



Celebrate babies the way they are

Heart Report

ビジョン[ハートレポート]

第66期 第2四半期 累計期間(中間)報告書

2022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 ビジョンのESGへの取り組み
- 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44回 未来の科学の夢絵画展

幼稚園・保育園の部 奨励賞

『素敵な虫とりあみ』

慶和幼稚園(愛知県)

真下 卓士さん





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。
趣味はスキューバダイビングと読書。

Q. 当中間期の振り返りを聞かせてください。

当期は第7次中期経営計画の最終年度に当たります。当中間期の業績を振り返ると、売上高は452億円（前年同期比4.2%減）、営業利益は51億円（同32.6%減）、経常利益は64億円（同25.0%減）、親会社株主に帰属する四半期純利益は39億円（同21.5%減）となり、前年同期比で減収減益と厳しい結果になりました。事業環境が大きく変化している中でも特に想定外だったのは、中国での新型コロナウイルス感染症拡大により上海で2ヵ月にわたってロックダウンが継続したことです。ロックダウン期間中は事業の中核を担う上海の自社工場も稼働停止となったほか、物流網の混乱などもあり、中国事業の売上高は期初の社内想定を大幅に下回りました。

ロックダウン解除後の6月18日に実施された中国最大規模のEコマースショッピングイベントでは前年から売上を2桁伸ばすなど回復の兆しは見えてきているものの、ロックダウンの影響をすべて補うまでには至りませんでした。日本事業は新型哺乳器の投入やスキンケアカテゴリのリニューアル等を行ったものの、消耗品カテゴリでの苦戦もあり、前期から減収と厳しい結果になりました。

一方、シンガポール事業とランシノ事業は順調に進捗しています。シンガポール事業では外部顧客への売上高ベースで前年同期から2桁増収と、当初の目標どおりに推移したほか、ランシノ事業では、海上輸送の混乱といった物流上の課題を抱えながらも増収を達成し、昨年市場投入した産前・産後ケア商品も北米や欧州を中心に売上に貢献しています。

Q. 第7次中期経営計画の進捗をどのように評価していますか。

第7次中計では、「ブランド戦略」「商品戦略」「地域戦略」の3つの基本戦略を掲げてグループの事業拡大と経営品質の向上を目指してきました。業績面ではコロナ禍の影響を大きく受けたことで数値面は目標に届いていませんが、4事業に権限を移譲し意思決定の迅速化を進め、地域密着型での商品開発体制を構築し、各地域において数多くの新商品を投入できるようになりました。これは中計初年度に当社の「存在意義」を設定し、ピジョングループ全体で共有したことが大きく寄与しており、各事業が地域の特性に合った独自の施策を進めながら、共通の存在意義に向けて前進することができました。

Q. 下期以降、来期からの第8次中計も見据え、中長期の方向性を教えてください。

当期に関しては、上海ロックダウンなどの影響を受けた上期の業績や、継続する原材料価格の高騰、足元の各市場状況などを踏まえ、通期業績予想の下方修正を発表しましたが、今後の成長を見据えた中長期の方向性については明確になっています。

日本事業では下期以降、大型商品の新商品の市場投入や、リニューアルしたスキンケア商品の店頭在庫の入れ替えを徹底することでシェアの向上を図ります。国内出生数は減少が加速しており、インバウンド需要の回復も想定していませんが、新型哺乳器の市場投入に続き、来期以降はランシノ事業が成功した産前・産後ケア商品の国内展開や、お父さん向けの商品など新規領域の開拓にも注力します。産前・産後ケア商品やお父さん向け商品は日本国内だけでなく、他の事業の販売エリアでも展開をしていく予定です。また、商品以外の面においても、ピジョンは育児における先駆的企業として日本ではもちろん世界中で、育児文化をさらに良いものとするべく今後も様々な情報発信を行っていきます。

中国事業では今後も当社が付加価値を提供できる基幹商品カテゴリを中心にプレミアム価格帯の商品を投入していくことで、ローカルの競合企業との差別化を図ります。中長期的には、ピジョンブランドの強みを訴求しながら、工場直送のベビー向けスキンケア「Ssence（エッセンス）」のママ向け商品への応用やスキンケア商品における対象年齢の拡大を図ります。

