

pigeon

60
years

第60期 報告書

平成28年2月1日～平成29年1月31日
(証券コード:7956)

CONTENTS

- P.01 トップインタビュー
- P.03 事業のご紹介
- P.05 世界各国の育児事情
- P.06 世界のピジョンからこんにちは!
- P.07 当連結会計年度の経営成果
- P.08 主な経営指標
- P.09 トピックス、会社概要
- P.10 株式の状況など

公益社団法人 発明協会
第38回 未来の科学の夢絵画展

幼稚園・保育園の部 優秀賞

『不思議なシュノーケル』

南八幡幼稚園(静岡県)

秋山 翔真くん

HEART REPORT

ピジョン[ハートレポート]



経営理念は「愛」 社是は「愛を生むは愛のみ」

代表取締役社長

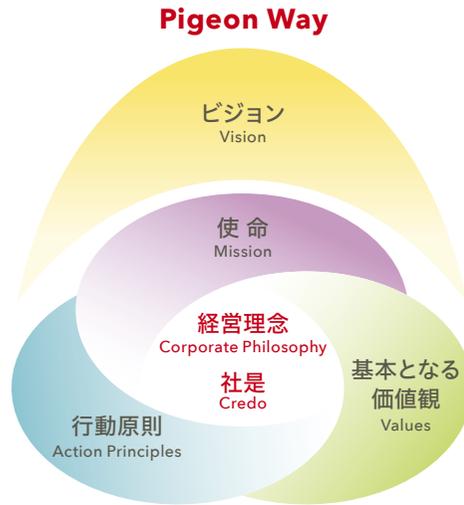
山下 茂



Pigeon Way

Pigeon Wayとは

Pigeon Wayは、私たちの“心”と“行動”の拠り所であり、すべての活動の基本となる考え方です。



■ 経営理念

—強く信じる経営の根本の考え

「愛」

■ 社是

—経営理念を端的に表現したもので、各人が仕事をする際にいつも大切にし、同時に振り返るためのもの

「愛を生むは愛のみ」

■ ビジョン

—目指す理想の状態、到達したい姿

世界中の赤ちゃんにご家族に最も信頼される育児用品メーカー
“Global Number One”

■ 使命

—どのような形で社会に貢献するのか、また、何のために働くのかを約束するもの

「愛」を製品やサービスの形にして提供することによって、
世界中の赤ちゃんにご家族に喜び、幸せ、そして感動をもたらすこと

■ 基本となる価値観

—社員一人ひとりが大切にすること

- 誠実 (Integrity)
- コミュニケーション・納得・信頼 (Communication, Consent, Trust)
- 熱意 (Passion)

■ 行動原則

—我々のすべての行動のベースとなり、ガイドとなるもの

- 迅速さ (Agility)
- 瞳の中にはいつも消費者 (Keep sight of consumers)
- 強い個人によるグローバルコラボレーション (Global collaboration among competent individuals)
- 主体性と論理的な仕事の仕方 (Leadership and logical working style)
- 積極的な改善・改革志向 (Willingness to change)

Q. 2017年1月期を振り返って、どのように評価していますか。

A 当期は、円高・ドル安の為替の影響を受けたものの、事業全体としては計画どおり順調に推移し、特に国内ベビー・ママ事業においては訪日客のインバウンド消費等もあって業績が拡大しました。中国事業も、為替の影響を除いた現地通貨ベースでは売上高を15%超伸ばしました。当期の売上高は、前期比2.6%増の946億40百万円、営業利益は同10.3%増の160億15百万円、経常利益は9.2%増の164億62百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は9.0%増の111億18百万円となり、15期連続での増収、営業利益については6期連続での増益を達成しました。

事業別に見ると、国内ベビー・ママ事業については、訪日客のインバウンド消費が依然牽引する形で前期比13.4%の増収となり、哺乳器等の増収効果がセグメント利益の増加に貢献し、前期比42.4%の増益と収益力の大幅な向上につながりました。子育て支援事業は、保育の質向上と収益性改善の双方をテーマに推し進め、増収増益となりました。ヘルスケア・介護事業は収益改善に向けて事業運営体制の効率化を図って抜本的な改革を実施したことが奏功し、増収増益となりました。海外事業については、円高傾向が一層強まった結果、減収減益となりましたが、ランシノ・ブランドで展開している北米・欧州では、主力商品が順調

に売上を拡大しており、現地通貨ベースでは増収増益と順調に推移しています。

中国事業は、年初からの円高・中国元安傾向が続いたことが影響し、減収減益となりましたが、現地通貨ベースでは順調に伸長し増収増益となっています。ますます拡大するインターネット販売（Eコマース）への取り組みを引き続き強化することで、さらなる事業拡大に向けた取り組みを進めていきます。

Q. 当期は、第5次中期経営計画の最終年度の年でもありました。第5次中期経営計画については、どの程度達成できたと評価していますか。

A 2014年3月に策定した第5次中期経営計画では、「ビジョン（Vision）2016」と称して（1）ブランド力の強化（Global Number Oneの育児用品メーカー）、（2）継続的な事業発展に向けた経営体制の強化、（3）キャッシュ・フロー重視による経営品質の向上、（4）グローバルな人材育成と人事制度の構築、社員の活躍推進、（5）企業価値の一層の向上の5つを掲げ、その達成のために解決すべき12の課題を設定し、鋭意取り組んできました。また数値目標には、最終年度に売上高1,000億円、営業利益150億円の達成を掲げました。

