



Celebrate babies the way they are

# Heart Report

ビジョン[ハートレポート]

## 第63期 報告書

2019年2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 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41回 未来の科学の夢絵画展

幼稚園・保育園の部 優秀賞

『ぼくの大事な弟』

鳥取第三幼稚園(鳥取県)

池原 綜真さん



### 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従事。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。趣味はスキューバダイビングと読書。

#### Q. 2月に発表した第7次中期経営計画の概要やポイントとなる点を教えてください。

新しい第7次中期経営計画(2020年12月期~2022年12月期)では、中国市場での成功要因をグローバルに展開し、全地域での健全な成長と収益性のさらなる向上を目指します。数値目標としては、およそ10年後に売上高2,000億円の事業規模を達成することを見据え、新中計の最終年度となる2022年12月期には売上高で1,260億円と、2019年12月期から年平均成長率(CAGR)6.8%\*の成長を目指します。また利益面では営業利益231億円(CAGR10.3%\*)、親会社株主に帰属する当期純利益163億円(CAGR12.0%\*)を目指していきます。その実現のため、新中計ではブランド戦略、基幹商品戦略、そして市場エリアごとに推し進める地域戦略の3つのテーマを掲げています。まずブランド戦略に関してですが、根本的な部分として、今回

“Pigeon Way”の「使命」の部分に「存在意義」へと進化させています(2ページの図参照)。この考え方をベースに、当社ブランドの社会に対する約束(ブランドプロミス)として、「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)」を新たに掲げております。今後はこの約束を、お客様と接するあらゆる場面で体現していきます。お客様の共感を得ることで、“選ばれる”ブランドを目指していきます。基幹商品については、新商品の数の増加はもちろん、開発アプローチやデザイン、さらには生産・販売方法についてもテコ入れをし、グローバルでピジョングループの強みを活かし、競合との差別化ができるカテゴリで成長加速を図ります。地域戦略については、中国市場での成功要因をグローバルに展開していくことがテーマではありますが、中国市場とインド市場でのビジネスモデルが大きく異なっているように、中国で成功したモデルがそのまま全世界共通のモデルになるという

ことではありません。昨年1月に組織を市場別に明快に分け、4事業制としたことで、それぞれの市場特性を捉えた事業戦略をよりスピーディに展開できるようになり、商品開発部門も日本、中国、シンガポール、ランシノと各事業にそれぞれ設置しています。これから出てくる新商品の方向性も、自由な発想を大切にデザイン志向で、美的センスや感性、使いやすさなどの視点からさらなる魅力を追求していきます。中国では、生産・販売方法で革新的な新商品も出していきます。具体的には、今年発売予定の工場直送のスキンケア商品「Ssence(エッセンス)」がその第一弾ですが、防腐剤を一切使わない安全性を特長とし、EC限定受注で工場から直接消費者にお届けしていくピジョン初の直販方式です。マーケティングだけでなく将来的な研究開発の面でも有用なデータの蓄積につながると期待しています。

\*2019年12月期(11カ月)を12カ月換算

#### Q. 新中計での成長を目指す上で出生数の動向などをどのように考えていますか。

グローバルで見ると、現時点で売上全体の3割強を占める日本の旧国内ベビー・ママ事業\*は、今後の少子化によって市場全体の成長が一段とゆるやかになる見通しであり、この部分を海外の事業でどうカバーし、全体の成長を牽引していくかがポイントです。およそ10年後の売上目標達成のためには、グループ全体としてCAGRで約7%の水準を維持する必要があります。国内事業の成長をCAGR約3~4%とすれば、海外では9~10%で成長を続けていきたい。全世界の人口予測を見ると2050年には97億人といわれており、出生数に経済成長も加わることで市場規模はますます拡大する見通しです。4事業制の良さを活かし、それぞれの市場ニーズをつかんだ商品を出していくことで、その成長市場を取りにいきます。もちろん旧国内ベビー・ママ事業\*も、少子化の中でも成長を図ります。哺乳びん・乳首は、すでに約80%と圧倒的な市場シェアを確保していますが、スキンケア商品では40%弱、ベビーカーも約20%とまだまだ成長余地があります。特にベビーカーでは、後発参入にもかかわらず、当社

