



Celebrate babies the way they are

Heart Report

ビジョン[ハートレポート]

第64期 第2四半期 累計期間(中間)報告書

2020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.04 【特集】新型コロナウイルス感染症に対する取り組み
- P.05 事業のご紹介
- 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42回 未来の科学の夢絵画展

幼稚園・保育園の部 奨励賞

『魔法のクレヨン』

二ツヶ丘幼稚園(千葉県)

新山 桜子さん





Celebrate babies the way they are

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。

このタペストリーに社員がそれぞれ署名をし、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心を一つにしました。

Q. 新型コロナウイルス感染症拡大の影響も含め、当中間期をどのように評価していますか。

まずは、この感染症で苦しんでおられる方々に心よりお見舞いを申し上げます。また、医療従事者をはじめ、パンデミックの終息に向けて尽力されていらっしゃるすべての皆様に、心より感謝の意を申し上げます。

2020年度は、私たちピジョングループにとって、第7次中期経営計画(2020年12月期～2022年12月期)の初年度に当たるとも重要な年です。第7次中計では、ブランド戦略、基幹商品戦略、地域戦略の3つの基本戦略を掲げ、全地域で持続的成長と収益性の向上を目指すとともに、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

んにやさしい場所にする」を実現させるため、各施策の実行に取り組み始めていたところでした。しかし、残念ながら新型コロナウイルス感染症の拡大が徐々に世界中へと広がり、今日まで世界経済の悪化、企業活動の停滞、個人の生活への深刻な影響を招く事態となってしまいました。そのような中で、ピジョングループにおいても、例えば日本事業では訪日外国人数が大幅に減少したことで、インバウンド需要が急減速しました。また、シンガポール事業ではインドとマレーシアにおいて、政府の都市封鎖(ロックダウン)により当社の営業所と工場が3月下旬より約2カ月間稼働停止になりました。

その一方で、当社が取り組みを強化してきたEコマースチャネルは、このコロナ禍でむしろ成長スピードを加速しており、中国事業やランシノ事業の北米では、第1四半期の減収分を挽

回し、現地通貨ベースでは前年同期を上回る形で終わりました。

その結果、当中間期の業績は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を大きく受けた日本事業ならびにシンガポール事業での減収幅が大きく、連結売上高は前年同期比7.8%減の484億円、営業利益は同13.2%減の80億円、経常利益は同11.2%減の85億円、親会社株主に帰属する四半期純利益は同10.8%減の58億円となりました。

地域によって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、グループ全体の収益ではその影響を前年同期比1割減ほどでとどめることができました。消費者の衛生意識の高まりを受け、高品質ブランドとして認知されている当社の商品では、ベビー・ママ用品やヘルスケア・介護用品の一部で、前年同期以上に売上を伸ばしました。かねてからベビー用品は景気の影響を受けにくいと言われてきたように、新型コロナウイルス感染症による当社業績への影響も、中長期の構造的な変容を強いられるものではないと判断しています。

Q. 新型コロナウイルス感染症の影響と今後の施策をそれぞれの事業部ごとに教えてください。

ピジョングループでは4事業制に移行して以来、GHO(グローバル・ヘッド・オフィス)がグリップを利かせながらも、各地域における商品開発等の事業戦略については、それぞれの地域へと権限委譲を進めてきました。その流れの中で、今回のパンデミックが発生しました。各国・地域ごとに、感染の拡大状況や、政府の対応方針も異なる中で、ピジョングループでは、各事業が、社員とその家族の安全を最優先事項としながら、自律的・自発的に対策を講じつつ、事業戦略を進めることができています。私は、4事業制がこうした有事においてもスムーズに機能し、しかるべき対応を現地でスピーディかつ適切に取れたことを評価しています。

日本事業

日本事業は、国内出生数が2019年に90万人/年を割りこみ、今後も少子化傾向が続くと見られる中で、2020年2月以降、新型コロナウイルス感染症の影響で大規模なイベントの中止や小売店の営業時間短縮・臨時休業、さらには緊急事態宣言の発令に伴う外出自粛など、国内消費には大きな影響が出ました。さらに訪日外国人数は4月以降、毎月3,000人にも満たない水準にまで減少が続き、ピジョングループにおいても、日本事業におけるインバウンド関連の売上が当中間期はほとんど消えてしまった形となりました。しかしながら、消費者の衛生意識の高まりから、高品質ブランドとして定着している当社商品の需要は底堅く、ベビー向けの消毒用品や介護関連の一部商品は前期を上回る売上となるものも見られました。

