

株式会社ビジョナリーホールディングス

2021年4月期 1Q決算説明資料

証券コード：9263 JASDAQ-S

2020年11月



VISIONARY HOLDINGS

株式会社ビジョナリーホールディングス

新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響等により、
2020年4月期の決算プロセス及び監査プロセスに大幅な遅延が生じことから、
2021年4月期第1四半期の決算についても遅延が生じました。

株主、投資家の皆様をはじめ、
皆様方には多大なるご迷惑とご心配を
おかけしましたことを深くお詫び申し上げます。

目次

21/04期 連結決算概要	P. 4
セグメント別概要	P.19
小売事業	P.20
卸売事業	P.38
E C事業	P.40
その他事業	P.42
Appendix	P.44

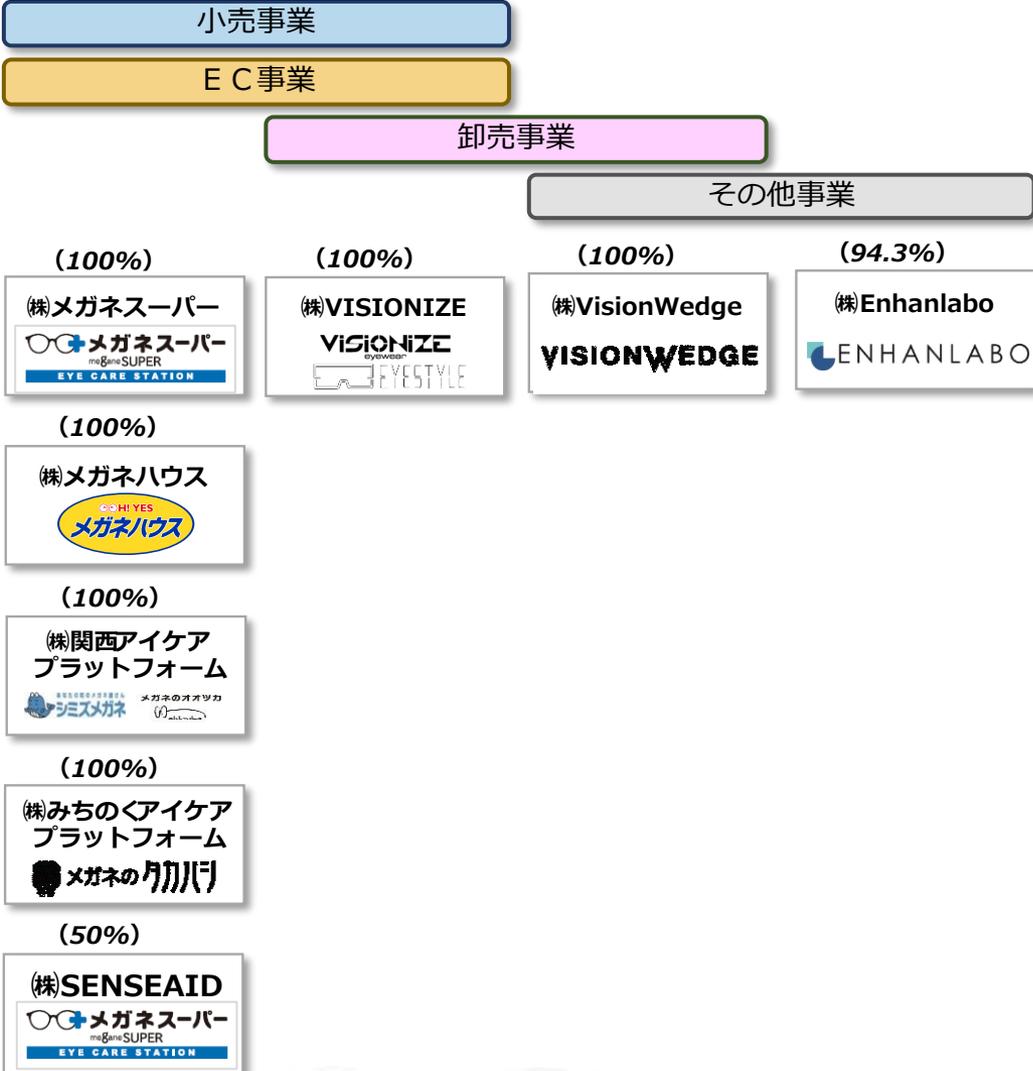
21/04期 1Q連結決算概要

(2020年5月1日～2020年7月31日)

当社グループの事業内容 (2020年7月31日時点)

当社は小売事業、EC事業、卸売事業、その他事業の4事業、子会社9社で構成

(株)ビジョナリーホールディングス
VISIONARY HOLDINGS



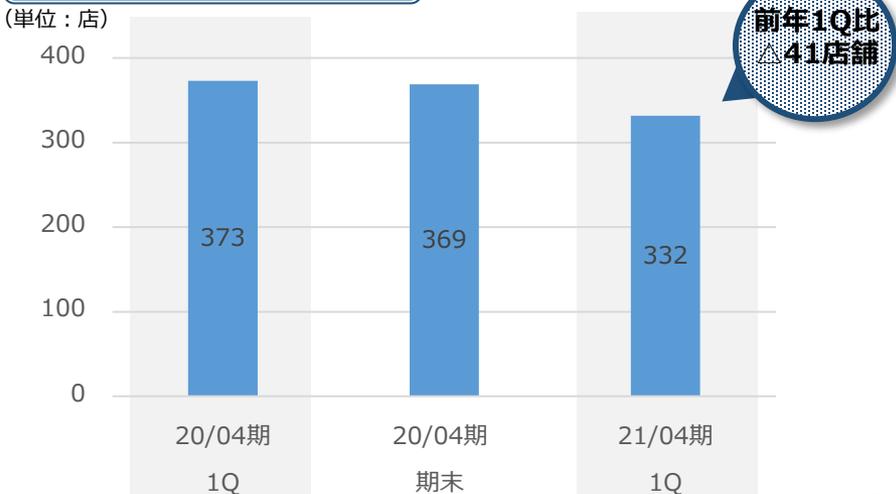
新型コロナウイルス感染症の感染拡大による21/04期 1Q業績への影響

緊急事態宣言解除後の6月以降は首都圏を中心に人が密集する繁華街立地の店舗では店前通行量が前年同月水準を大きく下回るなど、回復には一定の時間を要する見通し。一方、地域密着の郊外店は、比較的堅調に推移。消費の回復状況と店舗の生産性を慎重に見極めながら、段階的に店舗の時短営業を解除する方針。コロナ禍に対応した店舗戦略として、集約統合により1店舗あたりの収益力増強を図る

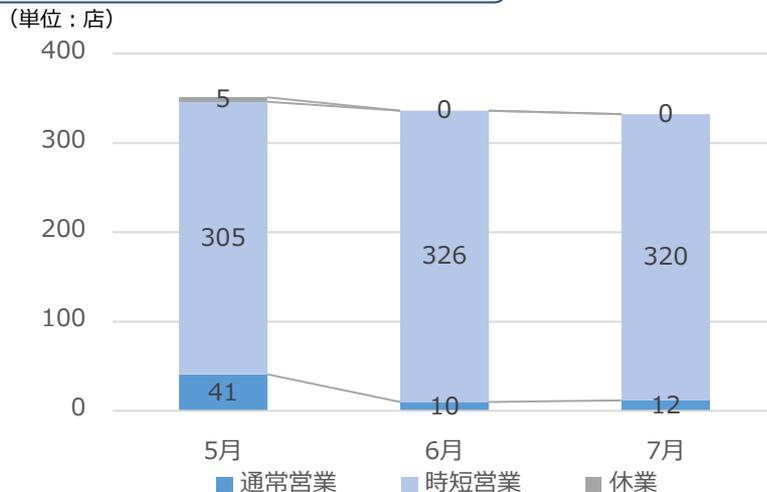
既存店前年比推移



1Q (5~7月) の店舗数



20/04期 1Q (5~7月) の店舗営業状況

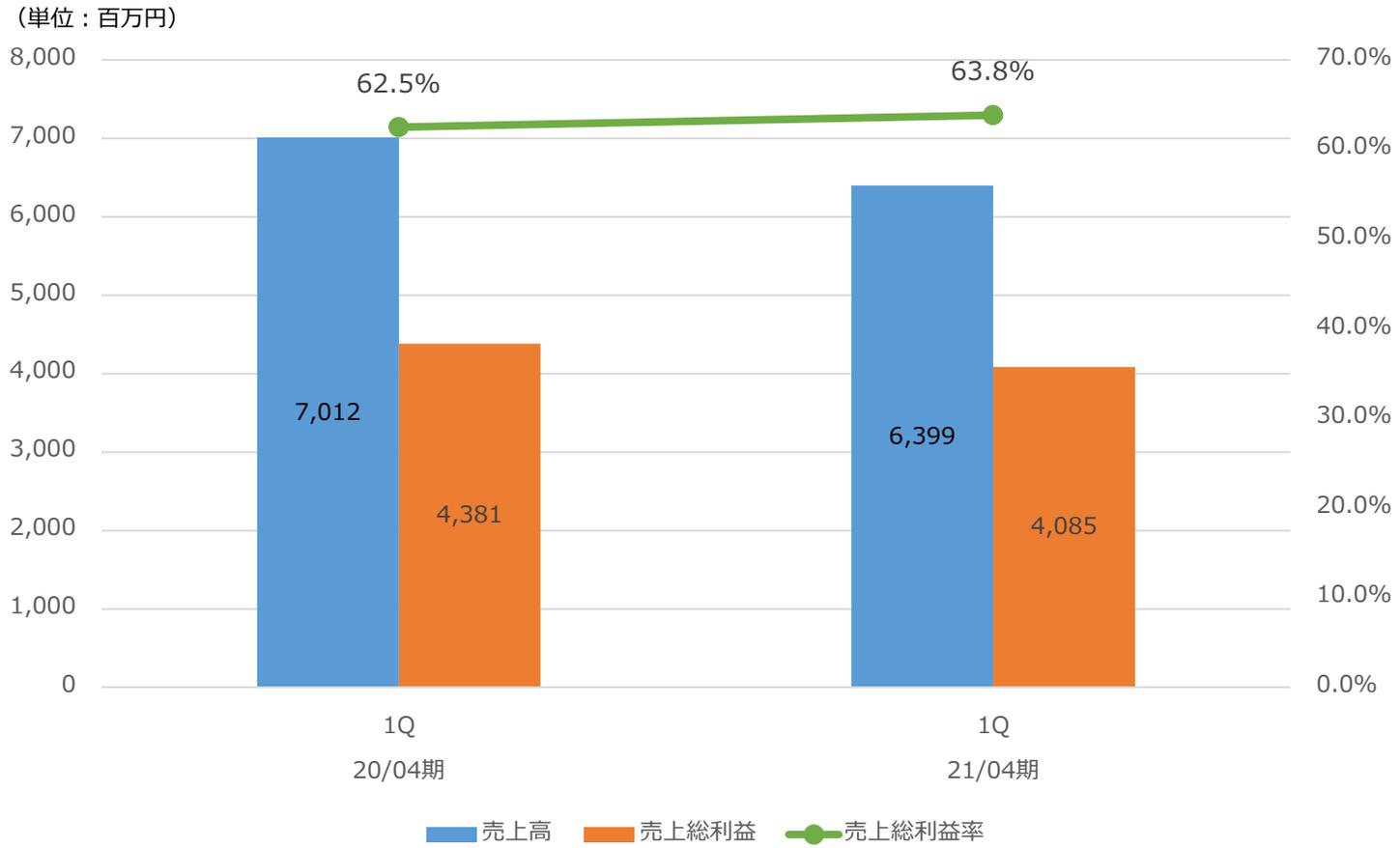


21/04期 1Q決算ハイライト

	20/04期 1Q	21/04期 1Q	前年1Q比	トピックス
売上高	7,012	6,399	 8.7%減	中核の小売事業における店舗の集約統合により前年1Q比41店舗減
営業利益	△99	160	 259百万円増	減収も販管費の抑制効果により増益
E B I T D A	216	389	 80.0%増	
経常利益	△141	286	 428百万円増	雇用調整助成金の受給により、149百万円を営業外収益に計上
親会社株主に帰属する四半期利益	△248	128	 377百万円増	

1Q売上高、売上総利益（前年1Q比）

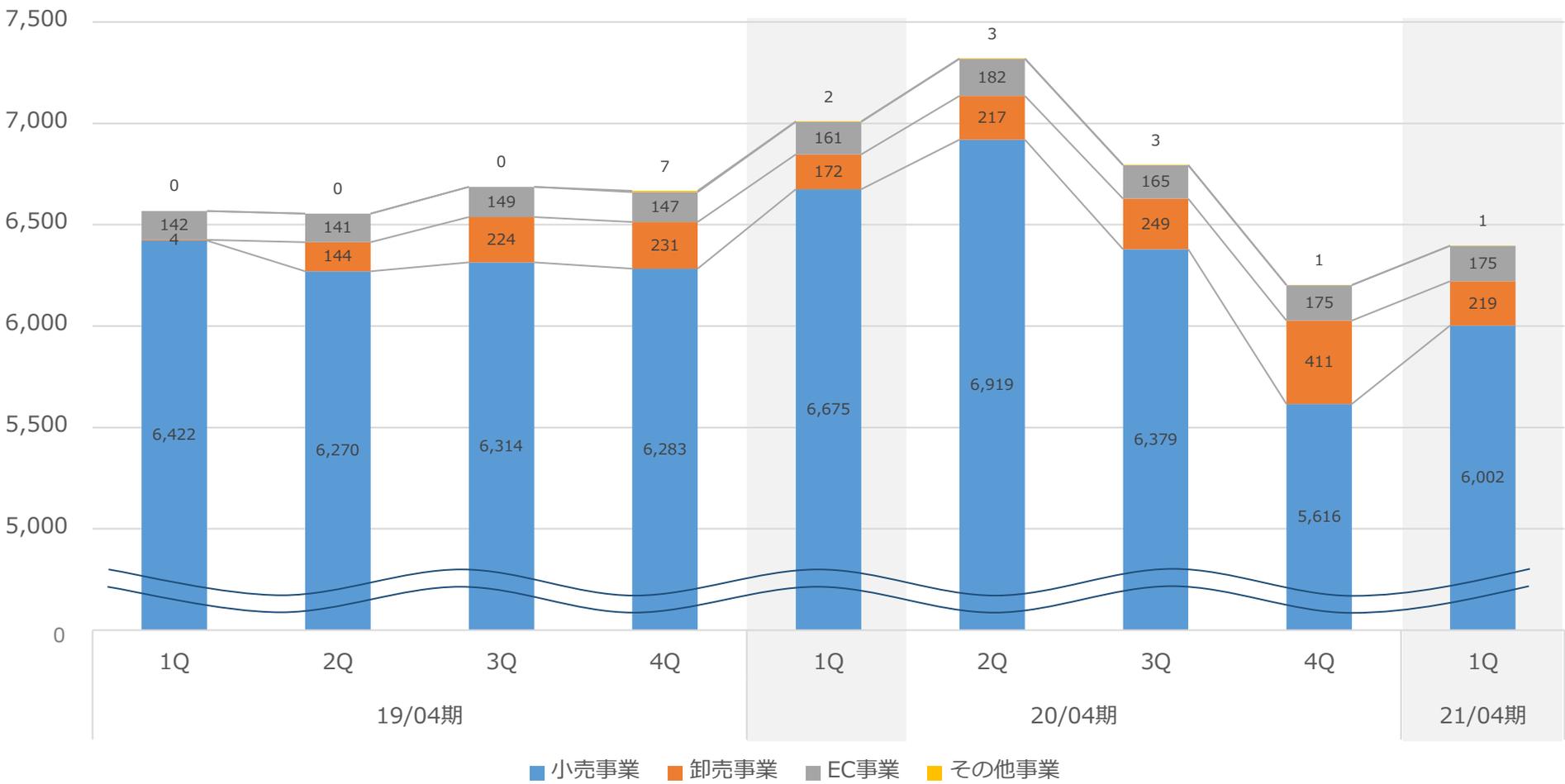
当社グループの中核事業である小売事業において、店舗の集約統合により収益力の向上を図るため前年1Q比 41店舗減となった影響により、売上高は同1Q比 8.7%減、売上総利益は6.8%減となる。一方、売上総利益率は1.4pt改善し63.8%



売上高（四半期推移）

中核の小売事業の売上高は前年1Q比10.1%減となる一方、卸売事業は同27.6%増、EC事業は同8.8%増

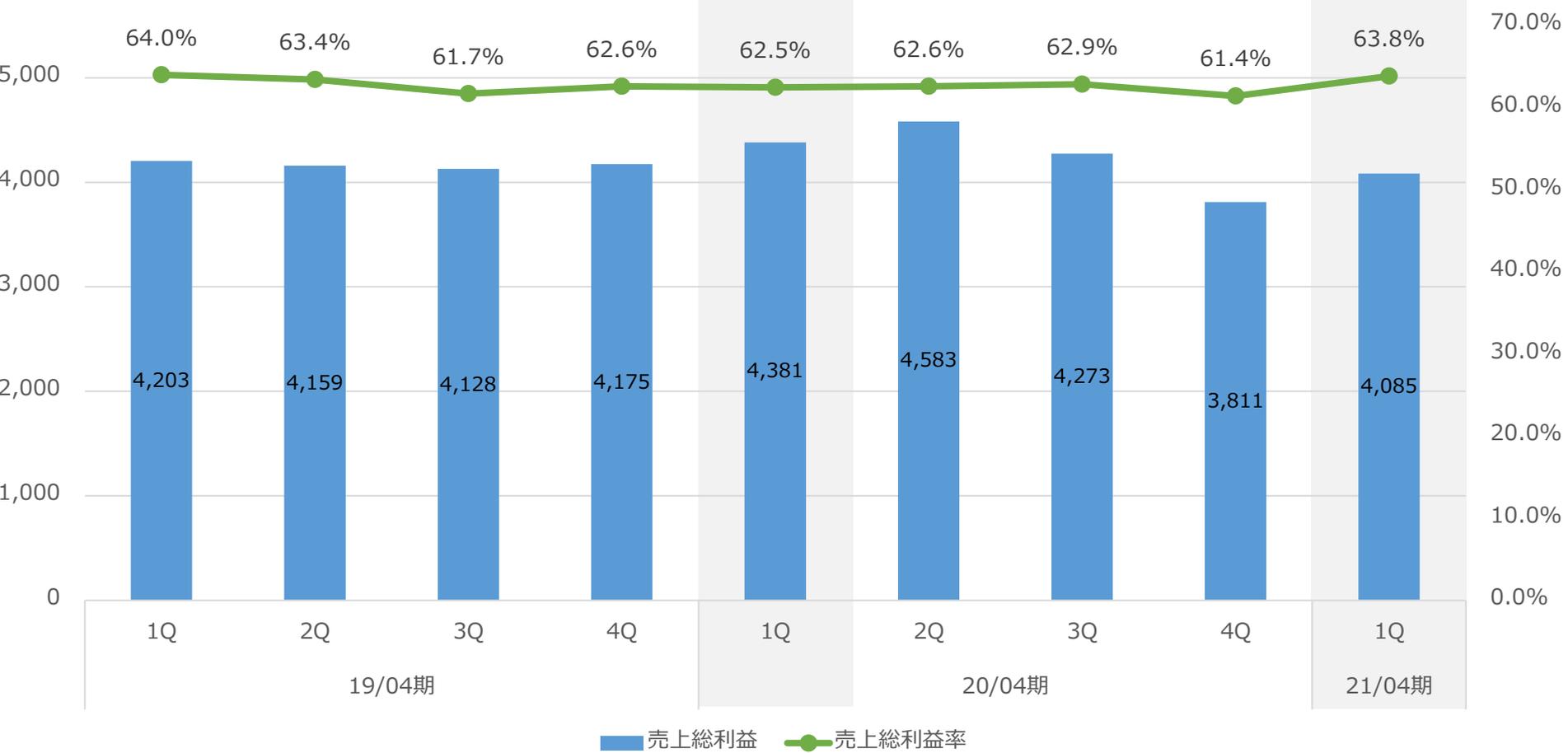
(単位：百万円)



売上総利益（四半期推移）

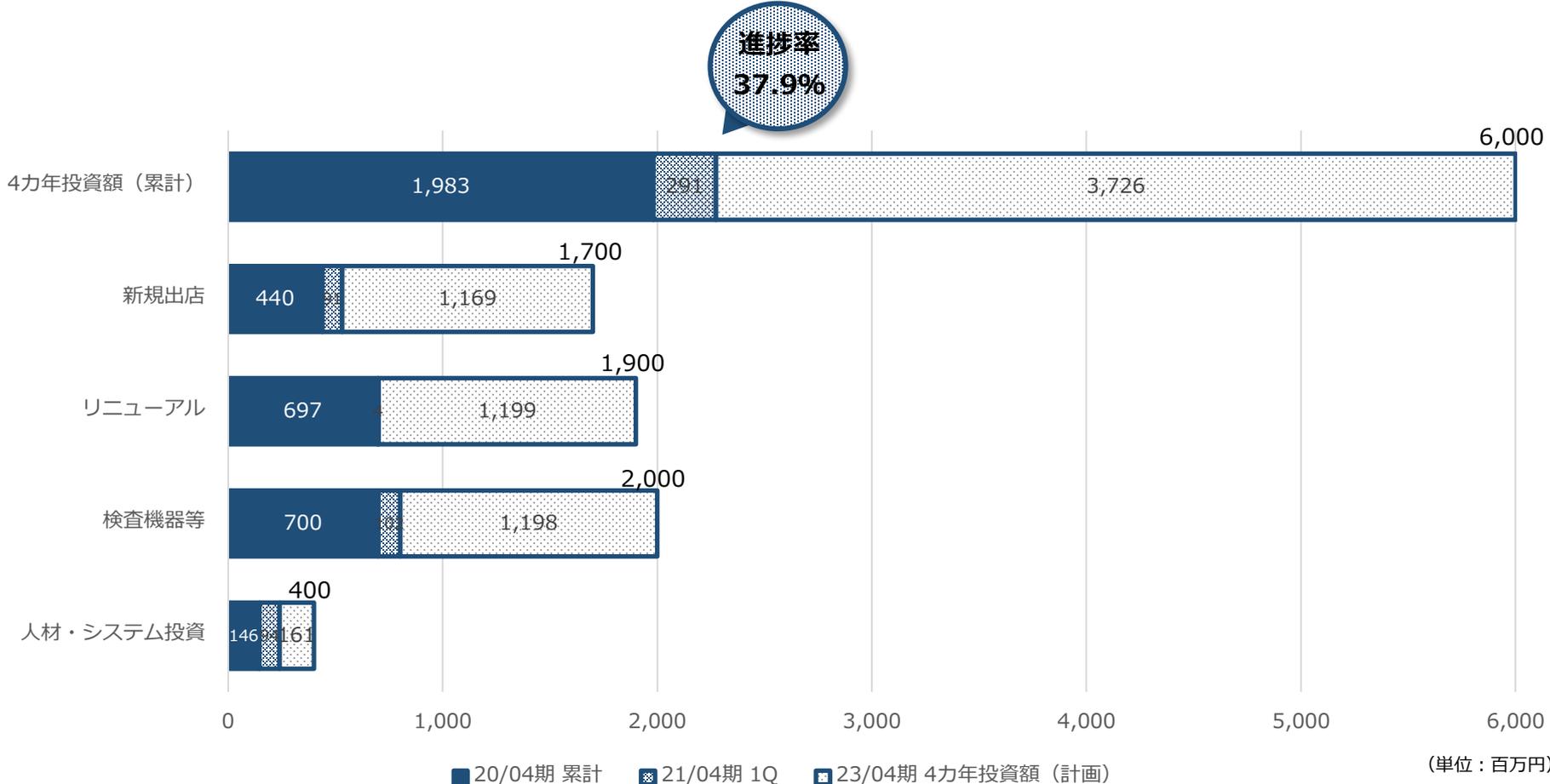
売上総利益は前年1Q比6.8%減となる一方、売上総利益率は1.3pt改善し63.8%

(単位：百万円)



