

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

10年前に多くの方々にご支援いただいた感謝と、10年間変わらぬ想いを伝えたい。
そんな背景から2021年3月11・12日、全国紙と地方紙にて新聞広告を掲出しました。



キッチンから、笑顔をつくろう

株主の皆さまへ 第68期 報告書

2020年4月1日から 2021年3月31日まで

クリナップ株式会社

〒116-8587 東京都荒川区西日暮里6-22-22



証券コード 7955

株主の皆さまへ



代表取締役会長
井上 強一



代表取締役
社長執行役員
竹内 宏

■ 企業理念

家族の笑顔を創ります

■ 行動理念

私たちは、心豊かな食・住文化を創ります

私たちは、公正で誠実な企業活動を貫きます

私たちは、自らの家族に誇れる企業を創ります

前中期経営計画
「18中計」振り返り

基本方針
事業の
「変革と
創造」



コア戦略である「中高級市場の競争力強化」において、中高級ブランドの刷新(CENTRO、STEDIAの新規立上げ)等により、システムキッチン市場におけるクリナップのプレゼンスが向上

GradeI(高級モデル)

CENTRO



GradeII(中高級モデル)

STEDIA
ステディア



震災から10年、再び試練の中にいる今、 私たちならではのサステナブル経営を 推し進めてまいります。

2021年、私たちは、東日本大震災から10年という節目となり、また、新型コロナウイルス感染症という世界を翻弄する未曾有の事態の中にいます。

今、改めて震災当時を振り返ると、商品を出荷できず、それでも復活を信じて「できるまで待つよ」と言ってくださったお客様の声に、クリナップの社員は皆支えられ、踏ん張ることができました。取引先企業、地域の方々から、多くの支援物資や義援金が届き、エールを送られ、SNSには「頑張れ」といった書き込みも相次ぎました。本当にありがたい思いで胸が熱くなったことを今も鮮明に覚えています。

私たちは多くの方々を支えられ事業を継続できている、そのことをしっかりと胸に刻み込み、「感謝の心」を持ち続けるこ

との大切さを改めて実感しております。

あの震災から10年、コロナ禍など、再び試練の中にいる今だからこそ、感謝の心と決してくじけない信念をステークホルダーの皆さまと共有するべく、去る3月11日、「あれから10年、すべての方々へ心より感謝をこめて。」というメッセージを、全国紙5紙を含む新聞13紙に掲載しました(本冊子の裏表紙をご覧ください)。

コロナ禍によって、人々の生活や企業収益は容赦ないダメージを受け、世界の様相は大きく変わろうとしています。そうした中で私たちは、企業として生き残りを果たすと同時に、「社会の公器」としての自覚を持ち、事業活動を通じて持続可能な社会の実現に貢献していかなければなりません。目先の業績にとらわれることなく、これからも、中期経営計画を策定・遂行し、長期的な目線からの経営に取り組んでまいります。

前中期経営計画では、 中高級市場の競争力強化や収益構造の変革など、 構造改革が着実に進みました。

当期(2020年度)は、「2018年中期経営計画(2018-2020年度)」(以下、「18中計」という)の最終年度でした。創業70周年(2019年10月)とその先を見据えて、事業の「変革と創造」への挑戦を基本方針に掲げ、「構造改革」「成長戦略」「基盤強化」の3つの戦略を推し進めました。その結果、次の成長につながる多様な成果を上げることができました。

中でも、「構造改革」では、「中高級市場の競争力強化」に向けて、長年クリナップのシステムキッチンにおけるフラッグシップブランドであり続けた「S.S.」と「クリンレディ」を思い切って刷新し、2018年に「CENTRO」(セントロ)と「STEDIA」(ステディア)として世に送り出しました。発売開始

から3年間の取り組みにより、中高級市場におけるプレゼンス向上に十分な成果を上げてきております。また、お客様との重要な接点であるショールーム強化についても、旗艦ショールーム「キッチンタウン」の全国4拠点体制確立、100拠点を超える全国ショールームの継続的なりニューアル実施等により、魅力アップを推し進めました。

業績面では、コロナ禍の影響等から売上伸長には至りませんでした。営業利益については26億円超となり、「18中計」の最終年度目標である25億円を達成することができました。これは、「構造改革」のもう一つの取り組みである「収益構造の変革」として、キッチンブランド刷新による高付加価値化やプラットフォーム化の推進、生産部門における継続的な原価低減活動、全社的な販管費の低減などに取り組んだ成果であると考えております。

株主の皆さまへ



長期ビジョン

■ 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」基本方針と戦略

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

| | | | |
|-------------|---|-----------|----------------|
| 基本方針 | 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に取り組む | | |
| 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、新たな顧客の創造に取り組む | | |
| 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 | | |

