

BALMUDA

2023年12月期 決算説明資料

バルミューダ株式会社

(証券コード：6612)

- ・ 2023年12月期 決算概要
- ・ 2024年12月期 業績予想

2023年12月期 決算概要

2023年 業績サマリー

厳しい決算。概ね最新の業績予想通りに着地

| | FY2022 | FY2023 | 対前年 | 業績予想 (2023.11修正値) |
|---------------------|------------|-------------|----------|----------------------|
| 売上高 | 17,595 百万円 | 13,011 百万円 | ▲26.1 % | 13,300 百万円 |
| 営業利益 | 75 百万円 | ▲1,375 百万円 | — % | ▲1,350 百万円 |
| 経常利益 | 14 百万円 | ▲1,237 百万円 | — % | ▲1,200 百万円 |
| 親会社株主に帰属 する当期純利益 | 3 百万円 | ▲2,071 百万円* | — % | ▲2,000 百万円 |
| 売上総利益率 | 31.1 % | 26.9 % | ▲4.1 Pt. | 27.4 % |
| 販管費率 | 30.6 % | 37.5 % | +6.8 Pt. | 37.6 % |
| 自己資本比率 | 63.7 % | 54.7 % | ▲9.0 Pt. | |

※携帯端末事業終了決定に伴う特別損失及び法人税等調整額を計上 (1Q)
 ※主な前年対比要因はP.25参照

2023年第3四半期 決算説明会資料から再掲

BALMUDA

現状認識と対応策

円安、コロナの影響、当社成長戦略の見直しによって、
収支バランスが取れていない状況



- 対応策1 売上総利益率の改善
- 対応策2 固定費の圧縮
- 対応策3 家電カテゴリー製品の積極的な展開

これらの対応策で収支バランスを取り戻し、最速での黒字化を目指す

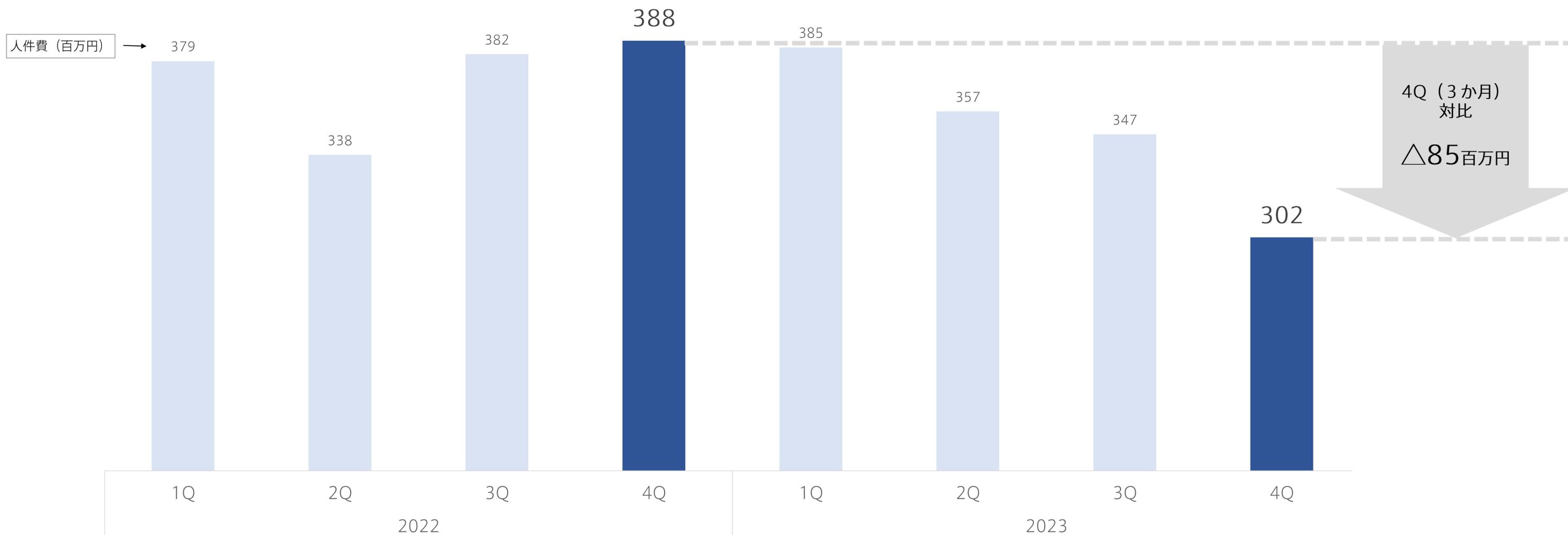
対応策1 売上総利益率の改善

4Qは在庫評価減により売上総利益率が低下した一方で、利幅改善した製品を投入。2024年通期での寄与へ



対応策 2 固定費の圧縮

組織・人員体制の再構築により、2023年4Qの人件費は前年同期比△85百万円



携帯端末事業の
終了決定 (5月)

組織・人員体制の再構築

対応策3 家電カテゴリー製品の積極的な展開

主力製品であるトースター2機種のリニューアルを実施。新製品のステンレスホットプレートは計画以上の出荷

2023年1～3Q



BALMUDA The Light
工場移管 (6月)



BALMUDA The Range
リニューアル (6月)

・4つの地域で製品ラインナップを拡大

- 中国：BALMUDA The Brew (2月)
- 韓国：BALMUDA The Gohan (3月)
- 北米：BALMUDA The Brew (5月)
- 台湾：BALMUDA The Range (9月)

2023年4Q



BALMUDA The Toaster
リニューアル (10月)



BALMUDA The Toaster Pro
リニューアル (11月)



BALMUDA The Plate Pro
新製品 (10月)

累計出荷台数が2万台を突破※

- ・タイ、シンガポール、マレーシアでのブランド展開を開始 (11月)
BALMUDA The Toaster、BALMUDA The Pot
- ・韓国でのProシリーズ展開を発表 (12月)
BALMUDA The Toaster Pro、BALMUDA The Plate Pro

国内

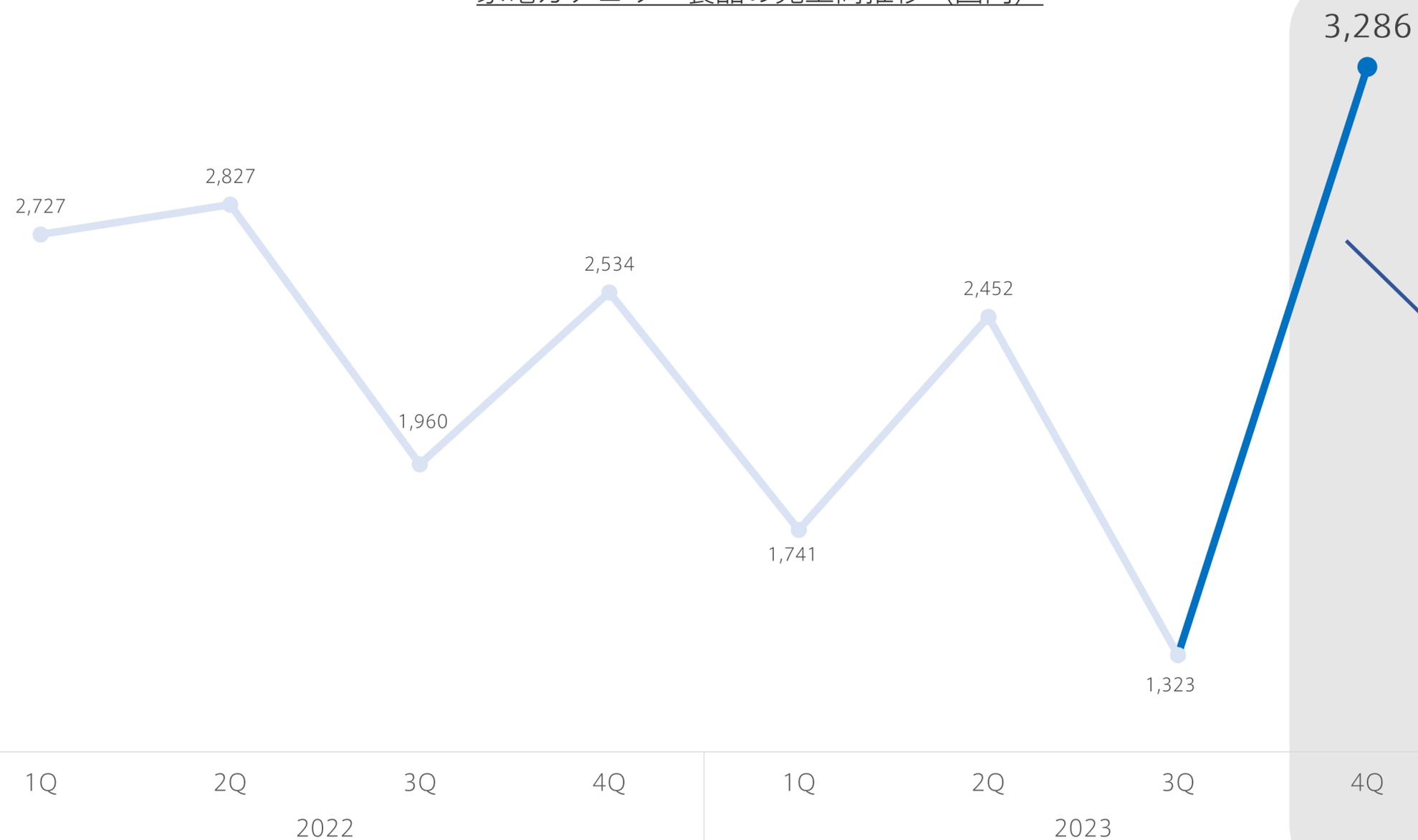
海外

対応策3 家電カテゴリ製品の積極的な展開

新製品・リニューアル製品の投入により、国内売上が伸長

家電カテゴリ製品の売上高推移（国内）

(百万円)



国内家電カテゴリの四半期売上高として
過去最高を更新

【新製品】

BALMUDA The Plate Pro

【リニューアル】

BALMUDA The Toaster

BALMUDA The Toaster Pro

【売上好調】

BALMUDA The Range

(2023年2Qリニューアル)

2023年第4四半期 業績サマリー

第4四半期の家電売上高は前年を上回る水準へ回復

| | FY2022 4Q | FY2023 4Q | 対前年 | |
|--------|--------------|--------------|----------|---------------------------------------|
| 売上高 | 5,101 百万円 | 5,055 百万円 | ▲0.9 % | ・前年4Qの家電売上高（携帯端末を除く売上高）： 4,588百万円 |
| 売上総利益 | 1,314 百万円 | 1,117 百万円 | ▲15.0 % | ・旧品在庫の評価減▲177百万円 （売上総利益影響 ▲3.5pt.） |
| 売上総利益率 | 25.8 % | 22.1 % | ▲3.7 Pt. | |
| 販管費 | 1,397 百万円 | 1,349 百万円 | △3.5 % | |
| 販管费率 | 27.4 % | 26.7 % | △0.7 Pt. | |
| 営業利益 | ▲82 百万円 | ▲231 百万円 | — % | |

