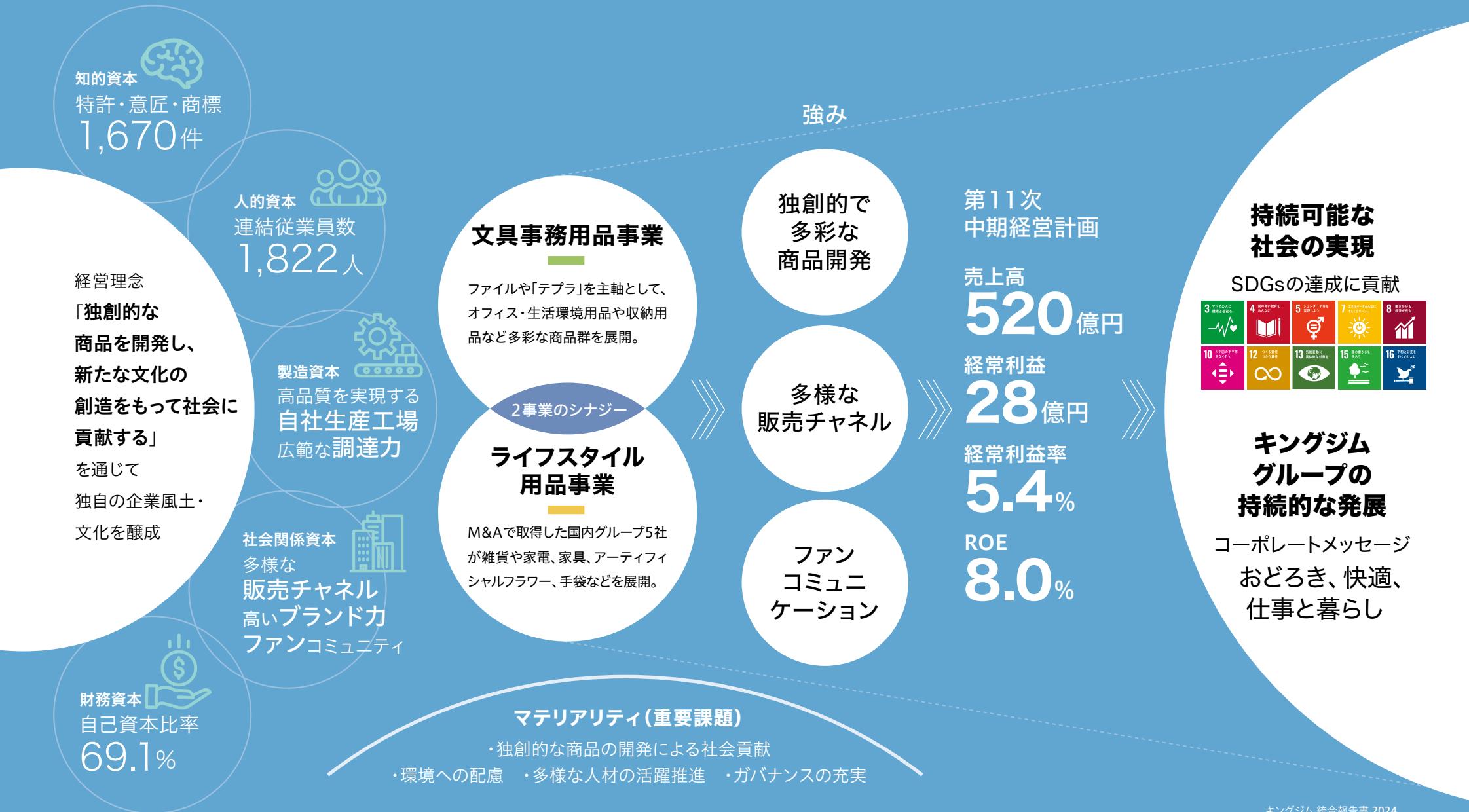


## 価値創造プロセス

経営理念のもと生み出された独自の企業文化は、当社の資本や強みの源泉となっています。

2027年までを見据えた第11次中期経営計画のもと、

2事業を推進することでめざす未来を実現させていきます。



## 価値創造の源泉

イントロダクション

価値創造ストーリー

価値創造戦略

価値創造の基盤

データ集

キングジムグループの価値創造の源泉には、「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」という経営理念に根ざした、独自の企業風土や文化があります。キングジムはこれからも独創的な商品を届け、新たな文化をつくることで社会への価値を提供していきます。

