

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 >>>](#)

2026年4月14日 (火)

執筆：客員アナリスト

若杉 孝

FISCO Ltd. Analyst **Kou Wakasugi**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2025年12月期の業績概要	01
2. 2026年12月期の業績見通し	01
3. 重点施策	02
■ 沿革と会社概要	03
1. 沿革	03
2. 会社概要	04
3. 販売チャネル	04
■ 事業概要	05
1. 市場環境	05
2. コンタクトレンズ事業	06
3. コンサルティング事業	09
4. システム事業	09
■ 業績動向	10
1. 2025年12月期の業績概要	10
2. 事業セグメント別動向	11
3. 財務状況と経営指標	13
■ 今後の見通し	14
1. 2026年12月期の業績見通し	14
2. 重点施策	16
■ 株主還元策	18

要約

2025年12月期も売上高は過去最高を更新。 「Mew コンタクト」とのシナジーで事業が深化

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)」「Ultimate」「pranair(プラネア)」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)では「FAIRY(フェアリー)」「シンシア S」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. 2025年12月期の業績概要

2025年12月期の連結業績は、売上高7,456百万円(前期比14.0%増)、営業利益524百万円(同8.2%増)、経常利益514百万円(同9.9%増)、親会社株主に帰属する当期純利益264百万円(同12.4%減)となり、売上高は過去最高を更新し、期初計画も売上高、各段階利益ともに達成した。最終減益は、コンサルティング事業の受託先での経営悪化に起因する特別損失計上が要因で、これを除けば最終利益も前期比9.1%増(特別損失除き推計329百万円)と堅調である。コンサルティング事業では、受託先の業績低迷に伴いコンサルティング料を見直したことが響いた一方で、主力のコンタクトレンズ事業では、2025年3月にフリュー<6238>より譲受したカラーコンタクトレンズ販売事業が収益を押し上げた。また、第三世代シリコーンハイドロゲル素材の「シンシア S」が取扱店舗数の拡大に伴い売上増に貢献した。システム事業も「タロスPOS」がリユース市場拡大の波に乗り、売上を順調に拡大した。利益面では増収効果に加え、主要な海外の製造工場の仕入れを円建てに切り替え為替リスクを回避し、売上総利益を押し上げた。一方で、コンサルティング事業で受託先の経営悪化に伴い行っていた貸付けに関し、特別損失を計上したことが押し下げ要因となった。

2. 2026年12月期の業績見通し

2026年12月期の連結業績は、売上高7,657百万円(前期比2.7%増)、営業利益388百万円(同25.9%減)、経常利益362百万円(同29.6%減)、親会社株主に帰属する当期純利益246百万円(同6.6%減)と増収減益を、EBITDAは同24.1%減を見込んでいる。主力のコンタクトレンズ事業でのコンタクトレンズ製品売上高は同2.7%増と堅調に推移する見通しだ。クリアレンズに関しては競争環境を鑑み保守的に前期比微減を、カラーレンズに関してはECサイト「Mew コンタクト」の強化による大幅増収を見込み、成長ドライバーとする計画だ。利益面では、コンタクトレンズ事業において、自社ブランドは価格を可能な限り据え置き訴求力を高める一方で、OEMは原価に沿った改定の方角で進める。為替政策については、現状約5割の仕入れで円建てが進んでおり、全体として為替リスクの吸収は可能と判断するが、引き続き他の仕入れ先と交渉を続ける。なお、各種成長投資を見込んでいることから営業利益は前期を下回る見通しとなっている。

要約

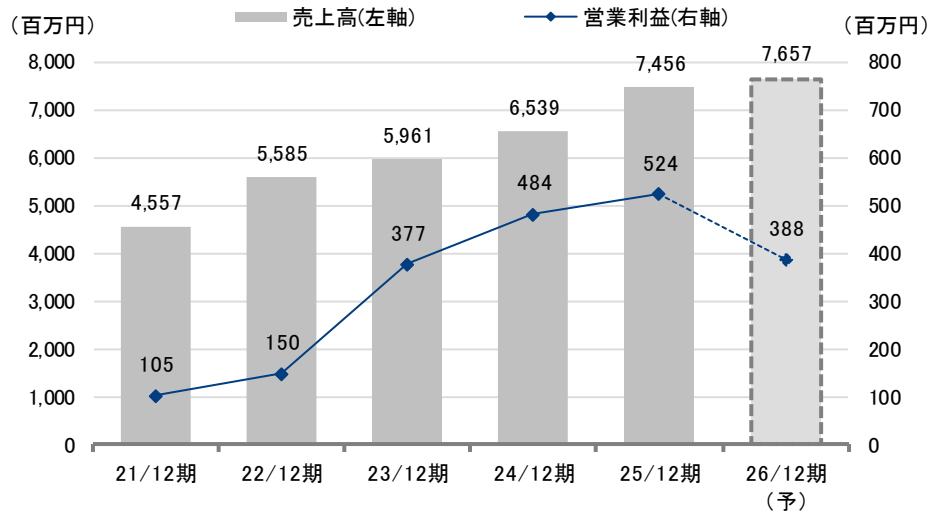
3. 重点施策

2026年12月期計画達成のため「製品品揃えの拡充」「自社製品の売上拡大」「M&Aの推進・事業多角化」の3つの重点施策を推進する。「製品品揃えの拡充」ではECサイト「Mew コンタクト」でエンドユーザーの声を集め、製品開発につなげ、トレンドに即した製品供給で収益増につなげる。そのほか、強化する第三世代シリコーンハイドロゲル素材の「シンシア S」シリーズや「pranair」で新製品リリースを計画する。「自社製品の売上拡大」では、「シンシア S」のもう一段の成長に向け集中的にマーケティング投資を行う。ドラッグストアチャンネルでは、ドミナント戦略を進め、顧客のドラッグストアでの購買行動を活性化させ、潜在需要を掘り起こす。「M&Aの推進・事業多角化」では、システム事業で次期POSシステム開発を進め、2026年内のリリースを目指すほか、薬事コンサルティング事業を本格始動する。

