

2025年12月期（69期）第1四半期 決算補足資料

ピジョン株式会社

2025年5月13日

Celebrate babies the way they are



2025年12月期（69期） 第1四半期

第1四半期 業績報告	P. 3 – 5
事業別サマリ	P. 6 – 9
地域別売上高、主要国EC比率	P. 10 – 12
【ご参考】 本日発表のプレスリリース	P. 13
【ご参考】 25/12期 業績見通し	P. 14
Appendix（地域および国別、事業別損益）	P. 15 - 17

Agenda

25/12期 第1四半期 連結PL

売上高は中国事業、ランシノ事業、シンガポール事業が牽引し前期比+6.2%の増収

営業利益は、中国本土での積極的な成長投資の継続による販管費増の一方、増収による総利益増等により前期比2ケタ伸長

単位：百万円	24/12期 第1四半期累計		25/12期 第1四半期累計		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
売上高	23,749	—	25,227	—	106.2%
売上原価	12,110	51.0%	12,331	48.9%	101.8%
売上総利益	11,639	49.0%	12,896	51.1%	110.8%
販管費	8,941	37.6%	9,702	38.5%	108.5%
営業利益	2,697	11.4%	3,193	12.7%	118.4%
経常利益	2,963	12.5%	3,214	12.7%	108.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,906	8.0%	2,331	9.2%	122.3%

【為替レート】 25/12期 1Q実績：1ドル152.62円 1元20.97円
24/12期 1Q実績：1ドル148.43円 1元20.65円

25/12期 第1四半期 事業別損益

中国事業、ランシノ事業、シンガポール事業は売上高が前期比2ケタ伸長し、増収増益
日本事業は減収減益も、ベビーケアの売上高は堅調

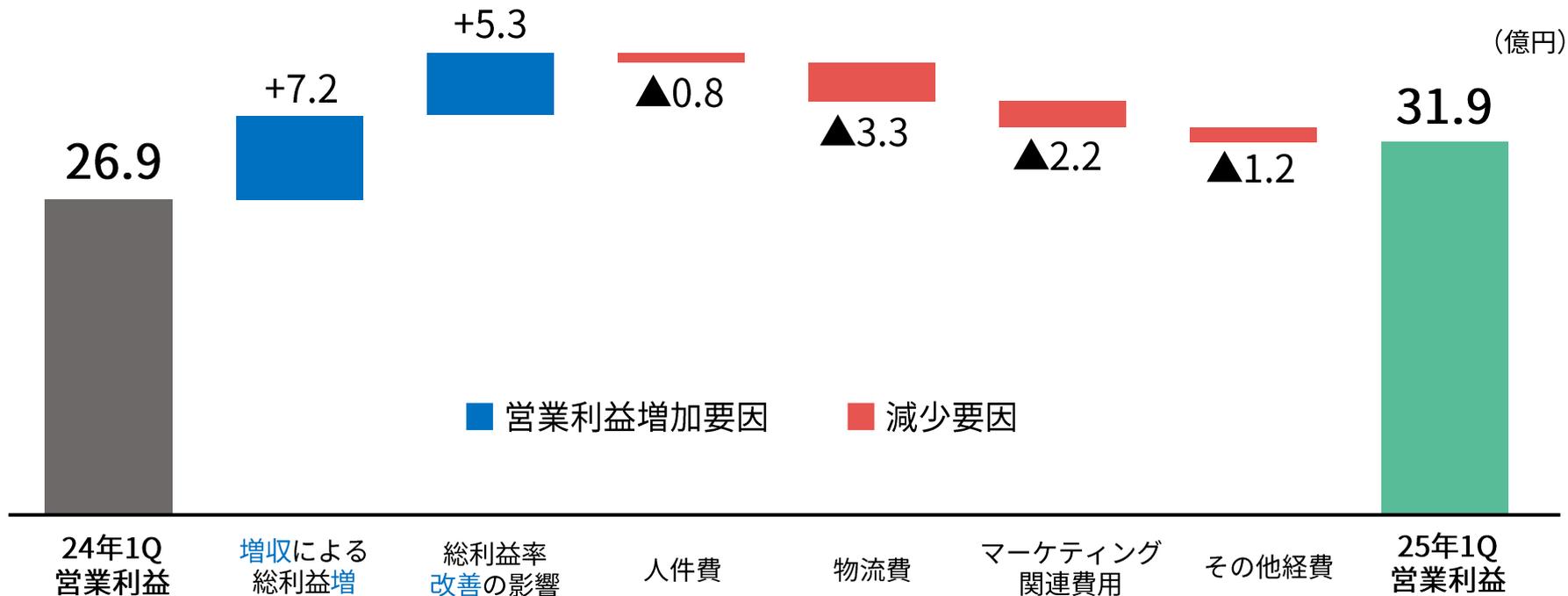
単位：百万円	24/12期 第1四半期				25/12期 第1四半期				
	売上高	構成比	総利益率	セグメント利益	売上高	構成比	前期比	総利益率	セグメント利益
連結計上額	23,749	—	49.0%	2,697	25,227	—	106.2%	51.1%	3,193
日本事業	8,734	36.8%	33.0%	523	8,635	34.2%	98.9%	33.9%	441
中国事業	8,356	35.2%	55.8%	2,324	9,372	37.2%	112.2%	57.6%	2,719
シンガポール事業	3,115	13.1%	39.8%	353	3,454	13.7%	110.9%	41.9%	504
ランシノ事業	5,068	21.3%	57.8%	432	5,643	22.4%	111.3%	56.0%	465
セグメント間取引消去	▲1,525	▲6.4%	—	—	▲1,877	▲7.4%	—	—	—

