



代表取締役社長 浦壁 昌広氏



～日本のシードから世界のSEEDへ～

会社概要

- **シードの歩みと強み**
 - ・創業は1951年1月
 - ・順天堂大学のコンタクトレンズに関する研究に、初代社長厚澤弘陳が協力
 - ・国内一貫生産の強みを活かし、広範囲の品揃えでユーザーニーズに対応
- **取り扱い商品**
 - ・売上全体の92.3%がコンタクトレンズ
 - ・使い捨てレンズ需要の高まりを受け、2004年に国産初の2weekレンズを発売
 - ・現在では1dayレンズを中心に展開
“Made in Nippon”で商品差別化を実現
 - ・コンタクトレンズ用品事業売上の構成比2.2%、眼鏡事業が同2.9% (2018年9月期)

成長戦略

- **中期経営ビジョン**
 - ・2021年3月期目標
売上高385億円、営業利益35億円、
営業利益率は9.1%
 - ・国内コンタクトレンズ市場シェア
2017年10.3%→2020年12.9%へ
 - ・海外ではアジア、ヨーロッパを中心に
26の国と地域に展開中(2018年12月現在)
 - ・海外売上高2018年3月期16億円→
2021年3月期41億円へ
- **新商品**
 - ・「1dayPureうるおいプラスFlex」スマホ、
パソコン等の近方を見るゾーンを配置
 - ・「わんタクト」犬用治療用コンタクトレンズ
 - ・「JILL STUART 1day UV」人気ブランドと
コラボレーションしたカラーコンタクトレンズ

市場環境、業績推移

- **市場環境**
 - ・**世界市場**: 世界のコンタクトレンズ市場(小売りベース)は約1.6兆円を超える規模。
近視人口の増加などにより、中国などアジアを中心に今後も拡大見込
 - ・**日本市場**: アメリカに続き、世界第2位の市場。
1990年代前半の使い捨てレンズ登場等により市場拡大。
その後も緩やかに成長
- **業績推移**
 - ・日本メーカーとしては使い捨てレンズの開発にいち早く対応。売上は過去10年間で約3倍に増加。市場シェア上昇が続く(2017年度国内1日使い捨てレンズ市場シェア13.5%、同2位)
 - ・2019年3月期売上310億円突破を目指す

株主還元

- **株式分割**
 - ・2018年6月30日基準日とし、
株式1株につき3株の割合で分割
 - ・株式流動性を高めることで、投資家層の拡大を図る目的
- **配当**
 - ・今期は年間配当12円を予定
- **株主優待**
 - ・1単元(100株)以上保有の株主様は
 - ① 当社ケア用品セット
 - ② 優待券(当社コンタクトレンズ、眼鏡、補聴器)
 - ③ 地方の名産品
 - ④ 寄付
のいずれかのコースを選択可能
 - ・最低投資額の優待利回り約7%
(株価1,372円前提。一部を除く)