



キッチンから、笑顔をつくろう

2022年3月期 第2四半期累計期間
決算説明資料

2021年11月18日



キッチンから、笑顔をつくろう

I . 第2四半期決算の概要

1. 2021年9月2Q累計 連結決算の概要

(単位:百万円)

	2021/9 (実績)	2020/9 (実績)	前期比 増減率	2021/9 (当初予想)	増減額 (実績-予想)	予想比 増減率
売上高	54,937	47,672	15.2%	53,500	1,437	2.7%
営業利益	2,166	85	—	1,300	866	66.7%
経常利益	2,410	171	—	1,350	1,060	78.6%
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	1,552	△142	—	830	722	87.0%
1株当たり 四半期純利益	42.07円	△3.87円	—	22.50円	—	—

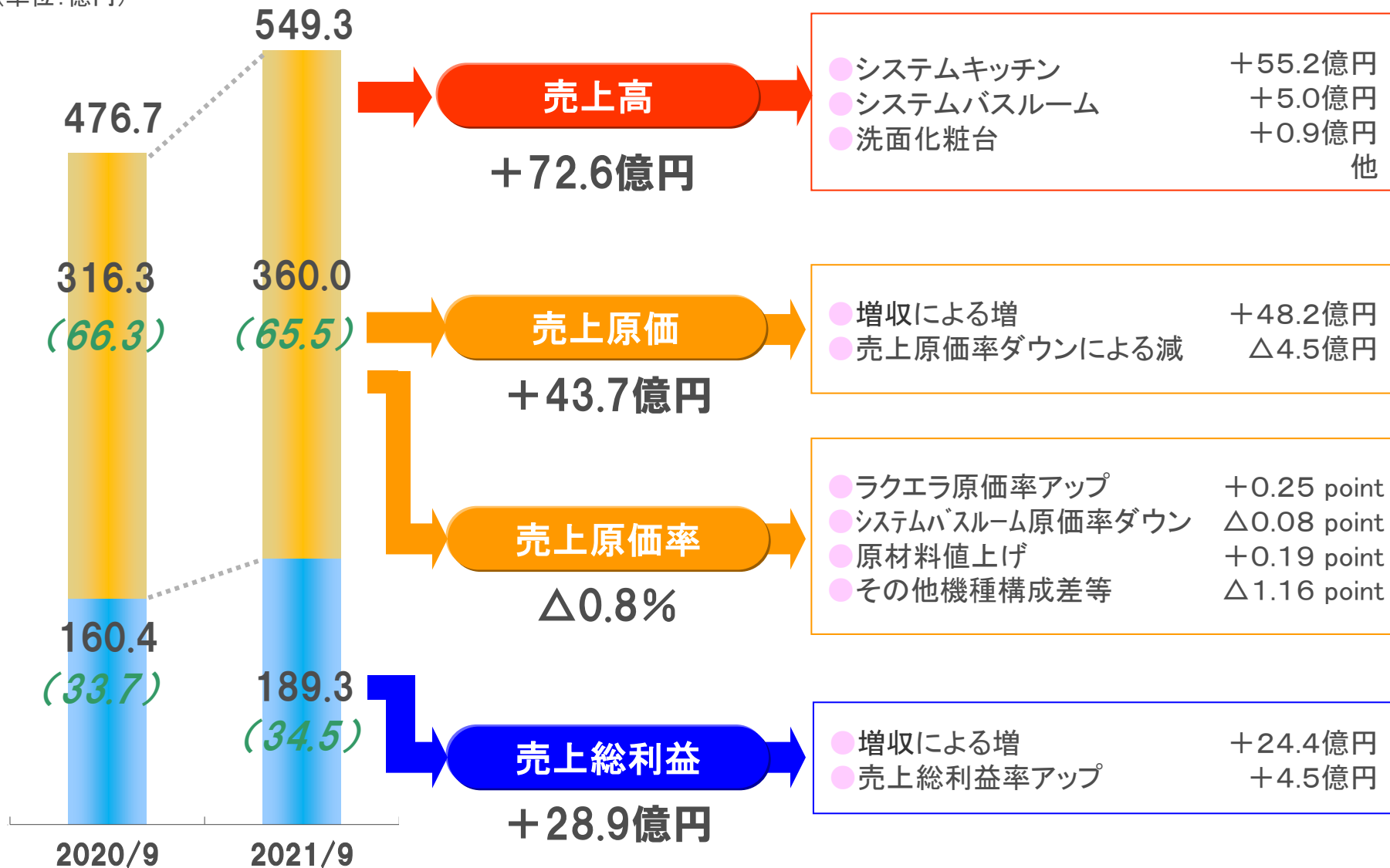
* 当初予想：2021年5月11日公表

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)】

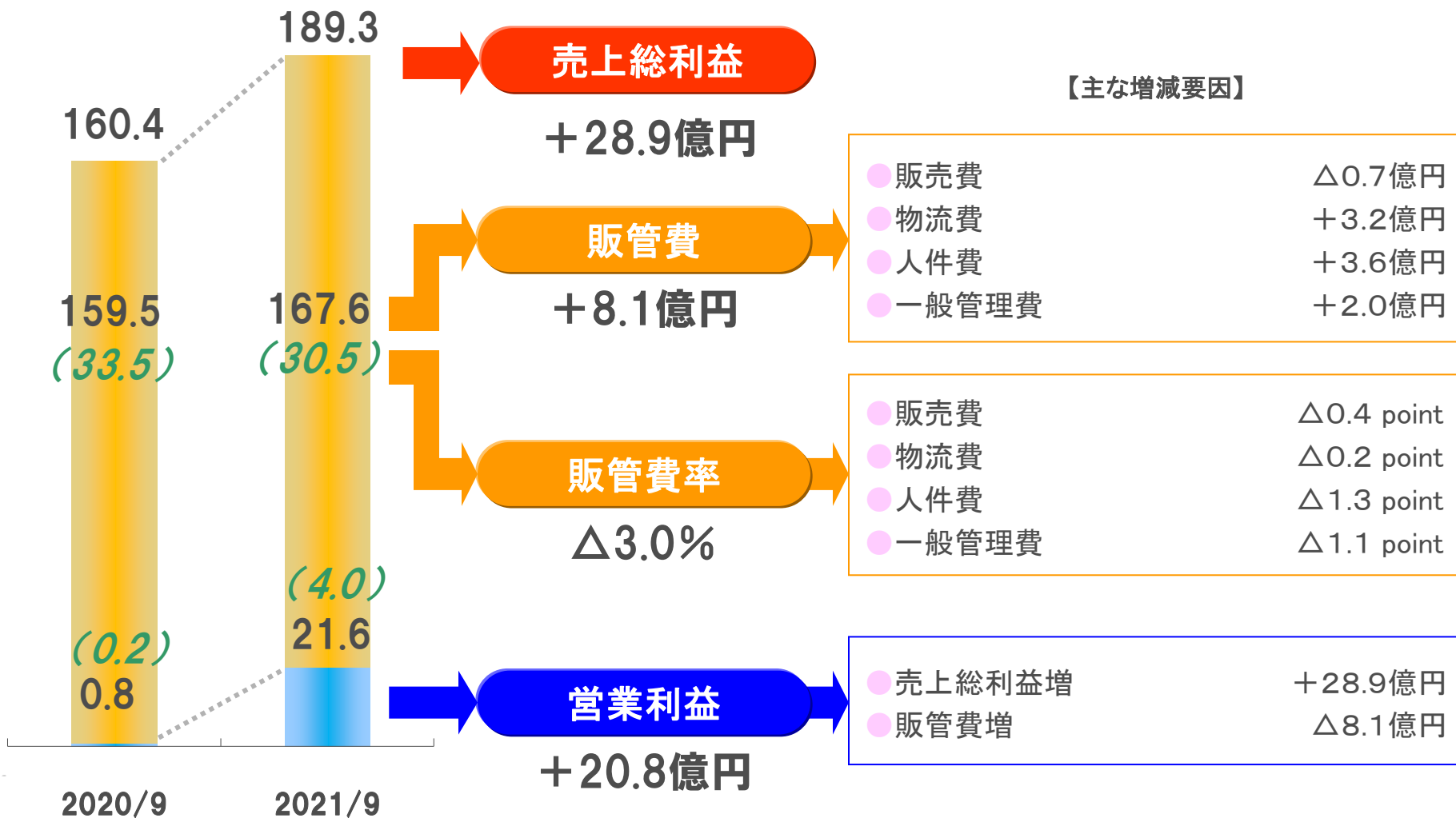
【主な増減要因】



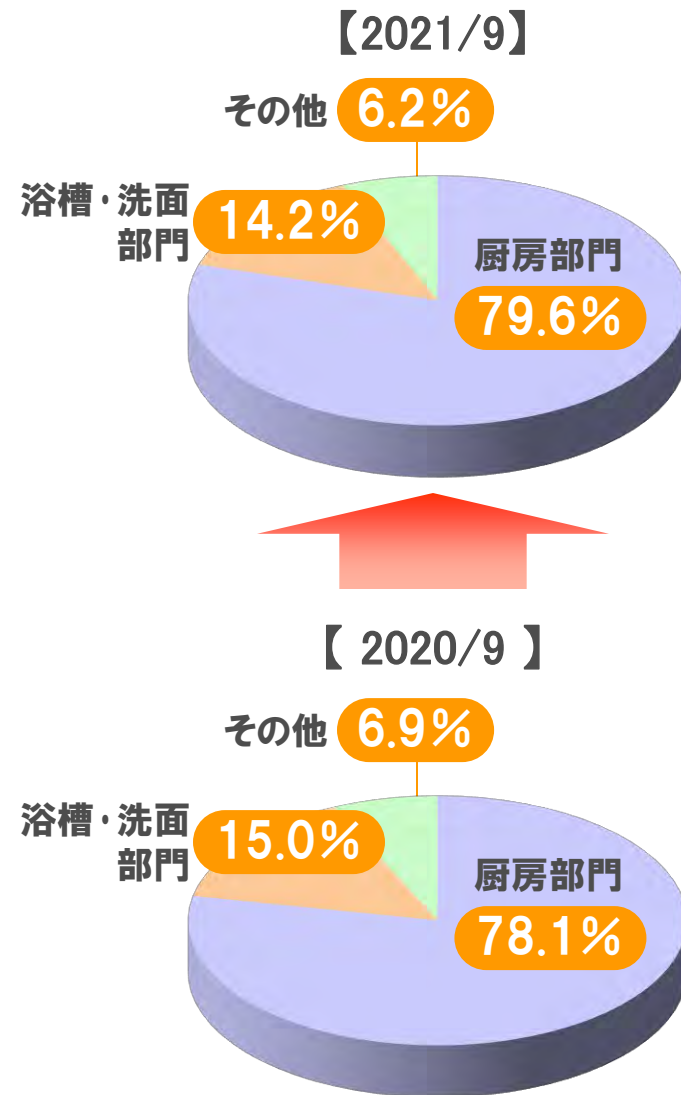
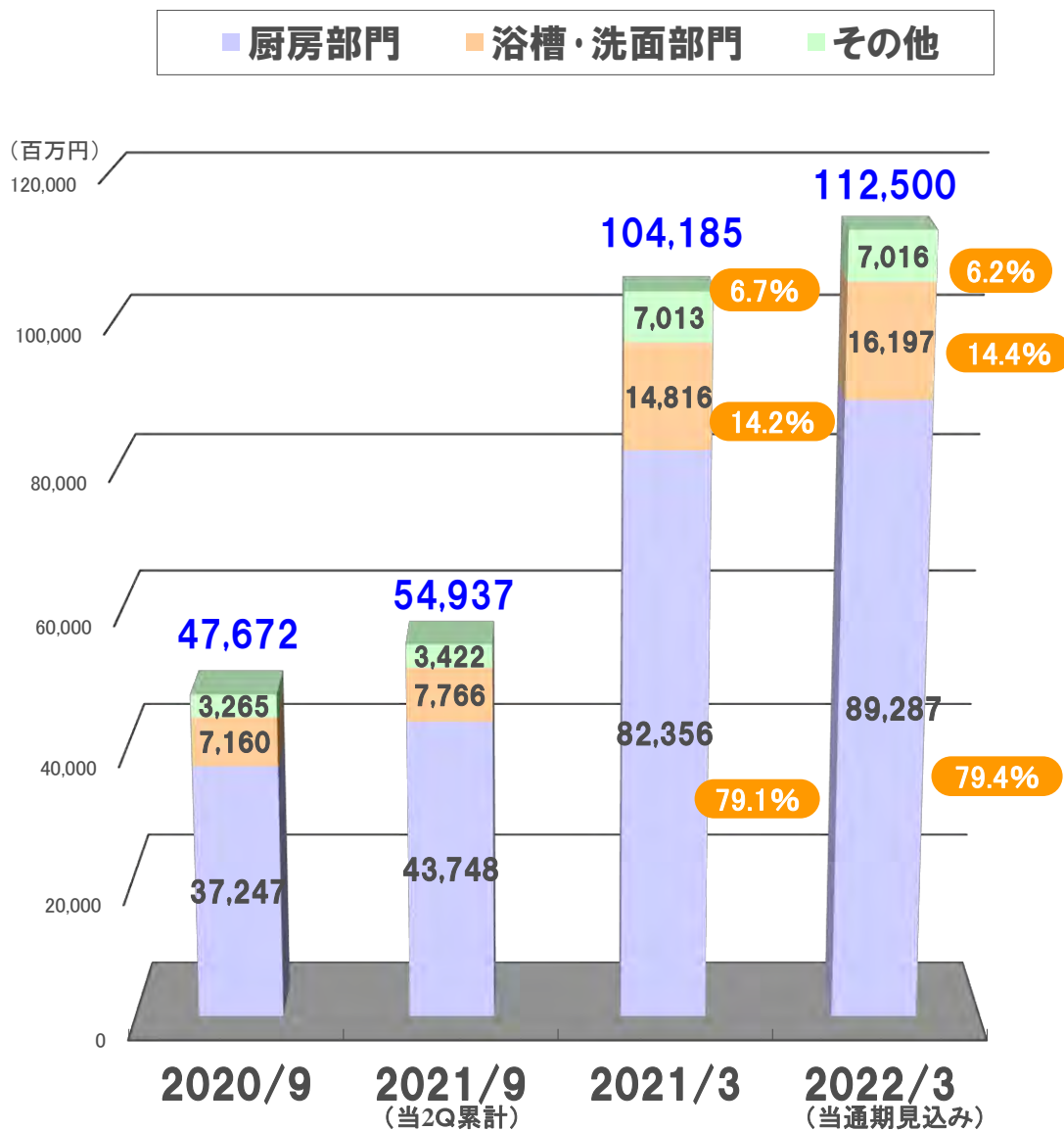
2. 連結損益の状況② 販管費・営業利益

(単位:億円)

【増減額(率)】



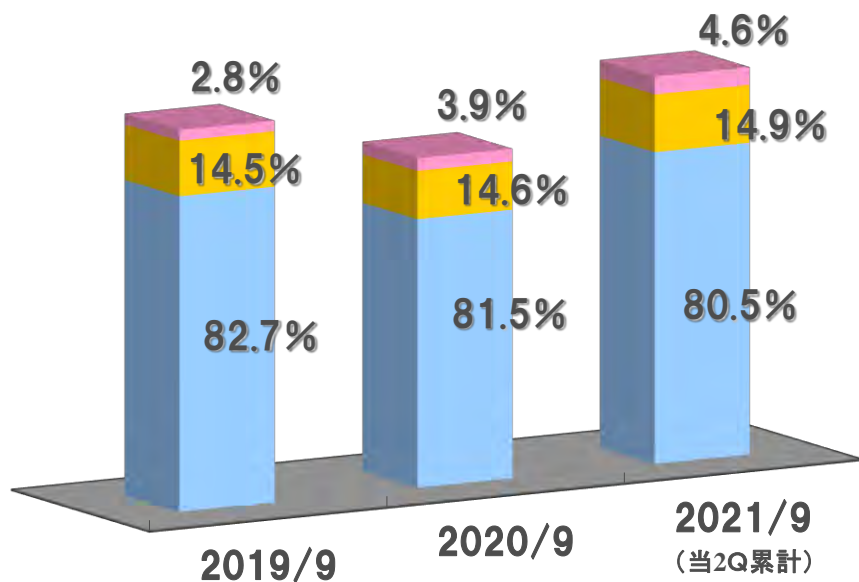
3. 売上構成① 部門別(連結)



