

株式会社ビジョナリーホールディングス

2022年4月期 2Q決算説明資料

証券コード：9263 JASDAQ-S

2021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

22/04期 2Q連結決算概要	P.3
セグメント別概要	P.19
小売事業	P.20
卸売事業	P.37
E C事業	P.39
Appendix	P.41

22/04期 2Q連結決算概要

(2021年5月1日～2021年10月31日)

当社グループの経営理念

従来の経営理念を刷新し、五感の健康寿命延伸による社会貢献と持続的な成長を実現するための価値基準・行動規範も体系的に再構築した経営理念を策定しました

経営理念 VISION

社会における永続的なビジョナリーホールディングスの存在意義 五感の健康寿命を100年に

価値基準 VALUE

～企業理念を実現していく上で重要視する、全社員が常に共有すべき価値観～



行動規範 ACTION

五感ケアの伝道師

- 正しい知識と深い技術で一人ひとりに合った五感ケアを追求する

反省

- 自責の文化
- 反省より始めよ

POSITIVE 陽

- 陽のエネルギーをまとめ
- 常に「どうしたらできるか」を考え発言・行動する

プロフェッショナル・戦

- プロフェッショナルたれ
- 相応しい知識・所作・身なりを身につけよ
- 毎日が戦・付加価値で勝負

頭(こうべ)を垂れる

- 誰に対しても謙虚さと尊敬の気持ちを持ち続ける

オーナーシップ

- オーナーシップを持ってあらゆる仕事に挑む
- 有言即実行

自己研鑽

- 広い視野と知見を積み上げながら成長し続ける
- 実力主義

仲間

- 仲間と共に会社を強くする
- 仲間を助ける

社会貢献

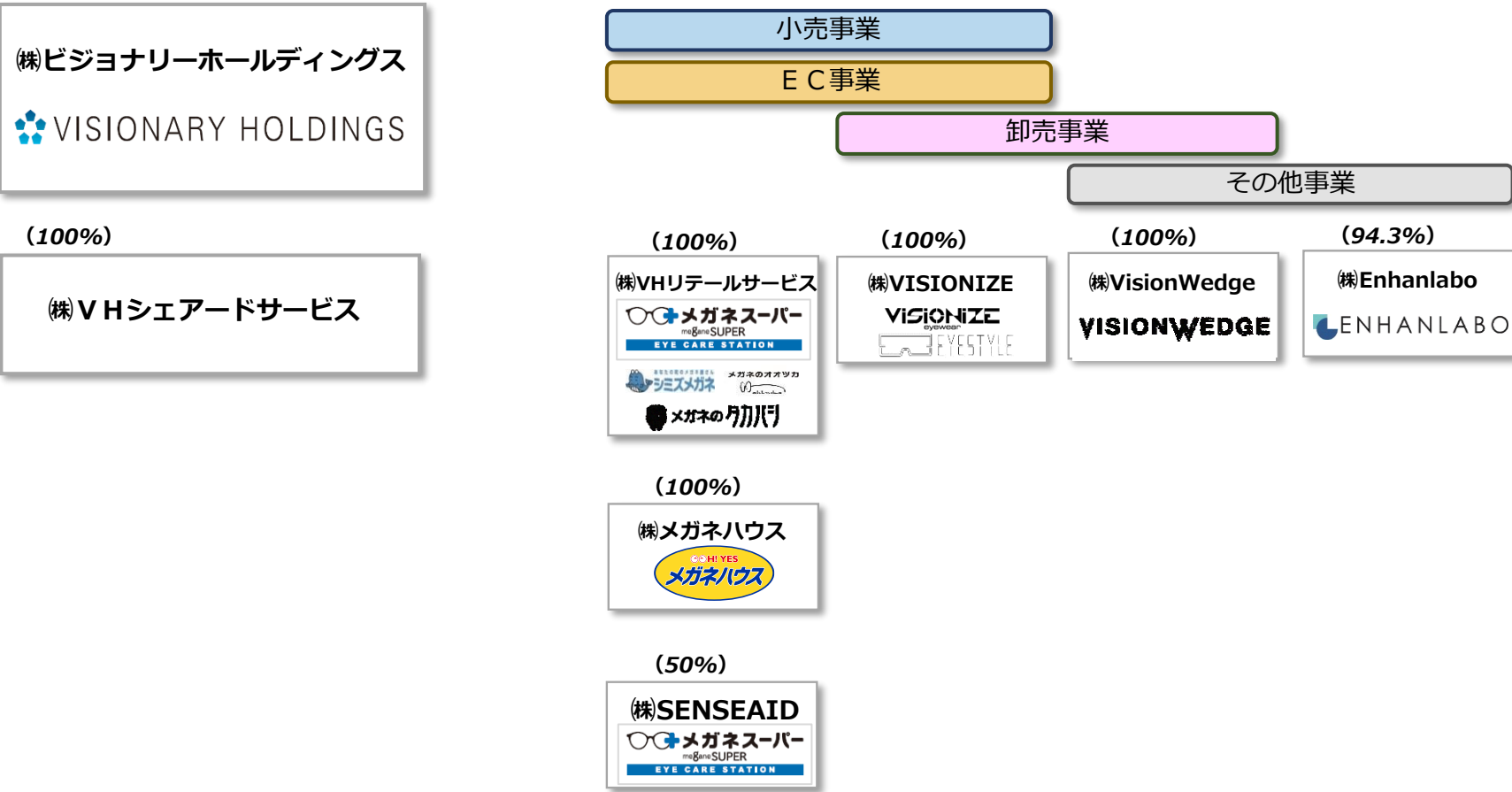
- ビジネスを通じて社会に貢献する

夢

- 夢を持つ
- 夢は必ず成就する

当社グループの事業内容（2021年10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 2Q決算ハイライト

当2Q期間中に2度の緊急事態宣言が発令されるなど外出自粛傾向が強まったことから、特に眼鏡を中心に来店客数に影響を受ける。また、広告宣伝、ストック型サービスの強化キャンペーン等、費用先行となった結果、前年2Q比で減収減益

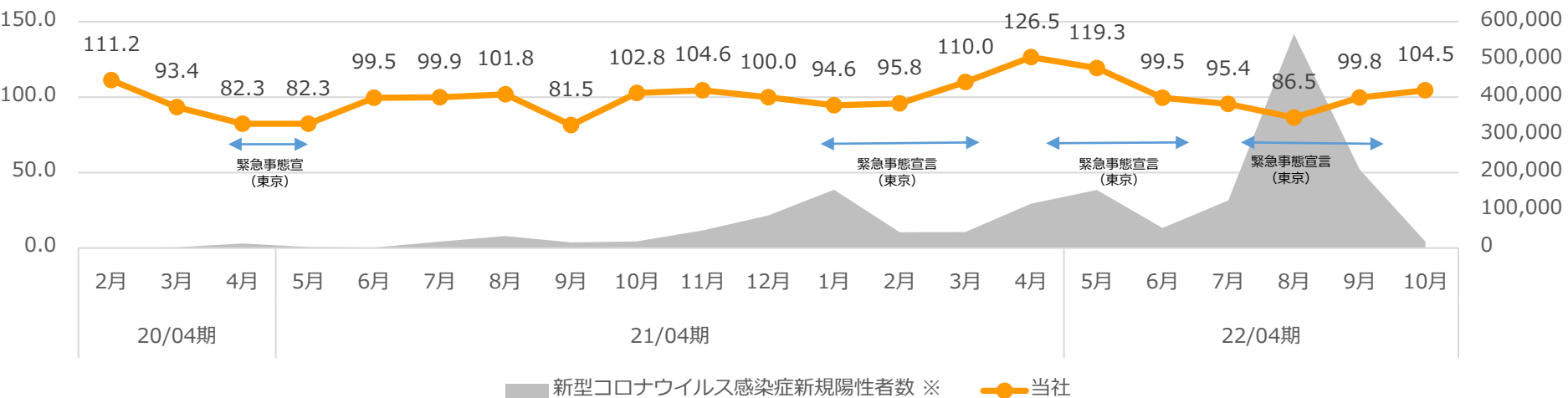
	21/04期 2Q実績		22/04期 2Q実績		前年 同四半期比	
	金額 (単位：百万円)	構成比 (%)	金額 (単位：百万円)	構成比 (%)	%	金額 (単位：百万円)
売上高	13,163	100.0	13,052	100.0	99.2	△111
営業利益	471	3.6	△404	—		△876
E B I T D A	938	7.1	77	0.6	8.3	△861
経常利益	643	4.9	△163	—		△807
親会社株主に帰属 する四半期利益	383	2.9	△395	—		△778
一株当たり 四半期純利益 (円 銭)	10.48		△10.74			

