



Creating Quality of a Life

暮らしを創る

Creating Quality of a Life

私たちは創業以来、多くの皆様に共感していただける、快適で便利な暮らしの品々をお届けすることを使命として企業活動を展開してまいりました。

時代の流れと共に、人々のライフスタイルの多様化や、企業を取り巻く環境変化に柔軟に対応してまいりましたが、象印マホービングループの経営の根底にある、不変的な価値観を表した「暮らしを創る」という企業理念は、これからも変わることのないビジョンです。

Since the founding of our Company, we have developed our corporate activities to fulfill our mission, which is to deliver products that make life more pleasant and convenient and which many people can bond with.

As time has passed, lifestyles have become more diverse, and companies have adapted responsively to changes in the operating environment. However, at base, the management of the Zojirushi Group is founded on a sense of values expressed in our corporate philosophy, "Creating quality of a life." Our vision is that this philosophy will remain unchanged in the years ahead.

日常生活発想

Inspirations from Everyday Life

生活者の視点に立ち、生活実感を大切に考える。そして心から喜ばれる商品開発を進める。これは、象印のものづくりの原点です。

何が喜ばれるのか?その答えは生活者の感性の中にあります。ご家族やお隣のご家庭での日常生活に「こんなものがあればもっと楽しい。もっと満足できる」という要望—たとえば誰もが安心して、やさしく、簡単に使える、といったごく普通の日常感覚に確実に応えていくこと。これが私たち象印の基本姿勢です。

そうした考えが『日常生活発想』というスローガンには込められています。またそれは、商品開発から営業活動、販売支援、アフターサービスの現場まで一貫した指針でもあります。象印は人へのやさしさ、使い心地といった感性を満足させる先端技術をさらに活用し、多くのお客様に共感していただける暮らしの品々をお届けしてまいります。

We look at things from the consumer perspective and place emphasis on real, everyday life situations. We then go on to develop products that will bring our customers heartfelt joy as they use them. This is the origin of our approach to excellence in manufacturing.

What is it that gives people joy? The answer lies in the sensitivities of consumers. Our families and those of our neighbors have things they desire, and they may say to themselves, "Life would be so much better if I had something like that. I would be more satisfied."

What they mean is they would have greater peace of mind if the thing they desire to have could be more consumer friendly and easier to use. We aim to respond reliably and accurately to such ordinary, everyday sensitivities. This is our basic approach to doing business at Zojirushi.

We have expressed this approach in the phrase "Inspirations from everyday life," and all our activities from product development to marketing activities, sales support, and after-sales service are integrated under this same guideline. Zojirushi incorporates the most-advanced technologies to give its customers satisfaction by offering human gentleness and user-friendliness. This is how we deliver products that so many customers can bond with as they use them day by day.



これからもお客様に共感していただける暮らしの品々をお届けしてまいります。

Our aim is to continue to deliver products for everyday living that show how well we can empathize with our customers.

2018年、象印は創業100周年を迎えました。象印の歴史は1本のガラスマホービンからスタートしました。それは、「真空断熱」という当時のハイテク技術を活かした家庭用製品でした。以来、マホービンのトップメーカーとしての地位を築き上げてきた当社は、その時々最新の技術を活かしつつ、常に時代をリードする快適で便利な暮らしの品々を皆様にお届けしてまいりました。

そして、時代が変化し、人々のライフスタイルが多様化する今日に至っても、「暮らしを創る」という当社の企業理念は、数々の商品やサービスに受け継がれています。

また、個々のライフスタイルは異なっても、同じように求め続けるものがあります。それは、日常生活にこんなものがあればうれしい、もっと満足できるといった、心から共感を持てる商品やサービスです。たとえば、「誰でも簡単においしく炊ける炊飯ジャーがあったらうれしい」「お年寄りでも簡単に操作できるネット家電があったらもっと便利」といった生活者の感覚。当社では、そうしたさりげない日常感覚にお応えする商品を、コーポレートスローガンである『日常生活発想』の視点で開発し、圧力コントロールでおいしさを極めた炊飯ジャーや、電気ポットにIT技術を組み込んでお年寄りの生活を見守るサービスなど、さまざまな形で皆様の暮らしにお届けしています。

