

第62期第2四半期 累計期間(中間)報告書

平成30年2月1日～平成30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40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

『アニマル眼鏡』

さつき幼稚園(青森県)
新関 乃英ちゃん



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

折り返し地点を迎えました。

当中間期ならびに中計の前半の取り組みを振り返っての評価を聞かせてください。

A 当中間期は、国内ベビー・ママ事業、中国事業、シンガポール事業、ランシノ事業等がそれぞれ好調に推移し、売上高は前年同期比7.7%増の528億47百万円となりました。当社が「新旧・三種の神器」と呼ぶ6つの重点カテゴリにおいて、中核となる「哺乳器・乳首」が、ビジョンブランドだけでなくランシノ・ブランドで展開する欧米においても着実に売上を伸ばしているほか、高い収益性を有する「スキンケア」カテゴリにおいて、「薬用ローション(ももの葉)」の国内ならびに中国での好調な売れ行きもあって、非常に良い形で事業が進展していると感じています。

第6次中計(2018年1月期～2020年1月期)は、第7次中計以降に、持続的に売上高の二けた成長を実現させるための準備期間と位置づけています。そのため、当中計下での売上CAGR(年平均成長率)は5%程度とする一方で、売上総利益率の改善と積極的な投資に注力しています。売上総利益率の改善は速いペースで進んでおり、当初予定より1年前倒しで目標値(50%)を達成する見込みとなりました。当中間期の売上総利益率は前年同期比で約2.8ポイント上昇の51.2%、営業利益は同17.3%増の109億7百万円、経常利益は同24.5%増の116億79百万

円、親会社株主に帰属する四半期純利益は同24.9%増の81億9百万円と、当中間期も増収増益を続けています。

■ Q. 現在の課題認識を教えてください。

A 商品で見ると、重点カテゴリーの一つである「母乳パッド」や「おしりふき」といった消耗品は、PB商品や現地ローカルブランドによる攻勢を受け、世界的にコモディティ化が進んでいます。当社では、製品付加価値をパッケージ等で訴求しながら、お得な増量品を販売するなど、さまざまな対策を講じています。

また、消費者志向に関しても、「高価格・高付加価値のものが欲しい」とは考えない世代が増えてきています。当社はこれまで、海外展開ではある程度の規模の販売数量が見込める商品は、現地生産に切り替える戦略で事業拡大を図ってきました。しかし今後は、これまでのスタイルにとらわれず、地域特性に応じてアフォーダブルな(受け入れられる)商品を開発・調達するなど、さまざまな顧客ニーズに合わせて展開していきたいと考えます。

長期的に「真のグローバルカンパニー」を目指す上で、しっかりとグループ内でナレッジを共有していくことが重要になります。今、グローバル規模でナレッジ共有が進んでいるのが品質管理部門ですが、今後、販売やマーケティング、お客様相談室などにおいても、しっかりとナレッジを共有できる仕組みを考えていきたいと思えます。

■ Q. 下期以降を考える上で、世界の政治経済情勢など、外部要因によるリスクや成長機会をどう考えていますか。

A 地政学的なリスクに対しては、リスク発生時にどうビジネスを継続できるようにするかという備えが肝心です。例えば、米

中貿易摩擦の悪化懸念に対しては、当社では米国向けのランシノ商品に一部中国製があります。ランシノ商品はタイやトルコの生産拠点での製造がメインですので、大きな影響はありませんが、リスク発生時には既存のリソース内で柔軟に対応していくことも可能です。

また、海外拠点での生産・販売のオペレーションについては、日本人社員が現地になくても、日本からの指示に基づいて忠実に業務を遂行できる人材が育っていますので、その点でも大きな心配はしていません。

トルコリラの下落に関しても、トルコにあるランシノの拠点(以下「LMD」)は、元々USドルでの取り引きを行っているので、通貨下落によるネガティブな影響はほとんどないと見ています。

