

各位

会社名 株式会社 KVK
代表者名 代表取締役社長 末松 正幸
(コード:6484)
問合せ先 取締役経営管理本部長 北川 喜一
(TEL.0574-55-0006)

中期経営計画概要および進捗に関するお知らせ

当社グループは、2021年3月期を初年度とする3か年の中期経営計画「Innovation for 2022」を実行中でありませんが、その概要および進捗状況をお知らせいたします。

記

1. 計画期間

2021年3月期から2023年3月期までの3か年

2. 中期経営方針

当社グループは、＜収益構造改革＞＜成長戦略＞＜基盤強化＞の3つの柱を基本戦略として取り組んでおります。

＜収益構造改革＞

- ①市場環境に対応した営業推進
- ②ユーザーの豊かな生活に貢献する付加価値の高い商品の開発
- ③QCD+E(環境配慮)の追求による利益を生む生産体制づくり

＜成長戦略＞

- ④海外市場の販路拡充

＜基盤強化＞

- ⑤次世代を担う人財育成
- ⑥技術力の強化

3. 数値目標

2023年3月期における定量的目標として、下記を設定しております。

| | |
|-------|-------|
| 連結売上高 | 255億円 |
| 営業利益率 | 10% |
| ROE | 10% |

詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

以上

2021年3月期～2023年3月期 中期経営計画

(2021年11月12日)



加飾シリーズ (サクラ)

撥水水栓の新CM「ハーッスイ！」篇

10月1日(金)より放映中

特設ページ

<https://www.kvk.co.jp/special/hassui/>

株式会社 **KVK** (6484)

問い合わせ先 企画部

T E L : 0574-55-0006

e - m a i l : info@kvk.co.jp

URL : <https://www.kvk.co.jp/>

〔注意事項〕

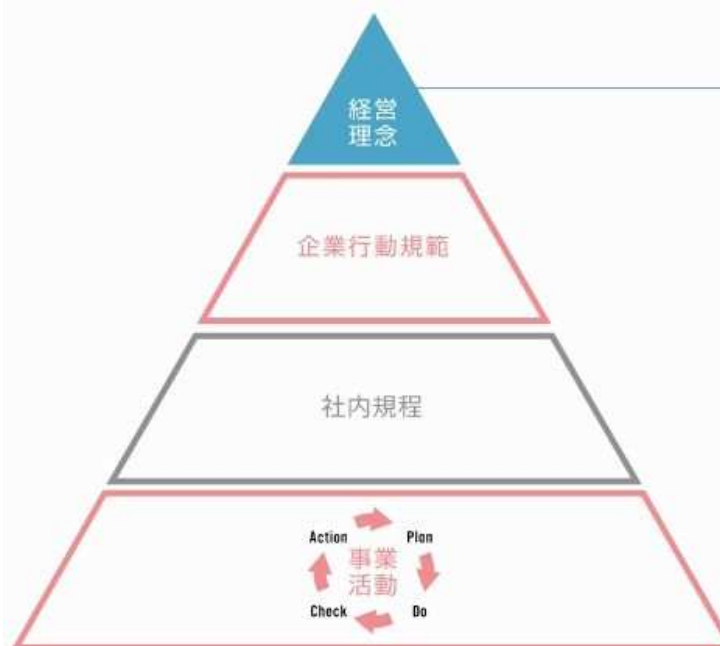
本資料記載の予想・見通しなどは、当社が資料作成時点で入手可能な情報に基づくものであり、情報の正確性を保証するものではありません。

経営環境の変化などにより、実際の業績は当初の見通しとは異なる可能性があることをご承知おきください。

会社概要



| | |
|-------|--|
| 企業名 | 株式会社 KVK (英訳名：KVK Corporation) |
| 証券コード | 6484 (東証JASDAQスタンダード) |
| 代表者 | 代表取締役社長 末松 正幸 |
| 主要製品 | 1.水栓金具 2.継手、排水金具 3.水栓部品 |
| 住所 | 岐阜県加茂郡 富加町高畑字稲荷641番地 |
| 電話番号 | 0574-55-1120 (代) |
| URL | https://www.kvk.co.jp/ |
| 創業年月日 | 1939年2月5日 |
| 設立年月日 | 1949年1月25日 |
| 上場年月日 | 1993年11月16日 |
| 資本金 | 2,855百万円 |
| 従業員数 | 1,269人 (2021/03期 連結) |
| 工場 | 本社工場 飛騨古川工場 |
| 営業拠点 | 27拠点 |
| 子会社 | 【中国】 大連北村閥門有限公司 本社・第一工場・第二工場 【フィリピン】 KVK PHILIPPINES, INC. |



経営理念

- 良品と均質 -
- 信用と奉仕 -
- 協力と発展 -
- 安全と健康 -

良品と均質

当社は水栓金具の専門メーカーとして、品質が会社の生命線である事を自覚するとともに、人々の健康で豊かな文化的生活に貢献する。

信用と奉仕

役職員の全てが常に自己啓発に努め、社会から尊敬され信頼される人となる。
経営基盤の安定と成長を通して、株主及び地域社会に報いるとともに社会に奉仕する。

協力と発展

役職員の全てが常に知恵を結集し、事業は人なりの信念のもとに「人間尊重」を基本に人材育成に努め、あらゆる環境の変化に対応し、労使協力して社業の発展をはかる。

安全と健康

役職員の「安全」、地域社会の「安全」、製品の「安全」を最重要課題として取りくみ、快適な職場作りに努め、心身共に健康で会社の発展を通じて個人の生活を豊かにする。

1. 2021年3月期～2023年3月期中期経営計画 『Innovation for 2022』の概要

2. 中期経営計画の進捗

2021年3月期の実績

2022年3月期第2四半期の状況

2022年3月期下期の重点項目

3. 参考資料

- ▶ 少子・高齢化→世帯数減少→新設住宅減少→他社との競争激化
- ▶ 量から質への住宅政策の転換（住生活基本計画によるリフォーム需要後押し）
 - … リノベーションの時代到来
 - … 自然災害による住宅価値観の変化（省エネ・防災・耐震性など）
- ▶ 安全安心、健康、心地よさ、環境共生への関心の高まり
- ▶ 為替・材料価格・受注の変動
- ▶ 中国市場：都市化や所得上昇に伴う潜在的な住み替え需要

