

グリッド

キッチンから、笑顔をつくろう

2016年3月期 第2四半期累計期間
決算説明資料

2015年11月11日

I . 第2四半期決算の概要

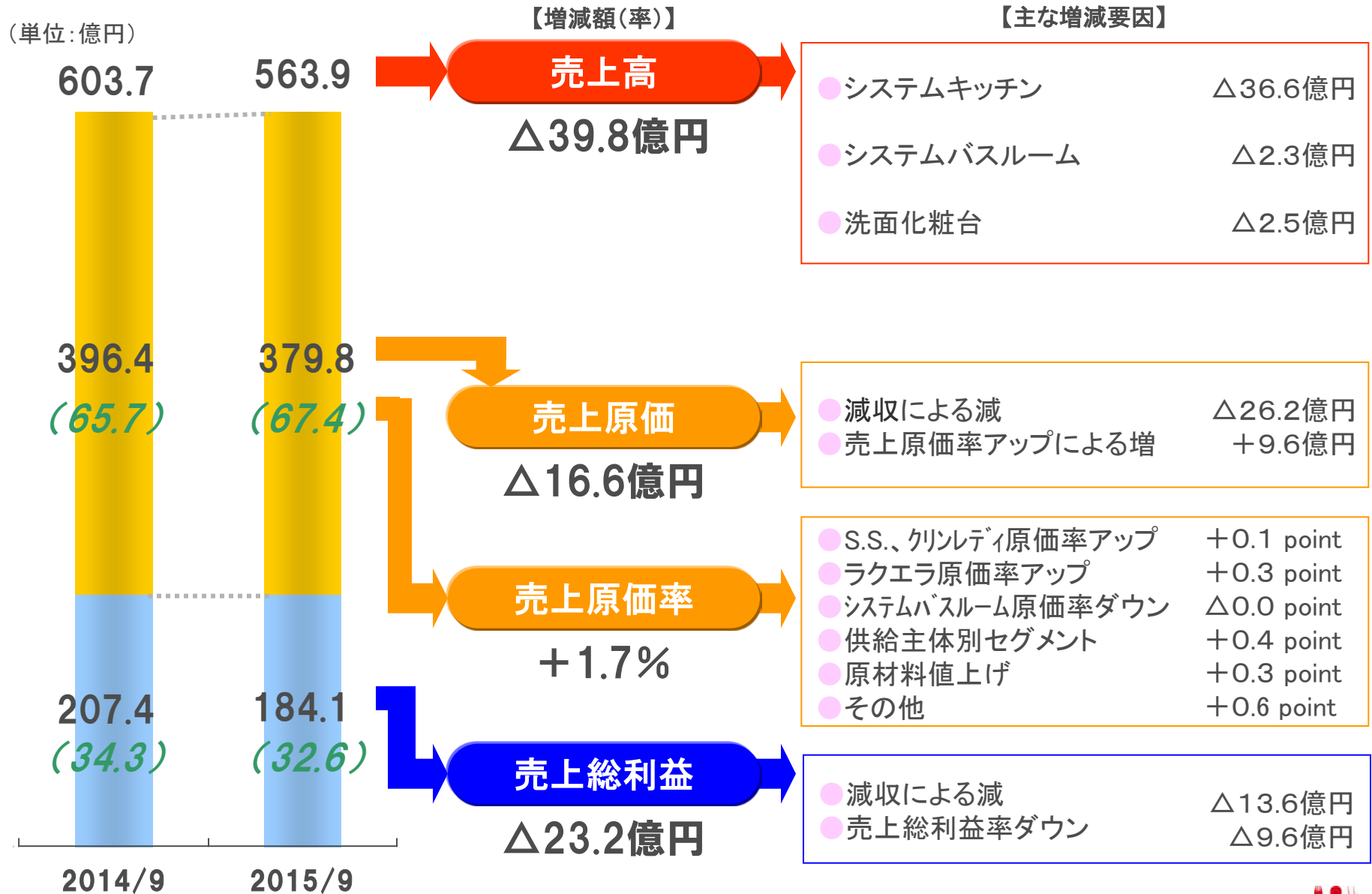
1. 2015年9月2Q累計 連結決算の概要

(単位:百万円)

	2015/9 (実績)	2014/9 (実績)	前期比 増減率	2015/9 (期初予想)	予想比 増減率
売上高	56,393	60,377	△6.6%	58,000	△2.8%
営業利益	398	2,517	△84.2%	890	△55.3%
経常利益	276	2,316	△88.1%	710	△61.1%
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	83	725	△88.5%	370	△77.6%
1株当たり 四半期純利益	2.01円	16.78円	△88.0%	8.90	△77.4%