2024年12月期 業績予想

2024年 業績予想

2023年と同等の売上水準で利益を確保

| | FY2023 | FY2024 (予想) | 対前年 |
|---------------------|------------|-------------|----------|
| 売上高 | 13,011 百万円 | 13,200 百万円 | +1.4 % |
| 営業利益 | ▲1,375 百万円 | 150 百万円 | — % |
| 経常利益 | ▲1,237 百万円 | 150 百万円 | — % |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | ▲2,071 百万円 | 100 百万円 | — % |
| 売上総利益率 | 26.9 % | 31.8 % | +4.9 Pt. |
| 販管費率 | 37.5 % | 30.7 % | △6.8 Pt. |

2024年の位置付け

- ・ 通期での黒字回復
- ・ 厳しい環境下でも持続的に成長可能な事業基盤の確立

2024年の位置付け

(第3四半期決算説明会資料から再掲)

BALMUDA

2023～2024年の経営戦略

- 対応策1 売上総利益率の改善
- 対応策2 固定費の圧縮
- 対応策3 家電カテゴリー製品の積極的な展開

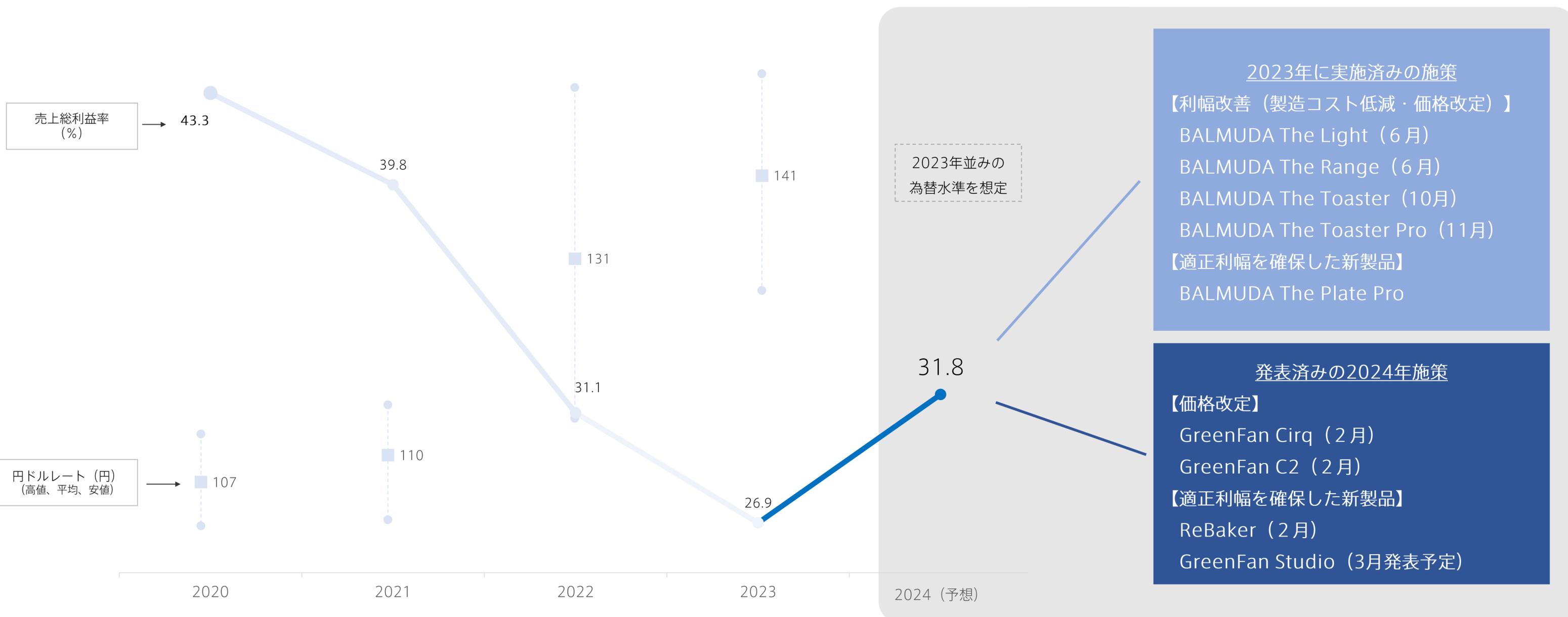


- ・最速での黒字化を目指す
- ・早期の成長基調への回帰を目指す

2023年中に大半の施策を実施済み
2024年は通年でその効果を実現

売上総利益率の改善

前年に主力製品の利幅改善を実施済み。新製品も現状の為替水準で適正な利幅を確保



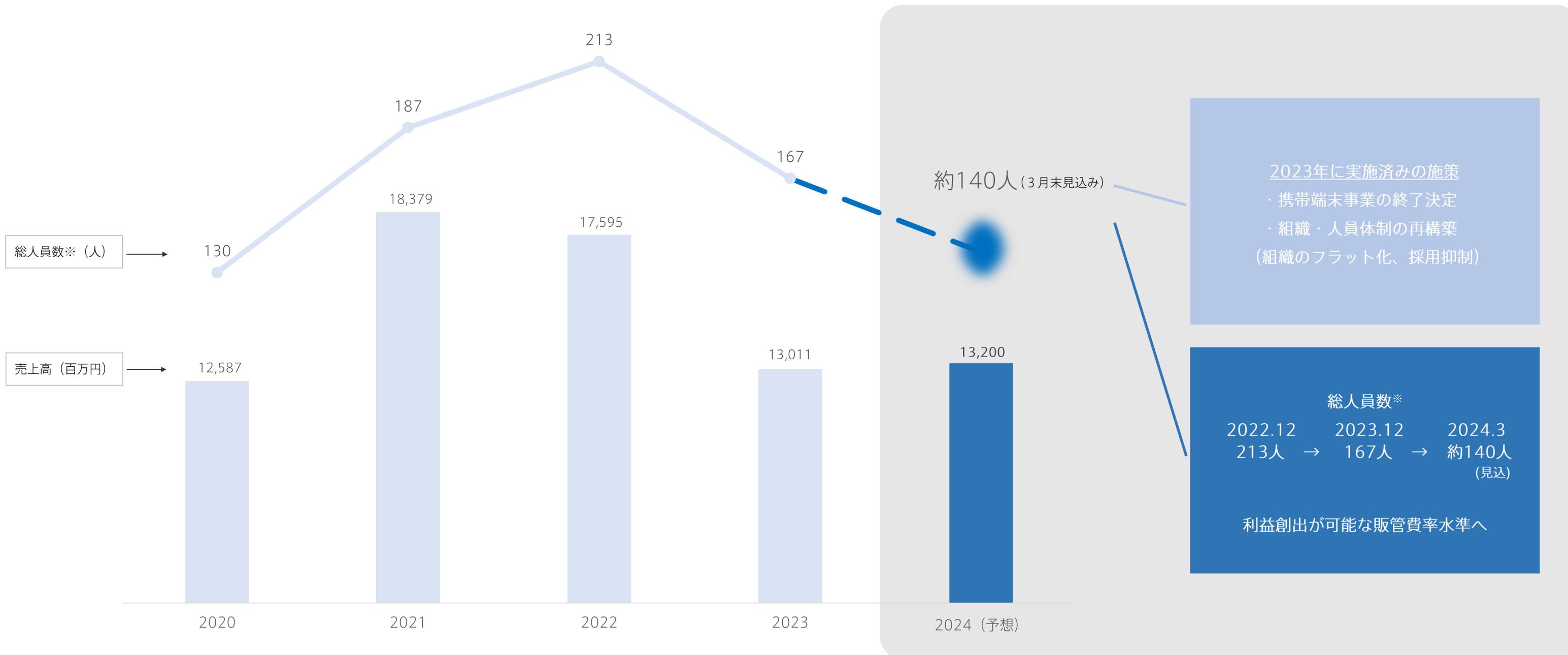
2023年に実施済みの施策
【利幅改善（製造コスト低減・価格改定）】
 BALMUDA The Light（6月）
 BALMUDA The Range（6月）
 BALMUDA The Toaster（10月）
 BALMUDA The Toaster Pro（11月）
【適正利幅を確保した新製品】
 BALMUDA The Plate Pro

発表済みの2024年施策
【価格改定】
 GreenFan Cirq（2月）
 GreenFan C2（2月）
【適正利幅を確保した新製品】
 ReBaker（2月）
 GreenFan Studio（3月発表予定）

2023年並みの
為替水準を想定

固定費の圧縮

売上規模に対応した組織・人員体制に再構築済み。24/3月末の総人員数は2022年末比で約2/3となる見込み。



家電カテゴリー製品の積極的な展開

新製品BALMUDA The Plate Proは計画を上回る出荷実績。今期は製品ラインナップの拡大を加速

2023年

【リニューアル・工場移管】



BALMUDA The Light
工場移管 (6月)



BALMUDA The Range
リニューアル (6月)



BALMUDA The Toaster
リニューアル (10月)



BALMUDA The Toaster Pro
リニューアル (11月)

【新製品】



BALMUDA The Plate Pro
新製品 (10月)

2024年

【新製品】



ReBaker (リベイクトースター)
2/20 販売開始予定



GreenFan Studio (DCモーター扇風機)
3/19 発表予定

下期にも複数の新製品を発売予定

国内

海外

・タイ、シンガポール、マレーシアでのブランド展開を開始 (11月: Toaster、Pot)