トルコは政治経済情勢に不安定な部分がありますが、親日国として知られ、産業を見ても、欧州の自動車会社や家電会社の裾野産業が非常に広がっている国です。LMDでも自動車業界での経験を持つスタッフが多く働いており、そうした背景から、LMDでは自動車工場のような画期的な生産管理手法が取り入れられています。またエンジニアの質が高く、ランシノが世界に先駆けて市場投入した、スマートフォン連動の電動さく乳器もLMDでの開発・製造によるものです。ナレッジ共有が「真のグローバルカンパニー」になるためには重要だと述べましたが、LMDの生産ナレッジを、他のピジョングループの生産拠点にも共有していけるようにしたいと考えています。

■ Q. ガバナンス面での進展についても聞かせてください。

A 本年3月の株主総会で、社外取締役に関しては、新田取締役、鳩山取締役に加え、新たに岡田英理香取締役に選任され、社外取締役が3名体制となりました。米国在住期間が日本よりも長い岡田取締役は、日本人ではありませんが外国人の価値観に深い理解をお持ちです。現在、外国籍の取締役はKevin

Vyse-Peacock氏1名ですので、岡田取締役には、女性視点ということに加え、海外目線でも多くご意見をいただけることを期待しています。

ガバナンスのさらなる強化に向けては、取締役の報酬制度や、より効率的な取締役会運営など、まだ検討・改善の余地があります。当社に最も合った方法を独自に考え、ガバナンスのさらなる強化につなげていきたいと思えます。

■ Q. 前期(2018年1月期)末に5000億円台だった時価総額がさらに伸長しています。株主の皆様へ一言、メッセージをお願いします。

A 現在の株価や時価総額についてのコメントは差し控えますが、当社では、企業価値を「社会価値」と「経済価値」の両側面から構成されるものと定義しています。その中で「経済価値」については、「将来にわたって稼ぎ出すフリー・キャッシュ・フローの現在価値の合計」として、フリー・キャッシュ・フローの増大に向けた管理指標を取り入れ、その試算も対外的に開示しています。私は、こうした開示における透明性や、株主・投資家の方々とのコミュニケーションも、企業価値の向上には欠かせない行為だと意識して取り組んでいます。

株主の皆様への中間配当金は、1株当たり34円とさせていただけました。時価総額は10期前(2008年1月末)の346億円に比べ、この10年間で大きく伸長しましたが、今後も安定的な配当と企業価値の向上の両側面から、株主の皆様への還元を充実させていきたいと思えます。私も、対話を通じて、皆様からお知恵を借りながら、経営品質のさらなる向上に努めてまいります。株主の皆様におかれましては、今後も変わらぬご支援を賜りますようよろしく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

2017年の日本における出生数は94万6,065人(厚生労働省「平成29年(2017)人口動態統計(確定数)の概況」と、前年の97万6,978人から3万913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



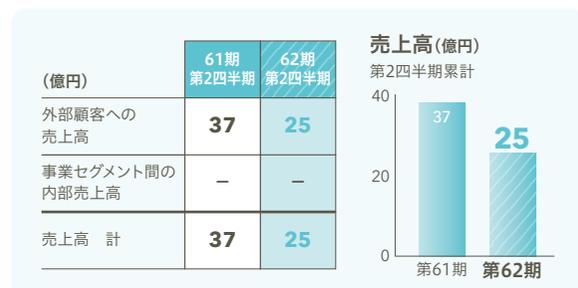
- 保育サービス
- 事業所内保育運営受託
- 託児
- イベント保育サービス
- 幼児教育サービス

● 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。

今後は、事業の効率化、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2016年には、高齢者人口は3,514万人(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27.7%と、4人に1人以上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。



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、2002年の中国市場への本格的参入以来、商圈を沿海部から中国全土へ拡大してきました。年間出生数が1,500万~1,700万人で日本の15~17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、トイレタリー、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)	61期 第2四半期	62期 第2四半期
外部顧客への売上高	150	172
事業セグメント間の内部売上高	0.6	0.7
売上高 計	151	173



