



HOYA REPORT 2015




 代表執行役 最高経営責任者 (CEO) 鈴木 洋

2015年3月期の業績のご報告

2015年3月期の、HOYAグループの売上収益は4,899億円（前期比14.6%増）、税引前当期利益は1,182億円（同38.3%増）、当期利益は929億円（同54.5%増）となりました。当社は現在、ライフケア分野を成長事業と位置付ける一方、情報・通信分野については成熟市場で安定した収益を稼ぐ役割を担うという戦略の下で、事業ポートフォリオのさらなる拡充に取り組んでおります。当期は、ライフケア分野、情報・通信分野ともに増収増益となりました。ライフケア分野が順調に成長を続けるなかで、情報・通信分野は想定以上の堅調な需要に支えられ、収益が大きく拡大した一年でした。情報・通信分野においては特に、控えめな市場見通しを前提にこの数年前倒しで実施してきた構造改革の成果によりコスト低減が進みました。その中で、市場の旺盛な需要にもうまく対応できたことが今回の好業績につながったと考えています。ただ、長期的にはライフケア分野がHOYAグループの成長を牽引していくことには変わりはありません。

ライフケア分野では、メガネレンズ事業で海外市場における販売が拡大したことや前期末にセイコーオプティカルプロダクツ株式会社を連結子会社化したことなどにより、大幅な増収を達成しました。内視鏡事業では、ここ2、3年、東欧・中近東・ロシアなどの新興国の需要を取り込むことに注力してきましたが、そうした地域における政情悪化などを要因に当期の売上は前期並みに留まりました。コンタクトレンズの小売事業は、期初に消費増税の影響を受けた結果、前期に比べて減収となりましたが、白内障の眼内レンズ事業は自主回収からの順調な回復を遂げ増収となりました。これらの結果、ライフケア分野の売上収益は、3,066億円（前期比15.5%増）となり、前期から大幅な増収を達成しました。セグメント利益（税引前利益）は529億円（同6.5%増）となりました。

情報・通信分野は、エレクトロニクス関連製品において、Windows XPのサポート終了に伴うPCの買い替え需要や、サーバーや外付けHDDなどのアプリケーション向け需要が堅調だった結果、HDD用ガラスディスク（サブストレート）の事業が収益拡大に大きく貢献しました。映像関連製品については、近年デジタルカメラの需要が低迷するなか、監視カメラやアクションカメラ、車載カメラといった新しいアプリケーションの開拓に努めた結果、増収となりました。これらの結果、情報・通信分野の売上収益は1,801億円（前期比13.1%増）、セグメント利益（税引前利益）は573億円（同59.8%増）となりました。

事業セグメントの業績については、それぞれの執行役のメッセージにて詳しく説明しておりますのでぜひ一読ください。

2015年3月期の業績

(百万円)

	2014年3月期	2015年3月期	増減率
連結売上収益	427,575	489,961	+14.6%
税引前利益	85,486	118,249	+38.3%
通常営業活動からの利益*	81,117	110,282	+36.0%

* 税引前利益から金融収益・費用、持分投資損益、為替差損益及び非経営的に発生する損益などを除して算出しております。

当社のポートフォリオ経営の現況と将来の見通し

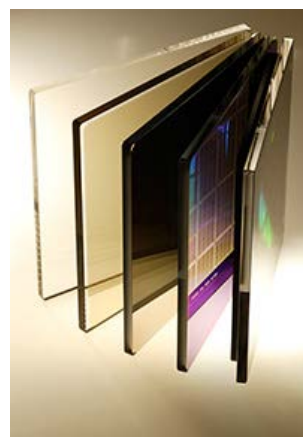
HOYAグループでは、複数の異なる事業を同時に保有し、それら事業のバランスをとりながら、グループ全体の収益性・安定性・成長性を確保する「事業ポートフォリオ経営」を基本に経営にあたっています。さらに、当社の経営における特徴は、強みを発揮できるニッチ市場を開拓・育成し、そこで高シェアを獲得することでそこから得られる利益を最大化していく、いわば「小さな池の大きな魚」戦略をベースにしているという点です。

情報・通信分野では、そうした構造ができあがっていて既に高いシェアを獲得しているビジネスが多く、その結果、相対的に高い収益性を確保できているのですが、一方で、そうしたビジネスにおいては市場の動きそのものが当社の業績を決める要因になります。成熟した市場の中で、事業環境の変化を先読みし迅速に対応していくことで、引き続き、安定した収益を確保していきたいと考えています。

一方、ライフケア分野では、メガネレンズや内視鏡など、大きな市場のなかで当社よりも大きな競合他社がいて、当社の地位はNo.2と、まだ「小さな池の大きな魚」になっていないビジネスがあります。いずれの市場も長期にわたって市場の拡大が期待される分野であり、今後、当社の成長にとって、こうした市場でシェアを拡大していくことが最も重要であり、かつ、成長の余地が大いに残されている領域でもあります。

シェア拡大のためには、競合他社と正面から戦っていくのではなく、市場を地域や製品セグメントで細分化し、戦う（勝てる）領域を特定していきたいと考えています。そうした領域に、経営資源を優先的に配分していくことでシェアの拡大に努めていきます。いわば、大きな池を切りわけて小さな池を作り、そのなかで大きな魚を育てていく取り組みです。時間がかかる作業ではありますが、10年、20年かけてそうした取り組みを繰り返し続けていくことが、当社が創業以来守り続けている「小さな池の大きな魚」という経営戦略を実現していく効率的かつ現実的な方法だと考えています。

当社のポートフォリオ経営の現在の姿は、過去の成功体験・失敗体験の集積のなかで事業を取捨選択し、変遷を重ねてきた結果です。事業領域の選定にあたっては客観的なデータに基づく論理性を重視しています。HOYAは客観的なデータから導かれた方向性に対しては社内の合意形成がしやすい会社です。論理に基づいて意思決定をするという習慣、それは「当たり前のこと」をきちんと認識し「当たり前をやっていく」ことだと思いますが、私がCEOになる以前からそうした習慣が会社の文化として根付いています。もちろん、現在のポートフォリオの形が最適な姿であるということでは決してなく、社会の変化・技術の変化に応じて、当社のポートフォリオも常に進化していくべきだと考えています。時代の変化に伴い新しい市場も生まれますので、新たなチャンスに経営資源を投入していくことに注力していきます。



株主の代表としての社外取締役

HOYAグループのガバナンスにおける特色として、取締役6人のうち5人を社外取締役で構成している点が挙げられます。私自身が、自らの判断の適否を自分自身で客観的に判断することは困難であると認識しており、社外取締役の登用は、当社の経営に中立公平な第三者の視点を積極的に取り入れることを意図するものです。

他方で、社外取締役を多数登用することで意思決定のスピードが損なわれることのないよう、また、経営のチェック機能が正しく働くよう、社外取締役に対してはその判断に必要な十分な情報の提供に努めるとともに、私たち執行側には社外取締役が適切な判断を下せるよう説明責任が課せられています。取締役会では重要な経営事項について、社外取締役の客観的・多角的な視点からの論理的な議論を踏まえた上で、その場で意思決定を行うことで経営判断の迅速さを担保しています。

取締役 (2015年6月19日の株主総会で選任)

社外取締役

小枝 至
内永ゆか子
浦野光人
高須武男
海堀周造*

社内取締役

鈴木 洋

社外取締役：5名 社内取締役：1名

*2015年6月19日の株主総会にて新たに選任

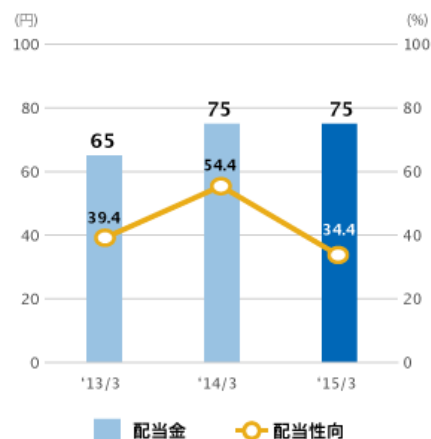
私は、会社の資産は究極的には株主のものであり、CEOは株主の資産を預かって会社を経営する役割を担っていると認識しています。社外取締役は、株主を代表して経営に参画している存在にほかならず、ガバナンスにおいて社外取締役の果たす役割は大変大きいと考えています。

キャッシュの使い途と株主還元

HOYAグループは、事業ポートフォリオを時代や環境の変化に即した形で発展させていくことで企業価値の最大化を図っています。バランスシート上にあるキャッシュについては、基本的には当社の既存事業の成長と事業ポートフォリオのさらなる拡充のために有効に活用していきます。成長の柱であるライフケア分野の事業の拡大に向けては、M&A（企業の合併や買収）も活用しながら、未開拓市場へのスピーディな参入、新技術・新事業の育成や獲得など、成長を加速するうえで必要となる投資の原資として有効に使っていく所存です。

