

グリッド

キッチンから、笑顔をつくろう

2020年3月期 第2四半期累計期間
決算説明資料

2019年11月14日

I . 第2四半期決算の概要

1. 2019年9月2Q累計 連結決算の概要



(単位:百万円)

	2019/9 (実績)	2018/9 (実績)	前期比 増減率	2019/9 (期初予想)	2019/9 (修正予想)	予想比 増減率
売上高	54,778	49,882	9.8%	51,400	54,700	6.4%
営業利益	2,224	△1,159	—	300	2,200	633.3%
経常利益	2,256	△1,095	—	330	2,250	581.8%
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	1,572	△1,286	—	50	1,550	—
1株当たり 四半期純利益	42.95円	△35.16円	—	1.37	42.35	—

* 期初予想：2019年5月15日公表

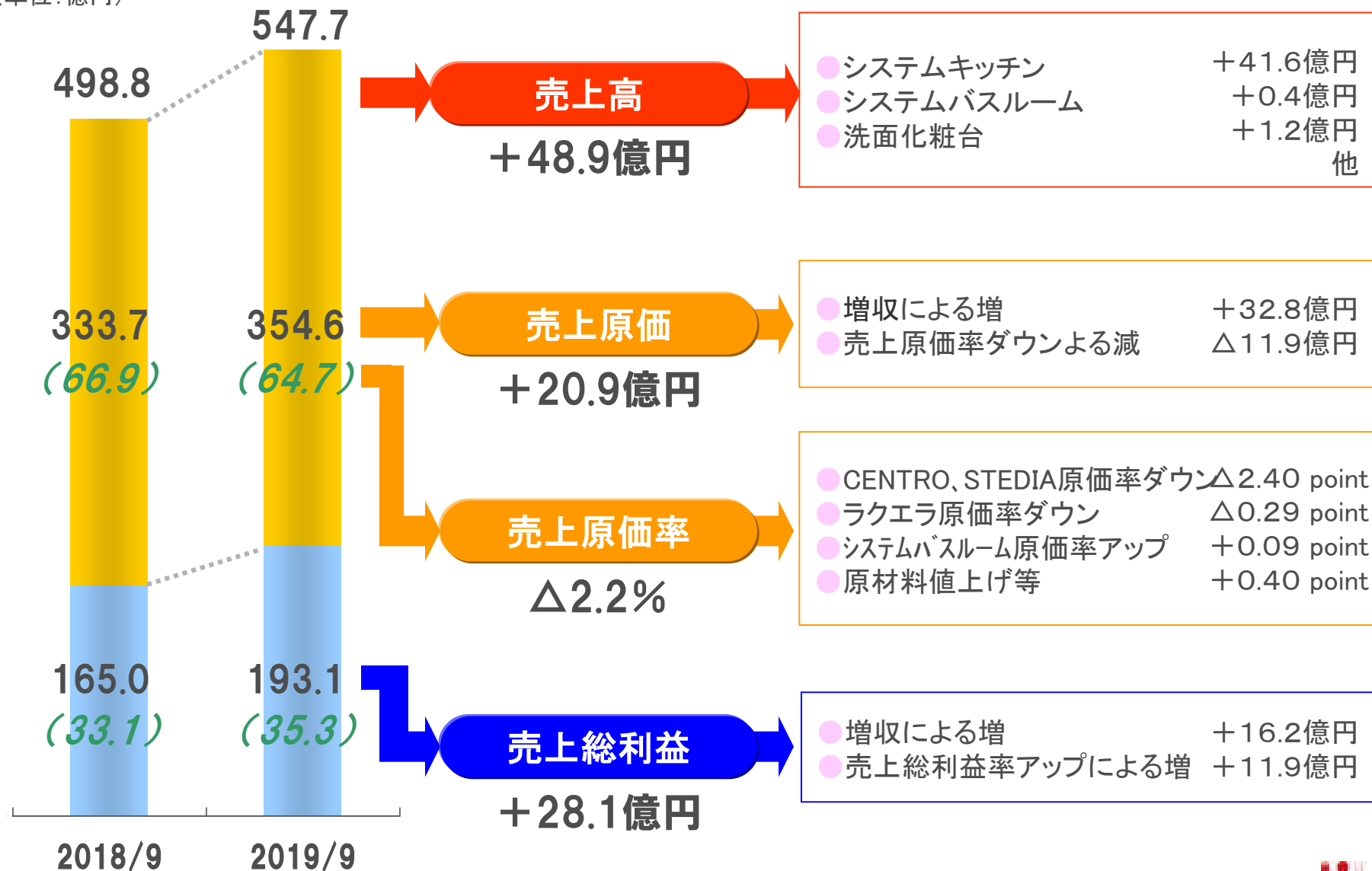
* 修正予想：2019年10月31日公表

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)】

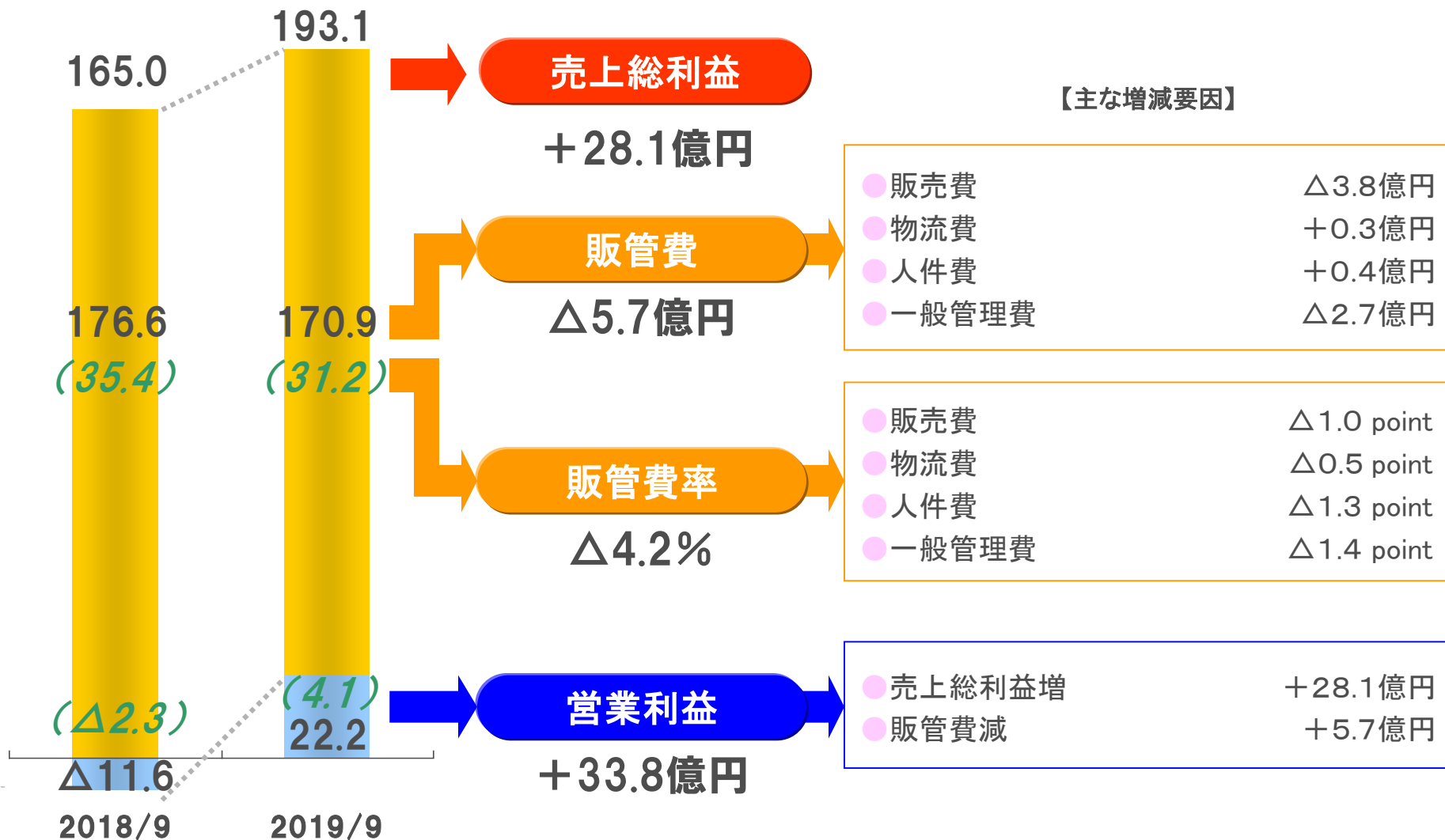
【主な増減要因】



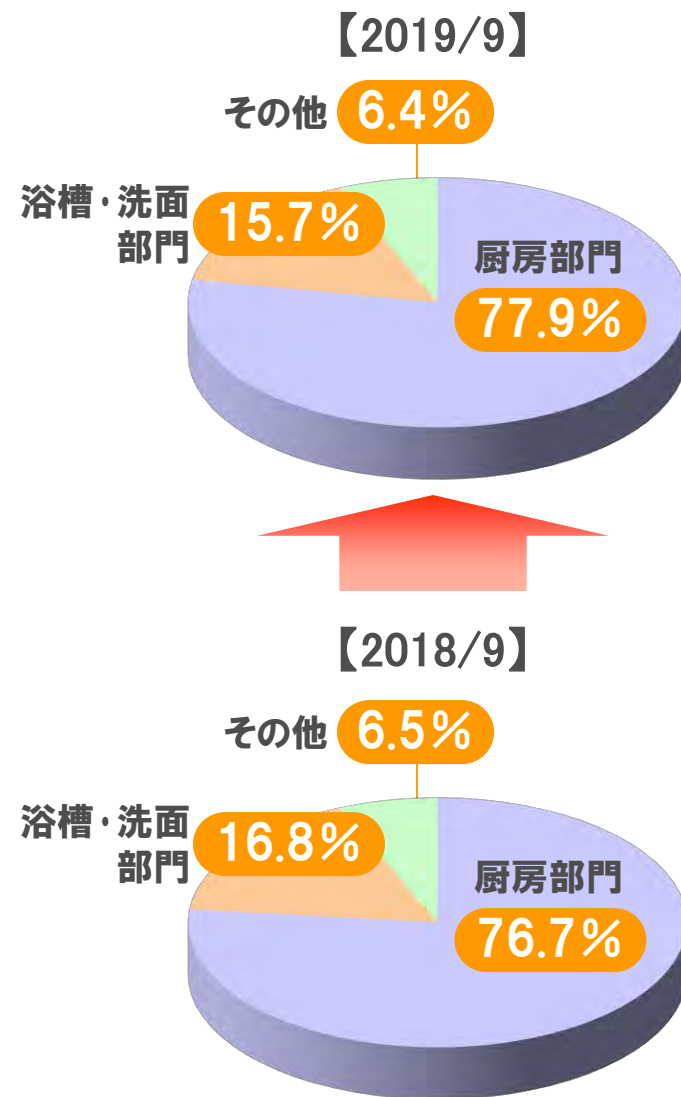
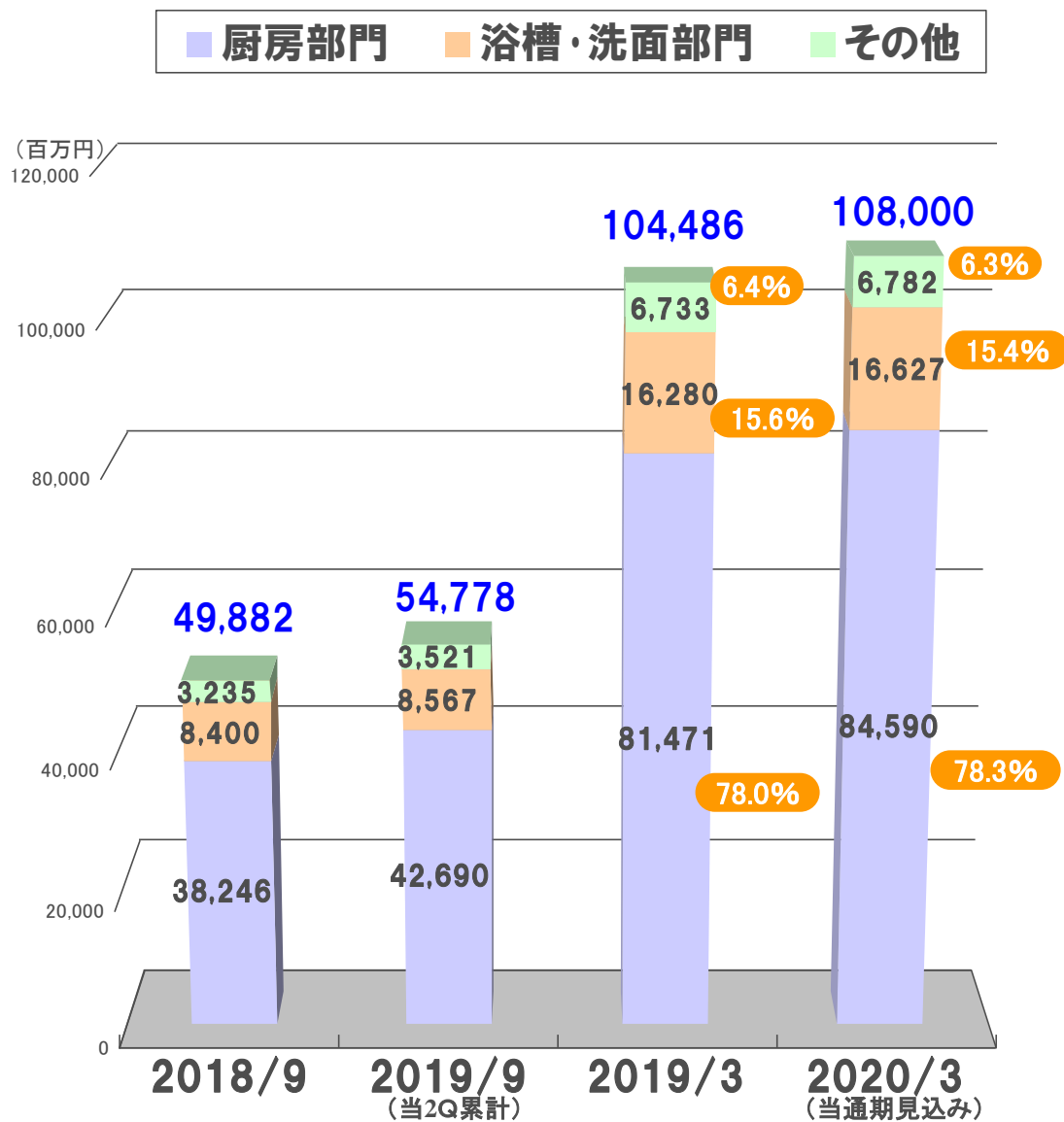
2. 連結損益の状況② 販管費・営業利益

(単位:億円)

【増減額(率)】



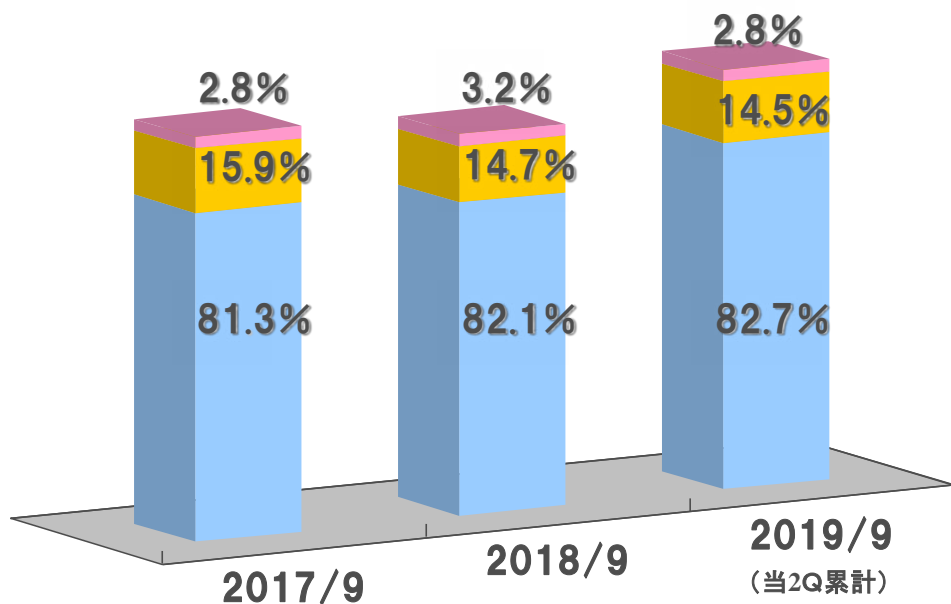
3. 売上構成① 部門別(連結)



