

KAWAI

THE FUTURE OF THE PIANO

Rencana Manajemen Jangka Menengah ke-7

Resonate 2024

“Resonate” berarti beresonansi, bergema, atau bergaung.

Strategi Prioritas

Memperkuat Kemampuan Penjualan

- Selain produk bernilai tambah tinggi seperti “Shigeru Kawai Grand Piano” dan produk Hybrid, Piano Digital mengalami pertumbuhan penjualan secara global yang didorong oleh perubahan gaya hidup dan permintaan pelanggan stay at home di tengah pandemi.
- Peningkatan profitabilitas melalui optimalisasi harga.
- Kami memang terpengaruh penutupan sementara Kawai Music School akibat pandemi. Namun, setelah itu jumlah siswa meningkat dari jumlah sebelum pandemi, dengan penerapan langkah keselamatan dan keamanan terhadap penularan COVID-19.

Memperkuat Daya Saing Produk Dan Layanan

- Pengembangan piano hybrid “Novus NV10S” dan “Novus NV5S”.
- Peluncuran piano upright berharga tinggi di pasar Cina.
- Peluncuran produk kolaborasi piano mini: “KAWAI meets HIDA Mini Grand Piano” dan “Lexus Original Mini Piano”.
- Dua pemain piano meraih penghargaan dalam Kompetisi Piano Chopin Internasional ke-18, menggunakan piano Kawai.



Strategi Prioritas

Memperkuat Produktivitas

- Memperkuat sistem produksi untuk “Shigeru Kawai Grand Piano” di Pabrik Ryuyo dan di Indonesia.
- Memperluas kapasitas produksi piano digital untuk memenuhi permintaan yang tinggi.
- Membentuk sistem rantai pasokan yang optimal dalam menghadapi gangguan pengadaan komponen dan logistik akibat pandemi.
- Mewujudkan manajemen biaya yang strategis melalui upaya peningkatan kualitas berkelanjutan dan pengoperasian sistem produksi yang baru.

Memperkuat Kemampuan Organisasi

- Mendapat sertifikasi sebagai Health & Productivity Management Outstanding Organization (kategori perusahaan besar) dari Kementerian Perekonomian, Perdagangan, dan Industri.
- Meningkatkan program pendidikan dan pelatihan untuk setiap jenjang jabatan dan memperluas pengembangan keterampilan karyawan.
- Menyenggarakan reformasi cara kerja untuk menyeimbangkan pekerjaan, mengasuh anak, dan merawat orang tua melalui program dukungan peran karyawan perempuan, “Love It!”.
- Di tengah lingkungan eksternal yang tidak pasti, rapat manajemen diadakan setiap minggu untuk mempercepat pengambilan keputusan manajemen dan memastikan tanggapan yang fleksibel.
- Meningkatkan produktivitas di seluruh perusahaan melalui otomatisasi prosedur internal dan pemanfaatan otomatisasi proses robotik (RPA).



Strategi Bisnis

Ekspansi Bisnis Sekolah Musik dan Tuning Piano ke Luar Negeri

- Mendorong pembangunan infrastruktur, termasuk penyelenggaraan kompetisi piano secara online dan Kawai Grade Test, di tengah pembatasan aktivitas akibat pandemi.



Bisnis Pengolahan Material

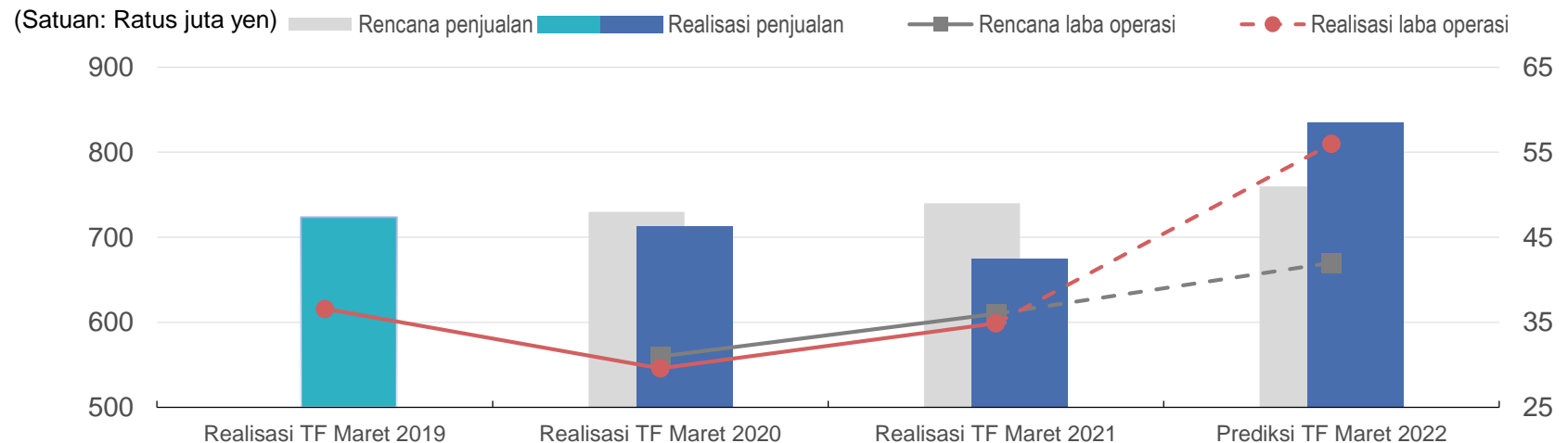
- Untuk bisnis logam presisi, secara keseluruhan kami menerima banyak pesanan. Namun, rencana investasi peralatan yang bernilai besar dibatalkan karena fluktuasi industri otomotif akibat pandemi.
- Untuk bisnis pengecatan, pesanan menurun seiring dengan tren industri otomotif akibat pandemi.
- Untuk bisnis akustik, penjualan ruang kedap suara meningkat, antara lain didorong oleh permintaan pelanggan stay at home.

Tren Keuangan

Akibat pandemi, baik penjualan maupun laba operasi pada tahun pertama dan kedua tidak tercapai sesuai rencana. Namun, rencana laba rugi konsolidasi diharapkan dapat tercapai pada tahun fiskal terakhir karena aktivitas perekonomian global dimulai kembali dan permintaan pelanggan stay at home.

