





Office



Lifestyle

# おどろき、 快適、 仕事と暮らし

## 新たな文化の創造～仕事と暮らし

当社の代表商品である「キングファイル」やラベルライター「テプラ」は、日本のオフィスにファイリングやラベリングといった新たな文化を創り出しました。

ビジネスシーンで永くご愛用いただいていたことで、「キングジムといえば文具事務用品」というイメージが広く定着しています。

一方で、昨今では文具事務用品の領域にとどまらず、皆様の「暮らし」に着目した商品を積極的に企画・開発し、雑貨や家電、家具、アーティフィシャルフラワー（造花）などを中心にインテリアライフスタイル事業へとその領域を拡大しています。

もしかしたら、皆様のご家庭のキッチンやリビングにも、キングジムグループの商品があるかもしれません。

「おどろき、快適、仕事と暮らし」というコーポレートメッセージには、これまでの「仕事」の場面はもちろん、皆様の「暮らし」においても、おどろきと快適さを提供していきたいという私たちの想いが込められています。

これからもキングジムグループは、世の中に新たな価値を提供することで社会に貢献してまいります。

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

行動指針

見つめよう市場 見なおそう慣行 見つけよう新発想

顧客に対して

商品およびサービスは、十分な顧客満足を果たさなければならない。新商品開発は、市場開拓型の独創的な企画を追求しなければならない。その品質は顧客の求める水準に維持され、かつ適正な価格でなければならない。

社員に対して

社員の個性を尊重した能力開発とともに、自由闊達な提案や意見具申ができるなど、能力を生かせる職場環境を保たなければならない。待遇は能力と実績に応じ、公正かつ適正なものでなければならない。

株主に対して

常に株主の信頼と理解を得られるよう、情報を積極的に開示しなければならない。企業価値の増大と株主への利益還元を努めなければならない。コーポレートガバナンスを強化し、公正かつ透明性の高い経営を行わなければならない。

社会に対して

商品は、文化の向上に貢献できるものでなければならない。社内のコンプライアンス体制を整備し、社会の一員としての意識とモラルを持たなければならない。商品と企業活動を通して、常に環境と資源の保護に努めなければならない。



統合報告書 2023

CONTENTS

イントロダクション

- 01 コーポレートメッセージ
- 03 経営理念

トップメッセージ

- 05 トップメッセージ

価値創造ストーリー

- 09 価値創造の歴史
- 11 価値創造プロセス
- 13 キングジムの強み
- 15 マテリアリティ (重要課題)

成長戦略

- 17 第10次中期経営計画の進捗
- 19 事業別戦略
- 21 CFOメッセージ

サステナビリティ

- 23 サステナビリティマネジメント
- 25 サステナビリティ向上につながる取り組み
- 27 環境
- 31 社会
  - 31 多様な人材の活躍推進
- 35 ガバナンス
  - 35 コーポレート・ガバナンス
  - 39 コンプライアンス
  - 40 リスクマネジメント
  - 41 【対談】取締役 常務執行役員×社外取締役
  - 45 役員一覧

インフォメーション

- 47 キングジム ハイライト
- 49 11ヶ年サマリー
- 51 株式情報 / 会社情報

編集方針

本統合報告書は、株主・投資家をはじめとする当社とかわりのある皆様に向けて、第10次中期経営計画を中心とした価値創造の取り組み、および事業を通じたESG課題解決のための活動をご理解いただくことを目的に発行しています。編集にあたっては、経済産業省「価値協創ガイダンス」、国際統合報告評議会 (IIRC) 「国際統合報告フレームワーク」などを参考にしています。



報告対象組織：株式会社キングジムおよび連結子会社  
報告対象期間：2023年6月期 (2022年6月21日～2023年6月20日)  
※上記期間前後の内容も一部含まれます。

ディスクレーム

本統合報告書に記載されている業績見通しなどの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報およ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。実績など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。





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

代表取締役社長 兼 CEO

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ぬか、ということでした。「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い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と、「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。こうして当社を代表する電子文具として成長した「テプラ」と「ポメラ」は、発売以来多くのお客様にご愛用いただき、2023年秋には「テプラ」は35周年、「ポメラ」は15周年を迎えることができました。

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。

### 事業環境の変化と復調に向けた兆し

2023年6月期の連結決算は、増収減益の結果となりました。世界的な半導体不足による「テプラ」の品切れや、昨年好調だった手指消毒器「テッテ」などを含む衛生用品の反動減、また、加速するペーパーレス化の波を受けたファイル需要の減少により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、収納用品を中心に売上が拡大した株式会社ぼん家具や、コロナの規制緩和を受けて復調傾向のあるブライダルやフォトスタジオ装飾の需要を受け好調だった株式会社アスカ商会、また、2021年11月より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也寄与し、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。急激な円安の進行や物流費等の高騰に加え、高い水準にある原材料価格が利益に大きな影響を与えました。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。

お客様にご迷惑をおかけしておりました半導体不足による「テプラ」の長期にわたる品切れに関しては解消し、今後も安定した半導体供給を受けることができる見込みとなっています。

また、2023年2月に株式会社エイチアイエムを吸収合併しました。同社はキッチン用品や生活雑貨等の商品企画やインターネット上での販売を行っており、そのノウハウを当社EC事業部に取り込むことで、EC事業の拡張を図ってまいります。

インテリアライフスタイル事業は、「アフターコロナ」の内需もあり、順調に売上を拡大しています。今後もM&Aによる事業領域の拡大を目指すとともに、グループ各社と商品の共同開発・調達などにより、事業の業績拡大、シナジーの創出に努めていきます。

## 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

第10次中期経営計画（2022年6月期～2024年6月期）は、最終年度の目標を、売上高400億円、経常利益2.8億円としています。

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。また、最近では訪日外国人旅行者の増加や多様性のある社会の実現に向けた取り組みが強化されるなど、新たな需要も見込まれます。

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、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、グループ各社の長をを活かし、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。

第75期（2023年6月期）有価証券報告書では、CO<sub>2</sub>排出量低減に向け、CO<sub>2</sub>排出量を開示しました。また、TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）提言への賛同を表明し、TCFD提言の枠組みに基づいた気候変動への対応について情報開示も行っています。ほかに、2022年12月には東京都の「心のバリアフリー」サポート企業に登録、2023年3月にはエシカル消費を広めるための東京都のプロジェクト「TOKYOエシカル」にパートナーとして参加しました。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ため、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。さらに、取扱説明書をWEB上に公開して紙の使用量を減らしたり、パッケージを共通化するなどの取り組みも積極的に行っています。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

「人材育成・社内環境整備方針」のもと、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は、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、その比率はまだ目標には遠いものの、皆それぞれの職場で活躍しています。2023年9月現在、役員は、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。オンライン上で、希望する社員と定期的に開催していますが、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、最初に海に飛び込む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羽には真つ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。

## 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96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



### 1927 創業

#### 「人名簿」

ファイルがなかった時代  
創業者・宮本英太郎は、どのがきも住所氏名欄の大きさがほぼ同じであることに気づき、その部分を切り抜いて顧客名簿として管理できる「人名簿」を開発しました。キングジムの精神はここからはじまりました。



### 1964 ファイリング文化の創造

#### 「キングファイル」

書類をひもで綴じていた時代  
丈夫で汚れがつきにくい「キングファイル」を開発し、“書類をファイリングする文化”を創りました。発売以来、今でもオフィスのスタンダードとして皆様から愛され続けています。



### 1988 ラベリング文化の創造

#### ラベルライター「テプラ」

オフィスが雑然としていた時代  
「書棚のファイルのタイトルをきれいに表示したい」という声から、ラベルライター「テプラ」を開発しました。“ものにラベルを貼り、情報を表示する文化”を生み出しました。



### 2008 あたらしい市場の創出

#### デジタルメモ「ポメラ」

重いパソコンを持ち運んでいた時代  
「議事録をとるためだけにパソコンを用意したくない」という一人の社員の想いから、文字入力に特化したデジタルメモ「ポメラ」を開発しました。新規概念商品としてあたらしい市場を創出しました。



### 2023 新たな領域への挑戦

事業領域の拡大を目指して、「暮らし」の商品を企画・開発する会社をグループに迎え入れています。文具事務用品にとどまらず、新たな領域に向かってグループが一丸となってチャレンジしています。



### 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  
アーティフィシャルフラワー（造花）・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  
※2023年2月にキングジムに吸収合併  
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

# 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。



※2023年10月修正



## 独創的で多彩な商品群

### Message

#### 独創的な商品を開発し、お客様に感動体験を！

「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」というパースの元、お客様に問題解決や新たな発見や体験を提供し続けております。開発部門は、多様性のあるメンバーの発想と価値観を大切に、時代とともに変化のお客様に感動体験を提供するよう商品の企画を行っています。勤続年数に関係なく、入社1年目から責任を持って、担当者として商品開発し活躍しております。この柔軟な開発体制により、細部まで作りこまれ、開発者の思いとこだわりが反映された製品が誕生しています。今後は「SDGsをもっと楽しく、一歩先に」をテーマに、より一層、環境配慮や社会課題改善に寄与できる商品を積極的に開発し、お客様に喜ばれる独自価値提供とともに社会に対しても貢献してまいります。



**木村 美代子**  
取締役 常務執行役員  
開発本部長 兼 CMO

“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群

ラベルライター	デジタル文具	
テプラ	ポメラ	ブギーボード
ファイル	ライフスタイル用品	
キングファイル	SPOT	エミリー
オフィス環境改善用品	HITOTOKI	
スピーカー付きマイク	KITTA	HITOTOKI NOTE

## 多様な販売チャネル

### Message

#### 多様な販売チャネルで、着実にお客様にお届けする。

コロナ禍を経て世の中での購買意識は着実に変化しています。営業部門では多様化するニーズをキャッチし製品作りに生かすため、全国に7カ所の営業拠点を置き、よりお客様の近くでキングジム製品の魅力を伝え、日常のちょっとした不便を解決するお手伝いをしています。AIや通信端末の発達により、効率的に大量の情報を手にできる時代だからこそ、お客様には商品に直に触れてもらう機会を増やすよう意識しています。

従来の文具・事務用品流通はもちろん、家電量販店やeコマースを得意とする得意先を通じてより多くのお客様へ着実に商品と価値を届けるとともに、“おどろきと快適”を伝えることを大切に日々営業活動を推進してまいります。



**谷口 真治**  
執行役員 営業本部長

キングジムでは、“今まで世の中になかった”商品をいろいろなお店でご購入いただけるよう、グループ各社が持つ独自の販売ルートで取扱いするなど多様な販売チャネルと連携しています。

今後も多くのお客様に常に新しい情報を提供するため、今最適な販売チャネルに挑戦し、時代に合った、より多くのベネフィットを提供してまいります。

## 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X(旧Twitter)はフォロワー数約45万人(2023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、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**  
2023年11月現在

X(旧Twitter) フォロワー 約 <b>45</b> 万人	Facebook フォロワー 約 <b>12</b> 万人	Instagram フォロワー 約 <b>5</b> 万人	YouTube チャンネル登録者 約 <b>0.9</b> 万人
--	-------------------------------------	-------------------------------------	--



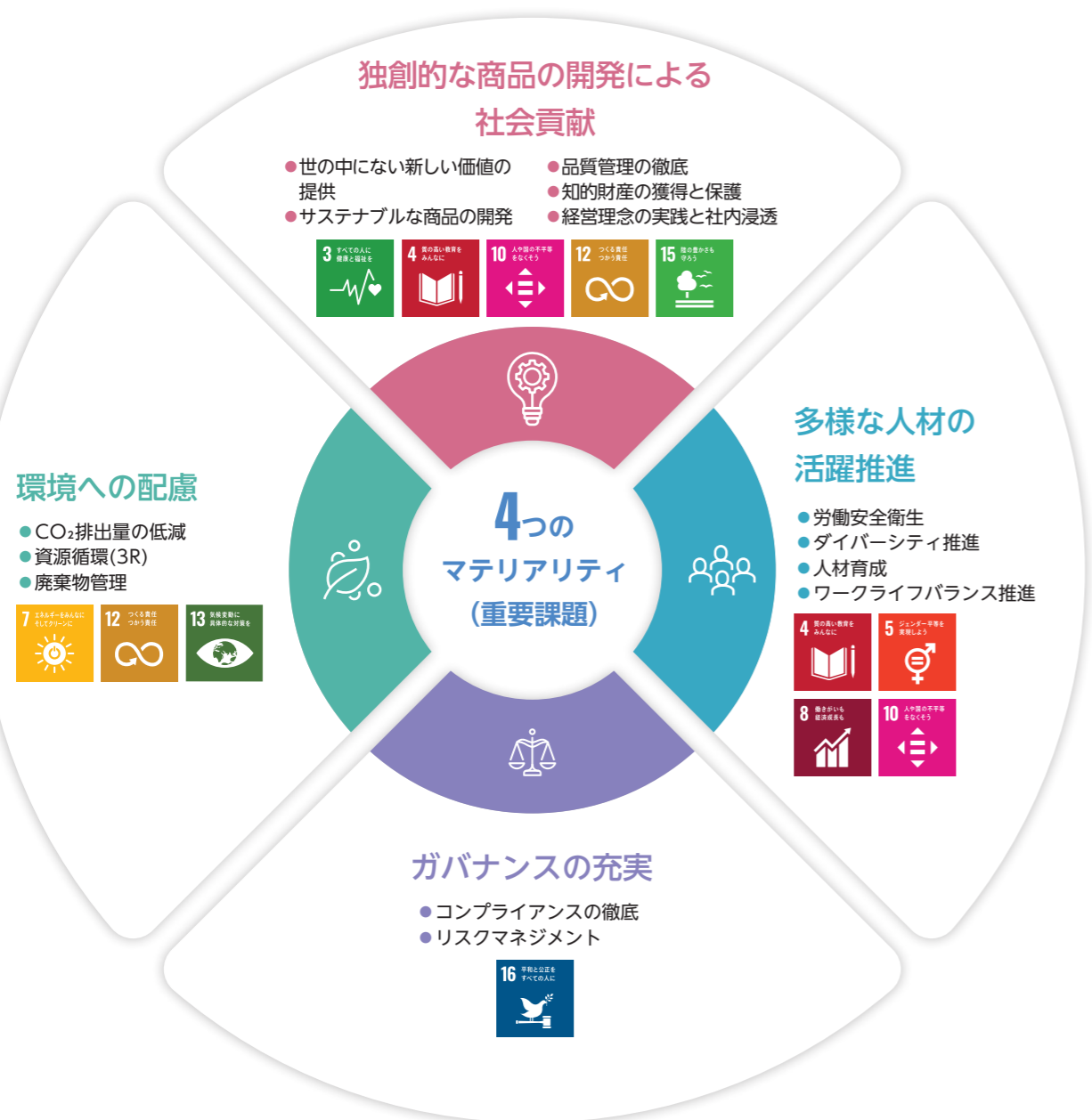
## マテリアリティ (重要課題)



### 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。



### 特定プロセス

#### STEP 1

#### 社会課題の抽出

マテリアリティ(重要課題)を特定するにあたり、国際的なサステナビリティ・フレームワークとなるGRIスタンダード、SDGs、ISO26000、SASB、ESG評価機関の評価項目などを踏まえて、検討すべき社会課題を抽出しました。

#### STEP 2

#### 社会課題の重要性評価

抽出した社会課題の重要性評価において、「社会およびステークホルダーからの期待・ニーズの大きさ」と「事業インパクトの大きさ」の二つの視点から当社グループにとって優先度の高い項目を抽出しました。

