



Celebrate babies the way they are

Heart Report

ビジョン[ハートレポート]

第68期 報告書

2024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.03 Pigeon Group DNA・Pigeon Way
- P.04 ビジョングループのサステナビリティ経営
- P.05 ビジョングループで働く社員×
サステナブルな取り組み紹介
- P.06 事業のご紹介
- P.09 当期(第68期)の経営成果
- P.11 主な経営指標
- P.12 新商品のご紹介
- P.13 トピックス
- P.14 会社概要・株式の状況など

公益社団法人 発明協会
第46回 未来の科学の夢絵画展

幼稚園・保育園の部 奨励賞

『笑顔をくれる箱』

江南幼稚園(愛知県)
岡 碧海さん

どんなに悲しいときもどんなに苦しいときも、
この箱をあけると笑顔になれるよ。
人をやさしくする箱だよ。

子どもの創造性育成を支援する
「未来の科学の夢絵画展」について▼

https://www.pigeon.co.jp/sustainability/social_top/community/



株主の皆さまの声をお聞かせください▶

👉 第68期 報告書アンケートに回答する

代表取締役社長

矢野 亮

1997年入社。国内営業、その後、国内子会社へ出向し営業統括を経て、2010年より中国に赴任。2014年PIGEON(SHANGHAI) CO.,LTD.取締役、2017年同社取締役社長、中国事業本部長、取締役上席執行役員を歴任。2025年3月より代表取締役社長。



世界中の赤ちゃんとそのご家族に「やさしい場所」を作っていきます。

株主の皆様におかれましては、平素より格別のご支援を賜り厚く御礼申し上げます。2025年3月より代表取締役社長に就任いたしました矢野 亮と申します。

ピジョンは1957年の設立から60年以上にわたり、商品やサービスの提供を通して、赤ちゃんのご家族に寄り添ってきました。私たちの存在意義である「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」を実現するために、当社グループが中長期的に取り組むべき重要課題(マテリアリティ)を5つ設定し、赤ちゃんのご家族を取り巻く社会課題の解決に向けて事業に取り組んでいます。

2024年度は7期ぶりに期初計画を達成

当期は、特に海外事業が牽引したことで売上・利益ともに前期比で2桁成長を達成しました。グループとしても7期ぶりに期初計画を達成し、2019年以降のコロナ禍やALPS処理水報道などの影響による厳しい局面から、再び成長軌道への道筋が見えてきたことは、大きな成果だったと考えています。 **P.9 当期(第68期)の経営成果**

ピジョンの無形資産を最大限活用し、長期にわたる成長を実現させる

私は1997年にピジョンに入社して以来、赤ちゃんのご家族に貢献できることにロマンと魅力を感じながら、国内外のさまざまな事業に携わってきました。

社長就任に先立ち、改めてピジョングループの歴史を振り返り、多くの無形資産があること

を再確認しました。それは例えば、60年以上におよぶ赤ちゃんの哺乳研究に代表される研究開発力、安心・安全・高品質な商品を作る生産技術力、世界80以上※の国や地域における販売ネットワーク、お客様や医療従事者からの信頼、確固たるブランド力、そしてこれらすべてを支えている人材です。この無形資産はどれも当社固有のものであると同時に、競争力の根源になる重要な要素です。

私は、この無形資産を最大限に活かすことができるよう経営資源の再配分に取り組み、長期にわたる成長の実現を目指します。

●哺乳器はすべての人に喜びと幸せを与えてくれる特別な製品

ピジョンが提供する数々の製品の中でも、哺乳器は、赤ちゃんのご家族の豊かな生活を支える最も重要な製品だと考えています。なぜなら哺乳器は、ほとんどの赤ちゃんにとって人生「最初のひと口」となる人工物であり、命を支える重要なものです。また、ママにとってはおっぱいからの授乳が難しい時のパートナーです。さらに、本来なら赤ちゃんへの直接授乳を経験することのできないパパやご家族にとっても、授乳の喜びや幸せを体験させてくれる特別なツールとなるからです。

※過去5年間における当社グループ製品の販売実績に基づく市場数

まずは、当社の祖業であり、最も大きな資産である「哺乳器」をこれまで以上に強化し、グローバルでの市場シェア拡大に取り組みます。当社の哺乳器の市場シェアは日本では85%※、中国でも40%超※と圧倒的であり、その高い品質をもって世界中の赤ちゃんのご家族のお役に立てる絶対の自信がありますが、グローバル市場シェアでは未だ10%超※とまだまだ伸びしろがあります。そのような中で、今後は未開拓エリアへの進出や、ランシノブランドでの哺乳器の本格的な販売など、より多くのお客様に当社の哺乳器をお届けするための取り組みを推進していきます。

●ピジョンとランシノのブランドシナジーを最大化させる

当社は現在、赤ちゃんのためのブランドとしてアジアを中心に展開してきた「ピジョン」と、ママのためのブランドとして欧米を中心に成長してきた「ランシノ」という2つのブランドを持っています。これまでは両ブランドを展開する市場は限定的でしたが、本来この2つのブランドは大きなシナジーが創出できるはずで、2024年からは日本におい