▼【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	24/12期 第1四半期				25/12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	6,287	—	37.8%	550	6,463	—	102.8%	37.9%	503
子育て支援	880	—	11.2%	13	879	—	99.9%	17.5%	59
ヘルスケア・介護	1,174	—	31.0%	93	850	—	72.5%	33.7%	22

25/12期 第1四半期 連結営業利益 前期比増減要因

販管費は特に中国事業やランシノ事業を中心に、物流費やマーケティング関連費用の増加が大きく、前期比+7.6億円。
営業利益は、増収および総利益率の改善が販管費の増加分を吸収し、前期比+4.9億円



25/12期 第1四半期 事業別サマリ

25年事業戦略：自社の強み・独自性を活かした新たな価値創造による収益力改善を推進

*売上高：現地通貨ベースでのセルイン、*1ピジョン調べ

日本事業

ベビーケアの販売は堅調も、連結子会社除外や物流コストの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+2.8%で終了
- 前期新商品の初回出荷の反動もあり哺乳器・乳首、ベビースキンケアの売上高は前期割れも、ベビーケア全体ではほぼ社内計画通りの進捗
- 新規領域のエイジアップ新商品「ぷちキッズヘアケアシリーズ」の販売は好調
- 育児家電カテゴリは、前年に引き続き販売が好調。前年8月に発売した「ベビー電動つめやすり」も市場金額シェアNo.1*1を獲得
- ベビーケアの総利益率は、円安による原価高騰等の影響を受けた一方、工場稼働等の貢献により前期比+0.1pt改善
- ヘルスケア・介護は、前年4月1日付での介護サービスを展開する連結子会社の除外影響等もあり前期比3億円の減収
- 3月に、哺乳器・乳首を含むベビー関連商品の一部において価格改定を発表（6月より実施）