シンガポール事業では当社の強みである哺乳器とスキンケア商品を軸に、今後も毎年2桁の成長を目指します。現状このエリアで売れているほとんどの哺乳器が標準口径タイプですが、今後は、よりお母さんのおっぱいに近く高付加価値の広口タイプ哺乳器へのシフトを進め、売上・収益性の向上を図ります。また、ご好評いただいているボタニカルスキンケアについては、より多くの国への配荷を進めます。

ランシノ事業では今後も独自開発の新製品を続々と投入していきます。トルコ工場で開発中の次世代型さく乳器のほか、産前・産後ケア商品も今年から来年にかけて追加アイテムを市場に投入し商品カテゴリの充実を図ります。主力製品である乳首ケアクリームも、通常のリノリンタイプ、昨年発売したオーガニックタイプともに継続的に伸長しており、さらなる売上増加につなげます。

グループ全体ではサプライチェーンの見直しも視

野に入れつつ、ものづくりのさらなる強化に向けて研究開発に資源を投じることで、新規カテゴリの創出に注力します。販売チャネルの面においては、世界的なEコマースの普及やアフリカなどの新興国市場進出を見据えた戦略を推進していきます。

Q. ESGの視点で、 新たな進捗はありますか。

E（環境）ではScope3温室効果ガス排出量も記載したTCFDレポートを3月に発行することができました。S（社会）では、教育プログラム「赤ちゃんを知る授業」を中学校へ提供し、2022年3月末までの約半年間で、69校の6,600名超の中学生が受講しました。人的資本に対しては、若い世代でのグローバル人材の発掘・選抜を行うことでグローバルに事業を推進する優秀な人材の早期確保と継続的な育成に努めています。G（ガバナンス）では、新たに

ESGおよびコーポレートガバナンスの専門家である三和裕美子氏を独立社外取締役を迎え、さらなる体制強化と充実を図ります。

Q. 最後に、株主の皆さまへの メッセージをお願いします。

ビジョンに掲げた「世界中の赤ちゃんのご家族に最も信頼される育児用品メーカー“Global Number One”」を目指す姿勢は今後も変わりません。ここ数年、コロナ禍による制約を受けましたが、一方社内は新しいアイデアや提案がどんどん生まれ活発に議論されるように変化しており、with コロナの市場でも必ず成長軌道に戻せると信じています。次期中計では4事業がさらにスピーディに事業を展開し、グループ全体が成長していく方向性を示していきたいと考えていますので、引き続き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。

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、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
世界中の赤ちゃんの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できるもの
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

ピジョンのESGへの取り組み

Pigeon Sustainable Vision "Celebrate Babies with All"

私たちは、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存在します。
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で、
企業として持続的な成長を目指します。そして、ステークホルダーの皆さまとともに、
赤ちゃん一人ひとりが持つ好奇心と成長する力を尊重し、多様な価値が共鳴し合う、自由で喜びにあふれた未来を創造していきます。

ピジョングループの環境認識

- 【少子化】出生数 年間1億3,997万人^{※1}
 - ・世界で7人に1人(2,000万人以上)が2,500g未満の低体重で生まれている^{※2}
 - ・毎年世界で亡くなる250万人の新生児のうち、80%以上が低体重で生まれている^{※2}
- 【気候変動対応】
 - ・サプライチェーン全体で目指す脱炭素社会
 - ・激甚化・頻発化する自然災害
- 【地球環境保全】
 - ・海洋プラスチック問題・資源の枯渇
 - ・生物多様性への対応
- 【持続可能な調達】
 - ・社会と環境に配慮した責任ある調達
- 【感染症への対応】
 - ・社員およびすべてのステークホルダーの健康と安全を優先した政府・自治体の要請・指導に基づく適切な対策

※1 出典:ユニセフ「The State of the World's Children 2021」
<https://www.unicef.org/reports/state-worlds-children-2021>

