



 **KING JIM**

統合報告書 2022



統合報告書 2022
CONTENTS



イントロダクション

02 経営理念

トップメッセージ

03 トップメッセージ

価値創造ストーリー

07 価値創造の歴史

09 キングジム ハイライト

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 CFOメッセージ

サステナビリティ

21 サステナビリティマネジメント

23 独創的な商品の開発による社会貢献

25 環境への配慮

27 多様な人材の活躍推進

ガバナンス

29 コーポレート・ガバナンス

33 コンプライアンス

35 リスクマネジメント

36 社外取締役メッセージ

37 役員一覧

インフォメーション

39 11ヶ年サマリー

41 株式情報

42 会社情報・編集後記

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：2022年6月期 (2021年6月21日～2022年6月20日)
※上記期間前後の内容も一部含まれます。

ディスクレーマー

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。



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。

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。

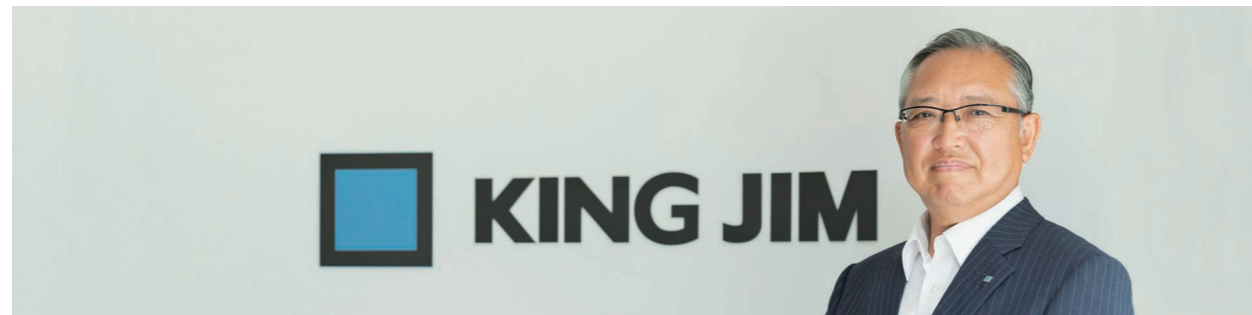
当社の歴史を振り返ると、経営理念「独創的な商品を開発し、新たな文化の創造をもって社会に貢献する」をまさに体現し続けてきました。社員全員に理念が根づいており、すべての行動の原点になっています。これからも、経営理念のもと、キングジムらしさを追求していきます。

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こりました。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。

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

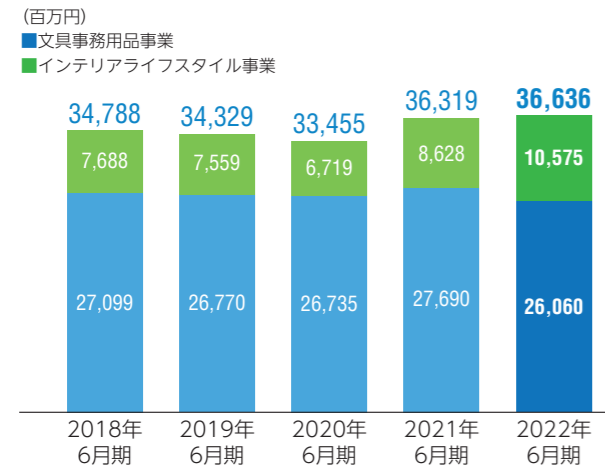
インターネットによるキッチン用品・生活雑貨などの通信販売



キングジム ハイライト

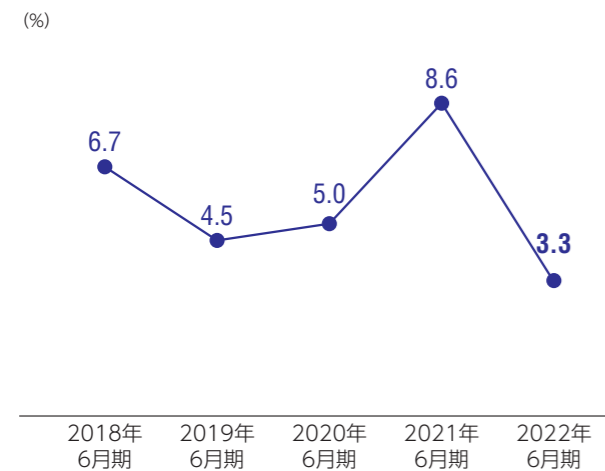
財務ハイライト

売上高



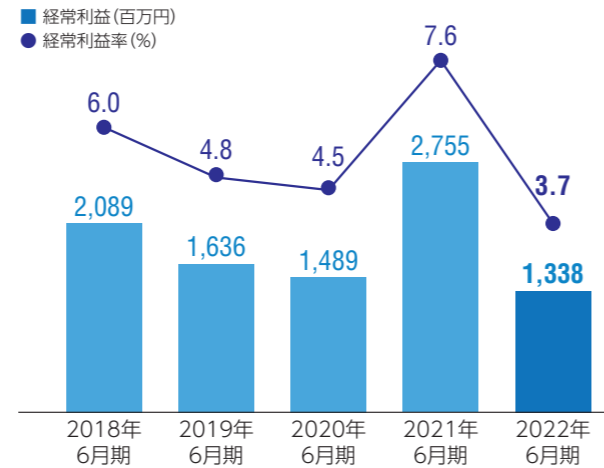
文具事務用品事業は、半導体不足や生産国のロックダウンの影響で主力商品の品切れによる機会損失が発生し、5.9%の減収となりました。一方、インテリアライフスタイル事業は、巣ごもり需要の反動減はあったものの、キッチン家電「Toffy」ブランドの好調な推移や2021年11月にグループ入りしたライフオンプロダクツ(株)の寄与などにより、22.6%の増収となりました。これらの結果、全体では0.9%の増収となりました。

ROE



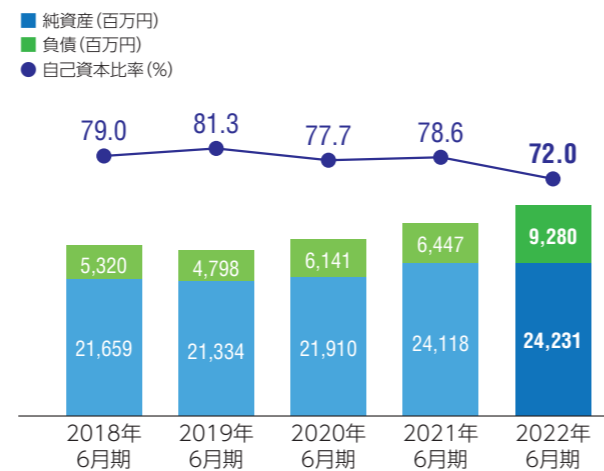
親会社株主に帰属する当期純利益が過去最高益であった前期と比較して59.8%の大幅減益となったことから、ROEは前期よりも5.3ポイント減という結果となりました。

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。

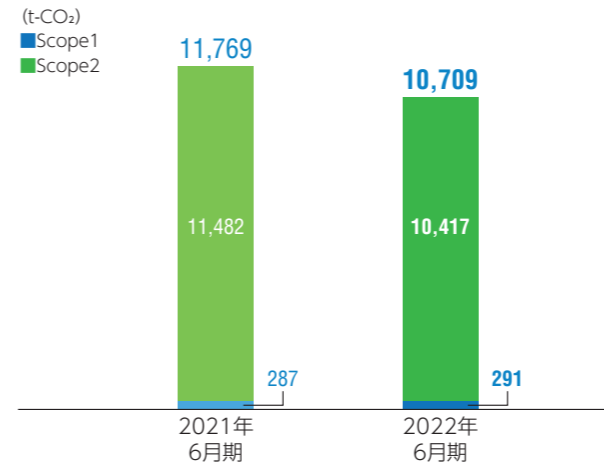
純資産・負債および自己資本比率



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。

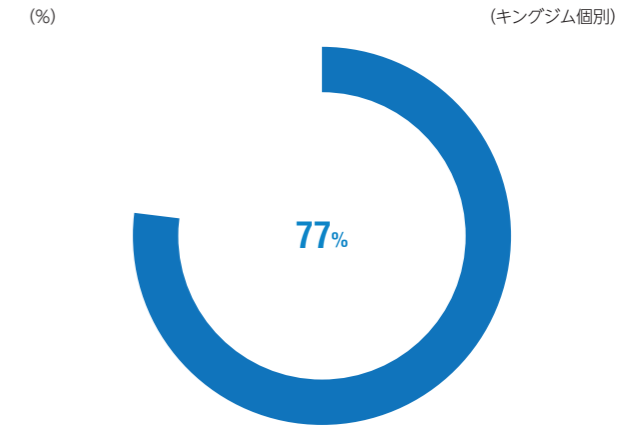
非財務ハイライト

CO₂排出量 (Scope1+2)



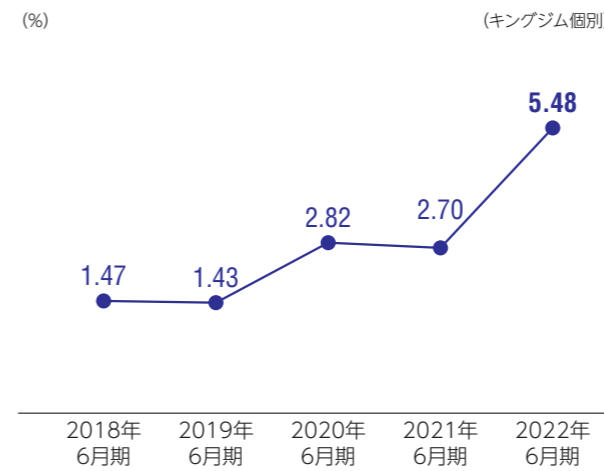
今後も省エネ対策などを進めることで、CO₂排出量の削減に取り組んでまいります。
※2021年6月期より算定を開始しました。電力の排出係数は、電気事業者別排出係数の調整後排出係数を使用しております。