※ 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

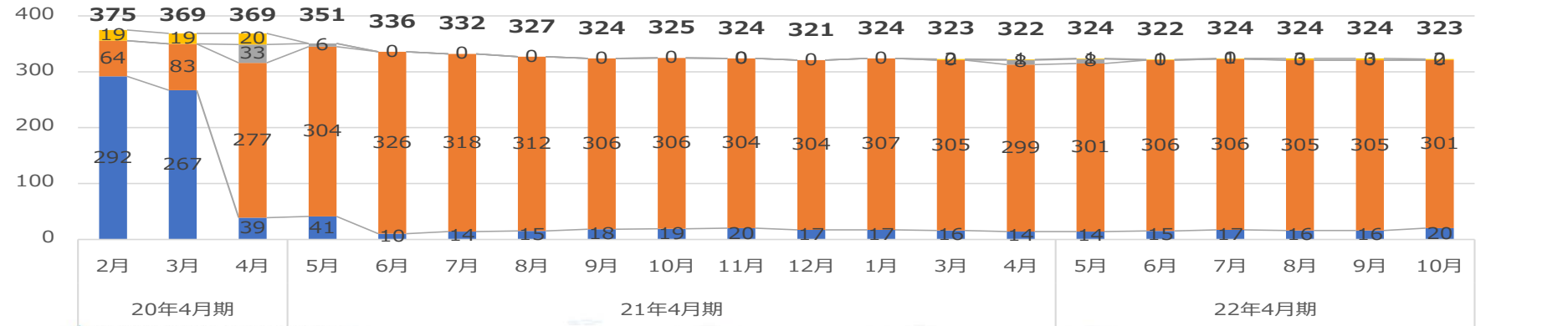
新型コロナウイルス感染症拡大による業績への影響：既存比

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、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生産性重視の店舗運営を継続。収益基盤の強化に資するCONTACT定期便等ストック型サービスの強化を継続

