

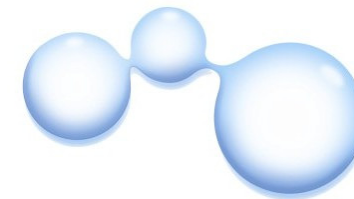
2012.12.14～15

野村證券

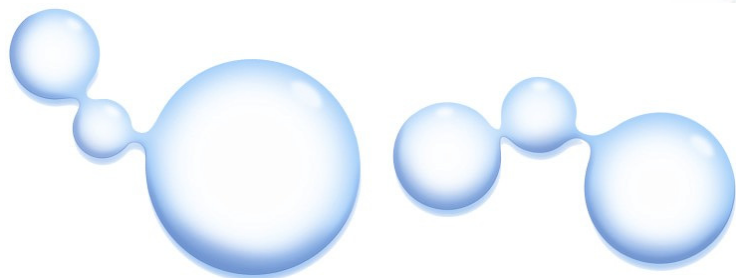
NOMURA

野村IR

個人投資家フェア



会社説明会資料



株式会社 シード

JASDAQ

(証券コード 7743)

目次

シードとは？社名の由来…1

シードとは？当社の歩み…2～3

シードとは？事業内容…4

2013年3月期第2四半期の概況…5～6

2013年3月期の見込み…7

配当の推移…8

コンタクトレンズ市場…9～10

海外戦略について…11

中期的展望について…12

将来に向けた取り組み…13

環境と人にやさしいシード…14



本資料に関するお問い合わせ

株式会社シード 経営企画室

TEL 03-3813-1650

又はホームページお問い合わせフォーム

https://www.seedcontact.jp/seed/fm_ir/

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。



シードとは？社名の由来

SEED

「見える」をサポートします

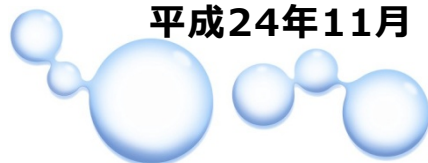
シードが、コンタクトレンズの研究を開始したのは1951年。
半世紀以上にわたり、「見える」をサポートしてまいりました。
社名の「シード（SEED）」は、英語で「種子」という意味。無限の
新分野に種をまき、結実した「成果」を収穫し続けていくことで、
これからも、皆さまの「見える」をサポートしてまいります。



