

2023年12月期（67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)

2023年5月11日

Celebrate babies the way they are



2023年12月期（67期）第1四半期

第1四半期 業績報告

P. 3 - 7

地域別売上高、主要国EC比率

P. 8 - 10

Agenda

23/12期 第1四半期 連結P/L

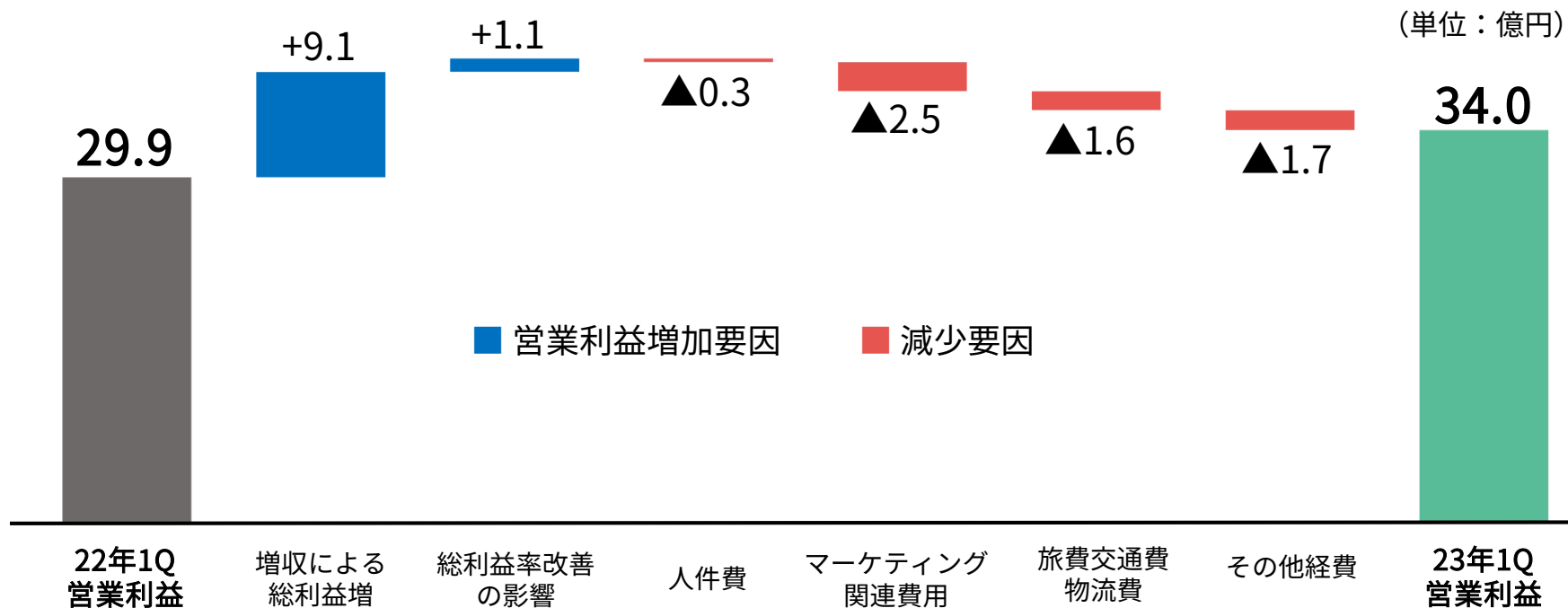
- ・売上高、総利益ともに前期比で1ケタ後半の伸長。中国事業とランシノ事業の増収に加え、為替影響も追い風となる
- ・営業利益は、前期比+13.7%の伸長。販管費の増加分（前期比+8.2%）を増収でカバー
- ・経常利益は、為替差損益の前期差額等の影響により前期比▲4.5%で終了

(単位：百万円)	22/12期 第1四半期		23/12期 第1四半期		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
売上高	21,714	100.0%	23,613	100.0%	108.7%
売上原価	11,243	51.8%	12,122	51.3%	107.8%
売上総利益	10,470	48.2%	11,490	48.7%	109.7%
販管費	7,475	34.4%	8,086	34.2%	108.2%
営業利益	2,994	13.8%	3,404	14.4%	113.7%
経常利益	3,971	18.3%	3,791	16.1%	95.5%
親会社株主に帰属する四半期純利益	2,617	12.1%	2,438	10.3%	93.1%

【参考：平均レート】 23/12月期 実績(67期)：1ドル132.39円 1元19.33円
 前期実績(66期)：1ドル116.35円 1元18.32円

23/12期 第1四半期 連結営業利益 前期比増減要因

リオープンに伴い販促費等が前期比で上振れるも、増収により営業利益は前期比で+4億円増加
(ただし社内計画に対しては販促費等の一部が未消化のため、2Qに費用発生 の予定)



