



MENICON REPORT 2024

メニコンレポート 2024

CONTENTS

イントロダクション

- 02 理念体系
- 03 History ―独創と挑戦―
- 05 事業領域
- 07 価値創造プロセス
- 09 財務・非財務ハイライト

トップメッセージ

- 11 CEOメッセージ
- 13 COOメッセージ

メニコンの成長戦略

- 17 Vision2030の進捗
― 新しい「みる」を通じた社会課題の解決 ―
- 21 CFOメッセージ
- 23 ビジョンケア事業
- 27 ヘルスケア・ライフケア事業
- 29 研究開発／生産物流

サステナビリティ

- 33 サステナビリティマネジメント

重要課題 事業（財務・製造資本）

- 39 五感を刺激する生活の提供

重要課題 環境・社会（自然・社会関係資本）

- 41 地球環境の負荷低減
- 44 笑顔あふれる社会への貢献

重要課題 経営基盤（人的・知的・社会関係資本）

- 45 100年続く企業基盤づくり

ガバナンス

- 57 コーポレートガバナンス
- 59 役員紹介
- 62 コンプライアンス
- 63 リスク管理

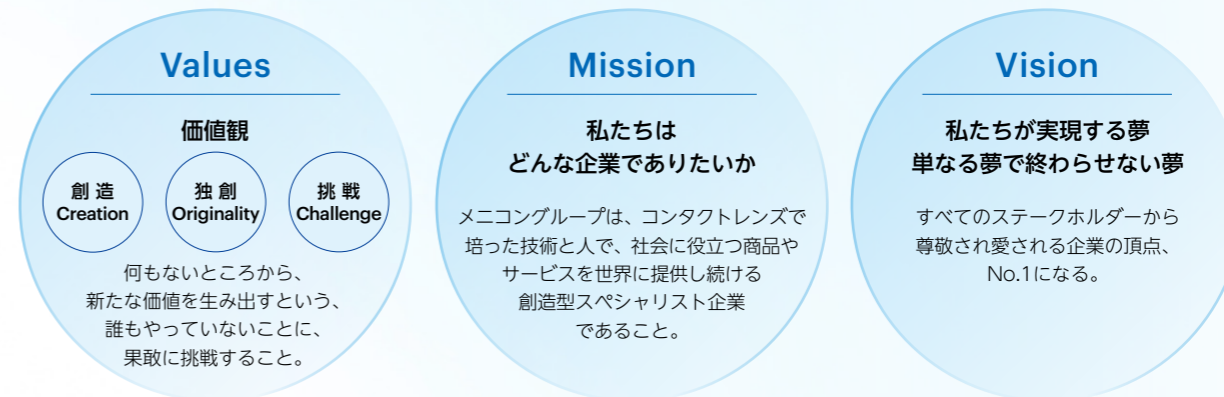
コーポレートデータ

- 65 連結財務データ
- 67 会社情報／株式情報／編集方針

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



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が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。

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。

P.33 サステナビリティマネジメント

Vision2030

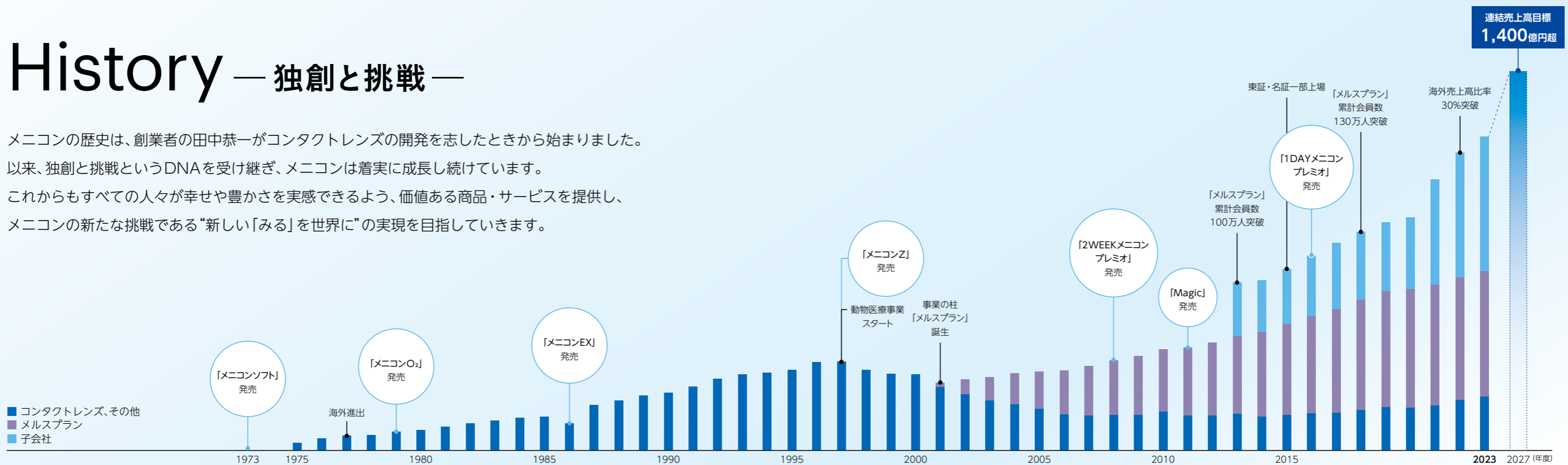
新しい「みる」を世界に New Vision of Miru for the World

「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」を提案し続けます。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

History — 独創と挑戦 —

メニコンの歴史は、創業者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

事業の発展

- 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
- 1952 日本コンタクトレンズ研究所創設
- 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
- 1967 ブランド名「メニコン」商標登録



- 1977 海外 フランスに現地法人を設立 [Menicon SAS]
- 1984 主力工場として岐阜県に工場新設
- 1987 海外 ドイツに現地法人設立 [Menicon GmbH]
- 1992 海外 フランスにレンズケア工場設立 [Menicon Pharma SAS]
- 1995 愛知県に総合研究所新設



- 2001 海外 スペインに現地法人設立 [Menicon Iberia S.L.]
- 海外 アメリカに現地法人設立 [Menicon America, Inc.]
- 2002 岐阜県に技術開発施設テクノステーション新設
- 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]
- 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.]



- 2009 海外 イギリスのコンタクトレンズメーカーの株式取得 [Menicon Limited]
- 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)メニコンネット]
- 2011 海外 シンガポールに1日使い捨てコンタクトレンズの製造工場新設 [Menicon Singapore Pte. Ltd.]
- 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]



- 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
- 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
- 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]
- 福岡県のコンタクトレンズ販売チェーンの株式取得 [(株)エーアイピー]
- 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.]
- 2020 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 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)]

- 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.]
- 2023 海外 中国にオルソケラトロジーレンズ工場新設 [阿迦発(無錫)医療科技有限公司]
- 2024 海外 フランスの特殊コンタクトレンズフィッティング及び販売会社の株式取得 [SA Laboratoires Dencott]
- Menicon GmbHから物流センターの管理運営機能を移し、ドイツに現地法人設立 [Menicon SC GmbH]



販売商品

- 1953 商品化第一号 [M.T.コンタクトレンズ]発売



- 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
- 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
- 1986 世界初の7日間連続装着可能なハードコンタクトレンズ「メニコンEX」発売
- 1997 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 定額制会員システム「メルスプラン」開始
- 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
- 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
- 2011 1日使い捨てコンタクトレンズ「Magic」発売



- 2013 メルスプラン累計会員数が100万人を突破
- 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
- 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
- 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



- 2019 オルソケラトロジーレンズ「メニコンオルソK」発売
- 2020 1日使い捨てカラーコンタクトレンズ「1DAY FRUITTIE」発売
- 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
- 2022 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 バイフォーカル」発売



- 2023 過酸化水素タイプのソフトコンタクトレンズ用消毒剤「エビカ スマートクリーン」発売
- 1ヵ月交換コンタクトレンズ「1MONTHメニコン メルスミー」発売



事業領域

当社グループは、株式会社メニコンと国内外の子会社37社で構成されています。コンタクトレンズの製造・販売を行うビジョンケア事業を主軸に、コンタクトレンズの研究開発で培った技術を活かした製品を主に扱うヘルスケア・ライフケア事業を展開し、当社グループの製品は世界80数ヵ国・地域に広がっています。

メニコングループの事業

ビジョンケア事業

●事業内容

安全性へのこだわりと、快適性や利便性を備えたコンタクトレンズの創造と進化を追究するコア事業です。お客様の声に耳を傾け、お客様の目線で製品とサービスの領域を広げ、新たなニーズにお応えすることが私たちの使命と認識しています。「視力の提供を通じ、信頼できるパートナーとしてお客様の人生と関わっていく」想いから、お客様の瞳の未来を見つめ、生涯にわたって一人ひとりにふさわしい“見える喜び”をお届けしています。

●製品サービス

コンタクトレンズ及びレンズケアなどの製造、販売

ビジョンケア事業

92.0%

2023年度 連結売上高

106,887百万円

ヘルスケア・ライフケア事業

8.0%

2023年度 連結売上高

9,304百万円

2023年度 連結売上高
116,192百万円

ヘルスケア・ライフケア事業

●事業内容

長年コンタクトレンズ事業で培ってきた技術やノウハウ、及び「安全性へのこだわり」を活かし新たな事業展開を行っています。ヘルスケア・ライフケア事業では、ライフケア、ヘルスケア、動物医療、動物共生、食品を領域として、視覚・聴覚・嗅覚・味覚・触覚の五感を満足させ、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しています。

●製品サービス

稲わらの分解促進材、家畜排泄物の堆肥化促進材などの開発・販売、先端医療分野の製品開発・販売、動物用医療製品などの開発・販売、農水産物の販売

グローバルネットワーク (2024年3月31日時点)



海外子会社

27 社

本社及び国内子会社

11 社

価値創造プロセス

外部環境認識



近視人口の増加



人権尊重



気候変動



少子高齢化



デジタル化の進展



循環型社会の形成

INPUT

ビジネスモデル

OUTPUT

OUTCOME



財務資本

総資産	1,798 億円
自己資本	793 億円
有利子負債	707 億円



製造資本

設備投資額	242 億円
製造拠点	国内4拠点 海外7拠点



知的資本

研究開発費	51 億円
特許数	680 件
研究拠点	国内7拠点 海外2拠点



人的資本

従業員数(連結)	4,221 名
研修時間(単体)	14,206 時間



社会・関係資本

国内海外子会社数	37 社
国内店舗数	175 店
2023年度HITOMIホール 地域コミュニティとの交流回数	5 回
メニコンカップ2023 - 会場来場者数	4,689 名
- ライブ配信再生数	157,274 再生



自然資本

エネルギー使用量	6.1 万kWh
水使用量	30.7 万m³
プラスチック再利用量	186.0 t



成長戦略

中期経営計画

P.17 Vision2030の進捗

経営基盤

重要課題

P.36 サステナビリティマネジメント

品質方針・安全哲学憲章

P.45 安心・安全な品質管理

メニコングループ人権方針

P.56 人権の尊重

ガバナンス

P.57 ガバナンス

ビジョンケア事業の製品・サービス

P.23 ビジョンケア事業

- 1DAY売上高: **284** 億円
- オルソケラトロジー関連売上高: **150** 億円
- メルスプラン会員数: **134.3** 万人
- 取扱い国・地域数: **80** カ国・地域

提供する価値

- 年齢を問わない快適な視力矯正手段の提供
- 近視進行抑制効果が報告される製品の提供による失明リスクの低減
- 安全な製品の安定供給
- プラスチック使用量を削減したパッケージによる環境配慮

ヘルスケア・ライフケア事業の製品・サービス

P.27 ヘルスケア・ライフケア事業

- ライフケア製品数: **14** 種類
- 動物医療製品数: **582** 種類
- 堆肥化コンサル件数: **7** 件
- ヘルスケア製品数: **37** 種類

提供する価値

- 環境負荷低減、資源循環への貢献
- 動物の豊かな生活
- 農家畜産家の課題解決
- 生殖補助医療への貢献

- GHG排出量 Scope1 + 2(連結) **25.24** 千t-CO₂
- GHG排出量 Scope3(当社+子会社5社*) **200.38** 千t-CO₂
- 廃棄物総排出量 **1.3** 千t

※ (株)ダブリュ・アイ・システム、(株)メニコンネット、Menicon Singapore Pte. Ltd.、板橋貿易(株)、大連板橋医療器械有限公司

サステナビリティ方針

目指す姿

健康で心豊かな社会の実現

P.33 サステナビリティマネジメント

Vision2030

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

P.02 Vision2030

環境負荷低減への取り組み

- GHG排出量及び廃棄物排出量の削減
- 環境配慮型流通の構築

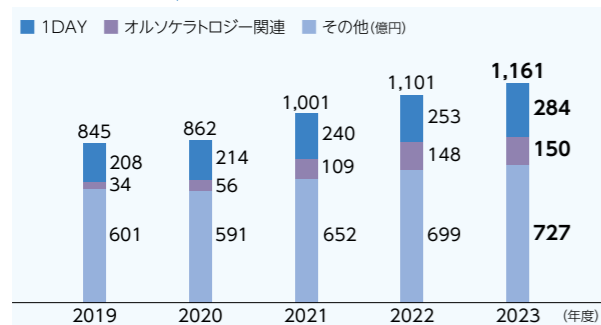
P.41 地球環境の負荷低減

P.43 プラスチックの資源循環

財務・非財務ハイライト

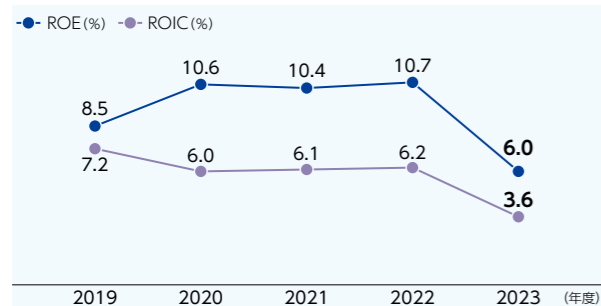
財務ハイライト (連結)

売上高 **1,161** 億円 **1DAY 284** 億円
オルソケラトロジー 関連 **150** 億円



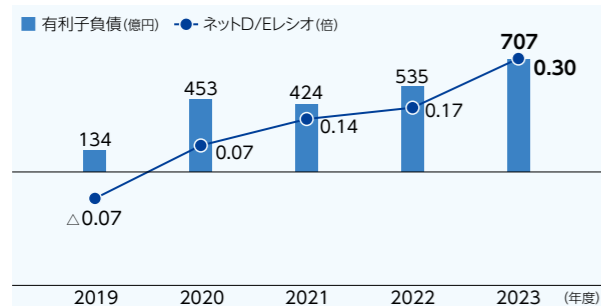
1DAYは、メルスプラン会員数増加や国内での価格改定効果の寄与、欧米での大手量販チェーンへの販売拡大により伸長しました。オルソケラトロジー関連は、中国での新製品投入や国内及びその他の地域で普及が進み伸長しました。以上の結果、2023年度の売上高は前年度比5.4%の増収でした。

自己資本利益率(ROE) **6.0** % 投資資本利益率(ROIC) **3.6** %



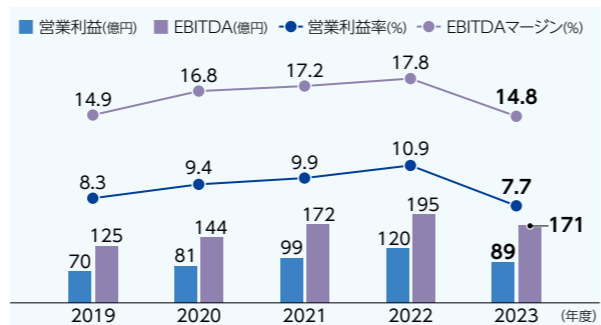
成長投資と一過性の費用による販管費率上昇や特別損失の計上に伴う当期純利益の減益により、ROEは6.0%と前年度比4.7ポイント低下しました。営業利益の減益に加え、当期純利益計上による自己資本額増加や、普通社債の発行による負債増加により、ROICは前年度比2.6ポイント低下しました。

有利子負債 **707** 億円 ネットD/Eレシオ **0.30** 倍



普通社債の発行により、2023年度末の有利子負債は前年度末と比較し172億円増加しました。自己資本額が増加した一方、有利子負債の増加や1DAY製造拠点などへの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0.30と0.13ポイント上昇しました。

営業利益 **89** 億円 営業利益率 **7.7** %
EBITDA **171** 億円



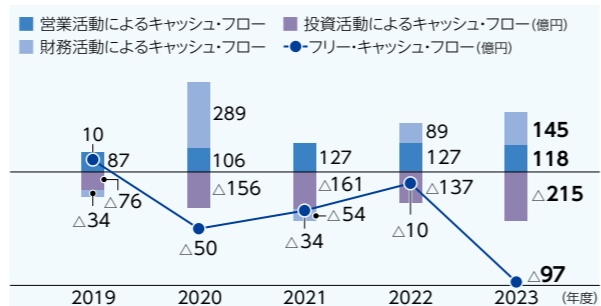
成長投資の継続や国内での価格改定対応などの一過性の費用発生に伴う販管費率の上昇により、2023年度の営業利益は前年度比△25.8%の減益、営業利益率は7.7%と前年度比3.2ポイント低下しました。一方、1DAYなどへの投資による償却費増加により、EBITDAでは減益幅が小さくなっています。

自己資本額 **793** 億円 自己資本比率 **44.1** %



当期純利益計上による利益剰余金増加により、2023年度末の自己資本額は前年度末と比較し68億円増加しました。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44.1%と前年度比3.4ポイント低下しました。

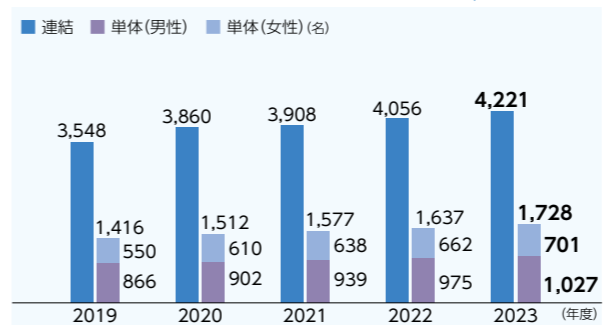
キャッシュ・フロー(CF) **△97** 億円



2023年度について、営業CFは118億円の収入であった一方、1DAYやレンズケア製造拠点への投資に伴う固定資産取得により、投資CFは215億円の支出となり、FCFは97億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145億円の収入となりました。

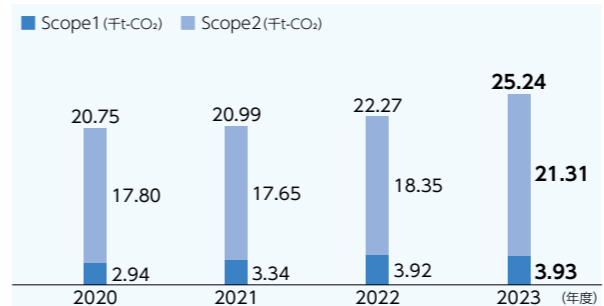
非財務ハイライト

従業員数 **4,221** 名



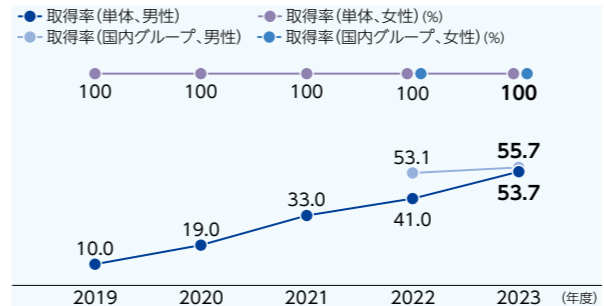
当社グループ全体での事業規模の拡大に伴い、従業員数も増加しました。[Vision2030] 達成には多様な人材の活躍が必要であるとの考えのもと、女性従業員の比率は2023年40.6%と2019年の38.8%から増加傾向にあり、女性活躍推進の基盤となる女性従業員比率の改善に努めます。

GHG排出量(Scope1+2) **25.24** 千t-CO₂



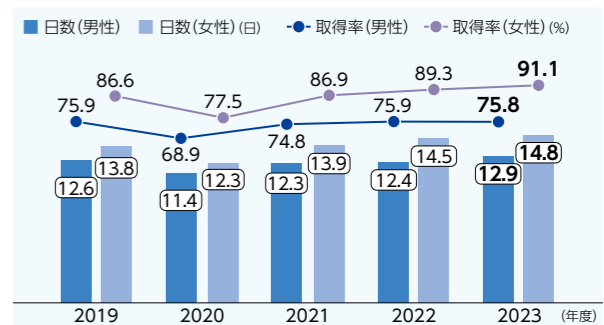
各務原工場に太陽光パネルの設置などを実施し、再エネ使用量を増やしましたが、生産量の拡大に伴うエネルギー使用量の増加だけでなく、電力会社の排出係数が増加した結果、排出量が約13%増大しました。2024年度は削減目標を設定し、削減活動を開始します。

育児休業取得率 **55.7** % **100** %



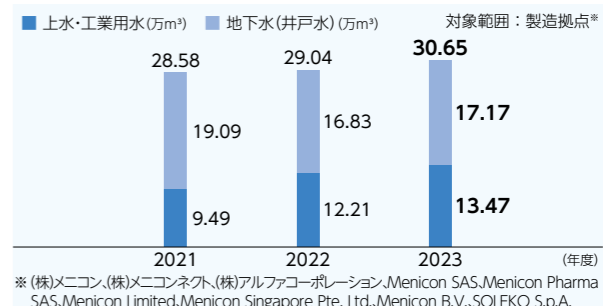
2023年度より男性従業員に向けた育児の相談窓口・専属の担当者を創設し、育児取得へのサポート体制を強化しました。社内報などで周知を行った結果、窓口への相談件数と並行して男性従業員の取得率も上昇傾向となっています。

年次有給休暇平均取得日数/取得率 **13.7** 日 **81.8** %



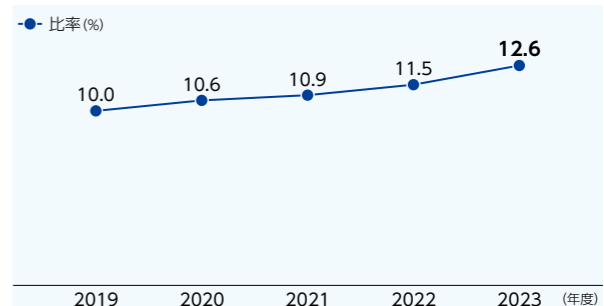
年10日以上有給休暇が付与される従業員の年5日の取得を2023年度においても継続して徹底しました。引き続き、取得率及び平均取得日数は上昇傾向となっています(2020年度はコロナ禍によって外出機会が減少したことにより前年比減となりました)。