Key Points

- ・ 2025年12月期は売上高が過去最高を更新し、期初計画も売上高、各段階利益ともに達成
- ・ 「シンシア S」が取扱店舗数を着実に伸ばし、収益に大きく貢献
- ・ 2026年12月期は安定した業績を背景に戦略的投資を強化

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 沿革と会社概要

コンタクトレンズ専業から事業多角化を進める

1. 沿革

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力し、自社ブランドとしてクリアレンズでは「L-CON」シリーズを皮切りに「Eye Well」を、カラーレンズで「FAIRY」をリリースし、最近では、高機能な第三世代シリコーンハイドロゲル素材のクリアレンズ「シンシア S」と「pranair」、サークルレンズ「シンシア S Cleché」の販売を中心に展開している。また、自社ブランドに加え、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生産を展開している。同社はファブレス企業であり、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、コンタクトレンズの製造を委託している。

なお、主力のコンタクトレンズ事業の変遷は以下のとおりである。

(1) クリアレンズ(2009年～)

2008年9月設立当初より、1日使い捨てコンタクトレンズ「L-CON 1DAY」のインターネットルートでの販売に注力し、2009年、1日使い捨てコンタクトレンズ「L-CON 1DAY EXCEED」、2週間交換コンタクトレンズ「2week CANVIEW」を販売開始し、クリアレンズ事業を拡大してきた。2014年9月には2週間交換タイプ「L-CON 2WEEK UV」を販売開始し、「L-CON」はインターネットルートでのクリアレンズの代表ブランドとなった。その後、ドラッグストア専用ブランドとして、2017年に「1day Eye Well」を、2022年には「2week Eye Well」を販売開始した。

2019年2月に酸素透過率に優れるシリコー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、2020年7月に同素材の「シンシア 2WEEK S」を販売開始した。同ブランドの最大の特徴は、高い透過率で酸素不足を防ぐと同時に、独自技術による「うるおい層」で乾燥を軽減したことである。この戦略が奏功し、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割以上を占める主力商品に成長している(サークルレンズを含む)。2022年2月には、ECサイト向けに同素材を使用した「pranair」を発売し、2026年2月には累計出荷箱数34万箱を突破した。また、2025年2月には機能性を高めた新製品として「シンシア 1DAY S 乱視用」を投入した。

沿革と会社概要

(2) カラーレンズ、サークルレンズ (2010年～)

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生かし、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、使用期限などのニーズに対応するため、「Miche Bloomin'」「EYE BEAUTY」「EYEDDiCT」「Select FAIRY」など多くのシリーズを発売した。2026年3月時点では、2024年に発売した「FAIRY 1month」に加え、2020年に発売した「FAIRY 1day Shimmering」と2022年に発売した「FAIRY 1day NEUTRAL」を展開している。

サークルレンズについては、2012年・2013年に1日使い捨てを、2014年に2週間交換を市場投入した。2021年、2023年には、シリコンハイドロゲル素材をサークルレンズに採用し、サークルレンズ「シンシア S Cleché」シリーズとして1日使い捨てと2週間交換を販売開始した。

2. 会社概要

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。クリアレンズのほか、カラーレンズ、サークルレンズを展開し、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、成長に向け、2022年12月にはクリニックのコンサルティング事業を譲受、2023年11月にはリユース業界向けPOSシステム開発・販売事業を連結子会社化するなど、事業の多角化、収益基盤の強化を進めている。2016年12月の東京証券取引所(以下、東証)マザーズ上場後、2017年12月に東証第一部に市場区分を変更、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た。また、2022年3月より監査等委員会設置会社に移行し、ガバナンス体制強化と経営効率化を図った。

3. 販売チャネル

2014年8月に、(株)カラコンワークスを設立し、カラーレンズの自社ECサイト「FAIRY REPUBLIC」での直販や楽天、Amazonなどへの出店を強化した。2019年2月に販売開始した次世代素材のシリコンハイドロゲルを採用した「シンシア 1DAY S」は、機能性の高い差別化商品として、処方施設(消費者が眼科医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)でのみ販売する。

