



2015年6月25日上場

- 株式会社メニコン（東証1部:7780）
（日本初の角膜コンタクトレンズ開発。定額制会員システム「メルスプラン」に強み。）
- 創業1951年2月 資本金33億29百万円（2016/3/末現在）
- 本社:名古屋市 社員数 2,710名（2016/3/末現在）
* 公募価格 1,700円 初値 2,950円 6月15日株価終値 3,075円

(百万円)	売上高	営業利益	経常利益	当期利益	配当金(円)	EPS(円)	株価(円)	PER(倍)
2015/3期	63,131	2,863	2,822	1,431	30.00	87.58	-	-
2016/3期	67,332	3,457	3,236	2,224	30.00	125.04	-	-
2017/3期	72,339	3,484	3,426	1,854	32.00	101.21	*3,075	30.3

*2016/6/15 株価終値ベースで試算。



写真: 1日使い捨てレンズ【左】, 2週間使い捨てレンズ事例【右上】
出所: 会社資料より抜粋



「開発・製造・販売を一貫した国内最大手コンタクトレンズメーカー」

■ 事業概要・沿革

同社の事業セグメントは、コンタクトレンズ関連事業（コンタクトレンズ・ケア商品、「メルスプラン」）、その他事業（動物医療（眼科）事業、環境バイオ事業、ライフサイエンス事業）に分かれる。

メニコンの創業者、田中恭一氏によって、1951年に日本初の角膜コンタクトレンズの開発、実用化に成功し、1957年に現在のメニコンの前身である日本コンタクトレンズ株式会社が設立された。1979年には、日本初の酸素透過性ハードレンズ「メニコンO2」を発売。ハードコンタクトレンズといえば、「メニコン」という高い技術と、それに甘んじることなく、果敢に技術の革新に挑戦することで、国内シェアNO.1のポジションを築いてきた。

同社の特徴のひとつである、独自の定額制システム「メルスプラン」は、売上全体の50%を超える。現在の会員数は116万人であり、年率で7.8%の売上増となっている。また、同社は国内で研究所のほか、製造工場を関、郡上と各務原に3カ所保有しているが、海外にも開発拠点、製造工場、販売子会社等を持っており、国内売上が全体の88%、海外売上が12%である。海外売上の地域別内訳としては、欧州での売上が大きく占める。1977年にメニコンヨーロッパを設立し、早期から欧州でハードコンタクトレンズの供給を行ってきた背景による。近年は、売上の額では欧州が多いものの、北米での売上が、2015/3期、2016/3期対比で31.8%と大きく伸張している。その理由としては、2015年3月期中より、北米での1日使い捨てレンズ「Miru」の販売を開始したことによる。

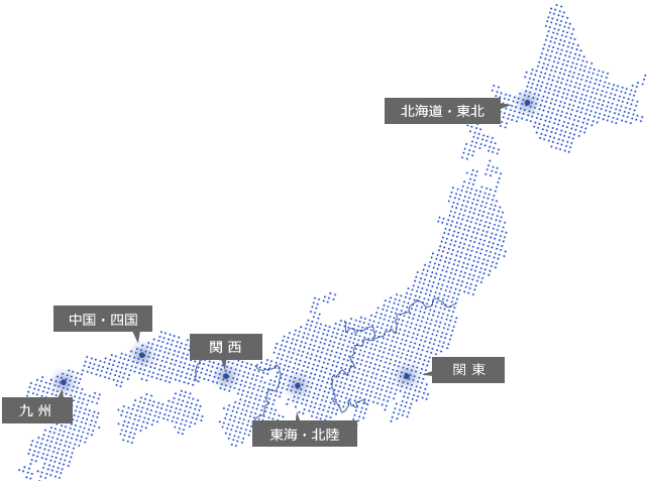
コンタクトレンズの市場環境は、国内でのハードコンタクトレンズの売上高において同社はNo.1であるが、1日使い捨て、2週間使い捨て等、使い捨てコンタクトレンズや、瞳を大きく見せるサークルレンズの製造、販売を行うことで、ハード、ソフト、使い捨てコンタクトレンズ等、全てを含めた国内市場シェアにおいて、大手外資系メーカーに次ぐNo.2のポジションにあり、国内メーカーとして最大手となる。

