

グリッド

キッチンから、笑顔をつくろう

2017年3月期 第2四半期累計期間
決算説明資料

2016年11月17日

I . 第2四半期決算の概要

1. 2016年9月2Q累計 連結決算の概要

(単位:百万円)

	2016/9 (実績)	2015/9 (実績)	前期比 増減率	2016/9 (期初予想)	予想比 増減率
売上高	56,747	56,393	0.6%	57,700	△1.7%
営業利益	1,242	398	211.6%	1,000	24.3%
経常利益	1,153	276	317.4%	850	35.8%
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	935	83	—	460	103.4%
1株当たり 四半期純利益	22.49円	2.01円	—	11.06	103.3%

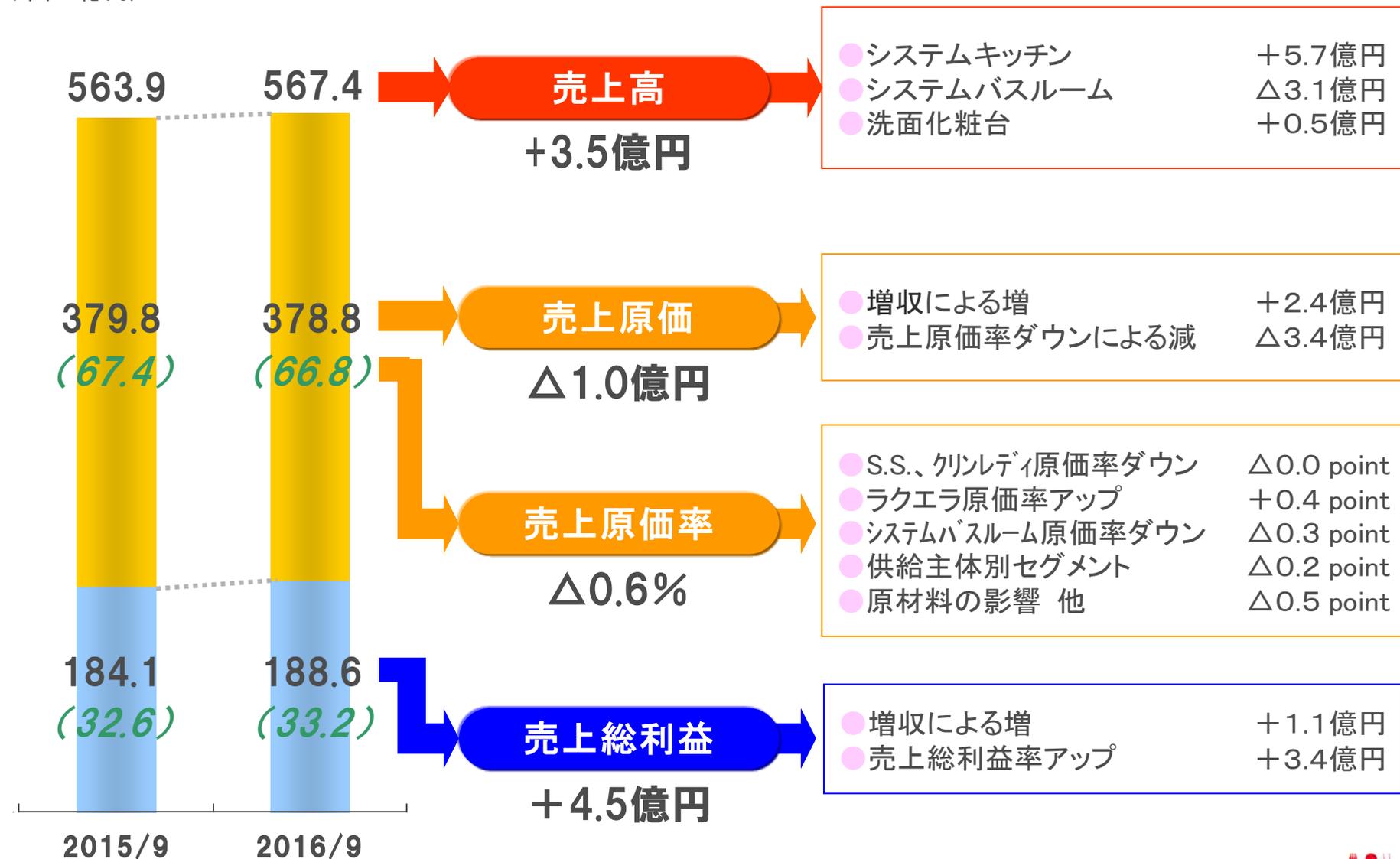
* 期初予想：2016年5月10日公表

2. 連結損益の状況① 売上高・売上総利益

(単位:億円)

【増減額(率)】

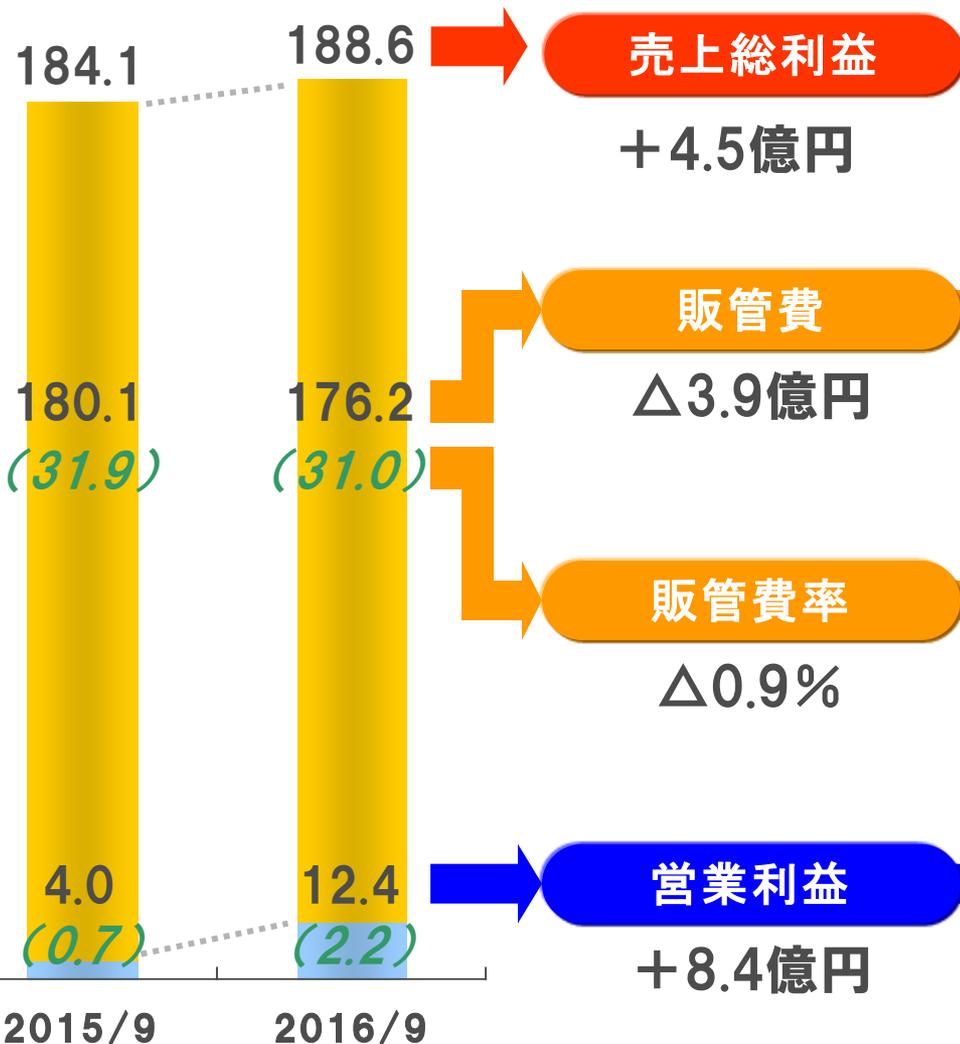
【主な増減要因】



2. 連結損益の状況② 販管費・営業利益

(単位:億円)