既存領域の強化

ライフスタイルの変化を捉え、既存領域においても多様な新商品を続々投入



新規領域：育児家電、エイジアップ商品

ベビー電動つめやすりなど高単価な育児家電商品の販売は好調に推移
エイジアップ商品では2月より「ぷちキッズヘアケアシリーズ」を発売



25/12期 第1四半期 事業別サマリ

25年事業戦略：基幹商品である哺乳器・乳首、スキンケアへの徹底的な成長投資を継続し、
売上・利益ともに安定成長を目指す

*売上高：現地通貨ベースでのセルイン

中国事業

増収増益。前年に引き続き積極的な成長投資により、本土のセルアウト（EC・オフライン）も好調

- 中国本土の累計売上高（中国元）は前期比+9%で終了
- 哺乳器・乳首の累計売上高は前期比+25%、ベビースキンケアは前期比+8%。哺乳器・乳首の市場シェアは前年に引き続き回復基調が継続
- 新商品として、エイジアップ商品のキッズ向けドリンクングカップ450ml/750mlなどを発売
- セルアウトは累計で前期比+15%の伸長。ECは同+17%、オフラインも同+9%と、EC・オフラインとも好調に推移。累計でのEC比率は74%
- 哺乳器・乳首、ベビースキンケアなどに集中したブランド露出とコミュニケーションの徹底強化により、抖音（Tiktok）や小紅書（Redbook）でのGMVは伸長継続
- 中国事業の総利益率（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+1.8pt改善

既存領域の強化

哺乳器・乳首は現地トレンドを取り入れた新製品発売



ブランド：コミュニケーション
Tiktokでのショートビデオなど



25/12期 第1四半期 事業別サマリ

25年事業戦略：基幹商品である哺乳器・乳首、スキンケアを核とした事業規模の拡大を最優先に取り組む

*売上高：現地通貨ベースでのセルイン

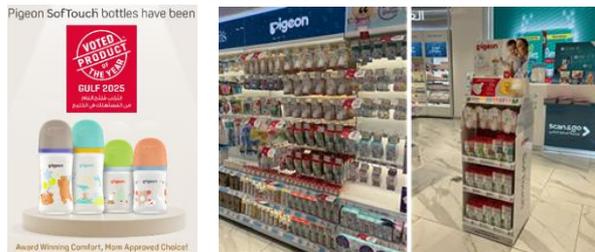
シンガポール事業

主要国を中心に哺乳器の広口シフト化が進行。出荷調整からの回復もあり増収増益

- ・ 累計売上高はインドネシアが前期比+18%、中東+23%、ベトナム+56%、インド国内同▲1%、マレーシア同▲15%
- ・ 累積セルアウトは、インド、中東、オーストラリアなどで前期比伸長
- ・ 哺乳器・乳首は、「SofTouch™」シリーズのブランドリニューアルを実施したインドネシア、中東などでの広口哺乳器の販売比率が前期比で増加し、利益率に貢献。マレーシアなどでも2Q以降ブランドリニューアルを順次実施
- ・ Natural Botanicalスキンケアは、前年新商品として投入した「おむつクリーム」の販売が好調
- ・ 新商品は3月よりインドで「Silicone Paladai Baby Feeder」を発売。病産院の声から生まれた商品を通じて、ブランド力を強化
- ・ シンガポール事業の累計総利益率（日本円）は、販売会社の販売伸長や工場稼働の改善等もあり前期比+2.1pt改善

基幹商品強化：広口タイプ哺乳器

ブランドリニューアルした「SofTouch™」シリーズが
中東でProduct of the Yearを獲得



新商品

インドのSilicone Paladai Baby Feederなど



基幹商品強化：スキンケア

Natural Botanicalスキンケアの露出増、新シリーズ展開



25/12期 第1四半期 事業別サマリ

25年事業戦略：既存領域は「さく乳器」、新規領域は「哺乳器・乳首」の本格展開により力強い成長を目指す

*売上高：現地通貨ベースでのセルイン

ランシノ事業

北米では主力商品、欧州ではさく乳器を中心に販売が好調となり増収増益

- ・ ランシノグループの累計売上高（USドル）は前期比+9.6%
- ・ 北米の累計売上高は同+4.9%。さく乳器の売上高は前期割れも、母乳保存バッグ・母乳パッドなど主力商品や哺乳器・乳首が伸長
- ・ 欧州はさく乳器（Wearable Pump）の初回出荷や主力商品の乳首クリームを中心に売上高伸長
- ・ 産前・産後ケア商品の売上高は前期比2ケタ伸長。ドイツ、UK、ベネルクスを中心に力強い伸長が継続
- ・ 欧米市場での哺乳器・乳首の売上高は、前期比+30%超の伸長。特に、米国においては市場ニーズに合わせた複数本での販売が好調
- ・ ランシノ事業の累計総利益率（日本円）は前期比▲1.8pt悪化も、売上高増加による総利益増もあり営業利益は増益