の強みである消費者の行動観察を含めた研究開発力で、「Runfee(ランフィ)」シリーズを筆頭に、大きくシェアを伸ばしてきた実績があり、新中計下では国内トップシェアの獲得を目指します。4事業制によって、ピジョンの持つ研究開発力をスピーディに商品開発へとつなげ、それぞれの市場特性に合ったイノベーションを起こすような新商品を次々と出していきます。ぜひご期待いただきたいと思えます。

\*2020年12月期より報告セグメントを変更し、国内ベビー・ママ事業は日本事業として統合されています。詳しくは9ページをご覧ください。

### Q. ESG\*1を重視した経営への注目が高まっています。ピジョンでの取り組みはいかがですか。

ピジョンではESGを経営と一体化した根幹に位置づけています。これからの消費者は、「商品を買う」から、「ビジネスに共感して商品を買う」へ移行してきますから、企業として利益を出し持続的に成長していくためには、消費者に共感していただける企業でないといけません。その意味でも、ESGの充実

当然のことであり経営の重要課題だと捉えています。またSDGs\*2についても、中計で掲げた各目標とSDGsの各ゴールとの関連性を示すことで、その達成に向けて最大限努力していきたいと思えます。今回の中計では、これまで具体的な数値目標を示していなかった環境(E)面での取り組みについて、CO<sub>2</sub>排出の削減目標など、具体的なKPI\*3を明示しました。社会(S)面での取り組みの一例には、昨年11月に発表した東京本社での「母乳バンク」の開設支援があります。これは早産・極低出生体重児(1500g未満)に「ドナーミルク」を届ける一般社団法人日本母乳バンク協会を支援する取り組みです。ESGの中で特にピジョンが力を入れていきたいのはこの社会(S)の部分であり、私たちは常に“Pigeon Way”の存在意義(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する)、そしてブランドプロミスをしっかりと意識しながら活動していきます。ガバナンス(G)面では、今般、新たに社外取締役を2名増員し、取締役会における社外比率が3分の1を超えました。2名とも女性役員ということでダイ

バーシティの視点でもさらに一步前進しています。またお二方のバックグラウンドから、今後ピジョンがデザイン志向の商品開発を進めていく上で、適切な助言をいただけるものと期待もしています。

\*1 ESG:環境(Environment)、社会(Social)、企業統治(Governance)の観点

\*2 SDGs:2015年の国連サミットで採択された、2030年までに達成することを掲げた「持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals)」

\*3 KPI:Key Performance Indicators(重要業績評価指標)

### Q. 最後に、株主の皆様へ一言、お願いします。

ピジョングループのターゲット市場はグローバルです。日本では出生数が減少していますが、世界全体で見れば増え続けており、ピジョンの成長機会はふんだんにあると考えています。すでに多くのお客様からご好評いただいている既存の商品ラインアップに、今後は、それぞれの地域特性を反映した新商品も迅速に加わっていきますので、引き続きご期待いただき、変わらぬご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

## 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。



#### ● 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”

#### ● 存在意義

—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

—社員一人ひとりが大切にしているもの  
誠実  
コミュニケーション・納得・信頼  
熱意

#### ● 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  
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

## 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

## 事業のご紹介



### 国内ベビー・ママ事業

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

#### ● 事業環境と当社の強み

日本における出生数は2018年に91.8万人(厚生労働省「2018年人口動態統計(確定数)」)と過去最低を更新し、2019年には、1899年の統計開始以来初の90万人割れとなる86.4万人と、さらに減少しています(同「2019年人口動態統計(年間推計)」)。そのような中、半世紀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ところに、ピジョンの強みがあります。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、シェアを大きく伸ばしています。



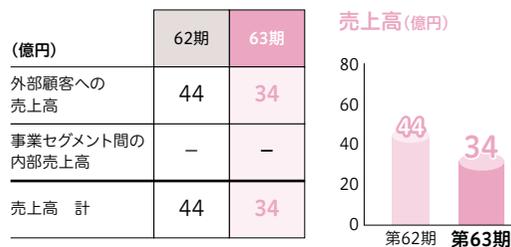
### 子育て支援事業

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

#### ● 事業環境と当社の強み

2018年の日本の女性の労働力人口は3,014万人と前年から77万人増加し、就業率も全年齢ベースで51.3%と、50年ぶりに5割を超えました(厚生労働省「2018年版働く女性の実状」)。育児と仕事の両立は、もはや女性だけで解決を図る課題ではなく、そのような中での当社への期待も大きくなっています。

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、皆様から信頼を得ています。「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しています。