※2 出典:ユニセフニュース 2019年5月15日
<https://www.unicef.or.jp/news/2019/0071.html>

第7次中期経営計画における重点課題

環境 Environment

環境負荷の削減

明日生まれる赤ちゃんの未来にも豊かな地球を残す

第7次中期経営計画(2022年)定量目標

- ・地球温暖化への対応:CO₂排出原単位 2018年度比10%削減
- ・汚染の予防への対応:産業廃棄物原単位 年1%以上削減

社会 Social

赤ちゃんとお母さんを取り巻く社会課題の解決 赤ちゃん一人ひとりの輝きが尊ばれる世の中を創る

- ・NICU(新生児集中治療室)に入院するなどの専門的なサポートが必要な赤ちゃんのご家族を取り巻く課題を解決する新規商品・サービスの創出

ガバナンス Governance

強固な経営基盤の構築

- 赤ちゃんに寄り添い続けるための持続的な成長を下支えする
- ・積極的な株主・投資家との対話:IR面談件数 年間300件以上

●社員の力を最大限にするために

より付加価値の高い商品を継続的に生み出していくためには、社員一人ひとりが自分らしく輝きながらやりがいを持って働くことができることと、それを後押しする働きやすい環境が整備されていることが必要です。ピジョングループは、社員の可能性を信じその力を最大限発揮してもらうために、新たな制度の制定や既存制度の改定により、やりがいを感じる仕事、働きやすい職場環境の実現に努めています。



●数字で見るピジョン株式会社の人事制度利用状況

項 目	内 容	利用状況
ひとつきいっしょ	男性社員を対象とした、1ヵ月間の育児休業制度	取得率:100% 取得数:59名
育児休業からの復職率	男女合わせて	100%
ライフデザイン制度	不妊治療や養子縁組を目的とした最大2年間の休暇・休職制度	利用者数:7名

※「ESGデータブック2021」より2016年1月期からの累計

Our Action

●日本

「社員で作り上げる育児制度プロジェクト」

2021年、子育て中の社員28名が参加し、社員の生の声を反映した育児制度を作るためのプロジェクトを立ち上げました。その中で発案されたアイデアを活かした新しい育児制度が2022年3月より運用を開始しており、配偶者の産前産後に最大10日間の休暇を取得することができる「はじめていっしょ休暇」、育児のための時短勤務可能期間を「小学校1年生まで」から「小学校4年生まで」に延長するなど、社員の多様なライフスタイルに柔軟に対応することができる環境を実現することができました。



こういった当社独自の取り組みから蓄積されたナレッジを社会に共有する取り組みも行っており、制度設計や風土づくりを推進し、育児と仕事を両立しやすい社会環境を作っていくことも私たちの使命であると考えます。

事業のご紹介

日本事業

- ◆育児および女性向け用品
- ◆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



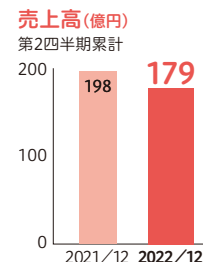
● 事業環境と当社の強み

日本における出生数は、新型コロナウイルス感染症拡大による産み控えの影響もあり、2021年には81.1万人（厚生労働省「2021年人口動態統計月報年計（概数）」）と過去最低を更新しています。ピジョンは60年を超える哺乳研究や乳幼児発達研究をもとに、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。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、マーケットシェアを高めると同時に、多様な商品カテゴリを展開しているところに、ピジョンの強みがあります。近年では、後発参入のベビーカーや抱っこひも、パウンサーなどのカテゴリにおいても、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（総務省統計局「労働力調査（基本集計）2021年（令和3年）平均」）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。また、総人口に占める65歳以上人口の割合（高齢化率）は、28.9%（内閣府「令和4年版高齢社会白書」）となり、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)	2021/12	2022/12
外部顧客への売上高	181	168
事業セグメント間の内部売上高	17	10
売上高 計	198	179



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、ロシア 他

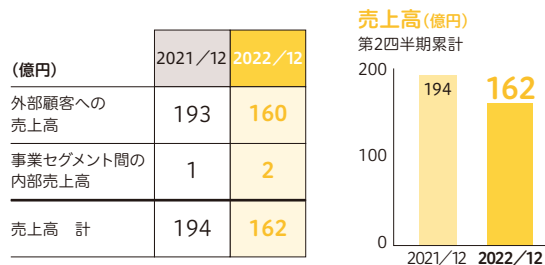
● 事業環境と当社の強み

中国では、ここ数年の出生数減少トレンドが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で加速され、2021年の年間出生数は前年から約1割減少の約1,062万人（中国国家统计局）となりましたが、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」を主要ターゲットとし、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協働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、新しくファミ





