



2022年12月期第2四半期決算概要

2022年8月2日
コクヨ株式会社

目次

1. 2022年12月期 第2四半期実績

2. 2022年12月期 通期目標

3. 第3次中期経営計画

-Field Expansion 2024-の進捗

4. 参考資料

※ それぞれの事業は以下のように表記しています。

ファニチャー事業＝FN

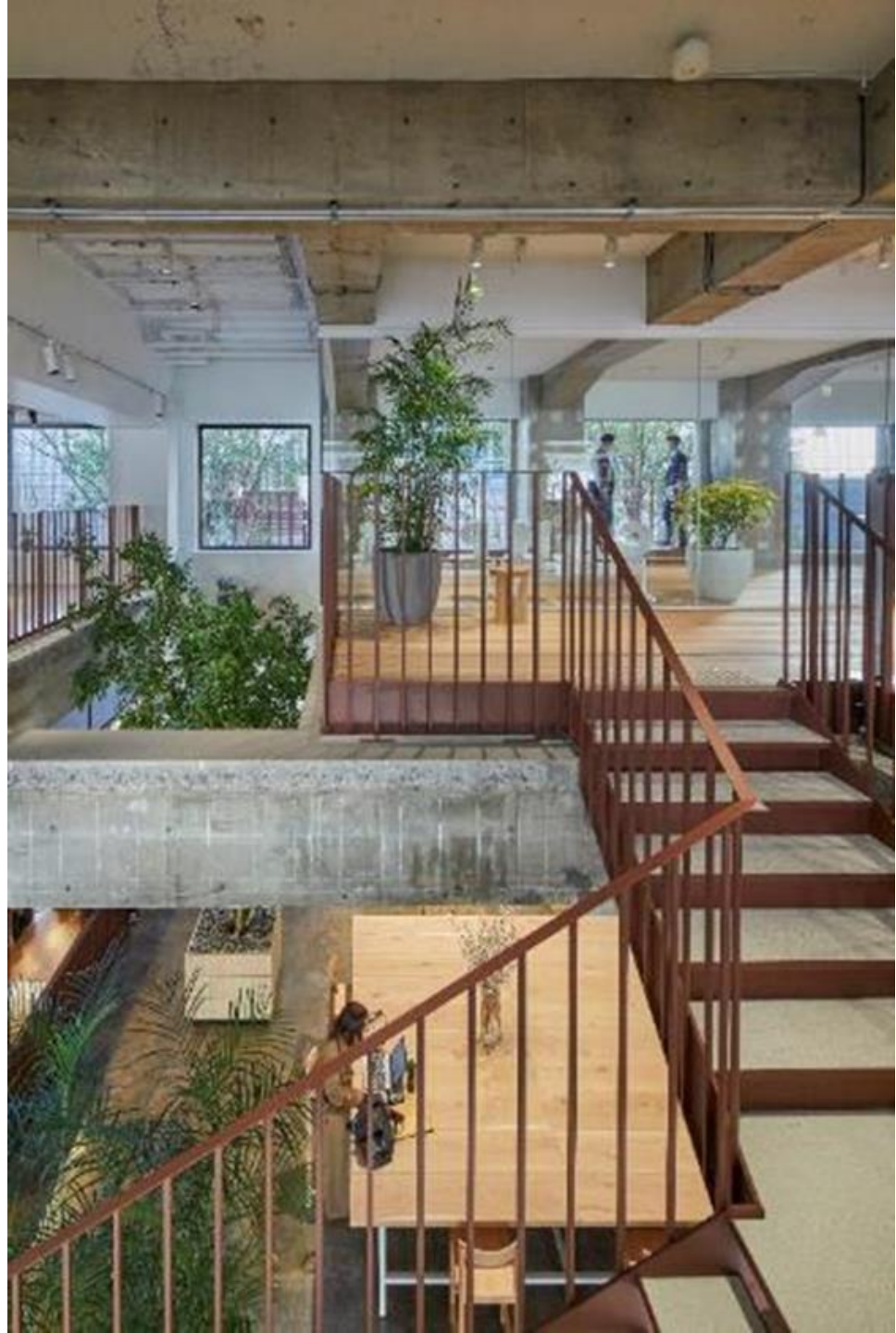
ビジネスサプライ流通事業＝BS

ステーションナリー事業＝ST

インテリアリテール事業＝IR

※ 億円未満を切り捨てています。

そのため内訳と合計及び差額が一致しない場合があります。



[2022年第2四半期実績]

- ❑ 対前年で減益、予算も未達に終わるが、その主因となったのがFNにおける新築案件の減少、想定を超える原材料高騰影響及び中国STにおける上海ロックダウン影響
- ❑ FNにおいては、オフィスリニューアル案件で補うことを目論み多くの引き合いがあるものの、案件実現が期初想定を下回る
- ❑ 日本やインドにおける原材料高騰影響は想定以上に大きく、期初から実施をした売価改定の効果を上回り収益性に影響
- ❑ その他、急激な為替変動といった環境変化はあるも、為替予約の実施等によって影響は相対的に軽微
- ❑ 当期純利益は、前年にぺんてるに係る減損損失50億円を計上した反動、円安影響による為替差益による営業外損益の上振れ及び政策保有株式の売却前倒し等による特別損益の上振れによって、対前年及び予算を上回る
- ❑ 第3次中期経営計画初年度として、既存事業からのリソース再配分や戦略経費の支出を積極的に行うなど、領域拡大に向けた取り組みが進捗

[2022年通期目標]

- ❑ 下期にかけてはFNにおけるオフィスリニューアル案件確保が順調に進捗する等、未達分の挽回は可能であることから、2022年通期業績予想について売上高と営業利益は見直しを行わない
- ❑ 経常利益と当期純利益については、為替差益等の発生を反映させて業績予想の上振れ
- ❑ 配当予定(第2四半期：28円、期末28円)についても配当性向40%を目指し、期末のみ29円に1円増配を予定

1. 2022年12月期 第2四半期実績

売上高は対前年で増収、営業利益は下回るも、
当期純利益は上回る

単位：億円

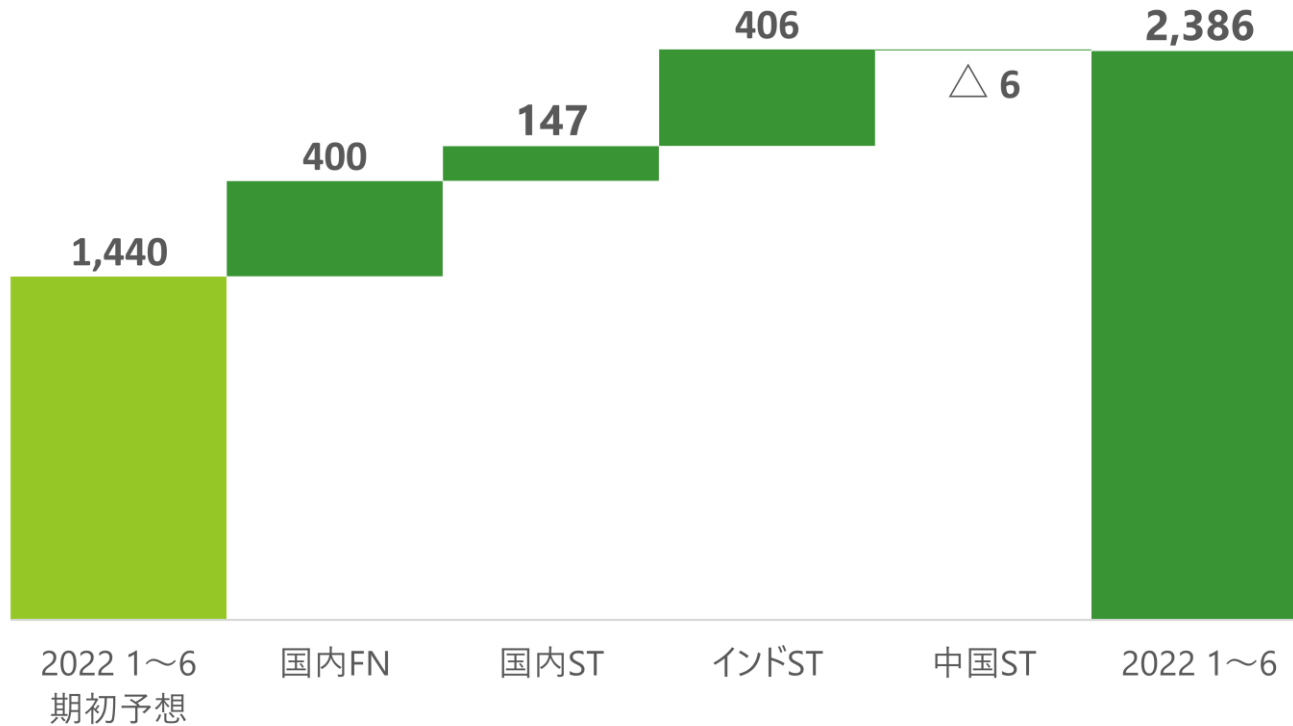
	2021 1~6 実績	2022 1~6 予想	2022 1~6 実績	前年比	予想比
売上高	1,552	1,607	1,564	+11	△42
売上総利益	619	643	612	△ 7	△30
（率）	39.9%	40.0%	39.1%	△0.7pt	△0.9pt
販管費及び一般管理費	472	502	484	+12	△17
（率）	30.4%	31.2%	31.0%	+0.6pt	△0.2pt
営業利益	146	141	127	△ 19	△13
（率）	9.4%	8.8%	8.1%	△1.3pt	△0.6pt
経常利益	104	147	146	+41	△0
（率）	6.7%	9.1%	9.3%	+2.6pt	+0.2pt
当期純利益	83	105	108	+25	+3
（率）	5.4%	6.5%	6.9%	+1.6pt	+0.4pt

