

2022年3月期 連結決算説明会

2022年5月23日



株式会社 シード



証券コード
7743

1. 2022年3月期 決算概要
2. 2022年3月期/2023年3月期 トピックス
3. 新中期経営計画進捗（2021年4月～2024年3月）
4. 2023年3月期 見通し
5. 参考資料

- 1. 2022年3月期 決算概要**
2. 2022年3月期/2023年3月期 トピックス
3. 新中期経営計画進捗（2021年4月～2024年3月）
4. 2023年3月期 見通し
5. 参考資料

国内

- ・緊急事態宣言の解除後は段階的な経済活動の再開により景気回復の兆しが見られたが、オミクロン株の感染急拡大し、2022年1月～3月の消費活動が低迷した。
- ・ウクライナ情勢に端を発する地政学リスクの高まり、エネルギー価格や原材料価格及び金融政策の差異によって生み出される急激な円安等による原価の高騰が見られ、消費マインドが悪化した。

海外

- ・欧州諸国・東南アジア諸国・インド・オーストラリア等では、2021年秋口から順次コンタクトレンズの販売は回復の兆しを見せ始めている。
- ・中国においては年明けからのオミクロン株の感染急拡大により、「ゼロコロナ政策」の下の上海の都市封鎖等で物流機能は損なわれ、コンタクトレンズの小売り活動にも大きな支障が出てきている。

環境変化に適応した対応の強化

- 他県を跨る移動等が制限される中、WEB等を併用した営業活動を展開
- テレビCMやSNS、雑誌タイアップを通じた広告宣伝を行う等、消費者への直接の需要喚起を実施
- 遠近両用コンタクトレンズやオルソケラトロジーレンズ等の成長性のある高付加価値商品の拡販に注力

連結決算ハイライト

| 連結 [百万円] 百万円未満切捨て | 2020/3期 | 2021/3期 | 2022.5.6付 公表数値修正※ | 2022/3期 | 前期比較 | |
|-------------------------|---------|---------|----------------------|---------------|------|--------|
| | | | | | 増減率 | 増減額 |
| 売上高 | 31,792 | 28,617 | 28,800 | 28,835 | +217 | +0.8% |
| | | | | 29,580* | +962 | +3.4%* |
| 営業利益 | 1,733 | 1,195 | 1,150 | 1,177 | △18 | △1.6% |
| (営業利益率) | 5.5% | 4.2% | | 4.1% | - | △0.1% |
| 経常利益 | 1,691 | 1,211 | 1,130 | 1,138 | △73 | △6.0% |
| 親会社株主に帰属する 純利益 | 252 | 1,129 | 1,150 | 1,153 | +24 | +2.1% |

※「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等適用前とした場合の売上高です。営業利益、経常利益及び親会社株主に帰属する当期純利益への影響はありません。

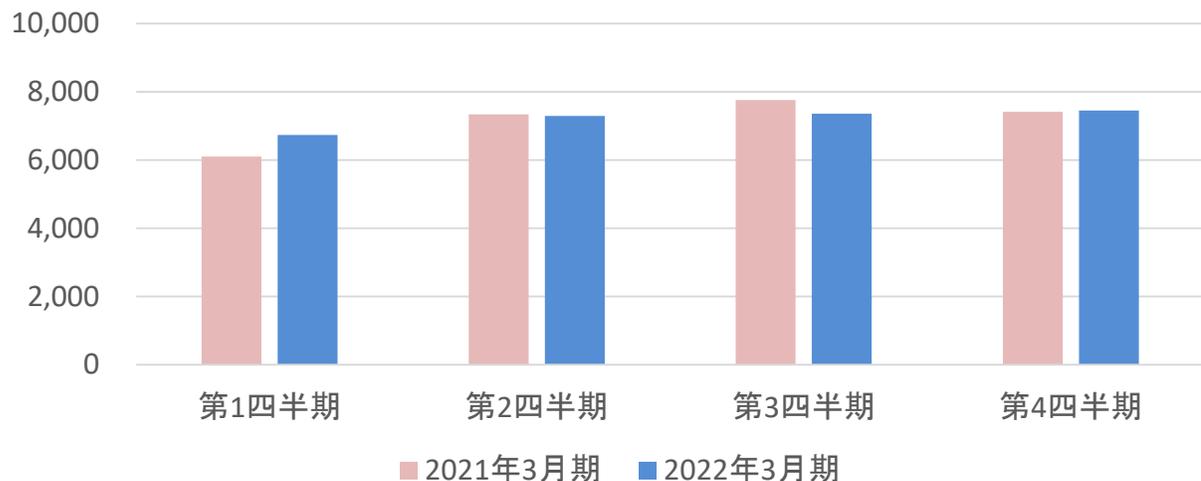
| | |
|----------------------------|---|
| 売上高 | <ul style="list-style-type: none"> ワンデーピュアの近視・遠視用、遠近両用コンタクトレンズをドライバーとし、国内外ともに増収 主に国内のコンタクトレンズ販売が前年対比で回復し、前年同期比0.8%増 |
| 営業利益 | <ul style="list-style-type: none"> 本社建て替えによる一過性の減価償却費、WEB広告などの広告費用・営業経費・人件費増加 |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | <ul style="list-style-type: none"> 2021年11月に子会社の事業譲渡に関連する特別利益を計上したこと等により、前年同期比2.1%増 |

前年よりコンタクトレンズ需要は順調に回復し、売上は前年同期比で増加

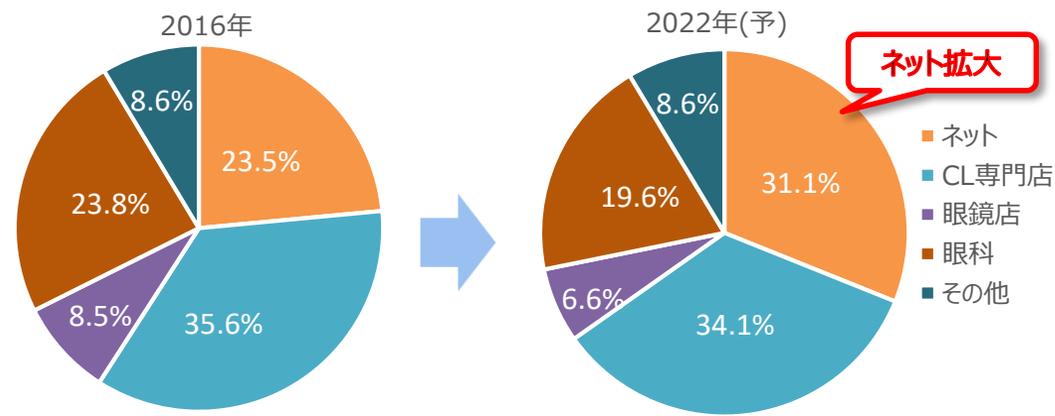
[百万円]

百万円未満切捨て

対前年同四半期連結売上



コンタクトレンズ市場販売チャネル



※当社推計:富士経済調査ベース

対前年同四半期 連結売上増減率

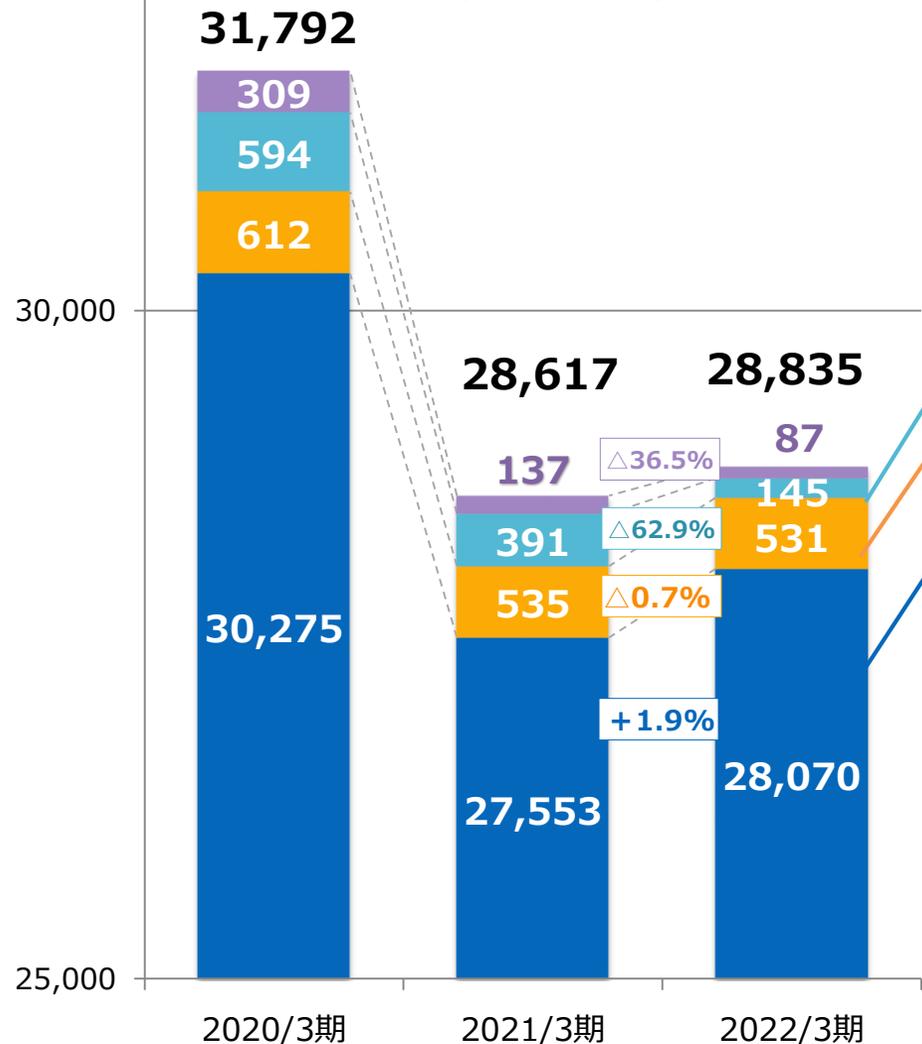
| | | |
|------------------------|---------------|---|
| 第1四半期 (2021年4~6月) | +10.4% | コンタクトレンズ需要は順調に回復基調。オルソケラトロジー事業は前年同期比 97.0%増 、オルソケラトロジー関連を中心にケア用品事業も前期を上回った結果、前期を+13.3%上回った |
| 第2四半期 (2021年7~9月) | △0.7% | ワクチン接種の促進等、感染拡大の抑制に向けた施策の効果により、消費者の購入活動については着実に回復の兆しを見せた |
| 第3四半期 (2021年10~12月) | △5.1% | 9月末に緊急事態宣言及びまん延防止等重点措置が解除され、経済活動が一時的に回復したが、年末よりオミクロン株の感染拡大、供給制約、資源高などによって不透明な状況が継続 |
| 第4四半期 (2022年1~3月) | +0.5% | オミクロン株の感染急拡大、ウクライナ侵攻によるエネルギー価格や原材料価格の高騰及び金融政策の差異によって生み出される急激な円安による消費マインドの悪化等により、不安定な状況が継続 |

