

ANNUAL REPORT 2007

2006.2 – 2007.1



Management Message

マネージメントメッセージ

「愛をかたちにすること」
それがピジョンの経営理念です。



ピジョン株式会社
代表取締役会長

杉村 誠一

ピジョン株式会社
代表取締役社長

大越 昭夫

経営理念

妊娠、出産、子育て、そして介護を通して手助けを必要とするすべての人々に対し、経営理念である「愛」を具体的な商品またはソフトサービスの形で提供することを柱として事業展開をし、また、この考えに基づき、育児を核とした生活支援企業としてのブランドと経営品質により、世界の中で存在感のある企業を目指すことを中期の経営ビジョンとしております。

経営体制（会長と社長の二頭体制）

前社長の松村誠一は国内育児事業の深耕を図ると同時に海外展開の礎を創り、さらに、積極的に展開するとともに育児事業以外の介護事業、子育て支援事業を促進いたしました。会長昇任後も引き続き、海外事業展開に注力いたします。新社長の大越昭夫は国内事業の体制作りを一層強固なものとしてまいります。また、これまで以上に各人の役割、機能、責任の所在を明らかにした経営を目指していくことを追求いたします。そして、二人の協働体制によりピジョングループ企業のさらなる発展を目指します。

当期の概況とその評価

当期(2007年1月期)は「21C第二次中期経営計画(2006年1月期～2008年1月期)企業価値の創造21“グローバル500”」の2年目として経営の最重点課題を確実に実行し、グループ総合力による事業シナジーを発揮することに努めてまいりました。当業界におきましては、20代の婚姻率の上昇、景気の回復基調などにより、出生数が昨年に比べて3万人強増加し、合計特殊出生率も4年ぶりに1.3台に回復するというマクロ環境にありました。しかしながら団塊ジュニア層の出産もピークにあるところから、出生数の継続した増加は考えにくい状況にあります。このような環境の中で、当社グループの、当期の売上高は453億7百万円(前年同期比8.5%増)、

営業利益は27億54百万円(前年同期比24.3%増)、経常利益は27億45百万円(前年同期比24.8%増)、当期純利益は19億16百万円(前年同期比42.7%増)となりました。当期純利益の伸びは、昨年6月に本社土地、建物を売却し、東京都中央区日本橋久松町への移転を実施したことによるものです。当期におきましては、国内市場の再整備と中国市場の拡大を二大重点課題として取り組んでまいりました。セグメント別に見ますと、育児事業の売上高は355億1百万円(前年同期比10.3%増)、営業利益は49億62百万円(前年同期比18.2%増)でした。国内育児用品事業では「おしりナップ」のシェア挽回やブランド認知度向上のためのダイレクトコミュニケーションの充実を図りました。子育て支援事業は順調に新規運営受託実績を伸ばしました。海外事業では中国と北米を中心として順調に伸ばしました。ヘルスケア事業の売上高は63億24百万円(前年同期比2.3%減)、営業利益3億41百万円(前年同期比0.3%増)でした。ピジョンタヒラ(株)との共同開発により介護予防用品の新商品を発売するなどの取り組みを行いました。前年実績に至りませんでした。その他事業の売上高は34億81百万円(前年同期比12.9%増)、営業利益は4億1百万円(前年同期比41.7%増)でした。マタニティのインナーウェアを販売するピジョンウィル(株)の業績拡大、また妊娠・授乳期に必要な栄養素を一粒に配合したサプリメント「葉酸プラス」が順調に伸ばいたしました。

株主還元

利益配分に関しましては、連結業績の成果に見合った配当性向等を総合的に勘案し、安定的・継続的な配当はもとより、配当の水準向上を目指して積極的に利益還元を行うことを基本方針としており、継続的に行っていきたいと考えております。

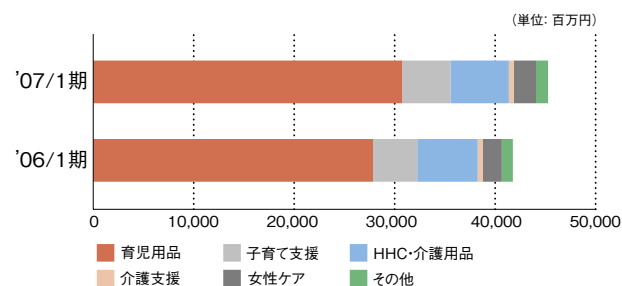
企業文化

社是の「愛を生むは愛のみ」を深く理解する気持ちを大切に、実践する人間を育成しております。また、当社の企業価値は、株主価値・顧客価値・従業員価値の総和であると位置づけております。商品をお使いいただく方々へ、より質の高い商品を提供するためには、社員が働きやすい環境下にいることが必要であり、社員を大切にできなければ事業による成功もないと考えます。そうした考えの下、環境整備のためのしくみや制度の充実を図るほか、より働きやすい職場の風土づくりに努めております。

連結売上高

科目	(単位: 百万円)				
	期別	'07年1月期	'06年1月期	増減額	増減率(%)
育児		35,501	32,185	3,315	10.3
ヘルスケア		6,324	6,476	△151	△2.3
その他		3,481	3,085	396	12.9
売上合計高		45,307	41,747	3,560	8.5

セグメント別売上高(連結)



事業展開と今後の施策

事業展開としては育児事業というコア事業の独自性、競争優位性を強化し、成長分野への積極的な事業展開に向けグループのシナジーと結集力を高め、よりグローバルに企業価値の最大化を追求することといたします。

1. 国内育児用品事業は、グループ経営の中核として企業品質を方向づける事業であることを認識し、“価値の創造”を事業戦略の基本とする。
2. 子育て支援事業、海外事業、ヘルスケア事業を成長分野とする。
3. 事業全体の収益構造の変化を踏まえ、内部体制の改革と経営資源の再配分を実行する。

大きく変化する事業構造に対して積極的に投資し、成長性と効率性に優れたグループ経営に取り組み、国内外におけるM&Aを通じて戦略的に成長基盤を強化することができました。グループ全体の競争力を一層高めると同時に、国内育児用品事業およびヘルスケア事業に対しては、少子高齢化

の進行に伴う環境の変化に対応した体制作りに取り組んでまいります。厚生労働省の2006年人口動態統計では出生数が前年を3万人上回り、109万2千人程度になったと発表がありました。景気回復に伴い、婚姻数や出生数も増加しましたが、今後も増加が継続していくとは考えにくい状況です。このような環境にあって、当社グループは、各社のさらなる成長と新たな事業基盤とのシナジーの追求や積極的な事業投資の継続により、「21C第二次中期経営計画“グローバル500”」の経営課題達成にむけて努力しております。

三世代マーケティング

ビジョンの基本戦略においてはライフステージ3世代にわたりターゲット層を定めて、ビジョンブランドの認知浸透を図り、事業拡大をねらいます。第1のターゲット層は0歳～6歳の乳幼児として育児用品・育児支援事業、第2のターゲット層は、25歳～40歳の年齢層でマタニティ用品、女性ケア用品等、第3のターゲット層は60歳～80歳の年齢層で、健康関連商品、介護用品、介護支援などのサービスを対象とします。

事業展開 (2007年4月30日現在)

事業に係るグループ会社		資本金	出資比率	関係内容
育児事業	ビジョンホームプロダクツ株式会社	300百万円	100.0%	当社トイレットリー製品等の製造、当社健康食品の企画・販売
	PHP兵庫株式会社	240百万円	100.0%	当社ウエットティッシュ製品の製造
	PHP茨城株式会社	222百万円	100.0%	当社ウエットティッシュ製品の製造
	PIGEON SINGAPORE PTE. LTD.	S\$1,670 千	100.0%	当社商標妊産婦用品・乳幼児用品の仕入れ・販売
	PIGEON (SHANGHAI) CO., LTD.	US\$950 千	100.0%	当社商標妊産婦用品・乳幼児用品の製造・販売
	PIGEON INDUSTRIES (THAILAND) CO., LTD.	BAHT 144百万	97.5%	当社商標妊産婦用品・乳幼児用品の製造
	THAI PIGEON CO., LTD.	BAHT 122百万	53.0%	当社商標乳幼児用品の製造
	ビジョンハーツ株式会社	100百万円	100.0%	託児・幼児教育事業の業務委託
	LANSINOH LABORATORIES INC.	US\$1	100.0%	当社育児用品の販売
	PIGEON MANUFACTURING (SHANGHAI) CO., LTD.	US\$2,000千	100.0%	当社商標妊産婦用品・乳幼児用品・トイレットリー製品の製造(予定)
ヘルスケア事業	ビジョンホームプロダクツ株式会社			
	PHP兵庫株式会社			
	ビジョンタヒラ株式会社	100百万円	85.6%	介護用品の仕入れ・販売
	ビジョン真中株式会社	10百万円	67.0%	当社介護用品の販売
その他	ビジョンホームプロダクツ株式会社			
	ビジョンウィル株式会社	100百万円	100.0%	妊産婦用品・乳幼児用品の仕入れ・販売

