

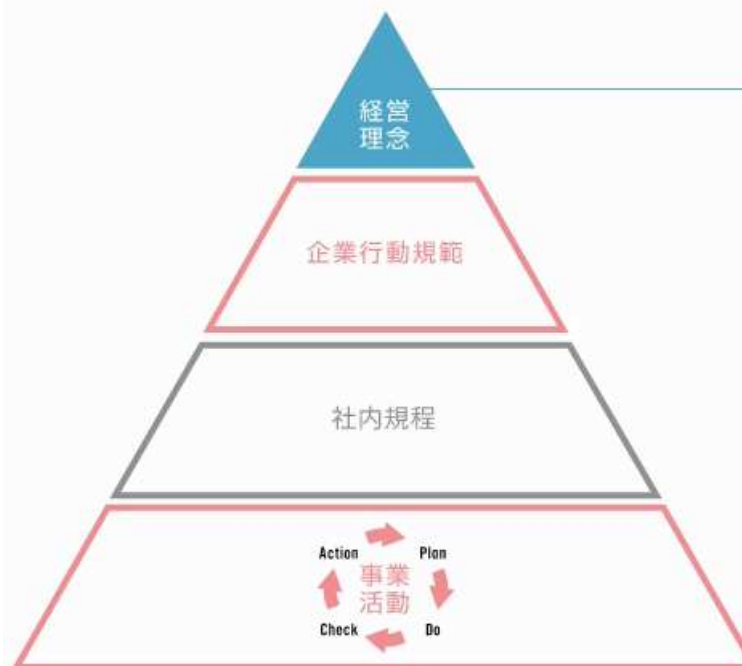


2022年3月期
決算説明資料

2022年6月24日

株式会社 **KVK** (6484)

| | |
|-------|--|
| 企業名 | 株式会社 KVK (英訳名：KVK Corporation) |
| 証券コード | 6484 (東証スタンダード) |
| 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 富加町高畑字稻荷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 | 1,280人 (2022/03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. 2022年3月期決算概要**
2. 2021年3月期～2023年3月期中期経営計画
『Innovation for 2022』の概要および進捗
3. 2023年3月期の取り組みおよび株主還元について
4. 参考資料

2022年3月期決算概要



連結損益計算書

単位：百万円

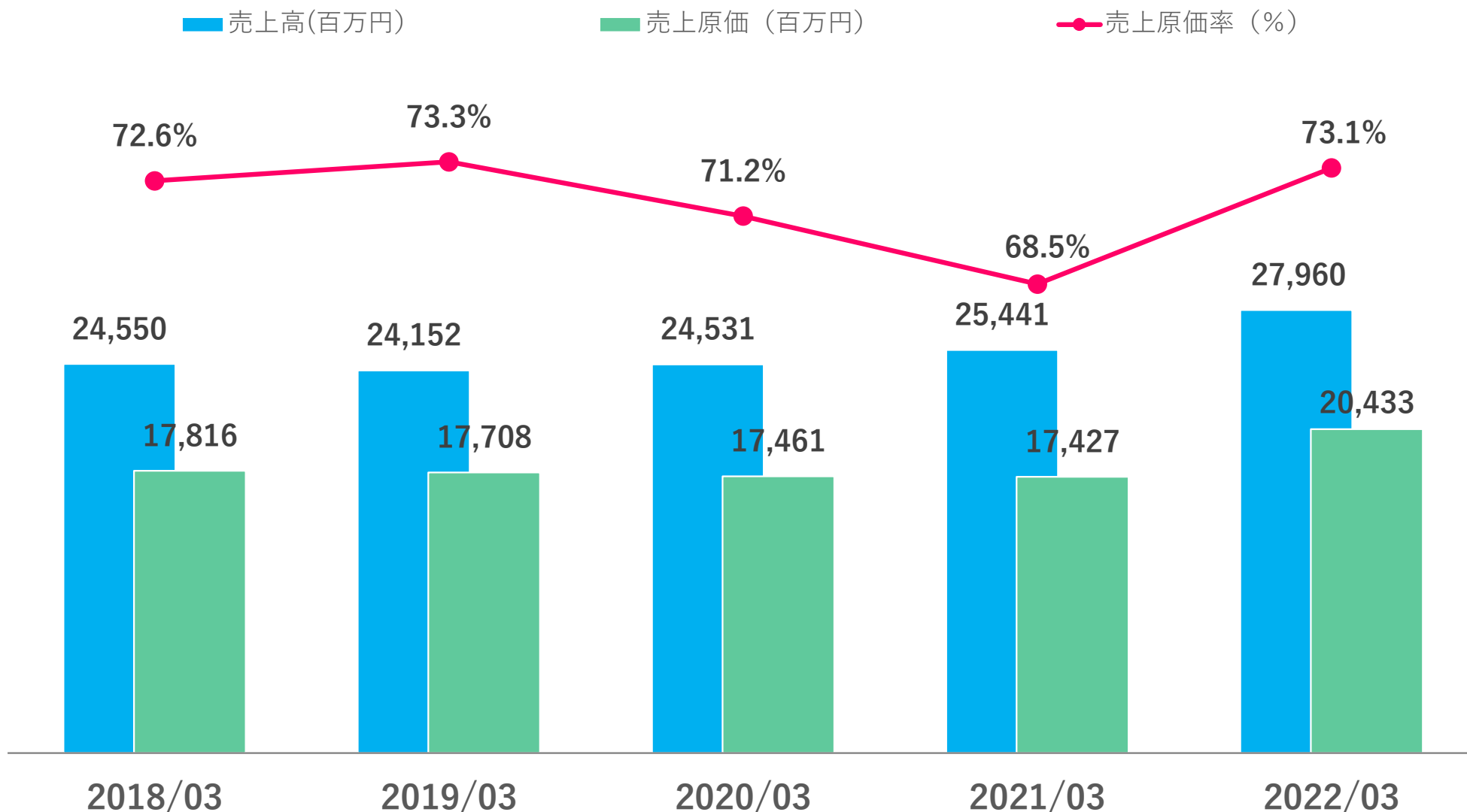
| | 2021年3月期 | | | | 2022年3月期 | | | | | | |
|---------------------|-----------|------------|--------|------------|-----------|------------|--------|--------|------------|-----------|------------|
| | 第2 四半期 | 売上高 比 | 期末 | 売上高 比 | 第2 四半期 | 売上高 比 | 期末 | | | | |
| | | | | | | | 当初予想 | 実績 | 売上高 比 | 前年 増減額 | 前年比 |
| 売上高 | 11,828 | 100.0 % | 25,441 | 100.0 % | 13,315 | 100.0 % | 25,700 | 27,960 | 100.0 % | 2,518 | 9.9 % |
| 営業利益 | 1,627 | 13.8 % | 3,034 | 11.9 % | 1,582 | 11.9 % | 2,800 | 2,439 | 8.7 % | △595 | △19.6 % |
| 経常利益 | 1,680 | 14.2 % | 3,117 | 12.3 % | 1,566 | 11.8 % | 2,900 | 2,440 | 8.7 % | △677 | △21.7 % |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 1,146 | 9.7 % | 2,196 | 8.6 % | 1,068 | 8.0 % | 2,000 | 1,689 | 6.0 % | △507 | △23.1 % |
| ROE | 5.8% | — | 10.6% | — | 4.8% | — | — | 7.5% | — | — | △3.1P |

※想定為替レート 2021年3月期：15.6円/元 2022年3月期：16.3円/元

- ▶ 売上高は、CM効果や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。
- ▶ 利益面は、原材料価格の高騰継続や円安傾向による製造コスト増加により前年比減少となった。