23/12期 第1四半期 事業別損益

(単位：百万円)	22/12期 第1四半期				23/12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	21,714	100.0%	48.2%	2,994	23,613	100.0%	108.7%	48.7%	3,404
日本事業	8,846	40.7%	35.8%	543	8,873	37.6%	100.3%	33.9%	439
中国事業	7,892	36.3%	52.4%	2,532	8,600	36.4%	109.0%	54.1%	2,669
シンガポール事業	3,069	14.1%	41.3%	514	3,491	14.8%	113.8%	38.9%	606
ランシノ事業	3,551	16.4%	52.1%	168	4,538	19.2%	127.8%	52.8%	347
セグメント間取引消去	▲1,645	▲7.6%	—	—	▲1,890	▲8.0%	—	—	—

【参考】日本事業の主な内訳（旧セグメント区分での比較：経営戦略部で試算）

(単位：百万円)	22/12期 第1四半期				23/12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	6,244	—	40.6%	648	6,176	—	98.9%	39.8%	579
子育て支援	892	—	16.1%	52	895	—	100.3%	15.9%	56
ヘルスケア・介護	1,176	—	31.0%	86	1,146	—	97.5%	28.8%	60

日本 事業

ベビーケアは消耗品好調も、前年の哺乳器リニューアルの反動で前期比微減

- ベビーケアの売上高は前期比▲1.1%
- ベビーフードや飲料、ウェットティッシュなどの消耗品の売上高は前期比で伸長。一方で哺乳器・乳首は前年1Qの新モデルの初回出荷の反動により前期割れ。スキンケアも、前年1Qのベーシックシリーズのリニューアルの反動があったが、「ももの葉シリーズ」の需要増もありほぼ前期並みで終了
- 新規カテゴリとして「ME. by Pigeon」を2月末より発売開始。産前・産後のデリケートゾーンをケアするマッサージオイルなど全5品を展開
- ベビーケアの総利益率は前期比▲0.8ptの悪化。円安や原材料価格の値上げによる調達コスト増加などが要因
- 2月より、哺乳器・乳首を含むベビー関連およびヘルスケア・介護関連の一部において価格改定を実施

中国 事業

本土の事業活動は1月にコロナ再拡大の影響を受けるも、2月以降は回復基調

- 中国本土の売上高*は前期比+0.6%
- 哺乳器は新モデルの流通が全土に浸透し、乳首の買い替え需要も新モデルへ完全に移行
- 中国事業の総利益率（日本円）は、哺乳器・乳首やスキンケアの売上高増が貢献し前期比+1.7pt改善
- 新商品は、22年4Qに発売したキッズ向けスキンケア商品が好調。SNSを活用したライブコマースの開催やオフラインへの誘導など、きめ細かい消費者コミュニケーションを展開
- セルアウトは前期比▲6%。ECは同+3%、オフライン同▲21%。EC比率は67%。大手ECチャンネルは前期割れの一方で、Tiktokなど注力ECチャンネルは伸長を継続
- 韓国は国内の流通体制を刷新し、新体制での販売活動を本格化。1Qの売上高*は前期比+33%と予定通りのスタート

シンガポール事業

売上高・利益額は前期比伸長も、原材料価格の高騰などにより利益率は低下

- 売上高（日本円）は為替影響等もあり前期比で2ケタ伸長
- 主要国の売上高*は中東、オーストラリア、インドネシアが好調。一方でインド国内の売上高*は同▲20%、マレーシア同▲24%と前期割れ。一部の小売で在庫圧縮基調も見られる
- SofTouch（広口哺乳器）のブランディング強化やSKU拡張により広口哺乳器の売上高比率は前期比で増加
- シンガポール事業の総利益額（日本円）は前期比+7%の増益。一方で生産会社の減収や原材料価格の高騰等により総利益率は同▲2.4ptの悪化

