

# 2025年12月期（69期）第3四半期 決算補足資料

ピジョン株式会社

2025年11月6日

Celebrate babies the way they are



## 2025年12月期（69期） 第3四半期

第3四半期 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
25/12期 業績見通し	P. 13
Appendix（地域および国別、事業別損益）	P. 14 - 16

# Agenda

# 25/12期 第3四半期累計 連結PL

売上高は中国事業が牽引し前期比+5.9%の増収  
利益面では、基幹商品の販売も堅調に推移するなど、総利益率の改善等もあり増益

単位：百万円	24/12期 第3四半期累計		25/12期 第3四半期累計		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
売上高	76,037	100.0%	80,526	100.0%	105.9%
売上原価	38,485	50.6%	39,758	49.4%	103.3%
売上総利益	37,551	49.4%	40,767	50.6%	108.6%
販管費	29,069	38.2%	30,738	38.2%	105.7%
営業利益	8,481	11.2%	10,028	12.5%	118.2%
経常利益	8,833	11.6%	10,670	13.3%	120.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	5,426	7.1%	7,035	8.7%	129.7%

【為替レート】 25/12期 3Q 実績：1ドル148.15円 1元20.51円  
24/12期 3Q 実績：1ドル151.15円 1元20.99円

# 25/12期 第3四半期累計 事業別損益

全ての事業において増収増益。

総利益率は、中国事業で販売構成の影響等があったものの、その他事業では前期比で伸長

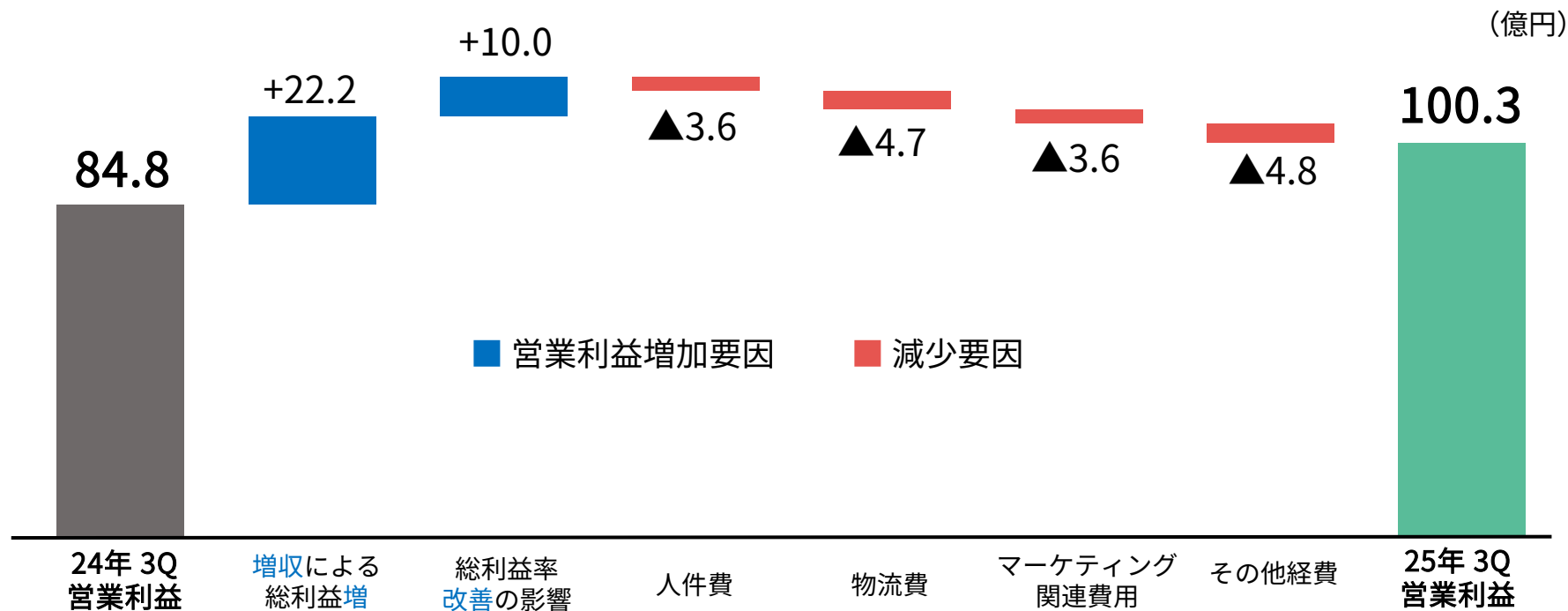
単位：百万円	24/12期 第3四半期累計				25/12期 第3四半期累計				
	売上高	構成比	総利益率	セグメント利益	売上高	構成比	前期比	総利益率	セグメント利益
連結計上額	76,037	100.0%	49.4%	8,481	80,526	100.0%	105.9%	50.6%	10,028
日本事業	26,642	35.0%	32.9%	1,385	27,587	34.3%	103.5%	34.7%	1,714
中国事業	28,466	37.4%	56.6%	7,439	31,734	39.4%	111.5%	55.2%	8,076
シンガポール事業	10,694	14.1%	40.3%	1,354	11,135	13.8%	104.1%	43.0%	1,870
ランシノ事業	15,597	20.5%	54.4%	888	16,280	20.2%	104.4%	55.8%	1,012
セグメント間取引消去	▲ 5,364	▲7.1%	—	—	▲ 6,211	▲7.7%	—	—	—

