

2024年12月期（68期） 上期 決算説明資料

2024年8月14日

ピジョン株式会社

代表取締役社長

北澤 憲政

Celebrate babies the way they are



当社グループ子会社元従業員による不適切取引の疑いについて

1. 経緯及び調査の結果

当社は、本年7月上旬、中国の当社販売子会社において、元従業員による固定資産及び物品等の発注・支払業務の過程で、架空発注や転売等の不適切な取引が疑われる事象（以下「本件疑義」といいます。）を発見し、外部有識者を加えた調査を実施してまいりました。

調査の結果、当該従業員以外の関与者は見当たらず、本件疑義は単独で行われた個人的な不正であると認定し、本件疑義による影響額の算定も完了いたしました。

本件疑義による影響額は以下のとおりであり、当期第2四半期決算に各金額を計上しております。

■固定資産除却損：392百万円

■税金影響額：164百万円

なお、本件を踏まえた当期の連結業績予想及び配当金予想につきましては、期初計画からの変更はありません。

また過年度の決算への影響は軽微であり、財務諸表の遡及修正の必要がないことを確認しております。

2. 今後の対応について

本件疑義に関しては、原因分析を行うとともに、適切な再発防止策を講じてまいります。

2024年12月期 上期（1月1日 - 6月30日）

上期 業績報告 P. 4 - 15

通期業績見通し、株主還元など P. 16 - 19

Agenda

2024年12月期 上期 業績報告

24/12期 上期 業績ハイライト①

中国：6 1 8はUV・GMVともに伸長。成長投資が奏功

6 1 8ブランドランキングで

第**1**位*を複数獲得！

JD (哺乳器・スキンケア合算)

天猫超市 (ベビー用品)

天猫 (哺乳器)

抖音 (哺乳器)

UV数 +12%

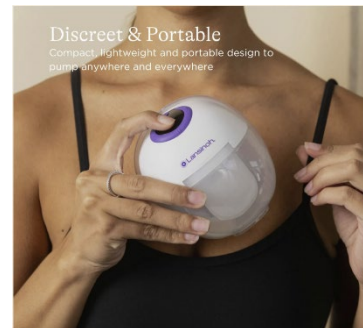
GMV +15%



ランシノ：新さく乳器「Discreet Duo」が好調！

24年上期の累計売上高は

計画比**3**倍以上



- 24年より米国のDME*チャネル向けに発売したウェアラブルさく乳器の販売が好調
- 好調な販売を受け、今後はアメリカの小売チャネルや欧州での販売を検討中

*Durable Medical Equipment (耐久医療機器) の購入費用の一部または全額が健康保険プロバイダーにより援助される制度

24/12期 上期 業績ハイライト②

日本：電動鼻吸い器が発売12カ月で市場シェア40%超

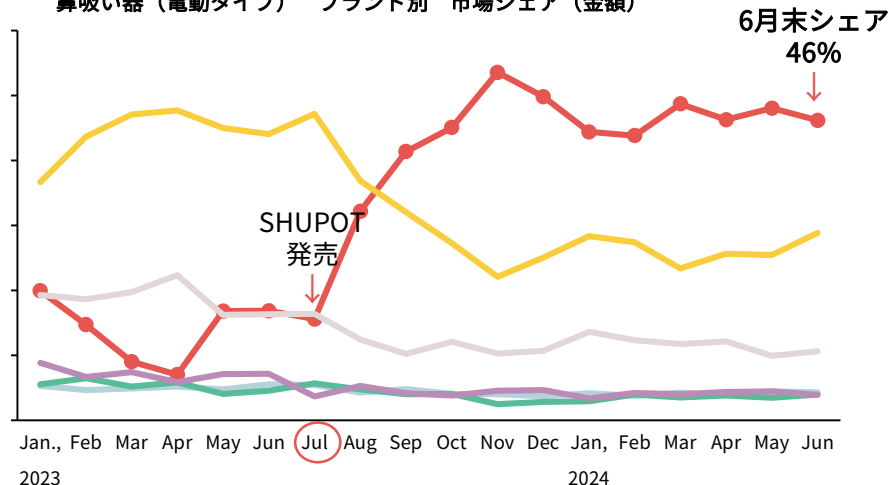
14,000円（税抜）



市場シェア10%台から大逆転

圧倒的**1**位*を獲得！

鼻吸い器（電動タイプ） ブランド別 市場シェア（金額）



*当社調べ（インテージPOS全国BS・DRG合算拡大推計値）

©Pigeon Corporation All Rights Reserved. | Strictly Confidential

マレーシア：グループ初の歯科医師との協働体制構築

Pigeon

- Product demo: toothbrush, toothgel, Afterbrush Check
- Education material

Dentist

- Dental check-up to preschooler



Preschoolers

- Learn the proper way of brushing teeth

売上高は4年で

約**3**倍



- マレーシアでは義務化されていない歯科検診をデンタルクリニックと協働で実施。オーラルケアの重要性を啓蒙
- ブランド力と商品力を生かし、口腔学会や国内トップの大学歯学部との協働など活動を拡大
- 現在は200軒以上のデンタルクリニックで当社商品を販売し、哺乳器・スキンケアに次ぐ柱に成長

24/12期 上期 業績報告 連結PL

上期の売上高は円安の追い風影響もあり前期比+6.9%の増収
利益面では、増収による総利益増加の一方、中国の売上回復に向けた積極的な成長投資もあり減益

単位：百万円	23/12期 上期		24/12期 上期		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
売上高	48,002	100.0%	51,313	100.0%	106.9%
売上原価	24,700	51.5%	26,291	51.2%	106.4%
売上総利益	23,301	48.5%	25,021	48.8%	107.4%
販管費	16,789	35.0%	19,198	37.4%	114.3%
営業利益	6,511	13.6%	5,822	11.3%	89.4%
経常利益	7,117	14.8%	6,431	12.5%	90.4%
親会社株主に帰属する 中間純利益	4,566	9.5%	3,574	7.0%	78.3%

