

株式会社ビジョナリーホールディングス

2022年4月期 1Q決算説明資料

証券コード：9263 JASDAQ-S

2021年9月



VISIONARY HOLDINGS

株式会社ビジョナリーホールディングス

目次

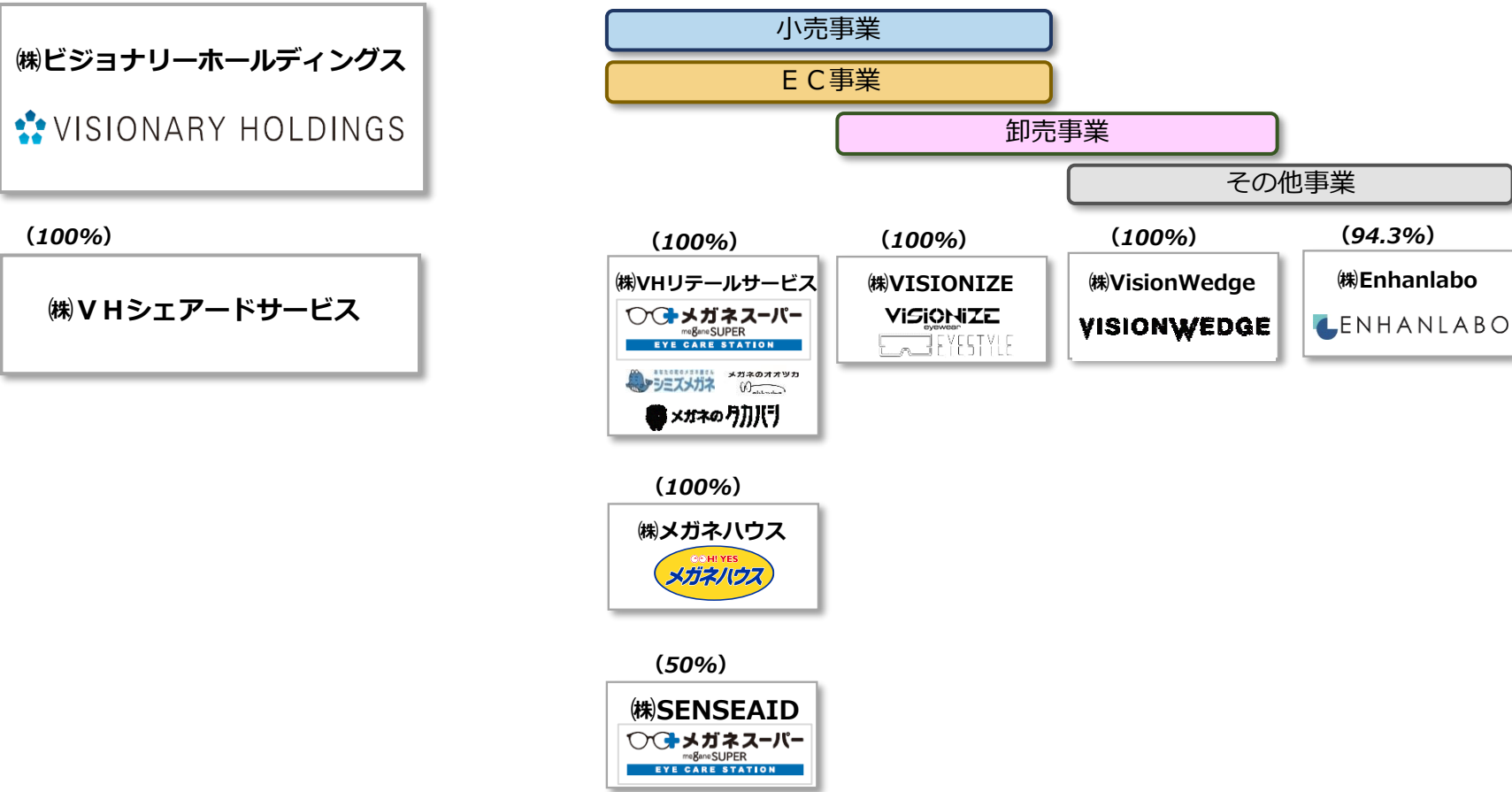
22/04期 1Q連結決算概要	P.3
セグメント別概要	P.18
小売事業	P.19
卸売事業	P.36
E C事業	P.38
Appendix	P.40

22/04期 1Q連結決算概要

(2021年5月1日～2021年7月31日)

当社グループの事業内容（2021年7月31日時点）

当社グループは小売事業、EC事業、卸売事業、その他事業の4事業、子会社7社で構成



22/04期 1Q決算ハイライト

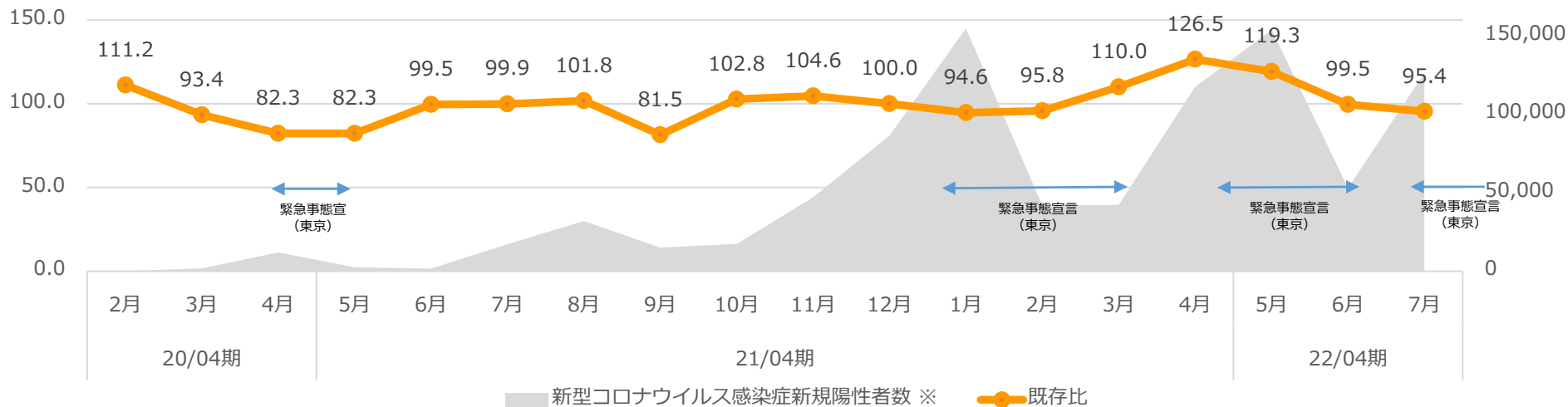
店舗数が前年1Q比8店舗減、当1Q期間中に2度の緊急事態宣言が発令されるなど、来店客数に影響を受けるなか、ストック型サービスが堅調に推移したことで増収は確保。一方、広告宣伝、外部要因に左右されないストック型サービスの一層の強化を図るためのキャンペーン等、費用先行となった結果、前年1Q比では減益

	21/04期 1Q実績		22/04期 1Q実績		前年 同四半期比	
	金額 (単位：百万円)	構成比 (%)	金額 (単位：百万円)	構成比 (%)	%	金額 (単位：百万円)
売上高	6,399	100.0	6,564	100.0	102.6	+164
営業利益	160	2.5	△434	—		△595
E B I T D A	389	6.1	△142	—		△532
経常利益	286	4.5	△301	—		△588
親会社株主に帰属 する四半期利益	128	2.0	△450	—		△578
一株当たり 四半期純利益 (円 銭)	3.51		△12.23			

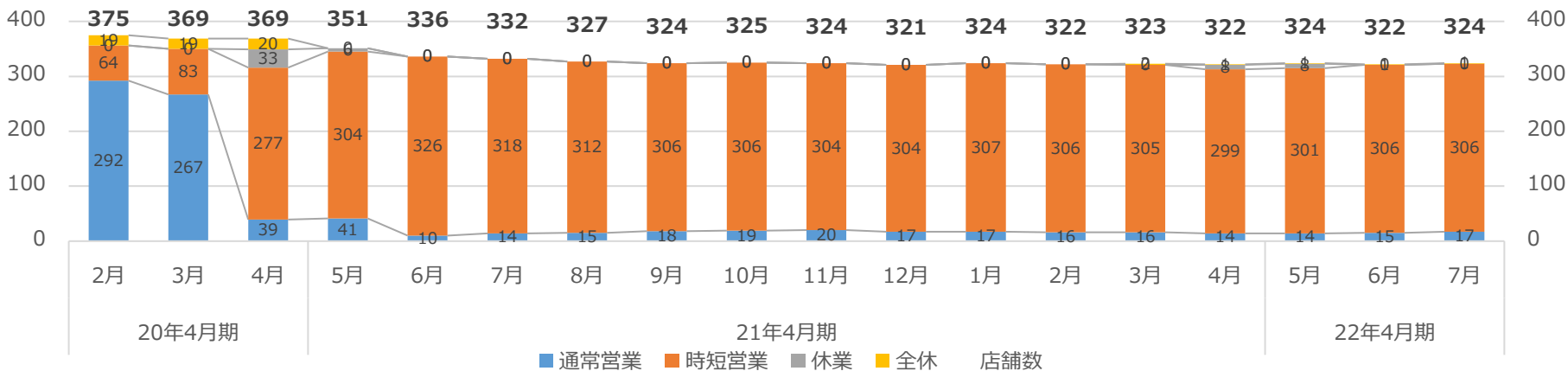
新型コロナウイルス感染症拡大による業績への影響：既存比

新型コロナウイルス感染症の拡大により、2021年4月、7月に緊急事態宣言が発令されるなど、店前交通量や来店客数への影響が避けられないなか、営業時間短縮による店舗の生産性を重視した運営を継続したほか、収益基盤の強化に資するコンタクト定期便等ストック型サービスの強化を図る

既存店前年比推移

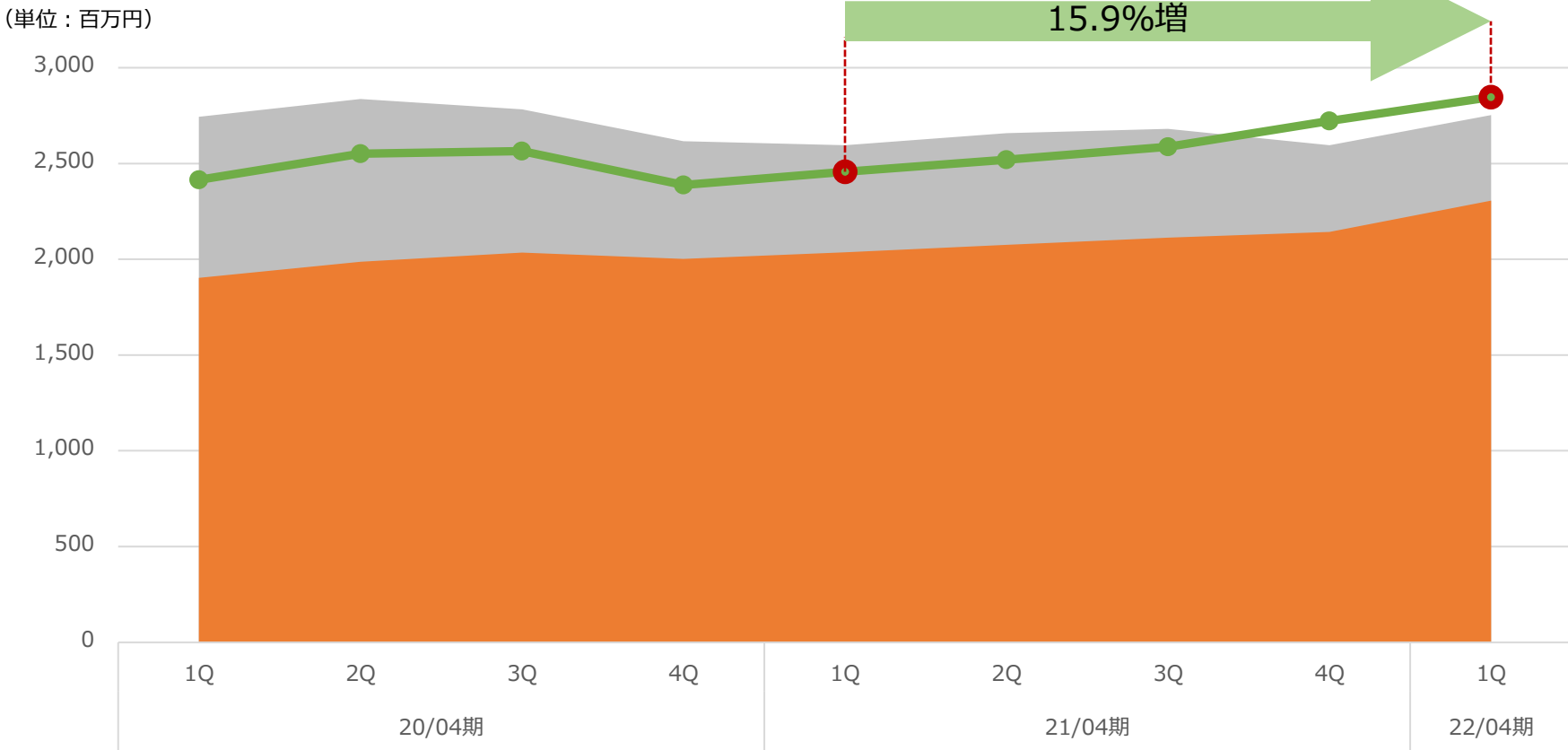


店舗の営業状況



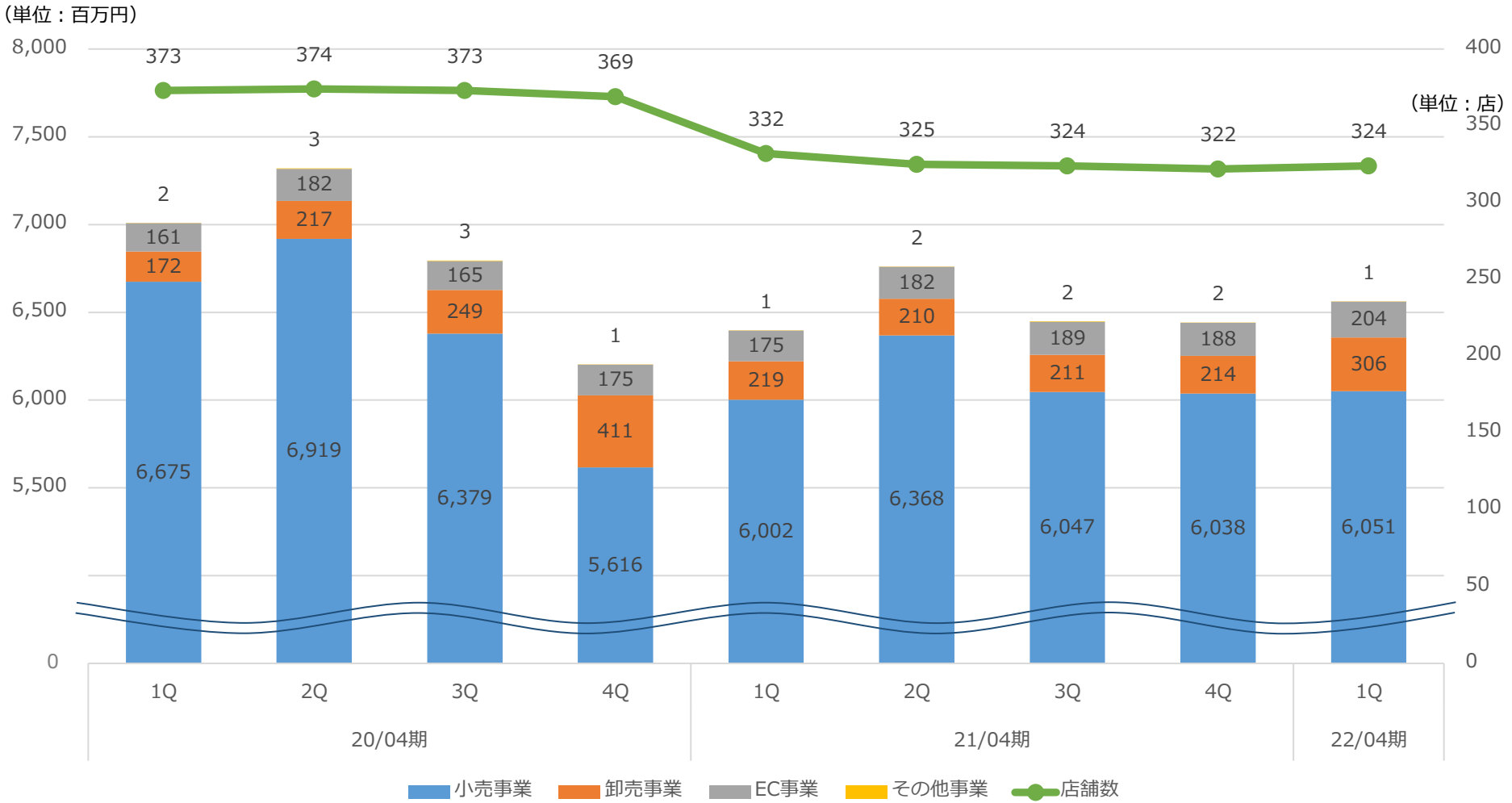
ストック型サービスの強化（コンタクト定期便）

当第1四半期においては、コンタクト定期便について、初回割引キャンペーン等、新規顧客のコンタクト定期便への加入促進、既存顧客の同定期便への移行促進を進める。その結果、コンタクト定期便への加入件数は前年1Q比 15.9%増、売上高は同1Q比13.3%増。コンタクト全体の売上のうちコンタクト定期便が占める売上高は同1Q比5.4pt増の83.8%。外部要因に左右されない安定的な収益基盤の強化を進める



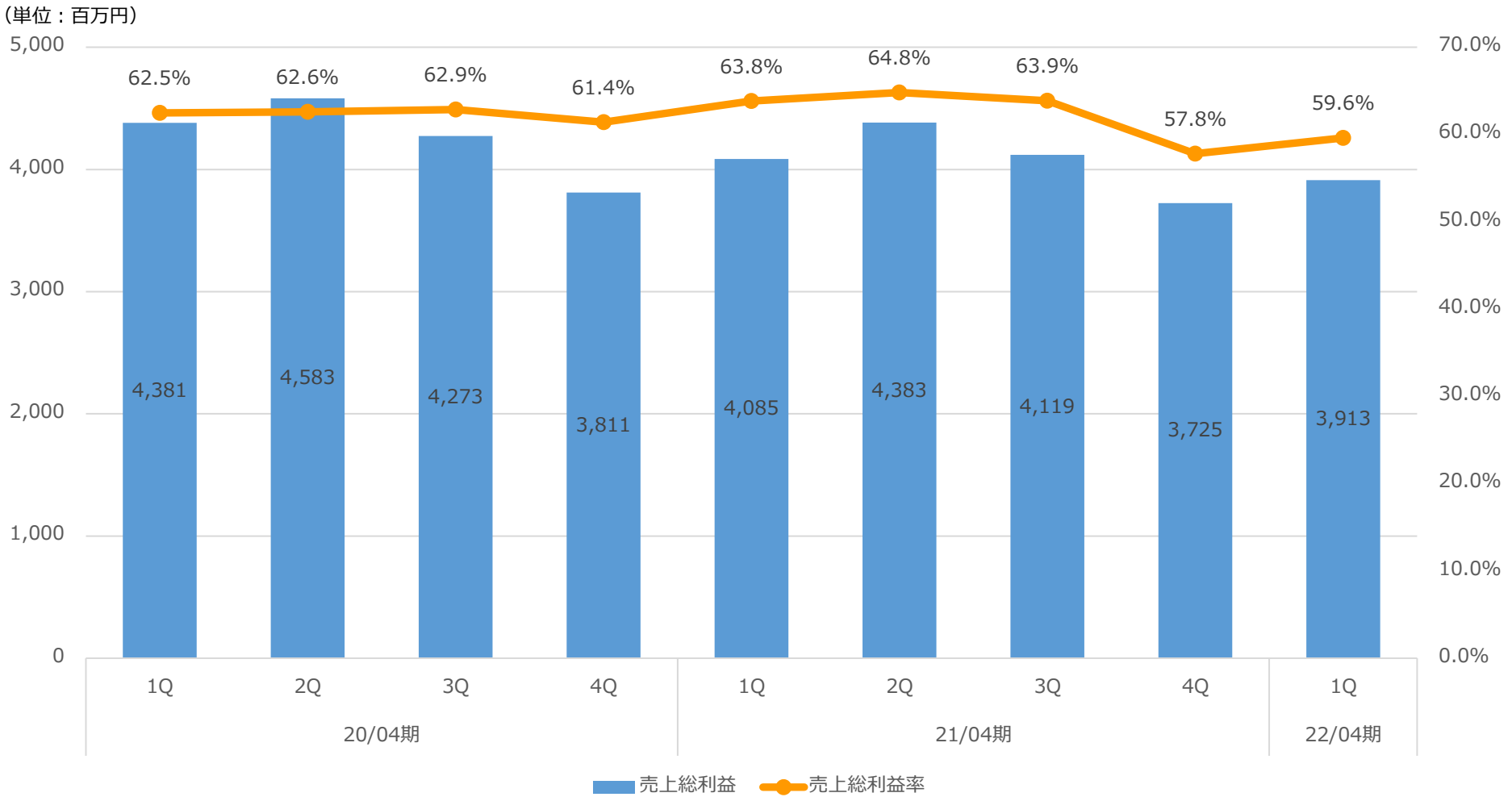
売上高（四半期推移）

小売事業は前年1Q比で店舗数が8店舗減となるなか0.8%増、卸売事業が同39.5%増、EC事業が同16.3%増となり、売上高は前年1Q比2.6%増の6,564百万円



