

日本人の瞳に合う高機能のワンデーピュアシリーズを国内生産 世界に通用する「日本のシード」でアジア市場への挑戦を開始

浦壁 昌広 株式会社シード代表取締役社長



うらかべ まさひろ
浦壁 昌広 氏

- 1962年 茨城県出身
- 85年 慶應義塾大学商学部卒業
- 同年 (株)富士銀行入行 (現(株)みずほ銀行)
- 88年 人事部詰 (海外留学)
- 89年 ロンドン大学 LSE 経済学修士課程
修了経済学修士
- 同年 同行ロンドン支店
- 94年 同行人事部調査役
- 2000年 富士コーポレートアドバイザー(株)
出向
マネージングディレクター
(現みずほコーポレートアドバイザ
リー(株))
- 09年 (株)シード取締役
- 同年 同社取締役副社長
- 10年 同社代表取締役社長

株式会社シードは、コンタクトレンズを中心
にコンタクトレンズケア製品、眼鏡など「見
えるをサポートする」事業を展開する企業で
ある。

1951年日本で最初にコンタクトレンズの研

究を始める。1960年～1980年代にハードレン
ズ、ソフトレンズ、酸素透過性ハードレンズ
と順次製造し、2004年に国産メーカー初とな
る国内自社一貫生産による2週間交換ソフト
コンタクトレンズを発売。2009年には、「シ
ードワンデーピュア」で1日使い捨て市場に
参入する。現在は、1日使い捨て市場に大き
くシフトして、高機能・多機能のうるおいタ
イプや遠近両用レンズ、気分やTPOに合わ
せて瞳のオシャレも楽しめるサークルレンズ
を発売。日本人の瞳に合うレンズが好評でシ
ェアを拡大中。医療分野とアジア市場への進
出で、さらなる事業拡大を視野に入れる。

「チャレンジャーとしてスピード感をもつ
て経営に当たり、世界に通用する『日本のシ
ード』の礎を築きたい」と、浦壁社長は語る。

日本で初めてコンタクトレンズの研究開始
「見えるをサポート」の想いを込めてシード

——「シード コンタクトレンズ」のテレ
ビCMが印象的ですが、コンタクトレンズ
の製造販売に取り組まれた経緯からお聞かせ
ください。

現在のような角膜にアクリル樹脂のレンズ
をのせて接触させるコンタクトレンズの原型
は、1940年代半ばにアメリカで作り出され
ました。1951年に順天堂大学で義眼の技師を
していた初代社長の厚澤弘陳が日本でも作ろ
うと研究を始めたのが当社の創業です。

1957年に株式会社東京コンタクトレンズ研
究所を設立、合わせ型の中に液体を入れて型
取りし、研磨して仕上げる製法によるハード
コンタクトレンズを開発。1962年にブランド

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



当社事業の3本柱と商品群

名を「マイコン」とし、ハードコンタクトレンズの製造販売を始めます。

1972年に日本初のソフトコンタクトレンズ「マイコンソフト」発売、1984年には酸素透過性ハードコンタクトレンズ「マイコンハイO₂」の発売と続き、1985年にブランド名を「マイコン」から「シード (SEED)」に変更。1987年には社名も「株式会社シード」と商号変更し、ブランド名と社名を統一しました。社名は英語で「種子」を表し、「無限の新分野に種をまき、結実した成果を収穫し続けることで、皆さまの『見えるをサポート』していきたい」という思いを込めています。

1988年には大宮研究所を設けましたが、2001年に桶川研究所に統合させて「シード総合研究所」を設立しました。

日本人の瞳に合うレンズを国内一貫生産
コンタクトレンズ生産量日本一の鴻巣工場

— 1日使い捨てレンズ「シードワンデーピュア

ュア」シリーズが好調とお聞きしていますが、使い捨て市場にはいつごろから参入したのですか。

1990年代に外資系メーカーのJ&J（ジョンソンアンドジョンソン）やボシュロムが日本で使い捨てレンズの販売をスタートさせましたが、国内メーカーは使い捨てレンズの割高感が日本人には受け入れられないと考え、医学的に良いと言われているハードコンタクトレンズや数年間使えるソフトコンタクトレンズだけを製造していました。ところが、使い捨てレンズの手軽さや清潔感が消費者に受け入れられ、あっという間に普及し、国内メーカーはどこも出遅れてしまいました。

1997年に当社は外資系メーカーから商品の供給を受けて、使い捨て市場に参入しましたが、2004年には国内で最初に自社工場で製造した2週間交換ソフトコンタクトレンズ「シード2ウィークピュア」を発売しました。そして、2009年に国産初の1日使い捨てソフトコンタクトレンズ「シードワンデーピュア」

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)