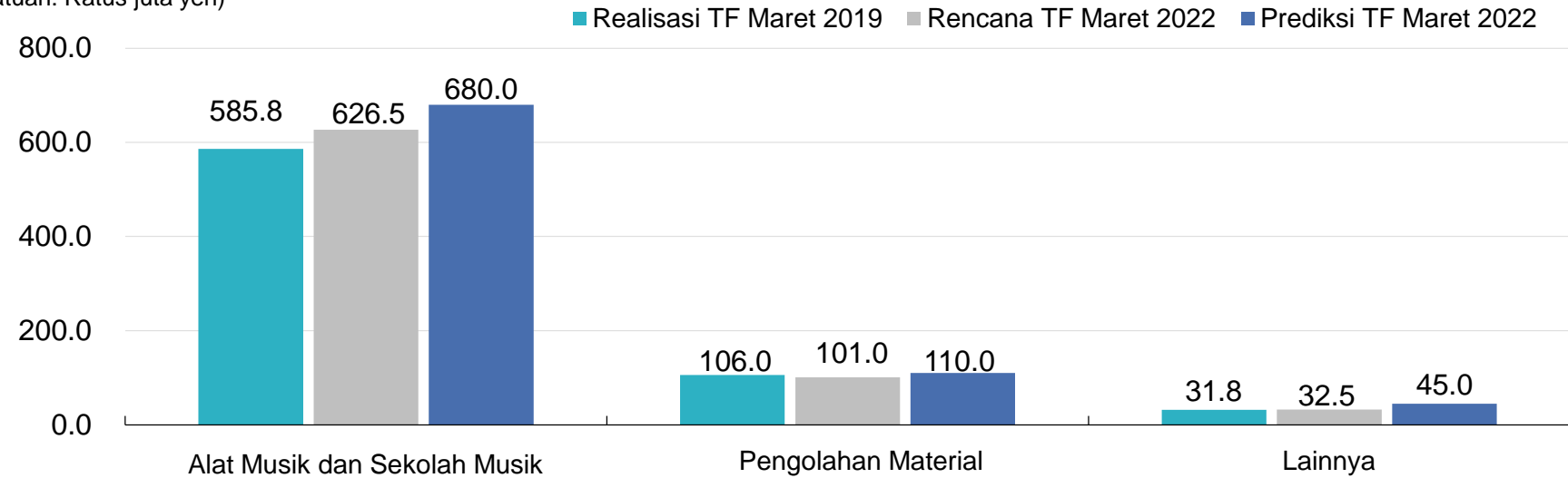
(Satuan: Ratus juta yen)	TF Maret 2019	TF Maret 2020		TF Maret 2021		TF Maret 2022	
	Realisasi	Rencana	Realisasi	Rencana	Realisasi	Rencana	Prediksi
Penjualan	723.7	730.0	713.0	740.0	675.2	760.0	835.0
Laba Operasi	36.6	31.0	29.6	36.0	34.9	42.0	56.0
Margin Laba Operasi	5.1%	4.2%	4.2%	4.9%	5.2%	5.5%	6.7%
Laba Tahun Berjalan	39.1	31.0	31.1	36.0	40.0	42.0	58.0
Laba Bersih Tahun Berjalan	20.1	19.0	15.4	22.5	25.7	26.5	37.0
ROE	8.4%	7.5%	6.1%	8.3%	9.7%	9.2%	12.0%

Tren Penjualan dan Laba Operasi



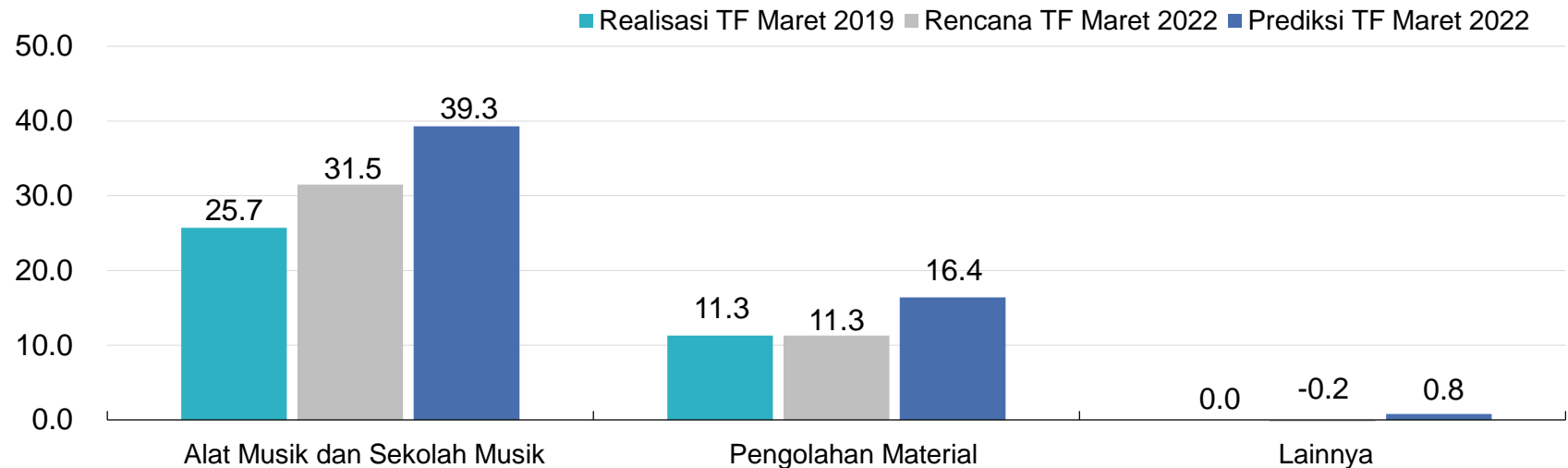
Penjualan Menurut Kategori Bisnis

(Satuan: Ratus juta yen)



