

株式会社シンシア 成長可能性に関する説明資料

2016年12月16日

目次

1. 会社概要	2
2. 事業戦略	8

1. 会社概要

会社概要

会社名	株式会社シンシア (英訳名 Sincere Co., Ltd)
本店所在地	東京都中央区日本橋箱崎町30番1号
設立	2008年9月5日
資本金	100百万円(2016年10月末現在)
売上高	連結:4,244百万円(2015年12月期実績)
従業員数	31名(2016年10月末現在)
代表者名	代表取締役執行役員社長 中村 研
事業内容	コンタクトレンズ製造・販売
取得許認可	<ul style="list-style-type: none">▪ 第一種医療機器製造販売業 (13BX10069)▪ 医療機器製造業 (13BZ200640)▪ 高度管理医療機器販売業 (第4301021200002号)▪ ISO13485 (JQA-MD0059)

会社概要(子会社情報)

株式会社カラコンワークス

資本金 9,900,000円

新視野光學股份有限公司(台湾)

資本金 2,000,000NTD

Sincere Vision Co.,Ltd.(香港)

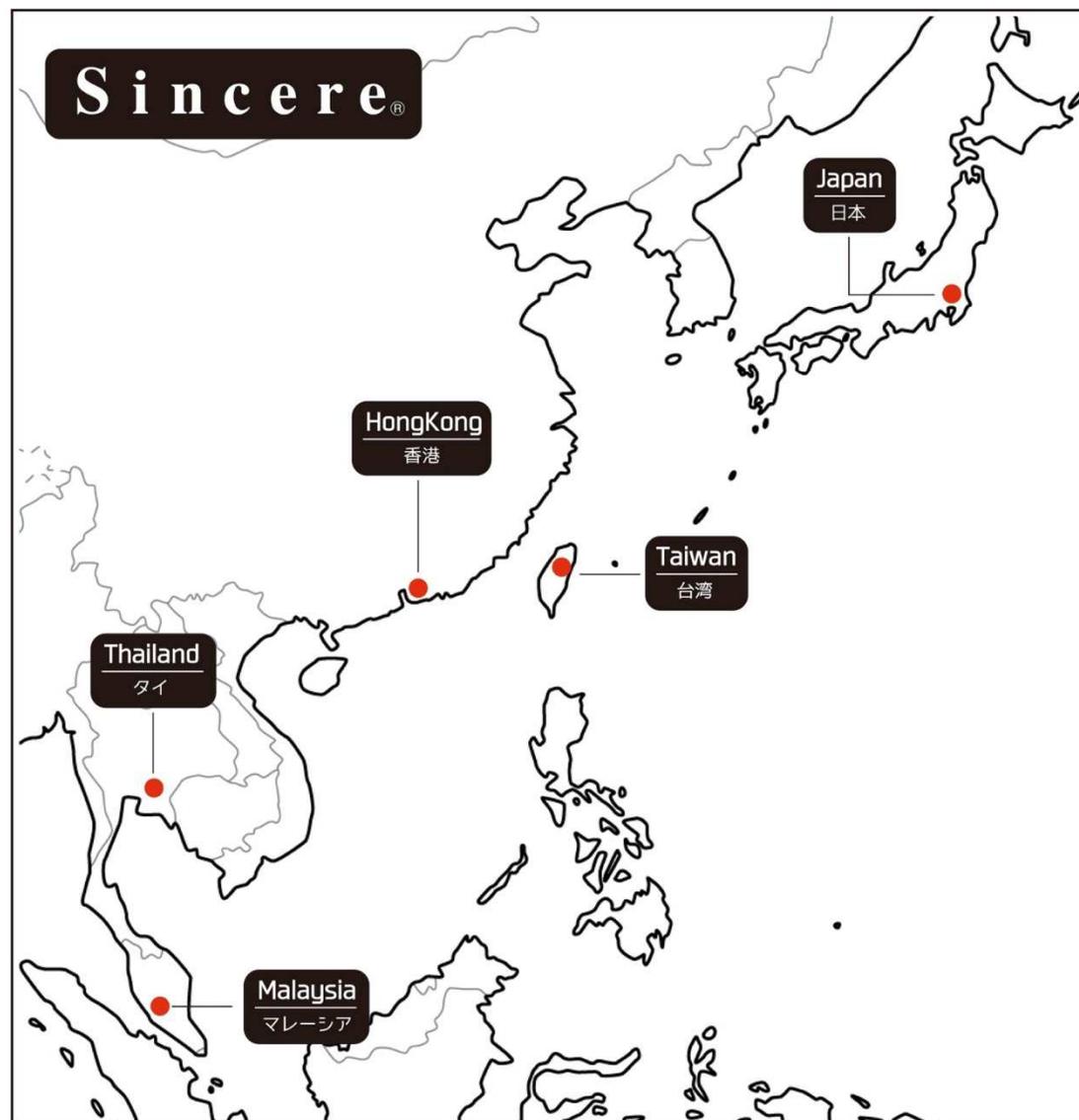
資本金 100,000HKD

SINCERE LENS SDN. BHD.(マレーシア)

資本金 200,000MYR

Sincere Vision(Thailand) Co., Ltd.(タイ)