第5次中計を終えた今、数値目標に関しては、為替の影響により売上高こそ当初目標に及ばなかったものの、営業利益は目標を上回って達成し、売上高営業利益率は16.9%、ROE（自己資本当期純利益率）は21.8%、収益構造を大幅に強化することができました。また非財務面においては、経営理念や価値観、ミッション等の一つにまとめた『Pigeon Way』が、国内外問わず全社に深く共有・浸透し、現在は各人の仕事に組み込むことで成果につながっています。そのほかにも、2016年1月の東京証券取引所「企業価値向上表彰」での大賞受賞に続き、10月には、独自性のある優れた戦略を実践し、高い収益性を達成・維持している事業に贈られる「ポーター賞」を受賞するなど、進捗

もご評価いただくことができました。

細かいところまで見ればいくつかの課題は残っていると認識していますが、第5次中期経営計画全体では、ほぼ達成することができ、経営品質の向上につながったと評価しています。

Q. 今般策定した第6次中期経営計画について、概略をご説明ください。

A 第6次中期経営計画（以下中計）を本年3月に発表いたしました。この第6次中計策定の前提は、ピジョンはまだまだ成長できるということです。そこで、第6次中計は、第7次中計以降にトップライン（売上高）で二けた成長を続けていくための「土台作り」の期間と位置づけます。スローガンとして「Building our dreams into the future～Global Number Oneの育児用品メーカーになるための橋をかける～」を掲げ、下記の3つを基本戦略としています。

一つ目は、『Pigeon Way』に基づき、社会の中で「なくてはならない会社」、そして、我々のビジョンである「世界中の赤ちゃんにご家族に最も信頼される育児用品メーカー“Global Number One”」の実現に向けて、必要な施策を打っていきます。何をもち「Global Number One」と言えるのかを社内できちんと定義し、「信頼できるメーカー・ブランド」としてのお客様からのご支持、重点市場におけるシェア、ならびに営業利益額とROIC（投下資本利益率）といった指標を重視していきます。

二つ目に、事業収益性や効率性をさらに改善し、キャッシュ・フローの最大化を図ることで企業価値の向上を目指します。ピジョンでは、企業価値を「社会価値」と「経済価値」の二つから構成されているものと定義していますが、その中の「経済価値」については一般に、「将来にわたって稼ぎ出すフリーキャッシュ・フローの現在価値」と定義されています。すでに営業利益率については満足のいく水準に達してきていますが、これをさらに引き上げていくために、売上総利益の改善に注力し、事業ポートフォリオや物流費等のコストを見直し、CCC（キャッ

シュ・コンバージョン・サイクル）の改善を図っていきます。また、中長期的な成長が持続するための組織体制やマネジメントシステム、ガバナンス体制をさらに整備・強化します。

そして三つ目が、この第6次中計の3年間に、重点商品に対する経営資源の優先的投入と戦略的投資を実行することです。今後もピジョンが二けた成長を継続するための「土台作り」の期間ととらえ、圧倒的な強さを誇る哺乳器・乳首を核とし、その周辺カテゴリであるさく乳器などの母乳関連商品、カップ、スキンケア製品等を重点カテゴリとして優先的に経営資源を投入していきます。エリア展開においては、すでに中国事業が国内事業と同じ規模にまで育ってきましたが、今後の成長を支える第三の重点育成市場として、インドやインドネシア、ランシノ・ブランドでの中国、フランス、ブラジルでの展開に加え、アフリカ市場への進出も視野に入れていきます。

Q. 最後に、株主の皆様へ一言、お願いします。

A 2017年8月に設立60周年を迎えることを踏まえ、その節目である当期、第60期にあたり、株主の皆様のご支援に感謝の意を表し、当期末の株主の皆様への配当は、前期末比6円増の1株当たり28円とさせていただきます、中間配当金の25円と合わせ、年間配当金は前期比11円増の1株当たり53円とさせていただきました。これまでピジョンは、核となる強い商品群を軸に、国内外において着実に成長を続けてきましたが、未参入の市場も多く、伸びしろはまだまだ大きいと思っています。株主の皆様におかれましては、安心して中長期的な成長をご覧くださいませよう、これからも尽力してまいりますので、引き続きご支援を賜りますようお願い申し上げます。

国内ベビー・ママ事業



- 哺乳関連用品
- 離乳関連用品
- スキンケア用品
- 女性ケア用品
- その他ベビー、ママ関連用品
- ベビー大型用品

● 事業環境と当社の強み

2016年の日本における出生数は98.1万人(厚生労働省「平成28年人口動態統計の年間推計」と、昨年の100.5万人から2万5千人減少しました。そのような中、半世紀にわたる哺乳研究や乳幼児発達研究を基に、赤ちゃんの成長過程を深く掘り下げ、育児の“お困りごと”を見出すことから開発した多数の高品質な商品を生み出してきたところに、ピジョンブランドの優位性があります。ピジョンブランドは、業界でのリーディング・カンパニー、そして極めて強いリーディング・ブランドとして広く認知されています。さらに、今後はベビーカーを中心とした大型商品にも注力し事業を拡大していきます。