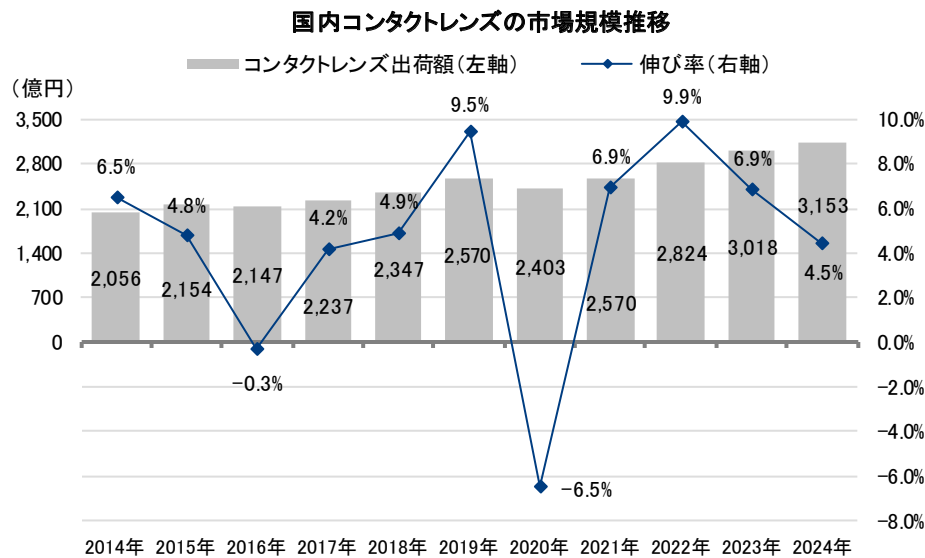
2021年11月には、小田急電鉄<9007>が運営するECサイト「小田急みんなのコンタクト」を展開する(株)ジェネリックコーポレーションの株式を100%取得し、ECサイト店舗「みんなのコンタクト」での直販と、楽天、Amazonなどへの出店により販売を強化している。2017年に販売開始した、ドラッグストア専用コンタクトレンズ「1day Eye Well」は、2022年2月、「Eye Well」ブランドの拡販に向け、ドラッグストアを中心にコンタクトケア商品の強力な販売チャネルを持つ卸売りの(株)大木(本社：東京都文京区、大木ヘルスケアホールディングス<3417>の子会社)と、同年3月販売開始の「2week Eye Well」の独占販売契約を締結し、販路拡大を進めている。2025年3月には、ターゲットごとのプロモーション展開と、製品開発への市場ニーズの迅速反映に向け、子会社のカラコンワークスがフリーのECサイト「Mew コンタクト」を含むカラーコンタクトレンズ販売事業を譲り受けた。

■ 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2024年で3,153億円と前期比で4.5%増加した。なお、ケア用品については300~400億円程度で比較的安定的に推移している。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年の市場は同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ており、コンタクトレンズ市場も緩やかに成長している。



出所：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。日本で製造販売業を行うにあ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、受入試験と製品試験という2段階の追加試験を行っている。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) 製品ラインナップと販売チャネル

同社の製品は、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>

クリアレンズでは、1日使い捨てと2週間交換レンズを展開している。ECサイトでは、「L-CON」シリーズを中心に、「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」を販売する。ECサイトは、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」での直販のほか、ECサイトに出店する小売店舗に卸・代理店経由で販売している。

処方施設チャネル経由では、クリアレンズの「シンシア S」シリーズを展開する。同シリーズは、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ている。従来の素材であるハイドロゲルは水を媒介して酸素を取り入れるが、シリコーンハイドロゲルは素材そのものが酸素を通すため、酸素透過率は166Dk/Lと同社従来品の約14倍も高く、長時間使用でも瞳の酸素不足を防ぐ。また、独自技術「HYDROPHILIC[®] TECHNOLOGY」によりうるおい層を作るほか、業界で初めて保存液に水分を蓄える働きをするヒアルロン酸ナトリウムを配合したことで、心地よい装着感を実現している。高機能、高価格のため処方施設チャネルで販売し、眼科医、ユーザーから高い評価を得ており、2025年12月期決算では自社ブランドの63.1%を同シリーズが占める(サークルレンズを含む)。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。また、乱視、遠近両用などの機能性を高めた製品に対しても需要が強く、2025年2月には「シンシア 1DAY S 乱視用」を販売開始し、2026年夏には遠近両用のリリースを計画している。

シンシア | 2026年4月14日 (火)
7782 東証スタンダード市場 | <https://www.sincere-vision.com/ir/>

事業概要

「シンシア S」



出所：決算説明資料より掲載

ドラッグストアチャンネルでは、2017年11月に販売開始した「1day Eye Well」の販路拡大を目的に、2022年2月にドラッグストア向けコンタクトケア商品に強い販売チャネルを持つ卸売りの大木と、同社が2022年3月に発売した「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。現在「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。

「Eye Well」



出所：決算説明資料より掲載

事業概要

<カラーレンズ、サークルレンズ>

カラーレンズでは、「FAIRY」シリーズで1日使い捨てと1ヶ月交換のレンズを展開し、ECサイトで販売している。子会社カラコンワークスが運営する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。カラーレンズでは、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を採用する製法で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、同社では、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を採用しており、色素部分が角膜やまぶたに直接触れないため、安全性が高い。サークルレンズについては、クリアレンズで展開する第三世代シリコーンハイドロゲル素材を使用した「シンシア S」シリーズとして「シンシア S Cleché」を、同シリーズのクリアレンズと同じ処方施設チャンネルで販売している。「シンシア S Cleché」は、シリコーンハイドロゲル素材により裸眼と比較して約98%の酸素を通すほか、保存液へのヒアルロン酸ナトリウム等の配合により、長時間使用時の乾燥を軽減する。瞳の大きさや色の個性にあわせ、裸眼に近い装用感を実現するため、カラーとサークルを兼ね備えたデザインで、1日使い捨ての1DAYでは4種類、2週間交換の2WEEKでは3種類のカラーを揃えている。

「シンシア S Cleché」

裸眼よりかわいく、カラコンよりやさしい。

「シンシア S クレシエ」



出所：決算説明資料より掲載

事業概要

(2) コンサルティングサービス (2026年12月期よりコンサルティング事業へ移管)

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) サービスを展開する。2022年12月には医薬部外品製造販売業、2024年9月には医薬部外品製造業の許可を東京都より取得しており、医薬品医療機器等法第12条第1項及び第13条第1項の規定により許可された医薬部外品の製造や販売が可能となった。なお、従来セグメント区分はコンタクトレンズ事業に含めていたが、同サービスの成長見通しに伴い、成長ドライバーとすべく2026年12月期からは、コンサルティング事業に移行している。