日本においては今後も出生数の急激な増加は難しいところですが、当社は哺乳器・乳首をはじめさまざまな商品カテゴリで圧倒的な市場シェアを維持しており、ベビーカーなどの大型商品でもシェア向上を続けています。自社で運営するEコマ

ースサイトも充実を図っており、今後は日本だからこそ作れる商品や、日本発でグローバル市場に展開できるよう、これまで以上に商品開発に注力し、成長を図っていききたいと考えます。

中国事業

中国事業では、2020年1月後半から新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受け、一時的にかなりの数の中小型小売店が閉鎖されたほか、政府による省をまたぐ物流の停止や、医薬品・生活必需品の物流を最優先とする対応が取られ、主要都市における物流機能が平時とは全く異なる状況になりました。その結果、現地代理店や小売店への商品の配送に遅れが生じ、販売が減退した時期もありましたが、3月以降の物流機能の回復に伴い、売上も回復が見られています。また、Eコマースについては、コロナ禍の影響でさらに売上は伸長し、中国事業の売上全体に占めるEコマース比率も増加しました。当中間期全体では、Eコマースでの売上拡大が1月、2月のコロナ禍での売上減をカバーした結果、前年同

期比3.3%減にとどまっており、中国国内での販売は現地通貨ベースで前年同期比5.4%増となっています。また中国ではこの6月から、上海の自社工場から消費者に直接的に販売をする仕組みを構築し、新しいベビースキンケア用品「Ssence(エッセンス)」の販売を開始しています。これは、防腐剤、抗菌剤、香料等がすべて無添加の完全無菌で充填した一回使い切りタイプのスキンケア用品を、お客様の注文後48時間以内にお届けする、“新鮮さ”にとことんこだわった高付加価値商品です。ピジョンとお客様との間に卸店や小売店を介さない新しいビジネスモデルによって、お客様との直接のコミュニケーション機会が増すことで、当社の今後のマーケティングや研究開発の強化にもつなげられると考えます。中国現地発の着想で生まれた当社にとって初めてのビジネスモデルは、ニューノーマル(新常态)の時代においても、より多くの消費者に受け入れられるものと期待しています。

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。



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

—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

シンガポール事業

シンガポール事業が管轄するASEAN地域およびインドなどの市場では、国・地域によって多少の差はあるものの、新型コロナウイルス感染症拡大によって政府がロックダウンを実施したインド、マレーシアにおいてその影響を大きく受けました。マレーシアは新規感染者数も減少に転じるなど、徐々に市場全体の回復トレンドも見られております。しかしながら、中国に次ぐ大きな市場であるインドにおいては、州間の移動制限により平時にまで戻っておらず、また中近東地域でも新型コロナウイルス感染症が拡大傾向にあるなど、今後も引き続きそれぞれの市場動向を注視しながら事業を進めていかなければなりません。シンガポール事業は、今後の成長期待が一番大きな市場を管轄しています。引き続き社員の安全を最優先事項としながら、ローカル市場の特性に適合した商品の開発・展開を積極的に行うことで、事業成長を加速させていきたいと思います。

ランシノ事業

ランシノ事業を展開する欧州・北米では、新型コロナウイルス感染症の拡大が大きく、ロックダウン等の措置を取る国・地域も見られました。そうした中でランシノ事業は、中国事業と同じように、Eコマースでの売上が好調に推移したことに加えて、アメリカのDME(Durable Medical Equipment:耐久性医療機器)や病産院でのさく乳器販売も強化した結果、当中間期の売上高は前年同期比4.0%減にとどめることができました。ランシノ事業では、これまでの商品ラインアップにない、出産後の女性にとって重要な産じょく期をサポートする新しいカテゴリーの商品開発を手がけるなど、事業部発の新製品の誕生も控えています。コロナ禍でも底堅い需要を取り込みながら、新製品の投入に向けて力を入れていきます。

Q. 北澤社長就任後1年になりますが、この1年を振り返ってどう評価していますか。

この1年は、外部環境としては非常に難しい1年だったと思います。そのような環境下でもピジョングループは、GHOがブランド戦略やコンプライアンス、財務会計の部分でしっかりとグリップを握りながら、各事業部への権限委譲を進め、比較的順調に推移してきたと評価しています。

社長就任以来、社内においては、失敗を恐れずにチャレンジできる雰囲気づくりを意識して進めてきました。また、社員発のアイデアの事業化を見据えた「Pigeon Frontier Awards(PFA)」という自由な発想を歓迎する社内ベンチャー制度も立ち上げました。さらに、社員の多くがタイムリーに読むことのできるオンライン社内報も創刊しました。どちらも現時点では日本国内拠点でのみ展開していますが、順次、海外拠点へ広げていきます。社内報では、「キタザワの頭の中」と題したコーナーを設け、例えば、2002年中国に赴任しSARSに遭遇した私が今コロナ禍の中で思うことや、外出自粛中に購入した自転車に乗りながら考えた地球環境問題や新しい働き方など、私自身が今どのようなことを考えているかを、全社員に直接発信しています。