てランシノブランドの販売を開始しており、今後はグローバルでの体制作りを進め、世界中でピジョンとランシノの「共創戦略」による事業成長を目指します。

●積極的なM&Aの検討による成長の加速

さらに、潤沢な財務資本を活用したM&A等も重要な成長戦略の一つとして位置づけます。M&Aにおいても、その企業の考え方が当社の存在意義を中心とした企業理念と合致するかなど、シナジーの創出可能性を最重要視し、両社の強みを相互に活かした新たな価値創造を図ることで、当社がまだ十分に貢献できていない地域や、商品カテゴリでの事業成長を加速させていきます。

●無形資産を支える人材と組織

前社長である北澤は、4事業制を推進することにより権限移譲を進め、各事業がさらに自立してスピーディに意思決定できる体制が整いました。さらに、ピジョングループの存在意義の策定や企業理念の再構築も行い、各事業は自立しながらも、グループとして全員が進むべき方向をより明確にしました。私はこの方向性を踏襲した人材戦略を

推進することで、社員一人ひとりが自分らしく輝くと同時に、グループ丸となって成長を目指せる組織を作ります。

この世界をもっと 赤ちゃんにやさしい場所にするために

当期の株主の皆様への還元については、第8次中期経営計画で掲げた方針に沿って、安定的な配当を継続し、当期末は1株当たり38円とさせていただきました。

2025年度は、第8次中計の最終年度として、各事業で進めてきた取り組みの成果を最大限創出し、さらなる業績の向上を目指します。また、本中計期間に新たに顕在化した課題に対処し、次期中計も視野に入れた成長への布石を打っていきます。

今後も、ピジョングループは社会になくてもならない存在として持続的な成長と企業価値の向上、そして存在意義の実現を目指してまいります。株主の皆様には引き続き、私たちが目指す赤ちゃんにやさしい場所の実現のために、変わらぬご支援をいただけますよう、よろしくお願い申し上げます。

ピジョングループでは、社員一人ひとりが大切にする企業理念として 「Pigeon Group DNA・Pigeon Way」を設定しています。

■Pigeon Group DNA

「Pigeon Group DNA」は「経営理念」「社是」で構成されており、ピジョングループの核であり、この先も貫いていくものです。

Pigeon Group DNA

ピジョングループの核であり、この先も貫いていくもの

経営理念 強く信じる経営の根本の考え

社是 経営理念を端的に表現したもの

愛

愛を生むは愛のみ

■Pigeon Way

「Pigeon Way」は「存在意義」「Spirit」で構成されており、私たちが社会において存在する意味とすべての活動における“心”と“行動”の拠り所です。

Pigeon Way

私たちが社会において存在する意味と
すべての活動における“心”と“行動”の拠り所

Spirit - すべては存在意義 (Purpose) のために -

Integrity
誠実 真摯な姿勢でステークホルダーと向き合い
いかなる状況においても責任を持ち、
信頼を生む人であり続けます

Dedication
あくなき追究 本質的な社会課題を見極め、見出し
こだわり抜いたものづくりをはじめ
さまざまな活動にも迅速に挑戦していきます

Synergy
未来をつくるシナジー 社会がまだ見ぬ未来を描き
ときに仲間との衝突を恐れず
率直に意見を交わし高め合いながら
新たな価値を生みだしていきます

Enjoy
ワクワクを力に 楽しい！嬉しい！
自らの仕事に心を躍らせ
本気で向き合い
人々の心を動かしていきます

存在意義 (Purpose)

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

私たちピジョングループの社員は、
Pigeon Group DNA・Pigeon Wayを
大切にしながら、事業を前進させ、
より強いブランドを目指していきます。

ピジョングループのサステナビリティ経営

私たちは、
ピジョンの存在意義である「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」を実現するため、
中長期的に取り組むべき重要課題（マテリアリティ）を
以下の通り特定し、事業活動を行っています。

私たちは、赤ちゃんにやさしい未来をつくるため、
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、
赤ちゃんのご家族を取り巻く社会課題の解決をすること、
新しいビジネスにも挑戦することで
社会になくてはならない存在として持続的な成長を目指します。

重要課題（マテリアリティ）	目指すべき姿	SDGs貢献
 事業競争力向上と ビジネス強靱化	「創って」「作って」「届ける」を叶える「強靱な体制」を構築し、 中長期にわたり企業価値を拡大し、なくてはならない会社となる	  
 環境負荷軽減	明日生まれる赤ちゃんの未来に豊かな地球を残すため、 脱炭素・循環型・自然共生社会を目指した「Pigeon Green Action Plan」の実行	      
 社会課題への貢献	赤ちゃんのご家族を取り巻く社会課題の解決に貢献	   
 存在意義実現のための 人材・組織風土	「Pigeon Way」や「存在意義」に共感し、会社、組織、仕事に対して「誇り」と 「自発的な貢献意欲」を持ち、多様な人材が自分らしく挑戦し成長できる組織風土を醸成	  
 強固な経営基盤の構築	中長期的な企業価値向上のためのGH0 / 4 SBU※体制の強化と 積極果敢に挑戦できるコーポレート・ガバナンス体制の充実	 