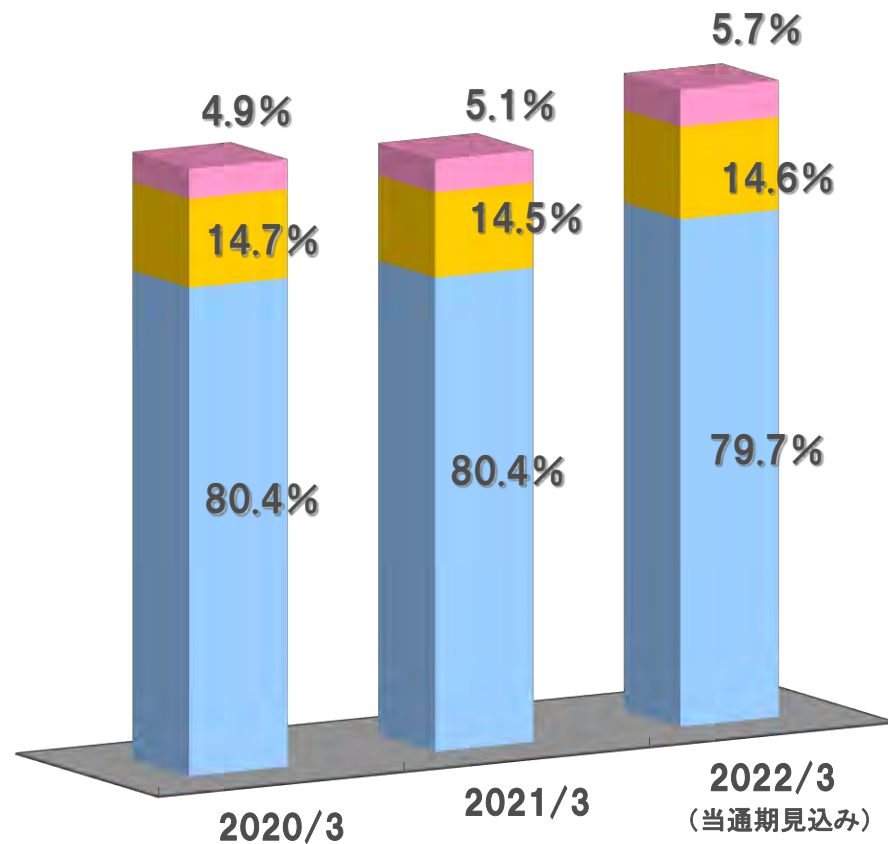
3. 売上構成② 販売ルート別(単体)

- 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】



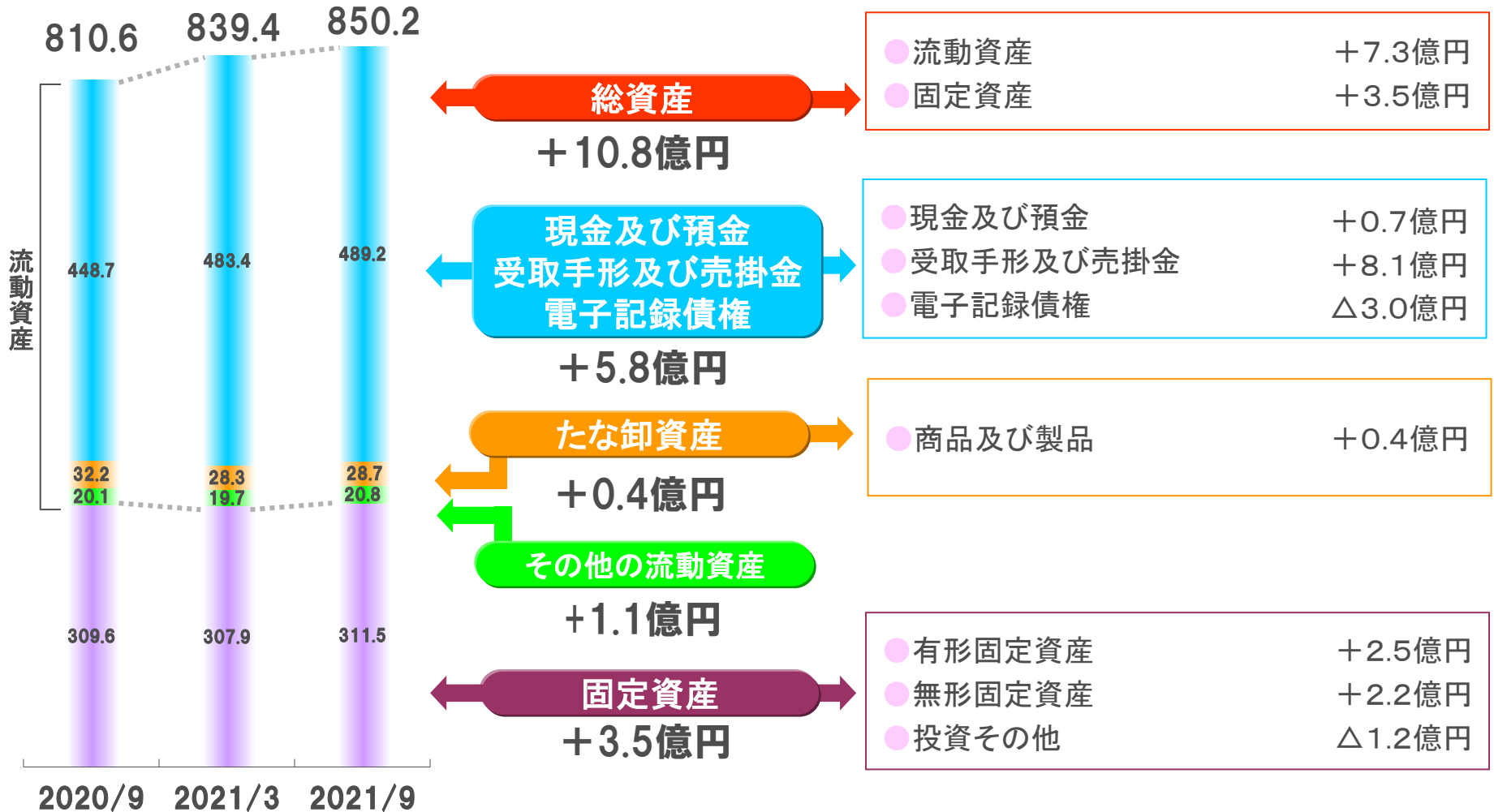
4. 連結貸借対照表の概要①

(単位:億円)

