

グリッド。

キッチンから、笑顔をつくろう

2017年3月期

決算説明会

プレゼンテーション資料

2017年5月17日

I . 決算の概要

1. 2017年3月期 連結決算の概要



(単位:百万円)

	2017/3 (実績)	2016/3 (実績)	前期比 増減率	2017/3 (期初予想)	2017/3 (修正予想)	修正予想比 増減率
売上高	113,661	114,445	△0.7%	119,000	119,000	—
営業利益	1,989	1,129	76.1%	2,500	2,500	—
経常利益	1,795	867	106.9%	2,200	2,200	—
親会社株主に 帰属する 当期純利益	1,339	340	293.2%	1,200	1,450	20.8%
1株当たり 当期純利益	33.55円	8.19円	309.6%	28.85円	34.86円	20.8%

* 期初予想：2016年5月10日公表

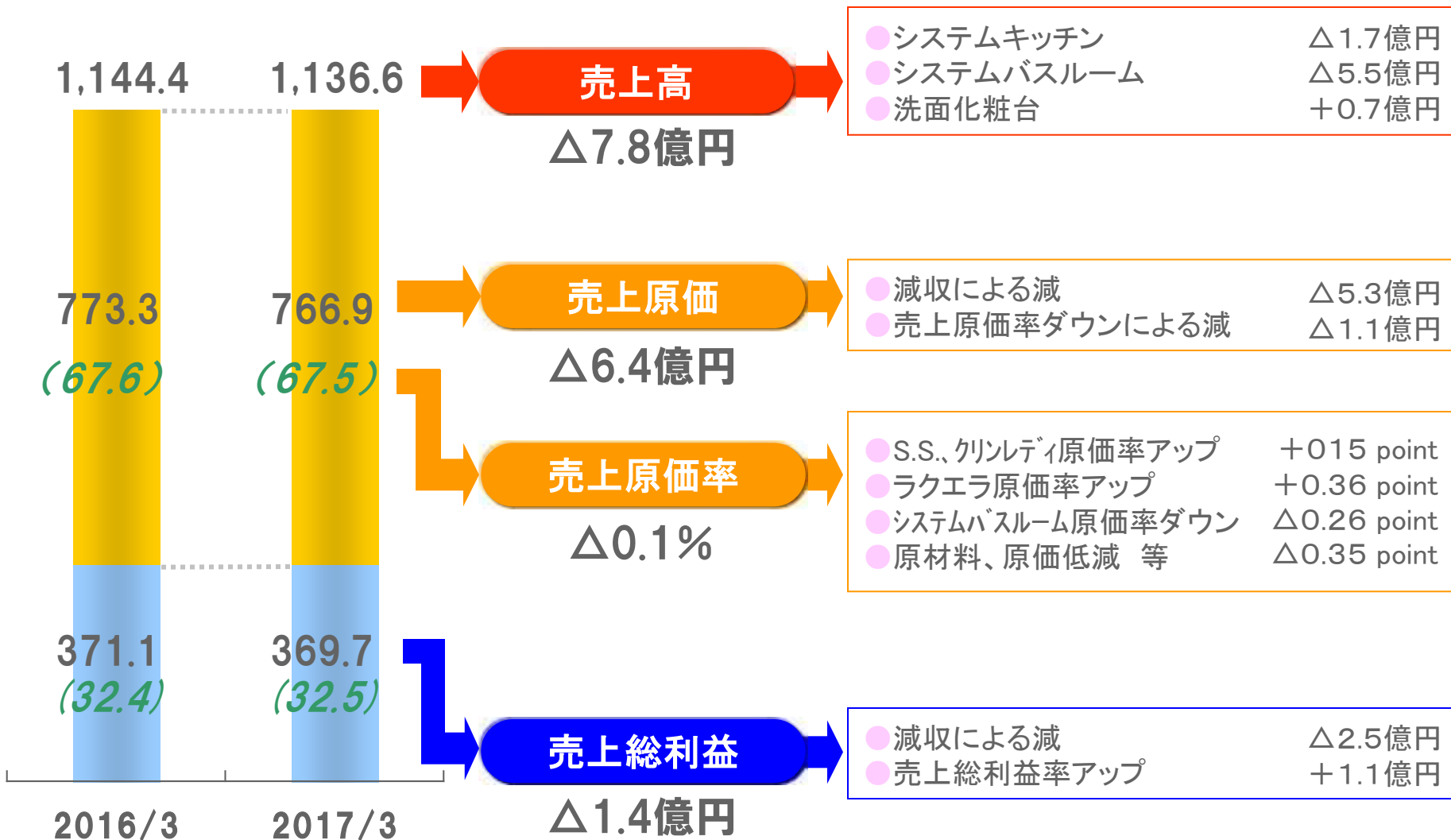
* 修正予想：2016年11月7日公表

2. 連結損益の状況① 売上高・売上総利益

(単位:億円)

