

Heart Report

第64期 報告書

2020年1月1日~12月31日 (証券コード:7956)

Contents

- P.01 トップインタビュー
- P.04 日本における「母乳バンク」支援の取り組み
- P.05 事業のご紹介
- P.07 当期(第64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42回 未来の科学の夢絵画展

幼稚園・保育園の部 奨励賞

『やさしくなる帽子』

田島保育園(福島県) 渡部 莉乃さん





やランシノ事業では、第1四半期の減収分を第2四半期には 取り戻し、通期の売上高は中国本土で前期比6.7%増、ランシ ノ事業**は同4.6%増(どちらも現地通貨ベース)と、引き続き 伸長することができました。

こうした結果を総じて見れば、地域によってはCOVID-19 の影響を大きく受けたものの、ベビー用品ビジネスには、外 部環境に左右されない底堅い需要があると改めて実感して います。有事においては、消費者がより安心・安全なブランド への嗜好を高める傾向にあり、業績は厳しかった日本事業で も、当社の主力商品である哺乳器はさらに市場シェアを高め たほか、消費者の衛生意識の高まりを背景におしりふきや消 毒関連等の商品が売上を伸ばしています。「安心・安全・高品 質」として認知されているピジョングループのブランドカと、 世界でも稀有な「総合育児用品ブランド」としての幅広い商 品展開が、未曾有の厳しい経営環境の中で、その強みを大き く発揮したと思っています。

- *2019年12月期(11カ月)を12カ月換算
- **ランシノ事業は、第63期と第64期で収益認識基準が異なります。 ここでは、前期比較の便宜上、第64期業績を第63期の収益認識 基準に合わせて、前期比の割合を算出しています。

Q. コロナ禍に見舞われた1年でした。 当期を振り返ってどのように評価していますか。

この1年、企業も個人も非常に大きな変容を余儀なくされ ました。一言で当期を振り返ると、ピジョングループはコロナ 禍でも健闘したと評価しています。売上高は993億円と前期 比*で4.0%の減収におさまりました。営業利益は同11.0%減 の153億円となりましたが、営業利益率については15.4%と 10%台半ばを維持しています。経常利益は同7.2%減の161 億円、親会社株主に帰属する当期純利益についても同8.2% 減の106億円と減益にはなりましたが、株主の皆様への還元 については、盤石な財務基盤の中で、当初計画を変更するこ となく年間配当金として前期から2円増配の1株当たり72円

とすることができました。

昨年2月に新たな3カ年の第7次中期経営計画を発表しま したが、その1カ月後にはWHOによって新型コロナウイルス 感染症(COVID-19)のパンデミック(世界的流行)が宣言さ れ、今日に至るまで未だ終息の見通しは立っていません。グ ループの中で、COVID-19の影響を一番大きく受けたのが日 本事業で、訪日外国人旅行者数の大幅減によりインバウンド (訪日外国人観光客による日本国内での消費活動)需要が消 滅し、厳しい結果となりました。またシンガポール事業でも、3 月にはインドやマレーシアでのロックダウン(都市封鎖)によ り企業活動が2カ月以上停止し、大きな影響を受けました。一 方、コロナ禍で世界的にEコマース(電子商取引:EC)が加速 する中、かねてからECでの取り組みを強化してきた中国事業 Q. ブランド強化については、 2019年にPigeon Wayの進化や ブランドプロミスなどが制定されました。 1年を経て、その効果などを感じることは ありましたか。

第7次中期経営計画でブランド戦略の推進を打ち出した背 景には、消費者の購買行動が「商品を買う」から「ビジネスに 共感して商品を買う | へ変化しているというお客様視点と、こ れまでPigeon Wayを軸として進めてきたピジョングループ 全社員での企業理念や価値観の共有、浸透をさらに強化し たいという社内視点の2つがあります。ピジョングループが持 続的に成長していくためには、お客様へ高品質な商品をお届

けしていくことはもちろん、私たちの企業姿勢や存在意義を端的に表すメッセージを、一貫して社会に向けて発信していく必要があると考えました。そのために、Pigeon Wayの「使命」を「存在意義(赤ちゃんをいつも真に見つめ続け、この世界をもっと赤ちゃんにやさしい場所にします)」へ進化させ、ブランドプロミスも制定しました。