環境配慮商品の売上高比率



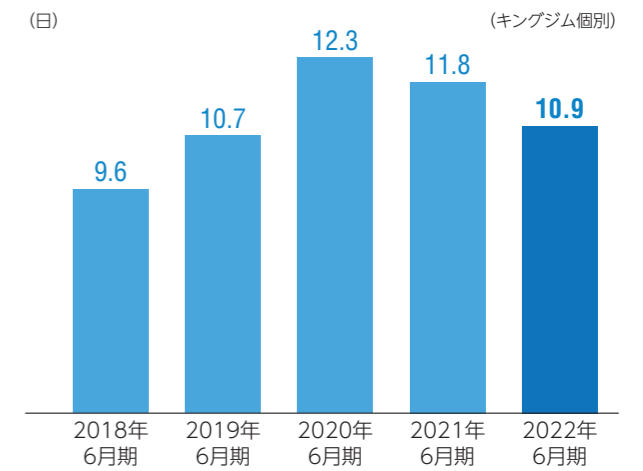
当社は、環境ラベル^{*}、グリーン購入法などに適合した製品を環境配慮商品と定めております。2022年6月期の売上に占める環境配慮商品の割合は77%となりました。今後も環境配慮商品の売上高比率を高い水準で維持してまいります。
※エコマークなどの第三者認証による環境ラベルおよびキングジム独自の環境マーク。

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

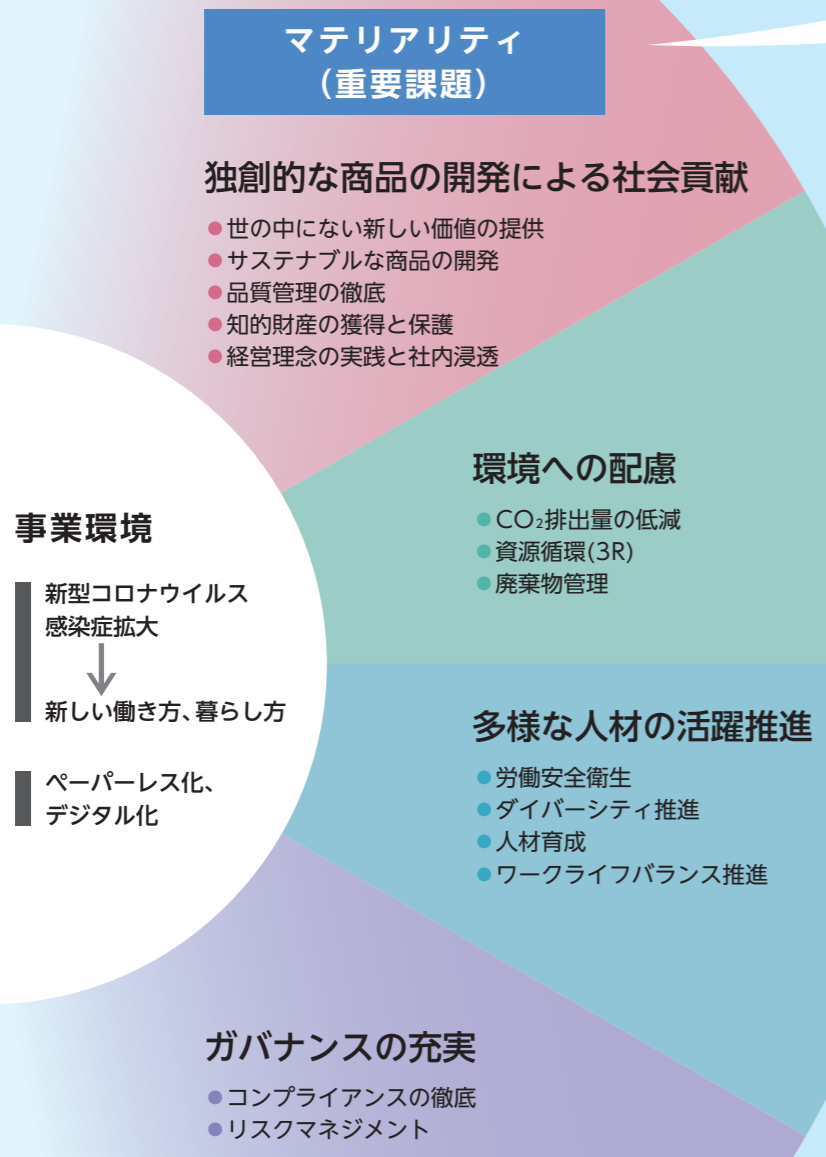


当社では、年次有給休暇取得日数の目標を定めて全従業員へ周知しており、2023年6月期は年間最低7日間を目標としています。平均取得日数は2017年から上昇していましたが、2020年に導入・改定したテレワークや時差勤務制度など、有給休暇以外にワークライフバランス向上の選択肢が増えたことから、2020年以降は平均取得日数にその影響が出ています。引き続き、全従業員が積極的に有給休暇を取得できる環境を整えていきます。

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

- 世の中にない新しい価値の提供
- 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

環境への配慮

- CO₂排出量の低減
- 資源循環(3R)
- 廃棄物管理

多様な人材の活躍推進

- 労働安全衛生
- ダイバーシティ推進
- 人材育成
- ワークライフバランス推進

ガバナンスの充実

- コンプライアンスの徹底
- リスクマネジメント

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

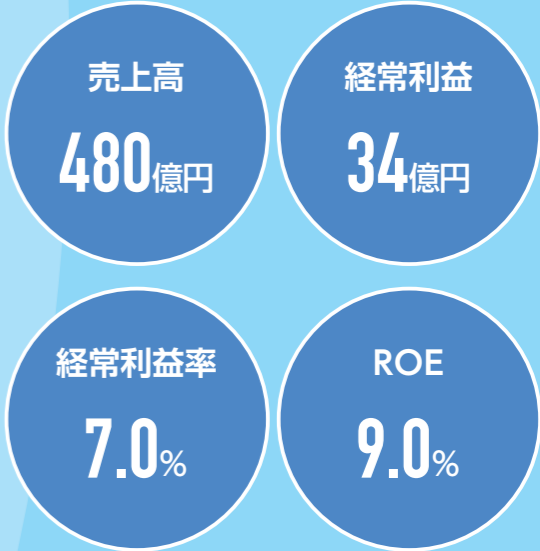
SDGsの達成に貢献

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

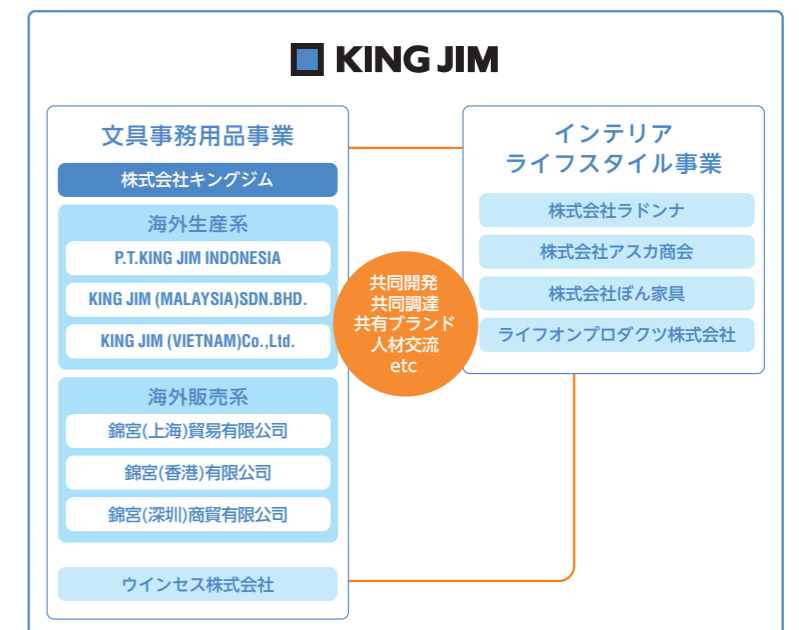
Eコマースの台頭をはじめとした市場環境の変化により、お客様の購買行動も多様化しています。キングジムは、お客様がどこでも当社の商品をご購入いただけるよう、全国の文具店をはじめ、量販店、雑貨店、通販業者など多様な販売チャネルを網羅しています。

