



Celebrate babies the way they are

Heart Report

ビジョン[ハートレポート]

第67期 報告書

2023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 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 当期(第67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45回 未来の科学の夢絵画展

幼稚園・保育園の部 発明協会会長賞

『あったかひまわり』

子供の城保育園(山形県)
金田 莉瑚さん

太陽の熱を取り入れて、
あったかい風をだしてくれる
ひまわりがあったらいいな。
秋も冬もあったかくてたくさん外で遊べるね。

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/



株主の皆様の声をお聞かせください▶

第67期 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。



Q. 2023年度(当期)の振り返りを聞かせてください。

当期は、売上高が944億円(前期比 0.5%減)、営業利益が107億円(同12.1%減)、経常利益が115億円(同14.4%減)、親会社株主に帰属する当期純利益が74億円(同13.5%減)と、減収減益で終了しました。当期を振り返ると、グループとしては第3四半期までは前年同期の水準を超える進捗でした。しかしながら、8月末の日本のALPS処理水海洋放出により、第4四半期の中国本土では日本ブランドを買い控える動きが見られ、当社もその影響を大きく受けました。結果としてグループ全体の成長ドライバーである中国事業の急減速を招き、通期での売上高は前期

比微減、利益面も前期割れで終了しましたが、世界的にもコロナ禍が収束した中で積極的に販管費を投じ、事業回復に向けた活動に取り組めた部分は評価したいと思います。

事業別に見ると、日本事業は増収増益を果たしました。当期に実施した価格改定効果もあり、利益率も前期から改善しています。日本のベビーケアでは2度の価格改定を経た後でも、主力の哺乳器は圧倒的な市場シェアを維持しており、ブランド力の強さを改めて感じています。また、日本で新規カテゴリとして注力している育児家電においては「哺乳びんスチーム除菌・乾燥器 POCHitto(ポチット)」や「電動鼻吸い器 SHUPOT(シュポット)」など、高単価商品でありながら販売は好調に推移しています。

中国事業はALPS処理水の影響により、主力の哺乳器・乳首や、特に日本のイメージが強いベビースキンケア「ももの葉シリーズ」の販売が第4四半期に大きく落ち込み、通期で減収減益となりました。そのような中でも、哺乳器の自然離乳シリーズや、3才以上のキッズ向けスキンケアといったエイジアップ®商品などの新規領域については一定の成果が出ています。また、近年中国で

急成長しているTikTokや拼多多(ピンドゥオドゥオ)などの新興ECチャネルにおいても販売強化に取り組み、継続的に伸長しています。

前期に回復を見せたシンガポール事業は一転し、当期は減収減益となりました。主要市場では前年の需要増の反動による出荷調整がほぼ通年にわたって続きましたが、基幹商品の哺乳器・乳首、ベビースキンケアを中心にお客様コミュニケーションの強化や店頭での価値訴求に注力しました。また当期下期にはケニアに現地法人を設立し、当社の未進出地域であるアフリカ市場の開拓を本格的に開始しました。

ランシノ事業は特に欧州が好調に推移し、増収増益となりました。ランシノが独自に開発した新規カテゴリである産前・産後ケア商品の売上高は、前期から70%以上伸長するなど依然として大きな成長余地があると見ています。また、北米および欧州市場では、60年以上にわたるピジョンの研究開発のノウハウを詰め込んだ哺乳器・乳首もランシノブランドで展開しており、大きな柱の一つに育ちつつあります。

※1才前後～3才以上の幼児など、従来の当社製品よりも高い月齢・年齢を対象としたもの

≡ Q. 第8次中期経営計画で掲げた戦略の
≡ 進捗と来期の取り組みを聞かせてください。

第8次中期経営計画の初年度となる当期は、連結業績は計画を下回る厳しい結果となりましたが、日本事業およびランシノ事業の業績は想定を上回る進捗となりました。中国事業、シンガポール事業の業績は当初計画を下回ったものの、本中計の基本戦略（ブランド・商品・地域戦略）に基づき進めている「既存領域のさらなる強化」と「新規領域の探索・育成」の取り組みについては、各事業で着実な成果が見られました。既存領域では、主力の哺乳器・乳首のグループ全体の売上高は前期比で伸長しました。新規領域では日本市場における育児家電、中国事業でのエイジアップ商品、ランシノ事業での産前・産後ケアなどの女性ケア商品が想定以上に早く育ちつつあり、当期だけで30億円を超える売上規模に成長しました。長期的に主要市場での出生数の減少が予測される中でもサステナブルな成長を実現するために、既存領域であるベビーに加え、キッズやママ、パパなどにもターゲット層を拡大し、ピジョンの強みを活かせる新規領域の探索・育成に注力していきます。

