



2026年6月期 第2四半期 決算説明資料

2026年1月29日 株式会社キングジム

2026年6月期 第2四半期は減収ながらも増益、黒字転換を実現

2026年6月期 第2四半期実績

- ✓ **売上高は減収、計画未達。**文具事務用品事業は、「テプラ」本体の売上減、前年特需の反動による防災用品の売上減、ライフスタイル用品事業は、(株)ラドンナが好調も(株)ぼん家具、ライフオンプロダクツ(株)が低調で減収
- ✓ 営業利益、経常利益は、売上総利益率の改善や販管費の減少により**増益**、**経常利益は計画達成**
- ✓ 中間純利益は、海外生産系子会社の過年度法人税等を計上し、計画未達となったものの**黒字転換**

2026年6月期 業績予想*

- ✓ 売上高405億円、営業利益10億円、経常利益12億円、当期純利益6.5億円で**増収増益を目指す**
- ✓ ライフスタイル用品事業の**売上成長加速**、文具事務用品事業の電子・生活環境用品の強化で**増収**
- ✓ 売上増及び価格改定の浸透による売上総利益増加、固定費の削減により、**増益**を見込む
- ✓ 収益力の向上によりROEは2.7%程度を見込む

第11次中期経営計画の進捗

- ✓ 基盤事業の強化に加え、各成長分野の推進体制構築や投資を積極的に実施中
- ✓ 事業ごとに蓄積されたノウハウを連携・強化し、経営資源を活かして相乗効果を創出、企業価値の向上を図る

*2026年1月23日付で2026年6月期 通期業績予想を下方修正しており、本ページは修正後の数値を記載しております。

INDEX

- 01 2026年6月期 第2四半期実績
- 02 2026年6月期 業績予想
- 03 第11次中期経営計画の進捗

01 2026年6月期 第2四半期実績

連結損益計算書概要

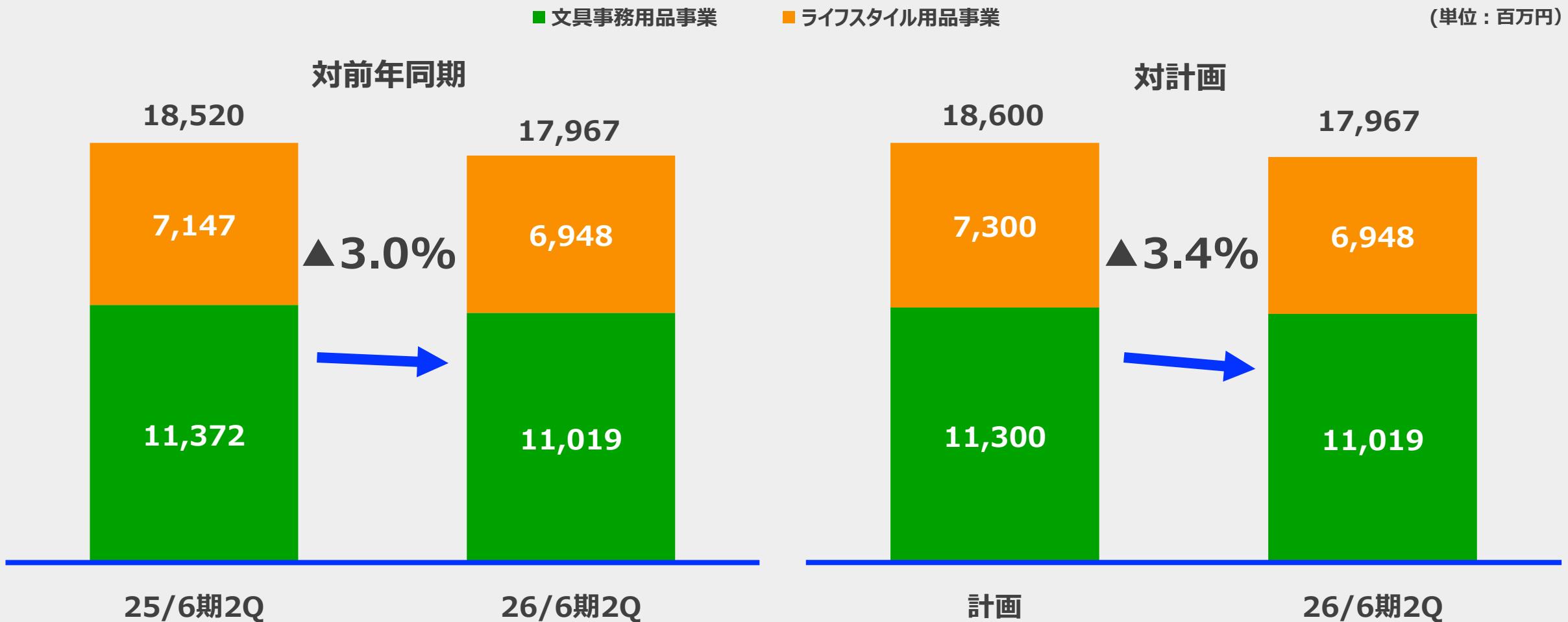
2026年6月期 第2四半期は減収ながらも増益、黒字転換を実現
売上総利益率 + 1.4pt

(単位：百万円)

	25/6期2Q		26/6期2Q		対前年同期		対計画 ※1	
	実績	構成比	実績	構成比	増減額	増減率	増減額	増減率
売上高	18,520	100.0%	17,967	100.0%	▲552	▲3.0%	▲632	▲3.4%
売上総利益	7,008	37.8%	7,036	39.2%	+27	+0.4%		
販管費	6,990	37.7%	6,837	38.1%	▲152	▲2.2%		
営業利益	18	0.1%	198	1.1%	+180	+974.0%	▲21	▲9.6%
経常利益	180	1.0%	382	2.1%	+201	+111.5%	+12	+3.5%
親会社株主に帰属する 中間純利益	▲75	▲0.4%	27	0.2%	+102	—	▲82	▲75.0%