事業別売上高

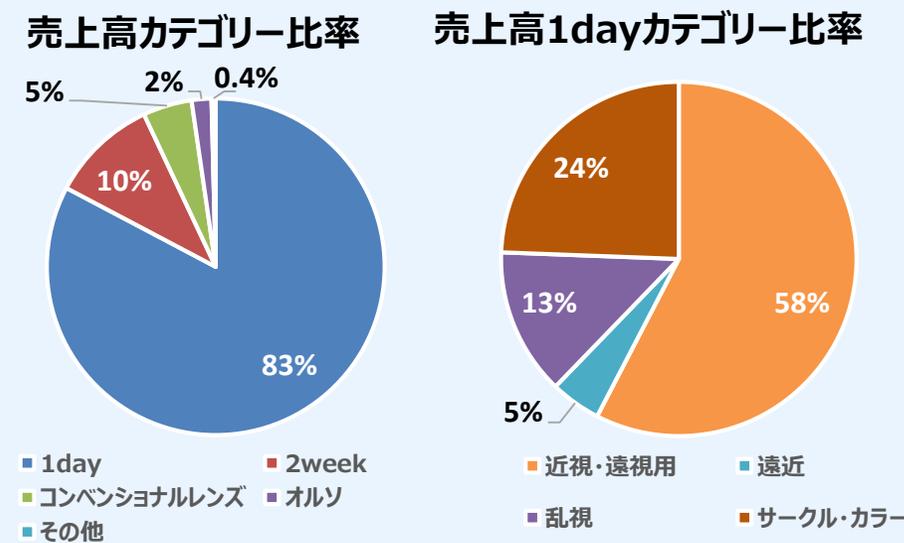
連結

[百万円]
百万円未満切捨て

■コンタクトレンズ ■ケア用品 ■眼鏡 ■その他
 ※コンタクトレンズ：光学器械含む ※眼鏡事業は2022年3月末撤退
 ※その他：眼内レンズなど



- ✓ 新型コロナウイルス感染症の影響により市場の低迷
- ✓ 一日使い捨てタイプへのシフトによるケア用品市場縮小
- ✓ コロナ禍におけるCL需要減退から回復の兆し



カテゴリ別対前期増減比率 (単体卸売ベース)

| | | | |
|-----------|--------|----------|-------|
| ワンデーピュア | 10.2%増 | 2ウィークピュア | 1.0%増 |
| ワンデーファイン | 8.1%減 | サークル・カラー | 8.0%増 |
| オルソセラトロジー | 29.6%増 | 遠近両用 | 9.9%増 |

※ワンデーファイン以外はシリーズ合計
 ※遠近両用は使い捨てとコンベンショナル合計 (東レ製品は除く)

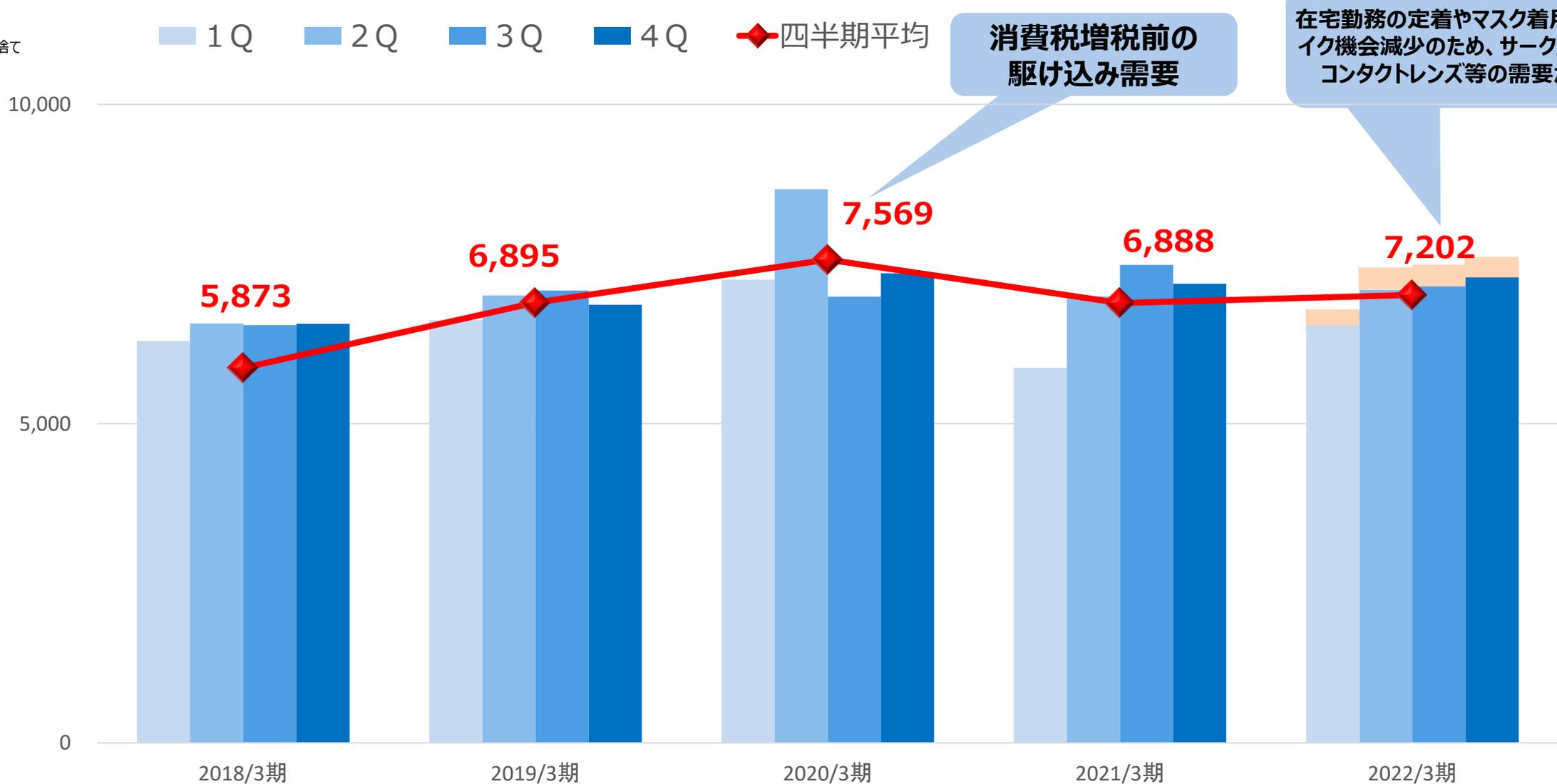
※2021年3月期以前については、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等適用前の数値