私たちはこれからも、マホービンで培った固有の技術を核に、人・環境へのやさしさや使い心地といった日常生活用品の基本を追求し、皆様の生活に安心と満足を与える商品・サービスを積極的に市場に投入してまいります。

Zojirushi celebrated the 100th anniversary of its founding in 2018. The history of the Zojirushi mark goes back to a glass-lined vacuum bottle created in 1918. This bottle for home use was created using vacuum insulation—a breakthrough technology at the time. In the years since then, Zojirushi has established itself as a top manufacturer of vacuum bottles and has continued to leverage the latest technologies to create a constant stream of leading-edge products that make life more comfortable and convenient.

Although much has changed and lifestyles have become more varied, our corporate philosophy of "Creating quality of a life." continues to be reflected in our many products and services.

Lifestyles may be more diverse in today's world, but people everywhere continue to seek products and services that make their lives more enjoyable and satisfying. Whether it is an easy-to-use rice cooker/warmer that puts tasty rice within reach of anyone or home appliances linked to the Internet that even senior citizens can operate with ease, our products are designed with this understanding in mind. Our efforts to develop products with these sorts of subtle details are guided by our corporate slogan "Inspirations from everyday life." From a rice cooker/warmer that steams rice to perfection thanks to a pressure control system to services that look after senior citizens through electric dispensing pots with built-in IT, we at Zojirushi offer people a myriad of ways to make their lives better.

Drawing on the proprietary set of technologies that arose originally from our glass-lined vacuum bottles, we will continue to be a company that is careful and considerate about basics such as how we treat people and the environment. Likewise, we will continue to actively bring to market products and services that give people a sense of confidence and satisfaction.

代表取締役社長
President and CEO
市川 典男
Norio Ichikawa



暮らしを豊かにする象印の強み

Zojirushi's Strengths Including Developing Products that Enhance the Quality of a Life

商品開発

Product Development

使う人の立場に寄り添う、まじめなものづくり

日常生活において、「こんな商品や機能があれば…」と思うことはありませんか。象印は、『日常生活発想』をスローガンに、使用時の不満点や改善点を見つけ、それを解決するために使う人の立場に立った商品開発を進めています。また、製品の基本性能も含め、安全性や使いやすさに配慮した商品開発を行うことで、お客様満足度を高めることを大切にしています。

Looking at Things from the Customers' Perspective to Ensure Diligent and Effective Product Development

Have you ever thought to yourself, "Wouldn't it be convenient to have a product like that?" Zojirushi's slogan is "Inspirations from everyday life." In its product design, if customers have expressed dissatisfaction with its products or suggested improvements, Zojirushi works to respond by basing its product development on a close understanding of the customers' perspective. In addition, Zojirushi emphasizes increasing customer satisfaction by developing products that are safe and easy to use, including ensuring that the basic functions of its products perform well.



営業活動

Sales

積極的な提案営業で信頼関係を築く

象印の営業活動では、得意先との信頼関係を重視し、お客様のニーズを汲み取る活動を目指します。

一人ひとりが自ら考え、商品のスペックのみを一方的に伝えるのではなく、商品やサービスの背景にあるストーリー性も伝わるような企画を日々提案しています。常に情報収集を怠らず、国内の地域ごとに緻密なマーケティングを行って、臨機応変な取り組みを行っているところが強みです。

Building Bonds of Trust through Active Proposal Sales

In its sales activities, Zojirushi places emphasis on developing bonds of trust with its customers and other business associates and aims to understand customer needs.

Each and every member of the Zojirushi marketing staff works to prepare sales proposals that communicate the story behind its products and services and are not just one-way statements of product specifications. Another strength of Zojirushi is that its staff do not spare any efforts to gather related information, conduct precise marketing activities that are tailored to each region of Japan, and take flexible approaches to meet requirements.