Laba Operasi Menurut Kategori Bisnis

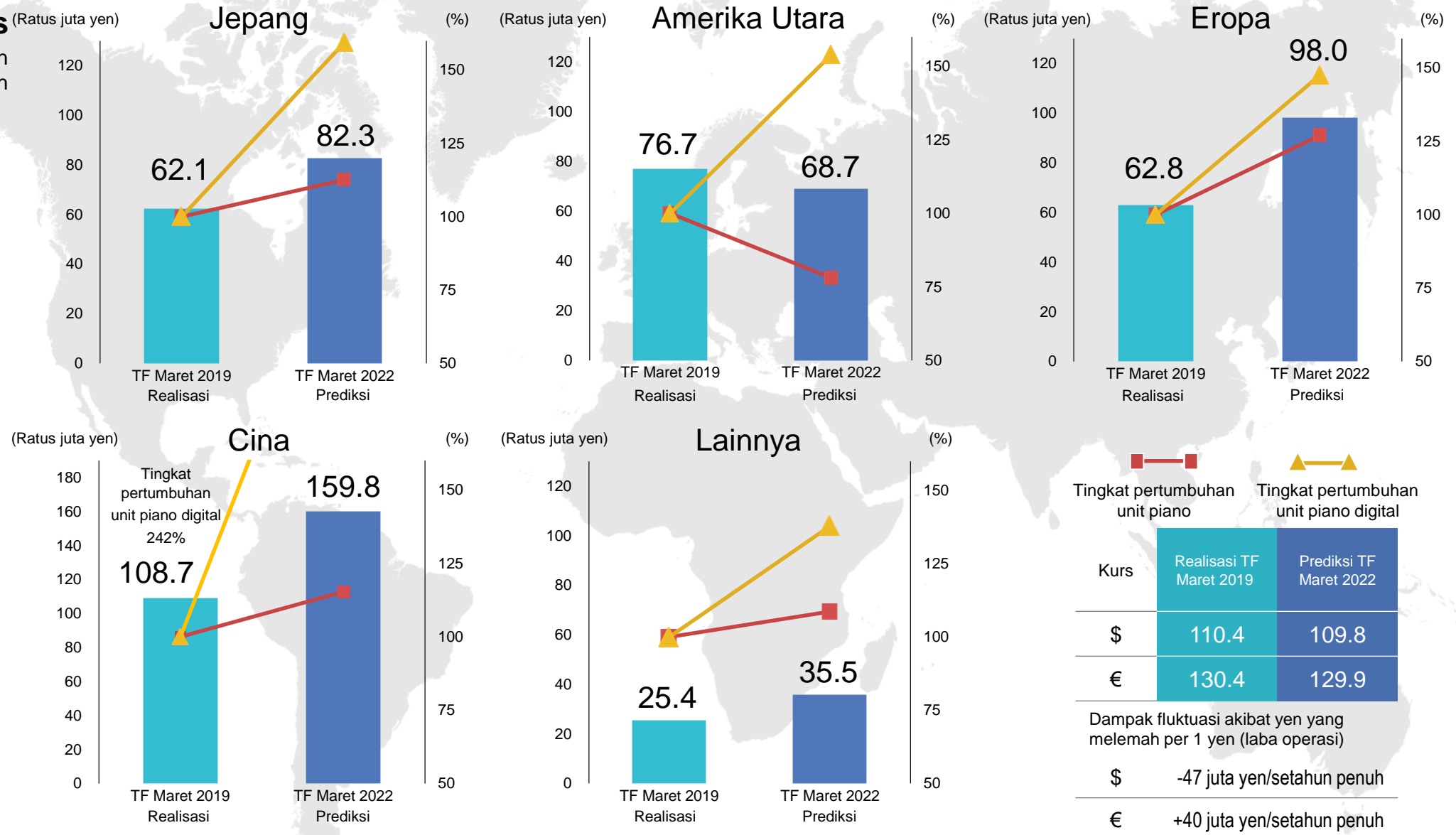
(Satuan: Ratus juta yen)



Ringkasan Resonate 2021, Rencana Manajemen Jangka Menengah ke-6

Alat Musik Tuts (Ratus juta yen)

Rencana Penjualan Menurut Wilayah



Tingkat pertumbuhan unit piano digital 242%

Tingkat pertumbuhan unit piano
Tingkat pertumbuhan unit piano digital

Kurs	Realisasi TF Maret 2019	Prediksi TF Maret 2022
\$	110.4	109.8
€	130.4	129.9

Dampak fluktuasi akibat yen yang melemah per 1 yen (laba operasi)

\$	-47 juta yen/setahun penuh
€	+40 juta yen/setahun penuh

**Rencana Manajemen Jangka
Menengah ke-7
Resonate 2024**

Agar Perusahaan Menjadi Lebih Kreatif dan Menyenangkan...

- Kami menciptakan lingkungan hidup yang nyaman dan menyenangkan untuk ditinggali.
- Kami menyediakan produk dan layanan dengan prioritas utama kepuasan pelanggan.
- Kami menjalankan kegiatan perusahaan menuju era baru.
- Kami memperlakukan karyawan dengan baik dan bertujuan menciptakan perusahaan yang adil dan terbuka.

Dengan tujuan untuk menjadi merek utama dalam manufaktur piano yang merupakan fondasi dan asal-usul bisnis Kawai, kami akan terus tumbuh dengan meningkatkan nilai perusahaan dan kekuatan merek melalui pemenuhan kepuasan pelanggan dan pengembangan budaya musik.

Merek 100 Tahun

- Lebih memperkuat kemampuan penjualan, daya saing produk, produktivitas, dan kemampuan organisasi masing-masing bisnis untuk meningkatkan kekuatan merek Kawai dan meningkatkan profitabilitas serta nilai perusahaan secara drastis.
- Berusaha menjadi “Piano pilihan no. 1” untuk meningkatkan profitabilitas bisnis alat musik dan sekolah musik yang merupakan bisnis inti Kawai.

* Rencana Manajemen Jangka Menengah (RMJM) sebelumnya mencanangkan “akselerasi pertumbuhan”. Pemosisian RMJM ini kami ubah menjadi “pertumbuhan solid di lingkungan bisnis baru”, mengingat fakta bahwa laba meningkat secara signifikan sebelum rencana awal karena meningkatnya permintaan pelanggan stay at home serta adanya ketidakpastian permintaan alat musik tuts pasca-permintaan pelanggan stay at home dan gangguan pada rantai pasokan.