取水量 **30.65** 万m³



使い捨てレンズの需要の増加に伴い、製品への水使用量の増加とともに取水量も増加しました。工場での水資源を大事に使用するために関工場では、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、節水を意識しています。

女性役職者[※]比率 **12.6** %



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。社内教育・研修などを通じて戦略推進を加速させる人材の育成を実施し、中核人材の質向上とともに多様性の確保に努めます。



CEOメッセージ

人材育成や文化の発信を通じ ステークホルダーの皆様へのMissionを 確実に達成することで 更なる企業成長を実現します

代表執行役会長 CEO

田中英成

持続的な企業成長に向けた 人材育成の強化

当社は、日本で初めて角膜コンタクトレンズの実用化に成功し、長年にわたり“コンタクトレンズのパイオニア企業”として業界をリードしてきました。これからも業界のトップランナーであり続けると同時に、事業の更なるグローバル化を推進するべく、2023年4月より代表執行役2名体制へと移行し経営体制を強化することで、中期経営計画「Vision2030」で掲げる目標の達成に向け、より一層注力してきました。

新体制において、私の役割は、当社グループの経営全般の統括に加え、当社の歴史の伝道師として、若手社員の人材育成や経営理念の更なる社内浸透を推進することであると考えています。企業が持続的に成長するためには、いかに人材を成長させ、当社グループで長く働きたいと感じてもらえるかが重要です。私は、自身が中心となって手掛ける人材育成の施策を通じ、共に育った従業員の活躍と働き続けられる社内環境の構築・整備を進めていきます。

かねてより取り組んでいる人材育成として、若手社員との交流の場である「若手意見交換会」を実施しています。仕事のことだけでなく、私自身の考え方やアイデンティティを共有することで経営理念への理解が深まるのではないかと考えています。

更に、「あおいLAB」「メニコンビジネスカレッジ（以下、MBC）」にも注力しています。あおいLABは、事業とは関連のないテーマについて、約半年間かけてグループディスカッションを行い、結果を発表してもらう実験的な学びの場です。一方、MBCは社内大学として、やる気のある人材に学びの場を提供することで幹部人材を育成するために開設しており、国内グループ各社からも応募が可能で、試験に合格することで入学が認められます。卒業要件として、卒業論文の提出や各種資格試験の合格などを設定している他、MBC卒業生は当社の在籍年数に関わらず幹部候補試験を受験することができます。2024年度は、MBC卒業生から部門長やグループ会社社長に登用された従業員も登場しており、継続的な経営人材育成の基盤となりつつあると感じています。

五感で「みる」を通じた サステナビリティ活動の推進

当社グループは、「エンドユーザー」「業界関係者」「社員」「株主」「社会」の5つのステークホルダーに対しそれぞれMissionを掲げています。先述の人材育成もしく、この5つのステークホルダーに対するMissionを根底に置き、事業活動を推進しています。

なかでも、私たちメニコングループは地球市民として、社会の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を目指しています。それだけに、当社グループが手掛けるコンタクトレンズやその容器の原料であるプラスチックのごみ問題は避けて通れない問題です。これまで、プラスチック使用量を削減した1日使い捨てコンタクトレンズ(1DAY)の「Magic」に加え、製造過程で排出されるプラスチックを二次包装容器などにリサイクルする取り組みを行ってきました。更に、2023年度より、流通・製造で使用されているプラスチック資材のリサイクルに関する新たな基盤技術の構築に向け、産学連携による共同

研究を開始しています。

環境課題だけでなく、地球市民の1人として、2023年4月に完成した当社の新社屋である「メニコン シアターAoiビル」を中心とした近隣商店街の再活性化に取り組んでいます。“芸術・文化が根付かない地域に人は集まらない”という考えのもと、新社屋に入る劇場を文化の発信基地とし、人が通り、人々が集うという好循環を生み出していくことで、地域と共存した街づくりを目指しています。

また、従業員に対しては、文化そのものが重要であることを発信していきたいと考えています。グローバルに事業を展開していく中で、事業活動を行う各国の文化やその背景を知るとともに、私たちの文化も発信することができれば文化同士の交流が生まれ、当社グループのブランド価値や信頼性の向上につながっていくと考えています。

今後も、人材育成や文化の発信など、ステークホルダーに対するMissionの達成に向け着実に進め、更なる企業成長の実現を目指していきます。

COOメッセージ

イノベーションへのチャレンジを継続し グループが一体となって 新たなマイルストーンの達成に 取り組みます

代表執行役会長 COO

川浦 康嗣

近視人口の増加に 視力矯正と進行抑制で貢献

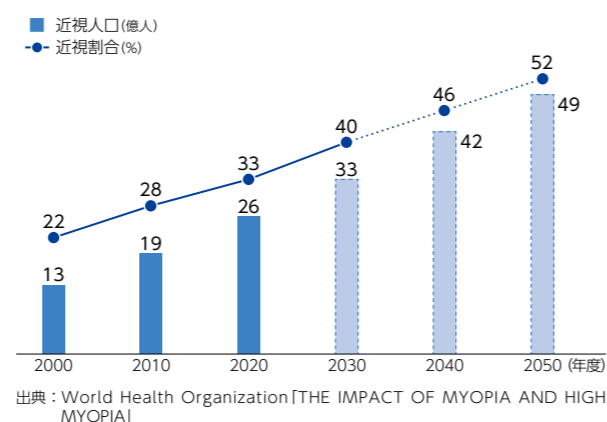
当社グループは、「より良い視力の提供を通じて、広く社会に貢献する。」をスローガンに、ビジョンケア事業を中心としたグローバルな社会課題の解決に取り組んでいます。近年、デジタルデバイスの普及などにより、世界的な近視人口の増加に加え、近視の低年齢化や強度近視の増加が大きな社会課題となっています。現在、世界の近視人口は約30%、2050年には世界人口の約半数が近視になると予測されています。これは当社グループが手掛けるコンタクトレンズ事業にとって大きな機会であるとともに、コンタクトレンズを通じたより良い視力の提供は、社会課題解決の一助にもなっていると考えています。

また、強度近視は将来の眼病リスクを高める恐れがあり、特に若年層への近視進行抑制に対する取り組みは社会的意義が大きいと考えています。当社グループでは、就寝中に装用することで近視の進行が抑制される効果が報告されている「オルソケラトロジーレンズ（以下、オルソ

K）」の展開により、今後も近視進行の抑制に貢献していきます。

当社グループは、これまでと変わらずビジョンケア事業を通じた社会課題の解決に向けて取り組むとともに、これらの社会課題の解決こそが当社グループの目指す姿であると考えています。

● 世界の近視人口



「Vision2030」における マイルストーンの見直し

当社グループは2021年5月に中期経営計画「Vision2030」を発表し、同時に「マイルストーン2025」を設定しました。しかし、公表後から現在にかけて新型コロナウイルスの感染拡大や国際情勢の変化による世界的なサプライチェーンの混乱が発生し、「1日使い捨てコンタクトレンズ（以下、1DAY）」の設備投資に時間を要する状況となりました。結果として、1DAY供給量が需要に追いつかず、マイルストーンとして設定していた売上高やメルスプラン会員数に影響を及ぼしています。

そこで、マイルストーン2025の設定時と大きく異なる現在の事業環境を踏まえて、中期経営計画を見直し、新たに「マイルストーン2027」を設定しました。定量目標に、売上高1,400億円超、営業利益率12%、ROE12%を掲げ、目標達成に向けて1DAYとオルソケラトロジー関連の2つの成長戦略を推進する計画です。売上高目標にある“超”は、目標策定時の計画に基づく保

守的な設定によるもので、今後のオーガニックな成長に加え、M&Aによる外的成長や資本収益性を意識した戦略・施策の検討を行い、必要に応じて更新していく予定です。

1DAYの成長戦略では、生産能力の拡大による世界的な1DAYの供給不足の解消と当社グループの独創性のある製品とサービスで“1DAYグローバルトッププレイヤー”を目指します。1DAYの供給不足解消については、各務原工場とシンガポール工場での新たな生産ラインの稼働やマレーシアでの新たな工場建設による供給能力の強化により解決を図っていきます。販売面では、メニコンブランドを武器に販売地域ごとの戦略に基づき更なる販売拡大を目指していきます。特に、欧州では2024年3月にドイツのMenicon GmbHから物流センターの管理運営機能を移したMenicon SC GmbHや2024年5月に本格稼働したグローバルロジセンター（千葉県八千代市）を活用し、ロジスティクス機能の強化を進めていきます。国内では、コンタクトレンズの定額制会員システム「メルスプラン」において、オンライン相談の活用やグループ販売店の新規出



店などを通じ、更なる会員数の増加を図っていきます。

また、オルソケラトロジー関連では、近視進行抑制に関する新たな価値を創造し、“オルソケラトロジー関連(近視進行抑制関連)のリーディングカンパニー”を目指していきます。現在販売している3種類のオルソK製品の特徴と、長年の開発ノウハウを活かした洗浄消毒効果に定評の

あるレンズケア製品を活かし、欧州やアジアを中心とした販売地域の拡大を推進していきます。

2つの成長戦略を推し進める中で、当社グループは現在、1DAYの新たな生産拠点となるマレーシア工場の建設をはじめとする「投資実行期」に位置しています。今後、成長戦略を進めることで2027年度までに「投資回収期」へ移行することを見込んでいます。加えて、社内ではROICを指標として活用することで、資本収益性を重視した経営を推進し、投資実行期から投資回収期における収益構造の転換を図っていきます。

マレーシア工場の 着実な立ち上げが“カギ”

1DAYの成長戦略において、2027年度に売上高420億円の目標を設定しています。特に、目標達成の“カギ”はマレーシア工場の立ち上げにあると考えており、必ず実現するべく、より一層の緊張感を持って取り組んでいきます。

マレーシア工場は現在、2025年度下期の生産開始に向け、第1期工事が進行中であり、完成後の生産能力は最大で年間5億枚程度を見込んでいます。これは当社グ

ループの各務原工場とシンガポール工場を合わせた生産能力の約1.5倍に相当する規模です。マレーシア工場の稼働により、将来的に1DAYの供給不足が解消され、当社グループの売上にも好影響を及ぼしていくと見込んでいます。

現在の第1期工事では、1DAYの生産棟だけでなく、包装を行うロジ包装棟や事務棟の建設の他、生産開始前の試運転などをはじめ、稼働開始に向けた準備費用として投資が先行しており、足元の利益率に一定の影響を与えることが予想されますが、投資回収期に移行する2026年度以降は、マレーシア工場での生産数増加による量産効果により、原価率が低下する他、1DAYの販売拡大による販管費率の低下も起因し、営業利益率は徐々に改善していくと考えています。

第1期工事終了後、長期的には第2～4期までの更なる生産能力の拡大も可能となっていますが、今後の1DAYの需要や新製品の開発状況に応じて拡充を検討していきます。また、仮に第2期工事を実施した場合、第1期工事とは異なり事務棟などの建設が不要となるため、比較的少ない投資額による拡張が可能になると見込んでいます。

更なる企業成長に向け、 “多様性の融合”を追求

当社グループは、グループ一体となってサステナビリティ経営を推進し、更なる企業成長を目指しています。なかでも、人的資本への投資が重要と考えており、2023年度は5%程度の賃上げを実施しました。一過性ではなく、継続的な賃上げが重要であると認識しており、2024年度も少なくとも同程度の賃上げを予定しています。

当社グループが継続的に成長するために、多様な人材が働くことができ、それぞれの良さを発揮できる“多様性の融合”を目指した環境づくりが重要であると考えています。多様性のある環境づくりを追求することで、よりクリエイティブなアイデアの生まれやすい職場環境の実現にもつながると考えています。当社グループとして現在、クリエイティブなアイデアが生まれやすい環境になっているのではないかという反省があり、これを解決

するためにも多様性の融合を追求した環境づくりは急務となっています。

具体的には、外国籍従業員の登用やキャリア採用においてジョブ型人事制度への見直しを進めるなど、さまざまなバックグラウンドを持った従業員の獲得を模索していきます。多様な専門性や価値観を持ち合わせた従業員同士が議論する時こそ、新しいアイデアやイノベーションが生まれ、更なる企業成長にもつながると考えています。

一方、気候変動問題をはじめとする環境課題の解決にもグローバル企業としてしっかりと取り組んでいかなければなりません。2023年度より、Scope1,2,3すべてにおいて、グループでの算出・開示を開始しました。更に、バイオマス燃料を使用したボイラーへの変更や太陽光発電によるPPAの導入、CO₂フリー電気の購入など、国内工場を中心にGHG削減施策に取り組む予定です。加えて、Scope1,2,3のそれぞれで削減目標を設定し、達成に向けて取り組んでいく必要があると認識しており、Scope1,2の削減目標を設定し、今後公表していきます。Scope3の削減目標については、引き続き目標策定に向け取り組んでいきます。

グループ全体で 「より良い視力の提供」に取り組む

当社グループは、レンズ内面に触れずに取り出せることで清潔・簡単に装着が可能なパッケージ「SMART TOUCH」や定額制会員システム「メルスプラン」など、独創性のある製品とサービスをはじめ、技術やユニークな製品開発を強みとしています。新たなマイルストーンで掲げる目標の達成に向け、グループ一体となって取り組むことに加え、多様性の融合を追求した職場環境づくりにより、従業員一人ひとりがイノベーションの創出へチャレンジし続けることで更なる企業成長を推進していきます。こうして生まれた新たなイノベーションを通じ、「より良い視力の提供」に取り組み、引き続きお客様の「みる」に貢献していきます。

● マレーシア工場の建設概要

第1期(現在進行中)			第2～4期	
稼働開始後の1DAY生産能力	最大5億枚／年 程度		追加生産能力	各期：最大5億枚／年 程度(予定)
投資総額	500億円程度		追加投資額	第2期：270億円程度(予定) 第3～4期：未定
	～2023年度	2024～2027年度		
	210億円程度投資済み	290億円程度を想定		
稼働時期	2025年(予定)		稼働時期	未定



Vision2030の進捗

— 新しい「みる」を通じた社会課題の解決 —

当社グループは2021年5月に中期経営計画「Vision2030」を発表し、2025年度のマイルストーンを設定していましたが、設定当初とは事業環境が変わり、取り組むべき内容も大きく変化しています。そのため、新たなマイルストーンの設定が必要であると判断し、2024年5月に公表しました。

2023年度までの振り返り

	目標 (2025年度)	実績 (2023年度)	評価(事業環境の変化)	今後の取り組み
定量 目標	売上高 1,400億円	売上高 1,161億円	△ 新型コロナウイルス感染症 コンタクトレンズ市場の一時的な停滞により1DAY投資を慎重に判断	1DAY供給体制 ・サプライチェーンの強化
	営業利益率 12%	営業利益率 8%	△ 国際情勢(戦争) サプライチェーンの混乱による1DAY設備 リードタイムの長期化	利益体質の強化 ・適正な価格設定 ・量産効果による製造原価 の低減
	ROE 10%	ROE 6%	△ インフレ加速による調達コストの上昇及び 収益の圧迫	重点地域でのバランス成長 ・1DAY販売強化 国内…メルスプランの 1DAY比率増加 欧州/北米…OEM拡大 ・オルソケラトロジー関連 販売強化 中国…オルソケラト ロジー関連安定成長
戦略 目標	1DAY比率 33%	1DAY比率 27%	△ 世界市場 欧州/アメリカでの1DAYのOEM供給の伸長	
	メルス プラン会員 150万人	メルス プラン会員 134万人	△ 中国のオルソK成長加速(～2023年9月)	
	海外売上高比率 35%	海外売上高比率 32%	○ 中国のオルソK成長安定化 (2023年10月～)	

2021年5月に公表した2025年度のマイルストーンは、連結売上高1,400億円、営業利益率12%、ROE10%を目標としており、戦略目標として1DAY比率33%、メルスプラン会員数150万人、海外売上高比率35%の3つの指標を掲げていました。しかし、公表後、当社グループを取り巻く環境は大きく変化し、マイルストーンや戦略目標の達成に影響を与えることになりました。その主な要因は次の2点です。

● 新型コロナウイルス感染症の拡大や国際情勢の変化

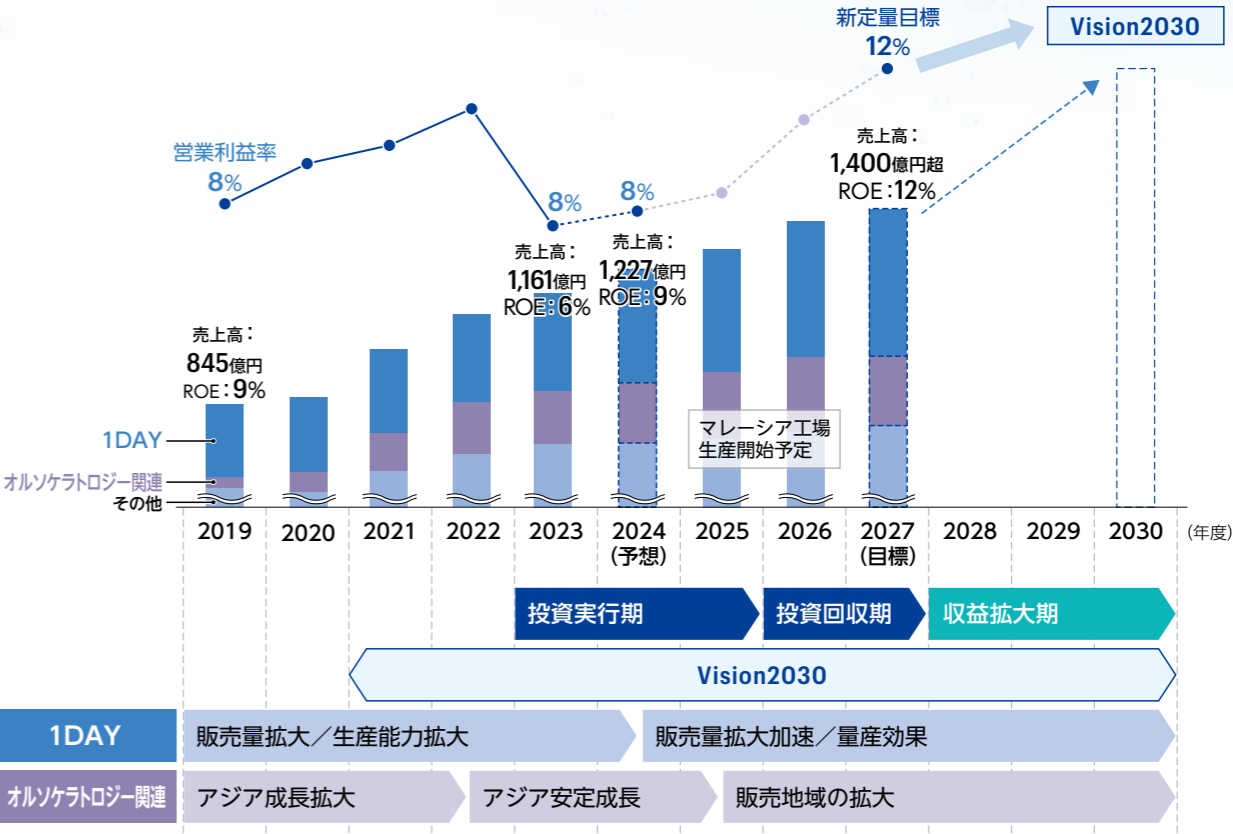
新型コロナウイルス感染症の拡大により、コンタクトレンズ市場の成長は一時的に停滞しました。この状況を受けて、当社グループは1DAYへの投資について慎重に判断を進めてきました。その後、グローバルで1DAYに対する需要は再び伸長へ転じたため、1DAYへの投資を再開しようとしたものの、ロシア・ウクライナ戦争に端を発した国内情勢の変化による世界的なサプライチェーンの混乱の影響などにより、1DAYの設備投資に時間を要する状況となりました。結果として、1DAYの供給量が需要に

追いつかず、1DAY比率やメルスプラン会員数に影響が出ることとなり、マイルストーンの進捗にも影響が及ぶこととなりました。

● 中国におけるオルソK市場の成長安定化

世界的に近視人口が増加し社会問題となっている中、特に中国においては児童・青少年の近視人口は半数を超え、2010年代以降、国策として青少年の近視率を引き上げる取り組みが進められてきました。この国策を背景として、近視進行抑制効果が報告されているオルソKがこれら学童期の子どもに多く処方され、同レンズの市場は高い伸長を続けていました。しかし、新型コロナウイルス感染症の拡大や景気停滞の影響、競合他社の増加により、今後は安定的な成長を見込んでいます。これは、当社グループが当初見込んでいた成長率とギャップが生じることとなり、今後の海外売上高比率に影響し、こちらもマイルストーンの進捗に影響を及ぼすことが予測されます。

「マイルストーン2027」の設定



先述した事業環境の変化を受けて、当社グループは中期経営計画「Vision2030」に向けた新しいマイルストーンについて、2027年度の定量目標として、売上高1,400億円超、営業利益率12%、ROE12%を新たに設定しました。現在、「Vision2030」の最終年度である2030年度まで6年となっており、今回新たにマイルストーンとして設定した2027年度はちょうどその中間地点に当たります。

中期経営計画期間の2023～2030年度について、投資実行期・投資回収期・収益拡大期と分類し、収益拡大に向けたロードマップを示しています。2023～2025年度は投資実行期と位置付けていますが、これは1DAYの新たな製造拠点となるマレーシア工場の稼働準備及び稼働開始して間もない期間を指しています。マレーシア工場の稼働準備期間においては、関連費用は販管費に、生産開始後は売上原価に計上されます。この関連費用のうち、建物部分の償却費や生産開始までの準備費用については生産開始前から計上され、生産開始直後も費用が先行し

て発生する予定であるため、足元の利益率に一定の影響を与える見込みです。

投資回収期に当たる2026～2027年度においては、マレーシア工場で複数の生産ラインが稼働することを見込んでいます。マレーシア工場での1DAYの生産枚数増加による量産効果により、原価率が低減することを予想しています。また、増産した1DAYを国内や欧米、アジアへ販売拡大することにより、販管費率が低下することが期待できます。その結果、営業利益率が改善し、新たにマイルストーンとして設定した2027年度の目標である営業利益率12%の達成を見込んでいます。

マイルストーンとして設定した2027年度以降も、1DAYの需要に応じてマレーシア工場での生産ライン増設を続けていきます。「Vision2030」の達成に向けて、マレーシア工場での生産が更に拡大することで、収益拡大期に移行すると考えています。なお、「Vision2030」における具体的な定量目標は、2027年度の定量目標の達成状況を踏まえて設定する予定です。