消費構造の変化、ニーズ・価値観の多様化

- ▶ お客様の豊かな生活に貢献する付加価値の高い商品づくり
 - ▶ 変種・減量に対応できるモノづくり

中期経営計画



2021年3月期～2023年3月期 中期経営計画

『Innovation for 2022』

BtoBに特化した水栓の製造・販売

将来のありたい姿

水まわり商品を通して、環境にやさしい、快適な水まわりを提案し、人々の生活を豊かにする

2020年3月期実績

| | |
|-------|-----------------------|
| 売上高 | 245億円 (内海外 2.57億円) |
| 営業利益率 | 9.6% |
| ROE | 8.9% |

2023年3月期目標

| | |
|-------|---------------------|
| 売上高 | 255億円 (内海外 12億円) |
| 営業利益率 | 10% |
| ROE | 10% |

成長戦略・収益構造改革・基盤強化の3本柱に6つの基本戦略

経営目標達成へ

2021年3月期～2023年3月期

『Innovation for 2022』

②成長戦略

4. 海外市場の販路拡充

①収益構造改革

1. 市場環境に対応した**営業推進**

2. ユーザーの豊かな生活に貢献する付加価値の高い**商品の開発**

3. QCD+E（環境配慮）の追求による利益を生む**生産体制づくり**

③基盤強化

5. 次世代を担う**人財育成**

6. **技術力の強化**

① 収益構造改革

1. 市場環境に対応した**営業推進**

営業エリア別の取引シェアの拡大
川上営業（水工店・デベロッパーなど）の推進

2. ユーザーの豊かな生活に貢献する付加価値の高い**商品の開発**

お客様起点で開発・生産・営業が密に連携し、商品づくりに取り組む

3. QCD+E(環境配慮)の追求による利益を生む**生産体制づくり**

変種減量に迅速・柔軟に対応できる最適生産体制づくり
営業・生産・物流の連携強化による効率化
自動化への推進
SDGsを見据えた環境保全活動

② 成長戦略

4. **海外市場の販路拡充**

中国・アジア市場の顧客基盤の拡充

③ 基盤強化

5. 次世代を担う**人財育成**

中長期的視点での人事戦略・教育制度

6. **技術力の強化**

中長期的視点に立った技術開発

1. 2021年3月期～2023年3月期中期経営計画
『Innovation for 2022』の概要

2. 中期経営計画の進捗

2021年3月期の実績

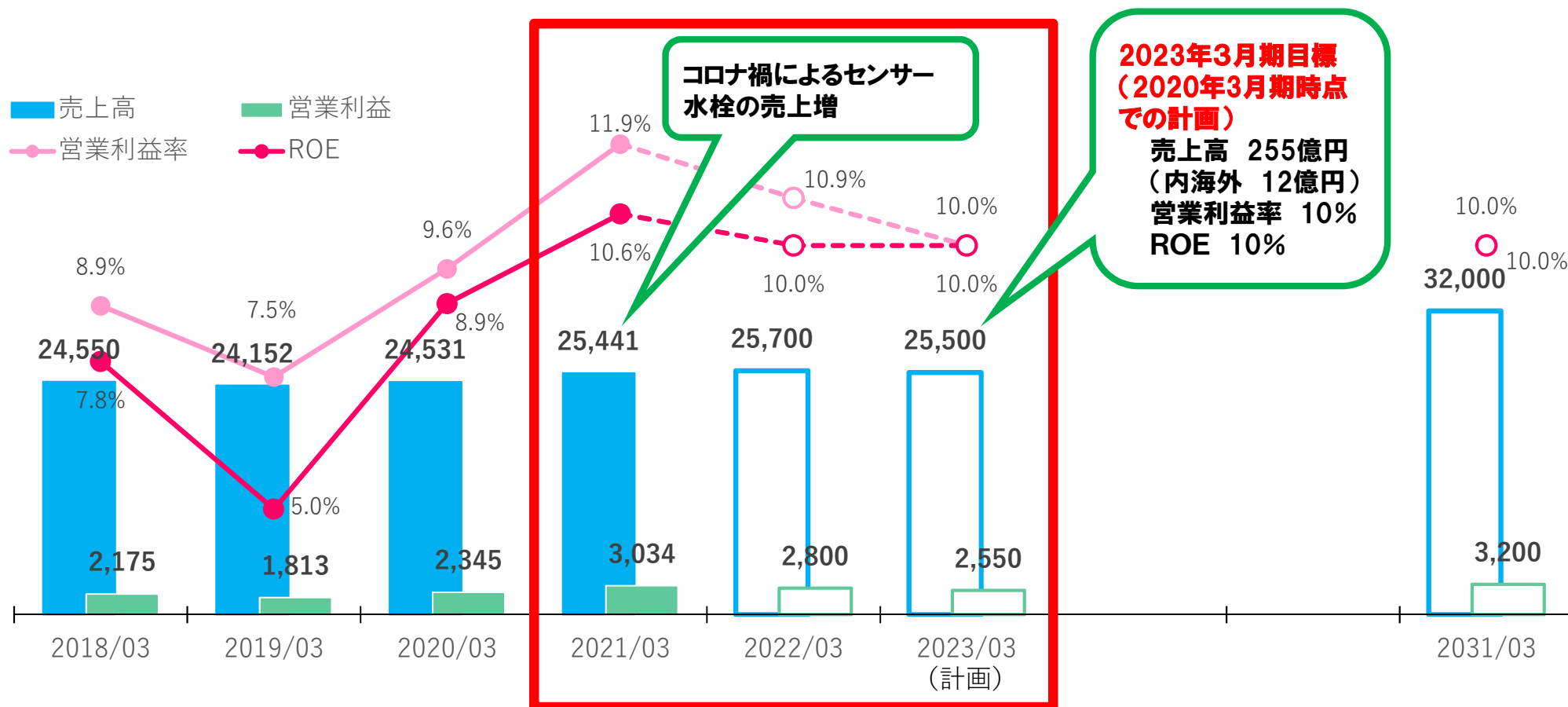
2022年3月期第2四半期の状況

2022年3月期下期の重点項目

3. 参考資料

進捗状況

2021年3月期に営業利益率11.9%、ROE10.6%となり、中計目標値達成。
 売上高は2023年3月期目標である255億円に向けて各期上積み+αの達成を狙う。



