

象印マホービン株式会社

2022年11月期第2四半期

決算補足説明資料

2022年7月1日



I. 2022年11月期第2四半期 連結決算実績	P. 2
II. 2022年11月期 連結業績予想	P.15
III. 株主還元	P.21



I . 2022年11月期第2四半期 連結決算実績

① 製品区分別売上高構成比/主要製品

生活家電

- 空調・冷暖房
加湿器
- キッチン家事
食器乾燥機
- その他生活家電

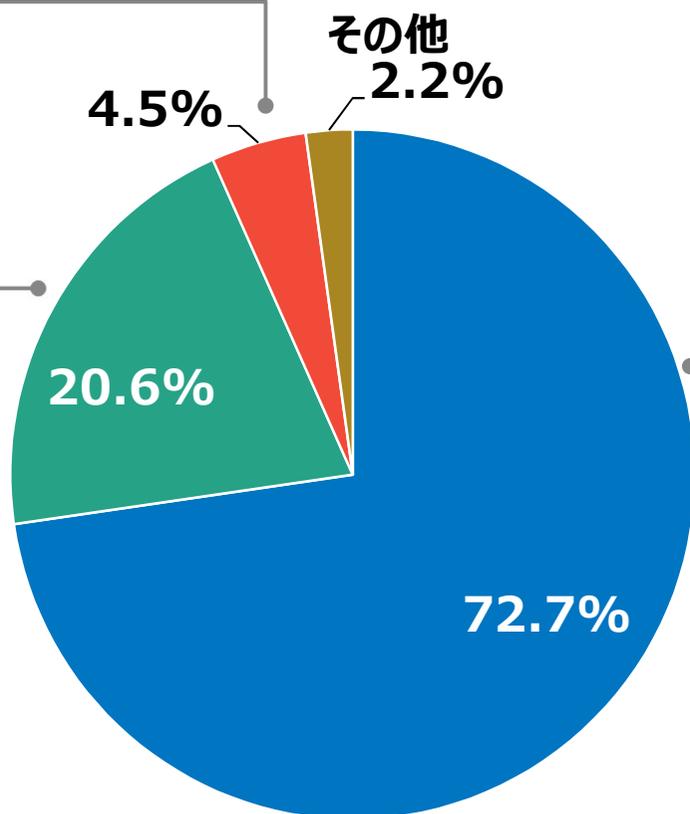


リビング

- 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



売上高45,247百万円
製品区分別の構成比



調理家電

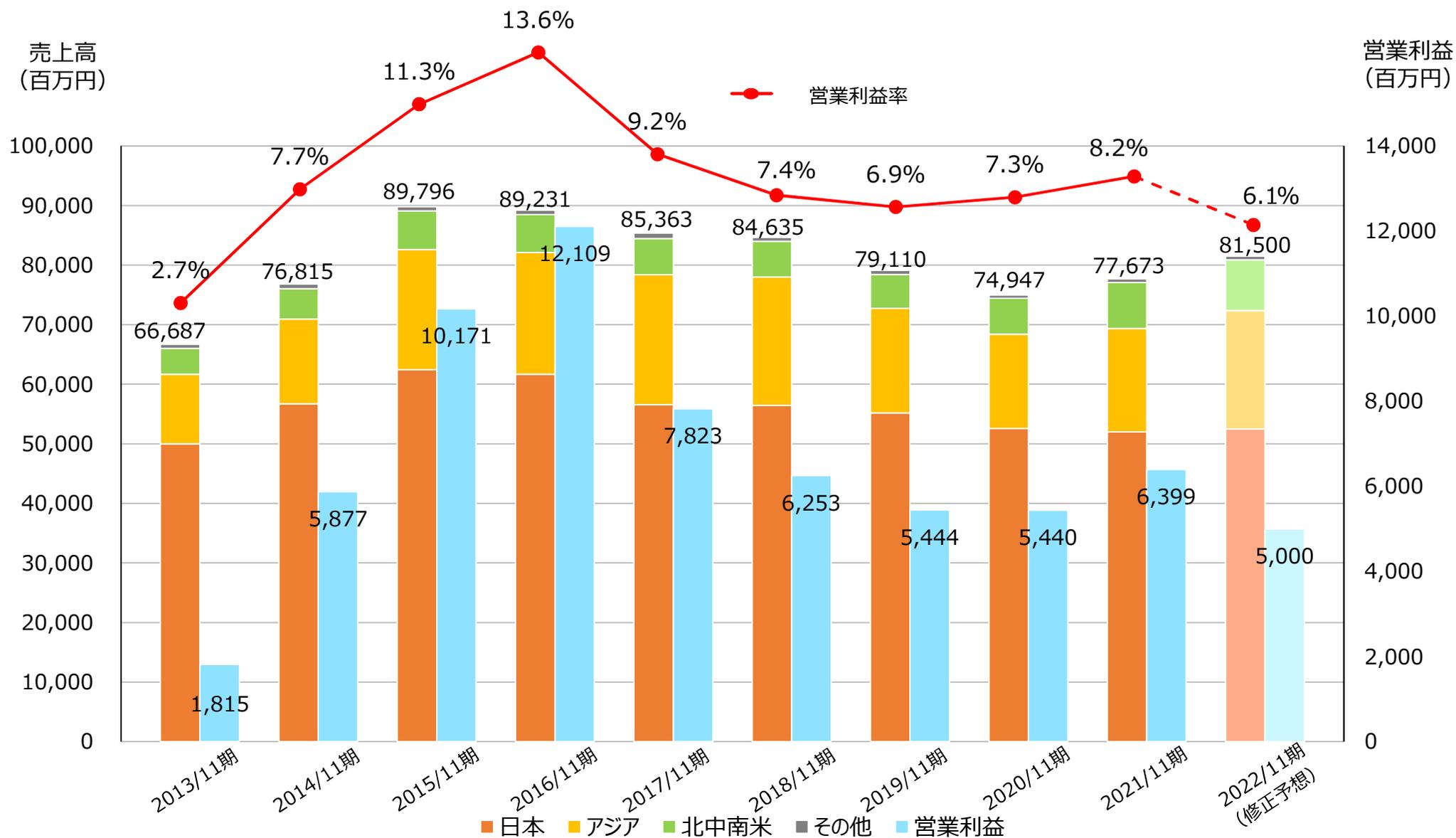
- 炊飯調理
炊飯ジャー
- 湯沸調理
電気ポット
- 電気調理
オーブントースター
ホットプレート