ただし、キャッシュの元々の持ち主は株主の皆様ですので、成長投資に必要な原資をまかなった上でさらに資金が残った場合、適切なタイミング・方法で株主の皆様に還元していきたいと考えています。

1株当たり配当額と配当性向



*2014年8月に300億円の自社株買いが完了。同年9月に取得株式償却済み。

HOYAの経営について



当社はエレクトロニクス、映像、ヘルスケア、メディカルをはじめとした各事業体の集合体であり、HOYAはそれぞれの事業のすべてを包含する概念としての存在であると考えています。当社の究極的な存在意義は、時代のニーズに応えるそれぞれの事業を永続的・効率的な形で運営していくことであり、そのためにHOYAという会社の在り方は常に変化していくべきだと考えています。今よりもさらに優れたHOYAの姿があるはずであり、常に理想形を模索しています。

現在の課題として、マネジメントのグローバル化に着目しています。従業員の9割、売上の7割が海外で占められている当社において、マネジメントについては必ずしもグローバル化が進んでいるとは言えない状況であると認識しています。アメリカ流でもヨーロッパ流でもない、HOYAならではのグローバル化の構築を模索しています。

今後とも、進化を続けるHOYAにご期待いただきますようお願い申し上げます。

代表執行役CEO
鈴木 洋

ガーツ・シマーマンズ
執行役 ビジョンケアカンパニープレジデント **Girts Cimermans**



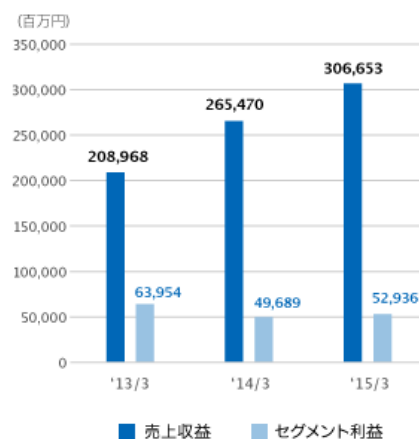
2015年3月期の業績について

ライフケア事業セグメントは、前期に引き続き増収増益を達成

ライフケア事業セグメントの売上収益は、3,066億円（前期比15.5%増）となりました。メガネレンズ事業で、海外市場を中心に販売が伸長したほか、セイコーオプティカルプロダクツ株式会社（セイコーメガネレンズの販社）が2014年3月31日付けで連結子会社化されたことにより、大幅な増収となりました。コンタクトレンズの小売り事業は消費税増税前の駆け込み需要からの反動減による減収、また、医療用内視鏡は、前期まで好調だったロシア・中近東などの地域における情勢不安による反動で前期並みにとどまりましたが、メガネレンズが成長を大きく牽引し、ライフケア事業セグメント全体では、売上収益は前期に比べ大きく伸びました。

セグメント利益（税引前利益）は529億円と、前期に比べ32億円、6.5%の増益となりました。売上高税引前利益率は17.3%となりました。

売上収益・セグメント利益

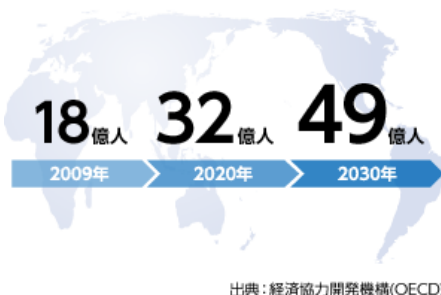


長期的に安定成長が見込まれるライフケア分野

HOYAのライフケア事業は、主に、目に関わる分野と低侵襲治療という2つの領域にフォーカスしています。目に関わる分野では、皆さんに馴染みのあるメガネレンズ、コンタクトレンズ、また白内障の手術のための眼内レンズ、というモノを見るために重要な役割を担う製品を取り扱っています。低侵襲治療分野では、当社がこれまで培ってきた光学技術を医療分野に活かすことで病気の早期発見・早期治療に貢献する内視鏡製品や、腹腔鏡下手術デバイス、内視鏡洗浄装置、人工骨などを展開しています。

いずれも、世界的な高齢化、新興市場の経済発展に伴う中間所得者層の増加、そしてそれらを背景に、ヘルスケアへのニーズ拡大が見込まれる事業分野です。今後は、より良い製品やサービスに対する需要拡大、ニーズの多様化、一方で、増加するヘルスケアコストの抑制に向けた各国政府の取り組みなど、当社にとって様々な事業拡大の可能性が広がっていくと考えられます。我々は、こうした市場トレンドに対し、優れた製品・サービスの提供を通して、世界中の人々の健やかで快適な生活の実現に貢献していきたいと考えています。

世界における中間所得者層の推移予測



メガネレンズ事業の拡大について

ライフケア事業セグメントの成長を牽引するメガネレンズ（当期振り返り）

当期はライフケアセグメントの中でも、メガネレンズ事業が大きく躍進を遂げた一年でした。2013年2月にセイコーエプソン株式会社からセイコーメガネレンズの開発・製造事業を譲り受けました。その後、セイコーホールディングス株式会社の子会社でメガネ関連商品の販売事業を行うセイコーオプティカルプロダクツ株式会社（SOP）の50%の株式取得を完了し、2014年3月31日をもって当社の連結子会社としました。3社がこれまで独自に高めてきたメガネレンズおよびメガネ関連商品の研究開発、生産等のノウハウを結集し、世界中のお客様に、幅広い製品レンジにわたりHOYA、SEIKO、PENTAXのより優れた製品・サービスを提供する体制が整いました。



当期は既存の事業領域でも海外市場を中心に好調に売上を伸ばしたことで、メガネレンズ事業の売上高は、前期に比べて大幅増収となりました。

世界のメガネレンズ市場は年率2～3%で成長していると言われていますが、HOYAは当期、引き続き市場シェアを伸ばしました。特に大きく伸びたのは欧州市場で、2013年秋からスタートした大手チェーン顧客との取引増により売上が大きく伸びる一方、大手チェーン以外の顧客セグメント向けにもしっかりと売上を伸ばすことができました。製品別では、個人のライフスタイルに合わせて作る累進屈折力レンズの新製品「MyStyle」が好調に伸び、増収に貢献いたしました。今後は各顧客セグメントにあわせたマーケティングを強化することで成長を加速していきたいと考えています。当期において、アルゼンチンやトルコに、直販体制を築くなど、新興市場における拠点を広げる取り組みも継続いたしました。

北米市場は、HOYAにとって今後大きな成長が期待できる市場の一つです。当期は米国において特に独立メガネ店向けに累進屈折力レンズや特殊コーティングなどが好調に販売を伸ばし、増収に貢献しました。他のマーケットに比べてHOYAの北米におけるシェアの成長余地は大きく、現在、北米市場に合わせた製品レンジの拡充と販売体制の強化に取り組んでおります。また、当期はテキサス州ダラスで特注加工品の生産ラインを集約した最新鋭工場を稼働させました。北米各地のラボと上手く連携することで、今後、効率的かつスピーディにお客様にお届けする体制が整いました。

南米市場は、現在、ブラジルにのみ直販体制を置いておりますが、更なる成長の機会が広がっています。ブラジルでは継続してシェアを拡大しており、また最近ではアルゼンチンでオペレーションを開始いたしました。

アジア・太平洋地域は、オーストラリア、台湾、韓国などの先進国を中心に販売が伸びた結果、業績も好調に推移しました。一方、高いシェアを保有する日本市場においては、2014年4月に実施された消費増税の影響でその直前の駆け込み需要からの反動減に加え、高単価な製品が売れにくいマーケットになっており、当期は市場の縮小に沿った形での減収となりました。

セイコーメガネレンズの統合が進展

2013年2月に事業譲渡されたメガネレンズの開発製造部門については、約2年をかけて、製造・研究開発、両面でHOYAとの統合が完結しました。製造面では、日本とフィリピンに分かれていたセイコーエプソンの工場の統廃合および最適化を進めるとともに、HOYAの既存工場との相互生産体制の構築にも注力しました。開発面では、両者が持つ異なる製品開発技術・生産技術を活用することで、短期的には生産の効率化を実現できましたが、将来的には、新製品の開発など新しい可能性をもたらすことが期待されています。

販売面では、プレミアムブランドと位置付けるSEIKOメガネレンズを、欧米の先進国で販売を拡大することにまずは注力しているところです。SEIKOメガネ事業は、その強力なブランド認知力により、海外で事業を拡大する重要な機会となると認識しています。今回の統合により、HOYAの各地の拠点を活用することが可能となり、今後加速度的に売上を伸ばしていけるのではないかと考えています。

中期的な成長に向けて

グローバル・シェアの拡大を目指す

メガネレンズのグローバル市場規模は、今後の数年間は、年率2～3%で成長を続けると見込まれています。なかでも、アジア太平洋地域や南アメリカといった新興国においては、中間所得者層の拡大と医療アクセスの改善に支えられ、市場の高い成長が期待されています。一方、欧米の先進国では高齢化とともに累進屈折力レンズなど、ハイエンド製品、カスタマイズ製品の市場が伸びることが期待されており、グローバル市場全体として安定した成長が続くと見込まれています。そのような環境において、世界シェア第2位に位置しているHOYAは、事業拡大を加速できる絶好のポジションにいと認識しています。欧米先進国市場ではシェアの拡大を、新興国市場においては、カバレッジ拡大を進め、グローバルにシェアの拡大に注力してまいります。