* 期初予想：2015年5月11日公表

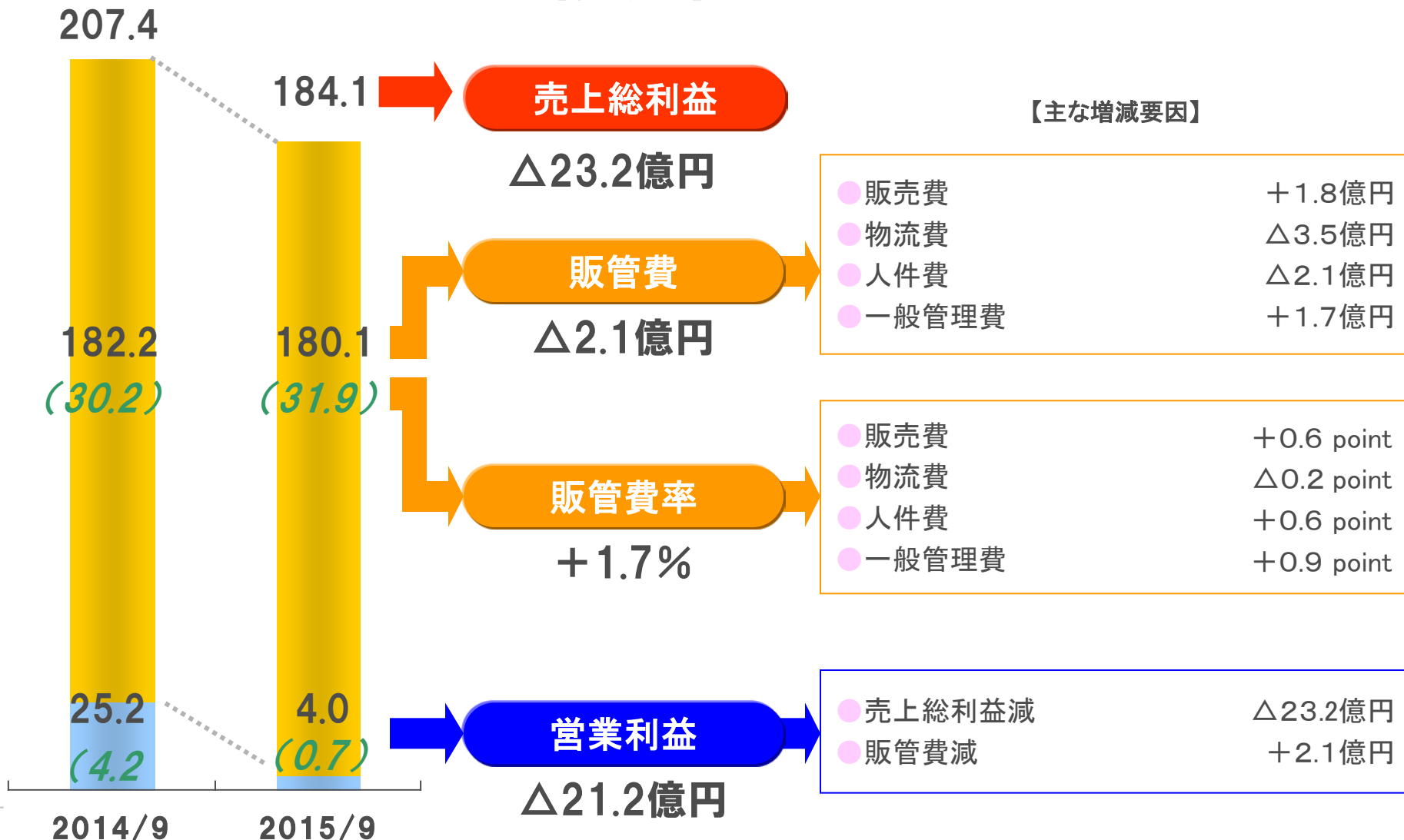
2. 連結損益の状況① 売上高・売上総利益



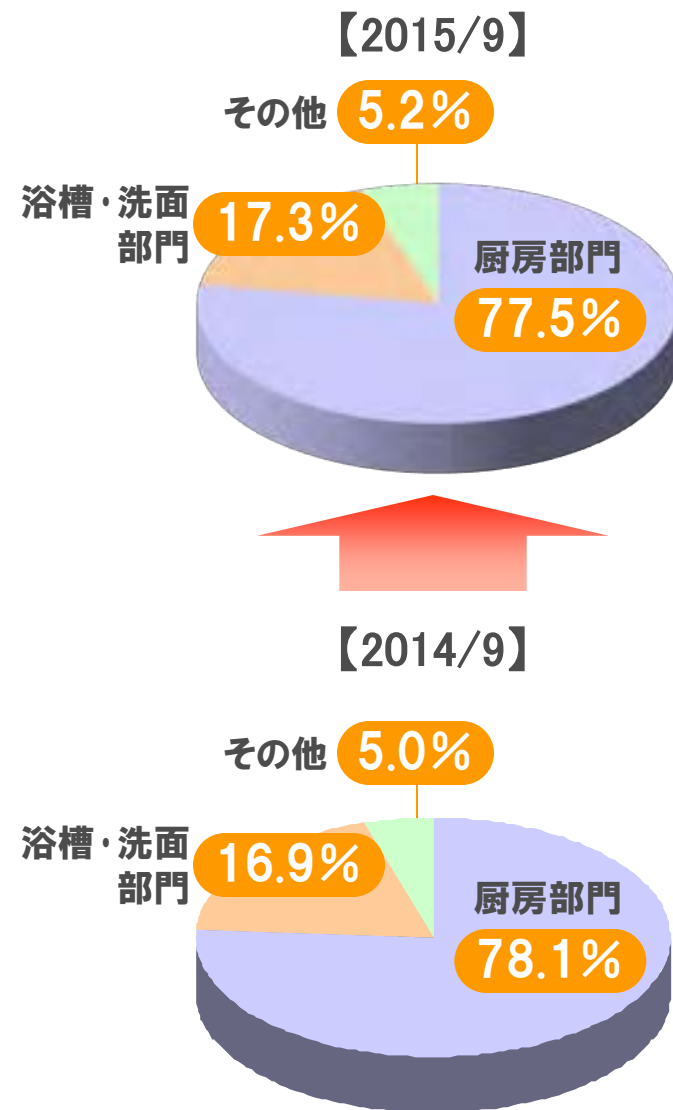
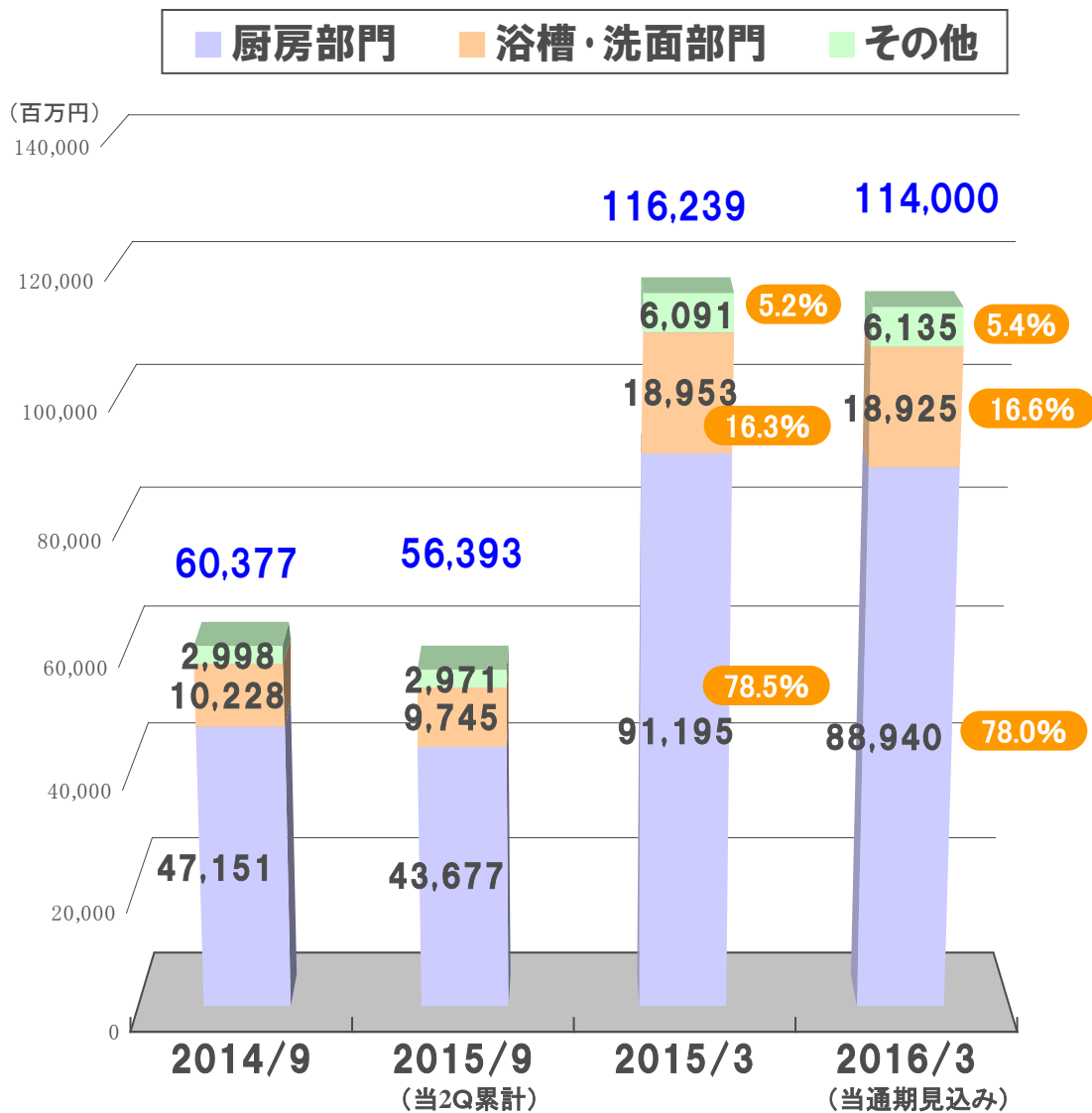
2. 連結損益の状況② 販管費・営業利益

(単位:億円)

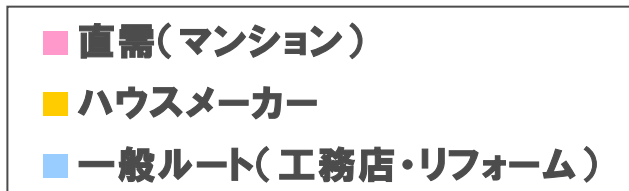
【増減額(率)】



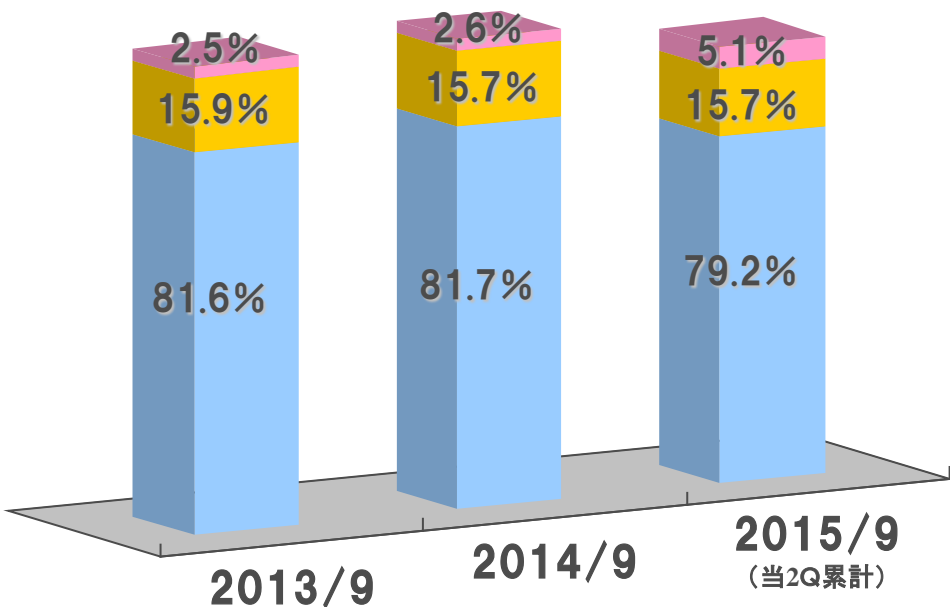
3. 売上構成① 部門別(連結)



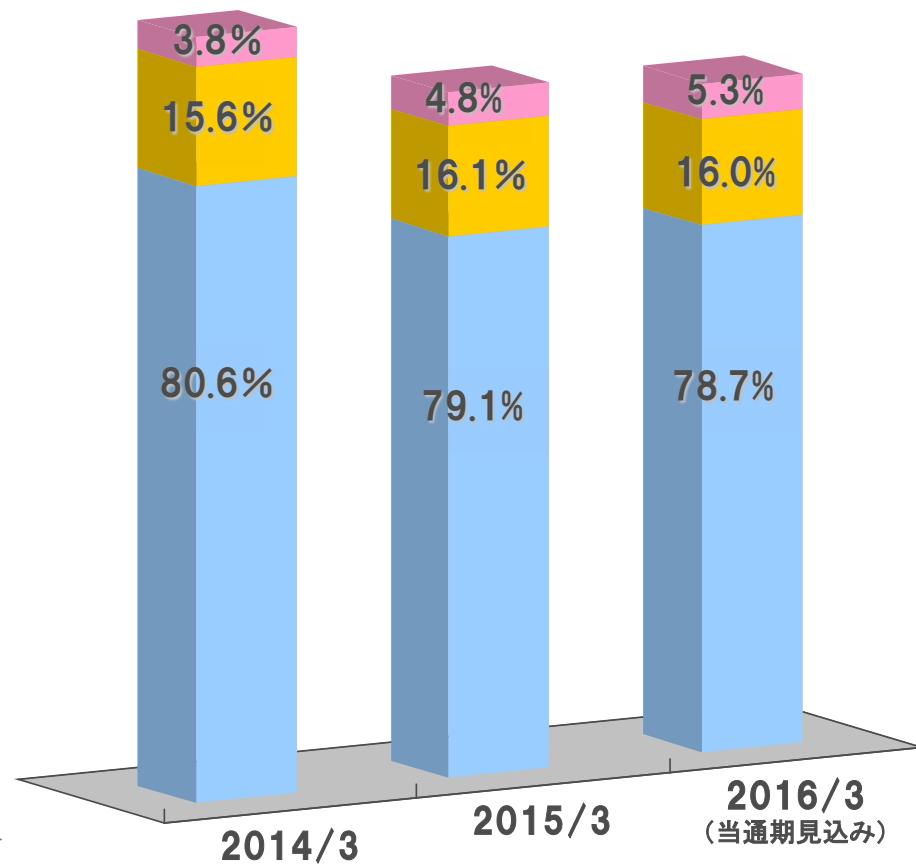
3. 売上構成② 販売ルート別(単体)