そして2024年も引き続き、グローバルで既存領域の強化と新規領域の育成に取り組んでいきます。2024年度は特に中国事業の業績回復を最重要テーマに徹底的な成長投資を実行し、グループ全体での増収増益を目指します。

≡ Q. サステナビリティへの取り組みは
≡ いかがですか。

ピジョングループは「存在意義」を軸に、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、赤ちゃんのご家庭を取り巻く社会課題の解決に努めています。社会と事業のサステナビリティに向けては、サステナビリティ委員会を中心に、特定した重要課題（マテリアリティ）に基づいた個別課題の取り組みや、脱炭素化に向けた環境ビジョン「Pigeon Green Action Plan」の進捗確認、さらには気候関連リスクと機会の定量的影響の分析やその結果報告など、グローバルでその活動を加速して進めてきました。

こうしたサステナビリティへの取り組み姿勢は外部からも高くご評価いただき、MSCIのESG格付けでは当社として初めて「AA」評

価を獲得しました。日本国内では、全国の中学生を対象に展開しているピジョンの教育プログラム「赤ちゃんを知る授業」が、文部科学省主催の令和5年度「青少年の体験活動推進企業表彰」で奨励賞を受賞しました。

≡ Q. 最後に株主の皆様へ一言、
≡ お願いします。

株主の皆様への還元については、第8次中計で掲げた方針に沿って、安定的な配当を継続し、当期末は1株当たり38円とさせていただきました。日本や韓国では長らく出生数の減少が報じられていますが、世界では毎年約1.3億人もの赤ちゃんが生まれています。一方、当社が現在アプローチできている赤ちゃんは世界全体の3割程度であり、将来的な市場機会は依然として大きいと認識しています。そのような中で、2024年度は中国事業の確実な業績回復と日本事業およびランシノ事業のさらなる成長、またシンガポール事業は成長軌道への回帰を達成し、サステナブルな成長を実現すべく各種取り組みを推進していきますので、引き続きご支援いただき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する企業理念として 「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 DNA

経営理念

社是

Pigeon DNA

ピジョンの核であり、
この先も貫いていくもの

経営理念

愛

社是

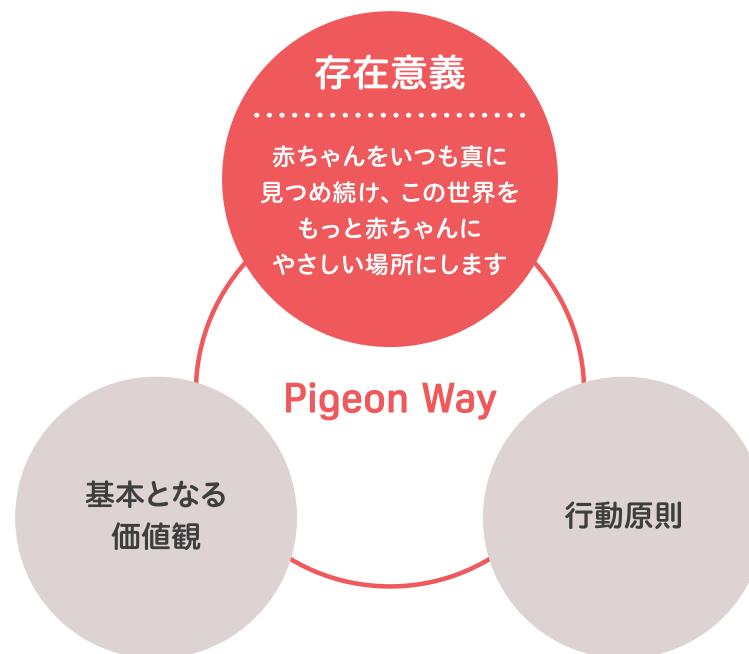
愛を生むは愛のみ

■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するもの、「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。