#### STEP 3

#### マテリアリティ(重要課題)の決定

外部有識者を含めて検討を行った上で最終的なマテリアリティ(重要課題)を特定し、取締役会による承認を受けて決定しました。

#### STEP 4

#### 活動計画

今後定期的にマテリアリティ(重要課題)の見直しを検討し、さらなる経営戦略との統合によって継続的な企業価値の向上を目指します。

### 指標と目標

サステナビリティに関する5つの指標と目標を設定し、それぞれの達成に向けて、活動に取り組んでいます。なお、今後、サステナビリティの充実を図るために新たな指標と目標を検討・設定してまいります。

指標	目標	2023年6月期実績
環境配慮商品売上高比率	2030年6月期に80%達成	77%
CO <sub>2</sub> 排出量<Scope1+2>低減	2030年6月期に2021年6月期比30%低減	2021年6月期比21%低減
リサイクル・リユース率	回収した「テプラ」使用済みPROテープカートリッジのリサイクル・リユース率76%維持	76%
女性管理職比率	2030年6月期に20%達成	8%
有給休暇取得日数	2025年6月期に平均10日取得	11.8日

(注) 1. CO<sub>2</sub>排出量はScope1とScope2を対象にしています。  
 2. 有給休暇取得日数の実績集計期間は2022年6月16日～2023年6月15日となります。  
 3. 「CO<sub>2</sub>排出量低減」以外の指標と目標は、当社のみが対象となっています。

## 第10次中期経営計画の進捗



新型コロナウイルス感染症の影響によって当社グループを取り巻く事業環境は変化しています。ペーパーレス化・デジタル化が進行する中、ファイル依存の収益構造から脱却を図る一方で、新しい働き方・暮らし方やEC市場の拡大を事業成長の機会ととらえています。

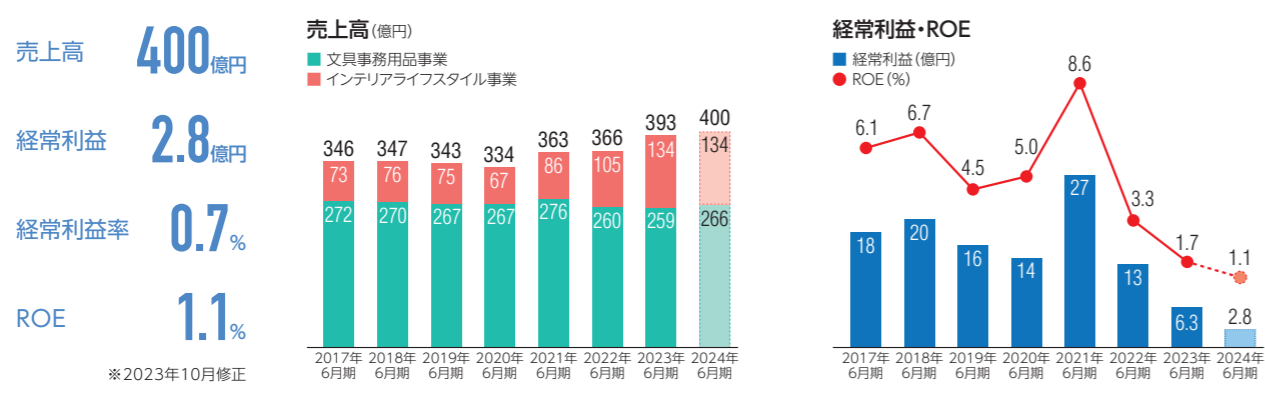
2024年6月期を最終年度とする第10次中期経営計画において、当社グループが保有している柔軟な開発体制と独創的で多彩な商品群、多様な販売チャネルといった経営資源を最大限に活用し、グループ経営を推進することで、経営基盤を固め、持続的な成長を目指します。方針として「成長分野への注力」と「基盤事業の更なる強化」を掲げ、以下の施策を実行いたします。また、サステナブルな社会の実現を重点目標として、ESGの取り組みを進めてまいります。

### 基本方針



- 1. 事業領域の拡大**
  - 新しい働き方・暮らし方に向けた商品の開発。
  - 紙収納からモノ収納へ。雑貨や家庭用品の拡充。
  - M&Aによりグループとして発展。
- 2. 海外3工場の競争力強化**
  - 文具以外の生産技術の導入。
  - 生産品目の拡大。
- 3. サステナビリティへの取り組み**
  - 暮らしとビジネスを便利で快適にする商品を通じた社会貢献。
  - 地球環境に配慮した調達・設計・開発。気候変動への対応を実施。
  - ダイバーシティの推進と多様な働き方の実現。

### 経営数値目標



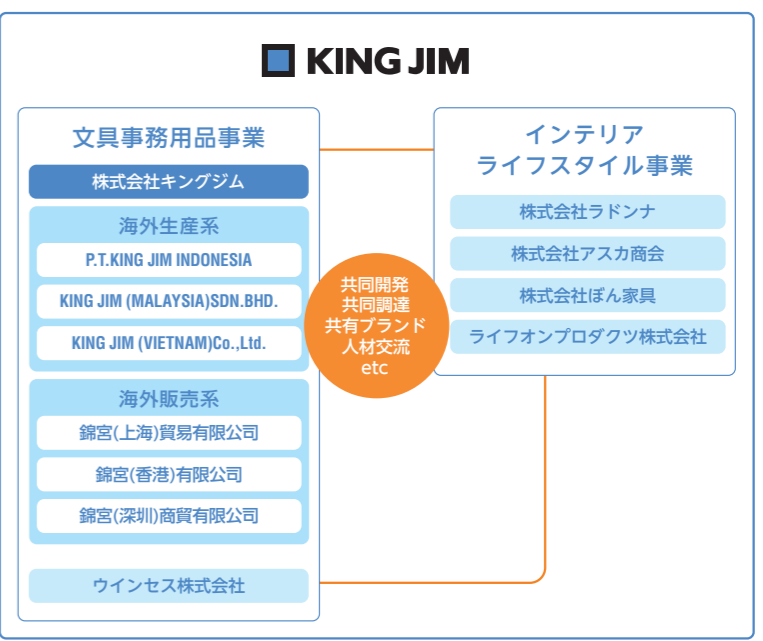
### 事業別戦略

事業	方針	項目	施策
文具事務用品事業	成長分野への注力	オフィス・生活環境用品	オフィスや個人の環境の変化に対して、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。
		スタイル文具	ステーションナ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。
	衛生・健康用品	アフターコロナにおける新しい生活様式に対応した商品の企画・開発。	
基盤事業の更なる強化	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。テプラの認知拡大・用途提案を目的とした販促・広告施策の実施。	
	ステーションナリー	既存カテゴリの強化と新規カテゴリ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。	
インテリアライフスタイル事業	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。
両事業共通	成長分野への注力	海外事業	アジア市場に加え、欧米市場を強化。Japan Qualityのキッチン家電やスタイル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。株式会社エイチアイエムの吸収合併によるEC店舗「Latuna (ラチュナ)」の展開。
		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。

### 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。現在、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。





## 文具事務用品事業

### Message

これからも快適さやおどろきを提供する商品やサービスを展開。

当社創業以来の代表的な商品は「キングファイル」と「テプラ」ではないでしょうか。これらの独創的な商品が登場した時は多くの方におどろきをもって迎えられ、仕事や暮らしを快適にすることで、信頼を寄せていただきました。

そして長い歳月のなかで私たちはこれらの商品を進化させ、お客様のニーズにこたえるよう努力してまいりました。しかし、私たちを取りまくビジネス環境やワークスタイルは大きく変化しています。その結果、必要とされる商品やサービスも変わりました。

ただし、変化したのはツールやスタイルだけであり、私たちの「仕事」や「暮らし」がなくなったわけではありません。この新しい時代における「仕事」と「暮らし」に適應した商品やサービスを新たに提供すべく、最近ではテレワーク等に対応した商品や今まで以上に環境に配慮した商品などを開発・販売しています。

私たちは、今後も商品やサービスによって快適さとおどろきをもっといただけるように、変化し続け、新たな価値を創造し、社会に貢献し続けてまいります。



亀田 登信

取締役 常務執行役員  
経営企画部担当 兼 EC事業部担当 兼  
広報室担当

### 2023年6月期 総括

基盤事業である文具事務用品事業では、新たな用途提案や商品のリニューアルによって需要の掘り起こしを図り、売上拡大に努めました。また、販売拡大のための施策として、新規チャネル開拓を継続するとともに、テレビ通販の活用、教育機関や建設業への衛生・健康用品の提案などを積極的に推進しました。その他、株式会社エイチアイエムの吸収合併に伴う売上加算もあり、EC事業が伸びました。

新製品としては、スマホで手軽にラベルを作成できる「テプラ」、ステーションリーでは“推し活”を楽しむ人向けに豊富なカラーバリエーションから選べる「favluv (ファヴラブ)」を発売しました。デジタル文具では、デジタルメモ「ポメラ」の新機種を発売。また、衛生・健康用品では、会話により発生した飛沫を吸引する「飛沫キャッチャー」を発売。オフィス・生活環境用品では、道路交通法施行規則の改正により、一般事業者までアルコールチェックが義務化対象となることに先立ち、呼気中のアルコール有無を判別できる「アルコールチェッカー」を発売しました。

しかしながら、昨年好調だった手指消毒器「テッテ」の反動減などの影響により売上高はほぼ横ばい、利益面では、急激な円安や物流費等の高騰に加え、原材料価格の高止まりを受けて、営業損失となりました。

売上高

25,933 百万円  
(前年比0.5%減)

営業利益

△20 百万円



## インテリアライフスタイル事業

### Message

機動力を活かして世の中の変化に対応。更なる事業の成長を。

当社はM&Aでグループ入りした会社をきっかけに、20年前からインテリアライフスタイル事業に参入しました。現在、関係するグループ会社は4社となり、売上規模は参入当初の約7億円から約135億円まで成長しました。そして各社の事業領域は、フォトフレームに始まり、時計、キッチン雑貨/キッチン家電、アーティフィシャルフラワー、季節家電、ルームフレグランスなど拡大し、それに伴う販路も拡大しております。

当事業は、世の中のトレンド、季節性に左右されやすく、不安定なものです。新型コロナウイルス感染症の影響で店舗需要が減少したかと思うと、巣ごもり需要で復調したり、酷暑により夏物家電が好調かと思えば暖冬により冬物家電が減少したりと、各社の取り扱い商材により、短い1年の中でも状況は大きく変化していきます。そのような変化に対してスピーディに対応していくためには機動力が非常に重要です。各社が持つ販路やノウハウをグループで共有し、そのシナジーを新製品開発や販路拡大に活用することで、これからも事業を成長させてまいります。



高野 真

取締役 常務執行役員  
調達本部長 兼 品質管理部担当 兼  
国内子会社統括部担当 兼  
海外生産系子会社担当

### 2023年6月期 総括

株式会社ぼん家具は、収納用品を中心に家具の売上が拡大しました。新製品では、主力の組み立て家具に加え、新カテゴリとしてペンダントライトなどの照明器具やキッズ用収納品の発売を開始し、売上が好調でした。また、主力店舗のゲキガが、「楽天ショップ・オブ・ザ・イヤー2022 家具・収納ジャンル賞」を受賞しました。ライフオンプロダクツ株式会社では、夏物新作商材の襟エアファンや3WAYアロマハンディファンなどが好調でした。また、社名を冠した新プロダクトブランド「Life on Products」を立ち上げ、発表会を行いました。株式会社ラドンナでは、主力のキッチン家電は売上の伸びがやや鈍化し、前年並みとなりました。Tofyブランドの認知が広まり、メディアでの露出やノベルティ案件が増えています。フォトフレームは、主力のカメラ量販店向けの受注が安定しています。株式会社アスカ商会では、主力の花類がフォトスタジオ装飾やプライダル需要の復調により好調でした。グリーン・観葉類も、オフィス需要の取り込みにより引き続き好調を維持しています。

この結果、株式会社ぼん家具と株式会社アスカ商会が好調だったことに加え、2021年11月より子会社化したライフオンプロダクツ株式会社の加算もあり増収となりましたが、急激な円安による売上原価率の上昇により減益となりました。

売上高

13,460 百万円  
(前年比27.3%増)

営業利益

370 百万円  
(前年比19.9%減)





### “攻め”と“守り”の財務戦略により 成長投資による事業領域の拡大、 収益力向上を目指します。

取締役 専務執行役員  
管理本部長 兼 CFO 兼  
海外事業本部長 兼 海外販売系子会社担当  
**原田 伸一**

#### M&Aによるグループ経営の強みを活かし事業を拡大

当社は基盤事業である文具事務用品事業において、パイオニアとして新たな市場を開拓し続けるとともに、M&Aをはじめとする積極的な成長投資により、グループとして発展を遂げてまいりました。

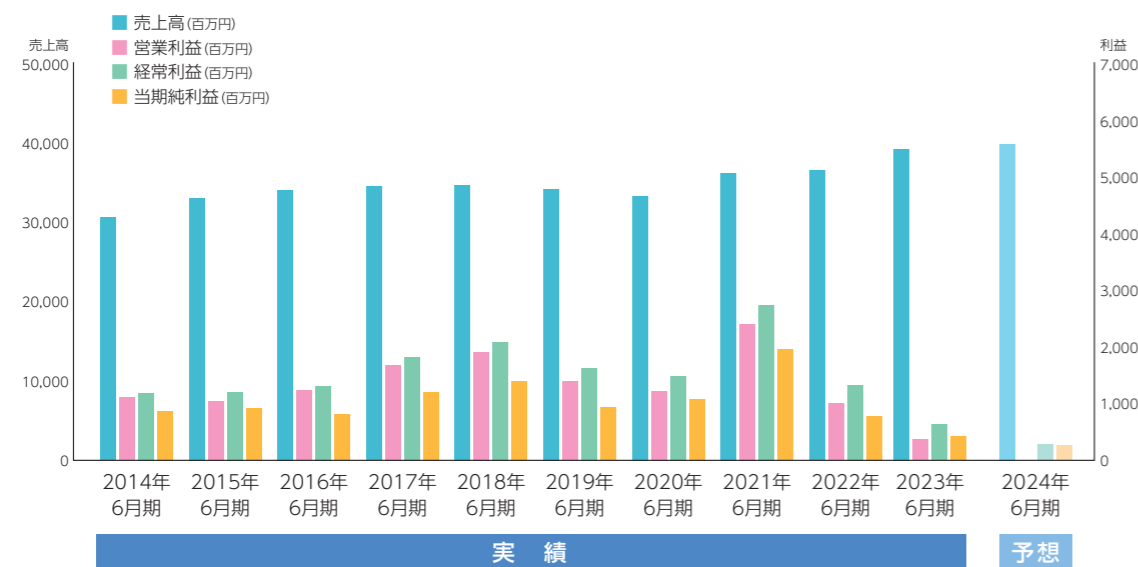
インテリア家具・雑貨のインターネット販売を手掛ける株式会社ぼん家具を子会社化した2014年1月以降は、2018年6月期までの5期連続で増収増益を達成しました。さらに、コロナ禍にあっても成長分野に位置づけるインテリアライフスタイル事業を展開するグループ各社の好調な業績推移に、各種コスト削減効果も加わり、2021年6月期の当期純利益は過去最高益を計上しました。

2022年6月期および2023年6月期の連結業績についても、2021年11月に子会社化したライフオンプロダクツ株式会社、2023年2月に吸収合併した株式会社エイチアイエムの売上寄与により、ともに前年比増収を計上してい

ます。一方で、利益面では、製品の価格改定により収益確保に努めたものの、急激な円安や原材料価格・物流費などの高騰に伴う売上原価率の上昇や、販売管理費率の上昇を受け、各利益とも減益となりました。

