100億宣言

ピーコック魔法瓶工業株式会社（製造業）



〇本社所在地：大阪府大阪市福島区
〇事業概要：魔法瓶・ステンレスボトル・調理家電等の企画・製造・販売
〇常時使用する従業員：89名
（2026年3月期）
〇現在の売上高：41億円
（2026年3月期）
〇法人番号：2120001036186
〇Web：https://www.the-peacock.co.jp/

企業理念・100億宣言に向けた経営者メッセージ

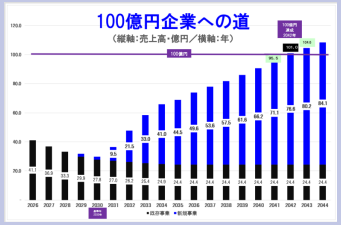


代表取締役社長
山中　千佳

『食』に『感動！』を
暮らしに寄り添う女性目線と、確かな真空断熱の技術で、世界中の食卓を笑顔に

当社は1950年創業のガラス魔法瓶の専門メーカーとして、真空断熱技術で人々の暮らしを支えてきました。2015年の社長就任後、部門の垣根を越える「One Peacock」を掲げ、2020年に企業理念「『食』に『感動！』を」を制定。女性視点の商品開発とEC・マーケティング機能を強化し、アイスパック、調理家電、家飲み商品など新しい市場を切り開き、売上高を2022年3月期の32億円から2026年3月期の41億円へ伸ばしました。今回の事業で、住之江工場をメイドインジャパンの拠点へ進化させ、体験型旗艦店「ピーコックショップ」をオープンさせます。大手競合及び新規参入企業の競争が激化する中でニッチなエリアで「暮らしに寄り添う女性目線」の商品開発で、成長の成果を社員に還元しながら、世界の食卓に新しい感動を届ける100億円企業を目指します。

売上高100億円実現の目標と課題



実現目標

2042年に売上高100億円を達成する。

商品別・チャネル別の採算と収益構造を改善し、 2028年の住之江工場増改築により増強した生産能力を活かして、①メイドインジャパン、②ブランド力ある熱中症対策商品③EC・海外販売・体験型旗艦店を需要創造チャネルとして伸ばし、2035年に69億円、2042年に100億円を目指す。

課題

- 既存住之江工場の設備の老朽化、成長商品を量産する生産能力の制約
- 大手競合と新規参入企業による魔法瓶業界においての生き残りの難しさ
- 売上げが利益に結び付かない低い収益構造
- 国内成熟市場を越える新用途・海外市場・直接顧客接点の開拓
- 高い対売上物流費比率・倉庫費比率による低収益体質
- 高い材料比率・海外からの仕入に依存。円安及びその他要因を受けやすい
- 成長を担う人材の確保・育成と賃上げ原資の確保

売上高100億円実現に向けた具体的措置

目指す成長手段

- 約12億円を投じ住之江工場を増改築し自動化・省人化と新商品の早期量産を実現
- 海外仕入れ主体からメイドインジャパンの住之江工場での製造
- 真空断熱技術を熱中症対策・防災・アウトドア・調理・食の加熱保温へ展開。
- 強みを活かしたアイスパックの用途拡大と独自性のある商品開発で差別化を追求
- 難波に体験型旗艦店「ピーコックショップ」をオープンし、顧客共創・SNS発信からECでの再購入につなげる
- SKU別需要予測、物流拠点・運賃契約の見直しにより、在庫と物流費を圧縮。
- 新たなビジネスの柱になるようM&Aの実行
- 創業以来の輸出実績を活かし更にマレーシア等に実証拠点を設けアジアを中心に海外販売を拡大する。

実施体制

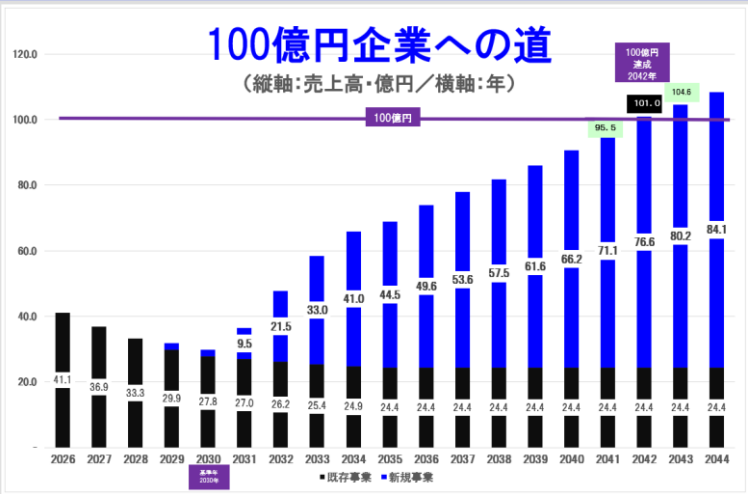
- 社長直轄の「100億円企業実現タスク」（８名前後を選抜）を設け、商品開発・製造・営業／EC・物流・管理の責任者が月次でKPIを確認する。
- ヒット商品を連発できる外部人財を採用し、現社員を含めて「暮らしに寄り添う女性目線での商品開発をできる体制を構築
- １００億円企業実現に向け「器」創りを外部専門家の力を借り社長の右腕左腕になりうる次世代経営陣の外部人財の採用及び現幹部を含めた次世代経営幹部育成を行う。５年後の組織体制図も作成する。
- 商品別粗利、チャネル別粗利、物流費率、在庫日数、生産能力、新商品売上を共通指標とし、計画との差を迅速に修正できる「経営の見える化」も導入
- 頑張った分を社員に還元する「ワクワクする人事制度」を導入しチーム貢献、改革貢献した社員が恩恵を受ける制度を導入する

