

第10次中期経営計画の進捗

新しい働き方・暮らし方が広がり、ペーパーレス化・デジタル化が進行している中、ファイル依存の収益構造から脱却を図るため、2021年7月に第10次中期経営計画(2022年6月期～2024年6月期)を策定しました。「成長分野への注力」と「基盤事業の更なる強化」の方針に基づき、当社グループが保有している柔軟な開発体制や独創的で多彩な商品群、多様な販売チャネルといった経営資源を最大限に活用し、グループ経営を推進することで、アフターコロナに向けて経営基盤を固め、持続的な成長を目指します。また、サステナブル(持続可能)な社会の実現を重点目標として、ESGの取り組みを進めてまいります。

基本方針

「成長分野への注力」と「基盤事業の更なる強化」

1 事業領域の拡大

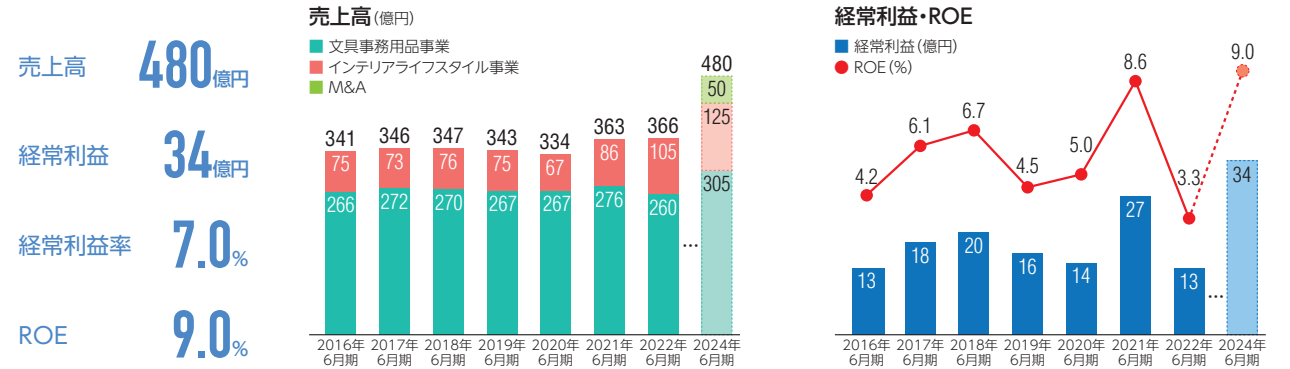
2 海外3工場の競争力強化

3 サステナビリティへの取り組み

事業別戦略

事業	方針	項目	施策
文具事務用品事業	成長分野への注力	衛生・健康用品	新型コロナウイルス感染症拡大で激変した新しい生活様式に対応した商品の企画・開発。
		オフィス・生活環境用品	テレワーク、おうち時間向けに当社のブランド力、営業力、開発・調達力を活かした新たな商品ラインアップの提供。
		デジタル文具	ワークスタイルの変化に対応し、当社独自の発想に基づいた新商品の拡充による新たな顧客の獲得・市場の創造。
	基盤事業の更なる強化	女子文具	ステーションリーの領域にとどまらない雑貨を含めたより広い商品展開、ターゲット層への訴求。
テプラ		ラベリング需要の掘り起こしによる今までテプラを使っていなかった層の獲得、市場・チャネルの開拓。	
インテリアライフスタイル事業	成長分野への注力	ステーションリー	既存カテゴリーの強化と新規カテゴリーへの参入を両輪で進行。海外生産系子会社における文具以外の生産技術の導入による生産品目拡大。
両事業共通	成長分野への注力	更なるグループシナジーの発揮、事業の成長スピードの加速。	
		海外事業	アジア市場に加え、欧米市場を強化。Japan Qualityのキッチン家電や女子文具のグローバル展開。
		EC事業	効果的なマーケティングや取扱品目の増加による売上の飛躍的な拡大。
		M&A	事業領域拡大の重要な手段として、積極的な投資による事業ポートフォリオ拡充。

経営数値目標



取り組み状況(1年目の成果)

M&A

2021年11月にライフオンプロダクツ株式会社の全株式を取得し、子会社化しました。同社は、生活家電や雑貨、ルームフレグランスなどの企画・販売を行っており、グループ入りによってインテリアライフスタイル事業の飛躍的な拡大を目指します。

新商品発売

成長分野である「オフィス・生活環境用品」では、音響設備が不要なスピーカーとマイクが一体型となった拡声器「スピーカー付きマイク」を発売し、学校や公共施設の備品としてご好評をいただいております。また、「衛生・健康用品」では、新型コロナウイルス感染症対策向けに、室内のCO₂濃度を表示できる「CO₂モニター」を新たに発売しました。「インテリアライフスタイル事業」においては、株式会社ラドンナのキッチン家電や株式会社アスカ商会のアーティフィシャルフラワーといった主力商品が好調に推移しました。また、基盤事業の更なる強化として、「テプラ」の最上位モデルとなる「SR-R980」を発売しました。



