

2020年12月期（64期） 第2四半期 決算説明会

ピジョン株式会社

（証券コード：7956）

代表取締役社長 北澤憲政

2020年8月7日

Celebrate babies the way they are

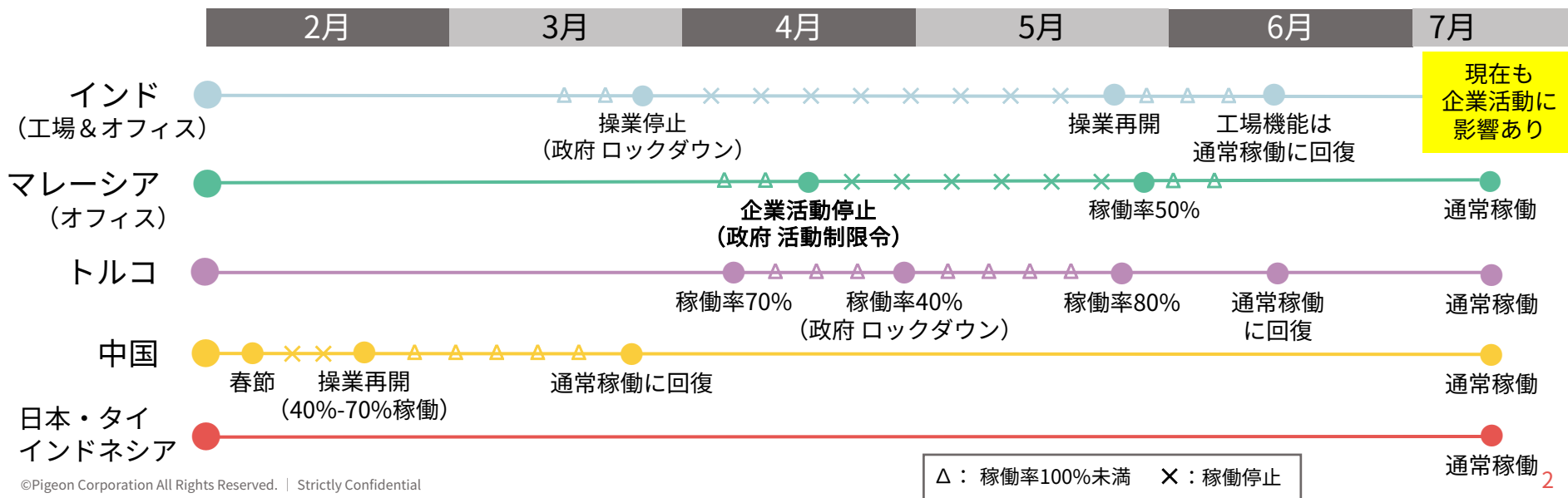


コロナ禍における各拠点のタイムライン	P. 2
2020年12月期 第2四半期	
・ ハイライト	P. 3 - 8
・ 業績報告	P. 9 - 15
・ コロナ禍における活動状況	P.16 - 22
ブランド・ESGの取り組み	P.23 - 32
2020年12月期 通期計画	P.33 - 35

Agenda

コロナ禍における各拠点のタイムライン（7月末時点）

- 日本、タイ、インドネシアの工場はコロナ禍でも稼働
- 中国は2月中旬から3月下旬にかけて企業活動が最も影響を受けたが、2Qは回復基調
- 各国の当社生産拠点および販売拠点は、現地政府の要請・指示に基づき、徹底したコロナ感染防止対策のもとで稼働中
- インドは現在も州間の移動などの活動制限が継続中。企業活動にも影響あり



2020年12月期（64期）第2四半期 ハイライト

6 1 8 商戦（中国）

- 3年連続で京東超市と天猫での
哺乳器・乳首 の売上が第1位
- Eコマース天猫旗艦店での
売上伸長率が前年同期比138%
- ライブコマースなども活用し
売上拡大を達成



Ssence スキンケア発売（中国）

Ssence

艾纯诗母婴旗舰店

- 6月下旬から中国国内で販売開始
- 防腐剤、抗菌剤、香料、アルコールなど
全て無添加のオリジナル処方
- 新鮮直送！生産日から48時間以内に当社工場
からお客様へ直接お届け（当社初のD2C）
- WeChatなどで開設したSsence公式アカウント
でのページビューは1,000万を突破！

新鮮直送

新鲜生产 新鲜速达



下单



接单后产出成品



快速送达



“鲜活”护肤体验

建议开封后当天用完
每支1mL, 每次1支, 每天2支

新鲜生产

新鲜生产，接单后48小时内发出
开封后当天使用，未开封保质期3个月

Bingle Fan+発売（日本）

ビジョンのベビーカーは
スイスイ動いてのびのび乗れる。



- 日本初のファン一体型ベビーカーで、暑い夏も赤ちゃんに快適なお出かけ環境を実現
- 7月下旬より公式オンラインショップにて販売開始（160台限定）
- FUNRIDEベビーカーは今後もラインナップを続々と追加予定



※日本初！ 夏場のお出かけに

快適なファン搭載ベビーカー

ピングル ファンプラス

Bingle Fan+

数量
限定

新発売！



※(株) SVP ジャパン調べ

調査対象：日本で発売されたファン一体型ベビーカーの公開情報より

新市場ナイジェリア（シンガポール）



年間出生数

700万人以上

- アフリカ新市場のナイジェリアへ
現地販売パートナーを通じて販売開始
- ハイエンドベビーショップと
オンライン(JUMIA)での販売を開始
- 22年に年間100万USドルの売上を目指す



新しいニーズに応える商品（ランシノ）



- ミレニアル世代やZ世代のニーズを汲んだ「サステナブル」に注目した商品を新発売
- ブランド初の100%植物成分をベースにしたOrganic Nipple Balm（オーガニック需要）
- 繰り返し洗って何度でも使えるWashable Nursing Pads（非使い捨て需要）
- 既存商品とともに売上伸長



2020年12月期（64期）第2四半期 業績報告

業績報告 連結PL

(単位：百万円)	2019/12期 第2四半期		2020/12期 第2四半期		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
売上高	52,519	100.0%	48,431	100.0%	92.2%
売上原価	25,886	49.3%	24,021	49.6%	92.8%
売上総利益	26,632	50.7%	24,409	50.4%	91.7%
販管費	17,375	33.1%	16,377	33.8%	94.3%
営業利益	9,257	17.6%	8,031	16.6%	86.8%
経常利益	9,608	18.3%	8,532	17.6%	88.8%
親会社株主に帰属 する当期純利益	6,565	12.5%	5,855	12.1%	89.2%