アフターサービス

After-Sales Service

きめ細やかなアフターフォロー

お客様から「やっぱり象印を選んでよかった」「次も象印にしよう」と思ってもらえるよう、象印ではCS（Customer Satisfaction：顧客満足度）向上に努めています。商品を買って終わりではなく、買った後のことも考えた、きめ細やかなアフターサービスを行っています。このような姿勢は国内だけではなく、海外でも象印のブランド力を高めることにつながっています。

Implementing Detailed Follow-Up

To encourage our customers to think to themselves "It was good that we chose a Zojirushi product," and "Let's buy a Zojirushi next time, too", Zojirushi endeavors to increase customer satisfaction. Zojirushi does not believe that just selling its products is the end of its activities, but also thinks about what happens afterwards and provides detailed after-sales service. This business stance leads to increasing the strength of the Zojirushi brand not only in Japan but also overseas.



ブランド

Brand

世界における象印ブランド

象印ブランドは、北米での商品販売を始めて約半世紀が経ち、日本と食文化の近い中国や台湾などのアジア地域においても、信頼のブランドとして広く浸透しています。今後も象印は、日本の品質を基準としながらも、各地域の食文化を取り入れた商品展開を進めるとともに、アフターサービスなどの点でも国内同様の手厚い水準を保ち、世界における象印ブランド力の強化をはかります。

Zojirushi Brand in a Global Context

Zojirushi began to market its products in North America about 50 years ago, and has established its brand broadly both in Japan and in China and Taiwan, which have similar food cultures, as well as in other parts of Asia. Going forward, Zojirushi will develop products that are suited to the food cultures of various regions, while maintaining the standards of quality it has attained in Japan. Moreover, Zojirushi will maintain the same level of attentive and courteous after-sales and other services as in Japan with the aim of building its brand strength globally.



象印のあゆみ History

戦前 Before World War II	戦後 After World War II	1953	1958	1961	1964	1974	1977	ZOJIRUSHI	
大阪に市川兄弟商会を創立。 Ichikawa Brothers Trading Company is established in Osaka		マホービン®の完成品の製造販売を開始。 象をトレードマークとする。 Manufacture and sale of vacuum bottles begins; the elephant adopted as trademark		「株式会社協和製作所」を設立。 Kyowa Manufacturing Co., Ltd., is established		社名を「象印マホービン株式会社」と改称。 Name changed to Zojirushi Corporation		本社ビル・滋賀工場完成。 Head Office building and Shiga Plant are completed	
1918 (大正7年)		1923 (大正12年)		1948 (昭和23年)		1961 (昭和36年)		1970 (昭和45年)	
1980 (昭和55年)		1981 (昭和56年)		1986 (昭和61年)		1987 (昭和62年)		1995 (平成7年)	

1986～2009
新事業「みまもりほっとライン」サービス開始。
Mimamori Hotline Service is launched

2001 (平成13年)

2002 (平成14年)

2003 (平成15年)

2008 (平成20年)

2010 (平成22年)

2014 (平成26年)

2018 (平成30年)

1986～2009	現在 Present					
中国に上海象印家電用器有限公司設立。 Zojirushi Shanghai Corporation is established	タイに象印SEアジア設立。 Zojirushi SE Asia Corporation Ltd. is established in Thailand					
創業90周年を迎える。まほうびん記念館設立。 Zojirushi celebrates its 90th anniversary; Vacuum Bottles & Air Pots Pavilion is established	象印史上最高峰のおいしさを求めて、「極め別荘」新発売。 Zojirushi always pursues ever-higher levels of performance and quality; Zojirushi launches its "Kiwame Hagama" induction-heating pressure rice cookers					
台湾に台象股份有限公司設立。 Zojirushi Taiwan Corporation is established	象印100周年の最高傑作、「炊き焼き」新発売。 Zojirushi launches its masterpiece, the Embudaki Rice Cooker.					
香港に新象製造廠有限公司設立。 Zojirushi Simatatek Co., Ltd. and Zojirushi Hong Kong Co., Ltd., are established	初の飲食店「象印食堂」開店。 Zojirushi opens its first dining establishment, the ZOJIRUSHI "GOHAN" RESTAURANT					
2001 (平成13年)	2002 (平成14年)	2003 (平成15年)	2008 (平成20年)	2010 (平成22年)	2014 (平成26年)	2018 (平成30年)