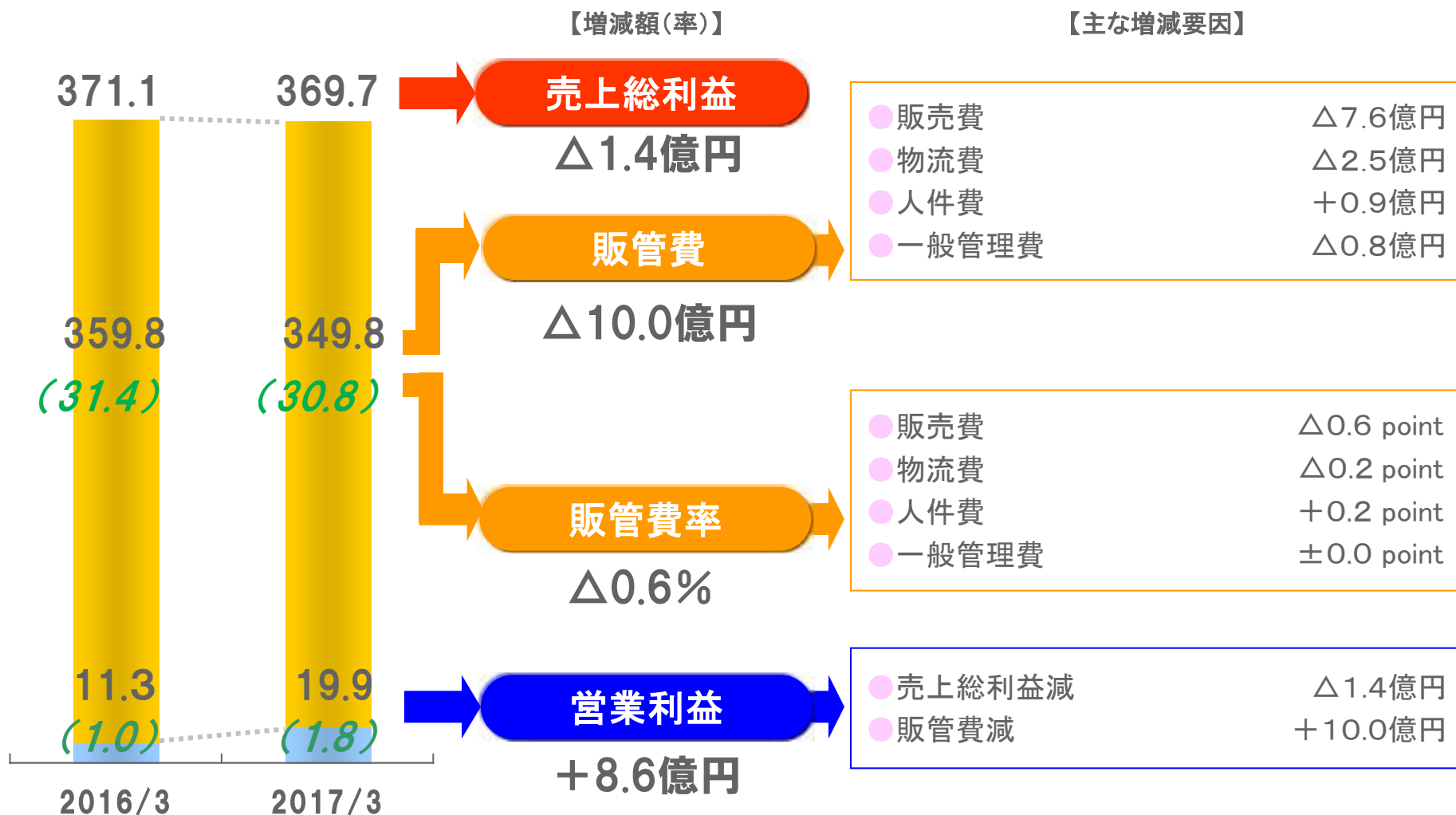
【増減額(率)】

【主な増減要因】

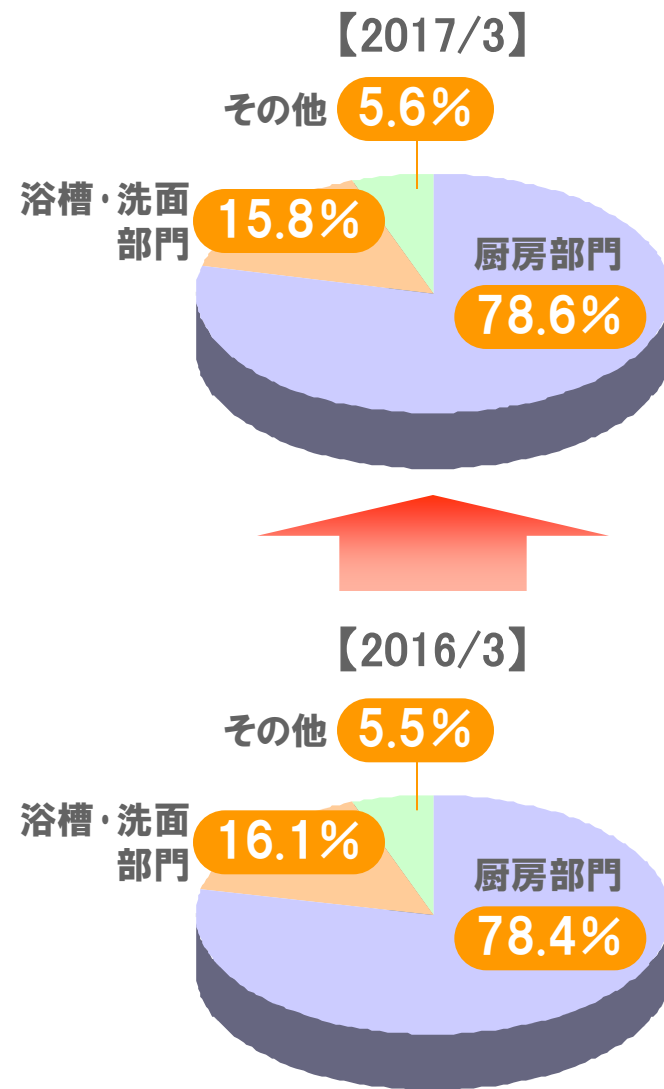
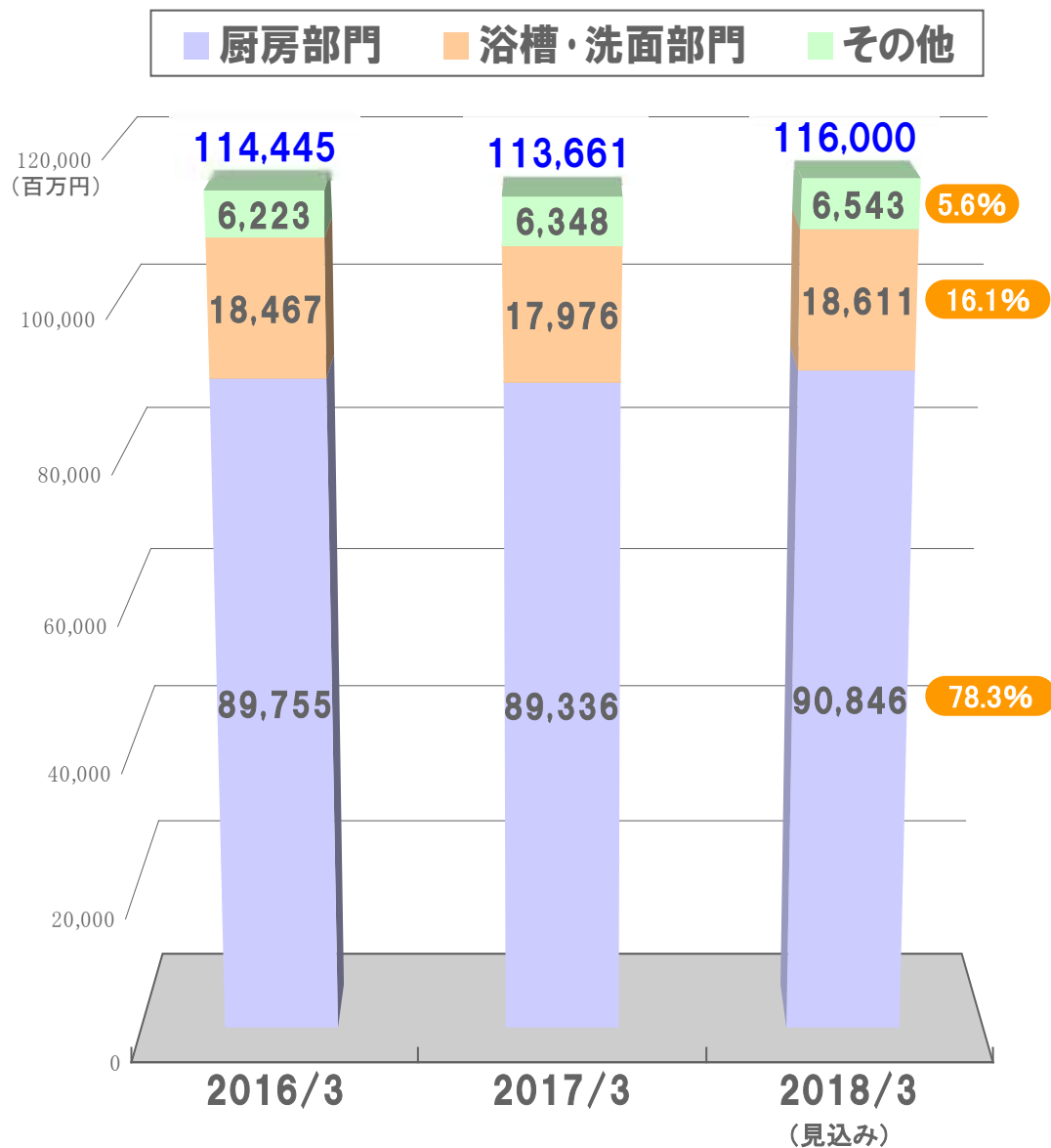


2. 連結損益の状況② 販管費・営業利益

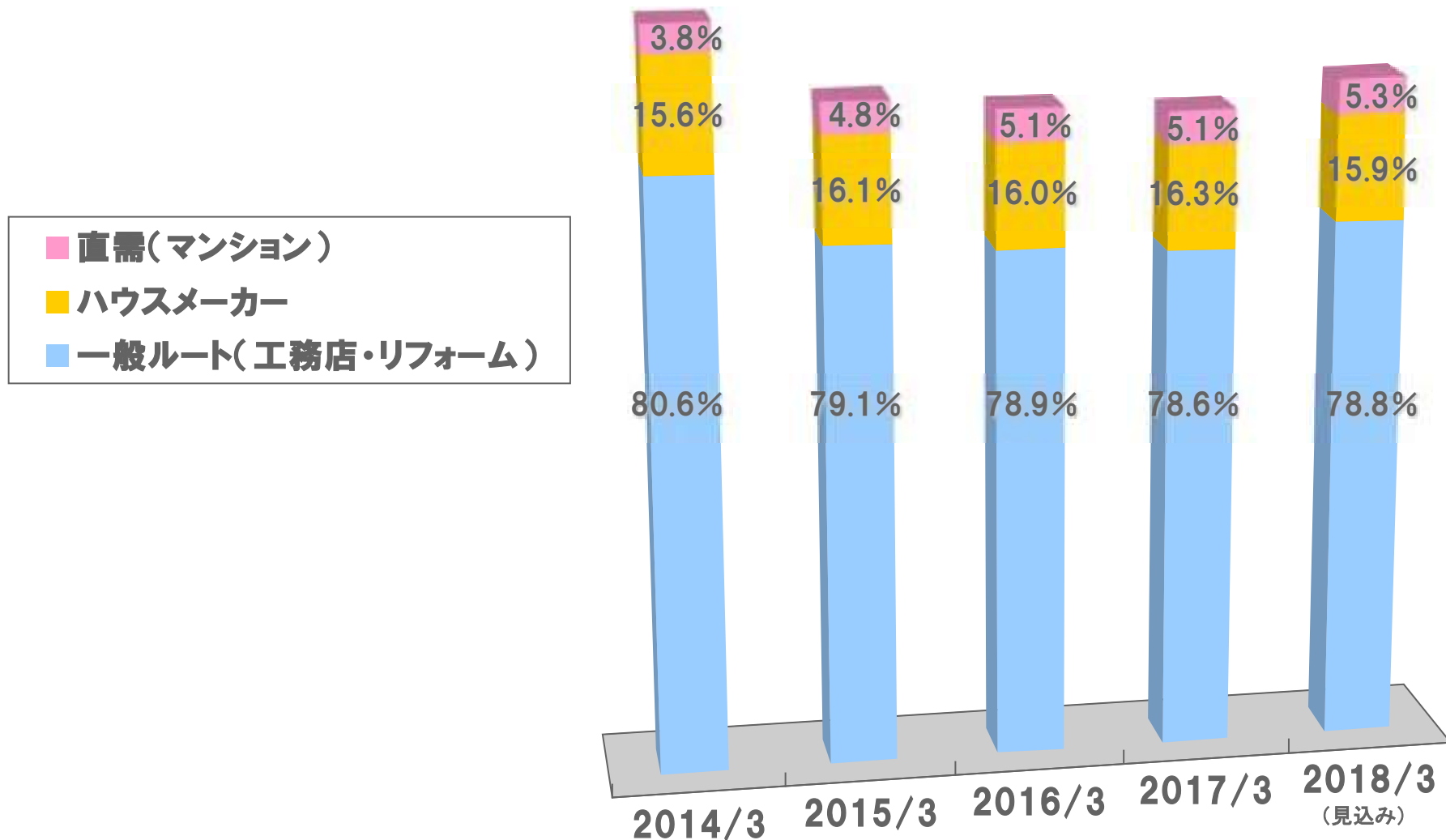
(単位:億円)