【増減額(率)】



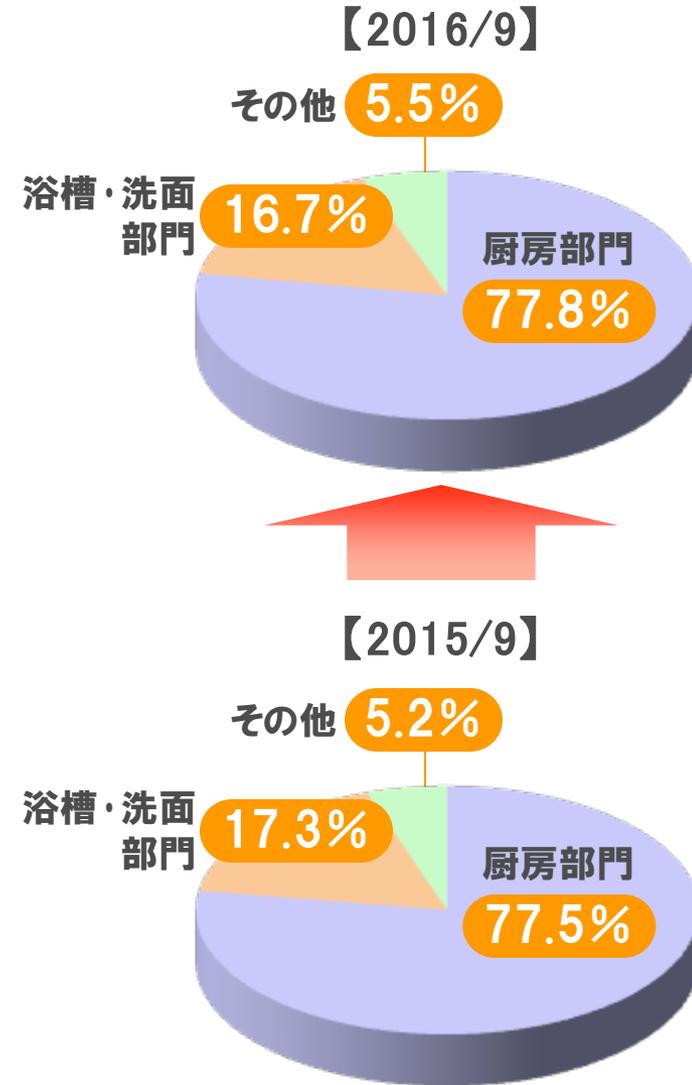
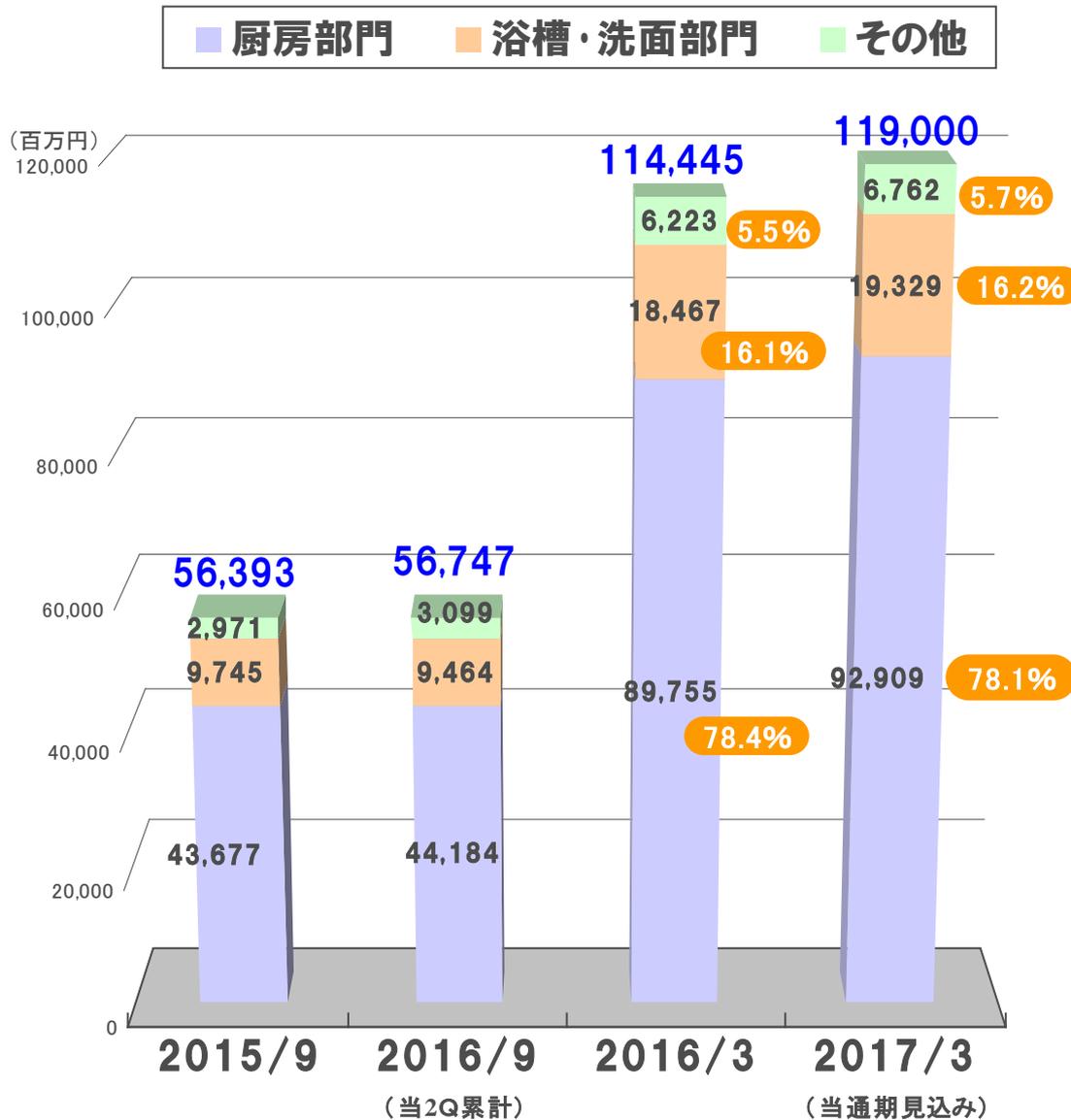
【主な増減要因】

● 販売費	△3.3億円
● 物流費	△0.3億円
● 人件費	+0.4億円
● 一般管理費	△0.7億円

● 販売費	△0.6 point
● 物流費	△0.1 point
● 人件費	+0.0 point
● 一般管理費	△0.2 point

● 売上総利益増	+4.5億円
● 販管費減	+3.9億円

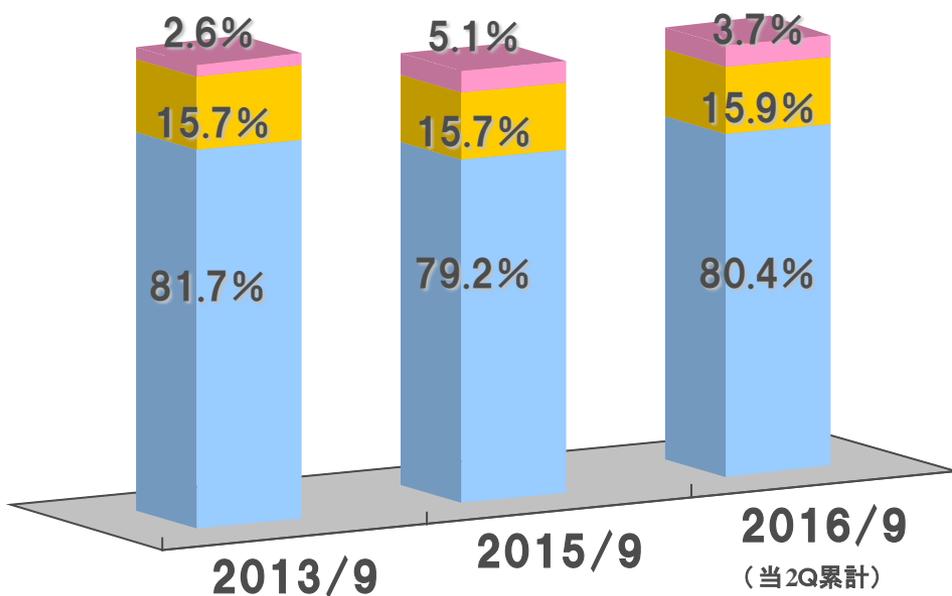
3. 売上構成① 部門別(連結)