Pigeon Way

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

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します

基本となる価値観

- 誠実
- コミュニケーション・納得・信頼
- 熱意

行動原則

- 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

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GH0 / 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（GH0）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]



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
「循環型ものづくり」の実現をピジョングループの課題の一つに設定しています。

シンガポール事業で販売する哺乳器にバイオマスプラスチックを使用

PIGEON SINGAPORE PTE. LTD.はオランダに本社を置く、グローバル化学品製造業のLyondellBasell社と哺乳器におけるバイオマスプラスチックの使用について提携し、SofTouch™哺乳器※1の新シリーズのキャップ、フード、ハンドル、PPボトルにおいてLyondellBasell社のバイオマスプラスチック※2「CirculenRenewポリプロピレンポリマー」を使用することを発表しました。これは、バイオベースの廃棄物および使用済み調理油などの残留油に由来する再生可能な供給原料から製造、従来の生産プロセスに従来の原料と併せて使用され、ISCC(International Sustainability and Carbon Certification) PLUS認証※3のマスバランスアプローチ※4を用いてCirculenRenew製品に配分されます。LyondellBasell社と連携し「CirculenRenewポリプロピレンポリマー」を使用することで、石油由来のバージンポリプロピレンポリマーの使用量を削減します。

※1:日本市場では「母乳実感®」。「母乳実感®」はピジョン株式会社の登録商標(日本国内) ※2:植物など有機資源を使用するプラスチック ※3:農業、林業、廃棄物および残留物の原材料、非バイオ再生可能物、リサイクル炭素の持続可能な、森林破壊のない、追跡可能なサプライチェーンの実装と認証のためのソリューションを提供する認証制度で、規制されていない市場向けの自主的な認証基準 ※4:原料から製品への加工・流通工程において、ある特性を持った原料(例:バイオマス由来原料やリサイクル原料)がそうでない原料(例:石油由来原料)と混合される場合に、その特性を持った原料の投入量に応じて、製品の一部に対してその特性の割り当てを行う方法。(出典:バイオプラスチック導入ロードマップ(環境省、経済産業省、農林水産省、文部科学省、令和3年1月策定))



[重要課題]



社会課題への貢献

ピジョングループは低出生体重や早産で生まれた赤ちゃんなど、専門的なケアを必要とする
赤ちゃんのご家族を支援する「ちいさな産声サポートプロジェクト」を各国で実施しています。

「#ちいさな産声サポートプロジェクト展 ～知ってほしい、小さく早く生まれた赤ちゃん家族の物語～」

早産について知って一緒に考えてもらうことで、その子に合ったペースでの成長をみんなで支えられる社会にしたいという想いから、2023年11月に日本において「#ちいさな産声サポートプロジェクト展」を開催しました。イベントでは小さく早く生まれた赤ちゃんについて写真展や等身大の赤ちゃん人形で『知る』ことができるコーナーの他、実際にNICU※5にある保育器を用いてお世話をして『体験』するコーナー、チャリティに『参加』するコーナーなどさまざまなコンテンツを準備し、2日間で合計約700名の方にご来場いただきました。ピジョングループはこれからも赤ちゃん一人ひとりの健やかな成長を支え、ご家族がより安心し幸せを実感できるよう、商品の提供をはじめとしたさまざまな支援活動を続けていきます。

※5:新生児集中治療室



事業のご紹介

日本事業

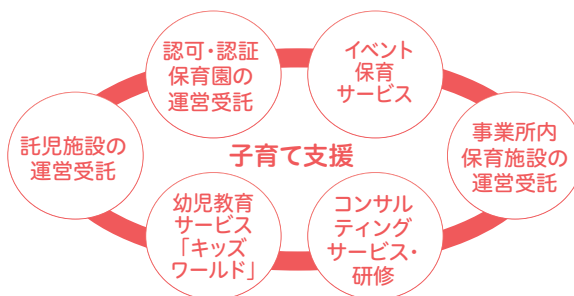
- ◆育児および女性向け用品
- ◆保育サービス
- ◆イベント保育サービス
- ◆介護用品
- ◆ベビー大型用品
- ◆事業所内保育運営受託
- ◆幼児教育サービス
- ◆老化予防用品
- ◆託児
- ◆介護サービス