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)



4. 連結貸借対照表の概要-1/2

【資産の部】

(単位:億円)



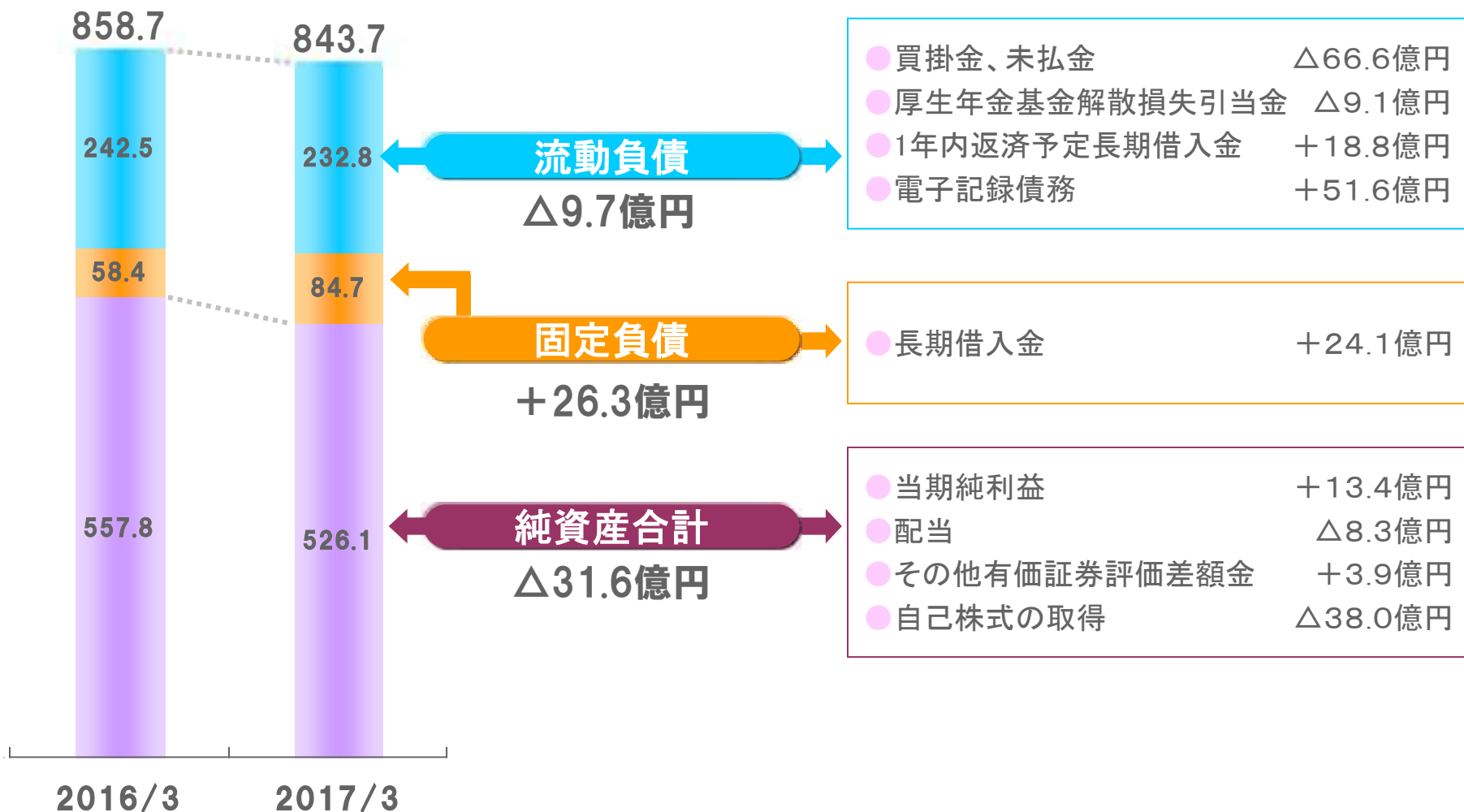
4. 連結貸借対照表の概要-2/2

【負債・純資産の部】

(単位: 億円)