リーを形成する層が1980年代、1990年代生まれからデジタルネイティブ世代へ移行するに伴い消費活動のEコマースシフトが進んでいます。ピジョンはこの流れに対して柔軟に取り組んでおり、中国本土におけるEコマースチャネルの販売構成比が年々高まっています。また生産面では、上海のPIGEON MANUFACTURING (SHANGHAI) CO., LTD.で、シリコン乳首の製造、哺乳器の製造、洗剤およびトイレタリー製品の製造、商品の組立て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・おしりふきに加え、日本では販売していないベビー用紙おむつも生産しています。



シンガポール事業

◆育児および女性向け用品

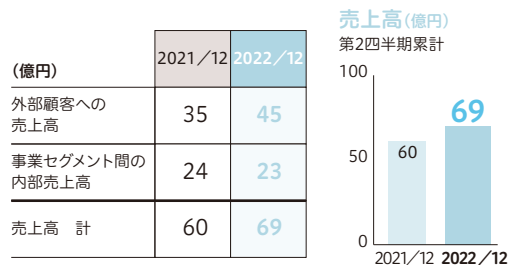
展開エリア

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1.4億人の新生児が生まれているといわれており、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。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、哺乳器のトップシェアブランドになっています。事業内の販売エリアにおいては、近年Eコマースの需要が高まっていることもあり、デジタルマーケティングの強化等、これに対応できるチャネル戦略も進行しています。また、環境に対する意識の高まりに応えた新しいスキンケアシリーズを発売する等、現地のニーズを踏まえた商品開発機能の強化も進んでいます。



ランシノ事業

◆母乳・授乳関連用品

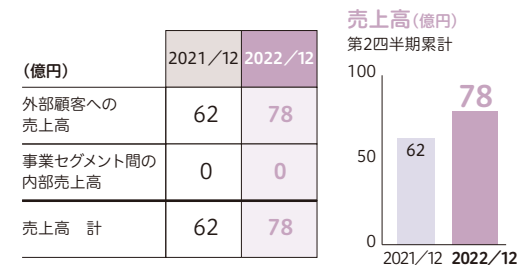
展開エリア

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商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、北米や欧州をはじめ多くの国・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。2014年からは哺乳器も本格的に投入しており、「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の基盤を強化しました。また2021年からは、新たな商品領域である「産前・産後ケア」カテゴリの商品開発および市場投入も開始しています。



当中間期の経営成果

売上高は、中国における新型コロナウイルス感染症によるロックダウンの影響が大きく、前年同期比4.2%減の452億92百万円となりました。利益面においても、売上高減少に伴う売上総利益の減少、原材料の仕入れ価格高騰等もあり、営業利益は同32.6%減の51億18百万円、経常利益は同25.0%減の64億4百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益は同21.5%減の39億90百万円となりました。

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10.0%減の179億4百万円、セグメント利益は売上高の減少に伴う総利益の減少等により、同49.5%減の5億92百万円となりました。

育児および女性向け用品では、当社の基幹商品である哺乳器やさく乳器が本年2月の商品リニューアル等の効果もあり、前年同期を上回る売上高となりました。一方、おしりふき等の一部消耗品では価格競争の影響等もあり、売上高は前年同期を下回りました。スキンケアでは、2月のベビースキンケア商品シリーズ「ピジョン ベシックスキンケア」リニューアル発売に合わせてキャンペーン等を積極的に実施しましたが、海外からの需要が落ち込んだこともあり販売は苦戦しました。大型製品では4月に押しやすさとオシャレなデザインでお出かけがもっと楽しくなるベビーカー「Runfee Lino'n (ランフィ リノン) RB2L」を企業限定で、また「メッシュベースシート」で快適なお出かけが続く軽量B形ベビーカー「Bingle(ピングル) BB2」を全国のベビー用品専門店などで新発売しました。

ダイレクト・コミュニケーションの一環として、母乳育児について楽しく学べるピジョンのマタニティセミナー「おっぱいカレッジ」のライブ配信を行い、合計で1,400名以上の方にご視聴いただいたほか、医療従事者向けセミナーもオンラインで開催し、600名を超える方にご覧いただきました。ママやパパの不安を和らげるため、WEBやSNSを通じた双方向コミュニケーションの活用やサポートコンテンツの充実や、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」の改善を進めています。

