

ピジョン株式会社 2022 年 12 月期 第 1 四半期 決算説明電話会議 要旨

【ご留意事項】

この「電話会議要旨」は電話会議にご参加になれなかった方々のためのご参考です。電話会議での発表内容全文ではなく、当社の判断による要約であることをご了承下さい。

また、本資料に記載の業績見通し等の将来予測に関する記述については、現在入手可能な情報に鑑みてなされた当社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、それらの要因による影響を受ける恐れがあります。

[日時] 2022 年 5 月 12 日 16 時 30 分 - 17 時 30 分

[登壇者] 2 名

経営戦略本部 経営戦略室 マネージャー

金塚 康夫

経営戦略本部 経営戦略室 アソシエイトマネージャー

平塚 将

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	・ 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	・ 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ペーショッの多くが一時閉店 ・ 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）	・ 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

©Pigeon Corporation All Rights Reserved. | Strictly Confidential

2

ピジョン：まずは、中国本土における新型コロナウイルスの状況についてお伝えします。皆さんご存知の通り、今はゼロコロナ政策の一環として上海が3月末から大規模なロックダウンとなっております。

一方で、上海以外の地域については、3月中旬から局地的なロックダウンや移動制限が敷かれたことで、1Qの第1四半期の当社の事業活動においてもその影響を受けています。

中国では2月累計まではほぼ社内の想定通りに進捗していましたが、3月中旬からのロックダウンの影響によって、当社3月上見込みの10% - 15%が出荷できずに終了となりました。

ロックダウンが発生した地域については、華北エリア、東北エリア、それから陝西省、福建省、雲南省、天津市など、各地域において、14日から60日ほどの局地的なロックダウンが発生しております。

これによって、各地域において物流、小売店、消費者への影響が出ました。まず、当社の代理店の重要な倉庫が数日間閉鎖されたことによって、断続的に出荷遅延が発生しました。

またそのロックダウンエリアにある百貨店やチェーンペーショッの多くが一時閉店となりました。

EC 小売では、地方倉庫への商品補充ができず、配送遅延の発生や、EC の配達が遅延したことによって、お客様からの返品やキャンセルが増加しています。

そして当社の中国拠点への影響としては、まず当社代理店が数日間閉鎖されたことによって、当社の出荷が断続的に停止しました。

また工場については、常州工場は常州市のロックダウンによって 6 日間の稼働停止となりました。一方、上海工場は、3 月までは通常通り稼働しており、3 月末には 4 月からのロックダウンに備えた一部在庫の積み上げを行っていました。

このような局地的なロックダウンは 1Q の業績に影響し、またこの局地的なロックダウンは現在も断続的に発生している状況となっております。

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				

3

上海のロックダウンについてです。

地方での局地的なロックダウンに加えて、4月からは上海もロックダウンとなっております。これによって当社の販売拠点、生産拠点も第1四半期以上に大きな影響を受けております。

まず、物流全般の状況として、3月末から上海発の他の省への流通が原則停止となり、当社の代理店、それからEC小売の上海倉庫も閉鎖となりました。オフラインも一時閉店となっております。上海以外から上海への流通も原則停止となっています。

このため、小売の地方倉庫においては欠品が発生している状況です。

そのような中で当社への影響ですが、まず上海の販社は4月の1ヶ月間の商品出荷がほぼ停止しておりました。また工場については、上海工場は4月下旬まで稼働停止となっておりますが、製品製造許可証を取得するなどして、4月末から一部の稼働を再開しています。

出荷についても、4月末からは交通許可証などを取得し、上海工場の一部商品を常州工場へ移送した上で、常州から出荷を再開するなどの施策を講じております。

なお常州工場は通常通り稼働しておりましたが、出荷に関しては仕向先の封鎖状況によって、予定通り出荷ができない状況もありました。

4 月末時点で、当社中国グループの稼働状況は通常時の約 20%から 30%程度にとどまっております。また、この上海ロックダウンは 5 月 12 日現在も継続中です。そのため業績への影響は現在精査中です。

当社としては、まずは中国グループの社員の安全、それから生活の安定を最優先に、事業活動再開に向けて対応をしていく次第です。

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%

©Pigeon Corporation All Rights Reserved. | Strictly Confidential

【参考：平均レート】 22/12月期 (66期)実績：1ドル116.35円 1元18.32円
 21/12月期 (65期)実績：1ドル106.04円 1元16.36円