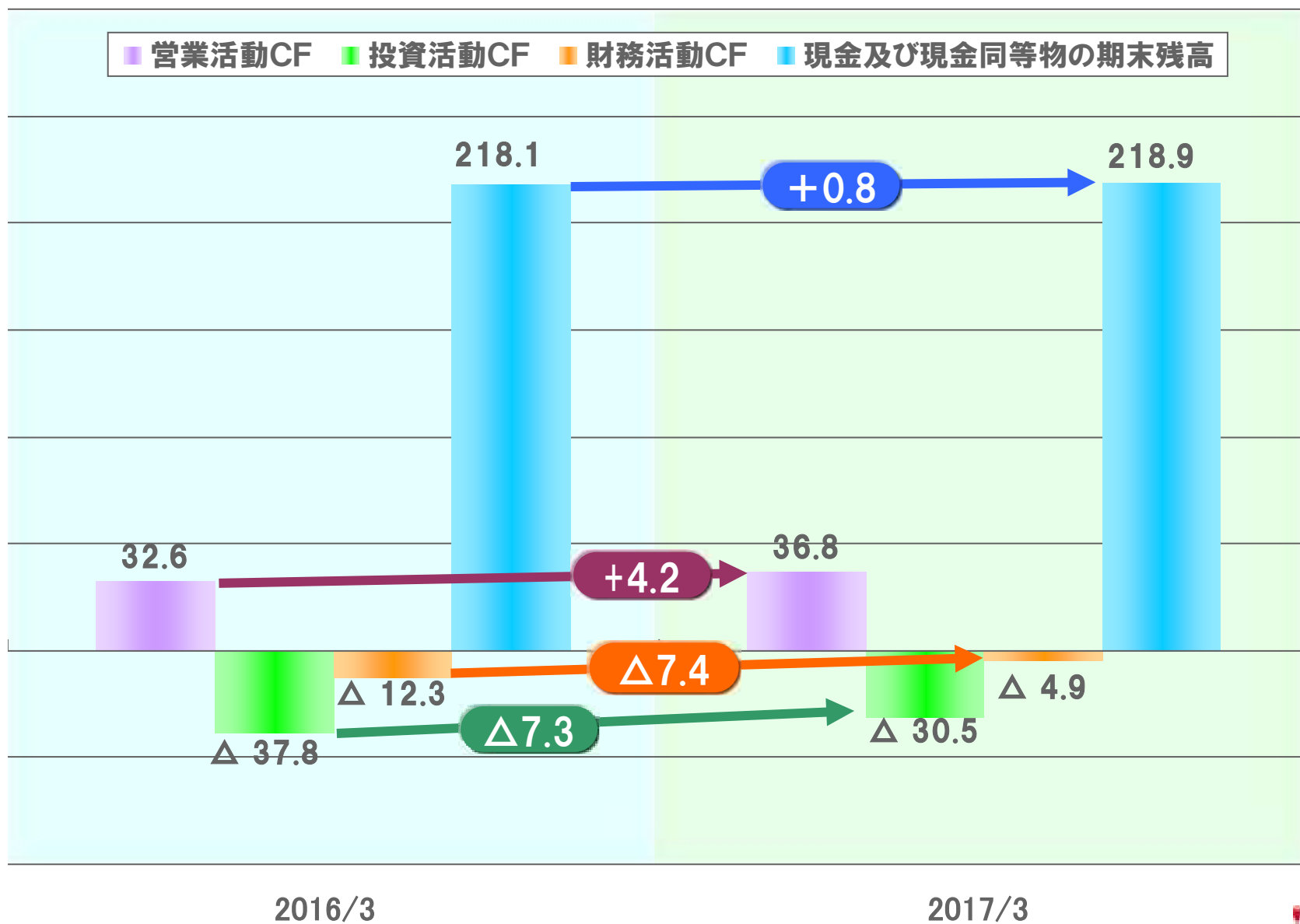
【増減額】

【主な増減要因】

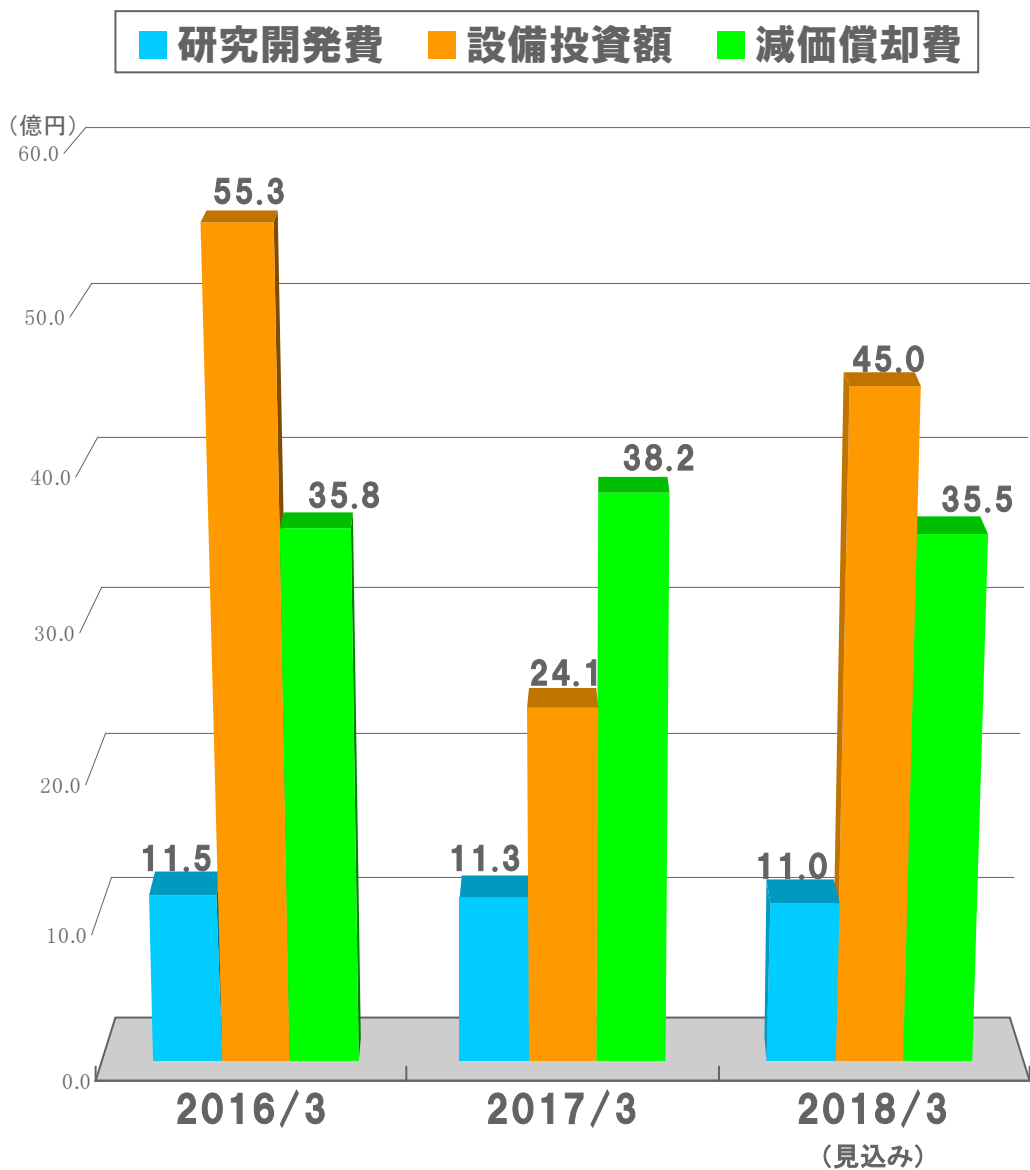


5. 連結キャッシュ・フロー計算書の概要

(単位:億円)



6. 設備投資等の状況(連結)



