象印マホービン株式会社
2020年11月期第１四半期
決算補足説明資料



ZOJIRUSHI

目次

Ⅰ．2020年11月期第1四半期　決算実績　P. 2

Ⅱ．2020年11月期　業績予想　P.11

Ⅲ．株主還元　P.16

Ⅰ. 2020年11月期第1四半期　決算実績

①象印マホービングループの概況

その他

- 玄米保冷庫
- 配食保温容器

生活家電製品

- 空調冷暖房
  - スチーム式加湿器
  - ふとん乾燥機
- キッチン家事
  - 食器乾燥機

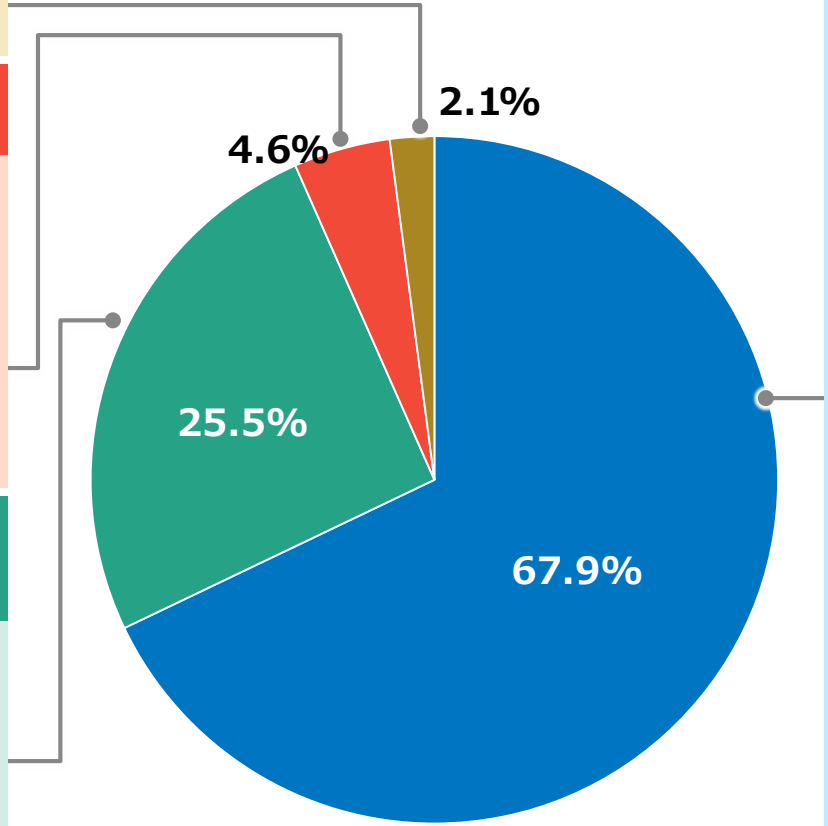


リビング製品

- 保温保冷ガラス
  - ガラスポット
- 保温保冷ステン
  - ステンレスボトル
- 非電気調理



製品区分別売上高の概況
（連結：2020年11月期1Q　242億円）



調理家電製品

- 炊飯調理
  - 炊飯ジャー