※2021年の数値は新収益認識基準で組み替えた補正值で記載しております。

原材料高騰影響は期初予想を上回る

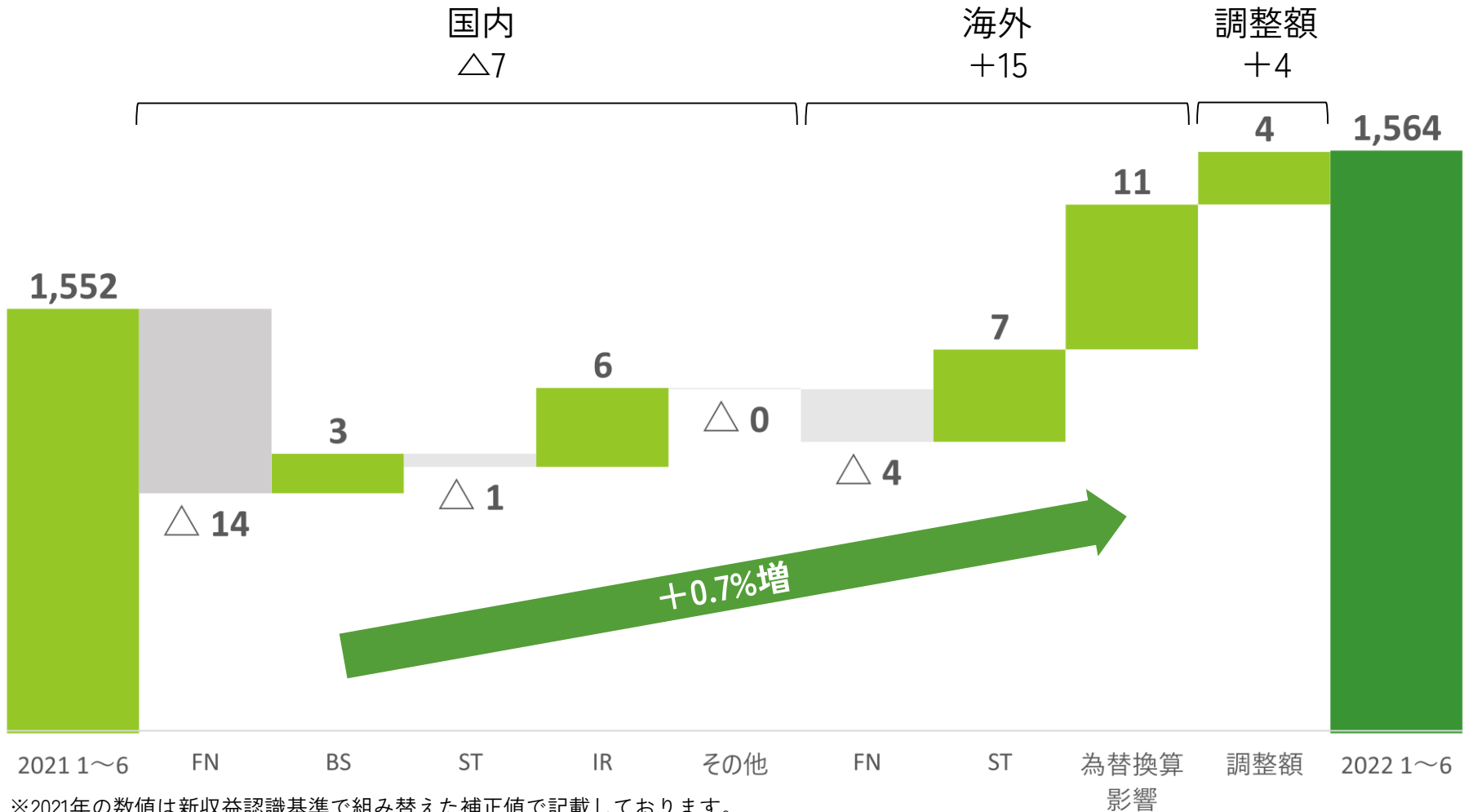
コストアップ額比較(期初予想と上期実績)

単位：百万円



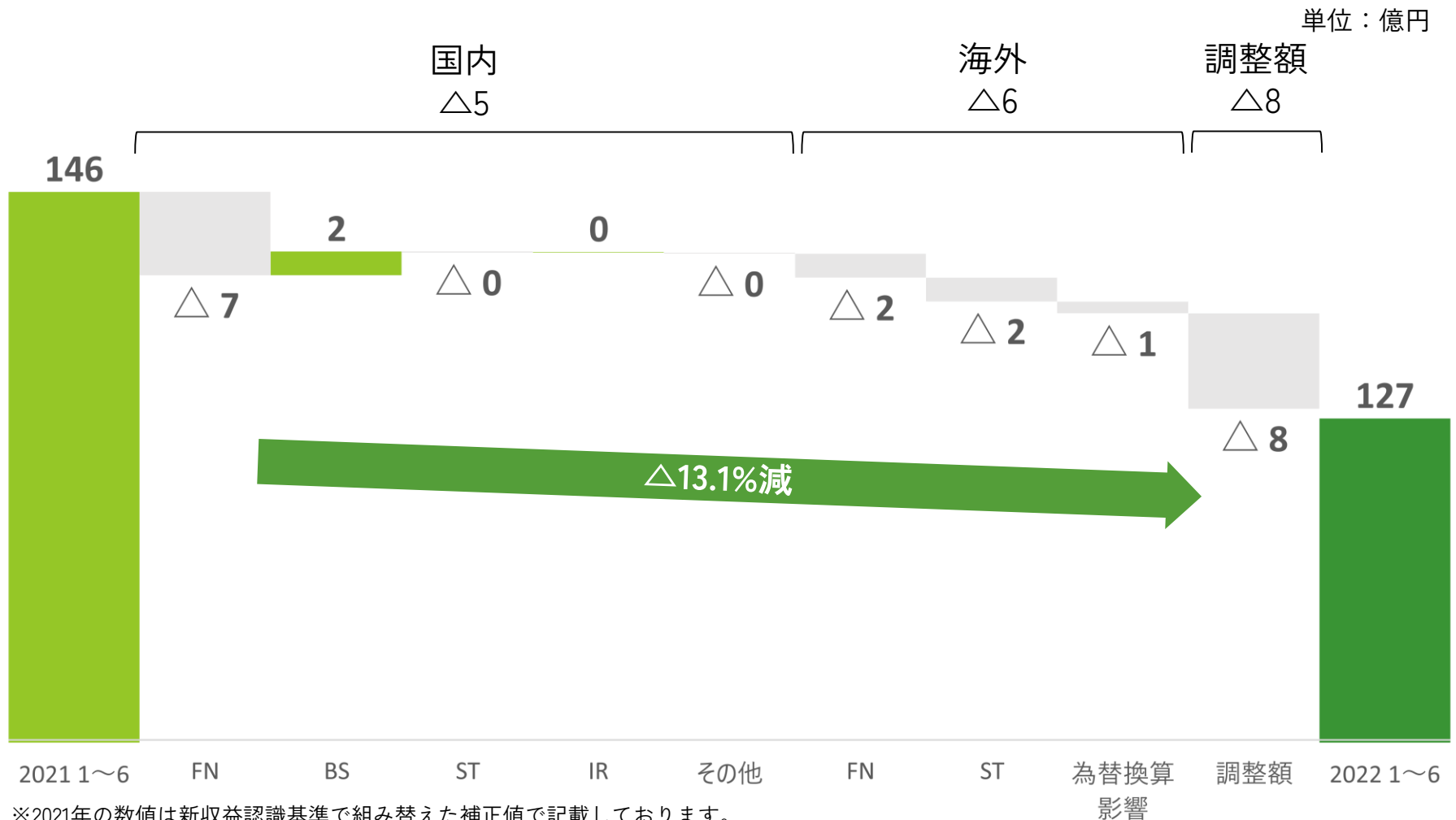
国内：国内FNの新築案件が大きく減少
海外：インドSTの業績回復が寄与

単位：億円



※2021年の数値は新収益認識基準で組み替えた補正值で記載しております。

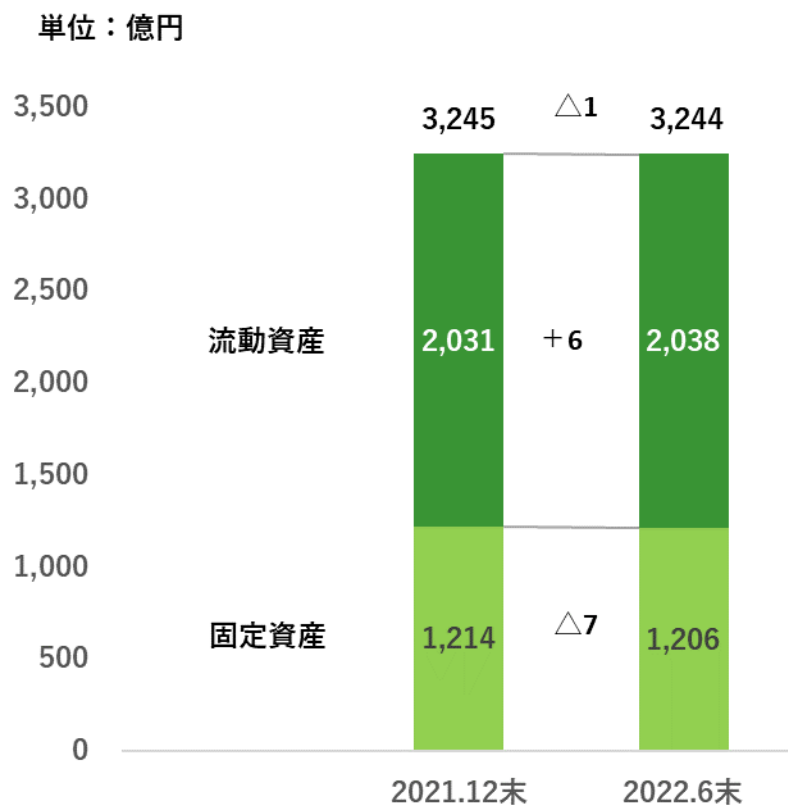
国内：FNを中心とする減収による売上総利益減少により減益
海外：中国STのロックダウン影響により、販管費負担増



