



キッチンから、笑顔をつくろう

24年3月期 決算説明資料

2024年5月27日

I. 決算の概要

1. 決算の概要①

		前期比
売上高	1,279億円	+3.2%
新設住宅着工戸数が減少し、リフォーム需要も力強さを欠いたことにより発表数値には届かなかったが、販売価格の改定等により、前期比増収は確保した。		
営業利益	12億円	△57.5%
経常利益	18億円	△49.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	14億円	△41.8%

原材料やエネルギーの価格高騰などの影響により売上原価が大幅に上昇、販管費の大幅増もあり前期比減益となった。

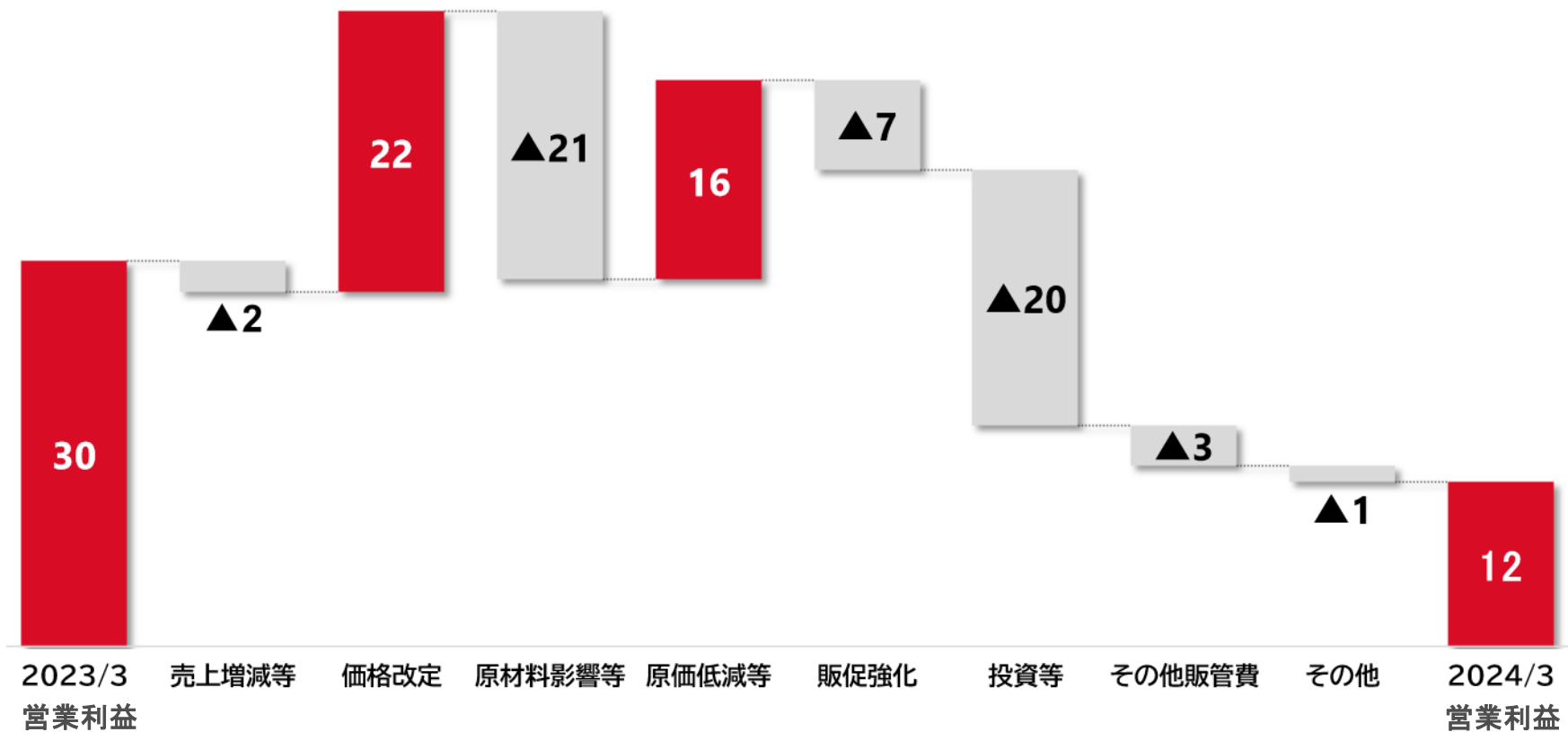
1. 決算の概要②

(単位：億円)

	2023年3月期		2024年3月期				2025年3月期 業績予想	
	金額	売上構成比	金額	売上構成比	増減額	増減率	金額	増減率
売上高	1,240	100.0%	1,279	100.0%	+39	+3.2%	1,340	+4.7%
売上総利益	395	31.9%	399	31.2%	+3	+0.9%	436	+9.2%
販売費及び一般管理費	365	29.5%	386	30.2%	+20	+5.7%	415	+7.4%
営業利益	30	2.4%	12	1.0%	△17	△57.5%	21	+63.8%
経常利益	35	2.9%	18	1.4%	△17	△49.2%	27	+49.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	25	2.0%	14	1.1%	△10	△41.8%	16	+9.0%

