

2024年1月12日

各 位

会社名 株式会社シード
代表者 代表取締役社長 浦 壁 昌 広
(コード番号 7743・東証プライム市場)
問い合わせ先 取締役管理本部長 杉山 哲也
TEL 03-3813-1111 (大代表)

新中期経営計画の策定に関するお知らせ

当社は、2024年4月を起点とした新中期経営計画を策定いたしましたので、その概要をお知らせいたします。詳細につきましては、別紙をご参照ください。

記

1. 対象期間

2024年4月から2027年3月までの3ヶ年

2. 新中期経営計画の位置付け

- 連結売上高500億円達成し、世界のコンタクトレンズ市場でプレゼンスを発揮するための生産基盤の確保（売上・業容拡大の足枷となっている商品供給力の不足を補うため、積極的な設備投資を行い、世界に伍する生産能力の整備を行う）
- 省人化生産を実現し、競争力を維持できる生産体制の構築
- 更なる品質の向上をすすめ、安心安全を追求
- コーポレートブランドの再構築による企業価値の向上
- 環境経営の推進
- 人的資源の強化を通じた事業基盤の整備

3. 財務目標（連結ベース）

(単位: 百万円)

	2023年3月期 実績 (①)	2024年3月期 予想 (②)	2027年3月期 計画 (③)	増減 (③-②)
売上高	30,593	33,000	41,000	+8,000 (+24.2%)
営業利益	629	1,750	2,800	+1,050 (+60.0%)
営業利益率	2.1%	5.3%	6.8%	+1.5%

以 上

中期経営計画

2024年4月～2027年3月



株式会社 シード



証券コード
7743

1. シードの使命・経営理念
2. 中期経営計画の位置付け・主要施策
3. 国内コンタクトレンズ売上高と当社シェア（金額ベース）
4. 財務目標
5. 企業目標達成にむけた成長戦略

1. シードの使命・経営理念

1. シードの使命・経営理念

使命

『眼』の専門総合メーカーとして、お客様の『見える』をサポートする

SEED

「見える」をサポートします

経営理念

- ・ 専門特化した研究開発力を基盤に安全かつ高品質な製品を提供し、多くの人々の健康と幸せに貢献する
- ・ スピードを重視した経営により、環境変化に先駆けて対応するとともに、お客様のニーズに的確に応える
- ・ 社員ひとり一人が自発性と創意工夫を発揮できる場を作り、社員の努力に対してしっかりと報いる
- ・ 良き企業市民として、法令を遵守し、環境・社会・地域との調和をはかり、その発展に貢献する

2.中期経営計画の位置付け・主要施策

2. 中期経営計画の位置付け・主要施策

【中期経営計画の位置付け】

- 連結売上高500億円を達成し、世界のコンタクトレンズ市場でプレゼンスを発揮するための生産基盤の確保
(売上・業容拡大の足枷となっている商品供給力の不足を補うため、積極的な設備投資を行い、世界に伍する生産能力の整備を行う)
- 省人化生産を実現し、競争力を維持できる生産体制の構築
- 更なる品質の向上をすすめ、安心安全を追求
- コーポレートブランドの再構築による企業価値の向上
- 環境経営の推進
- 人的資源の強化を通じた事業基盤の整備