・4つの地域で製品ラインナップを拡大

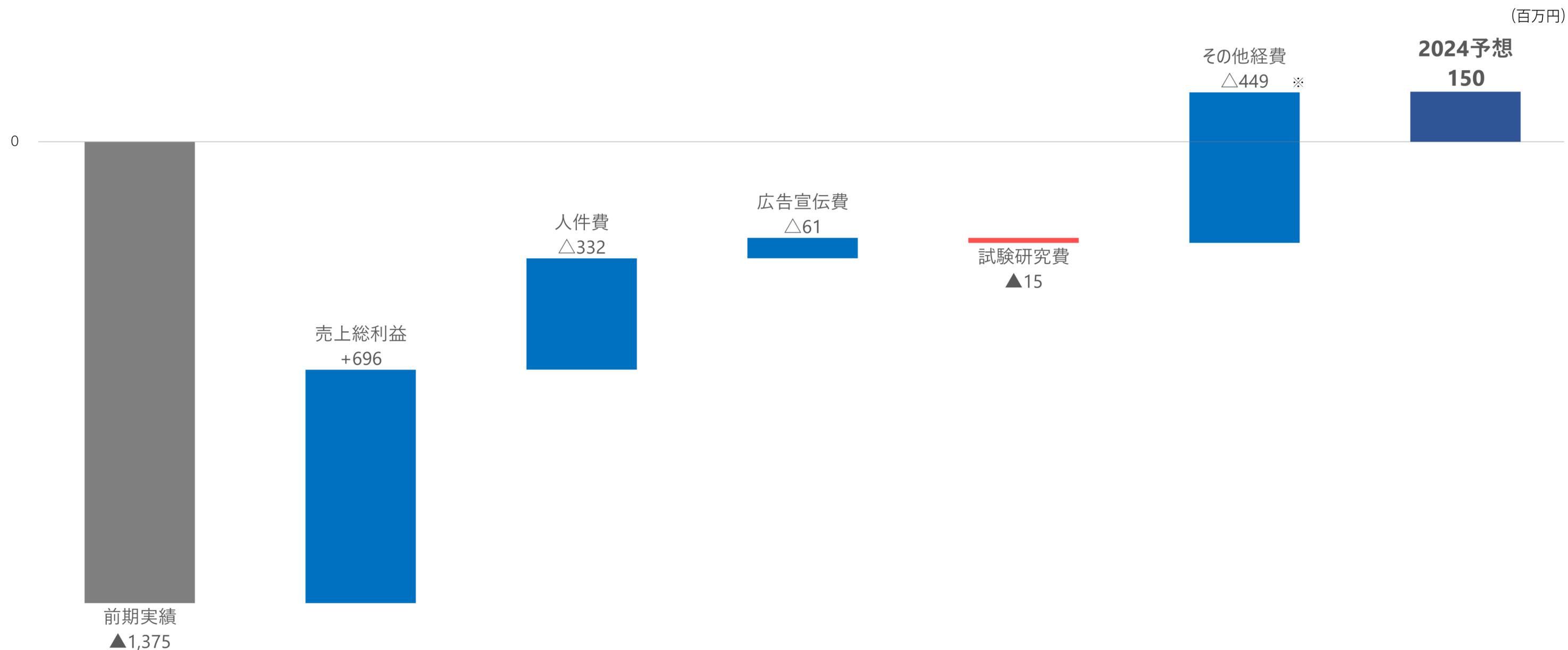
中国: BALMUDA The Brew (2月)
韓国: BALMUDA The Gohan (3月)
北米: BALMUDA The Brew (5月)
台湾: BALMUDA The Range (9月)

・7つの地域で製品ラインナップを拡大予定

韓国: BALMUDA The Toaster Pro (1月発売)
BALMUDA The Plate Pro (1月発売)

営業利益予想 前期差内訳

実施済みの諸施策の効果を実現させ黒字転換を目指す

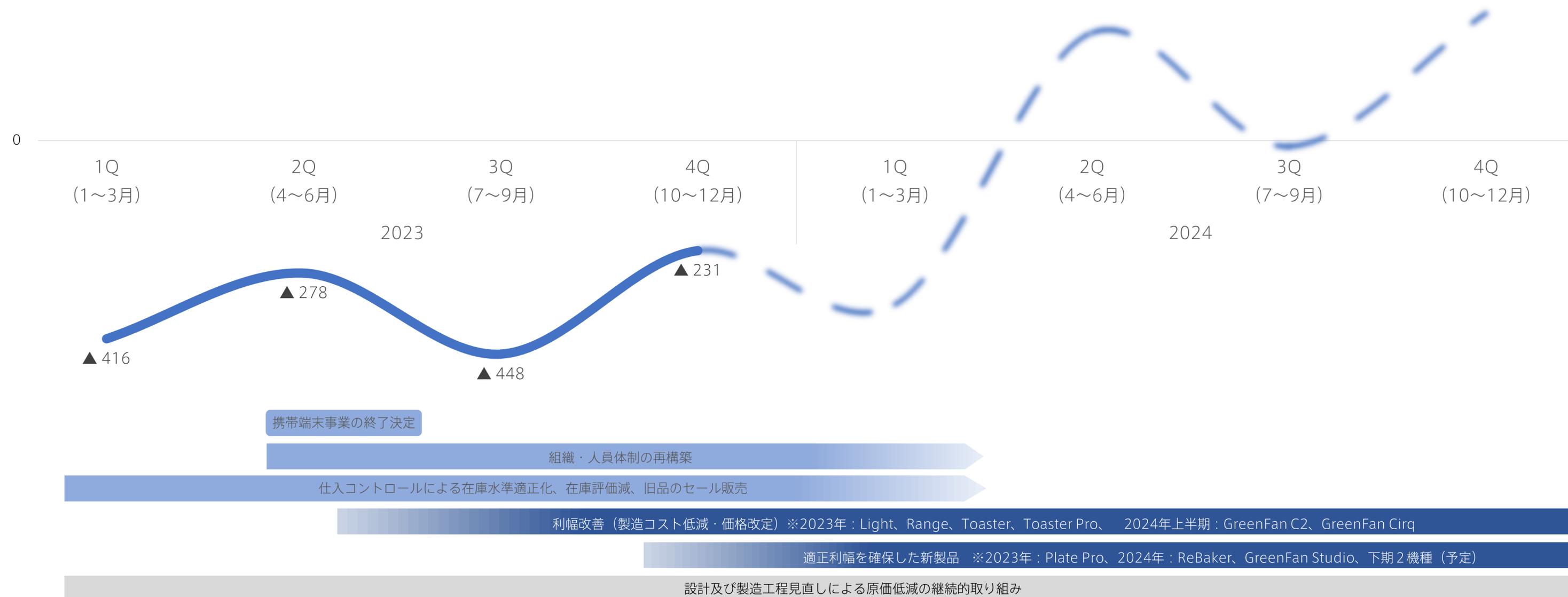


営業利益予想 四半期見通し

すべての四半期で損益改善。売上構成比の高い2Q、4Qは黒字転換を見込む

【四半期毎の営業利益（2024年は見通し）】

(百万円)

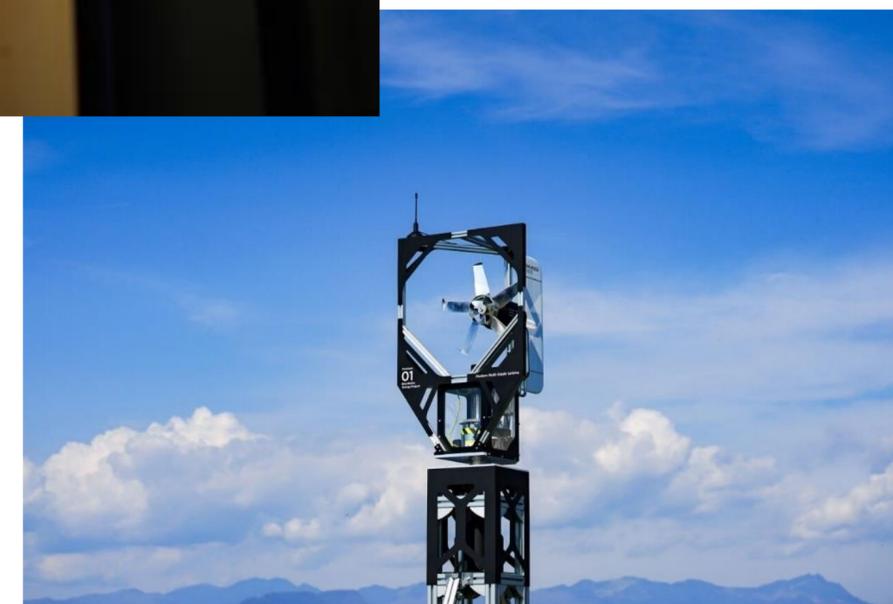


成長可能性の追求

JAXA風洞施設にて実施した小型風力発電機の実験結果に関する論文を発表

【小型風力発電機の開発に関する進捗】

- 2023.8.7 小型風力発電機の開発について公表
- 2023.9.12 JAXA（宇宙航空研究開発機構）にて風洞実験を実施
- 2023.10.30 群馬県にて実証実験を開始
- 2023.12.1 第45回風力エネルギー利用シンポジウム※にてJAXAでの風洞実験の結果に関する論文を発表
（ニュースリリース）
<https://www.balmuda.com/jp/news/2334?energy>



※開催：一般社団法人日本風力エネルギー学会

APPENDIX

業績予想 2024年12月期 地域別

| | FY2023 | FY2024 | 対前年 |
|-----|------------|------------|---------|
| 売上高 | 13,011 百万円 | 13,200 百万円 | +1.4 % |
| 日本 | 8,806 百万円 | 8,647 百万円 | ▲1.8 % |
| 韓国 | 2,329 百万円 | 2,259 百万円 | ▲3.0 % |
| 北米 | 631 百万円 | 674 百万円 | +6.7 % |
| その他 | 1,244 百万円 | 1,619 百万円 | +30.2 % |

業績予想 2024年12月期 製品カテゴリー別

| | FY2023 | FY2024 | 対前年 |
|--------|------------|------------|---------|
| 売上高 | 13,011 百万円 | 13,200 百万円 | +1.4 % |
| 空調関連 | 2,442 百万円 | 2,287 百万円 | ▲6.4 % |
| キッチン関連 | 9,278 百万円 | 10,153 百万円 | +9.4 % |
| 携帯端末関連 | 2 百万円 | — 百万円 | — % |
| その他 | 1,288 百万円 | 759 百万円 | ▲41.0 % |

業績予想 2024年12月期 主な販管費

| | FY2023 | FY2024 | 対前年 |
|-------|-----------|-----------|---------|
| 人件費 | 1,392 百万円 | 1,060 百万円 | △23.9 % |
| 広告宣伝費 | 431 百万円 | 370 百万円 | △14.2 % |
| 試験研究費 | 324 百万円 | 340 百万円 | ▲4.6 % |