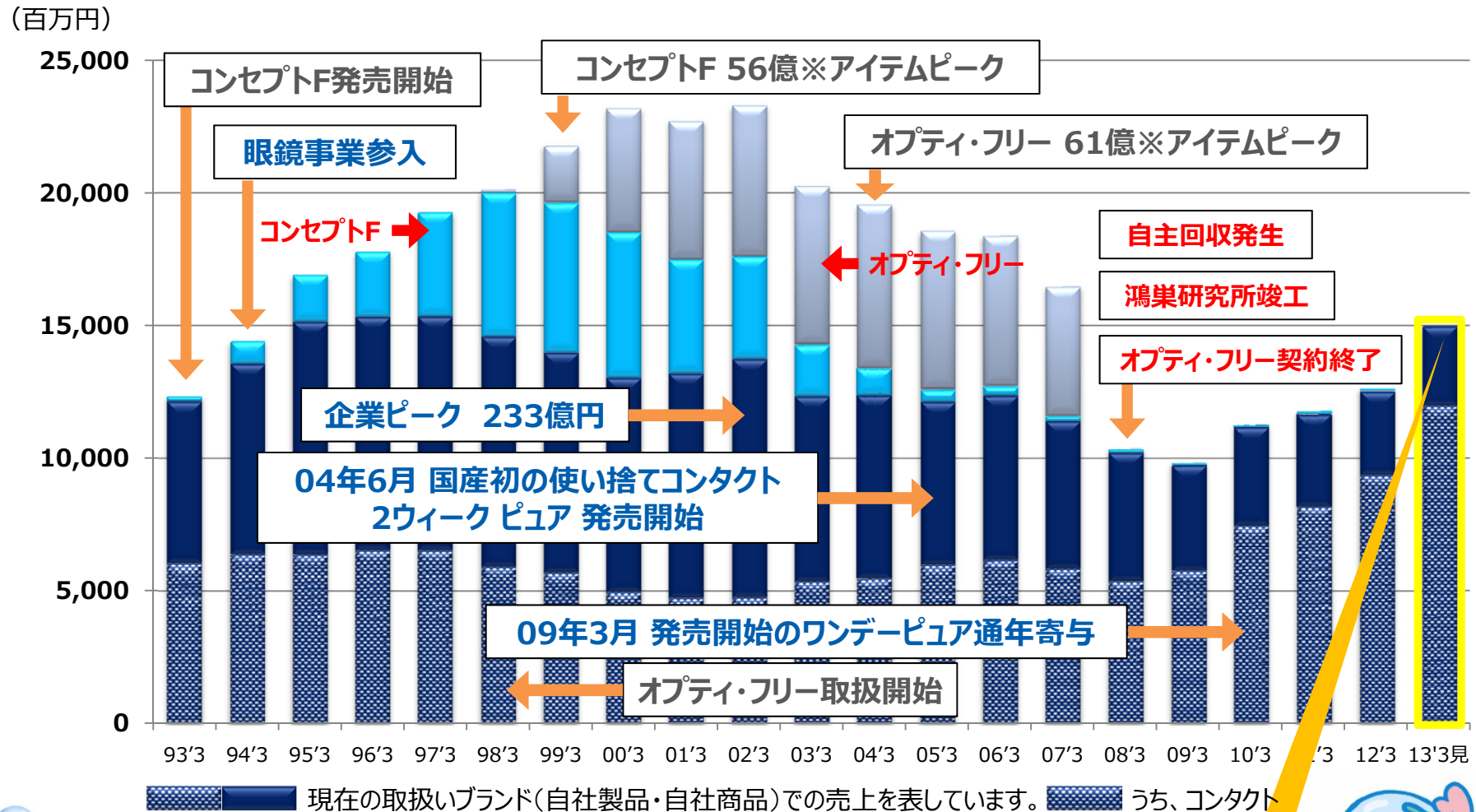


シードとは？当社の歩み(沿革)

- 昭和26年1月 創業
順天堂大学教授佐藤勉博士らのコンタクトに関する研究に、初代社長厚澤弘陳が協力
- 昭和28年3月 同 厚澤氏がプレス加工製法によるコンタクトを発売
- 昭和32年10月 株式会社 東京コンタクトレンズ研究所(当社前身)を設立
- 昭和35年3月 コンタクトの製法をプレス加工から切削研磨加工に変更
- 昭和40年9月 ブランドを『マイコン』（私のコンタクト）に統一
- 昭和60年11月 ブランドをマイコンから『シード（SEED）』に変更
- 昭和62年2月 『株式会社 シード』に商号変更
- 平成元年12月 社団法人日本証券業協会(現ジャスダック)に株式の店頭登録
- 平成3年11月 桶川研究所(現 総合研究所)を設置
- 平成15年10月 両面モールド製法の製造許認可を取得
- 平成19年7月 鴻巣研究所を設置
- 平成23年1月 鴻巣研究所 ISO13485取得、CEマーキング指令適合
- 平成23年9月 海外へ進出。ベトナムへ出荷・ベルギーに子会社設立
- 平成23年10月 シンガポール、上海に子会社設立
- 平成24年11月 総合研究所(桶川) ISO13485取得