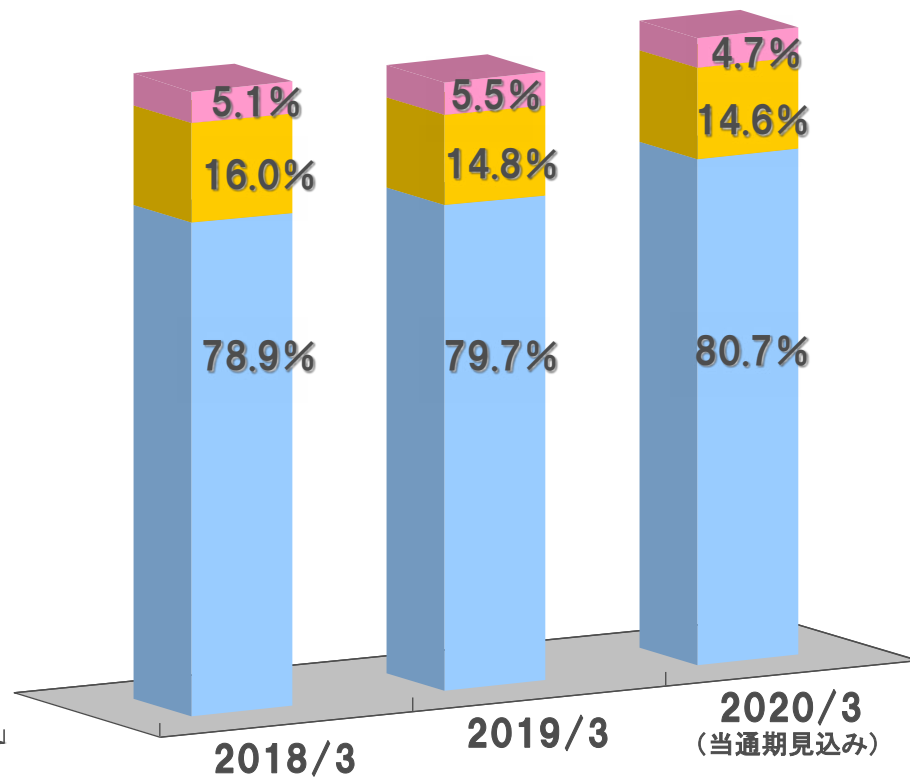
3. 売上構成② 販売ルート別(単体)

- 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】



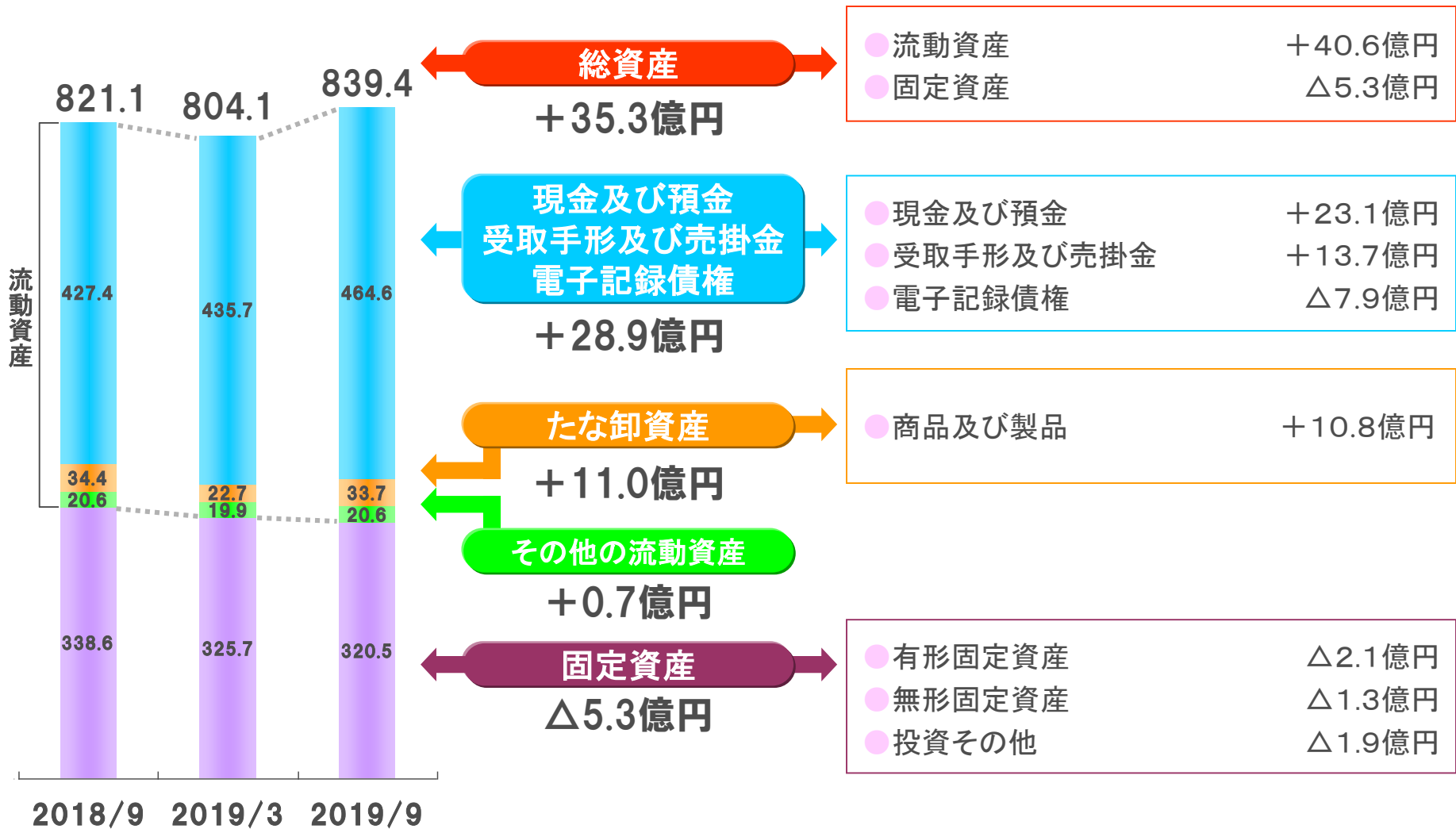
4. 連結貸借対照表の概要①

(単位:億円)

【資産の部】

【増減額】

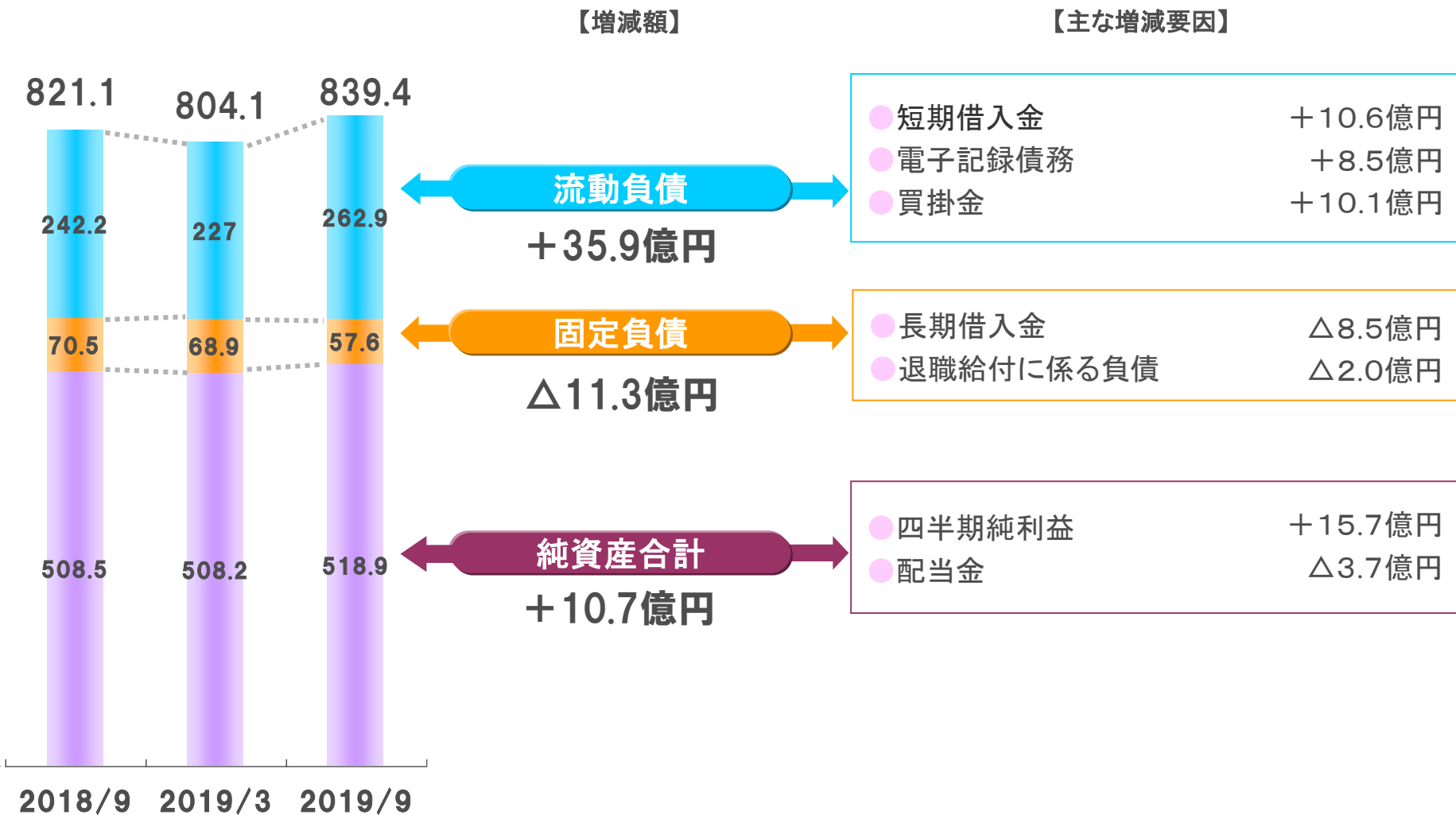
【主な増減要因】



4. 連結貸借対照表の概要②

(単位:億円)