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

外国医薬品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。

3. コンサルティング事業

2022年11月に、(株)フォー・アイズからのクリニック運営に関するコンサルティング事業の譲受を決議し、同年12月より事業を開始した。同社が持つカラーレンズの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は競争環境が厳しいものの、規模を4,000億円程度と見込んでおり、アンチエイジングや医療脱毛での事業伸長を目指している。

4. システム事業

2023年11月に連結子会社化した(株)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に向け、API対応により拡張性の高いクラウド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延べ2,000店を突破 (2025年9月実績) し、リユース業界でトップクラスのシェアを有する。「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、入庫・在庫の単品管理、原価管理等も担う。Amazon、楽天市場、メルカリなどECサイトへの出店管理などWeb連携にも対応する。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。

業績動向

カラーコンタクトレンズ販売事業が貢献し、 2025年12月期は売上高が過去最高を更新

1. 2025年12月期の業績概要

2025年12月期の連結業績は、売上高7,456百万円(前期比14.0%増)、営業利益524百万円(同8.2%増)、経常利益514百万円(同9.9%増)、親会社株主に帰属する当期純利益264百万円(同12.4%減)と最終利益以外増収増益となり、売上高は過去最高を更新した。最終減益は、コンサルティング事業の受託先での経営悪化を受けた貸倒引当金繰り入れ65百万円の特別損失計上が要因で、この要因を除いた最終利益は前期比9.1%増の329百万円となり、主事業は堅調と言える。業績予想に関しては、2025年12月期に2度上方修正しており、修正後業績予想に対しても最終利益の若干未達を除きすべて達成した。参考までに期初計画に対しては、売上高は112.1%、各段階利益は1.5倍以上と大幅増で着地した。主力のコンタクトレンズ事業で、2025年3月に譲り受けたカラーコンタクトレンズ販売事業が、自社ブランド、プライベートブランドともに収益を押し上げた。その結果、コンタクトレンズ製品の売上高増加率は、前期の2.9%増から2025年12月期は14.8%増と11.9ポイント上昇した。ほかにも眼科医の好評価を得ている「シンシア S」では、取扱店舗数の増加に伴い売上高が伸び、売上高増加率は、2025年12月期は11.7%増と前期より5.2ポイント上昇した。システム事業では、リユース市場拡大の波に乗り需要を取り込み、売上高は同10.8%増と順調に拡大した。医療脱毛クリニックをサポートするコンサルティング事業については、市場競争の激化に伴う受託先の経営悪化により、コンサルティング料を見直した結果、売上高は同48.3%減と縮小した。

利益面では、コンタクトレンズ事業では、主要な海外の製造工場に対して円建て仕入れの提案に成功し、為替リスクを回避したことが奏功した結果、セグメント利益を押し上げた。一方、コンサルティング事業では、受託先の経営悪化を支援するため貸付けを実施していた。これに関して貸倒引当金繰り入れの判断を下し、特別損失を計上した。全体としては、全社を挙げてコスト意識を徹底し、利益を下支えしたこともあり、最終利益を除く各段階利益で前期比増、さらに最終利益を含む各段階利益で期初予想を達成した。EBITDAは、M&Aコストとして、前期からのタロスシステムの減価償却費18百万円のほか、のれん償却額ではタロスシステムの42百万円に2025年12月期のカラーコンタクトレンズ販売事業の譲受12百万円が加わり、619百万円(同9.6%増)となった。

業績動向

2025年12月期連結業績

(単位：百万円)

	24/12期		25/12期		前期比		期初予想	期初予想 達成率
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率		
売上高	6,539	100.0%	7,456	100.0%	916	14.0%	6,652	112.1%
コンタクトレンズ事業	6,074	92.9%	6,976	93.6%	901	14.8%	-	-
コンサルティング事業	60	0.9%	31	0.4%	-29	-48.3%	-	-
システム事業	405	6.2%	448	6.0%	43	10.8%	-	-
売上総利益	2,096	32.1%	2,378	31.9%	281	13.4%	-	-
販管費	1,612	24.7%	1,854	24.9%	242	15.0%	-	-
営業利益	484	7.4%	524	7.0%	39	8.2%	268	195.7%
コンタクトレンズ事業	628	10.4%	690	9.9%	61	9.8%	-	-
コンサルティング事業	30	51.3%	13	44.4%	-17	-55.3%	-	-
システム事業	57	14.2%	90	20.2%	32	57.3%	-	-
調整額	-232	-	-270	-	-37	16.3%	-	-
経常利益	468	7.2%	514	6.9%	46	9.9%	248	207.6%
(為替差損益)	25	-	6	-	-18	-	-	-
(デリバティブ評価損益)	2	0.0%	-1	-	-4	-	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	301	4.6%	264	3.5%	-37	-12.4%	155	170.5%
EBITDA	564	8.6%	619	8.3%	54	9.6%	369	167.9%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