4事業制に移行し、権限委譲を進めてきた中で、先ほど中国事業やランシノ事業での取り組みとしてご紹介した、現地発の着想に基づいた新事業が芽吹いてきています。これまでのピジョンの成長は、中国事業の成功や日本におけるインバウンド需要が伸び続けてきたことで牽引されてきましたが、永遠にその構造が続くわけではありません。今後中長期に渡りピジョンの持続的成長を支えていく基盤となるのは、一人ひとりの多様な考えを持つ社員のさまざまなアイデアを事業に結び付けていく仕組みです。それゆえ、私は「失敗を恐れず、大いに挑戦してください」と言い続けています。

最近私が気に入っている言葉に「battle-tested(バトル・テストッド)」があります。実戦経験、すなわち、事業での修羅場を

くぐりぬけた経験があることを意味する表現で、ピジョンが次世代の経営層を選定するときの基準の一つでもあります。私自身も、中国事業を立ち上げる過程で、資金繰りの面など、さまざまな修羅場を何度も乗り越えてきました。そしてその中で、例えばキャッシュ・コンバージョン・サイクルの重要性など、身をもって経験することで、その重みを理解してきました。

ニューノーマルの時代においては、働き方や働く体制は明快に変えていくことになるでしょう。新しいことへのチャレンジを促し、それぞれの地域で働く社員一人ひとりの着想を事業にも活かしながら、持続的な成長を果たしていきたいと思います。

Q. 株主の皆様にはメッセージをお願いします。

残念ながら、新型コロナウイルス感染症の終息にはまだしばらく時間がかかるように見えます。当中間期の動きを見ると、一過性の影響はあるものの、ベビー用品の底堅い需要と、有事におけるピジョンブランドの強さを改めて再確認しています。加えて、ピジョンは世界中で品質の高いブランドとしての認知が浸透しており、特に今回のパンデミックのような有事の際には、消費者は、より安全・安心のできるブランドへの志向を高める傾向があります。私たちは引き続き、第7次中計の達成に向けて取り組むと同時に、「この世界をもっと赤ちゃんとやさしい場所に」という存在意義のもと、赤ちゃんとお母さん、そのご家族を取り巻く社会課題の解決を図り続けていきます。株主の皆様におかれましては、ピジョンの事業は安定的に推移していることをご安心いただき、これまで通り、末永くご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

ピジョングループの新型コロナウイルス感染症に対する取り組み

当社グループは、社員とその家族をはじめ、すべてのステークホルダーの健康と安全を最優先事項とし、新型コロナウイルス感染症の拡大防止に最大限取り組んでいます。また、各国の販売拠点および工場では、政府や地方自治体の要請・指導に基づき適切な対策を実施しています。

社員と地域の皆様の健康と安全を守る

各国で社員の雇用維持を優先しながら、コロナ感染防止策を徹底した新しい行動様式の実践、定着を図っています。日本では2月から、妊娠中の社員は原則在宅勤務体制としたほか、対面でお客さまへの営業を行う店頭販売員活動も中止しました。また、日本を含む世界各国の当社販売拠点および工場で、テレワークや時差出勤等の柔軟な勤務体制を迅速に整備、実践しています。



食堂でも対面を避けて座る(タイ)



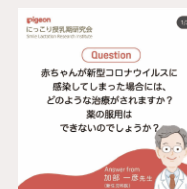
工場の消毒回数をより頻回に(トルコ)

妊娠中や産後のママとパパをサポートをする

コロナ禍で育児に不安を抱えるママ・パパに向けて、小児科医など専門家のアドバイスによるSNSでのお悩み相談(日本)や、オンラインでの母乳育児セミナーの開催(マレーシア)など、各国の医療従事者や専門家と協働でオンラインを活用したお客様コミュニケーションをさらに推進しています。



オンライン母乳育児セミナー(マレーシア)



お悩み相談サイト(日本)



おうちでっぱいかレッジ(日本)

最前線で働くエッセンシャルワーカーを応援する

エッセンシャルワーカーに向けて、当社製品の寄付を通して感謝と支援の意思を伝えています。中国では抗菌ハンドジェルや、医師・看護師のご家庭にベビー用品を、日本では手指消毒による手荒れ対策としてハンドローションを、スペインではマスク跡のスキンケア用としてラノリンクリームを寄付したほか、欧米では、SNSを通じて謝意を伝える投稿を定期的に発信しています。



