



2019年1月期（62期）第2四半期 決算説明会

2018年9月4日

ピジョン株式会社

(証券コード：7956)

代表取締役社長

山下 茂

タイトル・目次 **1 - 2**

2019年1月期 第2四半期業績報告 **3 - 17**

2019年1月期 通期業績見込 **18 - 21**

企業価値向上にむけて **22 - 26**

2019年1月期 第2四半期業績報告

決算ハイライト（連結）



(単位：百万円)	18/1 期 第2四半期		19/1 期 第2四半期	
	実績	前期比	実績	前期比
売上高	49,048	105.9%	52,847	107.7%
営業利益	9,296	119.5%	10,907	117.3%
経常利益	9,380	122.3%	11,679	124.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	6,493	117.1%	8,109	124.9%
純資産	56,779	116.2%	65,035	114.5%
総資産	75,437	105.5%	85,152	112.9%
EPS (円)	54.22	117.1%	67.71	124.9%
BPS (円)	462.27	115.9%	524.95	113.6%
ROE	24.1%	—	26.3%	—
ROIC	22.4%	—	23.9%	—

* ROE：自己資本当期純利益率、分母はいずれも期首・期末平均

* ROIC：投下資本利益率（NOPAT/投下資本、税率は30.0%、投下資本は期首・期末平均を使用）

比較損益（連結）



(単位：百万円)	18/1 期 第2四半期		19/1 期 第2四半期			摘 要
	実績	構成比	実績	構成比	前期比	
売上高	49,048	100.0%	52,847	100.0%	107.7%	■ 主な販売費及び 一般管理費の増減 人 件 費 + 499百万円 市場調査費 + 296百万円 発送配達費 + 199百万円 研究開発費 + 118百万円
売上原価	25,277	51.5%	25,783	48.8%	102.0%	
売上総利益	23,770	48.5%	27,063	51.2%	113.9%	
販管費	14,474	29.5%	16,156	30.6%	111.6%	
営業利益	9,296	19.0%	10,907	20.6%	117.3%	
営業外損益	83	0.2%	772	1.5%	924.7%	
経常利益	9,380	19.1%	11,679	22.1%	124.5%	
特別損益	47	0.1%	103	0.2%	220.7%	
非支配株主に帰属 する当期純利益	110	0.2%	216	0.4%	196.4%	
親会社株主に帰属 する当期純利益	6,493	13.3%	8,109	15.4%	124.9%	

事業セグメント別実績（連結）



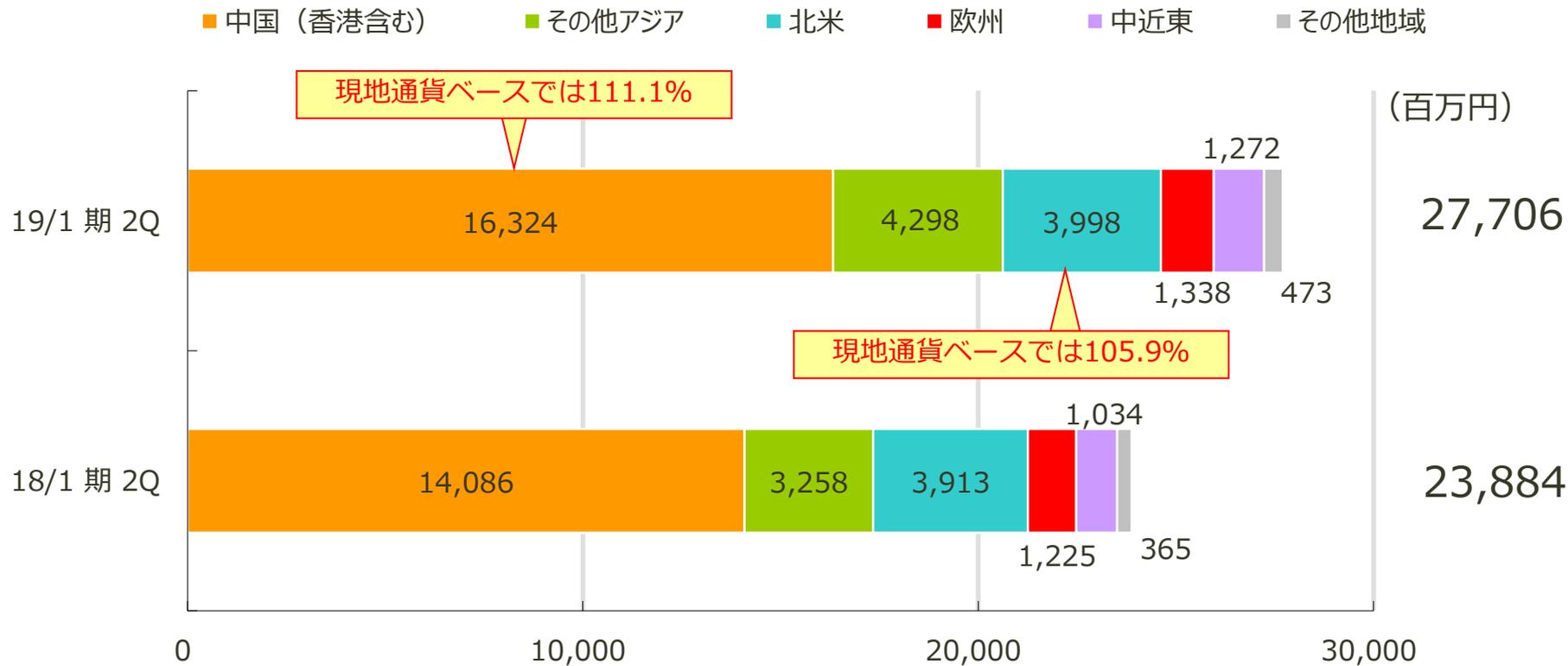
(単位：百万円)	18/1 期 第2四半期（参考値）				19/1 期 第2四半期					
	売上	構成比	総利益率	セグメント利益	売上	構成比	前期比	総利益率	セグメント利益	前期比
連結計上額	49,048	100.0%	48.5%	9,296	52,847	100.0%	107.7%	51.2%	10,907	117.3%
国内BM事業	17,302	35.3%	48.8%	3,058	18,428	34.9%	106.5%	49.2%	3,516	114.9%
子育て支援事業	3,759	7.7%	10.0%	81	2,563	4.9%	68.2%	12.3%	74	91.0%
HC・介護事業	3,446	7.0%	31.3%	244	3,519	6.7%	102.1%	32.1%	240	98.1%
中国事業	15,167	30.9%	54.2%	5,134	17,364	32.9%	114.5%	56.2%	6,183	120.4%
シンガポール事業	4,799	9.8%	48.1%	1,285	5,915	11.2%	123.3%	49.7%	1,437	111.8%
ランシノ事業	5,914	12.1%	55.5%	898	6,316	12.0%	106.8%	59.4%	1,005	111.8%
セグメント間取引消去	▲1,994	▲4.1%	—	—	▲1,889	▲3.6%	—	—	—	—
その他	653	1.3%	12.9%	65	628	1.2%	96.2%	12.1%	57	88.4%

