

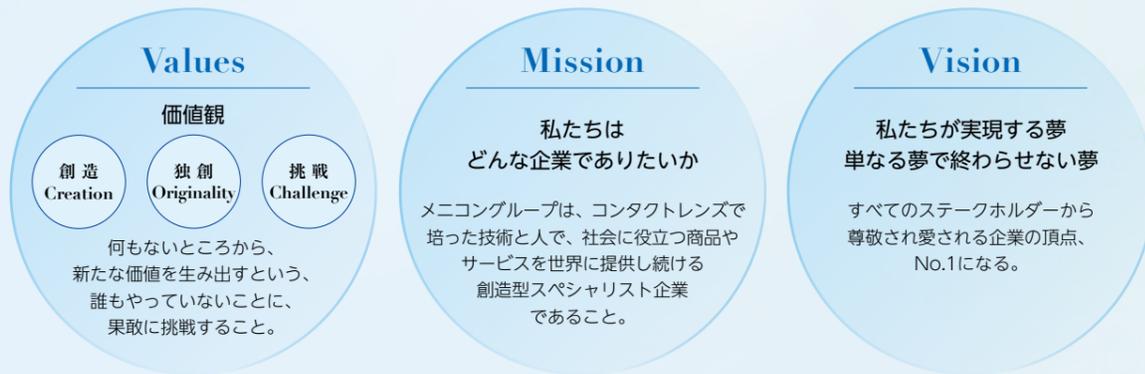
The background features a large, abstract graphic of overlapping, semi-transparent blue circles and arcs, creating a sense of motion and depth. The circles are centered on the right side of the page.

Menicon
INTEGRATED
REPORT
2023

メニコン 統合レポート 2023

より良い視力の提供を通じて、広く社会に貢献する。

経営理念



ステークホルダーに対するMission

- エンドユーザー**：パイオニアカンパニーとして、優れた技術で見る喜びと生きる喜びの提供により顧客満足度を高め、すべての顧客から永く「エンドユーザー」として利用し続けたい企業と思われること。
- 業界関係者**：リーダーカンパニーとして、業界発展への積極的な寄与により外部研究者、得意先や取引先などの協同者満足度を高め、すべての業界関係者から永く「パートナー」として関わり続けたい企業と思われること。
- 社員**：人間尊重カンパニーとして、自己実現できる生きがいのある就労環境の整備により従業員満足度を高め、すべての従業員から「ファミリー」として働き続けたい企業と思われること。
- 株主**：道徳尊重カンパニーとして、遵法精神を貫き、健全な業績により株主満足度を高め、すべての株主から永く「サポーター」として応援し続けたい企業と思われること。
- 社会**：地球市民として、すべての生命や環境、すべての文化や歴史に敬意を払い、すべての市民の満足度を高め、すべての尊い命から永遠に「良き隣人」と思われ続ける企業であること。

Contents

理念体系	01	メニコンのサステナビリティ経営
メニコンの価値創造		コーポレートガバナンス 25
トップメッセージ	03	役員紹介 27
History —独創と挑戦—	07	リスク管理 29
価値創造のプロセス	09	コンプライアンス 30
中期ビジョン	11	サステナビリティマネジメント 31
財務・非財務ハイライト	13	重要課題ハイライト 35
メニコンの成長戦略		コーポレートデータ
CFOメッセージ	15	連結財務データ 39
ビジョンケア事業(国内)	17	会社情報・株式情報 41
ビジョンケア事業(海外)	19	
ヘルスケア・ライフケア事業	21	
研究開発/品質保証/生産物流	23	

Vision2030

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

編集方針

本レポートでは、ステークホルダーの皆様へメニコンをより深くご理解いただくため、メニコンの経営・戦略を俯瞰するとともに、中長期的な価値の創出、持続的成長を実現するプロセス、財務・非財務情報などを報告しています。本レポートに掲載していない最新情報や、より詳しい個々の活動の情報は、ウェブサイトに掲載しています。

対象期間

2022年度(2022年4月1日~2023年3月31日)
一部対象期間外の報告を含んでいます。

対象組織

本レポートでの記述は、以下の基準で区分しています。範囲が異なる場合は個別に記載しています。
 ・当社(単体)：株式会社メニコン
 ・当社グループ(連結)：株式会社メニコン及び国内・海外の子会社
 ・国内グループ：株式会社メニコン及び国内子会社

発行年月

2023年10月(前回発行：2022年10月/次回発行：2024年9月予定)

参考にしたガイドライン

- ・IFRS財団「国際統合報告フレームワーク」
- ・経済産業省「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス2.0」
- ・GRI「GRIサステナビリティ・レポート・スタンダード2016/2018/2020/2021」
- ・TCFD「気候関連財務情報開示タスクフォースによる提言 最終報告書」

情報開示体系

財務情報	非財務情報
統合レポート	
<ul style="list-style-type: none"> ● 有価証券報告書 ● 決算短信 ● 決算説明資料 	<ul style="list-style-type: none"> ● サステナビリティレポート ● コーポレートガバナンス報告書 ● メニコンのSDGsへの取り組み ● ESGデータ
<ul style="list-style-type: none"> ☐ IRサイト https://www.menicon.co.jp/company/ir/ 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ サステナビリティサイト https://www.menicon.co.jp/company/csr/
<ul style="list-style-type: none"> ☐ コーポレートサイト https://www.menicon.co.jp 	

見通しに関する特記事項

本レポートには、メニコンの現在計画、業績予想、戦略に関する情報が含まれていますが、これらは情報開示時点における見通しであり、リスクや不確定な要素を含んでいます。実際の業績とは異なる結果になる可能性があるため、これらの見通しにのみ全面的に依拠することはお控えください。

トップメッセージ



代表執行役会長 CEO

田中英成

代表執行役社長 COO

川浦康嗣

メニコンとして大きな節目を迎え、新たな体制で
グローバル戦略を中心とした企業成長に臨み
お客様の「みる」に貢献します

新体制により更なる企業成長を目指します

— 2023年4月より、代表執行役2名体制へと移行しました。それぞれご就任にあたっての抱負をお聞かせください。

田中 私は、2000年に代表取締役社長に就任し、定額制コンタクトレンズ「メルスプラン」を事業の柱とするビジネス拡大や事業安定化を目指してきた他、世界各国での現地法人設立などをはじめとするグローバル化にも取り組んでまいりました。社長就任から20年以上が経過し、企業として重要な役割である後継者の育成にも本腰を入れる時期が来たと考えて、今回の決断に至りました。中でも、2022年度に海外売上高比率が30%となったことは、当社にとって大きな節目となりました。今後もグローバル戦略を推し進めていくためにも、メニコンシンガポールの社長を歴任するなど、海外経験が豊富である川浦こそ、共に当社グループを率いる適任者であると考えました。

川浦 田中が申した通り、私は入社以降、経営企画、マーケティング、開発、生産、サプライチェーンなど、海外

業務を含むさまざまな業務に取り組んできました。これらの経験を活かし、当社の新社長として事業運営を担っていきたくと考えています。中期経営計画をはじめ、Vision2030で経営目標を掲げていますので、この目標達成に向け、着実に取り組んでまいります。更に、海外での業務経験を活かし、急成長を遂げる海外事業に関して、体制として追いついていない部分の整備・強化にも取り組んでいきたいと思えます。

田中 川浦には“失敗を恐れずに”という気持ちを持ち続けてほしいと思っています。私自身はCEOとして、経営判断全般に関与することで経営者としての責任を果たしてまいります。私がこれまでに経験してきた失敗やさまざまな経験を共有し、川浦と2人の目線から当社グループの成長促進を図っていく所存です。また、私自身は当社の歴史の伝道師としての役割も果たしていきたいと考えています。社内大学の創設や個人ゼミ、新入社員との対話など、これまで以上に若手の人材育成へ注力し、経営理念の共有・浸透などに取り組んでまいります。

これまで築き上げた技術力でお客様の目の健康に貢献します

— メニコングループを取り巻く最近の事業環境についてお聞かせください。

田中 現在、コンタクトレンズ市場では、世界各国で1日使い捨てコンタクトレンズ(以下、1DAYレンズ)が主流となっており、この流れは簡単には変わらないものと考えています。当社では、ビジョンケア事業の強みでもあるスマートタッチの技術を1DAYレンズに取り入れています。スマートタッチは、レンズケースの中でレンズの内側が下を向く設計になっているため、装着時に内側に触れずにレンズを取り出すことができます。この技術は当社独自のもので、お客様からもレンズの表裏を確認する必要がないため簡便で、かつ清潔であると好評をいただいています。今後も、これまで築き上げた技術力によって、お客様が求めるコンタクトレンズを生み出し続けていくことが重要であると認識していますが、目先のニーズだけでなく、より先の未来に何が必要かを意識することも大切であると考えています。

川浦 1DAYレンズが主流になること以外では、2050年には世界人口の半数に当たる約50億人が近視になるとい

う予測[※]があります。近視人口の増加は世界的な社会問題となっており、当社グループの主力事業であるビジョンケア事業がこの社会問題の解決に貢献できると考えています。これが結果として当社にとってビジネス機会となっています。また、近視はさまざまな眼の疾病や眼障害のリスク要因となり得ます。コンタクトレンズによる視力矯正だけではなく、近視の予防といった課題解決にも当社の技術を活用できないかと模索しています。

現在、就寝中に装着することで近視の進行が抑制されるということが報告されている「オルソケラトロジーレンズ(以下、オルソK)」の展開にも注力しています。世界的な近視人口の増加を背景として、中国を中心にオルソKへの期待は高まっていると認識しています。当社のオルソKのひとつである「Menicon Bloom Night」は、欧州をはじめ、複数国で近視進行抑制用として薬事承認を取得しています。承認を可能ならしめた科学的エビデンスは、私たちにとって大きな財産であり、これを活かした処方医への技術面の訴求も可能です。引き続き、近視進行抑制の研究開発を進め、お客様の目の健康に貢献し続けていきます。

※ Holden BA et al. Global Prevalence of Myopia and High Myopia and Temporal Trends from 2000 through 2050. Ophthalmology. 2016; 123(5): 1036-42

トップメッセージ

海外事業の拡大と同時にサプライチェーンの強化が課題

— 2022年度業績の振り返りと Vision2030の進捗状況を教えてください。

川浦 Vision2030を発表して2年目となる2022年度は、過去最高となる売上高1,101億円を達成しました。グローバルにおける1DAYレンズの売上拡大や中国でのオルソKの伸長など、海外売上高の増加が大きく寄与しました。営業利益率は10.9%、ROEは10.7%と、中期経営計画で掲げる業績目標達成に向け、堅調に推移しています。また、経営目標達成に向け、これまで以上にメルスプランの持続的な成長や海外売上高比率の更なる向上が必要であると考えています。メルスプランの拡販としては、商品ラインアップの拡充や販促活動を実施し、海外事業については、引き続き1DAYレンズのシェア拡大や販路の基盤構築・拡大などに取り組んでいきます。

ヘルスケア・ライフケア事業は、食品ビジネスでの輸出事業と輸入事業の販売拡大や、環境・バイオ事業などの伸長により2022年度の売上高は85億円となりました。2025年度の売上高100億円の目標に向け、ヘルスケア・ライフケア事業ではビジョンケア事業との連動性が重要になると考えています。コンタクトレンズやレンズケアの研究開発の過程で見出された技術や素材を活かし、動物医療や循環型畜産農業に貢献できるようなユニークな製品・サービスによって、当社独自の新しい価値を提供し続けてまいります。引き続き、ヘルスケア・ライフケア事業を第二の柱となるよう育てていきます。

● 中期経営計画「Vision2030」における目標と実績

2025年度の 定量目標	連結売上高 1,400 億円	営業利益率 12%	ROE 10%
	(億円)		
	2021年度	2022年度	2025年度(目標)
連結売上高	1,001	1,101	1,400
営業利益率	9.9%	10.9%	12%
ROE	10.4%	10.7%	10%
ビジョンケア事業	936	1,016	1,300
国内	714	731	—
海外	222	285	—
ヘルスケア・ ライフケア事業	65	85	100

— 大きく飛躍し続ける海外市場の業績拡大について、今後の展望をお聞かせください。

川浦 中期経営計画において、2025年度に海外売上高比率を35%にまで拡大する目標を掲げています。2022年度の海外売上高比率は30%と、好調に推移しています。特定の地域の売上高が飛躍的に伸びたわけではなく、現地通貨ベースで見ても全地域で前年度よりも売上が拡大しました。海外市場全体の伸びは業績拡大の要因のひとつではありますが、それ以上に各国で当社グループ製品のシェアを獲得できていることが順調に実績を積み上げている大きな要因です。

現在、海外におけるコンタクトレンズ市場は、経済成長を背景にアジアを中心に大きく拡大しており、日本国内の約4倍の市場規模があると見込んでいます。スマートタッチなどの高付加価値を有する1DAYレンズをはじめ、当社グループ製品には海外市場で更なる成長を遂げるポテンシャルが充分にあると考えています。また、海外市場では、当社グループが販売を担うのではなく、大手量販店などの有力なパートナーによる販売が必須となります。今後は更なる1DAYレンズのシェア拡大に向け、各国のローカルパートナーとの積極的な関係構築や中国における1DAYレンズの本格的な導入を果たし、拡販体制を整えてまいります。

田中 海外市場の販売拡大のためには、生産能力増強が大きな課題と捉えており、各国の拠点で安定した生産体制の構築に尽力しています。また、2022年度は新型コロナウイルス感染症が収束に向かい、コンタクトレンズの需要の戻りが想定以上に強くなったため、1DAYレンズの供給が

● 海外売上高の拡大



※ 2020年度以前は、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。

需要に対して追い付かない状況が発生しました。海外市場拡大の基盤強化としてだけでなく、安定供給の体制を整えることは当社グループにとって急務となっています。

現在、日本の各務原工場やシンガポール工場で1DAYレンズの生産ライン増強を図っている他、2025年に新たにマレーシア工場の稼働開始を予定しており、大規模な投資プロジェクトを同時進行で行っています。今後は、中国のオルソK製造工場、日本のレンズケア製造工場のそれぞれにおいても能力整備に取り組んでまいります。

川浦 今後も海外事業を推し進めていくに当たり、サプライチェーンの強化も重要です。当社では従来、「調達購

買方針」と「CSR調達基準」の2つを定めていましたが、2023年3月に「メニコンサステナビリティ方針」の内容に即した「サステナビリティ調達方針」へと一本化するかたちで改定しました。今後は、当社グループ各社及び取引先への周知を徹底するとともに、方針の内容を具体化した「サステナビリティ調達ガイドライン」を策定し、ガイドラインに基づくサステナビリティ調達を推進してまいります。