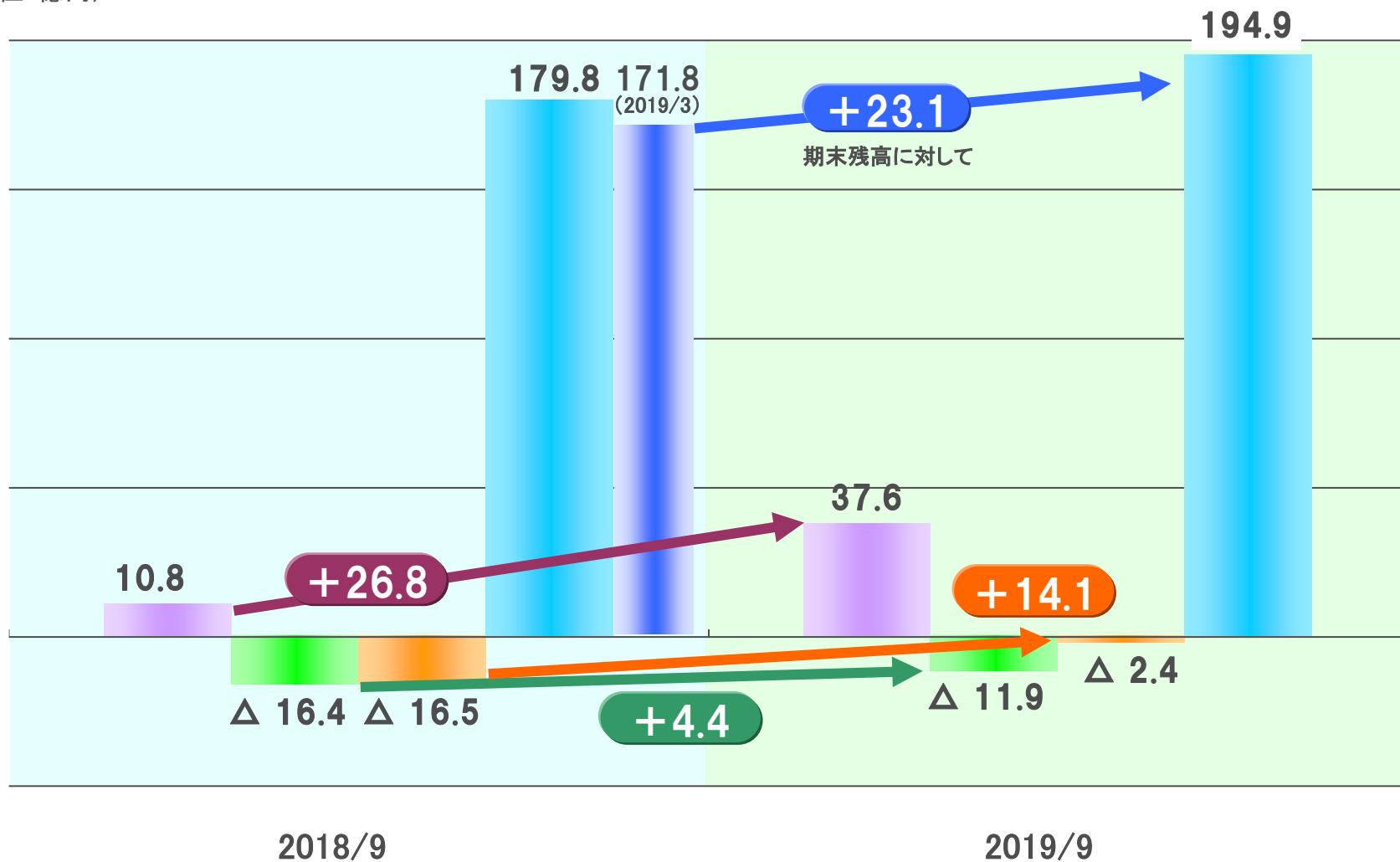
【負債・純資産の部】



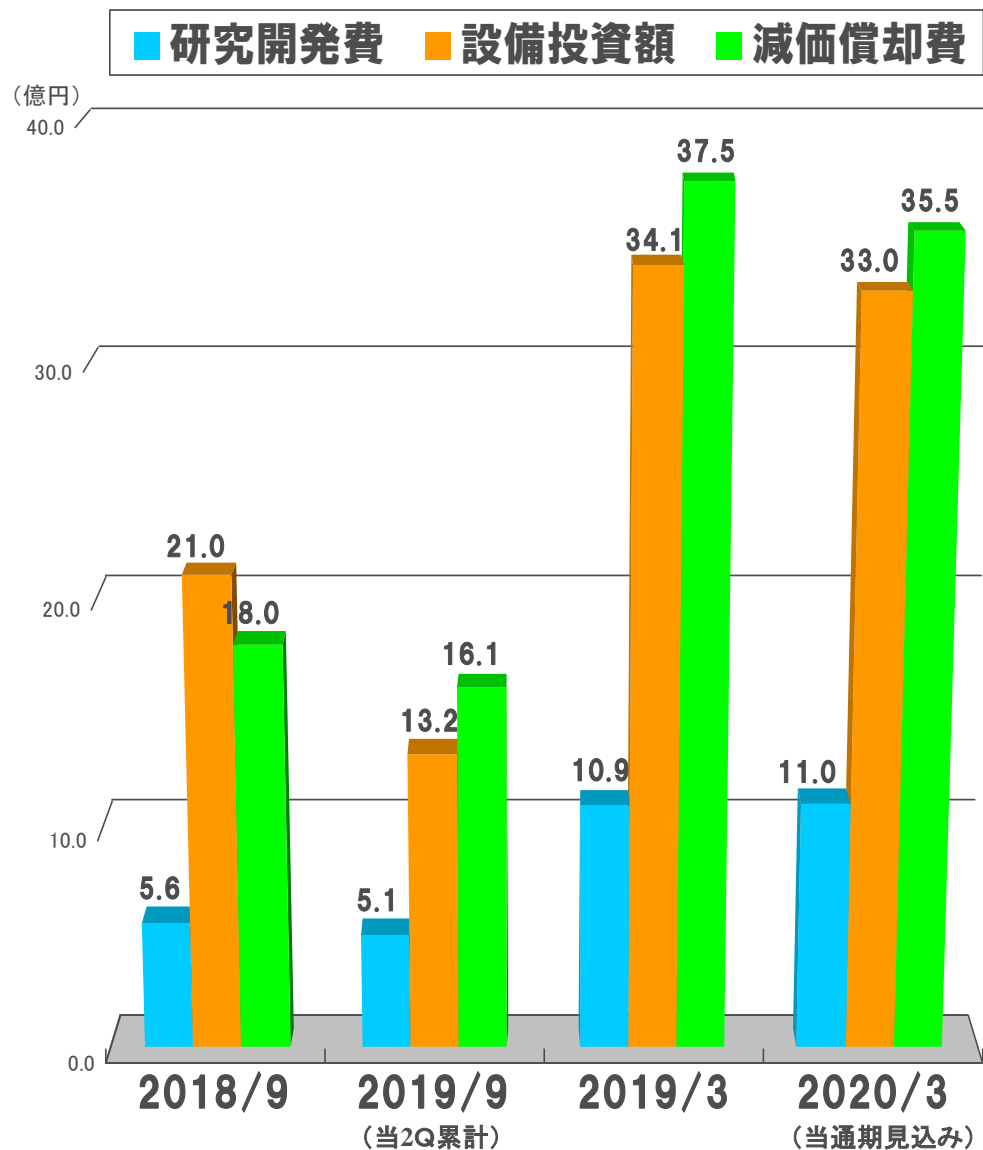
5. 連結キャッシュ・フロー計算書の概要

■ 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

(単位:億円)



6. 設備投資等の状況(連結)