【参考：平均レート】

20/12月期 (64期)実績：1ドル108.26円 1元15.39円

19/12月期 (63期)実績：1ドル110.05円 1元16.20円

業績報告 事業別損益

海外売上比率:56.6%（前年同期は54.1%）

(単位：百万円)	19/12期 第2四半期				20/12期 第2四半期				
	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	52,519	100.0%	50.7%	9,257	48,431	100.0%	92.2%	50.4%	8,031
日本事業	25,230	48.0%	40.6%	2,656	22,584	46.6%	89.5%	39.5%	1,580
中国事業	18,058	34.4%	54.2%	6,313	17,456	36.0%	96.7%	54.5%	6,118
シンガポール事業	7,104	13.5%	36.6%	1,204	6,443	13.3%	90.7%	39.8%	1,257
ランシノ事業*	6,572	12.5%	59.1%	925	6,312*	13.0%	96.0%	56.6%	907
セグメント間取引消去	▲ 4,447	▲8.5%	—		▲ 4,364	▲9.0%	—	—	

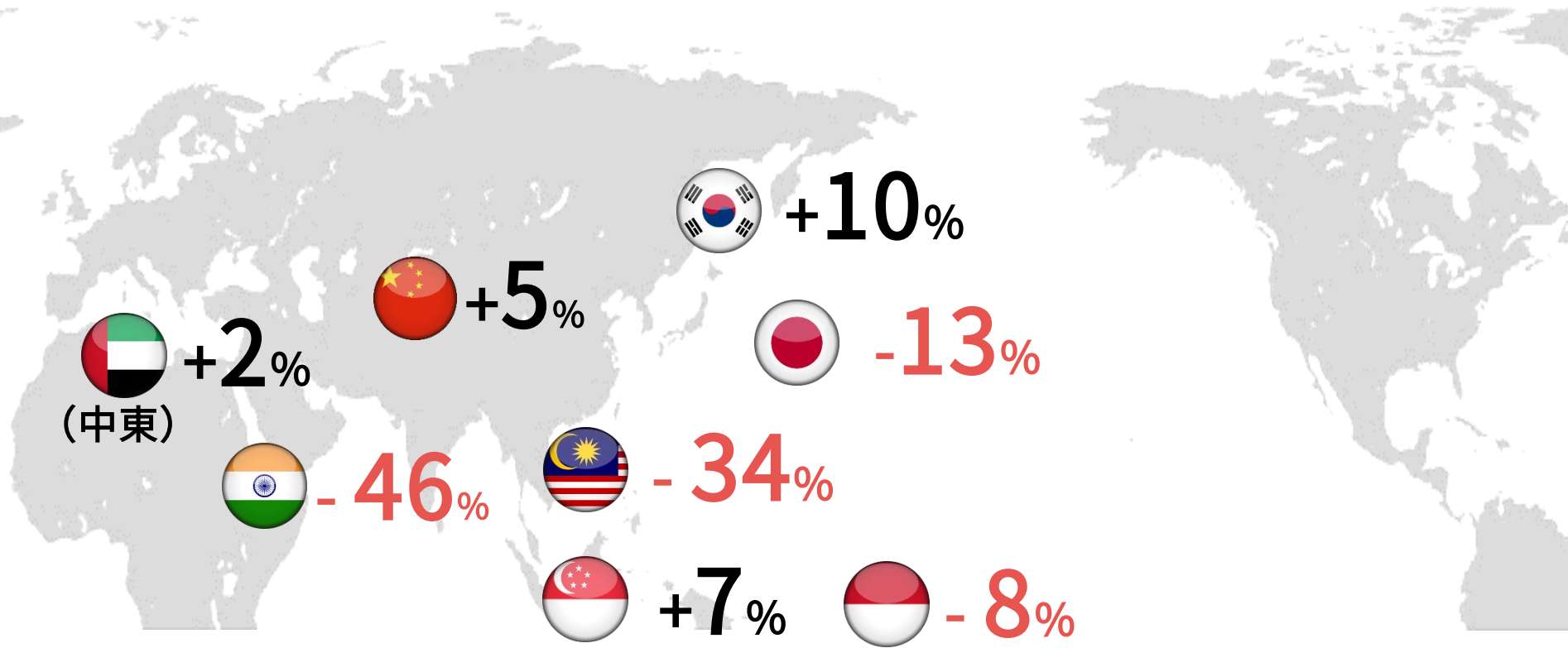
*ランシノ事業においては、今期（20/12期 第2四半期）の損益と前期（19/12期 第2四半期）の損益において、収益認識の基準が異なります。
今期の損益は、新基準により、リベート・インセンティブ等、従来販管費で計上していた費用が売上高の控除項目になりました。

業績報告 事業別（現地通貨）

日本事業	シンガポール事業
売上高前期比：89.5% 【参考】旧セグメントでの売上高前期比 国内ベビー・ママ： 85.0% 子育て支援： 94.4% ヘルスケア・介護：106.7%	売上高前期比：93.0% 【参考】主要国の売上高前期比 シンガポール国内：107.3% インド： 54.3% マレーシア： 65.5%
中国事業	ランシノ事業
売上高前期比：101.0% 【参考】中国本土の売上高前期比：105.4% Eコマース成長率：134.0% Eコマース比率： 61.0%	売上高前期比：99.3%* 【参考】会計基準を統一した場合の売上高 ランシノ事業：107.5%（前期比） 北米：113.5%

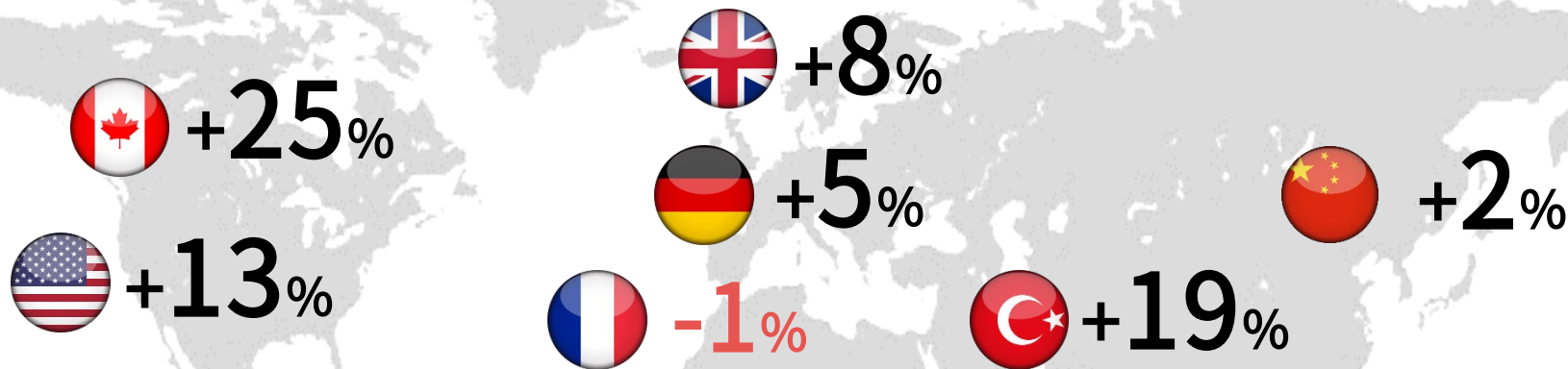
*ランシノ事業においては、今期（20/12期 第2四半期）の損益と前期（19/12期 第2四半期）の損益において、収益認識の基準が異なります。今期の損益は、新基準により、リベート・インセンティブ等、従来販管費で計上していた費用が売上高の控除項目になりました。