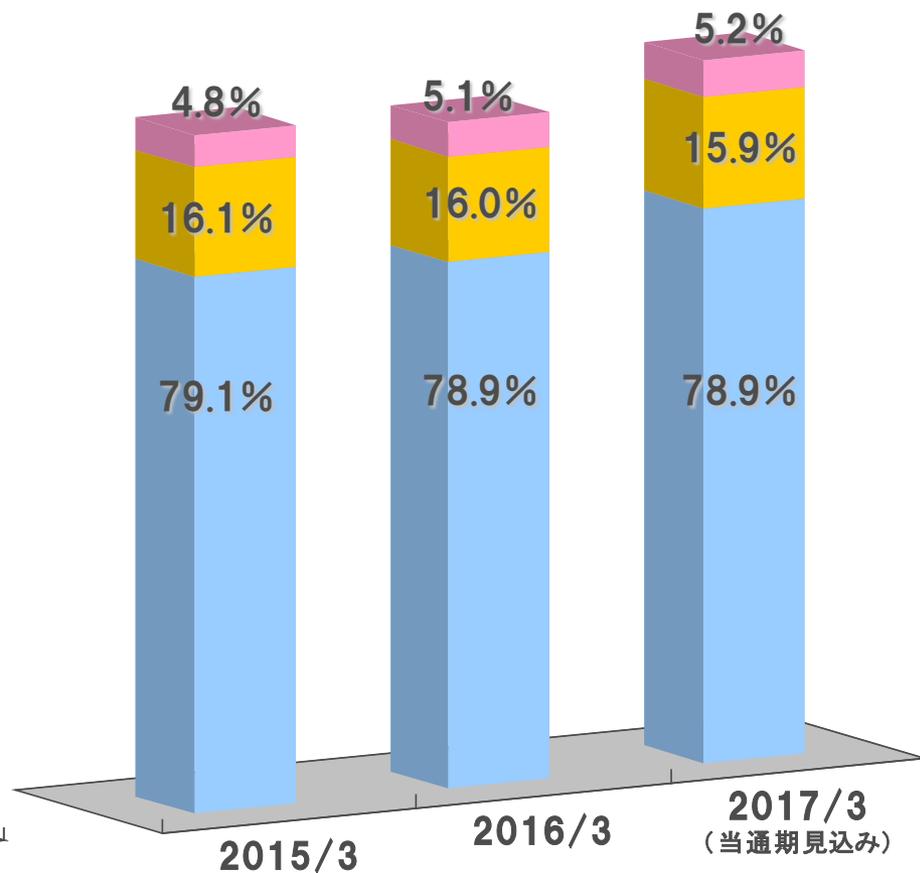
3. 売上構成② 販売ルート別(単体)

- 直需(マンション)
- ハウスメーカー
- 一般ルート(工務店・リフォーム)

【上半期ベース】



【通期ベース】



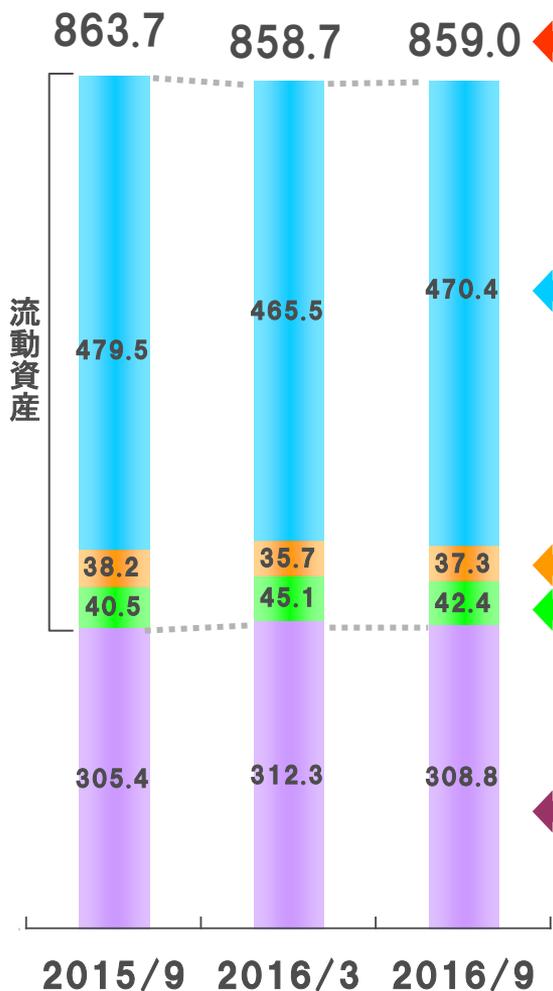
4. 連結貸借対照表の概要-1/2

(単位:億円)

【資産の部】

【増減額】

【主な増減要因】



総資産
+0.3億円

- 流動資産 +3.8億円
- 固定資産 Δ3.5億円

**現金及び預金
受取手形及び売掛金
電子記録債権**
+4.9億円

- 現金及び預金 +3.5億円
- 受取手形及び売掛金 Δ6.6億円
- 電子記録債権 +8.0億円

たな卸資産
+1.6億円

- 商品及び製品の増加 +1.9億円

その他の流動資産
Δ2.7億円

- 未収入金の減少 Δ2.5億円

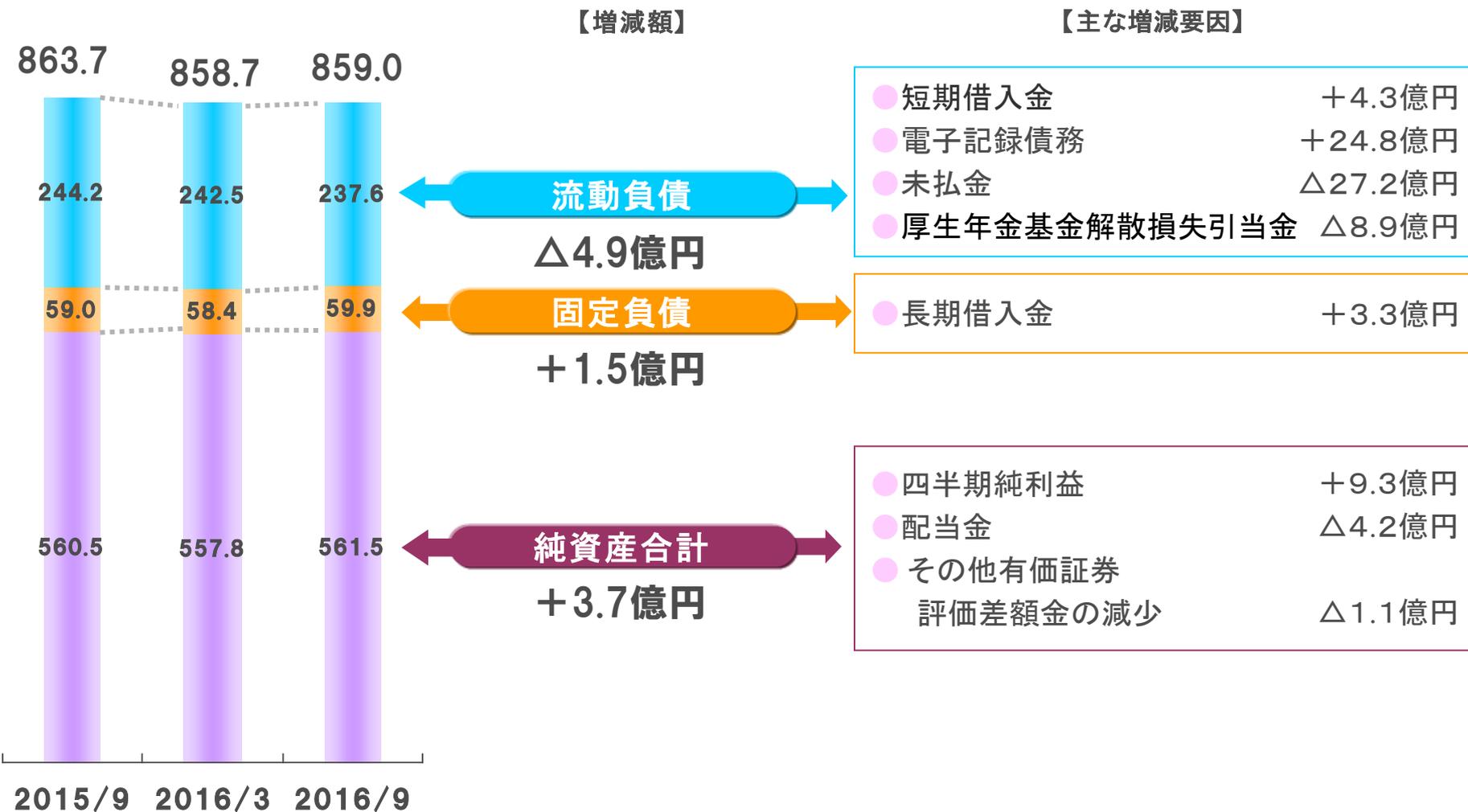
固定資産
Δ3.5億円

- 有形固定資産 Δ5.3億円
- 無形固定資産 Δ2.8億円
- 投資その他 +4.6億円

4. 連結貸借対照表の概要-2/2

(単位:億円)