子育て支援事業



- 保育サービス
- 事業所内保育運営受託
- 託児
- イベント保育サービス
- 幼児教育サービス

● 事業環境と当社の強み

子どもは欲しいが働き続けたい、育児をしながら復職したいという女性は増加しており、当社への期待、果たす役割も大きく、子育て支援事業の展開には追い風が吹いています。

育児用品で培った「安全・安心・信頼」のピジョンブランドのもと、「子どもの育ちを第一に」との考えに沿って本事業を推進し、国内トップクラスの事業規模と質の高いサービス提供により、皆様から信頼を得ています。

今後も、人材育成システムの充実、サービス内容の拡充を進め、保育品質のさらなる向上を図ります。



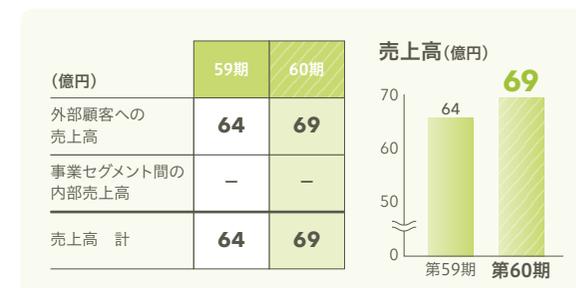
ヘルスケア・介護事業



- 介護用品
- 老化予防用品
- 介護支援サービス

● 事業環境と当社の強み

総人口が減少する中で急速に高齢化も進み、団塊の世代(1947年から1949年に生まれた世代)が65才以上となった2015年には、高齢者人口は3,384万人(総務省統計局)、総人口に占める高齢者の割合を示す高齢化率は26.7%と、4人に1人が高齢者という時代になりました。増え続ける介護給付費用に対し、国の介護制度も、2015年を機に、介護保険の自己負担の増加や特別養護老人ホームへの入居条件の引き上げなど、介護の形態を施設から在宅介護へとする方針の具現化が進みました。これらを背景に、市場規模は着実に拡大しており、当社は引き続き、競争優位性のある新商品投入や介護サービスの品質向上などの施策を徹底していきます。



海外事業

○ベビー、ママ関連用品

展開エリア

北米 …アメリカ、カナダ 他
欧州 …イギリス、ドイツ、ベルギー 他
中近東…アラブ首長国連邦、トルコ 他
アジア…シンガポール、インド
 中国(ランシノ上海) 他
その他…南アフリカ、南米 他

● 事業環境と当社の強み

海外事業については、展開エリアとして、北米(アメリカ・カナダ他)、欧州(イギリス・ドイツ他)、中近東(アラブ首長国連邦・トルコ他)、アジア(シンガポール・インド他)、その他(南アフリカ・南米他)となっています。米国の出生数は、経済先進国の中では比較的安定した水準にあり、ピジョンは、米国および欧州への営業展開の基盤として、2004年4月に米国ヴァージニア州に拠点を持つLANSINOH LABORATORIES, INC. (「ランシノ社」)を100%グループ会社化し、イギリス・ドイツ等欧州への事業拡大を進めています。また、2014年1月から哺乳器の本格的な販売を開始するなど、商品カテゴリの拡充を図りながら、ブランド強化を進めています。一方、アジアではランシノ社による中国での販売も好調に推移しました。また、タイの生産拠点の拡充に続き、インドでの流通体制の構築や販売店舗の拡大を推し進め、さらに2015年5月には、哺乳器・乳首のインド生産工場からの出荷も開始し、さらなる収益改善を目指しています。今後は、欧米での事業拡大が進んだランシノ社による販売を強化するとともに、新興国での展開もさらに進めていきます。



(億円)	59期	60期
外部顧客への売上高	184	169
事業セグメント間の内部売上高	68	61
売上高 計	252	230



中国事業

○ベビー、ママ関連用品

展開エリア

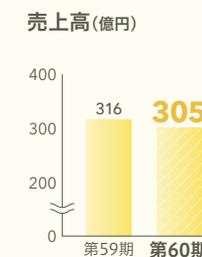
中国、韓国、台湾、香港、フィリピン、ロシア 他

● 事業環境と当社の強み

ピジョンは、2017年に中国市場への本格的参入15周年を迎えました。年間出生数が1,500万~1,700万人で日本の14~16倍といわれている巨大市場の中で、いわゆる「新富裕層」と呼ばれる世帯を主要ターゲットに、哺乳器・乳首、トイレタリー、高級スキンケア商品を中心に新しいライフスタイルの提案を実施しています。また、現地に根づいているパートナー企業の販売網を通じてピジョンブランドの認知・浸透を図ってきたことで、ピジョン商品の品質とブランドは極めて高い評価を得ています。中国ではすでに500種類以上の商品を市場に展開しており、沿岸主要都市部では新富裕層の増加による高級志向の需要に応じて、さらに高価格帯の商品を提供しています。ここへきて経済成長率の鈍化は見られるものの、これまで非常に速いスピードで経済成長を続けてきた中国市場において、高品質と安定した価格による対面販売の徹底に加え、消費者のEコマースへの購買シフト対応にも力を入れることでさらなる事業拡大を進めていきます。