2. 事業セグメント別動向

(1) コンタクトレンズ事業

売上高は6,976百万円(前期比14.8%増)、セグメント利益は690百万円(同9.8%増)と大幅な増収、堅調な増益となった。このうち、主力のコンタクトレンズ製品による売上高は6,965百万円であり、セグメント売上高との差額(11百万円)は、後述する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)サービスによるものである。自社ブランドの売上高は同9.1%増の4,262百万円、内訳としてはクリアレンズが同7.3%増、カラーレンズ(サークルレンズを含む)は同17.3%増と大幅な伸びをみせた。背景には、2025年2月に「シンシア 1DAY S 乱視用」がラインナップに加わったほか、販促も強化した第三世代シリコーンハイドロゲル素材の「シンシア S」シリーズの貢献がある。同シリーズの売上高に関し、クリアレンズ「シンシア 1DAY S」シリーズは1,558百万円(同11.6%増)とクリアレンズ自社ブランド3,432百万円(同7.3%増)の45.4%を占めた。同シリーズのカラーレンズに関しても、「シンシア 1DAY S Cleché」は466百万円(同38.5%増)、「シンシア 2WEEK S Cleché」は254百万円(同6.9%増)とそれぞれ大きく伸ばした結果、自社ブランドに占める「シンシア S」シリーズの割合は前期の61.6%から63.1%と着実に増加した。その背景には、同製品の流通経路である処方施設での眼科医の推奨があり、取扱店舗数は2023年12月期の2,410店から2025年12月期には約1.2倍の2,872店と増加したことも寄与している。サークルレンズ「シンシア S Cleché」も処方施設チャンネルで展開することから、眼科医の推奨が高品質の裏付けとなり収益が伸長しているようだ。現時点で同チャンネルに第三世代シリコーンハイドロゲル素材のカラーレンズ商品の競合は限られており、ロイヤリティ獲得から早期の顧客基盤確立を図る。また、カラーレンズ需要層の若年化が始まっており、目の健康被害回避の観点から、親同伴でカラーレンズを購入するケースも増えており、同社はその顧客層をねらい、処方施設ごとの最適なプロモーションを積極化している。なお、第三世代シリコーンハイドロゲル素材を使用したEC向けクリアレンズ「pranair 1DAY」についても、2025年12月期は前期比およそ50%増を達成した。

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)

	24/12期		25/12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	3,906	64.4%	4,262	61.2%	355	9.1%
クリアレンズ	3,198	52.7%	3,432	49.3%	233	7.3%
(シンシア 1DAY S) ※	1,391	22.9%	1,558	22.4%	166	11.6%
カラーレンズ	708	11.7%	830	11.9%	122	17.3%
(シンシア 1DAY S Cleché)	336	5.6%	466	6.7%	129	38.5%
(シンシア 2WEEK S Cleché)	237	3.9%	254	3.7%	16	6.9%
プライベートブランド	2,158	35.6%	2,702	38.8%	543	25.2%
クリアレンズ	1,812	29.9%	1,993	28.6%	181	10.0%
カラーレンズ	346	5.7%	708	10.2%	362	104.5%
合計	6,065	100.0%	6,965	100.0%	899	14.8%

※ 2025年12月期より「シンシア 1DAY S 乱視用」を含む。

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

2025年3月に譲り受けたカラーコンタクトレンズ販売事業では、ECサイト「Mew コンタクト」を展開し、同社製品のみならず、仕入れ販売により他社ブランドも網羅して多数扱うため顧客基盤は大きく、この「Mew コンタクト」の業績寄与が大きかった。同サイトで扱う他社製品はプライベートブランドに分類されており、売上実績を見ると、2025年12月期のカラーレンズ売上は、自社ブランド (FAIRY、シンシア S Cleché) が前期比17.3%増の830百万円に、プライベートブランド (OEM製品とMew コンタクトの他社製品等) は同104.5%増の708百万円と同水準まで増加した。なお、カラーコンタクトレンズ販売事業に関し、2025年12月期は上期時点でEC販売手数料の増加などで利益創出に至らなかったものの、通期では単体で黒字化を達成したようだ。

(2) コンサルティング事業

売上高は31百万円 (前期比48.3%減)、セグメント利益は13百万円 (同55.3%減) と減収減益となった。医療脱毛クリニックのコンサルティング支援において、市場競争環境の激化に伴い請負先の業績が悪化したため、コンサルティング料を見直したことが苦戦の背景にある。なお、同顧客支援として貸付金を提供していたが、前述のとおり減損計上したものの、コンサルティング契約を継続している。現時点で、黒字転換にはもうしばらく時間を要する見通しだが、事業運営の再建自体は進行しており安定化の様相を呈していることから、市場動向も照らしあわせつつ支援する方針である。

業績動向

(3) システム事業

売上高は448百万円(前期比10.8%増)、セグメント利益は90百万円(同57.3%増)となった。2023年11月のタロスシステムズの連結子会社化以来、特に営業力を強化してマーケティングの側面から体制を整えている。契約ごとに引き合いや見積もり、システム導入のデモンストレーション、契約クロージングまでの一連を管理し、フィードバックするスキームを構築した。API連携については、2024年3月のメルカリ<4385>のECプラットフォーム「メルカリShops」、2025年2月には楽天グループ<4755>のECサイト「楽天ラクマ」に続き、2026年3月にはDMMの出店型ECサービス「DMM Shops」と連携を開始した。これによりユーザーはECを介して全国規模の販売ルートが構築される。既存ユーザーに対してはサービス機能の充実が離脱防止に寄与し、見込み顧客に対しては容易に全国につながる利便性がルアーとなり、顧客基盤の安定と拡大、ひいては収益向上に貢献している。引き続き、相乗効果の見込まれるECと積極的にAPI連携する方針だ。

3. 財務状況と経営指標

財務状況は、商品が前期末比110百万円増加するなど流動資産が同38百万円増加したものの、デリバティブ債権が同113百万円減少するなどの要因で固定資産が同151百万円減少したため、資産合計は同112百万円の減少となった。負債合計は長期借入金と同217百万円、買掛金が同141百万円それぞれ減少したことで同234百万円減少した。一方、純資産は親会社株主に帰属する当期純利益264百万円が加わり同121百万円増加したため、自己資本比率は52.4%と前期末を3.3ポイント上回った。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	24/12期末	25/12期末	増減
流動資産	4,615	4,653	38
現金及び預金	1,888	1,658	-229
受取手形・売掛金	1,049	1,130	80
商品・貯蔵品	1,089	1,183	93
固定資産	881	729	-151
有形固定資産	69	60	-9
のれん	416	369	-46
資産合計	5,496	5,383	-112
流動負債	2,019	2,021	1
短期借入金	1,150	1,150	0
1年内返済予定の長期借入金	217	217	-0
固定負債	779	542	-236
長期借入金	682	464	-217
負債合計	2,799	2,564	-234
純資産合計	2,697	2,818	121
株主資本	2,537	2,745	208
自己資本比率	49.1%	52.4%	3.3pp