1年を経て、ブランド戦略の推進は多くの効果があったように感じます。当期はコロナ禍で営業活動が制限される苦しい状況がありましたが、一方で社内の取り組みとして、ウェブサイトや制作物のリニューアル、世界各国のオフィスデザインの一新など、ブランド浸透策を計画通り進めることができました。世界各地で働く当社グループ社員の間では、さまざまなプロジェクトの中で、「世界をもっと赤ちゃんにとってやさしい場所にするにはどうあるべきか?」という当社の存在意義が常に意識され、行動の方向性がより明確になるように変化してきています。その結果、コロナ禍においても世界各地でさまざまなアイデアや工夫が自発的に生まれており、不安や

問題に直面している方々に対する支援活動を迅速に展開することにもつながったと思います。ピジョングループ全体が、よりPigeon Wayの存在意義やブランドを意識した方向へ動いてきている手ごたえを感じています。

Q. 中期経営計画の見直しが発表されました。 今後の成長戦略を教えてください。

当期はコロナ禍で1年足踏みする形となってしまいましたが、2021年2月に発表した第7次中計の修正計画(修正後中計)でも、当初予定していた2年目、3年目の売上高成長率の実現を目指しています。戦略面では、「ブランド戦略」「基幹商品戦略」「地域戦略」の3つのテーマを基本とする方向性に変更はありません。また株主還元についても、修正後中計は前期比増配と連結総還元性向55%程度を維持する方針を続け

ていきたいと考えています。加えて、コロナ禍での学びとして、ベビー用災害対策商品の拡充や変化の速いEC市場での競争力の強化、さらには持続的成長の実現につながる環境対応商品や新規カテゴリの創出といった観点で、モノづくり全体を強化していく必要性を再認識しています。

日本ではCOVID-19による影響で、年間出生数のさらなる減少や、婚姻数そのものの減少が見られており、今後、中国や欧米等でも同じような傾向が見られるだろうと言われています。出生数の動向は今後も注視していきますが、それでも、世界全体を見れば、毎年1億人超の赤ちゃんが生まれています。そのようなグローバル市場を前に、ピジョングループがブランド力をさらに高め、哺乳器やスキンケア商品など当社の強みを活かせる基幹商品に一層注力し、各国の市場特性に合った商品ラインアップを展開していくことで、今後も持続的に成長していけるものと私は確信しています。

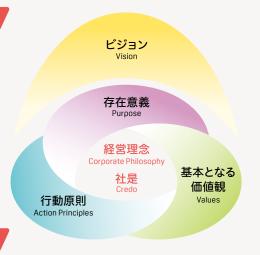
具体的には、日本では、ベビーカーなどの大型商品カテゴ リを拡充し、新たな売上の柱を作ることで出生数減少の影響

Pigeon Way

経営理念は「愛」 社是は「愛を生むは愛のみ」

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。



Brand Promise

Celebrate babies the way they are

赤ちゃん一人ひとりが生まれ持った輝きを育む

● 経営理念

一強く信じる経営の根本の考え

「愛」

● 社是

一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

一目指す理想の状態、到達したい姿

世界中の赤ちゃんとご家族に最も信頼される 育児用品メーカー"Global Number One"

● 存在意義

一我々が社会において存在している意味 そして果たすべき役割

赤ちゃんをいつも真に見つめ続け この世界をもっと赤ちゃんにやさしい場所にします

● 基本となる価値観

―社員―人ひとりが大切にするもの

誠実

コミュニケーション・納得・信頼

熱意

● 行動原則

一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

瞳の中にはいつも消費者

強い個人によるグローバルコラボレーション 主体性と論理的な仕事の仕方

積極的な改善・改革志向

をカバーしていきます。一方で、グループ全体の成長を大きく 牽引していくのは中国事業、インドやインドネシアなどの東南 アジアを中心に展開しているシンガポール事業、そして欧米 を中心に展開しているランシノ事業です。中国では、哺乳器やスキンケアなどの高市場シェア・高収益の商品カテゴリをさらに強化し、売上高の二桁成長を目指します。シンガポール 事業では、拡大する中間層向けの商品ラインアップの拡充と、ECチャネルの強化を通じて再び成長軌道に乗せていきます。ランシノ事業では、米国で市場シェア1位を誇る乳首クリームなどのコア商品や、成長カテゴリであるさく乳器等を強化しながら、新しい商品カテゴリである「産後セルフケア」市場への参入を図っていきます。

