



# PILOT At A Glance

As of April 2026



## 1 グループ概要 (p.2~p.9)

- 会社概要 p.3
- 沿革 p.4
- 主要製品 p.5
- 当社の強み p.6
- 世界で愛用されるPILOT製品 p.7-9

## 2 ビジネスモデル (p.10~p.14)

- 地域セグメントと商流 p.11
- 筆記具事業戦略・商戦 p.12
- デジタル文具への対応 p.13
- 手書きの大切さを伝える p.14

## 3 2030年ビジョン/2025-2027中期経営計画 (p.15~p.17)

- 2030年ビジョン p.16
- 2025-2027中期経営計画 p.17



iroshizuku

【色彩雫】

グループ概要

- 主な事業は、筆記具等をはじめとしたステイショナリー用品及び玩具の製造、仕入及び販売
- 筆記具の取り扱い商品は、万年筆から、ボールペン、シャープペンシル、マーカーまで幅広く、筆記具で世界トップクラスのシェア
- 世界190以上の国と地域で販売

## 地域別セグメント

(単位: 百万円)

2025年12月期	売上	営業利益	営業利益率
日本	37,456	11,815	31.5%
米州	38,080	2,518	6.6%
欧州	27,431	1,292	4.7%
アジア	23,422	908	3.9%
調整		114	
合計	126, 391	16,649	13.2%

- 1918年 並木良輔、和田正雄により創立。万年筆の製造、販売開始
- 1926年 ニューヨーク・ロンドン・上海・シンガポールに支店ならびに海外販売拠点を開設、海外へ進出
- 1927年 シャープペンシル製造、販売開始
- 1961年 ボールペン製造、販売開始
- 1962年 東京証券取引所第一部に上場
- 1972年 Pilot Corporation of America 設立
- 1980年 水性ボールペン「ハイテックポイント」を発売
- 1987年 Pilot Corporation of Europe S.A.S 設立
- 1991年 太軸の筆記具「ドクターグリップ」を発売
- 1994年 0.3ミリボールの超極細ボールペン「ハイテックC」を発売
- 1998年 ノック式ゲルインキボールペン「G-2」を発売
- 2006年 温度変化で筆跡が消える「フリクション」シリーズを発売



Pilot Corporation of America/アメリカ



Pilot Corporation of Europe S.A.S/欧州



## 筆記具



万年筆  
**CUSTOM**



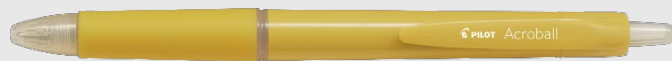
シャープペンシル  
**Dr. GRIP**



消せるボールペン  
**FriXion** CLICKER



ゲルインキボールペン  
**G-2**



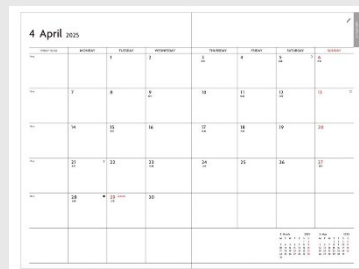
なめらか  
油性ボールペン  
**Acroball**

(単位：百万円)

2025年12月期	売上	構成比
筆記具	113,143	89.5%
非筆記具	13,247	10.5%
(文具他)	5,676	4.5%)
(玩具)	4,009	3.2%)
(産業資材他)	3,561	2.8%)
全体	126,391	100%

## 非筆記具

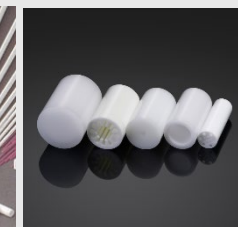
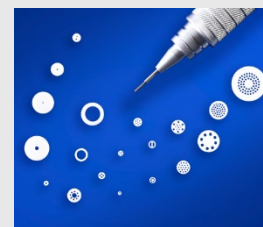
(文具)



(玩具)



(産業資材：セラミックス)



用途：流量制御部品、センサー保持体、  
半導体製造装置部品等

## 日本で一貫生産することで、インク、軸等の “Made in Japan” 高品質を維持

パイロットコーポレーション

伊勢崎工場、平塚工場

パイロットインキ

東郷工場、みよし工場、津工場



(伊勢崎工場)



(みよし工場)

## 長年の研究開発により市場創造型商 品「フリクション」を開発

こすると消せる「フリクション」シリーズには温度変化で色が変わるインキが使われています。1975年「温度変化によって色が変わるインキ」の基本技術の開発に成功、2002年にはマイクロカプセルを筆記具用インキにも応用できる2~3ミクロンに小型化することに成功しました。フリクションインキの変色温度幅は摂氏65°Cから-20°Cに設定され、2006年に、ついに実用筆記具としての製品化を実現！世界累計販売本数50億本(2025年12月末時点)を突破！



## グローバルで高いシェアを維持

- 日本ではシェア第2位（約22%）
- 米国ではシェア第2位（約13%）。ゲルインキボールペンでシェア1位
- 欧州8カ国合算でシェア第2位（約13%）。イタリア、スペインはシェア1位