※ピジョングループ全体を統括するグローバルヘッドオフィス（GH0）と事業の運営と成長を担う4つのSBU（日本事業、中国事業、シンガポール事業およびランシノ事業）

ピジョングループで働く社員 × サステナブルな取り組み紹介

[重要課題]



事業競争力向上と
ビジネス強靱化

ピジョングループは「新ビジネス創造」を個別課題の一つとし、これまで培ってきた当社の知見が活用できる新たな成長領域の探索・育成に注力しています。

ママ・パパの不安に寄り添った「ベビー電動つめやすり」の発売(日本)

赤ちゃんの爪は小さくて柔らかく、伸びるペースが早いため、顔を引っ掻いて傷つけないようこまめなケアが必要です。一方で当社の調査※1では、約8割のママが「赤ちゃんの爪を切るのは怖いと思う」と回答しました。そこで、赤ちゃんの爪のケアに慣れていないママ・パパでも、爪をやさしく安全にケアできる「ベビー電動つめやすり」を2024年8月に発売しました。国内ベビー市場初採用※2となる、直線方向に動くやすりで爪を削る「往復式」とコンパクトヘッドにより、赤ちゃんの小さな爪を確認しながらなめらかに整えられ、安全にケアできます。ベビー電動つめやすりは2024年度「キッズデザイン賞」、「BabyTech® Awards 2024」優秀賞を受賞しています。

※1 2023年4月ピジョン調べ(赤ちゃんの爪切りに関するアンケート調査 対象:妊娠中〜23ヵ月のお子さんのいる女性、4,924名)

※2 国内大手育児用品メーカーが発売した電動爪やすりにおいて(2024年7月時点 ピジョン調べ、INTAGE/Nint(2021年1月-2024年5月)参照)



[重要課題]



社会課題への貢献

低出生体重や早産で生まれた赤ちゃんなど、専門的なケアを必要とする赤ちゃんのご家族を支援する活動を各国で実施しています。

官民連携でご家族を支える未来を目指す「世界早産児デー啓発イベント」を東京都庁で開催

ピジョンと日本NICU家族会機構は、早産児のご家族への支援を呼びかけ、理解を深めるためのイベントを2024年11月に東京都庁で開催しました。日本では現在、赤ちゃんの約20人に1人が早産で生まれており、9割のご家族が早産で生まれたことによる不安や悩みを抱えています※3。イベントではこの世界がもっと早産で生まれた赤ちゃん・ご家族にとってやさしい場所になることを目指して、小池都知事からのビデオメッセージのほか、当社キャンペーンで集まった寄付金の贈呈式や講演会、体験ブースを含む展示も行いました。ピジョングループはこれからも赤ちゃん一人ひとりの健やかな成長を支え、ご家族がより安心して幸せを実感できるよう、さまざまな支援活動を続けていきます。

※3 2023年10月ピジョン・日本NICU家族会機構調べ(早産児ご家族向けアンケート調査 対象:早産を経験されたご家族、249名)



事業のご紹介

日本事業

◆育児および女性向け用品 ◆保育施設運営および受託、幼児教室運営、託児サービス等 ◆介護および老化予防用品

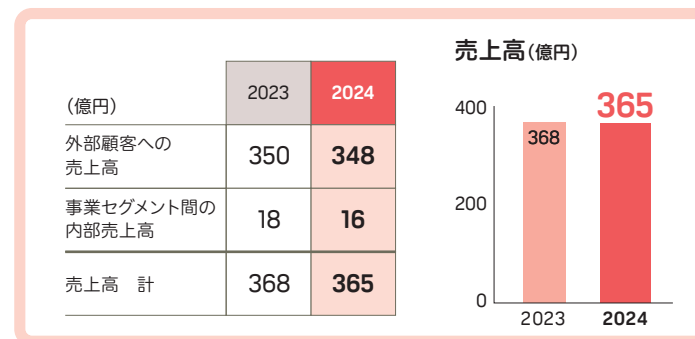


● 事業環境と当社の強み

日本における出生数は2023年に約72.7万人※1と過去最低を更新し、今後も減少が続くとみられています。ピジョンは日本での設立以来、60年以上におよぶ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”を見出し、これまでにない高品質な商品を多数開発し、お客様にお届けしてきました。日本国内で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、日本での哺乳器の市場シェアは約85%※2を占め、お客様から圧倒的なご支持をいただいています。この強いブランド力を活かして多様な商品カテゴリを展開し、トップシェアを獲得・維持してきたことで、1970年代から出生数が減少し続けている日本市場の中でも安定的に業績を伸ばしてきました。