■ 同社の強み

定額制会員システム「メルスプラン(Menicon Eye Life Support Plan)」による安定的な収入基盤。

同社の強みと言えるのが、売上の過半数を占める安定的な収入基盤であり、次世代製品の研究開発に貢献する、業界初の定額制会員システム「メルスプラン」である。「メルスプラン」とは、1ヶ月交換タイプ、通常のハードレンズ、ソフトレンズで月額1,800円～(入会金・税別)の定額制会員システムのことである。1日使い捨てタイプでは、月額4,400円(入会金・税別)等、入会金と定額の月会費を支払うことで、紛失・破損・度数変更時の保証等を受けられ、常に安全かつ自身の目に最適なコンタクトレンズの装用を続けることが可能となる。これは、業界において画期的なサービスである。「メルスプラン」はユーザーにとって、ライフスタイルや価格に合わせてコンタクトを選択でき、レンズの交換時に追加料金が発生しないことがメリットである。同社にとってのメリットは、ユーザーの満足度向上に繋がること、コンタクトレンズ業界での販売価格競争に巻き込まれることなく、ストック型で安定的な収入基盤となるため、将来に向けた研究開発に充当できるというメリットがある。メニコン直営店を含む、全国1,662に及ぶメルスプランに加盟するコンタクトレンズ販売店等で、メルスプランによるサービスを提供している。

「メルスプラン」の会員数は現在(2016/3末時点)116万人であり、前期比で6万人増加。2017/3期の会員目標は122万人としており、今後、毎年約6万人の増加を見込んでいる。その成長の背景には、販売機能としての対面型店舗網を全国で135店舗運営し、メニコン直営店以外にM&Aによる販路拡大の戦略がある。店舗別にみると、メニコン直営店が45店舗、2012年には、主に東京23区、関東圏等で店舗展開をしてきた(株)ダブリュ・アイ・システムが運営するエースコンタクト(77店舗)を買収、関東圏での販売チャネルの強化が行われた。エースコンタクトは、特にショッピングモールでの集客を得意としている。また2015年には、富士コンタクト(直営13店舗)を買収し、関東地区での販売基盤がさらに強化された。近年、直営店の新ブランドの立上げ、駅近郊、路面店等、顧客との接点の強化を行い、戦略的に国内販売チャネルを拡大させている。販売チャネルの拡大以外に、既存会員からの紹介による新規会員の獲得が伸びている。紹介による新規会員数の割合は3割を占めているとのことである。



写真：直営店新ブランド店舗例
出所：会社資料より抜粋

◆販売機能

Menicon 直営店	45店舗
エースコンタクト	77店舗
富士コンタクト	13店舗
全国合計	135店舗

◆商品卸・提携関係

メルスプラン 加盟施設	1,662施設
全国のCL販売店 ドラッグストア等	約8,000店

<2016/3末時点>

出所：会社資料より抜粋

■ 中長期的な成長戦略

「Vision2020」売上高1,000億円、営業利益率10%の実現へ

2020年には売上高1,000億円、営業利益率10%の実現を目指している。
成長ドライバーとなるのは、「メルスプラン」の会員数拡大、使い捨てコンタクトレンズの新製品開発と発売、海外事業の強化・拡大、新規分野(特に子会社のメニワン)における成長ポテンシャルと想定される。

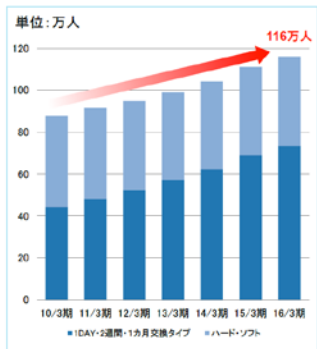
メルスプランについては、関東圏での販売チャネルの成長余地を見込む。
2017/3期の今下期には、新製品のシリコンハイドロゲル素材で、酸素透過性が高まった1日使い捨てコンタクトを各務原工場生産、提供を開始する。今回のIPOの資金使途として昨年竣工した各務原工場では、現在2ラインの生産体制であるが、今後3ヶ年で5ラインまで生産ラインを増強する予定である。

