

株式会社メニコン 2026年3月期 決算説明会	
開催日時	2026年5月14日、16時30分～17時30分
説明資料	2026年3月期 決算説明資料 <a href="https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS08353/6dec816d/ec4b/465c/b8a6/bc27a261dcae/20260512170909286s.pdf">https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS08353/6dec816d/ec4b/465c/b8a6/bc27a261dcae/20260512170909286s.pdf</a>
説明会登壇者	取締役兼代表執行役社長 CEO 川浦康嗣 執行役 総合統括本部長 CFO 古賀秀樹 財務&IR部 部長 伊藤裕治
開催形式	グラントウキョウノースタワー (ハイブリッド開催)

※本資料は、2026年5月14日に開催した決算説明会における説明内容の概要を記載したものであり、将来の見通しに関する記述を含む場合があります。

## ■決算説明要旨

### I.2026年3月期 連結業績概要

## 2026年3月期 連結業績サマリー



### ビジョンケア事業の伸長により増収増益

(百万円)	2025/3期	2026/3期	前年同期比	前年同期比 (為替影響除き)
売上高	121,491	125,605	+3.4%	+2.6%
売上原価	56,456	58,006	+2.7%	+1.8%
(原価率)	46.5%	46.2%	(△0.3pt)	-
売上総利益	65,034	67,599	+3.9%	+3.3%
販売費及び一般管理費	55,022	57,363	+4.3%	+2.9%
(売上高販管費率)	45.3%	45.7%	(+0.4pt)	-
営業利益	10,012	10,236	+2.2%	+5.4%
(売上高営業利益率)	8.2%	8.1%	(△0.1pt)	-
EBITDA*	18,457	21,054	+14.1%	+15.8%
(EBITDAマージン)	15.2%	16.8%	(+1.6pt)	-
経常利益	9,567	11,021	+15.2%	+17.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	5,597	5,916	+5.7%	+10.9%

2025/3期における実勢レート EUR: 163.7円、USD: 152.6円、CNY: 21.1円  
2026/3期における実勢レート EUR: 175.6円、USD: 151.1円、CNY: 20.9円

(参考)過去の数値は以下のデータブックよりご確認いただけます。  
<https://www.menicon.co.jp/company/ir/databook.html>

\* EBITDAは営業利益、減価償却費、のれん償却から算出



Copyright: Menicon Co., Ltd. All rights reserved.

## 1DAYの供給量増加と海外の牽引による販売拡大により、ビジョンケア事業が伸長

(百万円)	2025/3期	2026/3期	前年同期比	前年同期比 (為替影響除去)
売上高	121,491	125,605	+3.4%	+2.6%
ビジョンケア*	112,327	116,523	+3.7%	+2.9%
1DAY	30,940	33,809	+9.3%	+8.7%
国内_メルスプラン	22,458	23,403	+4.2%	-
国内_物販	5,740	6,651	+15.9%	-
海外	2,742	3,755	+36.9%	+30.5%
オルソケラトロジー関連	14,889	14,539	△2.4%	△1.8%
その他コンタクトレンズ・レンズケア	66,496	68,174	+2.5%	+1.2%
ヘルスケア・ライフケア	9,163	9,081	△0.9%	△0.9%
1DAY+その他コンタクトレンズ・レンズケア	97,437	101,984	+4.7%	+3.6%
メルスプラン	49,783	50,687	+1.8%	-

\* 2025/3期における実勢レート EUR : 163.7円、USD : 152.6円、CNY : 21.1円  
2026/3期における実勢レート EUR : 175.6円、USD : 151.1円、CNY : 20.9円

5



### 【売上高】

2026年3月期の連結業績は、売上高が前年同期比3.4%増の1,256億円、営業利益が2.2%増の102億円、経常利益が15.2%増の110億円、当期純利益が5.7%増の59億円となり、増収増益となった。

国内外で1DAY販売が拡大したことに加え、欧州・北米での大手量販チェーン向け受注増加が売上高成長を牽引した。一方、オルソケラトロジー関連は中国市場停滞の影響を受けた。利益面では、マレーシア工場立ち上げや人的投資、板橋貿易の株式取得に係るアーンアウト条項ののれん償却費の計上等があったものの、構造改革による収益性改善に加え、売上総利益の増加も寄与し増益となった。EBITDAは14.1%増の210億円となり、基礎収益力は改善している。

なお、当期純利益については、中国を中心としたオルソケラトロジー関連市場の環境変化を踏まえ、一部無形固定資産の減損損失等により特別損失を計上したものの、増益を確保した。