▼【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3四半期累計				25/12期 第3四半期累計				
	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	19,441	—	36.6%	1,385	20,856	—	107.3%	38.9%	1,952
子育て支援	2,536	—	13.9%	97	2,490	—	98.2%	15.8%	47
ヘルスケア・介護	3,257	—	34.4%	312	2,833	—	87.0%	33.6%	136

# 25/12期 第3四半期累計 連結営業利益 前期比増減要因

販管費は主に中国本土での積極的な成長投資や米国関税影響などで増加しつつも、増収による総利益改善等により吸収し、営業利益は前期比+15.5億円の増益



# 25/12期 第3四半期累計 事業別サマリ

\*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

### ベビーケアの販売が好調に推移、6月の価格改定も貢献し増収増益

- ベビーケアの累計売上高は前期比+7%で終了。自社ECでの売上高は前期比+70%超と引き続き力強い伸長
- 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、「ベビーミルクローションワセリンin」の本格展開による貢献等もあり前期比でプラス成長に挽回
- 「電動鼻吸い器 SHUPOT(シュポット)」や9月の新商品「ポータブル吸入器 Misty(ミスティ)」は、改良部品無償配布・自主回収の影響もあり一時的な販売機会ロスが発生したものの、育児家電カテゴリ全体では前期比で好調継続
- 8月より全国展開のベビードリンクボトル新商品「m a g m a g 成長実感」は、国内市場シェアNo.1\*1哺乳器「母乳実感®」のブランド力も活用して販売拡大中
- ベビーケアの累計総利益率は、価格改定や工場稼働増等が寄与し、前期比+2.3pt改善

#### 新規領域：育児家電

8月より新たなタイプを発売

「哺乳びんスチーム除菌・乾燥器 ポチットスリム」



#### 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



# 25/12期 第3四半期累計 事業別サマリ

\*売上高：現地通貨ベースでのセルイン

## 中国事業

### 哺乳器・乳首、ベビースキンケアの好調と前年3Q単独からの反動増もあり2ケタ増収および増益

- 中国本土の累計売上高は、前期比+10%で終了
- 哺乳器・乳首の累計売上高は前期比+12%と引き続き好調
- ベビースキンケアは「ももの葉シリーズ」が牽引し前期比+25%と力強い伸長。

11月の中国本土におけるEC商戦ダブルイレブン向けに新商品「胎脂スキンケアシリーズ」等の販売体制整備

- セルアウトは累計で前期比+9%。ECは同+11%と引き続きは好調。オフラインも同+3%の伸長。累計でのEC比率は79%
- 北米市場では、ピジョンブランドの哺乳器・乳首の累計売上高が前期比+139%と引き続き好調
- 当事業の累計総利益率（日本円）は、販売構成比の変化などにより前期比▲1.4pt悪化