※連結計上額のセグメント利益は調整（配賦不能営業費用の控除）を行い、連結損益計算書の営業利益と一致しております。

※連結計上額は、中国・シンガポール・ランシノ各事業のセグメント間取引消去後の金額となっております。

※18/1期における数値は、現時点での試算に基づく参考値となります。

海外地域別 売上実績



※ 【平均レート】 19/1 月期 : 1ドル108.67円 1元17.08円 ← 18/1月期 : 1ドル112.33円 1元16.38円

● 国内ベビー・ママ事業

- 重点6カテゴリの強化
 - ・ 哺乳器・乳首カテゴリにおける高い市場シェアの維持を目指した競合企業対策の徹底
 - ・ さく乳器カテゴリでの高い市場シェアの維持に向けた施策・投資等
- ベビーカー等大型商品の市場シェア向上を目指した、積極的な販売・マーケティング・投資活動の実行（第6次中計目標金額シェア25%）
- 医療従事者との協働を目指した普及活動の推進

● 子育て支援事業

- 事業の位置づけの明確化と、収益性改善につながる事業効率化
- 社員の処遇改善と保育人材の確保・育成による保育サービスの品質確保
- 危機管理の強化等、安全対策の更なる深耕

● ヘルスケア・介護事業

- 販売・流通体制の整備と強化による事業成長の実現
- 介護現場のプロと連携し、在宅介護を支援する商品コンセプト・アイデアの構築
- 事業体制の効率化による収益性向上



ベビーカーRunfee



介護の商品キーワード

● シンガポール事業・ランシノ事業・中国事業（共通）

- 重点6カテゴリの継続的な強化
 - ・ 哺乳器・乳首カテゴリの更なるシェア拡大
 - ・ さく乳器カテゴリの拡大に向けた施策の実行

● シンガポール事業

- 中間層向け商品ものづくりの強化
- インド事業の事業拡大、工場稼働率改善による収益性改善
- インドネシアの生産効率改善、新製品生産に向けた準備
- アフリカ等、次期中期経営計画以降の成長に向けた新規参入市場の検討

● ランシノ事業

- 重点国（特に欧州）における積極的事業拡大と収益性向上
- 新たな販売チャネル（ECやDMEルート）での取り組み強化
- ランシノ中国 リアル店舗販売拡大

● 中国事業

- 購買層の拡大に伴う高成長の継続
- ECチャネルの成長等に対応した、販売・流通体制の再構築
- 紙おむつ事業の確実な成長



<中国> 展示会



<中国> 商品

国内ベビー・ママ事業の状況



● 大型商品

- 対面走行時でもさらに押しやすくなった新型ベビーカー「Runfee（ランフィ）」発売
- ベビーカー市場シェア向上 最高値24.8%を記録（2018年4月）



Runfee
ランフィ

● 新商品

- 「薬用ローション（ももの葉）」のラインナップとして「薬用全身泡ソープ（ももの葉）」を発売
- 出産後のママの体型を戻すための産後リフォームインナー4商品を発売 他



