

# COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

## シンシア

7782 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年3月26日(火)

執筆：客員アナリスト

松本章弘

FISCO Ltd. Analyst **Akihiro Matsumoto**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

## 目次

■ 要約	01
1. 2023年12月期の業績概要	01
2. 2024年12月期の業績見通し	01
■ 会社概要	02
■ 事業概要	07
1. 市場環境	07
2. コンタクトレンズ事業	08
3. コンサルティング事業	11
4. システム事業	11
■ 業績動向	12
1. 2023年12月期の業績概要	12
2. 事業セグメント別動向	13
3. 財務状況と経営指標	15
■ 今後の見通し	16
1. 2024年12月期の業績見通し	16
2. 重点施策	17
■ 株主還元策	19

シンシア | 2024年3月26日(火)

7782 東証スタンダード市場

<https://www.sincere-vision.com/ir/>

## ■ 要約

### 2023年12月期は増収、大幅な増益。 引き続き「シンシア S」シリーズが好調

シンシア <7782> は、使い捨てクリアレンズを中心としたファブレスのコンタクトレンズ製造・販売会社である。クリアレンズの「SINCERE S」(以下、「シンシア S」)「L-CON」「Eye Well (アイウェル)」ブランドのほか、カラーコンタクトレンズ(以下、カラーレンズ)の「FAIRY (フェアリー)」ブランドを展開し、国内では売上高ランキング上位に位置する。また、クリニックのコンサルティング事業、リユース業界向け POS システム開発・販売事業を買収し、事業の多角化、収益基盤の強化を進めている。

#### 1. 2023年12月期の業績概要

2023年12月期の連結業績は、売上高 5,961 百万円(前期比 6.7% 増)、営業利益 377 百万円(同 150.5% 増)、経常利益 446 百万円(同 295.9% 増)、親会社株主に帰属する当期純利益 295 百万円(同 347.2% 増)と増収、大幅な増益となった。コンタクトレンズ事業は、自社ブランド製品の売上高が同 14.4% 増と順調に推移した。クリアレンズ、カラーレンズともに、第 3 世代と言われるシリコーンハイドロゲル素材を採用した「シンシア S」シリーズが、機能性、つけ心地などで眼科医、ユーザーの高評価を得て好調だ。カラーレンズは、社会経済活動の正常化に伴い外出の機会が増加したこともプラスに働いた。一方、プライベートブランドは、価格競争が厳しく、受注単価の引上げなどによりクリアレンズの受注が減少し、売上高は同 7.3% 減となった。損益面では、引き続き円安が進んだが、適正な販売価格への価格改定を進めたほか、海外の協力工場からの仕入価格の値下げ、仕入先の絞り込みなどのコスト削減努力の結果、自社ブランド製品の比率向上も重なり、売上総利益率が大幅に改善した。それに加え、為替ヘッジを目的とした為替差損益及びデリバティブ評価損益が合計で前期より 102 百万円改善したことで、経常利益は前期の約 4 倍と大幅な増益となった。また、2023 年から M&A や PMI (Post Merger Integration : M&A 後の統合プロセス)を進めるため事業推進部を設置し、2022 年 11 月に譲り受けた医療脱毛クリニック運営のコンサルティング事業は 60 百万円の売上を計上した。さらに、2023 年 11 月にはリユース業界向け POS システムを開発・販売する(株)タロスシステムズ(本社:千葉市美浜区)を連結子会社とし、事業の多角化を進めている。

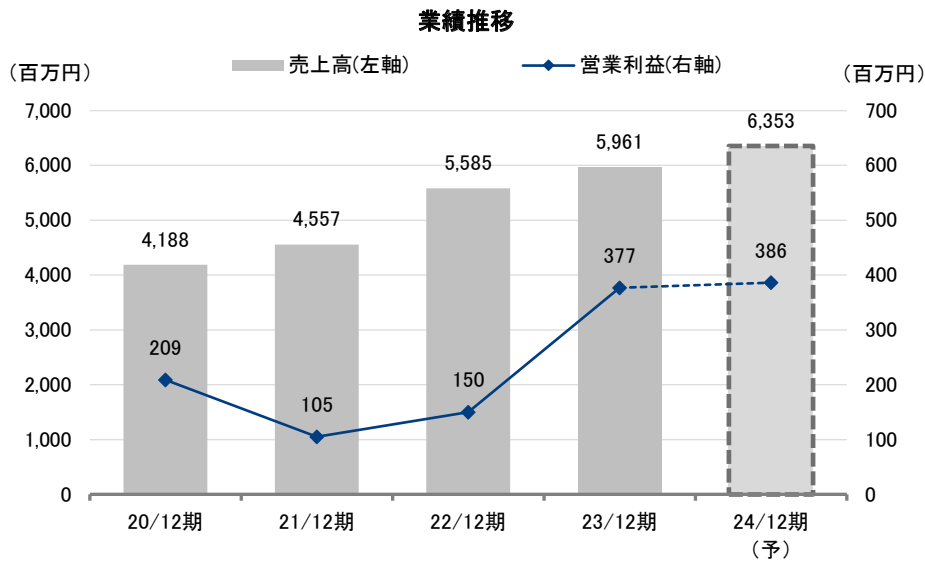
#### 2. 2024年12月期の業績見通し

2024年12月期の連結業績は、売上高で 6,353 百万円(前期比 6.6% 増)、営業利益 386 百万円(同 2.5% 増)、経常利益 374 百万円(同 16.1% 減)、親会社株主に帰属する当期純利益 246 百万円(同 16.6% 減)と増収、営業利益の増益を見込む。主力のコンタクトレンズ事業は減収減益を見込むが、コンサルティング事業とタロスシステムズのシステム事業でカバーする計画だ。コンタクトレンズの自社ブランド製品は、前期比 8.4% 増の計画であり、引き続き高付加価値商品の「シンシア S」シリーズの営業活動を強化する。また、インバウンド需要を取り込んでいくためドラッグストア向けの「Eye Well」ブランドの販促も強化していく。一方、価格競争の厳しいプライベートブランドはカラーレンズの受注が落ち込み、前期比 15.8% 減となる見込みだ。また、コンサルティング事業は前期と同額の安定した収益を確保し、タロスシステムズのシステム事業は売上 419 百万円、セグメント利益 42 百万円と収益に貢献する予想だ。