また、2022年度には人権方針を策定し、ウェブサイトでご公表しました。まずは国内で働く従業員に対し、人権デューデリジェンスを実施し、準備が整い次第、サプライヤーの皆様に対してもご協力をお願いしていく方針です。

持続可能な社会の実現に向け、環境や社会課題の解決と企業成長の両立を目指します

— 2022年度に新たに重要課題を設定しました。重要課題を通じ、メニコンの社会的役割についてどう捉えていますでしょうか。

田中 重要課題については、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」の通り、いずれもコンタクトレンズを通じた社会貢献であると考えています。一方、プラスチック産業として環境配慮への側面は以前から意識し、何かできないかと模索し続けてきました。例えば、シンガポール工場で生産している1DAY

レンズ「Magic」は、当社従来品と比較し、レンズ容器のプラスチック使用量を約80%削減している他、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。

昨今、持続可能な社会の実現に向けた取り組みについて、ステークホルダーの皆様からの関心が増している中、当社グループとして社会動向をしっかりと見極め、その変化に柔軟に対応していくことが求められています。環境や社会課題の解決に真摯に取り組む、企業成長との両立を目指してまいります。

「創造」「独創」「挑戦」を具体化し、創業から続く“エンドユーザーファースト”を追及します

— 最後に、ステークホルダーの皆様へメッセージをお願いします。

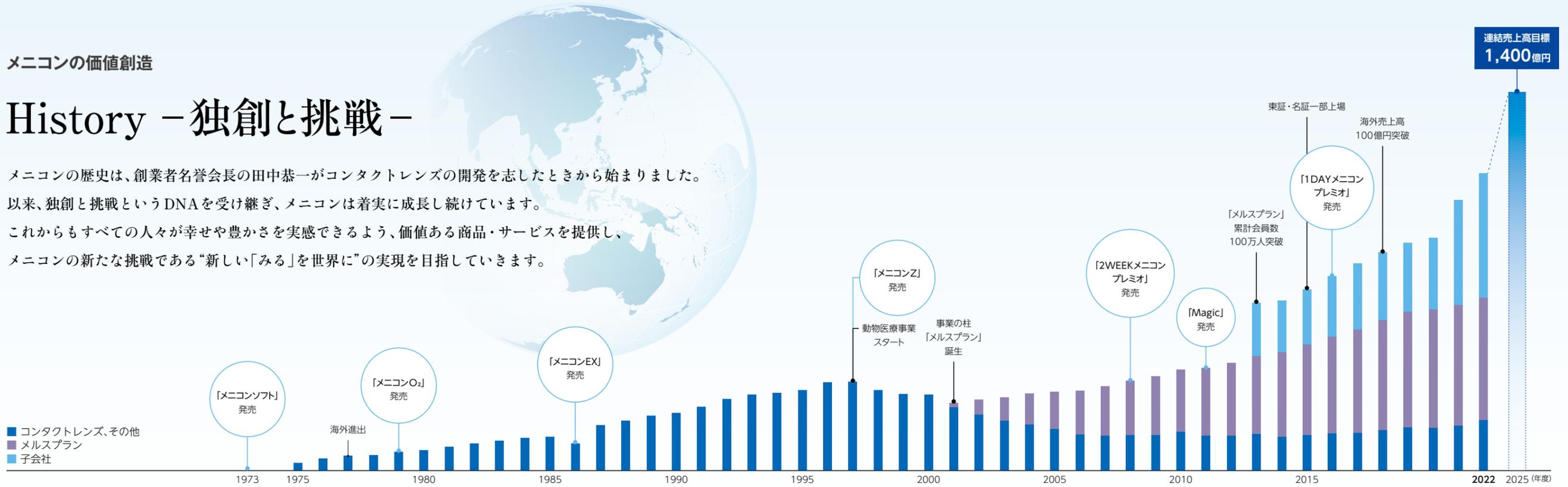
川浦 型にはまるのではなく、メニコンらしさを重視し、今まで以上に従業員と一体となった事業活動に注力していきたいと考えています。特に、新たなことにチャレンジできる企業風土の醸成は必要不可欠です。経営理念である「創造」「独創」「挑戦」を具体化する働き方改革に取り組む「スマートクリエーションプロジェクト」を立ち上げ、従業員発のイノベーションが生まれやすい環境の整備を進めてきました。異なる部署の従業員同士が意見交換を行うことができ、思いがけない化学反応が起きるような仕掛けづくりを施しています。また、若手従業員が着想を得やすいよう、会長の田中と議論する機会も年に数回設けています。

新たなイノベーションの模索と同時に、これまで以上に組織一丸となって「より良い視力の提供」に取り組み、お客様の「みる」に貢献してまいります。

田中 当社は、創業当時からお客様を第一に考える「エンドユーザーファースト」を追求した事業活動に取り組んできました。当社グループの主力事業である「メルスプラン」もエンドユーザーファーストを体現したシステムです。中期経営計画のスローガンにもなっている「新しい「みる」を世界に」の「みる」は、目で見ただけでなく、五感を通じて楽しみや喜びを感じて共感し合うことを意味します。すべてのエンドユーザーが「みる」を通じ、幸せや豊かさを実感できるよう取り組むと同時に、これまで培ってきた技術力を活かした製品の提供に努めてまいります。

History - 独創と挑戦 -

メニコンの歴史は、創業者名誉会長の田中恭一がコンタクトレンズの開発を志したときから始まりました。以来、独創と挑戦というDNAを受け継ぎ、メニコンは着実に成長し続けています。これからもすべての人々が幸せや豊かさを実感できるよう、価値ある商品・サービスを提供し、メニコンの新たな挑戦である「新しい「みる」を世界に」の実現を目指していきます。



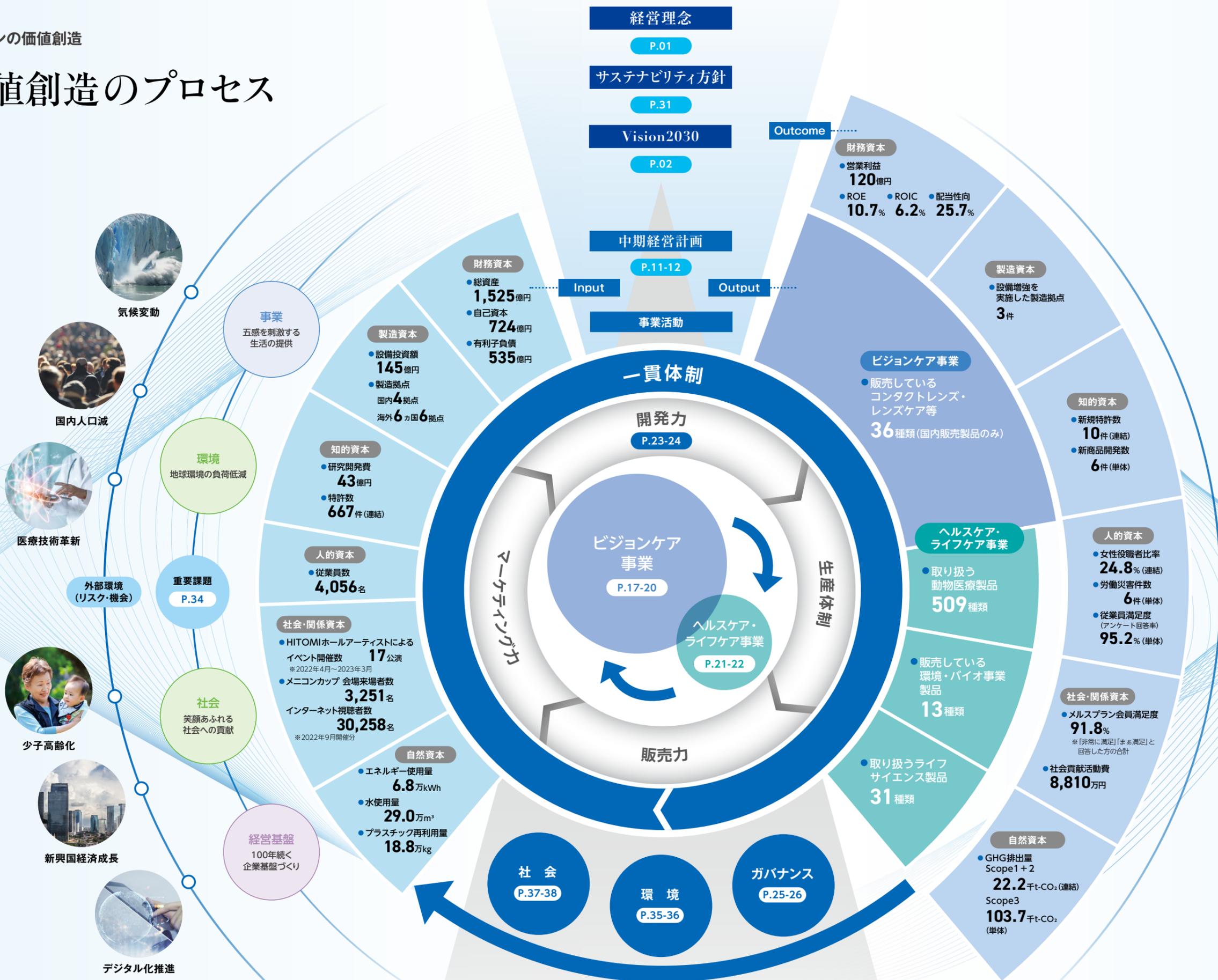
1950- 独創と挑戦の源流 | 1970- コンタクトレンズメーカーとして進化 | 2000- グローバルでのメニコン・ブランド確立 | 2020- 新しい「みる」を世界に

<p>1951 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</p>  <p>1952 日本コンタクトレンズ研究所創設</p> <p>1957 メニコンの前身である日本コンタクトレンズ(株)を設立</p> <p>1967 ブランド名「メニコン」商標登録</p> 	<p>1977 海外 フランスに現地法人を設立 [Menicon SAS]</p> <p>1982 株式会社メニコン設立</p> <p>1984 主力工場として岐阜県に関工場新設</p>  <p>1988 海外 ドイツに現地法人設立 [Menicon GmbH]</p> <p>1992 海外 フランスにレンズケア工場設立 [Menicon Pharma SAS]</p> <p>1995 愛知県に総合研究所新設</p>	<p>2001 海外 スペインに現地法人設立 [Menicon Ibelia S.L.]</p> <p>2002 海外 米国に現地法人設立 [Menicon America, Inc.]</p> <p>2002 岐阜県に技術開発施設テクノステーション新設</p> <p>2003 愛知県に動物用医療ビジネスの子会社設立 [(株)メニワン]</p> <p>2005 海外 シンガポールに販売現地法人設立 [Menicon Singapore Sales Pte. Ltd.]</p> 	<p>2006 海外 オランダのコンタクトレンズメーカーの株式取得 [Menicon B.V.]</p>  <p>2009 海外 英国のコンタクトレンズメーカーの株式取得 [Menicon Limited]</p> <p>2010 愛知県のコンタクトレンズ・レンズケアメーカーの株式取得 [(株)メニコネク]</p> <p>2012 東京都のコンタクトレンズ販売チェーンの株式取得 [(株)ダブリュ・アイ・システム]</p> <p>2014 海外 韓国に現地法人設立 [Menicon Korea Co., Ltd.]</p>	<p>2015 東京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>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新設</p> <p>東京都のコンタクトレンズ販売チェーンの株式取得 [富士コンタクト(株)]</p> <p>2016 愛知県のコンタクトレンズメーカーの株式取得 [(株)アルファコーポレーション]</p> <p>福岡県のコンタクトレンズ販売チェーンの株式取得 [(株)エーアイビー]</p> <p>2019 海外 イタリアのコンタクトレンズメーカーの株式取得 [SOLEKO S.p.A.]</p>	<p>2020 海外 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 [温州欣視界科技有限公司]</p> <p>大阪府のコンタクトレンズ販売チェーンの株式取得 [(株)ハマノコンタクト]</p> <p>2021 海外 主に中国への販売チャンネルを持つ輸出入事業会社の株式取得 [板橋貿易(株)]</p> <p>2022 海外 1日使い捨てコンタクトレンズの製造工場、メニコンマレーシア着工開始 [Menicon Malaysia Sdn. Bhd.]</p> 
---	---	---	---	---	---

<p>1953 商品化第一号 [M.T.コンタクトレンズ]発売</p>  <p>1973 日本初のソフトコンタクトレンズ「メニコンソフト」発売</p> <p>1979 日本初の酸素を通すハードコンタクトレンズ「メニコンO₂」発売</p> <p>1986 世界初の7日間連続装用可能なハードコンタクトレンズ「メニコンEX」発売</p> <p>1997 ハードコンタクトレンズ「メニコンZ」発売</p> <p>犬用眼内レンズ「メニわんレンズ」発売</p>	<p>2001 定額制会員システム「メルスプラン」開始</p>  <p>2005 メニコン初の1日使い捨てソフトコンタクトレンズ「メニコン1DAY」発売</p> <p>2008 シリコンハイドロゲル素材の2週間交換コンタクトレンズ「2WEEKメニコン プレミオ」発売</p> <p>2011 薄さ約1mmのレンズ容器の1日使い捨てコンタクトレンズ「Magic」発売</p>	<p>2013 メルスプラン累計会員数が100万人を突破</p> <p>2014 2週間交換カラーコンタクトレンズ「2WEEKメニコン Rei」発売</p> <p>2016 シリコンハイドロゲル素材の1日使い捨てコンタクトレンズ「1DAYメニコン プレミオ」発売</p> 	<p>2018 3ヵ月交換ハードコンタクトレンズ「フォーシーズン」発売</p>  <p>2019 オルソケラトロジーレンズ「メニコンオルソK」発売</p>	<p>2020 1日使い捨てカラーコンタクトレンズ「1DAY FRUTTIE」発売</p>  <p>2021 1日使い捨てカラーコンタクトレンズ「1DAYメニコン Rei」発売</p> <p>2022 1日使い捨て遠近両用コンタクトレンズ「1DAYメニコンプレミオマルチフォーカル」発売</p> <p>3ヵ月使い捨てハードコンタクトレンズ「クロスシー」, 「クロスシー パイフォーカル」発売</p> <p>2023 2週間交換遠近両用カラーコンタクトレンズ「2WEEKメニコン Rei マルチフォーカル」発売</p>
--	---	--	--	---