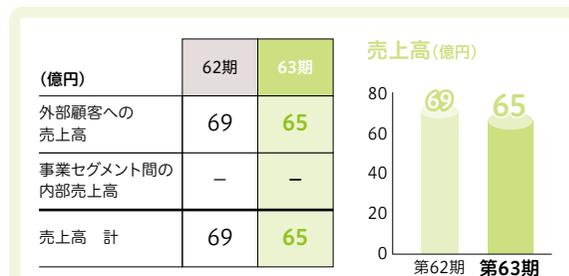


### ヘルスケア・介護事業

- ◆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高齢化は急速に進み、65歳以上人口は3,588万人(総務省統計局2019年9月15日現在推計)、高齢化率(総人口に占める65歳以上人口の割合)は28.4%と過去最高を更新しています。高齢化の進展に伴い、要介護・要支援認定者数も2018年には659万人と増加する中、健康長寿に向けた取り組みも進んできています。市場規模が着実に拡大し続ける中で、ピジョン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の高さを強みに、競争優位性のある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。



※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。  
 ※2020年12月期に報告セグメントを変更しています。ここでは旧セグメントをベースにご紹介しています。セグメント変更の詳細については、9ページをご覧ください。

## 中国事業



◆ベビー、ママ関連用品

### 展開エリア

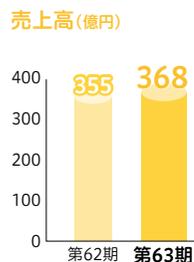
中国、韓国、台湾、香港、フィリピン、ロシア 他

### ● 事業環境と当社の強み

年間出生数が1,300万~1,500万人といわれる巨大市場の中で、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てきました。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」と呼ばれる世帯を主要ターゲットに、主力の哺乳器・乳首、トイレットリー、高級スキンケア商品を中心に500品目以上の商品を市場に展開し、新しいライフスタイルの提案を通じて、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。高品質で安定した価格による対面での販売に加え、新しいファミリーを形成する世代が1980年代、1990年代生まれの若者へと移る中でEコマースでの事業展開にも力を入れることで、さらなる事業拡大を進めています。



(億円)	62期	63期
外部顧客への売上高	354	367
事業セグメント間の内部売上高	1	0
売上高 計	355	368



## シンガポール事業



◆ベビー、ママ関連用品

### 展開エリア

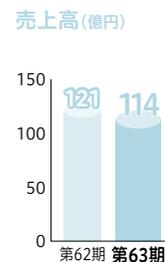
シンガポール、インド、インドネシア、他のASEAN諸国、中近東諸国、オセアニア 他

### ● 事業環境と当社の強み

毎年1億3,500万人の新生児が誕生するグローバル市場での潜在需要は非常に大きく、なかでも年間出生数が約2,600万人のインド、約500万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。インドにおいては、2015年から現地工場での哺乳器・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。また長期的視野からアフリカ等の新規市場への進出準備に着手しています。



(億円)	62期	63期
外部顧客への売上高	82	80
事業セグメント間の内部売上高	38	34
売上高 計	121	114



## ランシノ事業



◆母乳・授乳関連用品

### 展開エリア

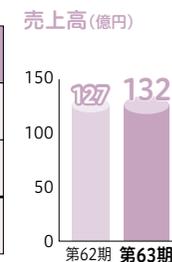
北米…アメリカ、カナダ 他 欧州…イギリス、ドイツ、ベルギー 他  
その他…中国(ランシノ上海)、トルコ、中南米 他

### ● 事業環境と当社の強み

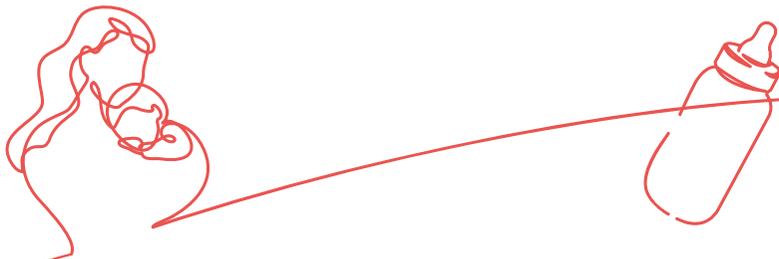
2004年にグループ傘下に入ったLANSINOH LABORATORIES, INC.のランシノブランドは、主力の乳首ケアクリームや母乳パッド、さく乳器や母乳保存バッグ等の母乳関連商品ブランドとして高い認知度があり、北米ならびに欧州に加え、2016年からは新たに設立したランシノ上海を通じて中国市場にも参入するなど、世界的に事業を拡大しています。世界的に母乳育児が推進され母乳関連商品の需要が高まる中で、高品質の商品を提供しているランシノブランドは強い支持を得ており、今後さらに商品カテゴリの拡充を進めながら、事業拡大を図っていきます。