2. 連結損益の状況 ①営業利益の増減要因

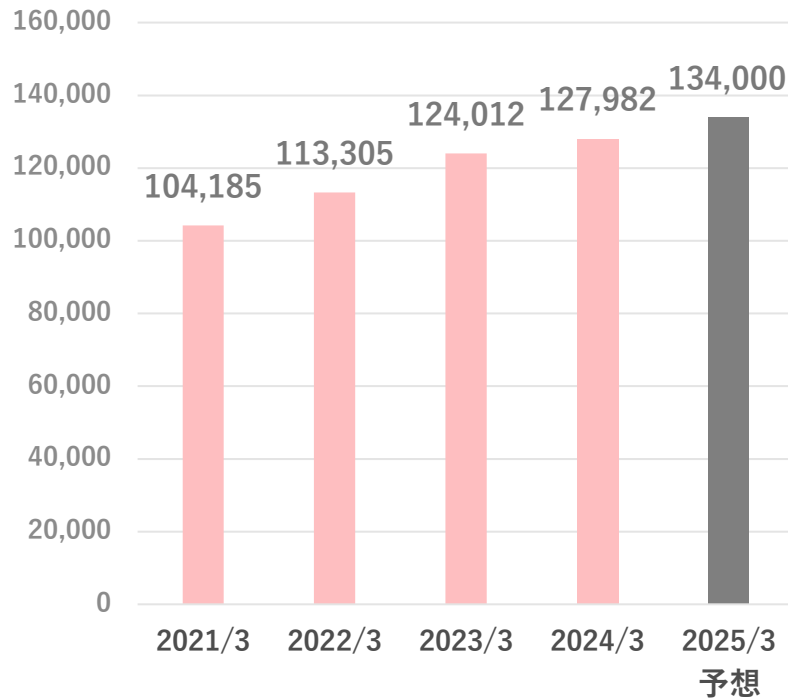
(単位：億円)



2. 連結損益の状況 ②売上高・営業利益

(単位：百万円)

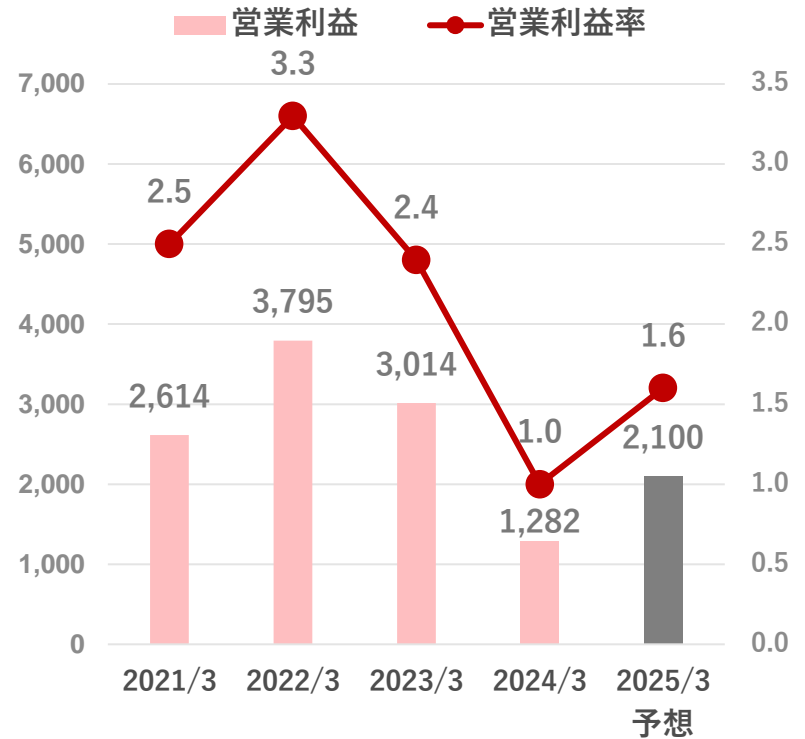
売上高



22/3期は新型コロナ禍の巣ごもり需要により、また、23/3期以降は原材料高騰を受けて実施した価格改定と厨房部門の需要開拓等で売上成長を確保した。

(単位：百万円)

