

## 第61第2四半期 累計期間(中間)報告書

平成29年2月1日～平成29年7月31日  
(証券コード:7956)

### CONTENTS

- P.01 トップインタビュー
- P.03 事業のご紹介
- P.05 世界各国の育児事情
- P.06 世界のビジョンからこんにちは!
- P.07 当中間期の経営成果
- P.08 主な経営指標
- P.09 トピックス、会社概要
- P.10 株式の状況など

公益社団法人 発明協会  
第39回 未来の科学の夢絵画展

幼稚園・保育園の部 発明協会会長賞

### 『ママの怒りメーター 操縦ハンドル』

山鹿市立山鹿幼稚園(熊本県)  
佐藤 暁乃介くん



# 経営理念は「愛」 社是は「愛を生むは愛のみ」

代表取締役社長

山下 茂



## Pigeon Way

### Pigeon Wayとは

Pigeon Wayは、私たちの“心”と“行動”の拠り所であり、すべての活動の基本となる考え方です。



### ■ 経営理念

—強く信じる経営の根本の考え

「愛」

### ■ 社是

—経営理念を端的に表現したもので、各人が仕事をする際にいつも大切にし、同時に振り返るためのもの

「愛を生むは愛のみ」

### ■ ビジョン

—目指す理想の状態、到達したい姿

世界中の赤ちゃんにご家族に最も信頼される育児用品メーカー  
“Global Number One”

### ■ 使命

—どのような形で社会に貢献するのか、また、何のために働くのかを約束するもの

「愛」を製品やサービスの形にして提供することによって、  
世界中の赤ちゃんにご家族に喜び、幸せ、そして感動をもたらすこと

### ■ 基本となる価値観

—社員一人ひとりが大切にすること

- 誠実 (Integrity)
- コミュニケーション・納得・信頼 (Communication, Consent, Trust)
- 熱意 (Passion)

### ■ 行動原則

—我々のすべての行動のベースとなり、ガイドとなるもの

- 迅速さ (Agility)
- 瞳の中にはいつも消費者 (Keep sight of consumers)
- 強い個人によるグローバルコラボレーション (Global collaboration among competent individuals)
- 主体性と論理的な仕事の仕方 (Leadership and logical working style)
- 積極的な改善・改革志向 (Willingness to change)

Q. 第6次中期経営計画が始動して最初の半年が終わりました。当中間期を振り返って、どのように評価していますか。

A. 第6次中期経営計画(2018年1月期～2020年1月期)初年度の当中間期は、国内ベビー・ママ事業、中国事業、海外事業それぞれが好調に推移し、大変良いスタートを切ったと思っています。売上高は前年同期比5.9%増の490億円、営業利益は同19.5%増の92億円と、上半期の業績としては7年連続で過去最高益を更新しました。また、想定を上回る業績結果を受け、2018年1月期の通期業績予想を、売上高1,012億円、営業利益187億円、親会社株主に帰属する当期純利益130億円と、上方修正いたしました。これまでも事業そのものは順調に推移してきていますが、国内ベビー・ママ事業、中国事業、海外事業は、それぞれの事業にこれまでであった課題を着実に克服し、事業基盤そのものが強化されてきていると実感しています。

国内ベビー・ママ事業では、これまで注力してきたベビーカーが、競合との競争が激化する中で、本年6月の新製品投入効果もあり、販売を伸ばしています。国内での中長期にわたる成長を見据えたこうした戦略的な新商品が着実に育ってきたことに、手ごたえを感じています。訪日客のインバウンド消費も、当社商品においては今も根強い需要に

支えられており、これまで哺乳器を中心としていた需要が、ベビーローションなどのスキンケアや他の消耗品にまで広がりを見せ始めています。

海外事業では、ランシノ・ブランドで母乳関連商品を販売する米国において、これまでの小売チャネルに加え、新たに耐久性医療機器(DME)という高収益の販売チャネルも加わり、電動さく乳器を中心に順調に売上を伸ばしました。こうした順調な販売数量の伸びにより、本年稼働したトルコ新工場の稼働率向上、生産コストの低下などでさらなる好循環が起きています。一方、欧州においても、母乳関連商品だけでなく、特にドイツなどでは、病院関係者からの推奨を受けるべく活動を強化し、哺乳器・乳首も売上を伸ばしました。

中国では、市場全体でのEコマース(電子商取引)の高まりを背景に、直取引のEコマース販売を強化するなど、これまで講じてきた施策が順調に進み、さらなる成長局面に入ったと見ています。また、昨年4月からランシノ・ブランドでの中国展開も始めています(ランシノ上海による中国での業績は「海外事業」に含まれる)が、こちらも当初の予想を超えたペースで売上を拡大しました。

## Q. ランシノ上海の中国市場参入は、既存のピジョン・ブランドにとって脅威にはなりませんか?

**A** 一つの市場に複数の自社ブランドを展開することで生じうるカニバリゼーション(自社商品によるシェアの共食い現象)は、ほとんどないというのが、今の実感です。当初は、ランシノ・ブランドとピジョン・ブランドを地域的に棲み分けて展開する戦略を考えていました。しかし、中国のように、市場規模も大きく、消費者の考え方・嗜好も多様な国では、ピジョンとランシノの両ブランドが両立するのではないかと考えから、昨年4月、ランシノ上海を設立し、ランシノ・ブランドでの中国展開も始めました。1年以上経過しましたが、見事に両ブランドとも順調に販売を伸ばしています。

