



Celebrate babies the way they are

Heart Report

ビジョン[ハートレポート]

第66期 報告書

2022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 Sustainable Action
- P.05 事業のご紹介
- P.07 当期(第66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

『おじいちゃんのお米を
いっぱい食べられますように』

神戸大学附属幼稚園(兵庫県)

信田 笑花さん





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。

Q. 当期業績ならびに第7次中期経営計画の振り返りを聞かせてください。

第7次中期経営計画の最終年度である2022年度を終え、業績は、売上高が949億円(前期比2.0%増)、営業利益が121億円(同8.6%減)、経常利益が134億円(同8.1%減)、親会社株主に帰属する当期純利益が85億円(同2.3%減)と、増収減益となりました。当期は特に、中国本土における新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、上海で2カ月にわたってロックダウンが続き、当社の販売会社と工場稼働停止を余儀なくされたことな

どが業績に大きく響きました。

第7次中計期間を振り返ってもパンデミックの影響は大きく、世界各地でのロックダウンによる事業活動への制約や、日本でのインバウンド需要の消滅、さらに主力市場である日本や中国での急速な出生数の減少など、想定していた以上に厳しい事業環境にさらされました。コロナ禍での急激な環境変化への対応努力を続けたものの、結果的に当初掲げた数値目標は達成できず、大変悔しい思いです。

一方、今後の成長戦略につながる学びもありました。日本や中国における当社の主力商品の市場シェアはコロナ禍でも高い水準で推移し、ピジョンブランドの強さを再認識しました。また、物流・供給・販売体制の違いによって、各市場の業績の明暗が分かれたことから、サプライチェーンを進化させる必要性を改めて感じました。ものづくりにおいては、哺乳器の新モデルは予定通り世界の主要市場で販売を開始したほか、ランシノ事業では産前・産後ケアという新規カテゴリが順調に立ち上がり、一斉の成果が見られ、ピジョンの今後のサステナブルな成長にとってものづくりが重要な要素であることを改めて実感しました。

Q. 今回、企業理念を更新しています。その意図を教えてください。

従来の「Pigeon Way」から、経営理念と社是を「Pigeon DNA」として独立させ、「Pigeon Way」の中心には存在意義を据えています。これにより

社員が日々の活動の中で存在意義の実現を意識できるようになり、その実現に向けて一丸となって事業を推進していくことを期待しています。

Q. 今回発表した第8次中期経営計画のポイントを教えてください。

第7次中計では、日本、中国、シンガポール、ランシノの4事業への権限移譲を行い、意思決定の迅速化と各地域のニーズに合わせたものづくりを促進してきました。第8次中計においては、前中計の基本戦略として進めてきた「ブランド戦略」「商品戦略」「地域戦略」をさらに深化させ、グローバルで急速に変化し続ける事業環境に柔軟に対応し、事業構造の再構築を積極的に行っていきます。

既存事業領域においては、自社の優位性・競争力を活かせる哺乳器、ベビースキンケアカテゴリをさらに強化するべく、社会変化に沿った商品・サービスの充実を図ります。

一方、当社の知見が活用でき、顧客親和性が期待できる新規カテゴリや新規市場への参入も積極的に検討します。具体的には、3才以上のお子様を対象としたキッズ向け商品や女性ケア商品、また、アフリカ市場など、ピジョングループの次世代の成長に資するような領域の探索・育成に注力します。