既存店前年比推移



店舗の営業状況

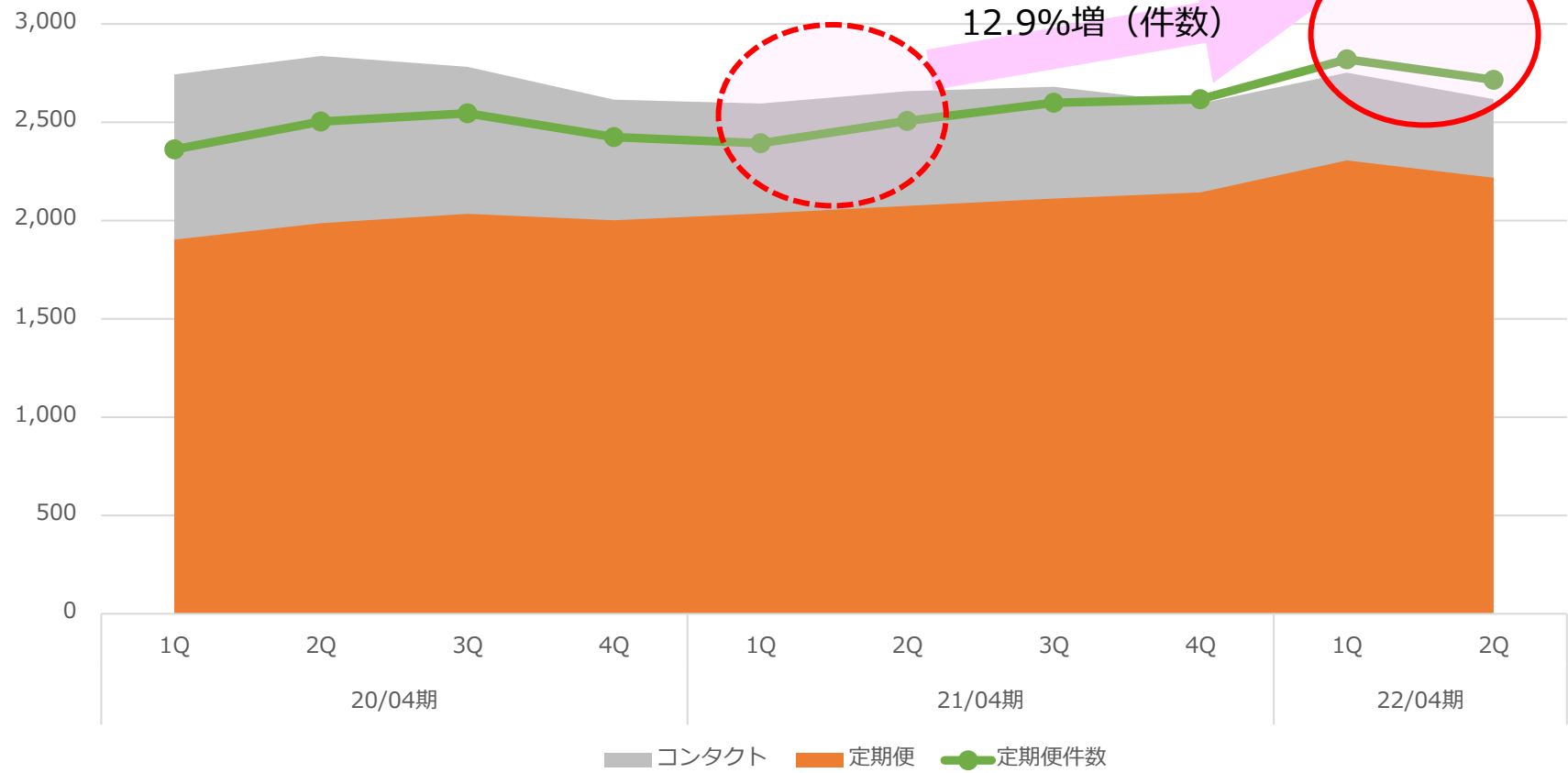


※出所：厚生労働省HPのデータより当社にて作成

ストック型サービスの強化（コンタクト定期便）

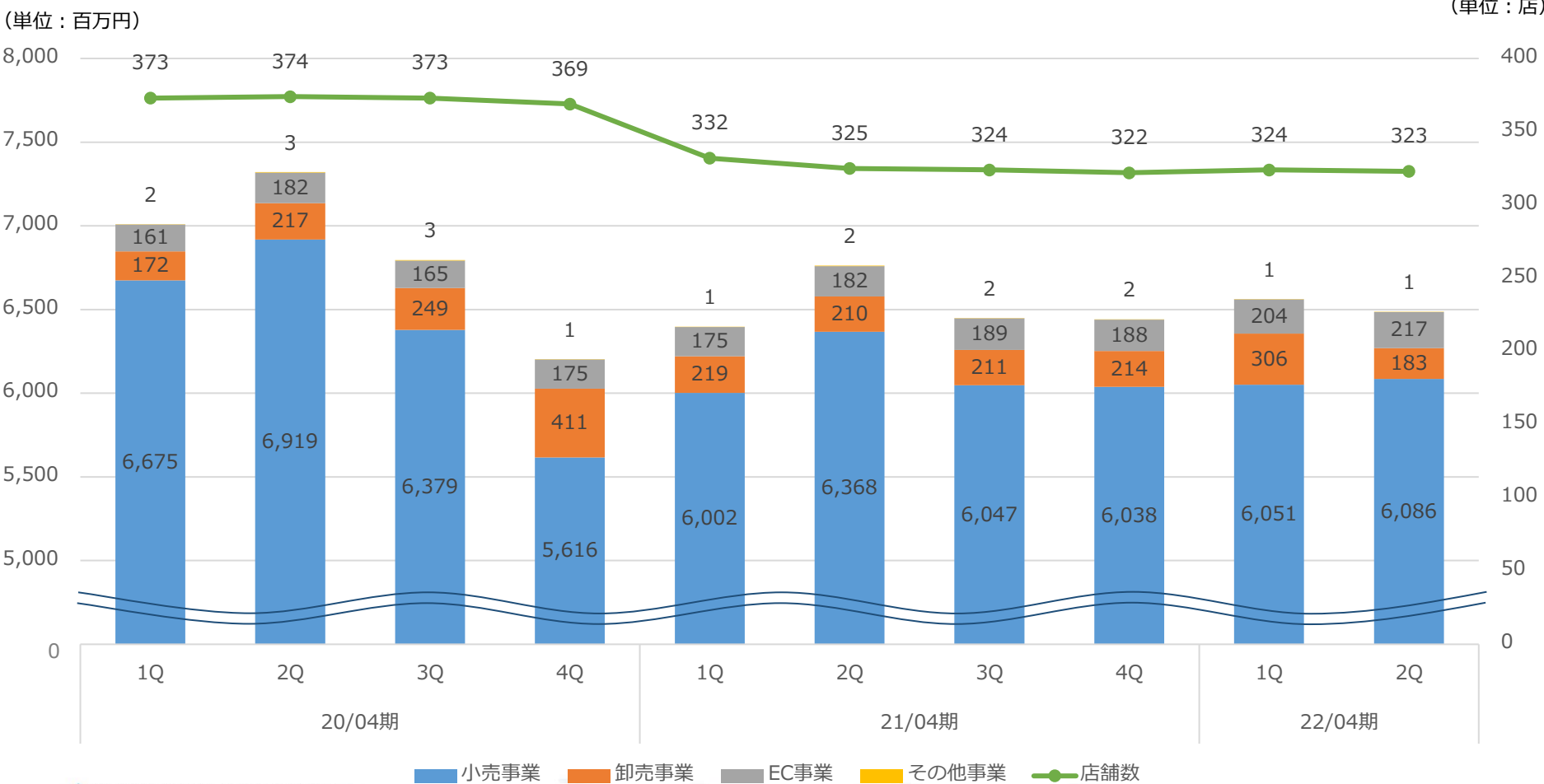
コンタクト定期便について、初回割引キャンペーン等新規顧客のコンタクト定期便への加入促進、既存顧客の同定期便への移行促進を強化。コンタクト定期便の件数は前年2Q累計比 12.9%増、コンタクト売上のうちコンタクト定期便が占める割合は前年2Q累計比6.0pt増の84.2%

(単位：百万円)



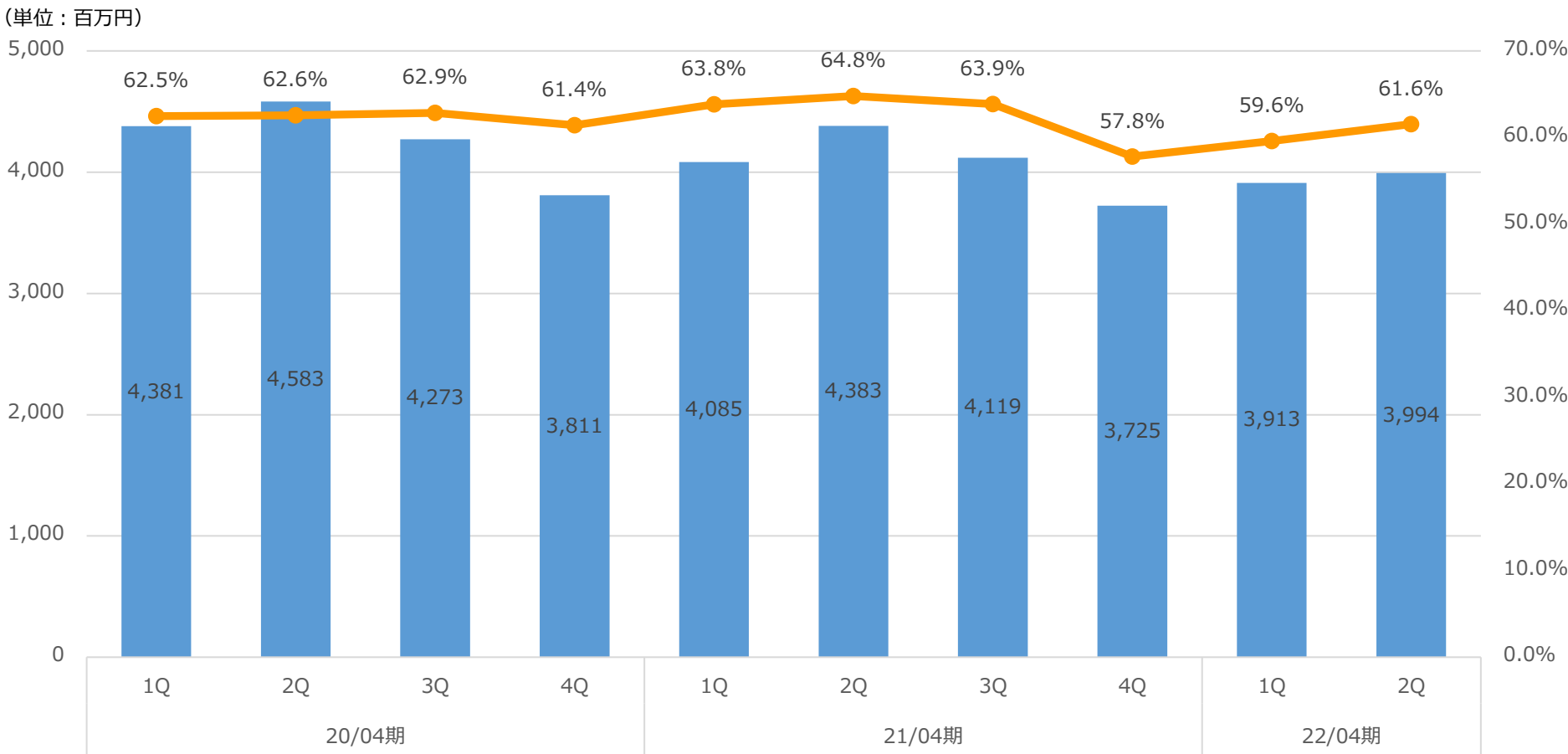
売上高（四半期推移）

小売事業は9月末に緊急事態宣言が解除されたこと等により、当年1Q比では0.6%増と復調に向かうも、当年2Q期間中に2度の緊急事態宣言の影響は大きく、前年2Q比4.4%減、同2Q累計比1.9%減。卸売事業は前年2Q比13.1%減となる一方、同2Q累計比では13.8%増。EC事業は前年2Q比、同2Q累計比ともに堅調に推移しそれぞれ19.0%増、17.6増