シンガポール事業



○ベビー、ママ関連用品

展開エリア

シンガポール、インド、インドネシア、他のASEAN諸国、中近東諸国、オセアニア 他

● 事業環境と当社の強み

世界では毎年1億35百万人の新生児が誕生しており、潜在需要は非常に大きく、大きな成長余力があります。なかでも年間出生数が2,400万人を上回るインド、約420万人のインドネシアはピジョンにとって重点市場と位置づけ、事業の拡大を図っています。インドにおいては、2015年から現地工場で哺乳器・乳首の生産を開始し、他国向けの製造や日本向けの輸出も行っています。さらに、2017年11月には、インドネシアの持分法適用関連会社を連結子会社化するなど、さらなる成長に向けて、新規市場(アフリカ等)への進出も進めていきます。



(億円)	61期 第2四半期	62期 第2四半期
外部顧客への売上高	28	41
事業セグメント間の内部売上高	19	18
売上高 計	47	59



ランシノ事業



○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
その他…中国(ランシノ上海)、トルコ、中南米 他

● 事業環境と当社の強み

ピジョンでは、2004年に子会社化した米 LANSINOH LABORATORIES, INC. (「ランシノ社」)のブランドを軸に、北米ならびにイギリス・ドイツ等欧州への事業拡大を進め、さらに、2016年には、LANSINOH LABORATORIES SHANGHAIを設立、中国での事業拡大も進めています。主力である乳首ケアクリームや母乳パッド、さく乳器や母乳保存バッグ等に加え、2014年からは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。



(億円)	61期 第2四半期	62期 第2四半期
外部顧客への売上高	59	63
事業セグメント間の内部売上高	—	—
売上高 計	59	63



※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.9

Turkey



■ トルコでは、産後すぐに赤ちゃんを見に行くのがマナー！

親日国として知られるトルコ。この国の出産準備は、日本と比べてやや忙しそうです。入院期間も通常、普通分娩なら1日、帝王切開分娩なら2日で退院と、日本に比べてとても短く、おむつ、哺乳びん、ミルク、肌着、洋服といった出産後に赤ちゃんが使用するベビーグッズはすべて、ママが自宅から持参して出産に臨みます。出産すると今度は、病院にも自宅にも、親せきや友人が大勢お祝いに押し寄せます。というのも、トルコでは、出産後すぐに赤ちゃんの誕生祝いに駆けつけるのがマナーなのだとか。産後ママは、さぞ目が回るかと思いますが、パパはもちろん、ママの実母や義母が全面的に産後ママをサポートします。お祝いに来られたお客様も、実母や義母が対応します。

トルコでは、1990年代以降、帝王切開分娩が急増し、2012年には全体の50%前後にまで増えたことから、世界で初めて法律で、理由のない帝王切開分娩を禁止しています。

■ 出産祝いには「ナザール・ボンジュウ」付き金製品

出産祝いには、トルコの伝統的な魔除け「ナザール・ボンジュウ」のついた金細工や金貨がよく贈られます。これは、妬みや呪いのこもった邪悪な視線（ナザール）を撥ね返す、正義の視線を表したものです。お祝いに来られたお客様には、モモやリンゴなどの果物を水や薄い砂糖水で煮て作った飲み物「コンポスト」でおもてなし。「コンポスト」は産後ママの滋養強壮・母乳促進にも効果があるとされる定番ドリンクです。

トルコの赤ちゃんは、2歳を過ぎても母乳を飲む子が多く、日本より卒乳のタイミングは遅めのよう。一方で離乳食には、白チーズ、バター、オリーブオイル、ペクメズ（ブドウのシロップ）など栄養価の高いものが多く使われています。

世界のピジョンからこんにちは！

LANSINOH LABORATORIES MEDICAL DEVICES DESIGN INDUSTRY AND COMMERCE LTD. CO.