エッセンシャルワーカーへ感謝の言葉を発信

自社の強みを活かし、短期間で対策商品を開発し届ける

コロナ禍においては、健康・衛生・清潔・栄養・免疫をキーワードとした需要が拡大しています。日本にあるピジョンマニュファクチャリング兵庫(当社生産工場)では、母乳パッドの生産ノウハウを活かして、準備期間わずか1カ月で「マスク用取り替えシート」を開発、製造しました。マスクの汚れ防止とフィルター効果をもつこの取り替えシート約6万枚を、高齢者介護施設や保育施設のスタッフ用に無償で配布しました。今後は新型コロナウイルスに限らず、災害対策商品の企画や開発も推進していきます。

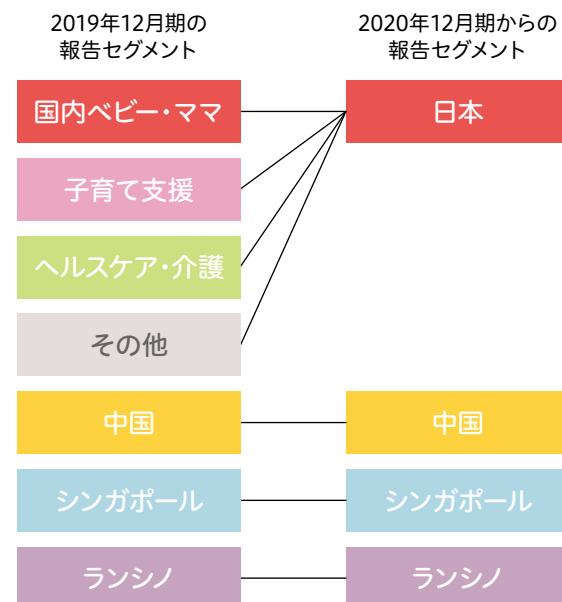


マスク用取り替えシート

事業のご紹介

報告セグメント変更

2019年より事業部門を各市場に合わせた4事業制(日本事業、中国事業、シンガポール事業、ランシノ事業)に改正いたしました。この事業体制改正に伴い、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、今期(2020年12月期)より下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した。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ています。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」として統合しています。

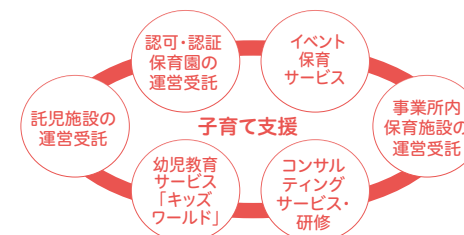
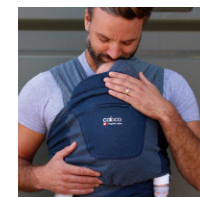
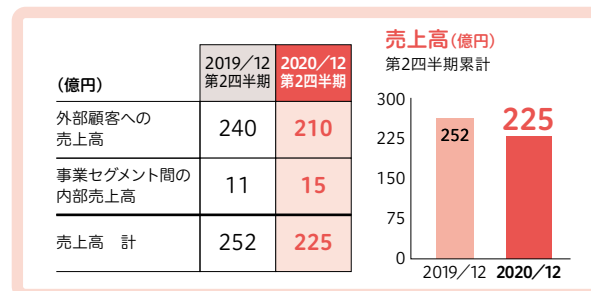


日本事業

- ◆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2018年に91.8万人(厚生労働省「2018年人口動態統計の年間統計(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、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。また、日本の女性の就業率が全年齢ベースで51.3%と、50年ぶりに5割を超える(厚生労働省「2018年働く女性の実状」)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28.4%(総務省統計局2019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。



中国事業



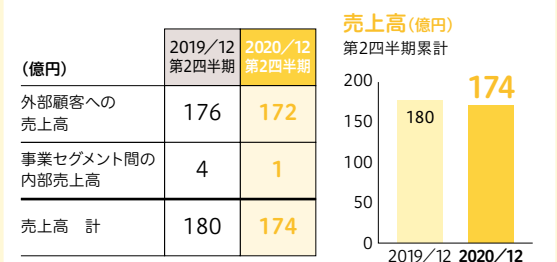
◆ベビー、ママ関連用品

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1,300万～1,500万人と言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、トイレタリー、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コマースでの購入比率が年々高まっています。