Overview of 50 years

ピジョン会社設立50周年までの歩み



ピジョンは2007年8月15日に設立50周年を迎えます。

~1950	1960	1970	1980	1990	2000
ピジョン誕生から東証1部上場へ					
1949年(昭和24) ピジョンの前身である 同孚貿易設立 1957年(昭和32) 新たに株式会社ピジ ョン哺乳器本舗を設立	1966年(昭和41) 株式会社ピジョン哺乳器本 舗からピジョン株式会社と 社名を変更	1973年(昭和48) 千代田区神田雷山町に本 社ビル完成	1985年(昭和60) 「愛」を経営理念に、CIシ ステムを導入 1988年(昭和63) (社)日本証券業協会に店 頭登録	1995年(平成7) 平成7年7月7日東京証券取引所市 場第二部に上場 1997年(平成9) 東京証券取引所市場第一部に指定 替え	2006年(平成18) 本社を中央区日本橋久松町に移転 
創業者から現在の社長まで					
1952年(昭和27) 仲田祐一が社長に 就任	1962年(昭和37) 週刊文春に仲田祐一社長特 集記事「おっばい社長奮戦す」		1983年(昭和58) 仲田洋一が社長に、仲田祐 一が会長に就任		2000年(平成12) 松村誠一が代表取締役社長に就任 2007年(平成19) 大越昭夫が代表取締役社長に就任 松村誠一が会長に就任
哺乳器の進化・変遷					
1949年(昭和24) 日本最初のキャップ式 広口哺乳器「A型哺乳 器」発売 1952年(昭和27) その後の新製品開発 のきっかけとなる「B型 哺乳器」発売	1960年(昭和35) ゴム臭のないシリコン製乳首 「A型DX乳首」発売 1962年(昭和37) 軽くて丈夫なポリカーボネイト 製哺乳びん発売 1965年(昭和40) 画期的なダブル成型哺乳器を発売	1972年(昭和47) 仲田祐一社長のおっばい 遍歴を新聞広告に 1977年(昭和52) 「哺乳器P型」発売 1979年(昭和54) 現行品でも採用されている 新規格「K型哺乳器」発売	1988年(昭和63) 赤ちゃん特有の哺乳運動 「ぜん動様運動」解明 		2000年(平成12) 環境ホルモンを含まない材質、PES製 哺乳器発売 2002年(平成14) 母乳を飲む時と同じように「ぜん動様 運動」ができる哺乳器「母乳実感」 発表
常に時代を先取りするピジョン					
1956年(昭和31) 育児関連製品の発売	1963年(昭和38) 国産初の本格的紙おむつ 発売 1966年(昭和41) 衛生用品第一号「ベビーバ ウダー」発売	1973年(昭和48) 本社、全国営業所に消費 者相談窓口を設置 1975年(昭和50) 世界初のノーバインダー製法 「おむつライナー」発売 1976年(昭和51) 世界初のゴム製「乳歯ブラシ」発売 1978年(昭和53) 「マタニティスクール」スタート 	1982年(昭和57) 初の「胎教コンサート」開催 1987年(昭和62) 「ピジョン赤ちゃん誕生記念 育樹キャンペーン」スタート 	1994年(平成6) 初のベビー用UVケア商品「UVベ ブースキンケア」	
海外展開					
	1966年(昭和41) ピジョン商品、海外への輸 出開始	1973年(昭和48) 初の海外出張所を シンガポールに開設 1978年(昭和53) PIGEON SINGAPORE PTE. LTD設立		1990年(平成2) タイに合弁会社THAI PIGEON CO., LTD設立 1996年(平成8) タイにPIGEON INDUSTRIES (THAILAND) CO., LTD設立	2002年(平成14) 中国・上海にPIGEON SHANGHAI CO., LTD 設立 2004年(平成16) アメリカのランシノ・ラボラトリーズ社を グループ化
世代から世代へ——ロングセラー商品発売					
	1963年(昭和38) 哺乳びん用「スポンジブラシ」 粉ミルク入れ「ミルクカー」 1965年(昭和40) 湯たんぽ「サンベビー」 1966年(昭和41) ベビーパウダー 1968年(昭和43) ベビー用つめきりハサミ	1975年(昭和50) 哺乳びん用洗浄剤「哺乳び ん野菜洗い」 1976年(昭和51) 乳歯ブラシ	1982年(昭和57) 「マグマグ」 1985年(昭和60) 母乳パッド「フィット」	1992年(平成4) 「おしりナップ」 1994年(平成6) UVスキンケア	
3世代にわたって——介護事業、子育て支援事業への進出					
		1975年(昭和50) シルバー市場向けのハビリス 事業部発足	1982年(昭和57) マタニティ向けウェアを製造 販売するピジョンテキスタイル (現ピジョンウィル)設立 1983年(昭和58) 新ブランド「ハビナス」の立 ち上げ	1993年(平成5) 0歳からの保育施設「ピジョンランド常 総」開設 1996年(平成8) ベビーシッターサービス「ピジョンウェン ディ」開始 1999年(平成11) ピジョンキッズワールド株式会社設立	2000年(平成12) ピジョン真中株式会社設立 2002年(平成14) PHP兵庫株式会社をグループ化 2003年(平成15) ピジョンキッズワールドがピジョンハー ツ株式会社社に社名変更 2004年(平成16) 多比良株式会社(現ピジョンタヒラ株 式会社)をグループ化
社会を豊かに——グッドデザイン賞受賞商品(抜粋)					
			1989年(平成元) ベビー電子体温計 「チピオン」	1999年(平成11) 「新生児用つめきりハサミ」	2001年(平成13) 4代目「マグマグ」「ピジョンおしゃぶり」 2003年(平成15) 新設計ヒップラインギャザー、ベビーシューズ 2004年(平成16) 「仕上げ用電動歯ブラシ」 2005年(平成17) 5代目「マグマグ」「チピオンフィット」 2006年(平成18) 産後用インナー「ベージュ リフォーム ファンデーション」

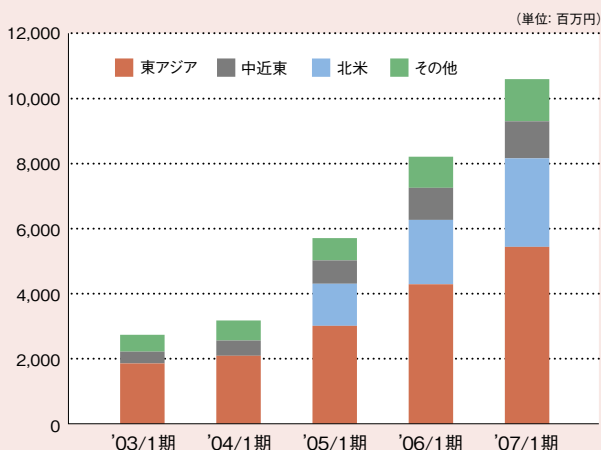
Overseas Strategies

海外展開について

概況

ピジョンの海外事業は1960年代から、日本製の商品を輸出し、現地代理店を通して販売するところから始まりました。1973年にはシンガポールに駐在員事務所を開設し、1990年代にはタイに2社の生産会社を設立。主力商品であるシリコン乳首・哺乳器・母乳パッドの現地生産を開始いたしました。海外での現地生産は海外市場での競争力を向上させ、事業拡大の土台となりました。2002年に市場の拡大が著しい中国にピジョン上海を設立し、2004年には北米のランシノ・ラボラトリーズ社をグループ化することで中国・北米・欧州に積極的に参入を開始しました。中国の当期売上高は26億円、北米は27億円であり、海外事業の中でも大きな成長ドライバーとなっております。海外事業の売上高は、総売上高の23.4%を占め今後も伸長の見込みです。ほぼ全ての国で前年実績を上回り、商品別でも哺乳びん・乳首・母乳パッドを中心に順調に販売実績を伸ばしました。各連結子会社も順調に業績を伸ばし、シナジー効果を十分に発揮しております。新規市場につきましては、今期よりインド・ロシアへの展開を視野に入れております。