ランシノが中国でこのような垂直立ち上げができた背景に

は、欧米で高い認知度のあるランシノ・ブランドが、中国市場参入以前からすでに、欧米ブランド志向の強い中国消費者の間で浸透していたからだだと思います。また、参入直後から売上を急拡大したランシノは、Eコマースチャネルからの参入となっていることもあり、初年度から黒字化を果たし、当中間期だけですでに初年度の売上規模を達成しており、今後もピジョン商品同様、飛躍的に売上を拡大していけると確信しています。

## Q. 今後の戦略・課題などを聞かせてください。

**A** 第6次中計では、「ピジョンは伸びしろがまだまだ大きい」ということを大前提に、第7次中計以降にピジョンがトップライン(売上高)で二けた成長を続けていくための「土台作り」の期間だと位置づけています。

成長をけん引する海外での今後の展開について、米国を例に挙げてお話ししましょう。米国では、小児科学会からの推奨もあって母乳育児が全面的に推進されており、保険適用(オバマケア)対象にもなるさく乳器市場は、引き続き追い風トレンドで推移していくと見ています。母乳育児支援企業としては、すでに広く認知されているランシノですが、その一方で、哺乳器・乳首といった商品では、ランシノの米国内シェアは1%にも満たず、ほぼ真っ白なキャンバスが残っている市場です。哺乳器・乳首のブランドとしてもランシノ・ブランドを高めていくには、日本や中国市場で成功したモデルである、病産院での販促活動、すなわち、病院関係者から推奨していただけるような取り組みを強化していく必要があります。ピジョングループの強みは、小さく生まれた赤ちゃんや、母乳を吸う力の弱い赤ちゃんといった、特にNICU(新生児集中治療管理室)向けの商品を提供してきた実績とノウハウがあることです。こうした強みを活かし、「哺乳器・乳首のランシノ」としてもブランドが確立できるよう注力していきます。

また、商品では、重点6カテゴリを決め、それら商品の開発、展開を進めていますが、IoT(Internet of Things:モノのインターネット)を使った商品の開発・展開についても検討してい

ます。こうしたIoTを使った商品、さらには、第6次中計の中で重点カテゴリの一つに挙げた電気製品(電気消毒器、哺乳器ウォーマーなど)の商品については、その開発において、M&Aも含め、幅広く業務提携の可能性を模索していきます。

## Q. 株主の皆様へメッセージをお願いします。

**A** 当中間期の株主の皆様への配当は、当中間期の連結業績等を勘案し、直近の配当予想金額を上方修正し、前年同期末比6円増の1株当たり31円とさせていただきます。また期末配当金につきましても、直近の配当予想金額を上方修正し、同31円に修正しています。

おかげさまでこれまでピジョンは、国内外において着実に成長を続けてきました。国内だけを見れば少子化が叫ばれて久しいものの、海外に目を向ければ、毎年1億3500万人の新生児が誕生しており、そこには当社にとって非常に大きな成長ポテンシャルが広がっています。第6次中計(2018年1月期~2020年1月期)は、始まったばかりでまだその6分の1が終わっただけにすぎません。この3年間では、重点商品に対する経営資源の優先的な投入と戦略的な投資を推し進め、第7次中計以降に向けた「土台作り」を強力に進めてまいります。株主の皆様におかれましては、当社のビジョンと理念をご理解いただき、社会の中で「なくてはならない会社」として、ピジョンが「世界中の赤ちゃんにご家族に最も信頼される育児用品メーカー“Global Number One”」の実現に向けて成長を続ける姿を皆様に安心してご覧いただけますよう、これからも精一杯邁進してまいりますので、今後とも変わらぬご支援を賜りますよう、よろしくごお願い申し上げます。

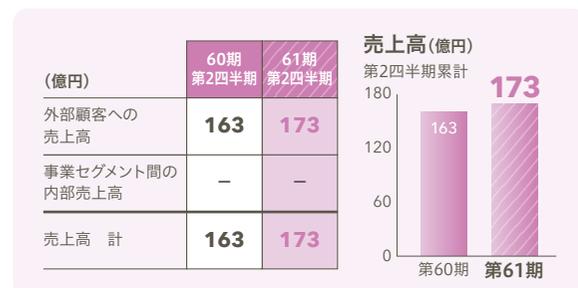
## 国内ベビー・ママ事業



- 哺乳関連用品
- 離乳関連用品
- スキンケア用品
- 女性ケア用品
- その他ベビー、ママ関連用品
- ベビー大型用品

### ● 事業環境と当社の強み

2016年の日本における出生数は97.6万人(厚生労働省「平成28年人口動態統計月報年計(概数)の概況」)と、2015年の100.5万人から2.8万人減少しました。そのような中、半世紀にわたる哺乳研究や乳幼児発達研究を基に、赤ちゃんの成長過程を深く掘り下げ、育児の“お困りごと”を見出すことから開発した多数の高品質な商品を生み出してきたところに、ピジョンブランドの優位性があります。ピジョンブランドは、業界でのリーディング・カンパニー、そして極めて強いリーディング・ブランドとして広く認知されています。さらに、今後はベビーカーを中心とした大型商品にも注力し事業を拡大していきます。



