

株式会社ビジョナリーホールディングス

2021年4月期 2Q決算説明資料

証券コード：9263 JASDAQ-S

2020年12月



VISIONARY HOLDINGS

株式会社ビジョナリーホールディングス

目次

21/04期 2Q連結決算概要	P.3
セグメント別概要	P.20
小売事業	P.21
卸売事業	P.40
E C事業	P.42
その他事業	P.44
Appendix	P.46

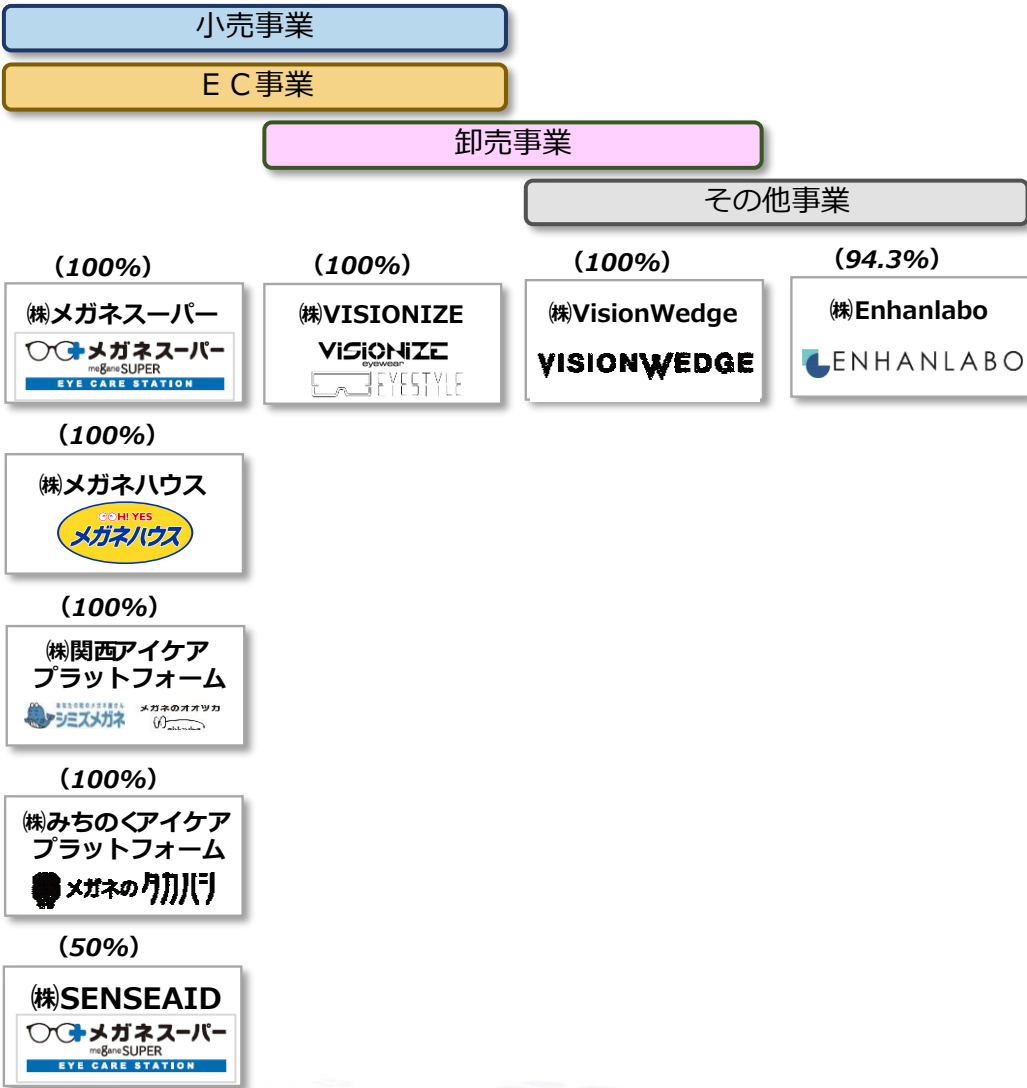
21/04期 2Q連結決算概要

(2020年5月1日～2020年10月31日)

当社グループの事業内容（2020年10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

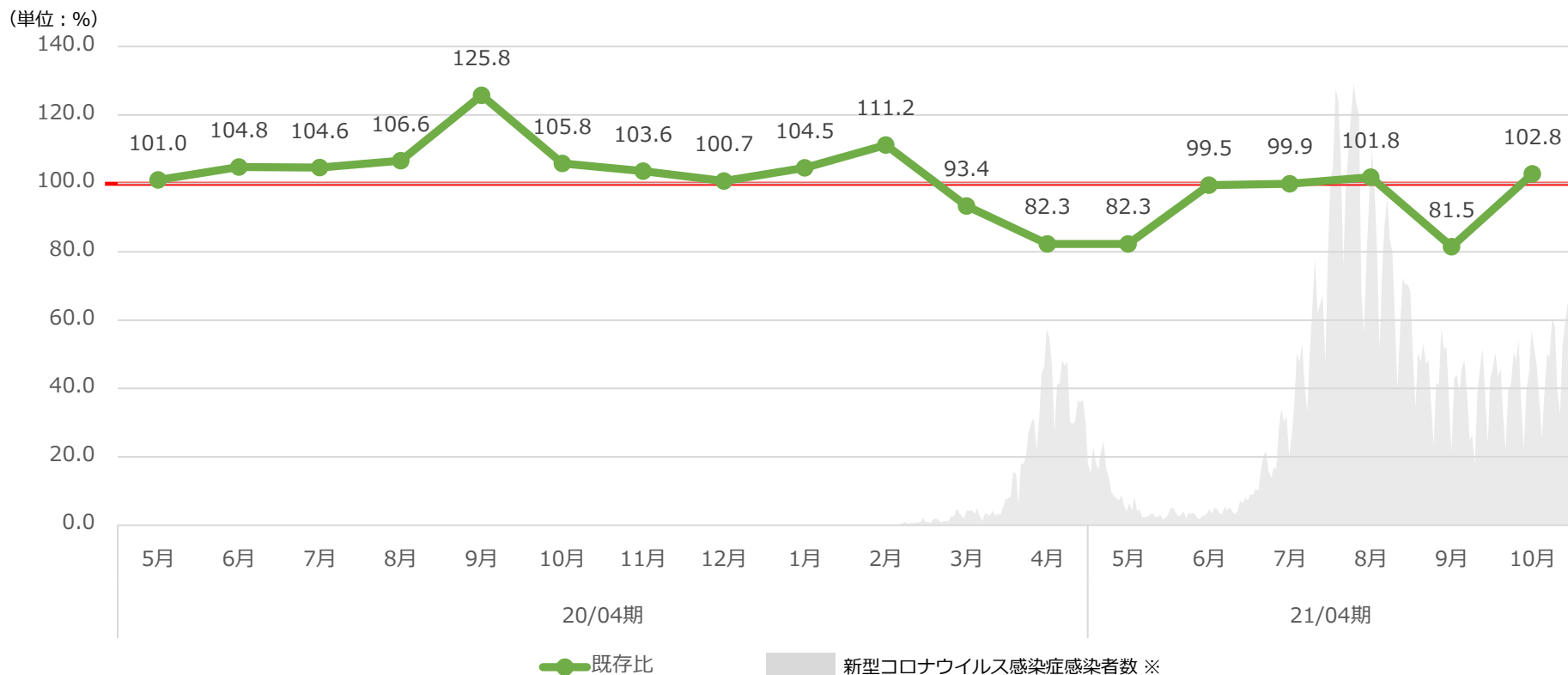
(株)ビジョナリーホールディングス

新型コロナウイルス感染症拡大による2Q業績への影響：既存比

緊急事態宣言解除後の6月以降、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下回るなど、引き続き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

既存店前年比推移

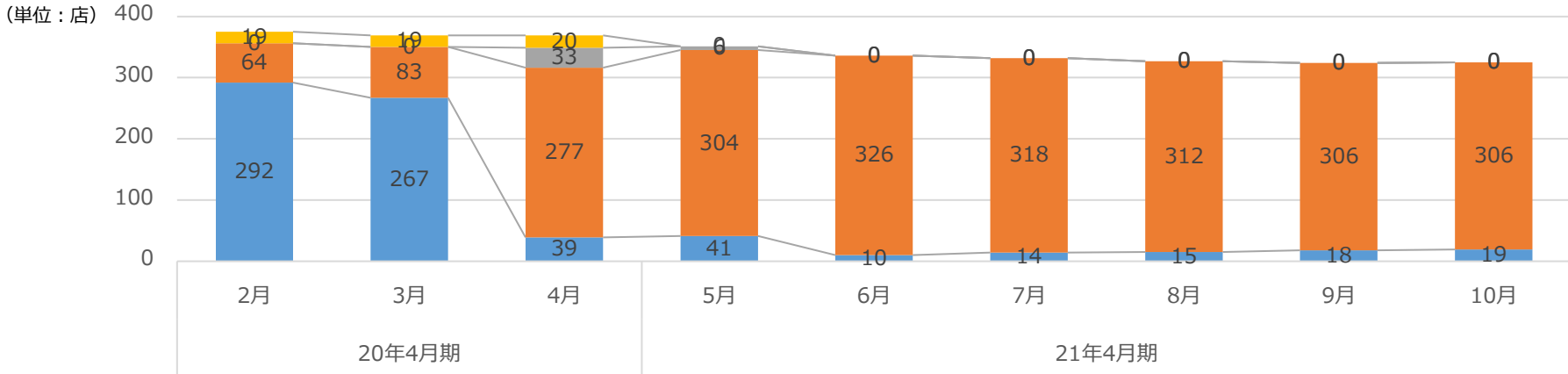


※出所：厚生労働省HPのデータより当社にて作成

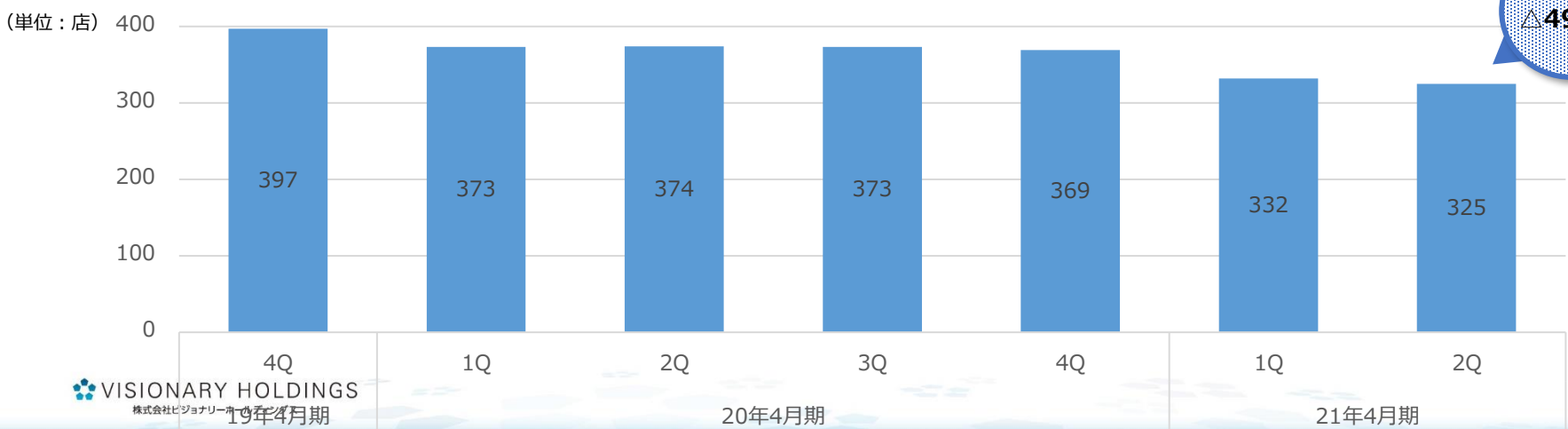
新型コロナウイルス感染症拡大による2Q業績への影響：店舗の営業状況

緊急事態宣言の解除以降も時短営業を継続。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。1店舗あたりの収益性の増強を図るため5月以降、店舗の退店・集約統合を進める

2～10月の店舗営業の状況



店舗数推移



21/04期 2Q決算ハイライト

	20/04期 2Q	21/04期 2Q	前年2Q比	トピックス
売上高	14,335	13,163	↓ 8.2%減	中核の小売事業における店舗の集約統合により、前年2Q比49店舗減
営業利益	121	471	↑ 350百万円増	減収するも販管費の抑制効果により、大幅な増益を達成
E B I T D A	673	938	↑ 265百万円増	
経常利益	61	643	↑ 582百万円増	雇用調整助成金の受給（151百万円）もあり、経常利益以下各段階利益は大幅な増益を達成
親会社株主に帰属する四半期利益	17	383	↑ 365百万円増	

2Q業績予想の修正

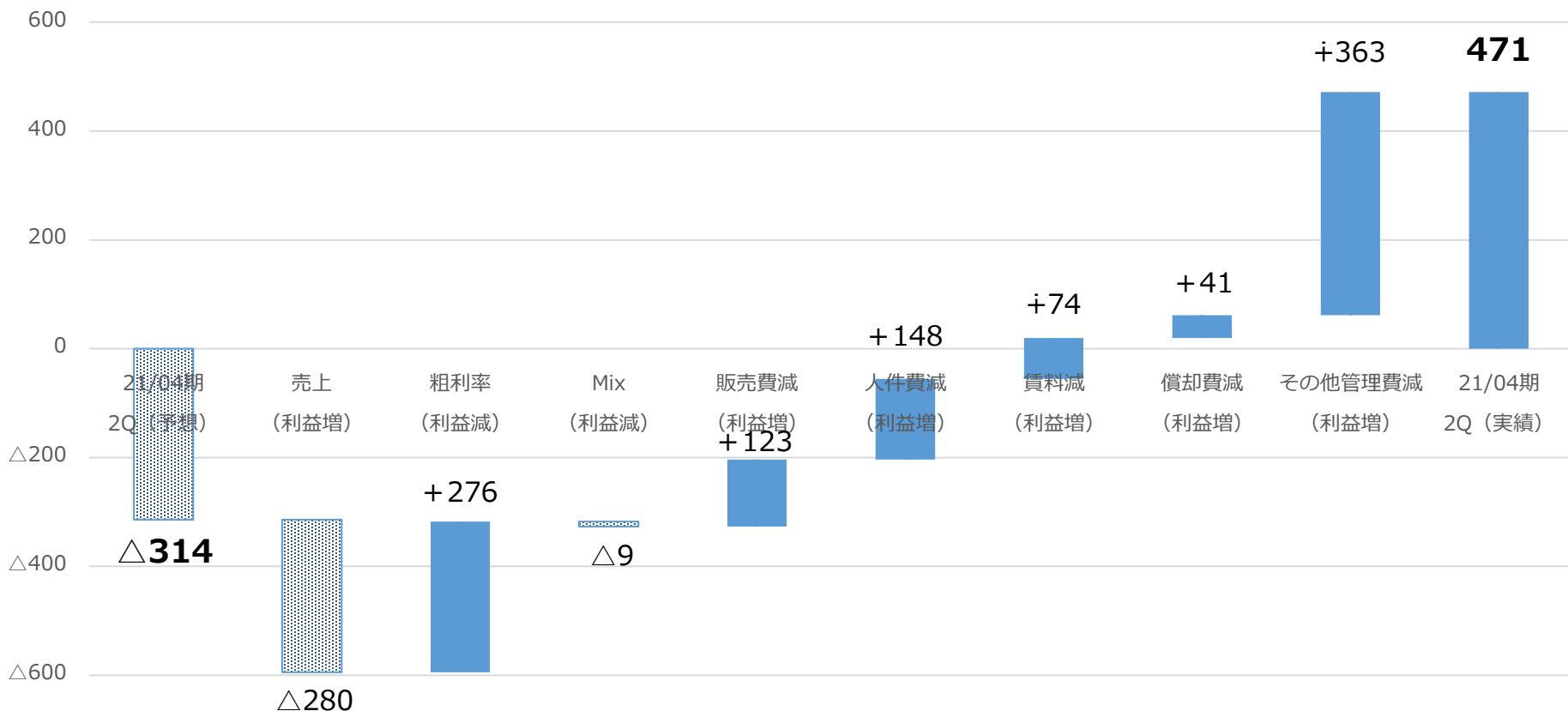
	前回発表予想 (百万円) ※20年8月17日公表	今回修正予想 (百万円) ※20年12月14日公表	増減額 (百万円)	増減率 (%)	トピックス
売上高	13,614	13,163	↓ △450	△3.3	前回発表予想の水準で進捗するも若干の未達
営業利益	△314	471	↑ 785	381.5	減収するも販管費の抑制効果により大幅な増益を達成
E B I T D A	195	938	↑ 743	-	
経常利益	△357	643	↑ 1,000	-	雇用調整助成金の受給（151百万円）もあり、経常利益以下各段階利益は大幅な増益を達成
親会社株主に帰属する四半期利益	△465	383	↑ 848	-	
一株当たり 四半期純利益 (円 銭)	△12.72	10.48			

通期の業績予想は、新型コロナウイルス感染症の再拡大の影響が不透明であり、当社を取り巻く事業環境への影響を合理的に算定することは困難であるため、現時点では前回発表予想数値を据え置くことといたします。ただし、今後の経営環境や業績動向を踏まえ、業績予想を見直す必要が生じた場合には、速やかに公表いたします。

2Q業績予想 営業利益の増減分析

売上高が若干未達となるも、粗利率の改善、時短営業継続による人件費削減、社員の移動の制限や不要不急のコスト抑制等の効果により、大幅な増益を達成。営業利益は予想比785百万円増の471百万円

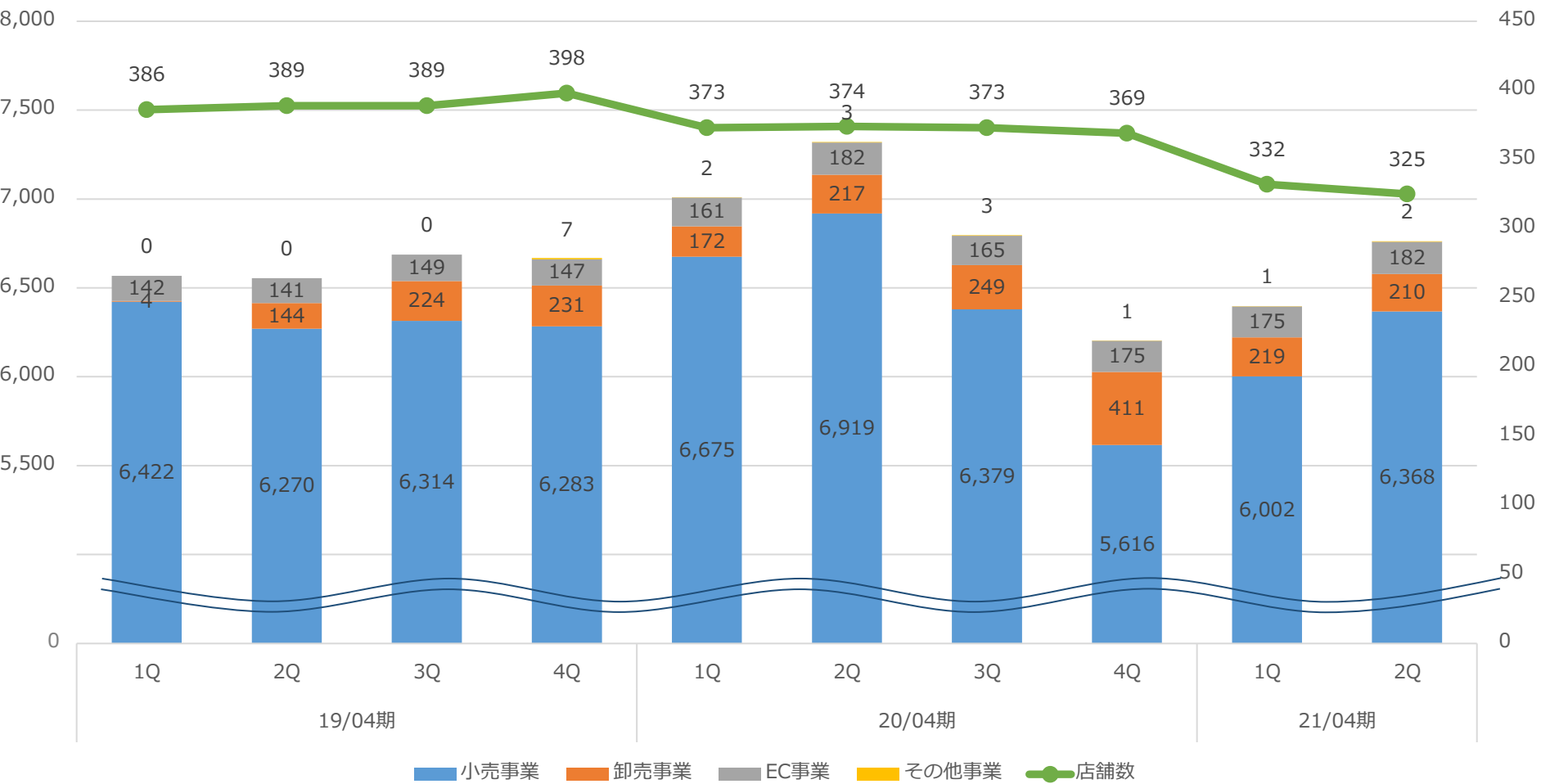
(単位：百万円)



売上高（四半期推移）

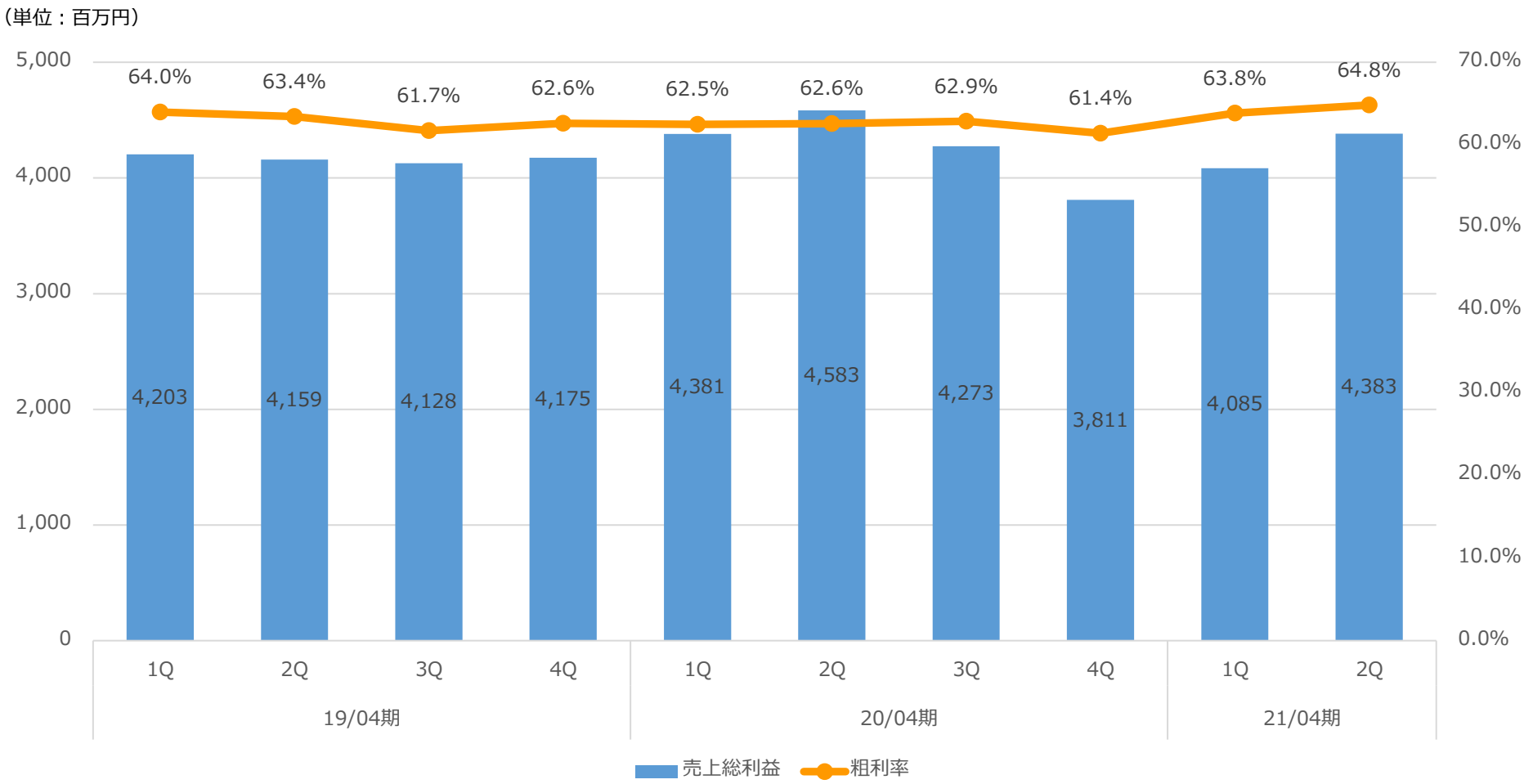
小売事業は前年2Q比8.0%減、卸売事業が3.2%減となる等、売上高は前年2Q比7.6%減の6,763百万円（前年2Q比△559百万円）