海外事業売上高(連結)



事業戦略

ピジョンの商品は培ってきた品質への信頼により多くの国々で高い支持を得ております。哺乳びん、乳首、母乳パッドなどの中核となる商品はもちろんのこと、育児関連商品の総合企業としてブランド認知がいずれの国の市場でも着々と浸透してきております。これは、長年海外における「安全品質」に対する飽くなき探求による地道な商品開発と、市場努力の結実であります。ピジョンの海外事業は、こうしたブランド力を背景にマーケティング力を強化しさらなる市場開発とともに生産拠点の拡大を順次行う戦略をとっております。海外事業の展開は、中期経営計画において売上高500億円達成を目指すピジョングループにとってますます重要な位置づけとなり、今後の販路の拡大はもちろんのこと資本提携や業務提携も視野に入れて積極的な展開を図ってまいります。

当期の成果と今期の見込み

海外事業の売上高は105億90百万円(前年同期比29.0%増)となりました。今期(2008年1月期)の売上高は120億(当期比13.3%増)と見込んでおります。

ピジョンの海外拠点

LANSINOH LABORATORIES



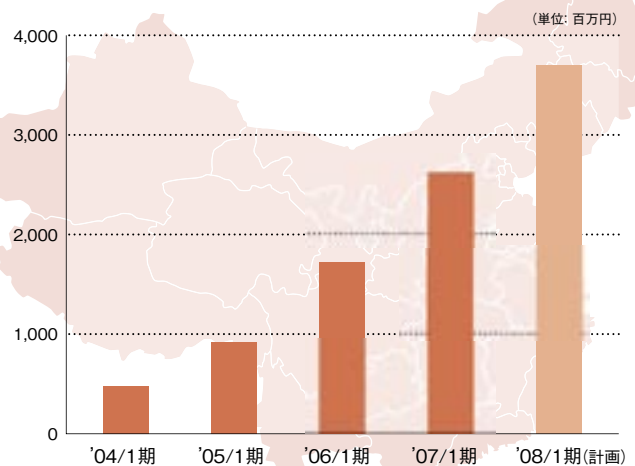
中国ベビー用高級スキンケア商品

ピジョン インダストリーズ タイランド



中東での看板

中国の売上高推移 (連結)



China 中国

事業環境

中国の人口は13億14百万人(2006年度中国国家统计局調べ)、実質GDP成長率は10.7%(同)で、今後5年連続で8%以上の高成長が続くと予測されております。中国は人口統制政策を実施していますが、年間の出生数は約1,800万~1,900万人で、2007年は「金の猪年」として、さらに2010年までの3年間はベビーブーマー世代の出産期でもあり、出生数の高水準が続くと見込まれております。

ピジョンのポジション

当社の中国での展開は、いわゆる「新富裕層」を対象として生活提案を行い、より多くの便利な商品を使っていただくことで総合育児用品ブランドとしての認知度を高めるために、競合他社とは違い、既に470種類もの商品を市場に展開しております。加えて、高価格帯の商品の需要も高まっており、高級スキンケアラインナップが順調に売上げを伸ばしております。特に、沿岸部においては、引き続き高級路線の徹底を図り需要に応えるものといたします。

事業戦略

高級スキンケアラインナップの拡充を図るとともに、高級感のある店舗づくりを行い、さらなる高級ブランドとしての認知度を高め、ブランドロイヤリティを醸成します。商品の展開に加えて、上海において子育て支援の展開も開始し、商品とソフトウェアの両輪で事業を展開してまいります。

当期の成果とその評価

中国における売上高は26億円(前年同期比52%増)となり、商品別ではスキンケア商品、哺乳びん・乳首の売上が好調でした。上海の子育て支援センター「ピジョンランド上海古北」においては、上海在住の日本人の子女約500名が現在登録されており、加えて中国の方の受け入れを開始し、さらなる拡充を目指します。

今後の展開

中国ではさらなるブランド認知とブランドロイヤリティを高めるために、百貨店においては独立したピジョンの売場、その他の小売店舗ではピジョンコーナーを増やしていく予定です。2007年中には全国の200店舗においてイメージの統一されたピジョンの売場が出来る予定です。



中国でのピジョンコーナー

中国(北京・上海)における消費者の声

調査実施時期:2006年12月

上海(ピジョン哺乳びんに関して)

中国製がほとんどプラスチック製なのに比べてガラス製もあってよい。ガラス製は清潔かつ温度の影響がない。保温袋の上半部分はファスナーがあり哺乳瓶の出し入れが楽で使いやすい。保温袋の一番外の層はナイロンで、汚れても洗うとすぐ乾く。保温袋の保温時間は4,5時間くらいでちょうどよい。

北京

日本製だし値段もそれほど高くない、質もいいので安心して使えます。

北京の冬は気温が低く、乾燥しているので、スキンケア商品など保湿度の高い商品をそろえてほしい。

North America 北米

事業環境

出生率2.1と、先進国の中で、安定した出生率を維持しているアメリカでは、母乳育児を推奨しているため、母乳関連商品の需要が日本より高くなっております。そのため、高い品質の商品を提供しているランシノ・ラボラトリーズ社の商品は高い支持を得ています。

事業戦略

母乳関連用品で認知度の高い商品を販売しているランシノ・ラボラトリーズ社を2004年4月に100%グループ会社化し、当初の予定通り、中長期視点で、アメリカおよびヨーロッパにおける強固な営業基盤の構築、全米有力小売業への販売チャネルの確保、当社母乳関連商品の販売拡充を目標に事業を展開していく予定です。具体的には、既存チャネルに加え、全米250店舗のベビーザラスへの導入により、さらなる拡販を目指します。また、テスト販売にて好評であった「手動搾乳哺乳器」の本格的販売を開始しており、ランシノブランドのマーケットへのさらなる浸透を高めます。

当期の成果とその評価

当期のアメリカでの売上は25億63百万円で(前年同期比35.7%増)でした。特に母乳パッドについては2000年1月より販売を開始し、2004年1月までの4年間でアメリカ国内シェアトップ(33%)となりました。その後も順調に売上、シェアを伸ばしております。

米国ランシノ社販売商品



母乳バッグ

電動さく乳器

手動さく乳器



ベビーワイブ

母乳パッド
(プレミアムタイプ)

母乳パッド

ランシノ・ラボラトリーズ社 米国内シェア

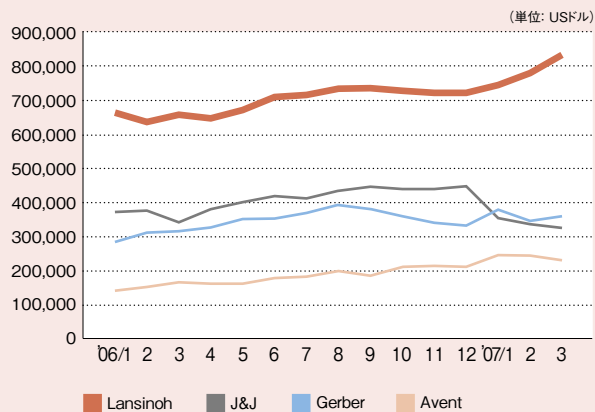
母乳バッグ **39.0%** (1位)

母乳パッド **39.6%** (1位)

乳首ケアクリーム **84.2%** (1位)

当社調べ

母乳パッド売上高推移



At a Glance

育児事業

取扱商品／サービス



授乳関連用品

哺乳びん、乳首、哺乳びん洗浄液、哺乳びん消毒液、消毒容器、びん洗浄ブラシ、消毒はさみ、母乳パッド、搾乳哺乳器



離乳関連用品

マグマグ、調理器具、ベビー食器、食食用エプロン、ベビーフード、ベビー飲料



スキンケア用品

ソープ、シャンプー、オイル、ローション、UVスキンケア、パウダー、おしりナップ、ウエットティッシュ



その他ベビー関連用品

小児用医薬品、電子体温計、温湿度計、体重計、湯温計、セーフティグッズ、綿棒、乳歯ブラシ、つまきりハサミ、クールまくら、冷却用シート、おしゃぶり、口腔トレーニング、ハンドトイ、バストイ、ベビーシューズ



