

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 >>>](#)

2025年3月24日(月)

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. 2024年12月期の業績概要	01
2. 2025年12月期の業績見通し	02
■ 会社概要	03
■ 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. 2024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	17
1. 2025年12月期の業績見通し	17
2. 重点施策	18
■ 株主還元策	19

■ 要約

2024年12月期は売上高、経常利益は過去最高を更新。 主力のコンタクトレンズ事業も順調に推移

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. 2024年12月期の業績概要

2024年12月期の連結業績は、売上高 6,539 百万円(前期比 9.7% 増)、営業利益 484 百万円(同 28.6% 増)、経常利益 468 百万円(同 4.8% 増)、親会社株主に帰属する当期純利益 301 百万円(同 2.1% 増)と増収増益となった。売上高、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益は過去最高を更新した。売上高は、2024年3月に 100% 子会社化した(株)タロスシステムズの売上高(405 百万円)のオンが大きく寄与した。また、主力のコンタクトレンズ事業の売上高も同 2.9% 増と順調に推移した。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」シリーズも引き続き好調で、自社ブランド製品の売上高は同 3.4% 増となった。一方、プライベートブランドは価格競争の厳しいカラーレンズの売上高が大きく落ち込み、売上高は同 2.2% 増に留まった。利益面でもタロスシステムズの貢献が大きい。また、過年度に実施した為替予約や主要製品のドル建てから円建て仕入れへの変更などの為替ヘッジ施策が奏功し売上総利益率は同 1.2 ポイント上昇の 32.1% となった。販管費はタロスシステムズの人件費、減価償却費、のれん償却費の負担増などにより同 9.9% 増となったが、売上総利益の増加で吸収し営業利益は同 28.6% 増と 2 ケタ増益となった。EBITDA(営業利益+償却費)は、タロスシステムズの減価償却費 18 百万円、のれん償却費 42 百万円が加わり同 44.3% 増の 564 百万円となった。また、期中に配当性向の目標を 30% から 40% に引上げ、1 株当たり配当金は期初予想から 7.0 円引き上げ、同 5.0 円増配の 19.0 円とした。