要約

Key Points

- ・2023年12月期は「シンシア S」シリーズが好調で増収、大幅な増益
- ・2023年11月にシステム事業を買収し、事業の多角化を推進中
- ・2024年12月期はシステム事業が新たに加わり、増収、営業増益を計画



出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 会社概要

### コンタクトレンズ専業から事業多角化を進める

同社は、使い捨てクリアレンズを中心としたファブレスのコンタクトレンズ製造・販売会社である。クリアレンズの「シンシア S」「L-CON」「Eye Well」ブランドのほか、カラーレンズの「FAIRY」ブランドを展開し、国内ではコンタクトレンズの売上高ランキング上位に位置する。また、クリニックのコンサルティング事業、リユース業界向け POS システム開発・販売事業を買収し、事業の多角化、収益基盤の強化を進めている。

同社は 2008 年 9 月に設立され、同年 11 月に親会社（株）キャピタルメディカ（現（株）ユカリア）（本社：東京都千代田区、病院経営支援、高齢者施設運営、その他医療周辺事業）からコンタクトレンズ製造・販売事業を譲り受けた。当初より、成長カテゴリーであった 1 日使い捨て、2 週間交換、1 ヶ月交換タイプの使い捨てコンタクトレンズに注かし、自社ブランド「L-CON」シリーズの販売を中心として、眼鏡量販店や卸売企業などのプライベートブランドの OEM 生産を展開してきた。同社はファブレス企業であり、コンタクトレンズ製造はレンズ製造の集積地である台湾や韓国、マレーシアのメーカーと提携し、製造委託している。

### 会社概要

2009年に視力補正を目的としないサークルレンズ、カラーレンズが「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律」（以下、医薬品医療機器等法）の規制対象となったことを契機に、クリアレンズで培ったノウハウをカラーレンズに生かすため、2010年3月に1ヶ月交換カラーレンズ「FAIRY」を発売した。その後は、カラーレンズの需要の高まりとともに、デザイン、使用期限などに対する多様なニーズに対応するため、「L-CON POP」「Ultimate PEARL」「Select FAIRY」など多くのシリーズを発売した。2014年8月には（株）カラコンワークスの株式を100%取得し、カラーレンズの自社ECサイト「FAIRY REPUBLIC」での直販や楽天、アマゾンなどへの出店を強化した。

2017年には、ドラッグストア専用コンタクトレンズ「1 day EyeWell」を発売し、以降ドラッグストアで取扱店舗数は伸びたが、販売は低位で推移していた。2022年2月には、市場での拡販を目的に、ドラッグストア向けにコンタクトケア商品の強い販売チャネルを持つ卸売りの（株）大木（本社：東京都文京区、大木ヘルスケアホールディングス（株）の子会社）と、同社が同年3月発売した「2week Eye Well」の独占販売契約を締結した。その結果、2022年12月期は「Eye Well」シリーズの取扱店舗数が急増し、売上高も前期比38.9%増となった。

### 「Eye Well」



#### つけ心地で選べるレンズバリエーションを展開



出所：決算説明資料より掲載

2019年2月には、酸素透過率に優れるシリコンハイドロゲル素材を使用したクリアレンズ「シンシア 1DAY S」を発売した。柔軟性のある滑らかなレンズで、酸素透過率も高く、潤いのあるつけ心地が特色のレンズであり、従来同社の販売が低位にあった、消費者が眼科医の処方箋を持ち込む眼鏡店やコンタクトレンズ専門量販店などの処方施設市場の拡販を狙い投入した。その戦略が奏功し、実際に眼科医、ユーザーから高い評価を受け、現在「シンシア S」シリーズは自社ブランドの6割を占める主力商品に成長している。2021年5月には、サークルレンズにおいても同素材を使用した「シンシア 1 Day S Cleché（クレシェ）」を発売した。また、2022年2月には、ECサイト向けに同素材を使用した「pranair（プラネア）」ブランドを発売し、拡販中である。

シンシア | 2024年3月26日(火)  
7782 東証スタンダード市場 | <https://www.sincere-vision.com/ir/>

会社概要

「シンシア S」

瞳へのやさしさを追求し、第三世代シリコンハイドロゲル素材を採用した  
「SINCERE S」



出所：決算説明資料より掲載

「pranair」



出所：決算説明資料より掲載

2021年11月には小田急電鉄<9007>が運営するECサイト「小田急みんなのコンタクト」を展開する(株)ジェネリックコーポレーションの株式を100%取得し、連結子会社とした。現在、ECサイト店舗「みんなのコンタクト」での直販、楽天、アマゾンなどへの出店により販売を強化している。この間、2016年12月に東京証券取引所(以下、東証)マザーズに上場し、2017年12月に東証第一部に移行、2022年4月には東証の市場再編に伴いスタンダード市場に移行している。また、2022年3月より監査等委員会設置会社に移行した。

シンシア | 2024年3月26日(火)

7782 東証スタンダード市場

<https://www.sincere-vision.com/ir/>

## 会社概要

また、同社では事業の多角化による成長を図るため、新規事業の開発、M&Aを進めており、2022年11月より、コンタクトレンズ事業の品質保証部署において、同社に蓄積されたノウハウを生かして薬事申請コンサルティング及び選任製造販売業者（DMAH）サービスを開始した。また同年11月にM&Aにより、（株）フォー・アイズ（本社：広島市中区）から医療脱毛クリニック運営に関するコンサルティング事業を譲り受けた。同社が持つカラーコンタクトの10～20代向けのブランディングノウハウを生かして、京都、福岡、広島に展開する医療脱毛クリニックのWebマーケティング、経営管理のコンサルティングを同年12月より開始している。

2023年1月には、従前からM&Aと新規事業開発を行ってきたチームが事業推進部として独立し、M&A後のPMIも担当している。加えて2023年11月には、リユース業界向けのクラウドPOSシステム「タロス」を展開するタロスシステムズに51%出資し、連結子会社とした。同社がコンタクトレンズ事業で培ってきたWebマーケティングノウハウとのシナジー効果が期待される。同社としては、今後もM&Aを活用した事業の多角化を進め、事業領域、収益基盤を拡充する方針だ。