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。

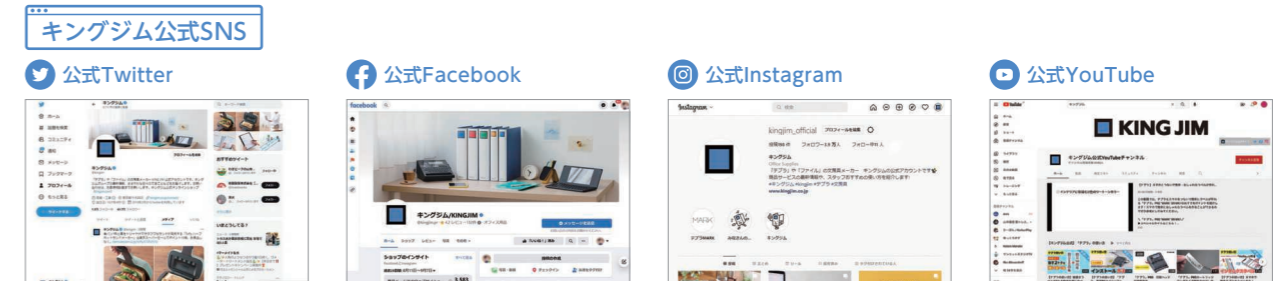
キングジムグループとして、共同開発・調達やブランド戦略の展開、人材交流など、保有する経営資源を最大限に活用し、グループ経営を推進することによって持続的な成長を目指します。



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。

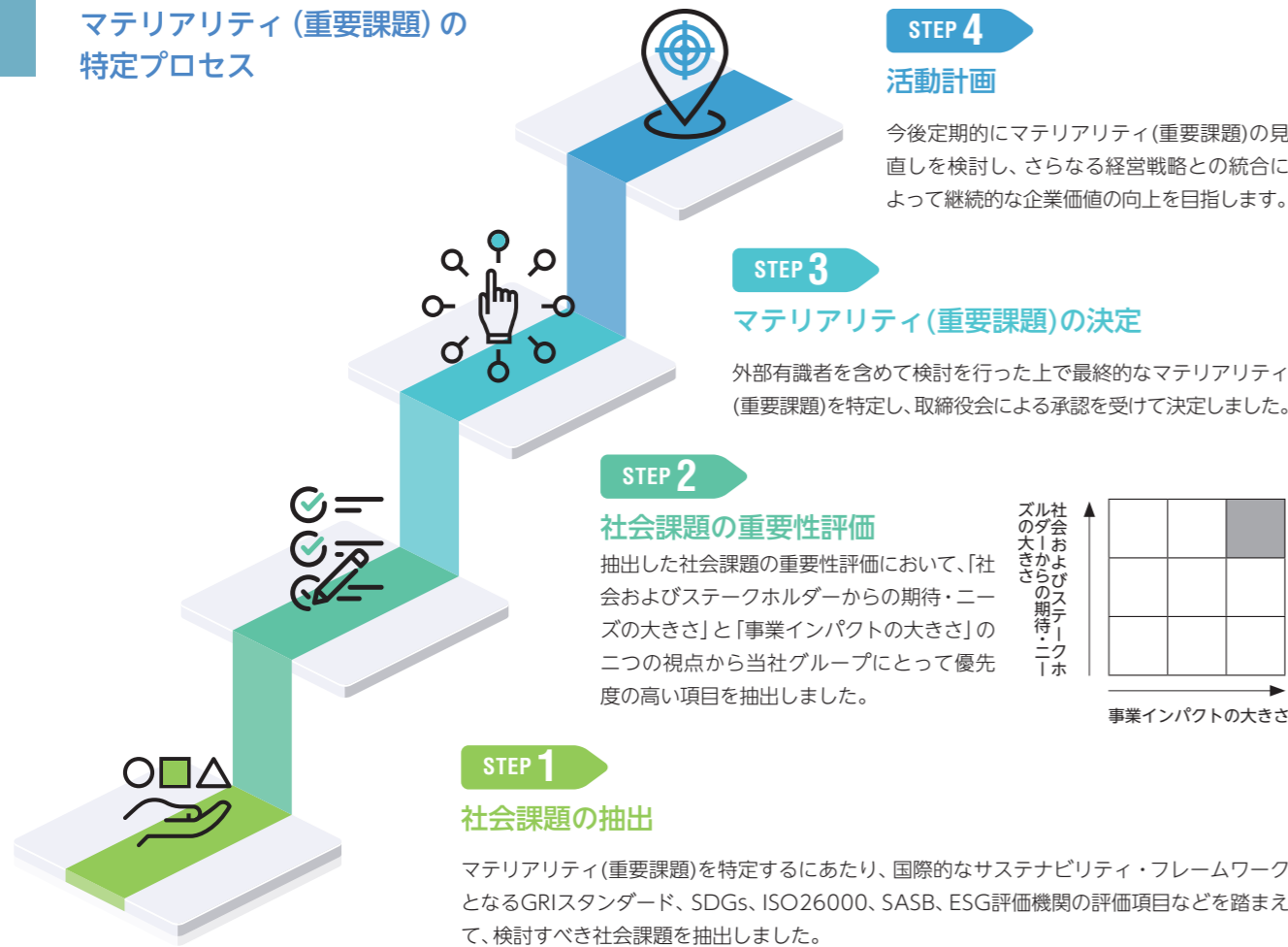
当社ファンの皆様との双方向の関係性を大切に、今後も日々コミュニケーションの充実に努めてまいります。





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**

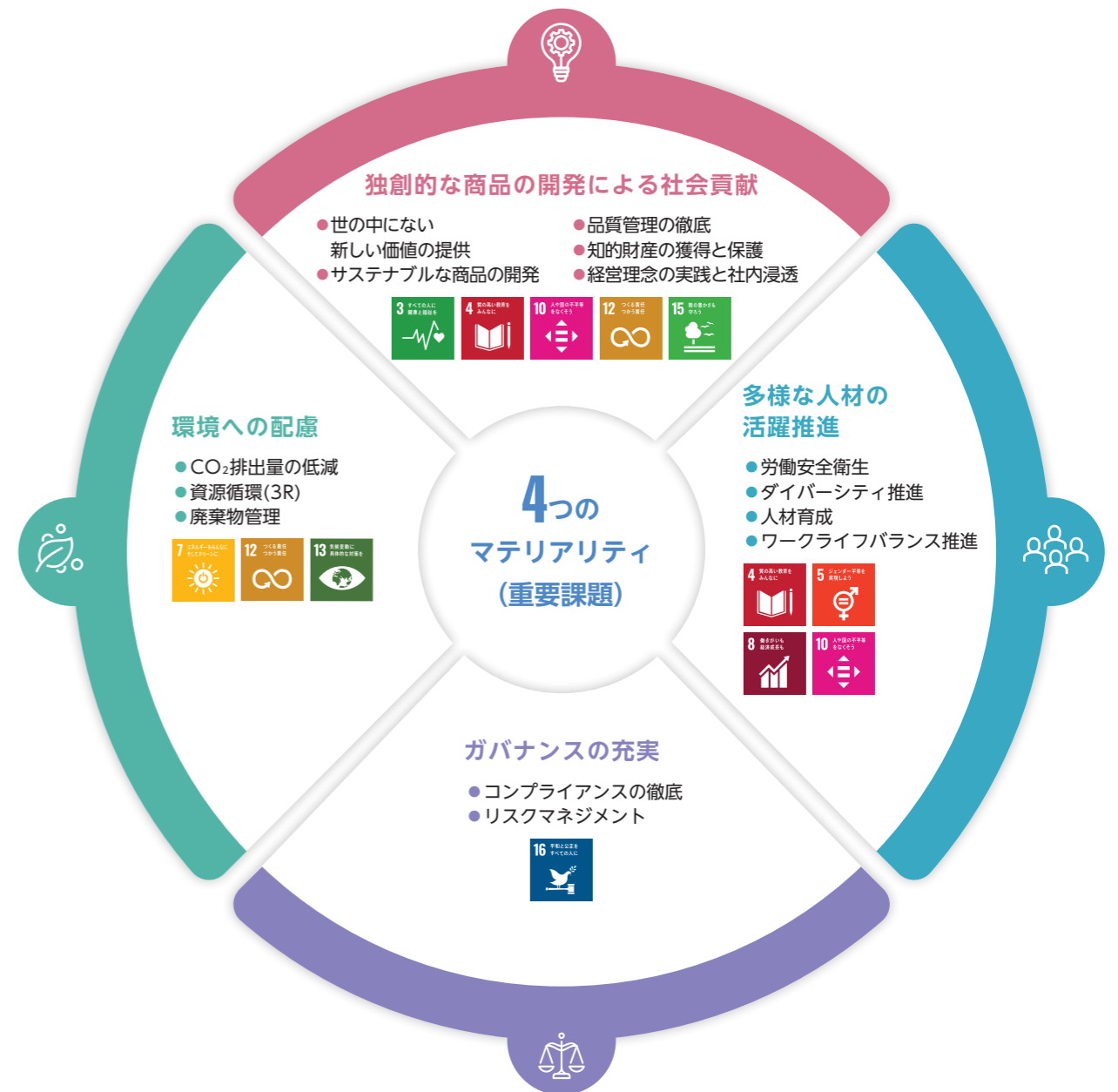
キングジムは経営理念「独創的な商品を開発し、新たな文化の創造をもって社会に貢献する」が企業文化として根付いており、マテリアリティにも「独創的な商品による社会貢献」という経営理念の実現を軸とした項目が含まれているのが特徴です。市場が成熟する中、独創的な商品の開発は困難ですが、だからこそ世の中のない新しい商品やサービスを作ることさえできれば、大きな価値を生み出すことができるため期待しています。本年度のマテリアリティ特定に有識者として参加しましたが、この経営理念をサステナビリティでも活かすことで、ステークホルダーへの貢献、社会課題の緩和および解決に貢献が期待できると感じました。

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。



第10次中期経営計画の進捗

新しい働き方・暮らし方が広がり、ペーパーレス化・デジタル化が進行している中、ファイル依存の収益構造から脱却を図るため、2021年7月に第10次中期経営計画(2022年6月期～2024年6月期)を策定しました。「成長分野への注力」と「基盤事業の更なる強化」の方針に基づき、当社グループが保有している柔軟な開発体制や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、アフターコロナに向けて経営基盤を固め、持続的な成長を目指します。また、サステナブル(持続可能)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