売上総利益（四半期推移）

売上総利益は前年2Q比8.9%減の3,994百万円（同2Q累計比では6.6%減）。
売上総利益率は小売事業においてコンタクト定期便の初回割引キャンペーンの実施等の影響もあり前年2Q比3.2pt減の61.6%。ただし前年4Qで悪化した売上総利益率はクーポン施策の抑制効果もあり緩やかに改善



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、当年2Qまでに3,575百万円の投資を実行。進捗率は59.4%

進捗率
59.4%

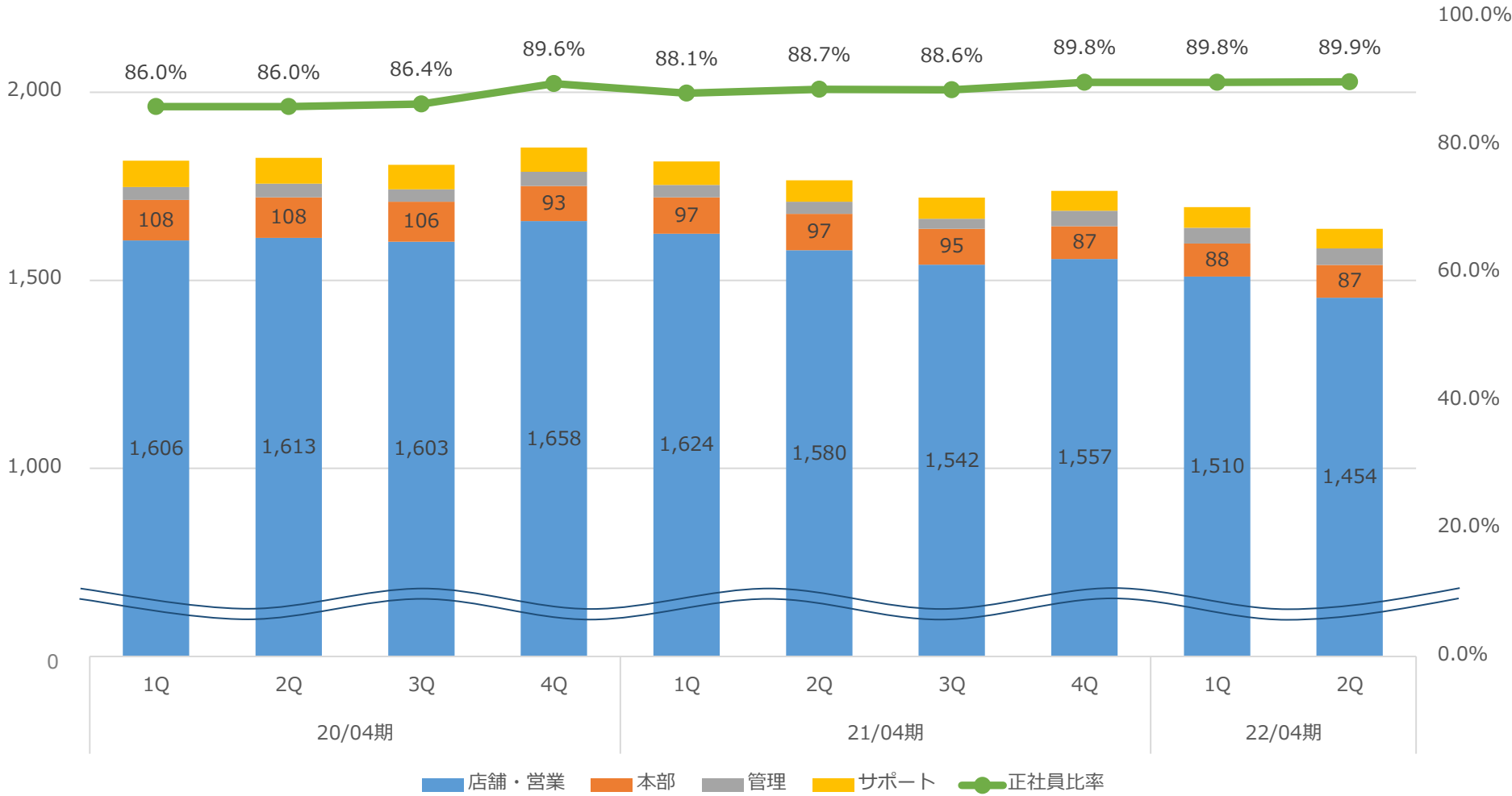
(単位：百万円)

	20年4月期	21年4月期				21年4月期	22/04期	22/04期	22/04期	投資額 (累計)	21/04期-23/04期 4か年投資額(計画)	
		1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q				
人材・システム投資	146	105	41	121	92	359	57	69	126	631	400	△231
検査機器等	700	92	64	43	63	262	77	34	111	1,073	2,000	927
リニューアル	697	4	9	9	51	73	84	229	313	1,083	1,900	817
新規出店	440	91	31	64	22	208	108	23	131	779	1,700	921
合計	1,983	292	145	237	227	902	326	354	681	3,566	6,000	2,434

従業員数（四半期推移）

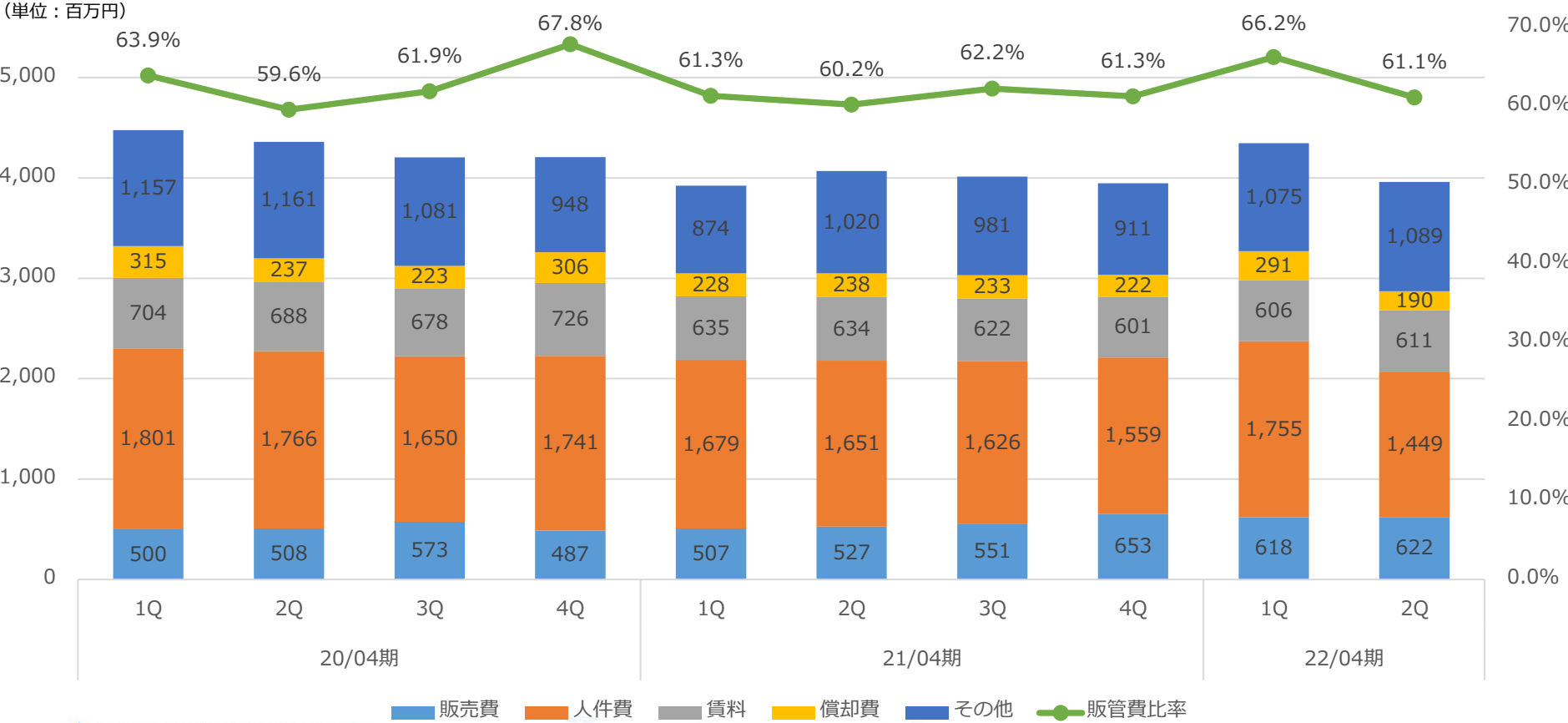
従業員数は前年2Q比△129名、前期末比△101名の1,637名

(単位：人)