Target Kinerja Rencana Manajemen Jangka Menengah ke-7

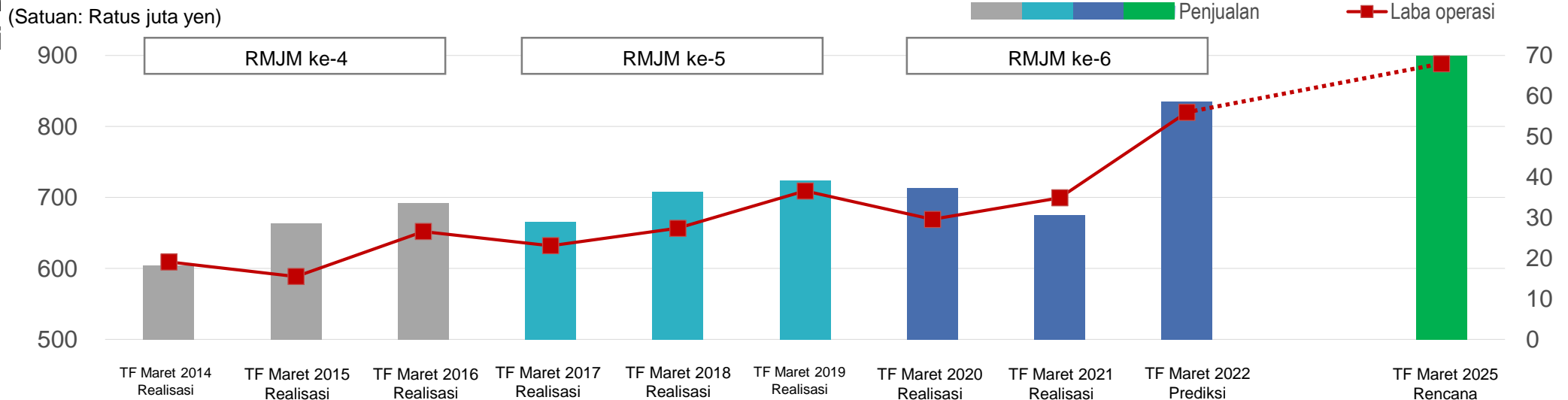
Target Kinerja

* Angka yang diumumkan per 9 Februari 2022

(Satuan: Ratus juta yen)	TF Maret 2022 Prediksi*	TF Maret 2025 Rencana
Penjualan	835.0	900.0
Laba Operasi	56.0	68.0
Margin Laba Operasi	6.7%	7.6%
Laba Tahun Berjalan	58.0	68.0
Laba Bersih Tahun Berjalan	37.0	44.0
ROE	12.0%	10% atau lebih
Kurs	US\$ 109,8 yen EURO 129,9 yen	115,0 yen 125,0 yen

Laba bersih tahun berjalan adalah laba bersih periode ini yang dapat diatribusikan kepada pemegang saham entitas induk.

Tren Penjualan dan Laba Operasi

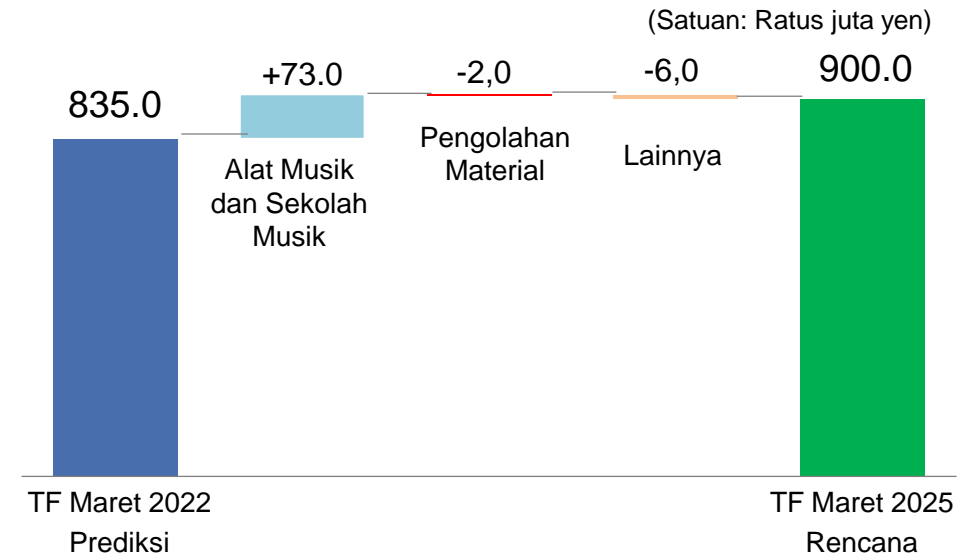


Target Kinerja Rencana Manajemen Jangka Menengah ke-7

Penjualan Menurut Kategori Bisnis

(Satuan: Ratus juta yen)