【為替レート】 24/12期 上期 実績：1ドル152.14円 1元21.08円
23/12期 上期 実績：1ドル134.95円 1元19.46円

24/12期 上期 事業別損益

日本事業は減収減益だが、ベビーケアの売上は堅調。中国事業は積極的な成長投資もあり増収減益。
シンガポール事業およびランシノ事業は増収増益で終了

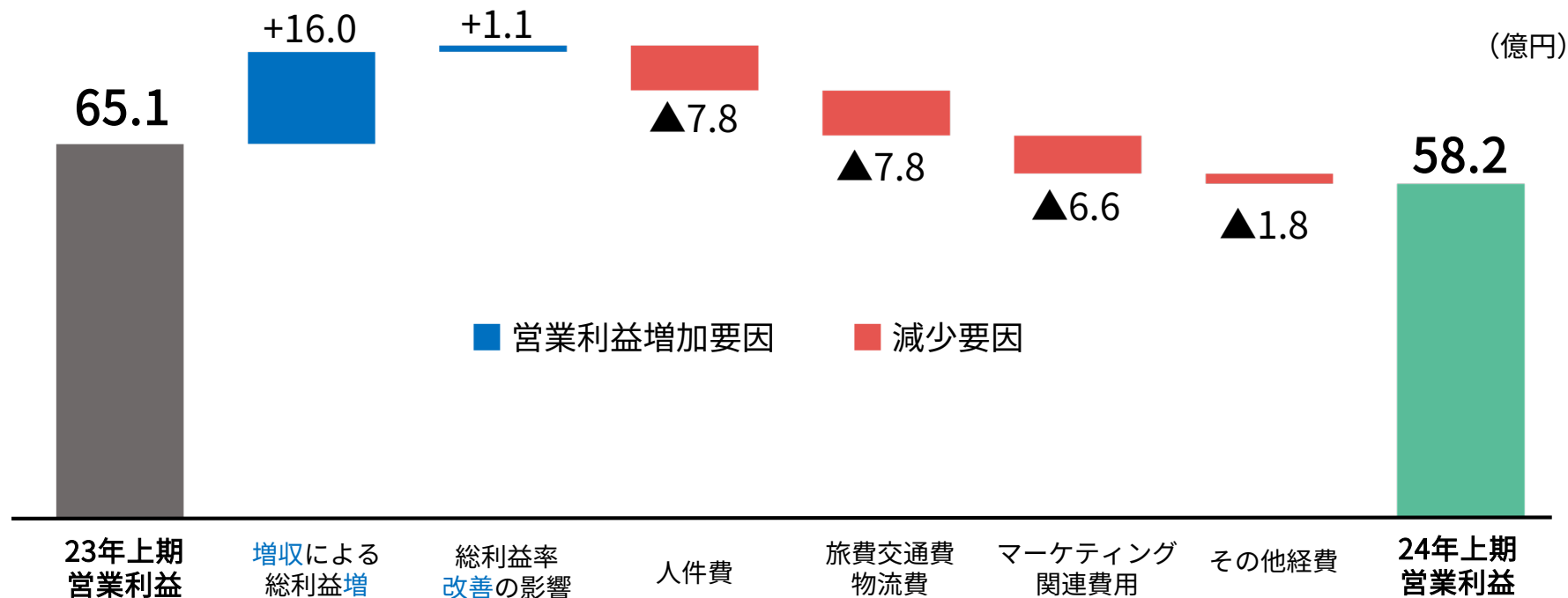
単位：百万円	23/12期 上期実績				24/12期 上期実績				
	売上高	構成比	総利益率	セグメント利益	売上高	構成比	前期比	総利益率	セグメント利益
連結計上額	48,002	100.0%	48.5%	6,511	51,313	100.0%	106.9%	48.8%	5,822
日本事業	18,408	38.3%	34.4%	1,182	18,002	35.1%	97.8%	33.0%	1,040
中国事業	18,061	37.6%	54.2%	5,497	19,629	38.3%	108.7%	55.2%	5,149
シンガポール事業	6,607	13.8%	38.5%	840	7,094	13.8%	107.4%	40.7%	954
ランシノ事業	8,728	18.2%	52.2%	345	10,092	19.7%	115.6%	54.4%	462
セグメント間取引消去	▲ 3,803	▲7.9%	—	—	▲ 3,505	▲6.8%	—	—	—

▼【参考】日本事業の主な内訳（旧セグメント区分での試算）

単位：百万円	23/12期 上期実績				24/12期 上期実績				
	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	12,937	—	39.8%	1,342	13,093	—	101.2%	36.8%	1,008
子育て支援	1,741	—	16.8%	122	1,727	—	99.2%	15.0%	87
ヘルスケア・介護	2,394	—	31.1%	202	2,248	—	93.9%	33.7%	219

24/12期 上期 連結営業利益 前期比増減要因

増収による総利益増加の一方で、販管費は主に中国本土での売上高・市場シェア回復に向けた積極的な投下もあり、営業利益は前期比▲6.8億円



24/12期 上期 連結貸借対照表（ハイライト）

全社的な取り組みもあり、たな卸資産は対前期末で実質減少（増加分は為替影響によるもの）

単位：百万円	23/12期 期末	24/12期 上期			
	実績	実績	前期末差	前期末比	試算：前期末差 (為替影響除外)
現金及び預金	34,357	35,335	+977	102.8%	▲1,448
受取手形及び売掛金	14,412	21,346	+6,934	148.1%	+5,183
たな卸資産	13,535	14,457	+921	106.8%	▲251
支払手形及び買掛金	3,643	5,463	+1,820	150.0%	+1,546
電子記録債務	1,365	602	▲763	44.1%	▲763
借入金	76	—	▲76	—	—
純資産	81,087	84,953	+3,866	104.8%	▲576
総資産	100,440	108,392	+7,952	107.9%	+637
自己資本比率	77.2%	75.4%	—	—	—

日本 事業

ベビーの国内需要は好調継続も、低調な海外需要や原価高騰などにより減収減益

- ・ ベビーケアの累計売上高は前期比+1.2%で終了。輸出や越境ECなどの海外需要は1Qから引き続き低調
- ・ 哺乳器・乳首の累計売上高は前期比で伸長。ベビースキンケアは国内需要は好調も、海外需要が低調で前期割れ
- ・ 電動鼻吸い器「SHUPOT シュポット」の販売が好調。発売1年で市場シェア圧倒的1位の商品に成長
- ・ ベビーケアの累計総利益率は、円安を主とした原価高騰の影響等により前期比▲3.0pt悪化
- ・ ヘルスケア・介護は、介護サービス事業を展開するピジョン真中株式会社の全保有株式を4月1日付で丸光産業株式会社へ譲渡し、グループの連結範囲より除外（ピジョン真中の年間売上高は約9億円程度）
- ・ 訪日外客数は増加傾向も、インバウンド需要は依然として低調