(億円)	62期	63期
外部顧客への売上高	126	130
事業セグメント間の内部売上高	1	1
売上高 計	127	132



※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。 ※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.12

# UK (英国)

### 順調な出産なら、入院なしの帰宅も当たり前！

英国では、出産が順調で母子ともに元気であれば、産後6時間から24時間以内に帰宅することが一般的です。2018年に英王室キャサリン妃が第三子レイ王子をご出産されたときも、産後7時間で退院されたことが各国で話題となりました。医療システムが充実している英国では、妊娠から出産における医療費は基本的に全部無料です。妊娠がわかると、医師からミッドワイフ（助産師）が紹介され、専属のミッドワイフが、尿検査や血圧測定、胎児の心拍検査といった健康診断から両親学級や各検査の予約、バースプランへの助言などを行います。出産を経て産後も、同じミッドワイフが母子の健康状態をチェックするなど、支援してくれます（産後10日間まで無料）。妊娠期間中の妊婦の体重管理も「100キロを超えない程度に」と厳しくなく、新生児の沐浴も、ほとんどの地域で水が硬水であるためか、5日～7日に1度の頻度で良いと指導されます。

### 「人生のスタートは平等に！」スコットランドのベビーボックス

スコットランドでは、生まれてきた赤ちゃん全員に出産祝いとして「ベビーボックス」が無料で支給されます。「人生のスタートは平等に！」と2017年から始まったこの制度。ギフト内容の説明や相談はもちろん、登録から配達までの手続きもミッドワイフが請け負います。その中身は、新生児～6カ月までのベビー服からデジタル体温計（耳式）、バスタオル、毛布、布絵本とさまざまなものが含まれています。スコットランド詩人によるポエムが書かれた箱を開けると、底や側面にはプロテクター付きマットレスなどが備え付けられており、そのままベビーベッドとしても使える優れものです。



世界のピジョンからこんにちは！



ランシノ製品は、英国をはじめ世界各国で高い評価を得ています。

ランシノ事業を展開するLansinoh Laboratories, Inc.は、1984年に米国で創設され、今では85を超える国・地域のお客様にランシノブランドの製品をご愛用いただいています。私たちランシノの海外事業が始まったのは2000年。その頃のアメリカでは、すでにランシノの「乳首クリーム」が母乳育児の定番商品として普及していました。そんなランシノの「乳首クリーム」を世界中に広めたいと考えたケビン・ヴァイスピーコック（現ピジョン取締役上席執行役員、ランシノ事業本部長）が、ランシノ創業者であるラシーダ・ハーゲン氏に直談判し、英国にある自宅のベッドルームを「ランシノ初の海外拠点」としたのです。

その後、20年にわたって私たちはさまざまな母乳関連商品を開発・提供し、多くのママの母乳育児生活をサポートしてきました。ケビンのベッドルームから始まったランシノの海外事業は、今やランシノを世界的に有名な母乳育児用品ブランドへと成長させました。現地法人も世界6カ国に展開、トルコには最新鋭の生産工場を持つまでになっています。

その成長の原動力となったのが、ランシノが販売する数多くの高品質な製品です。私たちの製品は世界中のお客様に高く支持され、毎年たくさんの賞を受賞しています。2019年には、オーストラリアで「Lanolin Nipple Cream（乳首クリーム）」と「Lansinoh TheraPearl Breast Therapy gel packs（おっぱいマッサージジェルパック）」が「Bounty Awards 2019」でそれぞれ金賞と銅賞を受賞しました。また、ポーランドでは「Compact Single Electric Breast Pump（電動さく乳器）」が「The Parent's Award」を受賞しました。私たちランシノの製品は、今日も世界中でたくさんのママの母乳育児をサポートしています。

Business Development,  
Export & EU Sales  
プレジデント

**Vanessa Cook**

**LANSINOH LABORATORIES, INC.**  
**UK Office**

設立: 2000年

所在地: 英国ウェスト・ヨークシャー州リーズ

事業内容: ヨーロッパ、中東およびアジアでの  
母乳育児関連用品の販売

従業員数: 31名 (2019年12月末現在)