販売費及び一般管理費（四半期推移）

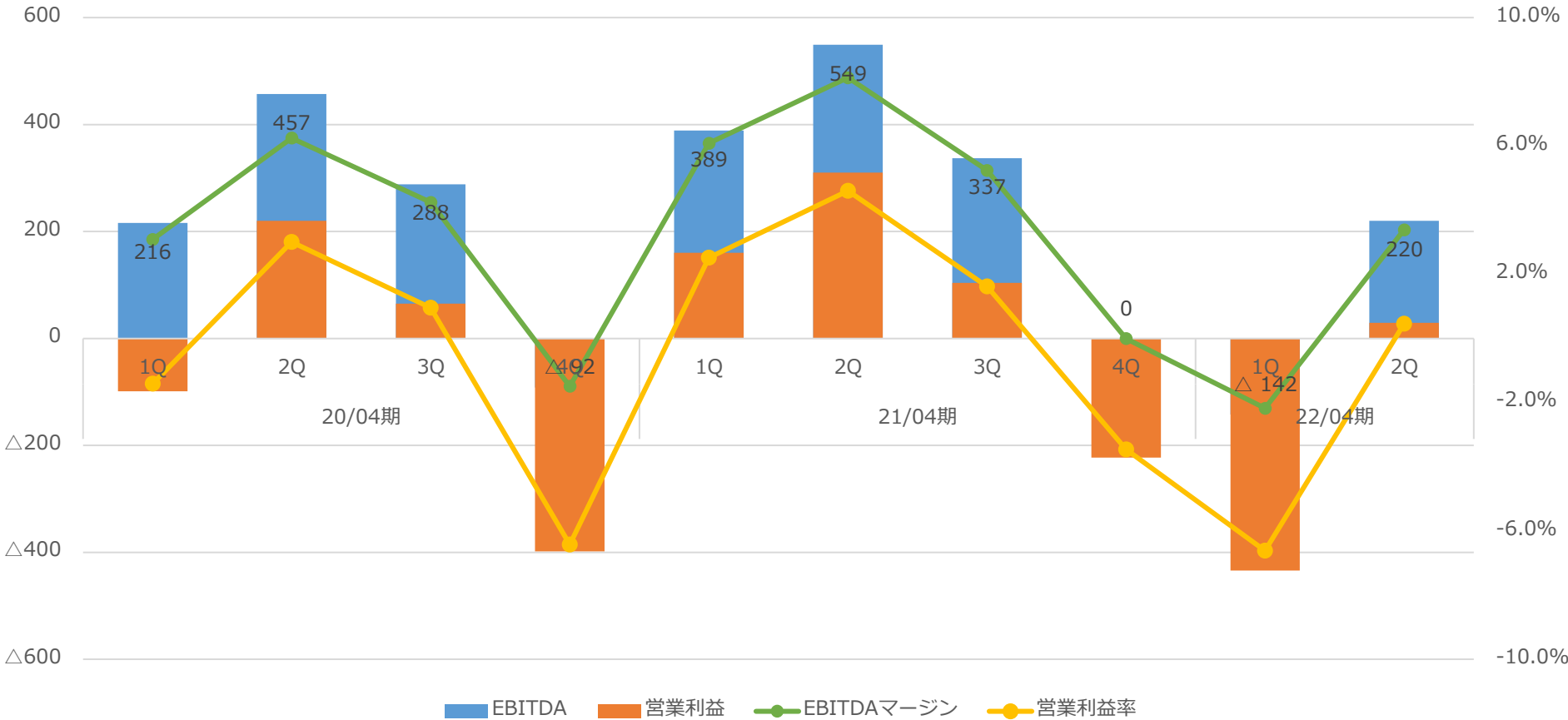
コロナ禍に即した不要不急のコスト削減は継続。販管費は前年2Q比 2.7%減の3,964百万円、販管費比率は同2Q比0.9pt増の61.1%。一方、高付加価値サービスの認知拡大を図るためテレビCM、動画広告等の広告宣伝等の強化に伴い、販売費は前年2Q比18.1%増（同2Q累計比20.0%増）、ワクチンの職域接種、営業強化に伴う従業員の地域間移動の段階的な緩和等、関連諸費用の増加により、その他管理費が同2Q比6.8%増（同2Q累計比14.3%増）



EBITDA / 営業利益（四半期推移）

EBITDA、営業利益ともに当年1Q比では黒字転換し、EBITDAは当年2Q累計で77百万円。
 一方、前年2Q比ではEBITDAが40.1%減の220百万円、営業利益が90.4%減の29百万円にとどまる

(単位：百万円)