Vision2030の進捗 ― 新しい「みる」を通じた社会課題の解決 ―

「マイルストーン2027」達成に向けた成長戦略

当社グループは「Vision2030」のスローガン“新しい「みる」を世界に”を実現するため、成長戦略方針として「1DAY戦略方針」と「オルソケラトロジー関連（近視進行抑制関連）戦略方針」を設定しました。「マイルストーン2027」達成に向けても、この2つの方針に対し成長戦略目標を設定しています。

成長戦略目標の策定

「マイルストーン2027」として新たに設定した2027年度の定量目標である、売上高1,400億円超、営業利益率12%、ROE12%の達成に向けた成長戦略目標として、1DAYは420億円、オルソケラトロジー関連はグローバルでのオルソKとアジアでのレンズケアで合計200億円の売上高を目指します。1DAYについては地域別目標を設定しており、国内においてはメルスプラン、海外においては大手量販チェーンでの販売拡大を中心とし、売上高拡大に取り組みます。また、メルスプラン会員に占める1DAY会員比率や海外売上高に占める1DAY売上高比率においても上昇させることを目指していきます。

2027年度の定量目標	
<div>ビジョンケア事業</div> <div>2027年度(目標) 1,300億円</div> <div>国内：890億円 海外：410億円</div>	<div>ヘルスケア・ライフケア事業</div> <div>2027年度(目標) 100億円</div>
成長戦略目標	
<div>1DAY</div> <div>グローバルトッププレーヤー</div> <div>420 億円</div>	<div>オルソケラトロジー関連*</div> <div>(近視進行抑制関連)</div> <div>リーディングカンパニー</div> <div>200 億円</div>
1DAY地域別目標	
<div>1DAY 国内メルスプラン</div> <div>290 億円</div>	<div>1DAY 海外</div> <div>65 億円</div>

※ オルソK（グローバル）及び レンズケア（アジア）の合計

■ オルソケラトロジー関連の成長戦略

オルソケラトロジー関連市場の成長性

学校保健統計調査によると、国内における小中学生の近視割合は年々増加しています。これは、近視の低年齢化が進んでいることを意味しており、グローバルにおいてもこの傾向は大きく変わらないものと考えています。加えて、近視人口の増加に伴い、強度近視人口及びその割合の増加が予想されています。これは、近視の低年齢化により、近視が進行する期間が長期化することが要因のひとつとして考えられています。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言われており、若年層に対する近視進行抑制はこういった眼病リスクの低減につながることを期待されています。

以上を背景として、近視進行抑制効果が期待されるオルソKはアジアを中心に成長しており、同レンズの市場は約20%で伸長してきました。これまではアジアが中心でしたが、今後はグローバルで安定的な成長が見込まれ、約8%の伸長になると予想しています。また、オルソKは睡

眠時に装用する特殊なデザインのハードコンタクトレンズであるため、適切なケアが必要不可欠です。そのため、オルソKの成長とともに、レンズケアの市場も成長していくことが期待されます。

オルソケラトロジー関連の販売戦略

オルソケラトロジー関連市場は、中国のみならずグローバルで市場は拡大の余地があると考えています。現在、将来的なグローバルでの市場の拡大に備え、当社グループは研究機関との連携や処方家の育成、ブランド認知活動などを進めています。

オルソケラトロジー関連の売上高を拡大していくために、当社グループが持つオルソKとレンズケアの製品ラインアップを活かし、オルソKは多国展開による販売拡大を、レンズケアは複数チャネルを活かした販売を行っていきます。

オルソケラトロジー関連の販売戦略の詳細はこちらをご覧ください

P.26

ビジョンケア事業

■ 1DAYの成長戦略

1DAY市場の成長性

デジタルデバイスの普及などによる近視人口の増加や、コンタクトレンズやメガネを処方する眼科医などの処方家数の増加を背景に、コンタクトレンズ市場はグローバルで成長を続けています。その中でも1DAYは枚数ベースで約4%と高い成長となっており、コンタクトレンズ市場を牽引しています。特に、従来の素材より酸素透過性が高く、目への負担が少なくとされるシリコンハイドロゲル素材の1DAYの伸長は約14%と足元で大きく成長しています。

1DAYの生産能力増強

1DAYはコンタクトレンズ市場において需要が強く、当社グループでは各務原工場で生産しているシリコンハイドロゲル素材の1DAYにおいて供給が需要に追いついていない状況が継続しています。過去の実績では、生産能力の増強に比例して販売量及び売上高は増加しており、今後も高い需要を背景にその傾向が続くことが想定されます。各務原工場での生産ライン増設に加え、中長期での需要を見据えて

新たにマレーシア工場を1DAY生産拠点として構え、生産能力増強に取り組みます。マレーシア工場については2025年度下期の生産開始を予定しており、安定的に生産できるようになれば、それに伴って売上高の増加が見込まれます。

1DAY製品の差別化戦略

増産した1DAYをグローバルで販売拡大するためには、競合他社との差別化が重要になってきます。当社グループの1DAYには、特徴的なパッケージである「SMART TOUCH」を採用しています。これは、コンタクトレンズの内面が下を向く設計になっているため、裏表を迷わずにレンズを装用することができ、内面に触れることなくレンズを取り出せることで清潔に使用することができます。また、シンガポール工場で生産している「Magic」は薄型パッケージでプラスチック使用量が少なくなっており、欧州などで環境配慮型の商品として好評をいただいています。このような特徴ある製品を武器に、各地域別の戦略も実行することで1DAYを販売拡大していきます。

1DAYの販売戦略の詳細はこちらをご覧ください

P.26

ビジョンケア事業

TOPIC

新たな1DAY生産拠点であるマレーシア工場の進捗と今後の拡張性

2025年度下期
マレーシア工場生産開始予定
ケダ州クリム工業団地団地



1DAY成長戦略の要となるマレーシア工場では、現在第1期の工事を行っており、2025年度下期にシリコンハイドロゲル素材の1DAYである「1DAYメニコン プレミオ」の生産開始を予定しています。生産能力は需要に応じて徐々に増強していく予定で、生産ラインを最大まで入れると、年間約5億枚の生産能力を見込んでいます。

また、長期的には第2期、第3期、第4期と拡張を行って生産能力を更に拡大することが可能で、最大で4倍まで生産能力の拡大ができます。第1期工事では生産棟だけでなく事務棟やロジ包装棟をまとめて進めているため、投資総額は約500億円と比較的大きな投資規模となっています。仮に第2期工事を実施した場合は生産棟のみの投資となるため、追加投資額は270億円程度と第1期工場と比較して少ない投資額で生産能力を拡張することができます。マレーシア工場は「マイルストーン2027」の達成はもちろん、その先の「Vision2030」やそれ以降の成長に大きく関係してくるため、現在進めている建物の建築工事や生産ラインの順次設置を確実に実施していきます。

CFOメッセージ



2023年度まで海外事業の責任者として8年にわたって指揮を採り、M&Aや提携など、社外と現地ローカル企業との連携加速に取り組んできました。特に欧米における1DAY並びに中国を中心としたオルソケラトロロジー関連の成長基盤を確立し、8年間で海外売上高は5倍超に、海外が占める売上高比率も32%に成長させることができました。2024年度より、新CFOとして新たに発表した中期経営計画を達成すべく、国内外を問わず当社グループ全体の経営に関して総合的に統括していきます。当社グループは現在、中長期的な成長を盤石にすべく、マレーシア工場を中心とした投資実行期にあります。資本効率性、財務安全性を意識しながらコーポレートストーリーを力強く実現し、企業価値の最大化に貢献できるよう尽力していきます。

執行役 総統括本部長 CFO
古賀 秀樹

成長投資と資金調達

2023年度は、今後も強い需要が見込まれる1DAYの新工場であるマレーシア工場の建設、既存工場である各務原工場並びにシンガポール工場への生産ラインを導入するための設備投資を積極的に行いました。また、これらの設備投資資金として、普通社債の発行による資金調達を実施しました。

2023年度以降の数年間は、1DAYの工場を中心とした投資実行期にあるため、投資キャッシュ・フローは高い水準で推移していますが、コンタクトレンズの定額制サービスである「メルスプラン」から得られる安定的な営業キャッシュ・フローと、高い信用力(格付A-：格付投資センター)を活用した効率的な財務キャッシュ・フロー(普通社債の発行)により、キャッシュ・フローとしては健全な状態を保っていると考えています。

また、今後の見通しとして、投資キャッシュ・フローは、2024年度に投資のピークを迎え、2025年度以降は投資の金額としてはある程度収束していくと考えています。そのため、フリー・キャッシュ・フローはマイナスからプラス方向に転じることを見込んでいます。

財務の健全性について、資本コストの低減という観点から一定程度の負債の活用は有効であると考えています。一方で、BCP上のリスク管理や足元の金利上昇局面下においては、負債余力の確保や負債調達コストの低減という観点で財務安全性の確保も非常に重要になってくると考えています。そのため、現状は格付A- (格付投資情報センター)の維持を財務安全性の主要な指標として設定しています。

当社グループの企業価値の最大化、資本収益性の向上に向けて、資本コストの低減は非常に重要であると認識しています。負債調達の活用による資本コストの低減を行いつつ、主にIR活動やサステナビリティ活動の強化に取り組むことが重要になると考えています。IR活動では、これまで年間で2回の決算説明会を開催していましたが、2024年度より四半期ごと、年間で4回の決算説明会を行い、株主・投資家の皆様に当社の取り組みをこれまで以上に理解していただきたいと考えています。また、当社マネジメントとの対話の場をこれまで以上に充実させ、株主・投資家の皆様の意見を積極的に取り入れることで更なる企業成長を実現していきます。

更に、サステナビリティ活動においては、2022年4月より「CSR委員会」を「サステナビリティ委員会」へ

と名称を改め、活動の強化に取り組んできました。具体的には、重要課題の見直し、サステナビリティ活動方針の設定、GHG排出量(Scope1, 2, 3)の開示、TCFD提言に基づく情報開示などを継続的に進めています。このような取り組みの結果、FTSEやMSCIなどのESG評価は年々改善し、ESG関連のインデックスにも採用されています。CDPについても、一定の評価が得られていると考えています。

今後もIR活動やサステナビリティ活動を継続するとともに更なる充実を図ることで、資本コストの低減に努めていきます。

株主還元

当社グループは現在、投資実行期にあるため、キャピタルアロケーションの考え方として、資金は将来の成長に向けた投資に振り向けることを基本方針としています。

一方で、株主の皆様への利益還元の姿勢をより明確にすることも重要であると考えています。そのため、将来の配当水準の透明性を高めることを目的として、剰余金の配当などの決定に関する方針の変更を行いました。具体的に

リスクマネジメント

当社グループは、海外売上高比率が30%を超えており、外部環境においては地政学リスクや国際情勢や経済環境などのリスクが高まっているため、これまで以上に事業運営上のリスクマネジメントは重要であると認識しています。

国内事業においては、為替の変動や金利の上昇に伴うインフレの進行などによるコスト上昇圧力が高まり、今後も予断を許さない状況であるものの、2023年度に全面的な価格改定を実施するなど、一定のリスク管理ができています。また、金利の上昇が始まる以前の2022年度と2023年度に2回の普通社債を発行できたことは、財務戦略だけでなくリスク管理の観点でも効果的だったのではないかと考えています。

また、海外事業においては、さまざまなリスクを注視しながらリスクコントロールに取り組んでいきます。現在、当社グループでは国内で生産し海外で販売する割合が高く、現状の円安は業績にポジティブに働いています。しかし、さまざまな外部環境要因を考慮し、今後の為替変動リスクは特に注視していく必要があると同時に、リスクへの対策を講じていかなければならないと考えています。例え

● ESGスコア

	FTSE	MSCI	CDP
スコア	2.7	AA	C (Climate change)
組入指数	FTSE Blossom Japan Sector Relative Index	MSCI日本株 ESGセレクト・リーダーズ指数	—

2024年7月時点

は、2023年度より当期業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、継続的な安定配当として配当性向30%程度を目安とする方針変更を行い、発表しました。

これらの方針のもと、2023年度の配当については1株につき25円、2024年度の配当金については1株につき28円と3円の増配を予定しています。

ば、現在コンタクトレンズ市場の中で最も需要が強いといわれているシリコン素材を含む1DAYは、日本で生産し国内外で販売を行っていますが、現在建設を進めているマレーシア工場において同製品を生産予定であるため、生産拠点を国内外に分散することで為替に対するリスクについても一定程度のコントロールができていると考えています。

一般的に、コンタクトレンズは生活必需品の性質を持つ商品であるため、コンタクトレンズ市場は景気動向の影響を受けにくいといわれています。しかし、オルソケラトロロジー関連については足元の中国の景気停滞を受けており、今後は重点地域である日本、欧州、北米、アジアにおいてバランスの良い事業の拡大を行うことでリスク管理を行っていきたいと考えています。

更に、人権、人的資本、サプライチェーンマネジメントなどのサステナビリティ活動の強化が当社グループの事業全体のリスク管理を進めていく中で重要と考えています。そして、これらの取り組みについて、適切にステークホルダーの皆様にお伝えしていくことも大切であり、資本コストの低減にもつながると考えています。

ビジョンケア事業

ライフスタイルの変容により日本における近視人口が増加するとともに、近視の低年齢化も加速していると言われています。このような社会環境において、コンタクトレンズ市場は今後も更なる成長が見込まれます。当社グループは創業以来培ったブランド力や独自の製品サービス群を活かし、今後も多様なニーズにお応えしていきます。若年層に対する正しいコンタクトレンズ使用の啓発活動や、ミドルエイジへの遠近両用コンタクトレンズの普及促進に注力し、より長く当社グループ製品をご愛用いただける事業モデルを構築していきます。また、次世代を見据えたビジネスモデルの再構築も重要なテーマとして取り組んでいきます。

執行役 国内営業統括本部長
篠田 浩樹



2023年度まで中国事業の責任者として指揮を執ってきましたが、2024年度より海外事業を統括させていただくことになりました。海外売上高比率も30%を超え、当社グループの持続的成長には海外事業の更なる躍進が欠かせません。世界的に近視人口が増加する中、海外事業は引き続き「1DAY事業」及び「オルソケラトロジー関連事業」を中心に、欧州、北米、アジアで展開し、バランスのとれた成長を目指していきます。また、同時に新しいパートナーとの戦略的提携やグローバルサウス市場の開拓など、更なるグローバル化の加速に向けて、さまざまな挑戦を続けていきます。

執行役 海外統括本部長
竹下 憲二



事業環境における機会やリスク

1DAY

事業環境

- デジタルデバイスの普及などによる近視人口の増加
- グローバルにおけるコンタクトレンズ市場の伸長
- コンタクトレンズ市場に占める1DAY比率の上昇
- 1DAY市場内でのシリコン素材の1DAY比率上昇



機会

- 世界的な近視人口増加に伴うコンタクトレンズの需要拡大
- 既存工場と新工場稼働による生産能力増強に伴う販売量増加

リスク

- 国内外の競合メーカーとの競争激化
- 旺盛な需要に見合う供給量及びサプライチェーン懸念

オルソケラトロジー関連

事業環境

- グローバルにおける近視の低年齢化
- 近視人口の増加に伴う強度近視人口の割合増加
- 中国での青少年の近視率を引き下げる国策の実施
- グローバルにおける近視進行抑制に対する意識向上



機会

- 近視の低年齢化や強度近視人口の増加によるグローバルでの市場拡大余地
- オルソK使用者の増加に伴うレンズケアの販売量増加

リスク

- 中国における景気停滞の影響による市場伸長への影響
- 中国を中心とした新たな競合メーカーの台頭による競争激化
- 近視進行抑制を目的としたメガネや目薬など新しい近視進行抑制デバイスの普及・浸透

中期経営計画「Vision2030」における取り組み事項

1DAY(メルスプラン)

2027年度目標売上高 **290** 億円

メルスプランにおける1DAY会員構成比率を高めるため、商品ラインアップ拡充やプロモーション活動に注力していきます。特にプロモーション活動については、当社グループ製品に適用されている、レンズケースの中でレンズの内面が下を向く設計になっている特徴的なパッケージである「SMART TOUCH」をユーザーに訴求していくことを意識していきます。

また、メルスプランへの入会を促進していくため、当社グループ販売店「Miru」の新規出店や集客が見込める場所への既存販売店の移転、メルスプラン加盟施設の拡大といった店舗施策の強化にも取り組んでいきます。

1DAY(海外)

2027年度目標売上高 **65** 億円

欧州においては、人的資本投資やプロフェッショナル採用により営業活動を強化し、新たな取引先の獲得に取り組んでいきます。また、既存取引先に対しても、当社グループ製品の取扱い店舗及び取引量を拡大させていきます。

北米においては、2023年度に新たな取引先を開拓し、1DAYの販売量拡大に貢献しました。今後も取引量を拡大するため、乱視用や遠近両用といった製品ポートフォリオの充実を図りながら、販売地域の拡大を進めていきます。

アジアにおいては、戦略的提携などによる新たな販路の開拓を含め、当社グループの販売会社による販売拡大に取り組んでいきます。

オルソケラトロジー関連

2027年度目標売上高 **200** 億円

オルソK及び同レンズに使用されるレンズケアにおいては、これまで中国を中心に市場が大きく成長していましたが、中国においては近視進行抑制を目的としたメガネなど新しいデバイスも普及してきており、一段と市場競争が激しくなっています。今後は、国内や欧州、アジア諸国といった多国展開も強化していきます。

当社グループは、オルソKにおいて3種類の製品、レンズケアにおいては長年の開発のノウハウを活かした洗浄消毒効果の高い製品を販売しています。オルソK及びレンズケアはそれぞれの製品の特長を活かして差別化を図り、各地域における販売チャネルを活用した販売拡大に取り組んでいきます。

ビジョンケア事業

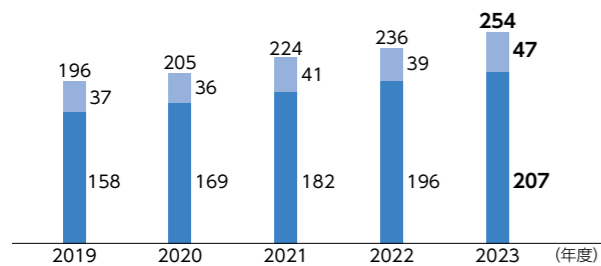
2023年度の振り返り

1DAY(国内)

2023年度は、当社グループの一部1DAY製品において、供給が需要に対し十分でなかったことによる影響があったものの、生産ラインの改良及び増設により供給量が増加したことにより、メルスプランにおける1DAY会員数の増加や国内物販における販売拡大に寄与しました。特にメルスプランにおいては、単価の高い1DAYの会員比率上昇に伴い、平均月額費用が上昇しました。また、価格改定の効果により、メルスプラン、国内物販ともに売上高が伸長しました。以上の結果、1DAY(国内)の売上高は254億円(前年度比+7.8%)となりました。

売上高
254 億円
前年度比
+7.8 %

■ 国内_メルスプラン(億円) ■ 国内_物販・その他(億円)



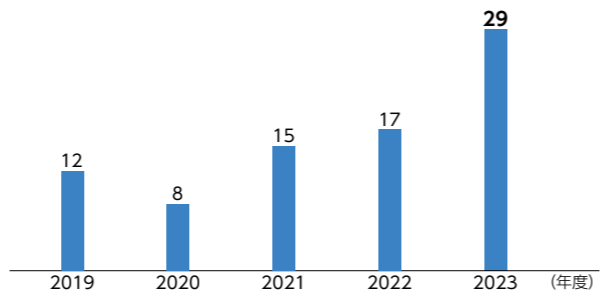
1DAY(海外)

欧州においては、既存取引先に対する当社グループ製品の1DAYの販売量が増加しました。加えて、新たな取引先の開拓に伴い、1DAYの販売先が拡大しました。北米においては、2023年度に新たな取引先と提携し、「1day Menicon Flat Pack」の販売が好調に推移したことで販売量が増加しました。

また、欧州・北米の両地域において、インフレに伴う価格改定の対応を実施したことや為替変動の影響で売上高が伸長しました。以上の結果、1DAY(海外)の売上高は29億円(前年度比+67.8%)となりました。

売上高
29 億円
前年度比
+67.8 %

■ 海外売上高(億円)



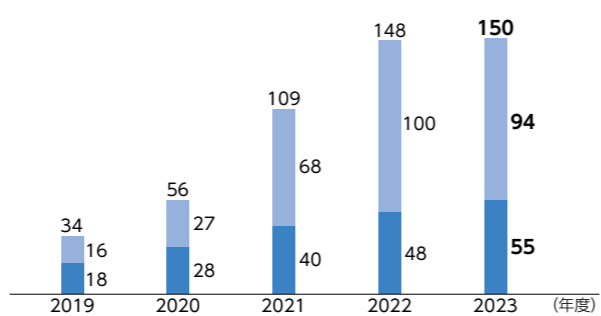
オルソケラトロジー関連

オルソKにおいては、中国における景気停滞の影響などで市場の成長が緩やかになったものの、2023年に中国で新たに販売開始した「Menicon Z Night」及び同年に中国の無錫工場で生産開始した「アルファオルソK」の普及活動に取り組みました。また、国内及びその他の地域で同レンズの普及が進んだことで売上高が伸長しました。

レンズケアにおいては、中国における景気停滞の影響に加え、主に中国現地メーカーとの競争が激化した影響を受けましたが、シンガポールや韓国において同レンズの普及に伴うレンズケアの販売量増加により、売上高は横ばいとなりました。以上の結果、オルソケラトロジー関連の売上高は150億円(前年度比+0.7%)となりました。

売上高
150 億円
前年度比
+0.7 %

■ オルソK(グローバル)(億円) ■ レンズケア(アジア)(億円)



成長戦略に基づく今後の方針

1DAY

当社グループ製品の1DAYに適用されている特徴的なパッケージである「SMART TOUCH」は、装着時の操作が簡便で、内面に触れることなく装着できるため清潔に使用することができます。引き続き、このようなユニークで特徴ある製品をユーザーや取引先に訴求していきます。

国内においては、2023年度に「SMART TOUCH」の新たなCMを作成・公開し、「SMART TOUCH」の特徴である「開ける」「取り出す」「装着」の3STEPを分かりやすく説明した内容とすることでユーザーの需要喚起に努めています。また、当社の1DAY「Magic」は薄型パッケージで、プラスチック使用量を最小限に抑えた製品であり、欧州をはじめとする地域において環境配慮型製品として取引先に働きかけを行っています。今後もこのような活動に取り組んでいくことで、更なる販売拡大につなげていきます。また、各地域に応じた販売戦略に応じた施策に取り組んでいきます。国内では、メルスプランへの入会を促進するため、店舗施策を強化していきます。2023年度においては、メルスプラン加盟施設が年度末で1,670店舗と前年度末と比較して7店舗増加しました。更に、当社グループ販売店「Miru」