今年のアニュアルレポートでは、HOYAが成長ドライバーとして現在最も注力しているメガネレンズ事業について特集を組みました。HOYAが60年以上前から手掛けているメガネレンズ事業の強さの源泉となるグローバルな生産現場、営業現場で活躍する社員の声をご紹介します。当社製品のすばらしさ、事業の強みを皆様にお伝えできれば幸いです。

▶メガネレンズの成長について

今後ともHOYAの事業にご理解・ご支援賜るとともに、今後の成長に大いに期待いただきますようお願い申し上げます。

執行役 ビジョンケアカンパニープレジデント
ガーツ・シマーマンズ

執行役 情報・通信担当COO 池田 英一郎

2015年3月期の業績について

情報・通信分野は大幅な増収・増益を達成

当期は、前期までに行った構造改革の成果により、大きな成長が期待できない市場のなかでも収益性を維持できる事業構造に転換したこと、また、映像関連製品を除きマーケットが期初に想定していた以上に堅調に推移したこと等により、情報・通信分野の売上収益は1,801億円（前期比13.1%増）、セグメント利益は573億円（前期比59.8%増）となりました。

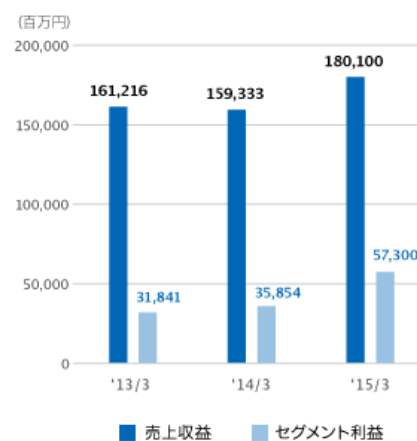
製品別に分析すると、もっとも好調に推移した製品として挙げられるのはHDD（ハードディスクドライブ）用ガラスサブストレートです。当初は、ノートPC市場の縮小を見込んでいましたが、Windows XPのサポート終了にともなう買い替え需要が想定以上に堅調に推移しました。ノートPC以外のアプリケーションにおいても、外付けHDDの需要が堅調なことに加えて、大容量化を実現するためにHDD一台当たりのディスク搭載枚数も増えております。またサーバー、ゲーム機においても当社HDDガラスディスクに対する需要が堅調でした。これらの結果、HDD用ガラスサブストレートの業績は前期に比べて大幅な増収を達成しました。

半導体関連製品は、半導体業界が年間を通して好調を維持し、顧客である半導体メーカーによる先端技術開発が活発に行われた結果、高価格製品の需要が堅調に推移し、製品ミックスが改善して収益増加に貢献しております。インフラ向け・車載向けといったミドル/ローエンド製品の需要も旺盛で、販売量・単価ともに堅調に推移し、前期に比べて増収となりました。

液晶関連製品は、スマートフォンおよびタブレット向けに高精度・高解像度の中小型サイズのマスク需要が好調に推移したほか、4Kや大画面のTV向けの大型マスク需要も堅調で、前期に比べて増収となりました。

映像関連製品は、主要なアプリケーションであるデジタルカメラ市場が縮小するなかで、デジタルカメラ依存からの脱却を進めております。具体的には、監視カメラ、アクションカメラ、車載カメラといった新しい市場の開拓に注力しています。その効果は着実に表れており、同製品の収益は前期に比べて増収となりました。

売上収益・セグメント利益



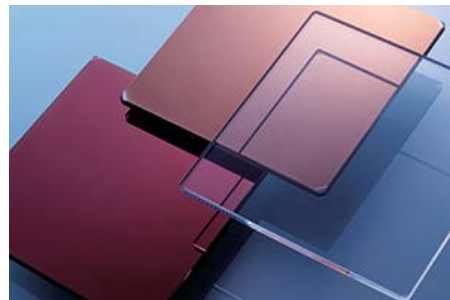
来期以降の取り組みについて

HDD用ガラスサブストレートについては、将来的にノートPC市場が縮小していくなかで、外付けHDDやサーバーといったノートPC以外のアプリケーションが拡大していることはプラス材料であると認識しています。以前は、このビジネスの収益はノートPC向けにかなりの部分を依存していましたが、当期はノートPC向け売上比率が50%を切るころまで減少してきました。今後も外付けHDDやサーバー向けの拡大やHDD一台あたりのディスク搭載枚数の増加による需要増をとらえていくことを目指します。技術面では、HAMR（熱アシスト記録方式）という次世代の技術がHDDの容量を飛躍的にあげる技術として期待されていますが、当社のガラスサブストレートの優位性を発揮できる好機ととらえ、顧客からのニーズに技術面と供給面で全面的に協力し、新しい技術の実現に向けて貢献するよう努めていきます。

映像関連製品については、光学材料、光学レンズ、レンズユニットの3つの事業が売上の約8割を占めていますが、アプリケーション別では、その内の約7割が従来のデジタルカメラ向けとなっています。引き続き、監視カメラ、アクションカメラ、車載カメラなどのデジタルカメラ以外の新しいアプリケーションでの需要開拓に努め、その比率を半分以上にまで引き上げることを目指していきます。これまでは、顧客であるデジタルカメラメーカーの光学設計に合わせて、光学レンズや光学材料などをそれぞれ単独で供給してきました。具体的には、光学材料は研磨レンズメーカーに、光学レンズはレンズユニットメーカーに、レンズユニットはカメラメーカーに、という形で、製品別に別々に事業を運営していました。しかしながら、今後、ターゲットとしていく顧客層の中には、従来のカメラメーカーほどの高度な光学設計技術を持ち合わせていない顧客も一部含まれることが想定されるため、当社が光学材料の組成からレンズの成形、さらにはレンズユニット製品までの開発製造で培ってきた技術や製造ノウハウを活用しながら、当社から積極的に製品を提案することで、新たな市場開拓を図っていきたいと考えています。こうした取り組みの一例として、当社の強みであるガラスモールドレンズを使用した、光学3倍ズームを備えた業界最薄サイズのスマートフォン向けレンズユニットを一昨年開発し、現在、複数のスマートフォンメーカーからポジティブな反応をいただいているところです。このように、新しい分野で従来とは異なる顧客層を積極的に開拓していく必要がある領域においては、マーケティング機能を強化することで、顧客のニーズに沿った提案ができる体制の構築にさらに注力していきます。

半導体製品のマスクブランクスについては、半導体業界の先端分野での旺盛な開発意欲は、来期以降も継続していくと見込んでいます。次世代露光技術であるEUVL（Extreme Ultra Violet Lithography：極紫外線リソグラフィー）への対応も含めて、先端分野の開発がいずれの方向に進んだとしても、顧客からのニーズを正確に把握しながら、技術要求にきちんと応えていくことで、先端ブランクス市場の形成を主導していくことを目指します。

液晶関連製品は、スマートフォン・タブレットをはじめとして、中小型から大型パネルに至るまで高精細化・高解像度化というトレンドはしばらく続いていくと想定しております。顧客からのニーズに的確にかつスピーディに対応していくことで、他社との差別化を図りシェアの拡大に努めていきます。



情報・通信分野におけるコア・コンピタンスについて

情報・通信分野ではさまざまな事業を展開しており、それぞれ異なるマーケットのニーズに対応した製品を供給しています。全ての事業領域で、ガラスの組成溶解技術、研磨技術、洗浄技術、加工技術、成膜技術という5つの技術がベースとなっており、それらが当社のコア・コンピタンスであると認識しています。当社は事業部制に基づいた事業運営をしており、各事業部門が独立採算制のもと事業部長には日々のオペレーションについて相当の権限委譲がなされており、各事業はこれらコア技術をそれぞれの事業領域で最適な形で発展させてきました。その結果、いくつかの事業はニッチな市場で圧倒的な競争力を持つ「小さな池の大きな魚」となり、高い収益性を維持できております。

一方、事業によっては、今までとは異なる分野の顧客を開拓していく必要があるなかで、ここで改めてこれら5つのコア技術を整理し、それらを他の分野に展開・有効活用していく必要性を認識しており、今後、取り組むべき優先課題と位置付けております。また、HOYAグループで

は、元来事業部を跨いだ人材交流というものはあまりなく、どちらかという、技術者は一つの事業部で長年経験を積み、一つの技術領域に特化していくというのが通常のモデルでしたが、私が情報・通信担当COOの任についてからは、技術交流をより重視し、事業部を超えた人材の配置転換を積極的に行っております。それにより、技術の他事業への移管、およびグループ全体の技術レベルの底上げを図ります。当社の技術を支える人材面の拡充にはこれまで以上に積極的に取り組んでいきます。