<達成状況> 売上高
 営業利益率
 ROE



2021年3月期の取り組み状況①



| 中期経営課題 | 評価 | 実行項目 |
|--|----|---|
| ①収益構造改革 | | |
| 1. 市場環境に対応した営業推進 営業エリア別の取引シェアの拡大 川上営業（水工店・デベロッパーなど）の推進 | ◎ | <ul style="list-style-type: none"> コロナ禍におけるセンサー式など、非接触水栓の情報発信 住宅設備機器メーカーへの高付加価値商品の提案 |
| 2. ユーザーの豊かな生活に貢献する付加価値の高い商品の開発 お客様起点で開発・生産・営業が密に連携し、商品づくりに取り組む | ◎ | <ul style="list-style-type: none"> センサー式キッチン用シングルレバー水栓やセンサー式洗面用手洗い水栓のラインアップを増やし、新築ならびにリフォームの取替需要に対応 |
| 3. QCD+E（環境配慮）の追求による利益を生む生産体制づくり | | |
| 変種減量に迅速・柔軟に対応できる最適生産体制づくり | | <ul style="list-style-type: none"> 受注から生産、出荷まで全工程に亘る一貫生産体制のもと、あらゆる無駄の排除とコスト競争力の強化 本社、飛騨古川、中国大連、フィリピンによる最適地調達、最適地生産 新工場棟の増設に向けた準備 |
| 営業・生産・物流の連携強化による効率化 | ○ | <ul style="list-style-type: none"> 営業・生産・物流連携による効率化で連結グループ総在庫を削減 |
| 自動化への推進 | | <ul style="list-style-type: none"> 主力製品の生産ラインの自動化の推進 |
| S D G s を見据えた環境保全活動 | | <ul style="list-style-type: none"> L N G ガスによる発電設備とL N G サテライトを設置し、電気と排熱を利用した蒸気・温水の供給が可能となるコージェネレーションシステムの導入に向けた検討。 エネルギー使用量と二酸化炭素の削減を図る。 |

2021年3月期の取り組み状況②



| 中期経営課題 | 評価 | 実行項目 |
|---|----|---|
| ②成長戦略 | | |
| 4. 海外市場の販路拡充 中国・アジア市場の顧客基盤の拡充 | ○ | <ul style="list-style-type: none">新型コロナウイルス感染症の影響で中国現地客先への訪問営業を自粛するなか、オンラインにてお客様との商談を進め、売上確保に努めた。 |
| ③基盤強化 | | |
| 5. 次世代を担う人財育成 中長期的視点での人事戦略・教育制度 | △ | <ul style="list-style-type: none">管理監督職・階層別研修の継続実施アジアグローバル人財の育成 |
| 6. 技術力の強化 中長期的視点に立った技術開発 | ○ | <ul style="list-style-type: none">付加価値の高い技術の習得に向けた研究要素技術開発・基礎技術研究・生産技術力の強化 |

1. 2021年3月期～2023年3月期中期経営計画 『Innovation for 2022』の概要

2. 中期経営計画の進捗

2021年3月期の実績

2022年3月期第2四半期の状況

2022年3月期下期の重点項目

3. 参考資料

2021年3月期第2四半期の状況



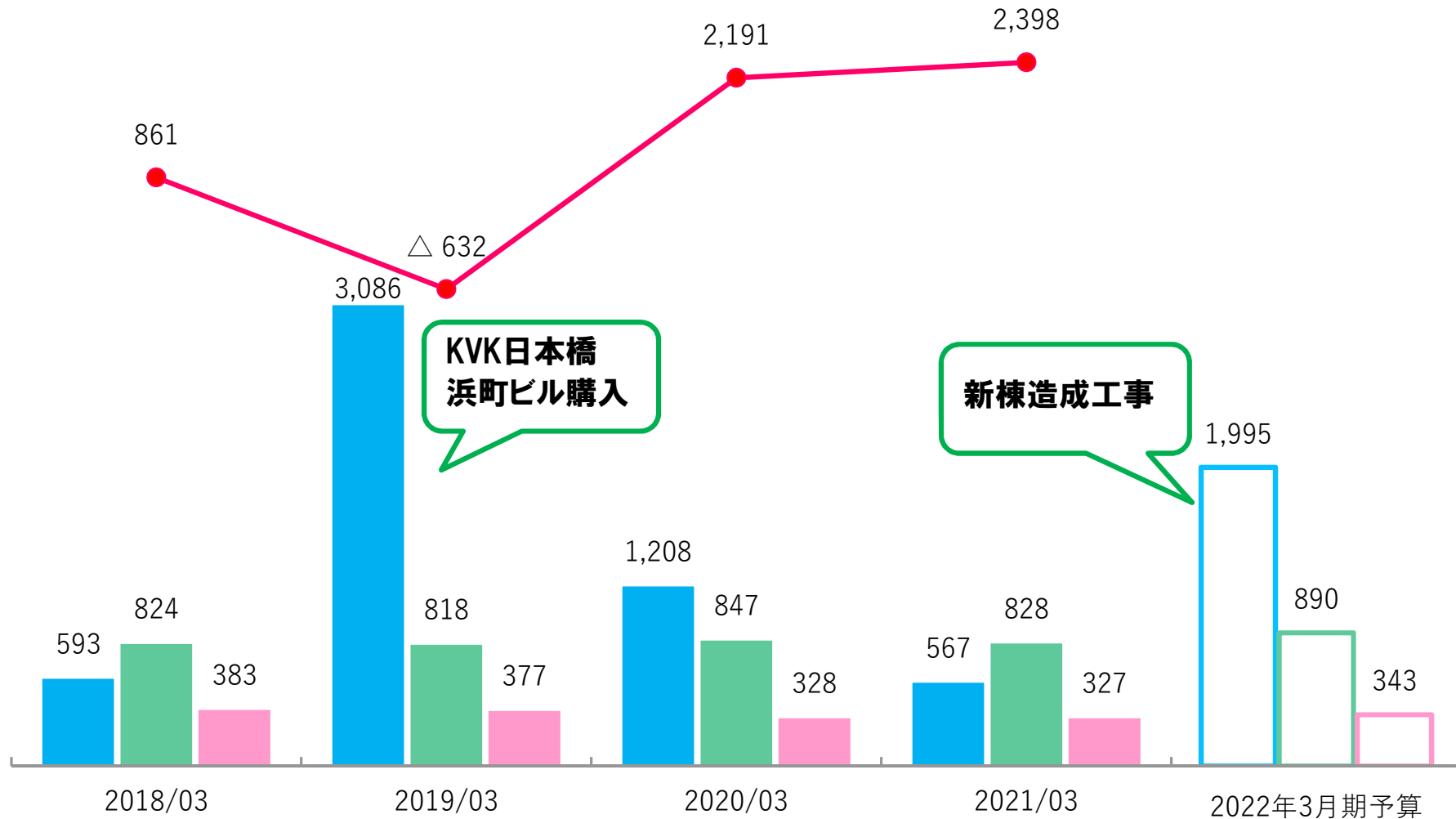
| | 2021年3月期 | | 2022年3月期 | | | | 2023年 3月期 (計画) | |
|-------|-----------|--------|----------|--------|--------|--------|----------------------|------------|
| | 第2 四半期 | 期末 | 第2四半期 | | | | | 期末 (予想) |
| | | | | (予想) | (対予想) | (対前年) | | |
| 売上高 | 11,828 | 25,441 | 13,315 | 12,100 | +10.0% | +12.6% | 25,700 | 25,500 |
| 営業利益 | 1,627 | 3,034 | 1,582 | 1,040 | +52.2% | △2.8% | 2,800 | 2,550 |
| 営業利益率 | 13.8% | 11.9% | 11.9% | 8.6% | — | — | 10.9% | 10.0% |
| 経常利益 | 1,680 | 3,117 | 1,566 | 1,070 | +46.4% | △6.8% | 2,900 | — |
| 当期純利益 | 1,146 | 2,196 | 1,068 | 740 | +44.3% | △6.8% | 2,000 | — |
| ROE | 5.8% | 10.6% | 4.8% | — | — | — | 10.0% | 10.0% |