【2020年3月期の主な設備投資の内容】

上半期実績

①生産関係	4.2億円
②営業関係(ショールーム等)	4.8億円
③情報関係	2.7億円
④その他	1.5億円

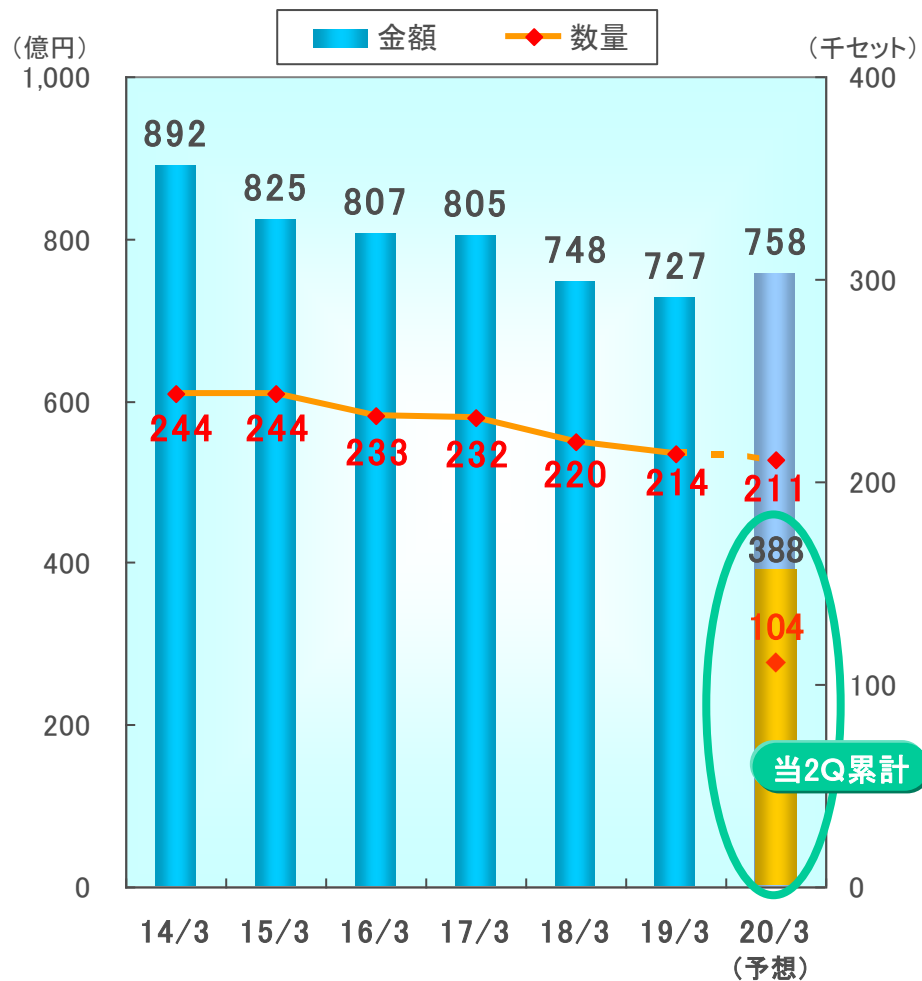
下半期計画

①生産関係	7.8億円
②営業関係	6.1億円
③情報関係	5.5億円
④その他	0.4億円

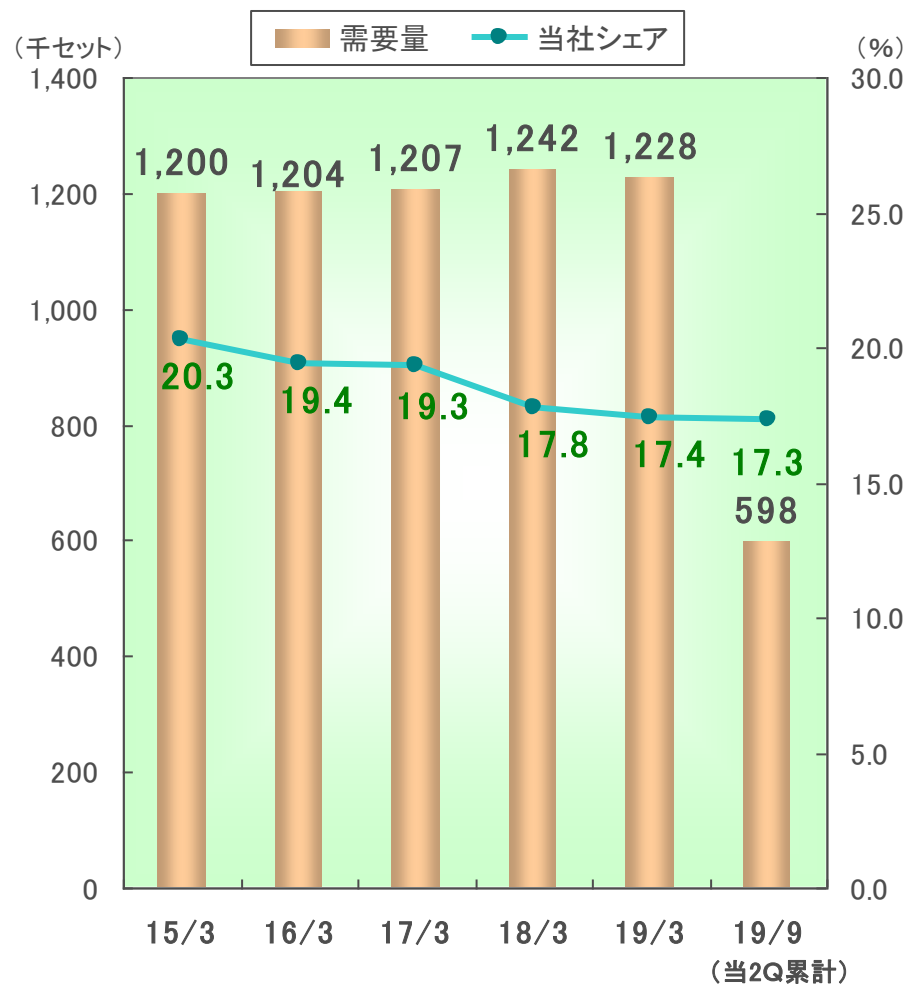
7. 主要商品の販売実績と当社シェア①



システムキッチンの販売実績

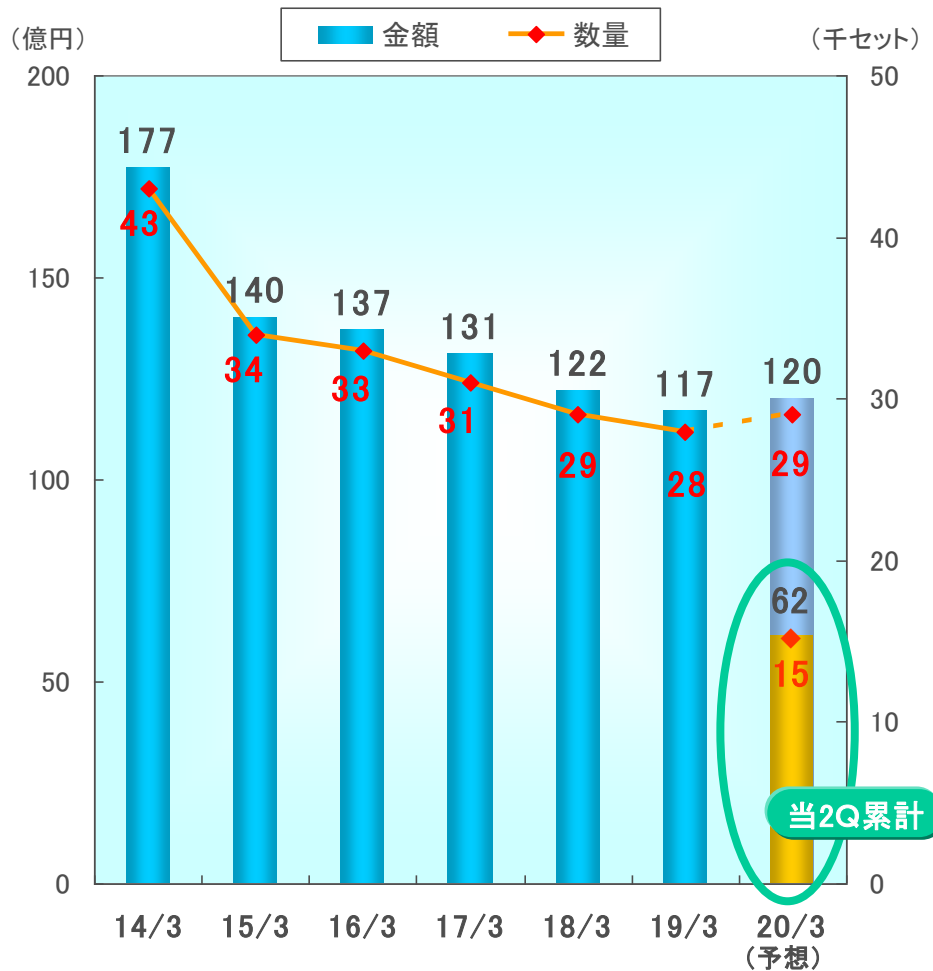


同商品需要動向と当社シェア

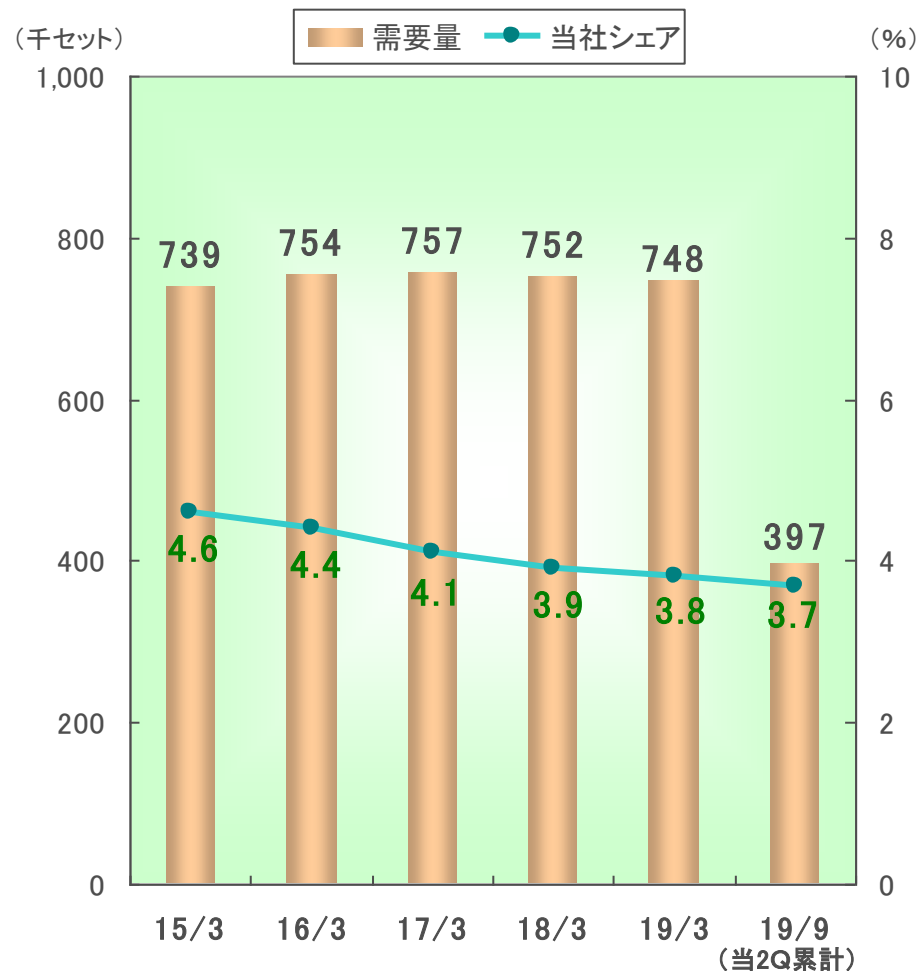


7. 主要商品の販売実績と当社シェア②