また、育児用品で培った「安全・安心・信頼」のピジョンブランドの下、「子どもの育ちを第一に」との考えに沿って事業所内保育運営受託などの子育て支援に関わる事業も推進しています。「赤ちゃんのことを一番知っている」ピジョングループならではの保育・サービス内容で、常に質的向上を図りながら事業を展開することで、利用者の皆さまから信頼を得ています。高齢者向けには、生活者の未充足ニーズを的確に切り出す商品企画力や、ベビー用品で培った品質管理力の高さを強みに、競争優位性のある新商品の開発および市場への積極投入など、商品を通じた介護支援の強化を図っています。

※1 厚生労働省「令和5年人口動態統計月報年計(概数)」
※2 2024年末時点。ピジョン調べ



事業のご紹介

中国事業

◆育児および女性向け用品

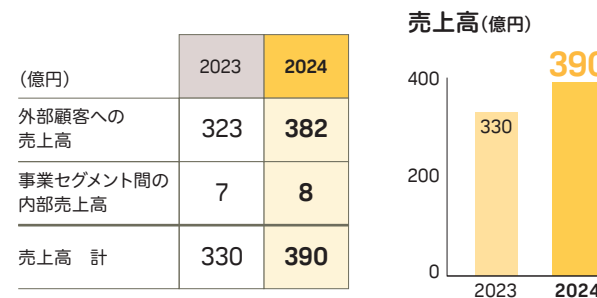
展開エリア 中国、韓国、台湾、香港、フィリピン、北米 他



● 事業環境と当社の強み

中国では2016年以降、出生数は減少傾向にありましたが、2024年の年間出生数は約954万人（中国国家統計局）と若干増加し、依然巨大市場であることに変わりありません。ピジョンは2002年に中国市場へ本格的に進出して以来、現地の消費者ニーズに合った製品の開発や、中国国内で完結できるサプライチェーンの構築、病産院活動や医療従事者との協働を通じたブランドへの信頼感の醸成などに取り組み、グループの成長ドライバーとして事業を拡大しています。中国市場における当社の強みは、「安心・安全・高品質」なブランドとしての認知度の高さに加え、哺乳器やスキンケア商品などを中心に500品目を超える商品を沿岸部から内陸部を含めた中国全土で展開する販売力にあります。また、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の啓発活動を行っていることも奏功し、当社の哺乳器は中国本土でシェアNo.1※ブランドの地位を築いています。近年では急速なECの進展によって、ベビー用品の競争環境も大きく変化していますが、機能面や品質の優位性をご理解いただいた医療従事者等の専門家による推奨や、多くのユーザーからの良い口コミを獲得することで、当社はNo.1ブランドとしての地位をさらに高めています。また、中国国内に基幹商品の生産工場と販売会社の両方を有しており、効率的な生産・供給体制を整えることにより、グループ内で高い利益率を創出しています。

※2024年末時点。ピジョン調べ



事業のご紹介

シンガポール事業

- ◆育児および女性向け用品

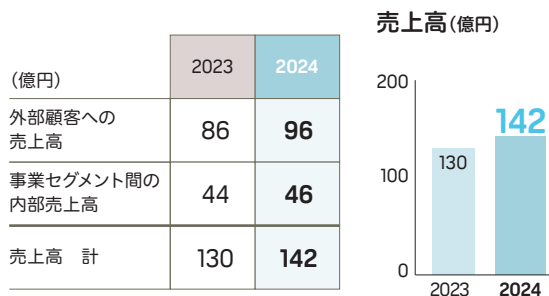
展開エリア

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

世界では毎年約1.3億人の赤ちゃんが生まれており、なかでも当事業では、年間出生数が約450万人※1のインドネシア、そして約2,300万人※1のインドを抱えています。この両国は出生数に加え経済的な成長も期待されることから、長期的には中国市場に続くグループの成長ドライバーとするべく重点市場と位置づけて注力しています。当事業の販売エリアにおいては、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。近年ではデジタルマーケティング強化の他、実店舗へのアプローチ等地域ごとに異なるチャネル戦略を進行し、また、現地の育児ニーズを踏まえた商品の拡充に向け、開発機能の強化も進めています。



※1 ユニセフ「世界子ども白書2023(要約版)」

ランシノ事業

- ◆母乳・授乳関連用品
- ◆育児および女性向け用品

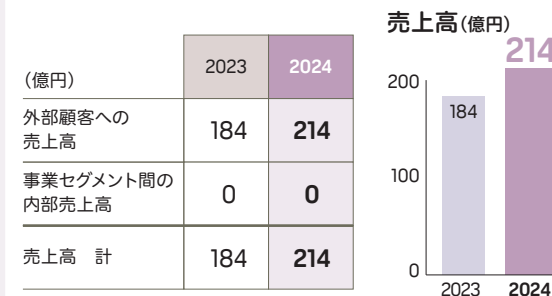
展開エリア

アメリカ、カナダ、イギリス、ドイツ、ベルギー、
フランス、中国、トルコ、中南米 他



● 事業環境と当社の強み

2004年に子会社化した米LANSINOH LABORATORIES, INC.は、1984年の創業以来、研究に裏打ちされ専門家から信頼されているユニークで革新的な製品の数々を通じて、40年以上にわたり母乳育児のトータルソリューションを提供しています。当事業の主要市場である米国においては、乳首ケアクリーム、母乳パッド、母乳保存バッグなどで市場シェアNo.1※2を獲得するなど、母乳育児用品ブランドとしてお客様から強い支持を得ており、近年では北米や欧州に加え、中国を含むアジア地域などにも積極的に事業を拡大しています。また、ピジョングループの中でも特に新規領域の開発に積極的に取り組んでいる当事業では、2021年に発売した産前・産後ケア商品が、新たな柱として売上を伸ばしています。