（単位：百万円）



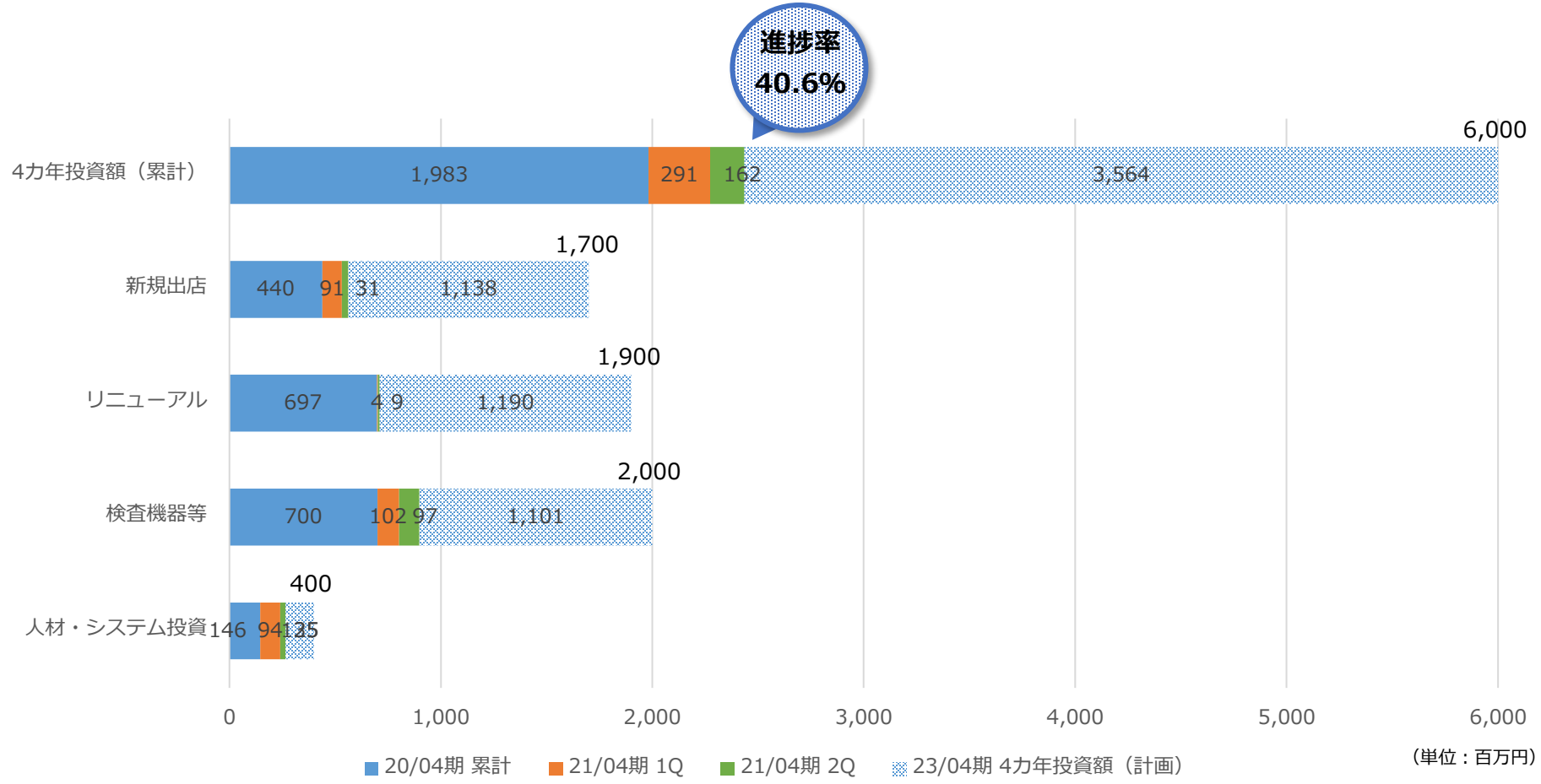
売上総利益（四半期推移）

売上総利益は前年2Q比4.1%減の4,383百万円となる一方、売上総利益率は2.2pt改善し64.8%



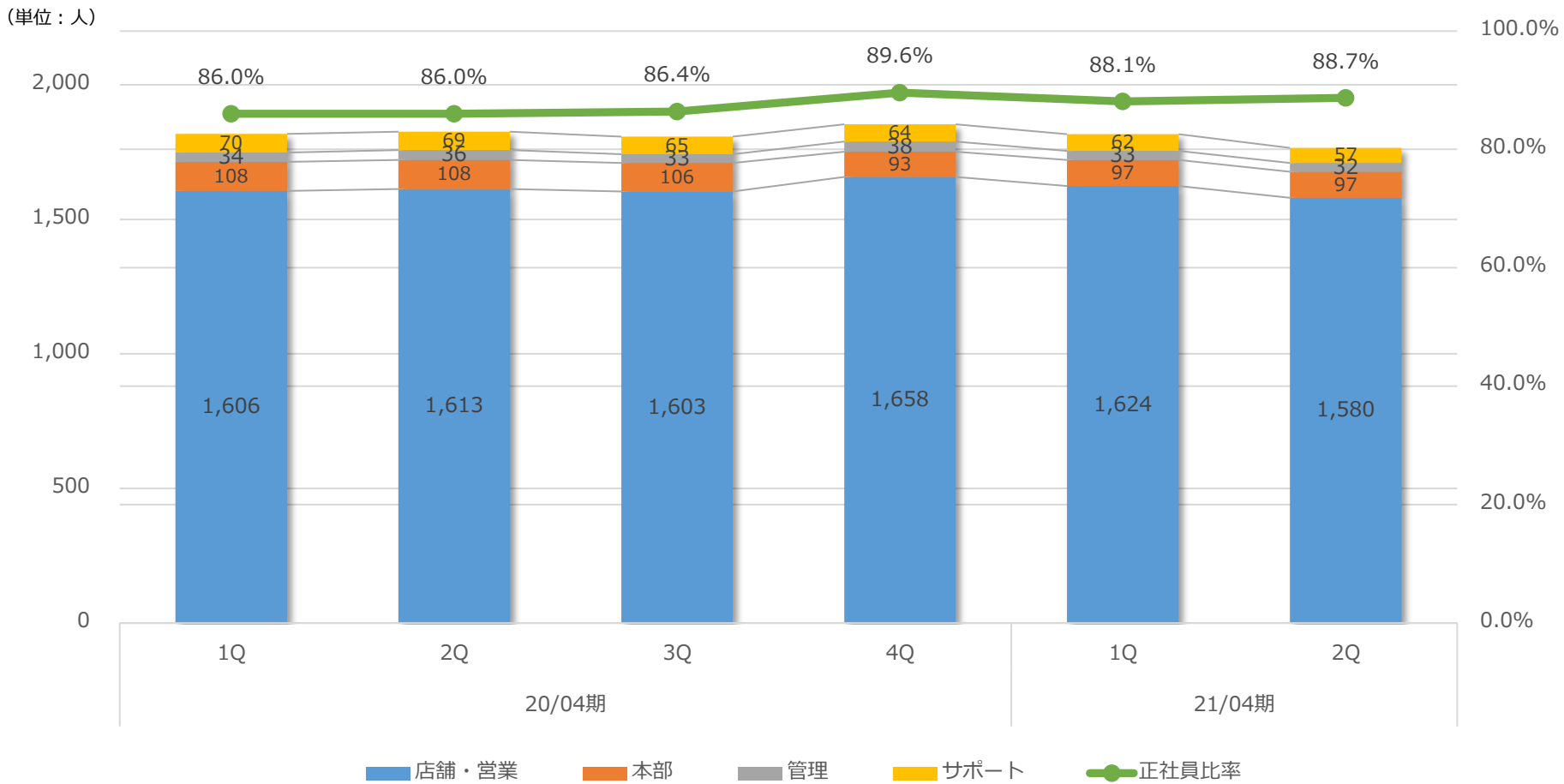
投資の進捗

“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2Q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。2Qまでの投資進捗率は40.6%に



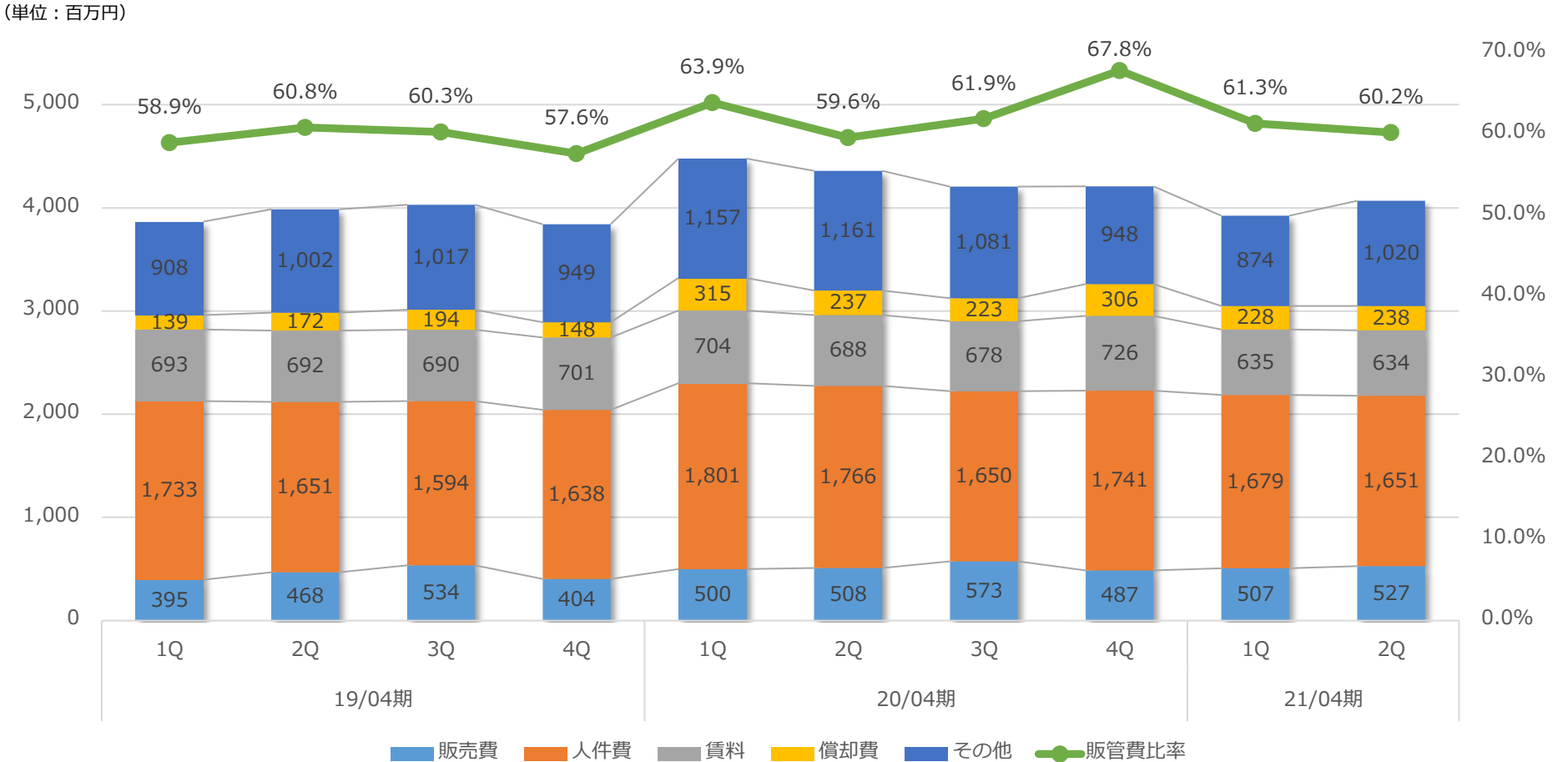
従業員数（四半期推移）

従業員数は前期末比△87名、前年2Q末比△60名の1,766名



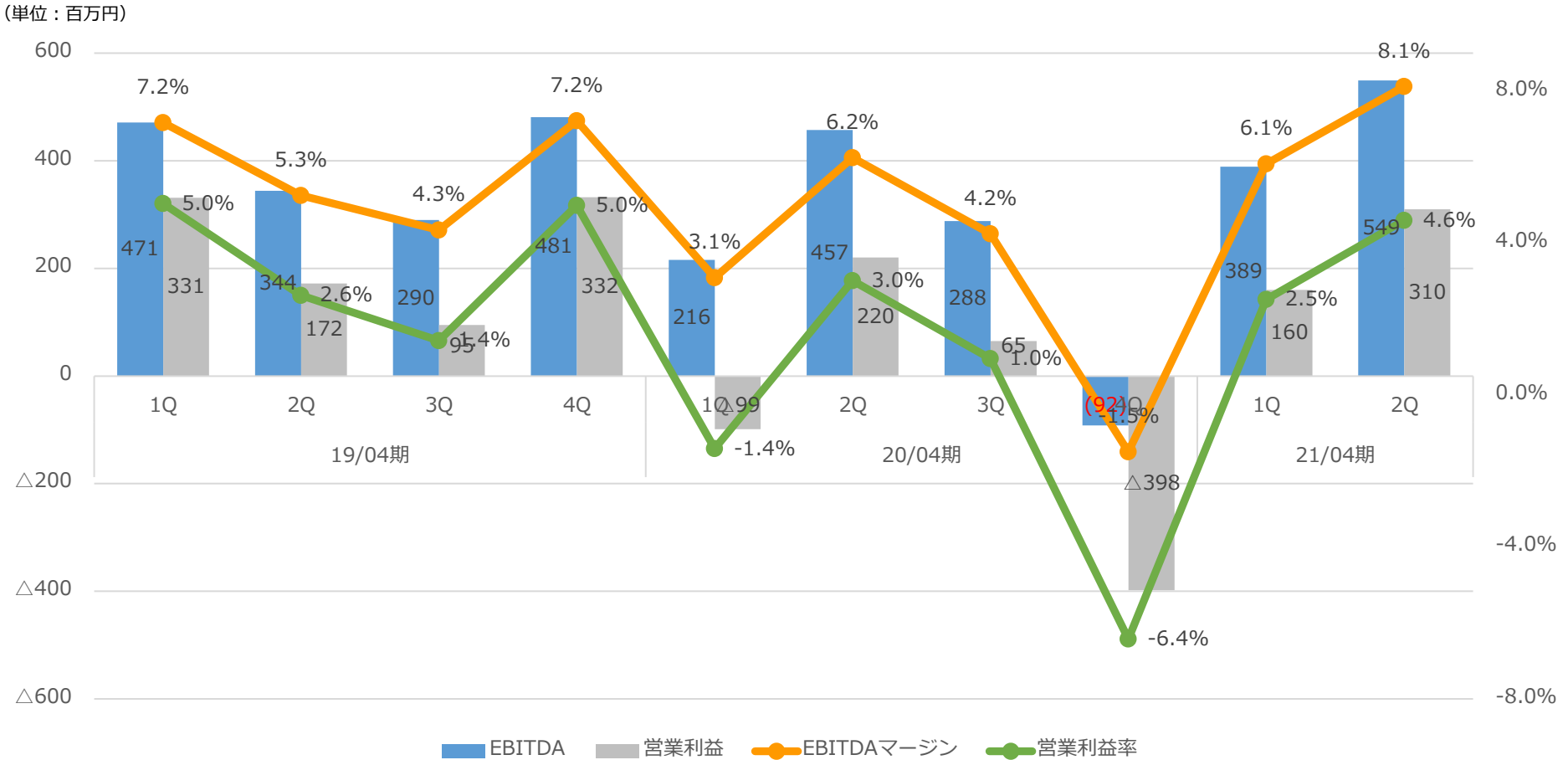
販売費及び一般管理費（四半期推移）

コロナ禍に対応した販管費の削減を図り（賃料削減、時短営業継続による人件費削減や不要不急のコスト抑制等）、販管費は前年2Q比 6.6%減の4,072百万円、販管費比率は前年2Q比0.6pt改善し60.2%



EBITDA / 営業利益 (四半期推移)

小売事業における店舗数減による減収も、費用を吸収し増益を達成。 EBITDAは前年2Q比20.1%増、EBITDAマージンは1.9pt改善、営業利益は前年2Q比40.9%増、営業利益率は1.6pt改善

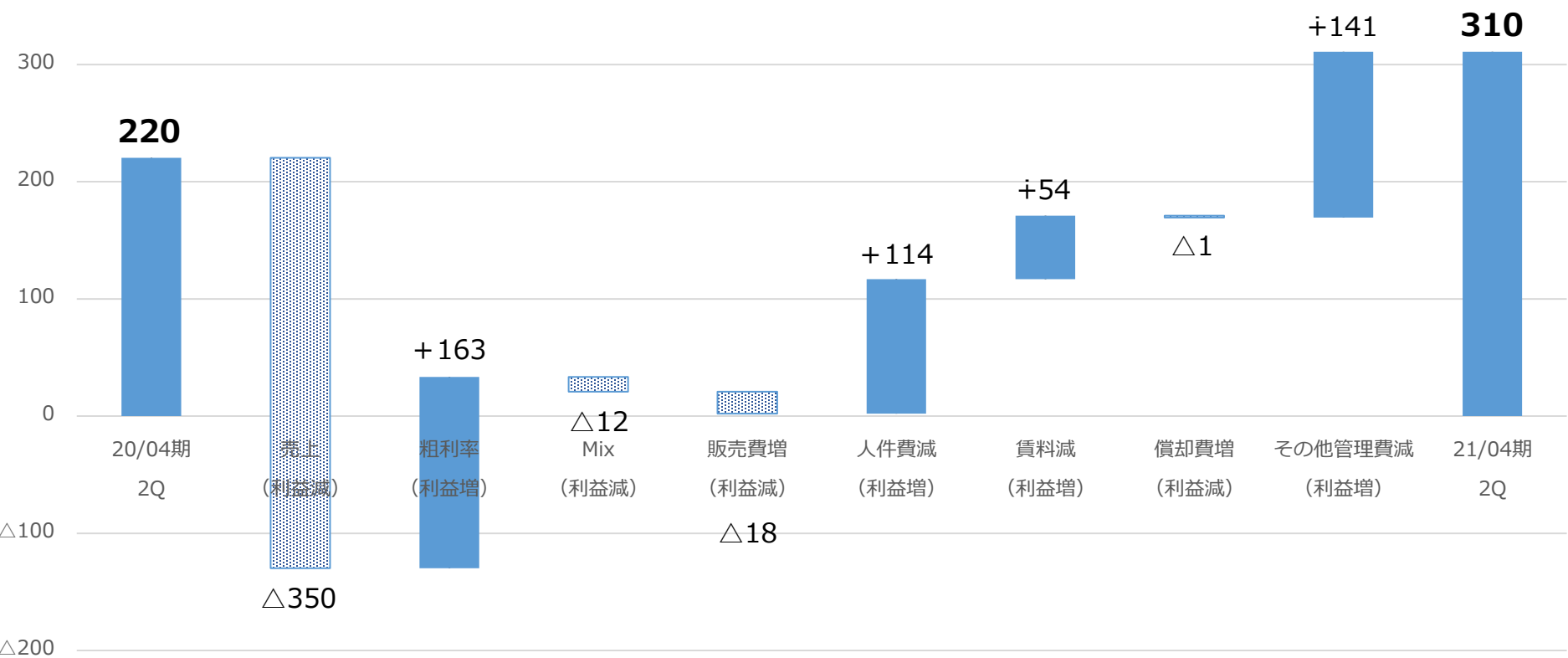


※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 長期前払費用償却費 + 除去債務償却費用 + のれん償却費 + 株式報酬費用

2Q営業利益の増減分析

小売事業における店舗数減に伴う大幅な減収も、粗利率の改善、時短営業の継続による人件費削減、賃料削減や外注費の削減等の効果により、営業利益は前年2Q比 90百万円増

