

グリッド。

キッチンから、笑顔をつくろう

2023年3月期

決算説明資料

2023年5月26日



キッチンから、笑顔をつくろう

I . 決算の概要

1. 2023年3月期 連結決算の概要

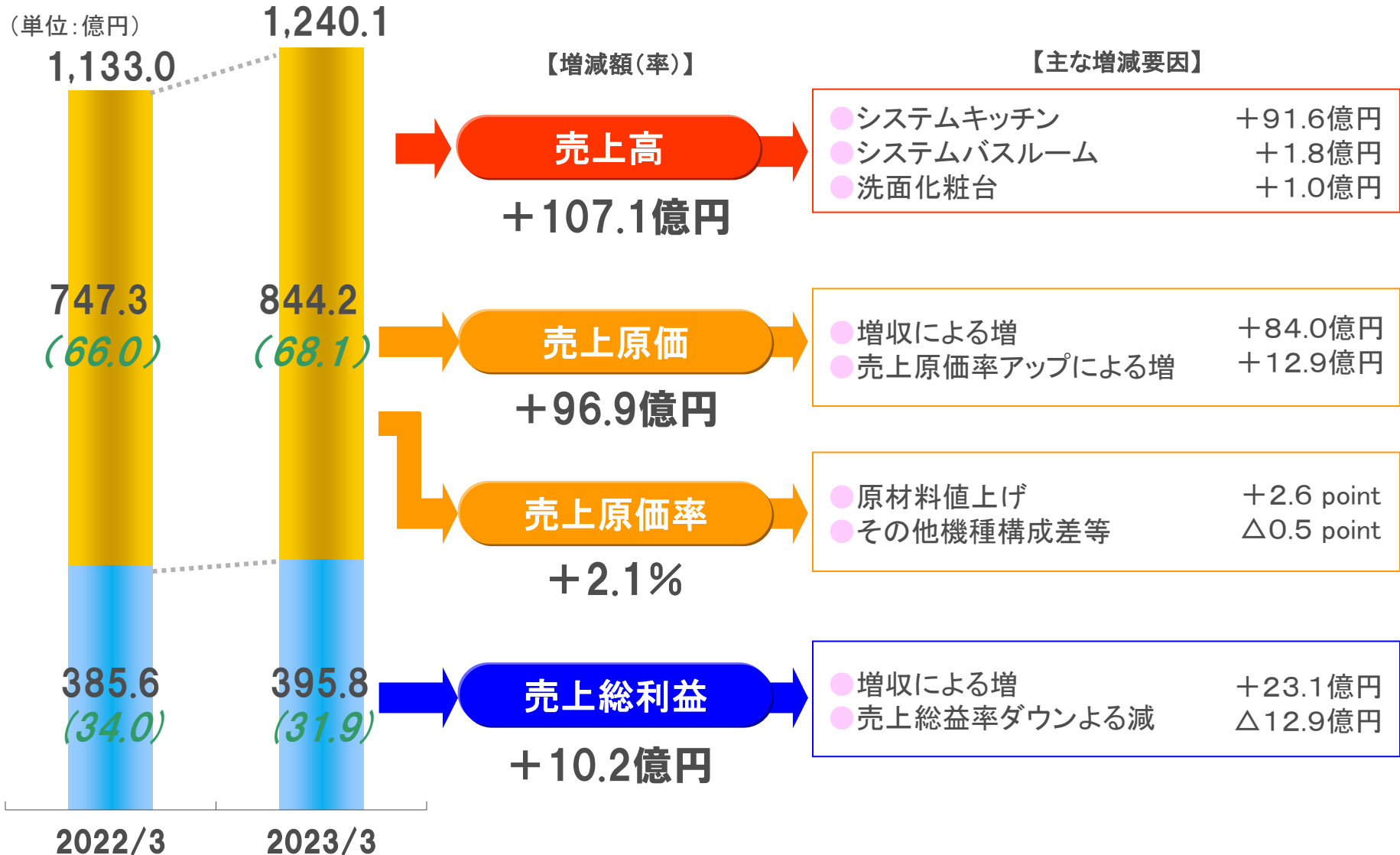


(単位:百万円)

	2023/3 (実績)	2022/3 (実績)	前期比 増減率	2023/3 (期初予想)
売上高	124,012	113,305	+9.4%	118,000
営業利益	3,014	3,795	△20.6%	4,000
経常利益	3,562	4,261	△16.4%	4,470
親会社株主に 帰属する 当期純利益	2,523	3,155	△20.0%	3,200
1株当たり 当期純利益	68.41円	85.55円	△20.0%	86.74円