安定成長に向けて

当社の情報・通信分野が参入している市場は成熟市場と評されることもありますが、将来の技術ニーズを見越して競合に先んじて取り組んでいくことで、成長できる余地は大いに残されていると考えています。いずれの事業においても、利益の源泉は技術力にあると考えていますので、これからも技術力の強化において手綱を緩めることは決してありません。情報・通信担当COOとして、この事業から安定的な収益を稼ぎ、継続的かつ安定した成長を続けることで、HOYAグループの企業価値向上に引き続き貢献していく所存です。

株主の皆様におかれましては、今後とも、ご理解ご支援のほど何卒よろしくお願い致します。



執行役 情報・通信担当COO
池田 英一郎

社外取締役メッセージ

経営に関する高度な「常識力」と「質問力」で、HOYAの持続的成長に貢献していきます。

社外取締役の役割の1つに、株主を代表する立場からの執行役の監視・監督が挙げられます。万が一、経営トップが暴走していると判断される時はそれを止めることが求められます。会社の財務諸表の活かし方、市場との対話姿勢、緊急時の対応の仕方など、様々な事象に対して、経営トップを経験して培ってきた「常識力」を活かしチェック機能を果たしていくことが私の社外取締役としての役割であると考えています。

HOYAの取締役会では取締役の監視・監督が実効的に機能するよう、数字のみならず、その背景にある戦略にまで遡った詳細な報告が事業部単位で行われています。四半期予算に対する執行役の方々のコミットメントは素晴らしいものがありますので、我々取締役も、問題の本質を捉え、的確かつ鋭い質問をするように努めています。取締役会では、経営資源の配分を中心にその場で徹底した議論が交わされますので、お互いに緊張感ある場が形成されるとともに、スピード感のある意思決定が行われていると感じています。

HOYAのガバナンス体制を語る上でのもう1つのポイントは、指名・監査・報酬の各委員会です。例えば、指名委員会においては、取締役候補の選定は我々社外取締役が行っているのはもちろんのこと、中長期的な観点では、次の経営者の選定、育成というテーマも重要なテーマとしてよく議論されています。監査委員会では毎期の監査テーマに則って監査が行われ、報酬委員会についても明確な業績報酬の基準に基づき提案された事務局案の是非を判断するなど、各委員会が有効に機能していると考えています。

HOYAの経営は、強みを発揮できるニッチ市場を開拓・育成し、そこで高シェアを獲得することでそこから得られる利益を最大化していく、「小さな池の大きな魚」戦略をベースにしていますが、HOYAが持続的な成長を実現するためには、今後の成長事業として位置付けているライフケア分野で「小さな池」となる市場を育成、もしくはM&Aを通じて開拓していくことが重要だと認識しています。ライフケア分野でHOYAが世界に貢献できる余地はまだたくさんあると感じています。

社外取締役として、「常識力」と「質問力」を発揮していくことで執行役の監視・監督に努め、取締役会の一員としての重責を果たしていきたいと認識しております。



社外取締役
浦野 光人

社外取締役メッセージ

気付きと緊張感を執行役に与える。
それこそが社外取締役としての最も重要な役割です。

私たち社外取締役の役割とは、経営者が株主・社員・取引先などすべてのステークホルダーと健全な関係を築きつつ利益を上げているか監督することだと考えています。経営の執行側に対し、社外取締役を説得しないかぎり議題は進行しないという緊張感を与え、会社内での常識と世間の常識にズレが生じた場合にはこれに気づくよう促す、いわば、「気付きと緊張感」を執行側に与えることが社外取締役に求められていることだと考えています。

HOYAの取締役会ではCEOやCFO、COOがきちんと案件の説明をし、社外取締役全員が各々意見を述べており、取締役会としての機能は十分に果たされていると考えています。

指名委員会等設置会社であるHOYAには、指名・報酬・監査の各委員会があります。各委員会は委員長を含めメンバー全員が社外取締役に構成されています。指名委員会においては、社外取締役候補者の選任も社外取締役のみで行われており、社長から独立して機能しています。報酬委員会では、役員賞与の算定基準も明確な根拠に基づいており、決定に至るプロセスも説明いただけるため有効に機能していると考えています。

他方、監査委員会については、制度的な問題ではありますが、課題もあると感じています。指名委員会等設置会社の監査委員会は、常駐している監査役とは異なり、日々会社のことを細かく調べることができないこともあり、十分なチェック機能を果たすためには、監査法人から様々な報告を受ける際には初期段階から係わる必要があると考えます。監査法人による監査のあり方も、そういった状況を踏まえ、監査役会設置会社に対するそれとはまた異なった形で、監査の質そのものを担保するより良い方法を検討すべきではないかと考えています。

HOYAの持続的成長のためには人的資源、とりわけバラエティに富んだ若い人材が不可欠です。経営者は下から新しい人材が湧き出てくるよう、若い人たちが意欲をもって仕事に取り組める働きやすい環境を整える必要があります。

HOYAは多岐にわたる製品をグローバルに供給しており、若い人が夢を抱ける、また、仕事のモチベーションの上がる企業風土があると思います。今後も、情報・通信とライフケアという2つの大きな事業領域の延長線上で、革新的な技術革新を通して新たなものを創造し続けることで、さらなる成長を実現することが可能だと考えています。



社外取締役
高須 武男

社外取締役メッセージ

グローバルレベルでの人材の有効活用と IT化の推進で、更なるステージへ。

社外取締役の役割の一つは、企業独自の固定観念に縛られない違った角度からアドバイスや質問をすることです。HOYAの取締役会は、各事業の担当者からの説明に対し、時には厳しい質問が飛び交う、非常にオープンでストレートな取締役会です。長年ビジネスで培ってきたそれぞれの専門性や経験から、継続的な成長に向けて極めて論理的で活発な議論が緊張感を持って行われており、社外取締役の意見に対して執行役の方々は真摯に聞き入れてくださっていると感じています。

もう1つの社外取締役の役割に、株主の視点から経営トップをモニタリングするというものがあります。取締役は株主から選任を受けた立場ですから、執行管理機構である取締役会の一員として、会社の存続や繁栄に資するかという観点から日々のオペレーションを観察し、判断しています。

HOYAの事業は成長していますし、弱い部分については常に手を打ち強くしようとしています。これからもHOYAが成長を続けていくためには、IT分野に於けるラストワンの確立、ライフケア分野において注力するマーケットを的確に見定め、差別化し、確固たるプレゼンスを築き上げることです。そのためには、世界中の優秀な人材を活用することが重要です。外国籍の方も多いHOYAにおいて、エグゼクティブ間の交流はもちろんのこと、セグメント間でも人の交流を積極的に行う必要があると感じており、実際に人材の有効活用というテーマで常に議論も行われています。

さらに、グローバル化が進展するなか、ITの積極的な活用によって、世界中のデータを瞬時に収集することや、プラットフォームの統一を通じた情報の共有化や業務プロセスなどの透明化により、さらにスピード感ある事業展開を図ることも重要な課題です。世界のグローバル企業はこの点を徹底的に行っていますが、HOYAにはまだ改善余地が残されていると感じています。

HOYAは、このような私たちの期待を現実のものとし、これからも成長しつづける企業だと確信しています。



社外取締役
内永 ゆか子

ビジョンケア事業の成長性



生産の現場から

オペレーションの現場から



HOLTのチームメンバーが、同社のビジョンケア事業における役割や強みについてご紹介致します。

HOYA LENS THAILAND LTD. (HOLT)



President
Mr. Thanit Setthaphongwanit



RX-1 工場長
Ms. Thipparat Onpaen



Ayutthaya量産 工場長
Mr. Sompop Khumpeepong



CSと生産管理の責任者
Ms. Unchalee Chaiprapa

グローバルスーパーラボとしてのHOLTの役割

HOYA LENSE THAILAND LTD.は、タイに拠点を置く、HOYA ビジョンケアグループ最大の眼鏡レンズ製造会社です。HOLTは、パトンタニおよびアユタヤに、量産レンズの生産工場2拠点と、特注レンズ工場3拠点を保有しており、各工場はHOYAビジョンケアグループの中心工場として重要な役割を果たしています。生産するレンズの大部分は、世界各地にあるビジョンケアグループの関連会社と顧客に向けて輸出されています。また、HOLTは、セイコーエプソンから譲り受けたメガネレンズ開発製造事業との統合を進展する上でも重要な役割を果たしています。

HOLTの強み

HOLTは、メガネレンズにおける最高クラスの品質と、高い生産性、タイムリーな納品、そして、卓越した顧客サービスを実現し、その規模は世界最大級で、高級品レベルから普及品まで幅広い製品を提供しています。



顧客および各地域の法令・規制から求められる品質基準を満たすため、HOLTは全社的な品質管理システムおよび最先端のITシステムを導入しています。高い技能を有する現地のITチームが、顧客からの多様かつ詳細な要望や、製造工程の改善に迅速に対応する体制が整っております。また、HOLTの顧客サービスチームは定期的な顧客調査を通して顧客満足のモニタリングを行い、顧客満足の向上に努めています。

