



Celebrate babies the way they are

Heart Report

ビジョン[ハートレポート]

第68期 第2四半期 累計期間(中間)報告書

2024年1月1日～6月30日
(証券コード:7956)

Contents

- P.01 トップインタビュー
- P.03 Pigeon 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 当中間期の経営成果
- 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

『雨で変わる虹のお城』

認定こども園こまどり幼稚園・保育園(秋田県)
渋谷 優詩優さん

雨が降ると家が虹色のお城に変わる。
雨は家の中には入ってこないが、
室内の壁紙や家具も変化する。

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(中間)報告書アンケートに回答する

代表取締役社長

北澤 憲政

中国事業の創業当初から参画し、
主担当として事業の育成に貢献。
学生時代から、芸術的なもの、
生物学的なものへの関心が高い。



pigeon

Q. 2024年度中間期を振り返って、
どのように評価していますか。

まず、8月に発表したグループ子会社元従業員による不適切取引の件につきましては、ご心配とご迷惑をおかけしましたことを深くお詫び申し上げます。今後、原因分析等を踏まえ、適切な再発防止策を講じてまいります。さて、当中間期は、売上高は円安の影響を含め中国事業、ランシノ事業が牽引し、513億円（前年同期比6.9%増）となりました。利益面においては、増収による売上総利益の増加が見られた一方、主に中国事業において哺乳器やベビースキンケアカテゴリの売上高・市場シェア回復に向けた積極的

な販管費の投下もあり、営業利益は58億円（同10.6%減）、経常利益は64億円（同9.6%減）、親株主に帰属する中間純利益は35億円（同21.7%減）と増収減益となりました。

グループ全体では、基幹商品である哺乳器・乳首、スキンケアの売上高が引き続き好調に推移したほか、新規領域として各事業で企画・開発した商品群も期待した通りの成長が見られるなど、当中間期も第8次中期経営計画で掲げたテーマに沿った活動を着実に進めることができました。

日本事業は減収減益となりました。ベビーケアでは昨年実施した哺乳器等の価格改定の効果に加え、共働き世帯の増加等を背景に、育児の手間や負担、不安を減らす商品への需要が確実に増え、店頭価格で1万円を超える育児家電商品の販売も好調に推移し、売上高は前年同期から伸長したものの、海外向け輸出は低調でした。また、利益面では円安による原価高騰などの影響により減益となりました。

中国事業は増収減益となりました。前年第4四半期の中国本土におけるALPS処理水に起因した日本ブランド買い控えの影響

による売上の急減を受け、当期は中国本土の売上高回復を最優先に、成長領域へ集中投資しています。オンラインを中心にブランド露出やコミュニケーションを強化し、ユニークビジター数（UV数）^{※1}の増加に取り組んだ結果、中国最大級のECセールの一つである6月の「618商戦」でのUV数は前年から2ケタ増え、販売も大きく伸長しました。当事業の主力商品である哺乳器・乳首の市場シェアは、昨年から販売を開始した高月齢（6ヵ月以上）の赤ちゃん向け哺乳器「自然離乳」シリーズの貢献などもあり40%を超える水準まで拡大しており、引き続き市場シェア50%の実現に向けて取り組みを進めていきます。

※1 特定の期間（1日、1週間、1ヵ月など）にウェブサイトを訪れる単一ユーザー数

シンガポール事業は増収増益となりました。主要国では流通在庫の平準化が完了し、下期以降、哺乳器・乳首では収益性の高い広口哺乳器のリブランディングによる販売拡大、スキンケアでは「ナチュラル・ボタニカル・ベビー」シリーズの商品ラインアップ拡充・露出強化に取り組めます。また、長期的なアフリカ進出を見据えて販売子会社を

設立したケニアでは、5月より商品の販売を開始し、ブランドの市場浸透と自社流通網の構築に努めています。SNSを活用したマーケティングも展開し、ピジョンの哺乳器を購入いただいた現地のお客様からは、「生後すぐの赤ちゃんが母乳を飲んでくれず本当に困っていたが、ピジョンの哺乳器でやっと飲んでくれた。信じられない。感激した!」との嬉しい声が届きました。ピジョンの哺乳器がアフリカの赤ちゃんにも受け入れられた喜びを感じると同時に、当社の哺乳器は間違いなく世界中の赤ちゃんのご家族のお役に立てると確信しています。