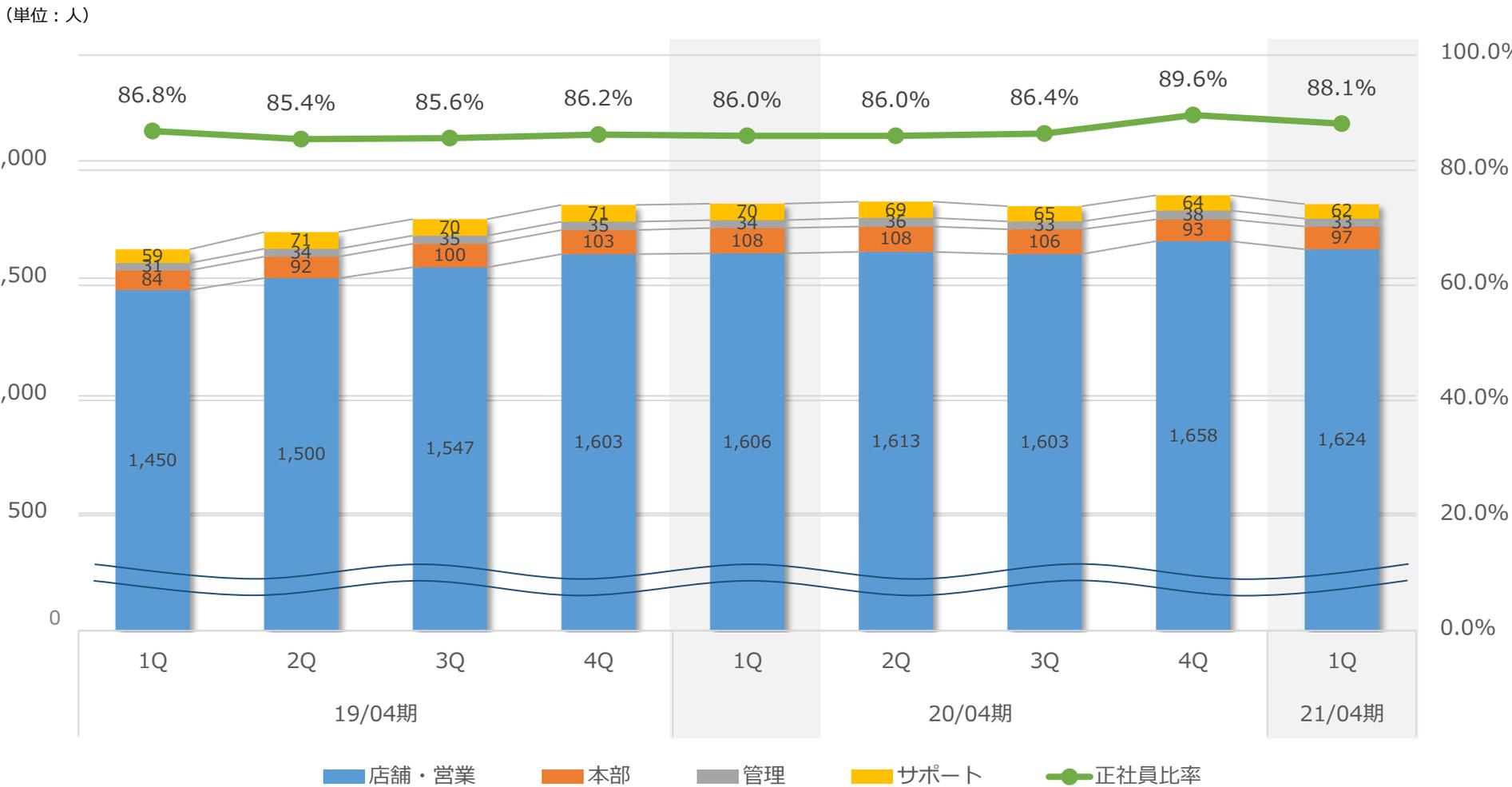
投資の進捗

“更なる成長の地固めの期間”と位置付ける中期経営計画（20/04期～23/04期）期間の2期目となる21/04期1Qは、利益進捗を慎重に見極めながらコロナ禍においても事業成長投資は継続。次世代型店舗への移行等のリニューアルは新型コロナウイルス感染症の収束状況や消費の回復状況を見極めながら行う予定。1Qまでの投資進捗率は37.9%に



従業員数（四半期推移）

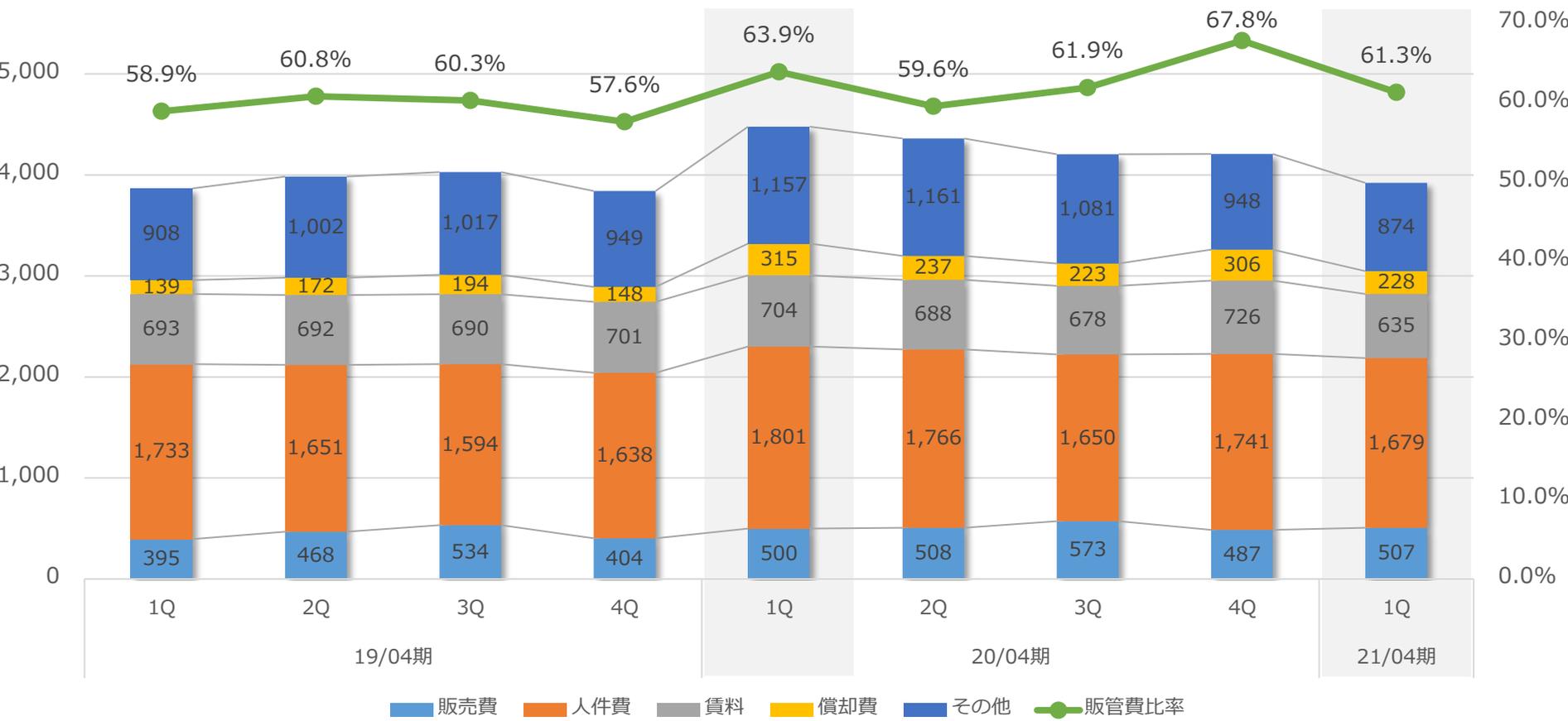
従業員数は前期末（98.0%）、前年1Q末（99.9%）と同水準の1,816名



販売費及び一般管理費（四半期推移）

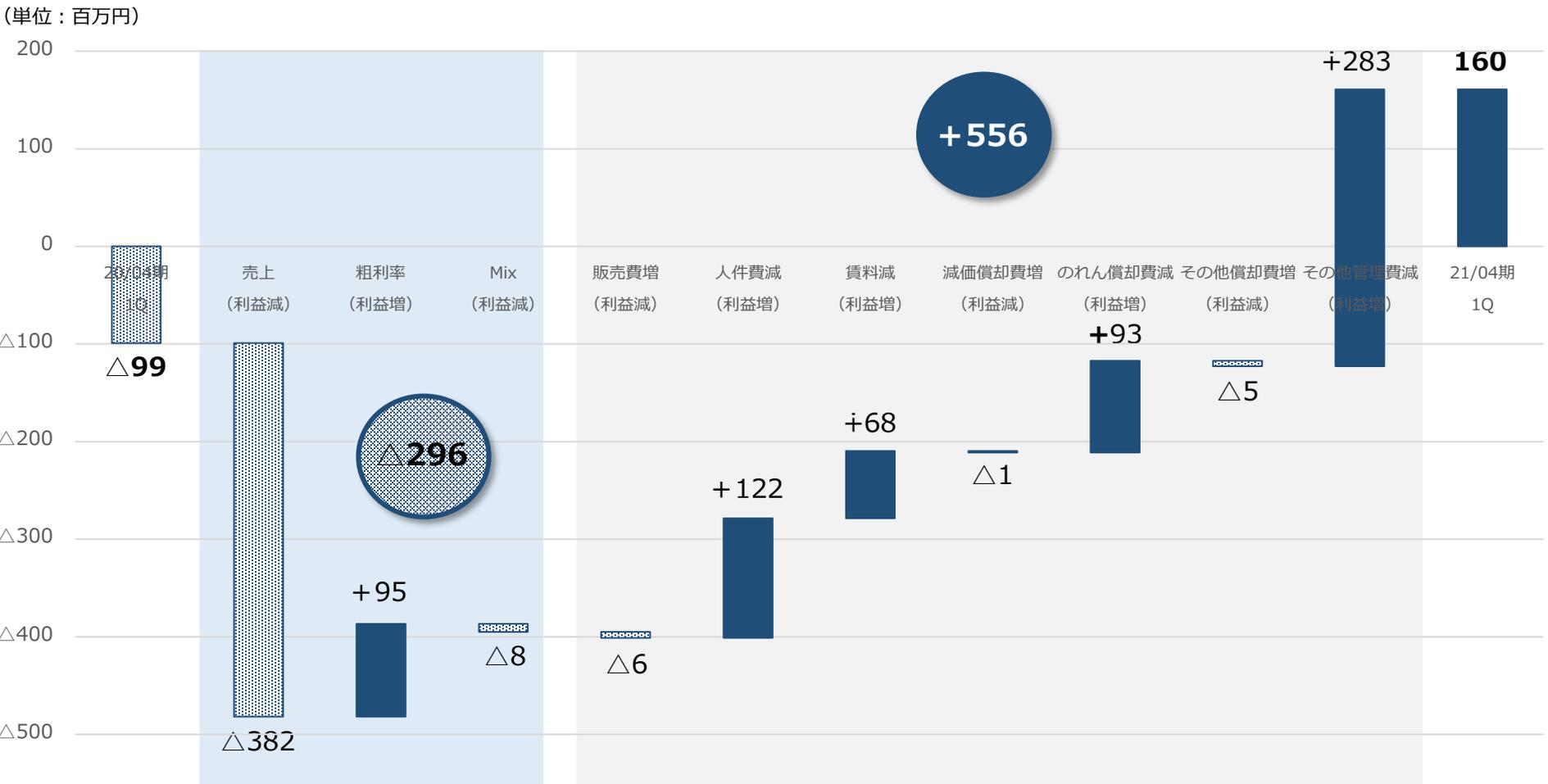
コロナ禍に対応した販管費の削減を図り（賃料削減、残業抑制による人件費削減等）、販管費は前年1Q比 12.4%減、販管費比率は前年1Q比2.6pt改善し61.3%

(単位：百万円)



営業利益の増減分析

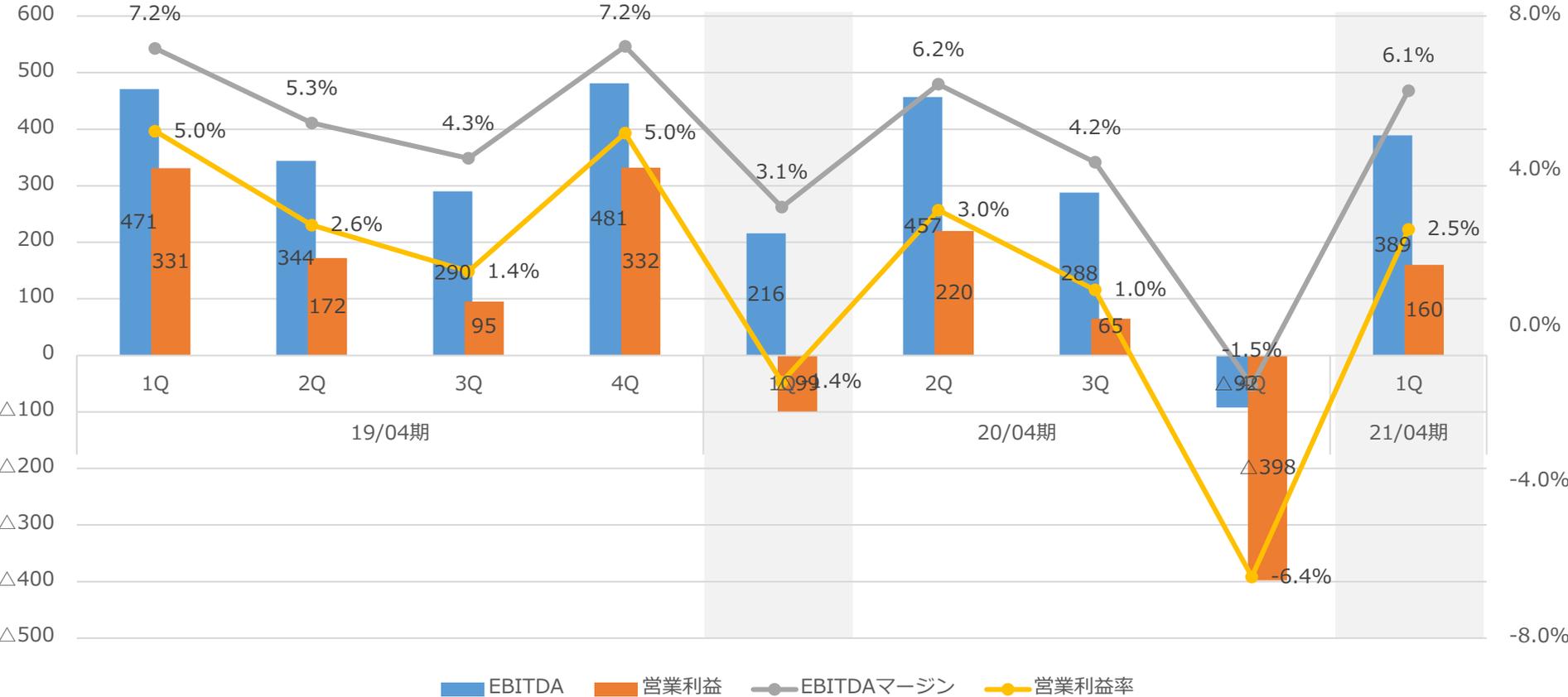
店舗数減に伴う大幅な減収も、賃料削減、残業抑制による人件費削減、売上高に連動した外注費の削減等の効果により、営業利益は前年1Q比 259百万円増



EBITDA / 営業利益（四半期推移）

中核の小売事業における店舗数減による減収も、費用を吸収し増益。営業利益は前年1Q比259百万円増、EBITDAは同1Q比繁忙期の4Qが計画を大きく下回ったことから、EBITDAは前年比80.0%増、EBITDAマージンは3.0pt改善し6.1%

(単位：百万円)

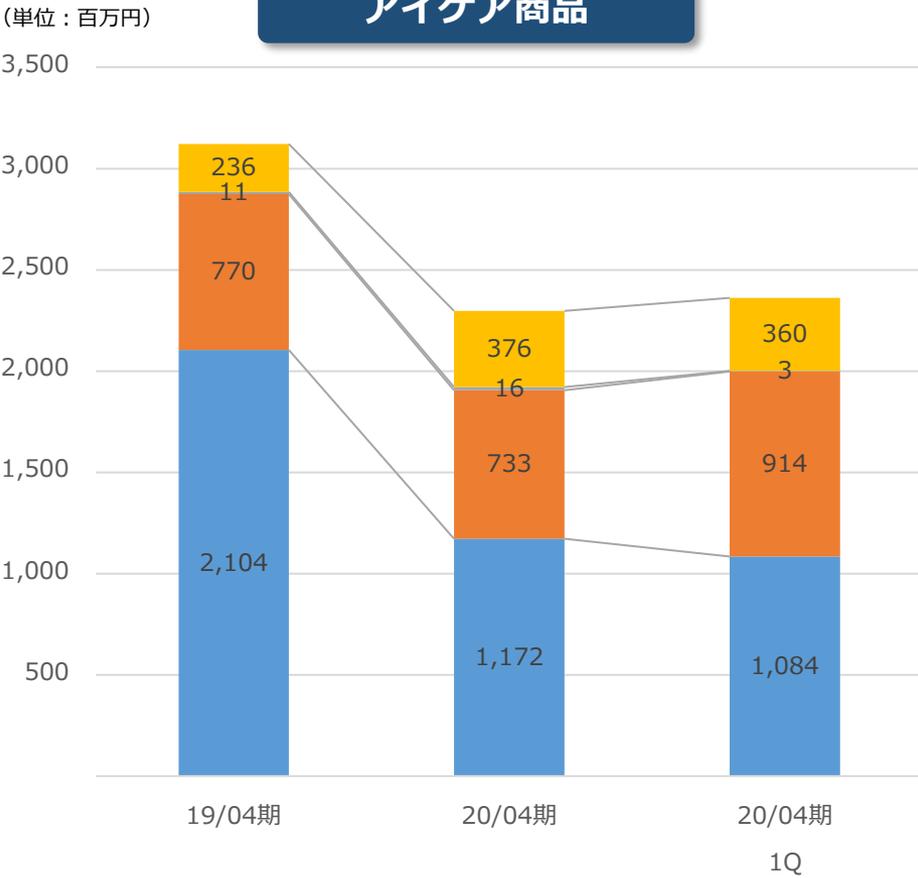


※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 長期前払費用償却費 + 除去債務償却費用 + のれん償却費 + 株式報酬費用

アイケア商品の充実

アイケア認知の高まりや次世代型店舗への移行、メガネ・補聴器の検査・サービス・設備の充実にあわせて品揃えの充実（＝在庫投資）を図りながら、各店毎の在庫の適正化が進む

アイケア商品



「参考」 その他商品



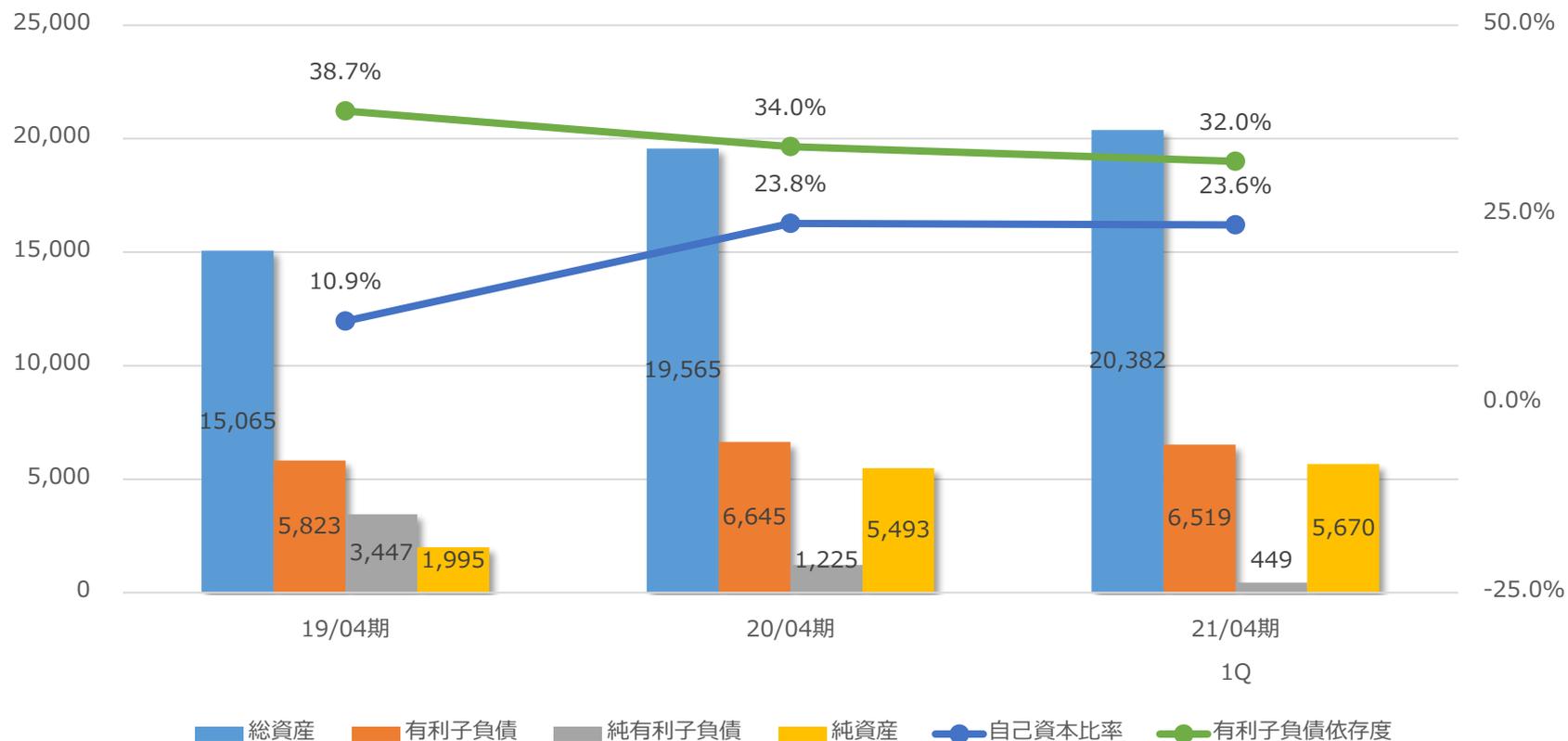
■ 既存店 ■ 新店・次世代型移行店 ■ EC ■ 物流センター

■ コンタクトレンズ ■ 卸売事業

自己資本比率 / 有利子負債依存度の推移

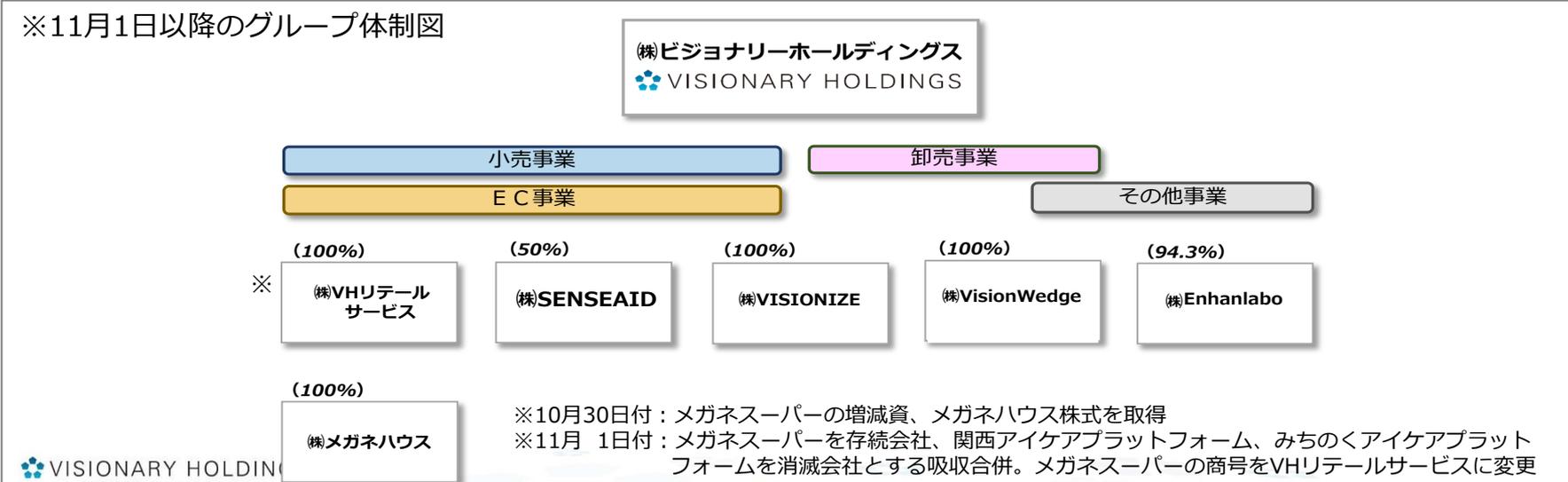
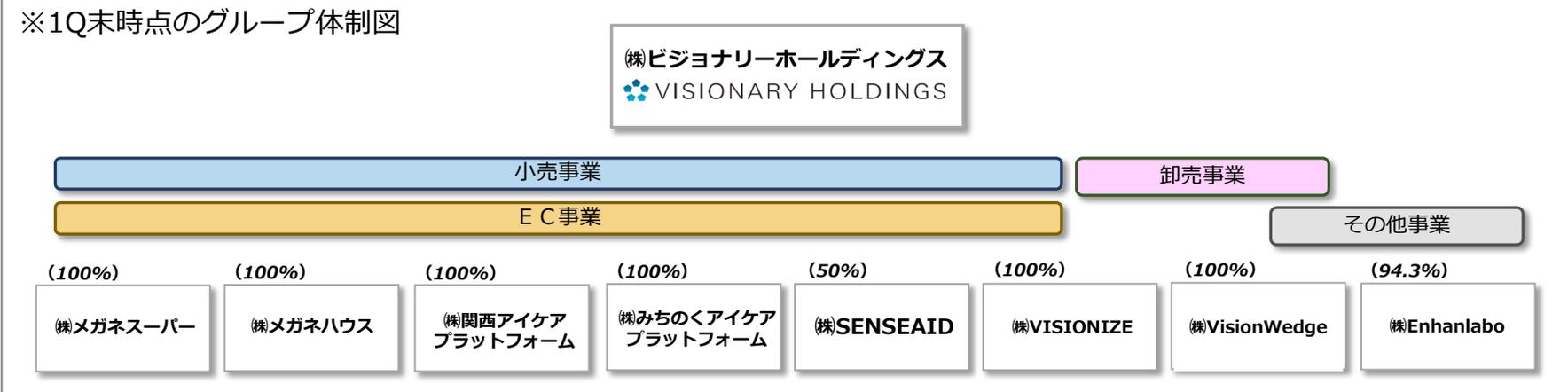
店舗の集約統合により固定資産が圧縮される一方、基幹システムの投資や現預金の増加により総資産は前期末比4.1%増。現預金の増加に伴い有利子負債依存度は前期末比2.0pt改善し32.0%。一方自己資本比率は23.6%に留まる

