

キングジムは
仕事と暮らしを快適にし、
「あたらしさ」にこだわり
続けてまいります。



代表取締役社長

宮本 彰

「おどろき、快適、仕事と暮らし」

キングジムは、1927年、東京・東神田の地で産声をあげました。創業者の宮本英太郎は、人の役に立つものをつくるのが好きな「町の発明家」で、はがきの住所と名前の部分を切り取って、住所録として整理できるアイデア商品「人名簿」を発明しました。「これまで世の中になかった商品を開発する」という発想は、創業当時から現在に至るまで脈々と続く当社のDNAです。

「人名簿」に続き、ノート、バインダー、ファイルと、文具事務用品の取扱品目の幅を広げていきました。1961年に社名を「株式会社名鑑堂」から「株式会社キングジム」に変更し、1964年、今も多くのオフィスでお使いいただいている「キングファイル」を発売して、売上也順調に伸びていきました。

1980年代になると、オフィスのOA化が進展し、社会全体でペーパーレスが叫ばれるようになり、社内に危機感が芽生えはじめました。新たな時代に対応できる事業をつくることを目指し、電子製品の開発プロジェクト、通称「Eプロジェクト」を発足させました。Eプロジェクトのチームが初めて電子製品を開発する上で考えたのは、ファイリングのノウハウを生かして電子的な文具をつくれないうことでした。「ファイルの背見出しのタイトル書きを何とかしよう」というアイデアが出て、「テープ状のものに、文字を手軽に印刷できる製品」とコンセプトが決まりました。それまで電子製品の開発に全く関わったことのなかったプロジェクトメンバーにとっては試行錯誤の連続でしたが、次々に発生する課題を一緒に開発を進めた会社と協力しながらクリアし、1988年にラベルライター「テプラ」が誕生しました。「テプラ」は「キングファイル」同様、今なお、たくさんの方にお使いいただき、当社を支える基盤事業に成長しました。

次に当社の大きな転換点となったのは、2008年に発売したデジタルメモ「ポメラ」です。テキスト入力専用の電子端末なのですが、一人1台パソコンを所有する時代に、テキスト入力しかできない商品が果たして受け入れられるのだろうか、と開発会議で議論になりました。企画不採用のムードが漂う中、出席者の一人が「待ち望んでいた商品だ」と絶賛しました。移動が多く、文章を頻繁に書くその出席者が求めていたのは、インターネットもできて音楽も聴ける、多くの機能を

備えたパソコンよりも、持ち運びできる軽さで文章を入力したいときにすぐに起動できる、テキスト入力に特化した端末だったのです。たった一人でも熱烈に支持する人がいるなら、「ポメラ」は商品化に至りました。発売直後、あえて機能を絞り込むという点がネット上で大きな反響を呼び、世の中になかった新ジャンルの商品として広く知れ渡りました。長く愛用していただいているファンの方が多く、バージョンアップを重ね、2022年7月に最新モデルを発売しました。

当社の歴史を振り返ると、経営理念「独創的な商品を開発し、新たな文化の創造をもって社会に貢献する」をまさに体現し続けてきました。社員全員に理念が根づいており、すべての行動の原点になっています。これからも、経営理念のもと、キングジムらしさを追求していきます。

2021年7月に、コーポレートメッセージ「おどろき、快適、仕事と暮らし」を策定しました。「キングファイル」や「テプラ」など、「仕事」の場面で使用する文具事務用品が当社の事業の中心でしたが、グループ会社で展開するインテリアライフスタイル事業のグループ売上に占める割合が増加し、事業領域を拡大しつつある中で、「暮らし」においても快適さをこれまで以上に提供していきたい、という思いを表しています。「おどろき」という部分がキングジムらしさであり、世の中になかった商品、新しい概念の商品の開発に今後も積極的に取り組んでまいります。

逆境に挑んだ2022年6月期

2022年6月期の連結決算は、増収減益の結果となりました。新型コロナウイルス感染症による経済活動の縮小から徐々に正常化に向かう動きが見られましたが、ペーパーレス化の加速に伴って、ファイルの需要が減少し、文具事務用品事業は減収となりました。インテリアライフスタイル事業は、コロナ禍の巣ごもり需要などにより非常に好業績であった2021年6月期の反動がありましたが、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の売上が寄与し、増収となりました。結果、当社グループ全体では増収を確保したものの、事業環境の大きな変化を受けて減益となりました。

減収要因で最も大きなものは、急激な円安の進行や



原材料価格高騰により原価が大幅に上昇したことで、当社グループは、海外への販売よりも海外からの仕入の比率が高いために、円安になると利益が減少する構造となっています。自助努力だけでは価格の維持が困難となり、一部商品の価格改定を実施させていただきました。

加えて、半導体不足により、「テプラ」が長期にわたって品切れとなりました。設計変更などの対策を模索していますが、安定供給までには時間を要すると思われる。

また、「キングファイル」を生産しているベトナム・マレーシアで、新型コロナウイルス感染症拡大によるロックダウンが起きました。生産の遅延により需要期に品切れが発生し、お客様にはご迷惑をおかけしました。現在は生産状況が回復し、在庫も十分な水準まで回復しています。

インテリアライフスタイル事業は、巣ごもり需要の反動を受けましたが、現在は上昇基調に転じています。2021年11月、ライフオンプロダクツ株式会社をグループに迎えることができました。生活家電や雑貨、ルームフレグランスなどのインテリア商品を取り扱っており、市場に確固たる地位を築いている会社です。商品の共同開発・調達などにより、インテリアライフスタイル事業の業績拡大とともに、今後当社グループの発展に大きく寄与すると考えています。

