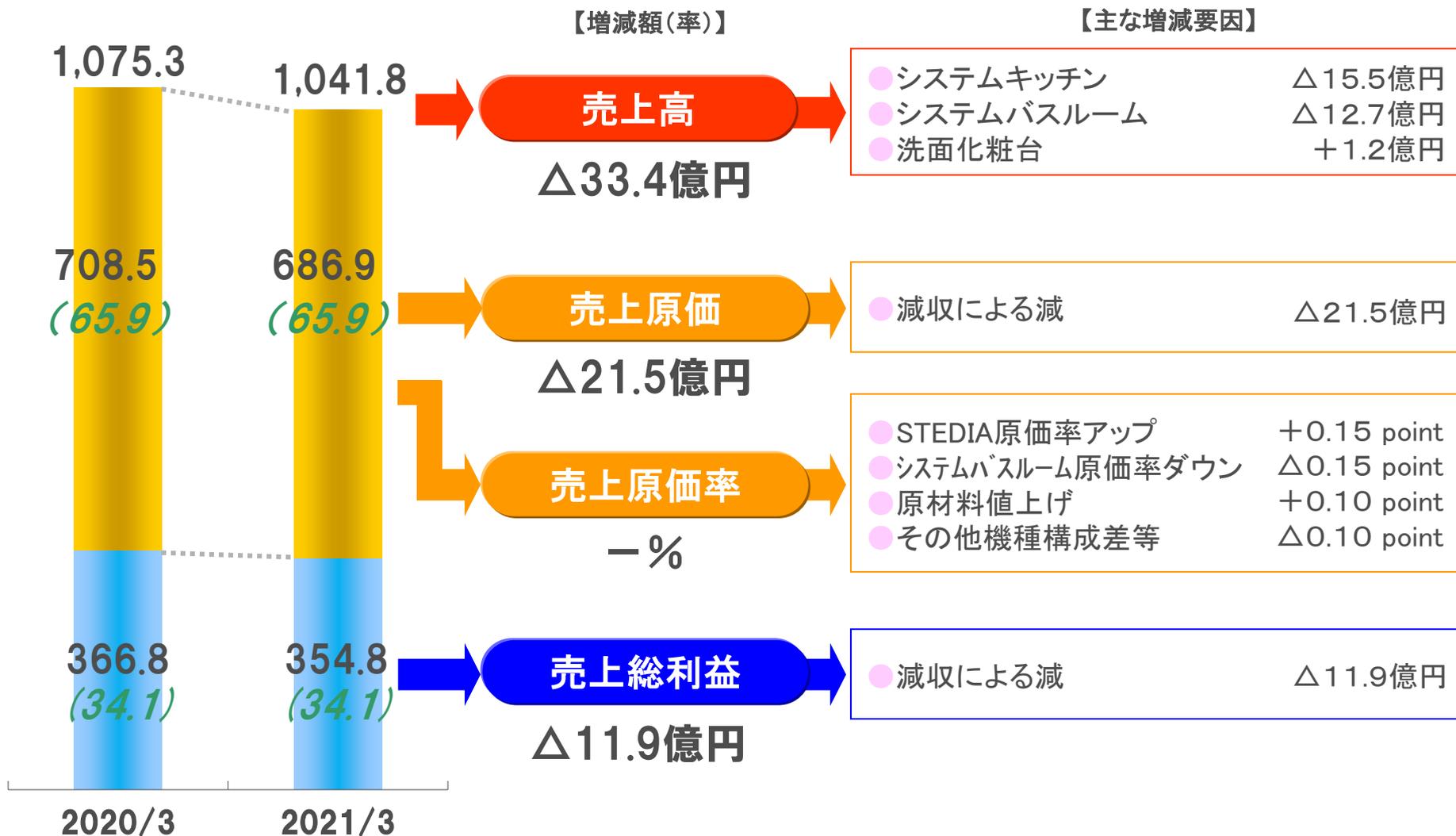
(単位:百万円)

	2021/3 (実績)	2020/3 (実績)	前期比 増減率	2021/3 (修正予想)
売上高	104,185	107,525	△3.1%	103,500
営業利益	2,614	2,499	+4.6%	2,500
経常利益	2,714	2,545	+6.6%	2,600
親会社株主に 帰属する 当期純利益	1,746	1,465	+19.2%	1,630
1株当たり 当期純利益	47.34円	39.91円	—	44.18円

* 修正予想：2021年4月16日公表

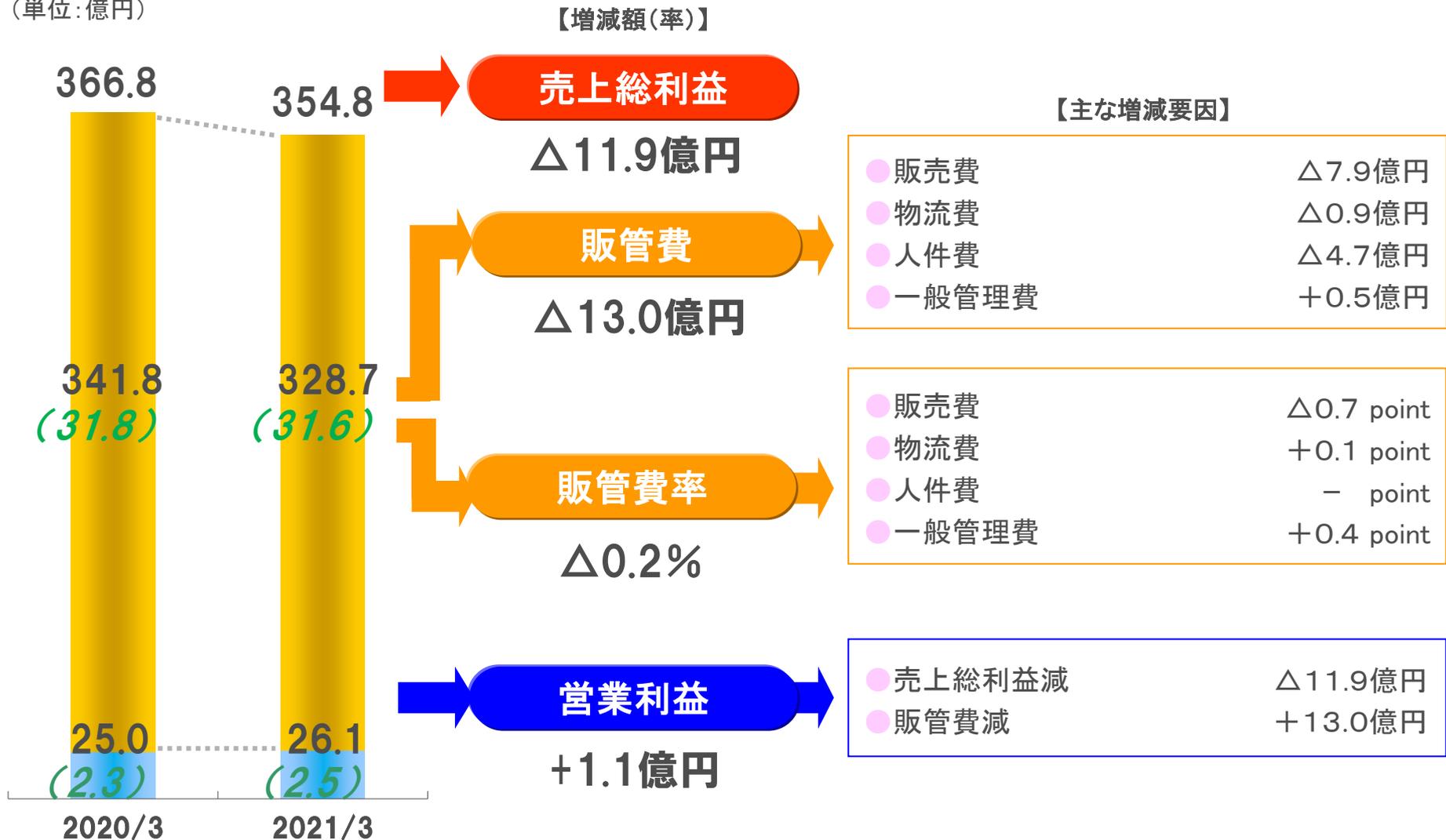
2. 連結損益の状況① 売上高・売上総利益

(単位:億円)

