

価値創造の歴史

これからも、
時代を切り拓く

キングジムは、1927年の創業以来95年間にわたり、“世の中にないものをつくる”“ものまねはしない”という信念のもと、時代の変化をとらえて多くの商品を開発してきました。その歴史の中で積み上げた経験を活かし、今後も文具事務用品にとどまらず、あたらしい価値を提案し続けてまいります。



20XX-

キングジムのこれから

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。

コーポレートメッセージ
おどろき、快適、仕事と暮らし

M&Aによりグループ入りした主な会社

2001
株式会社ラドンナ
所在地
東京都江東区
主な事業内容
室内装飾雑貨・キッチン雑貨・時計の企画・販売

2008
株式会社アスカ商会
愛知県名古屋市

造花（アーティフィシャルフラワー）・インテリア雑貨の輸入・企画・販売

2014
株式会社ぼん家具
和歌山県海南市

インターネットによる家具の通信販売

2020
ウインセス株式会社
香川県高松市

作業手袋などの製造・販売

2021
ライフオンプロダクツ株式会社
大阪府大阪市

生活家電・雑貨・ルームフレグランスなどの企画・販売

2022
株式会社エイチアイエム
千葉県習志野市

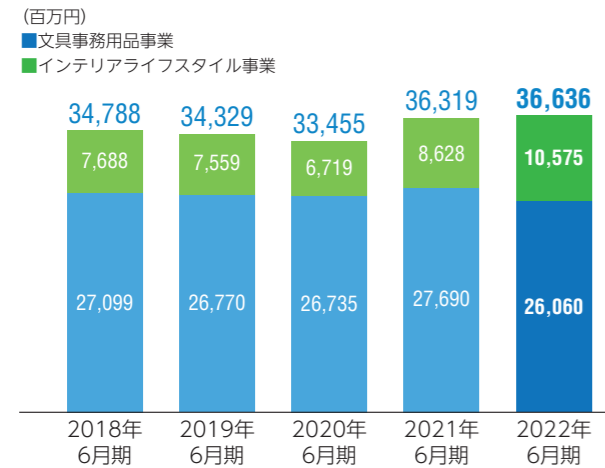
インターネットによるキッチン用品・生活雑貨などの通信販売



キングジム ハイライト

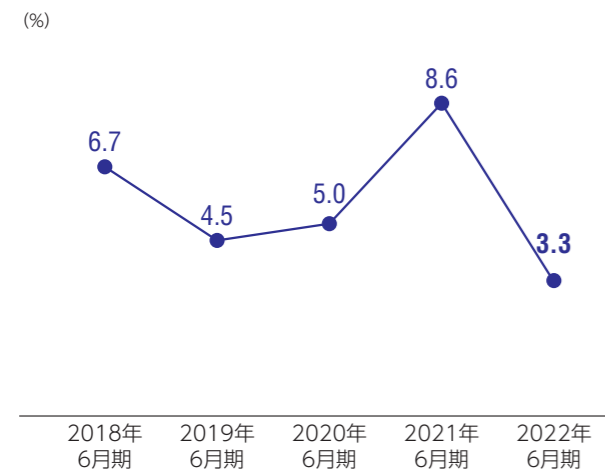
財務ハイライト

売上高



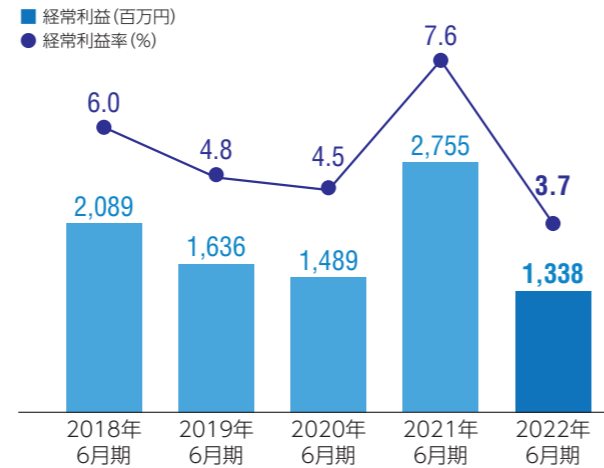
文具事務用品事業は、半導体不足や生産国のロックダウンの影響で主力商品の品切れによる機会損失が発生し、5.9%の減収となりました。一方、インテリアライフスタイル事業は、巣ごもり需要の反動減はあったものの、キッチン家電「Toffy」ブランドの好調な推移や2021年11月にグループ入りしたライフオンプロダクツ(株)の寄与などにより、22.6%の増収となりました。これらの結果、全体では0.9%の増収となりました。