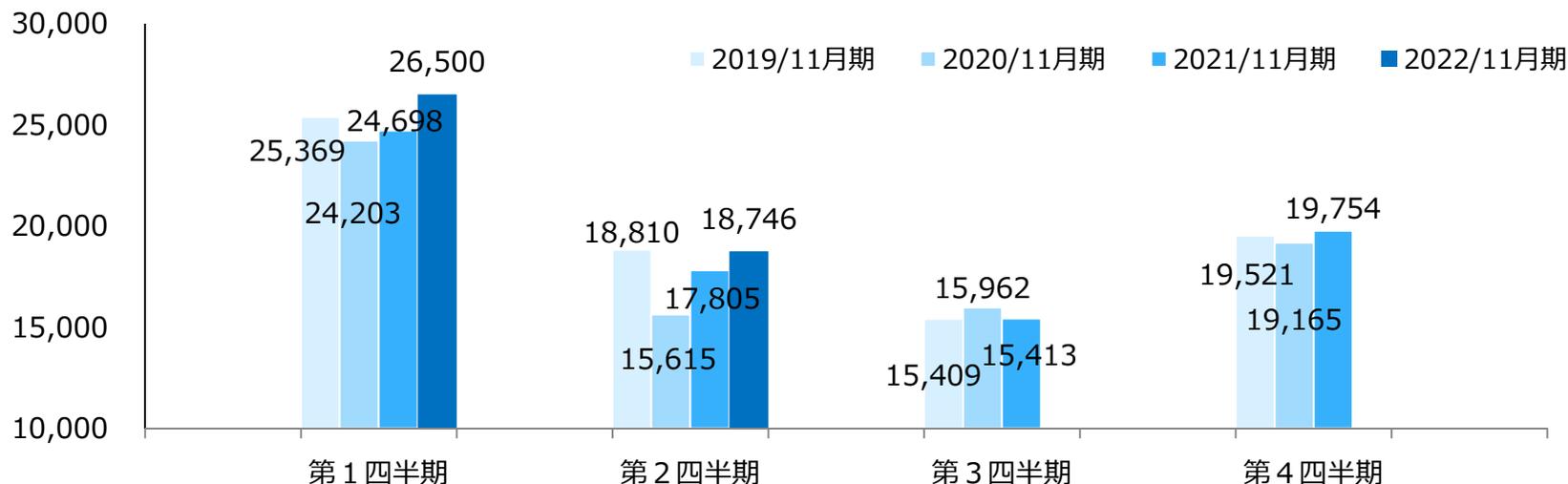
②業績推移



③ 四半期業績比較

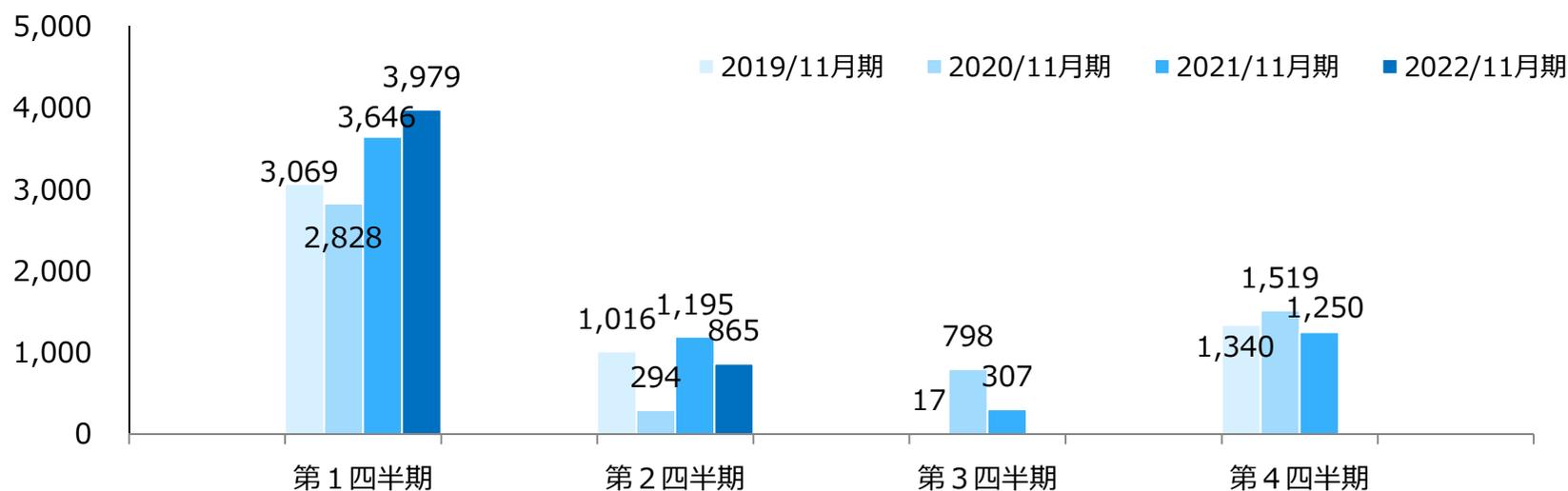
売上高 四半期比較

単位：百万円



営業利益 四半期比較

単位：百万円



④ 決算の概要

売上面

売上高
45,247百万円

対前年同期
+2,742百万円
+6.5%

国内売上高 +362百万円（対前年同期）

- 調理家電：「炎舞炊き」シリーズが好調を維持したが、炊飯ジャー全体としては前年実績を下回る
電気ポット市場が縮小傾向により低調に推移したが、電気ケトルは好調に推移
新型コロナウイルス感染症による外出自粛の為の巣ごもり需要が一巡したことにより、オーブントースターやホットプレート等の販売が減少し、前年実績を下回る
- リビング：新たなカテゴリーの「ステンレスキャリータンブラー」を新規投入するなど、ステンレス製品が販売を牽引し、前年実績を上回る

- 生活家電：加湿器が好調に推移し、前年実績を上回る
- 収益認識基準適用による影響額：△822百万円

海外売上高 +2,379百万円（対前年同期）

- 調理家電：北米、中国、台湾市場で好調に推移し、特に北米では経済の回復に加え巣ごもり消費が継続し好調に推移
- リビング：ステンレスボトルは低調だったが、ステンレスポットやガラスポットが好調に推移し、全体では前年実績を上回る

利益面

営業利益
4,844百万円

対前年同期
+2百万円
+0.1%

- 売上高要因 +955百万円（対前年同期）
上記、「売上面」に記述
- 売上総利益率要因 △1,229百万円（対前年同期）
- 販売費及び一般管理費の減少 +276百万円（対前年同期）
うち、収益認識基準適用による減少額：619百万円

⑤ - i 損益計算書 (P/L)

第1四半期連結会計期間の期首より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用しております。

(単位：百万円、%)

	2021年11月期 第2四半期		2022年11月期 第2四半期		対前年同期	
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
売上高	42,504	100.0%	45,247	100.0%	2,742	6.5%
売上総利益	14,803	34.8%	14,529	32.1%	△273	△1.9%
販売費及び一般管理費	9,961	23.4%	9,684	21.4%	△276	△2.8%
営業利益	4,841	11.4%	4,844	10.7%	2	0.1%
経常利益	4,787	11.3%	5,593	12.4%	805	16.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,075	7.2%	3,673	8.1%	597	19.4%

⑤- ii 損益計算書 (P/L) 旧基準比較

2021年と2022年の比較ベースとなる会計基準を揃えるために、「収益認識に関する会計基準」の影響がないと仮定した場合の数値
(あくまでも参考であり、実際の業績は前ページをご覧ください)

参考

(単位：百万円、%)

	2021年11月期 第2四半期		2022年11月期 第2四半期 旧基準組替		対前年同期	
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
売上高	42,504	100.0%	46,069	100.0%	3,564	8.4%
売上総利益	14,803	34.8%	15,351	33.3%	548	3.7%
販売費及び一般管理費	9,961	23.4%	10,304	22.4%	343	3.4%
営業利益	4,841	11.4%	5,047	11.0%	205	4.2%
経常利益	4,787	11.3%	5,542	12.0%	754	15.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,075	7.2%	3,622	7.9%	546	17.8%

