

2009年1月期（52期） 中間決算説明会

2008年9月9日

ピジョン株式会社

（コード：7956）

代表取締役社長 大越 昭夫

目次

- タイトル・目次 1 - 2
- 中期経営計画 事業方針・定量目標 3 - 7
(経営目標・事業セグメント別・海外地域別)
- 2009年1月期 中間期の状況 8 - 11
(海外事業・国内育児事業・ヘルスケア事業)
- 2009年1月期 中間期業績報告 12 - 21
(決算ハイライト・比較損益・事業セグメント別売上
・海外地域別・事業セグメント別総利益・営業利益
増減要因・BSハイライト・CF比較・投資関連指標)
- 2009年1月期 業績見込 22 - 27
(経営計画・営業利益増減要因・事業セグメント別
・下半期事業セグメント別・下期重点課題)

中期経営計画 事業方針

(2008年2月 ~ 2011年1月)

GLOBAL Company への飛躍

～チャレンジ、そして自立～

■育児用品及び女性ケア用品事業のグローバル化を推進する

- 中国 : 販売網の拡充・店頭シェア拡大・カテゴリ拡大・供給体制整備
- 北米 : 母乳関連用品分野での事業拡大
- 新規市場 : 市場開拓の取り組み

■国内既存事業の再強化と新規事業の育成を行う

- 育児用品 : 商品開発・ダイレクトコミュニケーション・収益改善
- IT事業 : ポータルサイトと通販サイトとのシナジー効果
- 子育て支援 : 質の高いサービス提供・成長カテゴリーの推進
- 介護用品 : ハビナスブランドの統合・リクープブランド育成

中期経営計画 定量目標

(2008年2月 ~ 2011年1月)

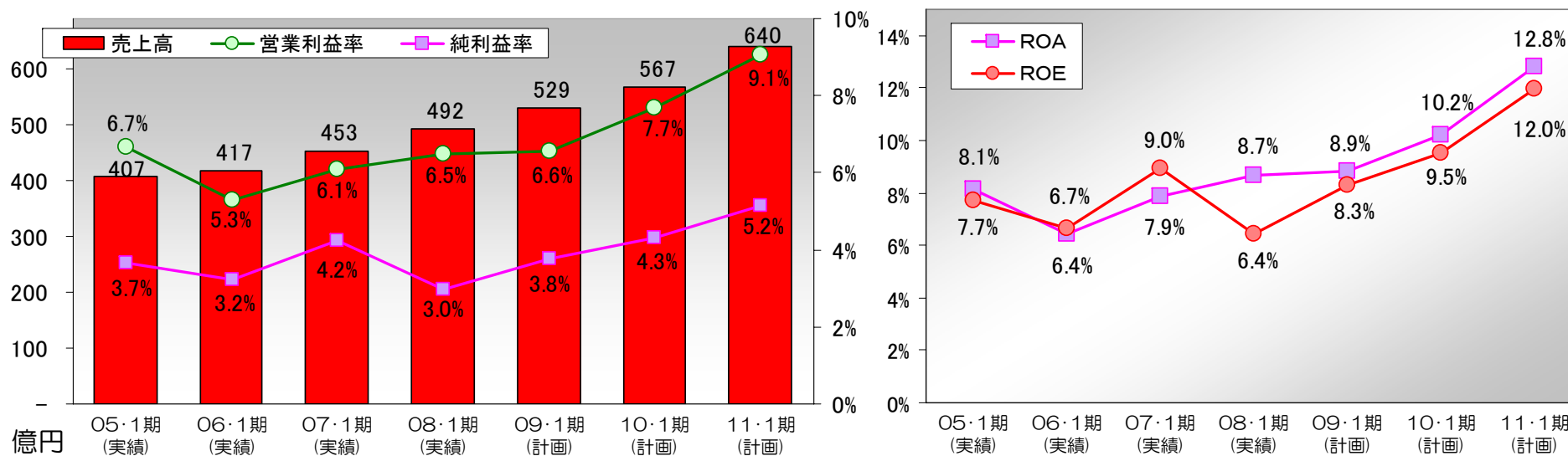
- ① 経営目標
- ② 事業セグメント別売上・利益計画
- ③ 海外地域別売上計画

定量目標 ①経営目標

単位：億円	08・1期 (実績)	09・1期 (計画)	10・1期 (計画)	11・1期 (計画)	伸び率 (対08・1期)
売上高	492	529	567	640	30.0%
売上総利益	186	199	218	247	32.8%
営業利益	31	34	43	58	81.7%
経常利益	31	34	41	56	76.2%
当期純利益	14	20	24	33	124.3%
EPS (円)	73	100	123	165	
総利益率	37.9%	37.7%	38.5%	38.7%	
営業利益率	6.5%	6.6%	7.7%	9.1%	
経常利益率	6.5%	6.4%	7.3%	8.8%	
純利益率	3.0%	3.8%	4.3%	5.2%	
ROA	8.7%	8.9%	10.2%	12.8%	
ROE	6.4%	8.3%	9.5%	12.0%	