シンシア | 2024年3月26日(火)  
 7782 東証スタンダード市場 | <https://www.sincere-vision.com/ir/>

会社概要

沿革

年月	沿革
2008年 9月	東京都港区に(株)シンシアを設立
2008年11月	(株)キャピタルメディカ(現(株)ユカリア)からコンタクトレンズ製造・販売事業を譲受し、東京都中央区に移転
2009年 6月	使い捨てコンタクトレンズ「L-CON 1DAY EXCEED」を発売
2009年 8月	2週間交換コンタクトレンズ「2week CANVIEW」を発売
2010年 3月	1カ月交換カラーコンタクトレンズ「FAIRY」を発売
2012年10月	1日使い捨てサークルレンズ「L-CON 1DAY POP」を発売
2012年12月	1日使い捨てカラーコンタクトレンズ「FAIRY 1day」を発売
2013年 1月	1日使い捨てカラーコンタクトレンズ「Ultimate 1DAY PEARL」を発売
2013年 3月	Sincere Vision Co., Ltd. (香港)の株式取得
2013年 5月	新視野光學股份有限公司(台湾)を設立
2014年 4月	2週間交換サークルレンズ「Ultimate 2week PEARL」を発売
2014年 8月	(株)カラコンワークスの株式取得
2014年 9月	2週間交換コンタクトレンズ「L-CON 2WEEK UV」を発売
2014年11月	1日使い捨てカラーコンタクトレンズ「Miche Bloomin」を発売 1日使い捨てカラーコンタクトレンズ「Select FAIRY」を発売
2015年 3月	1日使い捨てコンタクトレンズ「L-CON 1DAY MOISTURE」を発売
2015年 8月	2週間交換カラーコンタクトレンズ「EYE BEAUTY 2week」を発売
2015年 9月	1カ月交換カラーコンタクトレンズ「select fairy monthly」を発売
2016年12月	東京証券取引所マザーズに株式を上場
2017年 6月	1日使い捨てカラーコンタクトレンズ「EYEDDiCT by FAIRY」を発売
2017年11月	1日使い捨てコンタクトレンズ「1day Eye Well」を発売
2017年12月	東京証券取引所マザーズ市場から東京証券取引所市場第一部に市場変更
2018年 4月	1日使い捨てカラーコンタクトレンズ「FAIRY 1day」をリニューアル
2019年 2月	1日使い捨てコンタクトレンズ「L-CON 1DAY 55」を発売 1日使い捨てコンタクトレンズ「SINCERE 1DAY S」を発売
2019年 6月	1日使い捨てカラーコンタクトレンズ「EYEDDiCT by FAIRY HYDROUS」を発売
2020年 7月	1日使い捨てカラーコンタクトレンズ「FAIRY 1day Shimmering シリーズ」を発売 2週間交換コンタクトレンズ「SINCERE 2WEEK S」を発売 1日使い捨てコンタクトレンズ「1day EyeWell 55」を発売
2020年10月	1日使い捨てカラーコンタクトレンズ「FAIRY 1day SHIMMERING シリーズ」に新色を発売 1カ月交換カラーコンタクトレンズ「FAIRY Monthly」を発売
2021年 1月	東京都文京区に移転
2021年 5月	1日使い捨てサークルレンズ「SINCERE 1DAY S Cleché」を発売
2021年11月	(株)ジェネリックコーポレーションの株式取得
2022年 2月	1日使い捨てコンタクトレンズ「pranair」を発売
2022年 3月	2週間交換コンタクトレンズ「2week EyeWell」を発売 カラーコンタクトレンズブランド「FAIRY」をリニューアル 監査等委員会設置会社へ移行
2022年 4月	東京証券取引所市場第一部からスタンダード市場に移行
2022年 6月	1日使い捨てカラーコンタクトレンズ「FAIRY 1day NEUTRAL シリーズ」を発売
2022年11月	薬事申請支援コンサルティング及び選任製造販売業者(DMAH)サービスを開始 (株)フォー・アイズよりクリニック運営に関するコンサルティング事業を譲受
2023年 2月	2週間交換サークルレンズ「SINCERE 2WEEK S Cleché」を発売
2023年 6月	1日使い捨てカラーコンタクトレンズ「FAIRY 1day NEUTRAL シリーズ」に新色を発売
2023年 9月	1日使い捨てカラーコンタクトレンズ「FAIRY 1day SHIMMERING シリーズ」に新色を発売
2023年11月	リユース業界向け POS システム「タロス POS」を展開する(株)タロスシステムズを連結子会社化 出所: 同社ホームページ、有価証券報告書、会社リリースよりフィスコ作成

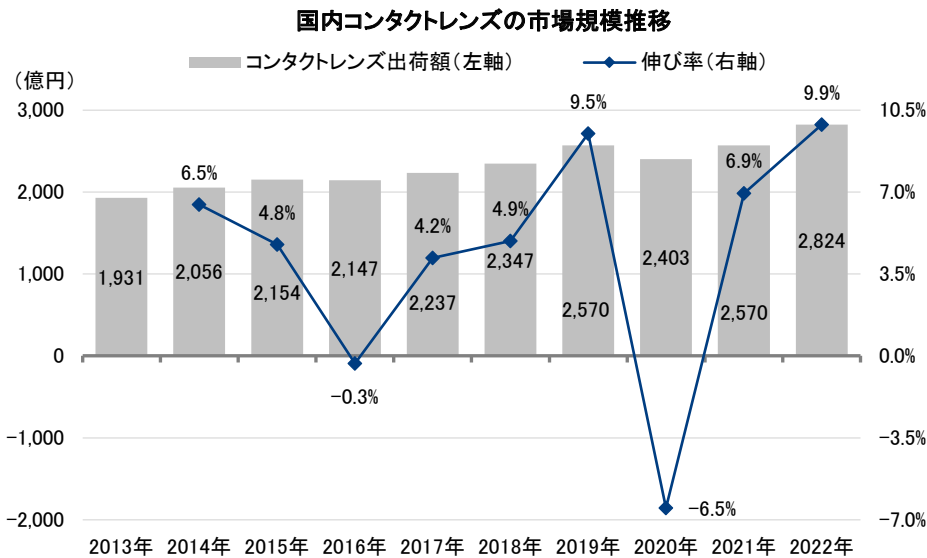


## ■ 事業概要

### コンサルティング事業、システム事業を加え多角化を進める

#### 1. 市場環境

国内コンタクトレンズの市場規模は、(一社)日本コンタクトレンズ協会の調査によれば2022年で2,824億円と前期比9.9%増加している。なお、ケア用品については300億円程度で比較的安定的に推移している。新型コロナウイルス感染症拡大(以下、コロナ禍)による外出規制や在宅ワークの進展などの影響を受け、2020年の市場は前期比6.5%減と大きく落ち込んだが、2021年、2022年と回復し、コロナ禍前の2019年の水準を上回った。ここ10年間、スマホやパソコン、ゲーム機などの普及、利用時間の増加により若年層を中心に近視が増え、コンタクトレンズ市場も緩やかに成長している。