シードとは？ 当社の歩み(売上推移) ※連結ベース



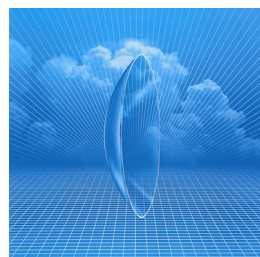
95~97年規模までに回復



シードとは？ 事業内容

コンタクトレンズ

1日使い捨てコンタクト、2週間・1ヶ月交換
コンタクト、ハードコンタクト、ソフトコンタクト



ケア用品

ソフトコンタクト用洗浄・消毒・すすぎ・保存液
ハードコンタクト用洗浄・保存液、付属品、その他



眼鏡

メガネフレーム、メガネレンズ、関連備品



PlusNix
eye wear

vivid moon
eye wear



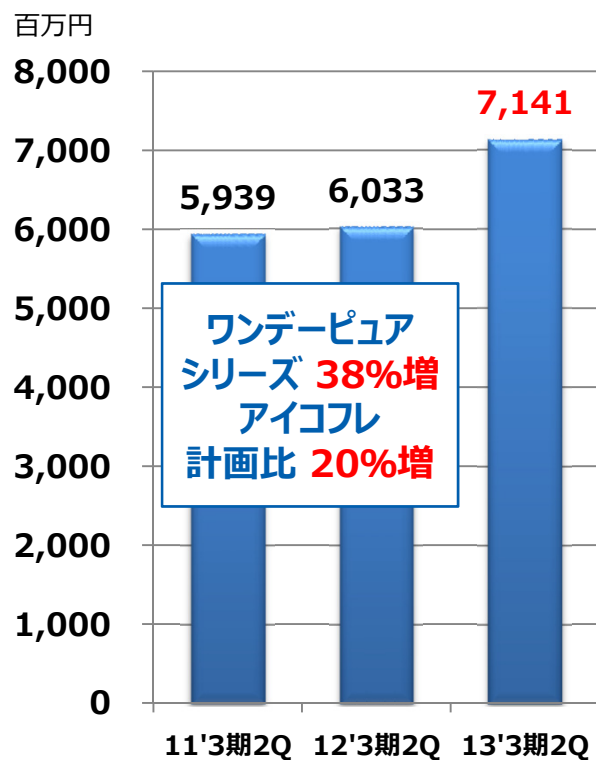
crocstm
eyewear

ViVi fleurs