4

第1四半期の連結業績です。

第1四半期の連結業績は、売上高は海外市場が牽引し、哺乳器の新モデルによる売上の伸長もありました。また、為替影響などもあって増収となっています。前期比プラス 1.7%、約 3.5 億円の増加となっております。

総利益は、新商品による収益性向上などが貢献して、前期比プラス 3%、約 3 億円の増益となりました。

営業利益は、増収と総利益率の改善による利益増などが販管費の増加をカバーして、前期比でプラス 4.7%、約 1.3 億円の増益となっています。

四半期純利益については、前期比プラス 30.3%、プラス 6.0 億円で終了しています。

また、原材料価格の高騰については、第1四半期実績に関しては円安が期初想定以上に進んでいるものの、概ね想定内で終了しています。

為替影響につきましては、人民元および US ドルともに、対前年で円安傾向となったこと等で売上高では前期プラス 10.4 億円、総利益では前期比プラス 6.8 億円、経常利益で前期比プラス 4.2 億円の為替影響がありました。以上が連結業績になります。

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

©Pigeon Corporation All Rights Reserved. | Strictly Confidential

5

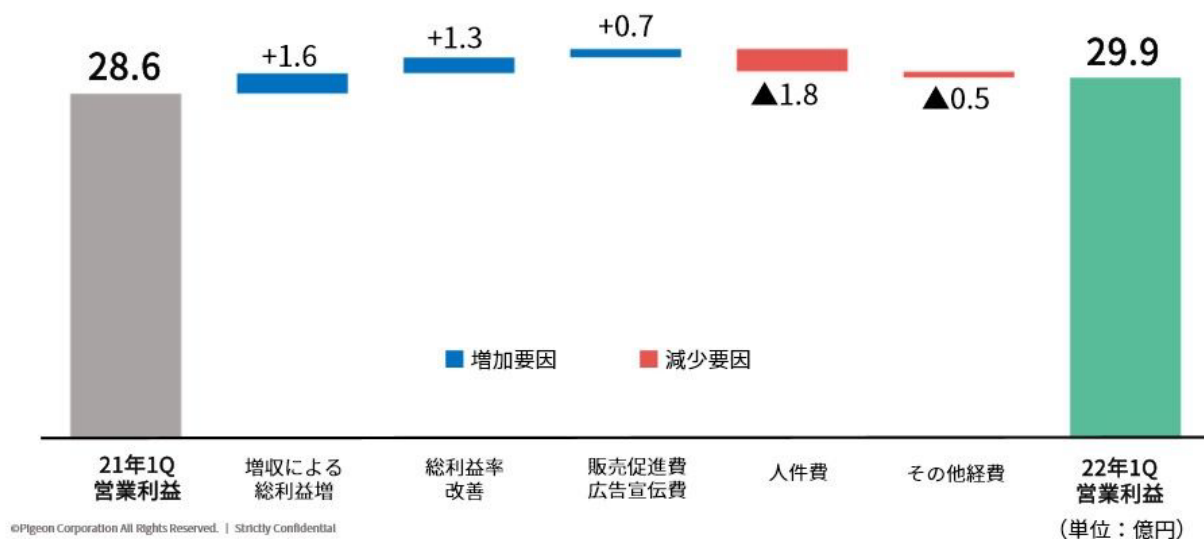
事業別の損益です。

事業別の業績においては、売上高は海外各事業で前期比増収となっております。日本事業は前期比マイナス 9%となりました。

海外については、中国事業が前期プラス 2.7%、シンガポールがプラス 6.9%、ランシノ事業がプラス 13.9%となりました。日本事業の内訳としては、このスライドの下側にあるベビーケアが前期比マイナス 1.0%、子育て支援がマイナス 5.9%、ヘルスケア介護がマイナス 26.8%と、ベビーケアについてはほぼ前期並みで終了しております。

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



連結営業利益の前期比増減要因です。

第1四半期は、増収による総利益の増加に加えて、中国や日本における哺乳器の新モデルの販売も貢献し、全体で約 1.3 億円の増益となりました。

販管費の内訳としては、主に人件費が前期比で 1.8 億円増加した一方、販促費などは 7 千万円ほど減少しております。結果、今期の営業利益は 29.9 億円でプラス 1.3 億円となっています。