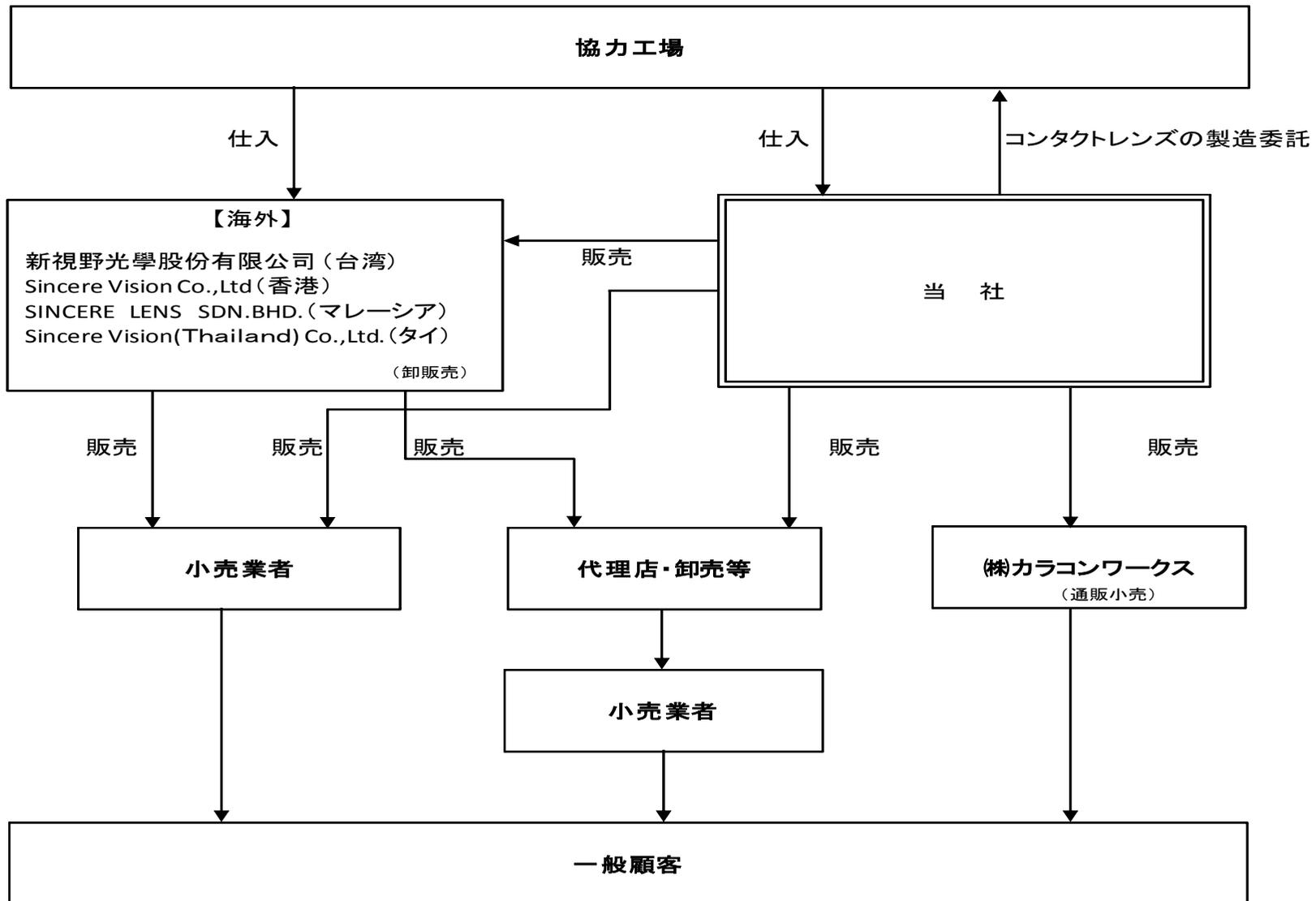
資本金 1,000,000THB



会社概要(沿革、役員略歴)

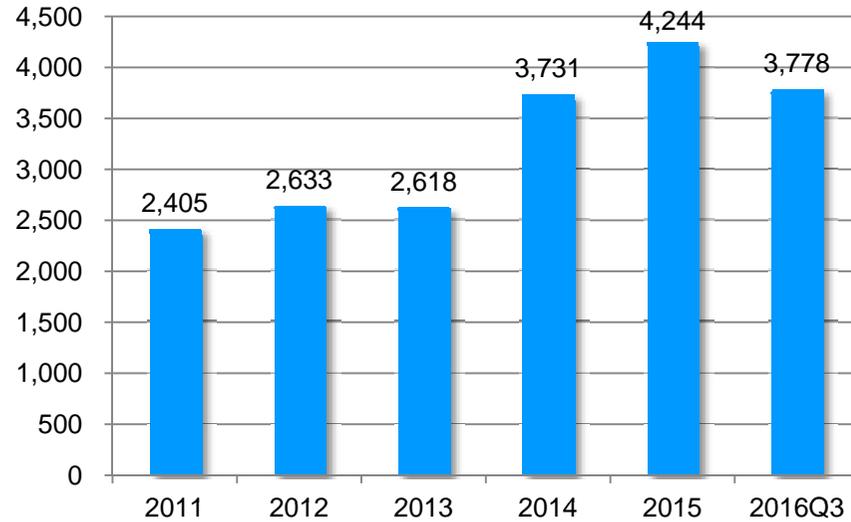
年月			
平成20年 9月	(株)シンシアを設立(注)		
平成25年 3月	Sincere Vision Co., Ltd.(香港)の株式取得		
平成25年 5月	新視野光学股份有限公司(台湾)を設立		
平成26年 4月	SINCERE LENS SDN. BHD.(マレーシア)を設立		
平成26年 5月	Sincere Vision (Thailand) Co., Ltd.(タイ)を設立		
平成26年 8月	(株)カラコンワークスの株式取得		
役名	氏名	生年月日	略歴
代表取締役 執行役員社長	中村 研	昭和48年1月10日生	平成13年6月 公認会計士登録 平成18年7月 (株)キャピタルメディカ入社 平成20年9月 当社代表取締役社長 平成28年1月 当社代表取締役執行役員社長(現任)
取締役 執行役員営業本部長	清水 康久	昭和28年9月30日生	昭和59年12月 ヤマト樹脂光学(株)入社 平成20年9月 当社取締役営業本部長 平成28年1月 当社取締役執行役員営業本部長(現任)
取締役 執行役員管理部長	荒井 慎一	昭和43年5月14日生	平成24年6月 当社入社 平成28年7月 当社取締役執行役員管理部長(現任)
社外取締役 (非常勤)	國吉 歩	昭和47年10月22日生	平成12年10月 弁護士登録 平成27年12月 当社取締役(現任)
社外監査役	中本 義人	昭和24年1月2日生	昭和48年4月 (株)三和銀行(現(株)三菱東京UFJ銀行)入行 平成16年6月 東洋建設(株)取締役専務執行役員 平成27年3月 当社監査役(現任)
社外監査役 (非常勤)	今井 良明	昭和45年3月15日生	平成13年6月 公認会計士登録 平成28年3月 当社監査役(現任)
社外監査役 (非常勤)	加瀬 豊	昭和47年5月17日生	平成12年4月 公認会計士登録 平成28年3月 当社監査役(現任)

