

経営方針と対処すべき課題（有価証券報告書より）

① 目指す姿と数値目標

ミッション

医療現場に、感性を。医療従事者の心の温度を上げ、感動と革新を生み出し続ける。

グローバル会員数
11.1万人売上総利益率
52.6%リピート率
51.0%

② 中長期の経営戦略

1. 国内成長戦略

PACKシリーズの戦略在庫投資でエントリーモデルを拡大。lifteの展開加速と医療周辺領域への拡大。データ活用によるLTV最大化と顧客エンゲージメント強化。

2. 海外成長戦略

アジア中心にPACKシリーズ展開。台湾での「toC/toBmix」モデルを他国へ展開。Japan Quality優位性と素材開発力を活かしグローバル展開を加速。

3. 利益率向上戦略

品番絞り込みによるロット数アップと計画生産で原価低減。MNインターファッション株式会社との提携で海外検品・現地倉庫・工場集約を推進。

③ 対処すべき課題

① 継続的な新商品開発

- 医療従事者や市場ニーズを捉えた新商品の継続的展開が重要
- 日本の繊維メーカーとの緊密な連携による素材開発

② 国内市場の成長対応

- 国内メディカルアパレル市場は575億円で微減（年平均成長率-0.3%）
- 高齢化による医療需要増と院内感染防止意識向上が成長ドライバー

③ グローバル展開の加速

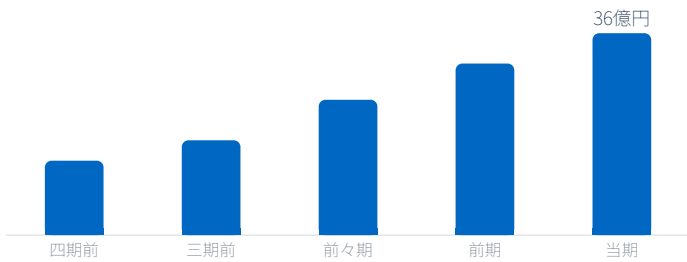
- グローバル市場規模は年平均成長率9.2%で2030年に890億USD推定
- 新興国の医療インフラ整備に伴う医療従事者増加への対応

面接で使えるポイント

- ミッション「医療現場に、感性を。」の下、医療従事者の心を高める商品開発にこだわる企業
- PACKシリーズでエントリーモデルを展開し、新規顧客層獲得を加速している成長戦略
- グローバル市場規模890億USD（2030年推定）を見据え、台湾での「toC/toBmix」モデルをアジア展開している国…

証券コード 442A

業績の推移（売上＝棒 / 営業利益＝線）

要するに
東京都港区に本社を置くメディカルアパレル企業

主力事業・セグメント

- ・繊維製品（セグメント未開示）

強み・特徴（公開データから）

- ・将来性評価は晴れ

※要約はAI生成のため誤りを含む可能性があります

暗記する数字3つ

連結売上高
－（未開示）営業利益率
－（未開示）財務健康度
65点 / 100点

将来性 晴れ / 就活偏差値 42.8（当サイト算出の参考指標）

平均年収

549万円

繊維製品内 35位/49社

平均年齢

36.9歳

繊維製品内 48位/49社

平均勤続

2.9年

繊維製品内 48位/49社

※平均年収は提出会社単体・有価証券報告書ベース。順位は同33業種内の掲載企業での比較。

ここから下は自分で書く（面接で話すこと）

志望動機の核

上の数字・事業と接続して書く

自分の経験との接点

逆質問メモ

※1つはデータ起点で（例：勤続年数が長い要因は…）

直近ニュース一言

参考:5月12日「看護の日」に法人向けサイトをリニューアル：メディ