【主な設備投資の内容】

2017年3月期の実績

①生産関係	6.2億円
②ショールーム改装等	9.3億円
③情報投資	7.0億円
④その他	1.6億円

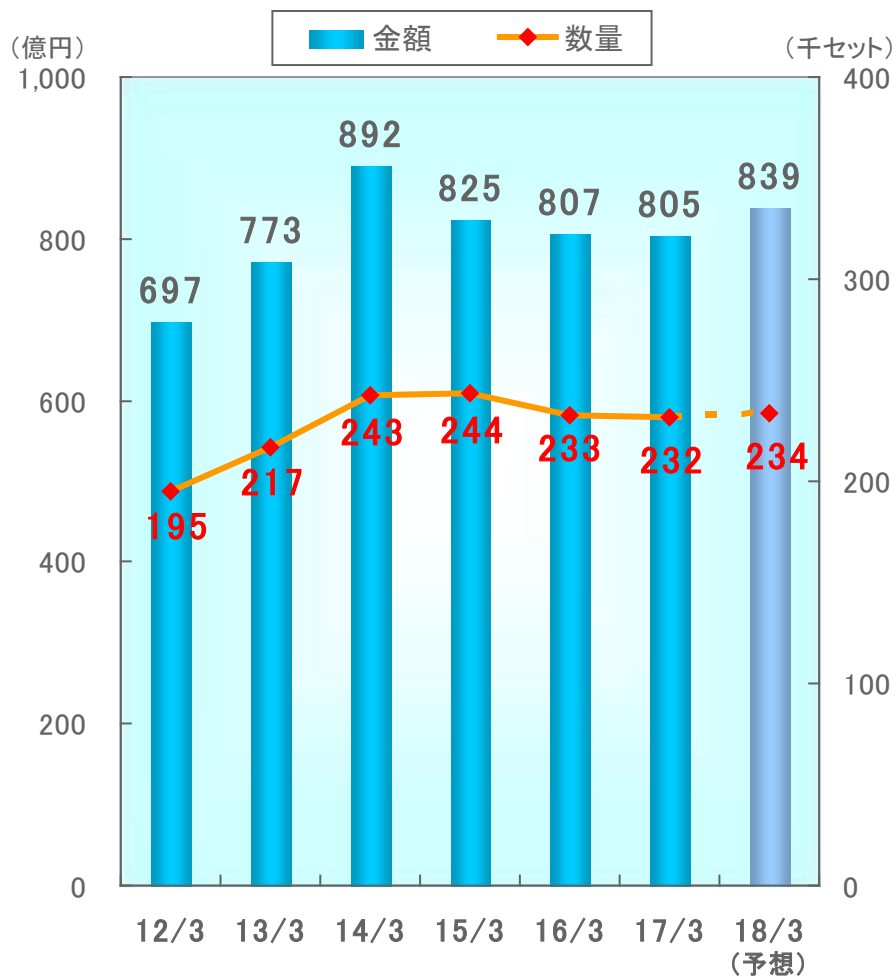
2018年3月期の計画

①生産関係	17.6億円
②営業関係	15.2億円
③情報関係	10.7億円
④その他	1.5億円

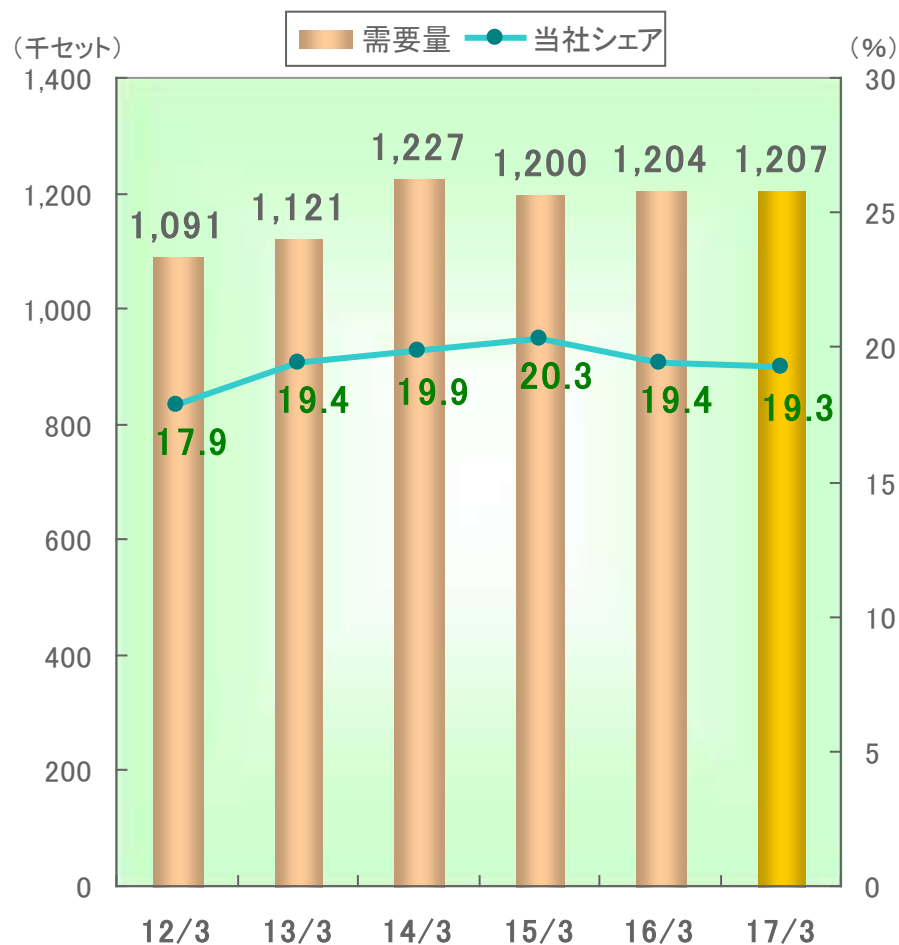
7. 主要商品の販売実績と当社シェア-1/3



システムキッチンの販売実績



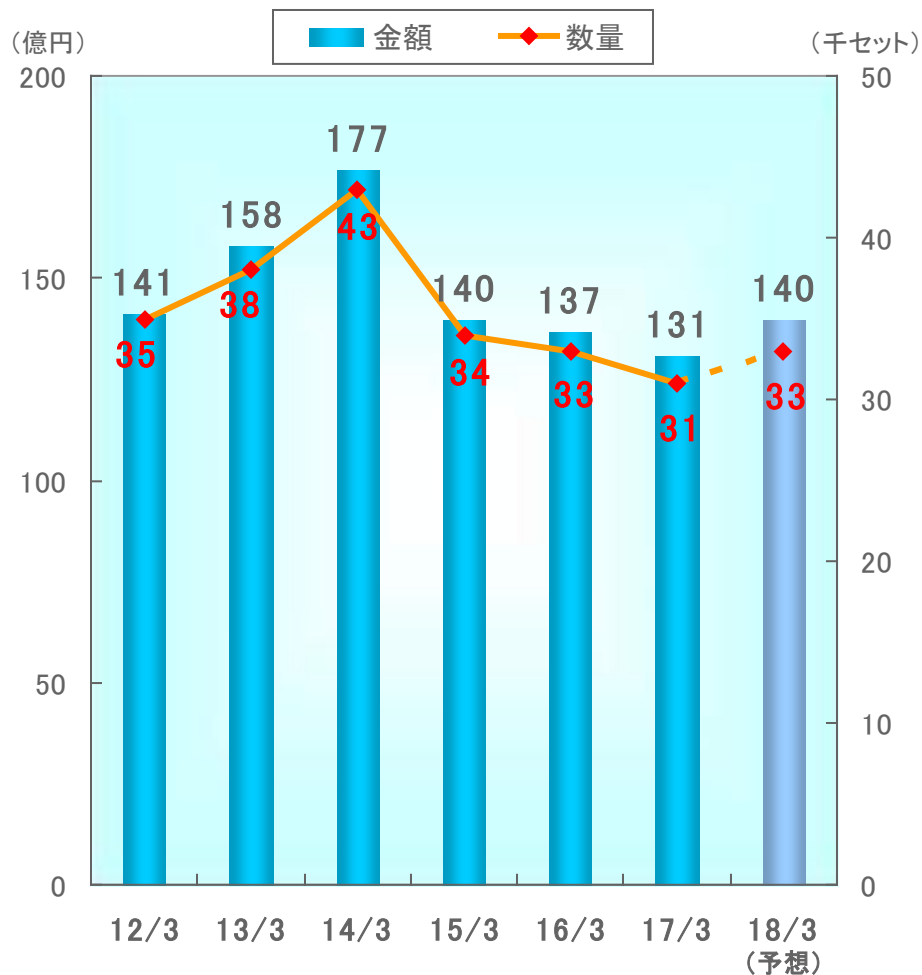
同商品需要動向と当社シェア



