



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。

経営理念

Values	Mission	Vision
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。	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。	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。

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、優れた技術で見える喜びと生きる喜びの提供により顧客満足を高め、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ある就労環境の整備により従業員満足を高め、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		サステナビリティマネジメント	21
トップメッセージ	03	コーポレートガバナンス	23
History — 独創と挑戦 —	05	役員紹介	25
価値創造のプロセス	07	リスク管理	27
中長期ビジョン	09	コンプライアンス	28
財務・非財務ハイライト	11	社会	30
		環境	34
メニコンの成長戦略		コーポレートデータ	
CFOメッセージ	13	連結財務データ	37
ビジョンケア事業	15	会社情報・株式情報	39
ヘルスケア・ライフケア事業	17		
研究開発/品質保証/生産物流	19		

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にも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

2021年度(2021年4月1日～2022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。
・当社：株式会社メニコン(単体)
・当社グループ：株式会社メニコン及び国内・海外の子会社(連結)

発行年月

2022年10月(前回発行：2021年9月/次回発行：2023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」
・GRI「GRIサステナビリティ・レポーティング・スタンダード2016/2018/2020」
・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	
● 有価証券報告書 ● 決算短信 ● 決算説明資料	● 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
IRサイト https://www.menicon.co.jp/company/ir/	サステナビリティサイト https://www.menicon.co.jp/company/csr/
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、これらの見通しのみに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



「エンドユーザーファースト」を
事業活動の基礎として、
“地産地消”でグローバルな
企業成長を実現します

取締役
代表執行役社長

田中 英成

2021年度の業績レビューと2022年度の展望

2021年度は、新型コロナウイルス感染症の拡大が継続しただけではなく、原材料価格や燃料価格の高騰など、足許の事業環境は不安定な状況ではありましたが、結果的にM&A効果もあり海外事業での売上が大きく伸長したことなどから、大幅な増収増益となりました。また、前中期経営計画「Vision2020」で掲げた「売上高1,000億円」の目標も、新型コロナウイルス感染症の影響で1年遅れとなりましたが、2021年度に達成しました。

当社グループの柱であるビジョンケア事業においては、コンタクトレンズ・レンズケアのコロナ禍からの順調な需要回復がみられました。また、中国に拠点を持つ板橋貿易を2021年1月に完全子会社化したことが、アジアを中心とした海外売上の積み上げに寄与した他、中国市場では寝ている間に角膜形状を矯正することで近視視力の改善を行う「オルソケラトロジーレンズ」の販売数が引き続き堅調に推移しました。一方で、ヘルスケア・ライフケア事業においては、板橋貿易の持つ食品事業が加わったことで、売上が大きく伸長しました。

2022年度は、燃料費高騰に伴う物流コストの負担増などを見込んでおり、ますます収益的には厳しく、先行きは不透明な状況です。しかし、事業のグローバル展開を押し進める当社グループだからこそ、海外製造拠点が各国で製品の原料を調達して生産し、現地の販売ルートを通じてエンドユーザーに製品を届ける、いわば“地産地消”の概念を取り入れることで、更なる進化と成長を目指すことができます。また、輸出入の時間やコストを削減する他、環境面でも輸送に伴うCO₂排出量の削減などが実現できると考えています。

エンドユーザーファーストを追求する事業活動

眼はかけがえない器官であり、コンタクトレンズをはじめとする製品で万が一のことがあってはいけません。資本主義のもとでは株主ファーストがスタンダードですが、当社が事業を継続していく中で、誰のことを一番に考えなければならないかと問われれば、第一にお客様、その次に株主や投資家の皆様であると申し上げたいと思います。まずは当社製品をご使用いただいているお客様から支持さ

れ、その結果として株主の皆様からも応援していただける企業になれると考えています。

私が当社に入社した1987年から今日までを振り返れば、業績が厳しい時期は少なからずありました。なかでも、私が2000年に社長に就任するまでの数年間は、ある意味で窮地に追い込まれていたといっても過言ではありません。当時のコンタクトレンズ市場は、ディスカウントショップによるレンズの安売りが当たり前で、直営店販売をしていた当社は常に販売不振に悩まされていました。私自身、安売りされているレンズを使用した方を眼科医として診察したこともあります。目の表面は傷だらけで、レンズはタンパク質の汚れで真っ白。ディスカウントショップでは正しいレンズの取り扱い説明が行き届かないのだと気がつきました。このままではレンズへの信頼を失うだけでなく、業界不信にもつながりかねないという不安の他、何とかしなければならないという焦燥感を覚えました。このような時期に社長に就任し、まずは今まで以上にお客様の瞳の健康を第一に考え、安心してレンズを使用していただける環境を整えることに注力しました。そして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」の開始など、今日の当社グループの事業の礎を築きました。お客様を第一に考える「エンドユーザーファースト」の考えは、創業以来ずっと大切にできてきましたが、その考えが最も企業活動の方向性に影響を与えたのは、正にこの苦難に満ちた時期だったと思います。

「Vision2030」の推進

2021年度から“新しい「みる」を世界に”というスローガンのもと、新たな中期経営計画「Vision2030」がスタートしました。「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を意味しています。また、「みる」からの派生として、「みせる」「みられる」といった個人的な満足感や充実感も大切にしたいと考えています。そのために、当社グループのビジョンケア領域の「視覚」の満足だけではなく、人々の「五感」を満足させるような事業ドメインを更に広げていこうというのが、このスローガンの目指すところです。

中期経営計画では2025年度定量目標として、ビジョンケア事業の売上高1,300億円、ヘルスケア・ライフケア事業の売上高100億円を掲げました。ビジョンケア事業では、海外売上高拡大、メルスプランの更なる拡大、1DAYレンズ(1日使い捨てレンズ)販売拡大の3つに注力していきます。海外事業では、グローバル企業への着実な進化を目指し、マレーシアに新たな製造拠点を作ることと決定しました。今後は、海外売上高比率35%と掲げた目

標の達成に向けて、1DAYレンズやオルソケラトロジーレンズ及びレンズケアの海外市場での販売拡大を図っていきます。また、海外拠点に“地産地消”の概念を取り入れ、各国のいずれかの工場が生産不可となった場合でも、自社サプライチェーン内で臨機応変に対応可能な体制を構築します。ひいてはBCP(事業継続計画)の観点からも経営リスク回避につながると考えています。

2020年度に累計会員数が134万人を突破したメルスプランは、2025年度末時点での累計会員数150万人達成に向け、遠近両用レンズやサークルレンズをはじめとする製品ラインアップの拡充や販売網の強化に加え、積極的なプロモーション活動を進めていきます。国内販売チャネルの強化につながるM&Aについても、引き続き良縁が見込まれる会社を対象に進めていきます。また、ビジョンケア事業の売上高構成のうち、成長ドライバーである1DAYの比率上昇に向け、国内ではメルスプランの会員数獲得、海外では大手量販チェーンでのユーザー獲得を進めます。

2021年度において、大きな躍進を遂げたヘルスケア・ライフケア事業は、既存事業分野の拡大だけでなく、今後は板橋貿易の食品ビジネスを本事業の柱のひとつとなるよう育てていきます。

サステナビリティ経営のバリューアップに向けて

先般公表した中期経営計画において、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ることをあるべき姿と定め、その実現に向けた活動を進めています。

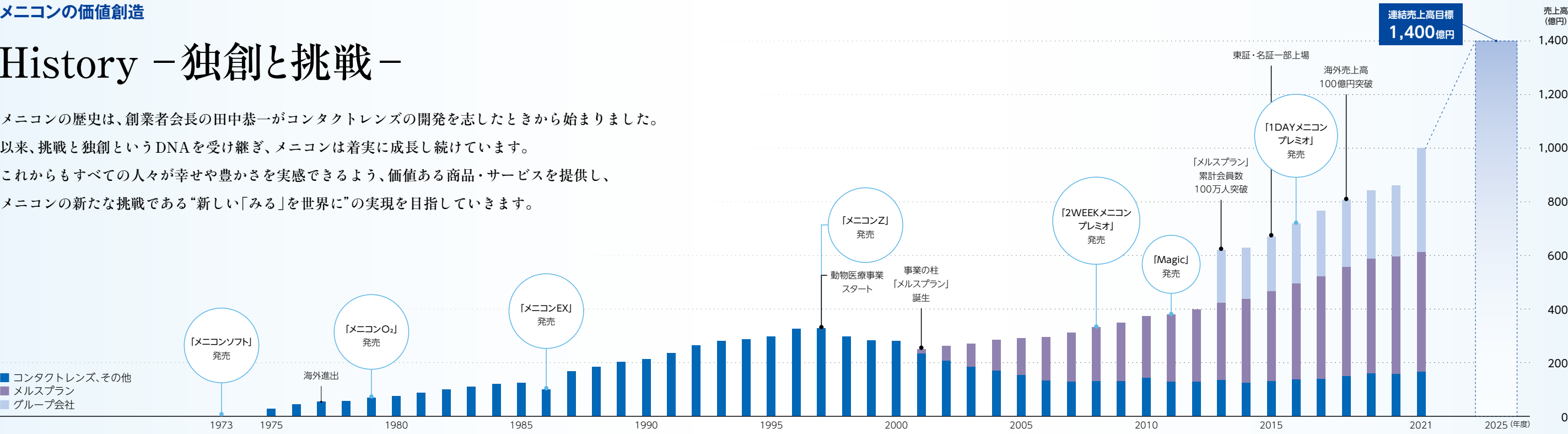
サステナビリティ活動の一段の高度化を目指して、2022年4月には既存の「CSR方針」を「サステナビリティ方針」へと改定した他、「CSR委員会」を「サステナビリティ委員会」へ名称を改め、サステナビリティ課題を積極的に議論するマネジメント体制を整えました。サステナビリティ委員会では、気候変動問題への対応について協議を行い、気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)提言に基づいた対応や開示の強化に取り組んでいます。加えて、当社の重要課題に関する方針や対応についても議論を深めており、引き続きサステナビリティ委員会を中心としたサステナブルな経営を推進していきます。

管理職における多様性の確保、特に女性活躍については、公正な人事評価と公平な昇進昇格の機会をこれまでも実現してきましたが、今後も多様性の確保に向けた人材育成方針に沿って社内環境整備に取り組んでいきます。

当社グループは、サステナビリティ課題の解決に向けた取り組みを進め、持続可能な社会の実現に貢献すると同時に、コンタクトレンズで培った技術やノウハウを活かし、社会に役立つ商品やサービスを提供し続けてまいります。

History – 独創と挑戦 –

メニコンの歴史は、創業者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、挑戦と独創という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年～ 独創と挑戦の源流	1970年～ コンタクトレンズメーカーとして進化	2000年～ グローバルでのメニコン・ブランド確立	2020年～ 新しい「みる」を世界に
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  1952年 日本コンタクトレンズ研究所創設 1957年 メニコンの前身である日本コンタクトレンズ(株)を設立 1967年 ブランド名「メニコン」商標登録 	1977年 海外 フランスに現地法人を設立 [Menicon SAS] 1982年 株式会社メニコン設立 1984年 主力工場として岐阜県に関工場新設  1988年 海外 ドイツに現地法人設立 [Menicon GmbH] 1992年 海外 フランスにレンズケア工場設立 [Menicon Pharma SAS] 1995年 愛知県に総合研究所新設	2001年 海外 スペインに現地法人設立 [Menicon Iberia S.L.] 海外 米国に現地法人設立 [Menicon America, Inc.] 2002年 岐阜県に技術開発施設テクノステーション新設 2003年 愛知県に動物用医療ビジネスの子会社設立 [(株)メニワン] 2005年 海外 シンガポールに販売現地法人設立 [Menicon Singapore Sales Pte. Ltd.]  2006年 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.]  2009年 海外 英国のコンタクトレンズメーカーの株式取得 [Menicon Limited] 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取得 [(株)メニコネット] 2012年 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] 2014年 海外 韓国に現地法人設立 [Menicon Korea Co., Ltd.]	2015年 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 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 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)] 2016年 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] 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] 2019年 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.]  2020年 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] 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] 2021年 海外 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取得 [板橋貿易(株)] メニコン創業70周年 
1953年 商品化第一号「M.T.コンタクトレンズ」発売 	1973年 日本初のソフトコンタクトレンズ「メニコンソフト」発売 1979年 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 1986年 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 1997年 ハードコンタクトレンズ「メニコンZ」発売 犬用眼内レンズ「メニわんレンズ」発売	2001年 定額制会員システム「メルスプラン」開始  2005年 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 2008年 シリコー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	2011年 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 2013年 メルスプラン累計会員数が100万人を突破 2014年 2週間交換サークルレンズ「2WEEKメニコン Rei」発売  2016年 シリコー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  2018年 3カ月交換ハードコンタクトレンズ「フォーシーズン」発売  2019年 オルソケラトロジーレンズ「メニコンオルソK」発売 2020年 1日使い捨てサークルレンズ「1DAY FRUITIE」発売  2021年 1日使い捨てサークルレンズ「1DAYメニコン Rei」発売 2022年 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 