メニコンの価値創造

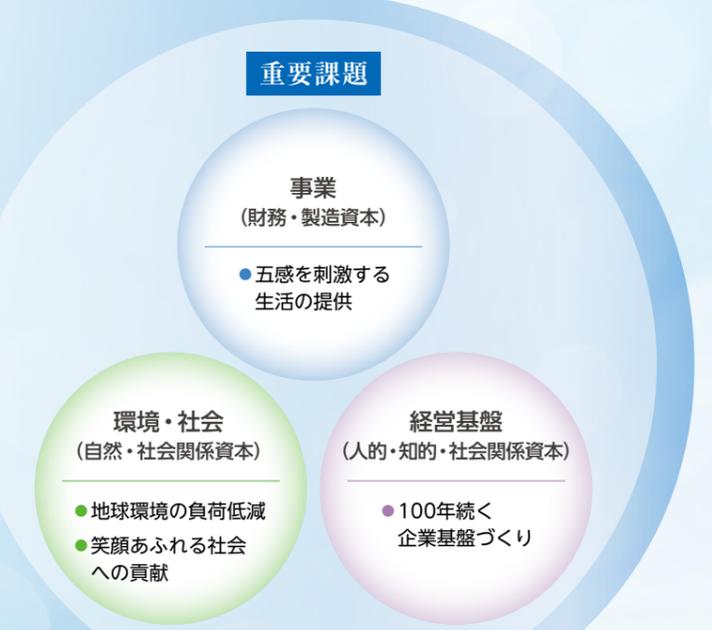
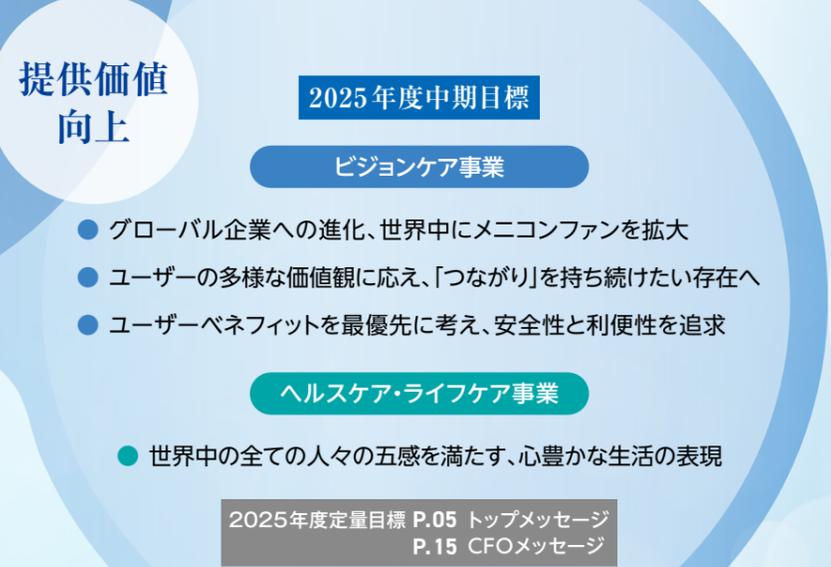
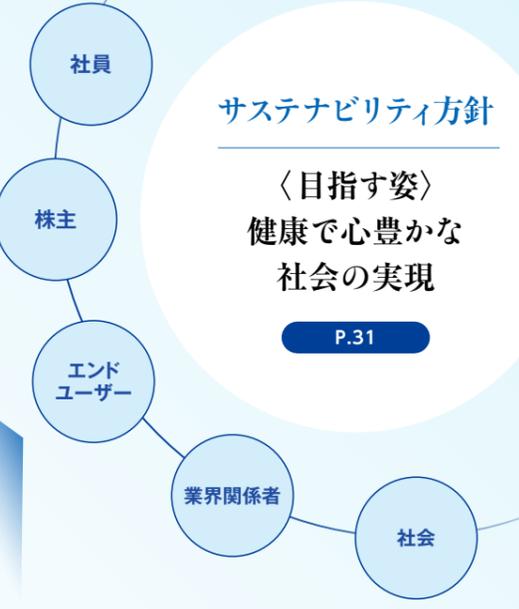
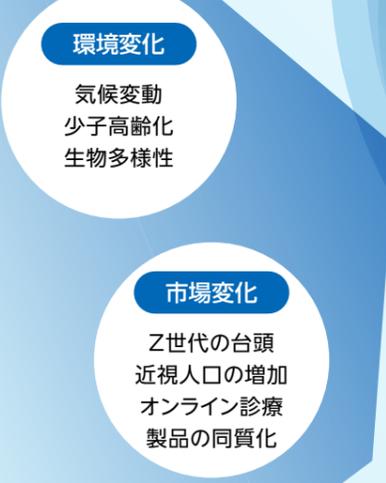
価値創造のプロセス



メニコンの価値創造

中長期ビジョン

創業70周年を迎えた2021年、当社グループは中期経営計画「Vision2030」を策定しました。Vision2030では“新しい「みる」を世界に”というスローガンのもと、視覚に関する製品・サービスを提供するビジョンケア事業の更なる成長と、視覚・聴覚・嗅覚・味覚・触覚の五感を満足させるヘルスケア・ライフケア事業の拡大で、当社グループの経済価値とお客様への提供価値を同時に向上させながら企業価値を高めます。それぞれの事業価値を創出し続け、SDGsへの貢献にも寄与し、「健康で心豊かな社会の実現」を目指します。



財務・非財務ハイライト

財務ハイライト (連結の数値)



国内ではメルスプランの1日使い捨てコンタクトレンズの会員数が増加したこと、海外では主にアジアを中心としたオルソケラトロジーレンズ及びレンズケアが引き続き堅調に伸びたことから、2022年度の売上高は前年度比10.0%の増収でした。



売上高増加及び原価率低減による売上総利益の増加に加え、販売費及び一般管理費の効率的な使用による売上高販管費率が低減したことから、2022年度の営業利益は前年度比21.1%の増益、営業利益率は10.9%と前年度比1.0ポイント上昇しました。



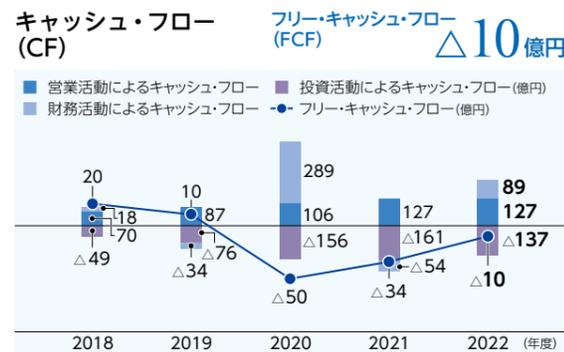
売上高及び営業利益の増加に伴い、2022年度の親会社株主に帰属する当期純利益も前年度比13.8%の増益でした。自己資本の前年度比伸長率と比較し、親会社株主に帰属する当期純利益の前年度比伸長率の方が高かったことから、ROEは10.7%と前年度比0.3ポイント上昇しました。



親会社株主に帰属する当期純利益の計上により利益剰余金が増加したことから、2022年度末の自己資本額は前年度末と比較し73億円増加しました。自己資本額の増加額と比較し、普通社債の発行による負債の増加額の方が多かったことから、自己資本比率は47.5%と前年度比2.2ポイント低下しました。



普通社債を発行したことから、2022年度末の有利子負債は前年度と比較し、111億円増加しました。自己資本額が増加した一方、有利子負債の増加や設備投資に伴う固定資産取得に現金及び預金を充当したことにより、ネットD/Eレシオは前年度末と比較し0.17と0.03ポイント上昇しました。

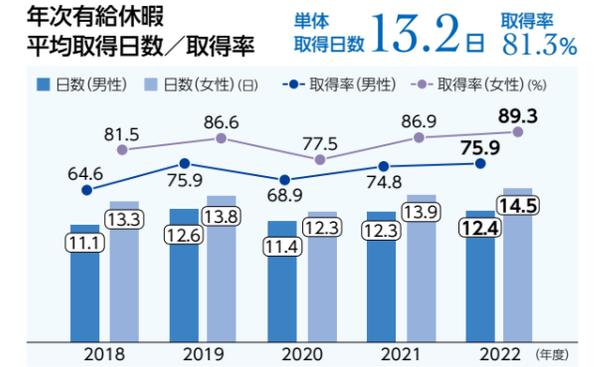


2022年度について、営業CFは127億円の収入であった一方、設備投資に伴う有形固定資産取得により、投資CFは137億円の支出となり、FCFは10億円のマイナスになりました。普通社債の発行により、財務CFは89億円の収入となりました。

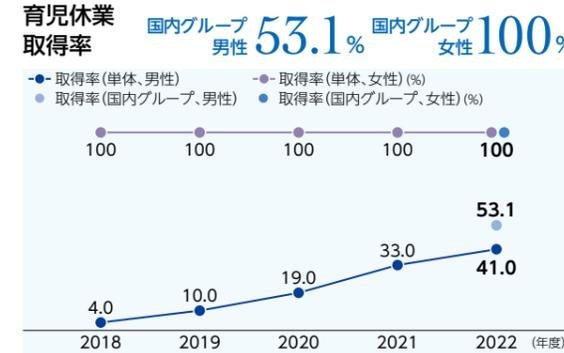
非財務ハイライト



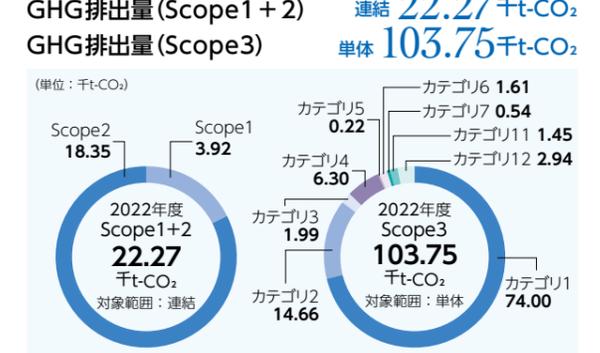
当社グループ全体での事業規模の拡大に伴い、連結・単体どちらの従業員数も増加しました。[Vision2030]達成には多様な人材の活躍が必要であるとの考えのもと、引き続き性別・年齢・国籍を問わず多様性の確保に努めます。



年10日以上有給休暇が付与される従業員の年5日の取得を2022年度においても継続して徹底しました。引き続き、取得率及び平均取得日数は上昇傾向となっています(2020年度はコロナ禍によって外出機会が減少したことにより前年比減となりました)。



2022年度より改正された育児・介護休業法より育児休業(育休)を取得しやすい環境となったことに加え、当社で育休取得者に対する育休期間中の一部期間を会社が支援する育児サポート期間を導入していることから、男性従業員の取得率は上昇傾向となっています。



2020年度より当社グループの温室効果ガス(GHG)排出量の算出を開始し、2021年度からはScope1+2に加え、Scope3(対象範囲: 単体)も算出対象としています。今後はScope3の対象範囲を連結に拡大し、2023年度から削減目標の設定と方針の策定をするための準備を開始しています。

TCFD提言に基づく情報開示: P.36 >



中核人材の登用に当たっては、透明性が高く公平な方法で、性別や国籍、職歴を問わず、能力や意欲などにおいて適性のある人材を選定しています。今後も性別、国籍、職歴を問わず中核人材の登用を実施することにより、引き続き現状以上の多様性の確保に努めます。



2022年度にて発生した労働災害は6件の不休災害のみで、重大な労働災害は発生していません。今後も事業所ごとに安全衛生管理体制を運営し、事業所単位での安全衛生委員会を開催しながら、労働安全衛生に関する課題の共有・協議を行い、継続的な改善につなげていきます。

CFOメッセージ

当社グループは中期経営計画「Vision2030」を達成するため、ビジョンケア事業において海外売上高の拡大・1DAYレンズの販売拡大・メルスプランの更なる拡大を目標に掲げております。特に、ビジョンケア事業の成長を図るべく、マレーシア工場をはじめとする積極的な設備投資に注力しています。また、ヘルスケア・ライフケア事業では新たな事業展開を行っております。財務安全性を維持しつつ適切に資金調達を行っていくことで、「Vision2030」の達成及びその先も見据えた企業価値向上を目指してまいります。

執行役 経営統括本部長 CFO
渡邊 基成



2022年度振り返り

2022年度については、前年度と比較して海外及び国内における経済状況が回復したことに加え、中国向けの販売が堅調に推移したことにより、当社グループは事業を拡大することができました。

ビジョンケア事業は、国内ではメルスプランにおける1DAYレンズの会員構成比率上昇や、物販における1DAYレンズ以外のコンタクトレンズ及びレンズケアの販売の拡大により、売上高が伸びました。また、海外では、中国を中心としたアジア地域におけるオルソケラトロジーレンズ及びレンズケア、欧米地域における1DAYレンズの取引拡大などにより、堅調に推移しました。ヘルスケア・ライフケア事業は、主に食品事業並びに環境・バイオ事業における海外市場での売上高が順調に推移しました。

この結果、売上高は1,101億円(前年度比+10.0%)と増収となりました。営業利益は、売上高の増加と販管費及び一般管理費の効率的な使用により120億円(前年度比+16.9%)と増益となりました。営業利益率は10.9%と前年度と比べて1.0ポイント上昇、ROEは10.7%と前年度と比べて0.3ポイント上昇となりました。中期経営計画「Vision2030」のマイルストーンとして掲げている2025年度の定量目標達成に向け、引き続き事業拡大が見込まれる1DAYレンズを中心としたディスプレイコンタクトレンズ並びにオルソケラトロジーレンズ関連製品の販売拡大に注力して、事業拡大を図っていきます。

また、ビジョンケア事業の更なる成長のため、当社グ

ループは設備投資を積極的に実施しています。2022年度においては、新たな1DAYレンズの製造拠点となるマレーシア工場への投資のための資金調達を実施し、普通社債150億円を発行しました。この結果、財務の安全性を測る指標について、自己資本比率は47.5%と前年度より2.2ポイント低下、ネットD/Eレシオは0.17と前年度より0.03ポイント上昇となりました。今後も、資本と負債のバランスを考慮しながら、事業拡大のための投資及び資金調達が適正に行っていきます。

2025年度定量目標		2022年度実績	
売上高	1,400億円	売上高	1,101億円 前年度比 +10.0%
営業利益率	12%	営業利益率	10.9% 前年度比 +1.0ポイント
ROE	10%	ROE	10.7% 前年度比 +0.3ポイント