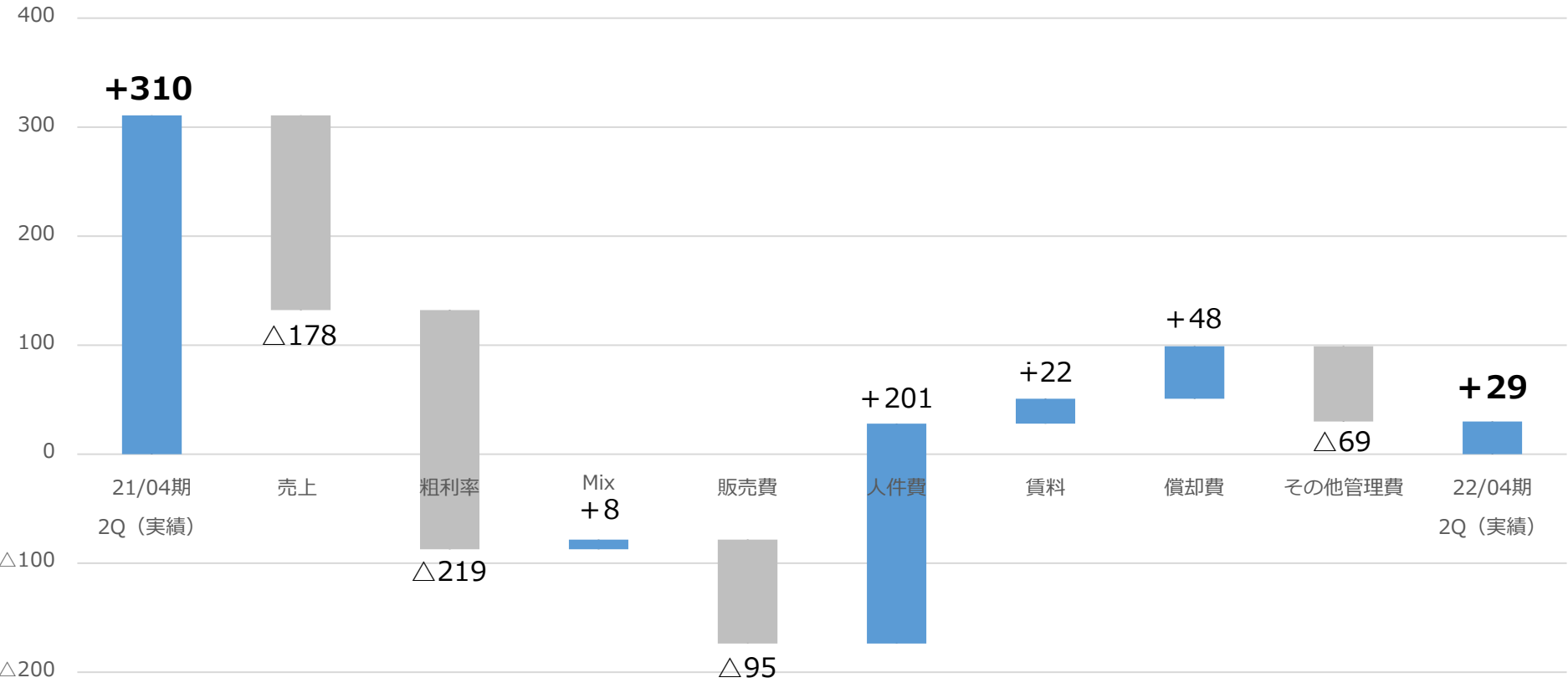


※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費（有形・無形固定資産） + 長期前払費用償却費 + 除去債務償却費用 + 利息費用 + のれん償却費 + 株式報酬費用

2Q (8-10月) 営業利益の増減分析

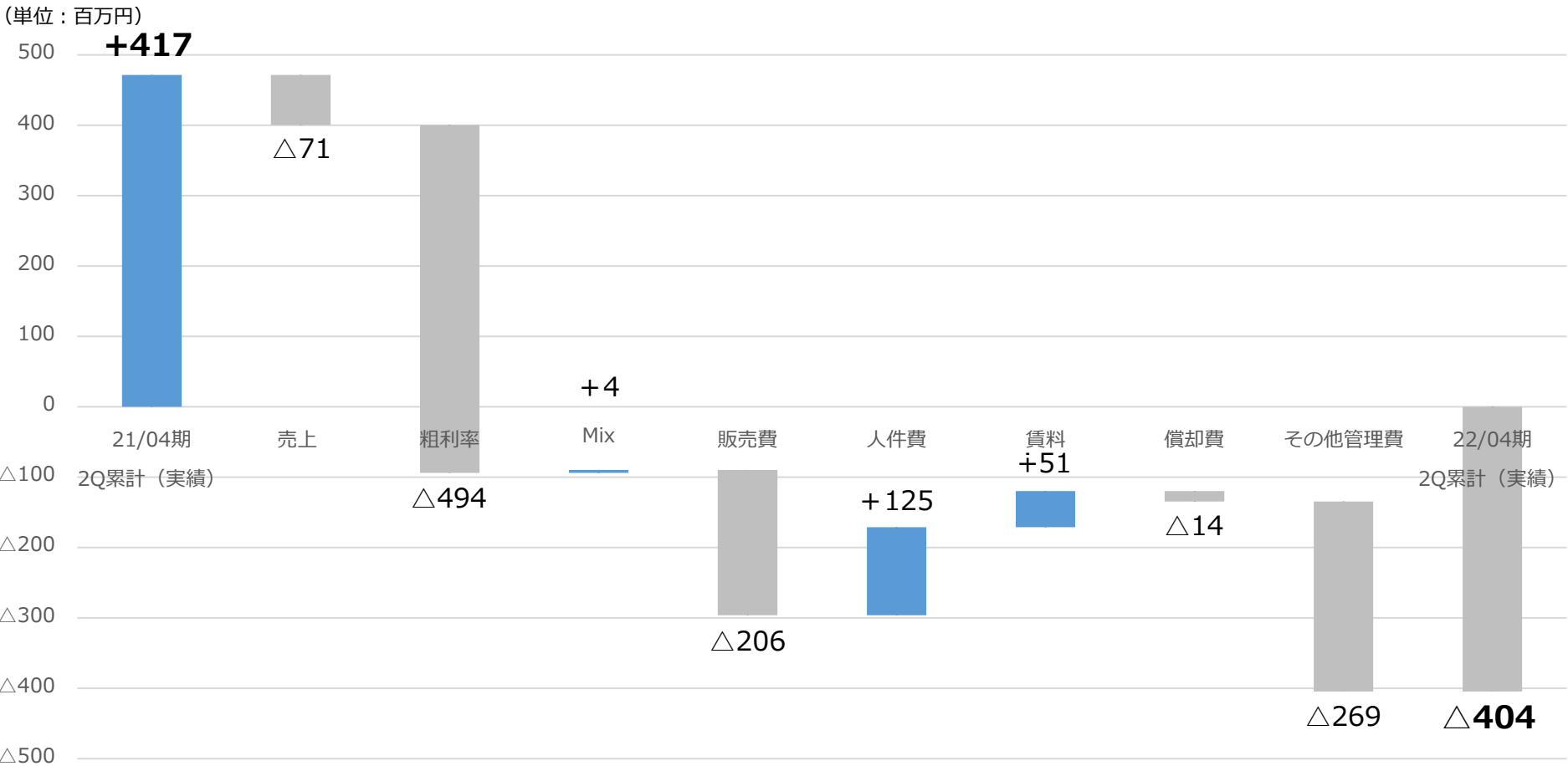
外出自粛等来店客数減による売上減少、ストック型サービスの強化に伴うキャンペーンによる粗利率の低下や、高付加価値サービスの認知拡大を企図した販売費増、営業強化に伴う従業員の地域間移動の段階的な緩和による関連諸費用増により、営業利益は前2Q比280百万円減の29百万円。ただし当年1Q営業利益△434百万円から黒字に転換

(単位：百万円)



2Q（累計） 営業利益の増減分析

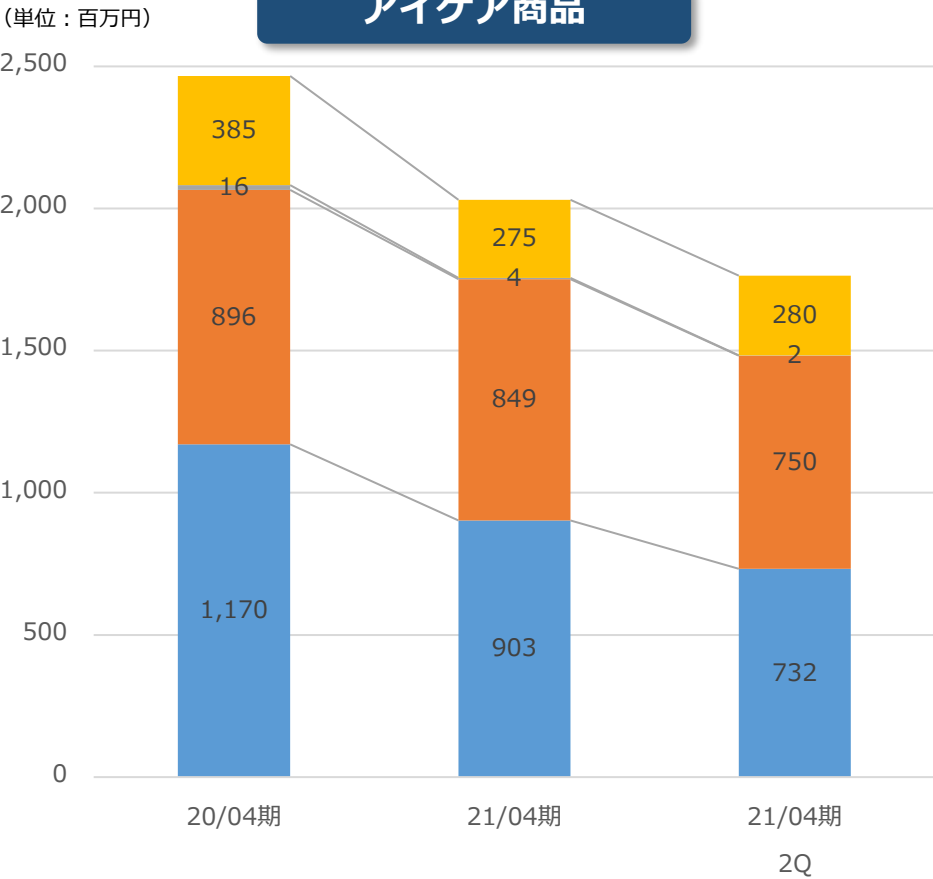
外出自粛等来店客数減による売上減少、ストック型サービスの強化に伴うキャンペーンによる粗利率の低下や、高付加価値サービスの認知拡大を企図した販売費増、ワクチンの職域接種や営業強化に伴う従業員の地域間移動の段階的な緩和による関連諸費用増により、営業利益は前2Q累計比△876百万円減の△404百万円