ヘルスケア・介護用品では、総利益率の改善を目指した取扱商品の見直しに前期から取り組んでおり、売上高は前年同期比で減

少ししましたが、利益率は改善効果が徐々に見られています。子育て支援では、当中間期で事業所内保育施設等64箇所にてサービスを展開しました。

中国事業

売上高は前年同期比16.5%減の162億38百万円、セグメント利益は同31.9%減の46億9百万円となりました。4月には新型コロナウイルス感染症拡大を受け、当社の販売・生産拠点のある上海エリアでのロックダウン実施により、工場の稼働停止等を余儀なくされました。4月後半から徐々に生産活動を再開し、6月にはロックダウンが全面解除となったものの、物流混乱等の影響が発生しています。一方、Eコマースショッピングイベント“618”では、ロックダウン解除直後にもかかわらず、哺乳器やスキンケア商品部門において、ブランドランキング上位を維持しました。また、新たなプラットフォーム上にも旗艦店を設けるなど、プロモーション活動も継続して取り組んでいます。なお、中国本土では、前年9月にリニューアル・先行発売を開始した哺乳器「自然実感」(日本での商品名:母乳実感®)シリーズのオンラインチャネルでの新商品への切り替えが概ね完了しています。オフラインチャネルは、ロックダウンの影響で新商品への切り替えが当初想定より遅れたものの、順次出荷が進捗しています。加えて、当事業では、北米でのピジョンブランドによる育児用品販売事業も開始しました。今後は、ロックダウンの影響で先送りとなった各種施策の実行やダイレクト・コミュニケーションの強化に加え、コロナ禍での育児情報支援、病産院活動等の強化も引き続き実施することで、さらなる事業拡大に向けた取り組みを進めていきます。

シンガポール事業

売上高は前年同期比14.9%増の69億24百万円、セグメント利益は同49.8%増の12億10百万円となりました。ASEAN地域およびインドでは、コロナ禍からの回復途上において一部市場での価格改定や with コロナでの営業・マーケティング活動の再開・体制を整備し、売上高・利益ともに伸長しました。重点国のインド等では、基幹商品の哺乳器やスキンケア商品等の販売が堅調に推移し

ました。当事業では、サステナブルな製品への選好傾向が高いZ世代やミレニアル世代に向け、自然由来で赤ちゃんの肌にやさしく、地球環境にもやさしい新スキンケアシリーズ「ナチュラル・ボタニカル・ベビー」や、ガラスのような透明感と UV 消毒に対する優れた耐久性を実現した新素材のプラスチック「T-Ester(ティーエスター)」を使用した哺乳器を順次発売しました。今後も、上位中間層向け商品の開発・投入を推進しながら、積極的な営業・マーケティング活動を展開し、当社ブランドのさらなる市場浸透を図ります。

ランシノ事業

売上高は前年同期比25.4%増の78億14百万円、セグメント利益は同51.6%減の2億52百万円となりました。北米、欧州では物流混乱による商品入荷および出荷遅延傾向が継続するなか、北米では主力の乳首ケアクリームやさく乳器の販売が堅調に推移し、売上高は現地通貨で前年同期を上回りました。一方、欧州ではドイツ等での物流混乱による調達遅延に加え、物価高騰による消費低迷が見られたことなどもあり、売上高は現地通貨で前年同期を下回りました。利益面では、海上輸送費をはじめとした物流費高騰が続く、原価や発送費用等に影響が出ているほか、積極的なマーケティング費用の使用等もあり、前年同期を下回りました。今後は一層の事業拡大に向け、商品ラインアップの拡充やEコマースの強化、各地域の消費者行動に合わせた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。

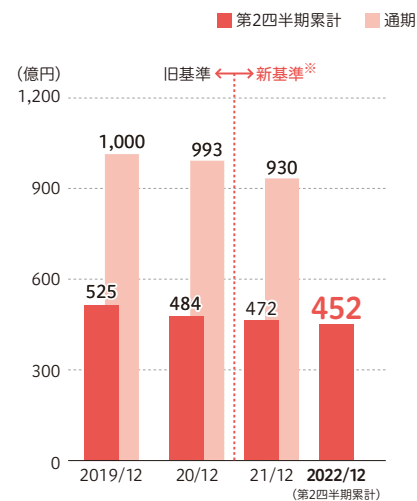
(会計方針の変更)