出所：(一社)日本コンタクトレンズ協会調査データよりフィスコ作成

## 事業概要

## 2. コンタクトレンズ事業

## (1) コンタクトレンズ事業

## a) 製造・品質管理

同社は工場を持たないファブレス企業であり、製造は台湾・韓国・マレーシアの3ヶ国の現地工場と提携して製造を委託している。コンタクトレンズは高度管理医療機器であり、同社でも商品開発段階から現地工場との共同開発体制を採り、徹底的な製造管理・品質管理を行っている。製造元に対しては最低でも年1回の定期監査を行い、定められた工程どおり製造されているか、品質基準を満たしているかなど、製造現場や製造記録を厳しくチェックしている。同社は、国際規格「ISO13485 医療機器の品質マネジメントシステム」の認証を取得している。日本で製造販売を行うに当たってこの認証取得は必須ではないが、より高いレベルでの製造管理・品質管理を行うために取得した。また、各委託先が得意とする製品を見極め、製品ごとに最適な提携工場を選択している。

同社の品質と安全に対する想いは強く、提携工場内で定められた検査を行い出荷された製品に関しても、輸入した国内でさらに、受入検査と製品検査という2段階の追加検査を行っている。コンタクトレンズの承認基準で要求されている「物理的試験」「安定性試験」「消毒剤との適合性試験」に対応できる試験検査設備を自社で保有しており、ユーザーからの問い合わせなどで届いた製品の迅速な原因究明とレポート提出も可能な体制を整えている。

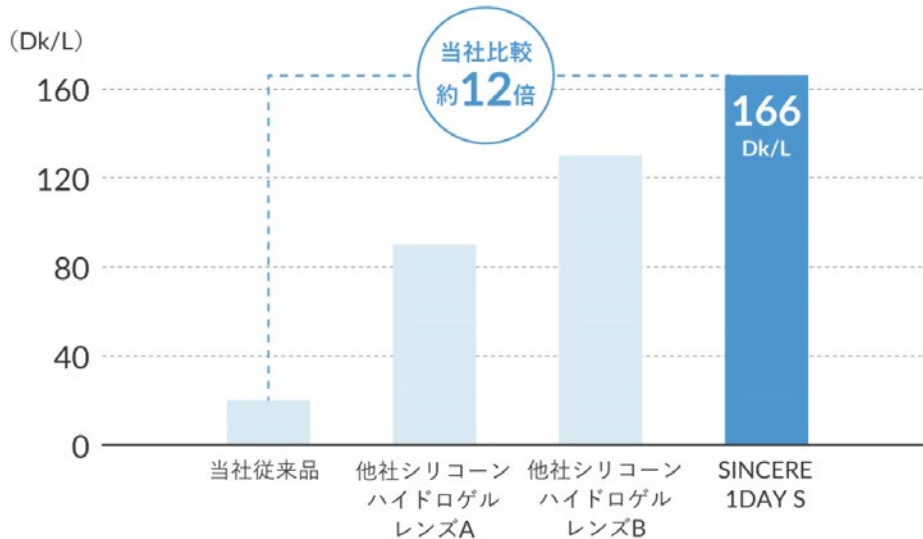
## b) 商品ラインナップと販売チャネル

同社の商品は、販売チャネル別にブランドマーケティングを実施している。クリアレンズにおいては、ECサイトでの販売は「L-CON」シリーズを展開している。また、「シンシア S」シリーズが好調であることから、2022年2月からは「シンシア S」と同じシリコーンハイドロゲル素材を使用した「pranair」を1日使い捨ての1ブランド投入している。子会社ジェネリックコーポレーションの展開する「みんなのコンタクト」で直販するほか、ECサイトに来店する小売店舗に卸・代理店経由で販売されている。

2019年2月から発売したクリアレンズの「シンシア S」シリーズは、業界で普及し始めた第三世代のシリコーンハイドロゲル素材を使用したレンズで、166Dk/Lと従来品の約12倍もの高い酸素透過率を誇る。水分を介してだけでなく、レンズそのものが酸素を通すので、長時間使用でも瞳の酸素不足を防ぐ。また、レンズが柔らかく、弾力があるため心地良い装用感があり、独自の技術によりうるおい層を作り乾燥を防ぐ。また、業界では初めて、保存液に水分を蓄える働きをするヒアルロン酸を配合している。1日使い捨て、2週間交換の2ブランドを発売している。機能性が高い反面、価格も高くなるため、消費者が眼科の処方箋を持ち込んで購入する眼鏡店やコンタクトレンズ量販店（アイシティ、(株)中央コンタクト、富士コンタクト(株)など）といった処方施設チャネルで販売している。眼科医、ユーザーから高い評価を得て、2023年12月期決算では自社ブランドの6割を同シリーズが占める（サークルレンズを含む）。2021年5月には、サークルレンズでも同素材を使用した「シンシア 1day S Clechè」を発売し、好調に推移している。2023年2月には2週間交換タイプも発売した。健康意識も高まりつつあるなか、こうした高品質な製品への需要は根強い。

事業概要

酸素透過率の比較



出所：決算説明資料より掲載

ドラッグストア向けブランドは2017年11月に「1day Eye Well」を発売したが、販売が低位で推移していた。そのため、新たにドラッグストアでのコンタクトレンズ販売市場を創造するため、2022年2月にドラッグストア向けにコンタクトケア商品の強い販売チャネルを持つ卸売りの大木と、同社が2022年3月発売した「2week Eye Well」の独占販売契約を締結した。その結果、2022年12月期に「Eye Well」シリーズの取扱店舗数が増加し、売上高も前期比38.9%増となった。「Eye Well」は、1日使い捨ては2ブランド、2週間交換は1ブランドを発売している。

カラーレンズにおいては、「FAIRY」シリーズをECサイトで販売している。子会社カラコンワークスの展開するEC店舗「FAIRY REPUBLIC」、子会社ジェネリックコーポレーションの展開する「みんなのコンタクト」で直販するほか、ECサイトに出品する小売店舗に卸・代理店経由で販売している。ただし、「シンシア S」シリーズのサークルレンズ「シンシア S Clechè」は、クリアレンズと同じチャネルで販売している。1日使い捨てと2週間交換タイプは2ブランド、1ヶ月交換は1ブランドを発売している。