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

©Pigeon Corporation All Rights Reserved. | Strictly Confidential

7

事業別サマリーです。

日本はベビーケアが前期並みで終了しました。哺乳器は新モデルへの切替で伸長した一方、消耗品は苦戦し、全体では前期比マイナス 1%とほぼ前期並みで終了しました。ベビー専門店、ドラッグストアなどの主要チャネルは、新製品効果もあり前期比伸長しています。一方で EC などは苦戦しました。カテゴリーでは哺乳器やさく乳器が好調です。

哺乳器は、売上高前期比プラス 51%と新商品が貢献しました。一方で、スキンケアは今年の 2 月からリニューアルとなった定番シリーズの販売は好調の一方、利益率の高い桃の葉シリーズが低調となっております。

また、ウェットティッシュや母乳パッドなどの消耗品は、お客様の低価格志向の高まりなどもあり苦戦している状況です。

ベビーケアの総利益率は、前期比マイナス 1.7 ポイントとなりました。これは、円安による為替影響、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です。

ヘルスケア介護は、商品ポートフォリオの見直しによって、売上は前期比マイナス 4 億円ですが、ほぼ想定通りの進捗となっております。減収の一方、利益率は前期比で改善しております。

次は中国です。中国はやはりコロナの影響を受けたことによって、3月中旬から企業活動への影響が発生しました。本土の売上高は前期比マイナス 14%でした。

一方でセルアウトは、前期比プラス 2%となっています。EC はほぼ前期並みですが、オフラインが前期比プラス 7%となりました。第 1 四半期の EC 比率は 61%となっています。

哺乳器の売上高は、新モデルへの切り替えを含め、EC、オフラインともに計画通り進捗していました。ただ、3月からのロックダウンの影響を受けて前期比で微減となっております。

総利益率は哺乳器の新モデルやスキンケアが貢献して、前期プラス 1.0 ポイント改善しました。

また、今年 3 月から、中国事業において、北米の大手 EC ヘピジョン商品の販売を開始しています。

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

©Pigeon Corporation All Rights Reserved. | Strictly Confidential

8

シンガポール事業です。

シンガポール事業の主要国は販売好調で、コロナ禍からの完全回復に向けていいスタートを切っています。市場別にはインド国内の売上高は前期比プラス 48%、マレーシアもプラス 22%、インドネシアもプラス 27%と好調に推移しています。

哺乳器、さく乳器、スキンケア、口腔ケアなどの基幹商品の売上は、前期比 2 桁伸長と好調に伸びています。また、昨年夏ごろから販売している新スキンケアシリーズ、Natural Botanical の出荷も好調に推移しています。現在シンガポール、インドネシア、マレーシア、ベトナム、中東などで展開を始めました。

シンガポール事業の総利益は販社の増収、工場の稼働改善、それから為替の影響などもあって、前期比プラス 21%の増益となっています。また総利益率もプラス 4.9 ポイント改善しました。

最後はランシノ事業です。ランシノ事業の販売は引き続き好調です。一方で、物流費の高騰が想定以上で、それが利益を圧迫しているという状況になっています。

現地通貨ベースでのランシノグループの売上高は前期比プラス 6%です。北米の売上高はプラス 8%、オンライン、オフラインともに好調に推移しています。

また、欧州ではベネルクス、UK、トルコなどが販売好調でした。ドイツでは需要自体は好調に推移している一方で、一部欠品が発生したことによって前期割れで終了しています。

また、商品に関しては主力商品である乳首クリーム、さく乳器が前期比で伸長しています。また昨年の下期から販売している産前・産後ケア商品も、計画を上回る進捗で推移しています。

