



# 2025年6月期 第2四半期 決算要約資料

2025年1月30日 株式会社キングジム

# サマリー

## 増収。純損失を計上するも、営業・経常利益は黒字化。

**売上高** 「テプラ」や防災用品等の販売増、各グループ会社の伸長により増収

**利益** 営業・経常利益は、売上総利益率や販管費率の改善により黒字転換  
法人税等の増加により純損失を計上

		前年同期比		計画比	
売上高	: 185億円	+3.5%	↑	▲1.5%	↓
営業利益	: 0.1億円	+7.9億円	↑	+1.4億円	↑
経常利益	: 1.8億円	+6.8億円	↑	+1.8億円	↑
中間純利益	: ▲0.7億円	+3.5億円	↑	▲0.7億円	↓

- ✓ 第11次中期経営計画初年度の施策は計画通り進行中
- ✓ 2024年8月1日公表時点から修正なし
- ✓ 売上高410億円、営業利益5.3億円、経常利益7億円、当期純利益4.9億円

2025年6月期  
第2四半期  
実績

2025年6月期  
通期業績予想

## 連結損益計算書概要

# 2025年6月期第2四半期は増収で営業・経常利益は黒字転換 売上総利益率 + 1.8pt 販管費率 ▲ 2.7pt

(単位：百万円)

	24/6期2Q		25/6期2Q		対前年同期		対計画	
	実績	構成比	実績	構成比	増減額	増減率	増減額	増減率
売上高	17,890	100.0%	18,520	100.0%	+629	+3.5%	▲279	▲1.5%
売上総利益	6,438	36.0%	7,008	37.8%	+570	+8.9%		
販管費	7,219	40.4%	6,990	37.7%	▲228	▲3.2%		
営業利益	▲780	▲4.4%	18	0.1%	+799	—	+148	—
経常利益	▲505	▲2.8%	180	1.0%	+686	—	+180	—
親会社株主に帰属する中間純利益	▲425	▲2.4%	▲75	▲0.4%	+350	—	▲75	—

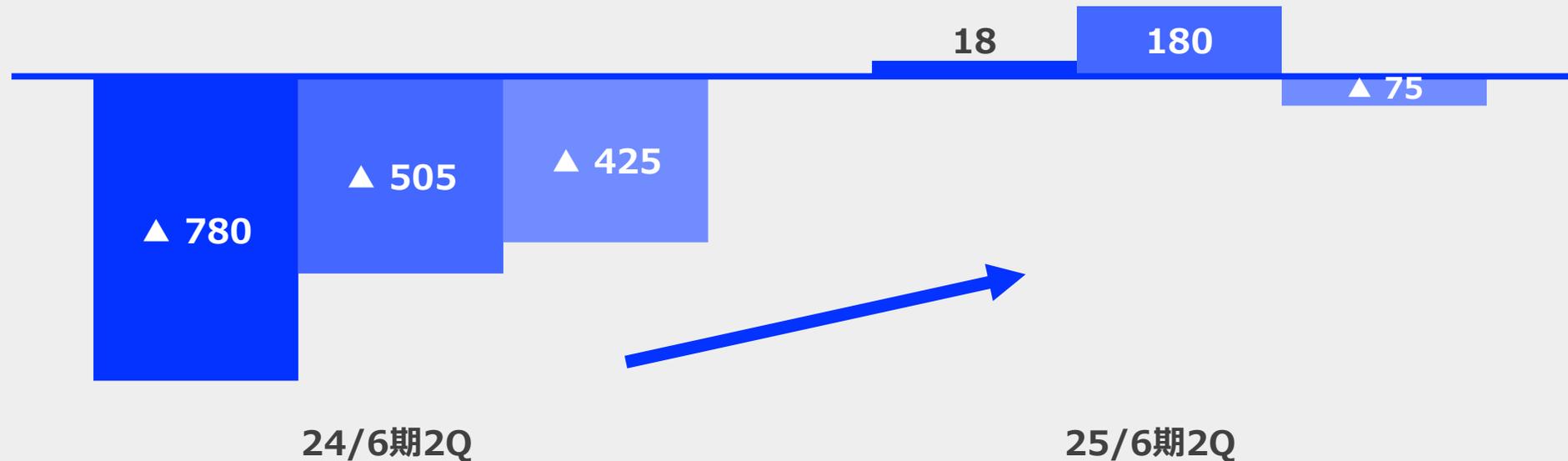
※計画は25/6期2Q業績予想 売上高:18,800百万円、営業利益:▲130百万円、経常利益:0百万円、中間純利益:0百万円



## 連結利益額

売上総利益率と販管費率の改善により、営業・経常利益は黒字転換  
(売上総利益率は+1.8pt 価格改定や評価減の減少が要因)  
法人税等の増加により純損失を計上