「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日。以下「収益認識会計基準」といいます。)等を2021年12月期から適用し、約束した財又はサービスの支配が顧客に移転した時点で、当該財又はサービスと交換に受け取ると見込まれる金額で収益を認識することとしています。

これにより、従来は販売費及び一般管理費に計上していました販売促進費等の一部及び営業外費用に計上していた売上割引については、売上高から減額しています。また、従来は売上総利益相当額に基づいて流動負債に計上していた「返品調整引当金」については、返品されると見込まれる商品及び製品についての売上高及び売上原価相当額を認識しない方法に変更しており、返金負債を流動負債の「その他」及び返品資産を流動資産の「その他」に含めて表示しています。

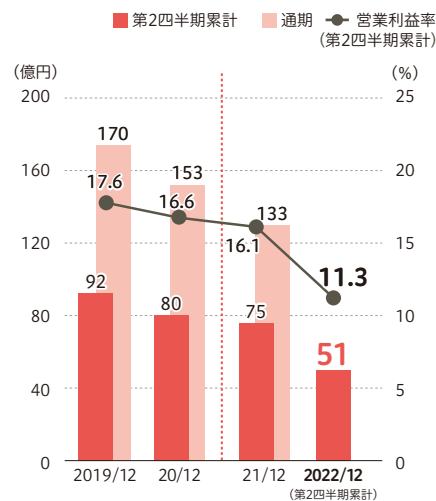
主な経営指標

売上高

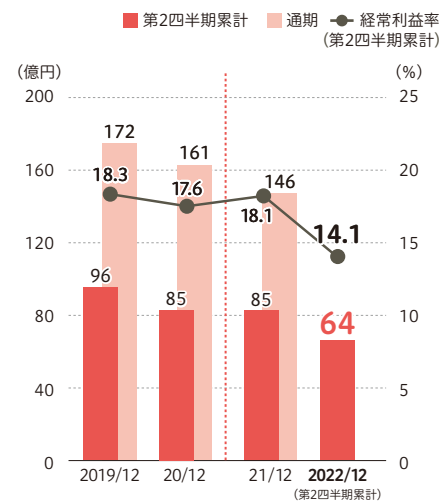


※当社は会計方針の変更として、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を2021年12月期から適用しております。詳細については、P7にあります「当中間期の経営成果」の注記(会計方針の変更)をご参照ください。