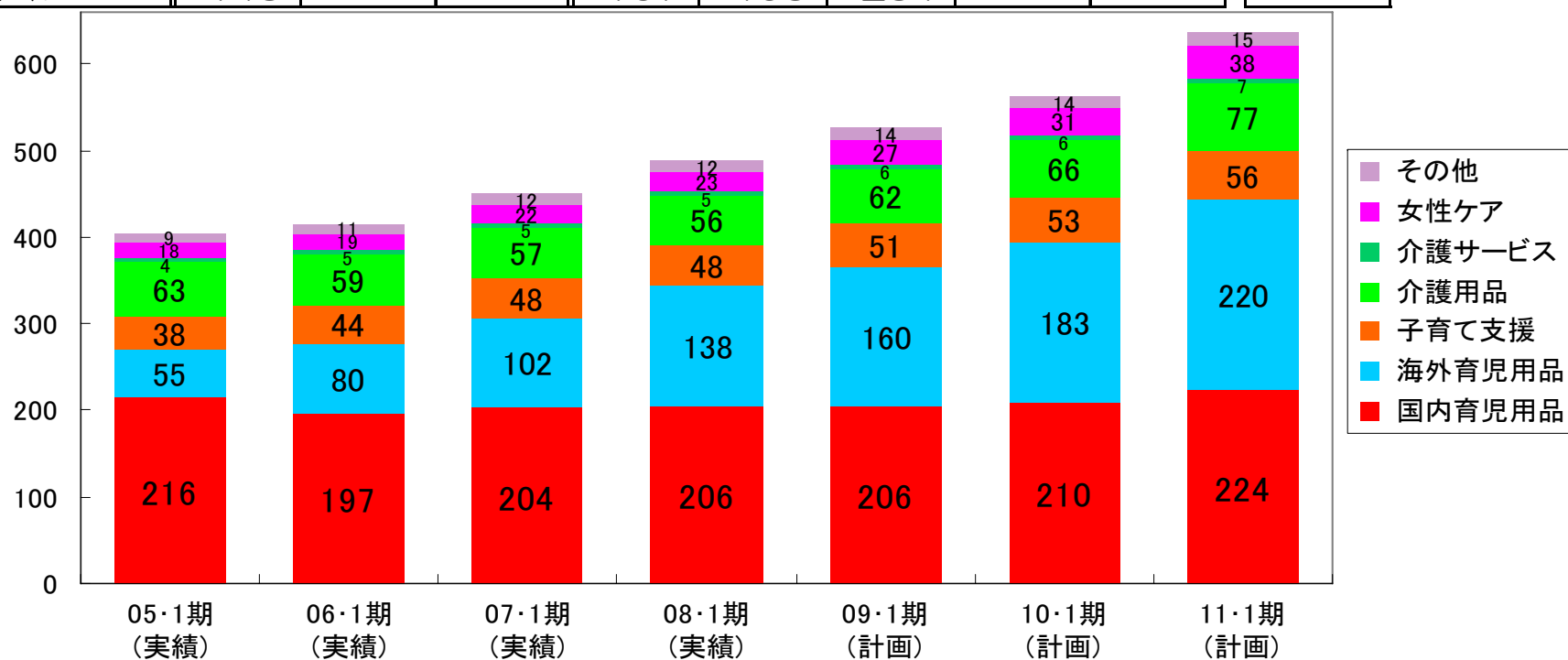
※EPSの株式数は潜在株式調整前

※ROAは総資産経常利益率、ROEは自己資本当期純利益率で、分母は期首・期末平均 (いずれも想定)