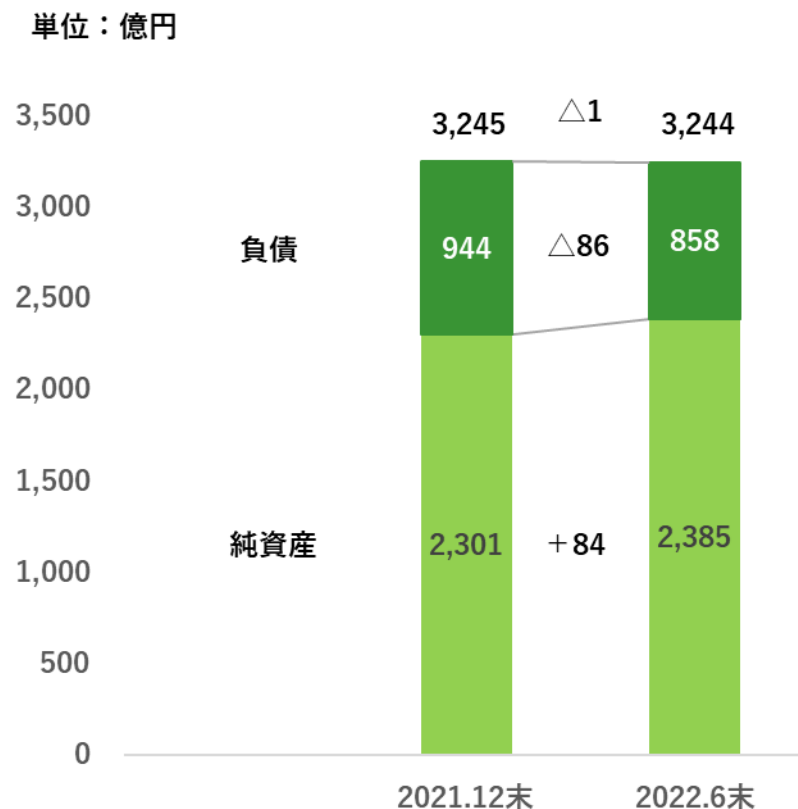
※2021年の数値は新収益認識基準で組み替えた補正值で記載しております。

政策保有株式等の非事業資産売却の取り組み推進

「資産の部」増減



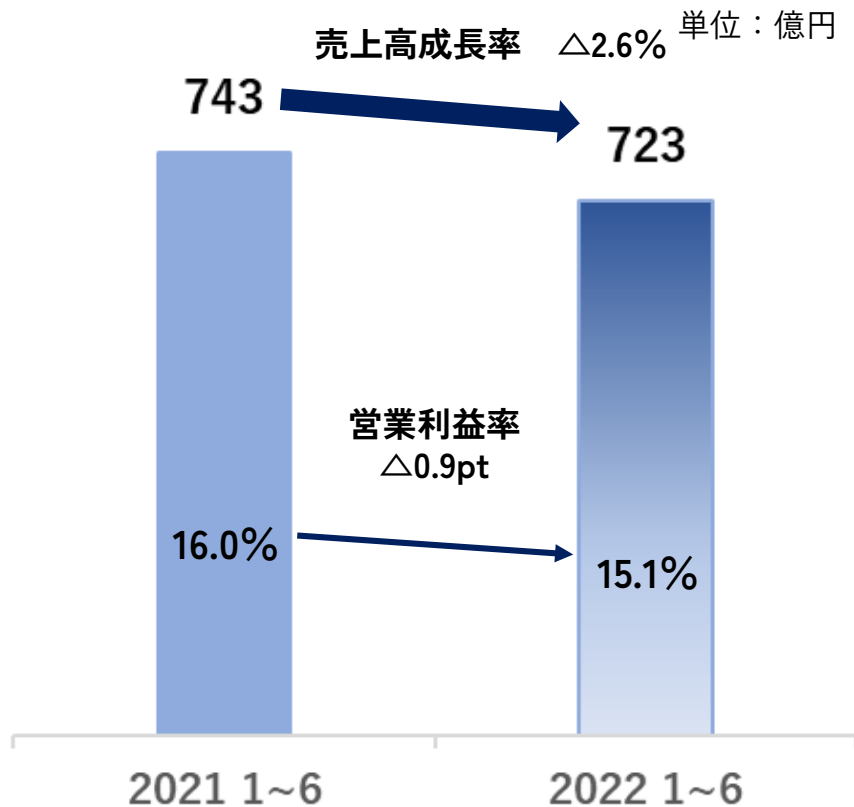
「負債・純資産の部」増減



働き方の変化に伴うオフィスリニューアル需要の獲得に注力
期中に実現する案件が想定を下回ったものの、旺盛な需要に向けた積極提案は継続

業績推移

THE CAMPUS

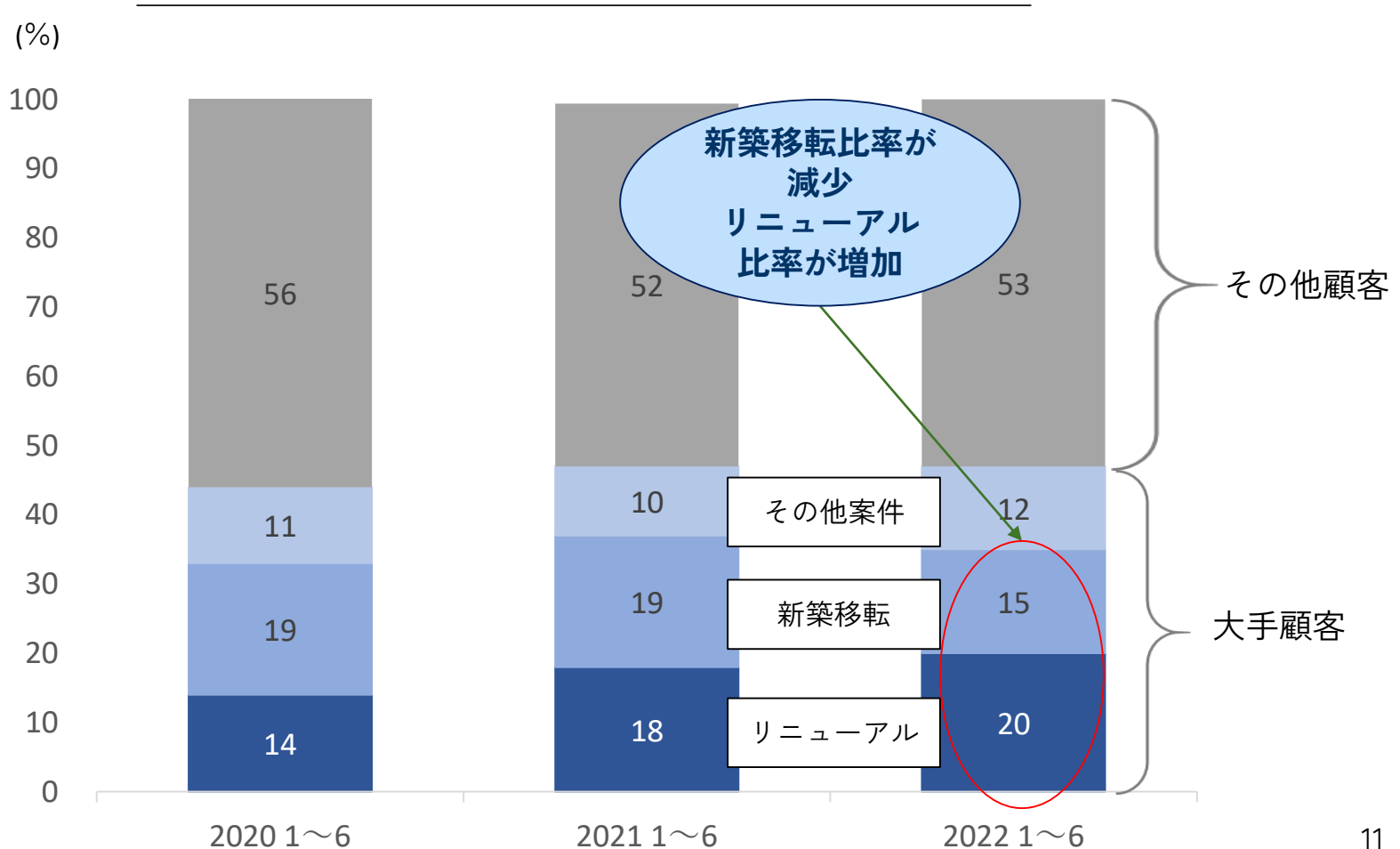


2022年1～6月来場者数9,521人
リニューアル案件獲得に大きく寄与

※2021年の数値は新収益認識基準で組み替えた補正值で記載しております。

首都圏新築オフィスビル供給の谷間を、旺盛なオフィスリニューアル需要が埋める

国内FN事業における属性割合



EC市場の伸長をターゲットに、顧客数拡大と収益性の改善に取り組む
引き続き収益性改善が進むとともに、大企業向け購買システム連携が好調に推移

業績推移

単位：億円

売上高成長率 +0.6%

496 → 499

営業利益率
+0.6pt

3.2% → 3.8%

2021 1~6

2022 1~6

大企業向け購買の売上高推移

(2020年=100%として指数化)

100%

109%

2年間で
18%の
大幅増加

118%

2020 1~6

2021 1~6

2022 1~6

※2021年の数値は新収益認識基準で組み替えた補正值で記載しております。

グローバル文具市場でのシェア拡大と国内事業の構造改革を推進 海外はインドを中心に回復傾向にある一方で、日本における需要低迷継続

業績推移

単位：億円 (%)

売上高成長率 +1.5%

379 → 384

営業利益率
△1.1pt

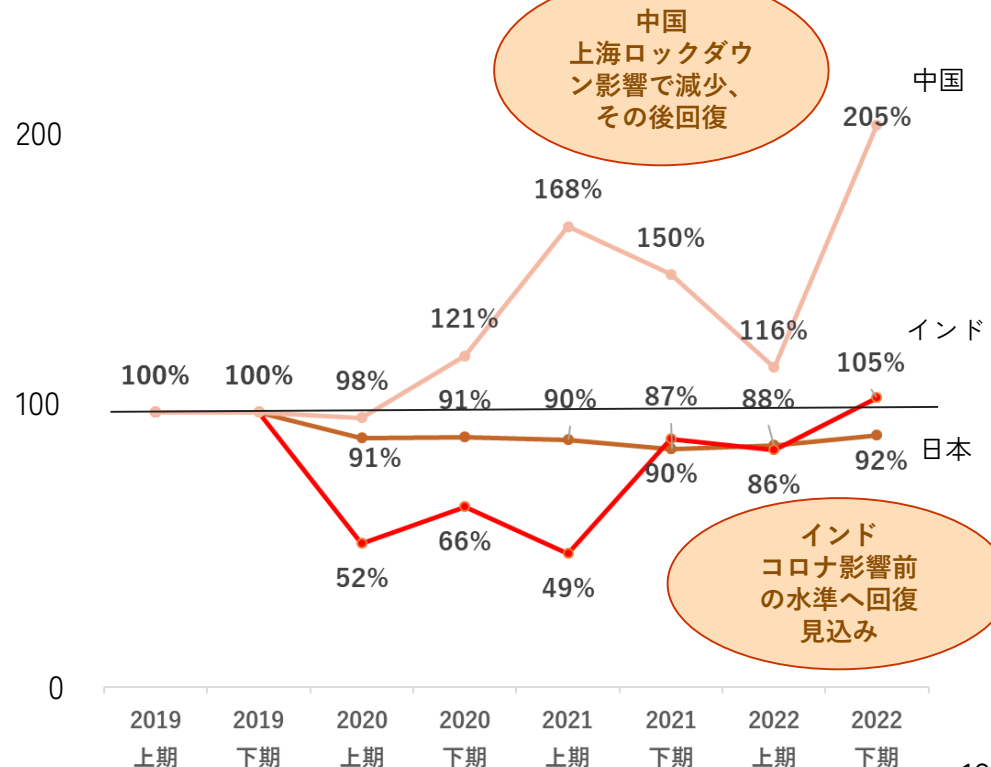
9.9% → 8.8%

2021 1~6

2022 1~6

地域別売上高推移

(2019年=100%として指数化)

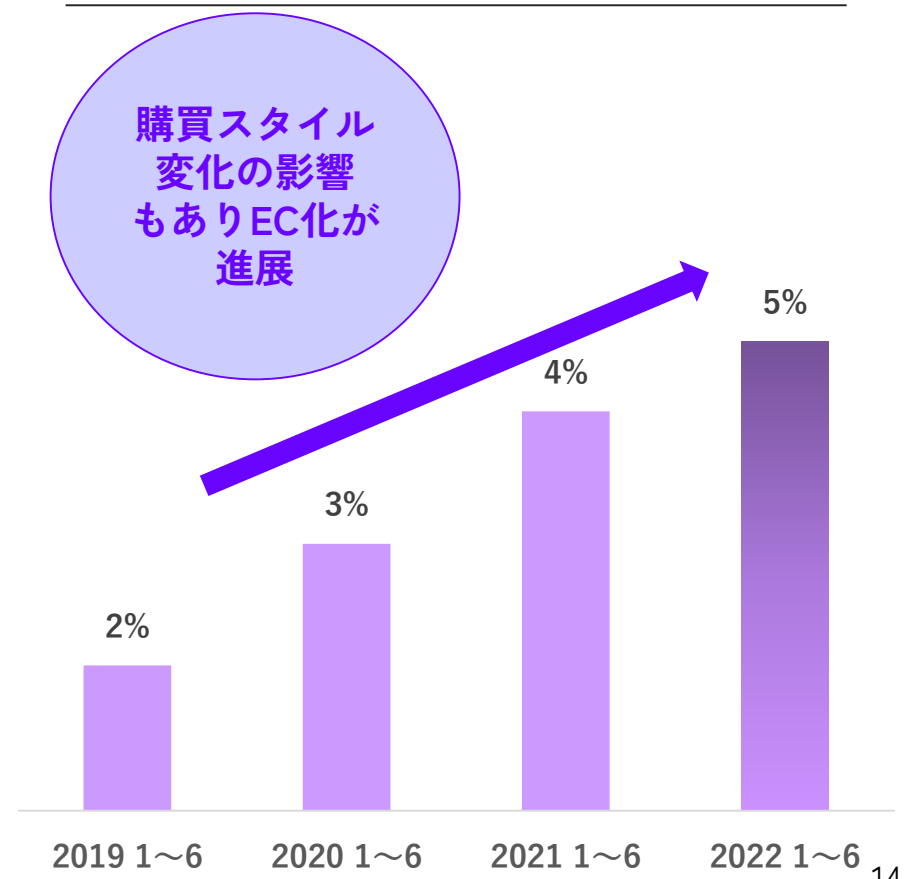
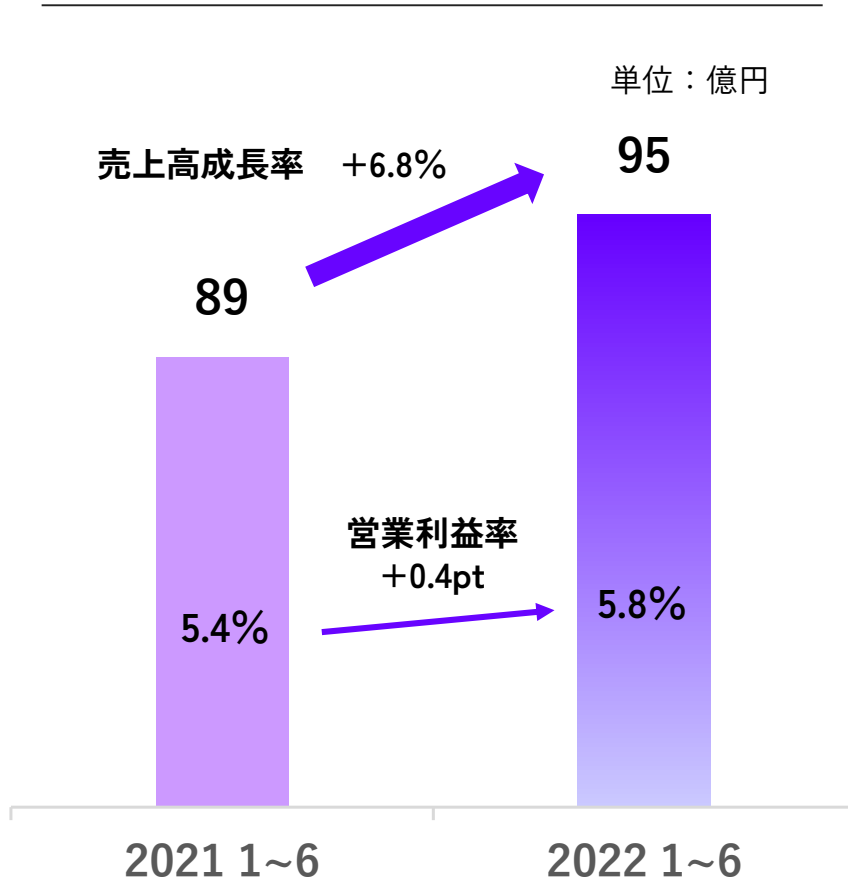