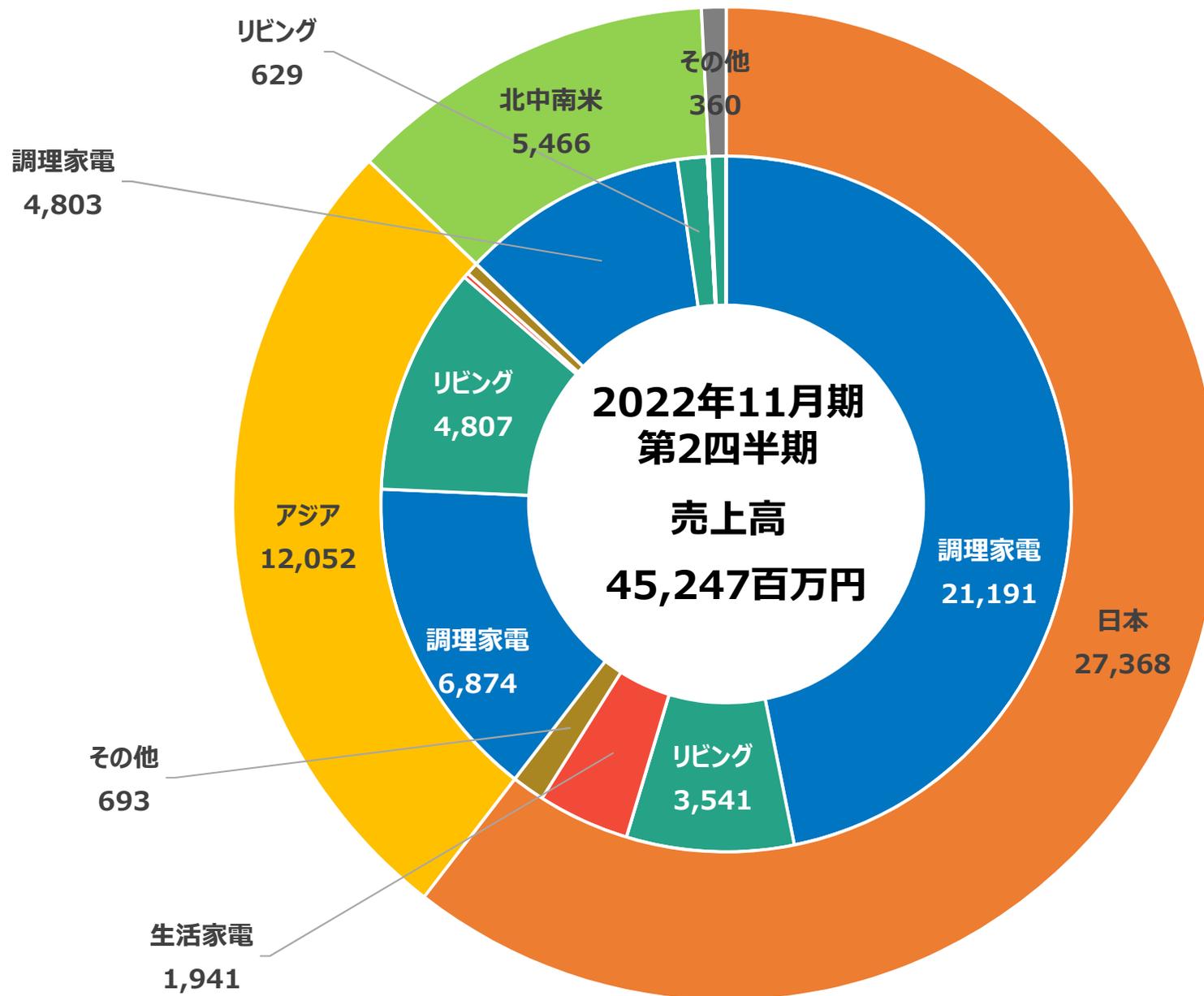
⑥ 地域別製品区分別売上高/営業利益

(単位：百万円、%)

	2022年11月期 第2四半期						
	日本	海外			計	合計	
		アジア	北中南米	その他			
		内、中国					
調理家電	21,191	6,874	2,878	4,803	6	11,684	32,876
[対前年同期 増減率]	△1.1%	19.8%	28.8%	28.7%	9.9%	23.3%	6.4%
リビング	3,541	4,807	3,202	629	351	5,789	9,331
[対前年同期 増減率]	2.2%	△1.5%	△1.1%	0.2%	38.0%	0.4%	1.1%
生活家電	1,941	106	14	—	—	106	2,047
[対前年同期 増減率]	31.3%	189.9%	—	—	—	189.9%	35.1%
その他	693	263	74	33	2	299	992
[対前年同期 増減率]	9.4%	23.3%	17.7%	415.0%	164.1%	35.3%	16.1%
売上高	27,368	12,052	6,170	5,466	360	17,878	45,247
[構成比]	60.5%	26.6%	13.6%	12.1%	0.8%	39.5%	100.0%
[対前年同期 増減率]	1.3%	10.9%	11.4%	25.2%	37.8%	15.4%	6.5%
営業利益	1,682	2,445	1,195	732	△15	3,161	4,844
[利益率]	6.1%	20.3%	19.4%	13.4%	△4.4%	17.7%	10.7%
[構成比]	34.7%	50.5%	24.7%	15.1%	△0.3%	65.3%	100.0%