コンタクトレンズ事業売上高 四半期推移

連結 ※卸売りベース

※「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等適用前とした場合

[百万円]
百万円未満切捨て

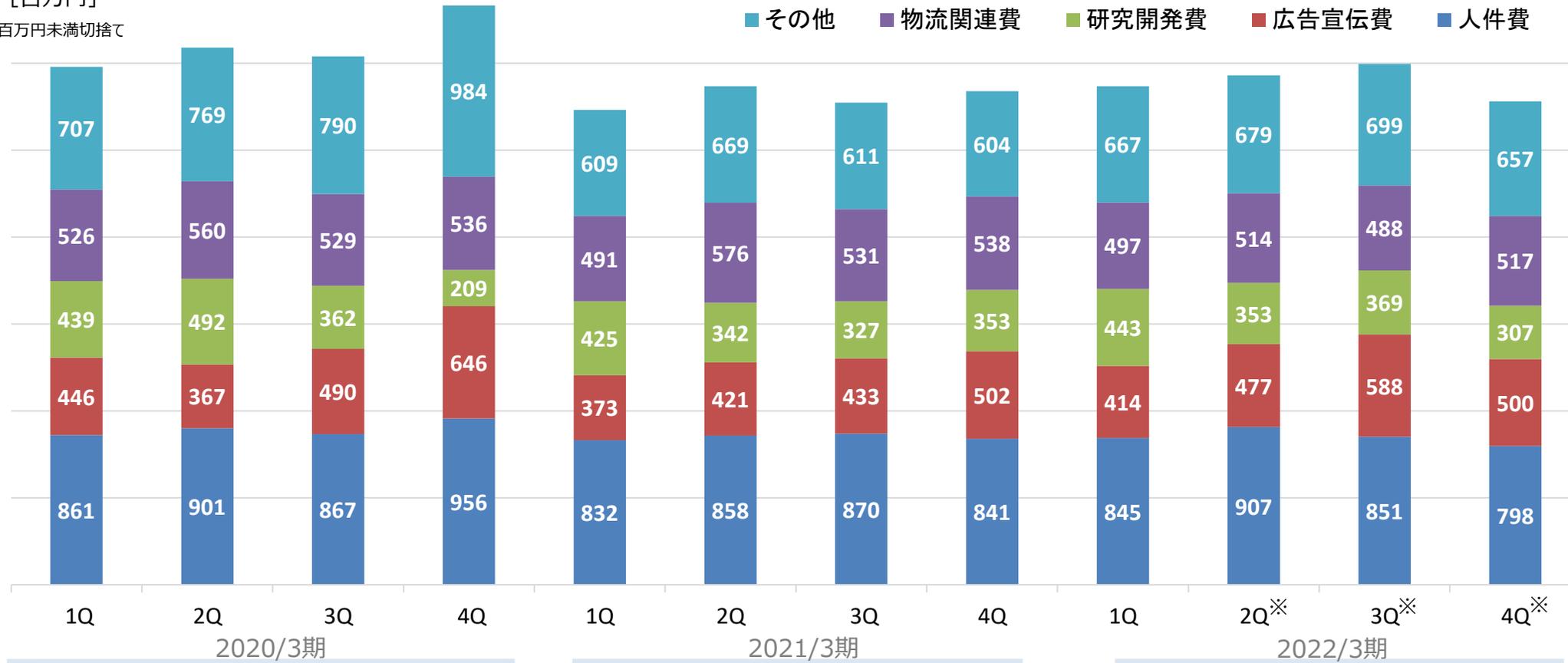


販管費の状況

連結

[百万円]

百万円未満切捨て



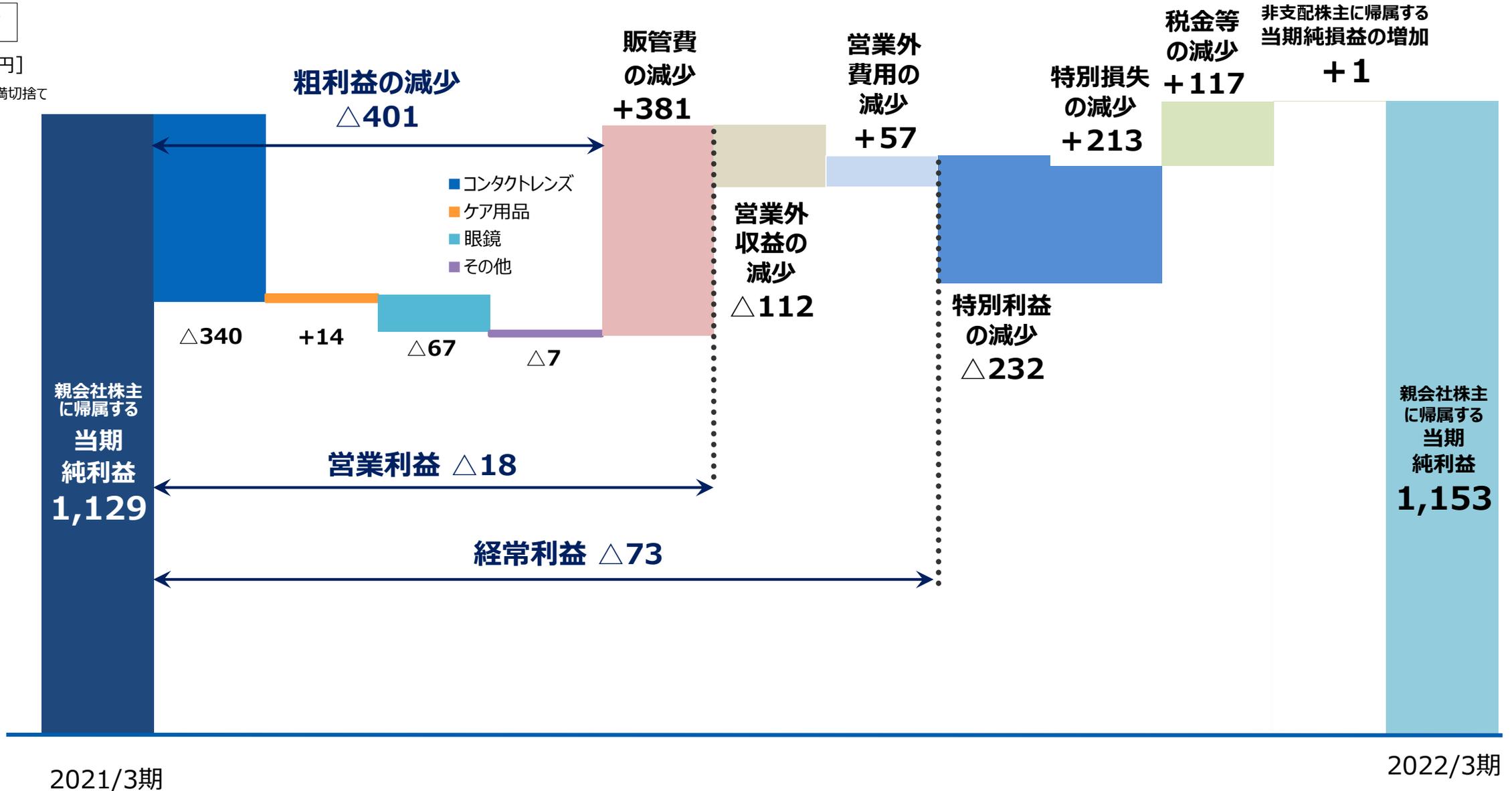
- 人件費 : 時間外手当の増加及び社員数増加に伴い、前年同期比累計では増加
- 広告宣伝費 : 売上高向上のための各種施策実施により前年同期比で増加
- その他 : 旅費交通費、新商品のトライアルレンズ費用、本社建て替え計画による減価償却費(1億4,000万)など
- 物流関連費 : 海外出荷数の減少に伴い、前年同期比では減少
- 研究開発費 : 新商品開発を計画通りに実施。委託研究費等繰り上げ

※「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等適用前とした場合

当期純利益：増減分析

連結

[百万円]
百万円未満切捨て



財務状況推移

連結

[百万円]
百万円未満切捨て

| | 2021/3期 | | 2022/3期 | | 前期比較 |
|----------------|---------------|--------------|---------------|--------------|-------------|
| | 金額 | 構成比 | 金額 | 構成比 | |
| 資産の部計 | 41,261 | 100.0 | 41,785 | 100.0 | +880 |
| 流動資産 | 17,106 | 41.5 | 17,328 | 41.5 | +222 |
| 内 現預金 | 3,955 | 9.6 | 3,877 | 9.3 | △77 |
| 商品及び製品 | 5,772 | 14.0 | 6,006 | | +234 |
| 貸倒引当金 | △103 | - | △100 | - | +3 |
| 固定資産 | 24,155 | 58.5 | 24,457 | 58.5 | +301 |
| 内 有形固定資産 | 20,588 | 49.9 | 20,395 | 48.8 | △192 |
| 無形固定資産 | 1,045 | 2.5 | 1,869 | 4.5 | +823 |
| 負債の部計 | 29,606 | 71.7 | 29,253 | 70.0 | △353 |
| 流動負債 | 16,904 | 41.0 | 16,406 | 39.3 | △498 |
| 内 短期借入金 | 12,048 | 29.2 | 11,503 | 27.5 | △545 |
| 短期リース債務 | 1,271 | 3.1 | 1,075 | 2.6 | △195 |
| 固定負債 | 12,702 | 30.8 | 12,847 | 30.8 | +145 |
| 内 長期借入金 | 7,159 | 17.4 | 6,736 | 16.1 | △423 |
| 長期リース債務 | 2,378 | 5.8 | 2,726 | 6.5 | +348 |
| 純資産の部計 | 11,654 | 28.2 | 12,532 | 32.0 | +877 |
| 負債・純資産計 | 41,261 | 100.0 | 41,785 | 100.0 | +523 |

新製品発売のため、
製品在庫の増加

ユニバーサルビューの
吸収合併により、のれんと無形
資産が増加

借入金の返済

連結

[百万円]
百万円未満切捨て

| | 2021/3期 | 2022/3期 | 前期比較 |
|--------------------------------|---------------|---------------|-------------|
| 営業活動によるC・F | 3,690 | 3,266 | △423 |
| 内 税金等調整前四半期純利益 | 1,539 | 1,447 | +91 |
| 減価償却費 | 2,721 | 2,763 | +41 |
| 棚卸資産の増減額 (△は増加) | 320 | △244 | △565 |
| 仕入債務の増減額 (△は減少) | △179 | △37 | △141 |
| 投資活動によるC・F | △1,663 | △881 | +781 |
| 内 連結の範囲の変更を伴う 子会社株式の取得による支出 | △4 | △410 | △406 |
| 有形固定資産取得 | △2,145 | △1,097 | +1,048 |
| 無形固定資産の取得 | △29 | △19 | +9 |
| 事業譲渡による収入 | 598 | 592 | △6 |
| 財務活動によるC・F | △1,726 | △2,423 | △696 |
| 内 短期借入金の純増減額 | △2,670 | △219 | +2,451 |
| 長期借入金の借入 | 5,653 | 1,042 | △4,611 |
| 長期借入金の返済 | △3,386 | △1,971 | +1,415 |
| リース債務の返済による支出 | △984 | △994 | △9 |
| 現金及び現金同等物 四半期末残高 | 3,955 | 3,877 | △77 |