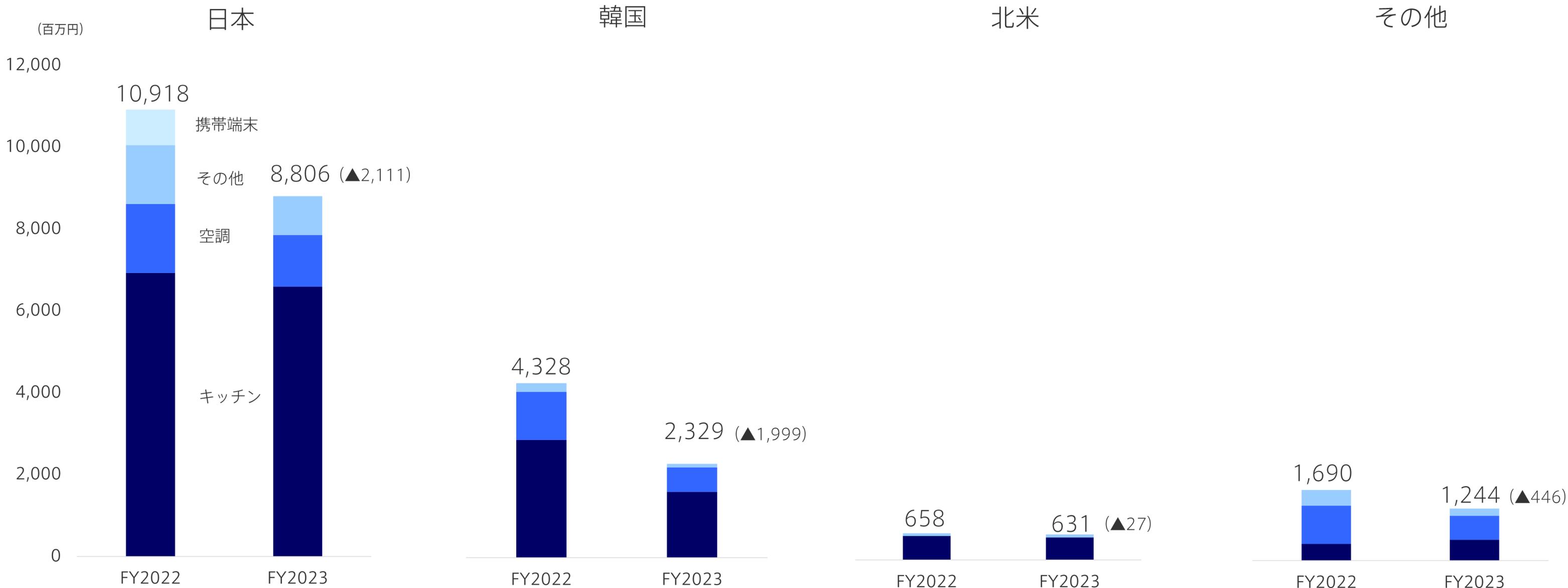
2023年第4四半期 業績サマリー

| | FY2022 4Q | FY2023 4Q | 対前年 | 主な要因 |
|--------|--------------|--------------|----------|--|
| 売上高 | 5,101 百万円 | 5,055 百万円 | ▲0.9 % | <ul style="list-style-type: none"> ・ BALMUDA The Plate Proの出荷台数が1.5万台を突破（4Q末） ・ 主力製品のリニューアルモデルを発売（トースター2機種） ・ 韓国向けにProシリーズ2機種を出荷 ・ 東南アジア3カ国でのブランド展開を開始 |
| 売上総利益 | 1,314 百万円 | 1,117 百万円 | ▲15.0 % | <ul style="list-style-type: none"> ・ 旧品在庫の評価減 ▲177百万円 (売上総利益率影響 ▲3.5pt.) |
| 売上総利益率 | 25.8 % | 22.1 % | ▲3.7 Pt. | |
| 販管費 | 1,397 百万円 | 1,349 百万円 | △3.5 % | <ul style="list-style-type: none"> ・ 人件費（△85百万円）を中心に経費削減 ・ 新製品に合わせて広告宣伝を積極展開（+40百万円） |
| 販管费率 | 27.4 % | 26.7 % | △0.7 Pt. | |
| 営業利益 | ▲82 百万円 | ▲231 百万円 | — % | <ul style="list-style-type: none"> ・ 旧品在庫の評価減影響（▲177百万円） |

2023年 業績サマリー

| | FY2022 | FY2023 | 対前年 | 主な要因 | 業績予想 (2023.11修正値) |
|---------------------|------------|------------|----------|--|----------------------|
| 売上高 | 17,595 百万円 | 13,011 百万円 | ▲26.1 % | ・外出機会の増加による支出先の変化 ・物価上昇による生活防衛意識の高まり | 13,300 百万円 |
| 営業利益 | 75 百万円 | ▲1,375 百万円 | — % | ・売上減 ・更なる円安の進行による仕入コストの上昇 ・旧品セール、在庫評価減 | ▲1,350 百万円 |
| 経常利益 | 14 百万円 | ▲1,237 百万円 | — % | ・為替差益126百万円（為替予約） | ▲1,200 百万円 |
| 親会社株主に帰属 する当期純利益 | 3 百万円 | ▲2,071 百万円 | — % | ・携帯端末事業終了決定に伴う特別損失 及び法人税等調整額を計上（1Q） | ▲2,000 百万円 |
| 売上総利益率 | 31.1 % | 26.9 % | ▲4.1 Pt. | ・更なる円安の進行 ・旧品セール、在庫評価減 | 27.4 % |
| 販管費率 | 30.6 % | 37.5 % | +6.8 Pt. | ・売上減 | 37.6 % |
| 自己資本比率 | 63.7 % | 54.7 % | ▲9.0 Pt. | ・棚卸資産を削減し50%台半ばで着地 | |

地域別売上高 2023年12月期



| 日本 | FY2022 | FY2023 | 前期差 |
|------|--------|--------|--------|
| キッチン | 6,925 | 6,594 | ▲330 |
| 空調 | 1,685 | 1,258 | ▲426 |
| その他 | 1,438 | 950 | ▲488 |
| 携帯端末 | 868 | 2 | ▲866 |
| 合計 | 10,918 | 8,806 | ▲2,111 |

| 韓国 | FY2022 | FY2023 | 前期差 |
|------|--------|--------|--------|
| キッチン | 2,919 | 1,628 | ▲1,291 |
| 空調 | 1,196 | 610 | ▲585 |
| その他 | 212 | 89 | ▲122 |
| 携帯端末 | — | — | — |
| 合計 | 4,328 | 2,329 | ▲1,999 |

| 北米 | FY2022 | FY2023 | 前期差 |
|------|--------|--------|-----|
| キッチン | 594 | 555 | ▲38 |
| 空調 | — | — | — |
| その他 | 64 | 75 | +11 |
| 携帯端末 | — | — | — |
| 合計 | 658 | 631 | ▲27 |

| その他 | FY2022 | FY2023 | 前期差 |
|------|--------|--------|------|
| キッチン | 398 | 499 | +101 |
| 空調 | 916 | 572 | ▲344 |
| その他 | 375 | 172 | ▲203 |
| 携帯端末 | — | 0 | 0 |
| 合計 | 1,690 | 1,244 | ▲446 |

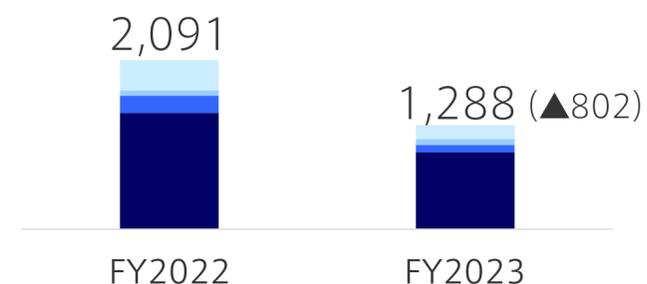
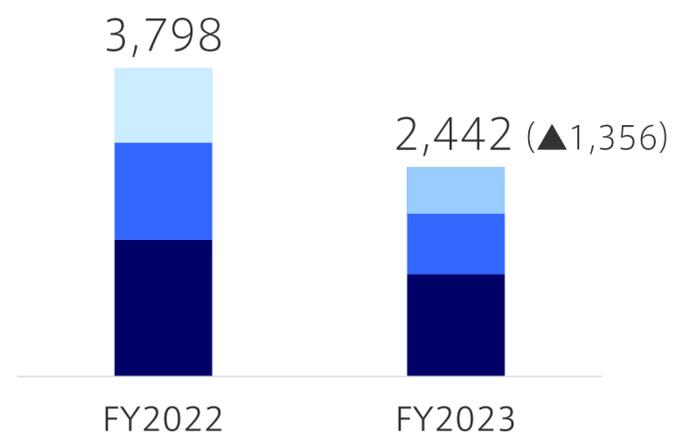
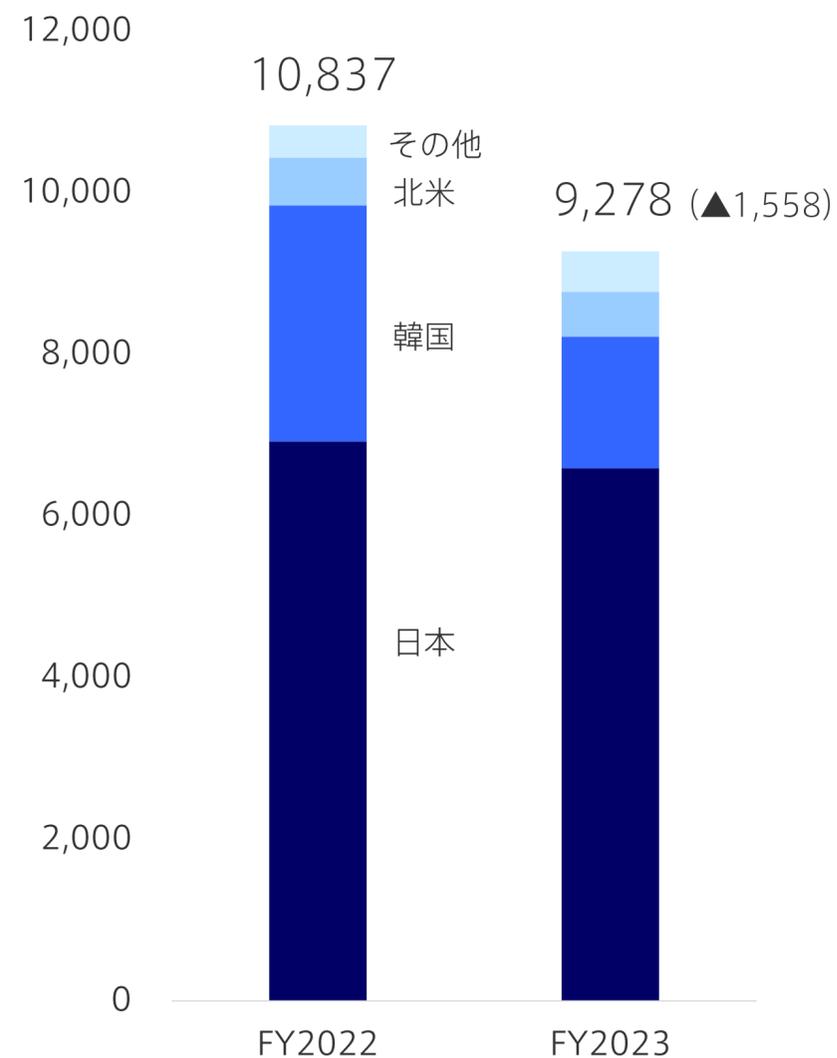
製品カテゴリー別売上高 2023年12月期