[対前年同期 増減率]	△26.0%	17.6%	△0.7%	40.0%	△54.9%	23.2%	0.1%

⑦ 地域別製品区分別売上高

(単位：百万円)



⑧ 製品区分別売上高 (詳細)

(単位：百万円、%)

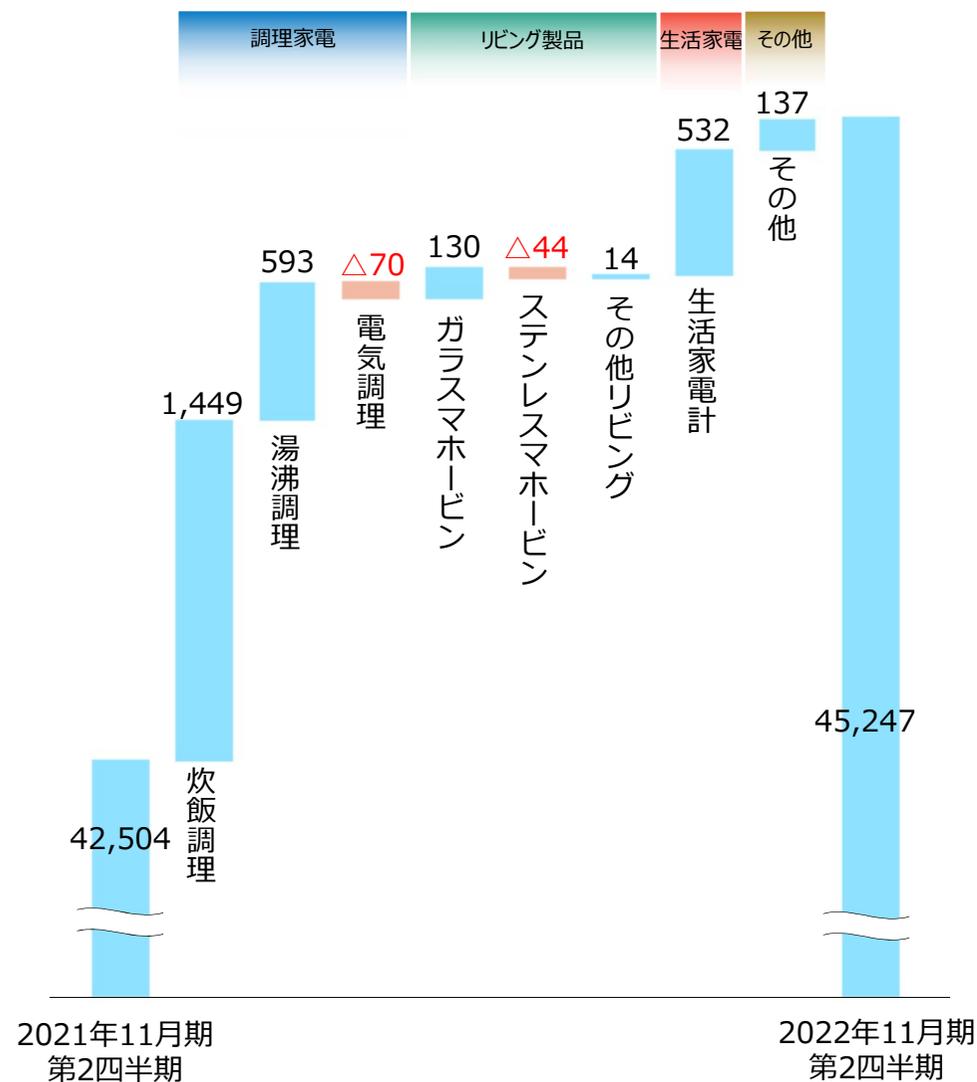
	2021年11月期 第2四半期		2022年11月期 第2四半期		対前年同期	
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
売上高	42,504	100.0%	45,247	100.0%	2,742	6.5%
炊飯調理	18,972	44.6%	20,422	45.1%	1,449	7.6%
湯沸調理	5,092	12.0%	5,685	12.6%	593	11.7%
電気調理	6,838	16.1%	6,768	15.0%	△70	△1.0%
調理家電 計	30,903	72.7%	32,876	72.7%	1,972	6.4%
ガラスマホービン	650	1.5%	781	1.7%	130	20.0%
ステンレスマホービン	8,532	20.1%	8,487	18.8%	△44	△0.5%
その他リビング	48	0.1%	62	0.1%	14	29.6%
リビング 計	9,231	21.7%	9,331	20.6%	99	1.1%
空調・冷暖房	866	2.0%	1,446	3.2%	579	66.9%
キッチン家事	289	0.7%	264	0.6%	△24	△8.6%
その他生活家電	359	0.8%	336	0.7%	△22	△6.4%
生活家電 計	1,515	3.6%	2,047	4.5%	532	35.1%
その他	854	2.0%	992	2.2%	137	16.1%

