



平成 20 年 3 月 6 日

各 位

会 社 名 ピジョン株式会社
 代表者名 代表取締役社長
 大 越 昭 夫
 (コード番号:7956 東証第1部)
 問合せ先 執行役員経営企画本部長
 高 坂 功
 03-3661-4188(直通)

中期経営計画策定に関するお知らせ

当社は、この度、GLOBAL Company への飛躍と企業価値の更なる向上を目指し、2009年1月期を初年度とする第三次中期経営計画「GLOBAL Company への飛躍～チャレンジ、そして自立～」を策定いたしましたのでお知らせいたします。

記

1. 第二次中期経営計画総括

(1) 総括

当社グループは、これまで、2008年1月期を最終年度とする「第二次中期経営計画企業価値の創造 21 ～GLOBAL 500～」で、「育児への徹底した深耕によるコア事業の独自性、競争優位性の強化、成長分野への積極的な展開に向け、グループのシナジーと結集力を高め、よりグローバルに企業価値を最大化する」ことを基本方針とし、国内における少子高齢化進行への対応(育児用品事業の質的強化、子育て支援事業の拡大、介護関連事業の基盤構築)、また、成長分野である海外市場における事業の拡大、それらを実現するための内部体制の改革と経営資源の再配分に取り組んでまいりました。

第二次中期経営計画で掲げた定量目標につきましては、売上高は 98.5%の達成率となり、利益目標につきましては残念ながら十分な結果を残すには至りませんでした。

(2) 定量目標(連結ベース)

【第二次中期経営計画の達成状況(単位:百万円)】

経営目標	第2次中期経営計画		2008年1月期実績		達成率
	目標額	百分比	実績額	百分比	
売上高	50,000	-	49,237	-	98.5%
売上総利益	19,750	39.5%	18,640	37.9%	▲1.6pt
営業利益	4,000	8.0%	3,192	6.5%	▲1.5pt
経常利益	3,750	7.5%	3,177	6.5%	▲1.0pt
ROA	10.0%	-	8.7%	-	▲1.3pt

事業セグメント別の売上の状況では、国内育児用品事業、子育て支援事業、介護用品事業で計画を下回ったものの、海外事業におきましては、計画の 80 億円に対し 143 億円の実績となり(計画比 179%)、第二次中期経営計画直前期の 57 億円から、2 倍以上の拡大を達成いたしました。

第二次中期経営計画の定量目標が未達成となった要因としましては、まず、国内事業におきましては、少子化の進行・人口減社会への突入を背景とした育児用品市場の成熟化と競争激化、介護保険法改正による介護関連用品への支出の抑制、また、原油を始めとする世界的な原材料価格の高騰等があげられます。一方で、海外事業におきましては、経済成長の著しい中国、および、2004 年に子会社化したランシノ・ラボラトリーズが主力市場としております北米を、最重点市場と位置づけ、積極的な拡大投資を行なってまいりました。

中国では沿海部の大都市から地方都市への積極的な販路の拡大、ブランド浸透・育成への投資、加えて、継続的な新製品の投入を行い、直前期の実績に比較して 4 倍以上の大幅な売上伸長となりました。北米におきましては、市場で圧倒的な販売シェアを持っております乳首ケアクリームに加えて、母乳パッド、母乳バッグでも No.1 の市場シェアを獲得、大手小売店での扱い品目の拡大も実現し、直前期の実績に比較して、約 3 倍の売上伸長を実現いたしました。

第三次中期経営計画におきましては、海外事業の成長をさらに加速させ、より確かなものとする一方で、少子高齢化の進行する国内事業におきましては、既存事業の再強化と新たな成長の基盤づくりに注力し、「GLOBAL Company への飛躍」を目指して、それぞれの経営課題に積極的に取り組んでまいります。

2. 第三次中期経営計画の概要(2009 年 1 月期～2011 年 1 月期)

(1) 中期事業方針

【海外事業】

育児用品及び女性ケア用品事業において、成長市場への積極的な経営資源の投入により、事業の拡大を図るとともに、新規市場の開拓にも取り組み、一層のグローバル化を推進してまいります。

