



象印マホービン株式会社

2024 年 11 月期 決算説明会

2025 年 1 月 17 日

イベント概要

[企業名] 象印マホービン株式会社

[企業 ID] 7965

[イベント言語] JPN

[イベント種類] 決算説明会

[イベント名] 2024 年 11 月期 決算説明会

[決算期] 2024 年度 通期

[日程] 2025 年 1 月 17 日

[ページ数] 27

[時間] 15:30 – 16:17
(合計：47 分、登壇：32 分、質疑応答：15 分)

[開催場所] インターネット配信

[会場面積]

[出席人数]

[登壇者] 3 名
代表取締役 社長執行役員 市川 典男（以下、市川）
取締役 常務執行役員 真田 修（以下、真田）
執行役員 管理本部長 経理部長 岡本 茂久（以下、岡本）

登壇

司会：象印マホービン株式会社、2024 年 11 月期決算説明会開始に先立ちまして、Zoom でご参加の方にご案内申し上げます。

本日は、象印マホービン株式会社、決算説明会にご参加いただき、ありがとうございます。ご参加登録いただきました方には、本日、弊社ホームページから説明資料について、15 時よりダウンロード可能な形にさせていただきましたが、お手元にご用意いただけていらっしゃいますでしょうか。

今回、説明会の後に質疑応答のお時間をご用意しておりますので、ご案内申し上げます。質疑応答につきましては、画面の手を上げるボタンをクリックいただきますと、順番にご登録されたお名前でお呼びいたします。その際、自分自身をミュート解除するをクリックしていただきますと、マークがマイクに変わりますので、お名前をおっしゃっていただいた後、ご質問ください。

また、電話でご参加されている方は、プッシュボタンのアスタリスク 9 をクリックしてください。電話番号の下 2 桁でお呼びいたします。その際、ミュート解除の方法がアナウンスされますので、ミュート解除いただいた後にお名前をおっしゃっていただき、ご質問ください。

ご質問は、Zoom のチャット機能によってもお受けさせていただきますので、チャットにご記入いただければ、司会から読み上げの上、回答させていただきます。

また、本日の決算説明会は録画しております。あらかじめご了承ください。

Zoom ウェビナーへ入室いただく際は、ご参加登録の際のご本人と識別できるお名前をご入力いただきますようお願い申し上げます。

お待たせいたしました。ただ今より、象印マホービン株式会社、2024 年 11 月期決算説明会を開催させていただきます。

本日の会社側出席者をご紹介します。代表取締役社長、市川典男です。

市川：よろしくお願いします。

司会：取締役、常務執行役員、真田修です。

真田：よろしくお願いします。

司会：執行役員、管理本部長、岡本茂久です。

岡本：よろしくお願いします。

司会：本日の進行でございますが、初めに社長の市川よりお話をさせていただきました後、取締役の真田より決算概要についてご説明させていただきます。質疑応答につきましては、説明後に別途時間を用意してございます。本日の説明会は 16 時 30 分頃に終了する予定でございます。

それでは、市川社長、よろしくお願いいたします。

市川：社長の市川でございます。本日はお忙しい中ご視聴いただきまして、誠にありがとうございます。ただ今より、2024 年 11 月期の決算説明会を開催させていただきます。

当社グループは、2023 年度より、暮らしの課題、社会の課題を解決しながら持続的に成長するソリューションブランドへ着実に移行、シフトするために、新たな中期 3 カ年計画、SHIFT をスタートいたしました。

その SHIFT では、ドメイン・シフトとして新規領域の拡大と既存領域の深化、グローバル・シフトとして、グローバル市場での成長加速、デジタル・シフトとして、デジタル化の推進、サステナビリティ・シフトとして、持続可能企業への体質転換の四つの重点課題を掲げ、さまざまな施策に取り組んでおります。

また、2018 年に大阪にオープンいたしました象印食堂は、東京店も含め、オープン以来、54 万人にご来店いただきました。さらに JR 新大阪駅の象印銀白弁当も大変ご好評をいただいております。これからもご飯の本当のおいしさを一人でも多くの方に届けるために、さまざまな施策に取り組んでまいります。

さて、中期経営計画 2 年目になる 2024 年度の経営環境ですが、日本国内におきましては堅調なインバウンド需要や個人消費の改善など、景気の持ち直しが見られました。海外におきましては、依然として地政学リスクをはらみ、中国においては不動産不況、個人消費の低迷による景気の減速などがあるものの、米国や欧州の個人消費が底堅く推移するなど、緩やかな回復傾向となりました。

当社における調理家電分野におきましては、最高級炊飯ジャーの炎舞炊きが大変好調に推移し、台湾で発売いたしましたオープンレンジも計画を上回ることができました。その結果、売上高につきましては前期比 37 億円増加の 872 億円になりました。

当期利益につきましては、原材料高や円安によるコスト高に対して販売価格転嫁を進め、また固定資産売却益もあり、前期比 20 億円増の 64 億円となりました。詳細につきましては、後ほど財務担当取締役の真田より説明をさせていただきます。

次に、来期の業績予想についてですが、日本における円安の長期化や中国市場の低迷など、引き続き不透明な経営環境が続くと推測されますが、既存商品の活性化や新規商品の投入を継続的に進め、2025年には連結売上高 895 億円を見込んでおります。

利益につきましては、引き続き収益力の向上に取り組み、営業利益 57 億円、当期純利益 42 億円を見込んでおります。

また、2025 年度は中期経営計画 3 年目、最終年度となります。引き続き、暮らしの課題、社会の課題を解決しながら、食と暮らしのソリューションブランドへの進化を遂げてまいりたいと存じますので、今後ともご指導を賜りますようお願いいたします。

司会：ありがとうございました。次に、真田取締役、よろしくお願いいたします。

目次



I. 2024年11月期 連結決算実績	P.02
II. 2025年11月期 連結業績予想	P.13
III. 株主還元	P.20

真田：今日は、お忙しいところご参加いただきまして、ありがとうございます。決算の概要につきましては、私、真田から資料に基づきましてご説明させていただきます。

資料をおめくりいただきまして、1 ページ目に書かれていますように、まず終わりました期の実績の概要、続きまして、新年度、2025 年度の業績の予想、最後に株主還元につきましてご説明させていただきます。

生活家電



- 空調・冷暖房加湿器



- キッチン家事食器乾燥器

- その他生活家電

リビング

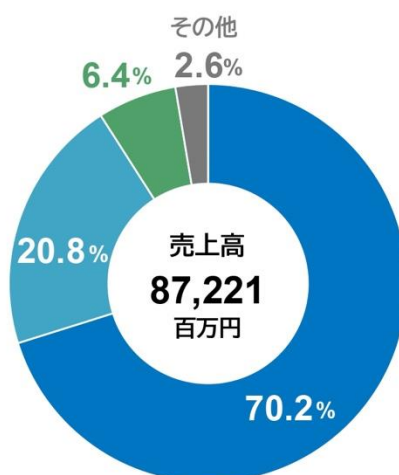


- ガラスマホービン
ガラスポット



- ステンレスマホービン
ステンレスボトル

- その他リビング



調理家電



- 炊飯調理
炊飯ジャー



- 湯沸調理
電気ポット



- 電気調理
オーブントースター
ホットプレート



- レンジ調理
オープンレンジ

おめくりいただきまして、右下3ページのところでご説明します。当社は、大きく言いますと三つの製品区分に分けておりまして、最も大きな区分が調理家電ということで、全体の約7割を占めております。その中でもメインの商品は、炊飯ジャー、炊飯調理と書かれているところでして、全体でも47%、この調理家電の中では約7割、3分の2が炊飯調理ということで、メイン商品になっています。