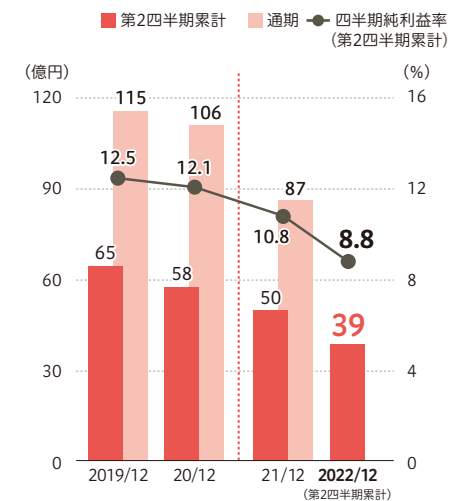
営業利益 / 営業利益率



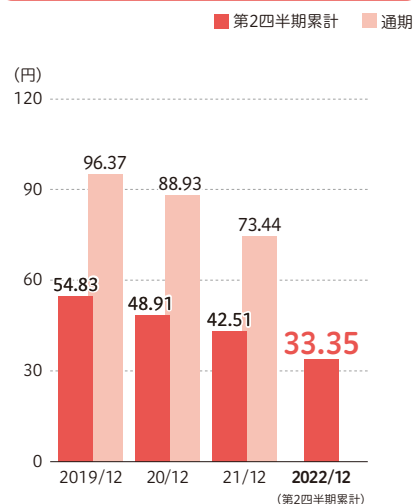
経常利益 / 経常利益率



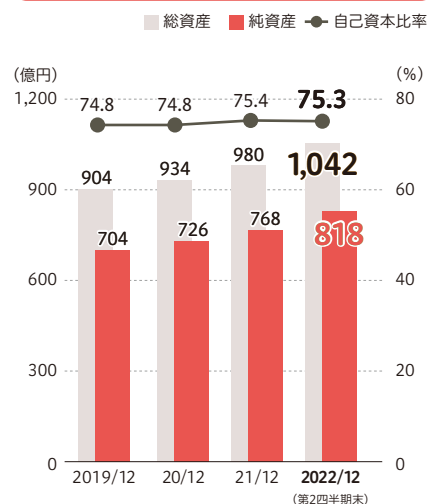
親会社株主に帰属する四半期(当期)純利益 / 四半期純利益率



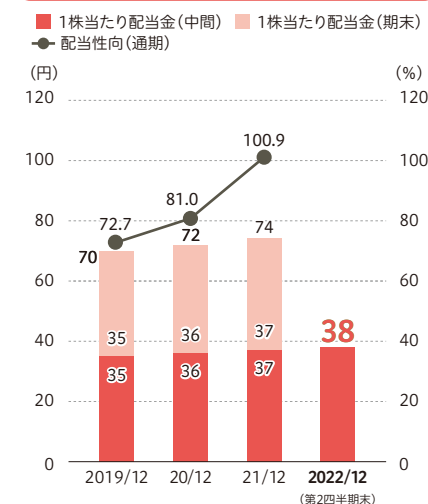
1株当たり四半期(当期)純利益(EPS)



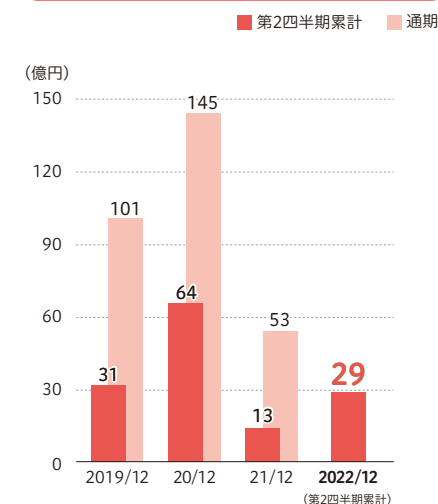
総資産 / 純資産 / 自己資本比率



1株当たり配当金 / 配当性向



フリー・キャッシュフロー※



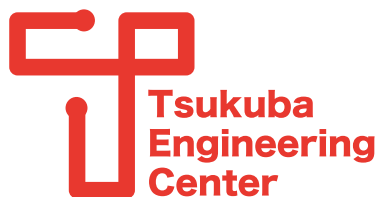
※当社は、2019/12期より決算期を1月31日から12月31日に変更したため、経過期間となる2019/12期の連結対象期間は、2019年2月1日から2019年12月31日までの11カ月間となっています。

※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

●「Pigeon Tsukuba Engineering Center」を開設

2022年2月に筑波事業所(茨城県稲敷郡)内に「Pigeon Tsukuba Engineering Center」を開設しました。これにより、哺乳器カテゴリを中心とした製品において、さらなる生産性の向上を図るとともに、環境に配慮した新規原料や新規生産技術の積極的な検討・試作を推進していきます。

また、この拠点を有効活用することで、グローバルに点在する生産拠点とも生産現場の課題や改善活動の共有をタイムリーに行うと同時に、生産技術者の育成や生産技術のナレッジの蓄積をこれまで以上に強化し、今後も高品質の製品を世界中に安定的に提供していきます。



成形機エリアの一部

●赤ちゃん誕生記念の「植樹式」を3年ぶりに開催

2021年生まれの赤ちゃんが対象の「第36回ビジョン赤ちゃん誕生記念育樹キャンペーン」は10,702名にご応募いただきました。新型コロナウイルス感染症の影響により、3年ぶりの開催となる植樹式には、抽選で選ばれたご家族27組をはじめ、常陸大宮市の鈴木定幸氏他、関係者の皆さまに参加いただきました。

また、1986年より続けてきたこの活動が高く評価され、林野庁が主催する「森林×脱炭素チャレンジ2022」において、優秀賞(林野庁長官賞)を受賞し、森林整備を通じて脱炭素に貢献する「グリーンパートナー2022」にも認定されました。



TM

会社概要

企業データ(2022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362人 連結3,898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(2022年6月30日現在)

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 グローバルヘッドオフィス責任者 兼経理財務本部長	板倉 正
取締役常務執行役員 日本事業統括責任者	倉知 康典
取締役上席執行役員 ランシノ事業本部長 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)	林 千晶
取締役(社外)	山口 絵理子
取締役(社外)	三和 裕美子
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 (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(管理本部長)	鶴 孝則
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(ベビーケア事業本部長)	浦狩 高年
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)	松島 浩司