メガネレンズ事業においては、顧客から要求されるリードタイムを満たすことが極めて重要ですが、短納期を実現する上でHOLTが立地するタイは高い優位性を持っています。例えば、タイから日本に向けて夜便で空輸することで、翌朝には東京や関西地方の空港に到着することができます。現在HOLTは、バンコク国際空港から世界の約40拠点に製品を供給しています。

HOLTの高い品質は、個々の従業員の高い技能と情熱、勤勉さによって支えられています。HOLTは1974年の創業以来、トレーニングや職務における成長の機会を提供することで、現地スタッフの育成に努めてきました。タイと日本双方のチームメンバーによる日々の緊密な連携を通じて、マネジメントの現地化が進展しており、現在ではHOLTにおける主要ポジションの大部分は現地のチームメンバーが担っています。HOLTの各従業員は、経営陣から製造現場の担当者に至るまで、世界の顧客に満足頂くため、高い品質と短納期を実現することに注力しております。

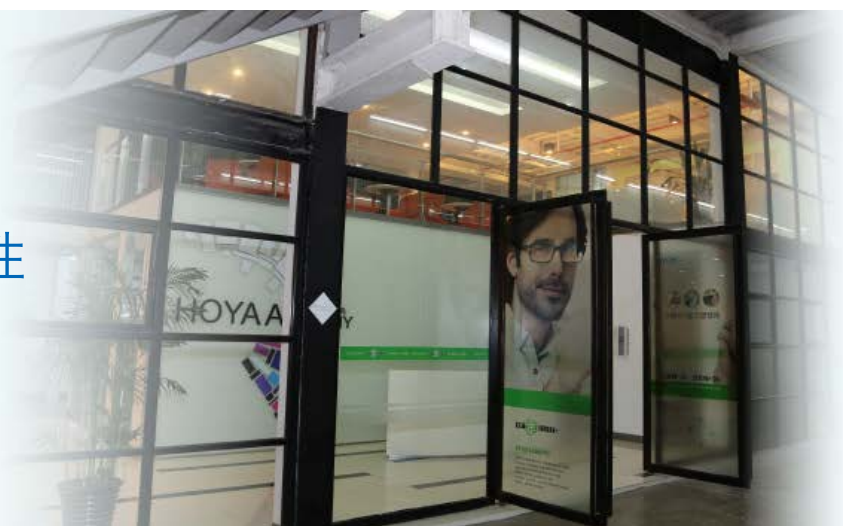


大洪水の克服：前進し続けるためのチームワーク

2011年10月にタイで発生した大洪水によって、HOLTの工場施設は大打撃を受けました。アユタヤ工場は完全に水没し、設備のほとんどに損害が生じました。そうした状況の中で、HOLTのチームメンバーは、顧客へのサポートをいかにして継続していくかを第一に考えました。HOLTの生産部門の熟練したスタッフを各地域に派遣して我々の製品の供給を継続することに努める一方、HOYAグループのみならず外部の製造設備のサプライヤーとも連携し、HOLT自身の生産を再稼働させるべく懸命に働きました。そうした努力の結果、2012年4月には工場を再稼働できる状態になりました。わずか6ヶ月という短期間で復旧を果たすことができたのは、HOLTの従業員の勤勉さ、熱意、各地域との協同によるものです。

これからも、HOLTは、世界各地の製造工場やラボと緊密な連携を取りながら、品質とサービスの向上に努めることで、ビジョンケア事業において先導的な役割を果たし続けます。

ビジョンケア事業の成長性



生産の現場から

オペレーションの現場から

HOYAビジョンケアカンパニーのアジア本部



アジアの拠点であるHOYAビジョンケアカンパニーのチームメンバーが、アジア太平洋地域のビジョンケア事業におけるHOYAの戦略に関して、動画インタビューで伝えています。



Chief Executive Officer,
HOYA Vision Care Company Asia Headquarters
Mr. Yasuyuki Nitta



Chief Operating Officer,
HOYA LENS SHANGHAI LTD.
Ms. Joice Xue



Vice General Manager,
Seiko Optical Trading (Shanghai) Co., Ltd.
Ms. Nichole Yan



General Manager of Suzhou OZMA
Ms. Chen Chunzhen

アジアにおけるビジョンケア事業の現在の状況

HOYAビジョンケアカンパニーのアジア本社は、日本を除く東アジア、東南アジア、オセアニア、およびインドといった各国および各地域を担当しています。HOYAビジョンケアカンパニーは、競合と比較しても早い時期からアジアにおける事業に着手しており、同地域における事業では長い歴史を持っています。また日本発祥の企業であることから、アジアの人々の顔つきや眼の特徴を熟知しており、当地におけるメガネレンズ事業にとって強みであると認識しています。

長期的な観点では、過去10年間にわたりアジア太平洋地域全体のメガネレンズ市場の前年比成長率は1桁台半ばを上回る勢いで推移しており、この成長率は世界のどの地域よりも高い数字となっています。中でもインド市場における成長率は2桁に上り、中国市場では継続的に1桁台後半の成長率を維持しています。アジアにおけるHOYAビジョンケア事業は他のどの地域よりも高い成長率で成長し続けており、特に2014年度（2015年3月期）においては、セイコーオプティカルプロダクツ株式会社を連結対象に加えたことにより、中国における売上収益は約20%増加しました。



アジア太平洋地域におけるHOYAの成長戦略

我々のメガネレンズ事業は1人当たりの国内総生産＝約3,000米ドルを起点として想定しており、この観点で言えば、3,000米ドルよりも高い1人当たりの国内総生産を有する中国では、いわゆる量産品だけでなく、高付加価値品も展開することができます。インドも、高付加価値品の市場として、将来的に有望であると認識しています。

中国は4億人もの人が近視を患っているという巨大かつ重要な市場です。HOYAは既に現地において約20年にわたり事業を展開しており、中国における累進レンズのリーディングカンパニーとなっています。中国市場における累進レンズの普及率は僅か約2%にとどまっており、今後大きな成長が見込まれます。HOYAがグローバル市場で培ってきた、レンズの設計技術、オブティシャン（検眼技術者）への研修、販売活動における経験などを生かし、エントリーレベルから高付加価値品に至るまで、累進レンズの新製品を継続的に市場にリリースすることが、市場の成長の機会をとらえるために重要なことであると認識しています。

上海では、我々は長年に渡ってHOYAアカデミーという施設を運営し、中国国内のオブティシャンに対して、販売から、フィッティング、端面処理、顧客からのクレーム対応に至るまで、累進レンズについての全般的なスキル獲得を目的に研修活動を行っています。我々は、オブティシャンへの教育・啓蒙が累進レンズの市場の成長に必要であると認識しており、HOYAアカデミーを通じた研修機会の提供は、中国における累進レンズの販売を拡大する上で、重要なマーケティング活動の1つと位置付けています。

セイコーとの統合

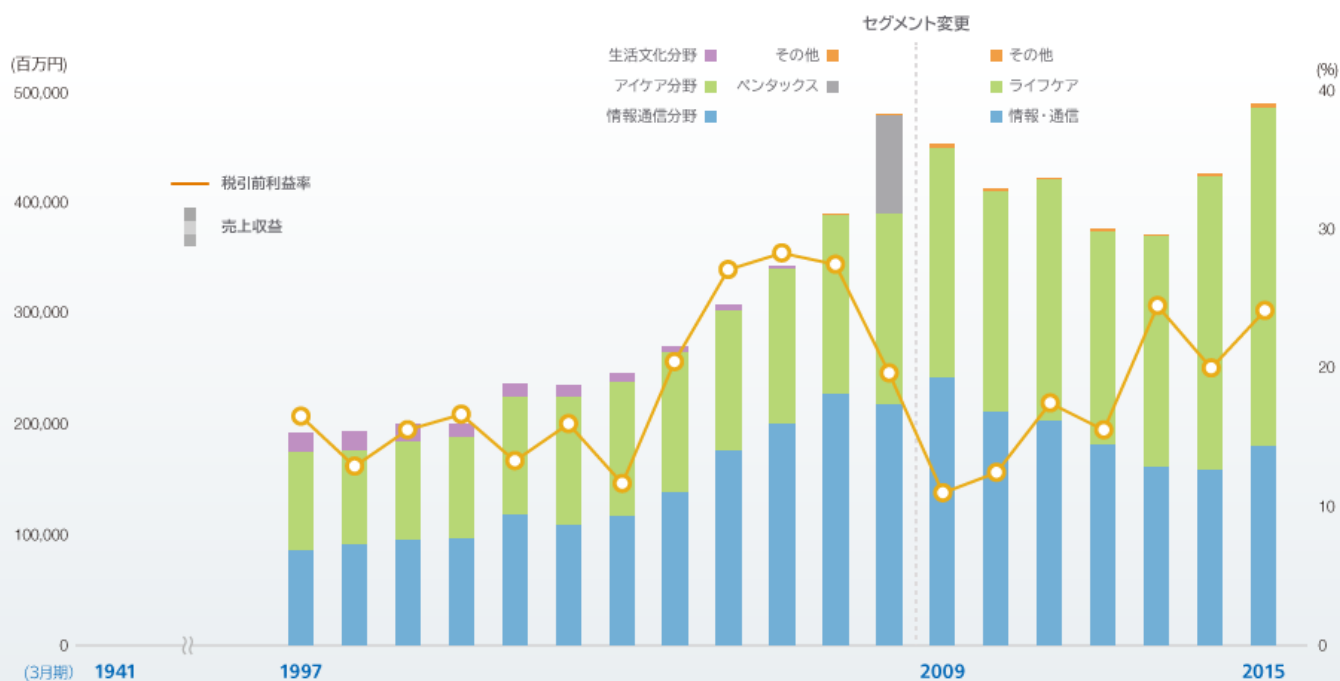
セイコーのメガネレンズ事業はフレーム事業にも携わっており、レンズ単体やフレーム単体の販売ではなく、フレームとレンズ一体となった眼鏡のソリューションを提供しています。そして、時計製品で培った一般消費者からの高い知名度を持っております。