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

キャッシュ・フローは、税金等調整前当期純利益449百万円、のれん償却額を含む償却費95百万円や貸倒引当金の増加額65百万円の計上などがあった一方で、仕入債務が142百万円減少したため、法人税等の支払額が176百万円あったものの、営業活動によるキャッシュ・フローは366百万円の収入となった。一方、投資活動によるキャッシュ・フローは、事業譲受による支出160百万円や貸付けによる支出65百万円があったため、250百万円の支出となった。また、長期借入金の返済217百万円、配当金の支払額121百万円で財務活動によるキャッシュ・フローは338百万円の支出となり、現金及び現金同等物は前期末比229百万円減少し1,658百万円となった。

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	24/12期	25/12期	前期比
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	435	366	-68
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-421	-250	171
財務活動によるキャッシュ・フロー	-332	-338	-5
フリーキャッシュ・フロー (a) + (b)	13	116	102
現金及び現金同等物の増減額	-305	-229	76
現金及び現金同等物の期末残高	1,888	1,658	-229

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2026年12月期は「戦略的投資の年」との位置付けで施策推進

1. 2026年12月期の業績見通し

2026年12月期の連結業績は、売上高7,657百万円(前期比2.7%増)、営業利益388百万円(同25.9%減)、経常利益362百万円(同29.6%減)、親会社株主に帰属する当期純利益246百万円(同6.6%減)と増収減益を見込んでいる。EBITDAは470百万円と同24.1%減を見込む。主力のコンタクトレンズ製品売上高は、2025年12月期実績の6,965百万円に対し、2026年12月期は7,150百万円と同2.7%増を見込む。内訳としては、クリアレンズは競争環境を鑑みやや保守的に見ているようだが、カラーレンズについては販売チャネルの強化からプライベートブランドで同11.1%増、自社ブランドでは同42.7%増を計画しており業績のけん引役となる。ECサイト「Mew コンタクト」からの収益期待が大きいほか、第三世代シリコンハイドロゲル素材の「シンシア S Cleché」の進捗も注視したい。同社としては、カラーレンズ市場は拡大の余地は依然大きいと見通し、成長ドライバーとすべく強化する方針だ。なお、コンサルティング事業とシステム事業の個別見通しは非公開ながら、前者については薬事コンサルティング業務の着実な立ち上げ、後者は次期POSシステムの開発進展がそれぞれ重要な関心事となるだろう。

今後の見通し

利益面では、コンタクトレンズ販売の価格政策について、自社ブランドは基本的に価格据え置きによって訴求力を強める一方、構造的に利ざやの小さいOEM等については損失回避に向け、市場動向にあわせて交渉を続け、価格改定に臨む方針だ。同社を悩ませてきた為替については、想定為替レートを1ドル155.0円に設定している。ただし、前期までに主要工場との交渉はほぼ完了し、円建て仕入れは現状でおよそ全体の5割を占める。引き続き機を見て他の仕入れ先との交渉を段階的に進める方針であることから、過去の同社状況と比較して、為替リスクの吸収力は相当に高まったと弊社は見ている。また、2026年12月期は戦略的投資を積極的に積み増すが、コンタクトレンズ事業での新商品発売や「シンシア S」を中心とした戦略商品の販売チャネル及びマーケティング強化、システム事業では新規顧客獲得(=ストック収益の拡大)を視野に入れた次期POSシステム開発への集中投資等を行う。これらにより、営業利益は同25.9%減と前期を136百万円下回る見込みだ。なお、コンサルティング事業について、2025年12月期業績の重しとなった医療脱毛クリニック案件では、再建が順次進展しているようで、同社業績に追加影響を与える事象は見込まれていないようである。

2026年12月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	25/12期		26/12期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	7,456	100.0%	7,657	100.0%	200	2.7%
売上総利益	2,378	31.9%	2,375	31.0%	-3	-0.1%
販管費	1,854	24.9%	1,987	26.0%	132	7.2%
営業利益	524	7.0%	388	5.1%	-136	-25.9%
経常利益	514	6.9%	362	4.7%	-152	-29.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	264	3.5%	246	3.2%	-18	-6.6%
EBITDA	619	8.3%	470	6.1%	-149	-24.1%

出所：決算短信、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見通し

(単位：百万円)

	25/12期		26/12期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
自社ブランド	4,262	61.2%	4,496	62.9%	233	5.5%
クリアレンズ	3,432	49.3%	3,311	46.3%	-121	-3.5%
カラーレンズ	830	11.9%	1,185	16.6%	354	42.7%
プライベートブランド	2,702	38.8%	2,653	37.1%	-49	-1.8%
クリアレンズ	1,993	28.6%	1,865	26.1%	-128	-6.4%
カラーレンズ	708	10.2%	788	11.0%	79	11.1%
合計	6,965	100.0%	7,150	100.0%	184	2.7%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