価値創造のプロセス

より良い視力の提供を通じて、広く社会に貢献する。

Vision2030

新しい「みる」を世界に
New Vision of Miru for the World

中期経営計画

P.09-10

Input

Output

事業活動

一貫体制

開発力

P.19-20

ビジョンケア
事業
P.15-16

ヘルスケア・
ライフケア事業
P.17-18

販売力

生産体制

マーケティング

人材
P.31-32

経営理念
P.01

ガバナンス
P.23-26

財務資本

●営業利益
99億円
●ROE 10.4% ●ROIC 6.1% ●配当性向 23.3%

製造資本

●設備増強を
実施した製造拠点
4拠点

知的資本

●新商品開発数
7件(単体)
●新規特許数
10件(単体)

人的資本

●従業員満足度
(アンケート回答率)
96.7%(単体)
●女性役職者比率
10.9%(単体)
●労働災害件数(不労災害)
4件(単体)

社会・関係資本

●メルスプラン会員満足度
90%以上
●社会貢献活動費
7,213万円

自然資本

●GHG排出
(Scope1+2)
20,981t-CO₂

財務資本

●総資産
1,309億円
●自己資本
650億円
●有利子負債
424億円

製造資本

●設備投資額
158億円
●製造拠点
国内4拠点
海外5カ国5拠点

知的資本

●研究開発費
39億円
●特許数
472件(単体)

人的資本

●従業員数
3,908名(連結)

社会・関係資本

●HITOMIホールでの公演数
128公演 ※2021年4月～2022年3月
●メニコンスーパーコンサートの公演数
1公演 ※2021年4月～
2022年3月

自然資本

●エネルギー使用量
63,411MWh
●水使用量
285,774m³
●プラスチック
再利用率
176,421kg

事業

五感を刺激する
生活の提供

環境

地球環境の負荷低減

新たな
重要課題
P.22

社会

笑顔あふれる
社会への貢献

経済基盤

100年続く
企業基盤づくり

気候変動

国内人口減

医療技術革新

外部環境
(リスク・機会)

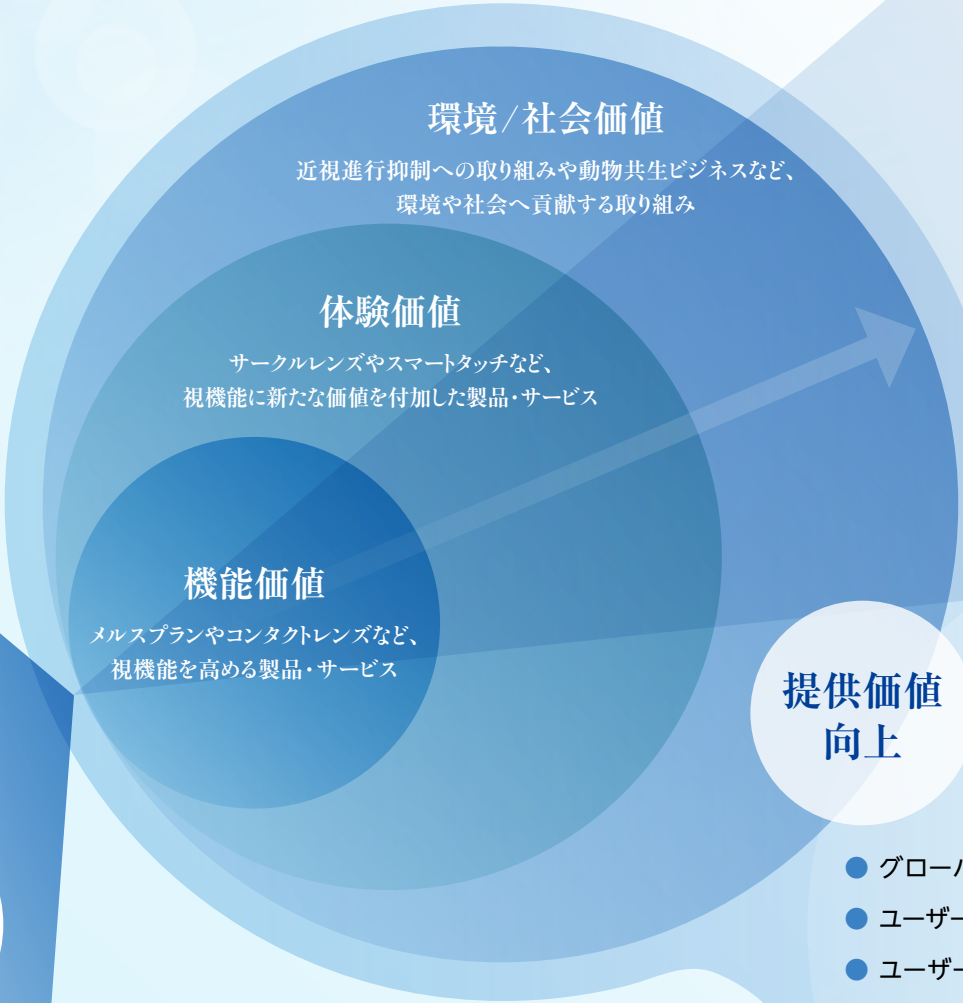
少子高齢化

新興国経済成長

デジタル化推進

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、
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。

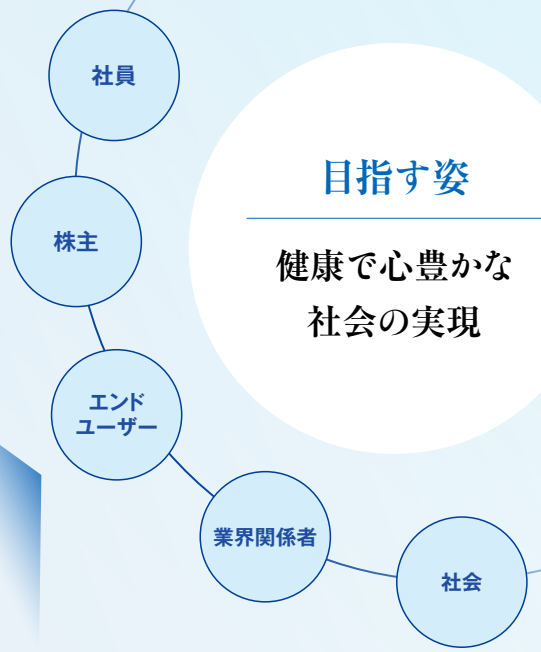


環境変化

気候変動
少子高齢化
生物多様性

市場変化

Z世代の台頭
近視人口の増加
オンライン診療
製品の同質化



提供価値向上

2025年度中期目標

ビジョンケア事業

- グローバル企業への進化、世界中にメニコンファンを拡大
- ユーザーの多様な価値観に応え、「つながり」を持ち続けたい存在へ
- ユーザーベネフィットを最優先に考え、安全性と利便性を追求

ヘルスケア・ライフケア事業

- 世界中の全ての人の五感を満たす、心豊かな生活の表現

2025年度定量目標 P.04 トップメッセージ
P.14 CFOメッセージ

SDGsの取り組み

持続可能な社会を見据え、事業活動を通じてSDGsに取り組んでいます。

コンタクトレンズメーカー
だからこそ取り組む
プラスチック問題



プラスチックの削減と再利用

ごみとして廃棄されるものを
価値ある資源に再生
資源循環や地域活性化に貢献



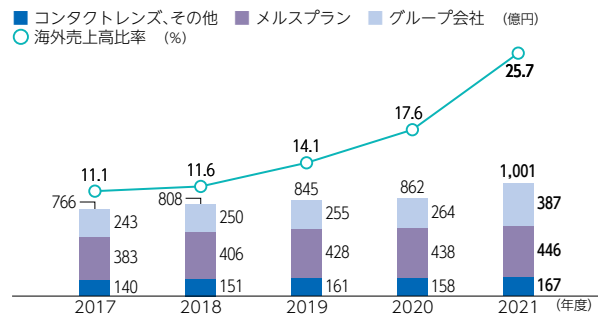
ぶどうの搾りかすの飼料化

詳しい取り組みはサステナビリティレポート2022参照
☞ サステナビリティ・CSR <https://www.menicon.co.jp/company/csr/>

財務・非財務ハイライト

財務ハイライト (連結の数値)

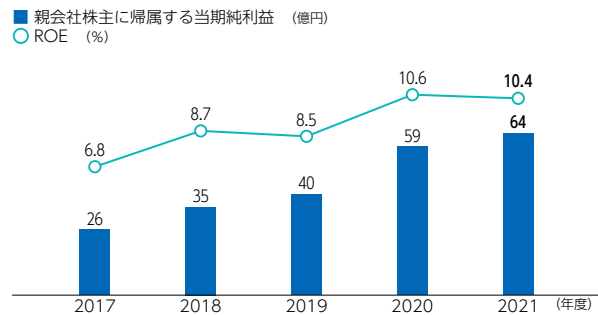
売上高 **1,001億円** 海外売上高比率 **25.7%**



2020年度に完全子会社化した板橋貿易、ハモノコンタクトのグループ加入効果が通期で寄与し、2021年度の売上高は前年度比16.2%の増収でした。

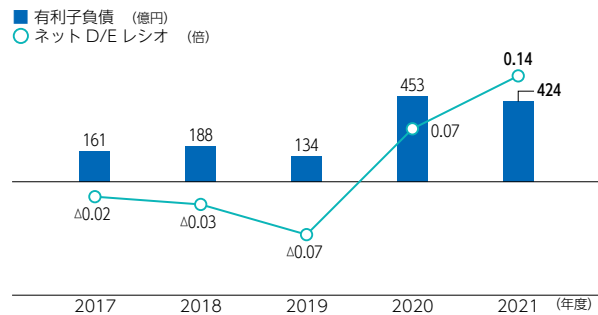
※2020年度までは、海外売上高に国内の代理店を通じた中国への主要な輸出を含めて海外売上高比率を算出しています。

親会社株主に帰属する当期純利益 **64億円** ROE **10.4%**



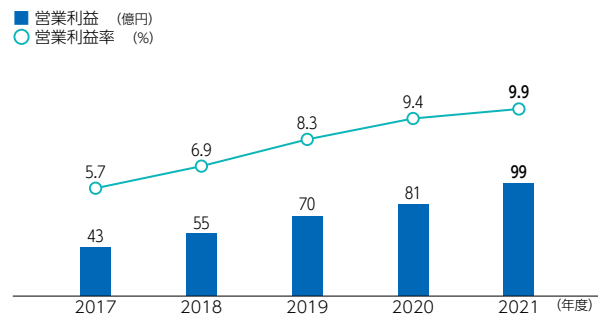
売上高及び営業利益の増加に伴い、2021年度の親会社株主に帰属する当期純利益も前年度比8.9%の増益でした。親会社株主に帰属する当期純利益の増加により株主資本が増加したことで、ROEはほぼ横ばいでした。