営業利益・営業利益率

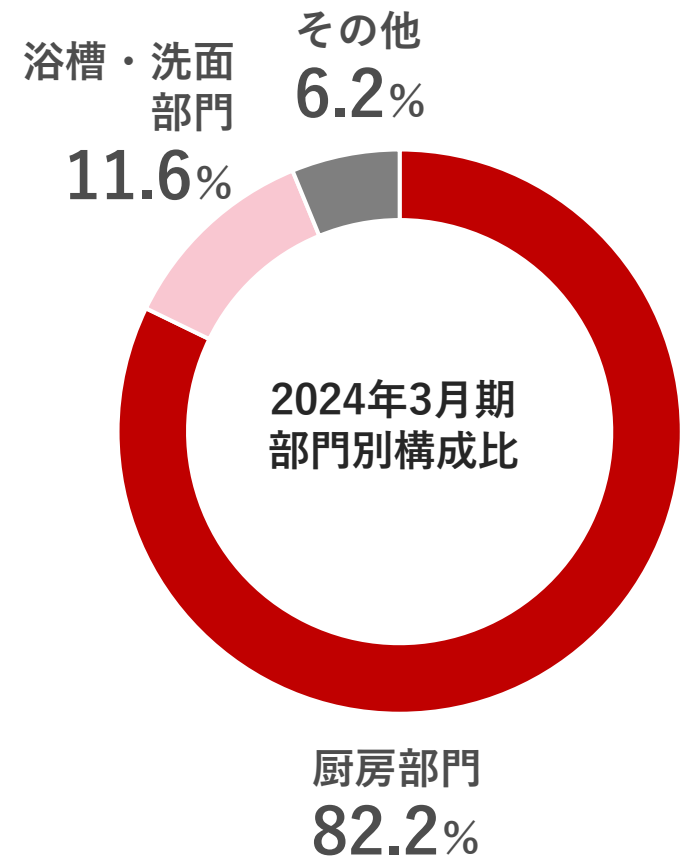


原材料等の高騰や販管費の増加、需要構造の変化による低価格帯商品の売上構成比増等が影響し、利益面では苦戦した。

3. 売上構成 ①部門別（連結）

（単位：億円）

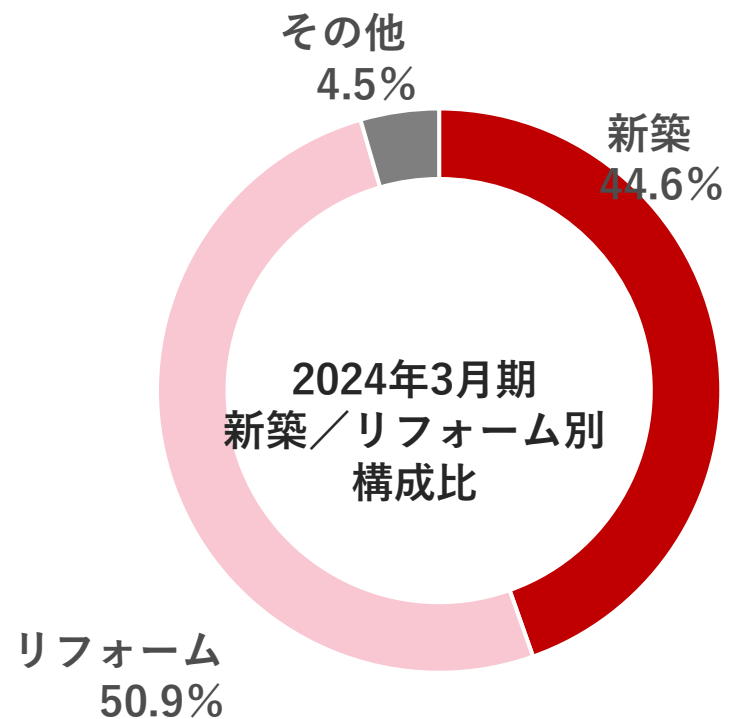
	2023年3月期		2024年3月期	
	金額	売上比	金額	売上比
厨房部門	1,008	81.3%	1,051	82.2%
浴槽・洗面部門	152	12.3%	148	11.6%
その他	79	6.4%	80	6.2%



3. 売上構成 ②新築／リフォーム別（連結）

（単位：億円）

	2023年3月期		2024年3月期	
	金額	売上比	金額	売上比
新築	542	43.7%	571	44.6%
リフォーム	642	51.8%	650	50.9%
その他	55	4.5%	57	4.5%



4. 連結貸借対照表の概要

(単位:百万円)

	2023年 3月末	2024年 3月末	増減	主な要因	
資産	流動資産	56,787	55,769	△1,018	現金及び預金△3,453 電子記録債権+1,811
	固定資産	31,151	35,423	+4,271	有形固定資産+1,640 無形固定資産+1,318
資産合計	87,938	91,192	+3,253		
負債	流動負債	26,387	28,113	+1,725	電子記録債務+1,156
	固定負債	5,693	6,409	+716	長期借入金+658
負債合計	32,081	34,523	+2,441		
純資産	55,857	56,669	+811	当期純利益+1,468 配当金支払△959	
負債純資産合計	87,938	91,192	+3,253		

5. 連結キャッシュ・フロー計算書の概要

(単位:百万円)

	2023年 3月末	2024年 3月末	主な要因
現金及び現金同等物の期首残高	21,986	22,034	
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,303	2,433	税金等調整前当期純利益+2,162、 減価償却費+4,328、売上債権の増加△1,951、 棚卸資産の増加△1,369、法人税等の支払△948
投資活動によるキャッシュ・フロー	△2,285	△5,358	投資有価証券の売却による収入+657 有形固定資産の取得△3,613、 無形固定資産の取得△2,441
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,025	△572	長期借入れによる収入+3,000 長期借入金の返済△1,675、配当金の支払△959 自己株式の取得△641
現金及び現金同等物の期末残高	22,034	18,580	

6. 設備投資の状況(連結)

(単位：億円)