総利益率に関しては、前年下期から高騰し続けている調達物流費（原価要因）が高騰していることによって、前期比でマイナス 4 ポイント以上悪化しています。

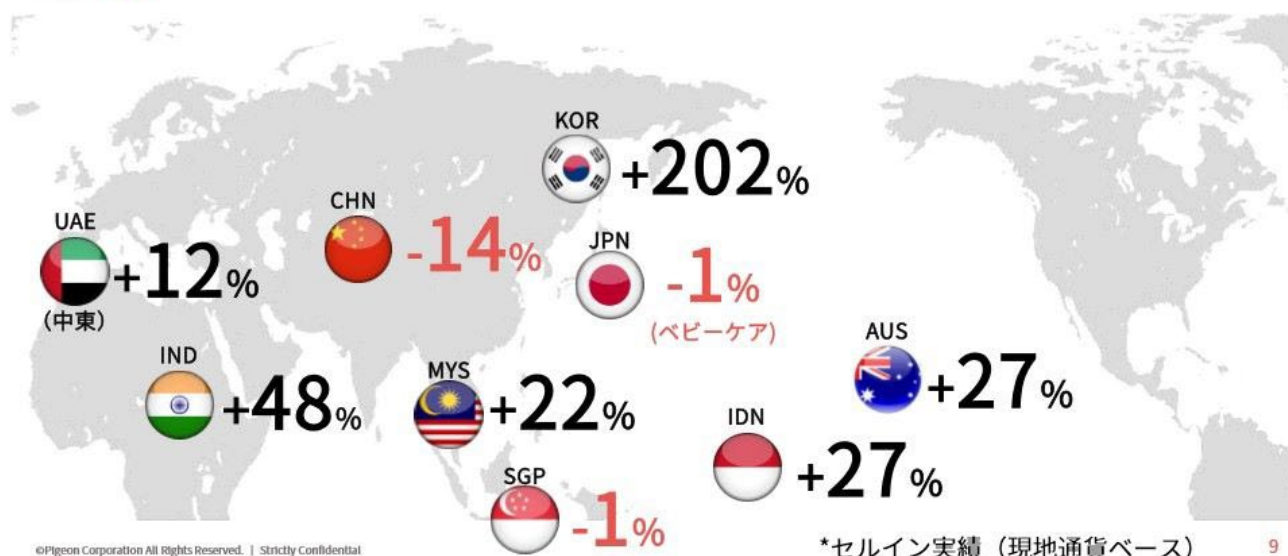
販管費においても、現在、期初想定以上の物流費の高騰が起きており、それが営業利益を圧迫しているという状況になっています。

なお、第 2 四半期以降の見通しに関しては、中国においては 4 月から現在まで継続している上海のロックダウンが事業活動に大きな影響を及ぼしており、このロックダウン解除の時期がいまだ不透明であるため、現時点では不確定要素が非常に多い状況です。