2. 中期経営計画の位置付け・主要施策

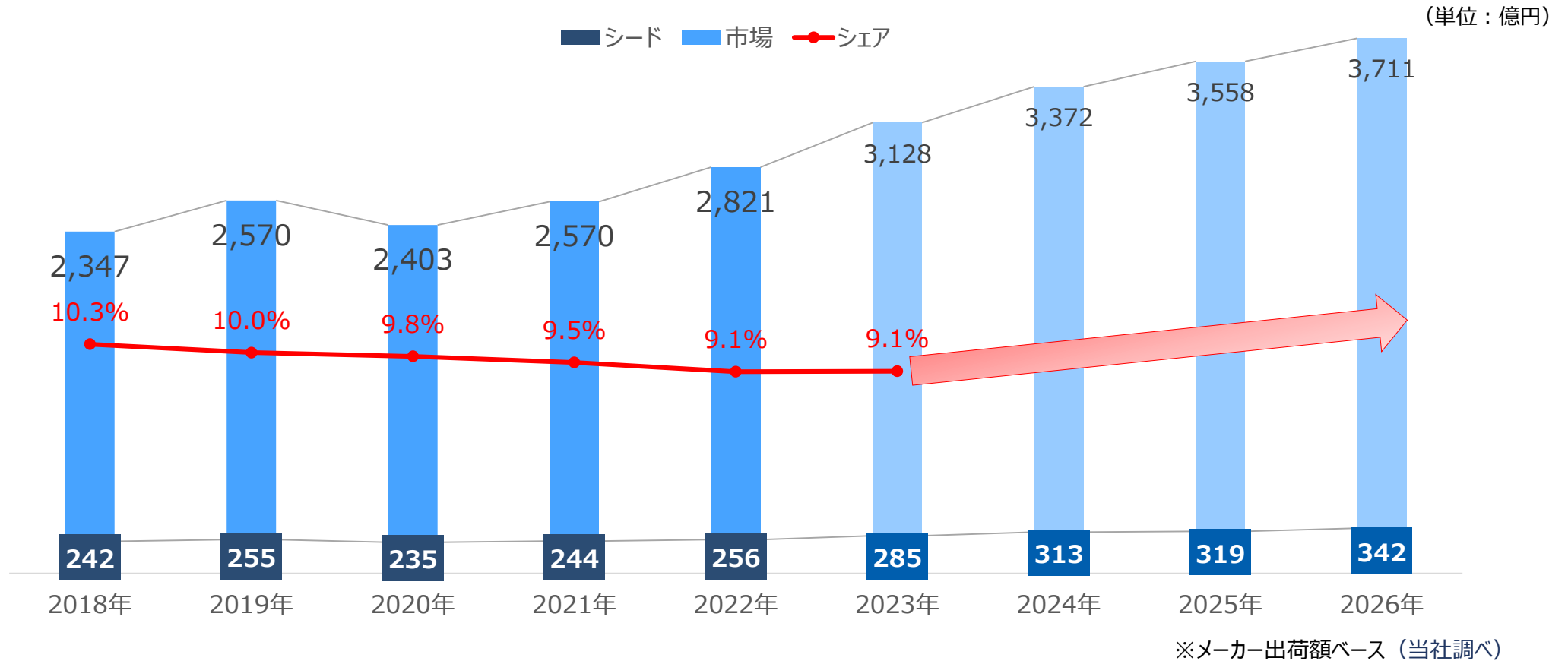
【シードの主要施策】

**“『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”**

- I. 生産力の抜本的引き上げによる収益力の強化
- II. 国内外のマーケットに対応するサービスの強化と提供
- III. 市場のニーズに合わせたモノづくり
- IV. 内部基盤の強化・人材確保と育成
- V. SDGsの推進
- VI. 安定した株主還元