主な設備投資の内容

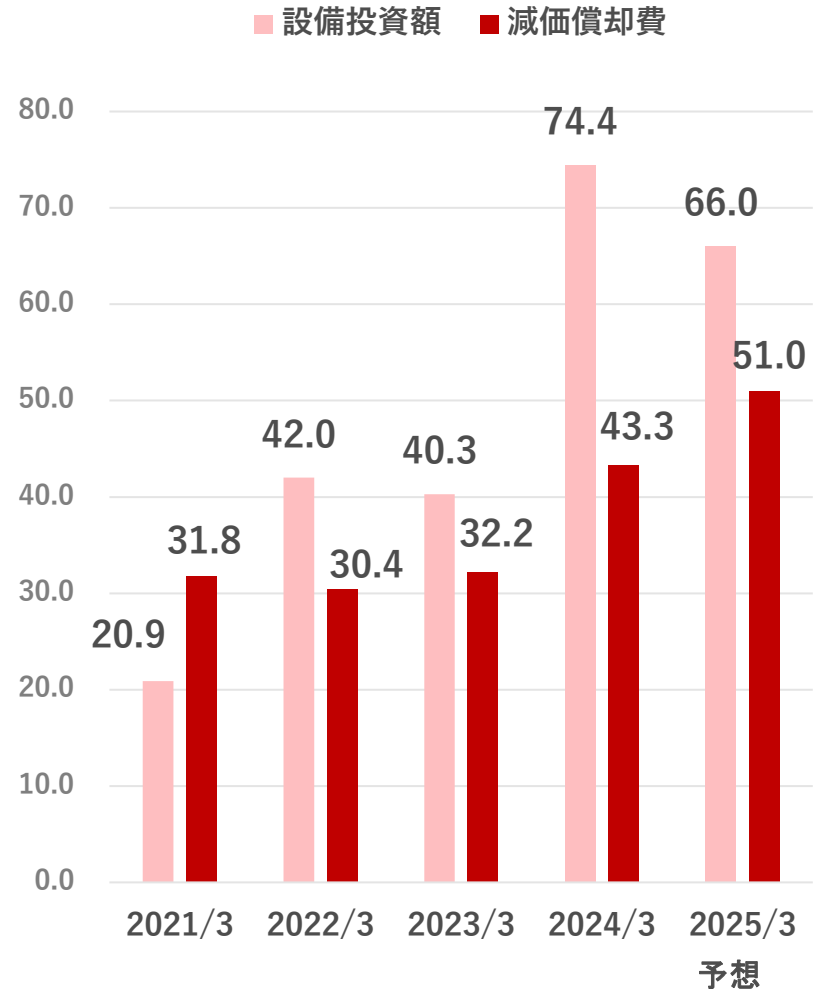
2024年3月期の実績

①生産関係	29.4億円
②営業関係	13.1億円
③ESG関係	2.3億円
④情報関係	24.1億円
⑤その他	5.3億円

2025年3月期の計画

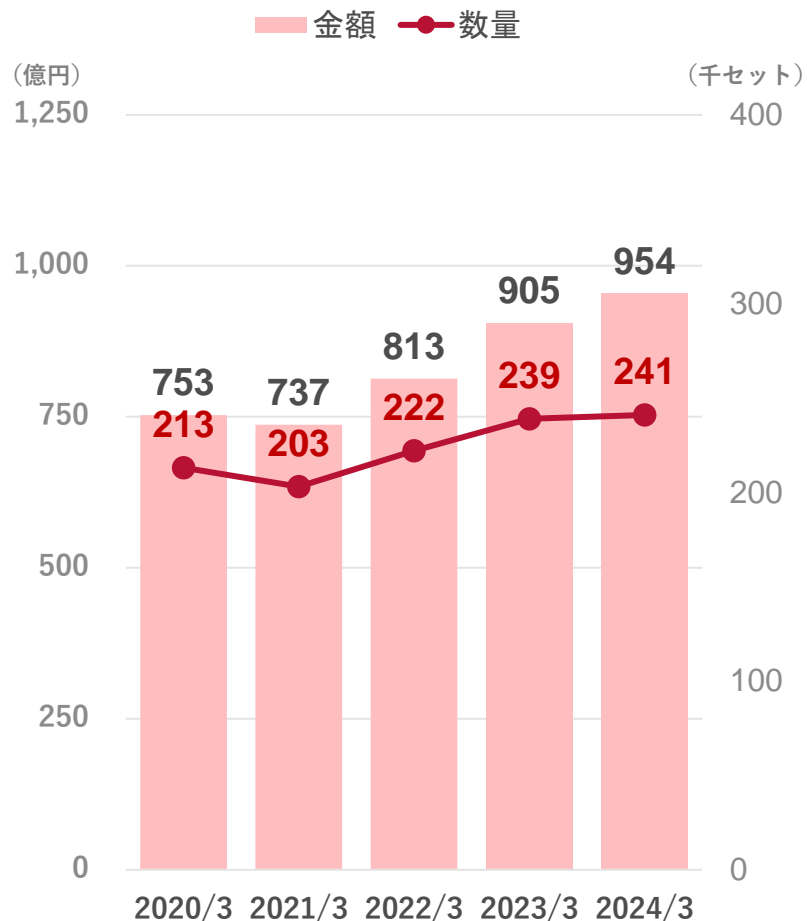
①生産関係	20.8億円
②営業関係	7.9億円
③ESG関係	8.1億円
④情報関係	23.0億円
⑤その他	5.9億円