シンガポール事業



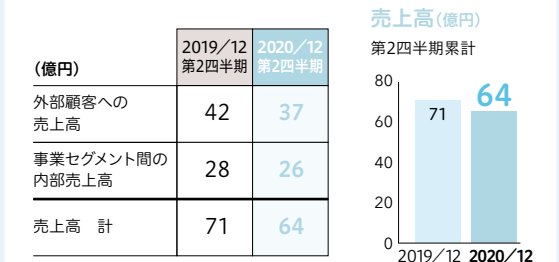
◆ベビー、ママ関連用品

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2,600万人のインド、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。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の輸出も開始しました。



ランシノ事業



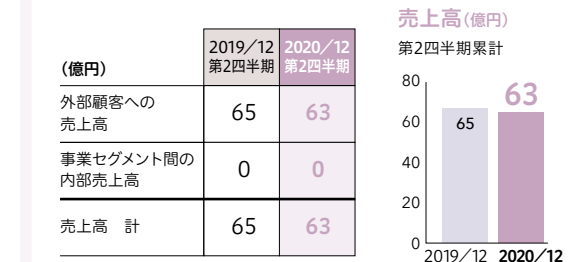
◆母乳・授乳関連用品

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ます。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。



※2019年12月期の第2四半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おります。 ※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、2019年12月期より決算期を1月31日から12月31日に変更したため、経過期間となる2019年12月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。

当中間期の経営成果

売上高は、484億31百万円(前年同期比7.8%減)となりました。利益面においては、売上高の減少や販管費率の上昇等もあり、営業利益は80億31百万円(同13.2%減)、経常利益は85億32百万円(同11.2%減)、親会社株主に帰属する四半期純利益は58億55百万円(同10.8%減)となりました。

※2019年12月期第2四半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および利益の算定方法に基づき作成しております。

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225億84百万円(前年同期比10.5%減)、セグメント利益は15億80百万円(同40.5%減)となりました。

ベビー・ママ向け用品については、当中間期において、新型コロナウイルス感染症の拡大を受けて、日本への訪日外国人数が前年同期に比べ著しく落ち込んだこともあり、特にインバウンド需要の大きい商品群の売上高が前年同期を下回りました。ヘルスケア・介護用品については、衛生意識の高まりから一部の商品で需要が高まったことなどから、売上高が前年同期を上回りました。子育て支援については、全国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。

利益面では、主にベビー・ママ向け用品での売上高の減少や、プロダクトミックスの悪化等により売上総利益率が低下したことなどが影響し、前年同期を下回りました。なお、ダイレクト・コミュニケーションの一環である消費者向けイベントは新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点からすべて中止とした一方で、新たに「ビジョン＜妊娠・子育て支援＞アカウント」をInstagramに開設し、ママやパパに対して専門家監修の子育てのヒントや役立つ情報を定期的に発信することでの支援を開始しました。

中国事業

売上高は174億56百万円(前年同期比3.3%減)、セグメント利益は61億18百万円(同3.1%減)となりました。中国国内における新型コロナウイルス感染症の拡大は終息傾向にあり、都市部における物流機能もほぼ平常通りに回復し、徐々に企業活動や消費活動が戻りつつあります。当社が注力しているEコマースチャネルでは、中国において一年で最も大きなEコマースショッピングイベントの一つである“618”で順調に売上を伸ばしました。一方、オフラインチャネルでは厳しい状況が続き、全体の売上高は前年同期を若干下回る結果となりました。利益についても、減収による売上総利益の減少などにより前年同期を下回りました。当事業の中国国内における現地通貨ベースでの売上高は、主力の哺乳器・乳首の販売が前年同期並みに回復しており、全体では前年同期を上回る結果となりました。

シンガポール事業

売上高は64億43百万円(前年同期比9.3%減)、セグメント利益は12億57百万円(同4.3%増)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、新型コロナウイルス感染症の拡大が続き、依然として大きな影響が生じています。特にインドとマレーシアでは、政府によるロックダウンの発令により、インドの当社販売拠点と生産工場が3月下旬から5月末まで約8週間の操業停止となり、マレーシアの当社販売拠点も3月下旬から5月中旬まで約7週間の操業停止となりました。その他の国や地域でも外出自粛や小売店の営業時間短縮・臨時休業、企業活動の停滞などの影響を強く受けた結果、売上高は前年同期を下回りました。