会社概要(事業系統図)

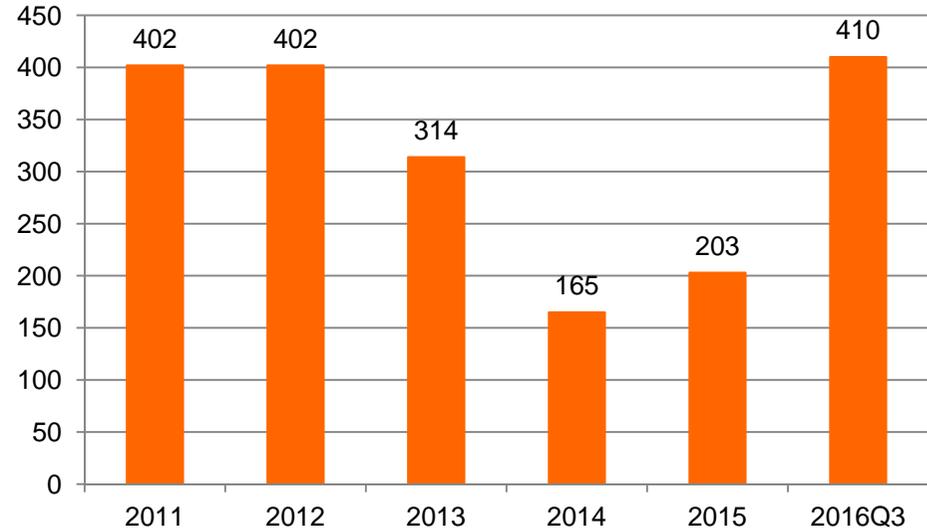


会社概要(業績推移)

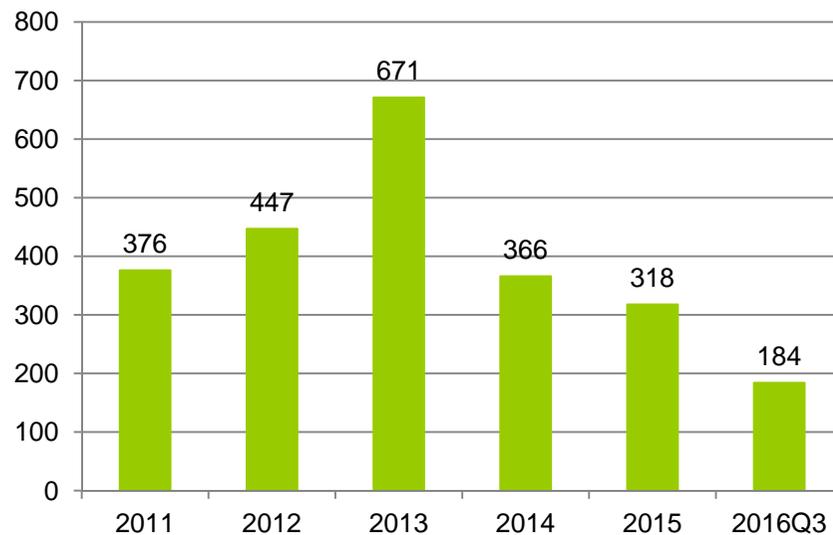
■売上高(単位:百万円)