【資産の部】

【増減額】

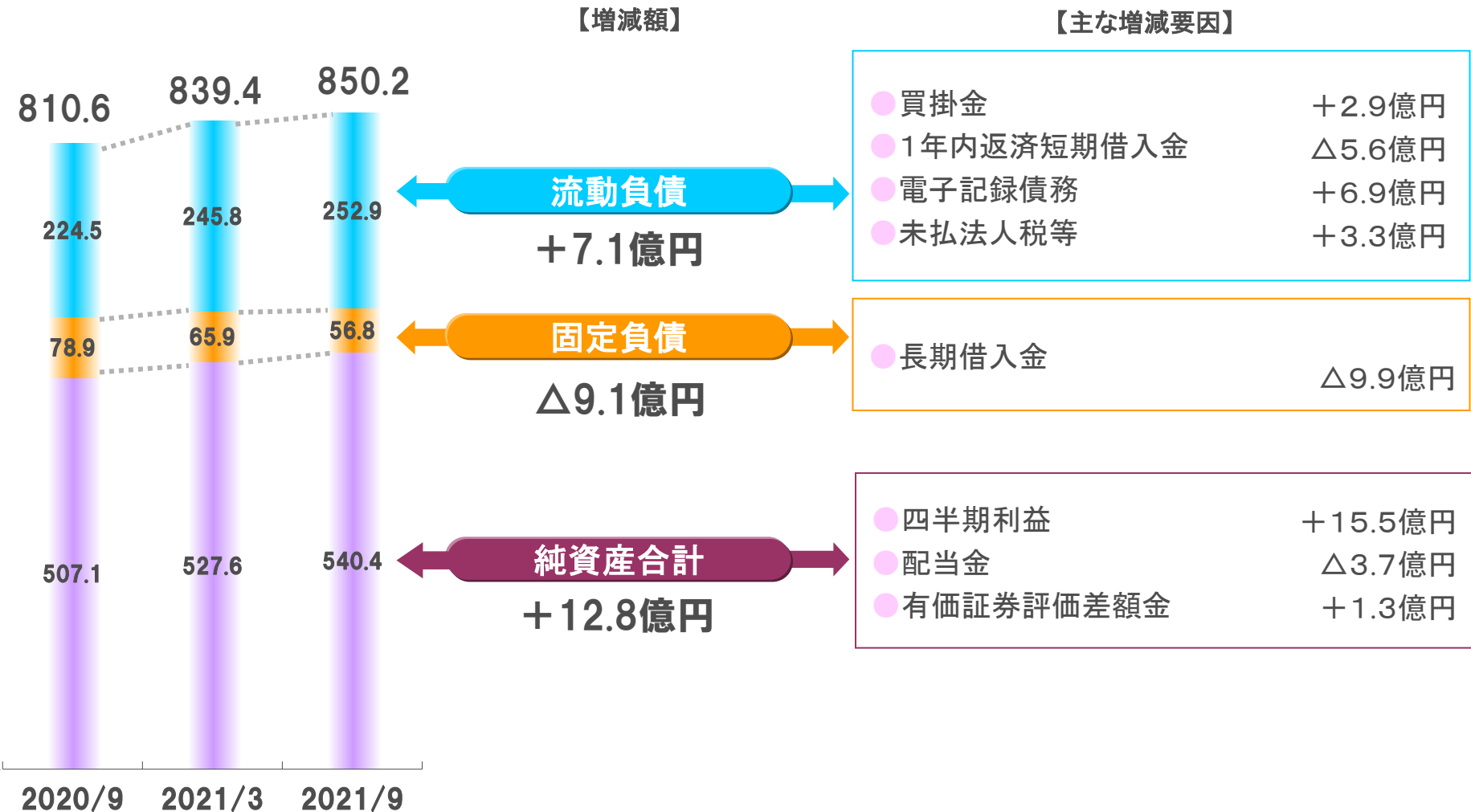
【主な増減要因】



4. 連結貸借対照表の概要②

(単位:億円)