2024年6月期の業績予想は、2023年6月期の決算発表時点では、株式会社エイチアイエムの売上が通年寄与することや、「テプラ」の認知拡大・用途提案を目的とした販促・広告施策などの効果、これまで実施してきた価格改定の効果が寄与すること、さらにグループ各社の業績も堅調に推移すると予想されたことから、増収増益を見込んでいました。しかしながら、その後の2024年6月期第一四半期の決算発表時点では、文具事務用品事業・インテリアライフスタイル事業ともに需要が想定を下回っていることや、円安の進行によるコスト上昇が見込まれることを踏まえ、売上高・各利益ともに当初の業績予想を下方修正しています。

売上高/営業利益/経常利益/当期純利益の推移



#### 収益力の強化、ROE向上、グループ資金の運用効率化も実践

2024年6月期に最終年度を迎える第10次中期経営計画については、計画値を2024年6月期の通期業績予想に合わせる形で修正しました。しかし、掲げる事業戦略と投資方針は変わらず、「ファイル依存の収益構造からの脱却」を進め、M&Aも活用した「事業領域の拡大」、「海外3工場の競争力強化」と「サステナビリティへの取り組み」を推進しています。特に、過去10年の業績推移からも明らかのように、M&Aは当社にとって重要な成長ドライバーの一つです。基盤事業の更なる強化とともに、成長分野へ注力するべく、キッチン雑貨および家電・生活雑貨・組み立て家具・収納用品・インテリアなどのメーカー・EC事業者を重要なターゲットセクターとしています。今後は円安リスクへの対策として輸出を含めた海外売上比率の高い会社も重要な候補先とし、グループ経営の強化を図ってまいります。

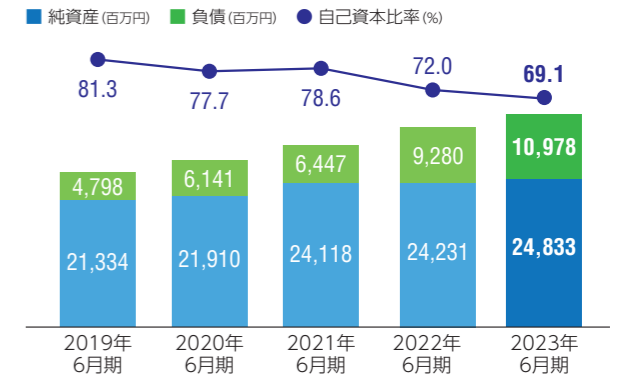
こうした成長戦略を推進する上では、それを支える財務面の強化が欠かせません。喫緊の課題として収益力の更なる強化、ROE (自己資本利益率) の向上を実現するため、進めてきた価格改定に加え、増加傾向にあった在庫の圧縮、2023年8月には部門横断で「物流コスト削減プロジェクト」を始動しました。2024年問題を見据えた対策も同時に進め、各種コスト削減活動も引き続き実践しています。

また、当社の自己資本比率は2021年6月期までは80%近くで推移してきましたが、M&Aによる株式取得に伴い、2023年6月期には69.1%にまで低下しています。ただし、それを踏まえてもデット・エクイティ・レシオは0.24倍に留

まっており、M&Aなどの投資を積極的に行うための資金調達余力は十分にあります。

グループ経営の強みを活かした効率的な資金運用の新たな施策としては、グループ間のプーリングをスタートしています。グループ内で資金余剰のポジションにある子会社から当社が借入を行う一方、資金の足りない子会社に対し当社が貸付を行うことで、連結ベースでの借入圧縮を実現するものです。

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。前期、前々期においては急激な円安進行により影響は受けたものの、変動幅のある程度軽減できました。今後は抜本的な解決策として、連結売上全体の海外売上比率を向上するための販路拡大などの施策も、部門を横断し検討してまいります。



#### 適切な資本政策、株主還元、IR強化によりPBR1倍以上の安定維持を目指す

こうした施策を展開する大前提として、株主・投資家の方々をはじめステークホルダーの皆様のご期待に応え、社会のサステナビリティに資する持続的な企業価値向上を実現していかねばならないという企業としてのミッションが挙げられます。

今、日本において企業の成長や収益性の目安となるPBR (株価純資産倍率) 1倍割れの改善が課題とされています。

$$PBR (株価純資産倍率) = PER (株価収益率) \times ROE (自己資本利益率)$$

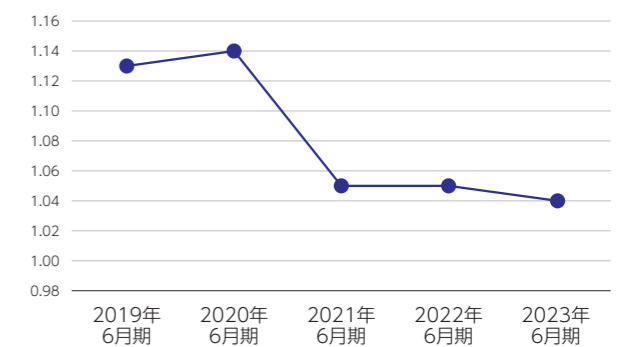
PBR 1倍以上を安定的に実現するためには、PER (株価収益率) とROE (自己資本利益率) の両方の向上が必要となります。当社ではPBR 1倍以上を維持するため、先にも挙げたように株主資本コストを上回るROEの持続的な向上を目指すとともに、適切な資本政策、株主還元、IR強化によるPER (株価収益率) 向上についても取り組んでいます。

また、株主還元についても財務基盤の強化を図ることで、配当性向40%を基準とした安定配当を恒常的に目指しています。株主優待については2022年9月より当社公式オンライン

ストアでご使用いただけるクーポンを発行し、当社およびグループ会社の一部商品も選べる形へと充実させました。

今後も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。

PBRの推移





Message

持続可能な社会の実現に向けた社員一人一人の当事者意識。

私たちが取り巻く環境は目まぐるしく変化しており、気候変動や人権問題など、さまざまな社会課題の解決がますます重要になっています。

そのような状況のもと、キングジムグループは持続可能な社会の実現のため、マテリアリティ（重要課題）を常に意識した活動・取り組みを行ってまいりました。

気候変動への対応として、2023年6月にTCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）提言への賛同を表明し、情報の開示を行いました。また、環境・社会に配慮したサステナブルな調達の実践を行う「調達方針」や人的資本の充実のための「人材育成・社内環境整備方針」を策定し、公表しました。これらの取り組みは、部門横断的な組織である「サステナビリティ委員会」で議論した内容が土台になっています。この委員会では、若手社員から役員までが参加し、サステナビリティの意識向上につながる取り組みやCO<sub>2</sub>排出量低減に向けた全社的な取り組みなど、多くのアイデアも生まれています。これらは、私たちが社会の一員であることを深く認識し、社会に対してどのような貢献ができるかといった当事者意識が社員一人一人に根付いているからこそ感じています。

今後も、ESG（環境・社会・ガバナンス）の観点から、キングジムグループ一丸となって企業価値の向上を目指し、社会貢献につながる活動を進めてまいります。



萩田 直道

取締役 専務執行役員  
経営企画部特命担当（サステナビリティ、M&A担当）兼 営業本部担当

サステナビリティ委員会 実行委員コメント

委員会に参加する前の印象は…

社内啓蒙のオリジナル漫画やポスター、参加型のキャンペーンなど、親しみやすい企画が多く社員の間で話題になっていました。サステナビリティやSDGsに対して真摯に取り組むつも、工夫しながら社員を巻き込んでいくところが、とても“キングジムらしい”と感じていました。



人事部 青柳 早紀 広報室 則本 奈美

委員会に参加して…

議論するテーマや、取り組んでいるタスクが多岐に渡ることにもまず驚きました。実行委員として、もっと多くのことを学んでいかなければならないと感じています。委員会では、「キングジムグループとして、今後どのような方向に進んでいくべきか？」という視点を持ち、若手社員から役員まで役職関係なく自由に議論していく中で、新たな取り組みが生まれています。日常生活の中でも、サステナビリティやSDGsといった単語を目や耳にすると、つい「何かヒントになることはないか？」と意識して考えるようになりました。

委員会での今後の活動について…

私たちが所属する人事部や広報室のメンバーも巻き込んで、各部門のノウハウを活かした活動をしていきたいです。また、社員が興味関心を持って楽しく参加できる取り組みを積極的に発案し、一人一人の意識向上につなげていきたいと考えています。

キングジムグループ サステナビリティ基本方針

2024年6月期を最終年度とする第10次中期経営計画の中で、サステナビリティを重要な経営課題として位置づけています。サステナビリティ向上のための取り組みの基本的な方向性を明示するために、「キングジムグループ サステナビリティ基本方針」を策定しています。

当方針は、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」に表されている、当社が長年取り組んできた社会貢献、およびESG（環境・社会・ガバナンス）の観点で構成されています。

キングジムグループ サステナビリティ基本方針

キングジムグループは、企業活動を通じて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。

- 仕事と暮らしを便利で快適にする商品を開発し、世の中に新しい価値を提供することで社会に貢献します。
- 社会の責任ある一員として資源の有効活用を積極的に行い、企業活動の全域で地球環境の保全につとめます。
- 多様な人材がそれぞれの能力を最大限に発揮し、自分らしく活躍するための職場環境づくりを推進します。
- 健全なガバナンスにより社会から信頼される経営を行い、継続的な企業価値の向上を目指します。

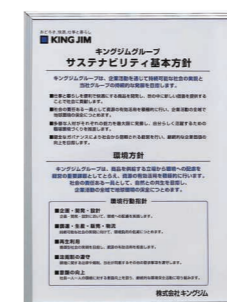
サステナビリティ推進体制

サステナビリティ向上の取り組みを推進するために、サステナビリティ担当役員を選任し、部門横断的な組織「サステナビリティ委員会」を設置してマネジメント体制を整備しています。また、経営企画部内にサステナビリティ推進課を設置し、サステナビリティの旗振り役として活動を行っています。

国内外グループ各社のすべての事業所に「経営理念」「キングジムグループサステナビリティ基本方針」「環境方針」を掲示して浸透を図り、日々の業務の中で意識して行動することを目指しています。



経営理念



キングジムグループ  
サステナビリティ基本方針  
環境方針

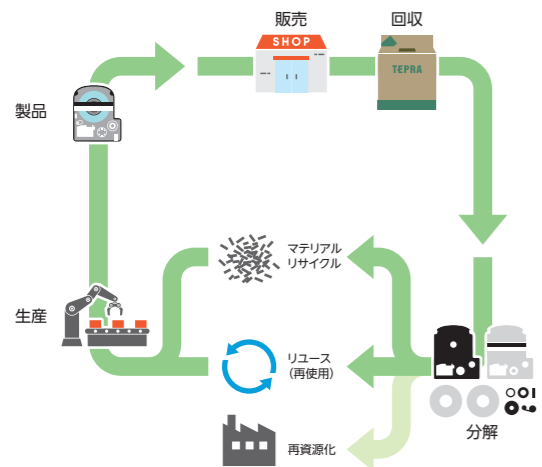
# サステナビリティ向上につながる取り組み



## SDGs達成につながる商品

### 使い終わった商品の回収

「テプラ」の使用済みPROテープカートリッジを回収し、再資源化またはリユース（再使用）により、資源の有効活用およびごみの減量化を図っています。



### 「表紙」と「とじ具」に分けて、それぞれ再使用できるファイルの開発

ファイルの表紙ととじ具を簡単に取り外すことができる構造になっているため、廃棄するときに素材ごとに分別が可能です。また、古くなった表紙を交換することで、とじ具を再使用することもできます。



### 紙を使用せずに筆談ができる電子メモの開発

何度でも書いて消せる手軽な電子メモパッドで、筆談でのコミュニケーションや計算問題などの学習のサポートにお使いいただけます。



### 本体に触れずに消毒液を噴霧できる商品の開発

センサーで手を感知して消毒液を自動で噴射します。感染症の予防につながる商品です。



### 個包装をせずに簡易包装とし、ゴミ削減を実現した商品の開発

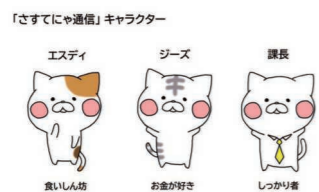
同じ商品を大量に使用されるお客様向けに、個包装を削減したまとめ買いパックです。



## 社員の意識向上のための取り組み

### オリジナル漫画「さすてにゃ通信」

社員のサステナビリティ活動への理解を深め、積極的・自発的な参画を促進するため、サステナビリティに関する用語、当社や他社のサステナビリティの取り組みをオリジナルキャラクターが紹介するオリジナル漫画「さすてにゃ通信」を発行しています。



### SDGs大作戦

サステナビリティに対する意識を高め、SDGsをより身近に感じてもらおう社内キャンペーンを行っています。毎日の生活の中で気軽にできる5つの取り組みの中から重点的に取り組みたいものを選んで会社に申告し、各自の生活の中で作戦を遂行しています。

**5つの取り組み**

- てまえどり
- CO<sub>2</sub>排出量の少ない移動手段の使用
- 地元で作られた食物を選んで購入
- 詰め替え商品の活用
- フリーマーケットの活用

### 徒歩帰宅訓練「歩いて帰ろう！」

災害時の徒歩での帰宅を想定した訓練および従業員の健康促進のため、主要ターミナル駅まで歩くイベントを社長・役員を含め50名ほどが参加し実施しました。



### ポスター掲示

社員の意識向上、啓蒙のため社内各所にサステナビリティに関するポスターを掲示しています。



## 地域社会への貢献に向けた取り組み

### 「TOKYOエシカル」パートナー参画

「TOKYOエシカル」は、東京都の「『未来の東京』戦略」の一環として、「エシカル消費」につながる取り組みを実施しているパートナー企業・団体とネットワークを構築し、エシカル消費を日常にするための社会的ムーブメントを創出するとともに、エシカル消費を実践しやすい環境の整備を目指していくプロジェクトです。

当社は、社会課題解決の一助として、エシカル消費につながる商品の情報発信等を通じて「TOKYOエシカル」の活動に協力し、エシカル消費の普及・啓発に取り組んでまいります。



### 「東京都「心のバリアフリー」サポート企業」登録

高齢の人や障がいのある人、乳幼児を連れた人など、誰もが円滑に移動し、さまざまな活動を楽しめるまちづくりを進めるためには、施設整備だけでなく、すべての人が平等に参加できる社会や環境について考え、必要な行動を続ける「心のバリアフリー」が重要です。

東京都は、心のバリアフリーに対する社会的気運の醸成を図るため、意識啓発等に取り組む企業等を、「東京都「心のバリアフリー」サポート企業」として登録しており、当社もサポート企業として登録しています。

当社は、今後も引き続き、あらゆる人の生活を便利にする商品の開発や誰もが動きやすい職場環境の整備に取り組み、「心のバリアフリー」を推進してまいります。



### 各種寄付活動

地域貢献活動の一環として、社会福祉法人や介護施設などに当社商品を寄付しています。

- 赤い羽根共同募金を通じて、東京都の社会福祉法人に「クリアファイル」を寄付
- 東京善意銀行を通じて、東京都内の社会福祉法人に、新型コロナウイルス感染症をはじめとするウイルス感染症対策として、「自動手指消毒器 アルコールディスペンサー テツテ」を寄付

キングジムグループは、社会の一員として環境のために責任ある行動を実践するため、「環境方針」を制定しています。当社グループは、経営における環境活動の基盤として「環境憲章」を定めていました。環境課題に対する社会的要請やグループ会社の増加による事業領域の拡大を踏まえて、2022年3月に「環境憲章」の内容の見直しを行い、名称を「環境方針」に変更し、サステナビリティに関する新たな方針としています。