システムバスルームの販売実績



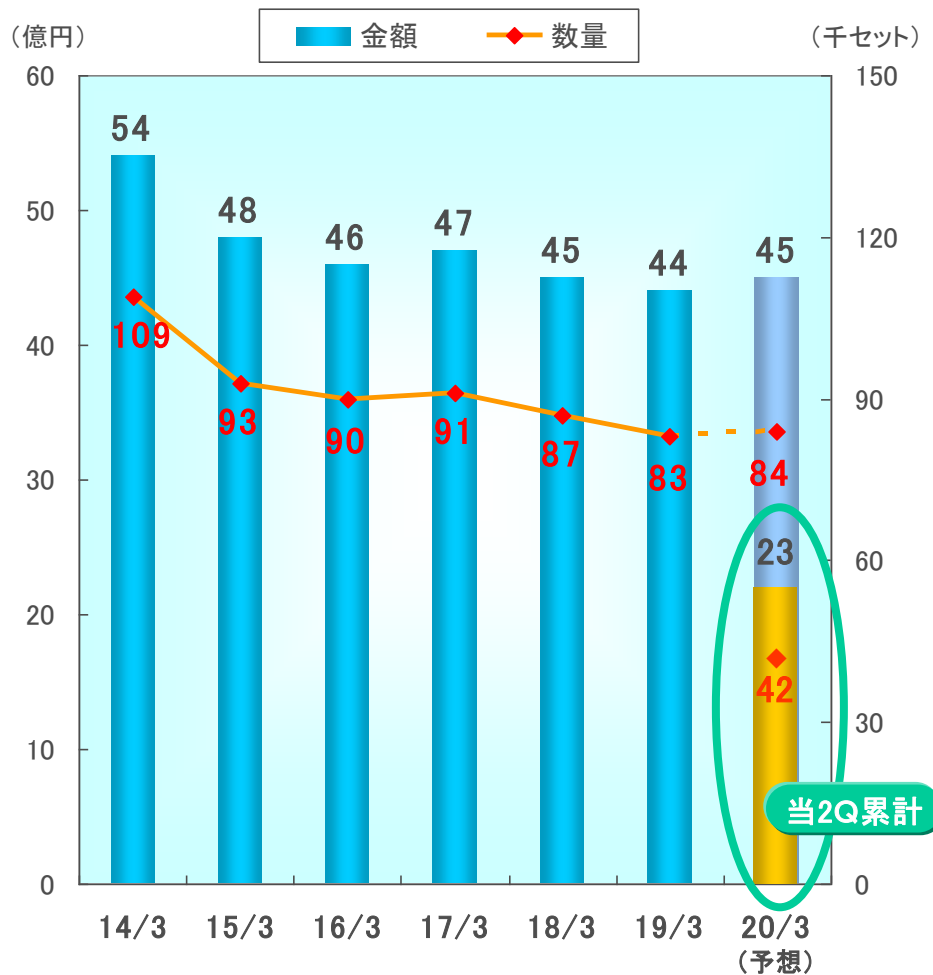
同商品需要動向と当社シェア



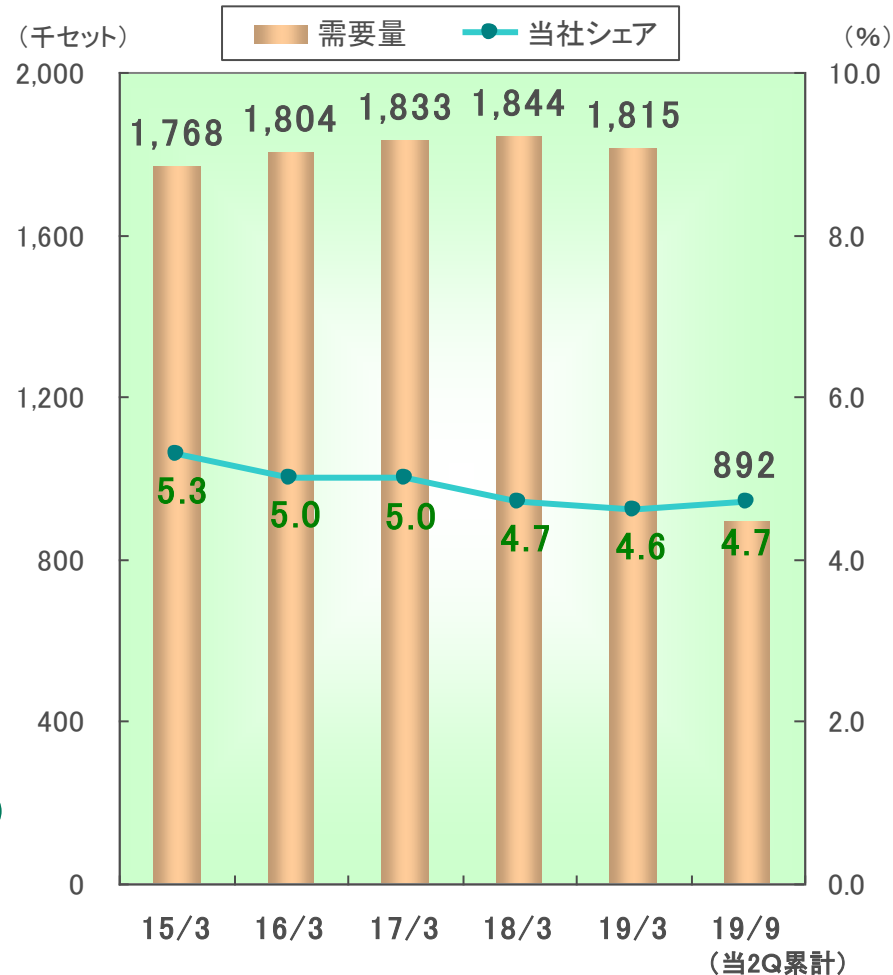
7. 主要商品の販売実績と当社シェア③



洗顔化粧台



同商品需要動向と当社シェア



8. 2020年3月期 連結業績予想

(単位:百万円)

	2019/3 (実績)	2020/3 (予想)	前期比 増減率
売上高	104,486	108,000	+3.4%
営業利益	△465	2,450	-
営業利益率	-	2.3%	-
経常利益	△376	2,500	-
経常利益率	-	2.3%	-
親会社株主に帰属 する当期純利益	△704	1,500	-
当期純利益率	-	1.4%	-