## 子育て支援事業



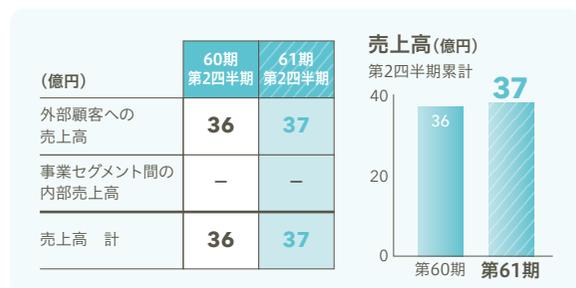
- 保育サービス
- 事業所内保育運営受託
- 託児
- イベント保育サービス
- 幼児教育サービス

### ● 事業環境と当社の強み

子どもは欲しいが働き続けたい、育児をしながら復職したいという女性は増加しており、当社への期待、果たす役割も大きく、子育て支援事業の展開には追い風が吹いています。

育児用品で培った「安全・安心・信頼」のピジョンブランドのもと、「子どもの育ちを第一に」との考えに沿って本事業を推進し、国内トップクラスの事業規模と質の高いサービス提供により、皆様から信頼を得ています。

今後も、人材育成システムの充実、サービス内容の拡充を進め、保育品質のさらなる向上を図ります。



## ヘルスケア・介護事業



- 介護用品
- 老化予防用品
- 介護支援サービス

### ● 事業環境と当社の強み

総人口が減少する中で急速に高齢化も進み、団塊の世代(1947年から1949年に生まれた世代)が65才以上となった2015年には、高齢者人口は3,384万人(総務省統計局)、総人口に占める高齢者の割合を示す高齢化率は26.7%と、4人に1人が高齢者という時代になりました。増え続ける介護給付費用に対し、国の介護制度も、2015年を機に、介護保険の自己負担の増加や特別養護老人ホームへの入居条件の引き上げなど、介護の形態を施設から在宅介護へとする方針の具現化が進みました。これらを背景に、市場規模は着実に拡大しており、当社は引き続き、競争優位性のある新商品投入や介護サービスの品質向上などの施策を徹底していきます。



## 海外事業

○ベビー、ママ関連用品

### 展開エリア

**北米** …アメリカ、カナダ 他  
**欧州** …イギリス、ドイツ、ベルギー 他  
**中近東**…アラブ首長国連邦、トルコ 他  
**アジア**…シンガポール、インド  
 中国(ランシノ上海) 他  
**その他**…南アフリカ、南米 他

### ● 事業環境と当社の強み

海外事業については、展開エリアとして、北米(アメリカ・カナダ他)、欧州(イギリス・ドイツ他)、中近東(アラブ首長国連邦・トルコ他)、アジア(シンガポール・インド他)、その他(南アフリカ・南米他)となっています。米国の出生数は、経済先進国の中では比較的安定した水準にあり、ピジョンは、米国および欧州への営業展開の基盤として、2004年4月に米国ヴァージニア州に拠点を持つLANSINOH LABORATORIES, INC. (「ランシノ社」)を100%グループ会社化し、イギリス・ドイツ等欧州への事業拡大を進めています。また、2014年1月から哺乳器の本格的な販売を開始するなど、商品カテゴリの拡充を図りながら、ブランド強化を進めています。一方、アジアではランシノ社による中国での販売も好調に推移しました。また、タイの生産拠点の拡充に続き、インドでの流通体制の構築や販売店舗の拡大を推し進め、さらに2015年5月には、哺乳器・乳首のインド生産工場からの出荷も開始し、さらなる収益改善を目指しています。今後は、欧米での事業拡大が進んだランシノ社による販売を強化するとともに、新興国での展開もさらに進めていきます。



(億円)	60期 第2四半期	61期 第2四半期
外部顧客への売上高	84	87
事業セグメント間の内部売上高	26	32
売上高 計	110	120



## 中国事業

○ベビー、ママ関連用品

### 展開エリア

中国、韓国、台湾、香港、フィリピン、ロシア 他

### ● 事業環境と当社の強み

ピジョンは、2017年に中国市場への本格的参入15周年を迎えました。年間出生数が1,500万~1,700万人で日本の14~16倍といわれている巨大市場の中で、いわゆる「新富裕層」と呼ばれる世帯を主要ターゲットに、哺乳器・乳首、トイレットリー、高級スキンケア商品を中心に新しいライフスタイルの提案を実施しています。また、現地に根づいているパートナー企業の販売網を通じてピジョンブランドの認知・浸透を図ってきたことで、ピジョン商品の品質とブランドは極めて高い評価を得ています。中国ではすでに500種類以上の商品を市場に展開しており、沿岸主要都市部では新富裕層の増加による高級志向の需要に応じて、さらに高価格帯の商品を提供しています。ここへきて経済成長率の鈍化は見られるものの、これまで非常に速いスピードで経済成長を続けてきた中国市場において、高品質と安定した価格による対面販売の徹底に加え、消費者のEコマースへの購買シフト対応にも力を入れることでさらなる事業拡大を進めていきます。