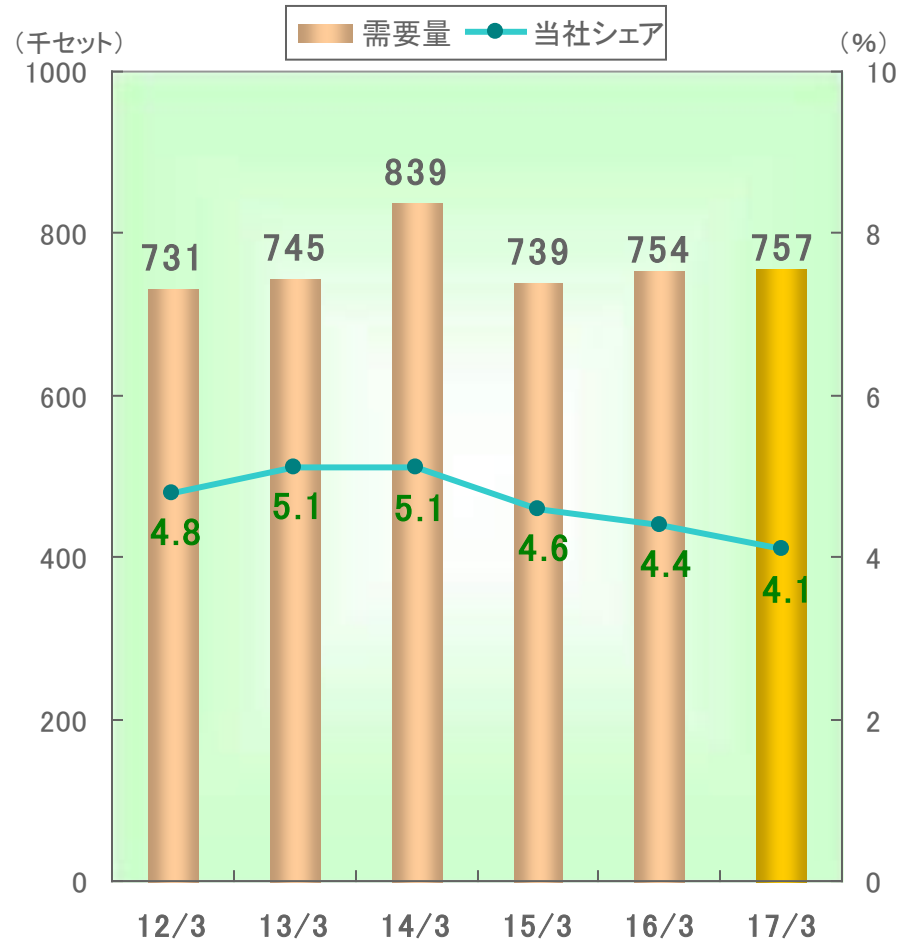
7. 主要商品の販売実績と当社シェア-2/3



システムバスルームの販売実績



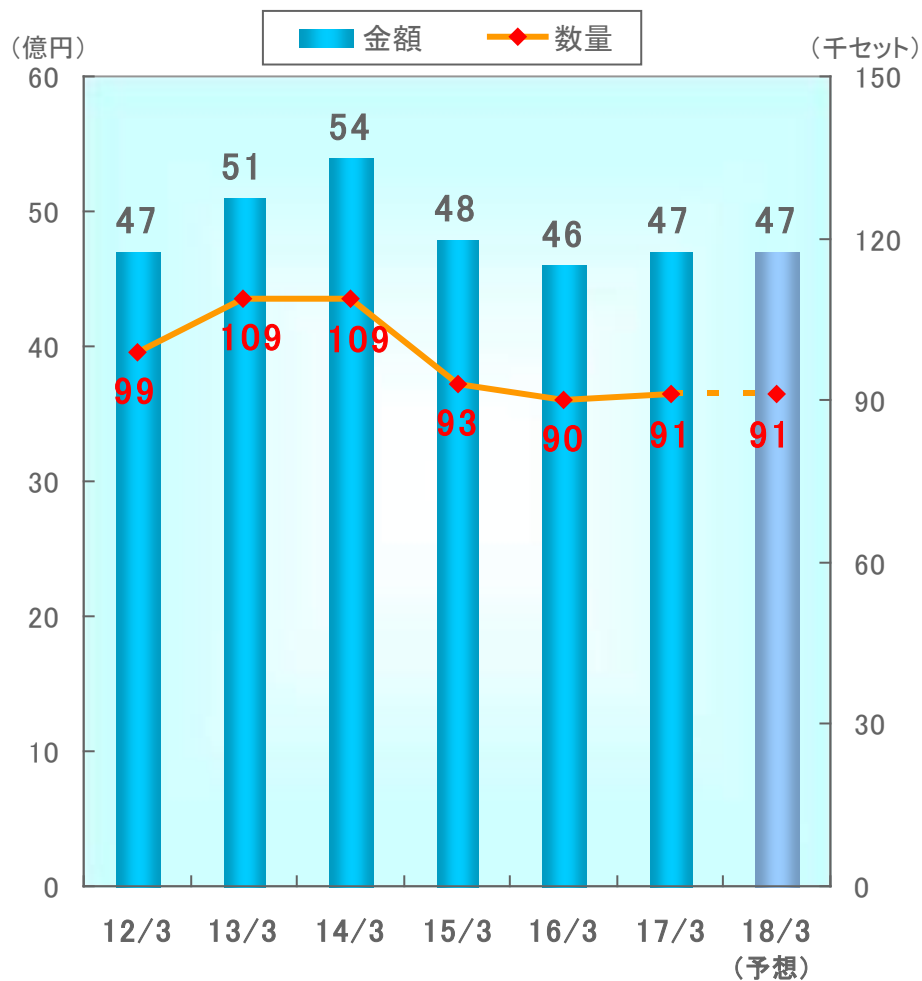
同商品需要動向と当社シェア



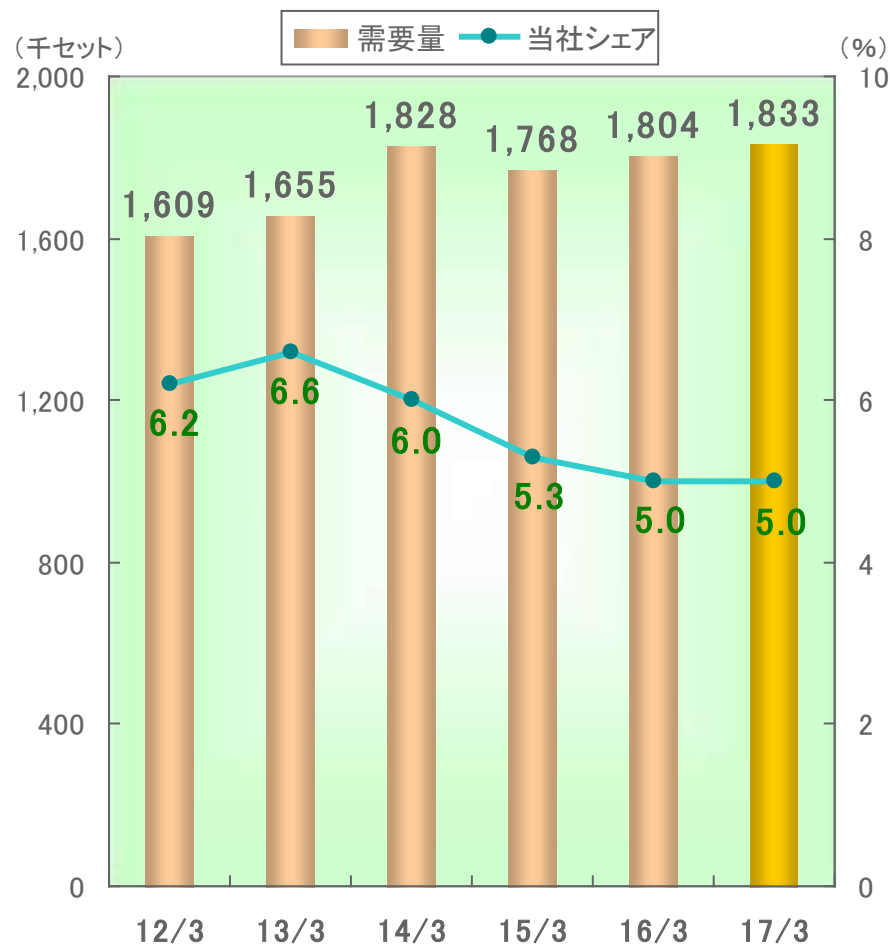
7. 主要商品の販売実績と当社シェア-3/3



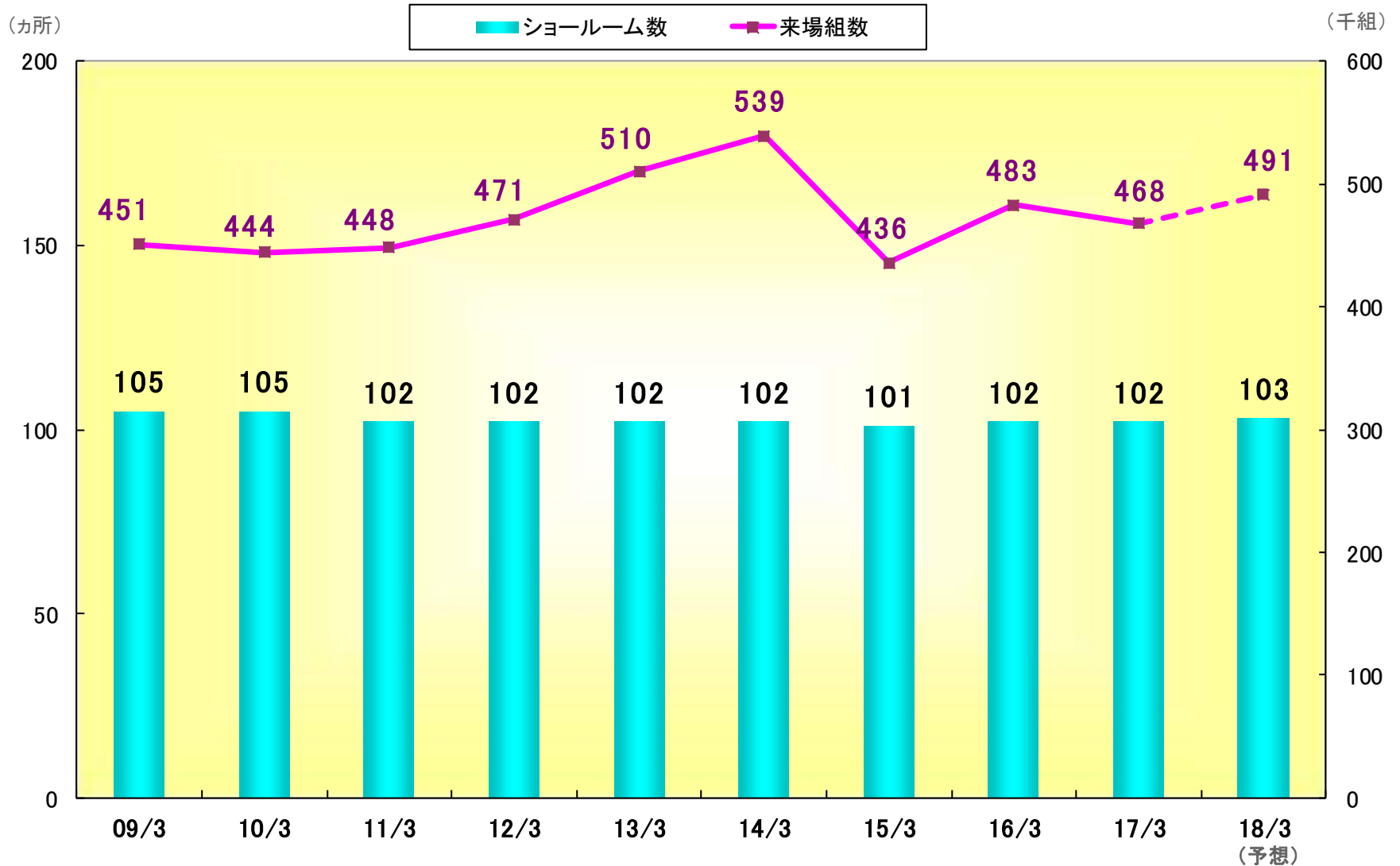
洗顔化粧台



同商品需要動向と当社シェア



8. ショールーム数と来場者数(組数)の推移



9. 2018年3月期 連結業績予想

(単位:百万円)