修正後中計での売上高は、当期の993億円から2022年度は1,145億円、営業利益率についても、当期の15.4%から2022年度には16.2%を目指していきます。

■ Q. ピジョンのESG経営について教えてください。

当社の存在意義は、「赤ちゃんをいつも真に見つめ続け、この世界をもっと赤ちゃんにやさしい場所にします」としています。その実現のためには、事業活動を行うすべての国・地域において、環境負荷を減らし、赤ちゃんとお母さんを取り巻く社会課題の解決をすることが必要です。

まず環境(E)課題に関しては、「明日生まれる赤ちゃんの未来にも豊かな地球を残す」ために、環境関連法規の遵守はもとより、あらゆる事業活動において環境との関わりを意識し、気候変動という人類共通の課題の解決に向けて、積極的に

取り組んでいきます。昨年は、当社のサステナブル開発方針、CSR調達方針など、各種方針を策定しました。今後は、これらの方針に則り、より具体的な目標数値を設定して、当社の活動を加速していきます。例えば、日本では、原材料調達、製造、流通、使用、廃棄の各段階において、従来の商品よりも環境負荷を下げた商品に関しては、「ピジョン環境ラベル」を表示していきます。そして2025年までには、日本で販売するすべての商品に、この「ピジョン環境ラベル(当社独自基準)」が表示できるよう取り組んでいきます。

社会(S)課題に関しては、「赤ちゃん一人ひとりの輝きが尊 ばれる世の中を創るしために、特に赤ちゃんと出産後のお母 さんを取り巻く社会課題の解決のための活動を充実させて いきます。これまでも、当社は世界16カ国で12.000カ所以上 の「授乳・さく乳室」の設置を支援してきたほか、病産院の NICU(新生児集中治療室)で働く医師と共同研究に取り組 み、低体重や障がいを持つ赤ちゃんの体への負担を最小限に しながら母乳やミルクをしっかり哺乳できる専用商品をご用 意してきました。昨年は、ドナーミルク(お母さんたちからの 寄付により集められ、安全に低温殺菌した母乳)を提供する 母乳バンクへの支援を本格化し、9月には東京本社に国内2 拠点目となる日本橋母乳バンクを開設しました。早く小さく 生まれた赤ちゃんの健やかな成長を支えるこの活動は、たく さんの方々に共感いただき、母乳バンクの認知向上、新規ド ナー登録者数の増加やドナーミルク提供数の増加に貢献し ました。また、これらの活動に共感された多くの消費者に当 社の商品を選好いただき、日本における当社の母乳関連商品 の市場シェアがさらに拡大するなど、当社の社会価値と経済 価値の双方が向上するという相乗効果が見られただけでな く、東京都が主催する「東京金融賞」のESG投資部門において、 2020年新設の「SDGsカテゴリ」で、SDGs経営を実践している

企業として表彰いただきました。

ガバナンス(企業統治、G)については、これまでの体制面・運営面での拡充を通じて経営の健全性や透明性が向上し、ガバナンスは強化されてきたと考えています。昨年12月には新たにサステナビリティ委員会を発足し、今後はこの委員会を中心に、ピジョングループが特定した6つのマテリアリティ(重要課題)を経営戦略に反映しながら、中・長期目標の設定や各種取り組みの進捗レビューなどを定期的に行っていきます。

およそ10年後に売上高2,000億円到達という大きな目標、そしてさらなる長期的成長を目指して進んでいくためにも、これら環境、社会、ガバナンスを常に意識したESG経営を深耕していくとともに、ESGの各取り組みには目標数値やKPIを設定し、その成果と進捗をステークホルダーの皆様にご報告していきます。

■ Q. 最後に株主の皆様にメッセージをお願いします。

残念ながら、COVID-19の終息は先行きがまだ見通せず、 世界経済が本格的な回復に向かうまでには、もうしばらく時間を要すると見ています。しかし、仮にコロナ禍がさらに長引いたとしても、当社にはそれに立ち向かい、成長し続けられる 基盤が整いつつあります。

冒頭に申し上げたベビー用品に対する底堅い需要と、ピジョンの「安心・安全・高品質」を裏付ける商品力、そしてブランド力を強みとして、今後も事業を推進していきますので、株主の皆様におかれましては引き続きご支援いただけますようお願い申し上げます。