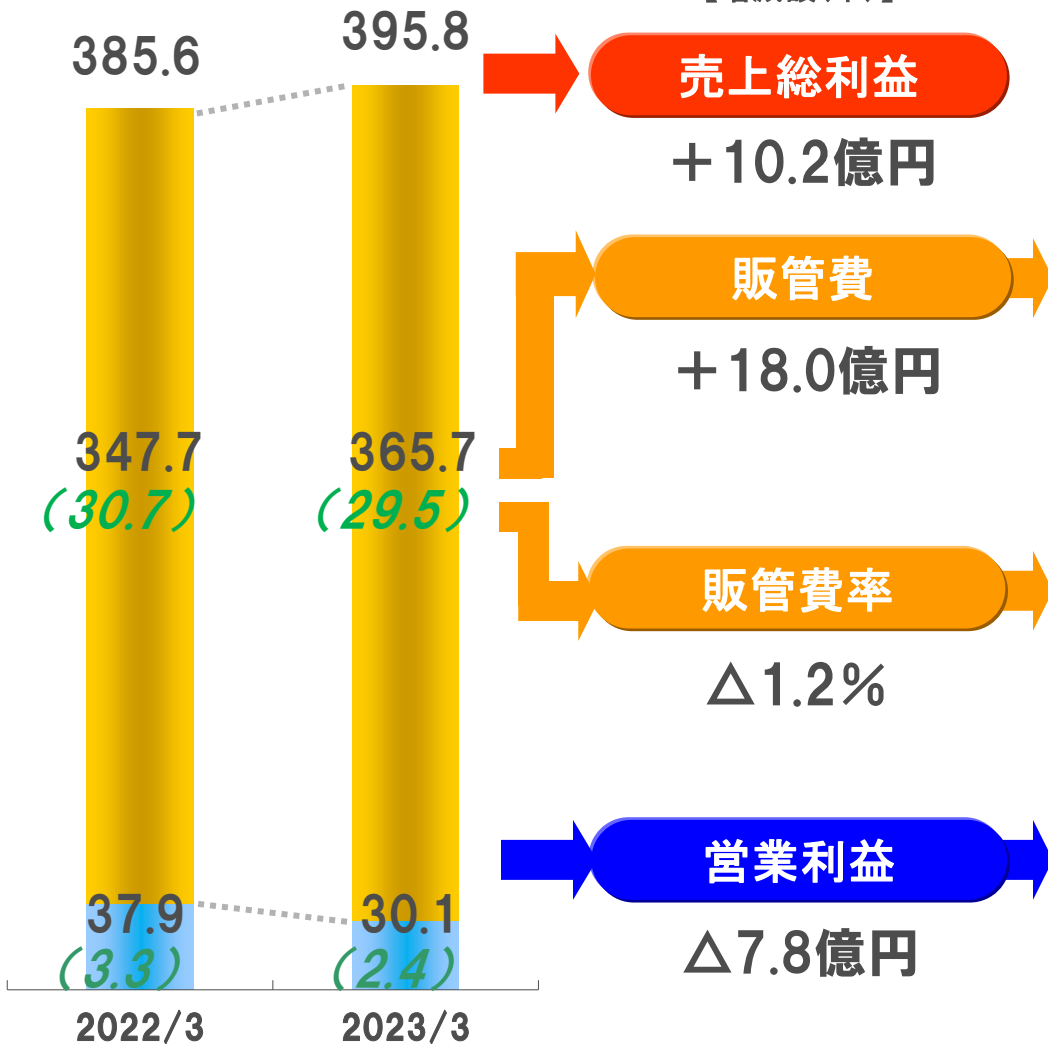
* 期初予想：2022年5月10日公表

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

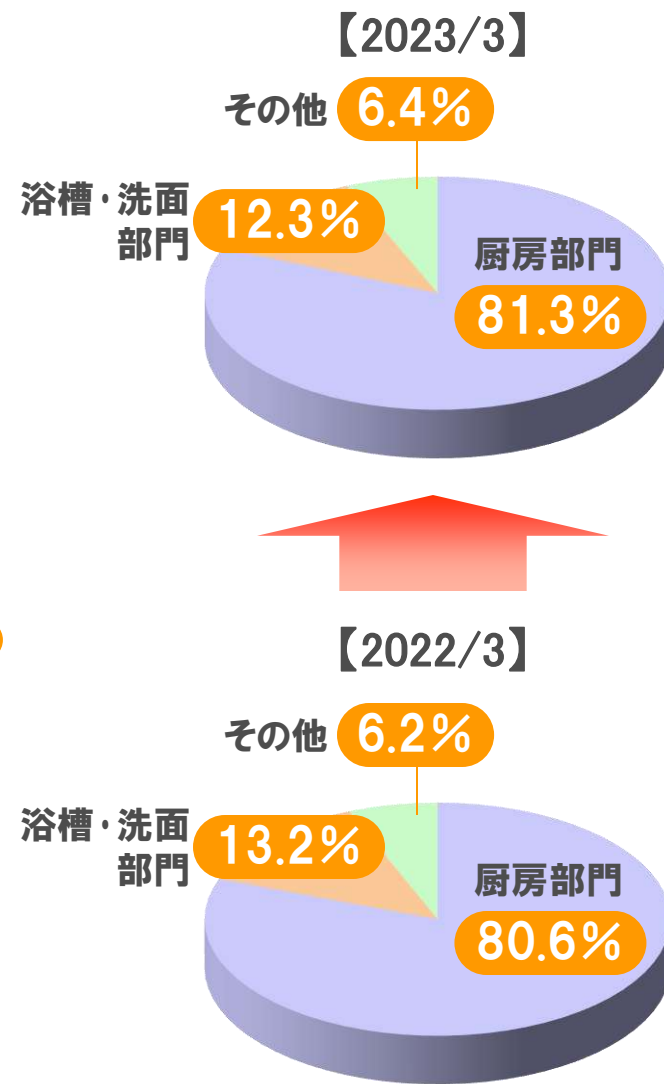
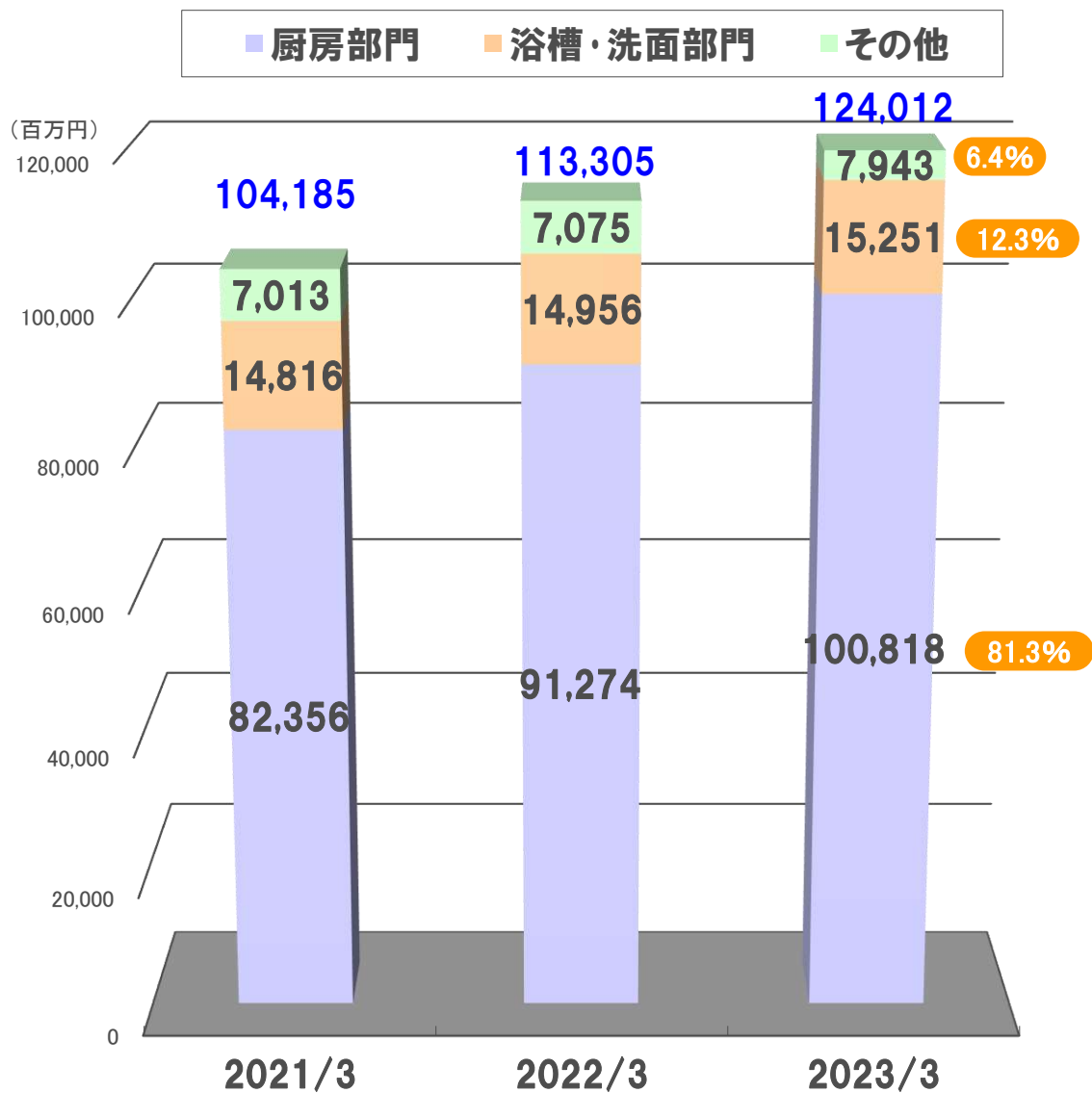
(単位:億円)



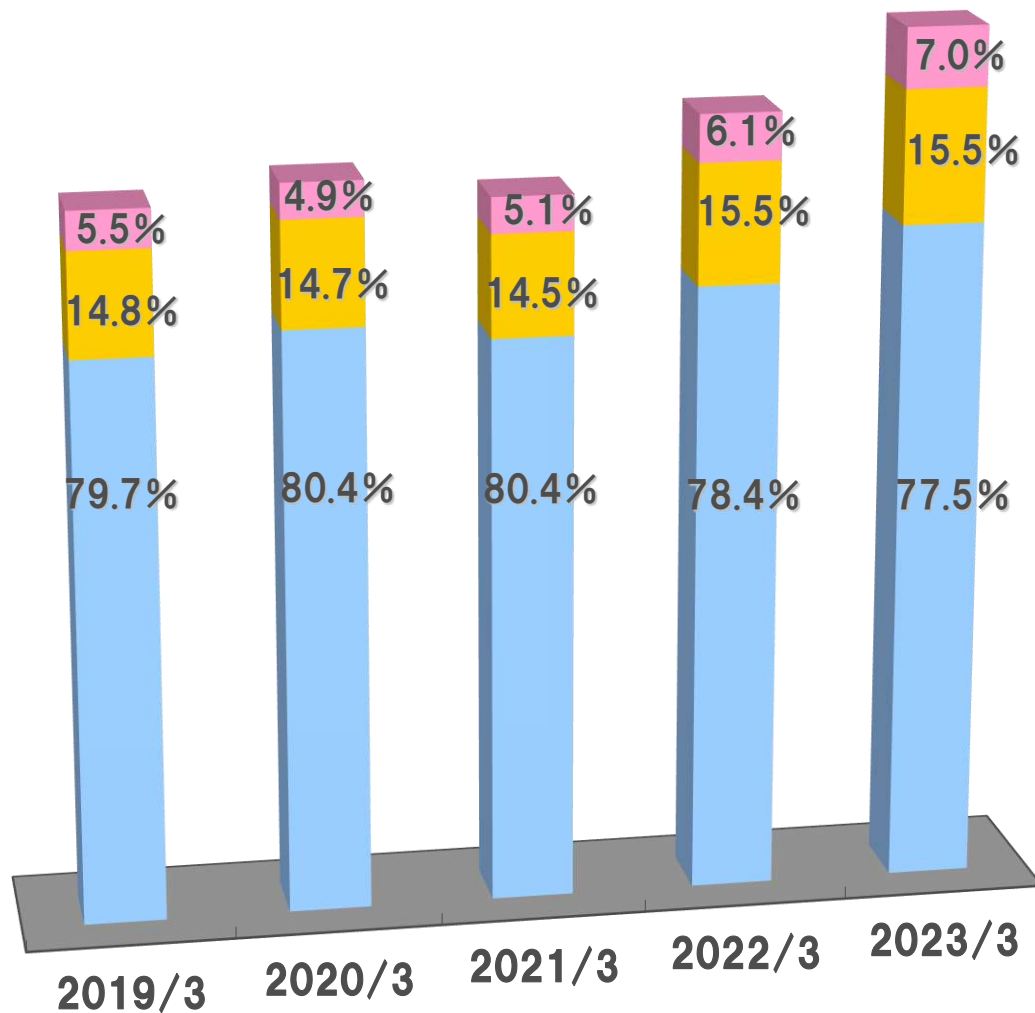
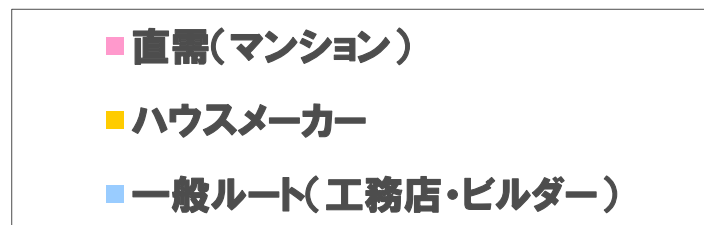
【主な増減要因】

● 販売費	+1.2億円
● 物流費	+7.8億円
● 人件費	+0.8億円
● 一般管理費	+8.2億円
● 販売費	- point
● 物流費	+0.1 point
● 人件費	△1.1 point
● 一般管理費	△0.2 point
● 売上総利益増	+10.2億円
● 販管費増	△18.0億円