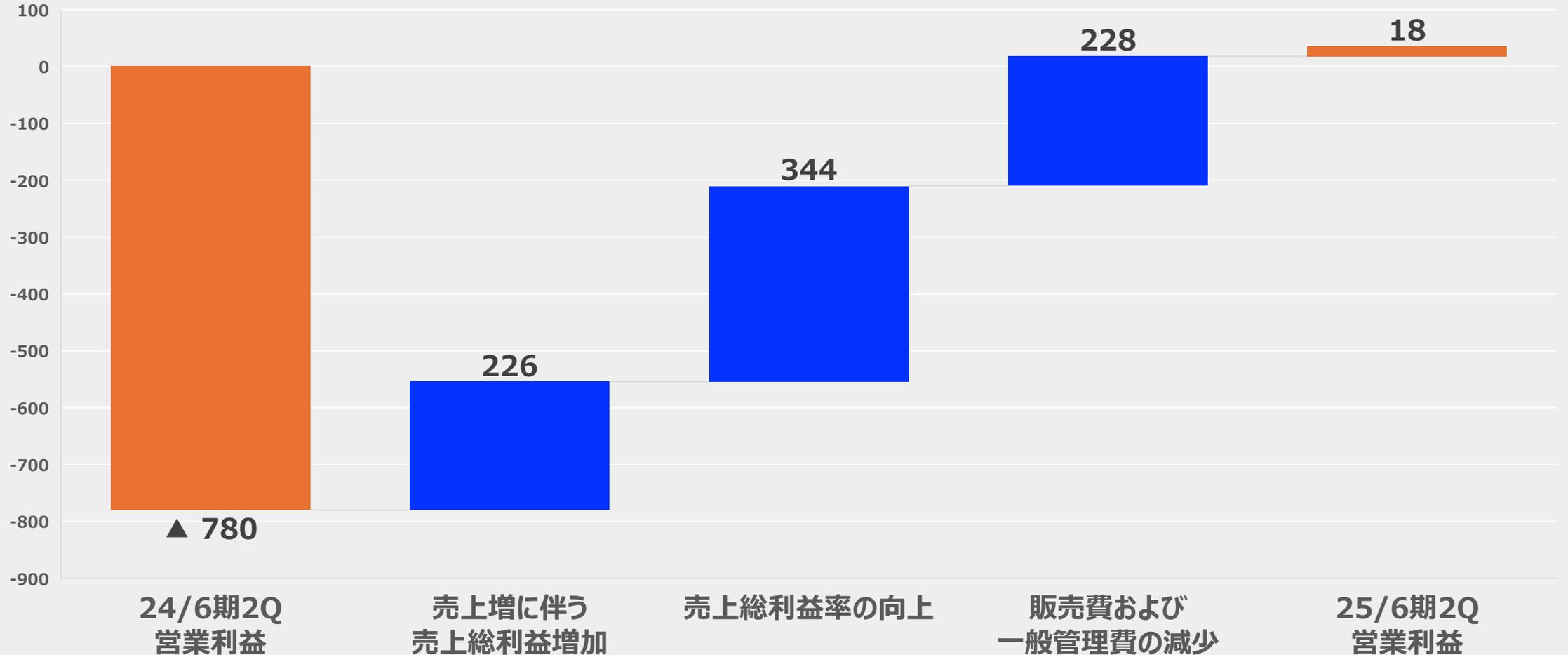
前年同期比 ■ 営業利益 ■ 経常利益 ■ 中間純利益 (単位：百万円)



# 連結営業利益増減要因

(単位：百万円)

## 売上総利益率の向上・販管費の減少により、営業利益は黒字転換



# セグメント別売上・営業利益

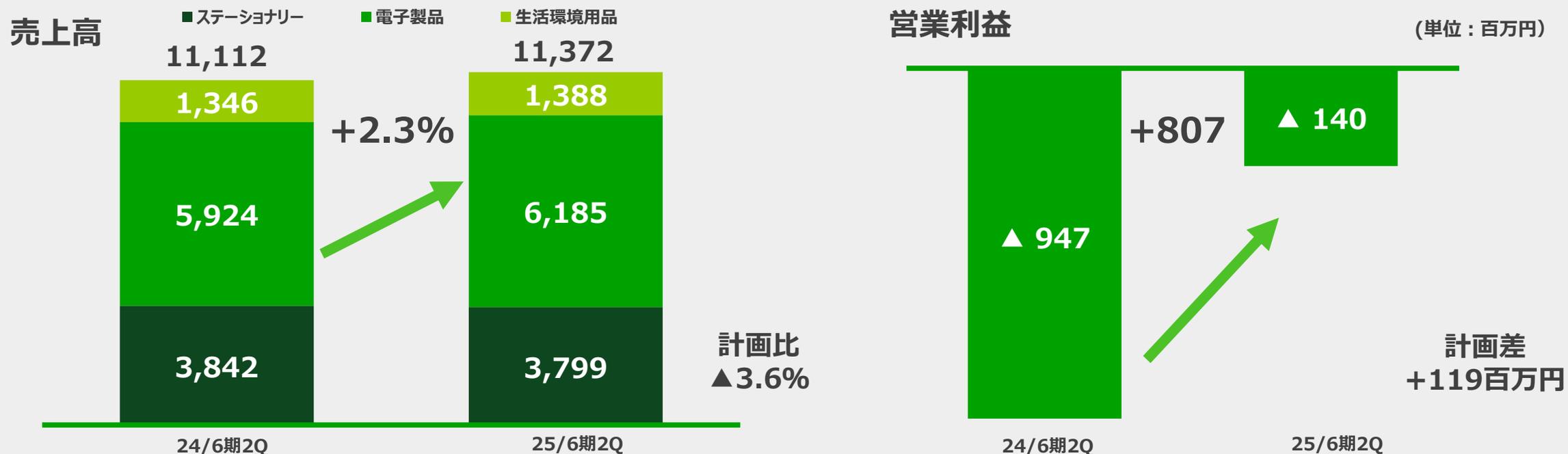
## 文具事務用品事業

売上高 11,372百万円

- ・「テプラ」や防災用品等の売上増
- ・厚型ファイルの売上減少

営業損失 140百万円

- ・価格改定や評価減の減少による売上総利益率の改善
- ・「物流コスト削減プロジェクト」等による販管費減少



※2025年6月期より、従来の「インテリアライフスタイル事業」を「ライフスタイル用品事業」に名称変更いたしました。  
また、従来「文具事務用品事業」に含めていた当社の連結子会社であるウインセス株式会社は、「ライフスタイル用品事業」に区分を変更しており、本資料は新区分に基づいて算出しております。