ランシノ事業は増収増益となりました。コロナ禍でも順調に売上成長を続けてきた当事業では、既存領域の安定成長と新規領域の育成の両面から成長投資を継続中です。当事業の基幹商品である母乳関連商品においては、2月より米国で発売したハンズフリーさく乳器の新モデルが好調です。また、新規領域として2021年より発売している「産前・産後ケア」商品の売上高は毎年50%以上の高伸長を見せています。下期以降も、ママ向けの新商品でラインアップの拡充を図

りつつ、新規領域の拡大にはM&Aの機会も模索しながら安定的な成長を目指します。

Q. サステナビリティの取り組みについて聞かせてください。

当社グループのサステナビリティの取り組みは、外部機関から高く評価いただいています。環境の取り組みは中長期環境目標であるPigeon Green Action Planを設定し、活動を推進中ですが、当面の課題はグローバルサプライチェーンでの温室効果ガス排出量削減における取り組みの加速です。

人材に関しては、従業員提案制度の「Pigeon Frontier Awards (PFA)」から従業員一人ひとりが自分自身の存在意義を策定する「My Purpose Project」が立ち上がり、ワークショップ^{※2}を行うことで、従業員エンゲージメントスコアのさらなる向上を目指しています。また「選抜!リーダー塾」を開始し、将来の管理職候補を早期から発掘・育成する人材教育も進めています。

2020年に開始した母乳バンクの取り組みは広がりを見せ、今夏、本社の母乳バンクの拡張工事を終えました。ドナーミルクを

使用した赤ちゃんの人数は年々増加しており、早く小さく生まれた赤ちゃんの命を救うことが出来ていると自負しています。

引き続き社会に価値を生み出す取り組みを続けていきます。

※2 全88枚のさまざまな価値観が描かれたカードから「自分が大切にしている価値観」を導き出すワークショップ

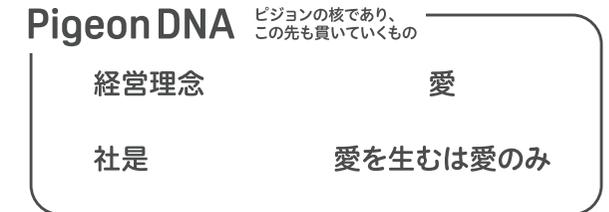
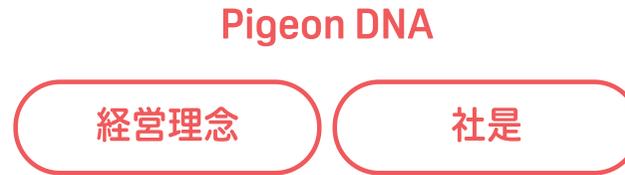
Q. 株主の皆さまにメッセージをお願いします。

当中間期末の株主の皆さまへの配当金は1株当たり38円とさせていただきました。この6月に当社が「日経累進高配当株指数」銘柄に選定されたことは、経営の意思が一定程度評価されたものと考えており、第8次中計期間においては引き続き業績の改善を図りながら、現在の水準を維持した安定的な配当の継続を目指します。近年、当社の連結配当性向は100%を超える水準が続いていますが、まずは利益水準の向上による適正化が重要と考え、当期の期初数値目標の達成に向け、下期も各事業でさらなる業績改善に取り組んでまいります。株主の皆さまには、引き続き当社の成長にご期待いただけますよう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している企業理念として「Pigeon DNA・Pigeon Way」を設定しています。

