

セグメント別成長戦略

ライフソリューションセグメント



事業本部長
和田 修司

健康・理美容機器、小型電気機器、音響・アクセサリ、記録メディア、電池・充電機器、電設工具などの製造販売を行っています。

| | |
|------|---------------------------------|
| ビジョン | 安心・快適・スマートな空間づくりを通して、人々の心を豊かにする |
| 事業戦略 | オンリーワン製品の創出と販路拡大によるマクセルブランドの再構築 |

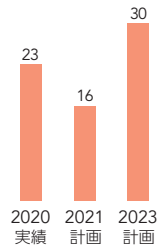
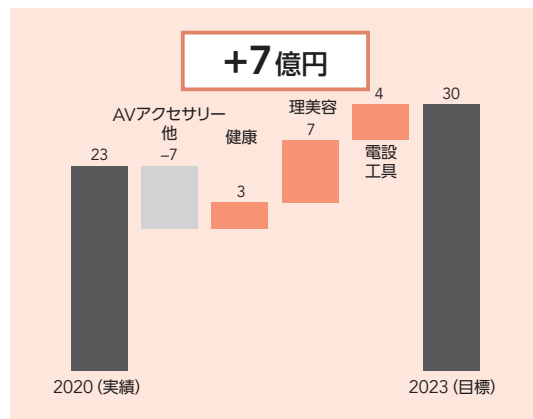
製品一覧

| 分類 | 主要製品 |
|---------------------|---------------------------|
| 健康・理美容 その他小型電気機器 | オゾン除菌消臭器 |
| | EMS運動器、低周波治療器(医療機器) |
| | シェーバー |
| | ヘアドライヤー |
| | 美顔器 |
| 音響・アクセサリ | 調理家電、その他小型電気機器 |
| | ヘッドホン、スピーカー |
| 記録メディア | コンピューター周辺機器、その他アクセサリ |
| | 光ディスク、USBメモリー、フラッシュメモリー |
| 電池・充電機器 | カセットテープ |
| | 乾電池、コイン形電池 |
| 電設工具 | モバイルバッテリー、ポータブル蓄電池 |
| | 圧着工具、圧縮工具、切断カッタ、その他電設関連工具 |



セグメント別成長戦略

ライフソリューションセグメント

売上高
(億円)営業利益
(億円)営業利益偏差(2020→2023年度)
(億円)

2020年度の状況

新型コロナウイルス感染症拡大による衛生意識の高まりによりオゾン除菌消臭器などの健康関連製品が増収となりましたが、シェーバーやドライヤーなどの理美容製品などが減収となりました。ライフソリューション

セグメント全体の売上高は350億円となりました。

営業利益は、健康関連製品の増収などが貢献して23億円となりました。

MEX23をけん引する成長事業

| 成長事業 | 市場ポジション | 強み | 今後の展開 |
|------------------|--|---|---|
| 健康機器 | 「オゾン除菌消臭器の国内トップシェア維持」 ● 新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、健康・衛生意識が向上し、ウイルス除去効果が期待される製品の需要が拡大 ● 製品ラインアップ拡充により国内オゾン除菌消臭器市場でトップシェア*1を維持 | <ul style="list-style-type: none"> ● BtoC、業務用ルートで幅広い販売チャンネルを保有 ● 産学連携による除菌効果の検証、業界団体の認証取得を随時実施 ● 低濃度オゾンの制御技術 | <ul style="list-style-type: none"> ● 顧客ニーズに対応した製品開発、販売強化 ● アジアを中心とした海外除菌ビジネスの構築 ● 薬機認定工場の強みを活かしたビジネス拡大 |
| 理美容機器 | 「シェーバー、美容機器を中心にグローバル展開」 ● 電気シェーバーを中心としたブランドビジネス ● 美容機器メーカー及び化粧品メーカーへのODM/OEM展開 | <ul style="list-style-type: none"> ● 50年以上に及ぶ電鍍メッキによる刃の製造・加工技術とODM/OEMに裏付けられた信頼性 ● 国内及び中国に製造拠点を有し、フレキシブルな生産体制を構築 | <ul style="list-style-type: none"> ● 化粧品、美容家電メーカー向けODM/OEMビジネスの拡大 ● 顧客ニーズに対応したブランドビジネスの製品開発、販売強化 |
| 電設工具 | 「国内トップシェア*2維持と北米を中心とした海外市場シェア向上」 ● インフラ投資の増加傾向に伴い、国内市場及び北米市場でのシェア拡大 | <ul style="list-style-type: none"> ● 設計、開発、生産までの一貫した高出力油圧技術を保有 ● 北米ODM、欧州、豪州、中国の海外代理店との強固な信頼関係 | <ul style="list-style-type: none"> ● 国内、海外シェアの拡大に向けたODMと異業種への参入強化 ● 北米における自社ブランドの展開加速 |

*1 国内除菌消臭器市場でトップシェア：2021年9月現在。マクセル調べ。

*2 国内トップシェア：2021年9月現在。マクセル調べ。