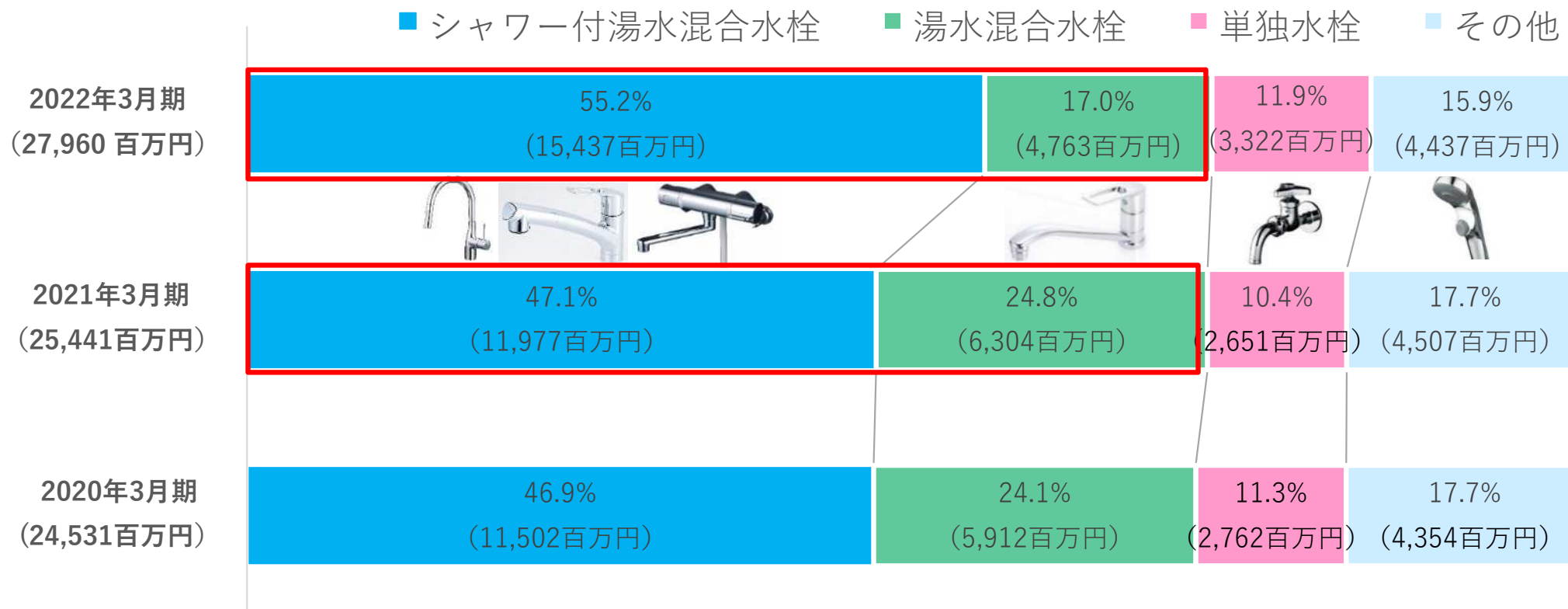
2022年3月期決算概要

売上原価推移



2022年3月期決算概要

品目別売上高構成比(連結)



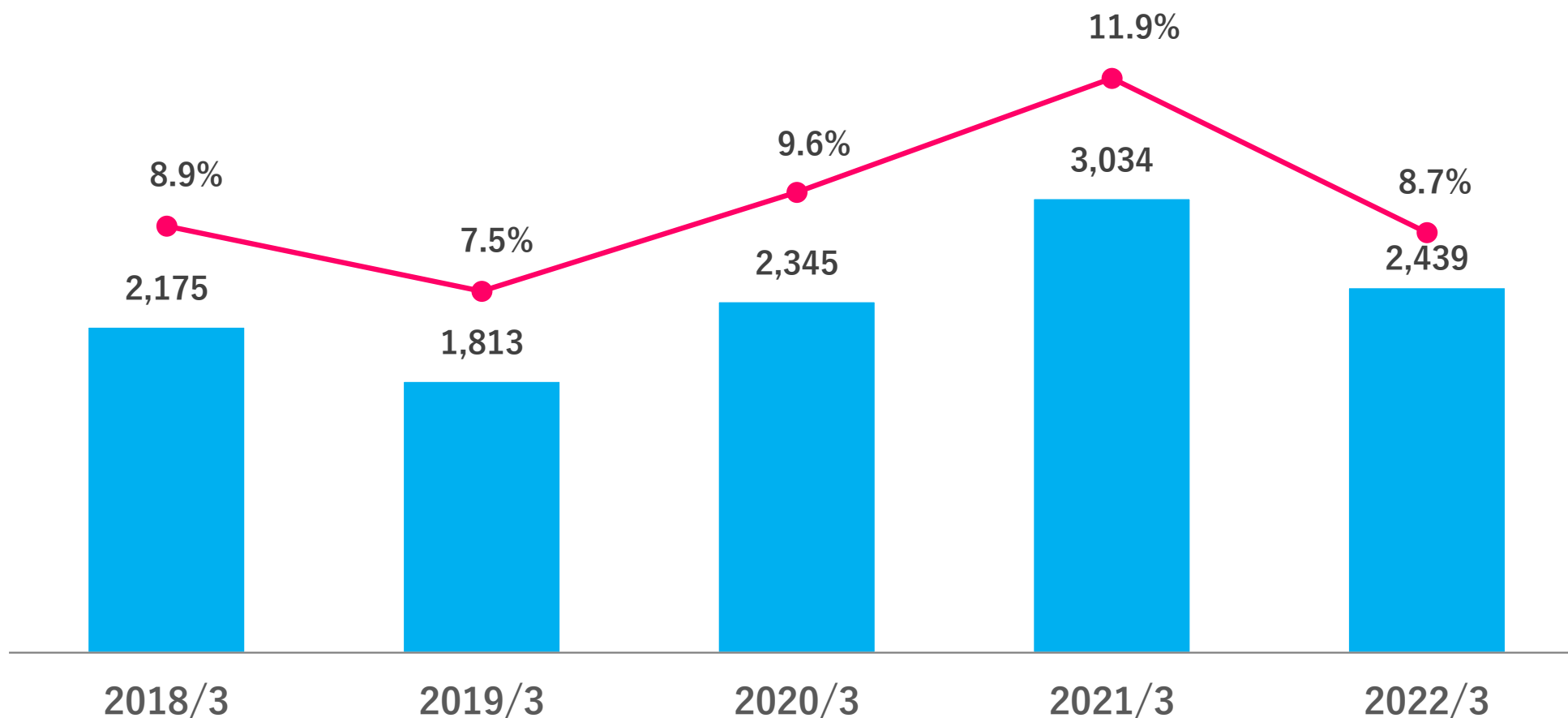
- ▶ 住宅設備機器メーカーへの高付加価値商品の提案
- ▶ 商品紹介動画等、コロナ禍ニーズに合わせた商品の情報発信
- ▶ 2022年3月期シャワー付湯水混合水栓は撥水商品等高付加価値商品を中心に増加

2022年3月期決算概要

営業利益・売上高営業利益率(%)

■ 営業利益(百万円)