■Pigeon DNA

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

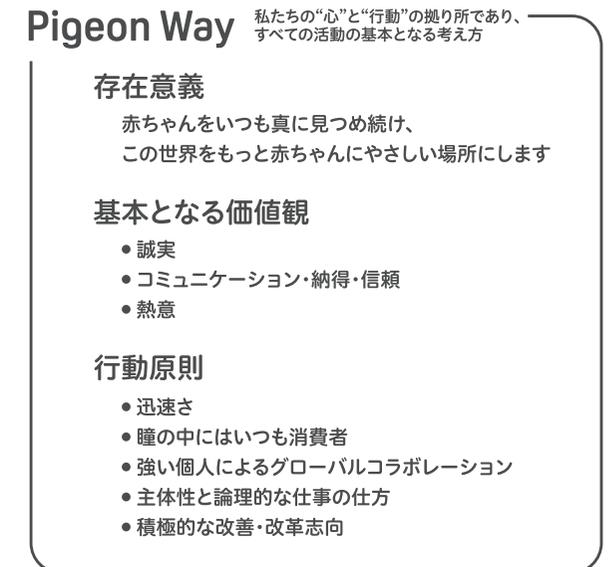
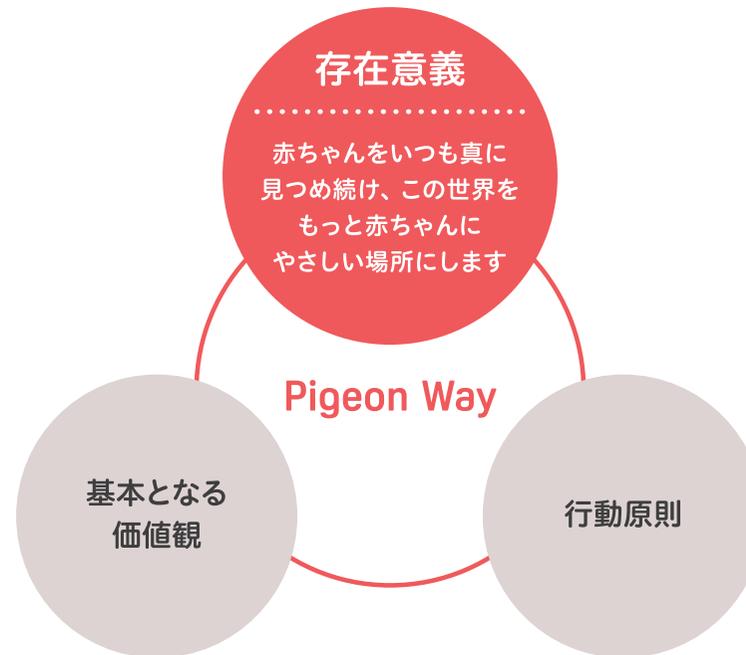


■Pigeon Way

Pigeon Wayは「存在意義」「基本となる価値観」「行動原則」で構成されており、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。

存在意義の実現に注力していくことを表すために、「存在意義」をPigeon Wayの軸として中央に据えています。また、「基本となる価値観」は社員一人ひとりが大切にしているもの、「行動原則」はすべての行動のベースとなり、ガイドとなるものです。

「基本となる価値観」「行動原則」を「存在意義」と同じ円で繋げることで、存在意義の実現のためには、これらに基づき行動することが重要であることを表しています。



私たちピジョングループの社員は、Pigeon 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

ピジョングループは、
 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、
 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GHO / 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(GHO)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「赤ちゃんの健やかな肌づくり支援」を個別課題の一つとし、赤ちゃんにとって最適なスキンケアができる付加価値の高い商品ラインアップを開発・販売しています。

中国で「ラクトフェリンスペシャルケアシリーズ」をお披露目

ピジョングループでは、赤ちゃんの肌に特化した基礎研究を日本と中国の研究・開発拠点で行っています。その知見や技術を活かした商品開発に取り組むことで、競合との差別化を図っています。2024年5月、中国においてベビースキンケアの新商品「ラクトフェリンスペシャルケアシリーズ」を発表しました。新シリーズには「ラクトフェリン」という母乳に含まれる成分が含まれています。一定濃度の「ラクトフェリン」は皮膚のバリア機能を強化し、肌の炎症を抑えたり、刺激を軽減したりする働きがあることが研究で明らかになっています。ピジョングループでは、今後もエビデンスの裏づけがある付加価値の高い商品ラインアップを各市場のニーズに合わせて開発していきます。



[重要課題]



存在意義実現のための
人材・組織風土

ピジョングループは、社員一人ひとりが自分らしく輝くことができるよう、「挑戦できる組織風土」の醸成に取り組んでいます。

ピジョンブランド公式キャラクター「ほわびび」が国内外で活躍

「ほわびび」は赤ちゃんやご家族をはじめとするステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションを充実していくことを目的に、2021年に誕生したピジョンブランドの公式キャラクターです。この「ほわびび」は、社員が失敗を恐れず未来に向けて挑戦することを応援し、表彰するPigeon Frontier Awards (PFA) 制度にて、参加社員の提案をきっかけに誕生しました。誕生から3年を経た現在では、看板やインテリアデザインはもちろん、哺乳器やおしゃぶり、おしりナップなどさまざまな商品やパッケージのデザインとして活用しており、特にタイやマレーシアにおいては、「ほわびび」をデザインした広口哺乳器の売上が好調に推移しています。