新製品発売ための
在庫積み上げ

事業譲渡による収入

ユニバーサルビューの株式取得

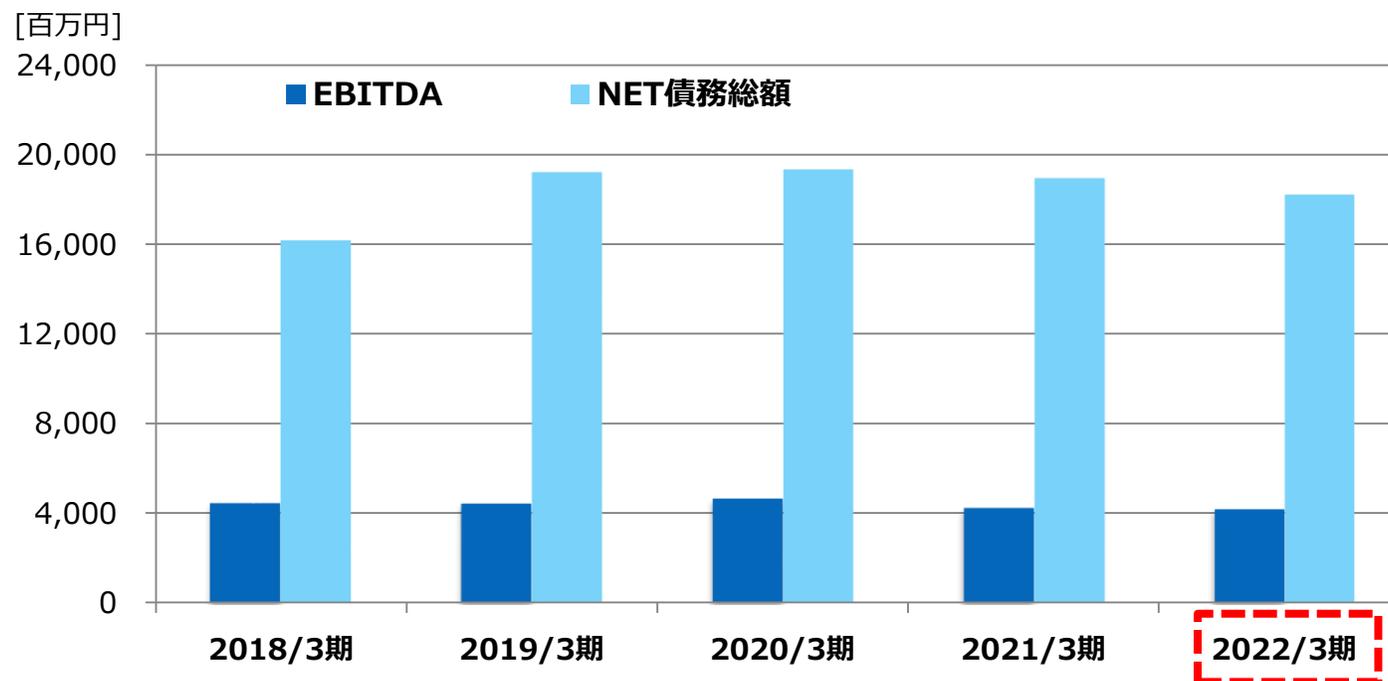
製造エリア拡大工事等により
有形固定資産の取得

・前期はコロナ対策融資
・ユニバーサルビューの株式取得

連結 [百万円] 百万円未満切捨て

| | 2018/3期 | 2019/3期 | 2020/3期 | 2021/3期 | 2022/3期 |
|---------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| EBITDA | 4,422 | 4,415 | 4,621 | 4,218 | 4,140 |
| EBITDAマージン EBITDA÷売上高 | 15.9% | 15.0% | 14.5% | 14.7% | 14.4% |

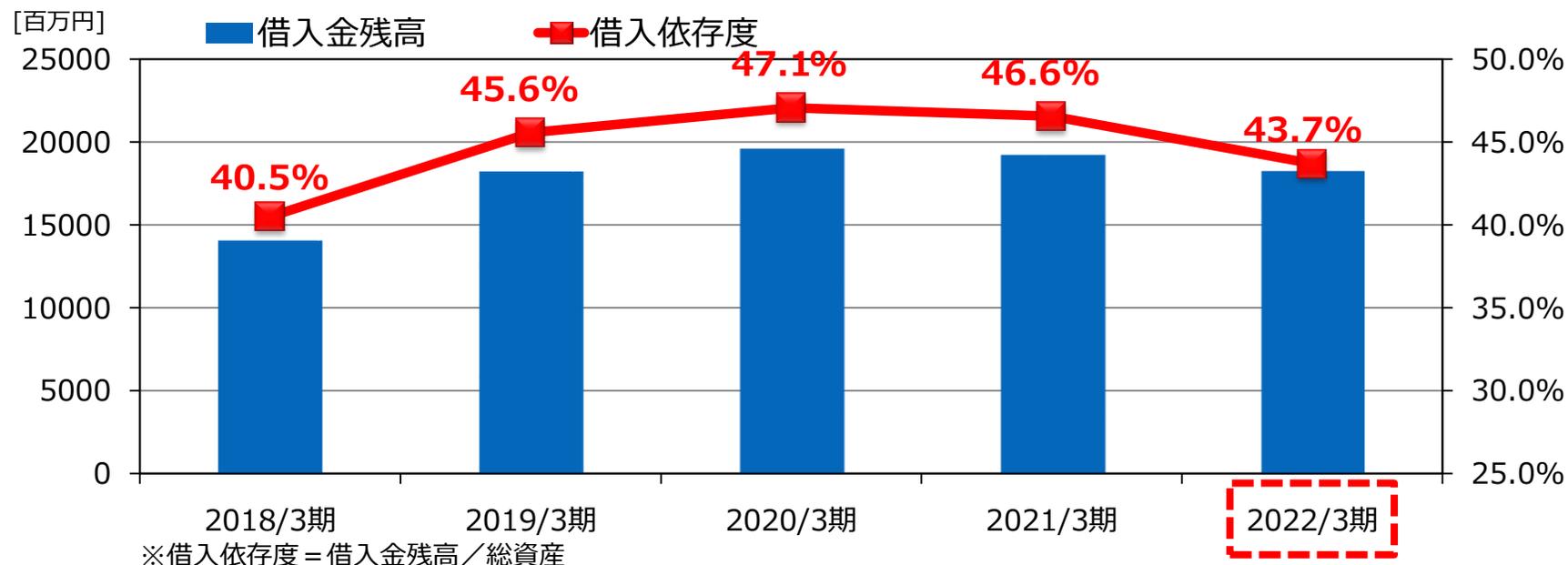
※2021年3月期以前については、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等適用前の数値



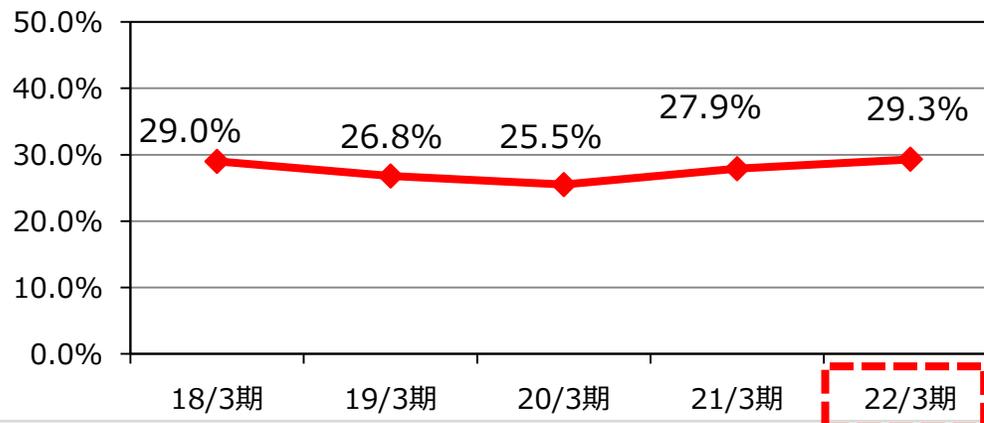
※EBITDA=経常利益+減価償却費+のれん償却+支払利息 ※NET債務総額=有利子負債+リース債務-現預金