【上半期ベース】



【通期ベース】



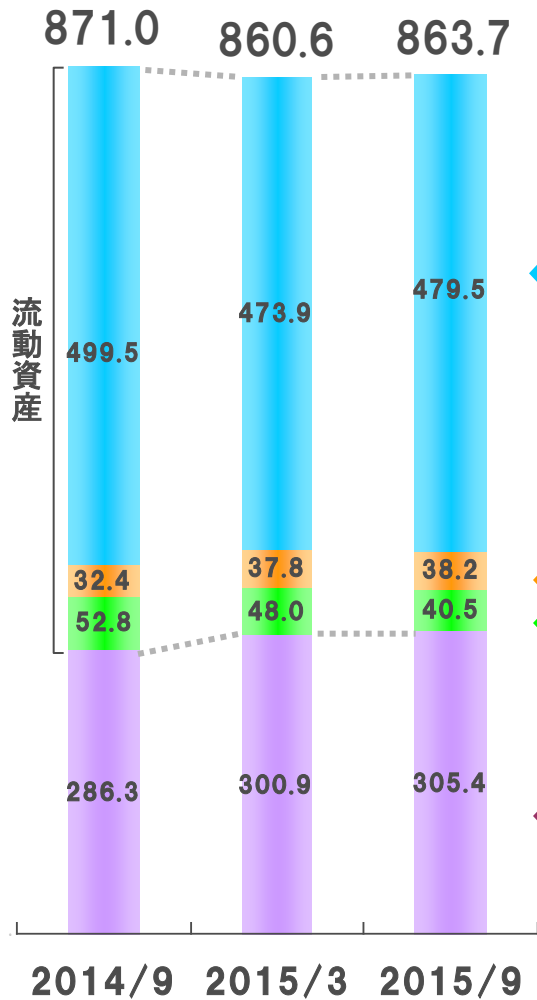
4. 連結貸借対照表の概要-1/2

(単位:億円)

【資産の部】

【増減額】

【主な増減要因】



総資産

+3.1億円

現金及び預金
受取手形及び売掛金
電子記録債権

+5.6億円

たな卸資産

+0.4億円

その他の流動資産

△7.4億円

固定資産

+4.4億円

● 流動資産
● 固定資産

△1.3億円
+4.4億円

● 現金及び預金
● 受取手形及び売掛金
● 電子記録債権

+7.9億円
+1.3億円
△3.6億円

● 直需在庫(海外)の増加

● 有価証券の減少

△7.0億円

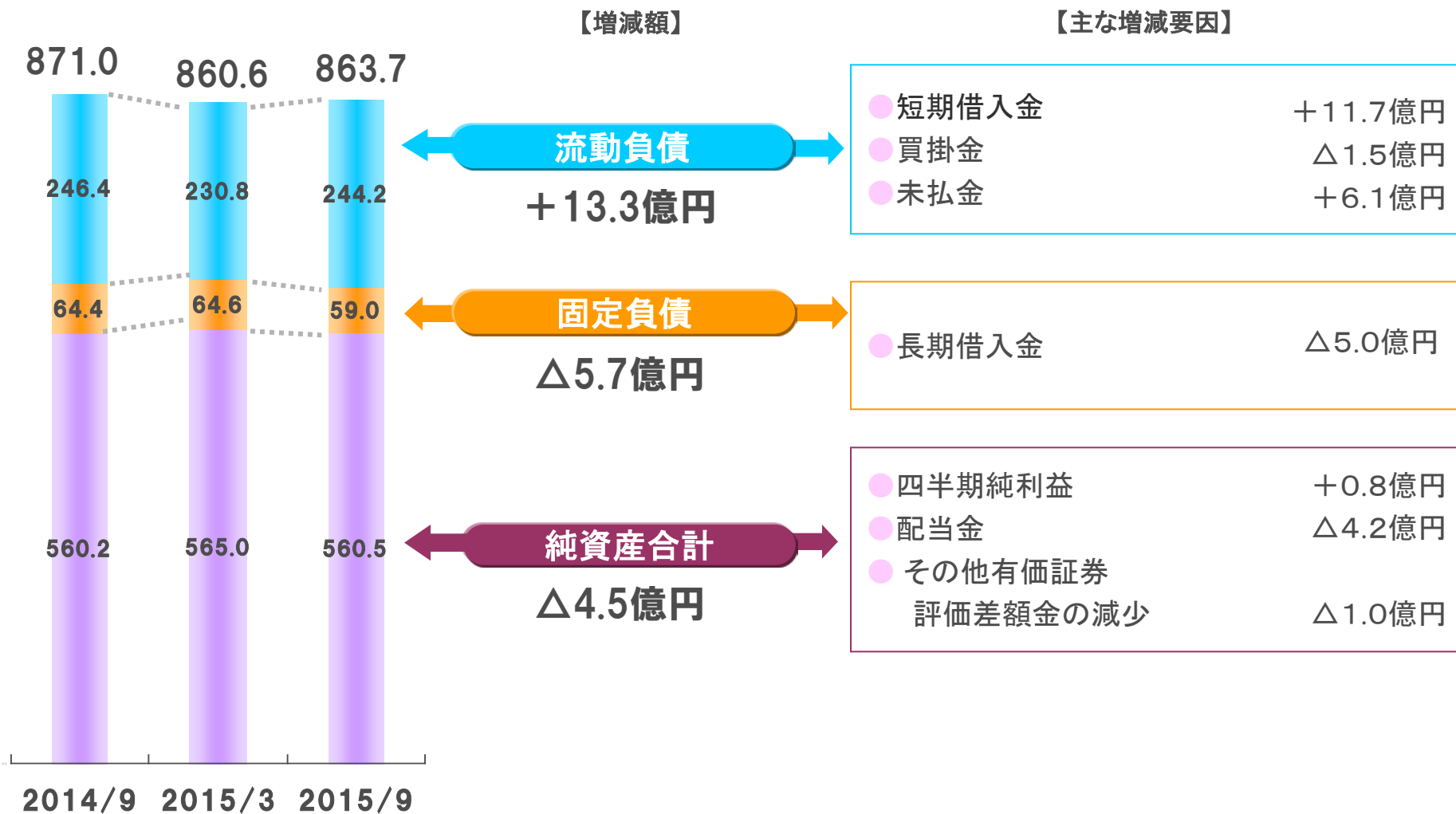
● 有形固定資産
● 無形固定資産
● 投資その他

+5.0億円
+1.8億円
△2.3億円

4. 連結貸借対照表の概要-2/2

(単位:億円)