主要事業所 (2022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8社あります。

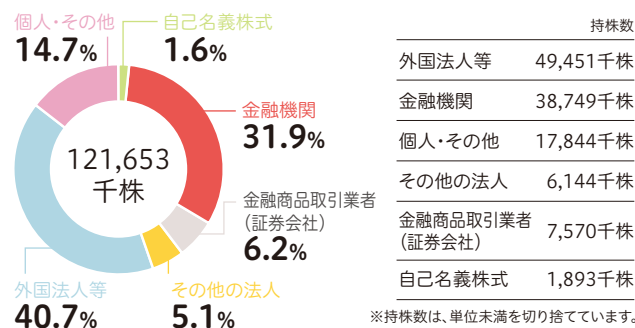
株式の状況 (2022年6月30日現在)

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	24,829名
議決権保有株主数	22,325名
自己株式	1,893,472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)	21,409	17.9
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	8,079	6.8
BNYMSANV RE MIL RE FIRST SENTIER INVESTORS ICVC - STEWART INVESTORS ASIA PACIFIC LEADERS SUSTAINABILITY FUND	5,168	4.3
SMB C日興証券株式会社	3,307	2.8
RBC ISB S/A DUB NON RESIDENT/TREATY RATE UCITS-CLIENTS ACCOUNT-MIG	2,951	2.5
J Pモルガン証券株式会社	2,767	2.3
STATE STREET BANK CLIENT OMNIBUS OM04	2,590	2.2
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140051	2,384	2.0
ワイ. エヌ株式会社	2,378	2.0
BANQUE DE LUXEMBOURG - CLIENT ACCOUNT	2,112	1.8

※持株比率は自己株式(1,893,472株)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(102,956株)は含んでおりません。

株式分布状況 (所有者別:千株)



※株式分布比率は小数第2位を四捨五入しています。

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/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/

(日本)赤ちゃんの肌にも環境にも、 一歩進んで考えたベビースキンケア

2022年2月より、ベビースキンケア商品シリーズ「ピジョンベシックスキンケア」(全身泡ソープ、泡シャンプー、沐浴料、クリアローション、ミルクローション、クリーム、オイル)をリニューアルしました。赤ちゃんのスキンケアでもユーザー意識の高い保湿力を強化。さらに、パッケージの一部は環境にも配慮した材質を採用し、赤ちゃんの肌にも環境にも一歩進んで考えたスキンケアへと進化しました。ベビーミルクローション・ベビーミルクローションうるおいプラスは、環境にやさしい紙のキューブパック600gもご用意しています。



(日本)かわいいデザインがアソート になった母乳フリーザーパック

かわいいデザインがアソートになった母乳フリーザーパック「Holidays」「Pigeon Friends」をピジョン公式ECサイト限定で販売開始しました。従来この商品は海外での販売でしたが、デザインが高く評価されており、国内にも逆輸入する形となりました。母乳フリーザーパックは、さく乳した母乳を冷凍/冷蔵保存してストックをしておくことができ、ママの外出時やおっぱいにトラブルがある時、赤ちゃんが入院している時など、直接授乳が難しい時にも母乳をあげることができます。



(シンガポール)ガラスのような透明感 と優れた耐久性の新素材哺乳器

新素材のプラスチック「T-Ester(ティーエスター)」を使用した哺乳器をシンガポール、インドネシア、ベトナム等で順次、販売していきます。大手資材メーカーとの数年にわたる開発期間を経て誕生した「T-Ester」を使った哺乳器は、調乳時や洗浄時に目視でも確認がしやすいガラスびんのような透明感と、東南アジアで近年増加しているUV消毒器に対しても優れた耐久性を持っており、お客様ニーズの変化に応えた製品となっています。



ピジョン公式オンラインショップもご覧ください。

2019年にピジョンは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をオープンしました。ここだけのオリジナル商品やお得なキャンペーンもご用意しておりますのでぜひご利用ください。

<https://shop.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います。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。

『素敵な虫とりあみ』 慶和幼稚園(愛知県) 真下 卓士さん

虫とりが大好きな僕は、虫とりあみにお花が咲いて、たくさん虫がよってくる虫とりあみがあればいいと思います。



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。