(単位：百万円)



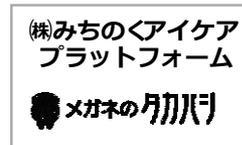
21/04期 2Q以降の取り組み：小売事業の再編

コロナ禍における小売事業の一店舗あたりの収益力増強に資する店舗展開とともに、より機動的な意思決定と営業体制の強化、グループ会社管理の一層の効率化による管理コストの削減を図るため、100%子会社の小売事業会社の再編を実施



セグメント別概要

小売事業



当社グループのアイケアサービス

お客様ごとに異なる眼のお悩みや生活環境に対応し、“眼の健康寿命の延伸”に配慮した商品・サービスを提供

トータルアイ検査

視力だけでなく、生活環境や眼の調節力も考慮した検査

様々な角度から
眼の機能を調べます

眼体力検査

眼のピントを合わせる
能力を測ります

眼年齢検査

生活距離に合わせた
必要視力を測ります

眼環境検査

お客様のメガネの力を
最大限発揮させます

眼鏡力検査

アイケアソリューションシステム導入

日本初

最大52種類のトータルアイ検査と業界最高クラスの検査機器があなたの視生活を変えます。
※一部店舗のみ導入



リモート視力検査システム

ご指定場所のお届けした専用検査キットをコンシェルジュのサポートに従って操作。完全リモートで精度の高い視力検査が可能です。



アイケアリラクゼーション

見るチカラに影響する緊張状態をほぐして、全身や眼をリラックスさせることで、より検査精度を向上させ、お客様に最適なメガネをお作りいたします。



色覚特性対応レンズ

ネオダルトン社との共同開発

特殊色素フィルター樹脂の採用により、ギラつきや反射を抑え、より明るく快適な視界を実現いたします。



HYPER保証システム

業界最強クラスを誇るワイドな保証をご提供し、購入後も眼への安心をサポートいたします。



見え方保証



品質保証



破損保証

お子様や学生の方には安心・充実の
スチューデント&ティーンHYPER保証

3年間完全保証(有料)の
HYPER保証プレミアム

パーフェクトフィッティング

いつでも最適な状態のメガネに調整いたします。

SUPER CLEANING

超音波クリーニング

かけ具合の調整

完全分解洗浄

修理・部品交換
(レンズや樹脂など)

トータルアイフィッティング 顔とフレームの調整 3Dフィッター + 眼とメガネの調整 マルチスケール

こども安心プラン

月額1,000円(税抜)の定額制にて、いつでも特別価格でフレーム・レンズを交換。視力の変化や紛失・破損などお子さまのメガネトラブルをお得に解決します。



コンタクト定期便

コンタクトレンズをまとめて定期的にお届け。お客さまのペースに合わせてお届け日を設定・変更や、度数や種類などもいつでも変更できます。



メガネと補聴器の出張訪問サービス

全国各地の拠点にて24時間365日対応。ご自宅・施設等で店舗と同様のサービスをご提供いたします。

視力・聴力の測定

メガネ・補聴器の販売

メガネ・補聴器のメンテナンス



次世代型店舗のコンセプト

百貨店や老舗専門店からの顧客流入増に伴う全社平均単価の上昇を背景に、アイケアを更に拡充・先鋭化。また、店内装飾を上質にパーソナルな空間を確保し、検査やお悩みを安心してご相談いただけるよう配慮した店舗フォーマットを開発

アイケアリラクゼーション



検査前の施術による検査精度の向上とアイケアソリューションを拡充し、お客様の悩みを集中ケア

アイケアリラクゼーション

トータルアイ検査

トータルアイ検査が更に進化。検査項目を拡充夜間視力も測定し、生活・年齢に応じたあらゆるお悩みに対応。色覚特性・ロービジョンにも対応

最適なメガネはきめ細やかな検査から

- 眼体力検査
- 眼環境検査
- 年齢検査
- 眼鏡力検査



メガネスーパー次世代型店舗



メガネ工房

熟練の技術者による調整サービス。他社メガネ調整無料

- スーパークリーニング
- 完全分解洗浄
- メガ交換
- 鼻パッド調整
- フレーム高度調整
- 耳もと調整
- トータルアイメンテナンス
- 精密な測定
- ツールによる調整で最適なかけ心地を
- 実現



PB・ブランドフレーム



自社PBフレームのフルラインUPと、インポートブランドフレームを最大数に品揃え

コンタクトレンズ

スピード販売、定期便、出前お届けサービス（高田馬場のみ）究極の利便性の追及



在庫多数! 品揃え豊富!

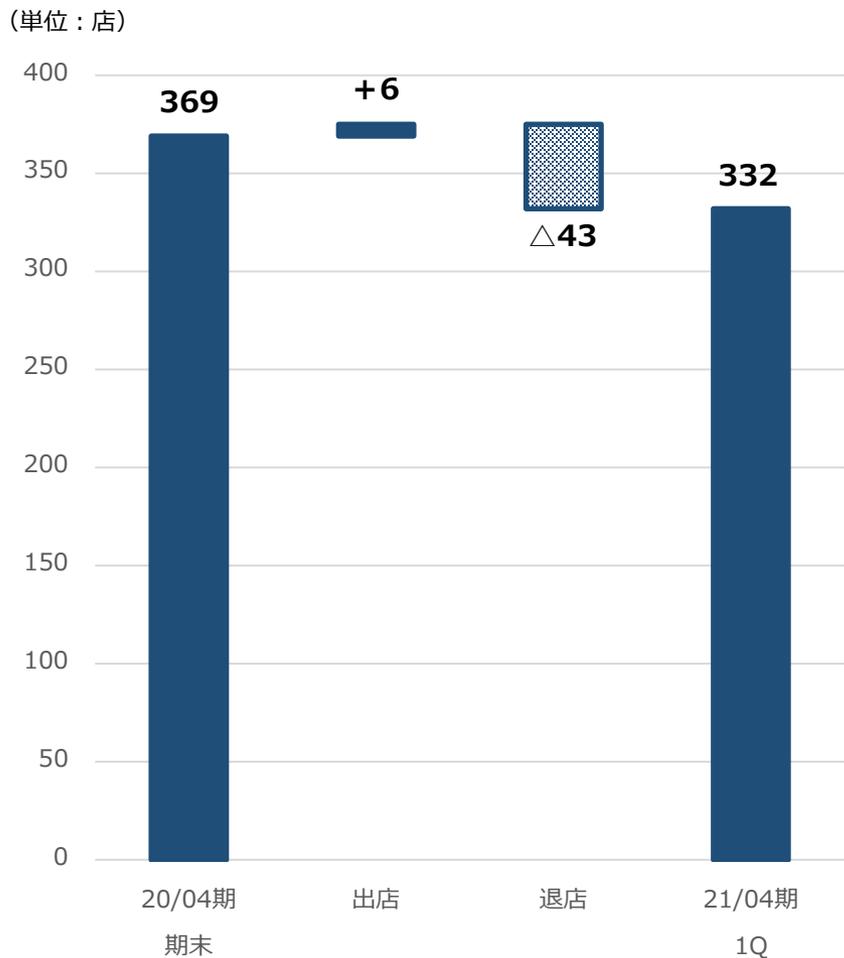
補聴器

補聴器サロンを完備。高田馬場では関東初の5.1chサウンドシステムを導入し、サービスレベルの質の向上へ

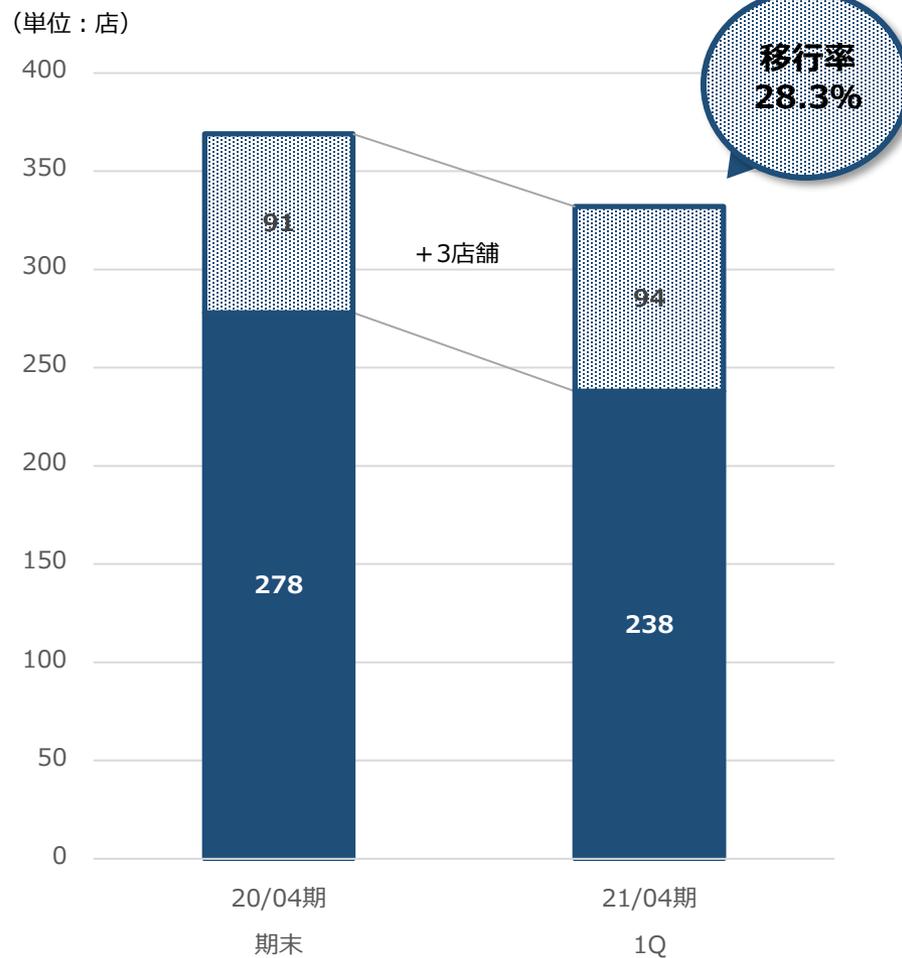


店舗の状況

出退店

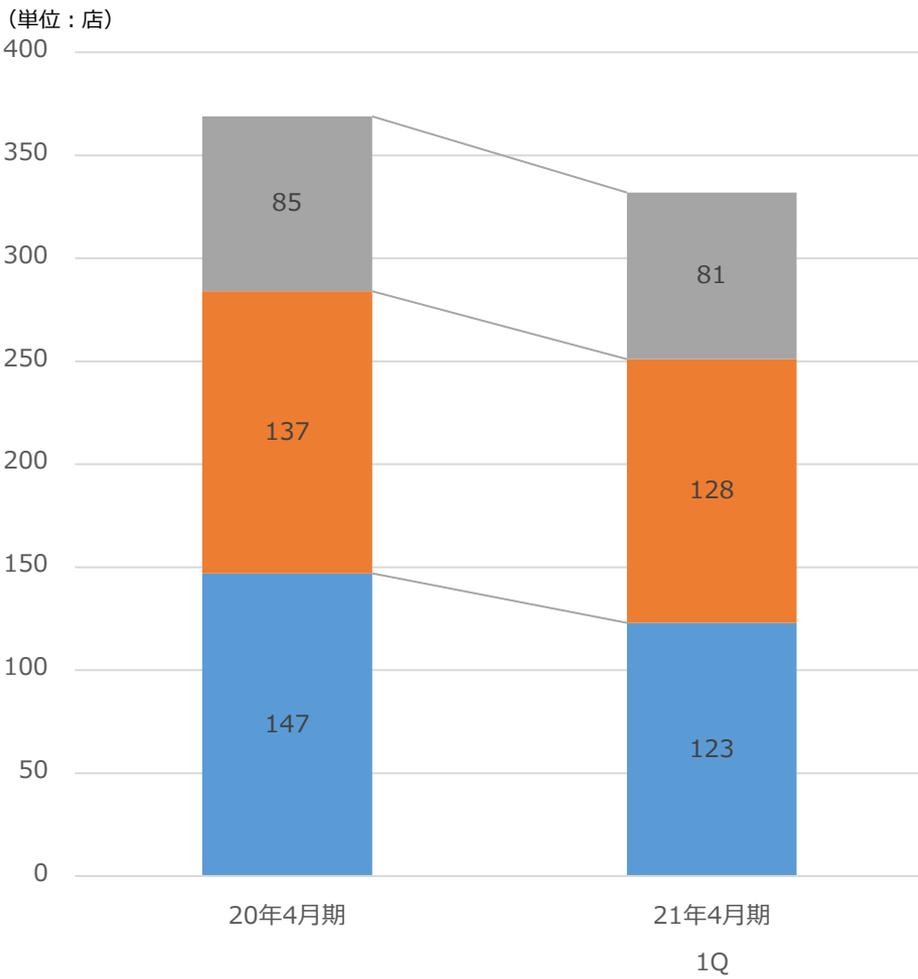


次世代型店舗への移行

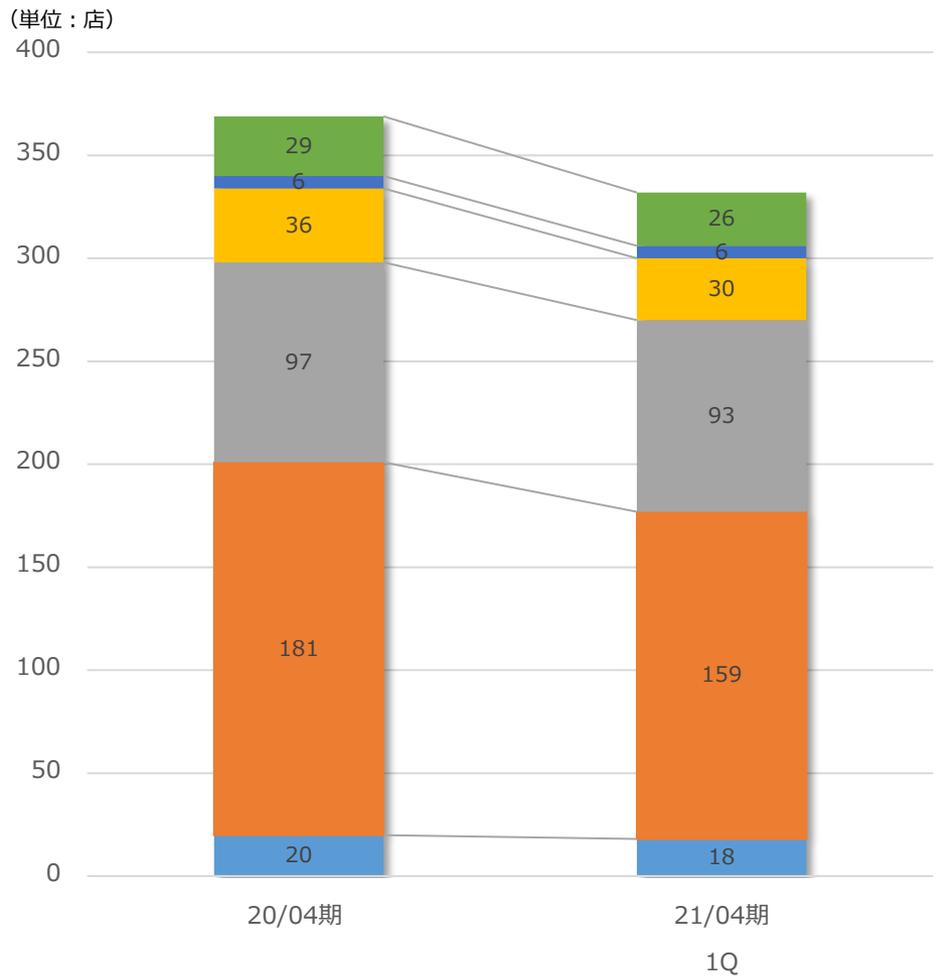


立地別・地域別店舗数の推移

立地別店舗数推移



地域別店舗数推移



■ 商業立地 ■ ロードサイド立地 ■ ショッピングセンター立地

■ 北海道・東北 ■ 関東 ■ 中部 ■ 関西 ■ 中四国 ■ 九州

コロナ禍における付加価値サービスの強化

メガネ・コンタクトレンズ・補聴器は生活必需品という位置づけのもと、新しい生活様式に対応した既存・新規サービスを強化。7月下旬から開始した「リモート視力検査システム」は、稼働率76~96%（8月~10月実績）と好評を得る。最新設備を備えた移動式店舗は増車のうえ全国に配備予定

★


**お家で
コンシェルジュ**

お電話・LINEチャットですぐにお悩みを解決。眼や耳、商品に熟知したスペシャリストが的確な対応策をご提案します。



★★

**リモート視力検査
システム**

業界初。ご指定場所のお届けした専用検査キットをコンシェルジュのサポートに従って操作。遠隔でも精度の高いセルフ視力検査により、来店せずにメガネ作りが可能に。



**コンタクトレンズ
スピード販売**

店舗はもちろん、お電話・通販サイト・LINE・アプリでご注文承ります。お届けはご自宅のほかコンビニ受取などもご利用いただけます。



最新設備を備えた移動式店舗

店舗と同じ商品・サービスをいつでも、どこでもご提供。個人宅・入居施設・病院・企業などはもちろん、過疎地域での活動や自然被災地での支援など車両の機動力を活かしアイケアサービスの提供の場を更に拡充してまいります。