#### 既存領域の強化

哺乳器・乳首、ベビースキンケアの新商品発売



#### 新規領域：エイジアップ商品

ドリンキングボトルのラインアップ拡充



#### ブランド：コミュニケーション

CBME展示会にて、「3Dベビー皮膚モデル」を用いて開発したベビースキンケア新商品を紹介



# 25/12期 第3四半期累計 事業別サマリ

\*売上高：現地通貨ベースでのセルイン、\*2ピジョン調べ

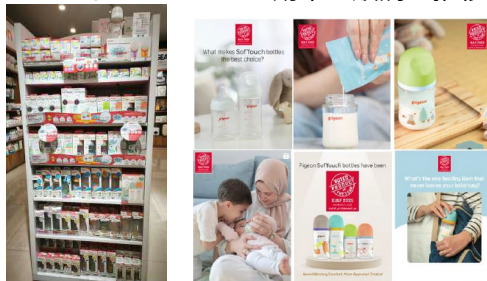
## シンガポール事業

### 主要国を中心に哺乳器の広口シフトが順調に進行し、増収増益

- ・ 累計売上高は、インド国内が前期比+4%、インドネシアが同+5%、マレーシアが同+1%、中東が同▲7%
- ・ 累計セルアウトはインド、中東、オーストラリア、ベトナムで前期比伸長。インドネシアは回復途上
- ・ 哺乳器・乳首は、「SofTouch™」シリーズのブランドリニューアル効果などもあり広口哺乳器の販売比率が増加。オーストラリアでは主要チャネルへの配荷が完了し、市場金額シェアNo.1\*2を初めて獲得
- ・ Natural Botanicalスキンケアは、前年新商品として投入した「おむつかぶれクリーム」の販売が引き続き好調。マレーシアでのハラルスキンケア新商品「Milky Baby」は初期出荷が好調に推移し、スキンケア全体を底上げ
- ・ 当事業の累計総利益率（日本円）は、工場の販売伸長や哺乳器の広口化進行などにより前期比+2.7pt改善

#### 基幹商品強化：広口タイプ哺乳器

主要国における「SofTouch™」シリーズのブランドリニューアル効果が順調に推移



#### 新商品

ドリンキングボトル「StarTouch™」など



#### 基幹商品強化：スキンケア

Natural Botanicalスキンケアの露出増





# 25/12期 第3四半期累計 事業別サマリ

\*売上高：現地通貨ベースでのセルイン

## ランシノ事業

### 北米においてさく乳器が苦戦も欧州では好調。哺乳器・乳首の好調も寄与し増収増益

- ・ ランシノグループの累計売上高は、前期比+4%で終了
- ・ 北米の累計売上高は前期並み。乳首ケアクリーム、母乳パッドなど主力商品の販売は堅調も、さく乳器はDMEチャネルにおける新商品効果の一巡等影響により苦戦
- ・ 欧州はさく乳器（Wearable Pump）を中心に引き続き売上高伸長
- ・ 「産前・産後ケア」商品の累計売上高は前期比で伸長。ドイツ、ベネルクスを中心に力強い伸長を維持
- ・ ランシノグループにおける哺乳器・乳首の売上高は前期比+40%超と、北米を中心に高成長を継続
- ・ 当事業の累計総利益率（日本円）は、米国関税による原価影響はあったものの、海上運賃の低下等もあり前期比+1.4pt改善