子育て支援サービス

保育、託児、ベビーシッターサービス

ヘルスケア事業



介護用品

大人用紙おむつ、尿とりパッド、快適パッド、おむつカバー、失禁用吸収パンツ、失禁用快適パンツ、防水シート、健康枕、おしりふき、からだふき、尿器、便器、シャンプー、清拭剤、消臭用品、食器食具、食食用エプロン、口腔衛生用品、歩行補助器、介護用ベッド、車椅子、寝巻



介護支援サービス

栃木県下において
事業展開

その他事業



女性ケア

サプリメント、マタニティインナーウェア等



その他

一般用ウエットティッシュ、その他

事業環境

ピジョンの育児事業は、全カテゴリー売上高の、約8割を占める中核をなしています。事業を大別すると、授乳や離乳、おむつやスキンケア用品などをはじめとする様々なベビー用品と、子育て支援サービスから構成されます。設立50周年を迎える現在、この分野でのリーディングカンパニーとして、各方面から「安全、安心、信頼」のブランドとして高い評価を得ています。また、海外事業も、高い売上構成比率(23.4%)となり、中国を中心とした東アジアおよび北米において伸長しました。上海では、スキンケア・トイレタリー商品・乳首等の新生産工場の建設に着工し、年内には稼働の見込みとなっております。今期の海外事業は13.3%増の伸びを見込んでおります。

ヘルスケア事業は、ピジョンが進める基本戦略「三世代マーケティング」の重要な事業領域のひとつです。将来の巨大なマーケットとして、ピジョンを支える大きな柱となる事業分野です。2004年にグループ会社となりましたピジョンタヒラ株式会社との間で、商品開発体制の再編成、物流機能の統合後に介護予防用品の新商品発売などを行いました。在宅介護支援サービスのグループ会社である、ピジョン真中株式会社は、栃木県下において、地域に密着したサービスの提供を行っております。

妊娠中もおしゃれに気をつかい、身なりを整えたいという若い世代の女性に圧倒的な支持を受けております。また、百貨店、量販店、通信販売などの全販路で入手できる利便性を兼ね備えたマタニティ事業と、母子手帳にも記載され、認知の高まりとともにサプリメント「葉酸プラス」が順調に業績を伸ばしております。

当社グループの強み

主要商品の1つである「おしりナップ」のトップシェアを当期挽回いたしました。(2007年1月時点マーケットシェア38.5%) 哺乳などの基礎研究開発商品や乳歯ケアなどの生活提案商品をテーマとして、商品を使うことによって得られる豊かな育児生活を提案する「ピジョンコーナー」を流通と取り組むことによって、付加価値の高い商品の売上が好調となっております。

当社グループの強みは育児事業で培った技術力、情報力です。2004年にグループ会社としたピジョンタヒラ株式会社におきましては物流、開発、生産をピジョン本体に吸収することで、販売会社としての事業展開を進めます。また、HHC・介護事業本部を設立し、ヘルスケア事業における本社での位置づけを明確にしていく体制作りを行っています。そして今期は、介護予防にも注力して、商品の売上ターゲット層をより幅広く広げてまいります。

マタニティのインナーウェアに関しましては、グループ会社であるピジョンウィル株式会社を中心として事業を展開しております。また、妊娠・授乳期の特別な時期に安心して飲むサプリメント「葉酸プラス」(保健機能食品)も好調な売上となっております。

Domestic Baby Care Products

国内育児用品事業

市場の動向

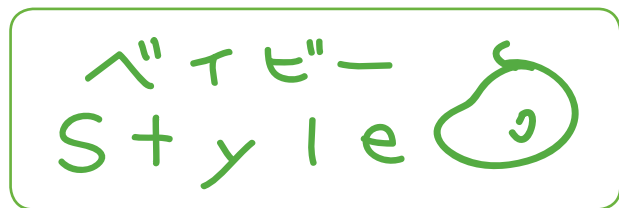
国内では、2006年に出生数は一時回復したものの、長期的には出生率減少または横ばいであると捉えております。

ピジョンの競争優位性

50年の永年にわたる、哺乳研究や乳幼児発達研究をもとに開発し、製造販売するハイクオリティの育児用品である点に優位性があります。ピジョンブランドは、業界でのリーディングカンパニー、リーディングブランドとして社会的に認知されております。

事業戦略

少子化というマクロ環境の中で、改めて認知度向上・ブランド力強化をテーマに掲げ、生活者の方へ直接働きかける活動、および店頭におけるピジョンコーナー設置等により付加価値のあるサービスの展開を行っております。これによりマーケットの中での存在感を飛躍的に高め、さらなる競争優位性を確固としております。また、2007年4月より、家庭の中に赤ちゃんのいるシーンを表現し、子育ての楽しさをメディアを通じて伝えるよう、ミニ番組の提供を始めております。



「ベイビーStyle」フジテレビ 毎週水曜日 21:54~22:00 放映中



母乳実感

具体的な取組み

「プレママの出産・子育てに対する不安解消のためのダイレクトコミュニケーション」としての「プレママのためのマタニティクラス」を52回実施し、加えて「マタニティ・カフェ」および「クリスマスコンサート」などを開催いたしました。ママになる準備ができることに加えてプレママの仲間づくりや親睦を深める活動を行うことによって、プレママ同士がコミュニケーションを図り、不安や疑問などを分かち合えるような機会を提供しております。



マタニティ・カフェ

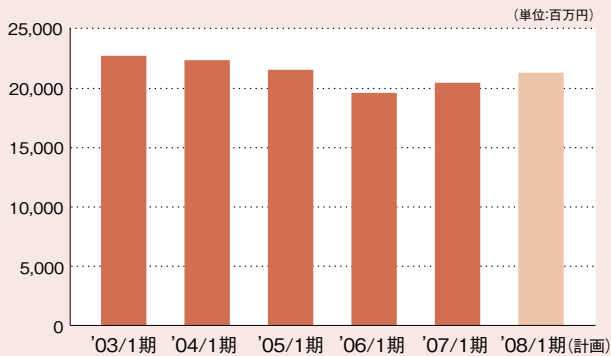
当期の成果とその評価

国内育児用品事業の売上高は204億22百万円(前年同期比3.4%増)、4期ぶりの増収となりました。基幹商品の伸長、およびピジョンコーナー展開等によるブランド強化の成果により、売上高増となりました。また、前期売上・シェアともに低下した「おしりナップ」は積極的な拡売によりトップシェア挽回(2007年1月期マーケットシェア38.5%)を果たしました。また、妊娠・出産・子育てに疑問・不安を抱えるプレママを対象として不安解消のための様々なイベントを開催いたしました。さらに、当社の認知度向上を目的とし、出産をテーマとしたテレビコマーシャルの投入や、パブリシティ活動を積極的に展開してまいりました。

今後の展開

2006年は出生率が一時回復したものの、長期的には出生率は減少または横ばいであると見込んでおります。また、50年の永きにわたる哺乳研究や乳幼児発達研究をもとに開発いたしました育児用品というピジョンのブランド力のもと、子育て支援事業と共に、ピジョンブランドの価値をさらに高め、事業の拡大を目指します。

国内育児の売上高推移

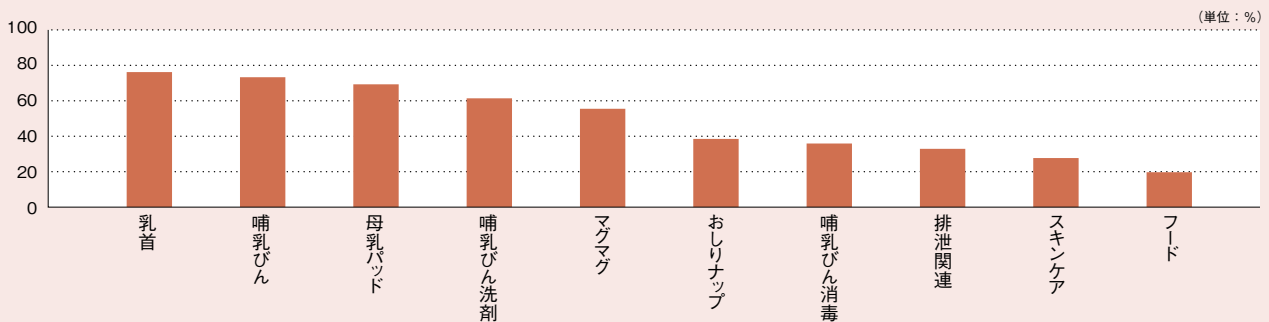


事業所

- 筑波事業所 茨城県稲敷郡阿見町
- 物流センター 茨城県稲敷郡阿見町
茨城県常陸太田市
- 兵庫事業所 兵庫県神崎郡神河町
- 常総研究所 茨城県つくばみらい市
- 営業拠点 札幌・仙台・さいたま・東京
名古屋・大阪・広島・松山・福岡