(百万円) キッチン関連

空調関連

その他

携帯端末関連



| キッチン | FY2022 | FY2023 | 前期差 |
|-----------|---------------|--------------|---------------|
| 日本 | 6,925 | 6,594 | ▲330 |
| 韓国 | 2,919 | 1,628 | ▲1,291 |
| 北米 | 594 | 555 | ▲38 |
| その他 | 398 | 499 | +101 |
| 合計 | 10,837 | 9,278 | ▲1,558 |

| 空調 | FY2022 | FY2023 | 前期差 |
|-----------|--------------|--------------|---------------|
| 日本 | 1,685 | 1,258 | ▲426 |
| 韓国 | 1,196 | 610 | ▲585 |
| 北米 | — | — | — |
| その他 | 916 | 572 | ▲344 |
| 合計 | 3,798 | 2,442 | ▲1,356 |

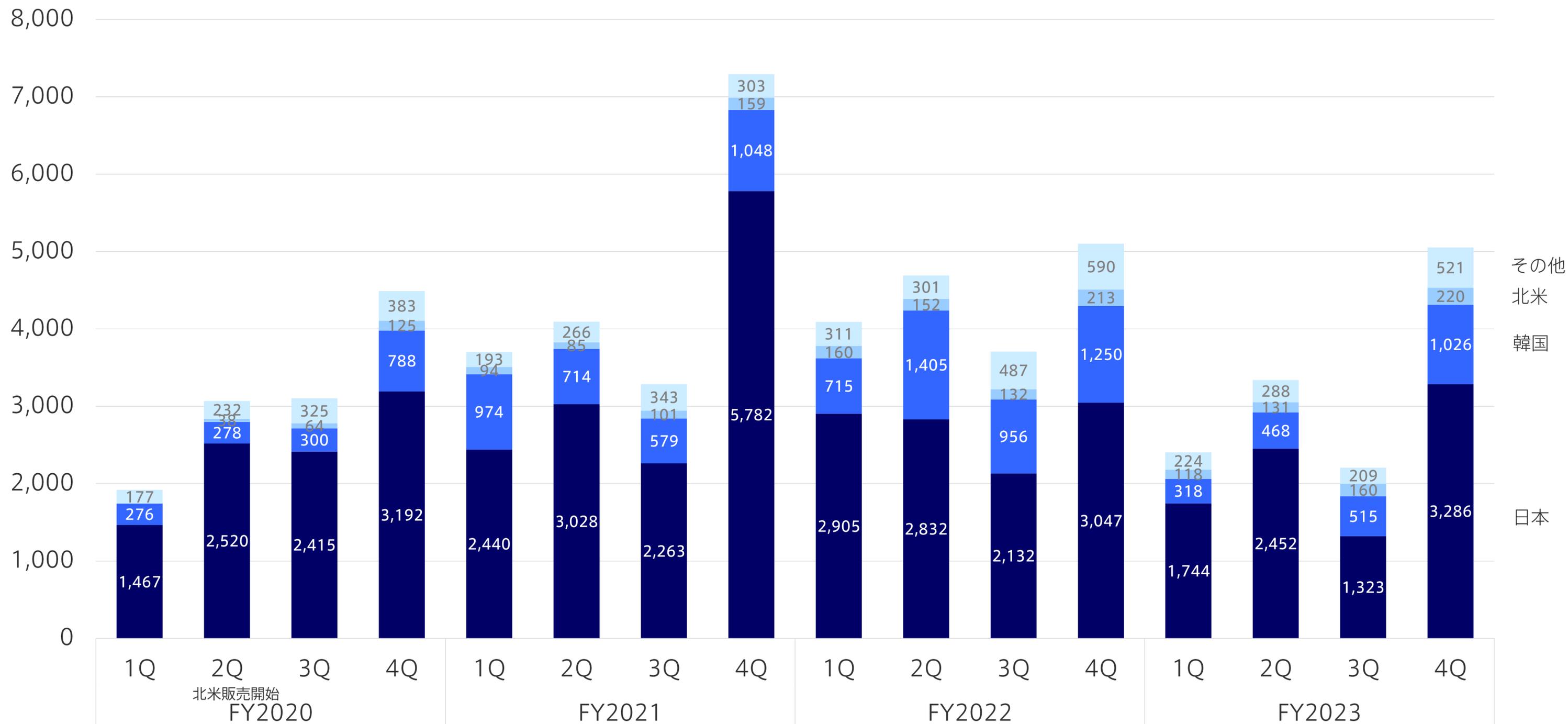
| その他 | FY2022 | FY2023 | 前期差 |
|-----------|--------------|--------------|-------------|
| 日本 | 1,438 | 950 | ▲488 |
| 韓国 | 212 | 89 | ▲122 |
| 北米 | 64 | 75 | +11 |
| その他 | 375 | 172 | ▲203 |
| 合計 | 2,091 | 1,288 | ▲802 |

| 携帯端末 | FY2022 | FY2023 | 前期差 |
|-----------|------------|----------|-------------|
| 日本 | 868 | 2 | ▲866 |
| 韓国 | — | — | — |
| 北米 | — | — | — |
| その他 | — | — | — |
| 合計 | 868 | 2 | ▲866 |

※2Q以降の携帯端末関連売上は営業外収益にて計上

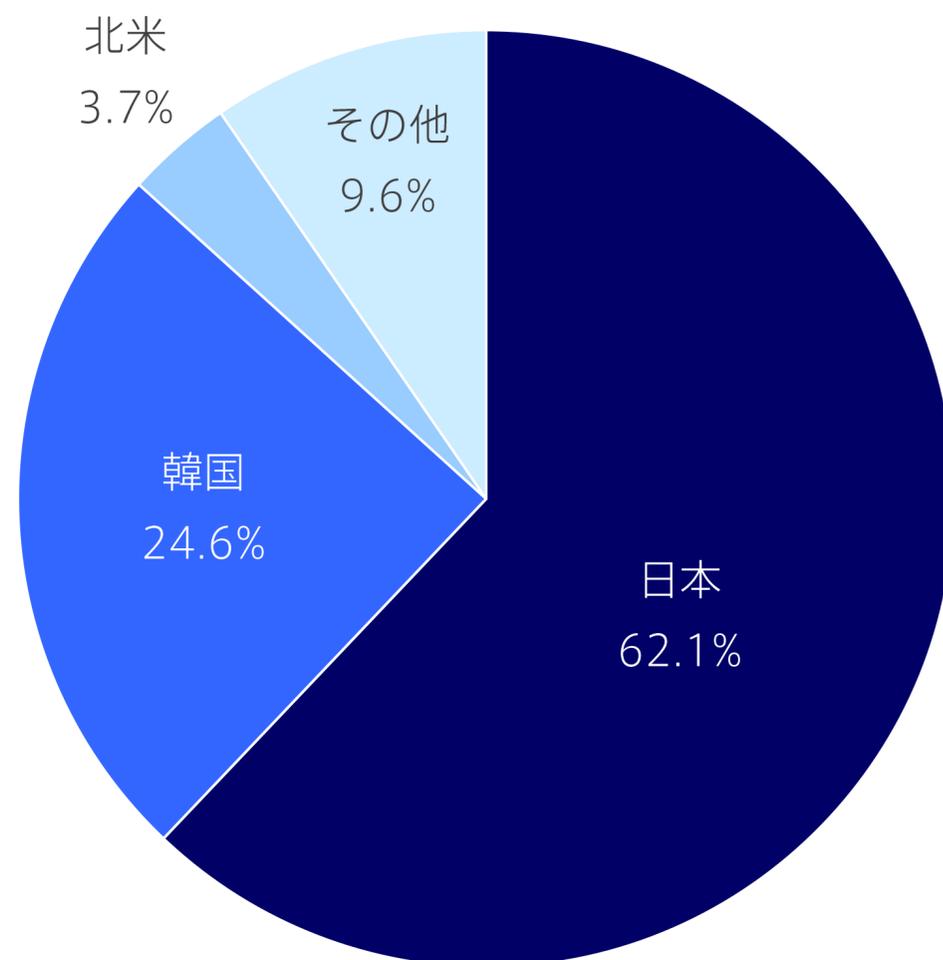
地域カテゴリー別売上高推移

(百万円)