◇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・コーヒーメーカー・オーブントースター ◇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・フードジャー ◇空調・冷暖房…加湿器・空気清浄機 ◇キッチン家事…食器乾燥機 ◇その他…飲食事業 など

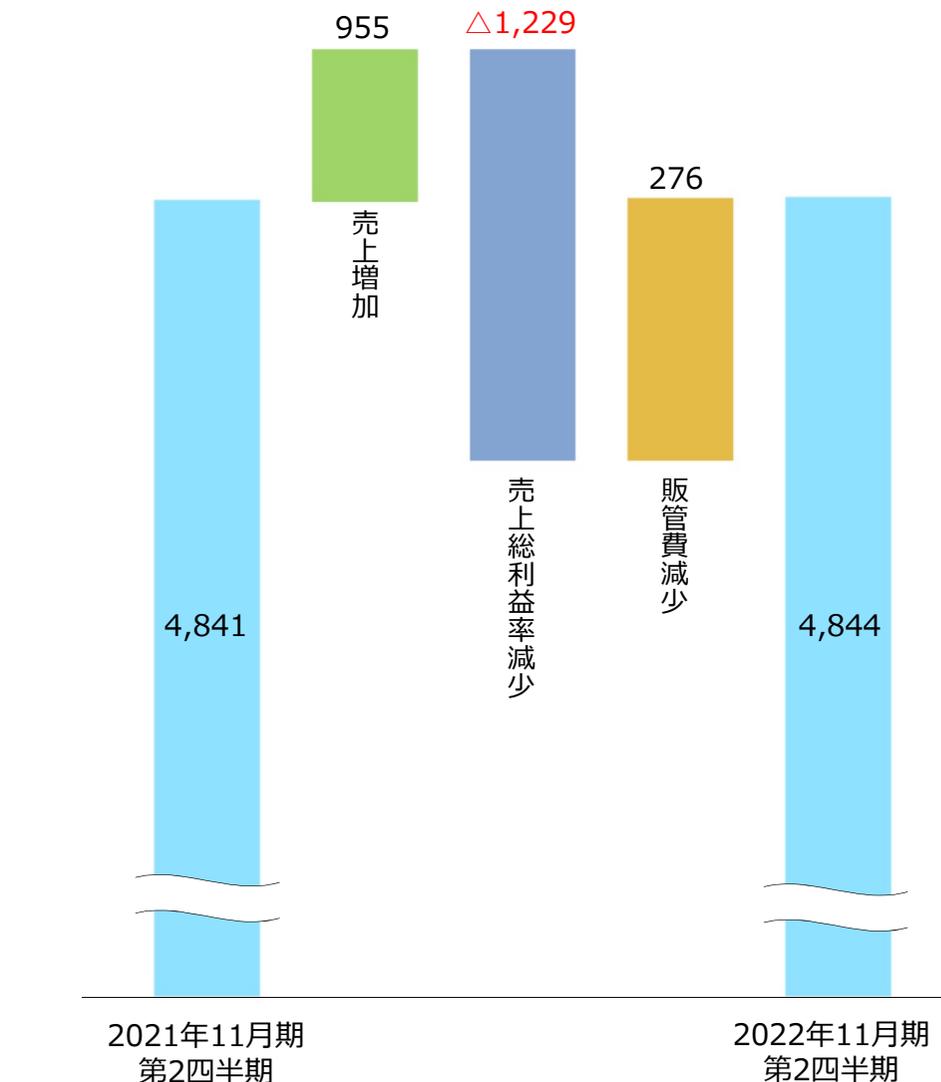
⑨売上高/営業利益増減要因 対前年同期

(単位：百万円)