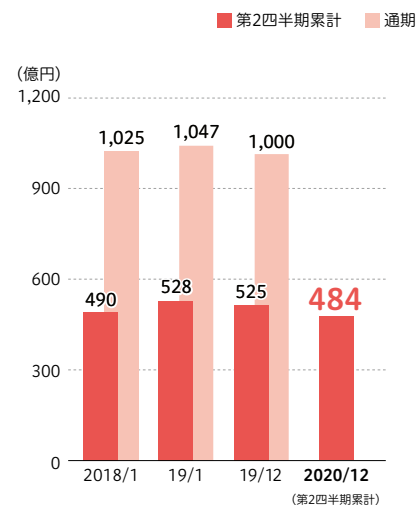
利益については、主にタイの製造子会社の原価率低下に加え、新型コロナウイルス感染症影響下での活動自粛等に伴う販売費および一般管理費の減少等もあり、前年同期を上回りました。

ランシノ事業

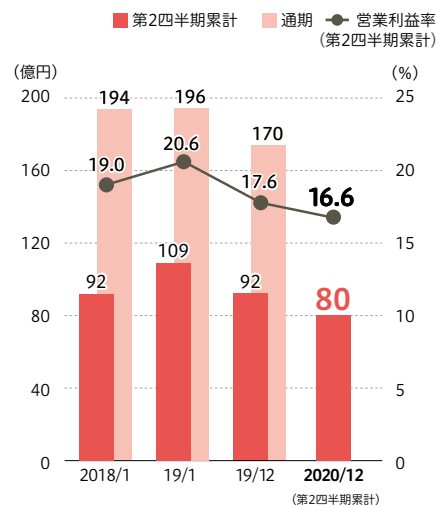
売上高は63億12百万円(前年同期比4.0%減)、セグメント利益は9億7百万円(同2.0%減)となりました。北米や欧州においては、新型コロナウイルス感染症の拡大が深刻でしたが、特にEコマースチャネルにおいて主力製品である乳首クリームや消耗品を含む母乳関連商品の売上が好調でした。また、北米ではDME(Durable Medical Equipment、耐久性医療機器)や病産院チャネルでのさく乳器の売上も伸長しており、これらのチャネルをさらに強化して事業の拡大を進めていきます。また、中国(ランシノ上海)と欧州での一層の事業拡大に向け、Eコマースの強化に加え、マーケティング活動、ブランド強化等の取り組みを進めていきます。