※2 2024年末時点。ピジョン調べ

当期(第 68 期)の経営成果

売上高は、円安の影響を含め海外事業が牽引したことで、前期比10.3%増の1,041億71百万円となりました。利益面では、増収による売上総利益の増加に加え、売上総利益率が前期比で1.2ポイント改善したことで販管費の増加を吸収し、営業利益は同13.2%増の121億39百万円、経常利益は同15.3%増の132億82百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は同12.8%増の83億71百万円となりました。

なお、2024年4月1日付で、当社が保有していたピジョン真中株式会社の全株式(議決権所有割合67.0%)を丸光産業株式会社へ譲渡しました。本株式譲渡に伴い、中間連結会計期間より、当該会社は当社の連結範囲から除外しています。

日本事業

当事業は、「ベビーケア」、「子育て支援」、「ヘルスケア・介護」等で構成されています。

売上高は前期比1.0%減の365億円、セグメント利益は同0.4%減の19億98百万円となりました。

ベビーケア(育児および女性向け用品)の売上高は前期を上回りました。ALPS処理水報道の影響が継続し、ベビースキンケアは主に越境ECなどの海外需要が低調となった一方、基幹商品である哺乳器・乳首の需要等は堅調に推移しました。ベビーケアの新規領域である育児家電カテゴリについては、販売が好調な「電動鼻吸い器SHUPOT(シュポット)」に加え、8月に発売した、赤ちゃんの小さく柔らかい爪をやさしくケアできる「ベビー電動つまやすり」もご好評をいただいています。

またコミュニケーション施策の一環として、「インスタライブ」などのSNSを活用した商品紹介や販売促進に加え、小売店との共同開催によるプレママ・パパ向けセミナーや、医療従事者向けのオンラインセミナーなどを複数回開催するなど、継続的なブランド強化に取り組みました。

子育て支援では、事業所内保育施設等53箇所にてサービスを展開しました。

ヘルスケア・介護では、ピジョン真中の全株式譲渡を受け減収となりました。

当事業の利益については、主にベビーケアにおいて期初から続いた急激な円安の進行による調達コスト上昇の影響等により前期を下回りました。

中国事業

売上高は前期比18.1%増の390億27百万円、セグメント利益は同13.6%増の100億66百万円となりました。

中国本土では、前期のALPS処理水報道の影響による売上高急減からの着実な回復に向け、継続的なブランド露出および販売促進活動の強化を実施したことで、現地通貨ベースの売上高は前期を上回りました。基幹商品である哺乳器・乳首、スキンケアの販売については、主力のベビー向け商品の強化に加え、出生数減

当期(第68期)の経営成果

少への対応策の一環である高月齢向け商品(エイジアップ)の強化も奏功し、前期を上回りました。また、消費者コミュニケーションでは、動画プラットフォームTikTokの中国本土版「Douyin(抖音)」や「RED(小紅書)」等のSNS上でのブランド露出のさらなる拡大のほか、ライブコマース等のデジタルマーケティングの強化などを実施し、中国最大のECイベントである11月のダブルイレブン商戦では当社EC旗艦店を中心に販売が好調に推移しました。

なお、当事業が管轄する韓国および北米市場においては、現地販売子会社を起点としたブランド強化および販売・マーケティング活動に取り組みました。

当事業の利益については、中国本土での売上高回復に加え、円安の影響もあり前期を大幅に上回りました。

シンガポール事業

売上高は前期比9.1%増の142億77百万円、セグメント利益は同35.0%増の16億68百万円となりました。

当事業が管轄するASEAN地域およびインドでは、主要市場において前年から続く出荷調整が終了したほか、円安による為替効果もあり、売上高は前期を上回りました。当事業が注力する基幹商品カテゴリでは、主要市場で哺乳器・乳首の「SofTouch™」シリーズのブランドリニューアルを引き続き推し進めたほか、7月からオンラインを中心にシンガポールなどで発売を開始した「Sof-Touch™ Drinking Straw Set」等のプロモーション強化に取り組

みました。またスキンケアでは、当事業が注力する「ナチュラル・ボタニカル・ベビー」シリーズの販売強化に加え、新商品であるママ向けのスキンケア「ナチュラル・ボタニカル・マタニティ」シリーズの各国での露出増と販売促進に注力しました。