既存領域の強化

うるおいミスト乳液は「時短」をコンセプトに
発売1カ月で15,000店の小売店へ配荷



新規領域：育児家電

電動鼻吸い器、哺乳びん除菌・乾燥器など
高単価商品の販売は好調に推移



ブランド：コミュニケーション

日本での強いブランド力を生かし、
多くのパートナーと価値を共創



中国 事業

増収減益。積極的な成長投資の実行により本土の売上高の回復トレンドが加速

- 中国本土の累計売上高（中国元）は前期比+2%で終了。第2四半期単独では同+13%と力強い伸長
- 哺乳器・乳首の累計売上高は前期比+16%。哺乳器・乳首の市場シェアも1Qから引き続き回復基調
- ALPS処理水の影響があったベビースキンケアは、2Qの新製品投入効果もあり上期累計で前期並みまで回復
- 新商品は哺乳器ディズニーデザインや「ももの葉クーリングクリーム」など、中国本土限定商品を多数発売
- 自然離乳シリーズは哺乳器からのステップアップ需要を捉え、オンライン・オフラインともに販売は好調
- 6.18期間でのUVおよびGMVは前期比2ケタ伸長を達成。大手ECチャネルのブランドランキングでも1位を獲得
- セルアウトは累計で前期比+5%。ECは+12%、オフラインは同▲13%。ブランド露出とコミュニケーションの徹底強化により、自社旗艦店を含むECチャネルでの販売は好調に推移。累計でのEC比率は77%
- 中国事業の累計総利益率（日本円）は、利益率の高い哺乳器・乳首の販売構成比増加により前期比+1.0pt改善

既存領域の強化

哺乳器・ベビースキンケアで新商品発売



新規領域：エイジアップ商品

オフライン・ECともに販売強化中



ブランド：コミュニケーション

当社の強みである病産院活動は継続的に強化



シンガポール事業

主要国の販売は未だ緩やかな回復基調も、円安の追い風を受け増収増益

- ・ 累計売上高*はインド国内が前期比+22%、マレーシア同+20%、インドネシア同▲13%、中東▲3%
- ・ 累計セルアウトはオーストラリア、ベトナム、タイで前期比伸長。インドは前期並み、中東は回復基調
- ・ 主要市場における流通在庫平常化は完了
- ・ 基幹商品（哺乳器・乳首、スキンケア）の販売強化を継続。広口哺乳器の価値訴求、Natural Botanicalスキンケアは、「おむつクリーム」などの2アイテムを新たに発売
- ・ 5月よりケニア市場でピジョン商品の販売を開始。現地の消費実態に合わせた販売モデルを構築中
- ・ シンガポール事業の累計総利益率（日本円）は、工場の販売伸長や為替影響等もあり前期比+2.2pt改善

基幹商品強化：広口タイプ哺乳器 オフライン・ECともに販売強化中



基幹商品強化：ベビースキンケア Natural Botanicalスキンケアの露出増、販促強化



新規市場：アフリカ ケニアのお客様にもピジョンの哺乳器は好評

生後すぐの赤ちゃんが母乳を飲んでくれず本当に困っていたが、ピジョンの哺乳器でやっと飲んでくれた。信じられない。感激した！

今まで使った中でいちばん良かった。ファンになった。



ランシノ 事業

1Qに引き続きランシノ全体では好調継続。円安効果や海上輸送費の低下により増収増益

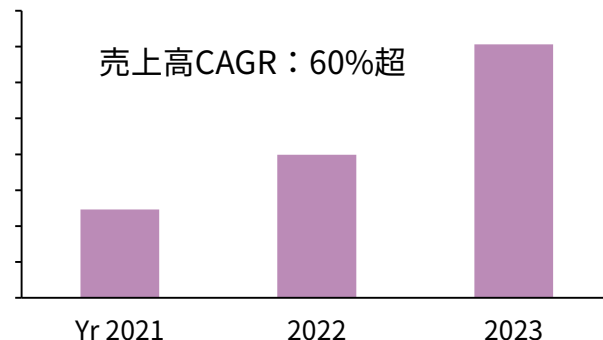
- ・ランシノグループの累計売上高（USドル）は前期比+3%
- ・北米は母乳保存バッグの特需消滅も、さく乳器の新商品が牽引し+6%。欧州は主力商品の乳首クリームなどを中心に各国で売上高伸長も、中国市場の売上は消耗品の競争激化もあり低調
- ・2月より米国で発売したDMEチャンネル向けのハンズフリーさく乳器「Discreet Duo」の販売が好調
- ・「産前・産後ケア」商品の累計売上高は前期比+50%超の伸長。継続的な新商品の投入による北米での2ケタ成長に加え、UKやドイツなど欧州もカテゴリの成長ドライバーとして貢献
- ・ランシノ事業の累計総利益率（日本円）は、海上運賃（原価要因）の低下もあり前期比+2.2pt改善も、販売物流費（販管費要因）は米国や欧州においても高止まりが続く

既存カテゴリの強化・新規領域の育成

母乳関連商品（既存）および産前産後ケア（新規）の両方に注力

新規領域：産前・産後ケアの販売推移

21年に北米からスタートし、欧州市場への展開拡大やSKU追加などにより高成長を継続



ESG

「存在意義」の実現に向け、社会との価値共創の取り組みを積極的に推進

- ・ ピジョングループの人権方針を策定（5月）
- ・ 日本橋 母乳バンク（当社本社1階）の拡張工事を完了（5月）
- ・ GPIFが採用する6つのESG指数構成銘柄の全てに選定（6月に「MSCIジャパンESGセレクト・リーダーズ指数」の構成銘柄に新たに選定された）

ピジョングループの存在意義

年々増加するドナーミルク利用者に応え、
「日本橋 母乳バンク」を約2倍に拡張

主な社外評価（24年5月末時点）



2024年12月期 通期
業績見通し

24/12期 通期 業績見通し 期初の発表から変更なし

通期業績見通しに変更なし。引き続きグローバルで既存領域強化、新規領域拡大に取り組み、24年下期も中国事業の売上高の回復に成長投資を徹底的に投下し、グループでの増収増益を目指す