売上総利益（四半期推移）

売上総利益は前年1Q比4.2%減の3,913百万円、売上総利益率は小売事業においてCONTACT定期便の初回割引キャンペーンの実施等の影響により4.2pt減の59.6%



投資の進捗

コロナ禍においても利益進捗を慎重に見極めながら事業成長投資を継続。新店出店を強化するとともに、リニューアルについては前年4Qより緩やかに再開。4か年（20年4月期～23年4月期）における投資総額6,000百万円のうち、22年4月期 第1四半期までに3,211百万円の投資を実行。進捗率は53.5%

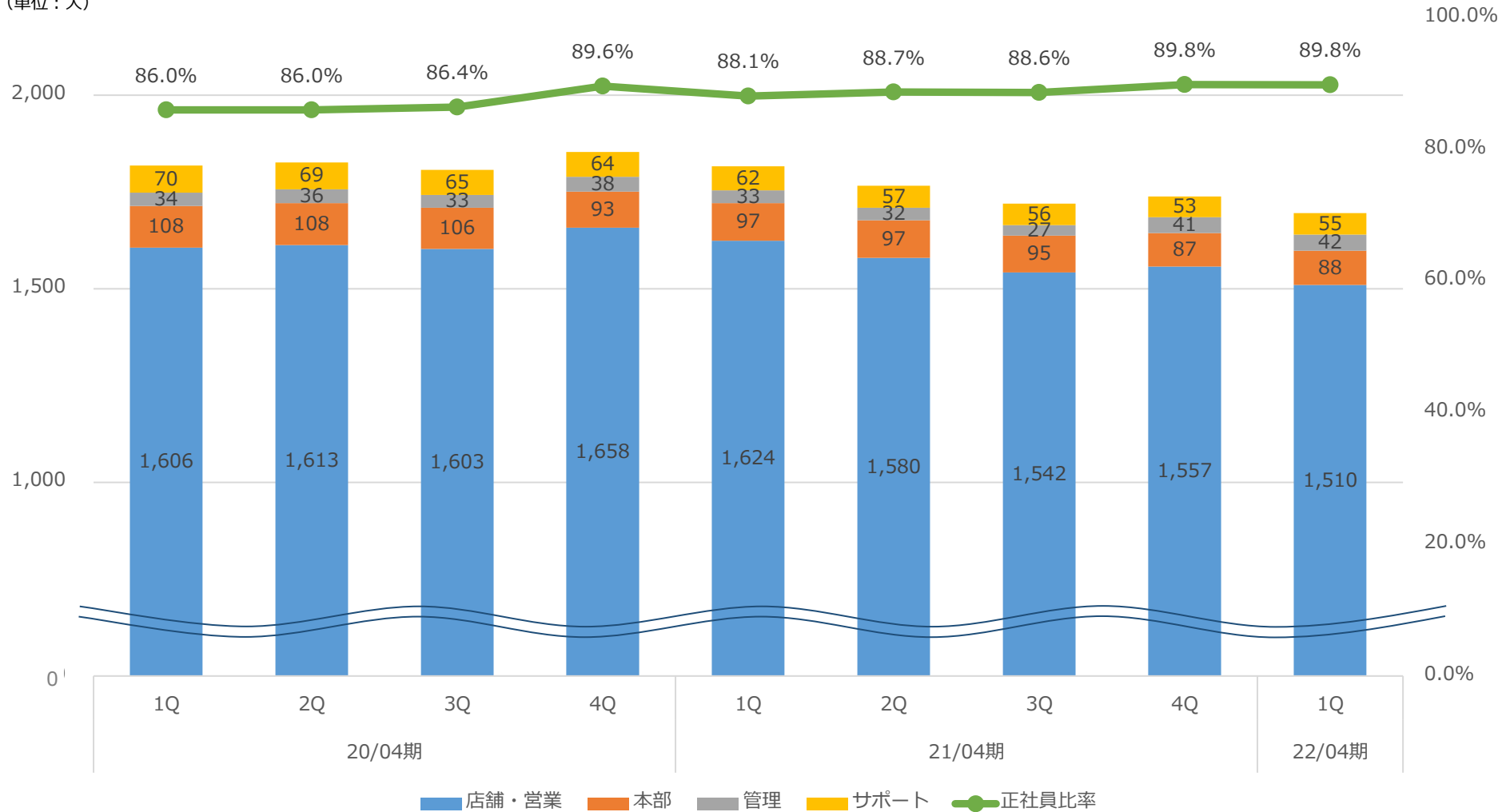
進捗率
53.5%

	20/04期	21/04期				21/04期	22/04期 1Q	投資額 (累計)	21/04期-23/04期 (単位：百万円) 4か年投資額 (計画)	
		1Q	2Q	3Q	4Q					
人材・システム投資	146	105	41	121	92	359	57	562	400	△162
検査機器等	700	92	64	43	63	262	77	1,039	2,000	961
リニューアル	697	4	9	9	51	73	84	854	1,900	1,046
新規出店	440	91	31	64	22	208	108	756	1,700	944
4か年投資額 (累計)	1,983	292	145	237	227	902	326	3,211	6,000	2,789

従業員数（四半期推移）

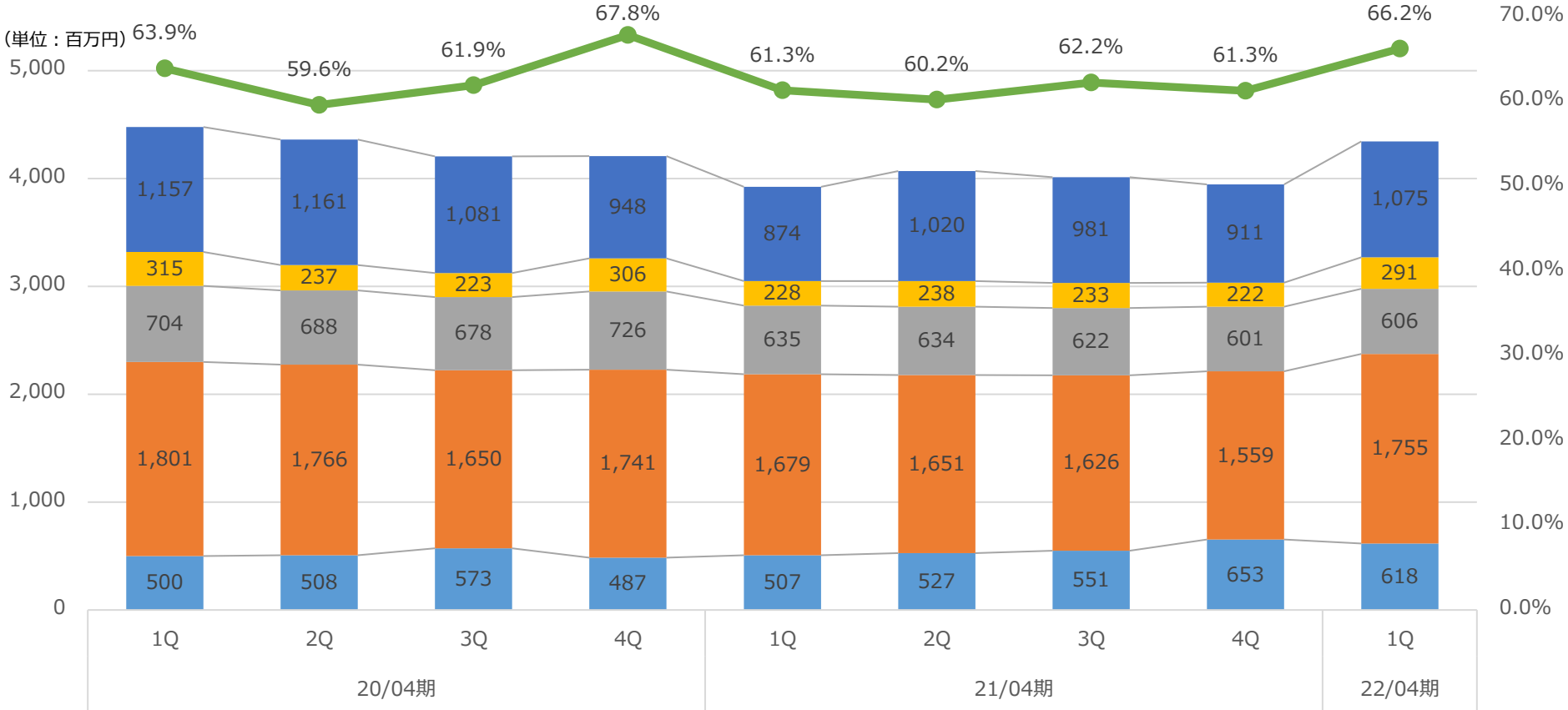
従業員数は前年1Q比△121名の1,695名

(単位：人)



販売費及び一般管理費（四半期推移）


コロナ禍に対応した不要不急のコスト削減は継続。一方、当社グループの高付加価値サービスの認知拡大を図るためテレビCM、動画広告等の広告宣伝等の強化に伴い販売費は前年1Q比21.9%増、ワクチンの職域接種、営業施策の実行度を高め既存店の活性化に資する取り組みの強化から従業員の地域間移動を段階的に緩和する等により関連諸費用であるその他管理費が同1Q比23.0%増となるなど、販管費は前年1Q比 10.8%増の4,347百万円、販管費比率は同1Q比4.9pt増の66.2%



広告宣伝活動の強化

当第1四半期においては、当社グループが提供する高付加価値サービスを、より多くの生活者に認知を得るため、政策的にテレビCM、動画広告、DM、新聞折り込み広告チラシを増す等、広告宣伝、販売促進活動を強化

<TV-CM>

・ [トータルアイ検査 ユーザーボイス篇](#) 



・ [コンタクトレンズ 生活必需品篇](#) 

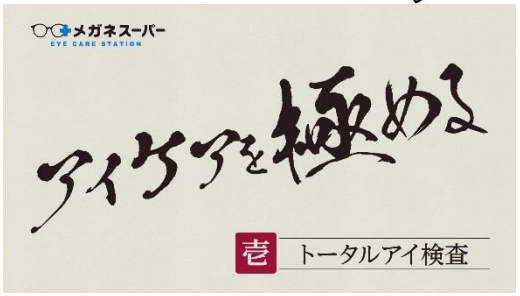


・ [補聴器 プロにお任せ篇](#) 



<WEB動画/動画広告>

・ [アイケアを極める#1~#6](#) 



・ [色覚多様性 ご相談ください篇](#) 

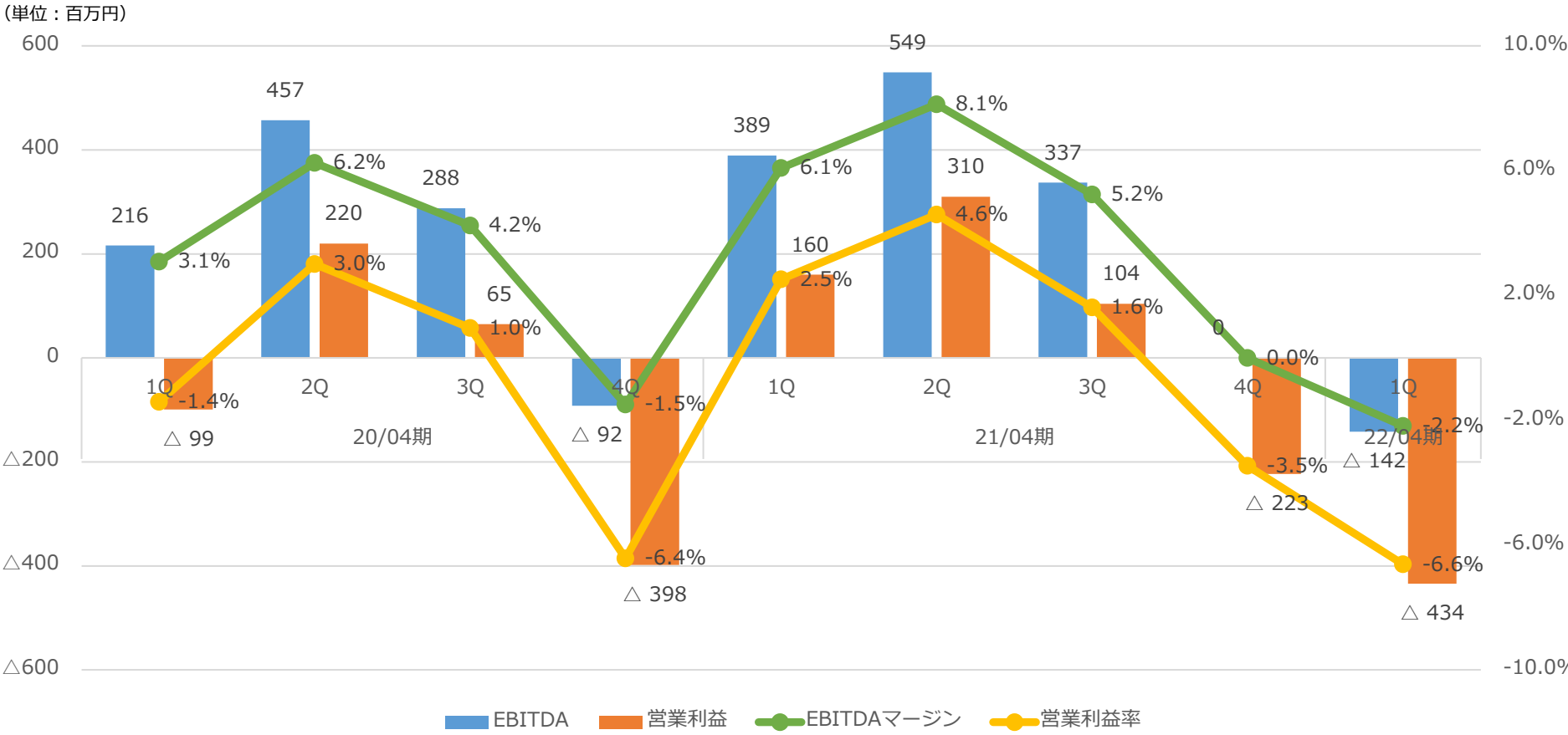


・ [色覚多様性 カミングアウト篇](#) 



EBITDA / 営業利益（四半期推移）

EBITDAは前年1Q比532百万円減の△142百万円、営業利益は同1Q比595百万円減の△434百万円にとどまる

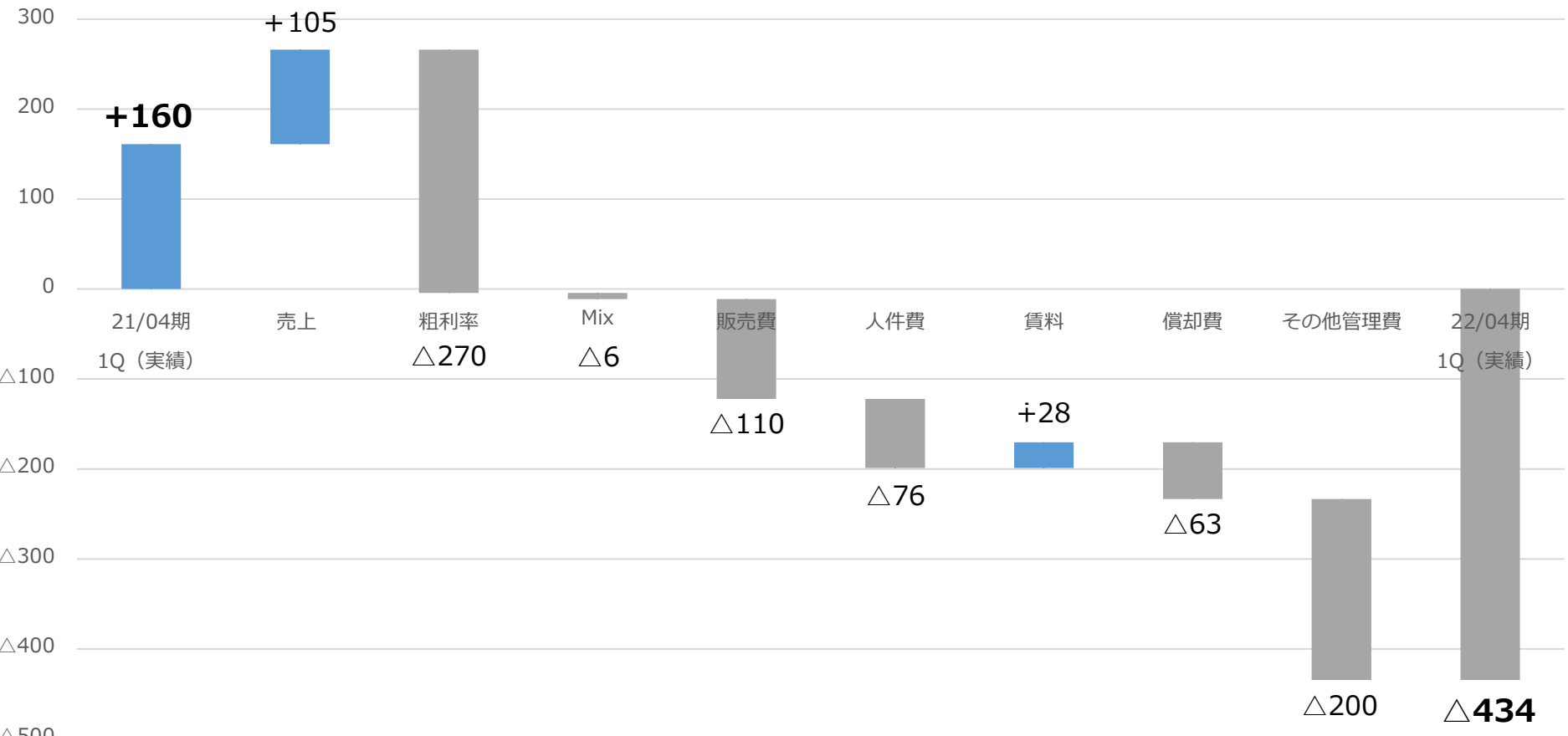


※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費（有形・無形固定資産） + 長期前払費用償却費 + 除去債務償却費用 + 利息費用 + のれん償却費 + 株式報酬費用

1Q営業利益の増減分析

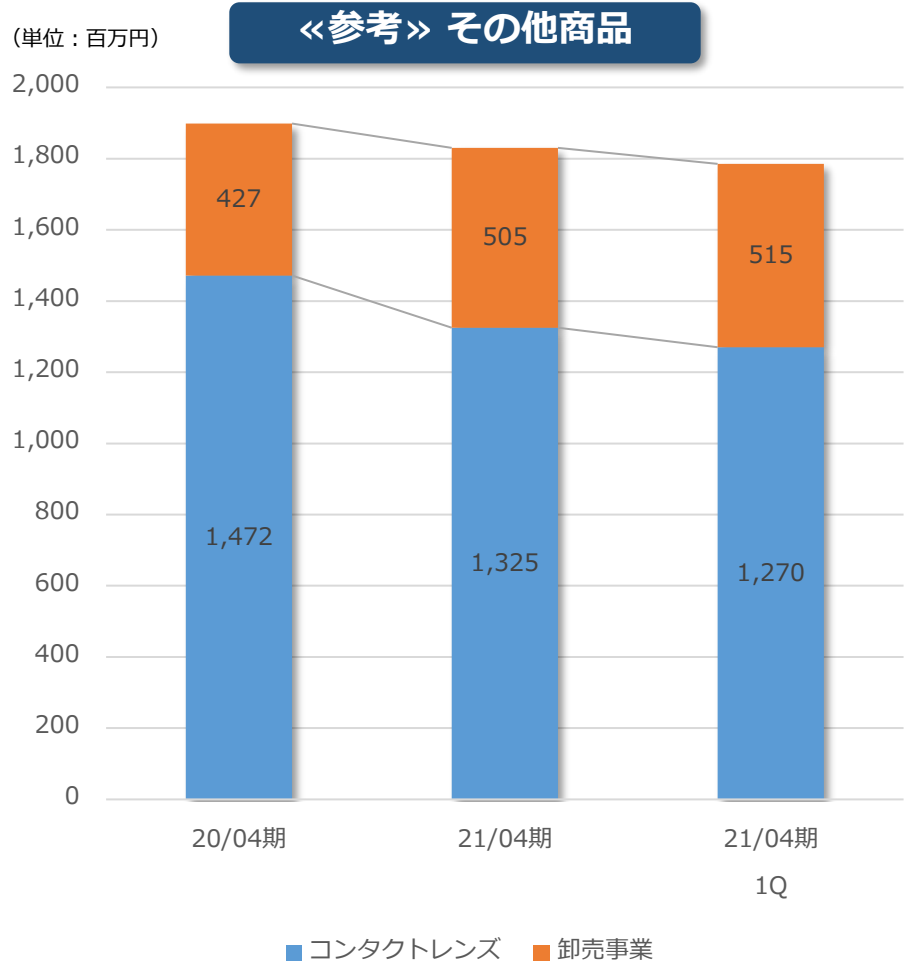
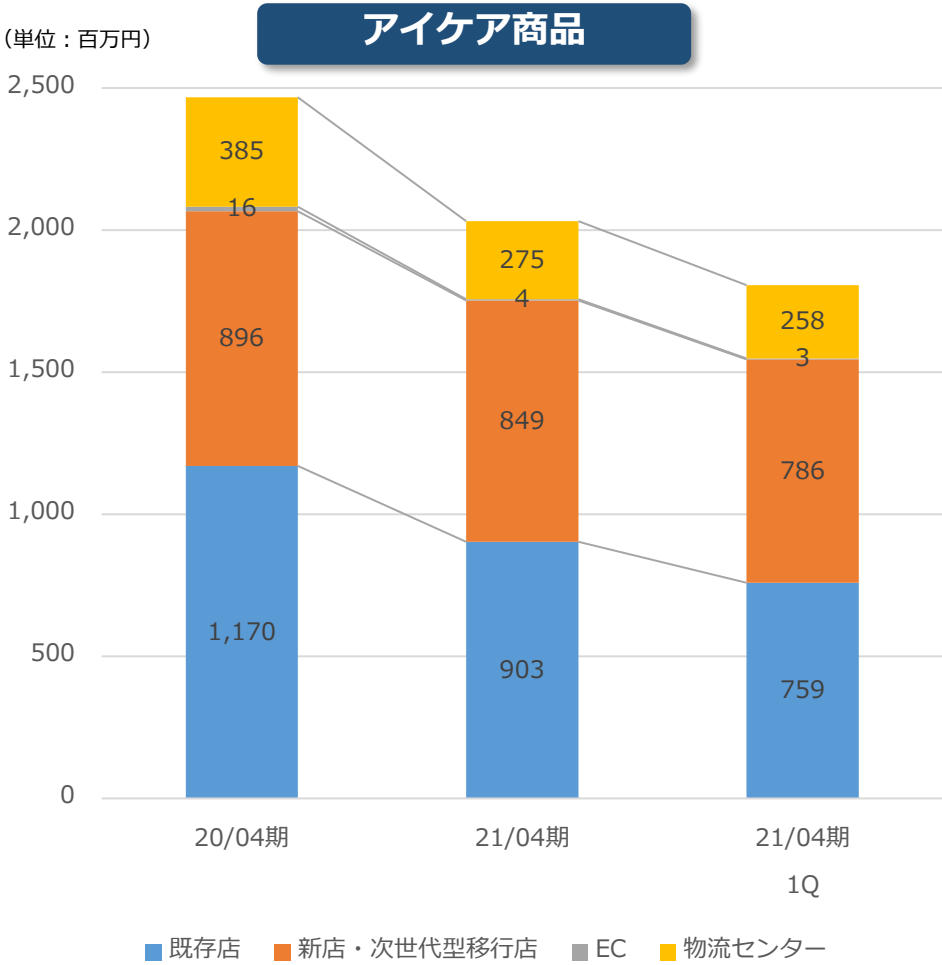
ストック型サービスの強化に伴うキャンペーンや当社グループの高付加価値サービスの認知拡大を企図した販売費増、ワクチンの職域接種や営業施策の実行度、既存店の活性化を図る取り組みや従業員の地域間移動の緩和等による関連諸費用増により、営業利益は前1Q比595百万円減の△434百万円。ただし、コロナ禍が継続する中においては2Q以降に向けた前向きな投資に位置づけ