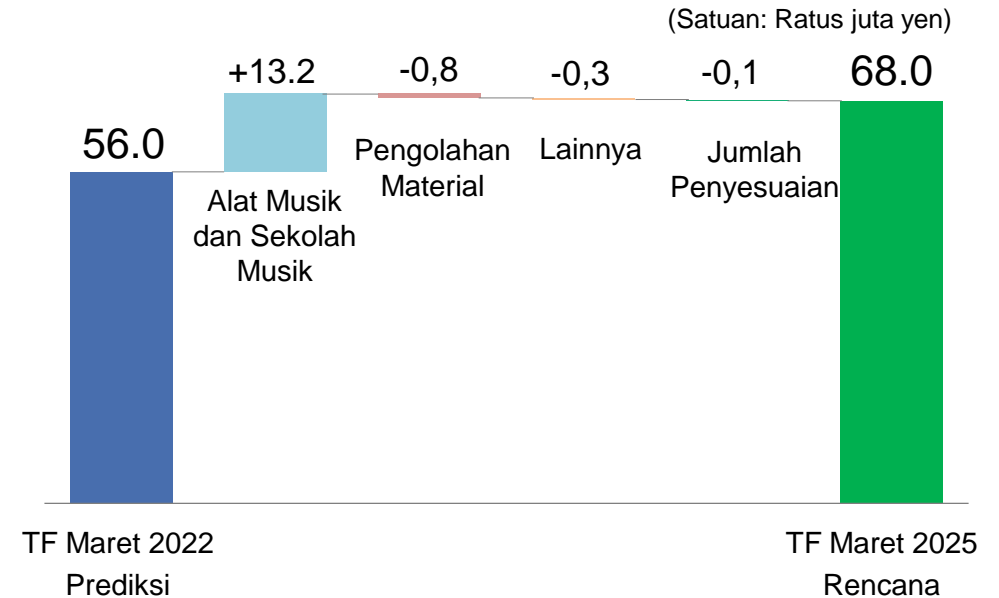
	TF Maret 2022 Prediksi	TF Maret 2025 Rencana	3 tahun Tingkat pertumbuhan
Alat Musik dan Sekolah Musik	680.0	753.0	+10.7%
Pengolahan Material	110.0	108.0	-1,8%
Lainnya	45.0	39.0	-13,3%



Laba Operasi Menurut Kategori Bisnis

(Satuan: Ratus juta yen)

	TF Maret 2022 Prediksi	TF Maret 2025 Rencana	3 tahun Tingkat Pertumbuhan
Alat musik dan Sekolah Musik	39.3	52.5	+33.6%
Pengolahan Material	16.4	15.6	-4,9%
Lainnya	0.8	0.5	-37,5%
Jumlah Penyesuaian*	-0,5	-0,6	-

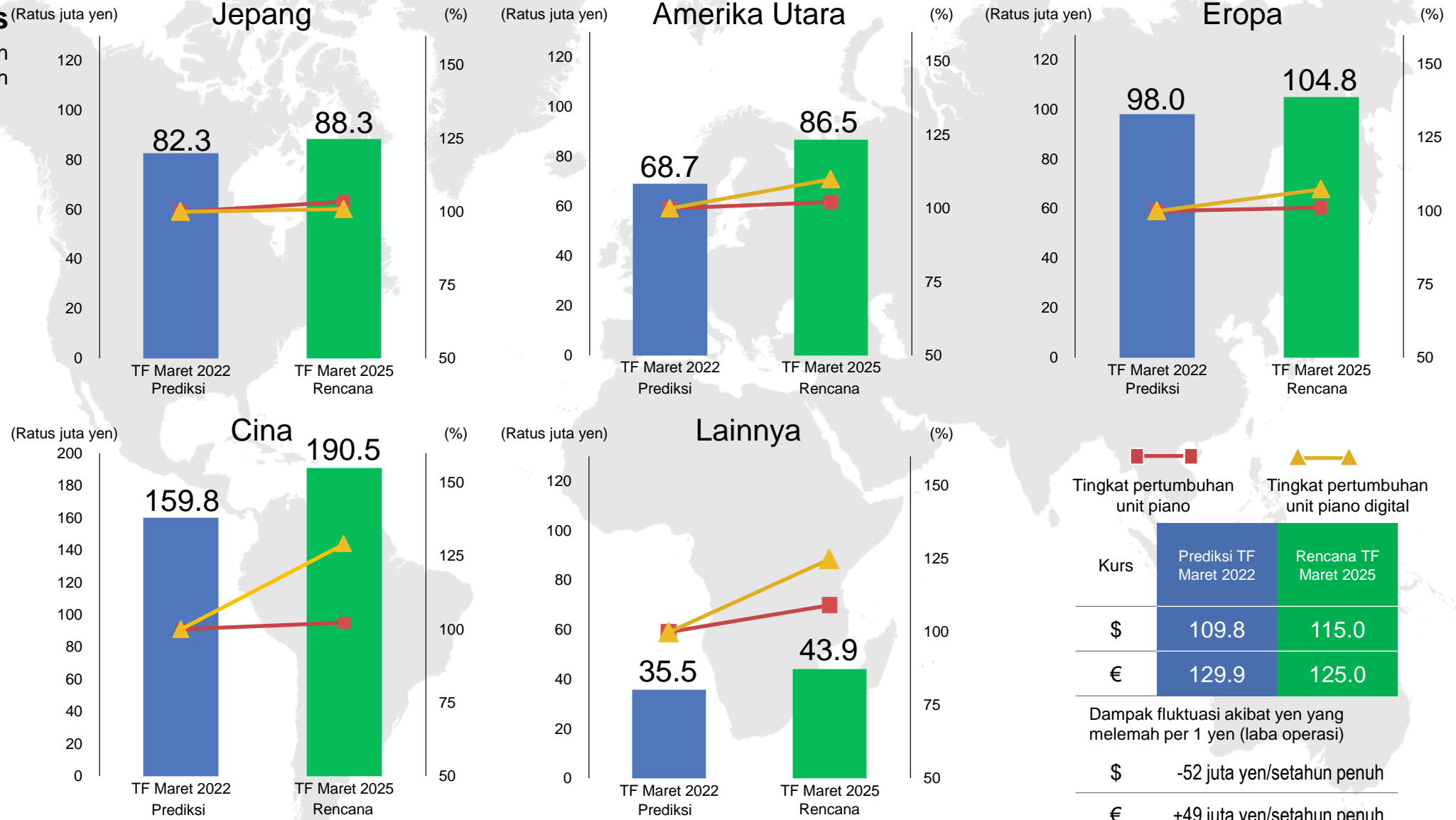


* Jumlah penyesuaian adalah eliminasi transaksi antar-segmen dan biaya keseluruhan perusahaan yang tidak dialokasikan pada masing-masing segmen.