そのため業績への影響額については、引き続き精査中です。公表すべき内容が発生した時点で、速やかにお知らせをいたします。

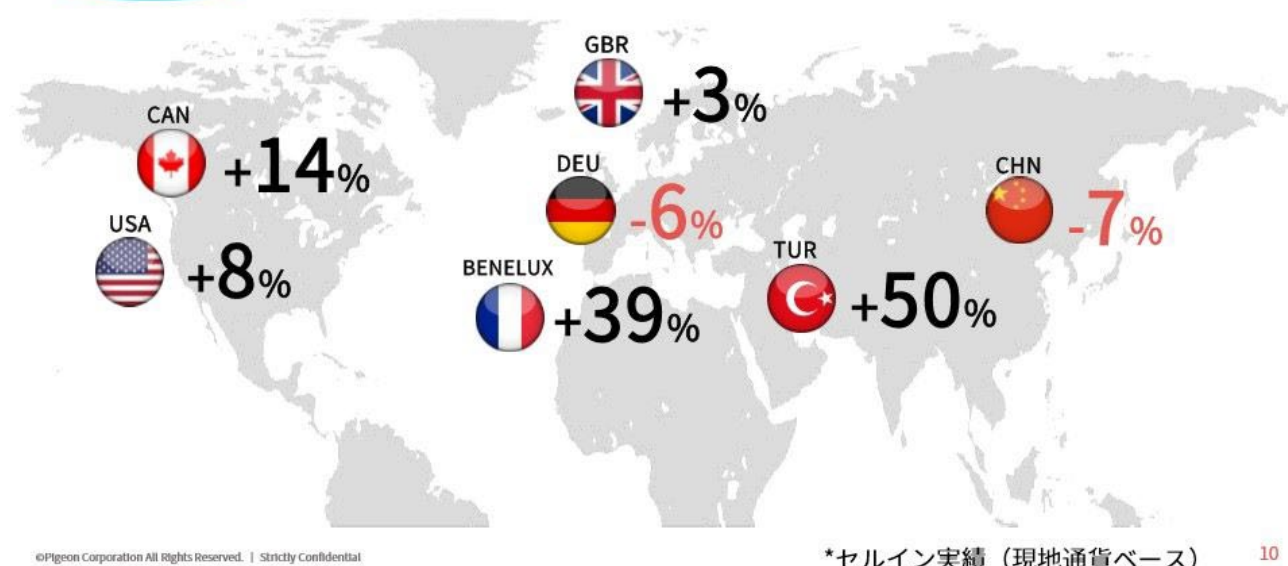
以上で第 1 四半期の説明を終わりにします。

ピジョン 地域別売上高*（前年同期比）



9

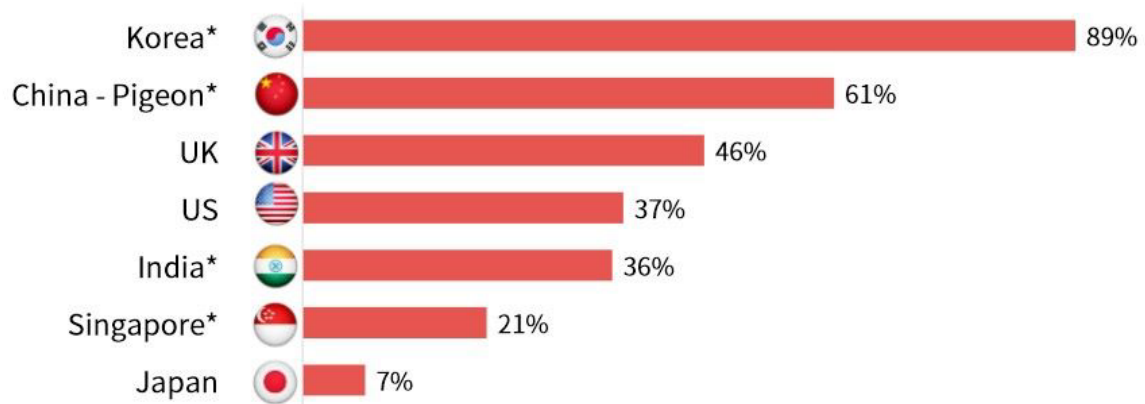
ランシノ 地域別売上高*（前年同期比）



10

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

質疑応答

＊質問内容を事業別に分けた上で、質疑応答を掲載しております。

【全体】

Q. 1Q の連結業績は、社内計画に対してはどうだったか。

A. 社内計画に対しては連結で売上高、総利益ともに 1-2%ほど下回った。ほぼ想定通りで終了。

Q. 1Q の連結業績に対する為替影響額のうち、中国人民元での影響はどの程度だったか。

A. 為替による影響は、前期比では売上高 10.4 億円増のうち 7 億円、経常利益 4.2 億円増のうち 2.7 億円が人民元の為替による増加となっている。

Q. 哺乳器の新モデルに対するお客様からの評判はどうか。

A. 日本では今年 2 月から新モデルの「母乳実感®」の販売を開始した。今回の刷新に伴い、日本国内では新モデルの価格を旧品よりも 10%強値上げをしたが、店頭での販売は順調。市場シェアも 85%から 86%へアップするなど、お客様からはしっかりと受け入れられていると感じている。中国でも昨年 9 月の発売以降、お客様からの反応も好意的なものが多く、店頭の販売も好調に推移している。

Q. 世界的な原料高騰や物流混乱、急速なインフレ進行の中で、海外市場において商品の値上げは検討しているか。

A. 海外市場においては、今期より中国事業、シンガポール事業、ランシノ事業それぞれで一部の商品価格の値上げを検討・実施している地域もある。値上げ対象の商品や値上げ幅については、各事業が市場の状況などを注視しながら取り組んでいる。

【日本事業】

Q. ベビーケアでは、哺乳器の売上が前期比+51%伸長と好調だったにも関わらず、総利益率が前期比で 1.7pt 悪化した理由は何か。

A. 哺乳器の増収によりある程度の利益改善効果はあった反面、消耗品不調による生産会社の稼働率低下、急速な円安の進行等による資材価格の高騰や、富士工場の移転に伴う旧工場の減価償却の前倒し計上など原価率悪化の要因が複数あった事で、ベビーケアの総利益率が低下した。