既存領域の強化

母乳関連商品においても新商品を随時投入



新規領域：産前・産後ケア

欧州を中心に高成長を継続

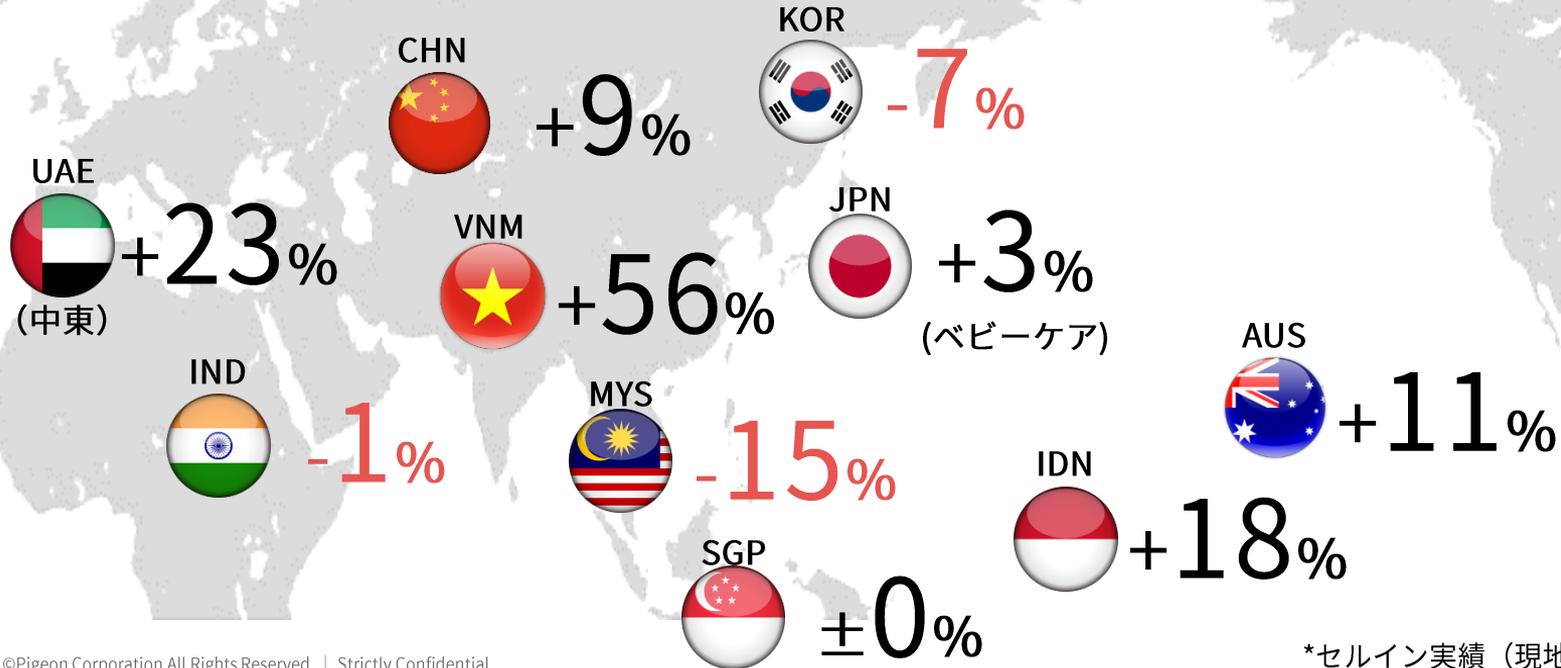


ブランド：コミュニケーション

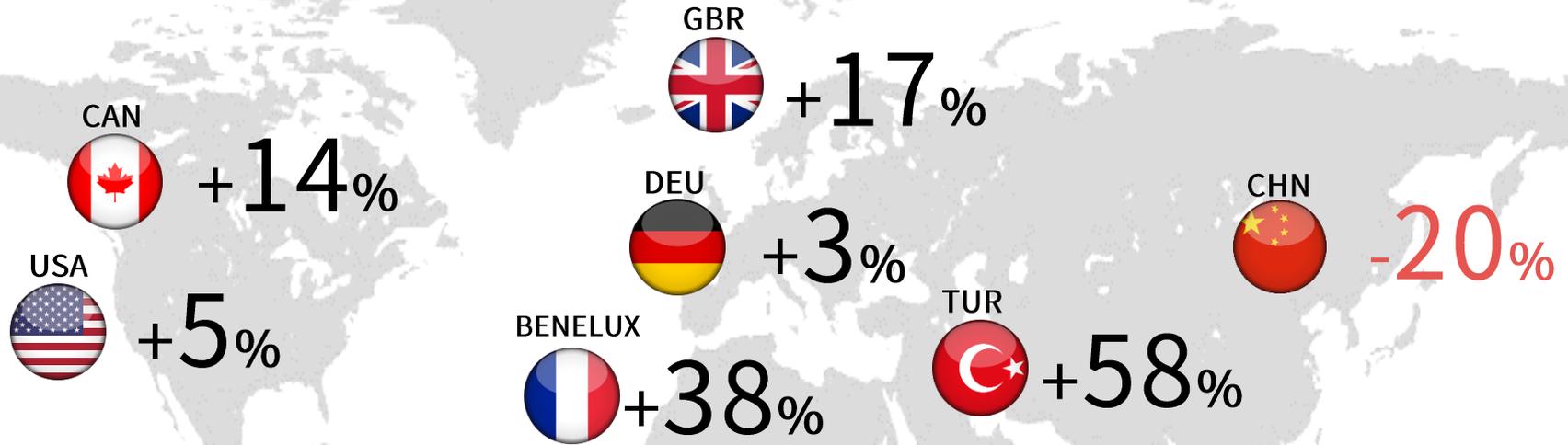