これらの取り組みと並行して、各事業で、サプライチェーンの見直しや販売体制の強化、収益構造の転換等を進め、ビジネスのサステナブルな成長へとつなげていきます。

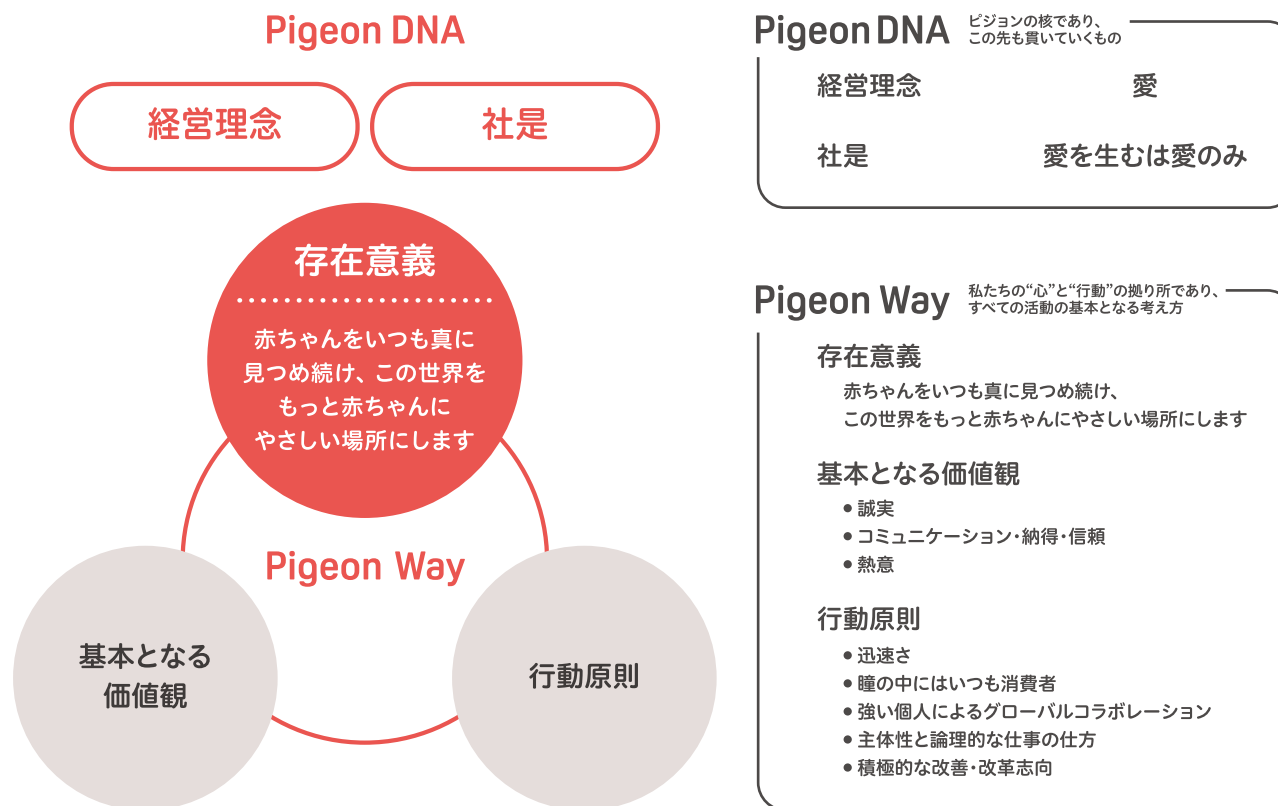
Q. ESGの取り組みについて、 進捗を教えてください。

ESGは重要な経営課題として、当社が優先的に取り組むべき重要課題(マテリアリティ)にも反映しています。気候変動への対応が世界的な緊急課題である中、当社は脱炭素化に向けた目標に加え、リサイクルを通じた循環型社会の実現やサステナブルな調達についても中長期的な目標を定めて環境負荷の軽減を進めます。人材・組織風土の醸成については、人的資本への投資を継続しながら、女性管理職比率の向上等を目標にダイバーシティの一層の推進を図ります。ガバナンス面では、今回の株主総会での決議をもって社外取締役の数が社内取締役を上回ったほか、取締役会議長に鳩山社外取締役が就任し、透明性・実効性をより進化させたガバナンス体制が構築されました。こうしたESGの取り組み強化を通じて、中長期の事業成長に向けてさらなる弾みをつけていきます。

Q. 最後に、株主の皆様へのメッセージをお願いします。

第8次中計では、株主の皆様への安定的な利益還元を目指していきます。新中計を起点に、株主の皆様にはサステナブルな成長をご覧いただけるよう、これからも尽力してまいりますので、引き続きご期待と、変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。

当社では、社員一人ひとりが大切にする企業理念として
「Pigeon DNA・Pigeon Way」を設定しています。



Pigeon Sustainable Action

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。

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、赤ちゃんとお母さんを取り巻く
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。