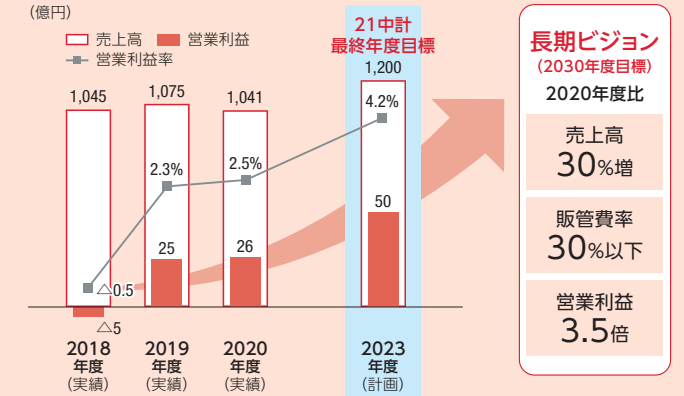
「21中計」ESG・SDGs課題解決との関係性

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 | 製品・サービス等を通じた暮らし価値の提供 S | 働きやすい職場づくり S | 環境保全と環境負荷軽減 E | 公正で誠実な企業活動 S・G |
| SDGs項目 | 3 気候変動に具体的な対策を 6 清潔なエネルギーを 9 産業とインフラの高度化、包括的かつ持続可能な産業増進を | 5 性別平等を 8 持続可能な経済成長を 10 人や地域間の公平な富の分配と社会の包摂を | 7 再生可能エネルギーを 12 持続可能な消費と生産を 13 気候変動対策を | 3 気候変動に具体的な対策を 4 質の高い雇用を 17 パートナーシップを |

「21中計」数値目標



大変革期を迎えた事業環境に対応し、新中期経営計画に先立ち、長期ビジョンを策定しました。

社会は今、気候変動問題やDX(デジタルトランスフォーメーション)によるビジネス変革、コロナ禍への対応などによって、大転換期を迎えています。そうした環境下にあっては、「クリナップは10年先にどうあるべきなのか」、「そこに向かって持続的に成長するために何をしていくのか」について、全社員が共通認識を持ち、一丸となって前進していくことが極めて重要です。

そこで、当社は、新たな中期経営計画に先立ち、10年後を見据えた長期ビジョンの策定を行いました。このビジョンは、持続可能な社会の実現に貢献していくことを視野に、「クリナップ サステナブルビジョン 2030」(CSV30)と命名し、システムキッチンのパイオニアとして『人と暮らしの未来を拓く』ことを目指しております。

2021年中期経営計画(2021-2023年度)の基本方針は、「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」

このビジョン実現に向けた第一歩として、新たに「2021年中期経営計画(2021-2023年度)」(以下、「21中計」という)を始動しました。基本方針を、「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」とし、「18中計」の「変革と創造」で芽吹いてきた種を開花させるべく、「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」を推進してまいります。

また、そのために「1) 既存事業の需要開拓、低収益からの転換」、「2) 新規事業による新たな顧客の創造」、「3) ESG/SDGs視点での経営基盤の強化」の3つの戦略を策定いたしました。

1つめの戦略では、キッチン・浴室・洗面の水まわり3品事業での安定した収益確保を目指して、引き続き、中高級品の販

売強化やリフォーム需要の獲得を図り、また、それらで培ったノウハウを活かした、サービス、物流分野での外販事業の拡大に取り組むとともに、「原価低減活動」と、「利益改善」、「仕事の効率化」を軸に、低収益体質からの脱却を目指します。

2つめの戦略では、「18中計」からの継続である新規事業、海外事業に加え、自社保有技術を利用した異業種への領域拡大に取り組み、「新たな事業領域への拡大」を目指します。

「21中計」においては、その数値目標も10年後(2030年度)の目標へ至る道筋の第一歩として定め、その達成に注力してまいります。

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)の解決に取り組んでまいります。

「CSV30」では、当社は、サステナブル経営の方向性をより明確化し、さらに「温室効果ガス50%削減(2013年度比)」と

「社員エンゲージメントを把握し公表」という2つの非財務目標を設定しました。

これを受けた、「21中計」3つめの戦略では、持続可能な社会の実現に向け、重要課題(ESG/SDGs課題)として、「製品・サービス等を通じた暮らし価値の提供」、「働きやすい職場づくり」、「環境保全と環境負荷軽減」、「公正で誠実な企業活動」の4つを特定し、事業を通じてその解決に取り組んでまいります。

クリナップグループは、更なる企業価値の向上と持続的成長の実現に向け、これからも「感謝するDNA」をしっかりと受け継ぎ、一丸となって、企業理念「家族の笑顔を創ります」の実現に邁進してまいります。