(単位：百万円)



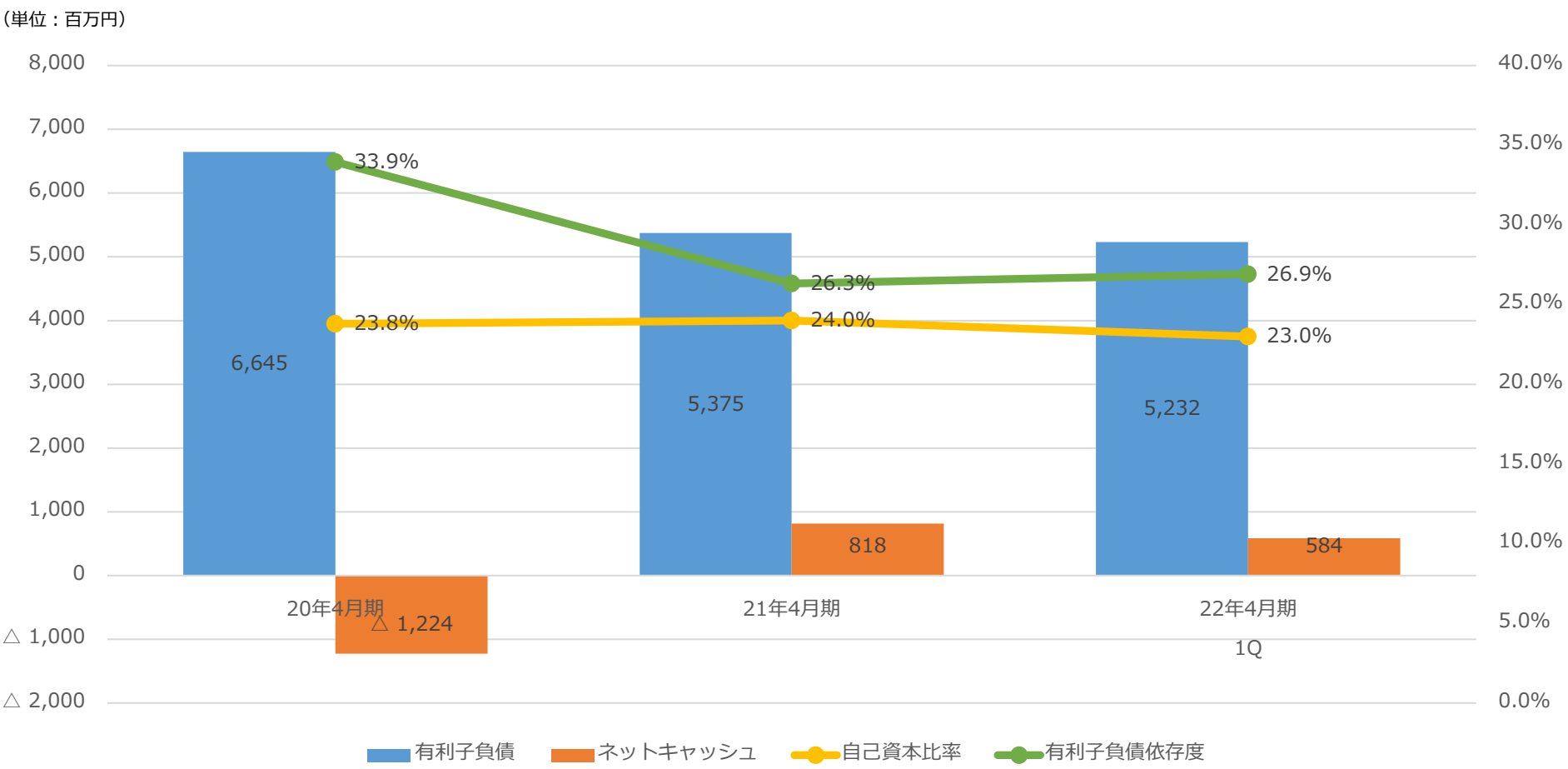
アイケア商品の充実

店舗の集約統合、次世代型店舗への移行やメガネ・補聴器の検査・サービス・設備の充実にあわせた品揃えの充実（＝在庫投資）とともに、各店毎の在庫の適正化が進む



自己資本比率/有利子負債依存度の推移

有利子負債は緩やかな削減が進むなか、当1Qが減益となった結果、ネットキャッシュ、自己資本比率、有利子負債依存度は増強ないしは改善に至らず停滞



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

五感の一つである“Vision”を中心に、眼の健康寿命延伸に繋がる付加価値の高いサービス・商品の提供、アイケアの拡充・普及に努めます

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



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

最大60項目のトータルアイ検査と業界最高クラスの最新検査機器があなたの視生活を変えます。



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、最適なメガネをお作りいたします。



リモート視力検査システム

ご指定の場所に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。



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

3年間完全保証のHYPER保証プレミアム
月々300円(税込330円)。1回3,000円(税込3,300円)で何度でも保障!

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
(レンズ・フレーム)

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(税込1,100円)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。



メガネの新常識! メガスタ

初期費用を抑えられる
メガネのサブスク【月額プラン】登場!

レンズ・フレーム **1,000円** (税込1,100円)~
※交換費は別途

色覚補助レンズ

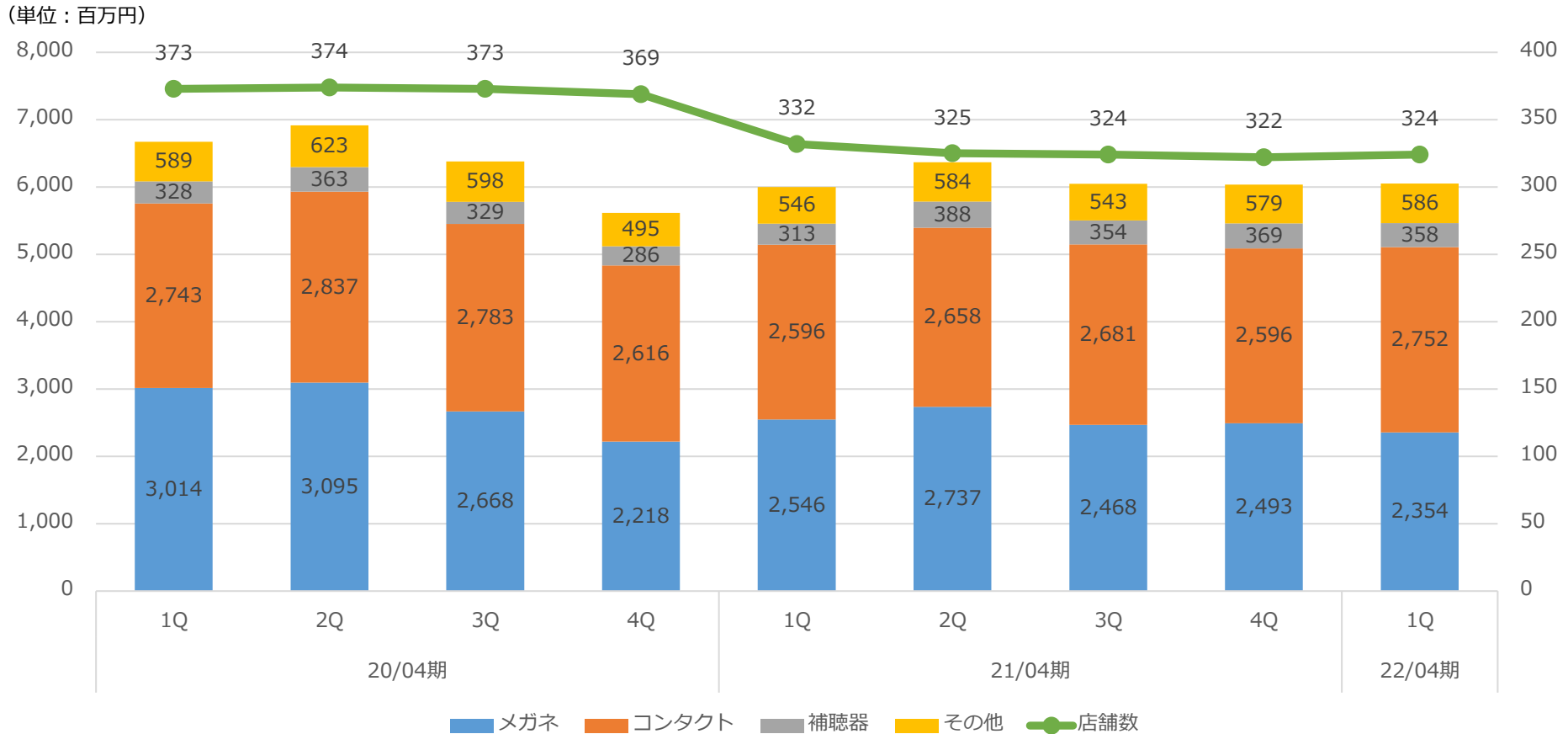
ネオダルトン社との共同開発

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。



品目別売上高（四半期推移）

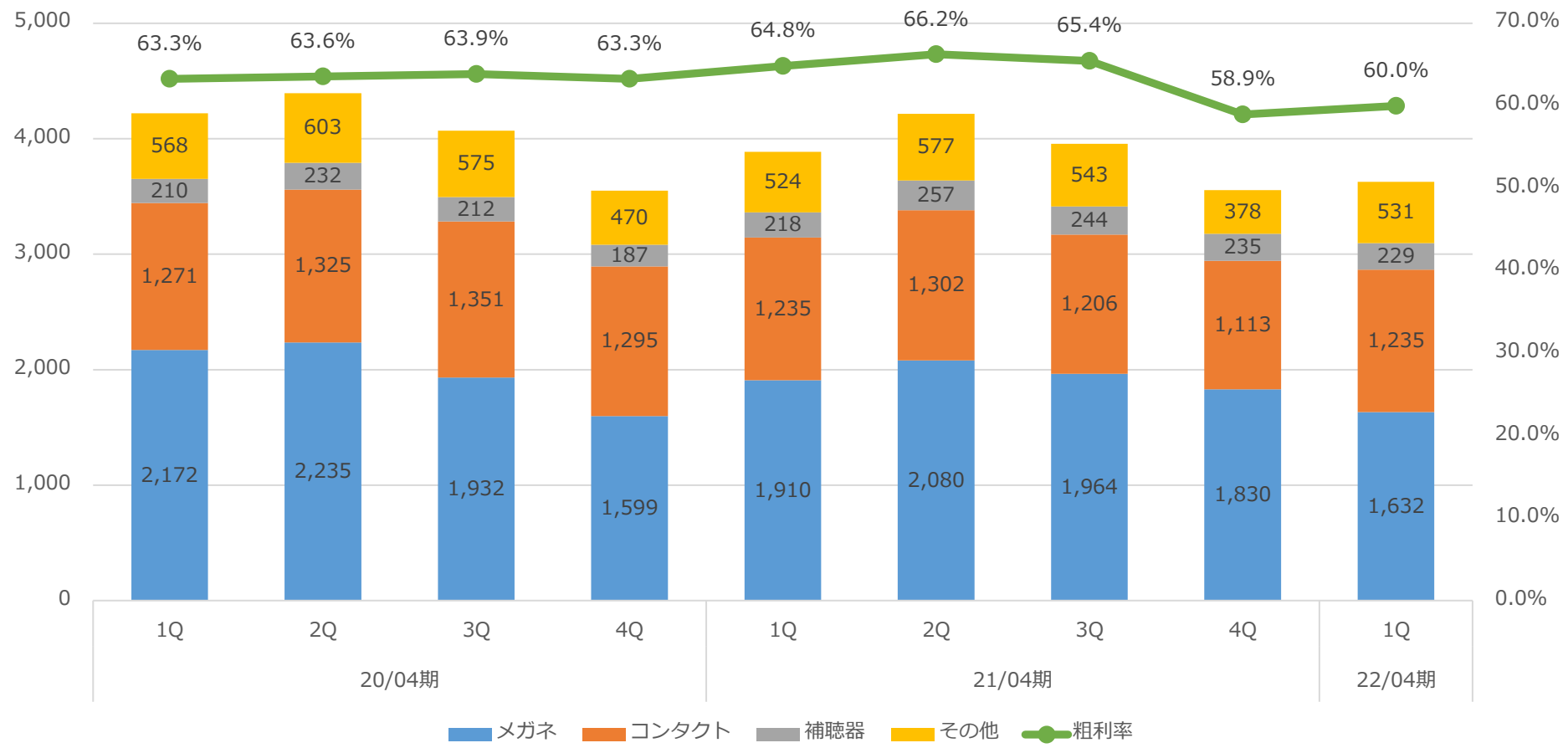
店舗数が前年1Q比 8店舗減の324店舗となるなか、売上高は同1Q比0.8%増の6,051百万円。同1Q比でコンタクトが6.0%増、補聴器が14.1%増と伸長し、コロナ以前の前々年1Q比においてもコンタクト0.3%増、補聴器9.1%増となる。一方、メガネは緊急事態宣言等、外出自粛の影響もあり前年1Q比7.5%減



売上総利益 / 売上総利益率（四半期推移）

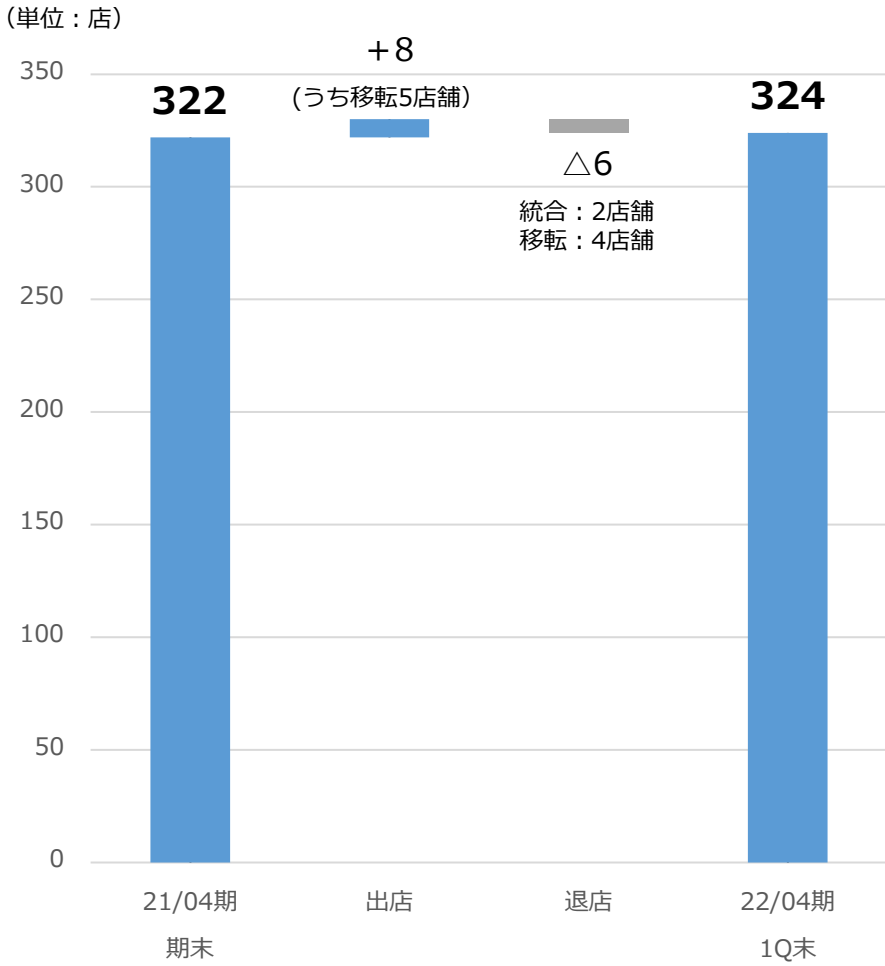
売上総利益は前年1Q比6.7%減の3,630百万円。補聴器が前年1Q比5.0%増となる一方、メガネはキャンペーンやPB比率の低下等、同1Q比14.6%減、コンタクトはコンタクト定期便の加入・移行促進キャンペーン等により0.1%増にとどまる。売上総利益率は同1Q比4.8pt減の60.0%

(単位：百万円)

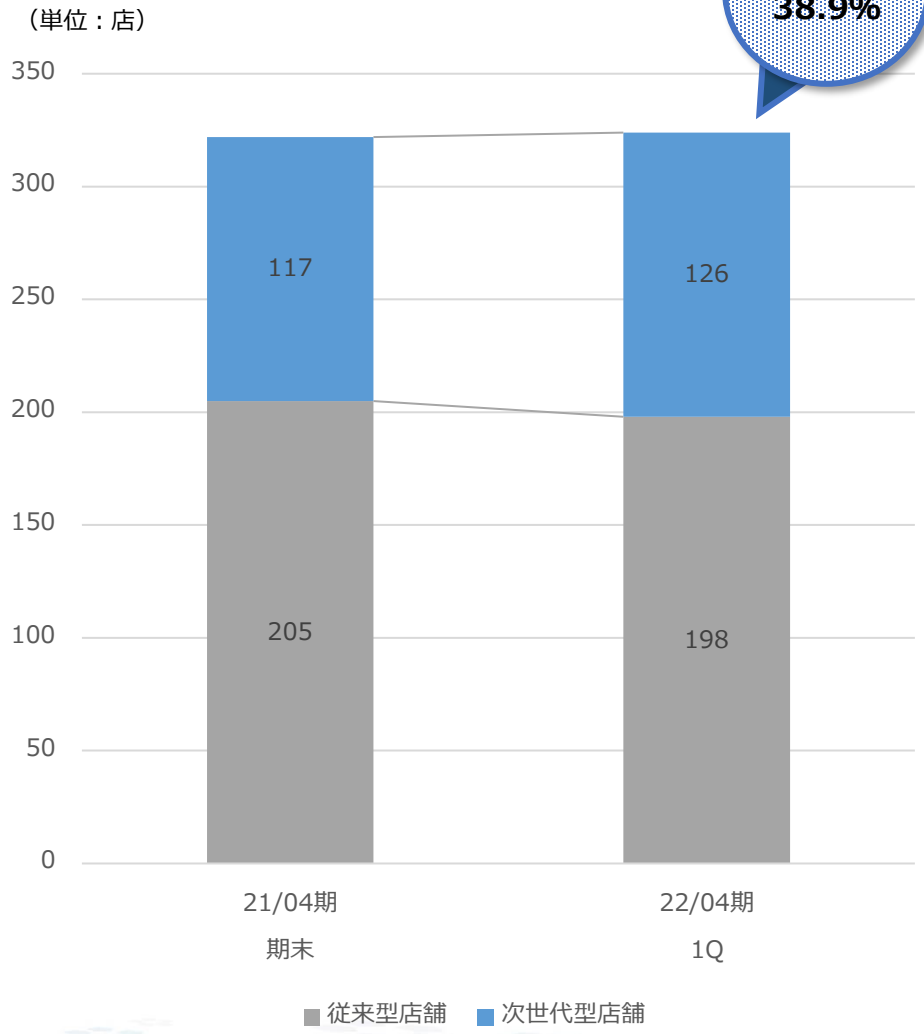


店舗の状況

出退店



次世代型店舗への移行



異業種連携による出店と移動式店舗の活用

当第1四半期では、新たな試みとして相互集客・送客のシナジーが見込める異業種連携店舗を2店舗、インショップの形態で出店。同様の出店モデルのほか、郊外店を中心に駐車場を活用した異業種店舗の出店誘致ないしは当社グループ店舗の出店など、今後も異業種連携の可能性を追求