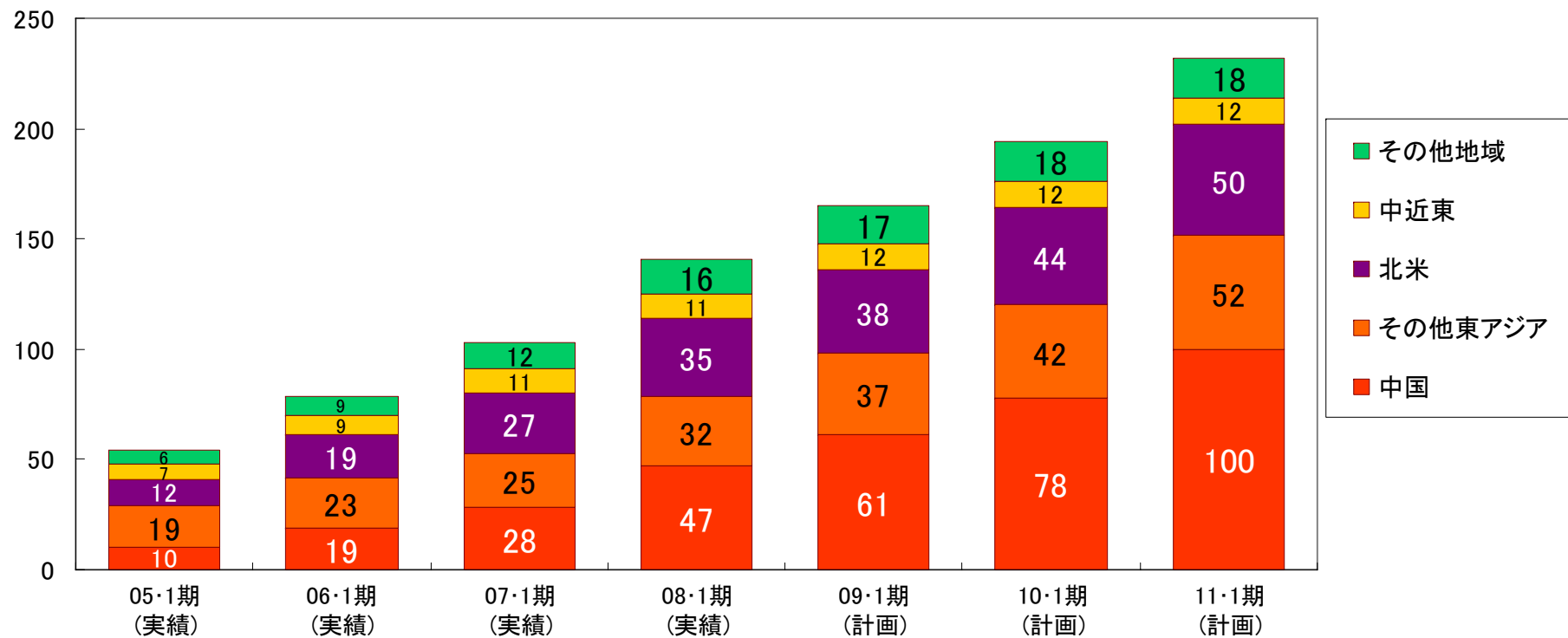
定量目標 ②事業セグメント別 売上・利益計画

単位：億円	08・1期 (実績)	構成比	総利益率	09・1期 (計画)	10・1期 (計画)	11・1期 (計画)	構成比	総利益率	伸び率 (対08・1期)
売上高	492	100.0%	37.9%	529	567	640	100.0%	38.7%	30.0%
国内育児用品	206	41.9%	36.4%	206	210	224	35.1%	37.1%	8.9%
海外育児用品	138	28.1%	53.2%	160	183	220	34.4%	51.1%	58.9%
子育て支援	48	9.9%	13.6%	51	53	56	8.9%	16.1%	16.8%
介護用品	56	11.5%	30.2%	62	66	77	12.2%	29.4%	37.3%
介護支援サービス	5	1.1%	19.7%	6	6	7	1.1%	19.5%	33.7%
女性ケア	23	4.9%	37.2%	27	31	38	6.0%	34.5%	59.7%
その他	12	2.6%	31.6%	14	14	15	2.3%	33.1%	16.3%
海外事業	143	29.1%	53.1%	167	195	234	36.6%	51.3%	63.1%



定量目標 ③海外地域別 売上計画

単位：億円	08・1期 (実績)	全社 構成比	09・1期 (計画)	10・1期 (計画)	11・1期 (計画)	全社 構成比	伸び率 (対08・1期)
海外事業売上高	143	29.1%	167	195	234	36.6%	63.1%
中国	47	9.7%	61	78	100	15.7%	110.7%
その他東アジア	32	6.7%	37	42	52	8.2%	59.5%
北米	35	7.2%	38	44	50	7.9%	42.0%
中近東	11	2.3%	12	12	12	1.9%	8.0%
その他地域	16	3.3%	17	18	18	2.9%	15.2%



2009年1月期 中間期の状況

海外事業の当中間期状況

■育児用品及び女性ケア用品事業のグローバル化

- 中国
- ・販売網の更なる拡充（08/1月：5,000店 → 08/7月：6,000店以上に）
 - ・店頭シェア拡大・カテゴリ拡大（薬局業態との取組も開始）
 - ・供給体制整備 青浦地区新工場順調稼動（乳首・洗剤等量産開始）
- 北米
- ・前期新商品の導入は計画通り

新規市場・インド：ムンバイに駐在員事務所準備室開設



上海新工場稼動



中国ピジョンコーナー



北米：新商品の投入



ムンバイに駐在員事務所準備室開設

国内育児事業の当中間期状況

国内既存事業の再強化と新規事業の育成

育児用品

【環境】 出生数は横ばい（109万人前後）・原材料価格高騰

【組織の統合】 国内ベビー・ママ事業本部（マーケティング・営業）

【新商品】 『母乳パッド はじめてのフィットアップ』

⇒市場規模の拡大と当社シェアの更なるアップを実現

【ダイレクト・コミュニケーション】

⇒プレママイベント：1,500名以上の参加

⇒Baby style（ミニ番組）視聴率上昇（世帯視聴率12%以上）

子育て支援

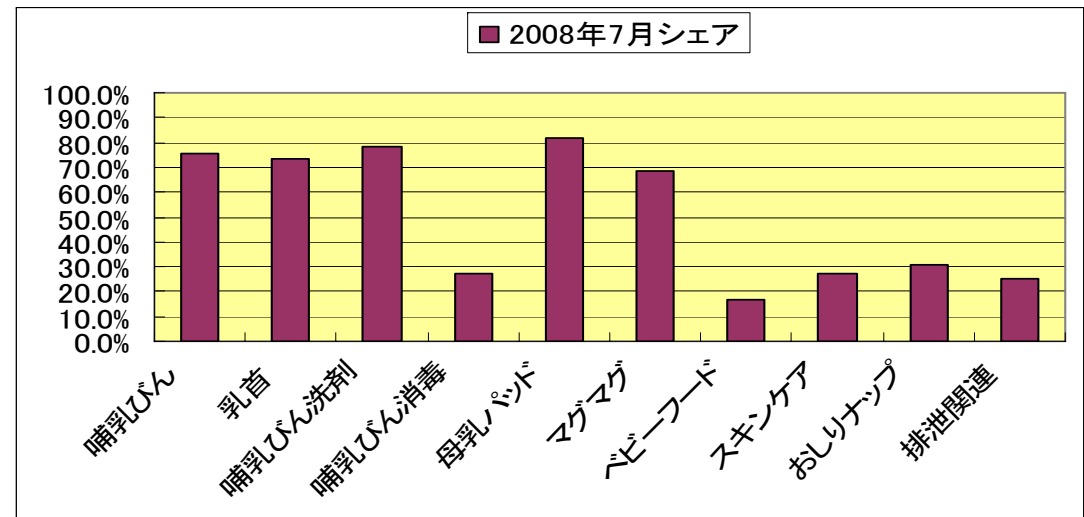
・新規5園の事業所内保育施設の運営受託



母乳パッド
『はじめての
フィットアップ』



事業所内保育施設
の運営受託



※インテージPOS全国ドラッグ拡大推計値より（単月金額データ）

ヘルスケア事業の当中間期状況

■国内既存事業の再強化と新規事業の育成

【ハビナスブランド】

- ・新商品 『尿とりパッド長時間用・夜用ワイドタイプ』
『座位安定シャワーキャリー』 など
- ・ブランド統合 ピジョンと旧タヒラブランドのハビナスへの統合
『殺菌ハンドソープ』など52SKUの統合