株主の皆さまには、引き続きご支援ご鞭撻のほどお願い申し上げます。

主なトピックス

商品関連

日本限定
ブランド

クリナップ×Valcucine 共同開発オーダーキッチン 「Valcucine JP」販売開始



国内の高級オーダーキッチン市場向けに2017年9月に取引契約したイタリアのプレミアムキッチンブランドValcucine (バルクッチーネ)とクリナップが共同開発した日本限定ブランド「Valcucine JP」(商品名:「Iaponica」(イアポニカ))を2021年4月より販売開始しました。

コロナ禍により今後の海外輸入が不安視される中、国内生産によるメリットと「納期」・「価格」の対応を兼ね備え、高級オーダーキッチン市場へ新規参入していきます。

日本限定ブランド「Valcucine JP」

現在輸入販売をしている、上位シリーズの「Genius Loci」(ジーニアスロッチ)、 「Artematica」(アルテマティカ)に続くグレードの「Forma Mentis」(フォルマメンティス)シリーズをベースにデザインされており、国内における高級オーダーキッチン市場に展開します。

ブランド

イタリアValcucine社
日本限定ブランド

デザイン

イタリアValcucine社
のクリエイティブデザイ
ナー監修

生産地

クリナップにて国内ライ
センス生産



CSR関連

CSR活動

SDGsへ本格的に取り組む 「サステナビリティレポート2020」を公開

創業70周年を迎えた昨年度からESG経営の観点も含めた「サステナビリティレポート」を発行しています。同レポートでは、CSRメッセージをはじめ、SDGs(持続可能な開発目標)に符合した当社の取り組みや、本年より運用する「クリナップグループCSR調達ガイドライン」について詳しく紹介しています。

クリナップグループはこれからも、各ステークホルダーの方々のご理解・ご協力を得て、さらに持続可能な社会の実現を目指すSDGsへ積極的に取り組み、社会に貢献していきます。



ショールーム

オンライン
ショールーム

顧客接点の多様化に向けて オンラインショールームがさらに充実!

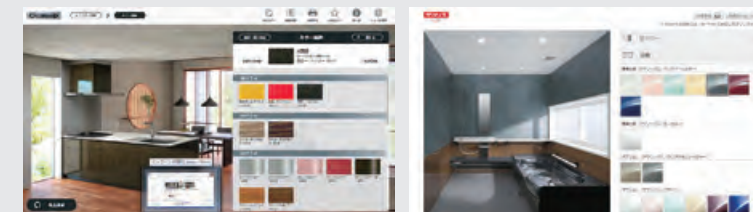
ONLINE
SHOWROOM



顧客接点の多様化に向けて、10月1日にオープンした「オンラインショールーム」は、商品情報収集やプランニングが誰でも自由に可能なうえ、ショールームアドバイザーと画面を共有しながら商品説明が受けられると、ご好評をいただいています。

オープン以降、よりリアルなショールーム体験を目指し、コンテンツの拡充と、強化に努めています。

商品ルーム「CENTRO」、「アクリアバス」、「洗面化粧台」等、オープン

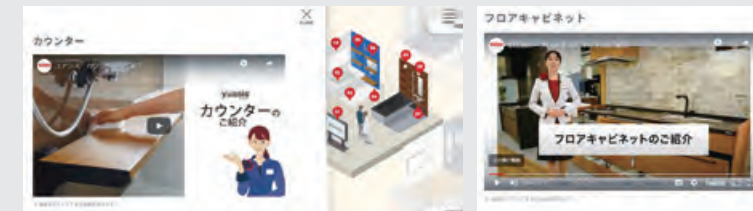


360°バーチャル体感



よりリアルなショールーム内を回遊できる
「360°バーチャル体感」を新設しました

アドバイザーによる説明動画



各商品のアイテム・機能をクリックすると、
アドバイザーによる説明動画が視聴できます

ショールームアドバイザー

全国
ショールーム

全国ショールームアドバイザーの制服 明るく華やかなデザインに一新

カットソーやコサージュは
クリナップをイメージさせる
「ポルドー色」

全国102カ所のショールームでお客様と接するショールームアドバイザーの制服を4月1日より一新しました。明るく華やかな新制服を通じ、「心豊かな食・住文化」を創る企業として、ブランドの価値向上を図っていきます。

リニューアル
のポイント

- 1 シルバーグレー色を採用しこれまで以上に明るく、華やかさを表現
- 2 動きやすい素材とデザインパターンで、どの年代にも似合うシルエット
- 3 アドバイザーが自信をもってお客様に笑顔を届けられるデザイン

通年の正装(左)
正装のジャケットなし(中)
春夏服(右)