おいしさをサポートする

Making Delicious Food Even Better



「おいしさ」と「使い勝手」と「スマートさ」 調理器具の理想を追求した、象印ならではの数々

Convenience, Style, and Good Taste—
The Hallmarks of Zojirushi



炊飯ジャー
Electric rice cooker/warmers



コーヒーメーカー
Coffee machines



自動圧力IHなべ
Automatic pressure cookers



オーブントースター
Toaster ovens



VE電気まほうびん
Electric vacuum pots



ホットプレート
Hot plates

ガラスのマホービンという保温容器からスタートした象印が、徹底してこだわってきたのが、<おいしさのキープ>でした。

日本人の主食であるごはんも例外ではありません。いかにおいしさを保ったまま、ごはんを保温するか—その追求が、画期的な電気調理器具の開発に結びついたので。1970年、象印は、ごはんを保温する熱の技術にサーミスタ（半導体素子）をドッキングさせて、世界で初めて最適温度コントロールを可能にした電子ジャーを発売。電気調理器具のジャンルに参入したのです。74年には、炊いて保温の「電子ジャー炊飯器」を発表。その後も厚釜・ハイパワー、圧力IH・極め羽釜を開発するなど、象印の<おいしさ>への科学は、炊飯ジャーを大きく進化させました。

Since introducing its first glass-lined vacuum bottle, Zojirushi has continued to pursue excellence in the development of products that preserve the delicious taste of food.

Rice is without question the staple of the Japanese diet. In seeking to create innovative devices for maintaining the warmth and proper texture of cooked rice, Zojirushi has developed several groundbreaking electric cooking appliances. In 1970, the Company drew on its own rice-heating technologies to develop and launch the world's first electric rice warmer that achieves optimal temperature control. This invention marked the start of Zojirushi's electric cooking appliance business.

In 1974, Zojirushi launched a unique appliance for electrically steaming rice and maintaining it at serving temperature. Since that time, the Company has continued to create progressively more-advanced rice cookers that bring out the full flavor of each grain of rice, including models incorporating such features as high-pressure

また、象印のこだわりと技術は電動ポットの革新にも活かされ、内容器にマホービン構造を採用した省エネ効果の高い「VE電気まほうびん」を発売するなど、お客様のニーズに応えた製品開発に取り組んでまいりました。

現在ではホットプレートやオーブントースター、コーヒーメーカー、ホームベーカリーなど、多彩な商品を展開。

素材そのものが持っている<おいしさ>を引き出すテクノロジーと、省時間・省手間・省エネをはじめとする使う人のニーズに応えたきめ細かく使い勝手>、そして暮らしの道具だからこそ要求されるスマートで洗練されたデザイン—調理器具に求められる理想を追求した、高品質・高感度の商品は、食を楽しく彩る商品として定評を得ています。

induction-heating (IH) rice cookers, extrahigh-power and thicker inner cooking pans for even heat distribution, and wide-rimmed inner cooking pans.

Moreover, Zojirushi engages in product development initiatives that respond to customer needs. For example, Zojirushi's sophisticated technologies have revolutionized the design of electric air pots and led to the market launch of highly energy-efficient electric air pots whose interior designs are similar to thermal carafes.

Currently, Zojirushi has developed such varied products as hot plates, toaster ovens, coffee machines, and bread machines.