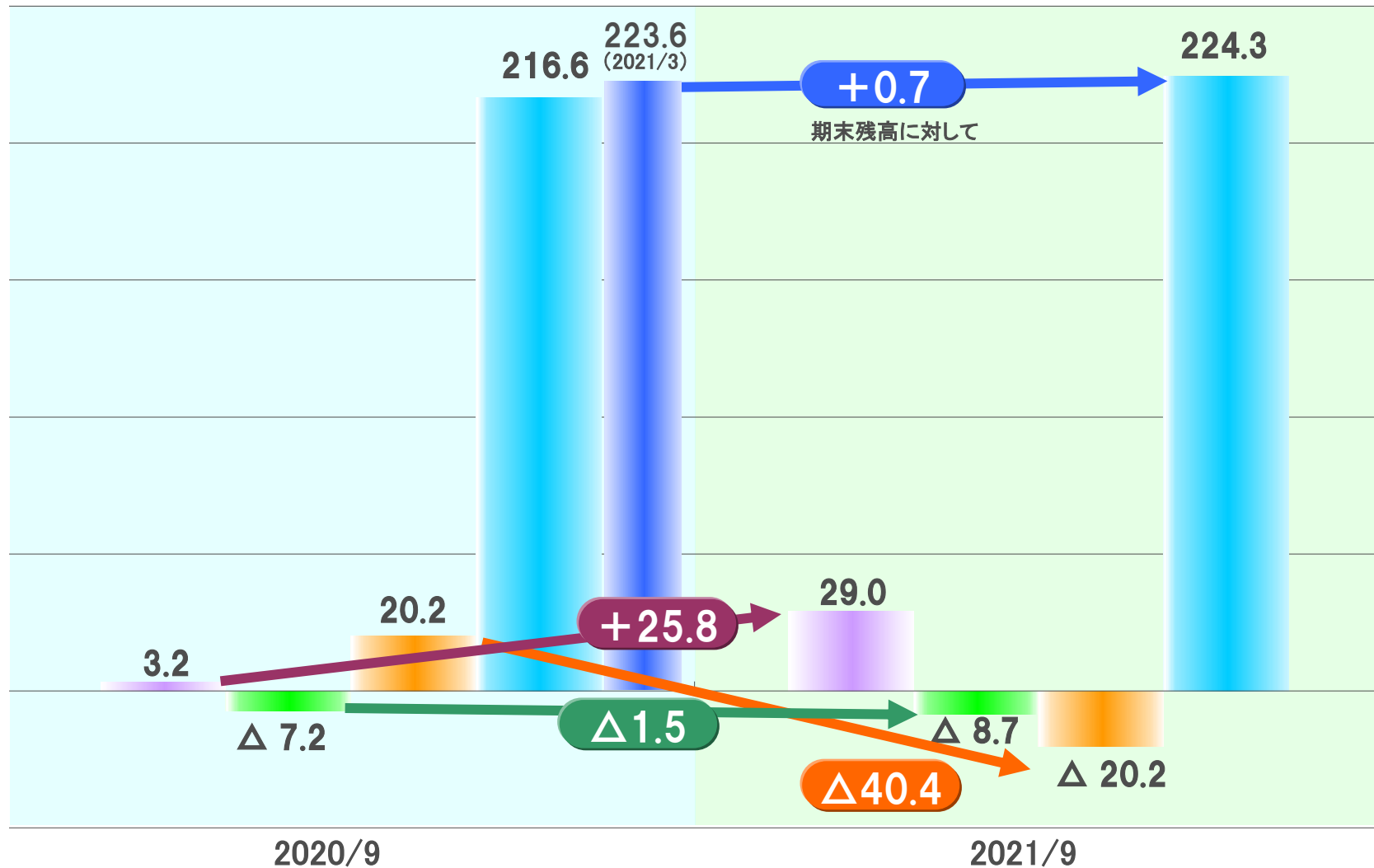
【負債・純資産の部】



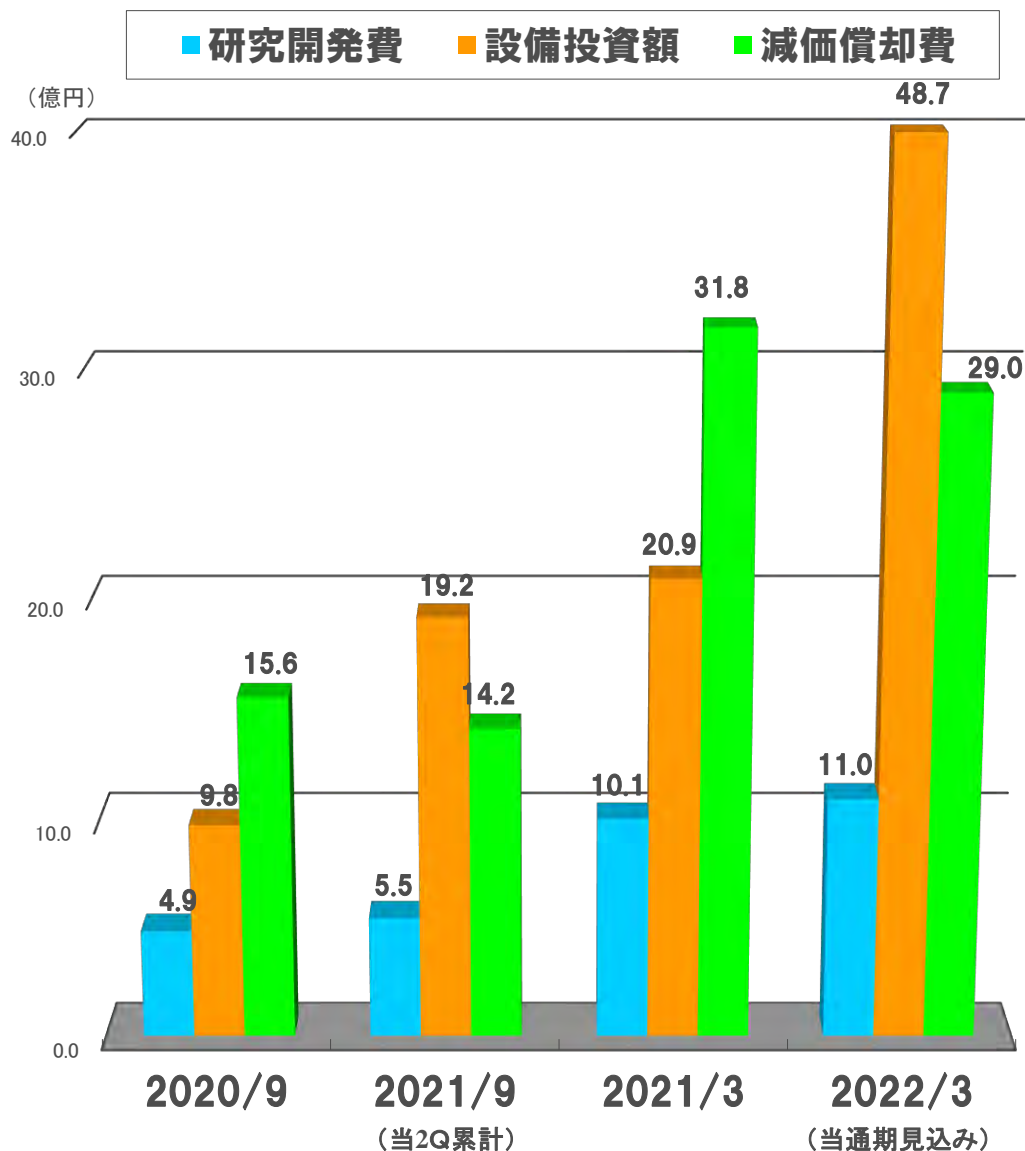
5. 連結キャッシュ・フロー計算書の概要

(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)



【2022年3月期の主な設備投資の内容】

上半期実績

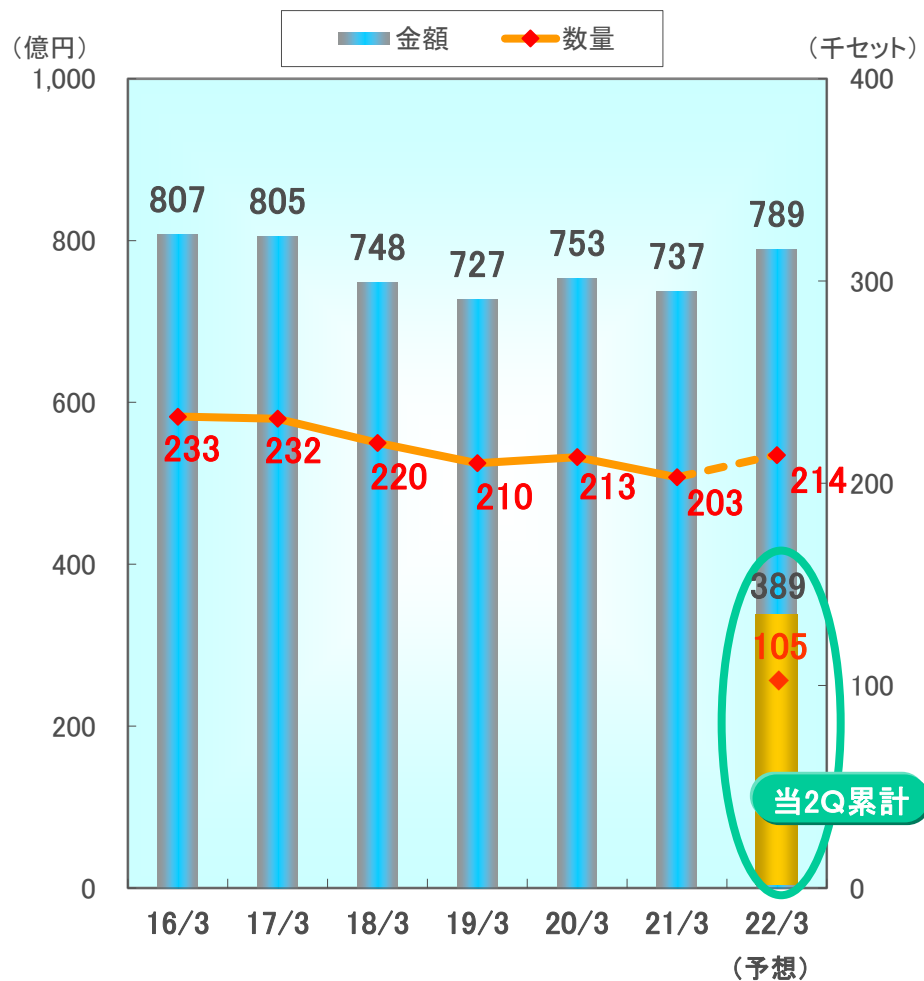
①生産関係	8.8億円
②営業関係(ショールーム等)	3.3億円
③情報関係	6.1億円
④その他	1.0億円

下半期計画

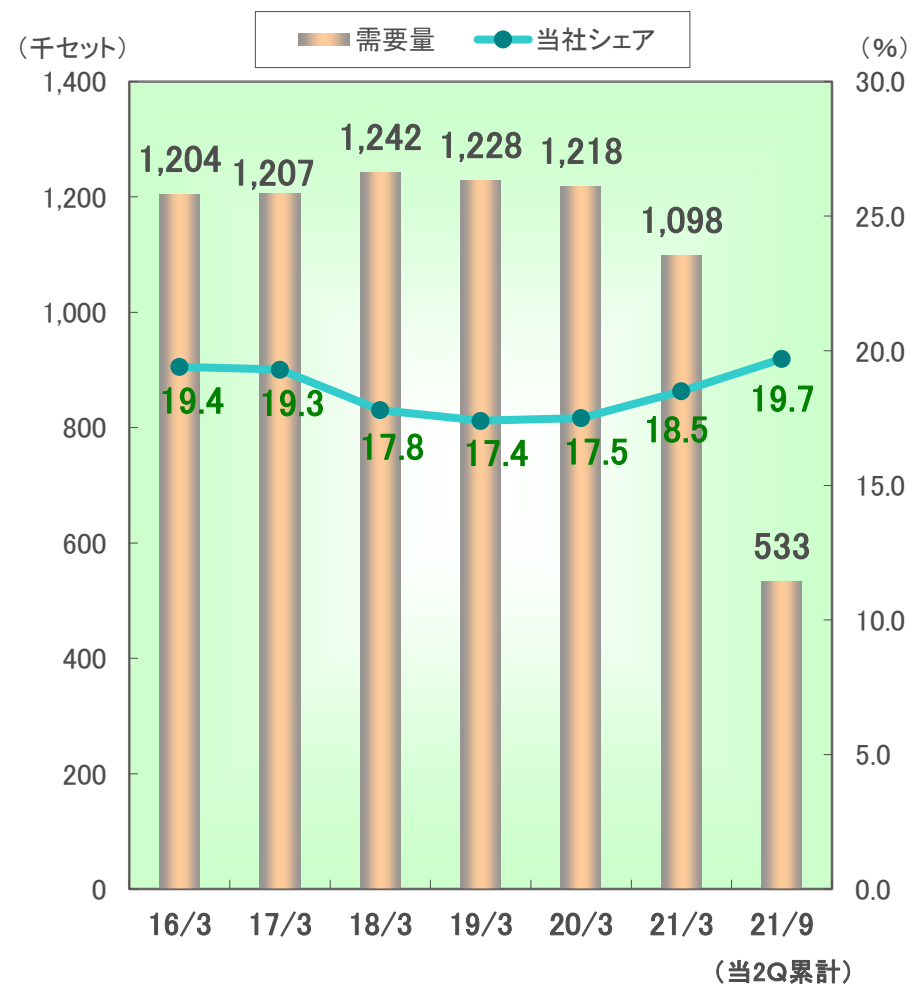
①生産関係	11.3億円
②営業関係	5.2億円
③情報関係	12.5億円
④その他	0.5億円