(億円)	60期 第2四半期	61期 第2四半期
外部顧客への売上高	136	150
事業セグメント間の内部売上高	1	1
売上高 計	137	151



※数値は、原則として各欄ごとに単位未満を切り捨てています。



ところ変われば育児も変わる。

世界各国の育児事情 vol.7

# China



## ■ 2016年「一人っ子政策」が廃止に

1979年に始まった「一人っ子政策」の撤廃が2015年10月に発表された中国。この影響や受け止め方は、各世代でさまざまなようです。日本でも「バブル世代」「ゆとり世代」などの呼称で世代間ギャップを説明しますが、中国では、チーリンホウ「七〇后」「パーリンホウ八〇后」「ジウリンホウ九〇后」と西暦何年に生まれた世代かで呼称が違います。「八〇后」は一人っ子政策実施後第一世代で、両親や祖父母からの愛情を一身に受けて育ったことから、「小皇帝」とも呼ばれていますが、その「八〇后」(とりわけ「八五后」)、そして「九〇后」が今、結婚適齢期を迎え、現代の中国の新しいファミリーを形成しています。

さて「一人っ子政策」廃止後、出生数は着実に増えていますが、実際に「第二子」を出産した世代に、実は「七〇后」も相当数います。自分自身は兄弟姉妹のある家庭で育ったのが大半の「七〇后」。「多子多福(子どもが多ければ多いほど福が多い)」という中国の伝統思想も大きく影響しているのかもしれませんが。

## ■ 祖父母依存の「八〇后」と、独立志向の「九〇后」!?

以前、本コーナーで、中国ではワーキング・マザーが当たり前!とご紹介しました\*。そのワーキング・マザーの育児の実態は、保育園の普及が充分でない分、祖父母からのサポートに頼る部分が多いことが一般的のようです。そうしたこともあり、「八〇后」のパパ・ママたちにとって、祖父母との同居を理想的と考える層も比較的多くいるようです。

その一方で、「九〇后」は、核家族化を志向する傾向がより強くなっています。「九〇后」が物心のついた2000年代には、パソコンや薄型テレビ、携帯電話などが中国で爆発的に普及しており、「九〇后」のライフスタイルに、インターネットやSNSの存在は欠かせません。そのような時代に育った「九〇后」は、伝統よりも、現代的な専門知識に重きを置く傾向があります。育児に関する疑問や課題に直面しても、祖父母に意見を仰ぐ前に、自分でネットから解決方法を取得してそれに従うのでしょう。

\*世界各国の育児事情 vol.1(第58期中間報告書)を指しています。

## 世界のピジョンからこんにちは！

### PIGEON (SHANGHAI) CO., LTD.



ピジョン 上海

- 設立 ----- 2002年
- 代表取締役社長 ----- 矢野 亮
- 所在地 ----- 中国・上海
- 資本構成 ----- ピジョン100%
- 事業内容 ----- ベビー用品、妊産婦用品の販売
- 従業員数 ----- 197名  
(2017年7月現在)



ピジョン上海の役員、従業員

### ■ 伸びしろの大きい中国ベビー・育児用品市場で、さらなる成長を続けていきます。

中国全土への育児用品の販売を目的に2002年に設立されてから15年。PIGEON (SHANGHAI) CO., LTD.(ピジョン上海)は、絶え間ない社員の努力とさまざまなステークホルダーからのご支持のもと、今では売上規模が国内ベビー・ママ事業に並ぶ、ピジョングループの大きな柱となりました。2015年からは中国に加えて、ロシア、香港、台湾、フィリピン、ミャンマー、モンゴルなどの新興国への販売管理も統括し、現地生産・販売体制に基づく内製化を推し進め、収益面でも高いパフォーマンスを発揮し続けています。

2015年10月末に、長年続いた「一人っ子政策」の廃止が発表された中国では、翌2016年の出生数が前年比約8%増の1,786万人に達しており、2017年の中国ベビー・育児用品市場規模はさらに拡大すると予測されるなど、ピジョングループにとって中国が今後も最も有望な市場であることは変わりません。また近年、中国ベビー・育児用品市場においては、「八五后(1985年以降の生まれ)」「九〇后(1990年以降の生まれ)」と呼ばれる若年層の消費者が増加しており、その購買活動は過去のものとはずいぶん異なってきていま

す。こうした環境変化に対応すべく、ピジョン上海では、若年層にご共感いただける新商品を開発するとともに、育児における新たな感動の提供を意図する新スローガン「感受新感動(新たな感動を心で感じ取る)」をもとに販売戦略・広報宣伝活動を行っています。

また、ピジョン上海は、2009年以降毎年1校ずつ中国内陸部に「貝親(ピジョン)希望小学校」を設立しているほか、口唇口蓋裂児や早産児に向けた支援、「北京春苗児童救助基金会」(北京春苗孤児支援基金会)への哺乳器・紙おむつなどの商品・資金援助を続けるなど、CSR活動にも積極的に取り組んでいます。今後も、「安心・安全」の高品質ブランドとして、中国消費者からの信頼にお応えしながら、飛躍的拡大が見込めるこの巨大市場で、事業成長を続けていきます。



ピジョン上海が入居するビル



代表取締役社長  
矢野 亮

## 当中間期の経営成果

売上高は、日本、中国、北米を中心に販売実績が好調に推移したことにより、490億48百万円（前年同期比5.9%増）となりました。利益面では、売上原価率が前年同期比で約1.9ポイント改善したことなどにより、営業利益は92億96百万円（同19.5%増）、経常利益は93億80百万円（同22.3%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益は64億93百万円（同17.1%増）となりました。

なお当中間期より、これまで調整額に含めていた配賦不能営業費用の中の研究・開発部門に関わる費用を各報告セグメントのセグメント利益に計上しています。以下の前年同期比較については、前年同期の数値を変更後の算定方法に基づき算定した数値を用いて比較しています。