「成長分野への注力」と「基盤事業の更なる強化」

1 事業領域の拡大

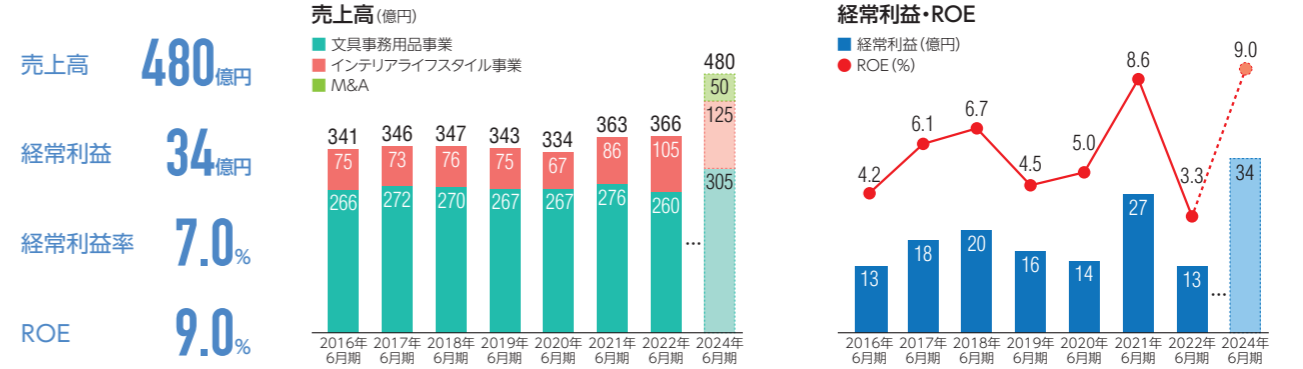
2 海外3工場の競争力強化

3 サステナビリティへの取り組み

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	衛生・健康用品	新型コロナウイルス感染症拡大で激変した新しい生活様式に対応した商品の企画・開発。
		オフィス・生活環境用品	テレワーク、おうち時間向けに当社のブランド力、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。
		女子文具	ステーショ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。
	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。
		ステーショナリー	既存カテゴリーの強化と新規カテゴリー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のキッチン家電や女子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上の飛躍的な拡大。
		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。

経営数値目標



取り組み状況(1年目の成果)

M&A

2021年11月にライフオンプロダクツ株式会社の全株式を取得し、子会社化しました。同社は、生活家電や雑貨、ルームフレグランスなどの企画・販売を行っており、グループ入りによってインテリアライフスタイル事業の飛躍的な拡大を目指します。

新商品発売

成長分野である「オフィス・生活環境用品」では、音響設備が不要なスピーカーとマイクが一体型となった拡声器「スピーカー付きマイク」を発売し、学校や公共施設の備品としてご好評をいただいております。また、「衛生・健康用品」では、新型コロナウイルス感染症対策向けに、室内のCO₂濃度を表示できる「CO₂モニター」を新たに発売しました。「インテリアライフスタイル事業」においては、株式会社ラドンナのキッチン家電や株式会社アスカ商会のアーティフィシャルフラワーといった主力商品が好調に推移しました。また、基盤事業の更なる強化として、「テプラ」の最上位モデルとなる「SR-R980」を発売しました。



今後の重点施策

新商品

「オフィス・生活環境用品」のアルコール検知器「アルコールチェッカー」や「デジタル文具」のデジタルメモ「ポメラ」の新商品「DM250」といった商品の拡販をさらに進めつつ、引き続き社会のニーズにあった商品を開発していきます。「インテリアライフスタイル事業」においても各グループ会社の主力商品の新商品開発や取扱商品の拡大を行います。



価格改定

原材料・諸資材価格高騰に対し、経費削減や生産性の向上による価格維持に努めてきましたが、自助努力だけでは従来の価格を維持することが極めて困難な状況となったため、一部商品の価格改定を実施して収益性の改善を目指します。

グループシナジー

グループ会社共同で商品調達・品質管理を行うことによる効率化、国内・海外問わず販路の相互活用による売上拡大など、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も含めたグループシナジーの創出を図ります。

M&A

事業領域拡大の重要な手段として、グループシナジーが期待できるM&Aを積極的に検討し、事業ポートフォリオの拡充を進めます。

CFOメッセージ

安定した財務基盤のもと、成長投資を推進し、“攻め”と“守り”の財務戦略で業績向上を目指します。

取締役 常務執行役員 管理本部長 原田 伸一



M&Aによる成長分野の伸長を追い風に業績を拡大

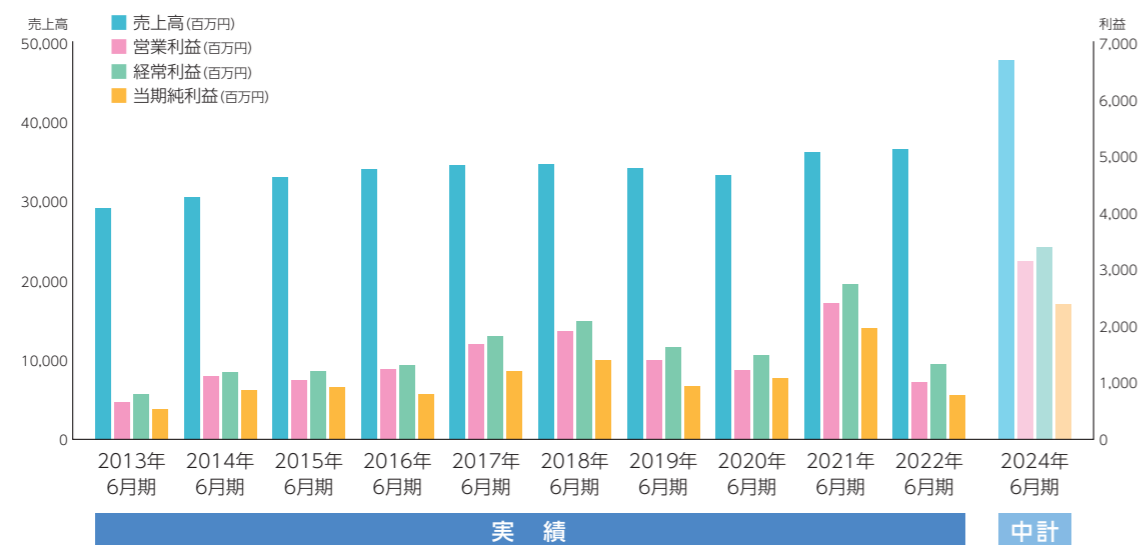
当社は基盤事業である文具事務用品事業において、独創的な商品の開発に取り組むとともに、2000年代よりM&Aをはじめとする成長投資を積極的に実践し、事業領域の拡大を推進してまいりました。2014年1月のインテリア家具・雑貨のEC販売を手掛ける(株)ぼん家具のM&A以降、成長分野に位置づけるインテリアライフスタイル事業の伸長により上昇トレンドに乗り、2014年から2018年まで5期連続の増収増益を達成しました。

2021年6月期においては、コロナ禍にあって「テック」などの手指消毒器の売上が伸長したほか、巣ごもり需要によりインテリアライフスタイル事業を手掛

けるグループ会社の業績が好調に推移し、ウインセス(株)がグループ入りしたことや各種コスト削減の効果もあり、当期純利益が過去最高となりました。

2022年6月期の連結業績は、半導体不足による「テプラ」の品切れや生産国のロックダウンによるファイルの品切れの影響を受け、文具事務用品事業の売上が減少したものの、2021年11月より子会社化したライフオンプロダクツ(株)の売上寄与により、前年比0.9%の増収、利益面では急激な円安や原材料価格・物流費などの高騰により減益となりました。

2023年6月期については、前期に供給難となった一部主力商品の売上の回復が見込まれ、ライフオンプロダクツ(株)の業績が通年寄与し、グループ会社の各社業績も堅調に推移すると予想されます。一部製品の価格改定も進めており、収益の改善を目指しています。



成長戦略と財務戦略は表裏一体 強固な財務基盤をもとに積極投資を実行

CFO(最高財務責任者)として、企業価値向上を担う「成長戦略」と、それを支える「財務戦略」は表裏一体であるべきと考え、第10次中期経営計画のもと、引き続き成長投資を積極的に行ってまいります。成長分野へ120億円の戦略投資を計画しており、この内、20億円は主に新製品開発と生産設備投資で、既存事業における競争力を強化していきます。100億円をM&Aをはじめとした事業領域の拡大に充て、すでにライフオンプロダクツ(株)、2022年9月には(株)エイチアイエムの株式を取得しています。当社の過去10年の業績推移を見ても、M&Aは重要な成長ドライバーの一つとして業績に貢献してきました。文具事務用品だけでなく、キッチン雑貨や家電・生活用品などを手掛けるメーカー・EC事業を重要なターゲットセクターとし、課題であるファイル依存の収益構造からの脱却を図ってまいります。