セイコーオプティカルプロダクツ株式会社を連結対象に加えたことにより、「SEIKO」と「PENTAX」という一般消費者からの認知度が高いブランドを各地域で展開していくことが可能となりました。

HOYAビジョンケアカンパニーは、アジア地域において長い間メガネレンズ事業を展開してきた中で、顧客であるメガネ店からは高い品質と顧客サービスを兼ね備えたメガネレンズメーカーとして高い評価を得ております。そこに、「SEIKO」「PENTAX」という一般消費者から認知されている製品を展開することで、同地域の事業を大きく拡大していけると考えています。それに加えて、セイコーの事業展開については、中国にあるHOYAの工場を最大限に活用することでシナジー効果の最大化を図っていきます。



HOYAの成長の軌跡



1973

東京証券取引所の市場第一部へ指定替え。

1995

社外取締役制度を導入。

1997

欧州、北米、アジア各地域の地域本社体制が整う。

1999

国内主要全工場でISO14001を取得。

2003

委員会設置会社へ移行

2007

株式公開買い付けによりペンタックス株式会社が連結子会社に。

2009

クリスタル事業終了。

メガネレンズ事業の本部をオランダから最新鋭の生産設備の整ったタイに移管。

2010

HOYAヘルスケア株式会社を吸収合併、アイケア事業部へ。

IFRS基準の2010年3月期決算情報を開示。

2011

PENTAXイメージング・システム事業を株式会社リコーに譲渡。

2012

金属製整形外科用インプラントの国内メーカー、日本ユニテック（株）を買収。

セイコーエプソン（株）ならびにセイコーホールディングス（株）と、眼鏡レンズ製造事業の譲受と販売分野における提携に関する契約を締結。

2013

セイコーエプソン（株）のメガネレンズ開発製造事業を譲り受ける。

セイコーホールディングス（株）の子会社でメガネ関連商品の販売事業を行うセイコーオプティカルプロダクツ（株）の株式を30%譲り受ける。

自動内視鏡洗浄装置（AER）のリーディング企業であるWassenburg社の過半数株式を取得。

2014

セイコーオプティカルプロダクツ（株）の株式20%を追加取得し、出資比率50%の連結子会社に。

数字で見るHOYA



世界シェアNo.1製品の売上高

35.0%

HOYAでは、自社の強みを発揮できる領域に特化し、その分野で競争力を確立することを目指す「小さな池の大きな魚」という戦略を推進しております。その結果、売上高の34.5%が世界シェアNo.1製品の売上高となり、今後もその割合を高めていくことを目指しています。

売上収益税引前利益率

24.1%

特定の市場でのリーディングカンパニーの地位を確立し、その領域における利益の最大化を進めた結果、2015年3月期の売上収益税引前利益率は24.1%となりました。今後も売上収益や規模だけでなく、収益性も重視した経営を進めていきます。

ROE

16.5%

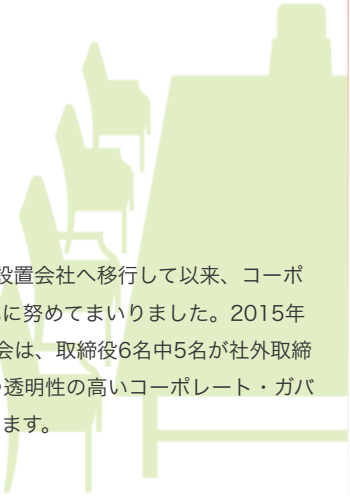
HOYAでは、ROEだけでなく、SVA（Shareholder's Value Added：企業価値の増分）という経営指標を取り入れるなど、資本効率を意識した経営を推進しております。今後も、株主資本コストを上回る利益をあげることを重視していきます。

株主還元額

768億円

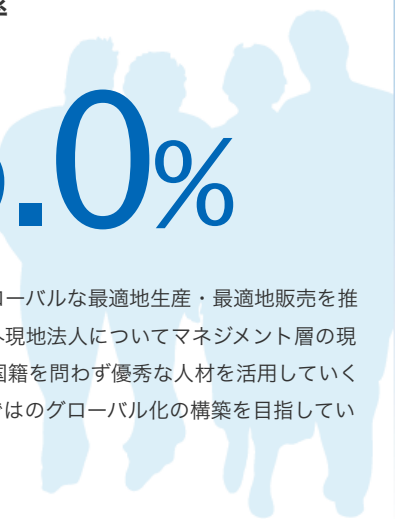
株主還元につきましては、中長期的な資金需要を総合的に勘案し、余剰な資金については積極的に株主に還元することを基本としております。

取締役会に占める社外取締役の割合



5/6

HOYAは2003年の委員会設置会社へ移行して以来、コーポレート・ガバナンスの強化に努めてまいりました。2015年6月現在、HOYAの取締役会は、取締役6名中5名が社外取締役で構成され、効率的かつ透明性の高いコーポレート・ガバナンス体制を構築しております。

海外法人における経営トップの
海外従業員比率

76.0%

HOYAは各事業でグローバルな最適地生産・最適地販売を推進しております。海外現地法人についてマネジメント層の現地化を進めており、国籍を問わず優秀な人材を活用していくことで、HOYAならではのグローバル化の構築を目指しています。

財務報告

HOYAグループと連結範囲の状況

HOYAグループは、2015年3月期末現在でHOYA株式会社および連結子会社118社(国内11社、海外107社)ならびに関連会社9社(国内4社、海外5社)により構成されています。

HOYAグループはグローバルベースのグループ連結経営によって運営されております。情報・通信およびライフケアを中心とした各事業部門がそれぞれの責任のもと事業戦略を遂行します。地域別には、米州・欧州・アジアの各地域の地域本社が、国・地域とのリレーションの強化、法務支援および内部監査等を行い事業活動の推進をサポートしております。特に欧州にはグループのファイナンシャル・ヘッドクォーター（FHQ）をオランダに置いています。

国際会計基準の適用

HOYAグループでは、2011年3月期から会社計算規則第120条第1項の規定により国際会計基準(IFRS)に準拠して連結計算書類を作成しています。これに伴い、事業別の概況における報告セグメントについても、IFRSに基づき、「情報・通信」事業、「ライフケア」事業および「その他」事業の3つの報告セグメントに区分しています。

「情報・通信」事業では、半導体や液晶、HDD等のエレクトロニクス関連製品およびデジタルカメラ用レンズ等の映像関連製品を取り扱い、「ライフケア」事業ではメガネレンズ、コンタクトレンズ等のヘルスケア関連製品および眼内レンズ、内視鏡等のメディカル関連製品を取り扱います。「その他」事業は、主に情報システムサービスを提供する事業です。

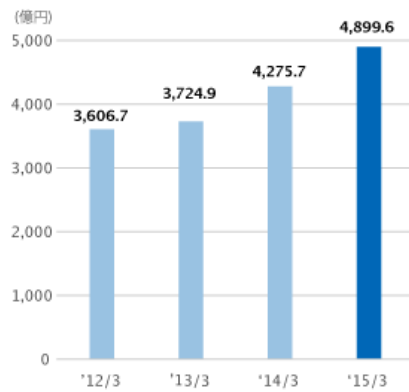
売上収益の状況

当期における世界経済は米国では堅調に推移したものの、欧州経済の停滞、新興国経済の成長率の鈍化、またウクライナ情勢や中東諸国における紛争など地政学リスクの顕在化など、依然として不透明な状況が続きました。わが国におきましては、政府の経済政策等により、企業業績や雇用環境などの改善が見られ、景気は緩やかな回復基調にあるものの、4月に行われた消費税増税の影響が長らく続きました。