連結ハイライト情報／連結部門別情報

■ 連結財務ハイライト

(百万円)

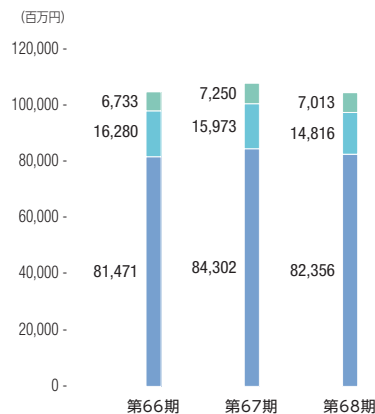
| | 第66期 2019年3月期 | 第67期 2020年3月期 | 第68期 2021年3月期 |
|-------------------------|------------------|------------------|------------------|
| 売上高 | 104,486 | 107,525 | 104,185 |
| 営業利益又は損失(△) | △ 465 | 2,499 | 2,614 |
| 経常利益又は損失(△) | △ 376 | 2,545 | 2,714 |
| 親会社株主に帰属する当期純利益又は純損失(△) | △ 704 | 1,465 | 1,746 |
| 総資産 | 80,408 | 80,106 | 83,939 |
| 純資産 | 50,824 | 50,898 | 52,761 |

■ 部門別売上高(連結)

(百万円)

| | 第66期 2019年3月期 | 第67期 2020年3月期 | 第68期 2021年3月期 |
|---------|------------------|------------------|------------------|
| 厨房部門 | 81,471 | 84,302 | 82,356 |
| 浴槽・洗面部門 | 16,280 | 15,973 | 14,816 |
| その他 | 6,733 | 7,250 | 7,013 |
| 合計 | 104,486 | 107,525 | 104,185 |

■ 厨房部門 ■ 浴槽・洗面部門 ■ その他



厨房部門の主な商品

高級クラスのシステムキッチン「CENTRO(セントロ)」、中・高級クラスの「STEDIA(ステディア)」、普及クラスの「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・高級クラスのシステムバスルーム「アクリアバス」、普及クラスの「ユアシス」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68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、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により経済活動が制限され、景気が停滞し、感染収束の兆しは見えない中、先行き不透明な状況で推移いたしました。

住宅設備機器業界におきましては、感染拡大に伴う雇

業績・成果

このような中、当社グループは、新型コロナウイルス感染症による業績への影響を最小限に抑えるべく、顧客接点の多様化や全社的な経費抑制活動など、様々な施策に注力してまいりました。

商品面では、2020年6月にコンパクトキッチン「コルティ」を、2020年9月には主力のシステムキッチン「STEDIA(ステディア)」をそれぞれリニューアルするなど、付加価値の高い商品を市場に提供してまいりました。

販売面では、大切な顧客接点であるショールームでの価値提供強化を図るため、福島、小牧の2カ所をリニューアルオープンいたしました。全国102カ所のショールームでは、事前来場予約の促進と感染防止策の徹底により、お客様が安心・安全に最新の商品を体感できるよう努めてまいりました。さらに、WEBコンテンツ「オンライ

※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68期の部門別の状況

部門別にみますと、厨房部門では、システムキッチン「CENTRO(セントロ)」は数量、金額とも減、「STEDIA(ステディア)」は数量、金額とも減、「ラクエラ」は数量、金額とも減となりました。この結果、厨房部門の売上高は前期比2.3%減の823億56百万円となりました。

用・所得環境の悪化や消費者マインドの低下により、新設住宅着工やリフォーム需要は前年を下回る水準にて推移したものの、業ごもり需要の影響もあり、第3四半期以降、リフォーム市場が回復の兆しを見せはじめました。

ンショールーム」の拡充を図り、インターネットを活用した情報発信も展開してまいりました。

また、当社の会員登録制組織「水まわり工房」加盟店等の流通パートナーと連携して『イエナカ充実フェア』等の各種イベントを開催し、需要の拡大、獲得に努めてまいりました。

生産面では、東西の生産拠点での生産性向上、VE活動(*)を推進し、原価低減に努めてまいりました。

以上の結果、当連結会計年度の売上高は、前期比3.1%減の1,041億85百万円となりました。利益面では営業利益は同4.6%増の26億14百万円、経常利益は同6.6%増の27億14百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は同19.2%増の17億46百万円となりました。

浴槽・洗面部門では、システムバスルーム「アクリアバス」は数量、金額とも減、「ユアシス」は数量、金額とも減、洗面化粧台においては数量、金額とも増となりました。この結果、浴槽・洗面部門の売上高は前期比7.2%減の148億16百万円となりました。



連結財務諸表

■ 連結貸借対照表の要旨

(百万円)