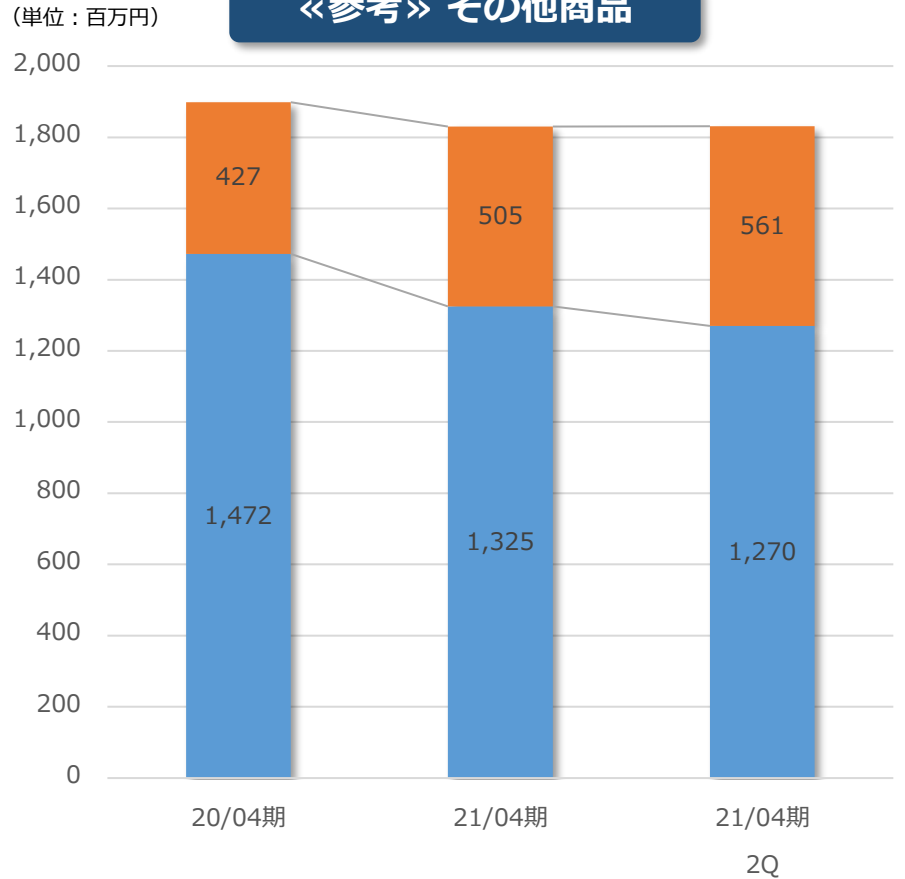
アイケア商品の充実

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

アイケア商品



「参考」 その他商品



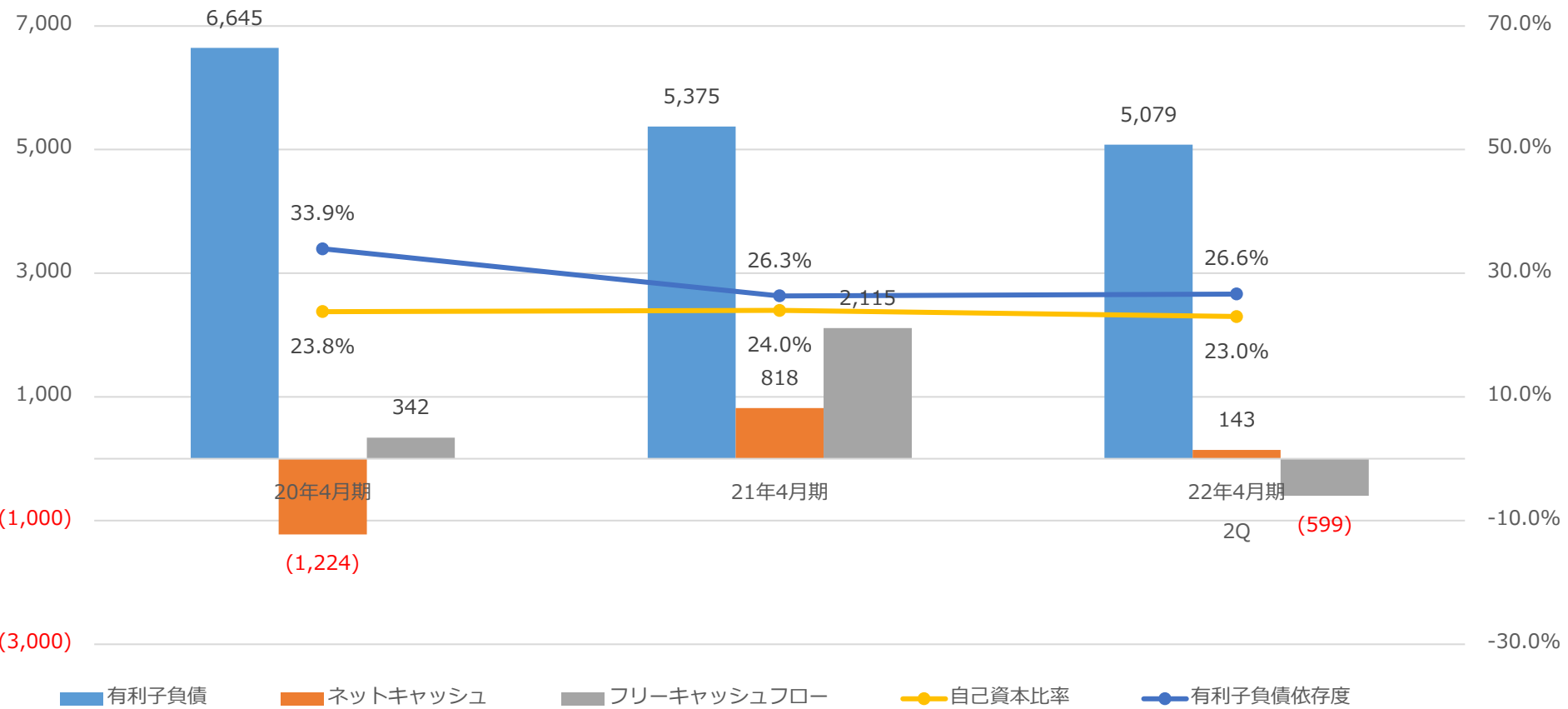
■ 既存店 ■ 新店・次世代型移行店 ■ EC ■ 物流センター

■ 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

有利子負債の圧縮が進むなか、当2Qが減益となった結果、その他の指標は増強ないしは改善に至らず停滞

(単位：百万円)



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

「眼の健康寿命延伸」に配慮した付加価値の高いサービス・商品の提供、「眼のQOL (Quality Of Life)」の向上に繋がるアイケアの拡充・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