### 国内ベビー・ママ事業

売上高は173億2百万円（前年同期比5.7%増）となりました。セグメント利益は、増収にともなう生産拠点の稼働向上により、30億58百万円（同22.2%増）となりました。訪日外国人等によるインバウンド需要がさらに拡大するとともに、新商品として、2017年6月にシングルタイヤを搭載したベビーカー「Runfee（ランフィ）」をリニューアル発売、また同月にシングルタイヤ搭載B形ベビーカー「Bingle（ビングル）」を発売し、順調に売上を拡大しています。

また、ダイレクト・コミュニケーションの一環であるイベントとして、出産前の方を対象とした「おっぱいカレッジ」、母子に寄り添う子育て中の母乳育児をテーマとした医療従事者向けのピジョンセミナーなどを、当中間期に19回開催し、合計で約1,600名の方にご参加いただきました。妊娠・出産・育児シーンの女性を応援するサイト「ピジョンインフォ」においても、商品情報の更新等、さらにお客様にお使いいただきやすくなるよう、改善を進めています。

### 子育て支援事業

売上高は37億59百万円（前年同期比2.9%増）、セグメント利益は81百万円（同1.5%増）となりました。事業所内保育施設は3箇所の新規受託を開始し、サービス内容の質的向上を図りながら運営を行っています。

### ヘルスケア・介護事業

小売店頭での競争激化により、主力商品であるおしりふき、からだふき、スキンケア商品等の不振が影響し、売上高は34億46百万円（前年同期比2.6%減）、セグメント利益は2億44百万円（同12.2%減）となりました。小売店および介護施設へのさらなる営業活動の強化、介護サービスの品質向上などの施策実行を徹底していきます。

### 海外事業

売上高は、120億43百万円（前年同期比8.7%増）、セグメント利益は29億26百万円（同24.7%増）となりました。連結子会社LANSINOH LABORATORIES, INC.を中心に事業を展開する北米・欧州においては、主力である乳首クリーム、さく乳器やミルクバッグ等の授乳関連用品が順調に売上を拡大しています。北米では、新たな販売ルートにて展開しているさく乳器の販売も好調に推移しており、本年1月に稼働を開始したトルコ工場での稼働率も向上しています。また、昨年より進めているEコマースを中心とした中国（LANSINOH LABORATORIES SHANGHAI）での販売も好調に推移しており、さらなる事業拡大に向けた取り組みも進めています。

### 中国事業

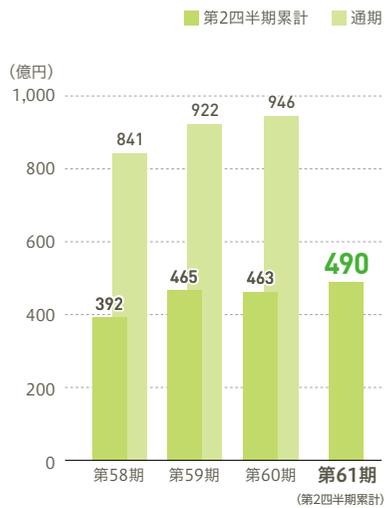
Eコマースを中心に主力商品の哺乳器・乳首の販売が好調に推移し、売上高は151億98百万円（前年同期比10.6%増）、セグメント利益は44億14百万円（同16.8%増）となりました。本年5月にディズニーのデザインを施した哺乳器、カップやおしゃぶり等を新発売し、順調に売上を拡大しています。また、ますます拡大するEコマースへの取り組み強化を引き続き行うとともに、SNSを活用した消費者との直接的なコミュニケーションの活性化、また店頭販促や病産院活動等のオフライン活動の強化も引き続き実施し、お客様との接点を増やし、事業拡大に向けた取り組みも進めていきます。

### その他

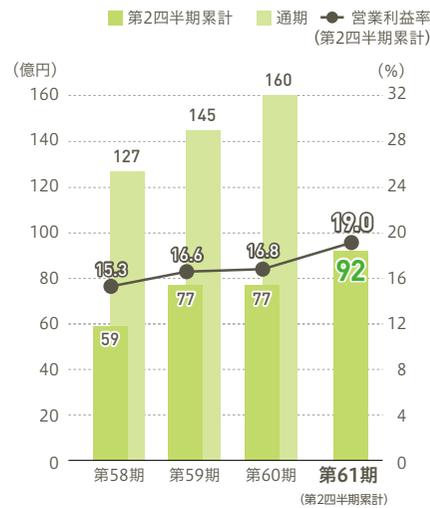
売上高は6億53百万円（前年同期比0.9%増）、セグメント利益は65百万円（同22.6%減）となりました。