連結

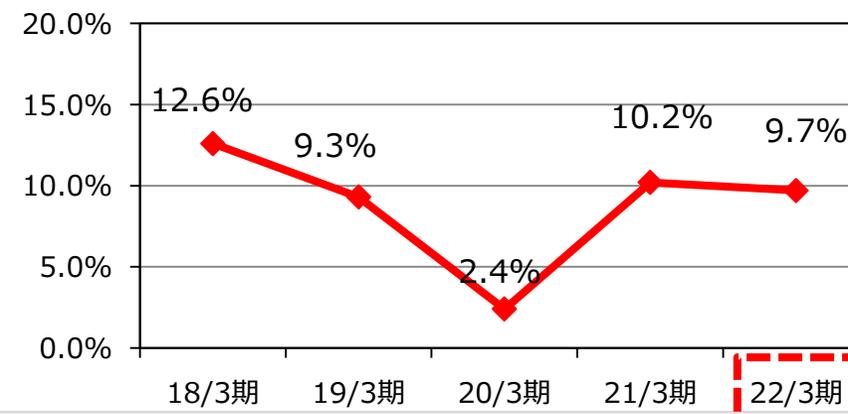
◆借入金の推移



◆自己資本比率

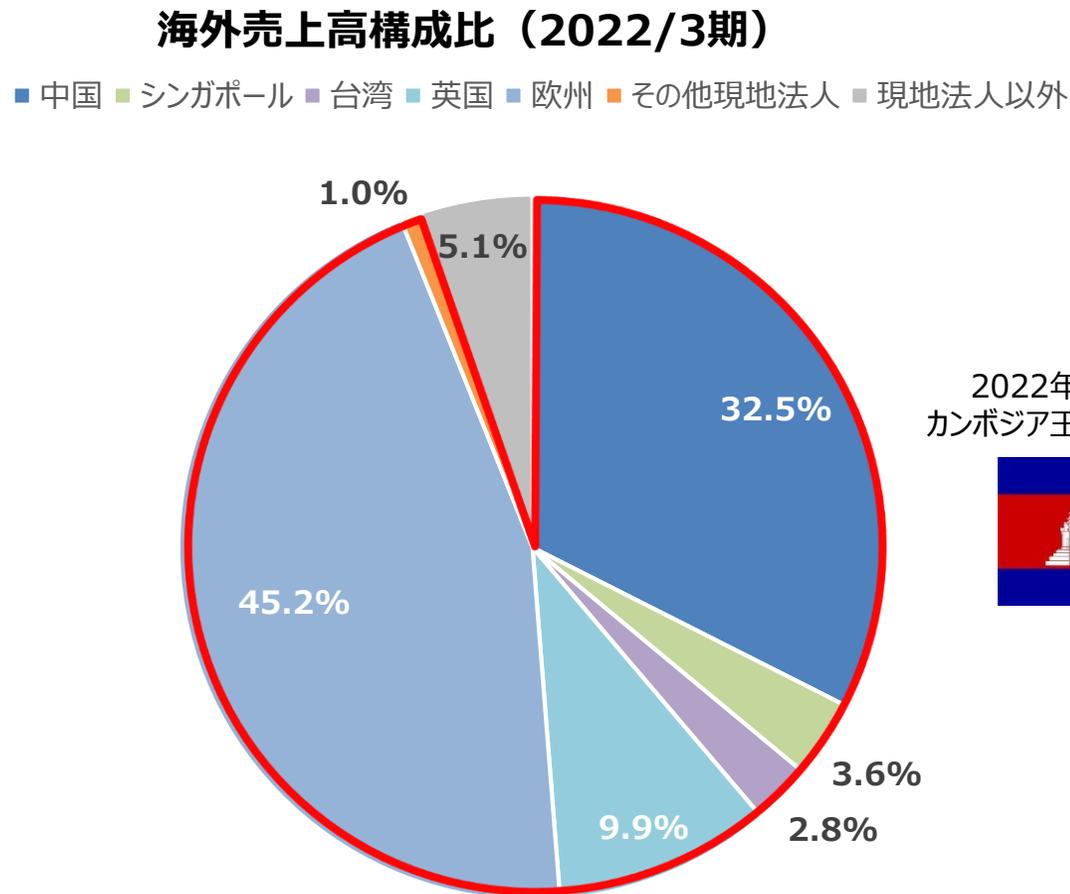
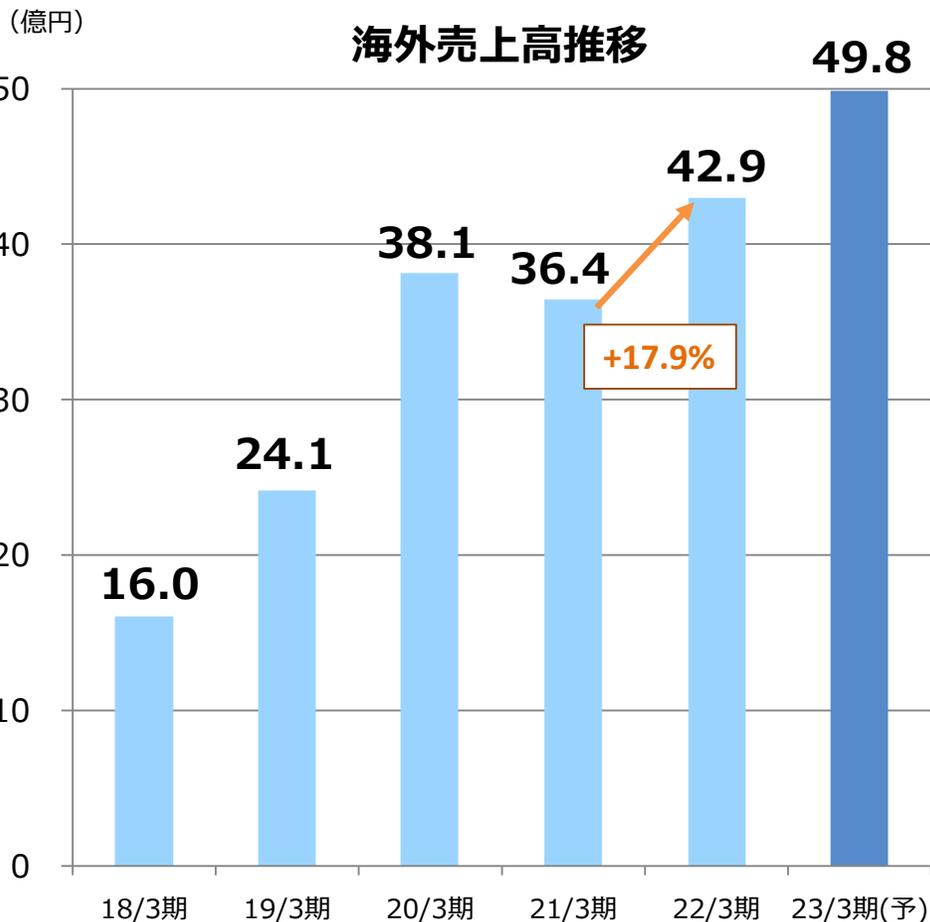


◆自己資本当期純利益率(ROE)



Made in Nippon/Japan Qualityを世界へ

アジア地域、ヨーロッパ地域を中心に **40以上の国と地域** に展開中
 既存取引国では、地域の特徴に即した展開を図りながら、未進出国へ積極的にアプローチを進めています



2022年3月22日より
カンボジア王国への出荷開始



※現地法人売上 + 当社から現地代理店への卸売合計

1. 2022年3月期 決算概要
- 2. 2022年3月期/2023年3月期 トピックス**
3. 新中期経営計画進捗（2021年4月～2024年3月）
4. 2023年3月期 見通し
5. 参考資料

2021年4月14日

SEED

現代人の「スマホ眼」に。

近くを見つづける瞳をサポートするレンズ

SEED 1dayPure

シート ワンデービューア ビューサポート View Support

SEED 1dayPure 32 lenses

VS ZONE

スマホで息抜き？

あなたは休めても瞳は休めていません。

販売名：シート1dayPure UP 承認番号：22100BZX00759000

スマートフォンやパソコン等、デジタルデバイス使用時の瞳のストレス軽減を目指した1日使い捨てコンタクトレンズ「シート1dayPure View Support (ビューサポート)」および1日使い捨てサークルコンタクトレンズ「シートEye coffret 1day UV M View Support」を発売

2021年7月7日

SEED

ふんわりフチで、瞳に透明感を。

New! ふんわりニュアンス くっきりアクセント

スマホ眼用乱視用も

Eye coffret 1day UV M

アイコフレ ワンデー UV M

販売名：シート Eye coffret 1day UV M 承認番号：23000BZX00077000

SEED

ふんわりフチで、瞳に透明感を。

New!

Eye coffret 1day UV M

Sheer make シアーメイク

Eye coffret 1day UV M

アイコフレ ワンデー UV M

販売名：シート Eye coffret 1day UV M 承認番号：23000BZX00077000

SEED

ふんわりフチで、瞳に透明感を。

New!

Eye coffret 1day UV M

Sweetie make スウィーティーメイク

Eye coffret 1day UV M

アイコフレ ワンデー UV M

販売名：シート Eye coffret 1day UV M 承認番号：23000BZX00077000

1日使い捨てサークルコンタクトレンズ「シート Eye coffret 1day UV M」の新色「Sheer make (シアーメイク)」「Sweetie make (スウィーティーメイク)」を発売

2022年3月31日 (株)ユニバーサルビューを吸収合併



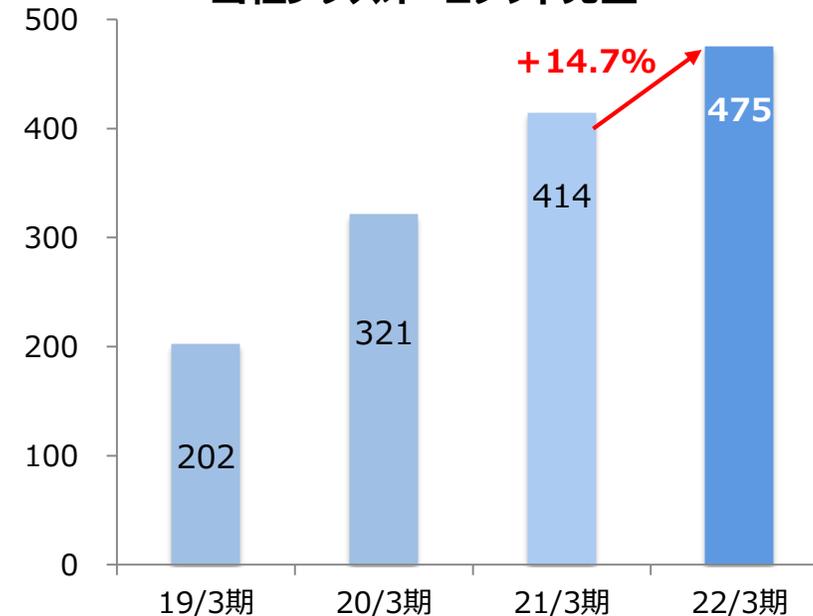
薬機法上の重複業務を効率化するとともに、製品開発に迅速に対応できる体制を構築することを目的として出資子会社である(株)ユニバーサルビューを2022年3月31日に吸収合併いたしました。