1日使い捨てコンタクトレンズの市場規模と当社のシェアの推移

を発売し、本格的に使い捨てレンズの市場に参入することとなりました。現在は1日使い捨てソフトコンタクトレンズに圧倒的にシフトしています。

——国内製造にこだわるのは、なぜですか。

国内の使い捨てレンズのシェアは、J&J1社で60%を超えている時期がありました。外資メーカーでは世界中の人がみな同じ製品を使うことになり、細かなところまでは考えが及ばないこともあります。一方、当社では国内生産にこだわって日本人の瞳に合う使い捨てソフトコンタクトレンズの開発に力を入れてきました。

日本はアメリカに次ぐ世界2番目の大きな市場で、コンタクトレンズを使うようになってから30~40年が経っています。その中で、ドライアイにいいもの、目薬を点眼しても変形しないもの、UVカット機能のあるものなどのようにニーズは多様化してきています。そうした日本人のニーズにきめ細かく対応して高機能、多機能なレンズを開発しています。

例えば、「シードワンデーピュアうるおいプラス」は、「シードワンデーピュア」をバージョンアップさせ、保存液に昆布等から抽出される天然成分のアルギン酸を加えてうる

おい効果をアップさせました。これが好評で、売上が確実に伸びました。国内で日本人の瞳に合うものを研究開発してきたからこそできる独自のノウハウであると自負しています。

また、高齢化に対しては遠近両用の「シードワンデーピュアマルチステージ」を開発。遠方と近方の見え方のバランスを配慮した設計で、歪みの少ない自然な見え方を実現しています。

そのほか、当社独自のものでは、電氣的に中性な両性イオン素材というものがあります。両性イオン素材には、汚れにくく目薬をさしても変形しないというメリットがあります。さらに、日本人に多い高度近視の方のためには、近視の度数の高いレンズも製造しています。

主力商品のシードワンデーピュアシリーズは、当社の50周年に当たる2007年に埼玉県鴻巣市に設立した工場、徹底した品質管理と検査体制のもとで一枚一枚製造されています。

——工場は、埼玉県にあるのですか。

工場は、桶川市と鴻巣市にあります。ワンデーを生産する鴻巣工場の生産能力は、月産1,600~1,700万枚、これは1ヶ月当たり25万人の方に供給できる能力ですが、需要に供給が追い付かないため設備を拡大中で、これが完了すれば月産2,000~2,100万枚に生産能力が上がり、約30万人に製品をお届けできる体制になります。

ハードレンズ片目1枚を2年間使用したとして、それがワンデーに代わると730枚が必要となります。生産規模は730倍になる計算です。現在、売上高では国産メーカー第2位

ですが、トップ企業はワンデーの工場を海外にしているため、国内の生産枚数では当社がトップであり、ワンデーの工場のある鴻巣市は、コンタクトレンズ生産量で日本一であるといえます。

鴻巣工場と桶川工場にはパートさんも合わせて500名を超える方が働いていて、地元高卒生を昨年40名、今年は80名を採用しています。こうしたことから当社と埼玉県とは強い繋がりがあると思います。

——若い女性の間では、瞳が大きく見えるサークルレンズが流行だそうですが。

コンタクトレンズユーザーの6割が女性であることから分かるように、もともとコンタクトレンズには美容の目的もあります。それをもう一歩進めて、アイシャドウやアイラインのように目元の印象を際立たせる効果を高めることのできるサークルレンズという商品があります。このサークルレンズは、レンズの周囲に色を付けて瞳の輪郭を際立たせる効果を持ち、ワンデーを使っている20代女性の2割が使っているといわれ、洋服や化粧品のように気分やTPOに合わせて利用されています。

2012年に「チョコレートを選ぶようにアソ

ートする」をコンセプトにおしゃれなパッケージに入れて、ブラック、明るいブラウン、濃いブラウンの3色のサークルレンズ「シードアイコフレワンデーUV」を発売。すると売上目標をすぐに達成し、急遽当初目標の2倍の見通しに修正しました。

さらに2013年5月には、サークルレンズの新色として、マスカラ等でも知名度の高い、アイメイク化粧品「ヒロインメイク」とコラボした形の「ヒロインメイクワンデーUV」を発売しました。赤っぽいブラウンで着色部の外径が従来品の13.2mmを超える13.4mmになっています。おもしろいことに、欧米人は瞳を大きく見せることに関心がないのか、またはブラウン、ブラックという輪郭の色が合わないのか、サークルレンズは欧米では全く売れません。欧米人は瞳を大きく見せる必要はないのです。サークルレンズは完全にアジアの商品で、特に日本の女性のニーズやTPOを想定して作っています。

高齢化が進む市場の中で、遠近両用あるいは女性の美容ニーズに応える商品が増えてきたことで、国内市場はますます細分化し、多機能化が求められてくると思います。外資系メーカーの大量生産方式ではなく、ニーズに