※2021年の数値は新収益認識基準で組み替えた補正值で記載しております。

インテリア需要を捉えた住空間への新たなニーズの獲得を目指す
店舗とECを統合したマーケティング戦略への取り組みが奏功

業績推移

EC売上高比率の推移



※2021年の数値は新収益認識基準で組み替えた補正值で記載しております。



2. 2022年12月期 通期目標

オフィスリニューアル需要は引き続き旺盛、案件獲得は順調に進捗、
当初予想は、売上高と営業利益は据え置き、経常利益と当期純利益は上振れ

単位：億円

	2021年	2022年	2022年	前年比 期初目標 増減率	前年比 目標 増減率
	実績	期初目標	目標		
売上高	2,926	3,070	3,070	+4.9	+4.9
売上総利益	1,135	1,199	1,184	+5.6	+4.3
(率)	38.8%	39.1%	38.6%		
販管費及び一般管理費	936	991	976	+5.9	+4.3
(率)	32.0%	32.3%	31.8%		
営業利益	199	208	208	+4.5	+4.5
(率)	6.8%	6.8%	6.8%		
経常利益	164	222	232	+35.2	+41.3
(率)	5.6%	7.2%	7.6%		
当期純利益	137	159	164	+16.0	+19.7
(率)	4.7%	5.2%	5.3%		

※2021年の数値は新収益認識基準で組み替えた補正值で記載しております。

※2022年期初目標は、2022年2月15日開示数値です。

売上高は、対前年で増収を見込む
利益についても前年を上回り、過去最高となる見通し

単位：億円

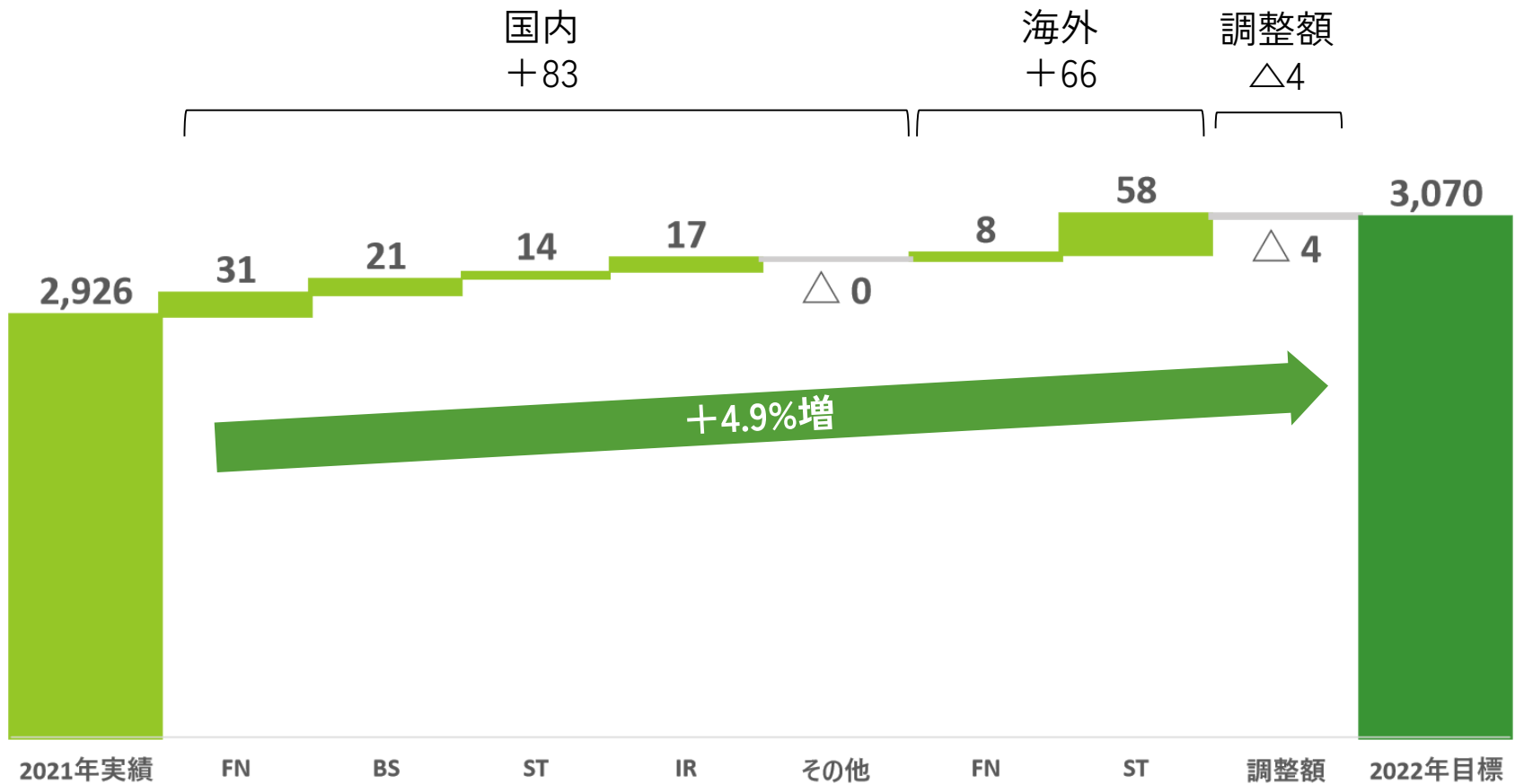
	2021年	2022年	2022年	前年比 期初目標 増減率	前年比 目標 増減率
	実績	期初目標	目標		
売上高	1,373	1,463	1,505	+6.5	+9.6
売上総利益	516	556	571	+7.7	+10.8
(率)	37.6%	38.0%	38.0%		
販管費及び一般管理費	463	489	491	+5.5	+6.0
(率)	33.8%	33.4%	32.6%		
営業利益	52	67	80	+27.6	+53.6
(率)	3.8%	4.6%	5.4%		
経常利益	59	75	85	+26.1	+44.3
(率)	4.3%	5.1%	5.7%		
当期純利益	53	54	55	+0.5	+3.4
(率)	3.9%	3.7%	3.7%		