● 事業環境と当社の強み

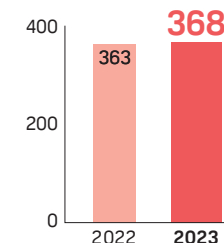
日本における出生数は2022年約77.0万人(厚生労働省「令和4年人口動態統計月報年計(概数)」)と過去最低を更新し、今後も緩やかな減少が続くとみられています。ピジョンは日本での設立以来、60年を超える哺乳研究や乳幼児発達研究を基に、赤ちゃんの成長過程を深く掘り下げ、育児の“お困りごと”を解決するために、これまでにない高品質な商品を多数開発し、お客様にお届けしてきました。ピジョンは日本国内で業界のリーディング・ブランドとして広く認知されており、マーケットシェアを高めると同時に、多様な商品カテゴリを展開しているところに、当社の強みがあります。

日本の女性の就業率は全年齢ベースで53.6%(総務省統計局「労働力調査(基本集計)2023年(令和5年)平均結果の要約」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。さらに、総人口に占める65歳以上人口の割合(高齢化率)は、29.0%(内閣府「令和5年版高齢社会白書」)となり、高齢者向けにも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能力の高さを強みに、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。



(億円)	2022	2023
外部顧客への売上高	342	350
事業セグメント間の内部売上高	20	18
売上高 計	363	368

売上高(億円)



事業のご紹介

中国事業

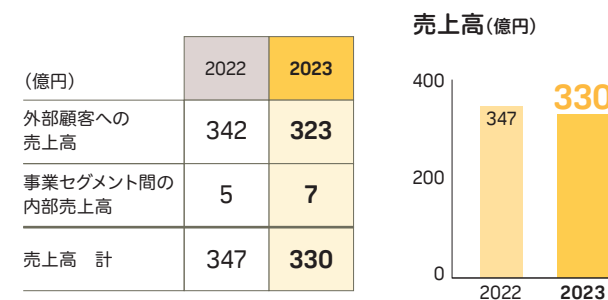
◆育児および女性向け用品

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、出生数は緩やかな減少トレンドにあり、コロナ禍においては一時的にその減少ペースが加速しているものの、2023年の年間出生数は約902万人（中国国家統計局）と、いまだ巨大市場であることに変わりありません。ピジョンが2002年に中国市場へ本格進出して以来、中国の経済成長とともに当社の商品をお買い求めいただける方が増え、現在では中国全体の半分以上のご家庭を当社のターゲットと捉えています。商品の機能性や安全性に対する消費者の関心は高くなっており、当社は品質管理の強みを活かし、主力の哺乳器・乳首やスキンケア商品を中心に、数百種類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（当時）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信頼できる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EC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EC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・おしりふき等の商品を生産しています。



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

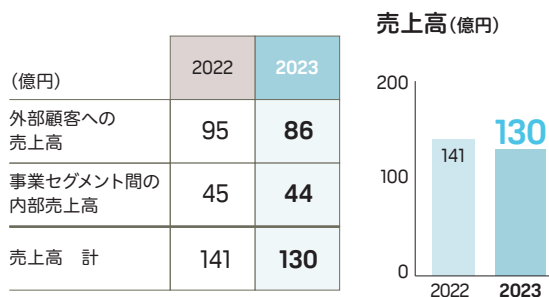
展開エリア

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2,400万人のインドと、約500万人ともいわれるインドネシアの両国を重点市場と位置づけ、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、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。事業内の販売エリアにおいては、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ています。また、現地のニーズを踏まえ透明性の高い哺乳器「Softouch T-Ester※」や、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、商品開発機能の強化も進めています。



※「T-Ester」は三菱瓦斯化学株式会社の登録商標です。

ランシノ事業

◆母乳・授乳関連用品

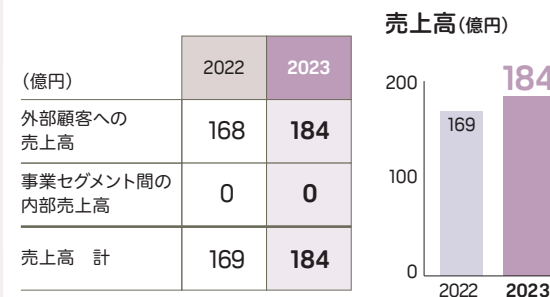
展開エリア

アメリカ、カナダ、イギリス、ドイツ、ベルギー、
中国、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、競合の追従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、新たな商品領域である「産前・産後ケア」カテゴリについても多くの市場でご好評をいただいております。