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

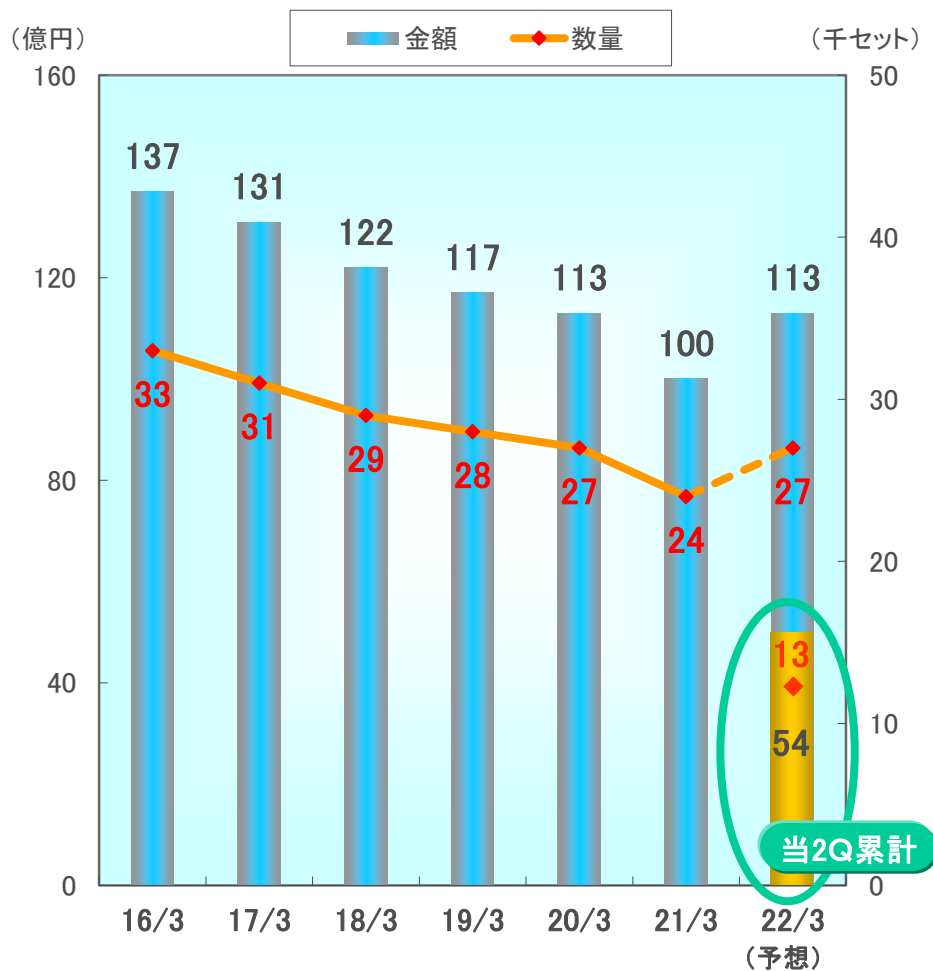


同商品需要動向と当社シェア

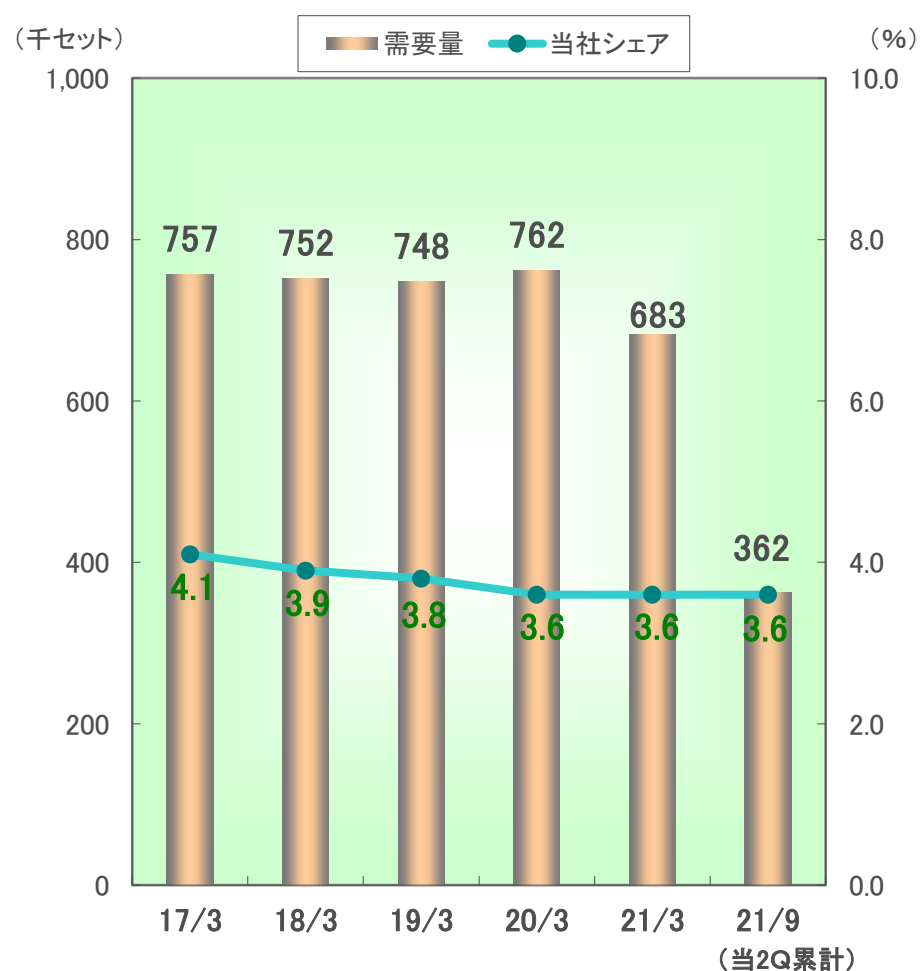


7. 主要商品の販売実績と当社シェア②

システムバスルームの販売実績

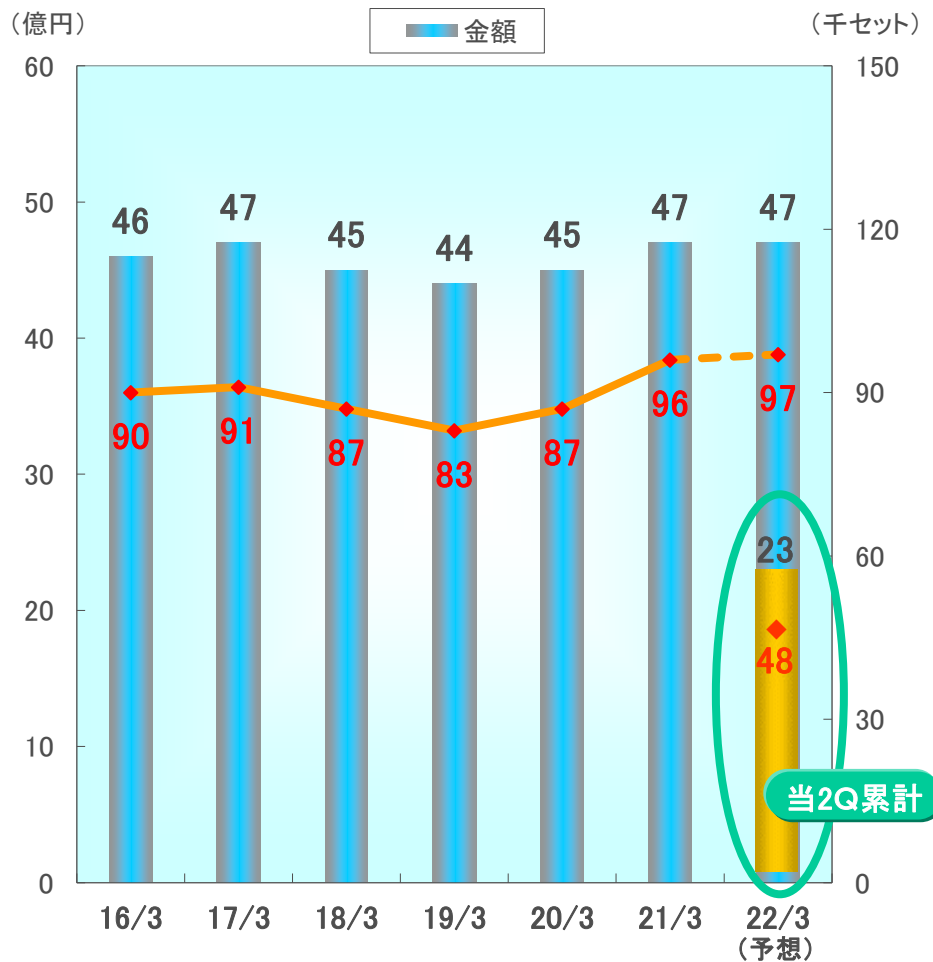


同商品需要動向と当社シェア

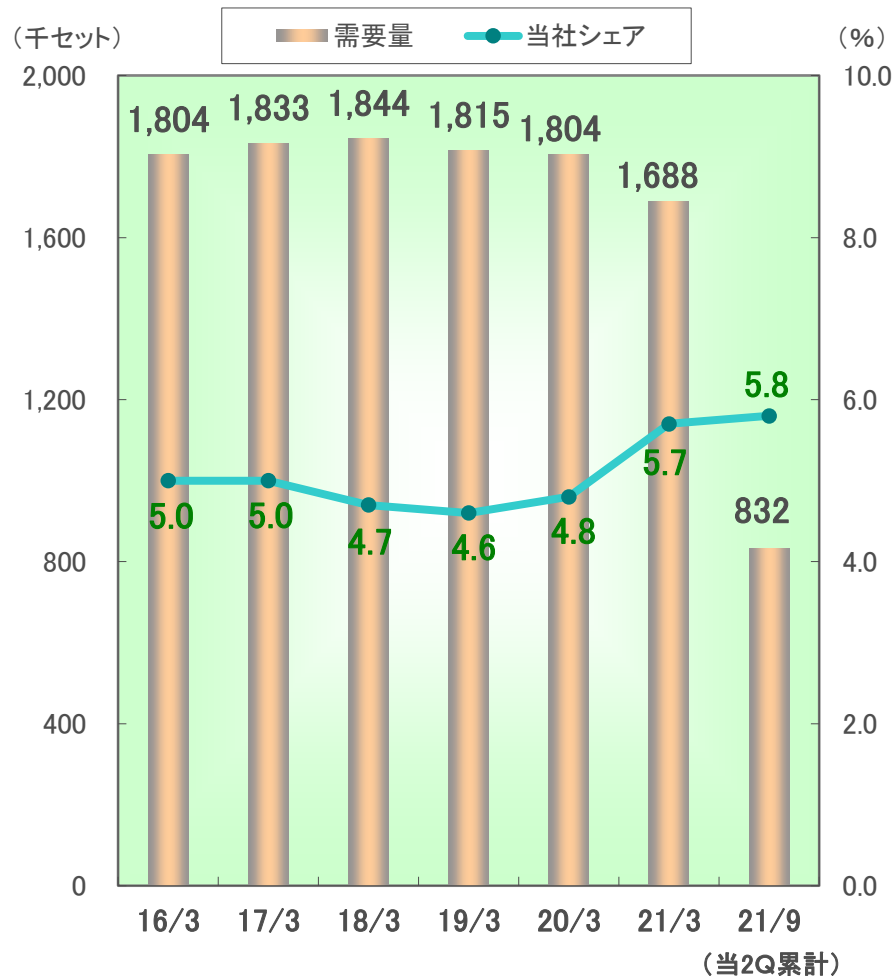


7. 主要商品の販売実績と当社シェア③

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	112,500	+8.0%
営業利益	2,614	3,200	+22.4%
営業利益率	2.5%	2.8%	-
経常利益	2,714	3,600	+32.6%
経常利益率	2.6%	3.2%	-