店舗への送迎、メガネ・補聴器お届け

最寄りの店舗までの送迎や、ご自宅にスタッフが訪問し、調整した上でご購入のメガネ・補聴器をお届けします。



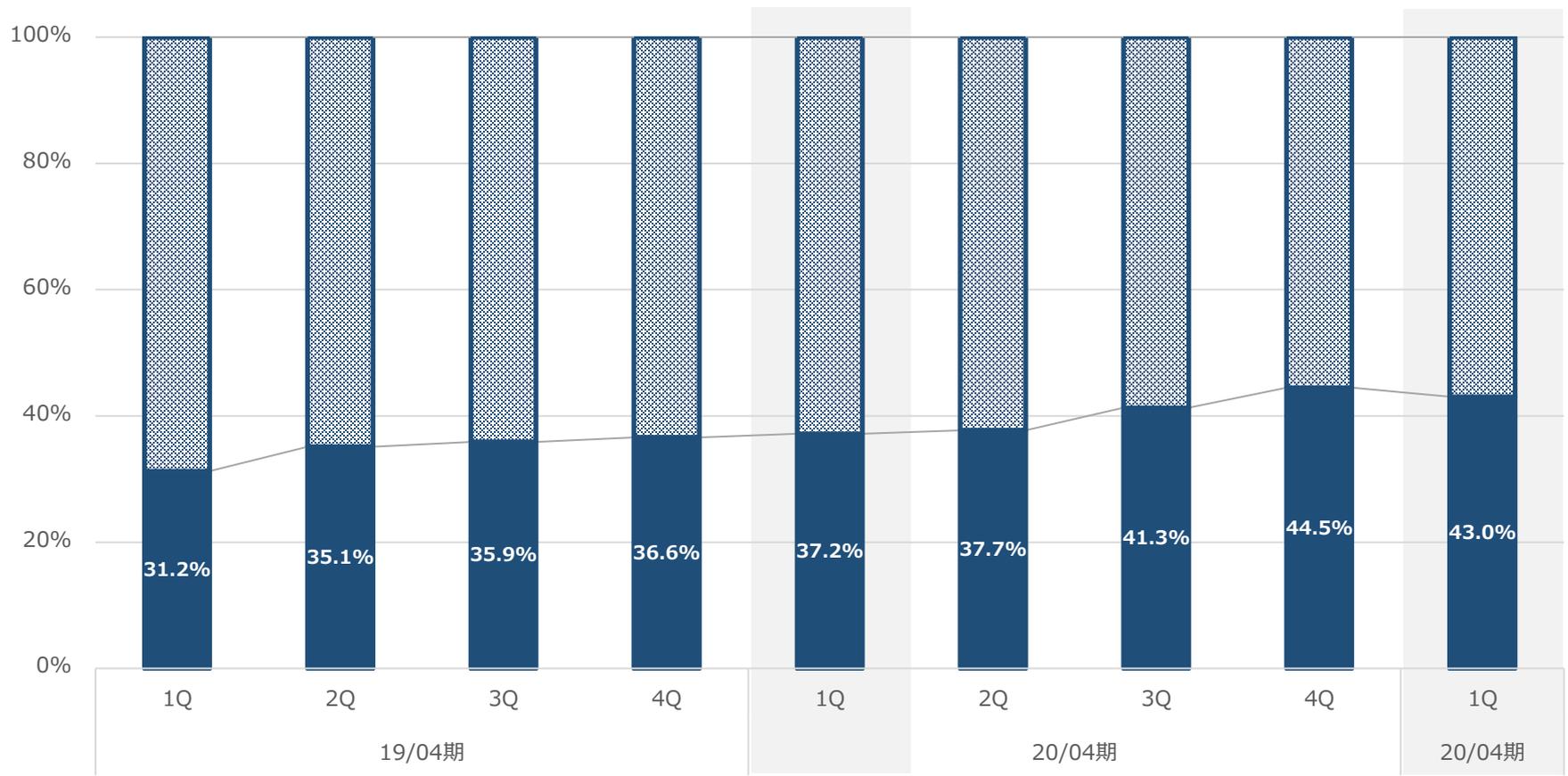
お買い物代行サービス

食料品・生活必需品などのお買い物をお客さまに代わってご対応いたします。またお届け時にメガネの調整・洗浄も行います。



付加価値サービス割合の推移

小売事業の売上高に占める付加価値サービス（サービス+ストック）[※]の割合はコロナ禍においても順調に拡大し、前年1Q比5.9pt増の43.0%

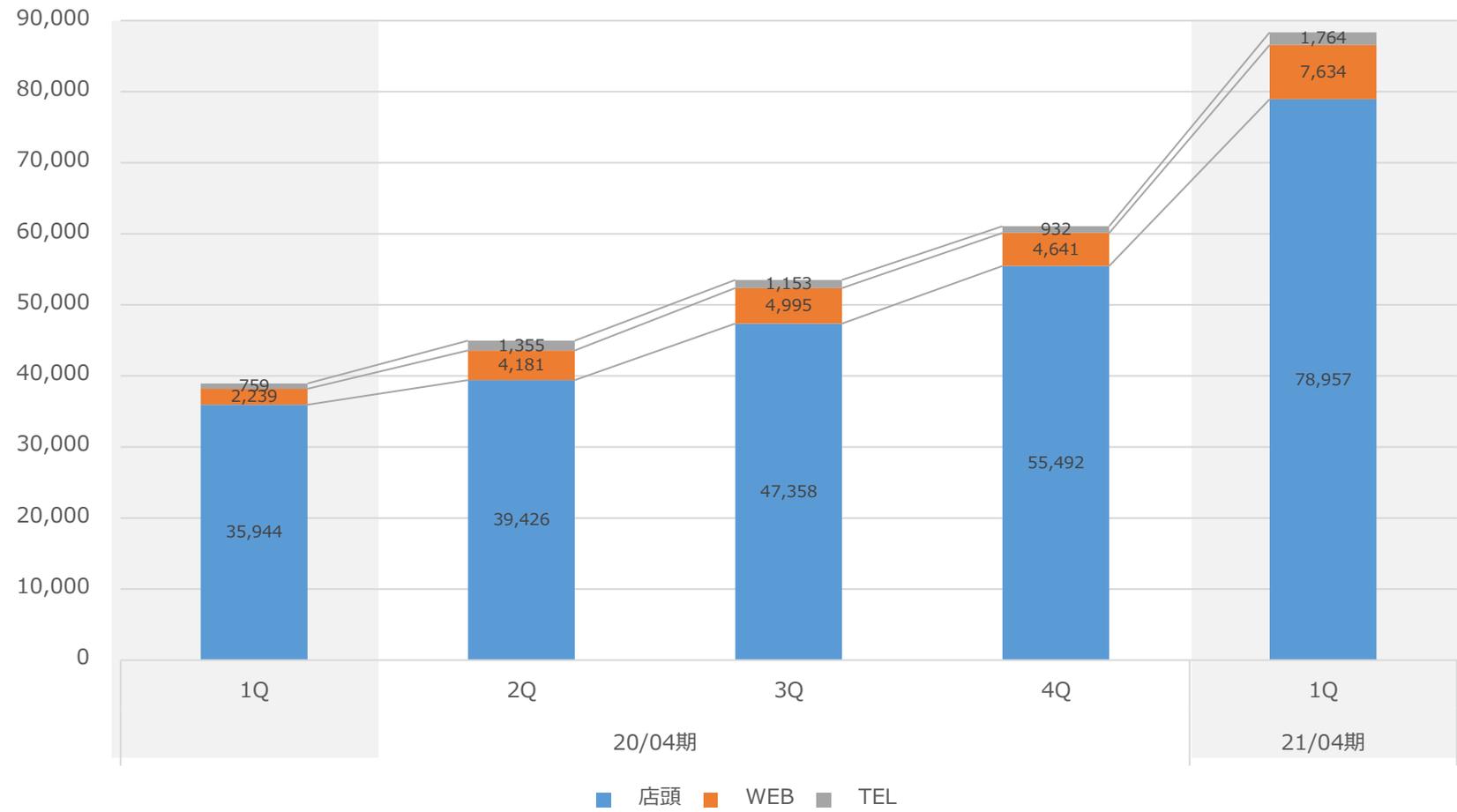


■ サービス+ストック ■ フロー

※検査、技術、リラクゼーション等の高付加価値イケアサービスおよび顧客の利便性向上に繋がるコンタクト定期便等のサービス

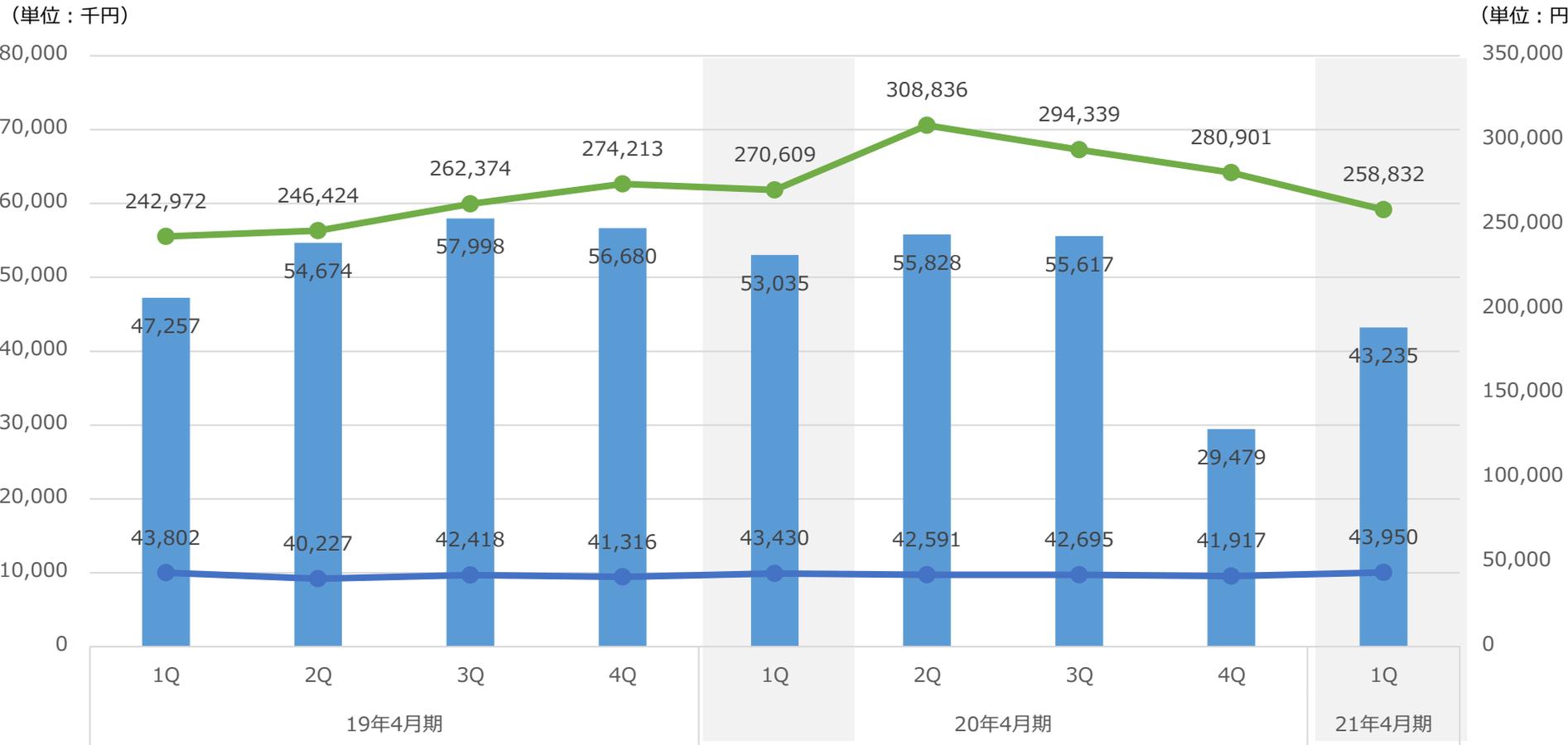
来店予約の強化による店舗生産性の向上

店舗の生産性向上に繋がる来店予約は、緊急事態宣言解除後の6月以降は、コロナ禍における3密回避の観点等から、店舗、WEB、TELの各経路ともに予約件数の増加が顕著となり、来店予約件数は前年1Q比 226.9%に。来店予約の一層の浸透により、店舗人員の最適配置や店舗の効率運営を目指す



出張訪問販売の実績

新型コロナウイルス感染症の感染拡大以降、生活必需品として個人のお客様からのニーズが高い。一方、感染拡大防止のため施設等の入居者、ご利用者様への販売を見合わせたことにより、前年1Q比18.5%減となる。ただし緊急事態宣言解除後の6月以降の各月は前年同月比90%台まで回復



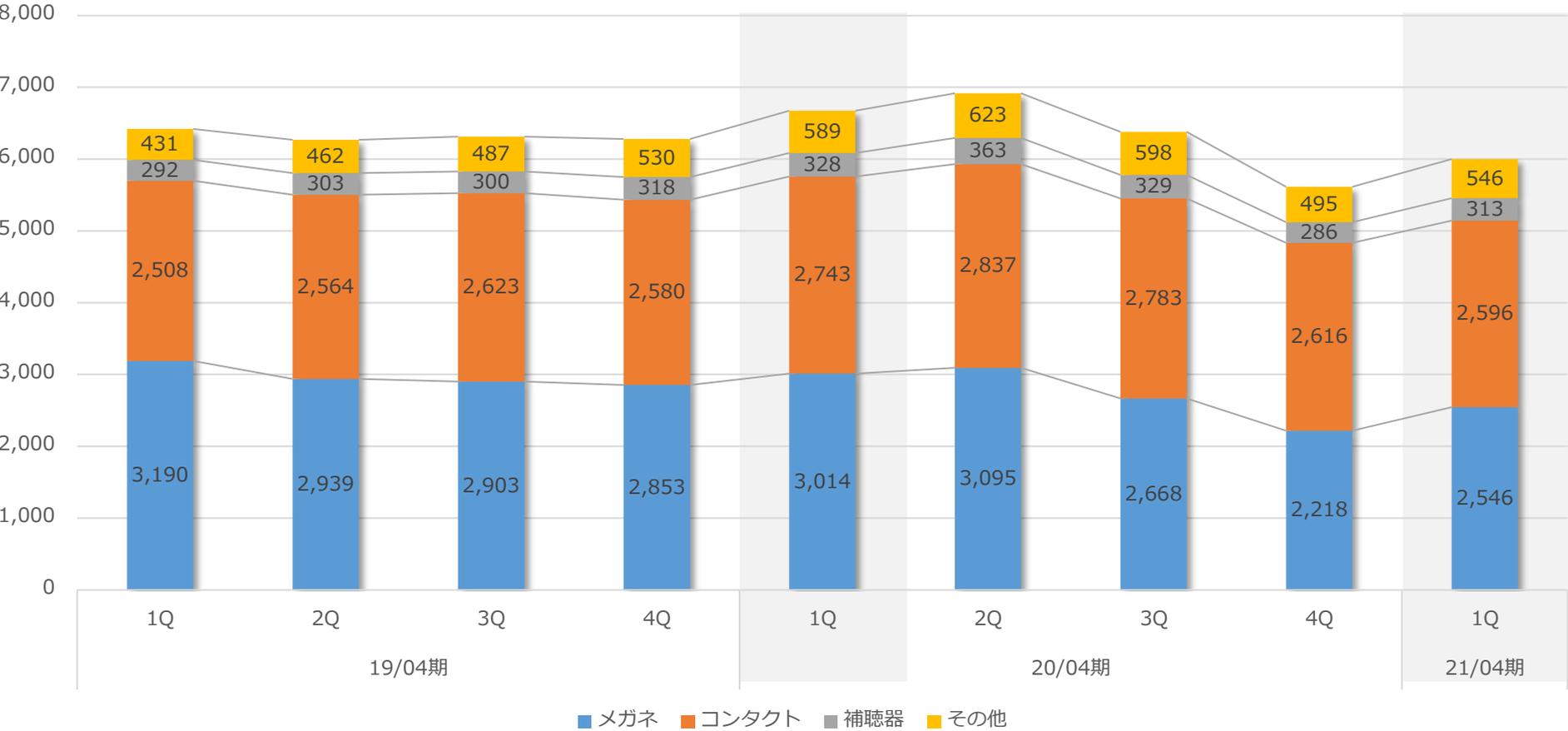
※移動式店舗の実績含む

■ 受注金額 ● メガネ件数単価 ● HA件数単価

品目別売上高（四半期推移）

店舗数が前年1Q比41店舗減となるため、小売事業の売上高は同1Q比10.1%減となるが、1店舗あたりの売上高は増加。メガネは同1Q比15.5%減、コンタクトは同1Q比5.4%減、補聴器は同1Q比4.4%減

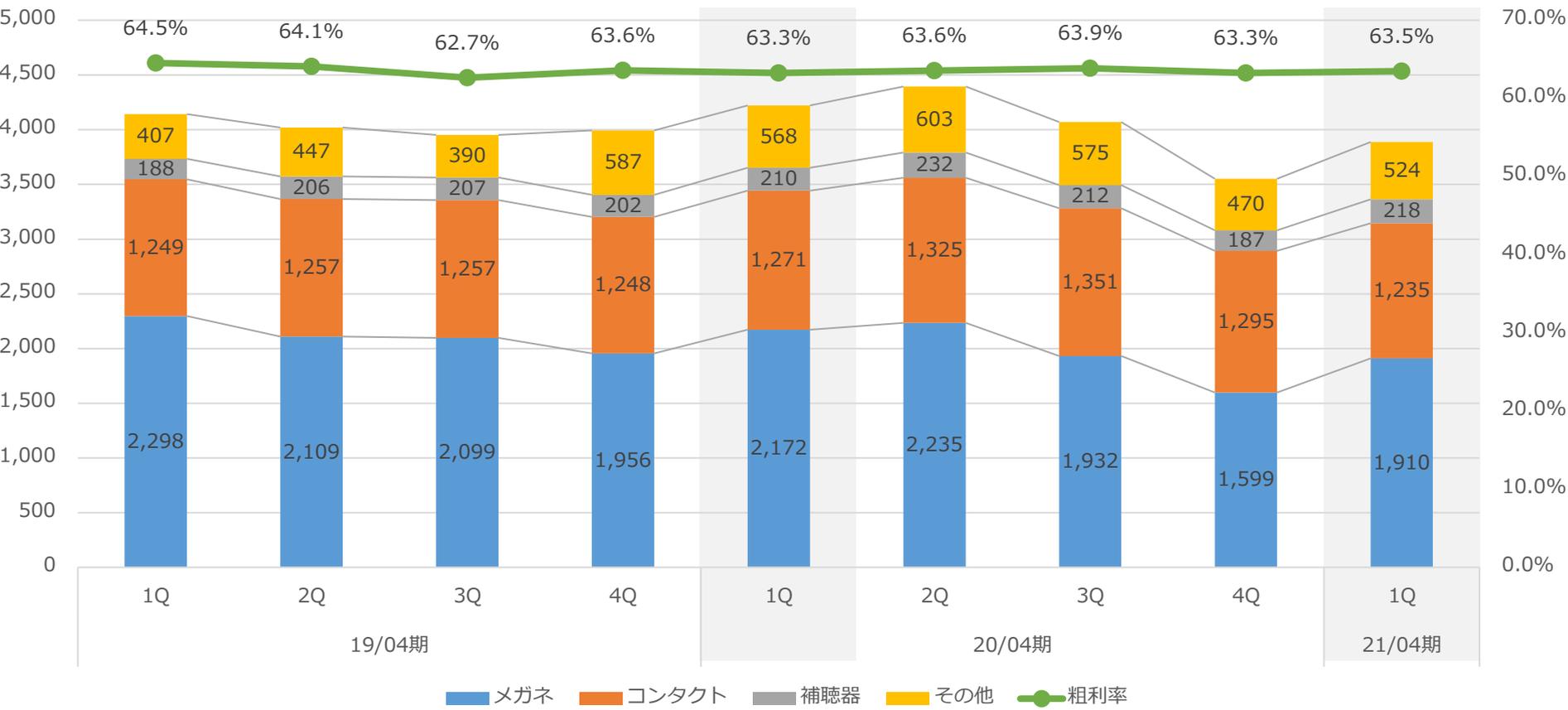
(単位：百万円)



売上総利益 / 売上総利益率（四半期推移）

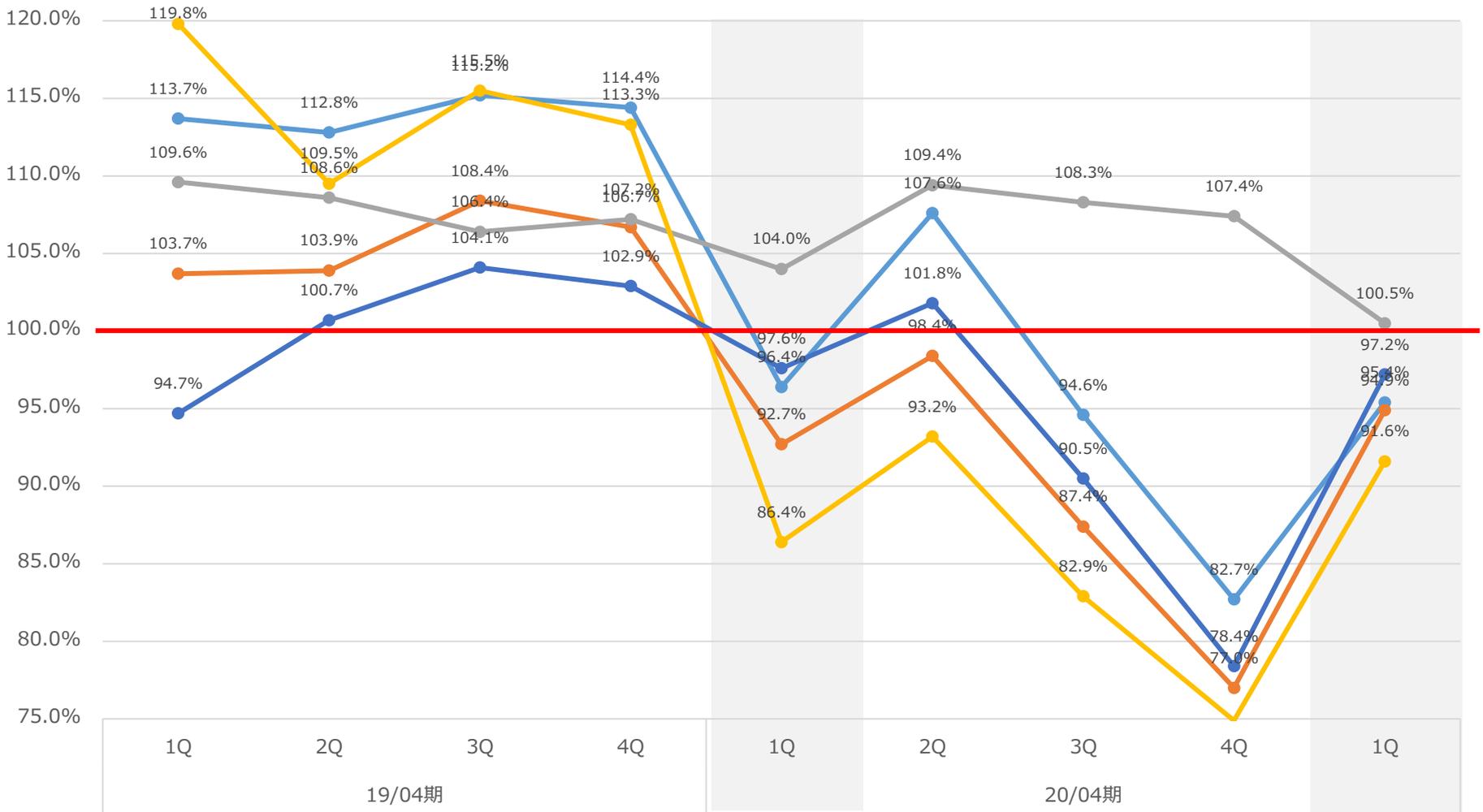
店舗数が前年1Q比41店舗減となるため、小売事業の売上総利益は同1Q比7.9%減となるが、1店舗あたりの売上総利益は増加。メガネは同1Q比12.1%減、コンタクトは同1Q比2.9%減、補聴器は同1Q比4.1%増

(単位：百万円)