当事業の利益については、増収による売上総利益の増加に加え、円安の影響もあり前期を上回りました。

ランシノ事業

売上高は前期比16.0%増の214億30百万円、セグメント利益は同19.1%増の17億31百万円となりました。

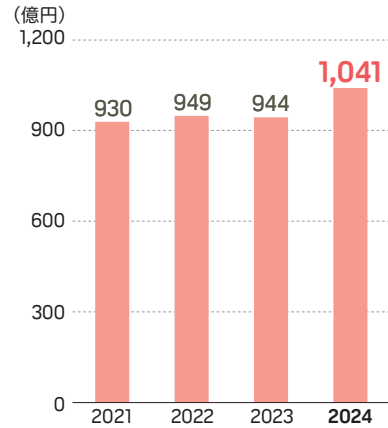
主力市場の北米では、前期に発生した粉ミルク供給不足の解消に伴う反動減の影響が見られた一方で、さく乳器の新モデルおよび産前・産後ケア商品の販売が好調に推移したこともあり、現地通貨ベースでの売上高は前期を上回りました。また、ドイツ、イギリスを含む欧州においても、乳首クリームや産前・産後ケア商品の販売が好調に推移し、現地通貨ベースの売上高は前期を上回りました。

北米では、10月よりマタニティ・授乳用アパレルブランドであるKindred Bravelyとの協働で、「Kindred Bravely for Lansinoh Nursing & Wearable Pumping Bra」の販売を開始しました。引き続きランシノブランドの製品ラインアップを強化し、妊娠中および産後の女性をより包括的にサポートすることを目指します。

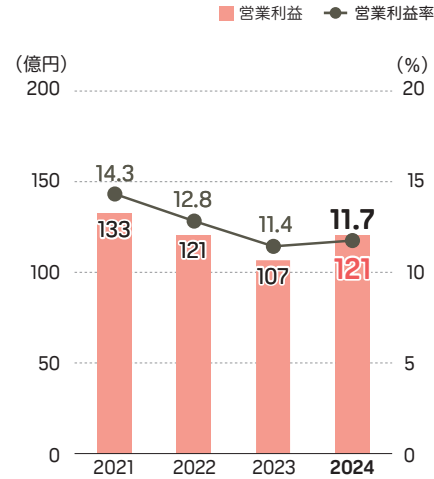
当事業の利益については、増収による売上総利益の増加に加え、円安の影響もあり前期を上回りました。