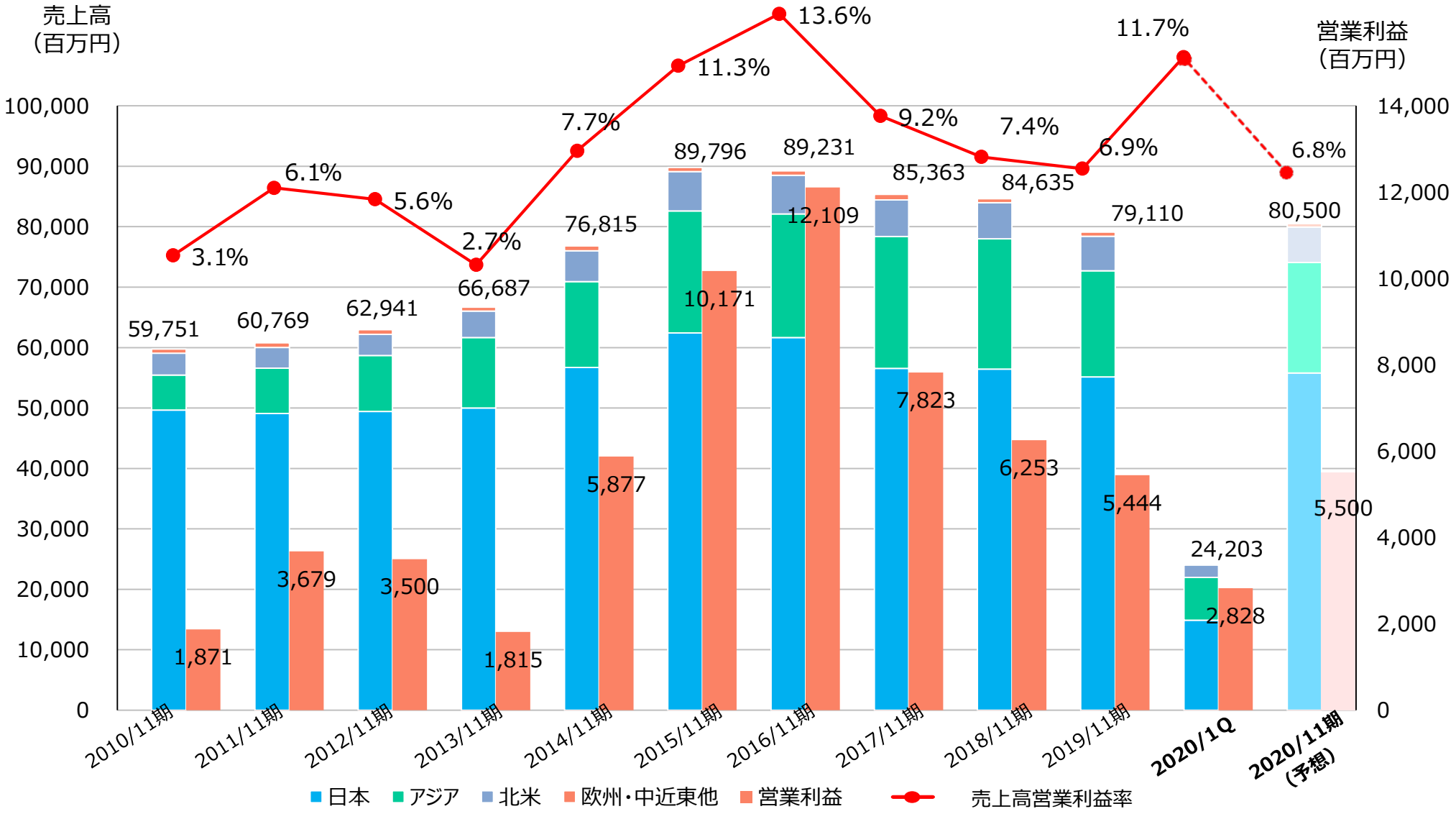
- 湯沸調理
  - 電気ポット



- 電気調理器具
  - オーブントースター
  - ホットプレート



②売上高･営業利益推移



新型コロナウイルス感染症の拡大は、当社グループの業績に影響を与えることが見込まれるものの、現時点において先行きは不透明であるため、
その影響額の算定が困難であります。 そのため、2019年12月25日に公表した2020年11月期の業績予想は据え置くこととし、修正を行っておりません。

③決算概要総括

売上面

連結売上高
24,203百万円
前期比
△1,165百万円
△ 4.6%

国内売上高　△725百万円

- 調理家電：「炎舞炊き」シリーズの小容量タイプや「STAN.」シリーズのホワイト柄の新製品を投入し売上が増加したものの、その他の炊飯ジャーやホットプレートの減少等もあり売上が低調に推移
- リビング製品：ステンレスマグは市場全体の出荷数量減少により減少