存在意義実現のため中長期的に取り組む 重要課題(マテリアリティ)

重要課題



事業競争力向上と
ビジネス強靱化

重要課題



環境負荷軽減

重要課題



社会課題への貢献

重要課題



存在意義実現のための
人材・組織風土

重要課題



強固な経営基盤
の構築

ピジョングループの環境認識

出生数の推移

- 主要事業国(日本・中国)における出生数の減少^{※1}
- アフリカ地域における出生数の増加^{※1}

環境課題

- 脱炭素社会実現に向けた世界の取り組み加速
- 激甚化・頻発化する自然災害
- サーキュラーエコノミーへの移行
- マイクロプラスチックによる海洋汚染
- 生物多様性の毀損

社会課題

- 世界で7人に1人(2,000万人以上)が2,500g未満の低出生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%以上が低出生体重で生まれている^{※2}
- 地域社会・人権への配慮
- 多様化する働き方

加速するビジネス環境の変化

- Eコマース市場拡大に伴う競争激化
- 多様化・複雑化するサプライチェーンリスク

※1 出典: United Nations[World Population Prospects 2022]

<https://population.un.org/wpp/>

※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>

サステナビリティへの取り組みの詳細については
当社ウェブサイトをご覧ください。

(<https://www.pigeon.co.jp/sustainability/>)



● 「Pigeon Green Action Plan」策定

明日生まれる赤ちゃんの未来にも豊かな地球を残すため「Pigeon Green Action Plan」を策定しました。「Pigeon Green Action Plan」では、ピジョングループが事業活動を行う上で特に関連性が高い気候変動問題、プラスチック問題、生物多様性毀損の解決にフォーカスし、「脱炭素社会」、「循環型社会」そして「自然共生社会」の実現を目指した中長期的な目標を設定することで、環境負荷軽減に取り組みます。



Pigeon Green Action Plan

明日生まれる赤ちゃんの未来にも豊かな地球を残す



脱炭素社会の実現

2050年 Scope1&2 GHG排出量 **ネットゼロ**

2030年 Scope1&2 GHG排出量 **50%削減** (2018年度比総量目標)

Scope3 GHG排出量削減 (SBT認定基準に準拠した目標設定)



循環型社会の実現

2030年 植物由来または再生素材を使用したパッケージ **50%** (重量比)

2030年 リユース/リサイクル/コンポスト可能なパッケージ **100%**



自然共生社会の実現

2030年 パッケージにおける持続可能な紙の使用率 **100%**

2030年 自社生産のスキンケア/洗たく/洗浄消毒商品における
RSPO認証パーム油の使用率 **100%** (B&C方式を含む)

Scope 1：燃料の燃焼などによって当社の事業所や車両から直接排出される温室効果ガス排出量

Scope 2：他社から当社に供給された電気や熱の使用に伴う温室効果ガス排出量(他社の発電所や熱製造所で排出される温室効果ガス排出量)

Scope 3：Scope1、Scope2以外の間接排出(当社の活動に関連する他社や顧客による排出)

RSPO：持続可能なパーム油のための円卓会議。

B&C(ブックアンドクレーム)方式：RSPOにより認証された生産者が認証パーム(核)油の生産量に基づいて発行したクレジットを最終利用者が購入することで、認証された持続可能なパーム(核)油の生産を支持する仕組み。

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

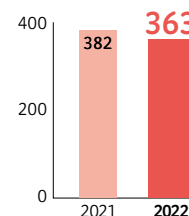
日本における出生数は、新型コロナウイルス感染症拡大による産み控えの影響もあり、2021年には81.1万人（厚生労働省「2021年人口動態統計月報年計（概数）」）と過去最低を更新しています。ピジョンは60年を超える哺乳研究や乳幼児発達研究をもとに、赤ちゃんの成長過程を深く掘り下げ、育児の“お困りごと”を見出し、これまでにない高品質な商品を多数開発し、お客様にお届けしてきました。業界のリーディング・ブランドとして広く認知されており、高いマーケットシェアを有する商品を軸に、多様な商品カテゴリを展開しているところに、ピジョンの強みがあります。近年では、後発参入のベビーカーや抱っこひも、バウンサーなどのカテゴリにおいても、その存在感を高めています。