- ▶ 売上高は、巣ごもりによる住宅リフォーム需要により管工資材商ルートからの高付加価値商品の受注が堅調に推移。
- ▶ 利益面では、売上と同様に高付加価値商品の受注が貢献。
- ▶ 2023年3月期の計画は中計3年目の目標に対し+αの上積みを狙う

設備投資・減価償却費・研究開発費 (連結)



(百万円) 設備投資額 減価償却費 研究開発費 フリーキャッシュフロー



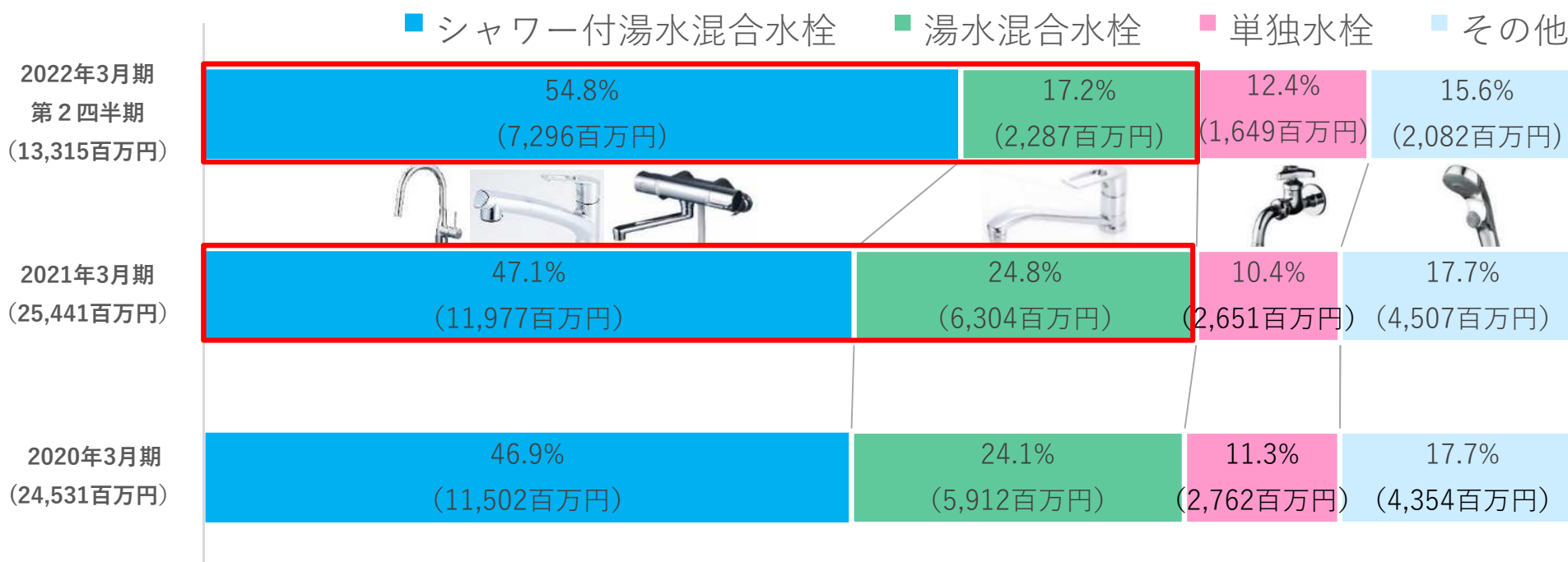
①収益構造改革

1. 市場環境に対応した営業推進

営業エリア別の取引シェアの拡大
川上営業（水工店・デベロッパーなど）の推進

- ▶ 住宅設備機器メーカーへの高付加価値商品の提案
- ▶ 商品紹介動画等、コロナ禍ニーズに合わせた商品の情報発信

品目別売上高



①収益構造改革

- ▶ ホームページリニューアル
 - オンラインショップへの導線改善
 - デザインの刷新によるユーザビリティの向上



- ▶ 中高級カタログによる高付加価値商品の情報発信



①収益構造改革

2. ユーザーの豊かな生活に貢献する付加価値の高い商品の開発

お客様起点で開発・生産・営業が密に連携し、商品づくりに取り組む

- ▶ 撥水水栓、センサー水栓、浄水器付水栓のラインアップ拡充

浄水シャワー



KF800TJS
サーモスタット式シャワー

加飾シリーズ
(サクラ)



KM6101ECM4K1



KM6061ECM4K1

シングルレバー式シャワー付混合栓



FSL150DETHS
シングルレバー式混合栓



センサー式



KM6071DEC



KM6061ECHS

シングルレバー式シャワー付混合栓

①収益構造改革

3. QCD+E(環境配慮)の追求による利益を生む生産体制づくり

変種減量に迅速・柔軟に対応できる最適生産体制づくり

- ▶ 組立工程における、量の変動に柔軟に対応できるラインづくり
- ▶ 部材確保に向けた、本社、飛騨古川、中国大連、フィリピンによる最適地調達、最適地生産の推進