Target Kinerja Rencana Manajemen Jangka Menengah ke-7

Alat Musik Tuts (Ratus juta yen)

Rencana Penjualan Menurut wilayah



Tingkat pertumbuhan unit piano (red square) Tingkat pertumbuhan unit piano digital (yellow triangle)

Kurs	Prediksi TF Maret 2022	Rencana TF Maret 2025
\$	109.8	115.0
€	129.9	125.0

Dampak fluktuasi akibat yen yang melemah per 1 yen (laba operasi)

\$	-52 juta yen/setahun penuh
€	+49 juta yen/setahun penuh

Rencana Manajemen Jangka Menengah ke-7

Ringkasan

Ringkasan Rencana Manajemen Jangka Menengah ke-7

Kebijakan Dasar

Membangun struktur yang kokoh menuju ulang tahun berdirinya Kawai ke-100 dengan terus tumbuh secara solid dan beradaptasi dengan lingkungan bisnis baru untuk membangun Merek 100 Tahun.

Merencanakan masa depan yang ingin diwujudkan Kawai dengan memprediksi “masa depan yang melampaui” 100 tahun berdirinya Kawai.

Strategi Prioritas

Untuk mencapai pertumbuhan yang solid dalam lingkungan bisnis baru, kami akan berfokus pada:

- **Evolusi kontak dengan pelanggan**
- **Memperkuat area dengan pertumbuhan permintaan**
- **Penanganan atas peningkatan biaya**



Ringkasan Rencana Manajemen Jangka Menengah ke-7

Strategi Dasar

Bisnis Alat Musik dan Sekolah Musik

Untuk lebih meningkatkan profitabilitas dan memperluas bisnis, kami akan melakukan akselerasi peningkatan:

- Kekuatan merek
- Kemampuan penjualan
- Daya saing produk dan layanan
- Produktivitas
- Kemampuan organisasi

Bisnis Pengolahan Material

Meningkatkan laba melalui “perluasan pesanan produk baru”, “akselerasi pemerolehan pelanggan baru”, dan “pembangunan sistem peningkatan produksi”.



Strategi Prioritas

Strategi Prioritas Rencana Manajemen Jangka Menengah ke-7

Berfokus pada strategi berikut untuk mencapai pertumbuhan yang solid di lingkungan bisnis yang berubah secara signifikan akibat pandemi.

Evolusi Kontak dengan Pelanggan

Menerapkan langkah-langkah promosi yang disesuaikan dengan perubahan perilaku belanja pelanggan.
(Menyampaikan “secara lebih jelas” nilai produk dan layanan kepada “lebih banyak target pelanggan” dengan mengintegrasikan langkah-langkah nyata dan digital).

Memperkuat Area dengan Pertumbuhan Permintaan

Memperluas jajaran produk dan memperkuat sistem produksi, terutama dalam kategori produk yang mengalami peningkatan permintaan karena perubahan gaya hidup (piano hybrid, piano digital).

Penanganan atas Peningkatan Biaya

Meningkatkan produktivitas dan menetapkan harga yang sesuai untuk mengatasi kenaikan biaya akibat lonjakan biaya semikonduktor dan material lainnya serta biaya pengangkutan ke luar negeri.



Strategi Dasar

(Bisnis Alat Musik dan Sekolah Musik)

Strategi Dasar dalam Rencana Manajemen Jangka Menengah ke-7 (Bisnis Alat Musik dan Sekolah Musik)

Meningkatkan Kekuatan Merek

Lebih memperkuat merek Kawai untuk membangun Merek 100 Tahun

Evolusi gaya komunikasi dengan pelanggan

- Menyusun rute tur proses pembuatan “Shigeru Kawai Grand Piano” serta ruang pameran dan uji coba di Pabrik Ryuyo.
- Memperkuat pemasaran digital.

Meningkatkan eksistensi merek Kawai dalam kompetisi piano internasional, universitas musik, dan gedung pertunjukan ternama.

Meningkatkan citra merek dengan memperkuat hubungan dengan pianis dan musisi terkenal.

Menemukan dan mendukung pianis muda yang menjanjikan melalui “Kompetisi Piano Internasional Shigeru Kawai”.

Strategi Dasar dalam Rencana Manajemen Jangka Menengah ke-7 (Bisnis Alat Musik dan Sekolah Musik)

Memperkuat Kemampuan Penjualan (Produksi dan Penjualan Alat Musik)

Mewujudkan nilai tambah yang tinggi dan meningkatkan pangsa pasar di setiap pasar

Pasar Potensial (Jepang, Amerika Utara, Eropa)

- Memperkuat penjualan produk bernilai tambah tinggi seperti “Shigeru Kawai Grand Piano” dan Piano Hybrid.
- Memperkuat kemampuan mengkomunikasikan tentang merek dan kontak dengan pelanggan melalui toko yang dikelola langsung.
- Memperkuat hubungan dan memperkuat saluran distribusi untuk mencapai kesejahteraan bersama dengan distributor.

Pasar Cina

- Memperluas saluran distribusi di wilayah yang sedang berkembang.
- Memperkuat kemampuan penjualan dengan memperbarui dealer dan mengganti tenaga penjualan di area yang mapan.
- Meningkatkan eksistensi merek Kawai di dealer.

Pasar Berkembang

- Memperkuat hubungan dengan mitra bisnis baru dan memanfaatkan sekolah musik di Asia Tenggara.
- Memperkuat hubungan dan mencari mitra bisnis baru di Amerika Tengah dan Selatan, Timur Tengah, Afrika, dll.

Strategi Dasar dalam Rencana Manajemen Jangka Menengah ke-7 (Bisnis Alat Musik dan Sekolah Musik)

Memperkuat Kemampuan Penjualan (Sekolah Musik)

Promosi merek melalui pengembangan dan penyebaran budaya musik dan penciptaan permintaan alat musik tuts

Jepang

- Melakukan seleksi dan berkonsentrasi pada area dengan permintaan tinggi.
- Menambah jumlah sekolah musik dengan fokus meningkatkan jumlah siswa kursus piano.

Luar Negeri: Mendorong ekspansi ke luar negeri yang penting dalam jangka menengah dan panjang.

<Asia Tenggara>

- Mempromosikan kebutuhan pendidikan musik ke lembaga pendidikan dan melatih pengajar.
- Menerapkan dan memperbanyak pelajaran kelompok yang disesuaikan dengan tingkat pendapatan masing-masing negara.
- Mengadakan Kawai Grade Test dan kompetisi menggunakan merek Kawai.