それ以外にも、お湯を沸かすポットとかケトル、あるいはトースターとかホットプレートなど、いろんな調理家電製品、最近では新しく出しましたオープンレンジをまとめまして調理家電ということで、7割を占めております。

あと、約21%を占めておりますのがリビング製品ということでして、これは当社の中でも電気を扱っていない製品です。当社のルーツの商品でもありまして、もともと当社はガラスのマホービンから始まっております。マホービンと申しますのは、瓶が二重になっておりまして、その間の空気を抜いて真空にして閉じることで、中の入っているものの温度が変わらなくて冷めない、温かいものを温かいまま保つといった、今のエネルギーの要らない、エコにも優しい商品となっております。

今もガラスのマホービンの売上は全体の2%ほどしかありませんので、今、ステンレスですね、割れないステンレスのマホービンがこの約18%を占めております。このリビング製品が全体の約21%。

残りは、調理ではないんですけれども、それ以外の生活を快適にする製品ということで、空調・冷暖房ということで、加湿器とか空気清浄機がございます。あと、食器乾燥器等がここを占めておりまして、一昨年よりも少しこの比率が高くなっております。その要因として、加湿器が今大変当社も人気を呼んで品切れになっている状態ですので、加湿器のウエートが上がっているということです。

その他は、産業機器であるとか、先ほどお話がありました、今展開しております飲食事業が、その他になっております。

I. 2024年11月期 連結決算実績 ② 四半期業績比較



売上高

単位:百万円



営業利益

単位:百万円



4 ページをご覧くださいますと、当社は11月20日決算という、少し珍しい決算期ですが、四半期ごとに季節要因がありますので、それをご覧くださいけたらと思います。

上段が売上高でして、ご覧いただきますように第1四半期、11月21日から2月20日、国内ではその期間になるんですけれども、寒い時期で、家庭の中でいろいろ団らんされたり、温かいものを食べられたりするこの時期、年末商戦が一番売上を多く占めまして、全体の約32%ぐらいはこの第1四半期で売上が上がっております。

それに伴いまして、下の営業利益もほぼほぼいいですか、年にもよりますけれども、多くの利益をこの第1四半期で稼いでおります。

第2四半期は、3月、4月、5月ですので、春の新生活需要等がございますけれども、第1四半期と比べますと少し落ち着いて、利益もちょっと落ち着いていると。

逆に最も売上として厳しいのが第3四半期でして、5月21日から8月20日、暑いときですので水筒等は売れるんですけれども、暖かい関連の商品の売上が鈍りますもので、毎年この時期は売上が減りまして、営業利益もプラスか、逆にマイナスになるような、厳しい時期がこの第3四半期となっております。

第4四半期は、また年末商戦に向けて新製品等が投入されていきますので、売上が回復していくということですが、特にこの第4四半期のところが、最近利益がそこまで多くなかったのですが、この終わりました期は、先ほど話がありましたように、高価格の炊飯器等が大変人気を呼んだこともありまして、第4四半期の利益が出たことで、終わりました期の業績は堅調に推移したということでございます。

I. 2024年11月期 連結決算実績

③ 決算の概要



5 ページ目です。左側が売上の概要ですが、特に国内売上がこの終わった期は良かったということの説明でございます。国内が 34 億円増えまして、海外が 2 億 6,000 万円増えておるんですが、海外は円安ということで、円換算で増えた部分もありますので、実質国内の増が全体を増やしたということです。

それぞれの製品区分で増えておるんですが、やはり最も大きかったのが、先ほどお話がありました高級な炊飯器、炎舞炊きがブランド力も付いてきまして、高単価の商品が大変好評だったということとで伸びたということでございます。

右が、営業利益が昨年よりも9億5,000万円増えている要因分析ですけれども。当社は、海外から仕入れている製品の割合が約5割強ございます関係で、円安になると利益マイナスに働くという会社でございます。

ドルだけの通貨ではありませんのでバラつきはあるんですけれども、大体1円円安になりますと、営業利益で5,000万円から1億円ぐらいの間のマイナスになることが多ございます。

終わりました期も、5ページの右下にありますように、為替がもし前年と同じだったらということから比べると7億2,000万円ほど営業利益がマイナスに働いております。11円円安ということで、単純に考えると、昨年は1円安になることで6,500万円ほど営業利益マイナスに働いたということで、本来は大変厳しい数字になる可能性がありましたわけですが、売上が全体増えたことによる増が5億6,000万円。

何より炊飯器中心に価格転嫁が図られたことと、高付加価値商品がやはり人気があったということで、売上総利益がアップしたことにより増が18億円ほどあったと。

販管費等が、売上増等もありまして、経費増もありまして7億円マイナス、先ほど申しました為替も7億円マイナスでしたけれども、全体をカバーする売上、利益で営業利益もプラスになったということでございます。

I. 2024年11月期 連結決算実績

④ 損益計算書(P/L)



	2023年11月期		2024年11月期		対前年同期		単位:百万円、%
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率	
売上高	83,494	100.0%	87,221	100.0%	3,727	4.5%	
売上総利益	26,130	31.3%	28,301	32.4%	2,171	8.3%	
販売費及び一般管理費	21,130	25.3%	22,346	25.6%	1,216	5.8%	
営業利益	5,000	6.0%	5,955	6.8%	954	19.1%	
経常利益	6,496	7.8%	7,405	8.5%	909	14.0%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,441	5.3%	6,462	7.4%	2,020	45.5%	

6 ページが損益計算書の比較です。ご覧いただけますように、売上が増えたことに加えまして、売上総利益率も、円安でありながら 1.1 ポイント増えたことで、粗利額がだいぶ増えたということです。

営業利益以下のところも、営業外収益も想定よりは持分法利益であるとか、為替差益であるとか、受取利息であるとか、プラスに働きましたので、経常利益も予定よりは増えましたことと、あと中間時点でもう既に計上しておりますけれども、固定資産、土地建物の売却益が約 19 億円ございました関係で、最終の純利益は前年よりも約 20 億円近く増えたという結果で、全体増収増益になったということがございます。

I. 2024年11月期 連結決算実績

⑤ 地域別製品区分別売上高/営業利益



2024年11月期							単位: 百万円、%
	国内	海外				計	合計
		アジア	内、中国	北中南米	その他		
調理家電	41,265	9,621	3,428	10,190	121	19,933	61,198
対前年同期 増減率	5.7%	△0.6%	△2.2%	3.5%	89.0%	1.8%	4.4%
リビング	8,149	7,833	4,123	1,379	762	9,975	18,124
対前年同期 増減率	6.0%	△1.7%	△6.1%	7.5%	0.7%	△0.3%	2.4%
生活家電	4,729	871	30	—	—	871	5,600
対前年同期 増減率	17.0%	△9.9%	△8.8%	—	—	△9.9%	11.8%
その他	1,661	499	165	131	4	636	2,297
対前年同期 増減率	5.8%	3.4%	3.0%	34.1%	6.5%	8.6%	6.5%
売上高	55,805	18,825	7,746	11,701	888	31,416	87,221
構成比	64.0%	21.6%	8.9%	13.4%	1.0%	36.0%	100.0%
対前年同期 増減率	6.6%	△1.4%	△4.2%	4.2%	7.6%	0.9%	4.5%
営業利益	2,038	2,032	758	1,821	63	3,917	5,955
利益率	3.7%	10.8%	9.8%	15.6%	7.1%	12.5%	6.8%
構成比	34.2%	34.1%	12.7%	30.6%	1.1%	65.8%	100.0%
対前年同期 増減率	123.4%	△8.0%	36.6%	△2.1%	258.1%	△4.2%	19.1%