売上高



営業利益



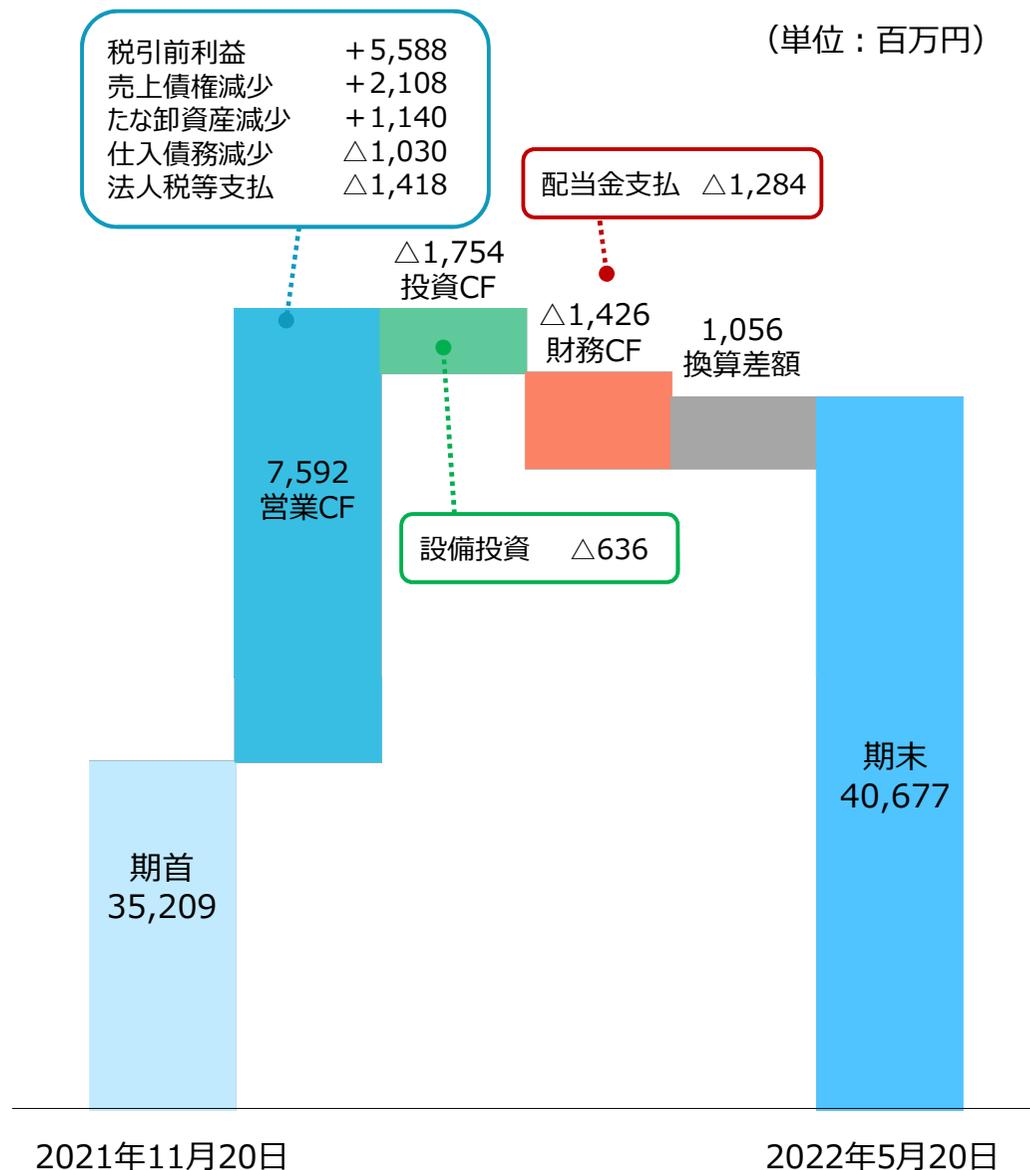
⑩貸借対照表 (B/S)

(単位：百万円)

	2021年11月20日	2022年5月20日	増減額
流動資産	77,450	81,635	4,185
現金及び預金	37,274	43,955	6,681
商品及び製品	19,796	16,480	△3,315
その他	20,379	21,199	819
固定資産	24,463	25,301	837
有形固定資産	13,418	13,719	300
無形固定資産	616	594	△21
投資その他の資産	10,428	10,986	558
資産 合計	101,913	106,936	5,022
負債 合計	25,076	25,965	888
純資産 合計	76,837	80,971	4,134
負債純資産 合計	101,913	106,936	5,022

⑪ キャッシュフロー計算書

	2021年 11月期 第2四半期	2022年 11月期 第2四半期	増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	5,897	7,592	1,694
投資活動による キャッシュ・フロー	△253	△1,754	△1,501
財務活動による キャッシュ・フロー	△1,140	△1,426	△285
現金及び現金同等物に 係る換算差額	542	1,056	513
現金及び現金同等物の 増減額	5,045	5,467	421
現金及び現金同等物の 期首残高	32,582	35,209	2,627
現金及び現金同等物の 期末残高	37,628	40,677	3,049





Ⅱ. 2022年11月期 連結業績予想

Ⅱ. 2022年11月期 連結業績予想



① - i 業績予想

(単位：百万円、%)