Consumers today want cooking appliances that not only produce delicious food but also save time, labor, and energy. Also, because these are home appliances, they should be stylish. Zojirushi's high-quality, high-performance products fulfill these requirements, making cooking a more-pleasant experience and thereby winning widespread acclaim in the industry.

温度をキープする

Maintaining Food Temperatures

「熱」の技術を核に、性能と機能性を追求。
象印のテクノロジーが結晶した自信作の数々です。

Greater Insulation Performance and Functionality—
The Results of Zojirushi's Pursuit of Technology



ガラスマホービン
Thermal carafes



ステンレスマホービン
Stainless steel vacuum pots



ステンレスマグ
Stainless steel mugs



ステンレスタンブラー
Stainless steel tumblers



ステンレスフードジャー
Stainless steel food warmers



創業以来「熱」を研究し続けてきた象印は、温かいものは温かいまま、冷たいものは冷たいまま、食が持っている温度をそのまま保つ、保温・保冷技術の世界的オーソリティといっても過言ではありません。

性能を着実にグレードアップさせるだけでなく、使いやすさを追求して、象印は、プッシュボタンを押すだけで楽に注げるエアポットをはじめとし、数々の革新的機能も開発。ポットの常識を次々に塗り替えてまいりました。

マホービンの中瓶はガラスが常識でしたが、割れるという欠点を解決するため、ステンレス素材を採用したステンレスボトルを発売。これは、ガラスマホービンの加工技術、真空技術を活かして開発を進めた当社の自信作です。また1998年には、

Zojirushi has, since its inception, studied the properties of heat, and one could say that Zojirushi is the leading global authority in temperature maintenance technologies that keep foods and beverages at the desired temperature, ensuring that hot foods and beverages remain hot and cold foods and beverages remain cold.

By concentrating on the goals of providing greater efficiency and user-friendliness, Zojirushi has set the industry standard through the development of vacuum bottles with various innovative functions.

In 1981, Zojirushi launched revolutionary stainless steel vacuum bottles, replacing the traditional interior glass with harder steel. Zojirushi accomplished this feat by leveraging the processing and insulation technologies for conventional glass vacuum bottles that it had accumulated over the years. Then, in 1998, Zojirushi succeeded in developing stainless steel vacuum bottles that feature insulating walls a mere millimeter thick but offer the same high degree of durability of traditional

最先端のステンレス加工技術により、マホービンの命ともいべき真空層を、強度を保ったまま、わずか1ミリという極限まで薄くしたステンレスボトルの開発に成功。抜群の性能に加えて、驚くほどの軽量化、コンパクト化を実現し、高い評価を得ました。この技術は、ステンレスフードジャーやタンブラーなどの製品にも展開されています。

このほか、ホテルやレストランなどで使用されるドリンクディスペンサーなど、象印の商品は家庭用だけでなくいろいろな場所で活躍しています。

models through the use of cutting-edge stainless steel processing technologies. Zojirushi has earned accolades for its high-performance, lightweight, compact stainless steel vacuum bottles, and its technologies are embodied in stainless steel food warmers, tumblers, and other products.

In addition, Zojirushi is making strides in marketing insulated containers for use outside of the home, including drink dispensers commonly used in hotels and restaurants, thermally insulated pitchers, and other products.

快適さを創る

Contributing to Comfortable Lifestyles



空気清浄機
Air cleaners



ふとん乾燥機
Bedding driers



スチーム式加湿器
Steam humidifiers

暮らしの原点を見つめながら 未来を見据えた生活快感を提案していきます

Creating Comfortable Living Environments for the Future
by Focusing on the Fundamentals of Daily Life

保温・保冷技術を基盤に、保存・調理方法をさまざまな角度から取り上げ、<食>を中心に、快適な暮らしを提案してきた象印。より快適で、心にゆたかな生活を追求すべく、視野を拡大し、生活に密着した高品質・高感度の製品開発にも取り組んでいます。