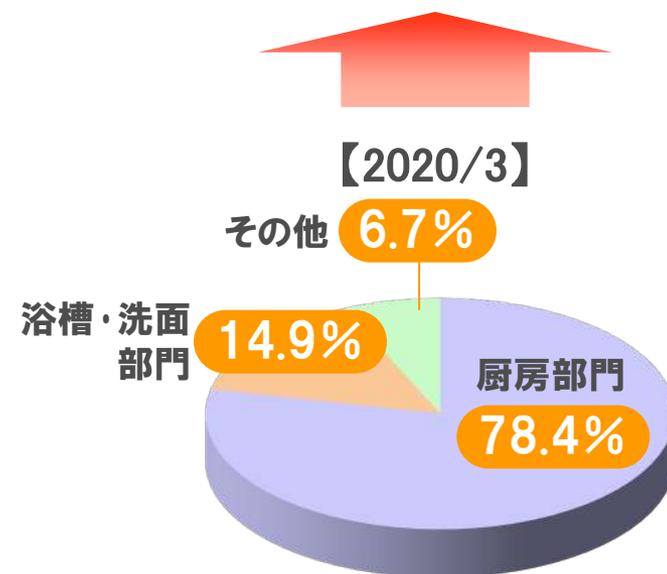
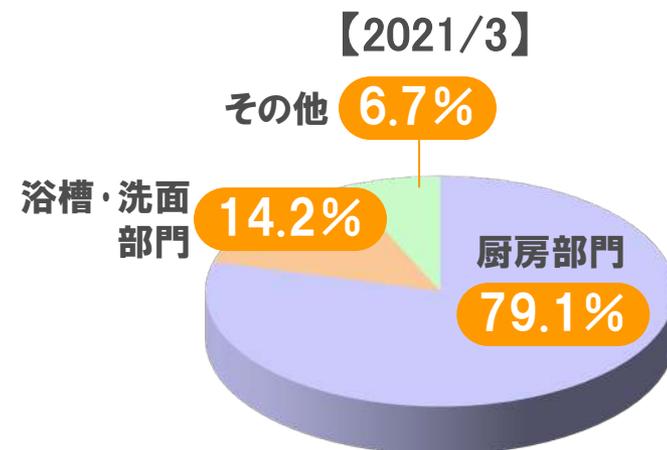
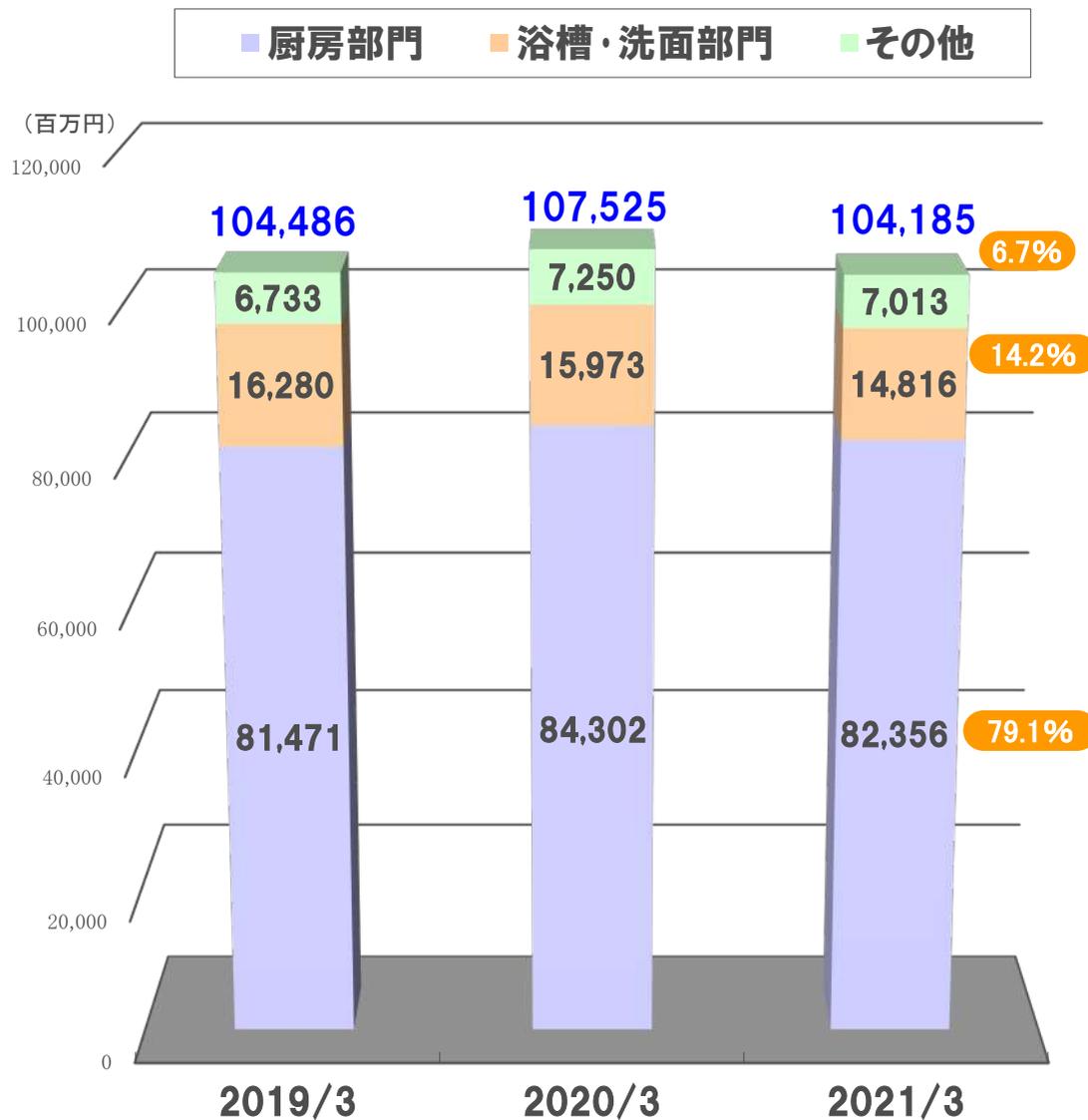


2. 連結損益の状況② 販管費・営業利益

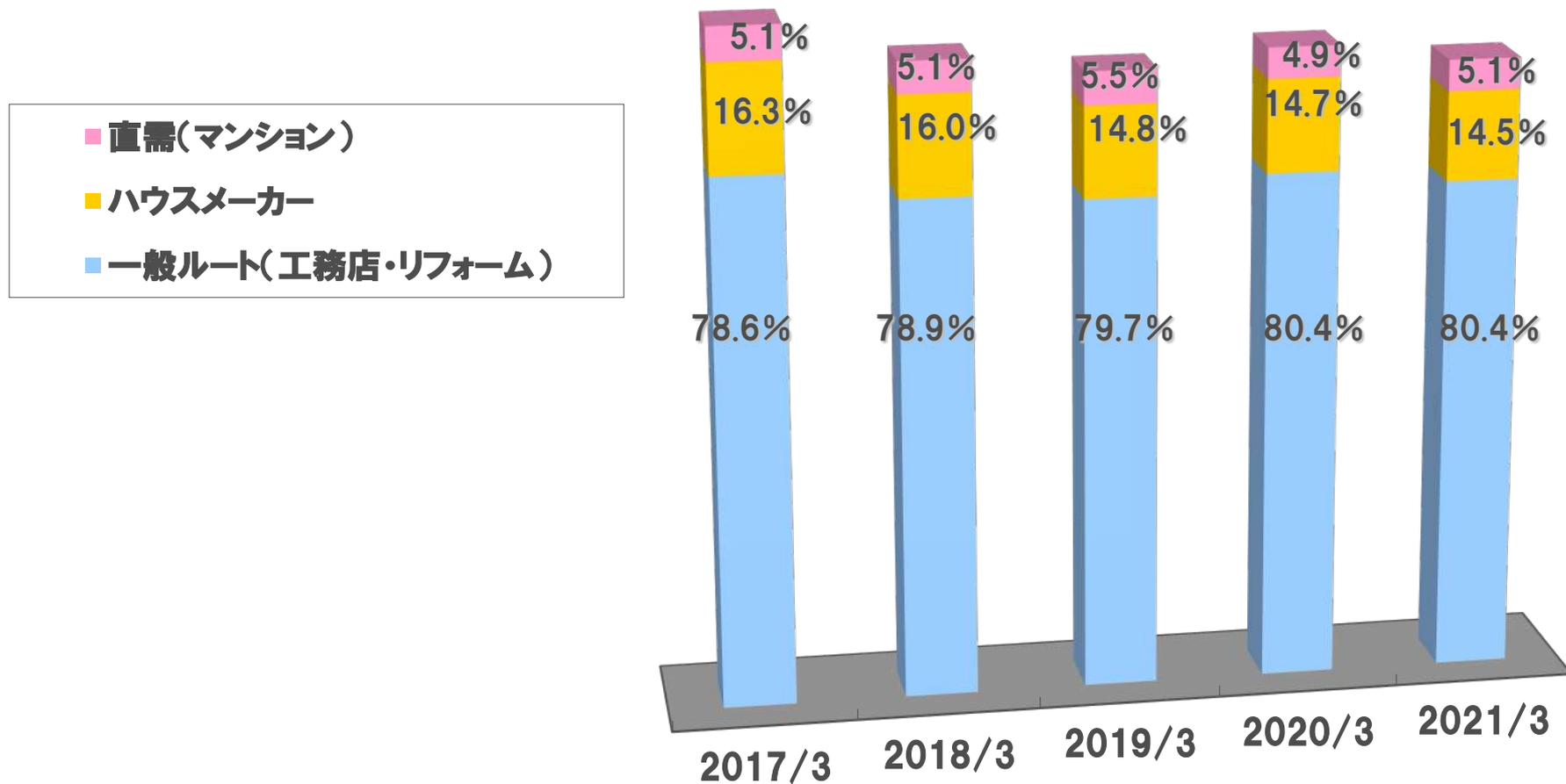
(単位:億円)