主要商品別マーケットシェア

出典:2007年1月 株式会社インテージPOSデータより「全国ドラッグストアー約5万店」拡大推計



乳幼児1人あたりの1ヵ月平均育児支出比較

(単位:円)

	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年
粉ミルク	1,836	1,798	1,630	1,739	1,794	1,360
ベビーフード	915	785	908	810	1,008	875
牛乳	557	514	372	473	378	352
おやつ	749	718	706	670	750	567
その他食費	2,087	1,876	1,638	1,608	2,371	2,010
食事関係計	6,144	5,691	5,255	5,300	6,301	5,165
衣類・肌着・外出着・くつ等	3,741	3,435	3,763	3,483	4,081	3,862
布おむつ・カバー・ライナー等	189	156	88	125	130	156
紙おむつ	3,184	3,267	3,285	3,290	3,405	3,602
布おむつリース	31	33	25	32	9	0
衣類・おむつ関係計	7,145	6,891	7,160	6,929	7,625	7,620
医療費・薬	781	748	564	516	521	784
おもちゃ	1,270	1,235	1,538	1,289	1,358	1,453
絵本	403	440	552	485	555	527
おもちゃ・絵本計	1,673	1,675	2,090	1,774	1,913	1,980
授乳・離乳食器関連	284	308	259	336	364	422
入浴・衛生雑貨関連	1,103	1,122	1,069	1,237	1,262	1,182
授乳・離乳・入浴・衛生計	1,387	1,431	1,328	1,572	1,626	1,604
外出・家具・寝具等	2,304	1,432	1,934	2,030	1,782	2,186
支出総計	19,434	17,869	18,331	18,122	19,768	19,339

2歳(月齢0~24ヶ月)までの乳幼児をもつ母親に対するアンケート(当社調べ)
【育児用品についてのアンケート/調査期間:2006年/サンプル数:960人】

Child Rearing Support Business

子育て支援事業

事業環境

少子化傾向が懸念されるようになって久しい現在、子育てに関わる方々は実に様々なニーズを抱えています。こうした中、2003年3月、子どもの育成や子どもを育てる家庭を支援する社会的取り組み「次世代育成支援対策推進法」が公布・施行されました。これにより個人や企業の子育て支援への関心や取り組みはますます高まりを見せています。

ピジョンのポジション

ピジョングループの子育て支援事業は、国内トップの規模であり、認可保育園、認証保育園、事業所内保育施設などの保育施設、キッズワールドをはじめとした幼児教育施設の運営のほか、在宅支援のベビーシッターサービスなどご利用の方々に様々なかたちでの子育て支援を行っています。

事業戦略

50年にわたる哺乳研究や乳幼児発達研究から生み出される育児用品のリーディングカンパニーとしての実績をベースに、時代のニーズに応える幅広い子育て支援事業へと大きく発展してまいりました。主に保育サービス・幼児教育サービス・ベビーシッターサービスを事業の柱として、子育てにとって重要なハード・ソフトの両面にわたる理想的な環境を提供するための育児ソリューションを展開し、業界トップのポジションを確立しています。

当期の成果とその評価

当期の子育て支援サービス事業の売上高は48億7百万円（前年同期比9.0%増）でした。中野区立打越保育園の運営受託を開始し、また、6件の事業所内保育園の運営を新規に受託いたしました。

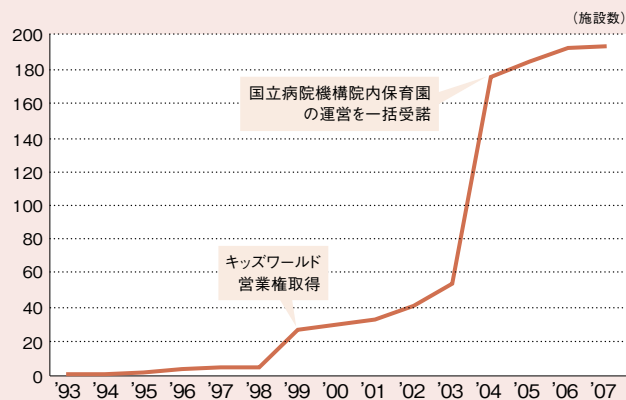
今後の展開

個人の多様な生活様式に応えることはもちろんのこと、企業・病院・自治体などからの保育ニーズに対しても質の高いサービスの提供を行ってまいります。「子どもの育ち」を大切に、安全で安心感のある子育て環境を整備するためには、高い水準の保育従事者を育成することが重要です。当社ではこの点において他社との差別化を図り、事業の拡大を目指してまいります。

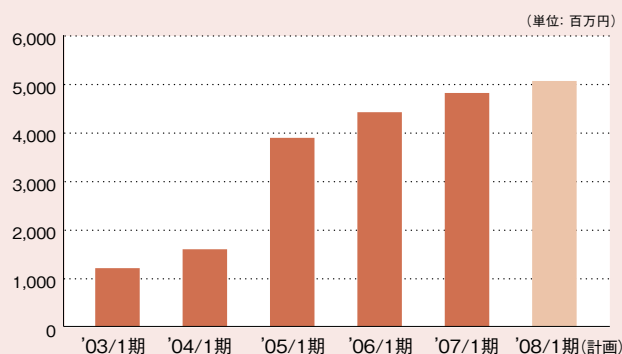


保育施設

子育て支援事業拠点数



子育て支援事業売上高推移



Nursing Care Products & Services

ヘルスケア事業

事業環境

日本は先進国の中でも長寿国として知られており、高齢者はいつまでも若々しく健康でありたいという意識が高まっています。クオリティオブライフを追求し、健康に対する意識の向上が浸透している状況の中で、2006年には介護保険法の改正により予防重視システムへの積極的な転換が図られ、2010年には介護関連市場は11兆円との予測も出ております。2015年には4人に1人が65歳以上という高齢化社会を迎え、介護用品、介護支援サービスの市場は拡大傾向にあります。

ピジョンのポジション

介護用品は排泄・入浴・衛生・食事・寝具・移動など多くのカテゴリにおいて商品展開しており、小売店向けおよび施設向けの両方の販売ルートを持っていることが強みとしてあげられます。在宅介護支援サービスは栃木県を中心に事業展開しております。

事業戦略

既存の介護事業については専門性を深耕して再構築を図り、さらに介護予防を目的とした商品を上市して事業展開し、この2つにより、ヘルスケア事業全体の拡大を目指します

当期の成果とその評価

当期は、介護用品で売上高57億98百万円（前年同期比2.6%減）、介護支援サービスは売上高5億26百万円（前年同期比0.7%増）、合計で売上高63億24百万円（前年同期比2.3%減）、営業利益は3億41百万円（前年同期比0.3%増）となりました。ピジョンタヒラ(株)との共同開発により介護予防カテゴリにも商品を上市いたしました。前年実績に至りませんでした。また在宅介護支援サービスを展開するピジョン真中(株)も平成18年4月の介護保険法の改正の影響を受け、訪問介護・福祉用具販売ともに厳しい状況で推移いたしました。

今後の展開

ヘルスケア事業の拡大のためにグループのシナジー効果を高める必要性から、2007年よりHHC・介護事業本部を設置し、営業・マーケティング・ピジョンタヒラ(株)・ピジョン真中(株)を統括し、開発はピジョン常総研究所に集約いたしました。また、2007年下期からは、介護予防用品ブランド「リクープ」を立ち上げ、既存の介護用品ブランド「ハビナース」との2ブランドにて事業展開をして参ります。



介護予防用品(シューズ)

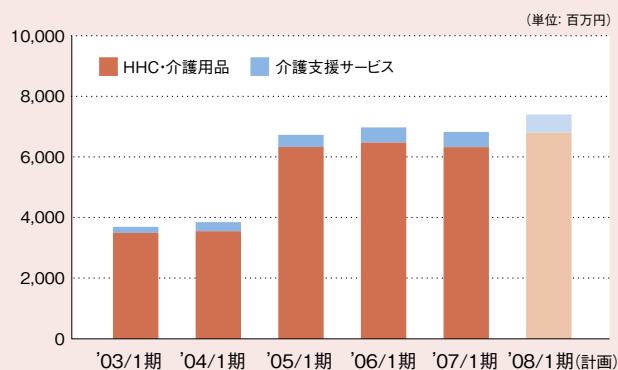


介護予防用品(ベスト)