つねにアイデアを  
出し続ける姿勢

### 世の中にはないものをつくる

変化する時代に合わせ、新たなアイデアを探求し続けています。独創的な商品をつくるためには、皆で意見を出し合うことが大切です。当社では、セクショナリズムのない社内の活発なコミュニケーションを活かし新しい発想を大切にすることで、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います。



新たな文化をつくり出した製品

企業風土・文化

クリエイティブな  
商品を生み出し  
続ける

社内横断で  
商品を届ける

ユーザーの  
目線に立つ  
思いやり

### 開発から販売まで一体で進める

文具事務用品からライフスタイル用品まで、幅広い商品を扱うキングジムでは、開発、営業、経営企画、品質管理、広報などの多くの部門が連携し、商品が世に出るまでのプロセスをワンストップで進める体制が整っています。この「部門を超えたつながり」が、ジャンルを問わず短いスパンで新商品を発売することを可能にしています。



部門を超えた会議を開催

### ファンとの双方向の関係性

キングジムは、国内企業で広報活動を目的としたSNS利用が少なかった黎明期の2010年に、Twitter(現:X)の公式アカウントを開設しました。はじめは新製品など当社からの一方的な発信でしたが、ファンの皆様からの要望を受けて、日常的な会話も活発に行う双方向のコミュニケーションが強みとして定着しています。



キングジムのX(旧Twitter)  
アカウント



ファンの声で商品化した  
「イラストシール」

## キングジムの強み

時代に合わせた独創的な商品を幅広い顧客層に提供しています。また、SNSをはじめとしたファンとのコミュニケーションを活用し、それらの声を反映させながら、つねに新しい価値を提供し続けていることがキングジムの強みです。

イントロダクション

価値創造ストーリー

価値創造戦略

価値創造の基盤

データ集

12

つねにアイデアを  
出し続ける姿勢

### 独創的で 多彩な 商品開発

年間で生まれる  
商品の数  
約30種



社内横断で  
商品を届ける

### 多様な 販売チャネル



ユーザーの  
目線に立つ  
思いやり

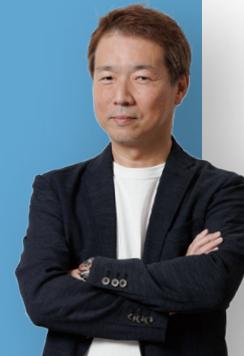
### ファン コミュニ ケーション



### 仕事と暮らしの未来に目を向ける

お客様の仕事と暮らしに「便利で快適・安全に、そして彩り」を提供することをテーマにユニークな商品開発を進めています。時代の変化とともに「働く現場」や「暮らし」も目まぐるしく変わっています。多様性に富んだメンバーがさまざまな視点で変化の一歩先を見据えた商品開発に取り組んでおり、お客様に感動体験を届けるだけでなく、ファンになってもらえるよう活動しています。

執行役員 開発本部副本部長 立石さん



### お客様へ価値をお届けする挑戦

お客様がいいね！と思った商品があっても、購入に至らなければその価値をお届けできません。看板商品「テプラ」はオフィスから働く現場へと提案の場を広げています。従来からの販売チャネルには価値ある情報を販売パートナーを通じてお客様へお届けしています。新設のデマンドチェーンクリエーション部では「開発×営業」がマーケット視点の商品化と最適な販路開拓に挑戦しています。

執行役員 営業本部長 谷口さん



### 長期目標でファンと良好な関係構築を

広報活動として現在はX、Facebook、Instagram、YouTube、TikTokを運営しています。メディアの特性を活かしながら、楽しい内容から有益な情報まで、毎日飽きずに見ていただけるような発信を心がけています。今後も、世の中のセオリーにとらわれず、ファンにとってのベストな情報選択ができるよう、社会と当社の両方に軸足を置くことを意識していきます。

広報・IR部 IR・コーポレートプランディング課長 三浦さん