また、同社では、「みんなで作るカラコンプロジェクト」を立ち上げ、ユーザーの声を集めながら、ユーザーとともに様々なバリエーションのレンズを開発し、カラーコンタクトシリーズ「USER SELECT」として提供している。瞳の色が一人ひとり違うことに着目し、開発された裸眼系レンズは、瞳の色ごとになじみ具合を3段階から選べる。また、瞳の大きさの違いにも着目し、大きさに合わせて着色直径が選べるレンズも開発し、1日使い捨てで2商品、1ヶ月交換で1商品を発売している。カラーレンズは、色素の溶出により眼障害を引き起こすケースもあるが、同社のカラーレンズの製法は、コンタクトの素材と素材の間に色素（着色剤）を挟み込むサンドイッチ方式であるため、色素をレンズ内に浸透させる方式や色素をレンズにプリントする方式とは異なり、色素部分が角膜やまぶたに直接触れない方式で、安全性が高い。また、カラーバリエーションが豊富で、保存液にヒアルロン酸の約2倍の保湿力を持つうるおい成分「MPCポリマー」を配合しており、長時間使用した場合の乾燥感を軽減する。

事業概要

主なクリアレンズ商品

シリコンハイドロゲル素材	従来素材
 シンシアワンデーS	 エルコンワンデー
 シンシア2ウィークS	 エルコンワンデー-エクシード
 プラネアワンデー	 エルコンワンデー-モイスチャー
 2ウィークアイウェル	 エルコンワンデー-55
	 エルコン2ウィーク UV
	 ワンデーアイウェル
	 ワンデーアイウェル55

出所：決算説明資料より掲載

## (2) その他

2022年11月、同社が持つ薬事申請のノウハウを生かし、薬事申請支援コンサルティング及び選任製造販売業者（DMAH）サービスを開始した。いずれも、コンタクトレンズの品質保証部門においてサービスを提供するため、セグメント区分はコンタクトレンズ事業に含めている。また、同年12月には、医薬部外品製造販売業の業許可を東京都より取得した。医薬品医療機器等法第12条第1項の規定により許可された医薬部外品の製造販売が可能となったことで、新しい事業を立ち上げる下地を整えた。

### a) 薬事申請支援コンサルティングサービス

国内においてコンタクトレンズなど医療機器の製造販売を行うためには、PMDA（独立行政法人医薬品医療機器総合機構）や認証機関に対して申請を行い、厚生労働省の承認または認証を受ける必要がある。同社は、自社での承認申請ノウハウを生かして、申請書類の作成支援のみならず、照会事項対応サポート、社内体制構築のコンサルティングなどを行っている。

### b) 選任製造販売業者サービス

外国医薬医療機器メーカーが日本で製造販売を行う場合には、外国特例承認制度により承認を取得するとともに日本において製造販売事業者を選任する必要がある。この選任製造販売業者は、日本で医療機器・医薬品などの製造販売業許可を取得していることが条件で、品質管理及び製造販売後安全管理業務などが外国メーカーから委託される。同社は選任製造販売業者として海外メーカーの日本進出のサポートを行っている。

シンシア | 2024年3月26日(火)

7782 東証スタンダード市場

<https://www.sincere-vision.com/ir/>

## 事業概要

### 3. コンサルティング事業

2022年11月に、フォー・アイズからクリニック運営に関するコンサルティング事業の事業譲渡を受け、同年12月より事業を開始した。同社が持つカラーコンタクトの10～20代向けのブランディングノウハウを活用して、医療法人緑風会（京都）が京都・福岡・広島に展開する医療脱毛「ヴァージンクリニック」のWebマーケティング、運営管理サポートを行っている。同社では、自由診療における美容医療の市場規模を4,000億円程度と見込んでおり、この分野で急成長しているアンチエイジングや医療脱毛での事業伸長を計画している。

### 4. システム事業

2023年11月に連結子会社化したタロスシステムズは、リユース業界向けのPOSパッケージシステムを開発・販売している。中古品の買取や単品在庫管理が必要なリサイクルショップ、リユース小売店・買取専門の店舗運営のための中古商材に合わせたAPI対応クラウドPOSシステム「タロスPOS」を展開している。創業は2019年と業歴は浅いが、国内の導入店舗数は既に1,600店を突破している。

「タロスPOS」の特徴は、買取時に画面上でリアルタイムのネット相場額が確認でき、そこから査定額を自動で算出し、買取する商品が自店で売れ筋か余剰かも一目でわかり、適正価格を提示できることだ。そのほか、入在庫・在庫の単品管理、原価管理、Amazon、楽天市場、メルカリなどECサイトへの出店管理などWeb連携なども対応できる拡張性の高いシステムだ。タロスシステムズは、リサイクルショップ、貴金属・ブランド買取販売、中古車パーツ業界、DVD・CD・ゲーム販売などあらゆるリユース業態に対応したシステムをカスタマイズして提供する業界シェアNo.1企業である。同社がコンタクトレンズ事業で培ってきたWebマーケティングノウハウとの融合により、新たな顧客拡大とサービス向上が期待される。

## 業績動向

### 「シンシア S」シリーズがけん引し、 2023年12月期は増収、大幅な増益

#### 1. 2023年12月期の業績概要

2023年12月期の連結業績は、売上高 5,961 百万円（前期比 6.7% 増）、営業利益 377 百万円（同 150.5% 増）、経常利益 446 百万円（同 295.9% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 295 百万円（同 347.2% 増）と増収、大幅増益となった。2022年12月より開始したコンサルティング事業をセグメントとして区分したが、売上高は 60 百万円と小さく、コンタクトレンズ事業が主体となって増収増益をけん引している。コンタクトレンズ事業においては、自社ブランド製品の売上高が同 14.4% 増と順調に推移しており、主力製品である「シンシア S」シリーズが好調だ。自社ブランドの約 6 割を占めるブランドであり、同 36.3% 増と伸長している。第 3 世代と言われる新素材シリコーンハイドロゲルを採用し、高い酸素透過率と柔軟性を確保したことで、眼科医、ユーザーから高い評価を受け、処方施設である眼鏡店やコンタクトレンズ量販店を中心に取り扱いが拡大しているようだ。広告費・販売促進費を同 22.8% 増と 62 百万円増やし、積極的な拡販施策を講じたことも奏功した。一方で、価格競争の激しいプライベートブランドは、円安による受注単価引き上げなどにより受注が減少し、売上高は同 7.3% 減となった。なお、コンタクトレンズ事業の売上高には、2022年11月より業務を開始した薬事申請支援コンサルティング及び選任製造販売業者（DMAH）サービスの売上高 11 百万円が含まれている。コンタクトレンズ事業における品質管理部署が同業務を兼務担当しているため、コンタクトレンズ事業に含めている。