事業のご紹介



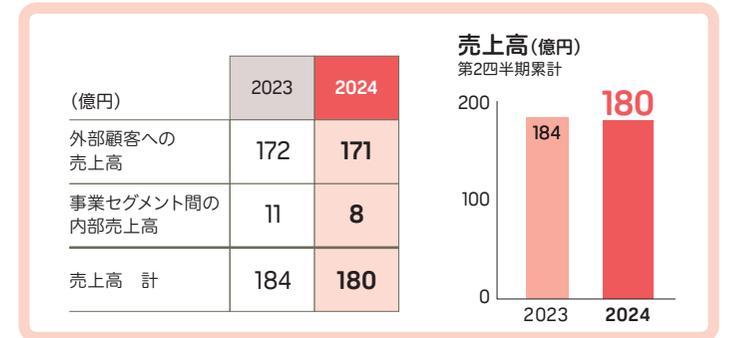
日本事業

- ◆育児および女性向け用品
- ◆保育サービス
- ◆イベント保育サービス
- ◆介護用品
- ◆ベビー大型用品
- ◆事業所内保育運営受託
- ◆幼児教育サービス
- ◆老化予防用品
- ◆託児
- ◆介護サービス※1

● 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※2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%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 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。
 ※2 厚生労働省「令和5年人口動態統計月報年計(概数)」

事業のご紹介

中国事業

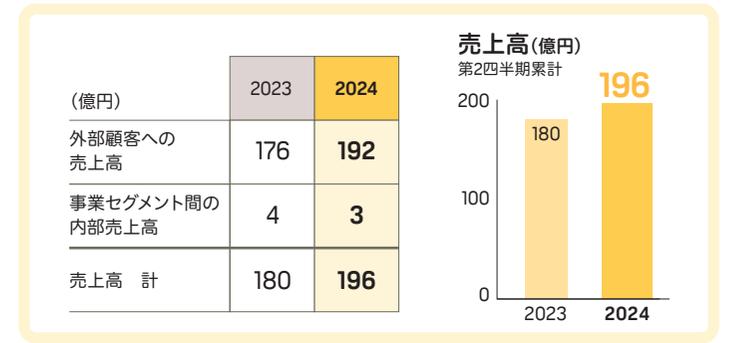
◆育児および女性向け用品

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、出生数は減少トレンドにありますが、2023年の年間出生数は約902万人(中国国家统计局)と、いまだ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。



*当社調べ(哺乳器・乳首セルアウト、金額ベース)

事業のご紹介



シンガポール事業

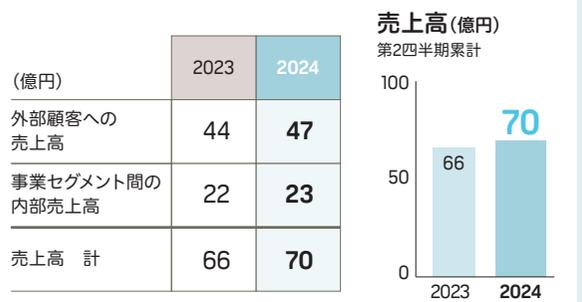
◆育児および女性向け用品

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、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

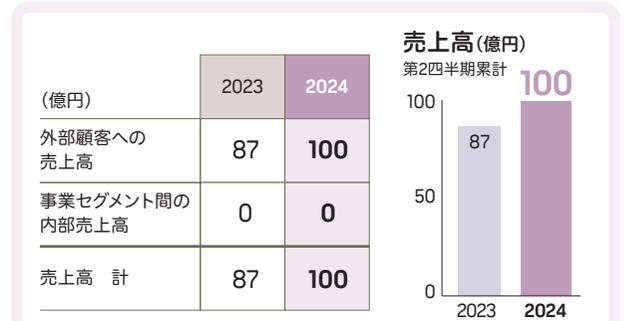
◆母乳・授乳関連用品

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1位^{※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 当社調べ

当中間期の経営成果

売上高は、円安の影響を含め中国事業、ランシノ事業が牽引したことで、前年同期比6.9%増の513億13百万円となりました。利益面では、増収による売上総利益が増加した一方、主に中国事業で積極的な販管費を投下したことにより、営業利益は同10.6%減の58億22百万円、経常利益は同9.6%減の64億31百万円、親会社株主に帰属する中間純利益は同21.7%減の35億74百万円となりました。また、ピジョンホームプロダクツの新工場竣工に関連した補助金交付に伴い、特別利益として補助金収入6億48百万円、特別損失として補助金収入に係る固定資産圧縮損6億48百万円を計上しました。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(介護サービス)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、当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。