小さく生まれた赤ちゃんの命をつなぐ 日本における「母乳バンク」支援の 取り組み

pigeon

母乳バンクとは

母乳を必要とする早産児や極低出生体重児(出生体重1,500g未満の赤ちゃん)が自分のお母さん から母乳を得られない場合に、たくさん母乳が出るお母さんから寄付された母乳を安全に殺菌処 理した「ドナーミルク」を提供する施設です。





小さく生まれた赤ちゃんの 命を救う「ドナーミルク」

毎年、世界で生まれる赤ちゃんの7人に1人にあ たる約2,000万人が、体重2,500g未満の低体重で 生まれています。中でも体重1,500g未満の赤ちゃ んは、さまざまな感染症や病気にかかるリスクが高 く、25週未満で生まれた小さな赤ちゃんが「壊死性 腸炎」にかかると、その死亡率は30~40%と言われ ています。早産となった場合、お母さんは出産直後 から充分な母乳が出るとも限らず、その際にドナー ミルクを提供することで、上記のような疾患の罹患 率と重症度を低下させ、長期的予後の改善を図る ことができます。母乳には、赤ちゃんにとって必要な 栄養素がバランスよく、消化しやすい形で含まれて いるため「最適な栄養食」と言われています。特に、 さまざまな感染症、病気にかかるリスクが高い早産 児や極低出生体重児においては、「母乳は薬のよう に大切なもの」と言われています。

日本では圧倒的に 不足している「母乳バンク」

世界の50を超える国と地域で約600の 母乳バンクが運営されていますが、日本は 昨年8月末まで1拠点しかなく、日本でド ナーミルクが必要な赤ちゃんは年間3.000 人と想定される中、施設が圧倒的に不足し ています。また、日本において母乳バンクを 普及するためには、施設の整備だけではな く、母乳を寄付する「ドナー」、ドナーミルク を使用する「病院(NICU:新生児集中治療 室)」、ドナーミルクをもらう赤ちゃんなど、 関わるすべての方との連携・協力・理解を促 進していく必要があります。

当社の取り組み





ピジョンは、一般社団法人日本母乳バンク協会とのパートナーシッ プの下、昨年9月に東京本社1階に国内2拠点目の「日本橋母乳バンク」 を開設しました。この日本橋母乳バンクは1拠点目の約6倍にあたる年 間約600人の赤ちゃんに提供可能な量の母乳の処理能力を備えてい ます。開設以来、昨年12月までの4カ月で162人の赤ちゃんにドナーミ ルクを届けました。また、施設の充実だけでなく、母乳バンクの認知向 上のために、母乳バンクについての説明動画を制作したほか、「ちいさな 命を救おう」キャンペーンを展開し、当社母乳パッド「フィットアップ®」の 購入1点につき10円を日本母乳バンク協会へ寄付する活動を行い、 270万円超の寄付を送りました。今後もさらに母乳バンクの認知向上 等の支援を推進し、小さく生まれた赤ちゃんの命を救っていくことで、 この世界をもっと赤ちゃんにやさしい場所にしていきます。

母乳バンクの什組みについて、 分かりやすく動画で学べます





事業のご紹介

当社グループの報告セグメントは、従来、「国内ベビー・ママ事業」、「子育て支援事業」、「ヘルスケア・介護事業」、「中国事業」、「シンガポール事業」および「ランシノ事業」の6区分となって いましたが、当期より、「国内ベビー・ママ事業」、「子育て支援事業」、「ヘルスケア・介護事業」および「その他」の区分に含まれていた国内子会社による当社グループ外への製造販売事業を 「日本事業」として集約し、計4つの区分での報告となっています。

日本事業

- ◆ベビー、ママ関連用品 ◆ベビー大型用品
- ◆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
- ◆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

日本における出生数は2019年に86.5万人(厚生労働省 「2019年人口動態統計の年間統計(確定数)」)と過去最低を 更新し、2020年には、新型コロナウイルス感染症拡大による 産み控えの影響から、過去最少の2019年の水準をさらに下 回る見通しとなっています。ピジョンの強みは、60年を超える 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ことにあります。ピ ジョンブランドは、業界のリーディング・ブランドとして広く認 知されており、後発参入のベビーカーでも、年々その存在感を 高めています。