＜メガネスーパーAOKIつくば学園店＞



＜メガネスーパーAOKI東川口店＞



福島県南相馬市と連携し、同市の公設商業施設である「小高ストア」において、移動式店舗を活用した催事出店を行いメガネ・補聴器の販売、メンテナンス及び眼と聞こえの相談会を実施。今後も全国の各自治体等とも連携し、近隣に眼鏡店や補聴器がない地域での移動式店舗を活用した定期的な訪問・催事開催を強化

＜移動式店舗：大型タイプ＞



＜移動式店舗：ハイエースタイプ＞

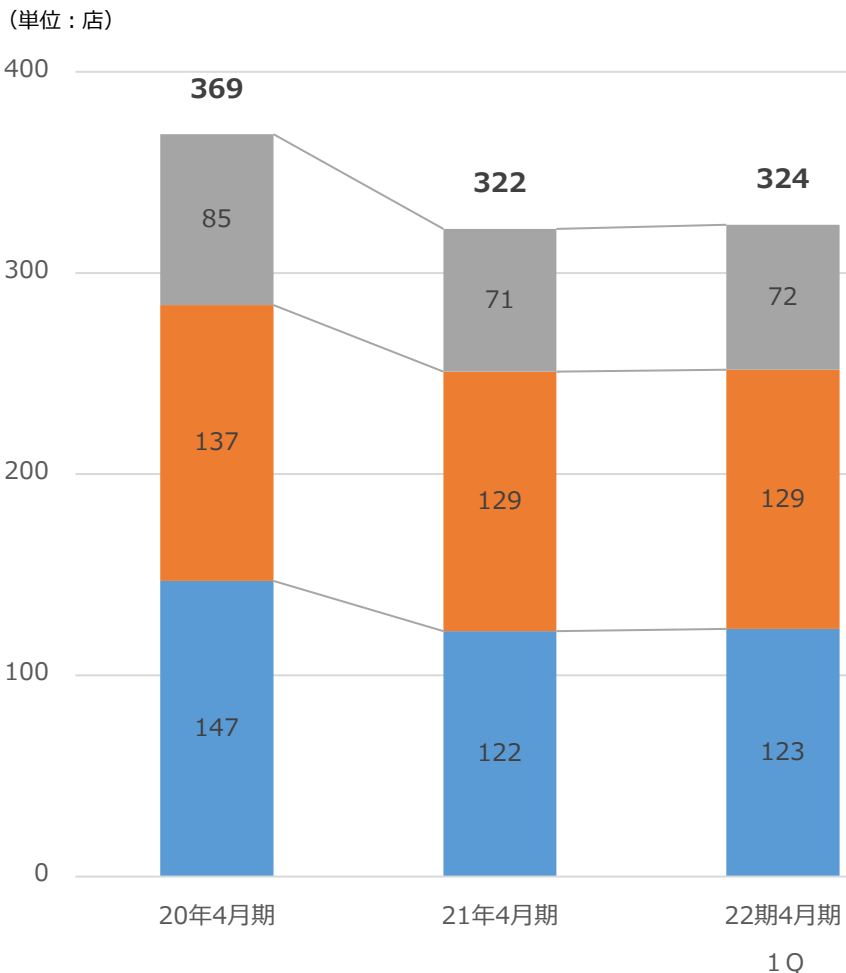


＜移動式店舗による視力検査のイメージ＞



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

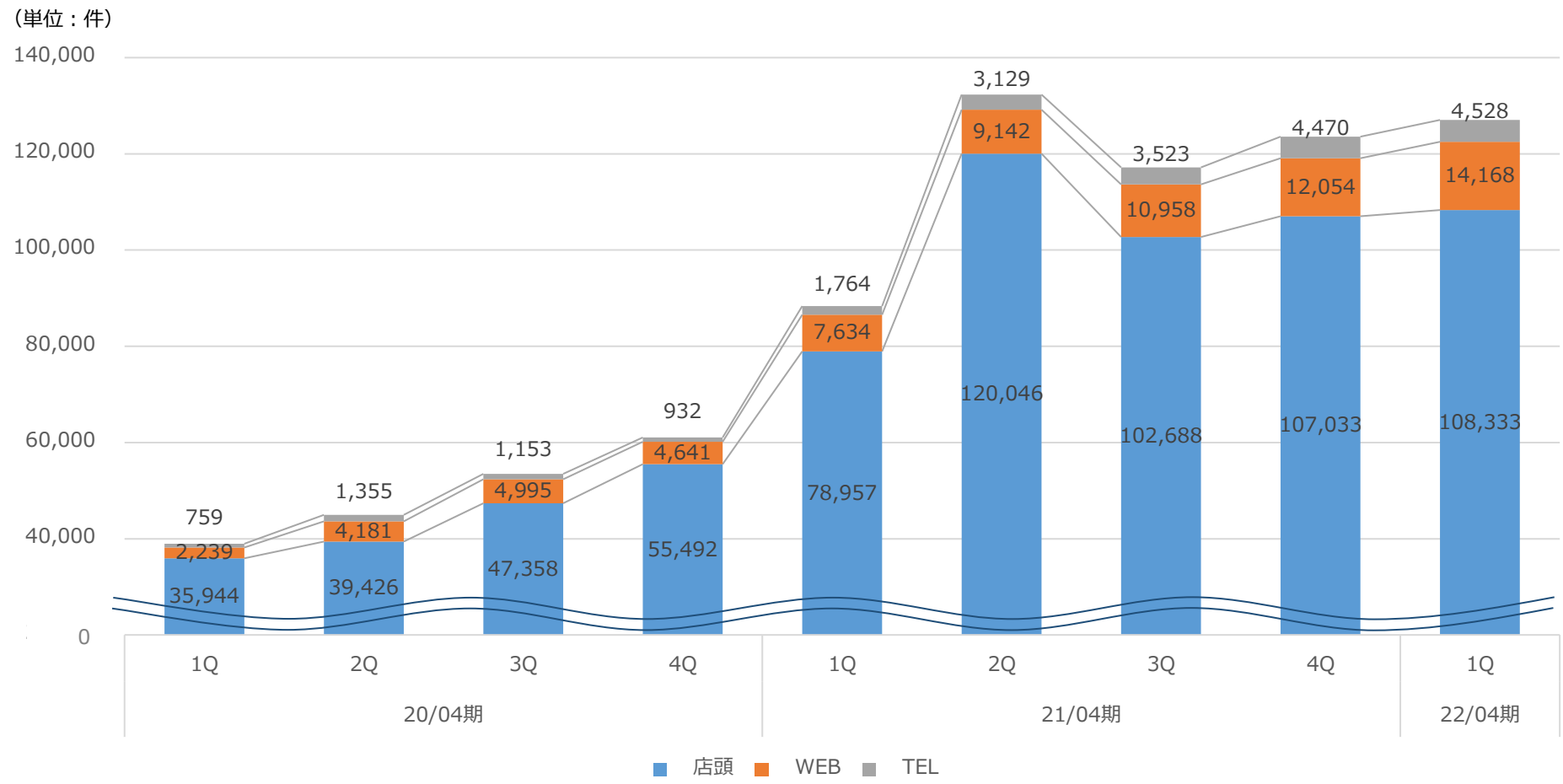


■ 商業立地 ■ ロードサイド立地 ■ ショッピングセンター立地

■ 北海道・東北 ■ 関東 ■ 中部 ■ 関西 ■ 中四国 ■ 九州

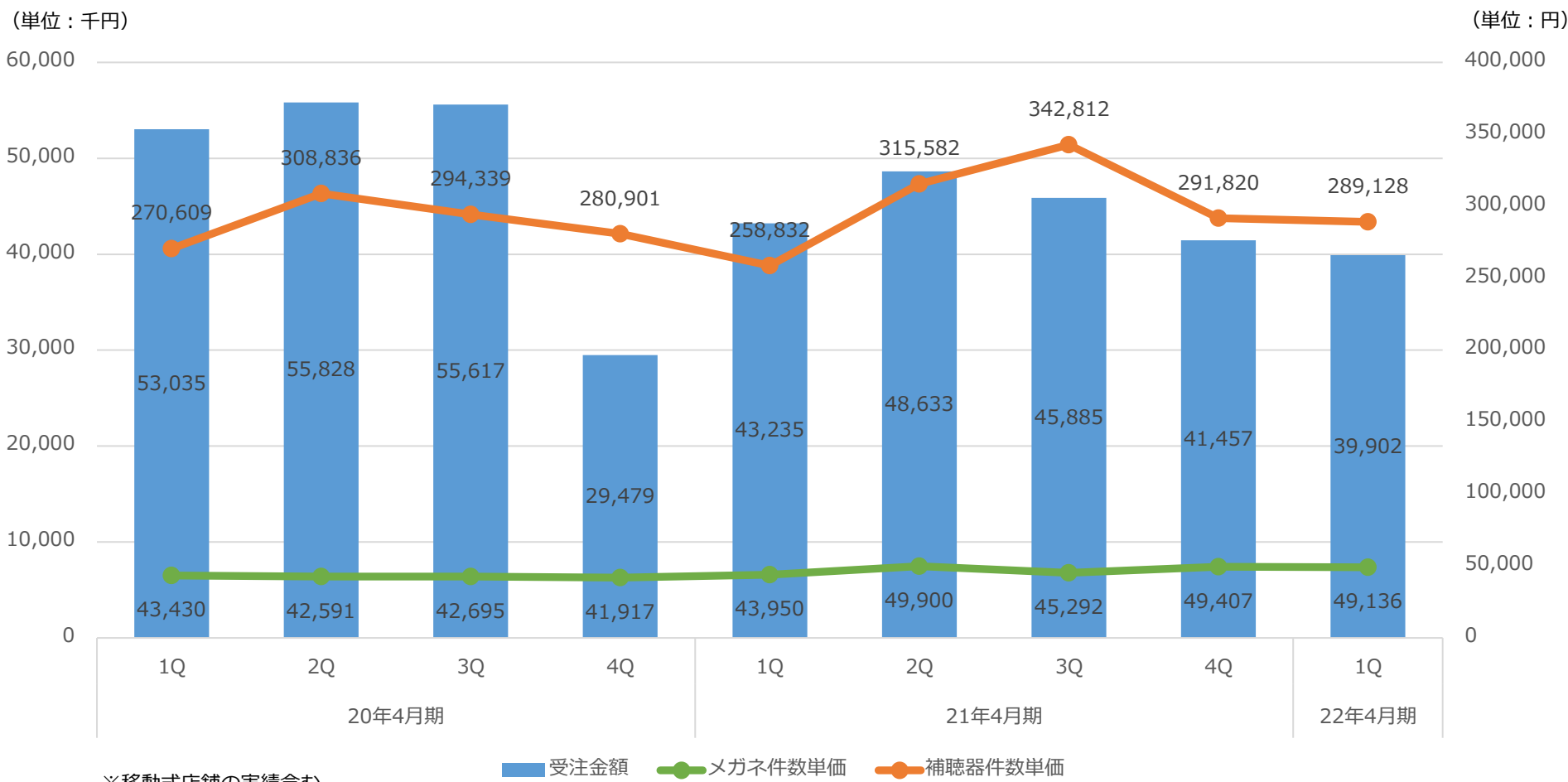
来店予約の強化による店舗生産性の向上

緊急事態宣言解除後の2020年6月以降は、店舗、WEB、TELの各経路ともに予約によるご来店が定着。前年1Q比 43.8%増



出張訪問販売の実績

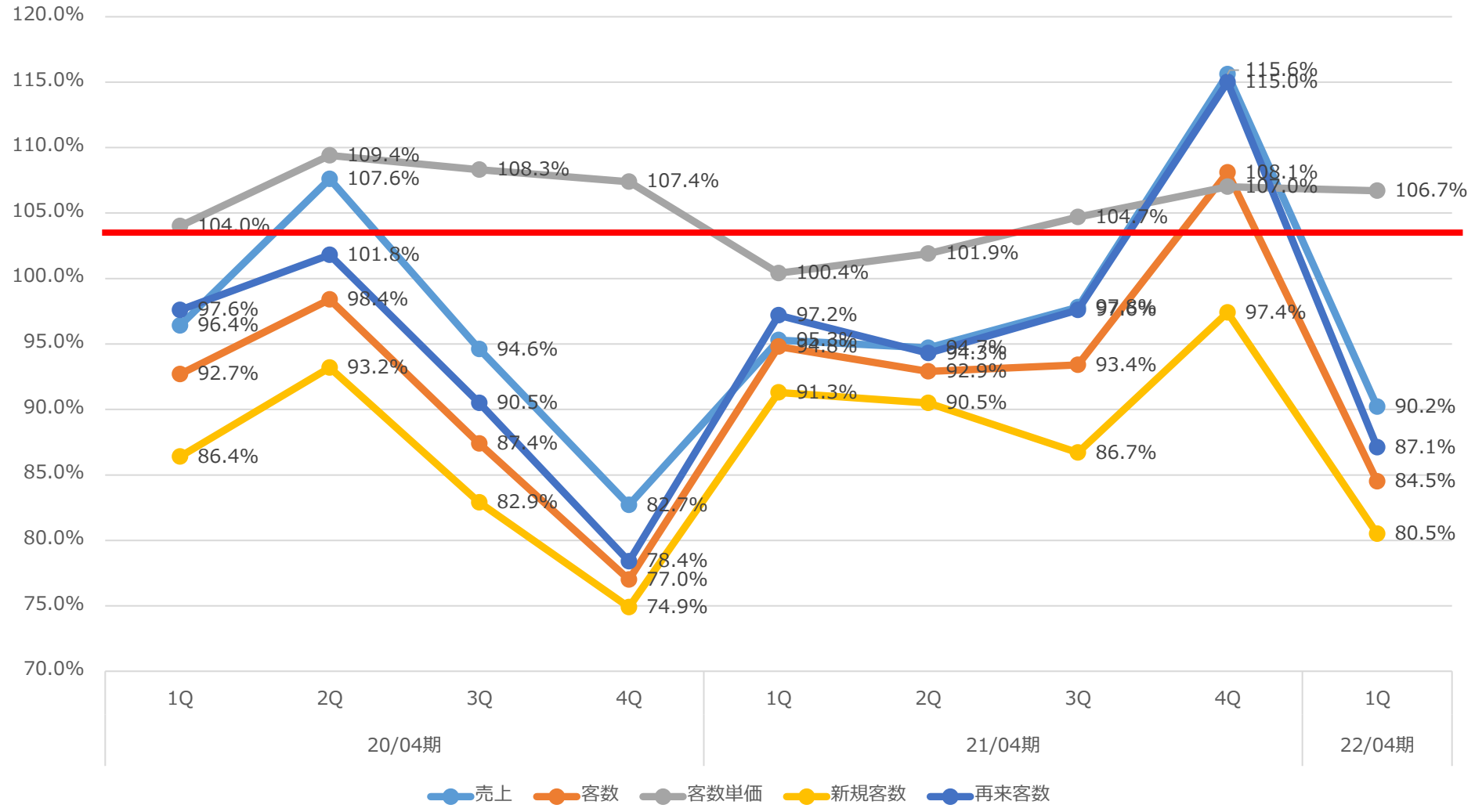
2020年5月の緊急事態宣言解除以降、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止策を施した上で、施設等の入居者、ご利用者様への販売を再開。同感染症拡大の収束時期が見通せない中、出張訪問販売ニーズは底堅く推移