ピジョン 地域別売上高* (2Q累計 / 前年同期比 / 現地通貨)



ランシノ 地域別売上高*（2Q累計 / 前年同期比 / 現地通貨）

Lansinoh®



連結貸借対照表（ハイライト）

(単位：百万円)	19/12期 期末	20/12期 第2四半期		
	実績	実績	前期末差	前期末比
現金及び預金	32,416	33,603	1,187	103.7%
受取手形及び売掛金	16,588	15,400	▲ 1,187	92.8%
たな卸資産	11,211	12,134	923	108.2%
支払手形及び買掛金	4,900	5,122	221	104.5%
電子記録債務	2,009	2,070	61	103.0%
借入金	0	0	—	—
純資産	70,463	71,033	570	100.8%
総資産	90,491	90,315	▲ 176	99.8%
自己資本比率	74.8%	75.7%	—	+0.9Pt

2020年12月期（64期）第2四半期 コロナ禍における当社の活動

コロナ禍における直近の状況（マレーシアとインド）



マレーシア

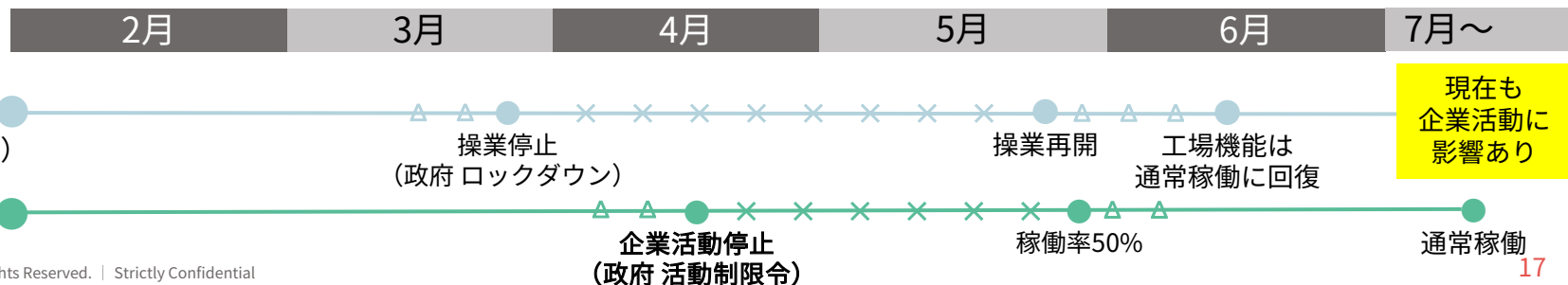
- 新規感染者数は1日10名以下まで収束。新しい生活様式のもと、ロックダウン前の日常に戻りつつある
- 当社営業活動は、Web商談なども活用しほぼ100%に近い形で再開
- 多くの小売店は時間短縮で営業中。大手小売業はロックダウン中に自社ECに注力。オフライン減をオンラインでカバー



インド

- 新規感染者数は1日5万人以上。感染拡大は加速し、世界で最も深刻な感染国の一つに
- 当社営業活動は、まずは主要店舗から訪問を再開。電話やメッセージアプリ等も活用。
- 売上はECはロックダウン前の水準ほどに回復。一方、移動規制が敷かれているエリアでは依然として感染拡大の影響を受けている

△：稼働率100%未満 ×：稼働停止



コロナ禍におけるピジョングループの事業活動への変化

ブランドとしての強さはそのままに、各国で迅速かつ柔軟に「Withコロナ」の時代へ適用する準備を実行できている

変わらない事

- ピジョンおよびランシノのブランドの強さ
- Eコマース、オンラインでの安定的な成長

変わった事

- グループ社員の働き方
- お客様とのコミュニケーション方法やそのコンテンツ

コロナ禍における当社グループの市場シェア（日本）

60年以上にわたるブランドへの信頼がコロナ禍においても下支えとなり、当社の市場シェアは維持、拡大

- 訪日外国人旅行客が前年比99.9%減によりインバウンド需要は消滅
- ほ乳瓶などのハード品から、おしりふき等の消耗品まで、今まで培ってきた信頼がコロナ禍でも下支え

■ 日本における哺乳器のシェア*



85%

（20年上期の月平均）

前年同期間の市場シェア
79% から+6ptアップ

コロナ禍における当社グループの市場シェア（中国・北米）

■ 中国における哺乳器のシェア*



40%
(20年6月末時点)

19年年間平均市場シェア
37% から+3ptアップ

*当社調べ（セルアウト、金額ベース）

■ アメリカにおけるラノリンベースの乳首クリームのシェア**



74%
(20年6月末時点)