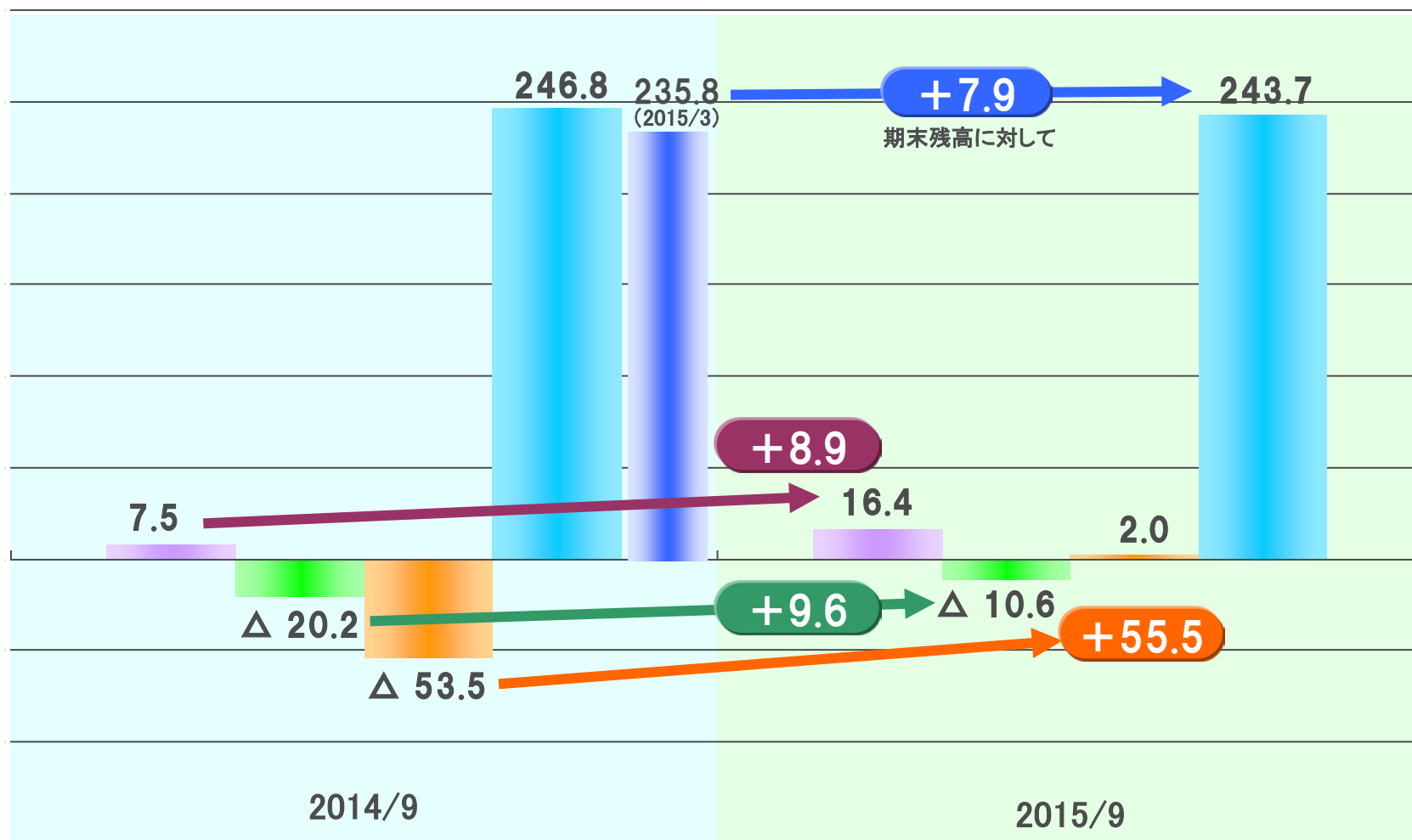
【負債・純資産の部】



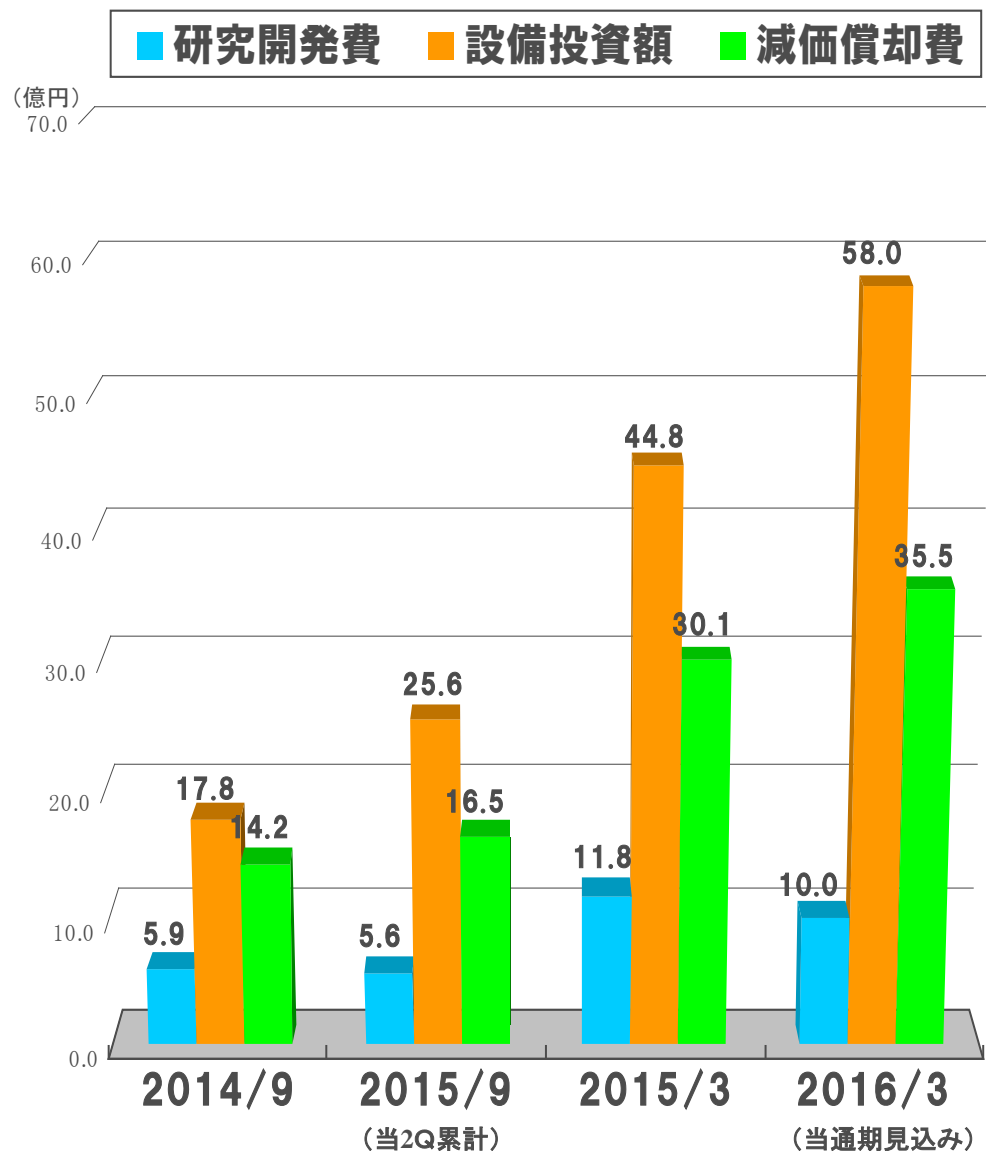
5. 連結キャッシュ・フロー計算書の概要

(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)



【2016年3月期の主な設備投資の内容】

上半期実績

①生産設備	10.4億円
②ショールーム改装等	8.6億円
③情報投資	5.3億円
④その他	1.3億円

下半期計画

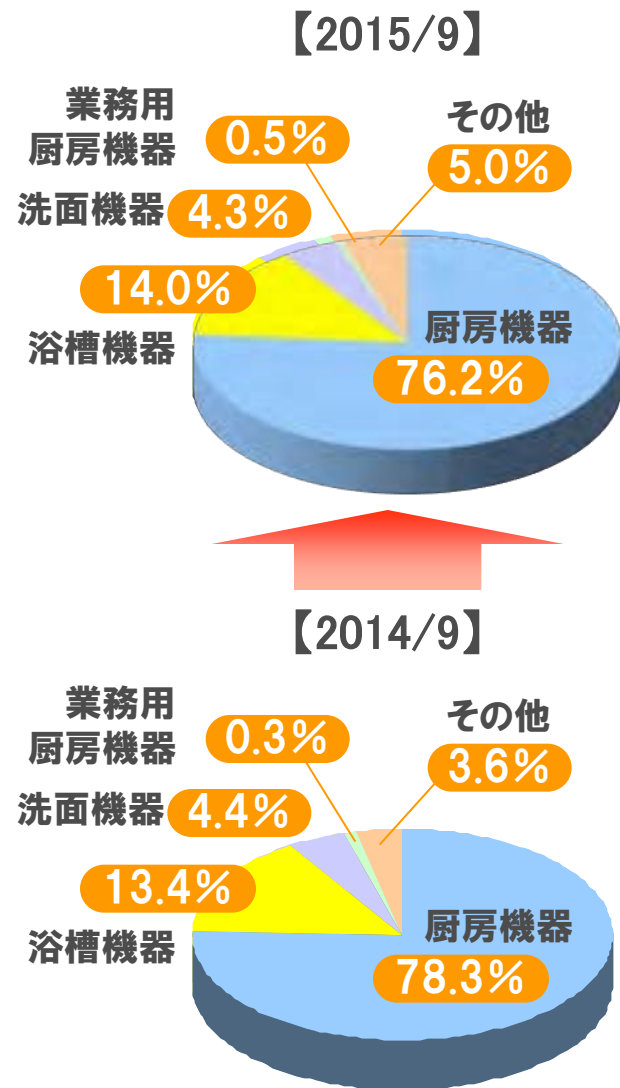
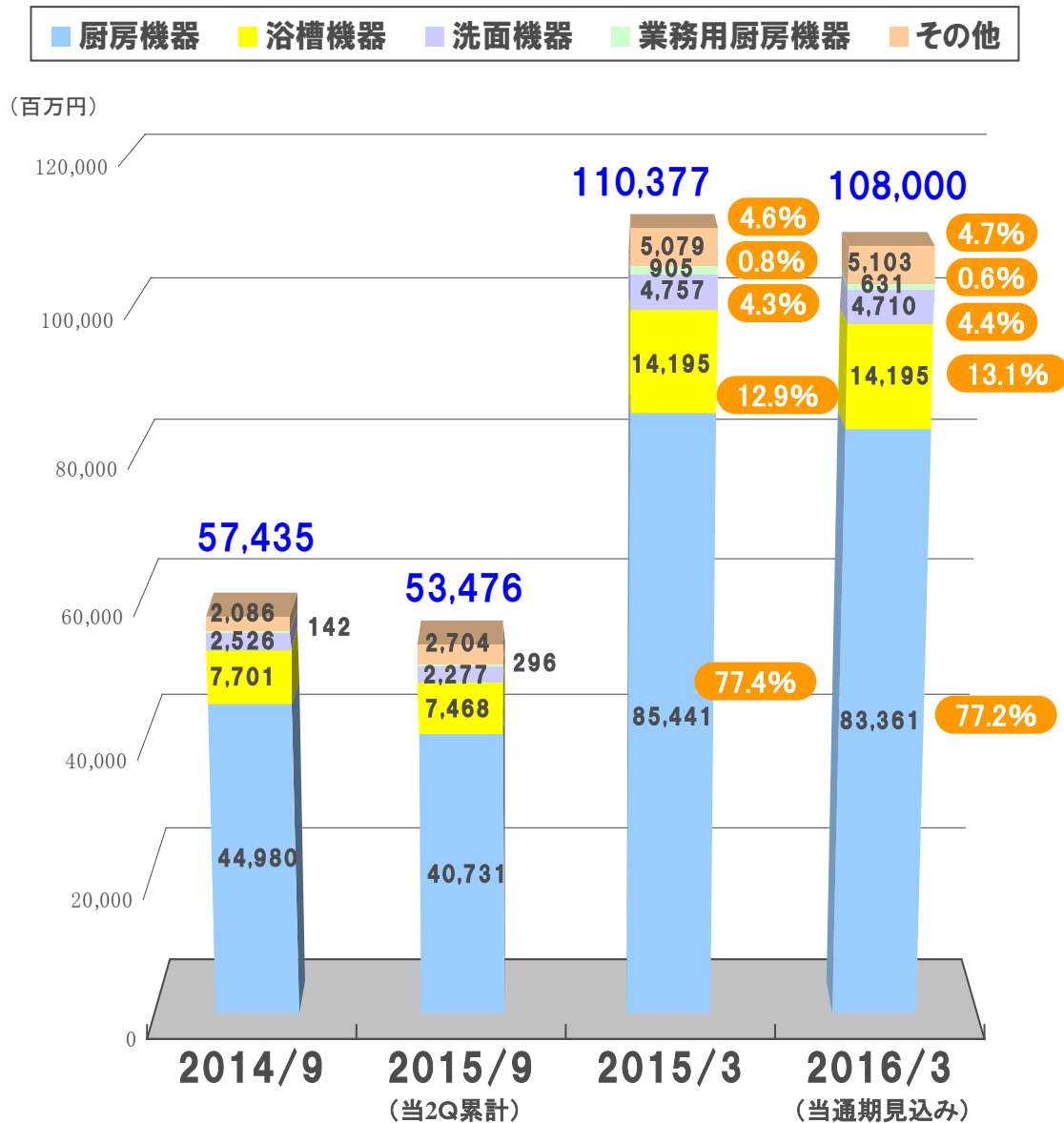
①生産関係	15.5億円
②営業関係	7.9億円
③情報関係	8.2億円
④その他	0.8億円

7. 2015年9月2Q累計 単体決算の概要

(単位:百万円)