※移動式店舗の実績含む

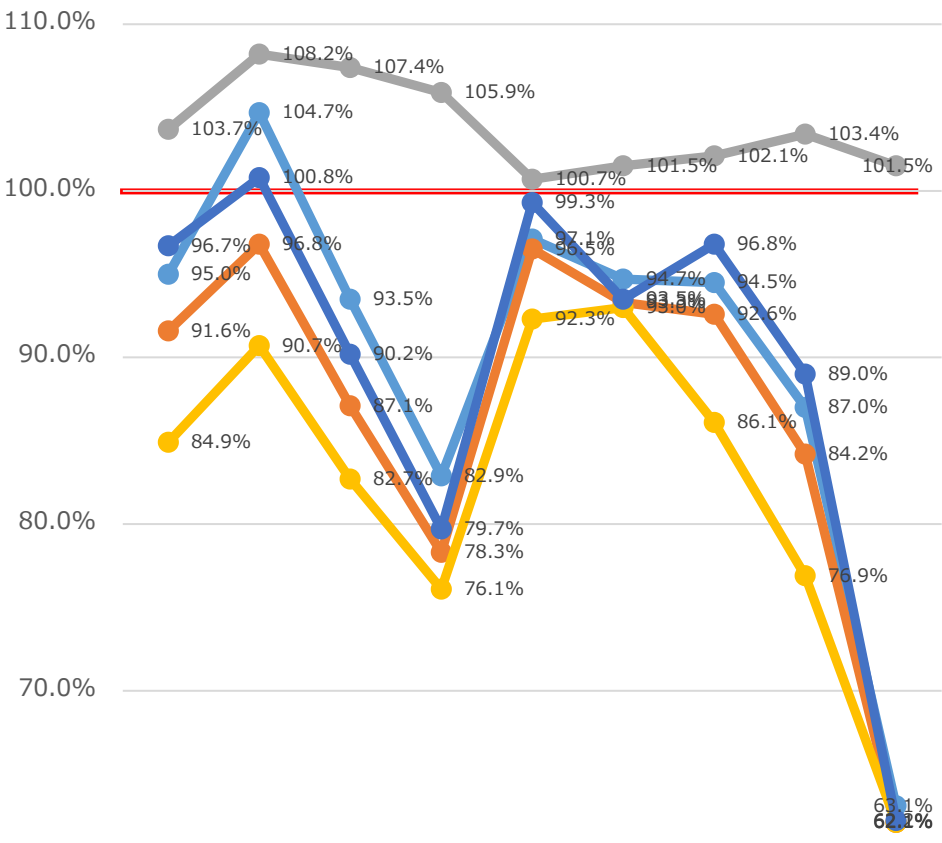
メガネ：前年比①

■ 全店



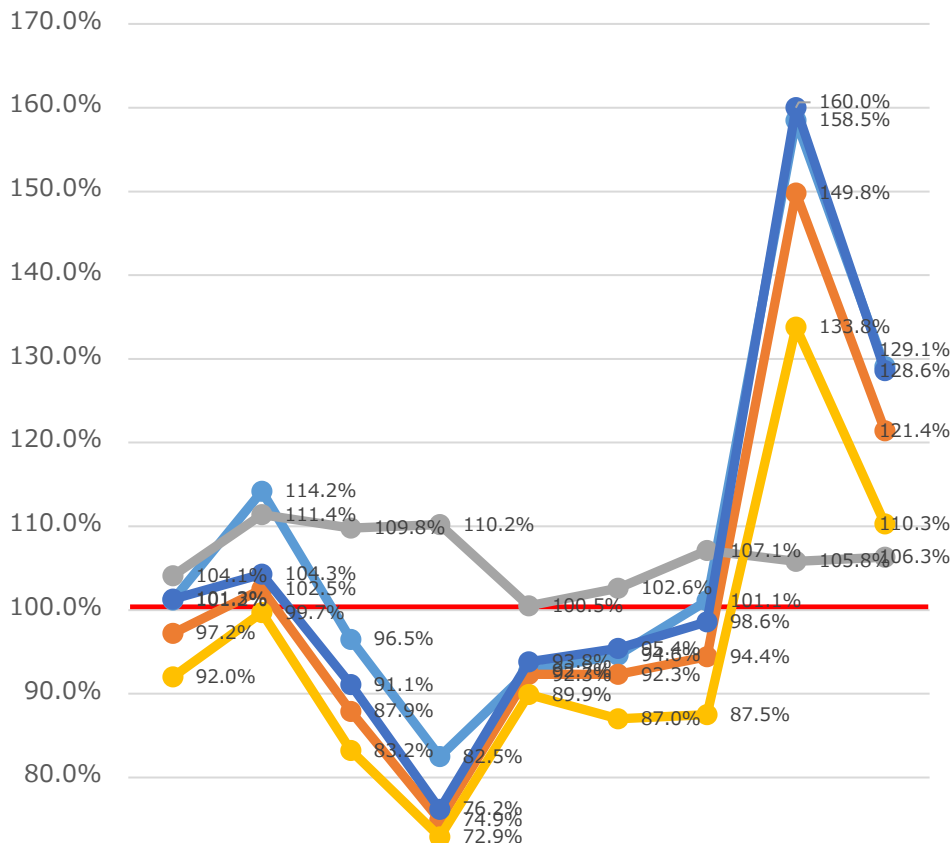
メガネ：前年比②

■ 従来型店舗



● 売上 ● 客数 ● 客数単価 ● 新規客数 ● 再来客数

■ 次世代型店舗

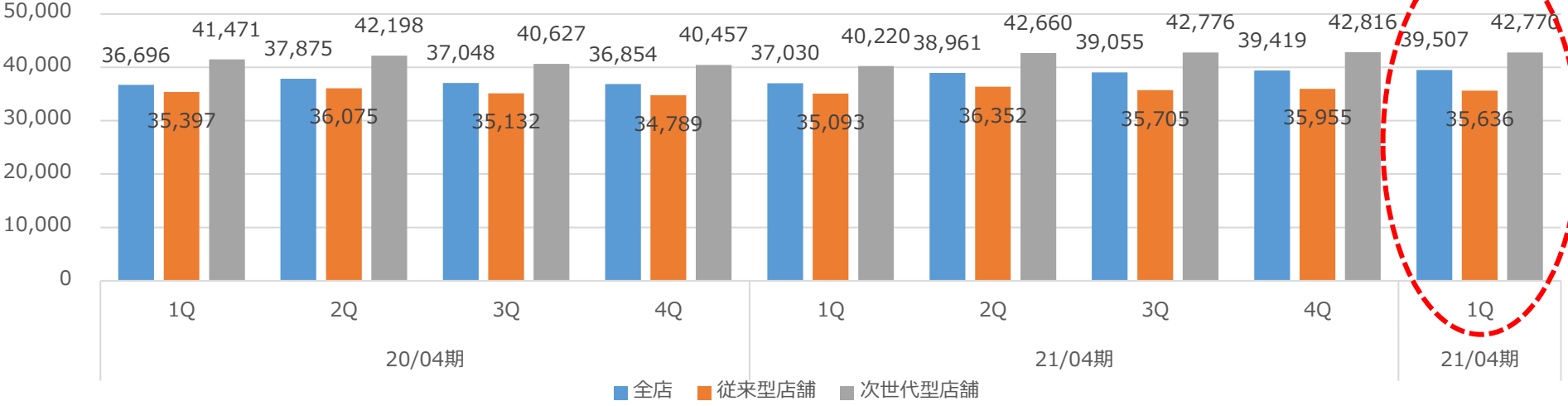


● 売上 ● 客数 ● 客数単価 ● 新規客数 ● 再来客数

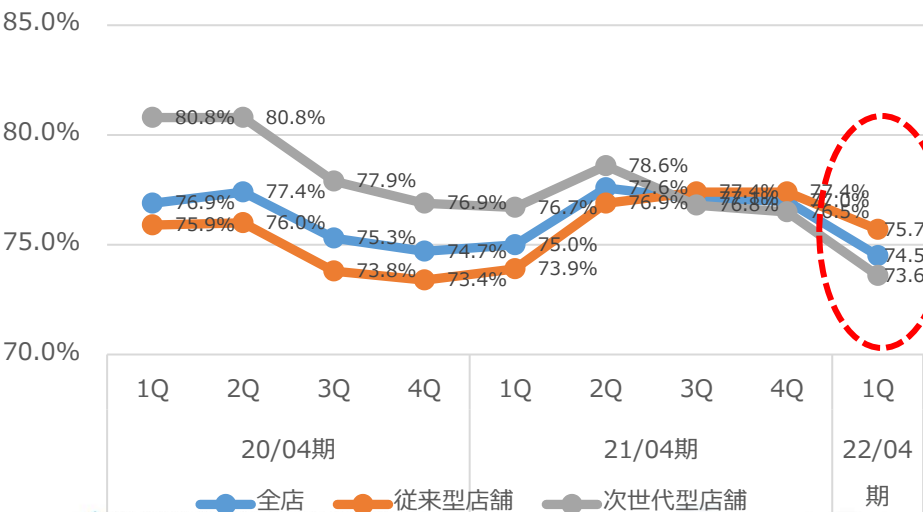
メガネ：四半期推移

■ 単価

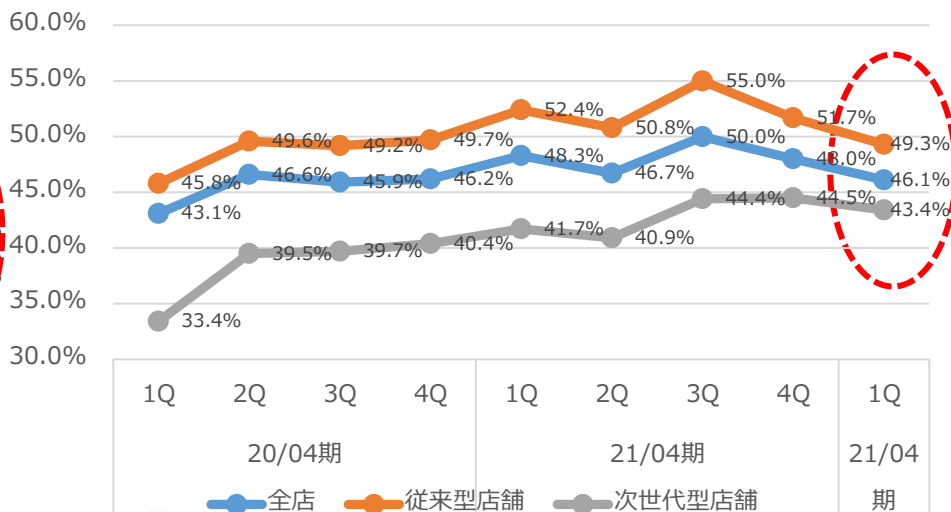
(単位：円)



■ プレミアムレンズ比率



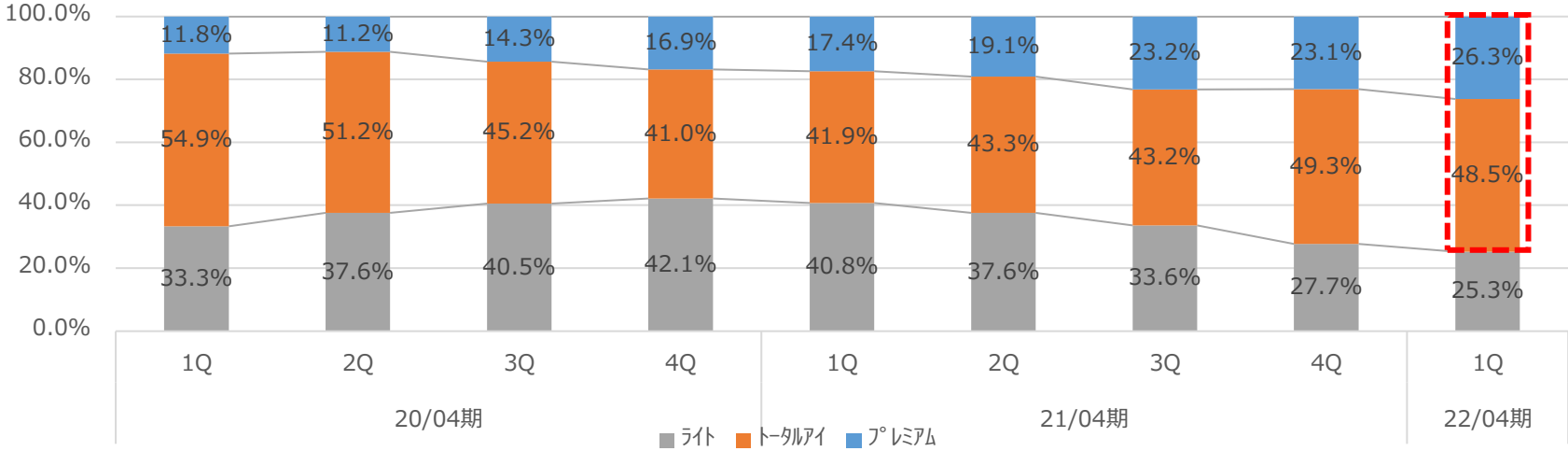
■ PB比率



メガネ：トータルアイ検査の四半期推移

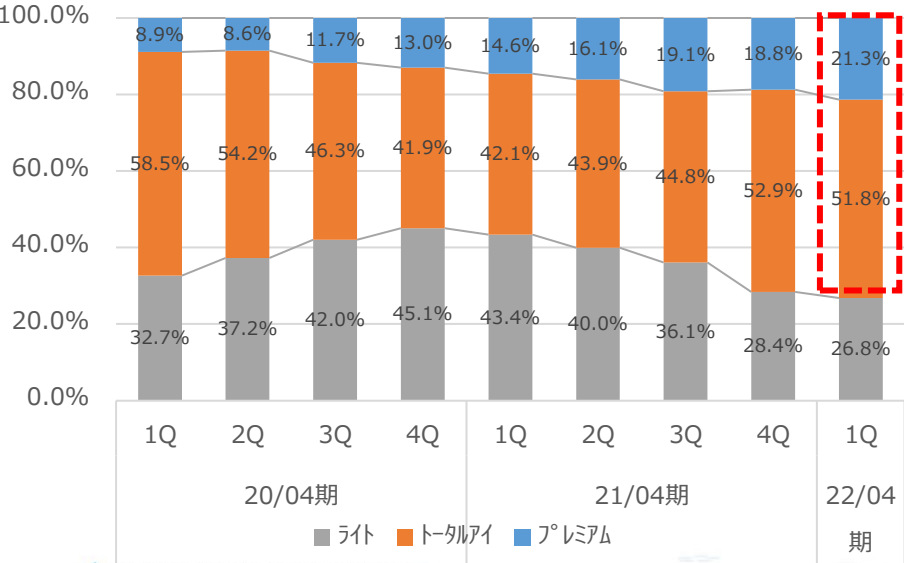
■ 全店

前1Q比15.5pt増



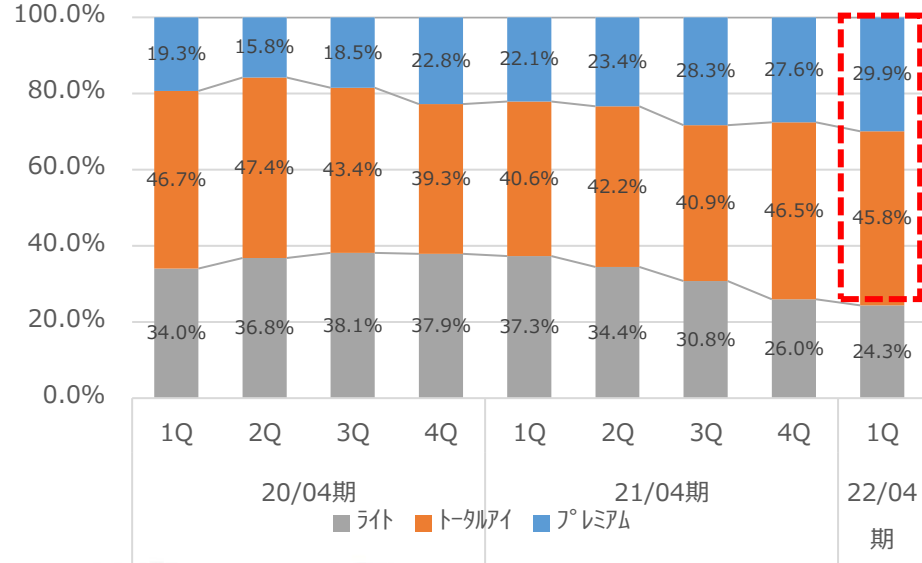
■ 従来型店舗

前1Q比16.5pt増



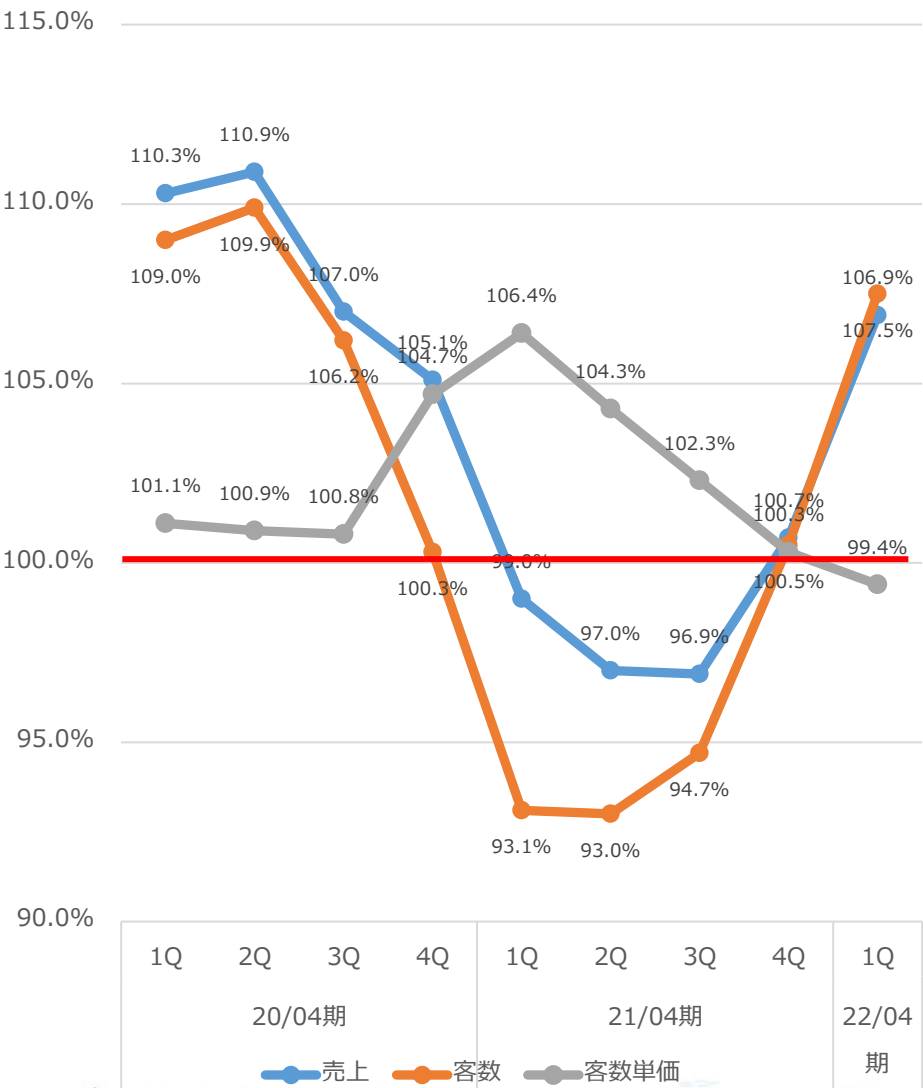
■ 次世代型店舗

前1Q比13.0pt増

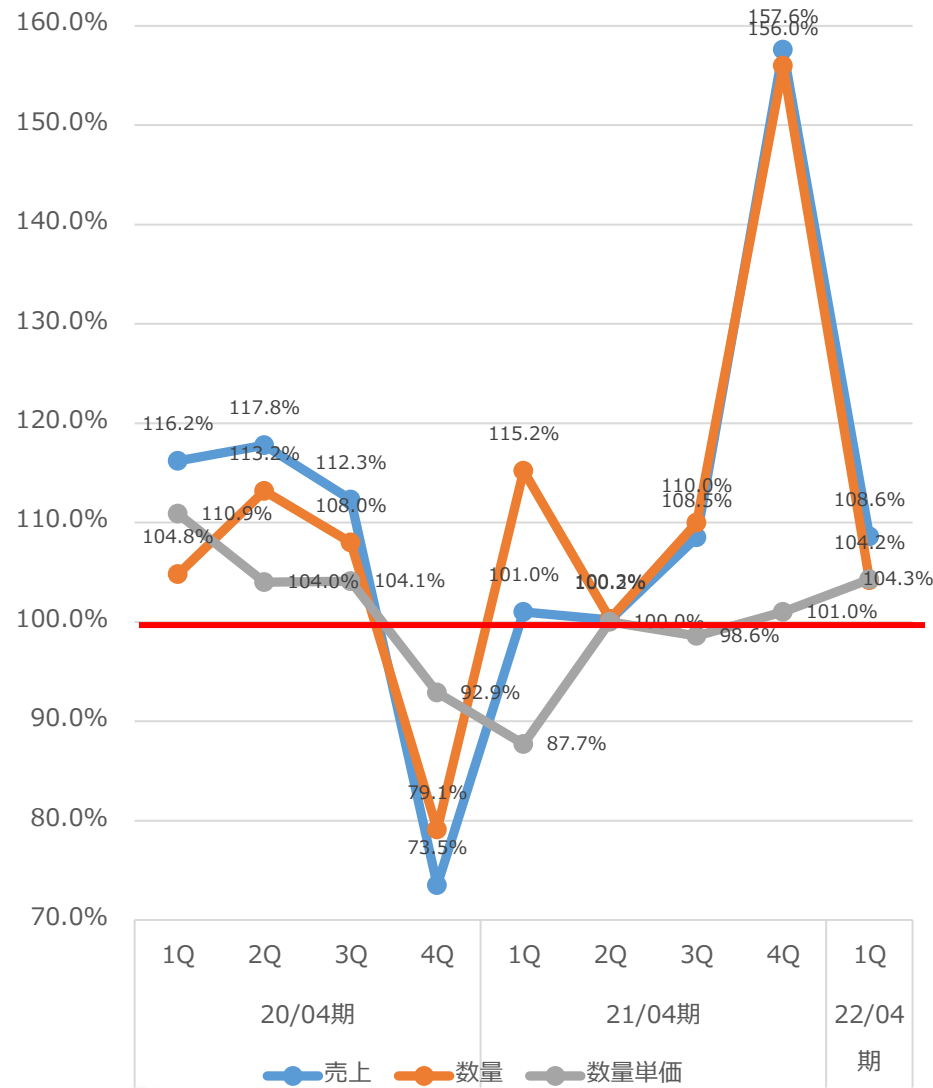


コンタクト・補聴器既存店前年比

■ コンタクトレンズ



■ 補聴器



VISION-R800先行導入

SENSEAID全店に世界最先端の屈折検査機Essilor製「VISION-R800」を配備。従来(0.25ステップ)の25倍、0.01D刻みの度数設定を実現した超高精緻な視力測定で、快適な見え方を実現。併せて「フィッティング測定デバイス」の「Visiooffice2」と、VR800で決定した細かな度数と、選んだフレームに最適なレンズを選択できる「LENSWEAR-I」により、顧客1人ひとりに合わせたメガネづくりを実現、顧客満足度向上を通じてメガネ関連のKPI実績向上に寄与している。

VISION-R800は、全店レベルでは**前期51店舗65台追加**し、現在**83店舗95台**まで拡大。SENSEAIDでは現在全9店舗にて17台を配備。

今後も超高精緻な検査精度による差別化を図るべく、導入を継続・拡大していく。

- ✓ 競合他社よりも25倍精緻な顧客への度数提供を行う事で差別化を実現。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14.3ポイントアップ**と高い実績
- ✓ 最大60項目の高付加価値検査となる**トータルアイプレミアム検査比率**は37.0%と、**前年同期比で15.8ポイントアップ**となり、0.01単位（従来の25倍）でのレンズとの組み合わせにより顧客満足に繋がっている

最新検査機器導入

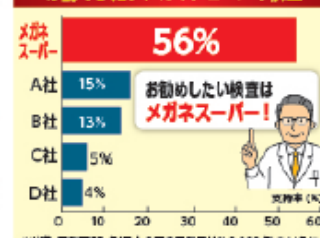
一般的な視力検査の**25倍**精緻な検査によって、**疲れるメガネを撲滅します。**

- 1 25倍細かい度数で合わせることで、より見え方の鮮明度が増すため脳への負担が少なくなります
- 2 左右の見え方のバランスを25倍細かく合わせることでギャップが減り、眼への負担が少なくなります。
- 3 眼とレンズの距離や目線の動きなど細かく計測したデータを反映させ、眼や脳への負担を最小限に抑えたメガネが仕上がります。



本装置は、お客様の視力・生活にあった最適なメガネをご提供するもので、疾病の診断や治療を目的としたものではありません。疾病の診断・治療に関しては、眼科専門医にご相談ください。

眼科医が答えたメガネ作製において
お勧めしたいメガネチェーンの検査



快適な「見え方」のためにことごとくお調べいただきました。

会社名	メガネスーパー	検査時間	検査項目数	0.01視力検査	眼軸長	同型検査	近視視力	夜間視力	色覚検査	リレーション
メガネチェーンA社	70分	20項目	○	×	×	×	○	×	×	×
メガネチェーンB社	30分	20項目	○	×	×	×	○	×	×	×
メガネチェーンC社	20分	10項目	○	×	×	×	○	×	×	×
メガネチェーンD社	20分	10項目	○	×	×	×	○	×	×	×

※0.01視力検査は、アイテックソリューションシステム導入店舗のみを指します
©2021年3月 当社調べ

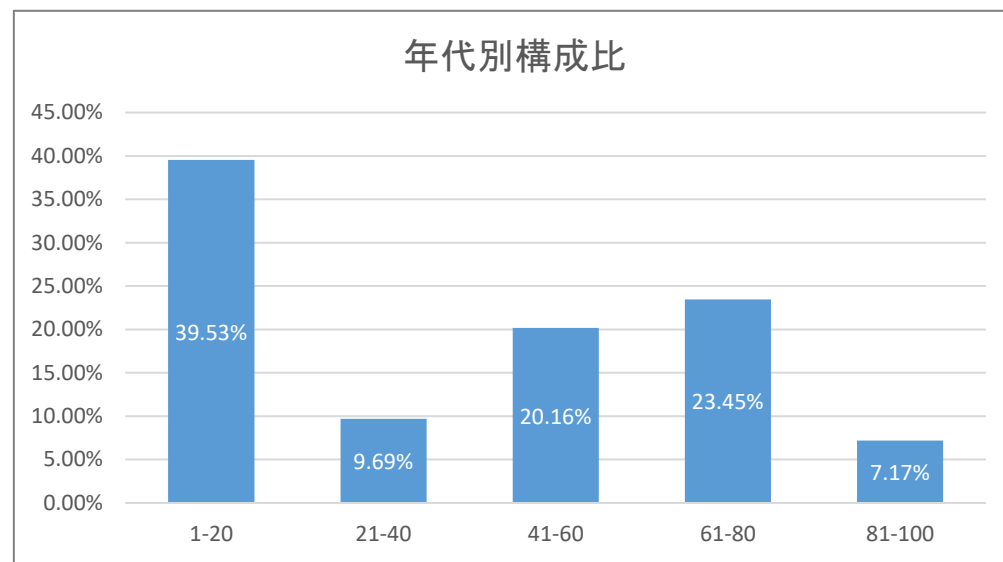
眼科連携PJ -地域眼科との連携-

アイケアサービスの1つである、プレミアム保証（6ヶ月間以内であれば何でも度数交換無料）は、若年層や白内障術後等による視力変化の可能性の高い患者が多いクリニックに引き続き高い評価を得ており、結果として若年層やシニアの客数アップにつながっている。

処方箋持参
売上前年比 **227.5%**

処方箋持参
件数前年比 **255.7%**

新規比率 **58.3%**



ドクターに評価されている4つのポイント

充実の保証体制

豊富な品揃え

高い
調整・加工技術

アフター
フォローの充実

上記のすべてが業界TOPクラスであることが強みとなり、信頼につながっている。

SENSEAIDの進捗

治験モニター登録

エムスリーグループである株式会社Qlifeと連携してメガネスーパーにある約200店舗にて治験モニターのリクルーティングサービスを8月末より開始。

この治験参加者プラットフォームは今後展開していく治験に活用され、本取組によって1,000万人を超える当社グループ顧客に最先端治療を受ける機会の創出を図るとともに、企業として新薬開発・普及の支援を通じた社会貢献を果たしていく。

- 治験参加希望者はメガネスーパー来店
- 店頭にてQLifeの治験モニターWEBサイトに登録



- Qlife社からメール
- お客さまが治験へ応募

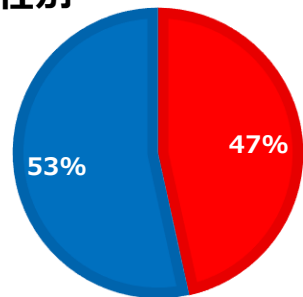


- 治験実施医療機関での同意説明
- 治験に参加



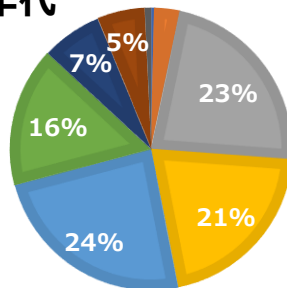
【治験参加者属性】

性別



■ 女性
■ 男性

年代



- 0～9歳
- 10～19歳
- 20～29歳
- 30～39歳
- 40～49歳
- 50～59歳
- 60～69歳
- 70～79歳
- 80～89歳

すきま時間を使って簡単に参加できる

治験モニター 始めませんか？

- ✓ 健康食品・化粧品のモニターも募集
- ✓ 負担軽減費あり
- ✓ 入院/通院/在宅での試験

1分で登録完了

Step1 QRコードを
読み込む

Step2 フォームに
入力

Step3 無料会員登録
登録完了!