3.国内コンタクトレンズ売上高と当社シェア（金額ベース）

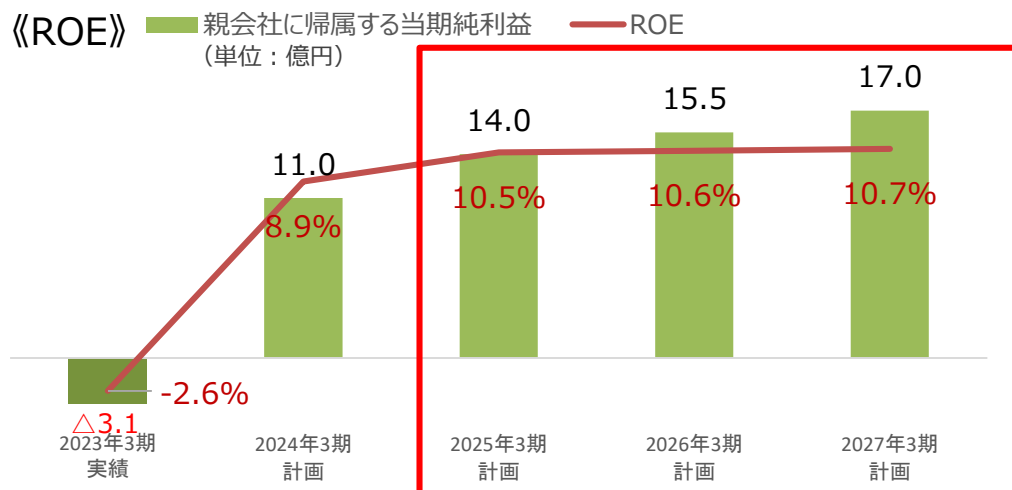
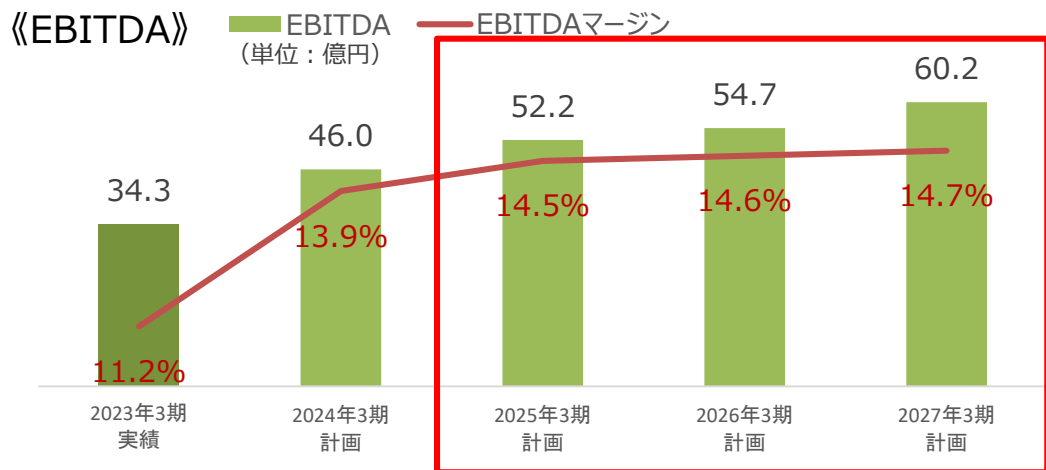
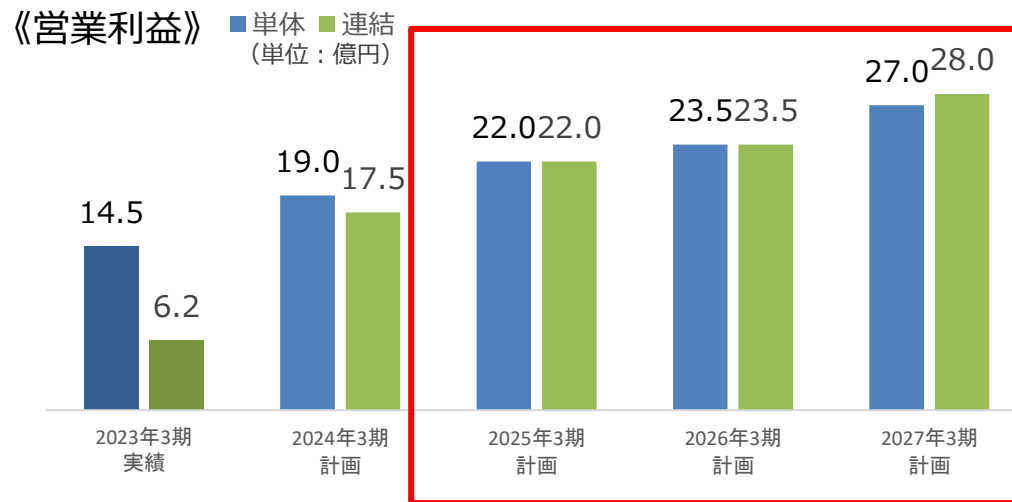
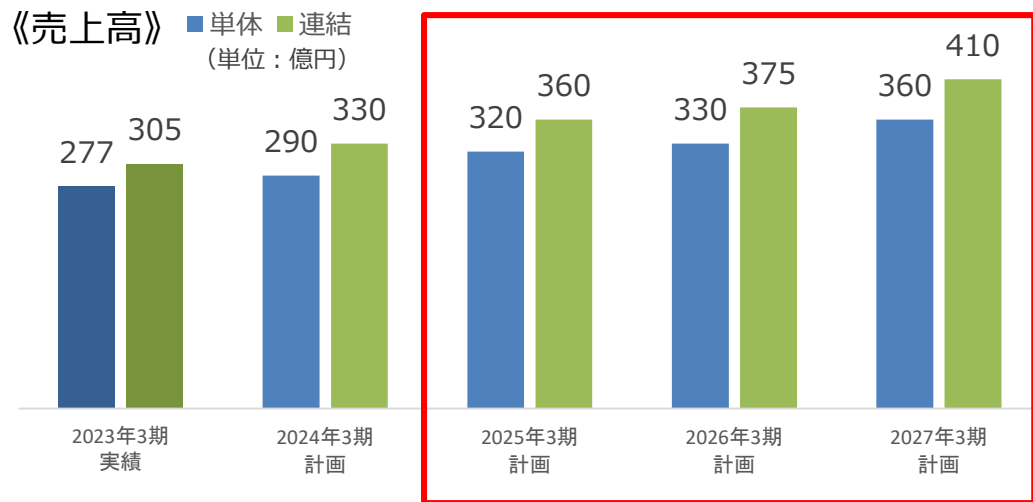
3. 国内コンタクトレンズ売上高と当社シェア（金額ベース）



