



2024年6月期 決算要約資料

2024年8月1日 株式会社キングジム

連結損益計算書概要

2024年6月期は増収減益

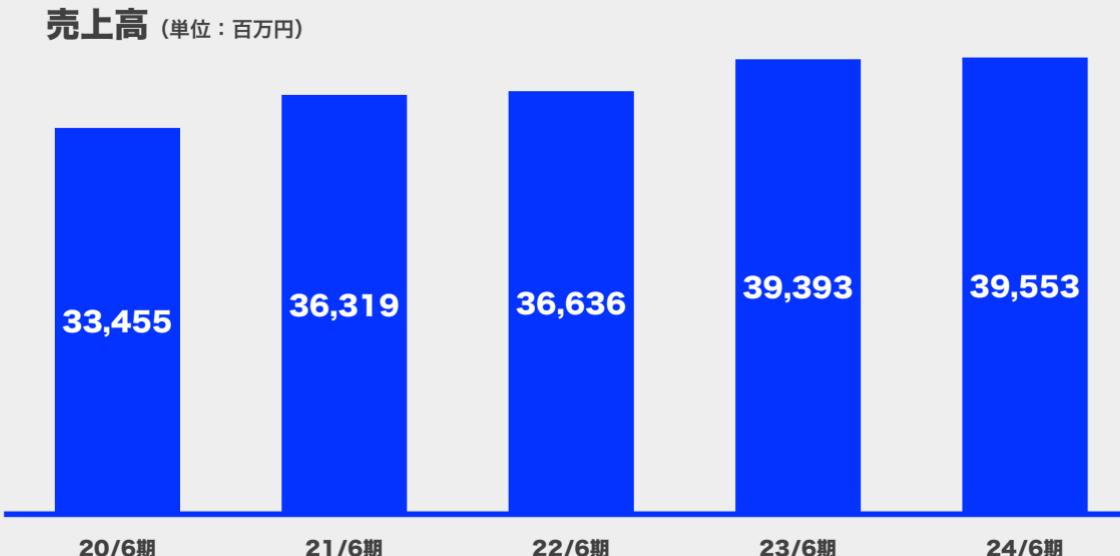
単位：百万円

	23/6期		24/6期		対前年	
	実績	構成比	実績	構成比	増減額	増減率
売上高	39,393	100.0%	39,553	100.0%	+159	+0.4%
売上総利益	14,190	36.0%	14,316	36.2%	+125	+0.9%
販管費	13,822	35.1%	14,558	36.8%	+735	+5.3%
営業利益	368	0.9%	▲241	▲0.6%	▲610	—
経常利益	637	1.6%	130	0.3%	▲506	▲79.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	419	1.1%	▲318	▲0.8%	▲737	—