※1 計画は26/6期2Q業績予想 売上高:18,600百万円、営業利益:220百万円、経常利益:370百万円、中間純利益: 110百万円

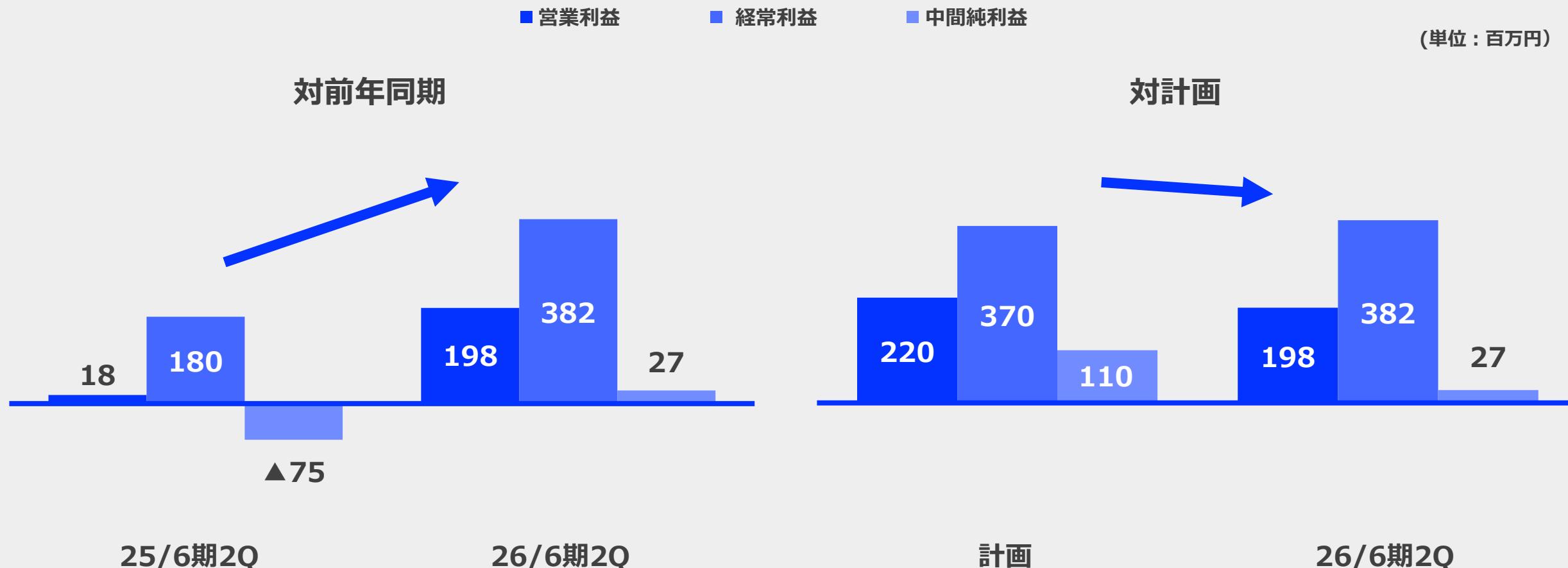
文具事務用品事業、ライフスタイル用品事業ともに減収



連結利益額

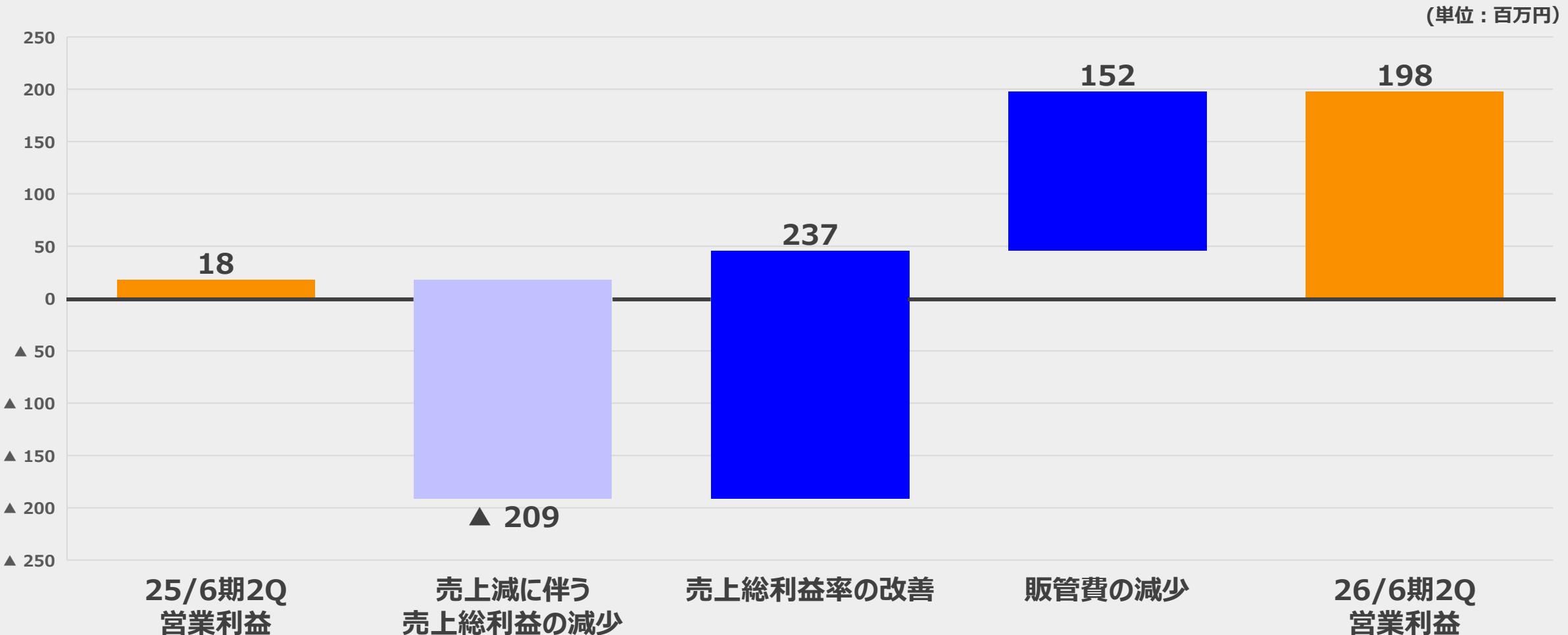
売上総利益率の改善と販管費の減少により増益・黒字転換

海外生産系子会社の過年度法人税等を計上するも中間純利益は27百万円



連結営業利益増減要因

売上総利益率の改善・販管費の減少により増益



文具事務用品事業

(単位：百万円)

売上高 11,019百万円

- ・「テプラ」本体などの電子製品の売上減
- ・前年同期に特需があった防災用品の反動減

営業損失 ▲114百万円

- ・売上総利益率の改善により赤字幅は縮小

■ステーショナリー

■生活環境用品

■電子製品

11,372

6,185

1,388

3,799

11,019

6,012

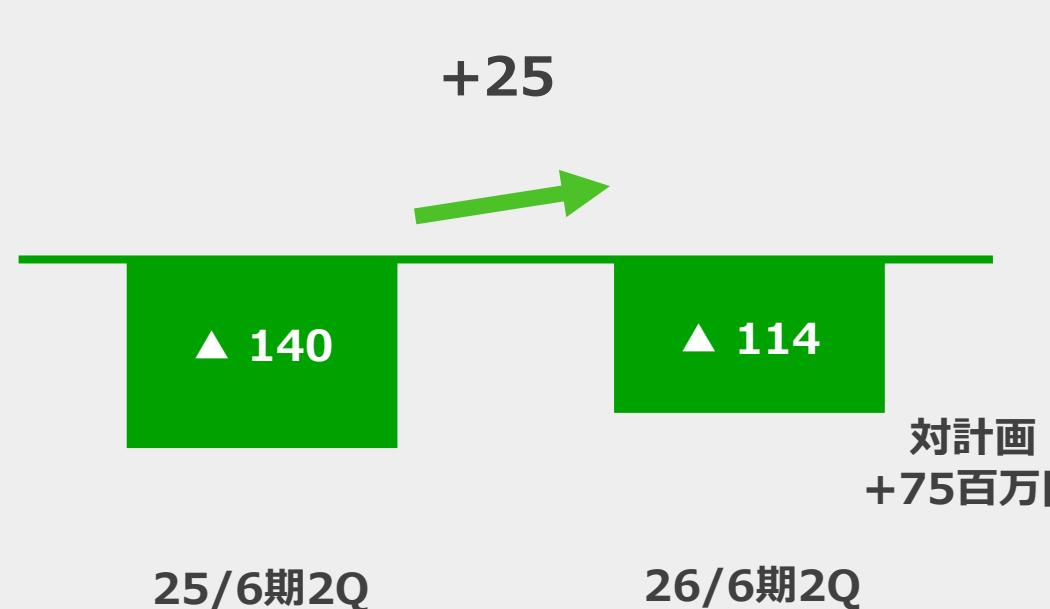
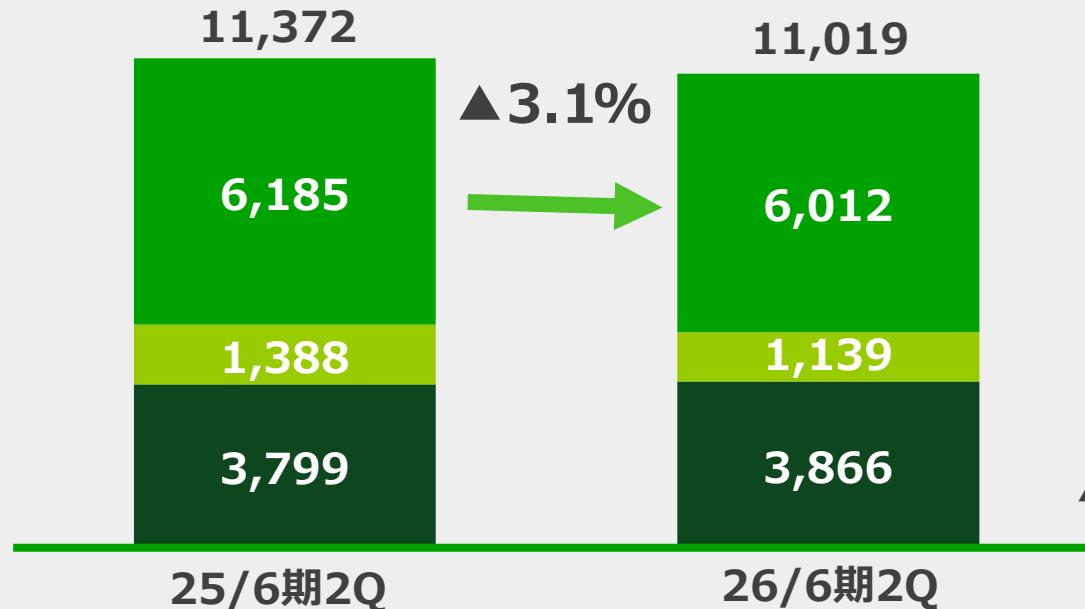
1,139