売上高は前年同期比2.2%減の180億2百万円、セグメント利益は同12.0%減の10億40百万円となりました。

ベビーケア(育児および女性向け用品)は前年同期の売上高を上回りました。前年に実施した哺乳器・乳首を含むベビー関連用

品の一部価格改定による効果のほか、基幹商品である哺乳器・乳首に加え、新規領域である育児家電カテゴリも「電動鼻吸引器 SHUPOT(シュポット)」を中心に販売が好調に推移しました。また、2024年2月に新発売した、時短スキンケア「うるおいミスト乳液」は、全国の小売店約15,000店舗へ配荷を広げ、好調なスタートを切っています。消費者コミュニケーションでは、「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、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したほか、4月には、「第38回 ピジョン赤ちゃん誕生記念育樹キャンペーン 植樹式」を開催するなど、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55箇所にてサービスを展開しました。ヘルスケア・介護用品では、主力商品であるおしりふきなどの消耗品に加え、清拭用品や、口腔ケア用品の販売強化に取り組みました。また、2024年4月1日付で、介護サービス事業を展開するピジョン真中株式会社の全保有株式を丸光産業株式会社へ譲渡しました。なお、日本事業の中に含まれている海外向け輸出に関しては、主に中国向けにALPS処理水海洋放出による日本商品買い控えの影響が続いたことにより、売上高が減少しました。

中国事業

売上高は前年同期比8.7%増の196億29百万円、セグメント利益

当中間期の経営成果

は同6.3%減の51億49百万円となりました。

中国本土では、前年第4四半期に発生したALPS処理水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ました。その結果、現地通貨ベースの売上高は前年同期を上回りました。高月齢の赤ちゃん向け哺乳器「自然離乳シリーズ」や、2024年3月に発売を開始したキッズ向けの大容量ドリンキングボトルの販売も好調に推移するなど、ベビー向け製品に加え、出生数減少への対応策の一環であるエイジアップ商品の充実も継続的に強化しました。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)」をはじめとしたSNS上でのブランド露出のさらなる拡大に加え、ライブコマース等のデジタルマーケティングの強化により、自社旗艦店を含むECチャネルでの販売が好調に推移しました。また、当事業が管轄する韓国および北米市場においても、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注力しました。

シンガポール事業

売上高は前年同期比7.4%増の70億94百万円、セグメント利益は同13.6%増の9億54百万円となりました。

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ほぼ終了したほか、円安による為

替効果もあり、売上高は前年同期を上回りました。当事業が注力している基幹商品カテゴリでは、哺乳器・乳首のブランド強化や、ベビースキンケアの販売拡大に注力したほか、新商品として哺乳器の地域限定デザインモデルや、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」シリーズを発売しました。引き続き、上位中間層以上のお客様をターゲットとし、基幹商品である哺乳器・乳首およびベビースキンケアを中心に積極的な販売・マーケティング活動を展開します。

ランシノ事業

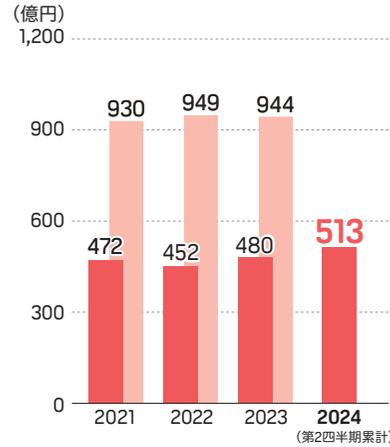
売上高は前年同期比15.6%増の100億92百万円、セグメント利益は同33.6%増の4億62百万円となりました。

主力市場の北米では、前年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引き続き見られた一方で、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、現地通貨の売上高は前年同期を上回りました。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、現地通貨の売上高は前年同期を上回りました。利益においては、海上輸送費の低下や商品ミックスの変化による総利益率の改善が引き続き見られました。