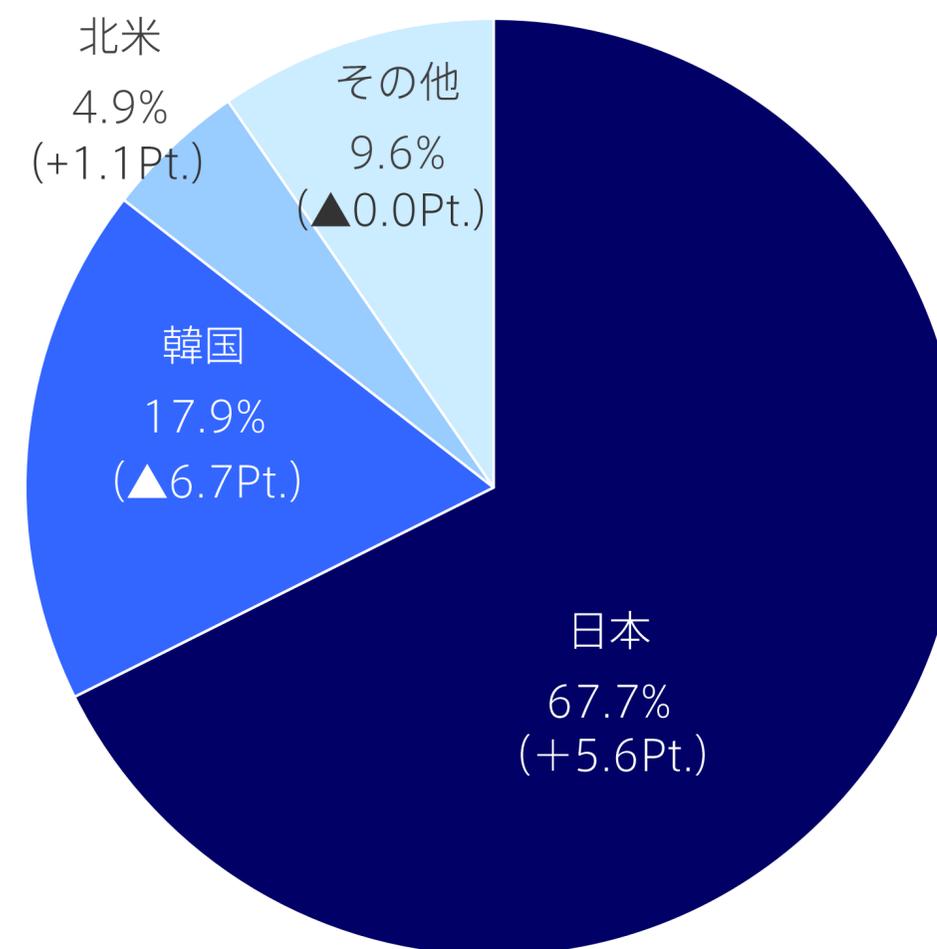


地域カテゴリ別売上高シェア

FY2022

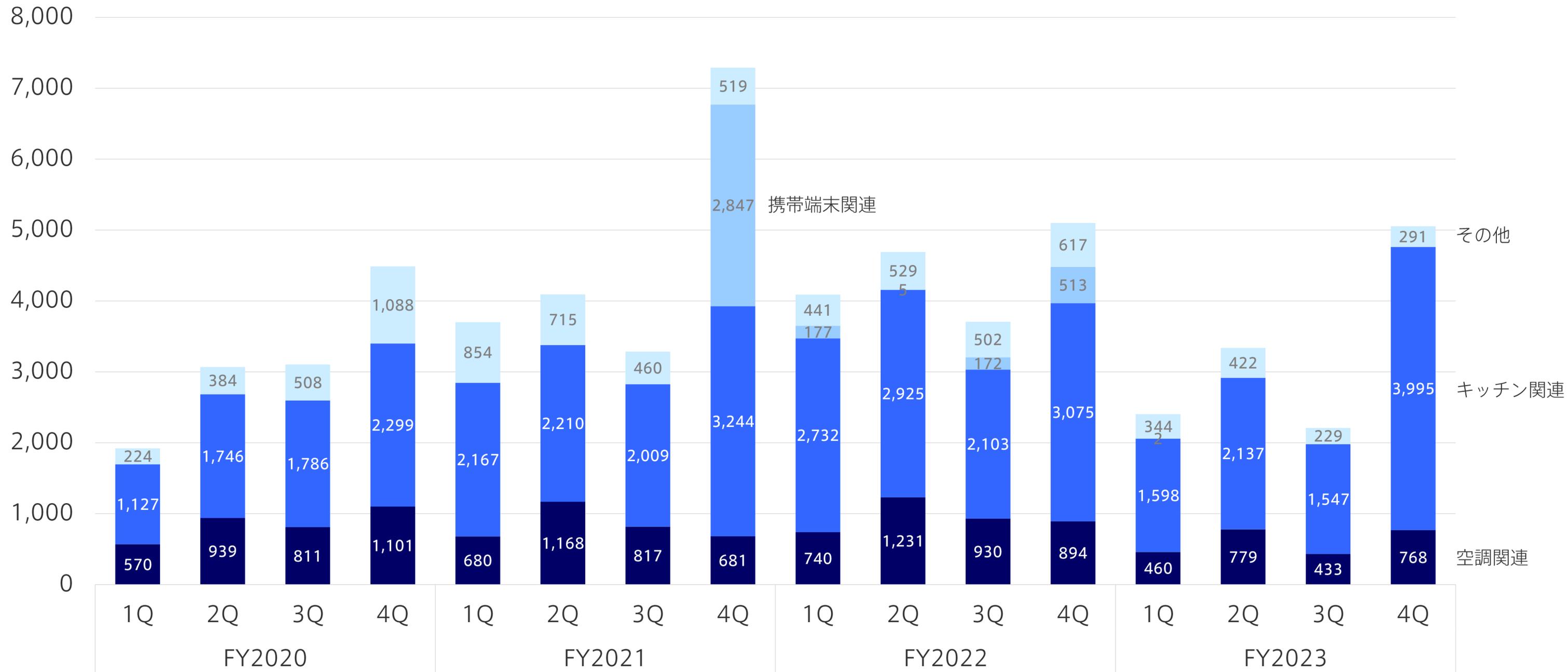


FY2023



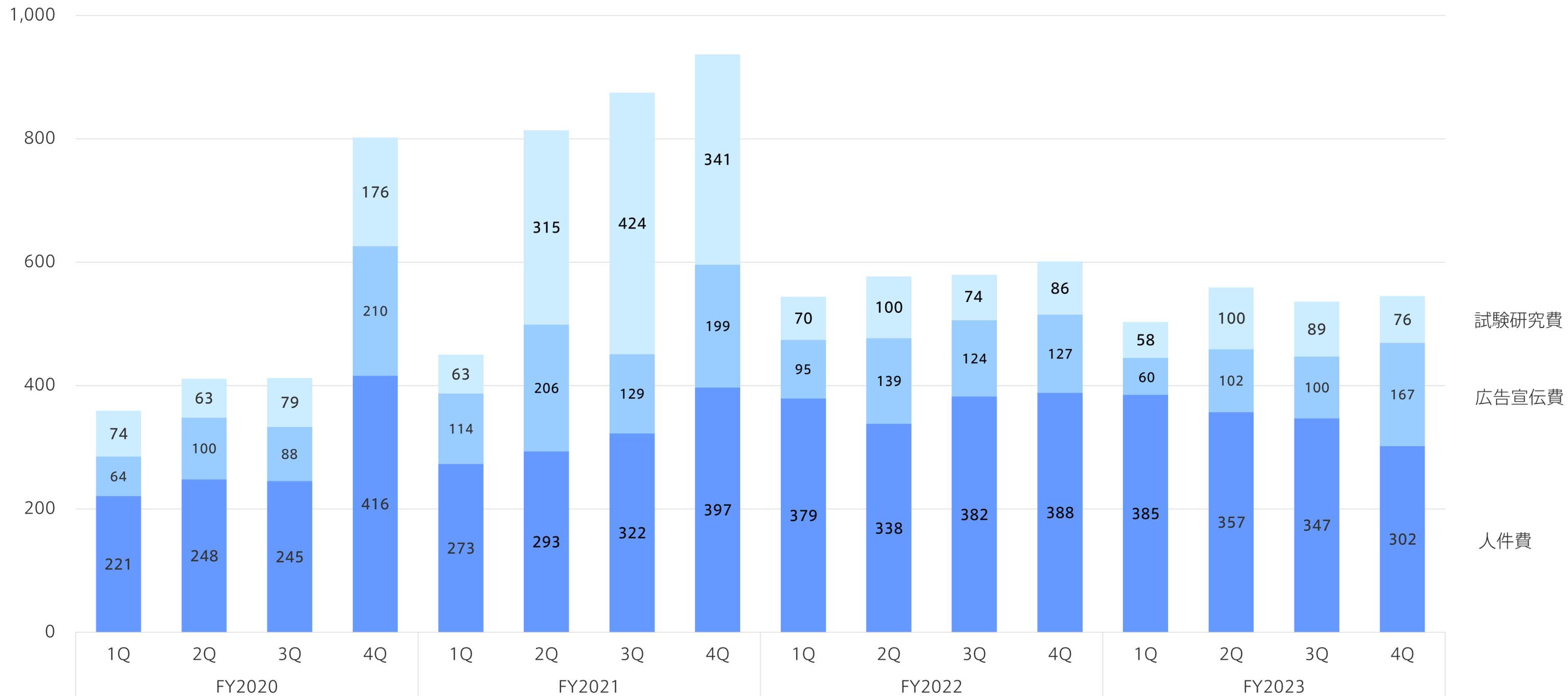
製品カテゴリー別売上高推移

(百万円)



主な販管費推移

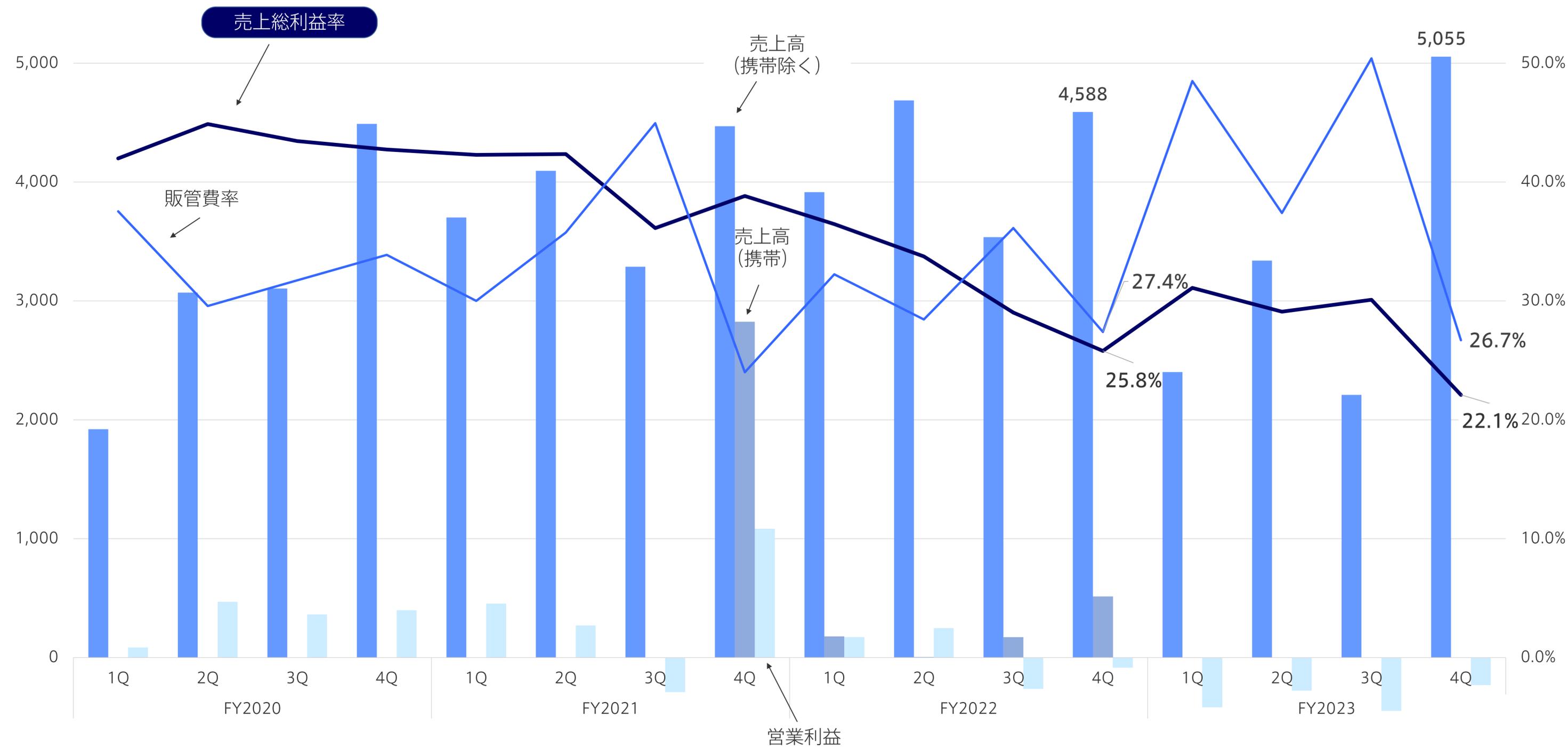
(百万円)