	2021年11月期		2022年11月期 業績予想			対前年同期	
	金額	構成比	当初予想	修正予想 2022/6/20公表	構成比	増減額	増減率
売上高	77,673	100.0%	79,300	81,500	100.0%	3,826	4.9%
売上総利益	26,649	34.3%	24,600	25,500	31.3%	△1,149	△4.3%
販売費及び一般管理費	20,250	26.1%	20,200	20,500	25.2%	249	1.2%
営業利益	6,399	8.2%	4,400	5,000	6.1%	△1,399	△21.9%
経常利益	6,791	8.7%	4,700	6,000	7.4%	△791	△11.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,509	5.8%	3,400	4,000	4.9%	△509	△11.3%
減価償却費	2,078	—	1,649	変更なし	—	△429	△20.7%
設備投資額	2,265	—	3,245	変更なし	—	979	43.3%
研究開発費	784	—	810	変更なし	—	26	3.3%

① - ii 業績予想 対中期業績目標

対中期業績目標

売上高 +1,500百万円

増減要因：

- 新規商品の投入や新規事業の強化、販売活動の強化により国内・海外ともに増収
- 収益認識に関する会計基準等の適用による減少

対中期業績目標

営業利益 △1,000百万円

増減要因：

- アルミ、銅、ニッケル、樹脂など原材料の大幅な高騰や為替の影響による売上原価の上昇
- 2022年秋に発売予定の共同開発商品の市場投入に伴う広告宣伝投資や営業活動の活発化に伴う経費の増加、加えて収益認識基準の適用による営業利益の減少

(単位：百万円、%)

	2022年11月期 中期業績目標 (2021/1/20公表)		2022年11月期 修正予想 (2022/6/20公表)		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	80,000	100.0%	81,500	100.0%	1,500	1.9%
営業利益	6,000	7.5%	5,000	6.1%	△1,000	△16.7%

② 地域別製品区分別売上高



(単位：百万円、%)

2022年11月期 修正予想 2022/6/20公表							
	日本	海外				計	合計
		アジア		北中南米	その他		
		内、中国					
調理家電	39,750	10,800	4,920	7,230	10	18,040	57,790
[対前年同期 増減率]	△0.4%	14.9%	28.2%	11.4%	△44.3%	13.4%	3.6%
リビング	7,170	8,490	5,720	1,240	610	10,340	17,510
[対前年同期 増減率]	1.5%	13.5%	13.2%	12.0%	6.7%	12.9%	7.9%
生活家電	4,130	210	30	—	—	210	4,340
[対前年同期 増減率]	8.5%	223.9%	14,175.4%	—	—	223.9%	12.1%
その他	1,450	370	80	40	—	410	1,860
[対前年同期 増減率]	18.0%	△6.6%	△26.5%	△72.4%	△100.0%	△24.5%	4.9%
売上高	52,500	19,870	10,750	8,510	620	29,000	81,500
[構成比]	64.4%	24.4%	13.2%	10.4%	0.8%	35.6%	100.0%
[対前年同期 増減率]	1.0%	14.6%	19.4%	9.9%	4.7%	12.9%	4.9%