ROE



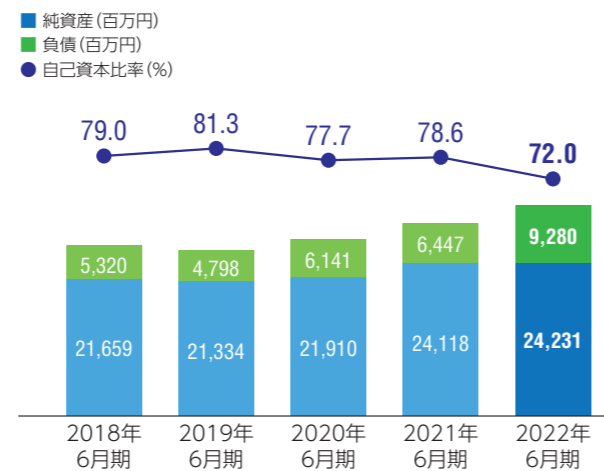
親会社株主に帰属する当期純利益が過去最高益であった前期と比較して59.8%の大幅減益となったことから、ROEは前期よりも5.3ポイント減という結果となりました。

経常利益/経常利益率



経常利益は51.4%の減益となりました。前期と同レベルの売上を確保した一方で、急激な円安や原材料価格の高騰による売上原価率の上昇、物流費の高騰、ライフオンプロダクツ(株)の株式取得費用による販売管理費の増加などが利益面全体に大きな影響を及ぼす結果となりました。

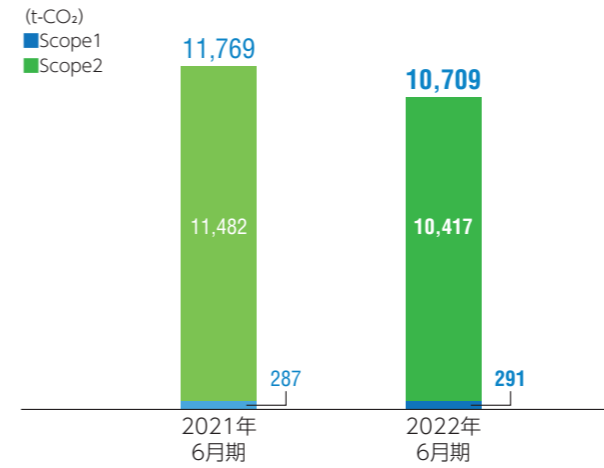
純資産・負債および自己資本比率



2021年11月のライフオンプロダクツ(株)の全株式取得に伴い、のれんと同社株式取得に向けた借入金が増加し、総資産は2,946百万円の増加、負債は2,833百万円の増加となりました。これらの結果、自己資本比率は6.6ポイント減となりましたが、安定して高い水準を維持しています。

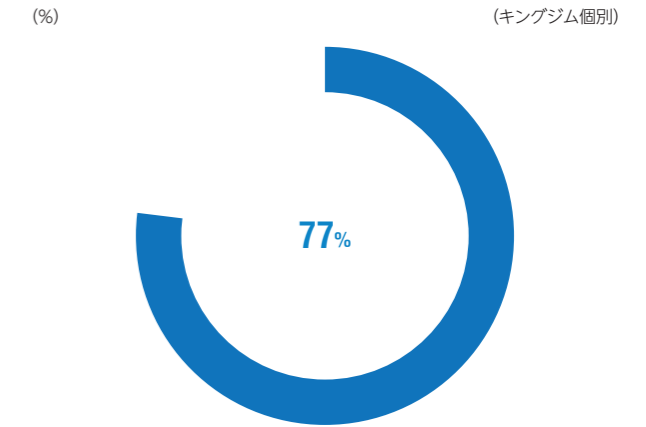
非財務ハイライト

CO₂排出量 (Scope1+2)