薬用全身泡ソープ
（ももの葉）

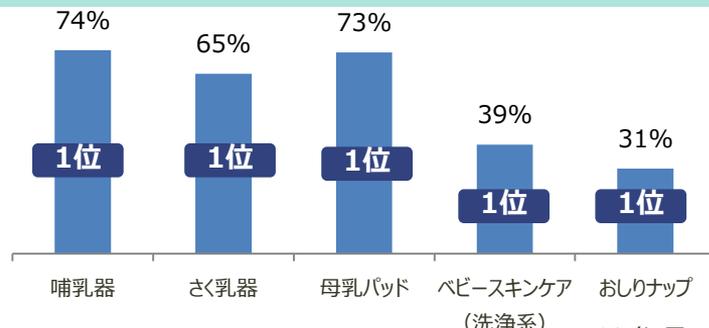


産後リフォームインナー

● ダイレクトコミュニケーション

- 医療従事者向けピジョンセミナー 9回開催 参加者数約600名
- 出産前の方対象「プレママクラス」 6回開催 参加者数約670名

2018年7月 マーケットシェア



2018年秋 発売の主な新商品



さく乳器「母乳アシスト®」シリーズ



新シリーズ
「母乳実感®Coating」

※インテージPOS全国BS・DRG合算（単月） 拡大推計値より
※哺乳器・さく乳器・母乳パッドは金額シェア。その他は商品は数量シェア

子育て支援事業

- ピジョンハーツ
 - 【新規運営受託】事業所内保育施設4箇所 → 合計75施設

ヘルスケア・介護事業

- ピジョンタヒラ
 - 主力商品の介護用「おしりふき」「からだふき」「介護の口腔ケアシリーズ」が販売好調
 - 小売ルートでの新商品「薬用ローション アロエ」「無添加ワセリン」販売好調
- ピジョン真中
 - 介護職員初任者・実務者研修実施



介護の商品キーワード



ヘルスケア商品



保育施設 開園

中国事業の状況



● 商品販売状況について

- 哺乳器・乳首などの主力商品の販売順調
- ディズニーシリーズ商品（哺乳器、おしゃぶり、カップ、スキンケア等）引き続き販売好調
- 訪日外国人等によるインバウンド需要にて販売が拡大した、「薬用ローション（ももの葉）」や「母乳実感® 哺乳びんmy Precious」発売
- エコマース、旗艦店を中心に販売強化（EC比率44%）



ももの葉スキンケア
シリーズ

● ブランディング、母乳育児啓発活動

- 消費者参加型イベント等実施し、ブランディング活動を更に強化
- SNS等利用したデジタルマーケティングによるダイレクトコミュニケーションを促進
- AIチャットボットを導入し、商品問合せ等に24時間お客様対応を実施
- 国家衛生部と共同で進める母乳育児啓発活動は継続して実施
→母乳育児相談室の設置、医療従事者向けセミナー開催等



ギフトセット商品



店頭



AIチャットボットを利用した
24時間お客様対応



CBME展示会



EC専売紙おむつ

● 展開市場別の状況

- シンガポール : ピジョンシンガポール40周年記念 哺乳器発売
哺乳器マーケットシェアNo.1 獲得
Eコマースでの販売好調。市場でのデジタルマーケティングの強化
- マレーシア : 哺乳器・乳首の販売好調
イベントやSNSを通じてママとのコミュニケーション強化、ブランド浸透を図る
- インド : 薬局配荷店舗数約38,000店突破、Eコマースの販売好調
- インドネシア : 国内、輸出向けいずれも生産・販売好調
今後さらにインドネシア国内のマーケティング強化



● 展開市場別の状況

- 北米 : DME(Durable Medical Equipment)チャネル等を含む新規ルートにて電動さく乳器販売好調
乳首クリーム、母乳パッド 引き続きシェアNo.1
- 欧州 : フランスとドイツにおける販売拡大
特にドイツでは哺乳器の販売好調
トルコにおける工場稼働率好調、商品の開発強化
- ランシノ上海 : Eコマースでの販売を引き続き強化

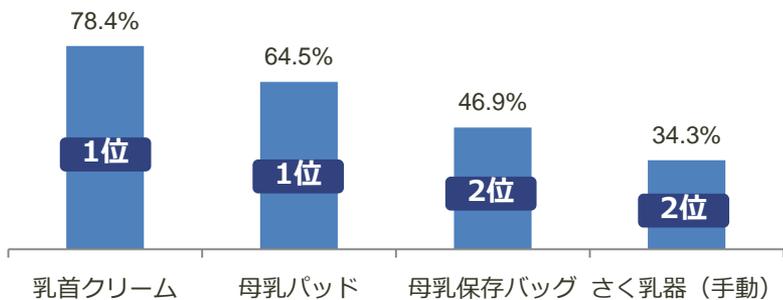
● ブランディング、母乳育児啓発活動

- デジタルを利用したキャンペーン等を実施し、ブランドの強化



Smartpump™

2018年7月 USでのマーケットシェア



ドイツでのプロモーション活動



上海の活動

※ランシノ調べ・金額シェア

<参考> 連結貸借対照表 (ハイライト)