3. 売上構成① 部門別(連結)



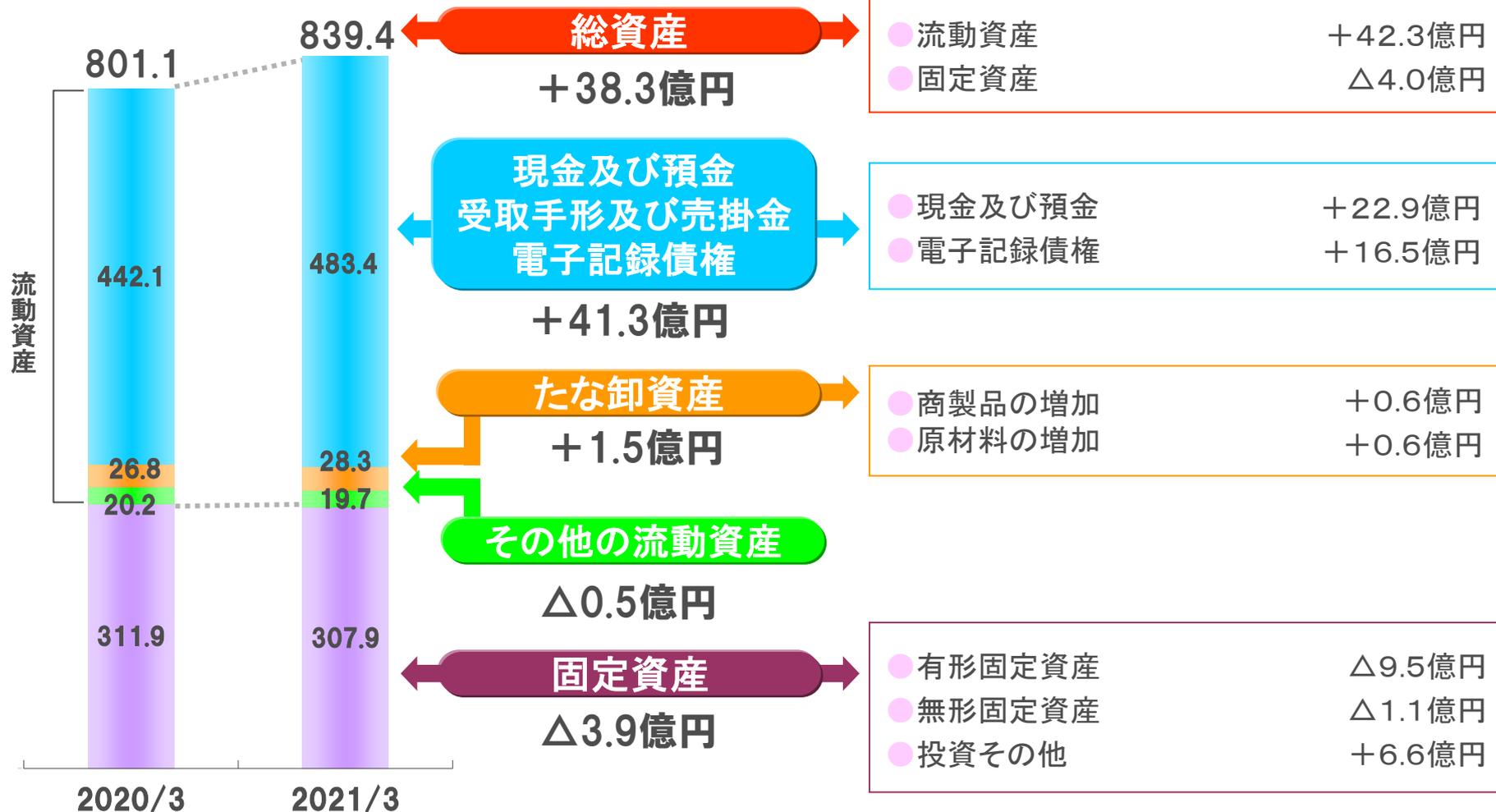
3. 売上構成② 販売ルート別(単体)



4. 連結貸借対照表の概要-1/2

【資産の部】

(単位: 億円)



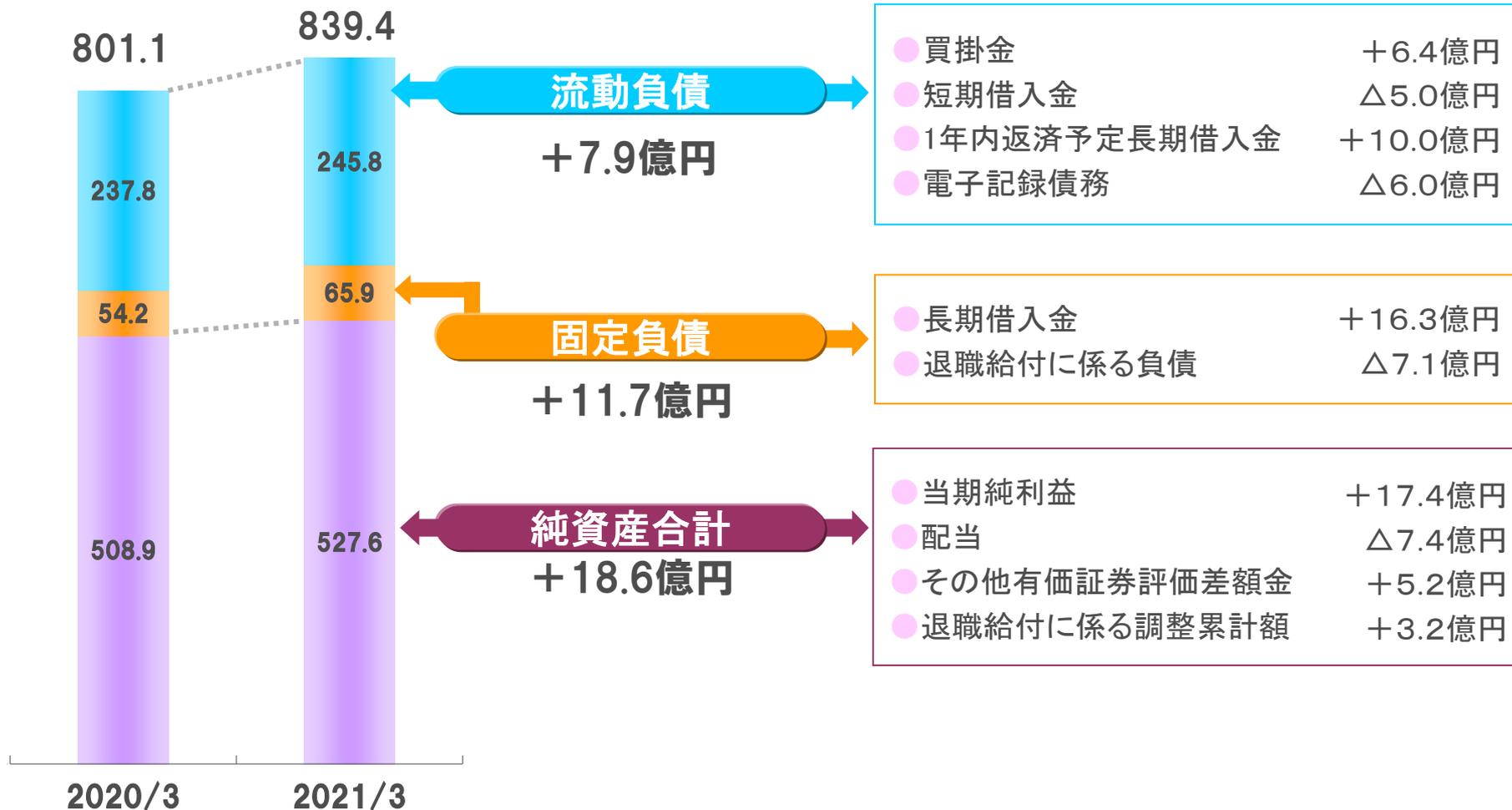
4. 連結貸借対照表の概要-2/2

【負債・純資産の部】

(単位: 億円)