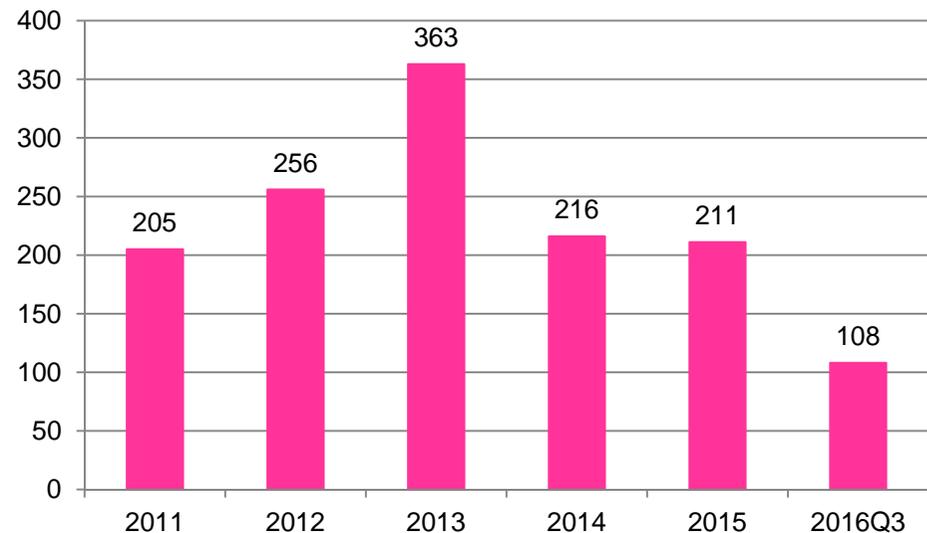
■営業利益(単位:百万円)



■経常利益(単位:百万円)



■当期純利益(単位:百万円)



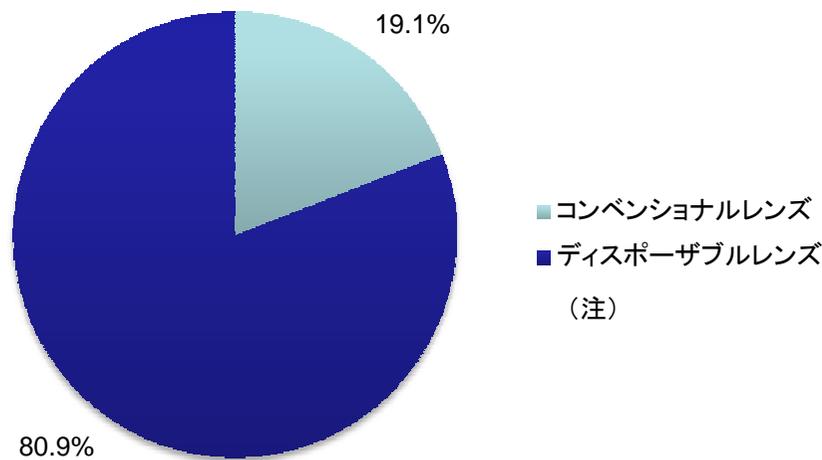
2. 事業戦略

事業戦略(流通経路)

流通環境の多様化

従来は、眼科併設型のコンタクトレンズ専門店においてコンタクトレンズを購入することが一般的でしたが、ディスプレイポザブルレンズ(ソフトコンタクトレンズ)の普及に伴い、2度目以降の購入については、眼科での受診を必要としない流通経路による購入が増加しています。

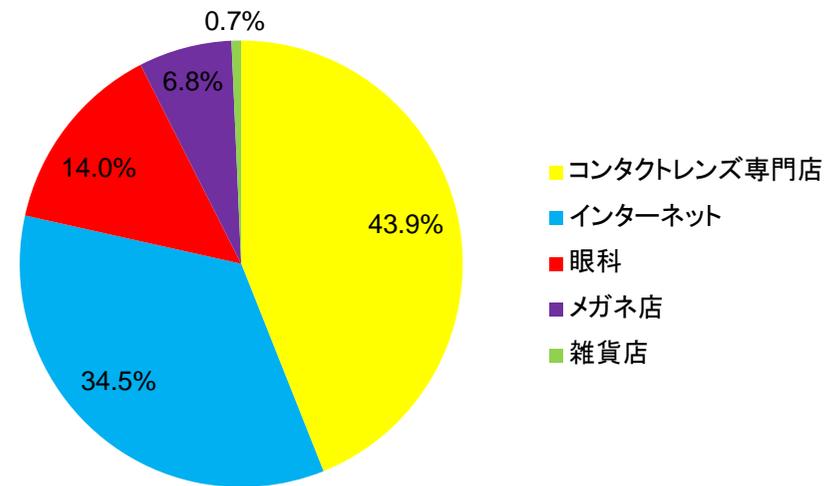
■タイプ別市場販売比率



(注)
コンベンショナルレンズ: 交換期間が1年以上のレンズ
ディスプレイポザブルレンズ: 交換期間が1日、2週間、1ヶ月等短期間のレンズ

【出所】矢野経済研究所「コンタクトレンズに関する市場動向調査」より

■コンタクトレンズの主な購入場所



【出所】Times Current「コンタクトレンズ購入に関する実態調査」より

ワンデーソフトコンタクトレンズのシェア増加による影響

コンベンショナル ハードコンタクトレンズ

製品種類

BC(ベースカーブ) : 20種類超
DIA(直径) : 10種類超
PWR(度数) : 40種類超

受診頻度

買い換えるごと
(1年超)

ワンデー ソフトコンタクトレンズ

製品種類

BC(ベースカーブ) : 1種類(～2種類)
DIA(直径) : 1種類
PWR(度数) : 約30種類

受診頻度

買い換えるごと
(1ヶ月～3ヶ月)