また、日本の女性の就業率が全年齢ベースで52.2%と、5割 を超えている(厚生労働省「令和元年版働く女性の実状」)中 で、子育て支援の面でも、当社への期待も大きくなっていま す。その一方で、総人口に占める65歳以上人口の割合(高齢 化率)は過去最高の28.7%(総務省統計局2020年9月15日現 在推計)と、高齢化も進展しており、ピジョンでは、生活者の未 充足ニーズを的確に切り出す商品企画力などを強みに、新商 品の投入や介護サービスの品質向上を図っています。





(億円)	63期	64期
	421	421
事業セグメント間の 内部売上高	23	28
売上高 計	445	449



※第63期連結累計期間のセグメント情報は、変更後のセグメント売上高の算定方法に基づき作成しています。 ※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。 ※当社は、第63期より決算期を1月31日から12月31日に変更したため、経過期間となる第63期の連結対象期間は、2019年2月1日から2019年12月31日までの11カ月間となっています。

中国事業

ベビー、ママ関連用品

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

中国では、ここ数年、出生数の減少トレンドが見られるものの、そ の年間出生数は2019年には1.465万人(中国国家統計局)と、巨大 市場であることに変わりありません。ピジョンは2002年の本格進 出以来、商圏を沿海部から内陸部まで含めた中国全土へと拡大し、 中国全体の可処分所得の増加や、商品の安全性に対する消費者の 関心の高まりを背景に、いわゆる「新富裕層」を主要ターゲットに、 主力の哺乳器・乳首やスキンケア商品を中心に500品目以上の商 品を市場に展開しています。また2009年から、中国国家衛生部との 共同プロジェクトで全国の主要病院に「母乳育児相談室」を開設 し、病産院と提携して母乳育児に関する啓発活動を行ってきてお り、中国ではピジョンは安心・安全・高品質のブランドとして広く認 知されています。販売面では、実店舗での対面販売に加え、Eコマー スでの販売比率が年々拡大(2020年度は62.5%)しており、SNSを





活用した直接的な消費者とのコミュニケーションも強化しています。また生産面では、上海のPIGEON MANUFACTURING (SHANG-HAI) CO., LTD.で、シリコーン乳首の製造、哺乳器の製造、洗剤およびトイレタリー製品の製造、商品の組立加工を行っているほか、江蘇省常州市のPIGEON INDUSTRIES (CHANGZHOU) CO., LTD.では、母乳パッドやおしりふきに加え、日本では投入していないベビー用紙おむつも生産しています。





(億円)	63期	64期
外部顧客への 売上高	367	374
事業セグメント間の 内部売上高	6	2
売上高 計	373	377



「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1.4億人の新生児が生まれていると言われており、中でも年間出生数が約2,400万人のインド、約480万人のインドネシアは、ピジョンの重点市場と位置づけて、事業の拡大を図っています。1970年代から進出している東南アジアでは、すでにピジョンブランドの顧客認知が進んでおり、インドネシア、シンガポール、タイ、ベトナムでは、ピジョンは哺乳器のトップシェアブランドになっています。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、日本などへの輸出も行っているほか、

2017年にはインドネシアの関連 会社を子会社化し、さらなる事 業拡大を図っています。また、新 規市場としてアフリカのナイジェ リアへも輸出しています。



			· 売上高(億円)		
(億円)	63期	64期	150		
外部顧客への 売上高	80	72	100	135	121
事業セグメント間の 内部売上高	55	49	50		
売上高 計	135	121	0	63期	64Ħ

「ランシノ事業

◆母乳・授乳関連用品



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

ランシノブランドの主力製品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の母乳関連商品は、競合の追随を許さない高い品質が市場で認知され、強い支持を得ています。現在では、その高いブランド力と品質を強みとして、北米や欧州を含む85を超える国・地域のお客様にご愛用いただいており、2016年からは新たに設立したランシノ上海を通じて中国市場にも参入するなど、世界的に事業を拡大しています。また近年では哺乳器も本格的に投入しており、「おっぱいケア → さく乳 → 保存 → 授乳」のトータルサポートができる母乳育児支援企業としてブランド強化を進めています。

 (億円)
 63期
 64期

 外部顧客への 売上高
 130
 124

 事業セグメント間の 内部売上高
 1
 0

 売上高
 計
 132
 124



※ランシノ事業では、第63期と第64期の収益認識の基準が異なります。第64期の損益は新基準により、従来販管費で計上していた費用の一部が売上高の控除項目になりました。