## セグメント別売上・営業利益

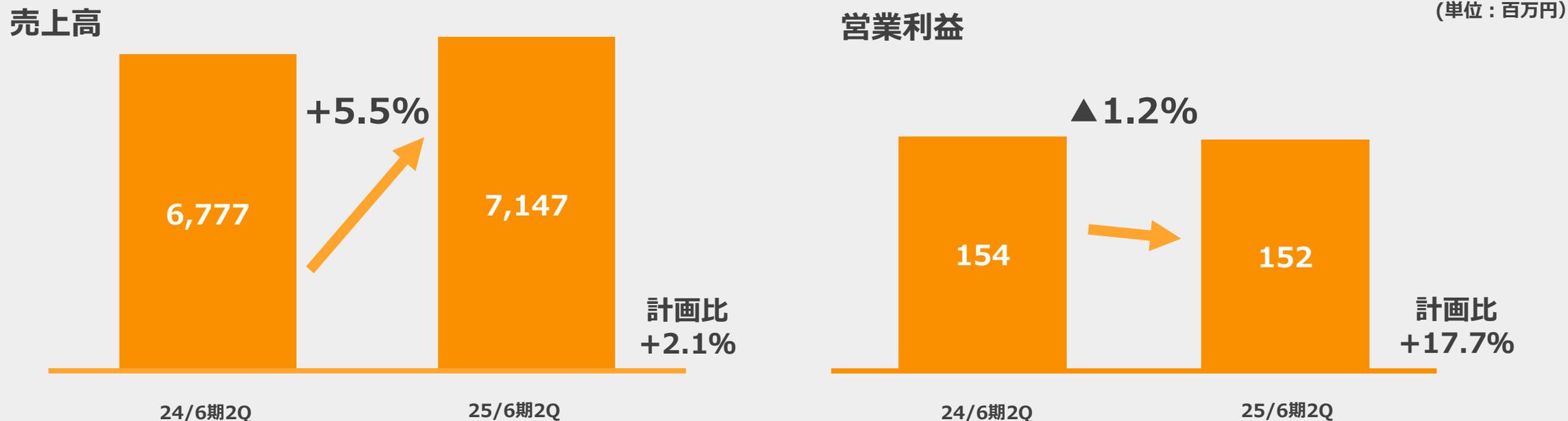
# ライフスタイル用品事業

売上高 7,147百万円

・ライフオンプロダクツ(株)と(株)アスカ商会が好調

営業利益 152百万円

・円安や原材料高騰の影響による売上総利益率の低下により減益



※2025年6月期より、従来の「インテリアライフスタイル事業」を「ライフスタイル用品事業」に名称変更いたしました。

また、従来「文具事務用品事業」に含めていた当社の連結子会社であるウインセス株式会社は、「ライフスタイル用品事業」に区分を変更しており、本資料は新区分に基づいて算出しております。