PWR(度数)だけで自分のコンタクトレンズがわかるように

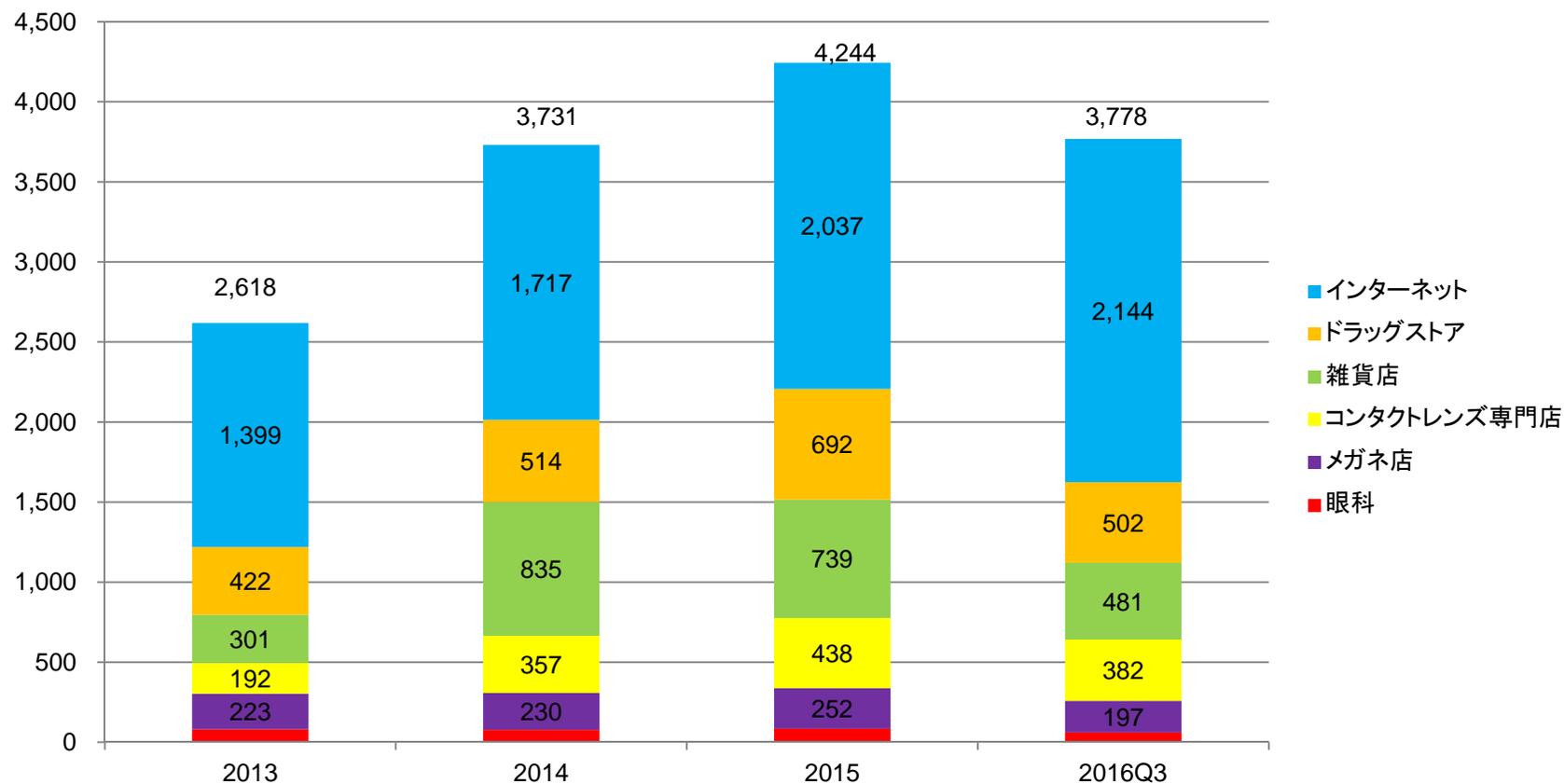


事業戦略(流通経路)

多様化する流通環境に対応した新たな流通経路への注力

設立以来、当社はインターネットを中心とした新たな流通経路での流通に注力しており、当社の売上高の8割超は新たな流通経路を通して、最終消費者に販売されております。

■流通経路別 当社売上高推移(単位:百万円)



事業戦略(流通経路)