当期(第64期)の経営成果

当社は、前期(第63期)より決算期を1月31日から12月31日に変更しました。経過期間となる前期は、2019年2月1日から2019年12月31日までの11カ月間を連結対象期間としています。このため、対前期増減率は記載していません。

当期の経営成果

売上高は、993億80百万円となりました。利益面では、 営業利益は153億16百万円、経常利益は161億13百万円、 親会社株主に帰属する当期純利益は106億43百万円と なりました。

日本事業

当事業は、「国内ベビー・ママ」「子育て支援」「ヘルスケア・介護」等で構成されています。売上高は449億77百万円、セグメント利益は30億8百万円となりました。

ベビー・ママ向け用品については、訪日外国人数の大幅減少によるインバウンド需要の消滅等による影響を大きく受け、特にインバウンド需要の大きい商品群で売上高の減少が見られました。一方、新商品として、2020年8月に添加物を一切使用せず電子レンジで温めるだけで炊き立てのご飯が味わえる『赤ちゃんのやわらかパックごはん』、10月に「最上級の押しごこち」と「最上級の乗りごこち」を追求したベビーカー『nautR(ノートアール)』を新発売しました。

子育て支援においては、当期で事業所内保育施設等71 箇所にてサービスを展開しており、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・介護用品においては、ご家庭や介護施設等での衛生管理を支援する商品の販売が好調となりました。 今後もさらなる小売店および介護施設等への営業活動強化、介護サービスの品質向上など施策実行を徹底していきます。

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はオンラインで開催し、合計で約1,500名以上の方にご参加いただきました。加えて、withコロナ時代のママやパパの不安を和らげるため、ウェブやSNSを通じたサポートコンテンツの提供等も開始しています。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、商品の更新はもちろん、今後もさらにお客様の利便性向上を目指して改善を進めていきます。

中国事業

売上高は377億32百万円、セグメント利益は126億円となりました。期初には新型コロナウイルス感染症拡大の影響を大きく受けたものの、特に中国本土での回復が急速に進行し、主力である哺乳器・乳首をはじめ、基礎研究に注力しているスキンケア商品等の販売が堅調に推移しました。急速に拡大しているEコマースを中心に取り組みを強化するとともに、SNSやライブ配信等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およびコロナ禍での育児情報支援、実店舗での店頭販促や新商品の配荷促進、病産院活動等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を進めていきます。なお、 当事業の中国本土における現地通貨ベースでの売上高は、 Eコマースを中心に哺乳器、スキンケア商品等の販売が好調 に推移し、全体では前期を6%ほど上回る結果となりました。

シンガポール事業

売上高は121億84百万円、セグメント利益は16億47百万円となりました。ASEAN地域・中東諸国・インド等においては、新型コロナウイルス感染症拡大の影響が大きく、営業活動の自粛を余儀なくされるケースが目立ちました。一方、感染症拡大の中でも情報提供および支援を積極的に実施することで、お客様とのコミュニケーションをさらに推進しました。今後も、引き続き中間層向け商品の開発・投入を推進するとともに、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124億73百万円、セグメント利益は13億70百万円となりました。北米では、Eコマースでの販売が好調に推移し、業績に貢献しました。一方、DME(Durable Medical Equipment、耐久性医療機器)や病産院でのさく乳器の販売は、新型コロナウイルス感染症の影響が続き、厳しい状況となっています。今後は、北米に加えて、中国(ランシノ上海)や欧州等での一層の事業拡大に向け、Eコマースの強化、マーケティング活動、ブランド強化等の取り組みを進めていきます。

主な経営指標



※当社は、第63期より決算期を1月31日から12月31日に変更したため、経過期間となる第63期の連結対象期間は、2019年2月1日から2019年12月31日までの11カ月間となっています。

● 3商品が2020年度「グッドデザイン賞」を受賞



公益財団法人日本デザイン振興会主催の2020年度「グッドデザイン賞」に下記の3商品が選ばれました。

「乳歯ブラシ・ 仕上げ専用シリーズ」

約50%の子どもが歯磨きを嫌 がる結果に対して、「歯が生え始 めるころ」ではなく、「歯が生える 前」から歯ぐきマッサージという 1ステップを導入することで、子 どもが歯ブラシに慣れて、「歯磨 きって気持ち良い、楽しい」と思 える気持ちや習慣づけに着日し てデザインした点が高く評価さ れました。