前年同期間の高い市場シェアを維持
新たにOrganic Nipple Balmも発売し
乳首クリーム全体の市場シェアは拡大

**当社調べ（20年7月 IRI MULO Report, Multi Outlet + Amazon、金額ベース） 20

コロナ禍における当社グループの市場シェア（アメリカ）

- アメリカでの乳首クリーム以外のコア商品の市場シェア*と順位（直近52週）

母乳パッド

66%



1位

母乳保存バッグ

44%



1位

手動さく乳器

36%



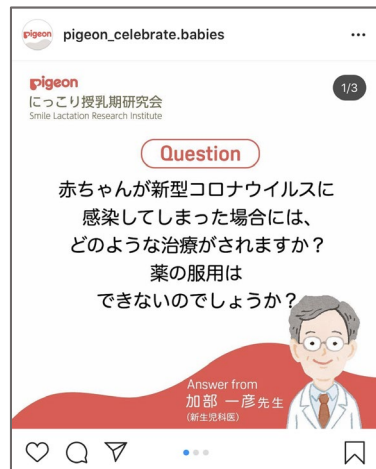
2位

コロナ禍での新しい取り組み（社外）

各国の医療従事者や専門家と協働し、オンラインを活用したお客様コミュニケーションをさらに推進

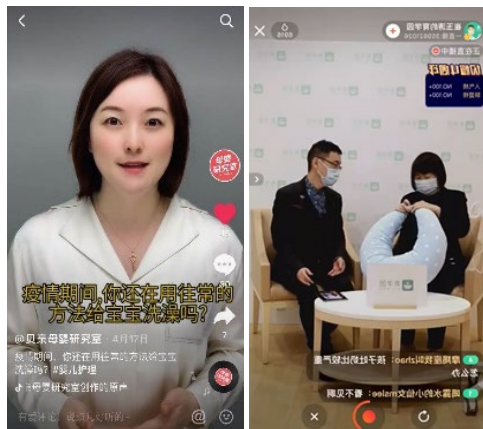
【日本】

小児科医など専門家の
アドバイスをSNSで発信



【中国】

WeChatやWeiboなど
を活用したライブ配信



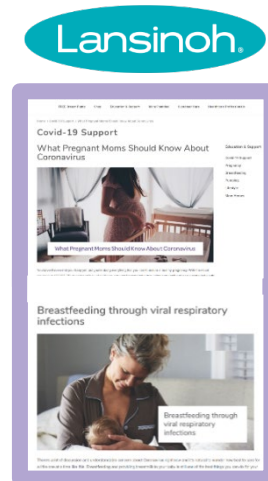
【マレーシア】

オンラインによる母乳
育児セミナーを開催



【アメリカ】

自社ウェブサイト内に
特集ページを新設



ブランド・ESGの取り組み

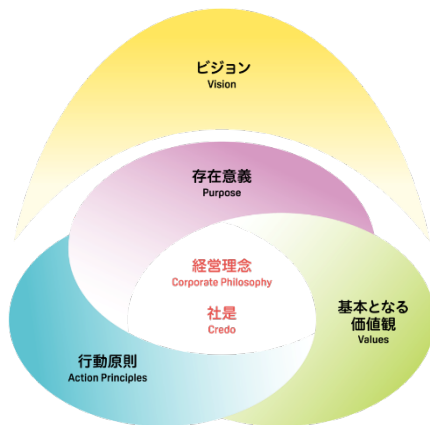
ブランドの取り組み

インターブランドジャパンによる“Best Japan Brands 2020”
100社中 64位に初選定

Interbrand
Best
Japan
Brands
2020

受賞理由（抜粋）：

2019年に存在意義（purpose）を定め、顧客満足度を高めています。
主力商品である哺乳瓶への信頼性、ニーズへの対応力、存在感が、国内のみならず特にアジア地域において高く、ブランド価値を向上させています。



存在意義

赤ちゃんをいつも真に見つめ続け

この世界をもっと

赤ちゃんにやさしい場所にします

ブランドの取り組み

ピジョンブランドの想いを全てのステークホルダーに伝えるため、様々なコンテンツや制作物を刷新

■ オフィスデザイン

ピジョンマニュファクチャリング茨城



ピジョンマニュファクチャリング兵庫



ブランドの取り組み - オフィスデザイン

ピジョンシンガポール



ピジョンインド



ブランドの取り組み - 空間づくり

イベント用 ブランドバナー



ブランドの取り組み - 空間づくり

展示会 ブランド仕器



ブランドの取り組み - オンライン

新ウェブサイト

Pigeon Pigeonについて 商品情報 サステナビリティ 投資家向け情報 医療従事者の皆様へ News お客様サポート ECサイト Global 検索

PURPOSE
私たちの存在意義

PROMISE
私たちの約束

STORY
私たちの想い

Celebrate babies the way they are
赤ちゃん一人ひとりが生まれ持った輝きを育む

IMPORTANT ▲ 2020.06.15 臨時メンテナンスに伴う「ピジョン美肌」休館のお知らせ

飲む力が弱い赤ちゃんのために

授乳・さく乳室の医療支援

赤ちゃん誕生記念画架

Celebrate Babies in Action
赤ちゃん一人ひとりの輝きを育むための取り組み

公式オンラインショップ

SEARCH ITEMS
商品を探す

セールアイテム
から探す

カテゴリー
から探す

新商品
から探す

ママの時期・赤ちゃんの月齢
から探す

お悩み・シーン
から探す

ギフト
から探す

CAMPAIGN
おすすめ特集

部 品 販 売
ピジョン公式オンラインショップの商品販売ページです。さく乳器、母乳瓶、食器、食器、電動歯ブラシ、ベビーカー、チャイルドシート等の商品が買い求め頂けます。

お悩み・赤ちゃんの悩みを解決するおすすめセット
はじめてだらけの妊娠・出産、あなたの不安やお悩みを解決するおすすめセットをご紹介します。

GIFT
生まれてくる赤ちゃん、贈ったママ・パパなど、大切な方に送りたいギフトを集めました。

10,000円で11,000円のお買い物ができるお得な商品券です。これから赤ちゃんを迎える大切な人へのプレゼントにもおすすめです。

caboo
世界の約27の国と地域で愛される赤ちゃんの寝具。公式オンラインショップ限定カラーカバー付き！

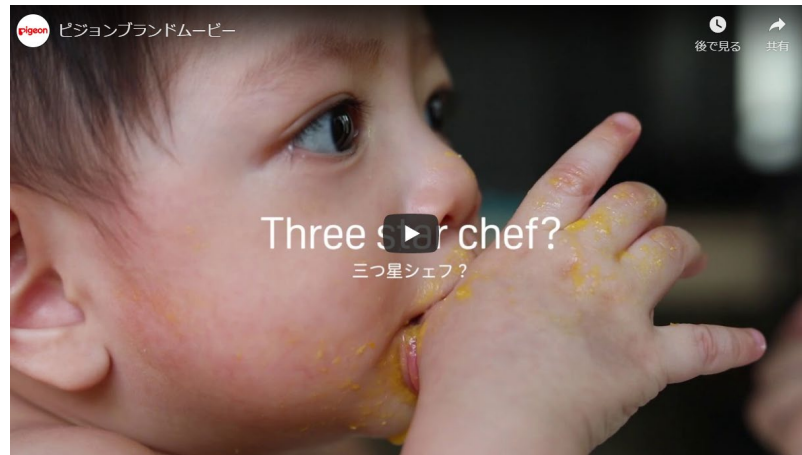
Suteru
おんツツ綿、ステールに新しいカラーが仲間入り！クールなスノーグレート、公式サイト限定のミストブルーを是非チェックしてみてください。