Ⅱ. 2022年11月期 連結業績予想



③ 製品区分別売上高（詳細）

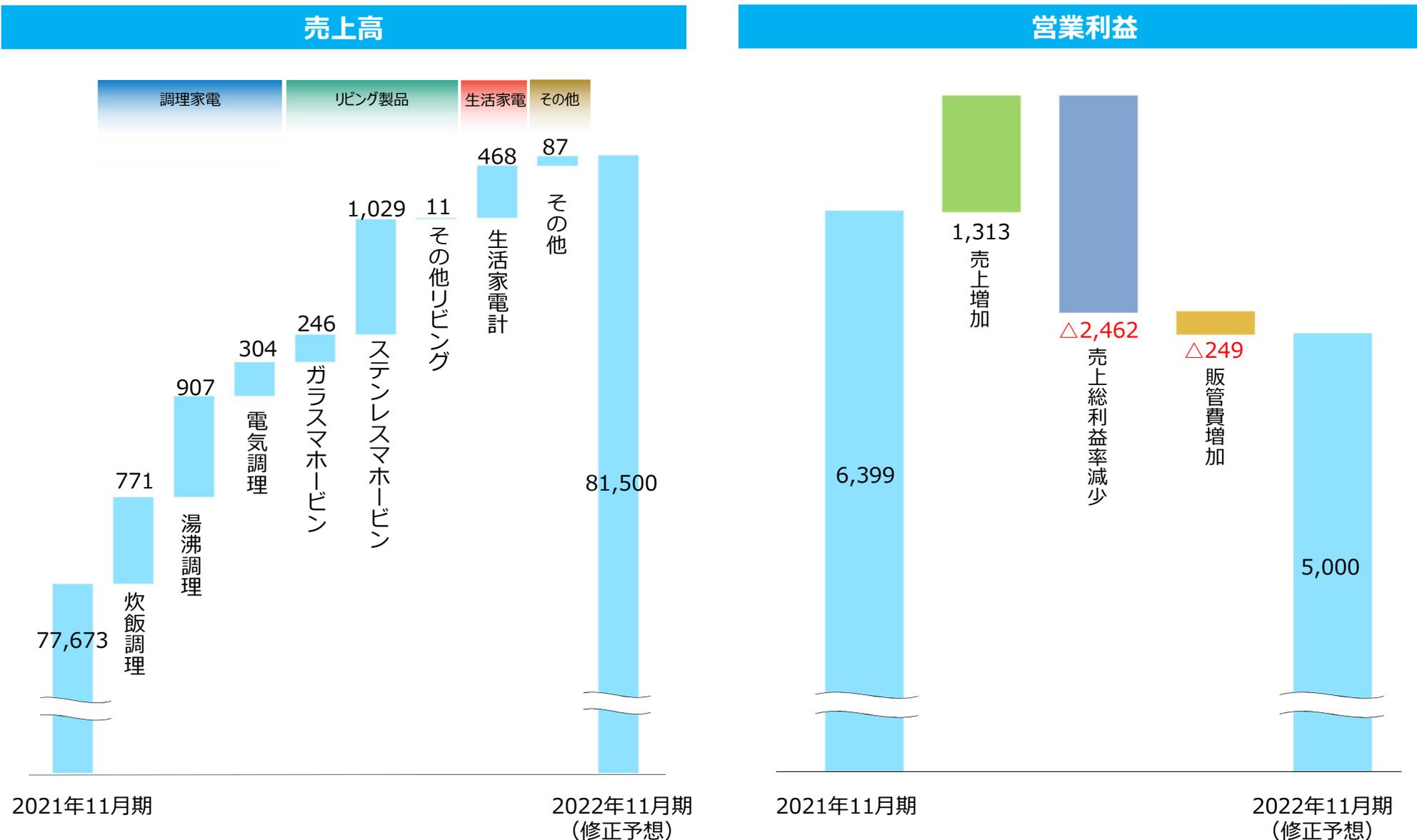
（単位：百万円、％）

	2021年11月期		2022年11月期 業績予想			対前年同期	
	金額	構成比	当初予想	修正予想 2022/6/20公表	構成比	増減額	増減率
売上高	77,673	100.0%	79,300	81,500	100.0%	3,826	4.9%
炊飯調理	35,098	45.2%	34,540	35,870	44.0%	771	2.2%
湯沸調理	8,612	11.1%	8,510	9,520	11.7%	907	10.5%
電気調理	12,095	15.6%	12,330	12,400	15.2%	304	2.5%
調理家電 計	55,806	71.8%	55,380	57,790	70.9%	1,983	3.6%
ガラスマホービン	1,223	1.6%	1,340	1,470	1.8%	246	20.2%
ステンレスマホービン	14,900	19.2%	16,460	15,930	19.5%	1,029	6.9%
その他リビング	98	0.1%	110	110	0.1%	11	11.4%
リビング 計	16,222	20.9%	17,910	17,510	21.5%	1,287	7.9%
空調・冷暖房	2,762	3.6%	3,280	3,290	4.0%	527	19.1%
キッチン家事	545	0.7%	480	510	0.6%	△35	△6.4%
その他生活家電	563	0.7%	490	540	0.7%	△23	△4.2%
生活家電 計	3,871	5.0%	4,250	4,340	5.3%	468	12.1%
その他	1,772	2.3%	1,760	1,860	2.3%	87	4.9%

◇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・コーヒーメーカー・オーブントースター ◇ガラスマホービン…ガラスポット
 ◇ステンレスマホービン…ステンレスポトル・タンブラー・フードジャー ◇空調・冷暖房…加湿器・空気清浄機 ◇キッチン家事…食器乾燥機 ◇その他…飲食事業 など

④ 売上高/営業利益増減要因 対前年同期

(単位：百万円)

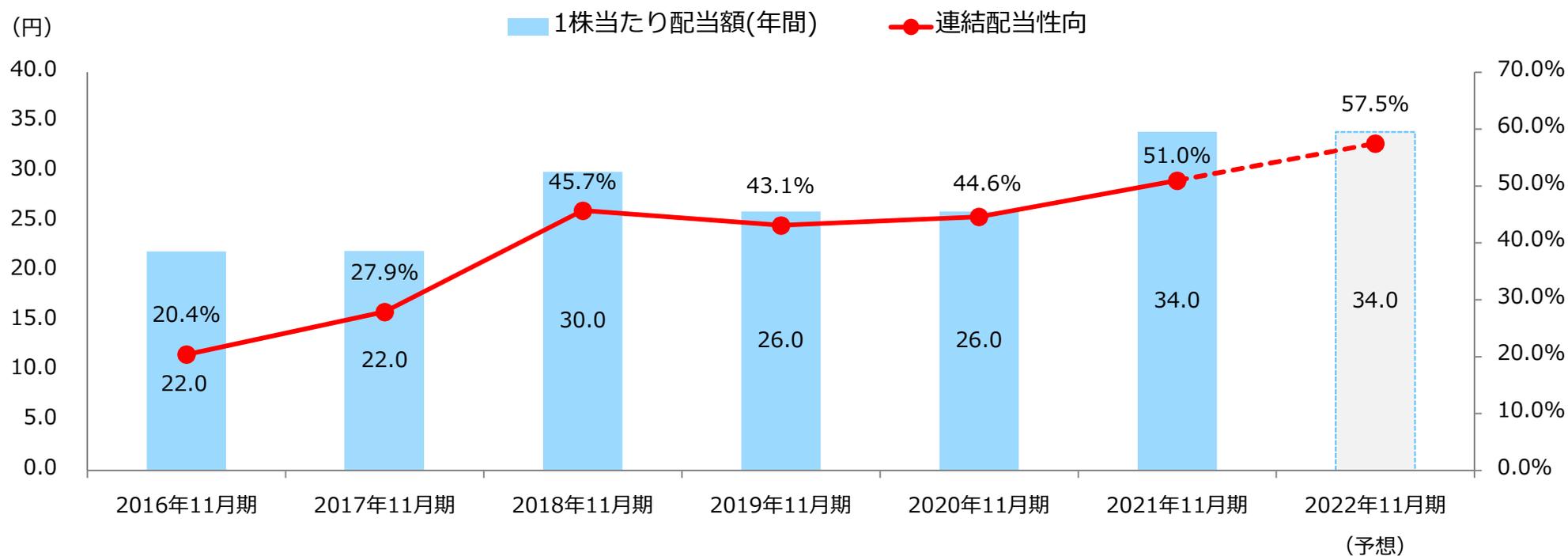


Ⅲ. 株主還元



配当政策

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あります。



※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。

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（東証プライム）