3,866

▲3.1%

対計画
▲2.5%

+25

対計画
+75百万円

ライフスタイル用品事業

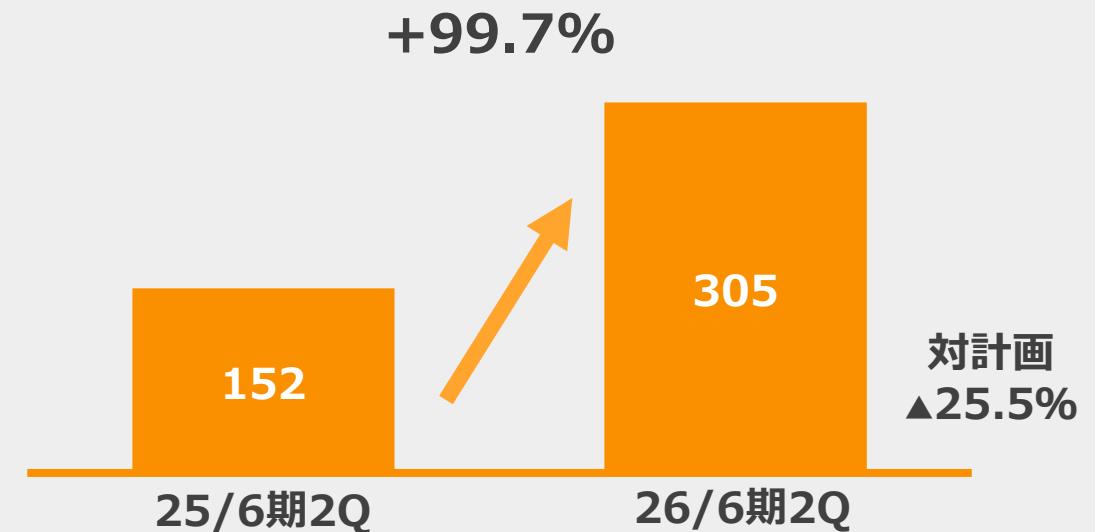
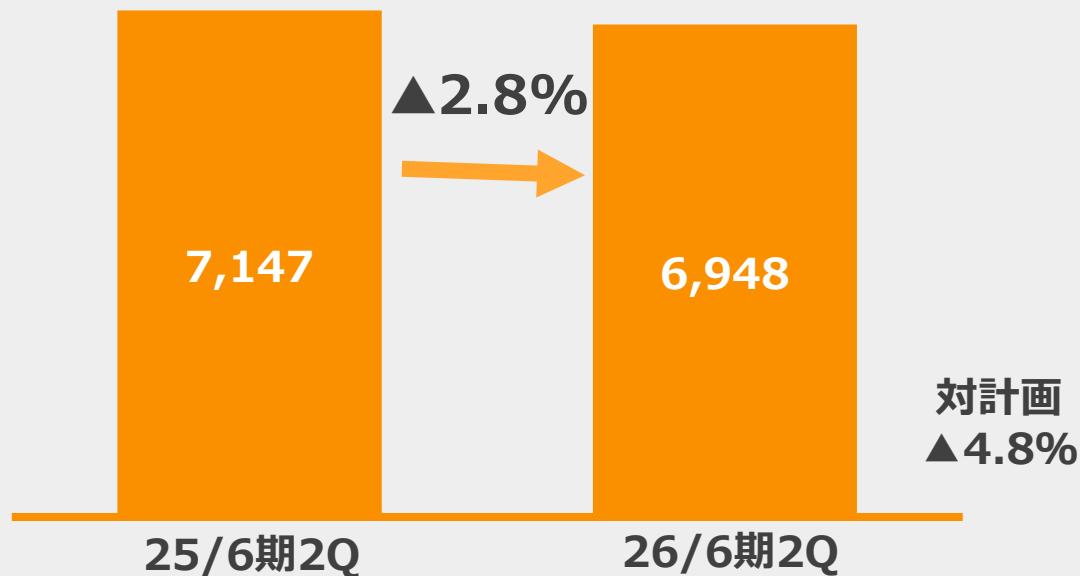
(単位：百万円)