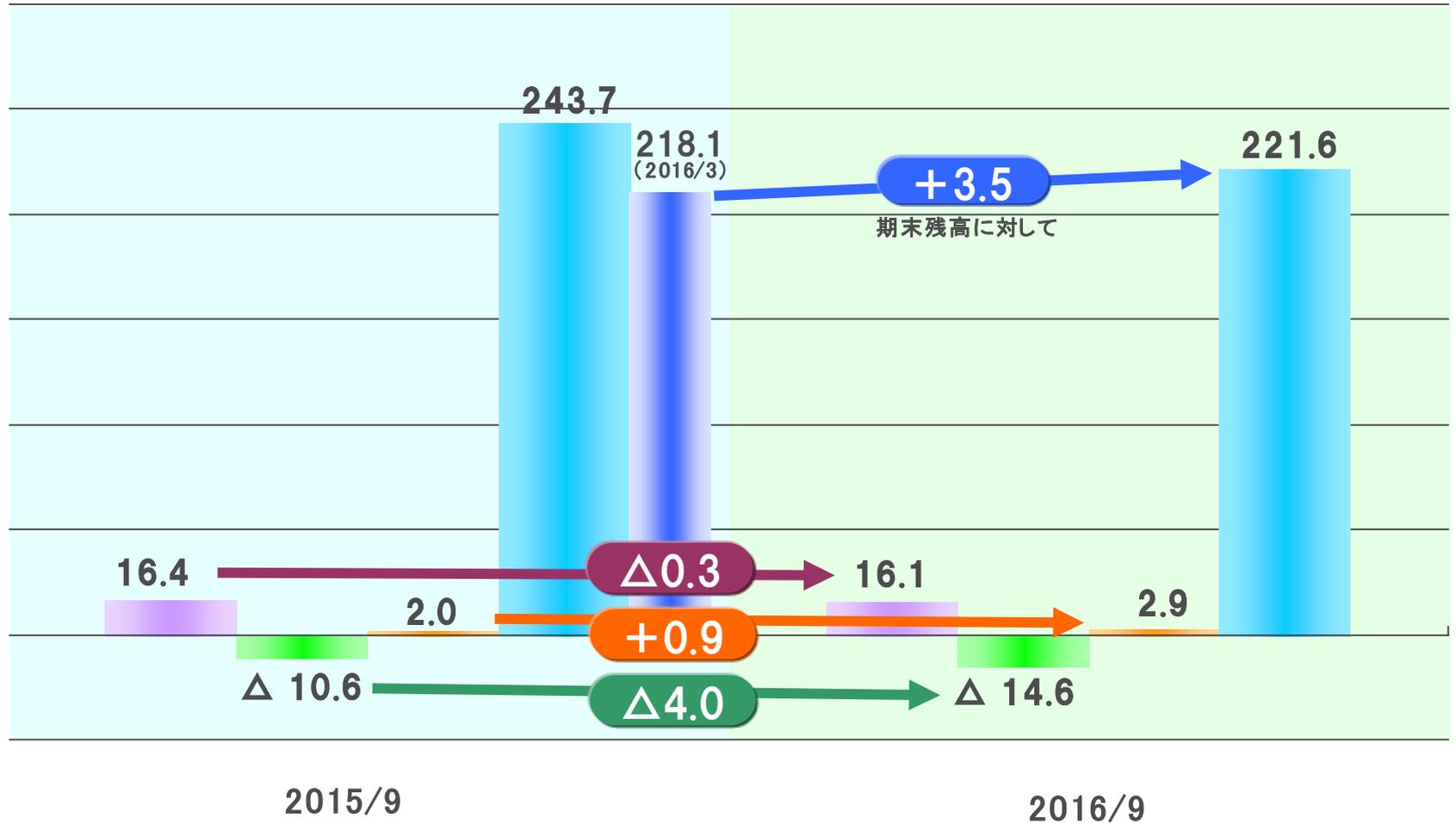
【負債・純資産の部】



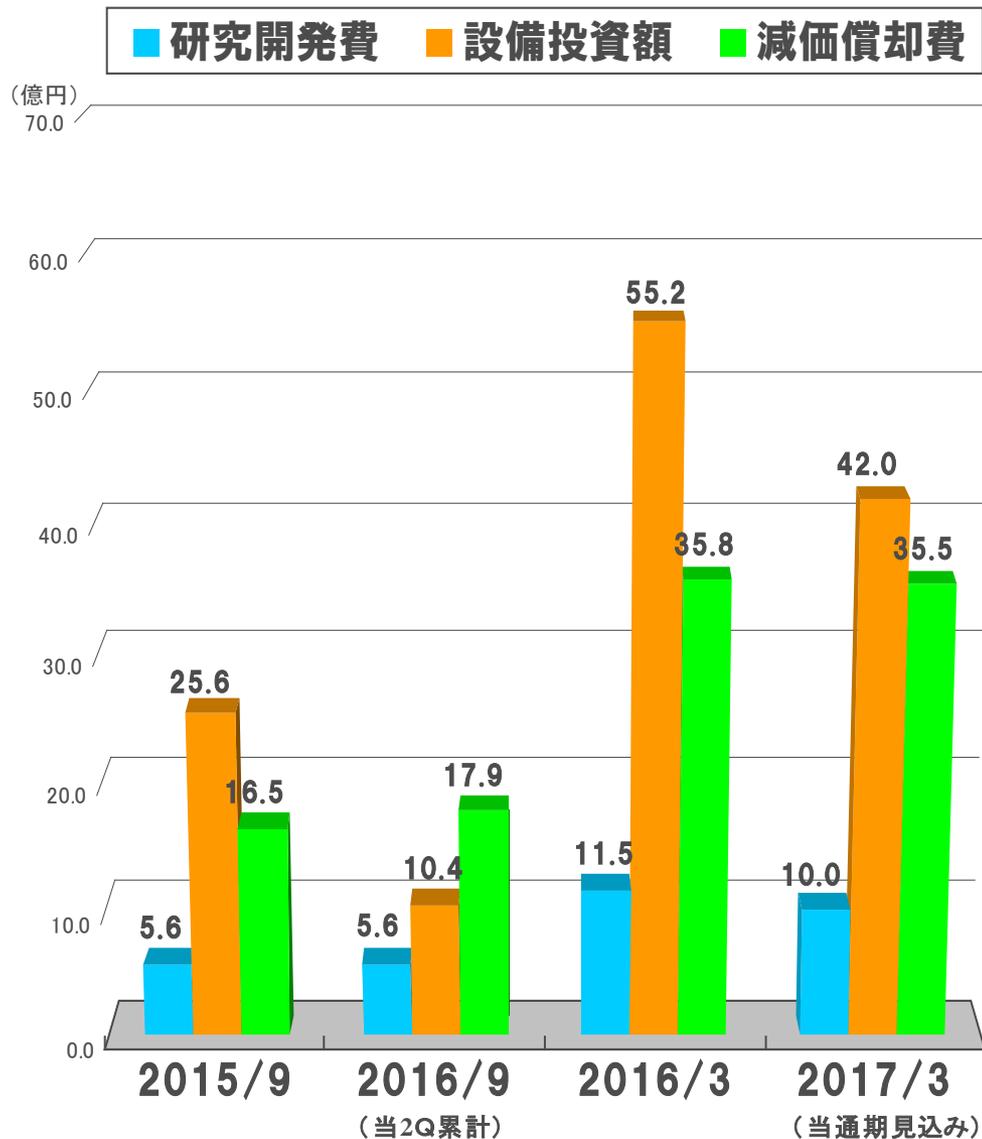
5. 連結キャッシュ・フロー計算書の概要

(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)