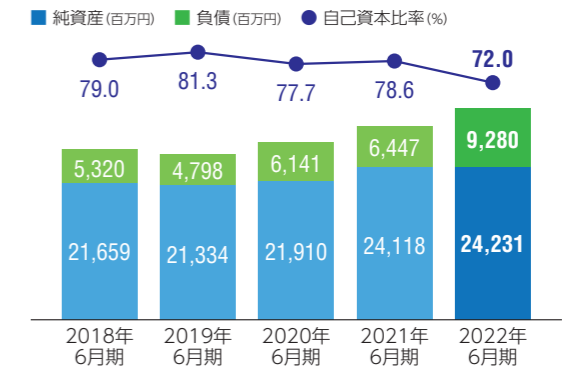
M&Aにより成長のための時間を買い、統合の効果を実感なものにしていくには、譲渡価額の精査、財務・税務・法務面の緻密なデューデリジェンス、およびグループ入り後のPMI(統合プロセス)もきわめて重要です。これまで多くのM&Aを実践してきた知見をもとに管理体制強化の支援、決算・内部統制・社内規程・情報セキュリティなどの整備をサポートするとともに、シナジー効果の最大化による業績向上を目指していきます。

業績に資する“攻めの財務戦略”を推進するには健

全で強固な財務基盤を維持していくことが前提となります。当社の自己資本比率は80%近くで推移してきましたが、2021年11月に当社グループ入りしたライフオンプロダクツ(株)の全株式取得に伴い、直近の2022年6月期末は72.0%となりました。

それを踏まえても、デット・エクイティ・レシオは0.18倍に留まっています。資金調達については従来の銀行借入を核に、より一層の財務体質の強化や資金の効率化を図るため、棚卸資産の的確なコントロールに加え、キャッシュ・マネジメント・システムの導入、シンジケートローンや債権流動化など多様な手法の検討も進めていきたいと考えています。

収益体質の強化策としては、随時行っているコストダウン活動に加えて、当社では数年ごとにテーマを定め、部門やグループ会社間を横断したコスト削減プロジェクトを編成しています。削減策を水平展開することで高い成果の創出に取り組んでいます。



財務情報に加え非財務情報も広く発信 ステークホルダーとの対話を深化

強固な財務基盤を維持することで、株主還元については経営上の重要課題の一つに位置づけ、配当性向40%を基準とした安定配当を目指しています。2023年6月期も、2022年6月期と同額の1株当たり22円の配当を予定しています。また、株主優待についても対象・金額を見直し、キングジム公式オンラインストアからお好きな商品を選べる形に充実させました。

なお、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。2022年6月期は急激な円安進行により相応の影響を受けたものの、マイナス幅のある程度軽減することができました。今後も予測困難な為替動向を注視しつつ、適切なリスクヘッジを進めてまいります。

当社の経営戦略、事業活動をご理解いただき、企業価値向上を実現していくには、株主・投資家の方々をはじめステークホルダーの皆様とのエンゲージメントの向上が必要不可欠です。当社ではプライム市場への移行を機に、2022年4月にIR推進委員会、同年6月にIR推進室を新設しました。IRサイトの改修、決算説明の動画掲載、個人投資家向け会社説明会の実施など、新たな施策をすでに進めています。

さらに企業の持続的成長の大前提となるサステナビリティへの取り組みも全社的に推進し、CFOとして、従来の財務情報に加え非財務情報も広く発信していきたいと考えています。今後も事業環境の変化を見据え、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。

サステナビリティマネジメント

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。2022年3月、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」を策定しました。

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

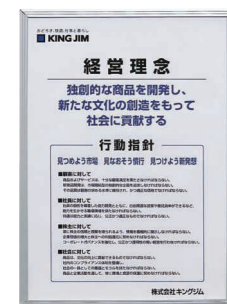
キングジムグループは、企業活動を通じて持続可能な社会の実現と当社グループの持続的な発展を目指します。

- 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。

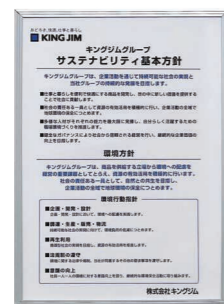
サステナビリティ推進体制

サステナビリティ向上の取り組みを推進するために、2021年9月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ました。また、同時期に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



サステナビリティの意識向上への取り組み

社内キャンペーン「SDGs大作戦」

サステナビリティに対する意識を高め、SDGsをより身近に感じるためのキャンペーン「SDGs大作戦」を開催し、キングジム社員全員と国内グループ会社社員の計750名が参加しています。毎日の生活の中で気軽にできる取り組みを各自一つ以上を選んで申告し、実践しています。



取り組み

- ① マイボトルの活用
- ② マイバッグの活用
- ③ 階段の利用
- ④ こまめな消灯
- ⑤ 節水



啓発活動

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、また、役員・社員に向けた勉強会を実施しています。今後はさらなる社内意識の向上を図るため、eラーニングなども実施予定です。

社内オリジナル漫画「さすてにゃ通信」

キングジムグループ全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、キングジムや他社のサステナビリティの取り組みを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。

社内有志が制作する「さすてにゃ通信」内に登場するキャラクターは、社内で大人気となっており、サステナビリティ活動の社内啓蒙の一助となっています。



社員に当社商品パターン コンビニエコバッグを配布

「SDGs大作戦」の取り組みの一つ、「マイバッグの活用」でも使用できる当社商品パターン コンビニエコバッグを社員全員に配布し、買い物におけるマイバッグの使用を推進しています。



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



世の中にない新しい価値の提供／経営理念の実践と社内浸透

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」のもとで、世の中にない商品をつくり続けています。当社は、「キングファイル」「テプラ」「ポメラ」と、そのジャンルのパイオニアとして、新しい市場を開拓してきました。時代のニーズに合わせて、「誰かがすごく欲しいものをつくる」という観点から独創的な商品を生み出すために、商品開発を行う上で大切にしていることがあります。

「ファーストペンギン」

ペンギンには、最初の1羽が餌をとるために海に飛び込むと、群れがその後に続く習性があります。様子を見て、安全そうだと確認してから飛び込んだほうがリスクが少ないため、賢い生き方といえるかもしれません。最初に飛び込むペンギンは、大きなリスクを負う反面、大きく、おいしい魚を真っ先に食べることができます。マーケティング用語で「ブルーオーシャン」に似たことばですが、「世の中にない商品をつくり、新しい市場を生み出すためには、勇気を出して最初に飛び込まなければならない」という意味です。「ファーストペンギン」は当社が目指す商品開発の考え方です。

「多数決はしない」

商品化を決定する開発会議で、多数決は行いません。10人中9人が欲しいと思わなくても、一人が熱烈に「欲しい」と思えば、市場に需要があると考え、商品化が承認されます。

「失敗を恐れず、ホームランをねらえ」

新商品の中には売上が伸び悩むものもありますが、10個のうち1個がヒットすれば、残り9個分の失敗を取り返すことも可能です。失敗を恐れて凡打を続けるより、「キングジムらしい」商品で一発ホームランをねらいます。

品質管理の徹底

当社は、お客様に安心して商品を使っていただけるよう、商品の使いやすさや安全性・信頼性を測定する試験を行っています。JISで定められた規格や電気用品安全法、VCCI^{*1}、電波法、RoHS指令^{*2}などに準拠した設計を実施し、かつ商品が満たすべき品質の要求事項をまとめた当社の『設計仕様標準書』に基づき、お客様に安心してご使用いただける商品づくりを心がけています。商品の発売後も、工場や製造元から出荷された商品に対して、JISで定められた抜き取り検査や、必要に応じて全数検査を実施し、品質が確保されているかを検証しています。また、商品在庫の抜き取り検査を行い、品質が維持されているか確認を行っています。

^{*1} VCCI: Voluntary Control Council for Interference by Information Technology Equipment の略。情報機器が発する電波の規制内容を協議する業界団体。また、同協議会によって定められた、電子機器から発生する妨害電波に関する規格。
^{*2} RoHS指令: Restriction of the use of certain Hazardous Substances in electrical and electronic equipment の略。EU(欧州連合)内にて取り扱われる電気・電子機器に含まれる特定有害物質(10物質)の使用を規制した指令。

知的財産の獲得と保護

当社は、「キングジムグループ コンプライアンスプログラム」に従い、キングジムグループの知的財産権(特許権、実用新案権、意匠権、著作権、商標権など)を尊重するとともに、他者の知的財産権を尊重しています。

「商品開発規程」に知的財産の取得、管理、活用について定めています。開発部門と知的財産部門は、企画・設計段階において知的財産権の調査を行い、第三者の知的財産権の侵害を防止するとともに、当社の独創的な商品やブランドに関する知的財産権の取得を積極的に行っています。

また、職務発明報奨の制度を社内規程として定め、当社の発展に資する発明を奨励しています。

重要テーマ

- 世の中にない新しい価値の提供
- 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



サステナブルな商品の開発

● 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。

2022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



● SDGs達成に繋がる商品開発

当社は、サステナブル(持続可能)な社会の実現のため、国際社会共通の目標であるSDGsの達成につながる商品の開発を行っています。

電子メモパッド

「ブギーボード」

何度でも書いて消せる手軽なメモパッドで、筆談でのコミュニケーションや計算問題などの学習ツールとしてお使いいただけます。



アルコールディスペンサー

「テッテ」

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。



開発担当役員からのメッセージ

「おどろき、快適、仕事と暮らし」で新しい価値創造を。

創業以来、「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」という経営理念に基づいて事業を成長させてまいりました。お客様にとっての問題解決や新しい発見を最初にご提供していく企業であり続けたい、という思いで商品を開発しております。

これまで文具事務用品を中心に事業を展開してまいりましたが、昨今の働き方の多様化や市場環境、お客様のマインドの変化を成長機会ととらえ、「新しい暮らし」に着目し、お客様に喜んでいただける独自価値ある商品を開発し、事業領域の拡大に努めてまいりたいと思います。今後は、より一層環境やSDGsを意識したサステナブルな商品を開発し、お客様への価値提供とともに社会に対しても貢献してまいります。