売上高 6,948百万円

・(株)ぼん家具とライフオンプロダクツ(株)が低調に推移

営業利益 305百万円

・売上原価率の改善や販管費の減少が寄与



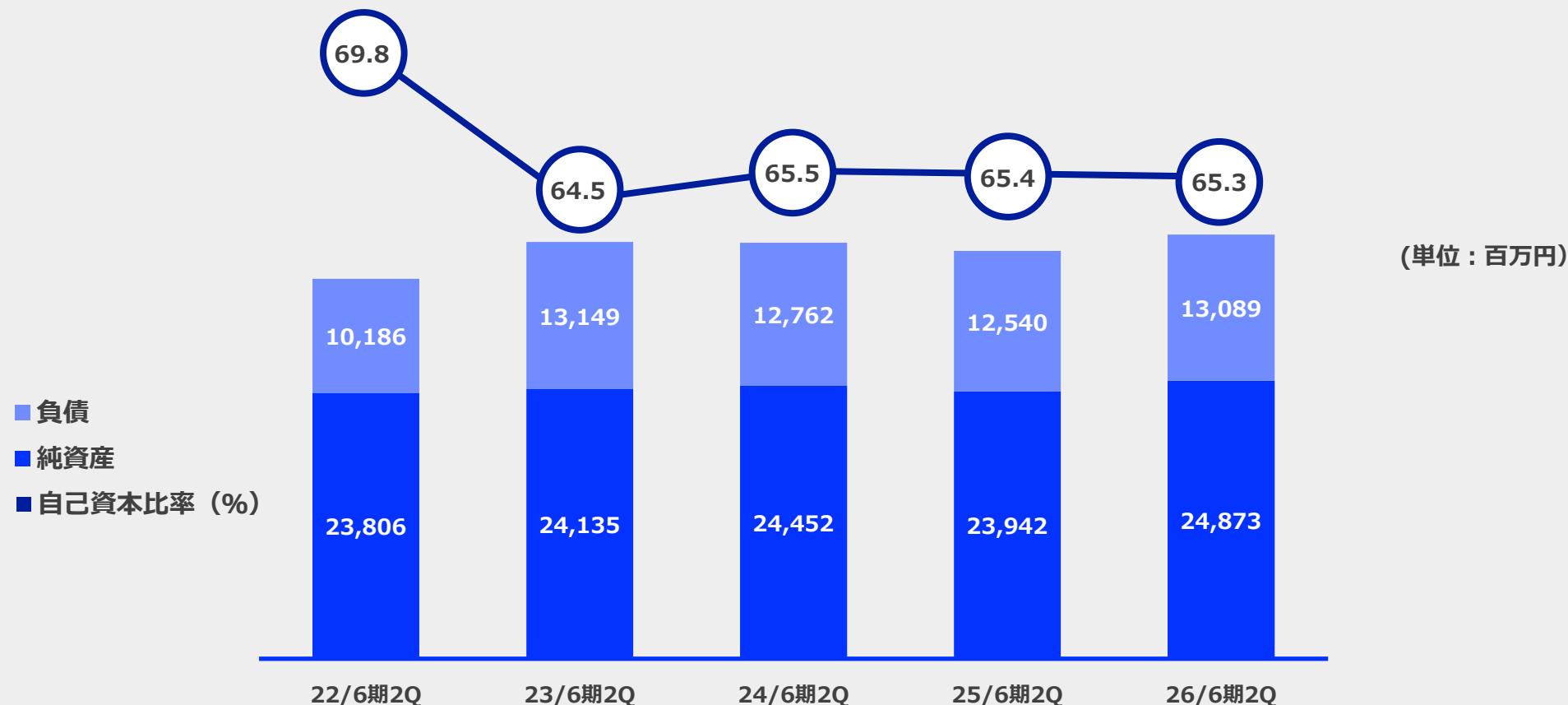
連結貸借対照表及び自己資本比率推移

総資産：投資有価証券、現金及び預金の増加により、対前年同期+1,480百万円

負債：短期借入金の増加により、対前年同期+549百万円

純資産：その他有証評価差額金、為替換算調整勘定の増加により、対前年同期+930百万円

自己資本比率：65.3%でほぼ横ばい



連結キャッシュ・フロー推移

営業活動によるキャッシュ・フロー：税金等調整前中間純利益、減価償却費、棚卸資産の増加額等

投資活動によるキャッシュ・フロー：有形及び無形固定資産の取得による支出等

財務活動によるキャッシュ・フロー：長期借入金の返済や配当金の支払いによる支出、短期借入金の純増額等

(単位：百万円)

	22/6期2Q	23/6期2Q	24/6期2Q	25/6期2Q	26/6期2Q
営業活動によるキャッシュ・フロー	▲1,414	▲1,821	▲958	▲351	▲557
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲3,355	▲1,260	▲204	▲406	▲327
財務活動によるキャッシュ・フロー	3,827	2,837	1,086	1,163	841
現金及び現金同等物に係る換算差額	52	141	110	▲39	196
現金及び現金同等物の増減額	▲891	▲102	34	366	153
現金及び現金同等物の中間期末残高	6,141	5,534	5,957	6,055	6,552

需要期である下期に向けた在庫積み増しが行われるため、上期の営業キャッシュ・フローはマイナスになる傾向

02 2026年6月期 業績予想

2026年6月期 通期業績予想の修正 (2026年1月23日付)

通期 連結業績予想

	前回発表予想	今回修正予想	増減額
売上高	42,000	40,500	▲1,500
営業利益	1,500	1,000	▲500
経常利益	1,600	1,200	▲400
親会社株主に帰属する当期純利益	1,000	650	▲350

通期 セグメント別業績予想

	前回発表予想	今回修正予想	増減額
売上高	42,000	40,500	▲1,500
文具事務用品事業	26,300	25,300	▲1,000
電子製品	14,400	13,800	▲600
生活環境用品	3,400	2,900	▲500
ステーショナリー	8,500	8,600	+100
ライフスタイル用品事業	15,700	15,200	▲500
セグメント利益	1,500	1,000	▲500
文具事務用品事業	870	530	▲340
ライフスタイル用品事業	620	460	▲160

(単位：百万円)

売上・利益の両面で前年の実績を上回るもの、
当初の想定を下回る見通し

<上期要因>

■ 売上高

- ・「テプラ」本体などの電子製品、前年の特需の反動減を受けた防災用品など生活環境用品の売上減少
- ・(株)ぼん家具及びライフオンプロダクツ(株)の業績が低調に推移

■ 営業利益・経常利益

- ・売上減少の影響

■ 親会社株主に帰属する当期純利益

- ・海外生産系子会社において、過年度法人税等を計上した影響

<上期の実績を受けた下期の対応>

- ・ライフスタイル用品事業の売上成長加速、文具事務用品事業の電子・生活環境用品の強化で增收を見込む
- ・売上増及び価格改定の浸透による売上総利益増加、固定費の削減により、増益を見込む
- ・為替の円安傾向はあるものの、積極的な営業活動と継続的なコストダウンに努め、目標達成を目指す

2026年6月期 通期業績予想

通期 連結業績予想

(単位：百万円)

	25/6期		26/6期※2		対前期	
	実績	構成比	予想	構成比	増減額	増減率
売上高	39,639	100.0%	40,500	100.0%	+860	+2.2%
営業利益	537	1.4%	1,000	2.5%	+462	+86.0%
経常利益	836	2.1%	1,200	3.0%	+363	+43.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	424	1.1%	650	1.6%	+225	+53.0%