・2021年11月に「プレスオーコレクト」にも使用できる酸素透過性ハードコンタクトレンズ用タンパク洗浄液「correct clean (コレクトクリーン)」を発売し、販売促進活動を展開。



[百万円]
百万円未満切捨て

当社ブレスオーコレクト売上



オルソケラトロジーとは？

オルソケラトロジーとは、近視及び近視性乱視の方が寝る時にレンズを装用することで、角膜形状を変化させ、脱着後の裸眼視力を改善させる治療法。変化した角膜形状は一定時間維持され、その間の裸眼視力は改善される。

オルソケラトロジーレンズの国内外での販売

日本国内、東南アジアにてUV社製品を販売中

中国：中国の合併会社の製品を2024年中に別途販売予定

欧州：Wöhlk社製品を欧州にて別途販売中

2022年4月27日 新発売「ベルミー」

なりたいわたしを、えらべるミー♪

ベルミー
Belleme
by Eye coffret

販売名: SPワンデー H-UVC
※装用時の見え方には個人差があります。承認番号: 22900BZX00423000

2022年4月27日（水）に1日使い捨てブラウン系ニュアンスカラーを取り揃えたカラーコンタクトレンズ「ベルミー」を新発売いたしました。究極の“王道ブラウン”「Belle Brown」、じゅわんとフチの自然ブラウン「Tear Brown」、やわらかく可愛らしいブラウン×ピンクレンズ「Peach Brown」、色素薄い系のちゆるんな瞳を演出する「Hazel Ring」、ブラウン×オリーブの絶妙抜け感レンズ「Olive Brown」の全5色を展開いたします。

2022年7月より順次出荷開始予定「シード1day Silfa（ワンデーシルファ）」

1 日使い捨てシリコンハイドロゲル
ソフトコンタクトレンズ「シード1day Silfa（ワンデーシルファ）」

酸素透過率（Dk/L）：67

含水率：68%（高含水）



製品特長

- ◆ ドイツWöhlk社の開発素材とシード設計デザインのコラボレーションで誕生した国産製品。環境配慮にも特化したシード鴻巣研究所で製造。
- ◆ 酸素透過率に加え、装用感の快適性につながるレンズの柔らかさ含水率のバランスを考慮して開発。
- ◆ Pureの特長である、可変パラメトリクスデザイン/UVカット/1箱32枚入り/ワンタッチクローズ機構/クロスユニットケースを継承。

原油価格の高騰による原材料及び電力エネルギーの高騰、2021年の新型コロナウイルスの影響による全般的な感染予防コストの累積、物流コストの大幅な上昇、為替の影響等複合的な影響もあり、自助努力だけでは従来の製品価格を維持することが困難で、この要因も早期には改善することが難しいと推定されるため、

2022年4月1日（金）より順次一部製品価格改定実施

対象製品：

■ シード Pure シリーズ



シード1dayPure
うるおいプラス



シード1dayPure
View Support



シード1dayPure
EDOF



シード2weekPure
うるおいプラス

■ シード Fine UV plus シリーズ



シード1dayFine UV plus



シード2weekFine UV plus



シード1dayPure
うるおいプラス乱視用



シード1dayPure
マルチステージ



シード2weekPure
うるおいプラス乱視用



シード2weekPure
マルチステージ

■ シード Eye coffret 1day UV M シリーズ



シード Eye coffret 1day UV M



シード Eye coffret 1day UV M
View Support

プライム市場上場維持基準への適合状況の推移および計画期間

プライム市場の上場維持基準への適合状況は、「流通株式時価総額」については、基準を満たしておりません。下表のとおり、2024年3月期末までに上場維持基準を満たすために、引き続き各種取組みを進めてまいります。

| | | 株主数 | 流通株式数 | 流通株式時価総額 | 流通株式比率 | 1日平均売買代金 |
|------------------------|-----------------|---------|-----------|-----------|--------|-----------|
| 当社の適合状況 及び その推移 | 2021年6月30日時点 ※1 | 17,146人 | 104,318単位 | 81.4億円 | 41.6% | 0.45億円 |
| | 2021年12月31日時点 | — | — | — | — | 0.54億円 ※2 |
| | 2022年3月31日時点 | 25,285人 | 107,077単位 | 55.7億円 ※3 | 42.8% | 0.29億円 ※2 |
| プライム市場 上場維持基準 | | 800人以上 | 20,000単位 | 100億円 | 35% | 2,000万円 |
| 2022年3月31日時点適合状況（当社試算） | | 適合 | 適合 | 不適合 | 適合 | 適合 |
| 計画期間 | | | | 2024年3月末 | | |

※1 東証が2021年6月30日時点で把握している当社の株券等の分布状況をもとに算出を行ったものです。

※2 当社が2021年12月31日時点のものは2021年1月～12月、2022年3月31日時点のものは2022年1月～3月の当社の株券等の分布状況をもとに試算を行ったものです。

※3 当社が2022年1月～3月の当社の株券等の分布状況をもとに試算を行ったものです。

1. 2022年3月期 決算概要
2. 2022年3月期/2023年3月期 トピックス
- 3. 新中期経営計画進捗（2021年4月～2024年3月）**
4. 2023年3月期 見通し
5. 参考資料

2021年11月12日開示 3ヶ年中期経営計画

～「見える」に新たな価値を～

最先端の技術を活用し、高機能・高付加価値の
コンタクトレンズを開発し、市場に新しい価値を提供していく

（中期計画の位置付け）

効率的な生産の実現と更なる品質の向上
非価格競争力のある商品の開発
連結売上高400億円への足場を固める

（シードの主要施策）

“『Made in Nippon』と『Japan Quality』のプライドを通じて
安全で高品質な製品とサービスを提供することを追求”

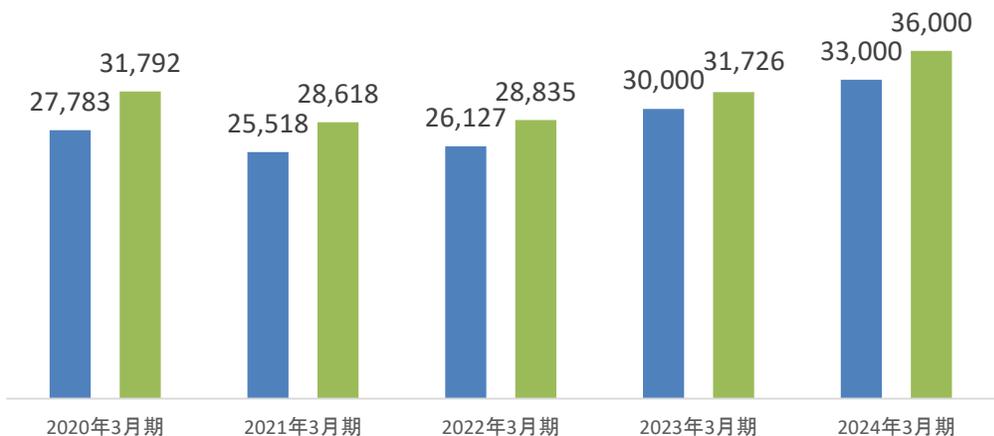
日本国内での安定した成長と同時に、積極果敢な世界展開を実現
積極的に研究開発費用を投下し、計画的かつ確実な研究成果（商品開発）を実現
省人化・自動化などの技術力の向上により、規模の拡大と多品種少量生産を実現
検査用・治療用・医療用等の新たな付加価値をコンタクトレンズで実現
ダイバシティーとインクルージョンの推進及びカーボンニュートラルへの取り組みを実施

新中期経営計画（2021年4月～2024年3月）

[百万円]
百万円未満切捨て

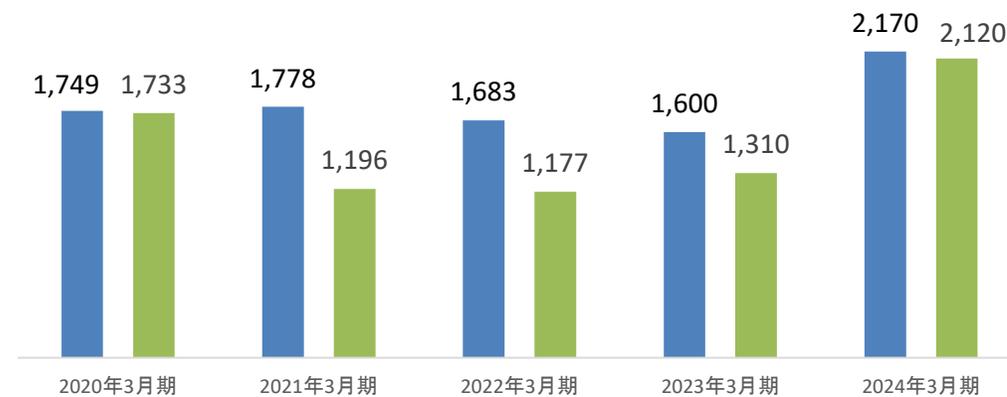
売上高

■ 単体 ■ 連結



営業利益

■ 単体 ■ 連結



連結

[百万円]
百万円未満切捨て

| | 2022年3月期(計画) | 2022年3月期 (実績) |
|---------------|--------------|---------------|
| 売上高 | 29,535 | 28,835 |
| 営業利益 | 1,261 | 1,177 |
| EBITDA | 4,328 | 4,140 |
| ROE | 5.3% | 9.7% |