ドラッグストアルートでの展開可能性

薬剤師であれば、高度管理医療機器販売業の資格者となれるため、コンタクトレンズ販売のための**インフラが整っている**店舗が多い。

インターネットによる購入に抵抗を持つ顧客も、大手ドラッグストアチェーンでの**対面による販売**となれば、購入に当たってのハードルが下がる。

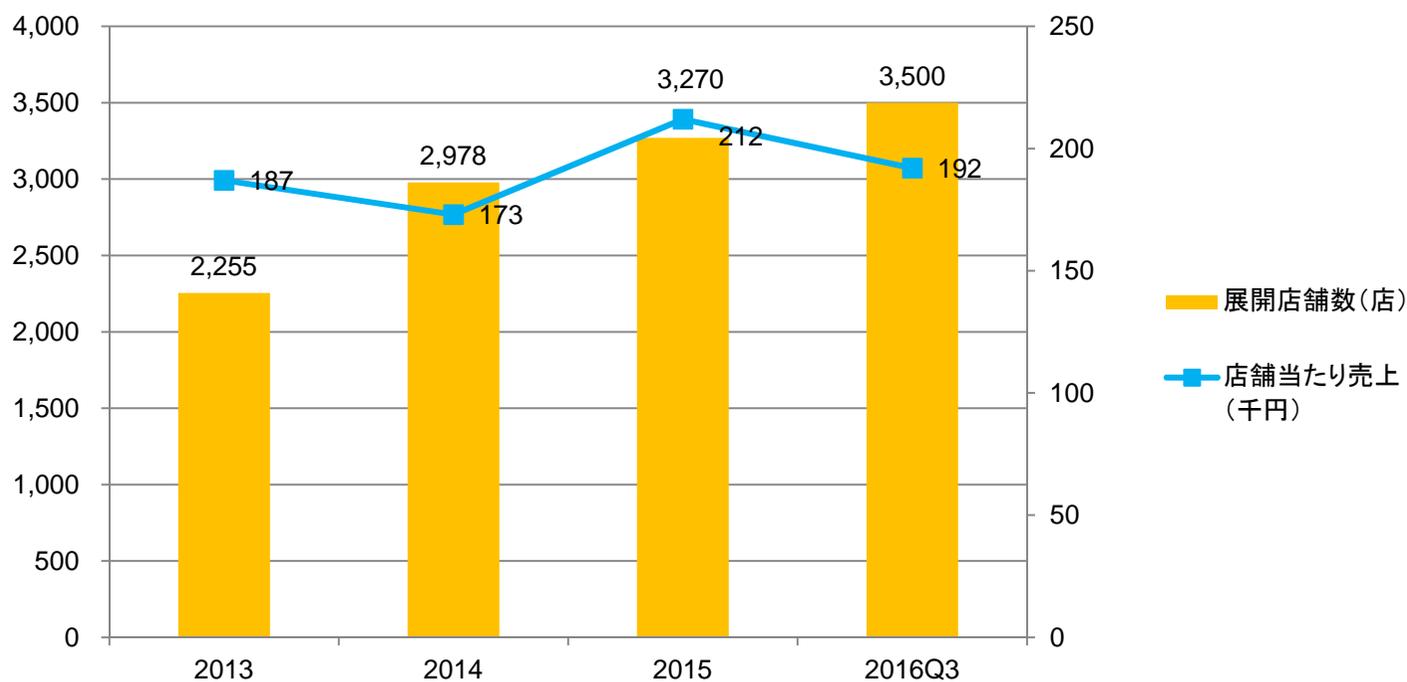
対面での販売となるため、顧客とのコミュニケーションを取ることが容易であり、コンタクトレンズの**使用にあたっての注意喚起が可能**。

事業戦略(流通経路)

ドラッグストアルートでの展開状況

新たな流通経路として、ドラッグストアルートでの売上高、展開店舗数も堅調に拡大しており、今後も継続的にドラッグストアルートを拡大することによって、最終消費者の認知度を高め、店舗当たり売上も成長させることで新たな収益機会を得られるものと考えております。

■ドラッグストアルート 展開状況

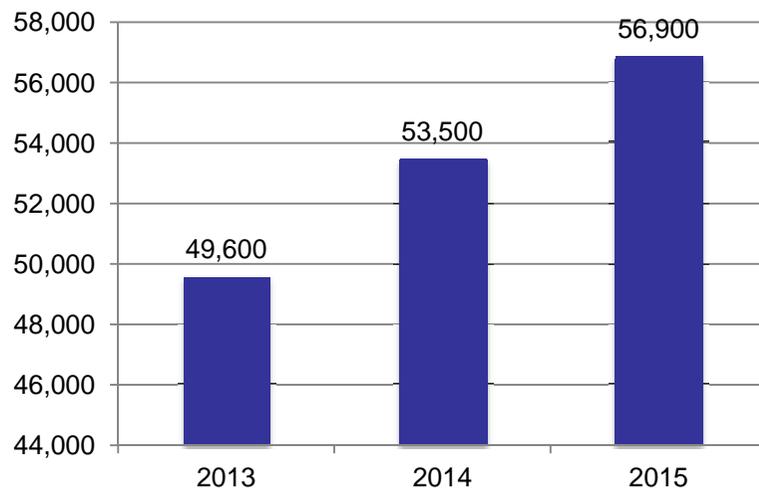


事業戦略(カラーコンタクトレンズ)

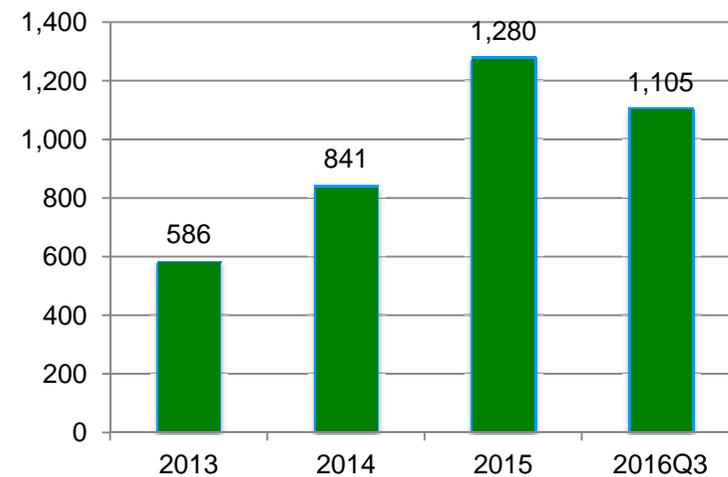
拡大するカラーコンタクトレンズ市場

おしゃれ用コンタクトレンズ(カラーコンタクトレンズ)が普及し始めた当初からのユーザーが、20代後半になった今でも使い続けており、ユーザーの年齢層が拡大しています。ファッションアイテムとして一般化していく中で、カラーコンタクトレンズの販売数は増加の一途を辿っております。