HOYAグループの情報・通信事業については、スマートフォン、タブレット型パソコン（PC）向け半導体・液晶関連製品、ならびにノート型PC向けハードディスク用ガラスサブストレートの販売が堅調に推移しましたが、デジタルカメラに関連する製品群の販売は引き続き低調に推移しました。一方、ライフケア事業において、メガネレンズは、海外市場における販売拡大およびセイコーメガネレンズの販売会社を前期末に連結子会社化したこと等により売上が大きく伸長しました。コンタクトレンズは、4月の消費税増税に伴う反動減の影響を大きく受けたことで年間を通して見ると減収となりました。内視鏡を除くメディカル関連製品は概ね堅調に推移したほか、円安の影響も加わったことで、グループ全体として売上高は前期に比べ伸長しました。

この結果、当期の売上収益は4,899億61百万円と、前期に比べて14.6%の増収となりました。

売上収益

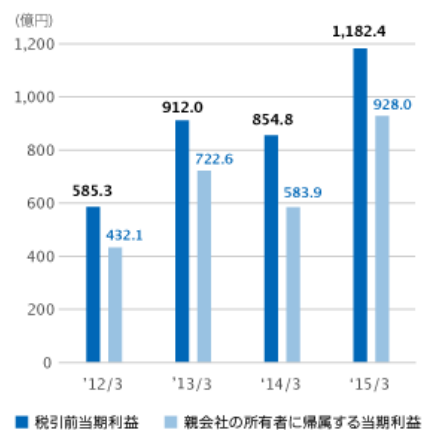


利益の状況

利益については、情報・通信分野の収益性が改善したことに加え、前期末に比べ、米ドルが円とユーロに対して強くなったことにより為替換算差益を計上したこともあり、税引前当期利益は1,182億49百万円、当期利益は929億41百万円となり、前期に比べてそれぞれ38.3%、54.5%の大幅な増益となりました。

売上収益税引前当期利益率は24.1%となり、前期の20.0%より4.1ポイント上昇しました。

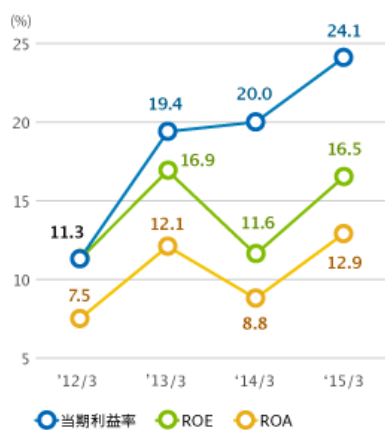
税引前当期利益／
親会社の所有者に帰属する当期利益



利益率



収益率



事業別（報告セグメント）の概況

エレクトロニクス関連製品

半導体関連製品は、スマートフォン・タブレット向けを中心に、先端品からミドル／ローエンド製品まで販売量・単価ともに堅調に推移したことに加え、円安の効果もあり、前期に比べて増収となりました。

液晶関連製品は、スマートフォンおよびタブレット向けに高精度・高解像度の中小型サイズのマスク需要が好調に推移したほか、4Kや大画面のTV向けの大型マスク需要も堅調で、前期に比べて増収となりました。

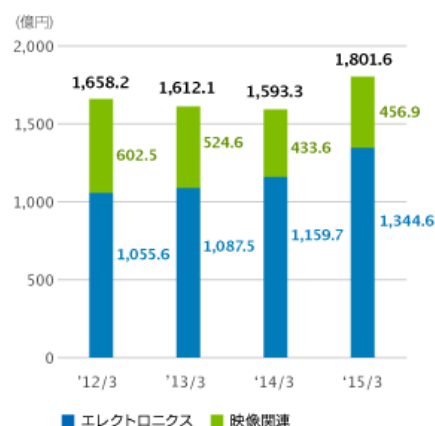
HDD用のガラスディスク（サブストレート）につきましては、市場の生産調整の影響で出荷が低調に推移していた前年同期からの回復に加え、Windows XPのサポート終了に伴うPCの置き換え需要や、ゲーム機や外付けHDDなどのアプリケーション向け需要が堅調だったことにより、前期に比べ増収となりました。

映像関連製品

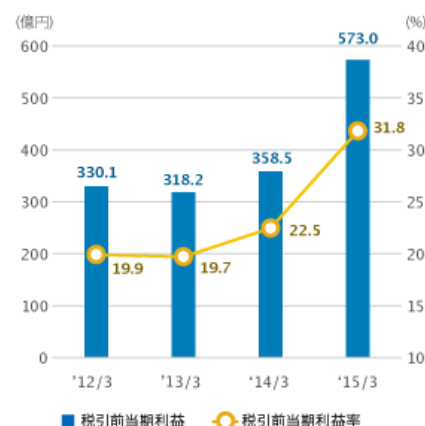
コンパクトデジタルカメラ、交換レンズ式カメラを含むデジタルカメラ市場では、スマートフォンによる市場浸食や中国の景気減速による販売不振により販売台数が大幅に減少しております。そのようななか、当社グループはアフターマーケットの交換レンズや監視カメラ向け製品の販売に努めた結果、映像関連製品全体としては前期に比べて増収となりました。

この結果、当セグメント（情報・通信事業）の売上収益は1,801億64百万円と、前期に比べて13.1%の増収となりました。セグメント利益は573億3百万円と、前期に比べて59.8%の増益となりました。

売上収益の推移



税引前当期利益／税引前当期利益率



ヘルスケア関連製品

メガネレンズにつきましては、セイコーメガネレンズの販売会社を前期末に連結子会社化したことによる増収効果に加え、海外市場において販売量の増加や販売単価の上昇、さらに円安効果も加わり、前期に比べて大きく増収となりました。コンタクトレンズにつきましては、専門小売店「アイシティ」の新規出店および既存店におけるプロモーション強化により販売拡大に努めましたが、4月1日に実施された消費税増税による反動が長引いたこともあり、前期に比べて減収となりました。

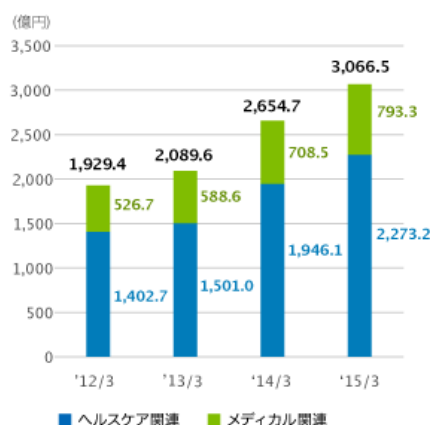
メディカル関連製品

医療用内視鏡は、ヨーロッパ地域において、主要国を中心とした緊縮財政ならびに前期までに売上が堅調に推移した地域（中東・ロシア）での政情悪化による需要減もあり、前期に比べて減収となりました。北米市場においては、医療費抑制や競争環境激化および新製品上市の遅れ等のため、前期に比べて出荷額は減少しました。一方、アジア・大洋州地域での販売は、特に中国等で、また日本においても好調に推移しました。全体では、円安の効果があったものの、売上は前期並みとなりました。

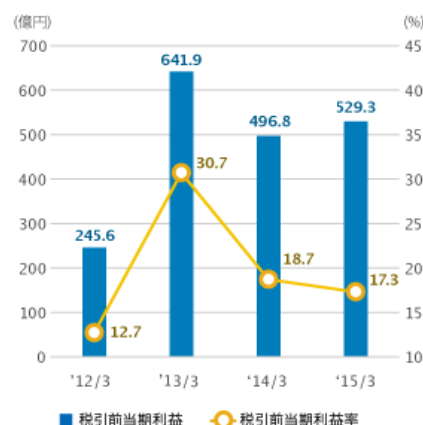
眼内レンズ(IOL)は、2013年2月に自主回収を実施した一部の製品に関して、海外市場向けには2013年7月から順次販売を再開しておりました。日本市場については、2014年1月から施設を限定した疫学調査を実施しておりましたが、同年8月から通常の販売を再開しました。再開により徐々に販売を回復した結果、前期に比べて増収となりました。

この結果、当セグメント（ライフケア事業）の売上収益は3,066億円53百万円と、前期に比べて15.5%の増収となりました。また、セグメント利益は、529億36百万円と、前期に比べて6.5%の増益となりました。