7 ページをご覧くださいますと、マトリックスになっておりまして、左が製品区分別の数字、縦が地域別の数字になっております。まず、横をご覧くださいますと、右端を見ていただきますように、全製品区分もプラスに働いておると。額的には調理家電はボリュームがありますので、一番貢献しているんですが、上から三つ目、生活家電が前年と比べますと約 12% 増えているということで、加湿器と食器乾燥器等、大変好調だったということがございます。

縦が地域別でして、国内が、売上高が前期と比べて 6.6% 増えたということで大変好調だったわけです。海外は、ちょっとでこぼこしているんですけれども、やはり中国の景気悪化の影響がどんどん出ておりまして、アジアの中に中国だけ別出ししているのですが、中国が前年比、売上マイナス 4.2% ということで、アジア全体の売上も前期より少しマイナスになりまして、北中南米、その他が増えましたけれども、全体では微増にとどまったということがございます。

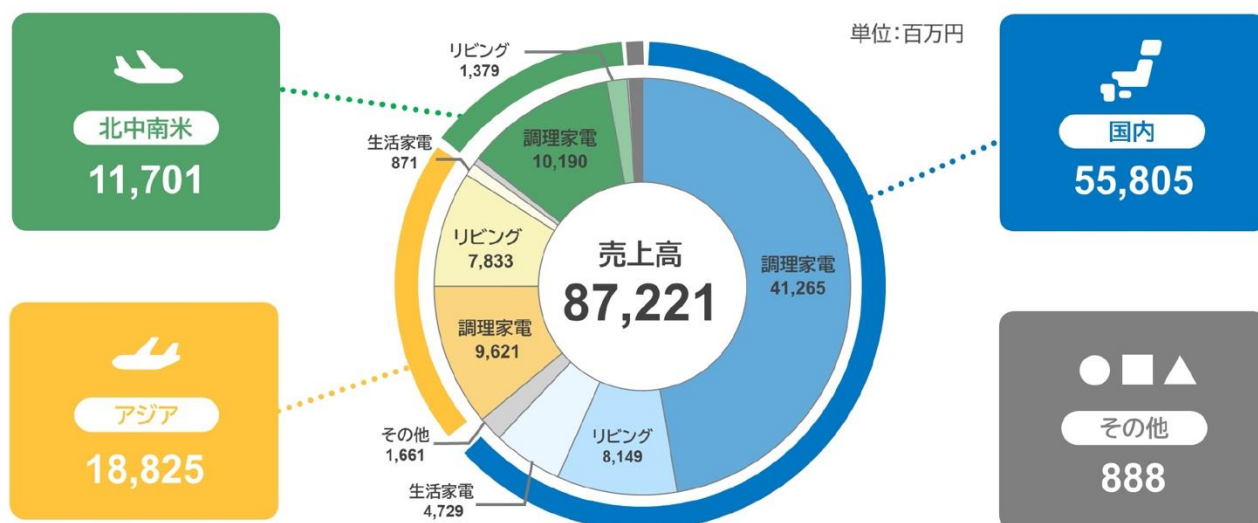
ただ、この 314 億円というのは円換算ではありますが、海外で売上が今までで一番最高の数字にはなっておりますが、引き続き中国の環境等は厳しく見込んでおるところです。

その下に地域別の営業利益が出ておりますけれども、全体約 60 億円の営業利益の中で、国内が約 20 億円、アジアが 20 億円、アメリカ等が 20 億円で、バランスよくかせがせていただいておりますが、やはり海外の利益率が高いということです。

1 年前は営業利益 50 億円しかなかったんですけれども、その前年の資料でいうと国内の営業利益は 9 億円ほどしかありませんでしたので、実質国内の営業利益が増えた分、全体の営業利益が増えたという状況でございます。

I. 2024年11月期 連結決算実績

⑥ 地域別製品区分別売上高



8 ページは、今まで申しましたことを円グラフにしておりますので割愛させていただきます。

⑦ 製品区分別売上高(詳細)



	2023年11月期		2024年11月期		対前年同期	
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
売上高	83,494	100.0%	87,221	100.0%	3,727	4.5%
調理家電 計	58,631	70.2%	61,198	70.2%	2,567	4.4%
炊飯調理	37,371	44.8%	41,039	47.1%	3,667	9.8%
湯沸調理	8,509	10.2%	7,851	9.0%	△658	△7.7%
電気調理	10,182	12.2%	10,069	11.5%	△113	△1.1%
レンジ調理	2,566	3.1%	2,237	2.6%	△329	△12.8%
リビング 計	17,696	21.2%	18,124	20.8%	428	2.4%
ガラスマホービン	1,503	1.8%	1,448	1.7%	△55	△3.7%
ステンレスマホービン	15,991	19.2%	16,411	18.8%	419	2.6%
その他リビング	201	0.2%	265	0.3%	64	32.0%
生活家電 計	5,009	6.0%	5,600	6.4%	590	11.8%
空調・冷暖房	4,099	4.9%	4,725	5.4%	625	15.3%
キッチン家事	441	0.5%	499	0.6%	57	13.1%
その他生活家電	468	0.6%	375	0.4%	△93	△19.9%
その他	2,156	2.6%	2,297	2.6%	141	6.5%

炊飯調理	炊飯ジャー
湯沸調理	電気ポット・ケトル
電気調理	ホットプレート・コーヒーマーカー・オーブントースター
レンジ調理	オープンレンジ
ガラスマホービン	ガラスポット
ステンレスマホービン	ステンレスポット・タンブラー・スーブジャー
空調・冷暖房	加湿器・空気清浄機
キッチン家事	食器乾燥器
その他	飲食事業 など

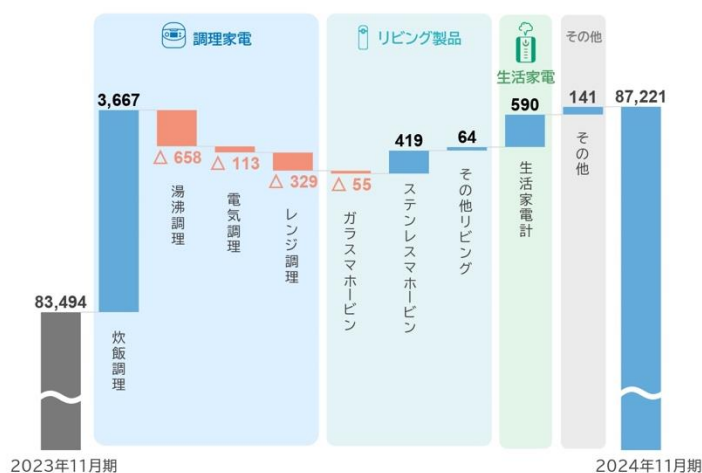
9 ページが、先ほど申しました製品区分をさらに詳細分類に分けたものですので、ご覧いただけたらと思うんですが。特に調理家電の中のこの一番上、炊飯調理のところが前期と比べて 36 億円、9.8%増えているというところと、一番下の生活家電の一番上、空調・冷暖房のところが 6 億 2,500 万円、15.3%増えているというところが全体を牽引して、あとちょっとでこぼこありますが、トータルで売上を増やしたということでございます。