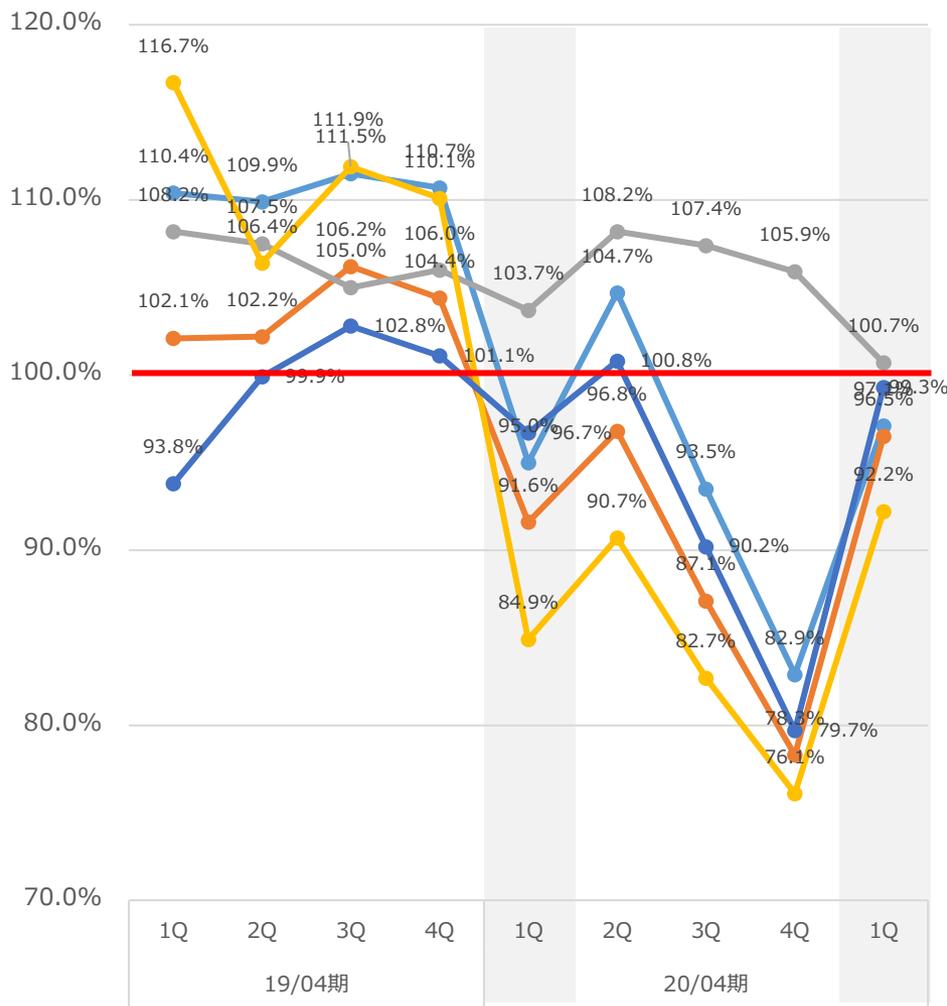
メガネ前年比①

■ 全店

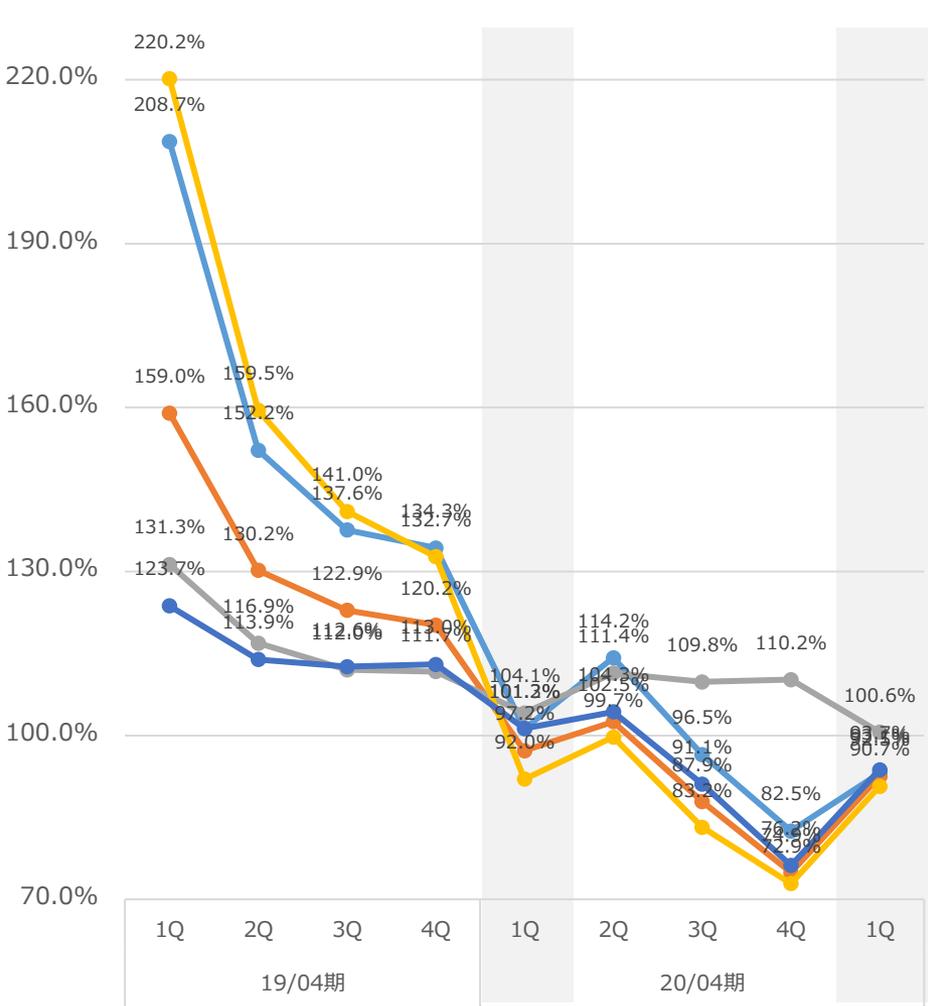


メガネ前年比②

■ 従来型店舗

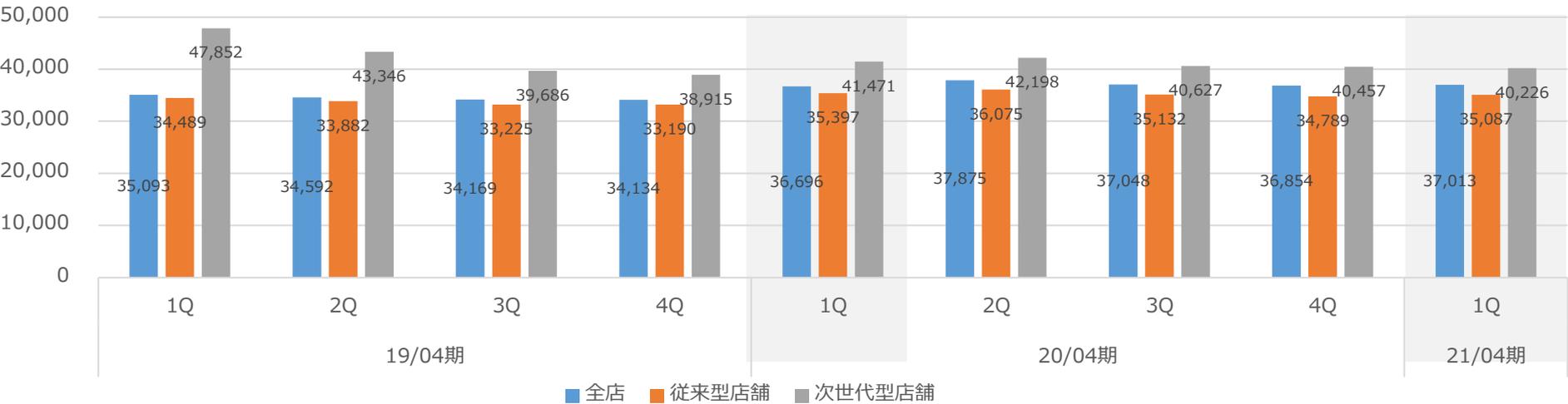


■ 次世代型店舗

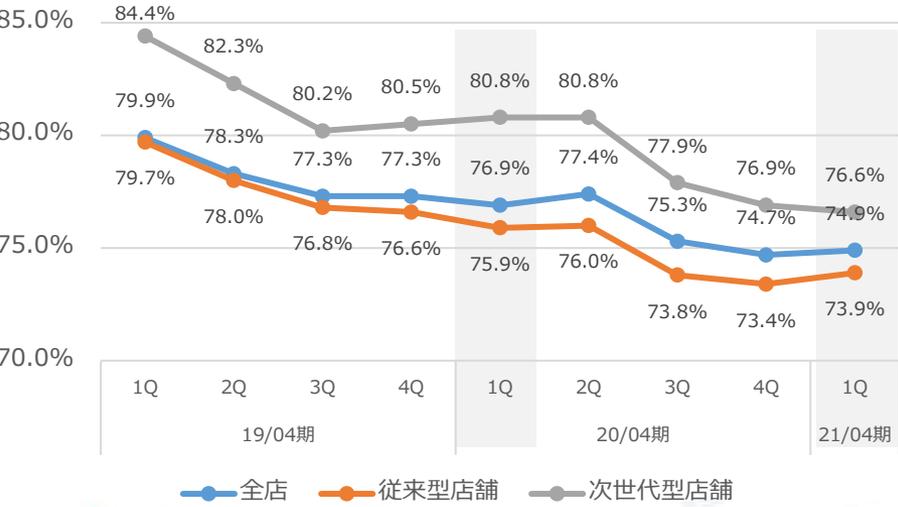


メガネ四半期推移

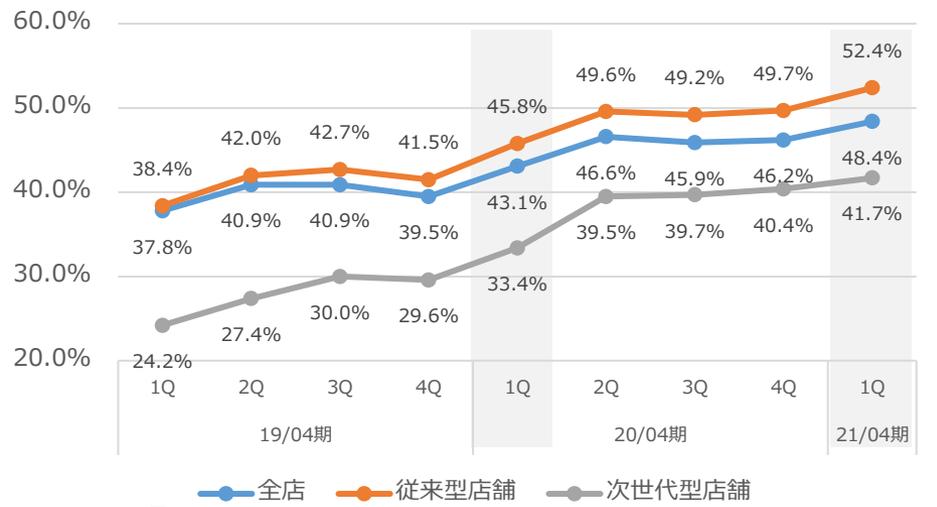
■ 単価



■ プレミアムレンズ比率

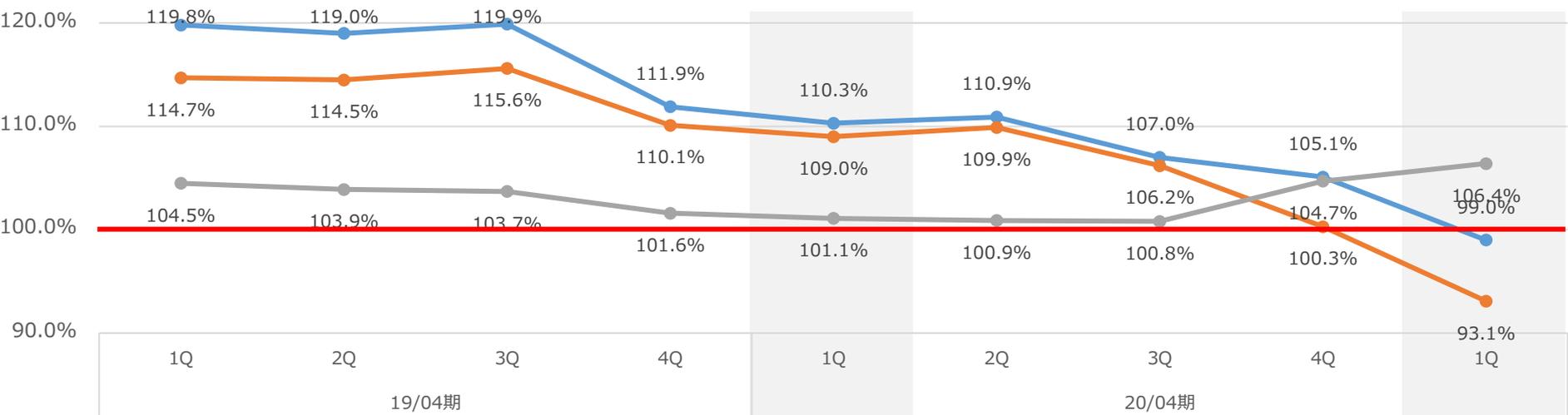


■ PB比率

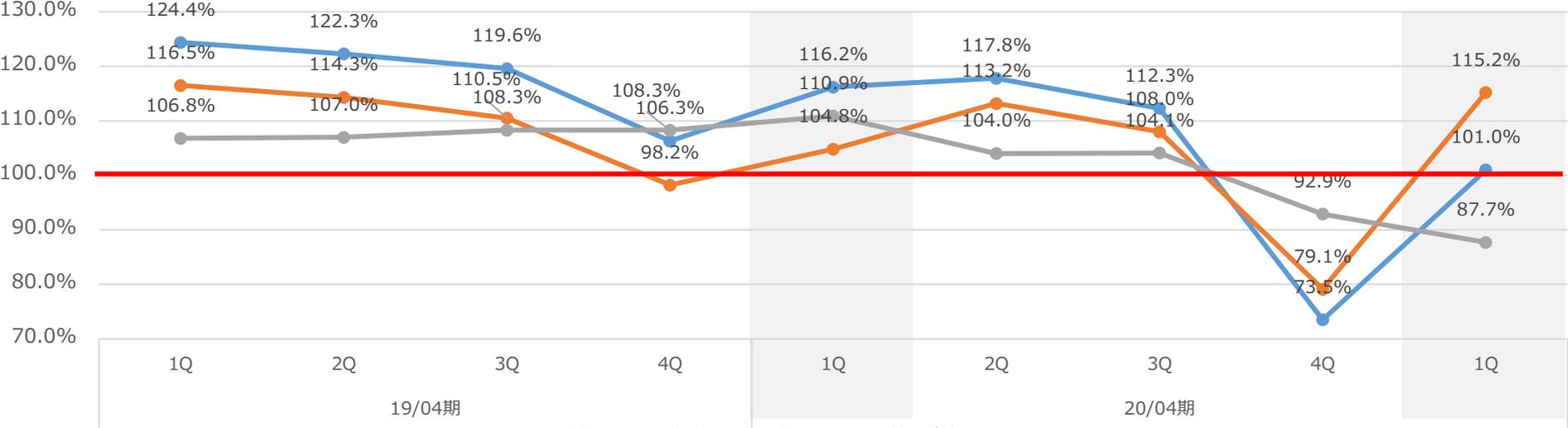


コンタクト・補聴器既存店前年比

■ コンタクトレンズ



■ 補聴器



SENSEAIDの進捗 VISION-R800先行導入

SENSEAIDでは世界最先端の屈折検査機Essilor製VISION-R800を先行導入。
液体レンズの採用により、従来の25倍の精度とシームレスで滑らかな度数検出が可能となり、本来、精度を上げることで反比例する検査時間を度数検出アルゴリズムにより、スピーディーにすることで、お客様のストレスを軽減。これにより得られた度数は専用レンズに反映され、究極のパーソナルなものとして、まったく新しいメガネの選択を提供することが可能となる。

- ✓ 従来の25倍の0.01 ステップでの度数決定を可能としたことで、競合他社よりも更に精度の高い“顧客に合わせた度数提供”を行う事での差別化を実現。また併せて、5種の最新視力検査・測定機材を導入したことで、特別な顧客体験によるレンズのアップグレードに繋がった
- ✓ 0.01ステップ検査は全顧客の半数以上(53.9%) が体験していただき、その内 67%が0.01対応LS (POV) を購入
- ✓ 最大60項目の高付加価値検査となるPOVのトータルアイ検査比率は31.2%と、通常店のトータルアイ検査プレミアムより14ポイント (17.2%) も高い実績となっている



VISIOSMART
最大8項目のセルフチェックで
気づかなかった症状を発見



KR-1W
明所（昼間）だけでなく暗所
（夜間）の眼の状態を確認



LENSWEAR-I
決定した精緻な度数と選んだフ
レームに最適なレンズを選択



VISIOFFICE2
眼とレンズの距離からフレーム
の角度まで精緻に計測。0.01対
応LSを最大限に活かし、オンリ
ーワンの顧客専用レンが可能

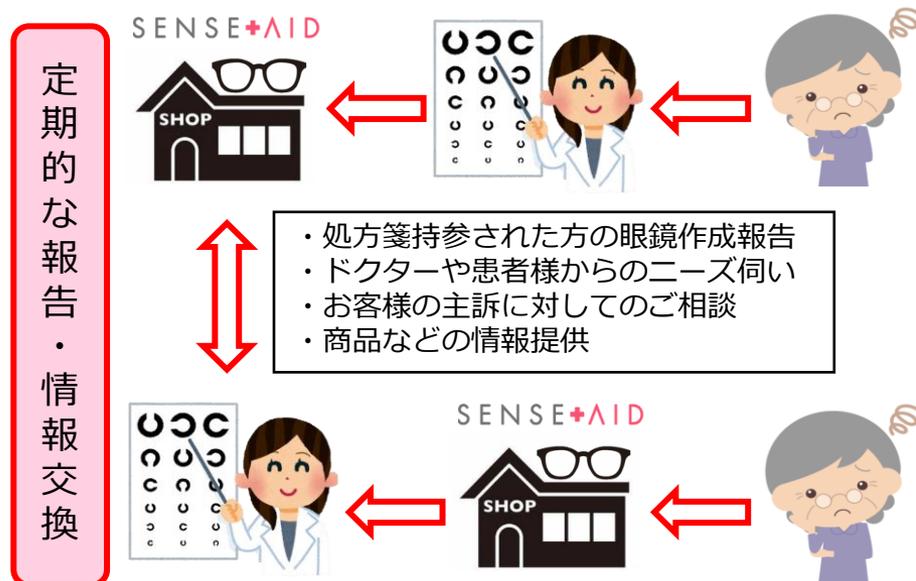


VISION-R800
今までの25倍の0.01ステッ
プで精緻検査ができる

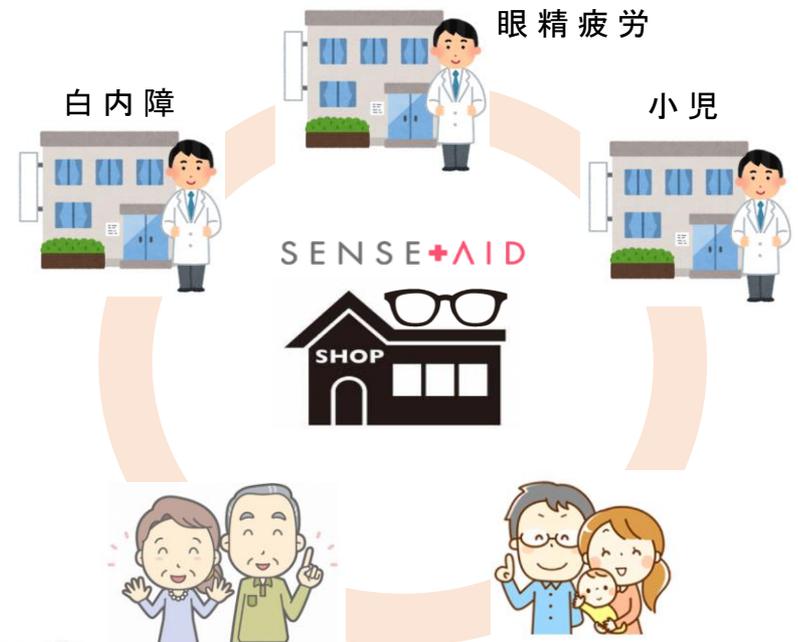
SENSE+ AIDの進捗 眼科連携PJ

- ✓ 近隣地域のお客様の眼のQOL向上のプラットフォームを目指し、エムスリー社が持つ医療関係者との強いネットワークを活用して近隣眼科医との連携を強化
- ✓ 処方箋が発行される患者様には、度数変化の多い若年層や白内障等の術後により、視力の安定に時間が掛かるシニア層が多く、6か月間何度でも度数変更が無料の当社の保証システムは「安心しておススメできる」と多くの眼科医から高い評価を受ける
- ✓ 当社のお客様においても、視力の出にくい方や眼の不調を訴える方に対して、すぐに眼科医に相談ができる環境があることで疾患の早期発見や治療に繋げることが可能になる

■ 連携フロー ■



■ プラットホームイメージ ■



エムスリーとの連携による商品・サービスの展開

エムスリー株式会社の豊富なメディカル分野におけるネットワークやコンテンツを活用したユニークな商品・サービスをSENSEAIDはじめ当社グループ全店でも店頭にて展開

スマート集音器 Olivesmartearの取り扱い

OliveUnion社スマート集音器「OliveSmartEar」(以下OSE)の取り扱いを開始。OSEは特殊DSP採用で品質は補聴器に近いが単価2万円台から購入可能。9月からは当社グループ各店でも取り扱いを開始



既存の補聴器売上を毀損することなく、新たな売上を創出

- ✓ 防音個室を有する当社店舗での試聴を通じた家電量販店を主とした既存商流との差別化
- ✓ 40~50代という「補聴器若年層」の新規開拓の促進
- ✓ OSE購入者には補聴器購入時の下取りを行い、適時聴力に応じた対応を通じてLTVを念頭に置いたビジネスモデルを構築

視覚・聴覚認知ソフトを 活用した視力・聴力検査を実施

教育ソフト・ゲームソフトの企画・開発を行うレデックス株式会社の視覚・聴覚認知改善ソフトの店頭体験を通じた視力・聴力検査への誘導をはじめ、店頭での視力・聴力への興味喚起ツールとして活用



新型コロナウイルス 感染・重症化リスク遺伝子検査

エムスリーのグループ企業でゲノム検査を扱うREXA株式会社が開発した「新型コロナ感染・重症化リスク検査」を当社グループ全店舗及びECサイトにて発売中

日本初
**新型コロナ
感染・重症化
リスク検査プラン**

ご自身の感染・重症化リスクを把握し、万全の対応策を!

感染・重症化のリスクは人により異なります

感染しやすさ	入院しやすさ	重症化しやすさ
最大 9.1 倍	最大 200 倍以上	最大 1000 倍以上

新型コロナ感染・重症化リスクを把握、コントロールする**新検査プラン**

ミニムプラン	11,900円 <small>税別</small>	スタンダードプラン	14,900円 <small>税別</small>
--------	---------------------------	-----------	---------------------------

新型コロナ感染重症化リスク
+ スタンダードプラン には対応策につながる3つの項目を追加!

新型コロナ感染重症化リスク対策
生活習慣改善などで、感染・重症化リスクへの対応策を提案

様々なリスクへの対策
風邪を感じるリスク
ビタミンD不足リスク
太りやすさリスク

新しい生活様式でのリスク対策
「新しい生活様式」を送る上での、生活習慣改善などで、対応策を提案

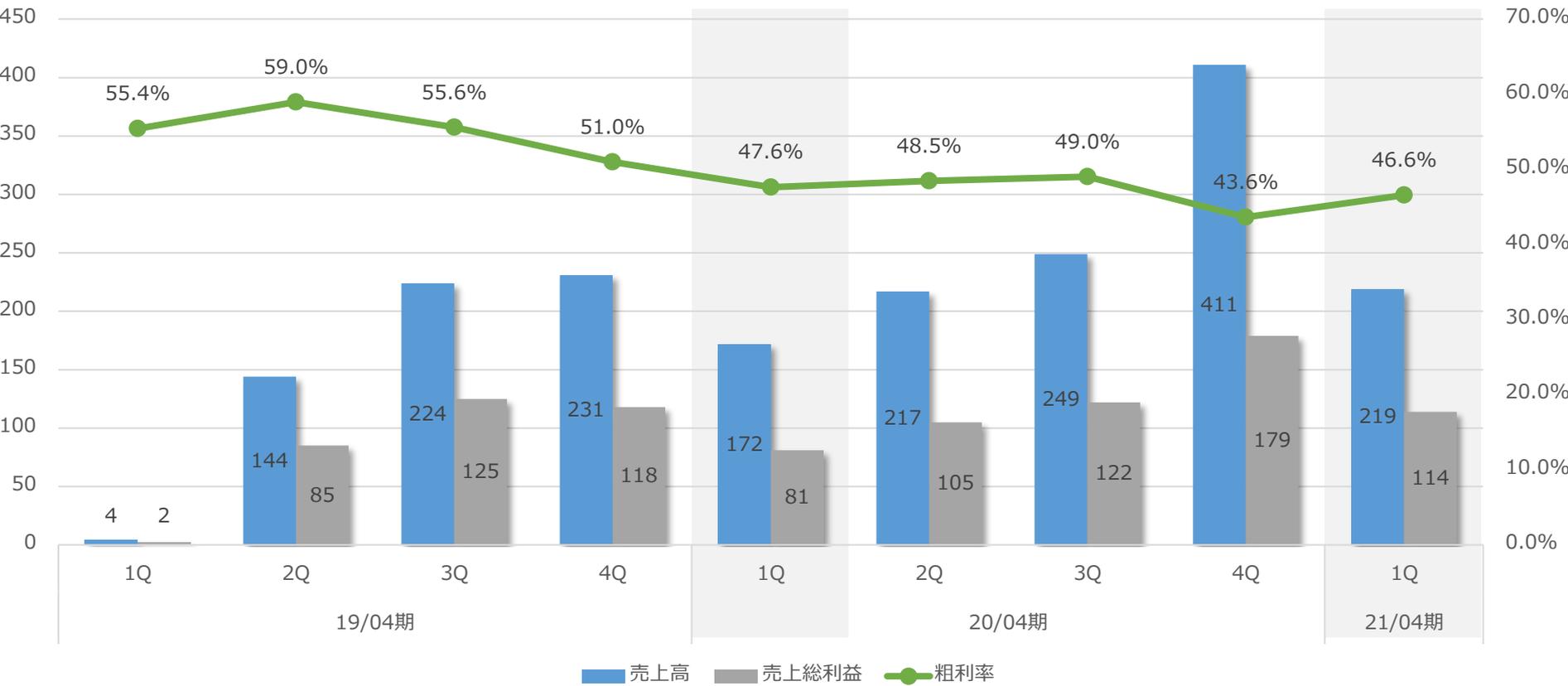
卸売事業



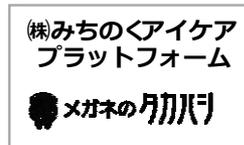
四半期推移

世界トップブランドのアイウェアを手掛けるマルコリン社（イタリア）の日本総代理店である株式会社VISIONIZEを中心に、市場の多様なアイウェアニーズに対応した新商品の投入や販売支援に努める。売上高は前年1Q比27.3%増、売上総利益は同40.7%増と堅調に推移

(単位：百万円)