営業・生産・物流の連携強化による効率化

- ▶ 営業・生産・物流連携による効率化で連結グループ総在庫を削減

自動化への推進

- ▶ 主力製品の生産ラインの自動化の推進

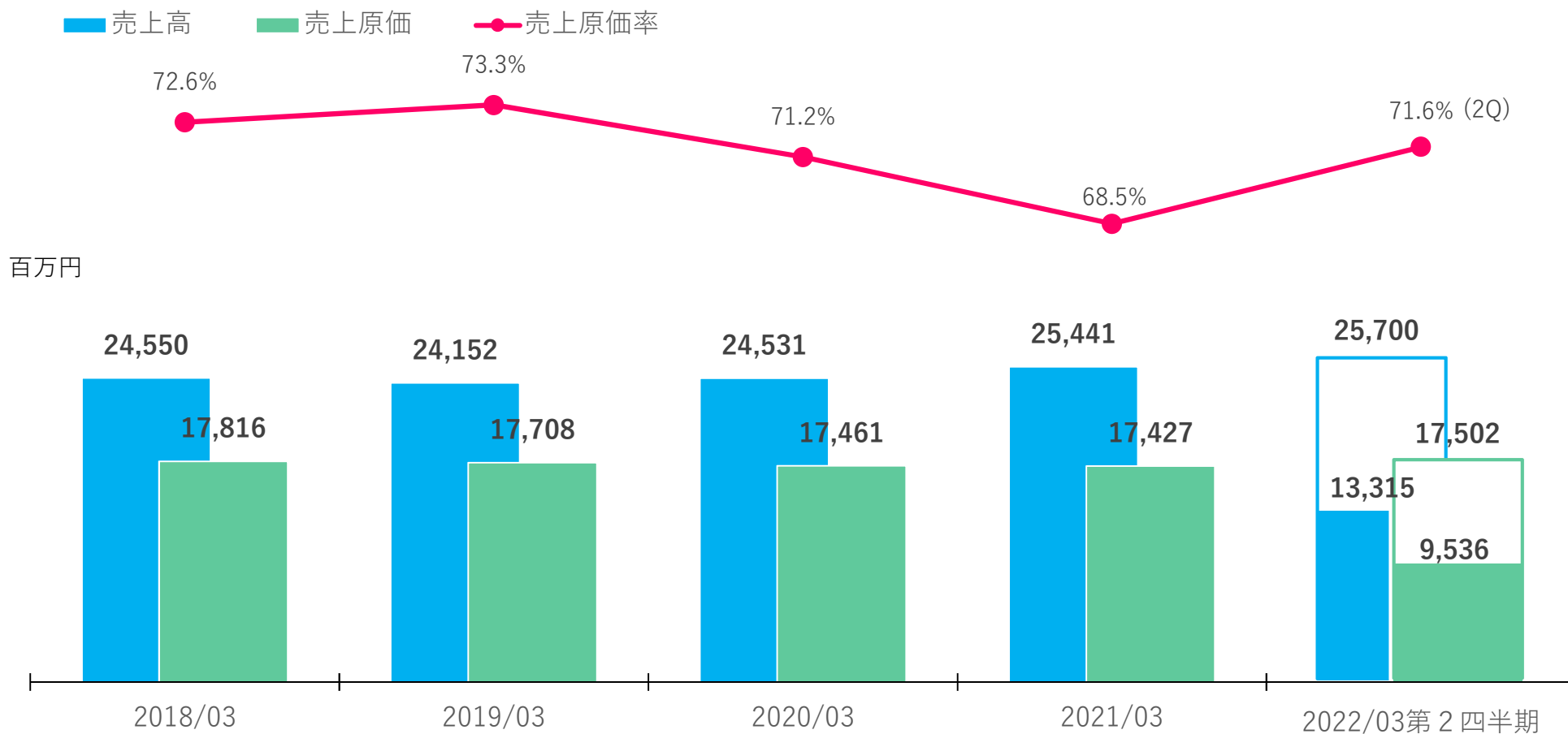
SDGsを見据えた環境保全活動

- ▶ 生産効率の高い新棟の建設・・・造成工事開始

① 収益構造改革

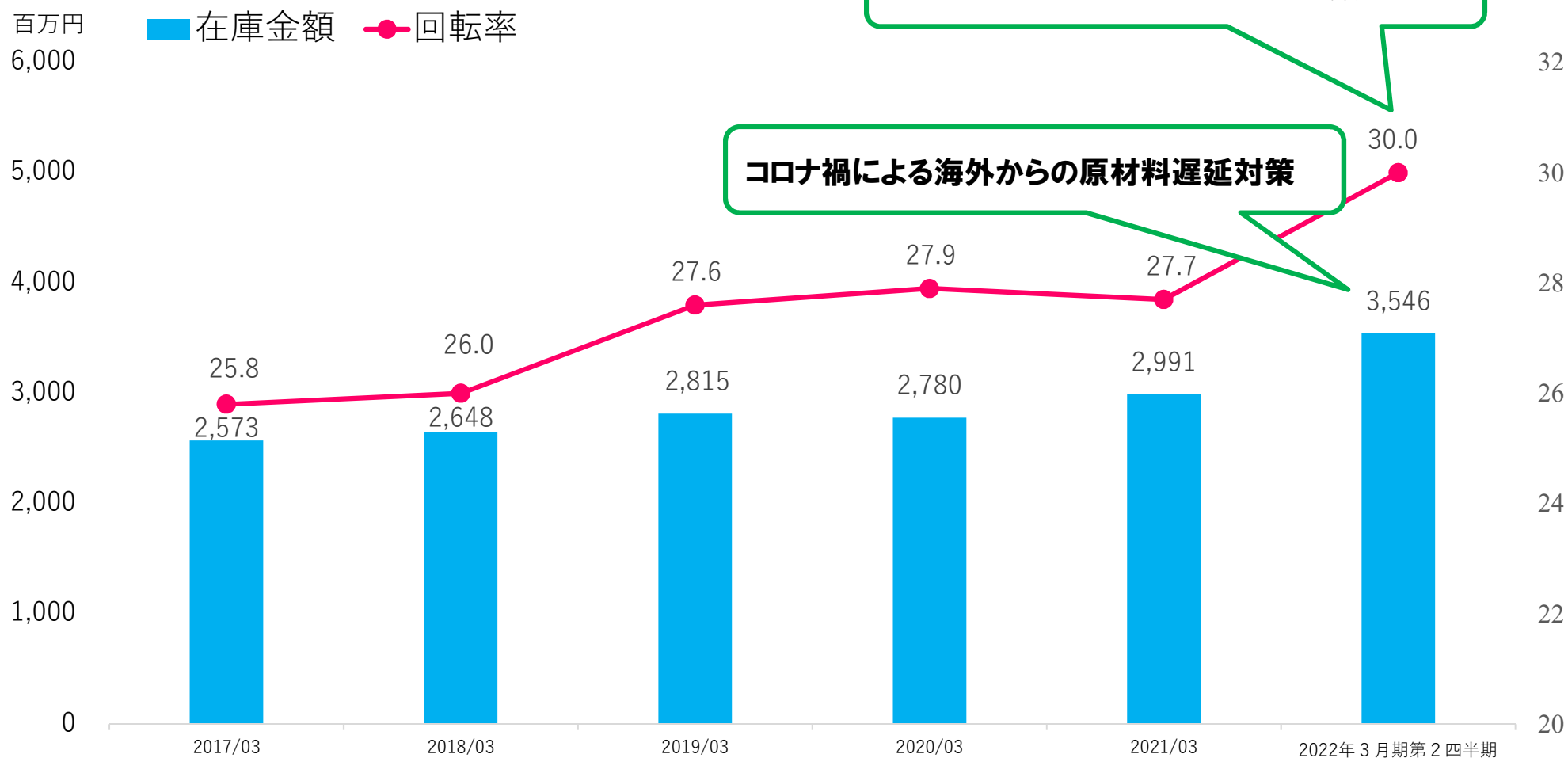


売上原価推移



①収益構造改革

在庫金額・在庫回転日数(連結)



※ たな卸資産回転日数 = 稼働日 / たな卸資産回転率 (売上高 / 期中平均たな卸資産)

②成長戦略

4. 海外市場の販路拡充

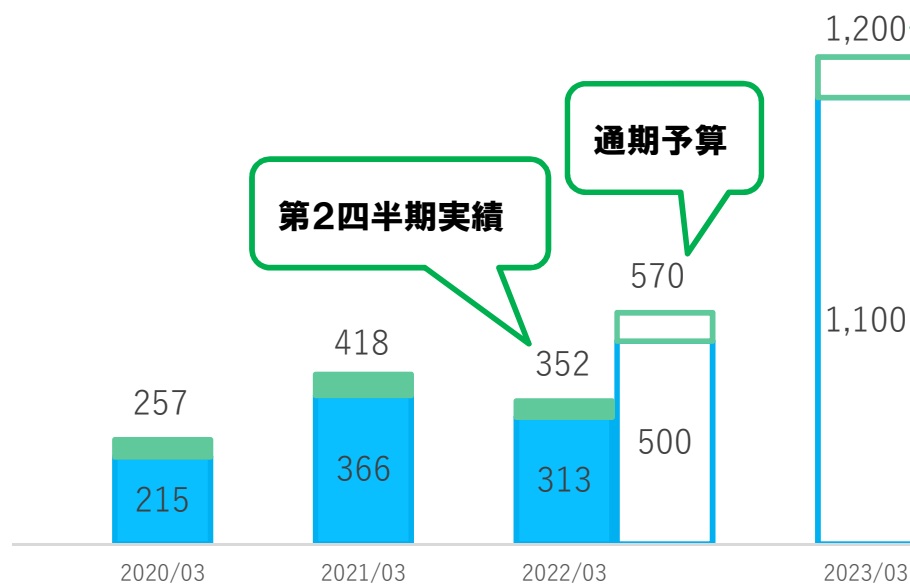
中国・アジア市場の顧客基盤の拡充

- ▶ 上海で開催の「中国国際キッチン&バス設備展覧会」に出展し商品のアピール
- ▶ オンライン商談を進め客先との深耕を図る

海外売上高

百万円

■ その他 ■ 中国



第2四半期実績

通期予算

コロナ禍における
営業活動自粛

2020年3月期時点
での計画

- ・代理店数増加による契約拡大
- ・商社仲介によるデベロッパー等への売上拡大
- ・展示会への積極参加
- ・SNSを利用したPRと販売

「中国国際キッチン&バス設備展覧会」KVKブース



③ 基盤強化