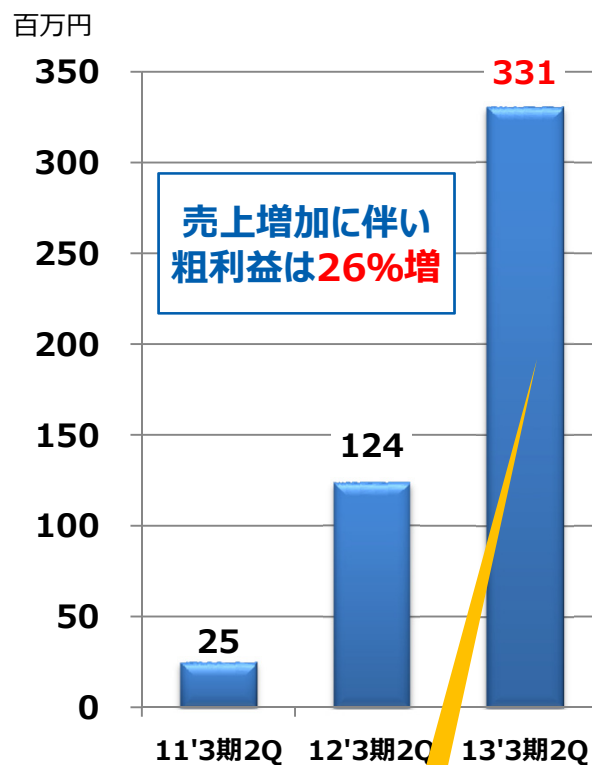


2013年3月期第2四半期の概況

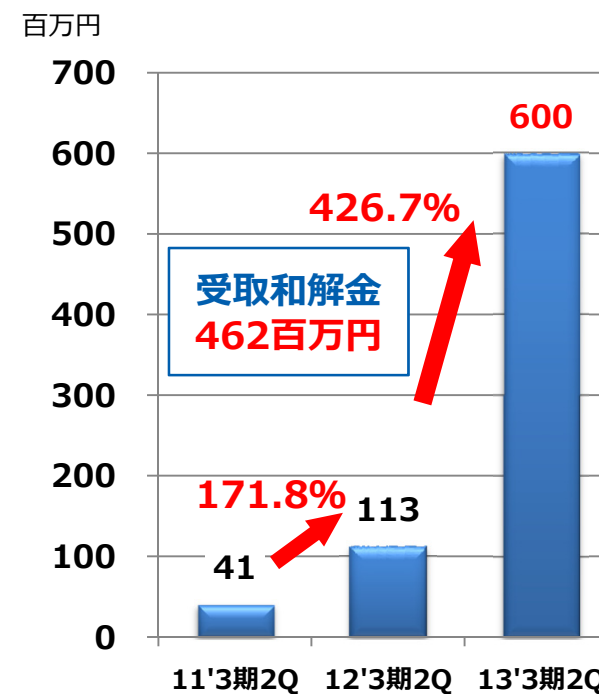
売上高



営業利益



四半期純利益



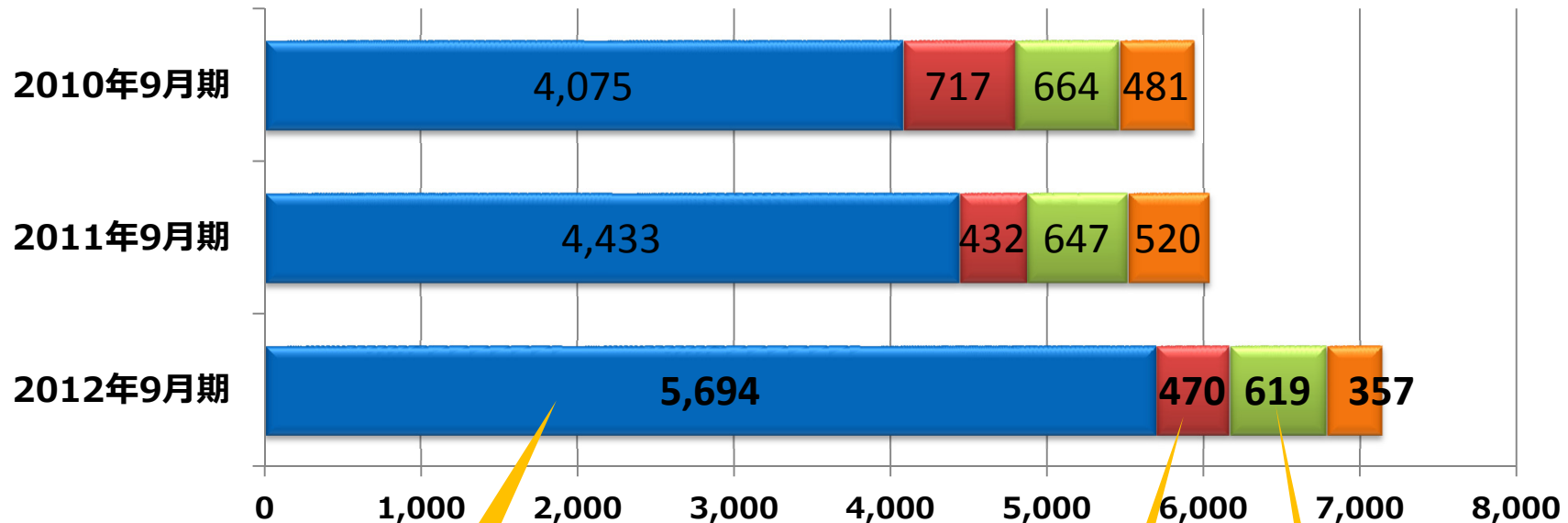
積極投下の経費を賄い、2.5倍



2013年3月期第2四半期の概況～売上構成

金額単位：百万円 百万円未満切捨て

■コンタクト ■ケア用品 ■眼鏡 ■その他



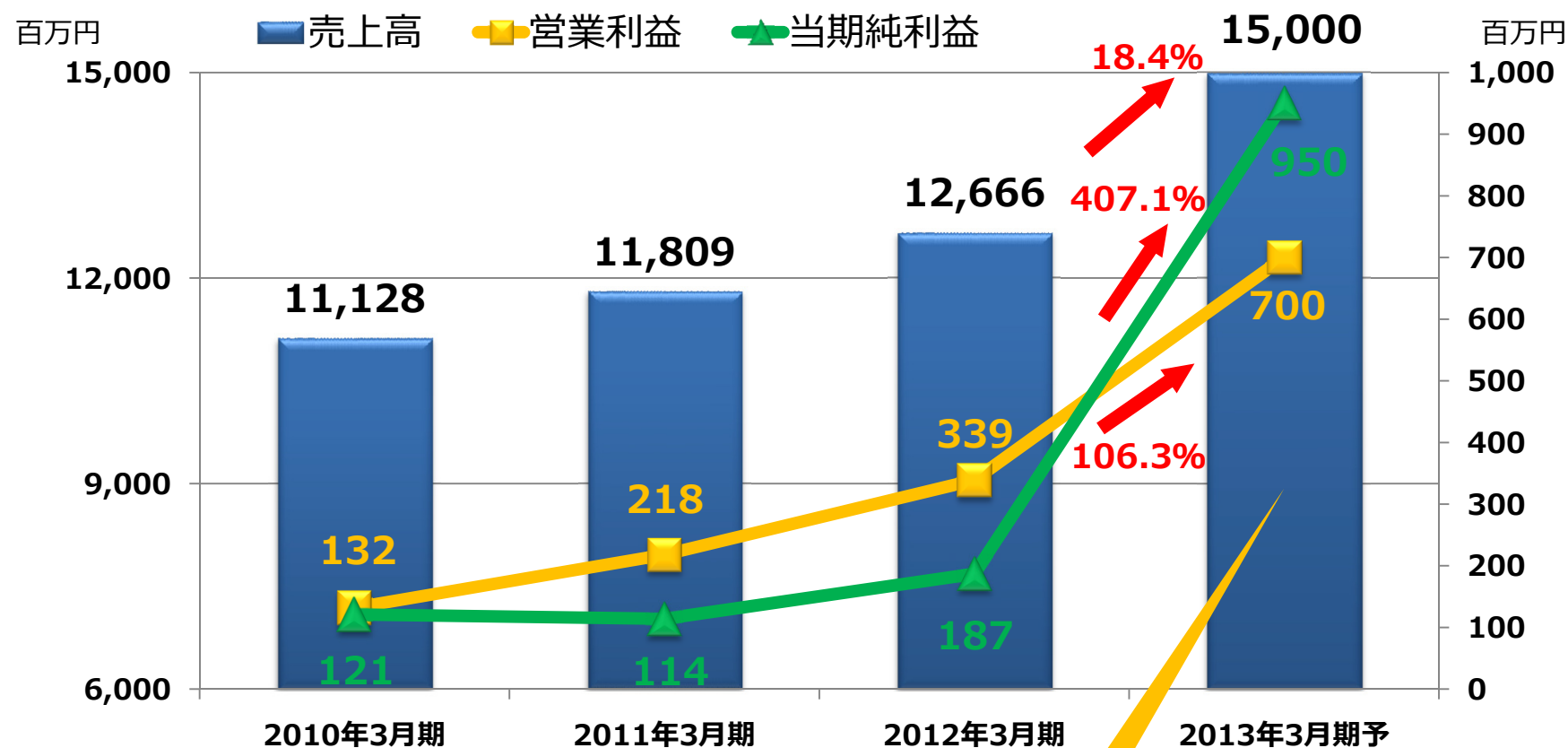
ワンデーピュアうるおいプラス、ワンデーピュア マルチステージ、アイコフレワンデーUVが牽引(3アイテムで前期比**29.1%増**)