	2017/3 (実績)	2018/3 (予想)	前期比 増減率
売上高	113,661	116,000	+2.1%
営業利益	1,989	2,300	+15.6%
営業利益率	1.8%	2.0%	-
経常利益	1,795	2,100	+17.0%
経常利益率	1.6%	1.8%	-
親会社株主に帰属 する当期純利益	1,339	1,350	+0.8%
当期純利益率	1.2%	1.2%	-

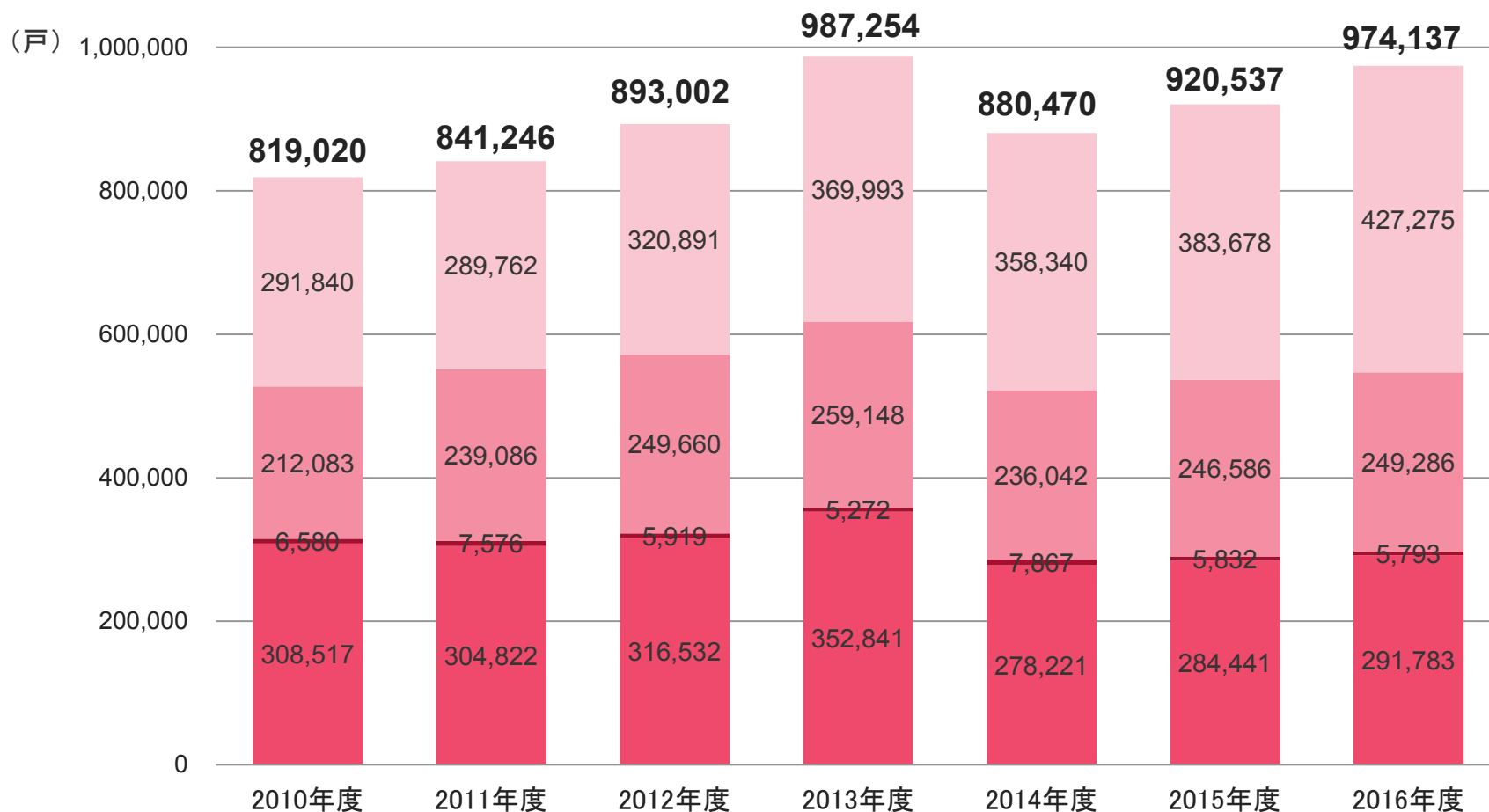
Ⅱ．経営戦略

（中期経営計画の進捗と2017年度の基本方針）

1. 市場環境 ～ 新設住宅着工戸数の推移

賃貸住宅は大きく伸長したが、持家・分譲はほぼ横ばいの状況

■ 持家 ■ 給与住宅 ■ 分譲住宅 ■ 貸家



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. 「収益構造の変革」に向けた取り組み



1) 商品政策 - ①中高級品の販売強化

ステンレスへのこだわりを基礎に、多彩な独自機能を開発し
持続的な商品力強化に取り組む

2016年2月
リニューアル

ステンレスシステムキッチン
S.S. (エスエス)



最高級システムキッチン「S.S.」に
いま話題の「流レールシンク」を標準装備

流レールシンク
レールがキレイをお手伝い



2016年2月
リニューアル

洗面化粧台
S (エス)



いつまでもキレイが続く
ステンレスキャビネット

2016年2月
リニューアル

システムバスルーム
AQULIA-BATH (アクリアバス)



◀くつろぎを感じる、
「LEDライン照明」
(標準装備)



▶空間に奥行きと清潔感を与える
「ステンレス天井」(オプション)

3. 「収益構造の変革」に向けた取り組み

1) 商品政策 - ②リフォーム市場で競争優位となる商品の開発

2016年9月
リニューアル

システムキッチン
rakuera (ラクエラ)



リフォーム対応機能を強化

デザイン性と収納性も向上した普及価格帯システムキッチン。
若年層の住宅リノベーション需要も視野に入れたリニューアルを実施。



リフォーム対応

キャビネット背板に標準装備した点検口



2016年6月
リニューアル

洗面化粧台
FANCIO (ファンシオ) /BGA



大型ボールに「流レール」を搭載

流レール ボール LL

LED照明



シンプルなスクエアフォルム

3. 「収益構造の変革」に向けた取り組み

1) 商品政策 — ③新たな生活価値提案が社会的評価を獲得

社会的評価

1

洗面化粧台の機能強化

「流レールボール」

2016年度
グッドデザイン賞 受賞

 GOOD DESIGN
AWARD 2016

レールがキレイをお手伝い

流レール ボール



“流レールボール”を搭載した
洗面化粧台「S (エス)」

社会的評価

2

濡れても足が滑りにくいシステムバスルーム

「足ピタ」パターン

IAUDアワード2016
受賞



濡れている時に力を発揮する安心設計

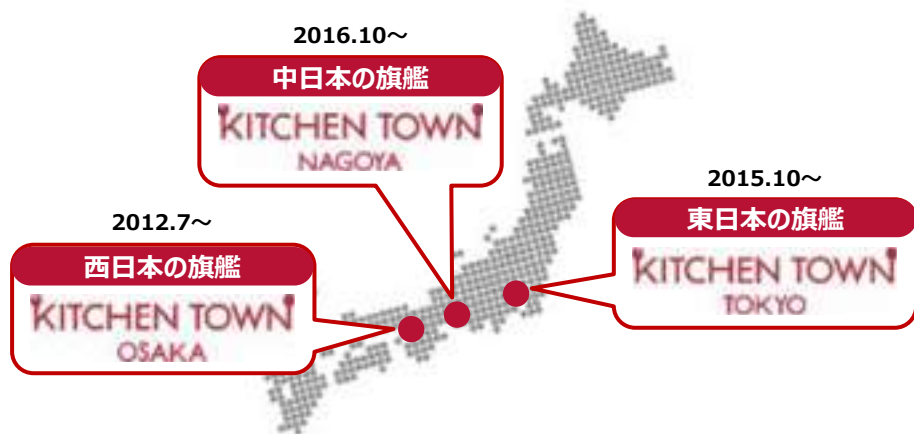
人工大理石素材「アクリストン」の特殊
パターン加工で実現。床表面の微細な凹
凸が、濡れている足裏に密着。