⑧ 売上高/営業利益増減要因 対前年同期



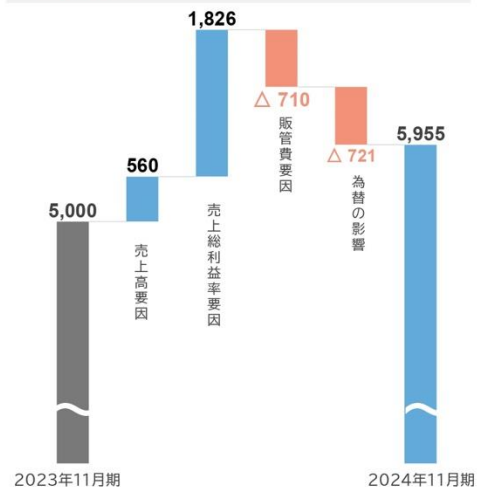
売上高

単位:百万円



営業利益

単位:百万円



その下、10 ページですけれども、ここも今まで申しました数字をグラフに表したものです。左が売上高、右が営業利益で、青のところがプラスに働いて、赤のところがマイナスに働いているということですが、数字は今までの資料と同じですので、これも割愛させていただきます。

I. 2024年11月期 連結決算実績

⑨ 貸借対照表(B/S)



	2023年11月20日	2024年11月20日	増減額	単位:百万円
流動資産	83,640	84,644	1,003	
現金及び預金	34,198	33,726	△471	
商品及び製品	24,254	24,324	69	
その他	25,187	26,593	1,405	
固定資産	28,777	30,125	1,347	
有形固定資産	14,576	14,130	△446	
無形固定資産	717	684	△32	
投資その他の資産	13,484	15,311	1,827	
資産 合計	112,418	114,769	2,351	
負債 合計	27,118	27,464	346	
純資産 合計	85,299	87,305	2,005	
負債純資産 合計	112,418	114,769	2,351	

© Zojirushi Corporation. All Rights Reserved. 11

11 ページが貸借対照表です。ご覧いただきましたとおりで、前期と大きく変動はございませんので、またご覧いただけたらと思います。

I. 2024年11月期 連結決算実績

⑩ キャッシュ・フロー計算書



	2023年 11月期	2024年 11月期	増減額	単位:百万円
営業活動による キャッシュ・フロー	4,939	5,510	571	
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 2,078	△ 31	2,046	
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 2,968	△ 6,378	△ 3,410	
現金及び現金同等物に 係る換算差額	241	292	50	
現金及び現金同等物の 増減額	134	△ 608	△ 742	
現金及び現金同等物の 期首残高	31,077	31,211	134	
現金及び現金同等物の 期末残高	31,211	30,603	△ 608	

期首 31,211

営業CF 5,510

投資CF △ 31

財務CF △ 6,378

換算差額 292

期末 30,603

税引前利益 + 9,324
減価償却費 + 2,319
固定資産売却益 △ 1,917
売上債権増加 △ 1,798
法人税等支払 △ 1,793

定期預金の払戻 + 3,968
有形固定資産の売却 + 2,467
定期預金の預入 △ 4,183
設備投資 △ 2,258

自己株式の取得 △ 3,271
配当金支払 △ 2,300

© Zojirushi Corporation. All Rights Reserved. 12

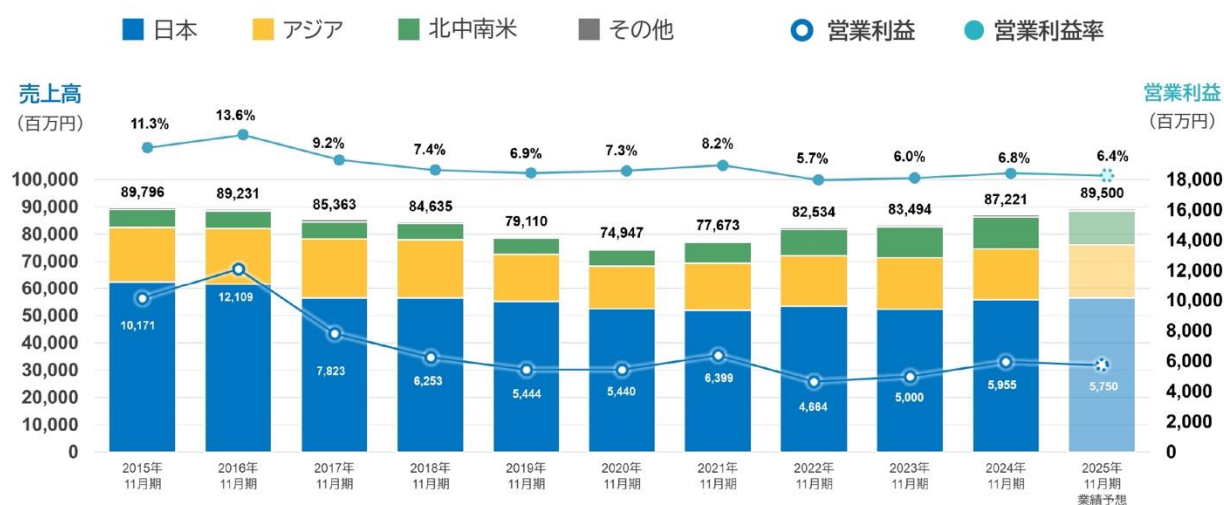
12 ページをご覧くださいと、キャッシュ・フロー計算書ですが、ここは前年と変動がありますので補足させていただきます。

まず、投資活動によるキャッシュ・フローがマイナス 3,100 万円ということで、ほぼほぼゼロに近いのですが、これは有形固定資産の売却で 24 億円ほどプラスがありましたので、本来マイナスで、投資で減るところがそれによってゼロに近いということでございます。

もう一つは、財務活動によるキャッシュ・フローが大きくマイナスになっておるんですが、これも見ていただきますように自己株式の取得を前期 32 億 7,100 万円しておりますので、それに相当する部分、財務活動によるキャッシュ・フローによって減っているということです。

Ⅱ. 2025年11月期 連結業績予想

① 業績推移



次期の予想です。14 ページをご覧くださいませでしょうか。これが 2015 年から 10 年間の数字ですけれども。実は 2015 年、16 年という、爆買いと言われていまして、当社の売上、利益が大きく増えた時期でございます。これより左のグラフはないんですけれども、大体当社は 600 億円ぐらいの売上高で、営業利益も 20 億～30 億円ぐらいのところが多かったのですが、この爆買いで売上も 800 億円を超え、営業利益も 100 億円を超える時期が 2 年ほどありました。

そこから、やはり爆買いが戻りまして、売上、利益がずっとその当時と比べると減少傾向にあるということなんですけれども。ここ数年、5 年ほどですかね、売上は増収で、ずっとまた持ち返ってきておると。ただ、営業利益も本来持ち直していきたいところなんですけれども、為替等が今また円安になっていることもありまして、健闘はしているものの、この表でいきますと爆買いの頃にはまだ戻れ

ていないといえますか、その頃大変高かった分を何とか頑張っておるというような数字でございます。

Ⅱ. 2025年11月期 連結業績予想

② 損益計算書(P/L)



	2024年11月期		2025年11月期 業績予想		対前年同期		単位: 百万円、%
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率	
売上高	87,221	100.0%	89,500	100.0%	2,278	2.6%	
売上総利益	28,301	32.4%	28,750	32.1%	448	1.6%	
販売費及び一般管理費	22,346	25.6%	23,000	25.7%	653	2.9%	
営業利益	5,955	6.8%	5,750	6.4%	△205	△3.4%	
経常利益	7,405	8.5%	6,450	7.2%	△955	△12.9%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	6,462	7.4%	4,250	4.7%	△2,212	△34.2%	
減価償却費	2,319	—	2,115	—	△204	△8.8%	
設備投資額	2,568	—	3,314	—	745	29.0%	
研究開発費	977	—	940	—	△36	△3.8%	
為替レート[米ドル]	150円	—	150円	—	—	—	