海外売上高　△439百万円

- 調理家電：台湾で大口案件の影響により売上が増加したものの、中国でマイコンジャーを中心に低調に推移したことにより減少
- リビング製品：中国でステンレスボトルが好調に推移したものの、東南アジアや台湾が低調に推移したことにより減少

利益面

連結営業利益
2,828百万円
前期比
△ 240百万円
△ 7.8%

- **売上高要因　△407百万円**
  上記、「売上面」に記述
- **利益率要因　△153百万円**
  原価の低減に努めたものの、競争激化による価格対策等により利益率が悪化
- **販売費及び一般管理費要因　319百万円**
  前期は「STAN.」シリーズの投入に伴うプロモーション活動により費用が増加したこともあり、反動による減少

④連結損益計算書（P/L）

（単位：百万円、%）

	実績					
	2019年11月期　1Q		2020年11月期　1Q			
	金額	構成比	金額	構成比	前期比	
					増減額	増減率
売上高	25,369	100.0%	24,203	100.0%	△1,165	△4.6%
売上総利益	8,865	34.9%	8,305	34.3%	△560	△6.3%
販売費及び一般管理費	5,796	22.8%	5,476	22.6%	△319	△5.5%
営業利益	3,069	12.1%	2,828	11.7%	△240	△7.8%
経常利益	3,126	12.3%	3,112	12.9%	△13	△0.4%
親会社株主に帰属する四半期純利益	2,137	8.4%	2,075	8.6%	△62	△2.9%

⑤地域別売上高

（単位：百万円、%）

	実績					
	2019年11月期　1Q		2020年11月期　1Q			
	金額	構成比	金額	構成比	前期比 増減額	前期比 増減率
売上高	25,369	100.0%	24,203	100.0%	△1,165	△4.6%
日本	15,630	61.6%	14,904	61.6%	△725	△4.6%
アジア	7,456	29.4%	7,088	29.3%	△367	△4.9%
（内、中国）	(3,791)	(14.9%)	(3,612)	(14.9%)	(△178)	(△4.7%)
北米	2,132	8.4%	2,043	8.4%	△89	△4.2%
その他	149	0.6%	166	0.7	17	11.4%
海外売上高 計	9,739	38.4%	9,299	38.4%	△439	△4.5%