※2021年の数値は新収益認識基準で組み替えた補正值で記載しております。

※2022年期初目標は、2022年2月15日開示数値です。

国内FN及び海外ST中心に全事業において増収を見込む

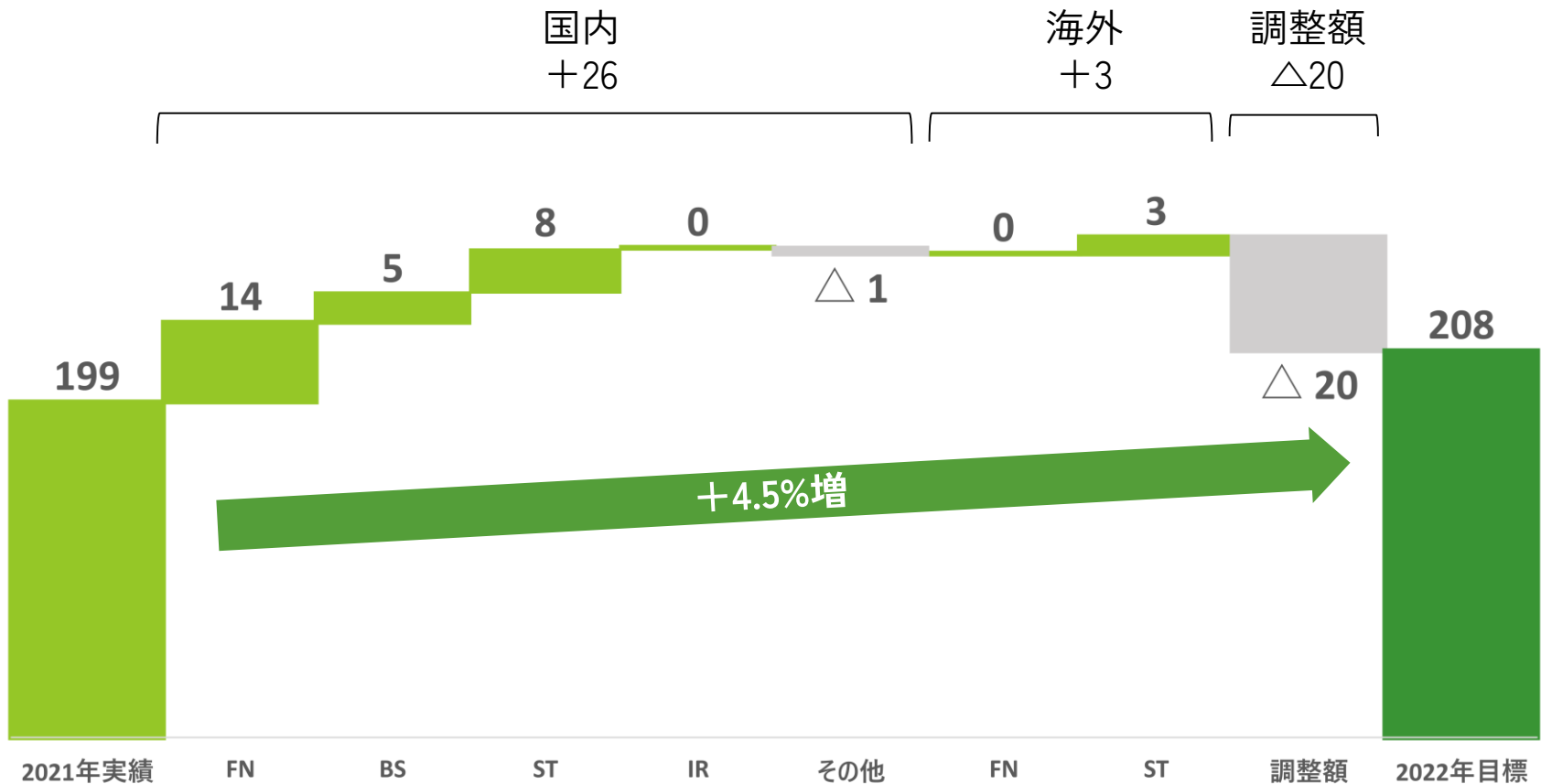
単位：億円



※2021年の数値は新収益認識基準で組み替えた補正值で記載しております。

増収効果及び売価改定・コストダウン効果の浸透による
収益性改善により増益を見込む

単位：億円



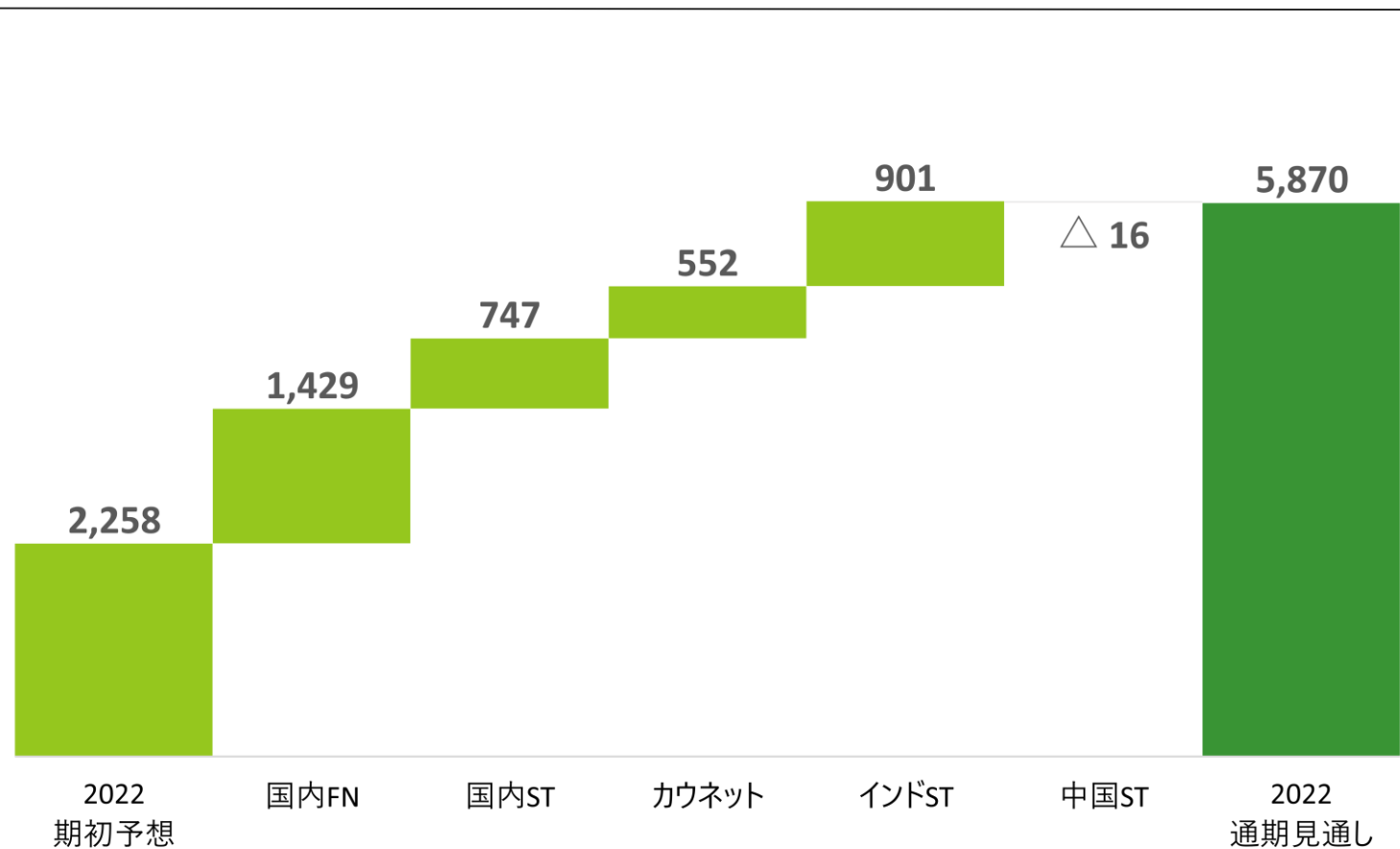
※2021年の数値は新収益認識基準で組み替えた補正值で記載しております。

原材料高騰影響(通期)

期初予想以上の原材料高騰影響に対応すべく今年2回目の売価改定を実施
年間累計では原材料高騰分を全て吸収するには至らず

コストアップ額比較(期初予想と通期見通し)

単位：百万円

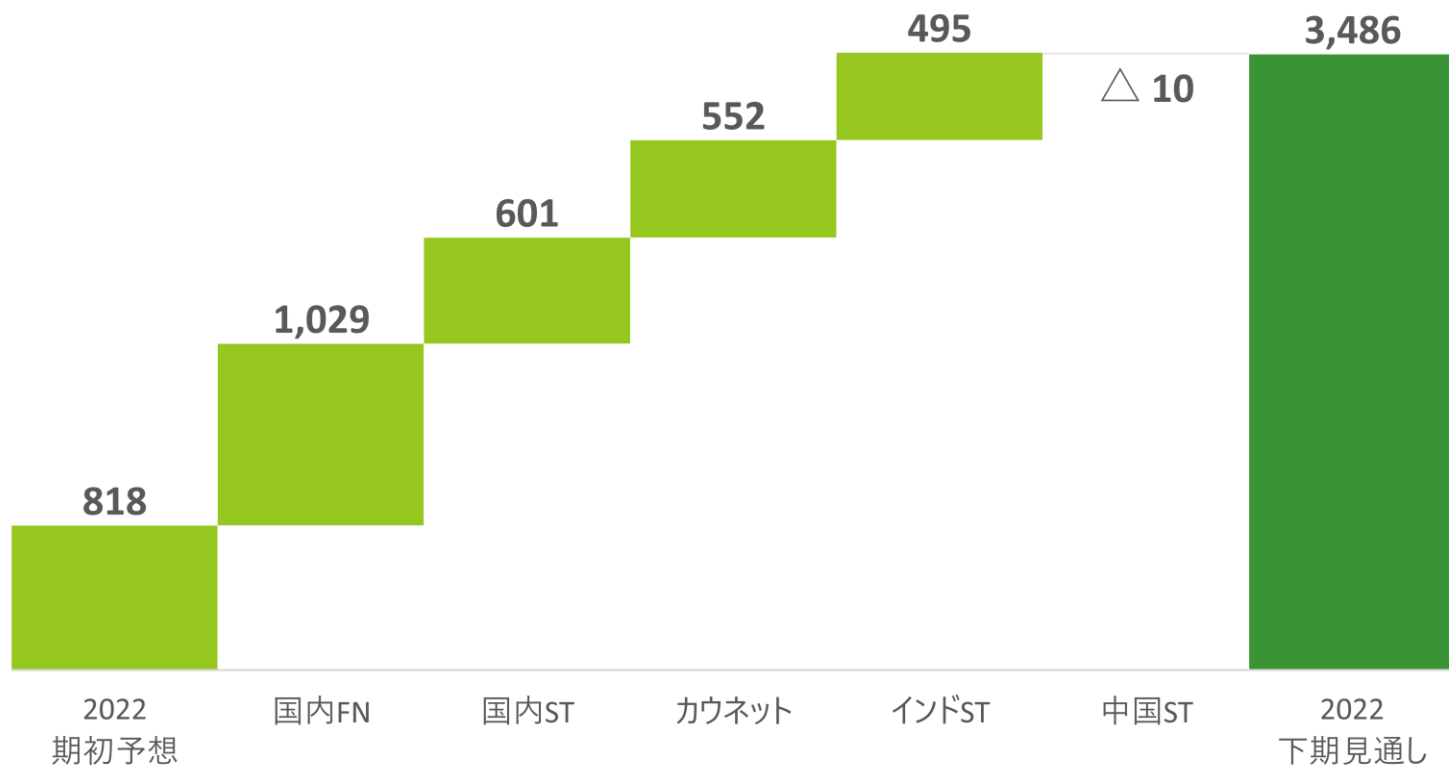


原材料高騰影響(下期)

原材料高騰影響は期初予想以上に大きいものの、
売価改定効果によって下期への影響は抑制

コストアップ額比較(期初予想と下期見通し)

