市場・コード　7965

象印マホービン

多摩大学　　渋　谷　咲　子

【会社概要】

調理家電製品・リビング製品・その他製品の製造、販売ならびそれに関する事業を行っている。調理家電・リビング製品の専門大手。

努力家・マネジメント能力のある社長

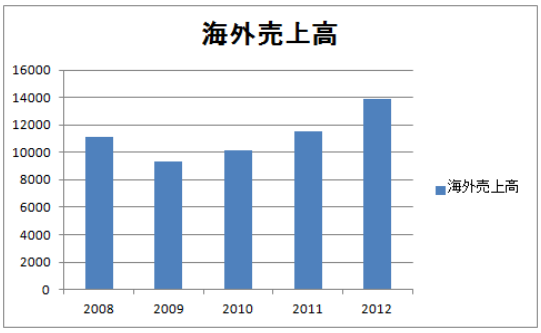
4 代目社長市川典男(2001 年社長就任)
2 代目市川重幸の息子で創業の精神を受け継ぎ、『日常生活発想』をコーポレートスローガンに抱えている。学生時代はテニスサークルに所属し、志の高い組織の大切さを学ぶ。それを現職に生かし社長就任後会社の組織化を図った。

創業 100 年　世界で信頼されるブランドの基盤づくり

日本だけでなくアジアを中心に世界的に拡大。ステンレルマホービンの需要はそれに対応すべくステンレスマホービンを生産するタイの関連会社に新工場を設立した。生産体制の増強を計る。販売店への提案営業強化のためにタブレット端末を導入・活用。強化を図った。

利益・海外売上高ともに右肩上がりの成長

海外売上高は 2009 年から右肩上がり。当連結売上高は 629 億 41 百万円と前年度比 103.6%。営業利益は 35 億円と前年度比 95.1%。経常利益は営業外損益の改善により 34 億 65 百万円と前年度比 108.6%。当期純利益は 40 億 79 百万円と全連結会計年度比 212.5%。



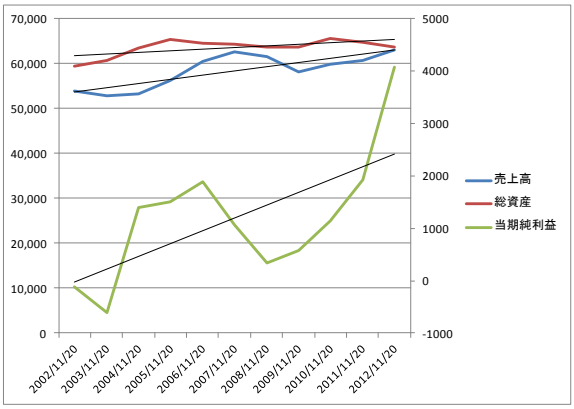
製品、技術力について

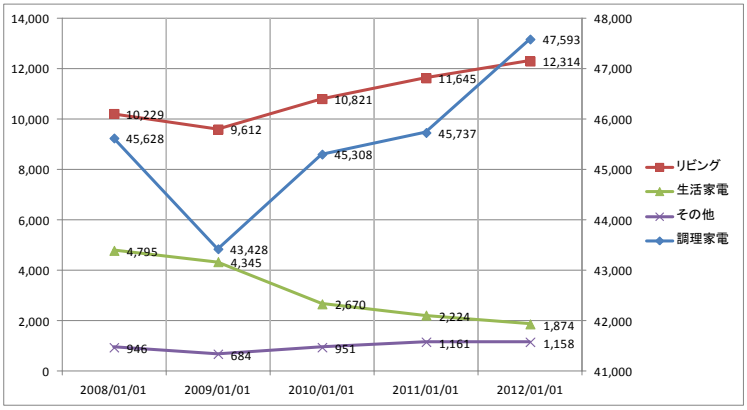
技術面での強みは、真空断熱技術で携帯用のステンレスボトルを中心とした保温保冷容器(現在の業界トップクラスの保温保冷効力・軽量性・コンパクト性)が事業を支えている。今後、軽量・コンパクトの実現に向けて技術革新を図る。

近年では、国際宇宙ステーションでの実験に使われる高性能・高強度の断熱容器として採用。プロスポーツの現場では、マラソンの給水ボトルやレーシングマシンに搭載。アスリートが求める最適な温度での水分補給を実現。この技術力を生かし、主力の調理家電以外の新事業を展開していく可能性は大いにある。

過去のマイナスの原因と現状

2009 年、当期純利益・売上高・総資産が右肩下の原因は、売上高の 70%以上の調理家電部門の減少が影響している。2008 年の世界的な金融危機による円高も原因。現在は、円安の影響で海外生産品の原価が上がり、海外生産費 5 割超のため痛手だ。節電意識が高まり、市場が縮小。出荷量の減少した製品もある。





今後の予想

2020 年、日本でオリンピックの開催が決まる。ツイッター上で、「子供を生んで一緒に見に行きたい」という書き込みが急増した。ベビーブーム到来を予測し、象印マホービンの技術力(保温・保冷)を生かした生活用品の製品が開発されるのではないだろうか。