【2017年3月期の主な設備投資の内容】

上半期実績

①生産設備	3.6億円
②ショールーム改装等	4.5億円
③情報投資	1.5億円
④その他	0.8億円

下半期計画

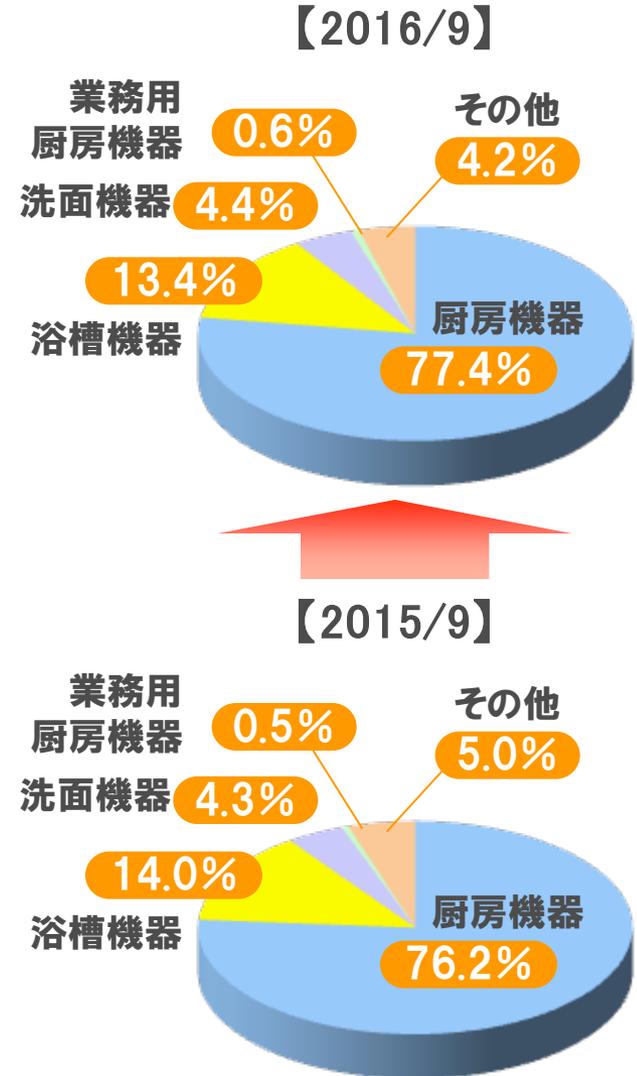
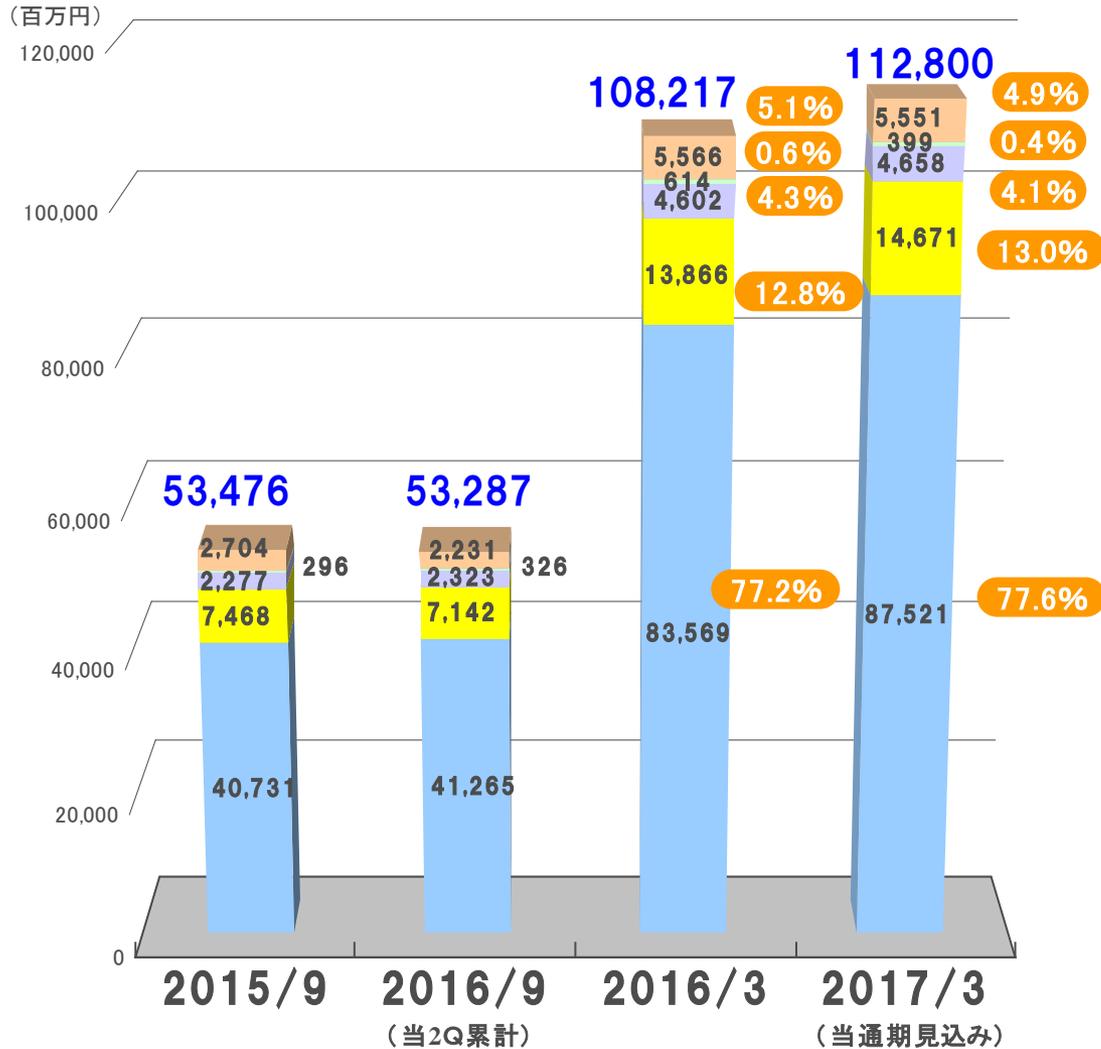
①生産関係	4.5億円
②営業関係	17.3億円
③情報関係	8.7億円
④その他	1.1億円

7. 2016年9月2Q累計 単体決算の概要

(単位:百万円)

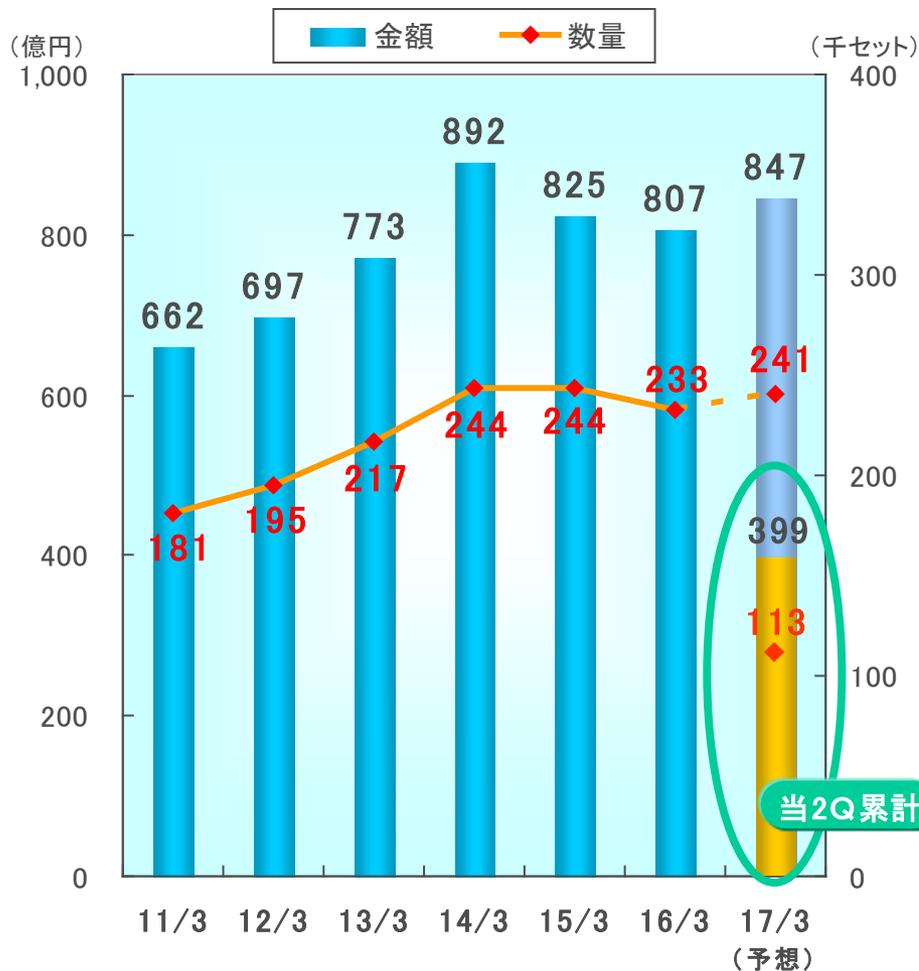
	2016/9 (実績)	2015/9 (実績)	前期比 増減率
売上高	53,287	53,476	△0.3%
営業利益	956	282	+238.8%
経常利益	1,056	403	+161.7%
四半期純利益	889	212	+318.3%
1株当たり 四半期純利益	21.39円	5.11円	+318.6%