【リクープブランド】

- ・新商品 『負担軽減サポーター』が使用対象者層・流通から好評
- ・ラインナップ拡充のための新商品開発をスピードアップ⇒下期以降発売予定
- ・ブランド認知向上 セミナーなど関東圏にてイベント開催（8回）・広告
- ・ブランド育成 店頭でのリクープコーナーづくりスタート



ハビナス・リクープ新商品



リクープコーナー展開例

雑誌広告



2009年1月期 中間期業績報告

決算ハイライト（連結）

(百万円)

	08/1 中間期		09/1 中間期			
	実績	前期比	計画	実績	前期比	計画比
売上高	23,841	107.9 %	25,900	26,662	111.8 %	102.9 %
営業利益	1,515	108.8 %	1,500	2,118	139.8 %	141.2 %
経常利益	1,486	110.1 %	1,430	2,104	141.6 %	147.2 %
中間純利益	897	85.3 %	780	1,363	151.9 %	174.8 %
純資産	23,826	109.8 %	—	24,528	102.9 %	—
総資産	37,689	106.5 %	—	39,327	104.3 %	—
EPS (円)	45.09	84.6 %	39.18	68.28	151.4 %	174.3 %
BPS (円)	1,176.50	109.3 %	—	1205.83	102.5 %	—

比較損益（連結）

	08/1 中間期		09/1 中間期			摘要
	実績	構成比	実績	構成比	前期比	
売上高	23,841	100.0 %	26,662	100.0 %	111.8 %	
売上原価	14,749	61.9 %	16,583	62.2 %	112.4 %	
売上総利益	9,092	38.1 %	10,079	37.8 %	110.9 %	
販管費	7,576	31.7 %	7,961	29.9 %	105.1 %	■主な販売費及び一般管理費の増減
営業利益	1,515	6.4 %	2,118	7.9 %	139.8 %	広告宣伝費 +140百万円 人件費 +103百万円
営業外損益	▲28	▲0.2 %	▲13	▲0.0 %	—	
経常利益	1,486	6.2 %	2,104	7.9 %	141.6 %	
特別損益	79	0.4 %	▲122	▲0.5 %	—	■主な特別損益（09/1 中間期）
少数株主損益	33	0.1 %	57	0.2 %	172.9 %	商品自主回収関連 ▲91百万円
中間純利益	897	3.8 %	1,363	5.1 %	151.9 %	