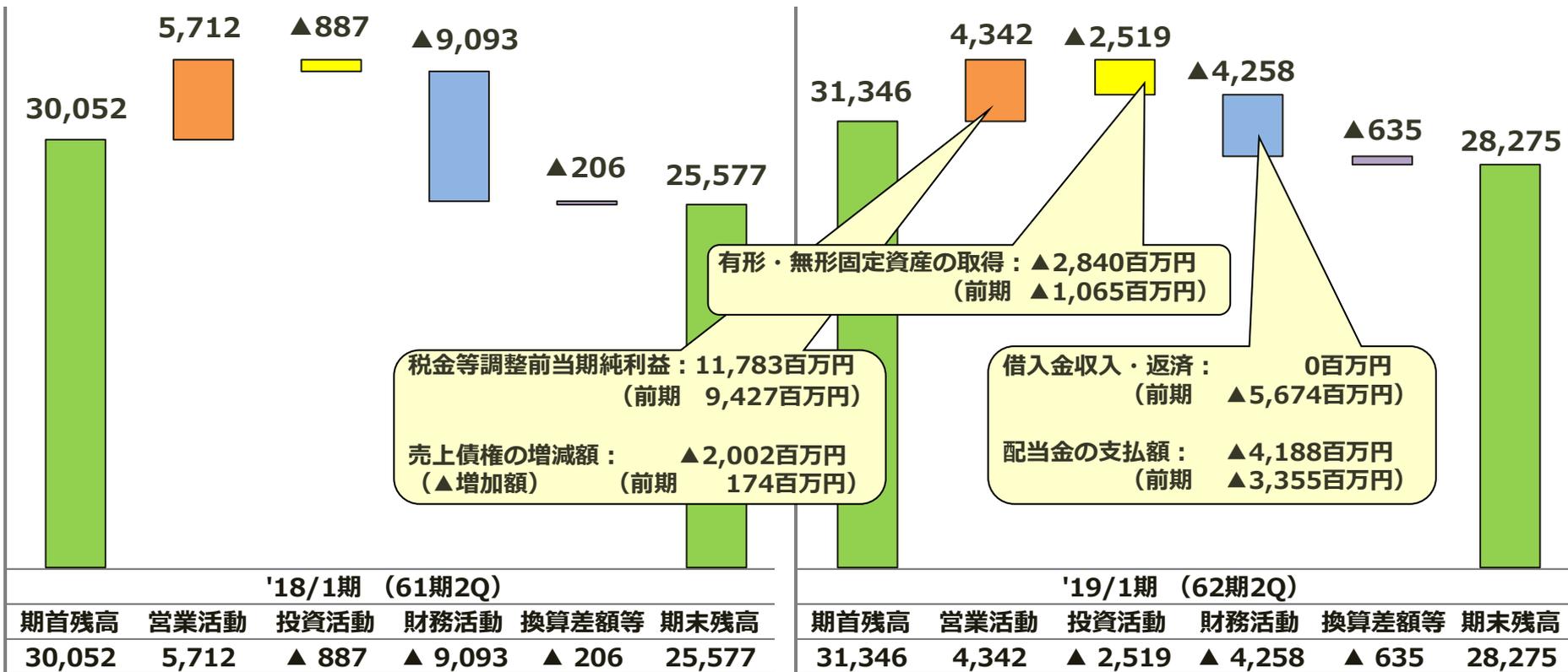


(単位: 百万円)	18/1 期末	19/1 第2四半期		
	実績	実績	前期末比 (金額)	前期末比 (%)
現金及び預金	31,346	28,275	▲3,071	90.2%
受取手形及び売掛金	16,440	17,902	+1,461	108.9%
たな卸資産	8,713	10,093	+1,380	115.8%
支払手形及び買掛金	5,194	5,587	+393	107.6%
電子記録債務	1,797	2,188	+390	121.7%
借入金	0	0	-	-
純資産	62,812	65,035	+2,222	103.5%
総資産	84,467	85,152	+684	100.8%
自己資本比率	71.9%	73.8%	-	+2.0pt

<参考> 連結キャッシュフロー比較



(百万円)



<参考> 投資関連指標等 (連結)



(単位：百万円)	18/1 期		19/1 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)	1,252	3,546	2,795	5,000
減価償却費 (※ 2)	1,206	2,451	1,301	3,000
研究開発費 (※ 3)	1,221	2,670	1,479	3,150

※ 1 有形および無形固定資産 (長期前払費用含む)

※ 2 減価償却費 (のれん償却含む)

※ 3 人件費を含めた研究開発活動にかかる費用の総額

2019年1月期 通期業績見込

2019年1月期 経営計画（連結）



(単位：百万円)	18/1 期			19/1 期		
	実績	構成比	前期比	計画	構成比	前期比
売上高	102,563	100.0%	108.4%	107,000	100.0%	104.3%
営業利益	19,412	18.9%	121.2%	20,400	19.1%	105.1%
経常利益	20,129	19.6%	122.3%	20,400	19.1%	101.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	14,515	14.2%	130.5%	14,100	13.2%	97.1%
純資産	62,812	—	116.9%	68,648	—	109.3%
総資産	84,467	—	107.1%	90,996	—	107.7%
EPS (円)	121.20	—	130.6%	117.73	—	97.1%
BPS (円)	506.79	—	115.9%	554.68	—	109.5%
ROE *	25.7%	—	—	22.2%	—	—
ROIC *	22.2%	—	—	21.7%	—	—