### 環境方針

キングジムグループは、商品を供給する立場から環境への配慮を経営の重要課題としてとらえ、資源の有効活用を積極的に行います。社会の責任ある一員として、自然との共生を目指し、企業活動の全域で地球環境の保全につとめます。

#### 環境行動指針

##### ■ 企画・開発・設計

企画・開発・設計において、環境への配慮を実践します。

##### ■ 調達・生産・販売・物流

持続可能な社会の実現に向けて、環境負荷の低減につとめます。

##### ■ 再生利用

循環型社会の実現を目指し、資源の有効活用を推進します。

##### ■ 法規制の遵守

環境に関する法律や規制、当社が同意するその他の要求事項を遵守します。

##### ■ 意識の向上

社員一人一人の環境に対する意識向上を図り、継続的な環境保全活動に取り組みます。

### 環境配慮商品

当社は、環境方針に基づき、商品の企画・開発・設計において環境への配慮を実践しています。商品の「製造・使用・廃棄」の各段階における環境配慮項目にキングジム独自の基準を設け、商品の環境情報を「環境マーク」を用いて総合カタログなどにわかりやすく表示しています。「環境マーク」やエコマークなどの第三者機関の認定、グリーン購入法などに適合した商品を社内で「環境配慮商品」と定めています。

2023年6月期の環境配慮商品の売上高比率は、77%となっています。今後もこの比率を高い水準で維持していきます。

環境配慮商品  
売上高比率

77%

#### 環境マーク



※マークは一例です。  
※環境マークはキングジムの登録商標です。

#### エコマーク



※認定番号は一例です。

#### グリーン購入法適合品



### 資源循環 (3R)

キングジムグループは、商品のライフサイクル 3R[Reduce(削減)・Reuse(再利用)・Recycle(再資源活用・再資源化)]の視点で、環境への負荷をより軽減するための商品作りに取り組んでいます。

**Reduce:**  
ゴミを「減らす」こと。

ゴミを「減らす」「小さくする」「少なくする」ことを第一に考え、長期使用が可能な商品や詰め替え可能な商品などを企画・開発・設計し、廃棄物の削減に取り組んでいます。

**Reuse:**  
「くり返し」使うこと。

使い捨てではなく、何度もくり返し使用することを考えて商品の開発・設計に取り組んでいます。お客様が使用後に簡単に部材を交換して、再びご使用いただける商品作りを行っています。

**Recycle:**  
もう一度「資源」として使うこと。

再生材を使用した商品や使用後の分別廃棄が可能な商品を開発し、リサイクルの促進に取り組んでいます。



### 廃棄物管理

世界的に廃棄物の量が増加し続けています。当社グループでは、プラスチックや段ボールなど、資源の有効利用を進めることで、廃棄物の削減やリサイクルに取り組んでいます。

#### 廃棄物のRPF化

当社では松戸事業所から排出される一部の廃棄物のRPF化を行っています。

※RPF:主にマテリアルリサイクルが困難な古紙と廃プラスチックを原料とした、化石燃料代替の高品位で低コスト、安全で扱いやすい固形燃料です。CO<sub>2</sub>排出量の削減、廃プラスチックの有効利用につながります。

#### 端材プラスチックの再利用

当社グループの海外工場では、ファイル生産時に発生する端材プラスチックを溶解し、もう一度原料にすることで、再利用を行っています。

#### 段ボール回収

インターネットで家具販売を行っている株式会社ばん家具の「商品の組み立てサービス」や「設置サービス」提供時に、作業を委託している運送会社様のスタッフが、発生する段ボールなどの梱包材をすべて持ち帰ります。回収した段ボールの一部は再資源化し有効活用されています。

### 環境保全活動

キングジムグループは、自然保護活動に努める団体を積極的に支援し、自らも社会の一員として環境保全活動に取り組んでいます。

#### WWFジャパン法人会員

当社は1993年よりWWFジャパンの法人会員として、WWFの環境保全活動を応援しています。

※ WWFは100カ国以上で活動している環境保全団体で、1961年に設立されました。人と自然が調和して生きられる未来をめざして、失われつつある生物多様性の豊かさの回復や、地球温暖化防止などの活動を行っています。

#### 日本野鳥の会法人会員

当社は1992年より協賛支援を開始し、2001年より法人会員となっています。

※ 日本野鳥の会は、野鳥や自然を愛する人々が集い「野鳥も人も地球のなかま」を掲げて活動する自然保護団体です。

### TCFD提言への賛同と情報開示

キングジムグループは、環境に関する課題として、気候変動への対応も経営の重要課題の一つととらえています。地球温暖化による気候変動は、当社グループと地球環境の持続性を脅かすリスクであり、当社グループのビジネス、お客様、サプライチェーンにも影響を及ぼしています。

2023年6月、TCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)提言への賛同を表明しました。TCFD提言の枠組みに基づき、気候変動への対応について情報開示を行っています。

※ TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures) : G20の要請を受け、金融安定理事会 (FSB) により、気候関連の情報開示および金融機関の対応をどのように行うかを検討するために設立されました。TCFD提言では、企業・団体等に対し、気候変動関連リスクや機会に関する情報開示を推奨しています。



### ガバナンス

気候変動課題を含むサステナビリティに対する取り組みについては、「キングジムグループ サステナビリティ基本方針」のもと、サステナビリティ担当役員を推進委員長とするサステナビリティ委員会において、各種方針や課題の解決に向けた詳細な目標の設定、それらを実践するための体制および具体的な施策を決定しています。サステナビリティ委員会における重要な検討・決定事項は、必要に応じて経営会議で事前に審議した上で、取締役会に付議・報告されており、経営における意思決定や取り組み状況に対する監督が適切に行われる体制を整備しています。

### 戦略

気候変動が及ぼす事業へのリスク・機会による中長期的な影響の把握、対応策の検討のため、売上高構成比の高い「文具事務用品事業」を対象に、IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change) やIEA (International Energy Agency) の報告書を参照し、シナリオ分析を実施しました。

### 当社が考えるシナリオ

シナリオ	概要
2℃未満シナリオ	<p>「産業革命以前と比較し、2100年までの地球の平均気温上昇が2℃未満に抑えられている世界」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>炭素税などのカーボンプライシングの導入、再生可能エネルギーへの転換など、各国の政策や法規制が強化される</li> <li>脱炭素社会への移行リスクが顕在化する</li> </ul>
4℃シナリオ	<p>「産業革命以前と比較し、2100年までの地球の平均気温が4℃以上上昇している世界」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>気候変動により異常気象の激甚化・慢性化が進み、原材料調達難や生産性の低下などの物理リスクが発生し、事業活動への負の影響が大きくなる</li> <li>新たな政策や法規制は導入されず、脱炭素社会への移行は進まずCO<sub>2</sub>排出量は継続的に増加する</li> </ul>

シナリオ分析の結果、政策・法規制の強化などによる「移行リスク」、異常気象の激甚化・慢性化による「物理リスク」ともに、事業・財務への影響が大きいことが判明すると同時に、事業拡大の「機会」も存在していることが明らかになりました。

それぞれの対応策を講じることで、気候変動リスクを低減し、成長のための機会を積極的に活用していきます。

### 気候変動における事業リスクと機会、事業/財務影響への評価とその対応策

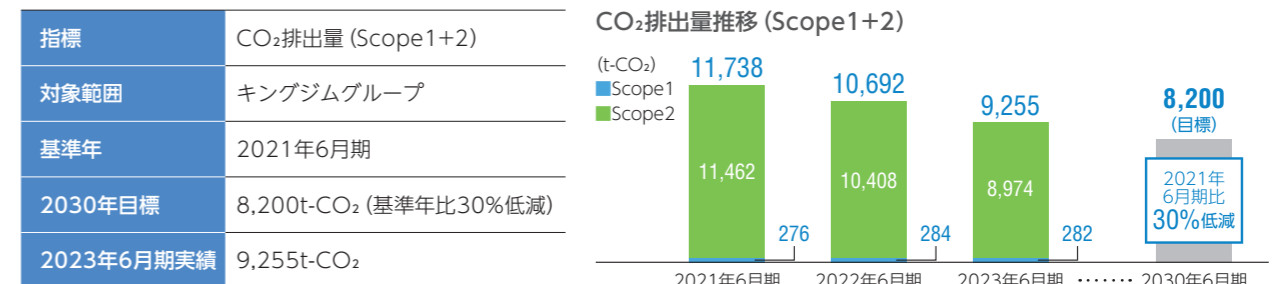
区分	分類	要因	影響内容	事業/財務影響		対応策	
				2℃	4℃		
リスク	移行リスク	政策・法規制	プラスチック資源循環促進法への対応による製品原価上昇	大	中	●代替原材料への切替え ●資源循環のしくみの検討	
			炭素税などの導入による各種コスト増加	中	小	●CO <sub>2</sub> 排出量低減目標策定、および低減のための施策実施	
		技術	環境配慮商品対応のための原材料などのコスト増加	大	小	●調達先の見直し、原材料の見直し ●原材料メーカーとの関係強化	
	物理リスク	急性	市場	ペーパーレス化、デジタル化によるファイルの売上減	大	中	●ペーパーレス化、デジタル化に影響を受けない商品群の拡大
				脱プラスチック機運の高まりによるPP製品の売上減少	大	中	●再生プラスチック使用製品の開発検討 ●代替商品の提案
		慢性	気候変動対応の遅れによる、消費者、投資家、サプライヤーからの評価低下、人材獲得機会の喪失	大	小	●気候変動対策の立案・公表、実施 ●気候変動対応イニシアチブへの参加	
機会	製品/サービス	急性	生産・物流の遅延、寸断による販売機会喪失	中	大	●各拠点の災害リスクのモニタリング ●協力工場との関係強化 ●生産・物流拠点の分散化	
			従業員被災による労働力の低下	中	大	●各拠点の災害リスクのモニタリング ●協力工場との関係強化 ●生産・物流拠点の分散化	
		慢性	化石燃料調達難による原材料コスト上昇	中	大	●原材料市場動向のモニタリング ●代替原材料の検討 ●調達先の多様化	
	市場	製品/サービス	ヒートストレス、感染症増加による生産性低下	中	大	●病気予防対策の実施 ●気温変化に応じた作業環境整備	
			環境配慮商品などの販売機会増	大	中	●環境配慮商品売上高比率80%以上の持続	
		市場	災害対策商品、衛生・健康用品などの販売機会増	中	大	●営業体制強化	
市場	気候変動対策における新たな市場・事業での売上創出	大	大	●新規事業創出活動継続 ●開発、営業体制強化			

### リスク管理

キングジムグループが留意すべき気候変動をはじめとする環境課題に係るリスクは、サステナビリティ委員会にて特定・評価し、対応策を決定しています。対応策は、各部門・グループ会社に展開し、サステナビリティ委員会がリスク状況のモニタリングを行っています。経営に重大な影響をおよぼす事象が発生するおそれが生じた場合には、直ちにサステナビリティ担当役員を通じて代表取締役社長を委員長とするリスクマネジメント委員会に報告しています。報告を受け、リスクマネジメント委員会で対応を検討します。

### 指標と目標

気候変動への対応として、キングジムグループで特定したマテリアリティ(重要課題)「環境への配慮」における重要テーマ「CO<sub>2</sub>排出量低減」の実行にあたり、下記のとおりCO<sub>2</sub>排出量 (Scope1+2) を指標として低減目標を設定し、達成に向けて活動に取り組んでいます。







個々人の嗜好が細分化した現代、キングジムグループは新市場のパイオニアとして、現在も新たなビジネススタイルの在り方を模索し続けています。性別、年齢、ワークスタイル、障がいの有無など、多様な背景を持つ従業員に対応した労働環境を提供し、その従業員の発想を取り入れることが事業環境の変化への対応と会社の成長につながると考えています。多様な人材がより自分らしく、より高いモチベーションを保ちながら働ける会社を目指し、「人材育成・社内環境整備方針」を定めています。

### 人材育成・社内環境整備方針

キングジムグループは、従業員を会社の最も大切な資産かつ成長の原動力であると考え、新たな価値の創造に挑戦するイノベーション人材を育成します。また、従業員ひとりひとりが最大限に力を発揮し、自分らしく活躍するための社内環境を整備します。

#### ■ 公正で公平な採用

• イノベーションの実現、会社の成長、ダイバーシティの観点から、公正で公平な選考・採用を行います。

#### ■ チャレンジ精神の奨励

- 従業員の成長意欲を刺激し、自らイノベーションに挑戦することを奨励します。
- 失敗を恐れず、果敢にチャレンジする姿勢を高く評価します。失敗から得た学びは成長の糧になります。
- 従業員が切磋琢磨し、自らの成長と会社への貢献を実感することによりエンゲージメントを高めます。

#### ■ 学習の機会と実践の場の提供

• 自発的な学習を支援し、クリエイティブな発想力やグローバルなマインドを養成するための機会を提供します。

#### ■ 適正な人事評価

• 従業員を適正に評価し、成果に報いるための表彰、処遇決定を行います。

#### ■ 健康的な職場環境

- 従業員の安全の確保と、心身の健康の増進に取り組みます。
- 風通しの良い健全な職場環境を整え、活発なコミュニケーションを促進します。

#### ■ ダイバーシティの推進

• 年齢、性別、人種、国籍、障がいの有無などにかかわらず、多様な人材が活躍できる職場環境を整備し、職場の活性化をはかります。

#### ■ ワークライフバランスの向上

• 仕事へのモチベーションを最大限に引き出し、従業員の発想を豊かにするため、ひとりひとりのライフスタイルを尊重した制度を導入し、従業員のワークライフバランスを実現します。

## 人権

キングジムグループでは、基本的人権を擁護し、人を人として尊重するとともに、個人の尊厳を傷つけるような行為はしないことをコンプライアンスプログラムに明記し、社内ネットワーク上、メール、社内閲覧用ファイルを使用してグループ内に周知しています。

お互いの基本的人権を尊重することは当然の義務であり、社内、社外、上司、部下を問わず、不当な差別的取り扱いや他人の尊厳を損なうような行為をすることがないよう、グループ全員に周知しています。

### ハラスメント防止

従業員に対する侮辱的な態度、嫌がらせ、乱暴な言動その他身体的あるいは精神的に傷つける行為、もしくは同様の行為により、ほかの従業員の労働条件に関して不利益を与えたり、職場環境を悪化させたりする行為などを禁止しています。

ハラスメント相談窓口を設置し、社内の定めに従い問題解決のための適切な措置をとっています。

## 人材育成・キャリア支援

### eラーニング、外部集合研修・通信教育

「ビジネススキル」「語学」「マネジメント」「労務」「メンタルヘルス」など、幅広い分野のコースから、従業員が費用の負担なく自由に受講できるeラーニングコースや外部集合研修を用意しています。

### 社員自己啓発支援

従業員が現在または将来携わる業務に関連のある事柄について学習する際に、自己啓発支援として受講料(入会金・授業料など)の一部を会社が援助しています。

### 海外派遣研修制度

グローバル人材を育成するため、毎年、若手社員の中から選抜し、海外グループ会社へ1年間の研修生として派遣しています。研修生は文化の異なる国で働く機会を通して成長し、帰国後、その経験を活かして仕事に取り組んでいます。



### 国内子会社派遣研修制度

若手社員の中から選抜された研修生を国内グループ会社へ1年間派遣する制度です。異なる業界の営業手法を学びながら、視野や人脈を広げ、今後の業務に活かして活躍いただくことを目的としています。



## 労働安全衛生

キングジムグループは従業員の安全を第一に考え、労働安全衛生の向上に努めています。

安全衛生委員会を設置しキングジム本社と松戸事業所において事業所総括安全衛生管理者が安全管理者、衛生管理者などを指揮し、従業員の安全と健康を守る取り組みを行っています。