数日間限定！母乳実感からかわいいデザインシリーズが6種類新登場。こまごまギフトできないデザインです。

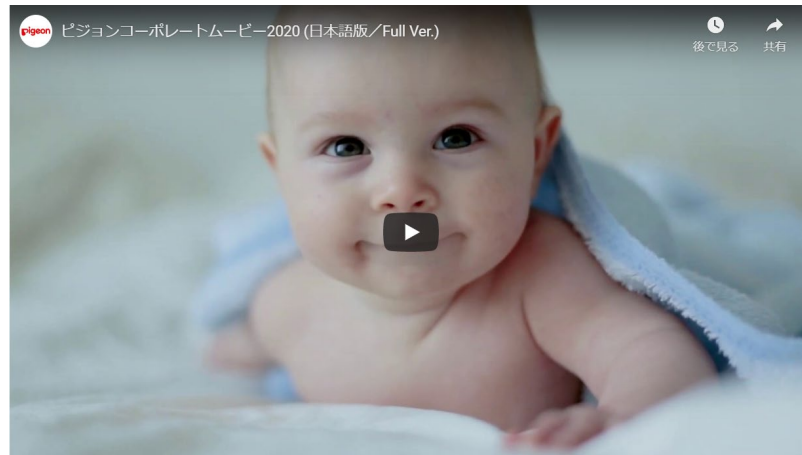
赤ちゃんのお肌を育むピジョンのスキンケアシリーズ！送料無料でポイント10倍・メルマガの定期購入がおすすめです。

ブランドの取り組み - デジタルコンテンツ

ブランドムービー



コーポレートムービー



ESGの取り組み

各国で新しい活動を続々と実行中



産学協働プロジェクト（タイ）



- チュラロンコン大学の乳がん自己診断トレーニングキット開発プロジェクト
- タイピジョンからシリコン廃材を提供
- 2020年6月同大学のウェブサイトにて発表



リサイクル推進活動（シンガポール）



- 「ほ乳びん回収ボックス」を展示会などで設置（他ブランドのほ乳びんもOK）
- これまでに3,500本以上のプラスチックほ乳びんを回収。回収されたほ乳びんは輸送用パレットなどにリサイクル

2020年12月期 下期の取り組み

パンデミックや自然災害などの「非常事態下」において、社員の安全確保に向けた取り組みを強化し、安定した事業活動の継続を目指す

- 中国、インドネシアの工場拡張、リノベーション
- ピジョンブランドの本格的な北米市場（カナダ）進出
- 全世界で150 SKU 以上の新商品を発売（リニューアル含む）
- 各国の消費者ニーズを汲んだローカル商品や災害対策商品の企画・開発
- 母乳バンクオープン（東京本社1階）やインドネシア、タイ工場のソーラーパネル設置などのESG活動

2020年12月期（64期） 通期計画

2020年12月期 通期の業績見通し（連結）

(単位：百万円)	20/12期 通期			
	計画	修正予想	増減額	増減率（％）
売上高	109,000	98,500～102,400	▲10,500～▲6,600	▲9.6～▲6.1
営業利益	18,100	13,400～15,500	▲4,700～▲2,600	▲26.0～▲14.4
経常利益	18,100	13,900～16,000	▲4,200～▲2,100	▲23.2～▲11.6
親会社株主に帰属 する当期純利益	12,600	9,600～10,900	▲3,000～▲1,700	▲23.8～▲13.5
一株当たり純利益	105.23	80.17～91.03	▲25.05～▲14.20	▲23.8～▲13.5

株主還元・投資関連

【第7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

配当の状況	18/1期		19/1期		19/12期		20/12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株当たり 配当金 (円)	31	35	34	34	35	35	36	36
配当性向	54.5%		57.2%		72.7%		79.1% - 89.8%	

<参考> 投資関連指標等（連結）

(単位：百万円)	19/1期		19/12期		20/12期	
	中間 (実績)	通期 (実績)	中間 (実績)	通期 (実績) ^{※4}	中間 (実績)	通期 (見込)
設備投資額 (※1)	2,795	5,376	2,009	3,869	1,690	3,600
減価償却費 (※2)	1,383	2,804	1,966	3,372	1,968	3,800
研究開発費 (※3)	1,479	3,119	1,536	3,059	1,430	3,200

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、過去または現在の実事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 経営戦略本部

経営戦略室

担当：金田・金塚・平塚 03-3661-4204

Celebrate babies the way they are



Appendix

決算ハイライト（連結）

(単位：百万円)	19/12期 第2四半期		20/12期 第2四半期		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
売上高	52,519	100.0%	48,431	100.0%	92.2%
営業利益	9,257	17.6%	8,031	16.6%	86.8%
経常利益	9,608	18.3%	8,532	17.6%	88.8%
親会社株主に帰属 する当期純利益	6,565	12.5%	5,855	12.1%	89.2%
純資産	68,681	—	71,033	—	103.4%
総資産	88,714	—	90,315	—	101.7%
EPS（円）	54.83	—	48.91	—	89.2%
BPS（円）	553.29	—	593.75	—	107.3%
ROE	20.1%	—	17.2%	—	—
ROIC	19.2%	—	15.9%	—	—

※ROE：自己資本純利益率、分母はいずれも期首・期末平均

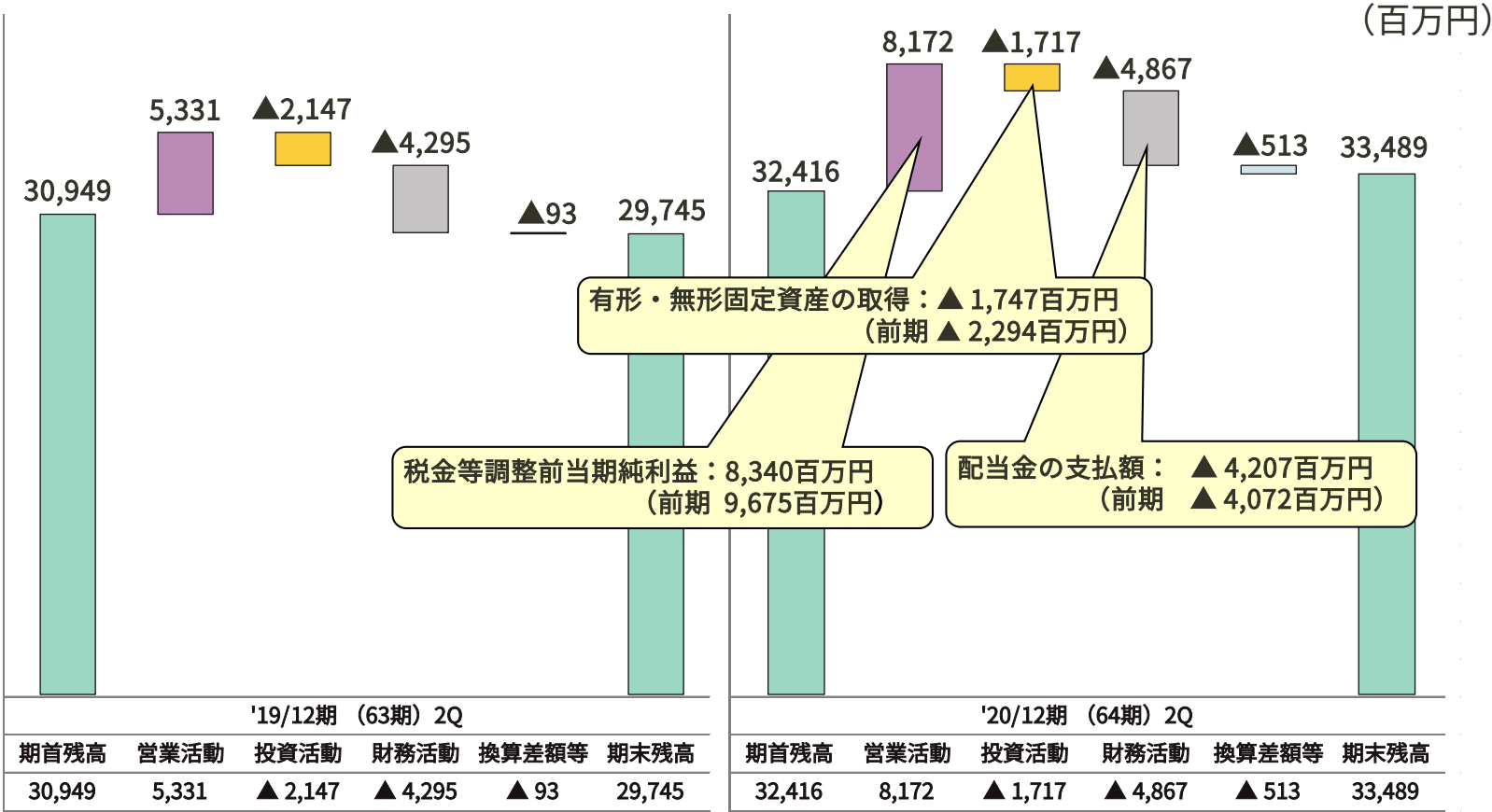
※ROIC：投下資本利益率（NOPAT/投下資本、税率は30.0%、投下資本は期首・期末平均を使用）