親会社株主に帰属 する当期純利益	1,746	2,300	+31.7%
当期純利益率	1.7%	2.0%	-



キッチンから、笑顔をつくろう

II. 経営戦略

(中期経営計画の進捗)

1. 「21中計(2021-2023)」の主なポイント

2021年4月より、新たな中期経営計画を始動しています。

2021年中期経営計画 (21中計) 2021-2023



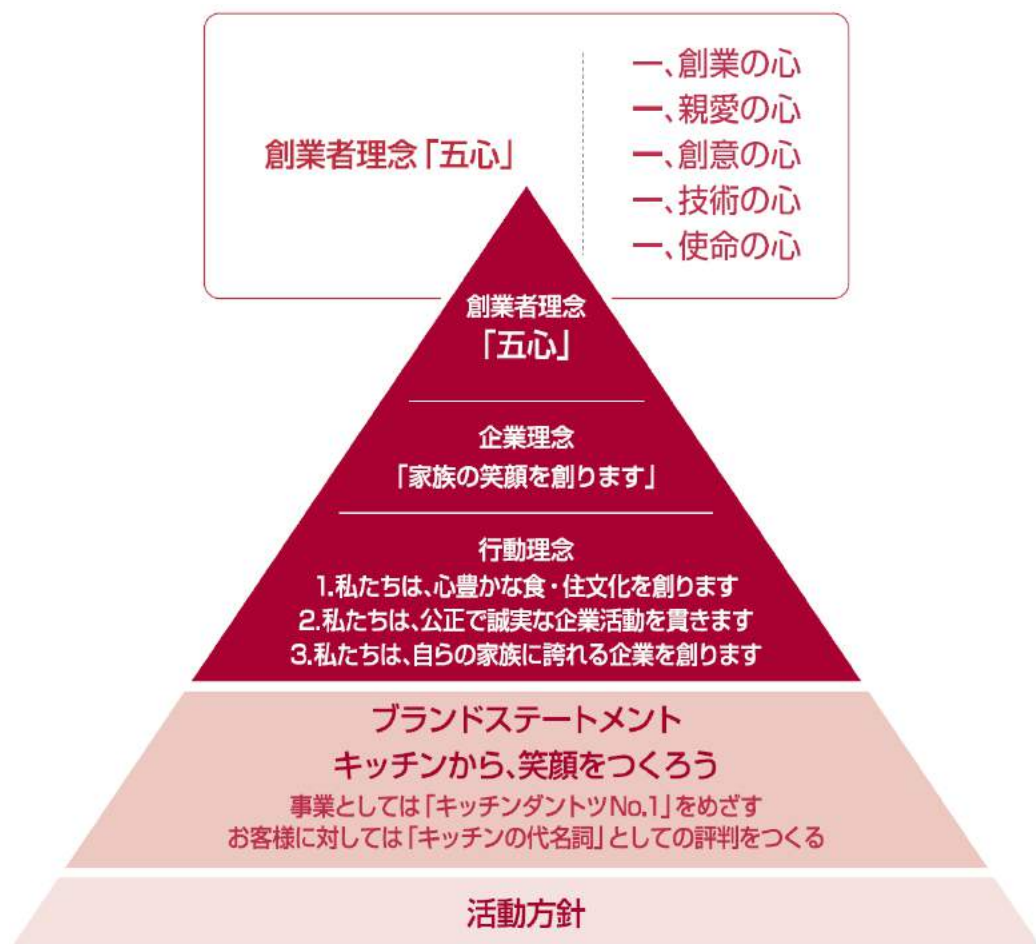
【21中計の主なポイント】

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)**の解決に向けた取り組みを進めることを明確化

2. 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

我々は一家一族の精神に則り
喜びも苦しみも傾ち合い
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力的に推進