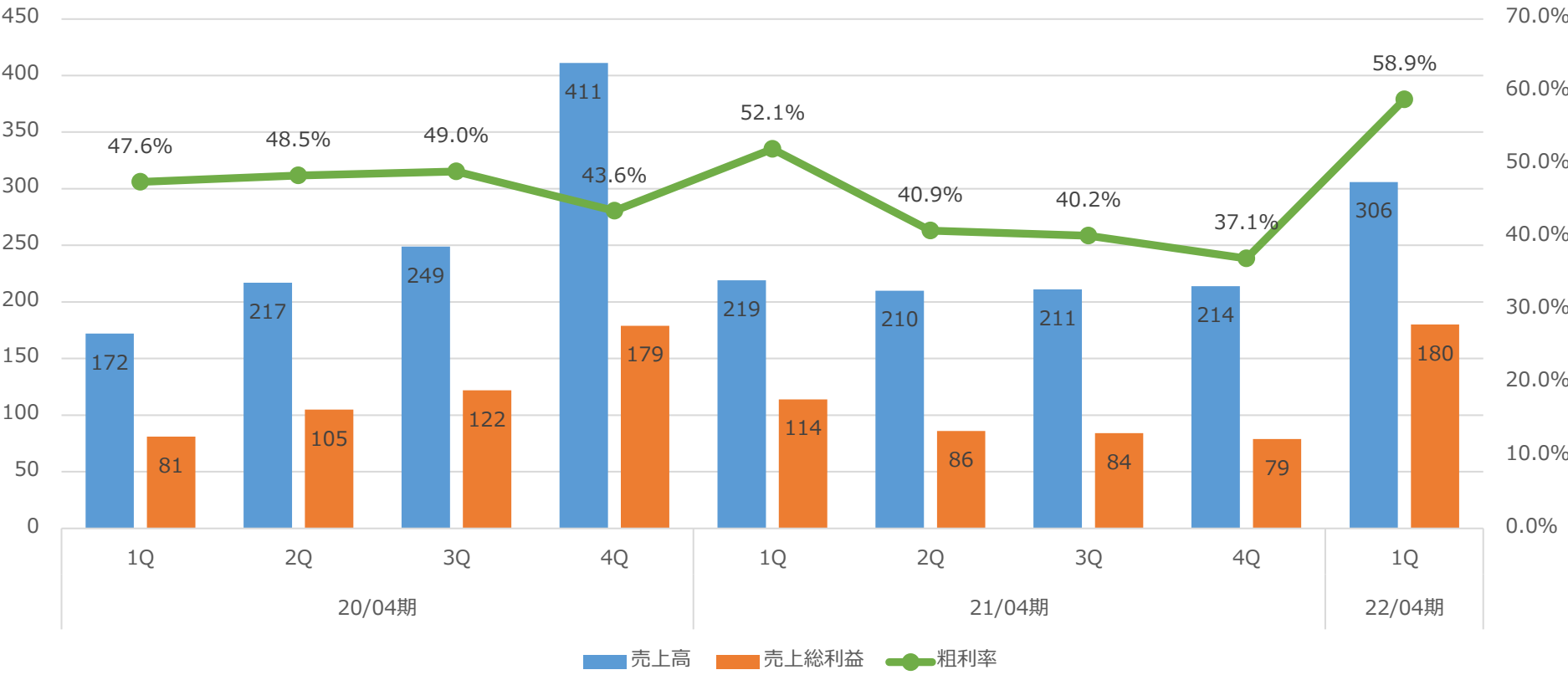
卸売事業



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。コロナ禍による消費鈍化に伴う取引先の在庫調整が一巡し、新商品投入効果とあわせて売上高は前年1Q比39.5%増、一部取引先との契約条件見直し、仕入割戻等により売上総利益は同1Q比57.7%増

(単位：百万円)



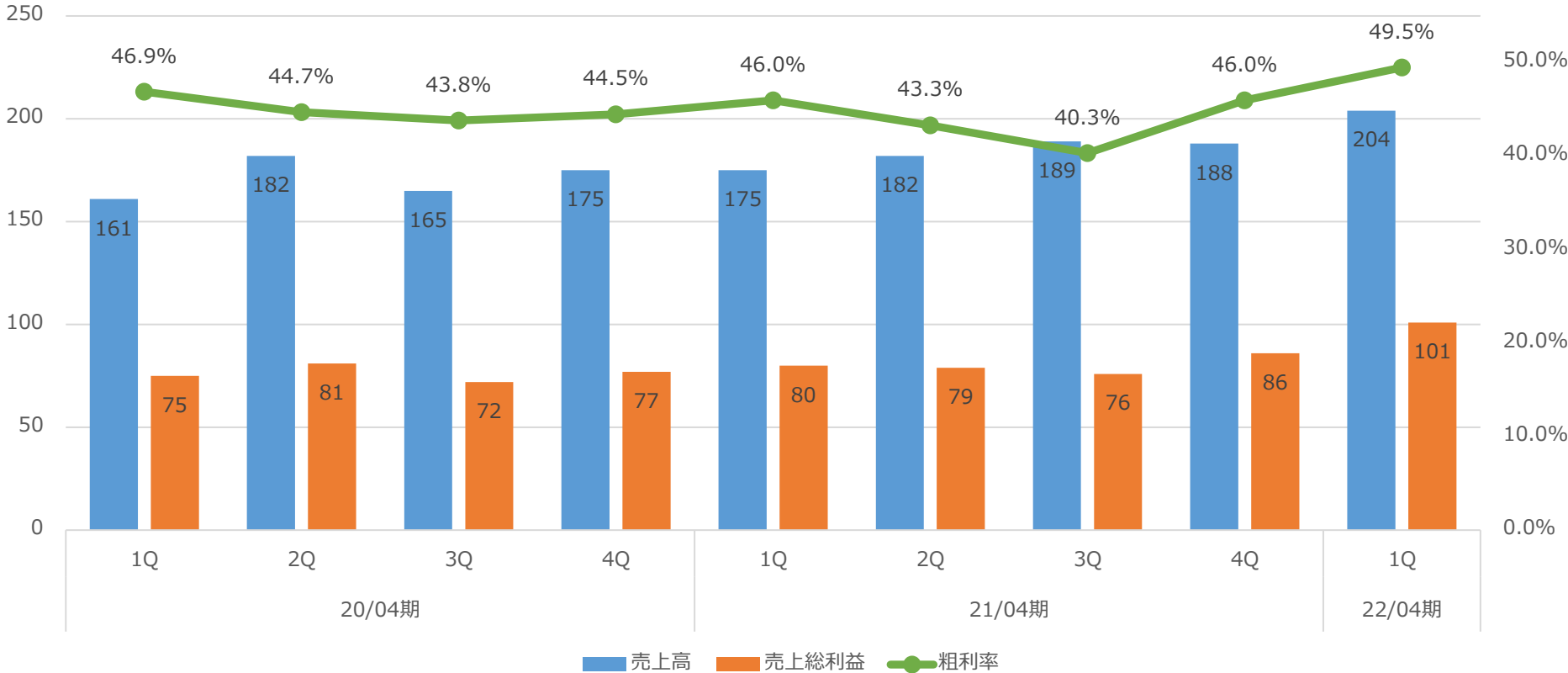
EC事業



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1Q比16.3%増、売上総利益は同1Q比25.2%増

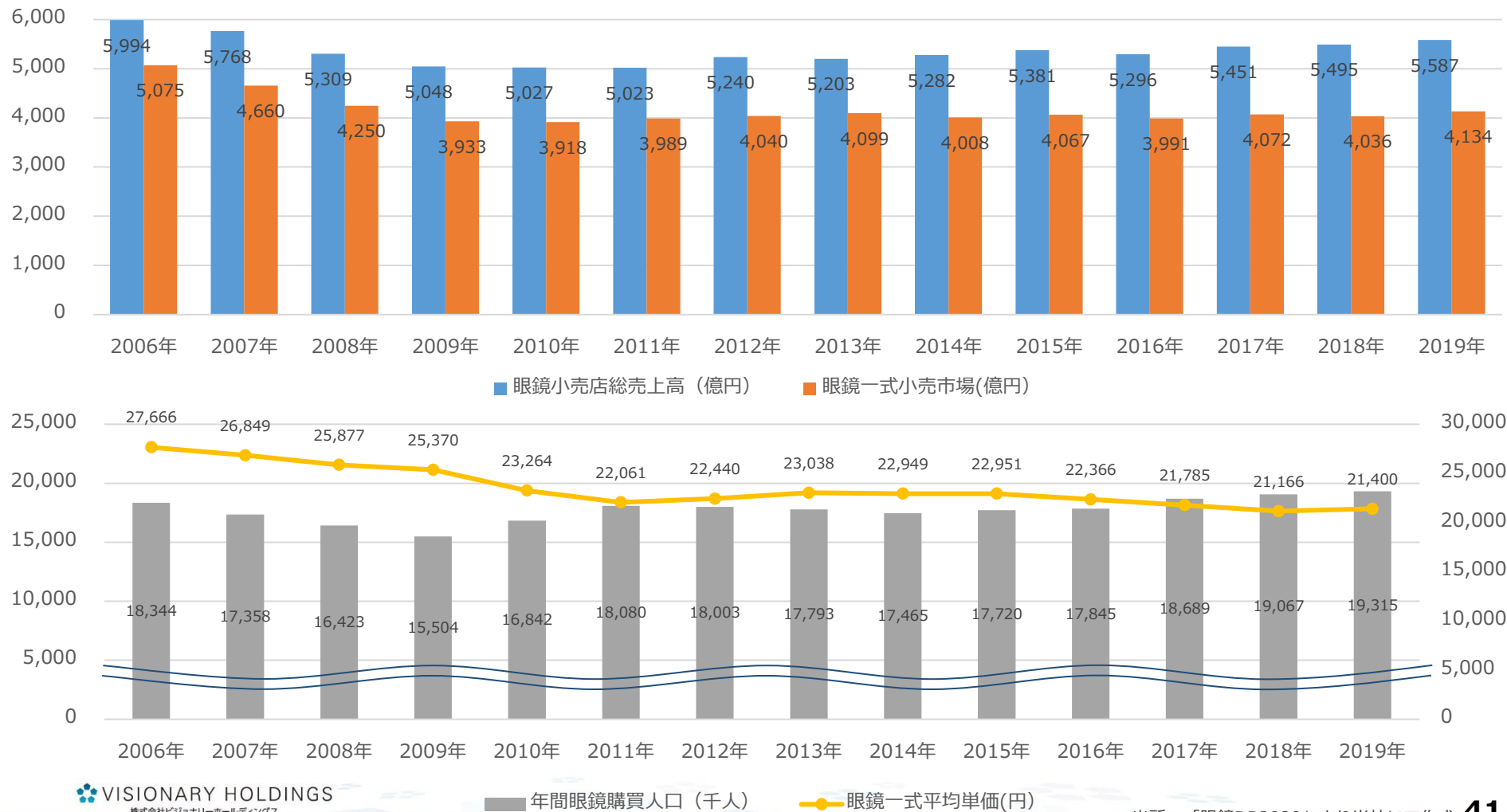
(単位：百万円)



5. Appendix

メガネの市場規模

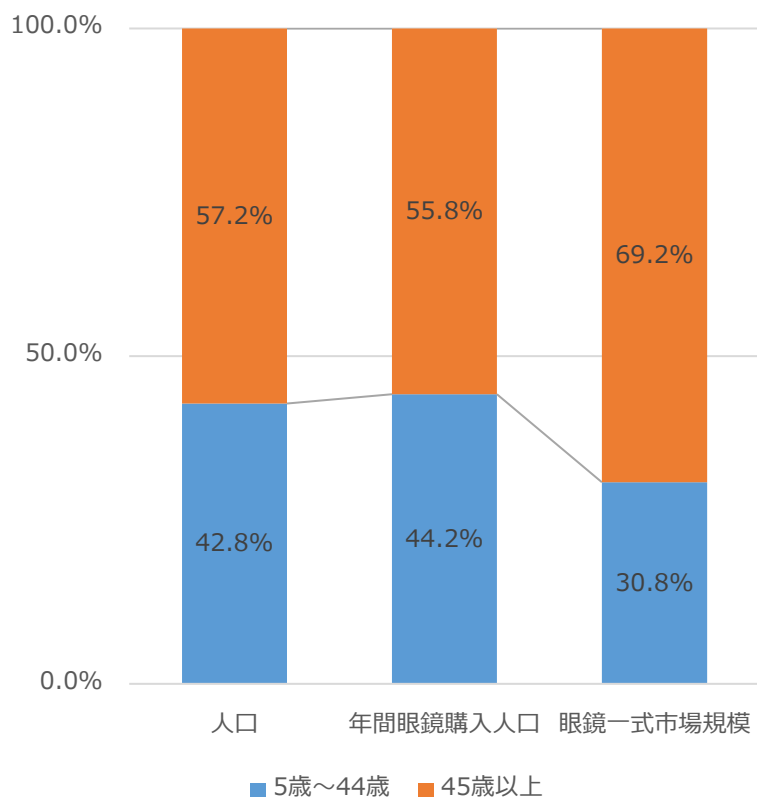
低価格専門店の台頭に伴う販売単価の下落、メガネ販売店数の減少やコンタクトレンズの普及拡大等を背景に、2011年までは一式単価の下落に伴い市場規模は縮小。一方、年間眼鏡購買人口は2015年以降緩やかに増加



メガネ市場の環境

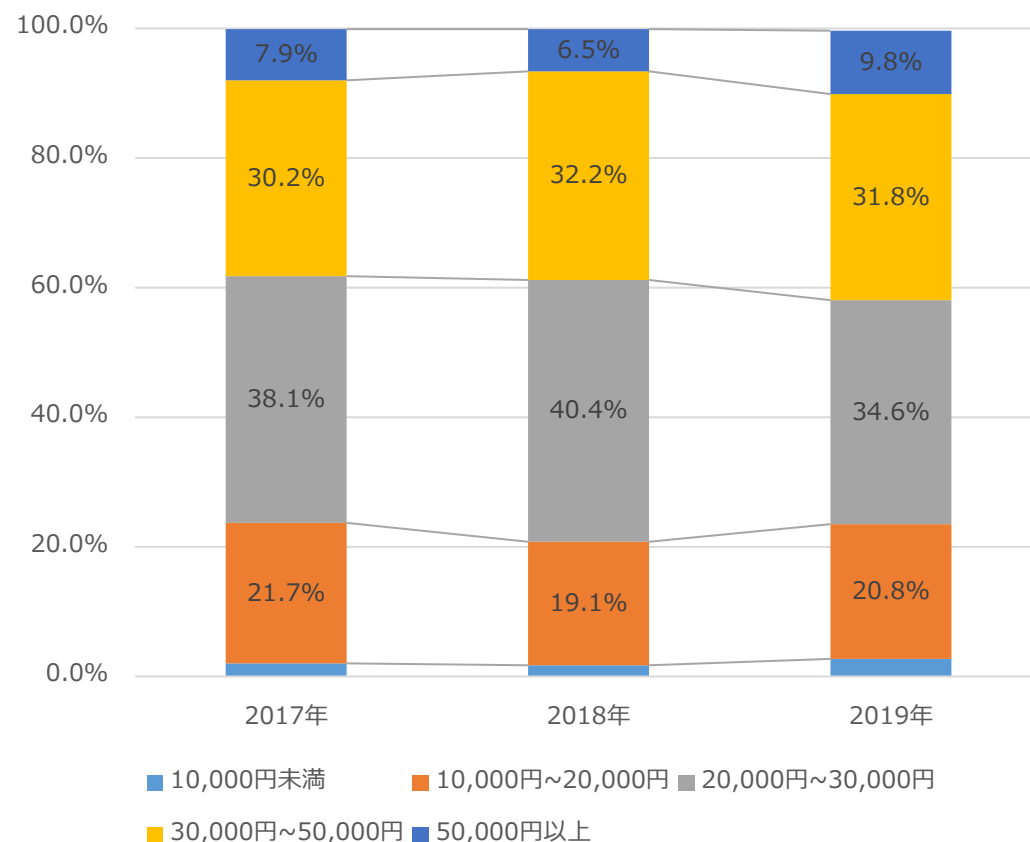
45歳以上のミドル・シニアは、人口で見れば50%超となり、眼鏡一式市場に占める45歳以上の割合が約70%。45歳以上の装用比率が高く、遠近や中近等の高単価メガネの使用率が高い為、一式平均単価は30,000円超が41.6%となり前年（2018年）比2.9pt増となる