当期(第67期)の経営成果

売上高は、日本事業とランシノ事業が牽引したものの、中国事業、シンガポール事業が前期を下回り、前期比0.5%減の944億61百万円となりました。利益面においては、積極的な販売促進費の使用により営業利益は同12.1%減の107億26百万円、経常利益は同14.4%減の115億22百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は同13.5%減の74億23百万円となりました。

日本事業

当事業は、「ベビーケア(育児および女性向け用品)」、「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1.5%増の368億65百万円、セグメント利益は同34.5%増の20億6百万円となりました。

ベビーケアでは、2月と9月に実施したベビー関連用品の価格改定の効果のほか、基幹商品である哺乳器・乳首、ベビースキンケアに加え、おしりふきなどの消耗品に対する販売強化策も奏功し、売上高は伸長しました。新商品として、鼻の奥に溜まりがちな鼻水を素早く吸引する「電動鼻吸引器 SHUPOT(シュポット)」や、思い出の詰まった哺乳びんの日常使いを実現する「母乳実感パーツ」シリーズを8月から販売開始しご好評をいただいています。

ダイレクト・コミュニケーションの一環であるイベントでは、出産前の方を対象とした「おっぱいカレッジ」や“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セミナーをオンラインで開催し、計2,000名以上の方にご参加いただいたほか、一般の方々に向けて「専門的なケアを必要とする赤ちゃんのご家族」に関する展示会をオンライン・オフラインの両方で開催し、早産児や低出生体重児についての認知拡大を図りました。

なお、スキンケア製品等の生産を担うグループ会社、ピジョンホームプロダクツでは、これまでの第1・第2工場を集約した新工場を静岡県富士市に竣工し、9月より本格稼働を開始しました。

子育て支援では、事業所内保育施設等61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、一部商品の価格改定を実施したほか、介護用品「ハビナース」が販売する炭酸飲料にも使用可能などろみ調整食品「液体とろみ かけるだけ」などの新商品を中心に、引き続きブランドの活性化を図りました。

中国事業

売上高は前期比5.0%減の330億45百万円、セグメント利益は同14.9%減の88億58百万円となりました。

中国本土では、特に下期に景況感の悪化や節約志向の高まり、ALPS処理水の海洋放出による日本製品の買い控え傾向の影響等もあり、現地通貨で減収となりました。エイジアップ商品は、

当期(第67期)の経営成果

6月に販売を開始した高月齢の赤ちゃん向け哺乳器「自然離乳シリーズ」や、2022年末に発売した「キッズ向けスキンケア商品」などの販売が順調に推移しました。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)」での販売強化や、SNS・ライブ配信等のデジタルマーケティングの積極的な活用、さらには実店舗での店頭販売促進や病産院活動等の強化を継続実施し、安定的な事業拡大を図りました。当期より国内の流通体制を見直した韓国では、現地販売子会社を起点に新規顧客の獲得および既存顧客のさらなる深耕を通じて販売力・マーケティング力の強化に取り組んだほか、北米市場でのピジョンブランドの育児用品の販売も引き続き強化しました。

シンガポール事業

売上高は前期比7.5%減の130億85百万円、セグメント利益は同42.3%減の12億35百万円となりました。

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に発生したコロナ禍からの急回復に伴う反動減や出荷調整の継続等もあり減収となりました。基幹商品カテゴリでは、中国・日本市場で先行販売している新型哺乳器の投入および販売エリアの拡大に努めたほか、新素材プラスチック「T-Ester(ティーエスター)」※を使用した哺乳器や、自然由来で赤ちゃんの

肌にも地球環境にもやさしいスキンケアシリーズ「ナチュラル・ボタニカル・ベビー」など、商品ラインアップの拡充と販売・配荷の強化に注力しました。手動および電動さく乳器のリニューアルの実施や市場特性に合わせた商品の上市など、引き続き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、当社ブランドの市場浸透を目指した積極的な営業・マーケティング活動を展開しました。