I 市場競争力の強化・収益力の強化

マーケットとのコミュニケーション強化

SNSの活用でマーケットとの接点を増やし、更なるコミュニケーション強化を目指す。

※登録者数は5/12時点



「シード公式チャンネル」登録者数534人

- ・TVCM
- ・製品説明動画
- ・決算説明会、株主総会、IRイベント
- ・IR動画
- ・CSR活動（理科実験教室）



「株式会社シード広報担当（公式）」フォロワー3.8万人

- ・CSR活動の報告
- ・イベントの告知
- ・会社や社員の様子



「アイコフレ ワンデー UV M」フォロワー1万人「belleme.official」フォロワー2,274人

- ・モデルによる商品レビュー
- ・メイク方法
- ・コンタクトレンズに関するQ&A



「シード広報」フォロワー42人

- ・会社の裏側
- ・コンタクトレンズライフを豊かにする情報等

NEW

R&D活動への投資

- ・スマートCLプラットフォームの事業開発
- ・鴻巣研究所にて多品種少量の生産ラインを追加
- ・DDSコンタクトレンズの治験完了と、承認取得に向けた取り組みの推進
 - ※DDSコンタクトレンズ：コンタクトレンズの素材に、薬剤を染み込ませ長い時間をかけ薬剤を徐放させる機能を備えた技術
- ・Personalization ～お客様 一人ひとりに合わせた製品の開発

乱視軸を追加（欧州）

欧州において、市場拡大のため乱視用CLの軸を追加。

OEM商材の追加による操業度の担保

主要量販店／ネット企業へOEM商材導入

II 信頼されるものづくり

① 鴻巣研究所の生産力・品質の強化

- ・生産枚数の増加及び製造原価低減による利益率向上
- ・作業の属人化を解消し、システム化への移行を推進
- ・品質管理能力の向上
- ・廃棄ロス（資材・在庫）の削減



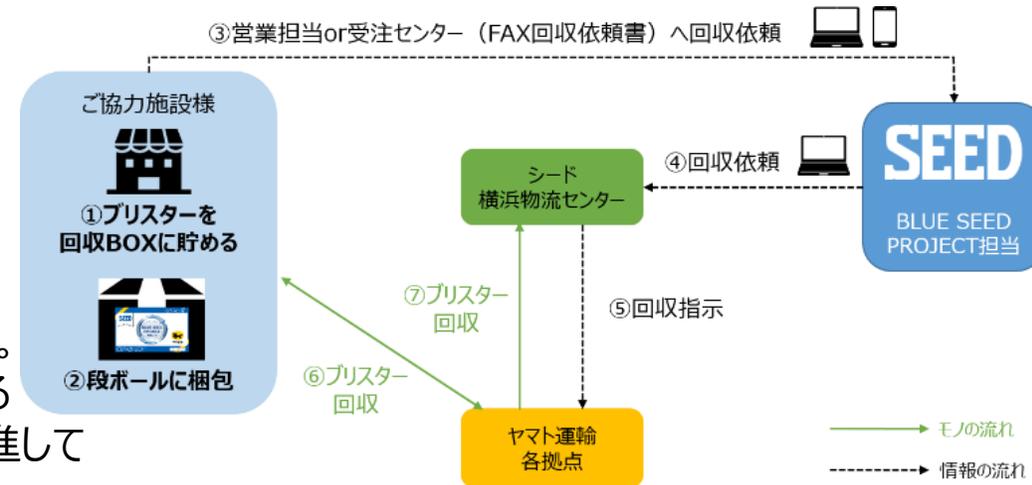
② 品質最優先（Japan Quality）お客様が安心して使える商品を提供

- ・現状の品質に満足せず、常に品質水準の向上を目指す
- ・各国の法規制等に遵守した、適切なシステムの運営と人材の育成
- ・お客様からの問い合わせへの、初動対応の適正化と回答の迅速化

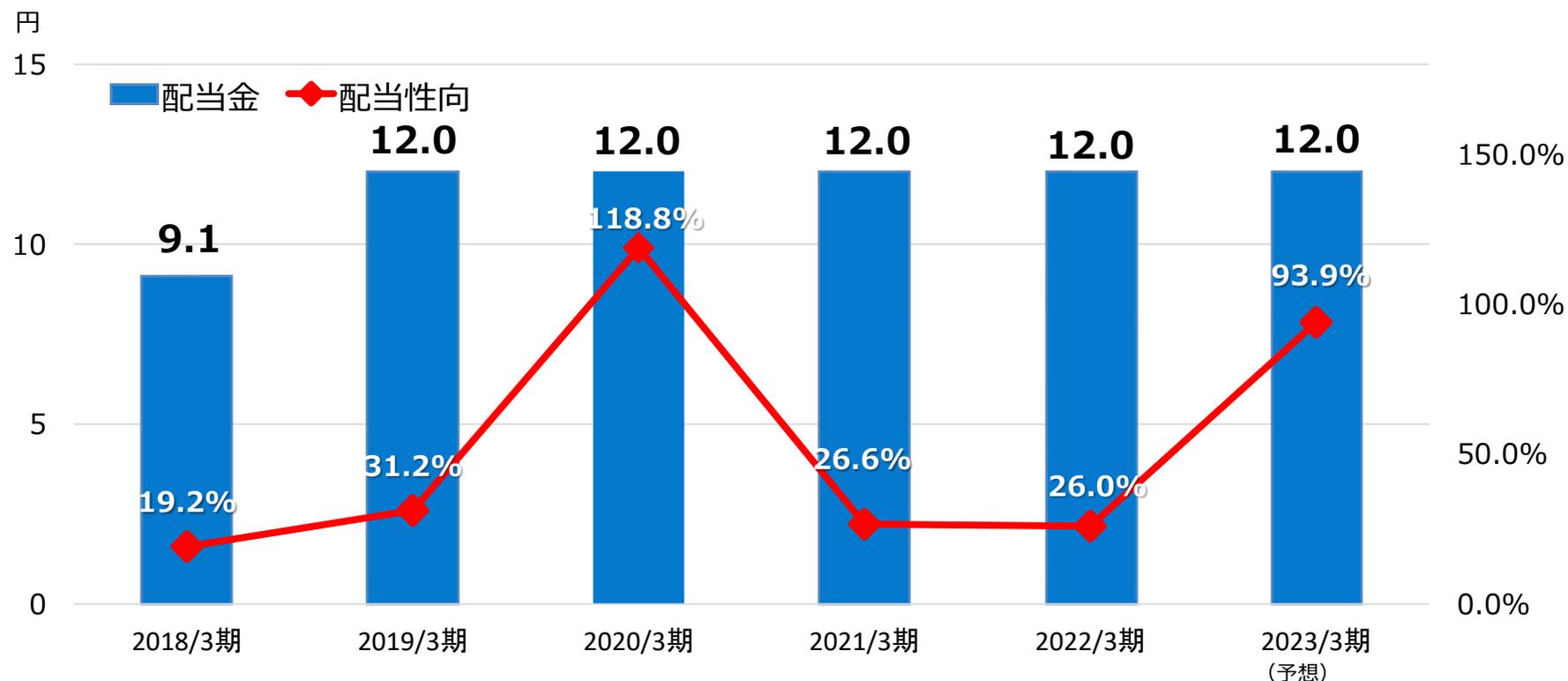
III SDGsの推進

「BLUE SEED PROJECT」～海に愛(Eye)を～

協力施設で回収したプリスターは各施設で一定量貯めてシード鴻巣研究所へ直接配送していましたが、新回収スキームとして、「各施設への当社からのコンタクトレンズの配送とプリスター回収をヤマト運輸が一括で担う」ことで、業務の効率化を行い、環境への負担を軽減します。また、協力施設が回収したプリスターをシード鴻巣研究所へ配送する負担を軽減することで、更なる協力施設の拡大を見込んでおり、サーキュラーエコノミーへの移行を推進してまいります。



株主の皆様へ安定的かつ適切な配当継続を実施



※当社は、2018年7月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を行っております。

主に国内のコンタクトレンズ販売が
前年対比で回復したことにより増収増益

1株あたり年間配当金額
1株につき **12円**

1. 2022年3月期 決算概要
2. 2022年3月期/2023年3月期 トピックス
3. 新中期経営計画進捗（2021年4月～2024年3月）
- 4. 2023年3月期 見通し**
5. 参考資料

連結

[百万円] 百万円未満切捨て

| | 2022年3月期 | 2023年3月期見通し | <参考> 前期比較 [※] | |
|---------------------|----------|---------------|------------------------|--------|
| | | | 増減額 | 増減率 |
| 売上高 | 28,835 | 31,000 | +2,165 | +7.5% |
| 営業利益 | 1,177 | 820 | △357 | △30.3% |
| (営業利益率) | 4.1% | 2.6% | △1.5% | |
| 経常利益 | 1,138 | 700 | △438 | △38.5% |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 1,153 | 320 | △833 | △72.3% |