流動資産 流動資産は前期末比42億32百万円増加し、531億42百万円となりました。これは現金及び預金が22億99百万円、受取手形及び売掛金が1億88百万円、電子記録債権が16億48百万円増加したこと等によります。

固定資産 固定資産は前期末比3億99百万円減少し、307億97百万円となりました。これは投資その他の資産が6億57百万円増加した一方、有形固定資産が9億51百万円、無形固定資産が1億6百万円減少したことによります。

資産合計 総資産は前期末比38億32百万円増加し、839億39百万円となりました。

| | 第67期 2020年3月31日現在 | 第68期 2021年3月31日現在 |
|-----------------|----------------------|----------------------|
| (資産の部) | | |
| 流動資産 | 48,909 | 53,142 |
| 現金及び預金 | 19,561 | 21,861 |
| 受取手形及び売掛金 | 13,543 | 13,732 |
| 電子記録債権 | 11,100 | 12,748 |
| その他 | 4,704 | 4,800 |
| 固定資産 | 31,197 | 30,797 |
| 有形固定資産 | 20,625 | 19,674 |
| 建物及び構築物 | 7,970 | 7,530 |
| その他 | 12,655 | 12,143 |
| 無形固定資産 | 2,785 | 2,679 |
| 投資その他の資産 | 7,786 | 8,443 |
| 投資有価証券 | 4,898 | 5,583 |
| 退職給付に係る資産 | — | 306 |
| その他 | 3,007 | 2,672 |
| 貸倒引当金 | △ 119 | △ 118 |
| 資産合計 | 80,106 | 83,939 |

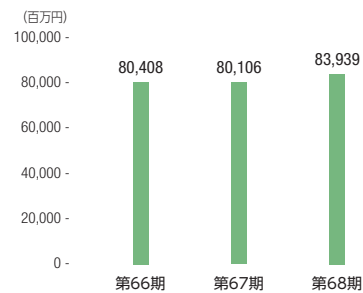
| | 第67期 2020年3月31日現在 | 第68期 2021年3月31日現在 |
|------------------------|----------------------|----------------------|
| (負債の部) | | |
| 流動負債 | 23,784 | 24,582 |
| 買掛金 | 5,868 | 6,509 |
| 電子記録債務 | 6,642 | 6,034 |
| 短期借入金(1年内返済予定の長期借入金含む) | 3,683 | 4,190 |
| その他 | 7,590 | 7,849 |
| 固定負債 | 5,423 | 6,595 |
| 長期借入金 | 695 | 2,329 |
| 退職給付に係る負債 | 709 | — |
| 役員退職慰労引当金 | 416 | 416 |
| その他 | 3,602 | 3,849 |
| 負債合計 | 29,208 | 31,178 |
| (純資産の部) | | |
| 株主資本 | 49,760 | 50,769 |
| 資本金 | 13,267 | 13,267 |
| 資本剰余金 | 12,351 | 12,351 |
| 利益剰余金 | 24,561 | 25,570 |
| 自己株式 | △ 419 | △ 419 |
| その他の包括利益累計額 | 1,137 | 1,992 |
| その他有価証券評価差額金 | 1,322 | 1,844 |
| 為替換算調整勘定 | △ 21 | △ 11 |
| 退職給付に係る調整累計額 | △ 164 | 159 |
| 純資産合計 | 50,898 | 52,761 |
| 負債純資産合計 | 80,106 | 83,939 |

流動負債 流動負債は前期末比7億97百万円増加し、245億82百万円となりました。これは買掛金が6億40百万円、1年内返済予定の長期借入金が10億6百万円増加した一方、短期借入金が5億円、電子記録債務が6億8百万円減少したこと等によります。

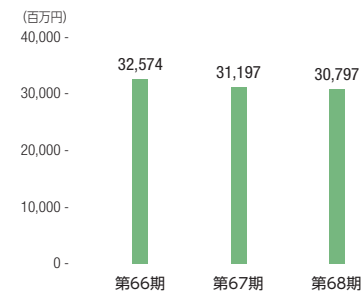
固定負債 固定負債は前期末比11億71百万円増加し、65億95百万円となりました。これは長期借入金が増加した一方、退職給付に係る負債が7億9百万円減少したこと等によります。

純資産合計 純資産合計は前期末比18億63百万円増加し、527億61百万円となりました。これは親会社株主に帰属する当期純利益17億46百万円、配当金の支払7億37百万円、その他有価証券評価差額金の増加5億21百万円、退職給付に係る調整累計額3億23百万円等によります。この結果、自己資本比率は、前期末の63.5%から62.9%になりました。