介護予防用品(スパッツ)

ヘルスケア事業の売上高と売上高計画（連結）



Feminine Care Products / Others

女性ケア/その他

事業環境

ピジョングループが対象としているマーケットは推定130億円です。育児をしながら働く女性の増加や出産年齢層の広がり、またライフスタイルの細分化によりニーズが多様化し、マタニティ用品に対する意識の高まりとともに、機能性が高くデザイン性も高いインナーウェアが求められています。

ピジョンのポジション

グループ会社であるピジョンウィル(株)は、マタニティ業界としてはめずらしく、全販路(百貨店、量販店、通信販売等)を網羅しています。そのため、あらゆるお客様のニーズにお応えすることが可能となっています。また、ピジョン常総研究所との共同開発を行うことにより、しっかりした研究開発に裏打ちされた商品開発が実現できています。加えて、ピジョングループ内で唯一直販ルートを持っている会社として強みを発揮しております。

当期の成果とその評価

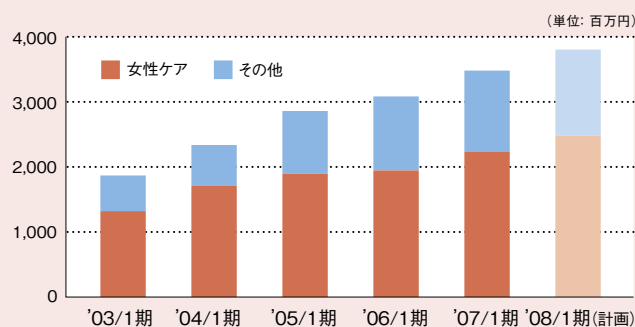
売上高は34億81百万円(前年同期比12.9%増)となりました。マタニティインナーウェアに関しましては、グループ会社であるピジョンウィル(株)を中心として事業を展開しております。2006年には、ピジョンウィル(株)として初めてグッドデザイン賞へ出品し、産後用インナーウェアの「ベーシックリフォームファンデーション」シリーズにてグッドデザイン賞を受賞いたしました。このシリーズは、実際の産後のママたちの要望に応えた今までにない新しい商品であり、販売もたいへん好調です。また、妊娠・授乳期の特別な時期に安心して飲めるサプリメント「葉

酸プラス」(保健機能食品)も好調に推移しております。厚生労働省は2000年に「妊娠可能年齢の女性は食事に加えて栄養補助食品として1日400Ug(=0.4mg)以上、1,000Ug(=1.0mg)以下の葉酸を摂取するように」と通知を出しています。この「葉酸プラス」は葉酸に加えて、産前・産後に不足しがちな鉄、ビタミンBの必要量を1日1粒で手軽に摂取することができるという商品特長を持っており、妊娠中の方でも安心して摂取していただける商品として支持を得ています。加えて、2006年より、中国市場におきましても、女性ケア商品として、ヘアケア商品等の新規展開を開始しております。

今後の展開

女性ケア用品におきましては、2006年にグッドデザイン賞を受賞した産後用インナーウェア「ベーシックリフォームファンデーション」シリーズの量販店向け展開を計画しています。また、これからも一層ピジョン常総研究所とのシナジーを発揮すべく、商品開発を行っております。さらに、中国市場におきましても引き続き拡大を図ってまいります。

その他事業売上高推移、計画 (連結)



産後用インナーウェア「ベーシックリフォームファンデーション」シリーズ



保健機能食品「葉酸プラス」



ショッピングサイト「ピジョンモール」

Corporate Governance

コーポレートガバナンス

基本的な考え方

当社の役員・社員は社是「愛を生むは愛のみ」のもと、企業活動のあらゆる場面において、常に高い倫理感を持ち、コンプライアンス重視の経営を推進し、企業としての社会的責任を果たすことを宣言しています。また、継続的に企業価値を向上させていくためには、経営の効率性と透明性を向上させ、株主価値、顧客価値、社員価値のバランスをとりながら経営目標の達成に向けた経営監視機能の強化が極めて重要であると認識し、コーポレート・ガバナンスの充実に向けて様々な取り組みを実施しております。

当社は監査役制度を採用しております。取締役は7名で社外取締役はおりません。監査役は4名、内社外監査役は2名となっております。取締役、監査役制度に加え、内部監査制度により、コーポレート・ガバナンスを構築しております。7名の取締役は経営環境の変化に迅速かつ適切に対応し、持続的な成長と確固たる経営基盤の確立のために経営の意思決定を合理的かつ効果的に行うことを目指しております。

経営の管理監督を担う取締役とは別に業務の執行責任を担う執行役員制度を施行することにより、「経営の意思決定および監督機能」と「業務執行機能」を分離し、コーポレート・ガバナンスの充実に取り組んでおります。

コンプライアンス

当社グループでは、リスクマネジメント体制の一環として、内部統制システムであるコンプライアンス・プログラムを整備いたしました。そして当社グループ社員一人ひとりが趣旨を充分理解し、かつ実践を可能とするために「ガイドブック」を作成し、また、その実効性を高めるために、社内通報制度として「スピークアップ窓口」を設けております。

個人情報保護

当社グループは、商品、サービス、情報をお客様にお届けする上で、情報セキュリティと個人情報保護を重要課題の一つとして位置づけ、その向上に取り組んでおります。財団法人日本情報処理開発協会が、個人情報の取り扱いに対して適切な保護措置を実施している事業所を認定する「プライバシーマーク制度」に対しましては、「個人情報保護委員会」を組成し、全社的な取り組みを行った結果、2005年7月にプライバシーマークの付与認定を受けました。



プライバシーマーク

ビジョン IR活動一覧

IRツール	
決算・中期経営計画説明会用プレゼンテーション(和・英)	随時
アニュアルレポート(和・英)	年1回
海外投資家説明会資料(英)	年1回
事業報告書	年2回
財務データ(和・英)	年2回
ホームページ・コミュニケーションサイト	http://www.pigeon.co.jp http://pigeon.info
IR活動	
決算説明会	年2回
中期経営計画説明会	随時
海外投資家フォーラム・投資家訪問(アジア)	年1回
国内機関投資家訪問&スモールミーティング	随時
個別取材	年100件程度

Corporate Social Responsibility

ピジョングループのCSR活動

当社グループの展開する事業は、妊娠・出産・子育てそして介護を通して手助けを必要とする人々に対して、経営理念である「愛」を具体的な商品やサービスの形で提供することを柱として展開しており、すなわち事業を通してのCSR活動が可能であると考えております。また、すべてのステークホルダーを「お客様」と捉え、すべてのステークホルダーとの良好なバランスを保っていくことがCSR活動であり、企業価値を高めることであると考えております。代表的なCSR活動としては、1986年より、林野庁が提唱する「法人の森林(分取造林)」と契約を行い、20年間にわたり植樹活動を実施してきました。これは「赤ちゃんを育てること(育児)、木を育てること(育樹)」はどちらも周囲の人々のあたたかい愛情に守られて成人(成木)になっていくという考え方から、木を育て守っていくという森林保護意識を高め、子どもたちの未来に残す森づくりに役立てればと始めたものです。これまでに、茨城県常陸大宮市(旧那珂郡美和村)の国有林27.76haに8万本の木を植えてまいりました。



赤ちゃん誕生記念植樹

環境への取組み

1997年発行の『奪われし未来』において、ポリカーボネート製哺乳びんから溶出されるビスフェノールAが生殖機能に影響するという内容が、当社の哺乳びんに大きな影響を与えました。当社は哺乳びんを製造販売する企業5社と協議会を速やかに結成し、「ポリカーボネート製哺乳びんを安心してお使いいただくためのガイドライン」を消費者向け、製造メーカー向け、病院・産院向けに発表すると同時に、環境ホルモンといわれる物質を含まない原料で製造した哺乳びん「PES(ポリエーテルサルホン)製哺乳びん」を開発しました。そして、2007年にはさらに進化させたポリフェニルサルホン製哺乳びんを発売しております。



母乳実感

地域への取組み

保育所の運営、ベビーシッターサービスの提供等により、保護者の方が赤ちゃんを預けて安心して働けるサービスを提供する子育て支援事業を展開しております。また、介護支援サービスとして、連結子会社であるピジョン真中株式会社は、栃木県下において地域に密着した在宅介護支援サービスの提供を行っております。地域密着企業として地域の特性や事情を勘案しながら推進していく予定であります。また、ピジョン筑波事業所では、2000年12月から事業所周辺の清掃活動を行っており、現在では、全社員が日常業務の中で当たり前に取り組む意識が定着しています。さらに、皆様に身近に感じていただける企業でありたいと、各事業所では小・中学生の「総合学習」での見学受け入れや、地域の行事への協力を積極的に行っております。