単位：百万円	23/12期 通期		24/12期 通期		
	実績	構成比	業績見通し	構成比	前期比
売上高	94,461	100.0%	101,000	100.0%	106.9%
売上原価	49,008	51.9%	50,200	49.7%	102.4%
売上総利益	45,452	48.1%	50,800	50.3%	111.8%
販管費	34,726	36.8%	39,400	39.0%	113.5%
営業利益	10,726	11.4%	11,400	11.3%	106.3%
経常利益	11,522	12.2%	11,400*	11.3%	98.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	7,423	7.9%	7,600	7.5%	102.4%

*助成金収入等は含まない

【為替レート】 24/12期 計画：1ドル135.00円 1元19.50円
23/12期 実績：1ドル140.58円 1元19.83円

24/12期 下期の取り組み

発売予定の新商品（一例）

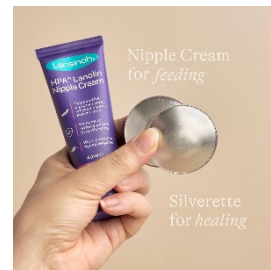
- 日本 ベビー電動つめやすり、ベビーフード新商品、ランシノ商品の日本展開開始
- 中国 エイジアップ商品追加、ベビースキンケア主要シリーズ刷新
- シンガポール Natural Botanical スキンケアシリーズにマタニティ向けラインを追加
- ランシノ Silverette Nursing Cups（母乳関連追加）、Discreet Duo さく乳器の展開拡大、ママ向け新規カテゴリ追加



●ベビー電動つめやすり
好調な育児家電に新アイテム追加



●Natural Botanical Maternity
マタニティ向けに妊娠線クリームなどを発売



●Silverette Nursing Cups
銀の抗菌性に着目した銀製の乳首カップを発売

その他の活動

- CBME展示会
当社の最も大きな強みである
哺乳研究について詳細を改めて紹介



株主還元・投資関連

配当の状況	22/12期		23/12期		24/12期	
	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）	38	38	38	38	38	38
配当性向	106.1%		122.6%		119.8% (期初計画 / 期末)	

投資関連指標等（連結） 単位：百万円	22/12期		23/12期		24/12期	
	中間 (実績)	通期 (実績)	中間 (実績)	通期 (実績)	中間 (実績)	通期 (計画)
設備投資額（※1）	2,814	7,259	3,775	6,320	1,408	3,950
減価償却費（※2）	2,381	4,947	2,518	5,080	2,448	4,600
研究開発費（※3）	1,802	3,792	2,000 (※4)	4,210 (※4)	2,200 (※4)	4,600 (※4)