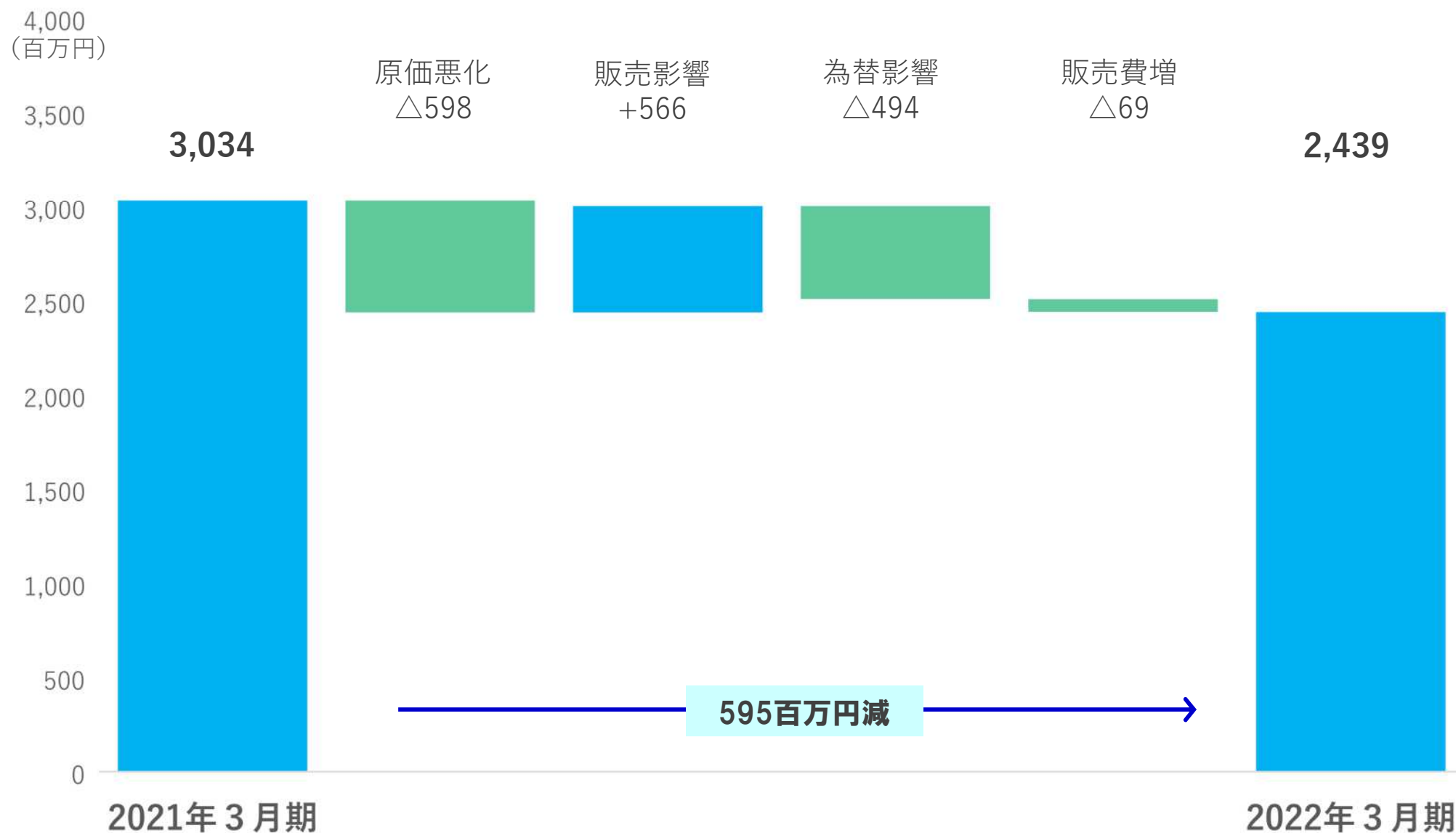
● 営業利益率 (%)



2022年3月期決算概要

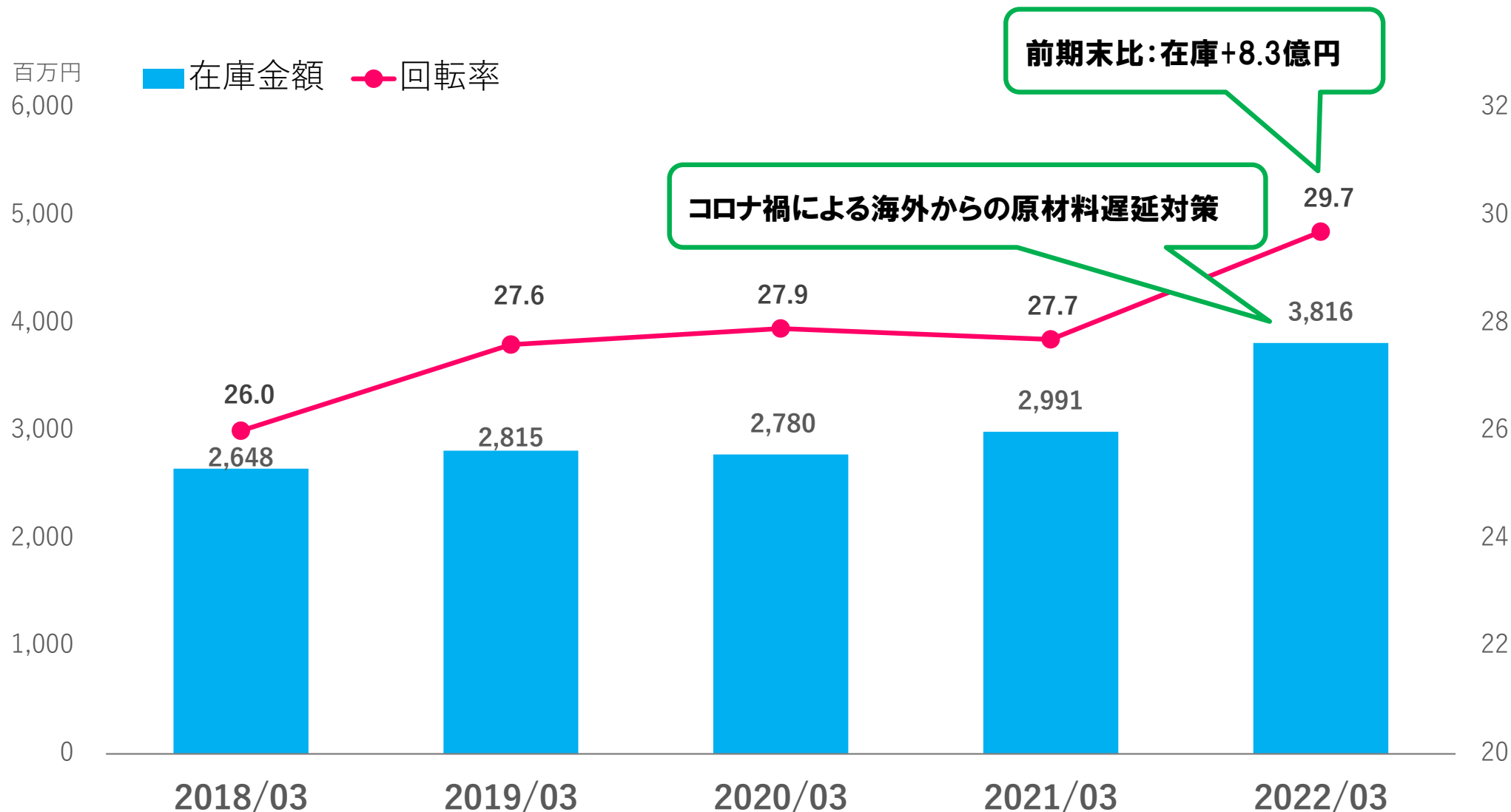


連結営業利益増減要因分析



2022年3月期決算概要

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)