※ROE：自己資本当期純利益率、分母はいずれも期首・期末平均

※ROIC：投下資本利益率（NOPAT/投下資本、税率は30.0%、投下資本は期首・期末平均を使用）

事業セグメント別売上計画（連結）



(単位：百万円)	18/1 期 (参考値)				19/1 期					
	実績	構成比	総利益率	セグメント利益	計画	構成比	前期比	総利益率	セグメント利益	前期比
連結計上額	102,563	100.0%	49.3%	19,412	107,000	100.0%	104.3%	51.1%	20,400	105.1%
国内BM事業	33,841	33.0%	48.9%	5,928	35,452	33.1%	104.8%	49.1%	6,116	103.2%
子育て支援事業	7,541	7.4%	10.4%	218	4,309	4.0%	57.1%	13.7%	69	31.7%
HC・介護事業	7,058	6.9%	31.3%	468	7,228	6.8%	102.4%	32.1%	424	90.6%
中国事業	34,494	33.6%	54.7%	11,643	38,742	36.2%	112.3%	54.5%	12,776	109.7%
シンガポール事業	10,286	10.0%	47.0%	2,415	11,781	11.0%	114.5%	46.8%	2,341	96.9%
ランシノ事業	12,532	12.2%	56.4%	1,365	13,118	12.3%	104.7%	57.9%	1,717	125.8%
セグメント間取引消去	▲4,479	▲4.4%	-	-	▲4,926	▲4.6%	-	-	-	-
その他	1,289	1.3%	12.8%	126	1,296	1.2%	100.5%	11.5%	110	87.3%

※18/1期における数値は、現時点での試算に基づく参考値となります。

【第6次中期経営計画での株主還元指標】

各営業期における前期比増配、連結総還元性向55%程度を目標とし、
 自社株買いも含め、機動的に株主還元の拡充を行う

配当の状況	16/1期		17/1期		18/1期		19/1期	
	中間 (実績)	期末 (実績)	中間 (実績)	期末 (実績)	中間 (実績)	期末 (実績)	中間 (予定)	期末 (予想)
1株あたり 配当金 (円)	20	22	25 (記念配3円含)	28 (記念配3円含)	31	35	34	34
配当性向	49.3%		57.1%		54.5%		57.8%	

※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株の割合で株式分割を行っております。また、2015年5月1日を効力発生日として、普通株式を1株につき3株の割合で株式分割を行っております。

<参考> 投資関連指標

(単位：百万円)	17/1期		18/1期		19/1期	
	中間 (実績)	通期 (実績)	中間 (実績)	通期 (実績)	中間 (実績)	通期 (見込)
設備投資額 (※1)	1,250	2,498	1,252	3,546	2,795	5,000
減価償却費 (※2)	1,191	2,357	1,206	2,451	1,301	3,000

※1 有形および無形固定資産 (長期前払費用含む)

※2 減価償却費 (のれん償却含む)

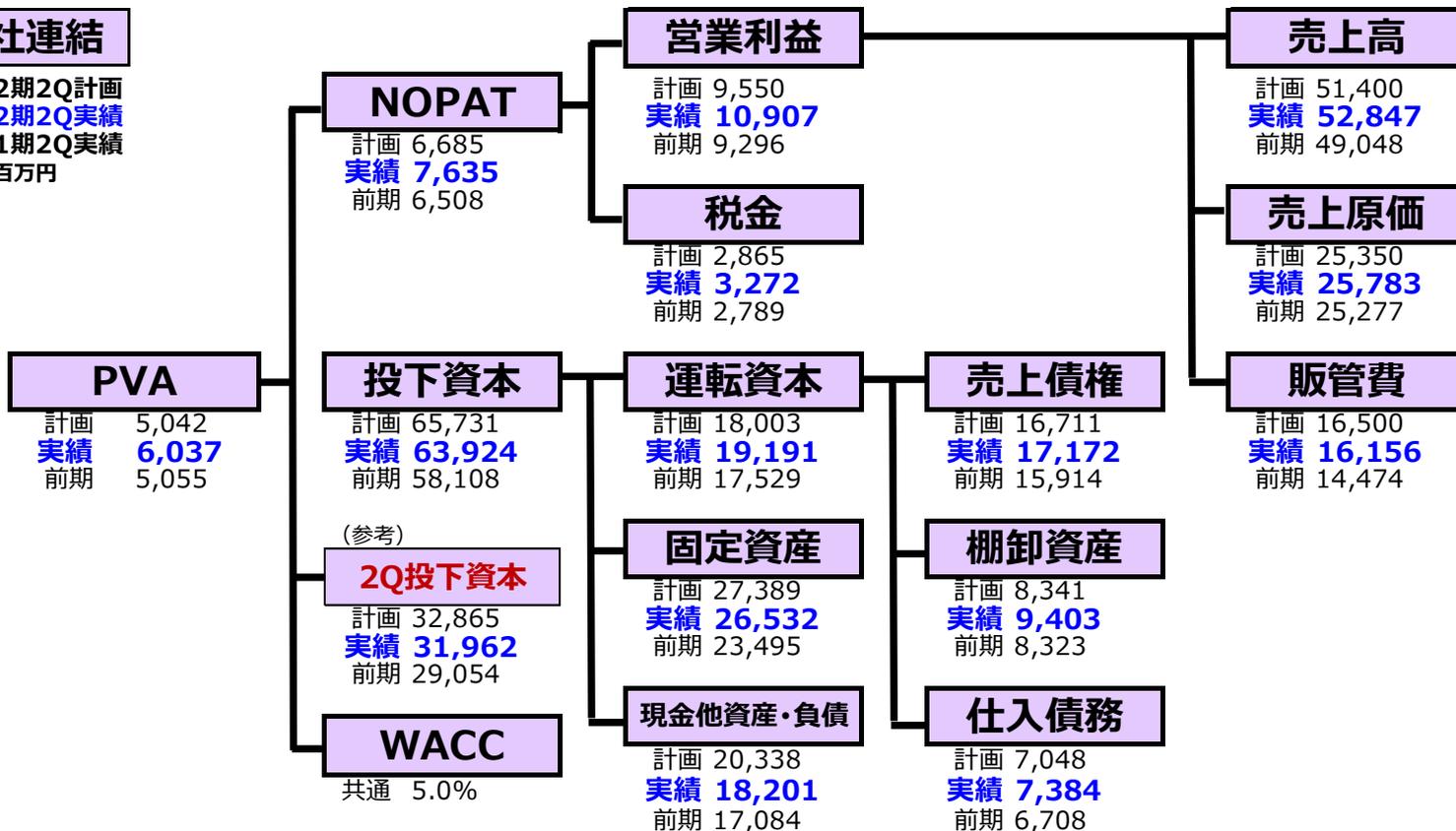
企業価値向上にむけて

企業価値の向上にむけて：第6次中期経営計画における12の課題



全社連結

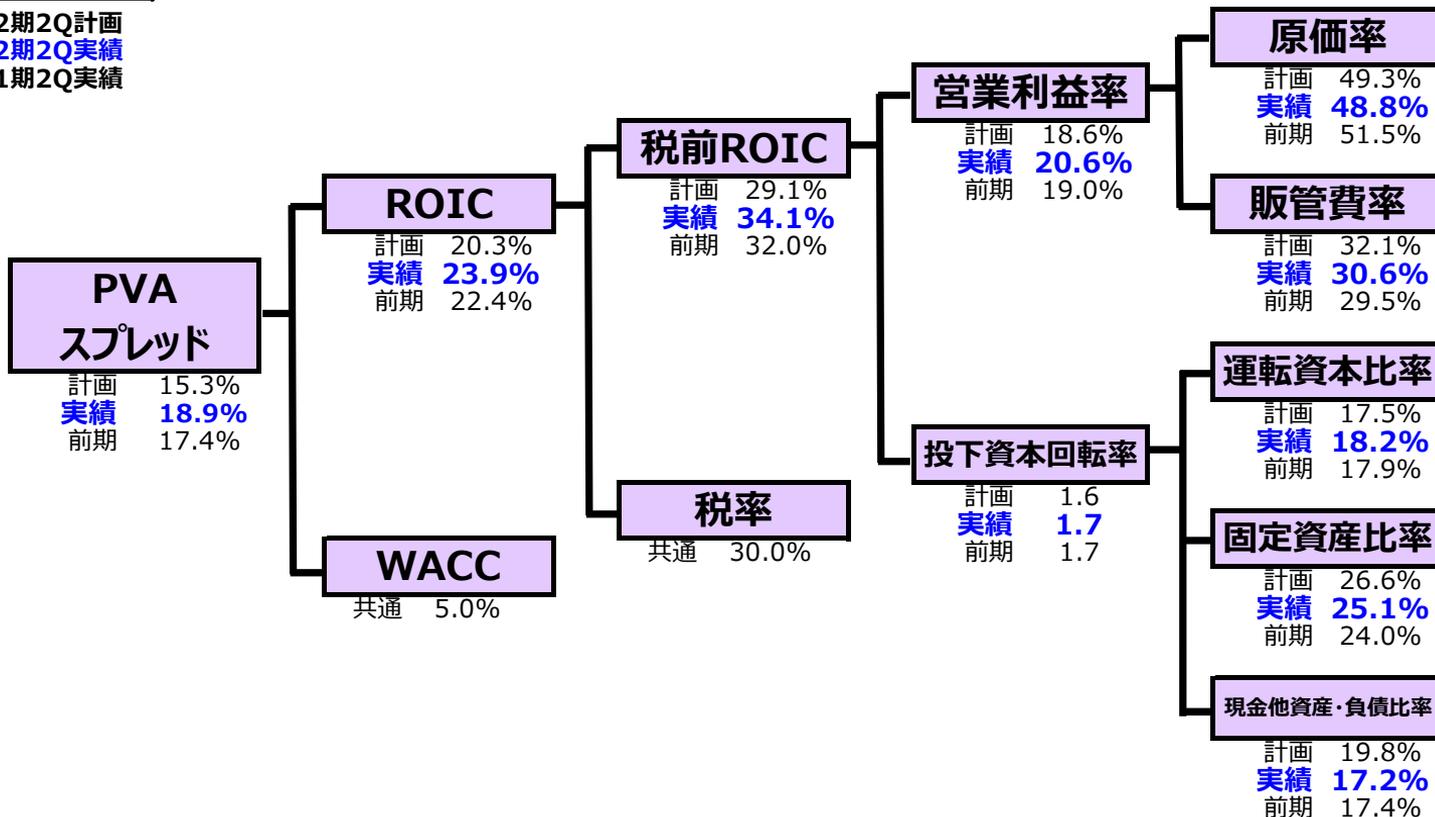
上：62期2Q計画
 中：62期2Q実績
 下：61期2Q実績
 単位：百万円



※17/1期より、PVA算出時B/S項目の各数値は期首・期末平均を使用しております。

全社連結

上：62期2Q計画
 中：62期2Q実績
 下：61期2Q実績



全社連結

上：62期2Q計画
 中：62期2Q実績
 下：61期2Q実績
 単位：百万円

運転資本

計画 18,003
実績 19,191
 前期 17,529

売上債権

計画 16,711
実績 17,172
 前期 15,914

棚卸資産

計画 8,341
実績 9,403
 前期 8,323

仕入債務

計画 7,048
実績 7,384
 前期 6,708

CCC

計画 68.6
実績 73.6
 前期 70.9

売上債権回転日数

計画 59.3
実績 59.3
 前期 59.2

棚卸資産回転日数

計画 60.0
実績 66.6
 前期 60.1

仕入債務回転日数

計画 50.7
実績 52.3
 前期 48.4

※17/1期より、CCC算出時B/S項目の各数値は期首・期末平均を使用しております。

Appendix

企業価値の向上にむけて：第6次中期経営計画における12の課題



ESGについて

企業価値の向上に向けて：ESGの重点課題



ESG	企業価値拡大	リスク軽減
環境 Environment	<ul style="list-style-type: none"> ● 環境配慮型商品の開発 	<ul style="list-style-type: none"> ● 気候変動・生物多様性対応 ● CSR調達の推進 ● 汚染の予防 ● 地球環境保全への取り組み（環境機会） ● 環境マネジメントシステムの導入
社会 Social	<ul style="list-style-type: none"> ● 人的資本向上への取り組み ● ダイバーシティに向けた取り組み ● グローバル人材・経営人材の育成 ● 目標管理制度 ● 女性の活躍促進支援の強化 ● 子育て支援への取り組み ● ワークライフバランスの推進 ● 地域活動 ● 社会課題解決 ● 消費者課題解決 	<ul style="list-style-type: none"> ● 労働における安全衛生 ● 人的資源開発 ● 公正な事業慣行の徹底
ガバナンス Governance	<ul style="list-style-type: none"> ● 役員報酬 ● 委任型執行役員制度 ● 株主・投資家との責任ある対話 	<ul style="list-style-type: none"> ● ガバナンス体制の強化 ● 内部監査 ● コンプライアンス

企業価値の向上に向けて：社会価値向上への取り組み



環境配慮型商品の開発

ピジョングループは、地球温暖化の防止に貢献し、持続可能な社会を実現するために、省エネ法や温暖化対策推進法などの法律の遵守はもちろん、省エネ体制の整備などにグループ全体で取り組んでいます。

なかでも生活用品メーカーとして、使用中はもちろん、使用後の商品廃棄においても地球環境に悪影響を与えないよう、原材料、素材を選定する段階から十分配慮した多くの環境配慮型商品を多く揃えています。

<レンジで蒸しパン>
調理用カップは、コーンスターチを主成分とする材料に変更



<泡ソープ詰替>
使用後の解体とリサイクルがしやすい紙容器。
充填用の詰替2回分



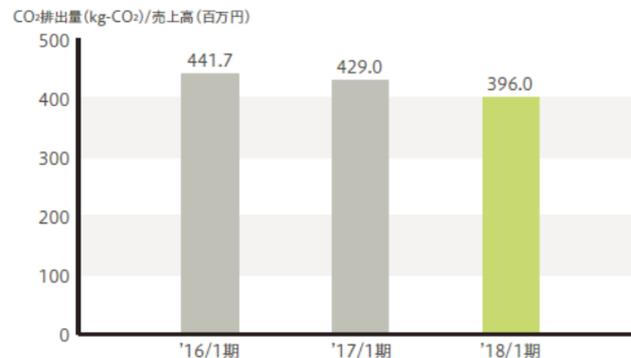
<フッ素コート>
パッケージにF S C認証の台紙を採用



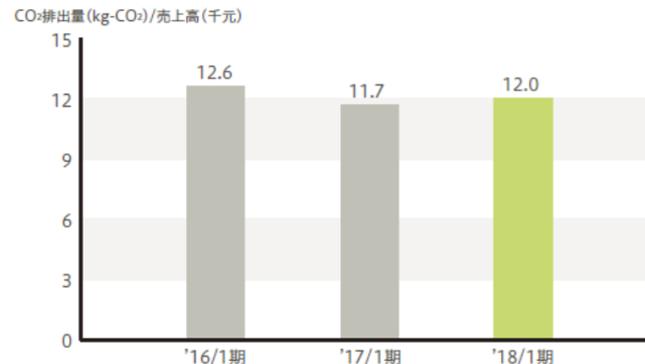
気候変動・生物多様性対応

ピジョングループは、気候変動の緩和や生物多様性に配慮すべく、直接・間接的な温室効果ガス排出量を特定し、節電に努めています。CO₂削減・節電に向けては、温室効果ガス排出量を全生産拠点共通の算式に統一することで管理体制を強化したほか、中国の生産拠点では「環境にやさしい工場」をテーマに掲げ、まだ規模は小さいものの太陽光発電や風力発電を最大限活用しているほか、光触媒の塗料の使用や全LED化による節電も進めています。

国内生産会社 3社合計
(ピジョンホームプロダクツ(株)、PHP兵庫(株)、PHP茨城(株))



中国生産会社 2社合計
(PIGEON MANUFACTURING (SHANGHAI) CO., LTD.
PIGEON INDUSTRIES (CHANGZHOU) CO., LTD.)