環境と人にやさしいシード 環境に配慮した鴻巣研究所



コンタクトレンズ生産量日本一を誇る鴻巣研究所は当社の主力工場

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50万枚/日 (月あたり約1,500万枚)
※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}
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！

適合した製品を開発し、日本人だからできる細かな品質管理や製造管理により、少量多品種生産を推進することによってシェアを獲得していこうと思っています。

コンタクトレンズを医療目的に活用 日本品質のワンデーレンズでアジア進出

——今後の事業展開についてお伺いします。

医療用の機能を再確認し、コンタクトレンズを治療や予防に使うことも考えています。具体的には、ソフトコンタクトレンズの素材に薬剤をしみこませて、長い時間をかけて薬剤を徐々に放出させるレンズ素材を開発しています。例えば、コンタクトレンズの中に花粉症の薬をしみこませれば、コンタクトレンズをつけながら目薬をつけたのと同じ効果が得られ、不快感を除去することができます。見える+αの機能です。

さらに医療用機能の高いもので、白内障のような手術を必要とする場合、術前と術後の抗菌薬や鎮痛薬を目薬の代わりに投与するコンタクトレンズも研究中です。薬効成分を8～9時間かけて徐々に一定量に放出するには高い技術が必要とされますが、ビジネスチャンスでもあるので製薬会社と共同で開発に取り組んでいます。

——海外進出もお考えだと思えますが。

ソフトコンタクトレンズの多機能化や医療用コンタクトレンズなどの開発で、国内市場開拓に期待が持てるかもしれませんが、少子高齢化に伴う市場全体の停滞は否めないでしょう。そうしたことを考え、2009年から輸出の準備を始めています。医療機器品質マネジメントの国際基準規格「ISO13485：2003」の取得や「CE マーキング（EU 圏安全規制適合マーク）」指令適合も、海外進出を考慮してのことです。

ターゲットは、人口が多くコンタクトレンズの普及率が1%未満のアジアです。その第一歩として、2011年に中国で現地法人を設立しました。最初に「シードワンデーピュア」を輸出したベトナムでは、当社の製品がワンデーで一番売れています。また、シンガポールでは鴻巣工場で製造されたユニバーサルパッケージ（英文パッケージ）のワンデーの発売を開始しました。その他、モンゴルにも輸出をしていて、今年度中にはシンガポールを起点に、インドネシアやマレーシアにも販売網を拡大していく考えです。

（注）CE マーキング

該当製品の製造者（輸入者）または第三者認証機関が所定の適合性評価を行い、製品、包装、添付文書に付与したCE マーキング貼付製品はEU 域内での自由な販売、流通が保障されます。



選べる3タイプ ～気分やシチュエーションに合わせて～

Boje make ベージュメイク	Natural make ナチュラルメイク	Rich make リッチメイク
自然に見えて使いやすい。 【拡張デザイン】 拡張に似た、シンプルデザイン 【ユーザー別】 ・サークルレンズを装めて使う方 ・瞳になじむサークルレンズを装している方	知的な瞳を演出する。 【拡張デザイン】 自然なグラデーションが、瞳の印象を高める 【ユーザー別】 ・黒目の印象を際立たせたい方 ・自然に瞳野を拡張したい方	瞳にステキな印象をつける。 【拡張デザイン】 美しいデザインで、自然に瞳を囲む 【ユーザー別】 ・アイメイクにもこだわりたい方 ・いつものサークルレンズでは物足りない方
 ライトブルー	 ブラック	 ブラック

「瞳の印象度」

瞳を大きく見せるサークルレンズは若い女性にこれからの一層の人气が期待される

将来に向けた取り組み

新素材の開発

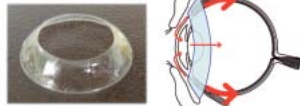
シリコンハイドロゲル素材等
瞳にやさしい新素材。酸素透過率が従来のソフトコンタクトより高い。

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

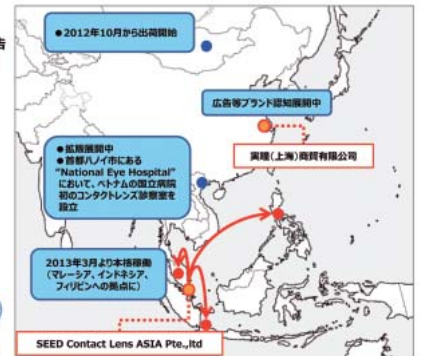
DDS (薬物送達システム) レンズの開発
強膜リングデバイスの開発
ソフトコンタクトの素材に、薬剤を染み込ませて、長い時間をかけて薬剤を徐放させる。



■強膜リングデバイス(左)とその薬剤移行のイメージ(右)

