

2021年12月期（65期） 第3四半期 決算補足資料

ピジョン株式会社
(証券コード：7956)

2021年11月4日

Celebrate babies the way they are



《新基準》 業績報告 連結PL (累計)

(単位：百万円)	20/12期 第3四半期		21/12期 第3四半期		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
売上高	70,127	100.0%	69,426	100.0%	99.0%
売上原価	36,580	52.2%	36,247	52.2%	99.1%
売上総利益	33,547	47.8%	33,179	47.8%	98.9%
販管費	21,065	30.0%	22,735	32.7%	107.9%
営業利益	12,481	17.8%	10,444	15.0%	83.7%
経常利益	13,569	19.4%	11,774	17.0%	86.8%
親会社株主に帰属する四半期純利益	9,365	13.4%	7,185	10.3%	76.7%

(20/12期の実績は、経営戦略室による試算値)

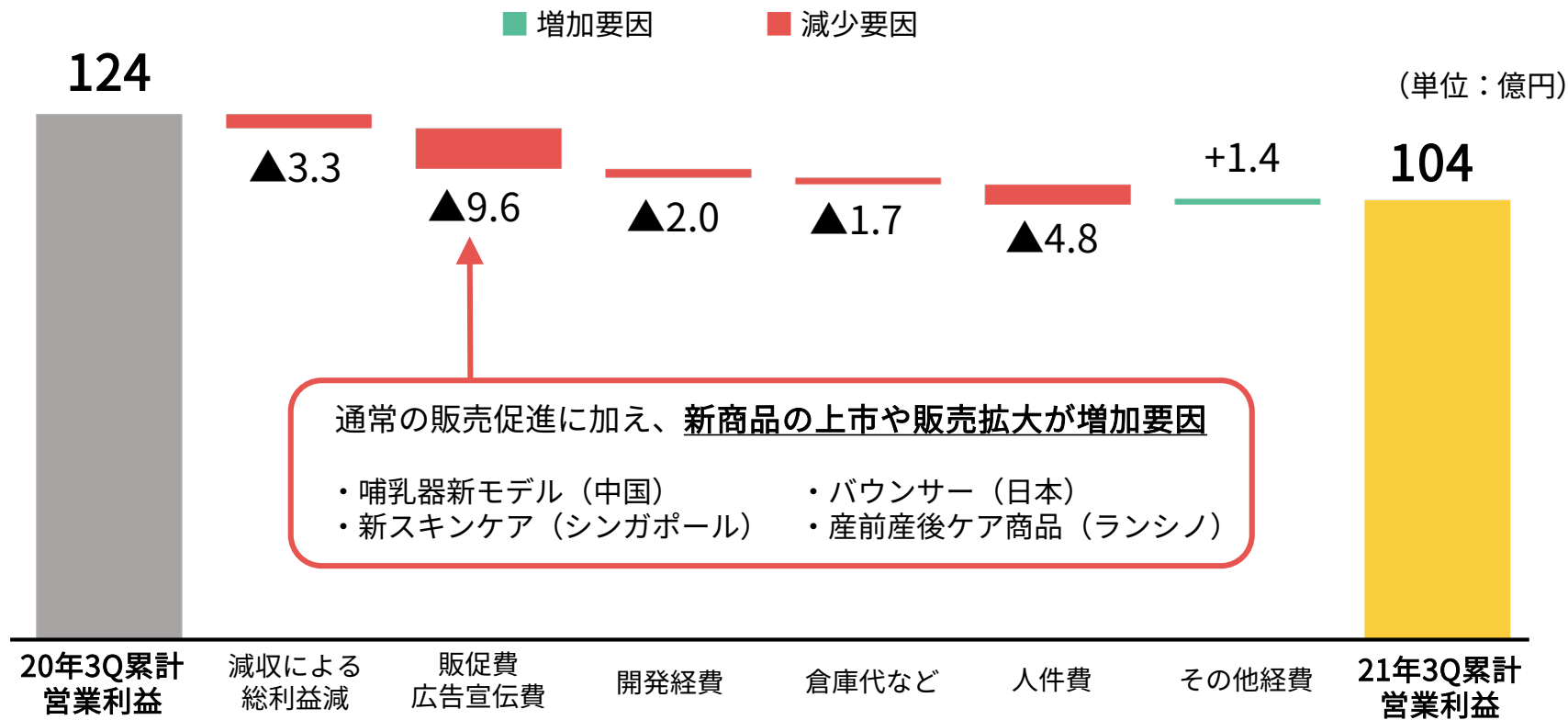
【参考：平均レート】 21/12月期 (65期)実績：1ドル108.54円 1元16.77円
20/12月期 (64期)実績：1ドル107.55円 1元15.37円

《新基準》 業績報告 事業別損益（累計）

(単位：百万円)	20/12期 第3四半期				21/12期 第3四半期				
	実績	構成比	総利益率	セグメント利益	実績	構成比	前期比	総利益率	セグメント利益
連結計上額	70,127	100.0%	47.8%	12,481	69,426	100.0%	99.0%	47.8%	10,444
日本事業	31,214	44.5%	34.1%	2,267	29,267	42.2%	93.8%	34.6%	1,686
中国事業	26,324	37.5%	52.9%	9,729	27,640	39.8%	105.0%	51.9%	9,161
シンガポール事業	9,617	13.7%	39.4%	1,745	9,170	13.2%	95.4%	38.7%	1,354
ランシノ事業	9,498	13.5%	56.1%	1,392	9,562	13.8%	100.7%	54.4%	718
セグメント間取引消去	▲ 6,527	▲ 9.3%	—	—	▲ 6,214	▲ 9.0%	—	—	—

(20/12期の実績は、経営戦略室による試算値)

《新基準》 連結営業利益 前期比増減要因 (第3四半期累計)



日本 事業

コロナ特需反動減と、7月以降のコロナ第5波により減収幅拡大

- 国内ベビー・ママの売上高は前期比95%。おしりふきなどの消耗品のコロナ特需の反動減に加え、コロナ第5波による外出自粛で購買頻度が減少した事などが要因
- 外出自粛、天候不順などでUVケア商品やベビーカーの販売が減少。一方で「巣ごもり需要」を掴んだベビーフードや乳歯ケア、さく乳器などは前期比伸長
- ヘルスケア・介護事業は製品ポートフォリオの見直しを進め、売上高は前期比85%
- ベビー消耗品の構成比減少や、ヘルスケア・介護の商品ミックス改善で総利益率は+0.5pt

中国 事業

3Qはセルアウト伸長に注力し、オンラインは累計で前期並みまで回復

- 本土のセルインは前期比97%。一時的にセルインを抑制し、セルアウト伸長に注力。3Q単独でのオンラインのセルアウトは前期比伸長
- スキンケアは前期比118%。アボカドシリーズや柚子シリーズなどの新商品が貢献
- Eコマース比率は67%（前期比+4pt増）
- セルアウトは、オンライン自社旗艦店が好調。オフラインはチェーンベビー専門店が好調継続も、オフライン全体では前期割れ
- 哺乳器の売上高は前期比92%。9月末より新商品「自然実感 III」をオン・オフラインの主要小売にて先行発売開始。初回出荷は予定通り完了し、出だし好調

シンガポール事業

2Qのコロナ再拡大の影響は残るものの、回復基調の地域もあり

- 依然としてコロナ再拡大の影響はあるが、一部の地域では回復の兆しも見られる
- インドは国内売上高は前期比114%、マレーシアも同107%と引き続き伸長
- 3Q単独では、シンガポール国内、タイ国内、インドネシアの売上高が前期比伸長
- 新商品は、新スキンケアシリーズ（Natural Botanical）を主要国で発売開始
- 日本国内の需要減などがタイ工場の稼働に影響し、総利益率は0.7pt低下
- コロナ禍でも各国でマーケティング活動を積極的に行い、広告費や販促費は増加

ランシノ事業

売上高は前期比101.4%。物流費の高騰を除けば想定通りの進捗

- 北米の売上高は前期比100.4%。主力製品の乳首クリームが好調
- 欧州はドイツ、ベネルクス、UKが好調。一方で中国は前年割れが続く厳しい状況
- 「産前・産後ケア商品」は北米、欧州各国、中国で販売開始。想定を上回る進捗
- 調達物流費（原価）の高騰により総利益率は1.7pt低下。また、物流費（販管費要因）の高騰も利益を圧迫。各種物流費の高騰の影響を除けば、想定通りの進捗
- 新商品の開発や、マーケティング活動はほぼ予定通り実施

第3四半期 主な新商品

哺乳器は10年ぶりのリニューアルで更なる成長を目指す（中国で世界先行発売）
日本やシンガポールも、それぞれの市場に合った事業独自の新商品を展開



中国：自然実感III 哺乳器

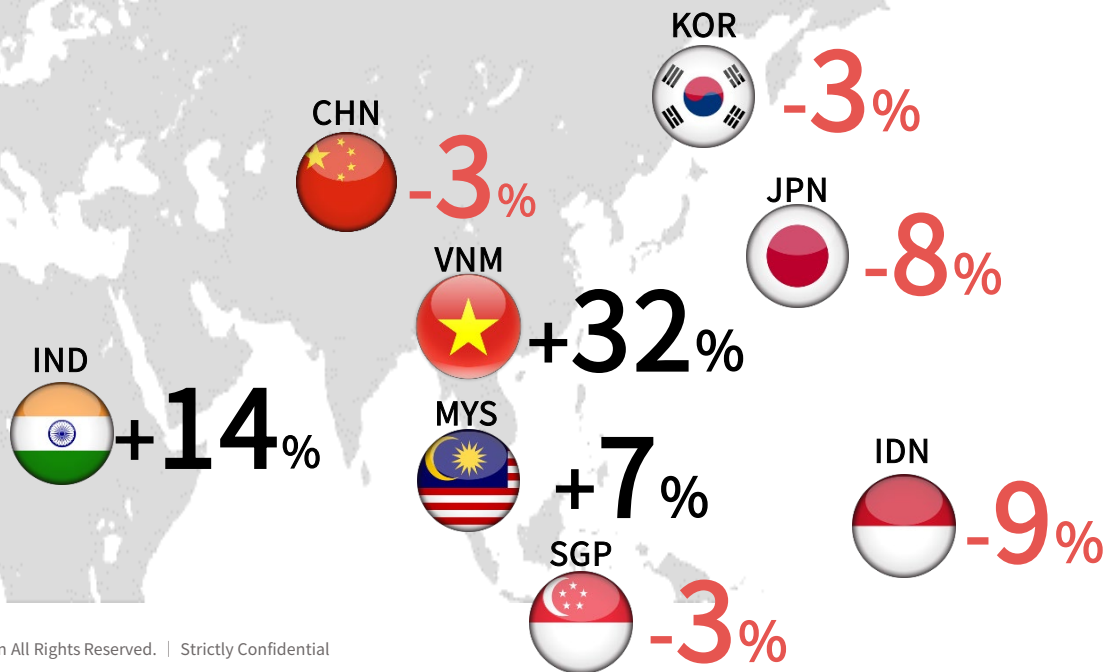
日本：Wuggy バウンサー

シンガポール：スキンケア

《旧基準》 ピジョン 地域別売上高 (3Q累計 / 前年同期比)



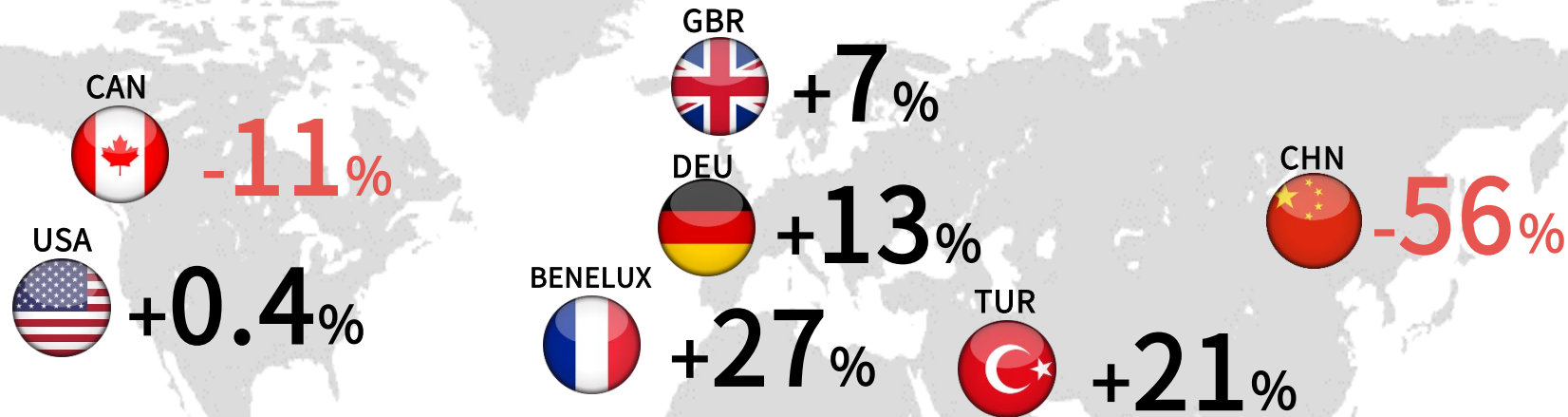
※売上高：現地通貨ベースでのセルイン



《旧基準》 ランシノ 地域別売上高 (3Q累計 / 前年同期比)



※売上高：現地通貨ベースでのセルイン



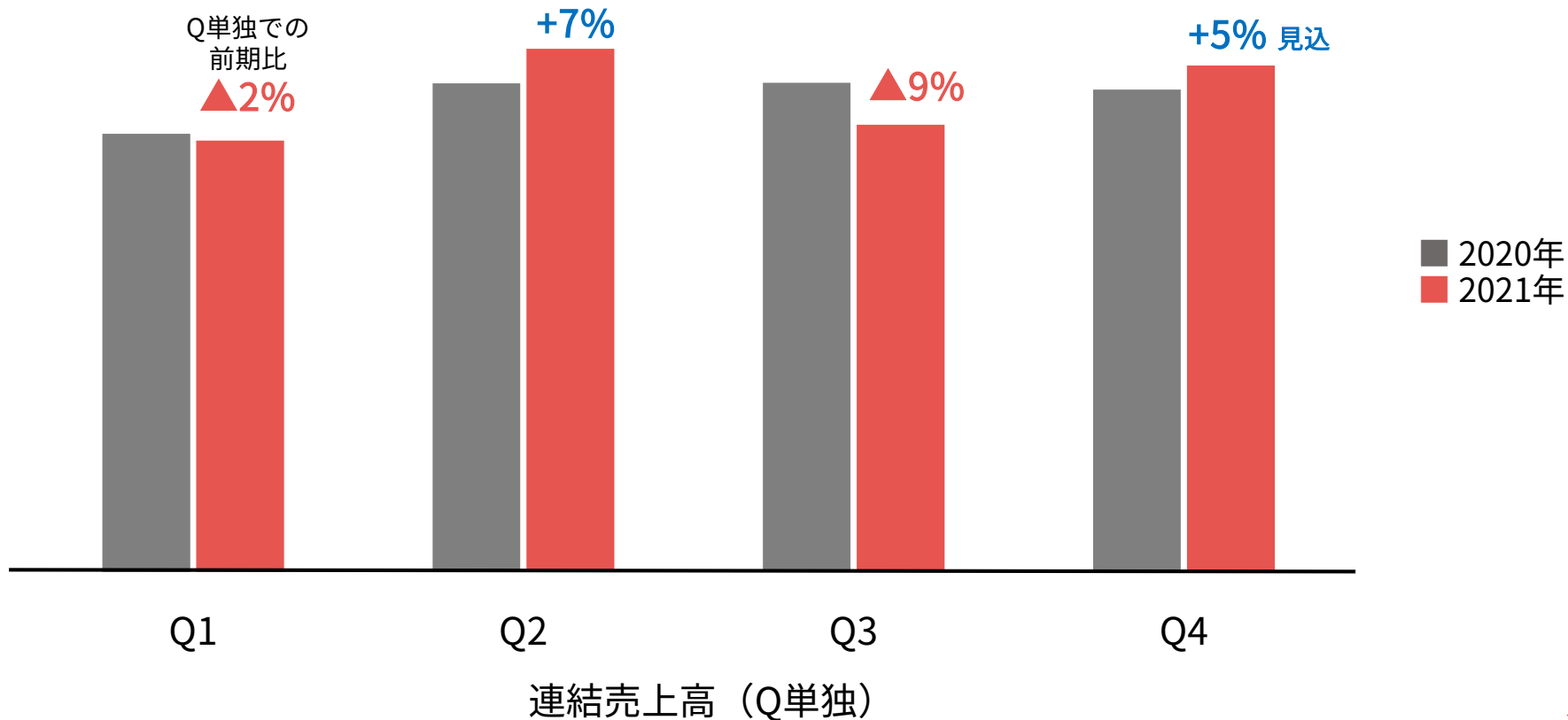
《新基準》 通期連結業績予想の修正

第3四半期までの業績を踏まえ、通期連結業績予想を下方修正する

(単位：百万円)	21/12期 経営計画 前回発表予想		21/12期 経営計画 今回修正予想			
	期初計画	構成比	修正予想	構成比	増減額	増減率 (%)
売上高	100,800	100.0%	94,300	100.0%	▲6,500	▲6.4%
売上原価	51,300	50.9%	49,500	52.5%	▲1,800	▲3.5%
売上総利益	49,500	49.1%	44,800	47.5%	▲4,700	▲9.5%
販管費	33,000	32.7%	31,600	33.5%	▲1,400	▲4.2%
営業利益	16,500	16.4%	13,200	14.0%	▲3,300	▲20.0%
経常利益	16,700	16.6%	14,600	15.5%	▲2,100	▲12.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	11,100	11.0%	9,100	9.7%	▲2,000	▲18.0%

《新基準》 21/12期 第4四半期の業績イメージ

連結売上高は第4四半期単独では前期比伸長、通期では前期並みを見込む



Celebrate babies the way they are