連結売上高推移

売上高は前年に対して0.4%増

- ・2023年2月に吸収合併した旧株エイチアイエムの売上寄与



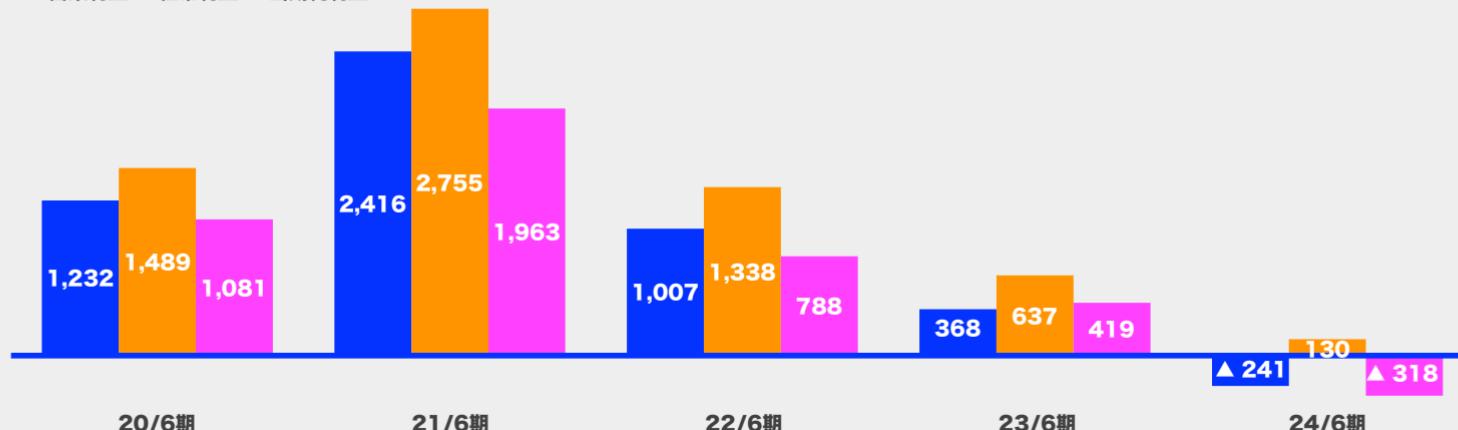
連結利益額推移

営業利益および当期純利益で損失を計上

- ・価格改定により原価率が改善したものの、想定を上回る円安進行により大きな改善とはならず
- ・新型コロナ関連用品を中心とした一部滞留商品の評価減の増加や販管費の増加
- ・旧(株)エイチアイエム（ラチュナ事業）に係るのれんの減損損失

利益 (単位:百万円)

■ 営業利益 ■ 経常利益 ■ 当期純利益



セグメント別売上・営業利益推移

文具事務用品事業

売上高26,202百万円（前年比1.0%増）

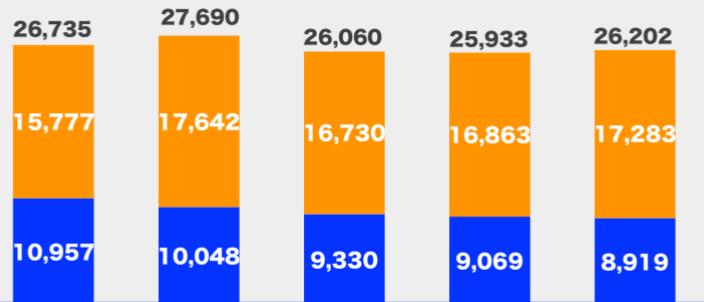
- ・「テプラ」の販売が回復傾向
- ・EC事業の伸長

営業損失421百万円（前年は20百万円の損失）

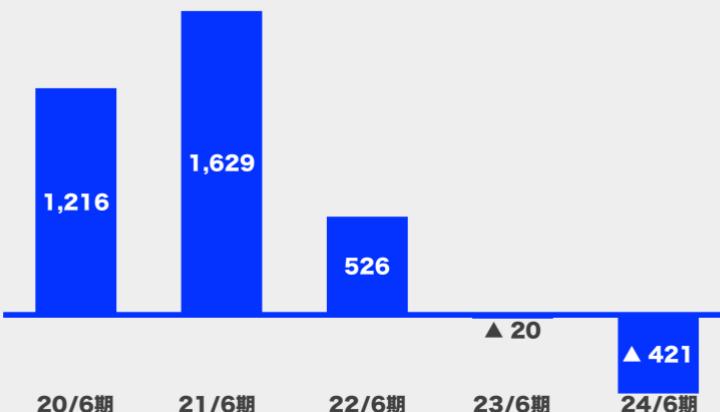
- ・想定以上の円安
- ・新型コロナ関連用品を中心とした一部滞留商品の評価減
- ・一部の開発商品の中止決定
- ・2023年2月に吸収合併した旧株エイチアイエム（ラチュナ事業）の販管費の増加