2022年3月期決算概要

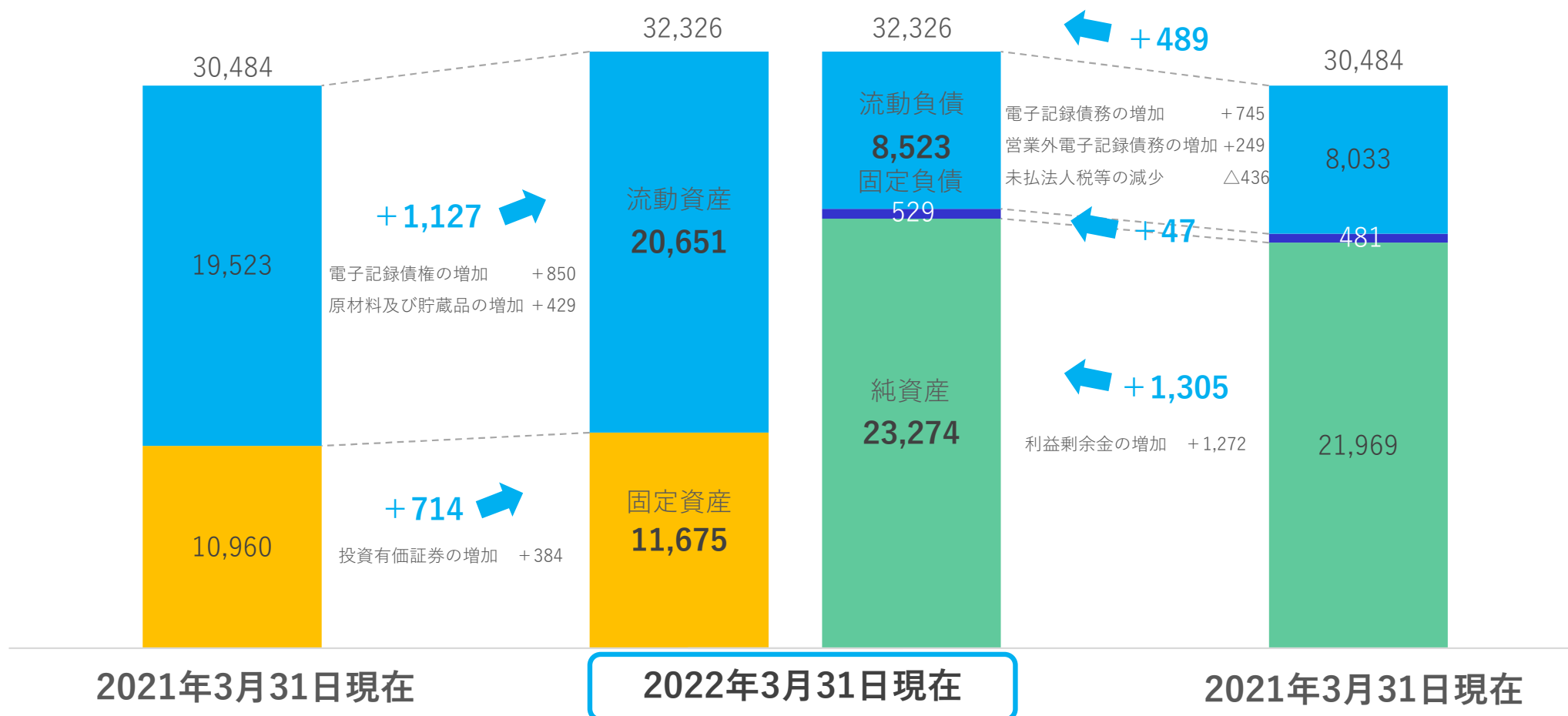


連結貸借対照表の概要

(百万円)

資産の部 **+1,842**

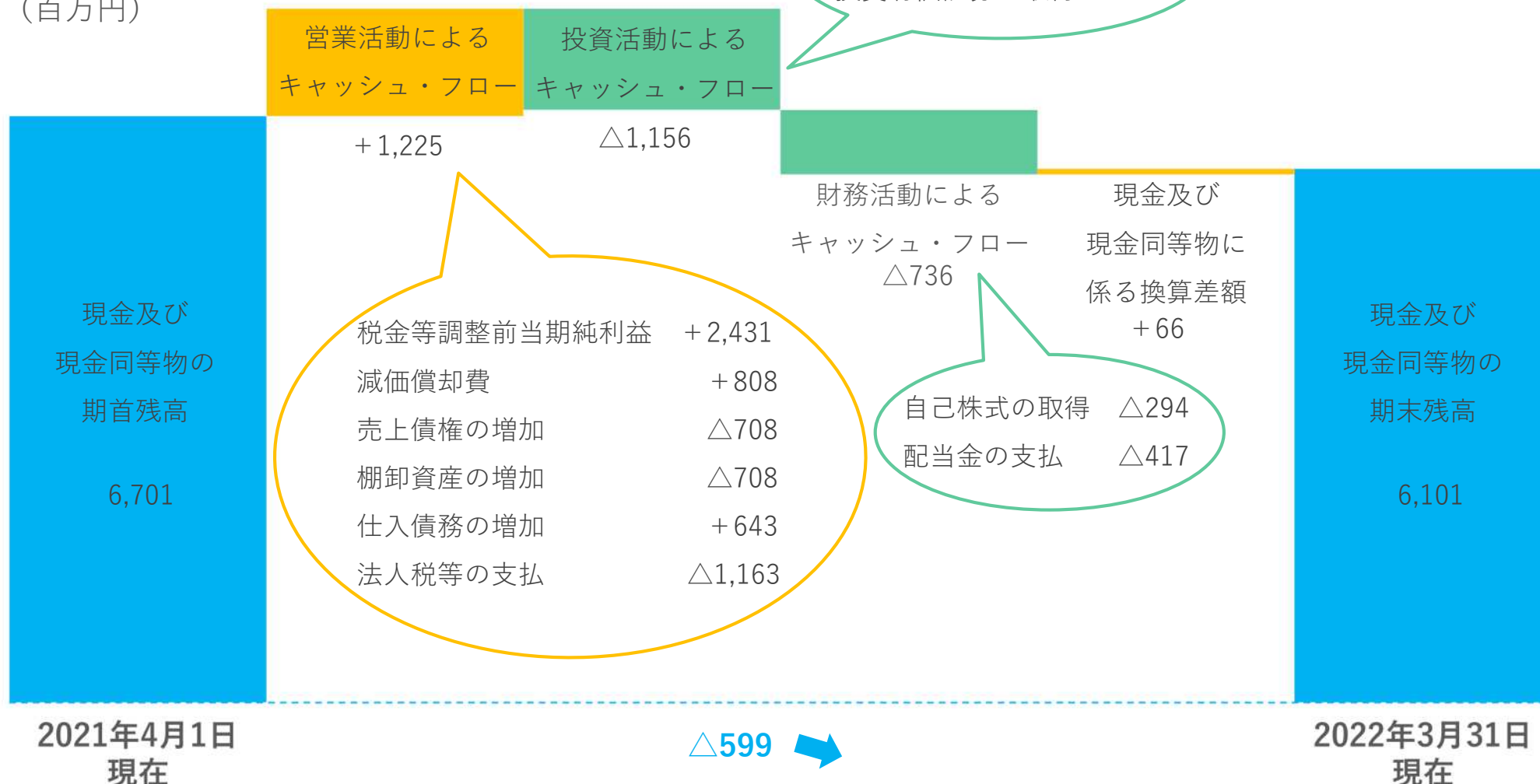
負債・純資産の部 **+1,842**



2022年3月期決算概要

連結キャッシュ・フロー計算書の概要

(百万円)



※ 記載金額は、表示単位未満を切り捨てて表示しています。

2022年3月期決算概要

設備投資・減価償却費・研究開発費(連結)