今後の重点施策

新商品

「オフィス・生活環境用品」のアルコール検知器「アルコールチェッカー」や「デジタル文具」のデジタルメモ「ポメラ」の新商品「DM250」といった商品の拡販をさらに進めつつ、引き続き社会のニーズにあった商品を開発してまいります。「インテリアライフスタイル事業」においても各グループ会社の主力商品の新商品開発や取扱商品の拡大を行います。



価格改定

原材料・諸資材価格高騰に対し、経費削減や生産性の向上による価格維持に努めてきましたが、自助努力だけでは従来の価格を維持することが極めて困難な状況となったため、一部商品の価格改定を実施して収益性の改善を目指します。

グループシナジー

グループ会社共同で商品調達・品質管理を行うことによる効率化、国内・海外問わず販路の相互活用による売上拡大など、新たにグループ入りしたライフオンプロダクツ株式会社も含めたグループシナジーの創出を図ります。

M&A

事業領域拡大の重要な手段として、グループシナジーが期待できるM&Aを積極的に検討し、事業ポートフォリオの拡充を進めます。

CFOメッセージ

安定した財務基盤のもと、成長投資を推進し、“攻め”と“守り”の財務戦略で業績向上を目指します。

取締役 常務執行役員 管理本部長 原田 伸一



M&Aによる成長分野の伸長を追い風に業績を拡大

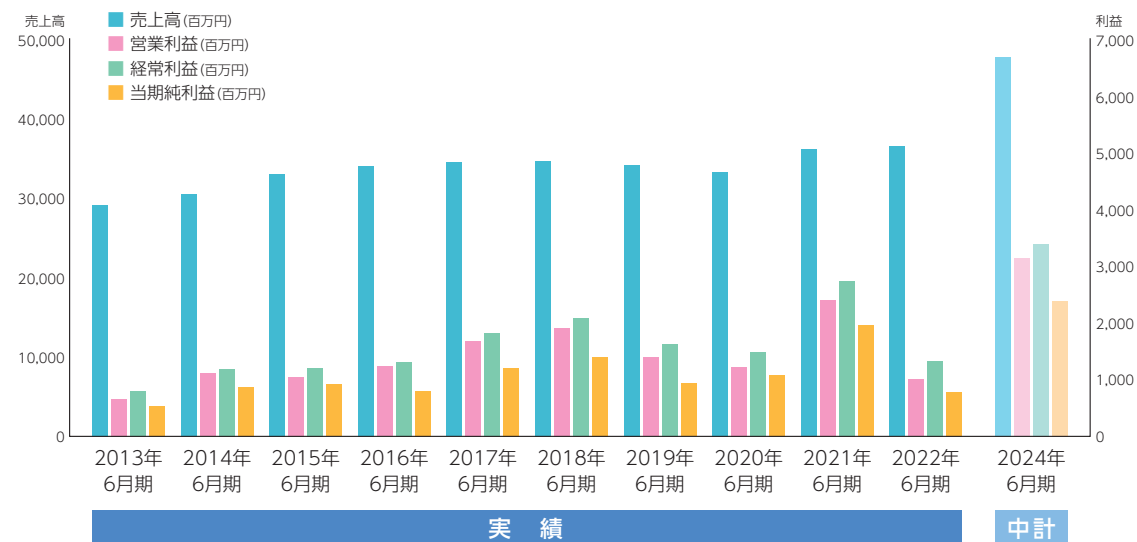
当社は基盤事業である文具事務用品事業において、独創的な商品の開発に取り組むとともに、2000年代よりM&Aをはじめとする成長投資を積極的に実践し、事業領域の拡大を推進してまいりました。2014年1月のインテリア家具・雑貨のEC販売を手掛ける(株)ぼん家具のM&A以降、成長分野に位置づけるインテリアライフスタイル事業の伸長により上昇トレンドに乗り、2014年から2018年まで5期連続の増収増益を達成しました。

2021年6月期においては、コロナ禍にあって「テック」などの手指消毒器の売上が伸長したほか、巣ごもり需要によりインテリアライフスタイル事業を手掛

けるグループ会社の業績が好調に推移し、ウインセス(株)がグループ入りしたことや各種コスト削減の効果もあり、当期純利益が過去最高となりました。

2022年6月期の連結業績は、半導体不足による「テプラ」の品切れや生産国のロックダウンによるファイルの品切れの影響を受け、文具事務用品事業の売上が減少したものの、2021年11月より子会社化したライフオンプロダクツ(株)の売上寄与により、前年比0.9%の増収、利益面では急激な円安や原材料価格・物流費などの高騰により減益となりました。