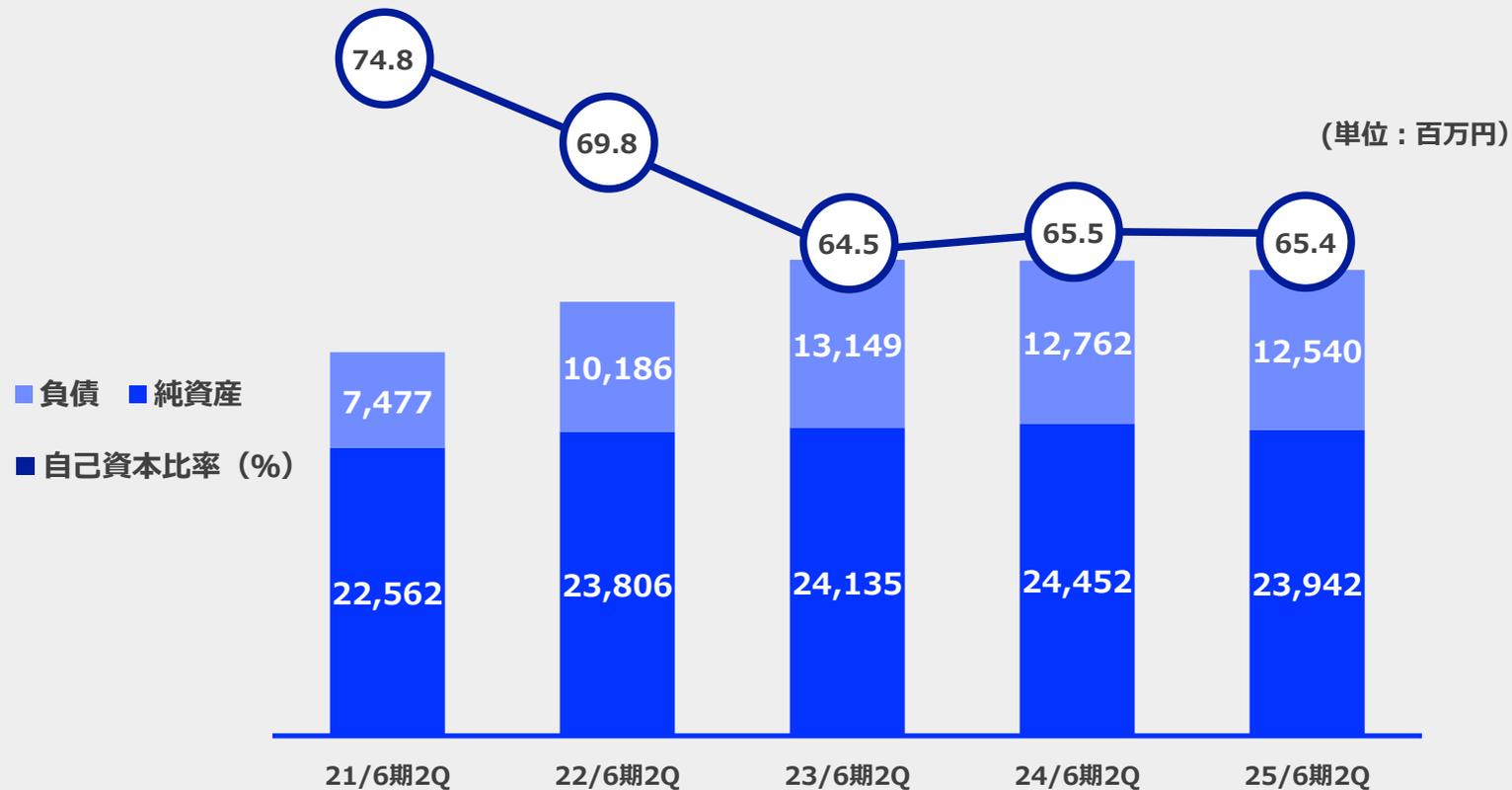
## 連結貸借対照表および自己資本比率推移

総資産：商品及び製品、のれんの減少により、前年同期差▲731百万円

負債：長期借入金の減少により、前年同期差▲221百万円

純資産：自己株式の増加、利益剰余金の減少により、前年同期差▲509百万円

自己資本比率：65.4%でほぼ横ばい



## 連結キャッシュ・フロー推移

### 【主な内容】

営業活動によるキャッシュ・フロー：税金等調整前中間純利益、減価償却費、棚卸資産の増加額等

投資活動によるキャッシュ・フロー：有形及び無形固定資産の取得による支出等

財務活動によるキャッシュ・フロー：長期借入金の返済や配当金の支払いによる支出、短期借入金の純増額等

(単位：百万円)

	21/6期2Q	22/6期2Q	23/6期2Q	24/6期2Q	25/6期2Q
営業活動によるキャッシュ・フロー	489	▲ 1,414	▲ 1,821	▲ 958	▲ 351
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲ 270	▲ 3,355	▲ 1,260	▲ 204	▲ 406
財務活動によるキャッシュ・フロー	95	3,827	2,837	1,086	1,163
現金及び現金同等物に係る換算差額	▲ 12	52	141	110	▲ 39
現金及び現金同等物の増減額	302	▲ 891	▲ 102	34	366
新規連結に伴う現金及び現金同等物の増加額	314	—	—	—	—
現金及び現金同等物の中間期末残高	6,027	6,141	5,534	5,957	6,055

# 2025年6月期 通期業績予想

## 通期 連結業績予想

(単位：百万円)

	24/6期		25/6期		対前年	
	実績	構成比	予想	構成比	増減額	増減率
売上高	39,553	100.0%	41,000	100.0%	+1,446	+3.7%
営業利益	▲ 241	▲0.6%	530	1.3%	+771	—
経常利益	130	0.3%	700	1.7%	+569	+437.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	▲ 318	▲0.8%	490	1.2%	+808	—

## 通期 セグメント別業績予想

	24/6期		25/6期		対前年	
	実績	構成比	予想	構成比	増減額	増減率
売上高	39,553	100.0%	41,000	100.0%	+1,446	+3.7%
文具事務用品事業	25,334	64.1%	26,500	64.6%	+1,165	+4.6%
電子製品（※2）	13,736	34.8%	14,400	35.1%	+663	+4.8%
生活環境用品（※2）	2,848	7.2%	3,100	7.6%	+251	+8.8%
ステーションナリー	8,749	22.1%	9,000	21.9%	+250	+2.9%
ライフスタイル用品事業（※1）	14,218	35.9%	14,500	35.4%	+281	+2.0%
セグメント利益（※3）	▲ 241	▲0.6%	530	1.3%	+771	—
文具事務用品事業	▲ 467	▲1.2%	240	0.6%	+707	—
ライフスタイル用品事業	194	0.5%	280	0.7%	+85	+44.3%