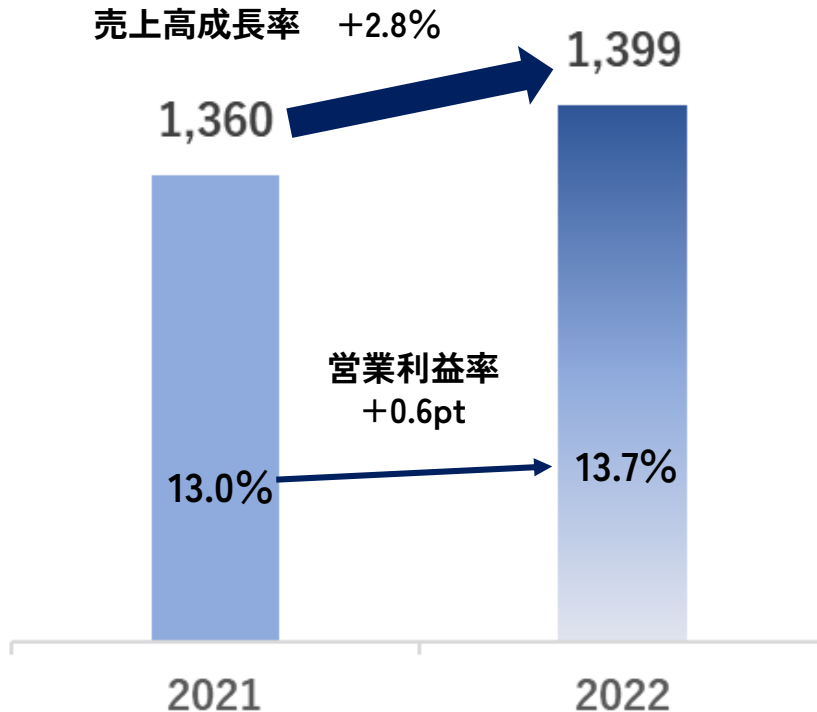
単位：百万円



引き続きオフィスリニューアル需要の取り込みに注力するとともに、
空間商材拡大等を通じた事業領域拡張を図る

業績推移

単位：億円



今後の取り組み

区 分

取り組み

既存事業 ブラッシュアップ	オフィスリニューアル 需要取り込み
既存事業領域拡張	オフィス空間商材拡大
サステナブル	サステナブル商材 市場投入



THE CAMPUS

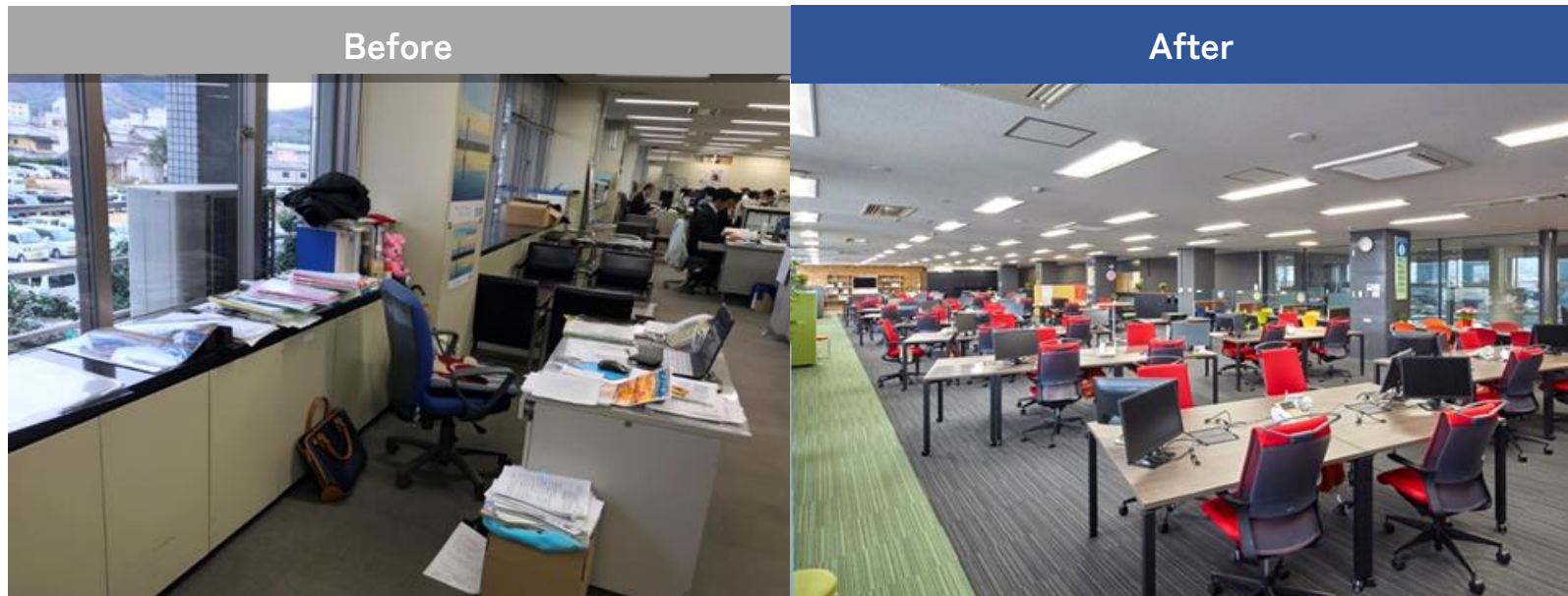


MAXHUB

※2021年の数値は新収益認識基準で組み替えた補正值で記載しております。

オフィスリニューアル需要の取り込みに注力
中小企業や自治体にもリニューアルの裾野が広がる

香川県三豊市庁舎の空間プロデュース



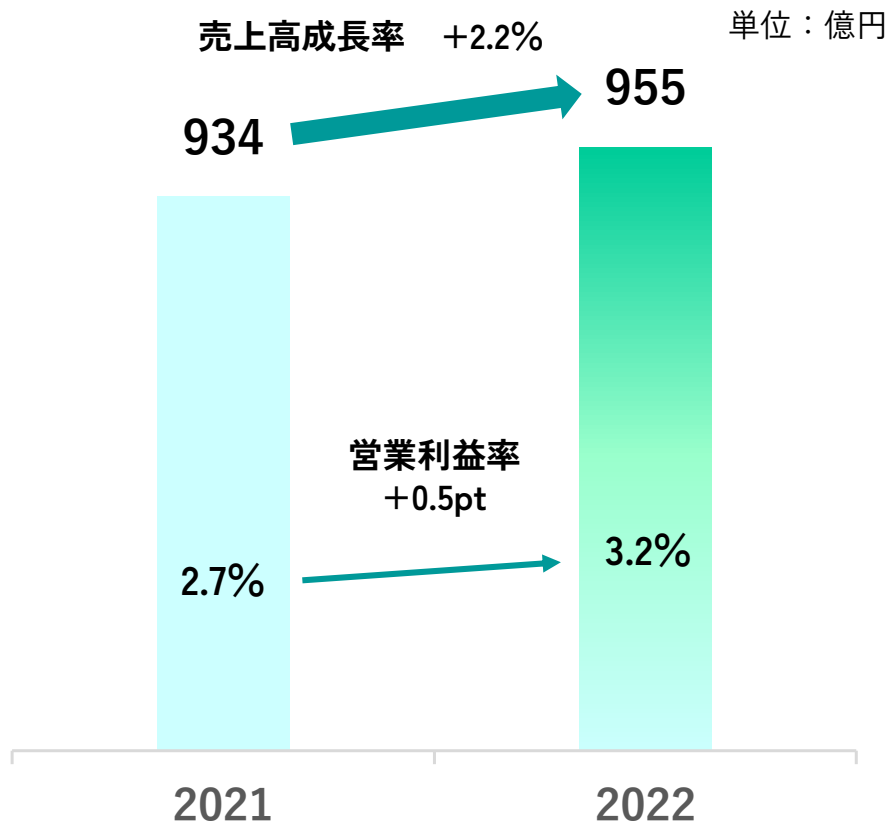
固定席を基本としたオフィスレイアウト

ペーパーレス化、固定電話の廃止及び
フリーアドレスの導入等の推進によって
フレキシブルワークを実現

大規模顧客向けシステムソリューション強化に加え、 事業領域拡張に向けた注力市場拡大を図る

業績推移

今後の取り組み



区 分

取り組み

既存事業
ブラッシュアップ

大規模顧客購買システム
ソリューション強化

既存事業領域拡張

非オフィス市場の開拓

サステナブル

紙パック容器リサイクル
サービス試験運用開始



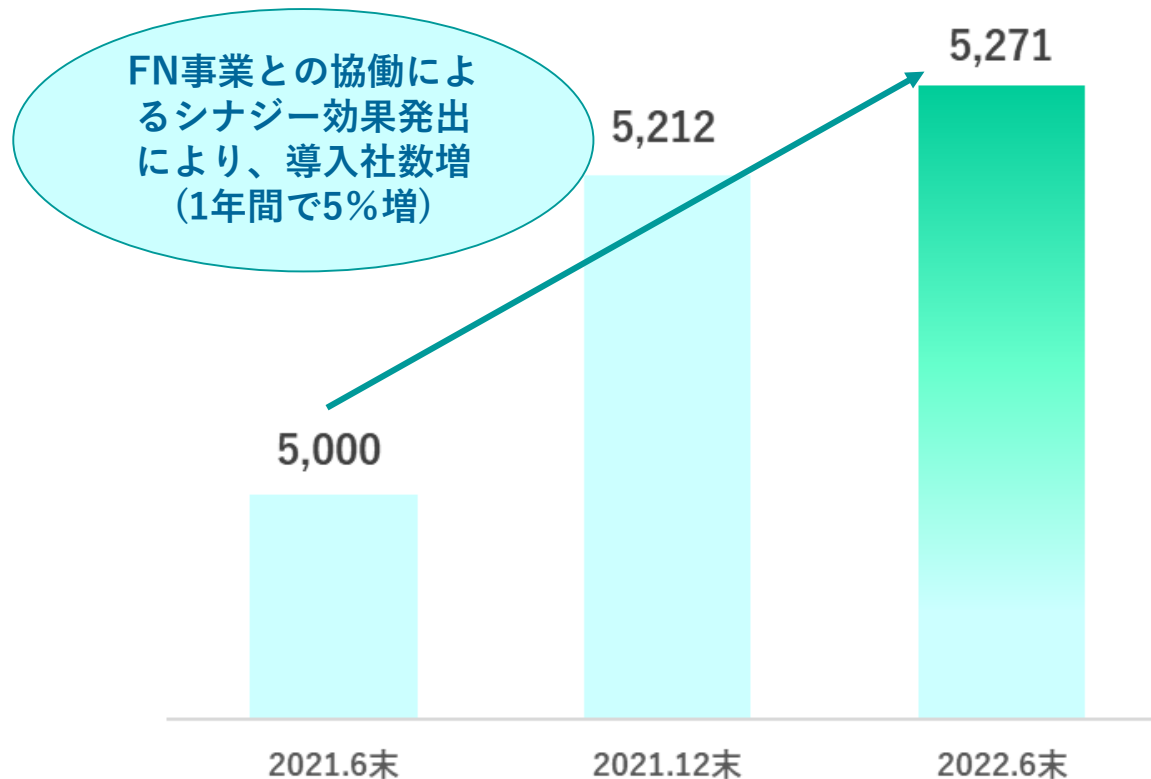
営業活動におけるグループ内連携強化

※2021年の数値は新収益認識基準で組み替えた補正值で記載しております。

FN大規模顧客向け営業とカウネット営業が協働することで、
顧客提案におけるシナジー効果発出を狙う

大企業向け購買システム導入社数の推移(カウネット事業)