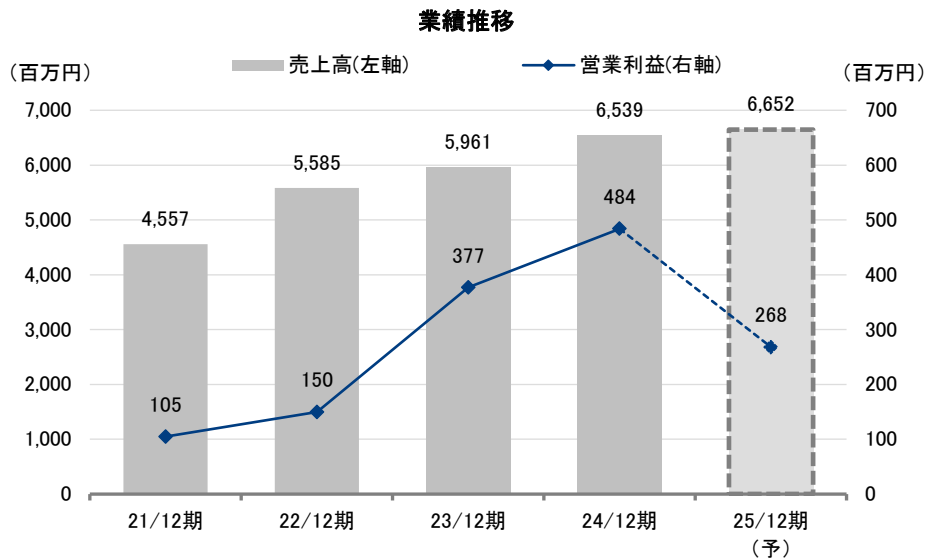
要約

2. 2025年12月期の業績見通し

2025年12月期の連結業績は、売上高 6,652 百万円（前期比 1.7% 増）、営業利益 268 百万円（同 44.7% 減）、経常利益 248 百万円（同 46.9% 減）、親会社株主に帰属する当期純利益 155 百万円（同 48.4% 減）と増収、減益を見込んでいる。EBITDA は同 34.6% 減の 369 百万円を見込む。主力のコンタクトレンズ事業の売上高は同 1.6% 増と堅調に推移する見通しだ。2025年2月に新製品「シンシア 1DAY S 乱視用」を発売したほか、引き続き「シンシア S」シリーズの営業活動を強化し自社ブランド製品の売上高を同 4.9% 伸ばす計画だ。一方、価格競争が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同 3.3% 減を見込む。コンサルティング事業とシステム事業は非公開だが、弊社では前期並みと見ている。利益面では、円安水準の継続を想定しており、前期に一部製品の円建て仕入れにより為替リスクを抑制したものの、円安進行前の過年度に 2～3 年タームで為替予約してきたヘッジ施策が剥落するため、売上総利益率は 29.8% と前期を 2.3% 下回り、売上総利益は同 5.4% 減となる見込みだ。販管費も同社の新製品発売に伴う広告費、販促費、タロスシステムズのシステム開発にかかる人件費、業務委託費などの成長投資を増やし同 6.5% 増となるため、営業利益は同 44.7% 減を見込む。

Key Points

- ・ 2024年12月期は新たにシステム事業が加わり増収増益
- ・ 「シンシア S」シリーズが好調で主力のコンタクトレンズ事業も順調に推移
- ・ 2025年12月期はコンタクトレンズ事業が堅調に推移し増収見込み
- ・ 円安水準継続を想定し、売上原価の上昇、成長投資増加により減益見込み



出所：決算短信よりフィスコ作成

シンシア | 2025年3月24日(月)

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

■ 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力し、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。

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「1day 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。

シンシア | 2025年3月24日(月)
7782 東証スタンダード市場 | <https://www.sincere-vision.com/ir/>

会社概要

「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 1DAY S Cleché (クレシェ)」を発売した。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。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。

「シンシア S」



出所：決算説明資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

会社概要

「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。

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。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(その後、2025年3月に株式を追加取得し完全子会社化)。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。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 | 2025年3月24日(月)
 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

会社概要

年月	沿革
2024年 2月	1 カ月交換カラーコンタクトレンズ「FAIRY 1Month SHIMMERING シリーズ」発売 1 カ月交換カラーコンタクトレンズ「FAIRY 1Month NEUTRAL シリーズ」発売
2024年 3月	タロスシステムの株式 49% を追加取得し完全子会社化
2025年 1月	1 日使い捨て低含水コンタクトレンズ「L-CON 1DAY38」を発売
2025年 2月	1 日使い捨てコンタクトレンズ「SINCERE 1DAY S 乱視用」を発売