### 【1DAY】

1DAY売上高は、9.3%増の338億円となった。国内メルスプランは、供給制限解除を背景とした販促強化により1DAY会員数が増加。国内物販は、供給量増加を背景とした販売拡大により増収となった。海外は、第4四半期から欧米量販チェーンから受注が入り始めたことに加え、中国での大手ECサイト販売拡大により高い伸びとなった。

### 【オルソケラトロジー関連】

オルソケラトロジー関連売上高は2.4%減の145億円となった。国内・欧州・韓国・東南アジア等でオルソケラトロジーレンズの販売は拡大しており、グローバルでは底堅く推移している。一方、中国市場における景気停滞や競争環境激化、代替品普及の影響を受けた。レンズケアは中国市場の影響を受け減収となった。

### 【その他コンタクトレンズ・レンズケア】

「1 DAY」及び「オルソケラトロジー関連」を除く「その他コンタクトレンズ・レンズケア」の売上高は、2.5%増の681億円となった。メルスプランは、1 DAY 需要増加に伴い1 DAY 以外の会員数が減少したものの、概ね横ばいを維持した。コンタクトレンズは欧州での1MONTH販売拡大や東南アジアでのM&A効果により増収となった。レンズケアは北米での新規取引開始、国内での高単価製品販売拡大等が寄与し増収となった。

### 【売上総利益】

売上総利益は、3.9%増の675億円となった。「1 DAY」及び「その他コンタクトレンズ・レンズケア」の販売拡大による増益効果により、売上総利益は25億円増加した。

### 【営業利益】

営業利益は、2.2%増の102億円となった。新工場の稼働準備、国内外での賃上げ等の人的投資、板橋貿易の株式取得に係るアーンアウト条項ののれん償却費等により販管費は増加したが、1 DAY 販売拡大による売上総利益の増加が寄与し、増益となった。EBITDAは14.1%増の210億円、EBITDA マージンは16.8%となり、事業の収益力は拡大している。

### 【連結キャッシュフロー】

1 DAY 販売拡大に向けた在庫の確保を進めているが、事業収益の拡大により一定の営業キャッシュフローは創出できていると考える。

一方、引き続き投資実行期にあり、生産能力拡大などの成長投資を継続した。

自己株式の取得により財務キャッシュフローはマイナスとなった一方で、有利子負債の返済も進めており、財務体質は引き続き健全に維持している。

## II.2027年3月期通期 連結業績予想

### 2027年3月期 連結業績予想



(百万円)	2026/3期	2027/3期 予想	前年同期比
<b>売上高</b>	<b>125,605</b>	<b>133,000</b>	<b>+5.9%</b>
売上原価	58,006	62,000	+6.9%
(原価率)	46.2%	46.6%	(+0.4pt)
<b>売上総利益</b>	<b>67,599</b>	<b>71,000</b>	<b>+5.0%</b>
販売費及び一般管理費	57,363	60,000	+4.6%
(売上高販管費率)	45.7%	45.1%	(△0.6pt)
<b>営業利益</b>	<b>10,236</b>	<b>11,000</b>	<b>+7.5%</b>
(売上高営業利益率)	8.1%	8.3%	(+0.2pt)
<b>EBITDA</b>	<b>21,054</b>	<b>22,600</b>	<b>+7.3%</b>
(EBITDAマージン)	16.8%	17.0%	(+0.2pt)
<b>経常利益</b>	<b>11,021</b>	<b>10,500</b>	<b>△4.7%</b>
<b>親会社株主に帰属する当期純利益</b>	<b>5,916</b>	<b>6,500</b>	<b>+9.9%</b>

\* 2026/3期における実勢レート EUR : 175.6円、USD : 151.1円、CNY : 20.9円  
2027/3期(予想)における前提為替レート EUR : 180.0円、USD : 155.0円、CNY : 22.0円