### 従業員の健康をサポートする取り組み

ヘルシーウォーキング	1か月間、1日8千歩を目指して参加者を募り、結果を社内内で共有するウォーキングイベントを年2回行っています。毎回参加賞として、オリジナルグッズを贈呈しています。
産業医の講話	従業員の安全、または衛生のための教育を目的に産業医による定期的な講話の実施をしています。
歩いて帰ろう！	従業員の健康増進および災害時の徒歩帰宅訓練を目的に、数人グループで各主要ターミナル駅まで歩行するイベントです。初回は本社地区のみで実施し、今後は全国事業所での企画展開を検討しています。



## ダイバーシティ推進

### 女性活躍推進

キングジムでは、2030年までに女性管理職比率を20%にする目標を掲げており、現在の女性管理職の割合は8.0%です。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てとらえた上で、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。

#### 女性活躍推進に向けた取り組み

ライフイベントハンドブック	ライフイベント発生時に利用できる社内制度・手続きをまとめたハンドブックを配布しています。
イクボスマニュアル	妊娠中の従業員や、産休・育休後復職する従業員を迎える部署の直属上司用にマニュアルを配布しています。
産休・育休取得者のサポート	産休・育休取得前後に面談を実施しています。また産休・育休取得者には会社情報メールを月1回配信しています。

### 障がい者雇用

当社は積極的に障がい者雇用に取り組んでおり、障がいを持つ従業員へのサポートを充実させたサテライトオフィスを埼玉県川越市と神奈川県横浜市に設けています。障がいを持つ従業員それぞれの個性や能力を尊重し、運営を行っています。



### 自己申告書

年1回、キングジムグループの全従業員を対象に、現在の仕事の状況、将来のキャリア、職場の人間関係、経営全般に関することなど、あらゆる事項について自身の考えを経営トップに直接伝えることができる制度です。

## ワークライフバランス

### 育児支援

育児と仕事の両立を後押しする取り組みを実施しており、「子育てサポート企業」として厚生労働大臣より「くるみん」認定を受けています。



### 年次有給休暇取得日数向上

年次有給休暇取得促進のため、取得日数の目標を定めて従業員へ周知しています。2024年6月期は全従業員が最低8日間取得することを目標としています。毎月、各部門の管理職へ部下の取得状況を配信し進捗確認することで、積極的な取得を促し、取得日数のさらなる向上を目指しています。

有給休暇平均取得日数 **11.8日**

(2023年6月期)

### 時間外労働削減

キングジムでは、時間外労働を削減するため、下記の取り組みを行っています。

- ① 最終退社時刻20時5分の実施
- ② 毎週水曜日はノー残業デーを実施
- ③ 時間外労働が月45時間を超える従業員の上長への警告

### 育児・介護休業など

キングジムでは、育児休業のうち5日間に有給とし、取得を促進しています。本人または配偶者が妊娠した際には個別に声掛けを行い、取得者の声を社内外で広報するなど、育児休業を取得しやすい風土づくりに努めています。所定外労働・時間外労働・深夜残業の制限、子の看護休暇、短時間勤務においては対象を法定以上の「子が小学校3年生を修了するまで」としています。介護が事由の場合も、介護休業・介護休暇に加え、所定外労働・時間外労働・深夜残業の制限、短時間勤務制度を利用できます。

育児休業後の従業員の  
復職率および定着率

**80%**

※男性従業員の実績も含む

### 従業員の仕事と家庭の両立を支える各種制度や取り組み

配偶者同行転勤制度	従業員の配偶者が転勤となった際に、従業員の同行転勤を1回につき最大3年間認める制度です。
配偶者同行休業制度	従業員の配偶者が転勤となった際に、従業員の同行休業を最大3年間認める制度です。
ジョブ・リターン制度	配偶者の転勤、育児や介護等の事由でやむを得ず当社を一度退職された方々に再び当社で活躍していただくための制度です。
時差勤務制度	業務上の都合や傷病、育児・介護、感染症対策などの事由に合わせて、従業員の柔軟な勤務スタイルを実現しています。
テレワーク勤務制度	テレワーク勤務率の高い従業員には、在宅勤務手当を支給しています。

### 人事部長からのメッセージ

#### 多様な人材の活躍に向けて。

当社は従業員を会社の最も大切な資産、かつ成長の原動力であると考え、「人材育成・社内環境整備方針」を策定しました。個人が持つ知識や能力を最大限に引き出し、新たな価値の創造に挑戦するイノベーション人材を育成していくため、さまざまな教育の機会を従業員に提供してまいります。

従業員のITリテラシーを向上させることも重要であるため、ICT環境の整備、IT関連の資格取得支援、社内研修、情報提供などを通じて、当社のDXを推進し、ビジネス競争力を高めてまいります。

労働人口の減少、コロナ禍、急激な円安など、前例のない事態に対応するには、多様な人材の活躍が必要不可欠であり、そのためには社内制度も柔軟に変化させ、従業員をサポートしてまいります。



小島 祐介

上席執行役員  
HR&DX本部長 兼 CHRO 兼 CIO 兼  
人事部長

## コーポレート・ガバナンスの体制

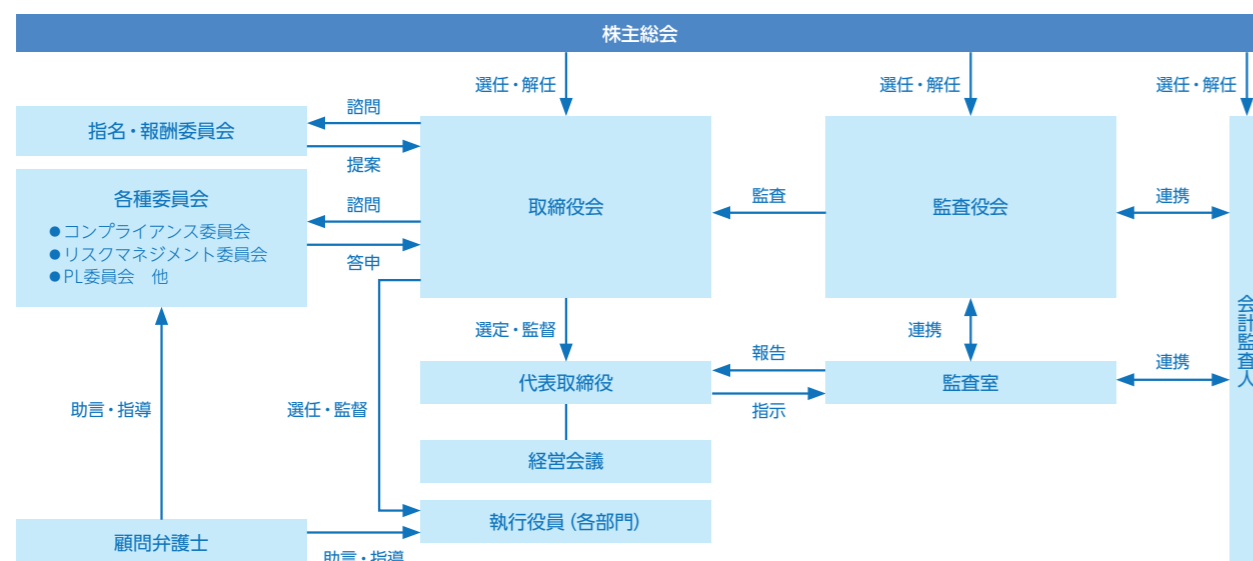
当社は、公正かつ透明性の高い健全な経営により、継続的な企業価値の向上を図ることを基本的な考えにしており、その実現のため、コーポレート・ガバナンスの充実に取り組んでおります。

当社は監査役会設置会社を選択しており、取締役11名（うち社外取締役5名）、監査役3名（うち社外監査役2名）を選任しております。取締役の経営責任をより明確化するために取締役の任期を1年としているほか、取締役会における社外取締役の比率を高め、コーポレート・ガバナンス体制を強化しております。

### コーポレート・ガバナンス体制強化の変遷

		2015年 6月期	2016年 6月期	2017年 6月期	2018年 6月期	2019年 6月期	2020年 6月期	2021年 6月期	2022年 6月期	2023年 6月期	2024年 6月期	
取締役会 の構成	取締役	社内	8名	6名	8名	8名	8名	4名	5名	6名	6名	
		社外	1名	2名	2名	2名	2名	4名	4名	4名	5名	5名
	監査役	常勤	1名	1名	1名	1名	1名	1名	1名	1名	1名	1名
		社外	3名	3名	3名	3名	3名	2名	2名	2名	2名	2名
取締役 員数	2006年6月期 3名以上→9名	9名 → 10名		10名 → 12名								
取締役 任期								2年 → 1年				
ガバナンス 改革の歩み	執行役員 制度	2003年6月期導入						制度変更				
	指名・報酬 委員会											
	役員報酬	ストックオプション制度							譲渡制限付株式報酬制度			
	取締役会 実効性 評価											

### コーポレート・ガバナンス体制図



## 取締役会（2023年6月期開催回数：13回）

取締役会は、原則月1回開催し、「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」という当社の経営理念の下、株主価値の向上のための経営方針、事業計画、組織、財務状況、投資案件などの諸施策および取締役会規程に基づく案件等に関し、ビジョンと実施可能性、リスク回避などを出席役員により審議しております。なお、取締役会の充実を図るために事前審議機関として、社内取締役等で構成される経営会議を原則月1回開催しております。

### 2023年6月期の取締役会の主な検討事項

- 会社の決算に関する事項
- 株主総会に関する事項
- 中期経営計画等の事業計画に関する事項
- 事業譲渡、譲受等の内容の決定
- 合併に関する事項
- 重要な資産の売却に関する事項
- 取締役の報酬、賞与に関する事項
- 組織の変更、役員・重要な使用人の人事に関する事項
- 内部統制システムの基本方針に関する事項
- 政策保有株式の売却方針に関する事項
- サステナビリティに関する事項
- 取締役会の実効性に関する事項

## 監査役会（2023年6月期開催回数：12回）

監査役会は、原則月1回開催しております。監査役は、2019年9月19日より常勤監査役1名および社外監査役2名の3名体制であります。常勤監査役は、監査計画に基づき重要な意思決定の過程を把握するため、社内各部門および子会社の業務執行状況の調査、重要な書類の閲覧、重要な会議への出席などにより取締役の職務の執行状況の監査を行い、その内容を監査役会に報告しております。また、各監査役は取締役会に出席し、意見の陳述を行うほか、取締役会の運営、決議、審議の方法などの監査をしております。

### 2023年6月期の主な監査項目

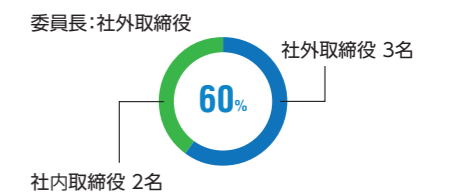
- 内部統制システムの整備・運用状況
- 財務に係る内部統制報告制度への対応状況
- コンプライアンス状況
- SDGsへの対応
- コーポレートガバナンス・コードへの対応

### 主な監査活動

- 内外子会社からの親会社への月次報告を入手してグループ会社管理体制を監視するとともに、国内子会社5社の取締役会に出席しており、往査またはオンラインにより決算監査を行っております。
- 監査法人と打合せを頻繁に行っており連携を図りつつ、棚卸しを視察する等で監査の状況を確認するとともに、監査役全員が監査法人から監査結果報告を直接受けて、監査の方法と結果の妥当性を確認しております。

## 指名・報酬委員会（2023年6月期開催回数：5回）

当社は、役員の選解任および報酬に関する決定プロセスの一層の透明化を図るため、取締役会の諮問機関として、社外取締役3名および社内取締役2名の計5名で構成された指名・報酬委員会を設置し、取締役、執行役員および監査役の候補者の選解任に関する事項、および報酬に関する事項について検討するほか、各取締役の基本報酬および賞与の額を決定しております。



### 取締役・監査役候補の指名を行うにあたっての方針と手続

取締役の候補者の指名を行うにあたっては、人格識見に優れており、担当した業務で実績を上げた人物、会社経営に精通した人物、専門性の高い人物を候補者としております。監査役候補者の指名を行うにあたっては、人格識見に優れ、専門性の高い人物を候補者としております。また、職務執行において不正、重大な法令違反または定款違反等があった場合は、解任いたします。

取締役会の諮問機関である「指名・報酬委員会」が当社の取締役、監査役および執行役員の選解任の候補者を検討の上、取締役会に提案を行い、取締役会で審議・議決された後、取締役および監査役の選解任の候補者については、最終的には株主総会に議案として提出された上で、決定されます。なお、監査役候補者の選任を行うにあたっては、監査役会の同意を得ております。

## 役員の報酬等

### 役員の報酬等の額またはその算定方法の決定に関する方針に係る事項

取締役（社外取締役を除く）の報酬は、固定報酬である基本報酬、業績連動報酬である賞与、株式報酬で構成されております。なお、社外取締役および監査役は、役割に鑑み、基本報酬（固定報酬）のみとしております。

#### 【基本報酬（固定報酬）】

経営環境や世間動向を勘案した上で、各取締役の役位ごとに定められた基準額の範囲内で決定しています。

#### 【業績連動報酬】

賞与算出のための業績指標として、株主の皆様と同じ視点から中長期的な企業価値の向上および株価上昇への貢献意欲を高めるため、ROEを採用し、該年度のROEに応じて定められている係数を基本報酬に乗じて算出された額に、期末に実施する役員相互評価の結果を踏まえ、最終的に社長評価によって各取締役の賞与額に反映して決定されます。

#### 【非金銭報酬】

中長期的な企業価値向上に対する意識を高めるため、譲渡制限付株式を取締役（社外取締役を除く）に対し、毎年一定の時期に支給しております。譲渡制限付株式の割当数の計算の基準となる支給額は、株主総会において決議された報酬限度額（年額40,000千円）の範囲内、かつ毎年株主総会後の取締役会で決議された各対象者の新月額報酬に役位ごとの係数を乗じた額を基準としております。個人別報酬における割合は、おおむね基本報酬7、業績連動報酬2、非金銭報酬1としております。

また、当社は、取締役会の決議により、決定プロセスの客観性および透明性を確保する観点から、指名・報酬委員会に対して、各取締役の基本報酬および賞与の額の決定を委任しており、指名・報酬委員会は審議の上、適切に当該決定を行っております。譲渡制限付株式報酬については、例年10月開催の取締役会において具体的な支給時期・支給総額等を決定しております。また、当社は、取締役会の決議により、代表取締役社長宮本彰に対して、各対象者への譲渡制限付株式報酬の具体的配分を委任しております。

中長期的なインセンティブ報酬としての性質から、会社の業務執行を統括する代表取締役社長が配分の決定を行うことが適切であると考えられるため、上記の権限の委任をしたものであります。代表取締役社長は、当社譲渡制限付株式報酬規程に基づき、適切に各対象者への具体的配分を決定しております。

また、取締役会は、当事業年度にかかる取締役の個人別の報酬等について、報酬等の内容の決定方法および決定された報酬等の内容が取締役会で決議された決定方針と整合していることや、指名・報酬委員会からの答申が尊重されていることを確認しており、当該決定方針に沿うものであると判断しております。

### 役員区分ごとの報酬等の総額、報酬等の種類別の総額および対象となる役員の員数

区分	報酬等の総額 (千円)	報酬等の種類別の総額 (千円)			対象となる 役員の員数 (人)
		基本報酬	業績連動報酬	非金銭報酬	
取締役 (社外取締役を除く)	170,870	124,050	23,936	22,884	6
監査役 (社外監査役を除く)	17,220	17,220	—	—	1
社外役員	32,460	32,460	—	—	8