Ⅱ. 経営戦略

(中期経営計画の進捗)

『暮らし価値創造企業「Cleanup」への変革』

私たちCleanupは、「キッチンの専門家」として、キッチン、ダイニング、リビング、サニタリー空間に「新たな暮らし価値」を創造・提案することで世界中のお客様に「感動」をお届けし、いつまでも選ばれ続ける企業を目指します。

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。

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. 第2の事業の柱構築

4. M&Aと業務提携

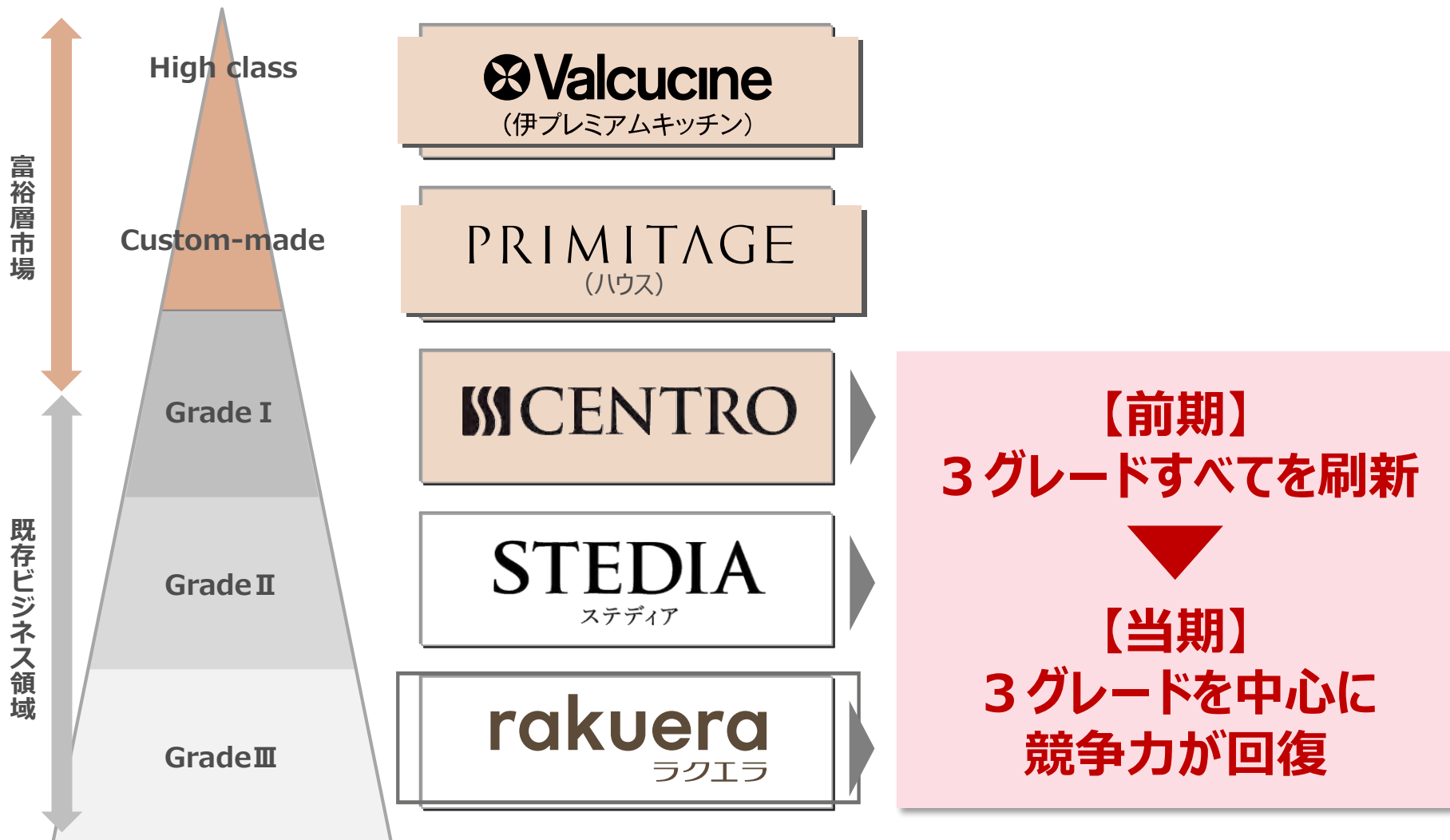
基盤強化

5. 技術力強化

6. ブランドづくり

7. 人づくり

中核3グレードの刷新により、競争力を回復



中核ブランド「STEDIA」、お陰様で年内販売台数 5 万セット突破

STEDIA

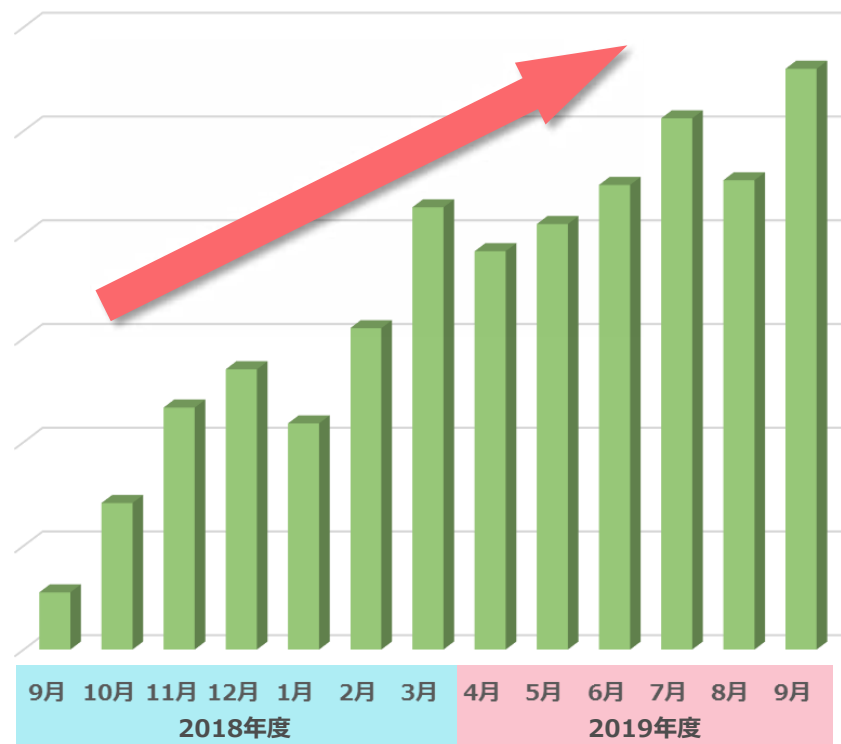
ステディア

2018年9月の発売以来、販売セット数は増加。
年内（2019年12月）には5万セットを突破の見通し。

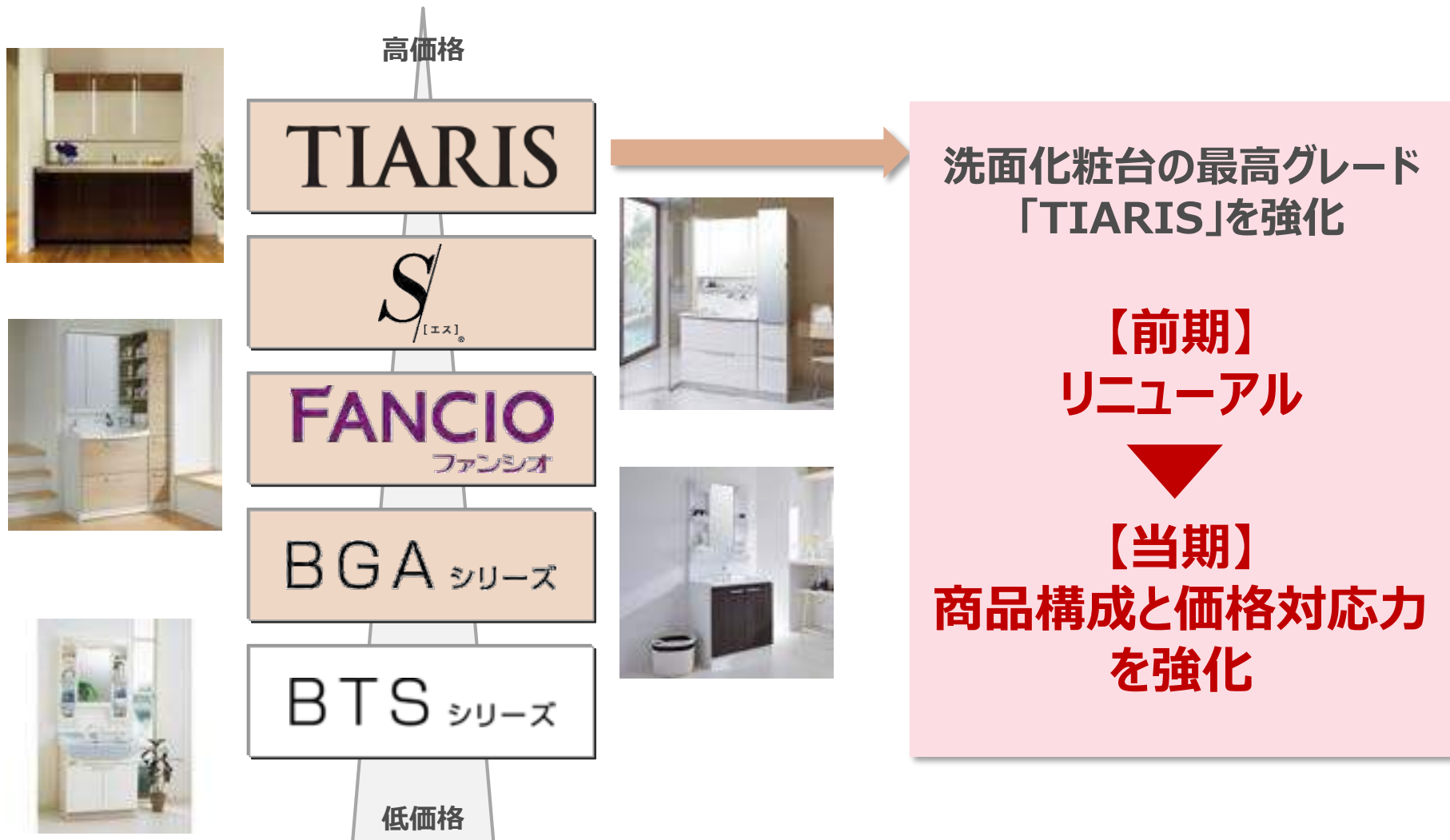
松たか子さんが
出演する
新TVCM第2弾
5月16日（木）～



「STEDIA」発売後、各月の販売セット数推移



人工大理石ボールタイプの4ブランドを中心に展開



フラッグシップモデル「TIARIS」を強化

TIARIS

機能性や美しさはそのままに
利便性の向上と価格バリエーションの拡大を図る



↑
片寄せボールカウンター
収納も充実

▼
「片寄せボールカウンター」
を追加し
使い勝手の良さを強化



+

アンダーミラーの有無と
「樹脂製3面鏡」で
価格バリエーションを拡大



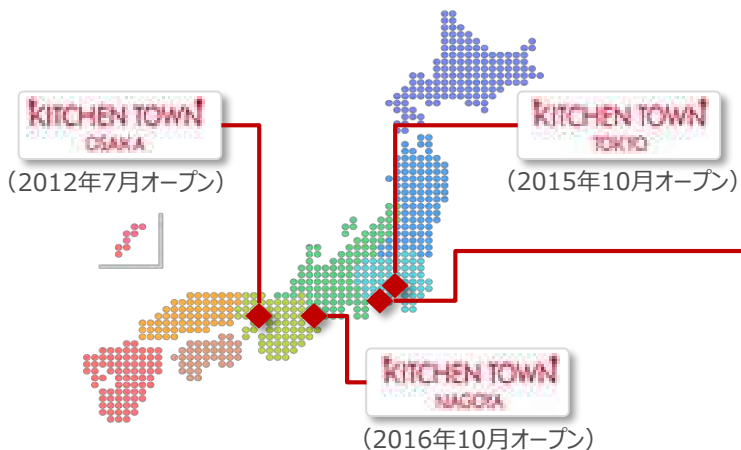
上記写真はアンダーミラーなしの新ティアリス

3. 営業戦略 ①ショールーム強化

横浜オープンにより、旗艦ショールーム4拠点体制を確立

6月28日 みなとみらいにOPEN

KITCHEN TOWN
YOKOHAMA



4つの特徴

- 1 自分好みのインテリアテイストを発見できる「ディスカバリーウォーク」
- 2 インテリアシミュレーションシステム「My Kitchen Coordination」
- 3 カラーとテイストを具体的に表現した12セットの「空間提案コーナー」
- 4 最新キッチン体験や、イベントを開催できる「キッチンスタジオ」

「70th感謝キャンペーン」実施。お見積もり、ご成約で豪華賞品をプレゼント

創業70周年を記念して、2019年5月から11月にかけて「70th感謝キャンペーン」を実施。

該当商品のお見積もりで宿泊施設招待や食のカatalogギフト、オリジナルクオカードを、成約されたお客さまにはギフト券を抽選でプレゼント。
※応募期間は11月30日まで



～ お見積りキャンペーン ～

- A 賞：東京ベイ舞浜ホテル クラブリゾート ペア宿泊ご招待 [毎月5組10名様]
- B 賞：食のカatalogギフト [毎月30名様]
- C 賞：「松たか子さん」オリジナルQUOカード [毎月60名様]

～ ご成約キャンペーン ～

- ご成約 : ギフト券70,000円分 [合計700名様]
- Wチャンス : ギフト券30,000円分 [合計200名様]



<https://cleanup.jp/kitchen/70th-campaign/>

リフォーム事業のさらなる活性化。イベント・コンテストで需要を喚起



- ・全国各地でフェア・イベント、情報交換会を積極展開
- ・流通パートナーとの連携でリフォーム需要を喚起



第2回
いいね♡が見つかる！