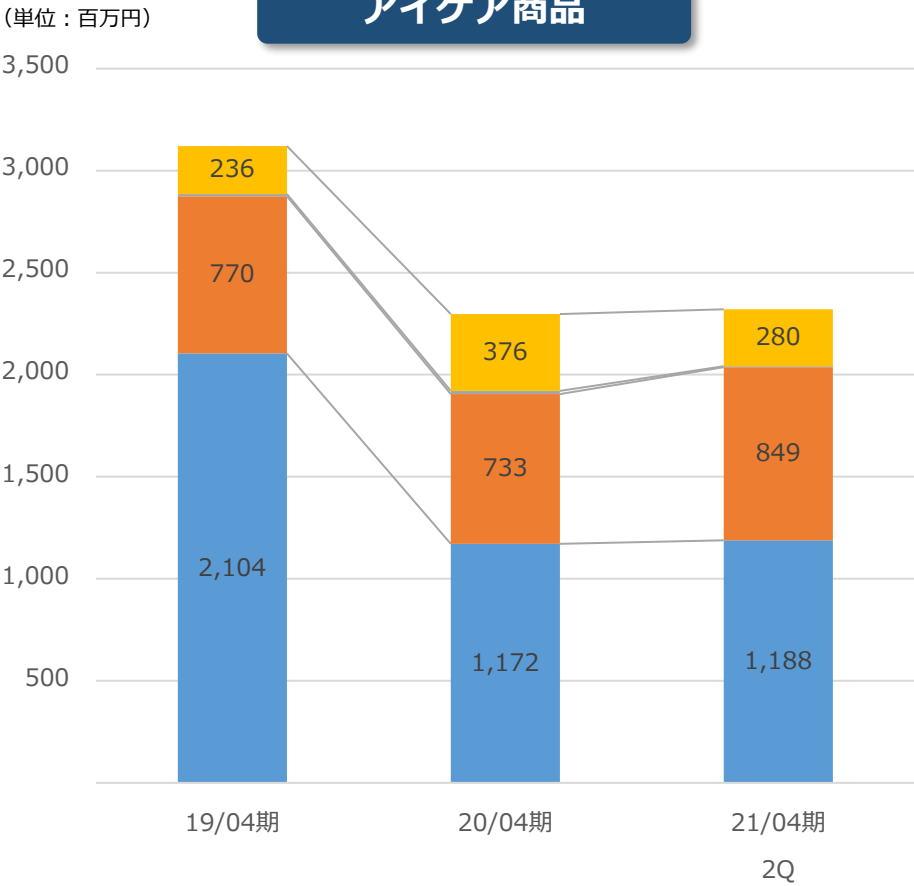
(単位：百万円)
400



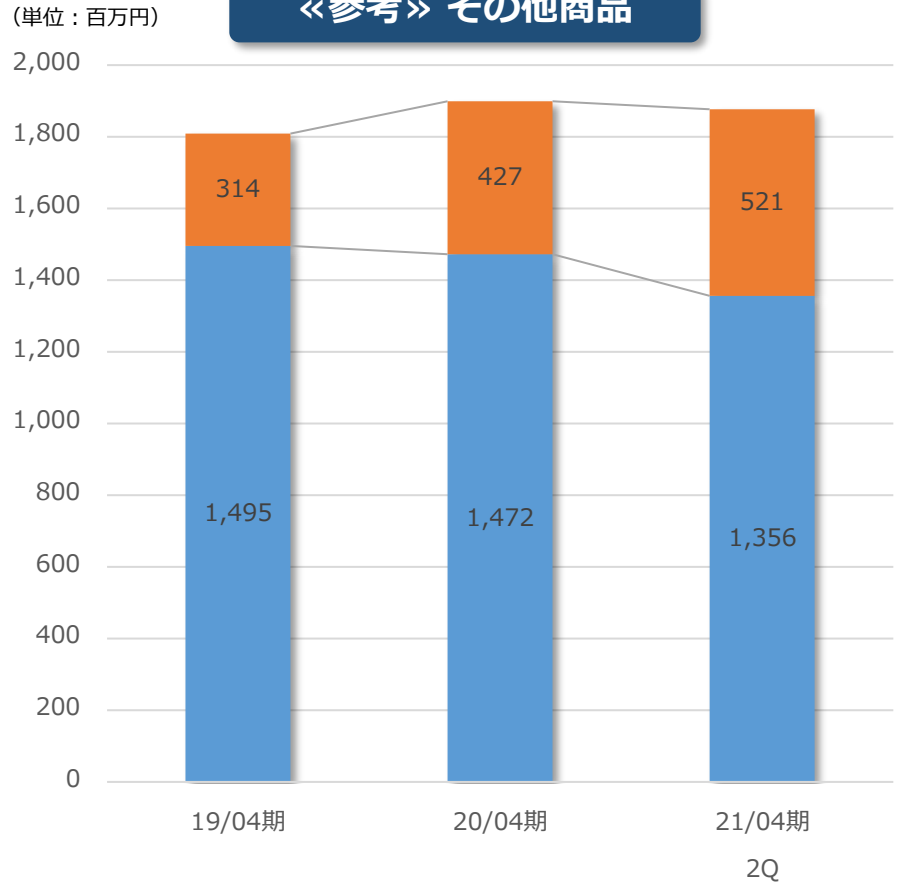
アイケア商品の充実

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を図る

アイケア商品



「参考」 その他商品



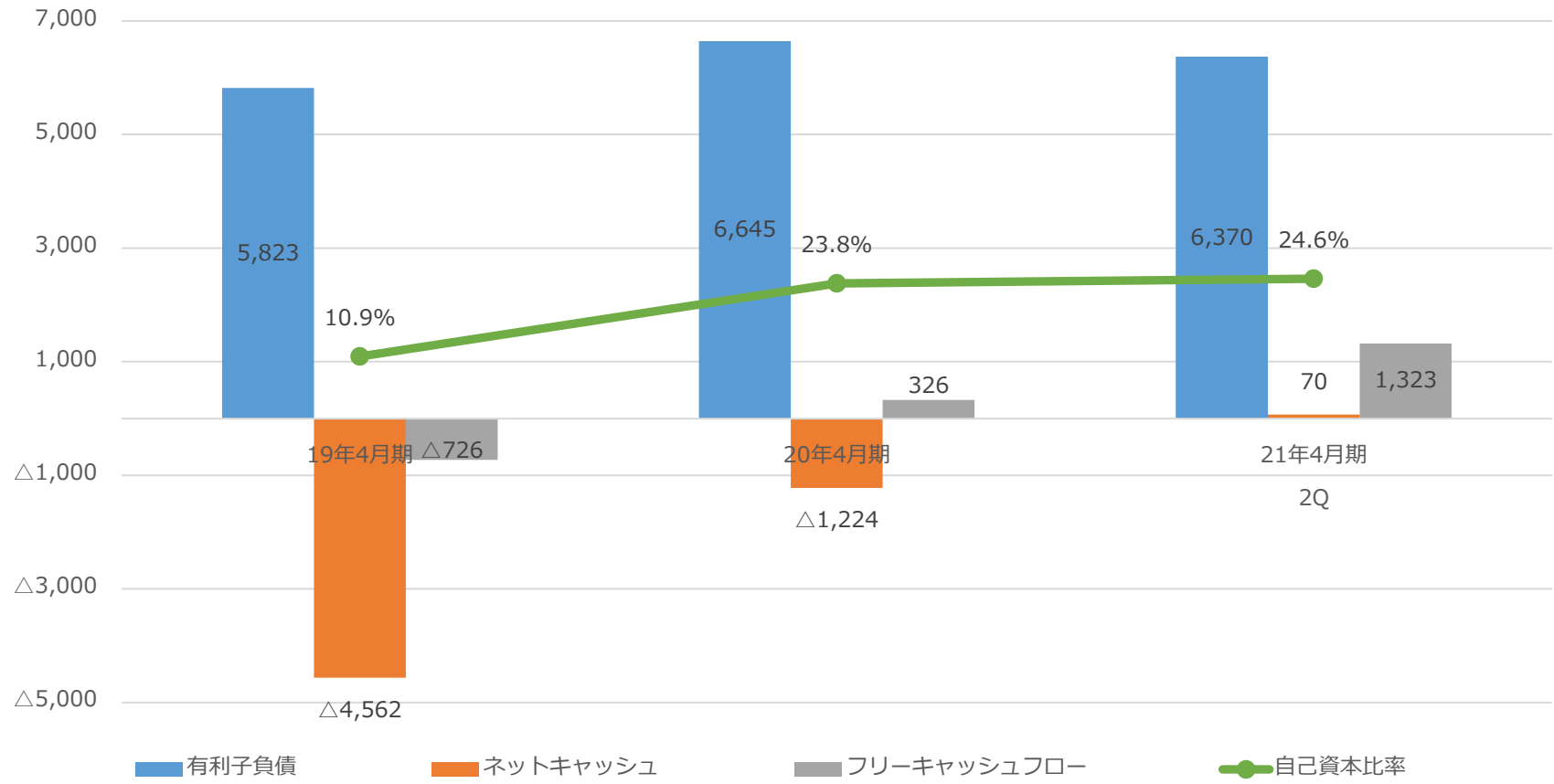
■ 既存店 ■ 新店・次世代型移行店 ■ EC ■ 物流センター

■ コンタクトレンズ ■ 卸売事業

自己資本比率 / キャッシュ・フローの推移

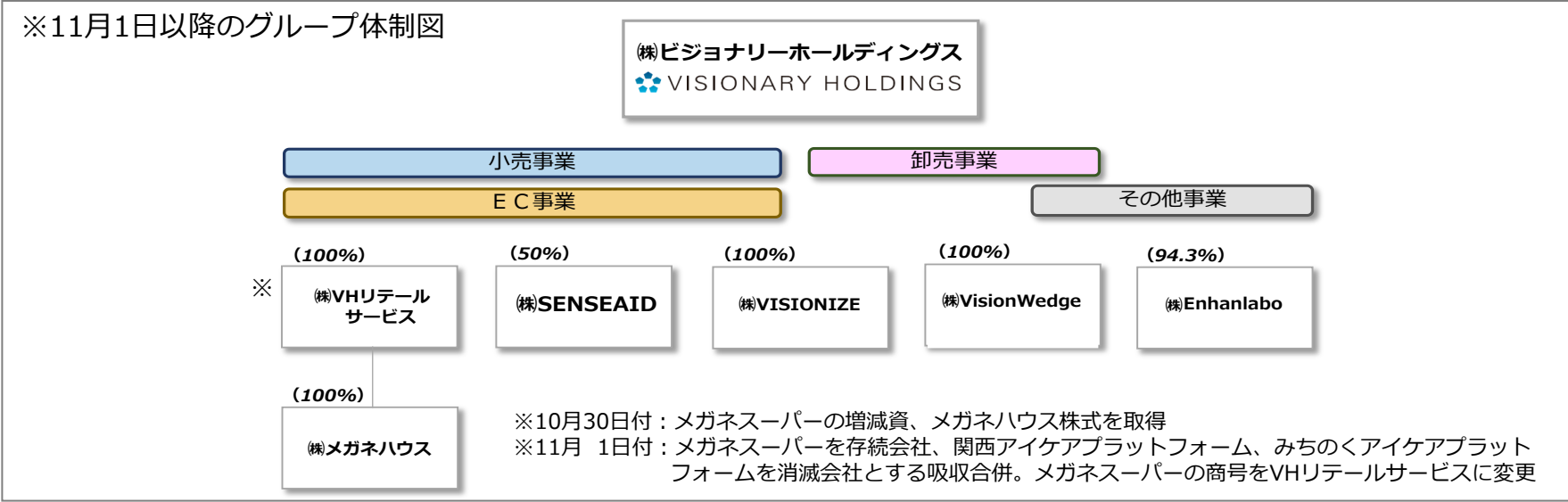
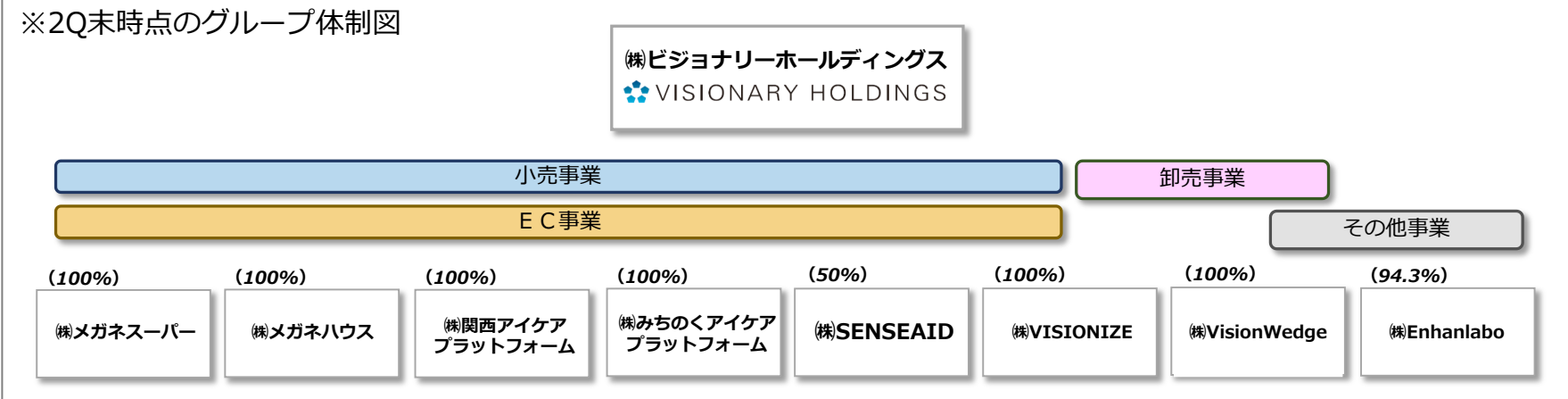
有利子負債は前期末比4.1%減となる一方、現預金の増加に伴い、ネットキャッシュはプラスに転じる。自己資本比率も0.8pt改善し24.6%に

(単位：百万円)



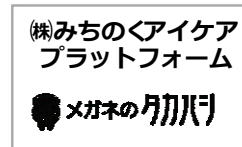
小売事業の再編

11月1日に、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

視力だけではなく、生活環境や眼の調節力も考慮した検査



裸眼視力や現在の眼の状態を確認

眼体力検査

ピントを合わせる「調節力」を確認

眼年齢検査

生活環境に応じた「視距離」ごとの見え方を確認

眼環境検査

使用しているメガネを最適な状態に調整

眼鏡力検査

アイケアソリューションシステム導入

従来より25倍精密な視力検査で自分に合った疲れにくい快適なメガネをお作りします。



視力検査照明システム

パナソニックの「調光・調色」と連動し、メガネ使用時の光環境を再現。5つのシーンに応じた高度な視力検査が可能です。



アウトドアモード
雨天モード

アイケアリラクゼーション

見るナ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、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

お子さま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

スーパークリーニング



かけ具合の調整



完全分解洗浄



修理・部品交換

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

お家でコンシェルジュ

眼や耳、商品に熟知したベシャリストがお電話等でお悩みを解決。また遠隔でも精度の高い視力検査が可能な「リモート視力検査システム」を導入。



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・補聴器の処方

メガネ・補聴器のメンテナンス

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。お客様のベースに合わせてお届け日を設定・変更や、度数や種類などいつでも変更できます。



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



シニア運転者の更新時に義務づけられる夜間視力検査も対応。度も存もよく見えるメガネをお作りします。

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

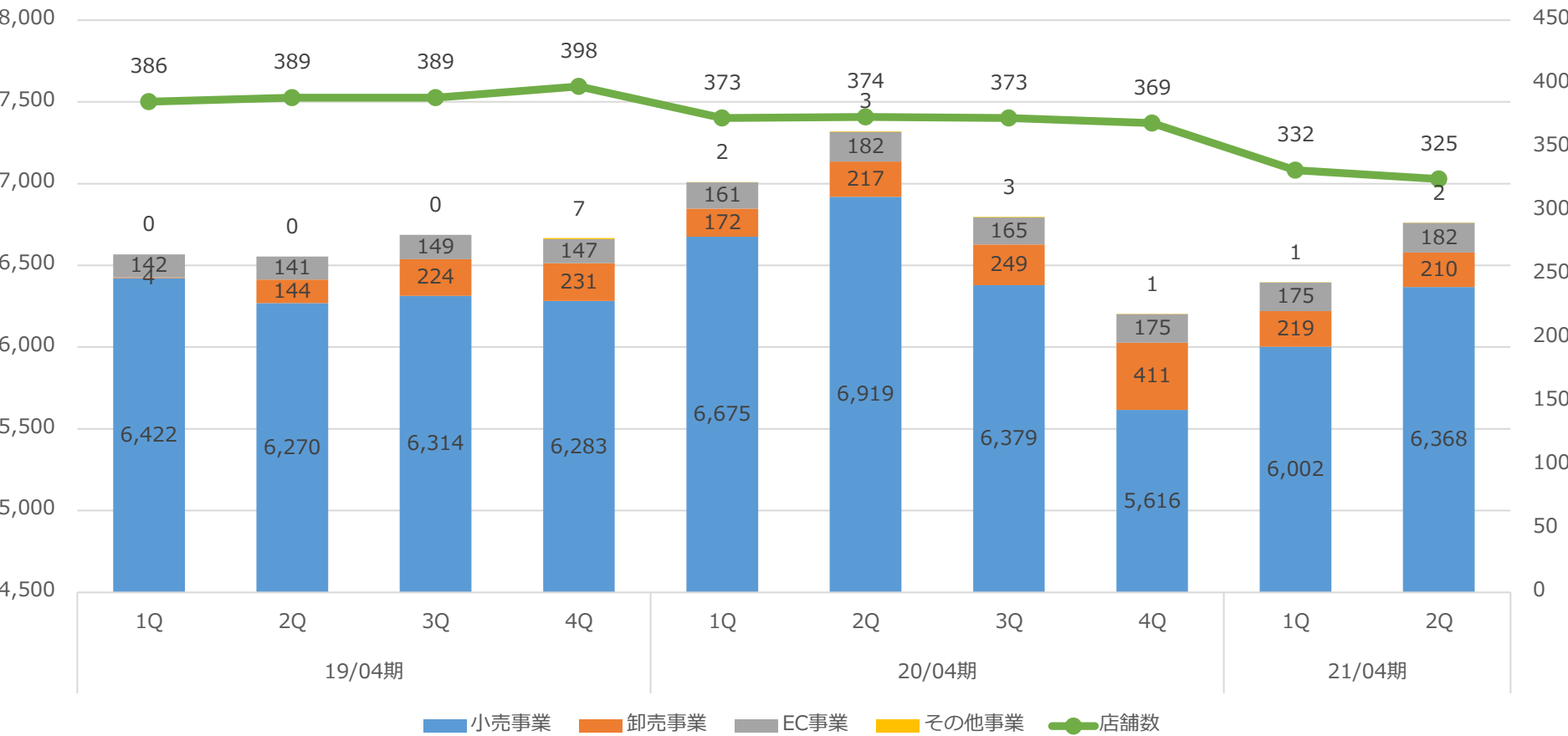
補聴器サロンを完備。高田馬場では関東初の5.1chサウンドシステムを導入し、サービスレベルの質の向上へ



品目別売上高（四半期推移）

より筋肉質な事業構造への転換を図るため、店舗の退店・集約統合を進めた結果、店舗数が前年2Q比49店舗減となり、売上高は同2Q比8.0%減の6,368百万円。メガネは同2Q比11.6%減、コンタクトは同2Q比6.3%減となる一方、補聴器は同2Q比6.9%増

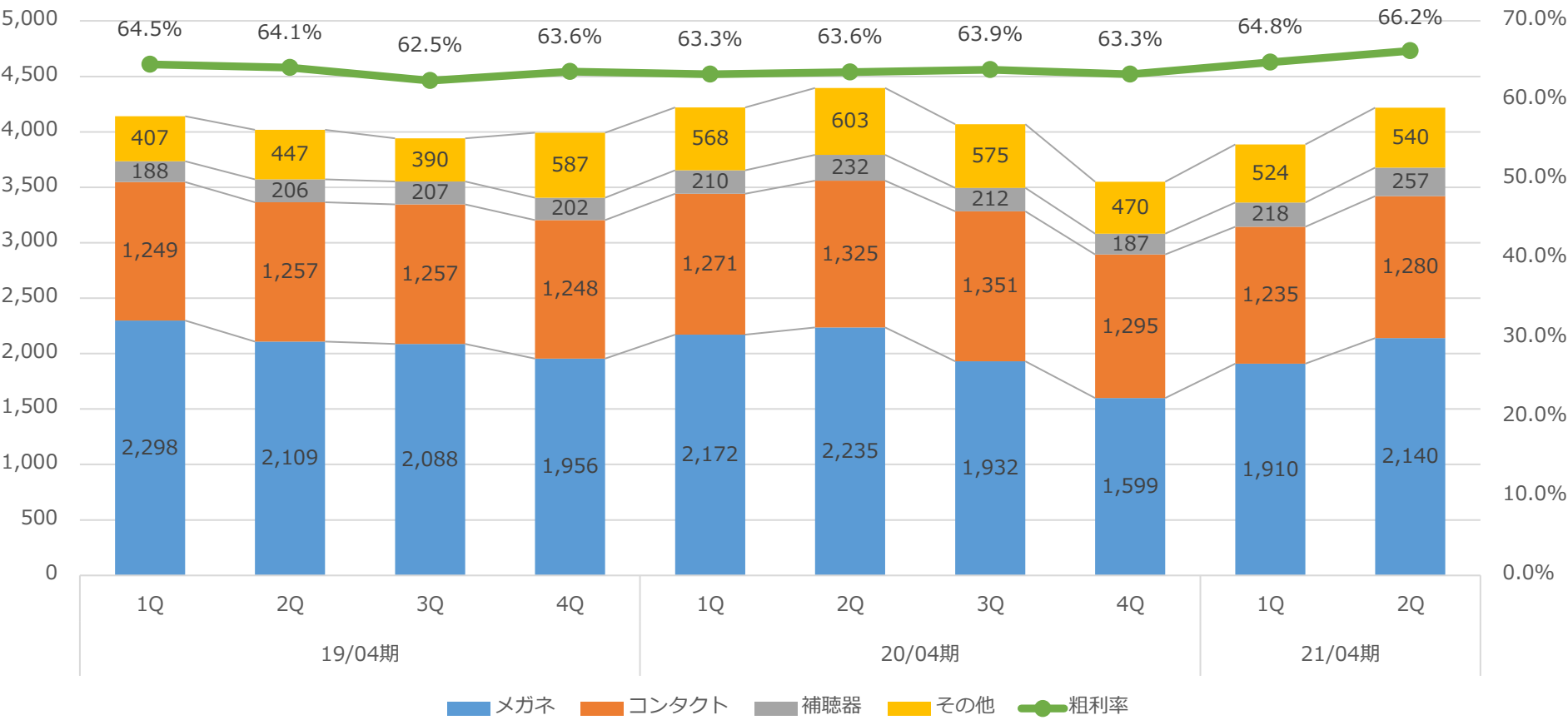
(単位：百万円)



売上総利益 / 売上総利益率（四半期推移）

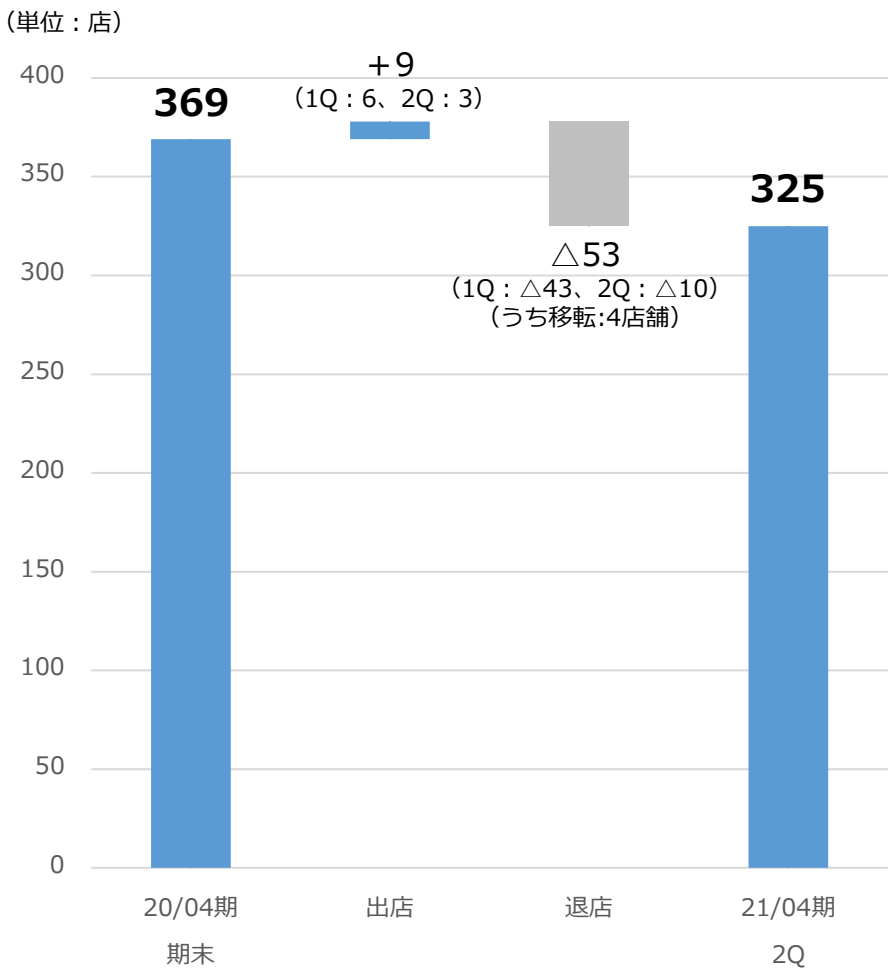
減収に伴い売上総利益は同2Q比4.1%減の4,218百万円となるが、売上総利益率は2.7pt改善し66.2%に。メガネは同2Q比4.3%減、コンタクトは同2Q比3.4%減となる一方、補聴器は同2Q比10.8%増

(単位：百万円)