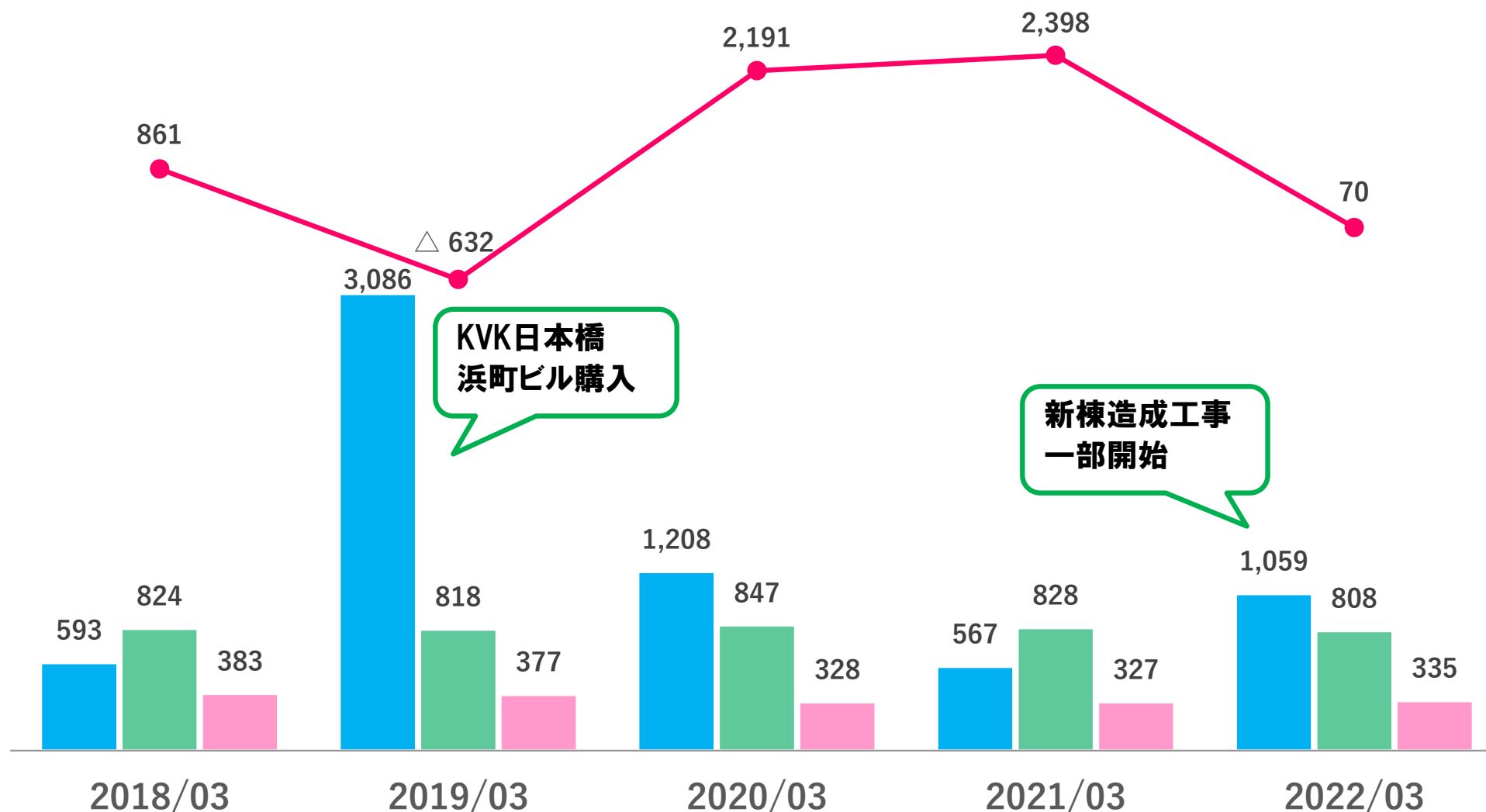
(百万円)

■ 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. 2022年3月期決算概要
2. **2021年3月期～2023年3月期中期経営計画
『Innovation for 2022』の概要および進捗**
3. 2023年3月期の取り組みおよび株主還元について
4. 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

中期経営計画概要



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月期計画(修正)

| | |
|-------|---------------------|
| 売上高 | 300億円 (内海外 12億円) |
| 営業利益率 | 8.5% |
| ROE | 10% |

※2020年3月期時点での当初計画
売上高255億円
営業利益率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

自働化への推進

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

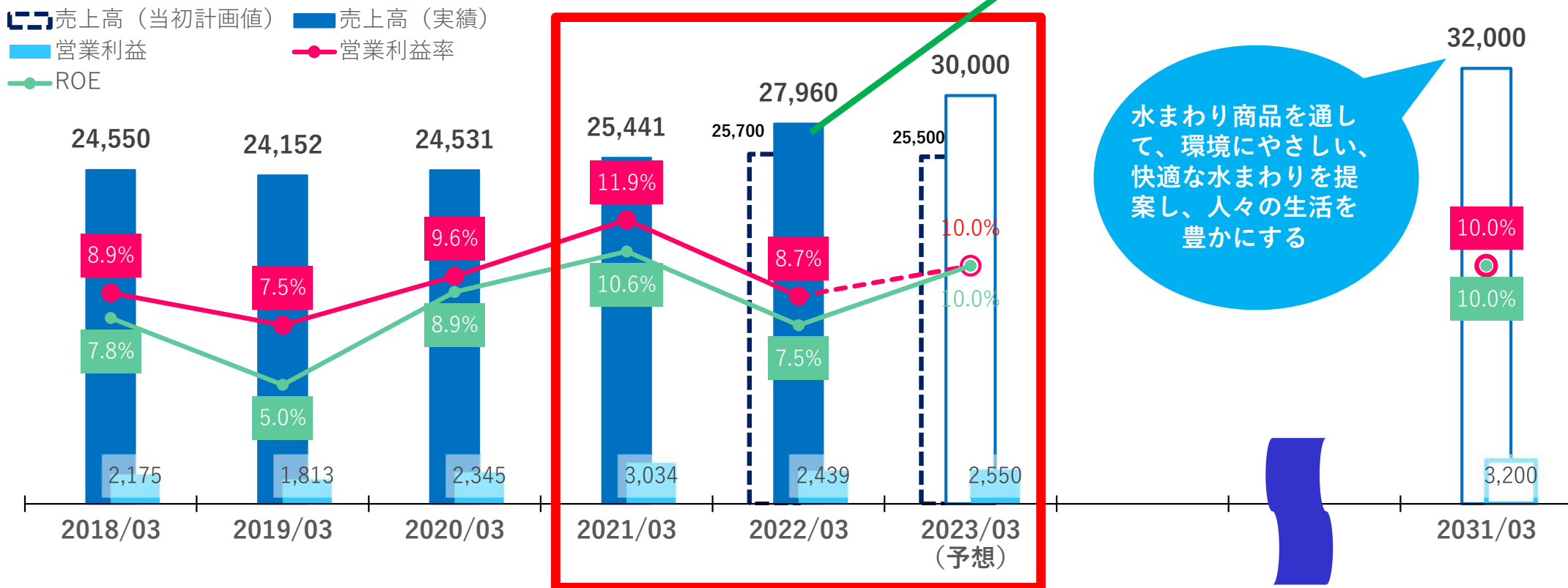
6. **技術力の強化**

中長期的視点に立った技術開発

進捗状況

2022年3月期に売上高は279億円となり中計目標値達成し、
最終年度の2023年3月期の売上高を上方修正。
営業利益率、ROEは、2023年3月期の達成を狙う。

住宅リフォーム需要の高まりやCM効果により売上増



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

| | 2021/03 | 2022/03 | | 2023/03 | |
|-----------|---------|---------|--------|---------|--------|
| | 実績 | 当初計画 | 実績 | 当初計画 | 現予想 |
| 売上高 | 25,441 | 25,700 | 27,960 | 25,500 | 30,000 |
| 営業利益 | 3,034 | 2,800 | 2,439 | 2,550 | 2,550 |
| 営業利益率 (%) | 11.9% | 10.9% | 8.7% | 10.0% | 8.5% |
| ROE (%) | 10.6% | 10.0% | 7.5% | 10.0% | 10.0% |