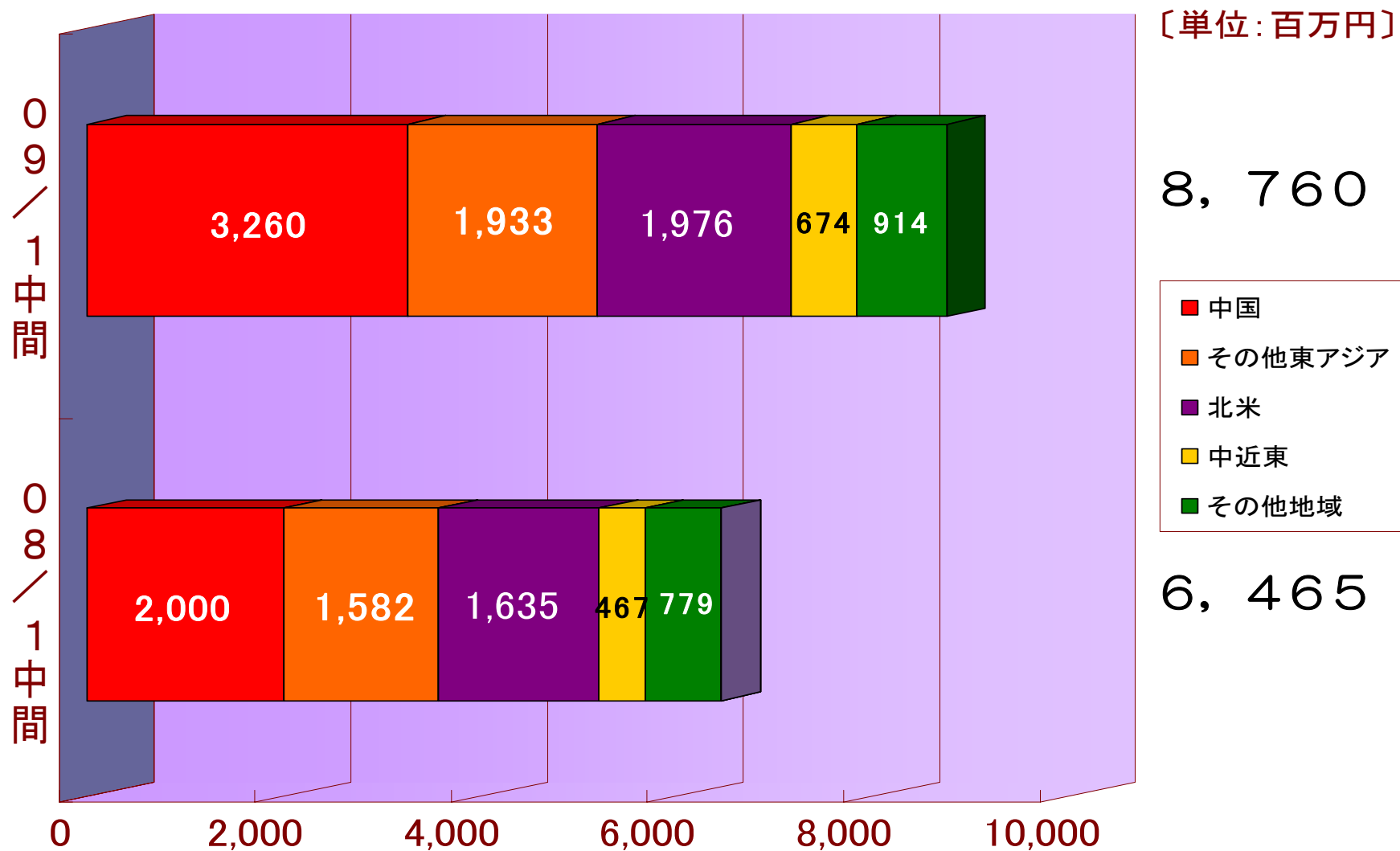
事業セグメント別売上高（連結）

（百万円）

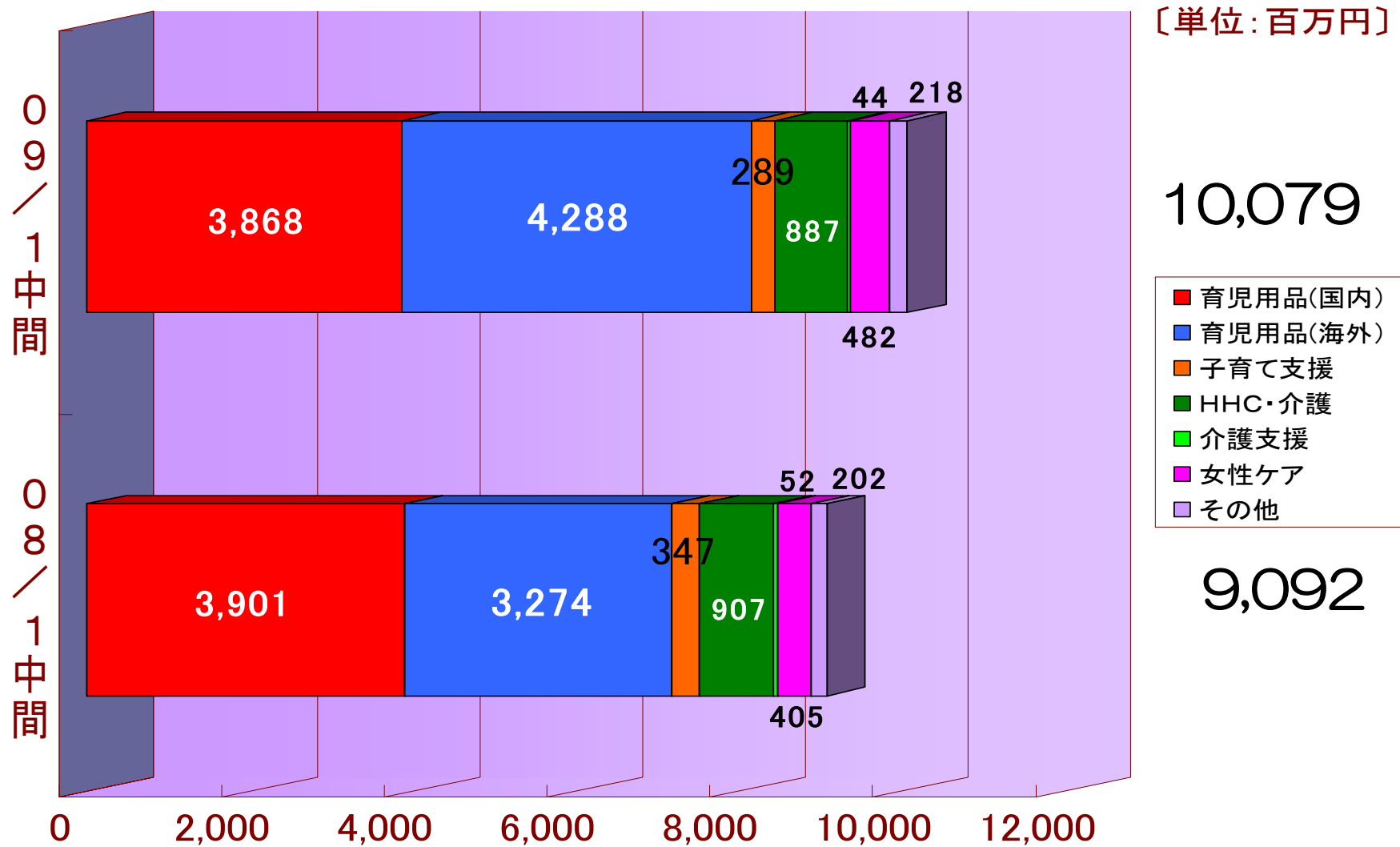
	08/1 中間期				09/1 中間期			
	金額	構成比	前期比	総利益率	金額	構成比	前期比	総利益率
連結売上高	23,841	100.0%	107.9%	38.1%	26,662	100.0%	111.8%	37.8%
育児用品（国内）	10,204	42.8%	102.0%	38.2%	10,328	38.7%	101.2%	37.5%
育児用品（海外）	6,277	26.3%	130.5%	52.2%	8,494	31.9%	135.3%	50.5%
子育て支援サービス	2,435	10.2%	101.4%	14.3%	2,550	9.6%	104.7%	11.4%
HHC・介護用品	2,889	12.1%	97.6%	31.4%	2,982	11.2%	103.2%	29.7%
介護支援サービス	274	1.2%	109.3%	19.2%	288	1.1%	105.3%	15.5%
女性ケア用品	1,109	4.7%	104.4%	36.5%	1,274	4.8%	114.9%	37.8%
その他	650	2.7%	108.0%	31.2%	742	2.8%	114.2%	29.4%

上記の内、海外事業	6,465	27.1%	130.8%	52.3%	8,760	32.9%	135.5%	50.6%
-----------	--------------	--------------	---------------	--------------	--------------	--------------	---------------	--------------