15 ページをご覧くださいますと、先ほど表にはありましたけれども、具体的な数字です。売上については増収を見込んでおりまして 895 億円、売上総利益率については若干前期よりも 0.3 ポイントほど低めに見ております。コストアップ、いろんな経費増があるということを踏まえて上げております。

販管費につきましては、今、当社は電子オープンレンジの拡大に大変力を入れておりまして、今年も品ぞろえを増やして、積極的に市場に定着させようということで、その費用増を見込んでおります。

また、万博が今年開催されまして、そこで万博の中でもおにぎり屋さんを出店したりとか、あと先ほど当社はステンレスボトルの話をしましたけれども、エコに優しい商品ということで、マイボトルの活動をしているんですが、万博会場でもボトルの洗浄機、使ったボトルがすぐきれいになるというような洗浄機を今開発しておりまして、そうしたことも展開したりとか、いろんなそういった費用増も見込んでおりますので、営業利益については微減の計画をしております。

営業外が前期と比べるとだいぶ減る計画ですけれども、もともと為替についてはどちらに転ぶかわかりませんので、為替差損益については計画上フラットで見ているということと、あと、タイの持分法の会社の利益が営業外に上がっているんですけれども、そこについては前期よりも利益が減る見込みで考えておりますので、そういったことで経常利益は減益を予想しております。

親会社純利益は、先ほど申しました特別利益が前期ございました関係で、42 億 5,000 万円という、ここは大きく減益にはなっておりますけれども、前年の特別利益がなくなるということで、この結果になります。

その下の減価償却、設備投資等がご覧のとおりでして、設備投資につきましては、金型、新製品の投資であるとか、自動化設備の投資であるとか、そういったことでこの金額を見込んでおります。来期の為替レートも 150 円ということで見込んでおります。

Ⅱ. 2025年11月期 連結業績予想

③ 地域別製品区分別売上高



2025年11月期 業績予想							
	国内	海外				計	合計
		アジア	内、中国	北中南米	その他		
調理家電	41,080	10,710	3,900	10,920	160	21,790	62,870
対前年同期 増減率	△0.4%	11.3%	13.8%	7.2%	31.8%	9.3%	2.7%
リビング	8,590	7,550	3,900	1,500	750	9,800	18,390
対前年同期 増減率	5.4%	△3.6%	△5.4%	8.7%	△1.6%	△1.8%	1.5%
生活家電	5,000	1,120	40	—	—	1,120	6,120
対前年同期 増減率	5.7%	28.6%	32.1%	—	—	28.6%	9.3%
その他	1,830	190	10	100	—	290	2,120
対前年同期 増減率	10.2%	△62.0%	△93.9%	△24.2%	△100.0%	△54.4%	△7.7%
売上高	56,500	19,570	7,850	12,520	910	33,000	89,500
構成比	63.1%	21.9%	8.8%	14.0%	1.0%	36.9%	100.0%
対前年同期 増減率	1.2%	4.0%	1.3%	7.0%	2.4%	5.0%	2.6%

次のページ、16 ページが先ほどと似ておりますけれども、左が製品区分別、縦が地域別でございます。いずれもプラスを見込んでおるんですけれども、どちらかというと国内は今のところ継続的に高付加価値製品が好調に推移しておりますけれども、海外、中国を中心に不確定な状況はあるかなと思っておりますが、全体ではこの売上目標を達成したいと考えております。

④ 製品区分別売上高(詳細)



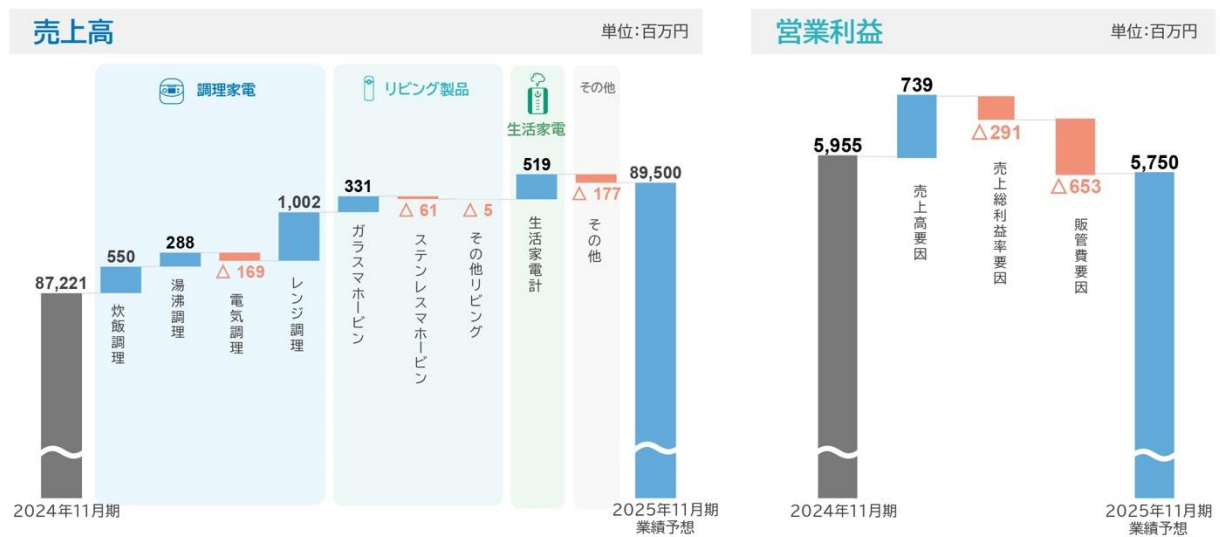
	2024年11月期		2025年11月期 業績予想		対前年同期		単位:百万円、%
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率	
売上高	87,221	100.0%	89,500	100.0%	2,278	2.6%	
調理家電 計	61,198	70.2%	62,870	70.2%	1,671	2.7%	
炊飯調理	41,039	47.1%	41,590	46.5%	550	1.3%	炊飯調理 炊飯ジャー
湯沸調理	7,851	9.0%	8,140	9.1%	288	3.7%	湯沸調理 電気ポット・ケトル
電気調理	10,069	11.5%	9,900	11.1%	△169	△1.7%	電気調理 ホットプレート・コーヒーマーカー・ オーブントースター
レンジ調理	2,237	2.6%	3,240	3.6%	1,002	44.8%	レンジ調理 オープンレンジ
リビング 計	18,124	20.8%	18,390	20.5%	265	1.5%	
ガラスマホービン	1,448	1.7%	1,780	2.0%	331	22.9%	ガラスマホービン ガラスポット
ステンレスマホービン	16,411	18.8%	16,350	18.3%	△61	△0.4%	ステンレスマホービン ステンレスポット・タンブラー・フードジャー
その他リビング	265	0.3%	260	0.3%	△5	△2.1%	
生活家電 計	5,600	6.4%	6,120	6.8%	519	9.3%	
空調・冷暖房	4,725	5.4%	5,280	5.9%	554	11.7%	空調・冷暖房 加湿器・空気清浄機
キッチン家事	499	0.6%	510	0.6%	10	2.1%	キッチン家事 食器乾燥器
その他生活家電	375	0.4%	330	0.4%	△45	△12.1%	
その他	2,297	2.6%	2,120	2.4%	△177	△7.7%	その他 飲食事業 など