5. 次世代を担う人財育成

中長期的視点での人事戦略・教育制度

- ▶ 管理監督職・階層別研修の継続実施
- ▶ アジアグローバル人財の育成

6. 技術力の強化

中長期的視点に立った技術開発

- ▶ 高機能、デザイン性の高い商品開発に向けた研究
- ▶ 素材の研究
- ▶ 製造技術の強化

1. 2021年3月期～2023年3月期中期経営計画 『Innovation for 2022』の概要

2. 中期経営計画の進捗

2021年3月期の実績

2022年3月期第2四半期の状況

2022年3月期下期の重点項目

3. 参考資料

2021年3月期下期の重点項目



1. TVCMの開始

- ▶ 撥水水栓の新CM「ハーッスイ！」篇を10月1日（金）より全国公開しました。
- ▶ 長引くコロナ禍でおうち時間はますます増えており、自宅での料理や手洗いの機会は以前より多くなっています。今回CMで紹介する撥水水栓はKVK独自のナノテクノロジーによる撥水膜コーティングが施されており、水や油を弾くため汚れにくいのが特長です。

2. 新工場の着工

- ▶ 本社工場の既存敷地内に新工場棟の建設を開始。
- ▶ 工場棟増設に合わせてオンサイトエネルギーサービスを導入する予定。本社工場敷地内に、LNGサテライト設備等を設置し、コージェネレーションシステムにより電力使用量増加に備えるとともに、エネルギー効率を高めることで、エネルギー使用量やCO2排出量を抑制します。