日本の女性の就業率は全年齢ベースで53.0%（総務省統計局「労働力調査（基本集計）2022年（令和4年）平均」）と5割を超えており、子育て支援の面でも当社への期待は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	2022
外部顧客への売上高	353	342
事業セグメント間の内部売上高	29	20
売上高 計	382	363

売上高(億円)



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 他

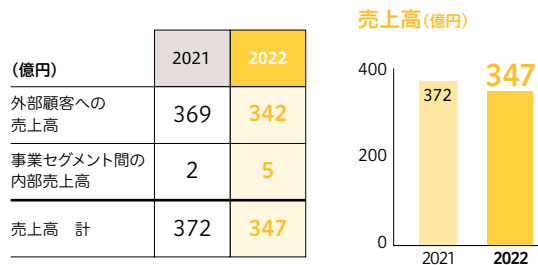
● 事業環境と当社の強み

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、2022年の年間出生数は前年から約1割減少の約956万人（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して以来、商圈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

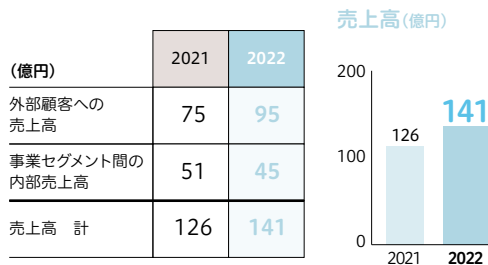
展開エリア

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1.3億人の新生児が生まれているといわれており、なか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

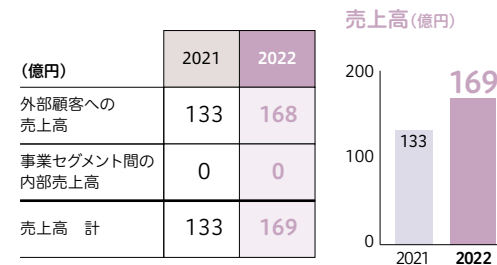
展開エリア

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。



当期（第66期）の経営成果

売上高は、新型コロナウイルス感染症の影響で中国事業で年間を通して厳しい状況が続いた一方で、シンガポール事業およびランシノ事業は好調に推移し、為替の影響も加わって前期比2.0%増の949億21百万円となりました。利益面では、世界的な原材料費や輸送費の高騰等による原価率の悪化に加え、各国で経済活動の再開が進んだことで販管費を積極的に使用したため、営業利益は同8.6%減の121億95百万円、経常利益は同8.1%減の134億65百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は同2.3%減の85億81百万円となりました。

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。

売上高は前期比5.1%減の363億23百万円、セグメント利益は減収に伴う総利益の減少や調達価格の高騰等により同27.8%減の14億91百万円となりました。

ベビーケア（育児および女性向け用品）では、新型コロナウイルス感染症の拡大による外出自粛や、物価高の進行による消費者の低価格志向等の影響もあり減収となりました。基幹商品である哺乳器やさく乳器は、2月のリニューアル商品を中心に引き続き堅調に推移した一方、おしりふき等の一部の消耗品は価格競争激化の影響等もあり減収となりました。スキんケアカテゴリーは海外からの需要が落ち込んだことなどから苦戦しましたが、紙製キューブパックをデザインパッケージに採用した保湿ローションや、容器を再利用できる保湿ローションの詰めかえタイプなど、新たな商品価値を提案してラインアップを拡充しました。8月にはピジョン初となる赤ちゃんの防災用品シリーズ「sonaetta（ソナエッタ）」を新発売し、一部自治体への無償提供等を通じて、社会における「赤ちゃんの防災」意識の定着を図っています。11月には「ピジョン公式オンラインショップ」をリニューアルし、ソーシャルメディアとの連携強化で利便性向上や限定商品の充実を図り、販売強化に取り組んでいます。