主な経営指標

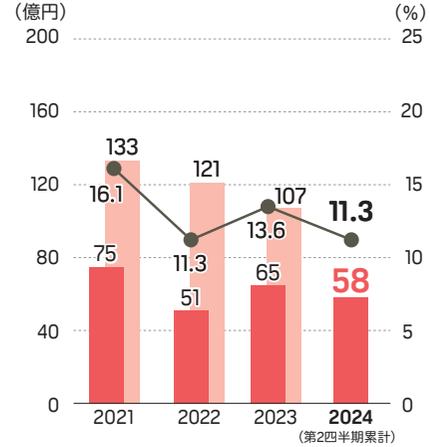
売上高

■ 第2四半期累計 ■ 通期



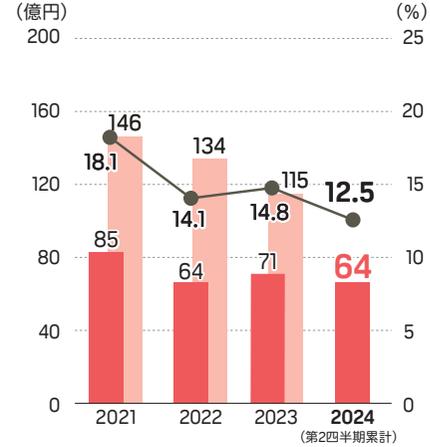
営業利益 / 営業利益率

■ 第2四半期累計 ■ 通期 ● 営業利益率 (第2四半期累計)



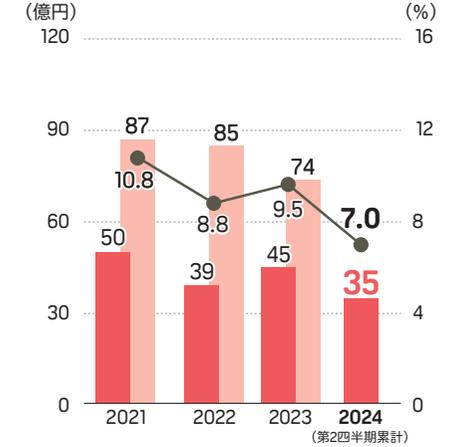
経常利益 / 経常利益率

■ 第2四半期累計 ■ 通期 ● 経常利益率 (第2四半期累計)



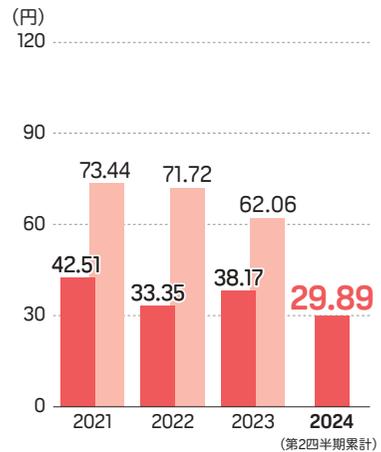
親会社株主に帰属する中間(当期)純利益 / 中間純利益率

■ 第2四半期累計 ■ 通期 ● 中間純利益率



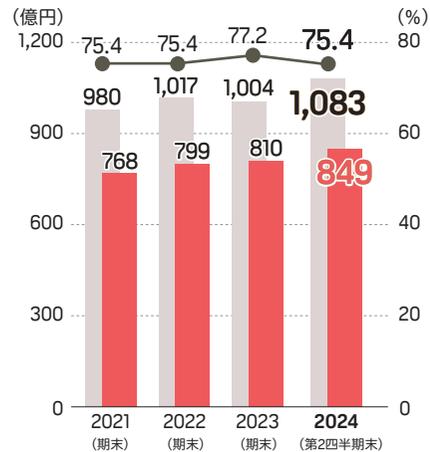
1株当たり中間(当期)純利益 (EPS)