【国内事業】

育児用品及び介護用品を中心とする既存事業の再強化を進めるとともに、老化予防用品、IT 通販等において、新たな事業モデルの構築に取り組んでまいります。

(2) グループ中期定量目標(連結ベース)

第三次中期経営計画の最終年度であります 2011 年 1 月期には、グループの業績計画として設定した、以下の目標を着実に達成し、また、M&A 等、戦略的な事業投資を実行することで、更なる成長のための基盤強化を行なってまいります。

また、売上高営業利益率を 2008 年 1 月期の 6.5%から 9.1%以上に改善し、さらに自己資本当期純利益率(ROE)を同様に 6.4%から 12.0%以上へと向上させ、収益性及び資本効率の一層の向上に努めてまいります。

【第三次中期経営計画の主要目標(単位:億円)】

経営目標	2008年1月期実績		2011年1月期目標		伸張率
	実績	百分比	目標	百分比	
売上高	492	-	640	-	30.0%
売上総利益	186	37.9%	247	38.7%	32.8%
営業利益	31	6.5%	58	9.1%	81.7%
経常利益	31	6.5%	56	8.8%	76.2%
当期純利益	14	3.0%	33	5.2%	124.3%
ROE	6.4%	-	12.0%	-	+5.6pt

【事業セグメント別売上計画(単位:億円)】

経営目標	2008年1月期実績		2011年1月期目標		伸張率
	実績	構成比	目標	構成比	
売上高	492	100.0%	640	100.0%	30.0%
国内育児用品	206	41.9%	224	35.1%	8.9%
海外育児用品	138	28.1%	220	34.4%	58.9%
子育て支援	48	9.9%	56	8.9%	16.8%
介護用品	56	11.5%	77	12.2%	37.3%
介護サービス	5	1.1%	7	1.1%	33.7%
女性ケア	23	4.9%	38	6.0%	59.7%
その他	12	2.6%	15	2.3%	16.3%
海外事業	143	29.1%	234	36.6%	63.1%

3. 取組みの概要

(1) 育児用品及び女性ケア用品事業のグローバル化

事業成長の著しい中国、北米を引続き最重点市場として位置付け、積極的な経営資源の投入を行なっております。

【中国】

特に中国におきましては、次の4点を施策の中心とし、2008年1月期に40億円を超える規模となりました売上高を100億円にまで拡大してまいります。

① 販売網の拡充

主要都市への支店の設置を開始し、既に中国全土に展開しております販売網の拡充を図るとともに、お客様(流通・消費者)との接点を拡大し、マーケティング活動の強化を行なっております。

② 店頭シェアの拡大

2006年より開始いたしました小売店頭におけるピジョンコーナーの設置を加速し、競合ブランドに対する圧倒的に優位な売場作りを実現してまいります。

③ カテゴリの拡大

現在の主力カテゴリであります育児用品の中で新たな商品群の追加を行なっていくとともに、ママケア用品、チャイルドケア用品へも積極的な新製品導入を行い、商品カテゴリの拡大と、シナジー効果の追求を行なってまいります。

④ 製品供給体制の整

2008年1月より新たに稼働を開始いたしました生産工場(ピジョンマニュファクチャリング上海)の整備・拡充、現地生産品目の追加、また、市場のニーズに迅速・的確に応えられる開発体制を整備していくことで、急拡大する需要への対応と収益性の一層の向上に努めてまいります。

【北米】

人口の増加により引続き市場の拡大が見込まれます北米市場におきましては、既に市場で高い販売シェアと認知度を獲得しております「母乳関連用品」分野での商品拡充に加えて、新たに上市いたしましたおむつかぶれクリーム等、周辺分野への商品展開により、引続き積極的に事業の拡大を図ってまいります。

【新興国市場】

また、中長期的に有望な市場となることが期待されるインド、ロシアを始めとする新興国市場におきましても、当社のコア商品であります哺乳器・乳首を中心に、中国等でのマーケティング手法の水平展開と市場特性に応じた戦略を適用することにより、積極的な市場開拓を行なってまいります。

さらに、その他の地域でも引続き安定的な事業の拡大に努め、海外事業全体の売上規模を、2008年1月期の143億円から234億円にまで拡大してまいります。

(2) 国内既存事業の再強化と新規事業分野の育成

国内市場におきましては、既存事業であります、育児用品、子育て支援サービス、介護用品、介護サービスのそれぞれについて事業基盤の再強化に取り組み、また、老化予防用品、IT通販等で新たな成長モデルの育成を積極的に行なってまいります。