単位：社

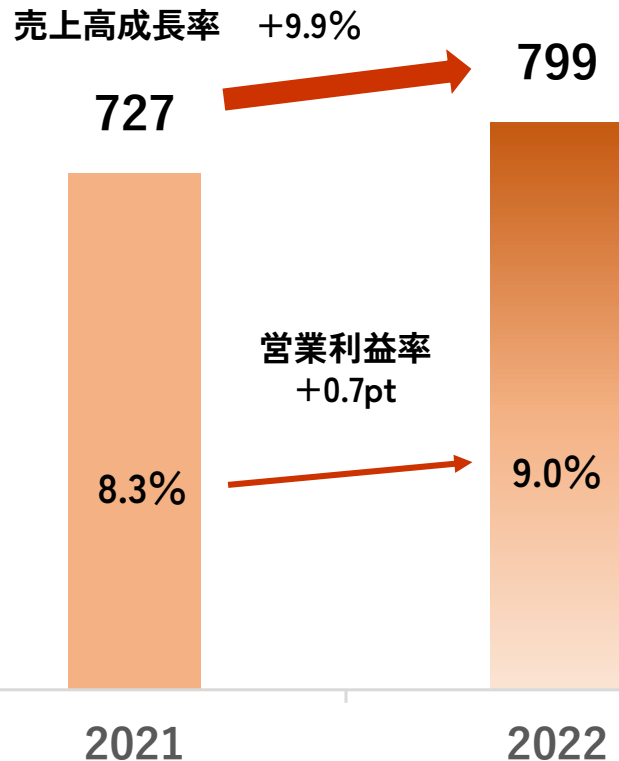


エリア展開を通じて引き続き中国事業の高成長継続を図る他、
事業領域拡張に向けて付加価値商材カテゴリー拡大を図る

業績推移

今後の取り組み

単位：億円



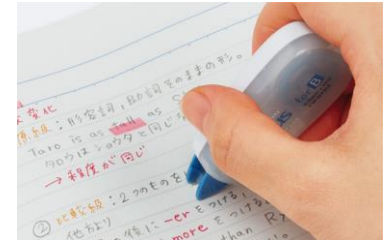
区 分

取り組み

既存事業 ブラッシュアップ	中国ステーションナリー 事業地方展開
既存事業領域拡張	付加価値商材 カテゴリー拡大
サステナブル	新調達方針制定



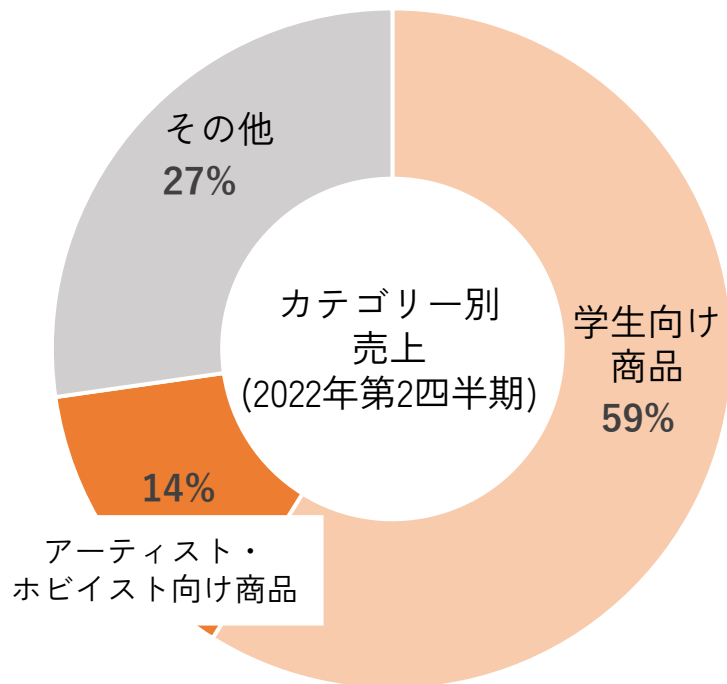
地方都市代理店拡大



キャンパス ノートの
ための修正テープ

コロナ禍でのリブランディング奏功、学校再開等による需要回復や収益性改善に寄与
アーティスト・ホビイスト向け商品はコロナ禍でも需要が底堅く、業績下支え効果

カテゴリー別売上割合



商品事例



アーティスト・ホビイスト向け商品
流し絵キットシリーズ

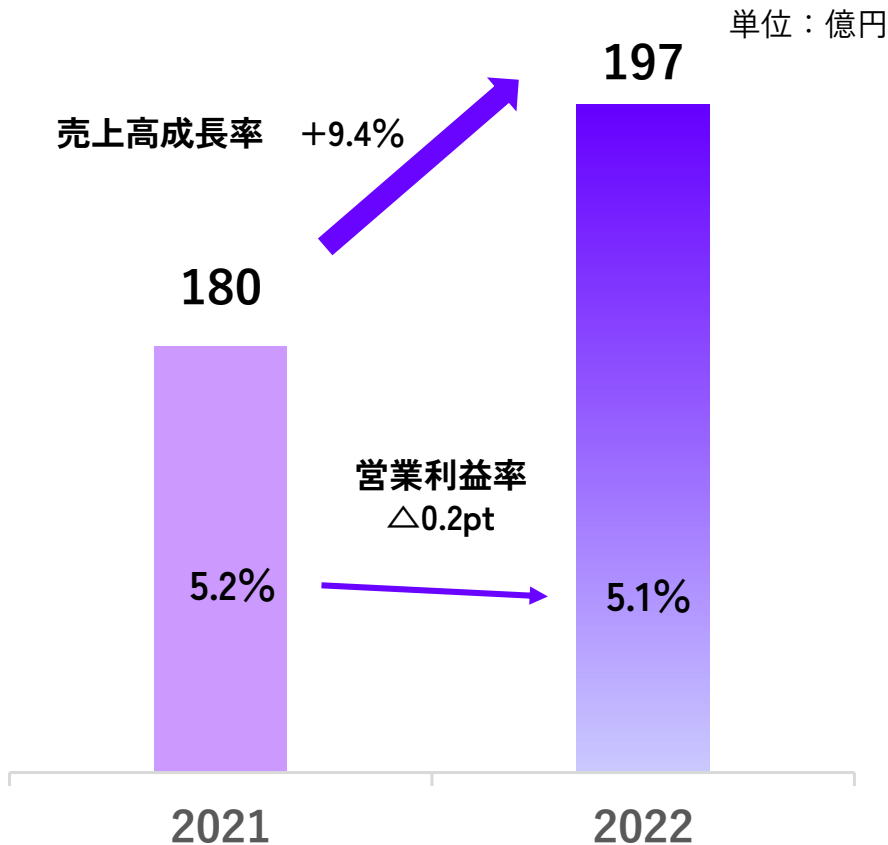


学生向け商品
グリップマックス・
メカニカルペンシル

IT継続投資等を通じて、引き続きインテリア需要取り込みを図る他、
実店舗とEC連携強化によるOMO推進を目指す

業績推移

今後の取り組み



区 分	取 り 組 み
既存事業 ブラッシュアップ	IT継続投資
既存事業領域拡張	実店舗とECの連携強化 OMO(Online Merges Offline)
サステナブル	廃棄される家具をなくす 3つの循環システム構築