⑥製品区分別売上高

（単位：百万円、%）

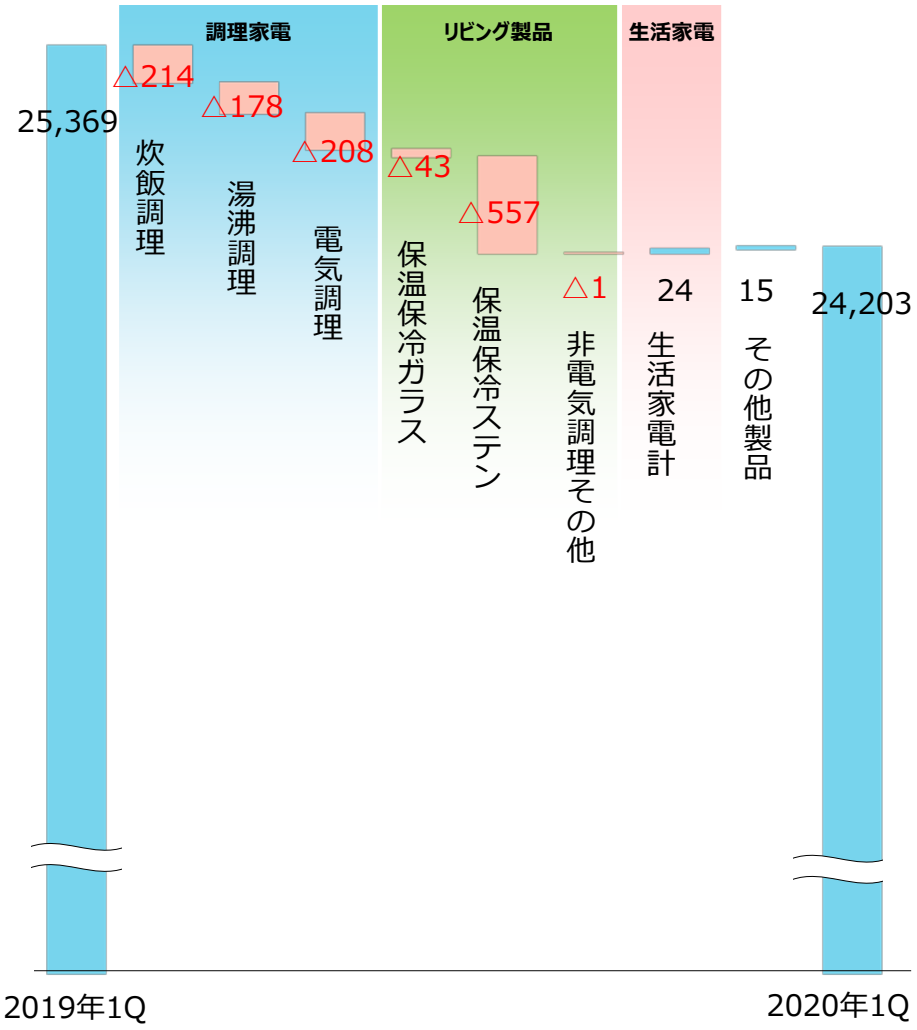
	実績					
	2019年11月期　1Q		2020年11月期　1Q			
	金額	構成比	金額	構成比	前期比 増減額	前期比 増減率
売上高	25,369	100.0%	24,203	100.0%	△1,165	△4.6%
炊飯調理	10,541	41.6%	10,327	42.7%	△214	△2.0%
湯沸調理	3,140	12.4%	2,962	12.2%	△178	△5.7%
電気調理	3,353	13.2%	3,144	13.0%	△208	△6.2%
調理家電製品 計	17,035	67.2%	16,434	67.9%	△601	△3.5%
保温保冷ガラス	477	1.9%	433	1.8%	△43	△9.1%
保温保冷ステン	6,274	24.7%	5,716	23.6%	△557	△8.9%
非電気調理	9	0.0%	4	0.0%	△4	△47.1%
その他	6	0.0%	8	0.0%	2	40.7%
リビング製品 計	6,766	26.7%	6,163	25.5%	△603	△8.9%
空調冷暖房	642	2.5%	803	3.3%	160	24.9%
キッチン家事	138	0.5%	141	0.6%	3	2.6%
その他	296	1.2%	157	0.6%	△139	△47.0%
生活家電製品 計	1,077	4.2%	1,101	4.6%	24	2.2%
その他製品	489	1.9%	504	2.1%	15	3.1%