## 当期の経営成果

第6次中期経営計画の事業方針に基づき、各事業・機能戦略に取り組んできた結果、当期の売上高は、1,000億17百万円となりました。利益面においては、営業利益が170億72百万円、経常利益は172億84百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は115億38百万円となりました。

※当社は、当期より決算期を1月31日から12月31日に変更したため、経過期間となる当期は、1月決算であった当社および国内子会社については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、対前期増減比較は記載していません。

### 国内ベビー・ママ事業

売上高は、特に下期に入ってから訪日外国人等によるインバウンド需要の低下等もあり、308億13百万円、セグメント利益は46億97百万円となりました。当事業では、2019年8月に、体になじむ柔らかい素材で赤ちゃんにやさしくフィットし、ママやパパの体の高い位置で抱っこすることで、肩腰の負担を軽減できるイギリス生まれの抱っこひも「caboo(カブー)」シリーズ、肌の角層細胞内に存在するたんぱく質で肌のバリア機能をサポートする「フィラグリン」に着目したベビースキンケアシリーズ「filbaby(フィルベビー)」を新発売しました。さらに10月には、当社商品を安心して手軽にご購入いただける公式通販サイトとして、「ピジョン公式オンラインショップ」ならびに「ピジョン公式楽天市場店」をオープンし、一層の販売強化に取り組んでいます。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「おっぱいかレッジ」、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期において32回開催し、合計で約3,000名以上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、商品の更新はもちろん、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34億92百万円、セグメント利益は49百万円となりました。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施設の一括受託契約が終了しましたが、当期においては、事業所内保育施設74箇所にてサービスを展開しており、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ます。

### ヘルスケア・介護事業

売上高は65億46百万円、セグメント利益は3億86百万円となりました。2019年2月に介護施設利用者の「座位姿勢保持」を重視した新シリーズ「プロフィットケア」を発売したほか、入浴できないときでも体を清潔に保てるスキンケア商品「看護から生まれた『清潔ケア』シリーズ」を発売しました。小売店および介護施設への営業活動の強化とともに、介護サービスの品質向上などの施策実行を徹底しています。

### 中国事業

売上高は、368億24百万円、セグメント利益は124億83百万円となりました。当事業では、主力商品の哺乳びん・乳首の販売が引き続き堅調に推移する中、さく乳器や洗濯用品等の販売も順調に伸長しました。また引き続き拡大して

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、また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を進めています。

### シンガポール事業

売上高は114億82百万円、セグメント利益は20億7百万円となりました。ASEAN地域・中東諸国・インド等の管轄エリアでは、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ます。

### ランシノ事業

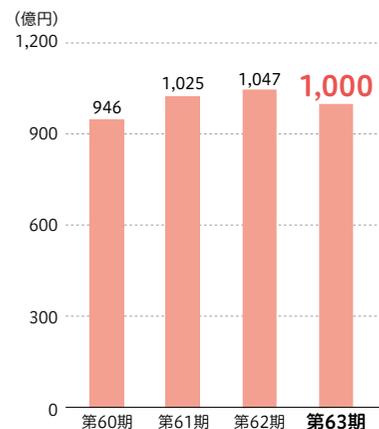
売上高は132億13百万円、セグメント利益は17億84百万円となりました。北米ではDME(耐久性医療機器)チャネルでのさく乳器の売上が順調に推移しており、さらなる強化と拡大を進めています。またランシノブランドで展開する中国市場および欧州での一層の事業拡大に向け、Eコマースの強化、マーケティング活動、ブランド強化等の取り組みを進めています。