水まわり工房
事例写真コンテスト

事例写真投票期間

2019年11月～2020年1月末

目的

- WEBでの更なる顧客接点強化
- 水まわり工房加盟店のPR強化

Before



CENTRO
リフォーム事例

Before



STEDIA
リフォーム事例

After



After



◆アジア諸国を中心にシステムキッチンの販売を拡大 ◆海外での供給体制を強化

●中国

- ・キッチン等を大手ハウスメーカーへ供給（蘇州、太倉等）
- ・日系デベロッパーへの営業展開と代理店との連携強化

●台湾

- ・物件獲得とエリア拡大に向けた営業活動を展開
- ・代理店への支援強化、大手デベロッパーへの営業強化

●シンガポール、マレーシア、タイ、ベトナム

- ・アセアン諸国の中心的市場への展開、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



台湾展示会



台湾納入商品



マレーシア納入物件



ベトナム納入物件



中国納入物件

富裕層向け海外キッチン事業や、他業種コラボのダイニング事業を推進

Valcucine

2017年に日本上陸したイタリアン高級キッチンブランド「Valcucine」

イタリアのトップブランドグループ「イタリアン・クリエイション・グループ」の一員として、同グループの「Driade（ドリアデ）」の家具と、「Fontana Arte（フォンナルテ）」の照明を、Valcucine Tokyoで展示スタート

デザイン・アート系のイベントにも参加し、幅広い層にアピール



◀アバンギャルドな作品で彩られた Valcucine Tokyo ▼



主な出展イベント

- DESIGNART TOKYO2019 (10.18-27)
- ELLE DÉCOR DESIGN WALK2019 (10.23-11.4)



老舗家具メーカー 飛騨産業とコラボし、新たなLDK空間を提案



コンセプト▶「家事は省力化し、無理をしない暮らし」という現代のライフスタイルに合わせ、L・D・Kそれぞれの要素・機能を合理的に再構築した空間実現を目指す

プロダクト▶美しい天然木（ホワイトオーク）を使った「キッチンテーブル」、「収納ワゴン」、「ダイニングセット」、「周辺収納」をラインナップ

公式WEB▶<https://hiromastyle.jp/>

主な出展イベント

- DESIGNART TOKYO2019 (10.18-27)
- IFFT / インテリア ライフスタイル リビング (11.20-22)

「創業70周年」を記念したツール戦略を展開

◀ 「創業70周年記念サイト」を開設

- 創業70周年の感謝を含めたメッセージ
- 当社の社章に込められた想い
- 商品ギャラリー
：当社がこれまで生み出してきた
業界初の商品等を中心に、
その変遷を紹介

など

◀ 「70年の感謝をこめて」 A4冊子を発行

全株主に配布



クリナップの
ESG

サステナビリティレポート2019

ESG（環境、社会、ガバナンス）の観点から、持続可能な社会への取り組みを紹介

- 2005年より「**環境報告書**」を毎年発行
- 2017年には社会的な取り組みを開示するため「**社会・環境報告書**」と名称を変更
- 今年度は一層充実した報告書「**サステナビリティレポート2019**」として発行



当社ウェブサイトで公開
https://cleanup.jp/life_cycle/

スポーツ
振興

クリナップ レスリング部

皆川博恵選手が「世界選手権」で銀メダルを獲得
東京五輪代表に内定！



東京五輪の第1次予選である
「2019年レスリング世界選手権」

- 開催期間：9月14日～22日
- 開催地：カザフスタン・ヌルスルタン



レスリング部
皆川博恵選手
(女子76kg級)