- 設立 ----- 2010年
- 取締役社長 ----- Barbaros Karadag
- 所在地 ----- トルコ・エーゲフリーストレードゾーン (Aegean Free Trade Zone)
- 資本構成 ----- LANSINOH LABORATORIES, INC. 100%
- 事業内容 ----- 妊産婦・乳幼児用品の製造
- 従業員数 ----- 126名 (2018年8月現在)



ランシノ(トルコ)の従業員

■ ランシノ・ブランドは、中近東全域で広く認知されています。

2010年にさく乳器の設計・開発・組立工場として誕生した当社は、2016年に現在の自由貿易区域内に拡張移転して、現在では、電動・手動さく乳器と哺乳器・乳首の製造を行っています。また社内にR&Dセンターを設け、トルコを含むグローバル市場向けに新製品開発を行っています。生産した製品の9割弱は欧米等へ輸出されますが、イスタンブールにある販売拠点経由でトルコ国内にも出荷しています。母乳育児を支える安心・安全なベビー・ママ用品の提供を通じて、ピジョングループの社是『愛を生むは愛のみ』を実現することはもちろんのこと、労働安全衛生の改善に向けた取り組みや、さまざまな社内プロジェクトを通じて廃棄物等の削減に取り組むなど、地球環境保護に向けて精力的に取り組んでいます。

ランシノ商品は普及率も高く、トルコのみならず中近東全域で広くブランドが認知されています。トルコは文化的には多様な国ですが、子どもを愛する心という点では皆、同じです。将来的には、年間出生数約120万人のこのトルコ市場で、多くの赤ちゃんにご使用いただける商品の開発も目指していきたいと思います。私は「日々は改善」をモットーにしていますが、ランシノ・ブランドが築いた高い認知度をさらに活かし、商品ラインアップの拡充も検討しながら、トルコならびに中近東市場で成長を続けていきたいと思っています。



取締役社長
Barbaros Karadag

当中間期の経営成果

売上高は、国内ベビー・ママ事業、中国事業、シンガポール事業、ランシノ事業の販売実績が好調に推移したことにより、528億47百万円(前年同期比7.7%増)となりました。利益面においては、売上原価率が前年同期比で約2.8ポイント改善したことなどで、営業利益が109億7百万円(同17.3%増)、経常利益が116億79百万円(同24.5%増)、親会社株主に帰属する四半期純利益が81億9百万円(同24.9%増)となりました。

当中間期より、当社グループの報告セグメントの「海外事業」の名称を変更し、ASEAN・中東諸国を中心にピジョンブランド事業を行う「シンガポール事業」としたうえで、従来、「海外事業」に含まれていた、欧米を中心に展開するランシノ・ブランド事業を「ランシノ事業」として独立させ、計6区分での報告としました。なお、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184億28百万円(前年同期比6.5%増)、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、35億16百万円(同14.9%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、6月にシリコーンでコーティングされた新質感のガラス製哺乳びん「母乳実感®Coating」を発売、またシングルタイヤを搭載したベビーカー「Runfee(ランフィ)」の企業・数量限定品「Runfee Lino'n オーシャンキリム柄」を発売し、順調に売上を拡大しました。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

を当中間期において15回開催し、合計で約1500名の方にご参加いただきました。5月に医療従事者向けのWEBサイトをオープンし、医療従事者との取り組みを強化するとともに、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、商品情報の更新をする等、今後も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25億63百万円(前年同期比31.8%減)、セグメント利益は74百万円(同9.0%減)となりました。2018年3月をもって独立行政法人国立病院機構における院内保育の一括受託契約が終了となりましたが、当中間期においては、事業所内保育施設4箇所の新規受託を開始しており、今後もサービス内容の質的向上を図りながら事業を展開していきます。

ヘルスケア・介護事業

売上高は35億19百万円(前年同期比2.1%増)、セグメント利益は2億40百万円(同1.9%減)となりました。小売店および介護施設への営業活動のさらなる強化、介護サービスの品質向上など施策実行を徹底しています。

中国事業

売上高は、主力商品の哺乳器・乳首の販売が好調に推移し、173億64百万円(前年同期比14.5%増)、セグメント利益は61億83百万円(同20.4%増)となりました。日本で販売が拡大した「薬用ローション(ももの葉)」や「母乳実感®哺乳びんmy Precious」を、中国でも発売し順調に売上を

拡大しています。また、拡大を続けるEコマースへの取り組みを引き続き強化するとともに、SNS(ソーシャル・ネットワークワーキング・サービス)を活用した直接的な消費者とのコミュニケーションの活性化、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て事業拡大に向けた取り組みを進めていきます。