売上高（単位：百万円）

■ステーショナリー ■電子および生活環境用品



営業利益（単位：百万円）



セグメント別売上・営業利益推移

インテリアライフスタイル事業

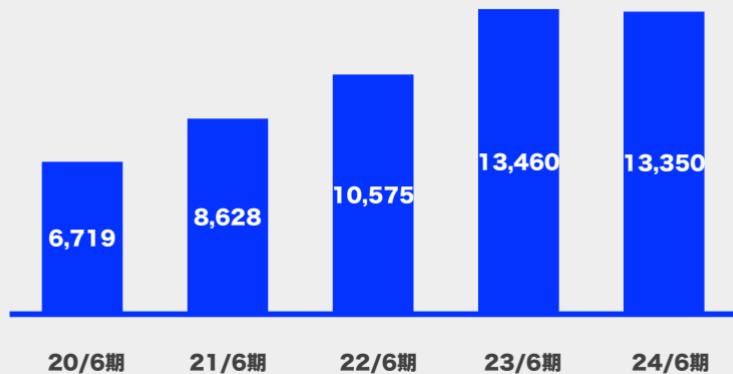
売上高13,350百万円（前年比0.8%減）

- ・ライフオンプロダクツ(株)は好調だったものの、
他の国内グループ会社が振るわず

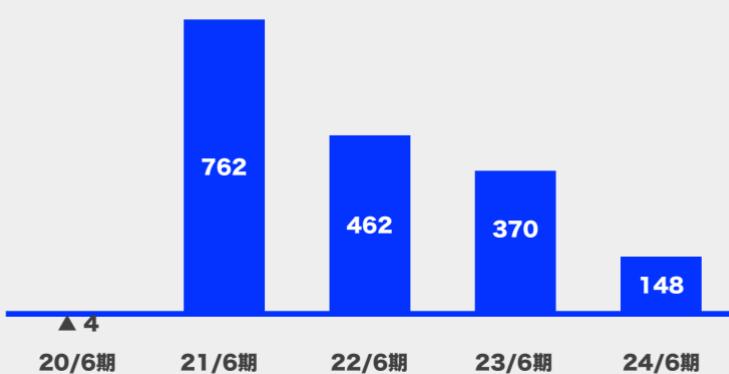
営業利益148百万円（前年比60.0%減）

- ・値上げ効果や新製品の導入で原価率はやや改善したものの、
想定以上の円安
- ・販管費の増加

売上高（単位：百万円）



営業利益（単位：百万円）



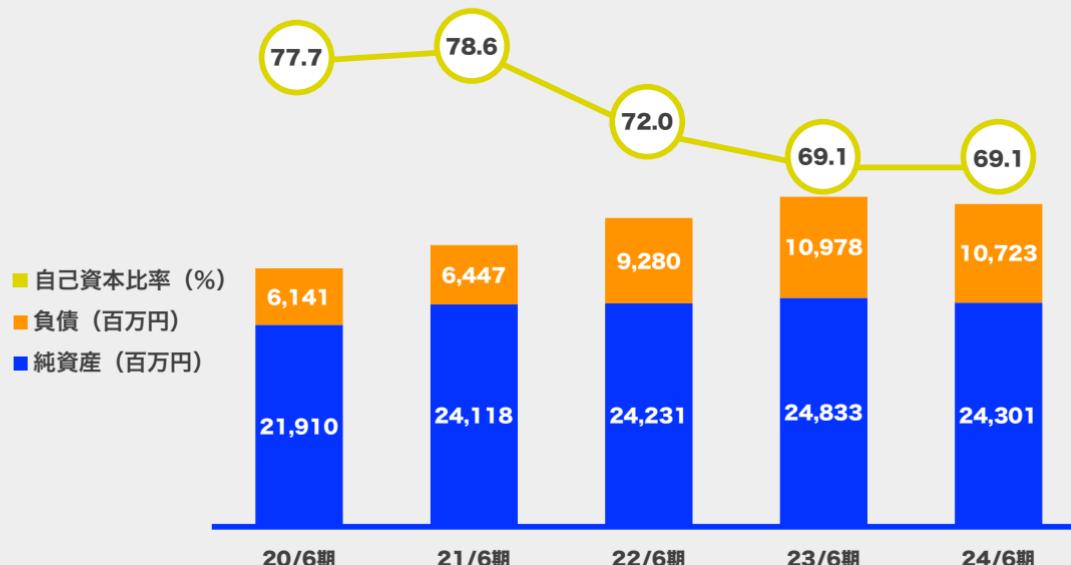
連結B/Sおよび自己資本比率推移

総資産35,025百万円（前年差 ▲787百万円）
・のれん、商品及び製品、現金及び預金の減少

純資産24,301百万円（前年差 ▲531百万円）
・利益余剰金の減少、自己株式の増加

負債10,723百万円（前年差 ▲255百万円）
・長期借入金の減少

自己資本比率69.1%（前年差 ±0pt）



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：1,047百万円
 • 減価償却費、棚卸資産の減少額

投資活動によるキャッシュ・フロー：▲444百万円
 • 有形及び無形固定資産の取得による支出

財務活動によるキャッシュ・フロー：▲1,071百万円
 • 長期借入金の返済による支出、自己株式の取得による支出、
 配当金の支払額

単位：百万円

	20/6期	21/6期	22/6期	23/6期	24/6期
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,989	3,108	▲1,278	166	1,047
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲1,357	▲492	▲3,578	▲1,234	▲444
財務活動によるキャッシュ・フロー	456	▲1,382	3,206	1,065	▲1,071
現金及び現金同等物に係る換算差額	▲46	74	254	135	234
現金及び現金同等物の増減額	1,042	1,308	▲1,395	132	▲234
新規連結に伴う現金及び現金同等物の増加額	—	314	—	—	—
非連結子会社との合併に伴う現金及び現金同等物の増加額	—	—	—	153	—
現金及び現金同等物の期末残高	5,410	7,032	5,637	5,923	5,689