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 	  

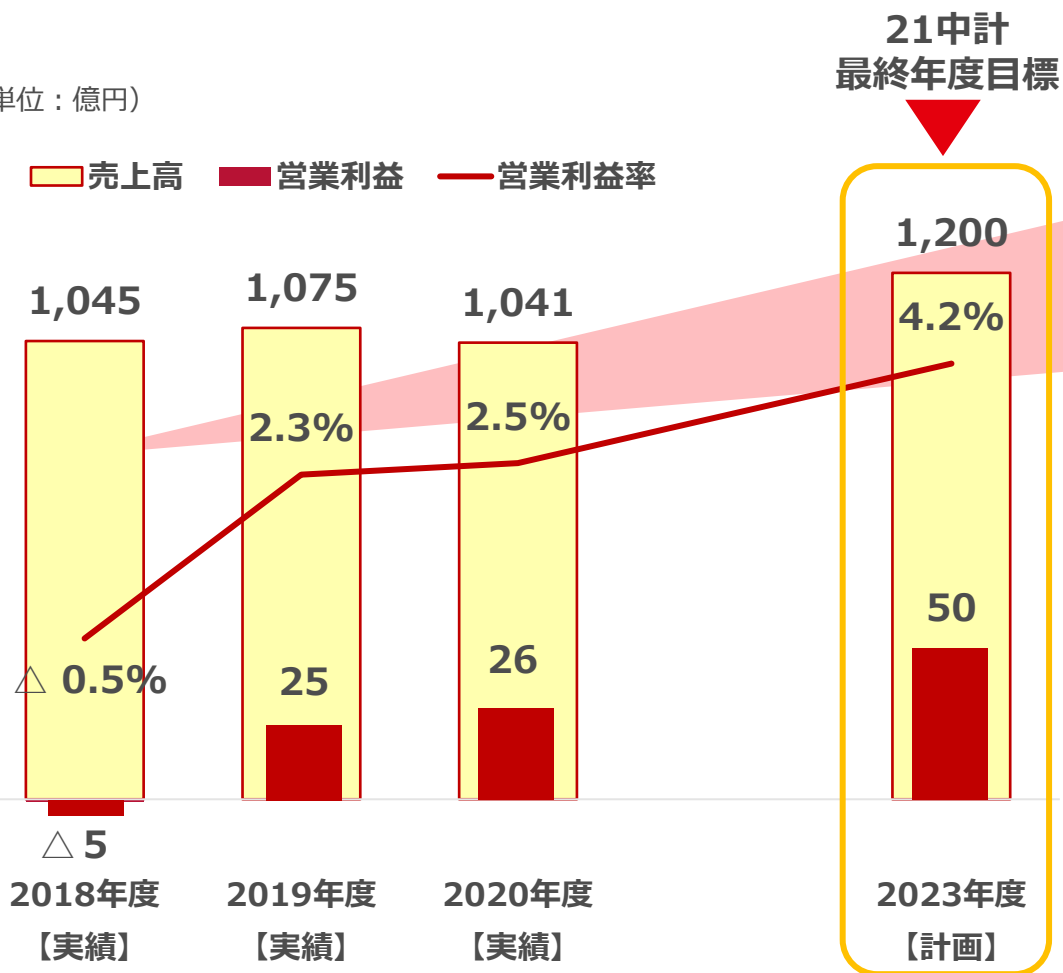


6. 「21中計(2021-2023)」数値目標

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)



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

戦略1

既存事業の需要開拓、低収益からの転換

■進捗状況

【システムキッチン 1】

▶ 新「STEDIA」登場

【システムキッチン 2】

▶ 「ラクエラ」のデザイン性強化

【システムバス】

▶ システムバスルームの強化

【ショールーム／営業政策】

▶ イエナカフェア、オンラインショールームの拡充

▶ 新「STEDIA」登場 2022年2月大規模モデルチェンジ

あこがれとホッネを両立する、新対面プラン登場！

『デュアルトップ対面』で、がんばらずに実現する憧れの対面キッチン



“がんばらなくてもすぐに
キレイになる”アイテムがいっぱい



流レールシンク
ワイドタイプ



スライドパントリー



美コートワークトップ

▶「ラクエラ」のデザイン性強化

こだわりのインテリアにベストマッチする扉を充実

扉カラーラインナップ拡充

【今回追加】

【合計】

11色 ▶ 30色



基本プランの内容刷新

人気機能を標準搭載

- 掃除のしやすい「フラットスリムレンジフード」
- 大型シンク「TGシンク」(間口82cm) など



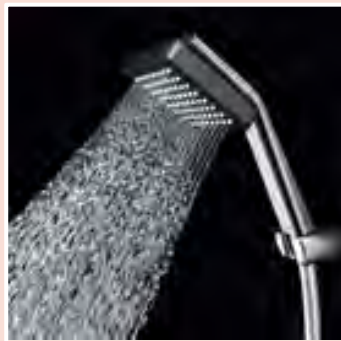
▶ システムバスルームの強化

「アクリアバス」

品質そのままにアイテムをしぼりこんだ、
コストバランスの良いプラン

「スタイリッシュプラン」登場

洗面器置きカウンターや、サポートバーを省き、アイテムを絞りつつ、大流量のシャワー「ZAAVA」を標準装備



標準シャワーに比べ、温度が1.5℃高く、シャワー浴に快適なシャワーヘッド

「ユアシス」

人気の内装素材等をモチーフに、新柄を追加



▶ イエナカフェア、オンラインショールームの拡充

“新しい生活様式”に対応したマーケティング施策

ショールーム



- 新商品の認知拡大と販売促進を目的
- CENTRO、STEDIA、アクリアバス等の主力商品を紹介

オンラインショールーム



いつでも、
どこからでも
体感！



- クリナップキッチンタウン「360°バーチャル体感」オープン

戦略2 新規事業による新たな顧客の創造



■進捗状況

【キッチン 1】

▶ 富裕層向け高級キッチン事業

【キッチン 2】

▶ 新生活提案キッチン「HIROMA」の展開

【海外事業】

▶ 海外事業の拡大に向けた取り組み

▶ 富裕層向け高級キッチン事業

海外高級ブランド

イタリア高級
キッチンブランド



世界55国に展開するラグジュアリーブランド。
革新性、熟練の職人技、アートを取り入れたスタイル、
そして世界トップクラスの持続可能な環境配慮。
世界の富裕層ニーズに応えるプレミアムキッチン



国内高級オーダーキッチン

伊Valcucine社
共同開発ブランド



Valcucine社によるデザイン監修、
当社工場でのライセンス生産。
「納期短縮」、「輸入コスト削減」を可能にし、
国内高級オーダーキッチン市場のニーズに対応



▶ 新生活提案キッチン「HIROMA」の展開



スタンダードタイプ



ロータイプ

10月4日から 本格販売開始！



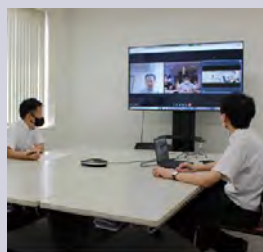
- 家事の省力化や住宅・LDK空間のコンパクト化が進む現代において、キッチンの要素を極力シンプルにし、ダイニングテーブルと融合することで新しいLDKの在り方や暮らしを提案する、新たな概念のキッチン
- 老舗家具メーカー飛騨産業とのコラボレーション

【2021年11月】オンライン販売も開始
HIROMAオンラインショップ公開

▶ 海外事業の拡大に向けた取り組み

新市場の創出に向けて

- アジアを中心にステンレスを基軸としたキッチン商品の輸出販売
- 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



戦略3

ESG／SDGs視点での経営基盤の強化



■進捗状況

【気候変動問題への対応】

▶ 二酸化炭素排出量削減の取組み

【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

「気候変動への対応」 二酸化炭素排出削減の取り組み

設備の省エネ化

人工大理石の成型加工に必要な熱源を変更

2020年1月にA重油を燃料とする蒸気ボイラーを
高効率のLPG蒸気ボイラーへ更新

CO₂排出量の削減へ



LPGガスタンク（湯本工場）



蒸気ボイラー（湯本工場）

資源循環の取り組み

「森林資源の有効利用に関する学生向け教育」の一環として、当社取引先でもある福島県いわき市の企業が開設した環境展示室に協賛



当社で行っている資源循環活動をパネル展示

7. 「21中計」戦略の進捗状況

▶ 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

ESG活動

Cleanup Report
サステナビリティレポート2021

「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

クリップのものづくり

職場・健康への配慮

ワークライフバランス

項目	2021年	2020年	2019年
従業員総数	11,191名	10,822名	10,253名
女性従業員	18,118名	15,488名	13,788名

ダイバーシティ&インクルージョン

環境・社会・ガバナンス

環境

項目	2021年	2020年	2019年
CO2排出量	11.1%	10%	9%
エネルギー	4.2%	3.6%	3.2%

社会

項目	2021年	2020年	2019年
従業員総数	11,191名	10,822名	10,253名
女性従業員	18,118名	15,488名	13,788名

ガバナンス

環境・社会・ガバナンス

環境

項目	2021年	2020年	2019年
CO2排出量	11.1%	10%	9%
エネルギー	4.2%	3.6%	3.2%

社会

項目	2021年	2020年	2019年
従業員総数	11,191名	10,822名	10,253名
女性従業員	18,118名	15,488名	13,788名

ガバナンス

▶ 1992年にレスリング部を創部以来、企業スポーツとして運営し、日本のレスリング競技の発展に貢献

レスリング部の活動

皆川博恵選手（女子76kg級）が「東京オリンピック」で5位入賞

【1回戦】



【準決勝】



【3位決定戦】



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、2022年3月期第2四半期の決算(2021年4月～2021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、2021年11月18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。