設備投資額と減価償却費の推移

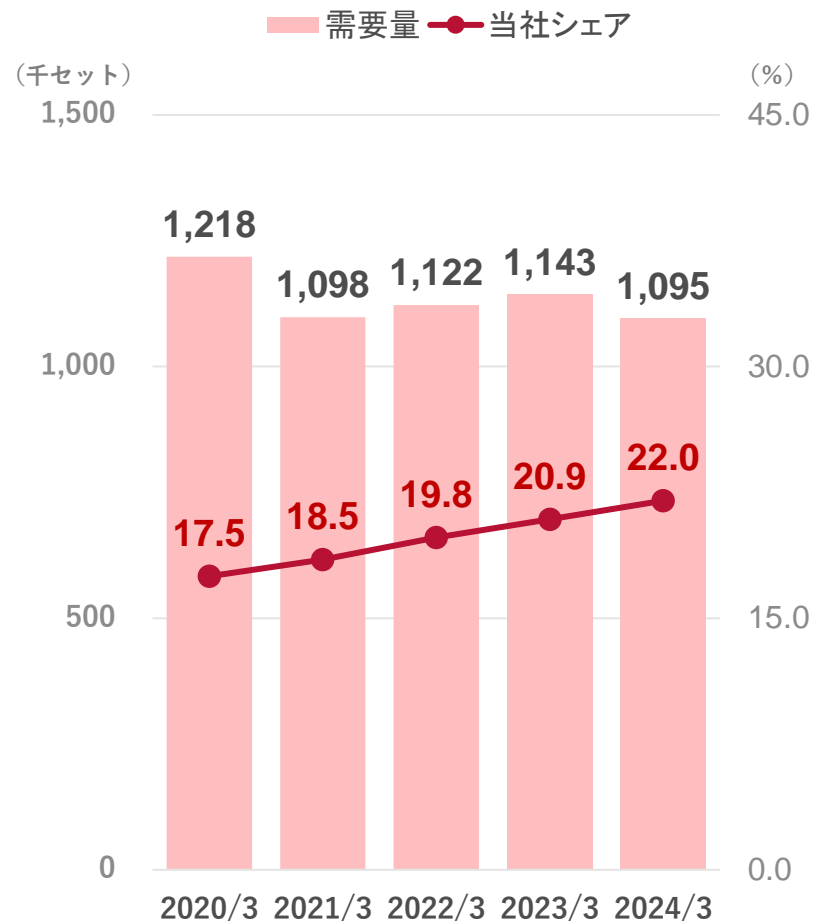


7. 主要商品の販売実績と当社シェア ①システムキッチン

システムキッチンの販売実績

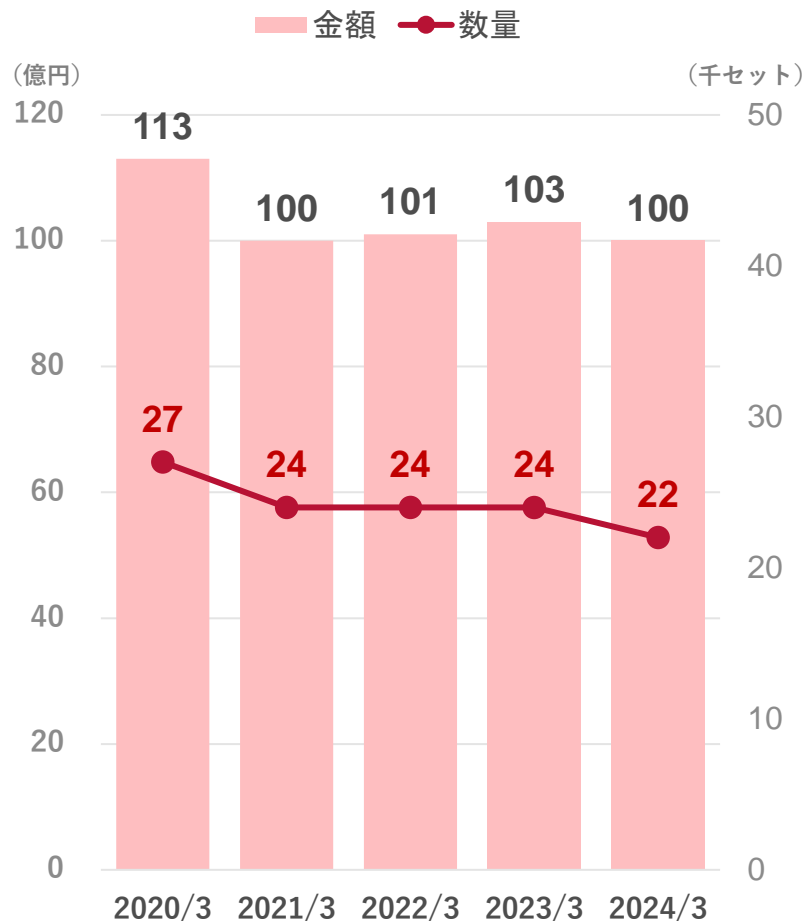


同商品需要動向と当社シェア

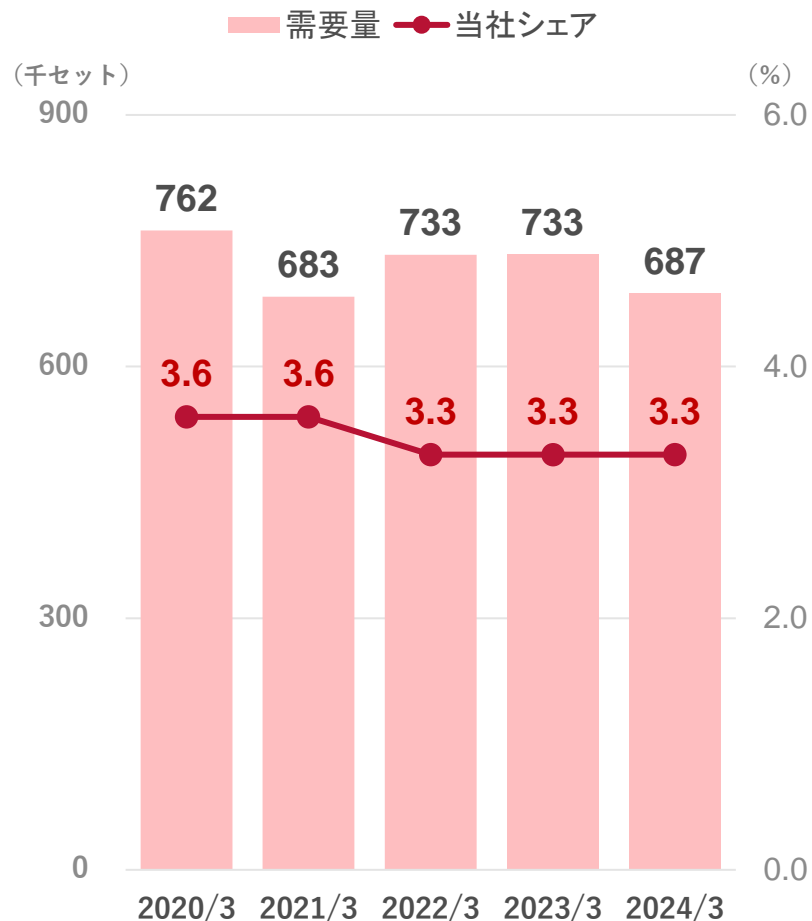


7. 主要商品の販売実績と当社シェア ②システムバスルーム