17 ページです。来年といいますが、進行年度の売上高を、より細かい製品区分別に分けたものでございます。ここで数字として大きなものが調理家電の中の、先ほど申しました一番下、レンジ調理につきまして、今、品ぞろえを今後増やし、海外、先ほど台湾でも好評ということでご説明がありましたけれども、レンジの売上は今年増やしていきたいと考えております。

年末に、当社のそういったレンジとか加湿器をテレビで取り上げていただいた効果もあって、大変足元は堅調に推移しておりますので期待できるかなと思っております。

下の生活家電の空調・冷暖房も増えておりますけれども、加湿器が今申しましたように、これもテレビもありましたけれども好調に推移しております。

⑤ 売上高/営業利益増減要因 対前年同期



18 ページは、次期の売上増減、利益増減ですが、数字としては先ほどのとおりですのでご覧いただけたらと思います。

⑥ 業績予想 対中期業績目標



対中期業績目標

売上高
△500百万円

増減要因

■ 炎舞炊きをはじめとする圧力IH炊飯ジャーの好調による国内売上の増加

■ 中国における個人消費の低迷等による売上の減少

対中期業績目標

営業利益
△1,450百万円

増減要因

■ 原材料の高騰や円安の長期化による大幅な原価上昇

■ 収益力の高い海外市場の低迷

	2025年11月期 中期業績目標		2025年11月期 業績予想		対中期業績目標	
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
売上高	90,000	100.0%	89,500	100.0%	△500	△0.6%
営業利益	7,200	8.0%	5,750	6.4%	△1,450	△20.1%
為替レート[米ドル]	130円	—	150円	—	20円安	—

19 ページですが、先ほどお話がありましたが、今期が中計3カ年計画の最終年度になります。2025年11月期のSHIFTの目標としては、実はここに書かれていますように、売上900億円、営

業利益 72 億円を掲げておりました。しかし今の決算の出している予想は、残念ながら売上は 895 億円、営業利益 57 億 5,000 万円という数字になっております。

その要因ですけれども、売上につきましては、国内は先ほど来申しておりますように大変好調に推移しておりますので、想定よりは上振れております。ただ、中国等をもっと伸びると 2025 年予想しておりましたけれども、景気の悪化等がありまして、中国を中心にマイナス幅がある関係で、売上についてはトータルすると 5 億円ほど足りないかなと。営業利益も、72 億円に対して 57 億 5,000 万円ということですが、やはりいろんなコストアップ等がありますのと、中国とかは大変収益性が高いエリアですので、その辺りが厳しいということで全体の営業利益率が少し厳しい面というのはあるんですが、やはり為替前提が SHIFT を立てましたときに、1 ドル 130 円という計画でしたが、今の新年度の計画は 150 円ということで、20 円円安でいきますと、当社は先ほど申しましたように 14 億～15 億円は営業利益マイナスに働きますので、その分なるべく価格転嫁等を努めておりますけれども、やはりその 72 億円のときから比べますと、20 円の円安というのが大変大きくて、今回の予想としては 57 億 5,000 万円ということで予想を出させていただいております。為替の影響というのは大変当社としては大きいということです。

Ⅲ. 株主還元

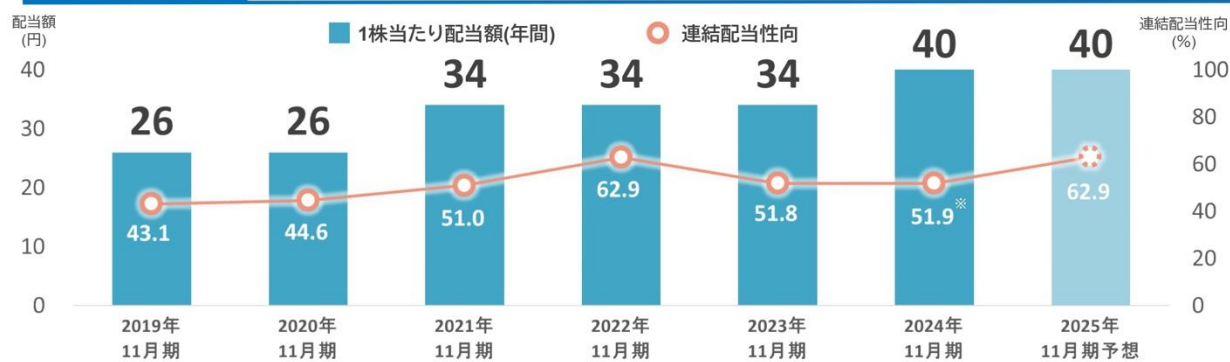
① 連結配当性向



方針

当社は、株主に対する利益還元を重要政策の一つと考えており、企業基盤の強化ならびに将来の事業展開のための内部留保や収益見通しなどを総合的に勘案しながら、**連結配当性向50%以上**を目安として安定的な配当の維持に努めていく所存です。また、自己株式取得を含め、2023年-2025年の**3カ年累計の総還元性向を100%以上**とする方針であります。

連結配当性向



最後に、株主還元について、21 ページ、連結配当性向ということで。当社の中期の SHIFT の中で、連結配当性向は 50%以上を目安とした安定配当をうたっております。終わりました期は特別利益が 19 億円ありましたので、それはさすがに一時的な利益ですので、その特別利益を除いて、

その 50%以上というのを確保したいと考えまして、その結果、従来 34 円の予想だった配当を 40 円と、6 円増とさせていただいております。

中間では 17 円配当しておりましたので、昨年 11 月 20 日付での基準日とする配当は 23 円ということで、予想よりも 6 円プラスとなります。新年度は、やはり安定配当というのがベースで考えておりますので、この 40 円を中間で 20 円、期末で 20 円という予想をしています。

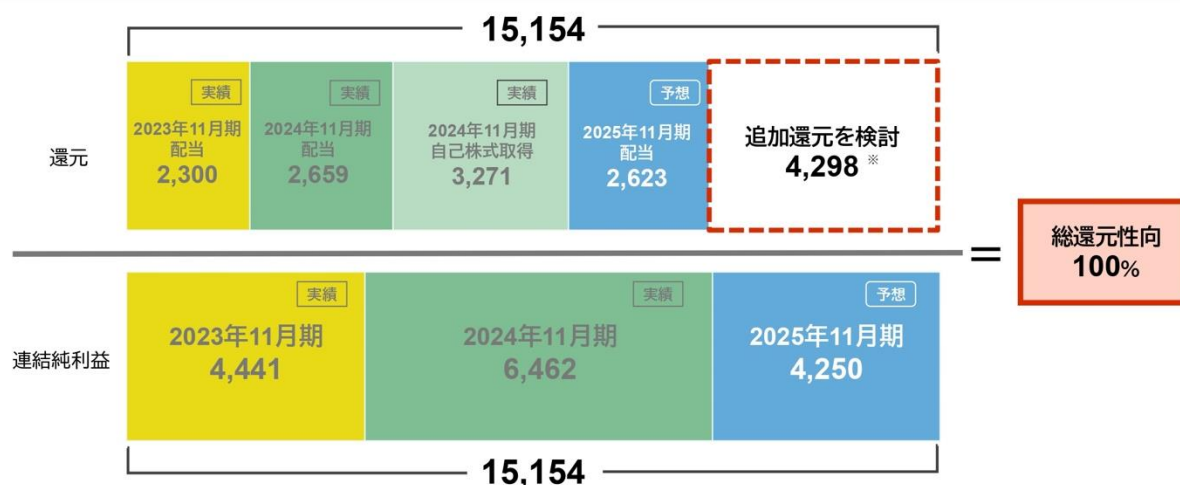
その配当性向に加えて、SHIFT の中では、やはり企業価値の向上であるとか、ROE の向上であるとか、資本政策についても言及しておまして、3 カ年で総還元性向 100%以上を目指すという目標を掲げております。