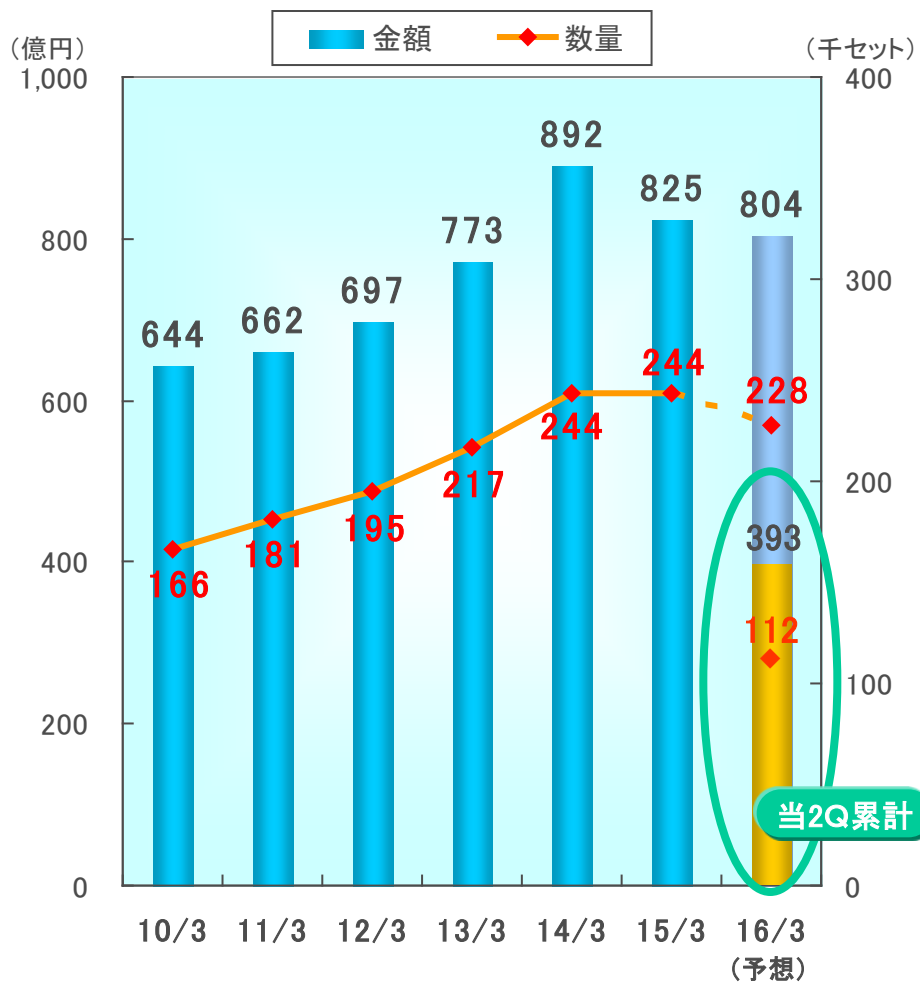
	2015/9 (実績)	2014/9 (実績)	前期比 増減率
売上高	53,476	57,435	△6.9%
営業利益	282	2,416	△88.3%
経常利益	403	2,519	△84.0%
四半期純利益	212	1,151	△81.6%
1株当たり 四半期純利益	5.11円	26.61円	△80.8%