システムバスルームの販売実績

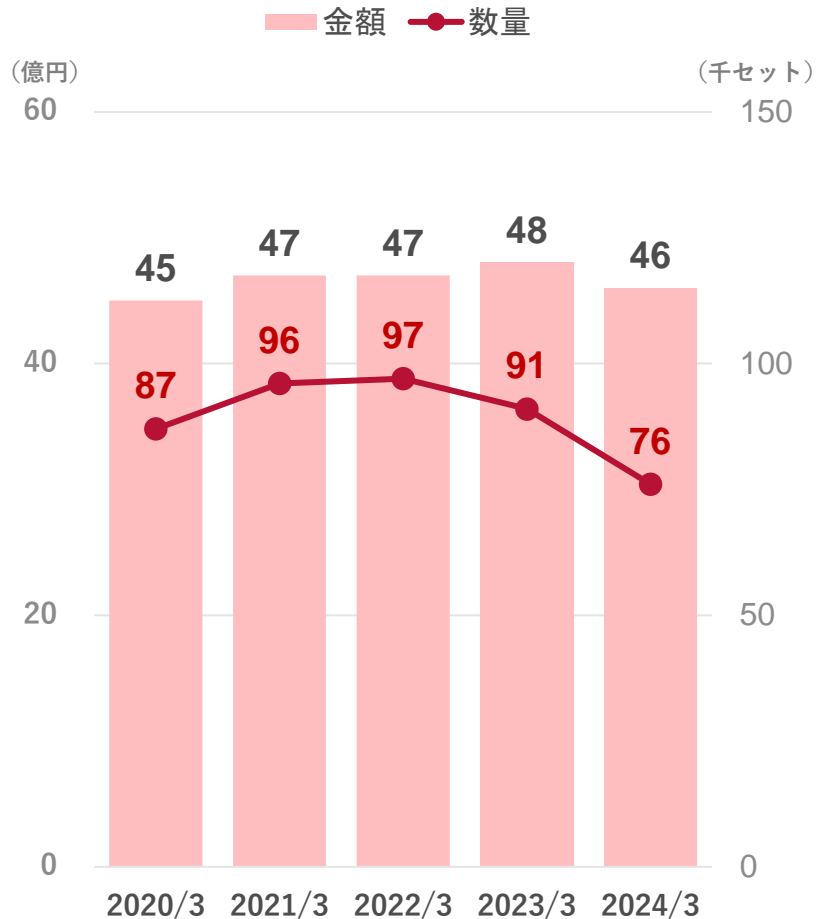


同商品需要動向と当社シェア

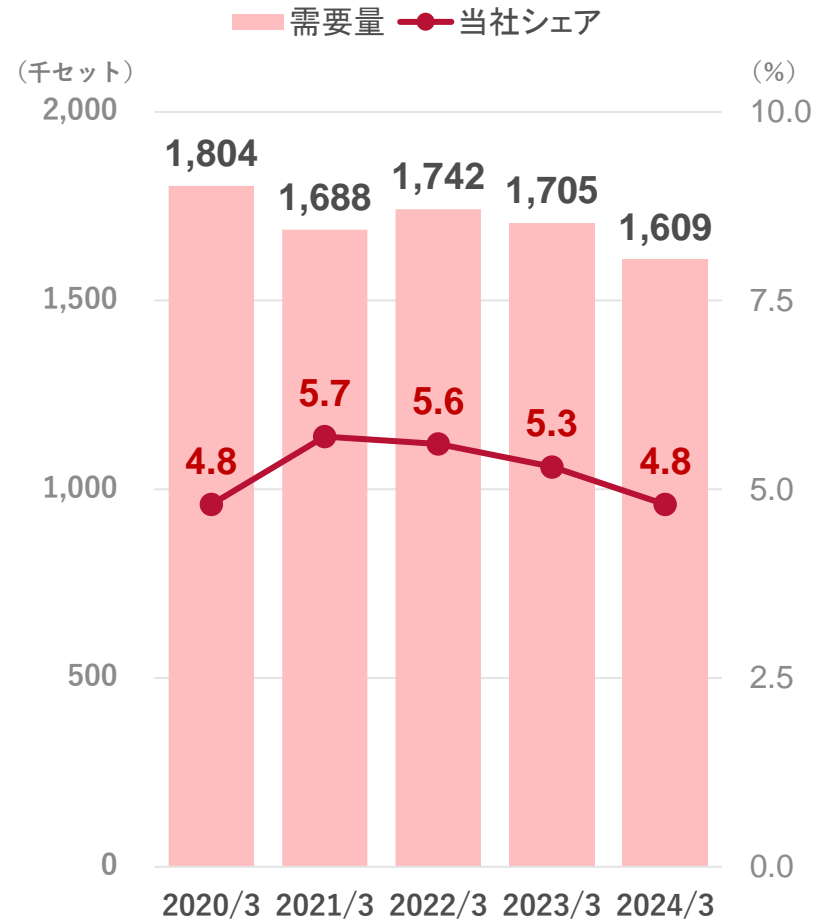


7. 主要商品の販売実績と当社シェア ③洗面化粧台

洗面化粧台の販売実績



同商品需要動向と当社シェア



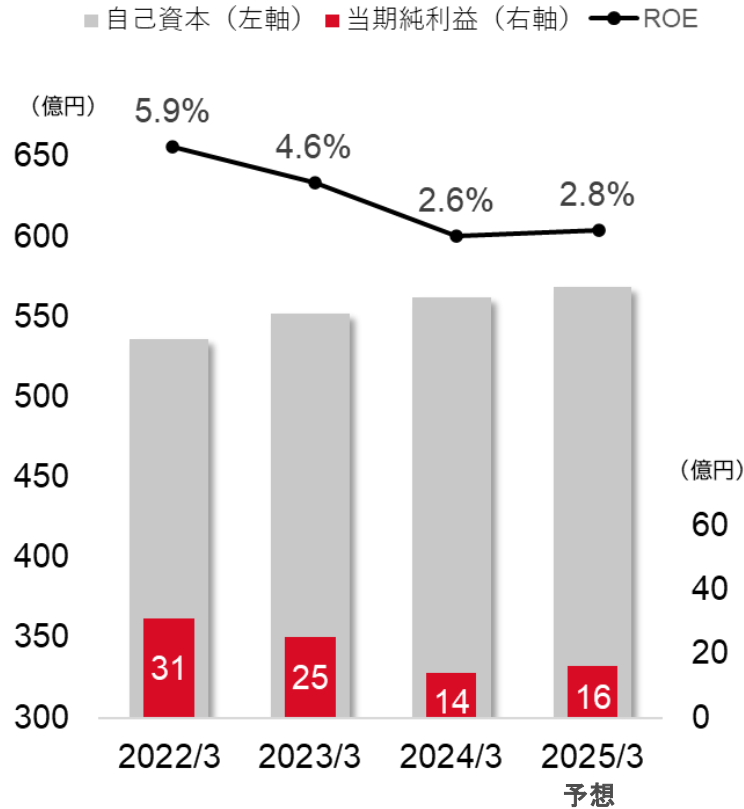
8. 2025年3月期 連結業績予想

(単位:億円)