への集客力を高めるため、3店舗の新店オープン及び5店舗の移転を実施しました。加えて、オンライン相談の活用により、効率的な店舗運営を図るとともに熟練スタッフによる個々のユーザーのアイライフに適した提案・丁寧な相談を実施しています。今後もこれらの活動を継続していきます。

欧州及び北米では、大手量販チェーンや既存取引先との関係を更に強化していくことで当社グループのシェアを高めていきます。欧州においては既に多くの大手量販チェーンと取引していますが、更なる取引量拡大や新規取引先の獲得に向けて営業活動を強化していきます。北米においては、2023年度に新たに開始した取引先への更なる販売量増加に向けて、製品ポートフォリオ拡大などに取り組んでいきます。

簡単 & 清潔 SMART TOUCH

持ち替え不要、内面に触れない



オルソケラトロジー関連

当社グループはオルソKについて、「アルファオルソK」「Menicon Z Night」「Menicon Bloom Night」の3種類の製品を展開しています。アルファオルソKは日本の伊那工場と2023年に稼働開始した中国の無錫工場で製造しており、高いカスタマイズ性があることが特徴です。Menicon Z NightはオランダのMenicon B.V.で製造しており、高い酸素透過性や処方をサポートする専用のソフトウェアがあることが特徴です。Menicon Bloom NightはMenicon Z Nightと同様にMenicon B.V.で製造しており、近視進行抑制用オルソKとして欧州での医療機器販売に必要なCEマークを取得しています。それぞれの製品の特長を活かし、多国展開による販売拡大を目指していきます。

また、レンズケアについて、当社グループは「Menicare Plus」「Menicare Pure」「Progent」などを中心に展開しており、長年の開発のノウハウを活かした洗浄消毒効果に定

評のある製品をオルソKとともに、医科向けやECチャネルといった複数チャネルを活用した販売を行っています。

多国展開として、具体的には、国内・欧州・アジアを主な対象地域として取り組んでいます。国内では、営業体制の強化による販売拡大を推進し、オルソKの普及に注力していきます。欧州においては、新たにグループ化したSA Laboratoires Dencottを活用し、処方施設の整備を進めます。アジアにおいては、当社グループの販売会社を通じて、更なる販売拡大を目指していきます。



アルファオルソK(中国)



Menicare Plus

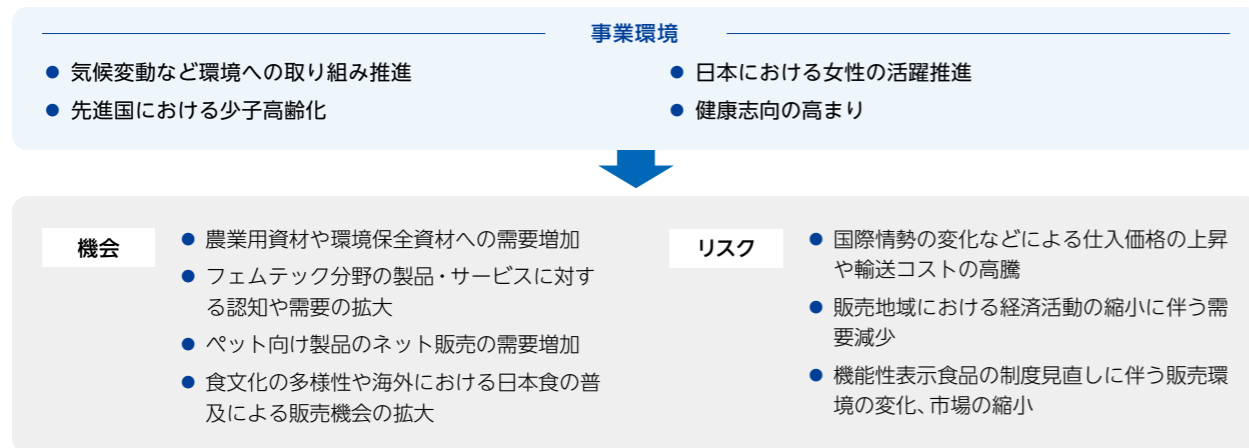
ヘルスケア・ライフケア事業

2023年度は事業構想の推進責任者として、サステナビリティ体制の構築をはじめとする当社のサステナビリティ活動の推進に加え、重要課題のひとつである五感を刺激する新たな事業構想やDX戦略の立案等に取り組んできました。2024年度より、ヘルスケア・ライフケア事業の統括責任者として着任しました。これまでの経験を活かし、当社の環境関連事業や新規事業を推進していきます。特に、ヘルスケア領域では市場拡大が見込まれるフェムテック分野、ライフケア領域では地球環境の負荷低減に貢献できる環境関連分野に注力し、当社の強みを活かしながら、独創性と収益性を兼ね備えた事業に育てていきます。

執行役 みる未来事業統括本部長
村木 健介



事業環境における機会やリスク



中期経営計画「Vision2030」における取り組み事項

- | | |
|--|---|
| 1 取り組み事項 ライフケア：環境関連分野拡大 <p>作物の高温障害などの問題に対処し、抵抗性を向上させて収量や品質を改善することを目的として、静岡大学などと共同で農業用資材の研究開発を行ってきました。この研究の成果として、高温障害の軽減効果が期待される農業資材「元気サプリ アツミノリ」が渡辺パイプ株式会社から商品化され、2024年3月に販売が始まりました。</p> | 2 取り組み事項 ヘルスケア：フェムテック関連製品の拡大 <p>フェムテック分野のサプリメントブランド「ルナリズム」の製品ラインアップを拡充しました。フェムテック分野は女性の社会参画の推進や健康意識の高まりを背景に成長が著しい産業です。当社においては今後も、新たな製品・サービスを通じて健やかで生き生きした未来の創出に貢献します。</p> |
|--|---|

2023年度の振り返り

ライフケア：電力消費量の減少につながる堆肥化コンサルや海外への堆肥化関連商品の輸出など、堆肥化関連ビジネスの売上高が順調に推移しました。また、稲わら分解材、高温障害の軽減効果が期待される農業資材などにおいて、新たな用途開発や適用作物の拡大に向けた試験開発を進めました。

ヘルスケア：不妊治療が保険適用の対象となったことに伴い、不妊治療関連の需要や、成長著しいフェムテック分野の需要を取り込むため、サプリメントのラインアップの拡充や販売チャネルの拡大に取り組み、順調に売上が推移しました。

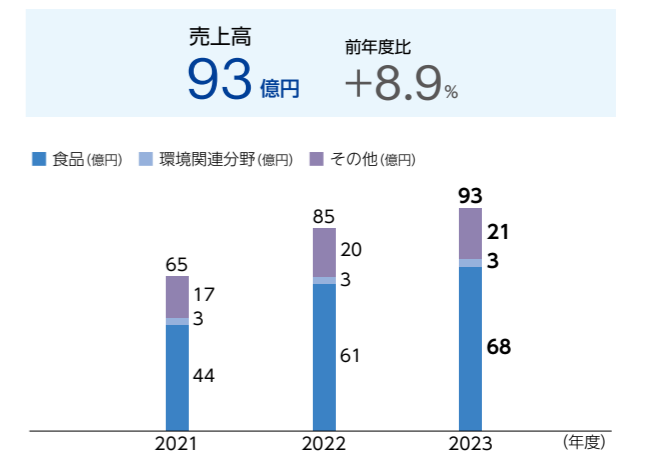
動物共生：愛犬との安心で快適な暮らしをサポートする会員制サービスである&D（アンド・ディー）、愛犬の終生飼養を含むサービスである&HAUS（アンド・ハウス）の認知度向上や会員数増加に向けてSNSを活用したプロモーションなどを実施し、&Dの会員数が増加しました。ドッグランや 関連商品の販売を行うなど、売上拡大に向けた取り組みも継続して実施しました。

動物医療：眼内レンズ、獣医師向けの医療機器の販売が堅調に推移しました。犬猫用サプリメントビジネスは、これ

まで医家向けにのみ展開してきましたが、国内市場の更なる販路拡大を目指すために、一般消費者向けの新ブランド「Uni One（ユニワン）」と公式ショップを立ち上げました。

食品：中国における需要減少の影響により輸出は減少したものの、輸入販売が順調に推移し、売上高が伸長しました。

以上の結果、ヘルスケア・ライフケア事業の売上高は93億円（前年度比+8.9%）となりました。



中期経営計画「Vision2030」に基づく今後の方針

中期経営計画として掲げた売上高100億円の達成に向け、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。

● ライフケア：環境関連分野の規模拡大

当社の酵素技術を使用した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」を収益の柱とし、畜産農家を対象とした電気代削減と堆肥化環境の改善を実現する堆肥化コンサルタントサービスや、水稻などの農家を対象とした高温障害の軽減効果が期待される農業資材の販売拡大に取り組めます。独自の製品・サービスにより売上拡大と資源の有効利用を目指します。

● ヘルスケア：フェムテック分野の成長

不妊治療関連をコア事業としたフェムテック分野、ビジョンケア事業のノウハウを活かしたアイケア分野を中心に、商品ラインアップや販売チャネルの最適化により売上高の拡大と収益性の向上を目指します。不妊治療関連製品においては、保険適用に伴う需要動向の変化に対応した商品・販売チャネルの見直しに継続して取り組みます。

● 動物医療、動物共生：事業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、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終生飼養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り、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。

研究開発／生産物流

世界的な近視人口の増加や、近視人口の増加に伴う近視の低年齢化並びに強度近視の増加が大きな社会課題となっています。2024年5月に発表した中期経営計画において明確化した「1DAY戦略方針」のもと、独創性のある製品の開発、急速に拡大する需要に対応するための生産能力の増強、事業の拡大とともに重要性を増す生産と販売を支えるための物流機能の強化を行っていきます。

また、「オルソケラトロジー関連戦略方針」のもと、近視進行抑制に関する新たな価値を創造するため、オルソK及びレンズケアに関する研究開発の推進や生産体制の整備を行うことで、社会課題解決型企業を目指します。

執行役 生産開発統括本部長

渡邊 基成



知的財産

知財のあるべき姿

特許や商標などの知財は、当社グループの事業を遂行する上で重要な経営資源であり、競争力の源泉です。マイルストーン2027達成のための研究開発方針として新商品の開発・導入目標を定め、中長期的な視点では要素技術の開発とマーケットニーズの融合、更には生産効率の向上や製造原価低減を図っています。また、近年、当社コア技術を中心に外部パートナーとの共同研究を積極的に推し進めており、今後も共同研究への投資を積極的に拡大する方針です。これらの知財の創造を重視するマイルストーン2027、研究開発方針を受け、今後も強力な技術・製品を支える知財力及び知財戦略の強化に取り組み、知財の積極的な創造・活用を通じて社会課題の解決に貢献し、企業価値を最大化していきます。

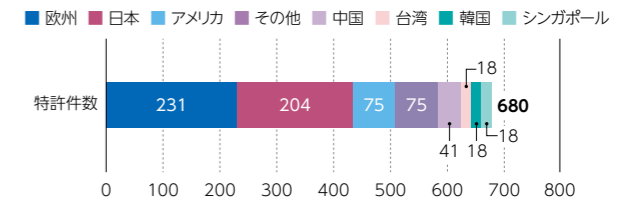
知財の状況

当社グループの特許出願においては、ビジョンケア事業における特許出願が約80%を占めていますが、ヘルスケア・ライフケア事業においても積極的に特許出願を行い、各事業で知財戦略に則った知財ポートフォリオの構築を図っています。また、当社グループは、国際出願をメインとし、日本、欧州、アメリカ、中国へとグローバルに戦略的な出願を行っていますが、ビジョンケア事業においては、近年まで日本・欧州を中心とする販売拡大に伴い、日本・欧州の出願比率が高くなっていました。現在は中国を始めグローバルに事業規模が拡大、海外売上高比率も30%以上となっているため、今後は事業戦略に則り、アメリカ、中国への出願比率を高め、グローバル戦略に対応した知財ポートフォリオの構築を図っていきます。

知財管理においても、当社グループは製造部門・販売部門を有しており、グローバルで数多くのノウハウを蓄積しています。これらのノウハウの漏洩がないよう機密情報として扱い厳重に秘匿化を行っています。

特許保有件数に関しては、1DAY分野における特許が権利期間満了を迎えるため一時的に保有件数が減少しますが、今後発明創出に伴い重点分野の特許出願件数が段階的に増加することで特許保有件数は再び増加傾向に転じる計画です。また、1DAY分野においては、新たな特許出願をすでに完了しており、知財による保護を今後も引き続き強化していきます。

● 特許保有件数の地域別内訳(2024年3月末現在)

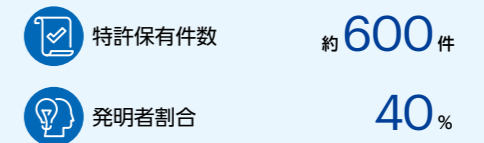


知財戦略3本柱

当社の知財戦略は、① 事業拡大の基盤構築、② 知財の生まれる環境づくり、③ イノベーションの推進、という3つの柱によって構成されています。

P.48 知的財産

知財戦略「2028年度KPI」



ガバナンス体制

当社は指名委員会等設置会社であり、経営執行上の決定については取締役会から執行役に委任されています。当社の知財活動については、執行役会の監督による透明性のあるガバナンス体制を構築し、知財戦略や重要な決定事項については執行役会で監督・助言を受けています。

知財に関する教育研修

当社は知財戦略を立案・実行する専門部署を有しており、適切な社内外の教育プログラムを受講しています。知的財産の出願、中間処理対応などの習得から行い、年間約5回の外部講習を受講しています。その後は、知財戦略立案実行に関する各種講習を年間約3回受講しています。また、海外講習の受講や当社と海外特許事務所・パートナー間で直接調整を実施するなど、グローバルで対応可能な知財教育体制を整えています。

研究開発

事業環境における機会やリスク

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
- 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

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
- 第三者が当社グループの技術などを使用することによる当社グループの競争力への悪影響
- 研究開発投資で想定した成果が得られなかった場合の時間と費用のロス

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(角膜形状変化対応、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)

P.47 研究開発

研究開発／生産物流

2023年度の振り返り

1DAYの需要が世界的に拡大していることから、継続してこの分野の製品ラインアップ拡充及び生産能力拡大に注力しています。2023年度においても、シリコンハイドロゲルタイプの1DAY「1DAYメニコン プレミオ」シリーズの生産ラインの改良及び増設や、更なる生産能力拡大のためのマレーシア新工場建設において、研究開発部門と生産部門が協力して諸準備を進めました。

また、2019年5月に欧州において近視進行抑制用オルソKとして世界で初めて「Menicon Bloom Night」の

CEマーク認証を取得したことに続き、国内でも近視進行抑制用としての認可取得に向けた開発を進めるなど、その他の地域においても薬事承認の取得を進めています。

レンズケアについては、機能向上及びユーザーの利便性向上の見地から、継続的に製品開発と改善に取り組んでいます。2023年度においては、中国向けの新たなレンズケアの治験が完了し、販売開始に向けて承認申請業務を進めています。

中期経営計画「Vision2030」に基づく今後の方針

当社グループは、中期経営計画「Vision2030」における成長戦略方針のひとつである「独創性のある製品とサービスで、1DAYグローバルトッププレーヤーを目指す」を実現すべく、既存工場の生産力向上、生産設備の増設、マレーシア工場稼働開始に取り組んでいます。研究開発としては、より効率的な量産化に向けたラインの設計・開発に注力していきます。

もうひとつの成長戦略である「近視進行抑制に関する新

たな価値を創造し、オルソケラトロジー関連（近視進行抑制）のリーディングカンパニーを目指す」の達成に向け、研究開発では、複数のオルソKのラインアップの開発及び消毒効果と洗浄効果に優れた専用レンズケアの開発に取り組めます。また、引き続き医療機関と協働して近視進行に関する研究に取り組み、その発生機序だけでなく、オルソKが近視進行抑制に効果的であるエビデンスを明らかにするなど、予防医学としてのコンタクトレンズの役割を探索していきます。

TOPIC

メニコン×東北大学みる未来のための共創研究所 (Menicon Future Device Laboratory)

2024年4月に東北大学青葉山キャンパス内にて、東北大学並びに当社の共同研究施設として「メニコン×東北大学みる未来のための共創研究所 (Menicon Future Device Laboratory)」を開設しました。

当社はこれまで、外部の施設にて、放射光分析によるコンタクトレンズ材料と表面の構造解析に取り組んできました。今回の共創研究所の開設に伴い、東北大学内に稼働した日本屈指の放射光施設「Nanoterasu」を活用することで、コンタクトレンズ表面を可視化し、コンタクトレンズと水の親和性に関する研究を進めています。この他、共創研究所では次世代のコンタクトレンズ素材と製造方法の探求、更なるコンタクトレンズの理想的な設計を模索していきます。今後は、共創研究所と当社の研究開発部門が連携した研究活動を推進していきます。

また、カラーコンタクトレンズ分析にも注力しており、東北大学内のNanoterasuをはじめとする放射光施設を積極的に活用することで、カラーコンタクトレンズ表面の顔料部分の分布を測定し、データを構築することでカラー印刷部分の品質を評価する手法を見出しています。この評価方法はカラーコンタクトレンズの安全性への啓発活動につながるものとして、今後も引き続き取り組んでいきます。



Nanoterasu

生産物流

事業環境における機会やリスク

機会

- コンタクトレンズ市場拡大に伴う生産能力増強や物流機能の重要性の高まり
- 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
- DXなどのデジタル技術活用による生産物流プロセスの最適化及び品質向上
- 環境負荷が低い輸送手段への転換の取り組み促進

リスク

- 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
- 外部環境の変化に伴う原材料や物流費の高騰
- 人材獲得競争の激化による人員不足に起因する生産性の低下
- 国内における物流業界の「2024年問題」への対応

2023年度の振り返り

生産においては、1DAYの需要が拡大していることから、シリコンハイドロゲルタイプの「1DAYメニコン プレミオ」シリーズの生産能力増強に向け、各務原工場の生産ラインの改良及び増設、マレーシアの新工場建設及び諸準備を進めました。また、アジアを中心に市場拡大が期待されるオルソKについても、生産能力拡大のため中国での生産を開始しました。

物流においては、物流網全体のコスト削減やサービスレベルの向上を目的として、ドイツの現地法人であるMenicon GmbHから物流センターの管理運営機能を独立し、Menicon SC GmbHを設立しました。同物流センター

では1DAY及び定期交換型コンタクトレンズをヨーロッパ24カ国以上、ヨーロッパ以外の6カ国に供給しており、今後も重要な物流拠点として運営を強化していきます。



中国でのオルソK製造拠点 無錫工場

中期経営計画「Vision2030」に基づく今後の方針

生産においては、世界的に需要が高まることが予想される1DAYの生産能力増強に注力していきます。シンガポール工場、各務原工場及びマレーシア工場の設備投資を進めるとともに、安定的な生産体制の構築を図っていきます。また、世界的な近視進行の抑制として期待されるオルソK及びレンズケアの生産能力拡大を進め、オルソK関連事業の基盤構築を目指していきます。

物流においては、現在進めている1DAYを中心とした生産能力増強による飛躍的な出荷数増加に対応すべく、出荷方法や経路を再編していきます。特に、海外への出荷は大きく伸びる見込みであることから、ドイツの物流拠点であるMenicon SC GmbHの運営を強化し、2024年5

月に千葉県に新たに開設したグローバルロジスティクスセンターも加えた全体最適により、販売戦略に見合った新たな物流体制を構築していきます。



コンタクトレンズの物流拠点 グローバルロジスティクスセンター

サステナビリティマネジメント

当社グループは社会に貢献する商品やサービスの提供を通じて、社会課題の解決に貢献するため、2022年度にサステナビリティ方針及び重要課題の見直し、サステナビリティ推進体制の整備を行いました。より一層強化した体制で、私たちがサステナビリティ活動で目指す「健康で心豊かな社会の実現」に尽力していきます。

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年度に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。

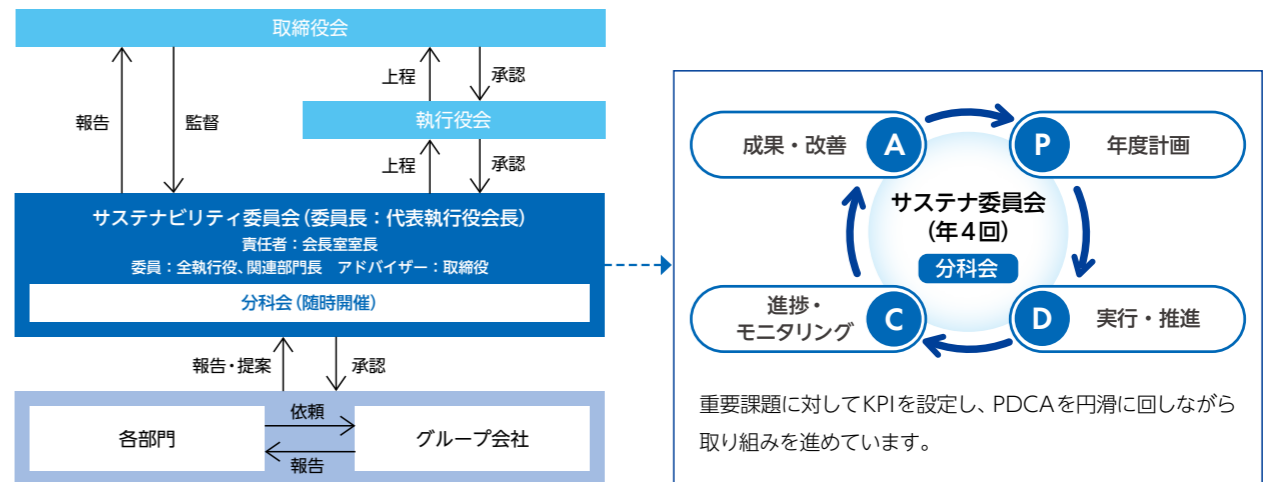
グループ会社に対しては、各事業部の子会社担当部門から随時情報共有を行うとともに、取り組みの推進を依頼し、進捗報告を受けています。

P.36 重要課題の全体像

2023年度のサステナビリティ委員会での主な議論テーマ

- 第1回 人材に関する考え方(人材育成と健康経営)、内部統制システム運用
- 第2回 リスクマネジメント、GHG排出量(Scope1,2)削減に向けた取り組み
- 第3回 透明性ガイドラインに基づく開示内容報告、GHG排出量(Scope3)削減施策
- 第4回 人権関連の結果報告、GHG排出量削減に関するロードマップ