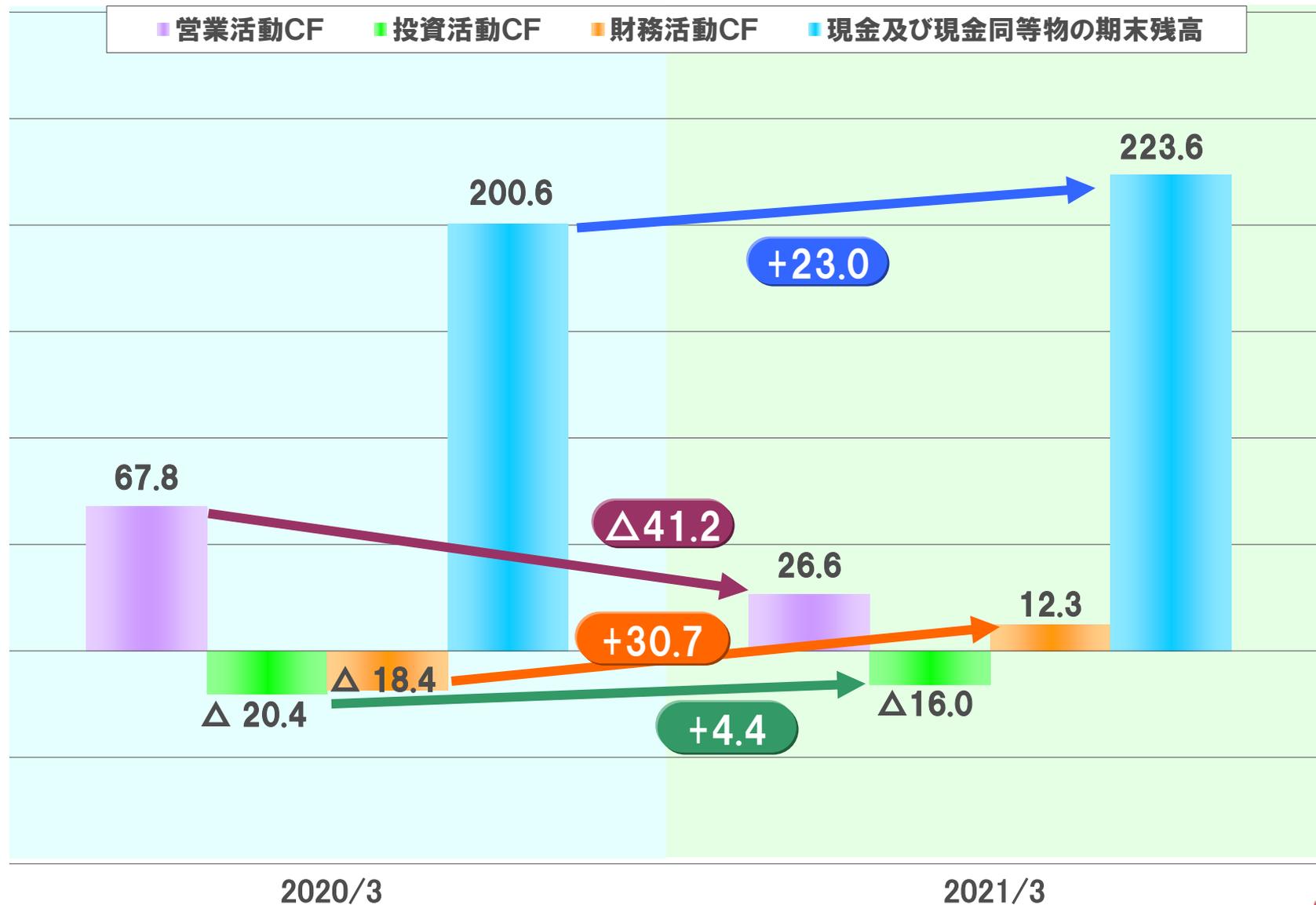
【増減額】

【主な増減要因】

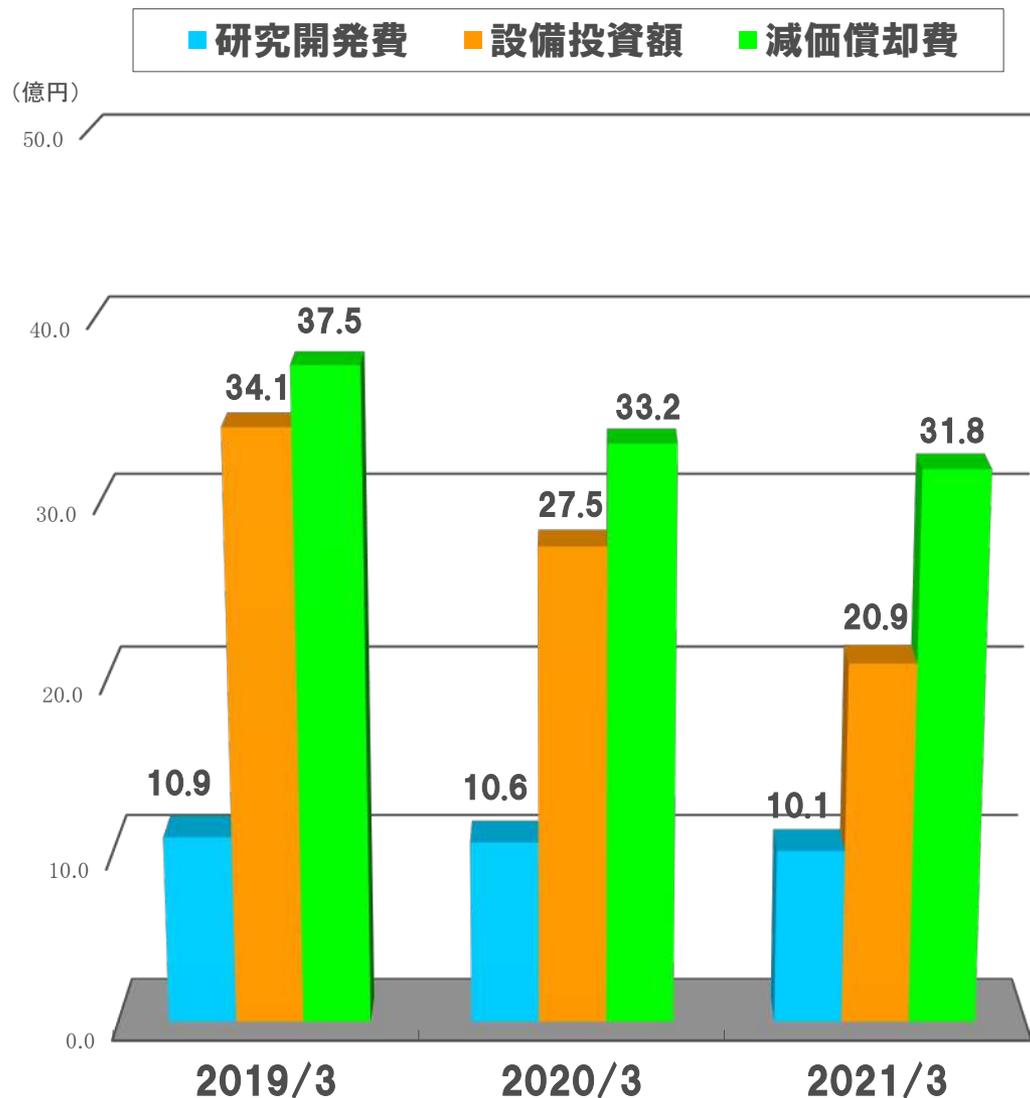


5. 連結キャッシュ・フロー計算書の概要

(単位:億円)



6. 設備投資等の状況(連結)