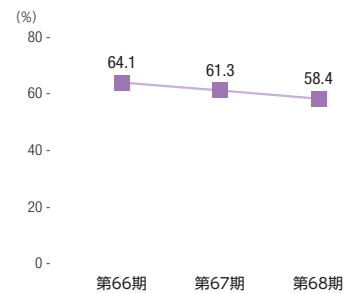
■ 資産合計



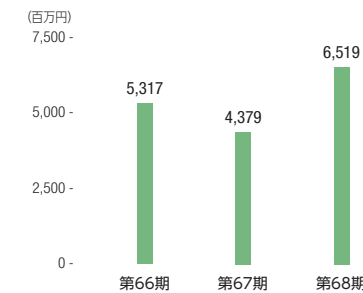
■ 固定資産



■ 固定比率

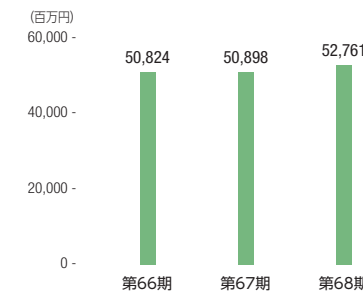


■ 有利子負債

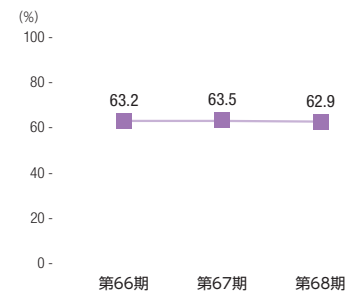


(※) 有利子負債は短期借入金、1年内返済予定の長期借入金、長期借入金の合計。

■ 純資産合計



■ 自己資本比率



連結財務諸表

■ 連結損益計算書および連結包括利益計算書の要旨 (百万円)

| | 第67期 2019年4月1日～ 2020年3月31日 | 第68期 2020年4月1日～ 2021年3月31日 |
|--------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| (連結損益計算書) | | |
| 売上高 | 107,525 | 104,185 |
| 売上原価 | 70,850 | 68,695 |
| 売上総利益 | 36,675 | 35,489 |
| 販売費及び一般管理費 | 34,175 | 32,874 |
| 営業利益 | 2,499 | 2,614 |
| 営業外収益 | 552 | 535 |
| 営業外費用 | 506 | 435 |
| 経常利益 | 2,545 | 2,714 |
| 特別利益 | 67 | 172 |
| 特別損失 | 362 | 345 |
| 税金等調整前当期純利益 | 2,250 | 2,541 |
| 法人税等 | 785 | 795 |
| 当期純利益 | 1,465 | 1,746 |
| (連結包括利益計算書) | | |
| 当期純利益 | 1,465 | 1,746 |
| その他の包括利益 | △ 915 | 855 |
| 包括利益 | 550 | 2,601 |

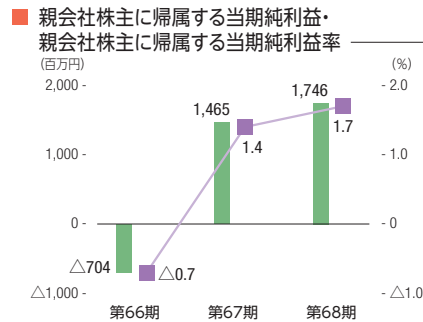
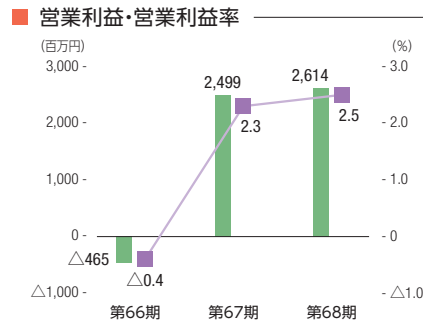
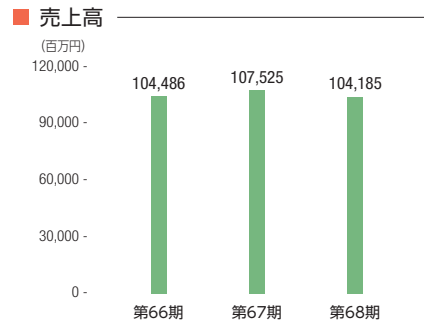
売上高 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により経済活動が制限される中で、付加価値の高い商品のリニューアル、WEBコンテンツ「オンラインショールーム」の拡充を図るなど顧客接点の多様化に努めた結果、売上高は1,041億85百万円(前期比3.1%減)となりました。

売上原価 VE活動の推進など、原価低減に努めた結果、売上原価率が前期と同率65.9%となりました。

販管費 一般管理費が増加した一方で、販売促進費、広告宣伝費の減少等により、販管費は前期比13億円減少しました。また、販管費率は同0.2ポイント低下し31.6%となりました。