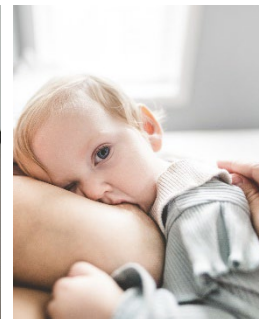
#### 新規領域：エイジアップ商品

b.boxとのコラボ商品 ドリンクボトルなどを新発売

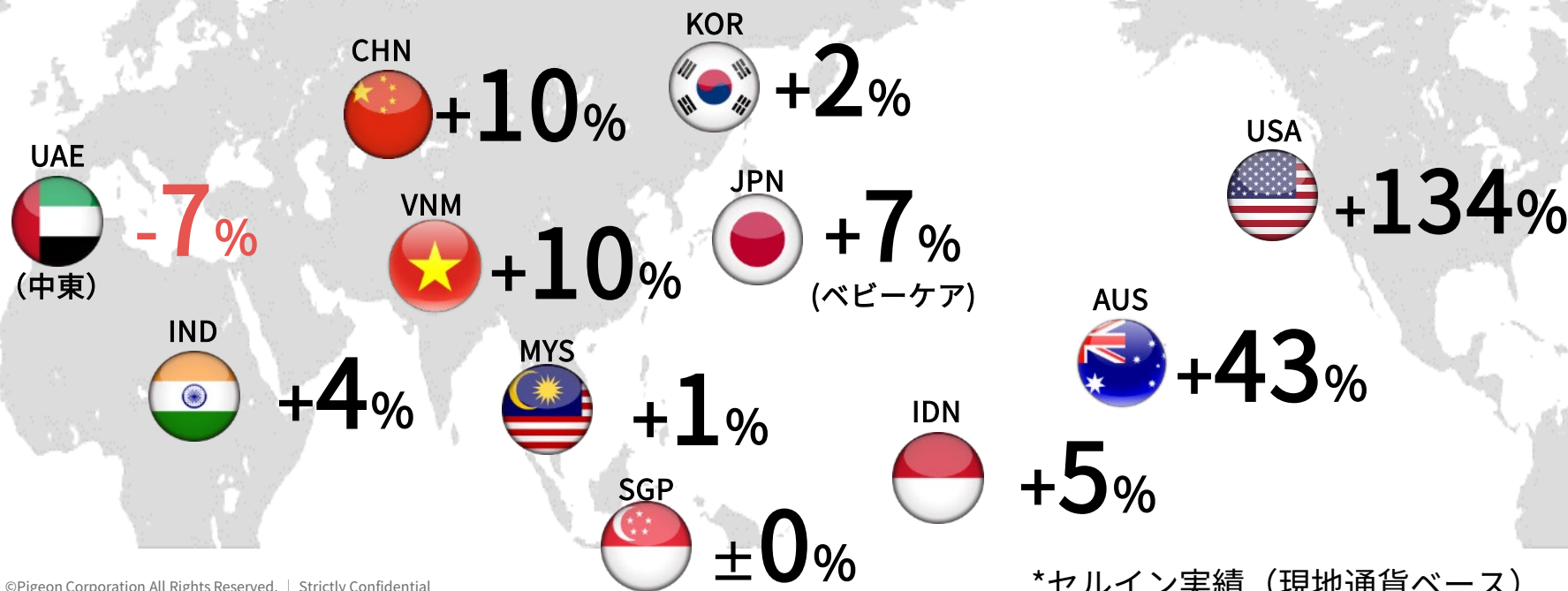


#### ブランド：コミュニケーション

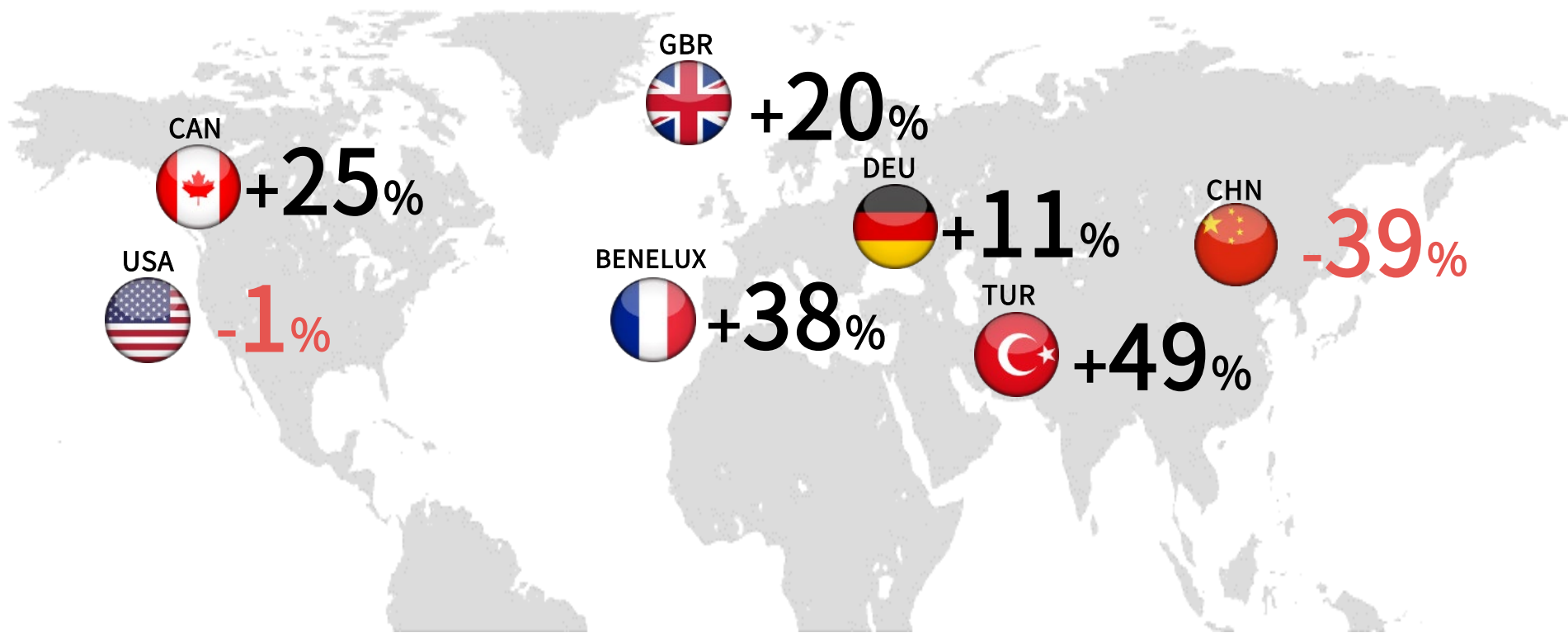
SNSでの情報発信を強化



# 25/12期 第3四半期累計 ピジョン地域別売上高\*（前年同期比）

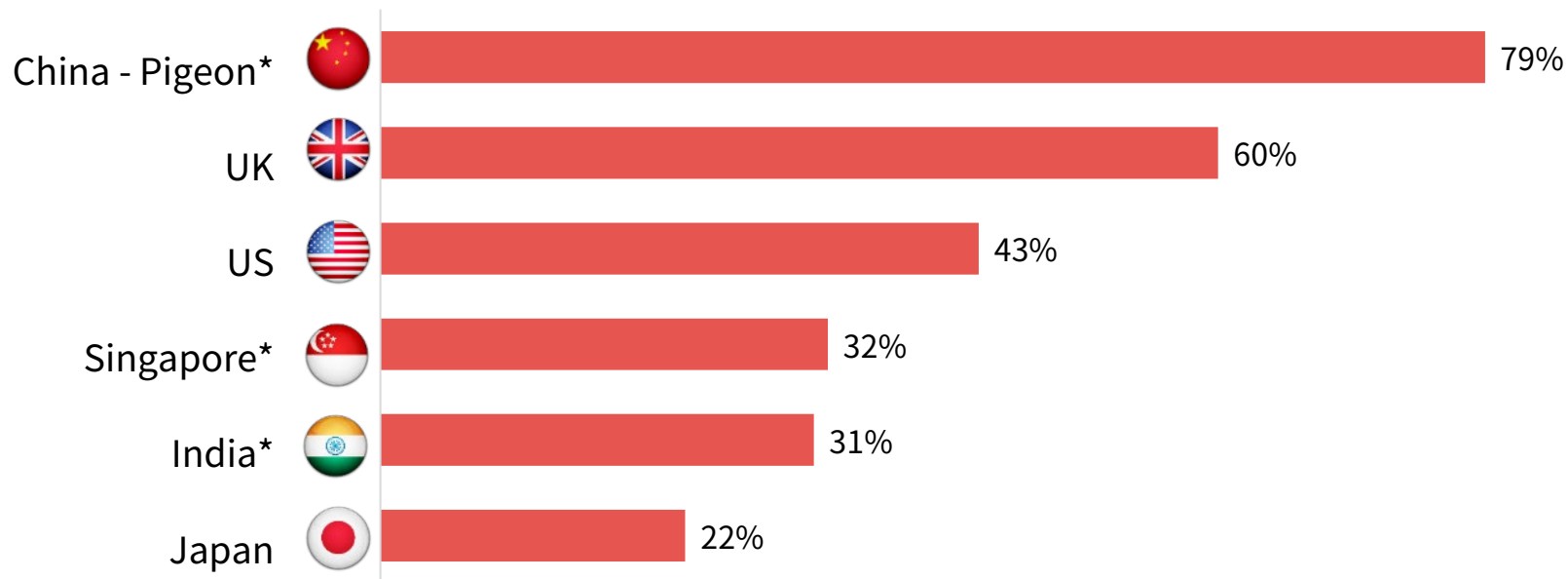


# 25/12期 第3四半期累計 ランシノ地域別売上高\*（前年同期比）



# 25/12期 第3四半期累計 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

# 25/12期 通期 業績見通し 期初の発表から変更なし

- ・ 米国関税の影響額は、依然として不透明
- ・ 米国関税影響や中国本土のダブルイレブンにおける競争等、引き続き状況を注視しつつ各事業で収益性改善に注力

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



# 25/12期 第3四半期累計 地域および国別売上高

(単位：百万円) (Unit: ¥millions)

地域 Regions	24/12期 第3四半期 FY Dec. 2024 Q3	25/12期 第3四半期 FY Dec. 2025 Q3	前期比 YoY Change
中国(含む香港) China (incl.Hong Kong)	24,779	26,449	106.7%
その他アジア Other Asian Countries	8,319	8,465	101.8%
アジア合計 Total of Asian Countries	33,098	34,915	105.5%