3. サステナビリティ委員会の立ち上げ

- ▶ サステナビリティ方針及びマテリアリティに従って、SDGsを見据えた環境保全活動実行委員会を立ち上げ・始動。

1. 2021年3月期～2023年3月期中期経営計画 『Innovation for 2022』の概要

2. 中期経営計画の進捗

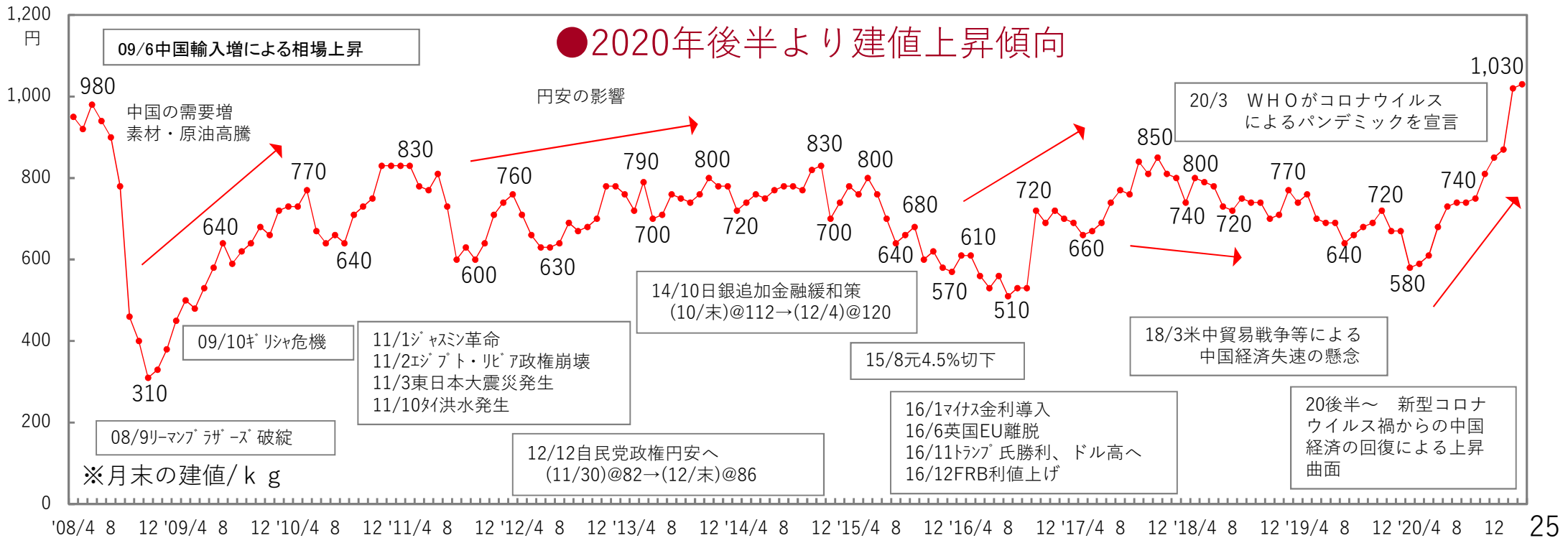
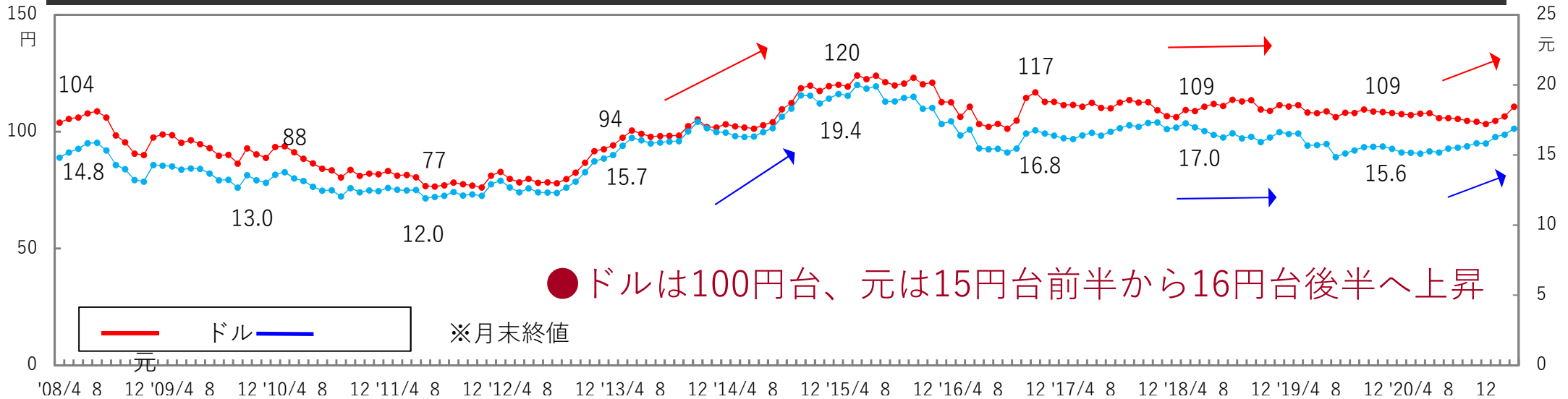
2021年3月期の実績