SNSでの情報発信を強化



25/12期 第1四半期 ピジョン地域別売上高* (前年同期比)

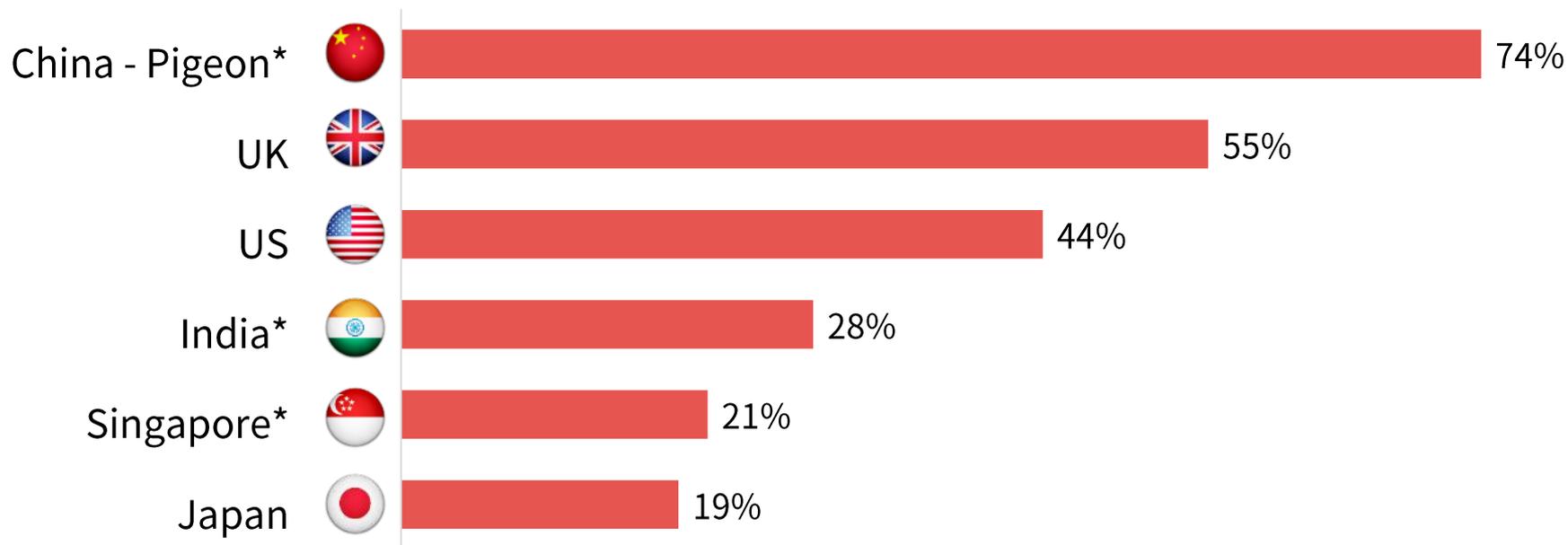


25/12期 第1四半期 ランシノ地域別売上高* (前年同期比)