※「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または登録商標です。

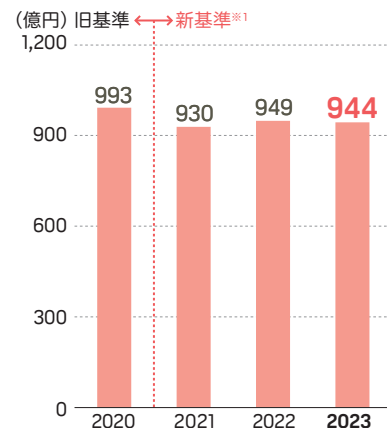
ランシノ事業

売上高は前期比9.2%増の184億80百万円、セグメント利益は同25.9%増の14億53百万円となりました。

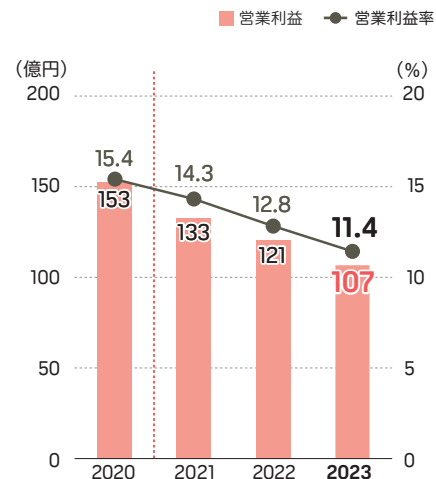
主力市場の北米および欧州では、海上物流の混乱状態に一定の落ち着きが見られたものの、北米での陸上輸送関連の物流費の高止まり等の影響は残りました。また北米では母乳パッドなど消耗品の市場競争の激化や、2022年から断続的に発生した米国内での粉ミルク供給不足問題に起因した当社商品への特需の一巡もあり、現地通貨ベースでは減収となりましたが、ドイツ、イギリスを含む欧州地域で主力商品の乳首クリームなどを中心に販売が好調に推移し、事業全体では増収となりました。新規カテゴリの「産前・産後ケア商品」は、積極的な販促活動や費用投入等の効果もあり、北米および欧州で好調に推移しました。