■ 第2四半期累計 ■ 通期



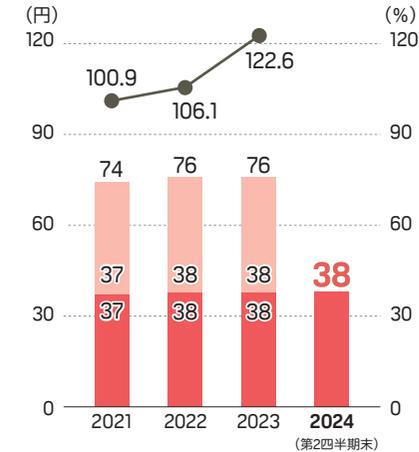
総資産 / 純資産 / 自己資本比率

■ 総資産 ■ 純資産 ● 自己資本比率



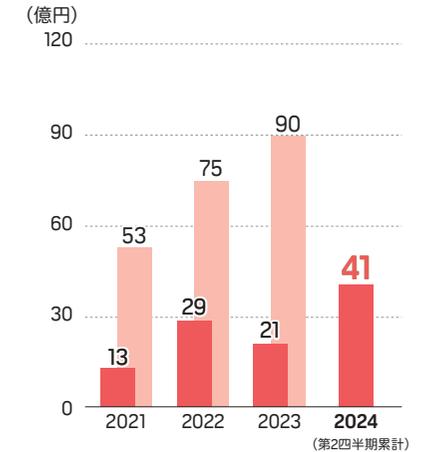
1株当たり配当金 / 配当性向

■ 1株当たり配当金(中間) ■ 1株当たり配当金(期末) ● 配当性向(通期)



フリー・キャッシュフロー*

■ 第2四半期累計 ■ 通期



※ フリー・キャッシュフロー: 営業活動によるキャッシュフローから投資活動によるキャッシュフローを差し引いたもの。

新商品のご紹介

- (日本) 歯みがきもみがき残しチェックもこれ1本！
「ジェル状歯みがき ぷちキッズ みがき残しチェックPLUS (プラス)」

2024年8月、ベビー歯みがき「ぷちキッズシリーズ」より、歯みがきと歯垢チェックを同時に行うことができる「ジェル状歯みがき ぷちキッズ みがき残しチェックPLUS」の販売を全国のベビー用品専門店・ドラッグストア等にて開始しました。

乳歯はエナメル質や象牙質が薄いためむし歯になりやすく、乳歯がむし歯になると永久歯もむし歯になりやすくなるため、乳歯ケアはとても重要です。本商品で歯みがきをし、水ですすぐと、みがき残した部分(歯垢)が赤く染まります。みがき残しに不安を感じているママ・パパも、きちんとみがけているか確認でき、仕上げみがきに最適です。キシリトールやフッ素配合で、歯みがきとしての機能はもちろんのこと、歯に塗り広げやすいジェル状で、有効成分以外は食品に使われている成分から作られており、1才6カ月頃から安心してご使用いただけます。歯みがきに興味を持つきっかけづくりや、みがき残しを意識した歯みがきの習慣化にお役立てください。



- (日本) ぬれた肌に使える、塗り広げ不要の時短ケア
「うるおいミスト乳液」

2024年2月、バタバタしがちなお風呂あがりに、短時間でお子さんの全身の保湿ケアを行うことができる、スプレータイプのスキンケア「うるおいミスト乳液」の販売を全国のベビー用品専門店・ドラッグストア等にて開始しました。

本商品は、乾いた肌にはもちろん、お風呂あがりのぬれた肌へ直接吹きかけてタオルで拭くだけで、短時間で効率的なスキンケアを実現できます。乳液には赤ちゃんのお肌に必要な成分「ピジョン ナチュラルモイスチャー※1」を配合し、デリケートなお肌をやさしく保湿します。高圧乳化機を用いた製造により、きめ細かな乳化が可能となり、広範囲に噴射できるスプレーに適した低粘度の乳液を実現しました。肌に残った水分に乳液がなじむため、スプレー後に手で塗り広げる必要もありません。スプレーボトルは逆さ向きにしても噴射でき、おしりの下など届きにくい部位にも持ち替える必要なく、ラクに全身を保湿することができます。短い時間で効率的に保湿をしたいママ・パパの味方となる、ピジョンのこだわりがたくさんつまった商品です。



※1 保湿成分：セラミドNP+イソステアリン酸フィトステリル

トピックス

●年々増加するドナーミルク利用者に応え、施設を約2倍に拡大した「日本橋 母乳バンク」のリニューアル式典を開催

2024年5月13日、「日本橋 母乳バンク」リニューアル式典を当社本社1階にて開催しました。母乳バンクとは、早産・極低出生体重児（出生体重1,500g未満の赤ちゃん）が必要な母乳を自らのお母さんから得られない場合に、寄付された母乳を低温殺菌処理し安全なドナーミルクとして提供する施設です。当社は、2020年より日本母乳バンク協会へゴールドスポンサーとして支援を開始し、同年9月には当時国内2拠点目となる母乳バンク「日本橋 母乳バンク」（運営：日本母乳バンク協会）を、当社の全面サポートにより当社本社1階に開設しました。