2025年6月期 通期業績予想

通期 連結業績予想

単位：百万円

	24/6期		25/6期		対前年	
	実績	構成比	予想	構成比	増減額	増減率
売上高	39,553	100.0%	41,000	100.0%	+1,446	+3.7%
営業利益	▲241	▲0.6%	530	1.3%	+771	—
経常利益	130	0.3%	700	1.7%	+569	+437.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	▲318	▲0.8%	490	1.2%	+808	—

通期 セグメント別業績予想

	24/6期		25/6期		対前年	
	実績	構成比	予想	構成比	増減額	増減率
売上高	39,553	100.0%	41,000	100.0%	+1,446	+3.7%
文具事務用品事業	26,202	66.2%	26,500	64.6%	+297	+1.1%
電子および生活環境用品（※2）	17,283	43.7%	—	—	—	—
電子製品（※2）	—	—	14,400	35.1%	—	—
生活環境用品（※2）	—	—	3,100	7.6%	—	—
ステーショナリー	8,919	22.5%	9,000	21.9%	+80	+0.9%
ライフスタイル用品事業（※1）	13,350	33.8%	14,500	35.4%	+1,149	+8.6%
セグメント利益（※3）	▲241	▲0.6%	530	1.3%	+771	—
文具事務用品事業	▲421	▲1.1%	240	0.6%	+661	—
ライフスタイル用品事業	148	0.4%	280	0.7%	+131	+88.8%

※1) 2025年6月期より、従来の「インテリアライフスタイル事業」を「ライフスタイル用品事業」に名称変更いたしました。

また、従来「文具事務用品事業」に含めていた当社の連結子会社であるウインセス株式会社は、「ライフスタイル用品事業」に区分を変更しております。

※2) 文具事務用品事業の「電子および生活環境用品」は、「電子製品」と「生活環境用品」へ変更しております。

※3) 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。

2025年6月期 第2四半期業績予想

第2四半期 連結業績予想

単位：百万円

	24/6期第2四半期		25/6期第2四半期		対前年同期	
	実績	構成比	予想	構成比	増減額	増減率
売上高	17,890	100.0%	18,800	100.0%	+909	+5.1%
営業利益	▲780	▲4.4%	▲130	▲0.7%	+650	—
経常利益	▲505	▲2.8%	0	0.0%	+505	—
親会社株主に帰属する四半期純利益	▲425	▲2.4%	0	0.0%	+425	—

第2四半期 セグメント別業績予想

	24/6期第2四半期		25/6期第2四半期		対前年同期	
	実績	構成比	予想	構成比	増減額	増減率
売上高	17,890	100.0%	18,800	100.0%	+909	+5.1%
文具事務用品事業	11,551	64.6%	11,800	62.8%	+249	+2.2%
電子および生活環境用品（※2）	7,645	42.8%	—	—	—	—
電子製品（※2）	—	—	6,300	33.5%	—	—
生活環境用品（※2）	—	—	1,500	8.0%	—	—
ステーショナリー	3,905	21.8%	4,000	21.3%	+94	+2.4%
ライフスタイル用品事業（※1）	6,339	35.4%	7,000	37.2%	+660	+10.4%
セグメント利益（※3）	▲780	▲4.4%	▲130	▲0.7%	+650	—
文具事務用品事業	▲919	▲5.1%	▲260	▲1.4%	+659	—
ライフスタイル用品事業	127	0.7%	130	0.7%	+2	+2.0%

※1) 2025年6月期より、従来の「インテリアライフスタイル事業」を「ライフスタイル用品事業」に名称変更いたしました。

また、従来「文具事務用品事業」に含めていた当社の連結子会社であるウインセス株式会社は、「ライフスタイル用品事業」に区分を変更しております。

※2) 文具事務用品事業の「電子および生活環境用品」は、「電子製品」と「生活環境用品」へ変更しております。

※3) 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。

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

分析と課題

- ・株主資本コストは3~4%程度を想定
- ・ROEは過去最高益であった2021年6月期に8%を超えたが、直近2期は株主資本コストを上回っておらず、収益力の低下が課題
- ・価格改定による収益性改善を進めているが、ペーパーレス化による需要の減少や想定を上回る円安の進行があった
- ・PBRは1倍を超えており、状況