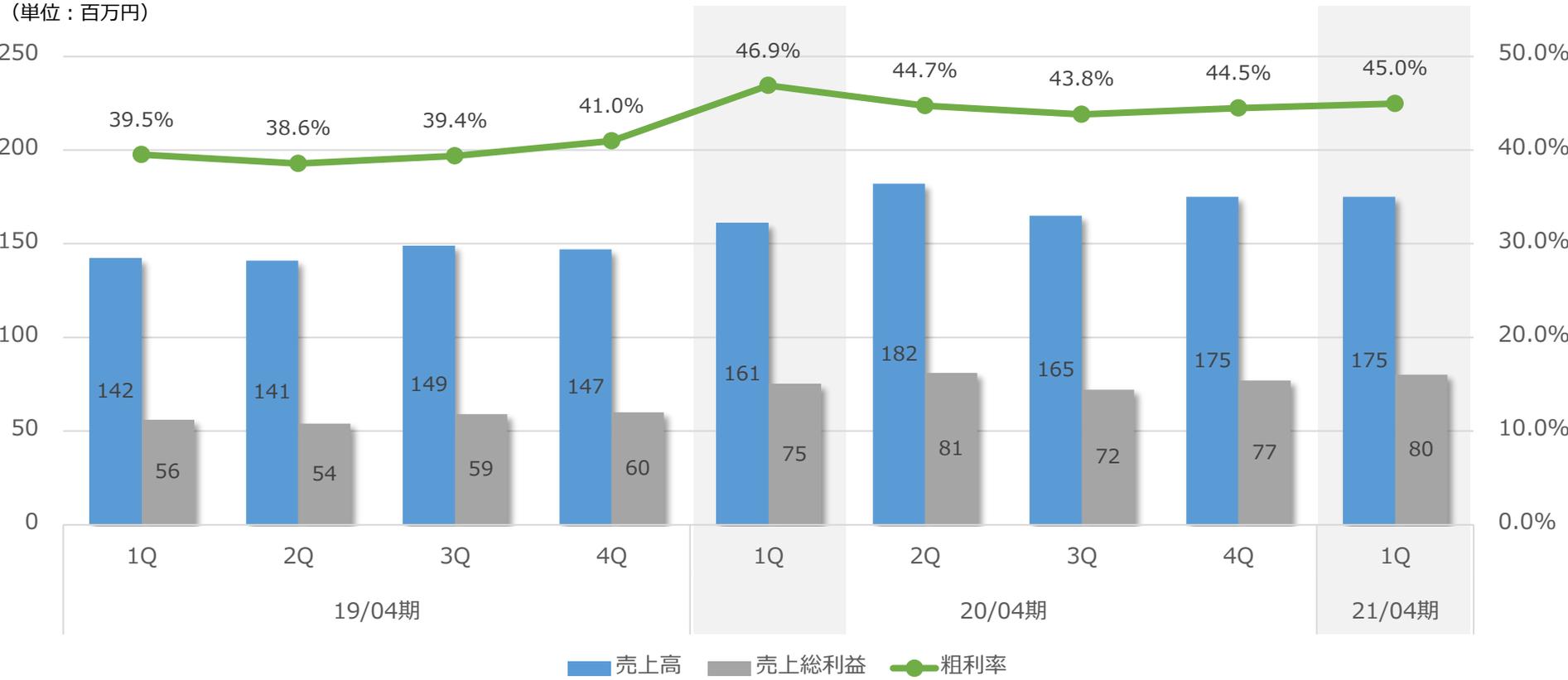


EC事業



四半期推移

ECサイト「メガネスーパー公式通販サイト」やAmazon、楽天、ロハコ等のモールECにおいて、お客様の利便性を継続して追求した質の高いサービスの提供により、売上高は前年1Q比8.8%増、売上総利益は同1Q比6.7%増



その他事業

(株)VisionWedge

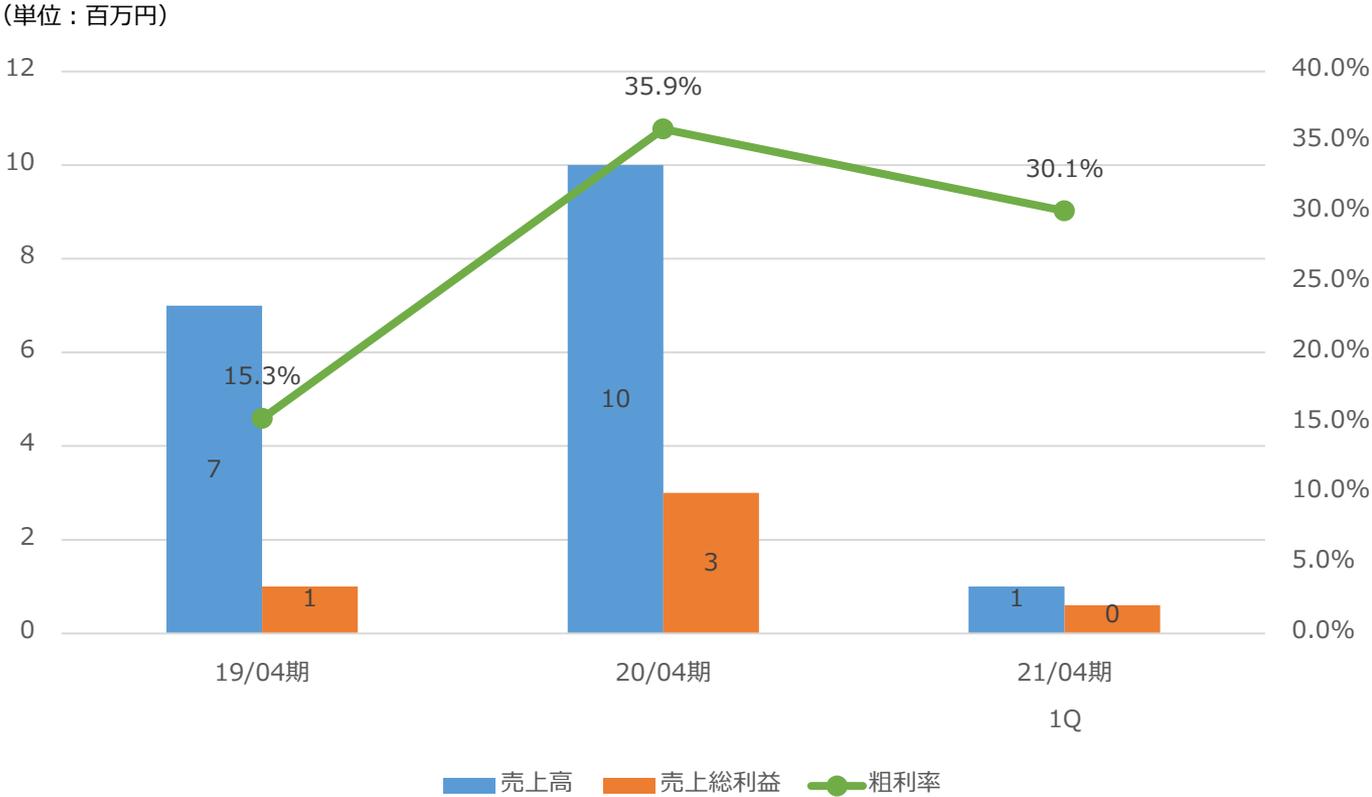
VISIONWEDGE

(株)Enhanlabo

ENHANLABO

四半期推移

Enhanlaboにおいてメガネ型ウェアラブル端末「b.g. (ビー・ジー)」の企画開発・販売を推進。初回製造ロット版を順次納品、並びに製造ロット増を実現するための製造体制の構築を進めるも、大量受注に向けた営業活動には一定の時間を要する見通し



5. Appendix

21/04期 連結業績予想

外部環境の変化に適応し、安定的かつ継続的な事業運営を可能とするため、21/04期において筋肉質な事業体質への転換を図る。新型コロナウイルス感染症の影響を一定程度受けながらも連結ベースで営業段階の利益を確保

	20/04期 通期実績	構成比 (%)	21/04期 通期予想	構成比 (%)	前期比 (増減額)	前期比 (%)
売上高	27,338	100.0	28,228	100.0	890	103.3
EBITDA	869	3.2	1,031	3.7	162	118.6
営業利益	△ 212	-0.8	20	0.1	232	—
経常利益	△ 332	-1.2	△ 65	-0.2	268	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	△ 1,166	-4.3	△ 342	-1.2	824	—

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 長期前払費用償却費 + 除去債務償却費用 + のれん償却費 + 株式報酬費用

21/04期 業績予想の前提

◀既存店前年比（通期）▶

- ・ 104%

◀店舗展開▶

・ 新規出店

18店舗程度（移転や集約・統合含む）

・ 移転もしくは閉店

53店舗程度

・ 従来型から次世代型店舗への移行

新型コロナウイルス感染症の収束状況や消費の回復状況等を見極めながら、最大11店舗程度

・ 店舗営業

政府による緊急事態宣言解除以降も営業時間の短縮は維持したまま効率重視の店舗営業を行う
消費の回復状況を見ながら段階的に通常営業店舗を拡大

◀固定費削減▶

・ 移転もしくは閉店による賃料削減効果

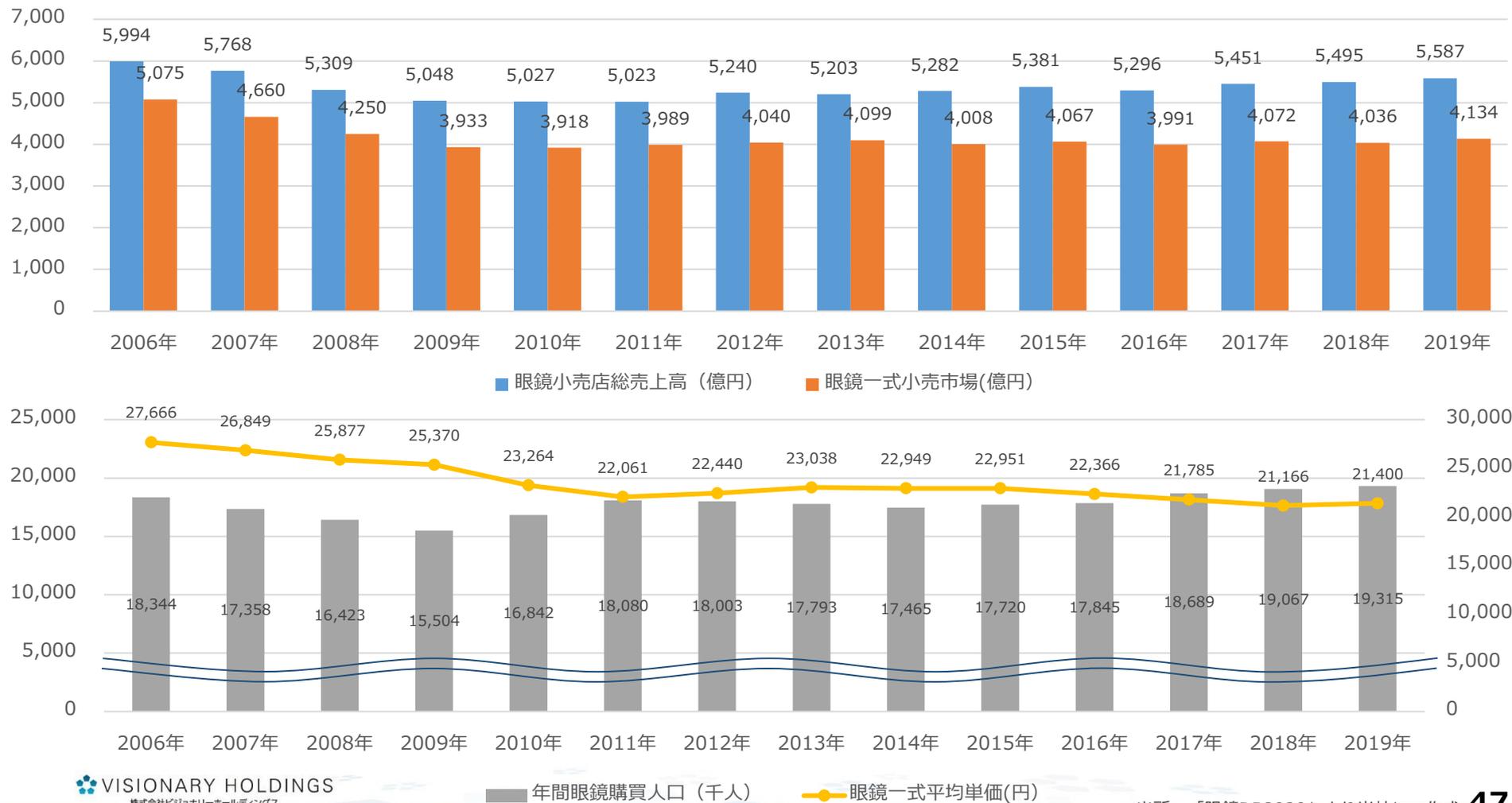
178百万円

・ 家主交渉による一時的な賃料削減効果

52百万円

メガネの市場規模

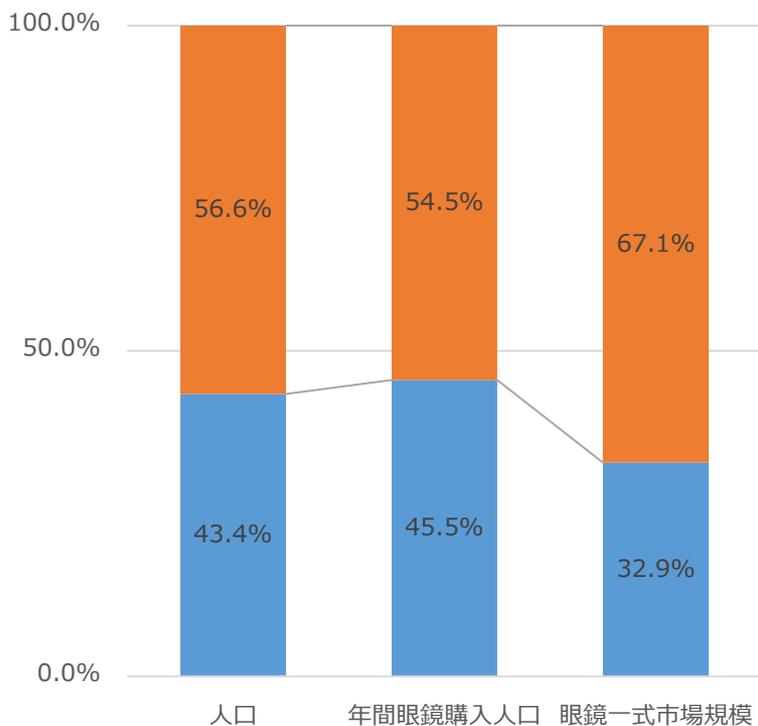
低価格専門店の台頭に伴う販売単価の下落、メガネ販売店数の減少やコンタクトレンズの普及拡大等を背景に、2011年までは一式単価の下落に伴い市場規模は縮小。一方、年間眼鏡購買人口は2015年以降緩やかに増加



メガネ市場の環境

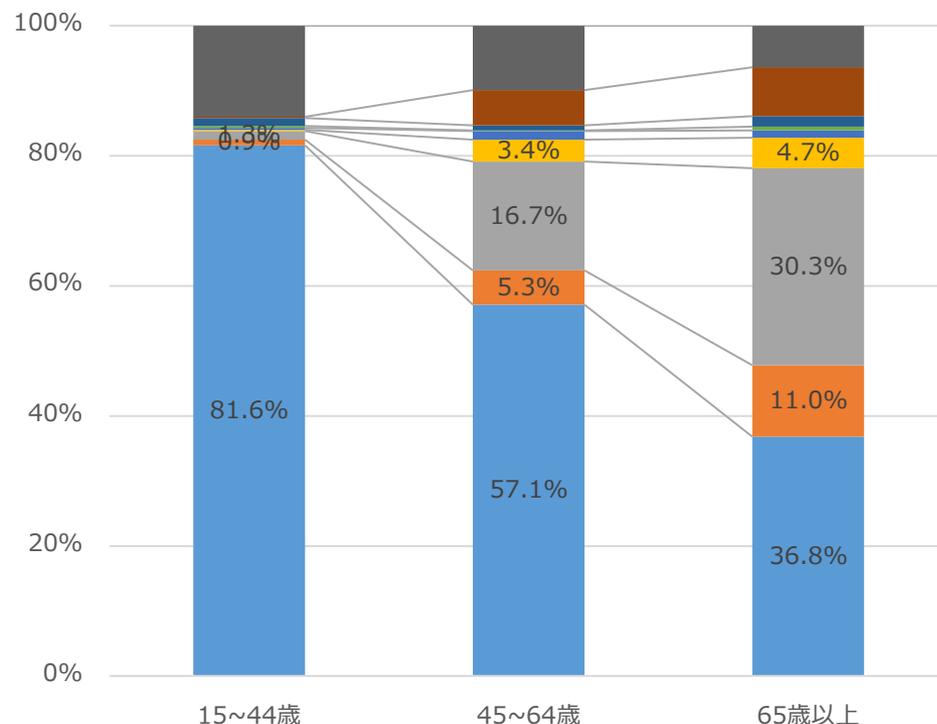
45歳以上のミドル・シニアは、人口で見れば50%超となり、メガネ市場においては装用比率が高く、遠近や中近等の高単価メガネの使用率が高い為、金額ベースでは全体の7割を占める

45歳以上の構成比



■ 5歳～44歳 ■ 45歳以上

年齢別購入レンズのタイプ



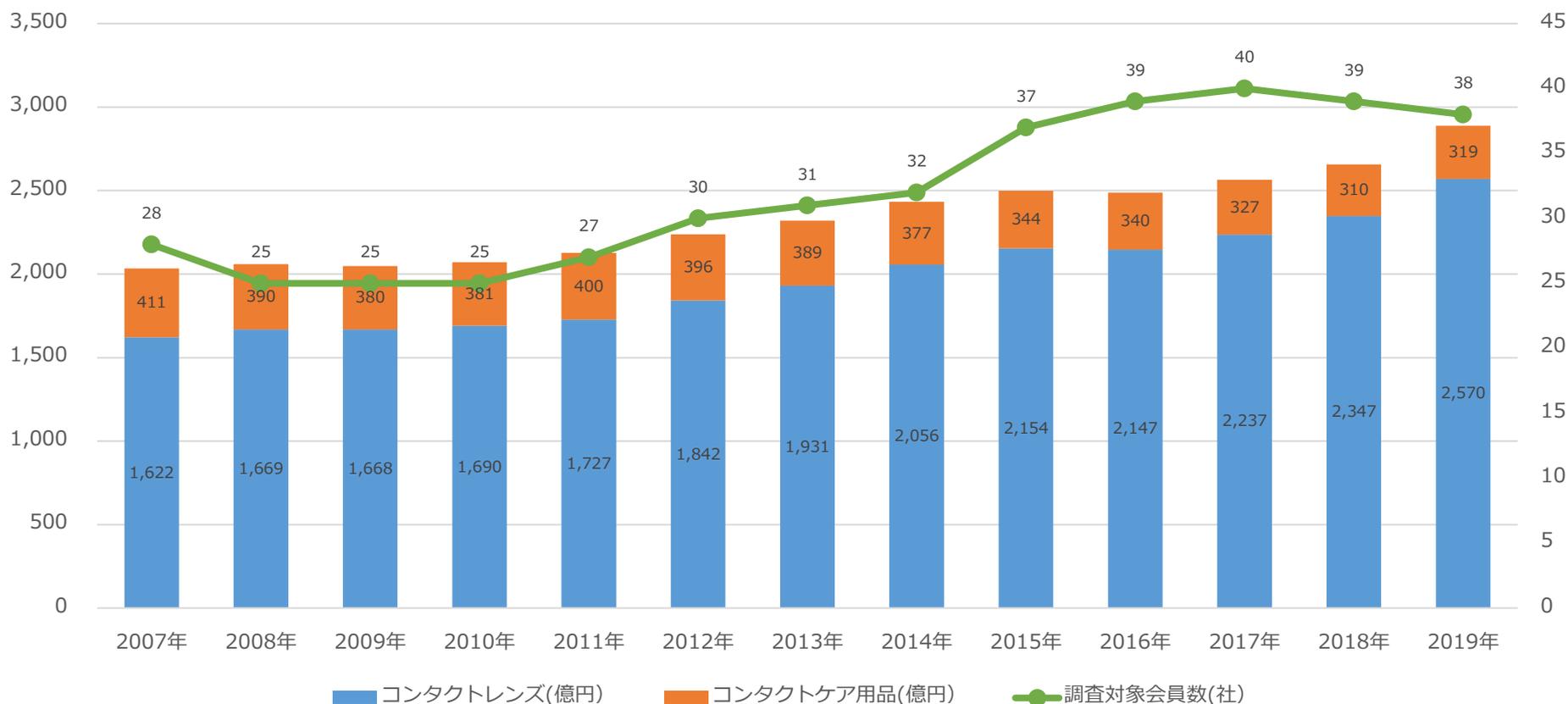
■ 近視・遠視・乱視用レンズ ■ 読書・お手元用レンズ ■ 遠近両用レンズ
 ■ 中近両用レンズ ■ 近近両用レンズ ■ インディヴィジュアルレンズ
 ■ 視力サポートレンズ ■ 既成老眼鏡 ■ 不明

出所：眼鏡DB2019より当社にて作成

出所：眼鏡DB2019（消費者アンケート：最近購入したレンズ）より当社にて作成

コンタクトレンズの市場規模

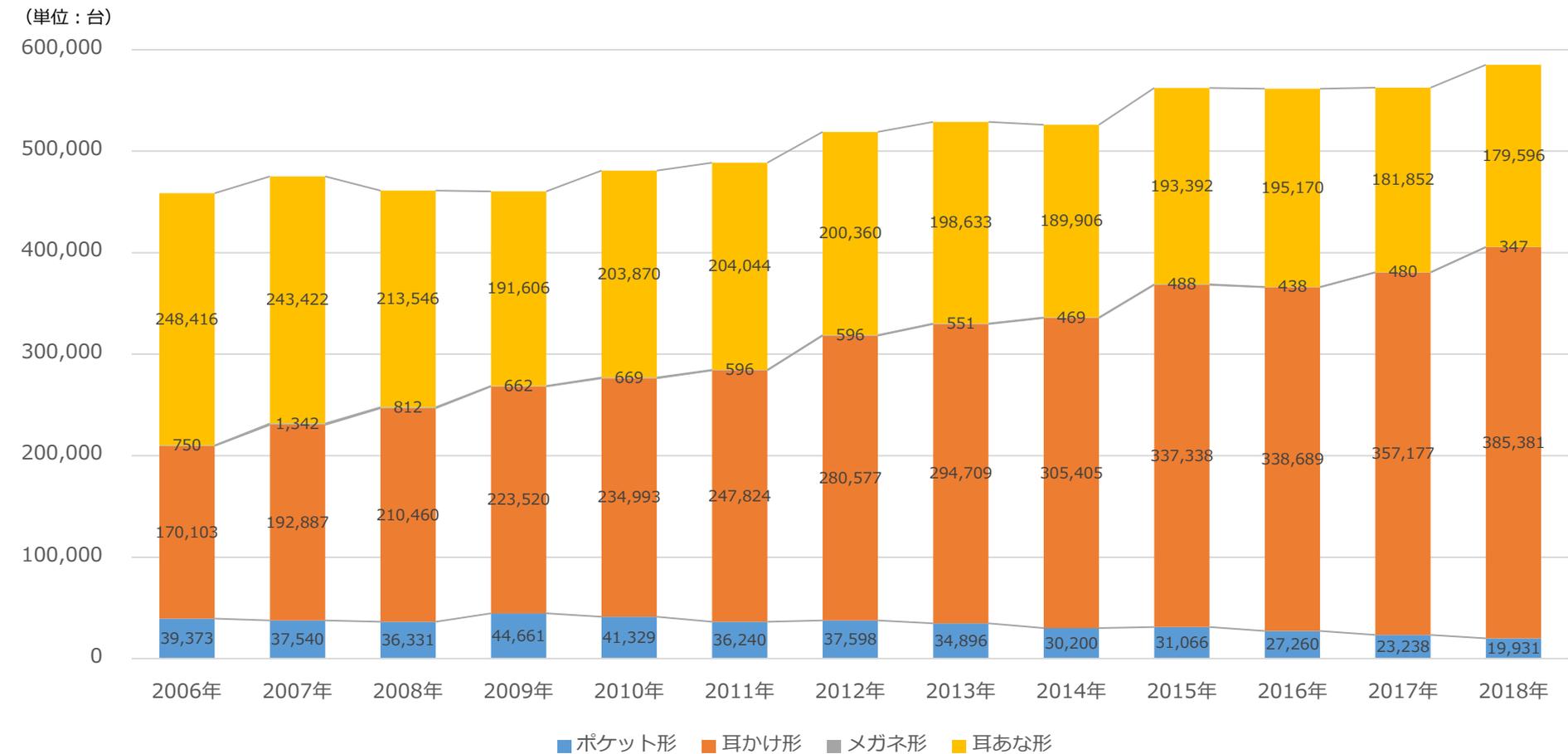
人口減少トレンドにもかかわらず、VDT高頻度使用による近視人口の若年化、女性を中心としたコンタクトレンズ装用率の高止まり、および通販拡大などによる販売アクセスの容易化を要因として、2016年の微減から一転、2017年以降は増加に転じる。今後も緩やかながら市場成長が続くと予測