8. 部門別の単体売上構成

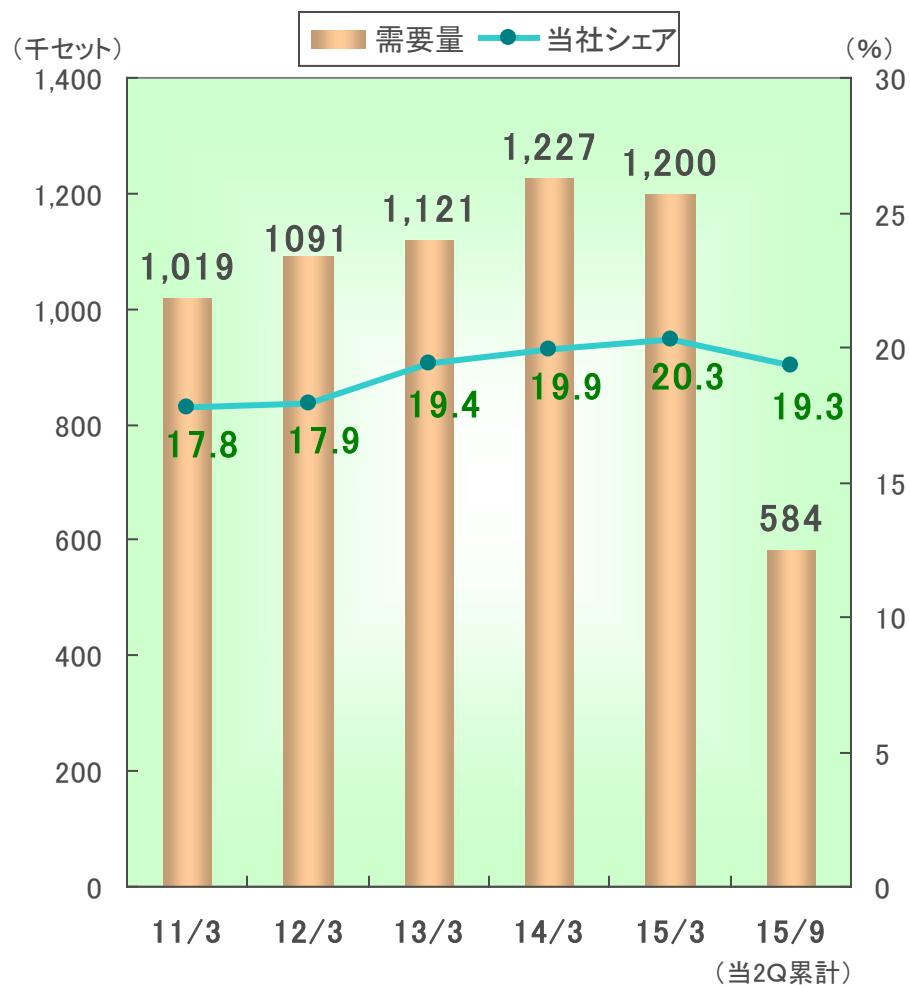


9. 主要商品の販売実績と当社シェア-1/4

システムキッチンの販売実績

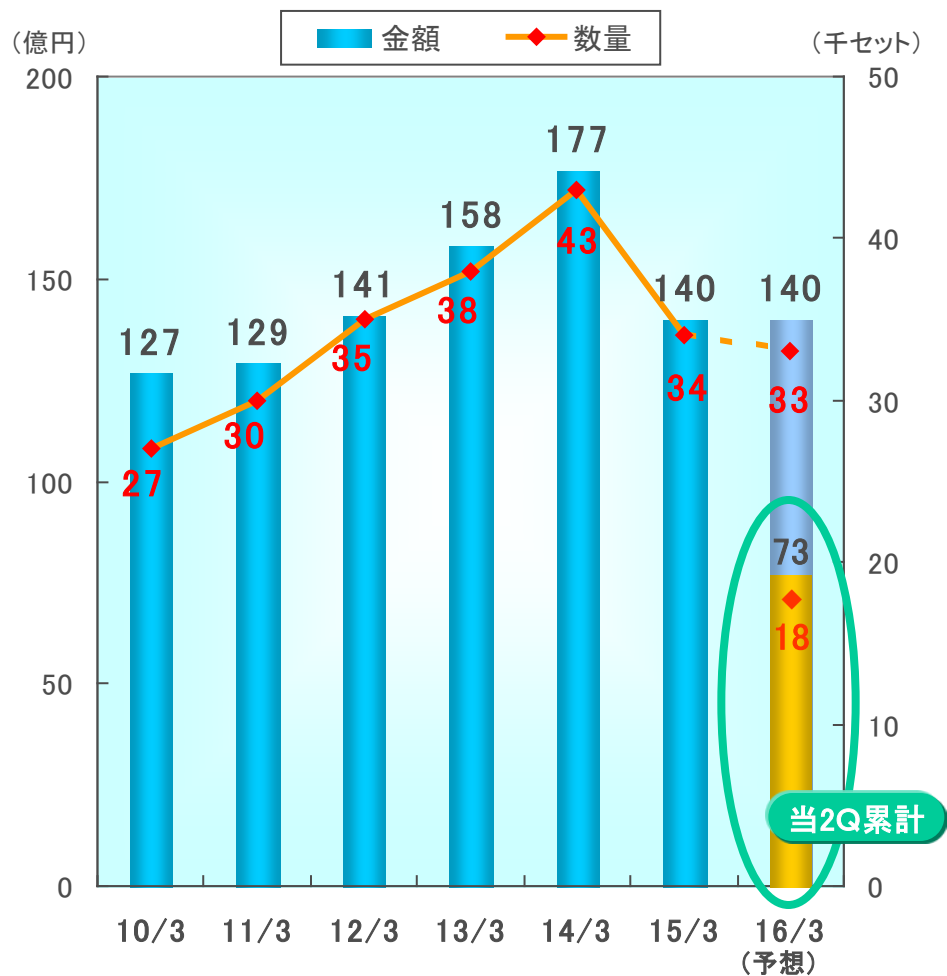


同商品需要動向と当社シェア

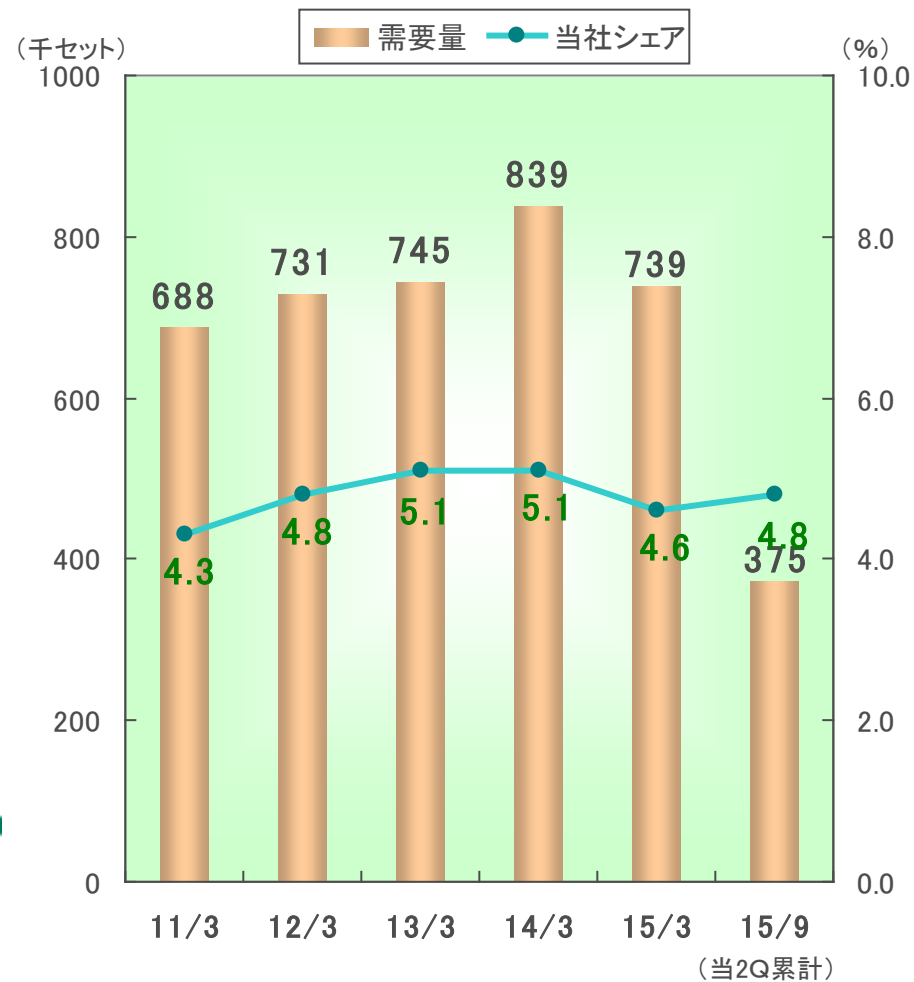


9. 主要商品の販売実績と当社シェア-3/4

システムバスルームの販売実績

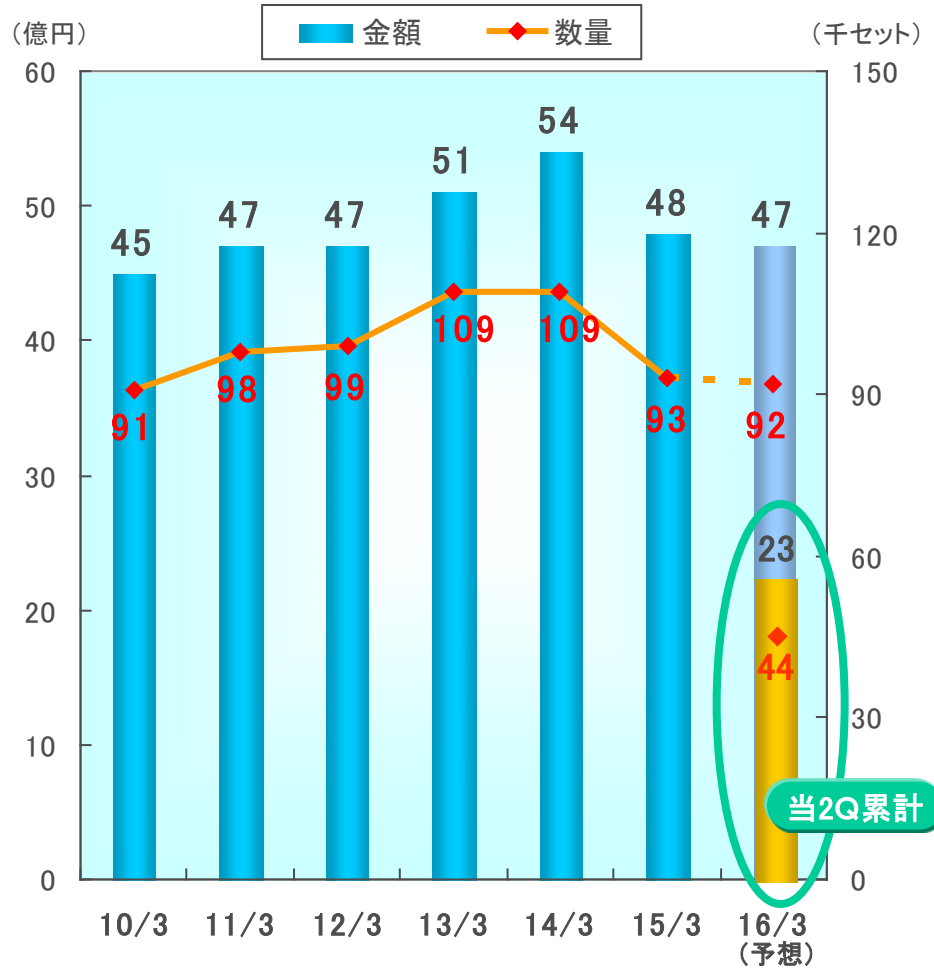


同商品需要動向と当社シェア

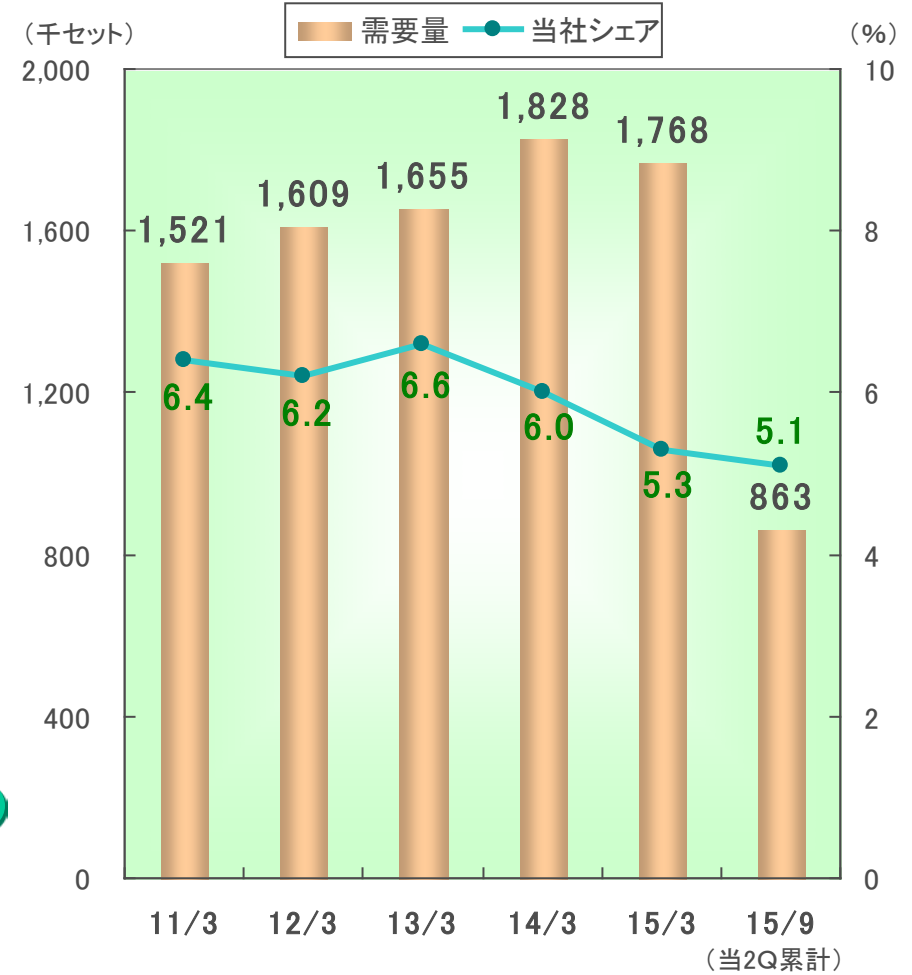


9. 主要商品の販売実績と当社シェア-4/4

洗顔化粧台



同商品需要動向と当社シェア



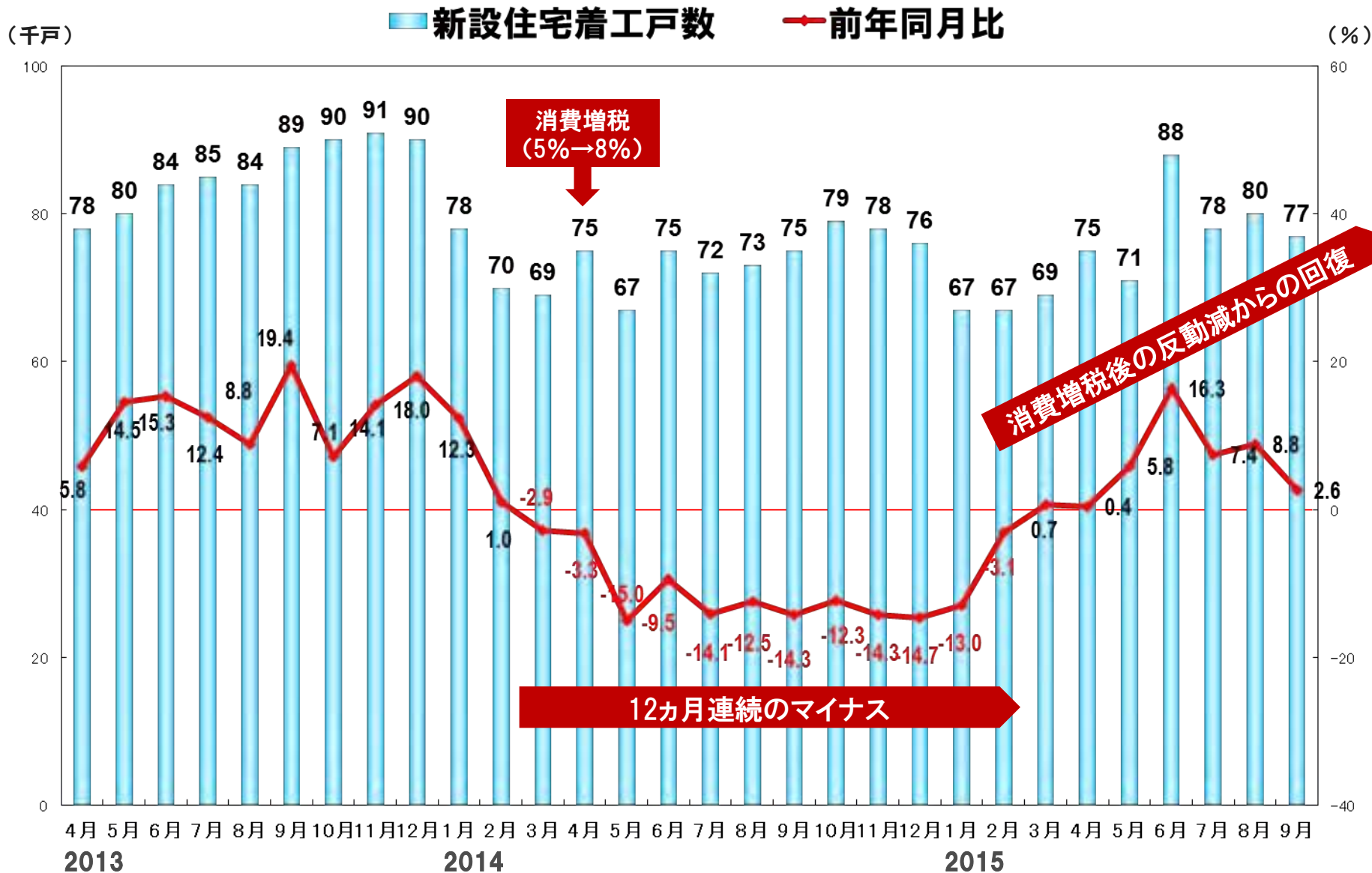
10. 2016年3月期 連結業績予想

(単位:百万円)

	2015/3 (実績)	2016/3 (予想)	前期比 増減率
売上高	116,239	114,000	△1.9%
営業利益	3,028	1,500	△50.5%
営業利益率	2.6%	1.3%	-
経常利益	2,703	1,260	△53.4%
経常利益率	2.3%	1.1%	-
親会社株主に帰属 する当期純利益	883	600	△32.1%
当期純利益率	0.8%	0.5%	-

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

前中期経営計画の成果と事業環境の変化を踏まえ 当期より、新中期経営計画をスタート

前 中期経営計画
『12中計』
(2012年度～2014年度)

新 中期経営計画
『15中計』
(2015年度～2017年度)

キッチン専門メーカー
としての基盤づくり

「ザ・キッチンカンパニー」
の確立

基盤改革を急ぎ、
次なる成長へ

「ザ・キッチンカンパニー」
をさらに極める

○基本的な考え方と重点方針

第2の創業“第2章” 「基盤改革を急ぎ、次なる成長へ」



基盤改革

① 収益構造改善

- 市場ニーズに即した商品のタイムリーな提供
- リフォーム市場で競争優位となる政策の実行
- 収益コスト構造の実現

② 経営基盤の進化

- 業務・仕組みの効率化による高い生産性の実現