お客様の健康に対するさまざまなニーズにお応えするために、健康志向に合わせた数々の製品開発も進めています。たとえば、電気ポットの技術を応用した加湿器、マット・ホースのないふとん乾燥機など、家庭用品の開発で培った生活者視点によるものづくりの経験を活かし、オリジナリティあふれる商品展開をしています。

Zojirushi's vacuum-insulated products have become fixtures in households around the world thanks to their ability to keep all kinds of food at ideal temperatures. The Company helps people enjoy more comfortable lifestyles by offering new solutions for food preparation and preservation. Today, Zojirushi's commitment to improving people's lifestyles remains as strong as ever and is expressed through a broadening range of high-quality, high-performance everyday products.

Zojirushi is working to meet consumers' diverse health-related needs by developing a wide range of products designed to help improve well-being. We have created humidifiers that utilize technologies used in electric air pots, bedding dryers without hoses, and other unique products that leverage our wealth of experience in developing household-use products through a process that focuses on development from the consumers' point of view.

安らぎに寄り添う

Adding a Touch of Calm and Repose to Life



みまもりほっとライン
[i-POT]
Mimamori Hotline Service
"i-POT"



象印食堂
ZOJIRUSHI
"GOHAN" RESTAURANT

象印独自の技術で 食と暮らしに関する取り組みをサポートします

Utilizing Our Unique Technologies to
Support Initiatives Related to Food and Lifestyle

みまもりほっとライン Mimamori Hotline Service

象印では、進む高齢社会のなかで、お年寄りやそのご家族をサポートするサービスを提供しています。「みまもりほっとライン」は、無線通信機を内蔵した電気ポットを使い、インターネットを使ってその使用状況を確認することで、高齢のご両親などご家族の生活状況をさりげなく見守ることができるサービスです。

As a rising percentage of the population enters the "senior citizen" age-group, Zojirushi is offering services that support the elderly and their families. To provide the "Mimamori" (Watch Over You) Hotline Service, Zojirushi has installed a wireless telecommunication device in its electric teapots designed for senior citizens. When the pot is being used, the device sends an e-mail to a registered address, such as a guardian, via the Internet. This service makes it possible to keep up with the activities of the elderly without intruding on their lives.

ごはんレストラン「象印食堂」 ZOJIRUSHI "GOHAN" RESTAURANT

「おいしいごはんが、ここにある。」をコンセプトに、当社の高級炊飯ジャーで炊き上げたこだわりのごはん、旬を感じられる和食のおかずを提供しています。お弁当の販売に加え、料理教室やごはんの炊き方セミナーなどのイベントも随時開催しています。

Based on the concept "Delicious Rice, Offered Here," we offer specialty rice cooked in our high-end rice cookers, and Japanese side dishes that emphasize the seasons. Along with the sale of lunch boxes, events such as cooking classes and rice cooking seminars are also offered at the restaurant.

世界に受け入れられる象印

Aiming for Acceptance of Zojirushi Products around the World



海外での活動 Overseas Business Activities

象印の商品は、日本だけではなく世界各地で販売されています。特に、日本と食文化の近いアジア諸国や、近年日本食ブームとなっている北米を中心に販売活動を展開。海外販売商品は、日本品質を基準としながらも各国各地域の食文化を取り入れています。海外においても『日常生活発想』を大切に、日々の生活で使用する人のことを第一に考えたものづくりの姿勢が、海外での高い評価と信頼につながっています。

Zojirushi products are sold not only in Japan but also in many countries around the globe. Zojirushi focuses especially on marketing in Asia, where food cultures are similar to Japan's, and in North America, where a Japanese cuisine boom is under way. With Japanese product quality as a basis, Zojirushi closely tailors its products to the needs and tastes of local food cultures. As in Japan, Zojirushi adopts the approach that can be expressed in the phrase "Inspirations from everyday life," and gives high priority to manufacturing products with an emphasis on user needs. This approach has enabled Zojirushi to win a strong reputation and trust.