※1) 2025年6月期より、従来の「インテリアライフスタイル事業」を「ライフスタイル用品事業」に名称変更いたしました。

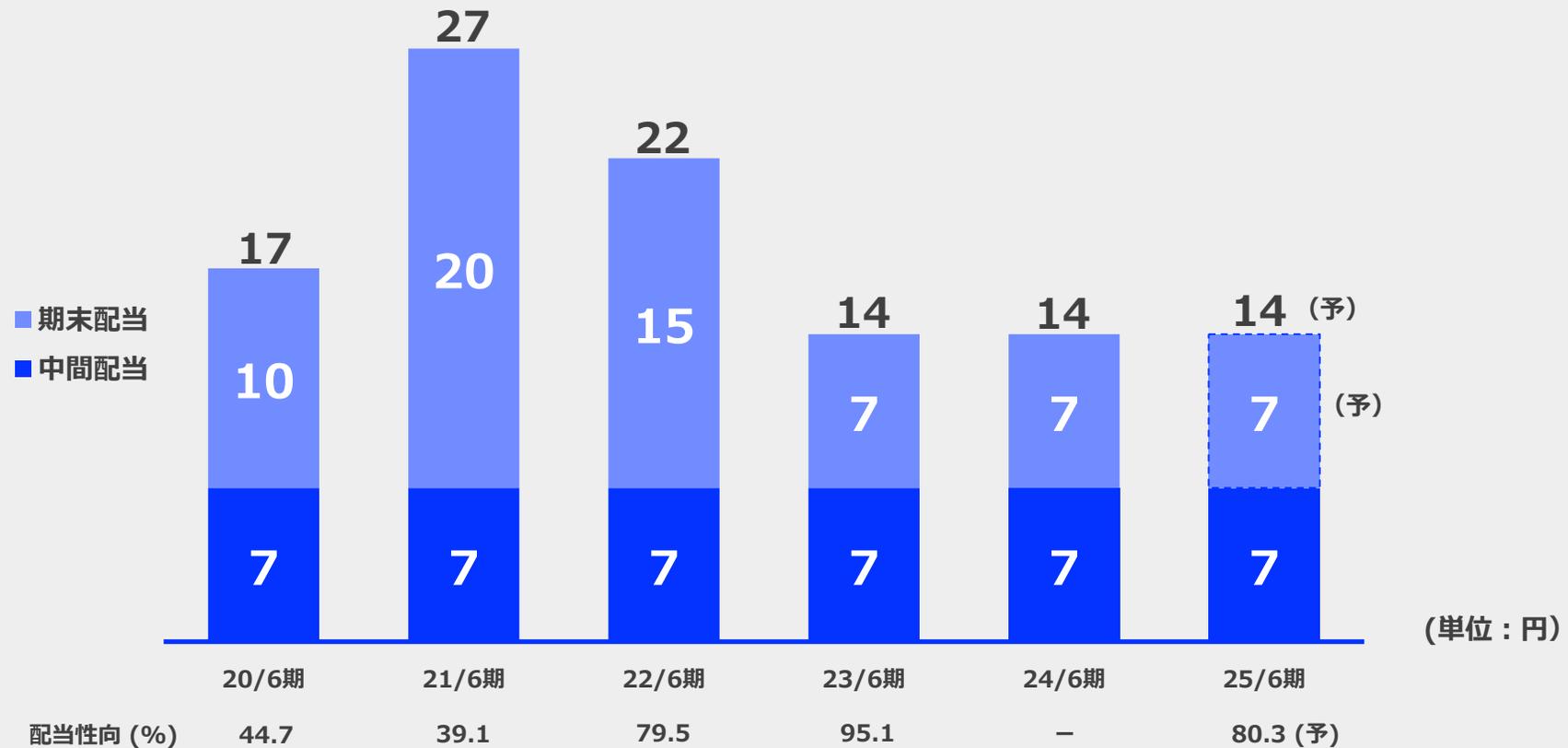
また、従来「文具事務用品事業」に含めていた当社の連結子会社であるウインセス株式会社は、「ライフスタイル用品事業」に区分を変更しており、2024年6月期の実績は新区分に基づいて記載しております。

※2) 2025年6月期より、文具事務用品事業の「電子および生活環境用品」は、「電子製品」と「生活環境用品」へ変更しております。なお、2024年6月期の実績は変更後の区分で記載しております。

※3) セグメント利益については、各事業では「セグメント間取引調整前の数値」を記載し、合計は「セグメント間取引調整後の数値（営業利益）」を記載しております。

# 株主還元

配当方針：配当性向の基準を40%とし、安定配当することを目指す





# 新製品情報

## ■ KING JIM

### ポタラ



**2024年7月発売**

首掛け式の防犯ブザー付きポータブルライト。フェーズフリー認証品で、散歩などの日常使いから非常時まで幅広く活用できる。

### カキコ ジャバラホルダー



**2024年9月発売**

書類を入れたまま書き込める「カキコ」シリーズの楽譜に特化した新製品。好きな枚数にカットして、簡単に製本可能。

### ラセーノ



**2024年10月発売**

新開発「やわらからせんリング」でリーフの差し替えや追加ができるリングノート。「2024年度グッドデザイン賞」受賞。

Life on Products, Inc.