- 国内のコンタクトレンズ市場はコロナ禍から完全に回復し、再度成長を続ける見通し
- 当社は生産力の増強を背景に、既存商品の拡販と新規商材の市場への投入を順次行い、シェアを拡大する計画

4.財務目標

4. 財務目標



- 2027年3月期は連結売上高 410億円とし、連結売上高 500億円を達成するための足場固めを行う
- 利益構造の改善を継続し、営業利益ベースでの増益を継続する
- キャッシュ創出力を強化し、EBITDA 60億円を目指す
- 利益効率を高め、ROE 10.7% (2027年3月期) を目指す

5.企業目標達成にむけた成長戦略

5. 企業目標達成にむけた成長戦略

I. 生産力の抜本的引上げによる収益力の強化

- ①省人化投資による生産性の向上
- ②原価低減により利益率向上
- ③多品種少量生産への対応拡大

II. 国内外のマーケットに対応するサービスの強化と提供

- ①当社の存在意義を発信し、多様なステークホルダーに共感されるコーポレートブランドを構築し、企業そのものの価値を高め、他社とは違う独自の魅力や立ち位置を確立
- ②「B to B to C」を意識した販売・デリバリーサービスの拡充
- ③国内外のロジスティックサービスの強化
- ④各国に対応した施設等向け啓発ツールの作成

III. 市場のニーズに合わせたモノづくり

- ①Quality Controlの強化
- ②次世代商品の積極的開発を推進
- ③製造委託先と連携したモノづくりの実現

IV. 内部基盤の強化・人材確保と育成

- ①組織内部基盤の強化
- ②AI・ITの活用
- ③人材の確保
- ④人材の教育・育成・活用

V. SDGsの推進

- ①ダイバーシティ&インクルージョンの推進
- ②カーボンニュートラルへの道筋の構築
- ③人権尊重への取り組み
- ④地域との共生の取り組み強化

VI. 安定した株主還元

- ①プライム市場の上場維持基準の安定した達成
- ②適切な配当施策の実施
- ③株主優待制度の適正化

I. 生産力の抜本的引上げによる収益力の強化

① 省人化投資による生産性の向上

- 新たな製造施設の建設による生産キャパシティの拡大
 - ・2号棟別館 2024年4月竣工予定（700万枚/月産）
 - ・新たな製造施設建設の検討開始
- 極めて高いレベルの省人化生産体制を構築する
 - ・導入する設備だけではなく、建屋から省人化を想定した工場の設計
 - ・AI導入による製造・検査工程の自動化運転の導入
 - ・最新ラインのノウハウを既存ラインにも横展開し、省人化を極める
 - ・更なる工場内物流の自動化検討
- グループ内の生産ラインを活用し、生産能力を向上させる
- 海外市場に向けた、グループ会社を含む現地委託生産の多様化を実現