損益面では、売上総利益率が 30.9% と前期比 5.8 ポイント増と大幅に上回り、売上総利益は前期比 31.4% 増となった。円安が進行したものの、適正な販売価格への価格改定を進めたほか、海外の協力工場からの仕入価格の引き下げ、仕入先の絞り込みなどのコスト改善努力が奏功したと言えよう。また、自社ブランド製品の売上比率が向上したことも大きな要因だ。営業利益率も同 3.6 ポイント改善し、営業利益は前期の 2.5 倍となった。コンタクトレンズ事業のセグメント利益が同 59.4% 増となったことに加えて、コンサルティング事業が 29 百万円収支改善と黒字転換したことが寄与した。経常利益は、営業利益にデリバティブ評価益が加わり前期の約 4 倍となった。ドル建て仕入の為替ヘッジを目的とした為替差損益及びデリバティブ評価損益が合計で前期より 102 百万円改善した。2023年から M&A や PMI を進めるため事業推進部を設置し、2022年11月に譲り受けた医療脱毛クリニック運営のコンサルティング事業の収益化を着実に進めた。さらに、2023年11月にはリユース業界向け POS システムを開発・販売するタロスシステムズを連結子会社とし、事業の多角化を進めている。

業績動向

2023年12月期連結業績

(単位：百万円)

	22/12期		23/12期		前期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	5,585	100.0%	5,961	100.0%	375	6.7%
コンタクトレンズ事業	5,580	99.9%	5,901	99.0%	320	5.7%
コンサルティング事業	5	0.1%	60	1.0%	55	-
売上総利益	1,402	25.1%	1,843	30.9%	441	31.4%
営業利益	150	2.7%	377	6.3%	226	150.5%
コンタクトレンズ事業	361	6.5%	576	9.7%	214	59.4%
コンサルティング事業	-14	-	15	0.3%	29	-
調整額	-197	-	-214	-	-17	-
経常利益	112	2.0%	446	7.5%	333	295.9%
(為替差損益)	28	0.5%	-18	-	-47	-
(デリバティブ損益)	-75	-	74	1.2%	149	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	66	1.2%	295	5.0%	229	347.2%

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 2. 事業セグメント別動向

### (1) コンタクトレンズ事業

コンタクトレンズ事業の2023年12月期売上高は5,901百万円(前期比5.7%増)、セグメント利益は576百万円(同59.4%増)と増収増益となった。自社ブランドの売上高は、3,777百万円と同14.4%増と順調に推移した。クリアレンズは同14.1%増、カラーレンズ(サークルレンズを含む)も同15.6%増と、ともに同様の伸び率となった。そのうち主力製品であり、同社として販促を強化した「シンシアS」シリーズは、売上高は2,261百万円、同36.3%と伸長し(2年間で約1.9倍)、自社ブランドに占める割合も前期の5割から約6割へとアップした。「シンシアS」シリーズは眼科医の処方箋を取り扱う店舗チャネルでの販売ブランドであり、眼科医の高い評価を受けて、取扱店舗数は2021年12月期の1,890店から2023年12月期には約1.3倍の2,410店と増加傾向にある。一方、プライベートブランドの売上高は2,112百万円と同7.3%減と落ち込んだ。カラーレンズの売上高は、外出需要が持ち直し同3.6%増となったが、価格競争の激しいクリアレンズは受注価格引き上げや販売先の計画進捗の遅れなどにより受注が減少し、同11.4%減となった。以上の結果、プライベートブランドに比べ利益率の高い自社ブランド製品の売上比率は64.1%と前期を4.9ポイント上回った。

## 業績動向

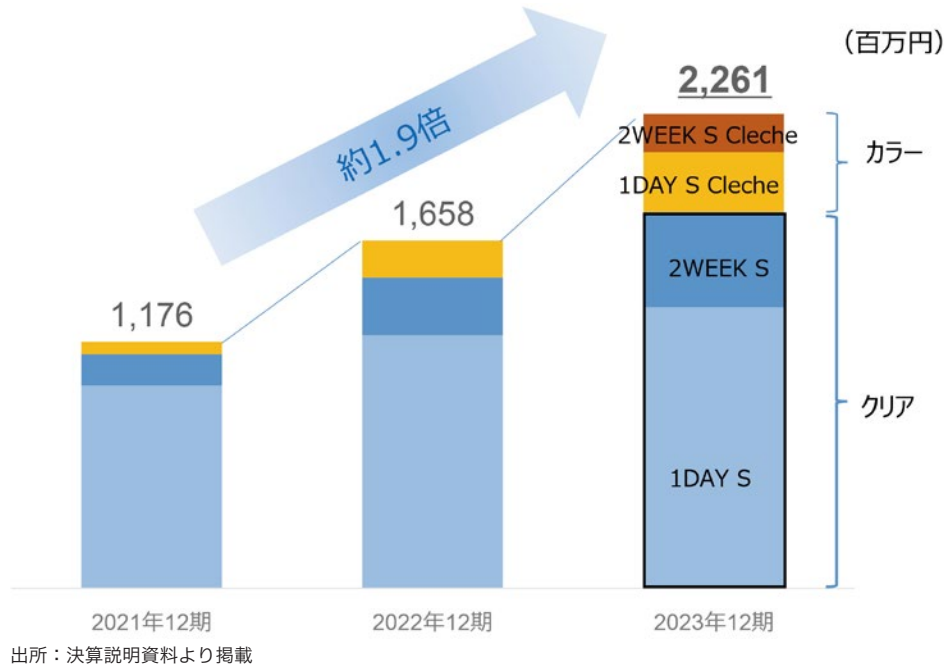
## コンタクトレンズの商品別売上高推移

(単位：百万円)