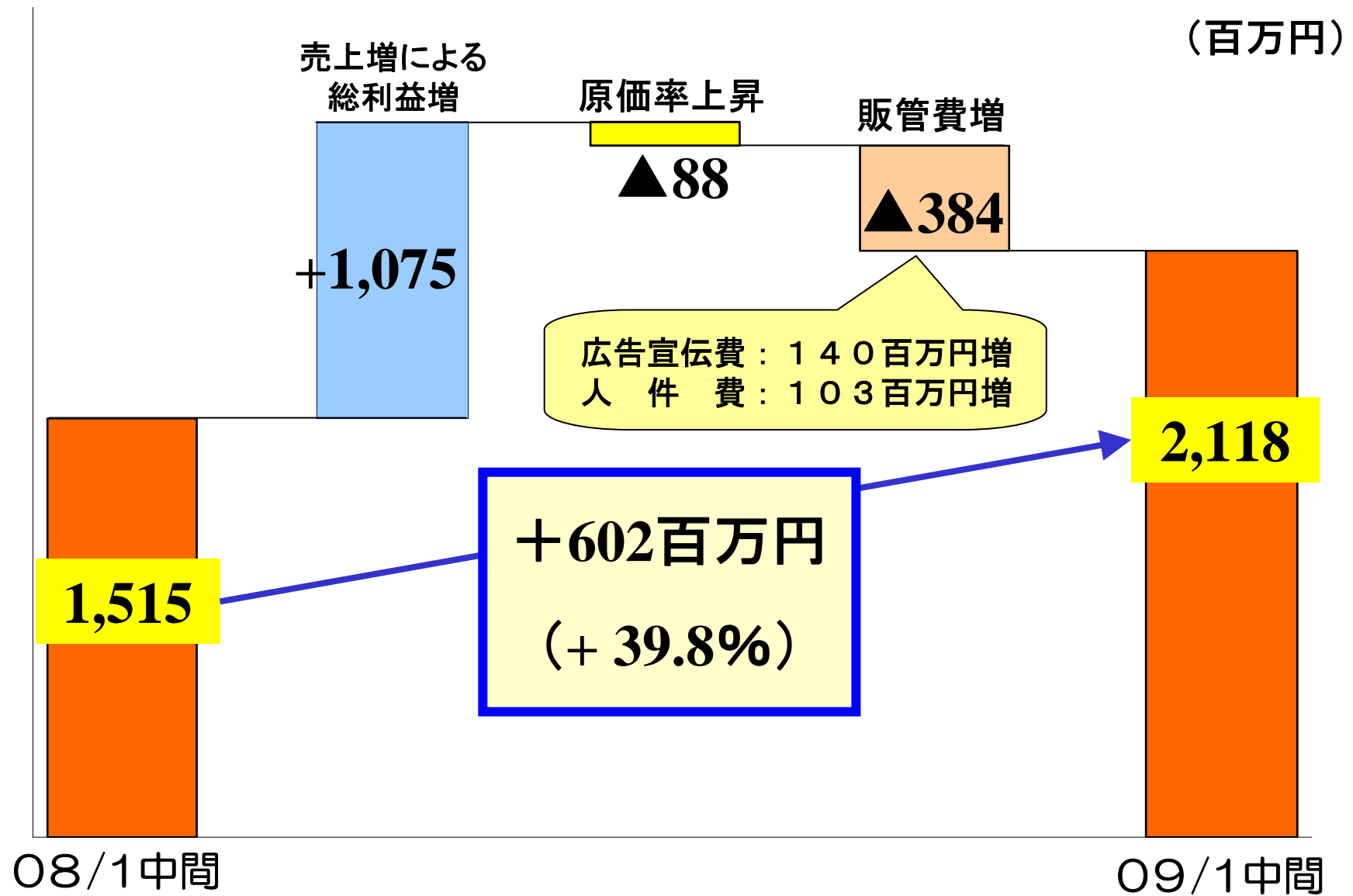
海外地域別 中間期売上実績



事業セグメント別 総利益額（連結）



主な営業利益増減要因（連結）



＜参考＞連結貸借対照表（ハイライト）

	08/1 期末	09/1 中間期		（百万円）
	金額	金額	前期末比 （金額）	前期末比 （%）
現金及び預金	4,350	4,206	▲ 143	96.7 %
受取手形及び売掛金	9,701	11,690	+ 1,988	120.5 %
たな卸資産	4,433	4,843	+ 409	109.2 %
支払手形及び買掛金	5,216	5,454	+ 238	104.6 %
借入金	2,721	3,264	+ 543	120.0 %
純資産	23,831	24,528	+ 696	102.9 %
総資産	37,441	39,327	+ 1,886	105.0 %
自己資本比率	62.4%	61.4%	—	▲1.0pt