清掃活動

社会への取組み

ピジョンの新生児用哺乳びん・乳首は、多くの病院・産院で使用されています。唇や上あごに病気があったり、低体重で生まれた飲む力の弱い赤ちゃんのために工夫した哺乳びん・乳首

もつくり、発売以来数十年にわたり価格を変えずに提供し続けております。こうした商品提供への取組みは、社会の一員としての企業である存在感を強めるものであります。また、核家族化が進み始めた昭和50年代の初頭、育児は夫婦共同で、という考え方が広がり始めましたが、ピジョンはいち早く「男のための育児大学」を開催して社会への啓発活動に取り組んでおります。



哺乳器P型

細口哺乳器

顧客への取組み

当社では、お客様中心の経営を主眼に業務を営んでおります。昭和40年代より、当時はまだ、一般的でなかったお客様相談室を設置して、早くからお客様の声を事業に反映させてまいりました。また、お客様の子育て中の不安・不便を軽減・解消する「Baby Care Solutions」をテーマに事業を展開しており、商品のみではなく、様々なサービスを提供しております。妊娠および育児中の女性を主にサポートする育児ポータルサイト「ピジョンインフォ2.0」としてリニューアルしお客様参加型の様々なコンテンツ提案を行います。赤ちゃんが生まれる前からお役に立てるよう、マタニティスクールをはじめとする、マタニティイベントを全国で展開しております。また、常に永年の乳幼児発達研究のデータに基づき、詳細かつ豊富な育児情報を発信し続けております。

従業員への取組み

子育てに携わる企業として、従業員の子育て支援のための制度拡充を進めてきました。育児休業に関する制度は、法律の施行前から1年間の休業制度があり女性社員は当たり前のように育児休業を取得していましたが、男性社員の取得者はありませんでした。男性の育児休業取得者を増やすべく、1ヶ月有給での育児休業の制度を新たに設けました。2006

年の取得者は5名となりました。そして他の取組みとあわせ、「次世代育成支援対策推進法」による次世代認定マークを取得することができました。また、管理職を対象としてメンタルヘルス講習を実施したり、営業マンなどによる業務の車両使用についてベストドライバー診断を実施するなど、職場環境を整備する取組みを行っております。



次世代認定マーク

情報開示への取組み

透明な企業経営を通じて、株主の皆様適切な利益を還元することは、企業の基本的な使命と考えます。そのためには明確な経営方針のもとに事業活動に取り組むとともに経営状況や新たな事業活動の開始等は適切に情報開示して、株主・投資家の皆様とコミュニケーションをとりながら、経営に反映させていくことが大切です。具体的には国内の機関投資家の皆様に対しては7月の中間決算、1月の本決算終了後、決算説明会を実施しております。四半期ごとの決算後、機関投資家の皆様へは社長はじめ、IR・広報担当が決算報告と質疑応答に応じております。海外機関投資家の皆様には本社にてご対応、及び年1回シンガポールで開催される「エクイティフォーラム」などにより、積極的に情報開示に努めております。ホームページの運営、本決算終了後のアニュアルレポートの日本語版と英語版の発行により、経営成績の数字の開示をはじめとする、ピジョンの全体像を把握していただく情報を網羅したコミュニケーションツールを取りそろえております。国内外の株主・投資家の皆様と良好な関係を維持しつつ、期待と信頼に応えるべく情報開示とコミュニケーションに努めております。



海外IR活動

Financial Data

連結財務データ

連結貸借対照表

(単位:百万円)

科目	期別	2003年1月期	2004年1月期	2005年1月期	2006年1月期	2007年1月期
資産の部						
現金及び預金		3,137	3,223	2,768	1,903	2,680
受取手形及び売掛金		7,508	7,544	8,597	7,643	9,353
有価証券		0	—	—	—	6
たな卸資産		2,791	2,876	3,427	4,437	4,154
その他流動資産		489	771	951	1,275	1,012
〈流動資産合計〉		13,927	14,416	15,744	15,260	17,207
有形固定資産合計		13,698	13,034	13,299	13,358	13,340
無形固定資産合計		604	637	3,170	3,035	2,580
投資その他の資産合計		3,603	2,123	2,167	2,284	2,519
投資有価証券		2,384	1,021	1,067	1,214	1,513
〈固定資産合計〉		17,906	15,795	18,637	18,677	18,440
〈資産合計〉		31,833	30,212	34,382	33,937	35,648
負債の部						
支払手形及び買掛金		5,268	4,900	6,160	4,627	4,510
未払金		1,026	1,187	1,258	1,840	2,271
未払法人税等		708	145	753	439	500
賞与引当金		338	337	517	484	511
その他流動負債		3,036	2,300	2,428	4,182	2,359
〈流動負債合計〉		10,376	8,871	11,119	11,574	10,154
長期借入金		2,106	902	1,473	121	1,040
その他固定負債		932	1,442	1,405	1,484	1,459
〈固定負債合計〉		3,038	2,344	2,878	1,606	2,499
〈負債合計〉		13,415	11,216	13,998	13,181	12,654
〈少数株主持分〉		865	348	386	443	—
資本の部						
資本金		5,199	5,199	5,199	5,199	
資本剰余金		5,133	5,134	5,145	5,146	
利益剰余金		8,033	8,976	10,149	11,052	
その他の有価証券評価差額金		△175	△13	△5	38	
為替換算調整勘定		△341	△376	△431	△204	
自己株式		△296	△273	△60	△920	
〈資本合計〉		17,553	18,647	19,997	20,312	
資本金						5,199
資本剰余金						5,165
利益剰余金						12,475
その他の有価証券評価差額金						34
為替換算調整勘定						226
自己株式						△649
少数株主持分						541
〈純資産合計〉						22,993
〈負債、少数株主持分及び資本合計〉						35,648

(注)百万円未満の数字は切り捨てて表示しています。

連結損益計算書

(単位:百万円)

科目	期別	2003年1月期	2004年1月期	2005年1月期	2006年1月期	2007年1月期
売上高		33,057	34,156	40,719	41,747	45,307
売上原価		19,782	20,317	25,047	26,112	28,180
売上総利益		13,274	13,838	15,672	15,634	17,127
販売費及び一般管理費		10,777	11,186	12,957	13,419	14,373
営業利益		2,497	2,651	2,714	2,215	2,754
営業外収益		385	332	339	364	351
営業外費用		563	479	431	378	360
経常利益		2,319	2,504	2,621	2,200	2,745
特別利益		6	157	168	56	1,274
特別損失		497	661	177	72	713
税金等調整前当期純利益		1,828	2,000	2,613	2,184	3,305
法人税、住民税及び事業税		792	389	980	682	974
法人税等調整額		△17	238	46	92	347
少数株主利益		203	101	91	66	68
当期純利益		849	1,270	1,494	1,342	1,916

(注)百万円未満の数字は切り捨てて表示しています。

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

科目	期別	2003年1月期	2004年1月期	2005年1月期	2006年1月期	2007年1月期
営業活動によるキャッシュ・フロー		3,312	2,156	4,286	1,765	2,367
投資活動によるキャッシュ・フロー		△961	374	△2,850	△1,668	△395
財務活動によるキャッシュ・フロー		△3,375	△2,427	△1,881	△1,018	△1,284
現金及び現金同等物に係る換算差額		9	△17	△9	56	89
現金及び現金同等物の増減額		△1,015	85	△455	△864	△776
現金及び現金同等物の期首残高		3,873	3,137	3,223	2,768	1,903
新規連結による現金及び現金同等物の増加額		279	—	—	—	—
合併による現金及び現金同等物の増加額		—	—	—	—	—
現金及び現金同等物の期末残高		3,137	3,223	2,768	1,903	2,680

(注)百万円未満の数字は切り捨てて表示しています。

連結剰余金計算書

(単位:千円)

科目	期別	2004年1月期	2005年1月期	2006年1月期
配当金		319,674	321,422	439,864
役員賞与		8,408	—	—

(注)千円未満の数字は切り捨てて表示しています。

連結株主資本等変動計算書

(単位:千円)