# 主な経営指標

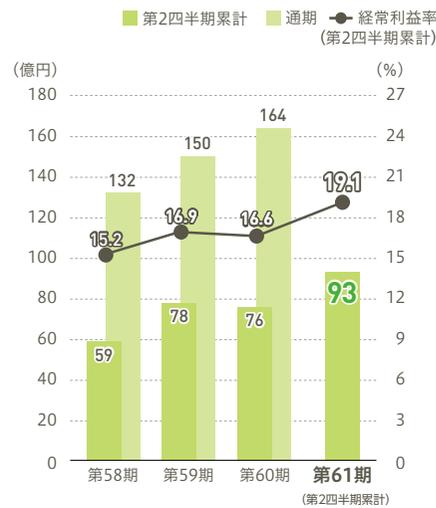
## 売上高



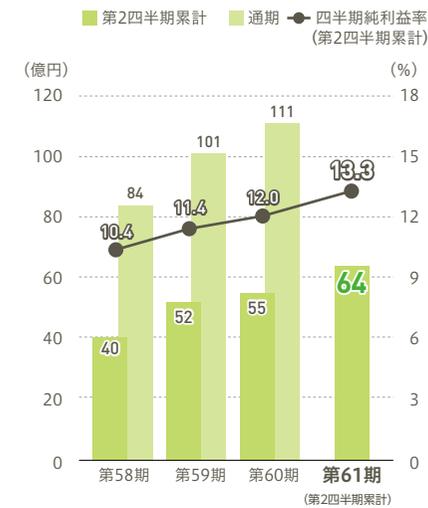
## 営業利益 / 営業利益率



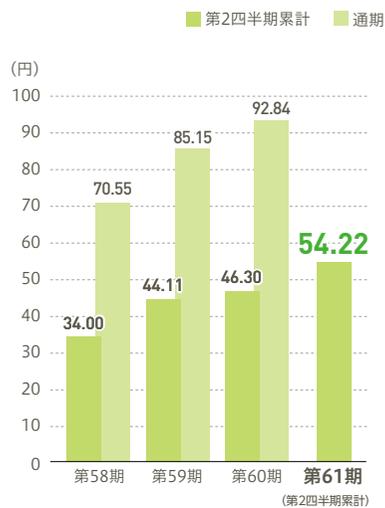
## 経常利益 / 経常利益率



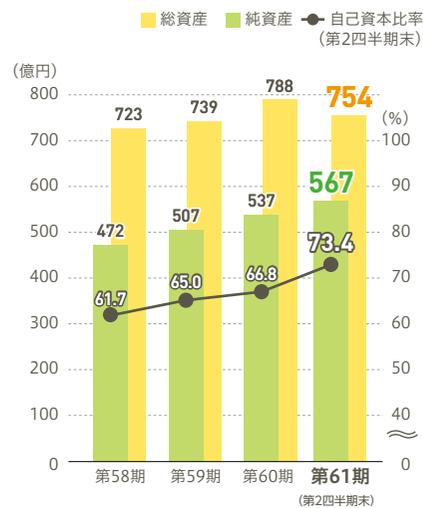
## 親会社株主に帰属する四半期(当期)純利益 / 四半期純利益率



## EPS(1株当たり四半期(当期)純利益)



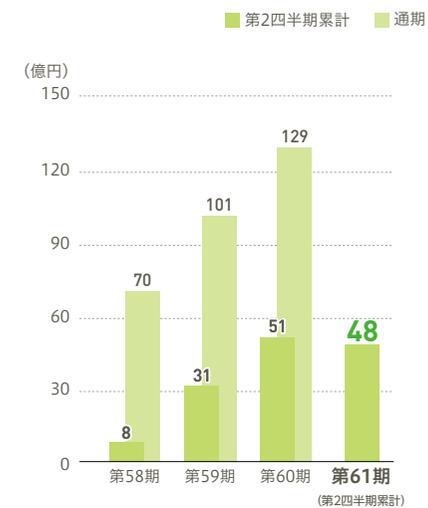
## 総資産 / 純資産 / 自己資本比率



## 配当 / 配当性向



## フリー・キャッシュ・フロー※



※当社は2015年5月1日を効力発生日として普通株式1株につき3株の割分で株式分割を行っております。  
1株当たり四半期(当期)純利益、および配当につきましては、当該株式分割後の株式数により算出しております。

※営業キャッシュ・フロー-投資キャッシュ・フロー  
=フリー・キャッシュ・フロー

# トピックス

## 中国にてDisneyシリーズ新商品発表会を開催

2017年5月、ピジョン上海は、中国・上海ディズニーリゾートにおいて、Disneyシリーズ新商品発表会を開催しました。当日の発表会では、ウォルト・ディズニー社の経営陣や、70社を超える代理店・お客様、メディア関係者の方々にお集まりいただき、ミッキーマウスをはじめとするディズニーの人気キャラクターがデザインされた哺乳器、マグマグ、おしゃぶりの3カテゴリで計31の新商品をご紹介します。中国のベビー用品市場では、近年、品質と価格に加えファッション性も重視する若年層の消費が拡大しています。本発表会の様子はインターネット上で動画を配信し、視聴回数は約140万回に上っています。

## ベビーカーシングルタイヤストレス実験実施

ピジョンは、ベビーカーにおけるシングルタイヤとダブルタイヤの操作ストレスについて、慶應義塾大学理工学部と共同で、最新の脳波計測技術「感性アナライザ」を用いた比較実証実験を実施しました。その結果、駅の改札などの狭い場所や曲がり道、タイヤがとられやすいデコボコ道など、日常的に使用されるさまざまな環境下において、シングルタイヤベビーカーのほうが使用時のストレスが少ないことが実証されました。シングルタイヤ搭載の当社ベビーカー「Runfee(ランフィ)」シリーズは、その高い操作性から発売以来シェアが急拡大していますが、今回の実験結果を踏まえ、当社は今後もさらに、ママの押しやすさにこだわったシングルタイヤ搭載のベビーカー開発に注力していきます。