Q. ベビーケアにおける 2Q 以降の哺乳器の売上の伸び率はどうなると見ているか。

A. 1Q は新モデルの初期出荷もあった為、売上高が前期比+51%と非常に大きく出た。今後の売上高の伸びは 2Q 以降に均されてくると見ている。

【中国事業】

Q. 1Q の中国本土の業績は社内想定と比べてどうだったか。

A. 現地通貨ベースで見ると、1Q の中国本土の売上高は社内想定を下回った。2 月まではほぼ社内想定通りの進捗だったが、3 月中旬から発生した局地的なロックダウンの影響により、3 月売上見込の一部が出荷できなくなった事で想定以下での終了となった。

Q. 上海ロックダウンによる業績への影響について教えて欲しい。

A. 現時点でも上海ロックダウンは継続中であり、ロックダウンの解除時期や方法（一気に解除するのか、徐々に解除するのか）も全く未定となっているため、影響額について見通しを立てるのが非常に難しい。ただ、2Q には 618 商戦があり、例年であれば 5 月は 618 商戦に向けて出荷が増える時期だが、今年は現時点でそれが出来ていない。今年の 618 商戦がどの程度盛り上がるのかは不明だが、当社業績への影響は決して小さくないと見ている。一方で、例えば下期以降に、EC 小売がコロナ禍での影響を挽回するべく、例年には無かった新しいセールイベントを企画する事などがあれば、反動需要もあるかもしれない。

Q. 上海ロックダウン中に、一時的にピジョンのタイ工場から哺乳器を輸入するなどは可能か。

A. 物理的には可能。ただし、現在はロックダウンの影響で上海港など主要な港も閉鎖しており、陸送においても上海発着の物流が原則停止している状況を考えると、輸入は現実的ではない。現時点では状況を注視しつつ、中国国内での調達や出荷を模索する事が優先と考えている。

Q. 上海ロックダウン中に生じた中国事業の費用について、特別損失で計上する予定はあるか。

A. 1Q に関しては、工場のコストについては営業外費用や特別損失に含めるなどの処理はしていない。2Q 以降については、ロックダウンの影響を鑑み、適切な処理を検討して行く。

Q. 競争環境に変化はあるか。ロックダウン中の競合他社の動きはどうだったか。

A. 上海エリアに販売会社や工場、倉庫などの拠点を持たないブランドの中には、当社ほどロックダウンの影響を受けていないブランドもあったかもしれないが、どのブランドも局地的なロックダウンによる影響（EC 小売倉庫の閉鎖などでお客様へ出荷ができない等）はある程度受けていると見ている。当社は、1Q の中国本土ではロックダウンの影響で商品供給が滞ったが、当社の哺乳器の市場シェアに変調は無く、競争環境に大きな変化はないと見ている。

Q. 1Q のセルインは前期割れだった一方で、セルアウトは前期比伸長だった背景は何か。

A. セルインはロックダウンの影響を受けて前期割れだった一方で、セルアウトについては、特にオフラインが伸長した。EC チャンネルの場合、EC 小売の倉庫が閉鎖されてしまうと出荷が止まってしまうが、オフラインの方は当社代理店や小売店の販売網が全土に広がっている事が奏功し、販売を継続できた店舗も多かった。

Q. 中国本土の地域別の売上について教えて欲しい。

A. 配送網の発達した EC での販売比率が 60%以上を超えている現状においては、地域別売上の正確な集計が非常に難しい。当社はほぼ中国全土をカバーしているが、上海を含めた沿岸部や内陸部の一級および二級都市が当社のメインエリア。2、3 年前ぐらいからは三級、四級都市にもより一層の販売に注力している。

【シンガポール事業】

Q. 主要国が好調の理由は何か。

A. 東南アジアやインドなどは過去 2 年ほど新型コロナウイルス感染症の拡大によって販売が苦戦していたものの、直近では感染者数も落ち着いており、今年は哺乳器やスキンケア、口腔ケアなどの基幹商品を中心に好調に推移している。

以上