売上収益の推移



税引前当期利益／税引前当期利益率

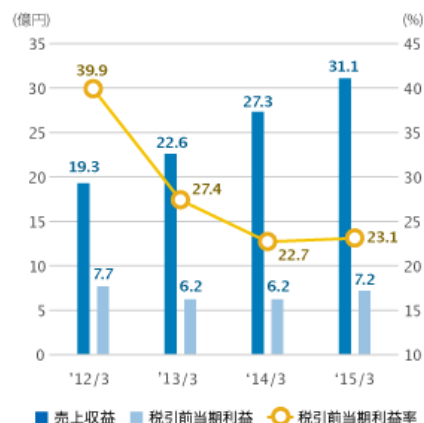


その他

その他事業は主に、HOYAグループの内外に情報システムサービスを提供する事業および新規事業等であります。

当セグメントの売上収益は31億17百万円と前期に比べて13.8%の増収となりました。セグメント利益は7億27百万円と、前期に比べて20.8%の増益となりました。

売上収益／税引前当期利益／税引前当期利益率の推移



| 配当金

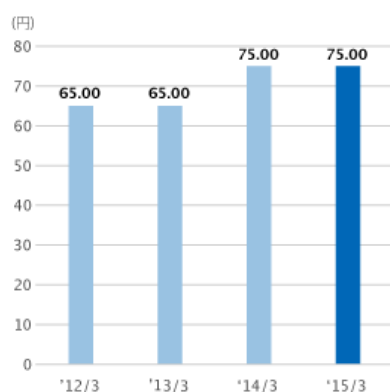
当社の資本政策につきましては、企業の安定かつ持続的な成長を確保するため健全な財務基盤の強化に努めるだけでなく、会社の将来の成長のための内部留保の充実と、株主様への利益還元との最適なバランスを考え実施していくことを基本としております。また、株主の皆様からお預かりした資産を使ってどれだけ利益を上げたかという資本効率重視の経営はもとより、さらに一歩踏み込んで、会社が生み出す利益が株主の期待収益である資本コストをどれだけ上回ったかという、株主価値重視の経営（SVA=Shareholder Value Added：株主付加価値）を推進し、企業価値の最大化を目指しています。

将来の成長のための内部留保については、成長事業と位置付けております「ライフケア」分野における、シェア拡大、未開拓市場への参入、新技術の育成・獲得のための投資に優先的に資源を充当してまいります。既存事業の成長に加え、事業ポートフォリオのさらなる充実とスピーディな業容拡大のためのM&A（企業の合併と買収）も積極的に可能性を追求してまいります。一方、安定収益事業と位置付けております「情報・通信」分野においては、競争力の源泉となる技術力のさらなる強化のための設備投資ならびに次世代技術・新製品の開発に向けた開発投資も継続してまいります。

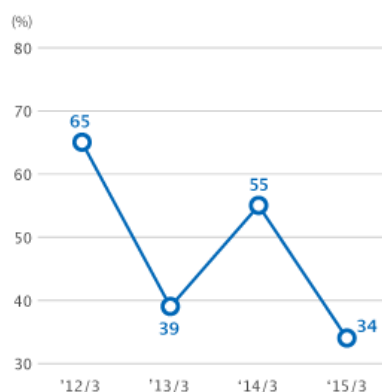
株主還元につきましては、当期の業績と内部留保の水準、ならびに中長期的な資金需要および資本構成等を総合的に勘案し、余剰な資金については「配当」や「自己株式取得」等を通じ積極的に株主に還元することを基本としております。

そのような考えのもと、当期中には、300億円の自己株式取得（2014年5月決議、同年8月株式取得完了、同年9月取得株式の償却）を行いました。配当金につきましては、すでに実施済みの中間配当金1株当たり30円と合わせて、年間配当金は1株当たり75円となりました。連結配当性向は、34.4%となりました。

1株当たり配当金



連結配当性向



財産の状況

当期の総資産は、前期末に比べて294億49百万円増加し、7,337億32百万円となりました。

非流動資産は、94億5百万円減少し、1,801億66百万円となりました。これは主に、のれんが9億91百万円、無形資産が42億87百万円、長期金融資産が20億25百万円、減価償却および処分等により有形固定資産が13億21百万円減少したことによるものです。

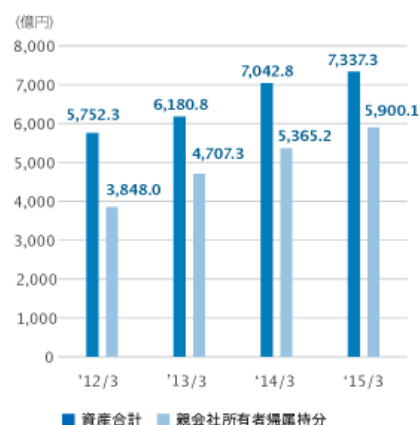
流動資産は、388億53百万円増加し、5,535億66百万円となりました。これは主に、現金および現金同等物が177億26百万円増加したことによるものです。

資本合計は、534億47百万円増加し、5,960億95百万円となりました。これは主として、利益剰余金が309億20百万円増加、その他の包括利益が205億7百万円発生したことによるものです。

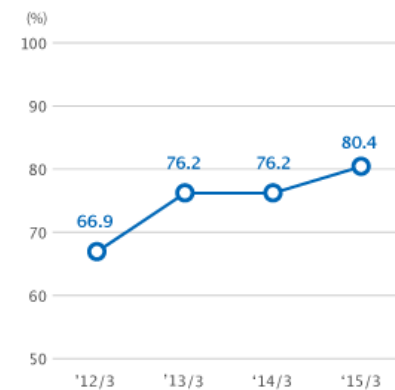
親会社の所有者に帰属する持分合計は534億87百万円増加し、5,900億14百万円となりました。

負債は、239億98百万円減少し、1,376億37百万円となりました。当期末の親会社所有者帰属持分比率は80.4%となり、前期末の76.2%から4.2ポイント上昇しました。

資産合計／親会社所有者帰属持分



親会社所有者帰属持分率



キャッシュ・フローの状況

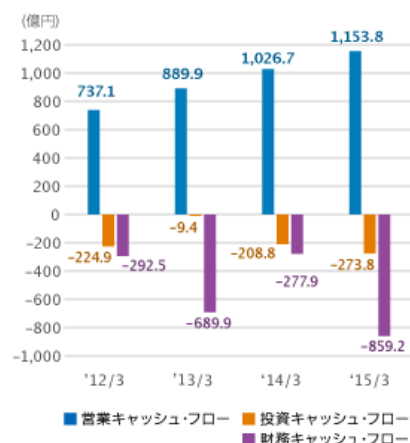
当期末における現金及び現金同等物は、為替変動による影響額156億62百万円を含め、前期末に比べ177億26百万円増加し、3,488億19百万円となりました。

営業活動によるキャッシュ・フローは、1,153億80百万円（前期比127億10百万円収入増）となりました。これは、税引前当期利益1,182億49百万円（前期比327億62百万円収入増）、減価償却費及び償却費348億52百万円（前期比9億61百万円収入増）などにより資金が増加した一方、売上債権及びその他の債権の増加額7億36百万円（前期比38億11百万円収入増）、仕入債務及びその他の債務の減少額3億14百万円（前期比18億57百万円支出減）、棚卸資産の増加額7億1百万円（前期比124億87百万円収入増）、支払法人所得税273億54百万円（前期比28億62百万円支出増）などで資金が減少したことによるものです。

投資活動によるキャッシュ・フローは、273億87百万円（前期比65億5百万円支出増）となりました。これは、有形固定資産の売却による収入21億18百万円（前期比11億68百万円収入増）などにより資金が増加した一方、有形固定資産の取得による支出183億85百万円（前期比18億39百万円支出増）、子会社の取得による支出2億81百万円（前期比61億9百万円支出減）、関連会社への貸付による支出85億円（前期比65億4百万円支出増）などで資金が減少したことによるものです。

財務活動によるキャッシュ・フローは、859億29百万円（前期比581億35百万円支出増）となりました。これは、支払配当金321億3百万円（前期比40億2百万円支出増）、自己株式の取得による支出300億35百万円（前期比300億31百万円支出増）、社債の償還による支出251億26百万円（前期比248億92百万円支出増）などによるものです。

キャッシュ・フロー



| 設備投資／減価償却費等

当期の設備投資額は、全事業・グループ合計で201億84百万円となりました。前期に比べて33億45百万円増加しています。

当期は、情報・通信事業への投資が69億53百万円と全体の34.4%を占め、ライフケア事業への投資が131億17百万円と全体の65.0%となりました。

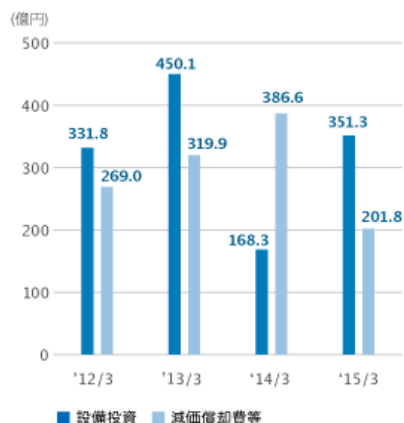
これらの所要資金は、自己資金にて賄っております。

当期における設備投資については、情報・通信事業において、エレクトロニクス関連製品では、技術力のさらなる向上および差別化を図るための設備投資や、生産性向上を目的とした投資を行いました。映像関連製品では、光学レンズ向け省エネ・高付加価値新材料の生産設備の拡充を行いました。

ライフケア事業については、グローバル市場で成長加速を目指しているメガネレンズ事業について、アジアの量産工場における能力増強およびグローバルに配置している加工工場の生産効率向上に向けた移設や統廃合に係る投資を行いました。

当期の減価償却費及び償却費（減損損失を含む）は、前期に比べて9.1%減少し、351億38百万円となりました。情報・通信事業とライフケア事業で、それぞれ約半分ずつを占めております。

設備投資／減価償却費等



HOYA REPORT 2015