2022年3月期第2四半期の状況

2022年3月期下期の重点項目

3. 参考資料

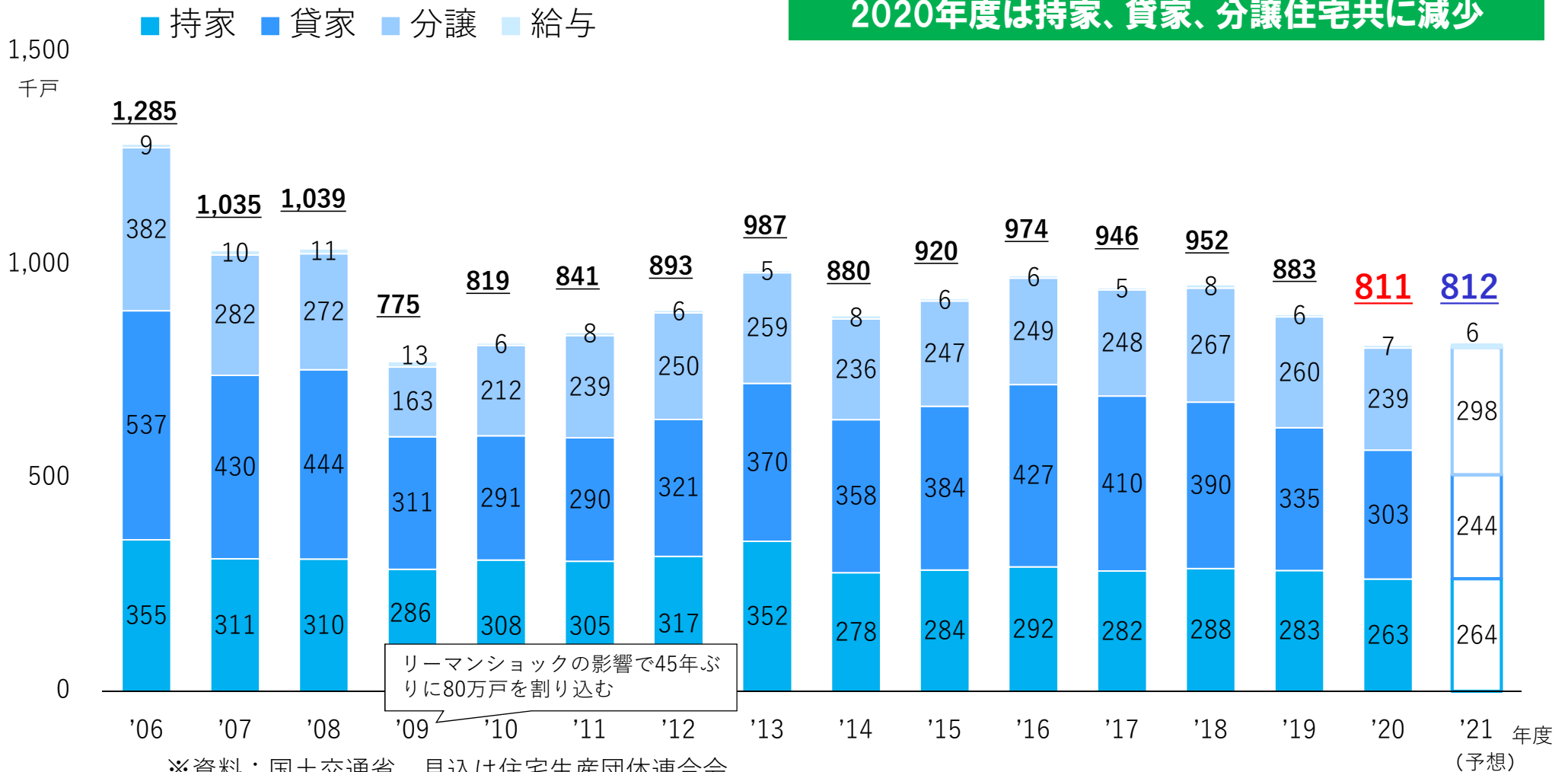
(市況) 為替・銅価格



(市況) 年度別新設住宅市場

2020年度新設住宅着工戸数81万戸

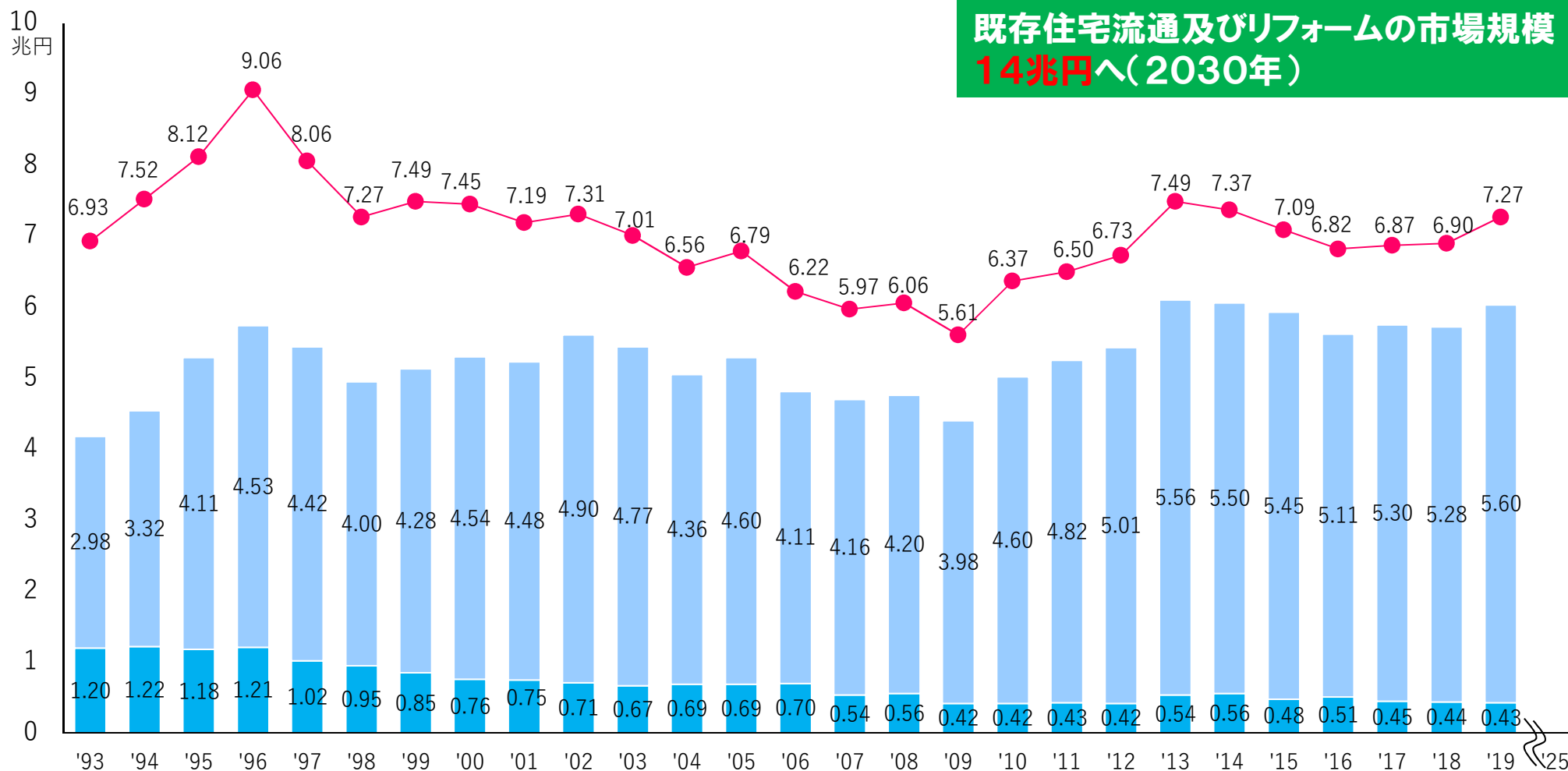
2020年度は持家、貸家、分譲住宅共に減少



(市況) リフォーム市場

新住生活基本計画

■ 増築・改築工事費 ■ 設備等の修繕維持費 ● 広義のリフォーム金額



※資料：国土交通省、(公財)住宅リフォーム・紛争処理支援センター

リーマンショックに伴う消費低迷の影響

**お客様とともに
“快適な水まわり”を創造する。**