取扱いアイテム増加効果

均一価格販売スタイル活況に伴う販売価格競争激化、クロックス、ヴィヴィフルールが期初出荷予定を下回る



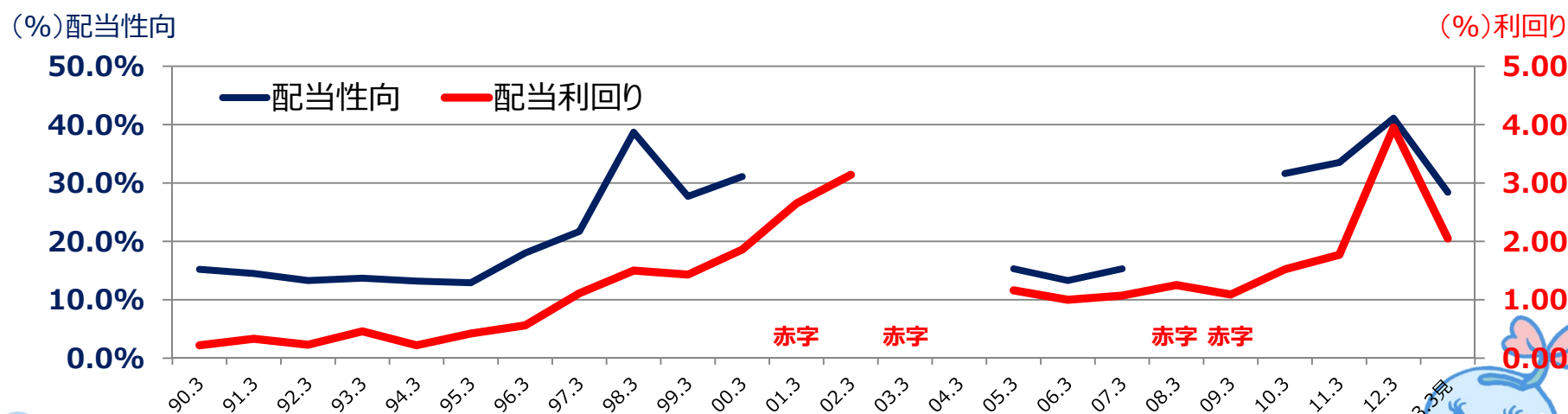
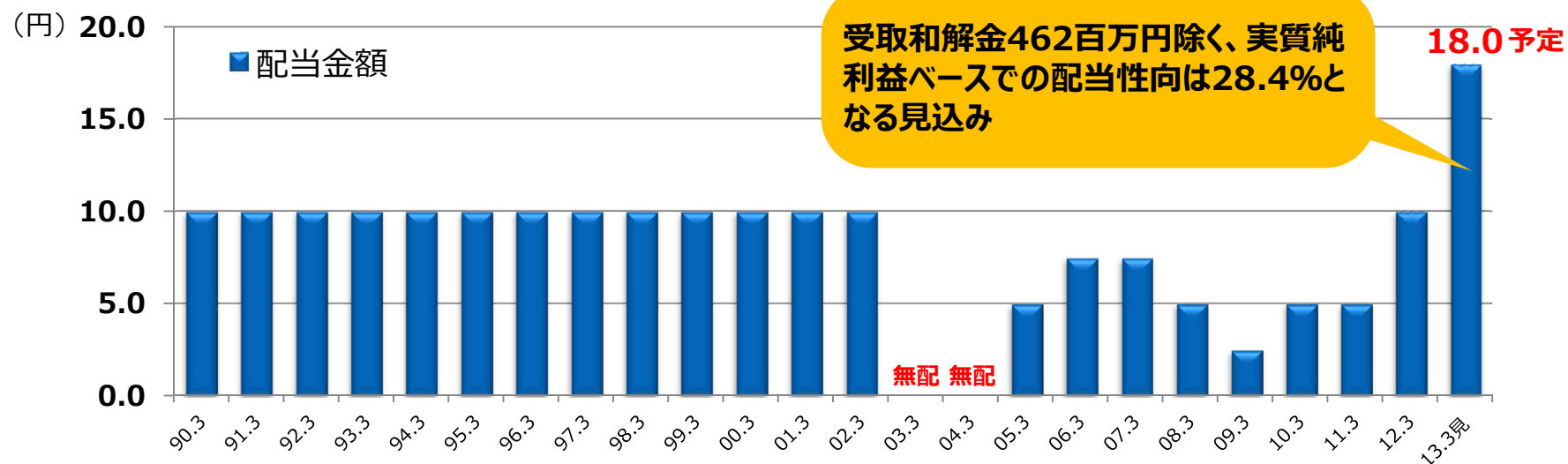
2013年3月期の見込み