取締役 常務執行役員 開発本部長 木村 美代子



マテリアリティ(重要課題)
環境への配慮

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めます。

CO₂排出量の低減

● 気候変動への対応

地球温暖化による気候変動は、我々と地球環境の持続性を脅かすリスクであり、我々のビジネス、お客様、サプライチェーンにも影響を及ぼしています。それらの気候変動に起因するさまざまな問題に対し、キングジムグループとして役割を果たさなくてはならないと考えています。

今後、TCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)に基づく情報開示を進めてまいります。

●キングジムグループCO₂排出量 (Scope 1 + 2)

2021年6月期

11,769 t-CO₂

2022年6月期

10,709 t-CO₂

重要テーマ

- CO₂排出量の低減
- 資源循環 (3R)
- 廃棄物管理



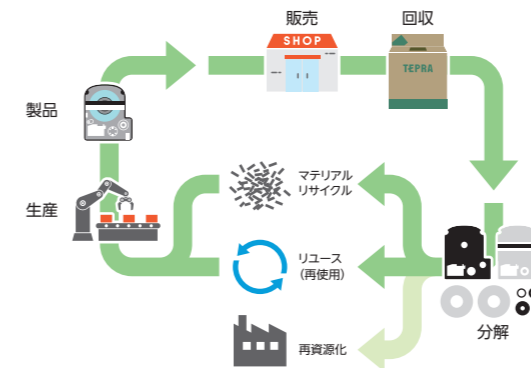
資源循環 (3R)

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。



● 「テプラ」使用済みPROテープカートリッジの回収

「テプラ」PROテープカートリッジはリユース(再利用)可能な仕様です。回収後の分解・再生は、当社で行います。市場から回収した使用済みPROテープカートリッジは、リサイクル技術を活用して再資源化を行い、「廃棄物ゼロ」を実現しています。



● キングファイルスーパードッチ<脱・着>イージー

古くなったファイルを「表紙」と「とじ具」に分け、それぞれ別売の「保存とじ具」と「替え表紙」に取り付けて再利用できます。



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。

● 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ぼん家具の「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。



マテリアリティ (重要課題) 多様な人材の活躍推進

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、これからも社会環境の変化に対応した制度の導入や、従業員のサポートを行ってまいります。

ダイバーシティ推進

● 女性活躍推進に向けた取り組み

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5.48%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。

<取り組み例>

- 産休・育休前後面談 産休・育休中社員へ会社情報メールを配信
- ライフイベント発生時に利用できる社内制度・手続きをまとめたライフイベントハンドブックを配布
- 妊娠中の社員や、産休・育休後復職する社員を迎える部署の直属上司用にイクボスマニュアルを配布

● 障がい者雇用

障がい者の雇用に継続的に取り組んでおり、キングジムの2022年6月時点の障がい者雇用率は3.46%でした。法定雇用率(2.3%)や、全民間企業の実雇用率(2.20% 2021年)を上回る雇用率を維持しています。また、障がいをも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が埼玉県川越市にあります。

● ジョブローテーション

キングジムでは、さまざまな経験の機会を創出することで従業員のスキルアップを図るため、また、従業員がその可能性を最大限に発揮できる環境づくりのため、10年で2、3部署を目安に、部署異動を行っています。

● 自己申告書

年1回、キングジムグループの全従業員(派遣社員含む)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。内容は社長と一部の役員の間でのみ共有され、適切な人員配置や職場環境の改善につなげています。

人材育成

● 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。

● 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。また、人事制度上の昇格要件や自己啓発のためのビジネススキル・語学の通信教育も取り揃えています。

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。

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、結果を社内で共有するウォーキングイベントを行っています。毎回参加賞として、キングファイル君がデザインされたオリジナルグッズを贈呈しています。

重要テーマ

- 労働安全衛生
- ダイバーシティ推進
- 人材育成
- ワークライフバランス推進



ワークライフバランス推進

● 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。



● 育児・介護休業など

キングジムでは、育児休業のうち5日間を有給とし、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 100%
※男性社員の実績も含む

● 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

● 年次有給休暇取得日数向上

キングジムでは、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。2023年6月期は全従業員最低7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。

ほかにさまざまな制度を導入

社長とお茶会	テレワーク勤務	時差勤務
ノー残業デー(毎週水曜日)	メモリアル休暇	リフレッシュ休暇
積立有給休暇	ボランティア休暇	その他特別休暇

※コロナ禍において進んだテレワークや時差出勤ですが、当社では引き続き推奨しており、これからの時代の働き方を追いかけていきます。



人事部長からのメッセージ

時代の変化に対応した、攻めの姿勢の人材戦略を。

「まずはやってみよう！」
これは、キングジムグループの商品開発のみに特化した言葉ではなく、人材戦略においても同様です。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ためには、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いくことが重要だと考えます。また、リスクを回避することも重要ですが、すべてのリスクを避けていては、その先にある大きな成果をあげることができませんので、問題を解決しながら新たなことにチャレンジできる人材に育てていくことも重要となります。これからも、従業員が持つ能力を最大限に発揮できる職場環境を作ってまいります。

上席執行役員 管理本部副本部長 兼 人事部長 小島 祐介



コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

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。

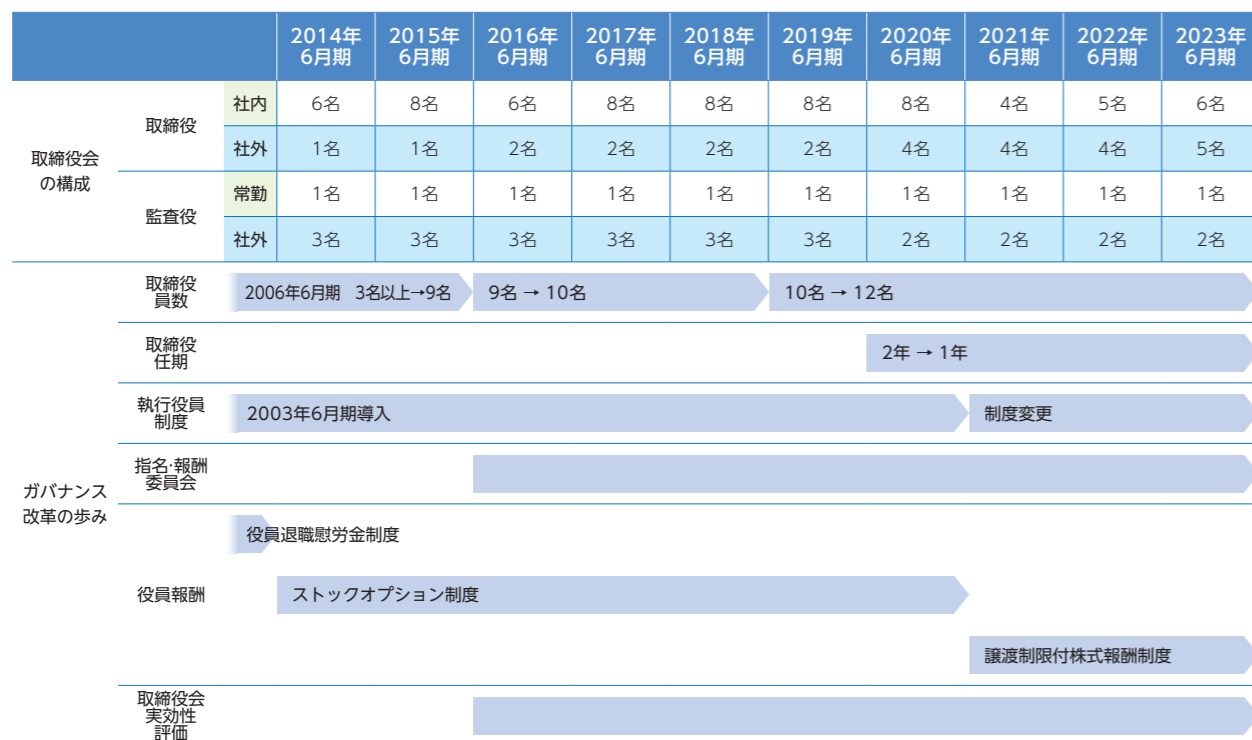
コーポレート・ガバナンスの体制

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、取締役に於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。