	22/12期		23/12期		前期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
自社ブランド	3,302	59.2%	3,777	64.1%	474	14.4%
クリアレンズ	2,722	48.8%	3,107	52.8%	384	14.1%
(シンシア 1 DAY S)	1,206	21.6%	1,339	22.7%	132	11.0%
カラーレンズ	579	10.4%	670	11.4%	90	15.6%
(シンシア 1 DAY S クレシェ)	176	3.2%	285	4.8%	108	61.6%
プライベートブランド	2,277	40.8%	2,112	35.9%	-165	-7.3%
クリアレンズ	1,645	29.5%	1,457	24.7%	-188	-11.4%
カラーレンズ	632	11.3%	655	11.1%	22	3.6%
合計	5,580	100.0%	5,890	100.0%	309	5.5%

注：薬事申請支援コンサルティング及び選任製造販売業者（DMAH）サービスの売上高は含まず  
 出所：決算短信よりフィスコ作成

## 「シンシア S」シリーズの売上高推移



## (2) コンサルティング事業

コンサルティング事業の2023年12月期売上高は60百万円(前期は5百万円)、セグメント利益は15百万円(前期は14百万円の損失)と増収増益となった。従来からのM&A検討チームが2023年1月より事業推進部として独立し、医療脱毛クリニックの管理運営及びWebマーケティングによる集客のコンサルティング支援を行っている。2023年1月～5月のクリニックの実績は、売上が前年同期比25%増、新規予約件数が同10%増とコンサルティングの効果が発現しているようだ。



業績動向

### 3. 財務状況と経営指標

2023年12月期の資産合計は、現金及び預金の1,061万円の増額に加えて、タロスシステムズへの出資にかかるのれんが291百万円、売掛債権・在庫が254百万円増加したことなどで5,400百万円と前期比1,823百万円増加した。純資産合計も、親会社株主に帰属する当期純利益295百万円に、タロスシステムズの非支配株主持分73百万円や繰延ヘッジ損益132百万円などが加わり、2,483百万円と同496百万円増加したが、自己資本比率は資産増加が大きかったため、44.6%と前期を11.0ポイント下回った。

2023年12月期は、同年11月にタロスシステムズの株式51%を371百万円で取得したことにより、投資活動によるキャッシュ・フローは376百万円の支出となった。一方、営業活動によるキャッシュ・フローは増益により246百万円の収入、財務活動によるキャッシュ・フローは運転資金の増加、子会社投資などに伴い長短借入金を増やしたため1,177百万円の収入となり、現金及び現金同等物が1,061百万円増加した。事業の多角化に備えて、手元資金を厚くしている。

#### 連結貸借対照表

(単位：百万円)

	22/12期	23/12期	増減額
流動資産	3,350	4,933	1,582
現金及び預金	1,132	2,194	1,061
受取手形・売掛金	983	1,096	113
商品・貯蔵品	916	1,057	140
固定資産	226	466	240
有形固定資産	30	56	25
のれん	40	332	291
資産合計	3,576	5,400	1,823
流動負債	963	2,118	1,154
短期借入金等	558	1,520	962
固定負債	625	797	172
長期借入金	538	779	240
負債合計	1,589	2,916	1,327
純資産合計	1,987	2,483	496

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### 2024年12月期はシステム事業が加わり増収、営業増益を計画

#### 1. 2024年12月期の業績見通し

2024年12月期の連結業績は、売上高で6,353百万円（前期比6.6%増）、営業利益386百万円（同2.5%増）、経常利益374百万円（同16.1%減）、親会社株主に帰属する当期純利益246百万円（同16.6%減）の見通しだ。主力のコンタクトレンズ事業は減収減益を見込むがコンサルティング事業、及び前期に子会社化したタロスシステムズのシステム事業でカバーし、増収及び営業増益とする計画だ。コンタクトレンズの自社ブランド製品は、引き続き高付加価値商品「シンシア S」シリーズの営業活動を一層強化し、売上高は前期比8.4%増の4,096百万円を見込む。加えて、インバウンド需要も取り込んでいくため、ドラッグストア向けの「Eye Well」ブランドの販促も強化していく。一方、価格競争の激しいプライベートブランドはカラーレンズの受注が落ち込み、売上高は1,778百万円と前期比15.8%減となる見込みだ。自社ブランドの比率は69.7%と前期を5.6ポイント上回るため、売上総利益率は前期比1.8ポイント増の32.7%となり、売上総利益は同12.7%増を見込む。ただし、マーケティング活動への投資を促進するため、営業利益はほぼ前期並みを予想する。経常利益は為替差損益を見込んでいないため、前期比16.1%減となる見込みだ。また、コンサルティング事業は前期と同額の安定した売上を確保し、セグメント利益は業務の効率化により前期を上回る26百万円を見込む。タロスシステムズのシステム事業は売上419百万円、セグメント利益42百万円と収益に貢献する予想だ。

2023年末には米国の金利低下から円高に進むと予想されていた為替も、2024年に入ると米国景気の強さから再び円安が進行し、業績予想へのマイナスの影響も想定される状況にある。しかし、同社では米ドル建て仕入価格の継続した引き下げ交渉を進めており、為替のヘッジも適切に実施していることから、十分に達成できる計画であると弊社では判断している。

今後の見通し

2024年12月期連結業績予想

(単位：百万円)

	23/12期		24/12期		前期比	
	実績	売上比	計画	売上比	増減額	増減率
売上高	5,961	100.0%	6,353	100.0%	391	6.6%
コンタクトレンズ事業	5,901	99.0%	5,874	92.5%	-27	-0.5%
コンサルティング事業	60	1.0%	60	0.9%	-	0.0%
システム事業	-	-	419	6.6%	419	-
売上総利益	1,843	30.9%	2,076	32.7%	232	12.7%
営業利益	377	6.3%	386	6.1%	8	2.5%
コンタクトレンズ事業	576	9.7%	553	8.7%	-23	-4.1%
コンサルティング事業	15	0.3%	26	0.4%	10	71.3%
システム事業	-	-	42	0.7%	42	-
調整額	-214	-	-235	-	-37	-
経常利益	446	7.5%	374	5.9%	-72	-16.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	295	5.0%	246	3.9%	-49	-16.6%

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

コンタクトレンズの商品別売上高予想

(単位：百万円)