- うちコンタクトレンズの売上高は120億円
- 下期は広告宣伝や物流関連費用が増加
- 営業利益は前期比約2倍



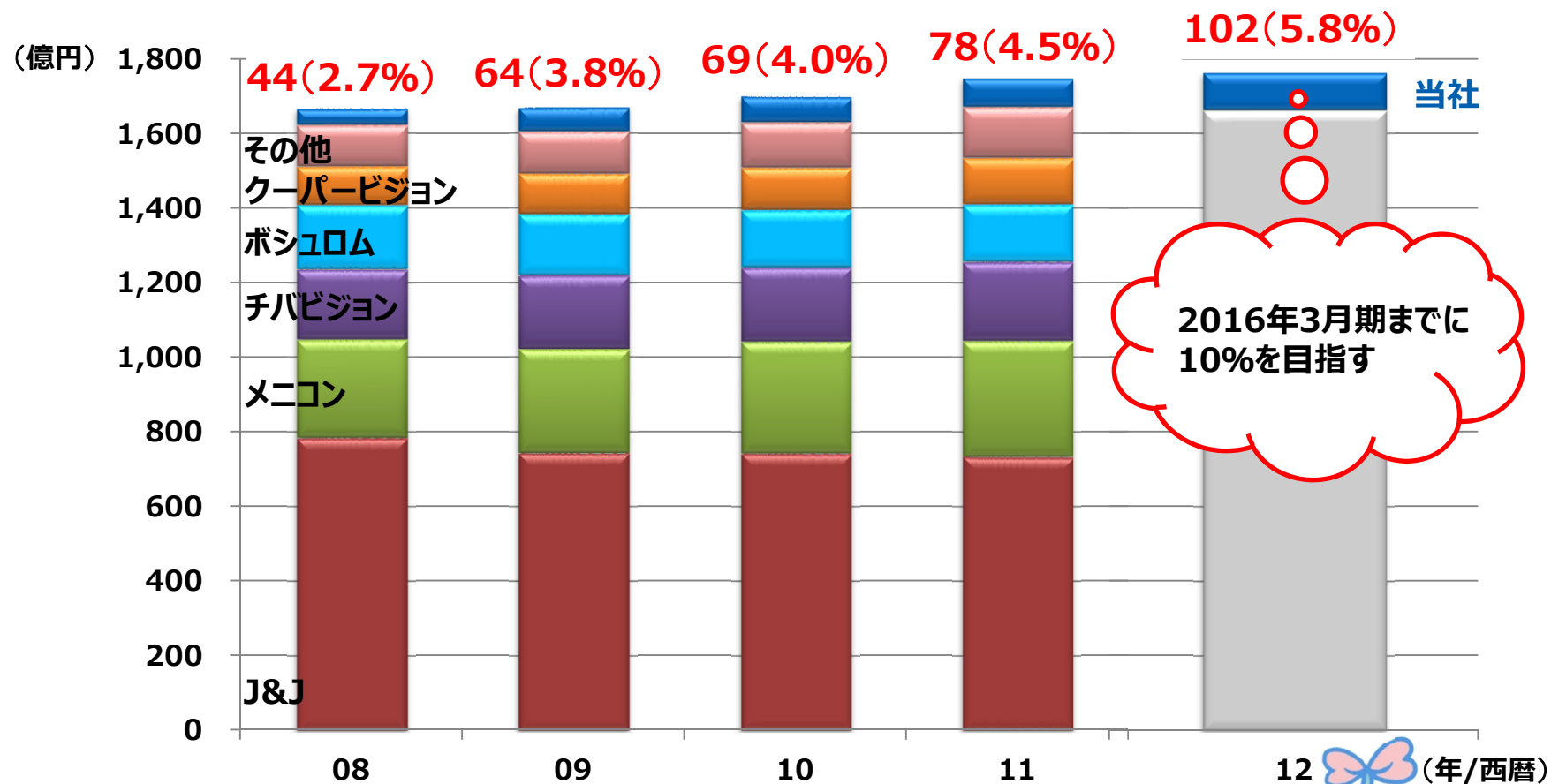
配当の推移



経営体質強化と事業拡大のための内部留保確保等を勘案した上で、適切な配当水準による配当継続を実施してまいります。