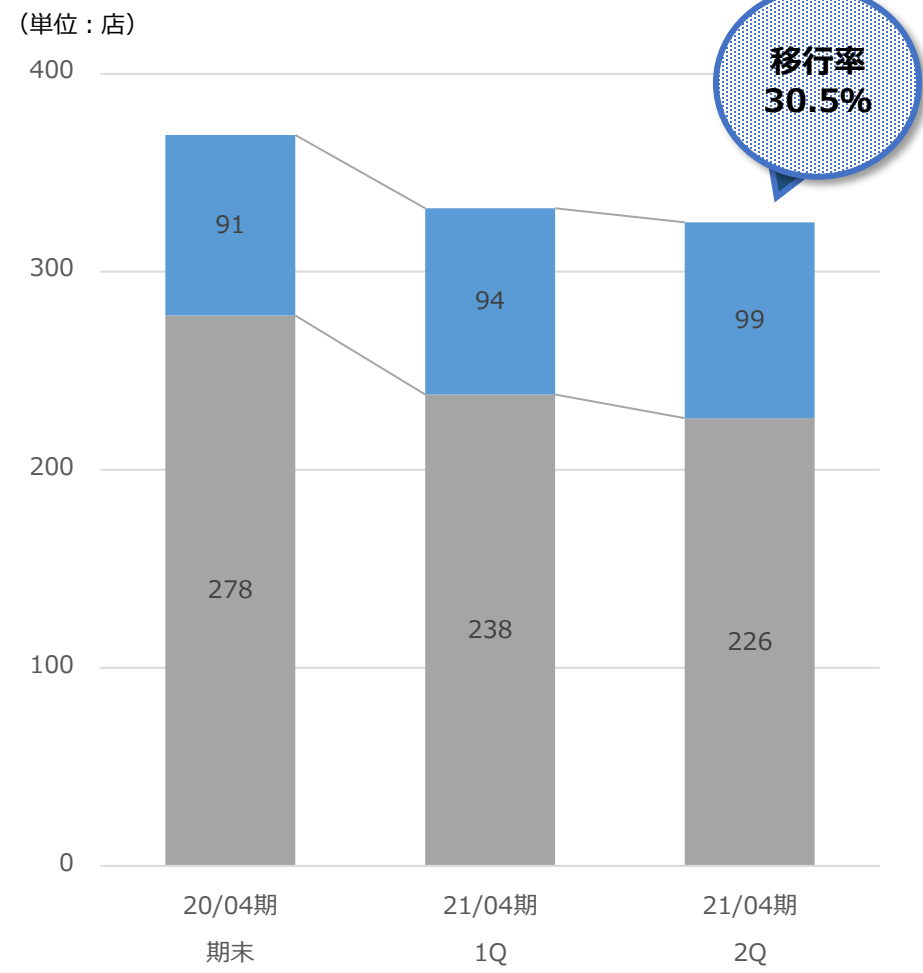


店舗の状況

出退店

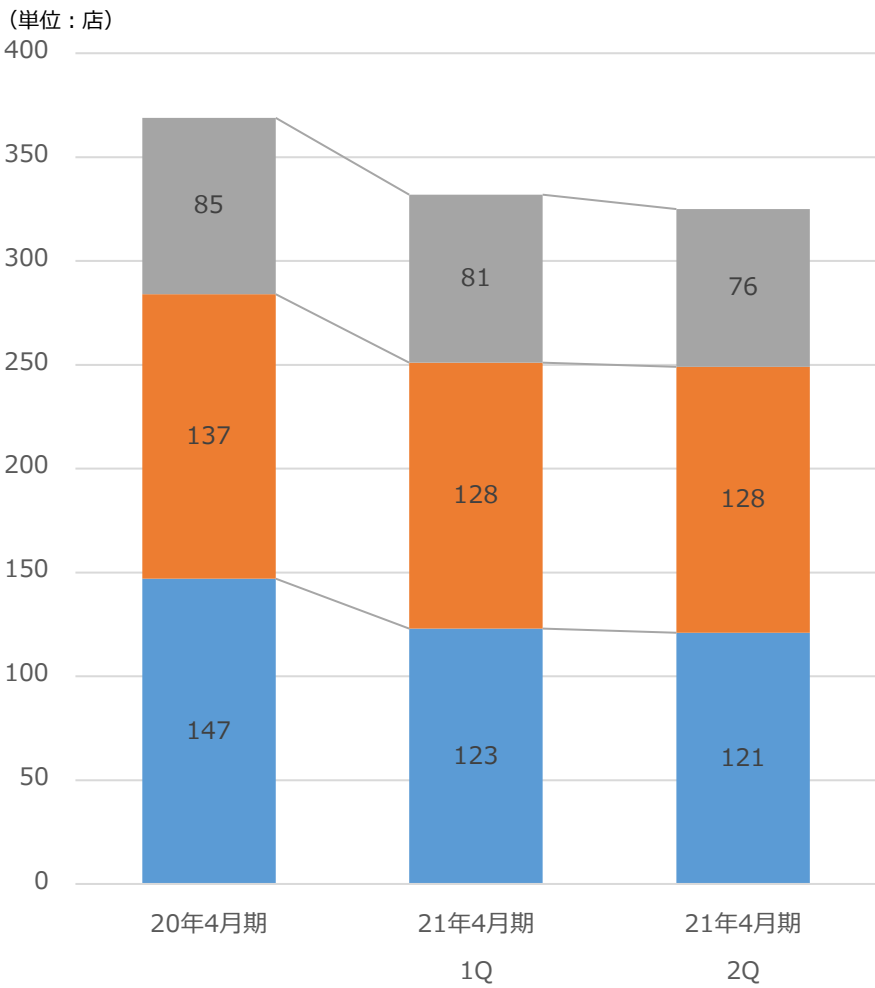


次世代型店舗への移行

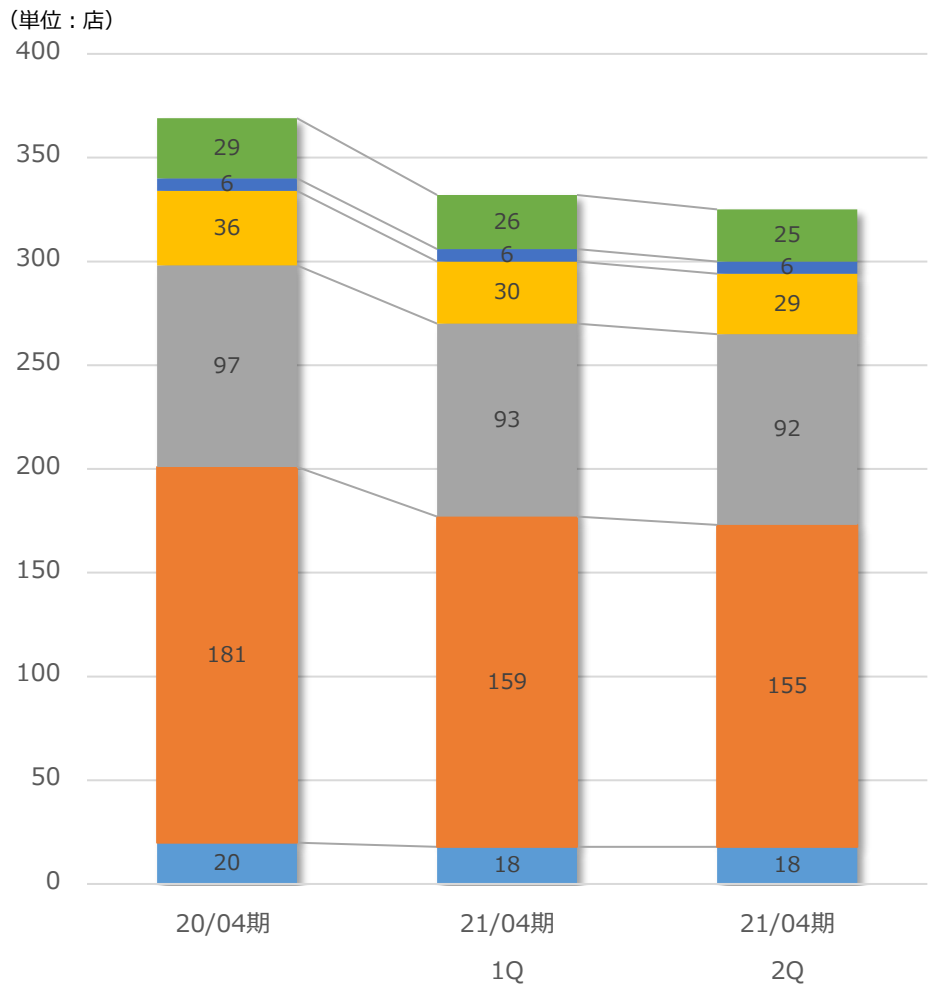


立地別・地域別店舗数の推移

立地別店舗数推移



地域別店舗数推移

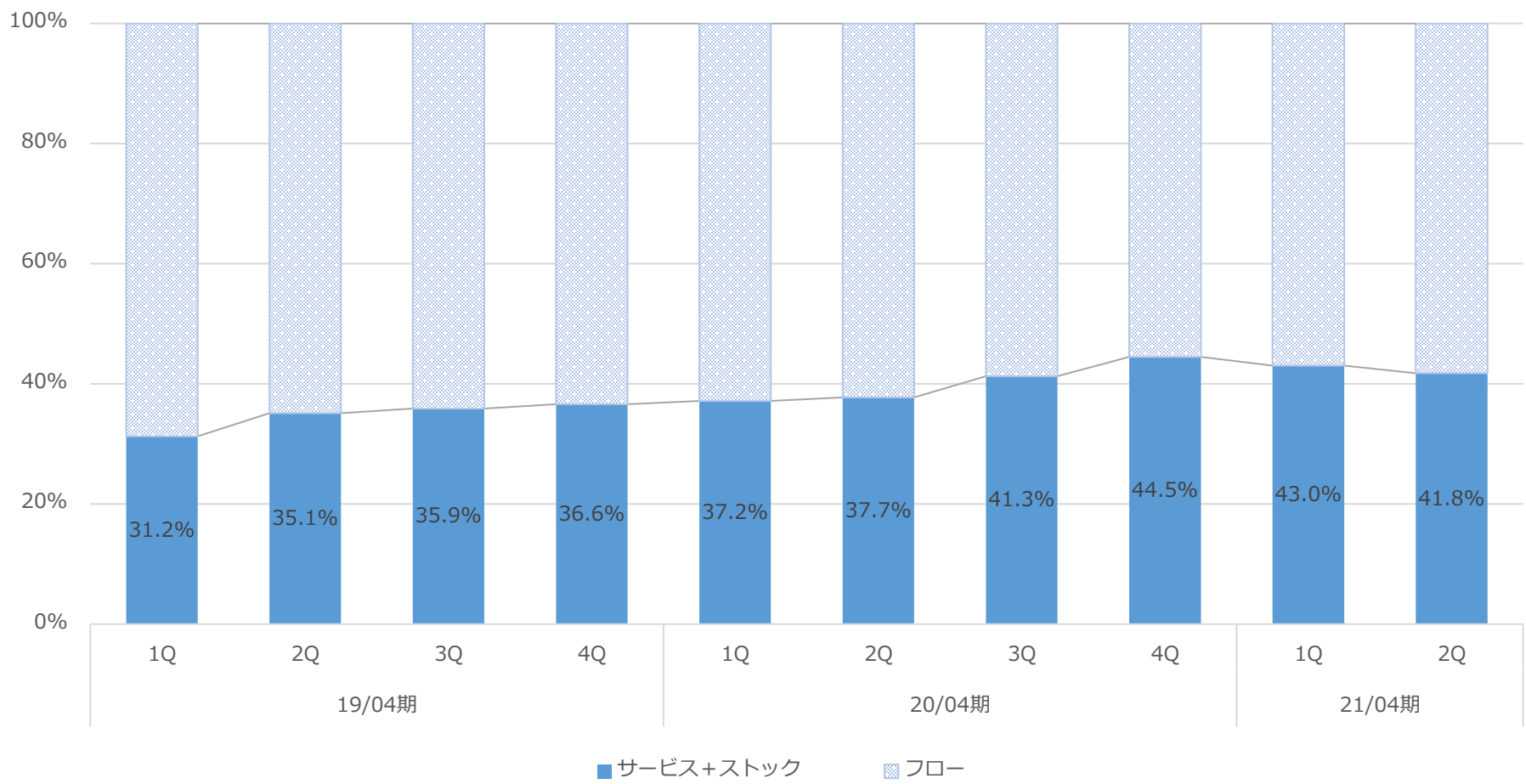


■ 商業立地 ■ ロードサイド立地 ■ ショッピングセンター立地

■ 北海道・東北 ■ 関東 ■ 中部 ■ 関西 ■ 中四国 ■ 九州

付加価値サービス割合の推移

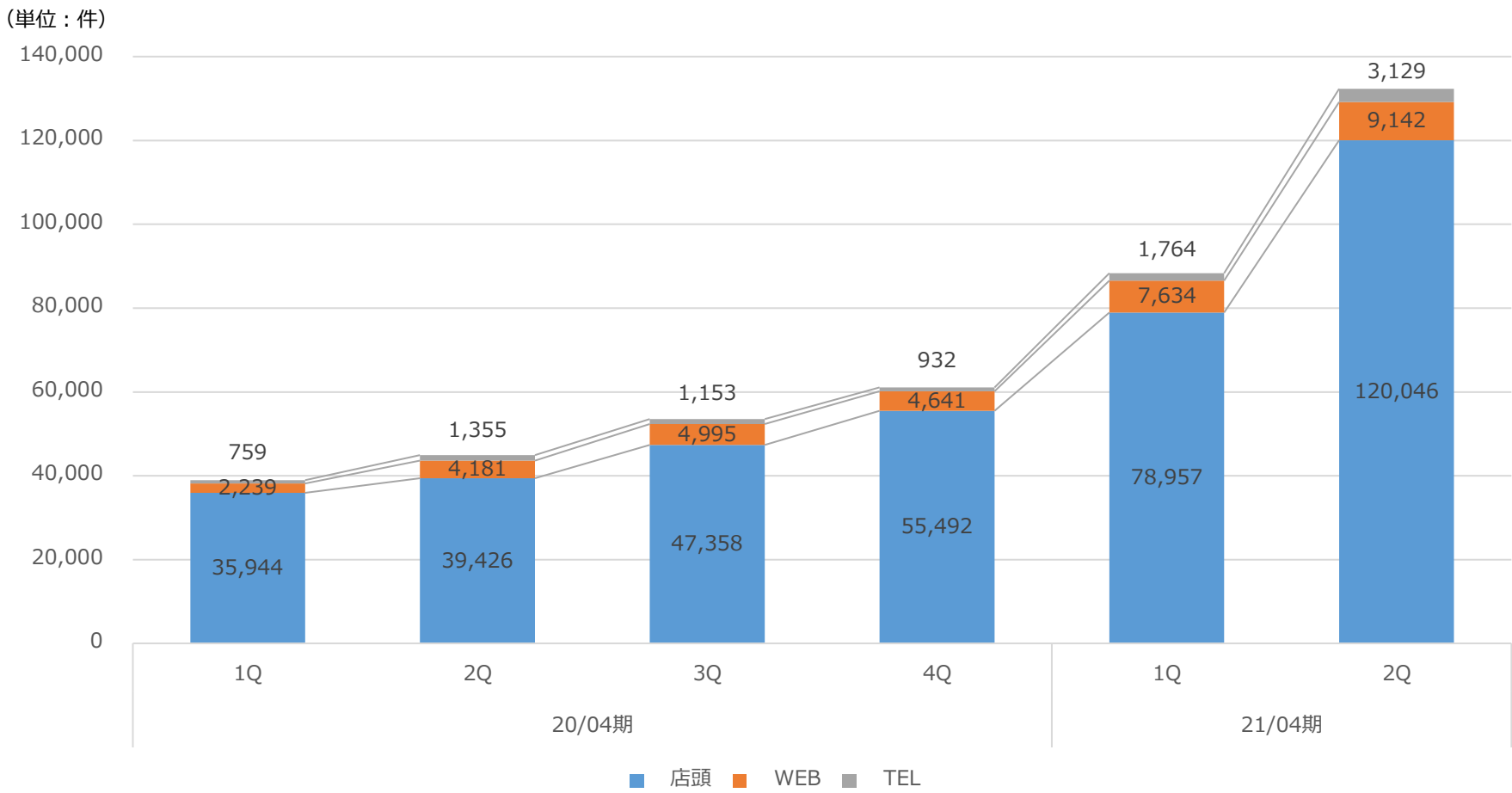
小売事業の売上高に占める付加価値サービス（サービス+ストック）[※]の割合はコロナ禍においても順調に拡大し、前年2Q比4.1pt増の41.8%に



※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

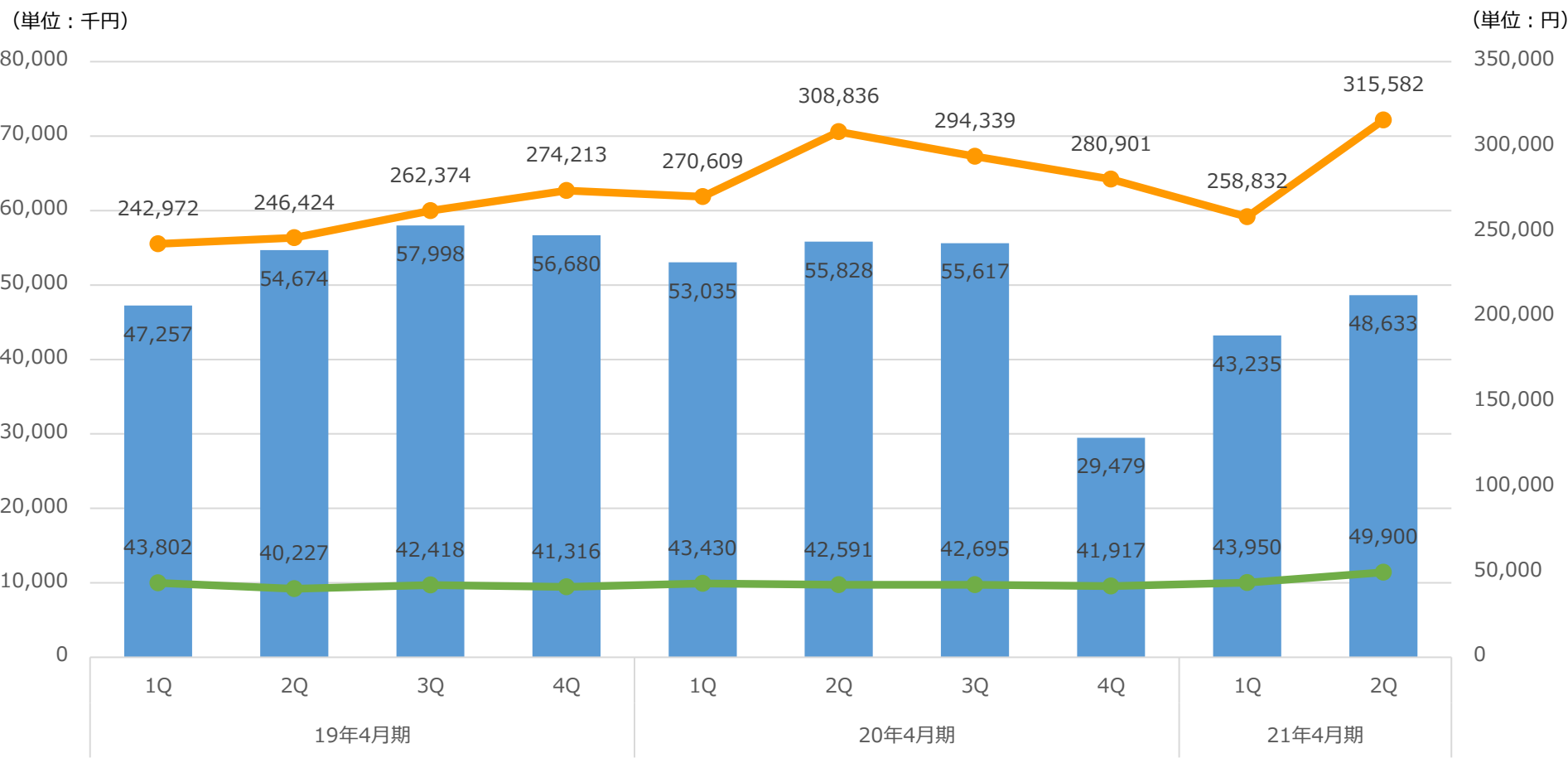
来店予約の強化による店舗生産性の向上

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2Q比 294.3%に



出張訪問販売の実績

緊急事態宣言解除以降は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止策を施したうえで、施設等の入居者、ご利用者様への販売を再開。特に、7月以降は施設等への移動式店舗による販売依頼も増え、足もと11月まで含めると、7-11月の個人・施設からの依頼件数は前年同期比8%増となる