ダイレクト・コミュニケーションでは、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」のライブ配信には合計2,400名以上の方に、医療従事者向けオンラインセミナーには1,700名超の方にご参加いただきました。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にも継続して取り組み、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」や動画

配信サイトでの商品紹介等を通して、お客様に寄り添った情報発信を充実させています。

子育て支援では、当期は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。

ヘルスケア・介護では、総利益率の改善に向けた取扱商品の見直しにより、売上高は減少したものの利益率改善の効果が見られており、引き続き、小売店や介護施設等への営業活動の強化と、商品開発力ならびに介護サービス品質の向上などの施策を実行していきます。

中国事業

売上高は前期比6.6%減の347億76百万円、セグメント利益は同11.7%減の104億8百万円となりました。期初からの中国本土での新型コロナウイルス感染症の拡大により、4月および5月に上海エリアを中心にロックダウンとなり、事業活動の一時的な縮小や停止を余儀なくされました。6月の解除以降、製造・営業活動は回復し、物流混乱等も順次収束しましたが、12月のゼロコロナ政策の緩和に伴って感染症拡大が再燃し、お客様の消費行動や当社の事業活動にも大きな影響がありました。

2021年9月にリニューアルした哺乳器「自然実感」（日本での商品名：母乳実感®）シリーズは、お客様から高評価をいただき、切り替えがおおむね完了しています。ベビースキンケアカテゴリーでは、3才以上のお子様を対象としたキッズ向け商品等も販売を開始するなど、展開カテゴリーを拡張しました。今後も引き続き、Eコマースプラットフォームを活用して消費者との双方向のコミュニケーション活動を充実させるとともに、病産院活動等も強化していきます。また、北米でのピジョンブランドによる育児用品販売事業も当事業として展開し、新型哺乳器の販売を開始しました。今後は、オンラインを中心とした情報発信や専門家とのコミュニケーションを通して、北米での認知度とブランド価値の向上に努めていきます。

シンガポール事業

売上高は前期比12.2%増の141億53百万円、セグメント利益は同18.2%増の21億40百万円となりました。

当事業が管轄するASEAN地域およびインドでは、コロナ禍からの回復傾向もあり、重点国のインドネシア、インドをはじめ、シンガポールやマレーシア等で売上高および利益を伸ばしました。哺乳器カテゴリーでは、

8月から主要国で主力商品の哺乳器「SofTouch」（日本での商品名：母乳実感®）シリーズのリニューアル発売を開始したほか、ガラスのような透明感の新素材プラスチック「T-Ester®」を使用した哺乳器を順次発売しています。ベビースキンケアカテゴリーでは、「ナチュラル・ボタニカル・ベビー」シリーズを15以上の国と地域で展開し、11月にはコーンスターチを原料とした自然素材のベビーパウダーを発売するなどラインアップを拡充しました。今後も上位中間層以上のお客様をターゲットとした商品の開発・投入を推進し、積極的な営業・マーケティング活動を通じてブランドの市場浸透を図ります。

※「T-Ester」は、三菱瓦斯化学株式会社の日本およびその他の国における商標又は登録商標です。

ランシノ事業

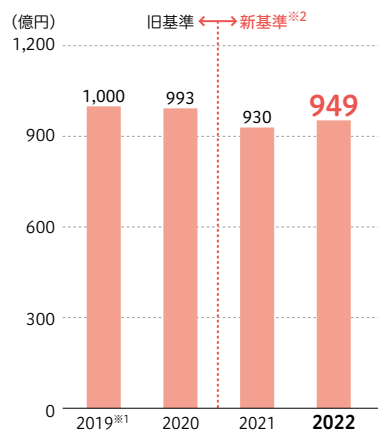
売上高は前期比27.0%増の169億17百万円、セグメント利益は同21.1%増の11億54百万円となりました。

北米では主力商品の乳首ケアクリームやさく乳器、母乳保存バッグの販売が堅調に推移したほか、2021年に発売を開始した産前・産後ケアカテゴリー商品も売上を伸ばし、現地通貨ベースで増収となりました。一方、ドイツやイギリス等欧州の一部では、エネルギー危機や物価高騰による消費低迷が見られたことなどもあり、現地通貨ベースで減収となりました。

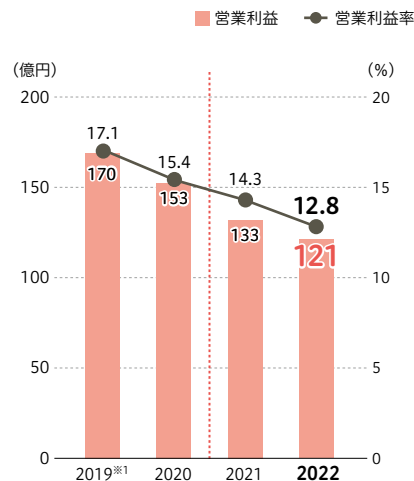
利益面では、海上輸送費などの物流費の高騰が続く原価や発送費用等に影響が出たほか、マーケティング費用も積極的に投下しましたが、北米等での増収効果もあり増益となりました。今後は一層の事業拡大に向け、各地域の消費行動に合わせた商品ラインアップの拡充やマーケティング活動、ブランド強化等の取り組みを進めていきます。

主な経営指標

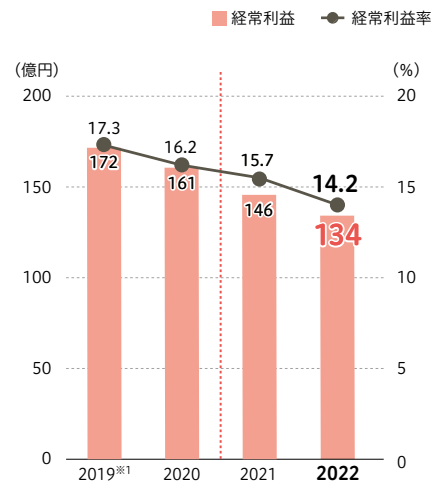
売上高



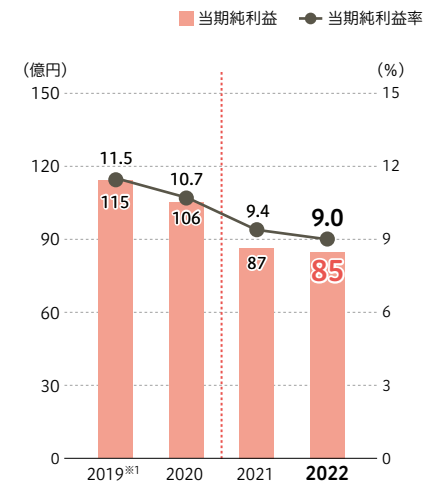
営業利益 / 営業利益率



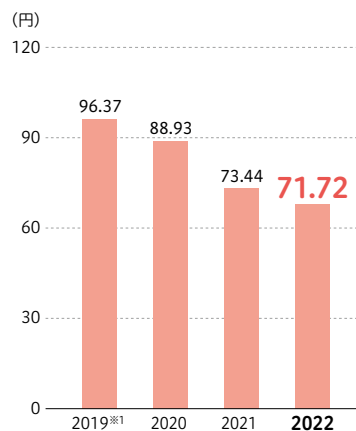
経常利益 / 経常利益率



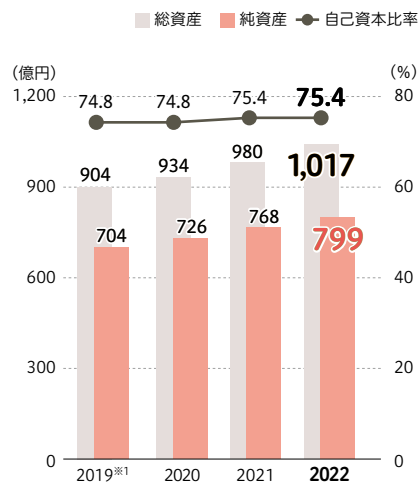
親会社株主に帰属する当期純利益 / 当期純利益率



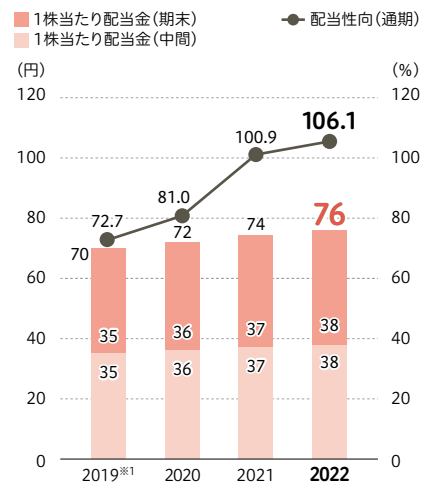
1株当たり当期純利益 (EPS)