シンガポール事業

売上高は59億15百万円(前年同期比23.3%増)となり、セグメント利益は売上総利益率の改善に加え、販売費及び一般管理費の効果的な使用もあり、14億37百万円(同11.8%増)となりました。インドネシア等のASEAN地域・中東諸国において、哺乳器・乳首を中心に順調に売上を拡大しており、引き続き当社ブランドの市場浸透を目指して積極的な営業・マーケティング活動を展開していきます。

ランシノ事業

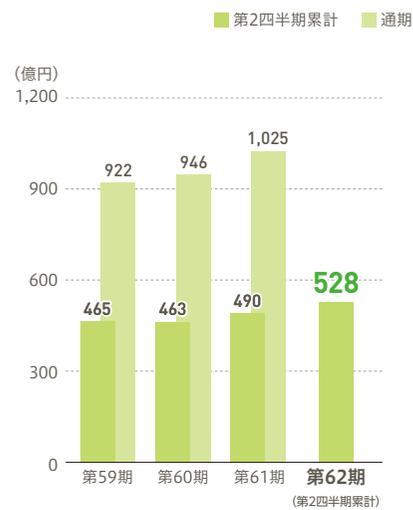
売上高は63億16百万円(前年同期比6.8%増)となり、セグメント利益は10億5百万円(同11.8%増)となりました。北米では、DME(耐久性医療機器)チャネル等を含む新規ルートでのさく乳器等の売上が順調に拡大しました。また、ヨーロッパでの事業拡大に向け、マーケティングの強化、ブランド強化等の取り組みを進めています。

その他

売上高は6億28百万円(前年同期比3.8%減)、セグメント利益は57百万円(同11.6%減)となりました。

主な経営指標

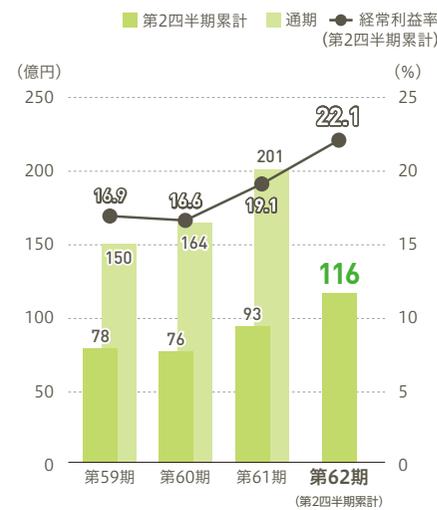
売上高



営業利益 / 営業利益率



経常利益 / 経常利益率



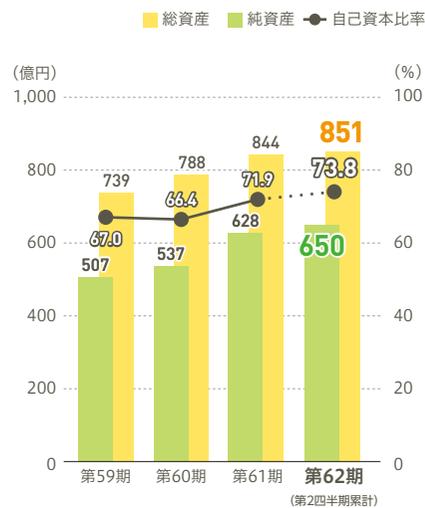
親会社株主に帰属する四半期(当期)純利益 / 四半期純利益率



EPS(1株当たり四半期(当期)純利益)