(億円)	59期	60期
外部顧客への売上高	311	303
事業セグメント間の内部売上高	4	2
売上高 計	316	305



※数値は、原則として各欄ごとに単位未満を切り捨てております。



ところ変われば育児も変わる。

世界各国の育児事情 vol.6

Malaysia



■ 多民族国家マレーシアを支える共働き夫婦

人口の約6割がマレー系、約3割が中国系、約1割がインド系で構成されている多民族国家・マレーシアでは、イスラム教国家でありながら、各民族の宗教や慣習の自由が認められています。小学校における言語教育を見ても、マレー系ではマレー語、中国系では中国語、タミル系ではタミル語で教えるなど、各民族のアイデンティティが尊重された教育システムとなっており、出産や育児の考え方・習慣も民族によってさまざまです。

また年率約4%で経済成長を続けるマレーシアでは、共働き家庭がとても多く、働くママの大半は2カ月間の産休後すぐに職場復帰を果たします。そうした環境下でも、「母乳はさく乳で」という意識も少しずつ高まり、生後6カ月の赤ちゃんの授乳状況も、2006年には15%弱だった母乳育児（混合を除く）の比率が、2014年には35%にまで大きく伸びてきており、国を挙げて母乳育児を推進してきた効果が窺えます。

■ 各民族で特徴の出る子育てに関する習慣

さまざまな習慣の違いが見られるマレーシアでも、出産前後の食べ物については、ほぼ同じような考えが浸透しています。パパイヤ、ココナッツといった南国ならではのフルーツは体を冷やすとされることからプレママには大敵とされ、ドリアンも高糖度といった理由で妊娠中は敬遠されています。産後の母体回復にはショウガやハーブなどを使った食事が良いとされ、積極的に摂取されます。

赤ちゃんが生後1カ月になると、マレー系でも中国系でも、多くの家庭では「フルムーンパーティー」を開いて、親戚・友人を招待して赤ちゃんの生後1カ月目のお祝いをします。赤ちゃんは髪の毛を剃られ、新品のお洋服にドレスアップし、また招待客には食紅などで殻を赤くしたゆで卵などが両親から贈られます。中国系では祖父母から赤ちゃんに金のアクセサリーがプレゼントされるケースが多くあります。また、マレー系のコミュニティでは、きれいに洗った胎盤を白い布で包んで庭の木の下などに埋める風習もあります。

世界のピジョンからこんにちは！

PIGEON MALAYSIA (TRADING) SDN. BHD.



ピジョン マレーシア

- 設立 ----- 2011年
- 代表取締役社長 ----- 田子 正樹
- 所在地 ----- Subang Jaya(スバンジャヤ市)
- 資本構成 ----- ピジョンシンガポール100%
- 事業内容 ----- ベビー用品、妊産婦用品の販売
- 従業員数 ----- 日本人**1**名、現地従業員**58**名
(2017年1月現在)



■ 総人口の7割が40才以下の若々しい国マレーシアで、ピジョンブランドの浸透を図っています。

マレー語、中国語、英語が飛び交い、民族・文化・宗教・慣習も多様な多民族国家・マレーシアでは、政府が2020年までに先進国の仲間入りを目指す「ビジョン2020」を掲げ、鉄道やマンション等の建設ラッシュが続いています。ここ数年GDP成長率は約4%超と、ASEAN諸国の中ではシンガポールに次ぐ高水準で伸びており、合計特殊出生率も1.9と、総人口は2070年まで増加傾向と予測されています。このエネルギー国を支えているのが若い世代で、出産適齢期に当たる20～40才人口は全体の3割強を占め、19才以下も4割弱と、ピジョンにとっては大きなポテンシャルを秘めた市場となっています。

ピジョンは2011年に、長年ピジョン商品を販売していた現地代理店を子会社化し、PIGEON MALAYSIA (TRADING) SDN. BHD.を設立。日本基準の高品質なピジョン商品を、マレーシア全土の百貨店やスーパー、薬局等を通じて販売しています。

スマートフォン普及率が80%と高く、インターネットの使用時間も他国に比べ長いマレーシアでは、お客様とFace to

Faceで交流ができる展示会や病産院など、従来からのダイレクトコミュニケーションに加えて、Facebook、Instagramといったソーシャルメディアを活用したインターネットビジネスにも積極的に取り組んでいます。親日国であるマレーシアでは、ピジョンブランドはすでに広く市場に浸透しており、多民族国家ならではの難しさはあるものの、事業拡大に向けたさまざまな取り組みにも手応えを感じています。

現地スタッフは『Pigeon Way』をよく理解・実践しており、課題解決に向けては、『Pigeon Way』に照らし合わせてスタッフ全員が一丸となって解決方法を模索しています。私自身も、「明確なGoal設定」「積極的なコミュニケーション」「優先順位の決定」を意識しながら、社内外の方との円滑な意思疎通に努めています。この高い潜在力を秘めたマレーシア市場で、ピジョンブランドのさらなる浸透に尽力していきますので、これからも応援をよろしくお願いいたします。