営業利益 販管費率の低下により、営業利益は26億14百万円(前期比4.6%増)となりました。

親会社株主に帰属する当期純利益 親会社株主に帰属する当期純利益は17億46百万円(前期比19.2%増)となりました。



■ 連結キャッシュ・フロー計算書の要旨 (百万円)

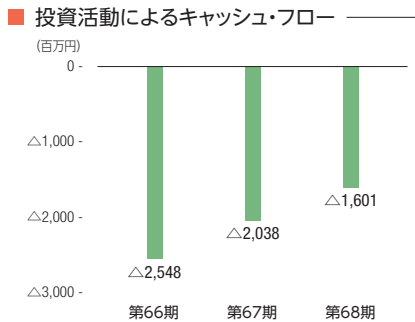
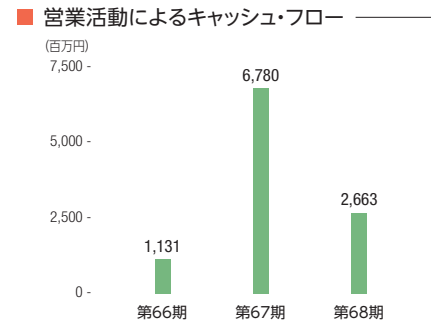
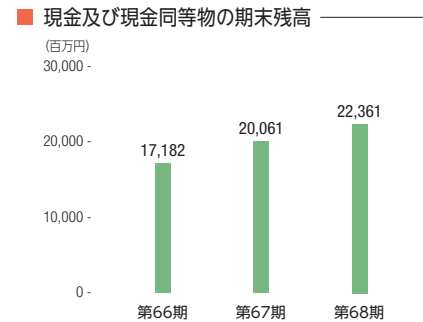
| | 第67期 2019年4月1日～ 2020年3月31日 | 第68期 2020年4月1日～ 2021年3月31日 |
|------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 6,780 | 2,663 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | △ 2,038 | △ 1,601 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | △ 1,841 | 1,228 |
| 現金及び現金同等物に係る換算差額 | △ 20 | 8 |
| 現金及び現金同等物の増減額 | 2,879 | 2,299 |
| 現金及び現金同等物の期首残高 | 17,182 | 20,061 |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 20,061 | 22,361 |

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26億63百万円(前期比60.7%減)となりました。これは税金等調整前当期純利益が25億41百万円、減価償却費が31億79百万円あった一方、退職給付に係る資産又は負債の増減額5億49百万円、売上債権の増加20億31百万円、法人税等の支払額4億81百万円があったこと等によるものです。

投資活動によるキャッシュ・フロー 投資活動によって使用した資金は16億1百万円(前期比21.4%減)となりました。これは生産設備の改修、ショールーム移転・改装等により有形固定資産の取得による支出が8億74百万円、情報システム構築に伴う無形固定資産の取得による支出が7億60百万円あったこと等によるものです。

財務活動によるキャッシュ・フロー 財務活動によって得られた資金は12億28百万円(前年同期は18億41百万円の使用)となりました。これは短期借入金の純減が5億円、長期借入金の返済による支出が33億60百万円、配当金の支払が7億37百万円あった一方、長期借入れによる収入60億円があったこと等によるものです。

現金及び現金同等物の期末残高 現金及び現金同等物の期末残高は前期末比22億99百万円増加し、223億61百万円となりました。



株式関連情報 (2021年3月31日現在)

■ 剰余金の配当について

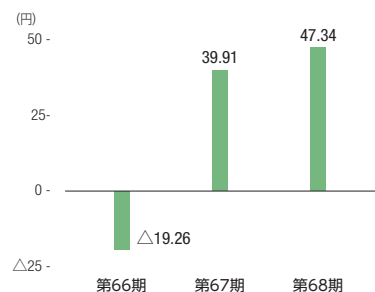
当社は、株主の皆さまに対する利益還元を重要な経営方針の一つと考えております。長期的な安定と成長を実現することにより最大の利益を上げ、安定的な配当を長期的に継続していくことを基本方針としております。

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、

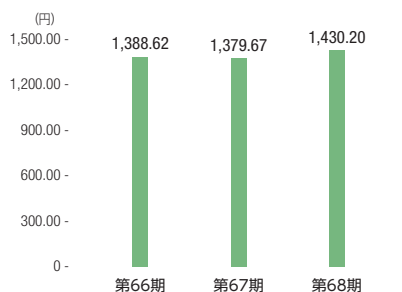
情報基盤整備等の設備投資に充て、効率的な経営による収益力の向上と資本効率の向上に努めてまいります。