■カラーコンタクトレンズ市場規模推移(単位:百万円)



■当社カラーコンタクトレンズ売上高推移(単位:百万円)

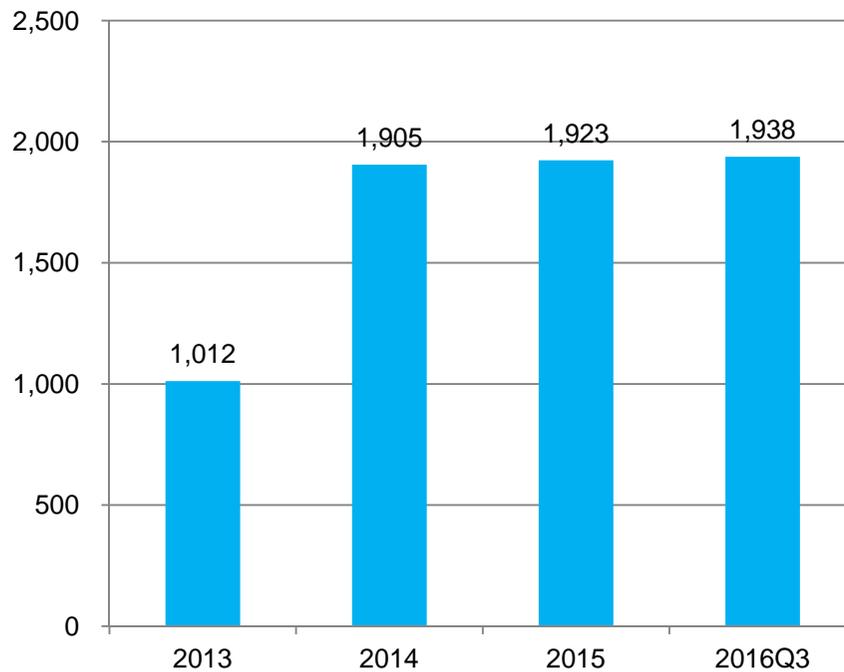


事業戦略(OEM受注)

当社製品品質への信頼に基づくOEM受注拡大

インターネットでのコンタクトレンズ流通の拡大及びカラーコンタクトレンズ市場の拡大と共に、レンズメーカーとして高い品質管理体制を整備している当社が、他社コンタクトレンズブランドの製造を受託するOEM売上高も増加しております。

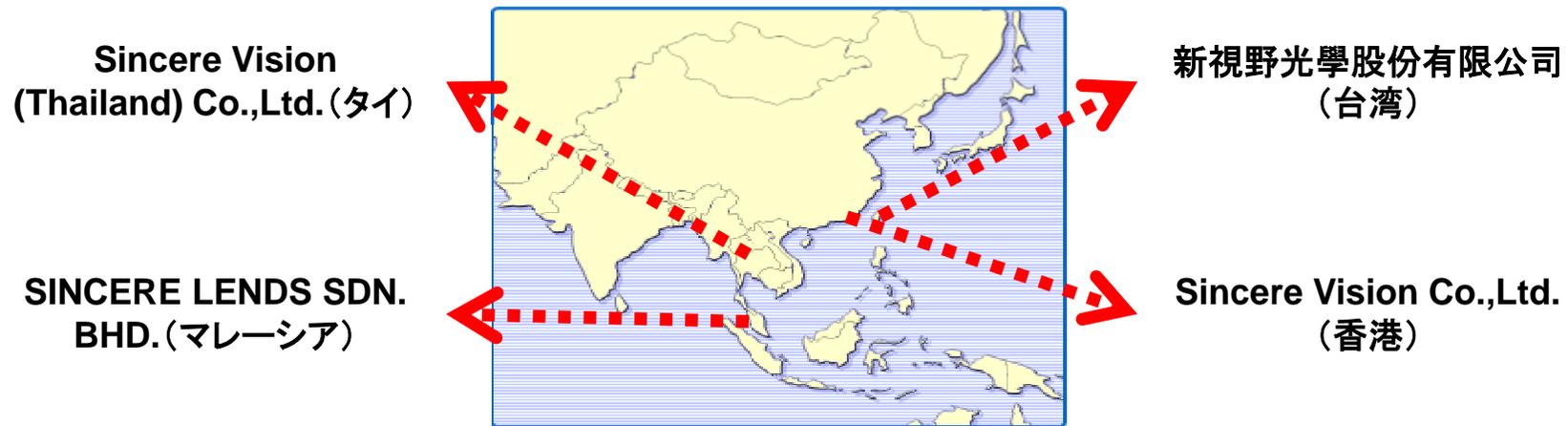
■当社OEM受注による売上高推移(単位:百万円)



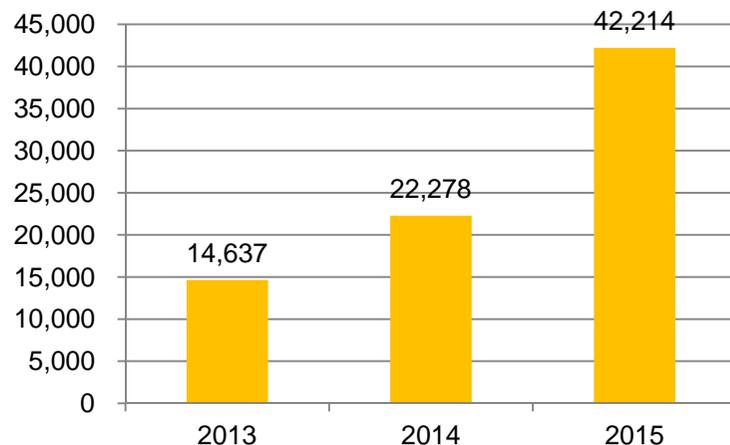
事業戦略(アジア展開)

「日本発」ブランドとしてのアジア展開

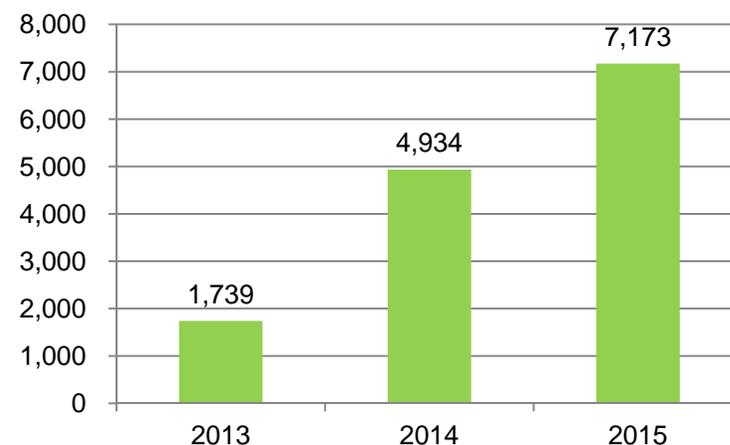
今後、カラーコンタクトレンズについても日本のおしゃれ文化の一つとして、東、東南アジア市場で受け入れられ、市場拡大が見込まれると考え、台湾、香港、マレーシア、タイにおいて子会社を設立しております。



■台湾子会社売上推移(単位:千TWD)



■香港子会社売上推移(単位:千HKD)



事業戦略(アジア展開)

平成28年度「新興国市場開拓等事業費補助金(テストマーケティング等支援事業)」に係る補助事業者に選定される

公募概要

我が国の生活文化の特色を活かした魅力ある商品・サービスの海外販路開拓を行おうとする事業者が、製造・流通・広告等関係企業と連携した上で、新興国等において販路開拓に至るまでの一貫した取組みを行うために必要な経費の一部を補助することにより、現地における継続的な事業展開を円滑に行えるよう支援するとともに、その知見を広く周知することにより、同業他社の参考に供します。

選定された事業概要(採択日:平成28年5月16日)

タイトル : Jump up to the Major Market
事業者名 : 株式会社シンシア
対象地域 : 香港
対象商品 : カラーコンタクトレンズ、アイメイク商品
事業概要 : 香港では未だにニッチマーケットである日本のカラーコンタクトレンズ・アイメイク商品を、日本並みの市場に成長させるため、日本でブレイクした時と同様のブームを現地で創出させ、それと同時に大手ドラッグストア等メジャーチェーンでの売り場の確保を行う。そのため、一般消費者向けの広告・PR活動を集中的かつ大規模に展開するとともに、日本のトップブランドを取り揃えた売場構成、良質な接客及びアイメイク技術などを現地に移転し、モノ、サービス、文化をパッケージ展開したビジネスモデルの確立を図るとともに、その効果を検証する。

2016/11/24 平成28年度「新興国市場開拓等事業費補助金(テストマーケティング等支援事業)」に係る補助事業者募集の審査結果について (METI...



平成28年度「新興国市場開拓等事業費補助金(テストマーケティング等支援事業)」に係る補助事業者募集の審査結果について

平成28年5月16日
商務情報政策局
生活文化創造産業課
(クリエイティブ産業課)

平成28年度「新興国市場開拓等事業費補助金(テストマーケティング等支援事業)」に係る補助事業者について、平成28年3月7日から平成28年4月15日まで募集したところ、10件の応募がありました。
外部有識者による第三者委員会における厳正な審査により、採択案件が決まりましたので、平成28年度「新興国市場開拓等事業費補助金(テストマーケティング等支援事業)」に係る補助事業者募集要領の8.(3)に基づき、審査の結果について、以下のとおり公表いたします。

採択案件の提案者

- 受付番号5 株式会社michil
- 受付番号7 株式会社クオン
- 受付番号10 株式会社シンシア

(以上3件採択)

関係資料等は以下からダウンロードしてください。

提案概要 (PDF形式: 157KB)

お問い合わせ先

商務情報政策局 生活文化創造産業課 (クリエイティブ産業課)
電話 : 03-3501-1750

本資料の取扱いについて

本資料は、当社の事業及び業界動向に加えて、当社による現在の予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来の展望についても言及しています。

これらの将来の展望に関する表明は、様々なリスクや不確実性が内在します。既に知られた若しくは知られていないリスク、不確実性、その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性があります。当社は、将来の展望に対する表明、予想が正しいと約束することはできず、結果は将来の展望と著しく異なることもありえます。

本資料における将来の展望に関する表明は、2016年12月16日現在において、利用可能な情報に基づいて、当社によりなされたものであり、将来の出来事や状況を反映して、将来の展望に関するいかなる表明の記載をも更新し、変更するものではありません。