実店舗

EC事業

※2021年の数値は新収益認識基準で組み替えた補正值で記載しております。

インテリア需要の高まりを受け、顧客体験価値向上に向けた 販売及びプロモーション施策が奏功

購買キャンペーン



季節に合わせた購買キャンペーンを実施

SNSを通じたプロモーション活動

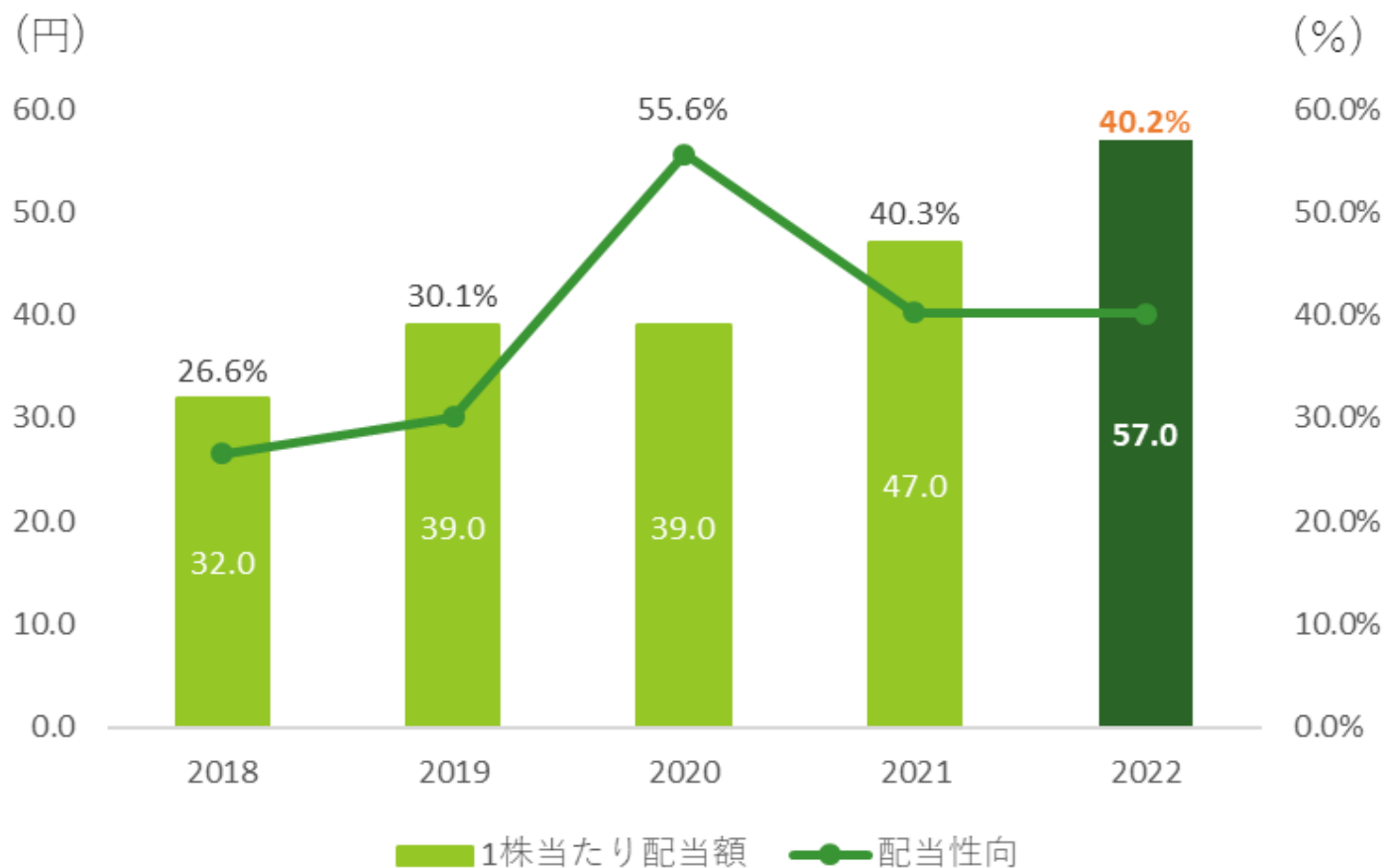


2021年12月にYouTubeチャンネルを開設

株主還元

通期業績予想の当期純利益上振れに伴い、配当性向40%を目指し、
通期配当予想を 1 円増配予定

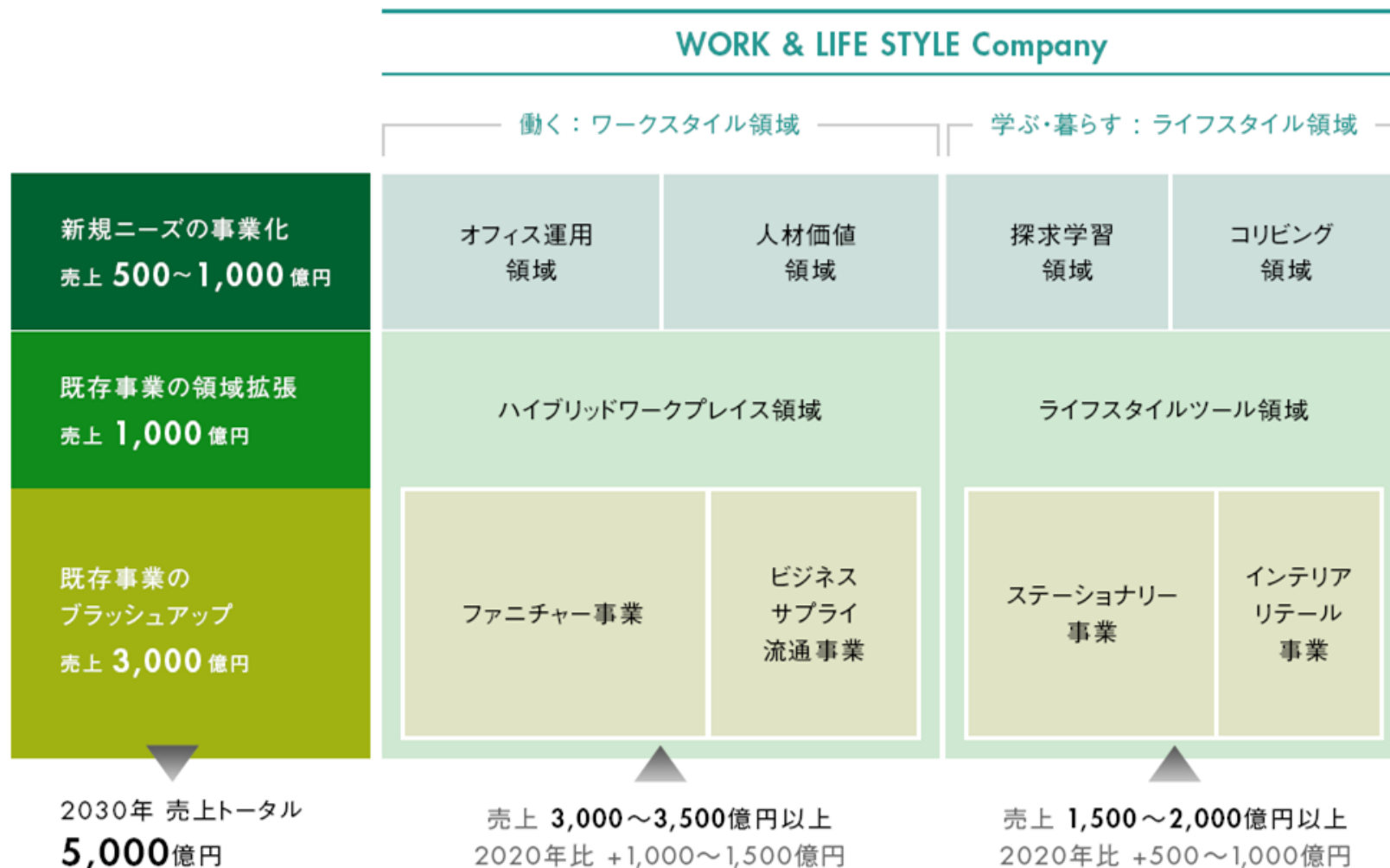
1株当たり配当額及び配当性向の推移





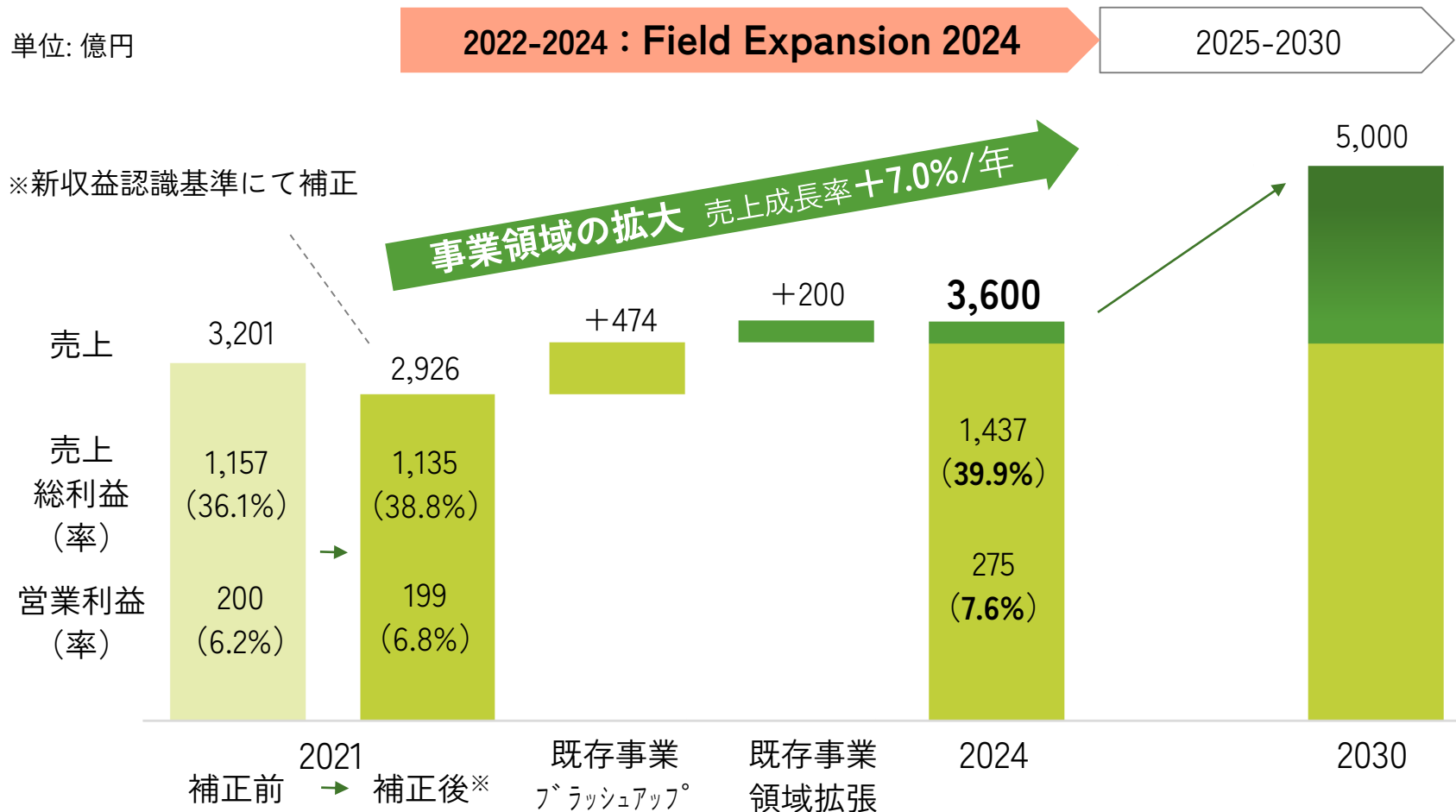
3. 第3次中期経営計画-Field Expansion 2024-の進捗

「森林経営モデル」へのシフトと2つの事業領域の拡大をベースに、
2030年に、売上5,000億円を実現する



2030年の持続的な成長に向けて事業領域拡大を加速し、
2024年の売上3,600億円、営業利益率7.6%を実現する

単位: 億円



「事業領域の拡大」のために、様々な経営課題に取り組む

	2022年～2024年	2025年～2027年	2028年～2030年
ダイナミックな 成長投資	・ 研究開発費率0.6%→1.0% ・ 成長投資枠：300億円 ・ 定常投資枠：200億円	2030年までに戦略投資1,800億円を実施 (第3次中計実施分を含む)	
人材の活躍 と成長	人材の流動性を高めて 活躍の機会を作る ・ 基幹職の流動化を推進 ・ 30名のリーダー人材登用	多様性を高めて イノベーション を加速	社会へ人材を輩出
イノベーション の活性化	事業インキュベーションの場 / しくみのプロトタイピング ・ 15案件の事業創出 ・ イノベーションプロセス経験者500人	イノベーション の加速	社外への プロセス販売
社会価値と 経済価値の 両立	・ 社会価値向上のための寄付枠（経常利益比1%≒2億円）を設定 ・ ESG活動費枠を設定		

研究開発目的でのスタートアップへの少額出資と、 グローバルでのバリューチェーン強化に向けた取り組みを実施

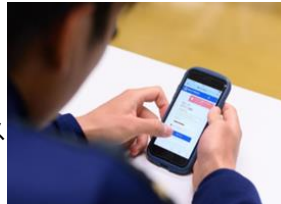
スタートアップへの少額出資

株式会社ユーフォリア

出資時期：2022年5月

事業概要：スポーツテック事業

出資目的：オフィスワーカー向け
ウェルビーイングサービスの研究



VUILD株式会社

出資時期：2022年7月

事業概要：建築設計、デジタル家づくり
プラットフォーム事業等

出資目的：オフィス空間提案強化



グローバルでのバリューチェーン強化

HNI Hong Kong Limited

出資時期：2022年7月

事業概要：中国香港でのオフィス家具製造・販売

出資目的：顧客に対する販売力や生産及び調達能力の更なる
強化及び中国市場における一層の事業拡大



コクヨとして初となる統合報告書を発刊

サステナブル経営推進に向け、パーパスを軸とする価値創造ストーリーを制定





4. 参考資料

2022年12月期 セグメント別第2四半期実績（対前年）

単位：億円

		2021 1~6 実績	2022 1~6 予想	2022 1~6 実績	前年比 増減率	予想比 増減率
合計	売上高	1,552	1,607	1,564	+0.7%	△2.7%
	営業利益	146	141	127	△13.1%	△9.7%
	(率)	9.4%	8.8%	8.1%		
ワークスタイル領域	売上高	1,239	1,263	1,223	△1.3%	△3.2%
	営業利益	135	143	128	△5.2%	△10.3%
	(率)	10.9%	11.3%	10.5%		
	ファニチャー事業	売上高	743	723	△2.6%	△4.9%
		営業利益	119	109	△8.3%	△12.9%
		(率)	16.0%	15.1%		
	ビジネスサプライ流通事業	売上高	496	499	+0.6%	△0.5%
		営業利益	16	18	+17.7%	+8.1%
		(率)	3.2%	3.8%		
ライフスタイル領域	売上高	468	506	480	+2.5%	△5.1%
	営業利益	42	45	39	△6.5%	△13.2%
	(率)	9.0%	9.0%	8.2%		
	ステーションナリー事業	売上高	379	384	+1.5%	△6.8%
		営業利益	37	33	△9.3%	△17.1%
		(率)	9.9%	8.8%		
	インテリアリテール事業	売上高	89	95	+6.8%	+2.6%
		営業利益	4	5	+14.8%	+22.2%
		(率)	5.4%	5.8%		
その他	売上高	2	2	2	△7.4%	+2.4%
	営業利益	0	0	△0	-	-
	(率)	6.8%	0.0%	-		
調整額	売上高	△157	△164	△141	-	-
	営業利益	△31	△47	△39	-	-
	(率)	-	-	-		

※2021年実績は、新収益認識基準による補正値を記載しております。

2022年12月期 セグメント別通期目標（対前年）

単位：億円

		2021 通期 実績	2022 通期 目標	目標比 増減率
合計	売上高	2,926	3,070	+ 4.9%
	営業利益	199	208	+ 4.5%
	(率)	6.8%	6.8%	
ワークスタイル領域	売上高	2,294	2,354	+ 2.6%
	営業利益	203	221	+ 9.1%
	(率)	8.8%	9.4%	
	ファニチャー事業	売上高	1,360	+ 2.8%
		営業利益	177	+ 7.6%
		(率)	13.0%	13.7%
	ビジネスサプライ流通事業	売上高	934	+ 2.2%
		営業利益	25	+ 19.3%
		(率)	2.7%	3.2%
ライフスタイル領域	売上高	907	996	+ 9.8%
	営業利益	70	82	+ 16.9%
	(率)	7.7%	8.2%	
	ステーションナリー事業	売上高	727	+ 9.9%
		営業利益	60	+ 18.6%
		(率)	8.3%	9.0%
	インテリアリテール事業	売上高	180	+ 9.2%
		営業利益	9	+ 5.9%
		(率)	5.2%	5.1%
その他	売上高	4	4	△9.3%
	営業利益	0	△ 1	-
	(率)	2.3%	-	
調整額	売上高	△ 280	△ 284	-
	営業利益	△ 74	△ 94	-
	(率)	-	-	

※2021年実績は、新収益認識基準による補正値を記載しております。

2022年12月期 セグメント別下期目標（対前年）

単位：億円

		2021 7~12 実績	2022 7~12 目標	目標比 増減率
合計	売上高	1,373	1,505	+ 9.6%
	営業利益	52	80	+ 53.8%
	(率)	3.8%	5.4%	
ワークスタイル領域	売上高	1,055	1,130	+ 7.1%
	営業利益	67	92	+ 37.3%
	(率)	6.4%	8.2%	
	ファニチャー事業	売上高	617	+ 9.4%
		営業利益	58	+ 39.7%
		(率)	9.4%	12.1%
	ビジネスサプライ流通事業	売上高	437	+ 4.1%
		営業利益	9	+ 22.2%
		(率)	2.2%	2.4%
ライフスタイル領域	売上高	438	515	+ 17.6%
	営業利益	27	42	+ 55.6%
	(率)	6.4%	8.2%	
	ステーションナリー事業	売上高	347	+ 19.3%
		営業利益	23	+ 65.2%
		(率)	6.7%	9.2%
	インテリアリテール事業	売上高	91	+ 11.0%
		営業利益	4	-
		(率)	5.1%	4.4%
その他	売上高	2	1	△50.0%
	営業利益	△ 0	△ 1	-
	(率)	-	-	
調整額	売上高	△ 122	△ 143	-
	営業利益	△ 43	△ 55	-
	(率)	-	-	

※2021年実績は、新収益認識基準による補正値を記載しております。

〒108-8459 東京都港区港南1-8-35 THE CAMPUS

コクヨ株式会社 理財本部 IRユニット

E-Mail : ir@kokuyo.com



※本資料で記載されている業績予想、将来予測は現時点における事業環境に基づき当社が判断した予想であり、
今後の事業環境の変化により実際の業績が異なる場合があることをご承知おき下さい