※ 業績連動報酬の額の算定に用いた前事業年度の業績指標は、ROE3.3%であります。

## 取締役会の実効性評価

### 評価の実施方法

取締役会全体の機能向上を図ることを目的とし、2016年から計8回（毎年6月）、取締役会参加メンバー全員に対して取締役会の実効性に関するアンケートを実施しております。

### 評価結果の概要

以下の点から、取締役会の実効性は十分に確保できていると結論付けております。

- 取締役会による経営・監督レベルについて、全回答者が肯定的な回答をしていることから、現在の取締役会による経営・監督のレベルは問題ないレベルと判断されること。
- 取締役会の経営判断に係る質問について、ほとんどの項目で肯定的な回答をしていることから、取締役会はおおむね適正に運営されていると判断されること。

また、2023年に実施したアンケートにおける主な課題は次のとおりです。

- 次期中期経営計画策定時には当社グループ全体の方向性を話し合うべき
- 中期経営計画報告時に要約資料があると良い
- 短期業績と対策、重要課題の進捗等のテーマを決めて議論する

それぞれの課題項目に対する改善策を検討し、着実に実施することにより、取締役会の実効性をさらに向上させ、コーポレート・ガバナンスの一層の強化に努めます。

## トレーニング方針

当社では、取締役・監査役による経営監督・監査機能が十分に発揮されるよう、適宜、社外の有識者による経営やコンプライアンス、あるいは特定分野に関する講演会への参加など、必要な知識を習得する機会を提供することとしています。また、社外取締役・社外監査役に対しては、社内会議への出席や、海外子会社や国内子会社を実際に訪問する等、幅広く業務内容を習得する機会を提供しております。また、新任社外役員を講師とする勉強会を実施し、社外取締役・社外監査役が有する専門的な知識を社内で共有できるようにしております。

社外取締役・社外監査役については、就任時に、当社の経営戦略、事業内容、中期経営計画の内容等の理解を深めるために、社内の各部門長を講師とするセミナーを受講することとしており、また、取締役会での審議の充実を図るため、取締役会資料の事前配布・説明、関連情報の提供等を行っております。

## 政策保有株式

当社は、取引先との関係の維持・強化や事業運営上の必要性、経済合理性等を総合的に勘案し、中長期的な企業価値向上に資すると判断される場合のみ、政策保有株式を取得し保有いたします。

検証する方法については、個々の銘柄ごとに保有の便益（受取配当金や事業取引利益）と当社資本コストを比較して保有の経済合理性を検証するとともに、取引関係の維持・強化や事業運営上の必要性等を総合的に勘案して、毎年、取締役会で保有の適否を個別に判断しております。

政策保有株式に係る議決権の行使については、当社および投資先企業の中長期的な企業価値の向上を期待できるか否かという点を総合的に勘案して、議案ごとに判断いたします。なお、当社は、株主価値を毀損するような議案については、肯定的な判断をいたしません。

当社グループは、経営理念、行動指針、ならびに最上位規程として位置づけられた「キングジムグループ コンプライアンスプログラム」により、役員および従業員が自らを律し、法令遵守はもとより、企業理念の実践に努めています。

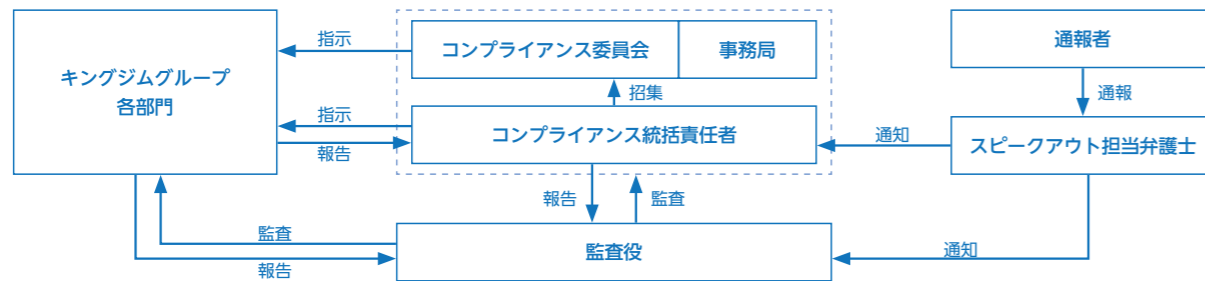
### キングジムグループ コンプライアンスプログラム

私たちキングジムグループのすべての企業行動は、コンプライアンスに根付いたものでなければならない。

- 私たちキングジムグループの一員は、企業倫理や法律に反した行動をとりません。万一、企業倫理や法律に反する行為、または疑わしい行動を知った場合は、コンプライアンスの体制に則って、適切な対応をとります。
- 私たちキングジムグループの一員は、合法的でかつ清廉な行動をとります。
- 私たちキングジムグループの一員は、コンプライアンスの精神に反する不当な利益追求を行いません。

### コンプライアンス推進体制

当社は、当社グループのコンプライアンス問題に関する調査、諮問、決定をする機関であるコンプライアンス委員会を設置しております。当社グループのコンプライアンスに関する総責任者であるコンプライアンス統括責任者は、キングジムグループ コンプライアンスプログラムの運用、およびコンプライアンスの状況について監視し、監督します。また、当社は内部通報に関する窓口としてスピークアウト制度を設けております。万一、コンプライアンス上に疑義のある行為が行われ、また行われようとすることに気付いた者は、スピークアウト制度により、スピークアウト担当弁護士に通報することができる体制となっております。通報者は匿名性が保障されており、通報者の正当な行為は従業員就業規則およびスピークアウト制度運用細則によって保護され、通報したことにより不利益となる扱いは受けません。監査役は、当社グループのコンプライアンスの状況を監査するとともに、スピークアウト担当弁護士からの通知およびコンプライアンス委員会から報告を受け、その運営を監査します。



### コンプライアンスに関する取り組み

#### ① コンプライアンス教育 (2022年6月21日~2023年6月20日)

当社では、さまざまな教育・啓蒙活動を行っており、コンプライアンスの強化と浸透を図っています。

- 個人情報保護に関するeラーニングの実施
- 新入社員向けコンプライアンス研修の実施
- 下請法勉強会の実施
- 職場のハラスメント防止についての啓蒙
- インサイダー取引防止についての啓蒙
- 「コンプライアンスプログラム」の改定と周知
- スピークアウト制度の周知

#### ② コンプライアンスに関するアンケート

当社では、毎期末に各部署および子会社の長に対して、コンプライアンスに関するアンケートを実施しています。アンケートの結果「あまりできていない」もしくは「できていない」との回答があった部門には、ヒアリングの上、各部署・子会社において改善策を講じ対応しています。また、アンケート結果は、取締役会へ報告しています。

### リスクマネジメント体制

当社は、当社グループの事業活動に影響を与える可能性のあるリスクを洗い出し、リスク項目ごとに所管部を定めて常時リスクを管理しております。各所管部は、担当するリスクの危険度をモニタリングし、経営上重要と思われる事象が発生するおそれが生じた場合は、直ちに担当役員を通じてリスクマネジメント委員会に報告するとともに、リスクマネジメント委員会が対応策を協議・承認しております。各所管部は、毎年1回、リスクの発生回避、対策、管理状況等を取締役会へ報告しております。また、リスク項目については、当社グループの事業活動を取り巻く環境の変化、影響度合いや発生頻度に応じて見直ししております。

### リスク項目

事業戦略リスク	外部環境リスク	リーガルリスク
研究開発投資	原材料等の価格変動	知的財産の保護
棚卸資産	海外情勢	製造物責任
M&A	為替変動	
自然災害等のリスク	インフラ等のリスク	
自然災害	情報セキュリティ	
新型コロナウイルス感染症		

※当社の判断による分類です。

### リスクマネジメントに関する取り組み

- キングジムグループ危機管理規程およびグループ各社で危機管理細則を制定しており、グループ全体で損失の最小化に努めています。
- 2023年6月期は、リスクマネジメント委員会を4回開催しました。
- 為替の急激な変動に適切に対処するため、リスクマネジメント委員会が替税制部会を開催しています。2023年6月期は、2回開催しました。
- 災害時における安否確認システムを導入しています。震度5弱以上の震災が発生した場合には安否確認メールが自動一斉配信され、その結果は役職者にリアルタイムで共有されます。同システムはメール連絡網を兼ねており、従来の電話連絡網に加えて緊急時の連絡体制を構築しています。また、使用方法の確認のため、定期的に回答訓練を実施しています。
- 情報セキュリティ対策として、毎年定期的に標的型攻撃メール訓練を実施しています。また、情報セキュリティに関するメールマガジンを全社員へ配信しています。
- 新型コロナウイルス感染症対策として、テレワーク環境と制度を整備しています。
- 機密事項を含む電子データの漏洩やモバイル端末の紛失などが発生した場合の対応を明確にするため、機密管理規程、モバイル端末管理細則を改定、周知しました。
- 各リスク所管部の部門長を対象に「事業等のリスクに関するアンケート」を、各部署および子会社の長を対象に「リスクに対する意識調査」をそれぞれ毎期末に実施しています。アンケート結果は、取締役会へ報告しています。



## 次世代の文化創造に携わるキングジムを目指して

当社グループでは、さまざまな経験と豊富な知見を有する社外役員を招聘し、取締役会にて活発な議論を行っています。時代のニーズに合わせ、世の中になかった商品やサービスの開発に携わってきた亀田取締役と、金融分野に関する幅広い見識と実績を有し、新規事業開発を牽引する廣川社外取締役との対談を開催しました。



### 亀田 登信

取締役 常務執行役員  
経営企画部担当 兼 EC事業部担当 兼 広報室担当

1985年4月  
当社入社  
2006年11月  
当社電子文具事業推進部長  
2011年6月  
当社執行役員  
2014年9月  
当社取締役 開発本部長 兼 広報室担当  
2016年9月  
当社常務取締役  
2020年9月  
当社取締役 常務執行役員 (現任)

### 廣川 克也

社外取締役 独立役員

1993年4月  
株式会社住友銀行 (現株式会社三井住友銀行) 入行  
2005年12月  
慶應義塾大学湘南藤沢キャンパスインキュベーションマネージャー  
2012年4月  
一般財団法人SFCフォーラム事務局長  
2017年7月  
SFCフォーラムファンド ファンドマネージャー (現任)  
2018年4月  
株式会社シュアール社外取締役  
2019年9月  
当社社外取締役 (現任)  
2023年4月  
一般財団法人SFCフォーラム業務統括・事務局長 (現任)

### 独創的な商品開発と品質向上へのこだわり

亀田 ◆ 私は、1985年4月に入社しました。当時、厚型ファイルが主力商品であった当社には、OAの普及によりペーパーレス化が進行するのではないかと、という危機感があり、当時私を含む若手の中でも「このままではいけない」という思いがありました。そこで、ファイル以外の新規分野の商品を開発するチームが新設され、私はそのチームメンバーとして活動し、その後、当社の主力商品となるラベルライター「テプラ」が誕生しました。

廣川 ◆ 私は2019年9月から社外取締役に務めていますが、当社に独創的かつ革新的な商品開発を行ってきた印象があるのは、そのような転換点があったからなのです。

亀田 ◆ はい。その後、当社は電子文具の開発を積極的に進め、品質にもこだわってきました。

廣川 ◆ 確かに、取締役会では商品の品質管理や安全性についての議論がよく出てきますね。

亀田 ◆ 品質への対応は、ファイルが主力商品の時代から徹底しています。過去には書類の重さに耐えられず、ファイルの表紙からとじ具が抜けてしまったという報告を受けた際に、すぐにとじ具を固定する金具(リベット)の数を増やすという改善を行ったこともありました。万が一故障や不具合の報告があると、大きな事故になる前に対応し、必要に応じて自主回収やリコールに関する情報を発信するようにしています。この真摯かつ迅速に対応する姿勢は、キングジムの伝統だと自負しています。

### 風通しの良い取締役会

廣川 ◆ 当社の取締役会では、会議の議題は1週間程前に役員が閲覧できるようになっていますね。会議資料は、毎回議論に必要な情報が過不足なく載っており、良く整理されたわかりやすい資料だと感じています。

亀田 ◆ 長い間改良を繰り返してきたものなので、確かに見やすくわかりやすい資料に進化してきていると思います。

廣川 ◆ 私も含めた社外取締役から出された、「こういうデー

タを追加してほしい」とか、「比較しにくいから、こう変えてほしい」といったさまざまな要望に対しても、今回の資料にすべて反映されていますね。

亀田 ◆ 社外取締役の皆さんは、取締役会でおのおの専門的な視点から議論を交わされます。その議論を充実させるためには、当社グループの実態が把握できるように資料を更新していくことが重要です。特に社外取締役の皆さんからのご指摘は、社内では気付くことができないものも多いので、大変ありがたいです。

廣川 ◆ 私たち社外取締役も含め、当社の取締役会は、自由に発言できる風通しの良さがあります。取締役会での確かな意思決定をするためには活発な議論が必要だと考えている当社の姿勢が表れていますよね。

### 安定した財務基盤をもとに、事業環境の激変に対峙

廣川 ◆ 2023年6月期は、大変な年度になりましたね。

亀田 ◆ そうですね。コロナ禍の最初は、「どうなるのだろう」と不安になりましたが、衛生・健康用品の伸長や巣ごもり需要等を受けて業績を伸ばすことができました。しかし、その後、大幅な円安と原材料や物流費の高騰に見舞われました。当社グループは、海外で生産して日本で販売するビジネスモデルなので、利益が大幅に減少しました。

廣川 ◆ 当社グループでは、世の中でいろいろなモノの値段が高くなっている中でも、取締役会での議論も踏まえ、これまで培ってきた経営理念やビジネスモデルに則って、慎重に価格改定を進めてきましたね。

亀田 ◆ そうです。しかし、予測もできないくらい為替が円安となり、大変苦しかったです。最終的に中期経営計画の計画値も修正することになりました。

廣川 ◆ しかし、自己資本比率も高く、銀行との信頼関係でキャッシュの調達余力もありますから、中長期的には、バランスがとれているのではないのでしょうか。また、固定費の削減などにも積極的に取り組んでいます。この逆境をチャンスとしてとらえた方がいいと思いますね。

## ガバナンス

【対談】取締役 常務執行役員×社外取締役



亀田 ◆そうですね。当社の主力商品となった「テプラ」も、OA化という事業環境の変化に対応する必要性から生まれたものでした。今現在も厳しい状況ですが、「テプラ」と同じような新規概念の商品開発や、グループとして成長する新たな施策を着実に進めています。今まで行ってきた価格改定により、利益率の改善も進んでいくと考えています。

## 商品の魅力を広める活動に注力

亀田 ◆先程、廣川さんは、当社グループが独創的かつ革新的な商品開発を行ってきた印象があるとおっしゃっていましたね。

廣川 ◆はい。実は、社外取締役として就任する前から、キングジムは面白い会社だとずっと思っていました。商品を見て、「こんな面白いものを作っている会社があるのか」と感心したことを今でも覚えています。

亀田 ◆当社の新規概念商品の代表格であるデジタルメモ「ポメラ」の発売時には、発表会を開催したのですが、来場されたメディアの方に1台ずつ商品を進呈しました。テキストの入力だけに特化するという尖ったコンセプトの電子文具ですので、文章を書く機会が多い記者の方がコアターゲットになるのではないかと考えたのです。結果として、多くのメディアで「ポメラ」を取り上げてくださり、メディアの方とのつながりが広がりました。そのネットワークを活かして、今で

は当社の広報室がグループ会社のPR活動なども一部サポートしています。

廣川 ◆SNSも上手に活用されていますよね。X(旧:Twitter)の中の方が書いた本『寄り添うツイッター わたしがキングジムで10年運営してわかった「つながる作法」』を読みました。40万人以上もの多くのフォロワーがいる理由がよくわかりました。