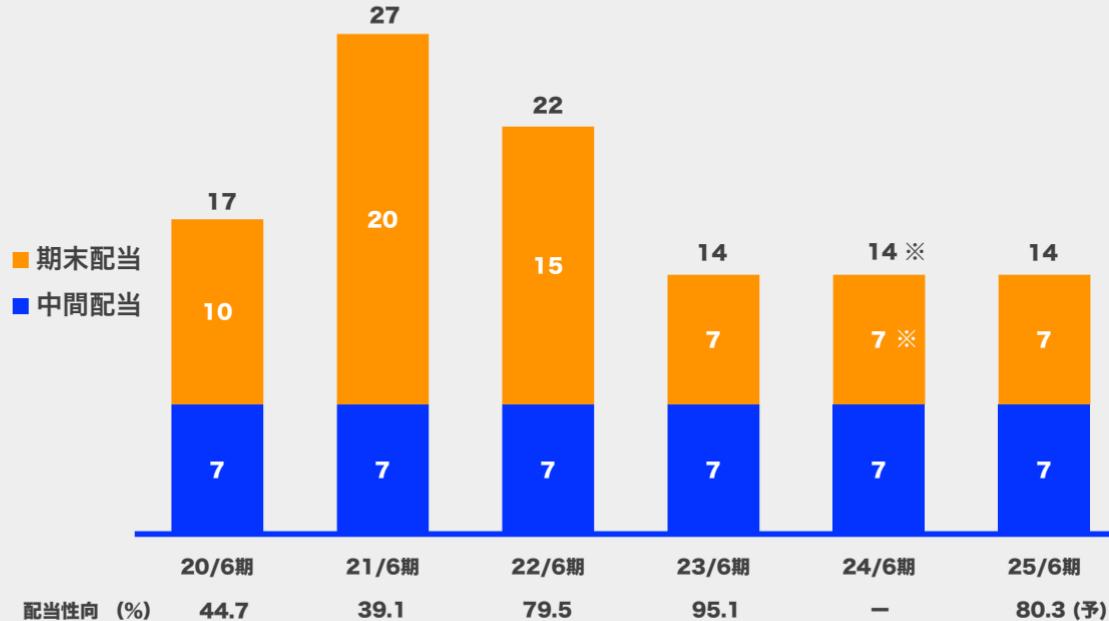
取り組み方針

施策

1. 第11次中期経営計画遂行による収益力向上 ➡️ 既存ビジネスを強化しながら、「サービス事業への展開」「ライフスタイル分野の拡大」「海外事業の強化」の3つの骨太の方針を遂行し、2027年6月期はROE8%を目指す
2. 戦略的投資 ➡️ 成長分野への投資（新製品、新規サービス事業、M&A、人材など）、生産性効率化のための投資
3. 株主還元とIR推進 ➡️ 配当性向の基準を40%として安定配当を目指すとともに、IRサイトや資料内容の充実を図る

株主還元

配当方針：配当性向の基準を40%とし、安定配当することを目指す



※期末配当については、1株当たりの普通配当7円を2024年9月19日開催の定時株主総会にお諮りする予定です。

トピックス

ラベルライター「テプラ」 CM第2弾を公開



2024年2月、人気キャラクター『仕事猫』と『テプラ猫』が職場で起きたトラブルを「テプラ」で解決するWEB CMを公開。「テプラ」の新たな活用方法を提案した。

“ひとと いいひと HITOTOKI展” 初開催



2024年4月、文房具ブランド「HITOTOKI (ヒトトキ)」のイベントを開催。製品デザインの原画展示や限定アイテムの販売、ワークショップを実施した。

アフリカ諸国へ「テッテ」 3万台の寄付を実施



2023年12月、コートジボワール日本交流協会を通じて、アルコールディスペンサー「テッテ」を寄付。現地の医療機関や学校、公共施設などで衛生環境整備のために活用される。

新製品情報

ブギーボード ペーパリー
BB-18



ビジュアルバータイマー



氷印



Life on Products, Inc.

LADONNA

日傘クリップファン



Toffy コンパクト電動
ふわふわかき氷器



2024年2月発売

紙に書くようななめらかな書き心地の電子メモパッド。何度も繰り返し使ってペーパーレスにもつながる。

2024年4月発売

計測時間の進行状況を横方向の目盛りで表示するタイマー。時間の経過が視覚的に分かりやすく、学習などに活用できる。

2024年5月発売

「HITOTOKI」ブランドの新製品で、氷のような見た目の透明スタンプ。印面は動物や植物など計36種類をラインアップ。

2024年3月発売

クリップ、卓上、ハンズフリー、ハンディの4way仕様で日傘に装着できるハンズフリー ファン。

2024年4月発売

ふわっとした本格かき氷がおうちで楽しめる、電動かき氷器。氷の細かさを調節でき、お好みの食感のかき氷を作れる。

おどろき、快適、仕事と暮らし