<Cina>

- Terus memperkuat kerja sama tentang sekolah musik dengan Yayasan Soong Ching Ling.
- Memperluas bisnis pelatihan tuning piano secara online dan pengembangan layanan kontrak tuning piano.

Strategi Dasar dalam Rencana Manajemen Jangka Menengah ke-7 (Bisnis Alat Musik dan Sekolah Musik)

Memperkuat Daya Saing Produk dan Layanan

Terus mengupayakan kepuasan pelanggan dengan memanfaatkan teknologi unik yang hanya dimiliki produsen piano

Melanjutkan penelitian di tingkat pengembangan material dan dasar.

Memperkuat kemampuan perencanaan dan pengembangan dari perspektif pelanggan melalui riset pasar.

Menetapkan harga yang kompetitif melalui pendekatan pemasaran.

Memperluas jalaran produk dengan memperkenalkan piano digital yang dibanderol dengan harga yang cukup terjangkau, dengan potensi pertumbuhan signifikan.

Memperluas sistem layanan purnajual berkualitas tinggi melalui MPA(*).

* MPA = Master Piano Artisan: Sertifikasi internal untuk ahli tuning piano yang sangat terampil.

Strategi Dasar dalam Rencana Manajemen Jangka Menengah ke-7 (Bisnis Alat Musik dan Sekolah Musik)

Memperkuat Produktivitas

Memperkuat QCDF(*) dalam sistem produksi global
(Membuat produk berkualitas secara efisien serta memasok secara tepat waktu dan stabil)

* Quality (kualitas), Cost (biaya), Delivery (pengiriman), dan Flexibility (fleksibilitas)

Mewariskan teknologi khas Kawai yang dikembangkan selama bertahun-tahun kepada generasi berikutnya, dan mengembangkan alat musik tuts yang cocok sebagai Merek 100 Tahun secara global.

Mendorong investasi SDM dan peralatan untuk meningkatkan kualitas dan produktivitas.

Melaksanakan kegiatan pengurangan biaya secara terus menerus melalui otomatisasi proses produksi, dll.

Meningkatkan lini produksi dan memperluas pabrik untuk memenuhi peningkatan permintaan untuk “Shigeru Kawai Grand Piano” dan Piano Digital.

Membangun sistem pasokan yang stabil dari proses sebelumnya untuk mengantisipasi resiko geopolitik dan peningkatan produksi di masa mendatang.

Strategi Dasar dalam Rencana Manajemen Jangka Menengah ke-7 (Bisnis Alat Musik dan Sekolah Musik)

Memperkuat Kemampuan Organisasi

Meninjau organisasi dari perspektif fungsi, membangun struktur organisasi yang diperlukan untuk ekspansi perusahaan, dan menjalankan penugasan staf.

Meningkatkan keterlibatan karyawan dengan berfokus pada pendidikan sesuai zaman dan program kesejahteraan karyawan.

Mendorong “manajemen kesehatan” yang memungkinkan karyawan untuk berperan aktif dengan mendapatkan sertifikasi secara terus menerus dalam “Health & Productivity Management Outstanding Organization”.

Menciptakan “lingkungan kerja yang aman dan nyaman bagi semua pihak” untuk mendorong peran perempuan dan keberagaman.

Meningkatkan jumlah SDM yang mampu bersaing secara global dan mengupayakan pengembangan SDM yang mampu menumbuhkan Kawai sebagai perusahaan yang tangguh.

Meningkatkan produktivitas dan mendorong efisiensi pekerjaan rutin di seluruh perusahaan.

Strategi Dasar

(Bisnis Pengolahan Material)

Strategi Dasar dalam Rencana Manajemen Jangka Menengah ke-7 (Bisnis Pengolahan Material)

Bisnis Logam Presisi

Memperluas penerimaan pesanan produk komponen otomotif dan membangun struktur peningkatan produksi.

Mengembangkan produk yang ada secara horizontal ke bagian lain dan menerima pesanan produk baru.

Melakukan akselerasi investasi peralatan untuk meningkatkan produktivitas.

Bisnis Akustik

Memperluas pasar untuk penggunaan pribadi dan mengembangkan pasar korporat.

Mengembangkan produk baru dengan upaya mewujudkan ruang akustik yang nyaman.

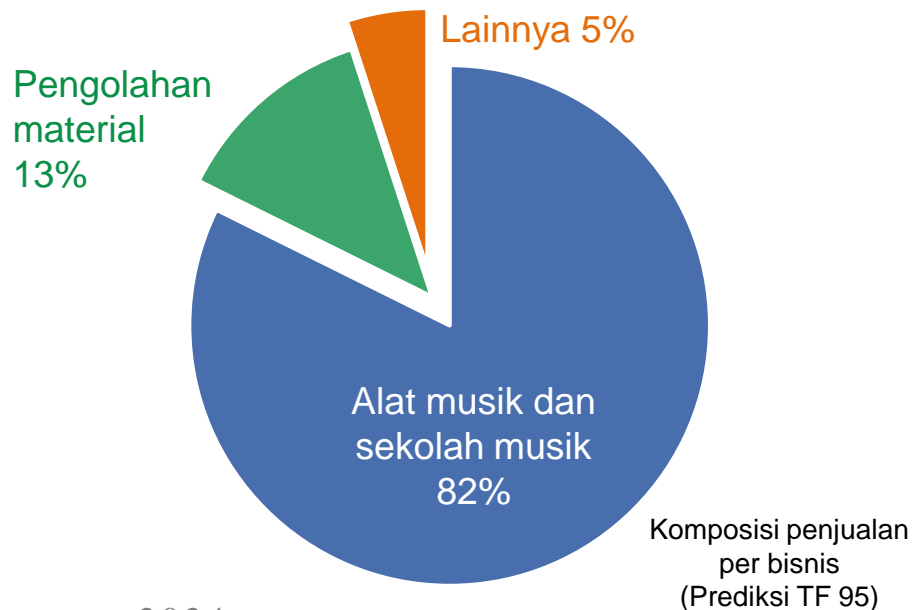
Menetapkan sistem produksi untuk mengimbangi peningkatan penjualan.