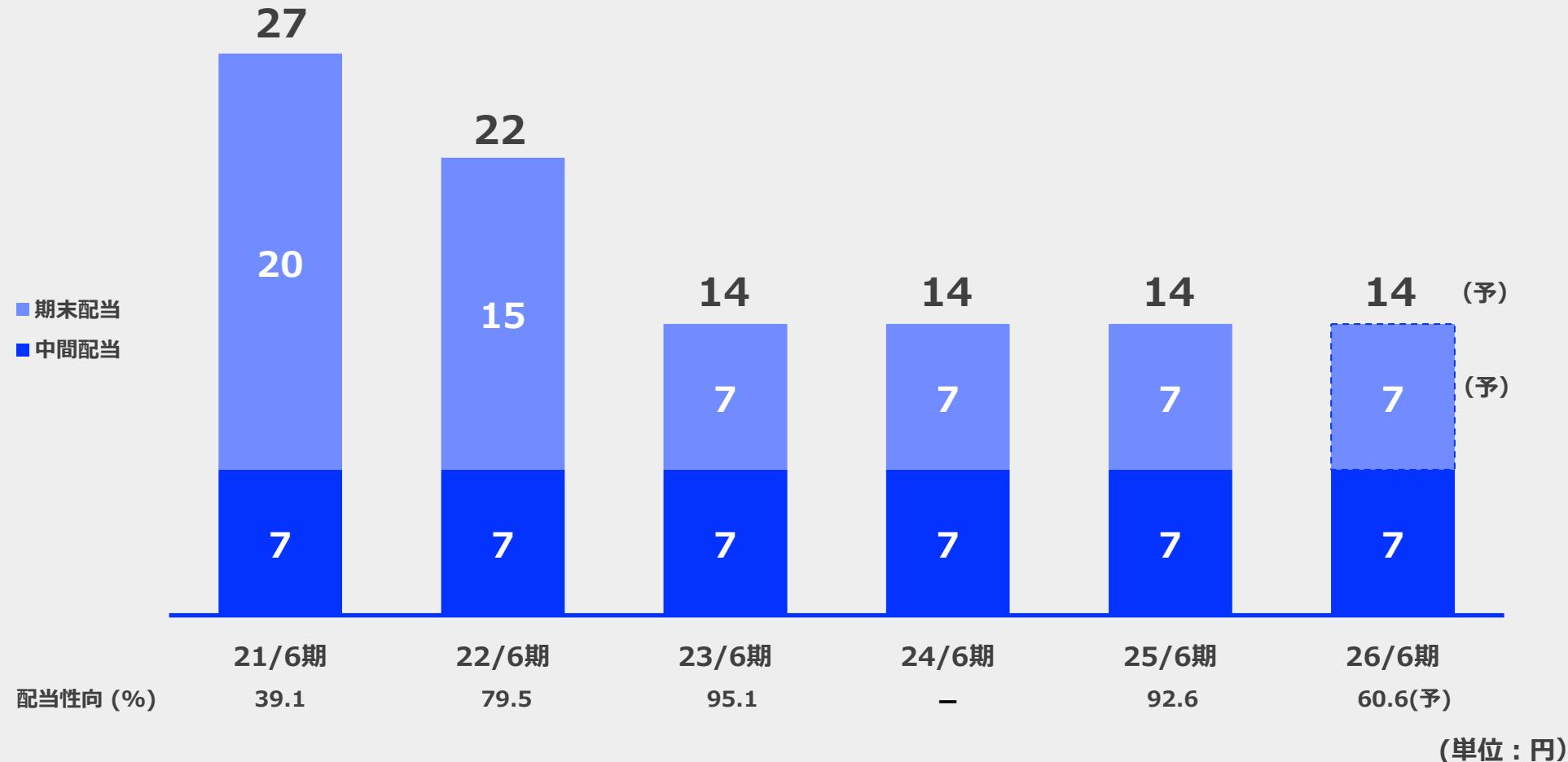
通期 セグメント別業績予想

	25/6期		26/6期※2		対前期	
	実績	構成比	予想	構成比	増減額	増減率
売上高	39,639	100.0%	40,500	100.0%	+860	+2.2%
文具事務用品事業	25,178	63.5%	25,300	62.5%	+121	+0.5%
	13,836	34.9%	13,800	34.1%	▲36	▲0.3%
	2,921	7.4%	2,900	7.2%	▲21	▲0.7%
	8,420	21.2%	8,600	21.2%	+179	+2.1%
ライフスタイル用品事業	14,461	36.5%	15,200	37.5%	+738	+5.1%
セグメント利益※1	537	1.4%	1,000	2.5%	+462	+86.0%
文具事務用品事業	382	1.0%	530	1.3%	+147	+38.5%
ライフスタイル用品事業	131	0.3%	460	1.1%	+328	+250.1%

※1 セグメント利益については、各事業では「セグメント間取引調整前の数値」を記載し、合計は「セグメント間取引調整後の数値(営業利益)」を記載しております。

※2 2026年1月23日付で2026年6月期 通期業績予想を下方修正しており、本ページは修正後の数値を記載しております。

配当方針：配当性向の基準を40%とし、安定配当を目指す



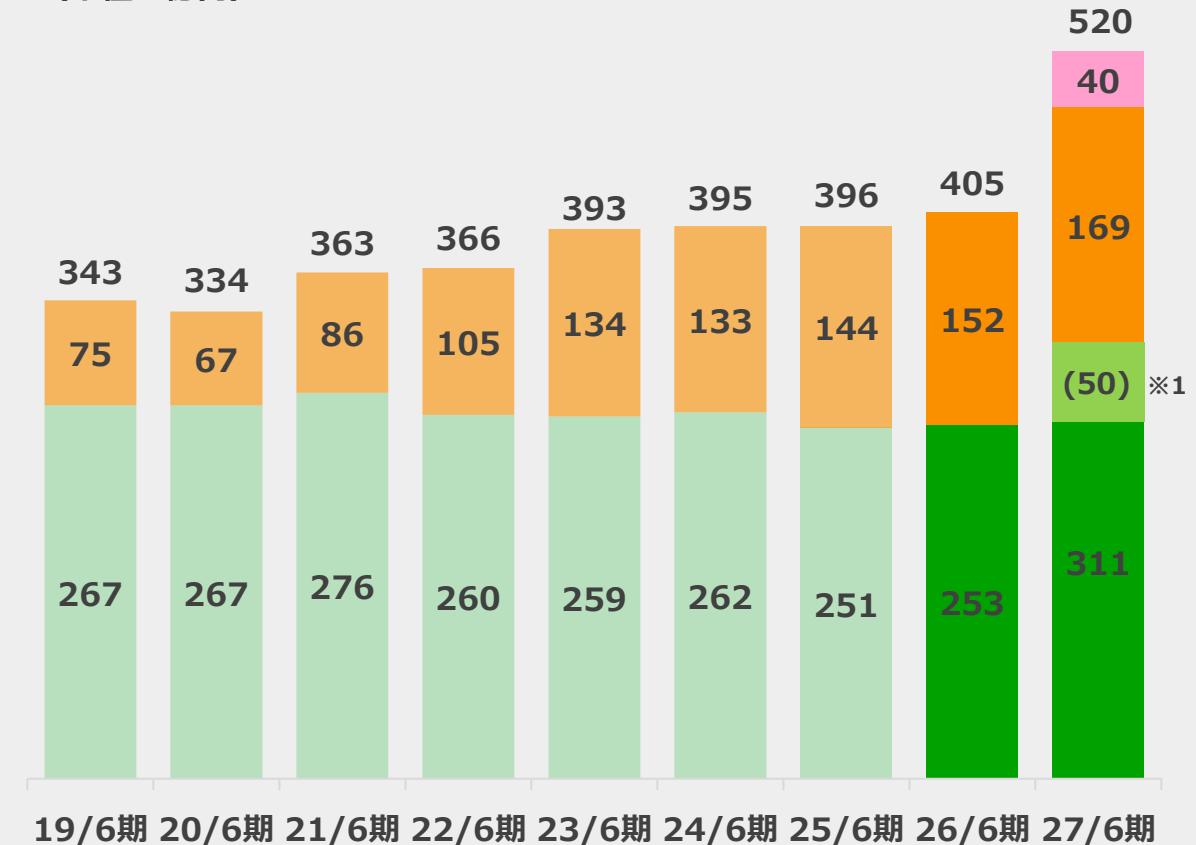
03 第11次中期経営計画の進捗

第11次中期経営計画：経営数値目標

	2025年 実績	2026年 計画※2	2027年 計画
売上高	396億円	405億円	520億円
経常利益	8億円	12億円	28億円
経常利益率	2.1%	3.0%	5.4%

ROE8.0%

■文具事務用品事業 ■ライフスタイル用品事業 ■M&A ■24/6期からの加算額
(単位：億円)



※1 2027年6月期の文具事務用品事業の売上高は、第11次中期経営計画を策定した2024年6月期から50億円を加算しており、その内訳は、海外事業25億円、EC事業10億円、サービス事業15億円の見込みです。

※2 2026年1月23日付で2026年6月期 通期業績予想を下方修正しており、本ページは修正後の数値を記載しております。

3つの骨太の方針を展開し 次のステージへ

骨太の 方針

サービス事業への展開

デザイン×デジタルを活用した
サービス展開

ライフスタイル分野の拡大

グループ各社の成長戦略と
グループシナジー強化

海外事業の強化

マーケットイン商品展開と
売上の大幅拡大

資源

海外工場

ファンコミュニケーション

人的資本

サステナビリティ

既存ビジネス 強化

既存ビジネス強化

販売戦略 開発領域 デザイン

開発領域

「働く現場」と「暮らし」を応援する製品開発

開発領域：働く現場 (BtoB)

生産性の向上



オフィスから現場まで幅広く活用できる
「テプラ」PRO SR-R5600P

現場環境の支援



扉の開閉による衝突を防ぐ
「扉につけるお知らせライト」屋外タイプ

開発領域：暮らし (BtoC)