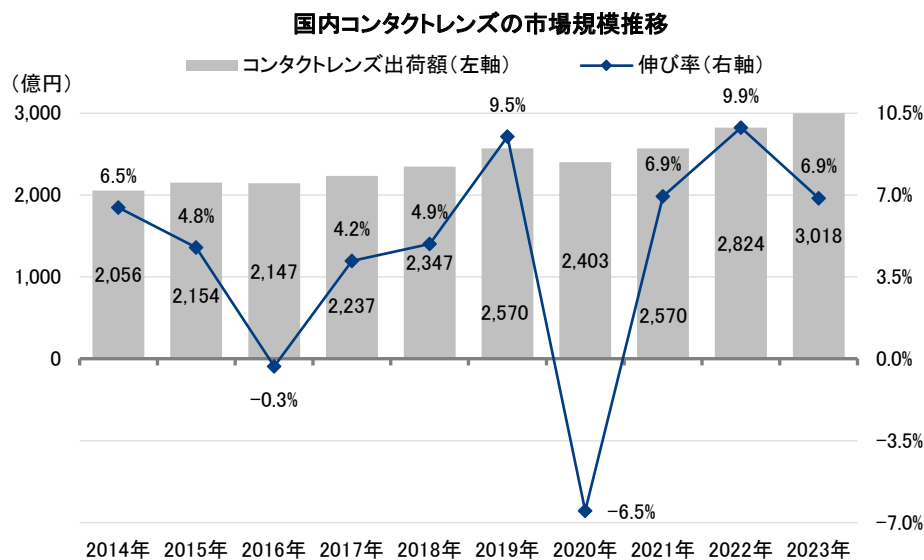
出所：同社ホームページ、有価証券報告書、会社リリースよりフィスコ作成

■ 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 2023 年で 3,018 億円と前期比で 6.9% 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。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。



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。

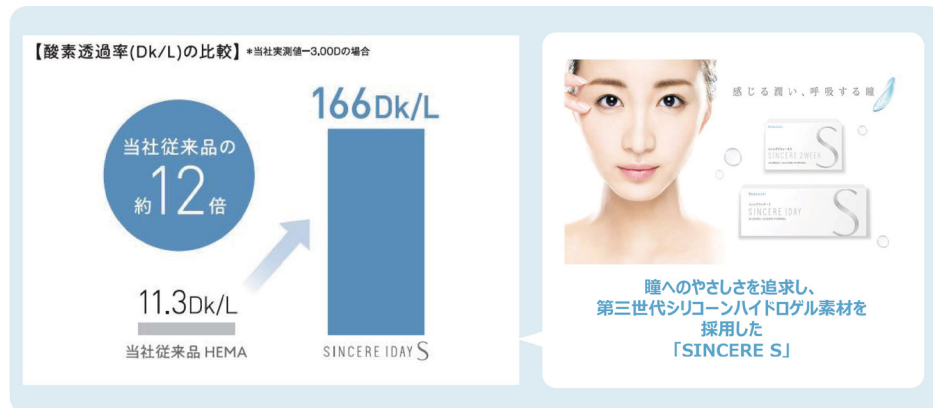
b) 商品ラインナップと販売チャネル

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である。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着感があり、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。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」を発売した。

事業概要

酸素透過率 (Dk/L) 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サイトに出店する小売店舗に卸・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。

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



シンシアワンデーS

シンシア2ウィークS

シンシアワンデーS
乱視用

プラネアワンデー

2ウィークアイウェル

従来素材



エルコンワンデー

エルコンワンデー-エキシード

エルコンワンデー-モイスチャー

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 | 2025年3月24日(月)

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

2024年12月期はM&Aで獲得したシステム事業が貢献 引き続き「シンシア S」シリーズは好調

1. 2024年12月期の業績概要

2024年12月期の連結業績は、売上高 6,539 百万円（前期比 9.7% 増）、営業利益 484 百万円（同 28.6% 増）、経常利益 468 百万円（同 4.8% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 301 百万円（同 2.1% 増）と増収増益となった。売上高、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益は過去最高を更新した。期初計画に対しても、売上高は 2.9% 増、営業利益は 25.4% 増で着地した。前期末に連結子会社化したタロスシステムズが展開するシステム事業を新たなセグメントとして区分し、その売上高 405 百万円のオンが大きく寄与した。また、主力となるコンタクトレンズ事業の売上高も同 2.9% 増と堅調に推移した。期初計画においてコンタクトレンズ事業は前期比で減収、減益を見込んでいたが、プライベートブランドのクリアレンズが想定を上回って好調に推移し、売上高は計画を 3.4% 上回り増収に転じた。セグメント利益も、円安環境下における為替施策が奏功したこと、効率的な広告宣伝費の使用による経費抑制などにより計画を 13.6% 上回り増益に転じた。