亀田 ◆当社の新規概念商品はかなり尖ったものもあり、このような商品と当社のSNSの投稿内容は上手くマッチしていると思います。

当社商品の中には、今後も成長が見込まれるものが多くあります。しかし、特に新規概念商品は、店頭に置いておくだけでは魅力が伝わりづらいものもあります。商品の特性ごとに、市場に対してどのようにアプローチしていくべきかを見極めることが重要になってきます。新たな販路を開拓し、商品の魅力を広める活動に注力していきます。

## キングジムならではのM&amp;Aと新規事業を推進

廣川 ◆当社グループの成長戦略の一つにM&Aがありますね。

亀田 ◆2023年6月期では、EC分野で主に日用品の企画・開発・販売を少数で運営し、着実に成果を出している株式会社エイチアイエムをM&Aによりグループ会社化し、のちに当社へ吸収合併しました。

廣川 ◆M&Aの途中経過は、取締役会でも議論されています。私も、これまで、いくつかの案件で具体的な質問もしました。

亀田 ◆そうでしたね。担当部署や外部の専門家によるデューデリジェンスなども済んでいるので、基本的には問題はないはずなのですが、個人的には、優良な案件ほど「なぜ売の？」という疑問をもってしまいます。こちらが把握していないネガティブな要因があるのでは、という警戒感を抱くこともあります。

廣川 ◆その感覚は必要ですね。トップ同士の面談で受けた印象などの定性的評価も重要なポイントですね。



亀田 ◆もう一つの成長戦略である新規事業は、過去から何回も立ち上げに挑戦していますが、今回は特に力を入れて取り組んでいます。廣川さんに開催いただいた「起業家精神養成講座」もその一つですね。

廣川 ◆はい。銀行員として出向した通商産業省(現経済産業省)でベンチャー企業のサポートを手がけた経験や、大学で大学発ベンチャーの支援業務に携わった経験をもとに、社内研修を行いました。研修には、さまざまな部署から、キングジムの次世代を担う若手社員から中堅社員を中心に参加いただきました。全社レベルで新規事業に対する関心と理解が深まったという確かな手応えを感じています。

亀田 ◆経営企画部の中に新設された新規事業チームに対しても、アドバイスをいただいていますね。

廣川 ◆はい。新規事業チームに対しては、社内でも新規事業を進める上で、乗り越えるべき壁や心構えなどを、さまざまな機会を通じてお伝えしています。これからどのような提案が出てくるのか、とても楽しみにしています。

## あるべき姿に向けた基盤整備に邁進

亀田 ◆当社にとっての成長機会である海外事業とEC事業については、社内取締役等で構成される経営会議の中でも、よく議論されています。売上は拡大しているのですが、まだまだ独り立ちできる状況ではない「健全な赤字部門」。黒字化に向けて着実に育成してまいります。

廣川 ◆ぜひ、黒字化させましょう。そのためには、成長への投資を行うとともに、ガバナンスの強化を図ることも重要だと考えています。当社グループは、新しいことに向けてのチャレンジ精神がある一方で、リスクに対する警戒感や危機感も相当強い会社です。定年で退任する役員と後任との引継ぎでは、リスクに対する意識についても十分に共有しておられますね。ですから、ガバナンスの面で問題が発生する可能性は低いと確信しています。ただ、企業を取り巻くリスクが多様化し、リスクマネジメントの重要性がますます高まっています。

亀田 ◆当社のリスクマネジメント体制としては、リスクマネジメント委員会が設置されています。ここで、全社的な

リスクマネジメント推進にかかわる重要なテーマや課題が生じた場合の対応策を協議・承認しています。また、リスクに関する取り組みとして、ここ数年では、災害時における安否確認システムの導入や標的型攻撃メール訓練の定期的な実施をしています。

また、M&Aに伴って、グループガバナンスを強化するため、当社内に国内子会社統括部を設置し、子会社に対する制度面でのサポートを行っています。さらに当社の内部監査部門が子会社の監査を行い、コンプライアンス面でのチェックも行っています。

廣川 ◆まさに、キングジムグループとして、あるべき姿に向けた基盤整備が着々と進んでいますね。

## ステークホルダーの皆様へ

廣川 ◆私はさまざまな経験を経て、現在では当社グループの新規事業に関するアドバイスをしています。当社グループでは、次代の文化を創造する新規概念の商品開発や、新たな事業を共に立ち上げるパートナーを探しています。当社グループをパートナーとしてお選びいただけるステークホルダー様は、ぜひお声がけください。

亀田 ◆キングジムグループは、生活者の仕事や暮らしを快適にする事業を行っています。この統合報告書をお読みいただいているステークホルダーの皆様は、当社グループをウォッチされる投資家であるとともに、当社グループの商品を手にとって使っていただくユーザーでもあると確信しています。「世の中にないものをつくる」という信念を胸に刻み、時代を切り拓く新しい価値を追求してまいります。

# ガバナンス 役員一覧 (2023年9月14日現在)

## 取締役



**宮本 彰**  
代表取締役社長 兼 CEO  
(1954年8月11日生)

1977年 3月 当社入社  
1984年 9月 当社常務取締役  
1986年 9月 当社専務取締役  
1992年 4月 当社代表取締役社長 (現任)



**萩田 直道**  
取締役 専務執行役員  
経営企画部特命担当 (サステナビリティ、M&A担当) 兼 営業本部担当  
(1960年5月25日生)

1983年 3月 当社入社  
2010年 9月 当社取締役  
2012年 9月 当社常務取締役  
2018年 9月 当社専務取締役  
2020年 9月 当社取締役専務執行役員 (現任)



**原田 伸一**  
取締役 専務執行役員  
管理本部長 兼 CFO 兼 海外事業本部長 兼 海外販売系子会社担当  
(1961年9月19日生)

1984年 4月 株式会社東京銀行 (現株式会社三菱UFJ銀行) 入行  
2008年 4月 三菱東京UFJ銀行 (中国) 有限公司 (現MUFGバンク (中国) 有限公司) 上海支店副支店長  
2011年 4月 株式会社三菱東京UFJ銀行 (現MUFGバンク (ヨーロッパ)) ドイツ総支配人 兼 デュッセルドルフ支店長  
2014年 8月 当社顧問  
2014年 9月 当社取締役  
2015年 9月 当社常務取締役  
2020年 9月 当社取締役常務執行役員  
2023年 9月 当社取締役専務執行役員 (現任)



**亀田 登信**  
取締役 常務執行役員  
経営企画部担当 兼 EC事業部担当 兼 広報室担当  
(1963年1月24日生)

1985年 4月 当社入社  
2014年 9月 当社取締役  
2016年 9月 当社常務取締役  
2020年 9月 当社取締役常務執行役員 (現任)



**高野 真**  
取締役 常務執行役員  
調達本部長 兼 品質管理部担当 兼 国内子会社統括部担当 兼 海外生産系子会社担当  
(1961年7月14日生)

1984年 3月 当社入社  
2006年 2月 P.T. KING JIM INDONESIA 取締役社長  
2014年 9月 当社取締役  
2021年 9月 当社取締役常務執行役員 (現任)



**木村 美代子**  
取締役 常務執行役員  
開発本部長 兼 CMO  
(1964年6月12日生)

1988年 4月 プラス株式会社入社  
1999年 5月 アスクル株式会社入社  
2010年 2月 アスル株式会社代表取締役社長  
2017年 8月 アスクル株式会社取締役 CMO執行役員  
2021年 6月 アサヒホールディングス株式会社 (現AREホールディングス株式会社) 社外取締役 (現任)  
2022年 9月 当社取締役常務執行役員 (現任)  
2023年 6月 日本郵政株式会社社外取締役 (現任)



**垣内 恵子**  
社外取締役  
(1962年1月25日生)

1998年 4月 弁護士登録  
1998年 4月 宮原・須田・石川法律事務所 入所  
2003年 10月 笠原総合法律事務所 入所  
2012年 8月 涼和総合法律事務所 開設 (現任)  
2015年 9月 当社社外監査役  
2016年 6月 凸版印刷株式会社社外監査役 (現任)  
2018年 3月 株式会社矢野経済研究所 監査役 (現任)  
2019年 9月 当社社外取締役 (現任)



**廣川 克也**  
社外取締役  
(1970年1月14日生)

1993年 4月 株式会社住友銀行 (現株式会社三井住友銀行) 入行  
2005年 12月 慶應義塾大学湘南藤沢キャンパスインキュベーションマネージャー  
2012年 4月 一般財団法人SFCフォーラム事務局長  
2017年 7月 SFCフォーラムファンドファンドマネージャー (現任)  
2018年 4月 株式会社シュアール社外取締役  
2019年 9月 当社社外取締役 (現任)  
2023年 4月 一般財団法人SFCフォーラム業務統括・事務局長 (現任)



**岩城 みずほ**  
社外取締役  
(1965年8月17日生)

1988年 4月 日本放送協会松山放送局入局  
1991年 2月 フリーアナウンサー  
2007年 3月 株式会社NTTソルコ (現株式会社NTTネクシア) 入社  
2008年 6月 住友生命保険相互会社入社  
2009年 12月 オフィスベネフィット代表 (現任)  
2011年 7月 CFP®認定  
2019年 9月 特定非営利活動法人みんなのお金のアドバイザー協会 副理事長 (現任)  
2021年 9月 当社社外取締役 (現任)  
2022年 5月 MZ Benefit Consulting 株式会社代表取締役 (現任)  
2022年 8月 社会保険労務士登録



**鈴木 貴子**  
社外取締役  
(1962年3月5日生)

1984年 4月 日産自動車株式会社入社  
2001年 8月 LVJグループ株式会社 (現ルイ・ヴィトン・ジャパン株式会社) 入社  
2009年 4月 株式会社シャルダン代表取締役  
2010年 1月 エステー株式会社入社  
2013年 4月 エステー株式会社取締役 兼 代表執行役社長  
2013年 5月 株式会社シャルダン取締役 (現任)  
2020年 3月 トラスコ中山株式会社社外取締役 (現任)  
2021年 6月 エステー株式会社取締役会議長 兼 代表執行役社長  
2022年 9月 当社社外取締役 (現任)  
2023年 6月 エステー株式会社会長 (現任)



**平木 いくみ**  
社外取締役  
(1975年4月4日生)

1998年 4月 株式会社日本長期信用銀行 (現株式会社SBI新生銀行) 入行  
2003年 4月 早稲田大学商学部助手  
2009年 10月 早稲田大学総合研究機構 マーケティング・コミュニケーション研究所 招聘研究員 (現任)  
2012年 4月 東京国際大学商学部 准教授  
2018年 4月 放送大学客員教授  
2018年 4月 東京国際大学商学部 教授 (現任)  
2018年 9月 早稲田大学大学院商学研究科 非常勤講師 (現任)  
2022年 9月 当社社外取締役 (現任)

## 監査役



**清水 和人**  
常勤監査役  
(1958年1月2日生)

1981年 4月 株式会社住友銀行 (現株式会社三井住友銀行) 入行  
2008年 4月 株式会社三井住友銀行 監査部 上席審査役  
2010年 9月 当社顧問  
2010年 9月 当社常勤監査役 (現任)



**今堀 克彦**  
社外監査役  
(1973年1月10日生)

1997年 4月 ファナック株式会社入社  
2002年 4月 弁理士登録  
2002年 4月 秀和特許事務所 (現弁理士法人秀和特許事務所) 入所  
2012年 4月 秀和知財株式会社 (現株式会社IA Beacon) 取締役  
2020年 10月 特許業務法人秀和特許事務所 (現弁理士法人秀和特許事務所) 所長 (現任)  
2023年 3月 株式会社IA Beacon 代表取締役 (現任)  
2023年 9月 当社社外監査役 (現任)



**林 陽子**  
社外監査役  
(1970年5月21日生)

1991年 4月 株式会社第一勧業銀行 (現株式会社みずほ銀行) 入行  
1995年 9月 公認会計士足立光三事務所 (現信栄税理士事務所) 入所  
2001年 8月 藤間公認会計士事務所 (現TOMA税理士法人) 入所  
2005年 2月 税理士法人タクトコンサルティング 入社 (現任)  
2005年 3月 税理士登録  
2023年 9月 当社社外監査役 (現任)

## ●スキルマトリックス

氏名	役職名	指名・報酬委員	スキル・経験・知識等							
			経営経験	業界見聞	国際経験	営業マーケティング	製品開発製造	財務会計	法律	ESG
宮本 彰	代表取締役社長	●	●	●						●
萩田 直道	取締役 専務執行役員		●	●		●				●
原田 伸一	取締役 専務執行役員	●	●		●			●		●
亀田 登信	取締役 常務執行役員		●	●				●		●
高野 真	取締役 常務執行役員		●		●			●		●
木村 美代子	取締役 常務執行役員		●			●		●		●
垣内 恵子	社外取締役	●							●	●
廣川 克也	社外取締役	●						●		●
岩城 みずほ	社外取締役	●						●	●	●
鈴木 貴子	社外取締役		●				●	●		●
平木 いくみ	社外取締役					●				●
清水 和人	常勤監査役				●			●	●	●
今堀 克彦	社外監査役		●						●	●
林 陽子	社外監査役							●		●

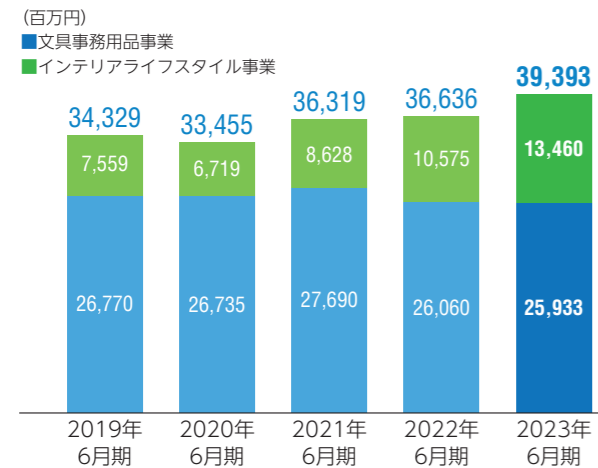
\*各取締役・監査役が有するスキル・経験・知識等のうち、主なものを最大4つを記載しています。





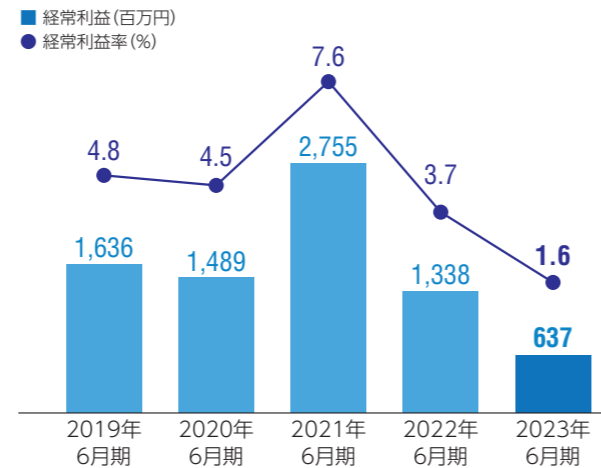
財務ハイライト

売上高



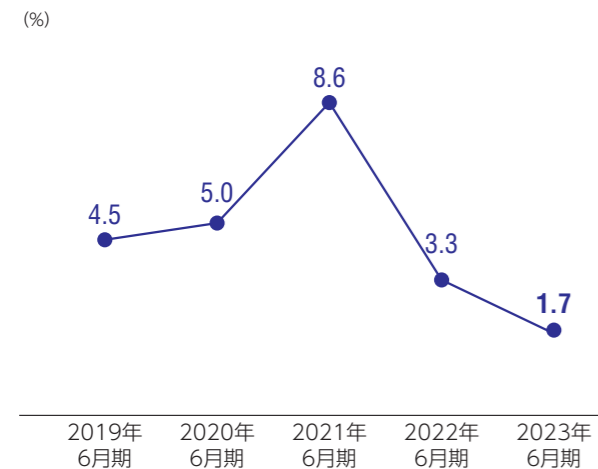
文具事務用品事業は2023年2月に吸収合併した株式会社エイチアイエムの売上寄与があったものの、前期好調だった手指消毒器「テッテ」の反動減などの影響により、売上高は前期比0.5%減となりました。一方、インテリアライフスタイル事業は、株式会社ぼん家具と株式会社アスカ商会が好調だったことに加え、2021年11月より子会社化したライフオンプロダクツ株式会社の加算もあり、前期比27.3%増となりました。