今期は、新製品の販売にかかるプロモーション費用等で、第2四半期において、昨対比で8億円程度の広告宣伝費用の増加が見込まれる。また、新設された各務原工場への設備投資があるものの、再来期以降は製品の量産体制が効いてくるものと思われる。さらに、同社は今年で設立65周年にあたり、生産体制の統廃合を今後手掛けることを視野にいれている。営業利益率10%の実現にむけて、製造原価にかかるコストの削減、物流体制の見直し等により、コスト削減を進める模様。

現在、海外での売上比率は全体の約12%であるが、今後の成長戦略において、海外事業の強化・拡大は重要な戦略となる。特に、コンタクトレンズ装用人口の多い北米での営業体制を強化するとのことである。北米は、前期比で31.8%増と2桁の伸張となり、2015/3期より販売開始した、1日使い捨てコンタクトレンズ「Miru」の販売が奏功している。一方、欧州での売上が5.3%落ち込んだ理由としては、同社の強みである長年、欧州で提供してきたハードコンタクトレンズの市場が、使い捨てタイプのコンタクトレンズに嗜好がシフトしてきている傾向にあるためである。今期は、北米、欧州における1日、2週間等の使い捨てタイプの販売体制の強化を行う。それに伴う人件費等の増加が今期は見込まれるため、営業利益の増加率が売上の伸びに対して劣るが、2020年の中期ビジョンに向けた積極的な販売体制強化が期待される。今後は市場拡大が見込まれる南米、アジアでも販売許可を取得するとのこと。

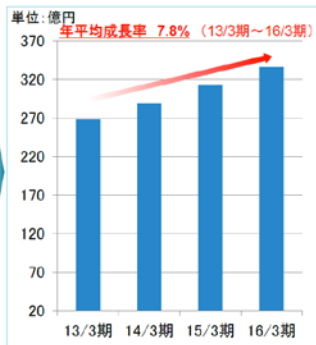
メルスプラン会員数の推移

メルスプラン累積会員数推移



メルスプラン会員数推移

メルスプラン売上高推移



出所: 会社資料より抜粋

地域別

単位: 百万円

	2015/3期	2016/3期		<期初予想>
		前期比		
連結売上高	63,131	67,332	+6.7%	65,877
国内売上高	55,150	59,708	+8.3%	57,913
海外売上高	7,980	7,623	△4.5%	7,964
欧州	6,592	6,240	△5.3%	6,575
北米	579	764	+31.8%	729
アジア	808	618	△23.5%	659

地域別売上高 出所: 会社資料より抜粋

■ 新規事業分野

現在、新規事業の育成として、動物医療(眼科)事業、環境バイオ事業、ライフサイエンス事業を手掛けている。特に動物医療(眼科)事業として、2003年に子会社化された「メニワン」の伸びが期待される。

メニワンでは、人間用のコンタクトレンズ開発で培った技術を応用し、犬の白内障手術等で使用する動物用眼内レンズや、犬用の治療用コンタクトレンズ、人間同様に年老いてくると免疫力が落ち身体の機能が衰え病気にかかりやすくなるため、予防用のペット用サプリメント等の動物医療用の製品ニーズが増えている。

「Vision2020」売上高1,000億円、営業利益率10%の実現にむけて、新規事業分野の中では、メニワンによる伸張も見込まれている。昨今、特に中国でのペットブームの流れが追い風となり、中国向けの動物用サプリメントの輸出が増えているとのことである。

その他の新規事業分野において、環境バイオ事業では、コンタクトレンズ、ケア用品の開発で培った技術を環境事業分野に活用しており、例えば、同社ケア用品開発の中で発見した酵素を基に開発した、稲わら分解剤「アグリ革命」など、同社グループ独自の学術的な研究アプローチがなされている。

また、ライフサイエンス事業では、安全なコンタクトレンズの製造を通して、運動性の高い精子を選別する「スパームソータ クオリス」や、妊娠しやすい身体づくりをサポートする「プレグナ」などの生殖補助医療製品の販売を手掛けている。

動物医療（眼科）事業



メニワン 動物用治療用コンタクト



メニワン 動物用サプリメント

ライフサイエンス事業



プレグナ

婦人科分野向けサプリメント



スパームソータ クオリス

不妊治療向け機器

環境バイオ事業



アグリ革命