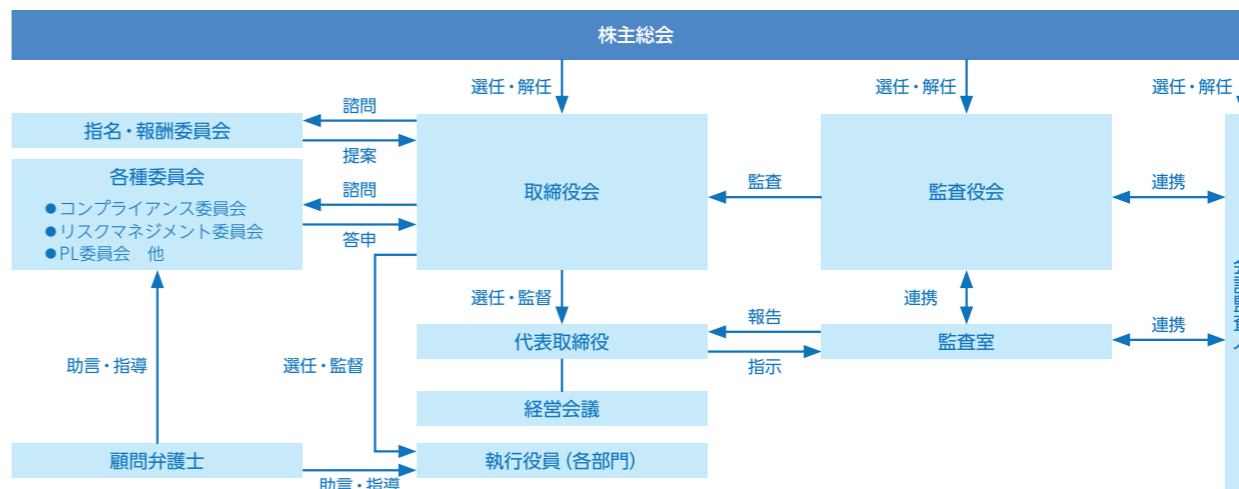
ガバナンス早見表

機関設計	監査役会設置会社
取締役 (うち社外取締役)	11名 (5名)
監査役 (うち社外監査役)	3名 (2名)
取締役の任期	1年
執行役員制度の採用	有
取締役会の開催回数(2022年6月期)	13回
監査役会の開催回数(2022年6月期)	10回
取締役会の諮問機関(任意の委員会)	指名・報酬委員会
役員報酬体系	①基本報酬(固定報酬) ②業績連動報酬 ③非金銭報酬
会計監査人	有限責任あずさ監査法人

コーポレート・ガバナンス体制強化の変遷



コーポレート・ガバナンス体制図



取締役会

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、取締役会の充実に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。

監査役会

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。

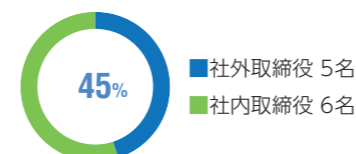
また、各監査役は取締役会に出席し、意見の陳述を行うほか、取締役会の運営、決議、審議の方法などの監査をしております。

指名・報酬委員会

当社は、役員候補者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。

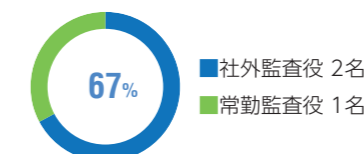
● 取締役会の概要

議長：代表取締役社長
開催回数：13回



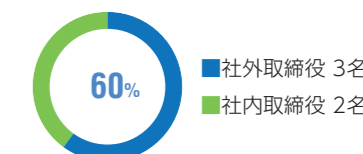
● 監査役会の概要

議長：常勤監査役
開催回数：10回



● 指名・報酬委員会の概要

委員長：社外取締役
開催回数：5回



コーポレート・ガバナンス

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います。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】

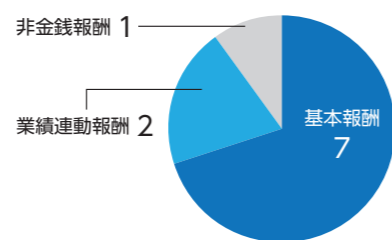
中長期的な企業価値向上に対する意識を高めるため、譲渡制限付株式を取締役（社外取締役を除く）に対し、毎年一定の時期に支給しております。譲渡制限付株式の割当数の計算の基準となる支給額は、株主総会において決議された報酬限度額（年額40,000千円）の範囲内、かつ毎年株主総会後の取締役会で決議された各対象者の新月額報酬に役位ごとの係数を乗じた額を基準としております。個人別報酬における割合は、おおむね基本報酬7、業績連動報酬2、非金銭報酬1としております。

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)	169,019	104,910	44,416	19,693	5
監査役 (社外監査役を除く)	16,800	16,800	—	—	1
社外役員	28,500	28,500	—	—	7

※ 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、ROE 8.6%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年から年1回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、2022年に実施したアンケートにおける課題項目は次のとおりです。

- 中核人材の登用についてジェンダー・国際性・職歴等の多様性確保の監督状況
- 役員の見聞を深めるための外部セミナー・研修など教育機会の提供
- 社外役員への社内事情の詳細な説明
- 付議事項、報告事項における時間配分の見直し

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ております。

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・社外監査役が社内会議に出席、海外子会社や国内子会社を実際に訪問する等、幅広く業務内容の習得に努めるとともに、社外取締役・社外監査役が有する専門的な知識を社内でも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等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。

コンプライアンス

コンプライアンスに対する考え方

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。

コンプライアンスの指針

●環境の保全

私たちキングジムグループの一員は、環境配慮活動に積極的に取り組み、地球規模での環境負荷の軽減に努めます。

●贈収賄などの禁止

私たちキングジムグループの一員は、社外とのクリーンな関係を保ちつづけ、贈収賄など、キングジムブランドを汚す行為は行いません。

●良好な国際取引関係の形成

私たちキングジムグループの一員は、海外との取引にあたっては、関係法令を遵守すると共に、その文化や慣習を尊重し、良好な国際取引関係を形成します。

●反社会的勢力への対応

私たちキングジムグループの一員は、暴力団などの反社会的勢力・団体とは、一切の関わりを持ちません。また、不当な要求には一切応じません。

●独占禁止法の遵守

私たちキングジムグループの一員は、独占禁止法やその関係法令（景表法、下請法等）を遵守し、公正で、自由かつ透明な競争を行います。

●知的財産の尊重

私たちキングジムグループの一員は、キングジムグループの知的財産権を尊重すると共に、他人の権利を尊重します。

●不正競争の防止

私たちキングジムグループの一員は、不正競争防止法を遵守します。また、その精神に則り、オリジナリティーを尊重した商品開発を心がけると共に、常に業界のトップブランドであり続けます。

●基本的人権の尊重

私たちキングジムグループの一員は、基本的人権を擁護し、人を人として尊重すると共に、個人の尊厳を傷つけるような行為は行いません。

●法令と社内規程の遵守

私たちキングジムグループの一員は、法令および従業員就業規則をはじめとする社内規程などを遵守し、快適で安全な労働環境の維持・向上に努めます。

●ハラスメントの禁止

私たちキングジムグループの一員は、パワーハラスメント、セクシャルハラスメント等いかなるハラスメントも行いません。

●インサイダー取引の禁止

私たちキングジムグループの一員は、インサイダー取引を行いません。

●秘密情報の適切管理

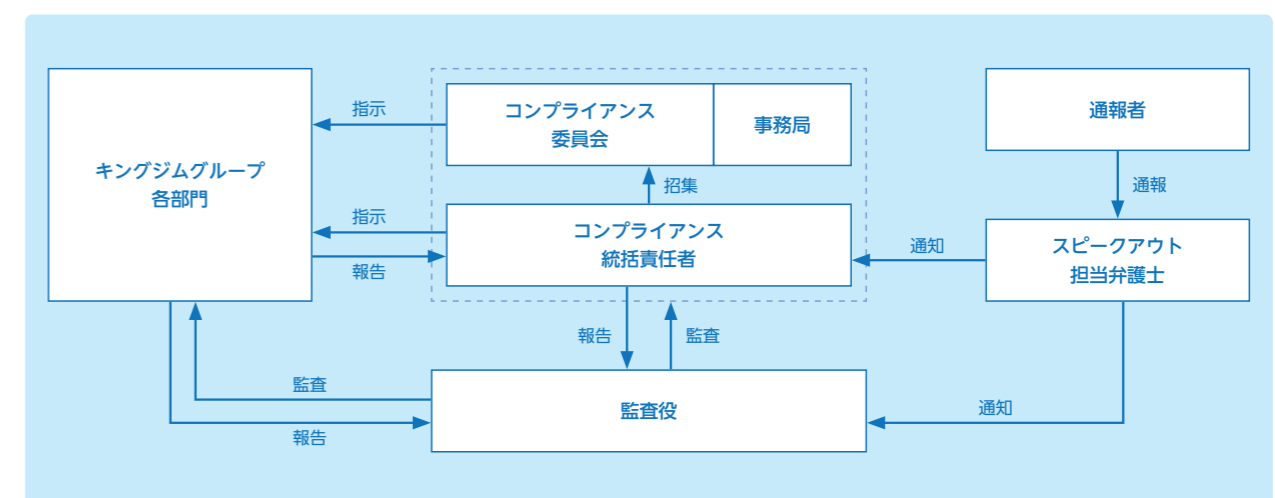
私たちキングジムグループの一員は、営業秘密、ノウハウ、個人情報などの秘密情報を適切に管理します。私たちキングジムグループの一員は、これらを不正に使用したり、第三者に漏洩することは致しません。

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疑義のある行為が行われ、また行われようとするに気付いた者は、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（2021年6月21日～2022年6月20日）

キングジムは、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。

- 情報セキュリティに関するeラーニングの実施
- 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
- 反社会的勢力への対応についての啓蒙
- 新入社員向けコンプライアンス研修の実施
- 個人情報管理規程の改定と周知
- 「個人情報保護に関する基本方針」等の改定と周知
- スピークアウト制度運用細則の制定と周知

② コンプライアンスに関するアンケート

キングジムは、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、部門で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

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。
- 2022年6月期は、リスクマネジメント委員会を5回開催しました。
- 為替の急激な変動に適正に対処するため、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。2022年6月期は、7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る体制を整備しています。また、同システムはメール連絡網を兼ねており、従来の電話連絡網とともに緊急時の連絡体制を構築しています。
- 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。
- 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。



社外取締役メッセージ

ガバナンス 実効性・透明性

キングジムの取締役会は、ひと言で表すと「とても風通しのよい取締役会」です。取締役会では、宮本社長による歯切れのよい司会で議事が進行し、社外役員も自由に発言することができます。活発・熱心な審議が続いて予定終了時間を超過することもあります。