※パイロットコーポレーション調べ

## アメリカ

### 圧倒的な知名度と信頼を誇るG-2

アメリカでは、ノック式ゲルボールペンの先駆けとして上市したG-2が圧倒的な知名度と人気を誇っています。定期的に新色や限定柄を発売し、継続的な販促活動を行うことでエンドユーザーのニーズに応えています。



# G-2

## ブラジル

### 先生も生徒も一人一本！学校に浸透するVボードマスター

Vボードマスターは、カートリッジ式で安く、濃く書ける点で学校で支持されています。中南米では回答を書くために生徒も自分用の小さなホワイトボードを持っており、先生だけでなく生徒も書いて使っています。



# V BOARD MASTER

## 中国

### 学生の勉強用として人気のJuice & P-500/700

漢字圏なのでなめらかで細く書けるJuiceが好まれています。日本で人気のある商品は東アジアでも人気です。加えて中国では、受験用のペンとしてゲルインキボールペンP-500/700が人気で、中国限定柄も販売しています。



**Juice**  
P-500

## インド

### 人気は水性インキボールペン

インドはノートの紙質が悪いため、力を入れずにサラサラ書ける水性インキボールペンが人気です。学校のテストも論述問題が多く、回答用紙にたくさんの文字を書くため、特に学生に選ばれています。



**HI-TECPOINT**  
**V5 HI-TECPOINT**

## オーストラリア/ ニュージーランド

### 羊農家の仕事で重宝されるジャンボマーカー！

SUPER COLORのジャンボマーカーの売上の割合が他地域に比べて大きいです。特にニュージーランドでは羊毛を保管・運搬する袋に販売先や日付などの情報を書きこむために使われています。



**SUPER  
COLOR  
MARKER**

## 欧州

### 教室の授業風景を劇的に変えたフリクション

フランスでは小学生のころから万年筆を使う文化があります。間違えるとインキ消しで消し、同じ場所には万年筆で書くことが出来ません。そのため生徒たちは3種類のペン(万年筆、インキ消し、上書き用ペン)が必要でした。今では、フリクションペン1本で書き直しが簡単にできるようになりました。



## 中東

### Hi-Tecpoint V10 Gripが好評 Vボードマスターも需要増

一番人気はHi-Tecpoint V10 Gripです。社会人層や政府機関への販促、地道なサンプリング活動を行って評価を得てきました。また、個人宅でも親が子どもに勉強を教えるためにホワイトボードが使用されており、Vボードマスターの人気が高まっています。

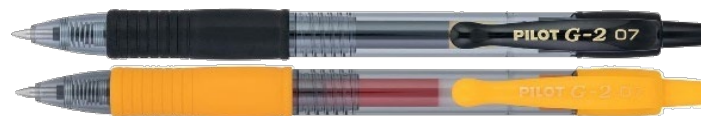


Hi-tecpoint V10 Grip

## 南アフリカ

### 品質の高さや色展開の豊富さで幅広い世代にG-2が浸透！

G-2 (0.7mm) がBest seller商品で、日本と同じく黒が売れ筋です。現地の感覚としては高価な商品ですが、「良い品質で長く書ける」ことをが評価され南アフリカでトップ商品になっています。



G-2



CUSTOM

ビジネスモデル

## PILOT Corporation

生産 

連結上は、子会社向け売上は消去

日本セグメント

米州セグメント

欧州セグメント

アジアセグメント

輸出  
販売

海外の  
非連結子会社  
・代理店向け

国内  
市場

★アメリカ  
★ブラジル  
メキシコ

市場

★フランス  
ドイツ  
イギリス  
スウェーデン  
オーストラリア

市場

中国  
香港  
台湾  
シンガポール  
マレーシア  
★インド  
南アフリカ

市場

※市場



量販



小売



Eコマース

販売子会社

★Knock Down製造 & 販売子会社

## 事業戦略

筆記具の世界市場は、デジタル化による減少影響を受けるものの、インド等の人口増加や若年層の就学率上昇による需要増加の効果が上回り、年率約5%\*での成長を見込んでいます。

- 先進国では、少子化、デジタル化が進む中、大きな市場拡大は見込めないものの、付加価値商品で単価アップやシェアアップを図ります。
- 新興国（インド等）では、人口増を見込まれるポテンシャル市場なので、ブランドを構築し、低価格商品との置き換えを図ります。

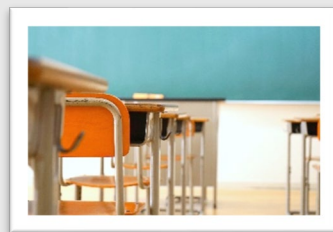
\*出典：シェアードリサーチ社

## 商戦：最大の商戦期は新学期、2番目は年末のギフトシーズン

4月入学の国：日本、インド

9月入学の国：米国、カナダ、フランス、英国、イタリア、スペイン、中国

新学期前のタイミングで、量販店等への販売が実現（米国売上の約6割、欧州売上の約4割）



## GIGAスクール対応

## Puni Touch プニタッチ



2024年2月発売

価格385円（税抜350円）



替えタッチゴム

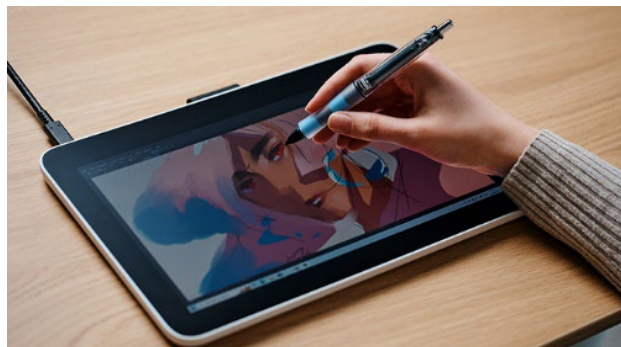
330円（税抜 300円）



## 株式会社ワコムとの協業

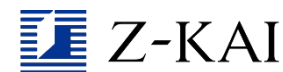


**Dr.Grip Digital** for WACOM



※2023年8月Wacom社 より発売

## 株式会社Z会との協業



**Dr.GRIP DIGITAL** type AZ01



(株) ワコムのアクティブES® (AES) 技術を搭載した  
(株) Z会専用タブレット向けにDr. GRIP DIGITALを提供

## 企業広告・インタビュー・プロジェクトの協賛を通じて

様々な業界で活躍する著名人に「手書きの価値」を語っていただき、新聞の企業広告や自社WEBメディアの「かく、がスキ」へ掲載。また、小学生を対象に、「書く」ことの大切さやその意義を伝える『「書くって大切なこと」プロジェクトに協賛しています。

「かく楽しみ」がきっと見つかる！

### かく、がスキ

<https://www.pilot.co.jp/media/>



2024/09/10

ミュージシャン/タレント 所ジョージさん「使い切ったボールペンは、自分の創作活動の目安です」



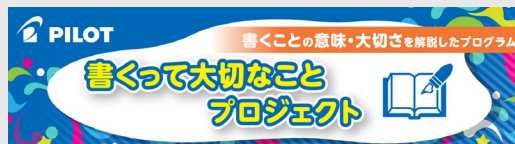
2024/06/10

俳優 草薺光子さん「90歳、何をやるにも挑戦。抗うことなく受け入れていきたい」

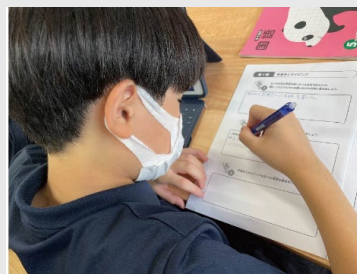


2024/05/17

運動生理学者 谷本道哉さん「書くことや手指を使う動作は、脳を活性化させます」



[https://www.pilot.co.jp/press\\_release/2024/04/02/post\\_130.html](https://www.pilot.co.jp/press_release/2024/04/02/post_130.html)



## 世界の動き



AP通信 BY CHARLENE PELE

Updated 9:42 AM JST, September 11, 2023

日経電子版

豪州のSNS禁止・教育大国フィンランドの学力低下にみる日本への教訓

3歳から始まる国家戦略 調査報道

2026年3月17日

日本の教育現場ではデジタル導入が進められていますが、いち早くデジタル導入を進めた欧州では、スウェーデンを中心にアナログ教育へ戻す動きが出ています。



**Juice**

**パーパス/2030年ビジョン/  
2025-2027中期経営計画**

パーパス

人と創造力をつなぐ。

2030年ビジョン

世界中の書く、を支えながら、  
書く、以外の領域でも人と社会・文化の支えとなる

グローバル  
筆記具市場No.1

- ・海外事業拡大
- ・国内シェア堅持

非筆記具事業を  
第2の柱として成長

売上高構成比25%  
玩具事業・産業資材事業の拡大  
パーパスにつながる新たな価値創造

環境・社会・従業員  
への価値提供

持続可能な  
地球・社会づくりへの貢献

◆2030年ビジョン実現に向け、中期経営計画期間の2025-2027年を“絶え間なき進化”の3年間と位置づけ、以下の経営課題に注力していきます。

## 変化に適応するグループ経営基盤の強化

### 「絶え間なき進化」

#### 経営課題 ①

筆記具事業の  
グローバルシェアアップ

#### 経営課題 ②

非筆記具事業の  
体制強化

#### 経営課題 ③

アライアンスパートナー  
の開拓

#### 経営課題 ④

持続可能なグループ経営の推進

④ - 1

全体最適視点での業務改革の推進

④ - 2

グループ経営体制強化・人財育成の推進

④ - 3

筆記具事業のグローバルサプライチェーン改革

2025-2027  
中期経営計画  
の位置づけ

注力する  
経営課題