	2024年3月期	2025年3月期 予想	増減	
			増減額	増減率
売上高	1,279	1,340	+ 60	+ 4.7%
売上総利益	399	436	+ 36	+ 9.2%
販売費及び一般管理費	386	415	+ 28	+ 7.4%
営業利益	12	21	+ 8	+ 63.8%
経常利益	18	27	+ 8	+ 49.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	14	16	+ 1	+ 9.0%

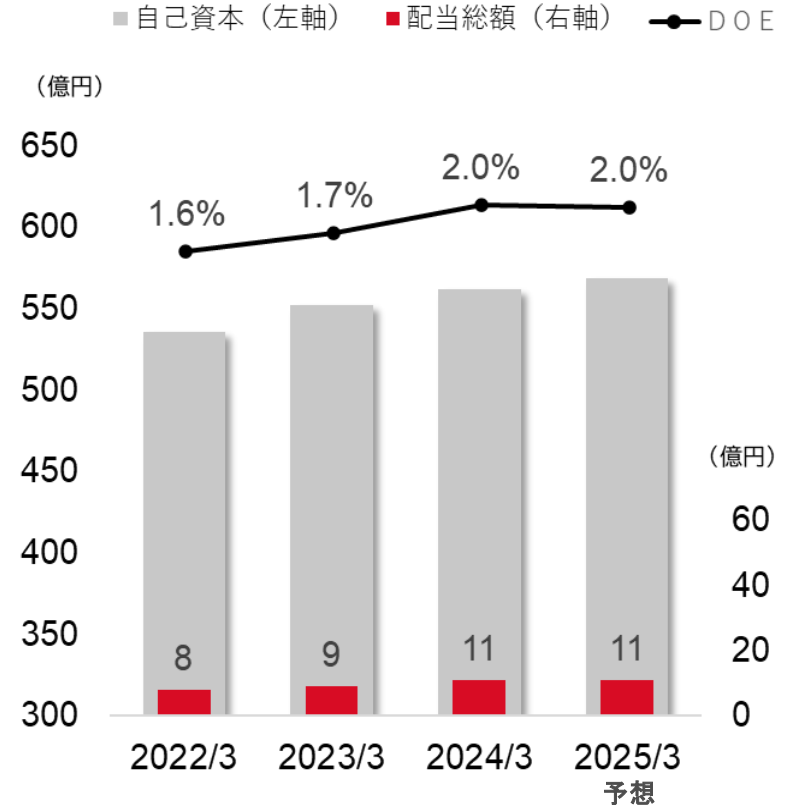
9. 利益還元の様態と計画

ROE(自己資本利益率)の推移と計画



- 24中計の取組を通じてROEを改善、PBRの向上を目指す。

株主還元方針



- 安定的な配当をベースに株主還元を強化
- 適宜適切な自己株式の取得・消却

Ⅱ. トピックス

商品関連 ① キッチン

フラッグシップ商品 『CENTRO』のモデルチェンジ

日本で初めてシステムキッチンを発表して50周年となる2023年、フラッグシップ商品であるステンレスシステムキッチン「CENTRO」をモデルチェンジし、6月1日より受注開始。
2018年のブランド刷新から初の大規模モデルチェンジとなる新「CENTRO」は、“**憧れを、よろこびに変える。**”のコンセプトの下、高品質と洗練されたデザイン、そして使う人のことを考えた機能を充実させ、一人ひとりの憧れと理想を形に。

【3大ポイント】

塊感
(かたまりかん)
のあるデザイン

空間の
統一感

ブランド機器

- ハイブランド「ミーレ」の食器洗い乾燥機
- ハイブランド水栓



硬質アクリル系人工大理石
「フォルテックス」



独自技術“ダーク美コート”
ワークトップ
「バイブレーションダーク」



新標準シンク
「流レールスクエアシンク」

憧れのハイブランド水栓
(ハンスグローエ製の水栓)

キッチンにおける新規事業展開 『Valcucine JP』を全国販売

イタリアを代表する高級キッチンブランド Valcucine の日本限定国産モデル



- 2023年7月より全国販売開始（従来は直需ルートにて限定販売）
- これに伴い、全国のクリナップ営業所にてプランニング、販売、取付・設置、アフターサービスと、一貫して対応できる体制を整備
- イタリアの「美学」と、日本の「技術」を融合した、今までにない至高のキッチンを、全国のルート営業・ハウス営業にて販売

『Valcucine JP』の展示ブースを全国拡大中

- 東京・南青山 Valcucineショールーム
- キッチンタウン・東京
- キッチンタウン・大阪
- キッチンタウン・名古屋
- 札幌ショールーム
- 神戸ショールーム
- 福岡ショールーム など

海外ブランド品でありながらも素早く細やかに対応できるのは、キッチン専門メーカーとして製造・販売の長年の実績を持つ当社による国内生産モデルならではの

商品関連 ① キッチン



GOOD
DESIGN
AWARD
2023

『CENTRO』にラインナップした
ステンレスワークトップ「バイブレーションダーク」
が、2023年度グッドデザイン賞を受賞



新しい概念のキッチン『HIROMA』が
「みらいのたね賞」*を受賞



*優れた建築を生み出すことに貢献しうる製品、未来への布石となる製品に贈られる賞

新しい概念のキッチンの提案活動として
『HIROMA』の出展を積極展開

- いわき市立美術館企画展「民藝 MINGEI」に協賛・出展
(2023年10月28日～12月17日)
- 「BAMBOO EXPO 20」に出展 (2023年11月20日～21日)



写真は、民芸での展示風景(左)と
開会式風景(右)



商品関連 ② サニタリー（バス & 洗面化粧台）

2024年2月、バス2ブランドと洗面化粧台2ブランド 同時デビュー

【システムバスルーム】

新コンセプト「リビングバスルーム」

長いキッチン開発で培った、“水まわり”はもっと自由にリビングに近づくべき”という考え方を、システムバスルームにも投影。浴室を部屋としてとらえ、空間としてのインテリア性、快適性、そして用途の多様性に対応。