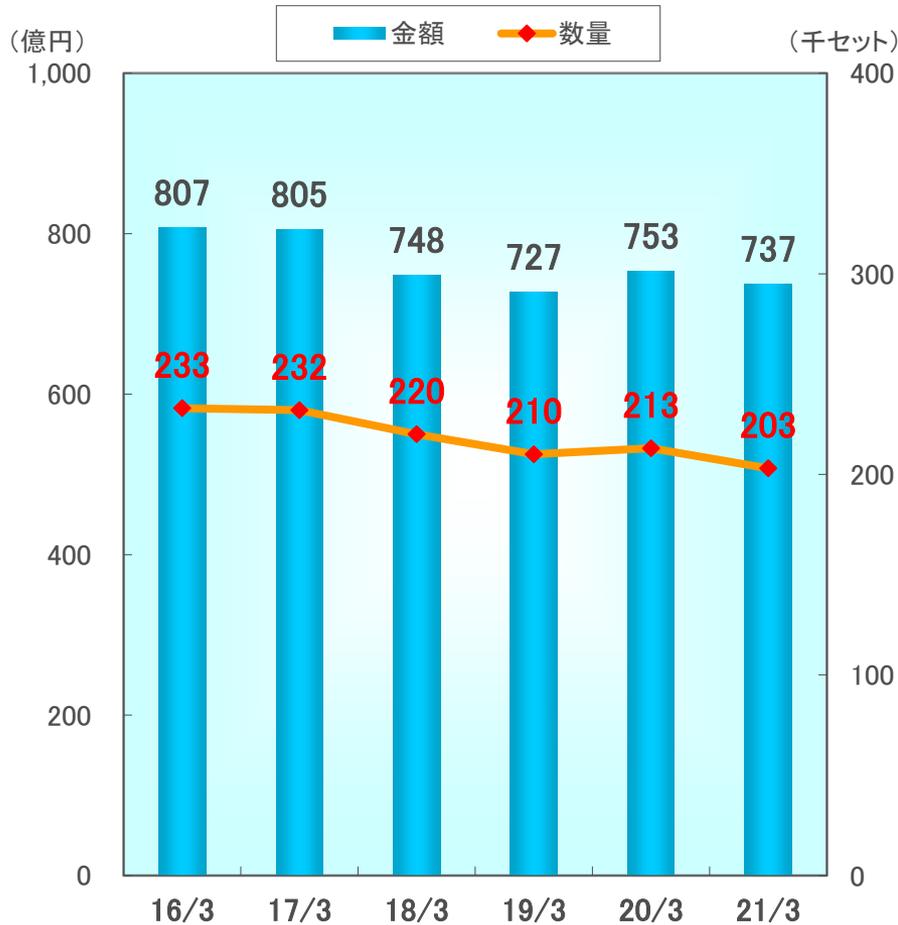
【主な設備投資の内容】

2021年3月期の実績

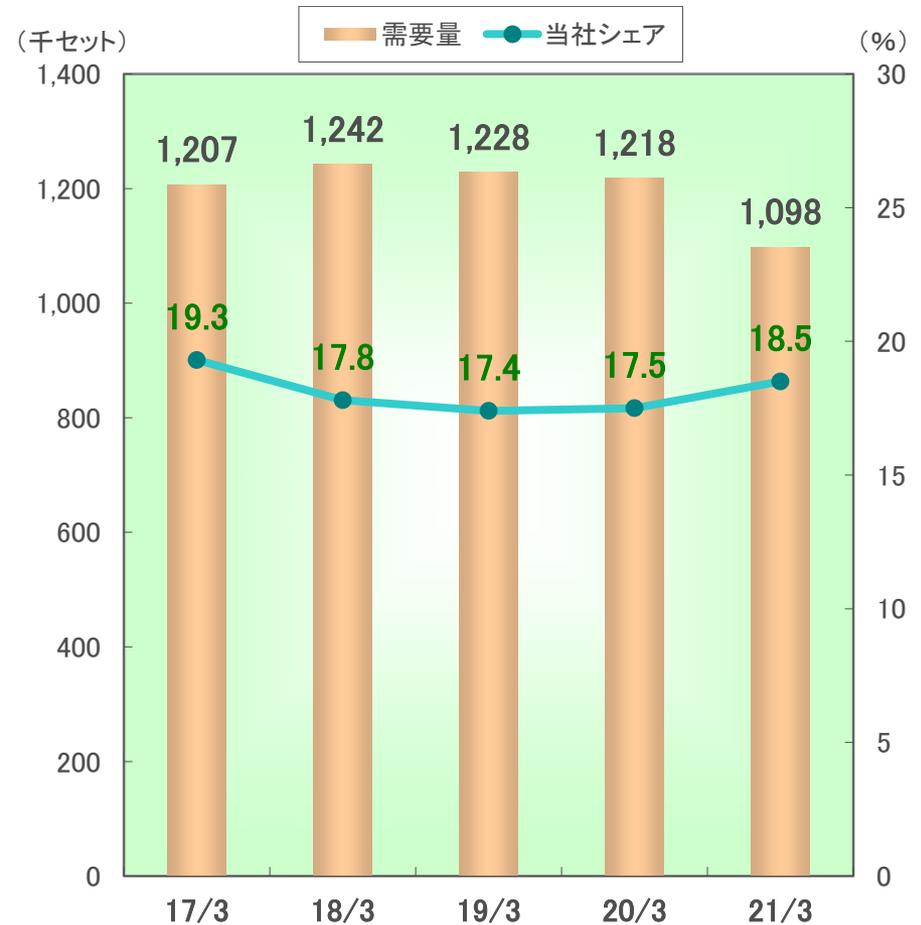
①生産関係	6.3億円
②ショールーム改装等	5.7億円
③情報投資	7.4億円
④その他	1.4億円