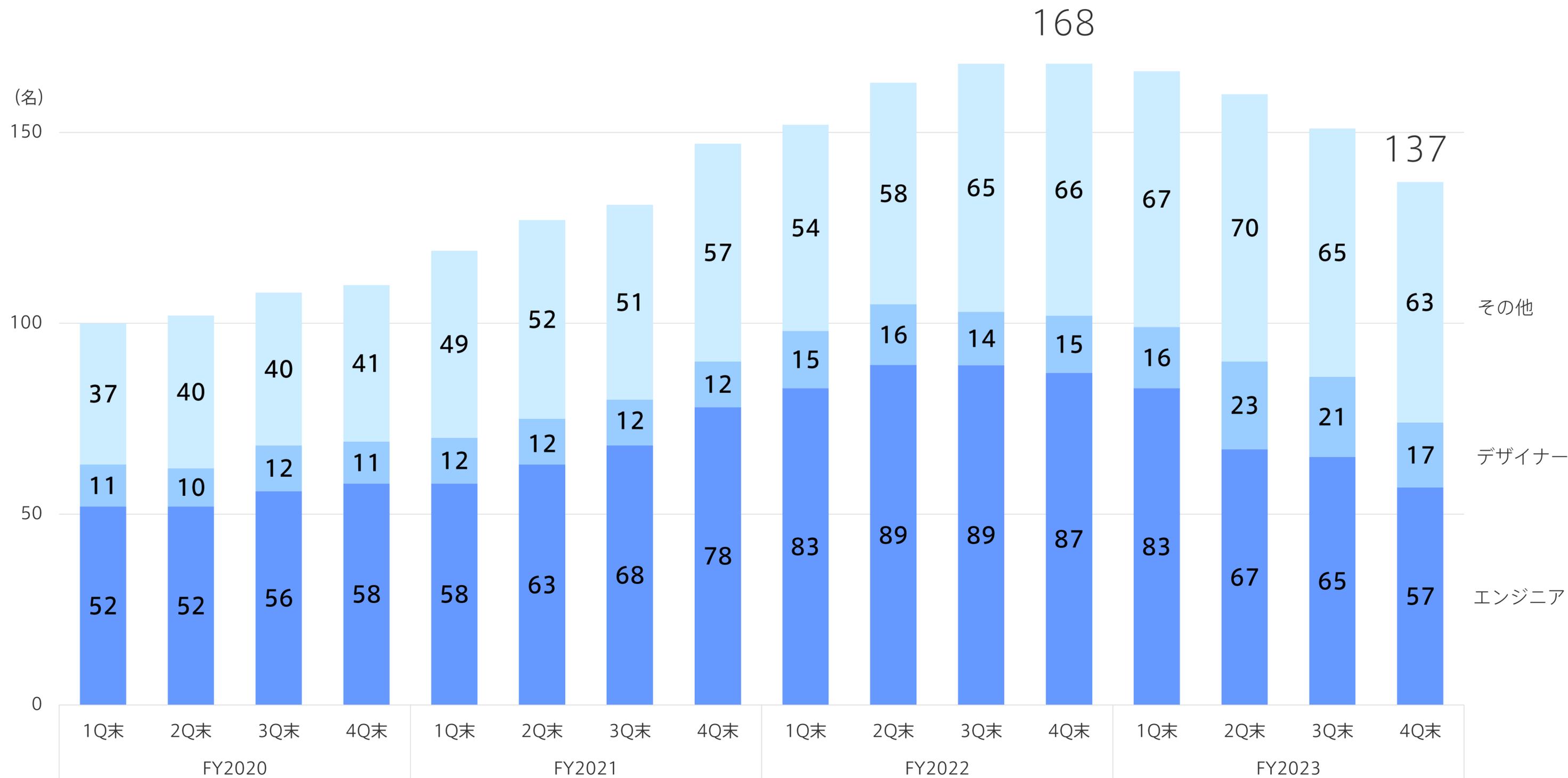
※FY2021の試験研究費11.4億円のうち、
携帯端末関連は8.4億円（うち4Q:2.8億円）

売上高・営業利益・売上総利益率・販管費率推移

(百万円)

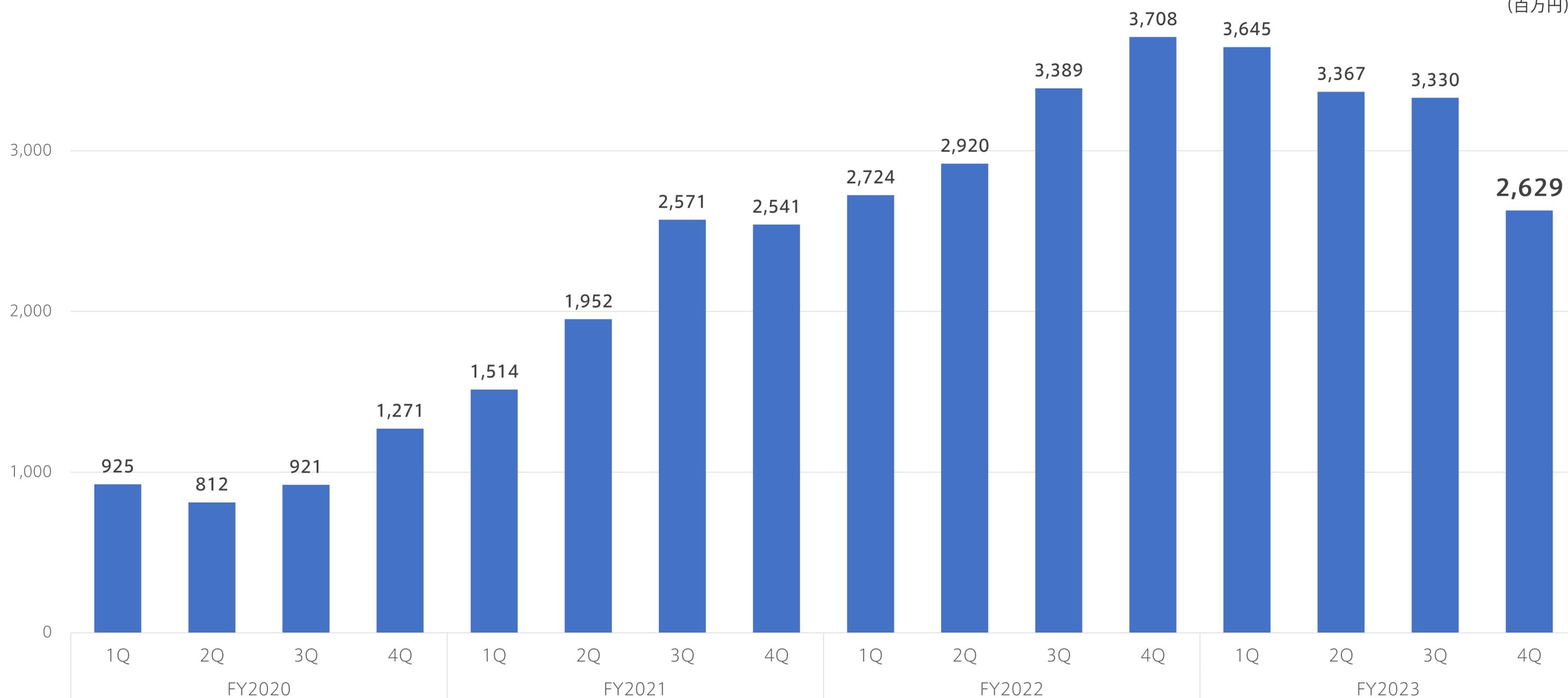


社員数推移



在庫高推移

(百万円)



連結損益計算書 四半期推移

(百万円)

| | FY2020 | | | | FY2021 | | | | FY2022 | | | | FY2023 | | | |
|----------------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| 売上高 | 1,921 | 3,070 | 3,105 | 4,489 | 3,702 | 4,095 | 3,288 | 7,293 | 4,092 | 4,691 | 3,708 | 5,101 | 2,405 | 3,339 | 2,210 | 5,055 |
| 売上総利益 | 806 42.0% | 1,377 44.9% | 1,349 43.4% | 1,918 42.7% | 1,565 42.3% | 1,734 42.4% | 1,187 36.1% | 2,832 38.8% | 1,492 36.5% | 1,583 33.7% | 1,076 29.0% | 1,314 25.8% | 749 31.1% | 970 29.1% | 665 30.1% | 1,117 22.1% |
| 販売費及び一般管理費 | 721 37.5% | 907 29.6% | 985 31.7% | 1,520 33.9% | 1,111 30.0% | 1,464 35.8% | 1,478 45.0% | 1,748 24.0% | 1,319 32.2% | 1,334 28.4% | 1,340 36.1% | 1,397 27.4% | 1,166 48.5% | 1,249 37.4% | 1,113 50.4% | 1,349 26.7% |
| （ 人件費 ） | 221 | 248 | 245 | 416 | 273 | 293 | 322 | 397 | 379 | 338 | 382 | 388 | 385 | 357 | 347 | 302 |
| （ 広告宣伝費 ） | 64 | 100 | 88 | 210 | 114 | 206 | 129 | 199 | 95 | 139 | 124 | 127 | 60 | 102 | 100 | 167 |
| （ 試験研究費 ） | 74 | 63 | 79 | 176 | 63 | 315 | 424 | 341 | 70 | 100 | 74 | 86 | 58 | 100 | 89 | 76 |
| 営業利益 | 85 4.5% | 469 15.3% | 363 11.7% | 398 8.9% | 454 12.3% | 270 6.6% | ▲290 ▲8.8% | 1,083 14.9% | 172 4.2% | 248 5.3% | ▲263 ▲7.1% | ▲82 ▲1.6% | ▲416 ▲17.3% | ▲278 ▲8.3% | ▲448 ▲20.3% | ▲231 ▲4.6% |
| 経常利益 | 75 | 455 | 360 | 360 | 462 | 245 | ▲300 | 1,054 | 144 | 224 | ▲294 | ▲60 | ▲354 | ▲243 | ▲431 | ▲208 |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益 | 55 | 307 | 240 | 230 | 301 | 146 | ▲179 | 747 | 96 | 137 | ▲190 | ▲40 | ▲1,144 | ▲241 | ▲435 | ▲251 |