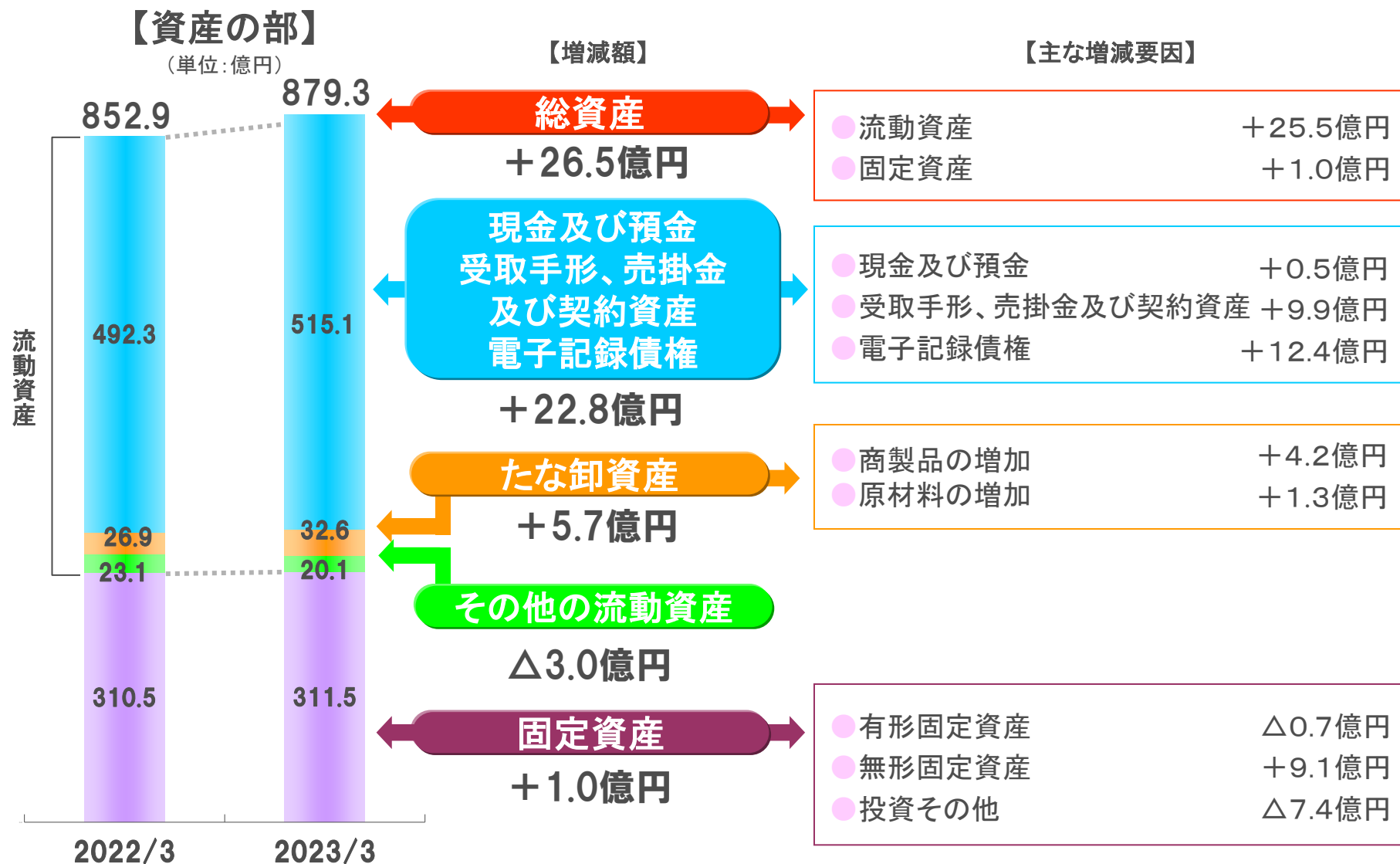
3. 売上構成① 部門別(連結)



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



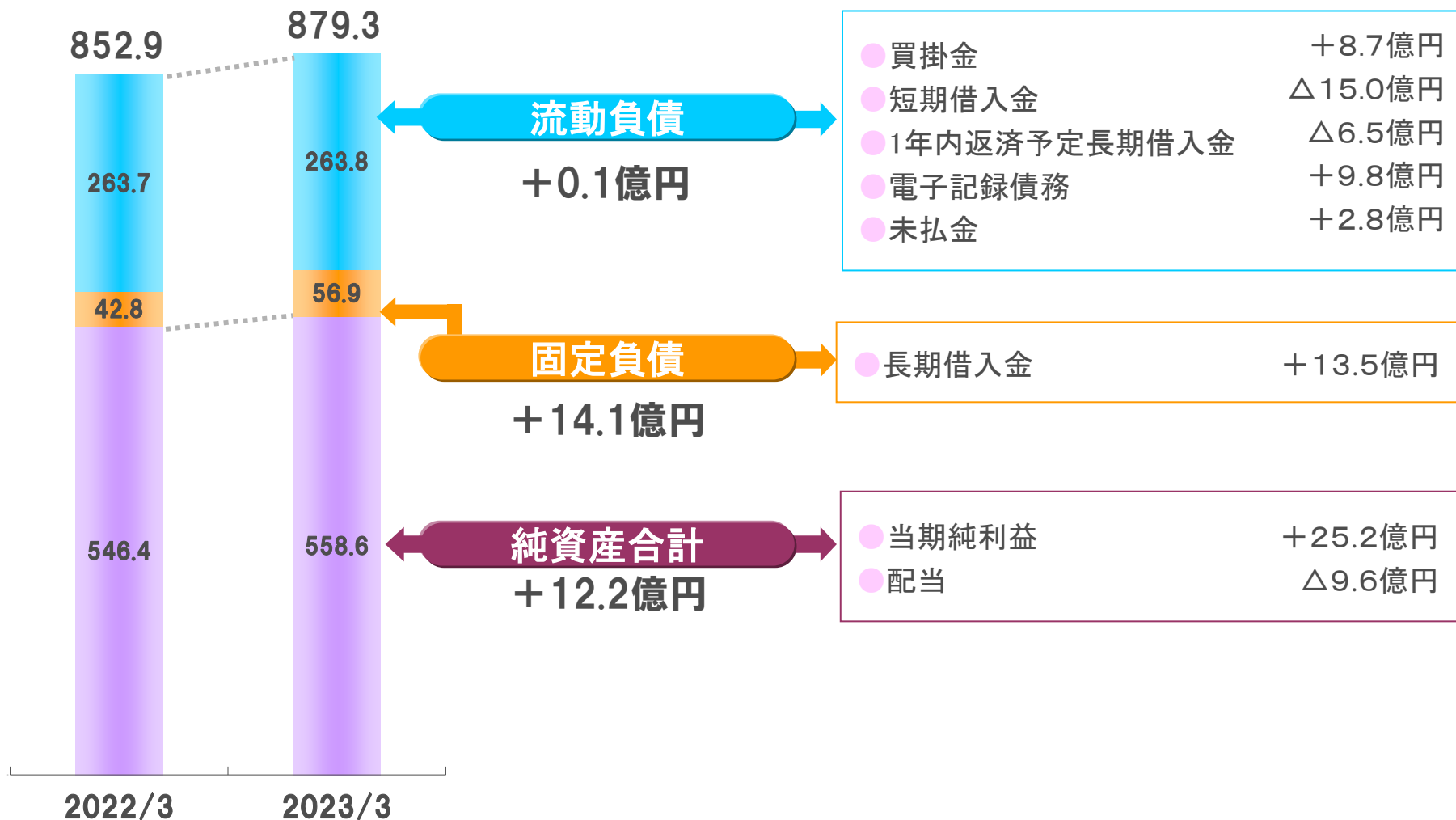
4. 連結貸借対照表の概要-2/2

【負債・純資産の部】

(単位: 億円)