代表取締役社長
田子 正樹

当連結会計年度の経営成果

売上高は、円高・ドル安の為替の影響を受けたものの、訪日客のインバウンド消費の広がり等による国内ベビー・ママ事業の業績拡大により、946億40百万円(前期比2.6%増)となりました。利益面では、効果的な販管費の使用や、売上原価率が前期比で約0.2ポイント改善したことなどによって営業利益は160億15百万円(同10.3%増)、経常利益は164億62百万円(同9.2%増)、親会社株主に帰属する当期純利益は111億18百万円(同9.0%増)となりました。

国内ベビー・ママ事業

売上高は318億23百万円(前期比13.4%増)となりました。セグメント利益は、哺乳器等の増収効果により、前期実績を大きく上回る62億44百万円(同42.4%増)となりました。2016年2月に赤ちゃんの洗濯用洗剤「ピュア」シリーズをリニューアル発売、走行性の良さと軽量性、居住性をさらに向上させたベビーカー「Runfee ef(ランフィ エフ)」を新発売、同年3月には4つのデザインに刷新した哺乳器「母乳実感®」をリニューアル発売し、同年8月には測りやすく読み取りやすく改良した「耳チビオン®」をリニューアル発売し、順調に売上および市場シェアを拡大しています。

また、ダイレクト・コミュニケーションの一環であるイベントとして、出産前の方を対象とした「プレママクラス」、母子に寄り添う子育て中の母乳育児をテーマとした医療従事者向けのセミナーなどを、当期に32回開催し、合計で約2,700名の方にご参加いただきました。妊娠・出産・育児シーンの女性を応援するサイト「ピジョンインフォ」においても、商品情報の更新、2016年2月に開設した母乳育児の情報を提供するポータルサイト「ぼにゅ育」にて母乳育児をアシストする動画を配信するなど、さらにお客様にお使い

いただきやすくなるよう、改善を進めています。

子育て支援事業

売上高は73億93百万円(前期比9.4%増)となりました。セグメント利益は、増収効果や販管費の効果的な使用により2億11百万円(同41.9%増)となりました。事業所内保育施設は、2箇所の新規受託を開始し、サービス内容の質的向上を図りながら、運営を行っています。

ヘルスケア・介護事業

売上高は、おしりふき、からだふき、スキンケア、食事・口腔ケアの重点カテゴリが牽引し、69億1百万円(前期比6.2%増)となりました。セグメント利益は、増収に加え、事業運営体制の効率化を図り、販管費を削減したことなどにより、5億4百万円(同258.6%増)となりました。当事業においては、2016年2月に介護の口腔ケア用品「介護の口腔ケア」シリーズを発売しています。引き続き、介護施設および小売店へのマーケティング活動の強化、介護サービスの品質向上などの施策実行を徹底していきます。

海外事業

売上高は、円高傾向が一層強まったこともあり230億51百万円(前期比8.6%減)、セグメント利益は53億52百万円(同4.1%減)となりました。

ランシノ社を中心に事業を展開する北米・欧州において

は、主力である乳首クリームや母乳パッド、さく乳器等の授乳関連用品が順調に売上を拡大しています。また、新たな取り組みとして行っている中国(LANSINOH LABORATORIES SHANGHAI)での販売も好調に推移しています。本年1月にトルコの新工場が稼働し、生産体制の強化、欧州での販売体制強化など、事業拡大に向けた取り組みを今後とも進めていきます。

中国事業

売上高は、年初からの円高・中国元安傾向が続いたことに加え、日本で販売している商品の並行輸入の影響等により、現地通貨ベースでは伸長したものの、305億33百万円(前比3.6%減)となりました。セグメント利益は、83億55百万円(同2.7%減)となりました。

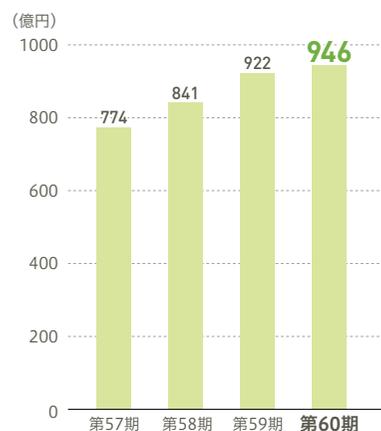
ますます拡大するインターネット販売への取り組み強化を引き続き行うとともに、SNSを活用した消費者との直接的なコミュニケーションの強化、有力小売店における店頭販促や紙おむつ事業の拡大に向けた施策の実施、病産院における普及活動等のオフライン活動の強化も引き続き実施し、事業拡大を目指していきます。

その他

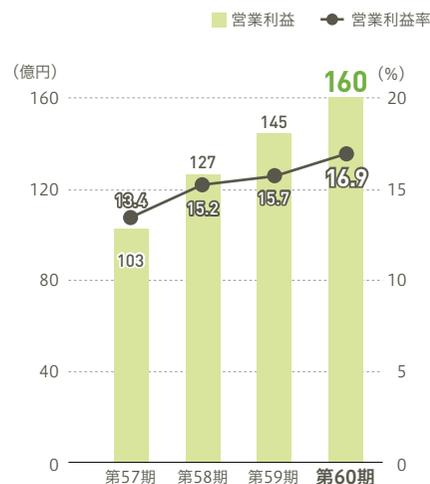
売上高は12億73百万円(前期比0.8%減)、セグメント利益は1億62百万円(同7.1%増)となりました。