### 両手で使えるシェアカイロ モバイルバッテリー機能付



**2024年8月発売**

2つに分けて使える充電式カイロ。一般的な使い捨てカイロに劣らない温かさで、モバイルバッテリーとしても使用可能。

LADONNA

### Toffy Happy Collection



**2024年11月発売**

ヨーロッパの港町をイメージした、明るく晴れやかな色彩のキッチン家電シリーズ。手頃な価格も特長。新しいトレンドの創出を目指す。

# 社会の変化の波をチャンスと捉え 新たな成長へ

## カスタマードリブン



テクノロジーでお客様と繋がる

## 「隣の土地」へ



土地勘のある市場への進出加速

## グローバル市場



海外市場展開の再構築

# 3つの骨太の方針を展開し 次のステージへ

骨太の  
方針

サービス事業への展開

デザイン×デジタルを活用した  
サービス展開

ライフスタイル分野の拡大

グループ各社の成長戦略と  
グループシナジー強化

海外事業の強化

マーケットイン商品展開と  
売上の大幅拡大

資源

海外工場

ファンコミュニケーション

人的資本

サステナビリティ

既存ビジネス  
強化

既存ビジネス強化

販売戦略 開発領域 デザイン

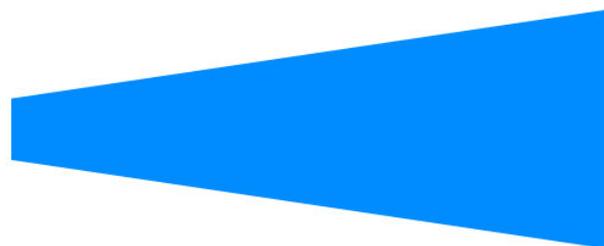
# 「テプラ」 ラベル表示需要の掘り起こし



2025年1月より、プロモーション企画「#おねがいテプラ」のWEB CMを公開。

建設、保育、工場、医療・福祉など、さまざまな職場のお悩みを「テプラ」で解決する検証動画と実証実験動画。これまで主に整理用途で活用されていた「テプラ」を、幅広いシーンでの課題解決に役立てることで、さらなる需要拡大を目指す。

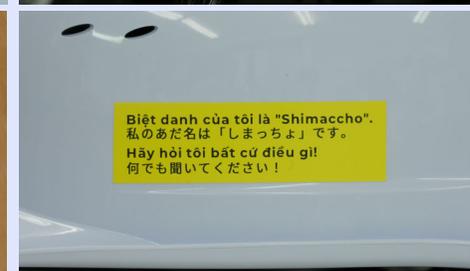
職場の悩みに、テプラで挑め。



#おねがいテプラ



うしろで手を組み、  
ストレッチ。  
⇒ 肩こりに効果あり ⇒



## 「ファイル+ライフスタイル用品の工場」へ

ファイル製品にとどまらず、各生産系工場の特長を活かした新分野商品の生産を推進

グループ会社と連携してトレンドに合った開発計画を立案  
新規販売先の探索を行う

**KING JIM (VIETNAM) CO.,LTD (ベトナム工場)**

ライフスタイル用品に強みをもつグループ会社「ラドンナ」と連携、  
キッチン雑貨製品の開発・生産。

**PT.KING JIM INDONESIA (インドネシア工場)**

家具通販に強みのあるグループ会社「ぼん家具」と連携、  
木製組立家具を生産。「ぼん家具」にて販売開始。



## ライフスタイル分野の拡大

# グループ各社の成長とグループシナジー強化

### 土地勘のある「隣の土地」の開拓

ライフスタイル用品事業の更なる領域拡大  
M&Aによるジャンルの拡大

### グループ各社の成長戦略

法人向け販路と個人向け直販ルート拡大



※ 25/6期より、従来の「インテリアライフスタイル事業」を「ライフスタイル用品事業」に名称変更いたしました

## ライフスタイル分野の拡大

# グループ マネジメント コミッティ 設立

グループ会社が**遠心力と求心力のバランス**を  
とりながら、それぞれの成長を目指す

ライフスタイル分野の**グループシナジー**を高め  
売上と収益を拡大

グループ会社の社長やキーマンが定期的に集まり、報告会や研修を  
開催し、成功事例や強み、課題といった社内外の知見を共有  
必要に応じて共同事業やプロジェクトを推進

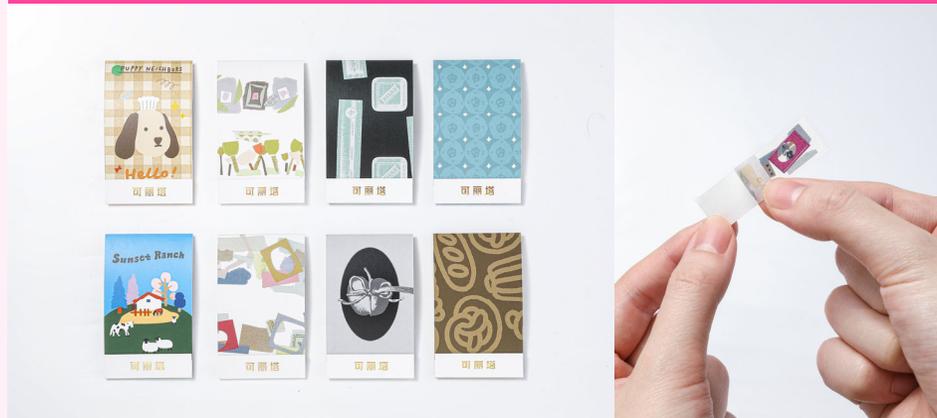


## 海外事業の強化

# 海外向けにマーケットインでの商品展開スタート

■ KING JIM — 錦 宮 —

### 切れてるマスキングテープ「可麗塔（クリータ）」



**2024年10月発売**

既存商品で培ってきた経験を活かし、中国国内限定で発売したマスキングテープ。カットされた裏紙付きのテープをカードサイズにまとめたシリーズで、中国の人気クリエイター4名とコラボし、現地のトレンドや感性を反映したデザインを展開した。