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

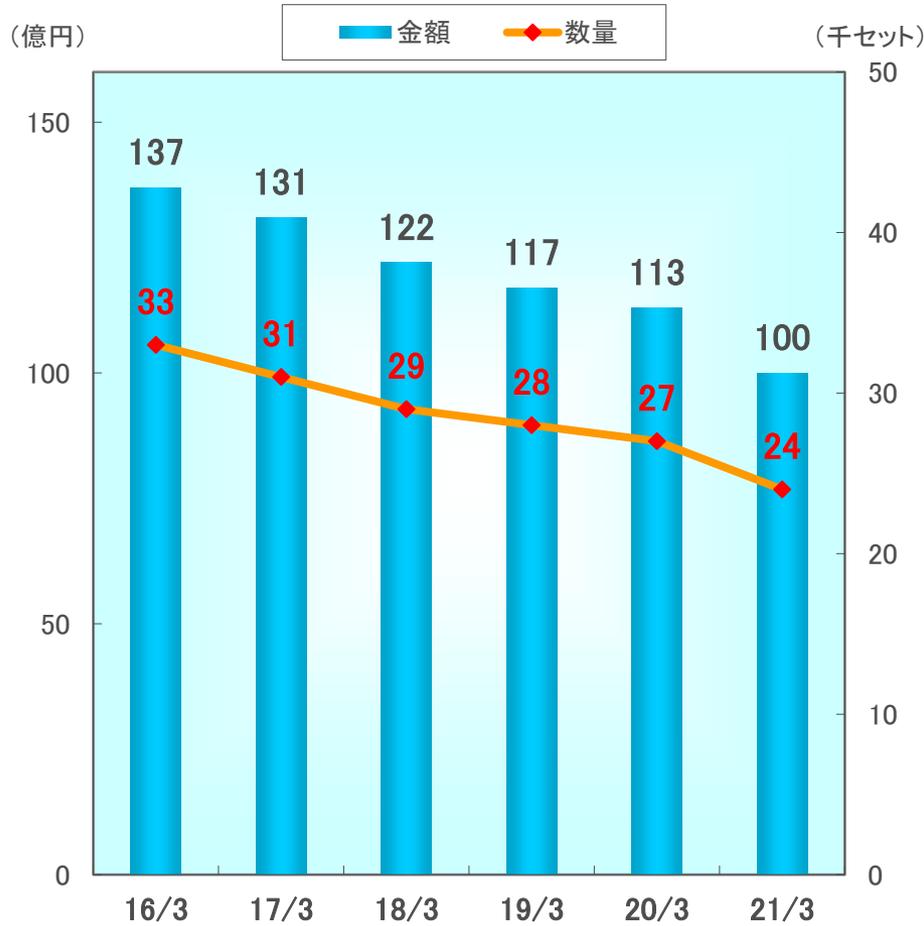


同商品需要動向と当社シェア

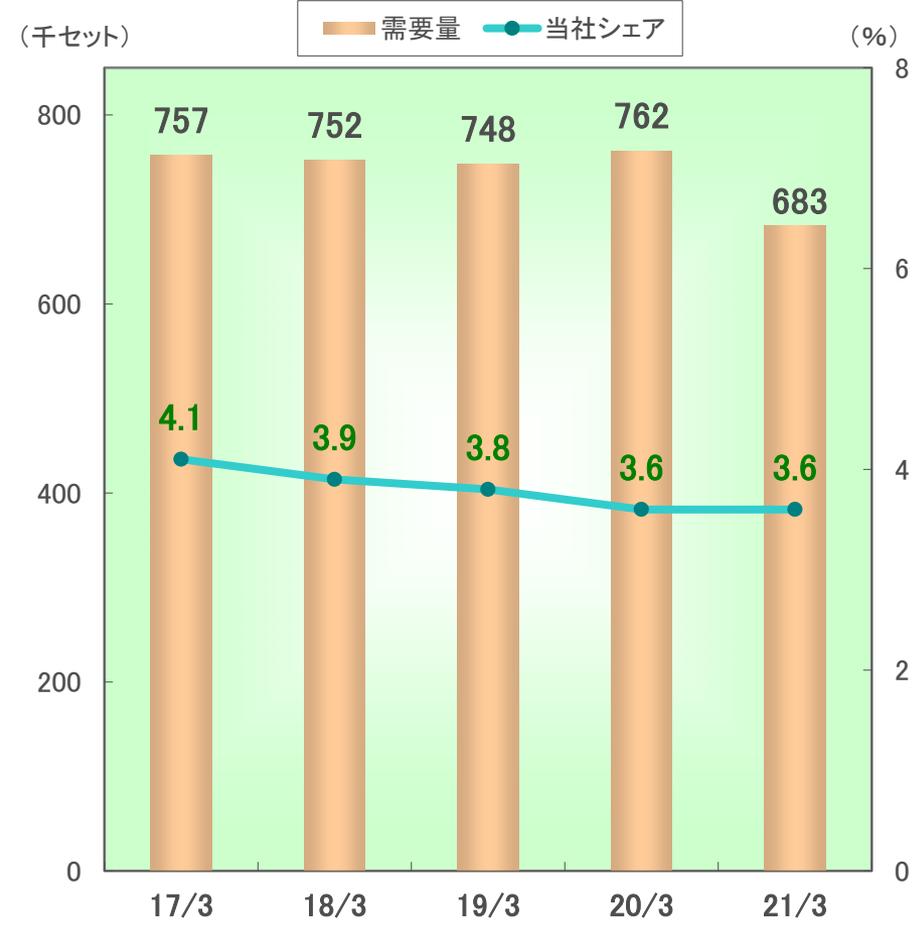


7. 主要商品の販売実績と当社シェア-2/3

システムバスルームの販売実績

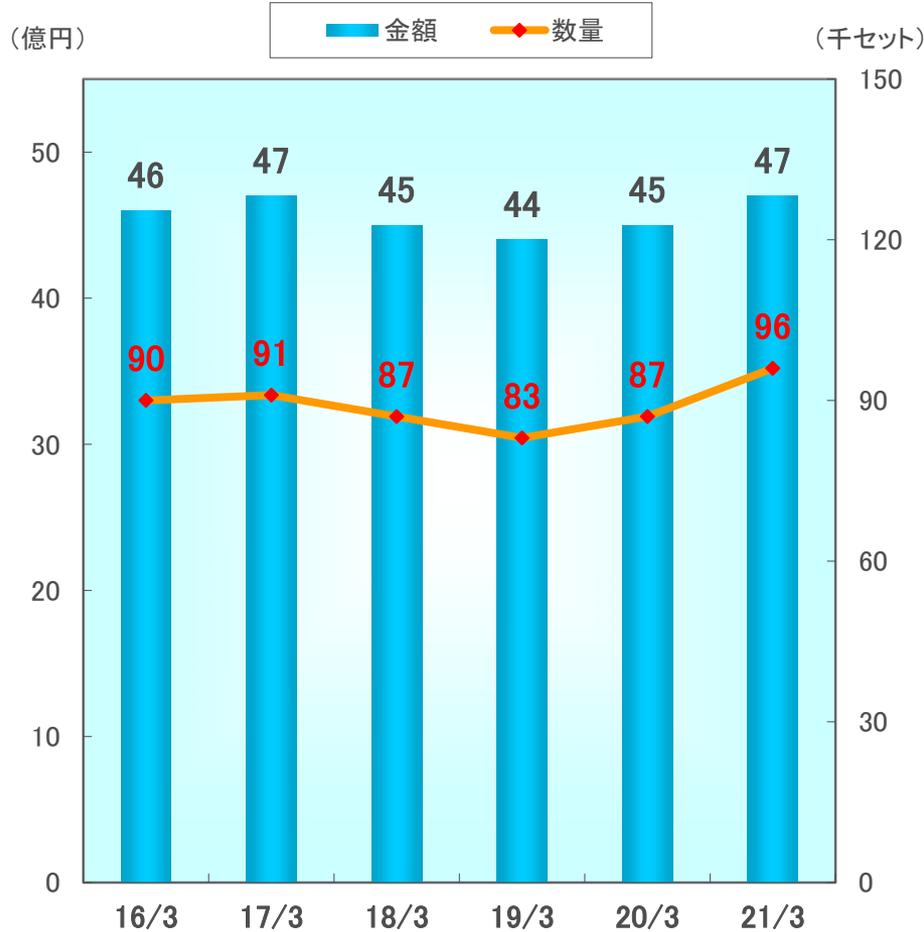


同商品需要動向と当社シェア

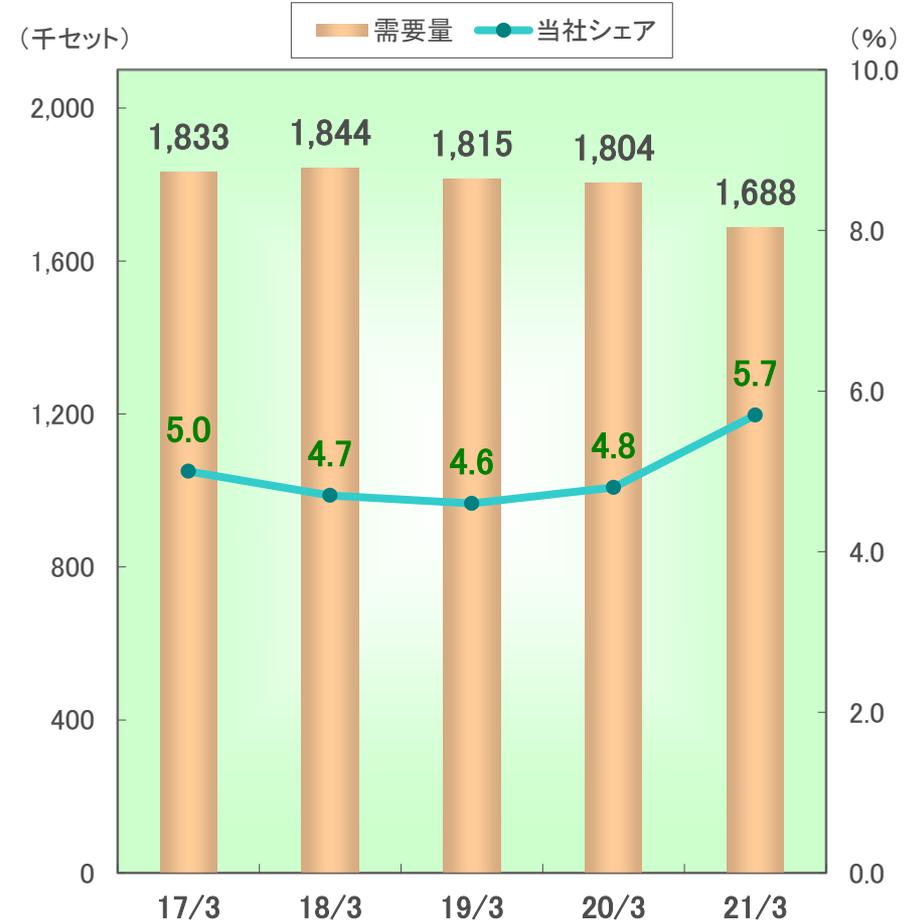


7. 主要商品の販売実績と当社シェア-3/3

洗面化粧台



同商品需要動向と当社シェア



8. 2022年3月期 連結業績予想

(単位:百万円)

	2021/3 (実績)	2022/3 (予想)	前期比 増減率
売上高	104,185	110,000	+5.6%
営業利益	2,614	2,800	+7.1%
営業利益率	2.5%	2.5%	-
経常利益	2,714	2,900	+6.8%
経常利益率	2.6%	2.6%	-
親会社株主に帰属 する当期純利益	1,746	1,800	+3.1%
当期純利益率	1.7%	1.6%	-

Ⅱ. 経営戦略

(前中期経営計画の振り返りと新中期経営計画の概要)