### その他

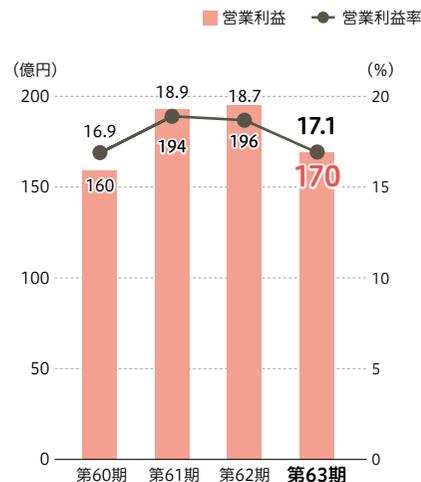
売上高は13億43百万円、セグメント利益は72百万円となりました。

# 主な経営指標

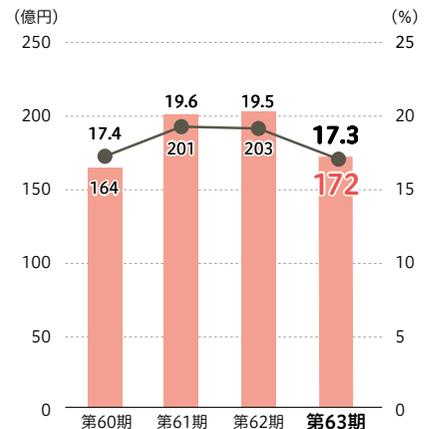
## 売上高



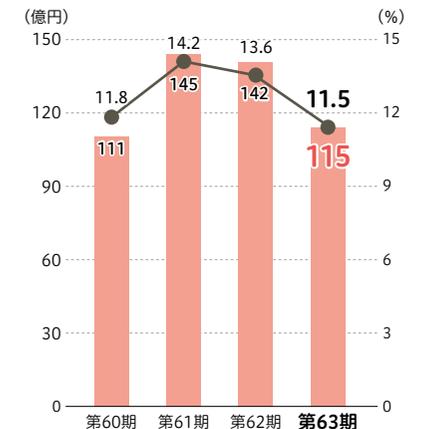
## 営業利益 / 営業利益率



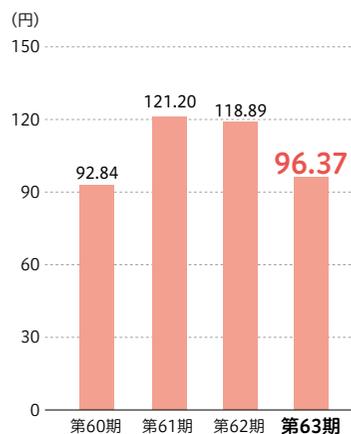
## 経常利益 / 経常利益率



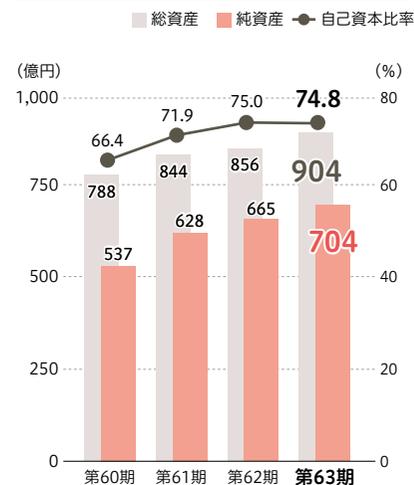
## 親会社株主に帰属する当期純利益 / 当期純利益率



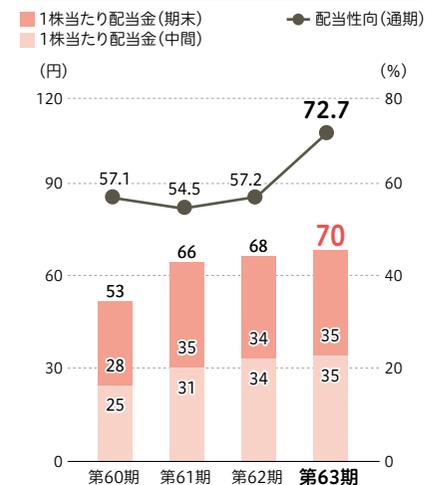
## 1株当たり当期純利益 (EPS)