### PREPPY STYLE（プレッピースタイル）



**2024年12月発売**

日本で人気の高機能なクリアーファイルなどをベースにした、中国市場向けのオリジナルステーショナリーシリーズ。デザインには、中国のファッショントレンドである「学生風スタイル」を採用した。新たなユーザー層の獲得と、さらなる拡販に努める。

# 2027年6月期 経営数値目標

売上高  
**520** 億円

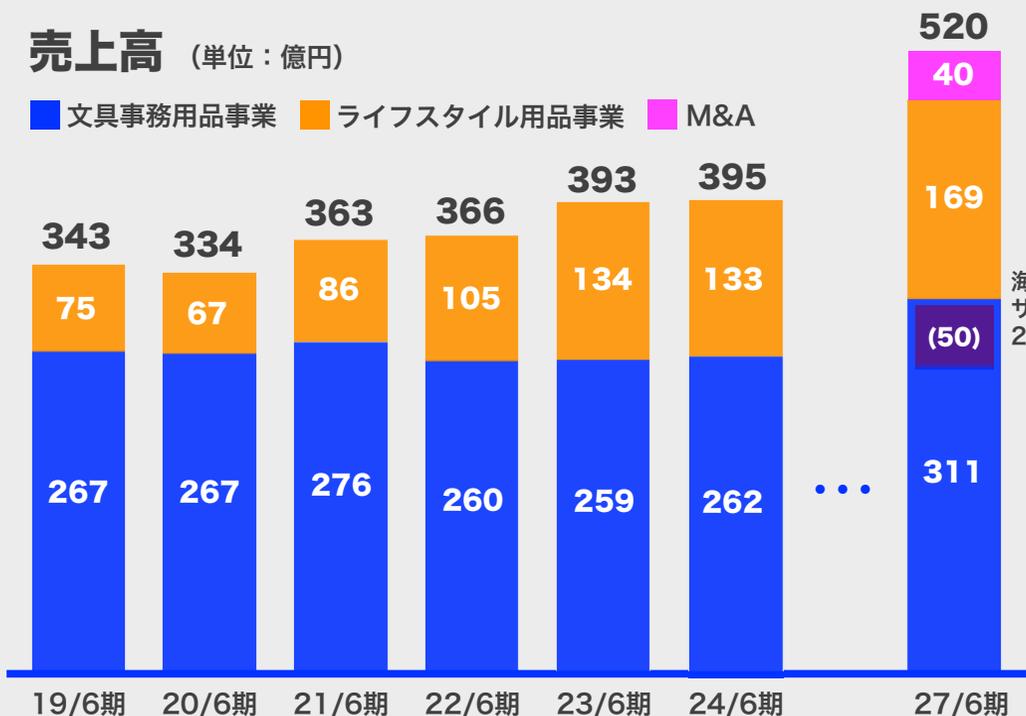
経常利益  
**28** 億円

経常利益率  
**5.4** %

ROE  
**8.0** %

売上高 (単位：億円)