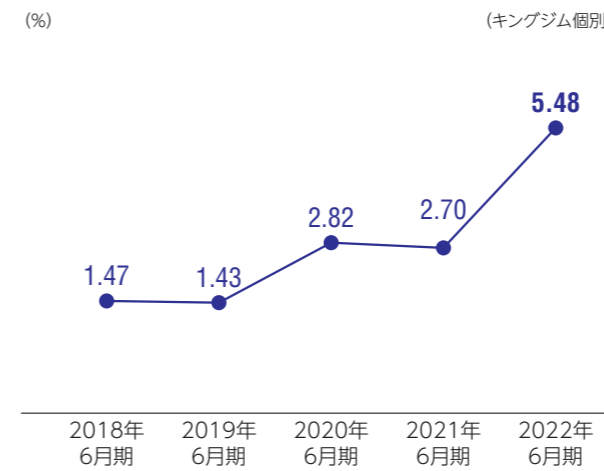
今後も省エネ対策などを進めることで、CO₂排出量の削減に取り組んでまいります。
※2021年6月期より算定を開始しました。電力の排出係数は、電気事業者別排出係数の調整後排出係数を使用しております。

環境配慮商品の売上高比率



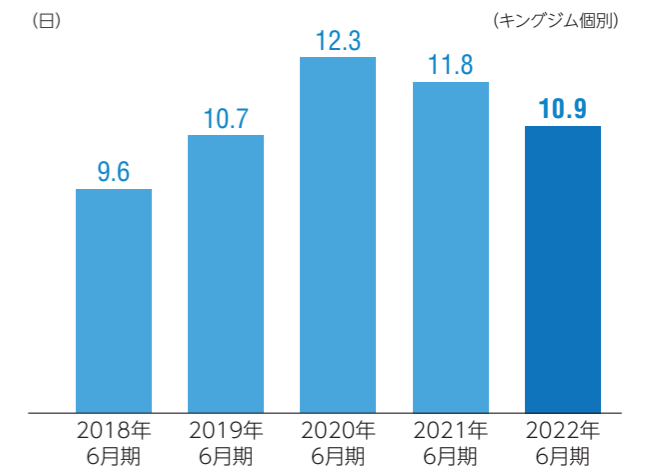
当社は、環境ラベル[®]、グリーン購入法などに適合した製品を環境配慮商品と定めております。2022年6月期の売上に占める環境配慮商品の割合は77%となりました。今後も環境配慮商品の売上高比率を高い水準で維持してまいります。
※エコマークなどの第三者認証による環境ラベルおよびキングジム独自の環境マーク。

女性管理職比率



当社では、2030年までに女性管理職比率を20%にする目標を掲げています。女性の管理職登用において、結婚・出産・育児を機とした退職による男女間の平均勤続年数の差異などを課題とした上で、性別に関係なくワークライフバランスを向上させる社内制度を整え、従業員の誰もがライフイベントを経ても仕事を続けられる環境を目指しています。その結果、女性管理職比率は上昇傾向にあり、さらなる向上のため積極登用を進めています。