I. 生産力の抜本的引上げによる収益力の強化

② 原価低減により利益率向上

- 製造工程改善による歩留向上
- 製造工程の省人化による、全体としての設備稼働率の向上
- 省エネルギー設備導入によるエネルギーコストの削減



③ 多品種少量生産への対応拡大

- 多品種少量生産に対応するラインの増設により、海外向け商品、乱視用CLの生産効率の更なる向上を目指す
- 多品種少量生産ラインの有効活用により、生産性向上と、廃棄ロス削減に対応
- 特殊レンズ（近視遠近など）の商品化により、さらなるスペックの充実を目指す
- OEM商品（ストアブランド、バイイング・グループ）の受託に対する生産の最適化

Ⅱ. 国内外のマーケットに対応するサービスの強化と提供

① 当社の存在意義を発信し、多様なステークホルダーに共感されるコーポレートブランドを構築し、企業そのものの価値を高め、他社とは違う独自の魅力や立ち位置を確立

- 企業認知度、イメージの向上により社会全体へのアプローチを実施
- 当社にシンパシーを持つお客様の創出 セールスの円滑化
- 社内エンゲージメント強化による労働生産性およびサービスレベルの向上

② 「B to B to C」を意識した販売・デリバリーサービスの拡充

- らくらくシステム（オンライン発注システム）における新サービスの構築
- 新たな定期・定額制サービスのリリースと管理用専用ソフトの開発・運用開始
- ケア用品とのカップリングサービスの展開（定期・定額配送サービス）

Ⅱ. 国内外のマーケットに対応するサービスの強化と提供

③ 国内外のロジスティックサービスの強化

- 国内外の在庫管理一元化体制による在庫状況の同期化により、販売機会と在庫ロスを削減
- 生産管理、在庫管理（海外倉庫を含む）、国内外の受注管理の高度化を実現
- ラストワンマイルのサービス強化・改善（Wöhlkの物流機能UP）
- 96パックのエコ化推進



④ 各国に対応した施設等向けの啓発ツールの作成

- 当社製品の安全・安心な装用のため、各国のレギュレーションに沿ったツールの作成と配布を実施

Ⅲ. 市場のニーズに合わせたモノづくり

① Quality Controlの強化

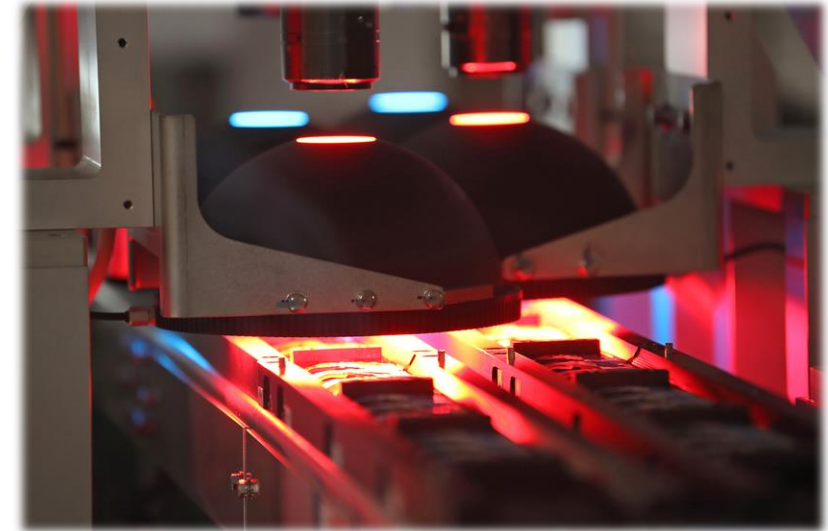
- 国や地域ごとの規制要求事項に対する理解をさらに深め、Quality Management Systemへ 反映
- 購買先、製造委託先の品質管理体制についても引き続き強化