主な製品は、Ｐ3の①象印マホービングループの概況をご確認ください。

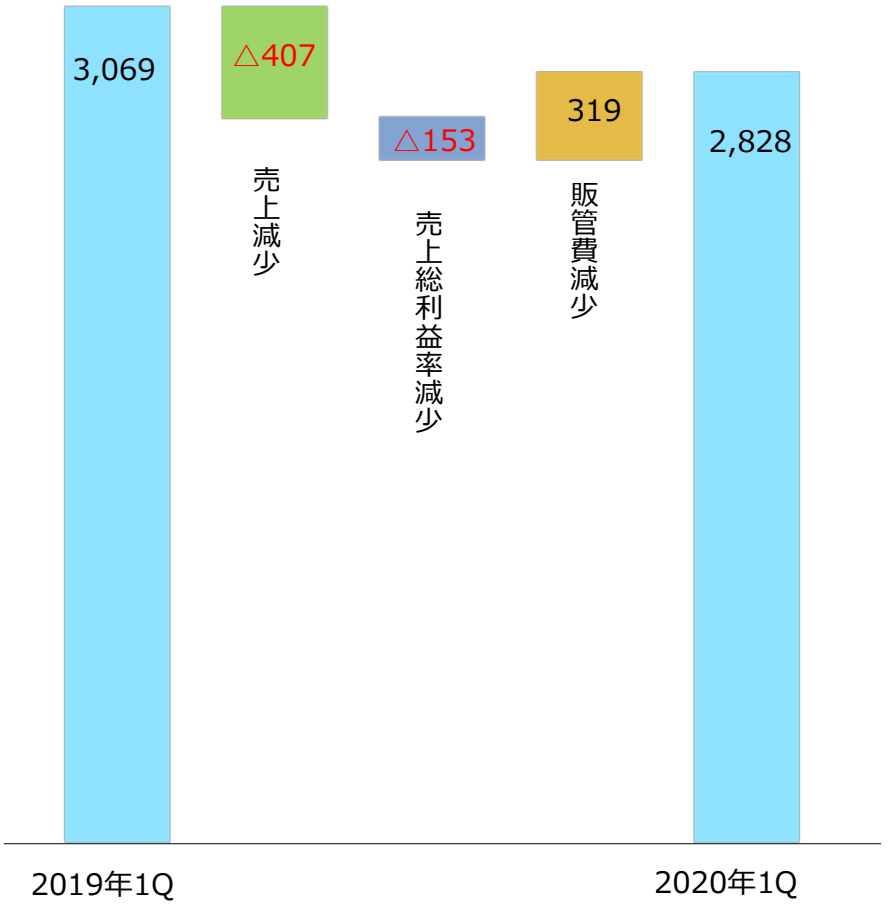
⑦売上高/営業利益増減要因

（単位：百万円）

売上高



営業利益



⑧連結貸借対照表（B/S）

（単位：百万円）

	実績		
	2019年11月期	2020年1Q	増減額
流動資産	67,731	70,382	2,650
(内、現金及び預金)	(30,441)	(33,775)	(3,333)
(内、商品及び製品)	(18,461)	(15,814)	(△2,647)
固定資産	23,775	24,345	570
有形固定資産	12,511	13,153	642
無形固定資産	1,361	1,221	△139
投資その他の資産	9,902	9,970	67
資産合計	91,507	94,728	3,221
負債合計	20,488	22,077	1,589
純資産合計	71,018	72,650	1,631
負債純資産合計	91,507	94,728	3,221

Ⅱ. 2020年11月期　業績予想

Ⅱ. 2020年11月期　業績予想

①連結損益計算書（P/L）業績予想

連結売上高　80,500百万円
（前期比　+1.8%）

営業利益　　5,500百万円
（前期比　+1.0%）

- 日本：「炎舞炊き」を中心とした高付加価値の炊飯ジャーや、ステンレスボトルの拡販強化等により売上増加を見込む
- 海外：ステンレスボトルや現地専用商品（ex.ステンレスボトルの色柄、東南アジア向け炊飯ジャー）の拡販強化、新規ルートの開拓・強化（ex.中国のベビールート、南米地域など）等により売上増加を見込む

（単位：百万円、%）

	実績		業績予想			
	2019年11月期		2020年11月期			
	金額	構成比	金額	構成比	前期比 増減額	前期比 増減率
売上高	79,110	100.0	80,500	100.0	1,389	1.8
売上総利益	26,128	33.0	26,400	32.8	271	1.0
販売費及び一般管理費	20,683	26.1	20,900	26.0	216	1.0
営業利益	5,444	6.9	5,500	6.8	55	1.0
経常利益	5,878	7.4	5,900	7.3	21	0.4
親会社株主に帰属する当期純利益	4,082	5.2	4,000	5.0	△82	△2.0
減価償却費	2,058	—	2,024	—	△34	△1.7
設備投資額	1,358	—	2,275	—	917	67.5