有給休暇平均取得日数

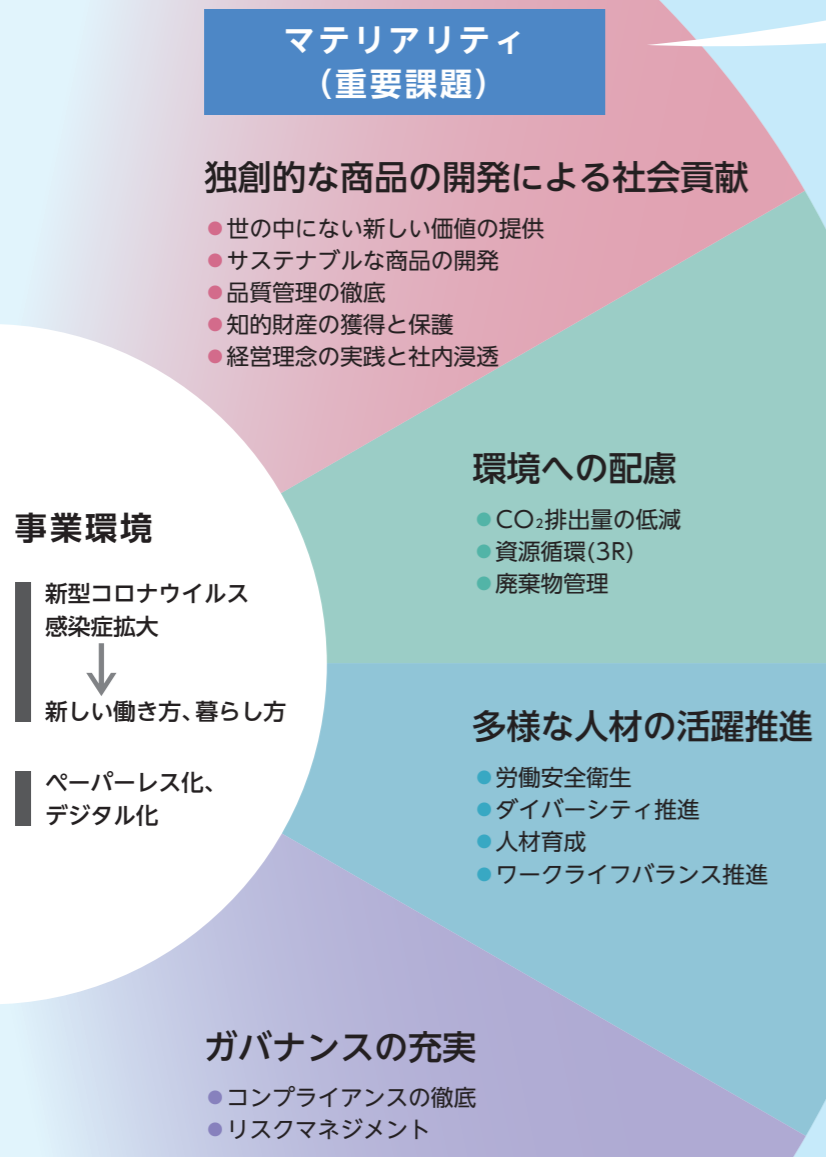


当社では、年次有給休暇取得日数の目標を定めて全従業員へ周知しており、2023年6月期は年間最低7日間を目標としています。平均取得日数は2017年から上昇していましたが、2020年に導入・改定したテレワークや時差勤務制度など、有給休暇以外にワークライフバランス向上の選択肢が増えたことから、2020年以降は平均取得日数にその影響が出ています。引き続き、全従業員が積極的に有給休暇を取得できる環境を整えていきます。

価値創造プロセス

キングジムらしくあり続ける

キングジムグループにとって、経営理念に基づいて蓄積された独自の経営資源が価値創造の源泉となっています。経営資源を最大限に活用し、多彩な商品群を創出することによって社会に価値を提供し、持続可能な社会の実現と当社グループの持続的な発展を目指します。



マテリアリティ (重要課題)

独創的な商品の開発による社会貢献

- 世の中になかった新しい価値の提供
- サステナブルな商品の開発
- 品質管理の徹底
- 知的財産の獲得と保護
- 経営理念の実践と社内浸透

Input

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

経営資源

- 知的資本**
 - 柔軟な開発体制
 - 知的財産 特許・意匠・商標 1,561件 (国内外合計)
- 人的資本**
 - 連結従業員数 2,102人
- 製造資本**
 - 高品質を実現する自社生産工場
 - 広範な調達力
- 社会資本**
 - 幅広い販売チャネル
 - 高いブランド力
- 財務資本**
 - 自己資本比率 72.0%
 - 総資産 33,512百万円