海外販売 Overseas Sales Companies

各販社では徹底したマーケティング戦略を展開。地域ごとに市場調査を行い、ライフスタイルやニーズに合わせた商品・サービスの提供を行っています。さらなる「ZOJIRUSHI」ブランドの飛躍を目指し、展示会の開催や出展も積極的に実施しています。

Each of Zojirushi's overseas sales companies implements thoroughgoing marketing strategies. Market research is conducted for each target region and offers products and services that match needs and lifestyles. With the goal of dramatically strengthening the ZOJIRUSHI brand, Zojirushi holds exhibitions and proactively displays its products.

象印マホービングループ Zojirushi Group

象印アメリカコーポレーション
Zojirushi America Corporation
(California, USA)



30周年記念式典/
30th anniversary celebration

台象股份有限公司
Zojirushi Taiwan Corporation
(Taipei, Taiwan)



母の日イベント/
Mother's Day event

上海象印家用电器有限公司
Zojirushi Shanghai Corporation
(Shanghai, China)



新象印ブティック外観/
Front view of the Zojirushi Boutique

象印SEアジアコーポレーション
Zojirushi SE Asia Corporation Ltd.
(Bangkok, Thailand)



ショッピングモールでの催事/
Event held in a shopping mall

グローバルな経営戦略を進める象印マホービングループは、世界に愛される企業を目指しています

The Zojirushi Group is pursuing a global management strategy and aims to be a company that is loved (highly regarded) throughout the world.

新たなライフスタイルの提案

Suggestions for New Lifestyles

みまもりほっとライン Mimamori Hotline Service

2001年3月にスタートした「みまもりほっとライン」は、無線通信機を内蔵した「電気ポット」を毎日使うことで、離れて暮らすご家族の生活を見守ることができる「安否確認サービス」です。ご高齢の方にも親しみやすい、電気ポットを使うだけという手軽さと、ポットの使用状況をメールやネットでさりげなく確認できる点が、多くのご家族からご支持をいただいています。

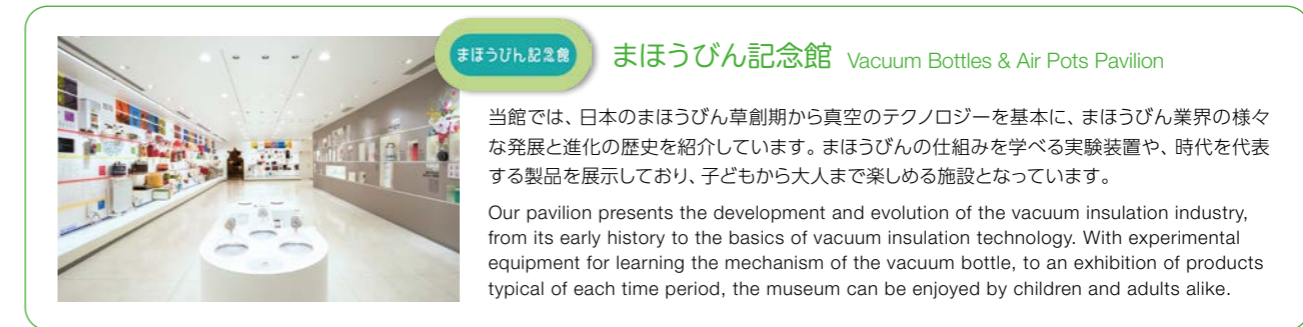
Zojirushi's Mimamori Hotline Service was first made available in March 2001. It is a "Safety Confirmation Service" targeted at families who spend much of their time away from home and make use of electric pots that are installed with wireless communication devices. The hotline is also useful for elderly persons because it enables them to combine not only the convenience of electric pots but also check on the operational status of these appliances via e-mail or the Internet. Because of these various advantages, the Mimamori Hotline Service has won the support of many families.