自社ブランド製品の売上高は前期比 3.4% 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 6.5% 増の伸び率を確保し、この 2 年間で売上高は 1.5 倍に成長した。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。一方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カラーレンズの売上が同 47.1% 減と大きく落ち込んだが、製品品質、安全性、装用感において優位性のある同社のクリアレンズは評価が高く、価格競争が厳しいながら同 24.3% 増と売上を伸ばし、合計では同 2.2% 増となった。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 8 百万円（前期は 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。また、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売上高は前期と同じ 60 百万円となった。

利益面では、タロスシステムズの貢献に加えて、過年度に実施した為替予約や第 3 四半期からの主要製品のドル建てから円建て仕入れへの変更などの為替ヘッジ施策が奏功したこともあり、売上総利益率は 32.1% と前期を 1.2 ポイント上回り、売上総利益は前期を 253 百万円上回った。販管費はタロスシステムズの人件費、減価償却費、のれん償却費の負担増などにより前期比 9.9% 増と前期を 145 百万円上回ったが、売上総利益の増加で吸収し営業利益は同 28.6% 増と 2 ケタ増益となった。EBITDA は、タロスシステムズの減価償却費 18 百万円、のれん償却費 42 百万円が加わり 564 百万円と同 44.3% 増となった。

業績動向

2024年12月期連結業績

(単位：百万円)

	23/12期		24/12期		前期比		期初計画比
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率	増減率
売上高	5,961	100.0%	6,539	100.0%	577	9.7%	2.9%
コンタクトレンズ事業	5,901	99.0%	6,074	92.9%	172	2.9%	3.4%
コンサルティング事業	60	1.0%	60	0.9%	0	0.0%	0.0%
システム事業	-	-	405	6.2%	405	-	-3.3%
売上総利益	1,843	30.9%	2,096	32.1%	253	13.7%	1.0%
販管費	1,466	24.6%	1,612	24.7%	145	9.9%	-4.6%
営業利益	377	6.3%	484	7.4%	107	28.6%	25.4%
コンタクトレンズ事業	576	9.8%	628	10.4%	52	9.1%	13.6%
コンサルティング事業	15	25.3%	30	51.3%	15	102.8%	15.4%
システム事業	-	-	57	14.2%	57	-	35.7%
調整額	-214	-	-232	-	-17	8.3%	-
経常利益	446	7.5%	468	7.2%	21	4.8%	25.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	295	5.0%	301	4.6%	6	2.1%	22.4%
EBITDA	391	6.6%	564	8.6%	173	44.3%	-

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2024年12月期売上高は6,074百万円（前期比2.9%増）、セグメント利益は628百万円（同9.1%増）と増収増益となった。自社ブランドの売上高は同3.4%増の3,906百万円と順調に推移した。クリアレンズは同2.9%増、カラーレンズ（サークルレンズを含む）も同5.7%増と、ともに順調な伸び率となった。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2,408百万円、同6.5%と伸長し（2年間で約1.5倍）、自社ブランドに占める割合も前期の59.9%から61.6%へと上昇した。「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2022年12月期の2,163店から2024年12月期には約1.2倍の2,658店と増加した。他の大手メーカーがクリアレンズの値上げを進める中で、同社が発売以来価格を据え置いてきたカラーレンズの「シンシア1DAY S Cleché」の価格が他社のクリアレンズとほぼ同じ価格となり、同じシリコンハイドロゲル素材を使ったスペックならば瞳を可愛く見せるデザイン性が備わっている方が良く考える一部ユーザーの人气が上昇し、売上高は同18.1%増と伸長している。

一方、プライベートブランドの売上高は2,158百万円と前期比2.2%増となった。製品品質、安全性、装用感において優位性のある同社のクリアレンズは評価が高く、価格競争が厳しいながら同24.3%増と売上を伸ばしたが、円安による受注単価引き上げなどによりカラーレンズの売上が同47.1%減と大きく落ち込んだ。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64.4%と前期を0.3ポイント上回った。なお、コンタクトレンズ事業に含まれ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）サービスについては、新たに2024年7月化粧品製造業の許可を、同年9月医薬部外品製造業の許可を取得した。コンサルティングや選任製造販売業者としての領域を拡充し、本格的なサービス展開を目指して準備を進めている。