25/12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

【ご参考】 本日(5月13日)発表のプレスリリースについて

ジャパン・アクティベーション・キャピタル株式会社(以下、「JAC」)と
企業価値向上に向けたパートナーシップ契約(以下、「本契約」)を締結

本契約締結の目的

存在意義「赤ちゃんを真に見つめ続け、この世界をもっと赤ちゃんにやさしい場所にします」の実現に向け、JACの保有するリソース、ノウハウ、ネットワーク等を最大限に活用することで、既存領域の強化と新規領域への挑戦という戦略の実行力強化およびスピードアップを行い、持続的な成長と企業価値の向上を目指す

なお、JACは既に当社の株式を取得済み

JACの概要

持続的な企業価値の向上に向けて、主要な株主として、投資先の経営陣との信頼関係をベースに、中長期的な視点から投資先企業の成長をJACが有する付加価値提供を通じて会社をサポートする上場株ファンド

【ご参考】 25/12期 業績見通し（グループ連結）

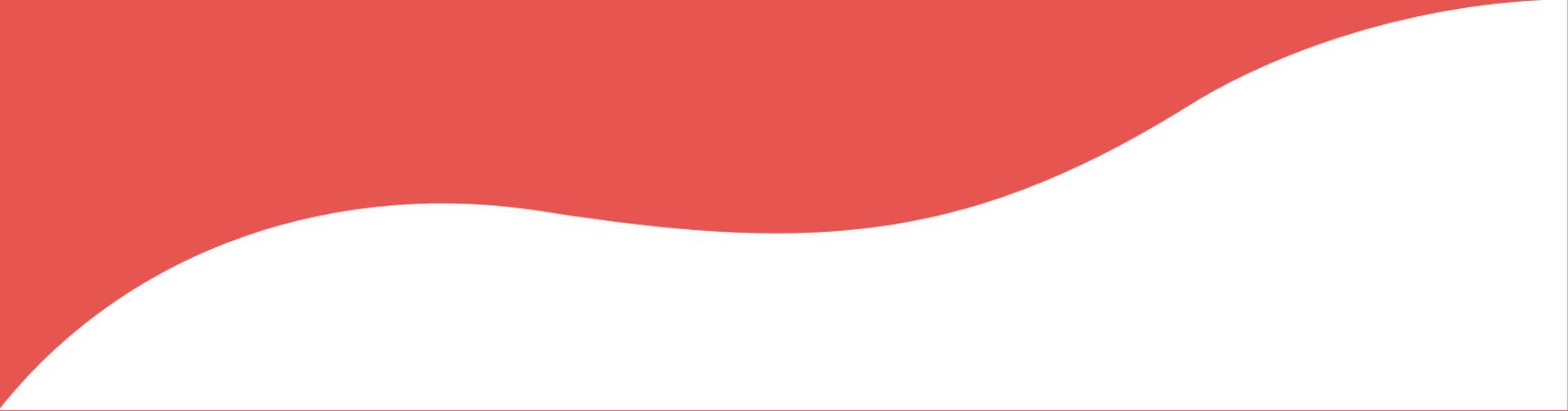
通期の業績見通しは据え置き。米国関税影響については現時点では算定困難であるものの、状況を注視しつつ対応策を検討し、影響の極小化に取り組む（例：生産地の変更、調達の前倒し、価格転嫁の検討など）

単位：百万円	24/12期		25/12期		
	実績	構成比	業績見通し	構成比	前期比
売上高	104,171	100.0%	109,700	100.0%	105.3%
売上原価	52,799	50.7%	55,400	50.5%	104.9%
売上総利益	51,372	49.3%	54,300	49.5%	105.7%
販管費	39,233	37.7%	41,400	37.7%	105.5%
営業利益	12,139	11.7%	12,900	11.8%	106.3%
経常利益	13,282	12.8%	12,900*	11.8%	97.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	8,371	8.0%	8,400*	7.7%	100.3%

* 助成金収入等は含まない

【為替レート】 25/12期 計画：1ドル147.00円 1元21.00円
24/12期 実績：1ドル151.48円 1元21.04円

Appendix

A white, wavy, abstract shape that spans the width of the page at the bottom. It has a smooth, undulating top edge and a flat bottom edge, creating a decorative footer element.