8. 部門別の単体売上構成

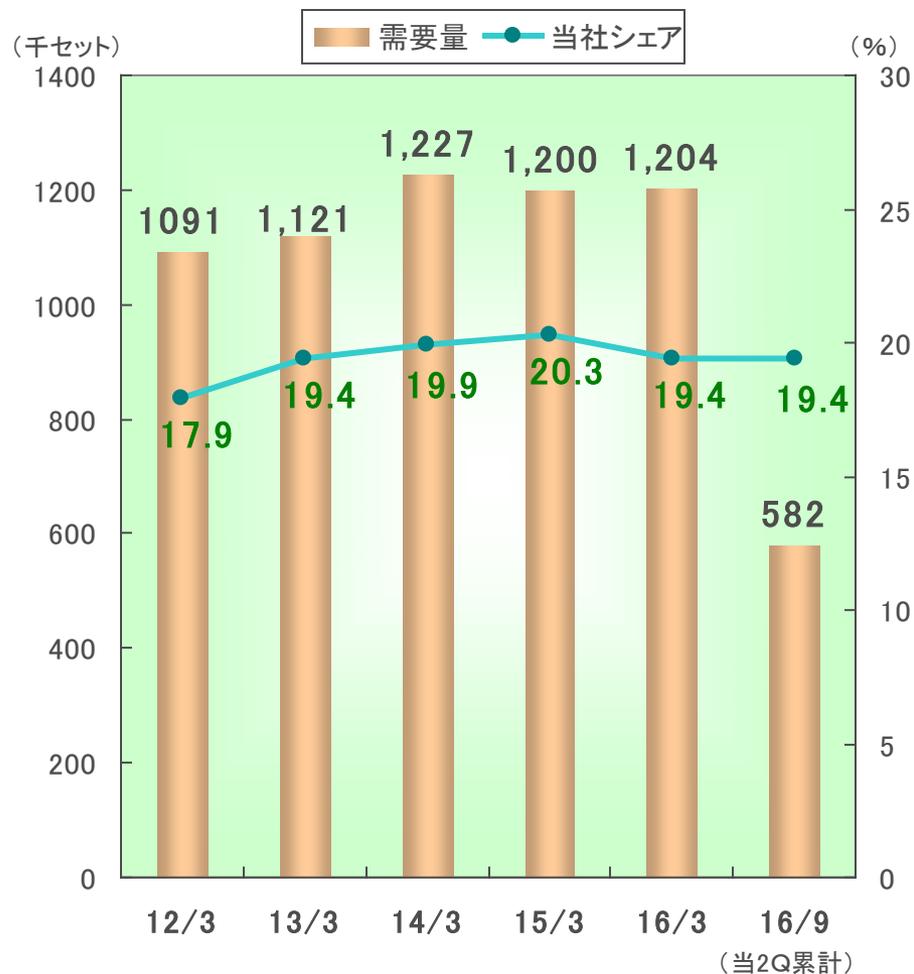


9. 主要商品の販売実績と当社シェア-1/4

システムキッチンの販売実績

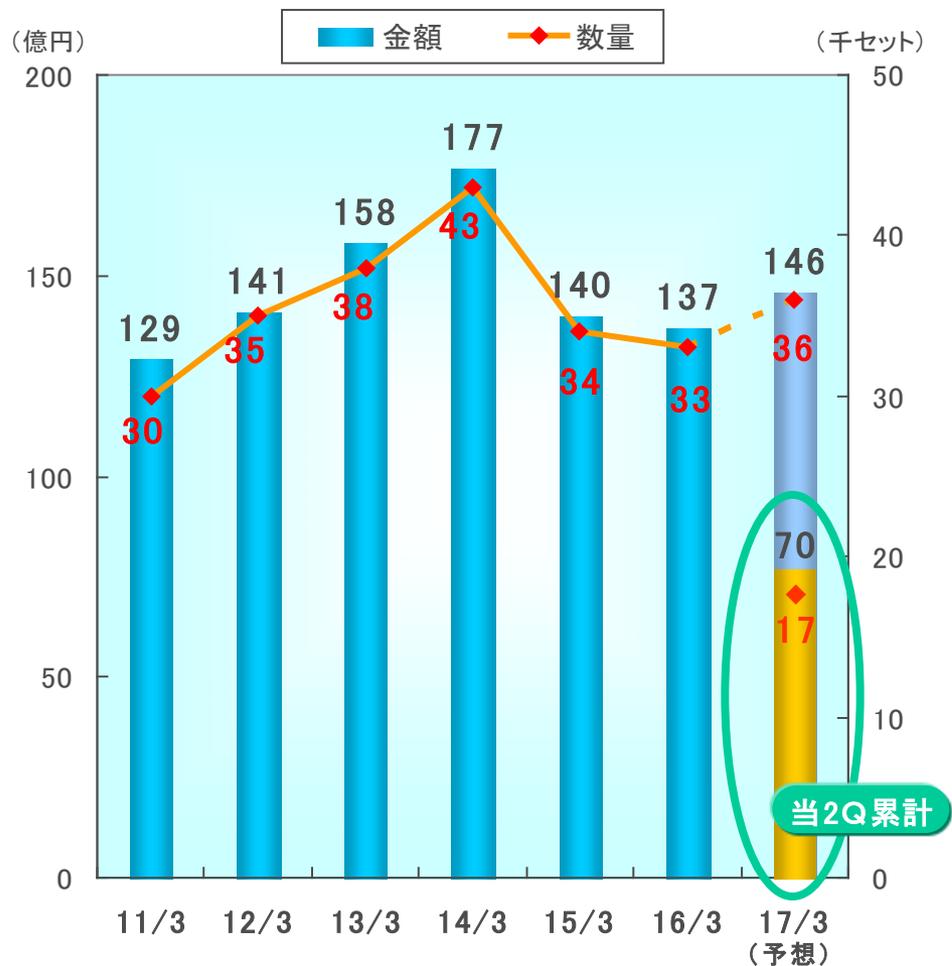


同商品需要動向と当社シェア

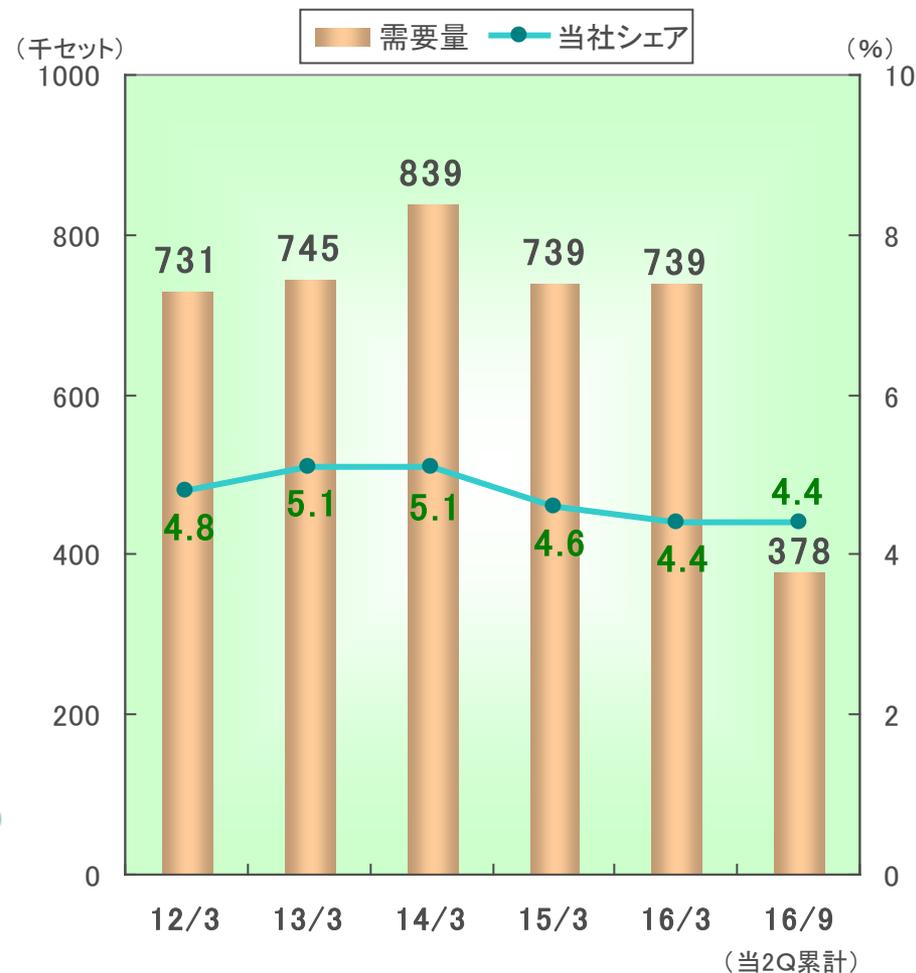


9. 主要商品の販売実績と当社シェア-3/4

システムバスルームの販売実績