有利子負債／ネットD/Eレシオ **424億円** ネットD/Eレシオ **0.14倍**



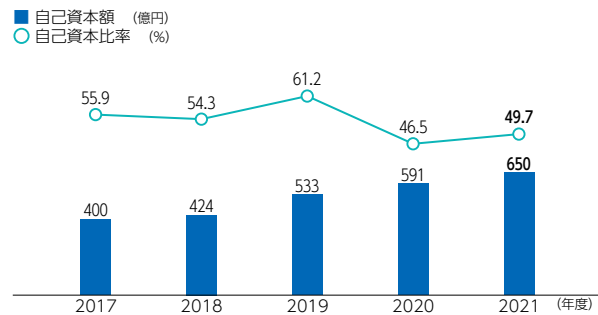
社債償還と借入金返済による有利子負債の減少や自己資本額が増加した一方、設備投資に伴う有形固定資産の取得のため現金及び預金が増加したことにより、2021年度末のネットD/Eレシオは前年度末と比較し0.14と0.07ポイント上昇しました。

営業利益 **99億円** 営業利益率 **9.9%**



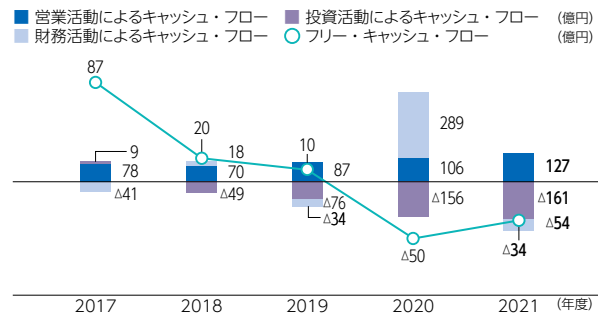
2020年度に完全子会社化した板橋貿易、ハモノコンタクトのグループ加入効果が通期で寄与し、2021年度の営業利益は前年度比22.8%の増益、営業利益率は9.9%と前年度比0.5ポイント上昇しました。

自己資本額 **650億円** 自己資本比率 **49.7%**



配当金の支払いや自己株式の増加があったものの、利益剰余金の増加により、2021年度末の自己資本額は前年度末と比較し59億円増加しました。この結果、自己資本比率は49.7%と前年度比3.2ポイント上昇しました。

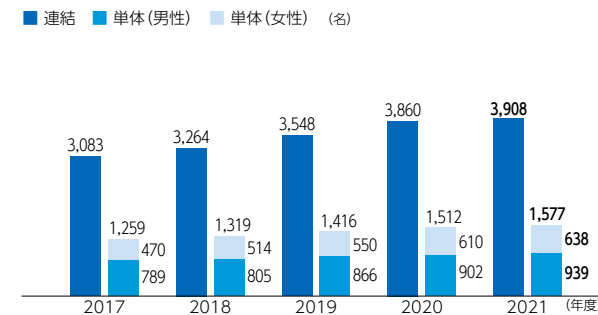
キャッシュ・フロー **フリー・キャッシュ・フロー** **△34億円**



2021年度について、営業活動によるキャッシュ・フローは20億円増加したものの、設備投資に伴う有形固定資産取得の投資活動によるキャッシュ・フローが5億円増加し、フリー・キャッシュ・フローは34億円のマイナスになりました。

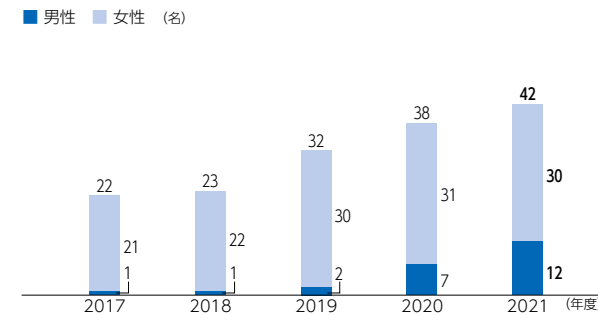
非財務ハイライト (従業員数およびGHG排出量は連結、それ以外は単体の数値)

従業員数 **連結 3,908名**



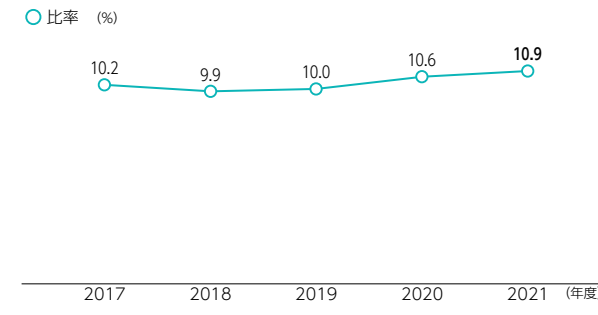
グループ会社の増加や事業規模の拡大に伴い、連結・単体どちらの従業員数も増加しました。「Vision2030」達成には多様な人材の活躍が必要であるとの考えのもと、性別を含めた多様性の確保に努めます。

育児休業取得者数 **42名**



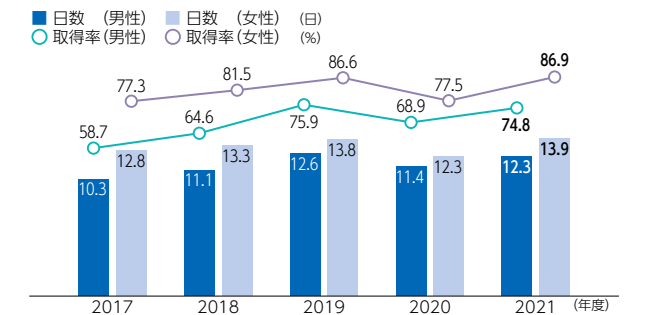
育児休業取得者に対し、育児休業期間中の一部に会社が支援する「育児サポート期間」を導入したこともあり、男性社員の取得者も増加傾向となりました。2021年度は該当する社員が多かったこともあり男性社員の取得者が大きく増加しました。

女性役職者比率 **10.9%**



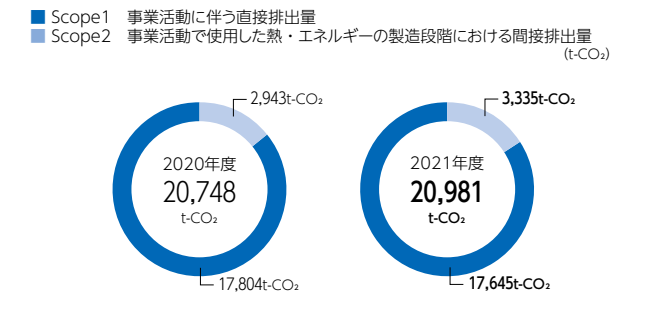
中核人材の登用に当たっては、透明性が高く公平な方法で、性別や国籍、職歴を問わず、能力や意欲などにおいて適性のある人材を選定しています。今後も性別、国籍、職歴を問わず中核人材の登用を実施することにより、引き続き現状以上の多様性の確保に努めます。

平均取得日数／年次有給休暇取得率 **12.9日** 取得率 **79.6%**



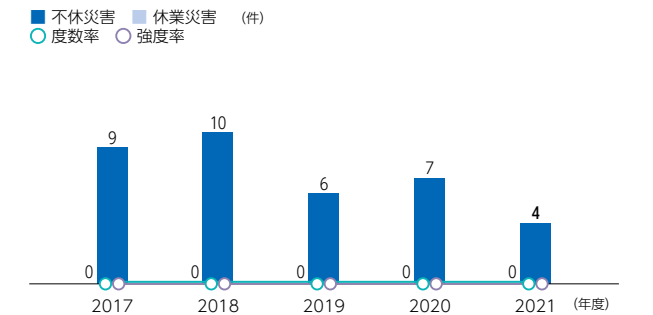
2019年度より年10日以上有給休暇が付与される従業員の年5日の取得を徹底しています。以降、取得率及び平均取得日数は上昇傾向になりました(2020年度はコロナ禍によって外出機会が減少したことにより前年度比減となりました)。

GHG排出量 (Scope1 + 2) **20,981t-CO₂**



2020年度より当社グループの温室効果ガス(GHG)排出量(Scope1 + 2)の算出を実施しました。2021年度は2020年度と比較して若干増加しました。Scope1の増加によるものであり、当社グループの製造工場における生産量増加や製造ライン増加によるエネルギー使用量増加が主な要因です。

労働災害発生状況 **4件** 度数率 **0** 強度率 **0**



2021年度にて発生した労働災害は4件の不労災害のみで、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



中期経営計画「Vision2030」では、コンタクトレンズを中心としたビジョンケア事業の継続的な発展、ヘルスケア・ライフケア事業の領域拡大と、両分野において事業拡大を計画しております。各事業の成長分野に対し、経営資源を集中的かつ効率的に投じて収益性を向上させることが求められます。この実現に向けて、健全な財務体質に配慮しながら事業拡大のための投資の実施や投資に対する資金調達を適正に行い、持続的に企業価値を向上させてまいります。

執行役 経営統括本部長 最高財務責任者
渡邊 基成

2021年度業績ハイライト(連結)

2021年度については、新型コロナウイルス感染症の影響が残ったものの、市場全体としては持ち直しの動きが見られ、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、国内では主にメルスプランにおける1日使い捨てコンタクトレンズ(1DAYレンズ)の会員構成比率が高まったことにより、メルスプランの売上高が堅調に推移しました。また、海外では、2020年度に完全子会社化した板橋貿易のグループ加入効果により、特にアジア地域での売上高が伸長しました。

ヘルスケア・ライフケア事業は、板橋貿易が展開する食品事業が新たに加算されたことにより売上高が大きく伸長しました。

この結果、売上高1,001億円(前年度比+16.2%)・営

業利益99億円(前年度比+22.8%)と増収増益となりました。また、営業利益率は9.9%、ROEは10.4%となりました。

売上高	1,001億円	前年度比	+16.2%
営業利益	99億円	前年度比	+22.8%
営業利益率	9.9%	前年度比	+0.5ポイント
ROE	10.4%	前年度比	△0.2ポイント

財務安全性の考え方

財務の安全性については、資本と負債のバランスを考慮しながら、自己資本比率とネットD/Eレシオを指標にしています。

2021年度末は、主に利益剰余金の増加により自己資本比率は49.7%と前年度と比べて3.2ポイント上昇しました。また、設備投資に伴う現金及び預金の減少によりネットD/Eレシオは0.14と前年度と比べて0.07ポイント上昇しました。今後も、事業戦略に照らし合わせて自己資本

比率並びにネットD/Eレシオを適切な水準に維持することで健全な財務体質を確保していきます。

自己資本比率	49.7%	前年度比	+3.2ポイント
ネットD/Eレシオ	0.14	前年度比	+0.07ポイント

成長分野への投資

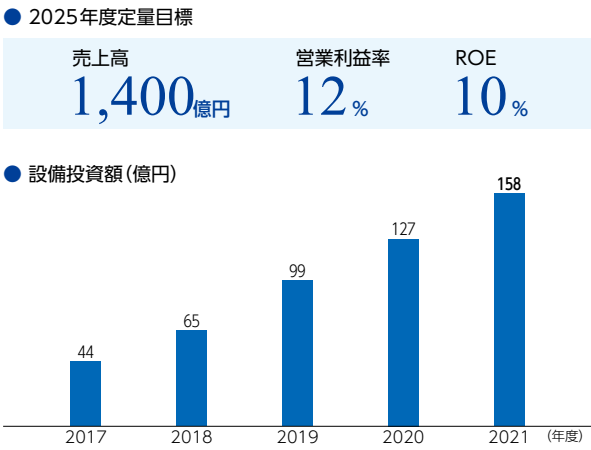
中期経営計画である「Vision2030」のマイルストーンとして、2025年度の定量目標を売上高1,400億円、営業利益率12%、ROE10%と掲げています。目標達成にはコンタクトレンズ並びにレンズケアを中心としたビジョンケア事業の更なる拡大が必要です。その成長ドライバーは1DAYレンズとオルソケラトロジーレンズとなるため、この分野に計画的に設備投資を行っていきます。