Ⅲ. 株主還元

② 総還元性向



総還元性向



※2025年11月期の予想に基づいて計算される、2023-2025年度の3カ年累計の総還元性向が100%になる金額

先ほどの安定配当とのバランスですけれども、この 22 ページをご覧くださいますと、下が今の利益の予想です。2023 年の実績が 44 億 4,000 万円、終わりました期が 64 億 6,200 万円。ここはちょっと特別利益が入っておりますので、そこをどう考えるかというのはあるんですけれども、一応連結総還元性向の中では対象としましたときに、次年度の予想が 42 億 5,000 万円ですので、100% しようと思うと 151 億円の還元が必要となると。

今までどうかといいますと、配当は 2023 年、24 年、それぞれこの数字をやっておりますし、終わりました期は、先ほど申しましたように自己株式の取得を 32 億 7,000 万円させていただいております。

次期の配当予想は、まだこれは確定ではないですけれども、予想でいくと約 26 億 2,300 万円ほどさせていただけるのではないかと。となると、あと約 43 億円の差額がここにございますので、これについては今期自己株式になるのか、その他何か組み合わせになるのか、まだ確定はしておりませんが、100%の還元を目標に努めてまいりたいと考えてございます。

Appendix: ESGにおける重要課題



分類	重要課題	取り組みテーマ	項目	2024年実績	2025年目標
事業を通じた社会課題解決	E 持続可能な地球環境への貢献	脱炭素社会の実現	CO ₂ 排出量の削減率(2019年比)	31%	40%
		環境負荷や生物多様性への配慮	リサイクル率(総重量比)	86%	90%
		商品の安全性と品質の追求	生産開発体制の充実	品質基準の見直し検討会実施	重大事故ゼロ
		環境配慮型商品の開発	省エネ法(炊飯器)達成率	108%	102%
		CSV事業の拡大	みまもり事業の拡大	ポット契約数: 2,114件	ポット契約数: 3,500件
	E 社会課題に対応する商品・サービスの提供	ボトル領域の拡大	マイボトル洗浄機の実証実験中		マイボトル利用の促進につながるサービスの事業化
		知的財産の保護	模倣品対策の推進	中国、タイでの主要ECサイト調査	模倣品摘発体制確立
		持続可能なサプライチェーンの実現	CSR調達の推進	国内サプライヤーへの調達方針アンケート実施	CSR調達方針の国内サプライヤーへの定着
		社会貢献活動の推進	「職と安全」「環境」「教育」分野の取り組み	高校生向けマイボトルの推進など	既存の取り組みの充実・見直し新規取り組みの検討
経営基盤強化	S 価値創造にチャレンジする人材・職場づくり	人権の尊重/ダイバーシティ&インクルージョンの推進	女性管理職比率(単体)	6.4%、えるぼし認定	6.0%
			障がい者法定雇用率(単体)	2.5%	2.5%
			男性育児休業取得率(単体)	115%	30%
			従業員エンゲージメントの向上	エンゲージメント調査結果に基づくアクションプランの実施	継続的向上
	S 労働安全衛生・健康経営の推進		時間外労働の削減(単体)	14.7時間	15.2時間
			有給休暇取得率(単体)	79.5%	70.0%
			健康経営優良法人	認定取得	認定取得
			経営目標の達成に必要な人材の育成・獲得	新卒、中途採用の実施	多様な人材の採用強化と労働環境の整備
G ステークホルダーに信頼されるガバナンス体制の確立	公正かつ透明性・実効性の高いガバナンス体制の構築	株主・投資家との信頼関係の構築	CSR、コンプライアンスの徹底	重大違反ゼロ	重大違反ゼロ
		適時適切な情報開示	プレスリリースや統合報告書での開示		投資家とのコミュニケーション
	お客様満足度の向上	アフターサービス満足度の向上(外部機関のお客様満足度調査ベース)	修理: 68% 電話問合せ: 61% サポートHP: 68% (23年実績)		修理: 76% 電話問合せ: 70% サポートHP: 75%

最後に 23 ページの資料ですけれども、実は SHIFT の経営計画の中で、いろんな資本政策であるとか、キャッシュアロケーションであるとか、ドメインの戦略だとかがある中で、やはり ESG に関わる、サステナビリティに関わる目標を多数掲げておりました。そこには 2025 年の目標と 2030 年の目標を両方掲げております。たくさんになりますので、今回はその中である程度数字としてとらえられるものについて、今年、2025 年の目標と昨年の実績についてまとめたものをピックアップして掲載させていただいておりますので、ご覧いただけたらと思います。

特に人のところですよ。女性管理職比率とか、障害者法定雇用率とか、男性育休であるとか、時間外、有給、あと健康優良法人の取得と、この辺りについては 1 年前倒しでほぼほぼ達成をすることができたと考えております。その他の目標についても今期達成できるように全社を挙げて努めているところでございます。

以上、駆け足でしたけれども、私からの説明とさせていただきます。ありがとうございます。

司会：ご説明ありがとうございました。

質疑応答

司会 [M]：それでは、質疑応答に入ります。

Zoom でご参加の方に質問方法をご案内いたします。画面の手を挙げるボタンをクリックいただきますと、順番にご登録されたお名前でお呼びいたします。その際、自分自身をミュート解除するをクリックしていただきますと、マークがマイクに変わりますので、お名前をおっしゃっていただいた後、ご質問ください。

また、電話でご参加されている方は、プッシュボタンのアスタリスク、9 を押してください。電話番号下 2 桁でお呼びいたします。その際、ミュート解除の方法がアナウンスされますので、ミュート解除いただき、お名前をおっしゃっていただいた後、ご質問ください。

また、Zoom ウェビナーのチャット機能で質問を入力いただいても結構です。司会より読み上げさせていただきます。

では、よろしくお願いいたします。ご質問はいかがでしょうか。それでは、オカザキ様、よろしくお願いいたします。

オカザキ [Q]：野村證券のオカザキと申します。よろしくお願いいたします。では、何点かお願いします。

1 点目は国内の販売状況についてですけれども、炎舞炊きが非常に好調ということで、実績も新年度の見通しもいい内容だと思えますが。この炎舞炊き自体は、もう随分以前から高付加価値のモデルとして消費者の間でも受け入れられていたということかと思えますけれども。ここに来て一段と好調度合いが際立ってきた背景として、どのような事情があったのかをご解説いただけますでしょうか。

市川 [A]：炎舞炊きにつきましては、そもそもですね、ちょうど 100 周年ですから、2018 年に 100 年目の最高傑作という形で大々的に発表させていただいたんですけれども。他社競合の中で最も違うというのは、ヒーター部分が、いわゆる複数ヒーターを用いて高火力を出すという、他社にない大きな特徴がございまして。

これにつきましては、他社が追随を許さないということと、それからもう一つ、生産設備をそういったヒーター部分の、いわゆる自動車というエンジン部分を、現在全部当社の内作に切り替えまして、大阪工場で、いわゆるヒーターから全部国内生産をしているというところで。そういった他社