※1 有形・無形固定資産（長前含）・リース資産含む

※3 人件費を含めた研究開発活動にかかる費用の総額

※2 減価償却費（のれん・リース償却含む）

※4 計画・実績ともに「ものづくり費用」

Celebrate babies the way they are



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

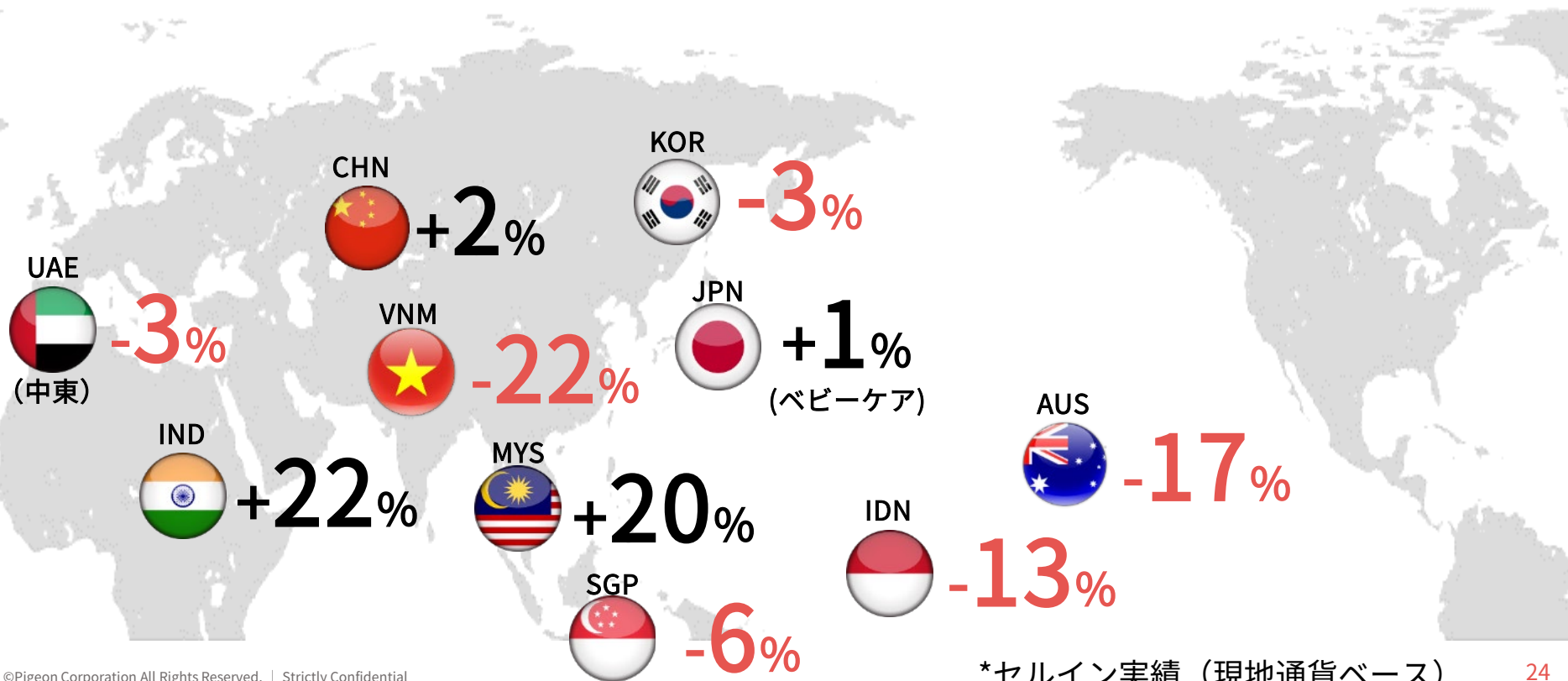
Appendix



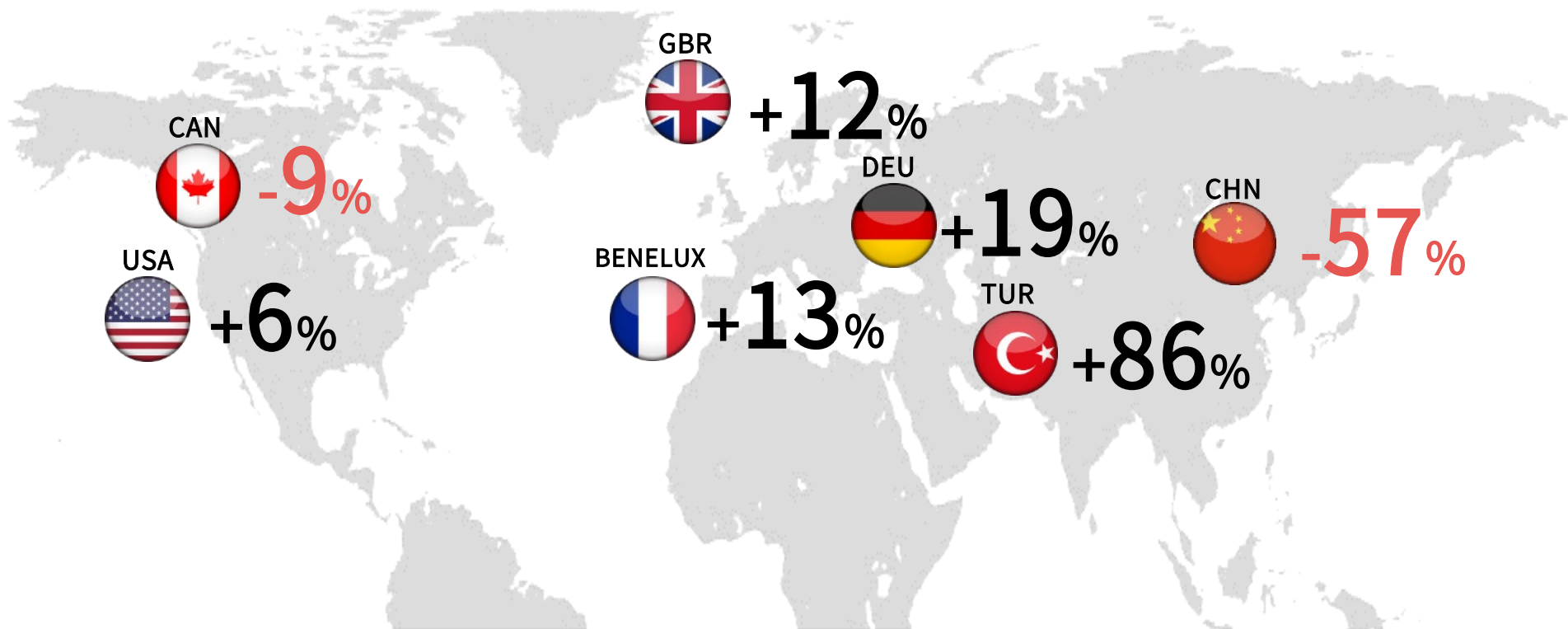
24/12期 上期 決算ハイライト (連結)

単位：百万円	23/12期 上期		24/12期 上期		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
売上高	48,002	—	51,313	—	106.9%
営業利益	6,511	13.6%	5,822	11.3%	89.4%
経常利益	7,117	14.8%	6,431	12.5%	90.4%
親会社株主に帰属 する中間純利益	4,566	9.5%	3,574	7.0%	78.3%
純資産	83,056	—	84,953	—	102.3%
総資産	105,091	—	108,392	—	103.1%
EPS (円)	38.17	—	29.89	—	78.3%
BPS (円)	665.23	—	683.03	—	102.7%
ROE *	11.2%	—	9.0%	—	—
ROIC *	11.2%	—	9.8%	—	—

24/12期 上期 ピジョン地域別売上高* (前年同期比)