海外展開・戦略について

- 上海**
「実績(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。
+ヒュアシリーズ等の申請進捗
- ベトナム**
リピーターオーダー。
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。人員配置完了。
3月より販売活動開始。
- モンゴル**
10月に主要ブランド出荷開始
- 欧州**
欧州でのヒュアシリーズのOEMは、複数の企業、チャネルで協議継続中



医薬分野との融合などの将来に向けた取り組み(左)と進行中のアジアを中心とする海外展開(右)

アジアは黎明期のマーケットで、どう買っていたかかが課題です。30日分が1パッケージだと高く手が出ないという消費者には小分け販売等がポイントになるかと思いますが、各国の法的規制等に合わせる必要がもちろんあります。

海外事業はまだ赤字ですが、機能的な商品で国内利益を上げている間にアジアのマーケットに入り込んで、数年かけて売上を拡大するというシナリオを描いています。5年後ぐらいには日本とアジアのカウンターバランスが取れるようにしなければ、日本企業として生き残ることは難しいでしょう。

5年後、10年後、日本で生産することが価格面で合わなくなった場合は、埼玉の工場はマザー工場の役割になるかもしれません。今、サークルレンズは台湾の工場に委託製造していますが、それと同じように日本で磨いた技をパッケージにして海外に生産を委託するという形です。

社会貢献活動としてアイメイト協会に寄付
チャレンジそしてスピード感のある経営

——コンタクトレンズ事業以外にどのような事業をされていますか。

コンタクトレンズのケア用品全般を扱う事業と眼鏡事業を行っています。ケア用品は、ソフトコンタクトレンズ用化学消毒剤の「シードゥソフトケアピュア」、「ソフトメイト」、ハードコンタクトレンズ用酵素洗浄保存液の「ピュアティモイスト」等の商品を扱っております。眼鏡はレンズとフレームを2つの柱としており、レンズはコンタクトレンズ開発で培った技術とノウハウを応用し、「シード EMU (エミュー)」シリーズを発売、また高齢化社会を見据えてさまざまなタイプの遠近両用眼鏡を発売しています。フレームは、「ビビットムーン」と「プラスミックス」等のブランドを展開。デザインと企画を当社で行い、製造は福井県鯖江市にあるメーカーに委託しています。フレーム単体で2万円ぐらいしますが、触っていただければ国産のフレームは値段相応の品質であると納得していただけたと思います。

そして、アイケアメーカーとして視覚障害の方の「見える」をサポートしたいと、昨年からはピュアシリーズの売上の一部を「公益財団法人アイメイト協会」に寄付を行っています。昨年は500万円弱を助成させていただきました。今年はピュアシリーズの売上も順調に伸びていますので、さらに視覚障害の方の

Pureな^{eye}愛をありがとうプロジェクト



アイケアメーカーとして「公益財団法人アイメイト協会」の活動にも支援

自立支援助成ができたと思っています。

また、実際の活動にも関わろうということで新入社員の研修にアイメイト協会の方に来ていただき、目隠しをして盲導犬と歩いてみたり、募金活動やチャリティに社員が参加したりと、手弁当の活動を行っています。その様子は専用ブログにも載せていますので、そちらも是非ご覧ください。(http://www.seed.co.jp/biog/eyemate/)

——最後に、経営理念と社員に期待する点について伺います。

日本の使い捨て市場は、まだ外資系メーカーがシェアの60%~70%を持っています。2011年の推計で日本の医療機器の輸入超過額は年間で約6,000億円、そのうち約1,600億円がコンタクトレンズの輸入で占められています。このような面からみると、我々はまだまだチャレンジャーです。基礎体力では外資系メーカーと雲泥の差があります。しかし「こんな時だからこそ『日本のものづくり』にこ

だわる」という方針のもと、国内生産だからこそその小回りの良さを活かして、オンリーワンを重視した高スペックな商品を投入し、成長する新興国には Made by Japan の高い品質をアピールするなど、スピード感をもって規模拡大と合理化を図り、外資系メーカーを超える生産力と技術力をつけることに取り組んでいます。

社員には、なるべく基本に忠実な仕事をするように常々言っています。

——国内のコンタクトレンズの歴史、レンズの多機能化と

アジア戦略など興味深いお話を聞き、とても勉強になりました。埼玉県がコンタクトレンズの生産量日本一というのも新しい発見でした。

本日はありがとうございました。

株式会社シード

創 業 1951年

設 立 1957年

資 本 金 18億4,128万円

売 上 高 150億3,887万円

(2013年3月期連結ベース)

従 業 員 498名 (2013年3月期連結ベース)

本 社 〒113-8402

東京都文京区本郷2-40-2

電 話 03-3813-1111 (大代表)

ホームページ <http://www.seed.co.jp/>