主な経営指標

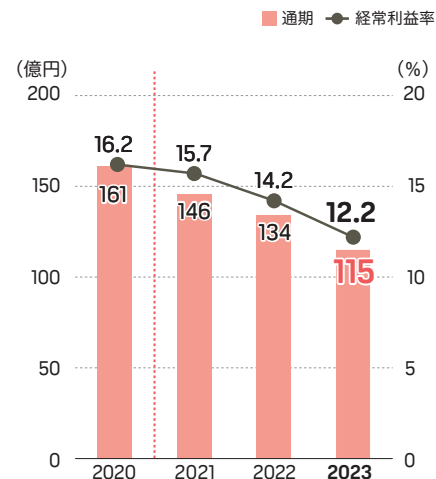
売上高



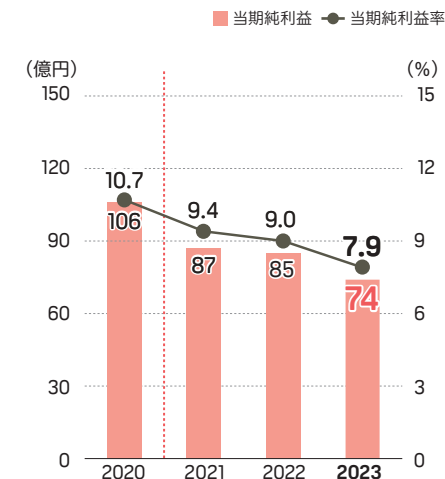
営業利益 / 営業利益率



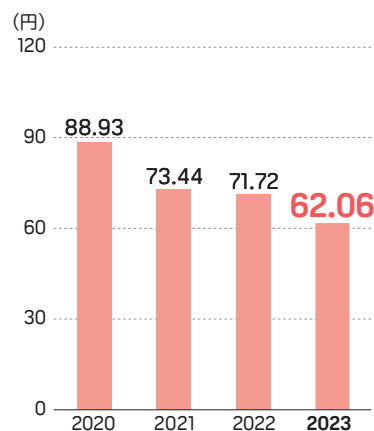
経常利益 / 経常利益率



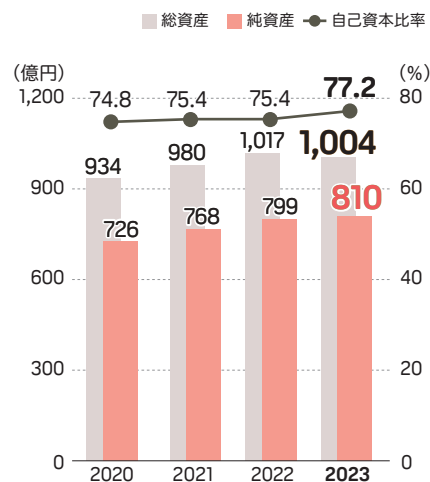
親会社株主に帰属する当期純利益 / 当期純利益率



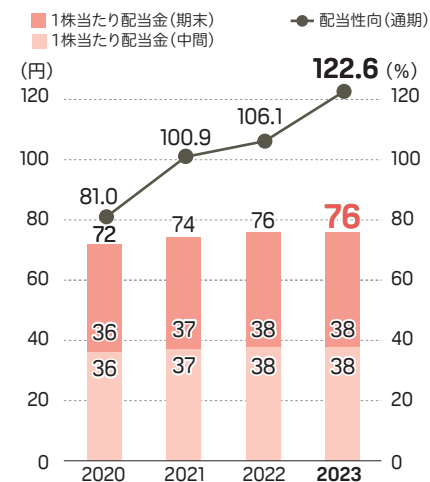
1株当たり当期純利益 (EPS)



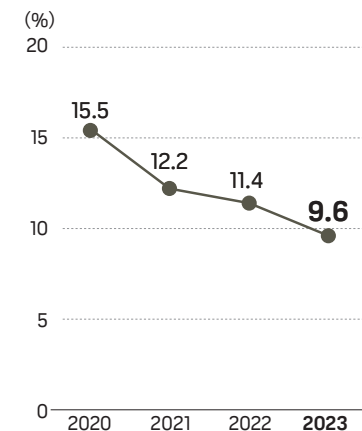
総資産 / 純資産 / 自己資本比率



1株当たり配当金 / 配当性向



自己資本当期純利益率 (ROE)



※1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と見込まれる金額で収益を認識することとしています。

新商品のご紹介

● (日本) 吸引圧と吸引流量に着目した新構造のポンプで鼻水をパワフル吸引「電動鼻吸引器 SHUPOT (シュポット)」

2023年8月より、鼻水を素早く吸引する新製品「電動鼻吸引器 SHUPOT (シュポット)」を、当社オンラインショップ等で販売を開始しました。

赤ちゃんの鼻の奥に溜まりがちな鼻水を効率的に吸引する当社独自のオリジナルポンプを新たに採用しています。また、鼻水を皮膚から浮き上がらせる「吸引圧」に加え、浮き上がらせた鼻水を運ぶ「吸引流量」に着目し、ネバネバ鼻水もサラサラ鼻水もスムーズに吸引できるようになりました。

また、本商品は、株式会社パパスマイルが主催するBabyTech® Awards 2023の「健康・毎日のお世話 部門」において優秀賞を受賞しました。



オンラインショップのご案内

マタニティからベビーまで、人気のアイテムを多数品揃え！
公式サイトならではのお得な特典や、限定品もたくさんあります！

公式オンラインショップ <https://shop.pigeon.co.jp/>

● (日本) 加齢による歯周病などの口腔トラブルを予防する「薬用口腔ケアジェルプラス」

2024年2月、当社の介護用品ブランド「ハビナース」より販売している口腔ケアシリーズから、歯周炎・歯肉炎を予防する有効成分を配合した口腔ケア用ジェル「薬用口腔ケアジェルプラス」を、日本全国にて販売を開始しました。

高齢者の介護において適切な口腔ケアを行うことは、口腔内を清潔に保つだけではなく、誤嚥性肺炎のリスク低下や経口栄養摂取の維持・発話など生活の質を向上させるために重要とされています。