主な経営指標

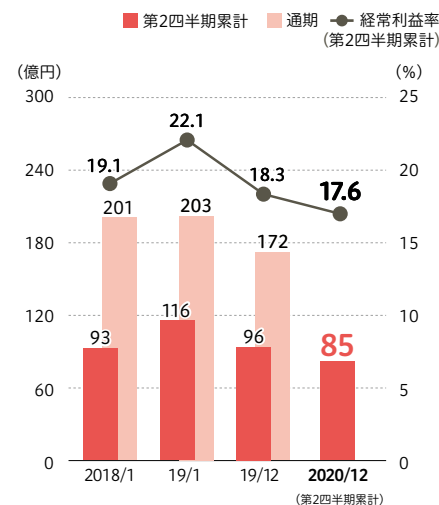
売上高



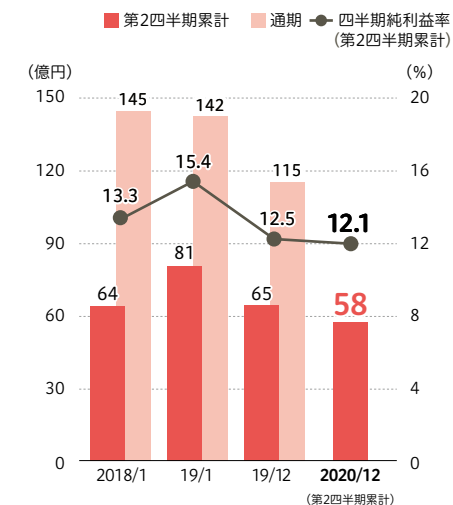
営業利益 / 営業利益率



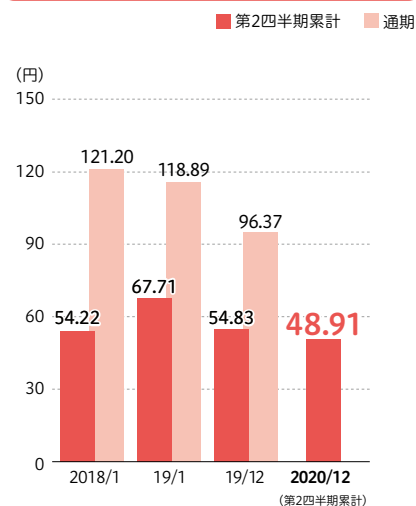
経常利益 / 経常利益率



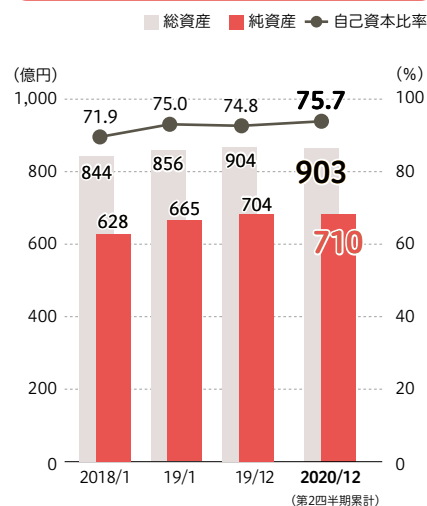
親会社株主に帰属する四半期(当期)純利益 / 四半期純利益率



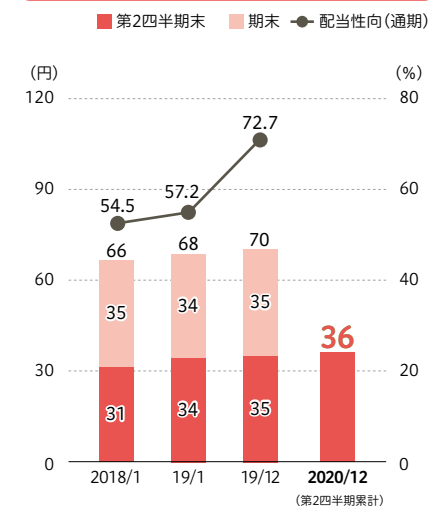
1株当たり当期純利益 (EPS)



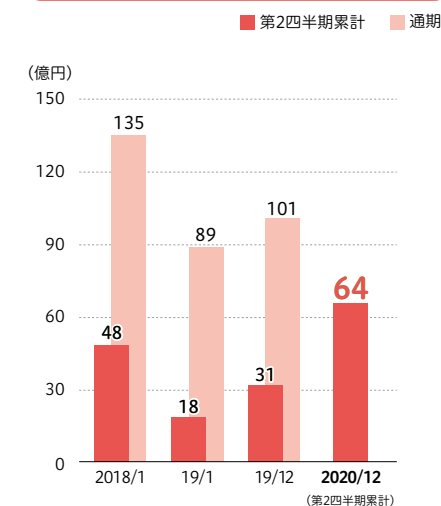
総資産 / 純資産 / 自己資本比率



配当 / 配当性向



フリー・キャッシュ・フロー※



※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

●「Best Japan Brands 2020」に初選出

ピジョンは2020年2月、株式会社インターブランドジャパンが選定する「Best Japan Brands 2020」に初めて選ばれました。「Best Japan Brands 2020」とは、海外売上高比率が30%以上の日本の「Global Brands」と、同比率が30%未満の「Domestic Brands」の二つのランキングを一本化し、トップ100のブランド価値金額をランキングしたものです。ピジョンの経営理念や社是、そして2019年に存在意義(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」を定めて、赤ちゃんの目線に立った製品づくりを徹底して顧客満足度を高めていることが評価されました。中でも、主力商品の哺乳びんへの信頼性、ニーズへの対応力、存在感が、国内のみならず特にアジア地域において高く、ブランド価値を向上させている、との評価もいただいています。

Interbrand
Best
Japan
Brands
2020



● ちょっと早く生まれた赤ちゃんのサポートBOOKを制作

ピジョンでは、2015年3月に「ピジョンにっこり授乳期研究会」を発足し、「授乳期のママと赤ちゃん」に詳しい専門家とともに、授乳期の課題を見つけ、解決策を提供する活動を行っています。2018年からは、NICU(新生児集中治療室)・GCU(新生児治療回復室)に入院した後期早産児(妊娠34週～36週で生まれた赤ちゃん)を出産したママ達が、心の中に抱える想いを明らかにする研究に取り組み、学会等において発表も行っています。そのようなママ達への心の支援策の一つとして、研究会の専門家とともにご家族へ向けたサポートブック「ちょっと早く生まれた赤ちゃんのサポートBOOK」を作成し、無償で提供しています。



会社概要

企業データ(2020年6月30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378人 連結3,962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(2020年6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、国内ベビー・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 (経営戦略本部、経理財務本部、 監査室 担当) 板倉 正
取締役常務執行役員	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) 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
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	(中国事業本部長兼PIGEON (SHANGHAI) CO., LTD.代表取締役) 矢野 亮
上級執行役員	(シンガポール事業本部長 兼PIGEON SINGAPORE PTE. LTD.取締役会長) 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(ランシノ事業本部本部長兼LANSINOH LABORATORIES, INC. 取締役)	松島 浩司

主要事業所 (2020年6月30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)
- ◆ ビジョンマニファクチャリング兵庫(株)
- ◆ ビジョンマニファクチャリング茨城(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.