● サステナビリティ推進体制図



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、サステナビリティ方針として「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」と掲げています。ステークホルダーとのさまざまなコミュニケーション活動や情報開示を通じて当社グループ事業への理解を促進するとともに、当社グループへいただいたご期待やご意見を事業活動へ反映し、長期的な信頼関係を構築することで、企業価値の向上を目指します。

ステークホルダー	主な責任	情報開示／コミュニケーション手段	2023年度の実績
エンドユーザー	・お客様の眼の「安全」を最優先に考えたものづくり ・優れた技術で見える喜びと生きる喜びの提供による顧客満足度向上 ・お客様よりお預かりした個人情報の適切な利用及び保護	・カスタマーセンターの設置 ・顧客満足度調査の実施 ・ウェブサイト	・メルスプラン顧客満足度調査実施(年1回)
業界関係者	・医療機関などとの関係の透明性向上 ・公正・公平な取引関係構築 ・高品質な商品・サービスの安定供給 ・安全な商品・サービスの確保	・サプライヤー会の開催 ・得意先向け情報誌発行	・MenioClub(メニオクラブ)の開催 ・The Menicon発行
社員	・よりスマートでクリエイティブな働き方や業務ヘシフトしていく取り組み ・更なる就労環境の整備と従業員満足の向上 ・従業員の心と体の健康を意識した経営の推進	・エンゲージメント調査の実施 ・内部通報窓口の設置 ・社内報の発行	・エンゲージメント調査実施(7月) ・社内報発行(年3回)
株主・投資家	・当社グループの役員及び従業員へのコンプライアンス徹底 ・積極的に公平かつタイムリーな情報開示 ・適切な株主還元の実施 ・継続的な利益成長の実現 ・資本効率(ROE・ROIC)の向上	・株主総会・決算説明会・個人投資家向け説明会の実施 ・国内外機関投資家との面談や工場見学会の実施 ・当社ウェブサイトでのIRに関する情報開示 ・統合レポートの発行	・COO及びCFOによる決算説明会の実施(半期に1回) ・CEOによる個人投資家向け説明会の開催(年に1回) ・国内外機関投資家と延べ200件を超える面談及び工場見学会の実施
社会	・経営努力による環境への負荷低減 ・より健康的でクリーンな環境・社会創出の推進 ・地域社会との共生	・社会貢献活動 ・地域行事への参加 ・スポーツイベントの開催	P.44 笑顔あふれる社会への貢献

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。

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、社会貢献、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。

● 地球環境の負荷低減 気候変動

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/>

● 笑顔あふれる社会への貢献

ステークホルダーに加えて事業活動では直接アプローチできない多くの生活者も含め、誰もが笑顔に満ちた生活が送れることを目指し、4つの重点領域(芸術・文化／スポーツ／地域コミュニティ／教育)における社会貢献活動に取り組み、社員の成長にもつなげます。

● 100年続く企業基盤づくり 人材

経営理念(価値観)・サステナビリティ方針と人材の基本的な考え方を連動させ、人材戦略のポイントを「多様性の融合」「人材育成の最適化」「組織風土の改革」としました。それぞれのポイントを推進し、重要課題である「100年続く企業基盤づくり」の実現を目指します。

 [人材戦略](#)

重要課題の特定プロセス

STEP 01	STEP 02	STEP 03	STEP 04	STEP 05
社会課題の洗い出し 国際的なサステナビリティに関するガイドラインを参照し社会課題を抽出	社会課題の優先順位付け 個別の社会課題について、「当社にとっての重要性」、「ステークホルダーにとっての重要性」の二つの軸を用いて評価、バリューチェーン上の機会・リスクを把握し、優先順位付けを実施	関連性確認と取り組みテーマの洗い出し 優先順位付けした社会課題と経営理念、Vision2030、中期経営計画との関連性を確認し、取り組みテーマを抽出	重要課題の特定 執行役との議論を通じて重要課題と取り組みテーマを特定	重要課題の承認 サステナビリティ委員会で審議、承認後に取締役会へ報告
参照したガイドライン <ul style="list-style-type: none">●国際統合報告フレームワーク●GRIスタンダード●SASBスタンダード●グローバルリスク報告書●国連グローバル・コンパクト10原則				

重要課題の全体像

重要課題		取り組みテーマ	2023年度注力事項
事業 (財務・製造資本)	五感を刺激する生活の提供	・安全・安心にこだわった製品とサービスの開発 ・近視進行抑制に対する取り組みの強化	・1DAYの販売伸長 ・オルソKとレンズケアの販売伸長 ・新規事業での事業領域の拡大
		・人と動物の共生	
環境・社会 (自然・社会関係資本)	地球環境の負荷低減	・気候変動への取り組み推進 ・再生可能エネルギーの活用	・Scope1,2排出量削減目標の策定検証 ・グループでのScope3算出 ・廃プラスチックの資源循環 ・排水、有害物質の適切な管理と汚染防止
		・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	
経営基盤 (人的・知的・社会関係資本)	100年続く企業基盤づくり	・地域コミュニティの活性化 ・芸術・文化・スポーツの振興	・HITOMIホールアーティストと連携した地域イベントの実施
		・顧客の安全・安心・信頼の追求 ・品質管理の徹底	
		・人材の多様性と人材育成 ・従業員の働きやすい環境の整備と従業員満足度およびエンゲージメントの向上	
		・研究開発の基盤・機能強化	
		・サステナビリティ調達の推進	
		・人権の尊重	
		・腐敗防止	
		・サイバーセキュリティの取り組み強化	

サステナビリティマネジメント

● バリューチェーンにおける機会とリスク

当社グループは、コンタクトレンズを中心に世界の多くの皆様にさまざまな製品・サービスを提供しています。重要課題の特定にあたり、調達から廃棄・再生までのバリューチェーンにおいて、主な社会課題が当社グループに与える影響を機会とリスクそれぞれで把握しました。

重要課題への反映

把握した機会とリスクは、経営理念やVision2030、中期経営計画との関連性を確認し、サステナビリティ方針に基づき、重要課題の特定及び重要課題の取り組みテーマに反映しました。

- 環境・社会に関する重要課題に反映
- 事業に関する重要課題に反映
- 経営基盤に関する重要課題に反映

上 流		自 社				下 流		対応
調 達	研究開発	製 造	販売・情報発信	使 用	廃棄・再生			
安全・快適な商品・サービスの提供に向け、サプライヤーの皆様と健全な関係を築き、高品質かつ環境に配慮した資材などを調達しています。	各分野のスペシャリストが素材から開発を行う基礎研究、新素材の加工・製品化・量産化を行う製品化研究に一貫体制で取り組んでいます。	製造部門が研究部門と密に連携を図りつつ素材に合わせた生産ラインを独自に開発・運用しています。生産は、安心・安全な品質を維持するために、徹底した品質管理体制のもとで行われています。	各販売会社が知識・経験の共有や共同販促を図れる体制、オンラインで接客・購入できる環境を整備しつつ、対面によるきめ細やかな販売体制も維持し、多様なお客様ニーズに対応しています。	高品質な製品をより良い状態で使用できる「メルスプラン」のサービス拡充を図るとともに、正しく安全な使用に向け、使用方法などへの疑問・不安にお応えする各種相談窓口を設置しています。	コンタクトレンズ本体の適切な廃棄、容器の分別の啓発に努める一方で、容器のプラスチック使用量の削減、製造工程で発生したプラスチック廃材をパッケージに再利用しています。	自然災害の激甚化は企業経営に大きく影響を与えるため、当社グループにおいても気候変動への対策を進めることが必要不可欠です。そのために再生可能エネルギー導入をはじめとする気候変動への取り組みを推進していきます。		
気候変動	● 自然災害による国内外含めた工場や店舗などの被災、気温上昇による材料及び製品管理の難化						コンタクトレンズの素材・製造工程における技術革新に取り組むことで、資源の使用削減を進めるとともに使用後の製品包装(プラスチック容器)を集めサーキュラーエコノミーを実現します。	
	● 自然災害によるサプライチェーンの寸断		● CO ₂ 排出削減規制の強化や対応コストの上昇	● 自然災害による流通網の混乱				社会ニーズに合わせて、安全・安心な製品の開発を進めるとともに製品の安定供給を確保し、事業の拡大を目指します。
資源循環	● 容器や包装材に関わるプラスチックの生産・使用の制限、価格高騰		● 水不足による稼働制限、排水規制の厳格化				● グローバルなサプライチェーンを含めた人権尊重を目指すべく、グループでの人権リスクマップ、サステナビリティ調達ガイドラインの作成を行います。	
			● 資材の再利用・リサイクル、使用削減によるコスト削減	● 環境対策先進企業としてブランド価値の創出				● 企業成長を促すために多様な人材に対応できる柔軟な制度運用を取り入れていきます。
近視人口増加			● コンタクトレンズ装用者に対する十分なコンタクトレンズ供給ができない		● 製品の誤使用による健康被害発生		コンプライアンス教育の徹底、拡充を行うことで、法令遵守、サイバーセキュリティなどのガバナンス向上に向けた取り組みを強化します。	
			● 高いレベルの安全・品質を維持することで顧客満足度の向上・維持					● 不適切な広告マーケティングによる社会的信用度の低下
人権及び自由の侵害	● 原産国の労働環境悪化		● 委託先の労働環境悪化	● ハラスメントによる労働環境の悪化				
	● 社内外での認識違いによる軋轢の発生	● 人権やダイバーシティ対応の遅れによる企業イメージの毀損						
コンプライアンス違反	● 情報漏洩が発生した場合の社会的信用の低下、サイバー攻撃によるシステムへの悪影響							
	● 取引先拡大に伴う不適切な取引の発生							
	● 高度管理医療機器の製造販売業者として徹底した法令遵守による社会的信用の獲得							

主な社会課題

機会

リスク

自然災害の激甚化は企業経営に大きく影響を与えるため、当社グループにおいても気候変動への対策を進めることが必要不可欠です。そのために再生可能エネルギー導入をはじめとする気候変動への取り組みを推進していきます。

コンタクトレンズの素材・製造工程における技術革新に取り組むことで、資源の使用削減を進めるとともに使用後の製品包装(プラスチック容器)を集めサーキュラーエコノミーを実現します。

社会ニーズに合わせて、安全・安心な製品の開発を進めるとともに製品の安定供給を確保し、事業の拡大を目指します。

・グローバルなサプライチェーンを含めた人権尊重を目指すべく、グループでの人権リスクマップ、サステナビリティ調達ガイドラインの作成を行います。
・企業成長を促すために多様な人材に対応できる柔軟な制度運用を取り入れていきます。

コンプライアンス教育の徹底、拡充を行うことで、法令遵守、サイバーセキュリティなどのガバナンス向上に向けた取り組みを強化します。

五感を刺激する生活の提供

基本的な考え方

ユーザーベネフィットを最優先に考え、利便性と安全性を追求したコンタクトレンズをユーザーに届けるだけでなく、コンタクトレンズで培った技術・ノウハウを活かし、人々の五感を満たす新たなビジネスを行い、豊かな生活の実現を目指します。

重要課題の 取り組みテーマ

- 安全・安心にこだわった製品とサービスの開発
- 近視進行抑制に対する取り組みの強化

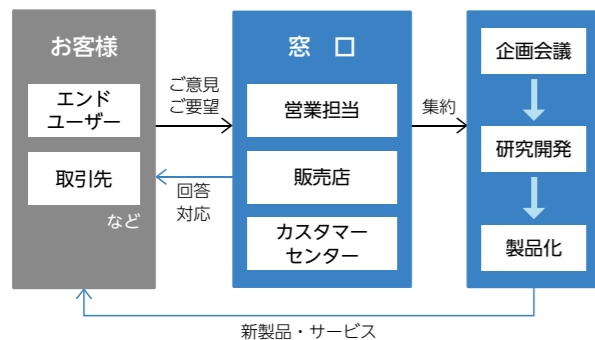
安全・安心にこだわった製品サービス

お客様の声を反映する仕組み

当社グループでは、営業・販売店・カスタマーセンターの3つの窓口からエンドユーザーや取引先の声を集め、ニーズの把握・分析を行い、より安全で高品質な製品開発及びサービス向上に活かす取り組みを実施しています。

カラーコンタクトレンズ市場の拡大に伴い、ユーザーから乱視用製品の規格拡充を求めるお声が多かったことから、2024年4月に規格拡充を行いました。またケアが煩わしいという声から「使いやすさにこだわった」、レンズの内面に触れない「SMART TOUCH」仕様のソフトレンズ用消毒剤を2023年6月に発売しました。今後もお客様一人ひとりのライフスタイルやニーズに応じた商品やサービスの提供を通じて、新しい「みる」の提案をしていきます。

● お客様ニーズ反映フロー



安心・安全な購入・使用

眼科受診の徹底・理解促進

コンタクトレンズは高度管理医療機器のため、購入の際に眼科を受診することが重要です。近年は、インター

ネットや雑貨店などでコンタクトレンズを手軽に購入することができますが、眼科を受診していない場合、目のトラブルが発生する場合があります。特にカラーコンタクトレンズの不適切使用による重篤な眼障害が社会問題化しています。

当社グループ販売店では、購入の際はお客様に眼科を受診していただくことを徹底しています。利便性を高め、来店を促進するため「Menicon Miru」では、電話やオンラインでコンタクトレンズに関する事前相談や都合の良い時間に来店できる来店予約サービスを用意しています。来店時には、眼科受診の重要性への理解促進や正しい知識の普及など、コンタクトレンズを快適に安心して使い続けていただく取り組みを行っています。

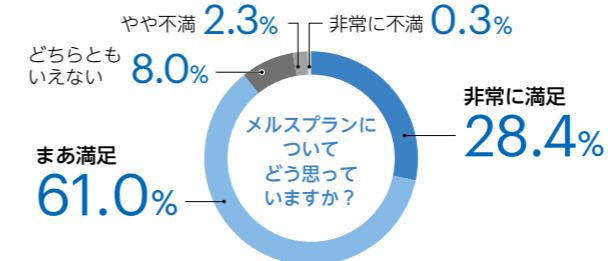
メルスプランを通じた目の健康維持

1990年代後半、1枚のコンタクトレンズを長く使うコンベンショナルコンタクトレンズの時代から使い捨てコンタクトレンズの時代へ変化していく中で、使用期間を守らない不適切なレンズ使用をしたユーザーの角膜感染症の報告が相次ぎました。メニコンはお客様の目の健康を第一に考え、レンズの傷や汚れ、もしものトラブルが発生した際に我慢して使い続けなくても新しいコンタクトレンズを使用できる定額制サービス「メルスプラン」を2001年7月にスタートさせました。サービス開始から20年以上が経ち、安全性のみならず、お客様ニーズも重点に置き、成長期の視力の変化に合わせて適切な度数への切り替え、カラーコンタクトレンズや遠近両用への変更など、お客様のライフスタイルに合わせたコンタクトレンズ選びを可能にしています。

● メルスプランのあゆみ



● メルスプラン顧客満足度調査結果



調査期間：2024年2月～3月
対 象 者：メルスプラン会員10代～70代の男女
回 答 数：1,024名

サプライヤーへの研修

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、接遇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。

責任あるマーケティング・販売

当社グループは、日本医療機器産業連合会で定める「医療機器業プロモーションコード」「医療機器業界における医療機関等との透明性ガイドライン」「医療機器適正広告ガイド」などに則ったマーケティング・販売を行っています。

医療機関等との透明性に関する指針

<https://www.menicon.co.jp/company/info/guidelines/>

一般社団法人 日本医療機器産業連合会

企業倫理・プロモーションコード・透明性GL・広告関連

<https://www.jfmda.gr.jp/activity/promotioncode>

近視進行抑制の取り組み

近視は進行して強度近視になると、将来的に網膜剥離や緑内障など眼疾患の発症リスクを上昇させる恐れがあると指摘されています。近視人口は全世界的に増加し、大きな社会問題になっています。特に東アジアを中心に増え続け、2050年には世界人口の約半数が近視になると推定*されています。日本では近視発症の低年齢化が問題となっており、2022年度の学校保健統計調査では「裸眼視力1.0未満の者」の割合は小学校で37.88%、中学校で61.23%、高校で71.56%と報告されています（文部科学省2023年11月公表）。

当社グループでは、2018年度から近視進行抑制事業への取り組みを本格的に始動しました。就寝時に装着して角膜の形状を矯正し、手術することなく視力の改善を行うオルソKの開発や近視進行抑制システム「Menicon Bloom」の海外展開などを進めています。今後も近視進行抑制市場のあるべき姿を追求し、当社グループ一丸となってリーディングカンパニーとしての責務を果たしていきます。

* Holden BA et al. Ophthalmology, 2016 May; 123(5): 1036-1042

P.23 ビジョンケア事業

地球環境の負荷低減

基本的な考え方

メニコン環境宣言のもと、地球環境に配慮した企業活動を通じて、気候変動の対応や原材料の使用効率化、廃棄物の削減など、自然資本の保全に向け環境への負荷低減を進めていきます。

メニコン環境宣言

私たちメニコンは『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。

メニコン環境宣言

 <https://www.menicon.co.jp/company/philosophy/environment/>

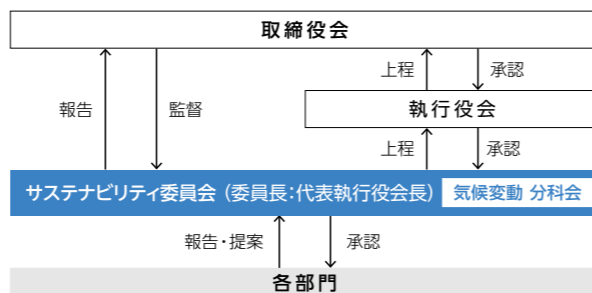
重要課題の 取り組みテーマ

- 気候変動への取り組み推進
- 再生可能エネルギーの活用
- 再利用可能資源の有効活用
- 原材料の使用効率化と廃棄物の削減
- 排水、有害物質の適切な管理と汚染防止

環境マネジメント

環境マネジメント体制は、代表執行役会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。

● 環境マネジメント体制図



気候変動対応

GHG排出量削減目標の策定

当社グループは、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、2022年8月にTCFD提言への賛同を表明しました。2022年度はGHG排出量の算出を開始し、2020年度分より当社グループを対象としたScope1,2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の設定準備を進め、2024年度中にScope1,2の削減目標を設定します。

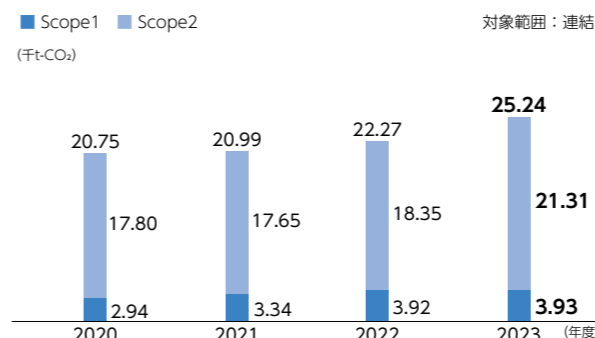
気候変動に関する取り組み(TCFD提言に基づく情報開示)

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

GHG排出量削減に向けた取り組み (Scope1,2)

メニコングループのScope1,2の排出量のうち、電力使用によるScope2の割合が全体の約85%を占めています。排出量削減目標を達成するため、特にScope2削減に取り組めます。2023年度は前年度に開始した各務原工場の寄付型コーポレートPPAにより、太陽光で発電した電力を工場内で使用しました。これにより、2023年度の電力消費量の9.1%が再生可能エネルギーに代替することができました。2024年度は国内の排出量の多い工場に再生可能エネルギーの導入を行い、脱炭素化に向けて活動を進めていきます。

● GHG排出量 (Scope1,2)



● Scope1,2削減施策

エネルギー使用量の削減	<ul style="list-style-type: none">✓ 機器のエネルギー効率向上✓ 製品・生産方式の効率化✓ エネルギー使用設備の効率運用
CO ₂ 排出係数低減	<ul style="list-style-type: none">✓ 再生可能エネルギー由来発電システムの導入 (PPA)✓ 再生可能エネルギー由来発電契約への切替✓ 業務者のEV/FCV化✓ バイオマスボイラーの導入

GHG排出量削減に向けた取り組み (Scope3)

Scope3の排出量はこれまで当社のみの開示でしたが、対象範囲を拡大し、子会社5社を含め2022年度からさかのぼり算出しました。その結果、メニコングループのScope3はカテゴリ1が排出量の大半を占めることが判明しました。今後は2024年度に策定する「サステナビリティ調達ガイドライン」の浸透を進め、サプライヤーへ排出量削減の協力をお願いし、カテゴリ1の削減を目指します。

● GHG排出量 (Scope3) 対象範囲：当社+子会社5社* (千t-CO₂)

Scope/カテゴリ	2022年度	2023年度
Scope3 (Scope1,2以外の間接排出)	182.88	200.38
カテゴリ1 購入した製品・サービス	120.84	138.27
カテゴリ2 資本財	35.34	28.74
カテゴリ3 Scope1,2に含まれない燃料及びエネルギー活動	4.02	4.33
カテゴリ4 輸送、配送(上流)	7.52	10.49
カテゴリ5 事業から出る廃棄物	0.41	0.48
カテゴリ6 出張	1.86	4.12
カテゴリ7 通勤	1.10	1.14
カテゴリ11 販売した製品の使用	1.46	1.37
カテゴリ12 販売した製品の廃棄	10.34	11.44

※ カテゴリ8,9,10,13,14,15は対象外

※ 対象範囲の子会社5社は、(株)ダブリュ・アイ・システム、(株)メニコンネット、Menicon Singapore Pte. Ltd.、板橋貿易(株)、大連板橋医療器械有限公司

環境に配慮した製品(環境ビジネスの拡大)

環境関連分野では、コンタクトレンズケア用品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います。2023年度の環境関連ビジネス売上高は469百万円となり、前年度比102%と伸長しています。

P.27 [ヘルスケア・ライフケア事業](#)

アップサイクル製品を開発「wineloopプロジェクト」

メニコンでは、アサヒユウアス株式会社と協業し、ワインを製造する際に発生する副産物をアップサイクルする「wineloopプロジェクト」を開始しました。ワインを製造する過程で発生したぶどうの搾りかすを使って、リキャップできるボトル「森のマイボトルwineloop」とリユースカップ「wineloopタンブラー」を開発し、2024年2月より数量限定で販売しました。プロジェクトの活動を通じて、未利用資源を活用し、有効利用するための取り組みを推進します。