「ストローボトル クルット」

少ない部品構成で分解と組み 立てを容易にし、洗浄の点にお いてもメリットを生み出すなど、 使い手のことを真摯に考え、問 題を発見・解決するプロセスが 製品に表出している好例として、 簡潔にまとめられた形状と構造 の中に、使い心地への配慮や気 配りがたくさんちりばめられてい るとの評価を得ました。



「母乳フリーザーパック」

ユーザビリティに配慮した仕 様の変更や、使用する状況に合 わせた容量への展開など、これま での18年間に及ぶユーザーとの 対話の積み重ねを通じて、なるべ く簡単に一目でわかりやすくアッ プデートされ、何よりも母親の視 点に立って、小さな子どもとの関 係性が気持ちの面でもよいもの になるように試行錯誤している 点を高く評価いただきました。



● 母乳バンク支援の取り組みが、 「東京金融賞2020 IESG投資部門(SDGsカテゴリ)を初代受賞

東京都が2017年から主催・発表している「東京金融賞」の ESG投資部門において、2020年に新設された「SDGsカテゴ リ」で、当社の母乳バンク支援の取り組みが、SDGs経営を実践 しているとして受賞しました。「東京金融賞」は、「国際金融都 市・東京」構想の一つの施策として、都民のニーズ等の解決に 資する画期的な金融商品・サービスの開発・提供を行う金融事 業者およびESG投資の普及を実践する事業者を表彰するもの です。ピジョンの母乳バンク支援の取り組みについては、P.4を ご覧ください。





会社概要

資本金

企業データ(2020年12月31日現在)

設立年月日 1957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

5,199,597千円

本社373人 連結3.886人 従業員数

〒103-8480 東京都中央区日本橋久松町4番4号 本社

TEL 03-3661-4200(代表)

役	員 (2021	年3月30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	山下 茂
代表取締	役社長		北澤 憲政
取締役専	務執行役員	日本事業統括責任者・・・・・・・・・・・・・・・・・・(管理本部、国内ペピー・ママ事業本部、 関連事業本部 担当)	赤松 栄治
取締役専	務執行役員	グローバルヘッドオフィス責任者・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	板倉 正
取締役常	務執行役員	日本事業副責任者・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	倉知 康典
取締役上	席執行役員	ランシノ事業本部長・・・・・・・・・・ Ker 兼LANSINOH LABORATORIES, INC. 代表取締役社長	,
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
P 441-12-12-4			林 千晶
取締役位	:外)		山口 絵理子
常勤監査	役		松永 勉
常勤監査	役		西本 浩
監査役(社	.外)		大津 広一
監査役(社	:外) •••••		太子堂 厚子
上級執行	役員(中国事業)	本部長兼PIGEON (SHANGHAI) CO., LTD.代表取締役)・・・・	矢野 亮
上級執行		ール事業本部長 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	仲田 祐介
執行役員		ξ)	田窪 伸郎
執行役員	(経理財務本部長	<u>z</u>) ······	牧 裕康
執行役員	(管理本部長)・・		石上 光志
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	(開発本部長)・・		筒井 克志
執行役員	(購買・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	(関連事業本部長	兼ピジョンハーツ(株)代表取締役社長)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	鶴 孝則

執行役員 (PIGEON MANUFACTURING (SHANGHAI) CO., LTD. 代表取締役) · · · · · 賀来 健 執行役員 (ランシノ事業本部副本部長兼LANSINOH LABORATORIES, INC、取締役) ····・松鳥 浩司

主要事業所 (2020年12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

主な連結対象会社

- ◆ ピジョンホームプロダクツ(株)
- ◆ ピジョンハーツ(株)
- ◆ ピジョンマニュファクチャリング兵庫(株)
- ◆ ピジョンマニュファクチャリング茨城(株)
- ◆ ピジョンタヒラ(株)
- ◆ ピジョン真中(株)
- ◆ PIGEON SINGAPORE PTE. LTD.
- ◆ 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.
- DOUBLEHEART CO. LTD.
- ◆ PIGEON INDIA PVT. LTD.
- ◆ PIGEON INDUSTRIES (THAILAND) CO., LTD.
- ◆ THAI PIGEON CO., LTD.