マイボトルキャンペーン My Vacuum Bottle Campaign

まだ「マイボトル」という言葉が日本になかった2006年4月、今までステンレスボトル（水筒）を持ち歩く機会が少なかった大人に、環境への貢献と健康的なライフスタイルを呼びかける活動として、マイボトルキャンペーンは始まりました。10年以上の取り組みの中で、マホービンの保温保冷機能や、繰り返し使える容器としての良さが改めて認知されることになり、現在もさまざまな展開を見せています。

Zojirushi's "My Vacuum Bottle" campaign began in April 2006 at a time when the phrase "my vacuum bottle" was new to most people in Japan and the number of adults who carried a vacuum bottle around with them every day was very small. Zojirushi began its My Vacuum Bottle campaign with the goals of contributing to the natural environment and offering a suggestion for healthier living. After implementing this campaign for more than 10 years, people became aware of the usefulness of vacuum bottles in keeping their contents warm or cool and saw the advantages of being able to wash and use their bottles over and over again. Growing familiarity with these bottles has and is continuing to present opportunities for development of this product line.



まほうびん記念館 Vacuum Bottles & Air Pots Pavilion

当館では、日本のまほうびん草創期から真空のテクノロジーを基本に、まほうびん業界の様々な発展と進化の歴史を紹介しています。まほうびんの仕組みを学べる実験装置や、時代を代表する製品を展示しており、子どもから大人まで楽しめる施設となっています。

Our pavilion presents the development and evolution of the vacuum insulation industry, from its early history to the basics of vacuum insulation technology. With experimental equipment for learning the mechanism of the vacuum bottle, to an exhibition of products typical of each time period, the museum can be enjoyed by children and adults alike.

ライスマイルプロジェクト Ricemile Project

2013年10月からスタートした「ライスマイルプロジェクト」では、おいしいごはんを炊くためのポイントや、炊飯に関する正しい知識を、Webサイトを通じてお伝えしています。

また、食育の一環として、子どもたちに正しい洗米方法をわかりやすく紹介するダンスを作成したり、SNSを通じて、ごはん好きな人が集まるコミュニティの場を提供するなど、より多くの人にごはんのおいしさを伝える活動を続けています。

Zojirushi's "Ricemile" Project" was introduced in October 2013. The aim of this project is to make information available via the Zojirushi website on the key points related to cooking delicious rice as well as accurate information on the rice cooking process.

In addition, as part of activities to provide food education, Zojirushi has prepared a dance to introduce the proper methods of washing rice prior to cooking in an easily understandable form and provide information through an SNS venue to people who love rice. The overall goal of continuing these activities is to communicate the fine taste of rice to a wider circle of people.

* Pronounced "rice-smile"



ZOJIRUSHI ユメセンサーキット Zojirushi "Dream" Instructors

日本サッカー協会が実施している「JFA こころのプロジェクト」に、2013年から協賛。「ZOJIRUSHI ユメセンサーキット」として、各スポーツの現役選手、OB / OGなどを「夢先生」として全国の小学校に派遣し、「夢の授業」を実施しています。授業では、夢を持つことの大切さを子どもたちに伝えるとともに、象印が推進する「熱中症対策（水分・塩分補給の大切さ）」啓発活動を行っています。

Zojirushi has acted as sponsor of the Japan Football Association (JFA), Japan's soccer association since 2013. As part of its support activities, Zojirushi has instituted its ZOJIRUSHI "Dream" instructors program. These instructors include young athletes who are still actively participating in their respective sports, former male and female athletes (so-called old boys (OBs) and old girls (OGs)), and others, who are invited by Zojirushi to instruct primary school students. The objectives of this instruction program are to communicate the importance of having dreams and aspirations and implement Zojirushi's Heatstroke Enlightenment Policy, which focuses on the importance of consuming the proper amounts of water and salt to prevent heatstrokes.



現役選手など、アスリートを「夢先生」として小学校に派遣し、「夢の授業」と呼ばれる授業を行います。Zojirushi sends members of its "Dream instructors" team of currently active athletes and others and supports the conduct of "Dream Classrooms."