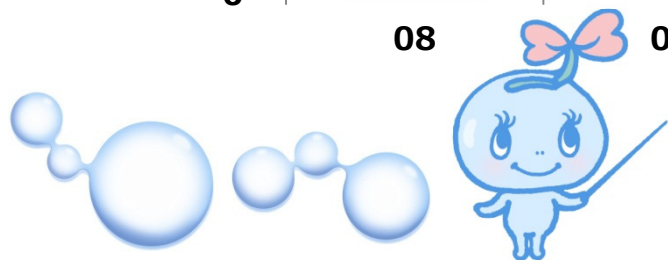
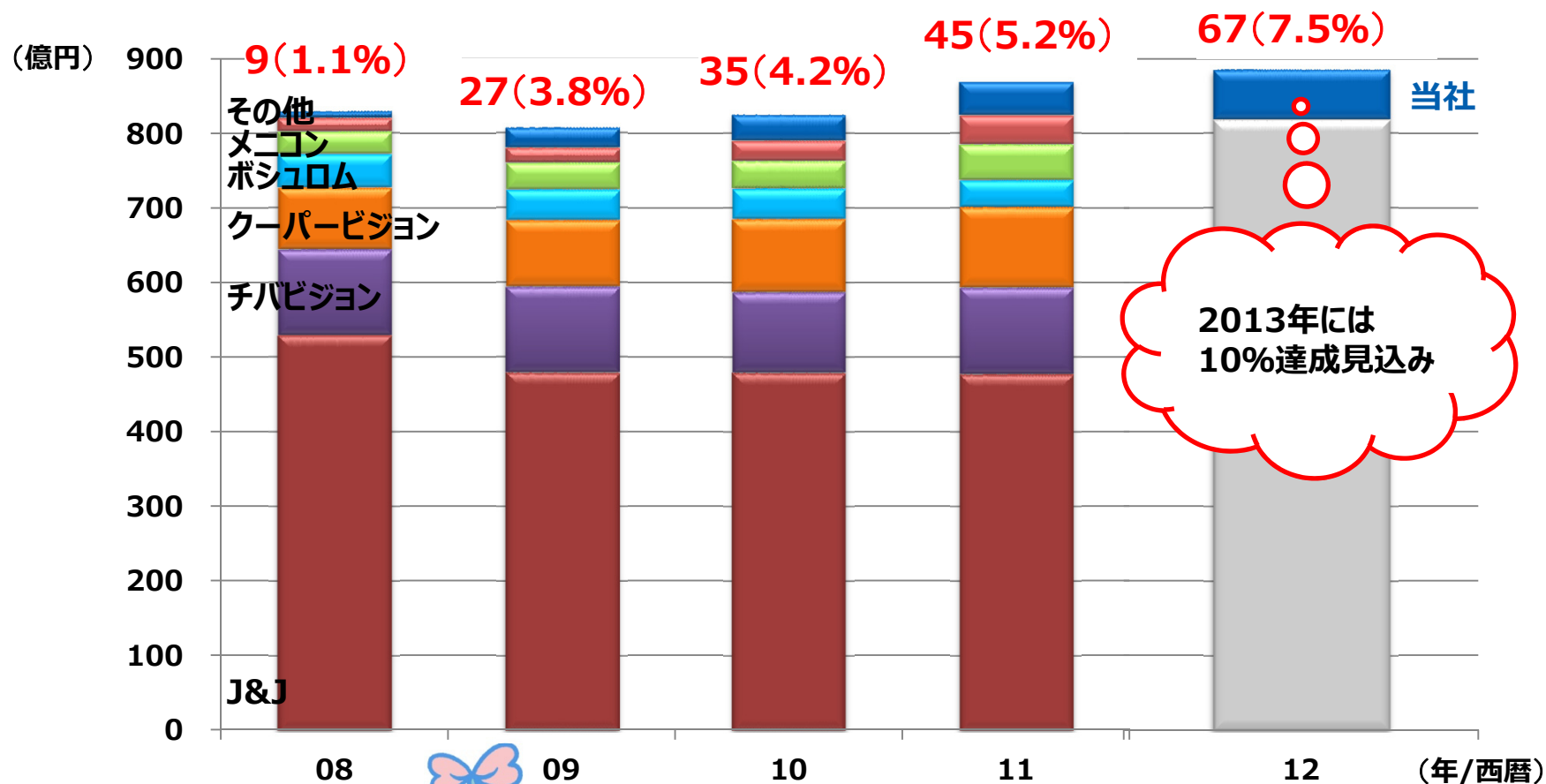
コンタクトレンズ市場(全体)

※メーカー出荷額ベース(当社調べ)



コンタクトレンズ市場(1日使い捨てタイプ)

※メーカー出荷額ベース(当社調べ)