Mewujudkan “Pertumbuhan yang Berkelanjutan dan Solid” bahkan di era yang penuh ketidakpastian dengan memusatkan sumber daya manajemen di “Pasar dengan Pertumbuhan Stabil” yang memiliki “Daya Saing Tinggi”.

Bisnis Alat Musik dan Sekolah Musik

Merupakan asal usul dan bisnis inti Kawai. Berbekal cita-cita sang pendiri Kawai untuk “Membuat Piano Terbaik di Dunia”, Kawai terus memperkenalkan produk-produk inovatif kepada dunia.

Kawai memiliki pangsa pasar global terbesar keempat* untuk piano dan piano digital. Piano Kawai juga terus digunakan dalam kompetisi piano internasional bergengsi, memberikan reputasi yang harum dan keunggulan kompetitif di tingkat dunia bagi Kawai. * Survei Kawai



Bisnis Pengolahan Material

“Bisnis Pengolahan Material” yang berkembang dengan memanfaatkan teknologi Kawai dalam bisnis piano menjadi salah satu pilar manajemen kami.

Secara khusus, kami memasok komponen bernilai tambah tinggi ke produsen mobil besar di Jepang dan luar Jepang, dengan memanfaatkan kemampuan teknologi yang canggih.

Dengan mengantisipasi pertumbuhan pasar otomotif, Kawai tengah menggarap pasar komponen yang dipasang di kendaraan.

Total investasi 3 tahun: 7 miliar yen (2 kali lipat dibandingkan prediksi Rencana Manajemen Jangka Menengah sebelumnya)

Investasi normal (4,5 miliar yen)	Investasi dasar dalam bisnis yang ada untuk renovasi dan peningkatan produktivitas (setara dengan biaya penyusutan)
Investasi strategis (2,5 miliar yen)	Perluasan pabrik piano digital/renovasi toko flagship Perluasan lini produksi untuk komponen otomotif
Kekayaan intelektual dan investasi SDM (biaya operasional)	Litbang/pemasaran/investasi SDM strategis Hubungan dengan musisi

Grup Kawai telah menetapkan Kebijakan Keberlanjutan dan berkomitmen untuk meningkatkan nilai perusahaannya dalam jangka menengah hingga panjang.

Kebijakan Keberlanjutan

Untuk mewujudkan Filosofi Manajemen, yaitu “Agar Perusahaan Menjadi Lebih Kreatif dan Menyenangkan...”, kami akan berusaha selaku perusahaan untuk mewujudkan pembangunan berkelanjutan dengan memastikan keselarasan dengan lingkungan dan masyarakat serta memastikan manajemen yang sehat, dan juga berkontribusi terhadap terwujudnya masyarakat yang berkelanjutan dengan bekerja sama dengan pelanggan dan semua pemangku kepentingan lainnya, melalui kegiatan perusahaan yang bertujuan untuk menciptakan alat musik yang lebih berkualitas dan berkontribusi terhadap budaya musik.

Environment

Kami akan melindungi lingkungan dan sumber daya dari perspektif global di setiap bidang bisnis, serta berusaha mewujudkan jiwa dan masyarakat yang benar-benar makmur.

Social

Sebagai “Produsen Bahagia” yang memberikan kegembiraan dan kepuasan melalui musik, kami akan berusaha membangun hubungan baik dengan semua pemangku kepentingan dengan tujuan mewujudkan masyarakat yang makmur dan sejahtera.

Governance

Untuk mewujudkan peningkatan nilai perusahaan yang berkelanjutan, kami akan mematuhi undang-undang dan peraturan lainnya, serta menerapkan manajemen yang sehat dengan transparansi tinggi.

Terkait agenda keberlanjutan, kami akan berfokus pada inisiatif terhadap lingkungan dan masyarakat untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan selaku perusahaan.

Inisiatif terhadap Lingkungan Global

Kegiatan penanaman pohon di Jepang dan luar Jepang

- Menanam pohon di Indonesia (sejak 2007, total 700 ribu pohon).
- Melakukan penanaman dan pembibitan di wilayah Tohoku sebagai bentuk dukungan regenerasi hutan lindung di pesisir (sejak 2015).

Pengurangan dampak lingkungan

- Mencegah pemanasan global (mengurangi emisi CO2).
- Memanfaatkan sumber daya secara efektif (mengurangi limbah).



Mendorong Keberagaman

- Melaksanakan inisiatif untuk mewujudkan keseimbangan kehidupan-kerja, dengan fokus kegiatan untuk mendorong peran perempuan (Love It!).
- Menetapkan kebijakan dasar dan target angka untuk memastikan keberagaman SDM inti.



	Target angka
Persentase manajer wanita	12.5%
Persentase supervisor wanita	20%
Jumlah karyawan asing	15 orang
Jumlah karyawan yang direkrut di pertengahan	50 orang

* Periode pencapaian: Akhir Maret 2025

Pengembangan Budaya Musik

Sejak 1971

Lebih dari 2.000 “Konser Kawai” diadakan di seluruh Jepang, mengundang pemusik dengan berbagai latar belakang.

Sejak 2017

Menyelenggarakan Kompetisi Piano Internasional Shigeru Kawai untuk mengasah bakat pianis muda.



©D.Golik / The Fryderyk Chopin Institute

Kebijakan Dasar

Dengan mempertimbangkan lingkungan usaha dan perkembangan bisnis di masa depan, Kawai akan berusaha untuk meningkatkan rasio pengembalian total berdasarkan kebijakan dasar, memberikan pengembalian secara fleksibel kepada pemegang saham demi mewujudkan dividen yang stabil dan peningkatan efisiensi modal, seraya mengamankan cadangan internal untuk menstabilkan basis manajemen.

KAWAI

THE FUTURE OF THE PIANO

Prospek kinerja bisnis dan prediksi masa depan Kawai dalam dokumen ini didasarkan pada informasi yang tersedia pada tanggal penyusunan dokumen ini. Perlu diingat bahwa kinerja dan hasil bisnis yang sebenarnya bisa sangat berbeda karena perubahan berbagai faktor eksternal dan internal, seperti keadaan ekonomi, persaingan penjualan yang sengit, dan risiko terkait hak kekayaan intelektual.