事業環境

補聴器の市場規模

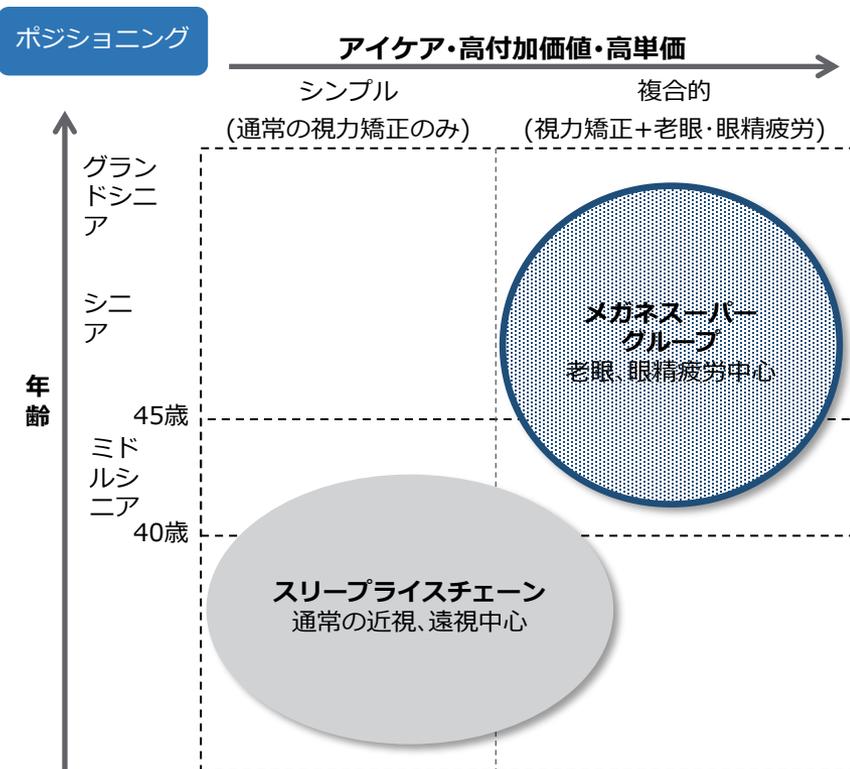
日本国内における補聴器の出荷台数は、2018年に585,255台（前年比104.0%）、出荷金額は339億6,800万円（前年比104.4%）となり、出荷台数、金額ともに前年比を上回る。



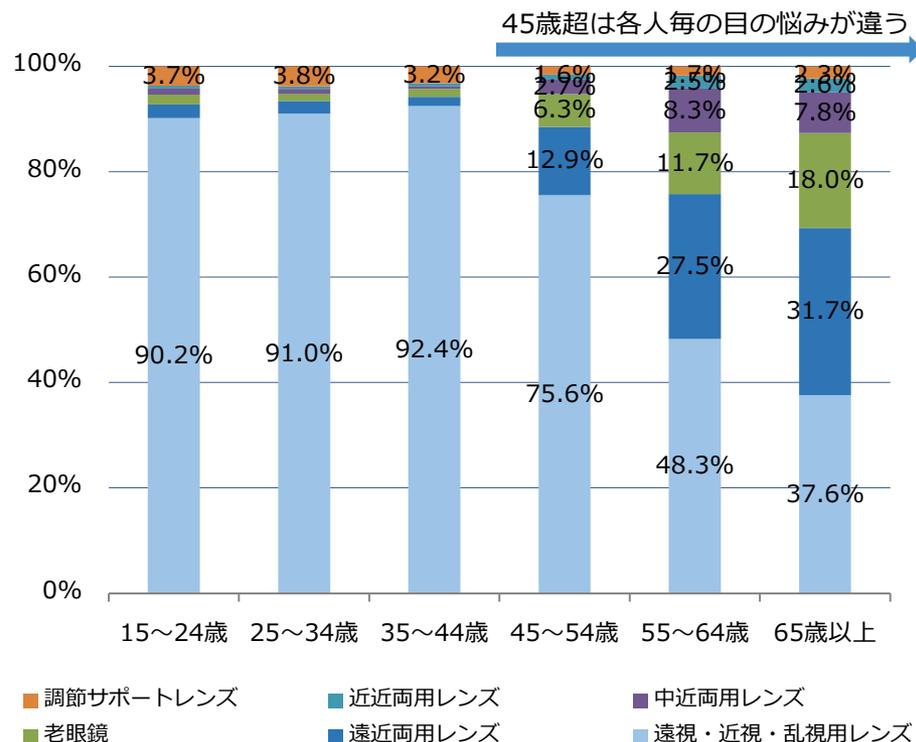
単価向上の背景にあるポジショニング

付加価値需要層（高付加価値・高単価のメガネを志向するミドル・シニア層）をターゲティング。
 45歳以上のシニア層は、症状や生活習慣によって個々人の目の悩みが異なるため高い検査力や技術力、並びに一客あたりの接客時間が必要

■ 当社グループのポジショニング



■ 年齢別使用レンズの種類（市場全体）



出所：眼鏡DB2018より当社にて作成

中期経営計画（20/04期～23/04期）

基本方針

「更なる成長のための地固めの期間」と位置づけ、各事業の目標を明確にし、その強みを最大限発揮するために必要となる事業成長投資を積極的に行うことで、業容の拡大と収益力の増強を図る

定量目標（2023年4月期）

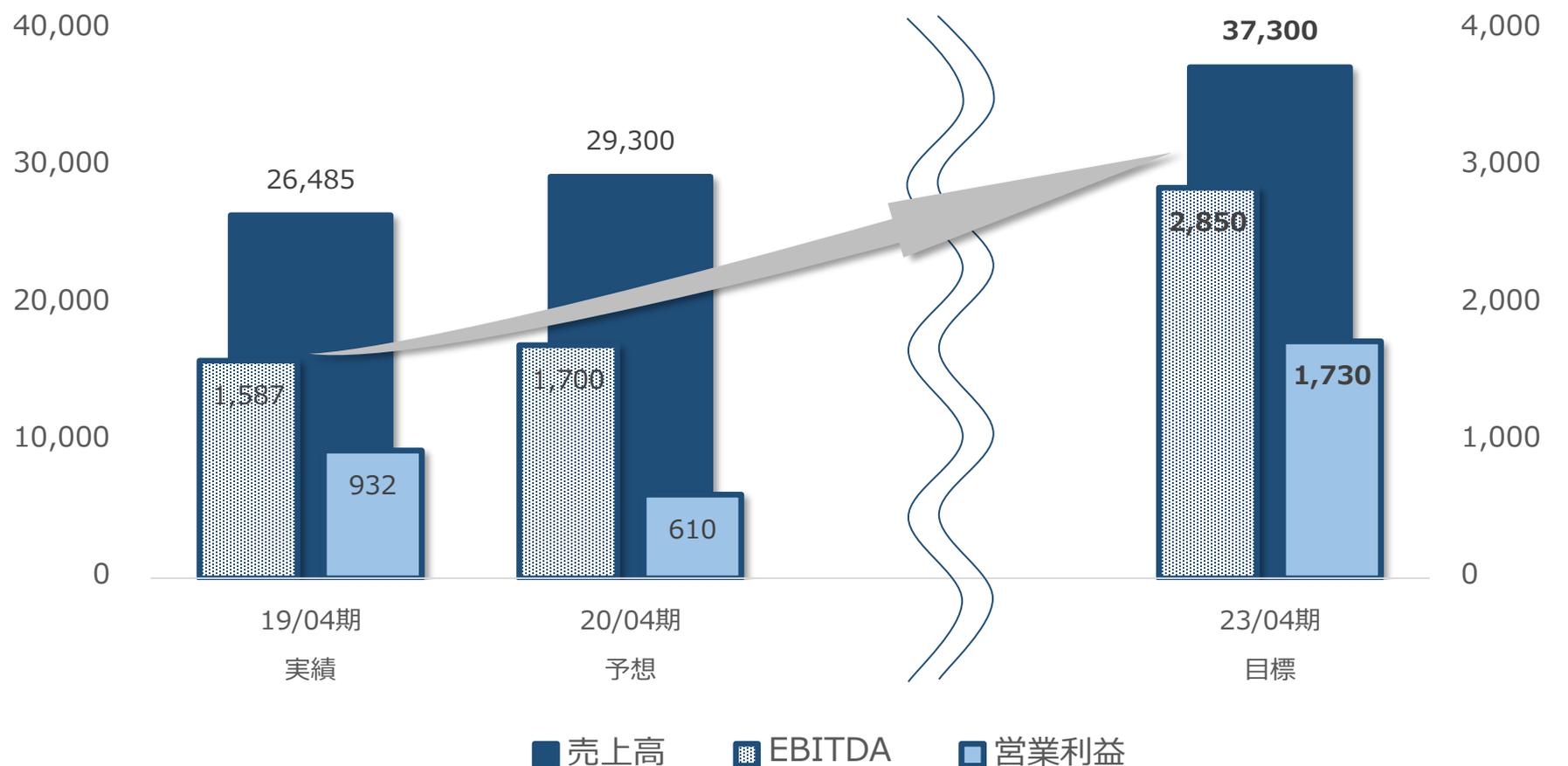
売上高	373.0億円
EBITDA	28.5億円
営業利益	17.3億円

中期経営計画（20/04期～23/04期）

定量目標

当中期経営計画期間を「更なる成長の地固めの期間」と位置づけ、総額60億円程度の事業成長投資により収益力の増強を計画

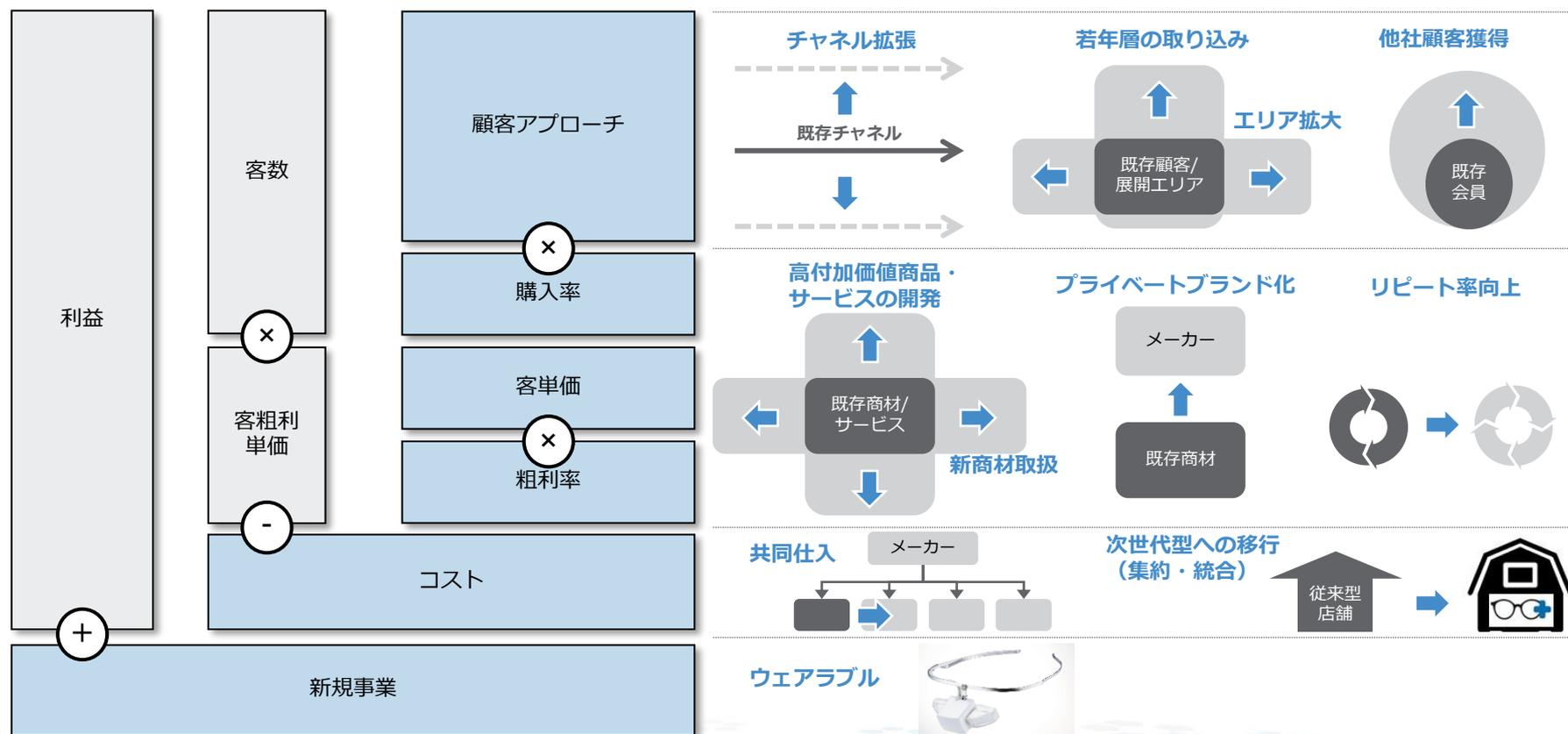
(単位：百万円)



※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 長期前払費用償却費 + 除去債務償却費用 + 株式報酬費用

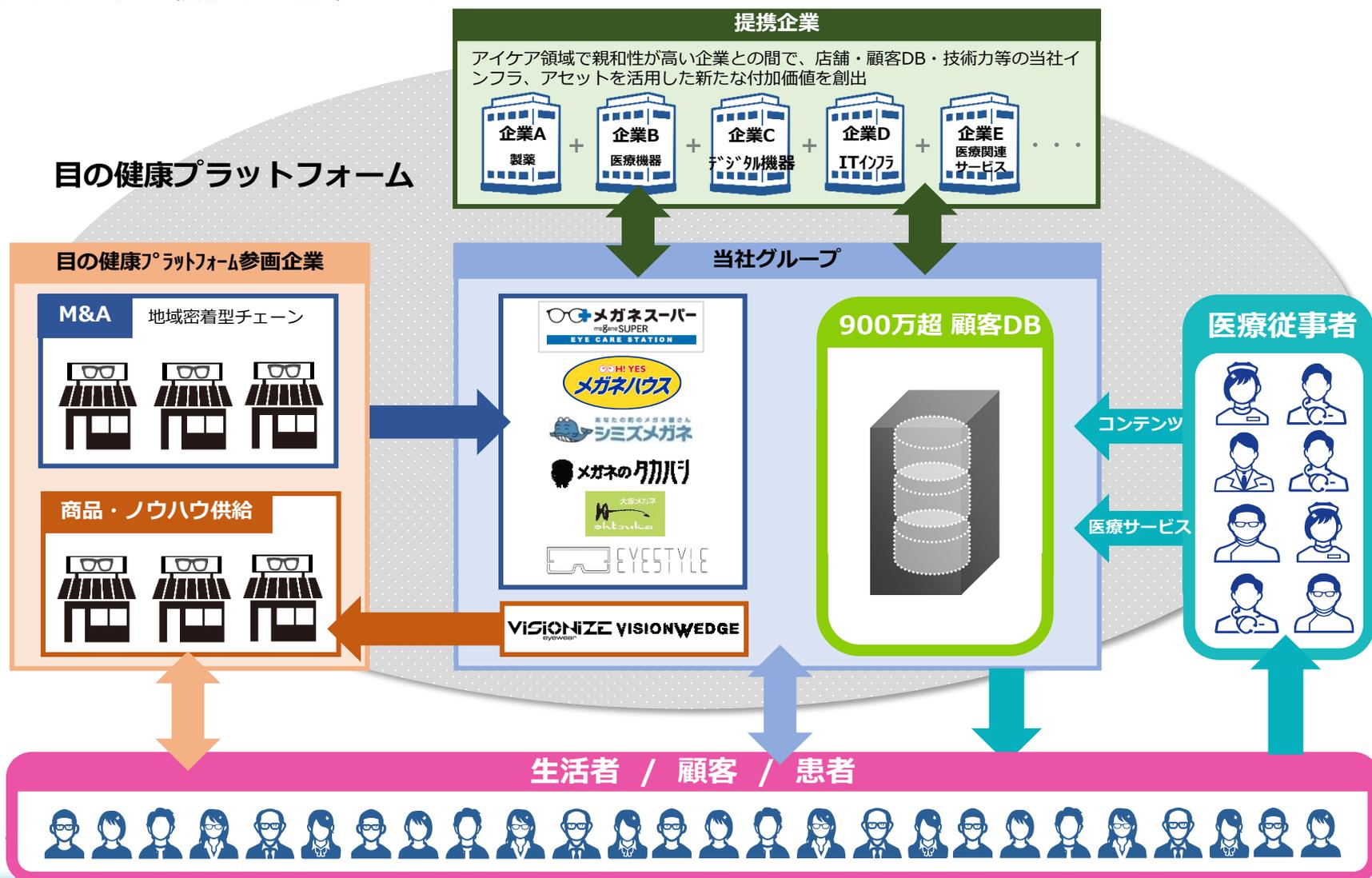
定性目標

- 次世代型店舗への移行
- 商圈に合わせた出店の継続
- 事業拡大を支える人材採用と教育の継続
- 目の健康プラットフォームを通じたM&Aの推進
- 新たな市場開拓を目指すウェアラブル端末事業の成長



当社が目指している方向性

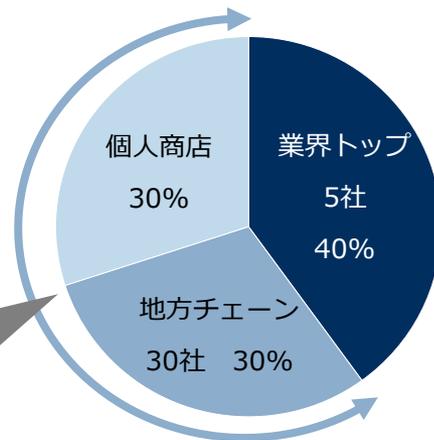
実店舗を中核に眼の健康寿命の延伸に繋がるアイケア商品・サービス提供に強みを有する当社グループのプラットフォームを通じて、新たなサービスモデルの構築を進め、アイケア商品・サービスの提供（眼鏡小売）に留まらない付加価値創出企業としての成長を目指します



中期経営計画（20/04期～23/04期） M&A（ロールアップ）の推進

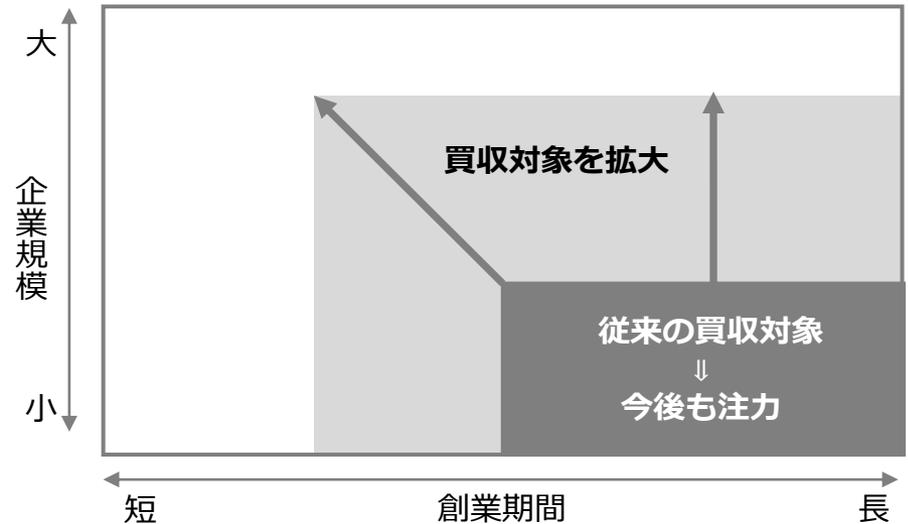
「目の健康プラットフォーム」を通じた同業のロールアップを進め、事業規模の拡大を図る。承継後はグループ間の事業シナジー追求により、収益力の増強を図る

<M&Aの対象>



地方チェーン、個人商店の比率が6割を占めており、事業環境の変化から、事業承継ニーズは増えていく可能性が高い

<M&Aのポテンシャル>



- ・ これまで培ったPMIのノウハウを活かしたM&Aによる事業ポートフォリオの拡充
- ・ 共同購買による仕入れコスト削減、眼科医ネットワークを活用したコンタクトレンズの販売
- ・ 目の健康プラットフォームの中で活躍する多様な人材の獲得と買収先企業への人材登用による成長機会の提供と事業拡大
- ・ 眼の健康寿命の延伸に繋がる商品・サービスの提供を通じた地域の生活者への貢献

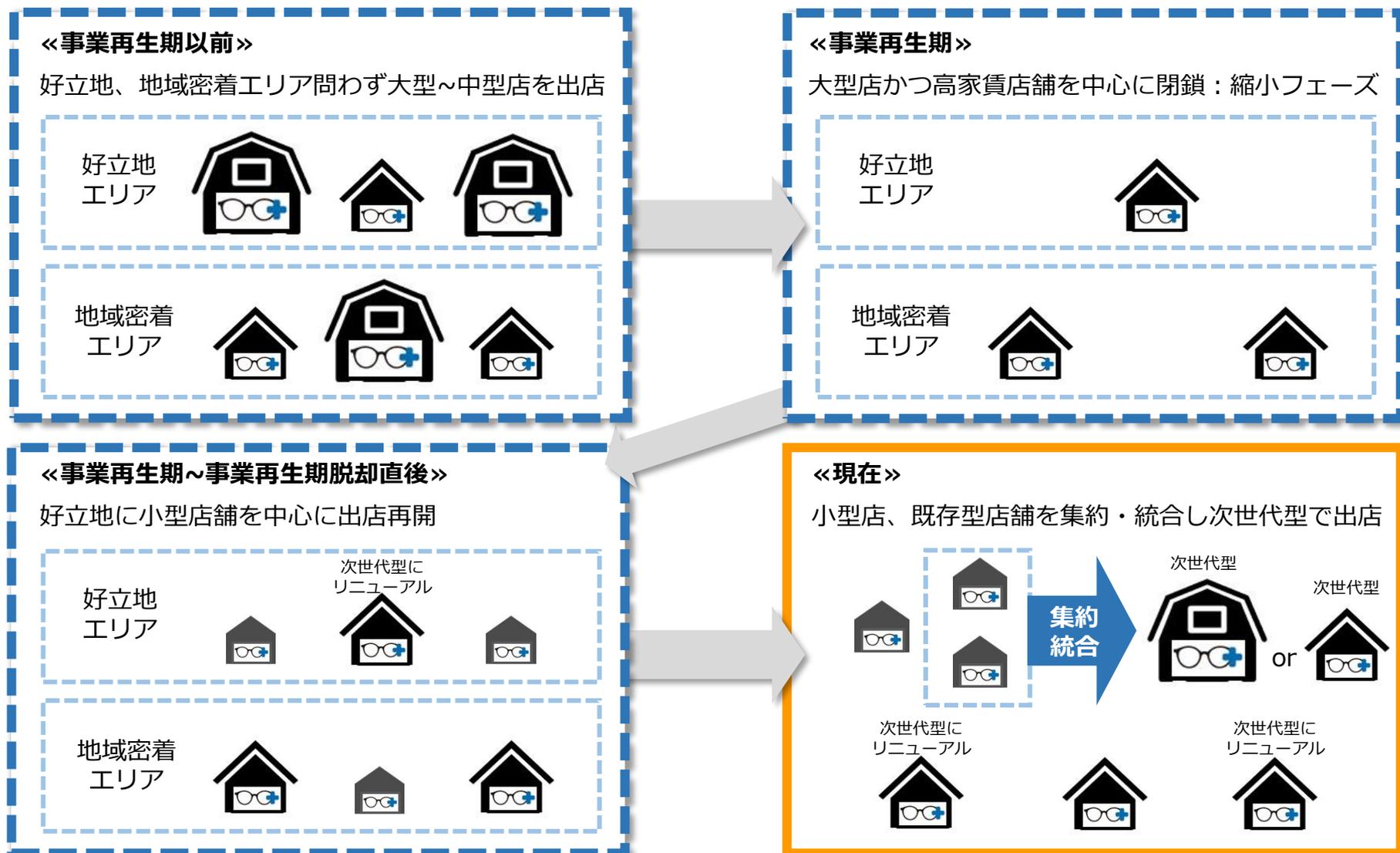
投資計画

中期経営計画最終年度の営業利益17.3億円、EBITDA28.5億円を実現するため、4力年で総額**60億円**の投資により、既存事業の活性化並びに収益力の増強を図る