1DAYレンズへの投資は、「1DAYメニコン プレミオ」を生産している各務原工場の生産体制強化のための設備増設を行っています。また、1DAYレンズの新たな製造拠点として、マレーシアに工場を設立することが決定しており、2022年8月に着工、2025年に稼働を開始する予定で進めています。

オルソケラトロジーレンズは現在、伊那工場(アルファコーポレーション)で製造を行っています。今後の投資として、中国市場での需要増加に対応するため、中国に新たな拠点となる工場の設立が決定しています。全体の生産量増加を図るため、2024年の量産開始を目指して準備を進めています。また、オルソケラトロジーレンズの使用に欠

かせないレンズケアは、現在製造している郡上工場(メニコンネクト)の生産設備増設を行っています。

これらの投資により、2021年度の設備投資額は158億円となりました。今後も設備投資を継続していくため、今後3年間は2021年度と同規模の設備投資を毎年実施する予定です。



株主還元方針

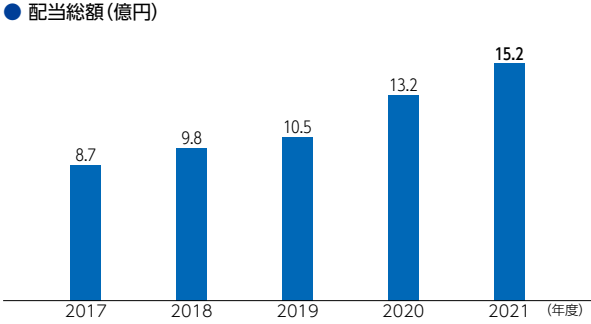
当社グループは、株主各位に対する継続した利益還元を経営の重要な目的のひとつとしています。剰余金の配当に関しては、当期実績及び将来の事業展開や財務体質の強化に必要な内部留保の充実を総合的に勘案し、適切に実施していく方針です。

これらの方針のもと、2021年度の実績に基づく配当は、

1株につき20円としました。当社は、2021年10月1日付で普通配当1株につき2株の割合で株式分割を行っています。これにより、上記期末配当金は株式分割前の1株当たり配当額に換算すると40円となり、前期に比べて5円の増配となります。

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
1株当たり配当額*	12.5円	14.0円	14.0円	17.5円	20円
				普通配当 15.0円	
				記念配当 2.5円	
配当性向	33.0%	27.6%	24.9%	22.2%	23.3%

* 2017年度の期初に株式分割されたと仮定して計算



ビジョンケア事業



顧客に支持される新製品・新サービスの導入により、当社グループ製品の愛用者を増やし、メルスプラン会員の拡大及び事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



この5年でビジョンケア事業における海外売上高は約3倍に成長しました。海外市場は経済成長を背景にアジア中心に拡大しており、今後もユニークな製品群と地域毎のパートナーシップを軸に成長を継続していきます。

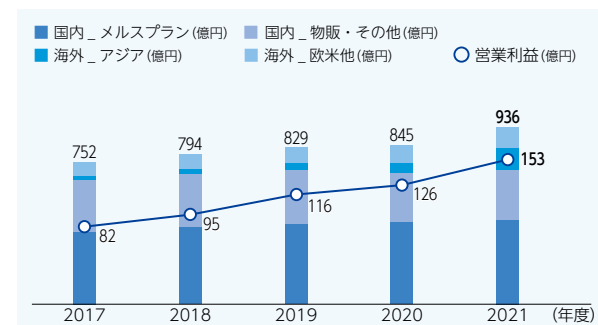
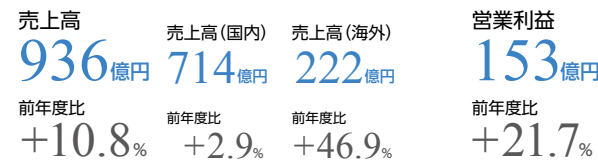
執行役 海外統括本部長
古賀 秀樹

※ 第65期第1四半期より、コンタクトレンズ関連事業はビジョンケア事業、国内コンタクトレンズ事業は国内ビジョンケア事業、海外コンタクトレンズ事業は海外ビジョンケア事業に名称を変更しました。

2021年度業績ハイライト(連結)

国内：メルスプランの会員数は前年度末と同程度の134万人でしたが、1日使い捨てコンタクトレンズ(1DAYレンズ)の会員構成比率が高くなり売上高が伸長しました。物販・その他は、市場の回復に伴い、主に1DAYレンズの拡販により売上高が伸長しました。この結果、国内売上高は全体で714億円(前年度比+2.9%)でした。

海外：一部地域はコロナ禍による不安定な状況でしたが、地域ごとに迅速かつ適切な成長戦略を推進しました。中国ではオルソケラトロジーレンズ市場の活況と完全子会社化した板橋貿易のグループ加入効果で、アジア売上高は前年度比約2倍の115億円でした。欧米はディスプレイコンタクトレンズ中心に市場回復が進み順調に拡大した結果、海外売上高は全体で222億円(前年度比+46.9%)でした。



リスクと機会

国内

▶ 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
- ・ウェブ通販を活用した販売機会の拡大

海外

▶ リスク

- ・外資系競合企業との競争激化
- ・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(全世界)
- ・新興国の経済成長に伴うコンタクトレンズの普及拡大



中期経営計画(Vision2030)に基づく成長戦略

重点施策

- 1 オルソケラトロジーレンズの体制構築の継続
- 2 メルスプランの国内販売チャネルの強化
- 3 1DAYレンズの販売地域の拡大・製品ラインアップの拡充

国内：2025年度の目標としてメルスプラン会員数150万人を掲げています。この目標達成に向け、商品ラインアップの拡充を進めるとともに、当社グループ販売店とメルスプラン加盟施設のネットワークを強化することで会員数の拡大を図ります。また、幅広い世代に継続してメルスプランをご利用いただくため、老視の初期症状を感じ始める40代前後の方や老視の自覚がある方には遠近両用コンタクトレンズをご案内し、デジタルメディアの普及により昨今視力低下が進んでいる若年層に対しては安全なアイライフを提供できる環境を整えていきます。

海外：2025年度の目標として海外売上高比率35%を掲げています。この目標達成に向け、欧州・北米・中国を中心としたアジア地域の市場環境に応じた戦略を展開していきます。近視進行抑制への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いる中国では、現地生産を含む供給網の整備、機動的な製品の投入、販路の拡大など、グループ各社と連携して事業基盤を垂直的に強化し、成長を加速させます。また、当社のユニークなディスプレイコンタクトレンズが好評な欧州・北米では、現地パートナーと連携を強化し、今後も拡販に努めます。

2021年度の取り組みと成果

国内：商品ラインアップの拡充として、1日使い捨てサークルレンズ「1DAYメニコン Rei」と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」をメルスプランに新たに導入し、幅広い世代の方に継続してご利用いただける環境を整備しました。プロモーション施策では、遠近両用コンタクトレンズシリーズを「Lactive」とネーミングし、新CMキャラクターに櫻井翔さんを起用したプロモーション展開を開始しました。スマートフォンの普及などにより老視の初期症状が始まる年齢は低下傾向にあるため、老視の初期症状を感じる方にも遠近両用レンズをご利用いただくことで同レンズのマーケットが活性化するよう推進しました。顧客コミュニケーション強化施策では、医師の指示書に基づくコンタクトレンズのウェブ販売システム「ClickMiru」を開始しました。これは医師の指示に基づいたレンズ使用促進と利便性を兼ね備えたシステムで、顧客により快適に製品を使用し続けていただくためのサービスです。

海外：アジア、主に中国は、高品質かつ日本製のブランド力を活かしたオルソケラトロジーレンズやレンズケアの需要が好調を維持しました。また、2020年度に完全子会社化した板橋貿易のグループ加入効果が寄与したこともあり、前年度比で約2倍の売上高伸長につながりました。欧州は、新型コロナウイルス感染症の拡大を受け、営業活動への影響があったものの、重要な量販店チャネルの新規開拓と関係強化により、新たにドイツ、オランダ、イギリスの量販店との取引を開始しました。特にディスプレイコンタクトレンズの取引数量の拡大により、前年度比10.7%増の売上高伸長を実現しました。北米は、経済活動の回復とともに1DAYレンズの大手量販店への拡販とインターネット販売を中心としたレンズケアの売上拡大により、前年度比51.3%増の売上回復を果たしました。

ヘルスケア・ライフケア事業



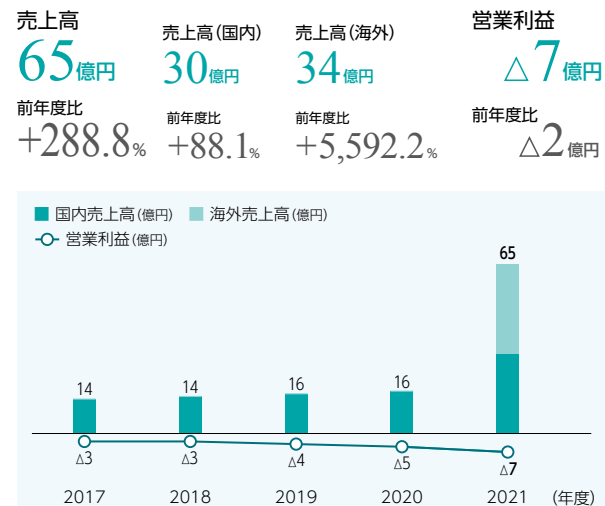


中期経営計画「Vision2030」では、五感に関するビジネスを展開し、人々が幸せや豊かさを実感できるような商品やサービスの提供を推進することを掲げています。第2、第3の柱となる事業を創出するべく、既存の環境ビジネス、動物医療ビジネス、ライフサポート事業の他、食品ビジネス、動物共生ビジネスなど新たな領域にも挑戦します。2025年度にヘルスケア・ライフケア事業で売上高100億円を達成するために、成長性、独自性、社会貢献の観点に基づく事業拡大と利益体質改善を進めます。

執行役 みる未来事業統括本部長
伊藤 渉

2021年度業績ハイライト(連結)

コロナ禍の影響が残る中、業績は順調に推移し、前年度比288.8%と計画を上回る売上高を達成しました。2020年度に完全子会社化した板橋貿易のグループ加入効果により、食品ビジネスが44.5億円の売上高となり、既存事業もそれぞれ売上高を伸ばしました。環境・バイオ事業は堆肥化促進システム「resQ」などが海外売上を牽引し、ライフサポート事業はヘルスケアサプリメント及び妊活向けサプリメントを中心に売上高伸長に貢献しました。動物医療ビジネスはコロナ禍で対面での商談機会が縮小し苦戦したものの、医療機器の営業企画が功を奏し、売上高が伸長しました。新たなビジネスへの投資や新規取引先の開拓などの事業拡大における追加投資によって営業損失となっており、収益化の早期実現に努めます。



リスクと機会

- ▶ **リスク**

 - 自然災害の発生や気候変動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
 - 新型コロナウイルス感染症の拡大による活動の自粛や制限、学会、展示会、商品説明会の延期や中止に伴う販売機会の損失と販売地域における経済活動の縮小

▶ **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の増加
 - 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
 - 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
 - コロナ禍でペット向け製品のネット販売の需要の増加

中期経営計画 (Vision2030) に基づく成長戦略

重点施策

- | | |
|-------------|--|
| 1 環境・バイオ事業 | 既存の事業で培ったノウハウを活かし、事業分野を広げる |
| 2 ライフサポート事業 | 食品ビジネスは新規取引先の開拓、医療・健康関連商品はフェムケア・五感関連商品のラインアップの追加などで、収益性の向上を目指す |
| 3 動物医療・共生事業 | 国内は眼科以外の分野の領域にも挑戦、海外では中国現地法人を通じ事業拡大を図る
動物共生ビジネスについてはより良いサービスの実現を目指す |