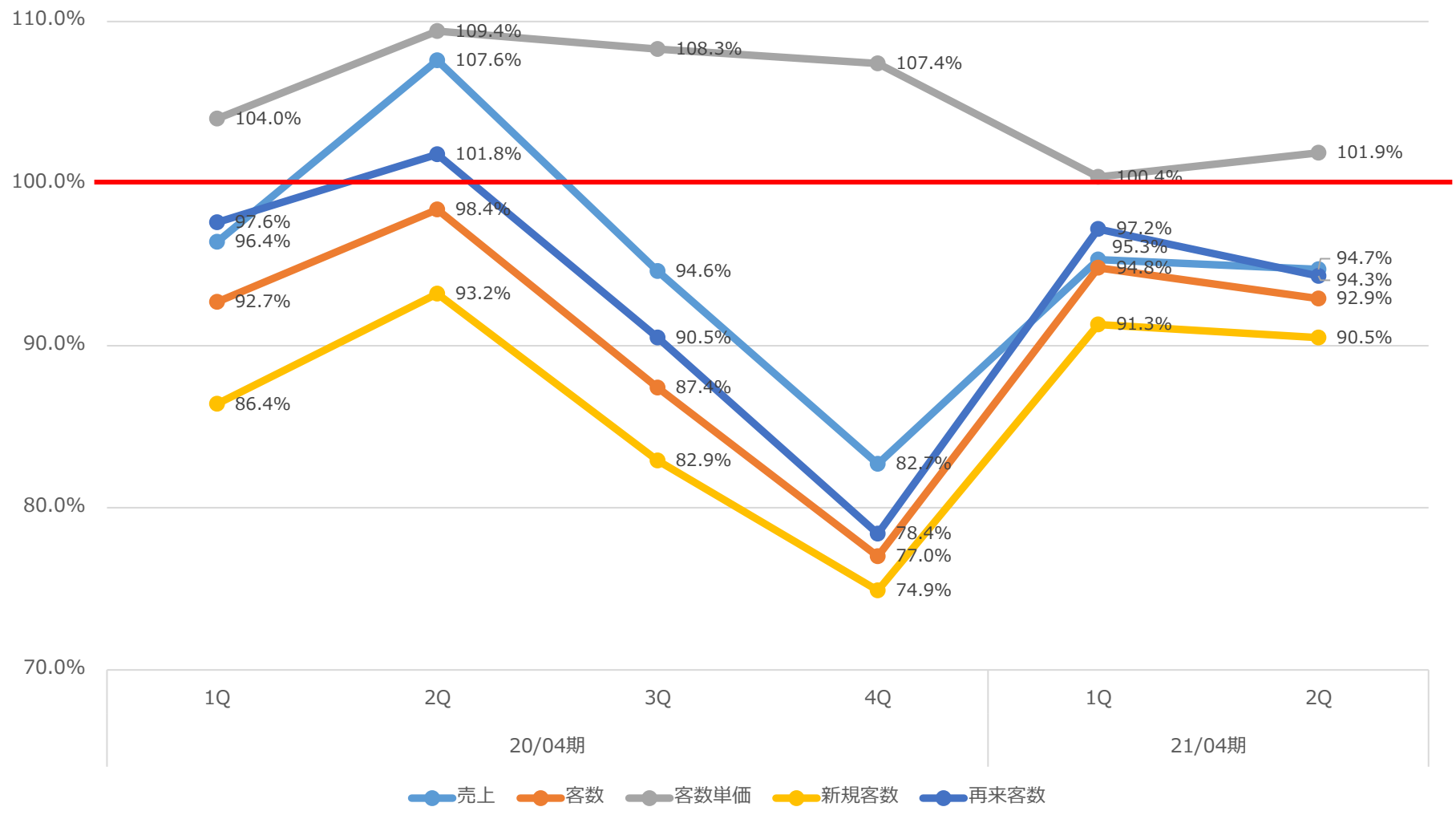


※移動式店舗の実績含む

■ 受注金額 ● メガネ件数単価 ● HA件数単価

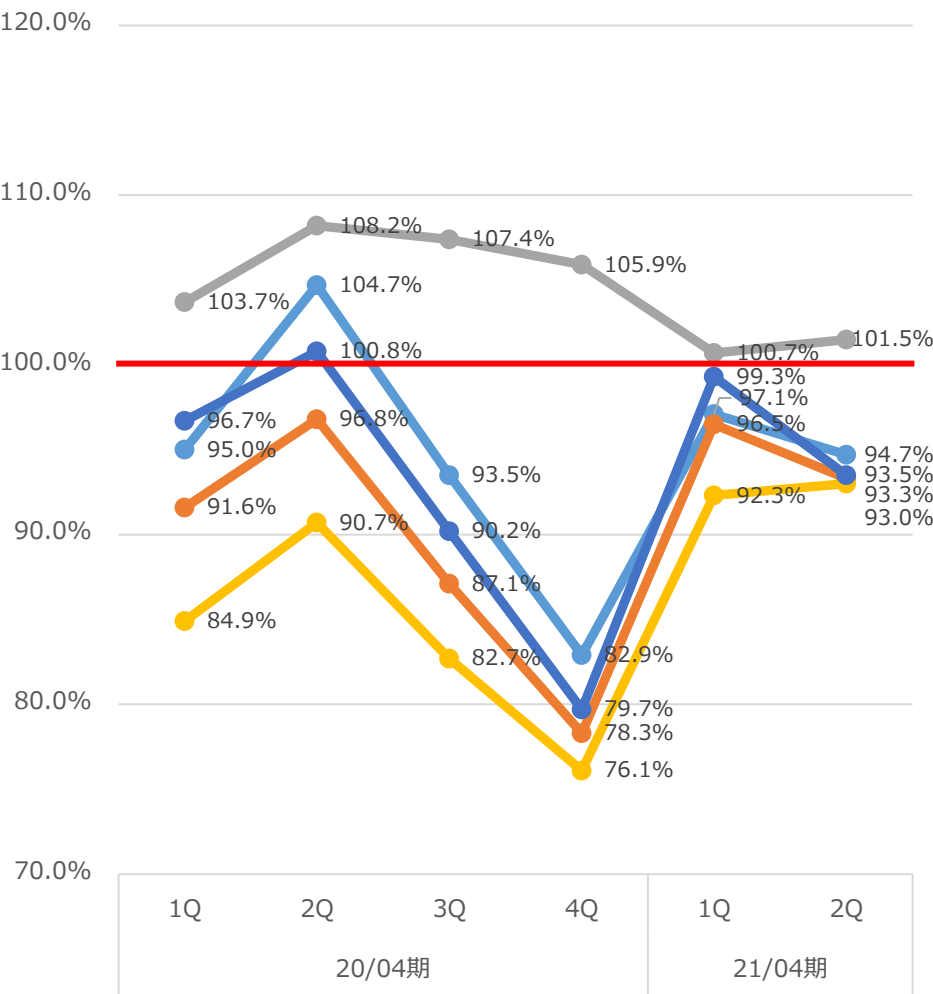
メガネ：前年比①

■ 全店

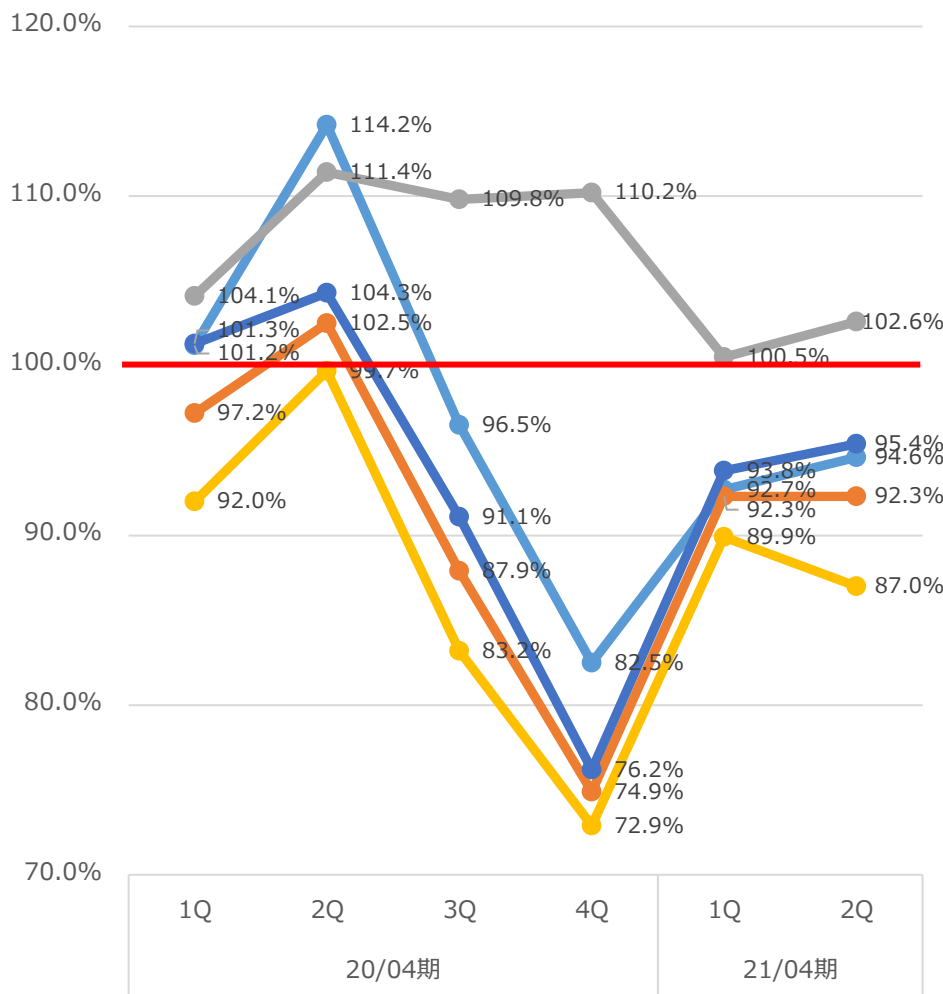


メガネ：前年比②

■ 従来型店舗

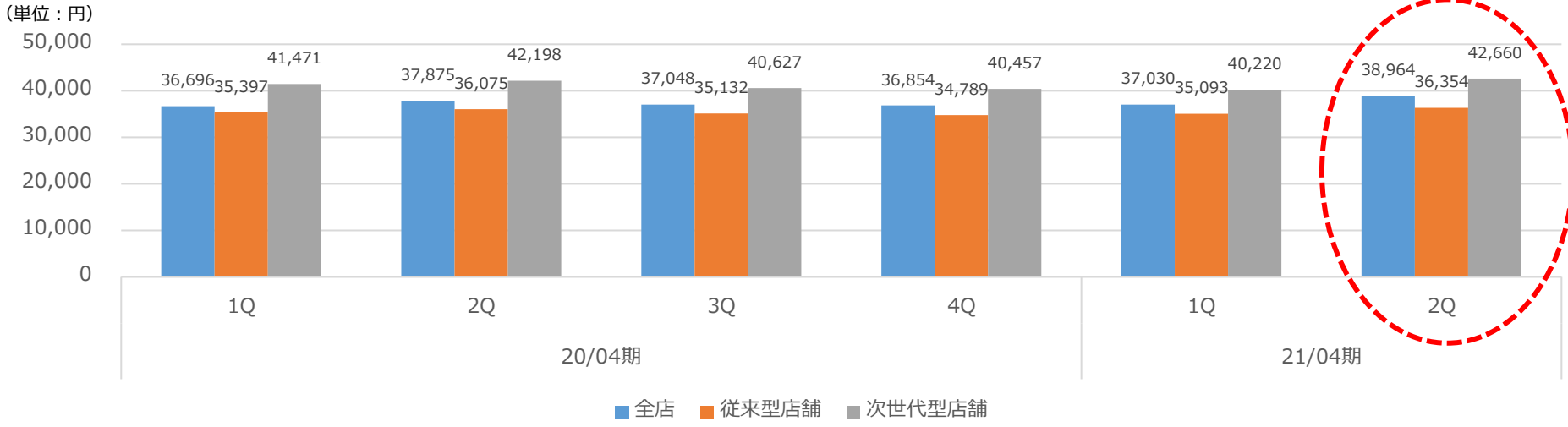


■ 次世代型店舗

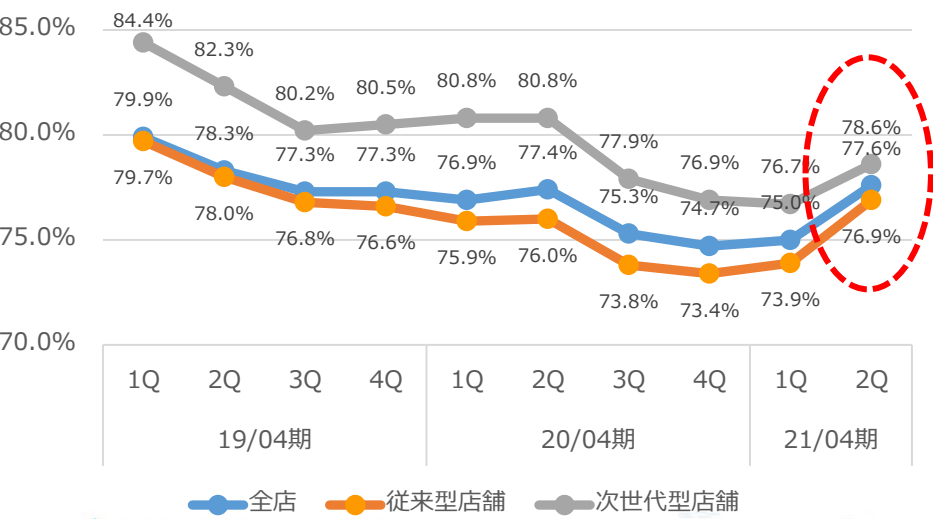


メガネ：四半期推移

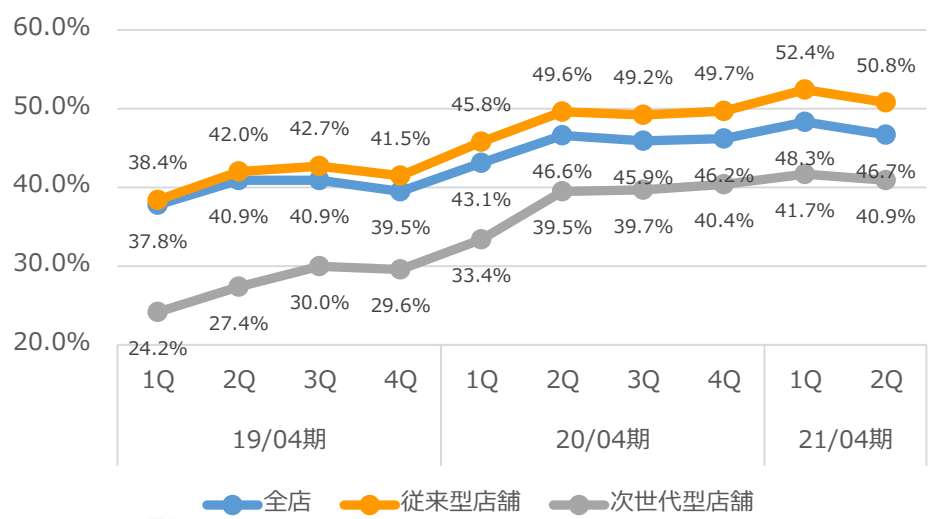
■ 単価



■ プレミアムレンズ比率

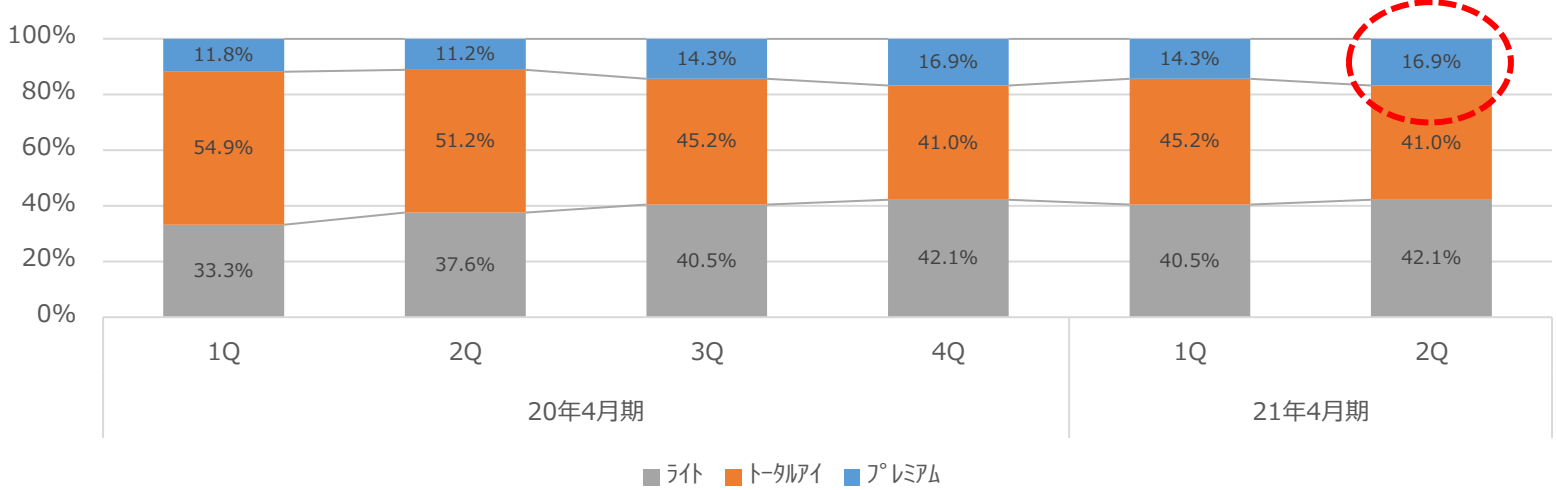


■ PB比率

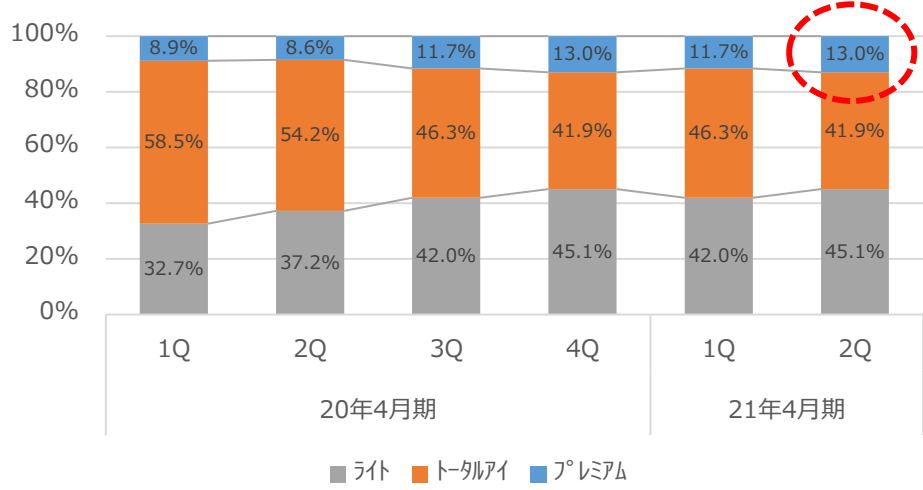


メガネ：トータルアイ検査の四半期推移

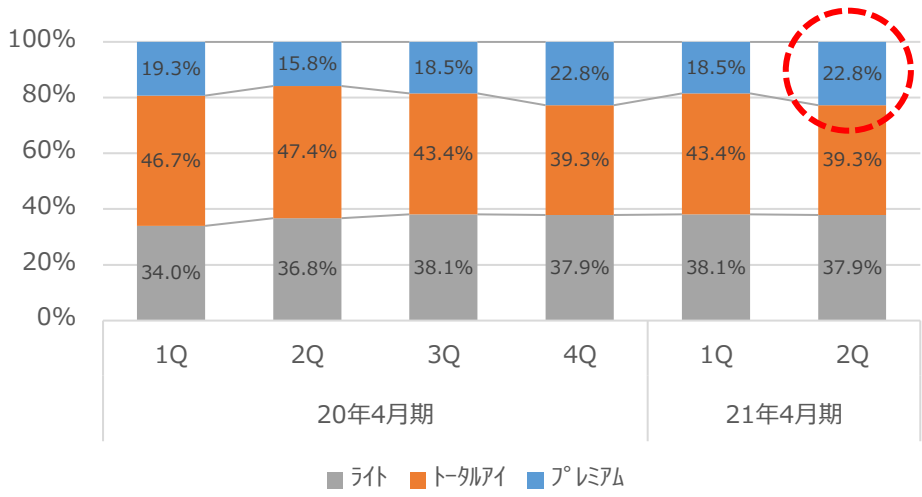
■ 全店



■ 従来型店舗



■ 次世代型店舗



※プレミアムコース：検査項目52、トータルアイコース：42項目、ライトコース：23項目

トータルアイ検査の顧客満足度：お客様の声

お客様の眼に最適なメガネを作製するためのトータルアイ検査や、世界最先端の屈折検査機 Essilor製VISION-R800による検査によりお客様から高い満足度を得る

開業医として2つの点で感心いたしました。①フェイスシールドや都度の消毒。②根拠を提示しての使用シーンを提案しての検査技術。納得して使い分け用の複数メガネを購入できました。（新潟新和）

本当に良くアドバイスを頂き、良いメガネが手に入りましてありがとうございました。今後ともよろしくお願いたします。（市川）

他のお店ではした事のない検査等、詳しくしてくださって、とても良かったです。（豊中庄内）

別のチェーン店では、1枚のレンズに3つの矯正が組み合わせ不可でしたが、メガネスーパーでは私のニーズに合う遠中近をご提案いただき最適です。カウンセリングも丁寧でオーダー感がとても満足です。感謝しております。（小樽）

3プライスチェーンからの買い替えですが、お店の方の対応や説明のわかりやすさ、検査の質、すべて大満足です。ワンランク上の自分へのごほうび感がアップされます。（川越クリアモール）
錦通

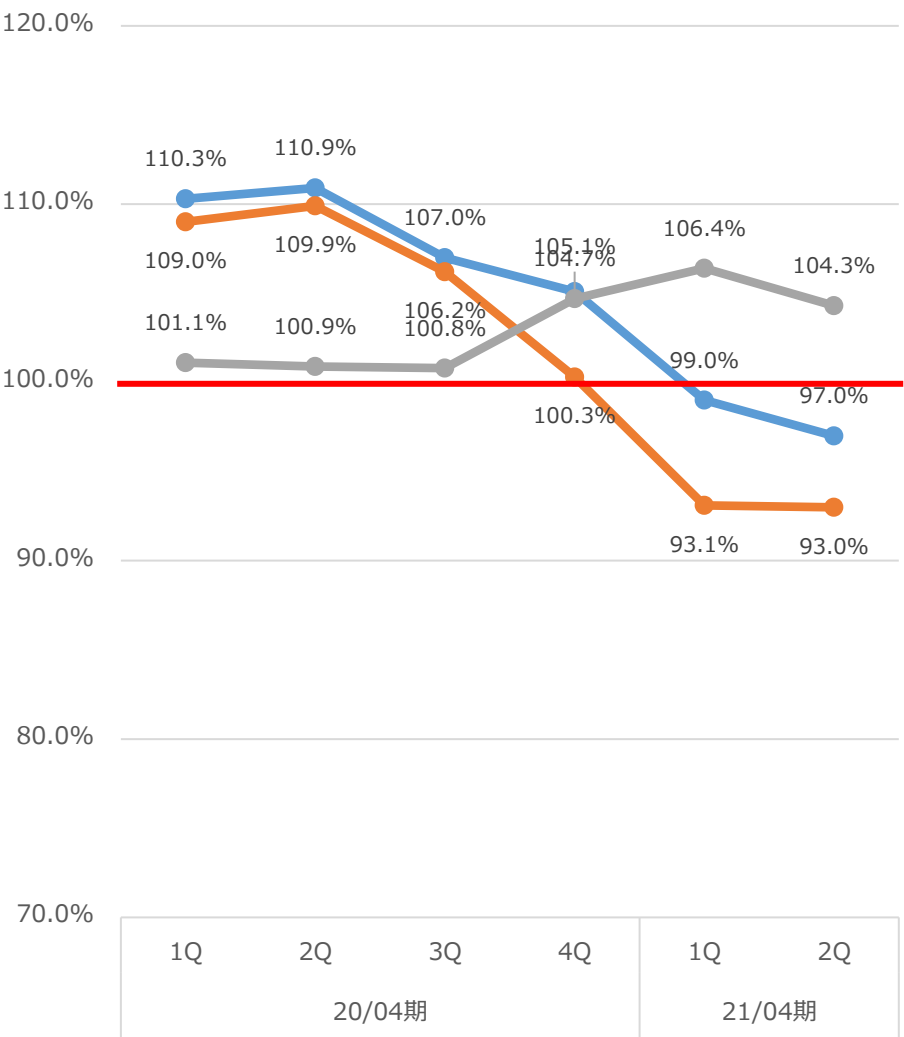
今まで何ヶ所かのメガネ屋さんへ行ったが、こんな素晴らしい検査設備は初めてでした。（船橋）

視力検査の前にリラックスさせるマッサージ等があり、驚きました。複数の視力等検査が丁寧にされ感心しました。店員さんの皆さんのまっすぐな心持ちに満足する時間と出来でした。（オリンピック平塚）

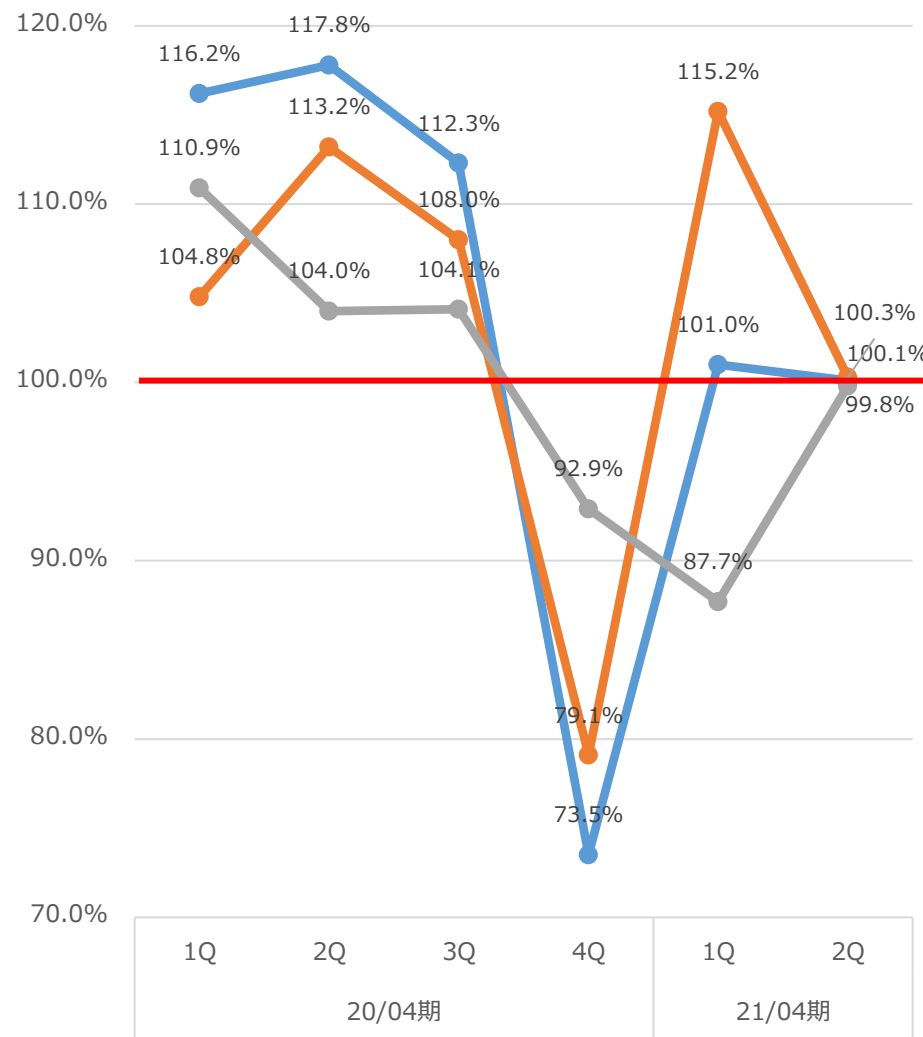
丁寧な説明と接客ありがとうございました。検査も従来とは飛躍的に精度があがっており満足しました。（高田馬場本店）

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では世界最先端の屈折検査機Essilor製VISION-R800を先行導入。従来の25倍という超高精緻な視力測定と専用レンズにより、今までの常識を覆す見え方を実現し、究極のパーソナルなメガネの選択の提供が可能となった結果、顧客満足度向上によりメガネ関連のKPI実績が大幅に上昇

- ✓ 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。特別な顧客体験によりレンズのアップグレードに繋がり、**レンズ単価も前年同期比で10ポイント**と高い実績に
- ✓ 最大60項目の高付加価値検査となる**トータルアイ検査プレミアム比率**は29.8%と、**前年同期比で5.5ポイントアップ**、またこの機器を導入し精緻な検査が出来る事を伝えることで、**メガネの買上も前年同期比14ポイントアップ**に繋がった

世界で2番目
従来の視力検査の
25倍
精緻な検査

異次元の世界へ誘う

アイケアソリューションシステム

今までの常識を覆す視界が目の前に

VISION-R 800 日本初0.01Dのステップで従来の25倍の精密な検査で25倍満足いただけるメガネをお作りします。	VISIOFFICE2 鏡とレンズの距離からフレームの角度まで精緻に計測した結果をレンズに反映させます。	KR-1W 視所(鼻間)だけでなく顔所(夜間)の目の状態も確認することで、夜間の外出や運転も安心です。	VISIOSMART 最大8項目のセルフチェックで目の状態のパフォーマンスを確認できます。	LENSWEAR-I 決定した度数とフレームに最適なレンズをお選びいただけます。
---	--	---	---	--