25/12期 第1四半期累計 地域および国別売上高

(単位：百万円) (Unit: ¥millions)

地域 Regions	24/12期 第1四半期 FY Dec. 2024 Q1	25/12期 第1四半期 FY Dec. 2025 Q1	前期比 YoY Change
中国(含む香港) China (incl.Hong Kong)	7,215	7,823	108.4%
その他アジア Other Asian Countries	2,541	2,538	99.9%
アジア合計 Total of Asian Countries	9,757	10,361	106.2%
北米 North America	3,447	3,820	110.8%
欧州 Europe	1,171	1,458	124.5%
中南米 Latin America	105	134	127.7%
中近東 Near and Middle East	592	796	134.4%
その他地域 Other Regions	283	314	111.0%

(単位：百万円) (Unit: ¥millions)

国 / 地域 Countries / Regions	24/12期 第1四半期 FY Dec. 2024 Q1	25/12期 第1四半期 FY Dec. 2025 Q1	前期比 YoY Change
台湾 Chinese Taipei	127	130	102.2%
韓国 Korea	767	670	87.4%
シンガポール Singapore	232	236	101.7%
マレーシア Malaysia	310	295	95.2%
インドネシア Indonesia	414	483	116.8%
タイ Thailand	263	244	92.7%
インド India	178	175	98.2%

25/12期 第1四半期累計 事業別損益 (詳細)

	2024年12月期 第1四半期累計 FY 2024 Q1 YTD Results						2025年12月期 第1四半期累計 FY 2025 Q1 YTD Results						
	売上高 Net Sales	構成比 % of total	総利益 Gross Profit	総利益率 GP margin (%)	セグメント利益 Segment Income	セグメント利益率 OP margin (%)	売上高 Net Sales	構成比 % of total	前期比：率 % of growth	総利益 Gross Profit	総利益率 GP margin (%)	セグメント利益 Segment Income	セグメント利益率 OP margin (%)

連結計上額	23,749	100.0%	11,639	49.0%	2,697	11.4%	25,227	100.0%	106.2%	12,896	51.1%	3,193	12.7%
-------	--------	--------	--------	-------	-------	-------	--------	--------	--------	--------	-------	-------	-------

日本事業 Japan Business	8,734	36.8%	2,881	33.0%	523	6.0%	8,635	34.2%	98.9%	2,925	33.9%	441	5.1%
中国事業 China Business	8,356	35.2%	4,663	55.8%	2,324	27.8%	9,372	37.2%	112.2%	5,394	57.6%	2,719	29.0%
シンガポール事業 Singapore Business	3,115	13.1%	1,239	39.8%	353	11.4%	3,454	13.7%	110.9%	1,448	41.9%	504	14.6%
ランシノ事業 Lansinoh Business*	5,068	21.3%	2,929	57.8%	432	8.5%	5,643	22.4%	111.3%	3,162	56.0%	465	8.2%
セグメント間取引消去 Elimination of internal trading between segments	▲1,525	▲6.4%	—	—	—	—	▲1,877	▲7.4%	—	—	—	—	—

ベビーケア事業 Baby Care Business	6,287	—	2,374	37.8%	550	8.8%	6,463	—	102.8%	2,451	37.9%	503	7.8%
子育て支援事業 Child Care Services Business	880	—	98	11.2%	13	1.6%	879	—	99.9%	153	17.5%	59	6.8%
ヘルスケア・介護事業 Health & Elder Care Business	1,174	—	363	31.0%	93	7.9%	850	—	72.5%	286	33.7%	22	2.7%

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：金塚・松田・平塚 03-3661-4204

Celebrate babies the way they are