第10次中期経営計画、そしてその先へ グループとして発展

2021年7月、第10次中期経営計画（2022年6月期～2024年6月期）を発表しました。最終年度に売上高480億円、経常利益34億円を目標として掲げています。

2020年からの新型コロナウイルス感染症拡大により、世の中は大きく変わりました。テレワークが普及し、ペーパーレス・デジタル化が急速に進行しています。人々の暮らしにおいても新しい生活様式が求められ、生活における価値観が変化しています。一方で、自宅で過ごす時間が増えたことにより、巣ごもり需要やEC市場の拡大といったビジネスチャンスも生まれています。

第10次中期経営計画では、「成長分野への注力」と「基盤事業の更なる強化」の二つを方針として掲げ、これまでのファイルに依存した収益構造から脱却し、事業領域の拡大を目指します。

創業以来培われてきた、自由な発想による柔軟な開発体制を強みとし、当社グループは「おどろき」と「快適」を提供する新商品の開発によって発展してきました。これまでにないスピードで社会が変化する中で、その変化をいち早くとらえ、世の中が求める商品の開発に今後も注力していきます。特に、衛生・健康用品やオフィス・生活環境用品、インテリアライフスタイルといった分野は、引き続き需要が旺盛な成長分野ですので、グループ全体で新商品の企画・開発と拡販を進めていきます。

「基盤事業の更なる強化」に向けて、「テプラ」やステーションナリーの新たな用途・機能の提案や認知活動によって需要の掘り起こしを図ります。また、グループ内の幅広い販売チャネルの相互活用や、市場の拡大が見込まれるEC事業の売上伸長に取り組みます。

また、事業領域拡大の手段として、M&Aを積極的に検討していきます。グループに新たな仲間が加わることで、事業の幅が広がり、先行き不透明な時代において、経営体質の強化につながると考えています。グループに迎え入れた会社と販売や開発、調達面において経営資源を相互に活用してシナジーを創出し、グループ経営を推進します。

さらに、中長期的な課題である、国内人口の減少やIT化の急速な進行を見据え、グループ各社の特長を活かし、互いの経営資源を補完しながらグループ全体で発展することを目指していきます。当社グループは、変化をチャンスととらえ、「おどろき」と「快適」を提供する新商品の開発によって、これまでさまざまな壁を乗り越えてきました。今後もグループが一丸となって、強固な経営基盤の構築に邁進していきます。

サステナビリティ向上のための取り組み

企業活動において、社会課題の解決は重要な使命と考えています。当社は経営理念「独創的な商品を開発し、新たな文化の創造をもって社会に貢献する」にあるとおり、商品を通じてあたらしい価値を提供し、社会に貢献してきました。この理念のもとで、持続可能な社会の実現のための活動を継続していきます。

サステナビリティ向上の取り組みを実践するにあたり、2021年9月にサステナビリティ担当役員を選任、サステナビリティ委員会の設置を行い、推進体制を整備しました。委員会における議論と、経営会議を経て、2022年3月、取締役会において「キングジムグループ サステナビリティ基本方針」の策定とマテリアリティ（重要課題）の特定を行いました。また、役員および社員のサステナビリティ意識の向上を図る、さまざまな取り組みを行っています。

環境

「テプラ」の使用済みテープカートリッジの回収を、20年以上にわたって行っています。回収したテープカートリッジは、リサイクル・リユースにより再び商品に生まれ変わります。

また、表紙ととじ具を簡単に取り外すことができる「キングファイル」をはじめ、環境に配慮した商品を多くラインアップしています。今後も引き続き、環境への負荷が小さい素材・技術を使用した商品の開発を進めていきます。

社会

人的資本の充実のため、より良い職場環境づくりに力を入れています。新型コロナウイルス感染症の

拡大を防ぐために導入したテレワークでしたが、現在は社内に浸透し、時差勤務と組み合わせることで、自分らしい働き方が選択できるようになっています。

また、ダイバーシティを推進し、性別や年齢などによらず、すべての従業員が働きやすい環境を目指しています。女性管理職の積極登用を進めており、その比率はまだ低いものの、皆それぞれの職場で活躍しています。2022年9月現在、役員体制は、取締役（社外取締役含む）11名のうち5名が女性、社外取締役は5名のうち4名が女性となっています。

社員とのコミュニケーションの一環として、2021年に「社長とお茶会」を開始しました。コロナ禍のためオンライン上で、希望する社員と行っていますが、仕事以外の話題も出る和やかな会となっています。

ガバナンス

当社の取締役会は、風通しの良い環境づくりを目指しており、社外取締役による第三者的立場からの率直な意見が良い刺激となり、活発な議論が行われています。また、取締役会の実効性評価を定期的に行い、結果のフィードバックを行うとともに、取締役会の運営方法は随時改善を図っています。

株主・投資家の皆様へ

当社は、「ファーストペンギン」になる、という考え方を商品開発のモットーにしています。「ファーストペンギン」とは、魚を求めて群れを離れ、最初に海に飛びこむ1羽のペンギンのことです。天敵がいるかもしれない海に最初に飛び込むことにはリスクが伴いますが、勇気をもって飛び込んだ最初の1羽には真っ先に大きな魚をつかまえられる可能性があります。「ファーストペンギン」のような先駆者となるべく、リスクを恐れず、これからも果敢にチャレンジを続けていきます。

当社グループは、「キングジムらしさ」を大切にしながら、株主・投資家の皆様、また、お客様や取引先をはじめ、当社グループとかかわりのある方々のご期待に応えられるよう、さらなる企業価値の向上に努めてまいります。

皆様におかれましては、今後とも変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。