上記システム導入店舗は、裏面の下部の「アイケアソリューション導入店舗」記載の店舗をお選びください。



VISION-R800
今までの25倍の0.01ステップで精緻検査ができる

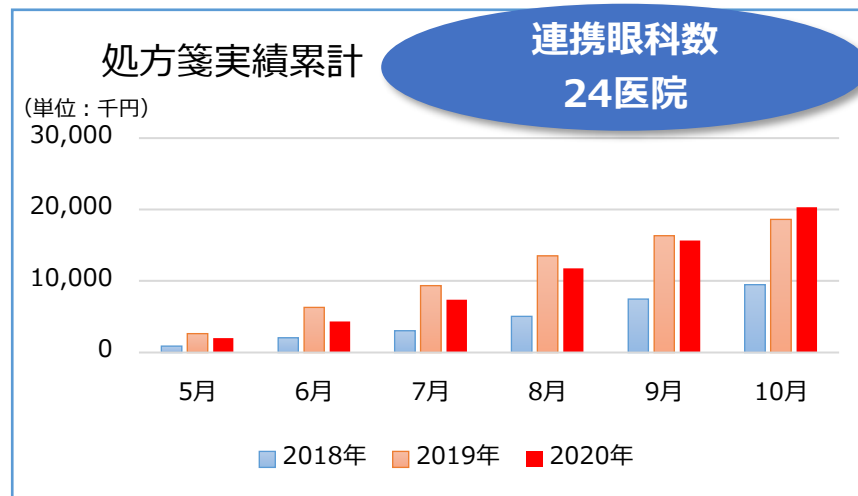
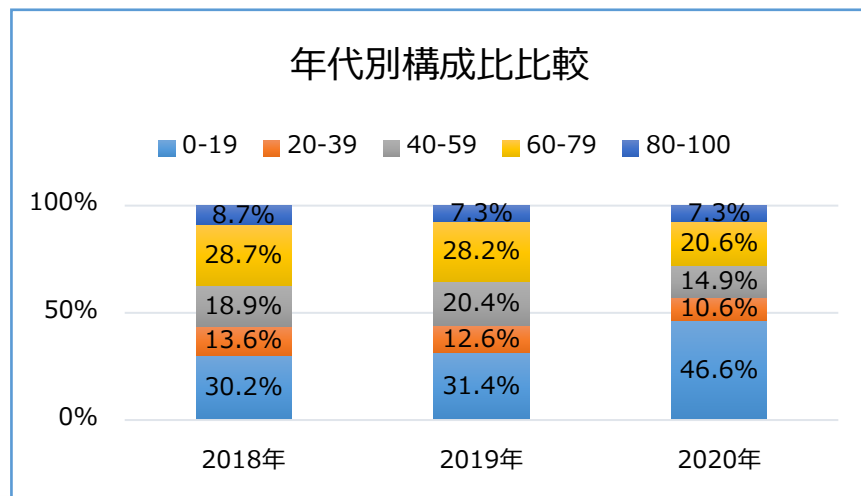
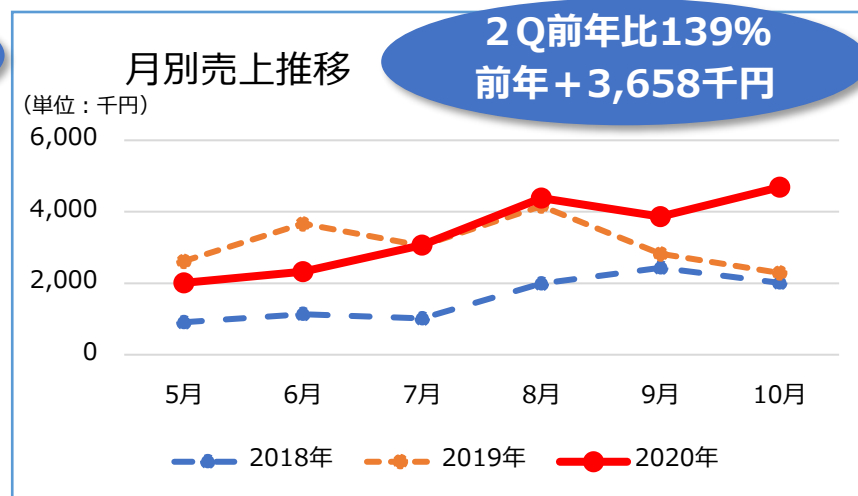
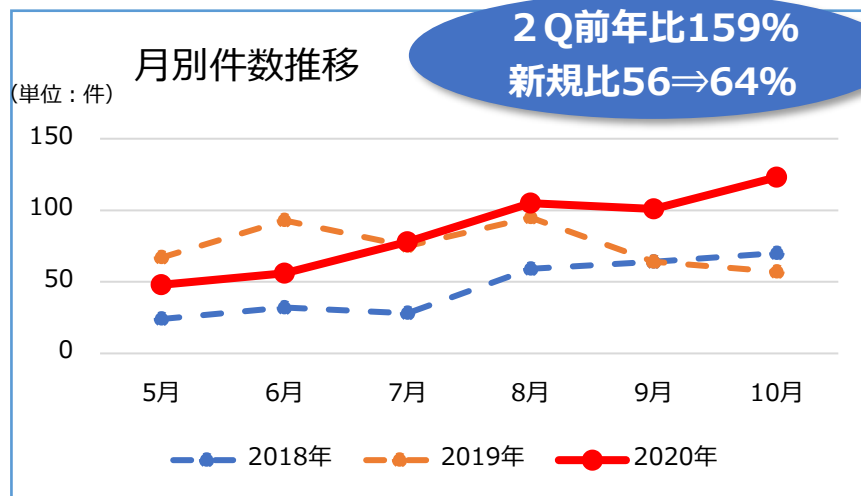
<0.01ステップ検査を行ったお客様の声>

「今までと違いよく見えるけど強く感じない」

「色の発色が良くなってすっきり見える」

従来の検査では無かった反応があり顧客満足度の向上に繋がっている

継続的な訪問による報告や情報交換を行うことで、当社への信頼やサービスの認知が向上した結果、若年層を中心に来店数の増加に繋がる。特にハイパー保証（6ヶ月間何度でも度数変更が無料※12歳以下は1年間）は9割以上の眼科医から高い評価を得ている



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10月2日から全店発売。SENSEAID全店では10月31日から全店に先駆け、本検査キットの無料モニターキャンペーンを展開、トータルアイ検査プレミアム比率他、対象となった商品のKPI向上に貢献

期間限定



- ✓ コロナに感染しやすいか
- ✓ コロナで重症化しやすいか
- ✓ 20項目の重症化予防策がわかる遺伝子検査

最大3名様分(通常 ¥44,700分)の
無料モニター権プレゼント!

無料検査モニター条件 ▼以下のいずれかに該当

- ✓ トータルアイ検査プレミアムを受け、メガネを購入
- ✓ コンタクト定期便に新規加入
- ✓ 補聴器を購入

※ご家族・ご友人へのプレゼントとしてご利用いただけます ※検査後に簡単なアンケートにメールでお答え頂きます

医師の89%が推奨

AskDoctors調べ(内科医100名)

メガネスーパー
EYE CARE STATION



「すべての人に勧めたい」

「簡易な検査であり重症化が事前に推定できる」

「非常に詳細な解析がされており、有意義」

「それぞれのリスクに応じた対策を行うための参考になる」※医師のコメントはあくまで個人的な感想です

■ 11月以降キャンペーン対象商品KPI実績

- ・ プレミアム検査前年同期+26.2ポイント
⇒前年比229.9%
⇒10月末から検査比率10.3ポイント向上
- ・ コンタクト定期便加入率全円同期比+20.0ポイント
⇒前年比240.8%
⇒10月末から加入率3.3ポイント向上
- ・ 補聴器 1日当たり購入客数+0.27人
⇒前年比141.9%
⇒10月末1日当たり購入客数前年比から46.8ポイント向上

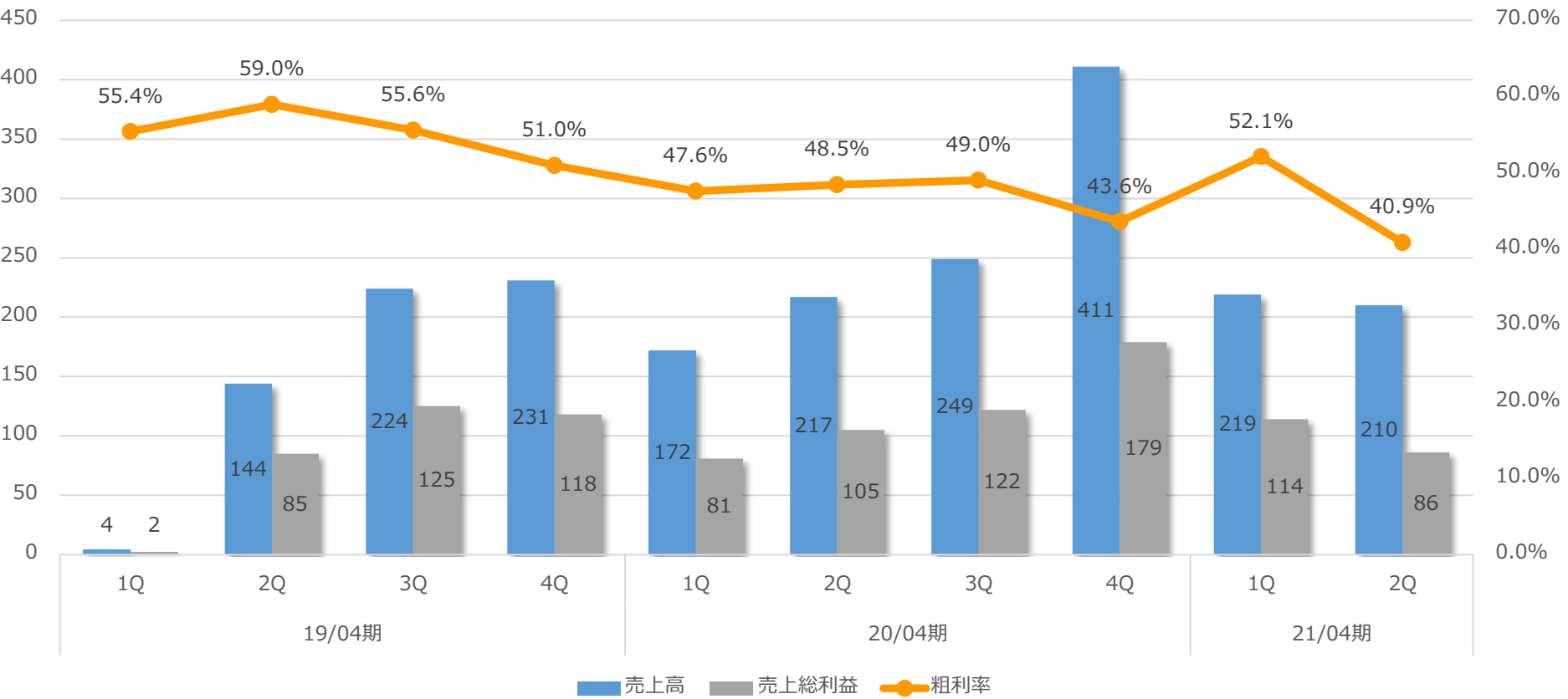
卸売事業



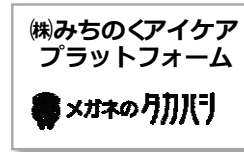
四半期推移

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2Q比3.2%減、売上総利益は同2Q比18.1%減

(単位：百万円)



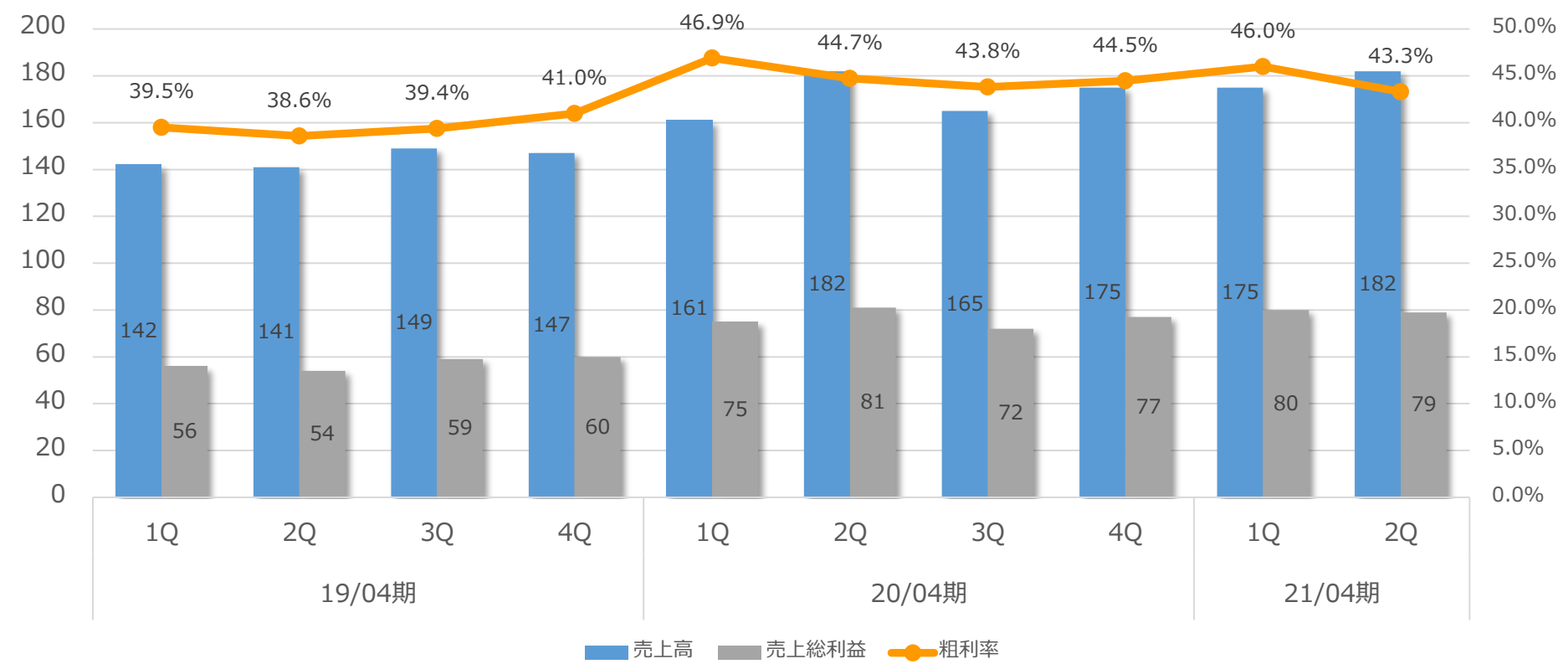
EC事業



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を提供。売上高は前年2Qと同水準の182百万円、売上総利益は同2Q比2.5%減

(単位：百万円)



その他事業

(株)VisionWedge

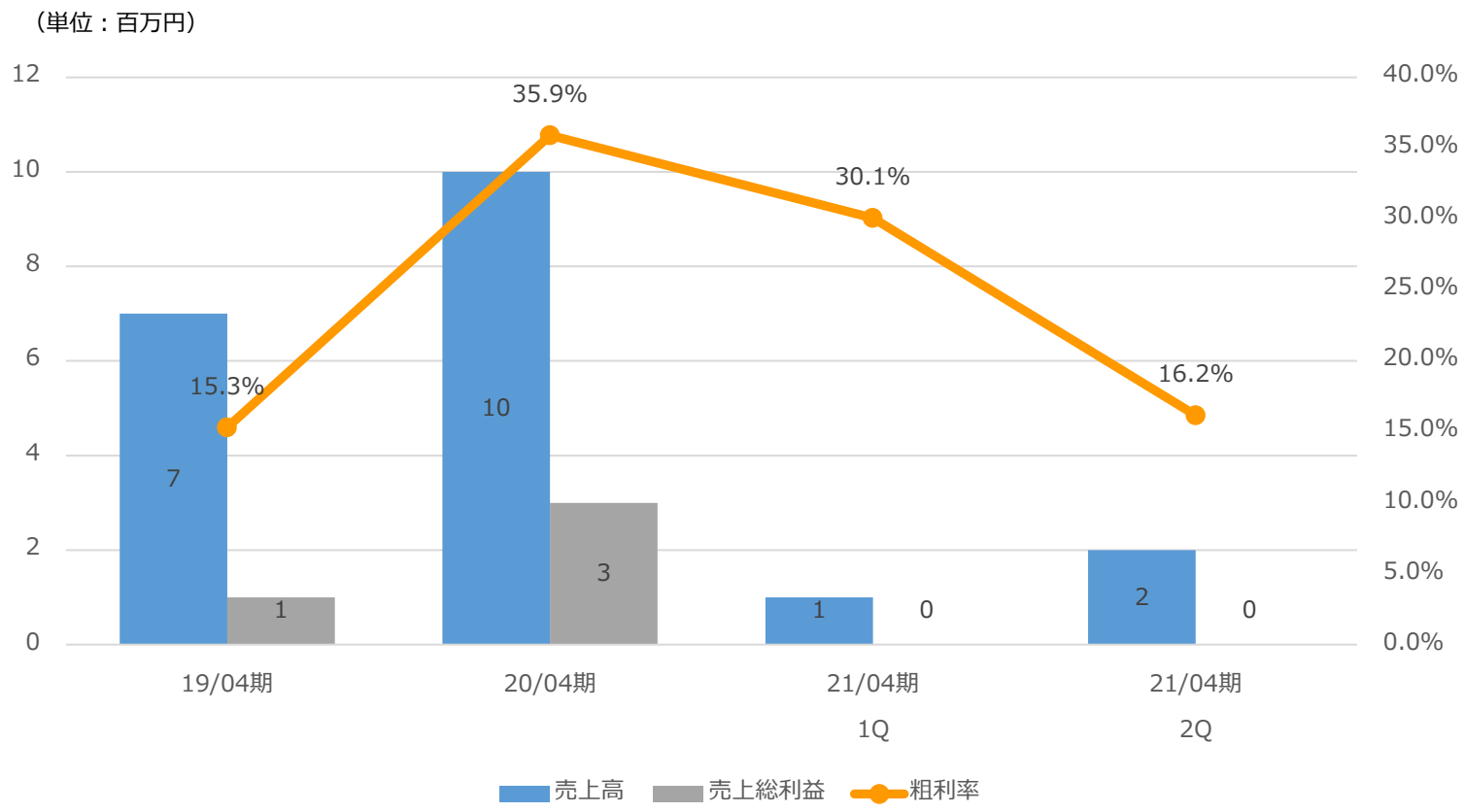
VISIONWEDGE

(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引き続き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

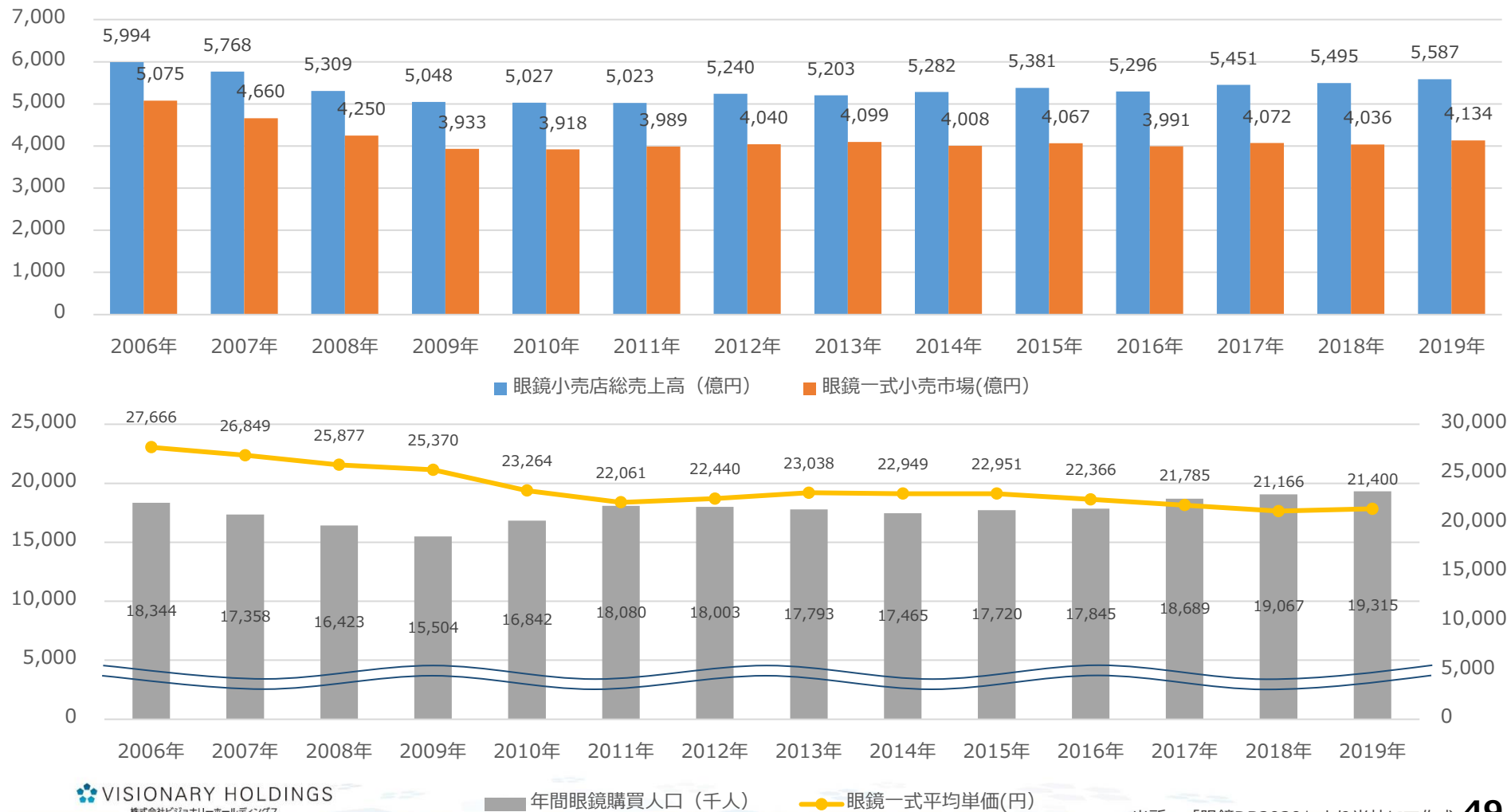
178百万円

・ 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

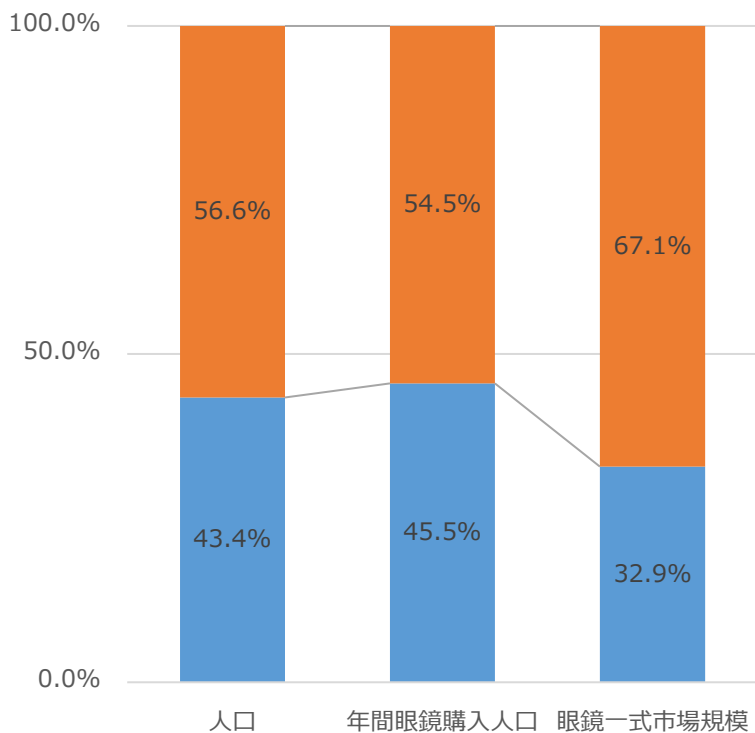
低価格専門店の台頭に伴う販売単価の下落、メガネ販売店数の減少やコンタクトレンズの普及拡大等を背景に、2011年までは一式単価の下落に伴い市場規模は縮小。一方、年間眼鏡購買人口は2015年以降緩やかに増加



メガネ市場の環境

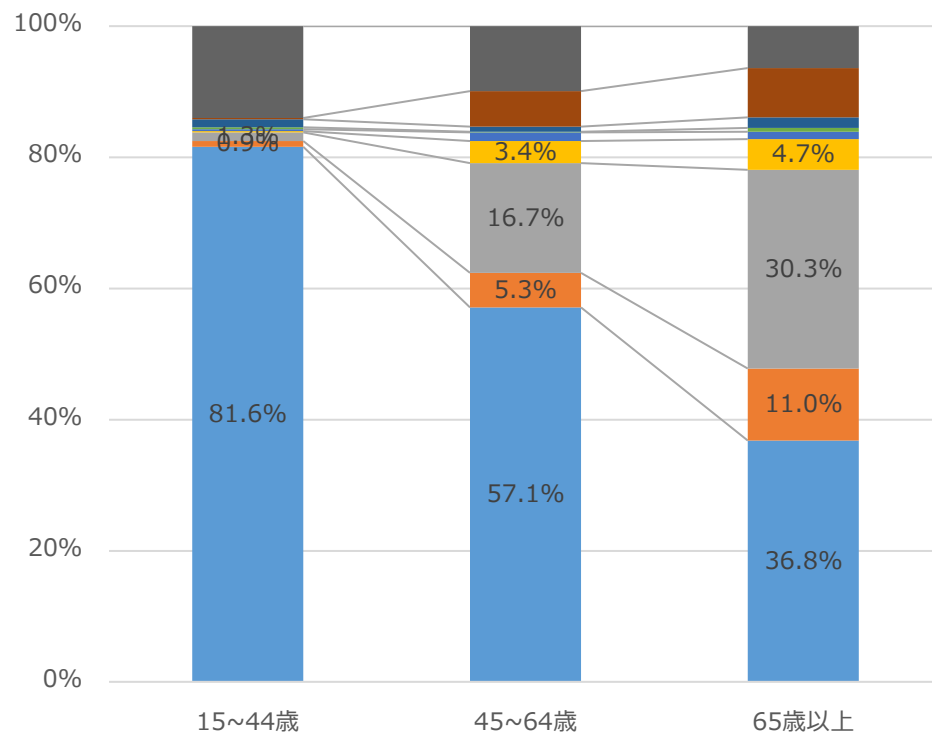
45歳以上のミドル・シニアは、人口で見れば50%超となり、メガネ市場においては装用比率が高く、遠近や中近等の高単価メガネの使用率が高い為、金額ベースでは全体の7割を占める