中高級価格帯「SELEVIA」

上質な質感のインテリアパーツによりバスルーム単体だけでなく空間を繋ぐインテリアコーディネートが可能

デザイン性の高さを使いやすさを兼ね備えたエントリーモデル



普及価格帯「rakuvia」

【洗面化粧台】

リビングバスルームとの共通コンセプト「家族にもっと愛されて、もっと使われる空間に」のもとシステムバスルームと洗面室の空間コーディネートが可能な商品ラインナップに



新ベッセル型「ELVITA」

【コンセプト】
“憧れの空間を実現できる洗面化粧台”

【コンセプト】
“理想の空間(暮らし)が楽にできるスタンダード洗面台”

スタンダードモデル「rakutowa」



ショールーム関連

ショールームの持続的な魅力アップに向け、リニューアルを継続展開

2024年3月期は、3拠点のショールームを刷新

主な
リニューアル・
ポイント

ライフスタイルを体感できる共感型のショールーム

- 最新キッチンからダイニングまでの居住スペースと、システムバスルームと洗面化粧台によるサニタリールームを再現した『空間提案コーナー』
- 最新システムキッチンの使い心地を体験できるほか様々なイベントに対応した『キッチンスタジオ』



長崎ショールーム

11/18(土)
移転OPEN

多摩ショールーム

3/9(土)
リニューアルOPEN

神戸ショールーム

3/1(金)
リニューアルOPEN

海外事業関連

アジアを中心に、引き続き海外新市場創出に向けた取り組みを継続

海外事業展開における重点的な取り組み

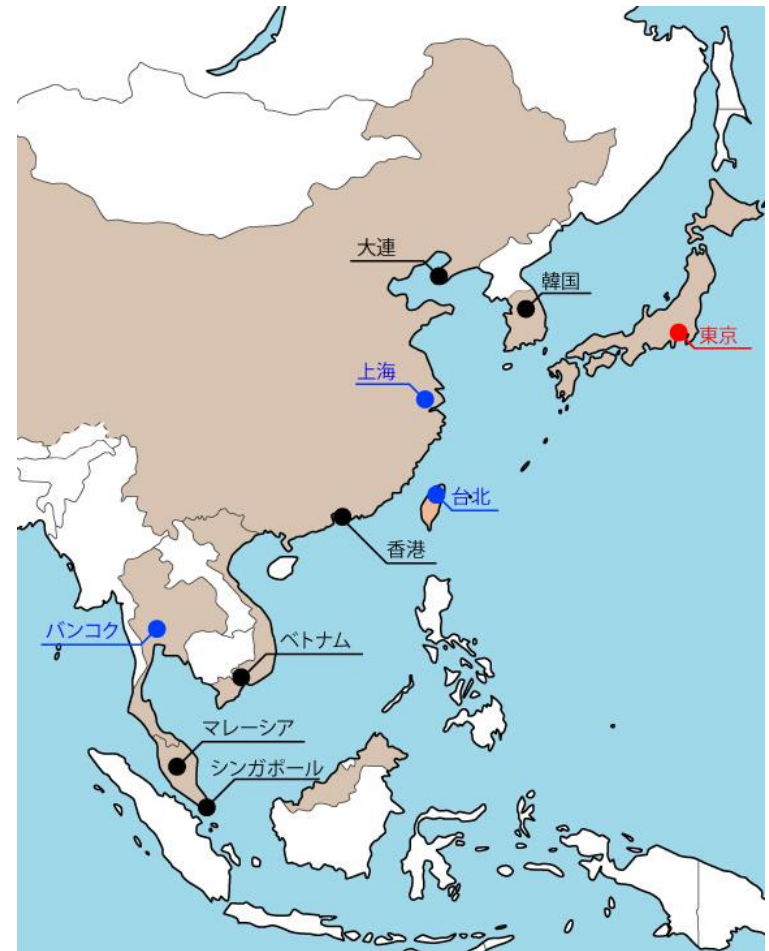
- アジアを中心に、ステンレスキャビネットを基軸としたキッチンの輸出販売
- システムキッチン『R&C』タイ現地生産モデル 顧客ニーズへ対応する為、継続的モデルチェンジを実施
- 現地訪問による営業活動と販路拡大を積極的に展開
- 海外専用仕様品の開発や現地SNS活用など新たな企画を展開



現地生産 新モデル出展



海外でのSNS商品紹介動画



サステナビリティ関連

『未来キッチンプロジェクト』の多彩な展開

【未来キッチン イラストコンテスト】

第1回となる2023度は3,003作品が全国から寄せられ、最優秀賞1作品、優秀賞18作品を決定



<最優秀賞> 千葉市立土気南小学校3年生 西岡 蓮さん



2024年3月7日(木)に開催されたクлинаップ「未来キッチンプロジェクト」産学共同発表会(武蔵野美術大学市ヶ谷キャンパス)での受賞風景

【モビリティキッチン】

同プロジェクトを通じて研究している次世代キッチン「モビリティキッチン」のプロトタイプを発表



- 移動できるという新しい機能を持ちながらも、メインキッチンとして使用できる性能を有する
- シンクは水道設備の無い場所でも繰り返し水を供給できるよう循環ろ過器を搭載
- 加熱機器はバッテリー電源により、場所を選ばず調理可能
- 積み重ねることでコンパクトにもでき、小型車両でも屋外に持ち運べるサイズ
- 災害時には各家庭や企業で使用している「モビリティキッチン」を持ち寄って食の支援をする未来を想定
- 構想から約5年越しでお披露目

2024年3月7日(木)に開催されたクлинаップ「未来キッチンプロジェクト」産学共同発表会(武蔵野美術大学市ヶ谷キャンパス)でのお披露目風景



IRお問合せ先

クリナップ株式会社
総務部 広報・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、2024年3月期の決算(2023年4月～2024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、2024年5月27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。