経常利益/経常利益率



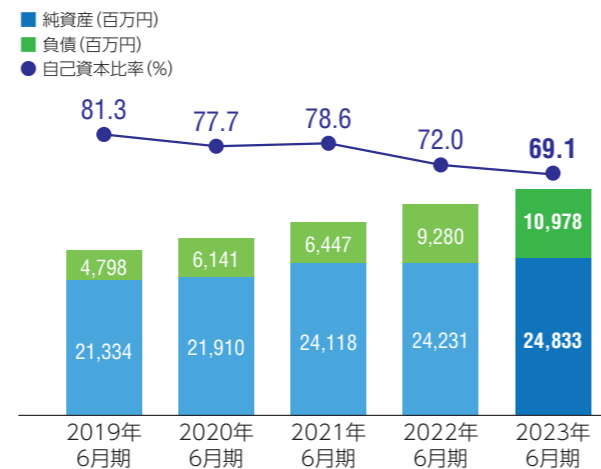
経常利益は前期比52.4%減となりました。製品の価格改定により収益の確保に努めましたが、急激な円安や物流費等の高騰、原材料価格の高止まりが利益面に大きく影響しました。

ROE



前期の特別損失で計上したような多額の固定資産除却損は剥落し、政策保有株式の売却による投資有価証券売却益の計上などで特別利益は増加したものの、営業利益以下の各利益において大幅な減益となったことから、ROEは前期から1.6ポイント減少して1.7%となりました。

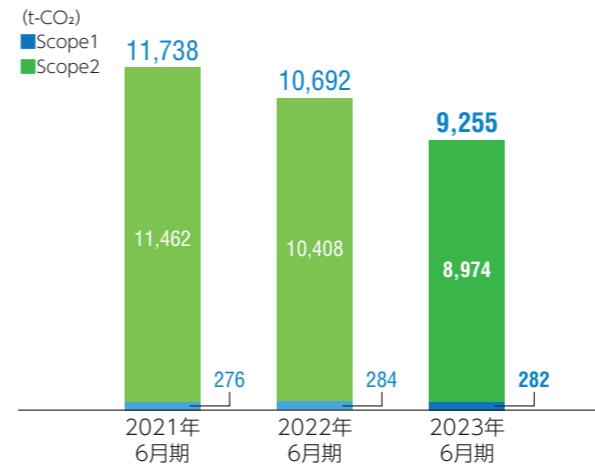
純資産・負債および自己資本比率



総資産は商品および製品、投資有価証券の増加等により、22億99百万円増加しました。また負債は、短期借入金の増加を主な要因として16億98百万円増加しました。これらのほかに、積極的なM&A実施による影響も加わった結果、自己資本比率は前期末比2.9ポイント減となりましたが、依然として70%近い高い水準を維持しています。

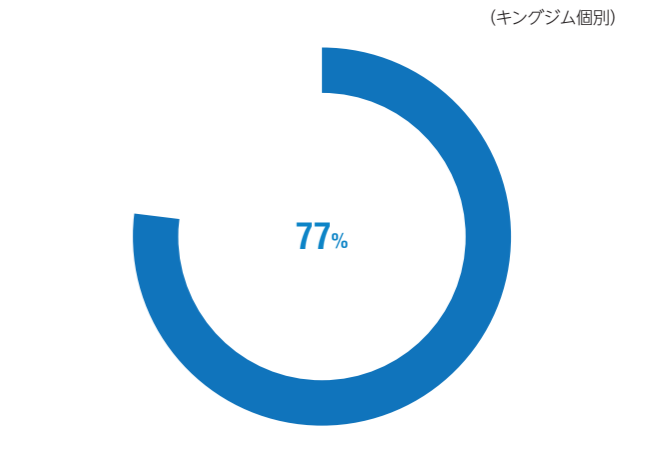
非財務ハイライト

CO<sub>2</sub>排出量 (Scope 1+2)



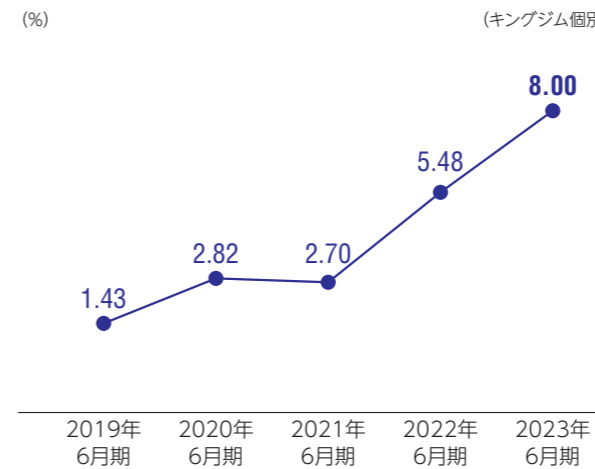
2023年6月期の実績は、低減目標の基準年である2021年6月期比で21%の低減となりました。今後も省エネ対策などを進めることで、CO<sub>2</sub>排出量の低減に取り組んでまいります。  
※2021年6月期より算定を開始しました。国別の排出係数もしくは各事業所が契約する電力小売事業者の排出係数を使用し算定しています。

環境配慮商品の売上高比率



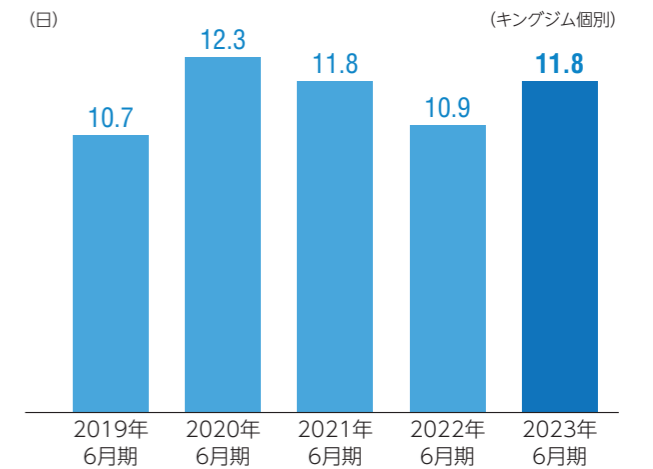
当社は、環境ラベル<sup>\*</sup>、グリーン購入法などに適合した製品を環境配慮商品と定めています。2023年6月期の売上に占める環境配慮商品の割合は77%となりました。今後も環境配慮商品の売上高比率を高い水準で維持してまいります。  
※エコマークなどの第三者認証による環境ラベルおよびキングジム独自の環境マーク。

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



当社では従業員のワークライフバランス推進の一環として、年次有給休暇の計画的な取得を促進しており、2023年6月期の平均取得日数は11.8日となりました。2024年6月期は年間最低8日間の取得を目標とし、全従業員へ周知しています。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。

11ヶ年サマリー  
 <キングジムおよび連結子会社>



単位：百万円

	2013年 6月期	2014年 6月期	2015年 6月期	2016年 6月期
売上高	29,284	30,684	33,184	34,138
売上原価	18,590	19,853	21,317	21,583
売上総利益	10,693	10,831	11,867	12,554
販管費	10,032	9,717	10,819	11,316
営業利益	661	1,113	1,047	1,238
経常利益	800	1,194	1,212	1,313
経常利益率 (%)	2.7	3.9	3.7	3.8
親会社株主に帰属する当期純利益	538	868	918	809
ROE【自己資本利益率】 (%)	3.3	5.0	4.9	4.2
ROA【総資産利益率】 (%)	2.2	3.3	3.3	3.0
営業キャッシュ・フロー	764	1,705	1,250	460
投資キャッシュ・フロー	△827	△1,421	613	△431
財務キャッシュ・フロー	△347	777	△2,335	314

	2013年 6月期	2014年 6月期	2015年 6月期	2016年 6月期
資産合計	24,381	28,268	27,608	26,993
負債合計	7,307	9,959	7,828	7,745
純資産	17,074	18,308	19,780	19,247
自己資本	16,816	18,033	19,453	18,974
自己資本比率 (%)	69.0	63.8	70.5	70.3

	2013年 6月期	2014年 6月期	2015年 6月期	2016年 6月期
設備投資	753	457	484	933
減価償却費	662	642	661	708
現金	3,114	4,169	3,818	4,032
1株当たり当期純利益 (円)	19.45	31.07	32.35	28.47
1株当たり配当額 (円)	14	14	14	14
配当性向 (%)	72.0	45.1	43.3	49.2
従業員数 (人)	2,305	2,421	2,335	2,464

その他おもな  
財務・非財務データ

	2017年 6月期	2018年 6月期	2019年 6月期	2020年 6月期	2021年 6月期	2022年 6月期	2023年 6月期
売上高	34,627	34,788	34,329	33,455	36,319	36,636	39,393
売上原価	21,653	21,198	21,146	20,554	21,880	23,159	25,203
売上総利益	12,974	13,589	13,183	12,901	14,438	13,477	14,190
販管費	11,283	11,676	11,788	11,668	12,021	12,469	13,822
営業利益	1,690	1,912	1,395	1,232	2,416	1,007	368
経常利益	1,828	2,089	1,636	1,489	2,755	1,338	637
経常利益率 (%)	5.3	6.0	4.8	4.5	7.6	3.7	1.6
親会社株主に帰属する当期純利益	1,204	1,402	963	1,081	1,963	788	419
ROE【自己資本利益率】 (%)	6.1	6.7	4.5	5.0	8.6	3.3	1.7
ROA【総資産利益率】 (%)	4.5	5.2	3.6	4.0	6.7	2.5	1.2
営業キャッシュ・フロー	3,916	1,518	1,323	1,989	3,108	△1,278	166
投資キャッシュ・フロー	△463	△487	△504	△1,357	△492	△3,578	△1,234
財務キャッシュ・フロー	△2,464	△1,574	△900	456	△1,382	3,206	1,065

	2017年 6月期	2018年 6月期	2019年 6月期	2020年 6月期	2021年 6月期	2022年 6月期	2023年 6月期
資産合計	26,971	26,979	26,132	28,051	30,565	33,512	35,812
負債合計	6,406	5,320	4,798	6,141	6,447	9,280	10,978
純資産	20,564	21,659	21,334	21,910	24,118	24,231	24,833
自己資本	20,262	21,314	21,244	21,794	24,022	24,135	24,746
自己資本比率 (%)	75.1	79.0	81.3	77.7	78.6	72.0	69.1

	2017年 6月期	2018年 6月期	2019年 6月期	2020年 6月期	2021年 6月期	2022年 6月期	2023年 6月期
設備投資	427	519	429	734	496	641	687
減価償却費	680	641	650	643	628	658	631
現金	5,007	4,466	4,368	5,410	7,032	5,637	5,923
1株当たり当期純利益 (円)	42.36	49.36	33.88	38.06	68.99	27.69	14.72
1株当たり配当額 (円)	20	17	14	17	27	22	14
配当性向 (%)	47.2	34.4	41.3	44.7	39.1	79.5	95.1
従業員数 (人)	2,334	2,172	2,307	2,239	2,157	2,102	2,019

株式情報 (2023年6月20日現在)

### 株式の概要

発行可能株式総数 100,000,000株

発行済株式の総数 31,459,692株

株主数 24,673名

所有者別株式分布

### 大株主の状況

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
東京中小企業投資育成株式会社	2,030	7.12
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,381	4.84
株式会社三井住友銀行	1,376	4.82
キングジム第一共栄持株会	1,021	3.58
株式会社三菱UFJ銀行	1,011	3.54
株式会社ヨドバシカメラ	944	3.31
三井住友信託銀行株式会社	898	3.15
有限会社メイフェア・クリエイション	853	2.99
宮本 彰	841	2.95
株式会社エムケージム	775	2.72

※ 当社は自己株式2,926,776株を所有しておりますが、上記には含めておりません。



会社情報 (2023年6月20日現在)

### 会社概要

- 商号**  
株式会社キングジム (KING JIM CO.,LTD.)
- 創業**  
1927年 4月
- 設立**  
1948年 8月
- 資本金**  
19億7,869万円
- 従業員数**  
連結：2,019人  
個別：392人
- 本社所在地**  
〒101-0031  
東京都千代田区東神田二丁目10番18号
- 事業所数**  
事業所・支店・営業所：8  
物流拠点：3
- 上場市場**  
東京証券取引所 プライム市場(コード7962)

### 拠点一覧

- 事業所・支店・営業所**

松戸事業所	千葉県松戸市
東京支店	東京都千代田区
名古屋支店	愛知県名古屋市
大阪支店	大阪府大阪市
福岡支店	福岡県福岡市
札幌営業所	北海道札幌市
仙台営業所	宮城県仙台市
広島営業所	広島県広島市
- 物流センター**

東京ロジスティクスセンター	東京都江戸川区
大阪物流センター	大阪府大阪市
福岡物流センター	福岡県福岡市
- 国内グループ会社**

株式会社ラドンナ	東京都江東区
株式会社アスカ商会	愛知県名古屋市
株式会社ぼん家具	和歌山県海南市
ウインセス株式会社	香川県高松市
ライフオンプロダクツ株式会社	大阪府大阪市
- 海外グループ会社**

P.T.KING JIM INDONESIA	インドネシア東ジャワ州
KING JIM (MALAYSIA)SDN.BHD.	マレーシア ケダ州
錦宮(上海)貿易有限公司	中国上海市
KING JIM (VIETNAM)Co.,Ltd.	ベトナム ビンズン省
錦宮(香港)有限公司	中国香港特別行政区
錦宮(深圳)商貿有限公司	中国広東省深圳市

[キングジム IRサイト](https://www.kingjim.co.jp/ir/)
[キングジム サステナビリティサイト](https://www.kingjim.co.jp/sustainability/)

統合報告書2023 編集後記

「統合報告書2023」を最後までお読みいただきまして、ありがとうございます。

はじめて発刊した昨年より、さらなる内容の充実を目指して編集いたしました。今回は、より生の声をお伝えするべく、担当役員や社員のメッセージといった内容を盛り込んでおります。お読みいただいた皆様にとって、本統合報告書が、キングジムグループの取り組みやビジョンをご理解いただく一助となりましたら幸いです。私たちはこれからも皆様との対話をより深めることにつとめていきます。今後も、より一層内容を充実させていきたいと考えておりますので、皆様からの忌憚のないご意見、ご要望を賜りますようお願い申し上げます。

最後になりましたが、本統合報告書の制作にご協力いただきました関係者各位に感謝申し上げます。



**高橋 荘太郎**  
上席執行役員  
経営企画部長 兼 監査室担当

2023年12月

おどろき、快適、仕事と暮らし

 **KING JIM**

株式会社キングジム

〒101-0031 東京都千代田区東神田二丁目10番18号

<https://www.kingjim.co.jp/>

**UD**  
**FONT**