Output

多彩な商品群

文具事務用品事業

インテリアライフスタイル事業

Outcome

持続可能な社会の実現

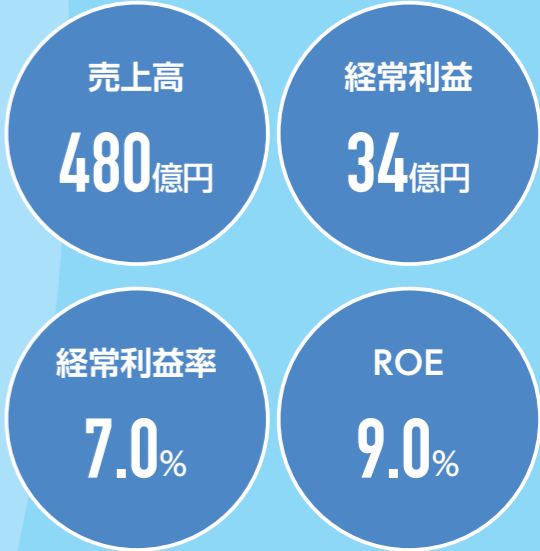
SDGsの達成に貢献

キングジムグループの持続的な発展

コーポレートメッセージ

おどろき、快適、仕事と暮らし

第10次中期経営計画





キングジムの強み

柔軟な開発体制

キングジムは、仕事や暮らしの幅広い商品カテゴリーにおいて、世の中になかった商品の開発を目指しています。開発部門では自由な発想のもと、特定の分野に制限されることなく時代や環境に合わせて、さまざまな商品の企画を行っています。

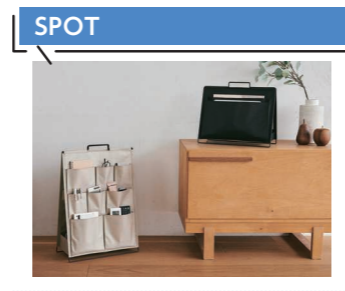
アイデアを出した開発部員がリーダーとなり、商品の機能や仕様の決定をはじめ、商品デザインや製造ラインの確認、パッケージや取扱説明書の製作まで、関連部署と協力しながら開発プロジェクトを進めていきます。勤続年数に関係なく、入社1年目からリーダーとなる社員もいます。発案者の情熱やこだわりを活かし、細部まで作りこんだ商品がこうして生まれます。

独創的で多彩な商品群

“今まで世の中になかったものを”

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、キングジムの商品開発姿勢が示されています。新しい発想を大切に、市場にイノベーションを引き起こすべく積極的な開発活動を展開しており、これまで続々と多彩な商品群を創出しています。

● 創出された多彩な商品



多様な販売チャネル

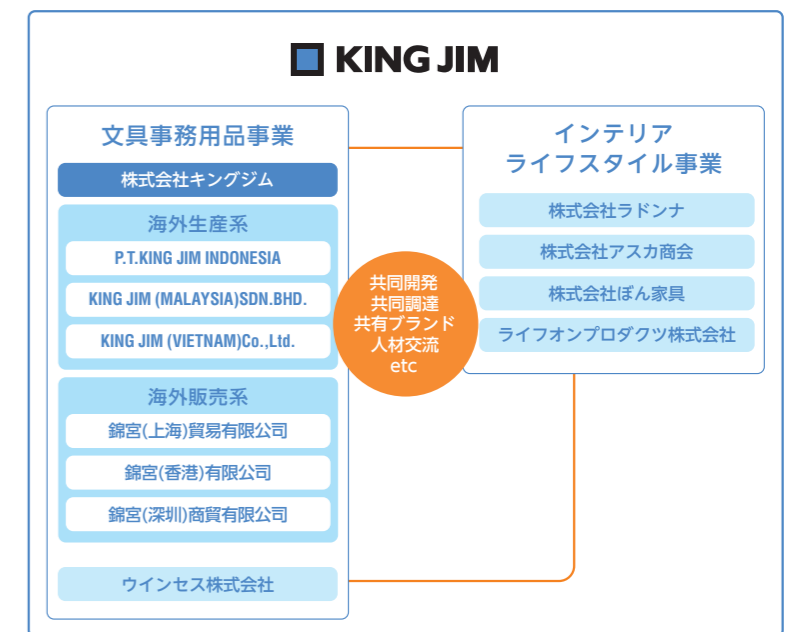
Eコマースの台頭をはじめとした市場環境の変化により、お客様の購買行動も多様化しています。キングジムは、お客様がどこでも当社の商品をご購入いただけるよう、全国の文具店をはじめ、量販店、雑貨店、通販業者など多様な販売チャネルを網羅しています。