主な経営指標

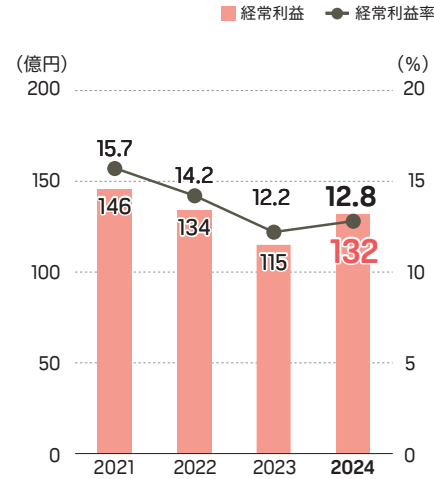
売上高



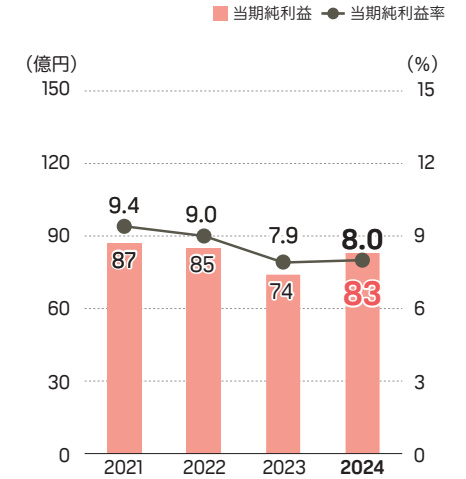
営業利益 / 営業利益率



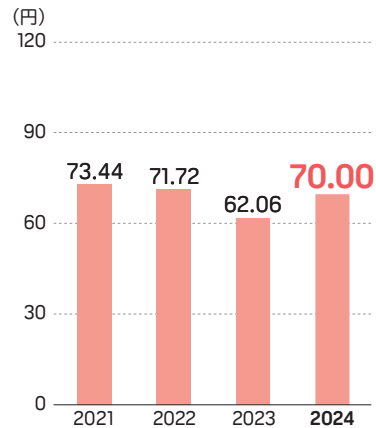
経常利益 / 経常利益率



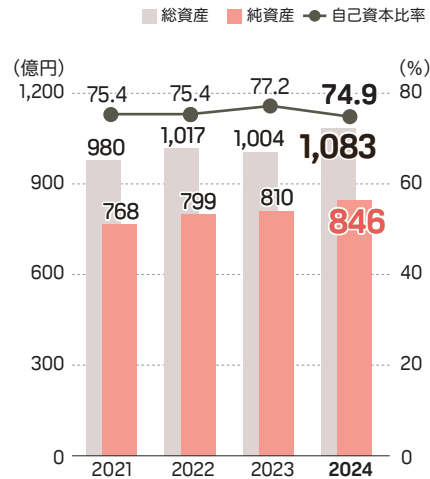
親会社株主に帰属する当期純利益 / 当期純利益率



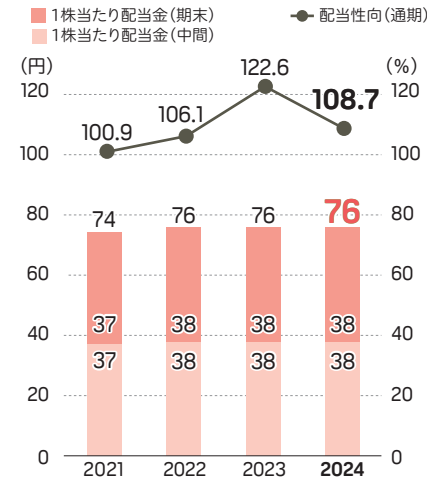
1株当たり当期純利益 (EPS)



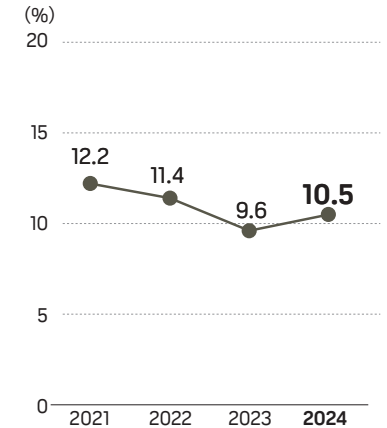
総資産 / 純資産 / 自己資本比率



1株当たり配当金 / 配当性向



自己資本当期純利益率 (ROE)



新商品のご紹介

● (日本)【小児科医監修】片手で簡単・しっかり鼻水を吸引できる「手動鼻吸引器 SHUPOT-pump」

国内市場金額シェアNo.1^{※1}の電動鼻吸引器「SHUPOT (シュポット)」シリーズから「手動鼻吸引器SHUPOT-pump (シュポットポンプ)」を、2024年8月より全国のベビー用品専門店・ドラッグストア、当社公式オンラインショップにて販売を開始しました。

握りやすく片手で操作できる「シリコンポンプ」により、動いてしまう赤ちゃんの顔やからだを支えながら、手動タイプ最高クラスの吸引力^{※2}でサッと簡単に鼻水を吸引することが可能です。また、軽量・コンパクトで電動音も出ないため、就寝時や外出先など時間や場所を選ばずさまざまなシーンに対応できます。

パーツが少なく、まるごと洗浄可能な点なども好評で、本商品は特定非営利活動法人キッズデザイン協議会が主催する2024年度「キッズデザイン賞」に加え、子どもたちを産み育てやすいデザイン部門における「優秀賞 こども政策担当大臣賞」を受賞しました。



※1 2024年11月ビジョン調べ(インテージ/Nint 全国ベビeshop・楽天・Amazon合算拡大推計値による)

※2 ビジョン手動タイプ鼻吸引器との比較において

● (日本)「ぷちキッズ 泡シャンプー」 「ぷちキッズ コンディショナー」を新発売

2才頃から使用可能なヘアケア用品「ぷちキッズ 泡シャンプー」2種と「ぷちキッズ コンディショナー」を、2025年2月より全国のベビー用品専門店・ドラッグストア、当社公式オンラインショップにて販売を開始しました。

子どもの髪は大人と比べて細くて繊細なうえ、地肌の角質層が薄くバリア機能が未熟です。一方で汗腺の数は大人と変わらないため、子どもの小さな頭には汗腺が密集しています。そして活動量が増えて汗っかきになる子どもの頭皮は赤ちゃんの頃には気にならなかったニオイが発生しやすくなります。

ベビー用シャンプーと比べて約2.5倍の洗浄力がある^{※3}「ぷちキッズ 泡シャンプー」は、汗や皮脂の洗浄に特化していることに加え、髪や地肌にやさしいアミノ酸系の洗浄成分を主成分として配合することにより、大人向けシャンプー(硫酸系)と比べ、髪へのダメージも半分以上に抑えています^{※4}。また、植物性コンディショニング成分配合「ぷちキッズ コンディショナー」は、子どもの未熟な頭皮・毛髪を労りながらヘアケアが可能となっています。



※3 自社製品での比較、
2024年11月ビジョン調べ

※4 自社製品での比較、
2024年10月ビジョン調べ
(毛髪を濃度10%のシャンプー水溶液に
浸して超音波処理し、剥離および流出
した毛髪成分の乾燥重量を比較)

トピックス

●NARUMIとのコラボで生まれた 【日本唯一※1!】「母乳実感ボーンチャイナ」の限定発売

国内市場金額シェアNo.1※2の哺乳器シリーズ「母乳実感®」から、高級洋食器メーカーである鳴海製陶株式会社（NARUMI）と共同開発した日本唯一となるボーンチャイナ（日本製）素材を採用した哺乳びんを2024年12月より300本限定で販売を開始しました。