2022年度財務安全性指標	
自己資本比率	47.5% 前年度比 Δ2.2ポイント
ネットD/Eレシオ	0.17倍 前年度比 +0.03ポイント

次年度の見通し・投資戦略

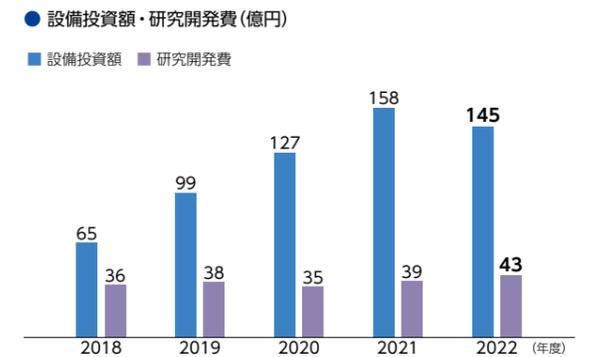
2023年度については、インフレなどによる世界経済の状況の変化やそれらに起因した原材料価格やエネルギー価格の高騰、更には為替変動などが消費者行動や企業活動に影響を与え、引き続き不透明な状況が続くことが想定されます。このような状況の中、ビジョンケア事業について、需要が堅調に推移しているアジアでのオルソケラトロジーレンズ及びレンズケア事業について、中国で新たなオルソケラトロジーレンズをラインアップし、商品認知度を高める活動や販売チャネルの新規開拓などを行い、売上拡大を目指します。そして、拡大する需要に応えるため、オルソケラトロジーレンズの中国工場の稼働準備や、日本国内の工場でのレンズケアの生産設備への投資を行うことで生産能力の増強を実施します。

また、グローバルで1DAYレンズの需要拡大が予想されており、欧州や北米ではディスプレイコンタクトレンズの販売拡大のため、量販店へのOEM供給推進などを行い、売上高の拡大を目指します。そして、拡大する需要に応えるため、マレーシア工場の稼働準備や、日本国内及びシンガポール工場における生産設備の投資を行うことで生産能力の増強を実施します。

上記を踏まえ、2023年度の見通しについて、売上高は

1,160億円(前年度比+5.3%)の増収、営業利益は123億円(前年度比+2.0%)の増益を見込んでいます。新製品の開発強化や新工場稼働に向けた準備など、将来成長のために販売費及び一般管理費の増加を予定しているため、営業利益率は10.6%と前年度と比べて0.3ポイント低下を見込んでいます。

2023年度連結業績予想		
売上高	営業利益	営業利益率
1,160億円	123億円	10.6%



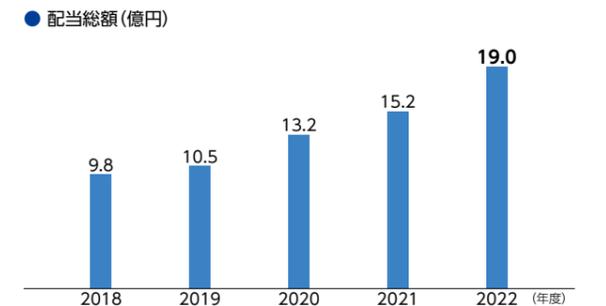
株主還元方針

当社グループは、株主各位に対する継続した利益還元を経営の重要な目的のひとつとしています。剰余金の配当に関しては、当期実績及び将来の事業展開や財務体質の強化に必要な内部留保の充実を総合的に勘案し、適切に実施し

	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
1株当たり配当額*	14円	14円	17.5円 普通配当15.0円 記念配当2.5円	20円	25円
配当性向	27.6%	24.9%	22.2%	23.3%	25.7%

* 2018年度の期初に株式分割されたと仮定して計算

ていく方針です。これらの方針のもと、2022年度の実績に基づく配当につきましては、1株につき25円といたしました。これは、前年度実績の20円と比較し5円の増配となります。



ビジョンケア事業(国内)



国内でのコンタクトレンズの需要はコロナ禍前を上回る水準となっております。今後も更に需要が拡大していくと予測しており、ユーザーに支持される新商品や新サービス導入により需要に応えていきたいと考えています。また、オンライン販売や定期的な配送サービスなどの便利な販売手段が普及しており、これらにも適切に対応していかなければなりません。メルスプラン会員数拡大はもとより、今後も当社グループ製品の愛用者を増加させることによって企業価値の最大化を目指します。

執行役 国内営業統括本部長
篠田 浩樹

事業環境における機会やリスク

リスク

- 人口減少による将来の市場縮小
- 眼科受診を介さない販売の需要拡大

機会

- カラーコンタクトレンズや遠近両用コンタクトレンズの需要増加によるコンタクトレンズ装用人口の増加
- WEB通販を活用した販売機会の拡大

2022年度の振り返り

メルスプラン会員数は前年度末と同程度の134万人でしたが、単価が高い1DAYレンズの会員構成比率が高くなったことにより売上高は伸長しました。物販・その他は、一部自社1DAYレンズの供給が需要に対して十分でなかったことによる影響があったものの、同製品以外の1DAYレンズや他の種別のコンタクトレンズ推奨により伸長しました。結果、ビジョンケア事業の国内売上高は731億円(前年度比+2.4%)となりました。

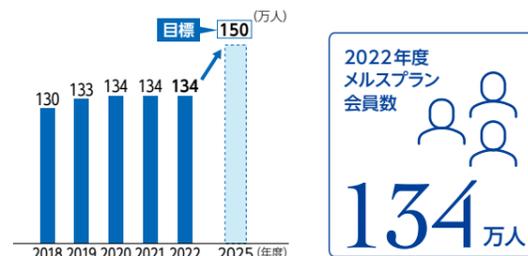


中期経営計画の進捗

取り組み事項 ① メルスプラン拡大

一部自社1DAYレンズの供給が需要に対して十分でなかったため、メルスプランの新規会員獲得に影響し、メルスプラン会員数は134万人と前年度末より横ばいとなりました。

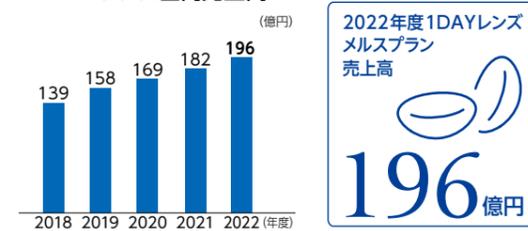
・メルスプラン会員数の推移



取り組み事項 ② 1DAYレンズ販売拡大

メルスプランでの1DAYレンズ会員構成比率上昇や物販・その他での同製品以外の1DAYレンズ推奨により、国内全体では1DAYレンズの販売が伸長しました。

・メルスプランに占める1DAYレンズ国内売上高



Vision2030に基づくこれからの戦略

世代別の商品&プロモーション施策

幅広い世代に継続して当社グループ製品をご利用いただくため、世代別の活動を実施しています。30代以降に対しては遠近両用コンタクトレンズの訴求に力を入れています。また、遠近両用コンタクトレンズのプロモーション活動「Lactive(ラクティブ)」についても、ブランドイメージ強化のために引き続き活動を推進しています。10・20代への商品施策としては、1DAYのカラーコンタクトレンズをラインアップ強化しています。今後も、世代に応じた商品ラインアップの拡充やプロモーション施策を実施することで、コンタクトレンズユーザーのライフタイムバリューの最大化を目指します。

当社グループ販売店への来店促進施策

当社グループ販売店「Miru」の認知度を高め、新規顧客の来店を促進するため、さまざまな施策を実施しています。2022年6月より販売店スタッフの制服をリニューアルし、お客様がワクワクする空間を演出することで、お客

様だけでなくスタッフも販売店に行くことが楽しくなるような店づくりを目指しました。また、浜辺美波さんを起用した新CM「Miru『ハッピー音符』篇」を新たに作成し、TV CMを展開することで販売店への集客を図りました。

加えて、「Miru」ではお客様一人ひとりのライフスタイルやニーズに寄り添うことにも取り組んでいます。新型コロナウイルス感染症拡大をきっかけに生活様式が大きく変化しており、お客様が接客対応に求めるニーズも多様化しています。このような流れを受け、「Miru」ではこれまでの対面での接客に加え、お客様の新しい選択肢として「Miruオンライン相談サービス」を導入しています。オリジナルのアバターを利用したオンライン相談サービスとなり、場所を問わず気軽にコンタクトレンズの相談をすることができます。

今後も、「Miru」ブランドのイメージ強化や多様化するお客様のニーズに応えられる新サービスの提供により、新規顧客の獲得につなげていきます。

TOPIC

遠近両用コンタクトレンズ及びカラーコンタクトレンズのラインアップ拡充

世代別のニーズに対応する商品施策に基づき、2022年度は多くの商品を新たに発売しました。遠近両用コンタクトレンズについては、「クロスシー バイフォーカル」と「2WEEKメニコン Rei マルチフォーカル」を新たに発売しました。これらは「Lactive」のラインアップに追加され、主に30代以降をターゲットとし、プロモーションを更に強化しました。

カラーコンタクトレンズについては、「1DAY FRUTTIE」のデザインラインアップに新色2色を加え、5色展開としました。カラーコンタクトレンズ使用者のうち、高校・大学時に初めて使用したという方が使用者全体の59%を占めるとされており、ラインアップ強化は10・20代をメインターゲットとしています。

幅広い世代に継続して当社グループ製品をご利用いただけるよう、今後もラインアップ強化に取り組めます。



ビジョンケア事業(海外)



新型コロナウイルス感染症はコンタクトレンズ業界にも多大な影響を及ぼしましたが、2023年現在、コロナ禍以前を上回る市場規模となり順調に回復しております。当社は成長著しい1DAYレンズ市場においてはスマートタッチテクノロジー、そして台頭しつつある近視進行抑制効果が報告されているオルソケラトロジーレンズにおいて複数の特長あるラインアップを保有するなど、確かな技術に裏打ちされたユニークな製品群を誇ります。今後も拡大する需要に応えるべくグローバル展開に尽力いたします。

執行役 海外統括本部長
古賀 秀樹

事業環境における機会やリスク

リスク

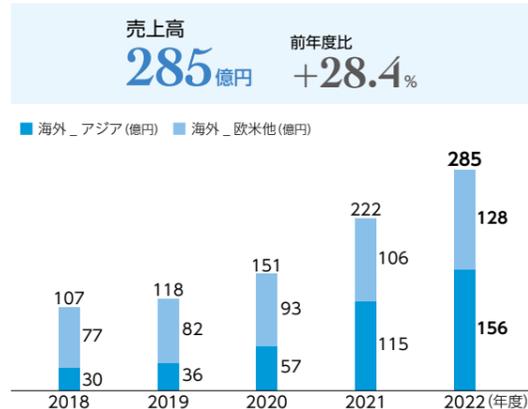
- 外資系競合企業との競争激化
- 旺盛な需要に見合う供給量及びサプライチェーン懸念

機会

- 世界的な近視人口増加と需要拡大
- 新興国の経済成長に伴うコンタクトレンズの普及拡大

2022年度の振り返り

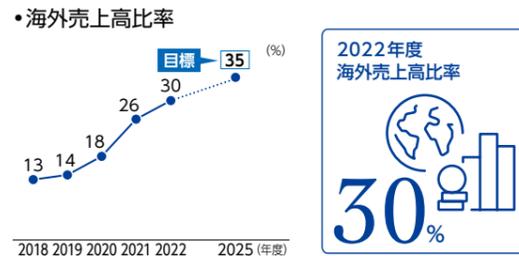
一部地域によってはコロナ禍やウクライナ紛争によるサプライチェーンの混乱があったものの、迅速に物流及び調達で生じた問題に対応し、成長戦略を推進できました。アジア、特に中国市場を中心としたオルソケラトロジー及びレンズケアの堅調な推移、欧米市場での1DAYレンズの取引拡大などの結果、ビジョンケア事業の海外売上高は285億円(前年度比+28.4%)となりました。



中期経営計画に基づく重点施策

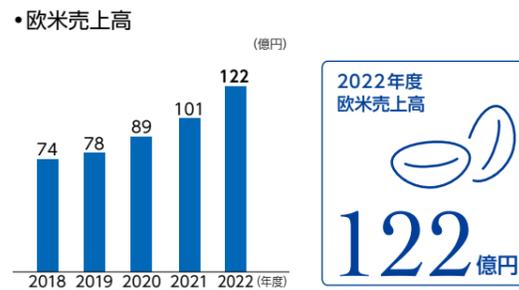
取り組み事項 ① 海外売上高拡大

全ての主要市場で成長できました。特にアジアにおいては、売上高は156億円(前年度比+35.4%)と大きく伸長し、ヘルスケア・ライフケア事業を含む海外売上高比率は26%から30%に到達しました。



取り組み事項 ② 1DAYレンズの販売拡大

主に欧米において市場回復に伴う取引量拡大や新たな取引先開拓などの取り組みにより1DAYレンズの販売量及びチャンネルが拡大した結果、欧米での売上高は122億円(前年度比+20.4%)となりました。



Vision2030に基づくこれからの戦略

近視人口増加に対する取り組み推進

近視は目の健康において重大な脅威をもたらす、慢性的かつ進行的な疾患です。特に学童期の子どもは近視が進行しやすく、2050年までには世界の人口の約半数が近視になると報告^{*1}されています。近視は強度近視に進行すると網膜や視神経の障害に発展しやすく視覚障害や失明のリスクが高まるといわれています。

近年、デジタル機器の普及などの環境的要因もあり、全世界的に近視人口が増加し社会問題となっています。特に中国においては、児童・青少年の近視は半数を超え、2010年代以降、国策として青少年の近視率を引き下げる取り組みがなされています。近視進行抑制効果が報告されているオルソケラトロジーレンズがこれら学童期の子どもに多く処方され、市場規模は2020年から2030年にかけて約3倍に成長するとの予測^{*2}もあります。

そうした中で、当社グループは長年の研究開発と確かな技術力をベースにした複数のオルソケラトロジーレンズ及びレンズケアを市場に提供していきます。すでに高品質かつブランド力のある当社グループ製品は中国現地の眼科医から高い評価を得てきました。今後も産学連携をはじめと

した現地ネットワークの強化、サプライチェーンの整備、新製品の投入を通じて中国での近視人口増加に対する取り組みを加速していきます。

またその他の地域においては、近視進行抑制システム「Menicon Bloom™(メニコンブルーム)」を2019年オランダにて先行導入し、欧州やアジア地域へも展開を始めました。今後も世界的な近視人口の増加に伴う問題に率先して取り組むことで、社会問題解決と市場拡大に貢献します。

^{*1} Holden BA et al. Global Prevalence of Myopia and High Myopia and Temporal Trends from 2000 through 2050. Ophthalmology, 2016 123(5): 1036-42

^{*2} Frost&Sullivan社カスタムリサーチ(2020年)

1DAYレンズの販売拡大

グローバルでのコンタクトレンズ市場はコロナ禍を経て再び拡大基調となり、特に1DAYレンズの需要が伸びています。旺盛な需要に応えるべく、サプライチェーン及び販売チャンネルの整備を強化していく必要があります。多様化する販売チャンネルへの対応、量販チャンネルとの関係強化、OEM供給など、現地パートナーと柔軟に対応することで販売ネットワークの拡充を図ります。

TOPIC

中国で続々新製品発売、欧米ではSDGsコミュニケーション

中国で販売してきたオルソケラトロジーレンズは「アルファオルソK」のみでしたが、欧州で高いシェア誇る「Menicon Z Night」を2023年5月、中国でも発売します。また、4月には円錐角膜用レンズ「Rose K」も発売しラインアップ強化を着々と進めています。更に、2023年の「アルファオルソK」中国工場稼働によるサプライチェーン整備を通じて事業基盤を強固にします。