1. 「18中計(2018-2020)」振り返り

【前中期経営計画】

18中計
2018-2020

21中計
2021-2023

▶ 基本方針

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。

▶ 戦略

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

厳しい事業環境下、
次の成長につながる
多様な成果を獲得

1. 「18中計(2018-2020)」振り返り ～ 定性的な成果

構造改革

▶ 中高級市場の競争力強化

システムキッチンのブランドを刷新

CENTRO

2018年2月発売



“キッチンを暮らしの真ん中へ”のコンセプトのもと
「ゆとりある暮らしを楽しむキッチン」
として誕生

STEDIA

ステディア

2018年9月発売



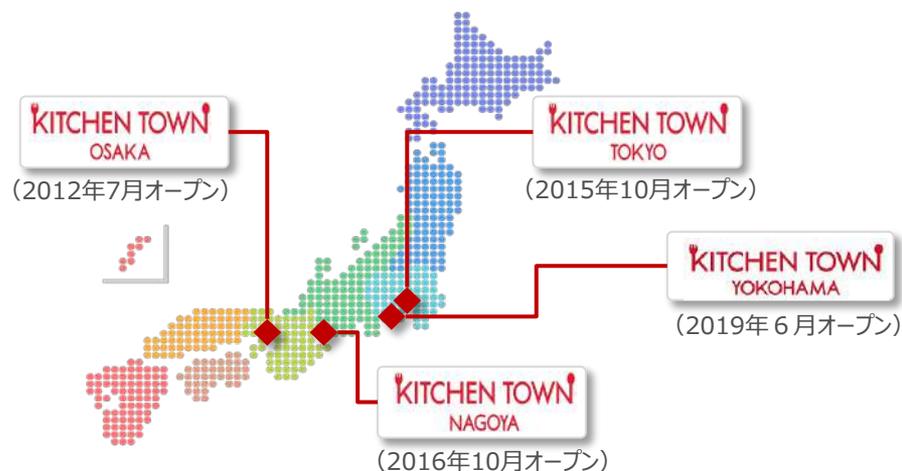
「クリンレディ」からのさらなる発展
中高級価格帯の新たな中核ブランドへ

構造改革

▶ 中高級市場の競争力強化

お客様との重要な接点であるショールームを強化

■ 旗艦ショールーム：全国4拠点体制を確立



■ 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

【主なリニューアル・ポイント】

- 「見て、触れて、体験していただく」空間づくり
- 料理教室や食住文化イベントなど、地域コミュニティとしての活用
- 地域ごとの市場変化を見極めた移転増床

成長戦略

▶ 新市場の創出に向けて、
海外事業の拡大と新規事業の推進に注力

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



新規事業の推進

- ◆ 富裕層向け海外キッチン事業
イタリアン高級キッチンブランド

 Valcucine



- ◆ 他業種コラボのダイニング事業



基盤強化 ▶ ブランドづくり

創業70周年

- ◆ 2019年10月に「創業70周年」を迎え、思いを伝えるコーポレート・ブランディングを展開
- ◆ ホームページに「創業70周年記念サイト」を開設

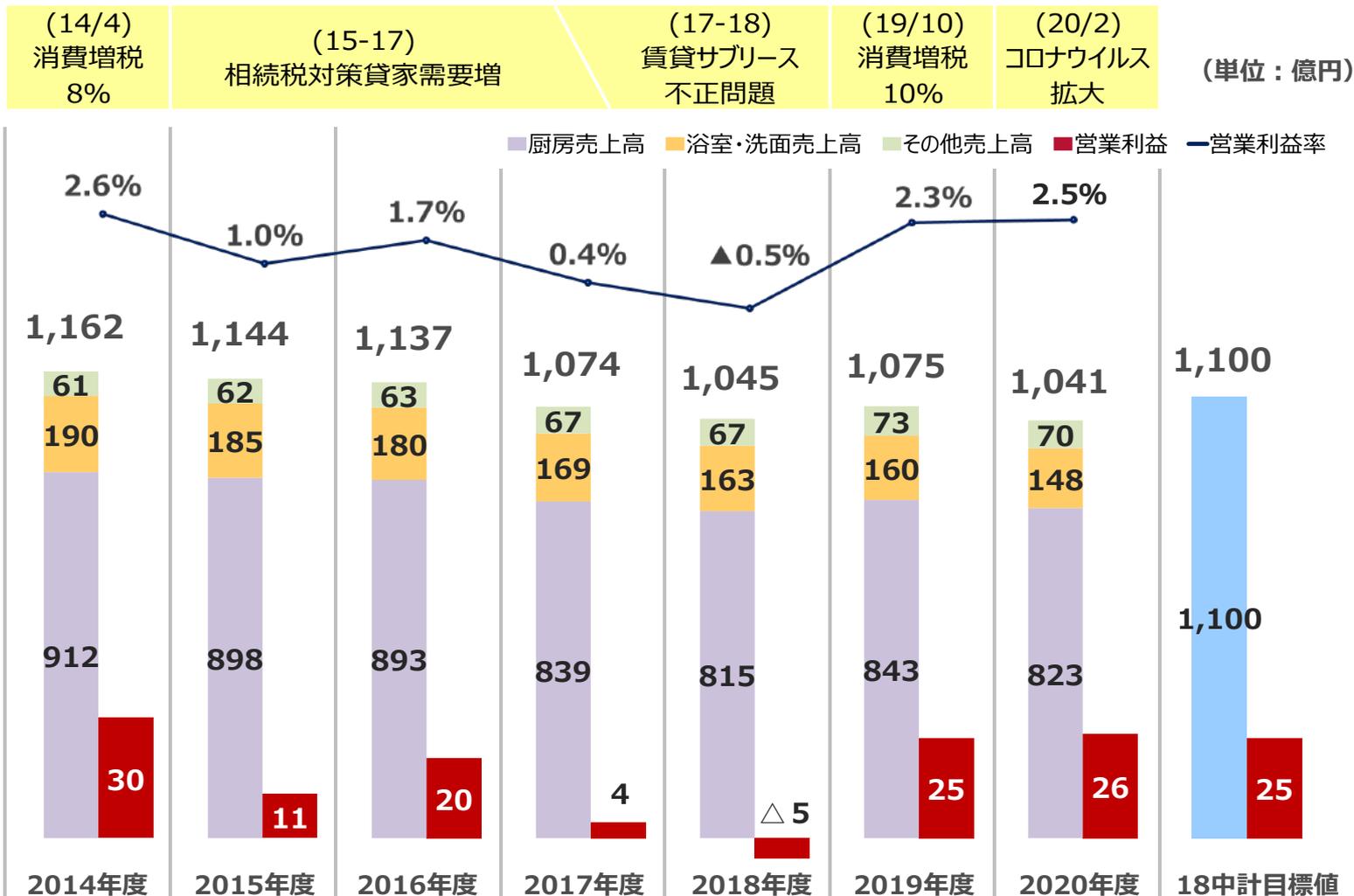


ESG活動

- ◆ 「サステナビリティレポート」を発行
持続可能な社会への取り組みを紹介
- ◆ 「キッチン白書」を発行
「キッチンから見た生活者の“いま”」を紐解くべく、食・物・空間の変化を3年ごとに調査・分析・発表



1. 「18中計(2018-2020)」振り返り～業績



ROE	1.5%	0.6%	2.5%	0.1%	▲1.4%	2.9%	3.4%
当期純利益	9	3	13	0	▲7	15	17
自己資本※	586	561	542	525	516	509	518

※(期首純資産+期末純資産)÷2で算出

2. 「21中計(2021-2023)」始動

【新中期経営計画】

18中計
2018-2020

21中計
2021-2023

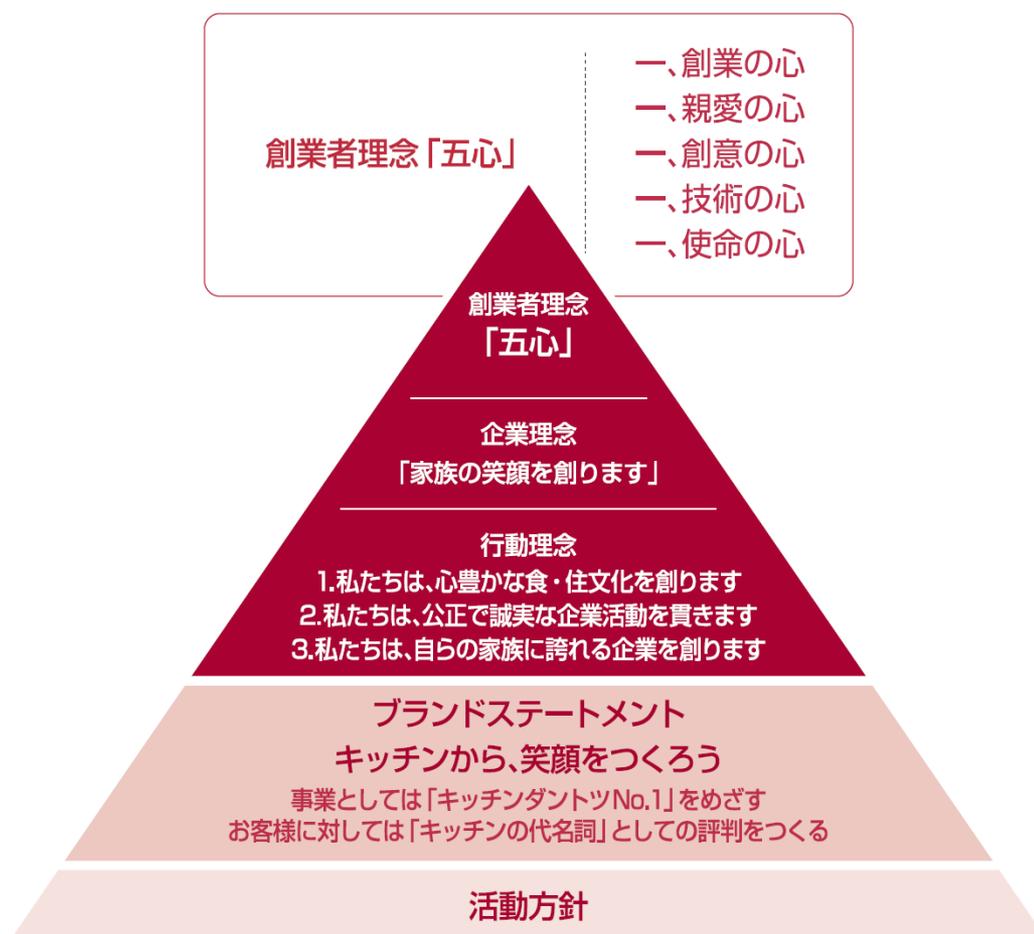
【新中期経営計画のポイント】

企業理念「家族の笑顔を創ります」の実現に向けて、
長期ビジョンを策定

- ▶ **サステナブル経営**の方向性を、より明確化
- ▶ 事業を通じた**重要課題（ESG・SDGs課題）** 解決に向けた取り組みを進めることを明確化

3. 経営理念：クリナップグループのミッション

クリナップグループは、創業以来「五心」を経営の核とし、事業活動を通じてお客様の豊かな住まいづくりに貢献してきました。今後も「新たな暮らし価値」を創造・提案し、企業理念「家族の笑顔を創ります」の実現に向け邁進します。