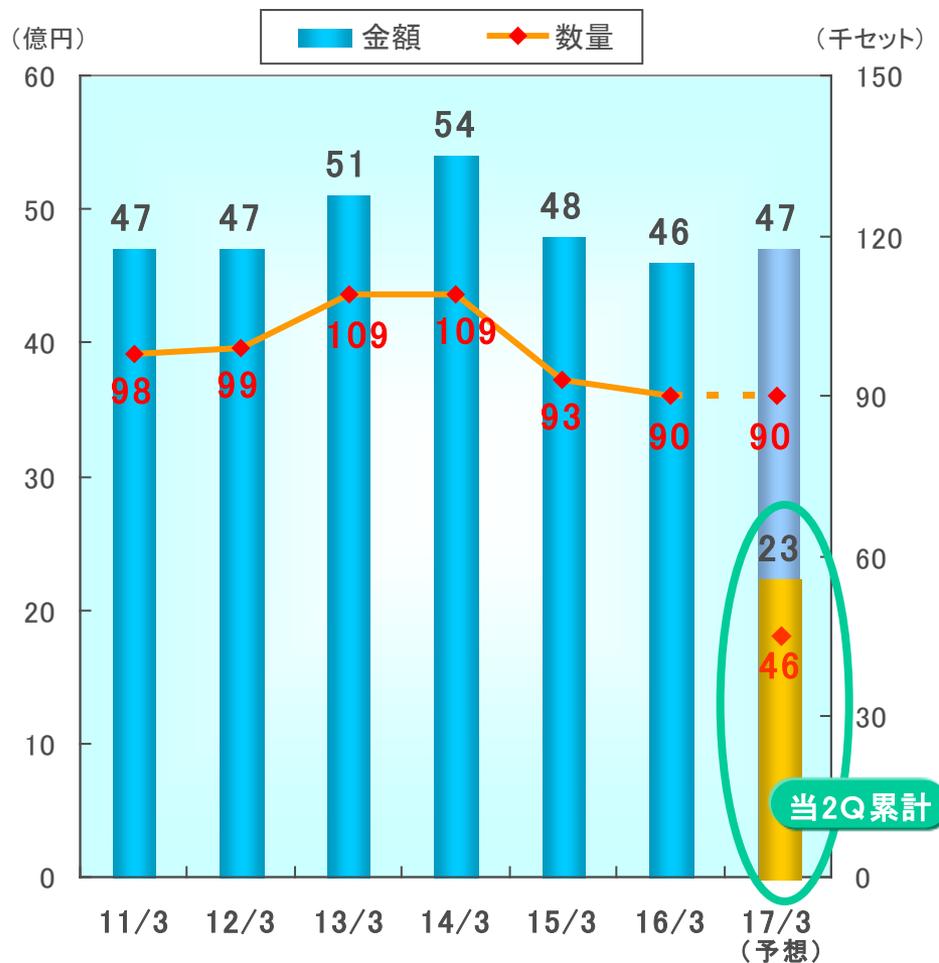


同商品需要動向と当社シェア

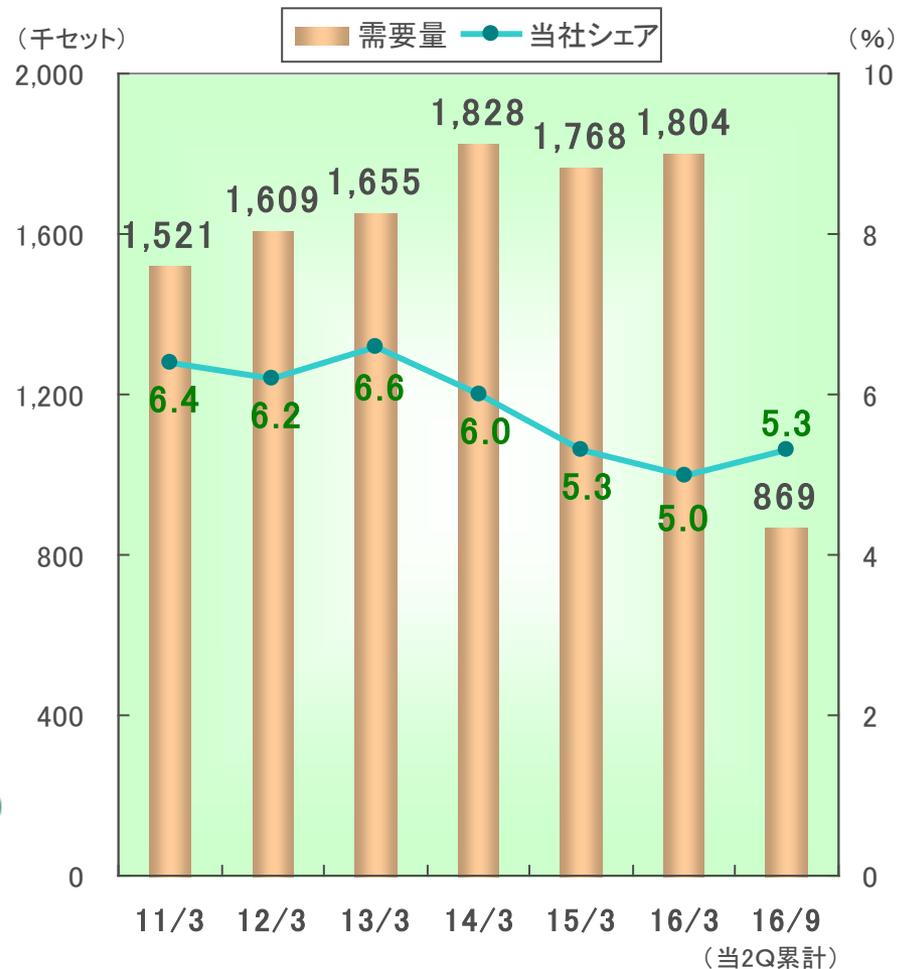


9. 主要商品の販売実績と当社シェア-4/4

洗顔化粧台



同商品需要動向と当社シェア



10. 2017年3月期 連結業績予想

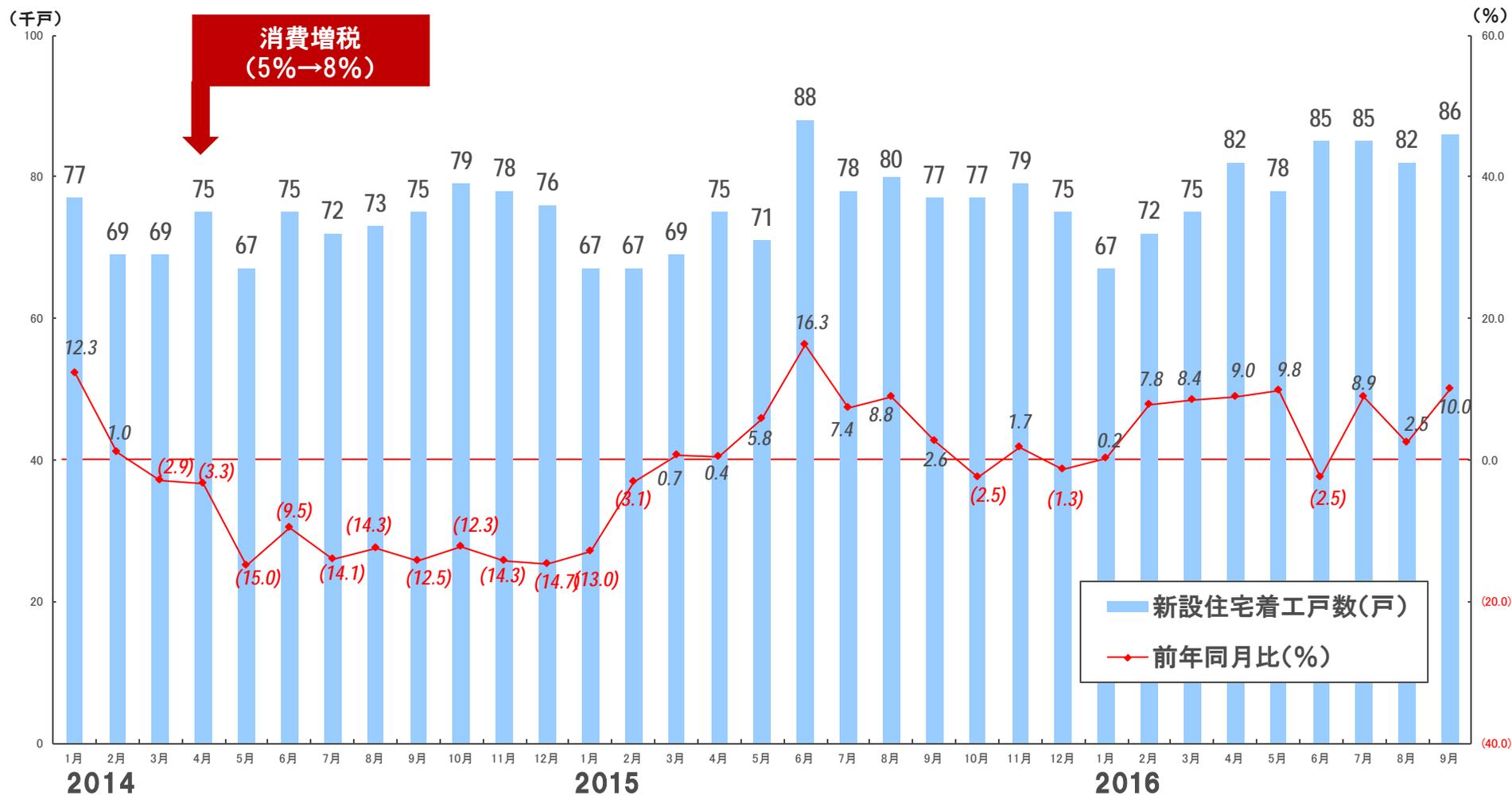
(単位:百万円)