海外展開・戦略について

上海

「実瞳(シード)」ブランド浸透のため、広告活動を展開。また、アイコフレワンデーUVの現地版出荷開始。
+ピュアシリーズ等の申請進捗

ベトナム

リピートオーダー。
アイコフレ、ケア用品の投入予定

シンガポール

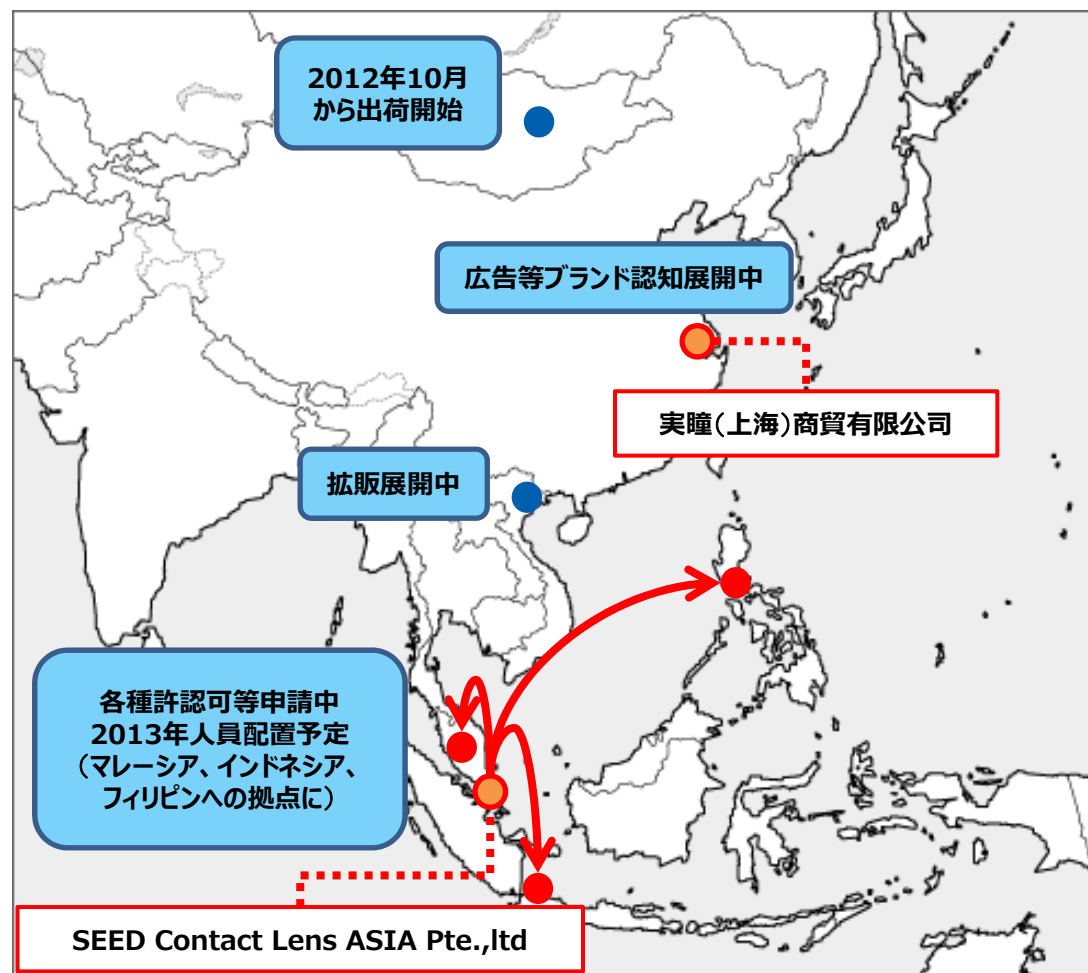
各種認可取得終了。人員配置の準備中

モンゴル

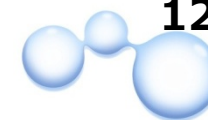
10月に主要ブランド出荷開始

欧州

欧州でのピュアシリーズのOEMは、複数の企業、チャネルで協議継続中



中期的展望について(2016年3月期の姿)



国内市場シェア 10% 以上

～ ワンダーカテゴリーのシェアで、まずは 2位 を目指す ～
(連結売上高225億・営業利益16億)

(中期計画の位置付け)

人口減少に伴う市場の停滞や、経営環境の変化等を先読みし、
世界に通用する『**日本のシード**』の礎を築くための3年間とする

“こんな時だからこそ『日本のものづくり』にこだわる”

Only One を重視した高スペックな商品を投入する (国内生産だからこそその小回りの良さ)

成長する新興国に対しては国産の高い品質をアピール (Made by Japanだからこそその高品質)

規模拡大と合理化を図り、海外メーカーを超える生産力・技術力をつける (日本で作り続けるための原価低減策推進)

システム、ロジスティクス、BCP対応等インフラの整備 (日本で作り続けるためのリスク分散)

コーポレート・ガバナンス、コンプライアンス体制を強化 (ステークホルダーからの信用・信頼)

雇用の創造、納税の義務等社会的責任を果たし、貢献する (日本企業としての存在意義)



将来に向けた取り組み

新素材の開発

シリコンハイドロゲル素材等

瞳にやさしい新素材。酸素透過率が従来のソフトコンタクトより高い。

生産体制・

物流体制の効率化

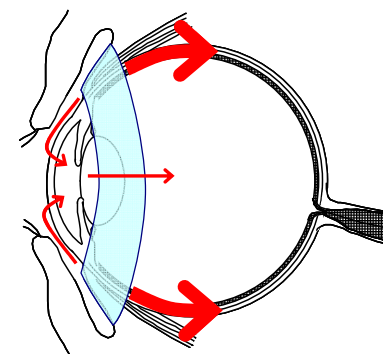
出荷増、生産増、アイテム増に対応するため拠点の整備等

医薬分野との融合

DDS (薬物送達システム) レンズの開発

強膜リングデバイスの開発

ソフトコンタクトの素材に、薬剤を染み込ませて、長い時間をかけて薬剤を徐放させる。



■ 強膜リングデバイス(左)とその薬剤移行のイメージ(右)



環境と人にやさしいシード

環境に配慮した鴻巣研究所

所在地 埼玉県鴻巣市（東京から約50km）

コンタクトレンズ生産量日本一

敷地面積 約23,000㎡（東京ドームの約半分）

生産能力 約40万枚/日（月あたり約1,200万枚）

※平成24年度末には月産1,600～1,700万枚へ

※平成25年度中には月産**2,000万枚**へ

オール電化工場で、工場内からの排出ガスは限りなく**ゼロ0**
 純水装置から排出される水を工場内で再利用し、廃プラスチック材も
 二次利用しています。

現在、屋上に太陽光発電システムの導入を進めており、発電と遮熱の
 W効果による電力使用量低減で、さらに環境にやさしい工場に生まれ
 変わります！



Pureな^{eye}愛をありがとうプロジェクト

盲導犬育成・視覚障害者支援事業

“あなたの見えるが、誰かの「見える」へ”

盲導犬育成支援のため、「ピュアシリーズ」の販売箱数に応じた寄付を行って
 おり、昨年平成23年度分は333万円の寄付を行うことができました。

公式ブログはこちら  <http://www.seed.co.jp/blog/eyemate/>