2023年6月期については、前期に供給難となった一部主力商品の売上の回復が見込まれ、ライフオンプロダクツ(株)の業績が通年寄与し、グループ会社の各社業績も堅調に推移すると予想されます。一部製品の価格改定も進めており、収益の改善を目指しています。



成長戦略と財務戦略は表裏一体 強固な財務基盤をもとに積極投資を実行

CFO(最高財務責任者)として、企業価値向上を担う「成長戦略」と、それを支える「財務戦略」は表裏一体であるべきと考え、第10次中期経営計画のもと、引き続き成長投資を積極的に行ってまいります。成長分野へ120億円の戦略投資を計画しており、この内、20億円は主に新製品開発と生産設備投資で、既存事業における競争力を強化していきます。100億円をM&Aをはじめとした事業領域の拡大に充て、すでにライフオンプロダクツ(株)、2022年9月には(株)エイチアイエムの株式を取得しています。当社の過去10年の業績推移を見ても、M&Aは重要な成長ドライバーの一つとして業績に貢献してきました。文具事務用品だけでなく、キッチン雑貨や家電・生活用品などを手掛けるメーカー・EC事業を重要なターゲットセクターとし、課題であるファイル依存の収益構造からの脱却を図ってまいります。

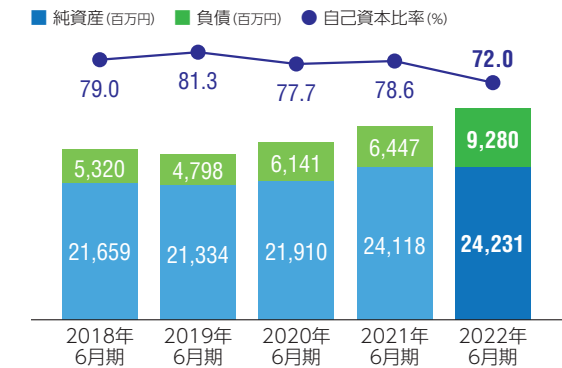
M&Aにより成長のための時間を買い、統合の効果を実感なものにしていくには、譲渡価額の精査、財務・税務・法務面の緻密なデューデリジェンス、およびグループ入り後のPMI(統合プロセス)もきわめて重要です。これまで多くのM&Aを実践してきた知見をもとに管理体制強化の支援、決算・内部統制・社内規程・情報セキュリティなどの整備をサポートするとともに、シナジー効果の最大化による業績向上を目指していきます。

業績に資する“攻めの財務戦略”を推進するには健

全で強固な財務基盤を維持していくことが前提となります。当社の自己資本比率は80%近くで推移してきましたが、2021年11月に当社グループ入りしたライフオンプロダクツ(株)の全株式取得に伴い、直近の2022年6月期末は72.0%となりました。

それを踏まえても、デット・エクイティ・レシオは0.18倍に留まっています。資金調達については従来の銀行借入を核に、より一層の財務体質の強化や資金の効率化を図るため、棚卸資産の的確なコントロールに加え、キャッシュ・マネジメント・システムの導入、シンジケートローンや債権流動化など多様な手法の検討も進めていきたいと考えています。

収益体質の強化策としては、随時行っているコストダウン活動に加えて、当社では数年ごとにテーマを定め、部門やグループ会社間を横断したコスト削減プロジェクトを編成しています。削減策を水平展開することで高い成果の創出に取り組んでいます。



財務情報に加え非財務情報も広く発信 ステークホルダーとの対話を深化

強固な財務基盤を維持することで、株主還元については経営上の重要課題の一つに位置づけ、配当性向40%を基準とした安定配当を目指しています。2023年6月期も、2022年6月期と同額の1株当たり22円の配当を予定しています。また、株主優待についても対象・金額を見直し、キングジム公式オンラインストアからお好きな商品を選べる形に充実させました。

なお、近年懸念される円安進行リスクに対しては、外貨購入の実需の半分程度を為替予約でヘッジしています。2022年6月期は急激な円安進行により相応の影響を受けたものの、マイナス幅のある程度軽減することができました。今後も予測困難な為替動向を注視しつつ、適切なリスクヘッジを進めてまいります。

当社の経営戦略、事業活動をご理解いただき、企業価値向上を実現していくには、株主・投資家の方々をはじめステークホルダーの皆様とのエンゲージメントの向上が必要不可欠です。当社ではプライム市場への移行を機に、2022年4月にIR推進委員会、同年6月にIR推進室を新設しました。IRサイトの改修、決算説明の動画掲載、個人投資家向け会社説明会の実施など、新たな施策をすでに進めています。

さらに企業の持続的成長の大前提となるサステナビリティへの取り組みも全社的に推進し、CFOとして、従来の財務情報に加え非財務情報も広く発信していきたいと考えています。今後も事業環境の変化を見据え、ステークホルダーの皆様との対話を進めながら、攻めと守りのバランスが取れた着実な成長を目指してまいります。変わらぬご理解とご支援、ご期待を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。