ヘルスケア・ライフケア事業には、環境保全の実現を目指す環境・バイオ事業、食品ビジネスを含むライフサポート事業、ペットライフをサポートする動物医療・共生事業があり、これらの事業で2025年度に売上高100億円を目指しています。

環境・バイオ事業の主力商品は当社の技術を活かした稲わら分解促進材の「アグリ革命」と堆肥化促進システム「resQ」です。環境に関するビジネスチャンスは大きいと同時に、各種規制や自然災害など外部環境の影響を大きく受けるため、既存商品の販売拡大だけでなく、今まで培ったノウハウを活かした関連商材の開発・販売も進めていきます。

運動精子選別装置や妊活をサポートするサプリメントなどを扱うライフサポート事業では、不妊治療の普及が想定される中、関連する商品の認知向上を図っていきます。

また、理化学機器である細胞伸展装置の中国への販路拡大を目指します。サプリメントは売上高拡大に向け販売促進活動を行うとともに、今後はライフケア(食、文化、生活)全体の領域にも挑戦し、オリジナリティのある商材やサービスの開発、探索を強化します。同時に利益体質への改善や効率化にも取り組んでいきます。特に食品ビジネスは中期経営計画においてヘルスケア・ライフケア事業の売上高に占める割合が大きいため、新規取引先の開拓により、売上高拡大と収益性向上が不可欠であると考えています。

動物医療ビジネスを担うメニワンは、国内の眼科領域とサプリメント販売を主としたライフサイエンス領域に注力し、海外では2020年度に設立した中国の現地法人の事業拡大を図ります。

2021年度の取り組みと成果

環境・バイオ事業の堆肥化促進システム「resQ」はこれまで日本のみの販売でしたが、地道な営業活動により東アジアなどにも販路を拡大することができました。稲わら分解促進材「アグリ革命」は自然災害や新型コロナウイルス感染症の拡大による営業活動自粛による影響を受けましたが、販売地域の拡大や商品差別化のための試験実施など、将来の販売拡大に向けた活動に取り組みしました。

ライフサポート事業は、ヘルスケアサプリメントの「めにサプリ」シリーズを含む3つの商品を新たに発売しました。販売はインターネットを中心に好調で、サプリメントの販売が業績を押し上げる結果となりました。また、理化学機器の国内向けの販売が順調に推移しました。2020年

度に完全子会社化した板橋貿易グループは、創業当初から食品ビジネスを行っており、ヘルスケア・ライフケア事業に大きく貢献しています。主に東南アジアを中心とした鮮魚の輸出、中国への日本米の輸出、乾物の輸入販売などを行っており、海外取引先も着実に増加しています。

動物医療・共生事業では、2021年度より愛犬との豊かな生活を支えるサービスを通じて、社会課題の解決に寄与する新サービス「&D(アンド・ディー)」をスタートしました。メニワンでは、動物医療ビジネスの主力である動物用サプリメントをリブランドし、獣医師や飼い主の気持ちに寄り添う姿勢を明確に打ち出しました。

研究開発／品質保証／生産物流



当社は日本で初の角膜コンタクトレンズの開発から始まり、世の中にないユニークな製品を開発し市場導入してきました。コンタクトレンズに関する専門性や、材料開発から製法開発に渡って一貫した研究開発体制がそれを支えています。生産部門と物流部門は同じ事業部にあり、スムーズに連携できることで効率的な製造と在庫管理を実現しています。また、エンドユーザーに安心して使っていただける製品を提供するために、品質マネジメントシステムの適切な運営に努めています。

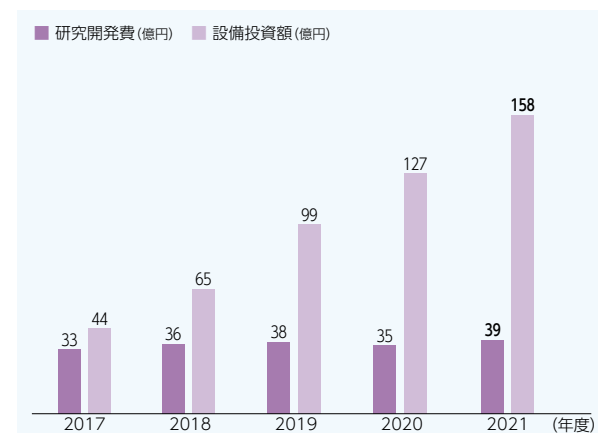
執行役 生産開発統括本部長
川浦 康嗣

2021年度業績ハイライト(連結)

2022年1月にシリコンハイドロゲル素材の遠近両用1日使い捨てコンタクトレンズ(1DAYレンズ)の発売を開始し、視力矯正のための商品ポートフォリオはほぼ完成しました。次の課題として、近年ニーズの高まりを見せている近視進行抑制に資する研究・開発を進めています。

製造においては、中期経営計画に掲げている1DAYレンズの売上高構成比率、海外売上高比率の達成に向け、マレーシアに1DAYレンズの製造工場建設を決定しました。建物の建設費用などとして2021年度を含む今後数年間で約177億円の投資を予定しています。また、海外事業を牽引しているオルソケラトロジーレンズ関連製品の堅調な需要に応えるため、中国にオルソケラトロジーレンズ製造工場の建設と日本の既存工場にレンズケアの製造設備増強を進めています。その結果、2021年度の設備投資額は158億円となりました。

研究開発費 39億円 前年度比 +9.6%
設備投資額 158億円 前年度比 +24.5%



リスクと機会

▶ リスク

- 投資に応じた研究成果が得られない
- 地震や火災、風水害など自然災害の発生による、生産活動への影響
- 製品の不備に起因した損害賠償金支払の発生や社会的信頼の喪失

▶ 機会

- オルソケラトロジーレンズの需要拡大
- 拡張性のある工場新設により、市場変化への対応力強化
- グローバル物流ネットワーク及び管理体制の強化による、取引先との関係強化

体制と戦略

研究開発

■ 体制

研究開発機能は主に3つあり、コンタクトレンズ材料などの素材や、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います。

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。

■ 知的財産管理

当社グループが事業を優位に展開する上で、知的財産は重要な役割を果たしています。自社知的財産権の権利化・維持・活用や他社知的財産権の調査により、他社特許侵害の未然防止やライセンス取得・譲渡などの知的財産戦略を専門部署が立案・実行しています。当社グループは保有する知的財産の適切な保護と管理を継続していきます。

品質保証

■ 体制

当社は「安全哲学憲章」を掲げ、品質の確保及び顧客満足の上を目指して、本社はもとより、製造を行っている子会社においても、医療機器の品質マネジメントの国際規格であるISO/EN ISO13485を取得しています。

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回実施し、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。

生産物流

■ 生産体制

主な製造工場は、1DAYレンズの生産を行っているシンガポール工場(Menicon Singapore)及び各務原工場、従来型ハード&ソフトコンタクトレンズ及び定期交換型コンタクトレンズの生産を担う関工場、オルソケラトロジーレンズの生産を担う伊那工場(アルファコーポレーション)、レンズケアの生産を担う郡上工場(メニコネクト)です。今後予想される需要に応じて製造ラインの追加や増床を行い、生産体制強化に取り組んでいます。特に1DAYレンズは国内外で使用者が増加しているため、Menicon Malaysiaに1DAYレンズの工場を新設し、今後グローバル市場での成長分野と位置付けている1DAYレンズ市場への更なる販売拡大を目指します。

■ 物流体制

国内のメイン物流拠点であるロジスティクスセンター(名古屋市)では、BtoC流通の増大を見据え、ポスト投函用自動包装ラインを導入しました。これにより包装工程の生産性が約2倍となり、出荷処理能力の向上・省人化・コスト削減を実現しています。BtoB流通では、注文量に応じて適切なサイズの梱包資材と紙素材の緩衝材を使用し、配送後に出るごみの削減と脱プラスチックを実践する環境配慮の取り組みを行っています。

流通量増大に伴い、新たな国内物流拠点の開設を計画中です。新拠点では、倉庫業務の自動化・デジタル化を実現し、更なる市場拡大に対応します。海外では、物流機能を兼ね備えた自社最大規模の新工場(マレーシア)の建設計画が進行しています。伸長する1DAYレンズ市場のニーズに応え、効率的かつ安定的な製品の供給を実現します。

サステナビリティマネジメント

メニコングループのサステナビリティ

新型コロナウイルス感染症の拡大が私たちの生活に与えた影響は非常に大きく、感染状況や各国の対応など、刻々と状況は変化しており、その折々における適時適切な判断と行動の必要性を認識しました。新型コロナウイルスにとどまらず、さまざまな世界の動向の変化についても、これまで以上に敏感にアンテナを張る必要があります。世界ではさまざまな規制の変更、急速なデジタル技術の発展、グローバル規模の社会・環境課題の顕在化に伴い、私達のビジネス環境の変化は加速度的に進んでおり、当社も変化を免れることはできません。

そのような中で、サステナビリティ（持続可能性）、健康経営、DX（デジタルトランスフォーメーション）といった、地球規模の課題へ貢献していくことは企業としての責務になっています。特に、2030年までの世界の「あるべき姿」を示しているSDGsは、「今できること」の延長線上に将来を予測するのではなく、将来の「あるべき姿」から逆算し「今何をすべきか」を考えることが求められ、お客様をはじめとするステークホルダーの皆様からの信頼を得るためには、ビジネス中心の考え方から転換していくことが大切です。事業を通じてSDGs達成に貢献し、持続可能な社会の実現を目指すために、この取り組みの意義、当社の現状と課題を把握し、ビジネスの推進と社会課題の解決を同時に実現していきます。

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。

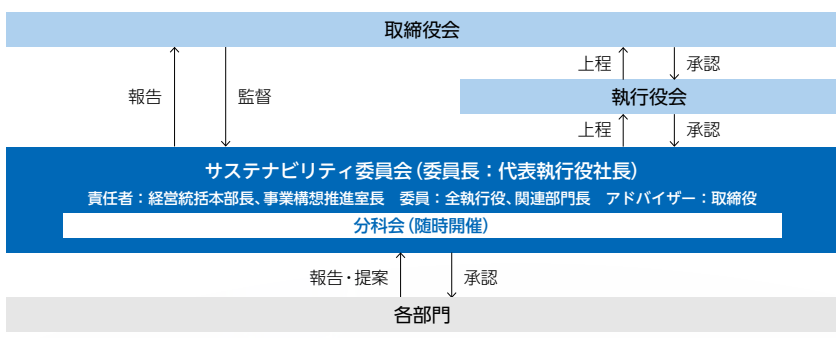
1. 人・社会・地球環境の調和を図り、社会に役立つ商品とサービスの提供を通じて、持続可能な社会の実現を目指します。
2. すべての生命と地球環境に配慮し、これらの保護・保全に向けて、積極的に行動します。
3. 各国や地域の文化と歴史に敬意を払い、豊かな生活と社会の発展に貢献します。
4. 社員の個性を尊重し、自己実現できる就労環境の整備により、人財の育成に取り組みます。
5. 国内外の法令をはじめとする社会ルールを遵守し、企業倫理を常に向上させ、持続可能な事業活動を行います。
6. ステークホルダーと広く深くコミュニケーションを行うことにより、社会から愛される企業を目指します。



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、全執行役及び関連部門長で構成され、定期的な開催（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ています。取締役会には定期的にサステナビリティ活動の進捗を共有し経営に活かす仕組みとしています。

サステナビリティ推進体制図



重要課題

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ことを確実にするために、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を中心とした体制で、健康で心豊かな社会の実現を目指していきます。

新たな重要課題

健康で心豊かな社会の実現	
事業(財務・製造資本)	五感を刺激する生活の提供
環境・社会(自然・社会関係資本)	地球環境の負荷低減 笑顔あふれる社会への貢献
経済基盤(人的・知的・社会関係資本)	100年続く企業基盤づくり

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)

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。

情報開示／コミュニケーション	ステークホルダー	詳細
株主総会	株主・投資家	招集通知を早期発送、及び当社公式サイトへ掲載。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
決算説明会	機関投資家	決算説明会を年2回実施
IRイベント	個人投資家	個人投資家説明会への参加、メディア出演などを通じて、代表執行役社長のメッセージを発信
顧客満足度調査	お客様	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

The diagram illustrates the governance structure of a company, organized into three main functional areas: **Supervisory Function (監督機能)**, **Executive Function (執行機能)**, and **Audit Function (監査機能)**.