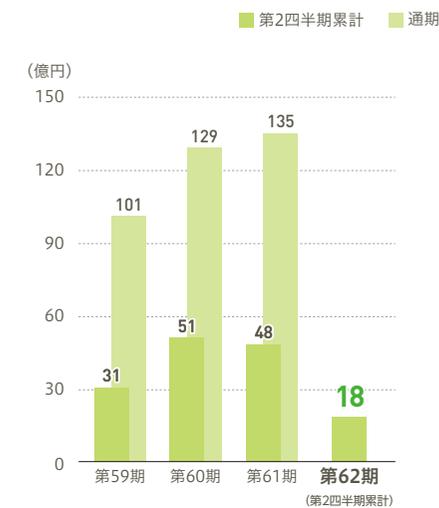
総資産 / 純資産 / 自己資本比率



配当 / 配当性向



フリー・キャッシュ・フロー*



*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

「ピジョン医療従事者向けサイト」を開設

2018年5月、医師、看護師、助産師、保健師、医療事務等の医療従事者向けの情報サイトを新しくオープン。病院・産院向け商品を掲載した「商品情報」や、医療従事者からのQ&Aをまとめた「よくある質問」に加え、便利な「乳首の選び方」、24時間受付可能な「お問い合わせ」窓口などのコンテンツをご用意しました。これまでの病棟訪問や電話対応といった「人」による直接対応に加え情報サイトを開設することで、医療従事者との信頼関係のさらなる深化を目指しています。



<https://ai.pigeon.co.jp/>

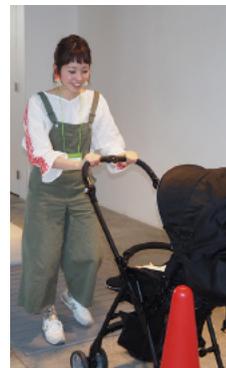
「育児中のママが語る私の母乳育児」座談会開催

2018年7月、産後1～5ヵ月ごろの子育て中のママと、母乳育児に詳しい産婦人科の先生をお迎えし、「育児中のママが語る私の母乳育児」をテーマにした座談会を都内で開催しました。座談会では、ピジョンの母乳育児に関する調査結果を紹介しながら、ママたちの出産前後で異なる母乳育児のイメージと現実、悩みやトラブルなど、意外に知られていない母乳育児の実態についてお話しいただくとともに、産婦人科の先生からのアドバイスもいただきました。ピジョンでは今後も、こうしたママたちの実際の声に耳を傾ける機会を通じて、母乳育児を楽しく続けられるような商品・サービスの開発・提供へとつなげていきます。



新商品「Runfee」記者向け発表会

2018年2月、街中にある段差を乗り越えやすい大型シングルタイヤで市場を席巻したベビーカー「Runfee（ランフィ）」の新商品発表会を開催しました。新商品は、シングルタイヤの前輪の直径が18.0cmとさらに大きく進化し、ママの押す力がよりタイヤに伝わりやすいフレーム構造、手元から押しやすい「グットグリップ」搭載のハンドルなど、さらに改良されています。「Runfee」の走行体験を通じてその押しやすさ・押し心地に多くの記者さんが驚かれ、会場ではたくさんの質問が飛び交いました。



Corporate Profile

会社概要（平成30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362名 連結3,828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30年7月31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 (中国事業本部長兼シンガポール事業本部長兼ランシノ事業本部長兼 PIGEON (SHANGHAI) CO., LTD.代表取締役)	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
取締役常務執行役員 (ヘルスケア・介護事業本部長兼 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 (ランシノ事業本部長兼 LANSINOH LABORATORIES, INC.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
取締役(社外)	岡田 英理香
常勤監査役	甘利 和久
常勤監査役	橋本 伸行
監査役(社外)	西山 茂
監査役(社外)	出澤 秀二
上級執行役員 (シンガポール事業本部長兼 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)	石上 光志
執行役員 (開発本部長)	笠原 かほる
執行役員 (開発本部長)	筒井 克志
執行役員 (品質管理本部長)	田島 和幸
執行役員 (国内ベビー・ママ事業本部長)	浦狩 高年
執行役員 (中国事業本部長兼PIGEON (SHANGHAI) CO., LTD.取締役社長)	矢野 亮
執行役員 (PIGEON MANUFACTURING (SHANGHAI) CO., LTD.代表取締役)	賀来 健
執行役員 (ランシノ事業本部長兼LANSINOH LABORATORIES, INC.取締役)	松島 浩司
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