また、グループ各社が持つ独自の販売ルートも相互に活用し、より多くのお客様に商品を届けるために、グループ会社間の連携を強化しています。

事業領域拡大とグループ経営推進

キングジムは、これまでM&Aによりグループに新たに会社を迎え入れ、事業領域の拡大を図ってきました。2021年11月にライフオンプロダクツ株式会社を子会社化し、国内のグループ会社は5つとなっています。今後も当社グループの成長戦略に貢献し、既存ビジネスとのシナジー効果が期待できる案件を中心に、M&Aを鋭意検討していきます。

キングジムグループとして、共同開発・調達やブランド戦略の展開、人材交流など、保有する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によって持続的な成長を目指します。

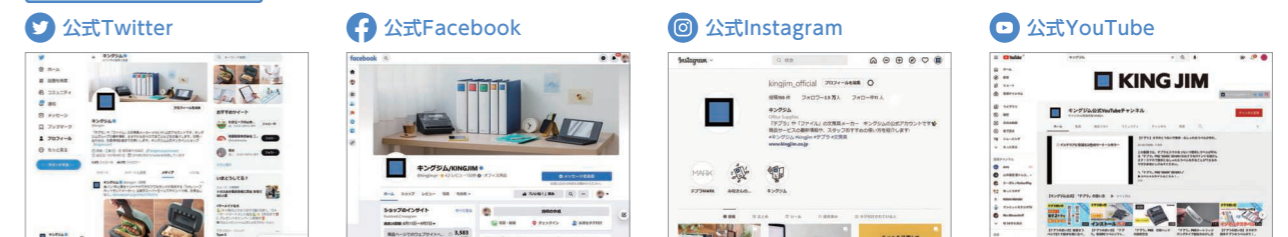


キングジムファンとのコミュニケーション

当社は、公式ウェブサイトや各種ソーシャルメディアを利用したプロモーションや企業活動の告知を行っています。特にキングジム公式Twitterはフォロワー数44万人(2022年11月現在)にのぼり、フォロワーの皆様には、日々のつぶやきや他社の公式アカウントとのやりとりを楽しんでいただいています。