主な経営指標

売上高



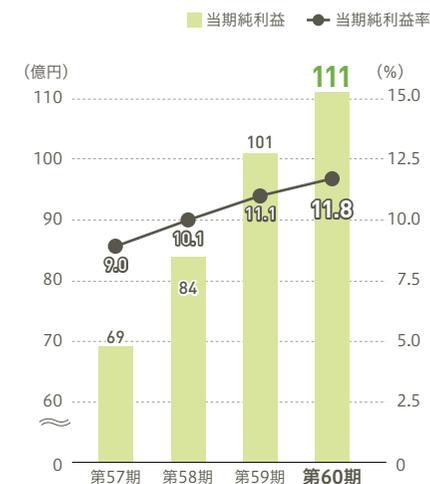
営業利益 / 営業利益率



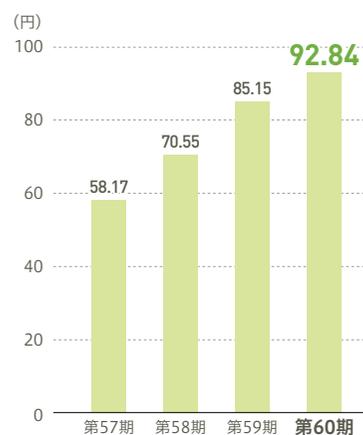
経常利益 / 経常利益率



親会社株主に帰属する当期純利益 / 当期純利益率



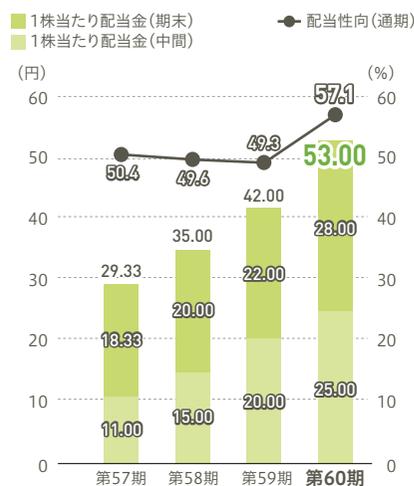
1株当たり当期純利益 (EPS)



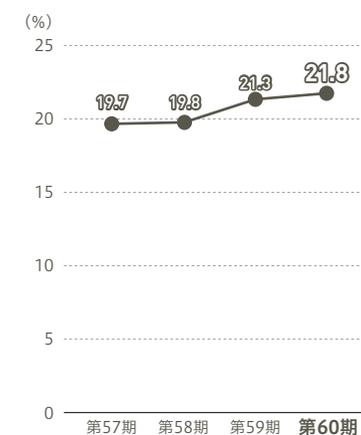
総資産 / 純資産 / 自己資本比率



1株当たり配当金 / 配当性向



自己資本当期純利益率 (ROE)



※当社は、2013年8月1日を効力発生日として、普通株式を1株につき2株の割合で、また2015年5月1日を効力発生日として、普通株式1株につき3株の割合で株式分割を行っております。
上記1株当たり当期純利益、1株当たり配当金は、第56期期首に当該分割が行われたと仮定して算出しております。

トピックス

2016年度「ポーター賞」受賞

ピジョンは、独自性のある優れた戦略を実践し、その結果として高い収益性を達成・維持している企業を表彰する「ポーター賞」を受賞しました。競争戦略論の第一人者、ハーバード大学のマイケル・E・ポーター教授の名前を冠した同賞は、一橋大学大学院国際企業戦略研究科を運営組織として2001年に創設されたものです。独自性のある優れた戦略・イノベーションの存在、資本効率、独自のバリューチェーンなどから成る審査を経て、「国際的にニーズが均一な0から18カ月の赤ちゃん用品に特化し、母乳育児促進を価値提供に、哺乳びんと乳首などで高いシェアを誇っている」ことが評価され、今般の受賞に至りました。



「弱吸啜(きゆうてつ)用乳首」がグッドデザイン賞を受賞

ピジョンが病産院向けに開発した「弱吸啜用乳首」が「グッドデザイン賞2016」を受賞しました。「弱吸啜用乳首」は、吸う力や舌の動きが弱く、うまく母乳やミルクを飲むことができない赤ちゃんのために開発された乳首です。乳首の肉厚や孔の大きさなど、60年にわたるピジョンの哺乳研究をベースに丁寧に設計されました。今般、「弱吸啜用乳首」は、2016年度グッドデザイン賞受賞対象の中で審査委員会により特に高い評価を得た「グッドデザイン・ベスト100」にも選出されています。