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



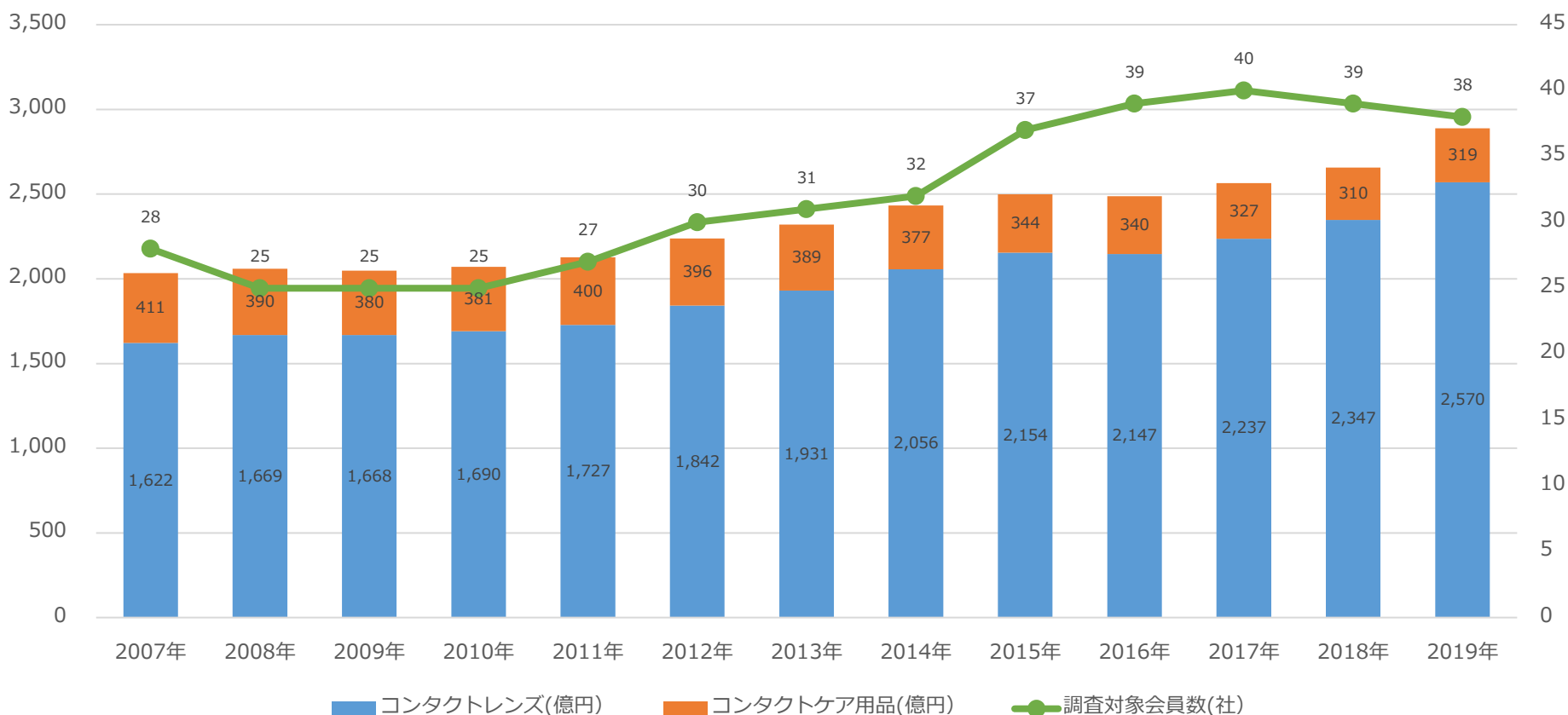
■ 近視・遠視・乱視用レンズ ■ 読書・お手元用レンズ ■ 遠近両用レンズ
 ■ 中近両用レンズ ■ 近近両用レンズ ■ インディヴィジュアルレンズ
 ■ 視力サポートレンズ ■ 既成老眼鏡 ■ 不明

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

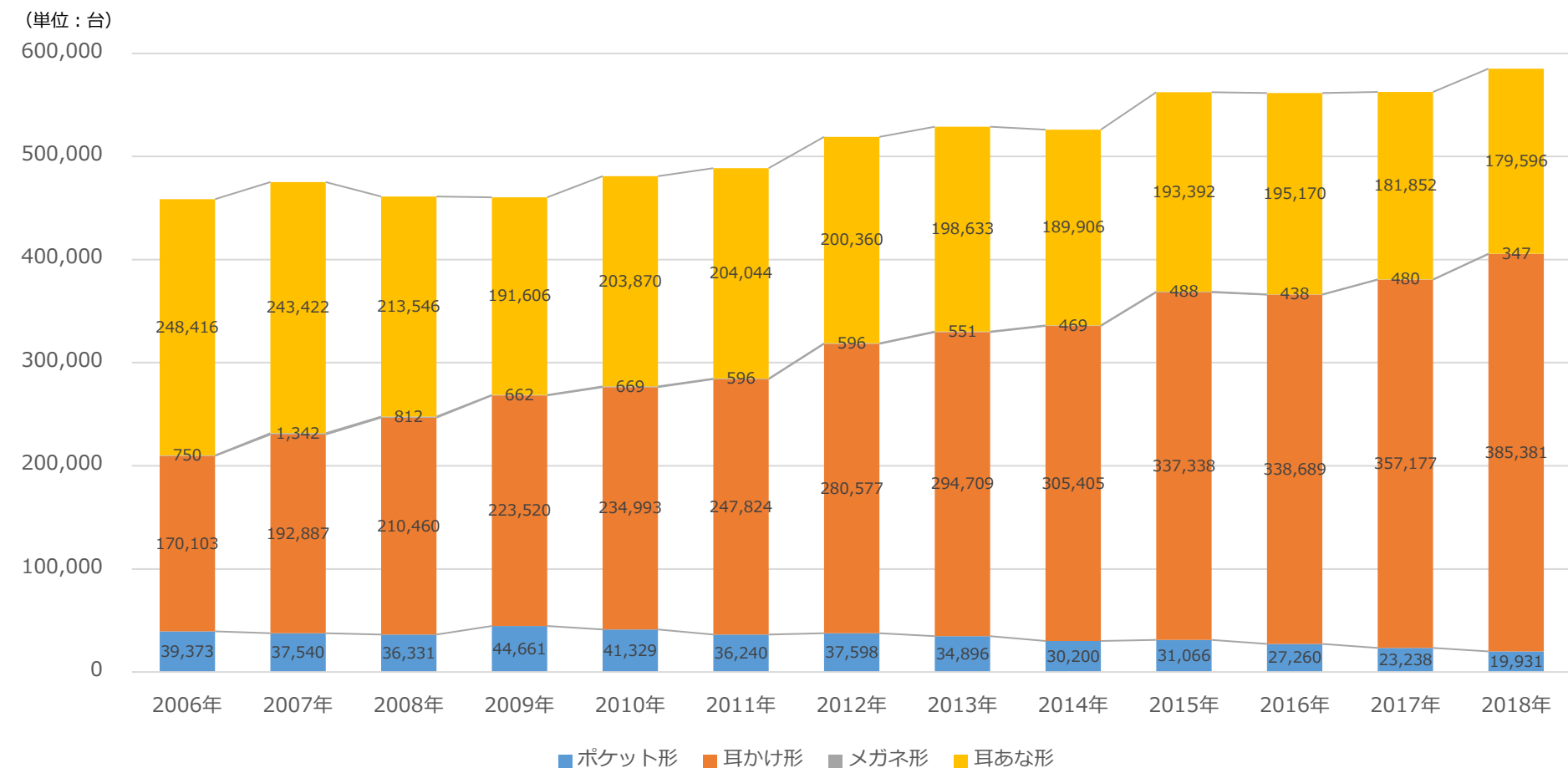
コンタクトレンズの市場規模

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



補聴器の市場規模

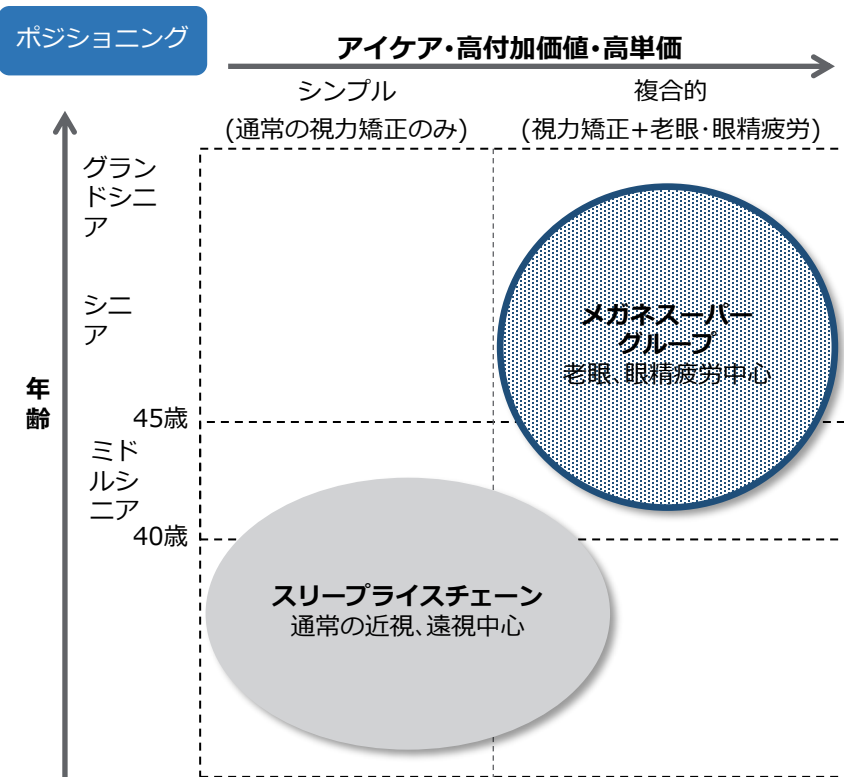
日本国内における補聴器の出荷台数は、2018年に585,255台（前年比104.0%）、出荷金額は339億6,800万円（前年比104.4%）となり、出荷台数、金額ともに前年比を上回る。



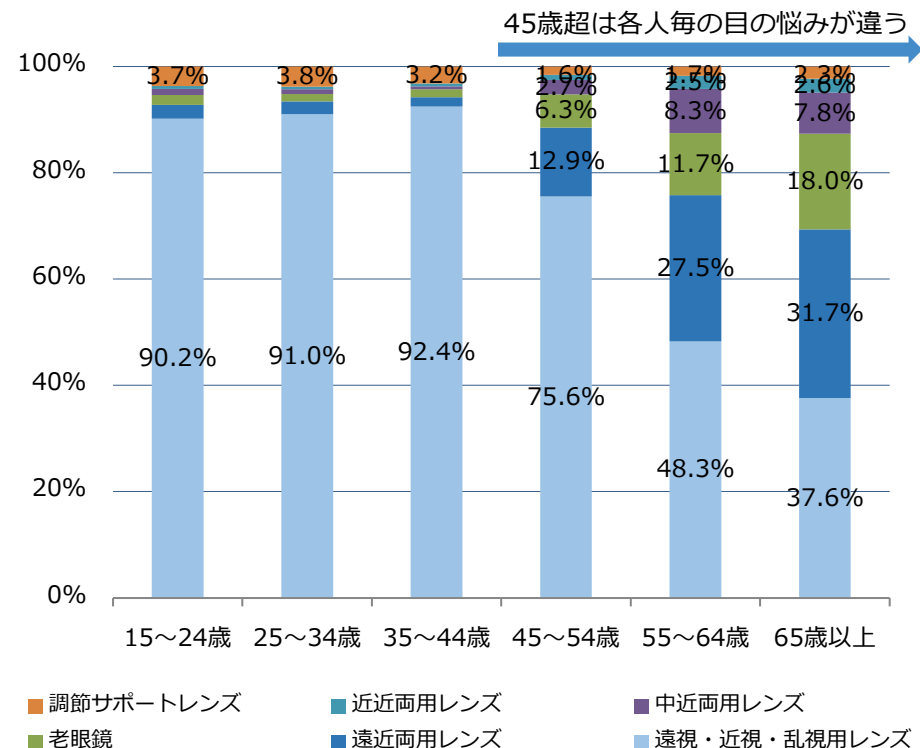
単価向上の背景にあるポジショニング

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）

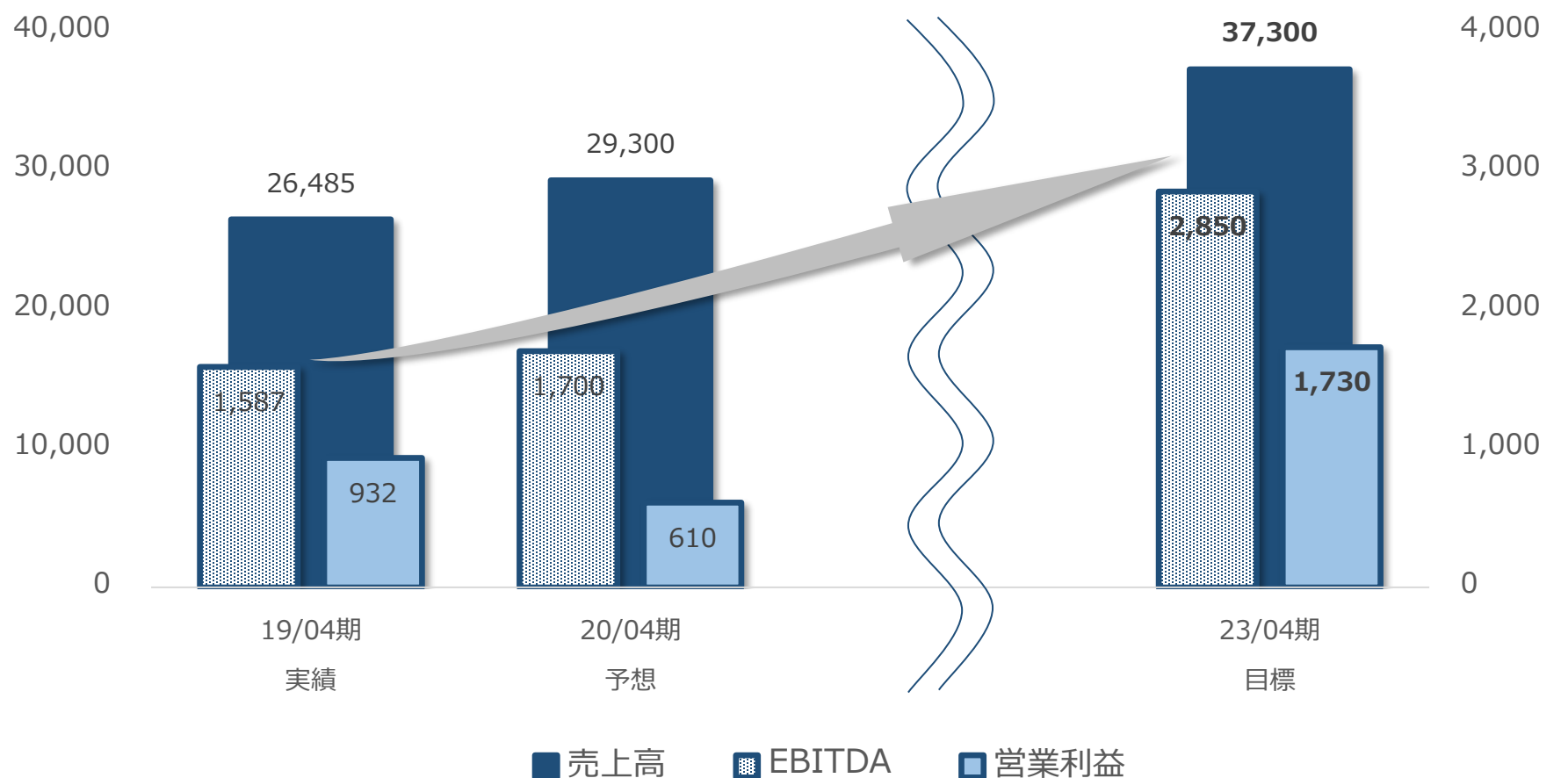
売上高	373.0億円
EBITDA	28.5億円
営業利益	17.3億円

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

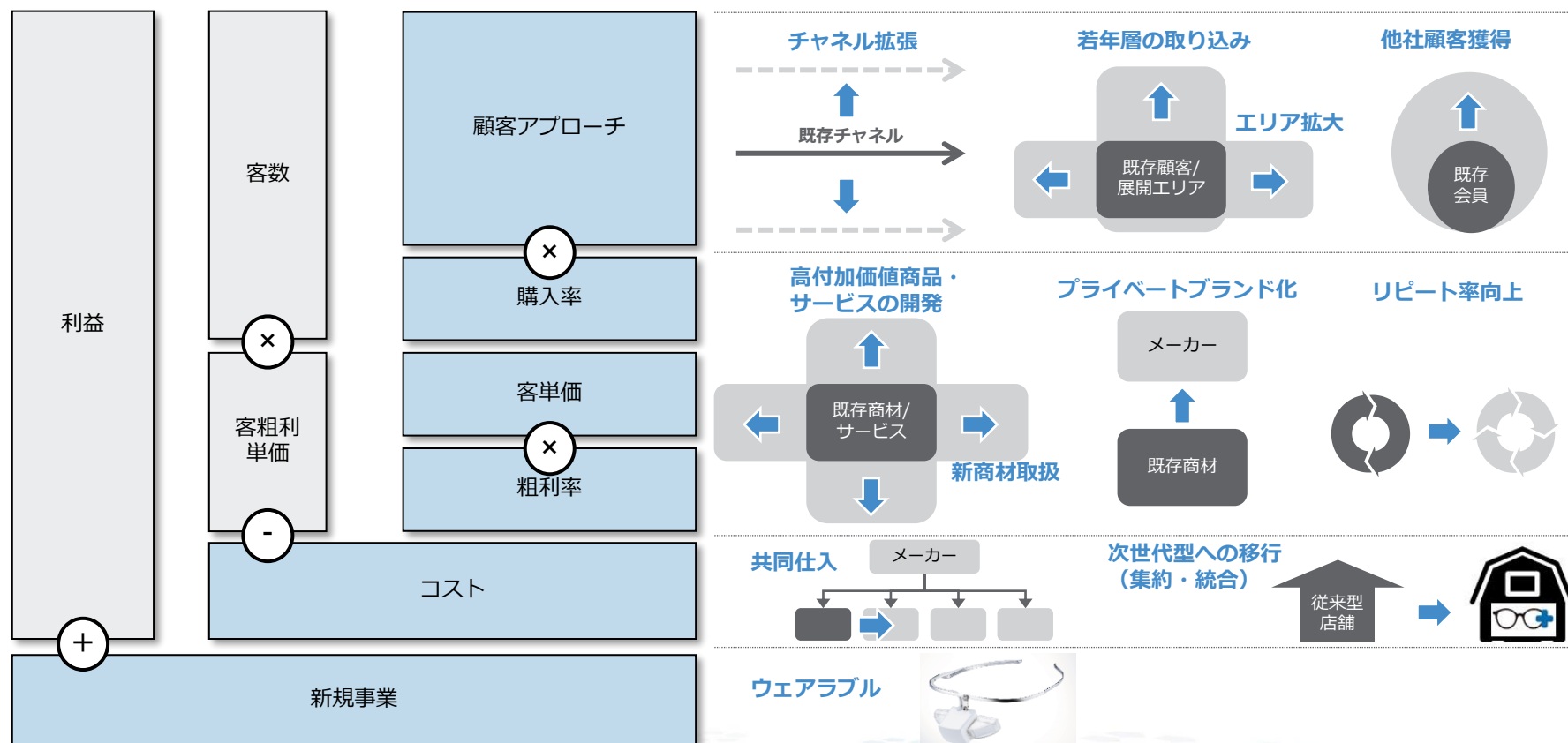
(単位：百万円)



※ 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

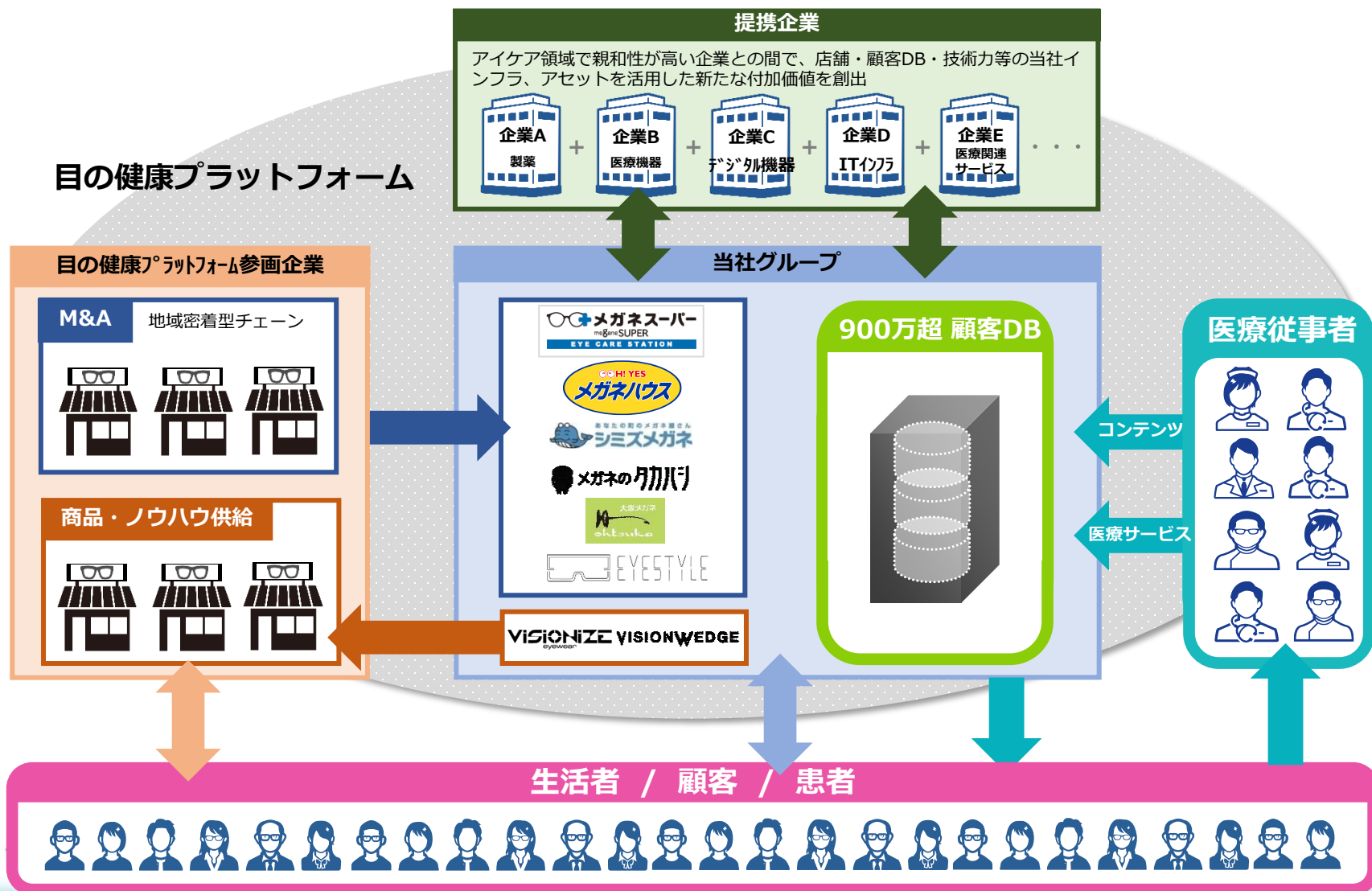
定性目標

- 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

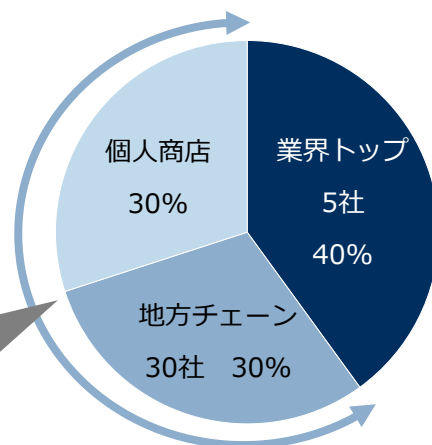
実店舗を中核に眼の健康寿命の延伸に繋がるアイケア商品・サービス提供に強みを有する当社グループのプラットフォームを通じて、新たなサービスモデルの構築を進め、アイケア商品・サービスの提供（眼鏡小売）に留まらない付加価値創出企業としての成長を目指します