2. 重点施策

2026年12月期の計画を達成するため、「製品品揃えの拡充」「自社製品の売上拡大」「M&Aの推進・事業多角化」の3つの重点施策を掲げている。

(1) 製品品揃えの拡充：新製品投入

2025年3月に譲り受けたカラーコンタクトレンズ販売事業にて展開するECサイト「Mew コンタクト」は、同社がエンドユーザーとつながる玄関口という位置付けとなることはもちろん、同サイトの成長に携わってきたチームが合流したことで、これまで以上に同社はマーケットイン志向の開発が可能となった。レンズデザインからパッケージデザイン、そしてフロント広告、販売戦略はもちろん、カラーコンタクトレンズ全般の商品開発が強化されたと言える。同事業では各専門人材とナレッジが蓄積しており、速いトレンド変化に対応し、市場に受け入れられるブランドづくりを展開する。「Mew コンタクト」では業界初の「カラコンレビューサイト」を立ち上げたほか、付度なしの「スタッフのカラコンレビュー」など、メーカー側からの情報発信だけでは限界があるコンタクトレンズ業界において、ユーザーを惹きつける施策で多くの声を集める仕組みが構築されており、同社の強みでもある高品質製品とのシナジー発揮につなげる。

新製品リリースについては、2026年12月期の業績底上げにラインナップ拡充は必須と捉え、特に第三世代シリコーンハイドロゲル素材での展開を計画している。「シンシア S」シリーズでは2025年2月に「乱視用」を販売開始し、2026年夏前には「遠近両用タイプ」のリリースを計画している。社会的背景としてコンタクトレンズ使用に慣れた世代が需要層として拡大しているほか、「多焦点レンズ」によりメガネのように架け替える必要がないためユーザーにとって利便性が高い。近視用レンズより3割程度高い価格設定なものの需要は期待できるだろう。また、「pranair」ブランドでは、顧客から2週間交換タイプの要望も出ているようである。計画しているこれらの第三世代シリコーンハイドロゲル素材レンズの拡充が、売上高と利益率の向上につながることを期待したい。

(2) 自社製品の売上拡大：販売力強化

収益をけん引する「シンシア S」ブランドをもう一段成長させるため、集中的にマーケティング投資を行う。コンタクトレンズでは、良くも悪くも顧客のブランドスイッチが少ないという特性もあり、そこを乗り越えるべく、シェア拡大に向けた認知度向上策を講じる。処方施設チャネルの認知度向上に向けて、LP(ランディングページ)やバナー、SNSを中心としたWeb広告はもちろん、販路の特性上個別マーケティングの効果も高いと判断し、施設ごとの販売促進を強化する。なお、同社推定によると、処方施設は全国におよそ7,000弱程度あり、同社は2,800以上の取引先を既に開拓済みであり、40%前後をカバーすると試算している。

シンシア | 2026年4月14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

「シンシア S」と同じ第三世代シリコンハイドロゲル素材を採用したEC向けブランドの「pranair 1DAY」については、オンライン上での高品質訴求に当初想定よりもやや苦戦している。販売力のある小売業者と連携し、高品質を前面に効果的なマーケティング策を協議し、品質を裏付ける施策を模索している。シリコンハイドロゲル素材コンタクトレンズ市場のシェアは、同社推定で5%程度と開拓の余地は大きく、同社は近いうちの市場占有率10%超えをねらっている。早期に同社製品を市場に浸透させることで、顧客満足度向上からロイヤリティ獲得、固定客化を促し、安定した収益基盤を構築する方針だ。また、サークルレンズ「シンシア S Cleché」について、顧客の購買行動には装用感や価格に加え、デザイン要素も強く作用するため、デザインや価格重視の顧客層への販促手法を思案中である。高い品質が実現する、レンズが目と一体化するような快適な装用感を体現するため、まずは顧客の足を処方施設に向ける方策を考案している。ほかにも、若年顧客層に向けTikTok等を広告媒体に、デザイン性ととも高品質を前面に、認知度を高める戦略も実践中である。

ドラッグストアチャンネルでは、引き続きドミナント戦略を進める。日本全土に広がるドラッグストアチェーンでのコンタクトレンズ需要喚起に向け、即効性、収益性が高く資本効率的なドミナント戦略を展開し、ドラッグストアチャンネルからの収益を拡大する計画だ。データドリブンでニーズを把握し、エリアと出店チェーンを限定して戦略を展開する。ドラッグストアチェーンでのコンタクトレンズ需要喚起の成功モデルを作った後に、類似する経済地域背景や物理的環境のエリアに進出するという一連のサイクルで「ドラッグストアでコンタクトレンズ購入」という購買行動の定着を促す。既にドラッグストアチェーンと連携し、エリアを限定して施策を進めている段階にあり、進捗と成果に注目したい。