<参考>業績報告 日本事業損益内訳

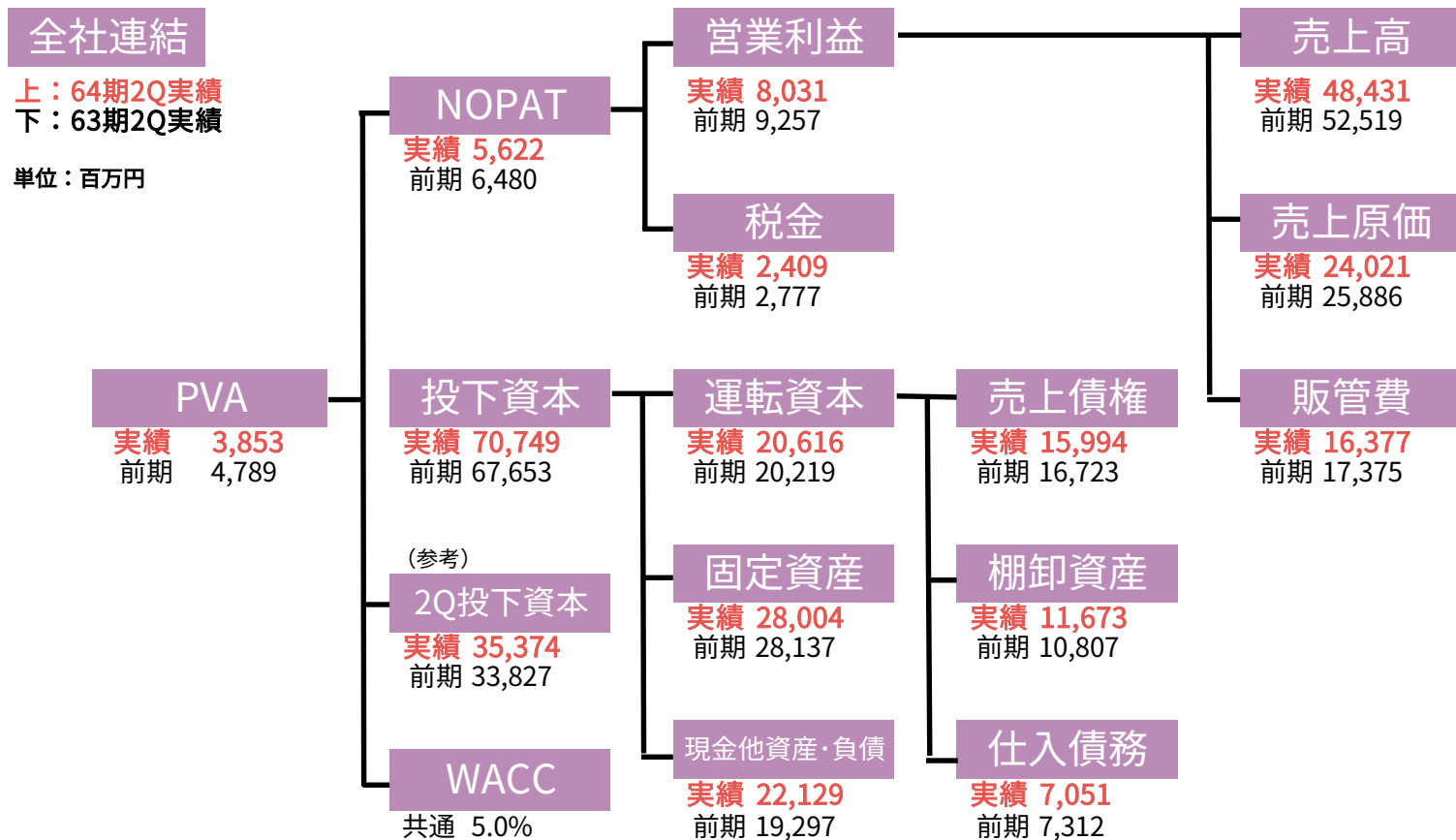
(単位：百万円)	19/12期 第2四半期				20/12期 第2四半期				
	実績	構成比	総利益率	セグメント利益	実績	構成比	前期比	総利益率	セグメント利益
日本事業	25,230	48.0%	40.6%	2,656	22,584	46.6%	89.5%	39.5%	1,580
国内ベビー・ママ	17,964	34.2%	48.4%	2,971	15,272	31.5%	85.0%	46.7%	1,658
子育て支援	1,920	3.7%	13.5%	42	1,813	3.7%	94.4%	14.3%	44
ヘルスケア・介護	3,480	6.6%	31.3%	221	3,712	7.7%	106.7%	33.5%	340