ランシノ事業

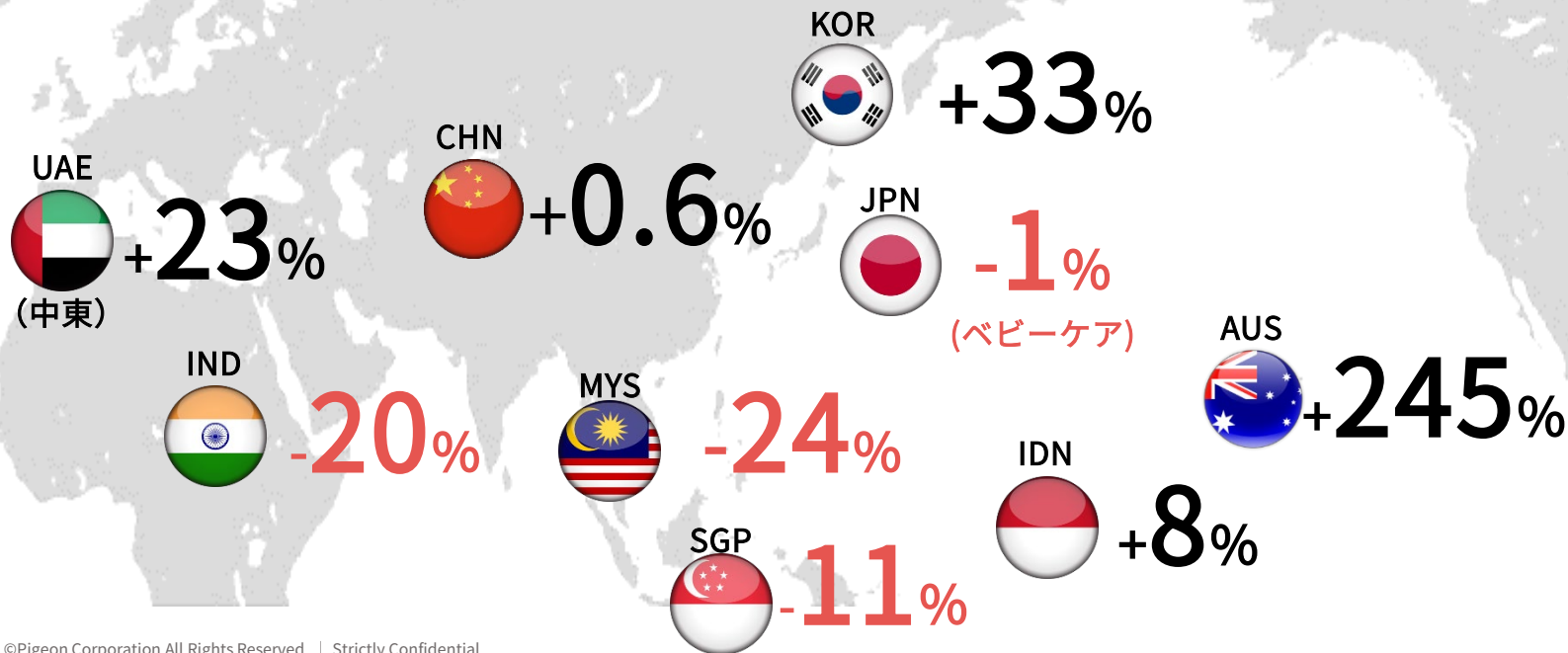
北米を中心に主要国の売上高は好調。大幅増収により利益も伸長

- ランシノグループの売上高*は前期比+12%。北米も同+12%
- 欧州は、ベネルクスやドイツの売上高*が前期比で伸長。UKは前期並み
- 主力商品の売上高*は、乳首クリームやさく乳器は昨年1Qの反動により前期割れも、北米での粉ミルク不足を背景に母乳保存バッグが大幅伸長
- 「産前・産後ケア」商品は北米を中心に販売が増加し、ランシノグループ全体の売上高*では前期比で2ケタ伸長
- ランシノ事業の総利益額（日本円）は増収の影響により前期比で大幅伸長。商品ミックスの変化も貢献し総利益率（日本円）も同+0.7pt改善

23/12期 1Q ピジョン 地域別売上高* (前期比)