※上表に記載していない連結子会社が6社あります。

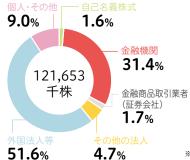
株式の状況 (2020年12月31日現在)

発行可能株式総数	360,000,000株	
発行済株式の総数	121,653,486株	
総株主数	11,576名	
議決権保有株主数	10,163名	
自己株式	1,893,080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)	10,801	9.0
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	6,286	5.2
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505223	4,961	4.1
BNYMSANV RE MIL RE FIRST SENTIER INVESTORS ICVC - STEWART INVESTORS ASIA PACIFIC LEADERS SUSTAINABILITY FUND	3,643	3.0
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140042	3,148	2.6
RBC ISB S/A DUB NON RESIDENT/TREATY RATE UCITS-CLIENTS ACCOUNT	2,998	2.5
ワイ. エヌ株式会社	2,378	2.0
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140044	2,233	1.9
BBH FOR MATTHEWS ASIA DIVIDEND FUND	2,048	1.7
株式会社日本カストディ銀行(信託口5)	2,037	1.7
W. # #		

※持株比率は自己株式(1,893,080株)を控除して計算しています。

株式分布状況(所有者別:千株)



		אאיוא הינ
	外国法人等	62,756千株
	金融機関	38,228千株
	個人・その他	10,922千株
	その他の法人	5,763千株
	金融商品取引業者 (証券会社)	2,089千株
	自己名義株式	1,893千株

※持株数は、単位未満を切り捨てています。

株主メモ

証券コード	7956
事業年度	1月1日から12月31日まで
定時株主総会	毎年3月
期末配当金受領株主確定日	12月31日
中間配当金受領株主確定日	6月30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-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.mufg.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次ぎいたします。

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。

ウェブサイトでもIR情報を掲載しています。

ピジョントップページ www.pigeon.co.jp/ IR情報トップページ www.pigeon.co.jp/ir/

新商品のご紹介

電子レンジ50秒で炊き立てのごはんが味わえる「赤ちゃんのやわらかパックごはん」

2020年8月に新発売した「赤ちゃんのやわらかパックごはん」は、「7倍がゆ」と「5倍がゆ」の2種類で、赤ちゃんの月齢に合わせて食べられるやわらかさにしました。電子レンジで温めるだけで炊き立てのごはんが味わえます。国産米のコシヒカリと環境省選定「名水百選」にも選ばれた北アルプスの天然水で、添加物を一切使用していないため、お米本来のおいしさを感じることができます。手軽においしい離乳食が作れ、赤ちゃんとの食事の時間がますます楽しくなります。







"じぶんで飲む"練習ができるマグ 「magmag coron」

2020年11月に新発売した、「magmag coron」は、カンタンに使えて飲むことを親子で楽しめるマグのシリーズです。お子さまのはじめての「じぶんで飲む」を丁寧にお手伝いします。赤ちゃんの「飲む」発育のペースに合わせ、「スパウト」、「ストロー」、「コップ」の3種類の飲み口をご用意したステップアップマグシリーズです。広口のボトルは洗いやすく、パーツ点数も少ないシンプル設計なので、ママやパパにとっても、お手入れや組み立てが簡単です。赤ちゃんの飲みやすさと、洗いやすさ、デザイン性にこだわった「magmag coron」は、赤ちゃんの「じぶんで飲む」練習を応援します。



ピジョン最高クラスのFUNRIDE ベビーカー「naut R(ノートアール)」

2020年10月に販売開始したベビーカー「nautR」は、すべてのタイヤにコイルとゴムの2種類のサスペンションを搭載し、段差乗り越え性を大幅に向上。また、座面にはシートサスペンションや高機能クッション素材を採用し、赤ちゃんの快適な座りごこちを実現しています。洗練されたシンプルなデザインの「ソールブラック」「シェルグレイ」の2色展開で、「最上級の押しごこち」と「最上級の乗りごこち」を兼ね備えた最上位モデルのベビーカーです。



ビジョンのベビーカーは スイスイ動いて のびのび乗れる。

好奇心が大きくひらく





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。

www.pigeon.co.jp



表紙の絵について

当社は、1980年から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。

『やさしくなる帽子』田島保育園(福島県)渡部 莉乃さん

私の家族を描きました。ママとお兄ちゃんがかぶっているのは、やさしくなる帽子です。おこっていても、この帽子をかぶるとやさしくなります。