M&A（ロールアップ）の推進

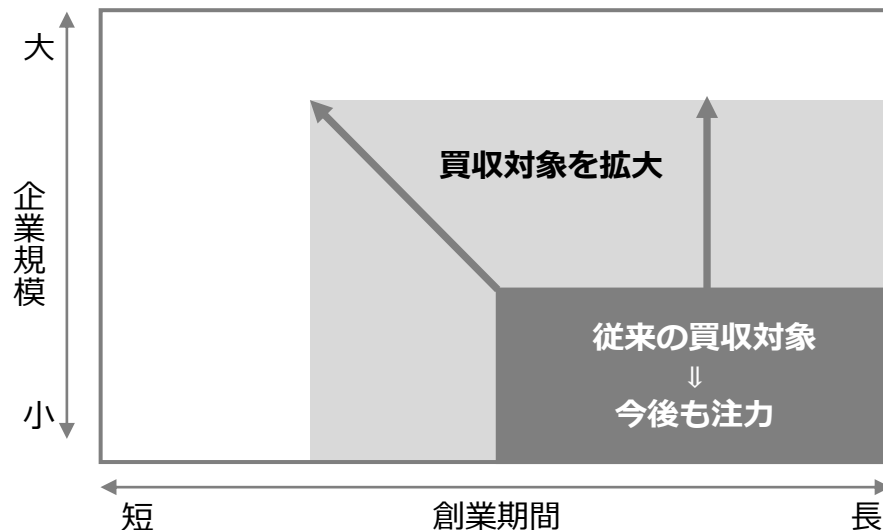
「目の健康プラットフォーム」を通じた同業のロールアップを進め、事業規模の拡大を図る。承継後はグループ間の事業シナジー追求により、収益力の増強を図る

<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

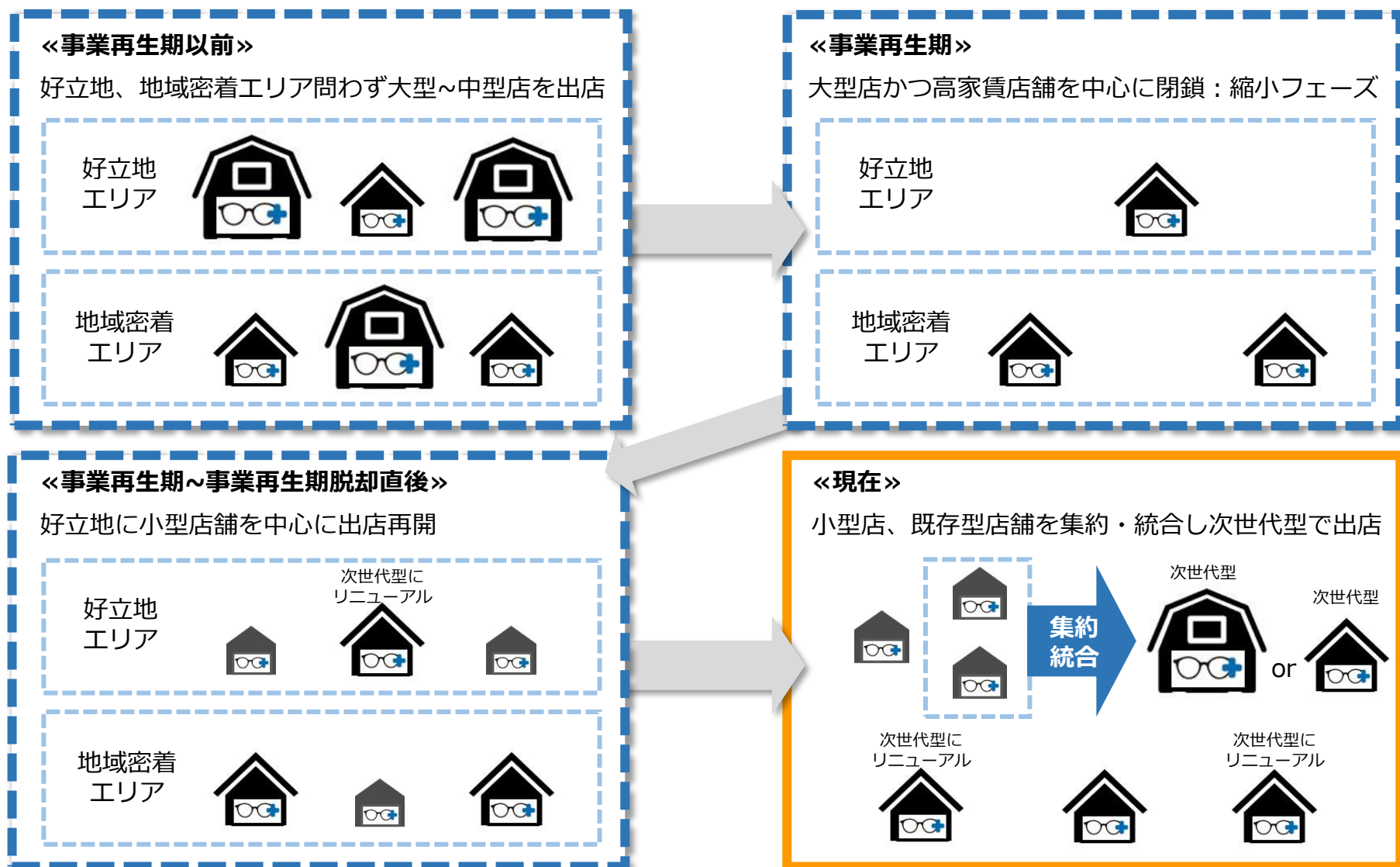
投資計画

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
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	17億円
リニューアル 次世代型への移行、老朽化店舗の改装など	19億円
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	20億円
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	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

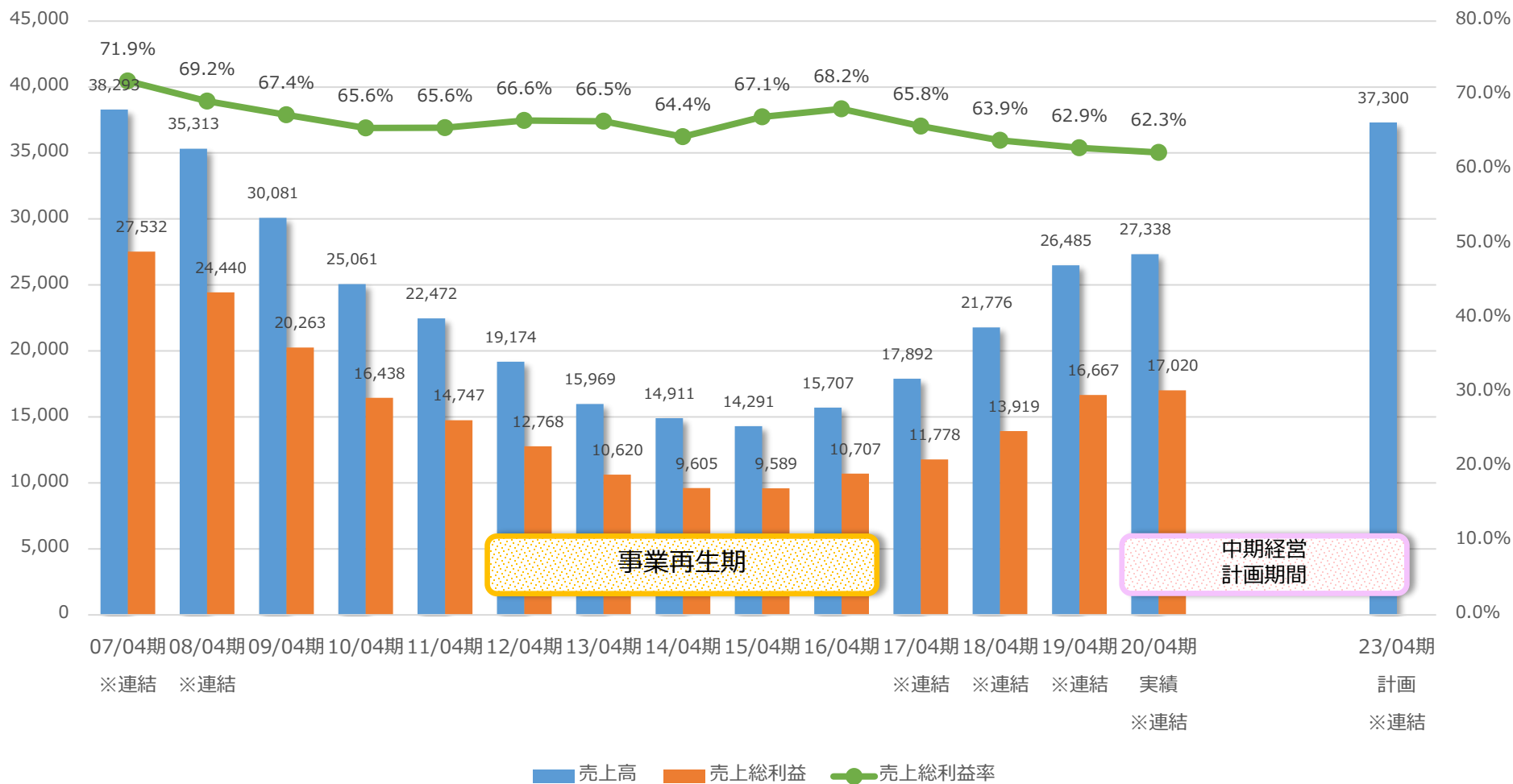
- ・トータルアイ検査の拡充 → 世代別検査メニュー導入
- ・HYPER保証プレミアム
- ・コンタクト定期便
- ・他社購入メガネの調整
- ・サプリ、目薬等の販売等

- ・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

業績推移

売上高 / 売上総利益 / 売上総利益率

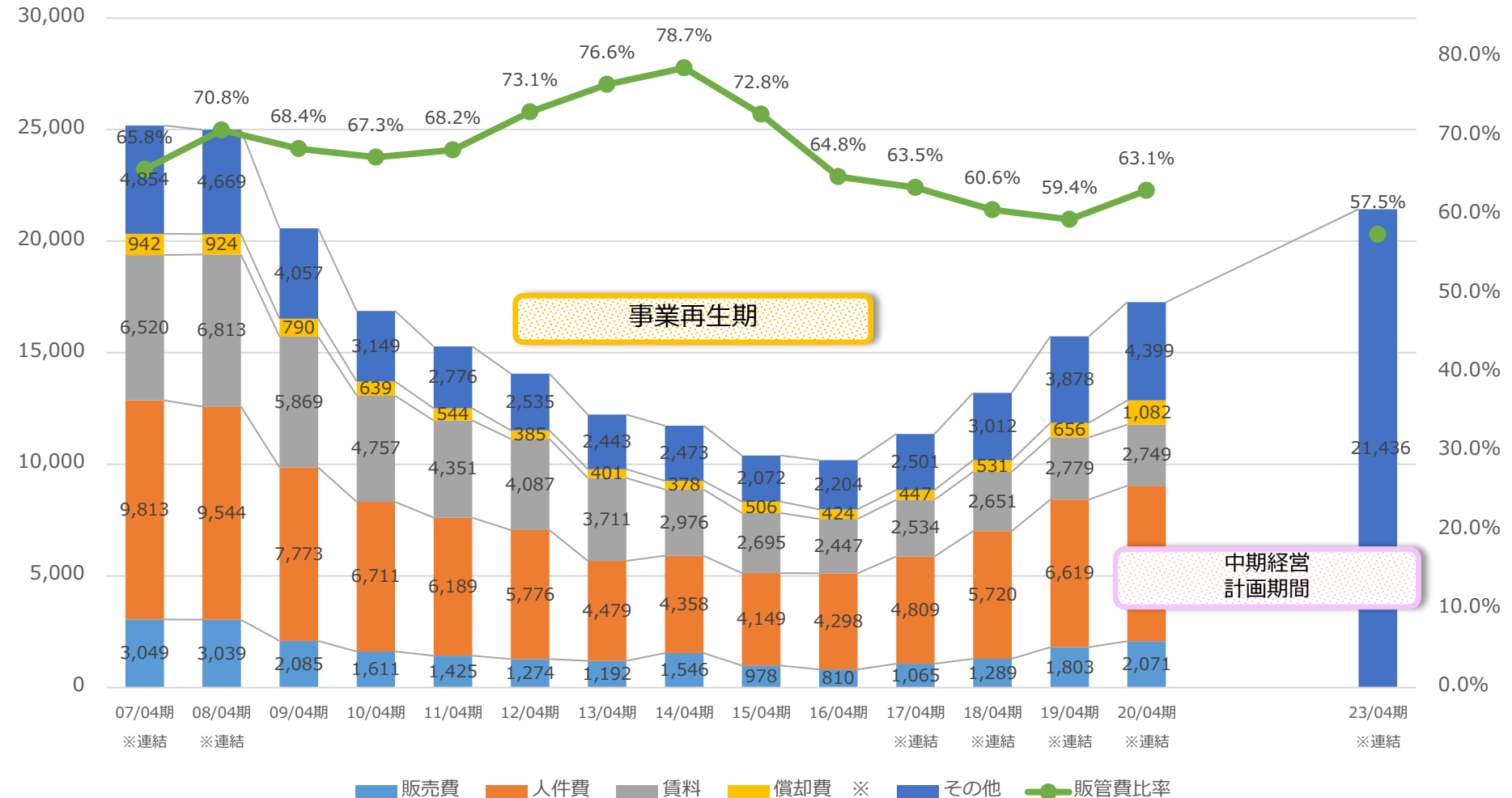
(単位：百万円)



業績推移

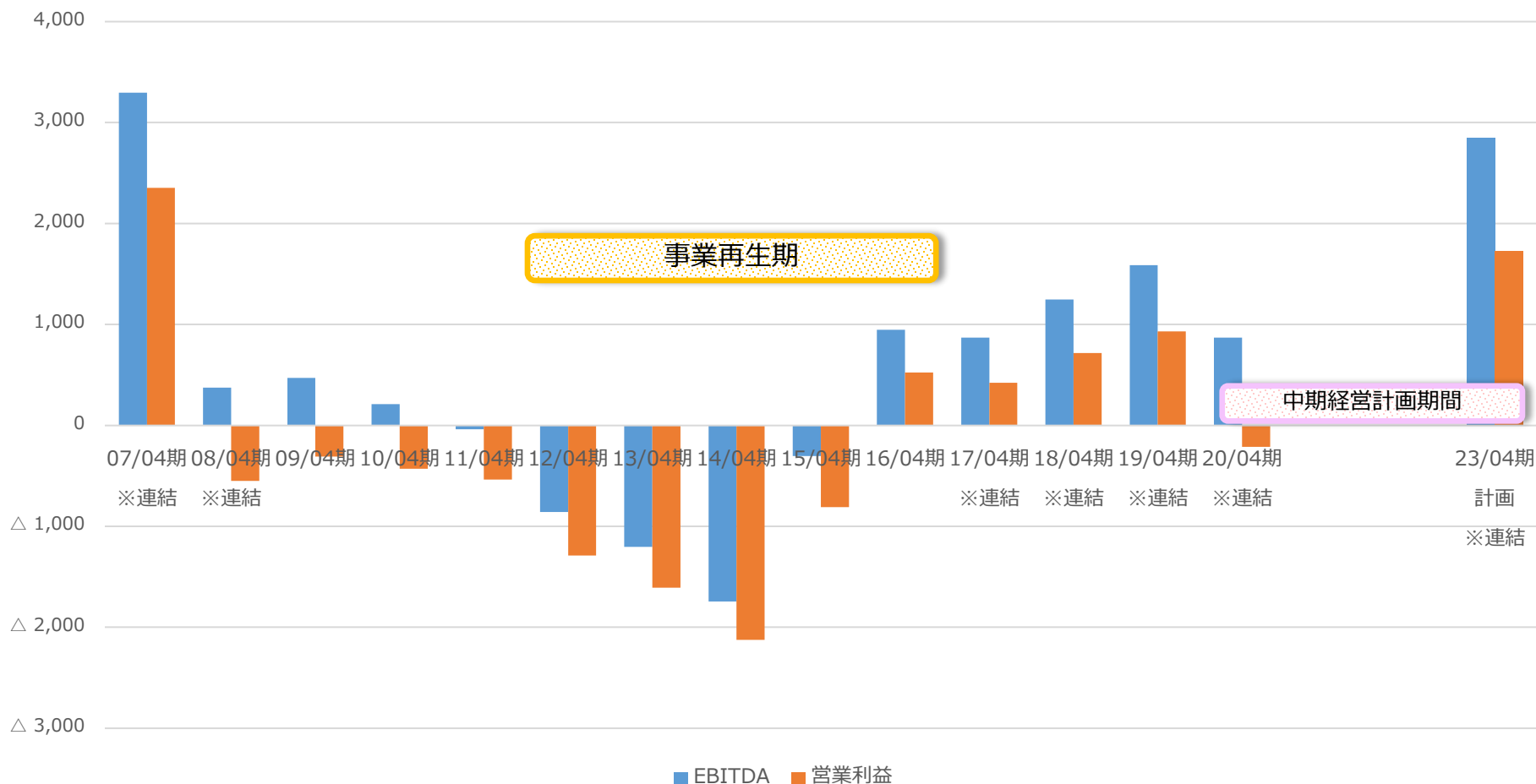
販売費及び一般管理費

(単位：百万円)



EBITDA / 営業利益

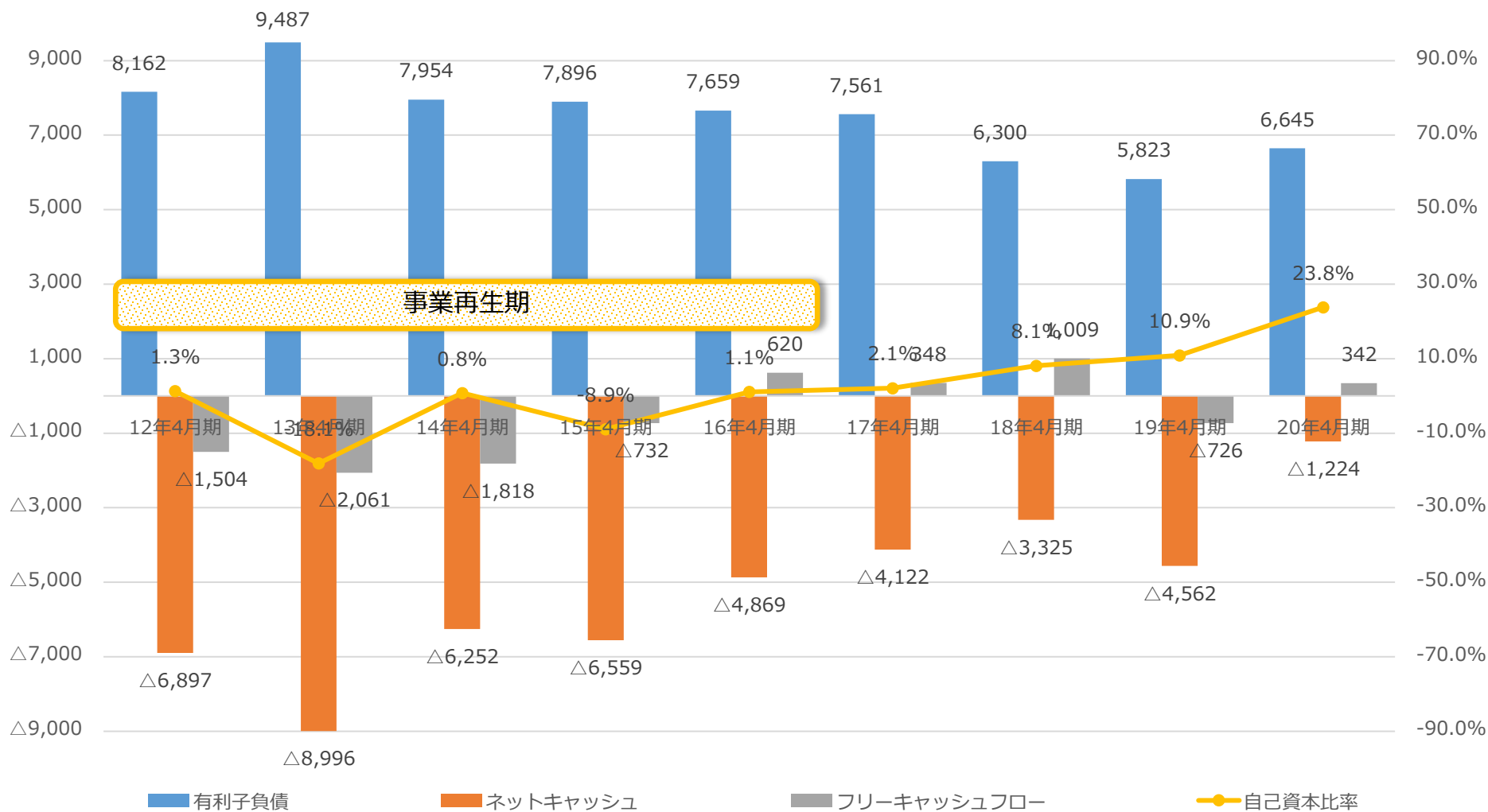
(単位：百万円)



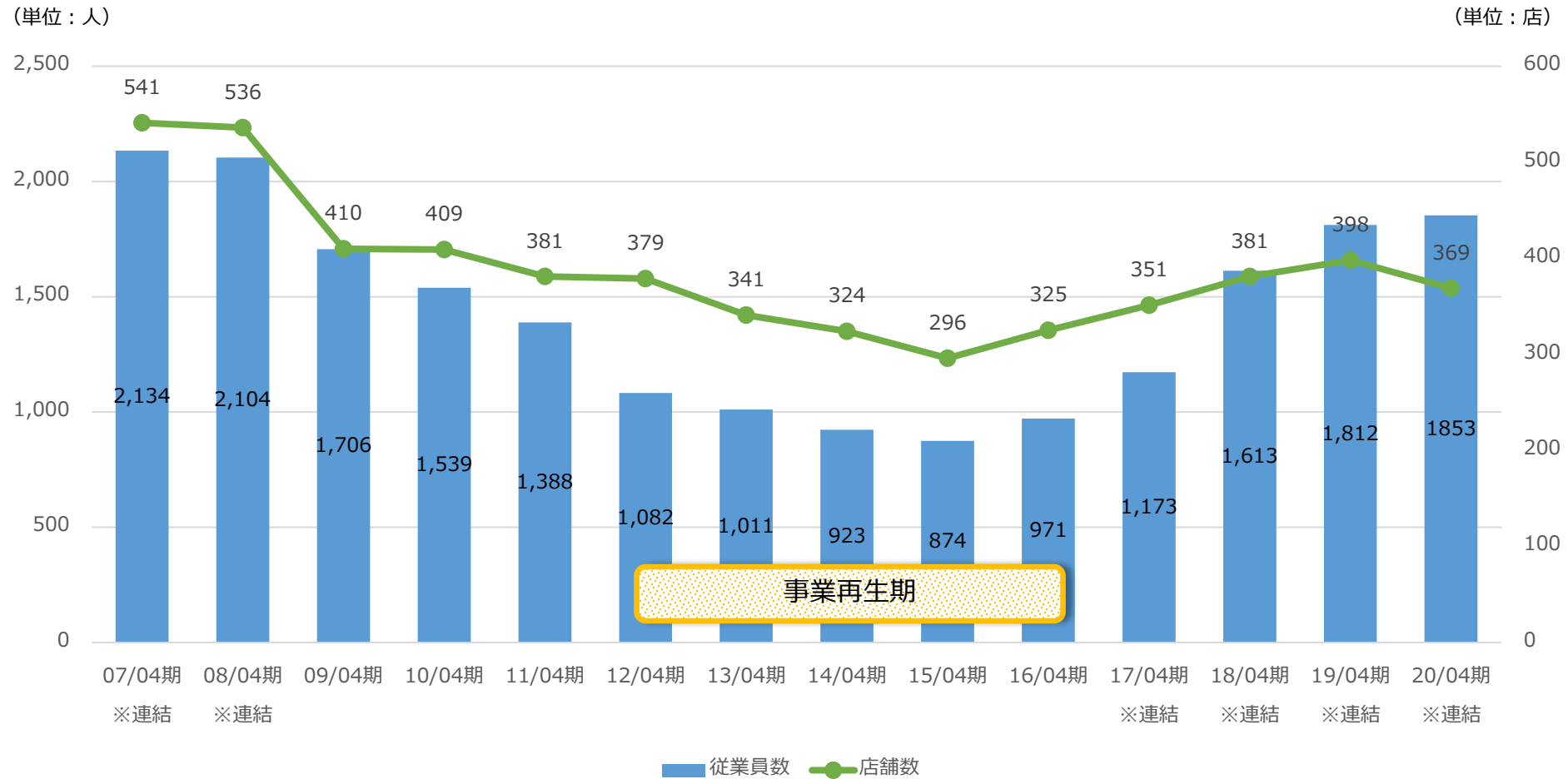
※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 長期前払費用償却費 + 除去債務償却費用 + 株式報酬費用

自己資本比率 / キャッシュ・フローの状況

(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	325店舗(10月31日時点)		
グループ従業員数	1,766名(10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.