当社ファンの皆様との双方向の関係性を大切にし、今後も日々コミュニケーションの充実に努めてまいります。

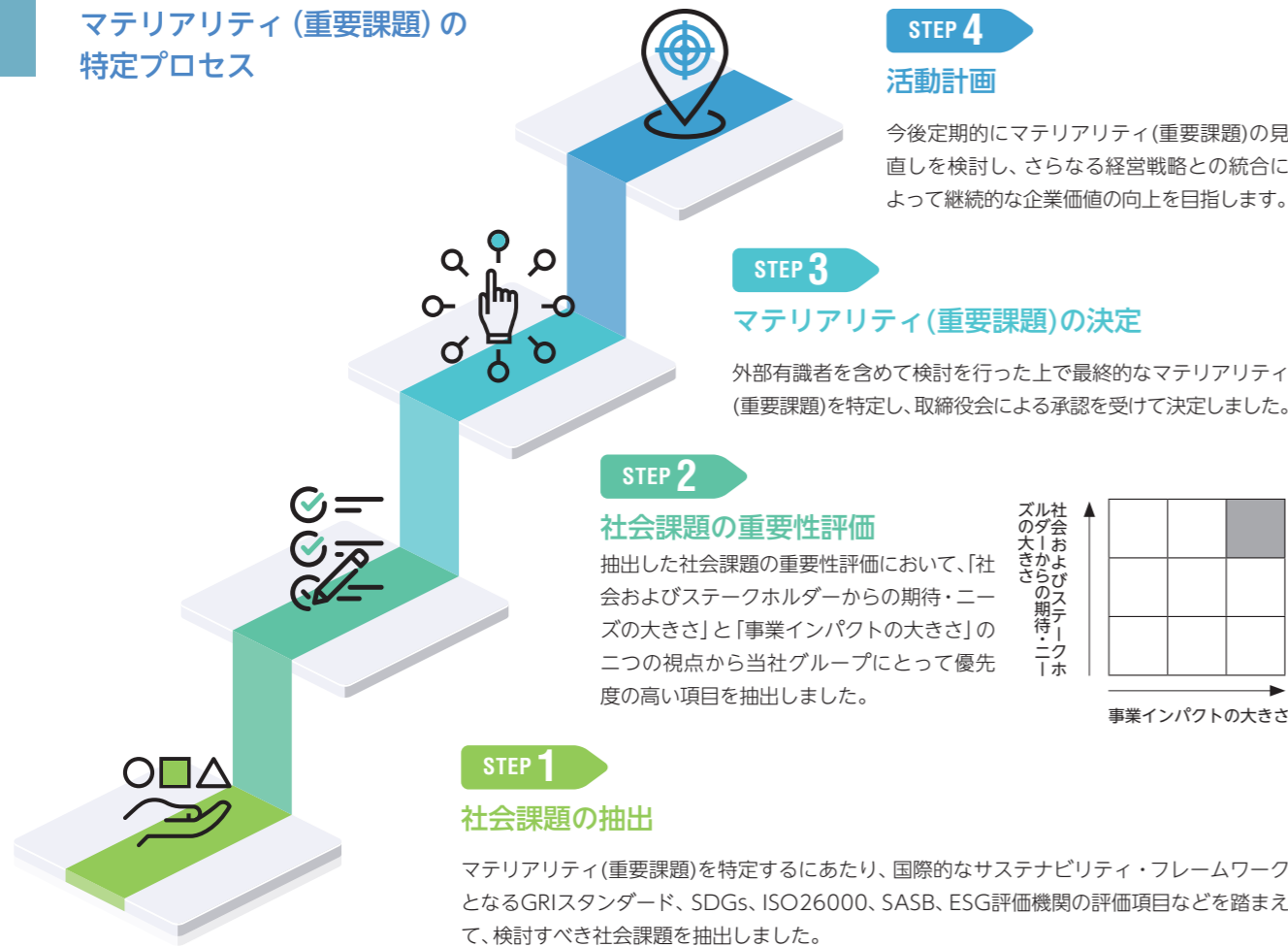
キングジム公式SNS





マテリアリティ (重要課題)

マテリアリティ (重要課題) の特定プロセス



一般社団法人サステナビリティコミュニケーション協会・代表理事
専門は、サステナビリティ経営、ESG情報開示。「日本のサステナビリティをアップデートする」をミッションとし、上場企業を中心にサステナビリティ経営支援を行う。

外部有識者のコメント

一般社団法人 サステナビリティコミュニケーション協会・代表理事 **安藤 光展**

キングジムは経営理念「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」が企業文化として根付いており、マテリアリティにも「独創的な商品による社会貢献」という経営理念の実現を軸とした項目が含まれているのが特徴です。市場が成熟する中、独創的な商品の開発は困難ですが、だからこそ世の中のない新しい商品やサービスを作ることさえできれば、大きな価値を生み出すことができるため期待しています。本年度のマテリアリティ特定に有識者として参加しましたが、この経営理念をサステナビリティでも活かすことで、ステークホルダーへの貢献、社会課題の緩和および解決に貢献が期待できると感じました。

昨今のマテリアリティに、特に求められるのは「事業機会の創出」です。従来のマテリアリティはリスク管理の側面が強く、マテリアリティの実践が企業やステークホルダーにどのようなポジティブ・インパクトを起こすか見えにくいことが多かったのですが、キングジムの経営理念にそった形での「独創的な商品による社会貢献」は事業機会の創出も期待ができます。これはまさに世界でキングジムしかできない貢献であり、まさにマテリアルな項目と言えます。今後も「キングジムらしさ」を活かした、マテリアリティの展開に期待しています。

マテリアリティ (重要課題)

2022年3月、当社の経営理念「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」、およびサステナビリティの考え方に基づき、ESG(環境・社会・ガバナンス)の観点から当社の事業活動と社会課題の関連性が高い項目をマテリアリティ(重要課題)として特定し、これらに紐づく重要テーマを選定しました。

特定したマテリアリティ(重要課題)をSDGsと関連づけ、マテリアリティ(重要課題)の解決に向けた取り組みを通してSDGsの達成に貢献していきます。