CSR調達の推進

ピジョンが使用している化学物質には、主に、乳首の原料となるゴムがありますが、天然ゴムは一切使用せず、すべてケイ素からつくられるシリコンゴムを使用することで、持続可能な資源の利用に努めています。

汚染の予防

ピジョン商品のユーザーのほとんどは赤ちゃんです。そのため、原料・素材の選定は非常に厳格かつ慎重に行っています。またボディソープなどの液体・洗剤については、生産活動に関する汚染源・廃棄物を特定し、ゴミの廃棄量ならびにゴミ焼却炉の稼働時間の削減にも努めるなど、汚染の予防に努めています。

原材料の仕入量 (トン)	シリコンゴム	PPSU
Pigeon Manufacturing (Shanghai) Co., Ltd.	516	189
Thai Pigeon Co., Ltd.	420	208
Pigeon India Pvt. Ltd.	32	—
PT Pigeon Indonesia	368	—



地球保全への取り組み（環境機会）

ピジョンでは、1986年に始めた「ピジョン赤ちゃん誕生記念育樹キャンペーン」を過去32年間にわたり継続して実施しています。茨城県常陸大宮市の国有林および社有地である「ピジョン美和の森」での植樹活動を通じて、親子の一生の思い出作りをお手伝いすると同時に、森林保護による地球環境保全の啓蒙活動にもささやかながら貢献しています。森林はCO₂を吸収することで地球温暖化を防ぎ、多様な生体系を維持し、また「緑のダム」と呼ばれるように高い水質保全機能を持ちながら洪水や濁水を防止する役割も果たしています。



32年間で14万本超の苗木



ワークライフバランスの推進

労働者保護に関する国内規定や、法令・労働協約等で制定された労働時間は当然遵守していますが、「19時退出（退社）ルール」「ノー残業デー（週1日）」を設定し、社員の長時間労働の抑制とワークライフバランスを推進することにより、労働生産性を高めるための施策を実施しています。

この他にも、ライフ・デザイン休職制度や、女性の早期復職支援制度、待機児童保育費用援助制度など、出産後の復職支援にも力を入れており、育児を語れる社員の育成を目指し、職場環境の整備に取り組んでいます。

子育て支援、ワークライフバランスに関連する制度の利用状況

制度名	内容	利用状況
ひとつきいっしょ	男性社員を対象とした、1カ月間の育児休業制度	取得率100% (2016年1月期から3年連続) 取得者数：32名 (2016年1月期からの3年間累計)
19時退出（退社）ルール	残業しても原則19時には退出するというルール	月間平均残業時間4.5時間、 有給休暇取得率53.4% (2018年1月期)
ノー残業デー（週1日）	毎週水曜日をノー残業デーに指定し定時退社を促進する	
ライフ・デザイン休職	不妊治療や養子縁組を目的とした最大2年間の休職制度	2015年、2016年、2017年 実績あり
在宅勤務制度	育児や介護などを理由とした場合に、在宅で就業が出来る制度	取得者数：12名（2018年1月期）



企業価値の向上に向けて：社会価値向上への取組み



地域活動： にっこり授乳・さく乳室Lactation Loungeの設置

子育て中の女性社員の労働環境整備と地域・社会への貢献を目的に、「ピジョンにっこり授乳・さく乳室 Lactation Lounge」の設置を進め、当社社員のみならず、近隣に勤務・居住するママと赤ちゃんにもご利用いただいています。また、出産後の女性の復職支援を目的として、世界各国で一般企業内などさまざまな場所で設置した「授乳・さく乳室」は、世界15カ国で7,000カ所以上に上っています（2018年1月現在）。



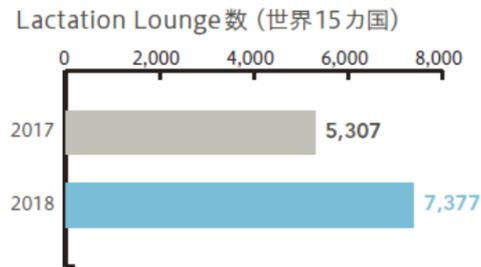
シンガポール



中国



アメリカ



社会価値

社会や顧客にとって
なくてはならない存在

ソリューションと新しい価値の提供

全社員及びその他ステークホルダーと
共有化された理念

開発力とブランド力

社員一人ひとりの力

環境負荷の低減と事業以外の部分での
社会貢献

経済価値

将来フリーキャッシュフローの
現在価値の合計

フリーキャッシュフロー = NOPAT + 減価償却費
- 投資 - 運転資本の増加額

$(WTP^* - Cost) \times Volume = Profit$

真似されにくい
ビジネスモデル・競争優位

マーケティング力

管理指標と改善アクション
(PVA, CCC, ROE, ROIC)

*WTP: willingness to pay

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、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、それらの要因による影響を受ける恐れがあります。

担当部署・連絡先

ピジョン株式会社 経営企画本部

コーポレートコミュニケーション室 IR・広報G

担当：山口・笹田・大杉 03-3661-4188