北米 North America	10,412	10,547	101.3%
欧州 Europe	3,847	4,795	124.6%
中南米 Latin America	407	539	132.2%
中近東 Near and Middle East	2,186	2,330	106.6%
その他地域 Other Regions	649	872	134.4%

(単位：百万円) (Unit: ¥millions)

国 / 地域 Countries / Regions	24/12期 第3四半期 FY Dec. 2024 Q3	25/12期 第3四半期 FY Dec. 2025 Q3	前期比 YoY Change
台湾 Chinese Taipei	381	427	111.9%
韓国 Korea	2,096	2,009	95.8%
シンガポール Singapore	767	766	99.9%
マレーシア Malaysia	1,045	1,112	106.4%
インドネシア Indonesia	1,572	1,571	99.9%
タイ Thailand	800	842	105.3%
インド India	584	575	98.4%

# 25/12期 第3四半期累計 事業別損益（詳細）

(単位：百万円)  
(¥ millions)

	2024年12月期 第3四半期累計 FY 2024 Q3 YTD Results						2025年12月期 第3四半期累計 FY 2025 Q3 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	76,037	100.0%	37,551	49.4%	8,481	11.2%	80,526	100.0%	105.9%	40,767	50.6%	10,028	12.5%
日本事業 Japan Business	26,642	35.0%	8,753	32.9%	1,385	5.2%	27,587	34.3%	103.5%	9,560	34.7%	1,714	6.2%