■ 45歳以上の構成比



出所：「眼鏡DB2020」より当社にて作成

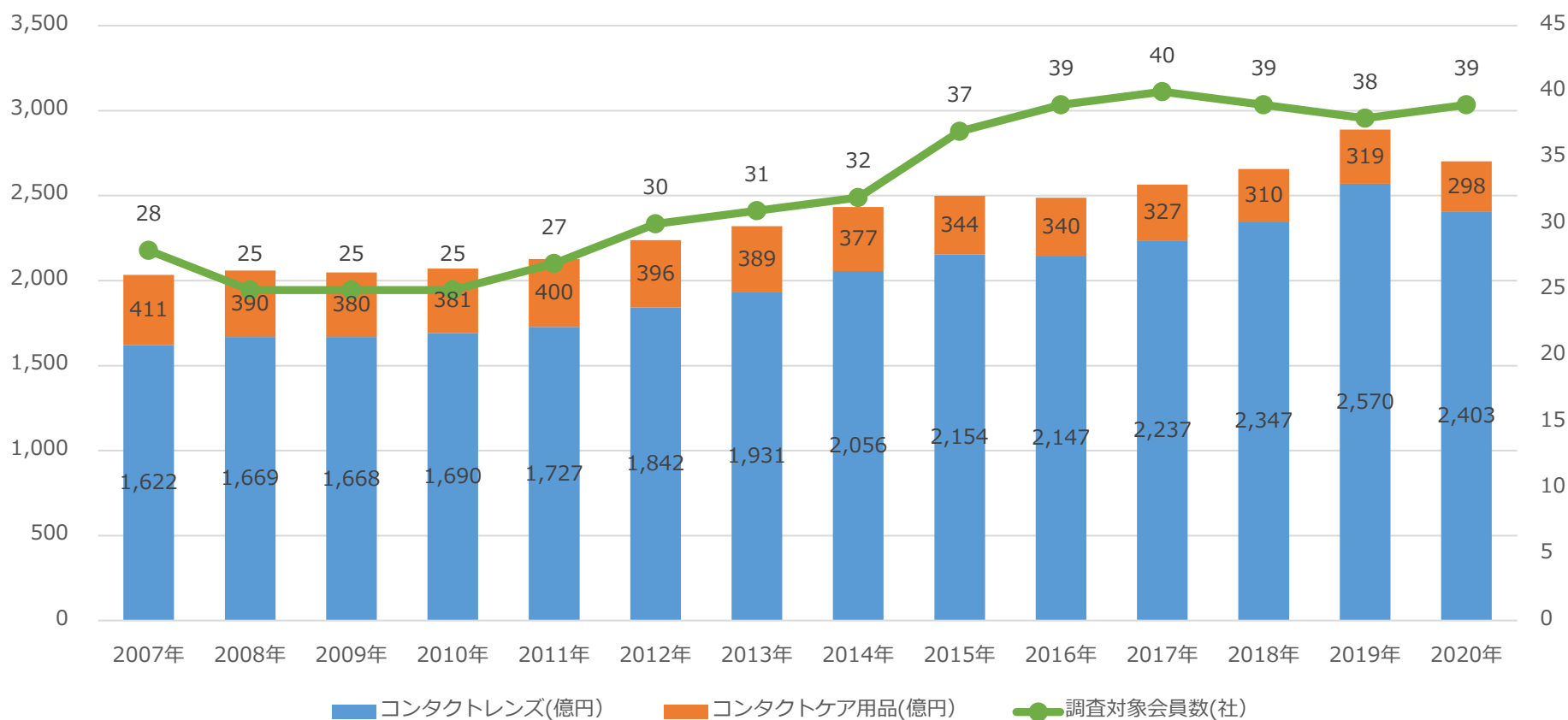
■ メガネ一式平均単価



出所：「眼鏡DB2020」より当社にて作成

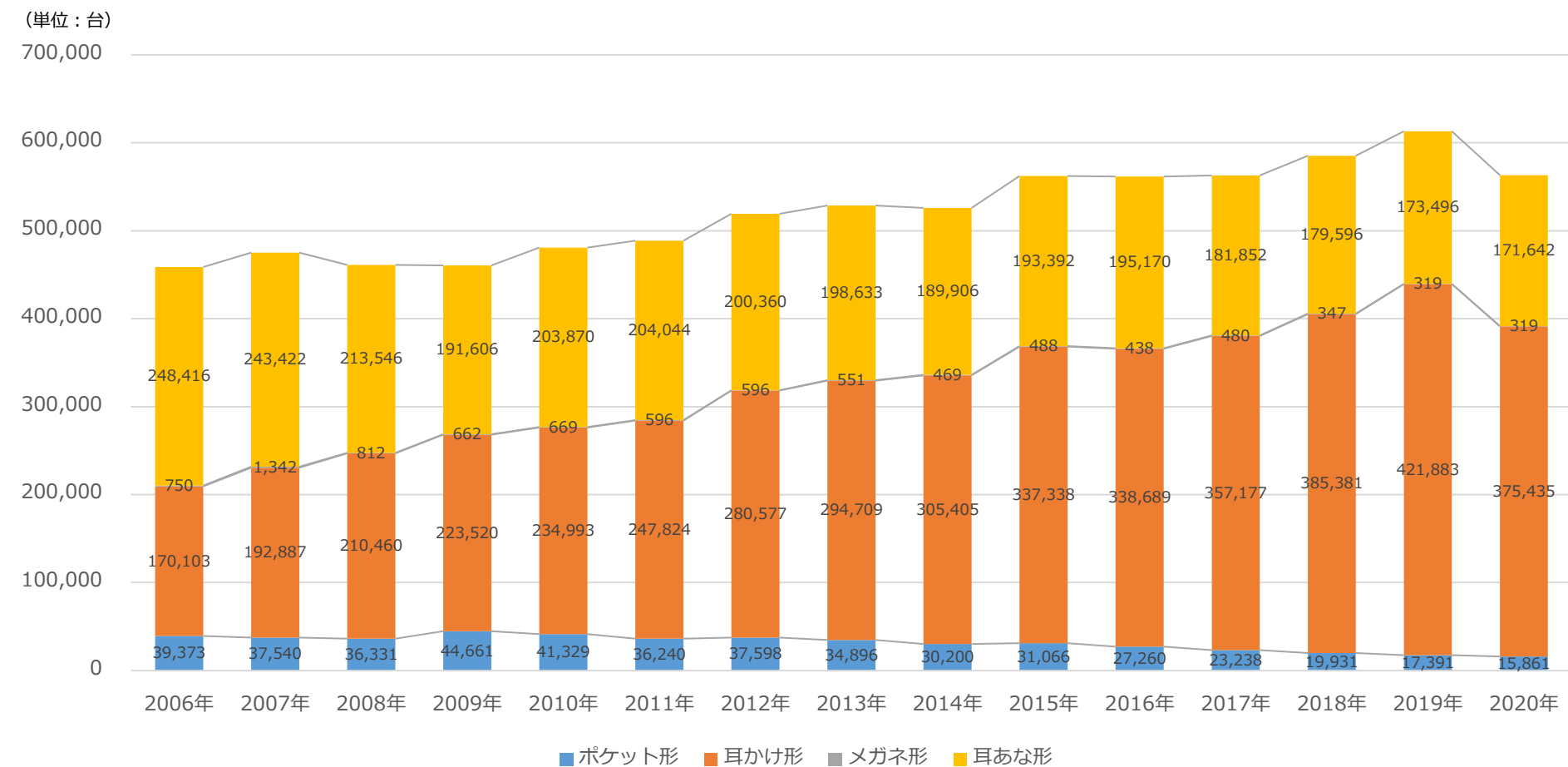
コンタクトレンズの市場規模

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

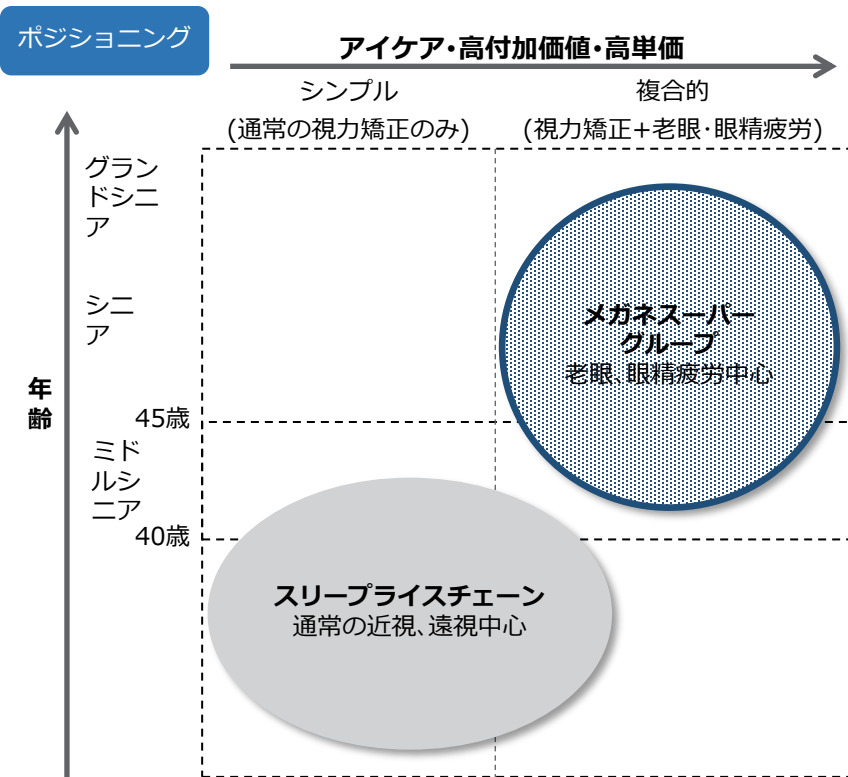
日本国内における補聴器の出荷台数は、2020年は563,257台（前年比91.9%）



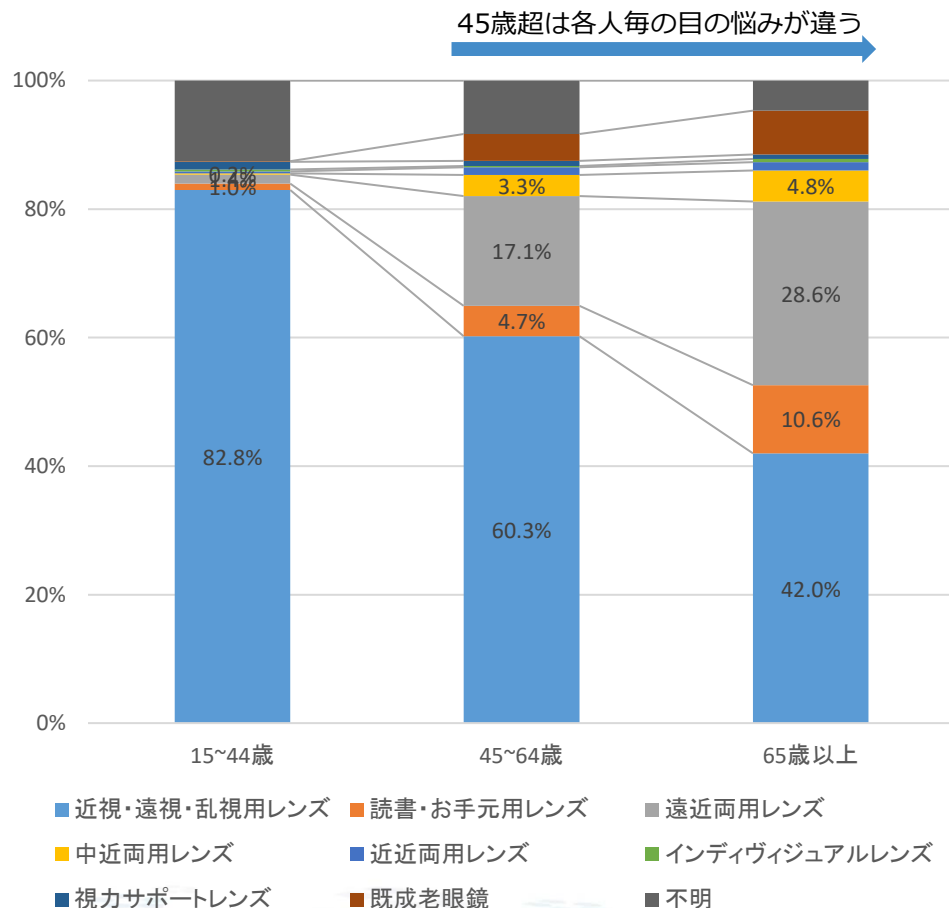
単価向上の背景にあるポジショニング

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



■ 年齢別主に使用するレンズの種類（市場全体）



基本方針

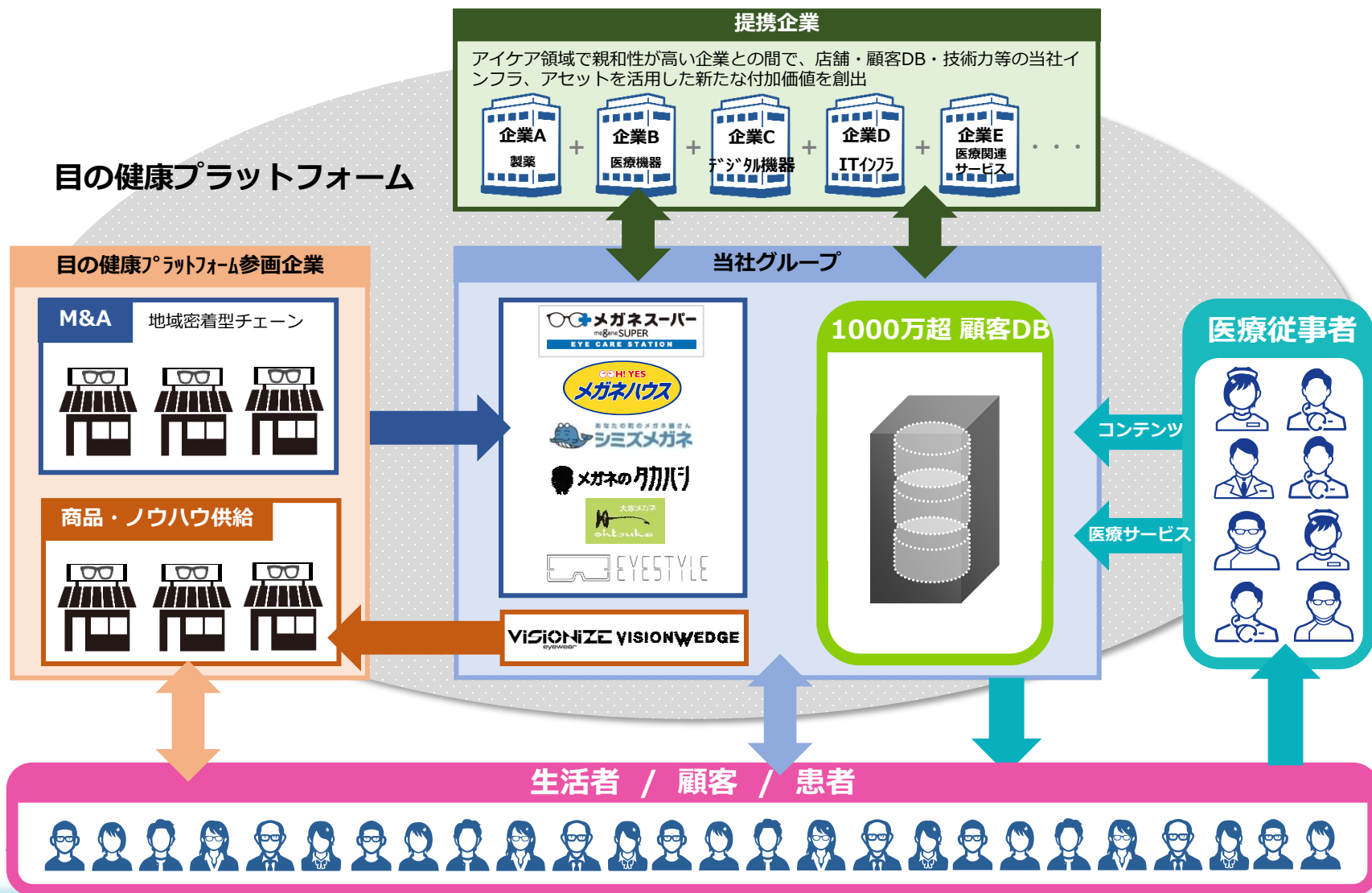
「更なる成長のための地固めの期間」と位置づけ、各事業の目標を明確にし、その強みを最大限発揮するために必要となる事業成長投資を積極的に行うことで、業容の拡大と収益力の増強を図る

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

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

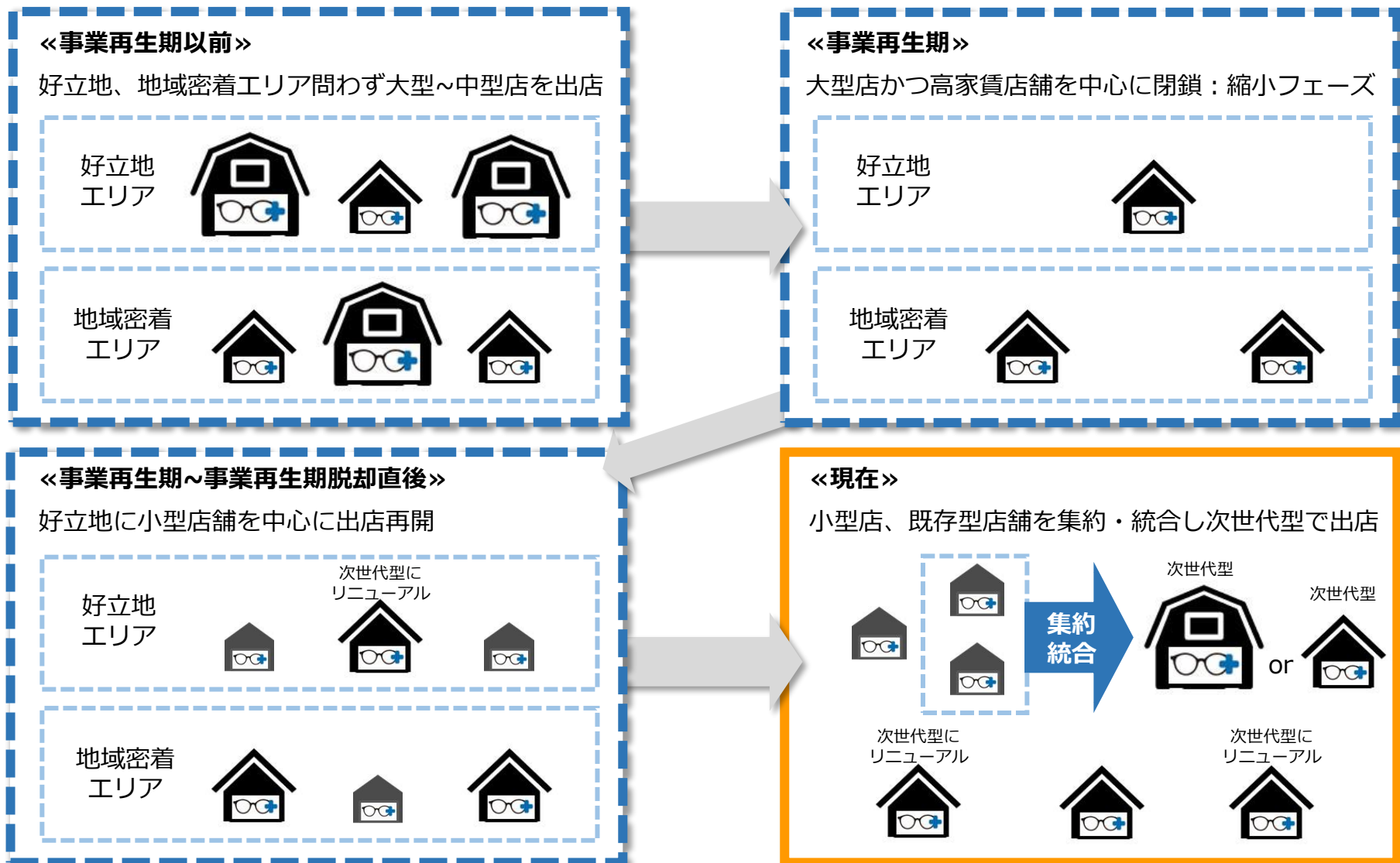


投資計画

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

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

- ・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

サービス

- ・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

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。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



疲れ目リセット
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

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。症状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
- メガネ交換
- 鼻パッド調整
- フレーム色変更
- 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、究極の利便性の追及



在庫多数! 品揃え豊富!

補聴器

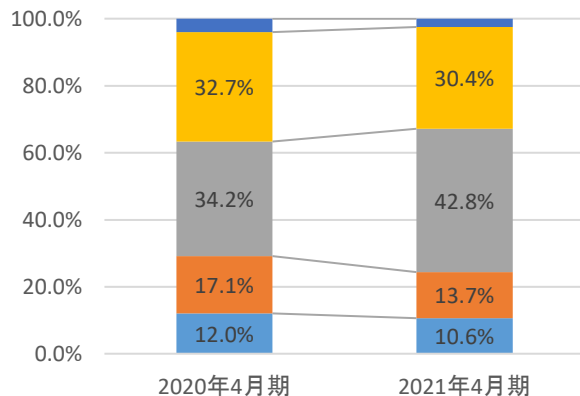
補聴器サロンを完備。高田馬場では関東初の5.1chサウンドシステムを導入し、サービスレベルの質の向上へ