一方、欧米ではSDGsの観点から、より環境に配慮した製品が選択される傾向にあり、「Miru 1day Menicon Flat Pack」をはじめとした当社製品群の環境に配慮したコンセプト・ユニークさは注目を集めています。今後もSDGsコミュニケーションの寄与に取り組めます。



ヘルスケア・ライフケア事業

(事業領域：環境・バイオ、ライフサポート、動物医療、動物共生、食品)



「環境・バイオ」では環境負荷低減に貢献する独自の製品・サービスの販売の拡大、「ライフサポート」では不妊治療の保険適用を追い風とした不妊治療関連製品の販売先の拡大やサプリメントの販売拡大、「動物医療」では多くの飼い主に手軽にサプリメントなどを購入いただけるように販売チャネルの多角化、「食品」では食文化の多様化を背景に、海外での日本食の普及に取り組んでいます。事業の拡大と利益体質改善を進め、2025年度にヘルスケア・ライフケア事業で売上高100億円の達成を目指します。

執行役 みる未来事業統括本部長
伊藤 渉

事業環境における機会やリスク

リスク

- 自然災害の発生による仕入価格の上昇や原油高による輸送コストの高騰
- 感染症などの拡大による活動の自粛や制限に伴う販売機会の損失
- 販売地域における経済活動の縮小に伴う需要減少

機会

- 環境意識の高まりによる、農業や環境保全に資する資材への需要増加
- 不妊治療に対して保険適用が開始され、幅広い層への不妊治療が拡大
- ペット向け製品のネット販売の需要増加
- 食文化の多様性や海外における日本食の普及による販売機会の拡大

2022年度の振り返り

- 環境・バイオは、堆肥化関連ビジネスの海外市場における売上高が順調に推移しました。
- ライフサポートは、不妊治療が保険適用の対象となったことに伴い妊活市場が活性化し、運動精子選別装置「ミグリス」が好調に推移しました。
- 動物共生では、「&D(アンド・ディー)」のコアサービスである「犬のみらい保障」にて、愛犬を飼養する施設&HAUS(アンド・ハウス)を茨城県笠間市にオープンしました。ドッグランの開業や関連商品の販売を行うなど、順次サービスを拡大しています。
- 動物医療は、眼内レンズ、治療用コンタクトレンズ

の販売が堅調に推移しました。
● 食品は、主にアジア向け鮮魚の輸出増加や乾物の輸入販売が順調に推移し、売上高が伸びました。
以上の結果、ヘルスケア・ライフケア事業の売上高は85億円(前年度比+30.7%)となりました。



中期経営計画に基づく重点施策

取り組み事項 ① 環境・バイオ：事業領域拡大

既存の事業で培ったノウハウを活かし、国内では売上拡大と電力使用量削減による環境負荷低減を両立する取り組みとして、堆肥化のコンサルタントビジネスを開始しました。

重要課題ハイライト：P.35 環境・バイオの堆肥コンサル事業>

取り組み事項 ② ライフサポート：フェムケア領域の拡大

サプリメントの自社ブランド「ルナリズム」のコンセプトを、トータルフェムケアブランドとしてリニューアルし、成長産業であるフェムテック分野に本格参入しました。

Vision2030に基づくこれからの戦略

幅広い事業領域で利益体質へ改善

ヘルスケア・ライフケア事業は、独自の酵素やノウハウを用いた製品・サービスを展開し、環境負荷低減に貢献する「環境・バイオ」、サプリメントや不妊治療関連製品などを軸に人々の豊かな暮らしを支える「ライフサポート」、犬用の眼内レンズやコンタクトレンズ、犬猫用サプリメントで動物の健康を支える「動物医療」、犬の飼い主向けサービスの提供により、愛犬との豊かな暮らしをサポートする「動物共生」、日本食の輸出やアジアからの食品輸入を通して豊かな暮らしに貢献する「食品」などで構成されています。売上高100億円の中期目標は、食品を柱に各領域において成長性・独自性・社会貢献の観点に基づく事業拡大を推し進めるとともに、最適かつ競争優位性を保てる知財戦略を構築し、利益体質へと改善を図ります。

●ヘルスケア・ライフケア事業に関する地域別特許保有件数(2023年3月末時点)

地域	日本	欧州	米国	韓国	シンガポール	台湾	中国	その他	総計
件数	22	15	8	2	1	2	5	6	61

環境・バイオ：環境関連ビジネスの規模拡大

資源循環貢献資材である稲わら分解促進材「アグリ革命」と堆肥化促進システム「resQ」の販売拡大に加え、新たに堆肥化コンサルタントサービスを開始しました。コンサルタントサービスは畜産農家を対象に堆肥化設備の改善や電気代削減、悪臭の低減など堆肥化環境の改善に関するコンサルティングを行っています。今後はコンサルタントサービスの販売先拡大にも取り組み、売上拡大と資源の有効利用や脱炭素化社会への貢献を目指します。

●環境・バイオ売上高



ライフサポート：フェムケア領域の成長

不妊治療関連をコア事業として、フェムケア領域への商品展開を加速します。運動精子選別装置「ミグリス」は国内での普及をより一層進めるとともに、海外展開も視野に入れて販売拡大を行います。

フェムケアブランド「ルナリズム」のサプリメントはラインアップの充実を図り、妊活サプリメントと合わせてフェムケア領域を成長させます。また、販売方法の多角化を行うことで収益性の向上に取り組めます。

動物医療、動物共生：領域の拡大とサービスの充実

動物医療は、犬猫用サプリメントなどの販売において、動物共生と連携しながら新規チャネルの開拓を行います。また、中国子会社を通じてアジア地域での売上拡大を目指します。

動物共生は、当社独自のサービスである「犬のみらい保障」をコア事業として注力します。動物関連イベントなどへの&HAUS施設の貸し出しや、動物医療との連携を通じた顧客へのアプローチにより、認知度を高めてサービスへの入会者数の増加を図ることで、動物との共生を実現するとともに売上拡大を目指します。

TOPIC

タイ国内にて犬猫の治療に用いるコンタクトレンズ販売開始

株式会社メニコンは、犬猫の治療に用いるコンタクトレンズ「メニわんコーニアルバンデージわん」をタイの動物病院向けに販売開始しました。2011年以来、年平均10%成長しているタイのペット市場*において、独自の製品でペットの健康をサポートしていきます。

*タイペット製品産業協会(TPIA)



研究開発／品質保証／生産物流



世界的な近視人口の増加や1DAYレンズ・オルソケラトロジーレンズなど高付加価値商品へのシフトなどを背景に、世界のコンタクトレンズ市場は拡大を続けています。メニコンは、このように急速に拡大する需要に対して、タイムリーに各製品の生産能力増強を進めグローバルな供給体制の整備を図ります。また、多様化するニーズに応える新製品・新技術の研究開発に注力します。

代表執行役社長 COO 兼 生産開発統括本部長
川浦 康嗣

事業環境における機会やリスク

リスク

- 顧客の急激なニーズの変化による製品の需要低下
- 各国における新たな法規制の制定や現行の法規制の改正による対応コストの増加
- 自然災害の発生や地域紛争などによる生産・供給活動への影響
- 原材料、物流費の高騰

機会

- 顧客ニーズの多様化による高付加価値レンズ・次世代レンズなどの需要拡大
- 近視人口の増加を背景としたグローバルでの1DAYレンズの需要拡大
- 近視進行抑制ニーズの高まりによる関連製品の需要拡大
- 各国における法規制の変化への迅速な対応による販売機会の増加

研究開発 2022年度の振り返り

- 1DAYレンズの世界的な需要拡大を受け、製品ラインアップの拡充に注力しました。
- 中国において2022年6月にオルソケラトロジーレンズ「Menicon Z Night」の承認を取得し、同年9月にはシリコンハイドロゲルタイプの1ヵ月交換型コンタクトレンズの承認を取得しました。

- 2019年5月、欧州で近視進行抑制用オルソケラトロジーレンズとして世界で初めて「Menicon Bloom Night」のCEマーク認証の取得に続き、その他の地域においても薬事承認の取得を進めました。
- 近視進行抑制の研究では、愛知医科大学に産学連携寄附講座として「近視進行抑制寄附講座」の開設に加え、アジア初の近視専門の最先端施設であるシンガポールの「Myopia Specialist Centre」と協力体制を構築し、基礎研究や臨床研究を推進しました。

研究開発費：P.16 >

生産物流 2022年度の振り返り

- シリコンハイドロゲルタイプの1DAYレンズ「1DAY メニコン プレミオ」シリーズの生産能力増強のため各務原工場の生産ラインの改良及び増設を行いました。しかし、コロナ禍で一度縮小した世界のコンタクトレンズ市場が急回復したことにより、需要が生産能力を超過しました。
- 長期的に世界的な需要の高まりが予想される1DAYレンズの生産能力拡大のためマレーシア工場の建設を進め、アジアを中心に市場拡大が期待されるオルソケラトロジーレンズの生産拡大のために中国工場の建設を進め、いずれも予定通りに進捗しました。レンズケアを製造している郡上工場では設備増強のための増改築を進めました。

コンタクトレンズ開発

研究開発の体制

- 製品開発** コンタクトレンズ材料の素材、デザインを研究
- 臨床研究** 眼への安全性と製品の有効性を臨床評価
- 生産技術研究** 新製品の量産化に向けた素材から製品までの生産技術の開発

研究開発の分野

- ① 視力矯正レンズ(革新的な材料、製法)
- ② 近視進行抑制(発生機序、予防医学としてのコンタクトレンズの役割)
- ③ 特殊レンズ(形状変化、角膜疾患用)
- ④ 次世代コンタクトレンズ(スマートコンタクトレンズなど)

● ビジョンケア事業に関する地域別特許保有件数(2023年3月末時点) (件)

日本	198
欧州	222
米国	64
韓国	15
シンガポール	13
台湾	17
中国	17
その他	48
総計	594

戦略

全体戦略

材料開発から製法開発にわたり、一貫した研究開発体制がユニークな製品開発・市場導入を支えています。知的財産の取得・管理は事業戦略と連動させ、研究開発と一体で行い、製品・技術の競争力を確保しています。製品の多くは医療機器や医薬部外品などにあたるため、販売エリア別の薬事専門人員を置き、各国の法規制に適切かつ迅速に対応できる体制としています。また、品質マネジメントシステムの適切な運営により、エンドユーザーが安心して使用できる製品の提供に努めています。生産物流は、生産部門と物流部門が同じ事業部内にあり、スムーズな連携で効率的な製造と在庫管理を実現しています。

研究開発戦略

拡大し、かつ多様化する市場の需要に応えるべく、高品質な1DAYレンズやオルソケラトロジーレンズなどのコンタクトレンズ関連製品の開発を進めます。また、コンタクトレンズの機能向上につながる可能性のある新規技術の研究開発にも注力します。革新的な開発を実現する上で研究員の育成は重要と考え、担当分野以外も幅広く知識を習得することで、研究開発に活かせる人材育成を目指しています。高い専門性を持ちながら研究開発全体を把握し、リーダーとしてけん引できる人材も育成していきます。

知的財産においては、研究開発から販売まで一貫したバリューチェーンを構築していることを活かし、全体を俯瞰した戦略を構築していきます。

生産物流戦略

2023年度は各務原工場やシンガポール工場の設備増強により、1DAYレンズの安定的な生産体制を構築します。中長期的には、2025年のマレーシア工場の稼働準備を進め、1DAYレンズは世界シェア拡大を目指します。オルソケラトロジーレンズ及びレンズケアの需要拡大には、中国工場の稼働準備と郡上工場の設備増強を実施します。

流通量の増大、新工場建設による拠点の増加に対しては、新物流拠点を設置し、物流網の見直しを実施するとともに、倉庫業務の省力化・デジタル化を実現し、物流費高騰、人員不足に対応していきます。当社製品の効率的かつ安定的な物流体制の構築を進めます。

コーポレートガバナンス

コーポレートガバナンスに関する基本方針

当社は株主、投資家、顧客、従業員など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います。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付け、コーポレートガバナンスの実現に取り組んでいきます。

☐ [コーポレートガバナンスに関する基本方針\(全文\)](https://www.menicon.co.jp/company/images/ir/governance/governance.pdf)
<https://www.menicon.co.jp/company/images/ir/governance/governance.pdf>

コーポレートガバナンス体制の概要

当社は指名委員会等設置会社であり、取締役会は法令上取締役会による専決事項とされている事項以外の業務執行の決定権限を執行役に委任し、経営の監督機能に専念しています。経営・執行体制は取締役9名(うち社外取締役6名)及び執行役6名(兼務取締役1名を含む)で構成しています(2023年6月26日現在)。社外取締役は客観的・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います。

業務執行及び経営の監督の仕組みは、株主総会において選任された取締役で構成する取締役会が会社の重要な意思決定と執行役などの職務執行の監督を行い、経営を監視し、取締役会により選任された執行役が担当業務ごとに強化された権限により、迅速で効率的な業務執行を実現しています。

独立性担保のため、各委員会(指名委員会、報酬委員会、監査委員会)の委員は、取締役会により選定され、過半数を社外取締役の構成としています。加えて、指名委員会及び報酬委員会は、当社又は子会社の業務を執行する取締役、監査委員会は、当社又は子会社の執行役、執行役員、使用人又は業務執行役取締役が兼務することができません。

☐ [コーポレートガバナンス報告書](https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS08353/e729102e/e736/4afd/b8e2/55cd1a4d07e1/140120230607598947.pdf)
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS08353/e729102e/e736/4afd/b8e2/55cd1a4d07e1/140120230607598947.pdf>

● 2022年度の主な会議体の開催状況

会議体	開催回数	平均出席率
取締役会	17回	100%
指名委員会	6回	100%
報酬委員会	6回	100%
監査委員会	13回	100%

取締役会

取締役会規則に基づき、法令の定める事項、グループ経営に関する重要事項について審議し決定。執行役から定期的に業務執行状況の報告を受け、職務執行を監督。

指名委員会

取締役の選任及び解任に関する株主総会議案の策定、執行役の選任及び解任について審議し取締役会へ付議。指名委員会の基本方針と運用プロセスについて適宜見直しを実施。取締役・執行役の選任は、役割に応じた能力、経験等を考慮し、企業の社会的価値の増大及びコーポレート・ガバナンスの向上の観点から選考。独立社外取締役は、金融商品取引所が定める独立性基準に従って選任。選任議案は、指名委員会における決議の後、取締役会における決議を経て株主総会に付議。