暮らしを「便利に」 学びと趣味を応援



学生と共同開発を行った
「ポーズー」ペンギンリップ



電子メモパッド
「 Begleit 」BB-21

防災・安全



2025年8月発表
防災ブランド「KOKOBO」



書棚や引き出しに収納できる
「災害対策セット」シリーズ

暮らしに「楽しさ」「彩り」を



ミニチュア文房具「キングミニ」シリーズ



コスメモチーフのステーショナリー
「コフレ」シリーズ

お客様と商品の特性に合った販売チャネル

next
stage

デマンドチェーンクリエーション

営業と開発、2つの機能を併せ持つ新部門
販路開拓とマーケットイン型の商品開発を並行して行い、新たな価値を提供
新規多店舗展開販売パートナーへの取り組みも強化

拡充

インダストリーチャネル

電材・ネットワークへの
チャネルを通じて商品を提供

通販・ECチャネル

オフィス通販・ECマースの枠組みを活かし、
カタログやECサイトを通じて商品を提供

文具事務用品チャネル

文具事務用品卸から納品店、文具販売店、
ECサイトを通じて商品を提供

量販チャネル

全国へ多店舗展開する販売パートナーの
店頭やECサイトを通じて商品を提供

BtoB

戦略的にインダストリーチャネルを深耕・拡張し、BtoB～BtoCのお客様の特性に合った販売チャネル構成へ

BtoC

テプラ

オフィス・生活環境用品

ステーショナリー

デジタル文具

バッグ・収納用品

スタイル文具

販売戦略(メイン商材の販促)

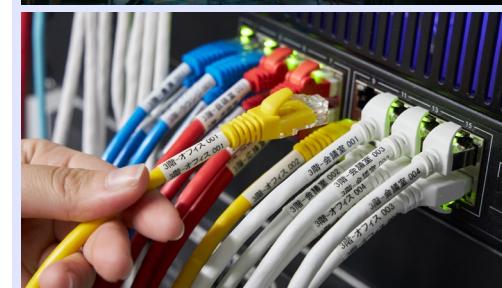
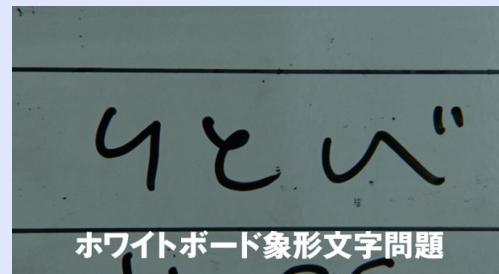
「テプラ」法人需要と用途拡大を図る販促施策を実施



2026年1月より、WEB CM「#おねがいテプラ」第2弾を公開したほか、販売パートナーとの取り組みやSNSキャンペーンを展開。職場の幅広いシーンでの課題解決を訴求し、「テプラ」のさらなる需要拡大を図る。

職場の悩みに、テプラで挑め。

#おねがいテプラ



前田	山本社
後藤	現場
橋	出張

https://www.kingjim.co.jp/sp/tepra_onegai/

販売戦略(新規多店舗展開販売パートナーとの取り組み)

「Standard Products by DAISO」コラボレーション



□ KING JIM × Standard Products



株式会社大創産業と初めて共同開発を行ったファイル、マグネットケース、クリップボードなどの多機能で高品質な全13種を、全国の「Standard Products」店舗にて2025年8月より発売。

ライフスタイル分野の拡大

グループ各社の成長とグループシナジー強化

ステーショナリーから拡大し、土地勘のある「隣の土地」を開拓する

- 「グループマネジメントコミッティ」にて各社「骨太の方針」を策定 成長に向けて隨時施策に着手
- M&Aによるジャンルの拡大

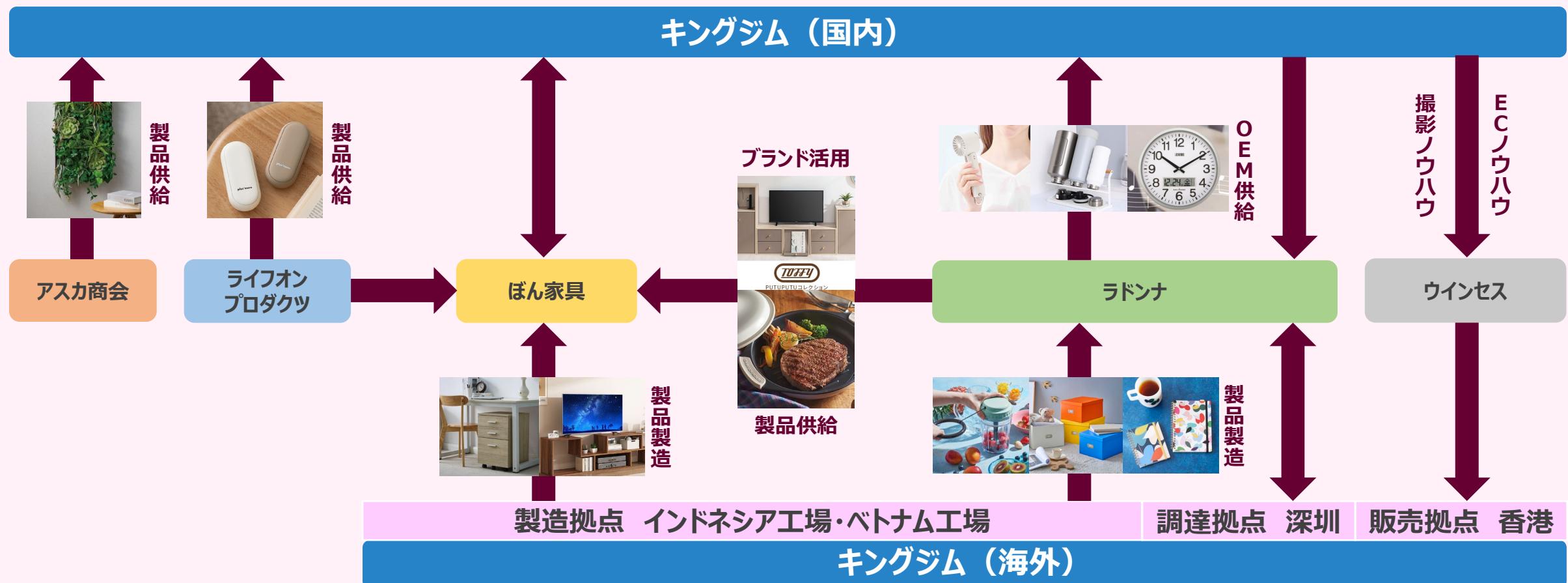


※濃い色は各社の既存領域、薄い色は今後目指す領域。市場規模は自社調べ

ライフスタイル分野の拡大

グループ各社の成長とグループシナジー強化

「グループマネジメントコミッティ」や「グループ相乗効果推進プロジェクト」を通じて、
製品開発・販路開拓におけるブランドやノウハウの活用、業務改善の水平展開を実施中



海外事業の強化

マーケットインでの商品開発

2027年6月期 海外売上比率を現在の4%から10%に

※構成比の基準は2024年6月期の連結売上高

中国（上海）

ターゲットニーズに応え、トレンドを反映した商品開発

&TENNISシリーズ



2025年6月発売

テニスにインスピレーションを受けたスタイル「テニス コア」をキーワードに、ゴムバンドをテニスコートのラインに見立てたユニークなステーショナリー。

BAOMeシリーズ



2025年6月発売

精神的な満足感を重視する中国の新たな消費動向を踏まえ、癒しを提供する存在として展開したぬいぐるみポーチシリーズ。

tOMOKOトートバッグ



2025年12月発売

中国のカラートレンドを取り入れたアイテムシリーズ「tOMOKO」から、日本で人気のバッグ「SATTON」をベースに、「都市軽アウトドア」ファッショントートバッグを発売。