なお、期末配当金につきましては、1株当たり10円とし、1株当たり年間20円の普通配当を実施させていただきました。

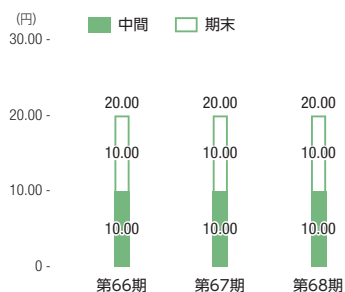
■ 1株当たり純利益



■ 1株当たり純資産額

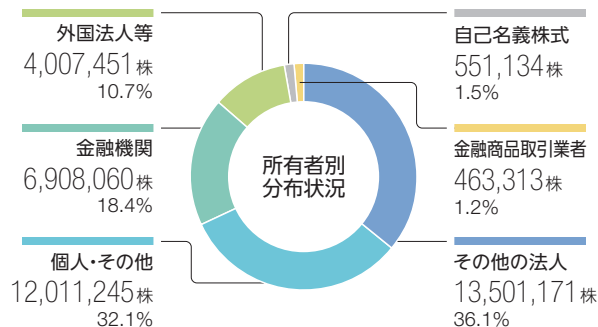


■ 1株当たり配当金



■ 株式の状況

| | |
|----------|--------------|
| 発行可能株式総数 | 130,000,000株 |
| 発行済株式総数 | 37,442,374株 |
| 株主数 | 7,827名 |



■ 大株主

| 株主名 | 持株数(千株) | 持株比率(%) |
|-------------------------|---------|---------|
| 株式会社井上 | 8,609 | 23.3 |
| クリナップ真栄会 | 2,140 | 5.8 |
| クリナップ共進会 | 1,974 | 5.3 |
| 株式会社タカヤス | 1,829 | 4.9 |
| クリナップ社員持株会 | 1,713 | 4.6 |
| 日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口) | 1,342 | 3.6 |
| 株式会社三菱UFJ銀行 | 757 | 2.0 |
| 株式会社日本カストディ銀行(信託口) | 757 | 2.0 |
| 三菱UFJ信託銀行株式会社 | 693 | 1.8 |
| 株式会社ミツウロコグループホールディングス | 597 | 1.6 |

(注) 持株比率は、自己株式(551,134株)を控除して計算しております。

会社情報／株主メモ

■ 会社概要 (2021年3月31日現在)

| | |
|--------|--|
| 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 |
| 電話番号 | 03-3894-4771(大代表) |
| 創業 | 1949年10月5日 |
| 会社設立 | 1954年10月5日 |
| 上場 | 東京証券取引所 市場第一部 (証券コード：7955) |
| 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 | 連結：3,454名/単体：2,896名 |
| 主な事業所 | 支社：国内4か所 支店：国内1か所 営業所：国内128か所(出張所含む) 海外：香港、台湾、上海 工場：四倉、鹿島システム、湯本、クレート、鹿島(いずれも福島県いわき市) 岡山(岡山県勝田郡勝央町) 津山(岡山県津山市) |

■ 役員 (2021年6月25日現在)

| | | | |
|-------------|-------|-------|---------|
| 代表取締役会長 | 井上 強一 | 取締役 | 川崎 享※ |
| 代表取締役社長執行役員 | 竹内 宏 | 取締役 | 千代田 有子※ |
| 取締役副社長執行役員 | 小島 輝夫 | 常勤監査役 | 山根 康正 |
| 取締役専務執行役員 | 山田 雅二 | 常勤監査役 | 島崎 憲夫 |
| 取締役専務執行役員 | 大竹 重雄 | 監査役 | 新谷 謙一※ |
| 取締役専務執行役員 | 川田 和弘 | 監査役 | 高品 彰※ |
| 取締役専務執行役員 | 井上 泰延 | | |

※は社外

■ 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 |
| 上場証券取引所 | 東京証券取引所 市場第一部 |

電子公告により、下記当社ホームページに掲載いたします。なお、やむを得ない事由により電子公告によることができない場合は、日本経済新聞に掲載いたします。

電子公告掲載 URL <https://cleanup.jp/>

単元株式数 100株

【株式に関するお手続きについて】

■ 証券会社等の口座に記録された株式

株主様の住所変更、買取・買増請求その他各種お手続きにつきましては、口座を開設されている証券会社等(口座管理機関)にお問合せください。

■ 特別口座に記録された株式

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、三菱UFJ信託銀行証券代行部までお問合せください。

■ 未受領の配当金

未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行証券代行部までお問合せください。

【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
東京都府中市日鋼町1-1
電話：0120-232-711(通話料無料)
郵送先：〒137-8081
新東京郵便局私書箱第29号
三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部