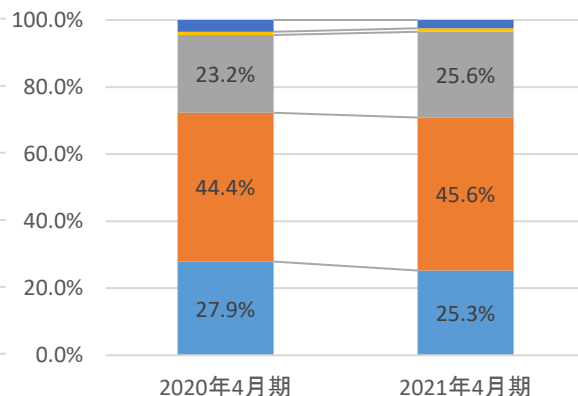
年齢別・購入品目の件数及び金額割合（2021年4月期実績）

年齢別・件数

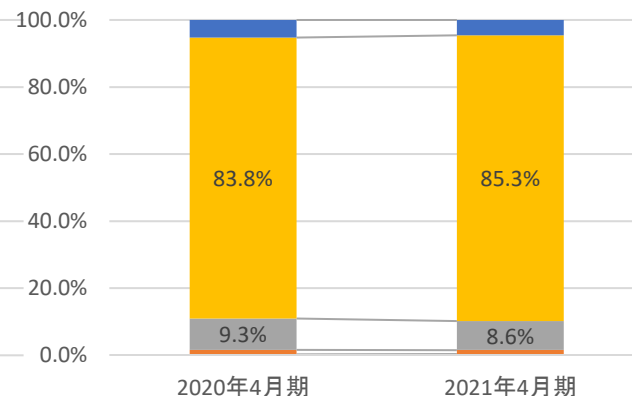
メガネ



コンタクトレンズ

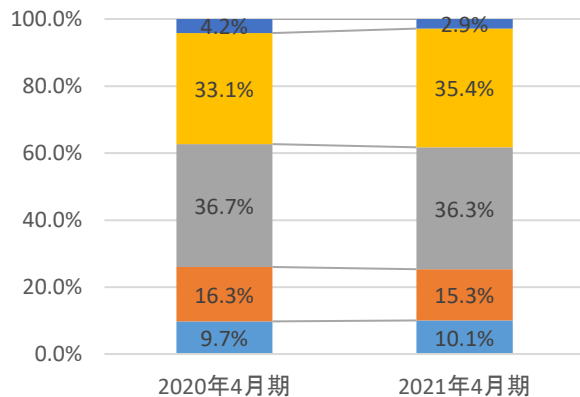


補聴器

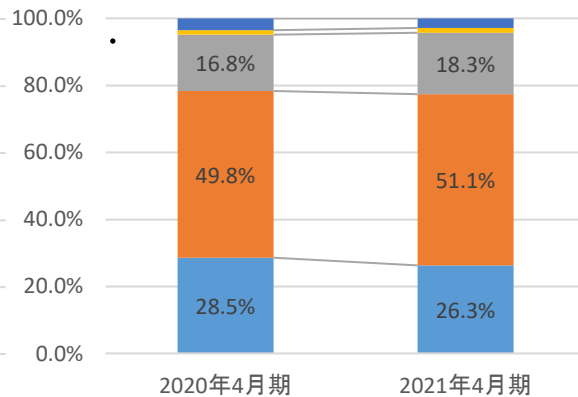


年齢別・金額

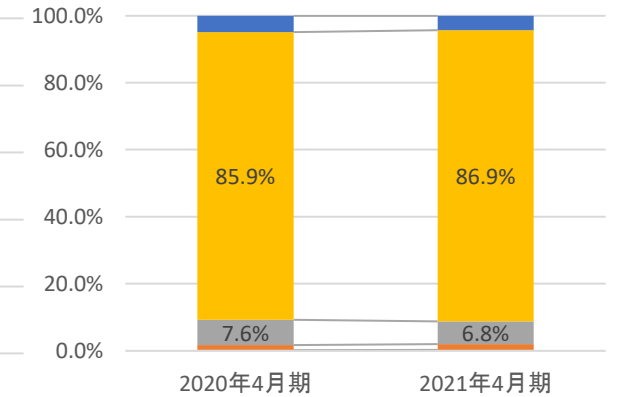
メガネ



コンタクトレンズ



補聴器



0-24歳 25-44歳 45-64歳 65歳- 不明

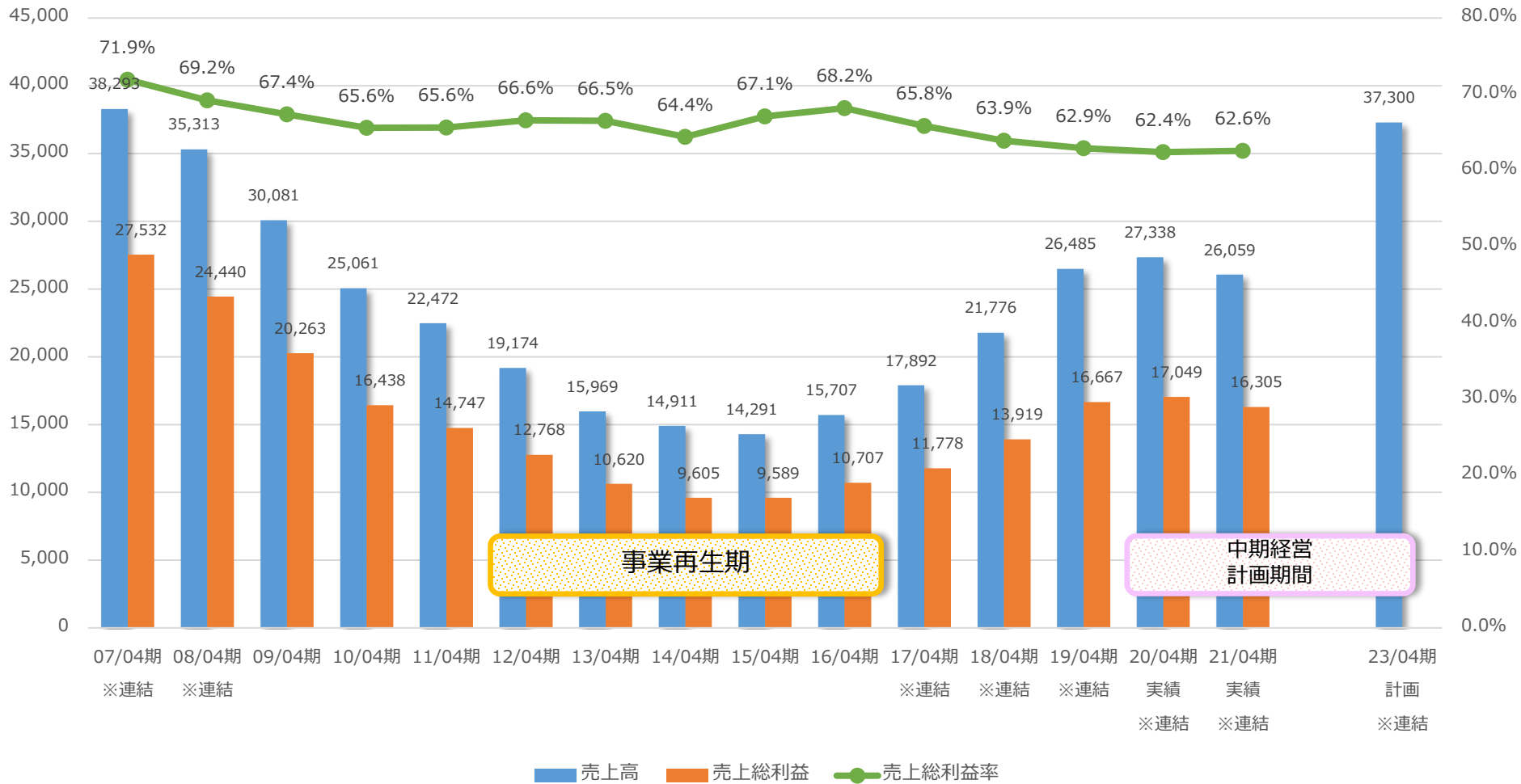
0-14歳 25-34歳 45-54歳 65歳- 不明

0-14歳 25-34歳 45-54歳 65歳- 不明

業績推移

売上高 / 売上総利益 / 売上総利益率

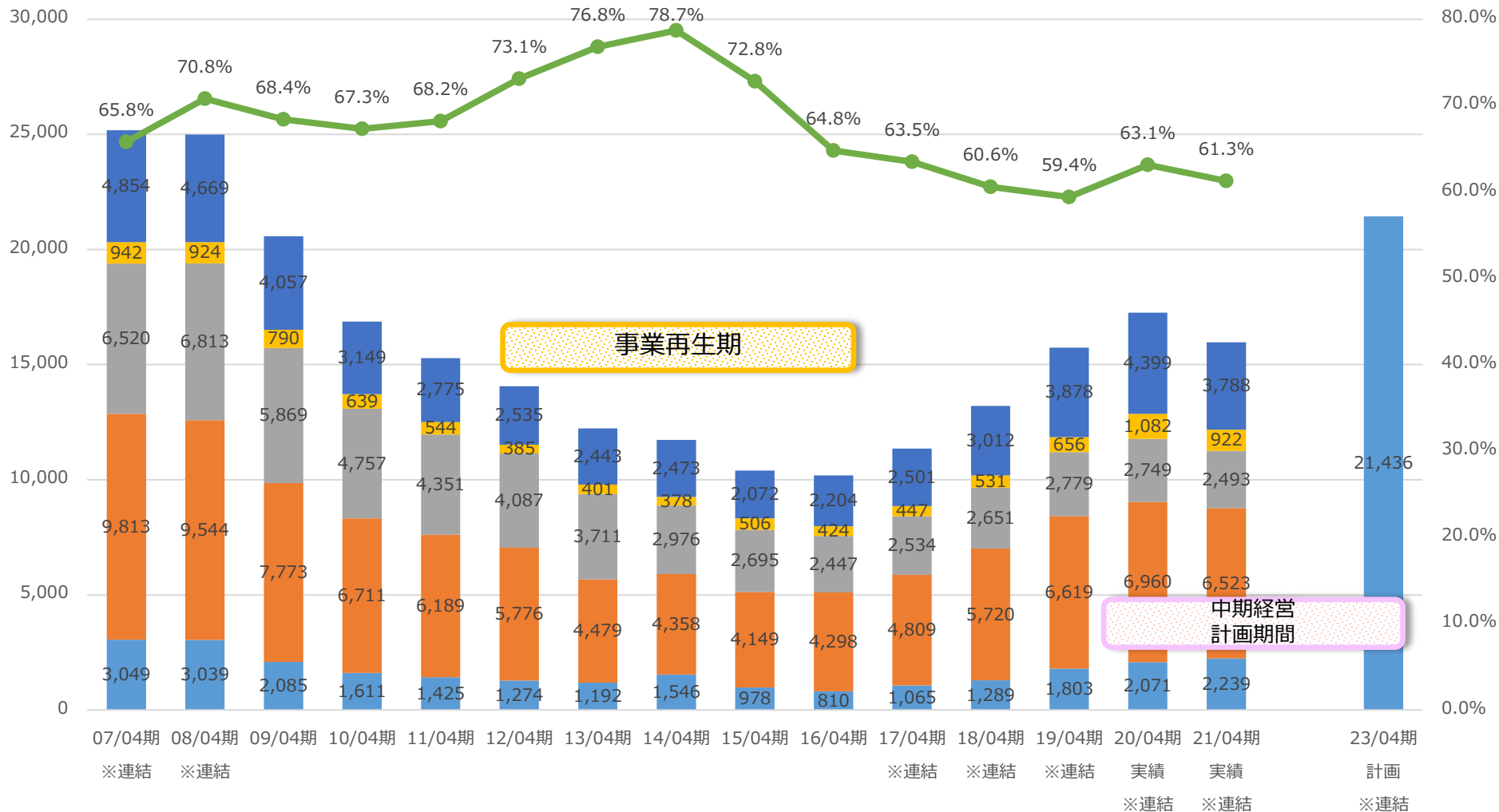
(単位：百万円)



業績推移

販売費及び一般管理費

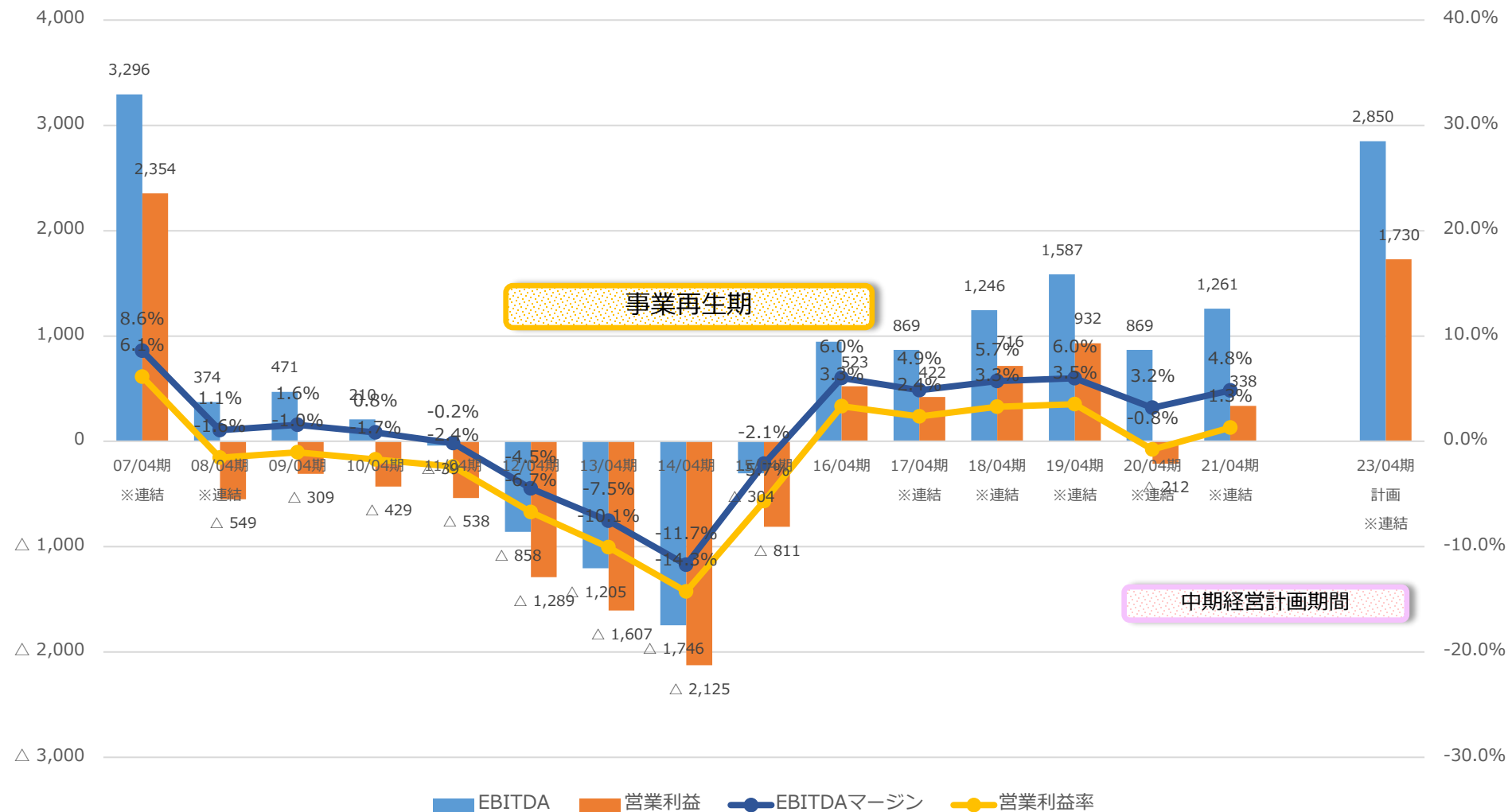
(単位：百万円)



販売費 人件費 賃料 償却費 その他 販管費比率

EBITDA / 営業利益

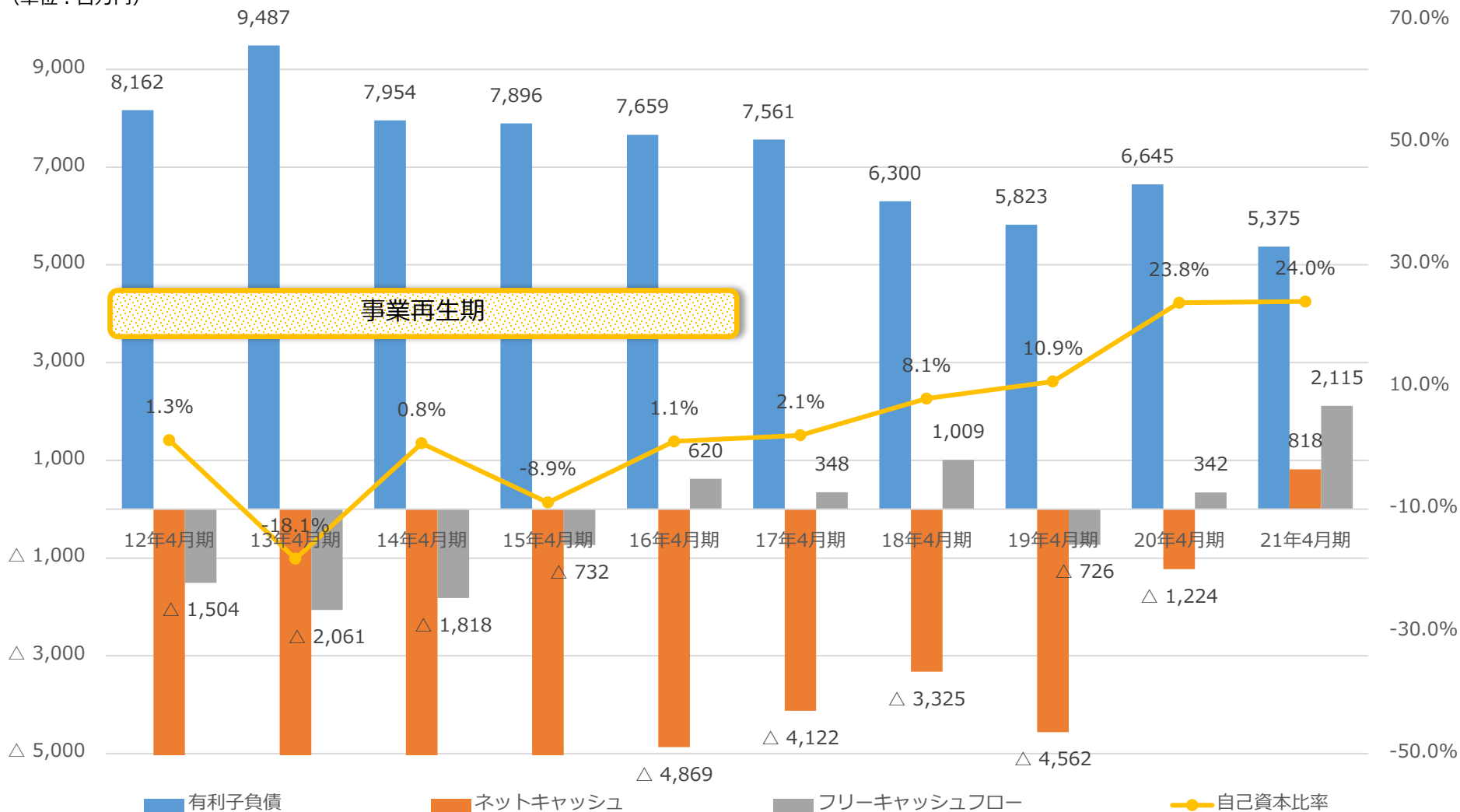
(単位：百万円)



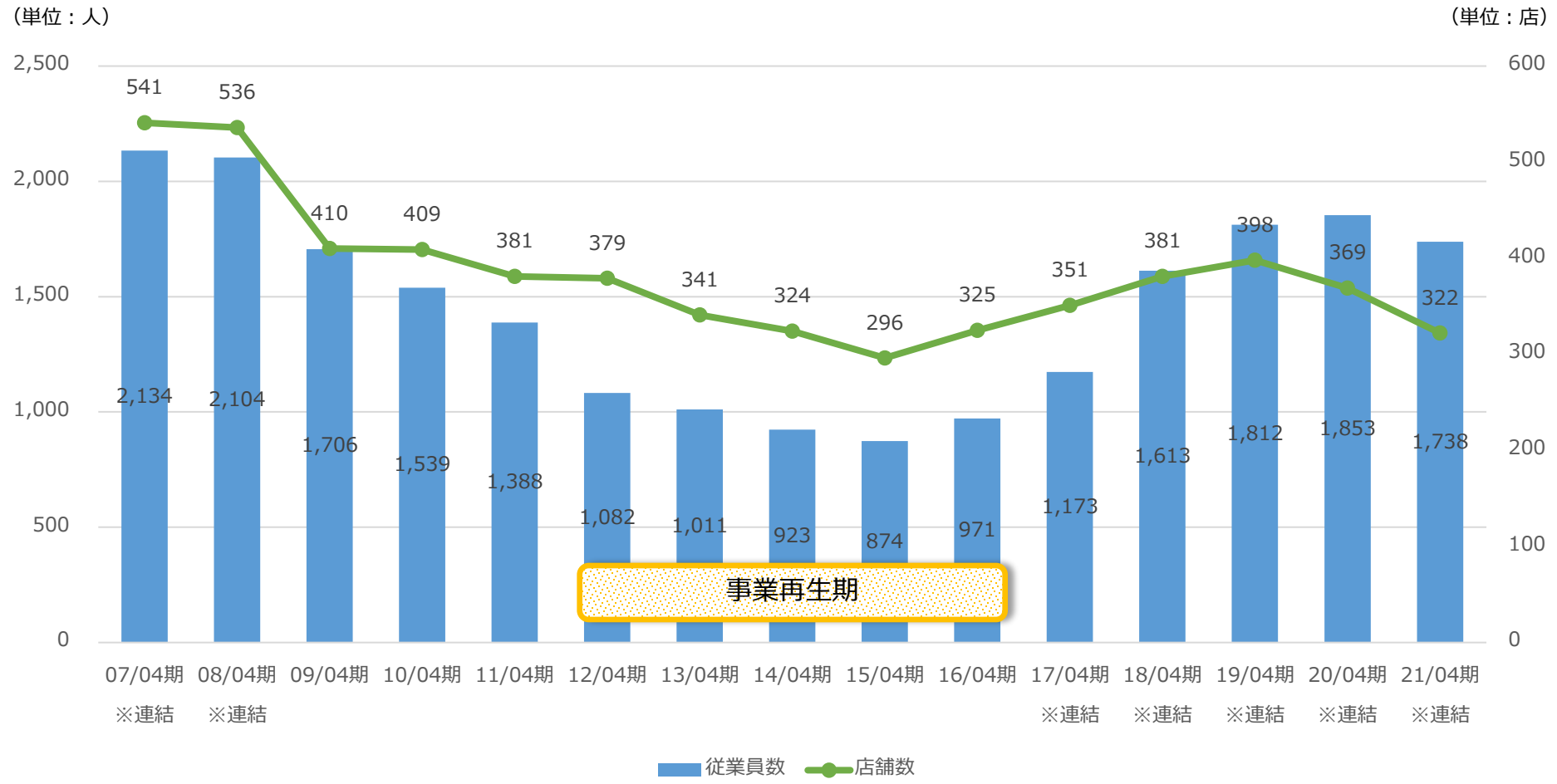
※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 (有形・無形固定資産) + 長期前払費用償却費 + 除去債務償却費用 + 利息費用 + のれん償却費 + 株式報酬費用

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（2021年7月31日現在）

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	142,570千円		
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	代表取締役社長	星崎	尚彦
	取締役	三井	規彰
	取締役	中村	成宏
	取締役	松尾	拓道
	取締役	川添	隆
	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	324店舗		
グループ従業員数	1,695名		



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.