- キッチン専門メーカーならではの人・ブランドづくり
- 社会的使命をもった事業活動の推進
- ガバナンス体制の強化と安定的な株主還元

成長戦略

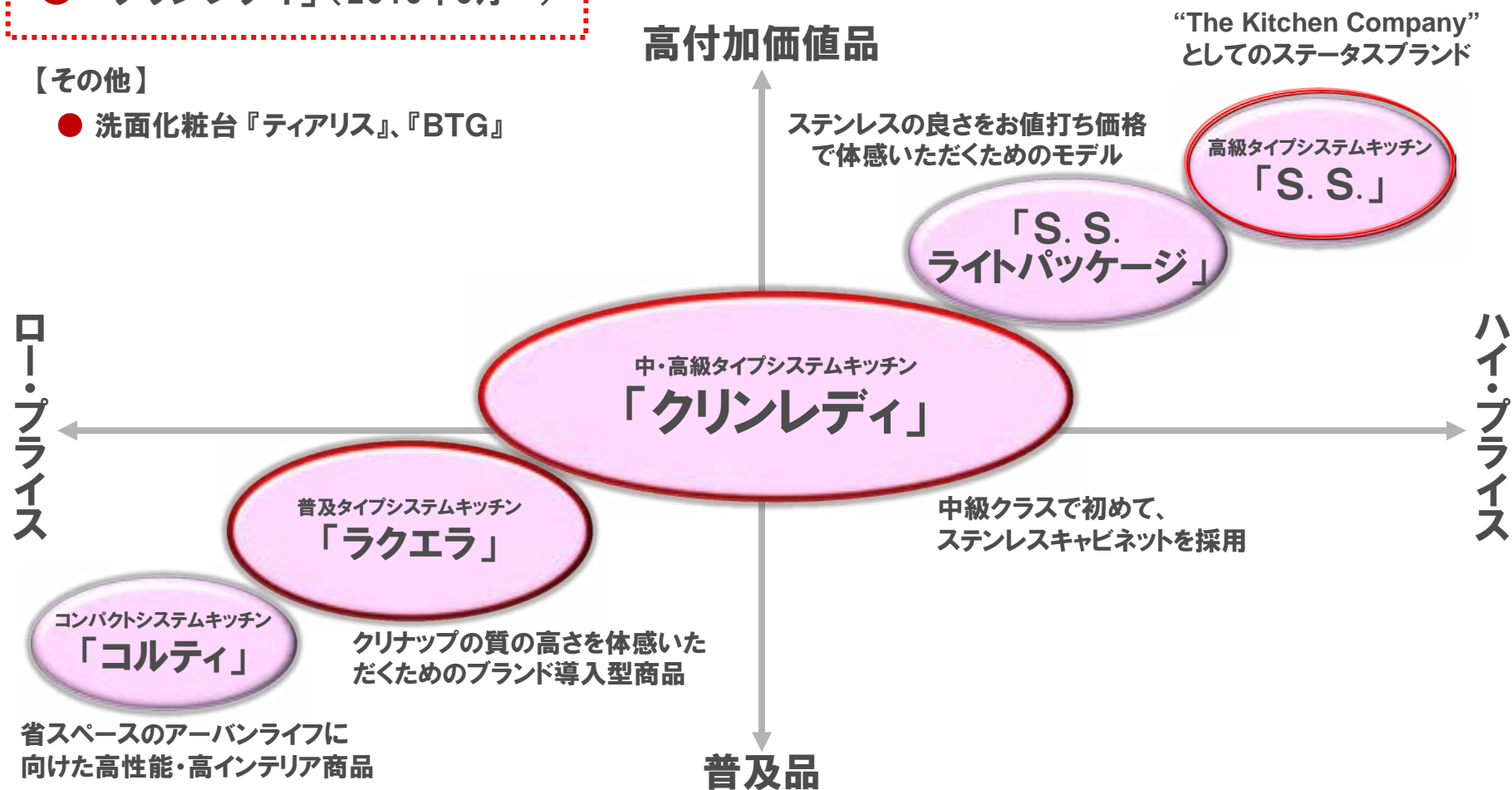
- 海外事業の拡大
- 既存事業領域の拡大
- 新規事業への挑戦

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】
● 「クリンレディ」(2015年5月～)

【その他】

- 洗面化粧台『ティアリス』、『BTG』



「新 クリンレディ」

クリンレディをフルモデルチェンジし、5月に新発売

GOOD DESIGN AWARD 2015
BEST 100 受賞

流レール シンク
水のチカラでキレイをキープ

主婦モニターによる調査をもとに、野菜や食器を洗う「シンク」内に残る「ゴミや汚れ」に着目し、清掃性を追求した新機能を開発



「家族のヒーローは限られた時間の中で活躍する女性たち」というコンセプトのもと、テレビCMに、「ウルトラの母」を起用



【地上波テレビ】

スポットCM(15秒)

9月5日(土)～

【衛星BSテレビ】

スポットCM(5分)

9月13日(日)～

「クリナップ・キッチンタウン・東京」

10月3日オープン

首都圏エリアの旗艦ショールームを、増床&全面改装

メインコンセプト

キッチンからはじまる、素敵な暮らし！
豊かなライフスタイルを体感できる共感型SR

西日本の旗艦

2012.7～
キッチンタウン
OSAKA

東日本の旗艦

2015.10～
キッチンタウン
TOKYO

1 ライフスタイルウォーク

ショールーム内の各ブースを「ループ(だ円)」の通路で連結

2 ウェルカムキッチン & リビング

お客さまが希望する実際のサイズでキッチンが体感できるコーナー

3 リノベーションコーナー

首都圏の最新事例を画像で紹介

5 キッチンスタジオ

料理実演ができるキッチンスタジオを1台から3台に増設

4 キッチン・シミュレーター

「キッチンビジョン・シート」(新導入)を使い最新のプロジェクションマッピングにて実寸でシミュレート



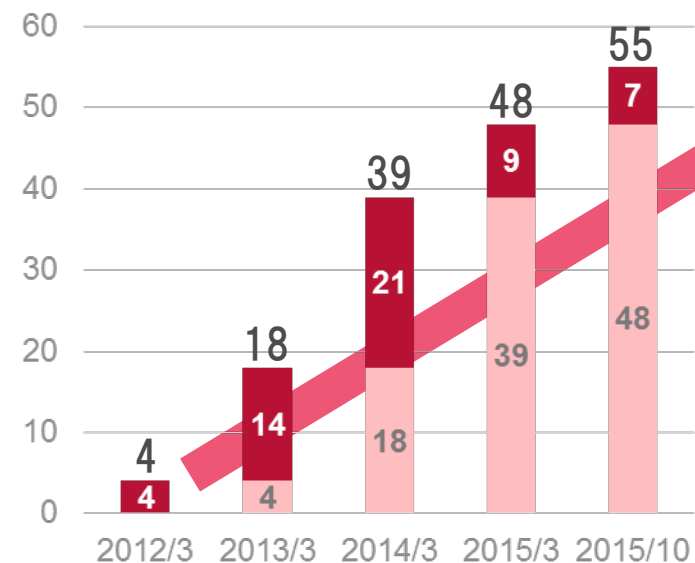
全国に広がるショールームについても、積極的なリニューアルを継続し、魅力アップを推進