	2016/3 (実績)	2017/3 (予想)	前期比 増減率
売上高	114,445	119,000	+4.0%
営業利益	1,129	2,500	+121.4%
営業利益率	1.0%	2.1%	-
経常利益	867	2,200	+153.5%
経常利益率	0.8%	1.8%	-
親会社株主に帰属 する当期純利益	340	1,450	+325.6%
当期純利益率	0.3%	1.2%	-

Ⅱ．経営戦略

(中期経営計画の概要／2016年度の取り組みと主な成果)

1. 市場環境 ～ 新設住宅着工戸数の推移



12カ月連続のマイナス
(880,470戸)

反動からの伸び悩み
(920,537戸)

緩やかな回復
(500,151戸)

* 国土交通省 建築着工統計調査報告

2. 新中期経営計画『15中計』概要①

総合メーカーとの競争激化など、さらに厳しい事業環境が予想される中、「15中計」の一部改訂を行い、次の成長のための変革を急ぐ

● 基本的な考え方

**基盤事業の収益構造を変革し、
新たな成長のステージへ**

● 重点方針

基盤改革

+

成長戦略

付加価値(収益)重視経営へ向けた変革

基盤改革

収益構造の 変革

- 付加価値の最大化と固定費の最適化
 - 中高級品の販売強化
 - リフォーム市場で競争優位となる商品の開発
 - ショールームを核とした販売戦略の推進
 - サプライチェーン全体での原価低減活動の強化
 - 設備投資及びコストの最適化
 - 評価指標の見直し

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

キッチン専門メーカーの強みを活かした新価値の提供

成長戦略

- 海外市場の獲得
- 新規ビジネス創出

3. 「付加価値の最大化」の取り組み状況①

「S.S.」「クリンレディ」を中心とした販売活動により、拡販を推進

Stainless Cabinet Kitchen
クリンレディ



2015年5月 フルモデルチェンジ



流レールシンク
水のチカラでキレイをキープ

GOOD DESIGN AWARD 2015
BEST 100



◆販売促進キャンペーン◆

全国の営業所・
ショールームで開催

知って得する体感フェア（知っ得フェア）

クリナップのアイテムを、見て触って、体感しよう！
知って得する体感フェア 体感
全国ショールームで開催中！
詳しくは各ショールームページへ

平成28年秋

ウルトラ流レール
キャンペーン2
応募期間：2016 9/2・11/9

B賞 30名
ソウ・エクスベリエンス
体験ギフト ¥30,500分
【全国約30店舗から516コース】

C賞 100名
流レールシンク
オリジナルQuoカード
[¥3,000分]

A賞 3名
あなたの大切な方へ、
ウルトラヒーローと
幸せサプライズ！

【オムニブレイクショーアップ】プレゼント品として価値（上）額1万円から好評発売中！

インターネット応募を中心に
全国ショールームで開催

ウルトラ流レールキャンペーン 2

3. 「付加価値の最大化」の取り組み状況②

リフォーム市場に向けた“水まわりの総合力”強化を目指し、商品のリニューアル、新商品開発を推進

【リニューアル】

若年層の住宅リノベーション需要も視野に…

システムキッチン「ラクエラ」



使用頻度の高い小物を効率よく取り出せる「フォローパレット」付きベースキャビネット



シンプルな扉割りの家具調デザインを守りながら、収納物の出し入れを大きく効率化！

リニューアルの
主なポイント

- デザイン性と収納性を強化
- リフォーム対応機能を向上

【リニューアル&新商品】

「流レールボールLL」を新たに搭載

洗面化粧台「ファンシオ」&「BGA」



ファンシオ



BGA



「流レールボールLL」

- 清掃の手間を軽減するボール形状
- ゴミをボール周囲の「流レール」に集め、排水口へと流す

「流レールシンク」の発想とノウハウを活かした「流レールボールLL」が

グッドデザイン賞を受賞

3. 「付加価値の最大化」の取り組み状況③

ショールームを核とした販売体制の整備・強化を推進

「クリナップ・キッチンタウン・名古屋」

2016年10月オープン



中日本の旗艦

2016.10~
KITCHEN TOWN
NAGOYA

西日本の旗艦

2012.7~
KITCHEN TOWN
OSAKA

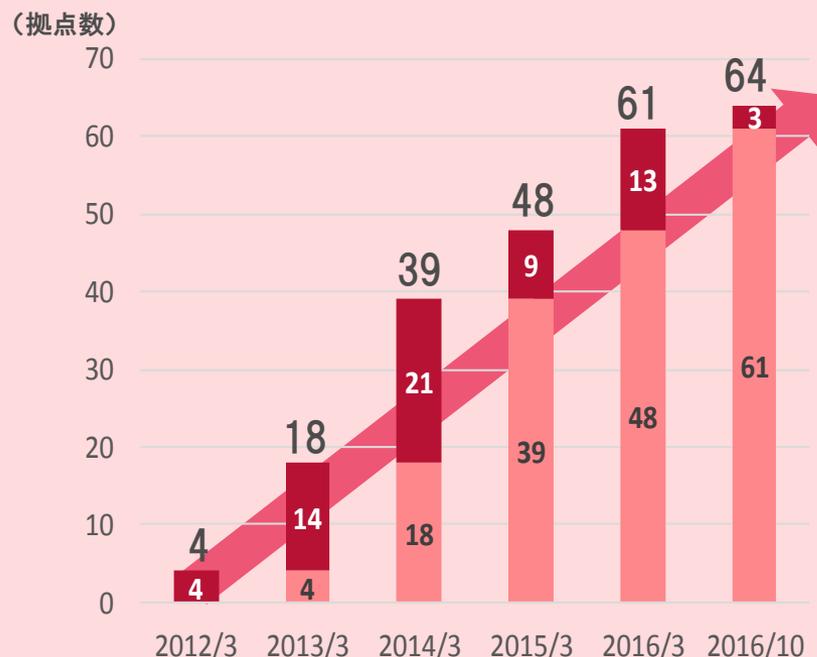
東日本の旗艦

2015.10~
KITCHEN TOWN
TOKYO

旗艦店3拠点体制を構築

“生活価値”発信拠点として ショールームの魅力UPに向け 積極的なリニューアルを継続

ショールームのリニューアル拠点数の推移



4. 「経営基盤の進化」の取り組み状況①

津山工場の新プレスラインを本格稼働

→ 東西の生産体制再編が完成



【津山工場 体制強化の流れ】

西日本地区におけるシステムキッチンの
自己完結生産体制確立に向けて…

2013年2月 工場の増設

2013年6月 キッチンカウンターの新ライン稼働

2016年2月 キッチンシンクの新プレスライン完成

2016年7月 新プレスライン本格稼働

「キャビネット+カウンター+シンク」
のプレス成型が可能に
⇒ 名古屋以西の地域に対する
セットでのお届け



4. 「経営基盤の進化」の取り組み状況②

各世代に向け、多彩な“生活価値”発信により、専業ならではのブランド価値の創造と向上を推進

【“生活価値”発信 事例①】

こども調理科学教室

わくわくキッチン！ たべものへんしんきょうしつ

(クリナップ・キッチンタウン・東京にて 8月3回実施)



【“生活価値”発信 事例②】

認知症予防に関するセミナー

いきいきキッチン！ 料理で脳のアンチエイジング

(クリナップ・キッチンタウン・東京にて 10～12月3回実施)



4. 「経営基盤の進化」の取り組み状況③

未来型キッチン「DAIDOCORO2016」を

ミラノサローネ同時開催の「ミラノ・デザインウィーク」に出展

(2016年4月12～17日)



JAPANESE KITCHEN
DAIDOCORO

テーマ -重ねる-

「つくる」「たべる」「くつろぐ」「ふるまう」
4シーンを一つに重ね、
新しい食住空間を表現した、
“家族が向き合う”未来型コンセプトキッチンを
世界に発信。



来場数: 約5000人

5. 「海外市場の獲得」の取り組み状況

●中国

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

●台湾

- ・支店に格上げし、幅広い営業活動により更に拡販注力
- ・代理店との連携強化、大手デベロッパーへ営業展開

●シンガポール、マレーシア、タイ

- ・アセアン諸国の中心的市場、デザイナー及び現地代理店と連携し、大手デベロッパーへの営業強化

●その他アジア

- ・主要国に代理店を設置、富裕層中心の営業展開



中国 無錫マンション



台湾 台中市マンション



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、2017年3月期第2四半期の決算(2016年4月～2016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、2016年11月17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。