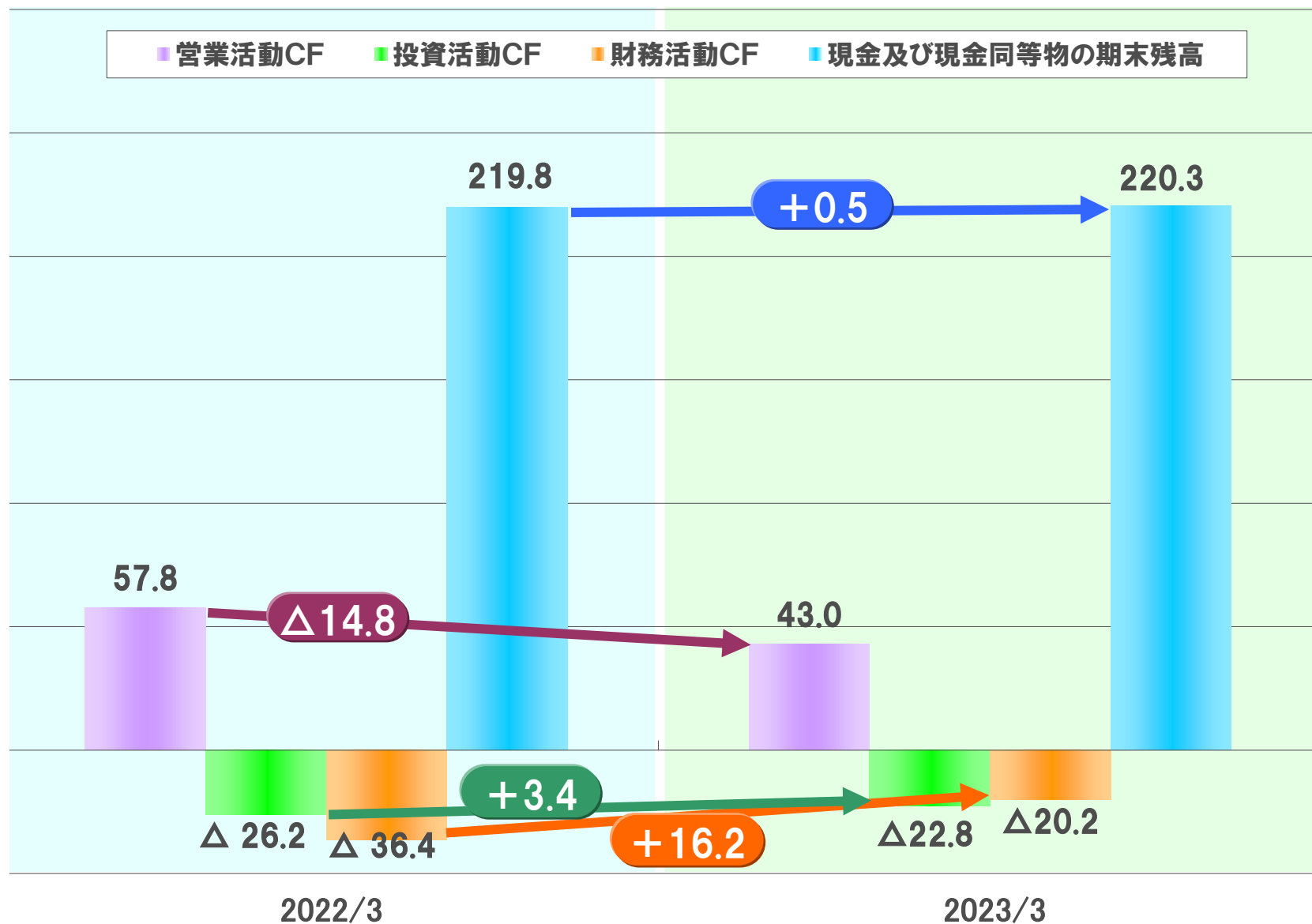
【増減額】

【主な増減要因】

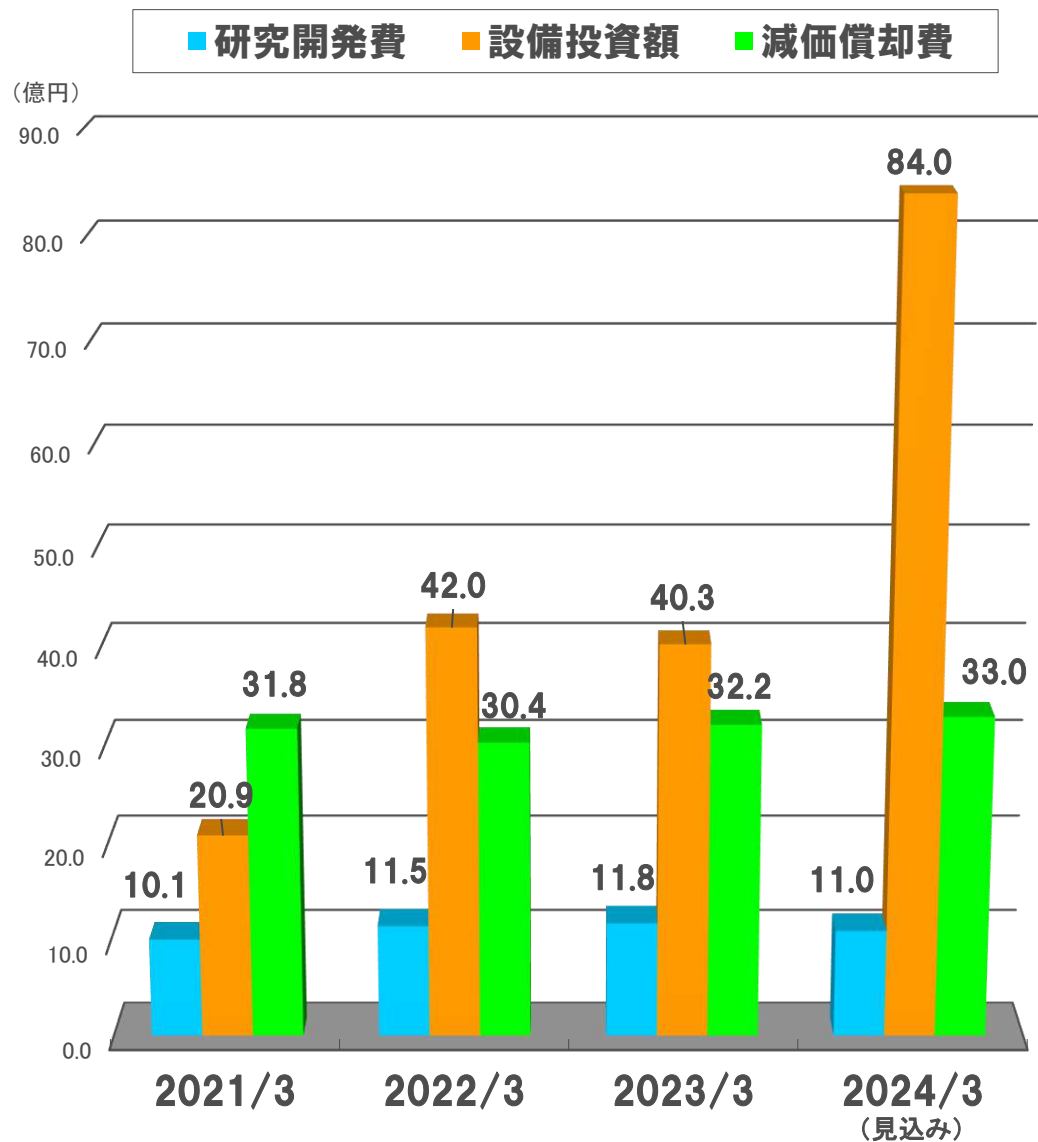


5. 連結キャッシュ・フロー計算書の概要

(単位:億円)



6. 設備投資等の状況(連結)