投資対象	4力年 (累計) 予算
<p>新規出店 商圈にあわせた出店とともにアイケアとファッションを融合した新コンセプト店舗モデルを構築</p>	1 7 億円
<p>リニューアル 次世代型への移行、老朽化店舗の改装など</p>	1 9 億円
<p>検査機器等 サービス拡充を見据えた老朽化機器のリニューアルなど</p>	2 0 億円
<p>人材・システム投資 事業規模拡大、事業領域拡張に対応した人材の確保および基幹システムの刷新等のインフラ整備</p>	4 億円

店舗戦略

新店、リニューアルを通じて店舗の集約統合を図り、1店舗当たりの収益性を高める



メガネスーパー店舗の変遷

過去10年間で店舗のハード・ソフトの両面は大きく変遷

旧ロゴ(～2011年)



新ロゴ(～2013年)



最新ロゴ(～現在)



次世代型店舗(～現在)



商品

サービス

- ・海外ブランドのボリュームディスカウントによる安売り（「メガネのスーパーマーケット」）

- ・プライベートブランド比率2割
- ・一式価格（フレームオンリープライスの継続強化）

- ・プライベートブランド比率6割
- ・眼鏡レンズの完全有料化
- ・コンタクトレンズ、補聴器などの訴求強化

- ・インポートブランド常時40ブランド以上取り揃え
- ・コンタクトレンズ品揃え/在庫ともに地域最大クラスの展開

- ・特に目立ったサービスなし

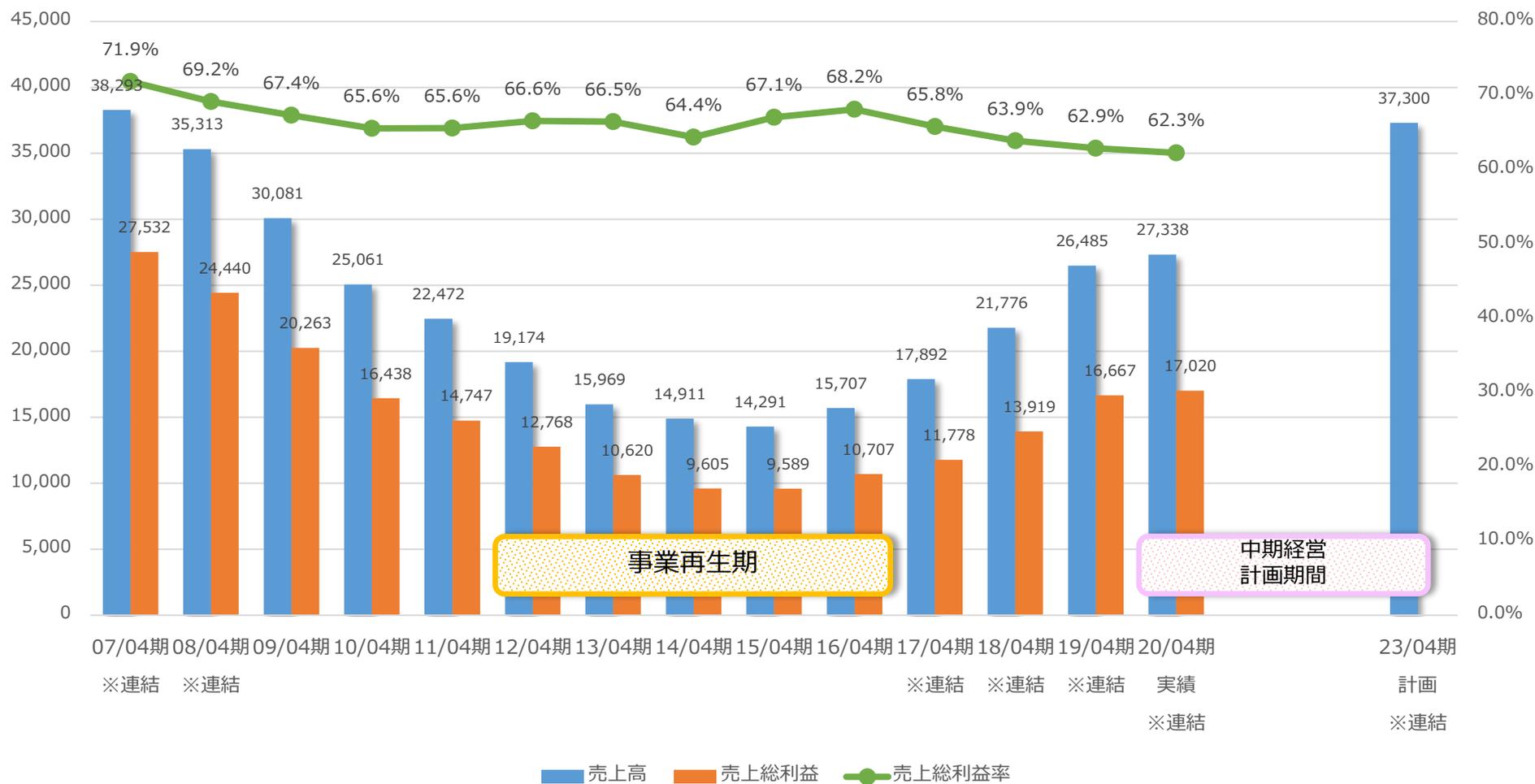
- ・トータルアイ検査導入
→眼年齢、眼体力、眼鏡力等
- ・HYPER保証

- ・トータルアイ検査の拡充
→世代別検査メニュー導入
- ・HYPER保証プレミアム
- ・コンタクト定期便
- ・他社購入メガネの調整
- ・サプリ、目薬等の販売等

- ・トータルアイ検査の更なる拡充
- ・夜間視力検査機器導入
- ・リラクゼーション展開
- ・5.1チャンネルサラウンドシステムを有した補聴器の「空間試聴体験」新規設置

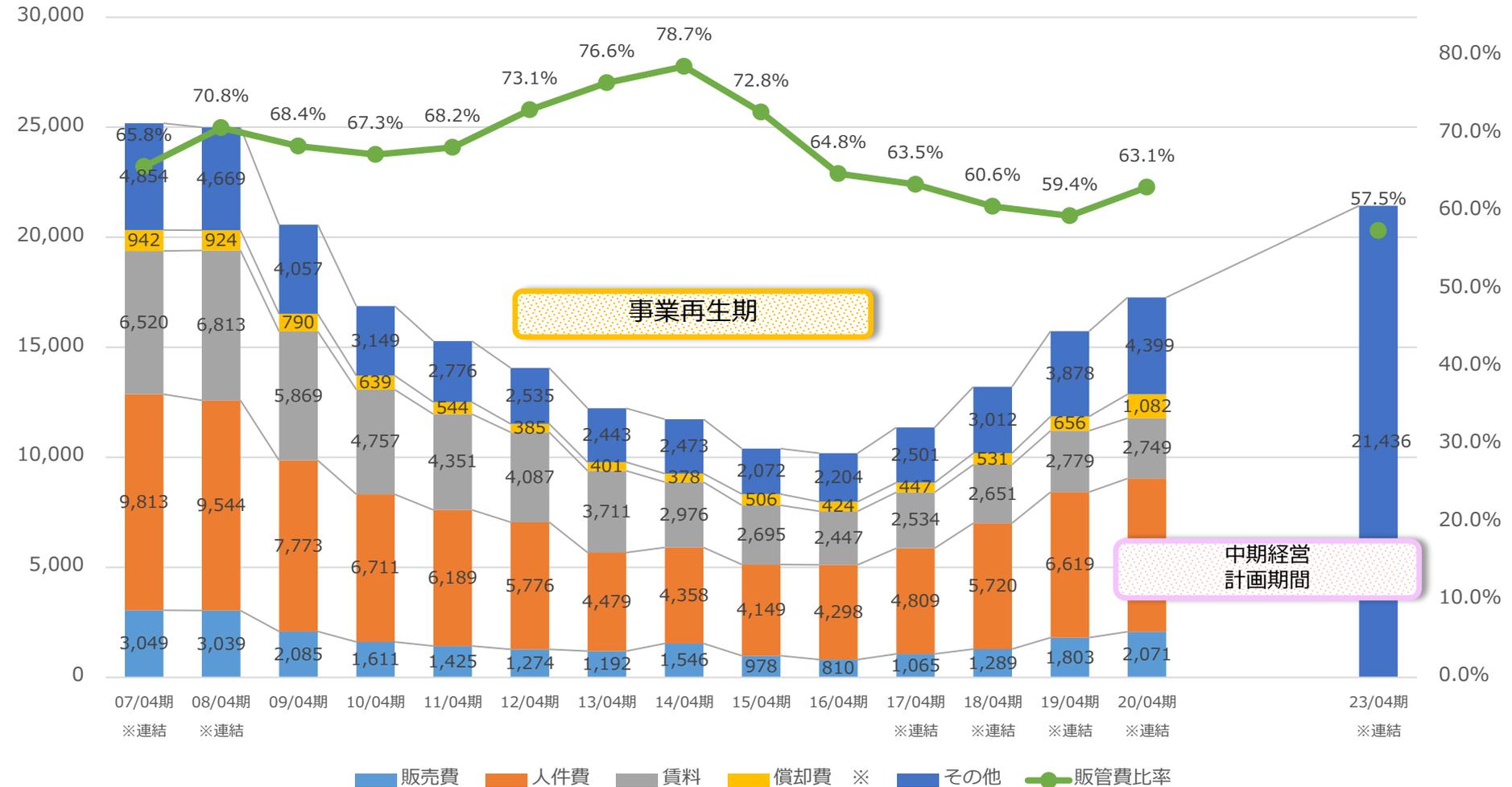
売上高 / 売上総利益 / 売上総利益率

(単位：百万円)



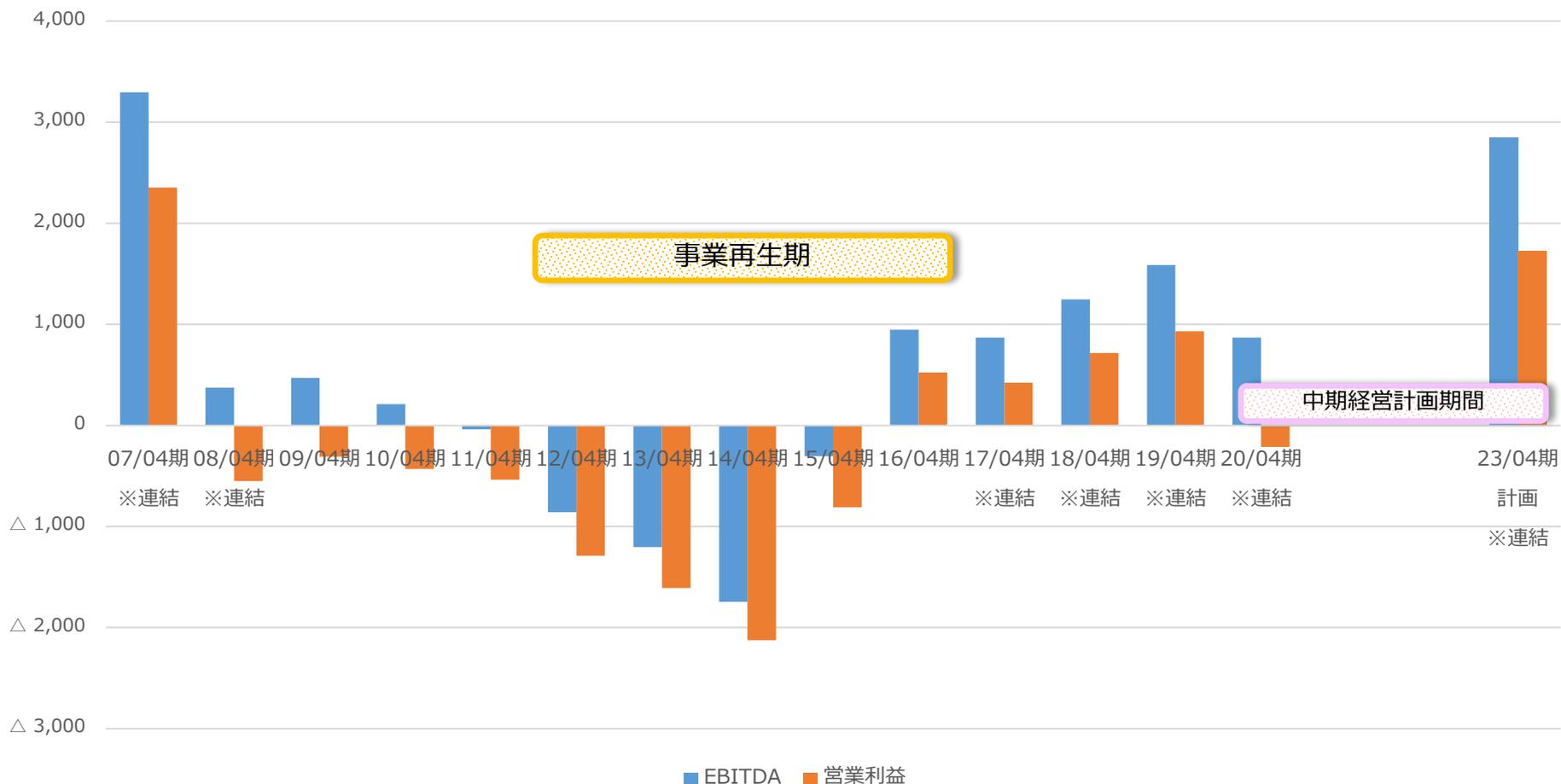
業績推移 販売費及び一般管理費

(単位：百万円)



EBITDA / 営業利益

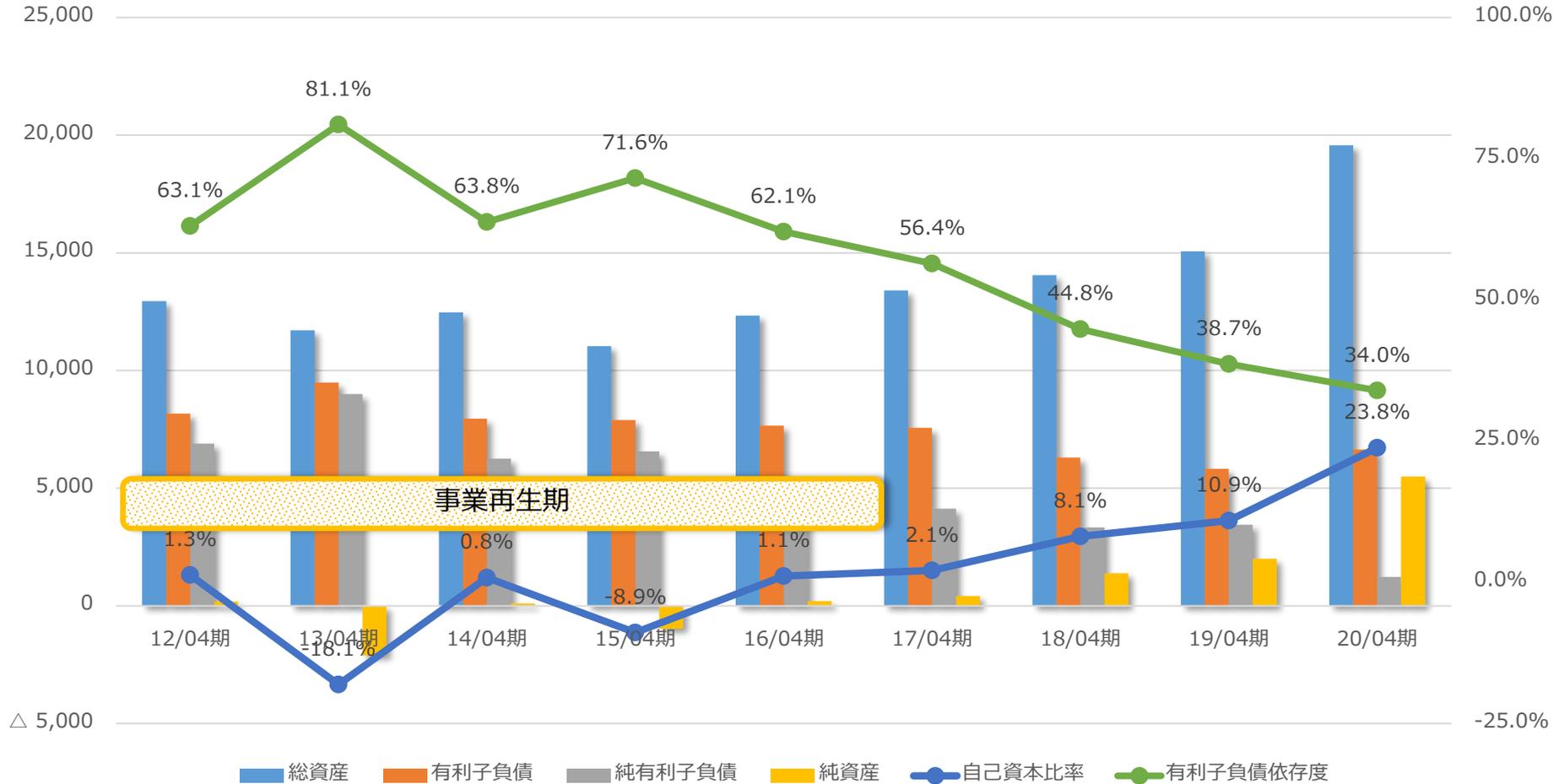
(単位：百万円)



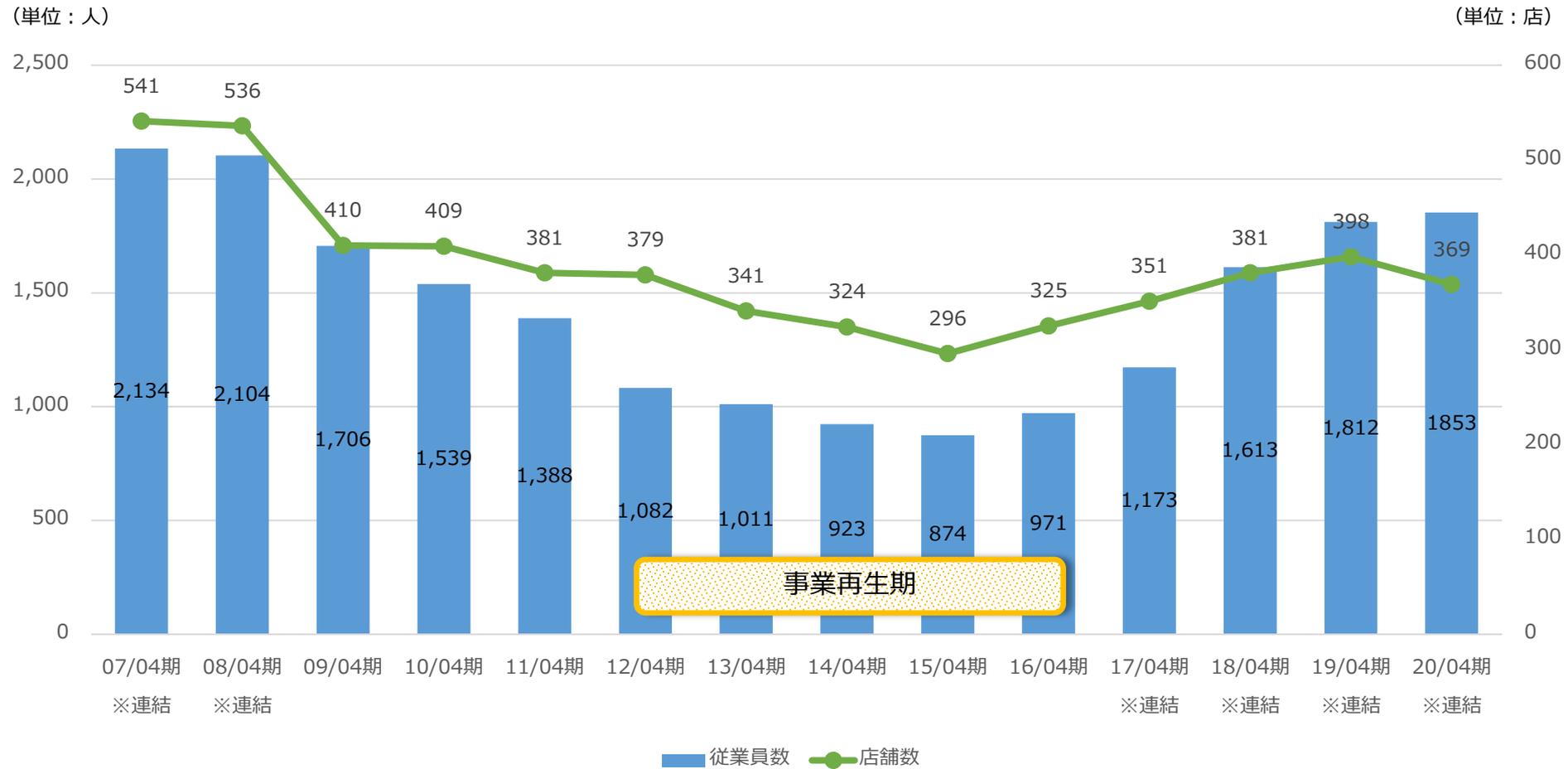
※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 長期前払費用償却費 + 除去債務償却費用 + 株式報酬費用

業績推移 財務バランス

(単位：百万円)



従業員数 / 店舗数の推移

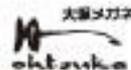
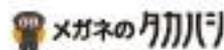
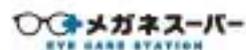


会社概要

会社名	株式会社ビジョナリーホールディングス (VISIONARYHOLDINGS CO.,LTD)		
証券市場	東証JASDAQ-S・9263		
本社所在地	東京都中央区日本橋堀留町一丁目9番11号 NEWS日本橋堀留町6階		
設立日	2017年11月1日		
資本金	98,752千円		
事業内容	メガネ、コンタクトレンズ及び付属品、補聴器の販売等、並びにこれら事業を営む会社の株式又は持分保有による当該会社の事業活動の支配・管理		
役員 (10月31日現在)	代表取締役社長	星崎	尚彦
	取締役	三井	規彰
	社外取締役	松本	大輔
	社外取締役	伊串	久美子
	社外取締役	富山	泰司
	取締役(常勤・監査等委員)	角田	浩一
	社外取締役(監査等委員)	加藤	真美
	社外取締役(監査等委員)	原口	純
グループ店舗数	332店舗(7月31日時点)		
グループ従業員数	1,816名(7月31日時点)		



VISIONARY HOLDINGS



本資料は当社が発行する有価証券の投資勧誘を目的として作成されたものではありません。

本資料に掲載されている事項は、資料作成時点における当社の見解であり、その情報の正確性及び完全性を保証または約束するものではありませんので、ご了承ください。

<https://www.visionaryholdings.co.jp/> Copyright(C) VISIONARY HOLDINGS CO.,LTD. All Rights Reserved.