2022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"> ・ 撥水水栓の新CM「ハーッスイ！」篇を全国公開 ・ 住宅設備機器メーカーへの高付加価値商品の提案 → 撥水水栓等高付加価値商品の売上増 |
| 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"> ・ 撥水水栓、センサー水栓、浄水器付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 → シャワー付湯水混合水栓の売上高構成比増 |
| 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"> ・ 組立工程における、量の変動に柔軟に対応できるラインの確立 |
| 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。 |

2022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、オンラインでの商談やSNSでの情報発信に努め、お客様との深耕を図り、売上確保に努めた。 →海外売上前年比79.7%アップ |
| 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. 2022年3月期決算概要
2. 2021年3月期～2023年3月期中期経営計画
『Innovation for 2022』の概要および進捗
3. **2023年3月期の取り組みおよび株主還元について**
4. 参考資料

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

- ▶ 管工機材ルート、住宅設備機器メーカーへの高付加価値商品の提案
- ▶ CM放映、ホームページ上の商品紹介動画等、商品の情報発信
- ▶ 適時適切な商品への価格転嫁



2023年3月期の主な取り組み(2)

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

▶ 高機能商品のラインアップ拡充

PZS370
ウルトラファインバブルシャワー



FTB200D1TH
デッキ形サーモスタット式シャワー

シャワーヘッド引出し



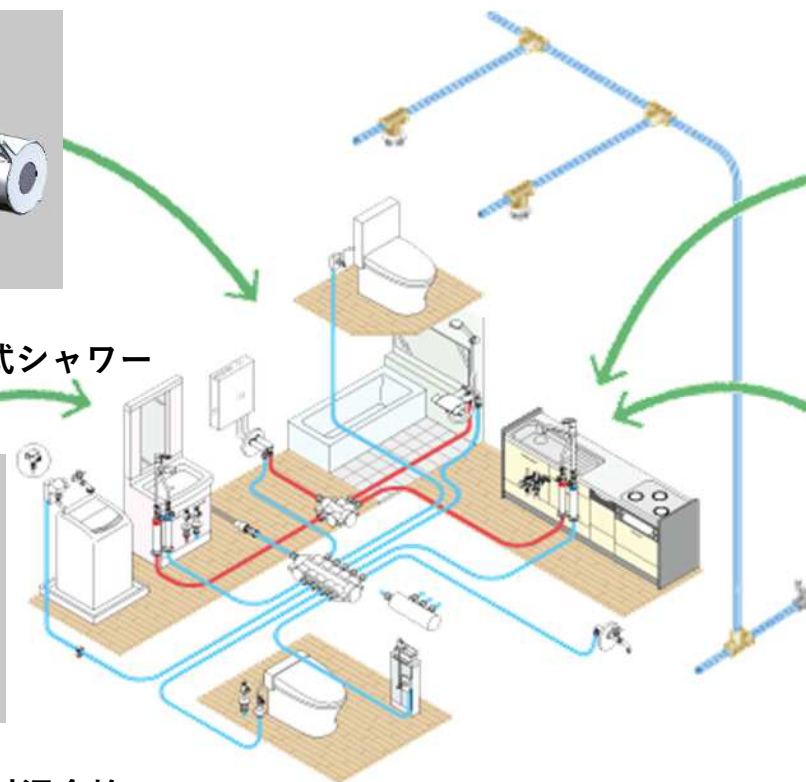
KM6001EC2
浄水器内蔵用シングルシャワー付混合栓



E1704
センサー式手洗い水栓



FSL210DEFT
シングルシャワー付混合栓



KM6061ECC4HS
艶有り白
シングルシャワー付混合栓



KM6061ECC5HS
艶有り黒

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
- ▶ 生産効率の高い新棟の建設

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

- ▶ LNGサテライトを設置し、コージェネレーションシステムを導入

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

- ▶ SNSを使った情報発信
- ▶ 展示会への積極参加 (KVKブランド認知度アップ)

SNSを使った情報発信



「中国国際キッチン&バス設備展覧会2021」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
→営業スタッフの採用・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
- ▶ 撥水技術の研究

※研究開発費370百万円（予定）

④その他

1. TVCMの放映継続

- ▶ 撥水水栓の新CM「ハーッスイ！」篇を2021年10月1日（金）より全国公開しご好評をいただいておりますが、2022年4月以降も放映時間を変更し継続します。
→日本テレビ系列「news zero」毎週火曜日午後11：00～放映

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。本年度完成予定。来年度本格稼働を目指す。
- ▶ 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。
- ▶ 再生可能エネルギーによる発電を電力として利用するため、工場棟の屋根に太陽光発電パネルを設置。

3. サステナビリティ委員会の立ち上げ

- ▶ サステナビリティ基本方針及びSDGs宣言のマテリアリティに従って、サステナビリティ委員会にて、取り組むべき課題の抽出、整理を行う。
→若手中心のメンバーにて議論活性化