【主な設備投資の内容】

2023年3月期の実績

①生産関係	11.9億円
②営業関係	4.9億円
③ESG関係	1.5億円
④情報関係	20.7億円
⑤その他	1.2億円

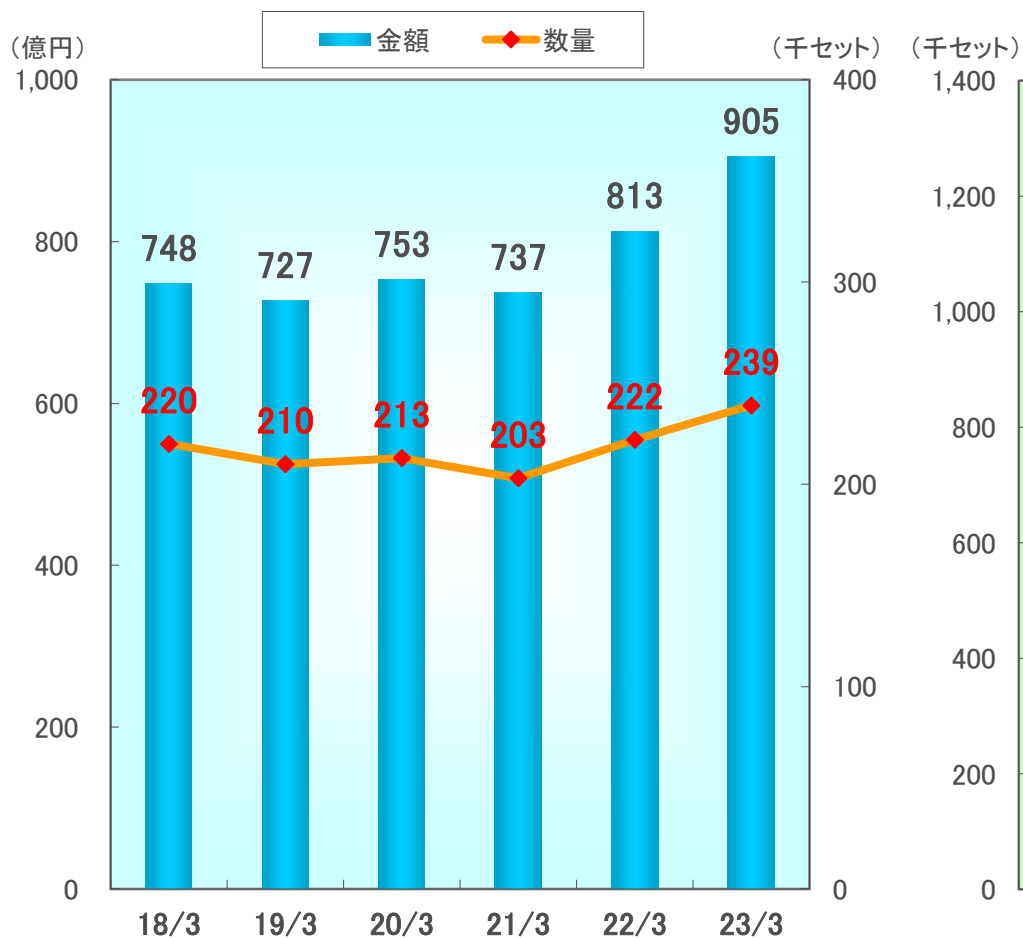
2024年3月期の計画

①生産関係	34.1億円
②営業関係	14.0億円
③ESG関係	2.5億円
④情報関係	27.8億円
⑤その他	5.6億円

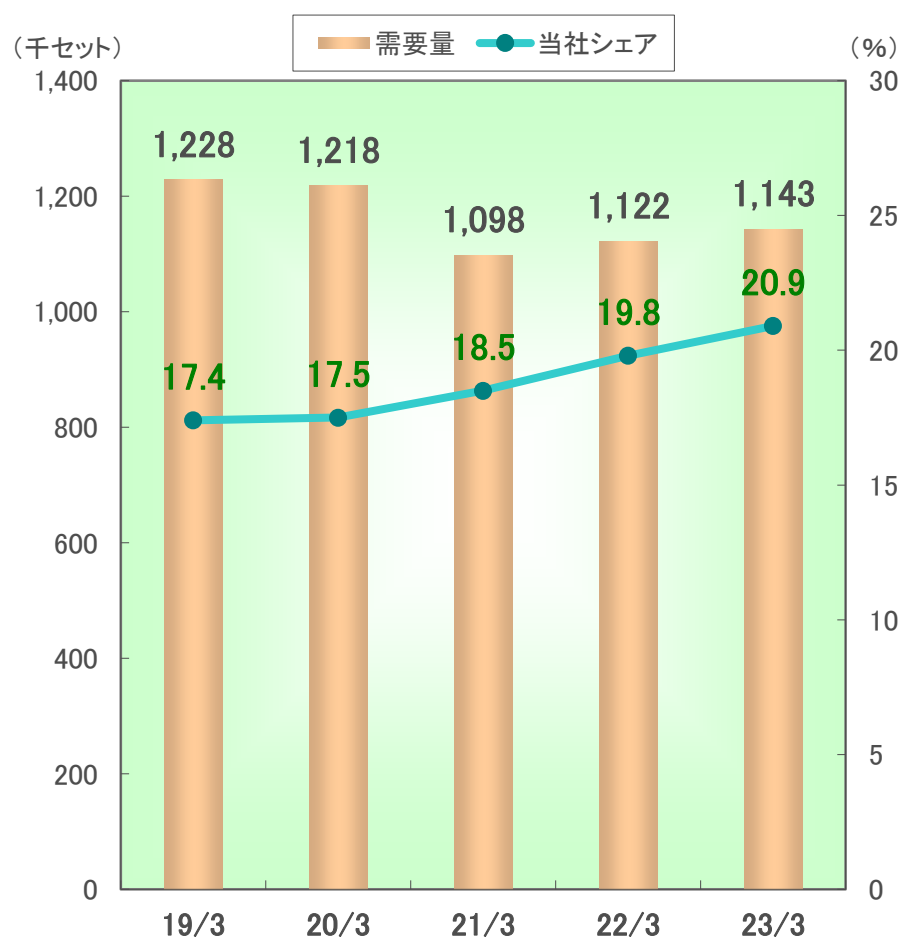
7. 主要商品の販売実績と当社シェア-1/3



システムキッチンの販売実績



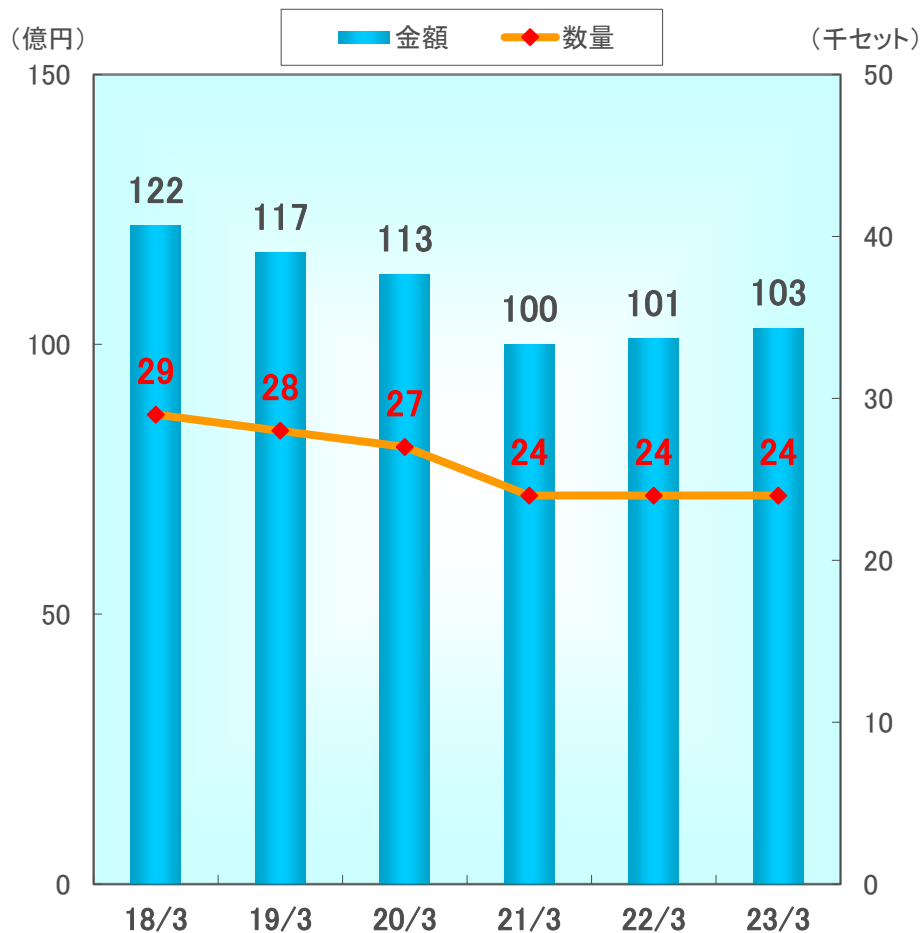
同商品需要動向と当社シェア



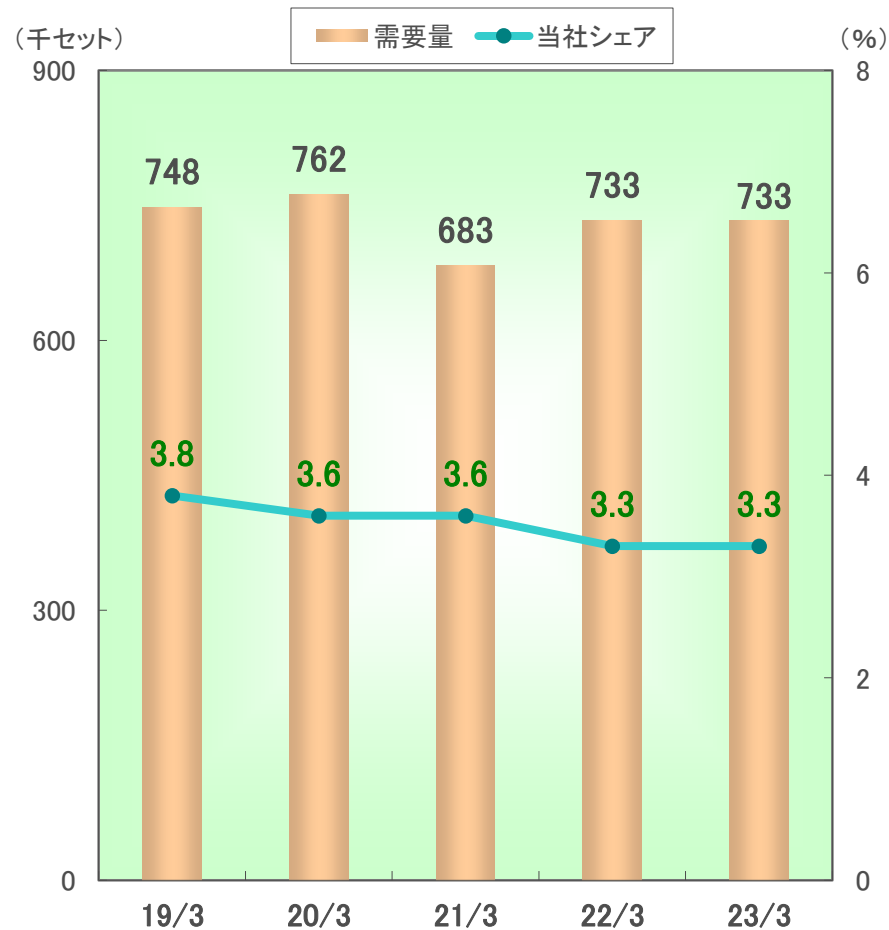
7. 主要商品の販売実績と当社シェア-2/3



システムバスルームの販売実績