ASEAN

「テプラ」海外対応モデル

「テプラ」SR-R5600GS



2025年10月発売

日本国内で2025年9月より発売しているラベルプリンター「テプラ」PRO SR-R5600Pをベースとした英語対応モデル。ベトナム、フィリピン、カンボジア、タイにて順次販売を開始。

海外販路を強化する戦略的M&Aを検討

サービス事業への展開

＜デザイン×デジタル＞ を活用した新サービス 2026年度内に事業開始予定

目指すサービス像

「テプラのキングジム」から「ビジュアルコミュニケーションのキングジム」へ
「表示」のお客様ニーズを分析し、新しい価値を創造する
サービスの中に積極的にAI技術を取り入れる

事業開発をスタート

具体的なターゲットを選定し、MVP開発を進行中
ユーザーインタビューによる仮説検証を繰り返し、2026年度内に事業開始予定



※MVP…Minimum Viable Product

キングジムと社員がともに成長し、挑戦しつづける組織へ

社員ひとりひとりが誇りとやりがいをもって仕事に取り組み、最大限に能力を発揮できる会社を目指す

女性管理職比率

2022年	2023年	2024年	2025年	2026年
5.48%	8.00%	10.00%	13.80%	18.60%

※2026年1月時点

障がい者雇用率

2022年	2023年	2024年	2025年
3.46%	2.01%	2.69%	2.96%

※2026年1月時点

エンゲージメントの向上

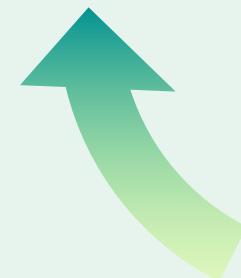
2025年10月に2度目のサーベイを実施し、グループ・単体ともにスコアは改善していますが、引き続きエンゲージメントのさらなる向上を図ってまいります。

「プラチナくるみん」認定

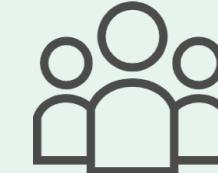
優良な「子育てサポート企業」として、2025年11月にプラチナくるみん認定を取得しました。



社員の成長



好循環
の実現



社会の成長



会社の成長



本社2Fに共創スペース“Meets”をオープン



©高木康弘



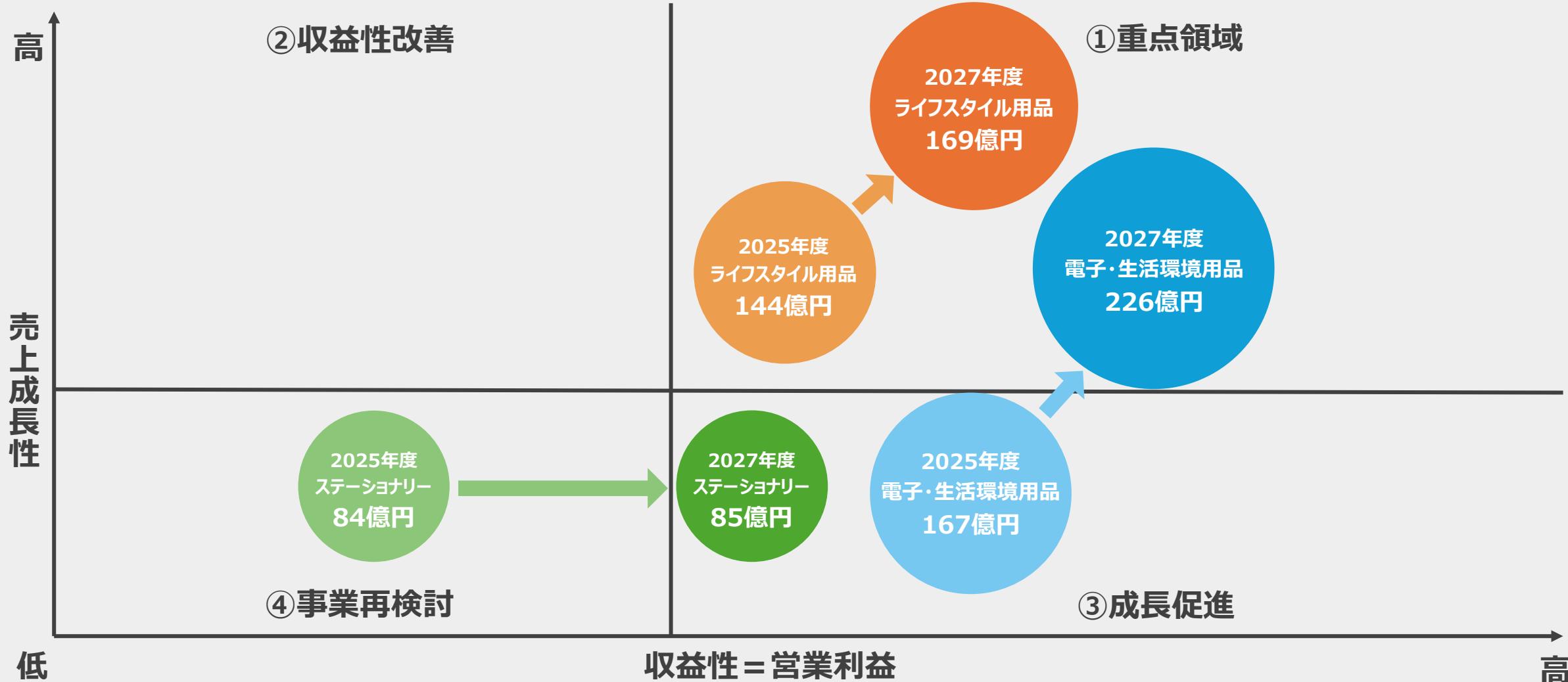
BON Room



asca Room

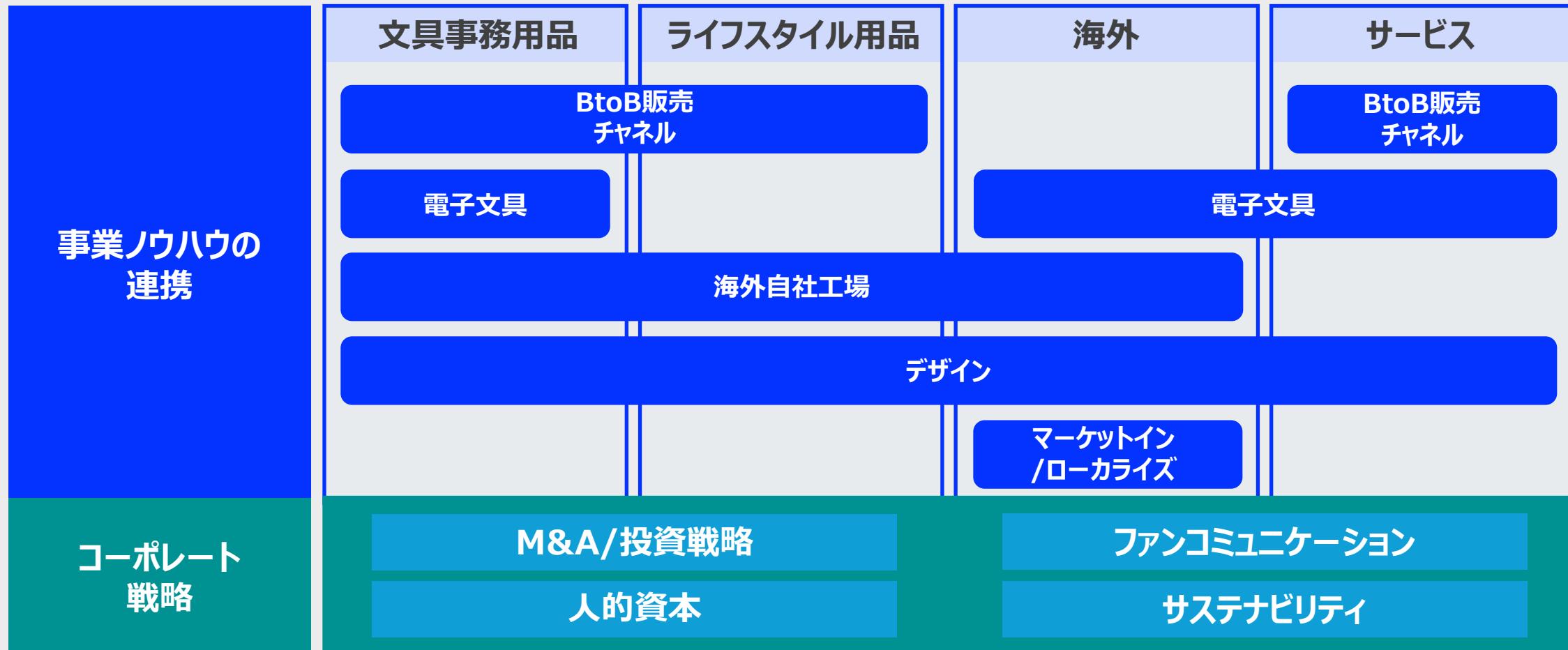
グループ各社のコンセプトルームを設け、商品を展示することで従業員や外部パートナーが交流できる“Meets”をオープン。新製品発表会やファンミーティングといった社内外のイベントや研修などに幅広く活用予定。