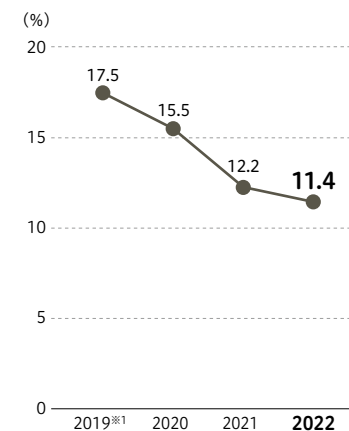
総資産 / 純資産 / 自己資本比率



1株当たり配当金 / 配当性向



自己資本当期純利益率 (ROE)



※1 当社は、2019年より決算期を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。

※2 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見込まれる金額で収益を認識することとしています。

● ピジョン社員が書いた「育児レポート」が元となった書籍が発売

社員有志による出版プロジェクトチームが制作・編集した書籍『ピジョンの子育て～育児用品ブランドの社員たちが本気で悩み、考え、奮闘した育児の話～』が、株式会社KADOKAWAより発売されました。

本書は“誰だって育児には悩み、戸惑いもあると伝えることで、子育てに悩む方の気持ちが救われることもあるのでは”という考えの下、ピジョンの社員の「育児レポート*」を元にして制作されたものです。本書を通して、子育てをするすべての人が、より楽しく育児に向き合える未来になることを願っています。

※本書の内容は、あくまで社員個人の感想・考えであり、必ずしもピジョンの会社としての公式見解ではありません。

*子どもが生まれた社員全員が提出する、自身の育児体験やそこから得た気づきなどをまとめたレポート。



● 「ハートレポート」の書面でのご送付廃止について

ピジョンは、「明日生まれる赤ちゃんの未来にも豊かな地球を残す」ために、脱炭素社会・循環型社会・自然共生社会の実現に向けた目標を掲げています。これらの目標の達成に向けた取り組みの一環として、この「ハートレポート」(報告書)の書面でのご送付につきましても、今号をもって廃止することといたしました。次号以降も、引き続き「ハートレポート」は当社ウェブサイトからご覧いただけます。

ピジョンは今後も、株主の皆様との対話促進やIR情報の開示充実に努めてまいりますので、何卒ご了承いただき、引き続きご支援賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。



ハートレポート

<https://www.pigeon.co.jp/ir/library/jigyohokoku/>



会社概要

企業データ (2022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345人 連結3,803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 (2023年3月30日現在)

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 ランシノ事業本部長 兼 LANSINOH LABORATORIES, INC. 代表取締役社長	Kevin Vyse-Peacock
取締役上席執行役員 中国事業本部・シンガポール事業本部 担当	矢野 亮
取締役(社外)	新田 孝之
取締役(社外) 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
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 (シンガポール事業本部長 兼 PIGEON SINGAPORE PTE. LTD. 代表取締役社長)	仲田 祐介
上級執行役員 (日本事業統括責任者 兼 ベビーケア事業本部長)	山口 善三
執行役員 (経営戦略本部長)	田窪 伸郎
執行役員 (開発本部長)	筒井 克志
執行役員 (SCM本部長)	田島 和幸
執行役員 (人事総務本部長)	浦狩 高年
執行役員 (関連事業本部長)	鶴 孝則
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
執行役員 (経理財務本部長)	新井 崇志

*2023年3月31日付で定年退職予定。

主要事業所 (2022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)
- ◆ 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.