■受取手形及び売掛金： 事業拡大（増収）に伴う増加

■借入金： 短期借入金による増加

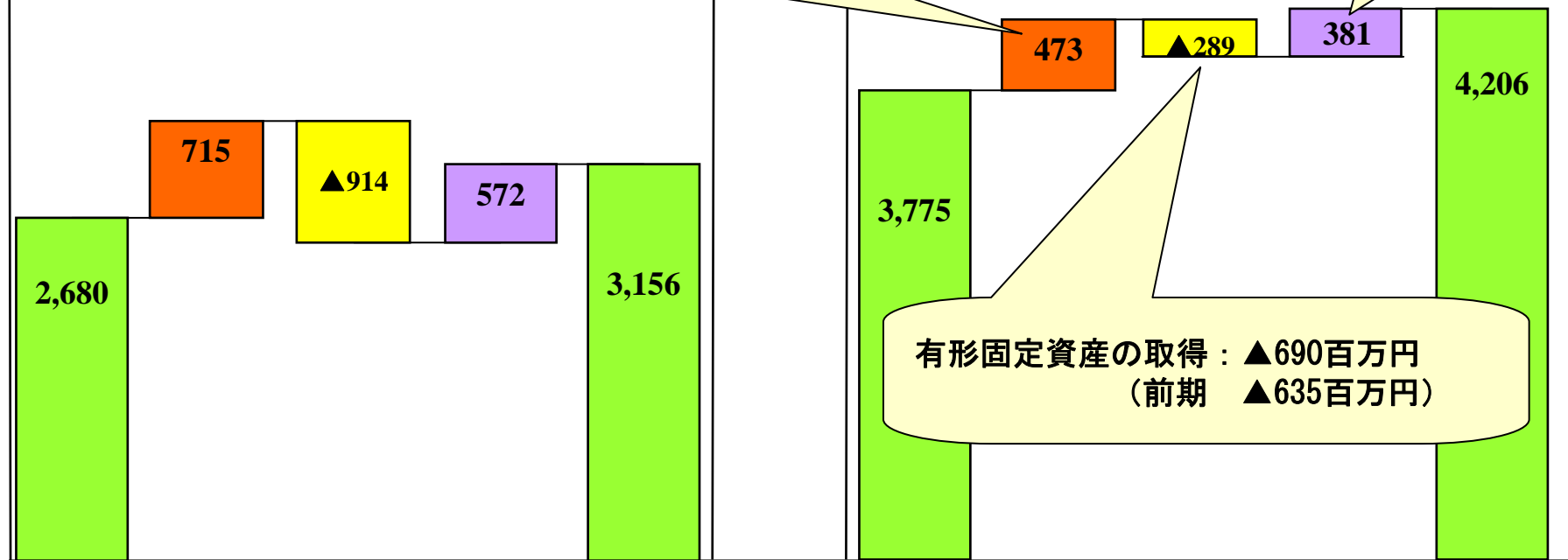
<参考> 連結キャッシュフロー比較

(百万円)

売上債権の増減額： ▲2,173百万円
(▲増加額) (前期 ▲1,068百万円)

仕入債務の増減額： 337百万円
(▲減少額) (前期 530百万円)

借入金収入・返済： 525百万円
(前期 889百万円)



'08/1期 (中間期)

期首残高	営業活動	投資活動	財務活動	期末残高
2,680	715	▲ 914	572	3,156

'09/1期 (中間期)

期首残高	営業活動	投資活動	財務活動	期末残高
3,775	473	▲ 289	381	4,206

＜参考＞投資関連指標等（連結）

（百万円）

	08/1期		09/1期	
	中間期 (実績)	通期 (実績)	中間期 (実績)	通期 (見込)
設備投資額（※1）	631	1,642	1,035	1,600
減価償却費（有形固定資産）	534	1,206	607	1,375
研究開発費（※2）	498	1,044	525	1,150