「薬用口腔ケアジェルプラス」は、歯周炎（歯槽膿漏）や歯肉（齦）炎の予防に効果を発揮する有効成分「グリチルリチン酸ジカリウム」を配合しており、歯を失う原因の3割以上を占める歯周病予防※を行うことができます。

また、口腔内のうるおいが長続きする保湿成分「グリセリン」も配合しています。

※ (財) 8020推進財団調査 第2回永久歯の抜歯原因調査報告書



トピックス

●注力のスキンケア製品を担う新工場が竣工

ピジョングループの重点商品カテゴリであるスキンケア製品などの製造を担うピジョンホームプロダクツ株式会社は、2023年8月にこれまでの第1工場、第2工場を集約した新工場を静岡県富士市に竣工しました。

新たなスキンケア製品等で顧客価値を創造する工場を目指し、開発体制の強化や生産能力向上に加え、環境対策にも注力していきます。また、地域に開かれた工場として、民間や官公庁など、地域の交流活動の場となるよう、一般の方の工場見学を可能にしています。(工場見学は、2024年4月以降開始予定)



ピジョンホームプロダクツの製品一例

●災害時の避難所で1泊2日を過ごす

「乳幼児・妊産婦 避難所お泊まり体験会」を実施

2024年1月、当社が自治体と協働し赤ちゃんにやさしいまちづくりを進める「あかちゃんとそなえの輪 推進プロジェクト」の一環として、乳幼児や妊産婦がいるご家族13組が、災害時に指定福祉避難所となるホテルへ実際に宿泊しながら防災について学ぶ「乳幼児・妊産婦 避難所お泊まり体験会」を大阪府泉大津市にて実施しました。

「子育て講座」では、赤ちゃんと一緒に避難する際の持ち物や、平時から備えることの大切さをお伝えし、「もしもの育児体験ブース」では、赤ちゃんのための備蓄品を展示し、赤ちゃんの月齢やご家族に合わせてどんな備えが必要になるか等、「もしものための備え」を取り入れる方法を提供しました。

ピジョンが提供している防災グッズも是非ご覧ください。

<https://baby-bousai.info/lineup/>



会社概要・株式の状況など

企業データ (2023年12月31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	本社334人 連結3,618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3月28日時点)

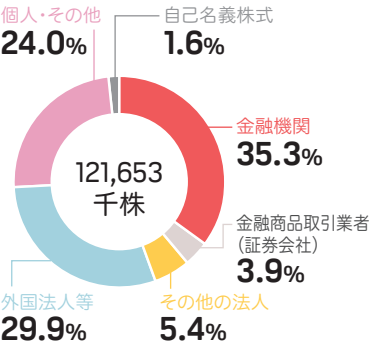
代表取締役社長	北澤 憲政
取締役専務執行役員 グローバルヘッドオフィス責任者	板倉 正
取締役上席執行役員 ランシノ事業本部長 兼 LANSINOH LABORATORIES, INC. 代表取締役社長	Kevin Vyse-Peacock
取締役上席執行役員 中国事業本部兼 シンガポール事業本部担当	矢野 亮
取締役(社外) 取締役会議長	鳩山 玲人
取締役(社外)	林 千晶
取締役(社外)	山口 絵理子
取締役(社外)	三和 裕美子
取締役(社外)	永岡 英則
常勤監査役	西本 浩
常勤監査役	石上 光志
監査役(社外)	大津 広一
監査役(社外)	太子堂 厚子
上級執行役員 日本事業統括責任者	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 (2023年12月31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	48,777名	
議決権保有株主数	43,026名	
自己株式	1,893,833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)	22,815	19.1
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	10,660	8.9
BNYMSANV RE MIL RE FIRST SENTIER INVESTORS ICVC - STEWART INVESTORS ASIA PACIFIC LEADERS SUSTAINABILITY FUND	5,283	4.4
STATE STREET BANK CLIENT OMNIBUS OM04	2,211	1.8
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140051	2,090	1.7
仲田 洋一	1,944	1.6
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)	1,550	1.3
STATE STREET BANK WEST CLIENT - TREATY 505234	1,442	1.2
野村信託銀行株式会社(信託口)	1,349	1.1

※当社は自己株式1,893,833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。

ビ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/>

株主の皆様の声をお聞かせください▼

第67期 報告書アンケートに回答する