	株主資本				株主資本 合計	評価・換算差額等			少数株主持分	純資産統計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式		その他有価 証券評価差額金	為替換算 調整勘定	評価・換算 差額等合計		
平成18年1月31日 残高(千円)	5,199,597	5,146,690	11,052,496	△920,087	20,478,696	38,218	△204,080	△165,862	443,656	20,756,489
連結会計年度中の変動額										
剰余金の配当	—	—	△493,303	—	△493,303	—	—	—	—	△493,303
当期純利益	—	—	1,916,392	—	1,916,392	—	—	—	—	1,916,392
自己株式の処分	—	18,807	—	272,763	291,571	—	—	—	—	291,571
自己株式の取得	—	—	—	△2,105	△2,105	—	—	—	—	△2,105
株主資本以外の項目 の連結会計年度中 の変動額(純額)	—	—	—	—	—	△3,308	430,462	427,154	97,424	524,578
連結会計年度中の 変動額合計(千円)	—	18,807	1,423,089	270,657	1,712,554	△3,308	430,462	427,154	97,424	2,237,133
平成19年度1月31日 残高(千円)	5,199,597	5,165,498	12,475,585	△649,429	22,191,250	34,910	226,381	261,291	541,080	22,993,623

(注)千円未満の数字は切り捨てて表示しています。

経営指標

科目	期別	2003年1月期	2004年1月期	2005年1月期	2006年1月期	2007年1月期
収益性						
売上高総利益率		40.16	40.52	38.49	37.45	37.80
売上高営業利益率		7.55	7.76	6.67	5.31	6.08
売上高経常利益率		7.02	7.33	6.44	5.27	6.06
総資本営業利益率		7.95	8.55	8.40	6.48	7.92
総資本経常利益率		7.39	8.07	8.12	6.44	7.89
株主資本利益率		4.85	7.02	7.74	6.66	8.96
売上高原価率		59.84	59.48	61.51	62.55	62.20
安全性						
流動比率		134.21	162.50	141.60	131.84	169.45
固定比率		102.01	84.71	93.20	91.95	82.13
固定長期適合率		86.96	75.24	81.47	85.21	73.90
株主資本比率		55.14	61.72	58.16	59.85	62.98
インタレスト・カバレッジ・レシオ(倍)		22.50	34.41	31.41	43.35	61.30
有利子負債依存度		14.18	8.08	8.70	9.86	6.48
有利子負債利率		2.24	2.23	3.20	1.63	1.61
効率性						
総資本回転率(回)		1.05	1.10	1.26	1.22	1.30
売上債権回転日数(日)		80.93	78.92	77.12	67.09	75.35
たな卸資産回転日数(日)		51.50	51.68	50.08	62.03	53.82
買入債務回転日数(日)		97.20	88.03	90.02	64.09	58.43
成長率						
増収率(前年比)		4.15	3.33	19.22	2.52	8.53
経常利益伸び率(前年比)		63.41	8.00	4.67	△16.07	24.77
その他						
発行済株式数(千株)		20,275	20,275	20,275	20,275	20,275
1株当たり当期純利益(円)		43.02	63.59	74.22	67.84	96.97
1株当たり株主資本(円)		878.98	932.65	989.43	1,029.41	1,128.70
配当性向		36.80	25.15	21.50	32.76	25.74
株主資本配当率		1.78	1.71	1.61	2.17	2.20
従業員数(人)		1,070	1,153	1,840	2,008	2,018

(注)小数点第3位の数字は四捨五入しています。

Corporate Information

会社概要

企業データ (2007年1月31日現在)

社名 — ビジョン株式会社
 本社 — 〒103-8480
 東京都中央区日本橋久松町4番4号
 TEL 03-3661-4200
 FAX 03-3661-4320
 URL <http://www.pigeon.co.jp>
 設立 — 1957年8月15日
 資本金 — 5,199,597千円
 決算期 — 毎年1月31日
 事業内容 — 育児・マタニティ・女性ケア・ホームヘルスケア・介護
 用品等の製造、販売および輸出入、ならびに保育事業
 従業員数 — 963名

株式の状況 (2007年1月31日現在)

● 会社が発行する株式の総数 — 60,000,000株
 ● 発行済株式の総数 — 20,275,581株
 ● 株主数(単位未満株主を含む) — 7,356名

役員・監査役・執行役員 (2007年4月27日現在)

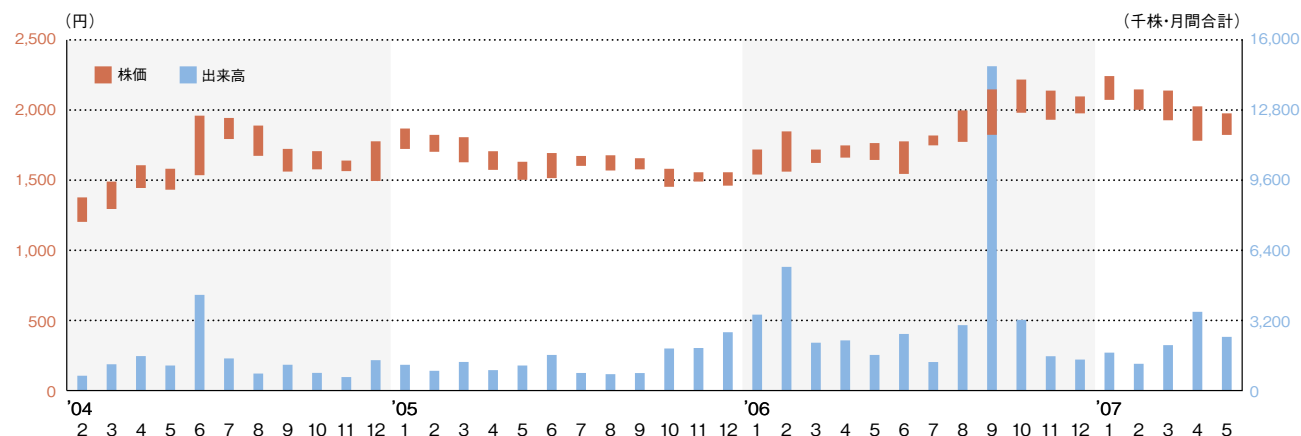
取締役最高顧問 — 仲田 洋一
 代表取締役会長 — 松村 誠一
 代表取締役社長 — 大越 昭夫
 常務取締役(海外事業本部兼HHC・介護事業本部担当) — 太田和比古
 取締役(お客様相談室兼監査室担当) — 倉嵜 喬
 取締役(開発本部兼ロジスティクス本部担当) — 勝木 尚
 取締役(経営企画本部兼管理本部担当) — 佐久間 隆
 常勤監査役 — 色部 文雄
 常勤監査役 — 大藪 克実
 監査役(非常勤) — 西山 茂
 監査役(非常勤) — 出澤 秀二
 執行役員(経営企画本部長) — 高坂 功
 執行役員(管理本部長) — 高島 康
 執行役員(マーケティング本部長) — 倉知 康典
 執行役員(営業本部長) — 湯田 博毅
 執行役員(開発本部長) — 甘利 和久
 執行役員(ロジスティクス本部長) — 小泉 朝敬
 執行役員(海外事業本部長) — 山下 茂
 執行役員(子育て支援事業本部長) — 赤松 栄治
 執行役員(HHC・介護事業本部長) — 石上 光志

(注) 監査役 西山 茂および出澤 秀二の両氏は、会社法第2条16号に定める社外監査役であります。

大株主 (2007年1月31日現在)

株主名	株式数 (千株)	議決権比率 (%)
仲田洋一	4,238	20.90
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	2,760	13.62
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,112	5.48
日興シティ信託銀行株式会社(投信口)	1,108	5.47
バンクオブニューヨーク ヨーロッパリミテッド ルクセンブルク131800	932	4.60
モルガン・スタンレー アンド カンパニー インク	610	3.01
ゴールドマン・サックス・インターナショナル	590	2.91
ザチェース マンハッタンバンクエヌエイ ロンドンエスエル オムニバスアカウント	508	2.51
ビジョン社員持株会	434	2.14
ザバンクオブニューヨーク トリーティー ジャスデックアカウント	382	1.89

株価の推移



ピジョン株式会社

(証券コード: 7956)

本 社 〒103-8480 東京都中央区日本橋久松町4番4号
T E L 03-3661-4200
T E L 03-3661-4188 (経営企画本部IR・広報室直通)
F A X 03-3661-4320
U R L <http://www.pigeon.co.jp>



Printed in Japan