(3) M&Aの推進・事業多角化：事業領域拡大

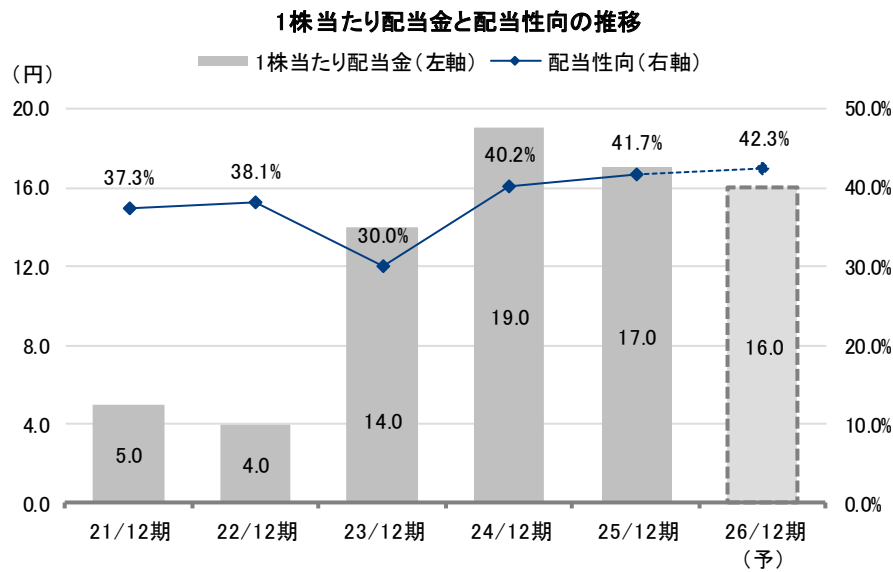
2023年11月に連結子会社化したタロスシステムズでは、次期POSシステムの開発に着手している。昨今のエンジニア不足と、指数関数的に発展するAI技術へのキャッチアップのため、自社採用と並行して業務委託により技術力の高い外部人材を登用している。これにより、多様な視点でアイデアを結び、システムを進化させる方針である。タロスPOSは実店舗向けのクラウドPOSシステムだが、次期POSシステム開発では、顧客利便性向上に向け、ポータブル端末でも利用できる環境を構築するようだ。計画どおりに進めば2026年内のリリースを予定しており、新規顧客の開拓が進むと同社では予想している。また、事業領域拡大に向け、薬事コンサルティング事業を本格始動することも大きな動きの1つだ。現在、日本国内でのコンタクトレンズの承認に係る案件が進行中のようなのである。医薬品や医療機器の承認は時間を要することから、2026年12月期以降、徐々に収益を拡大する想定である。また、海外企業の日本進出支援コンサルティングでも、初動としては想定どおりコンタクトレンズ関連中心ながら、医療機器なども徐々に引き合いが発生しているようだ。本業で培った承認申請ノウハウを生かし、コンタクトレンズに限らず、化粧品や医薬部外品等、受託の幅を広げる構想で、それら見込み領域に対しアナウンスを積極化している。

M&Aの方針については、事業推進部を組織し、継続的にM&A案件を積極的に探索している。主力事業であるコンタクトレンズ事業とのシナジーを考慮した案件模索という基本は当初から変わらないが、M&Aで多角化が進んできたこともあり、シナジー自体の構想領域も広がっていることから、魅力的な企業思想やビジネス内容を持つ企業も対象に、間口を広げて検討している。

株主還元策

減益予想の2026年12月期も配当性向40%超を確保の予定

同社は株主への利益還元を最重要経営課題の1つと位置付けている。これまで安定的かつ継続的に配当を実施することを基本スタンスとし、毎期の経営成績、財政状態を勘案し、財務体質の強化、将来の事業拡大に必要な内部留保の充実などに十分留意しながら配当を実施してきた。ただ、今般利益還元をさらに充実させるため2024年10月に配当方針を見直し、目標連結配当性向を30%から40%に引き上げた。これに伴い、2024年12月期は配当性向40.2%、1株当たり19.0円の配当を実施した。2025年12月期は期初計画から大幅な減益を予想したため配当性向の方針は堅持したものの前期比9.0円減配を見込んでいた。しかし2度の業績上方修正に伴い、配当性向41.7%、1株当たり17.0円の配当を決定した。2026年12月期についても同じく最終減益予想のため16.0円と減配を予定するが、配当性向は42.3%となる。



出所：決算短信よりフィスコ作成

株主還元策

同社は株式の魅力を高めるため、「保有株式数」と「保有期間」によって内容がステップアップする仕組みの株主優待制度も導入している。なお、現在の株主優待の内容は、(1) 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) (2) デジタルギフトの2種類で、基準日はいずれも12月末である。

前者については、最低100株かつ1年未満保有で貰える30%割引券 (最大12,000円引) から最高1,000株以上かつ1年以上保有で貰える60%割引券 (最大24,000円引) まで幅がある。デジタルギフトについては、追加の長期保有株主優遇の側面もあり、200株以上かつ1年以上継続保有で1,000円相当、3年以上保有の場合は3,000円相当の内容となっている。対象交換先メニューはAmazon等の各種ギフトカードをはじめとして、多岐にわたる。

一例として、現在株価水準 (460円/株) で200株を1年以上保有した場合、投資金額は92千円となり、配当、株主優待を加味した株主還元の実質利回りは約26%と試算される※。特に同社のコンタクトレンズユーザーにとっては有意義な優待制度となり、同社の顧客志向の姿勢が示唆される。なお、本試算はクーポンを上限 (12,000円引/枚) まで利用した場合の最大値であり、同社製品ユーザー以外は優待価値が実質的に低下する点に留意が必要である。

※ 特別優待券 (クーポンコード) を上限まで利用した場合の最大割引額を現金と同等とみなして計算。

株主優待内容

優待種類	保有株式数	保有期間	内容
特別優待券 (クーポンコード) ※	100株以上	1年未満	30%割引券 (最大割引額12,000円) /枚
	200株未満	1年以上	40%割引券 (最大割引額16,000円) /枚
	200株以上	1年未満	40%割引券 (最大割引額16,000円) /枚
	1,000株未満	1年以上	50%割引券 (最大割引額20,000円) /枚
	1,000株以上	1年未満	50%割引券 (最大割引額20,000円) /枚
		1年以上	60%割引券 (最大割引額24,000円) /枚
デジタルギフト	200株以上	1年以上	デジタルギフト1,000円相当
		3年以上	デジタルギフト3,000円相当

※ すべて割引前価格40,000円まで購入可 (利用は1回のみ)。

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・表示したものです。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、企業から報酬を受け取って作成されています。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、理由のいかなを問わず、いかなる責任も負いません。

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、配布等することは強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