報酬委員会*

当事業年度における業績評価規則に基づいた役員の評価を行い、報酬額とストック・オプション付与数の決定。役員報酬に関する規則並びに細則の適宜見直しを実施。

監査委員会

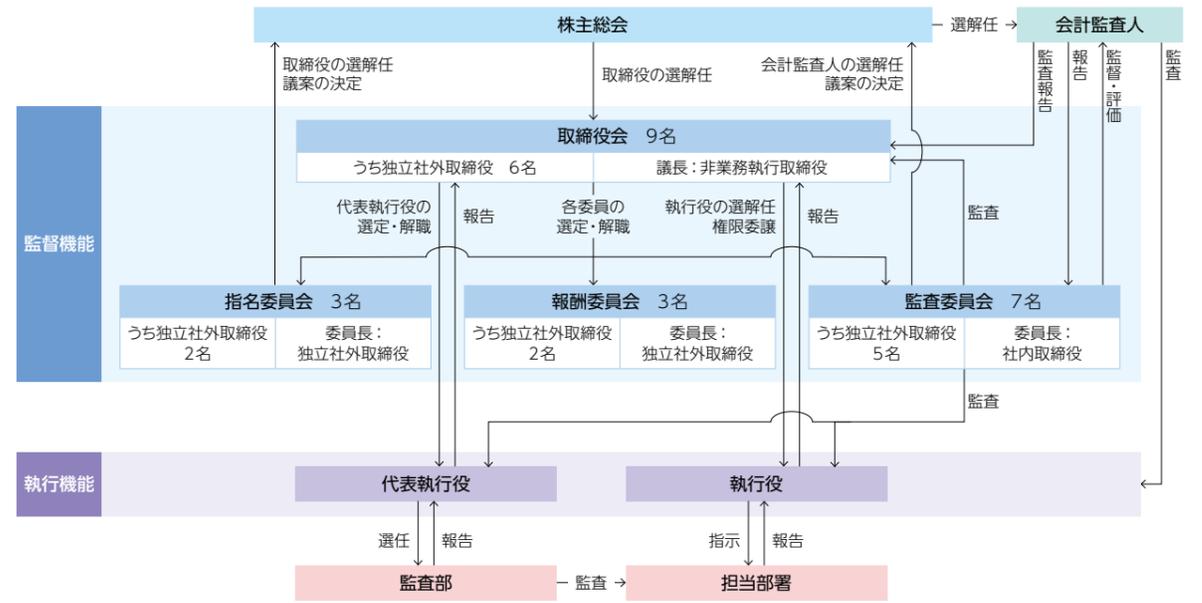
監査の基本方針、実施計画及び監査の方法、委員の職務分担、株主総会に提出する会計監査人の選任及び解任並びに会計監査人を再任しないことに関する事項、会計監査人の報酬、監査報告書の内容に関する事項などを実施。監査機能を高めるため、監査委員会、会計監査人、代表執行役直轄の独立した専任組織である監査部による三様監査連絡会を四半期に一度開催し、情報・意見交換や協議を実施。

☐ [※役員報酬の詳細\(有価証券報告書\)](https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS08353/ca63b34c/16f2/40b3/96db/33ab6af26476/S1000BSY.pdf)
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS08353/ca63b34c/16f2/40b3/96db/33ab6af26476/S1000BSY.pdf>

役員トレーニング

社外取締役に対して当社固有の課題について取締役会における情報共有の他、当社グループの実情把握のための説明会を開催するなど、理解を深める機会を提供しています。2022年度は取締役・執行役を対象とした勉強会を3回開催しました。その他、法令やガバナンスに関する新たな情報を適宜取締役、執行役に共有するとともにテーマを選定した外部講習会の案内を行いました。

● コーポレートガバナンス体制図(2023年6月26日時点)



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います。2022年度も取締役会全体の実効性について各取締役に調査を実施し、分析評価を行った結果、重要性を要する課題は確認されず、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います。今回の評価から認識された今後の課題に対しては改善への取り組みを進め、更なる取締役会の実効性の確保を行っていきます。

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
調査方法	アンケート形式での調査を年1回実施
主な評価項目	取締役会の構成・運営・体制、取締役会における議論、モニタリング、委員会の運営、ステークホルダー(投資家や株主)への対応、自身の貢献度、総合評価
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います。一方で、取締役からの各項目に対するコメントに関して議論を行い、今後継続的に取り組むべき課題があることを認識しています。

● 課題と対応方針

課題	対応方針
社外取締役の情報共有を高め活発な議論の実施	<ul style="list-style-type: none"> 執行役との意思疎通や相互理解を深める機会の設定 取締役に対するトレーニングの実施
取締役会における審議の充実	<ul style="list-style-type: none"> 経営計画・資本政策・投資決議等、審議の質・量を高める施策の実施
モニタリング機能の強化	<ul style="list-style-type: none"> 中長期経営計画に対する執行状況モニタリングの実施 サステナビリティ方針理解と運用状況モニタリングの実施

役員紹介



取締役

1 田中英成 代表執行役会長 CEO

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社長
当社最高経営責任者 CEO
2023年 当社取締役兼代表執行役会長(現任)

2 滝野喜之

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)

3 森山久

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)

4 堀西良美 社外 独立

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 愛知県弁護士会(旧 名古屋弁護士会)再入会
2014年 名古屋建築紛争 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)

5 渡辺眞吾 社外 独立

1980年 デロイト・ハズキズ・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 チュールリッヒ事務所
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)

6 三宅養三 社外 独立

1968年 名古屋大学眼科教室 入局
1982年 社会保険中央病院 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)

7 本多 立太郎 社外 独立

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)

8 柳川 勝彦 社外 独立

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)

9 竹花 一成 社外 独立

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)

執行役

10 川浦 康嗣 代表執行役社長 COO

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)
2023年 当社代表執行役社長(現任)
当社最高執行責任者 COO(現任)

11 渡邊 基成

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)

12 篠田 浩樹

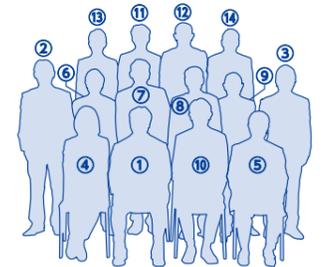
1986年 当社入社
2013年 当社執行役国内営業本部長
2015年 当社執行役国内第2営業本部長
2018年 当社執行役国内営業統括本部長(現任)

13 古賀 秀樹

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)

14 伊藤 涉

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
2022年 当社執行役みる未来事業統括本部長(現任)



取締役のスキルマトリックス及び会議・委員会の構成(2023年6月26日現在)

役員名	性別 ●男性 ●女性	専門知識・経験等									会議・委員会の構成 ◎…議長・委員長			
		業務執行	在任期間	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	法律	財務会計	学術	取締役会	指名委員会	報酬委員会	監査委員会
田中英成	●	○	13年	○							○			
滝野喜之	●		5年	○			○		○		◎	○		○
森山久	●		2年	○		○					○	○	◎	○
堀西良美	●		7年					○			○		◎	○
渡辺眞吾	●		5年		○				○		○			○
三宅養三	●		4年						○		○			○
本多立太郎	●		4年	○							○	◎	○	
柳川勝彦	●		2年	○	○						○	○		○
竹花一成	●		2年				○			○	○			○

選任理由の詳細(招集通知)

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS08353/a5654e86/77ac/461b/a3eb/f7a67c006fde/140120230531591092.pdf>

リスク管理

リスク管理の基本的な考え方

当社グループは、損失などを回避又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べく、リスク管理体制と手順を定め、運用を徹底しています。

リスク管理体制

当社は、リスク管理責任者を代表執行役社長とし、リスク管理の全社的推進とリスク管理に必要な情報の共有化などを図るため、サステナビリティ委員会(旧CSR委員会)を設置しています。同委員会では想定されるリスクの分析を行い、リスクの回避・低減・移転・受容その他必要な措置を事前に講じています。事故など発生時の対応及び処理後の報告、人命に関わる緊急事態発生時の報告経路、苦情への対応、医薬品医療機器等法その他の関連法規に則した対応などを規程に定め、運用しています。この他に、各分野におけるリスク管理のため「品質保証安全管理委員会」「PLD委員会」「個人情報保護委員会」「メニコン公正取引管理委員会」を設置しています。

生じたリスクに対しては、①リスクの特定、②リスク対応計画、③進捗報告、④見直し、⑤リスクのモニタリングと手順を定め、損失の回避・低減を図ります。

サステナビリティマネジメント：P.33 リスク管理 >

情報セキュリティ

情報セキュリティ方針

当社グループは、メニコングループ情報セキュリティ方針に基づいた情報セキュリティシステムを構築・運営し、安全対策を講じています。これにより、故意または偶発的な脅威から個人情報を含む、お客様や当社グループの情報資産に対する必要な保護を実施しています。

メニコングループ情報セキュリティ方針
<https://www.menicon.co.jp/company/info/security/>

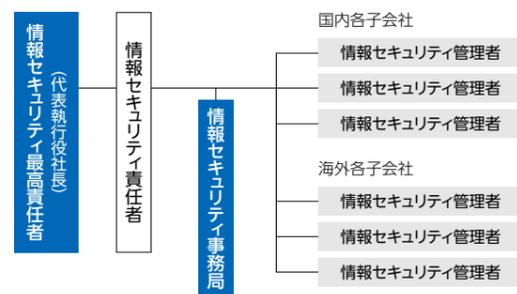
情報セキュリティマネジメント体制

当社グループの情報セキュリティを統括する情報セキュリティ統括組織、各子会社には社内の情報セキュリティ

対策組織及び管理者を設置し、情報セキュリティ対策の推進を図っています。情報漏洩事故発生時は、同組織が「CSIRT対応手順書」に沿って対応に当たりますが、万が一の情報漏洩事故発生に備えCSIRT訓練を定期的に行っています。

また、未然防止策として当社グループを対象に毎年セキュリティチェックシートによるセキュリティ対策状況確認・報告の実施や、国内グループ全従業員を対象にした情報セキュリティ教育を実施しています。

● 情報セキュリティマネジメント体制



個人情報保護の取り組み

当社は「個人情報保護方針」に基づき、お客様及び当社グループに関わるすべての方から預かりした個人情報の適切な利用と管理・保護を行っています。また、GDPR (EU一般データ保護規則：General Data Protection Regulation) に対応するとともに、子会社においても当社と同等の個人情報保護水準となる「メニコングループ個人情報保護規程」を整備しています。更に、当社とグループ販売会社のサービスを安心してご利用いただくために、「プライバシーマーク」の取得、全従業員の定期教育の実施、個人情報のお問い合わせ窓口を当社ウェブサイトに掲載しています。なお、2022年度の個人情報に関する事故は0件でした。

個人情報保護方針
<https://www.menicon.co.jp/company/hogo/>

個人情報お問い合わせ窓口
<https://www.menicon.co.jp/company/ask/>

コンプライアンス

コンプライアンス基本方針

当社グループは全従業員に対し、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。その指針として「コンプライアンス基本方針」を定めています。

コンプライアンス基本方針
<https://www.menicon.co.jp/company/info/compliance/>

コンプライアンス体制

当社は、2006年4月にCSR活動の推進及び内部統制機能の強化を目的としたCSR委員会(現サステナビリティ委員会)を設置しました。同委員会では、内部統制の整備、当社グループ経営に影響を与えるリスクの管理、法令遵守及び企業倫理の管理体制を整備し、多様なビジネスリスクの低減に努めています。取締役会は、企業倫理、腐敗・贈収賄防止などについて定期的な報告を受け、管理体制や遵守状況の監督を行っています。また、当社と国内子会社向けに独自制作した電子版「コンプライアンスガイド」をイントラネット上に掲示し、海外子会社に対してはコンプライアンス規程の整備を通して、当社グループ内のコンプライアンスの維持向上に努めています。

内部統制システム及びプロセスの具体化

事業継続のために積極的に活用すべきであるとの認識のもと、事業を適正かつ効率的に遂行するために必要なシステム及びプロセスを社内に構築し、運用しています。当社のすべての役員及び従業員は、法令と倫理の遵守、事業の有効性と効率性の確保、資産の保全、財務報告の信頼性確保といった目的の達成に必要な推進体制を、自律性をもって構築運用するとともに、定期的に評価改善を行うことにより実効性の向上に努めるものとしています。

内部通報制度

当社グループは、役員及び従業員による不正行為の未然防止、早期発見と是正を目的に、内部通報制度を導入し、通報窓口「メニコングループ内部通報ホットライン」を社

外(専門の第三者機関)に設置しています。通報者の保護のため、匿名の通報を可能にするとともに、通報を理由に通報者が不利益を受けることがないよう社内規程で定めています。

通報に対しては、公正、公平かつ誠実に、また通報者保護と秘密保持に配慮して事実関係の調査などを行っています。調査の結果、不正行為が確認された場合は、就業規則などに従って適切に対処しています。

サステナビリティレポート P.27 >

腐敗・贈収賄行為の防止

当社グループは、「コンプライアンス基本方針」に則り、公正で透明性の高い企業活動を行うべく、当社グループ全従業員が公務員及び政府関係機関役員を含めたすべてのお取引先に対し、腐敗・贈収賄を疑われる行為の一切を禁止し、透明性の高い関係性構築を図っています。

また、就業規則の服務心得、調達購買管理規程の禁止事項や調達購買マニュアルの購買先との不適切な関与の禁止にて、不当な金品の贈与等の利益を受けないことを明記し、腐敗・贈収賄防止に努めています。利害関係者(取引業者、広告代理店、得意先等)からやむを得ず接待等を受ける、又は受けた場合の対応として、接待等を受ける、又は受けた従業員は職制を通じ「利害関係者からの接待等受諾報告書」にて、担当統括本部長・室長・事業部長に報告することとしています。

2022年度、腐敗・贈収賄を疑われる事例は0件で、腐敗・贈収賄により懲戒を受けた従業員や罰則・罰金はありません。

政治寄付

メニコンは、政党や政治家への寄付に際しては、公職選挙法、政治資金規正法、その他関連法令に則った適切な管理を行い、特定の政治団体・政党への法律で許容された範囲を超える金額の寄付などを禁止しています。

● 政治献金総額 対象範囲：単体 (円)

2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
0	0	0	0	0

サステナビリティマネジメント

サステナビリティ活動方針

目指す姿

健康で心豊かな社会の実現

サステナビリティ方針

メニコングループは、社会に役立つ商品やサービスを世界に提供し続けることをMissionとして掲げています。このMissionを長期的に実現するためにも、地球環境や社会との調和が欠かせません。メニコングループは事業を通じて、地球環境や社会の課題に対する新しい価値を創造し、社会の発展に貢献します。