Supervisory Function (監督機能):

- 株主総会 (Shareholders' Meeting):** The highest authority, responsible for the election and dismissal of directors and the election and dismissal of auditors.
- 取締役会 (Board of Directors):** Composed of 9 members, including 6 independent outside directors and 3 non-executive directors. It is responsible for the election and dismissal of executive officers and the election and dismissal of committee members.
- 各委員会 (Various Committees):**
 - 指名委員会 (Nomination Committee):** 3 members, including 2 independent outside directors and 1 committee chair (independent outside director).
 - 報酬委員会 (Remuneration Committee):** 3 members, including 2 independent outside directors and 1 committee chair (independent outside director).
 - 監査委員会 (Audit Committee):** 7 members, including 5 independent outside directors and 2 committee chairs (independent outside directors).

Executive Function (執行機能):

- 代表執行役 (Representative Executive Officer):** Responsible for the election and dismissal of executive officers and the election and dismissal of committee members.
- 執行役 (Executive Officer):** Responsible for the election and dismissal of executive officers and the election and dismissal of committee members.

Audit Function (監査機能):

- 監査部 (Audit Department):** Responsible for the election and dismissal of executive officers and the election and dismissal of committee members.
- 担当部署 (Responsible Department):** Responsible for the election and dismissal of executive officers and the election and dismissal of committee members.

Flow of Information and Decision-Making:

- The **株主総会** elects/dismisses the **取締役会** and the **会計監査人** (Accounting Auditor).
- The **取締役会** elects/dismisses the **各委員会** and the **代表執行役**.
- The **代表執行役** elects/dismisses the **執行役**.
- The **執行役** reports to the **代表執行役** and the **監査部**.
- The **監査部** reports to the **代表執行役** and the **監査委員会**.
- The **監査委員会** reports to the **取締役会** and the **株主総会**.
- The **会計監査人** reports to the **株主総会** and the **監査委員会**.

役員トレーニング

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	・執行役との意思疎通や相互理解を深める機会の設定 ・継続して社外取締役会議を実施
グループ ガバナンスの 強化	・中長期経営計画に対するモニタリングモデルの構築 ・後継育成方針とサクセッションプランの情報共有とディスカッションの実施
取締役会に おける 審議の充実	・法律改正、ガバナンス、コンプライアンスに関するトレーニングの実施 ・サステナビリティへの取り組みや発信に関する協議の実施

役員紹介

取締役



田中 英成

代表執行役社長

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)



滝野 喜之

取締役

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)



森山 久

取締役

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)



堀西 良美

社外取締役 独立役員

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 名古屋市建築紛争 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)



渡辺 眞吾

社外取締役 独立役員

1980年 デロイト・ハスキング・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)



三宅 養三

社外取締役 独立役員

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)



本多 立太郎

社外取締役 独立役員

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)



柳川 勝彦

社外取締役 独立役員

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)



竹花 一成

社外取締役 独立役員

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

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)

三浦 要和

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)

川浦 康嗣

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)

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)

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)

伊藤 渉

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)

各会議・委員会における取締役・監査役の構成(2022年6月24日現在)											◎…議長・委員長 ()内…2021年度の出席率						
役員名	性別	役職	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
	●男性 ●女性																
田中 英成	●	取締役	○	12年	○									○ (100%)			
滝野 喜之	●	取締役		4年	○				○			○		◎ (100%)	○ (100%)		○ (100%)
森山 久	●	取締役		1年	○		○							○ (100%)		○ (100%)	◎ (100%)
堀西 良美	●	社外取締役(独立役員)		6年							○			○ (100%)		◎ (100%)	○ (100%)
渡辺 眞吾	●	社外取締役(独立役員)		4年		○						○		○ (100%)			○ (100%)
三宅 養三	●	社外取締役(独立役員)		3年									○	○ (100%)			○ (100%)
本多 立太郎	●	社外取締役(独立役員)		3年	○									○ (100%)	◎ (100%)	○ (100%)	
柳川 勝彦	●	社外取締役(独立役員)		1年	○	○								○ (100%)	○ (100%)		○ (100%)
竹花 一成	●	社外取締役(独立役員)		1年					○				○	○ (100%)			○ (100%)

選任理由の詳細(招集通知)
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS08353/8697233c/2d69/4b31/b83e/b8bb52b6c216/140120220526559666.pdf>

リスク管理

リスク管理の基本的な考え方

メニコングループは、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

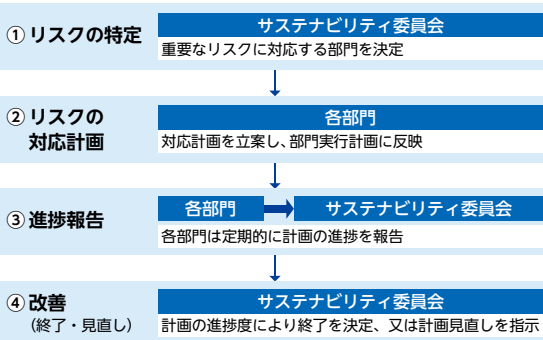
当社は、リスク管理責任者を代表執行役社長とし、リスク管理の全社的推進とリスク管理に必要な情報の共有化などを図るため、サステナビリティ委員会(旧CSR委員会)を設置しています。同委員会では想定されるリスクの分析を行い、リスクの回避・低減・移転・受容その他必要な措置を事前に講じています。

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。

また、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改善の4ステップで損失などの回避・低減を図るよう手順を定めています。

リスク管理手順



BCP(事業継続計画)の取り組み

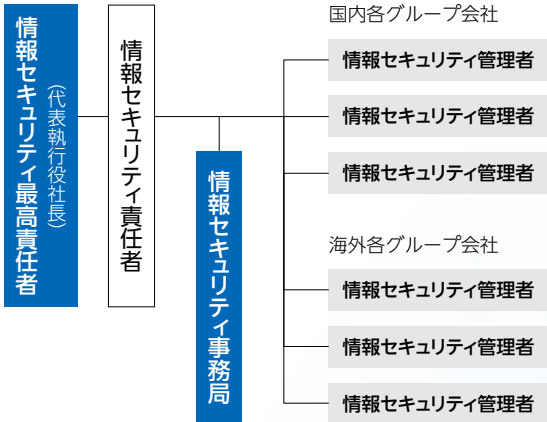
当社グループは、大規模災害などにより重要業務が中断しないよう事業継続計画(BCP: Business Continuity Plan)を整備しています。新型コロナウイルス感染症の拡大状況に応じて従業員の健康維持と事業継続のための対策を随時行うことにより、生産・物流・販売業務を遅延することなく遂行することができました。

情報セキュリティ

当社グループは外部からの不正アクセスやコンピュータウイルス感染などによる情報漏洩リスクを低減するため、メニコングループ情報セキュリティ方針を定めています。

[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/)
<https://www.menicon.co.jp/company/info/security/>

情報セキュリティマネジメント体制



個人情報保護方針

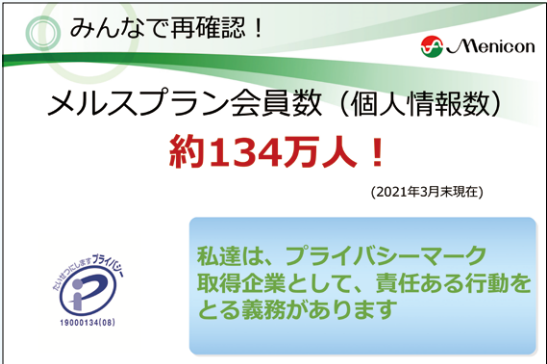
高度情報化社会の進展に伴い、情報の重要性が益々高まっています。特に個人情報は、当社にとってもお客様にとっても重要な情報であり、適切に扱われるべき情報です。当社は、お客様及び当社に関わるすべての方からお預かりした個人情報を適切に利用し、保護することが事業活動の基本事項であり社会的責任であると考え「個人情報保護方針」を定めています。

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

個人情報保護の取り組み

当社は、個人情報の保護について細心の注意を払うとともに、当社のサービスを安心してご利用いただくために「個人情報保護方針」を定めるとともに「プライバシーマーク」を取得し、全従業員に対して定期教育を実施しています。

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。



社内個人情報保護教育テキストより

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、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/)
<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、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観点からのコンプライアンス体制の整備を行い、多様なビジネスリスクの低減に努めています。

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、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。

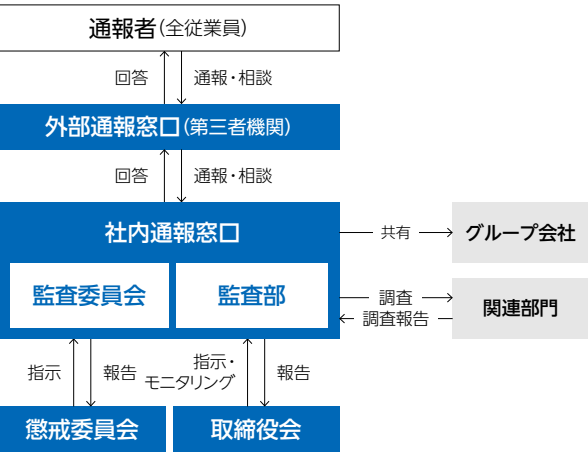
内部通報制度

当社は、従業員及び役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。

対象者	海外を含む全従業員（社員、派遣社員、パート、アルバイトなど）
通報・相談内容	コンプライアンス基本方針に違反の懸念がある事項（不正、反競争行為、汚職・贈収賄、ハラスメント、雇用環境など）
相談方法	電話、ウェブ、封書
言語	日本語、英語、中国語、オランダ語、スペイン語、フランス語、ドイツ語、イタリア語
受付時間	24時間（電話は除く） 電話：受付時間：PM12:00～PM9:00（月～金） AM9:00～PM5:00（土日祝日）

メニコングループ内部通報ホットライン



内部通報件数実績（単位：件）

		2019年度	2020年度	2021年度
単体	報告・相談	25	20	32
	うち経営に重大な 影響を与えた報告	0	0	0

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、公務員及び政府関係機関役職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。2021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・罰則金はありません。

政治寄付

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（単位：万円）

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
単体	0	0	0	0	0

人権の尊重

当社グループは、サステナビリティ方針で「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」と掲げる通り、人権に関しても国際基準に則り、事業活動を行っています。昨今のビジネスと人権に関するグローバルな状況変化に対応していくため、今後も人権への取り組みを一層強化していく方針です。

メニコンが支持・尊重する国際規範など

- ・「国際人権章典」（国際連合）
- ・「労働における基本的原則及び権利に関するILO宣言」（国際労働機関（ILO））
- ・「ビジネスと人権に関する指導原則」（国際連合）
- ・「国連グローバル・コンパクト10原則」（国連グローバル・コンパクト）
- ・「企業行動憲章」（一般社団法人日本経済団体連合会）

人権に関する研修

人権意識浸透のため、グループ全体で定期的な研修を実施し、従業員に人権尊重の考え方の理解を促し、自らの行動につなげていくことを目指しています。

2021年度に実施した人権研修

対象者	テーマ	参加率（%）
全従業員	コンプライアンス教育（ハラスメント）	100%
新任管理者	新任管理者研修（ハラスメント）	100%
新入社員	新入社員研修（ハラスメント）	100%
希望者	キャリアデザイン研修	100%