業績動向

コンタクトレンズの商品別売上高推移

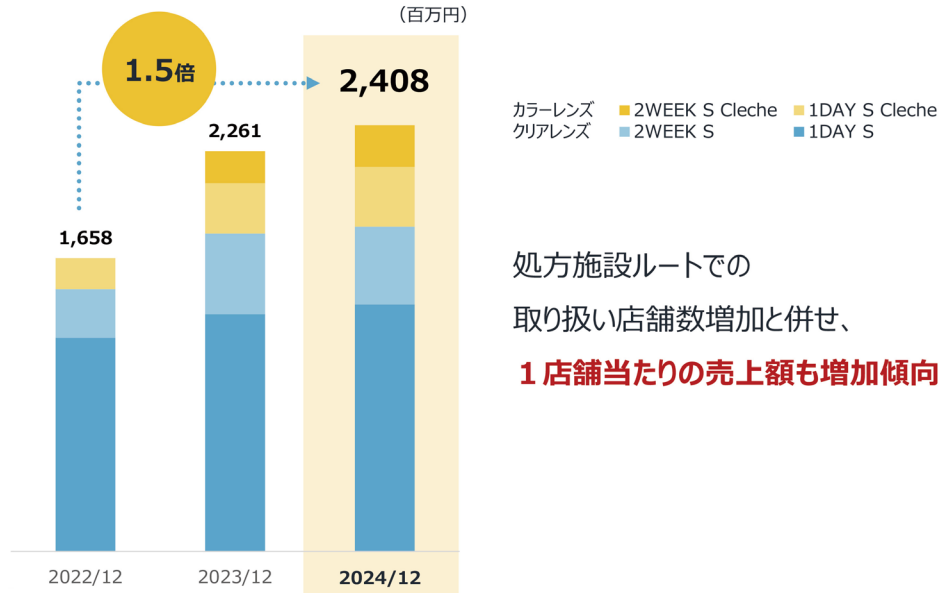
(単位：百万円)

	23/12 期		24/12 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	3,777	64.1%	3,906	64.4%	129	3.4%
クリアレンズ	3,107	52.8%	3,198	52.7%	91	2.9%
(シンシア 1DAY S)	1,339	22.7%	1,391	22.9%	51	3.9%
カラーレンズ	670	11.4%	708	11.7%	38	5.7%
(シンシア 1DAY S Cleché)	285	4.8%	336	5.6%	51	18.1%
プライベートブランド	2,112	35.9%	2,158	35.6%	46	2.2%
クリアレンズ	1,457	24.7%	1,812	29.9%	354	24.3%
カラーレンズ	655	11.1%	346	5.7%	-308	-47.1%
合計	5,890	100.0%	6,065	100.0%	175	3.0%

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

(百万円)



出所：決算説明資料より掲載

処方施設ルートでの
 取り扱い店舗数増加と併せ、
1店舗当たりの売上額も増加傾向

(2) コンサルティング事業

コンサルティング事業の2024年12月期売上高は60百万円（前期も60百万円）、セグメント利益は30百万円（前期は15百万円の利益）と売上高は横ばいで増益となった。従来の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。

シンシア | 2025年3月24日(月)

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

業績動向

(3) システム事業

新たなセグメントとして追加したシステム事業の2024年12月期売上高は405百万円、セグメント利益は57百万円となった。POSシステム事業を展開するタロスシステムズは、2023年11月に51%の株式を371百万円※で取得し連結子会社としたが、2024年3月に残りの株式49%を367百万円で追加取得し完全子会社とした。のれんは425百万円となり、2024年12月期はのれん償却費が42百万円発生した。2024年3月には新たにメルカリ<4385>が運営するEコマースプラットフォーム「メルカリShops」と「タロスPOS」のAPI連携を開始した。システムのWeb連携を可能にすることで、「メルカリShops」ユーザーへの「タロスPOS」の導入促進及び「タロスPOS」ユーザーの「メルカリShops」への出店促進を図る目的だ。同年10月には、(株)エーツーが運営するEコマースプラットフォーム「駿河屋マーケットプレイス」とも同様の連携を開始するなど、リユース業界での市場拡大に向けた取り組みを進めている。