② 次世代商品の開発を推進

- 次期主力商品としての役割を担う、次世代シリコンレンズの開発及び発売
- 医療機器としての本源的な価値を創造
- 既発商品との間で差別化でき、価値を訴求できる商品の開発
- 子会社を含めた商品戦略に則して、薬事登録戦略を策定し、積極的な承認取得を目指す

③ 製造委託先と連携したモノづくりの実現

- 海外展開へ向けた製造委託先の多様化促進
(海外拠点調査及び新しい委託先選定を開始)
- 子会社製品のクロスセルと外部商品調達強化



Ⅲ. 市場のニーズに合わせたモノづくり

次世代商品の開発



Personalization

お客さま一人ひとりに合わせた製品の開発



シリコンハイドロゲル



近視進行抑制分野の用途拡大

近視進行抑制分野の用途拡大を目指した治験の実施



国内産初の使い捨てレンズ

シリコンハイドロゲルレンズの開発



遠近両用



乱視用



スマホ眼用

テクニカルレンズの開発



シリコンコンタクトレンズの開発

次世代の高酸素透過レンズ開発



スマートコンタクトレンズの開発

トリガーフィッシュに続く、新たなデバイスを内蔵したスマートコンタクトレンズの開発



新分野への進出

内視鏡フード、リング状デバイス等のコンタクトレンズの技術を生かした新たな分野への進出



IV. 内部基盤の強化・人材確保と育成

① 組織内部基盤の強化

- 本社新社屋への移転に合わせた業務刷新による生産性向上
- 基幹システムのバージョンアップ実施による業務効率化
- 社内及び関係会社で各種ITインフラが十分に活用できる体制の整備
- 情報セキュリティ対策の強化及び、万一の場合の対応力強化
- 国内外の在庫を一元管理する体制を構築し、在庫の運用効率を高める

② AI・ITの活用

- AI・ITの業務への活用範囲を拡大し、業務効率の向上を実現

③ 人材の確保

- ブランディングを通じた採用の母集団拡大による優秀な人材の確保
- 新卒高校生、専門学校生の採用の為に学校との紐帯を強化
- 新卒採用の一段の強化 博士、大学卒(理系・文系)、外国人、中途等、間接・直接部門の比率を重視しつつ積極的な採用を実施
- 海外の大学卒、大学院卒の採用強化
- 中途採用の強化



IV. 内部基盤の強化・人材確保と育成

④ 人材の教育・育成・活用

- 社員の自律的な学習と成長を後押しする教育環境の構築
- ポストチャレンジ制度、海外研修、社員登用制度など、成長する社員を応援しチャンスをもっと与える組織風土の拡大
- 海外留学・研修機会の拡充
- やる気、能力のある若手社員の管理職への積極登用及び幹部候補養成
- リスキングを導入し、社員の再活性化と新たな人材活用を可能にする
- 海外子会社との国際交流の活性化



①ダイバーシティ&インクルージョンの推進

- 外国人及び女性の執行役員・取締役等への登用など、社員の多様性を活かした企業経営の実施
- 社内横断型のプロジェクトへの公募制度を拡大

②カーボンニュートラルへの道筋の構築

- カーボンニュートラルの推進
 - ・ 温室効果ガスの排出量を削減し、2050年のカーボンニュートラルを目指す
 - ・ 環境に配慮した施設の増設を実施（本社新社屋、2号棟別館、新製造施設）
 - ・ CO2排出量削減を前提とした製造設備の導入・更新の実施
- TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）への対応強化
- TNFD（自然関連財務情報開示タスクフォース）への対応実施
- サーキュラーエコノミーシステムの推進（BLUE SEED PROJECT）