- 売上高 : 主力の「ワンデーピュアシリーズ」を中心として、品質力の高さやきめ細やかな製品ラインナップのアピールに努める。当社初となる自社オリジナルのシリコンハイドロゲル素材ワンデーコンタクトレンズ「シード1day Silfa (シルファ)」や、遠近両用コンタクトレンズ及びオルソケラトロジー等の高付加価値商品の拡販に注力。
- 営業利益 : 新型コロナウイルスによる感染の再拡大リスクや消費者の生活防衛意識の高まりによる価格競争の一層の激化、ロシアのウクライナ侵攻等を受け、原油を中心とした一次産品価格上昇の動向や、エネルギー価格の高止まり、円安の進行によるコストアップが影響。
破棄・工程内のムダ削減による粗利率の向上。競争力維持のための投資は実施。

1. 2022年3月期 決算概要
2. 2022年3月期/2023年3月期 トピックス
3. 新中期経営計画進捗（2021年4月～2024年3月）
4. 2023年3月期 見通し
5. **参考資料**

■ 本社：東京都千代田区神田錦町 2-11 三洋安田ビル

■ 設立：1957年10月9日(昭和32年)

■ 上場：1989年12月(平成元年12月) 東京証券取引所プライム市場 証券コード：7743

■ 資本金：1,841百万円

■ 従業員：985名(連結) ※2022年3月末現在

■ 営業所：8 (札幌・東京・名古屋・大阪・福岡 他)、その他駐在12 (盛岡・静岡 他) ※2022年3月末現在

■ 工場・研究所：シード鴻巣研究所(埼玉県鴻巣市)

■ 沿革 1957年10月 会社設立 商号「(株)東京コンタクトレンズ研究所」

1985年11月 ブランド名をマイコンから「シード(SEED)」に変更

1987年2月 商号変更「(株)シード」

2007年7月 鴻巣研究所を竣工

2011年1月 鴻巣研究所 ISO13485取得、CEマーキング指令適合

2014年3月 東京証券取引所市場第二部に市場変更

2014年8月 鴻巣研究所2号棟竣工

2016年6月 研究棟竣工

2017年3月 東京証券取引所市場第一部に指定

2017年9月 鴻巣研究所3号棟竣工

2017年10月 おかげさまで創立60周年

2018年4月 保育・児童施設 ふくろうの森 開園

2020年11月 鴻巣研究所 製品・資材倉庫棟 新設



鴻巣研究所



「東京コンタクトレンズ研究所」
当時の社屋



保育・児童施設 ふくろうの森

参考資料：取扱商品（コンタクトレンズ）

1day・2weekからハードコンタクトレンズまで、幅広い商品展開で細分化するニーズにきめ細かく対応しています。

■純国産Pureシリーズ



シード1dayPure
うるおいプラス



シード1dayPure
View Support

遠近両用



シード1dayPure
EDOF



シード2weekPure
うるおいプラス

■Fineシリーズ



シード1dayFine UV plus



シード2weekFine UV plus



乱視用



シード1dayPure
うるおいプラス乱視用

遠近両用



シード1dayPure
マルチステージ

乱視用



シード2weekPure
うるおいプラス乱視用

遠近両用



シード2weekPure
マルチステージ

■従来型コンタクトレンズ

ハードコンタクトレンズ
全7種8品

ソフトコンタクトレンズ
全3種

■オルソケラトロジーレンズ

プレスオーコレクト

■特殊レンズ

シード 虹彩付ソフト
シード Bi-Expert
ユーソフト

■サークルレンズ



シード Eye coffret 1day UV M

シード Eye coffret 1day UV M
View Support TORIC



ヒロインメイク
1day UV M

■カラーレンズ

NEW



ベルミー

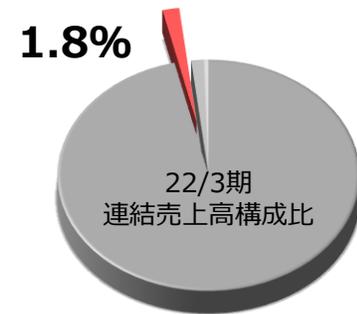
乱視用



ジルスチュアート 1day UV

コンタクトレンズケア用品事業

コンタクトレンズを快適にお使いいただくためのケア用品を各種提供しています。



コレクトクリーン
オルソケラトロジーレンズ（プレスオーコレクト）他・
酸素透過性ハードコンタクトレンズ用 タンパク洗浄液



フォレストリーフ
ソフトコンタクトレンズ用
洗浄・保存・すすぎ液



ピュアティモイスト
酸素透過性ハードコンタクトレンズ用
酵素洗浄保存液



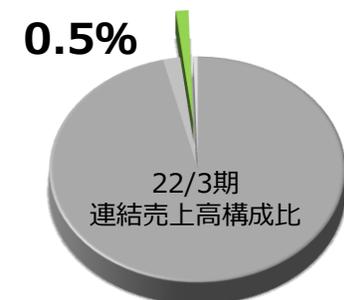
ジェルクリンW
酸素透過性ハード・
ソフトコンタクトレンズ用洗浄液

眼鏡事業

イメージキャラクターを採用したオリジナルブランドのメガネフレームなどを展開していましたが、

2022年3月末日をもちまして同事業から撤退し、業務を終了いたしました。

連結子会社である株式会社シードアイサービスの一部店舗における眼鏡の小売り事業は継続しております。



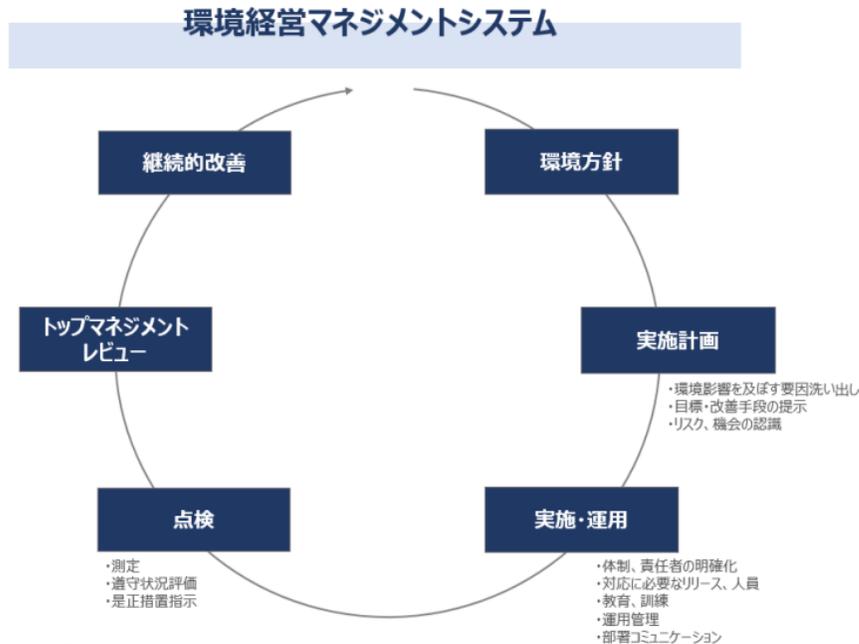
プラスミックス
松岡広大さんイメージキャラクター



ビビッドムーン
北川景子さんイメージキャラクター



環境方針策定および 環境マネジメントシステム構築



【環境方針】

1. 循環型社会構築への対応
2. グリーン購入への対応
3. 水資源の保全、有効活用
4. 地球温暖化防止への取り組み

SDGsの推進～DBJ環境格付取得



株式会社日本政策投資銀行から「環境への配慮に対する取り組みが十分」と評価され、格付を取得し、「DBJ環境格付」に基づく融資を受けました。

「DBJ環境格付」融資は、DBJが開発したスクリーニングシステム（格付システム）により、企業の環境経営度を評点化し、優れた企業を選定するという世界で初めての融資メニューです。

当社は、今後も環境保全への取り組みを積極的に行い、サステナブルな社会やカーボンニュートラルの実現に貢献してまいります。

本社老朽化による建替えのため、本社オフィスを仮移転する運びとなり、4月4日に移転が完了いたしました。
新社屋は**省エネルギー設備を導入した環境配慮型**の建築を検討しています。



シード旧社屋

オフィス専有面積
旧社屋の約1.8倍



シード新社屋外観（予定）

新社屋完成予定
2024年上期

※2022年5月現在
*：連結子会社

国内子会社

*株式会社シードアイサービス

横浜近視予防研究所株式会社

海外子会社

*上海実瞳光学科技有限公司 (中華人民共和国)

上海実瞳商務咨询有限公司 (中華人民共和国)

*台湾實瞳股份有限公司 (台湾)

*SEED CONTACTLENS ASIA PTE.LTD.
(シンガポール共和国)

SEED CONTACT LENS (M)SDN.BHD
(マレーシア)

SEED CONTACT LENS VIET NAM CO, LTD.
(ベトナム)

SEED CONTACT LENS (ANZ) PTY LTD.
(オーストラリア)

*SEED Contact Lens Europe GmbH
(ドイツ)

*Wöhlk Contactlinsen GmbH
(ドイツ)

*Wöhlk-Contact-Linsen Vertriebs GmbH
(オーストリア)

*Sensimed SA
(スイス)

*Contact Lens Precision Laboratories Ltd.
(イギリス)

*Ultravision international Ltd.
(イギリス)

SEED

「見える」をサポートします

本資料に関するお問い合わせ

株式会社シード 経営企画部

TEL 03-3813-1650

またはホームページお問い合わせフォーム

<https://www.seed.co.jp/contact/>

当資料の見込みに関しては、現時点において入手可能な情報及び当社の計画・戦略に基づいて作成したものであり、実際の業績は、今後の経済情勢・業界動向等、様々な要因により異なる結果となる可能性があることをご承知おき下さい。

本資料の見通しや目標数値等に全面的に依存しての投資判断により生じ得るいかなる損失に関しても、当社は責任を負いません。