2023年3月期業績予想



連結損益計算書

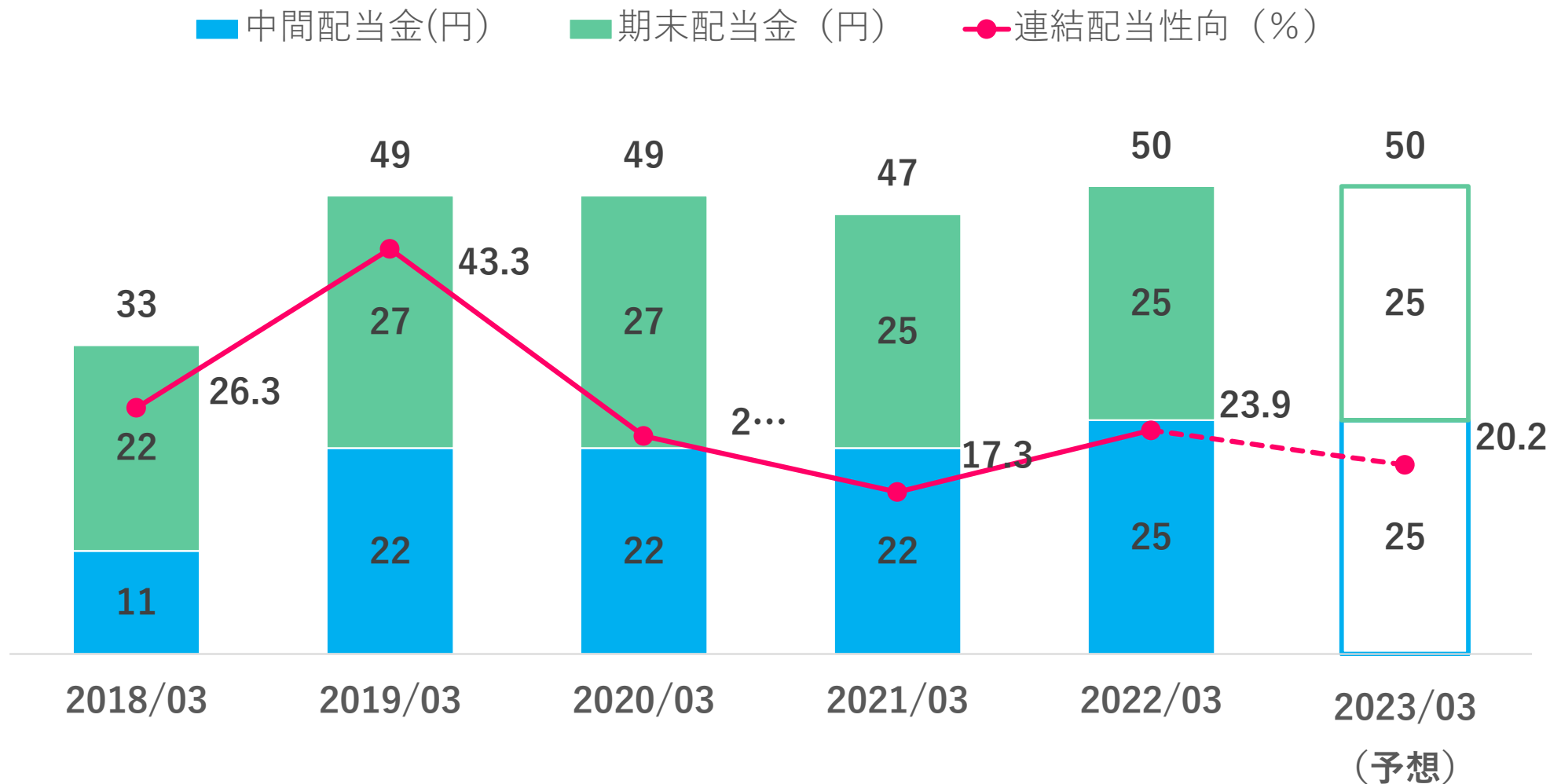
単位：百万円

| | 2022年3月期 | | | | 2023年3月期（予想） | | | | | |
|-------------------------|-----------|------------|--------|------------|--------------|------------|--------|------------|-----------|-----------|
| | 第2 四半期 | 売上高 比 | 期末 | 売上高 比 | 第2 四半期 | 売上高 比 | 期末 | 売上高 比 | 前年 増減額 | 前年比 |
| 売上高 | 13,315 | 100.0 % | 27,960 | 100.0 % | 14,500 | 100.0 % | 30,000 | 100.0 % | 2,040 | 7.3 % |
| 営業利益 | 1,582 | 11.9 % | 2,439 | 8.7 % | 1,100 | 7.6 % | 2,520 | 8.4 % | 81 | 3.3 % |
| 経常利益 | 1,566 | 11.8 % | 2,440 | 8.7 % | 1,240 | 8.6 % | 2,740 | 9.1 % | 300 | 12.3 % |
| 親会社株主に 帰属する 当期純利益 | 1,068 | 8.0 % | 1,689 | 6.0 % | 820 | 5.7 % | 1,960 | 6.5 % | 271 | 16.0 % |

※研究開発費 2022年3月期（実績）：335百万円 2023年3月期（予定）：370百万円

※想定為替レート 2022年3月期：16.3円/元 2023年3月期：19.4円/元

株主還元：配当の状況



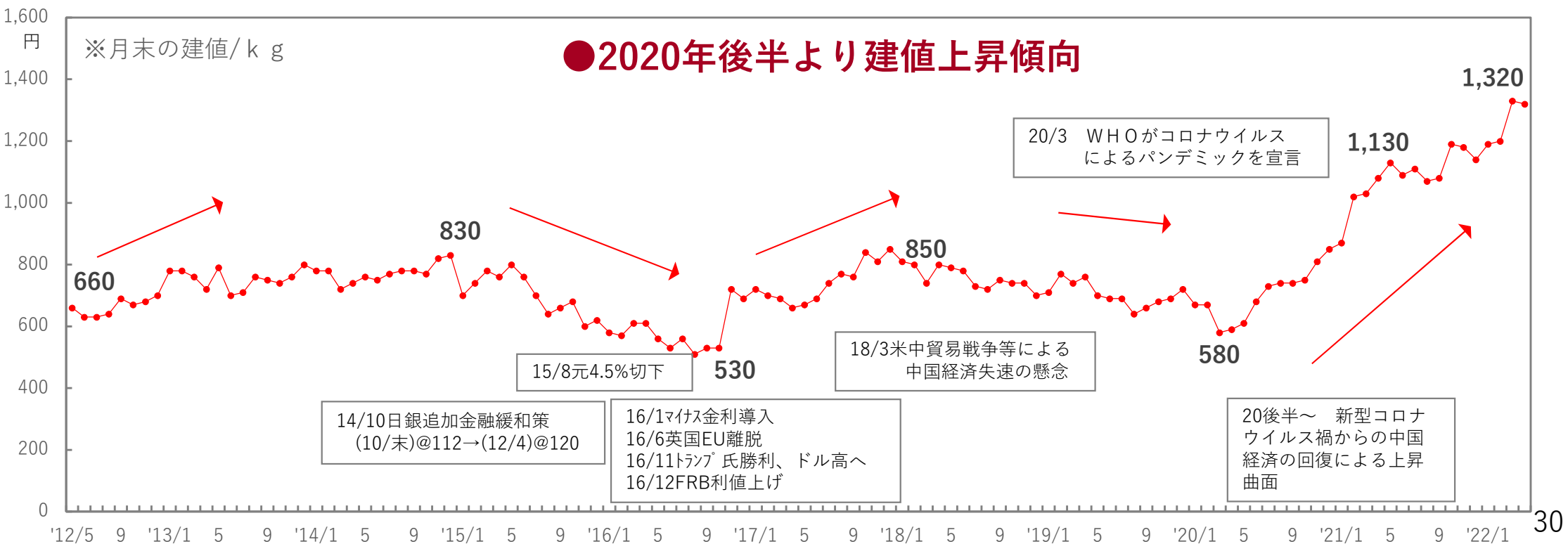
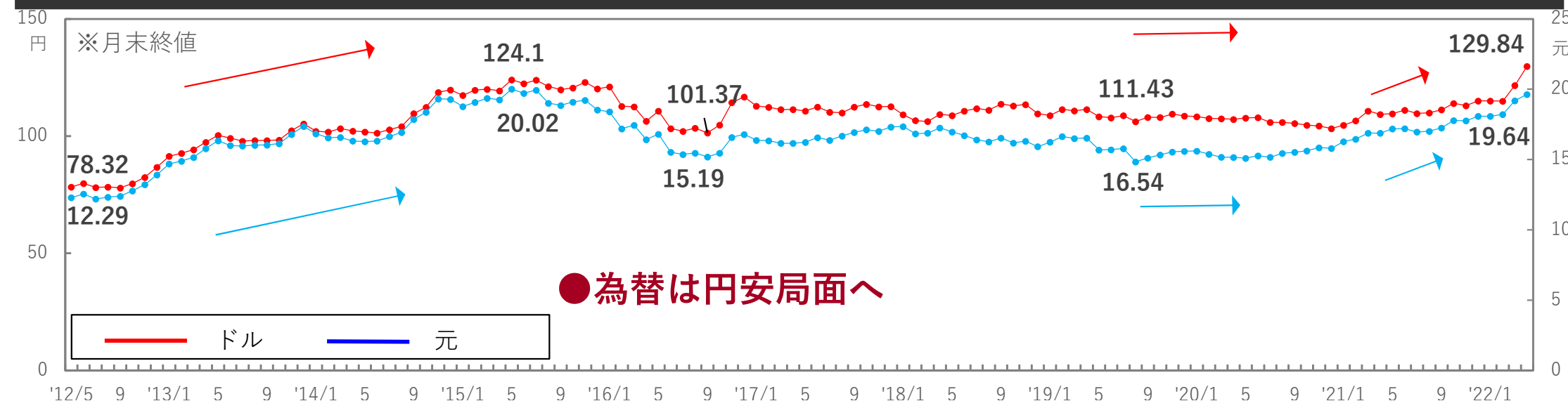
※ 2017年10月1日をもって、普通株式2株につき1株の割合で株式併合を実施しております。

※ 2019年3月期はKVK創業80周年記念配当5円を含みます。

※ 2020年3月期は大連北村閥門有限公司設立30周年記念配当5円を含みます。

1. 2022年3月期決算概要
2. 2021年3月期～2023年3月期中期経営計画
『Innovation for 2022』の概要および進捗
3. 2023年3月期の取り組みおよび株主還元について
4. **参考資料**

