

Integrated Report 2021

統合レポート
2021



お問い合わせ

本レポートに関するお問い合わせは、
右記までお願いいたします。

株式会社メニコン財務&IR部
TEL : 052-935-1646 menicon-ir@menicon.co.jp

Vision 2030

新しい「みる」を世界に

New Vision of "Miru" for the World

「みる」とは、五感を通じて楽しみや喜びを感じて共感し合うこと。

メニコングループは、より豊かで、笑顔あふれる日々の実現に向け、様々な境遇やライフステージに適した「みる」の提案をし続けます。コンタクトレンズ&レンズケアを中心としたビジョンケア事業に加え、ヘルスケア(医療・健康)やライフケア(生活・文化・環境)の領域にも果敢に挑戦をしていきます。

グローバルでの社会貢献と地球環境に配慮した企業活動を通じて、世界中の人々から必要な企業と思われ続けます。

全ての人々が幸せや豊かさを実感できるように、新しい「みる」を世界に

経営理念

Values

価値観

創造 [Creation] 独創 [Originality] 挑戦 [Challenge]

何もないところから、新たな価値を生み出すという、誰もやっていないことに、果敢に挑戦すること。

Mission

私たちは

どんな企業でありたいか

メニコングループは、コンタクトレンズで培った技術と人で、社会に役立つ商品やサービスを世界に提供し続ける創造型スペシャリスト企業であること。

Vision

私たちが実現する夢

単なる夢で終わらせない夢

すべてのステークホルダーから尊敬され愛される企業の頂点、No.1になる。

企業スローガン

より良い視力の提供を通じて、
広く社会に貢献する。



Contents

見えるをサポートしてきたメニコンの価値創造の歴史	3	CFOメッセージ	19
トップメッセージ	5	コーポレート・ガバナンス	21
価値創造プロセス	9	メニコンのサステナビリティ	25
中期経営計画	11	財務・非財務ハイライト	29
成長戦略	13	株主・投資家の皆様とのリレーション	31
		会社概要・株式情報	32

創業来、メニコンの歴史は常に「挑戦」の歴史でした。

私たちはこれからも、人々の快適な生活を支えるために、更なる挑戦を続けてまいります。

History of Menicon

1951年 当社創業者である田中恭一が日本初の角膜コンタクトレンズを開発

田中は、当時勤務していた眼鏡店で偶然、米軍の将校夫人からコンタクトレンズの話を受けますが、実物は見せてもらえませんでした。一念発起し、独学で研究を重ね、製品の実用化に成功しました。それ以来メニコンでは、「何もないところから、新たな価値を生み出す」「誰もやっていないことに、果敢に挑戦する」を価値観とし、企業活動を続けています。



Vision 2030 新しい「みる」を世界に

メニコングループは、より豊かで、笑顔あふれる日々の実現に向け、グローバルでの社会貢献と地域環境に配慮した企業活動を通じて、持続可能な社会の発展への貢献を目指します。

Vision2030へのマイルストーンとして、2026年3月期の定量目標を設定しています。



定量目標 (2026年3月期)

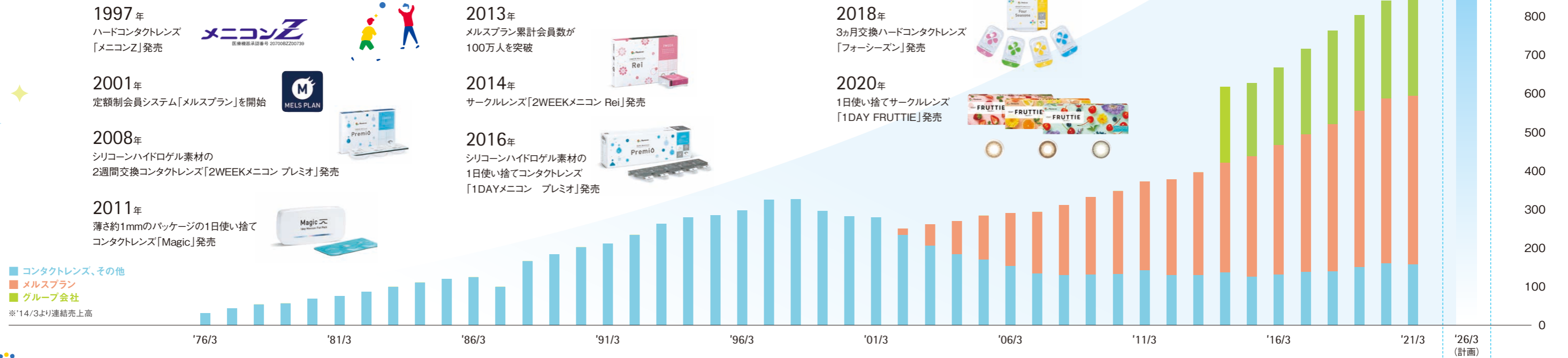
連結売上高: 1,400億円

営業利益率: 12%

ROE: 10%



2021年
メニコン創業70周年



■ コンタクトレンズ、その他
■ メルスプラン
■ グループ会社
※'14/3より連結売上高

コンタクトレンズメーカーとして進化 → 技術力・品質のメニコンへ → 眼の安全を最優先に → グローバルでのメニコン・ブランド確立へ

国内	海外
<p>1967年 ブランド名「メニコン」商標登録</p> <p>1984年 主力工場として岐阜県に 関工場新設</p> <p>1995年 愛知県に総合研究所を新設</p> <p>2002年 岐阜県に技術開発施設 テクノステーションを新設</p> <p>2003年 愛知県に動物用医療ビジネスの 子会社を設立 [株メニワン]</p> <p>2010年 愛知県のコンタクトレンズ・ レンズケアメーカーの株式を取得 [株メニコンネット]</p> <p>2012年 東京都のコンタクトレンズ販売チェーンの 株式を取得 [株ダブルユー・アイ・システム]</p> <p>2015年 東京都証券取引所市場第一部及び 名古屋証券取引所市場第一部に 株式上場</p> <p>2015年 1日使い捨てコンタクトレンズの製造工場と して岐阜県に各務原工場を新設</p> <p>2016年 愛知県のコンタクトレンズメーカーの 株式を取得 [株アルファコーポレーション]</p> <p>2020年 大阪府のコンタクトレンズ販売チェーンの 株式を取得 [株ハマノコンタクト]</p>	<p>1977年 フランスに現地法人を設立 [Menicon SAS]</p> <p>1988年 ドイツに現地法人を設立 [Menicon GmbH]</p> <p>1992年 フランスにレンズケア工場を設立 [Menicon Pharma SAS]</p> <p>2001年 米国に現地法人を設立 [Menicon America, Inc.]</p> <p>2006年 オランダのコンタクトレンズ メーカーの株式を取得 [Menicon B.V.]</p> <p>2009年 英国のコンタクトレンズ メーカーの株式を取得 [Menicon Limited]</p> <p>2013年 オーストラリアの販売代理店の 株式を取得 [Menicon Australia Pty Ltd]</p> <p>2014年 韓国に現地法人を設立 [Menicon Korea Co., Ltd.]</p> <p>2019年 イタリアのコンタクトレンズ メーカーの株式を取得 [SOLEKO S.p.A.]</p> <p>2020年 中国のコンタクトレンズメーカーの 株式を追加取得し完全子会社化 [温州欣视界科技有限公司]</p> <p>2021年 主に中国への販売チャネルを持つ輸出入 事業会社の株式を取得 [板橋貿易株]</p>

To Our Stakeholders

おかげさまで創業70年。
コンタクトレンズ事業を基盤に
‘新しい「みる」を世界に’発信し、
更なる成長と進化を目指します。

取締役
代表執行役社長

田中英成



エンドユーザーに寄り添いながら、
独創性でビジネスを革新する——
70年の歴史を支えたメニコンのDNA

1951年、後にメニコン創業者会長となる田中恭一がまだ弱冠二十歳と若き頃、アメリカ軍将校夫人から「コンタクトレンズ」の話聞いたことが当社の始まりです。とてつもない好奇心から自らの体を実験台にして手作りして日本初の角膜コンタクトレンズの開発に取り組み、その実用化に成功してから、メニコンは今年で70年の節目を迎えました。まずは、これまで当社の発展のためにご支援賜った、すべてのステークホルダーの皆様にご感謝申し上げます。

この長きにわたる歩みを通じて、私たちメニコンは「エンドユーザーファースト」の姿勢を貫いてきました。その本質は、お客様の利益を最優先に考える価値観です。例えばコンタクトレンズであれば、「正しい視力を安全かつ快適に得る」というメリットをエンドユーザーに享受していただくことこそが、私たちの究極の目的となります。そして、直営店の販売員から生産現場の技術者、取引先と交渉する営業担当者、会社を内側から支える中間部門、そして会社の指揮を執る経営陣まで、当

社の全員が知恵を絞り、汗をかくのは、すべてこの目的を達成するためにほかなりません。

こうして実現するお客様一人ひとりの満足や幸福は、収益や達成感、やりがいなどに形を変えて当社の中だけでなく、パートナーである販売店や仕入先、そして株主の皆様といったステークホルダーの間を還流していきます。見方を変えれば、すべてのステークホルダーの利益は「エンドユーザーの利益を実現する」という、まさにその一点から始まるのであり、お客様の満足や幸福こそがメニコンが生み出す価値の源泉となるのです。

一方でメニコンには、それまで世の中にはなかった製品やサービスを生み出してきた独創の歴史があります。事業の原点となった日本初の角膜コンタクトレンズをはじめ、究極の「エンドユーザーファースト」を体現したコンタクトレンズの定額制会員システム「メルスプラン」、レンズ内面に触れずに取り出せて清潔・簡単にコンタクトレンズを装着できるパッケージ「SMART TOUCH(スマートタッチ)」といった画期的なアイデアは、コンタクトレンズの常識を覆してきました。

お客様に寄り添い、徹底的にそのニーズに応えながら、従来のニーズや常識からは出てこない画期的なアイデアで時

代をリードし続ける。そんな2つの志向性は、メニコンのもう一つの強み——研究開発から製造、販売までを統べる一貫体制の両端で遺憾なく発揮されています。販売の現場では多くのエンドユーザーの皆様から直接様々なニーズを汲み上げることができ、研究開発の現場では次の時代を見据えた新たな価値創造に果敢にチャレンジできる。シームレスにつながる商流の川下と川上それぞれでの競争優位なアプローチが、すべてのステークホルダーの利益を生み出し、ひいては社会への貢献につながる点に私たちメニコンの存在意義はあるのだと思います。

「リスク」の中に多様性を見て、
関与可能な「機会」と捉える
“リスクと機会”への基本的視座

現在の外部環境を見ると、国内では少子高齢化による人口減少が予想される一方、グローバルでは人口、そして近視人口の増加が顕著で、従来の視力補正用コンタクトレンズのみならず、近視進行抑制の需要も見込まれています。私たちの前にあるこうした“リスクと機会”について考える時、私はまず、その言葉の意味に立ち戻ってみる必要があると考えます。とかく「危険」といったニュアンスで使われることの多い「リスク」という言葉の本質は、「どんな結果になるかわからない」ということです。それは「結果が事前に決まっていない」と言い換えることもできます。

例えば、高所から飛び降りることはリスクの伴う行為です。その結果、場合によっては大けがをするかもしれないし、軽傷で済むかもしれない。あるいは上手に着地できて無傷でいられるかもしれないし、打ち所が悪くて取り返しのつかないことになるかもしれない。いずれにせよ飛ぶ前にはわからないことであり、どんな結果になるか、その可能性は無数にあるということです。

つまり、様々な結果を可能性として孕んでいる「リスク」というものの本質は、「多様性」にほかなりません。そして、結果が事前に決まっているのなら、私たちにできること、働きかけられ



ることは何一つなく、そこに「チャンス」というものが入り込む余地もありません。しかし、どんな結果がもたらされるかわからないリスクに対しては、私たちは望む結果を得るために自ら働きかけることができる。リスクという多様性を前提にして初めて、「チャンス」すなわち「機会」が生まれるのです。

つまりリスクとはチャンスであり、対照的に見なされる「リスク」と「機会」は、実は表裏一体のものです。私たちは「これからの世の中の変化を自分たちで作り出す」という気概を持って、真正面から「リスクと機会」に向き合っていきたいと考えています。

様々な「みる」を起点に
新たな領域への挑戦を加速させる
中期計画「Vision 2030」が始動

〈2020年における自社のあるべき姿〉を定めた中期計画「Vision 2020」の最終年度となった2021年3月期は、「メルスプランの成長」、「海外事業の成長」、「新規事業の成長」という戦略にラストスパートをかけた1年でした。コロナ禍の困難な状況下にもありながらも、「メルスプラン」の売上が安定的に推移したことで業績への悪影響を最小限に抑えられ、さらにグループを挙げて利益構造の改善に取り組んだ結果、利益率も高めることができました。この逆境の中で計画目標に迫る数字を残せたことは、1つの成果と言えるのではないのでしょうか。

そして今期からは、新たな中期計画「Vision 2030」が始動しました。本計画では、ビジョンケア領域の更なる事業拡大に加え、ペットライフや健康・食品ビジネス、環境ビジネスといったヘルスケア・ライフケア事業も拡充していきます。

なお、「新しい「みる」を世界に」という本計画のスローガンには、視覚の「みる」、聞いて「みる」、触って「みる」、味わって「みる」、嗅いで「みる」といったすべての五感を通じて、楽しみや喜びを感じて共感し合うことで、す

To Our Stakeholders

すべての人々に幸せや豊かさを具現化し提供していきたいという思いを込めました。この「みる」には、ただの「する」にはない、何かにトライするような前向きなニュアンスもあります。それまで知らなかった新しい何かに挑戦する。これまでにない製品やサービスを通じて、そんな人々の背中をそっと押してあげられるような、未知の世界への一步を踏み出すきっかけづくりもまた、私たちが目指すところです。

堅固なストックに安住することなく、世界、そして新たな事業領域で、これまで以上の成長と多様性を追求

2001年から開始した「メルスプラン」は近年注目を集めるサブスクリプション型サービスの先駆けであるとともに、メーカー、顧客、さらに販売店にも恩恵をもたらす「三方よし」のビジネスです。お客様の利益を最優先する「エンドユーザーファースト」を具現化した本サービスの会員数は現在134万人に上り、安定的な収益基盤として近年の当社の成長を支えています。

しかし、このメルスプランも誕生からすでに20年が経過しました。変化し続ける社会と世界の中では持続的なビジネスモデルなど存在し得ない以上、私たちはこのストックビジネスに過度に依存することなく、さらに魅力的な製品・サービスの開発と、収益の新たな柱となり得るような事業を創出していかねばなりません。

なお、当面の成長シナリオとしては、国内工場での増産体制を整備しながら、海外市場で「1DAY」タイプを中心に販売拡大を図るほか、新素材の開発などによって他社製品と差別化できる高付加価値製品を継続的に提供していく考えです。また、中国市場では生産体制・営業体制・パートナー関係の強化、それ以外の地域でも取引先のネットワークの拡充などを進めることで海外売上上の伸長を目指します。さらに、近視進行抑制効果があるとされている「オルソケラトロジー」が新たなマーケットとして世界的に花開きつつある中、当社は日

本、中国、欧州の各市場ですでに製品を供給していますが、今後はさらに販売を拡大していく計画です。

これに加え、新規事業として前述した「みる」をキーワードにした五感の具現化や、エンドユーザーの生活の質を高められる製品やサービスの研究開発に取り組んでいきます。先に「多様性はチャンス」という話をしましたが、生命が地球規模の危機を幾度も乗り越えて生き残ってこられたのもまた、多様性によるものです。ビジネスでのサバイバルにも、旧態依然を脱して新たな領域を開拓し、多様性を獲得していく姿勢が求められるでしょう。

SDGs本来の意義に目を向けて、柔軟な発想でアプローチする形にとらわれない真の課題解決

当社のあらゆる事業活動は、「エンドユーザーファースト」の追求を通じて、SDGs達成に貢献していると考えています。そしてそこに求められるのは、物事の本質を見極める力です。コンタクトレンズは環境に負荷をかけるプラスチックからできています。なぜならプラスチックに代わる最適な素材が現時点では存在しないからであり、いわば「必要悪」として使用しているのです。むしろ、代替素材が環境により深刻な影響を与える可能性もある。単に「プラスチックを削減すればいい」といった安易な発想では、SDGsが本来目指している真の課題解決は遠のいてしまうでしょう。

とはいえもちろん、プラスチックを使う当社にとって環境保全は最優先テーマですから、環境配慮型製品の研究開発のほか、あらゆる角度から事業活動における環境負荷低減を推進しています。また、当社では脱プラスチックに伝統工芸品産業の振興という意義も加味して、本社施設で使用する傘に天然素材の「岐阜和傘」を採用しました。少し壊れたら捨てられてしまうビニール傘と違い、職人が丹精込めて作り上げた和傘を、人は傷んだからと捨てることなどもったいなくてできな

いはずです。手当てをしながら物を長く使い続けることの大切さを伝えていくために、長く日本に息づいてきた「もったいない」という価値観を改めて発信する活動を展開したい——そんな思いも個人的にはあります。

一方、社内に向けては公募選抜型幹部養成プログラム「メニコンビジネスカレッジ」を開講したほか、年齢や性別を問わず社員一人一人が働きがいを実感しながら活躍できる職場づくり、更なる健康経営なども推進中です。また、ユースサッカーの「メニコンカップ」開催や、クラシック音楽の若手演奏家への支援といった活動も展開しています。

こうした企業活動を維持するには、ガバナンスの強化やリスク管理、コンプライアンスの徹底が不可欠です。この観点から、当社は上場に先立つ2010年、委員の過半数を社外取締役にすることが義務づけられ、業務執行と監督を分離する委員会設置会社（現 指名委員会等設置会社）に移行しています。

最後に、ステークホルダーの皆様へ

当社ではステークホルダーを明確に定義し、各ステークホルダーへ向けた約束を「ステークホルダーに対するMission」として掲げています。私たちの製品・サービスをずっと使い続けたいと思っていただけるよう

に働きかけていく「エンドユーザー」をはじめ、「業界関係者（パートナー）」、「社員（ファミリー）」、「株主（サポーター）」、そして地球環境やあらゆる生命、文化をも包括した「社会（良き隣人）」に至るまで、すべてのステークホルダーを尊重しながら、メニコンは社会から尊敬され愛される企業を目指してまいります。

いまなおコロナ禍の厳しい状況が続いていますが、感染防止徹底や事業継続のための環境整備などに引き続き注力しながら、皆様とともにこの難局を乗り越えていきたいと思っております。ステークホルダーの皆様にはくれぐれもご自愛いただくとともに、今後も変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。



その他、IR情報、メニコンの商品・サービス、新規事業、文化振興活動などの詳細は、田中社長自らが様々な話題と角度で情報を発信するインターネットラジオ番組『MeniconRadio』をご参照ください。

<https://kotonoha.life/contents/menicon/>



メニコンの価値創造プロセス

中長期的な社会のニーズに対して、メニコンとして4つの重要課題を設定しています。経営理念等を基盤とした4つの強みを最大限に活かして、課題解決に取り組みます。併せて、ステークホルダーの皆様へ生み出した価値を還元しながら、持続的な企業価値の向上と社会の成長へつなげてまいります。

持続的な
企業価値向上と
社会の成長



より豊かで健康的な生活

- 世界的な近視人口増加に対する対策

安心・安全の持続的な提供

- 一貫した品質管理の徹底

公平・公正なコミュニケーション

- 適時・適切な情報開示
- ガバナンス体制の構築

気候変動への対応

- 環境に配慮した製品開発及び製造工程の構築

視力を提供する

- 次世代コンタクトレンズの研究開発
- 高い安全性を担保した独自の生産ライン

眼の健康を守る

- 高品質な製品を安定的に提供する仕組みづくり
- ライフスタイルに応じた多彩な製品を提供

技術と人材を育成する

- 一人ひとりが輝ける働き方の進捗
- コミュニケーションをとれる職場づくり

持続可能な価値を創る

- 国内で培ったビジネススキームの海外展開
- 生命や環境をテーマにした新ビジネスの推進

安心・安全で高性能な製品を開発する

開発力

高品質な製品を提供する

生産体制

製品開発、製造から販売に至る一貫体制

お客様の声や市場のニーズを的確に捉える

マーケティング力

コンタクトレンズを安心してお使いいただける

販売体制

コーポレート・ガバナンス

人材

経営理念

強みの基盤

エンドユーザー

- 個々のニーズに合った幅広い製品ラインアップ
- 製品・サービスを通じた安心・安全なコンタクトレンズライフのサポート
- 定額制で高品質な製品を適正なサービスで継続して受けられる安心感

業界関係者

- 高度管理医療機器であるところのコンタクトレンズに関わる適切な情報提供
- 業界・学術分野の発展への貢献
- サプライチェーンとの継続した良好な関係の構築

社員

- 社員の心身の健康維持や社員間のコミュニケーション促進
- 業務の生産性と満足度の向上

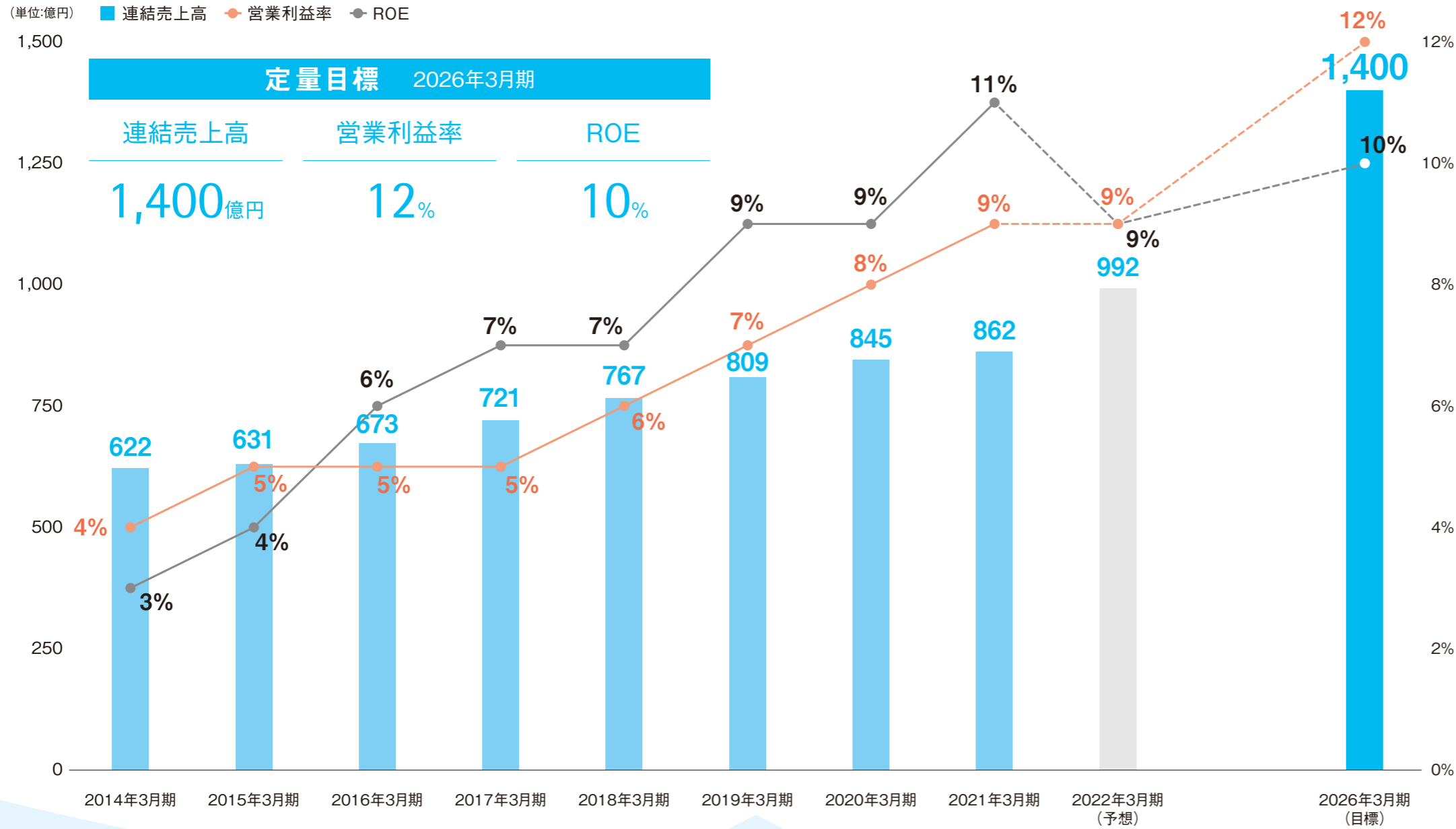
株主

- 企業価値の向上
- 適時・適切な情報開示による公平性・透明性の維持

社会

- 環境やエコに関する取り組み
- スポーツや文化振興を通じた、地域住民や社会への貢献

中期経営計画「Vision2030」



定量目標 2026年3月期

製品戦略

1DAY売上高構成比率*
33%
*ビジョンケア売上高に対する割合

地域戦略

メルスプラン会員数
150万人

海外売上高比率
35%

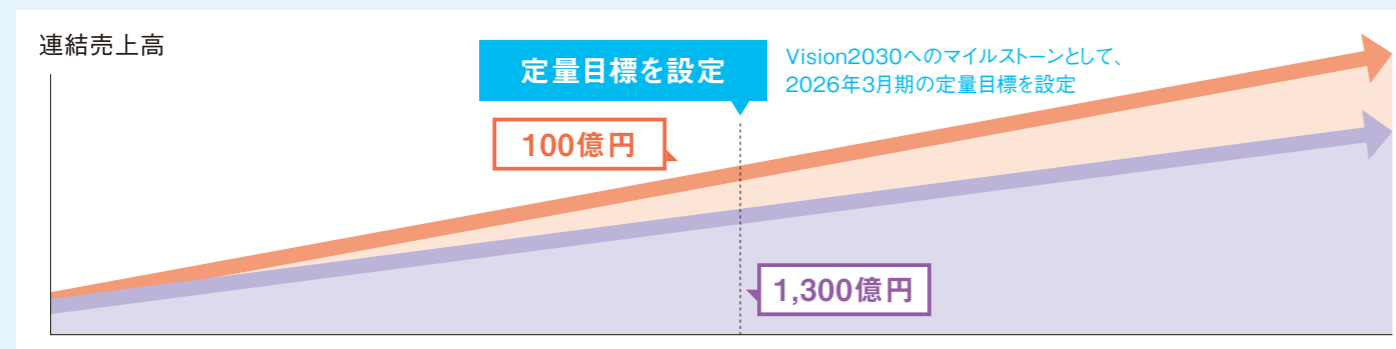
新領域

ヘルスケア・ライフケア事業
売上高
100億円

投資・強化する機能

- 商品開発 研究開発 →p.13, p.17
- 生産体制 →p.13, p.16, p.18
- 物流システム →p.18
- 人材 →p.25
- コーポレート・ガバナンス →p.21

Vision2030 に向けて取り組む事業ドメイン



メイン事業であるビジョンケアに加え、ヘルスケア・ライフケアの事業を拡大

ヘルスケア・ライフケア

新たな事業を展開

- ペットライフ
- 健康/食品ビジネス
- 環境ビジネス

ビジョンケア

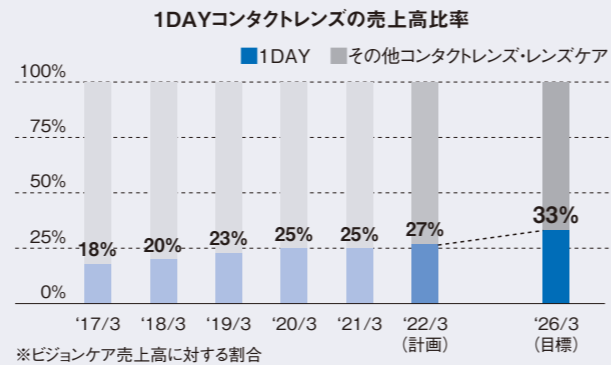
コンタクトレンズ及びレンズケア事業の更なる拡大

- ① 海外売上高拡大
- ② メルスプラン拡大
- ③ 1DAY販売拡大

重点戦略 ① 1DAYコンタクトレンズ事業の強化

成長ドライバーである 1DAYコンタクトレンズの販売拡大

当社は、1DAYコンタクトレンズの更なる販売拡大に向けて、様々な施策に取り組んでおります。独自の技術で開発し、高い品質基準のもと生産された製品をより多くのエンドユーザーの皆様にお届けできるよう注力しています。



製品ラインアップの拡充

清潔に、簡単に装着できる「SMART TOUCH(スマートタッチ)」のパッケージを採用した1DAYコンタクトレンズや、サークルタイプの1日使い捨てコンタクトレンズ「1DAY FRUTTIE」を国内、中国で販売開始するなど、ラインアップを拡充しております。



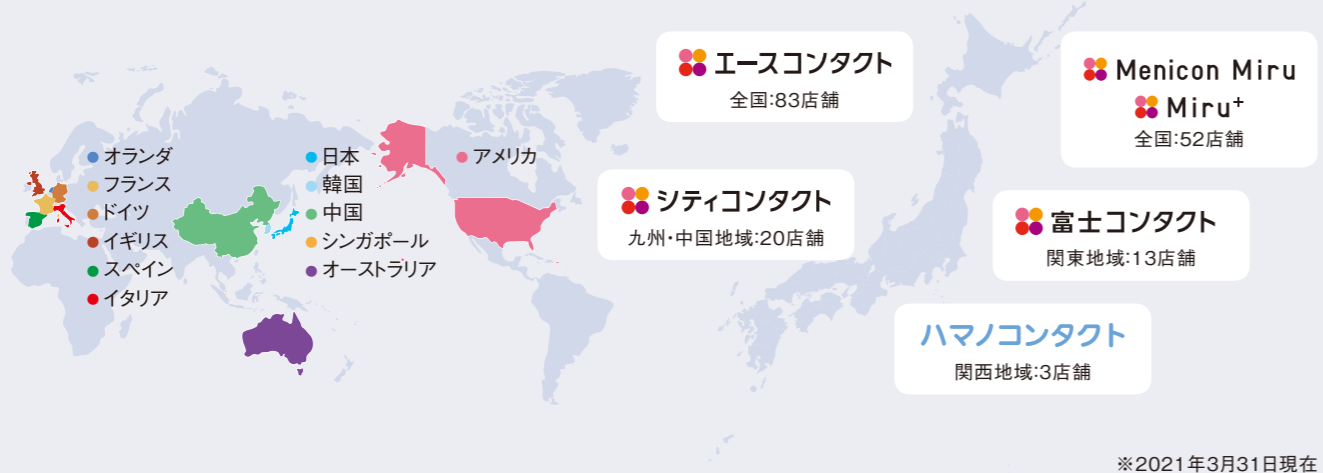
生産能力の拡大

メニコングループでは2つの主要な1DAYの製造工場があります。高品質、高性能な製品をグローバルで供給するため、生産能力を拡大しております。



販売地域の拡大

グローバルネットワークを通じて、製品の販売地域を拡大しております。また、国内ではコンタクトレンズ販売事業を展開する株式会社ハマノコンタクトを完全子会社化し、関西エリアの販売基盤を強化しています。



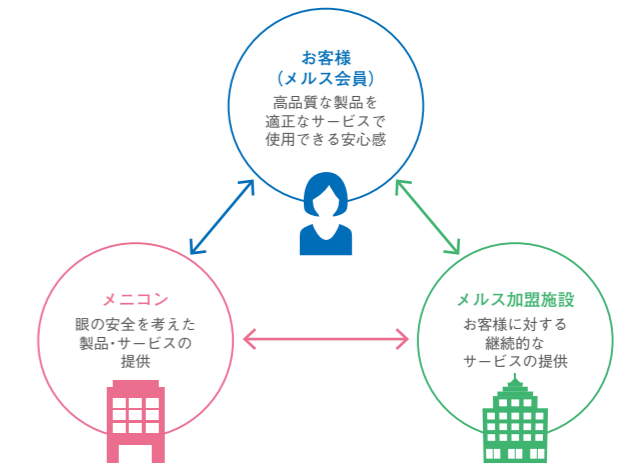
メルスプラン (Menicon Eye Life Support Plan) の拡大による ビジョンケアの強化

メルスプランは高度管理医療機器であるコンタクトレンズを安心してお使いいただくために、メニコンが提供している会員制サービスです。月々定額の費用をお支払いいただくことで、メニコンの豊富なコンタクトレンズラインアップからより適切なコンタクトレンズがご利用いただけます。

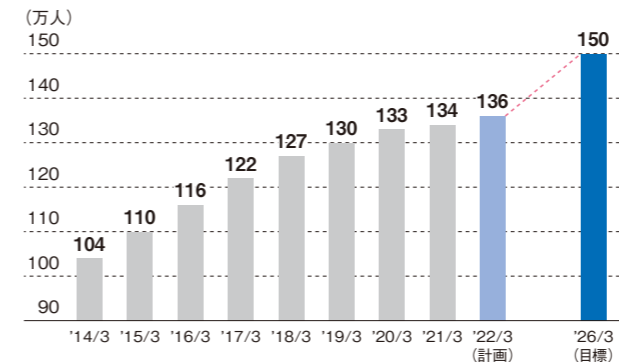
メルスプラン導入以前は、購入したコンタクトレンズを少しでも長く使い続けようという考えから、傷や汚れがひどい状態での継続使用や、使用期間が定められているレンズを期間超過して使用するなど、コンプライアンスの低下が見受けられました。

メルスプランの商品ラインアップ拡充や販売網の強化により、ユーザーの多様な価値観に応え、メルスプラン会員数の拡大を図ります。

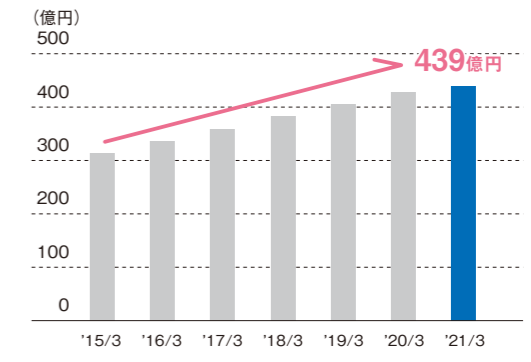
●メルスプランの特徴



●メルスプラン累積会員数の推移と2026年3月期目標



●メルスプラン売上高の推移



海外市場 (北米市場、欧州市場) での販売拡大

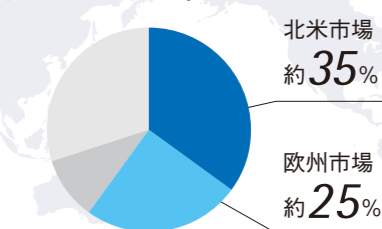
世界のコンタクトレンズ市場は、北米が約35%、欧州が約25%と欧米地域が多くの比率を占めています。

中でも、北米、欧州のコンタクトレンズ市場で、販売数の多くを占めているのが1DAYコンタクトレンズです。北米や欧州では、大手量販店経由でのコンタクトレンズの販売が主流となっています。

メニコンは現地の大手量販チェーン店に対し、コンタクトレンズをOEM供給するとともに、1DAYに搭載している「SMART TOUCH」を、メニコン独自の差別化要因として、北米、欧州市場で強く訴求し販路拡大を目指します。

すでに北米、欧州の一部地域では大手量販チェーン店へのOEM供給を開始しており、今後のさらなる拡大を目指し取り組んでいます。

●世界のコンタクトレンズ市場



※当社推定、金額ベースで算出

重点戦略 ② オルソケラトロジーレンズ事業の強化

世界的に高まる近視矯正ニーズへの対応を強化

世界中で近視人口が増えているといわれる中、よりよい視力矯正に対するニーズの高まりが予想されています。メニコンは、拡大する中国市場でニーズが高まるオルソケラトロジーレンズの拡販に取り組んでいます。

オルソケラトロジーレンズとは

内側に特殊なデザインが施されたハードコンタクトレンズで、寝ている間に装着して角膜形状を矯正することで近視の改善を行います。矯正された角膜形状は一定時間保たれるため、日中は裸眼で過ごすことができます。

オルソケラトロジーレンズと近視進行抑制に向けたメニコンの取り組み

全世界的に近視人口が増加し、将来的な眼疾患リスクの低減の観点からも、近視進行に対する対策が重要な問題になると考えられている中、Menicon B.V.(オランダ)は欧州において、オルソケラトロジーレンズ「Menicon Bloom Night」における近視進行抑制のCEマーク認証を取得しています。さらに、1日使い捨てコンタクトレンズの「Menicon Bloom Day」もラインアップに追加するなど、多様な製品・サービスを提供し、世界的な近視人口の増加に伴う問題に率先して取り組んでいます。



近視進行抑制事業のブランド「Menicon Bloom」

中国で拡大するオルソケラトロジーレンズ市場

中国においては、近視進行抑制に対する意識の高まりから、オルソケラトロジーレンズの需要が急速に伸長しております。当社子会社の株式会社アルファコーポレーションは、2011年から中国市場に進出し、オルソケラトロジーレンズの販売を拡大しています。今後は大手病院グループや有力大学病院との提携といった販売ネットワークを強化し、更なる販売拡大に取り組んでまいります。



Menicon Bloom Day



Menicon Z Night
近視マネジメントの
FDA承認(米国)を取得

海外売上高比率の拡大

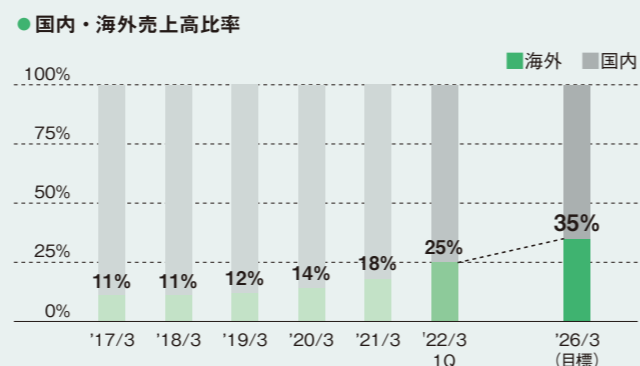
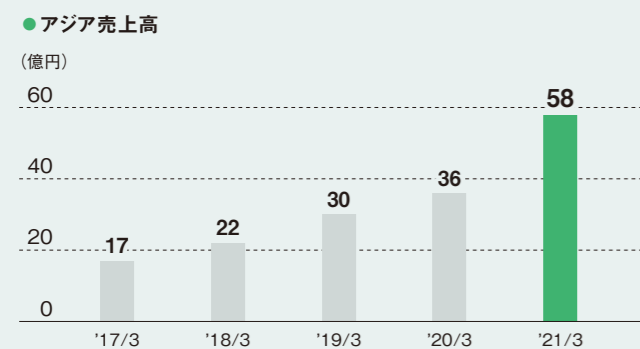
中国でのオルソケラトロジーレンズ及びレンズケアの販売拡大により、アジア市場の売上高は伸長しています。とくに、拡大する中国市場において生産体制、営業体制、パートナー関係を強化することでオルソケラトロジーレンズ事業のさらなる拡大と、海外売上高比率の拡大を図ります。



Menicon Bloom Night



アルファオルソ-K



※国内の代理店を通じた中国への主要な輸出を含んでいます。

中国市場拡大に向けた取り組み

オルソケラトロジーレンズの生産体制を強化

オルソケラトロジーレンズの製造・販売を行う子会社の株式会社アルファコーポレーションは、好調な中国市場での需要への対応を強化するため、新たな拠点として、100%出資の子会社の阿迦发(无锡)医疗科技有限公司(ALPHA(WUXI) Co., Ltd.)を設立しました。現在は伊那事業所(長野県上伊那郡)で製造を行っておりますが、今後、全体の生産量増加を図り、高品質かつ短い納期でより多くの中国の医療機関や患者様にコンタクトレンズを提供するため、2024年の量産開始を目指して事業展開を進めています。



クリーンな環境と最新設備で レンズケアの高い品質と生産性を実現

オルソケラトロジーレンズに欠かせない、レンズケアの高い品質と生産性、コスト競争力の確保にも取り組んでいます。レンズケアの製造を担う子会社の株式会社メニコンの郡上工場では、最新機械設備を導入した製造ラインが稼働しています。医療機器の品質マネジメントシステムであるISO13485に基づく生産体制によって高い品質を確保するとともに、目標管理活動による工程の最適化、製造機器の工場内での設計・製作、成形品資材の内製化などの取り組みによって原価低減を徹底追求し、強いコスト競争力を実現しています。



板橋貿易株式会社を100%子会社化

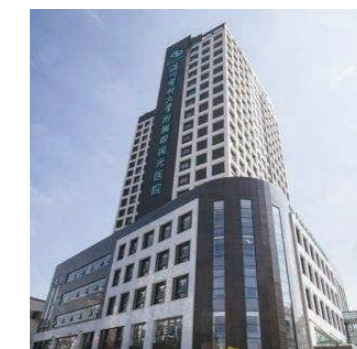
2021年1月、主に中国におけるコンタクトレンズやレンズケアを中心とした医療用機械器具の販売等の輸出入事業を行う板橋貿易株式会社を100%子会社化しました。

これにより、「学術」「製造」に加え「販売」といった中国本格進出の一貫体制が整いました。中国市場において、高性能製品を提供し、その正しい処方と安全な使用の普及により、当社の企業スローガンである「より良い視力の提供を通じて、広く社会に貢献する。」の実現を目指すとともに、成長著しい中国市場への本格進出により、当社における海外事業拡大を加速させてまいります。



中国温州医科大学との業務提携契約を締結

当社は、中国において眼科領域に優れた研究実績を持つ温州医科大学付属眼視光医院、眼視光学院(Wenzhou Medical University Eye Hospital, School of Ophthalmology & Optometry)との業務提携契約を締結しています。これにより、近年研究が進む近視進行抑制分野、オルソケラトロジーレンズ、不正角膜治療用レンズといった特殊コンタクトレンズの研究開発、またそれらのレンズを患者に処方するための医科向け教育研修プログラム開発を中国トップの学術研究機関と一体となって推進し、中国眼科市場におけるメニコングループ製品の研究開発及び普及の加速に取り組めます。



重点戦略 ③ 研究開発体制／生産体制／物流体制の強化

研究開発体制の強化

メニコンは独自の理念に基づき、高度管理医療機器を取り扱うメーカーとして、お客様の眼の安全を最優先に考えた企業活動を行っております。研究開発機能は安全を一貫して追求する体制の起点と捉え、日々進化させることを目指しております。

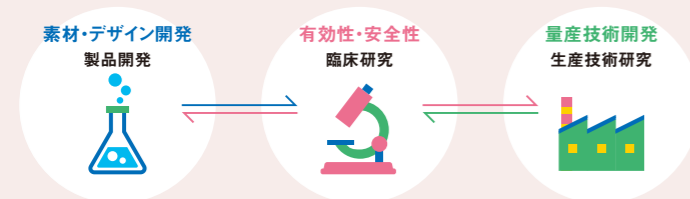
研究開発機能は主に3つあり、コンタクトレンズの材料など、素材やデザインを研究する製品開発、眼への安全性と製品の有効性を臨床評価する臨床研究、そして品質の高い製品を量産化する生産技術研究から成り立っております。

これらの各機能を密接かつ有機的に連携しながら、メニコンならではの新たな価値を生み出し続けています。

さらに、研究員のクリエイティビティーの向上と開発スピードアップを図り、新たな価値に満ちた製品開発を目指すため、研究開発の拠点である総合研究所内の環境整備等を通じて、研究開発体制のさらなる強化に取り組んでいます。



● 研究施設(国内6カ所 海外4カ所)



品質マネジメントシステム

当社では「安全哲学憲章」を掲げ、「より良い視力の提供を通じて、広く社会に貢献する。」という企業スローガンのもと、品質の確保及び顧客満足を目指して、本社はもとより、Menicon SAS、Menicon Pharma SAS、Menicon Limited、Menicon Singapore Pte. Ltd.、Menicon B.V.、SOLEKO S.p.A.、株式会社メニコネクにおいて、医療機器の品質マネジメントの国際規格であるEN ISO13485を取得しています。

さらにMenicon Pharma SAS、Menicon Limited、Menicon B.V.、SOLEKO S.p.A. では、欧州の品質保証規格に適した商品であることを示すCEマークも取得し、国内外に向けて確かな品質をお届けしています。

品質マネジメントシステムの適切性や有効性を確保するため、経営層によるレビューを年2回開催し、製品の継続的評価と品質マネジメントシステム変更の必要性の評価を行い、品質マネジメントシステムの継続的改善に努めています。また、製造販売後安全管理に関する業務に従事する者には、社内教育訓練を定期的に行い、製品の安全確保に継続的に努めています。



1日使い捨てコンタクトレンズ生産体制の強化

1日使い捨てコンタクトレンズの製造工場である各務原工場の増床を行い、生産体制の強化に取り組んでいます。

コンタクトレンズの市場規模は国内で約2,500億円と言われており、中でも1日使い捨てコンタクトレンズは国内及び海外での使用者が伸長しているカテゴリとなります。各務原工場で生産する「1DAYメニコン プレミオ」は、シリコーンハイドロゲルという高い酸素透過性を持つ素材のレンズで、パッケージには、レンズの表裏の確認が容易でレンズの内面にふれにくく清潔・簡単に装着できる「SMART TOUCH」を採用しており、国内外での需要が高まっている製品です。環境・省エネルギーにも配慮し、再生可能エネルギーである空気熱利用ヒートポンプを搭載する等、エネルギーを効率的に利用できる環境を整えました。

生産体制の強化により、今後グローバル市場での成長分野と位置付けている1日使い捨てコンタクトレンズ市場への更なる販売拡大を目指します。



1DAYメニコン プレミオ



メニコン各務原工場(岐阜県各務原市)

国内物流体制／海外物流体制の強化

当社の国内物流は、全国の販売店に加えて、メルスプラン会員への直送も多く請け負っており、顧客との信頼をつなぐ重要な役割を担っています。

メニコンは物流拠点として名古屋、宮城県、福岡県の3拠点(ケア用品センターは1拠点)を持ち、この体制と運送会社との連携により、販売店や顧客へ遅滞なく高い品質を保った状態で製品の配送を可能としています。

また、在庫管理システムの導入により、複数拠点と製造工場との連携をスムーズに行い、業務効率化を実現しています。在庫管理システムの導入により、現場作業の効率化、コスト削減、リアルタイム可視性の向上が実現されており、複数倉庫の管理だけでなく、複数工場(メニコン各務原工場、メニコン関工場、メニコネク郡上工場、シンガポール工場、OEM(他社メーカーからのOEM商品))との連携もスムーズに行われています。

また、海外では、欧州ロジスティックセンターをドイツ・オッフエンバッハに拡張移転しました。旧施設の1.5倍以上のスペースを確保した新施設は、フランクフルト空港をはじめとする輸送ハブへのアクセスが良好であり、欧州内はもちろんのこと、他の大陸へも効率的な製品供給が可能で、ディスプレイレンズ市場の拡大やアジアを含むマーケットの拡大に伴う流通量の増大への対応が可能となります。



欧州ロジスティックセンター(ドイツ・オッフエンバッハ)



「Vision2030」の実現に向けて、 財務安全性に配慮しながら成長分野への投資に取り組み、 企業価値の向上を目指します

経営統括本部長
CFO
渡邊 基成



2021年3月期におきましては、全世界において新型コロナウイルス感染症が社会生活に影響を与える中、メニコングループにおいては、生産・物流・販売に係る一連の事業活動を、感染防止策を講じながら安定的に継続運営いたしました。国内事業はメルスプランのサービス継続により、業績は安定して推移いたしました。海外事業は中国でのオルソケラトロジーレンズの伸長等により拡大しました。この結果、連結売上高862億円、営業利益81億円と過去最高を更新し、増収・増益となりました。利益率については、営業利益率は9.4%、自己資本利益率(ROE)は10.6%と向上いたしました。

次の中期目標である「Vision2030」のマイルストーンとして、2026年3月期で連結売上高1,400億円、営業利益率12%、ROE10%を目標に設定いたしました。

目標達成にはコンタクトレンズやレンズケアを中心とした

ビジョンケア事業の更なる拡大が必要となるため、成長ドライバーである1日使い捨てコンタクトレンズ(1DAY)及びオルソケラトロジーレンズを中心に経営資源を集中的に投じ、更なる収益性の向上を目指しております。

この成長戦略を支える投資のため、2021年1月に2025年満期ユーロ円建転換社債型新株予約権付社債を発行いたしました。今後においても高まる需要に対して投資は継続する見込みですが、一方で健全な財務体質の維持にも努めてまいります。

「Vision2030」の実現に向けて事業活動を行い、持続的な企業価値の向上を目指してまいります。



中期目標「Vision2030」 定量目標(2026年3月期)

連結売上高

1,400億円

営業利益率

12%

ROE

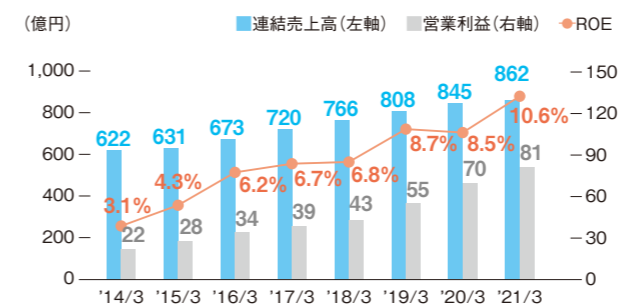
10%



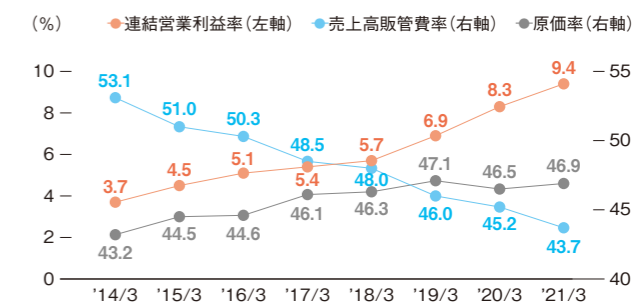
収益性の向上

新型コロナウイルス感染症による影響を受けたものの、連結売上高、営業利益共に伸長いたしました。1DAYの販売拡大に伴う収益性の向上により売上高販管費率が改善した結果、営業利益率は年々上昇しております。また、親会社株主に帰属する当期純利益が前期比で伸長したことにより、ROEも向上いたしました。

連結売上高・営業利益・ROE



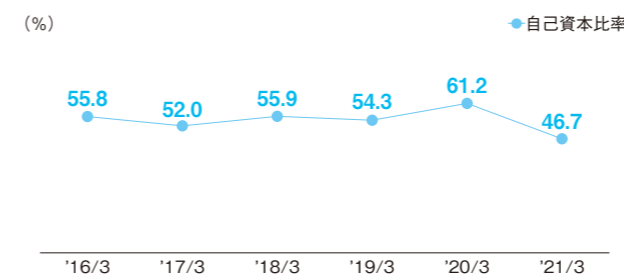
利益構造の推移



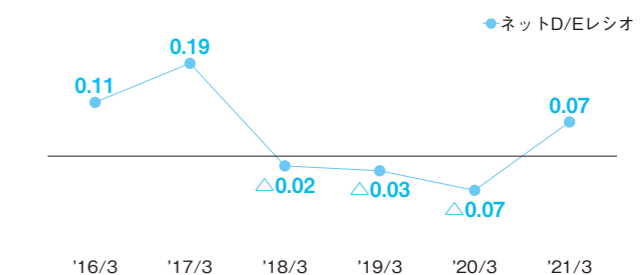
健全な財務体質

財務の安全性につきましては、成長分野への投資規模を考慮しながら、自己資本比率とネットD/Eレシオ*を指標とし、事業戦略に照らし合わせて適切な水準を維持するよう努めております。*(有利子負債-現預金)÷自己資本

自己資本比率



ネットD/Eレシオ

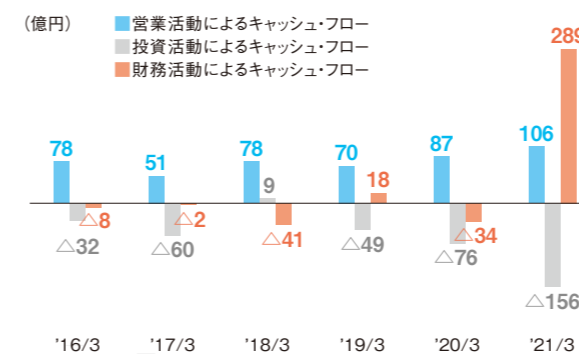


事業拡大に向けた投資

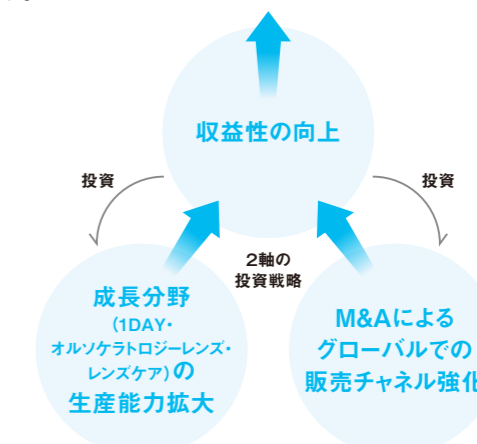
更なる事業の拡大を目指して、継続的に投資を行っています。2021年3月期には、株式会社ハマノコンタクトを国内販売グループ会社に加え、関西エリアを中心としたコンタクトレンズの販売基盤を強化いたしました。また、中国での販売チャネルを有する板橋貿易株式会社グループを完全子会社としオルソケラトロジーレンズ事業を中心とした販売機能を強化いたしました。

今後においても成長分野である1DAY、オルソケラトロジーレンズ及びレンズケアの生産設備への投資を継続し、事業規模の拡大を目指します。

キャッシュ・フロー



企業価値の向上へ



コーポレート・ガバナンスに対する考え方

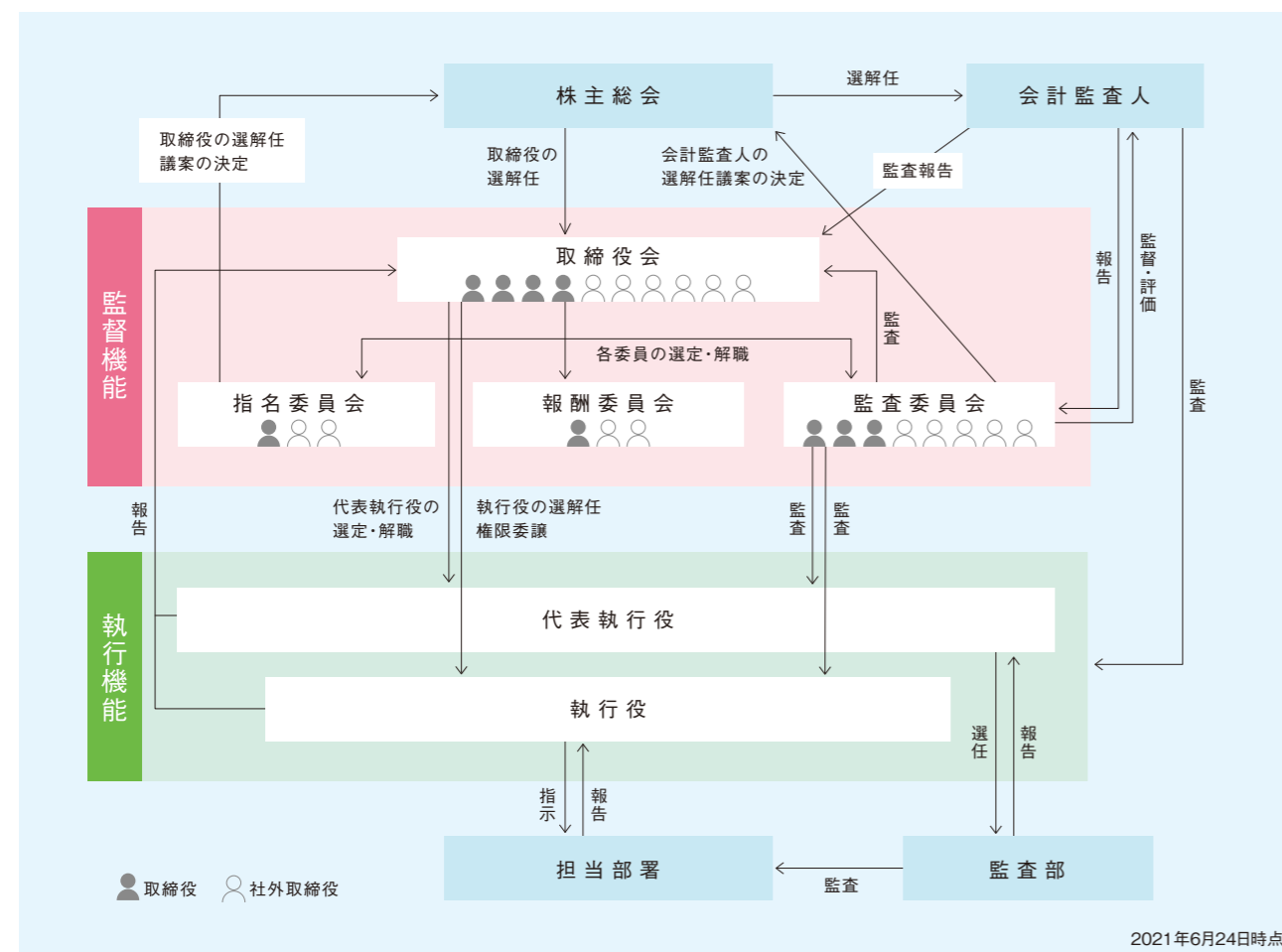
メニコンは株主、投資家、顧客、従業員等すべてのステークホルダーから尊敬され愛される企業を目指し企業活動を行うことを基本方針のひとつとしております。そして、その実現のためにステークホルダーからの信頼獲得及び公正かつ透明性の高い健全な企業経営を重要課題と位置づけ、コーポレート・ガバナンスの実現に取り組んでまいります。

コーポレート・ガバナンス体制

メニコンは会社法に規定する指名委員会等設置会社であり、取締役10名(うち社外取締役6名)及び執行役9名(兼務取締役1名を含む)により構成されております。取締役は客観的・大局的に、企業価値の向上という観点から執行役が行う経営の監督並びに助言を行っております。

各委員会(指名委員会、報酬委員会、監査委員会)の委員は、過半数が社外取締役に構成されております。

●コーポレート・ガバナンス体制図



取締役会の実効性評価について

毎年、各取締役の自己評価をもとに取締役会並びに各委員会の実効性評価を行っております。本年度も取締役会全体の実効性につきまして各取締役に調査を実施し、分析評価を行った結果、課題の改善も進み、取締役会としては、概ね実効的に運営していると評価しております。今後の課題としては、的確な経営判断のための早期情報取得等により、更なる取締役会の実効性の確保に向けた取り組みを進めてまいります。

2021年3月期取締役会の実効性評価の概要

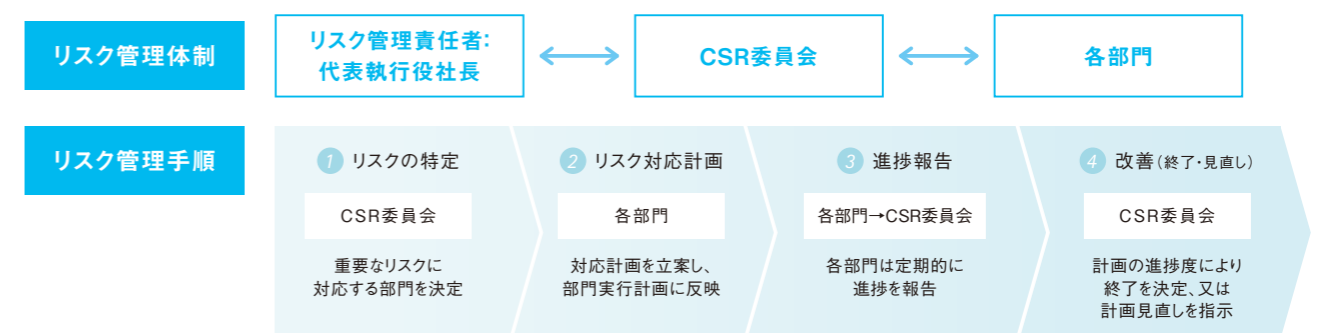
対象及び回答者	取締役9名中、9名全員が回答	主な評価項目 <ul style="list-style-type: none"> 取締役会の構成・運営 重要な委員会の役割と構成 社外取締役に對する情報提供 投資家・株主との関係 前事業年度からの改善状況 自身の貢献度 総合評価
調査方法	5段階評価とコメント記入による全34問のアンケート形式での調査を年1回実施	
分析評価	アンケート回答から算出した結果(平均点数)は全般的に肯定的な評価となっており、取締役会における議論の結果、「概ね実効的に運営している」と取締役会の実効性が確保できていると評価しております。一方で、取締役からの各項目に対するコメントに関して協議を行い、今後継続的に取り組むべき課題があることを認識しております。	

課題と対応方針

課題	対応方針
取締役会における審議内容の充実	● 法律改正、ガバナンス、コンプライアンスに関する勉強会の実施
グループ内のガバナンスに対するモニタリング強化	● 中長期的経営課題対応を中心としたモニタリングモデルの構築
社外取締役の発言機会増加、建設的な議論を行うための情報共有、事前準備の取り組み	● 執行役との意見交換の機会の更なる拡充 ● 社外取締役間会議の実施

リスクマネジメント

メニコングループにおけるリスクマネジメントに関して、損失等を回避または低減して会社資産を保全するとともに、ステークホルダーの安全を確保し、事業の安定的な継続を図ることを目的に、リスク管理体制と手順を定めております。



コンプライアンス

メニコングループは、国内外の法令をはじめとする社会ルールを遵守し、企業倫理を常に向上させ、持続成長可能な事業活動を行います。

内部統制システム	事業を適正かつ効率的に遂行するために、システム及びプロセスを社内に構築し、運用しております。
社内教育	毎年全従業員を対象に、インサイダー取引防止教育、個人情報保護教育、ハラスメント防止教育、情報セキュリティ教育、プロモーションコード教育、反社会的勢力排除教育等を実施し、意識の向上を図っております。
内部通報制度	メニコングループでは、法令・定款等を誠実に遵守する公正な経営を確立するために、違反行為を通報する内部通報制度を設けております。通報先の窓口として、社外に「メニコングループ内部通報ホットライン」を設置し、匿名での通報も可能としております。また、通報者の個人情報に該当する内容は厳密に秘密を保持することとしております。

取締役



<p>代表執行役社長 田中 英成</p> <p>1987年 当社入社 1994年 当社取締役 1999年 当社取締役副社長 2000年 当社代表取締役社長 2010年 当社取締役兼代表執行役(現任) 当社最高経営責任者(CEO)(現任)</p>	<p>取締役 滝野 喜之</p> <p>1984年 当社入社 2016年 当社執行役 経営管理室長 2017年 当社執行役経営統括本部 経営管理室長 2018年 当社取締役(現任)</p>	<p>取締役 土田 時安</p> <p>1980年 当社入社 2006年 当社執行役員生産本部長 2009年 当社執行役員 グローバルマーケティング戦略室長 2010年 (株)メニコンネク 取締役副社長 2012年 (株)メニコンネク 代表取締役社長 2019年 当社取締役(現任)</p>	<p>取締役 森山 久</p> <p>1988年 当社入社 2016年 当社執行役 国内第1営業本部長 2018年 当社執行役国内営業副統括本部長 2021年 当社取締役(現任)</p>	<p>社外取締役 独立役員 堀西 良美</p> <p>2000年 弁護士登録 名古屋弁護士会入会 2004年 旭川弁護士会入会 2007年 名古屋弁護士会(現・愛知県弁護士会) 再入会 2014年 名古屋市長 建築紛争調停委員会委員 名古屋簡易裁判所 民事調停官 2016年 当社取締役(現任)</p>	<p>社外取締役 独立役員 渡辺 眞吾</p> <p>1980年 デロイト・ハスキンス・アンド・セルズ会計事務所入社 1984年 公認会計士登録 1987年 アーンスト・アンド・ヤング デュッセルドルフ事務所 1990年 アーンスト・アンド・ヤング チュールリヒ事務所 1995年 アーンスト・アンド・ヤング ロンドン事務所 1998年 新日本監査法人(現・EY新日本有限責任監査法人) 名古屋事務所 2017年 渡辺眞吾公認会計士事務所開設 2018年 当社取締役(現任)</p>	<p>社外取締役 独立役員 三宅 養三</p> <p>1968年 名古屋大学眼科教室入局 1982年 社会保険中京病院眼科部長 1997年 名古屋大学医学部眼科教授 2005年 名古屋大学 名誉教授 独立行政法人 国立感覚器センター所長 2007年 愛知淑徳大学 医療福祉学部 教授 2010年 愛知医科大学 理事長 2019年 当社取締役(現任)</p>	<p>社外取締役 独立役員 本多 立太郎</p> <p>1970年 (株)愛知音楽FM放送入社 1996年 (株)エフエム愛知 取締役編成局長 1998年 (株)エフエム愛知常務取締役 2004年 (株)エフエム愛知代表取締役社長 2009年 (株)中日本マルチメディア放送 代表取締役社長 2017年 (株)エフエム愛知取締役会長 2019年 当社取締役(現任)</p>	<p>社外取締役 独立役員 柳川 勝彦</p> <p>1979年 富士ゼロックス(株)入社 2005年 富士ゼロックス中国 Vice President,Marketing(上海) 2006年 富士ゼロックス台湾代表取締役 会長兼社長(台北) 2007年 富士ゼロックス(株)執行役員 アジアパシフィック営業本部長(シンガポール) 2008年 富士ゼロックスアジアパシフィック President&CEO(シンガポール) 2009年 富士ゼロックス(株) 取締役常務執行役員 アジア・中国事業担当 2012年 富士ゼロックス(株)取締役常務執行役員 アジア・中国事業、本社全般管掌 2014年 富士ゼロックス(株) 取締役 専務執行役員 本社全般管掌 2021年 当社取締役(現任)</p>	<p>社外取締役 独立役員 竹花 一成</p> <p>1980年 酪農学園大学 助手 2000年 酪農学園大学 教授 日本獣医解剖学会 理事 2009年 日本顕微鏡学会 北海道支部長 2015年 日本私立獣医科大学協会 事務局長 学校法人酪農学園理事(酪農学園大学 学長) 2021年 当社取締役(現任)</p>
--	--	---	---	---	---	--	--	---	--

主な専門性と経験分野

経営全般	●	●	●	●			●	●	
グローバル経験				●			●	●	
営業・マーケティング				●					
製造・研究開発			●						
法務					●				
財務会計		●					●		
学術							●		●

執行役

<p>渡邊 基成</p> <p>1997年 当社入社 2017年 当社執行役経営戦略室長 2018年 当社執行役戦略統括本部長 当社最高財務責任者(CFO)(現任) 2019年 当社執行役経営統括本部長(現任)</p>	<p>三浦 要和</p> <p>1984年 当社入社 2017年 当社執行役生産物流本部長 2019年 当社執行役経営統括本部経営管理室長(現任)</p>	<p>杉山 章寿</p> <p>1985年 当社入社 2005年 当社執行役員開発本部長 2010年 当社執行役開発本部長 2011年 当社執行役グローバル研究開発戦略室長、開発本部長 2012年 当社執行役開発本部長 2015年 当社執行役研究開発本部長</p>	<p>篠田 浩樹</p> <p>1986年 当社入社 2013年 当社執行役国内営業本部長 2015年 当社執行役国内第2営業本部長 2018年 当社執行役国内営業統括本部長(現任)</p>
<p>川浦 康嗣</p> <p>1992年 当社入社 2010年 Menicon Singapore Pte. Ltd.社長 2013年 当社執行役エリア&プロダクトマーケティング戦略室長 2015年 当社執行役ブランド戦略室長 2016年 当社執行役商品開発本部長 2017年 当社執行役生産開発統括本部長(現任)</p>	<p>ステファン・ドナルド・ニューマン</p> <p>1997年 Igel CM Laboratory Pte Ltd 入社 2007年 当社入社 2010年 Menicon Singapore Pte. Ltd.技術担当役員(CTO) 2013年 Menicon Singapore Pte. Ltd. 社長 2017年 当社執行役商品開発本部長 2019年 当社執行役生産開発統括本部商品開発事業部長(現任)</p>	<p>古賀 秀樹</p> <p>1993年 当社入社 2016年 当社執行役海外本部長 2017年 当社執行役海外統括本部長(現任)</p>	<p>伊藤 涉</p> <p>1983年 当社入社 2016年 当社執行役国内マーケティング戦略室長 2018年 当社執行役新規事業統括本部長(現任)</p>



社会

メニコンは、誰もが活躍できる環境を目指し、人材育成と働きやすい環境づくりを通して、クリエイティブな働き方の実現に取り組んでいます。

人材育成

社員一人ひとりの成長が会社の成長であるとの考えのもと、能力開発制度を運用しております。

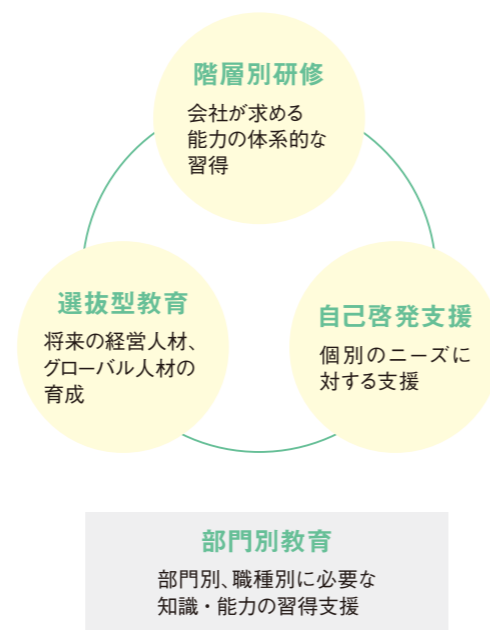
能力開発制度には、OFF-JTやOJTによる日々の業務に必要な知識・能力の習得の他に、階層別研修、選抜型教育、自己啓発支援があります。

階層別研修では、職種に関係なく勤続年数や職位などに応じて、会社が求める能力の体系的な習得を行います。選抜型教育は、将来の経営を担える人材やグローバル展開を推進する人材の計画的な育成を目的とし、公募型を採用しております。

自己啓発支援としては、奨励金の支給による語学や教養など社員一人ひとりの興味に応じた学びの支援に加え、メニコン独自の社内資格試験制度を設け、全ての社員に対してコンタクトレンズや眼科の専門的な知識の習得を推進しております。

能力開発制度を通じて経営理念の「創造」「独創」「挑戦」を体現できるように支援し、その風土を浸透させることで、会社の競争力を高めてまいります。

●能力開発制度



Voice 新たな挑戦を推進するため 従業員一人ひとりの多様性が活かせる風土づくりに取り組んでいます

当社の「Vision2030」では、全ての人々が幸せや豊かさを実感できるよう、様々な境遇やライフステージに適した「みる」を提案し続けることを目標としています。

新たな挑戦を推進するためには、性別や年齢、国籍等に関係なく多様な人材の活躍が必要です。これまでも従業員が働きやすい環境を整備するため、各種の制度を導入してきましたが、同様に従業員一人ひとりの多様性が活かせる風土づくりにも取り組んでいます。女性活躍推進研修として実施しているキャリアデザイン研修では男女従業員とも参加対象とし、ライブイベントを通じて各自でキャリア形成を考える機会としています。また、若い世代の従業員を中心にグローバル研修を実施しており、自分以外の他者との違いを知り受け入れることの重要性を理解する機会としています。

これらの取り組みを通じて様々な背景や価値観の存在を認識し、相互理解することで組織力を向上させ、個人と会社の成長を促進してまいります。



人事部 部長
伊藤 里美



スマートクリエーション

当社は経営理念の「創造」「独創」「挑戦」を实践する働き方として「スマートクリエーション」をスローガンに、よりスマートでクリエイティブな働き方の実現に取り組んでいます。

その一環として、本社オフィスや総合研究所の改装並びに営業拠点や工場における業務や機能に合わせたフロアの見直しを行ってまいりました。

オフィスはフリーアドレス制にすることにより、部署を超えたコミュニケーションを活発にし、創造的なアイデアと新たな価値を生み出すことができる空間を作りました。

研究所の実験室は、実験機器の配置やゾーニングの見直しにより安全性や効率性の向上を図るとともに、開放的な環境にすることで技術やノウハウの伝承を円滑にしました。また、新型コロナウイルス感染症の拡大下でも業務を推進できるように、テレワークを導入いたしました。新たな社内規定の制定やシステム整備を行い、アフターコロナでもテレワークが活用できる環境を整えました。



改装後の本社オフィス(左)と総合研究所(右)のフロア

健康経営優良法人2021に認定

当社は経営理念にて「社員」を重要なステークホルダーの一つと位置付けています。代表執行役社長 田中英成を健康経営責任者とし、「スマートクリエーション」を当社の働き方改革のスローガンに掲げ、社員の心身の健康や社員間のコミュニケーション促進を考えた職場環境の整備を通じて、業務の生産性と満足度の向上に取り組んでいます。

2021年には、従業員の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に実践する「健康経営」の取り組みが優良であると認められ、当社と子会社の株式会社ダブリュ・アイ・システム、株式会社メニコンネットが「健康経営優良法人2021」に認定※されました。「健康経営優良法人認定制度」とは、地域の健康課題に即した取り組みや日本健康会議が進める健康増進の取り組みをもとに、特に優良な健康経営を実践している法人を顕彰する制度です。

今後のさらなる就労環境の整備と従業員満足度の向上、そして、従業員の心と体の健康を意識した経営を目指し、健康経営を推進してまいります。



※当社、ダブリュ・アイ・システムは「大規模法人部門」、メニコンネットは「中小規模法人部門」での認定。



環境

メニコンは、2009年に「メニコン環境宣言」を掲げ、「人にも動物にも環境にも優しい地球企業」を目指し取り組んでいます。今後も地球環境保護及び持続可能な社会の実現に貢献できるよう努めてまいります。

メニコンの環境宣言

メニコンは、創業以来「より良い視力の提供を通じて、広く社会に貢献する。」を信条に、商品開発やサービス提供を行ってまいりました。

この理念のもと、経営計画において環境への対応を打ち出し様々な業務改革を重ねて、事業活動から生じる環境負荷の低減を図るとともに、環境に配慮したエネルギーや資源の効率的な使用を実践し、持続可能な社会への貢献に努めています。

また、商品やサービスの開発や事業活動における廃棄物の削減やリサイクルの可能性に取り組み、より環境負荷の少ない斬新な提案を続けています。

これらの取り組みは、「持続可能な開発目標 (SDGs)」の達成に貢献するとともに、持続的成長と企業価値向上につながるものと考えています。

環境に配慮した製品開発や工場での取り組みによりSDGsに貢献します



Menicon
メニコンの中のエコ

メニコンマークには、上部に赤と下部に緑の配色があります。これは、不可能を可能にする情熱の「パッションレッド」と、安全にこだわり続ける技術の「テクノグリーン」をシンボル化しています。また、メニコンの英字表記は「Menicon」であり、その中には「eco」の文字が含まれています。

1 環境に配慮した製品の開発、環境関連ビジネスの開発

当社グループは、限りある資源を有効に活用し、持続可能な地球環境への貢献を目指し製品・サービス、新規事業の開発に取り組んでいます。

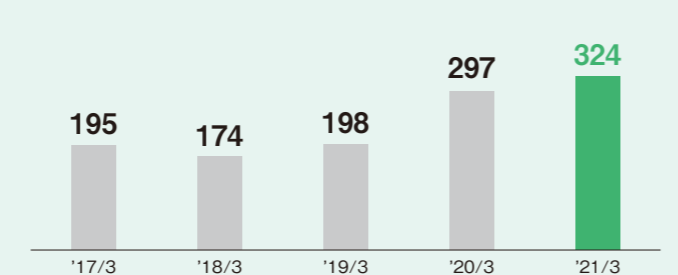
シンガポール工場で生産している1日使い捨てコンタクトレンズ「Magic」は、当社従来品(メニコン1DAY)と比較してレンズ容器のプラスチック使用量を約80%削減。パッケージはコンタクトレンズの製造工程で使用したプラスチックを100%再利用して生産しています。

また、コンタクトレンズ洗浄液の開発過程で発見した新種の菌*が産生する酵素を環境事業分野の資材開発に活用するなど、環境関連ビジネスの開発を継続しています。

* Cellulomonas K32A: 国際登録済み



環境関連ビジネス売上高(単体) (百万円)