3. 「収益構造の変革」に向けた取り組み

2) 営業政策 - ①ショールームを核とした販売戦略の推進

3 旗艦 & 全国ショールーム 102拠点体制



2016年度の新設・移転・リニューアル実績



キッチン・タウン・名古屋



宮崎ショールーム



東京北ショールーム



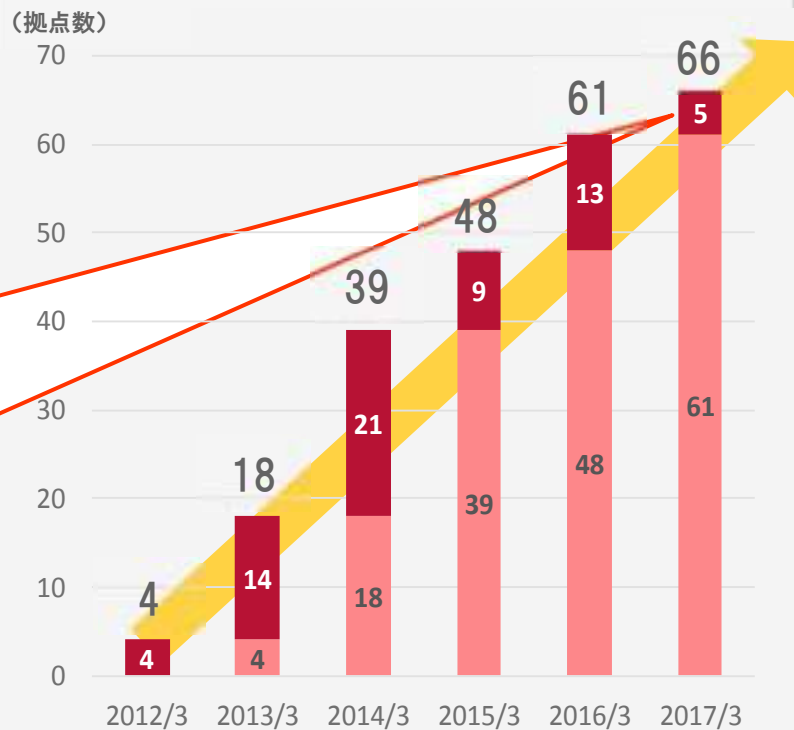
高松ショールーム



沼津ショールーム

販売戦略の核である 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

ショールームの移転・リニューアル拠点数の推移
(2017/3のキッチン・タウン・名古屋1拠点のみ新設)



3. 「収益構造の変革」に向けた取り組み

2) 営業政策 — ②ショールームを核とした販売戦略の推進

見積から成約まで…

2大イベントを連動させ、体感型ショールームに動員し確実な販売に繋げる

見積

検討

成約



ウルトラ流レール
キャンペーン2

見積り期間：7月～11月

- ・期間中見積もりされた方に抽選でプレゼント
- A賞 ウルトラヒーローによるサプライズ
- B賞 選べる体験ギフト
- C賞 ウルトラクリ夫オリジナルQUOカード



知って得する
体感フェア

開催期間：9月～10月

- ・見積りされた方をショールームに動員
- ・ショールームを周遊する「知っ得ツアー」実施
- ・抽選会など楽しいイベントも盛りだくさん



知っ得
ツアー

「クリナップの商品の良さをもっと知っていただきたい」

フェア期間中、クリナップの商品に込められた想いを感じ取っていただけるよう、ショールーム内をコンダクターが先導し、便利なアイテムや、豊かな暮らしをご提案



4. 「経営基盤の進化」に向けた取り組み

1) 生産体制の強化

2017年
4月1日

東西生産二極化体制が完成

完全子会社「クリナップ岡山工業株式会社」を吸収合併

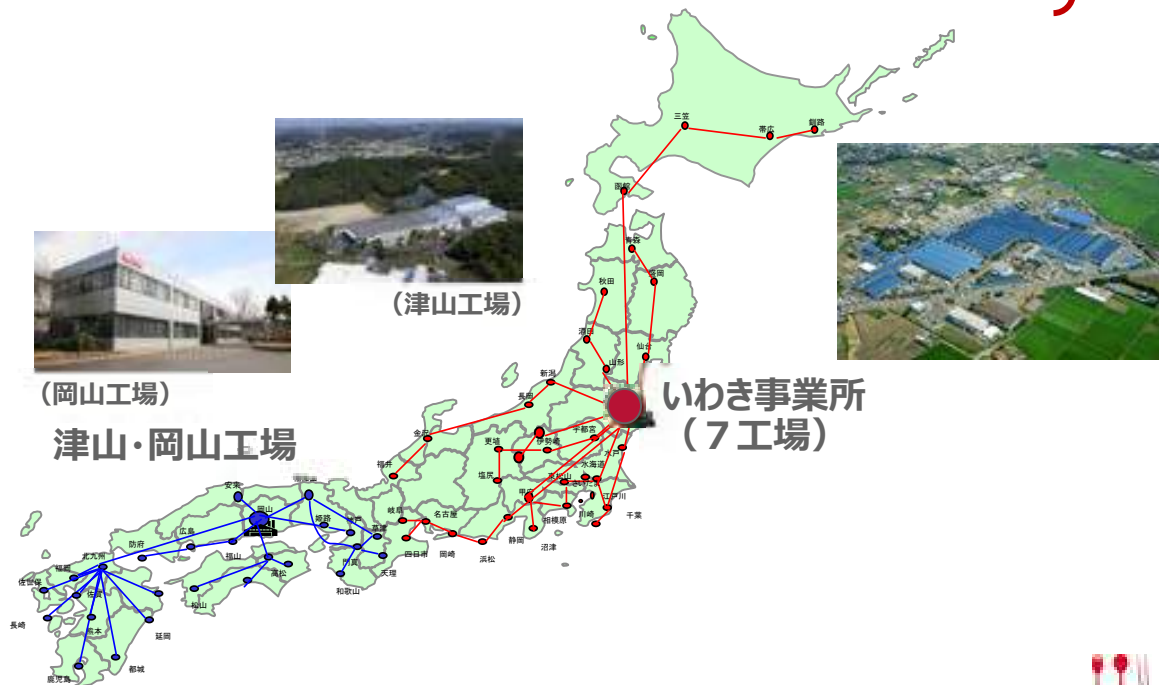
今後、より機動的な体制のもとで業務効率化に取組み、生産技術力の向上、管理コストの削減等の合併メリットを追求し、付加価値重視経営へ向けた変革を実践することを目指す

【津山工場 体制強化の流れ】

- 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



西日本地区における
システムキッチンの自己完結
生産体制の確立



4. 「経営基盤の進化」に向けた取り組み

2) ブランド戦略 - ①キッチン専門メーカーならではの人・ブランドづくり

2014年にひきつづき

イタリア・ミラノサローネに出展し、日本のシステムキッチンメーカーとしての存在感を示す

JAPANESE KITCHEN
DAIDOCORO

テーマ：かさなり

LDKの要素を1つに重ねた新しい食住空間の提案。
日本固有の「美」をデザインに取り込み
家族が向き合う「DAIDOCORO」に進化。



◀ 4月
国際家具見本市
「Milanosalone 2016」に出展



▲ 11月
東京・六本木
「AXISギャラリーシンポジア」に展示

4. 「経営基盤の進化」に向けた取り組み

2) ブランド戦略 — ② キッチン専門メーカーならではの人・ブランドづくり

クリナップ独自の知育活動

わくわくキッチン！ たべものへんしんきょうしつ

食材が変化する調理の科学的要素を
キッチンの実験から学ぶ！



主催 クリナップおいしい暮らし研究所
会場 クリナップ・キッチンタウン・東京
対象 幼稚園年長～小学3年生程度
定員 各日10名

クリナップ×九州大学

自炊塾

九州大学で生まれた講座を
コラボ開講



主催 クリナップ株式会社
協力 弁当の日プロジェクト



場所 クリナップ・キッチンタウン・東京

4. 「経営基盤の進化」に向けた取り組み

3) CSR事業 — 社会的使命をもった事業活動の推進

2016
11/1
OPEN

「クリ夫のパン屋」オープン

～ 障がい者の新たな雇用を創出



当社100%出資の特例子会社
「クリナップハートフル株式会社」
による出店・運営

住 所 : 東京都荒川区西日暮里6-10-11
営業時間 : 10 : 30 ~ 16 : 00
定 休 日 : 土日・祝日
店舗面積 : 56㎡ (約17坪)
従業員数 : 8名
取扱商品 : 菓子パン、惣菜パン、サンド類など
30数種類

5. 「海外市場の獲得」の取り組み状況

ステンレスキャビネットを基軸として、アジア諸国を中心に展開

●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



台湾 桃園市マンション



中国 大倉マンション



6. 「新規ビジネス創出」に向けた取り組み



ECサイトを活用したさらなる顧客獲得と、新しいビジネスモデルの構築

2017年2月 クリナップオンラインショッピングサイトが、
リニューアル より使いやすく便利にリニューアル

当社商品のアフターパーツや調理器具、整水器・浄水器など、住まいの水まわりで暮らしに役立つさまざまなアイテムを取り揃え、生活者の皆さまの暮らしをサポート

<http://style.cleanup.jp/>



整水器・浄水器の交換用カートリッジ定期配送コースも好評です。

暮らしに役立つコラムなど
充実したコンテンツ



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
- 新規ビジネスの創出

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月期の決算(2016年4月～2017年3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、2017年5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。