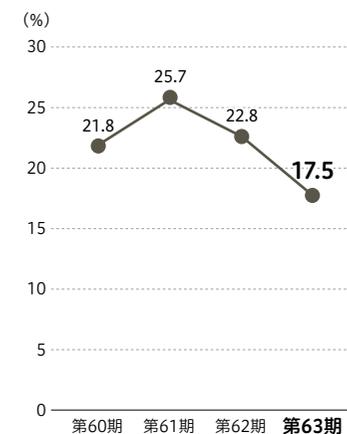
## 総資産 / 純資産 / 自己資本比率



## 1株当たり配当金 / 配当性向



## 自己資本当期純利益率 (ROE)

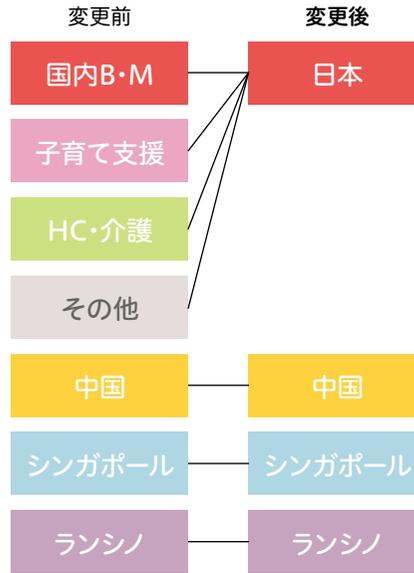


※当社は、第63期より決算期を1月31日から12月31日に変更したため、経過期間となる第63期の連結対象期間は、2019年2月1日から2019年12月31日までの11カ月間となっています。

● 報告セグメント変更

第7次中期経営計画に先駆け、昨年(2019年)1月16日付で、事業部門を各市場に合わせた4事業体制(「日本事業」「中国事業」「シンガポール事業」「ランシノ事業」)に改正し、各事業における市場特性的な確かな把握と意思決定の迅速化、各種戦略実行のスピードアップに取り組んでいます。この組織改正に伴い、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」「ランシノ事業」で分けていた報告セグメントも、2020年12月期より右図のように「日本事業」「中国事業」「シンガポール事業」「ランシノ事業」の4つの報告セグメントに区分変更します。

特に「日本事業」については、従来の「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」が統合されるほか、これまで「その他」に区分していた日本国内の生産子会社によるグループ外への製造販売事業も集約されます。なお、組織上もこれまで分けられていた「子育て支援事業本部」と「ヘルスケア・介護事業本部」は、「関連事業本部」として統合されます。



● ピジョン風疹ゼロアクション

ピジョンでは、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するために、社内活動の一つとして先天性風疹症候群(CRS)で生まれる赤ちゃんの数をゼロにすることを目指す「ピジョン風疹ゼロアクション」を実施しています。妊娠初期の妊婦が風疹に感染すると、赤ちゃんが先天性心疾患や白内障、難聴などで生まれる可能性が高くなります。日本は、1962年4月2日から1979年4月1日の間に生まれた男性に対して公的な風疹予防接種が行われなかったこともあり、中国、インドに続いて3番目に風疹患者が多い国となっています。ピジョンでは、社員への風疹の抗体検査と予防接種の推奨活動や、専門家をお招きして社員向けに風疹に

ついで教育講演会を開催したほか、風疹の撲滅啓発活動を行っている「風疹をなくそうの会『hand in hand』」に対する社内募金活動を実施しています。

2020年2(ふう)月4(しん)日の「風疹の日」には、これらの活動が認められ、日本産婦人科医会などの推進する“風疹ゼロ”プロジェクト実行委員会より、積極的に風疹対策に取り組む企業として表彰されました。



会社概要

企業データ(2019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
資本金	5,199,597千円
従業員数	本社361名 連結3,954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(2020年3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	山下 茂
代表取締役社長	北澤 憲政
取締役専務執行役員 <small>(日本事業統括責任者 (管理本部、国内ベビー・ママ事業本部、 関連事業本部 担当))</small>	赤松 栄治
取締役専務執行役員 <small>(グローバルヘッドオフィス責任者 (経営戦略本部、経理財務本部、 監査室 担当))</small>	板倉 正
取締役常務執行役員 <small>(日本事業副責任者 (開発本部、品質管理本部、 お客様コミュニケーション本部、ロジスティクス本部 担当))</small>	倉知 康典
取締役上席執行役員 <small>(ランシノ事業本部長 兼 LANSINOH LABORATORIES, INC. 代表取締役社長)</small>	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
取締役(社外)	林 千晶
取締役(社外)	山口 絵理子
常勤監査役	甘利 和久
常勤監査役	松永 勉
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 <small>(中国事業本部長兼PIGEON (SHANGHAI) CO., LTD.代表取締役)</small>	矢野 亮
上級執行役員 <small>(シンガポール事業本部長 兼PIGEON SINGAPORE PTE. LTD.取締役会長)</small>	仲田 祐介
執行役員(経営戦略本部長)	田窪 伸郎
執行役員(経理財務本部長)	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(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㈱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(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

## 主要事業所 (2019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

- ◆ 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.
- ◆ 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5社あります。