地域・製品カテゴリー別売上高 四半期推移

(百万円)

| | FY2020 | | | | FY2021 | | | | FY2022 | | | | FY2023 | | | |
|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| 売上高 | 1,921 | 3,070 | 3,105 | 4,489 | 3,702 | 4,095 | 3,288 | 7,293 | 4,092 | 4,691 | 3,708 | 5,101 | 2,405 | 3,339 | 2,210 | 5,055 |
| 【地域別売上高】 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 日本 | 1,467 76.4% | 2,520 82.1% | 2,415 77.8% | 3,192 71.1% | 2,439 65.9% | 3,028 74.0% | 2,263 68.8% | 5,782 79.3% | 2,905 71.0% | 2,832 60.4% | 2,132 57.5% | 3,047 59.7% | 1,744 72.5% | 2,452 73.4% | 1,323 59.9% | 3,286 65.0% |
| 海外 | 454 23.6% | 549 17.9% | 689 22.2% | 1,297 28.9% | 1,262 34.1% | 1,066 26.0% | 1,024 31.2% | 1,511 20.7% | 1,187 29.0% | 1,859 39.6% | 1,576 42.5% | 2,053 40.3% | 660 27.5% | 887 26.6% | 886 40.1% | 1,769 35.0% |
| 韓国 | 276 14.4% | 278 9.1% | 300 9.7% | 788 17.6% | 974 26.3% | 714 17.5% | 579 17.6% | 1,048 14.4% | 715 17.5% | 1,405 30.0% | 956 25.8% | 1,250 24.5% | 318 13.2% | 468 14.0% | 515 23.3% | 1,026 20.3% |
| 北米 | - - | 38 1.3% | 64 2.1% | 125 2.8% | 94 2.5% | 85 2.1% | 101 3.1% | 159 2.2% | 160 3.9% | 152 3.3% | 132 3.6% | 213 4.2% | 118 4.9% | 131 3.9% | 160 7.3% | 220 4.4% |
| その他 | 177 9.2% | 232 7.6% | 325 10.5% | 383 8.5% | 194 5.2% | 266 6.5% | 343 10.5% | 303 4.2% | 311 7.6% | 301 6.4% | 487 13.2% | 590 11.6% | 224 9.3% | 288 8.6% | 209 9.5% | 521 10.3% |
| 【製品カテゴリー別売上高】 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 空調関連 | 570 29.7% | 939 30.6% | 811 26.1% | 1,101 24.5% | 680 18.4% | 1,168 28.5% | 817 24.9% | 681 9.3% | 740 18.1% | 1,231 26.3% | 930 25.1% | 894 17.5% | 460 19.1% | 779 23.3% | 433 19.6% | 768 15.2% |
| キッチン関連 | 1,127 58.7% | 1,746 56.9% | 1,786 57.5% | 2,299 51.2% | 2,167 58.5% | 2,210 54.0% | 2,009 61.1% | 3,244 44.5% | 2,732 66.8% | 2,925 62.3% | 2,103 56.7% | 3,075 60.3% | 1,598 66.4% | 2,137 64.0% | 1,547 70.0% | 3,995 79.0% |
| 携帯端末関連 | - - | 2,847 39.0% | 177 4.3% | 5 0.1% | 172 4.6% | 513 10.1% | 2 0.1% | - - | - - | - - |
| その他 | 224 11.7% | 384 12.5% | 508 16.4% | 1,088 24.3% | 854 23.1% | 715 17.5% | 460 14.0% | 519 7.1% | 441 10.8% | 529 11.3% | 502 13.5% | 617 12.1% | 344 14.3% | 422 12.7% | 229 10.4% | 291 5.8% |

連結貸借対照表

(百万円)

| | FY2022末 | FY2023末 | 備考 |
|----------------|--------------|--------------|-----------------|
| 流動資産 | | | |
| (現金及び預金) | 1,246 | 1,167 | |
| (売掛金) | 2,660 | 2,423 | |
| (商品及び製品) | 3,708 | 2,629 | 在庫削減 |
| (その他) | 698 | 672 | |
| 固定資産 | | | |
| 有形固定資産 | 761 | 632 | |
| 無形固定資産 | 490 | 203 | ソフトウェア減損(1Q) |
| その他 | 342 | 73 | 繰延税金資産の取り崩し(1Q) |
| 資産合計 | 9,907 | 7,803 | |
| 流動負債 | | | |
| (買掛金) | 1,121 | 1,123 | |
| (短期借入金) | 800 | 600 | |
| (1年内長期借入金) | 330 | 514 | |
| (製品保証引当金) | 368 | 292 | |
| (その他) | 690 | 679 | |
| 固定負債 | | | |
| (長期借入金) | 284 | 328 | |
| 負債合計 | 3,595 | 3,537 | |
| 純資産合計 | 6,312 | 4,265 | |
| 負債純資産合計 | 9,907 | 7,803 | |

BALMUDA製品の体験価値を伝えるためのコミュニケーション活動

BALMUDA The Plate Proを体験できる期間限定カフェをオープン。多数のメディアに掲載、高評価を獲得



BALMUDA The Plate Pro、BALMUDA The Toaster Proの
おいしさを体験する期間限定カフェを
旗艦店 BALMUDA The Store Aoyama にオープン

家電批評
BEST BUY of the year 2023 高級ホットプレート部門

MonoMax
家電グランプリ2023 ホットプレート部門 大賞

BAILA
QOLも気分もアがる！ライフスタイルAWARD

STORY
ライブキッチンが楽しくなるホットプレートで賞

LEON
モテる家電大賞2023 ホーム部門 編集部賞

(順不同)

トレンド商品として高評価を獲得

BALMUDA製品の体験価値を伝えるためのコミュニケーション活動

トースター2機種のリニューアルモデル発売に合わせたプロモーションを展開



注力エリア（北海道、仙台、福岡）で
TVCM放映を実施

Toast
&
Rebake
BALMUDA



BALMUDA The Toasterのリニューアルを記念して
トーストとパンのリベイクをお楽しみいただけるショップを
期間限定オープン



BALMUDAによる架空のお店“RESTAURANT B”を
テーマにしたレシピブックを発売

海外マーケットの強化：北米での販売促進

有力媒体でBALMUDA The Brewが最優秀賞を受賞。店頭での販促活動を本格化させ製品体験の場を拡大

有力媒体で最優秀賞受賞

BEST DRIP COFFEE MACHINE



balmuda BALMUDA The Brew

ファッション・ライフスタイルマガジン「Esquire」のガジェットアワード「ホームテック部門」において、BALMUDA The Brewが最優秀賞を受賞

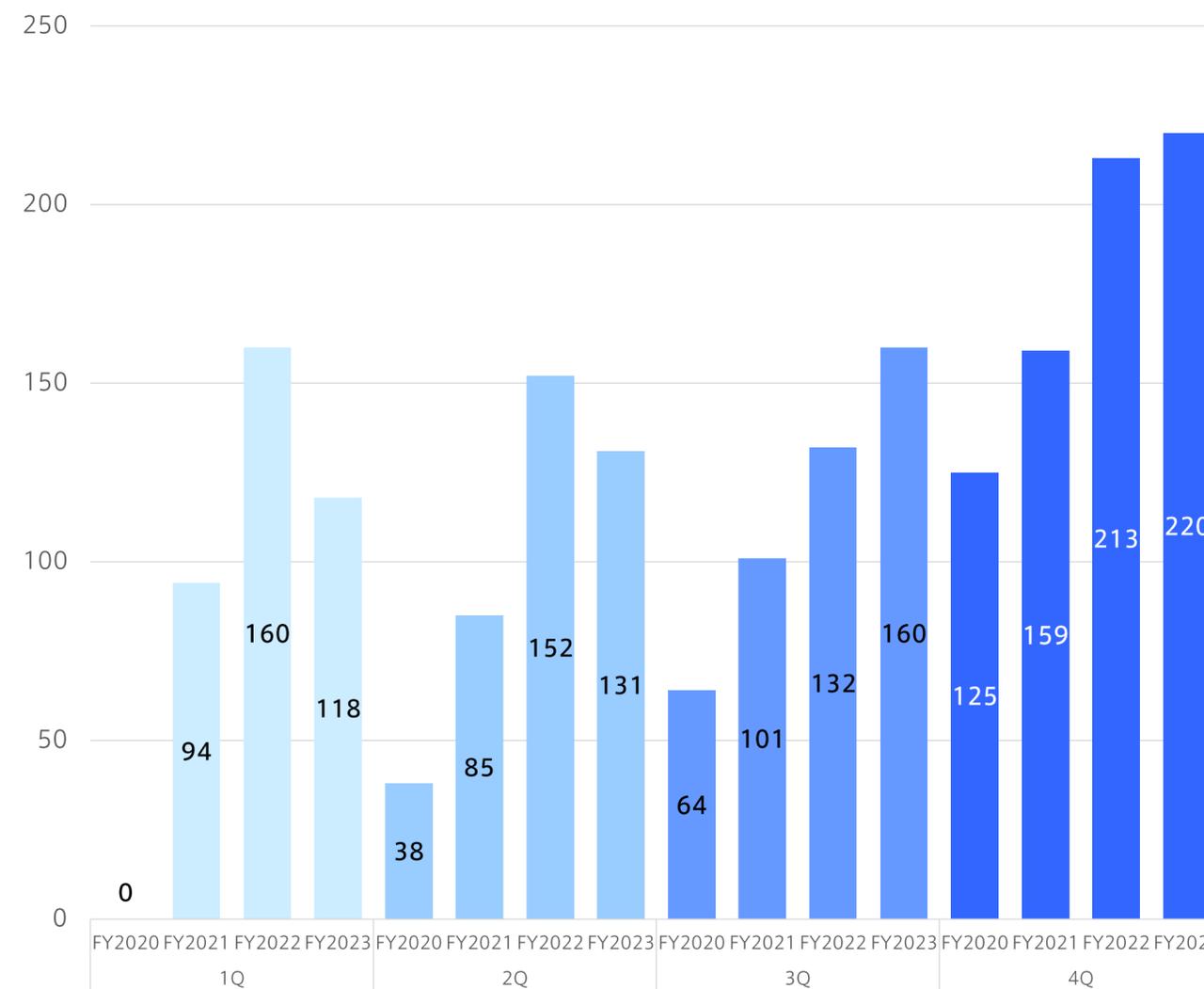
北米での販売促進強化



オフライン：USで全国展開している高品質なインテリアショップ「Crate & Barrel」の主要店舗において、BALMUDA The Toasterの店頭デモ&試食会を実施し製品体験の場を拡大

オンライン：有名なシェフやインフルエンサーとコラボし、BALMUDAを使ったHolidayシーンの盛り上げをアピール。

(百万円)



北米での売上推移

製品一覧 (2023年12月末時点)



BALMUDA The Toaster



BALMUDA The Pot



BALMUDA The Brew



BALMUDA The Gohan



BALMUDA The Range



BALMUDA The Lantern



BALMUDA The Toaster Pro



BALMUDA The Plate Pro



BALMUDA The Light



BALMUDA The Speaker



The GreenFan



GreenFan C2



BALMUDA The Cleaner
BALMUDA The Cleaner Lite



BALMUDA The Pure



Rain



GreenFan Cirq



BALMUDA Phone

免責事項

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社グループが現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社グループとして約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は、様々な要因により大きく異なる可能性があります。

BALMUDA