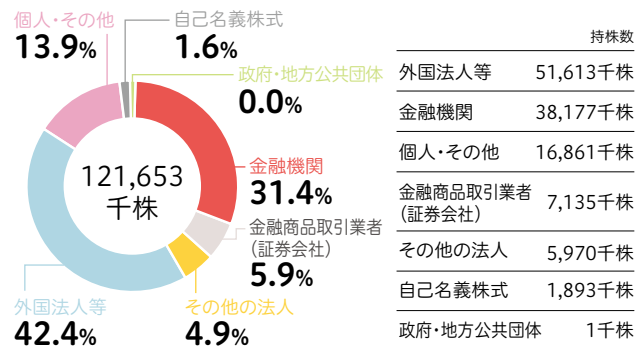
※上表に記載していない連結子会社が8社あります。

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	22,970名	
議決権保有株主数	20,272名	
自己株式	1,893,532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)	21,830	18.2
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	7,282	6.1
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	3,340	2.8
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140051	3,169	2.6
RBC ISB S/A DUB NON RESIDENT/TREATY RATE UCITS-CLIENTS ACCOUNT-MIG	2,783	2.3
STATE STREET BANK CLIENT OMNIBUS OM04	2,432	2.0
ワイ、エヌ株式会社	2,378	2.0
J Pモルガン証券株式会社	2,030	1.7
仲田 洋一	1,944	1.6

※持株比率は自己株式(1,893,532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)は含んでいません。

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。 ※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/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。

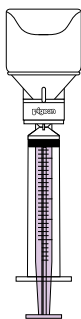
ウェブサイトでもIR情報を掲載しています。

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) 早産児・低出生体重児にママの初乳を一滴でも多く届けるサポートデバイス

早産児・低出生体重児にママの初乳を一滴でも多く届けられるよう初乳採取をサポートするデバイス「Precious Drop(プレシャスドロップ)」の販売を病産院向けに開始しました。産後早期に分泌される初乳は免疫物質等が多く含まれ、特に早産などで小さく生まれた赤ちゃんにとって大切な存在です。赤ちゃんのNICU(新生児集中治療室)入院等により直接授乳ができない場合、ママは手でさく乳し、母乳を1滴ずつシリンジで採取しますが、非常に困難を伴います。「Precious Drop」は、初乳採取におけるママの負担を軽減し、早産や低体重で生まれた赤ちゃんの健やかな成長を支援します。

※病産院向けの商品のため、ベビー用品専門店やドラッグストアでの取り扱いはありません。



(日本) ピジョン初となる赤ちゃん向けの防災用品シリーズ

“日常の子育てのなかで自然にソナエができていく”をコンセプトに、ピジョン初となる赤ちゃんの防災用品シリーズ『sonaetta(ソナエッタ)』の販売を開始しました。いざという時に役に立つ防災用品としてはもちろん、赤ちゃんの成長に合わせて日常から使用できる用品として、「災害用授乳カップ」、「頭をまもるブランケット」、「抗菌・抗ウイルス機能付きコンパクトベッド」の3商品を展開しており、「災害用授乳カップ」は2022年度グッドデザイン賞にて、グッドデザイン・ベスト100、グッドフォーカス賞[防災・復興デザイン]を受賞しました。



(中国) 赤ちゃんの肌研究を活かしたキッズ向けスキンケア

3歳以上のお子様を対象としたキッズ向けスキンケア商品の販売を開始しました。より活発になり、汗をかくことで水分が失われやすい子どもを肌トラブルから守るこのスキンケアには、ピジョンがこれまで赤ちゃんの肌研究で培ったノウハウが活かされています。このキッズ向けスキンケアで、中国市場における対象年齢の拡大を図っていきます。



ピジョン公式オンラインショップもご覧ください。

安心して手軽にピジョン商品をご購入いただけるピジョン公式通販サイトが2022年11月にリニューアルしました。よりお買い物がしやすくなり、サービスも拡充してい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。

『おじいちゃんのお米をいっぱい食べられますように』神戸大学附属幼稚園(兵庫県) 信田 笑花さん
おじいちゃんが育てているお米や野菜を火星に行って作ったら、みんながたくさん食べることができると思いました。



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。