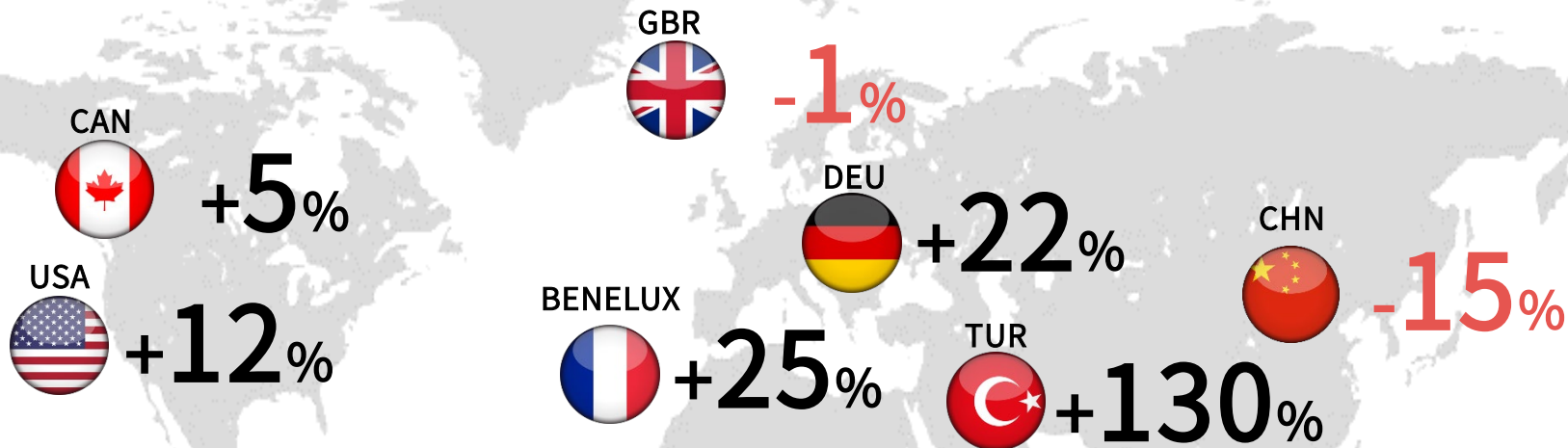
*セルイン実績 (現地通貨ベース)



23/12期 1Q ランシノ 地域別売上高* (前期比)

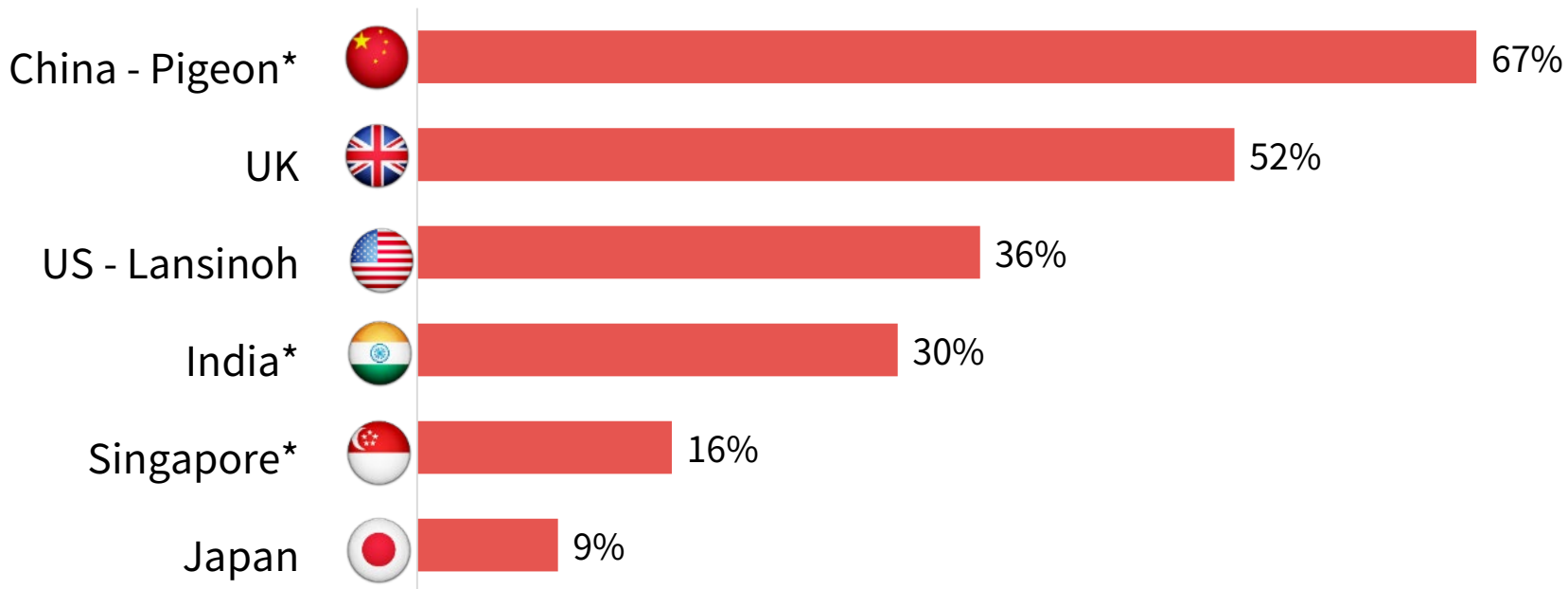
Lansinoh.

*セルイン実績 (現地通貨ベース)



23/12期 第1四半期 主要国のEコマース販売比率

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

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 経営戦略本部

経営戦略部

担当：金田・金塚・平塚 03-3661-4204

Celebrate babies the way they are