創業者理念「五心」

- 一、創業の心
- 一、親愛の心
- 一、創意の心
- 一、技術の心
- 一、使命の心

創業者理念「五心」

一、創業の心

我々は一家一族の精神に則り
喜びも苦しみも頑ち合い
永遠に発展する会社をつくらねばならぬ。

一、親愛の心

親愛の心は家庭・企業・社会の基である。
人との心の繋がりを大切に信頼し
努力しあって生きよ。

一、創意の心

創意・開発は我が社の生命である。
この心を忘れることなく
会社の繁栄をはかり社会に貢献せよ。

一、技術の心

新たな市場の創出のため
広く技術を内外に求め集約せよ。
そして技術を生む知恵を磨け。

一、使命の心

我が社の使命は社業を通じ
社会に奉仕することにある。
常に感謝の心を忘れることなく邁進せよ。

クリナップ サステナブルビジョン 2030 (CSV30)

『人と暮らしの未来を拓く』

私たちクリナップは、システムキッチンのパイオニアとして、新たな食住空間の可能性を広げ、創造し、世界中のすべての家族から選ばれ続ける企業となります。

■重点指針

1. キッチンメーカーとして新たな事業領域に挑戦し、安定した収益基盤をつくらせている
2. 顧客接点の多様化、デジタル化に対応し、より身近で選ばれ続ける存在になっている
3. 人財を活性化し、能力を最大限発揮できる職場づくりを実現できている
4. 持続可能な社会の実現に貢献できる会社になっている

21中計の基本方針

クリナップグループの強みを発揮し、「持続的な成長」を実現します

1. 既存事業の収益力向上 2. 事業領域の拡大 3. 成長のための経営基盤強化

戦略1

既存事業の需要開拓、低収益からの転換

- 水まわり3品(キッチン、浴室、洗面)事業での安定した収益確保を目的に、主に、次の点に取り組む
 - ① 中高級品の販売力強化、システムバス販売の底上げ、リフォーム需要獲得
 - ② 水まわり3品事業で培ったノウハウを活かした、サービス、物流分野での外販ビジネスの拡大
 - ③ 生産変革、CPSを核とした原価低減、間接業務の効率化、利益改善

戦略2

新規事業による新たな顧客の創造

- 中長期的な成長戦略として、新たな顧客の創造を目的に次の点に取り組む
 - ① 新商材やサービス、新チャネルについての施策を実行計画に展開
 - ② 海外事業戦略における3つのビジネスモデルを強かに推進

戦略3

ESG/SDGs視点での経営基盤の強化

- 持続可能な社会の実現に向けて、事業を通じ重要課題(ESG・SDGs課題)の解決に取り組む

5. 「21中計」ESG・SDGs課題解決との関係性

持続的な社会の実現に向けて、 事業を通じ重要課題（ESG・SDGs課題）の解決に取り組む

【非財務目標】 2013年度比温室効果ガス50%削減、社員エンゲージメントを把握し公表

重要課題	課題解決に向けた重点取組	21中計施策との関係性	SDGs項目
製品・サービス等 を通じた暮らし価値の提供 S	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 食と住の文化の交点領域に向け新たな商材やサービス・ソリューションを展開 ▶ 生活者や社会に役立つ価値を提供（健康・省エネ・省資源・節水） 	<ul style="list-style-type: none"> ・次の各戦略の重点施策 ・既存需要の需要開拓 ・新規事業による新たな顧客の創造 	
働きやすい職場づくり S	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 働き甲斐、多様な働き方のある職場能力を最大限発揮できる職場 ▶ ダイバーシティ推進による多様な人財活用 	<ul style="list-style-type: none"> ・「働きがい」ある人事制度の構築 	
環境保全と環境負荷軽減 E	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 事業活動におけるCO2排出削減 環境負荷低減、省エネルギー推進 	<ul style="list-style-type: none"> ・ISO14001認証の維持、更新 ・再生可能エネルギーからの電力購入検討 	
公正で誠実な企業活動 S・G	<ul style="list-style-type: none"> ▶ サプライチェーン全体を通じて社会的課題の解決を図る（CSR調達の推進） ▶ 事業を通じての社会貢献推進 地域社会の一員として、ともに発展し続ける 	<ul style="list-style-type: none"> ・CSR調達の推進 ・障がい者への就労機会提供と事業継続 ・介護事業を通じて持続可能な高齢社会の実現に貢献 	

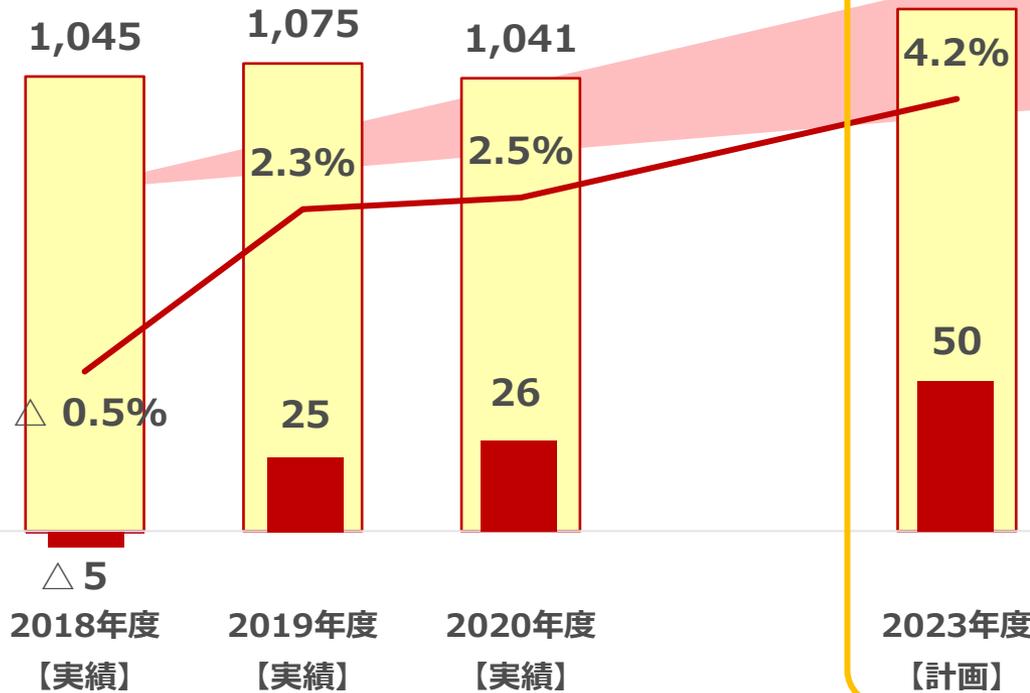
5. 「21中計(2021-2023)」数値目標

21中計最終年度は、

- 連結売上高1,200億円
- 連結営業利益50億円 (同営業利益率4.2%)
を目指す

(単位：億円)

■ 売上高 ■ 営業利益 — 営業利益率



長期ビジョン
(2030年度目標)

【2020年度比】

売上高
30%増

販管費率
30%以下

営業利益
3.5倍

6. トピックス（戦略・施策の進捗）

主力のシステムキッチン3ブランドが、業界2紙からの高評価を獲得

	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2020	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2021	
Grade I (高級モデル) 		高級価格帯 2位	
Grade II (中高級モデル) 		中級価格帯 1位	
Grade III (普及モデル) 		普及価格帯 1位	
システムキッチン部門 1位 (3年連続)		キッチン部門 総合1位 rakuera ラクエラ	

6. トピックス（戦略・施策の進捗）

“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

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

日本限定モデルのオーダーキッチン「iaponica」販売開始

- ▶ 高付加価値型のビジネスモデルを確立を目指し、国内高級オーダーキッチン市場へ参入
- ▶ クリナップとイタリアValcucine（バルクッチーネ）との共同開発
Valcucineのもつ「デザイン思想」と当社の「高い加工技術」を融合
- ▶ 当社工場でのライセンス生産により、「納期の短縮」、「輸入コストの削減」を可能にし、国内富裕層市場のニーズに対応



「震災から10年、 日本中に向けてキッチンを舞台にした、 “ありがとう”を伝えよう。」

東日本大震災から10年となる2021年3月11日、当時の福島県いわき地区の工場復旧支援への感謝を伝えると同時に、再び社会が大きな苦境に立つ今、変わらない誓いを表明するブランドキャンペーンを展開。

ありがとう。
あしたにむかって、
いただきます。



東北から10年、すべての方々に心より感謝をこめて。



※全国5誌を含む新聞13誌にメッセージを掲載

IRお問合せ先

クリナップ株式会社
総務部 総務・IR課
IR担当まで ご連絡ください

Tel 03-3894-4771
URL <https://cleanup.jp/>

お断り事項

本資料は、2021年3月期の決算(2020年4月～2021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、2021年5月24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。