に追随を許さない圧倒的な火力であり、おいしさを追求したというところが一つ、徐々に消費者の方々に深く認知されたということと。

また、並行してやはり象印食堂等の外食を手掛けることによって、ここで本当に実際に味わっていただくとか、本当に炎舞炊きがおいしいんだということが皆さんに分かっていただいたというのは、ここが大きく他社との差別化につながって、高付加価値になったかと理解しております。

オカザキ [Q]：分かりました。そうすると、何か 2024 年で突然変わってというよりは、それまで続けられてきたことの成果が一步一步実を結んできたという、そんな受け止めをすればいいですかね。

市川 [A]：そのとおりです。製品そのものも毎年毎年マイナーチェンジ、モデルチェンジをして、昨年よりは今年、今年よりは来年のモデルのほうがおいしく炊けるという、そういうコンセプトでやっておりますので。

オカザキ [Q]：分かりました。次に、海外の状況についてもお伺いしたいのですが。実績もそうですし、足元もそうですし、中国が非常に厳しいということかと思います。これは御社に限ったことではないので、中期計画と乖離が出てしまうのは仕方がないかなと思う一方で、やっぱり今後の象印のさらなる成長を考えると、海外ビジネスを伸ばしていくということは逃げられないテーマだと思うのですが。今の厳しい状況を打開していく上で、どのような打ち手を考えていらっしゃるのか教えてください。

市川 [A]：中国に関しましては、一般消費につきましては、これは今ほとんど打つ手がないというのが正直なところでございまして。市場にもお客様が集まっておられないというのと、あと EC のほうも非常に数字的には厳しくなっています。

それから、もう一つ大きなのが中国の場合、昔の日本と一緒に、いわゆる贈答需要、ギフト需要、そういうものが結構な割合だったんですが、これが中国のいわゆる腐敗防止強化であるとか、物を贈ること自身が控えられているということで。当社にとっては、例えばステンレスマホービンのような、そういったギフトに向けた商品が大きく打撃を受けているということです。

ここについては、もうそれそのものを、一つ一つの手を打つのはなかなか難しいと考えておりまして。ただ、中国の市場の中で何とか次の手を打ちたいということで、今、上海象印のほうで力を入れているのは、一つは、日本でいえば職域販売ですね。お客さんが来ていただけないなら、こちらから出向いて販売をするということで。中国の大手企業さん、もしくは工場等にも出向いて、象印製品を販売する。これが結構、まだ金額的には前の全体の需要をなかなかカバーし切れていませんけれども、プラスアルファに推移しているということと。

それから、もう一つは業務用の炊飯器ですね。象印食堂の影響があったのかどうか分かりませんが、中国の外食の中で象印の炊飯器を実際に店頭で使って、お客様に美味しいご飯を食べていただくというような業態が非常に急激に伸びてきていまして、そこに徹底して象印の製品を入れていくというような、駄目なところを追い続けるのではなくて、新しい市場の開拓により力を注いでいくということで、中国市場を何とか下げ幅を少なくしようという努力をしております。

その他の地域につきましては、引き続き海外向けの新規製品を積極的に導入して、全体で国際部の売上を何とか維持していきたいと。例えば昨年非常に、われわれも計画以上に好調でしたのが、台湾に初めて電子レンジを投入いたしまして、これが非常に好調に推移をしております。

これを受けまして、今後、他の地域にも、アメリカは除いて、アジア地域に電子レンジを象印ブランドで展開する計画を立てておりますし、韓国等々で、日本で好調に推移している加湿器等も順調に販売を伸ばしておりますので、そういった積極的な新規製品を海外にもスピーディーに投入していくということで、海外販売の維持拡大を図ってまいりたいと考えています。

オカザキ [Q]：ありがとうございます。最後に、先日発表された買収防衛策の廃止についてお伺いしたいのですが。このタイミングで廃止を決定された狙い、考え方についてご解説をお願いします。

市川 [M]：そこは真田から説明させていただきます。

真田 [A]：取締役会で何回か議論をして、最終そういう結論になりましたけれども。一つには、やはり買収を取り巻く世の中の環境自体が、日本ですね、環境自体が政府も含めて変わってきたことが一番大きいかなと思っております。

当社のガバナンスに対する考え方であるとか、いろんな投資家の方との意見交換をしていく中で、買収防衛策、いったんそれに入れたことによる成果はあったと思っておりますけれども、今後、じゃあさらに続けていくべきかどうかというのは、またフラットに議論をして、今回、買収防衛策についてはいったん役割を終えて廃止するというので、今後のガバナンス強化であるとか、企業価値の向上に資するほうが大きいのではないかということで、そういうふうにするという結論に至ったということでございます。

オカザキ [M]：分かりました。以上です。ありがとうございました。

司会 [M]：それでは、次のご質問はいかがでしょうか。ご質問のある方は挙手をお願いいたします。また、電話やチャットでも受け付けております。どうぞ、せっかくの機会でございますので、ご質問ある方いかがでしょうか。チャットでご質問を受けております。

ニシヤマ [Q]：新年度は中国で調理家電が 13.8%伸びますが、その背景をご説明ください。

司会 [M]：お願いします。こちらはニシヤマ様からでございます。

市川 [A]：先ほど言いましたように、かなり全体的には厳しくなっていますが、先ほど言いましたような新しい市場に対する開拓でありますとか、新製品の投入を含めて、若干の伸びを見込んでいるというところでございます。

司会 [M]：ご回答申し上げましたが、よろしかったでしょうか。

市川 [A]：海外の売上につきましては、現地通貨の計算と、あと為替がありますので、円貨計算したときの乖離もございますので、その辺のところの数字の誤差も出てくるかとは思いますが。

司会 [M]：よろしいでしょうか。それでは、次のご質問に移らせていただきます。ご質問がある方は、どうぞ挙手をしていただければと思います。また、チャットでもお受けいたしておりますので、書き込みをよろしくお願いいたします。ご質問いかがでしょうか。

それでは、まだお時間ございますが、質問がないようですので、以上で質疑応答を終了させていただきます。

以上をもちまして、象印マホービン株式会社、2024 年 11 月期決算説明会を終了いたします。本日はありがとうございました。

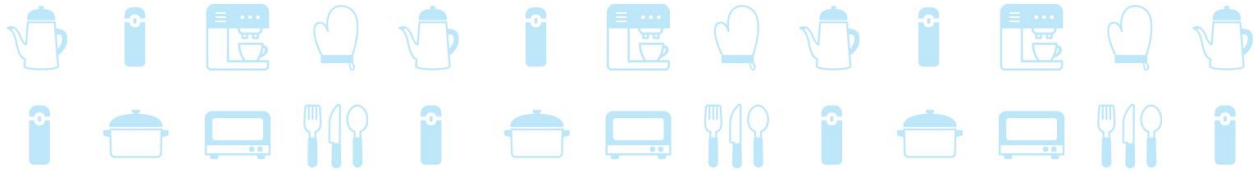
市川 [M]：ありがとうございました。

司会 [M]：なお、恐れ入りますがアンケートへのご協力もぜひお願いいたします。Zoom でご参加の方は、ご回答用の URL が表示されますので、ホームページで、ホーム画面でご回答いただく形式となっておりますので、何とぞよろしくお願いいたします。

[了]

脚注

1. 音声不明瞭な箇所に付いては[音声不明瞭]と記載
2. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す



⚠ 将来見通し等に関する注意事項

- 本資料につきましては投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。
- 本資料における、将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用ください。
- また、業界等に関する記述につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- 本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、お客様ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任は負いません。

☎ お問い合わせ先 | **06-6356-2368**

証券コード：**7965**（東証プライム）