※ タロスシステムズの現金及び預金が114百万円あり、ネットでは257百万円の支出。

3. 財務状況と経営指標

2024年12月期は、税金等調整前当期純利益468百万円、のれん償却費を含む償却費80百万円に加えて、仕入債務の増加などにより運転資金が113百万円減少したため、法人税等支払額が179百万円あったものの、営業活動によるキャッシュ・フローは435百万円の収入となった。一方、投資活動によるキャッシュ・フローは、タロスシステムズの株式を367百万円で追加取得したため、421百万円の支出となった。また、長短借入金の返済248百万円、配当金支払88百万円で財務活動によるキャッシュ・フローは332百万円の支出となり、現金及び現金同等物は前期末比305百万円減少し1,888百万円となった。

2024年12月期の連結貸借対照表は、タロスシステムズの株式追加取得に伴うのれんが前期より239百万円増加するなど固定資産が334百万円増加したが、現金及び預金が305百万円減少するなど流動資産が318百万円減少したため、資産合計は16百万円の増加に留まった。負債合計は長短借入金を248百万円返済したことで196百万円減少した。一方、純資産は親会社株主に帰属する当期純利益301百万円が加わり213百万円増加したため、自己資本比率は49.1%と前期末を5.1ポイント上回った。

業績動向

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	23/12 期末	24/12 期末	増減
流動資産	4,933	4,615	-318
現金及び預金	2,194	1,888	-305
受取手形・売掛金	1,096	1,049	-47
商品・貯蔵品	1,057	1,089	32
固定資産	546	881	334
有形固定資産	56	69	12
のれん	176	416	239
資産合計	5,479	5,496	16
流動負債	2,118	2,019	-98
短期借入金等	1,520	1,367	-152
固定負債	877	779	-98
長期借入金	779	682	-96
負債合計	2,995	2,799	-196
純資産合計	2,483	2,697	213
自己資本比率	44.0%	49.1%	5.1pp

出所：決算短信よりフィスコ作成

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	23/12 期	24/12 期
営業活動によるキャッシュ・フロー	246	435
投資活動によるキャッシュ・フロー	-376	-421
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,177	-332
現金及び現金同等物の増減額	1,061	-305
現金及び現金同等物の期末残高	2,194	1,888

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2025年12月期は円安継続を想定し、 売上原価上昇、成長投資も増加で減益見込み

1. 2025年12月期の業績見通し

2025年12月期の連結業績は、売上高6,652百万円(前期比1.7%増)、営業利益268百万円(同44.7%減)、経常利益248百万円(同46.9%減)、親会社株主に帰属する当期純利益155百万円(同48.4%減)と増収、減益の見通しだ。EBITDAは369百万円と同34.6%減を見込む。主力のコンタクトレンズ事業の売上高は6,174百万円と同1.6%増を見込む。2025年2月に新製品「シンシア1DAY S乱視用」を発売したほか、引き続き「シンシアS」シリーズの営業活動を強化し、自社ブランド製品の売上高は4,098百万円と同4.9%伸ばす計画だ。また、ドラッグストア向けの「Eye Well」ブランドの販促も強化し、インバウンド需要を取り込む。一方、価格競争が厳しいプライベートブランドのカラーレンズの売上が同19.9%減と前期に続いてさらに落ち込む想定だ。プライベートブランドはクリアレンズが前期並みの想定だが、合計の売上高は同3.3%減の2,086百万円となる計画だ。コンサルティング事業とシステム事業は非公開だが、合計で前期並みを見込んでいる。