主要事業所 (平成30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21社を連結の対象にしています。

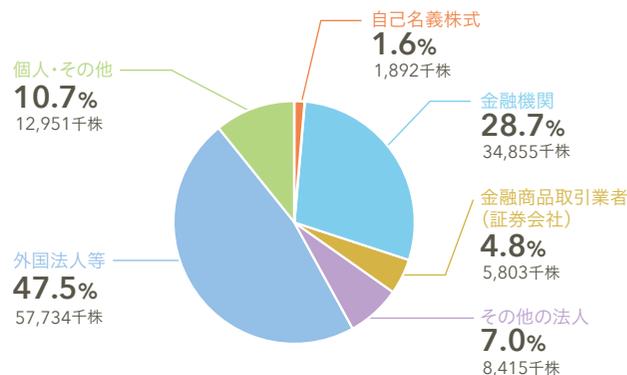
- ビジョンホームプロダクツ(株)
- ビジョンハーツ(株)
- PHP兵庫(株)
- PHP茨城(株)
- ビジョンタヒラ(株)
- ビジョン真中(株)
- PIGEON SINGAPORE PTE. LTD.
- PIGEON MALAYSIA (TRADING) SDN. BHD.
- PT PIGEON INDONESIA
- PIGEON (SHANGHAI) CO., LTD.
- PIGEON MANUFACTURING (SHANGHAI) CO., LTD.
- PIGEON INDUSTRIES (CHANGZHOU) CO., LTD.
- LANSINOH LABORATORIES, 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.

株式の状況 (平成30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	12,242名	
自己株式	1,892,564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)	6,875	5.7
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	6,439	5.4
JP MORGAN CHASE BANK 385164	3,300	2.8
BBH FOR MATTHEWS ASIA DIVIDEND FUND	3,077	2.6
ワイ.エヌ株式会社	3,000	2.5
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140044	2,694	2.2
仲田 洋一	2,638	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)	2,326	1.9
日本証券金融株式会社	2,108	1.8
SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT	1,947	1.6

※持株比率は自己株式(1,892,564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 https://www.tr.mufig.jp/daikou/
単元株式数	100株
公告の方法	電子公告 https://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 <https://www.pigeon.co.jp/>

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

新商品のご紹介

ベビーカー「BASIS(ベイス)」シリーズ新発売

ピジョンの人気ベビーカー「Runfee(ランフィ)」 「Bingle(ピングル)」 「PATTAN(パタン)」の3機種共通で、トイザラスとベビーザラスだけの限定デザインの新シリーズ「BASIS(ベイス)」は、昨年8月の発売以来、商品機能・特長に加え、シンプルでカジュアルベーシックなデザインが大好評をいただいています。2018年7月には、デニム調の生地とヒッコリー柄を組み合わせた仕立ての良さにこだわった第2弾「BASISクラシックデニム」を新たに発売しています。



新シリーズ「母乳実感®Coating」新発売

2018年8月、ロングセラー商品「母乳実感®」のガラス製哺乳びんに、シリコーンをコーティングした「母乳実感®Coating」を新発売。哺乳びんをシリコーンコーティングすることで、なめらかな肌触りを生み、すりガラスのような乳白色のやさしい色合いが実現しました。万が一落として割れてしまった時にもガラスが飛び散りにくいため、デザイン性だけでなく、機能性も大切にされたいママ・パパにおすすめです。



さく乳器「母乳アシスト®」シリーズ 全面リニューアル発売

母乳で育てたいママをサポートするさく乳器「母乳アシスト®」シリーズを全面リニューアルし、両胸を同時にさく乳できる「母乳アシスト® 電動Pro Personal+」を新たに追加した計4商品を2018年8月より全国で新発売。ピジョンの長年の哺乳研究から開発した「赤ちゃんこちリズム」を搭載し自然な吸引リズムを再現したほか、専用アプリ「Pigeon Switch(ピジョンスイッチ)」を使って、吸引リズムのさく乳器本体への転送や授乳・さく乳の記録管理を可能にするなど、ママの母乳育児をサポートしています。



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。



<https://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。

『アニマル眼鏡』 さつき幼稚園(青森県) 新聞 乃英ちゃん

苦しんでいる動物は、どこが痛い言葉で伝えられないので、アニマル眼鏡を使って、骨や内臓などの悪い所を見つけて、早く治療してあげられます。



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。