③ 人権尊重への取り組み

- 当社グループ内のみならず、調達先、業務委託先等のサプライチェーンにおける人権問題への適切な取り組みの推進

④ 地域との共生の取り組み強化

- 鴻巣市との「包括連携に関する協定書」締結による連携強化
- 教育機関（小・中・高・大学他）への出前授業の実施



当社リサイクル素材を使用し
作製した「オリジナル万華鏡」



出前授業の様子
「オリジナル万華鏡をつくろう」



2018年 3月23日 締結式にて

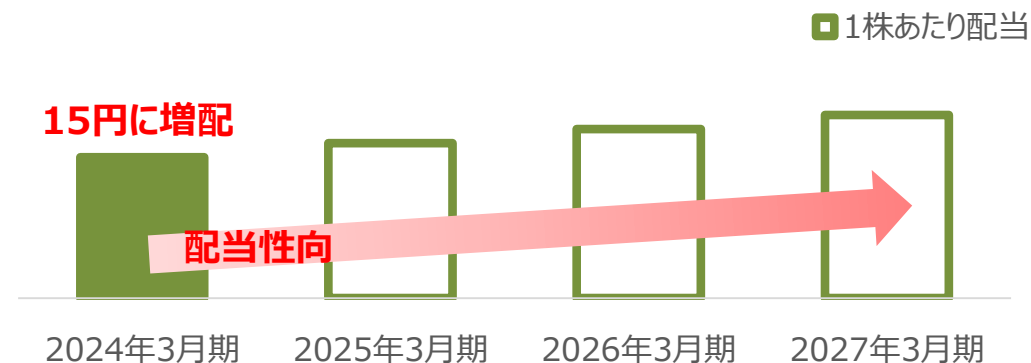
VI. 安定した株主還元

① プライム市場の上場維持基準の安定した達成

- プライム市場への上場維持基準である、流通株式時価総額100億円の早期達成
- 株主への適切な情報発信を実施

② 適切な配当施策の実施

- 安定した配当の実現、および投資家に報いる配当政策の実施
- 配当性向30%~40%を目標とした配当の継続



③ 株主優待制度の適正化

- 商品と株式を通じて当社への関心を深め、長いご支援を頂戴するために、優待制度を適宜時代の要請に合う様に改定



コンタクトレンズ優待券



当社ケア用品セット



寄付



名産品

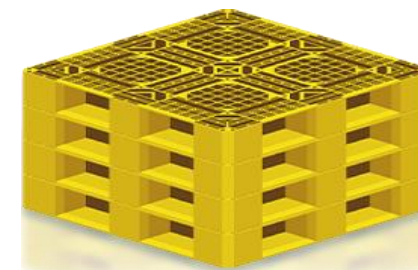
BLUE SEED PROJECT

※BLUE SEED PROJECT とは回収した使い捨てコンタクトレンズの空ケース（以下、プリスター）を何度でも生まれ変わることができる物流パレットとして再資源化するプロジェクトとなります。当プロジェクトに賛同いただいている眼科、コンタクトレンズ販売店等の協力施設にプリスター回収BOXを設置し、ユーザーからのプリスター回収や資源の活用、環境保全に関する啓発活動を行っています。

～回収施設～ 2024年1月11日現在

眼科・販売店（関連子会社含む）1,045施設、企業43社、学校9校、行政1市町村に回収箱設置のご協力をいただいております、順次拡大中。

これまでのプリスターの回収量は 8,257kg となっております。



本資料に記載されている、将来の業績に関する予想、計画、見通し等は、現在入手可能な情報及び当社の計画・戦略等に基づいて作成したものです。

実際の業績は、市場の経済状況及び製品需要の変化、為替相場の変動、国内外の各種規制並びに会計基準・慣行等の変更により、記載の予想、計画、見通しとは大きく異なることがあることをご承知おき下さい。

また、本資料の予想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ましても、当社は責任を負いません。



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

Mail info-ir@seed.co.jp

又はホームページお問い合わせフォーム

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