利益面では、自社ブランド製品の売上比率が66.3%と前期を1.9ポイント上回り売上総利益率が改善するが、円安水準が続くと想定しており原価の上昇は避けられない見通しだ。前期において主要製品を円建て仕入れに変更することで一部為替リスクを抑制しているが、円安進行前に2~3年タームで為替予約してきたヘッジ施策が剥落するため、売上総利益率は29.8%と前期を2.3ポイント下回る見通しだ。売上総利益は同5.4%減と前期を112百万円下回る計画である。販管費は、同社の新製品発売に伴う広告費、販促費、タロスシステムズのシステム開発にかかる人件費、業務委託費などの成長投資を増やす計画であり、同6.5%増と前期を104百万円上回る。その結果、営業利益は同44.7%減と前期を216百万円下回る見込みだ。

2025年12月期連結業績見通し

(単位:百万円)

	24/12期		25/12期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	6,539	100.0%	6,652	100.0%	113	1.7%
コンタクトレンズ事業	6,074	92.9%	6,174	92.8%	100	1.6%
コンサルティング事業	60	0.9%	-	-	-	-
システム事業	405	6.2%	-	-	-	-
売上総利益	2,096	32.1%	1,984	29.8%	-112	-5.4%
販管費	1,612	24.7%	1,716	25.8%	104	6.5%
営業利益	484	7.4%	268	4.0%	-216	-44.7%
経常利益	468	7.2%	248	3.7%	-220	-46.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	301	4.6%	155	2.3%	-146	-48.4%
EBITDA	564	8.6%	369	5.5%	-195	-34.6%

出所:決算説明資料よりフィスコ作成

今後の見通し

コンタクトレンズの商品別売上高見通し

(単位：百万円)

	24/12期		25/12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	3,906	64.4%	4,098	66.3%	191	4.9%
クリアレンズ	3,199	52.7%	3,340	54.0%	141	4.4%
カラーレンズ	708	11.7%	758	12.3%	50	7.1%
プライベートブランド	2,158	35.6%	2,086	33.7%	-72	-3.3%
クリアレンズ	1,812	29.9%	1,809	29.3%	-3	-0.2%
カラーレンズ	346	5.7%	277	4.5%	-69	-19.9%
合計	6,065	100.0%	6,174	100.0%	110	1.8%

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

2. 重点施策

同社は2025年12月期の計画を達成するため、「製品品揃えの拡充」「自社商品の売上拡大」「M&Aの推進・収益性向上」の3つの重点施策を掲げている。

(1) 新製品の投入

2025年1月よりクリアレンズ「L-CON」シリーズの新商品として、含水率38.0%の1日使い捨て近視用低含水コンタクトレンズ「L-CON 1DAY 38」を発売した。既存の「L-CON 1DAY 55」は含水率55.0%で、水分が多いため柔らかく目に馴染むとともに酸素が届きやすいという特徴がある一方で、長時間使用時は乾きやすいが、低含水率の本製品は形状がしっかりして扱いやすく、乾きにくいいため目の渇きを感じにくいバランスの良いレンズである。続いて同年2月には「シンシアS」シリーズの新商品として「シンシア 1DAY S 乱視用」を発売した。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の開発が進んでいるが、同社においても乱視用に続いて機能性を高めた商品の開発を進めており、今後の展開に注目したい。また、カラーレンズについては、前期は「シンシア 1DAY S Cleché」に新色を追加したほか、ECサイトで販売する「FAIRY」シリーズに1ヶ月交換型カラーレンズや新色を追加するなどマイナーチェンジを加えており、2025年12月期もユーザーの嗜好を捉えた開発を進めていく方針だ。

(2) 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。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向上を図る。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、販促活動展開によるドミナント戦略を推進しており、これをさらに強化する考えだ。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。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ーンハイドロゲル素材のクリアレンズ「pranaire 1DAY」の拡販を進める。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サイトに新店を出す小売店舗への卸売強化が期待される。

シンシア | 2025年3月24日(月)

