

企業名：メニコン

レポート名：メニコン統合レポート 2021

1. この会社が目指す姿が理解できるか

メニコンが目指す姿は、持続可能な価値を創り、全てのエンドユーザーの利益を実現することである。そのため、ビジョンケアのストックビジネスに過度に依存せず、新たな収益の柱になり得るような事業を創出する必要がある。具体的には、ペットライフ、健康・食品ビジネス及び環境ビジネスというヘルスケア・ライフケア事業を拡充することが、会社の中期計画として重要視されている。

2. この会社の競争優位性が理解できるか

メニコンの競争優位性は、独自の研究所と工場を持ち、製品の開発、生産から販売に至る一貫体制があることである。製品の開発、生産を一貫することにより、開発における臨時的な変更に対応でき、品質結果が反映しやすく、商品の開発を早める上、コストを削減することはできる。また、開発、生産、販売を一貫するメリットは、生産活動が相対的に外部に影響されにくく、会社の経営の安定性を高める。統合レポートでは、2021年3月期のメニコンの業績は新型コロナウイルス感染症に影響されず、営業利益の増収が過去最高を更新し、ROEも向上したことを表明した。

一方、社長の戦略的な経営視野を持つこともメニコンの競争優位性である。2000年からメニコンの社長を務めている田中英成氏は、日本と海外におけるM&Aを積極的に行い、製品の販売地域を日本以外に、アメリカ、中国、ヨーロッパなどにも至り、グローバルネットワークを作ってきた。また、2001年から提供し始めた定額制会員システム「メルスプラン」は、2011年からコンタクトレンズの販売を超え、売上高の半分に近く収益を提供し、会社の安定的な収益基盤になっている。

3. その競争優位性に持続性があるかどうか理解できるか

メニコンの研究所と工場は、日本だけではなく、海外にも設置されており、販売の安定性が高いと言える。会社の主力商品である1DAYコンタクトレンズのラインアップと工場の生産能力を拡充している。また、日本での少子高齢化問題に対応するため、メニコンは海外のコンタクトレンズの市場に注目し、アメリカ、ヨーロッパ、中国での販売拡大を進んでおり、2026年に海外売上高比率を35%に達する目標をあげた。さらに、世界的に高まる近視矯正のニーズへの対策として、近視の改善を行うオルソケラトロジーレンズの開発も進んでいる。そのため、メニコンは中国において眼科領域に優れる実績を持つ医科大学との業務提携契約を締結し、製品の研究開発の加速に取り組んでいる。オルソケラトロジーレンズの

実用化は成功すれば、メルスプランを利用する顧客数も増えると想定し、事業拡大につながる。

4. この会社で自身の人的資本の価値向上を達成できると思うか

メニコンは、充実な人材育成制度を備えているため、人的資本の価値向上を達成できると思う。会社と社員のニーズに応じて、メニコンが運用している能力開発制度は四つの支援を提供する。一つ目は部門別と職種別に必要される知識と能力の習得を社員にサポートする部門別教育である。二つ目は職種に関係なく勤続年数や職位に応じて、会社が求める能力の体系的な習得を行う階層別研修である。三つ目は将来の経営を担える人材やグローバル展開を推進する人材の計画的な育成を目指す選抜教育である。四つ目は社員が興味を持つ語学と教養の学びなど個別のニーズに対して援助金を支給する自己啓発支援である。

また、「何もないところから、新たな価値を生み出す」という価値観を反映するため、メニコンはフリーアドレス制を採用し、社員に自由に、活発にコミュニケーションをできるクリエイティブな働き環境を作った。

さらに、メニコンは「健康経営」という社員の健康管理を経営的な視点で考える取り組みに力を入れる。その成果は、2021年にメニコンが「健康経営優良法人2021」に認定された。

以上のことから、メニコンは社員を重要な位置づけにしていることがわかる。社員の価値を高める人材育成制度を設置する以外、社員間のコミュニケーションと健康状態に目直し、就労環境の整備も進んでいる。従って、この会社で自身の人的資本の価値向上ができると思う。

5. 報告書にはどのような改善余地があるか

報告書では、メニコンならではの価値観、経営理念、価値創造のプロセスなどを記入し、全体的にはわかりやすいと思う。

しかし、地域、社会への貢献は詳しく触れず、社会的責任をアピールすることが足りないと思う。どの地域で、どのような社会活動を行ったのかを報告書に記入すれば、会社は社会に貢献していることを表すことができる。

また、中長期の計画であるヘルスケア・ライフケアの詳細説明は不足だと思う。コンタクトレンズのラインアップや生産の拡大を詳しく説明したのに対して、ヘルスケア・ライフケアの進出の説明は一言で済み、どの分野に、どなたに、何の製品やサービスを提供するのかを報告書に言及しなかった。株主と投資家にとっては物足りず、有力な投資情報にならない。そのため、報告書にはできるだけ中長期の計画の実行、潜在的リスク、解決策、将来への展望などを語るべきだと思う。