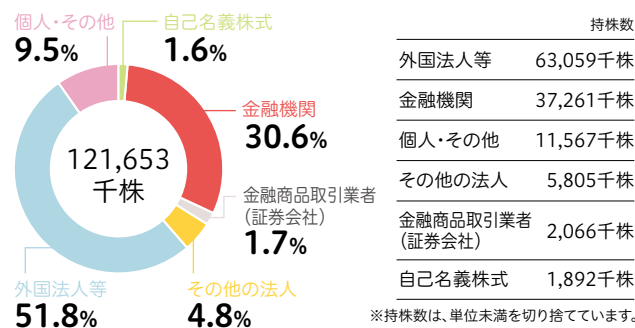
※上表に記載していない連結子会社が5社あります。

株式の状況 (2020年6月30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	13,380名	
議決権保有株主数	11,792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)	9,172	7.5
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	6,399	5.3
BNYMSANV RE MIL RE FSI ICVC-STEWART INV ASIA PACIFIC LEADERS FD	4,597	3.8
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505223	3,903	3.2
THE BANK OF NEWYORK MELLON 140042	3,176	2.6
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口5)	2,645	2.2
RBC ISB S/A DUB NON RESIDENT/TREATY RATE UCITS-CLIENTS ACCOUNT	2,479	2.0
ワイ. エヌ株式会社	2,378	2.0
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口7)	2,306	1.9
THE BANK OF NEWYORK MELLON 140044	2,249	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 (2019年12月期は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(2019年12月期は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 https://www.tr.mufig.jp/dai kou/
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。

ビ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/

中国・上海で工場直送のベビースキンケア 新ブランド「Ssence」新発売

2020年6月、赤ちゃんに新鮮でみずみずしいスキンケアをお届けする、一回使い切りタイプのハイエンドなベビースキンケア新ブランド「Ssence(エッセンズ)」を中国で発売しました。赤ちゃんの肌のバリア機能を高めるProteraire DHA※を配合した本商品は、防腐剤、抗菌剤、香料、アルコールなどすべて無添加の完全無菌充填での生産を実現し、生産日から48時間以内に工場よりお客様のご自宅に直送されます。新しい生産・販売システムで「新鮮直送」を実現する本シリーズは、「ベビー保湿エッセンス」と「ベビーリペアエッセンス」の2アイテムで展開しています。

※ドコサヘキサエン酸。当社グループ会社(中国)の研究チームが、赤ちゃんの肌のバリア機能を高める鍵であることを発見し、2019年イタリアで開催された国際化粧品化学者学会連盟大会にて発表しました。また、スイスの学術専門誌にも論文発表しました。



ベビー保湿エッセンス



ベビーリペアエッセンス

ファンー体型ベビーカー 「Bingle Fan+」限定発売

スイスイ軽快な押し心地に定評のあるシングルタイヤ搭載の軽量B形ベビーカー「Bingle」シリーズから、2020年7月、暑い季節も赤ちゃんを涼しく快適にするファンー体型ベビーカー「Bingle Fan+ (ピングルフアンプラス)」を新たに160台限定で発売しました。本商品は、シート部分に風をつくる「ウインドファン」を搭載し、風を通す「エアメッシュシート」を通じて赤ちゃんの背中を風が通り抜けるピジョン独自の「クーリング構造」となっており、赤ちゃんの背中の中熱と湿気による不快を解消し、涼しく快適な乗り心地を実現しています。

Bingle Fan+
ピングルフアンプラス



「おしゃぶりオールシリコン」 新発売

吸う力の弱い新生児から衛生的に使える「おしゃぶりオールシリコン」を2020年7月より全国で販売開始しました。シリコン素材100%でできている本商品は、新生児の口の動きに合わせて柔軟にフィットし、一体成型のためすき間に汚れがたまりにくく、吸い口の中に水がたまらないため衛生的です。くわえやすい形、歯の発育を考えた柔らかさ、舌がスムーズに動かせる角度や口から落ちにくいバランスなど、ピジョン独自の設計が特長です。



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。

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。

『魔法のクレヨン』ニミヶ丘幼稚園(千葉県) 新山 桜子さん
この魔法のクレヨンで絵を描くと、絵が飛び出てきて本物のように動きます。たくさんの蝶を描いて、一緒に飛んだり走ったり遊んでみたい。



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。



ピジョン株式会社