GOOD DESIGN AWARD
2016年度受賞

ランシノ社がドイツ・トルコで受賞

ピジョンは、北米・欧州地域においては子会社のランシノ社を通じて、ランシノ・ブランドでベビー・ママ用品を展開しています。2016年9月、ランシノ社のドイツ支店が、事業の成長や雇用の創出・維持、教育・実習制度や積極的な社会貢献などが評価され、同国内で非常に優れた中小規模の企業に与えられるビジネスアワード「Grosser Preis des deutschen Mittelstandes賞」を受賞しました。またトルコでは、ランシノ社の「HPAランソリンニプルクリーム」が、母乳育児を続けたいママをサポートする商品として高く評価され、11,000人超のパパ・ママの投票により選ばれるIBS2016の「Mother-friendly Product部門賞」を受賞しました。



Corporate Profile

会社概要 (平成29年1月31日現在)

設立年月日	昭和32年8月15日
事業内容	育児・マタニティ・女性ケア・ホームヘルスケア・介護用品等の製造、販売および輸出入ならびに保育事業
資本金	5,199,597千円
従業員数	本社1,017名 連結3,739名
本社	〒103-8480 東京都中央区日本橋久松町4番4号 TEL 03-3661-4200(代表)

役員 (平成29年4月27日現在)

取締役最高顧問	仲田 洋一
代表取締役会長兼取締役会議長	大越 昭夫
代表取締役社長	山下 茂
取締役副社長 (中国事業本部長兼海外事業本部長)	北澤 憲政
取締役専務執行役員 (経営企画本部長兼 経理財務本部長兼 人事総務本部長兼監査室担当)	赤松 栄治
取締役常務執行役員 (お客様コミュニケーション本部長兼 開発本部長兼品質管理本部長兼 ロジスティクス本部長)	板倉 正
取締役上席執行役員 (ヘルスケア・介護事業本部長兼 ビジョンタヒラ(株)代表取締役社長兼 国内ベビー・ママ事業本部長兼 子育て支援事業本部長)	倉知 康典
取締役上席執行役員 (LANSINOH LABORATORIES, INC. 代表取締役社長)	Kevin Vyse-Peacock
取締役(社外)	新田 孝之
取締役(社外)	鳩山 玲人
常勤監査役	甘利 和久
常勤監査役	岩本 忍
監査役(社外)	西山 茂
監査役(社外)	出澤 秀二
上級執行役員 (国内ベビー・ママ事業本部長)	橋本 伸行
上級執行役員 (海外事業本部長兼 PIGEON SINGAPORE PTE. LTD. 代表取締役社長)	仲田 祐介
執行役員 (お客様コミュニケーション本部長)	小原 裕子
執行役員 (経営企画本部長)	松永 勉
執行役員 (経理財務本部長)	牧 裕康
執行役員 (人事総務本部長)	浦狩 高年
執行役員 (開発本部長)	笠原 かほる
執行役員 (品質管理本部長)	田島 和幸
執行役員 (子育て支援事業本部長兼 ビジョンハーツ(株)代表取締役社長)	鶴 孝則
執行役員 (ロジスティクス本部長)	西本 浩
執行役員 (ビジョンタヒラ(株)専務取締役)	石上 光志
執行役員 (PIGEON MANUFACTURING (SHANGHAI) CO., LTD. 代表取締役社長)	賀来 健
執行役員 (LANSINOH LABORATORIES, INC. 取締役)	松島 浩司

主要事業所 (平成29年1月31日現在)

事業所 茨城県稲敷郡阿見町

物流センター 茨城県常陸太田市
兵庫県神崎郡神河町

研究所 茨城県つくばみらい市

営業拠点 札幌・仙台・東京・名古屋・大阪・広島・福岡

次の20社を連結の対象にしています。

- ビジョンホームプロダクツ(株)
- ビジョンハーツ(株)
- PHP兵庫(株)
- PHP茨城(株)
- ビジョンタヒラ(株)
- ビジョン真中(株)
- PIGEON SINGAPORE PTE. LTD.
- PIGEON MALAYSIA (TRADING) SDN. BHD.
- PIGEON (SHANGHAI) CO., LTD.
- PIGEON MANUFACTURING (SHANGHAI) CO., LTD.
- PIGEON INDUSTRIES (CHANGZHOU) CO., LTD.
- LANSINOH LABORATORIES, INC.
- LANSINOH LABORATORIES MEDICAL DEVICES DESIGN INDUSTRY AND COMMERCE LTD. CO.
- LANSINOH LABORATÓRIOS DO BRASIL LTDA.
- LANSINOH LABORATORIES BENELUX
- LANSINOH LABORATORIES SHANGHAI
- DOUBLEHEART CO. LTD.
- PIGEON INDIA PVT. LTD.
- PIGEON INDUSTRIES (THAILAND) CO., LTD.
- THAI PIGEON CO., LTD.