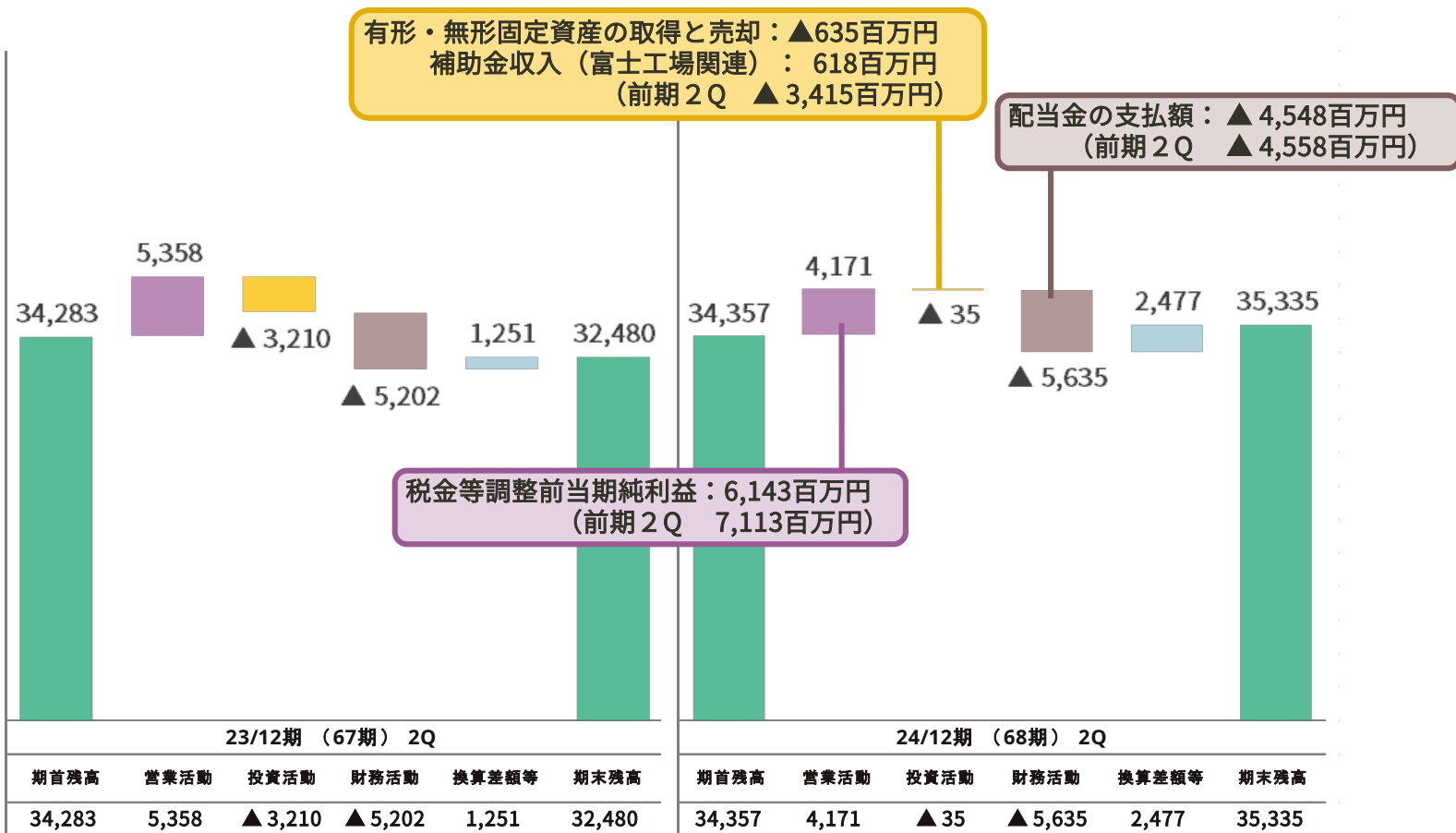


24/12期 上期 ランシノ地域別売上高* (前年同期比)

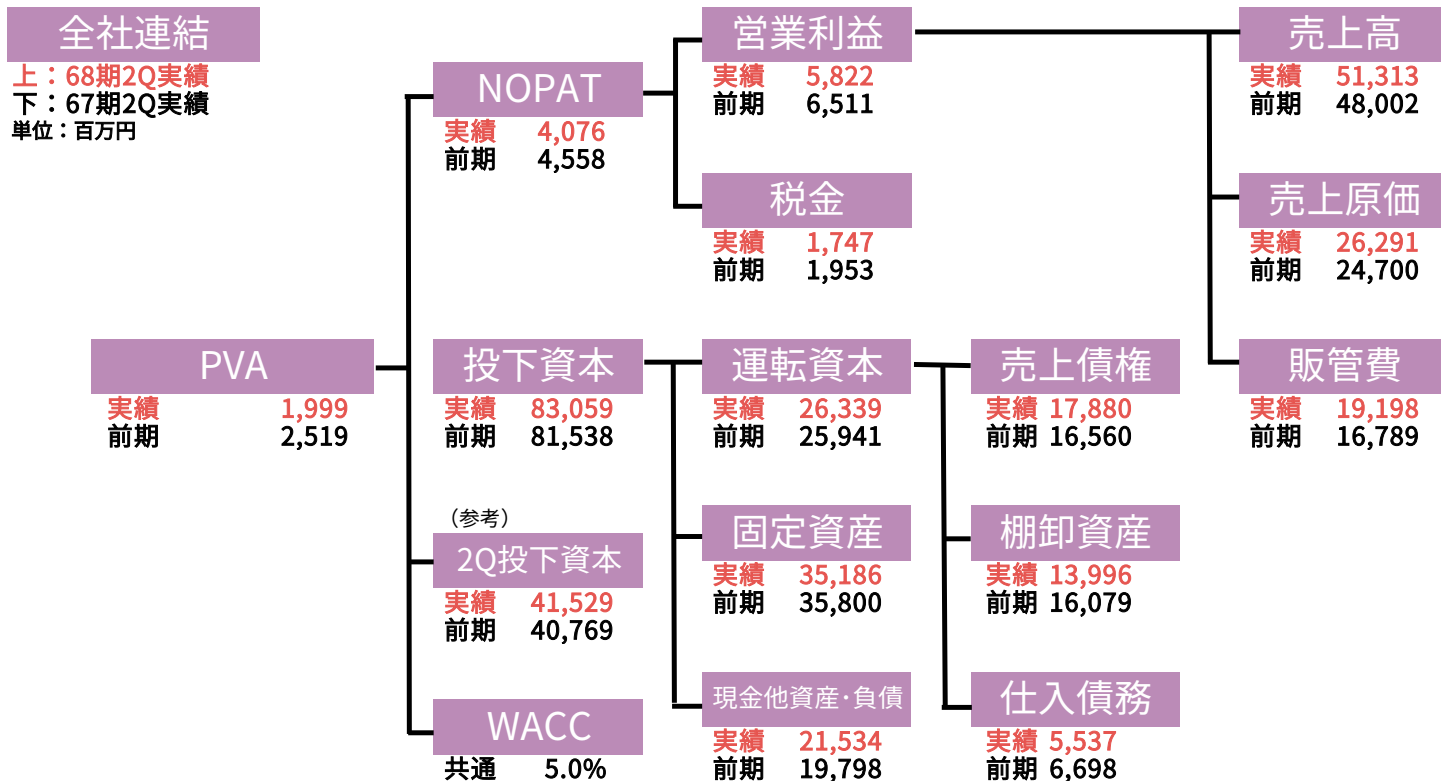


24/12期 上期 連結キャッシュフロー比較

(百万円)