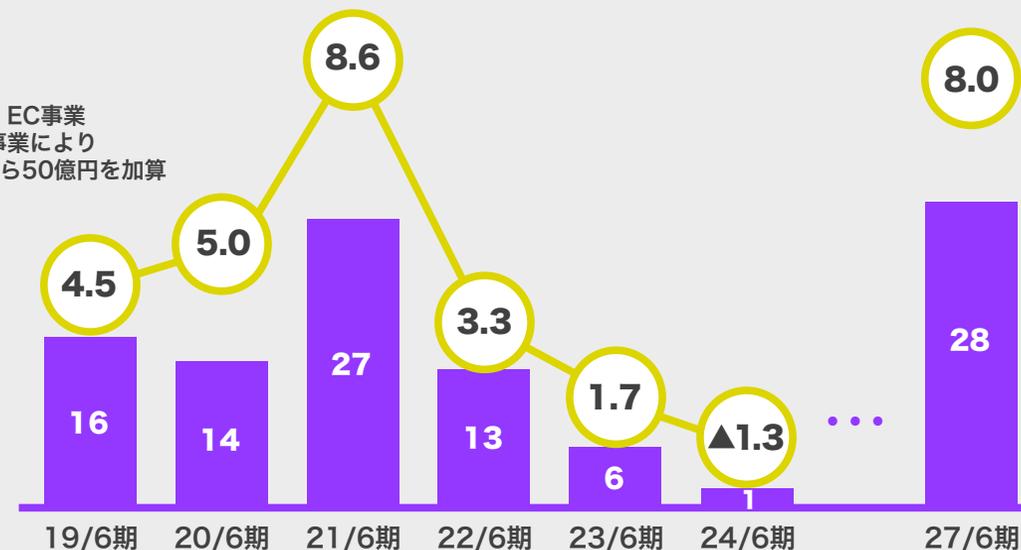
■ 文具事務用品事業 ■ ライフスタイル用品事業 ■ M&A



経常利益・ROE

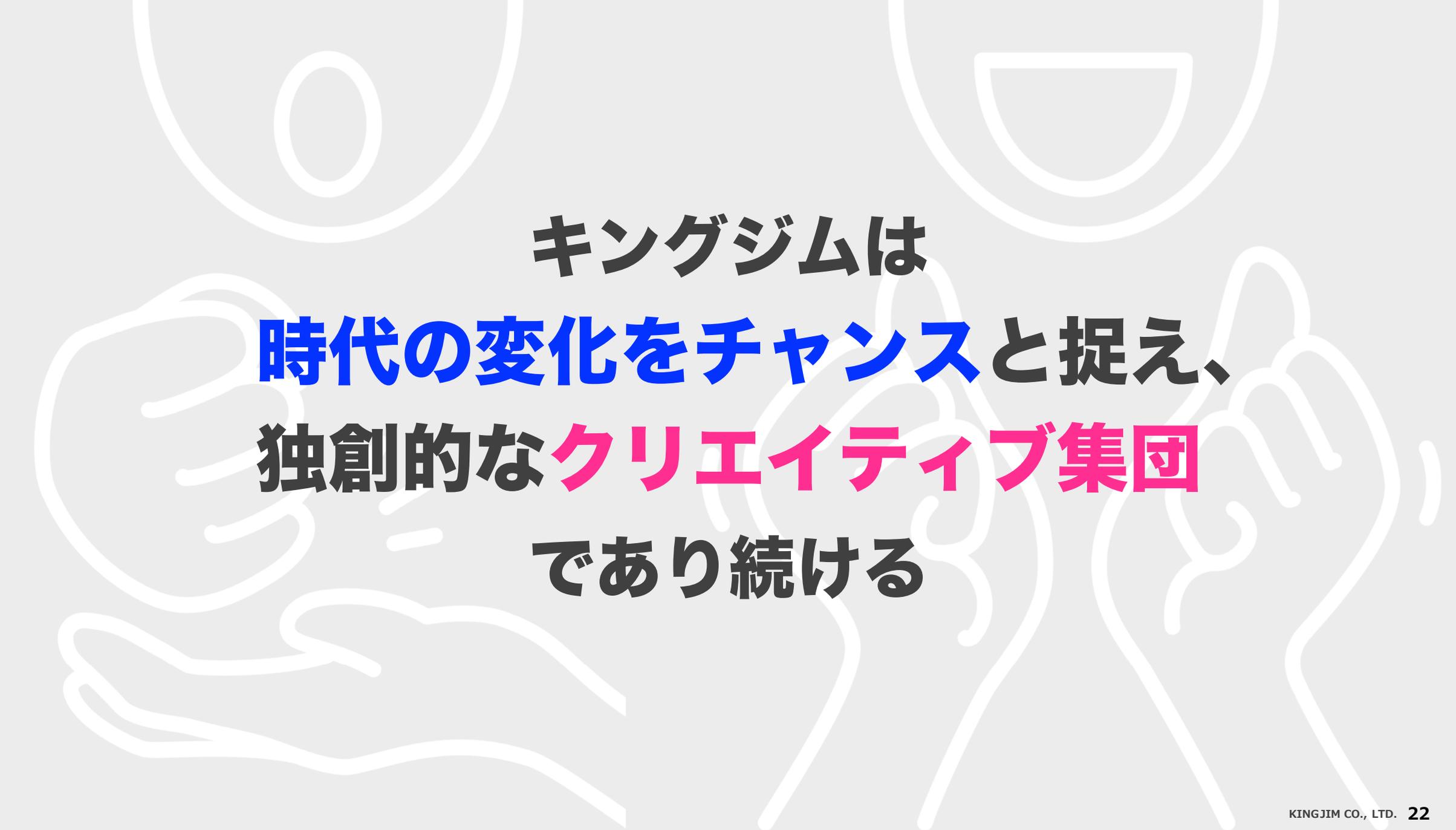
■ ROE (%) ■ 経常利益 (億円)

海外事業・EC事業  
サービス事業により  
24/6期から50億円を加算



※ 25/6期より、従来の「インテリアライフスタイル事業」を「ライフスタイル用品事業」に名称変更いたしました。

※ 従来「文具事務用品事業」に含めていた当社の連結子会社であるウインセス株式会社は、「ライフスタイル用品事業」に区分を変更しております。



**キングジムは**  
**時代の変化をチャンスと捉え、**  
**独創的なクリエイティブ集団**  
**であり続ける**

## セグメントについて

当社グループは、当社および子会社12社により構成されており、ステーショナリー・電子製品・生活環境用品などの企画・製造販売およびこれらに附帯する事業活動を行う文具事務用品事業と、家具・雑貨・時計・アーティフィシャルフラワー・生活家電・ルームフレグランス等の企画・販売等を行うライフスタイル用品事業を展開しております。

文具事務用品事業	ライフスタイル用品事業
(株)キングジム PT.KING JIM INDONESIA KING JIM (MALAYSIA) SDN.BHD. KING JIM (VIETNAM) CO., LTD. 錦宮（上海）貿易有限公司 錦宮（香港）有限公司 錦宮（深圳）商貿有限公司	(株)ラドンナ (株)アスカ商会 (株)ぼん家具 ウインセス(株) ライフオンプロダクツ(株)

## 免責事項

- ・本資料に記載されている業績見通し等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。
- ・実際の業績等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。
- ・本資料への公認会計士、監査法人の関与はございません。

おどろき、快適、仕事と暮らし