コーポレートガバナンス・コードにおいては、女性の活躍推進を含めて社内の多様性の確保が求められていますが、現在、キングジムは、11名の取締役のうち、独立社外取締役が5名であり、女性が5名（うち社外取締役が4名）となっています。また、社外取締役は、ファンドマネージャー、ファイナンシャルプランナー兼社会保険労務士、大学教授（マーケティング論）、会社経営者、弁護士と、多様性に富んでいます。私は、弁護士として法的問題やコンプライアンス問題について意見を求められることがありますが、当社のコンプライアンスについてはおむね問題ないと思っております。

現在、コロナ禍で中止されていますが、社外役員が国内、海外のグループ会社に視察に伺い、キングジムグループについての知見を深めることも、取締役会等で核心に近づく具体的な議論をするのに役立っていると思います。

外部視点から見たキングジムグループ

キングジムは、「テプラ」と「キングファイル」が基盤事業ですが、近年、オフィスのペーパーレス化・デジタル化が進行することを予想し、グループ会社を含めて、これらに並ぶ第3の柱を育てることに注力してきました。しかし、第74期（2022年6月期）は、新型コロナウイルス感染症の影響によってペーパーレス化・デジタル化が急激に進行し、それ以外にも、半導体不足に伴うテプラの品切れや、急激な円安による原材料高騰等によって、利益面で厳しい結果となりました。

私は、社外監査役を務めていた期間を含めると7年間、キングジムグループを社外の立場から見えてまいりました。この間、キングジムグループ各社が、何らかの要因で経営的に難しい局面を迎えても、その都度、新たな取り組みによって、これを克服していく姿を目の当たりにしてきました。私は、難しい局面にあっても、むしろ、そのような時だからこそ、独立社外取締役として取締役会でのモニタリングをしっかり行い、このことを通じて今後の成長・発展を後押しさせていただきたいと考えております。

今後のキングジムへの期待

キングジムは、個人株主様も多数いらっしゃいますし、運営するツイッターのフォロワー数も44万人を超えています。多数かつ熱烈なキングジムファンがいてくださるのだと思います。

もっとも、キングジムは従前、文具事務用品が中心だったこともあり、普段、キングジム商品に接したことのない皆様も多いと思います。コーポレートメッセージ「おどろき、快適、仕事と暮らし」に「暮らし」を入れたのは、オフィス以外の場面でもキングジム商品を広めていきたいという決意の表れです。キングジムファンのさらなる裾野の拡大を期待しております。

2022年3月には、「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、持続可能性を高める上でのマテリアリティ（重要課題）を決定しました。キングジムではサステナビリティの取り組みの一つとして、「テプラ」使用済みPROテープカートリッジの回収をしていますが、どなたにも分かりやすく、環境問題への取り組みの確実な第一歩として評価されるものであると思っております。

今後、キングジムグループは、キングジムを中核としてグループ全体の成長・発展を目指すこととなりますが、サステナビリティ基本方針に沿った、仕事と暮らしを便利で快適にする商品を開発するとともに、お客様の心に突き刺さる商品、思わずずっと微笑むネーミング、といったキングジムファンを引きつける魅力も持ち続けてほしいと思っております。

社外取締役 垣内 恵子



役員一覧 (2022年9月15日現在)

取締役



宮本 彰

代表取締役社長
(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)
2020年 9月 当社取締役専務執行役員 (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)
(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 常務執行役員
管理本部長
(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 (現任)



亀田 登信

取締役 常務執行役員
経営企画部担当 兼 E C 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
調達物流本部長 兼 品質管理担当 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
(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 アスマ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社外取締役 (現任)
2022年 9月 当社取締役常務執行役員 (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 (現任)
2017年 7月 SFCフォーラム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)



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 オフィスペネフィット代表 (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 (現任)
2022年 9月 当社社外取締役 (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 上席監査役
2010年 9月 当社顧問
2010年 9月 当社常勤監査役 (現任)



太田 美奈

社外監査役
(1972年5月6日生)

1999年12月 税理士登録
2004年 2月 税理士法人タクトコンサルティング 入社
2015年 9月 当社社外監査役 (現任)
2021年 7月 太田美奈税理士事務所 代表 (現任)



丹羽 武司

社外監査役
(1965年2月28日生)

1990年 4月 味の素株式会社入社
2003年 9月 秀和特許事務所 (現特許業務法人秀和特許事務所) 入所
2003年12月 弁理士登録
2009年 4月 秀和特許事務所 (現特許業務法人秀和特許事務所) シニアパートナー (現任)
2009年11月 秀和特許事務所 (現特許業務法人秀和特許事務所) 副所長
2015年 5月 秀和知財株式会社代表取締役 (現任)
2015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	業界知見	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 常務執行役員	○	○	○				○		○
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			○					○	○
太田 美奈	社外監査役		○						○	
丹羽 武司	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、主なもの最大4つを記載しています。

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

	2012年 6月期	2013年 6月期	2014年 6月期	2015年 6月期
売上高	29,953	29,284	30,684	33,184
売上原価	18,902	18,590	19,853	21,317
売上総利益	11,050	10,693	10,831	11,867
販管費	10,039	10,032	9,717	10,819
営業利益	1,010	661	1,113	1,047
経常利益	1,003	800	1,194	1,212
経常利益率 (%)	3.3	2.7	3.9	3.7
親会社株主に帰属する当期純利益	613	538	868	918
ROE【自己資本利益率】 (%)	3.8	3.3	5.0	4.9
ROA【総資産利益率】 (%)	2.6	2.2	3.3	3.3
営業キャッシュ・フロー	1,918	764	1,705	1,250
投資キャッシュ・フロー	△218	△827	△1,421	613
財務キャッシュ・フロー	△1,328	△347	777	△2,335
資産合計	23,962	24,381	28,268	27,608
負債合計	7,591	7,307	9,959	7,828
純資産	16,371	17,074	18,308	19,780
自己資本	16,160	16,816	18,033	19,453
自己資本比率 (%)	67.4	69.0	63.8	70.5
設備投資	656	753	457	484
減価償却費	708	662	642	661
現金	3,384	3,114	4,169	3,818
1株当たり当期純利益 (円)	22.17	19.45	31.07	32.35
1株当たり配当額 (円)	14	14	14	14
配当性向 (%)	63.1	72.0	45.1	43.3
従業員数 (人)	1,999	2,305	2,421	2,335

その他おもな
財務・非財務データ

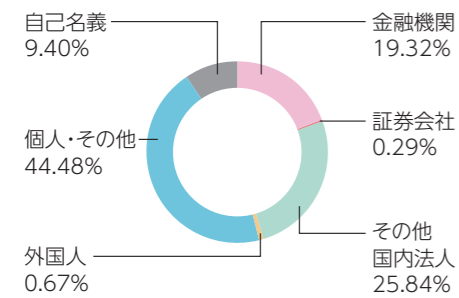
2016年 6月期	2017年 6月期	2018年 6月期	2019年 6月期	2020年 6月期	2021年 6月期	2022年 6月期
34,138	34,627	34,788	34,329	33,455	36,319	36,636
21,583	21,653	21,198	21,146	20,554	21,880	23,159
12,554	12,974	13,589	13,183	12,901	14,438	13,477
11,316	11,283	11,676	11,788	11,668	12,021	12,469
1,238	1,690	1,912	1,395	1,232	2,416	1,007
1,313	1,828	2,089	1,636	1,489	2,755	1,338
3.8	5.3	6.0	4.8	4.5	7.6	3.7
809	1,204	1,402	963	1,081	1,963	788
4.2	6.1	6.7	4.5	5.0	8.6	3.3
3.0	4.5	5.2	3.6	4.0	6.7	2.5
460	3,916	1,518	1,323	1,989	3,108	△1,278
△431	△463	△487	△504	△1,357	△492	△3,578
314	△2,464	△1,574	△900	456	△1,382	3,206
26,993	26,971	26,979	26,132	28,051	30,565	33,512
7,745	6,406	5,320	4,798	6,141	6,447	9,280
19,247	20,564	21,659	21,334	21,910	24,118	24,231
18,974	20,262	21,314	21,244	21,794	24,022	24,135
70.3	75.1	79.0	81.3	77.7	78.6	72.0
933	427	519	429	734	496	641
708	680	641	650	643	628	658
4,032	5,007	4,466	4,368	5,410	7,032	5,637
28.47	42.36	49.36	33.88	38.06	68.99	27.69
14	20	17	14	17	27	22
49.2	47.2	34.4	41.3	44.7	39.1	79.5
2,464	2,334	2,172	2,307	2,239	2,157	2,102

株式情報 (2022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	25,708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	1,952	6.85
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,403	4.92
株式会社三井住友銀行	1,376	4.83
株式会社三菱UFJ銀行	1,011	3.55
キングジム第一共栄持株会	960	3.37
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	830	2.91
株式会社エムケージム	775	2.72

※ 当社は自己株式2,957,834株を所有しておりますが、上記には含めておりません。

株価・出来高の推移



会社情報 (2022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：2,102人
個別：395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2022 編集後記

「統合報告書2022」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。
 キングジムグループはじめての統合報告書となります。当社グループの取り組みを分かりやすくお伝えすることを目指して編集いたしました。お読みいただいた皆様にとって、本統合報告書が、これまでとこれからの「キングジムらしさ」をご理解いただき、対話を深めるための一助となりましたら幸いです。今後、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。

2022年12月
 取締役 専務執行役員 萩田 直道

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