2 工場における環境への取り組み



廃棄物削減

メニコンでは、製造工程で使用するプラスチックを上質な資源と認識し、極力廃棄を減らし、工場内外で有効活用しています。

● 関工場・各務原工場

工場で使用したプラスチックは、リサイクルにより、様々なプラスチック製品の原材料として活用されています。

● シンガポール工場

シンガポール工場では、使用後のプラスチックの約40%を二次包装パッケージの原材料として再利用しています。残りの約60%についても、リサイクルされ、様々なプラスチック材料として活用されています。



水資源の有効活用

コンタクトレンズの製造、使用において、いずれの過程でも水資源はコンタクトレンズに関わる重要な資源と認識しています。

2015年に設立した各務原工場では、従来と比較し50%の節水が可能な純水製造装置を採用しています。関工場では、ソフトコンタクトレンズの生産過程で排出される水の一部を、工場内で活用するなど、水資源の有効活用に取り組んでいます。



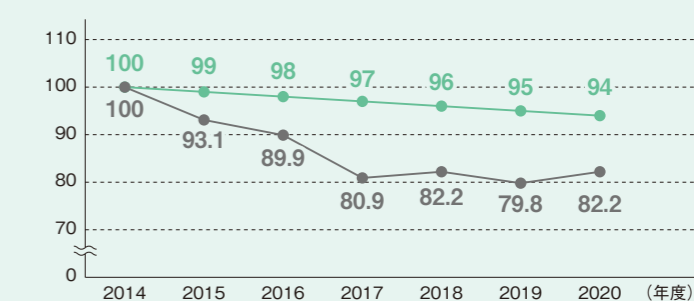
純水製造装置

温室効果ガス削減

関工場ではエネルギー消費量原単位で年1%以上の削減を目標に取り組んでいます。(原単位: 生産梱包数)

2014年度を100としたエネルギー原単位指数

(原単位: 生産梱包数あたり) ●実績 ●目標ライン(2014年度基準 年1%削減)





〈会計年度〉	2016年3月期	2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期
〈経営成績〉						
売上高(百万円)	67,332	72,052	76,672	80,898	84,519	86,209
営業利益(百万円)	3,457	3,910	4,394	5,571	7,033	8,106
営業利益率(%)	5.1	5.4	5.7	6.9	8.3	9.4
EBITDA ^{※1} (百万円)	7,822	8,614	9,559	10,236	12,592	14,475
親会社株主に帰属する当期純利益(百万円)	2,224	2,543	2,657	3,576	4,060	5,952
設備投資(百万円)	2,256	4,729	4,474	6,560	9,991	12,726
減価償却費(百万円)	3,349	3,635	3,966	3,656	4,486	5,286
研究開発費(百万円)	3,459	3,497	3,398	3,656	3,813	3,598
〈キャッシュ・フローの状況〉						
営業活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	7,859	5,197	7,857	7,023	8,712	10,628
投資活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	△3,293	△6,065	900	△4,951	△7,656	△15,629
財務活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	△851	△271	△4,196	1,825	△3,438	28,913
フリー・キャッシュ・フロー(百万円)	4,566	△868	8,757	2,071	1,055	△5,000
〈財政状況〉(会計年度末)						
総資産(百万円)	68,901	72,336	71,706	78,275	87,286	126,731
有利子負債(百万円)	16,634	19,787	16,185	18,873	13,429	45,307
純資産(百万円)	38,439	37,681	40,121	42,549	53,520	60,985
株主資本(百万円)	39,043	38,405	40,467	43,208	54,378	59,273
〈1株当たり情報〉^{※2}						
1株当たり当期純利益(円)	62.52	71.75	75.67	101.63	112.25	157.67
1株当たり純資産額(円)	1,049.18	1,072.01	1,138.62	1,205.46	1,414.80	1,565.10
1株当たり配当金(円)	15	19	25	28	28	35
〈経営指標等〉						
自己資本比率(%)	55.8	52.0	55.9	54.3	61.2	46.7
ROE(%)	6.2	6.7	6.8	8.7	8.5	10.6
ROA(%)	3.3	3.6	3.7	4.8	4.9	5.6
配当性向(%)	24.0	26.5	33.0	27.6	24.9	22.2
DOE(%)	1.4	1.8	2.3	2.4	2.1	2.3
〈従業員データ・単体〉						
平均勤続年数(年)	14.6	14.5	14.5	14.1	13.4	12.9
男性	18.1	17.8	17.8	17.5	16.3	15.7
女性	8.8	8.8	9.1	8.8	8.8	8.7
管理職比率(%)						
男性	98.0	96.7	96.7	96.3	96.1	96.0
女性	2.0	3.3	3.3	3.7	3.9	4.0
離職率(定年退職を除く)(%)	4.0	2.8	2.8	4.8	4.5	5.0
新規入社数(名)	86	117	97	141	191	169
男性	40	57	56	63	108	85
女性	46	60	41	78	83	84

※1 EBITDAは営業利益、減価償却費、無形固定資産償却額、連結調整勘定償却額、繰延資産償却額等から算出しております。

※2 当社は2018年1月1日付で普通株式1株につき普通株式2株の割合で株式分割を行っております。2016年3月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり当期純利益、1株当たり純資産額及び1株当たり配当金を算定しております。

当社は「『税効果会計に係る会計基準』の一部改正」(企業会計基準第28号2018年2月16日)等を2019年3月期の期首から適用しており、2018年3月期に係る主要な経営指標については、当該会計基準等を選定して適用した後の数値となっております。

株主・投資家の皆様への情報開示に対する考え方

メニコンでは、株主の皆様にも末永く「サポーター」として応援いただくために、公正かつ適時、適切な情報開示を目指しております。また、株主・投資家の皆様の声を経営に反映させ、より良い企業活動を行うため、積極的なIR活動に取り組んでいます。

株主総会

招集通知の早期発送に努めるとともに、当社公式サイトにも掲載しております。また、インターネットでの議決権行使を可能とし、議決権電子行使プラットフォームにも参加しております。

株主総会の状況は以下URLよりご覧いただけます。

<https://youtu.be/oXcP6P5pAhs>

決算説明会

機関投資家の方を対象とした、決算説明会を年2回開催しております。



IRイベントへの参加

個人投資家説明会への参加、メディア出演等を通じて、代表執行役社長のメッセージをお届けしております。



格付

当社は企業信用力の評価としてR&I(株式会社格付投資情報センター)から信用格付を取得しております。(2020年5月)

R&I(株式会社格付投資情報センター)

A⁻

会社概要・株式情報 (2021年3月31日時点)

会社概要

会社名	株式会社メニコン
代表者名	代表執行役社長 田中 英成
本社所在地	〒460-0006 愛知県名古屋市中区葵三丁目 21番19号
電話番号	052-935-1515(代)
創業	1951年2月
設立	1957年7月
資本金	54億1,481万円
従業員数	3,860名(連結)、1,512名(単体)
事業内容	コンタクトレンズ・レンズケア事業他
事業所数(単体)	営業所：15、販売店：52、研究所・工場：6、 カスタマーセンター：1、物流センター：5
子会社数	国内：11、海外：21
取引先	全国の病院、眼科医院、コンタクトレンズ販売店、 眼鏡店、薬店卸、海外の販売会社 (世界80数か国への輸出)
取引銀行	三菱UFJ銀行、みずほ銀行、りそな銀行、静岡銀行他
URL	www.menicon.co.jp www.menicon.com
株主名簿管理人	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
上場証券取引所	東京、名古屋
証券コード	7780

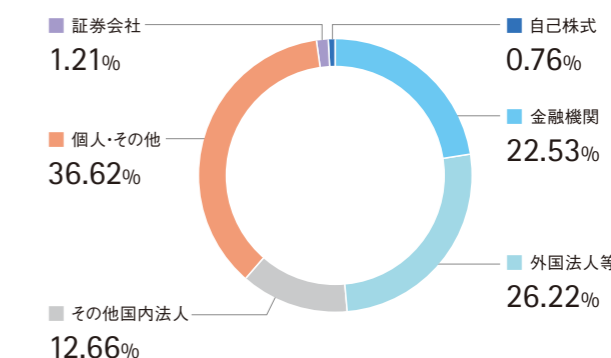
株式の状況

発行可能株式総数	62,184,000株	株主数	4,718名
発行済株式の総数	38,077,444株	議決権総数	377,833股

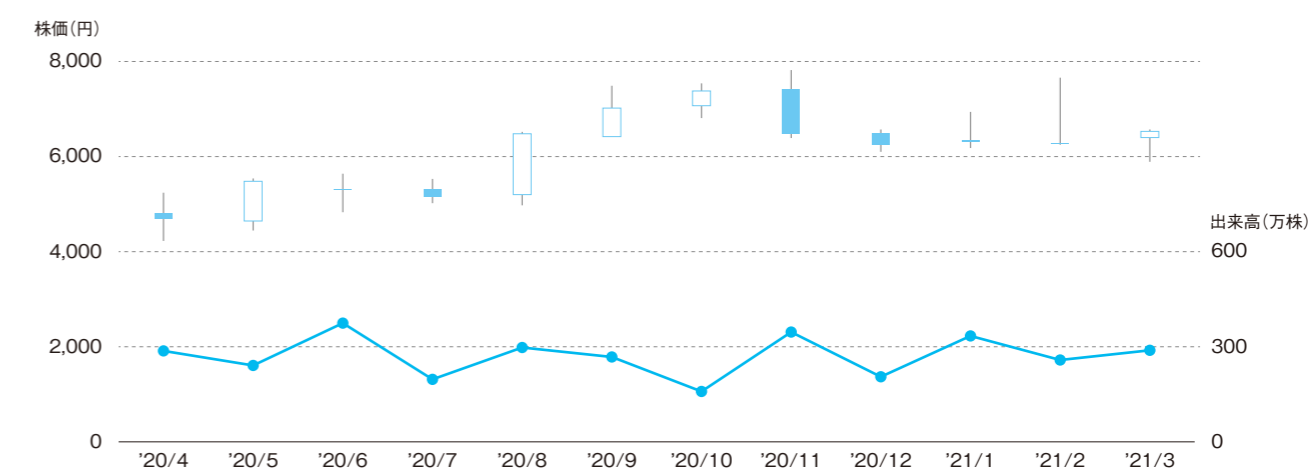
大株主

株主名	持株数(千株)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	2,635
株式会社マミ	2,060
株式会社トヨミ	1,982
塚本香津子	1,374
GOLDMAN SACHS & CO.REG	1,294
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	1,256
BNYM AS AGT/CLTS 10 PERCENT	1,209
メニコン社員持株会	966
SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT	916
田中英成	820

所有者別構成比率



株価推移



株主総利回り(TSR)*

会計年度	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期
株主総利回り(%)	142.2	172.9	260.6	352.6
比較指標:配当込みTOPIX(%)	132.9	126.2	114.2	162.3

*TSR(Total Shareholder Return): キャピタルゲインと配当を合わせた、総合投資利回りを表します。2017年3月期末の終値で投資した場合の、2018年3月期以降の期末時点の値です。

メニコンのコミュニケーションツール

●IRサイトのご案内



当社公式サイトにてIR情報を掲載しております。
また「IRメール配信」も行っています。

<https://www.menicon.co.jp/company/ir/>

●CSRレポート



企業の社会的責任に関するメニコンの考え方やサステナビリティに関する活動内容を掲載しております。