中国事業 China Business	28,466	37.4%	16,113	56.6%	7,439	26.1%	31,734	39.4%	111.5%	17,507	55.2%	8,076	25.4%
シンガポール事業 Singapore Business	10,694	14.1%	4,312	40.3%	1,354	12.7%	11,135	13.8%	104.1%	4,784	43.0%	1,870	16.8%
ランシノ事業 Lansinoh Business	15,597	20.5%	8,486	54.4%	888	5.7%	16,280	20.2%	104.4%	9,083	55.8%	1,012	6.2%
セグメント間取引消去 Elimination of internal trading between segments	▲ 5,364	▲ 7.1%	—	—	—	—	▲ 6,211	▲ 7.7%	—	—	—	—	—
【以下参考試算値/Reference】													
ベビーケア事業 Baby Care Business	19,441	—	7,117	36.6%	1,385	7.1%	20,856	—	107.3%	8,115	38.9%	1,952	9.4%
子育て支援事業 Child Care Services Business	2,536	—	353	13.9%	97	3.9%	2,490	—	98.2%	393	15.8%	47	1.9%
ヘルスケア・介護事業 Health & Elder Care Business	3,257	—	1,119	34.4%	312	9.6%	2,833	—	87.0%	951	33.6%	136	4.8%



# 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 03-3661-4204

Celebrate babies the way they are