新型コロナウイルス感染症の拡大は、当社グループの業績に影響を与えることが見込まれるものの、現時点において先行きは不透明であるため、その影響額の算定が困難であります。 そのため、2019年12月25日に公表した2020年11月期の業績予想は据え置くこととし、修正を行っておりません。

②地域別売上高

（単位：百万円、%）

	実績		業績予想			
	2019年11月期		2020年11月期			
	金額	構成比	金額	構成比	前期比 増減額	前期比 増減率
売上高	79,110	100.0	80,500	100.0	1,389	1.8
日本	55,163	69.7	55,800	69.3	636	1.2
アジア	17,554	22.2	18,270	22.7	715	4.1
(内、中国)	(8,256)	(10.4)	(8,820)	(11.0)	(563)	(6.8)
北米	5,705	7.2	5,860	7.3	154	2.7
その他	688	0.9	570	0.7	△118	△17.2
海外売上高 計	23,947	30.3	24,700	30.7	752	3.1

③製品区分別売上高

（単位：百万円、%）

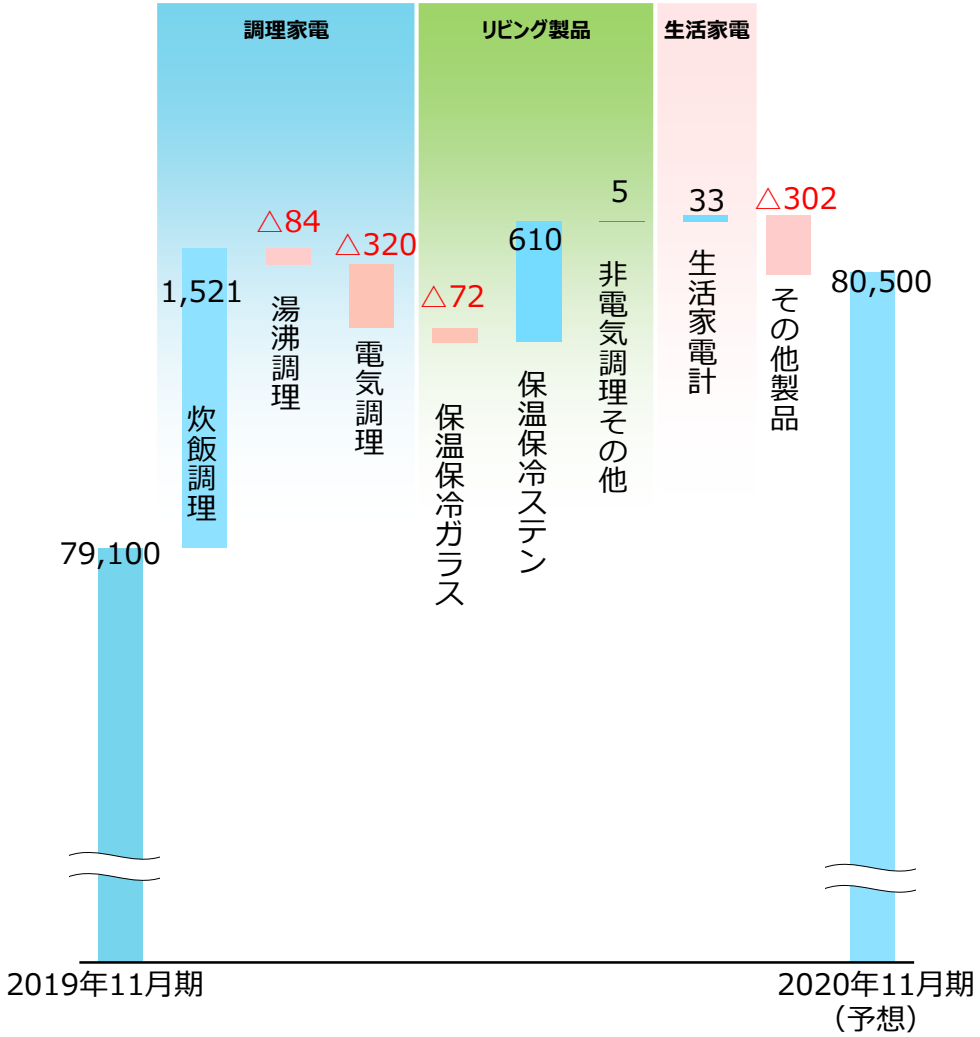
	実績		業績予想			
	2019年11月期		2020年11月期			
	金額	構成比	金額	構成比	前期比 増減額	前期比 増減率
売上高	79,110	100.0	80,500	100.0	1,389	1.8
炊飯調理	34,858	44.1	36,380	45.2	1,521	4.4
湯沸調理	8,524	10.8	8,440	10.5	△84	△1.0
電気調理	10,070	12.7	9,750	12.1	△320	△3.2
調理家電製品 計	53,453	67.6	54,570	67.8	1,116	2.1
保温保冷ガラス	1,502	1.9	1,430	1.8	△72	△4.8
保温保冷ステン	19,489	24.6	20,100	25.0	610	3.1
非電気調理	28	0.0	35	0.0	6	20.9
その他	41	0.1	40	0.0	△1	△3.7
リビング製品 計	21,062	26.6	21,605	26.8	542	2.6
空調冷暖房	1,648	2.1	1,805	2.2	156	9.5
キッチン家事	539	0.7	475	0.6	△64	△12.0
その他	572	0.7	515	0.6	△57	△10.1
生活家電製品 計	2,761	3.5	2,795	3.5	33	1.2
その他製品	1,832	2.3	1,530	1.9	△302	△16.5