人権尊重に向けた取り組み

当社グループでは、人権尊重に向けた取り組みとして「メニコングループCSR調達基準」によるサプライヤーに向けた人権配慮の要請、人権リスクの高い取

引先の特定、人権に対する内部通報制度の活用、ハラスメントに対する意識浸透のため、事業所ごとにハラスメントポスターの掲示などを実施しています。

今後は、人権課題への対応に更に取り組むべく、サステナビリティ委員会を中心に人権方針の策定、体制の整備、CSR調達基準の見直し、人権デューデリジェンスなどを実施していきます。

ダイバーシティ

すべての従業員にとって働きやすい環境を整えるため、フレックスタイム制度の活用、テレワーク規程の新規制定、コミュニケーションを取りやすいオフィス設計、育児・介護休業法にて制定されている基準を上回る育児短時間勤務制度及び看護休暇・介護休暇の取得可能日数の整備を実施しています。

従業員のライフスタイルの多様化に合わせ、支援制度の整備も進めています。勤務エリアを限定して就労することができる勤務エリア限定制度、家庭の事情などでやむなく退職する場合には、一定条件のもとで再入社できるキャリアリターン制度を導入しています。

障がい者の方々の仕事を通じた社会参加を支援するための計画的な障がい者雇用を進め、個々の能力を最大限に発揮できる職場環境づくりに取り組んでいます。2021年6月1日時点の当社の障がい者雇用率は2.23%です。

関工場の取り組み

他の事業所と比べて女性従業員の割合が高く、女性の活躍が欠かせません。2018年に女性活躍を推進するワーキンググループを立ち上げ、男女問わず働きやすい、働き続けたい環境づくりに取り組んできました。子育て期間中に活用できる社内制度を利用しやすくするためのマニュアル作成や、子育て世帯を対象としたライフキャリア研修などを開催し、多くの女性従業員が産後に育休を経て復職しています。

人材育成

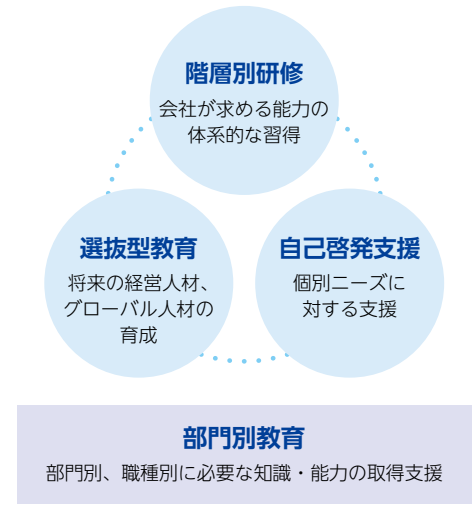
人材育成の基本的な考え方

当社は、従業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、能力開発制度を整備し、経営理念の「創造」「独創」「挑戦」を体現できるように継続的に支援しています。同時に、誰もが活躍できるクリエイティブな働き方を実現させるため、職場環境の整備を進めています。能力開発制度の充実と職場環境を向上させることで、会社の競争力も高めていきます。

人材育成制度

能力開発制度は、人事部が主導する階層別研修、選抜型教育、自己啓発支援の他、各事業部・部門が実施する部門別教育の4つのプログラムを用意し、当社従業員に展開しています。2021年度の年間総研修時間12,370時間、当社従業員一人当たりの平均総研修時間は8.6時間、研修投資額は17,266円でした。

能力開発制度



能力開発制度体系

プログラム	内 容	2021年度参加人数
階層別研修 (対象従業員)	職種を問わず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	146人
選抜型研修 (公募型)	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	119人
自己啓発支援 (全従業員)	援助金支給による語学や教養など従業員一人ひとりの興味に応じた学びの支援	188人

各種教育制度

【アドバイザー資格制度】

当社は2002年より独自のコンタクトレンズアドバイザー資格制度「PAL^{*1}」を導入しています。全従業員を対象に①商品の品質を顧客に正しく確実に伝える力 ②商品の高付加価値化に対応できる力 ③習得した知識と技術を活用できる力、の3つを備えた人材の育成に取り組んでいます。2016年には、当社のものづくりの歴史や文化といった非学術的な分野における資格制度「BAL^{*2}」も導入し、PALと併せて「真の安全哲学の伝道師」の育成を目指しています。

※1 Menicon Products Adviser License System の略称
※2 Menicon Brand Adviser License System の略称



資格合格者の氏名を彫刻したプレート

【メニコンビジネスカレッジ】

当社グループでは、次世代のリーダーを育てる「メニコンビジネスカレッジ(MBC)」を開講しています。MBCの受講期間は1年間で、毎年グループ内から受講者を募集し、試験にて選抜しています。

前期(4～9月)のカリキュラムは、受講生が幅広い知識やスキルを修得できるよう設定しています。経営全般に関する講義だけでなく、実践力を養うために部門長による講話やグループワーク、社外についての見識を深めるため外部講師による講演などを行っています。講演は、受講生以外の従業員も聴講できるよう公開とし、後期(10～3月)にも複数の講演を行っています。

後期は、将来のメニコンに対しての提案になるような修了論文を仕上げていくことを中心としています。この他、田中社長による講義、メニコンネクト郡上工場や名古屋ロジスティクスセンターの見学などの行事、書道教室への通学など、3月の卒業に向け実りある半年間となる内容を設定しています。また、卒業要件として、修了論文の合格だけでなく、TOEIC600点、簿記3級、販売士3級の取得も課しています。



MBCの授業の様子

【Menicon Academy】

当社では、医療従事者向けに診療に役立つ情報提供やスタッフ育成のサポートを提供する「Menicon Academy」を展開しています。患者様が安心してお越しいただける施設づくりに向け、高度管理医療機器であるコンタクトレンズに関する知識を深める研修

や、接客マナースキル向上のための定期研修や勉強会を開催しています。開催方法は、従来の集合研修に加え、場所や時間にとらわれないオンデマンド配信やオンライン開催も提供しています。

研究開発環境の整備

当社の総合研究所は、設立から約25年が経ち、環境変化に対応しつつ、持続的なイノベーションを実現するため、各フロアを一新しました。改装コンセプトを「Switch ～スイッチを入れる、フレキシブルに切り替える～」とし、研究や業務のフェーズに応じて発想を切り替えられるスペースを創り、新しい未来を想像する「ワクワク」に溢れた空間を実現しました。

この改装により、研究員の働き方というソフト面と実験室や設備というハード面の両面から、最先端の研究開発体制を整備し、研究員のクリエイティビティの更なる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します。

研究開発部門における従業員研修

研究開発部門では、さまざまな経験を持った人材が活躍できるように担当分野だけでなく、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に注力しています。

新入社員には、約1ヵ月半の人事部主催の新入社員研修後に研究開発に必要な最低限の知識を習得するため、各部門の役割を各担当者から学ぶ新人研修を約2週間実施しています。この研修を通して、各部門の役割を学ぶだけでなく、配属先で各々が実際に行う業務を知り、スムーズに業務に入れるようにしています。

そして、配属後には、コンタクトレンズの開発から市場導入に至るまでに必要な基礎知識を育む場として研究開発基礎講座を実施しています。

この講座の実施により、研究員がコンタクトレンズ開発の全体像を学びながら、配属部門のみならず、研究開発部門全体の業務をより詳細に把握できます。更に、他の分野の業務への興味にもつなげ、ジョブローテーションできる体制の構築を進めています。

働きやすい職場環境

☀ スマートでクリエイティブな働き方の実現

当社は経営理念の「創造」「独創」「挑戦」を実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しました。オフィスはフリーアドレス制を採用し、部署を越えたコミュニケーションの活性化を図り、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。

メニコン健康経営宣言

人間尊重カンパニーとして、自己実現できる生きがいある就労環境の整備により従業員満足度を高め、従業員の心と体の健康を考え、すべての従業員から「ファミリー」として働き続けたいと思われる企業を目指します。

☀ 健康経営優良法人2022に認定

代表執行役社長を健康経営責任者に「スマートクリエーション」を働き方改革のスローガンに掲げ、従業員の心身の健康や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、業務の生産性と満足度の向上に取り組む、健康経営優良法人2022に認定されました。



サプライチェーンマネジメント

当社グループとして、社会に価値のある製品やサービスを継続的に提供し、信頼を獲得するには、原材料や設備メーカーをはじめとする広範囲にわたるサプライチェーンにおいても社会や環境に配慮がなされていることが大前提です。「メニコングループ調達購買方針」に基づき、サプライヤーの皆様へ「メニコングループCSR調達基準」への協力要請を行い、サプライチェーン全体で持続可能な社会の実現に取り組んでいます。

メニコングループ調達購買方針

国内外全ての企業に対して、公平な機会を設け、公正な評価を行い、取引先の皆様との相互関係に基づき、当社が求める条件に見合う優れた部材等を調達します。また持続可能な調達購買活動を通じて、社会に貢献し、法令を遵守すると共に、地球環境に配慮した取引を行います。

メニコングループCSR調達基準

- 【項目の概要】
- ・CSRに関する意識向上と情報の開示
 - ・安全な商品・サービスの提供
 - ・人権の尊重と働き甲斐
 - ・業界団体等の外部活動
 - ・コンプライアンスとリスクマネジメントの強化
 - ・環境に配慮したエネルギーや資源の効率的な使用
 - ・個人情報、機密情報の保護

☀ サプライヤーとの連携

当社が常に製品の品質向上を図り、お客様に安定的な供給を続けるためには、サプライヤーとの信頼関係が必要不可欠です。主要サプライヤーに当社の購買方針や取り組みをご理解いただくため、2013年度より「MenioClub（メニオクラブ）」を開催しています。

環境分野における 持続可能な価値の創出

当社グループは、環境分野において持続的な価値を創出するため、メニコン環境宣言のもと、社会課題の解決に貢献することを目指しています。

メニコン環境宣言

私たちメニコンの活動は『ずっと輝く瞳に』を願い、地球の未来を見据えて、『人にも動物にも環境にも優しい地球企業でありたい』と思っています。そして、私たちが開発した技術や英知が地球のすべてに恩返しできることを夢見て、グループ全社で挑戦していきます。

☀ 環境マネジメント

環境マネジメント体制は、代表執行役社長を委員長とするサステナビリティ委員会が中心となり、環境に関する取り組みを推進し、取締役会に報告しています。重要なリスクや課題については執行役会を経て、取締役会に上程して議論を行い、改善を図っています。

☀ 廃棄物削減

当社では、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ています。工場では使用後も極力廃棄せず、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業者（中部クリーンシステム）を通じて、さまざま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 】

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おり、1日使い捨て

コンタクトレンズ「Magic」の二次包装パッケージはすべて、製造工程で使用したプラスチックを再利用して生産しています。なお、再利用できなかったプラスチックは、リサイクル業者へ受け渡しています。

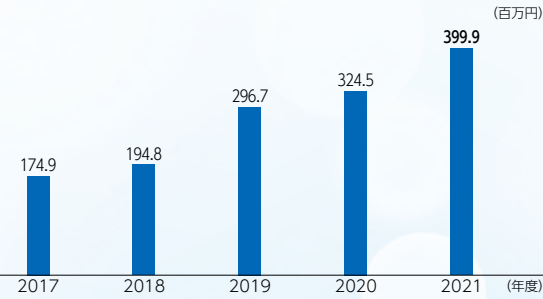
☀ 水資源

コンタクトレンズは、装着脱の前に手洗いで水を使い、ハードコンタクトレンズや定期交換型ソフトコンタクトレンズでは、使用後にレンズケア（液剤）による洗浄を行う必要があり、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ました。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のトイレの排水として活用するなど、水資源の有効活用に取り組んでいます。

☀ 環境に配慮した製品（環境ビジネスの拡大）

当社グループは、容器や包装のプラスチック使用量の削減や再利用などに加え、環境配慮製品の開発や環境・バイオ事業の推進に注力しています。環境・バイオ事業はレンズケアの開発過程で発見した新種の菌が産生する酵素や技術をさまざまな環境課題を解決する製品に活用しており、環境・バイオ事業の2021年度の売上は、2017年度比で2.3倍と大きく伸長しています。