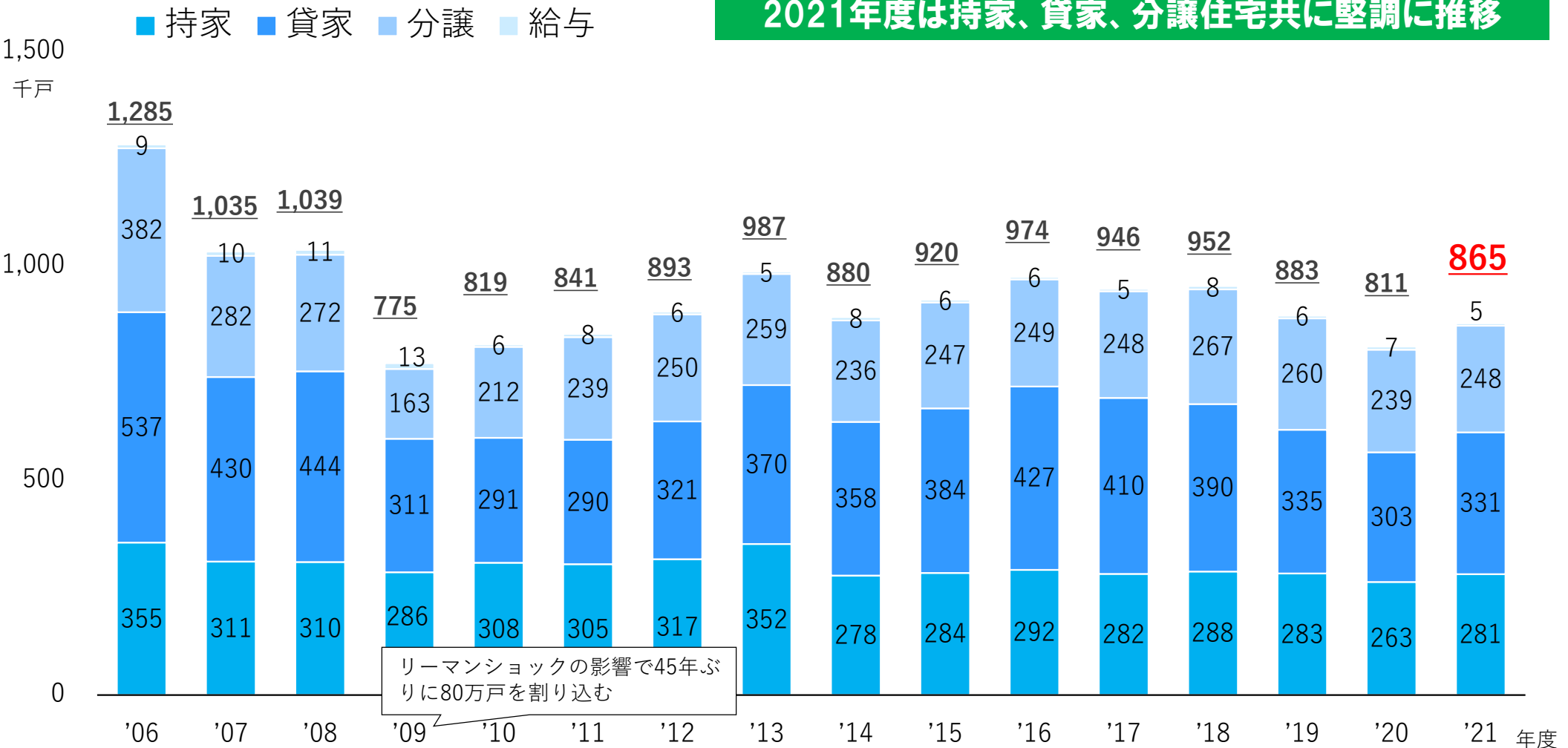
(市況) 為替・銅価格



(市況) 年度別新設住宅市場

2021年度新設住宅着工戸数86万戸

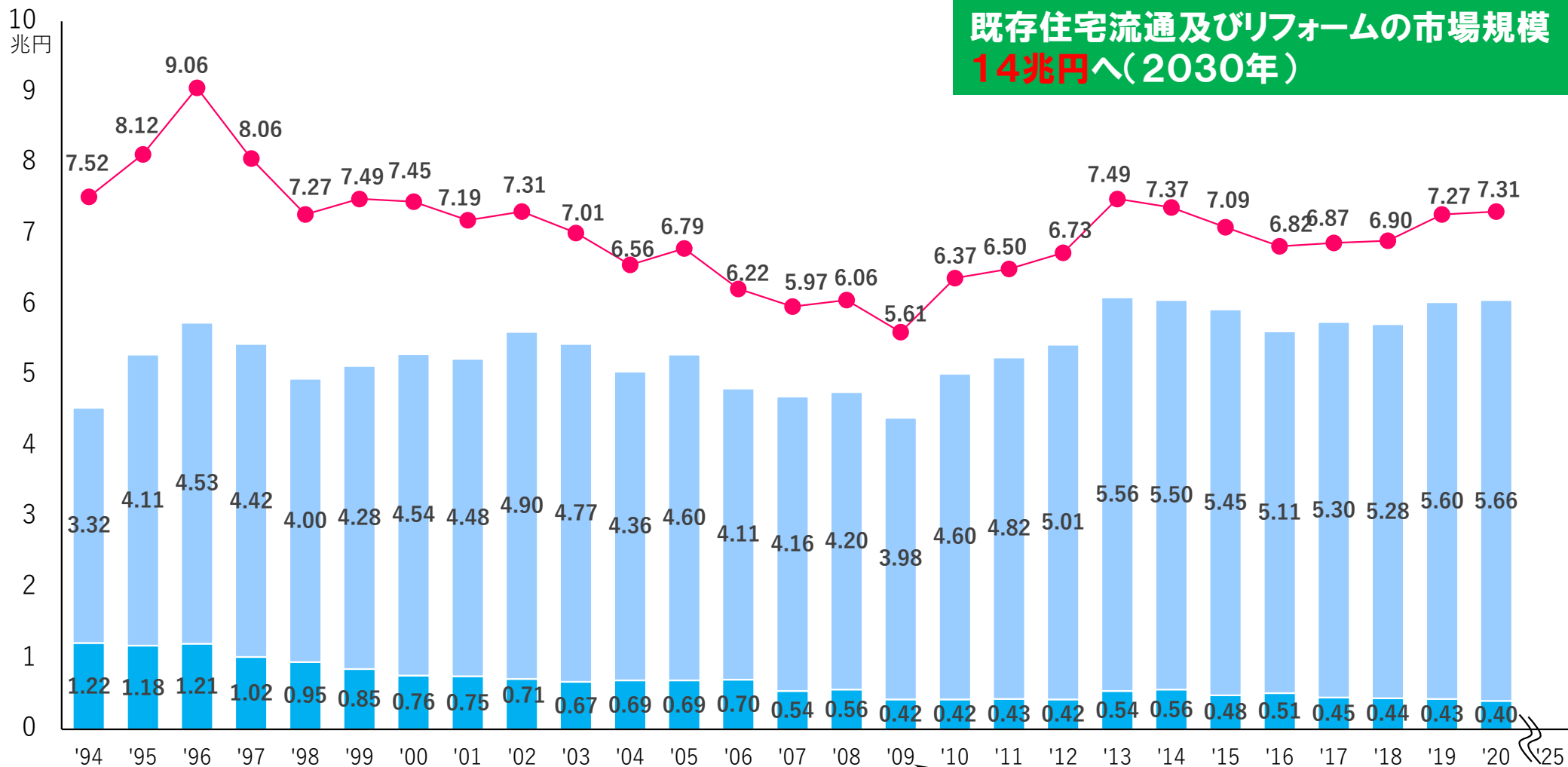
2021年度は持家、貸家、分譲住宅共に堅調に推移



※資料：国土交通省、見込は住宅生産団体連合会

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。



〔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。