24/12期 上期 PVAツリー 全社連結



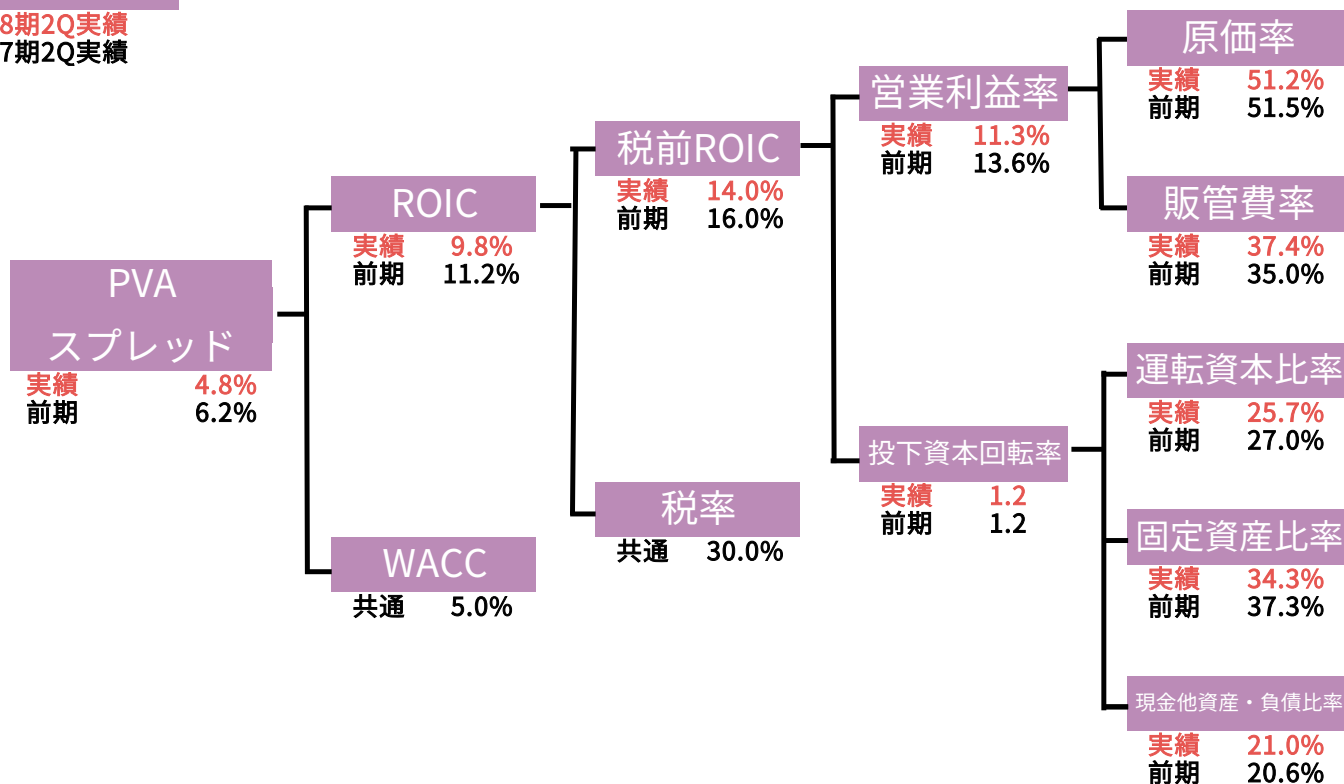
※CCC算出時のB/S項目の各数値は期首・期末平均を使用

24/12期 上期 PVAツリー 全社連結

全社連結

上：68期2Q実績

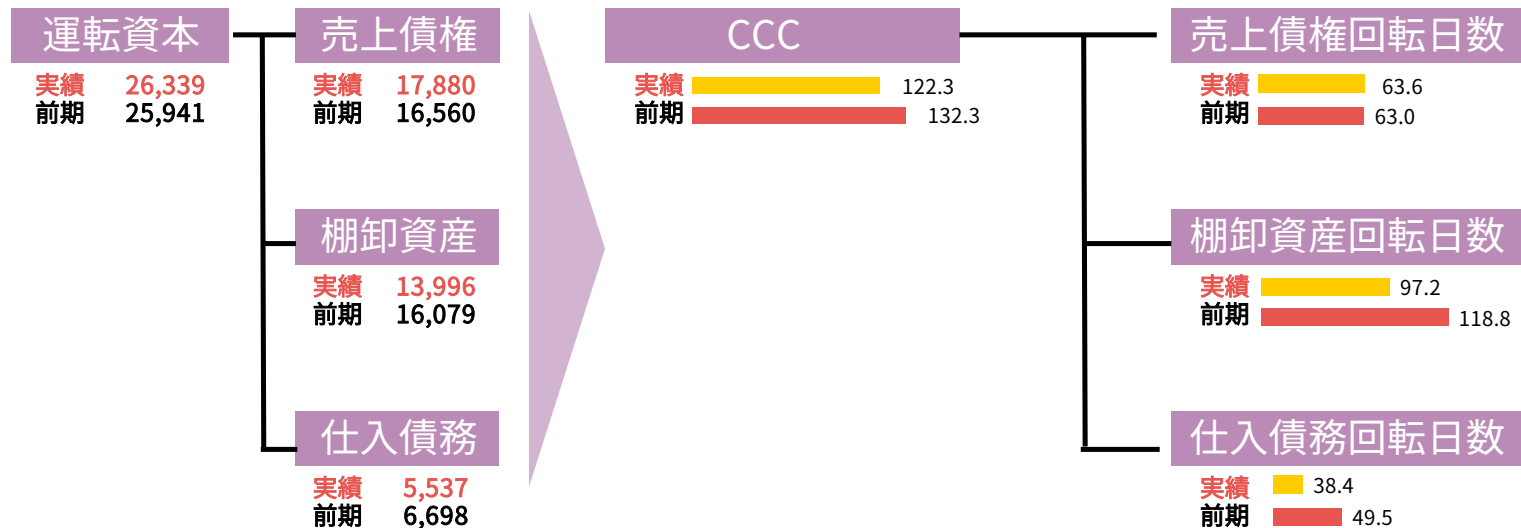
下：67期2Q実績



24/12期 上期 PVAツリー 全社連結

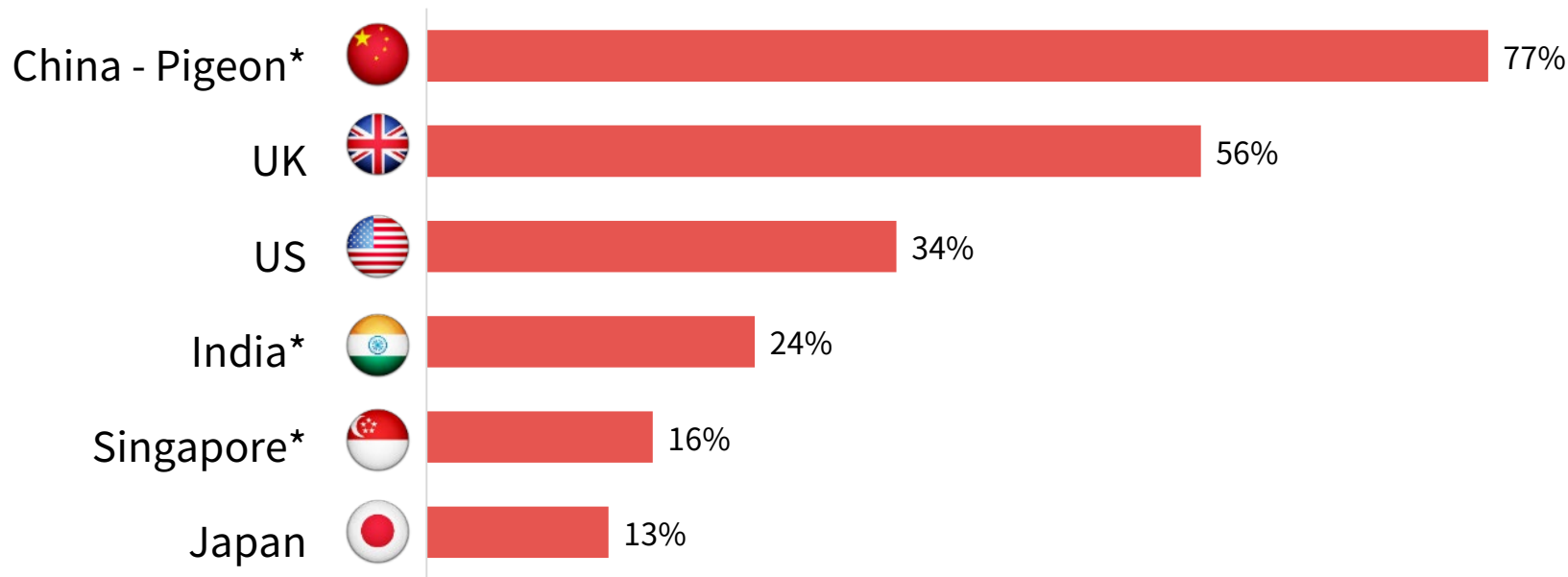
全社連結

上：68期2Q実績
下：67期2Q実績
単位：百万円



24/12期 上期 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

The image features two babies lying on a white, wrinkled fabric background. The baby on the left is looking towards the camera with a slight smile. The baby on the right is looking down at their hands, which are near their mouth. In the center, there is a light pink, cloud-like shape containing Japanese text.

存在意義

我々が社会において存在している意味・果たすべき役割

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

中長期的に取り組む重要課題（マテリアリティ）



事業競争力向上と ビジネス強靱化

中長期にわたり企業価値
を拡大させることで
社会にとってなくては
ならない会社となる

赤ちゃんの授乳支援

赤ちゃんの健やかな
肌づくり支援

新ビジネス創造

お客様の期待を超える
商品上市

強靱な商品供給体制
の構築



環境負荷軽減

地球環境にもやさしい
モノづくりに取り組み
明日生まれる
赤ちゃんの未来にも
豊かな地球を残す

温室効果ガス排出量削減
(Scope 1・2・3)

循環型ものづくり

持続可能な資源
(紙・パーム油)の使用



社会課題への貢献

赤ちゃんご家族を
取り巻く社会課題の
解決に貢献する

支援が必要な赤ちゃん
への新商品・サービス

病産院向け商品の
使用拡大

責任ある調達推進

コミュニティへの
参画・支援



存在意義実現のための 人材・組織風土

社員一人ひとりが
自分らしく輝きながら
挑戦し続けられる
組織風土を醸成する