## トルコ新工場稼働

2015年10月に建設に着手したトルコの新工場が、2017年1月より稼働を開始しました。本工場は、2010年にトルコに設立した連結子会社 LANSINOH LABORATORIES MEDICAL DEVICES DESIGN INDUSTRY AND COMMERCE LTD. CO.が、これまでの生産品目であるさく乳器に加え、新たに哺乳器・乳首の生産を開始するために、トルコ国内の自由貿易地区に移転・拡充したものです。すでにご好評いただいているさく乳器に加え、ピジョングループの基幹商品である哺乳器・乳首を北米・欧州およびトルコ市場向けに販売を強化していくことで、主要市場におけるさらなる事業の拡大と収益力の向上を目指します。



## Corporate Profile

### 会社概要 (平成29年7月31日現在)

設立年月日	昭和32年8月15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
資本金	5,199,597千円
従業員数	本社977名 連結3,821名
本社	〒103-8480 東京都中央区日本橋久松町4番4号 TEL 03-3661-4200(代表)

### 役員 (平成29年4月27日現在)

取締役最高顧問	仲田 洋一
代表取締役会長兼取締役会議長	大越 昭夫
代表取締役社長	山下 茂
取締役副社長 (中国事業本部長兼海外事業本部長)	北澤 憲政
取締役専務執行役員 (経営企画本部長兼 経理財務本部長兼 人事総務本部長兼監査室担当)	赤松 栄治
取締役常務執行役員 (お客様コミュニケーション本部長兼 開発本部長兼品質管理本部長兼 ロジスティクス本部長)	板倉 正
取締役上席執行役員 (ヘルスケア・介護事業本部長兼 ピジョンタピラ(株)代表取締役社長兼 国内ベビー・ママ事業本部長兼 子育て支援事業本部長)	倉知 康典
取締役上席執行役員 (LANSINOH LABORATORIES, INC. ... Kevin Vyse-Peacock 代表取締役社長)	Kevin Vyse-Peacock
取締役 (社外)	新田 孝之
取締役 (社外)	鳩山 玲人
常勤監査役	甘利 和久
常勤監査役	岩本 忍
監査役 (社外)	西山 茂
監査役 (社外)	出澤 秀二
上級執行役員 (国内ベビー・ママ事業本部長)	橋本 伸行
上級執行役員 (海外事業本部長兼 PIGEON SINGAPORE PTE. LTD. 代表取締役社長)	仲田 祐介
執行役員 (お客様コミュニケーション本部長)	小原 裕子
執行役員 (経営企画本部長)	松永 勉
執行役員 (経理財務本部長)	牧 裕康
執行役員 (人事総務本部長)	浦狩 高年
執行役員 (開発本部長)	笠原 かほる
執行役員 (品質管理本部長)	田島 和幸
執行役員 (子育て支援事業本部長兼 ピジョンハーツ(株)代表取締役社長)	鶴 孝則
執行役員 (ロジスティクス本部長)	西本 浩
執行役員 (ピジョンタピラ(株)専務取締役)	石上 光志
執行役員 (PIGEON MANUFACTURING (SHANGHAI) CO., LTD. 代表取締役社長)	賀来 健
執行役員 (LANSINOH LABORATORIES, INC. 取締役)	松島 浩司

## 主要事業所 (平成29年7月31日現在)

事業所 茨城県稲敷郡阿見町

物流センター 茨城県常陸太田市  
兵庫県神崎郡神河町

研究所 茨城県つくばみらい市

営業拠点 札幌・仙台・東京・名古屋・大阪・広島・福岡

### 次の20社を連結の対象にしています。

- ビジョンホームプロダクツ(株)
- ビジョンハーツ(株)
- PHP兵庫(株)
- PHP茨城(株)
- ビジョンタヒラ(株)
- ビジョン真中(株)
- PIGEON SINGAPORE PTE. LTD.
- PIGEON MALAYSIA (TRADING) SDN. BHD.
- PIGEON (SHANGHAI) CO., LTD.
- PIGEON MANUFACTURING (SHANGHAI) CO., LTD.
- PIGEON INDUSTRIES (CHANGZHOU) CO., LTD.
- LANSINOH LABORATORIES, INC.
- LANSINOH LABORATORIES MEDICAL DEVICES DESIGN INDUSTRY AND COMMERCE LTD. CO.
- LANSINOH LABORATÓRIOS DO BRASIL LTDA.
- LANSINOH LABORATORIES BENELUX
- LANSINOH LABORATORIES SHANGHAI
- DOUBLEHEART CO. LTD.
- PIGEON INDIA PVT. LTD.
- PIGEON INDUSTRIES (THAILAND) CO., LTD.
- THAI PIGEON CO., LTD.