① 育児用品事業

出生数の減少により市場が縮小していくことが予想される育児用品市場におきましては、赤ちゃんの発達研究に基づく機能的に差別化された商品の開発・上市を進め、新たな需要の掘り起こしを行なってまいりますとともに、店頭・イベント・メディアを接点としてのお客様へのダイレクト・コミュニケーションを強化し、更には、グループ内の生産品を中心とした原価の低減に注力し、売上の維持・拡大と収益性の改善を図ってまいります。また、30万人強の会員を擁するまでに成長してきた育児ポータルサイト(Pigeon Info)のコンテンツの充実を継続し、育児用品及び女性ケア用品を主に扱っておりますIT通販サイト(Pigeon Mall)とのシナジーを高めることで、新たな事業モデルの育成を行なってまいります。

② 子育て支援事業

子育て支援事業におきましては、独立行政法人国立病院機構、および、自治体より運営受託しております保育園を始めとする保育施設の運営において質の高いサービスを提供していくとともに、少子化対策、両立支援の高まりの中で注目されております事業所内保育の運営受託、ベビーシッター分野の受託拡大を積極的に進め、事業基盤の安定化を図ってまいります。

③ 介護用品事業

介護用品におきましては、「ハビナース」にブランドを統合し、商品政策、マーケティング政策の見直し・強化を行ない、市場での競争優位性の高いカテゴリに集中的に新製品を投入するとともに、店頭での販売を中心とする一般流通チャネル及び、介護施設・病院・介護専門業者等の専門チャネルにおけるそれぞれの販売政策を徹底し、事業基盤の強化に努めてまいります。さらに、2007年8月に発表いたしました、老化予防用品の新ブランド「リクープ」の育成に経営資源を重点的に投下し、新たな市場の開拓に向け積極的な育成を図ってまいります。

(3) 収益性の改善及び資本効率の向上

収益性の改善につきましては、景気の持続的な拡大に伴う様々なオペレーションコストの上昇、また、原材料価格の上昇という外部環境の変化の中で、最も重要な課題の一つとして取り組んでまいります。海外での生産拡大を含む適地生産・適地調達の徹底、基礎研究をベースとした商品力の強化と適切なマーケティング戦略の実施、開発・調達・生産・物流の全工程が連動したコストダウン活動の徹底、さらには、本社部門の生産性向上による販管費率の抑制に取組み、連結ベースの営業利益率を6.5%から9.1%に改善してまいります。

上述の事業拡大及び収益改善への取組み強化により、引続きキャッシュ・フローの最大化に努めてまいります。新たに創出されるキャッシュ・フローにつきましては、将来の持続的な成長のための投資に優先的に振り向けてまいります。M&Aを含む一時的な資金需要の発生には、借入による資金調達も併用してまいります。次期中期計画の期間内に新たに創出される営業キャッシュ・フローの総額を125億円と見込んでおりますが、その約半分を国内外の事業成長・事業基盤整備のための設備投資に充ててまいります。

次項に説明いたします株主還元策の充実とあわせ、資本コストの改善を意識した財務政策の採用により、自己資本当期純利益率(ROE)を2008年1月期の6.4%から、2011年1月期には12.0%以上に改善してまいります。

4. 株主還元策について

株主還元につきましては、継続的かつ安定的な配当を基本としておりますが、第三次中期経営計画の最終年度となります2011年1月期には、連結業績に対して50%以上の総還元性向実現を目標として、自社株買いも含めて機動的に株主還元の一層の充実を図り、株主や投資家の皆様のご期待に応えてまいります。

5. 内部管理体制の強化

当社の役員、社員は、社是「愛を生むは愛のみ」のもと、企業活動のあらゆる面において、常に高い倫理観を持ち、コンプライアンス重視の経営を推進し、企業としての社会的責任を果たすことを目指しております。引き続き、経営の健全化と透明性を高めるべく、より有効な内部統制システムの構築とリスク管理体制の強化を、また、コーポレートガバナンスの一層の向上を図ってまいります。

以 上