環境関連ビジネス売上高



☑ SDGsへの取り組み - 環境
<https://www.menicon.co.jp/company/csr/sdgs/environment/>

気候変動

TCFD*提言に賛同

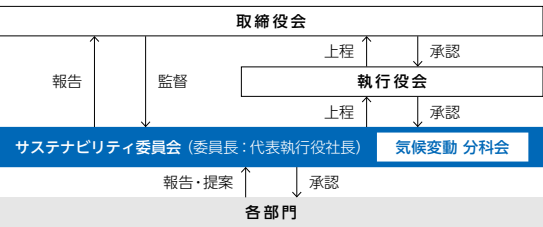
当社グループは、気候変動を重要な課題と捉え、2021年から中長期的に気候変動に対するレジリエンスを高めるため、シナリオ分析を開始しました。また、2022年4月には、気候変動を含むサステナビリティ課題について議論・検討を深める体制を整え、7月にTCFD提言への賛同を表明しました。今後は、TCFDの枠組みを活用して取り組みを発展させ、継続してレジリエンスを高めていくとともに、気候変動関連財務情報の開示充実に努めます。

* TCFD (気候関連財務情報開示タスクフォース)

ガバナンス

当社グループは、気候変動に関する課題について、サステナビリティ委員会で審議し、基本的な活動方針を決定します。サステナビリティ委員会は、代表執行役社長を委員長とし、全執行役と社内取締役、関連部門長などで構成され、年4回以上の開催を予定しています。また、より重点的に協議を行うため、気候変動課題に関する分科会を設置しました。分科会は、各部門から情報収集を行い、気候変動に関するリスクや機会の評価、課題に対する取り組みなど、サステナビリティ委員会で審議する内容について必要に応じて検討・協議を行います。サステナビリティ委員会で審議した内容のうち、経営に与える影響の大きい対策や方針などは執行役会や取締役会にて承認を得ます。その他の審議内容も定期的に取締役会へ報告し、取締役会の監督のもと、サステナビリティ経営を推進します。

組織体制図



戦略

リスク及び機会の評価

当社グループは、気候変動がビジネスや戦略に及ぼす影響について、IPCCのシナリオRCP2.6 (2℃シナリオ)、RCP8.5 (4℃シナリオ)、IEAの持続可能な開発シナリオ (2℃未満シナリオ)などを参照して重要リスクと機会の特定を行いました。時間軸は、短期 (現在～2025年)、中期 (2026～2030年)、長期 (2031年以降) で分類しました。

財務や経営戦略への影響が大きいと考えられるリスク

リスク種類		リスク要因項目	指標	時間軸	想定される対策	
移行	政策・法規制	炭素税の上昇	・ 原材料の値上げや、製造・販売に係る電力料金の上昇によりコストが増加	支出	中	・ 太陽光パネルの設置による再生可能エネルギーの導入
		CO ₂ 排出削減規制強化	・ 再エネ電力購入によりコストが増加	支出	中	・ 工場や事務所のエネルギー効率化
			・ 再エネ発電設備、高効率な生産設備の導入のための投資			・ 資源使用量の削減を可能とする製品仕様・製造工程の開発推進
	再生プラスチック規制の強化	・ 包装材の再プラ比率が定められ、適合していない製品は販売が制限される	収益	短	・ 再プラ使用促進に向けた製品仕様・製造工程の開発推進	
市場	消費者の行動の変化	・ 消費者が環境配慮型の消費行動をとる	収益	短	・ 環境負荷を考慮した事業活動（原料調達から消費・廃棄まで）の実施	
物理的	急性	甚大な自然災害の発生	・ 工場の被災による操業停止、物流網の遮断により製品・サービスの提供が困難となり、売上高が減少	収益	長	・ 事業継続計画BCPを定期的に見直し適切に運用 ・ 原料調達先の多様化、製造工場の分散
		干ばつに伴う水不足	・ 生産拠点のある地域において水不足により、計画に沿った生産活動ができずに売上高が減少	収益	中	・ 節水可能な設備の導入
	慢性	降雨量増加による水質悪化	・ 水の使用コストが上昇	支出	長	・ 水資源の使用削減につながる製品仕様・製造工程の開発推進
		平均気温の上昇	・ 製造、保管、輸送における温度管理に必要なコストが増加	支出	中	・ 建物の熱効率を向上させる工夫 ・ 気温上昇下でも業務が継続できるオペレーション体制の構築

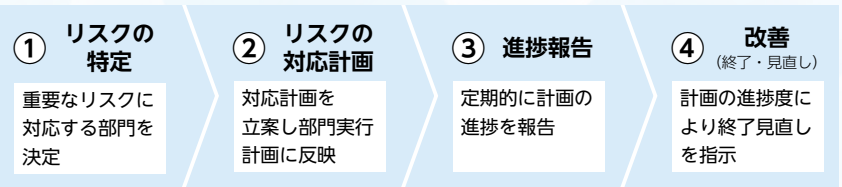
財務や経営戦略への影響が大きいと考えられる機会

機会種類	機会要因項目		指標	時間軸	想定される対策
リソースの効率化	資源の効率的な使用	・ 資源使用量の削減を可能とする製品仕様・製造工程の実現により、原価を低減	支出	中	・ 環境に配慮した製品仕様・製造工程の開発推進
エネルギー源	再生発電設備の設置	・ 電力料金の値上がりや電力不足の影響を受けにくくなる	支出	中	・ 再生発電設備導入の検討推進
製品及びサービス	屋内活動の増加による近視人口増加 (4℃シナリオ)	・ コンタクトレンズの需要増加	収益	中	・ 販売促進活動を実施 ・ 適切に需要を予測し、それに応じた製造体制を構築
	環境を考慮した製品へのスイッチング	・ 環境配慮型の製品やサービスの提供により、環境意識の高い顧客への販売量が拡大、新規顧客を開拓	収益	短	・ 環境に配慮した製品仕様・製造工程の開発推進と顧客への案内
	環境負荷を低減する製品・ビジネスの普及	・ 環境負荷を低減するような製品、ビジネスの普及・拡大により売上高が増加	収益	短	・ 環境負荷を低減するような製品・サービスの普及活動促進
	平均気温上昇による農作物生産効率の低下 (4℃シナリオ)	・ 農作物の生産性を向上させるような製品・サービスへの需要が高まる	収益	中	・ 生産性向上に寄与するような製品・サービスの開発推進
レジリエンス	気候変動リスク評価、対策	・ リスクを事前に回避し、安定的な事業継続が可能となる	収益 / 支出	短	・ リスク評価精度の向上

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。気候関連リスクに関しても全体のリスク管理プロセスの中で管理・モニタリングを行っていきます。

リスク管理手順



(1) 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委員長が重要リスクを決定する。

(2) リスク対応計画

リスク対応部門は、対応計画を立案する。

(3) 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する。

(4) 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計画見直しを指示する。

(5) 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監視し、変化が生じた場合にはサステナビリティ部門に報告する。

指標と目標

当社グループは、指標として2020年度から温室効果ガス (GHG) 排出量 (Scope1 + 2) を算出しました。また、サプライチェーンの上流・下流における排出量 (Scope3) の算出も現在進めています。GHG排出量削減目標については、今後Scope3の算出結果を踏まえて検討していく予定です。

GHG排出量

	2020年度実績	2021年度実績
Scope1 + 2	20,748 t-CO ₂	20,981 t-CO ₂
Scope1	2,943 t-CO ₂	3,335 t-CO ₂
Scope2	17,804 t-CO ₂	17,645 t-CO ₂

※バウンダリーは当社及びグループ会社

その他の指標・目標

当社では、5年度間平均エネルギー消費原単位を年1%以上削減することを目標にしています。(原単位：生産数量又は延床面積)

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
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
	原価率(%)	43.2	44.5	44.6	46.1	46.3	47.1	46.5	46.9	47.2
	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
	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
	営業利益率(%)	3.7	4.5	5.1	5.4	5.7	6.9	8.3	9.4	9.9
	EBITDA*1(百万円)	6,065	7,097	7,822	8,614	9,559	10,236	12,592	14,475	17,266
	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
	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
	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
	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
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
	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
	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
	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
	純資産(百万円)	33,148	33,872	38,439	37,681	40,121	42,549	53,520	60,985	67,045
	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
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
	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
	ROE(%)	3.1	4.3	6.2	6.7	6.8	8.7	8.5	10.6	10.4
	ROA(%)	1.5	2.1	3.3	3.6	3.7	4.8	4.9	5.6	4.9
	DOE(%)	1.5	1.5	1.4	1.8	2.3	2.4	2.1	2.3	2.4
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
	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
	配当総額(億円)	4.0	4.9	5.4	6.6	8.7	9.8	10.5	13.2	15.2
	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
	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
	株主総利回り*4(%)	-	-	-	91.2	142.2	172.9	260.6	352.6	320.1
	配当性向(%)	48.5	34.3	24.0	26.5	33.0	27.6	24.9	22.2	23.3
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
	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
	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
	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
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

※ 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 (2022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	54億6,206万円
従業員数	3,908名(連結)、1,577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

取締役会

代表執行役

執行役

執行役

執行役

執行役

執行役

経営統括本部

国内営業統括本部

生産開発統括本部

海外統括本部

みる未来事業統括本部

ビジョンケア事業

ヘルスケア・ライフケア事業

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：5 直営販売店：55
子会社	国内：11	海外：22
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

海外拠点国・地域

製品取扱国・地域

Europe

China

Japan

North America

Asia, Oceania

温州欣視界科技有限公司

Menicon Holdings B.V. (オランダ)

Menicon B.V. (オランダ)

Menicon SAS (フランス)

Menicon Pharma SAS (フランス)

Menicon GmbH (ドイツ)

Menicon Limited (イギリス)

Menicon Iberia S.L. (スペイン)

SOLEKO S.p.A. (イタリア)

阿迦発(無錫)医療科技有限公司

大連板橋医療器械有限公司

上海開眼商貿有限公司

美尼旺(上海)寵物保健有限公司

Menicon Singapore Pte. Ltd. (シンガポール)

Menicon Singapore Sales Pte. Ltd. (シンガポール)

Menicon Australia Pty Ltd (オーストラリア)

Menicon Korea Co., Ltd. (韓国)

Menicon Malaysia Sdn. Bhd. (マレーシア)

株式会社メニコン

株式会社メニコンビジネスアシスト

株式会社メニコン

株式会社ダブリュ・アイ・システム

富士コンタクト株式会社

株式会社アルファコーポレーション

株式会社エーアイピー

株式会社ハマノコンタクト

板橋貿易株式会社

Menicon America, Inc.

株式情報 (2022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	76,421,288株
株主数	8,889名
議決権総数	759,906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

	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)	9,648	12.69
株式会社トヨミ	3,964	5.21
株式会社マミ	3,258	4.28
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	2,997	3.94
塚本香津子	2,720	3.57
GOLDMAN SACHS & CO.REG	2,392	3.14
BNYM AS AGT/CLTS 10 PERCENT	2,235	2.94
メニコン社員持株会	1,808	2.37
田中英成	1,640	2.15
SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT	1,532	2.01

※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

証券会社

0.78%

個人・その他

36.32%

自己株式

0.55%

金融機関

22.89%

外国法人等

27.90%

その他国内法人

11.55%

所有者別構成比率

株価推移

株価(円)

出来高(株)

2021年4月

2021年5月

2021年6月

2021年7月

2021年8月

2021年9月

2021年10月

2021年11月

2021年12月

2022年1月

2022年2月

2022年3月

2,137,900

1,923,400

1,779,100

1,456,800

2,644,000

3,489,100

5,423,400

5,257,900

5,084,900

6,650,100

2,983

10,488,200

5,683,800

2,137,900

1,923,400

1,779,100

1,456,800

2,644,000

3,489,100

5,423,400

5,257,900

5,084,900

6,650,100

2,983

10,488,200

5,683,800

※当社は2021年10月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っています。2021年4月1日に当該株式分割が行われたと仮定し、株価・出来高を算定しています。