※1 建設仮勘定を除く有形固定資産取得（計上額）

※2 人件費を含めた研究開発活動にかかる費用の総額

2009年1月期 業績見込

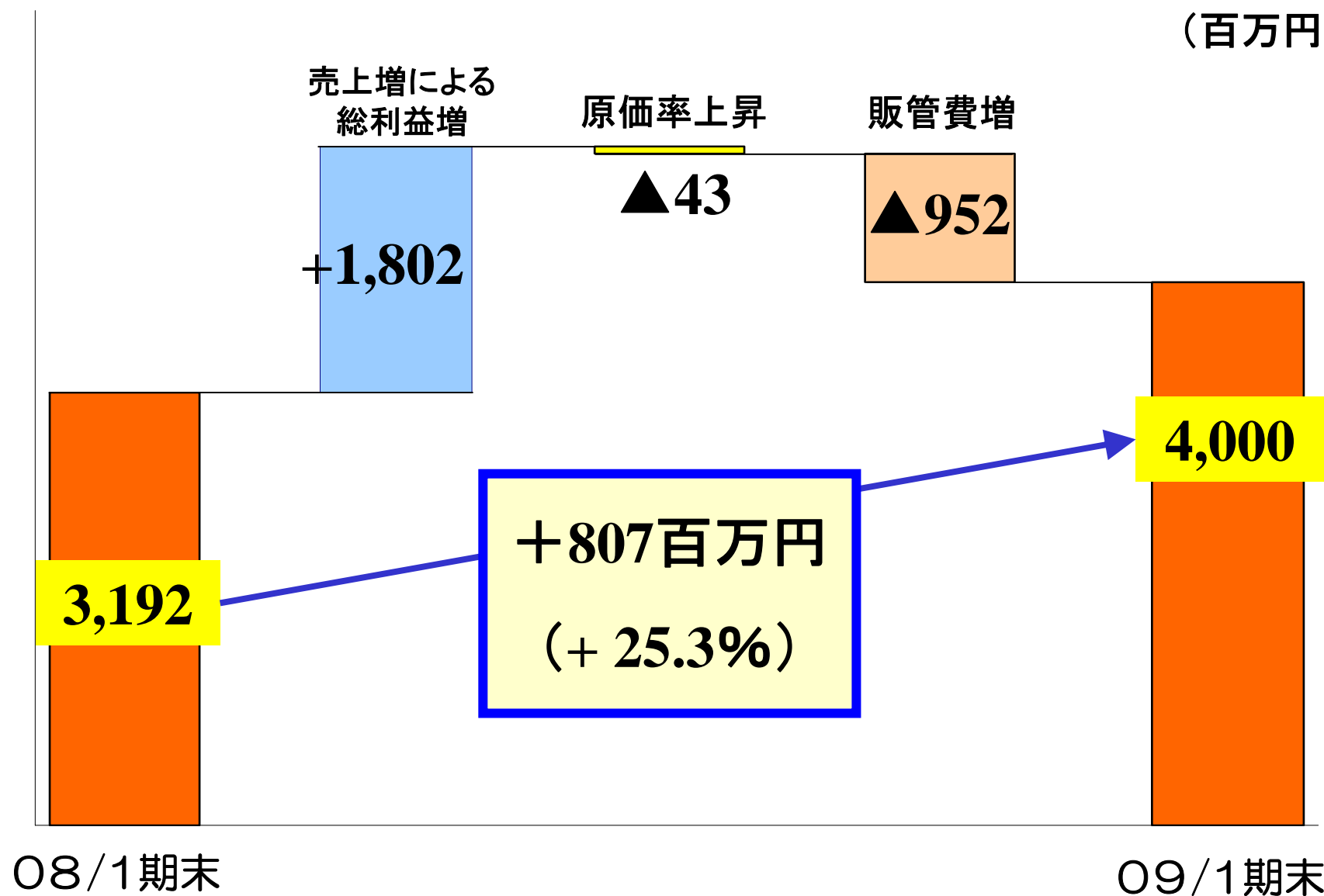
09年1月期 経営計画（連結）

(百万円)	08/1期(51期)			09/1期(52期修正計画)		
	実績	構成比	前期比	計画	構成比	前期比
売上高	49,237	100.0%	108.7%	54,000	100.0%	109.7%
営業利益	3,192	6.5%	115.9%	4,000	7.4%	125.3%
経常利益	3,177	6.5%	115.7%	4,000	7.4%	125.9%
当期純利益	1,471	3.0%	76.8%	2,600	4.8%	176.7%
純資産	23,831	—	103.6%	25,600	—	107.4%
総資産	37,441	—	105.0%	40,300	—	102.5%
EPS (円)	73.90	—	76.2%	129.88	—	175.8%
BPS (円)	1,173.88	—	104.0%	1,256.38	—	107.0%
ROA	8.7%	—	—	10.0%	—	—
ROE	6.4%	—	—	10.7%	—	—

※ROAは総資産経常利益率,ROEは自己資本当期純利益率で、分母は期首・期末平均

主な営業利益増減要因 修正計画（連結）

(百万円)



09年1月期事業セグメント別売上計画（連結）

（百万円）

	08/1(51期)				09/1(52期修正計画)			
	金額	構成比	前期比	総利益率	金額	構成比	前期比	総利益率
連結売上高	49,237	100.0%	108.7%	37.9%	54,000	100.0%	109.7%	37.8%
育児用品（国内）	20,602	41.9%	100.9%	36.4%	20,651	38.2%	100.2%	36.9%
育児用品（海外）	13,849	28.1%	134.8%	53.2%	17,445	32.3%	126.0%	50.9%
子育て支援サービス	4,869	9.9%	101.3%	13.6%	5,101	9.4%	104.8%	12.1%
HHC・介護用品	5,680	11.5%	98.0%	30.2%	6,062	11.2%	106.7%	28.8%
介護支援サービス	545	1.1%	103.7%	19.7%	600	1.1%	109.9%	15.0%
女性ケア用品	2,396	4.9%	107.1%	37.2%	2,674	5.0%	111.6%	38.2%
その他	1,291	2.6%	103.9%	31.6%	1,465	2.7%	113.4%	28.9%

上記の内、海外事業	14,349	29.1%	135.5%	53.1%	18,018	33.4%	125.6%	51.3%
-----------	--------	-------	--------	-------	--------	-------	--------	-------

下半期事業セグメント別売上計画（連結）

（百万円）

	09/1 中間期実績			09/1 下期概算			09/1 (52期修正計画)		
	金額	構成比	総利益率	金額	構成比	総利益率	金額	構成比	総利益率
連結売上高	26,662	100.0%	37.8%	27,337	100.0%	37.8%	54,000	100.0%	37.8%
育児用品（国内）	10,328	38.7%	37.5%	10,323	37.8%	36.4%	20,651	38.2%	36.9%
育児用品（海外）	8,494	31.9%	50.5%	8,950	32.7%	51.2%	17,445	32.3%	50.9%
子育て支援サービス	2,550	9.6%	11.4%	2,550	9.3%	12.7%	5,101	9.4%	12.1%
HHC・介護用品	2,982	11.2%	29.7%	3,079	11.3%	28.0%	6,062	11.2%	28.8%
介護支援サービス	288	1.1%	15.5%	311	1.1%	14.5%	600	1.1%	15.0%
女性ケア用品	1,274	4.8%	37.8%	1,399	5.1%	38.5%	2,674	5.0%	38.2%
その他	742	2.8%	29.4%	722	2.6%	28.3%	1,465	2.7%	28.9%
上記の内、海外事業	8,760	32.9%	50.6%	9,257	33.9%	51.8%	18,018	33.4%	51.3%

■ 育児用品及び女性ケア用品事業のグローバル化

- 中国（インフレ、景気減速の影響は少、下期も継続的に伸長の見込）
⇒営業拠点の拡充（北京分公司）・スキンケア生産開始
- 北米（母乳育児関連用品市場は下期も継続的に伸長の見込）
⇒母乳関連用品分野での高シェア維持拡大
- 新規市場：駐在員事務所開設による情報収集・ブランド認知向上

■ 国内既存事業の再強化と新規事業の育成

- 育児用品：新商品開発・ダイレクトコミュニケーション継続
- IT事業：通販サイト『PIGEON MALL』リニューアル
- 子育て支援：質の高いサービス提供・成長カテゴリーの推進
- 介護用品：ブランドの統合・施設市場への展開
新商品の展開・リクープブランド市場浸透施策の継続

将来見通しに関する注意事項

本資料にはピジョングループの「将来に関する記述に該当する情報」が記載されています。本資料における記述のうち、過去または現在の事実に関するもの以外は、係わる将来予測に関する記述に該当します。

これら将来予測に関する記述は、現在入手可能な情報に鑑みてなされたピジョングループの仮定および判断に基づくものであり、これには既知または未知のリスクおよび不確実性ならびにその他の要因が内在しており、それらの要による影響を受ける恐れがあります。