ボーンチャイナとは、リン酸カルシウムを原材料に含む磁器のことを指します。NARUMIの職人が一つひとつ手作業で仕上げるこだわりのつまった逸品であり、ボーンチャイナの優美で多彩な魅力をそのままに、上品で特別感あふれる哺乳びんとなっています。

赤ちゃんとそのご家族にとって授乳時間をさらに特別なひとときにする哺乳器を届けるべく、ピジョングループは引き続き新たな素材・形状の哺乳器開発に挑み続けます。



※1 国内大手育児用品メーカーが販売した哺乳器において
（2024年10月時点 ピジョン調べ、INTAGE／Nint（2021年1月～2024年9月）参照）
※2 ピジョン調べ（2023年インターゼップPOS全国ベビーショップ・ドラッグストア合算拡大推計値による）

●東京都こどもスマイルムーブメントによる 「ティーンズ・アイデアコンテスト」において、 ピジョン提供テーマの応募アイデアが優秀賞を受賞

当社は、「赤ちゃんにやさしい未来」を実現するためには、幅広い世代に赤ちゃんや子育てについて知ってもらい、どのようなサポートができるか考えてもらう機会を提供することが重要と考えています。その取り組みの一環として東京都主催の「ティーンズ・アイデアコンテスト」のテーマ提供企業に応募し、テーマ『赤ちゃんにやさしい、子育てのしやすい地域社会を実現するためには？』が選定されました。

本コンテストは、企業・団体が取り組む地域・社会課題をテーマとし、その課題解決につながるアイデアを中高生が考え、応募する企画です。たくさんの中高生からアイデアの応募があり、当社は東京都と共に審査を行いました。また、ピジョン提供テーマに応募した2組は優秀賞を受賞されました。（詳細はこちら )

ピジョンは今後も、さまざまな人々に赤ちゃんや子育てについて考える機会を提供し、「赤ちゃんにやさしい未来」の実現を目指します。



会社概要・株式の状況など

企業データ (2024年12月31日時点)

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
資本金	5,199,597千円
従業員数	341人／グループ合計3,066人
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 (2025年3月27日時点)

代表取締役社長	矢野 亮
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) 兼取締役会議長	鳩山 玲人
取締役(社外)	林 千晶
取締役(社外)	山口 絵理子
取締役(社外)	三和 裕美子
取締役(社外)	永岡 英則
常勤監査役	石上 光志
常勤監査役	田島 和幸
監査役(社外)	大津 広一
監査役(社外)	太子堂 厚子

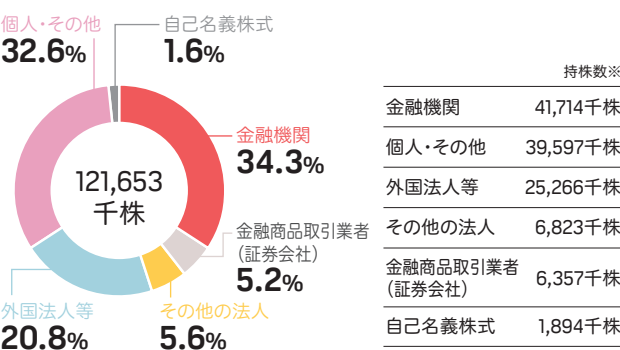
上級執行役員	経営戦略本部長	田窪 伸郎
上級執行役員	日本事業統括責任者	山口 善三
上級執行役員	シンガポール事業本部長	仲田 祐介
執行役員	経営戦略本部副本部長	原 美奈子
執行役員	経理財務本部長	新井 崇志
執行役員	関連事業本部長	鶴 孝則
執行役員	開発本部長	山中 英子
執行役員	SCM本部長	浦狩 高年
執行役員	ベビーケア事業本部長	大口 将利
執行役員	ベビーケア事業本部副本部長	山邊 明良
執行役員	PIGEON (SHANGHAI) CO., LTD. 出向	岡本 晃
執行役員	シンガポール事業本部副本部長	筒井 克志
執行役員	ランシノ事業本部副本部長	松島 浩司

株式の状況 (2024年12月31日時点)

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	74,034名	
議決権保有株主数	63,422名	
自己株式	1,894,321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)	23,263	19.4
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	9,477	7.9
野村信託銀行株式会社(信託口)	2,667	2.2
BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPRD AC ISG (FE-AC)	2,611	2.2
仲田 洋一	1,944	1.6
JPモルガン証券株式会社	1,877	1.6
ワイ. エヌ株式会社	1,678	1.4
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505001	1,626	1.4
STATE STREET BANK WEST CLIENT - TREATY 505234	1,570	1.3
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140051	1,380	1.2

※当社は自己株式1,894,321株を保有していますが、上記大株主から除いています。持株比率については、自己株式を控除して計算しています。なお、自己株式には、役員報酬BIP信託口における保有株数(169,948株)は含んでいません。

株式分布状況(所有者別:千株)



注:株式分布比率は小数第2位を四捨五入しています。 ※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信託銀行本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。
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/>

株主の皆さまの声をお聞かせください▼
📧 第68期 報告書アンケートに回答する