### 次の1社について持分法を適用しています。

- P.T. PIGEON INDONESIA

## 株式の状況 (平成29年7月31日現在)

発行可能株式総数 360,000,000株

発行済株式の総数 121,653,486株

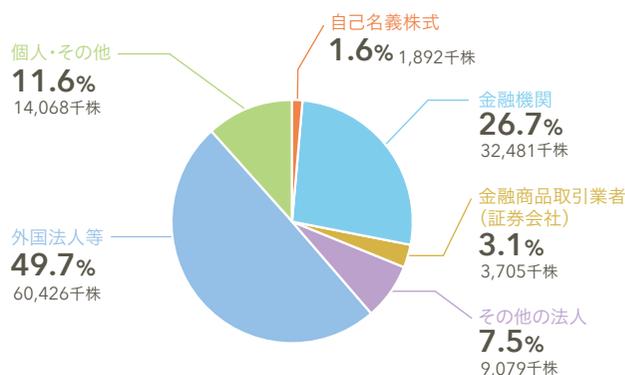
株主数 12,063名

自己株式 1,892,309株

大株主(上位10名)	持株数 (千株)	持株比率 (%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	6,090	5.1
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	5,538	4.6
野村信託銀行株式会社(信託口)	3,792	3.2
JP MORGAN CHASE BANK 385164	3,300	2.8
BBH FOR MATTHEWS ASIA DIVIDEND FUND	3,077	2.6
仲田 洋一	3,038	2.5
ワイ. エヌ株式会社	3,000	2.5
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140044	2,858	2.4
上田八木短資株式会社	2,651	2.2
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口5)	2,225	1.9

※持株比率は自己株式(1,892,309株)を控除して計算しております。

## 株式分布状況(所有者別:千株)



## 株主メモ

証券コード 7956

事業年度 2月1日から翌年1月31日まで

定時株主総会 毎年4月

期末配当金受領株主確定日 1月31日

中間配当金受領株主確定日 7月31日

株主名簿管理人および特別口座の口座管理機関 東京都千代田区丸の内一丁目4番5号  
三菱UFJ信託銀行株式会社

株主名簿管理人事務取扱場所 東京都千代田区丸の内一丁目4番5号  
三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部

同事務連絡先 (お問合せ先郵便物送付先) 〒137-8081 新東京郵便局私書箱第29号  
三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部  
TEL 0120-232-711  
(通話料無料 平日9:00~17:00)  
ホームページ <http://www.tr.mufg.jp/daikou/>

単元株式数 100株

公告の方法 電子公告 <http://www.pigeon.co.jp/>  
ただし、やむを得ない事由により、電子公告によることができない場合は、日本経済新聞に掲載して行います。

## ご案内

### 株式に関する住所変更等のお問合せおよびお届出について

株主様の住所変更、買取請求その他各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問合せください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。

### 特別口座について

特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問合せください。なお、三菱UFJ信託銀行各支店でもお取り扱いいたします。

### 未受領の配当金について

未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行各支店でお支払いいたします。

インターネットホームページでもIR情報を掲載しています。

ビジョントップページ <http://www.pigeon.co.jp/>

IR情報トップページ <http://www.pigeon.co.jp/ir/index.html>

## 新商品のご紹介

### ベビーカー「Bingle(ビングル)」 新発売

2017年6月、軽量B形ベビーカー「Bingle(ビングル)」を全国で新発売。「お出かけを遊びつくそう」をコンセプトに、3.6kgと片手で持てるうれしい軽量・コンパクト設計の「Bingle」には、クイックと動かせ、スイスイ進み、小回りが利くピジョンならではの「シングルタイヤ」も搭載。赤ちゃんを抱っこしながら、ワンタッチで折りたたむことができ、階段の上り下りもラクにできます。



### 「ベビーミルクローション うるおいプラス」新発売

乾燥する時期でもしっとりうるおう高保湿ローション「ベビーミルクローション うるおいプラス」を2017年8月に全国で発売開始。固形油を多く使用したピジョン独自の処方では保湿成分「シアバター」を配合し、皮膚が薄く皮脂も少なく「保湿」が欠かせない赤ちゃんのお肌に、うるおいとしっとり感を持続させます。「弱酸性」「無香料」「無着色」「パラベンフリー」で生後0カ月の新生児からお使いいただけます。



### 「ママとしっかり仕上げみがきセット」 「タブレットUキシリトール+フッ素」新発売

2017年8月、「乳歯ブラシ」と「仕上げ専用歯ブラシ」がセットになった「ママとしっかり仕上げみがきセット」と、食物由来のフッ素をプラスした「タブレットUキシリトール+フッ素」（りんごミックス味、ぶどうミックス味）を新発売。「親子で乳歯ケアシリーズ」を全面リニューアルしました。また、乳歯ケアの基本的な知識や必要なグッズを紹介する専用ウェブコンテンツもオープン。歯の生えはじめた頃の早期からの乳歯ケアとそれを継続する毎日の歯みがき習慣を応援します。



コーポレートサイトもご覧ください。

業績、財務、株式情報等を拡充し、さらに見やすくなったサイトをぜひご利用ください。



<http://www.pigeon.co.jp/>

### 表紙の絵について

当社は、未来の科学の夢絵画展「幼稚園・保育園の部」の発明協会会長賞ならびに優秀賞を受賞された幼稚園・保育園に対して、当社創業者の故仲田祐一が幼児の創造性育成のために公益社団法人発明協会へ寄贈した基金により「仲田祐一奨励金」を毎年協会を通して贈呈しております。表紙の絵は同協会のご協力を得て掲載しているものです。

『ママの怒りメーター操縦ハンドル』 山鹿市立山鹿幼稚園(熊本県) 佐藤 暁乃介くん  
メーターで「怒る」、「イライラ」、「悲しい」がわかります。僕がハンドルを上にとると、ポーっとゆっくりでき、左は優しく、右はずっとにっこり笑うになります。



この報告書は環境保全のため、環境に優しい植物油インキを使用して印刷するとともに、針金を使わないエコ製本を採用しています。