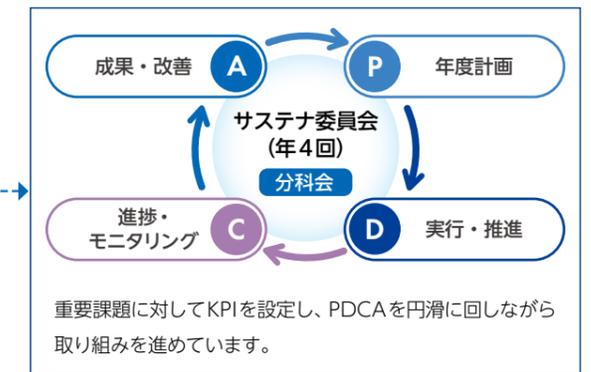
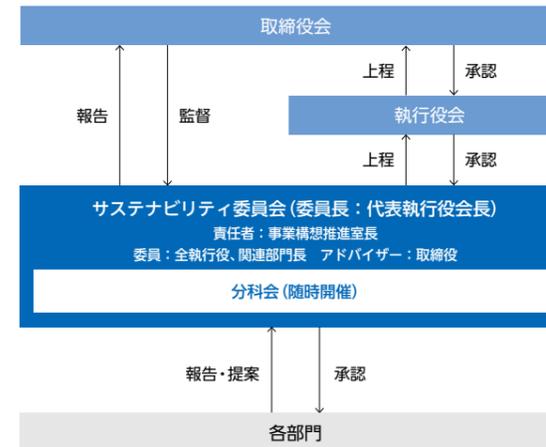
1. 人・社会・地球環境の調和を図り、社会に役立つ商品とサービスの提供を通じて、持続可能な社会の実現を目指します。
2. すべての生命と地球環境に配慮し、これらの保護・保全に向けて積極的に行動します。
3. 各国や地域の文化と歴史に敬意を払い、豊かな生活と社会の発展に貢献します。
4. 社員の個性を尊重し、自己実現できる就労環境の整備により、人財の育成に取り組みます。
5. 国内外の法令をはじめとする社会ルールを遵守し、企業倫理を常に向上させ、持続可能な事業活動を行います。
6. ステークホルダーと広く深くコミュニケーションを行うことにより、社会から愛される企業を目指します。

サステナビリティ推進体制

当社グループのサステナビリティ推進の中心的な機能を有するサステナビリティ委員会は、全執行役員及び関連部門長で構成され、定期的な委員会の開催（年4回）を通じて、重要課題の進捗状況や各分科会での検討事項、今後の方向

性などを検討し、取締役会に定期的に報告を行っています。2022年度はサステナビリティ方針に基づき、事業、環境・社会、経営基盤の中から4つの重要課題を特定し、取締役会の承認を得て、取り組みをスタートさせました。

● サステナビリティ推進体制図



● 主なリスク

主な影響があるバリューチェーン上のフェーズ	重要なリスク	リスクの概要説明	主に管理を担う委員会・部門等	関連するマテリアリティ (P.34参照)
上流 (調達・物流)	原材料の調達	サプライヤーに倒産、被災等が発生、あるいは人権侵害などが発覚した場合、原材料の調達が困難となる可能性がある。また、自然災害の発生や干ばつ・水不足、気温上昇などの物理リスクにより生産コストや物流に影響を及ぼす可能性がある	調達部	100年続く企業基盤づくり、地球環境の負荷低減
当社グループ (製造・販売)	新たな法的規制の制定や法改正 (製品安全)	高度管理医療機器であるコンタクトレンズの製造・販売をグローバルで展開する上で、新たな法的規制の制定や法改正があった場合、新たな対応が必要となる可能性がある	品質保証安全管理委員会 品質保証部、業務部	五感を刺激する生活の提供
	新たな法的規制の制定や法改正 (環境関連)	炭素税の上昇、CO ₂ 排出削減規制強化、生産プラスチック規制の強化など政策・法規制のリスクがある	サステナビリティ委員会	地球環境の負荷低減
	情報漏洩	製品、販売及び個人に関する情報を管理しており、不正アクセスやコンピューターウイルス感染などによって情報漏洩のリスクがある	個人情報保護委員会	100年続く企業基盤づくり
下流 (廃棄)	廃棄物の不適切な処理	有害物質の不適切な処理、原材料のプラスチックの不適切な廃棄が発覚した場合、土壌や水質汚染の可能性はある	サステナビリティ委員会	地球環境の負荷低減

サステナビリティマネジメント

リスク管理

当社グループは、リスク管理に関して、損失など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います。

STEP 01	リスクの特定 サステナビリティ部門は、会社の内部環境及び外部環境変化への対応状況を年1回以上、各部門から情報収集を行い、特定されたリスクを整理し、サステナビリティ委員会の審議を経て、経営層が重要リスクを決定します。
STEP 02	リスク対応計画 リスク対応部門は、対応計画を立案します。
STEP 03	進捗報告 リスク対応部門は、サステナビリティ委員会などで定期的に計画の進捗を報告します。
STEP 04	見直し サステナビリティ委員会は、対応計画の進捗度により、必要に応じて計画見直しを指示します。
STEP 05	リスクのモニタリング 各部門は、特定されたリスクについて管理し、変化が生じた場合にはサステナビリティ部門に報告します。

戦略

当社グループは、2022年度に重要課題の見直しを行いました。新たな重要課題に基づき、サステナビリティ委員会にて、各重要課題に対する戦略の立案を進め、環境、人材については以下の通りとしました。その他の重要課題に対する戦略は、開示準備が整い次第、随時公表していきます。

環境

気候変動に対する取り組みとして、TCFDの枠組みを活用して、ビジネスや戦略に及ぼす影響について、重要リスクと機会の特定を行い、それらに対する対策を実施していきます。

☑ 気候変動に関する取り組み

<https://www.menicon.co.jp/company/csr/tcfd/>

人材

個人がいきいきと自分らしく働ける環境を整備するとともに、自己成長を支援する制度の拡充を進めます。人材育成については、「一般教育」「専門教育」「実践教育」を3本柱と位置づけ、重点的かつ計画的に実施することで、持続的な企業価値向上と企業基盤づくりにつなげます。

[サステナビリティレポート P.21 >](#)

適切な情報開示とコミュニケーション(エンゲージメント)

当社グループでは、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います。また、株主・投資家やお客様をはじめとするステークホルダー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、積極的なコミュニケーションに取り組んでいます。

ステークホルダー	情報開示/コミュニケーション	詳細
株主・投資家	株主総会	招集通知を早期発送、及び当社ウェブサイトへ掲載。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
機関投資家	決算説明会	決算説明会を年2回実施
個人投資家	IRイベント	個人投資家説明会への参加、メディア出演などを通じて、代表執行役会長・社長のメッセージを発信
お客様	顧客満足度調査	メルスプラン会員を対象に商品サービスについての調査を実施

● 重要課題の全体像

重要課題	取り組みテーマ	取り組みの進捗	
		● : サステナビリティレポート	● : 統合レポート
事業 (財務・製造資本)	五感を刺激する生活の提供	● P.13-14	安全・安心な製品サービス
	人と動物の共生	● P.21-22	ヘルスケア・ライフケア事業
環境・社会 (自然・社会関係資本)	地球環境の負荷低減	● P.15-16 ● P.35-36	気候変動対応
	笑顔あふれる社会への貢献	● P.16 ● P.35	持続可能な資源消費
	地域コミュニティの活性化 ・芸術・文化・スポーツの振興	● P.17	地域コミュニティ参画
経営基盤 (人的・知的・社会関係資本)	顧客の安全・安心・信頼の追求 ・品質管理の徹底	● P.18	安全・安心な品質管理
	人材育成と人材の多様性 ・従業員の働きやすい環境の整備と従業員満足度の向上	● P.21-23	人的資本
	研究開発の基盤・機能強化	● P.19-20	研究開発
	サステナビリティ調達の推進	● P.24	サプライチェーンマネジメント
	人権の尊重	● P.25	人権の尊重
	腐敗防止	● P.27 ● P.30	コンプライアンス
サイバーセキュリティの取り組み強化	● P.28 ● P.29	リスク管理	

重要課題ハイライト

当社グループは、2022年度、サステナビリティ方針に基づき新たな重要課題を特定し、それぞれに取り組みテーマを設定しました。2022年度は方針の策定や改定、方向性の決定など、基盤づくりに注力しました。重要課題の「環境」と「経営基盤」について、主な取り組みを紹介します。

詳細はサステナビリティレポートをご覧ください [サステナビリティレポート 2023 P.15-25](#)

環境	持続可能な資源消費
重要課題の取り組みテーマ	<ul style="list-style-type: none"> ● 原材料の使用効率化と廃棄物の削減 ● 再利用可能資源の有効活用
リスクと機会	<p>コンタクトレンズの原料であるプラスチックの不適切な廃棄や製造過程で使用する水の不適切な排水は環境問題につながるため、当社グループは適切に処理をしています。また、これまでに培った技術を用いて廃棄物の有効活用や環境保全につながる農畜産業用資材の開発・製造販売等を行っています。</p>
2022年度実績	<p>ヘルスケア・ライフケア事業の環境・バイオ領域では、コンタクトレンズやレンズケアの開発過程で発見した技術を活用し、廃棄物の有効活用を推進しています。2022年度の環境・バイオ領域の売上高は460百万円で、2017年度比2.6倍と大きく伸長しました。</p>
今後の取り組み	<p>製造工程で使用するプラスチックは上質な資源と認識し、使用後も極力廃棄せず、工場内外で再利用しています。また、未利用資源の活用はより一層推進し、新たな製品・サービスを開発し、環境関連ビジネスを拡大していきます。</p>

環境	気候変動対応
重要課題の取り組みテーマ	<ul style="list-style-type: none"> ● 気候変動への取り組み推進 ● 再生可能エネルギーの活用
リスクと機会	<p>気候変動への対応強化の要請が強まっており、対応の遅れは新たな規制強化への対応ができないリスクなどが生まれると捉えています。また、当社はTCFDへの賛同を表明し、取り組みを進めています。適切なリスクと機会の分析とリスク管理プロセスにいち早く取り組み、グローバルでの競争力向上を図ります。</p>
2022年度実績	<p>気候変動に対する取り組みとして、2022年度は、Scoop1,2について、当社グループ全体での排出量を算出しました。Scope3については、当社のみで算出を行い、全体排出量のうち、特にカテゴリ1が多くの割合を占めることが判明しました。</p>
今後の取り組み	<p>現在の取り組みを継続して実施していく他、TCFD提言に沿った適切な情報開示と情報の拡充を図っていきます。また、Scope3の算出結果に基づく当社のCO₂削減目標の設定や、環境関連データの集計範囲の拡充などを検討していきます。</p>

TOPIC

ぶどう搾りかすをアップサイクルし新社屋で採用

当社は、有効利用されていないぶどう搾りかすを魚の餌としての活用に取り組みできましたが、新たに、共同開発先であるトルムスイニシエイト株式会社の特許技術を用いて、ぶどう搾りかすやコンタクトレンズの製造工程で発生する未利用プラスチックなどを使用した8割以上が再生資源から成るバイオマスプラスチックの開発に成功しました。これらは本社新社屋の屋上デッキなどの床材に使用しています。



TOPIC

環境・バイオの堆肥化コンサルタント事業

ヘルスケア・ライフケア事業では、堆肥化促進材「resQ」の製造・販売で蓄積したノウハウを活かし、2022年度から畜産農家に対する堆肥化コンサルタントビジネスを開始しました。最適な堆肥化設備・工程の提案により、良質な堆肥づくりと堆肥舎の電力消費量削減を実現しています。2022年度は、2施設実施で、コンサルティング前と比較し、電力消費量は推計で約81MWh、CO₂排出量は約35t-CO₂削減できました。2023年度は、新たに導入した1施設を合わせて年間で電力消費量323MWh、CO₂排出量148t-CO₂を削減できる見込みです。

TCFD提言に基づく情報開示 | 気候変動に関する取り組み <https://www.menicon.co.jp/company/csr/tcfd/>

当社グループは、気候変動を重要な課題と捉え、2021年から中長期的に気候変動に対するレジリエンスを高めるため、シナリオ分析を開始しました。また、2022年4月には、気候変動を含むサステナビリティ課題について議論・検討を深める体制を整え、同年7月にTCFD提言への賛同を表明しました。当社ウェブサイトでは、TCFDが提言する枠組みである「ガバナンス」「戦略」「リスク管理」「指標と目標」に基づいた情報を開示しています。更なる情報開示と気候変動対応を推進するため、2022年度に指標となるGHG排出量の算出を開始し、2020年度分より当社及び子会社を対象としたScope 1, 2の算出、2021年度分より当社を対象としたScope3の算出を実施しました。算出結果をもとに2023年度から気候変動に関する方針と削減目標を設定するための準備を開始しています。今後も、TCFDの枠組みを活用し、取り組みを進展させ、継続してレジリエンスを高めていくとともに、気候変動関連財務情報の開示充実に努めます。

● GHG排出量 (Scope1,2) (Ft-CO₂)

■ Scope1 ■ Scope2 対象範囲：連結

年次	Scope1	Scope2
2020	2.94	20.75
2021	3.34	20.99
2022	3.92	22.27

● GHG排出量 (Scope3) 対象範囲：単体 (Ft-CO₂)

Scope3 (Scope1,2以外の間接排出)	2021年度	2022年度
カテゴリ1 購入した製品・サービス	80.69	74.00
カテゴリ2 資本財	17.65	14.66
カテゴリ3 Scope 1,2に含まれない燃料及びエネルギー活動	1.89	1.99
カテゴリ4 輸送、配送(上流)	5.04	6.30
カテゴリ5 事業から出る廃棄物	0.26	0.22
カテゴリ6 出張	0.49	1.61
カテゴリ7 通勤	0.52	0.54
カテゴリ11 販売した製品の使用	0.92	1.45
カテゴリ12 販売した製品の廃棄	2.80	2.94

TOPIC

シンガポール工場における太陽光発電の開始

1日使い捨てコンタクトレンズ「Magic」を製造しているシンガポール工場では、2022年9月に太陽光パネルを導入し、消費電力の2%を再生可能エネルギーとしました。また、工場内の各設備で消費電力の計測と分析を行い、電力消費量の削減に向け、工場内の照明をLEDに置き換えました。今後も、モニタリング・データ分析及びCO₂排出量削減に向けた改善策を継続的に実施していきます。



TOPIC

各務原工場で寄付型のコーポレートPPAを開始

2023年2月より、各務原工場では、屋根に太陽光発電設備を設置し、発電した再生可能エネルギー由来の電力を工場内で使用する寄付型のコーポレートPPA(自家発電サポートサービス)を取り入れています。寄付型のコーポレートPPAは、PPA事業者がサービスを導入する企業の土地に太陽光発電設備を設置し、発電した電気を導入企業が買い取って使用できる他、SDGs達成に向けた活動を推進するNPO法人などへの寄付を組み込んだ取り組みです。