地球環境の負荷低減

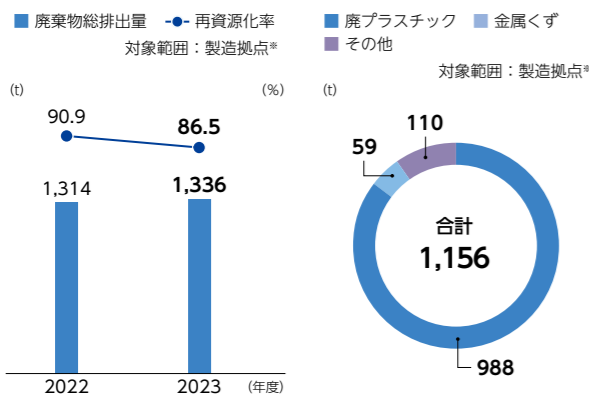
持続可能な資源消費

廃棄物の適切な管理

当社グループは、メニコン環境宣言に基づく取り組みとして、「経営努力により環境への負荷を減らします」と掲げています。

当社グループの廃棄物は、各国の法律・規制、メニコン環境宣言に則り、適切に管理・処分を行っています。廃棄物削減と再資源化率向上には、廃棄物総排出量の約74%を占める廃プラスチックに対する取り組みが必要になることから、廃プラスチックの資源循環に注力しています。

● 廃棄物総排出量と再資源化率 ● 2023年度再資源化量内訳



※ (株)メニコン、(株)メニコンネット、(株)アルファコーポレーション、Menicon SAS、Menicon Pharma SAS、Menicon Limited、Menicon SingaporePte. Ltd.、Menicon B.V.、SOLEKO S.p.A.、温州欣視界科技有限公司

プラスチックの資源循環

近年、使い捨てコンタクトレンズの比率が大きくなり、それに伴い製造・流通に使用されるプラスチックの量も格段に増加しています。当社では、各工場から出る廃プラスチックの再利用する取り組みを継続的に実施し、2023年度の廃プラスチック排出量は前年度比97.6%となりました。継続的な取り組みに加え、当社は内閣府戦略的イノベーション創造プログラム(SIP)第3期課題「サーキュラーエコノミーシステムの構築」に参画し、廃プラスチックの社会課題を解決するため、東北大学とプラスチックの資源循環に関する共同研究を開始しました。共同研究の基盤として、2024年4月に「メニコン×東北大学みる未来のための共創研究所」を開設し、研究活動を推進しています。

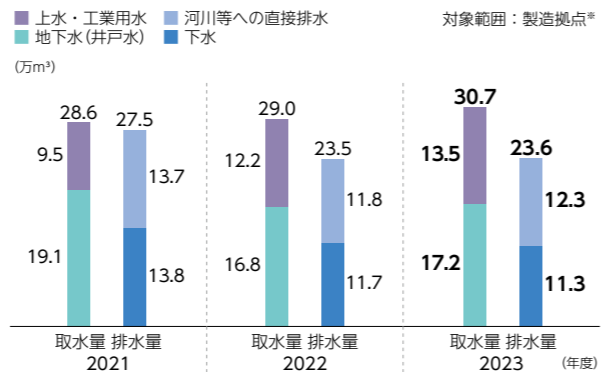
P.31 TOPIC メニコン×東北大学みる未来のための共創研究所

水資源の保全

コンタクトレンズの製造過程では、多くの水資源を使用しています。コンタクトレンズは高度管理医療機器であるため、製造過程で使用した水を再利用することはできず、発生した汚水は行政基準に沿って適正に排水しています。

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しています。

● 取水量・排水量



※ (株)メニコン、(株)メニコンネット、(株)アルファコーポレーション、Menicon SAS、Menicon Pharma SAS、Menicon Limited、Menicon SingaporePte. Ltd.、Menicon B.V.、SOLEKO S.p.A.、温州欣視界科技有限公司(取水量除く)

有害物質の管理

当社は、有害物質の管理として定期的な測定と排出基準を設定しており、2ヵ月に1回、専門業者による水質測定を実施しています。また、関工場が位置する関市とは、排水先である木曽川の流れる坂祝町と公害防止協定を締結し、協定に基づく基準を遵守していることを確認しています。

大気への排出については、2014年より重油ボイラーからばいじん設備に該当しないガスボイラーへ切り替えを行ったため、公害防止協定の対象外となっています。

笑顔あふれる社会への貢献

基本的な考え方

- 顧客をはじめとしたステークホルダーに加え、事業活動では直接アプローチできない多くの生活者も含め、誰もが笑顔に満ちた生活が送れることを目指し、広く展開します。
- 効果の最大化を目指し、異業種連携(企業、自治体、NPO/NGO、教育機関など)を積極的に進めます。

重要課題の取り組みテーマ

- 地域コミュニティの活性化
- 芸術・文化・スポーツの振興

地域コミュニティ参画

当社グループは「笑顔あふれる社会への貢献」を重要課題のひとつとし、方針に基づき、①芸術・文化②スポーツ③地域コミュニティ④教育の4つを重点領域に定め、社会課題の解決に取り組みます。また、社会課題解決に取り組むことで、従業員の成長(広い視野と高い視座、独創・創造・挑戦、好奇心、思いやり)につなげていきます。

● 本社周辺地域の活性化

当社が名古屋市の葵地区に本社を移設して40年を超えました。本社周辺地域の活性化を目指し、2023年度は、本社施設にて目の知識や大切さを伝える体験型教育展示「みるパーク」を開催し、名古屋市東区の区民まつり「なごやかまつりひがし」でも簡易的に開催しました。また、お年寄りとお子様で昔懐かしい遊びを楽しむ「レトロな1日じどうかん」、近隣に住む幅広い世代の方が参加する「地域交流演奏会～まちなかメロディ～」を企画・開催し、地域住民のコミュニケーション構築に取り組みました。



地域交流演奏会～まちなかメロディ～

● メニコンカップ開催

当社は「眼で戦うスポーツ」といわれるサッカーを通じて「見ることの素晴らしさ」をお届けするため、1995年から「メニコンカップ 日本クラブユースサッカー東西対

抗戦(U-15)」に特別協賛しています。2023年で29回目を迎えた本大会は、パロマ瑞穂ラグビー場で開催され、約4,700人の観客が集まり、ライブ配信でも大勢の方に観戦いただきました。大会は多くのメニコンスタッフがボランティアとしてサポートしました。また、試合前に実施した小学生向けジュニアサッカースクールには特別ゲストの大久保嘉人さんが参加し、会場が大きな歓声に包まれました。会場では4年ぶりにイベントを実施し、眼と手の協応動作を測定する「スポーツビジョン体験」や、見え方の仕組みを体験できる「みるパーク(メニコンカップ版)」には100名を超えるお子様が集まり、楽しみながら「みる」ことの大切さを学んでいただきました。



2023年開催メニコンカップ

● メニコン シアターAoi柿落し公演

当社は「見ることの素晴らしさ」や、ホールの臨場感、指揮者の躍動感などを生で感じ、目で見て楽しんでいただけるよう「メニコンスーパーコンサート」を開催しています。2013年より創業者田中恭一の半生をモチーフに、宮川彬良さん初の書き下ろしオペラ「あしたの瞳」をさまざまなかたちでアレンジして全国各地で上演しています。2023年度は本社施設西館にオープンしたメニコン シアターAoiの柿落し公演として、宮川彬良さんを迎え、全席ご招待で4日間上演しました。

100年続く企業基盤づくり

基本的な考え方

当社グループが目指す持続可能な経営の実現には、企業基盤を強固にすることが必要です。顧客の安全・安心・信頼の追求、従業員の働きやすい環境の整備、人材育成、ビジネスパートナーとの関係強化や人権の尊重を通じて、持続可能な企業基盤の実現を目指します。

安心・安全な品質管理

品質方針・安全哲学憲章

当社グループは、お客様の安全を最優先するため「安全哲学憲章」を掲げています。更に、品質マネジメントシステム(品質MS)の継続的な維持・改善のため、主要な製造工程を担うグループ各社で、その組織や活動に適した品質方針を制定しています。

品質方針・安全哲学憲章

 <https://www.menicon.co.jp/company/philosophy/safety/>

重要課題の 取り組みテーマ

- 顧客の安全・安心・信頼の追求
- 品質管理の徹底

製品の品質管理

品質マネジメントシステム

当社及び主要な製造工程を担うグループ各社においては、医療機器の品質マネジメントシステム(品質MS)の国際規格であるISO13485/EN ISO13485を取得し、各社が独自に品質保証体制を構築しています。加えて、当社品質保証部門による品質監査を毎年実施し、品質保証体制の監視を徹底しています。品質MSが継続的に適切、妥当、かつ有効であることを確実にするため、年2回、経営層によるマネジメントレビューを開催しています。レビューを通じ、品質監査による品質MS運用状況の評価、お客様からのフィードバックやリスクマネジメントを踏まえた製品の継続的評価、品質MS変更の必要性の評価を行い、品質MSの継続的改善に努めています。また、製品の品質維持・向上のため、定期的に各社の品質保証メンバーが集い、国際品質保証ミーティングを実施しています。

認証取得状況

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MS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、更にアメリカを含む5ヵ国を対象と

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、欧州やアメリカをはじめ世界各国で製品を販売しています。なお、当社はこれまでの指令(directive)から規則(regulation)への格上げに伴い強化された欧州医療機器規則(Medical Device Regulation:MDR)への対応を早期に開始し、対象製品のMDRへの切り替えを完了しています。

● 当社グループのISO13485/EN ISO13485取得状況

国内	株式会社メニコン 本社*1*2 株式会社メニコンネクト 株式会社アルファコーポレーション
海外	Menicon B.V.*2(オランダ) Menicon SAS(フランス) Menicon Pharma SAS*2(フランス) Menicon Limited*2(イギリス) SOLEKO S.p.A.*2(イタリア) Menicon Singapore Pte. Ltd (シンガポール) 温州欣視界科技有限公司(中国)

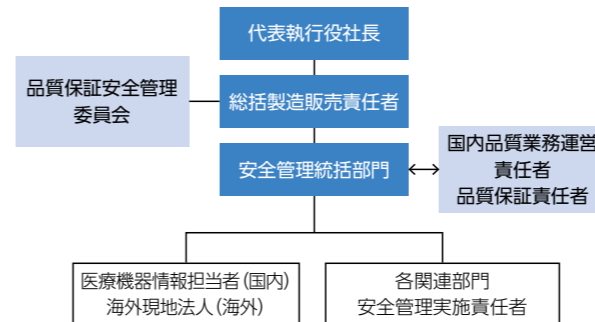
※1 MDSAP認証取得 ※2 CEマーク認証取得

製品の安全管理体制

当社グループは、お客様が安心して製品を使用できるよう安全管理体制を構築しています。代表執行役社長を

委員長とし、執行役及び品質保証部門責任者から構成される品質保証安全管理委員会にて、品質保証、安全管理に関する重要課題の審議を実施しています。開発、薬事、営業などの必要な部門には安全管理実施責任者を置き、市販後の安全管理業務を実施しています。海外においても、迅速に安全管理情報が伝達される安全管理体制の構築を図っています。

● 安全管理体制図(本社)



製品安全・品質リスクマネジメント

当社グループで生産している製品は、品質MSや規格に基づく品質・安全性の検査を行っています。

また当社は、原材料、資材などの品質、品質検査、顧客からの苦情など、製品ごとにすべての品質関連情報を評価・分析し、毎年製品安全・品質リスクを見直しています。更に、重大な健康被害などの事象発生時は、当社品質保証部門が必要に応じて迅速に、リスクの見直し・リスク低減策を関連部門へ指示を行い、製品安全・品質の維持・向上の取り組みを確実なものにしています。

研究開発

基本的な考え方

当社グループにおける研究開発活動は、①安全を最優先に考えた信頼性の高い製品の開発、②創造型開発企業として時代を先取りした独創的な製品の開発を基本方針として取り組んでいます。

重要課題の 取り組みテーマ

- 研究開発の基盤・機能強化

品質、製品安全に関する教育

安全哲学憲章・品質方針は、従業員への“Menicon Brand Statement Card”の配布や事業所における掲示により全社員に周知徹底しています。また、品質方針を含む経営計画を年1回、全社各部門で教育を実施し、全従業員へ確実に伝達する体制としています。加えて、製品の安全管理体制を確実なものにするため、品質MSに関わる主要部門に対し、製品安全に関する各国規制や社内手順の教育を実施しています。導入教育に加え、少なくとも年1回の継続教育を実施し、製品安全に対する意識啓発を図っています。

重大な不具合の未然防止・発生時の対応

当社グループは、製品安全・品質リスクマネジメントの活動を通じ、不具合の未然防止に努めています。万が一製品の重大な不具合の発生時は、品質保証部門を中心に、法令や行政の指示に従い、迅速かつ適正な対策を講じる体制としています。2023年度に重大な不具合は発生していません。

重篤な健康被害が発生した場合には、各国の法令に従い関係当局へ報告しています。

製品の重大な不具合の発生時の対応

- 法令に基づく関係当局への報告
- お客様への情報開示(ウェブサイト・ダイレクトメール・電話など)
- 自主回収
- 原因分析及び再発防止策

100年続く企業基盤づくり

研究開発分野

当社グループは、安全性・快適性を追求するとともに、お客様ニーズに寄り添い、世の中になくユニークなコンタクトレンズを開発し続けてきました。

メニコンの研究開発には、素材科学、光学技術、製造プロセスなど、多岐にわたる専門知識と技術が結集されており、快適性、視力矯正効果、生体適合性など、常にコンタクトレンズの性能向上に取り組んでいます。

主な研究開発分野	取り組み
コンタクトレンズの性能向上	<ul style="list-style-type: none">素材科学、光学技術、製造プロセスなど、多岐にわたる専門知識と技術による快適性、視力矯正効果、生体適合性の改良スマートコンタクトレンズなど、新しい付加価値をもった次世代コンタクトレンズの開発
より効率的な量産化体制の構築	<ul style="list-style-type: none">金型やラインの設計・開発複数のオルソKのラインアップの開発消毒効果と洗浄効果に優れた専用ケア用品の開発
近視進行抑制	<ul style="list-style-type: none">医療機関と協働し、オルソKの効果やそのエビデンスの解明
持続可能性に焦点を当てた開発	<ul style="list-style-type: none">環境に優しい素材やケースの開発省エネルギーな製造プロセスの導入みる未来のための共創研究所

研究開発体制

当社グループは主に、コンタクトレンズ材料の素材は総合研究所、生産技術はテクノステーション、瞳への安全性と製品の有効性を評価する臨床研究所などでそれぞれ研究開発活動を行っています。当社グループでは、生産技術と製造が密接に連携し、独自の素材と製造方法までの一貫した自社研究開発体制を実現しています。また、各拠点ではさまざまな分野のスペシャリストが集い、戦略的な知的財産の管理を研究開発と一体となって実施しています。

基礎研究

コンタクトレンズの材料、光学性、安全性などに関する科学的な理解を深めるため、化学、光学、生物学などの多様な領域にわたる基礎研究を行っています。既存技術は、国内外の外部研究機関とのコラボレーションにより更に発展させています。また、臨床研究所を主体とする、レンズと眼の相互作用や眼の健康に関する研究により、快適性や視

力補正の向上につながる新たな知見を得ています。これらの成果は、高品質で革新的な製品開発に活かされています。

製品化研究

製品化研究では、基礎研究で試作・合成された新素材を、どのように加工し製品化するかを検証します。特に、最大の課題である量産化を実現するため、製造部門と連携して試行錯誤を重ねています。試作されたレンズは、安全性評価を経て、大学病院・医療施設での臨床評価を実施。各評価の結果は素早く研究・製造部門にフィードバックされ、よりよい製品作りに反映されています。

共同研究

メニコンは、外部の研究機関や大学医学部などと連携し、最新の科学的知見や専門知識を取り入れつつ、新たな製品や技術の開発を強化しています。自社内に蓄積されたデータや経験だけでなく、より専門性の高い外部機関とのパートナーシップを通じて、研究の幅を広げ、より革新的な成果を生み出すことを期待し、いくつかの外部研究機関とのコラボレーションを始めています。

主な共同研究分野	内容
近視進行とその抑制に関する機序など	愛知医科大学眼科クリニックのMiRAI内の近視進行抑制寄附講座 シンガポールのカムデン医療センター内 Myopia Specialist Centre
円錐角膜を代表とする不正乱視眼に対する視力矯正など	メニコン特殊レンズ研究所(MISC : Menicon International Specialty Lens Research Center)
革新的医療機器	大阪大学大学院医学系研究科附属最先端医療イノベーションセンター内先端デバイス医学寄附講座
次世代の医療デバイス	ジュネーブ大学医学研究財団内 Menicon R&D Innovation Center
次世代コンタクトレンズ素材の設計及び環境配慮型コンタクトレンズ流通の構築	メニコン×東北大学みる未来のための共創研究所(Menicon Future Device Laboratory)

P.31 TOPIC メニコン×東北大学みる未来のための共創研究所

知的財産

基本的な考え方

知財の創造を重視するマイルストーン2027、研究開発方針を受け、今後も強力な技術・製品を支える知財力及び知財戦略の強化に取り組み、知財の積極的な創造・活用を通じて社会課題の解決に貢献し、企業価値を最大化していきます。

知財戦略3本柱

当社の知財戦略は、① 事業拡大の基盤構築、② 知財の生まれる環境づくり、③ イノベーションの推進、という3つの柱によって構成されています。2028年度KPIとして、特許保有件数約600件、発明者割合40%を設定しています。

P.30 知的財産

① 事業拡大の基盤構築

マイルストーン2027を達成するため、当社事業は今後重点分野(1DAY分野、オルソK分野、レンズケア分野)を成長ドライバーとして事業拡大を図ります。そこで、これらの分野の知財の創出に集中的にリソースを投下していきます。今後もグローバルにコンタクトレンズ市場全体の成長を牽引していくと予想される1DAYコンタクトレンズ市場では、当社は以前から積極的な知的資本投資を行ってきましたが、引き続き生産拠点の拡大を予定しており、今後も本分野にて知財の創出に重点的に注力していきます。オルソK分野・レンズケア分野では、特に成長著しい中国において、多くの競合会社が参入し、中国特有の税制度や法制度の変更によりビジネス環境が目まぐるしく変化しています。当社も、スピード感を持った知財対応ができるよう体制・運用を整備し、知財出願や模倣品対策を強化しています。

● 1DAY分野

コンタクトレンズ素材・ビジネスモデル・パッケージング技術・生産技術を当社の今後の技術的強みとして位置付け、知財リソースを集中させます。

2000年代初期は、各社からコンタクトレンズ素材に関する知財が数多く生まれ、差別化技術として機能していました。近年、コンタクトレンズ素材に関する技術のみでは差別化を図ることが困難となっており、素材に付加価値を持たせる技術やパッケージング技術などへ技術トレンドは移り、今後も同様の傾向が続くと予想しています。

● **コンタクトレンズ素材**……当社は、2008年「2WEEK メニコン プレミオ」、2016年「1DAY メニコン プレミオ」といったシリコンハイドロゲルレンズ、またこれらの乱視用・遠近両用を市場に導入しており、本分野において業界を牽引する立場です。近年当社にて要素技術の開発が充実し今後は技術的に更なる強みとなることが予想され、今後当社のプレゼンスを更に高められると考えています。

● **ビジネスモデル**……メルスプランがまさに技術的強みであり、ビジョンケア事業を支える屋台骨といえます。当社はこれまで他社に先駆けてメルスプランに関する特許を権利化することで本ビジネスモデルの保護に努めてきましたが、今後サービスの拡充・新たな販売方法の導入が見込まれ、ビジネスモデルのより一層強固な保護を図っていきます。

● **パッケージング技術**……「SMART TOUCH」は、独自のパッケージとして明確な特徴を持ち、すでに他社を牽引する存在であるといえます。今後は、知財リソースをパッケージング技術に集中させ、更なる進化、強みの強化を図ります。

● **生産技術**……製造原価の低減、生産効率の向上は当社にとって必須の課題といえ、今後更なる強みへと昇華させ競争の源泉とするべく発明を創出していきます。

● オルソK分野・レンズケア分野

オルソK分野においては、高い製品カスタマイズ性やソフトウェアによる処方サポートなどによって、レンズケア分野においては、高い洗浄消毒効果を持つ保存液やタンパク除去剤によって、すでに競合他社に勝る技術を保有しています。今後は、より一層の発明発掘によって知財創出を行い、その地位を揺るぎないものにしていきます。

② 知財の生まれる環境づくり

新商品の開発・導入目標を定め、中長期的な視点で要素技術の開発とマーケットニーズの融合、更には生産効率の向上や製造原価低減を図るという研究開発方針を実行する

100年続く企業基盤づくり

べく、発明報奨制度は充実した制度を運用しており、発明者に対して適切に報奨を行っています。知財教育は、知財部員・研究員問わず、全知財担当者が最適な社内外の教育プログラムを受講しています。今後、発明報奨・知財教育のレベルアップを図り、研究員の総数に対する発明者数の割合(発明者数割合)を5年後に40%に増加させ、研究開発力強化につなげます。

更に、近年“モノ視点からコト視点”へと事業における価値の捉え方が変化しているため、研究員のみならず企画部門などの非開発部門のメンバーも対象に発明者の裾野を拡大し、顧客課題・社会課題を解決する“コトビジネス”の発明創出も推進していきます。

③ イノベーションの推進

当社経営理念である「創造・独創・挑戦」のもと、今後外部の共同研究先やパートナーとの研究を通じて、知財的視点での市場・競合分析や外部パートナー調査、知財出願、他分野への応用可能性などを積極的に検討し、当社コア技術の次世代への応用やビジネス性算出へとイノベー

ションを推進していきます。外部パートナーとのイノベーションの推進事例として、次世代スマートコンタクトレンズの開発があります。共創先と当社が保有するコア技術のシナジー効果創出に力を注いでいます。

他社知的財産権の尊重と侵害行為の排除

当社グループは、他社の知的財産権を尊重し、これらに関わる問題は当社製品の競争力を損なう可能性のある重要事項として考えています。そこで、他社知的財産権の調査を入念に実施し、特許侵害の未然防止やライセンス取得・譲渡等の知財戦略を専門部署が立案・実行しています。注意すべき知的財産が確認された際は、研究開発部門や事業部門と連携して対応を行い、当社執行役へ取り組み状況を報告し、監督・助言を受けています。

更に、第三者による当社グループ知的財産権への侵害行為に関しては、正当な権利行使を行っています。自社の戦略的製品や技術の模倣を防ぐことで、中長期的かつ安定的に社会課題の解決に貢献できると考えています。