16



### 売上高の内訳



(百万円)	2026/3期	2027/3期 予想	前年同期比
<b>売上高</b>	<b>125,605</b>	<b>133,000</b>	<b>+5.9%</b>
<b>ビジョンケア</b>	<b>116,523</b>	<b>124,000</b>	<b>+6.4%</b>
<b>1DAY</b>	<b>33,809</b>	<b>37,700</b>	<b>+11.5%</b>
国内_メルスプラン	23,403	25,200	+7.7%
国内_物販	6,651	7,000	+5.2%
海外	3,755	5,500	+46.5%
<b>オルソケラトロジー関連</b>	<b>14,539</b>	<b>15,000</b>	<b>+3.2%</b>
<b>その他コンタクトレンズ・レンズケア</b>	<b>68,174</b>	<b>71,300</b>	<b>+4.6%</b>
<b>ヘルスケア・ライフケア</b>	<b>9,081</b>	<b>9,000</b>	<b>△0.9%</b>
(参考)			
<b>1DAY+その他コンタクトレンズ・レンズケア</b>	<b>101,984</b>	<b>109,000</b>	<b>+6.9%</b>
<b>メルスプラン</b>	<b>50,687</b>	<b>51,700</b>	<b>+2.0%</b>

\* 2026/3期における実勢レート EUR : 175.6円、USD : 151.1円、CNY : 20.9円  
2027/3期(予想)における前提為替レート EUR : 180.0円、USD : 155.0円、CNY : 22.0円

17



#### 【連結業績予想】

2027年3月期の連結業績は、売上高 1,330 億円、営業利益 110 億円、経常利益 105 億円、当期純利益 65 億円を計画する。売上高は前年同期比 5.9%増、営業利益は 7.5%増と増収増益を目指す。一方、前年度は為替差益の計上があり、経常利益は 4.7%減を想定する。

### 【売上高見通し】

売上高は、5.9%増の1,330億円を目指す。ビジョンケア事業は、1 DAYの供給能力増強を背景に1,240億円、6.4%増を計画する。国内では、メルスプランにおける1 DAY会員数の増加、販促活動の強化を進める。海外では、大手量販チェーン向け販売拡大等により、1 DAYの高い成長を目指す。

### 【1 DAY見通し】

1 DAY売上高は、11.5%増の377億円を目指す。国内は、メルスプランの販促活動の継続による1 DAY会員数増加、物販の供給量増加を背景とした販売拡大を進める。海外は、大手量販チェーンとの取引拡大等により、大幅な増収を目指す。

### 【オルソケラトロジー関連見通し】

オルソケラトロジー関連売上高は、3.2%増の150億円を目指す。中国以外における販売拡大に加え、円安の影響を織り込んでいるものの、中国での厳しい市場環境の継続により、現地通貨ベースでは減収となる見通し。

### 【営業利益見通し】

営業利益は、7.5%増の110億円を計画する。1 DAY販売拡大による売上総利益の増加を主な増益要因とする一方、マレーシア工場の初期的な固定費負担、国内・海外での販促費投入を見込む。グローバルでの1 DAY販売を拡大することで、営業利益の増益を目指す。

### 【中東情勢の影響】

足もとの中東情勢の影響を考慮し、一部の原材料や物流費等のコストを織り込んでいる。

### 【株主還元方針と配当予想】

配当性向30%程度を目安とし、累進配当方針に基づき安定的な配当を継続する方針。2026年3月期の配当は、1株当たり28円とした。2027年3月期は、中東情勢をはじめとする事業環境の不透明感も踏まえ、現時点では1株当たり28円に据え置く予想としている。

### Ⅲ.中期経営計画マイルストーン 2027 の進捗と今後の見通し

#### 【進捗総括】

2026年3月期までは、主にマレーシア工場を中心とする1 DAY生産能力増強を進める「投資実行期」であった。実績としては、トップライン成長の制約となる供給制約がある中でも、市場成長並みの売上成長を達成し、EBITDA マージンは着実に改善した。2027年3月期は「投資回収期」へ移行する体制が整い、マイルストーン 2027 達成に向けた成長戦略と施策を本格展開する。

#### 【マイルストーン 2027 達成】

マイルストーン 2027 達成のカギは、1 DAY の生産と販売の拡大である。

マレーシア工場では、増産体制の構築を順調に推進している。

今年度はマレーシア工場立上げ初期の固定費負担により原価率の上昇はあるものの、今後の販売増加に伴う量産効果によって粗利率の改善を見込んでおり、マイルストーン 2027 の達成は射程圏内である。

#### 【1 DAY 成長戦略】

マレーシア工場の生産能力増強により、グローバルでの販売拡大を進める。

製品面では、独自パッケージ「SMART TOUCH」や、製品力を差別化要素として訴求する。販売について、国内では販促活動を強化し、メルスプランの1 DAY 会員数増加を目指す。海外では、前年度第4 四半期より取引が拡大している大手量販チェーンと継続して販売拡大を進める。

このように製品・生産・販売の確立により、グローバル1 DAY 市場の成長を上回るペースでシェア拡大を目指す。