次の1社について持分法を適用しています。

- P.T. PIGEON INDONESIA

株式の状況 (平成29年1月31日現在)

発行可能株式総数 360,000,000株

発行済株式の総数 121,653,486株

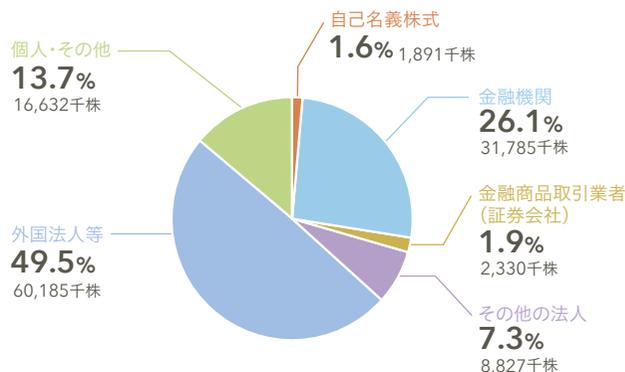
株主数 16,345名

自己株式 1,891,943株

大株主(上位10名)	持株数 (千株)	持株比率 (%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	6,071	5.1
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	5,169	4.3
野村信託銀行株式会社(信託口)	3,792	3.2
仲田 洋一	3,638	3.0
BBH FOR MATTHEWS ASIA DIVIDEND FUND	3,316	2.8
JP MORGAN CHASE BANK 385164	3,300	2.8
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140044	3,264	2.7
THE BANK OF NEW YORK, NON-TREATY JAS-DEC ACCOUNT	3,161	2.6
ワイ. エヌ株式会社	3,000	2.5
上田八木短資株式会社	2,543	2.1

※持株比率は自己株式(1,891,943株)を控除して計算しております。

株式分布状況(所有者別:千株)



株主メモ

証券コード 7956

事業年度 2月1日から翌年1月31日まで

定時株主総会 毎年4月

期末配当金受領株主確定日 1月31日

中間配当金受領株主確定日 7月31日

株主名簿管理人および特別口座の口座管理機関 東京都千代田区丸の内一丁目4番5号
三菱UFJ信託銀行株式会社

株主名簿管理人事務取扱場所 東京都千代田区丸の内一丁目4番5号
三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部

同事務連絡先(お問合せ先郵便物送付先) 〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号
三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
TEL 0120-232-711
(通話料無料 平日9:00~17:00)
ホームページ <http://www.tr.mufug.jp/daikou/>

単元株式数 100株

公告の方法 電子公告 <http://www.pigeon.co.jp/>
ただし、やむを得ない事由により、電子公告によることができない場合は、日本経済新聞に掲載して行います。

ご案内

株式に関する住所変更等のお問合せおよびお届出について

株主様の住所変更、買取請求その他各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問合せください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。

特別口座について

特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問合せください。なお、三菱UFJ信託銀行各支店でもお取り扱いいたします。

未受領の配当金について

未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行各支店でお支払いいたします。

インターネットホームページでもIR情報を掲載しています。

ビジョントップページ <http://www.pigeon.co.jp/>

IR情報トップページ <http://www.pigeon.co.jp/ir/index.html>

新商品・サービスのご紹介

赤ちゃんのぷちアイス

ベビー用おやつ初のアイス「赤ちゃんのぷちアイス」は、赤ちゃん向けに甘さと乳脂肪を控えた1才からの手づくりできるアイスです。ミルク&バニラ味、りんご&にんじん味の2種類を取りそろえ、赤ちゃんに与えたい果物や野菜などの素材を使い、発育に必要な栄養素であるカルシウムを配合しました。アイスの素に牛乳または育児用ミルクを加え、混ぜて冷やすだけなので、手軽に作れます。



プレママ用 「保湿ボディケアクリーム」

1日1回のケアで24時間しっかりと柔らかな肌の状態が続く「保湿ボディケアクリーム」は、先輩ママの声をもとに産婦人科医や助産師などの専門家との共同開発で生まれたプレママ向けの保湿クリームです。においに敏感なつわり期にも使いやすい無香料で、無着色、パラベンフリー、アルコールフリー、弱酸性なので、産後は赤ちゃんにも使えます。産後のスキンケア用に「ボディ用ひきしめマッサージクリーム」も同シリーズから同時に発売。



「Runfee ef(ランフィ エフ)」に 数量限定カラーが登場

段差をラクラク乗り越えられるベビーカー「Runfee ef」に、待望の新カラー「グレイスネイビー」が新登場。「Runfee ef」は、最大の特長である走行性の良さと軽量性に加え、通気性の良い座面シートを採用し、赤ちゃんの居住性とママの押しやすさに優れたベビーカーとして、発売以来大好評をいただいています。人気カラーのネイビーに上品でスタイリッシュなデザインを施した「グレイスネイビー」の追加で、全7色での展開です。



コーポレートサイトもご覧ください。

業績、財務、株式情報等を拡充し、さらに見やすくなったサイトをぜひご利用ください。



<http://www.pigeon.co.jp/>

表紙の絵について

当社は、未来の科学の夢絵画展「幼稚園・保育園の部」の発明協会会長賞ならびに優秀賞を受賞された幼稚園・保育園に対して、当社創業者の故仲田祐一が幼児の創造性育成のために公益社団法人発明協会へ寄贈した基金により「仲田祐一奨励金」を毎年協会を通して贈呈しております。表紙の絵は同協会のご協力を得て掲載しているものです。

『不思議なシュノーケル』 南八幡幼稚園(静岡県) 秋山 翔真くん

僕がつけているシュノーケル。このシュノーケルをつけるとずっと潜っていられるから、お魚さんたちと一緒に泳ぐ練習をするんだ。



この報告書は環境保全のため、環境に優しい植物油インキを使用して印刷するとともに、針金を使わないエコ製本を採用しています。