自己実現と成長できる
働きがいのある会社

挑戦できる組織風土

人材への投資拡大

ダイバーシティ＆
インクルージョン推進



強固な経営基盤 の構築

中長期的な企業価値向上
のために積極果敢に挑戦
できる体制を確立する

グループガバナンス強化

コンプライアンス強化

リスクマネジメント強化

ステークホルダー
との対話

第8次中期経営計画 テーマと基本戦略

サステナブルな成長のために

グローバルでの経済、政治、環境変化に対応したビジネス構造の再構築

基本戦略

ブランド戦略

存在意義を企業活動の軸とし、商品を通じたブランド力向上に注力する

商品戦略

ものづくりを強化し、自社の優位性を活かせる哺乳器・乳首、ベビースキンケアへの集中と新規領域の探索を行う

地域戦略

各事業での自己完結体制を強化し、市場特性に合わせた生産・販売体制の革新による効率化や収益性改善、サプライチェーンの安定化、新規市場への拡大準備を積極的に行う

赤ちゃんにやさしい未来像



6つの社会の姿



赤ちゃんがいる光景が
日常になっている



育児の助け合いができる
ゆるやかな繋がりがある



赤ちゃんの創造性が社会を
ワクワクさせている



赤ちゃんを産み育てることが
ハードルにならない



どんな状態で生まれても
成長する力を育める



赤ちゃんが環境危機に困ることなく
心地よくいられる

ピジョンの存在意義で掲げる「赤ちゃんにやさしい場所」を、「赤ちゃんにやさしい未来像」6つの社会の姿として描きました。この「赤ちゃんにやさしい未来像」の実現に向けて、社会に共感を広げ、多様なステークホルダーの皆さまと共創し活動することで、一歩ずつ前進していきます。

「赤ちゃんにやさしい未来像」を紹介する特設サイト：<https://www.pigeon.co.jp/vision-of-a-baby-friendly-future/>

ピジョングループは、株主、投資家の方々をはじめ、ステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを通じ、経済的・社会的価値を最大化する事を目指しています。

当社の最新の経営戦略や事業・ESGについて、ぜひ当社ウェブサイトよりご覧ください。



統合報告書

<https://www.pigeon.co.jp/ir/library/factbook/>

サステナビリティ

<https://www.pigeon.co.jp/sustainability/>

ESGデータブック

<https://www.pigeon.co.jp/sustainability/databook/>

Celebrate babies the way they are

