

事業環境やニーズの変化へ柔軟に対応

ブラッシュアップと領域拡大

はじめに事業の概況についてお伺います。

黒田 わが国経済は、企業収益や雇用・所得環境等の改善により、景気は緩やかな回復基調にあるものの、中国経済の先行き懸念等による海外景気の下振れや、資源価格及び原材料価格高騰等の影響によ

り、先行き不透明な状況で推移しております。このような状況のもと、当社グループは、「長期ビジョンCCO2030」実現に向けて、既存事業のブラッシュアップと領域拡大による成長を目指す第3次中期経営計画「Field Expansion

」のもとにおいて、既存事業からのリソース再配分や戦略経費支出の積極化、海外展開の強化といった事業領域の拡大に向けた取り組みを推進しております。

当社グループを取り巻く経営環境は激変しており、事業環境や顧客ニ

ーズの変化に柔軟に対応することで、引き続き強い競争力を発揮できているものと考えております。

――2024年の業績はいかがですか。

黒田 売上高は、フアン

チャー事業において、オフィス移転案件やリニューアル案件の獲得が進捗したことで、前年同期比1.1%増の251.5億円となりました。売上総利益は、原材料価格の高騰影響を受けたものの、売価改定の浸透等の取り組みにより、前年同期比3.1%増の99.7億円、売上総利益率は、前年同期比0.8ポイント上昇の39.6%となりました。

――セグメント別の業績はいかがですか。

黒田 フアンチャー事業は、働き方の変化に伴う旺盛なオフィス需要の獲得と、Kokuyo Hong Kong Limited (以下、コクヨ香港) を活用した海外事業の成長により、コクヨ全体の業績を牽引することを目指しております。

国内では、新築オフィスの移転需要とオフィスリニューアル需要が旺盛な状況が続いており、顧客の戦略課題に対応したワークスタイル提案の強化及び業務プロセスの効率化等に取り組むことで、業績拡大や収益改善が進捗しております。

――2024年12月期通期目標は、

黒田 第3四半期末実績までの進捗遅れを反映し、2024年2月13日発表の当初予想値について、経営利益まで修正を行いました。当期純利益については、政策保有株式の売却等により、過去最高となる当初予想値達成を目指し、ROEについては第3次中期経営計画に掲げる目標数値8%を達成見込みです。当期純利益予想の据え置きに伴い、配当については当初予想値である期末配当38円を予定、配当性向は40.5%となる見込みです。

新春インタビュー

コクヨ・黒田英邦社長



コクヨ東京ショールームを企業力ルチャー育む空間へリニューアル



――2024年の業績はいかがですか。

黒田 売上高は、フアンチャー事業において、オフィス移転案件やリニューアル案件の獲得が進捗したことで、前年同期比1.1%増の251.5億円となりました。売上総利益は、原材料価格の高騰影響を受けたものの、売価改定の浸透等の取り組みにより、前年同期比3.1%増の99.7億円、売上総利益率は、前年同期比0.8ポイント上昇の39.6%となりました。



チームで働く新しいスタイルを提案した「Any way」

中国・アセアンでは、コクヨ香港を中心とした生産改善や販売活動の強化に取り組んでおりますが、中国経済の悪化による影響を受けております。このような



過去最高の9200人が来場した「KOKUYO HAKU 上海2023」

黒田社長は海外事業展開の現況について「アセアン市場への進出では、中国に2店舗、マレーシアに1店舗を出店、POP UP SHOPはインドなどいくつかの出店が続いて、市場ニーズを探っている」と



上海のアパレルブランドとコラボした「TAKASHA (タカシャ)」シリーズ

今後の海外の事業展開については「目指しているのはグローバルビジネスではなくグローバルビジネス、日本、インド、中国、アジア、それぞれの国や地域のニーズに合わせた世界的な戦略で事業を展開します」と、グローバル化への取り組みを挙げた。

グローステーションナリー事業本部長に就き3年目の黒田社長。事業のヨコクでは、ステーションナリーには大なる可能性があることを証明します。文房具は青春の代名詞ともいえる大切な存在。だからこそ、『使えればよい』『機能性重視』という価値観から脱却したい。これまで以上にまずはキャンパスブランドに新しい息を吹き込み、青春を応援するエモい存在にする。このことから、黒田社長は事業本部長として2年間の自

定の浸透等により収益性が改善したほか、大規模顧客向けソリューションシステムが好調に推移していきま

このような状況のもと、売上高は、前年同期比0.9%増の118.5億円となりました。営業利益は、前年同期比5.3%減の16.9億円となりました。

――ビジネスサプライ流通事業は、カウネットと卸の機能統合による事業効率化を推進するほか、EC化をさらに加速することで顧客体験価値向上による事業拡大を目指してまいります。

客接点の強化によって市場を捉え、日本国内のみならず、グローバルへの領域拡張を進めている。コクヨ文具の直営店「Campus STYLE」を、2022年7月に中国・上海に出店、2024年5月には東南アジア初のマレーシアに出店した。

黒田社長は海外事業展開の現況について「アセアン市場への進出では、中国に2店舗、マレーシアに1店舗を出店、POP UP SHOPはインドなどいくつかの出店が続いて、市場ニーズを探っている」と

黒田社長は海外事業展開の現況について「アセアン市場への進出では、中国に2店舗、マレーシアに1店舗を出店、POP UP SHOPはインドなどいくつかの出店が続いて、市場ニーズを探っている」と



東南アジア初となる直営店をマレーシアに出店

評価高い「Campus」

グローバルビジネスを展開

黒田社長は海外事業展開の現況について「アセアン市場への進出では、中国に2店舗、マレーシアに1店舗を出店、POP UP SHOPはインドなどいくつかの出店が続いて、市場ニーズを探っている」と

黒田社長は海外事業展開の現況について「アセアン市場への進出では、中国に2店舗、マレーシアに1店舗を出店、POP UP SHOPはインドなどいくつかの出店が続いて、市場ニーズを探っている」と