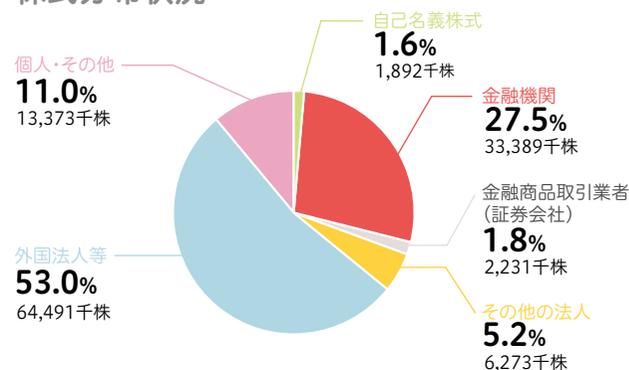
## 株式の状況 (2019年12月31日現在)

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	17,024名
議決権保有株主数	15,357名
自己株式	1,892,826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)	8,079	6.7
BNYMSANV RE MIL RE FSI ICVC-STEWART INV ASIA PACIFIC LEADERS FD	4,789	4.0
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140042	4,744	4.0
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	4,398	3.7
BBH FOR MATTHEWS ASIA DIVIDEND FUND	2,970	2.5
HSBC BANK PLC A/C CLIENTS RE UCIT5 JAPAN NON TREATY OMNI A/C	2,819	2.4
ワイ.エヌ株式会社	2,778	2.3
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505223	2,593	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)	2,451	2.0
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140044	2,111	1.8

※持株比率は自己株式(1,892,826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)



## 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 (第63期は2月1日から12月31日までの11カ月)
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(第63期は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 <a href="https://www.tr.mufg.jp/daikou/">https://www.tr.mufg.jp/daikou/</a>
単元株式数	100株
公告の方法	電子公告 <a href="https://www.pigeon.co.jp/">https://www.pigeon.co.jp/</a> 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。

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 [www.pigeon.co.jp/](http://www.pigeon.co.jp/)  
IR情報トップページ [www.pigeon.co.jp/ir/](http://www.pigeon.co.jp/ir/)

## 「ピジョン親子で乳歯ケア」シリーズ がリニューアル発売

歯科医師の先生との共同開発でリニューアルした「ピジョン親子で乳歯ケア」シリーズを2020年2月より全国で販売を開始しました。歯が生える前から成長段階に合わせて自分みがきができる「乳歯ブラシ」と、いやがらずにしっかりみがける「仕上げ専用ブラシ」があります。安全性の強化に加え、むし歯予防先進国では乳歯ケアの常識となっている歯が生える前の歯ぐきマッサージのための新商品も追加しています。



乳歯ブラシ

仕上げ専用ブラシ

## スキンフレンドリー ファンフレンズ 「FunFriends」新登場

2020年2月、赤ちゃんの口腔研究から生まれた“上手に吸えて、入眠やぐずり止めをサポート”するおしゃぶり「SkinFriendly」・「FunFriends」を新発売しました。「くわえやすい乳首の形」「歯の発育を考えたやわらかい乳首」「舌がスムーズに動かせる角度」「吸っているときに口から落ちにくいバランスを考えた軽量設計」の4つの特徴から赤ちゃんの吸いやすさを追求することで、赤ちゃんが練習することなく、くわえやすい吸い続けられるおしゃぶりが実現しました。



SkinFriendly

FunFriends

## スイスイ動いてのびのび乗れる！ ランフィ ゼロ ベビーカー「Runfee RB0」新発売

歩道などの段差をスムーズに乗り越えられる押しやすさなどから、赤ちゃんともっとお出かけしたくなるベビーカーとして大好評をいただいているベビーカー「Runfee」シリーズに、さらに安定した押しごこちと、赤ちゃんの乗りごこちを進化させた「Runfee RB0」が加わり、2020年3月より全国で販売を開始しました。フレームの強度を向上させ、赤ちゃんに伝わる衝撃を抑えながら軽やかに走行できる新モデルは、「アトモスグリーン」「ブランシュグレー」「クレールレッド」の3色をご用意しています。



Runfee

アトモスグリーン

コーポレートサイトもご覧ください。

業績、財務、株主情報等を拡充し、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](http://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。

『ぼくの大事な弟』鳥取第三幼稚園(鳥取県) 池原 綜真さん  
よく病気をする弟。もし、地下に病院があって、家の床の入口からすべり台で弟をすぐ病院に連れて行けるといいな…。



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。