[サステナビリティレポート 2023 P.16](#)

重要課題ハイライト

経営基盤	安全・安心な品質管理
重要課題の取り組みテーマ	<ul style="list-style-type: none"> 顧客の安全・安心・信頼の追求 品質管理の徹底
リスクと機会	当社製品ラインアップに関し、品質や製造物責任のグローバルでの規制強化、品質トラブル発生による信頼低下をリスクと捉えています。品質マネジメントを維持・向上することで、規制適合による市場拡大、顧客満足度の向上・信頼獲得につながると考えています。
2022年度実績	欧州医療機器市場での対応として、これまで以上に規制が厳格化された欧州医療機器規則(MDR)に移行しました。早期に対応を開始したことで、2023年3月までにコンタクトレンズ並びにレンズケアのMDR認証を取得することができました。
今後の取り組み	引き続き、お客様の眼の「安全」を最優先に考えたものづくりに取り組みます。研究開発から生産、物流、営業活動を含むあらゆる企業活動において、安全を追及した体制構築に努め、製品の品質保証、安全管理体制の維持・強化を図っていきます。

TOPIC

認証の取得状況

ISO13485は、ISO9001をベースに医療機器固有の要求事項を追加した品質マネジメントシステム規格で、国内3社、海外7社が取得しています。また、欧州での医療機器販売に必要なCEマークを取得、更に米国を含む5カ国を対象とした医療機器市場における規制要求事項に適合している証となるMDSAP認証を取得しており、欧州や米国をはじめ世界各国で製品を販売しています。当社は引き続き、グローバル市場展開を支える基盤として、各国の規制や規格動向に対応していきます。

経営基盤	人的資本
重要課題の取り組みテーマ	<ul style="list-style-type: none"> 人材育成と人材の多様性 従業員の働きやすい環境の整備と従業員満足度の向上
リスクと機会	有能な人材の採用・確保の競争激化により、計画通りの人材採用ができない可能性や、労働災害発生による事業影響・社会的信用の低下をリスクと認識しています。人材育成の強化や職場環境の整備を行うことで、従業員満足度の向上、事業競争力の強化へ寄与すると考えています。
2022年度実績	「人材育成の3本柱」の強化・実践を通じ、企業価値を向上させる「中核人材」と「グローバル人材」の育成に取り組んでいます。2022年度の年間総研修時間は12,586時間、当社従業員一人当たりの平均研修時間は8.8時間、研修投資額は57,260円でした。
今後の取り組み	海外での事業展開を推し進めるため、グローバル人材の確保を進めていきます。そこで、多様性の認知はもちろん、受け入れる社内の土壌を整えるための人材育成を行う必要があると考え、施策の検討・実施を行っています。

TOPIC

健康経営の推進

当社は、自己実現できる生きがいある就労環境を整備することで従業員満足度を高め、従業員の心と体の健康を考えた取り組みを行うことで、健康に優良な企業を目指しています。また、当社グループ内での取り組みのみならず、社会に対しても積極的に情報を発信し、すべてのステークホルダーの健康増進に貢献するため、「就労環境づくり」「健康増進」「情報公開」に注力しています。これらの取り組みが評価され、当社は健康経営優良法人2023に認定されています。

経営基盤	サプライチェーンマネジメント
重要課題の取り組みテーマ	<ul style="list-style-type: none"> サステナビリティ調達の推進
リスクと機会	サプライチェーンでの問題発生による事業機会の損失や社会的信用の低下をリスクと考えています。これまで以上に安定的かつ強固なサプライチェーンの構築を進める他、取引先との連携強化を図ることで、事業競争力の向上を目指します。
2022年度実績	2023年3月、従来の「調達購買部方針」と「CSR調達基準」を「サステナビリティ調達方針」へ一本化する形で改定しました。また、人権や環境リスクの可能性のある原材料を扱っている取引先へヒアリングを実施しました。加えて、主要サプライヤーに参加いただく「MenioClub」を開催しました。
今後の取り組み	「サステナビリティ調達方針」の内容を具体化した「サステナビリティ調達ガイドライン」を2023年度に策定する予定です。また、サプライチェーン上のリスクマネジメント実施範囲の拡大や、原材料調達におけるセカンドサプライヤーの確保を進めています。

TOPIC

MenioClubの開催

2013年度から主要サプライヤーに参加いただく「MenioClub(メニオクラブ)」を年1回開催しています。当社の執行役をはじめサプライヤー同士で活発に情報交換を行い、業界全体の活性化につながる機会としています。2023年度の開催時には、改定した「サステナビリティ調達方針」を周知する予定です。

[サステナビリティレポート2023 P.24 >](#)



経営基盤	人権の尊重
重要課題の取り組みテーマ	<ul style="list-style-type: none"> 人権の尊重
リスクと機会	人権に関するリスク管理が不十分な場合、直接的・間接的な人権への負の影響があると認識しています。人権リスクの低減を図ることで、従業員エンゲージメントの向上や人権課題に起因する事業リスクの回避につながると考えています。
2022年度実績	2023年1月、「メニコングループ人権方針」を策定し、当社グループ全体への周知徹底を図っています。また、人権意識向上のため、当社グループ全体で定期的な人権研修を実施しています。2022年度もさまざまな研修を行い、従業員に人権尊重の考え方の理解を促しました。
今後の取り組み	2023年度に人権デューデリジェンスの仕組みを構築し、継続的な実施に向けた計画を策定し、順次取り組みを開始していきます。取引先に対しては、2023年度に策定予定の「サステナビリティ調達ガイドライン」に基づき、スクリーニングを実施する予定です。

TOPIC

人権デューデリジェンスの取り組み

当社グループは2022年度より人権デューデリジェンスの取り組みを開始しました。手順は①コミットメント②アセスメント③是正・救済④報告・情報開示とし、2022年度はコミットメントとなる人権方針を策定しました。2023年度はアセスメントとして、国内従業員とサプライチェーンの人権リスク調査を実施する予定です。以降は、是正・救済として人権リスク調査で発見された課題の低減策を実施し、統合レポートやサステナビリティレポートなどで定期的に情報開示を行っていきます。

[サステナビリティレポート2023 P.25 >](#)

連結財務データ

	(会計年度)	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
経営成績	売上高(百万円)	62,209	63,131	67,332	72,052	76,672	80,898	84,519	86,209	100,172	110,194
	原価率(%)	43.2	44.5	44.6	46.1	46.3	47.1	46.5	46.9	47.2	46.9
	売上高販管費率(%)	53.1	51.0	50.3	48.5	48.0	46.0	45.2	43.7	42.8	42.1
	営業利益(百万円)	2,294	2,863	3,457	3,910	4,394	5,571	7,033	8,106	9,957	12,062
	営業利益率(%)	3.7	4.5	5.1	5.4	5.7	6.9	8.3	9.4	9.9	10.9
	EBITDA*1(百万円)	6,065	7,097	7,822	8,614	9,559	10,236	12,592	14,475	17,266	19,593
	親会社株主に帰属する当期純利益(百万円)	1,010	1,431	2,224	2,543	2,657	3,576	4,060	5,952	6,481	7,377
	設備投資(百万円)	4,958	4,780	2,256	4,729	4,474	6,560	9,991	12,726	15,838	14,549
	減価償却費(百万円)	2,770	3,186	3,349	3,635	3,966	3,656	4,486	5,286	6,394	7,035
	研究開発費(百万円)	2,811	2,755	3,459	3,497	3,398	3,656	3,813	3,598	3,942	4,325
財政状況(会計年度末)	総資産(百万円)	67,414	67,609	68,901	72,336	71,706	78,275	87,286	127,153	130,978	152,522
	流動資産(百万円)	26,898	26,853	31,345	33,382	38,117	42,584	41,722	70,207	64,188	77,701
	固定資産(百万円)	40,516	40,756	37,556	38,953	33,588	35,690	45,564	56,946	66,790	74,821
	有利子負債(百万円)	19,681	19,984	16,634	19,787	16,185	18,873	13,429	45,307	42,439	53,583
	純資産(百万円)	33,148	33,872	38,439	37,681	40,121	42,549	53,520	60,985	67,045	74,665
	株主資本(百万円)	33,247	34,189	39,043	38,405	40,467	43,208	54,378	59,273	63,684	69,971
経営指標等	自己資本比率(%)	49.0	50.0	55.8	52.0	55.9	54.3	61.2	46.5	49.7	47.5
	ネットD/Eレシオ(倍)	0.34	0.33	0.11	0.19	△ 0.02	△ 0.03	△ 0.07	0.07	0.14	0.17
	ROE(%)	3.1	4.3	6.2	6.7	6.8	8.7	8.5	10.6	10.4	10.7
	ROA(%)	1.5	2.1	3.3	3.6	3.7	4.8	4.9	5.6	4.9	4.8
	DOE(%)	1.5	1.5	1.4	1.8	2.3	2.4	2.1	2.3	2.4	2.8
株式関連情報*2	1株当たり当期純利益(円)	15.47	21.90	31.26	35.88	37.84	50.82	56.12	78.84	85.72	97.25
	1株当たり純資産額(円)	505.44	517.04	524.59	536.01	569.31	602.73	707.40	782.55	859.03	953.74
	配当総額(億円)	4.0	4.9	5.4	6.6	8.7	9.8	10.5	13.2	15.2	19.0
	1株当たり配当金(円)	7.5	7.5	7.5	9.5	12.5	14.0	14.0	17.5	20.0	25.0
	期末株価*3(円)	—	—	945.0	852.5	1,322.0	1,597.5	2,412.5	3,265.0	2,937.0	2,807.0
	株主総利回り*4(%)	—	—	—	91.2	142.2	172.9	260.6	352.6	320.1	308.9
	配当性向(%)	48.5	34.3	24.0	26.5	33.0	27.6	24.9	22.2	23.3	25.7
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)	1,116	4,233	7,859	5,197	7,857	7,023	8,712	10,628	12,719	12,749
	投資活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	△ 3,380	△ 3,525	△ 3,293	△ 6,065	900	△ 4,951	△ 7,656	△ 15,629	△ 16,149	△ 13,776
	財務活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	3,029	△ 422	△ 851	△ 271	△ 4,196	1,825	△ 3,438	28,913	△ 5,402	8,900
	フリー・キャッシュ・フロー(百万円)	△ 2,264	707	4,566	△ 868	8,757	2,071	1,055	△ 5,000	△ 3,429	△ 1,026
従業員	連結従業員数(名)	2,452	2,580	2,710	2,971	3,083	3,264	3,548	3,860	3,908	4,056

* 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2018年度の期首から適用しており、2017年度に係る主要な経営指標については、当該会計基準等を遡って適用した後の数値となっています。

* 2021年度において、企業結合に係る暫定的会計処理の確定を行っており、2020年度に係る各数値については、暫定的会計処理の確定の内容を反映させています。

*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います。

*2 当社は2018年1月1日付と2021年10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います。2013年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、株式関連情報を算定しています。

*3 当社株式は、2015年6月25日から東京証券取引所市場第一部に上場されており、それ以前の株価については該当事項がありません。

*4 2013年度・2014年度・2015年度の株主総利回り及び比較指標は、2015年6月25日に東京証券取引所市場第一部に上場したため、記載していません。2016年度以降の株主総利回り及び比較指標は、2015年度を基準として算定しています。

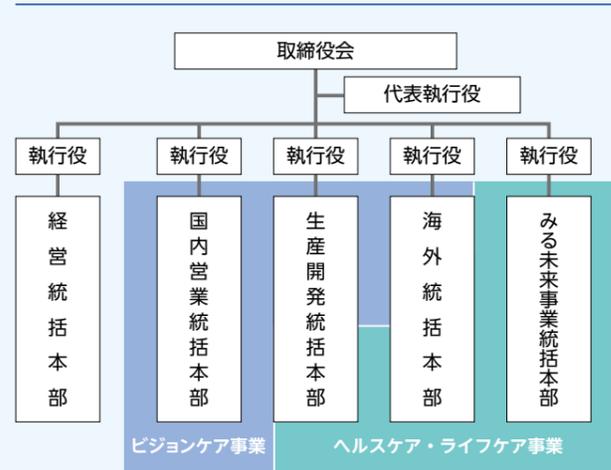
会社情報・株式情報

会社情報 (2023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 ※2023年4月1日現在	代表執行役会長 CEO 田中 英成 代表執行役社長 COO 川浦 康嗣
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	54億8,756万円
従業員数	4,056名(連結)、1,637名(単体)
事業内容	コンタクトレンズ・レンズケア事業他
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(80数カ国への輸出)
取引銀行	三菱UFJ銀行、みずほ銀行、りそな銀行、静岡銀行他
ウェブサイト	https://www.menicon.co.jp (日本語サイト) https://www.menicon.com (グローバルサイト)

組織図



事業拠点・子会社

国内拠点数	研究所・工場：5 カスタマーセンター：3 営業オフィス：17	ロジスティクスセンター：5 研修センター：4 直営販売店：55
子会社	国内：11	海外：23
事業拠点・子会社の詳細	https://www.menicon.co.jp/company/info/locations/	

グローバルネットワーク

当社グループは、株式会社メニコンと国内外の子会社34社で構成され、製品の取り扱いには世界80数カ国・地域で展開しています。



株式情報 (2023年3月31日時点)

株式の状況

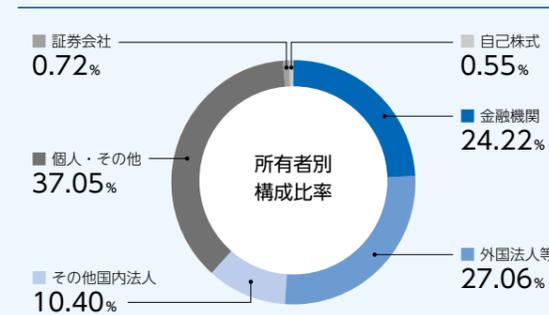
発行可能株式総数	124,368,000株
発行済株式の総数	76,527,888株
株主数	12,933名
議決権総数	760,940個
株主名簿管理人	東京都千代田区丸の内一丁目4番5号 三菱UFJ信託銀行株式会社
上場証券取引所	東京証券取引所・名古屋証券取引所
証券コード	7780

大株主

株主名	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)	10,350	13.59
株式会社トヨミ	3,964	5.20
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	3,687	4.84
塚本香津子	2,745	3.60
株式会社マミ	2,430	3.19
メニコングループ社員持株会	1,748	2.29
田中英成	1,640	2.15
田中康範	1,152	1.51
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505225	1,146	1.50
田中淳子	1,118	1.46

※持株比率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「株式給付信託(従業員持株会処分型)」制度の信託財産として、株式会社日本カストディ銀行(信託口)が保有する当社株式を含めていません。

所有者別構成比率



株価推移