主な製品は、Ｐ3の①象印マホービングループの概況をご確認ください。

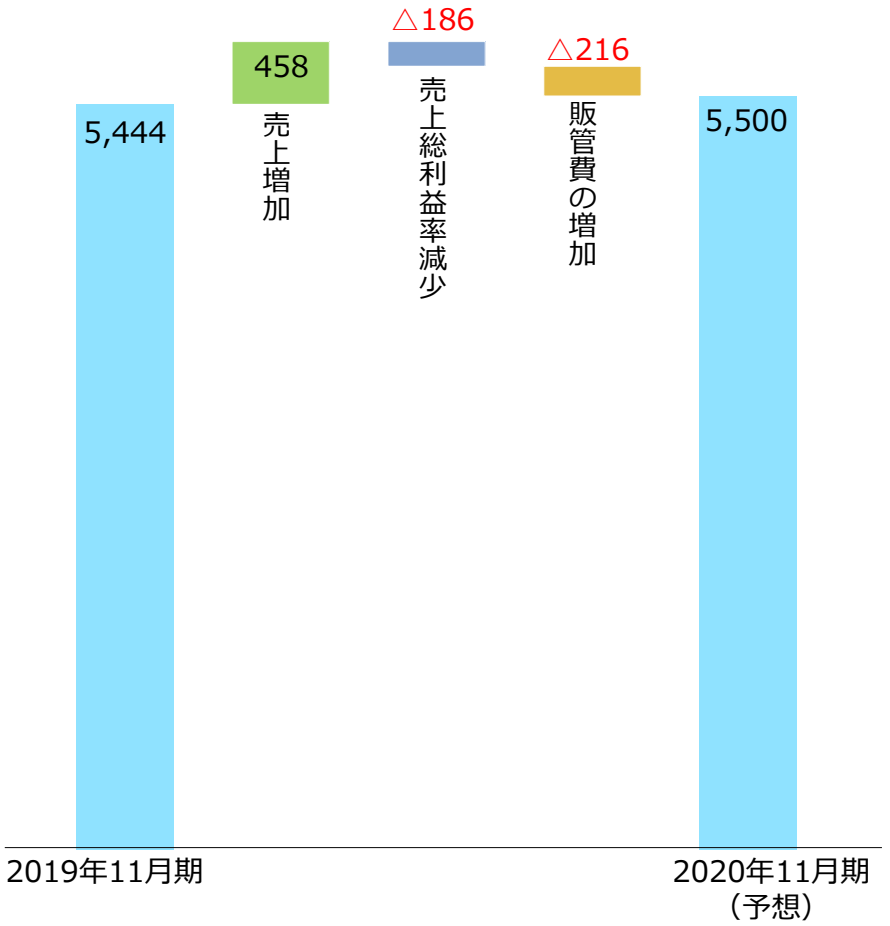
④売上高/営業利益増減要因

（単位：百万円）

売上高



営業利益

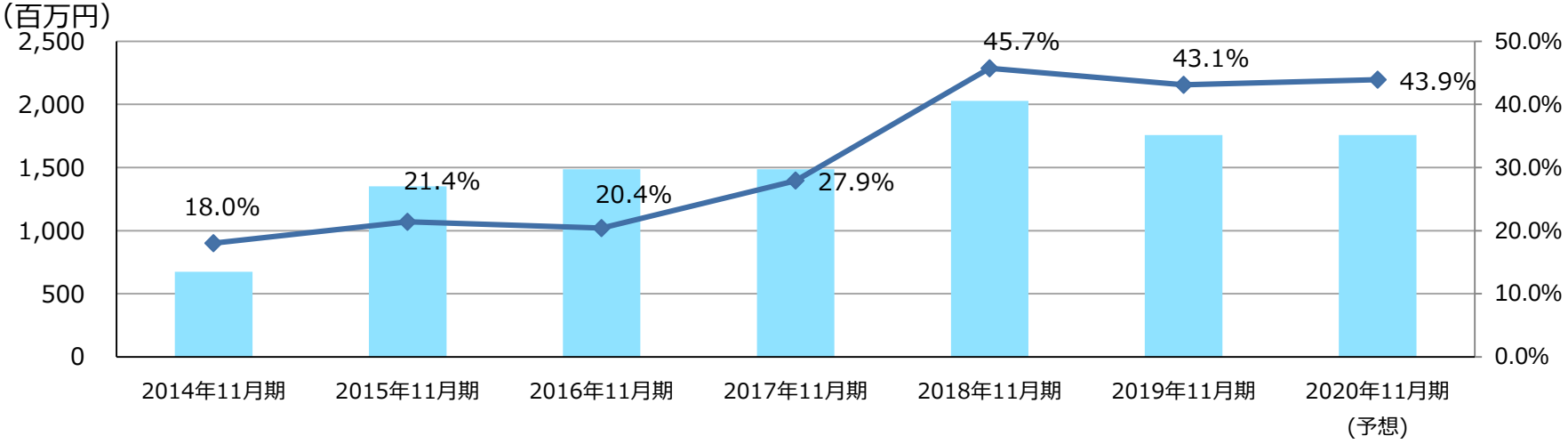


Ⅲ．株主還元

配当性向推移

配当方針

- 当社は、株主に対する利益還元を重要政策の一つであると考えており、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30%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あります。



年間配当（円）	10.0	20.0	22.0	22.0	※30.0	26.0	26.0

※2018年11月期については、100周年記念配当8.0円が含まれております。

株主優待

基準日	保有株式数	優待内容
11月20日	100株以上～500株未満	優待特別割引：購入金額合計より1,000円割引
	500株以上～1,000株未満	優待特別割引：購入金額合計より2,000円割引
	1,000株以上	優待特別割引：購入金額合計より4,000円割引



優待対象商品の例

IRに関するお問い合わせ先

象印マホービン株式会社

電話：06-6356-2368

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。

証券コード：7965（東証1部）