事例

コンタクトレンズについて、成熟市場といわれる昨今、新たな価値の創出が望まれています。そのような中、通常のコンタクトレンズでは実現できないような、例えば焦点の切り替えや、さまざまな生体センシングなど、コンタクトレンズの電子デバイスとしての利用、いわゆるスマートコンタクトレンズの研究が盛んに行われるようになってきました。

現在、アメリカのスタートアップ企業であるMojo Vision社とARコンタクトレンズの共同研究を行っていますが、多種多様なアプリケーションに対応すべく、いかなる形状、いかなる材質の電子パーツであっても、精密な位置決めとともに、コンタクトレンズ内に完全に包埋し、すべての人の目に安全に装用できるような材料開発、製法プロセスの研究を行っています。

(関連特許：WO2023/181408、PCT/JP2023/34761(出願公開前)、PCT/JP2023/39112(出願公開前))



ARコンタクトレンズ

基礎研究部 テーマリーダー
鈴木 弘昭デザイン開発部
林 祐樹

人的資本

基本的な考え方

新たな価値を生み出すために、一人ひとりが主体的に、そして果敢に挑戦できる企業風土づくりに取り組んでいます。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を拡充していきます。多様な個性を活かして、人と企業がともに成長し続けられる未来を創造します。

重要課題の
取り組みテーマ

- 人材の多様性と人材育成
- 従業員の働きやすい環境の整備と従業員満足度およびエンゲージメントの向上

人材戦略

当社グループは、経営理念(価値観)・サステナビリティ方針と人材の基本的な考え方を連動させ、人材戦略のポイントを「多様性の融合」「人材育成の最適化」「組織風土の改革」としました。それぞれのポイントを推進し、重要課題である「100年続く企業基盤づくり」の実現を目指します。

2024年度以降においては、中長期的な企業価値向上に向け人材戦略の見直し、並びに人事マネジメントシステムの改定を検討しています。

● 人材戦略のポイント

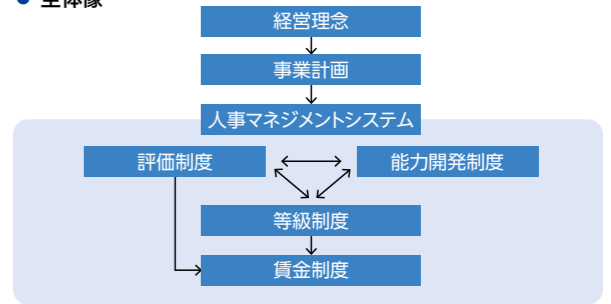
ポイント	対応方針
多様性の融合	<ul style="list-style-type: none">● 多様な専門性や価値観を有した人材獲得に向けた雇用競争力強化● 多様な価値観に合わせたキャリアプランを実現できる複線型制度の構築● 新しいアイデアを生み出すための流動的な人材配置の整備
人材育成の最適化	<ul style="list-style-type: none">● 戦略推進を支援する階層別・選抜型研修の最適化、次期経営人材の確保● グローバル市場で戦える次期経営人材候補の育成
組織風土の改革	<ul style="list-style-type: none">● 経営理念を体現できる人材の評価・昇格・報奨制度の改革● 心理的安全性向上による組織横断のコミュニケーション活性化● エンゲージメントの向上によるパフォーマンスの最大化

人事マネジメントシステム

当社の人事マネジメントシステムは経営理念をよりどころとした事業計画から展開して運用されています。多様な人材が活躍できるよう、2012年度に年功序列型の体系から、等級・賃金・評価・能力開発の各制度が連動する仕組みに変更しました。これにより、処遇に安定的な部分を保ちながら、ジョブグレードは職務の価値に伴い大胆に変更することができます。

従業員一人ひとりの力がいかに発揮されるよう人事マネジメントシステムを正しく運用し、当社が大切にしている「創造・独創・挑戦」の価値観の浸透に向け、全員が納得して前向きに取り組める状態を生み出していきます。今後は新たな競争優位性を築くべく、イノベーション創出とグローバル化に向けた戦略推進をサポートする人事制度へ改善を図っていきます。

● 全体像



公正な評価

当社の評価は、6ヵ月に1回実施される目標管理によって行われており、目標設定・中間進捗管理・フィードバックの際に上長と面談を実施しています。目標設定の面談時には1年間で強化する能力(スキルアップ・資格取得など)をコミットしています。能力考課は1年に1回実施され、目標管理の成果、個々の能力を適正に評価し、賃金に反映しています。能力考課の評価結果は、上長から本人に適切にフィードバックしており、翌期の課題や期待も明確にし、今後の成長につなげています。評価基準・フローは常時従業員に開示し、公正かつ透明性ある評価に努めています。

人材の確保

当社グループは、毎年度、事業計画に合わせた採用計画を立案し、すべての職種で国籍や性別を問わない採用を行っています。事業拡大に向けた製造技術・生産の人材の獲得には、1DAY職場体験を拡充し、当社の強みや魅力を発信し、積極的な採用につなげています。グローバル化推進の観点から海外大学への留学生の採用を継続する他、中途採用も強化し、多様な組織風土で育ち、さまざまな専門性を有した人材による新たな価値創造の創出を期待しています。2023年度の中途採用比率は64.5%と、新卒採用より多くなっています。

人材の活躍

女性活躍の推進

当社では女性の個性と能力が十分に発揮できる会社づくりを目指して、女性活躍推進法に基づく行動計画(2024年4月1日～2028年3月31日)を策定し、公表しています。行動計画に基づき、女性が活躍しやすい職場環境整備を強化しています。

100年続く企業基盤づくり

女性活躍推進に基づく行動計画 目標

- 令和10年3月31日時点で、女性リーダー（店長・係長含む）比率を20.0%以上とする。
- 令和10年3月31日時点で、有給休暇取得率を90%以上とする。

2023年度、当社の女性リーダー比率は12.6%、有給休暇取得率は81.8%でした。

ESGデータ(ダイバーシティ・労働慣行)

障がい者雇用

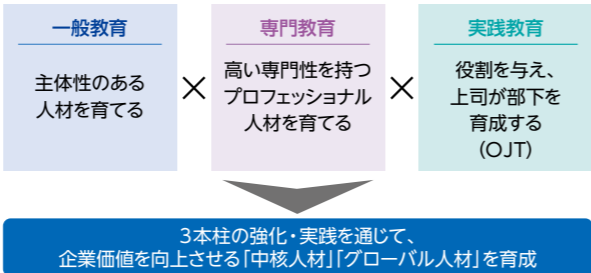
当社は障がい者雇用において、得意分野を活かせる業務分担を行い、やりがいを持った就業環境整備をしています。2023年6月1日時点の障がい者雇用率は、2023年度法定雇用率2.3%を上回る2.41%でした。

人材育成

戦略推進を支援する人材育成

当社グループは、「一般教育」「専門教育」「実践教育」を人材育成の3本柱と位置付けています。これらの教育を重点的かつ計画的に実施することで、一人ひとりが自ら考え、実行する「主体性/自律性」を身に付け、独創的で魅力的な商品/サービスを提供し続けられる「高い専門性」を高め、持続的な企業価値向上と企業基盤づくりにつなげます。

なお、人材育成は、外部環境や戦略方針の変化、将来予測を踏まえ、最適化を図っていきます。



教育訓練体系

当社グループは企業価値を向上させる中核人材、グローバル人材を育成するため、教育制度を整備しています。

2023年度は、一般教育において研修参加基準の見直しを行い、等級や保有資格に関わらず各種研修の受講を可能とし、年齢に関係なくチャレンジできるようになりました。また、国内グループ会社にも広く募集し、グループ全体の人材レベル向上を実現できました。2024年度からは、自発的な学習の推進とIT人材の育成を注力テーマに教育プログラムを検討し、DX推進に向けた従業員の一人ひとりのITリテラシーの向上を目指します。

2023年度の当社の一般教育などにおける年間総研修時間は14,206時間、従業員一人当たりの平均研修時間は8.2時間、平均日数は1.05日、研修投資額は59,311円でした。

経営人材の育成

選抜研修のメニコンビジネスカレッジ(MBC)にて、経営人材を育成する研修を実施しています。研修は、国内グループから選抜試験を経て選ばれた10名程度を将来の幹部候補とし、経営的な視点を半年以上掛けて養うカリキュラムとなっています。講師は社内のみならず社外から招聘し、マインド、スキル面を幅広く学びます。また、海外実習も実施し、グローバル視点で経営について考察する機会も得られます。2023年度は8名が研修に参加しました。

● 教育訓練体系図

対象	集合研修			自己啓発	部門別教育	OJT	eラーニング
	階層別研修	テーマ別研修	選抜研修				
管理職	新任管理者研修	ITリテラシー向上※ コミュニケーション研修 マーケティング研修 ビジネス構理解研修 キャリアデザイン研修	メニコンビジネスカレッジ	通信教育費用補助 自己啓発援助金	営業系社員対象研修 研究系社員対象研修 製造系社員対象研修	日々の職場における業務指導 学んだことの実践 Off-JTで	メニコン社員としての基礎的な教育
監督職							
中堅社員							
若手社員	企画職2年目研修						
新入社員	新入社員研修						

※ 2024年から開始

健康経営

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。

健康経営の更なる推進

当社は、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、従業員の心と体の健康を考え、取り組みにより、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、次の3項目に注力していきます。

1.就労環境づくり

従業員の働きやすい就労環境の整備により、業務の生産性と従業員満足度の向上を目指します。

2.健康増進

定期的に従業員満足度調査やストレスチェック等により、心身の状態を把握し、必要な対策を講じます。

3.情報公開

グループで培った喫煙等の健康リスクに関する知見を広く社会に発信します。

就労環境づくり

ワークライフバランスのための両立支援

当社は、すべての従業員にとって働きやすい環境を整えています。テレワークやノー残業デーの実施、フレックスタイム制度の活用などで時間外労働の削減に努めるとともに、勤務エリア限定制度やキャリアリターン制度など、仕事と育児の両立に関する支援制度を各種導入し、利用しやすいように随時見直しを図っています。男性従業員の育児休業取得は制度の周知により上昇傾向にあり、2023年度の国内グループの育児休業取得率は女性100%、男性55.7%でした。また、当社においては、男性従業員の育児休業取得日数は平均45.1日となっています。

● 主な両立支援に関する制度の見直し

制度・取り組み	概要
看護休暇取得範囲拡大	2024年度から看護休暇の取得範囲を未就学から小学校卒業までに変更した。併せて入学式や卒業式などのイベントでも利用できるようにした。
介護休暇取得範囲拡大	介護休暇利用時は、常時介護が必要な状態であることを証明する必要があったが、2024年度より65歳以上の家族であれば通院の証憑のみで利用できるように追加した。
フレックスタイム制度の半日休暇取得開始	フレックスタイム制度では半日休暇を取得できなかったが、2024年度より利用できるようにした。
エンジェル休暇の導入	不妊治療を行うための入院又は通院に利用できる。

ESGデータ(ダイバーシティ・労働慣行)

クリエイティブな職場環境

当社は従業員の心身の健康や従業員間のコミュニケーション促進に配慮し、仕事と生活が調和しやすく、クリエイティブな働き方を推進することにより、業務の生産性と満足度の向上に取り組んでいます。

2024年度より、部門や役職などの垣根を超えてコミュニケーションの促進を図る「カシエットみる」の運用を開始しました。「カシエットみる」は、就業場所とは異なる環境下で、参加者全員でデザートを作り、ランチを楽しむ企画です。互いに協力し合い、一体感が生まれ、部門間のコミュニケーション促進につながっています。また、国内外の出張に休暇をプラスし、滞在先で音楽・演劇・芸術・美術・技術などの文化に触れて五感を刺激させる出張を「出張プラス」として運用を開始しました。

100年続く企業基盤づくり

健康増進

定期健康診断の実施

当社は全従業員を対象に毎年、定期健康診断に加え、婦人科健診・腹部超音波検査・胃部検査・脳ドック検査を実施しています。工場や研究所で特定薬剤を使用している従業員に対しては、年2回の特殊健康診断を実施しており、受診率は100%を継続しています。これらの検診費用は、全額会社負担としています。健康リスクのある従業員には医療機関への受診勧奨を行い2次検査の費用補助も行っています。また、健康保険組合では、被保険者だけでなく被扶養者に対しても健診費用の補助を行っています。

メンタルヘルス対策

当社は、全従業員を対象にストレスチェックを毎年実施しており、2023年度の受検率は95.5%でした。高ストレスが確認された従業員に対しては、医師との個別面談を推奨しています。面談結果は産業医が確認し、職場環境の是正などにつなげています。メンタル疾病により休業した従業員には、「復職支援プログラム」に基づいた復帰支援を行っています。新任の管理者にはメンタルヘルス研修を行い、メンタルヘルスリテラシー向上を図っています。

相談窓口の設置

当社の従業員を対象とした外部相談窓口を設け、仕事だけではなく、健康や医療をはじめ育児・介護などについて社外のカウンセラーに電話やウェブサイト、面談で相談できる体制を構築しています。

女性トイレへの生理用品設置

当社は、フェムテックブランド「Luna rhythm(ルナリズム)」を展開している企業として、フェムテックフェムケアの浸透及び女性の働きやすさ改善のため、2024年度より、本社(本館・西館・北館)の女性トイレに生理用品を設置し、総合研究所においても設置準備を進めています。

情報公開

喫煙が身体に与える影響は各種報告されていますが、目の病気も例外ではありません。目に携わる企業として、当社は従業員やお客様をはじめとするすべての関係者の健康維持・増進のため、禁煙運動を推進し、当社が培ってきた健康経営に関する情報を発信していきます。

禁煙の推進

当社は、従業員、取引先、地域社会の皆様とともに、禁煙運動を推進しています。「社内全面禁煙」をはじめ、通勤時の禁煙も推進する「労災適用時間禁煙」、取引先やサプライヤーに本社1時間以上前の禁煙に協力いただく「三次喫煙対策」、毎月22日に本社事業所周辺で実施する清掃活動・禁煙を呼びかける「クリーン活動」を実施し、地域住民の皆様とコミュニケーションを図っています。

健康経営優良法人2024認定

当社は、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み、健康経営優良法人2024に認定されました。



従業員エンゲージメント

従業員エンゲージメント調査

当社は、1年に1回、契約社員なども含めた従業員を対象にエンゲージメント調査を実施しています。調査は、仕事に対する前向きな状態を測るワークエンゲージメントと会社に対しての愛着や信頼を測るエンプロイーエンゲージメントの2つの観点で行っています。

2023年度 従業員エンゲージメント調査

対象者：当社の正社員、特定職、契約社員、パート社員
調査結果*：ワークエンゲージメント：50.8(50.5)
エンプロイーエンゲージメント：48.8(49.1)
※ 数値は偏差値で表現、()内は前年度数値

労使関係

当社には、従業員による労働組合(メニコン労働組合)が結成されており、管理職や契約社員、特定部門の正社員など一部の従業員を除いた加入率は100%です。

当社とメニコン労働組合は、労働協約締結以来、現在も労使相互の信頼関係に基づいた健全な関係を維持しています。組合に対し可能な限り情報を開示し、誠実に対応することを協議方針としています。

労働安全衛生

安全衛生マネジメント体制

当社の安全衛生マネジメントは、拠点により安全リスクが異なるため、それぞれに適した方針や目標を各拠点が主体的に設定し、取り組んでいます。各拠点の目標や取り組みの進捗は、総括安全衛生管理者が確認し、経営層に報告しています。経営層は目標や取り組みが有効に機能しているか監視・モニタリングを行っています。

● 安全衛生マネジメント体制図



方針・目標・実績

当社グループでは、すべての従業員が安全に働けるよう、労働災害のない職場環境づくりを目指し、各工場・研

究所で方針、目標を策定しています。

当社を含むその他拠点では、「職場における従業員の安全と健康の確保とともに、快適な職場環境の形成を促進する」を基本方針に掲げ、2023年度は目標である休業災害の発生0件と定期健康診断受診100%を達成しました。

総合研究所

基本方針：安全衛生活動を積極的に推進し、安全で健康的な職場環境を確立する

目標：労働災害ゼロ。安全な職場環境の維持

2023年度実績

休業災害0件・不休災害2件

関工場・各務原工場・テクノステーション

基本方針：安全対策の推進を円滑に進め、労働災害の防止や健康障害の発生を未然に防ぐ。

目標：①休業災害の発生0件 ②職業性疾病の発生0件 ③定期健康診断の受診100% ④安全パトロール指示事項の1ヵ月以内の改善実施の完了

2023年度実績

①休業災害0件・不休災害6件 ②職業疾病の発生2件
③定期健康診断の受診100% ④安全パトロールで発見したリスクとなり得る項目を1ヵ月以内に改善し、実施完了

ESGデータ(安全衛生)

サプライチェーンマネジメント

基本的な考え方

社会に役立つ商品やサービスを世界に提供し続けるため、メニコングループはサステナビリティ調達方針を掲げています。取引先の皆様と方針内容を共有し、公正・公平な取引関係を築くとともに、持続可能な社会の実現に貢献します。

サステナビリティ調達方針

<https://www.menicon.co.jp/company/info/purchase/>

重要課題の取り組みテーマ

- サステナビリティ調達の推進

100年続く企業基盤づくり

マネジメント体制

品質マネジメントシステムに則り、調達購買に関する手順書を作成し、これに従い運用管理を実施しています。

取引先は、取引内容に準じて6種類に分類して管理を行っています。継続的に取引を行っている取引先は、調達部が購入部門に取引先への評価を依頼し、調達部が年に1回、継続取引の可否を判定しています。

原材料は、主に国内の商社もしくはメーカーから調達しています。特に、主要原材料についてはフォーキャストを提示し、安定調達に努めています。海外子会社の原材料調達に関しては、各子会社で独自に管理を行い、購入品の納期・品質は、各購入部門が管理しています。

組織については、サプライチェーンマネジメント事業部が発足し、製造における資材の調達から製品の物流までを一括で管理する体制を構築しました。これにより安定調達・安定生産・安定販売が実現します。今後は海外における製造拠点の共同調達や役割分担といったシナジーを得る目的で、グループ間調達の構築を目指します。

サステナビリティ調達ガイドライン

当社は、「サステナビリティ調達方針」に則り、2024年9月よりサプライヤーの皆様にご守っていただきたい内容をまとめた「サステナビリティ調達ガイドライン」を制定しました。こちらを元に取り組みを進め、サプライチェーン全体でサステナビリティ強化を行っていきます。

サプライチェーンリスクの管理

重要なサプライヤーについては定期的に立入監査を行い品質確保に努めています。人権・環境リスクが高いと想定される金属ケイ素のサプライヤーについては、2022年度にヒアリングを行い、問題がないことを確認しています。2024年度は、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、サプライチェーン上の人権・環境リスク・コーポレートガバナンス・法令遵守・国際行動規範の尊重・品質安全の確保・情報管理に関して、当社グループ各社及びサプライヤーに対してリスク低減を要請すると同時に、製品の製造・資材等に関わるサプライヤーを対象にそれらの項目についてスクリーニングを行う計画です。その結果、高いリスクが予想されるサプライヤーについては、2024年度以降にヒアリングを実施し、協力して解決策を決定していきます。

人権に関しては、「サステナビリティ調達ガイドライン」に基づき、スクリーニングとは別に全サプライヤーに対して腐敗防止や適正賃金の遵守を求めています。

新規取引開始時は、必要に応じて品質・財務状況・法令遵守などの確認を行い、取引開始の可否を判定しています。

調達におけるBCPの強化

安定的にユーザーに製品を届けるために原材料系サプライヤーなどとの関係を強化しています。原材料調達では、複数のサプライヤーから調達できるようにすることで、有事の際の対応準備を進めています。また、セカンドサプライヤーが確保できない場合は、他の工場で製造できる体制整備に加え、サプライヤーに保管在庫の積み増しを依頼するなど着実に取り組みを進めています。更に、国内の災害発生時に自動でサプライヤーへ確認連絡が入り、状況を報告してもらうシステムを導入してBCPの強化を図っています。

P.64

事業継続計画(BCP)

研修・セミナーの実施

当社グループでは、購買組織図に則り、購買責任者を対象にした購買責任者教育を年1回実施しています。研修では、購買活動の目的と役割、責任を理解し、購買ルールの本質を伝え、ルールの浸透を図る教育を行っています。

サプライヤーとの連携

MenioClub

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う場として、業界全体の活性化につなげています。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」を周知しました。

また、重要サプライヤーにはトップマネジメントによるサプライヤー訪問を実施し安定調達に向けた相互の協力体制の構築ができるように意見交換を実施しています。

技術ミーティング

一部の主要原料について、サプライヤーとの相互理解を深めるため、当社の技術部門と取引先との間で技術ミーティングを年間3回程度実施しています。ミーティングでは、当社と商社、メーカーの3社が参加し、これから取引を目指す新規製品の品質などについて協議を行っています。

人権の尊重

基本的な考え方

メニコグループは、国際人権章典(世界人権宣言と国際人権規約)、労働における基本的原則及び権利に関する国際労働機関の宣言、国連のビジネスと人権に関する指導原則を基に、メニコグループ人権方針を定めており、人種や、宗教、年齢、性的指向、国籍、障がいの有無などを理由とした差別を認めません。

メニコグループ人権方針

 <https://www.menicon.co.jp/company/csr/human-rights/>

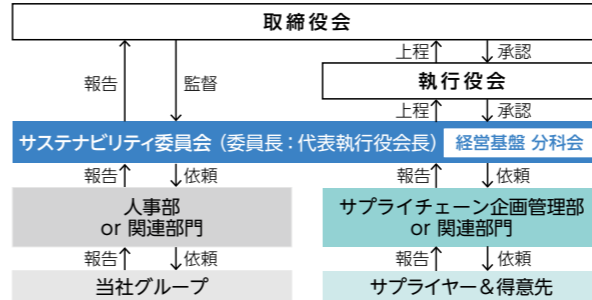
重要課題の取り組みテーマ

- 人権の尊重

推進体制

人権尊重の推進は、サステナビリティ委員会事務局、人事部、サプライチェーン企画管理部などの関連部門が集まった経営基盤分科会が主体となり、定期的に戦略策定や進捗確認を行い、進捗状況をサステナビリティ委員会へ報告し、必要に応じて取締役会に報告しています。経営に与える影響の大きい課題は執行役会や取締役会にて承認を得て、課題解決に取り組みます。

推進体制図



人権デューディリジェンス

当社グループは2022年度より人権デューディリジェンスの取り組みを開始しました。①コミットメント②アセスメント③是正・救済④報告・情報開示の手順に則り、2022年度はコミットメントとなる人権方針を策定し、2023年度はアセスメントとして、当社各部門での所管業務における具体的な人権リスクの把握・評価を通じ、人権リスクマッピングを行いました。2024年度は、海外従業員まで調査範囲を拡大しグローバルでの人権リスクマッピングの把握