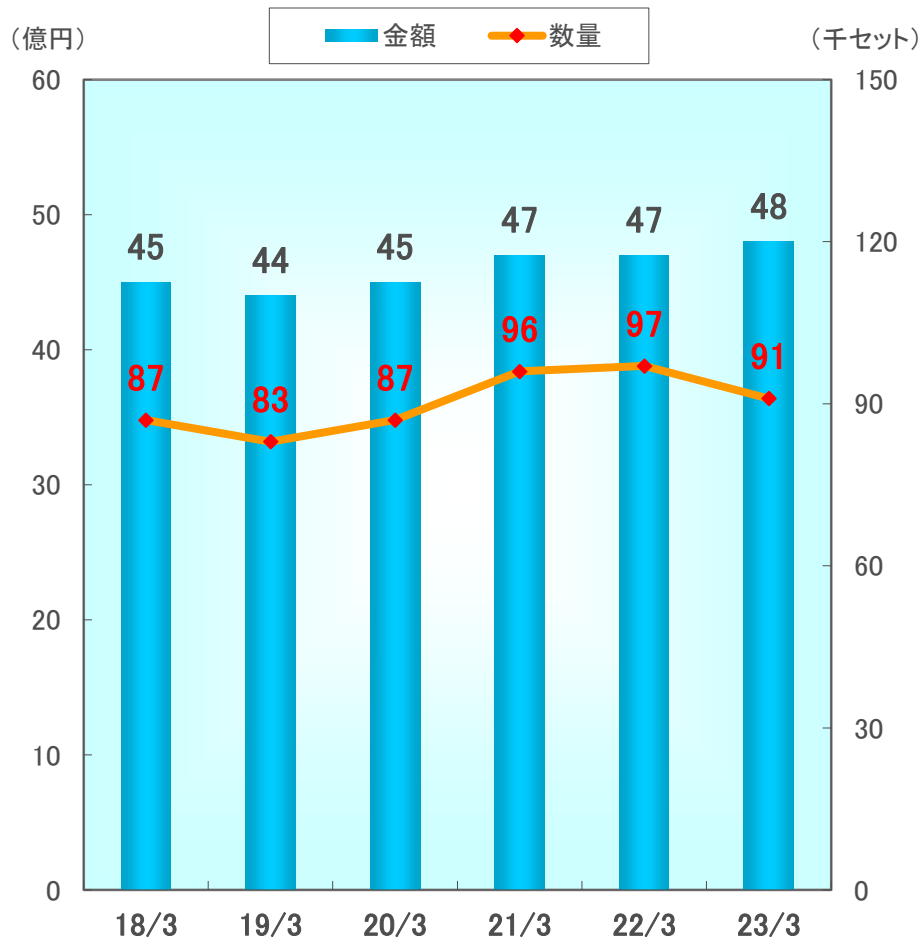
同商品需要動向と当社シェア



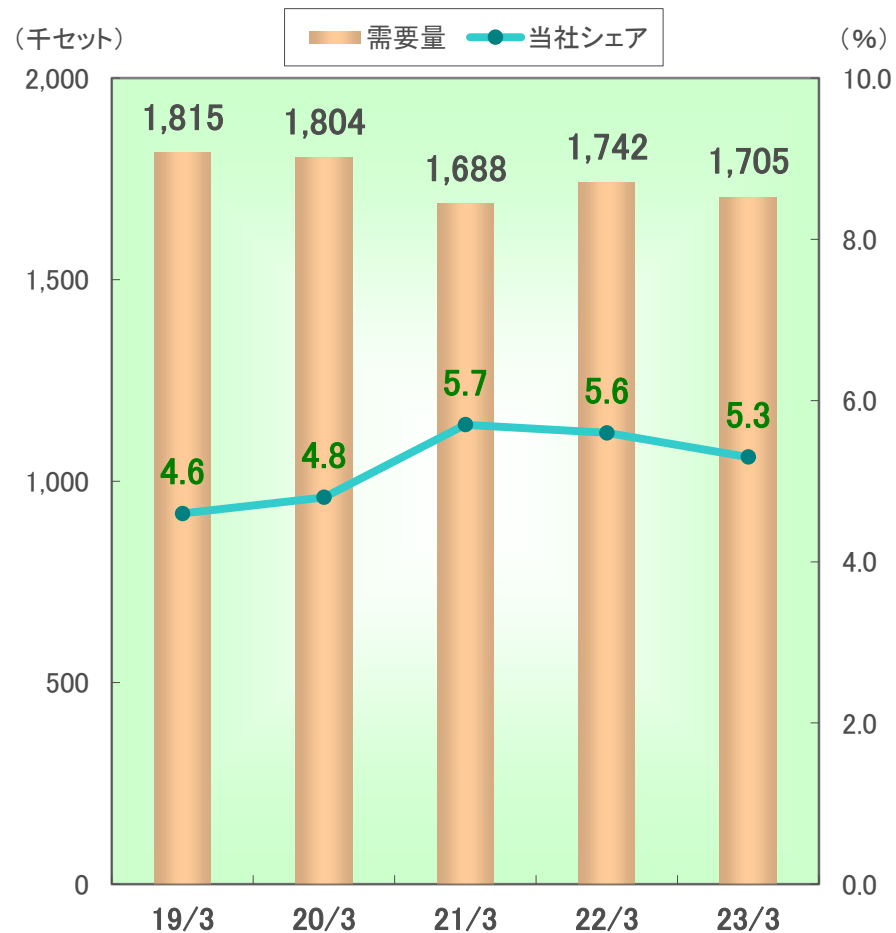
7. 主要商品の販売実績と当社シェア-3/3



洗面化粧台



同商品需要動向と当社シェア



8. 2024年3月期 連結業績予想

(単位:百万円)

	2023/3 (実績)	2024/3 (予想)	前期比 増減率
売上高	124,012	131,000	+5.6%
営業利益	3,014	4,400	+46.0%
営業利益率	2.4%	3.4%	-
経常利益	3,562	5,000	+40.4%
経常利益率	2.9%	3.8%	-
親会社株主に帰属 する当期純利益	2,523	3,300	+30.8%
当期純利益率	2.0%	2.5%	-



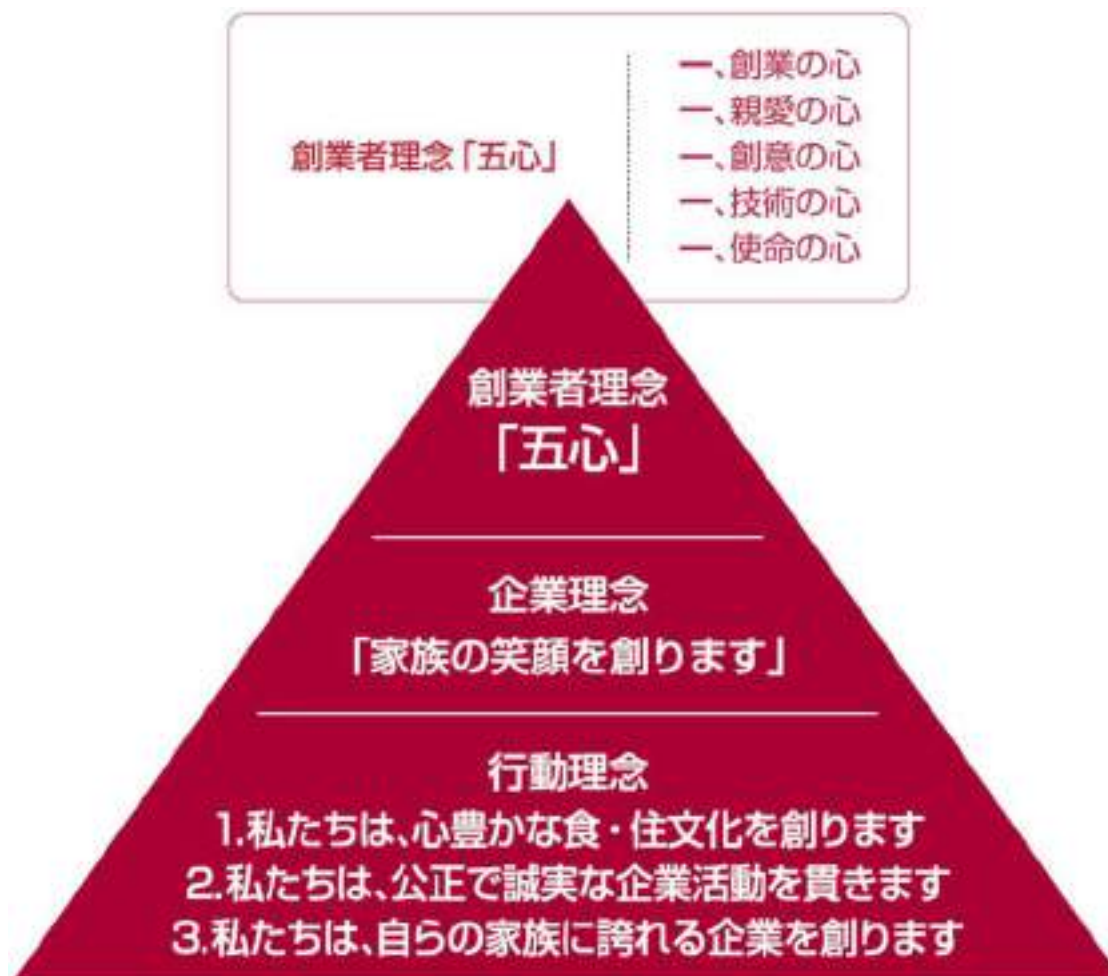
キッチンから、笑顔をつくろう

Ⅱ. 経営戦略

(中期経営計画の進捗)