- ショールームの位置づけ
- 顧客接点の要
 - リフォーム需要取り込みの最重要拠点
(「水まわり工房」会員と協働したリフォームフェアの実施)
 - 地域に根差したブランド戦略の重要拠点
(食育活動の場としての活用)



ショールームのリニューアル拠点数の推移

(拠点数)

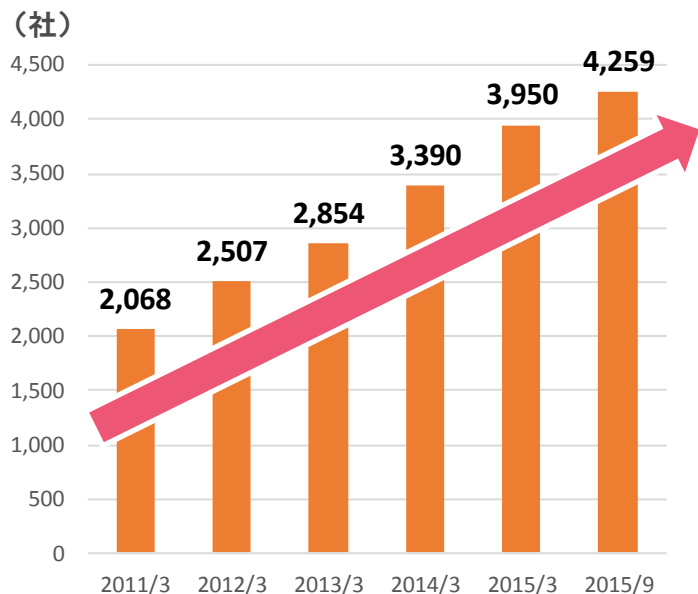


全101拠点の
リニューアル実施
に向けて
持続的展開

リフォーム需要を取り込む一気通貫型の 仕組みのもと、施策展開を強化



「水まわり工房」正会員数の推移 (各地の工務店やリフォームショップの組織化)



リフォームフェア開催

ショールームを起点に
各地で地域密着展開



リフォームセミナー(流通連携)

- 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

クリナップの「食育活動」

「第3回食と農林漁業の食育優秀活動表彰」にて『消費・安全局長賞』を受賞

受賞理由

「本部主導で行う活動と、全国101ヶ所のショールームを活用した地域密着型の活動を、複層的に行いながら、日本型食生活の推進に取り組んでいる」との評価

受賞の背景（これまでの主な活動）

- ブランドステートメント「キッチンから笑顔をつくらう」を基礎とした活動
- 「おいしい暮らし研究所」(2009年設立)の活動
- 「キッチンから笑顔をつくる料理アカデミー」(大学との共催講座)の定期実施
- 「弁当の日 応援プロジェクト」への参加
- 全国ショールームでの地域密着の料理教室の開催など



クリナップの「食育活動」～ 当上半期の主な活動

わくわくキッチン！ たべものへんしんきょうしつ

南青山キッチンスタジオ (8/22)



自分で調理して楽しく食べることの大切さに
気づききっかけになってほしいと想いを込め
た食育活動

お弁当コンテスト

福島県いわき市 (9/27)



- 市内の小学生を対象に実施
- 子供達の健全な育成と、震災以来の「食」の復興を「弁当の日」を通して支援していきたいとの想いを込めた食育活動
- 地元スーパー(株)マルト様との共催

3. 施策展開状況 「海外事業関連」

●中国

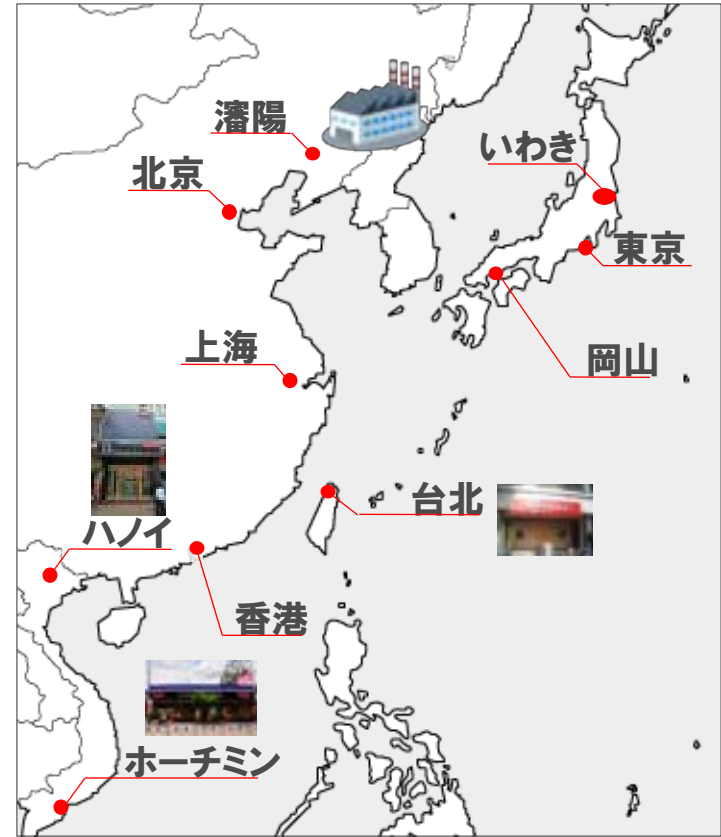
- ・ハウスメーカー様と共同進出。瀋陽、蘇州、無錫、太倉の4地区にキッチン等を供給

●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

●その他アジア

- ・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



中国 蘇州マンション



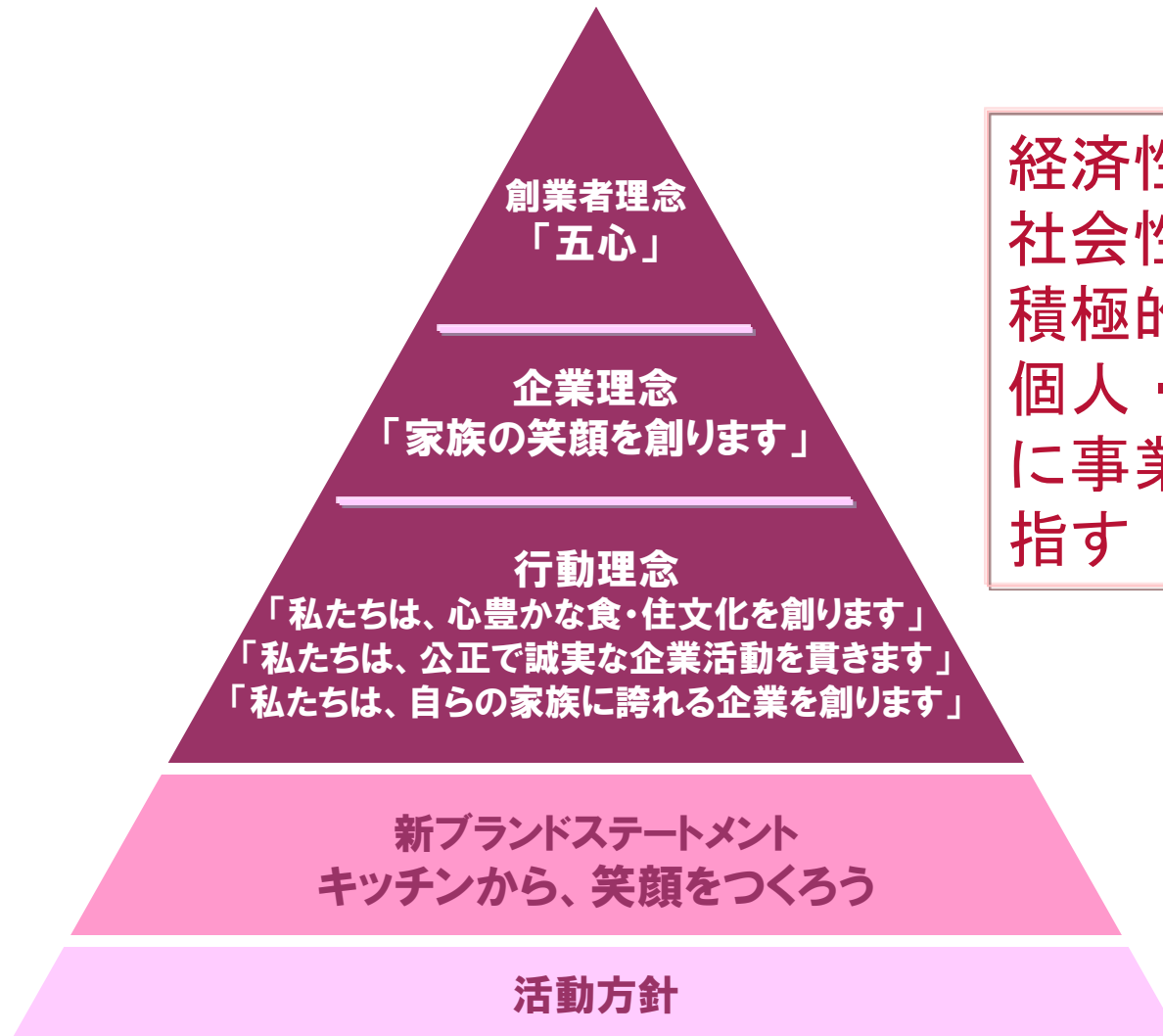
台湾 台北市マンション



ベトナム ハノイマンション

12. 中期的な戦略 『第二の創業』の基盤確立

◎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。



経済性の追求のみならず、社会性や文化性の貢献を積極的に行い、個人・家族・社会を大切に事業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、2016年3月期第2四半期の決算(2015年4月～2015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、2015年11月11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。