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

今後の見通し

(3) M&Aの推進・収益性向上

2025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システム事業の体制強化と収益性向上を図るとともに、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。医療脱毛クリニックは業界環境も厳しいためコンサルティングを強化する。POSシステム事業については、大手ECサイトとの連携を強化するほか、同社からマーケティングの支援を行い、ユーザー拡大に向けた営業を強化する。また、M&A案件については、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、幅広く案件を検討する方針だ。

株主還元策

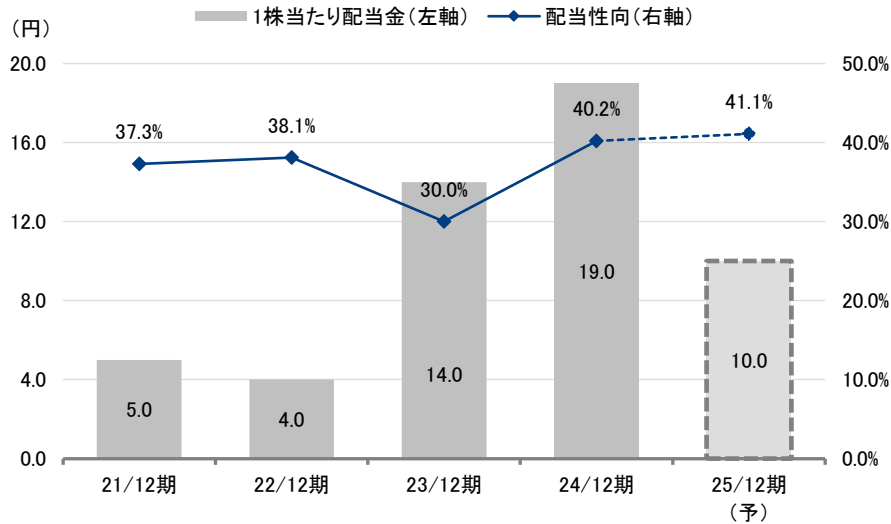
2024年12月期の年間配当は2回上方修正し前期比5.0円増配 配当方針を見直し連結配当性向は30%から40%に

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た。具体的には、目標とする連結配当性向を従来の30%から40%に引き上げた。これに伴い、配当予想も1株当たり配当金を期初予想の12.0円から16.0円に引き上げた。さらに、2025年1月業績の上方修正に伴い1株当たり当期純利益が47.25円と期初予想の38.92円を8.33円上回ったため、1株当たり配当金を16.0円から19.0円に引き上げた。期初予想に対して通算では7.0円の大幅な増配を決めた。この結果、前期に対しては5.0円の増配となり、配当性向は40.2%と前期を10.2ポイント上回った。

2025年12月期は、利益水準が下がるため1株当たり配当金は10.0円と引き下げているが、配当性向は41.1%と配当方針を堅持している。

株主還元策

1株当たり配当金と配当性向の推移



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、200株以上保有している株主を対象に同社ブランド商品を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）とQUOカードを贈呈してきたが、2024年9月には特別優待券の贈呈対象を100株以上保有する株主に拡充した。特別優待券は保有株式数と保有期間に応じて贈呈している。保有株式数100株以上200株未満の株主に対して、保有期間1年未満で30%割引券、保有期間1年以上で40%割引券を、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。そのほか、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。200株以上を1年以上保有した場合には、株価500円/株、投資金額100千円、1株当たり配当金10円（2025年12月期予想）を前提とすると、配当、株主優待を加味した株主還元実質利回りは23.0%と試算される。

株主還元実質利回り

株主還元項目	利回り	還元内容
配当	2.0%	配当額：2,000円
株主優待	優待クーポン	クーポン最大利用可能額：20,000円
	QUOカード	1年以上保有：1,000円相当
実質利回り	23.0%	

注：前提条件として、200株を1年以上保有、株価は500円/株、投資金額は100千円を想定し、2025/12末基準の配当予想で算定。優待クーポン最大利用可能額の計算式は、割引前購入価格上限40千円×50%割引＝20千円

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

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