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）

<参考>連結キャッシュフロー比較

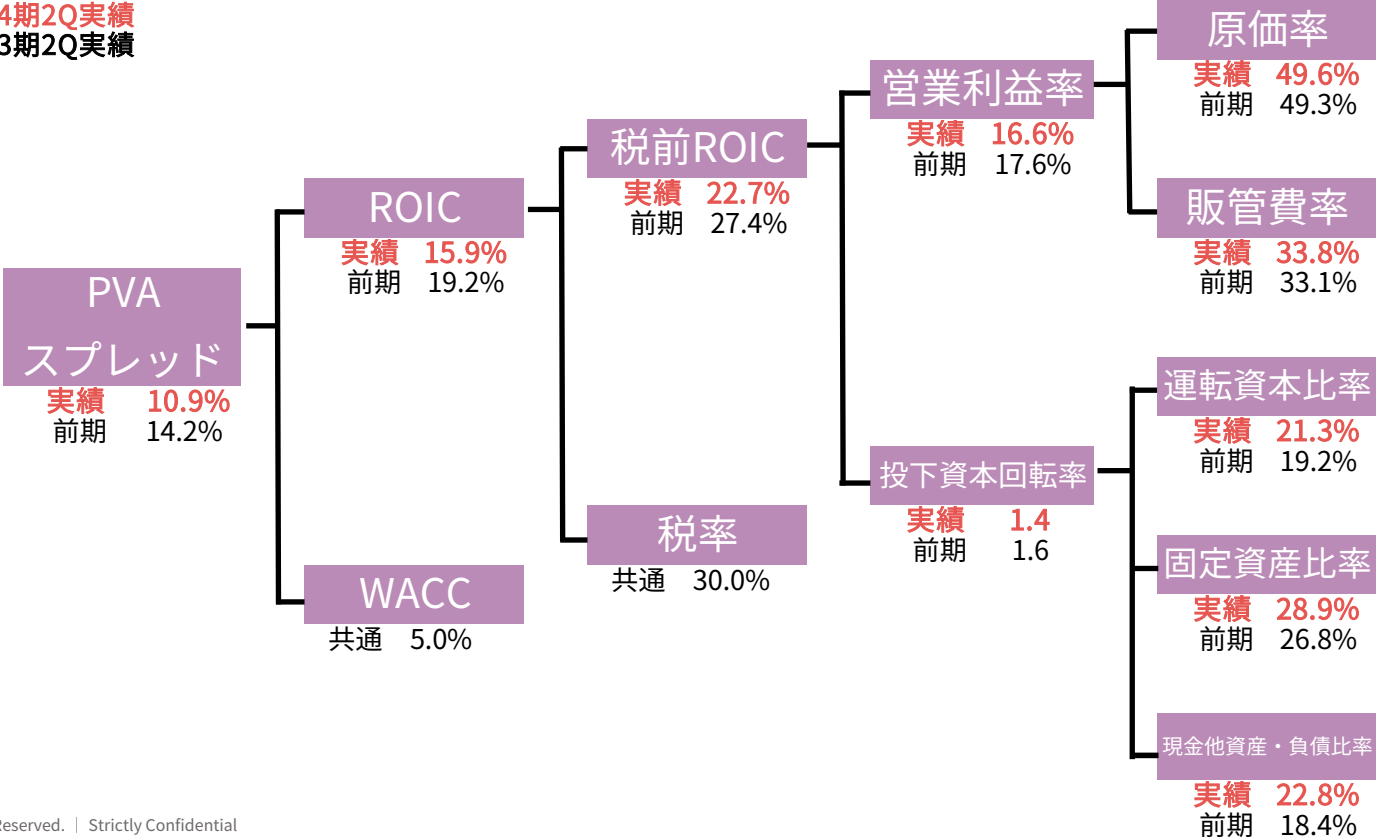


企業価値の向上に向けて：PVAツリー 20/12期（64期） 全社連結



企業価値の向上に向けて：PVAツリー 20/12期（64期） 全社連結

全社連結
上：64期2Q実績
下：63期2Q実績

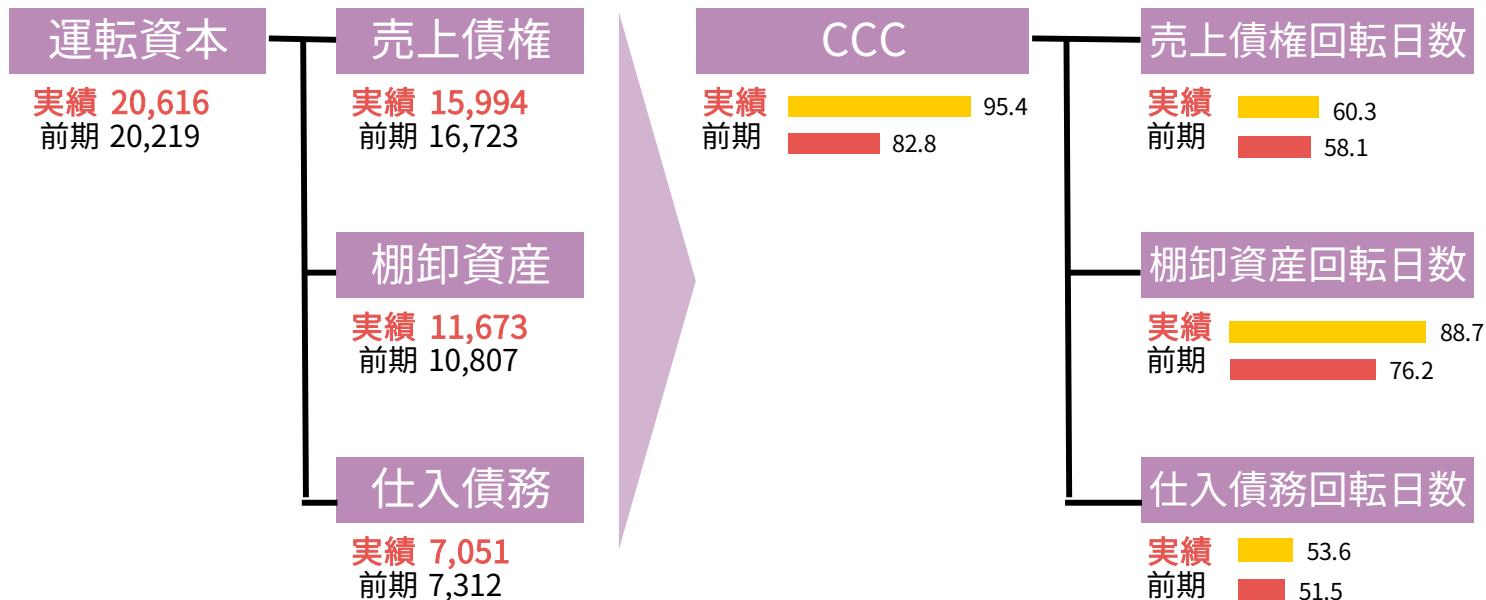


企業価値の向上に向けて：PVAツリー 20/12期（64期） 全社連結

全社連結

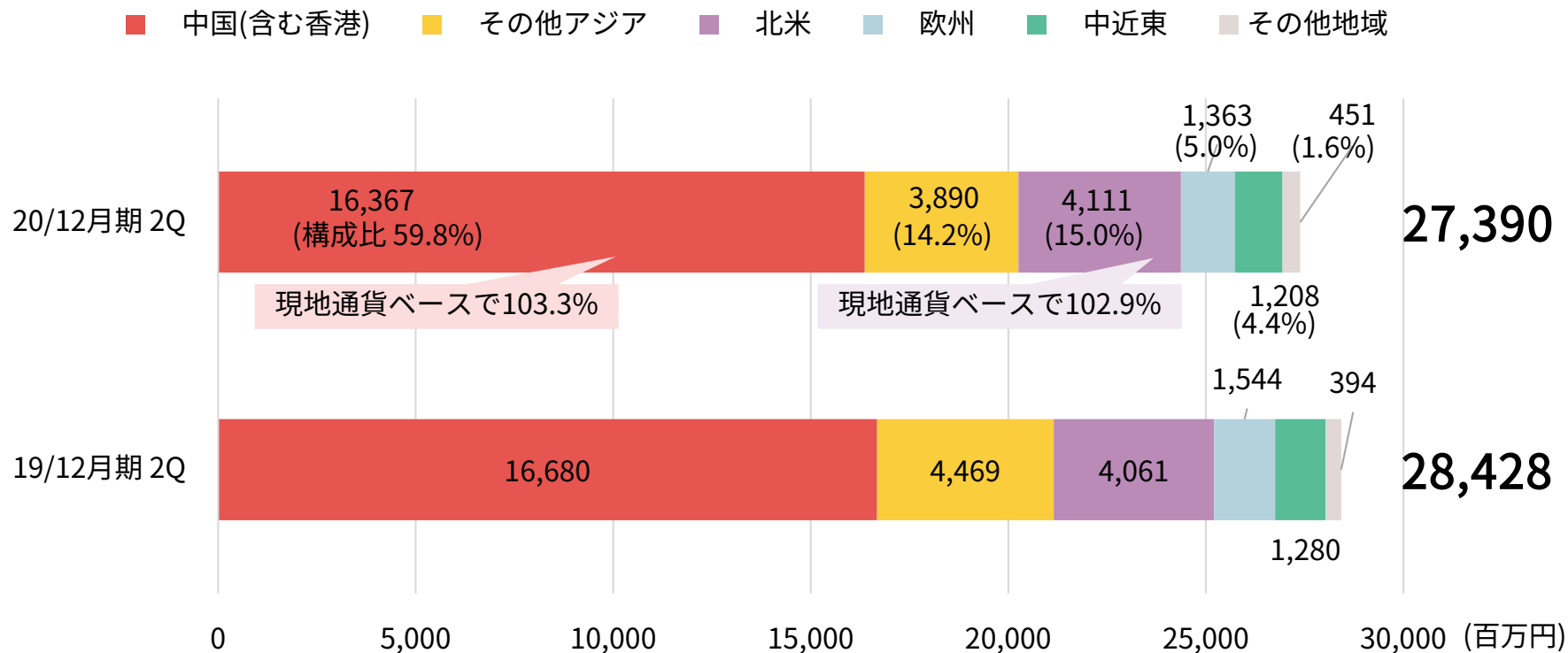