2023年度に日本国内でドナーミルクを利用した赤ちゃんの人数^{※1}は1,118人、利用病院数^{※1}も95施設に増加し、提供量・利用病院数が着実に増加している一方で、「日本橋 母乳バンク」の低温殺菌器の稼働率は約9割に達しており、今後のさらなる需要増に備え、供給体制の安定化が求められていました。このような背景から、「日本橋 母乳バンク」を全面リニューアルし、母乳の低温殺菌を行う処置室の面積を従来の約2倍に拡大しました。また、2023年秋に実施したクラウドファンディング（実施：日本母乳バンク協会）で集めた支援金^{※2}により購入した最新式低温殺菌器を導入することにより、ドナーミルクの低温殺菌処理能力は従来の約3倍に向上しています。

施設の全面リニューアルと新機器導入を記念して開催した当式典では、日本母乳バンク協会 代表理事の水野 克己先生による講演や、ドナーミルクを実際にご利用されたご家族と水野先生によるトークセッションを行いました。また、自身のお子さんの主治医が水野先生だったことがきっかけとなり、母乳バンクの活動に共感いただいているファッションモデルの蛭原 友里さんにも特別ゲストとして登場いただきました。

当社は今後も、母乳バンクの認知向上のため、より一層の周知を目指して支援をしていきます。



▲母乳バンクの重要性について講演する水野先生



▲式典の様子



▲お祝いコメントをされる蛭原 友里さん



▲最新式低温殺菌器で作業をする様子^{※3}

※1 日本母乳バンク協会および日本財団母乳バンクの合算値（2024年4月調査 日本財団母乳バンク調べ）

※2 企業・個人を含む計2,890人から2,400万円を超える支援金が集まりました

※3 デモンストレーションの様子を撮影（研究用の母乳を使用）

 母乳バンクの活動をもっと詳しく！

会社概要・株式の状況など

企業データ (2024年6月30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	345人／グループ合計3,590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 (2024年6月30日時点)

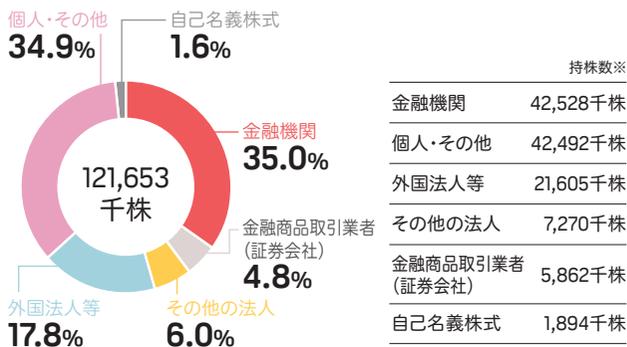
代表取締役社長	北澤 憲政
取締役専務執行役員 グローバルヘッドオフィス責任者	板倉 正
取締役上席執行役員	Kevin Vyse-Peacock ランシノ事業本部長 兼 LANSINOH LABORATORIES, INC. 代表取締役社長
取締役上席執行役員 中国事業本部兼 シンガポール事業本部担当	矢野 亮
取締役(社外) 兼取締役会議長	鳩山 玲人
取締役(社外)	林 千晶
取締役(社外)	山口 絵理子
取締役(社外)	三和 裕美子
取締役(社外)	永岡 英則
常勤監査役	西本 浩
常勤監査役	石上 光志
監査役(社外)	大津 広一
監査役(社外)	太子堂 厚子
上級執行役員 日本事業統括責任者	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 経営戦略本部長	田窪 伸郎
執行役員 経営戦略本部副本部長	浦狩 高年
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	田島 和幸
執行役員 ベビーケア事業本部長	大口 将利
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6月30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	75,016名	
議決権保有株主数	65,195名	
自己株式	1,894,035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)	23,104	19.3
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	9,577	8.0
野村信託銀行株式会社(信託口)	2,667	2.2
JPモルガン証券株式会社	1,947	1.6
仲田 洋一	1,944	1.6
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140051	1,823	1.5
ワイ. エヌ株式会社	1,678	1.4
野村信託銀行株式会社(投信口)	1,585	1.3
STATE STREET BANK WEST CLIENT - TREATY 505234	1,558	1.3
SMBC日興証券株式会社	1,200	1.0

※当社は自己株式1,894,035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 <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(中間)報告書アンケートに回答する