※本宣言は企業自身がその責任において売上高１００億円を目指して、自社の取組を進める旨を宣言するものです

ピーコック魔法瓶工業株式会社（製造業）

【売上高100億円実現の課題と対策】

- 当社は1950年創業のガラス魔法瓶の専門メーカーであり、真空断熱の技術で人々の暮らしを支えてきました。75年の伝統を基に過去から蓄積された財産として約49億円の剰余金を有し自己資本比率は90%を超えている極めて健全な財務体質の会社です。
- しかし当社を取り巻く魔法瓶業界は厳しく、大手魔法瓶メーカーだけでなく新規参入企業による価格破壊で当社の売上高や収益性を大きく影響を受けております。その中で、2015年に創業一族の４代目として社長就任以来、部門の垣根を越えて全社員が一丸となる「One Peacock」を掲げ、2020年には企業理念「『食』に『感動！』を」を制定しました。女性視点の商品開発やEC・マーケティング部門の新設に挑戦し、熱中症対策用品【アイスパック】のヒット商品も含め、調理家電の新しい分野の商品を次々に投入して、売上高を2022年3月期の32億円から2026年3月期の41億円へ伸ばし、成熟した魔法瓶業界においても、どうにか4年間の売上高年平均成長率は約6.3%を確保することができた。
- 更なる女性目線での市場が欲しがる商品開発で更なる売上高が実現は可能で、経営理念である「『食』に『感動！』を」と、全社員が一丸となる「One Peacock」を掲げ、本気で１００億円企業を目指す為に、この度「１００億円宣言」をすることにしました。
- しかしながら以下のような経営課題もあり、１００億円企業の為に強固な成長戦略が必要である
  - ①　既存住之江工場の設備の老朽化による成長商品を量産する生産能力の制約　⇒　現生産能力は50億円が上限である
  - ②　大手競合と新規参入企業による魔法瓶業界においての生き残りの難しさと売上げが利益に結び付かない低い収益構造
    - ➢　魔法瓶の既存事業の売上高も年平均５%以上の減少が今後も予想される
  - ③　高い対売上物流費比率・倉庫費比率による低収益体質
    - ➢ 売上高物流コスト比率は売上比率がJILSの最新調査による製造業平均を約3ポイント上回り、経営を圧迫している。
  - ④　高い材料比率・海外からの仕入に依存　⇒　中国からの仕入れがメーンであり円安及びその他要因を受けやすい
  - ⑤　成長を担う人材育成及び外部人財確保の難しさ及び次世代経営体制に不安
    - ➢　現組織ではマーケティング等を任せる人財が不足しており、又次世代経営陣の育成ができてなく次世代経営陣体制構築が必要である。



【売上高100億円実現の為の具体的戦略】

①　約12億円を投じ住之江工場を増改築し自動化・省人化と新商品の早期量産を実現
②　海外仕入れ主体からメイドインジャパンの住之江工場での製造
③　真空断熱技術を熱中症対策・防災・アウトドア・調理・食の加熱保温へ展開。強みを活かしたアイスパックの用途拡大と独自性のある商品開発で差別化を追求
④　難波に体験型旗艦店「ピーコックショップ」をオープンし、顧客共創・SNS発信構想を推進
⑤　SKU別需要予測、物流拠点・運賃契約の見直しにより、在庫と物流費を圧縮。
⑥　新たなビジネスの柱になるようM&Aの実行
⑦　創業以来の輸出実績を活かし更にマレーシア等に実証拠点を設けアジアを中心に海外販売を拡大
⑧　社長直轄の「100億円企業実現タスク」（８名前後を選抜）を設け、ヒット商品を連発できる外部人財を採用し、現社員を含めて「暮らしに寄り添う女性目線での商品開発をできる体制を構築
⑨　１００億円企業実現に向け「器」創りを外部専門家の力を借り社長の右腕左腕になりうる次世代経営陣の外部人財の採用及び現幹部を含めた次世代経営幹部育成を行う。５年後の組織体制図も作成する。
⑩　頑張った分を社員に還元する「ワクワクする人事制度」を導入しチーム貢献、改革貢献した社員が恩恵を受ける制度を導入する