上：64期2Q実績
下：63期2Q実績

単位：百万円



※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。
※19/12期は日本国内11カ月の値

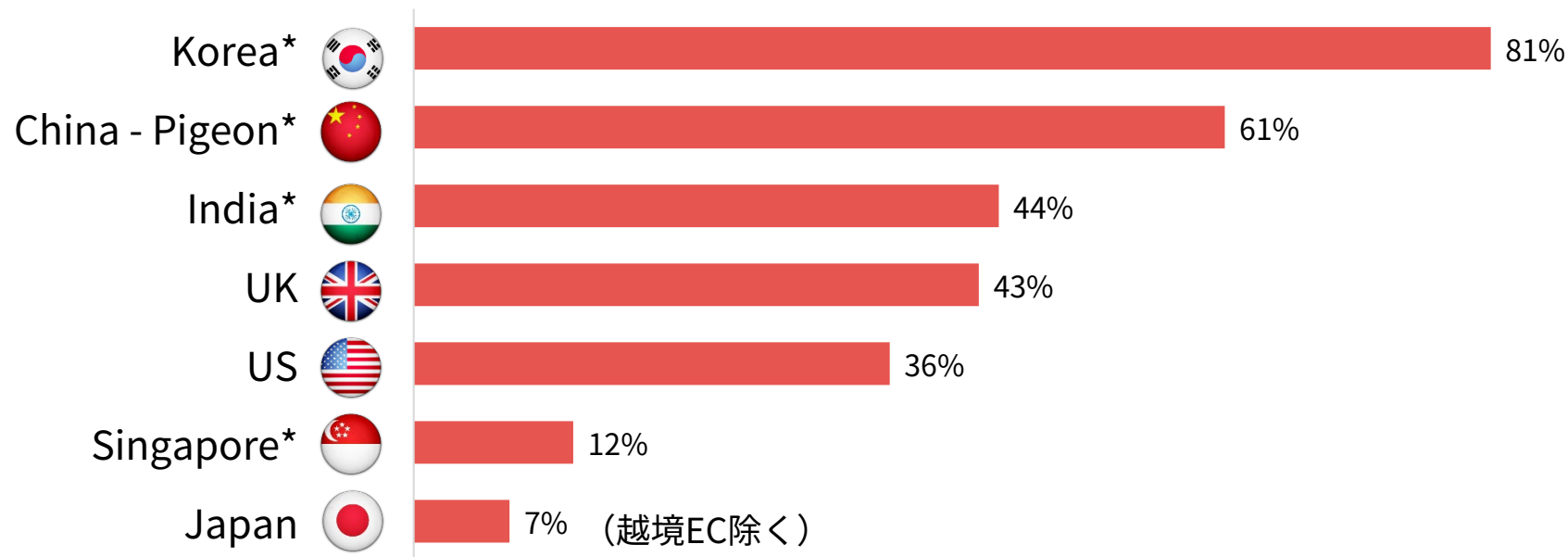
海外地域別売上高 20/12期（64期）実績



【平均レート】 20/12月期(64期)：1ドル 108.26円 1円 15.39円 ⇐ 19/12月期(63期)：1ドル 110.05円 1円 16.20円

<参考>主要国のEコマース販売比率 (20/12期 第2四半期)

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