	23/12期		24/12期		前期比	
	実績	売上比	計画	売上比	増減額	増減率
自社ブランド	3,777	64.1%	4,096	69.7%	318	8.4%
クリアレンズ	3,107	52.8%	3,384	57.6%	276	8.9%
カラーレンズ	670	11.4%	712	12.1%	41	6.2%
プライベートブランド	2,112	35.9%	1,778	30.3%	-334	-15.8%
クリアレンズ	1,457	24.7%	1,460	24.9%	2	0.2%
カラーレンズ	655	11.1%	318	5.4%	-337	-51.5%
合計	5,890	100.0%	5,874	100.0%	-16	-0.3%

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

2. 重点施策

同社は2024年12月期の計画を達成するため、「自社商品の売上拡大」「会員組織の構築」「M&Aの推進・収益性向上」の3つの重点施策を掲げている。

シンシア | 2024年3月26日(火)

7782 東証スタンダード市場 | <https://www.sincere-vision.com/ir/>

今後の見通し

### (1) 自社商品の拡大

消費者が眼科医の処方箋を持ち込む処方施設への営業を強化し、同社の主力商品でもある「シンシア S」シリーズを拡販する計画だ。処方施設のターゲットは主にコンタクト専門量販店となる。また、インバウンド需要を狙って、ドラッグストア向けのブランド「Eye Well」の販促により認知度を向上させていく予定だ。同社では、ドラッグストア市場での独占販売契約を締結している卸売りの大木と協力して、地域を絞ったマーケティング、販促活動の展開を検討している。大木とは2022年2月にドラッグストア市場での拡販のために「2week Eye Well」の独占販売契約を締結したことで、2022年12月期は取扱店舗数が急増し、売上高も前期比38.9%増となった実績があり、成果が期待されるどころだ。また、ECサイトでの販売も、ECサイト専用ブランドとして2022年2月に発売したシリコンハイドロゲル素材のクリアレンズ「pranaire 1day」の拡販を進めていく予定だ。子会社のジェネリックコーポレーションが展開するWeb通販サイト「みんなのコンタクト」での直販や、ECサイトに出店する小売店舗への卸売りを強化していくことが期待される。また、業界内では遠近両用、装着による角膜補正など機能性を高めた商品を開発しているが、同社においても機能性を高めた商品の開発を課題としており、検討が進むことを期待したい。

### (2) 会員組織の構築

現在、子会社カラコンワークスの直販サイト「FAIRY REPUBLIC」では、会員制のポイントプログラムを実施しているが、社内では他のチャネルでの会員制度の構築を検討しているようだ。特定の販売チャネルと当該チャネルで展開するブランドに絞った会員制度となる見通しだ。2024年12月期にスタートし、最終的には全ブランド共通での会員制度につなげていくことになる。同社の「シンシア」シリーズの好調な販売を背景に、ドラッグストア、ECサイトなど各販売チャネルでの同社商品の認知度も向上しており、他の販促強化策と併せて、会員制度における顧客の囲い込み、定着化が期待される。

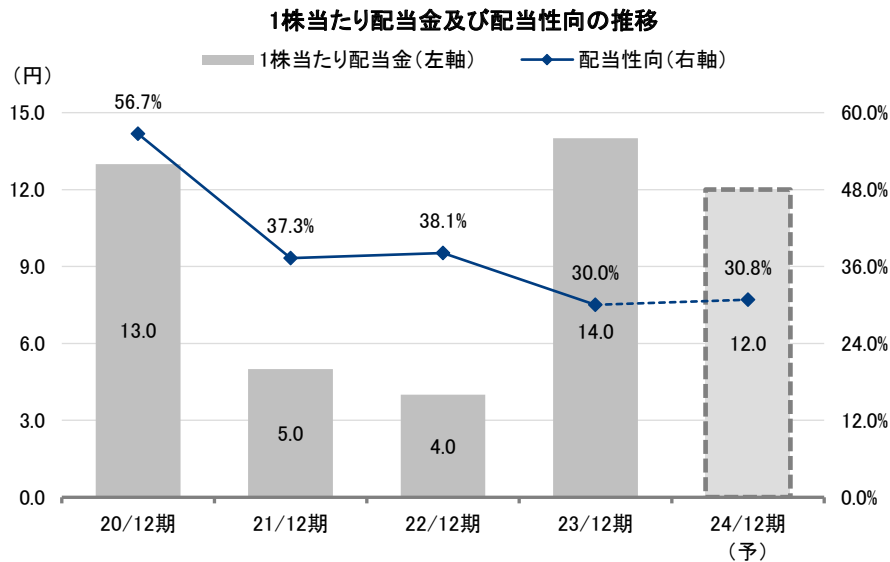
### (3) M&Aの推進・収益性向上

2024年12月期は、医療脱毛クリニックのコンサルティング事業及びタロスシステムズのPOSシステム事業の成長を図るとともに、引き続き積極的にM&A案件の掘り起こしを進め、事業領域の拡大を目指す。ただし、同社においては、コンタクトレンズ製造工場やコンタクトの小売業など、本業に関連する事業も含めて、幅広く案件を検討している。

## 株主還元策

### 2023年12月期の年間配当は14.0円と前期を10.0円上回る

同社は株主還元策として配当を実施している。連結配当性向は30%を目途としており、今後の業績予想、経営体質強化のために必要な内部留保の確保などを総合的に勘案し、安定的な配当を行うことを基本方針としている。2023年12月期の1株当たり当期純利益は46.68円と、期初予想の32.66円を上回ったため、予想配当を4.0円引き上げ年間14.0円配当とした(2022年12月期の年間配当を10.0円上回る水準)。2024年12月期は、1株当たり当期純利益を38.92円と見込んでいることから、年間配当は12.0円と2.0円の引き下げを予想する。



出所：決算短信よりフィスコ作成

また、株式の長期保有と投資魅力を高めるために、株主優待制度も実施しており、同社ブランド商品の公式販売サイトで利用できる特別優待券(クーポンコード)を保有株式数と保有期間に応じて贈呈するほか、200株以上保有している株主に1年以上の保有期間でQUOカード1,000円相当、3年以上の保有期間でQUOカード3,000円相当を贈呈している。特別優待券は、保有株式数200株以上1,000株未満の株主に対して、保有期間1年未満で40%割引券、保有期間1年以上で50%割引券を、保有株式数1,000株以上の株主に対して、保有期間1年未満で50%割引券、保有期間1年以上で60%割引券をそれぞれ贈呈しており、いずれも割引前購入価格は40,000円を上限としている。

#### 重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

#### ■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp