

2022年12月期（66期） 第1四半期 決算補足資料

ピジョン株式会社
(証券コード：7956)

2022年5月12日

Celebrate babies the way they are



2022年12月期（66期） 第1四半期

中国本土におけるCovid-19の状況	P. 2 - 3
2022年第1四半期 業績報告	P. 4 - 6
事業別サマリ	P. 7 - 8
地域別売上高、各国Eコマース比率	P. 9 - 11

Agenda

中国本土におけるCovid-19の状況① 1Q業績への影響

- 2月累計までは社内想定に近い業績で進捗していた
- 3月中旬からの局地的なロックダウンの影響により、**当社3月上見込の10 - 15%が出荷できず1Qを終了。**また、当社代理店や各小売（EC・オフライン）からの出荷にも遅延やキャンセルが発生し、セルアウトにも影響

局地的ロックダウン（3月中旬～現在も断続的に発生）

ロックダウンが発生した地域	<ul style="list-style-type: none">• 華北エリア、東北エリアなど• 陝西省、福建省、雲南省、天津市などの各地域で14 - 60日の局地的なロックダウンが発生
物流・小売店・消費者への影響	<ul style="list-style-type: none">• 当社代理店の重要倉庫が数日間閉鎖され、断続的に出荷遅延が発生• ロックダウンエリアにある百貨店やチェーンベビーショップの多くが一時閉店• EC小売は地方倉庫への商品補充ができず配達遅延が発生• ECの配達遅延により、お客様からの返品やキャンセルが増加
当社中国拠点への影響	
販売会社（上海）	当社代理店の重要倉庫（2か所）が数日間閉鎖され、当社からの出荷が断続的に停止
工場（上海）	<ul style="list-style-type: none">• 通常通りの稼働• 上海ロックダウンに向け在庫積み上げ
工場（常州、江蘇省）	常州市内のロックダウンにより6日間の稼働停止

中国本土におけるCovid-19の状況② 上海ロックダウンの発生

- 4月以降は上海ロックダウンにより、販社および生産拠点ともに1Q以上に大きな影響を受けている
- 4月末から出荷や生産の一部が再開。4月末時点での当社中国グループの稼働状況は通常時の約20 - 30%程度にとどまる
- 上海ロックダウンは5月現在も継続しており、業績への影響額は現在試算中

上海ロックダウン（3月末から継続中）

カレンダー	4/1 - 4/10	4/11 - 4/17	4/18 - 4/24	4/25 - 5/1
局地的ロックダウン	3月中旬から発生している地方の局地的なロックダウンは継続			
物流全般（上海）	上海発の他省への流通が原則停止。当社代理店やEC小売の上海倉庫が閉鎖。オフライン店舗は一時閉店			
物流（上海以外）	上海市内への流通が原則停止。当社代理店やEC小売の地方倉庫では欠品が発生。封鎖地域以外のオフライン店舗は一部営業			
販社（上海）				
商品出荷	商品出荷はほぼ停止			常州工場を経由するなどして代理店へ一部の商品出荷を再開
その他業務	原則在宅勤務のため、研究開発や試作などの業務に制限が出る。予定していたマーケティング活動やイベントの一部も延期			
工場（上海）				
商品生産	稼働停止			一部の稼働再開 (稼働率20%程度)
商品出荷				
工場（常州）				
商品生産	通常稼働。常州工場からの出荷は可能だが、出荷先の封鎖状況により予定通り出荷ができず			
商品出荷				

2022年第1四半期 連結業績

売上高： 増収。海外市場が牽引。哺乳器の新モデルによる売上伸長、および為替影響等により前期比101.7%の伸長
 利益： 増益。新商品による収益性向上などが貢献し総利益率は前期比+0.6pt、営業利益率も同+0.4pt向上
 原材料価格：円安は想定以上に進んでいるものの、原材料の価格高騰が1Q業績へ与えた影響は想定内で終了

(単位：百万円)	21/12期 第1四半期		22/12期 第1四半期		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
売上高	21,359	100.0%	21,714	100.0%	101.7%
売上原価	11,190	52.4%	11,243	51.8%	100.5%
売上総利益	10,168	47.6%	10,470	48.2%	103.0%
販管費	7,307	34.2%	7,475	34.4%	102.3%
営業利益	2,861	13.4%	2,994	13.8%	104.7%
経常利益	3,454	16.2%	3,971	18.3%	115.0%
親会社株主に帰属する四半期純利益	2,008	9.4%	2,617	12.1%	130.3%

2022年第1四半期 事業別損益

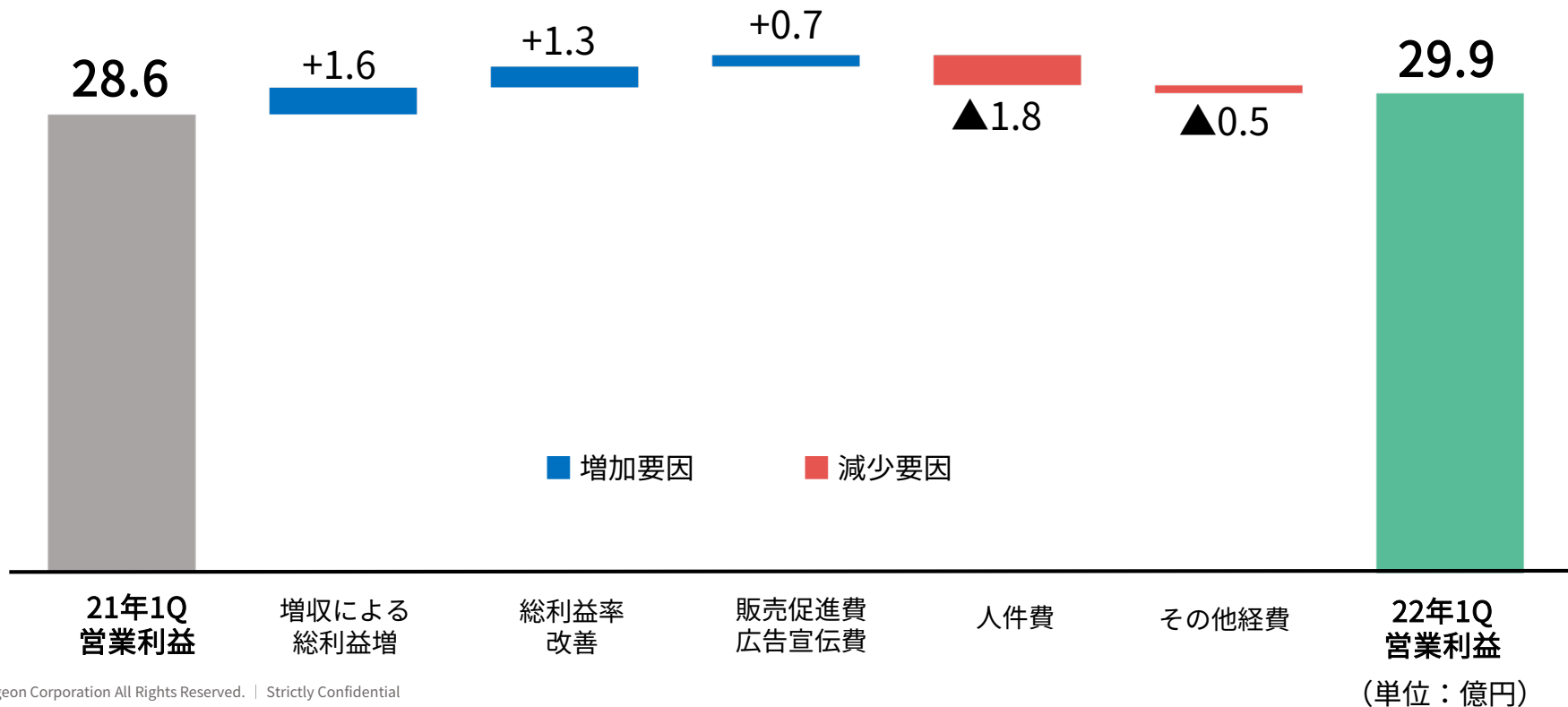
(単位：百万円)	21/12期 第1四半期				22/12期 第1四半期				
	売上高	構成比	総利益率	セグメント利益	売上高	構成比	前期比	総利益率	セグメント利益
連結計上額	21,359	100.0%	47.6%	2,861	21,714	100.0%	101.7%	48.2%	2,994
日本事業	9,717	45.5%	35.6%	603	8,846	40.7%	91.0%	35.8%	543
中国事業	7,685	36.0%	51.4%	2,434	7,892	36.3%	102.7%	52.4%	2,532
シンガポール事業	2,869	13.4%	36.4%	356	3,069	14.1%	106.9%	41.3%	514
ランシノ事業	3,117	14.6%	56.4%	318	3,551	16.4%	113.9%	52.1%	168
セグメント間取引消去	▲ 2,030	▲ 9.5%	—	—	▲ 1,645	▲ 7.6%	—	—	—

【参考】日本事業の主な内訳（従来のセグメント区分との比較：経営戦略室で試算）

(単位：百万円)	21/12期 第1四半期				22/12期 第1四半期				
	売上高	構成比	総利益率	セグメント利益	売上高	構成比	前期比	総利益率	セグメント利益
ベビーケア	6,309	—	42.3%	600	6,244	—	99.0%	40.6%	648
子育て支援	948	—	18.5%	75	892	—	94.1%	16.0%	52
ヘルスケア・介護	1,606	—	28.8%	156	1,176	—	73.2%	31.0%	86

2022年第1四半期 連結営業利益 前期比増減要因

増収による総利益増に加え、中国および日本における哺乳器の新モデルの販売が貢献し、全体で+1.3億円の増益



事業別サマリ 第1四半期

※売上高：現地通貨ベースでのセルイン

日本 事業

ベビーケアは前期並みで終了。哺乳器が新モデル切替で伸長、消耗品は苦戦

- ベビーケアの売上高は前期比▲1%とほぼ前期並み。ベビー専門店やドラッグストアなどの主要チャネルにおいては新製品導入などもあり前期比伸長。一方でECなどは苦戦
- 哺乳器とさく乳器が好調。哺乳器は新モデルへの切替が貢献し売上高は前期比+51%。一方でスキンケアは、定番シリーズのリニューアル品の販売は好調も、利益率の高い「ももの葉シリーズ」が低調
- ウェットティッシュや母乳パッド等の消耗品は消費者の低価格商品への需要の高まりなどもあり苦戦
- ベビーケアの総利益率は前期比▲1.7ptの悪化。円安による為替影響やスキンケアカテゴリにおける商品ミックスなど複合的な要因によるもの
- ヘルスケア・介護は製品ポートフォリオ見直しで売上高は前期比▲4億円も、ほぼ想定通りの進捗。利益率は改善

中国 事業

政府のゼロコロナ政策により、3月中旬から各地で事業活動への影響が発生

- 本土の売上高は前期比▲14%。3月中旬から発生した局地的なロックダウンにより、製造・販売・流通に影響（中国のCovid-19の詳細はP.3-4を参照）
- セルアウトは前期比+2%。ECは前期並みもオフラインは同+7%。EC比率は61%
- 哺乳器の売上高は、新モデルへの切替がEC・オフラインともに計画通り進捗していたが、3月からのロックダウンの影響を受け前期比で微減
- 総利益率は、哺乳器の新モデルやスキンケアが貢献し前期比+1.0pt改善
- 3月より、北米大手ECにおいてピジョン商品の販売が開始

事業別サマリ 第1四半期

※売上高：現地通貨ベースでのセルイン

シンガポール事業

主要国は好調、コロナからの完全回復に向け好スタート

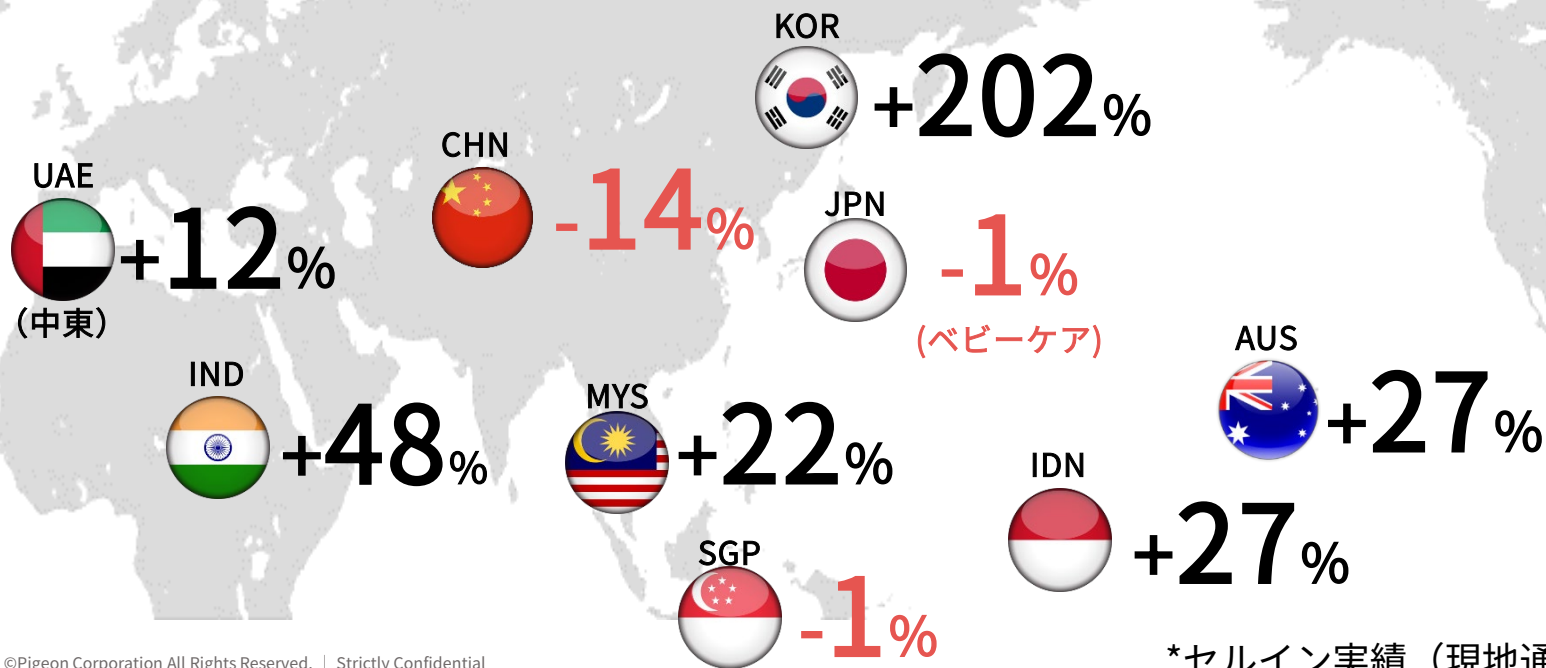
- インド国内の売上高は前期比+48%、マレーシア同+22%、インドネシア同+27%と主要国の販売は好調
- 輸出市場ではオーストラリア、中東が好調
- 基幹商品（哺乳器、さく乳器、スキンケア、口腔ケア）の売上（日本円）は前期比2ケタ伸長と好調
- 新スキンケアシリーズ（Natural Botanical）の出荷好調。シンガポール、インドネシア、マレーシア、ベトナム、中東などで展開中
- 総利益は、販社の増収や工場の商品ミックス改善、為替影響等により前期比+21%の増益。総利益率も+4.9pt改善

ランシノ事業

販売は引き続き好調も、想定以上の物流費高騰により利益が圧迫

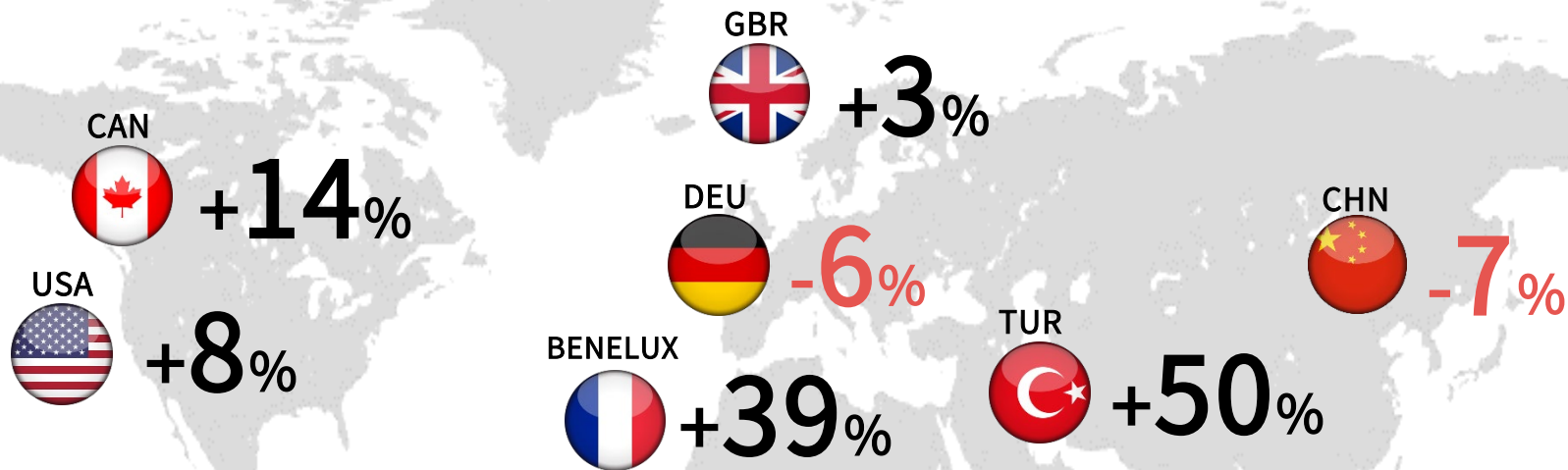
- ランシノグループの売上高は前期比+6%。北米の売上高は前期比+8%。オンライン・オフラインともに好調
- 欧州はベネルクス、UK、トルコなどが好調。ドイツは需要増も一部欠品が発生し前期割れで終了
- 主力商品の乳首クリームやさく乳器が前期比伸長。「産前・産後ケア」商品は計画を上回る進捗
- 総利益率は、前年下期から高騰し続けている調達物流費（原価要因）によって前期比▲4pt以上の悪化。期初想定以上の物流費の高騰により営業利益を圧迫

ピジョン 地域別売上高* (前年同期比)



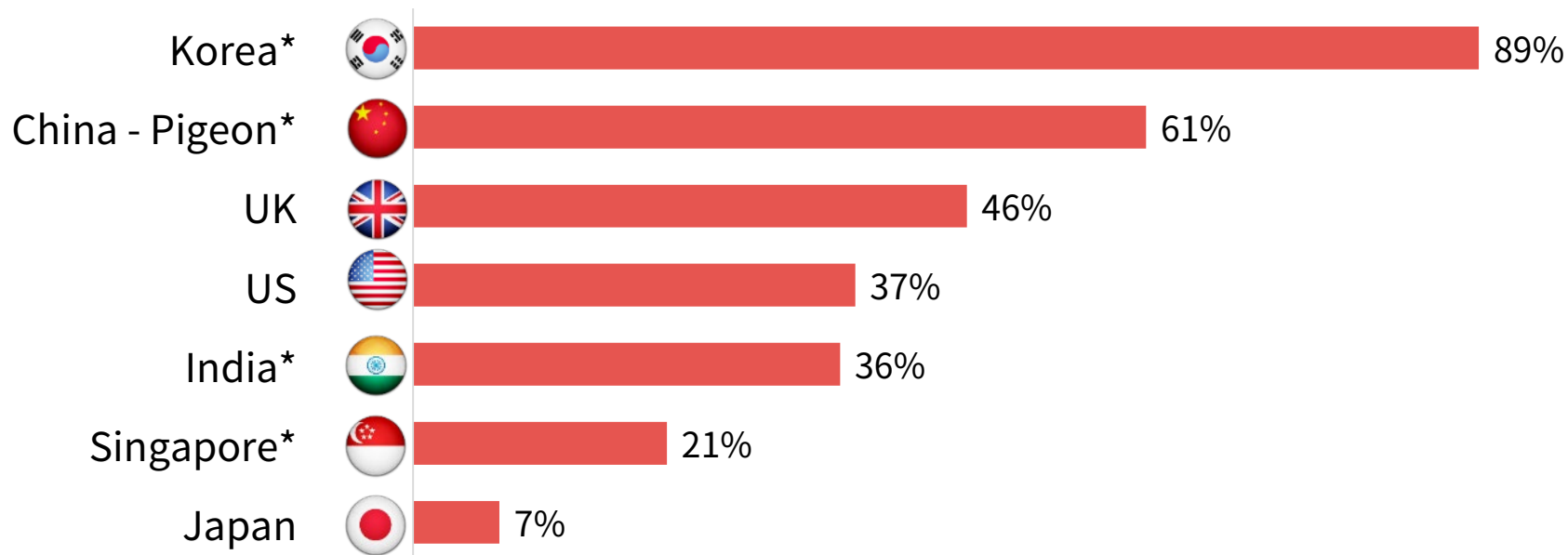
ランシノ 地域別売上高* (前年同期比)

Lansinoh®



主要国のEコマース販売比率 第1四半期

ピジョン・ランシノ商品のEコマース販売比率



*：セルアウト 無印：セルイン

Celebrate babies the way they are