事業別の成長方針を明確化し、持続的な成長を目指す



事業ノウハウの連携による企業価値向上の取り組み

事業ごとに蓄積されたノウハウを連携・強化
経営資源を活かして相乗効果を創出、企業価値の向上を図る



投資戦略

	2027年度目標	2026年度進捗状況
成長分野への戦略投資の拡大	<p>M&A 35億円</p> <p>新製品開発と生産設備投資 20億円</p> <p>新規サービス事業の開始・推進 10億円</p> <p>成長分野（海外、子会社）DX推進に向けた人材投資</p>	<ul style="list-style-type: none">・ライフスタイル用品事業の領域拡大に向けた「隣の土地」に焦点をあてて機会を模索・海外販路に強い企業にフォーカスをあてて検討中 <ul style="list-style-type: none">・防災ブランド「KOKOBO」の発売等、新たな領域の新製品開発を推進・学生との共同開発による新製品の市場投入・店舗展開を見据えた新規販売パートナーとの協業開始・生産系工場で新分野製品の生産を行うべく、機械設備を導入 <ul style="list-style-type: none">・2026年度内の事業開始に向け、MVP開発を進行中 <ul style="list-style-type: none">・最重要地域の上海、ベトナムに開発担当者を派遣し、現地に開発体制を創設・DX推進担当者を各部に設置し、ITリテラシー教育（生成AI、業務棚卸）を実施
効率化のためのDX投資	<p>各種社内システムの刷新 12億円</p>	<ul style="list-style-type: none">・2025年6月期に新規販売物流基幹システムへ移行し、定着化を進行中

M&A戦略テーマ

「隣の土地」、海外販路、新ジャンルへの積極的な進出を通じてシナジーを創出
事業領域の拡大と企業の持続可能な発展を追求する

キングジムグループ
企業価値向上

海外販路の強化

事業の拡大

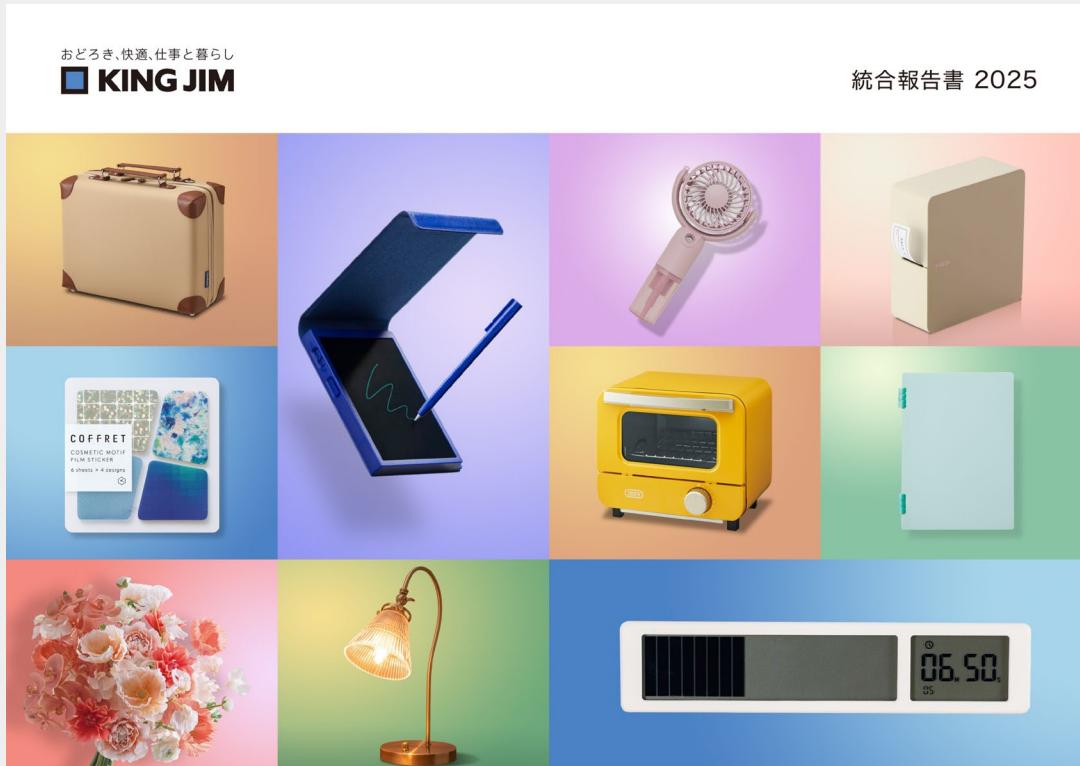
新ジャンルへの進出

ベトナムを中心としたASEAN諸国で
事業成長の機会を窺う企業

ライフスタイル用品事業の領域拡大に
向けた「隣の土地」にあてはまる企業

サービスやAIなど、当社とは異なる
事業領域で活躍する企業

「統合報告書2025」を発行



ステークホルダーの皆様に向け、第11次中期経営計画を中心に、企業価値の創造プロセスや経営戦略、ESGへの取り組みなどを明確にし、キングジムグループの成長の可能性を多様な視点でお伝えする「統合報告書2025」を発行しました。

https://www.kingjim.co.jp/ir/library/integrated_report.html

2027年に100周年を迎えます

キングジムは
時代の変化をチャンスと捉え、
独創的なクリエイティブ集団
であり続ける

セグメントについて

当社グループは、当社及び子会社12社により構成されており、ステーショナリー・電子製品・生活環境用品などの企画・製造販売及びこれらに附帯する事業活動を行う文具事務用品事業と、家具・雑貨・時計・アーティフィシャルフラワー・生活家電・ルームフレグランス等の企画・販売等を行うライフスタイル用品事業を展開しております。

文具事務用品事業	ライフスタイル用品事業
(株)キングジム PT.KING JIM INDONESIA KING JIM (MALAYSIA) SDN.BHD. KING JIM (VIETNAM) CO., LTD. 錦宮（上海）貿易有限公司 錦宮（香港）有限公司 錦宮（深圳）商貿有限公司	(株)ラondon (株)アスカ商会 (株)ぼん家具 ワインセス(株) ライフオンプロダクツ(株)

免責事項

- ・本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。
- ・実際の業績等はさまざまな要因により大きく異なる可能性があります。
- ・本資料への公認会計士、監査法人の関与はございません。

おどろき、快適、仕事と暮らし