に努め、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講じ、定期的に情報開示を行っていきます。

P.55

サプライチェーンリスクの管理

通報窓口の設置

当社グループは内部通報制度を導入しており、コンプライアンス違反の懸念がある事項の他、人権侵害に関する事項も通報可能です。通報に際しては、通報者が不利益を被ることはありません。2023年度は人権侵害に関する通報は9件あり、調査・対処を適正に行いました。

P.62

内部通報制度

人権教育

当社グループでは全従業員に対し、「メニコグループ人権方針」の浸透や人権意識向上のため、人権方針の理解や人権の重要性を説明する機会を設けるとともに、コンプライアンス教育内で人権教育の充実を図る予定です。従業員一人ひとりが人権を身近な問題と捉えられるよう、当社グループ全体で定期的な研修を実施し、自らの行動につなげていくことを目指しています。

2023年度に実施した人権研修

対象範囲: 単体

対象者	テーマ・主な内容	回数(回)	参加率(%)
全従業員	コンプライアンス教育(人権)	1	100
新任管理者	新任管理者研修(ハラスメント)	1	100
新入社員	新入社員研修(ハラスメント)	1	100
希望者	キャリアデザイン研修	1	100

ガバナンス

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拡充として各種施策を講じていきます。

コーポレートガバナンスに関する基本方針(全文)

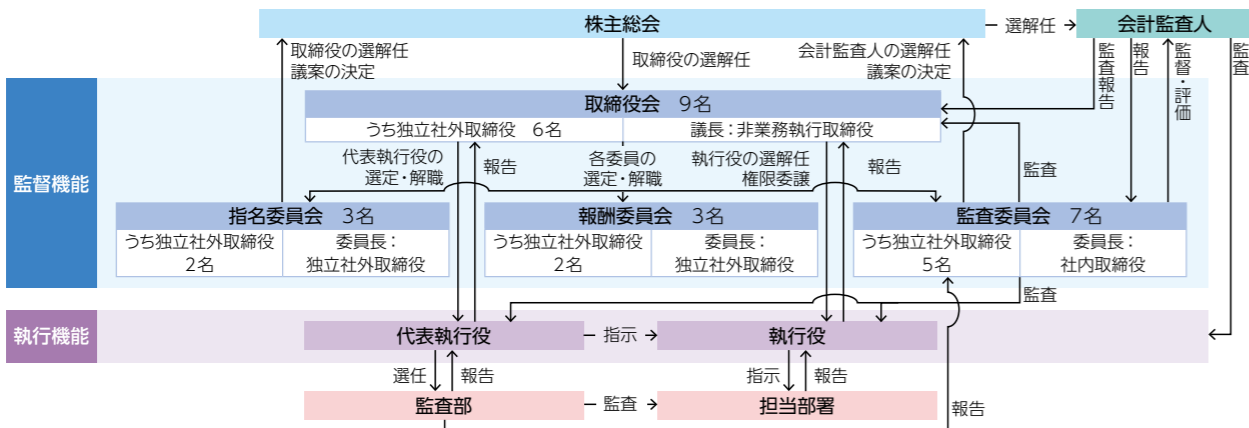
<https://www.menicon.co.jp/company/images/ir/governance/governance.pdf>

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(うち独立社外取締役6名)及び執行役7名(兼務取締役1名を含む)で構成しています(2024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。

● コーポレートガバナンス体制図(2024年6月26日時点)



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/d42a3f9f/18af/4487/b912/39d6941ddd44/140120240607524568.pdf>

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しています。執行役から定期的に業務執行状況の報告を受け、職務執行を監督しています。

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を決定しています。また、執行役の選任及び解任に関する議案を策定し、取締役会へ付議する権限を有しており、これらに基づく職務執行に必要な基本方針の決定、運用規則や手続きなどの制定・改廃を行っています。取締役・執行役の選任は、役割に応じた能力、経験などを考慮し、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しています。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し、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しています。

報酬委員会

取締役及び執行役の報酬制度・報酬金額などの決定を担っています。報酬決定においては、その合理性、透明性を維持することでコーポレートガバナンスの向上につなげるものとし、経営環境、業績、他社水準などを考慮して適切な水準で決定しています。

役員報酬の詳細(有価証券報告書 P.101-102)

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS08353/67ebe460/a0c1/42ad/be0c/343b1b598ca3/S100TV5Q.pdf>

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、解任並びに再任可否に関する事項、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しています。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・意見交換や協議しています。

2023年度の会議・委員会の構成

		取締役会	指名委員会	報酬委員会	監査委員会
	開催回数	17回	8回	7回	13回
	出席率	100%	100%	100%	100%
取締役	田中 英成	○			
	滝野 喜之	◎	○		○
	森山 久	○		○	◎
社外取締役(独立役員)	堀西 良美	○		◎	○
	渡辺 眞吾	○			○
	三宅 養三	○			○
	本多 立太郎	○	◎	○	
	柳川 勝彦	○	○		○
	竹花 一成	○			○

※ ◎…委員長・議長

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。

2023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。

取締役会の実効性評価

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。2023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
調査方法と実施頻度	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
取締役会における議論の更なる充実	中長期的な企業価値向上や持続的成長に関する重要課題を選別し議論の質を高める
モニタリング機能の更なる強化	中期経営計画に対する執行状況や市場動向、競合、地政学リスクなどの分析と対応状況に対するモニタリング強化
ステークホルダーとのエンゲージメント強化	執行役との意思疎通や相互理解を深めステークホルダーとの建設的な対話につなげる

ガバナンス

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)
2024年 ホシザキ株式会社
監査等委員社外取締役(現任)

5 渡辺 眞吾 社外 独立

1980年 デロイト・ハスキングズ・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 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)

7 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)

8 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)

9 寺崎 浩司 社外 独立

1980年 名古屋大学医学部眼科入局
1991年 名古屋大学医学部 講師
1997年 ハーバード大学Schepens
眼研究所客員研究員
1999年 名古屋大学大学院医学研究科 教授
(感覚器障害制御学)
2005年 名古屋大学大学院医学系研究科 教授
(眼科学分野)
2011年 名古屋大学 総長補佐(兼任:財務担当)
2013年 名古屋大学 医学部長補佐
(兼任:男女共同参画、産学連携担当)
2020年 名古屋大学 名誉教授
名古屋大学 未来社会創造機構特任教授
2024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
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 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
2024年 当社執行役総合統括本部長(現任)
当社最高財務責任者 CFO(現任)

12 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
2019年 当社執行役経営統括本部長
2024年 当社執行役生産開発統括本部長(現任)

13 篠田 浩樹

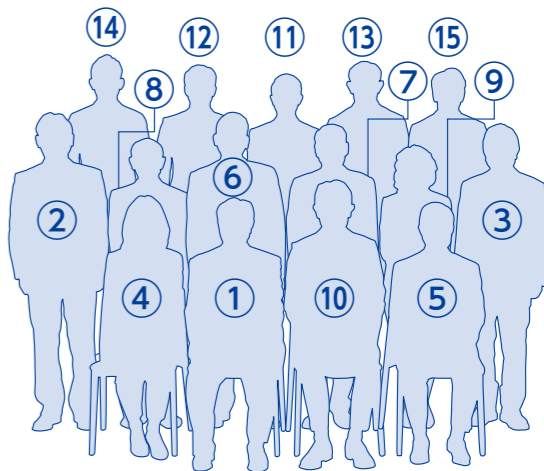
1986年 当社入社
2013年 当社執行役国内営業本部長
2015年 当社執行役国内第2営業本部長
2018年 当社執行役国内営業統括本部長(現任)

14 竹下 憲二

1998年 当社入社
2024年 当社執行役海外統括本部長(現任)

15 村木 健介

1996年 当社入社
2024年 当社執行役みる未来事業統括本部長(現任)



ガバナンス

役員の選任

当社取締役会は専門知識、経験が異なる多様な取締役で構成することとしており、その過半数を独立性・中立性のある社外取締役としています。これらを踏まえ、取締役の選任にあたっては指名委員会が適格性を審議し、取締役会を経て株主総会にて選任しています。

● 取締役のスキルマトリックスと選任理由（2024年6月26日時点）

役員名		性別 ● 男性 ● 女性	専門知識・経験など								選任理由	
			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	田中 英成	●	代表執行役	14年	○						2010年、取締役兼代表執行役に就任し、最高経営責任者CEOとして当社グループを俯瞰の上、経営戦略を構築し、経営及び業務執行の指揮をとり企業価値向上と持続的成長に貢献している実績・見識から取締役としての役割、責務を果たすための資質を備えていると判断しました。	
	滝野 喜之	●	社内・非執行	6年	○			○		○	財務経理全般に関する高い見識を有し、当社グループ経営管理体制の構築を進め企業価値の向上に寄与しています。これまでの豊富な経験と見識から取締役としてその役割、責務を果たすための資質を備えていると判断しました。	
	森山 久	●	社内・非執行	3年	○		○				当社にて国内営業本部を担当し、営業力の強化及びメルスプランの導入・拡大を実施し、当社グループの業績向上に貢献しました。これまでの豊富な経験と知識から取締役としてその役割、責務を果たすための資質を備えていると判断しました。	
社外取締役	堀西 良美	●	社外・独立	8年					○		弁護士として法務全般への幅広い経験と高い見識を有しており、これらの実績と豊富な見識・経験から、客観的に経営の監督を遂行いただくことができると判断しました。	
	渡辺 眞吾	●	社外・独立	6年		○				○	公認会計士として海外における豊富な経験により、国際会計に詳しく、財務経理全般に高い見識を有しており、これらの実績と豊富な見識・経験から、客観的に経営の監督を遂行いただくことができると判断しました。	
	本多 立太郎	●	社外・独立	5年	○						メディア業界における幅広い見識を有し会社経営者としても実績を有しており、これらの実績と豊富な見識・経験から、客観的に経営の監督を遂行いただくことができると判断しました。	
	柳川 勝彦	●	社外・独立	3年	○	○					グローバルに展開する企業の経営者として経営に関する高い見識と監督能力を有しており、特にアジア・中国における経営、マーケティングに対する豊富な知識、経験を活かし独立した客観的な立場から当社経営の監督を遂行いただくことができると判断しました。	
	竹花 一成	●	社外・独立	3年				○			○	博士(獣医学)として獣医学会、解剖学会、顕微鏡学会などにおいて多くの研究実績を残す他、酪農学園大学学長として学園の経営の一端を担いガバナンス体制構築を実施しており、これらの実績と豊富な知識・経験を活かし独立した客観的な立場から当社経営の監督を遂行いただくことができると判断しました。
	寺崎 浩子	●	社外・独立	新任					○			○

コンプライアンス

基本的な考え方

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、内部統制機能の強化及びCSR活動の推進をサステナビリティ委員会が担っています。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現化

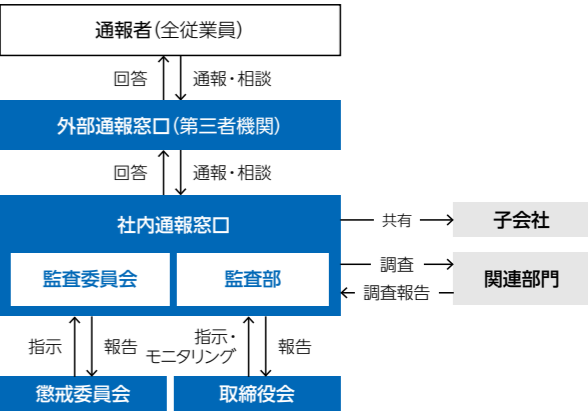
事業継続のために積極的に活用すべきであるとの認識のもと、事業を適正かつ効率的に遂行するために必要なシステム及びプロセスを社内に構築し、運用しています。当社のすべての役員及び従業員は、法令と倫理の遵守、事業の有効性と効率性の確保、資産の保全、財務報告の信頼性確保といった目的の達成に必要な推進体制を、自律性をもって構築運用するとともに、定期的に評価改善を行うことにより実効性の向上に努めるものとしています。

内部通報制度

当社グループは、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。

● 内部通報ホットライン



- 対象者：当社グループの全従業員（社員、派遣社員、パート、アルバイトなど）のほか、法令で定められた者
- 受付内容：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、ハラスメントを含む人権侵害など）
- 相談方法：ウェブサイト（24時間）、電話（月～金/正午～21時、土日祝/9時～17時）、封書
- 言語：日本語、英語、中国語、オランダ語、フランス語、ドイツ語、イタリア語

● 内部通報件数実績 対象範囲：連結

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
報告・相談(件)	25	20	32	29	31

※ 各年度、経営に大きな影響を与えた報告はありませんでした。

● 2023年度内部通報の内訳 対象範囲：連結

	パワーハラスメント	労働環境	人間関係	不正疑惑	その他	合計
件数(件)	9	18	2	1	1	31

ガバナンス

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。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、不当な金品の贈与など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、得意先など）からやむを得ず接待などを受ける、又は受けた場合の対応として、接待などを受ける、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。2023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。

リスク管理

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。また、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及び個人情報保護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/>

個人情報保護方針

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

重要課題の
取り組みテーマ

- サイバーセキュリティの取り組み強化

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

コンプライアンス意識の浸透

当社グループでは、従業員のコンプライアンス意識の向上と法令など違反の防止を目的に、毎年全従業員を対象にした全社コンプライアンス教育を実施しています。

2023年度コンプライアンス教育実績

- 回数：6回
- テーマ：ハラスメント教育、個人情報保護など
- 実施方法：e-ラーニング
- 参加対象者：当社及び国内子会社全従業員
- 受講率：100%

政治寄付

当社は、政党や政治家への寄付に際しては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。

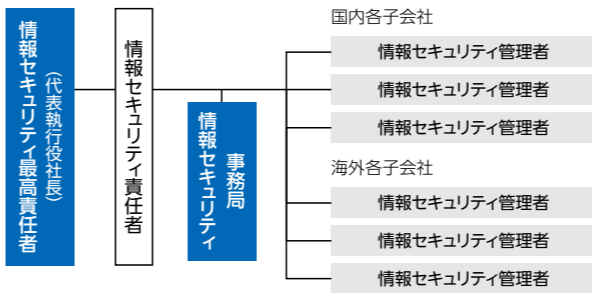
ESGデータ：コンプライアンス

情報セキュリティ

情報セキュリティマネジメント

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」に沿い対応に当たり、万が一の情報漏洩事故発生に備えCSIRT訓練を定期的を実施しています。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図



情報セキュリティに関する取り組み

サイバーセキュリティ対策

2023年度は全グループ会社を対象としたAttackSurface調査（IT資産可視化及び脆弱性診断）を実施し、リスクの把握及び対策を実施しました。また、社内メールについても脅威状況の可視化やセキュリティ設定の見直しにより、継続的にマルウェア対策に取り組んでいます。

情報セキュリティ教育・訓練

国内グループ全従業員を対象に情報セキュリティ教育を毎年実施しています。新入社員や新任管理者には別途情報セキュリティ教育を実施しています。

2022年度に実施した情報漏洩事故発生に備えたCSIRT訓練は、2024年度に参加対象を拡大し、実施する予定です。

個人情報保護

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お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、「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、取引先（業務委託先）への指導と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、2023年度は個人情報に関する事故は、0件でした。

事業継続計画（BCP）

基本的な考え方

災害などにより重要業務が中断しないよう予防措置を講ずるとともに、重要業務が中断した場合、目標復旧時間以内に重要な業務を再開できるように策定しています。

- 従業員とその家族の安全を守る
- コンタクトレンズユーザーへのサービスと視力の提供を続ける
- 被害、損失を極小化する

BCPの策定

当社は災害などの緊急事態の際、従業員の安全確保を第一に、事業を早期回復させるため、4つの重点事項を軸にBCPを策定しています。また、調達におけるBCPの強化にも取り組んでいます。

BCP重点事項

- 顧客へのサービス継続を最優先させる
- 対策本部を本社に設置し、情報を集約した上で適切な指示を行う
- 当社の生命線であるメルスサービス・受注・出荷を最優先に復旧させる
- 商品欠品時は代替商品の提供を行う

P.55 調達におけるBCPの強化

緊急時の体制

当社は大規模な自然災害が発生した際、代表取締役が総責任者としてBCPを発動し、対策本部を設置します。被害状況把握には、経営管理、生産開発、国内事業、海外事業、新規事業の各対応リーダーが情報を収集し、対策本部へ報告したのち、対応を決定する仕組みを構築しています。また、安否確認システムを導入し、有事の際に従業員の安否が確認できる体制を構築しています。その他、国内外のグループ間の緊急連絡先の整備、各事業所にて災害対策備蓄品の準備をしており、防災訓練は本社及び主要事業所では年2回、その他事業所は年1回実施しています。

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	2023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	116,192
	原価率(%)	43.2	44.5	44.6	46.1	46.3	47.1	46.5	46.9	47.2	46.9	47.5
	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	44.8
	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	12,062	8,951
	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	7.7
	EBITDA ^{※1} (百万円)	6,065	7,097	7,822	8,614	9,559	10,236	12,568	14,475	17,266	19,514	17,048
	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	4,538
	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	24,229
	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	7,551
	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	5,140
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	179,812
	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	85,771
	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	94,040
	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	70,798
	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	81,804
	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	73,250
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	44.1
	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	0.30
	ROE(%)	3.1	4.3	6.2	6.7	6.8	8.7	8.5	10.6	10.4	10.7	6.0
	ROIC(%)	1.6	2.8	3.8	4.2	4.9	5.9	7.2	6.0	6.1	6.2	3.6
	ROA(%)	1.5	2.1	3.3	3.6	3.7	4.8	4.9	5.6	5.0	5.2	2.7
	DOE(%)	1.5	1.5	1.4	1.8	2.3	2.4	2.1	2.3	2.4	2.8	2.5
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	59.65
	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	1,041.16
	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	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	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	1,583.5
	株主総利回り ^{※4} (%)	—	—	—	91.2	142.2	172.9	260.6	352.6	320.1	308.9	182.1
	配当性向(%)	48.5	34.3	24.0	26.5	33.0	27.6	24.9	22.2	23.3	25.7	41.9
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	11,866
	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	△ 21,575
	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	14,554
	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	△ 9,709
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	4,221

※ 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、のれん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。

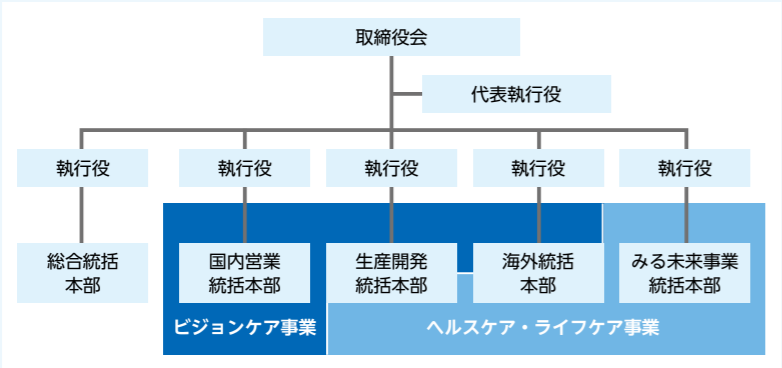
会社情報／株式情報／編集方針

会社情報（2024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	55億2,147万円
従業員数	4,221名(連結)、1,728名(単体)
事業内容	コンタクトレンズ・ケア用品事業他
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(世界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/corporate (グローバルサイト)

事業拠点・子会社

国内拠点数	研究所・工場：4 カスタマーセンター：4 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：56
子会社	国内：10 海外：27	
事業拠点・子会社の詳細	https://www.menicon.co.jp/company/info/locations/	

組織図



株式情報（2024年3月31日時点）

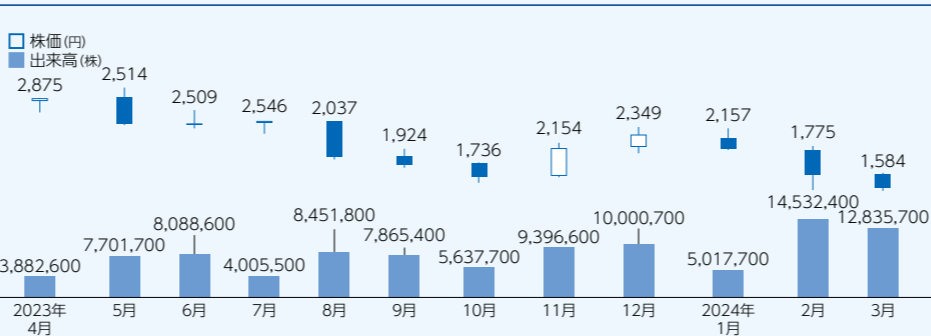
株式の状況

発行可能株式総数	124,368,000株
発行済株式の総数	76,634,388株
株主数	33,102名
議決権総数	761,833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)	9,637	12.64
株式会社トヨタミ	3,964	5.20
塚本香津子	2,666	3.49
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	2,371	3.11
株式会社マミ	2,149	2.82
田中英成	1,914	2.51
メニコングループ社員持株会	1,738	2.28
BBH FOR UMB BK, NATL ASSOCIATION-GLOBAL ALPHA INTL SMALL CAP FUND LP	1,373	1.80
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505225	1,145	1.50
田中康範	1,145	1.50

株価推移



編集方針

本レポートでは、ステークホルダーの皆様に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

2023年度(2023年4月1日～2024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

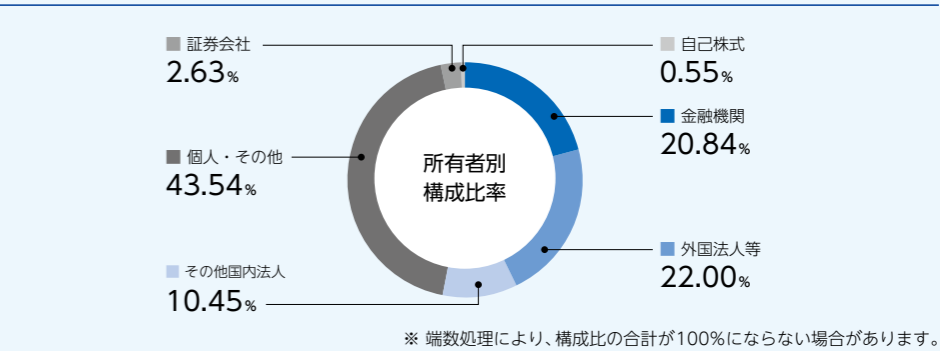
発行年月

2024年10月(前回発行：2023年10月／次回発行：2025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・レポーティング・スタンダード」
- ・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」

所有者別構成比率



情報開示体系

財務情報	非財務情報
メニコンレポート	
<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">● 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
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。