1. 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。



2021年4月、当社は「長期ビジョン」を策定し、この実現に向けて中期経営計画を推し進めています。

【長期ビジョン】

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

2 1 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課題)の解決に取り組む

戦略1

既存事業の需要開拓、低収益からの転換



■ 進捗状況

商品政策①

▶ 新「STEDIA」による拡販戦略の本格化

商品政策②

▶ 最上位モデル「CENTRO」モデルチェンジ

マーケティング
施策

▶ リアル×オンラインの新たな仕組みづくり

リフォーム
政策

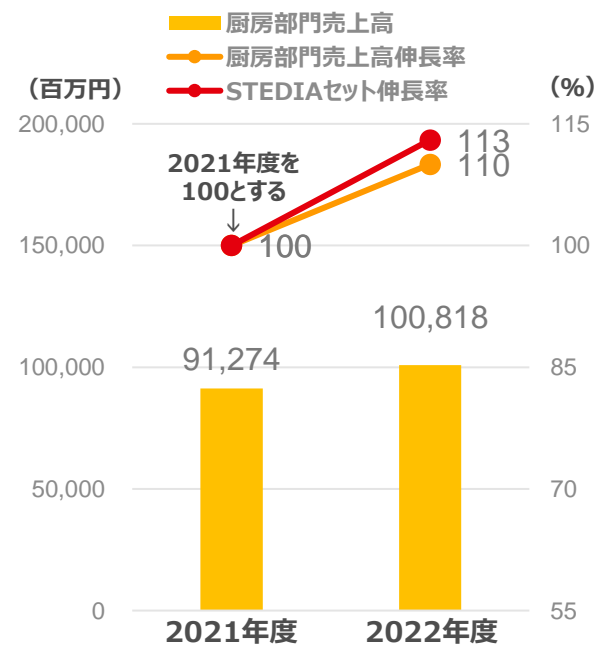
▶ 「水まわり工房」の展開強化を継続

▶ 新「STEDIA」による拡販戦略の本格化

2022年2月の大規模モデルチェンジにより
新「STEDIA」が2022年度より収益貢献本格化



厨房部門におけるSTEDIAの売上貢献状況



▶ 最上位モデル「CENTRO」モデルチェンジ

SYSTEM
KITCHEN 50th

初のシステムキッチン発表から50年目を迎えることを受けて刷新
新コンセプトは「憧れを、よろこびに変える」



CENTRO

2023年6月発売

- キッチンの性能、品質は維持しながら、インテリア性、意匠性を強化
- ワークトップ・シンク・扉カラー・取手もラインナップを拡充
- 多様なライフスタイルやインテリアのニーズに対応



初のシステムキッチン発表から50年目 新CM「いつかキッチンを選ぶ日に」配信

〈スポットCMの集中放映〉



〈新聞広告の出稿〉



▶リアル×オンラインの新たな仕組みづくり 1/3

【リアル（オフライン）】
ショールーム



【オンライン】
オンラインショールーム



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



- クリナップ商品のご紹介から
キッチンの選び方までご案内

▶リアル×オンラインの新たな仕組みづくり 2/3

ショールーム (リアル)

2022年度は、4件の移転・リニューアルを実施

全面改装オープン

川越ショールーム



津ショールーム



移転オープン

京都ショールーム



山形ショールーム



当社ショールーム初展示となる「2列型」キッチン



キッチンスタジオ



CENTROを使った提案コーナー



キッチンスタジオ

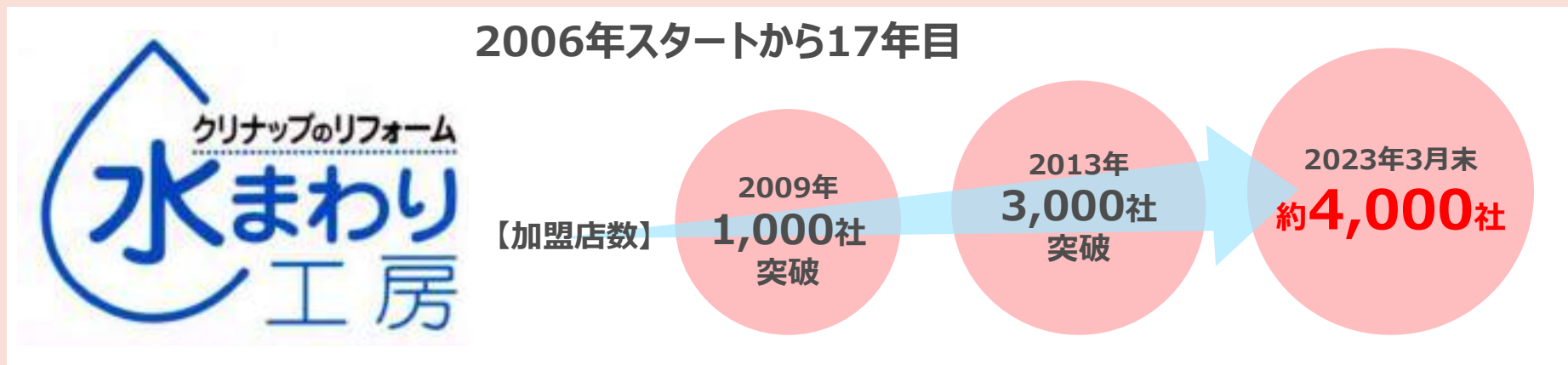
▶リアル×オンラインの新たな仕組みづくり 3/3

ホームページのリニューアル

キッチン選びに関する記事と商品・ショールーム情報を充実



▶「水まわり工房」の展開強化を継続 1/2



【5つの特長】

1

地域密着型



2

確かな技術
とサービス



3

提案から工事まで
のトータルサポート



4

ご要望に応じた
予算、安心対応



5

最新の情報の
発信



▶「水まわり工房」の展開強化を継続 2/2

「水まわり工房」公式サイトの特続的な魅力アップ

(直近では2022年3月リニューアル)



Webでの更なる顧客接点の充実と
水まわり工房加盟店のPR強化

- リフォーム事例紹介
- 全国の水まわり工房店の紹介
- 全国のリフォームフェア開催案内
- ポイントプログラム会員案内 など

リフォーム事例紹介



全国の水まわり工房店の紹介



全国のリフォームフェア開催案内



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」

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

イタリア高級キッチンブランド：グローバルブランド「Valcucine」



世界55カ国に展開するラグジュアリーブランド
富裕層・超富裕層をターゲットにデジタル施策による
お施主様・有力設計事務所へ直接アプローチ
ダイレクトビジネスを展開

Valcucine社共同開発：日本限定ブランド「ValcucineJP」



Valcucine社デザイン監修の日本限定ブランド
当社工場でのライセンス生産
クリナップのルート・ハウス・直需営業所での販売
国内高級ゾーンへの進出

▶ 新生活提案キッチン「HIROMA」



新しいLDKの在り方や暮らしを提案

- 老舗家具メーカー飛騨産業とのコラボレーション
- 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



2021年

10月より本格販売開始
市場に新たなムーブメント創出へ

11月よりオンライン販売開始
HIROMAオンラインショップ

2022年以降

2022年より露出をさらに拡大

- 広島T-SITE「50のかたち」に出展
- 「リフォーム産業フェア2022」に出展
- 「GOOD LIFEフェア2022」に出展

2022年後半からは
「未来キッチンプロジェクト」
とも連携し、
展開の幅をさらに拡大



「リフォーム産業フェア
2021」出展風景



「リフォーム産業フェア
2022」出展風景



広島T-SITE
「50のかたち」
出展風景



▶ 海外事業の拡大に向けた取り組み 1/2

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
- システムキッチン タイモデルの現地生産開始 (⇒次頁参照)
- 現地訪問による営業活動と販路拡大をさらに積極化
- 海外専用仕様品の開発や現地SNS活用など新たな企画を展開



香港での展示会



台湾での展示会

▶ 海外事業の拡大に向けた取り組み 2/2

National Furniture社との業務提携により システムキッチン タイモデルの現地生産を開始 (2022年10月～)

今後、「高級モデルの輸出販売」と「タイモデルの現地生産」により、顧客ニーズへの更なる対応へ



ステンレスキャビネットを使用し、現地の生活様式に合わせて開発した、現地生産モデル



「バーン・レ・スワン2022」での展示ブース

日本から輸出した「CENTRO」(1セット)、「STEDIA」(2セット)の展示と共に、来場されたお客様や現地メディアの注目を集めました。

戦略3 ESG／SDGs視点での経営基盤の強化



■ 進捗状況

目標

▶ 非財務目標とマテリアリティの追求

ESG活動1

▶ 持続可能な社会の実現に向けて





ESG活動2

▶ 「サステナビリティレポート」を発行

▶ 非財務目標とマテリアリティの追求

2030年度 非財務 目標	環境関連KPI	人財関連KPI（2022年度より、3つ新設）		
	2013年度比 温室効果ガス50%削減	女性管理職比率 15%	男性育児休業取得率 100%	有給休暇取得率 60%

■ クリナップの重要課題（マテリアリティ）と重点取組

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 介護事業を通じて持続可能な高齢社会の実現に貢献 	

▶ 持続可能な社会の実現に向けて

2013年度比 温室効果ガス50%削減 への取り組み

ボイラー燃料の対策 ▶ CO2排出量の少ない燃料へ転換

工場のボイラーで使用する重油やLPGをLNGへ切り替える

- 工業団地内のLNGサテライト基地建設に協力
- CNL(カーボンニュートラルLNG)を視野に



クレート工場
(2023年8月開始)



鹿島システム工場
(2024年8月開始)

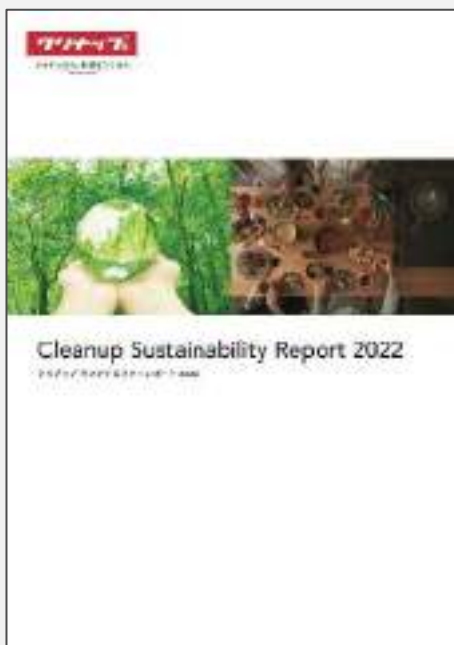


鹿島工場
(2025年8月開始)

4. 「21中計」戦略の進捗状況

▶「サステナビリティレポート」を発行

ESG活動



「サステナビリティレポート」を発行
持続可能な社会への取り組みを紹介



5. 「未来キッチンプロジェクト」を始動

「キッチンから心豊かな未来を創る」

「クリナップ サステナブルビジョン2030」実現に向けて
既存の概念にとらわれない新しい発想で未来を拓くために
2023年2月22日、プロジェクト始動



未来キッチン PROJECT

3つのアクションを推進

1
産学共同で
社会課題へ取り組む
「未来キッチンラボ」

2
過去に販売した
当社キッチンの
「リサイクルプログラム」

3
未来を担う子供達から
アイデアを公募する
「未来キッチン
イラストコンテスト」

5. 「未来キッチンプロジェクト」を始動

▶ アクション①「未来キッチンラボ」

クリナップ × 武蔵野美術大学



武蔵野美術大学と共同で地域社会においてコミュニケーションの場をつくり、非常時には助け合いもできるキッチンとして**“脱LDK”**を研究テーマに、車で運び、電気や水道が無い場所でも使用可能な新しいキッチンの社会実験を展開



武蔵野美術大学 山崎和彦教授の展覧会に、システムバスルームやHIROMAを展示協力

5. 「未来キッチンプロジェクト」を始動

▶ アクション② 「リサイクルプログラム」

クリナップ × 水まわり工房



- 水まわり工房加盟店にて当社の「ステンレスキャビネットキッチン」にリフォームする際、それまでお使いのキッチンの回収とリサイクル事業者への引き渡しを促進
- プログラムに参加いただいたエンドユーザーには内容に応じて特典を贈呈

新たに購入されたステンレスキャビネットは、従来木製だった躯体部分を、リサイクル率80%以上を誇るステンレスにしたもので、未来に向けて資源の有効活用が見込めます

▶ アクション③「未来キッチンイラストコンテスト」

クリナップ × 全国の小学生

キッチンの未来を子供達と模索してイノベーションに活かす取り組み
～ システムキッチンの枠を超えた新しいキッチンを事業化し、より心豊かな食住文化を創ることを目指す ～



対 象	小学校1～6年生
応募期間	2023年6月1日～10月15日
結果発表	2023年12月予定
応募規定	あったらいいなと思う未来のキッチンイラストを自由に表現し、イラストの解説文と合わせて応募 (書式自由、A4判1枚程度)

財務の健全性を維持しつつ 持続的な企業価値向上に向けた成長投資と 株主還元の強化を推し進める

【現金及び預金の活用】

- 新規事業開拓・推進への投資
- 海外事業拡大に向けた投資
- 経営基盤の強化

【保有資産の見直し】

- 投資有価証券の定期的検証
- より効率的・効果的な活用・運用の推進

【負債】

- 投資機会や基盤強化に応じた借入金の活用

【資本】

- 安定的な配当をベースに株主還元強化
- 適宜適切な自己株式取得・償却



効率的かつ効果的な資本循環



既存事業の
収益力向上



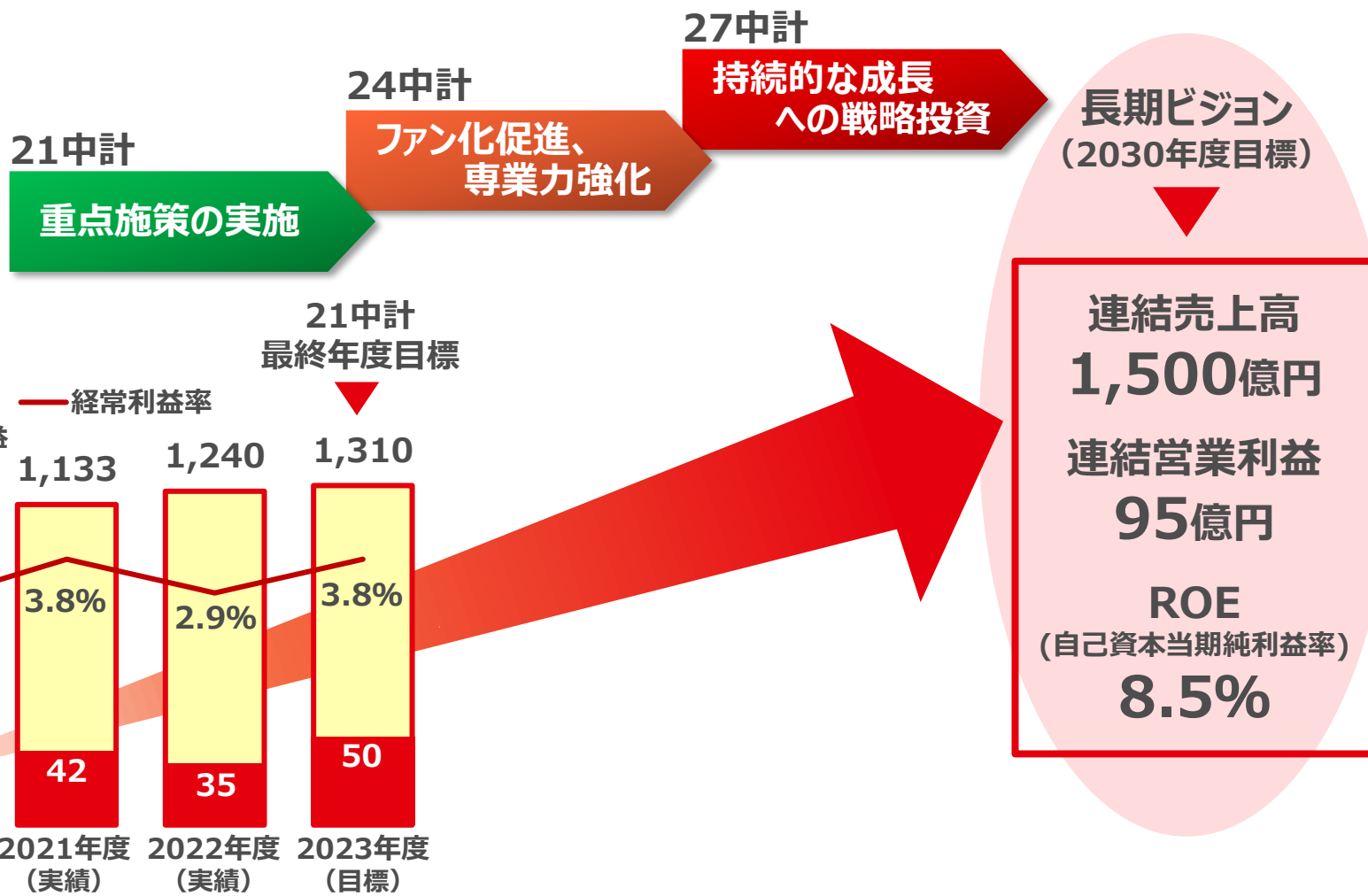
事業領域の拡大



成長のための
経営基盤強化

7. 長期ビジョン「CSV30」の実現に向けて

CSV30実現に向け、現在第1フェーズの中計を推進中



* ROE：自己資本当期純利益率

* 「収益認識に関する会計基準」の導入により変動対価として扱うこととなった売上割引の影響を補正するため、21中計期間の利益目標を営業利益から経常利益へ変更しています。

8. その他トピックス

クリナップ レスリング部

レスリングを通じたスポーツ振興を推進

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。生産拠点である福島県いわき市では、キッズレスリングも支援。

所属選手



木下貴輪選手

フリースタイル74kg級
<天皇杯> 2位
<明治杯> 2位
<男子ワールドカップ (アメリカ)> 出場



進藤芽依選手

女子レスリング72kg級
<ビルファーレル国際大会> 2位
<フォーデイズ杯> 3位

クリナップキッズ いわきレスリングクラブ

キッズレスリングの運営を通じ、地域への社会貢献、将来を担う子どもたちの健全な育成に取り組み、明るい未来の創造を支援。



公益財団法人 クリナップ財団

一般社団法人 全国高等専門学校連合会より 功労者感謝状を授与



創設以来、奨学金支援を継続。
このたびの功労者感謝状は、福島工業
高等専門学校よりご推薦を受けました。



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、2023年3月期の決算(2022年4月～2023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、2023年5月26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。