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

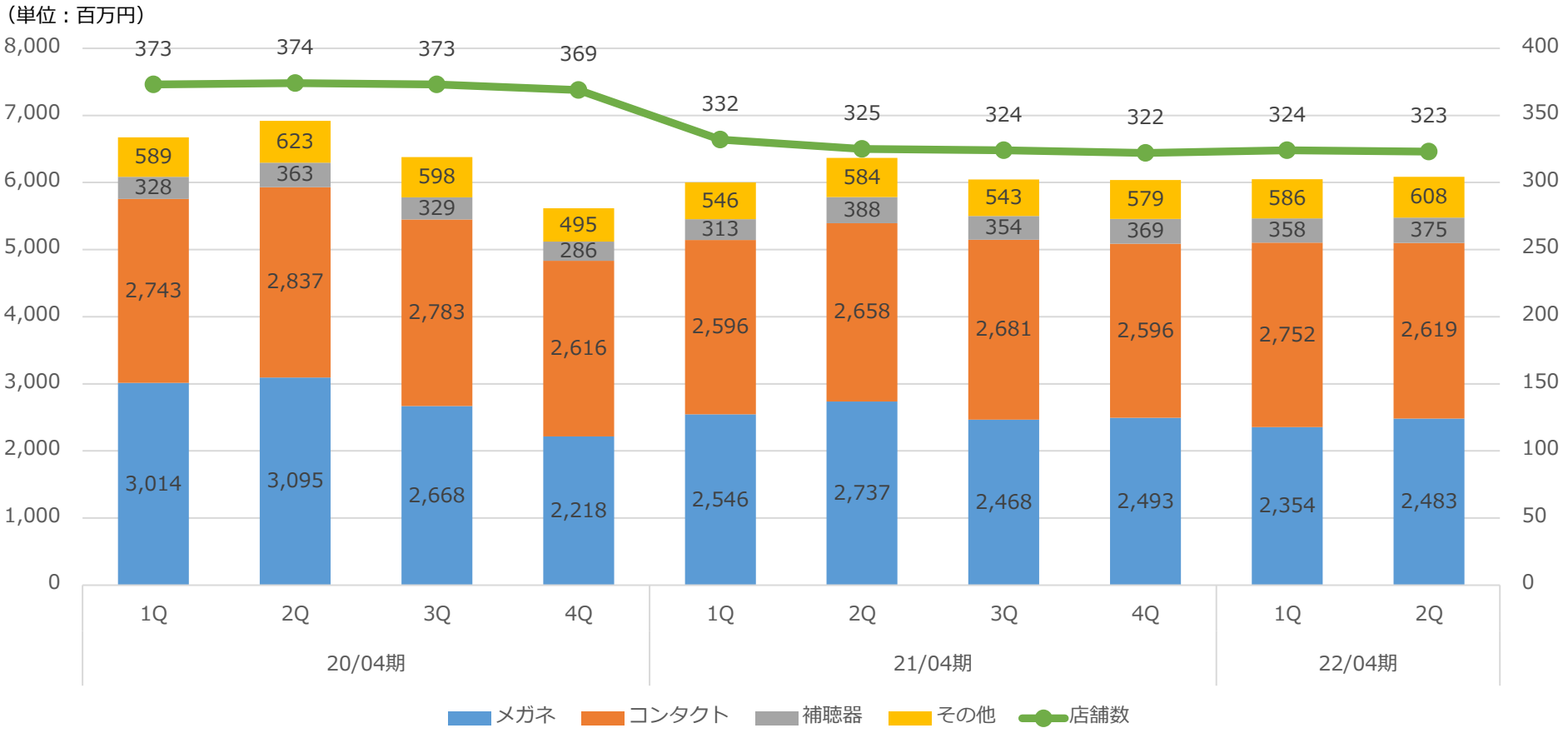
ネオダルトン社との共同開発

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）

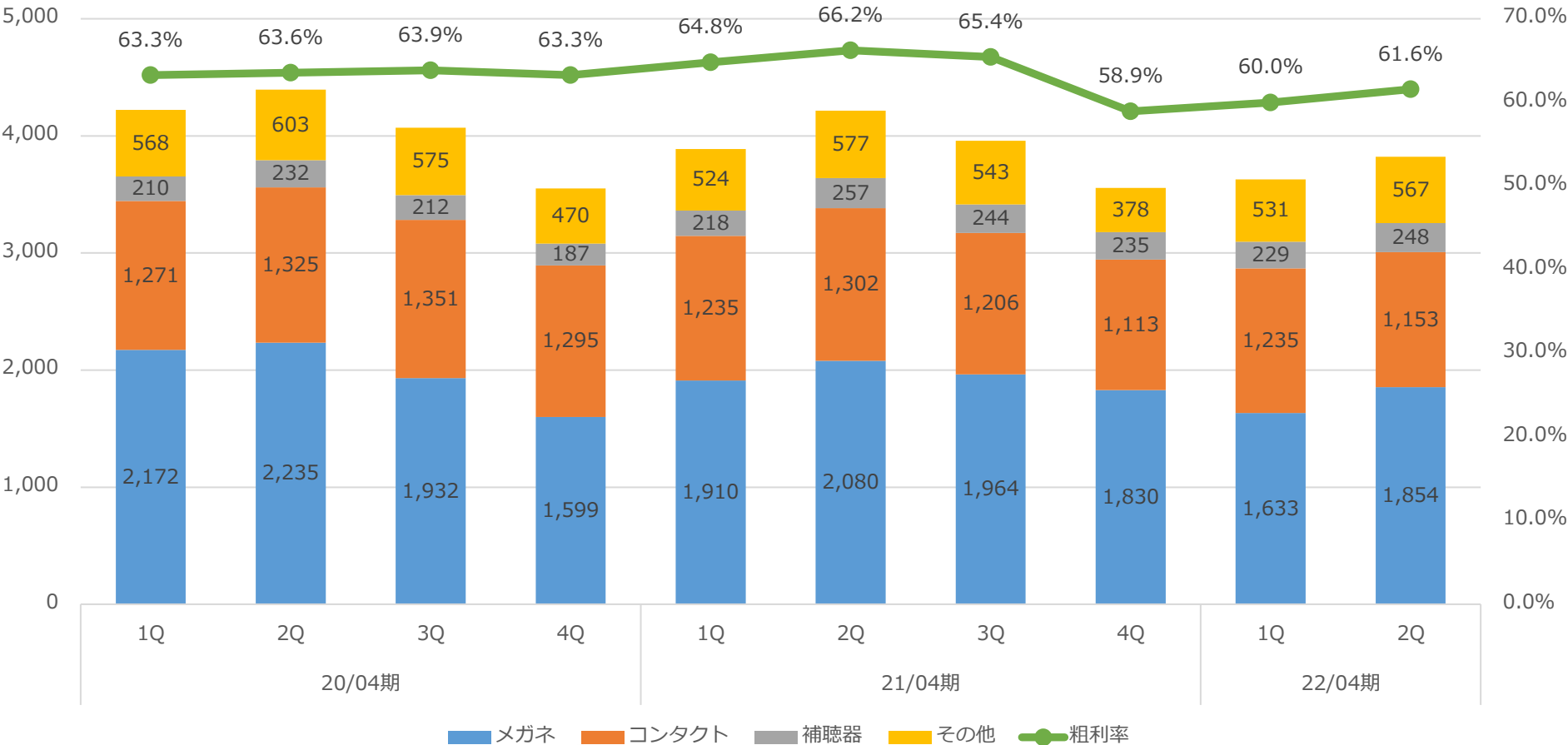
売上高は前年2Q比4.4%減の6,086百万円。
 メガネ、コンタクト、補聴器ともに緊急事態宣言等が外出自粛等の影響による来店客数減により、同2Q比でそれぞれ9.3%減、1.5%減、3.3%減。前年2Q累計比では、8.4%減、2.2%増、4.5%増となり、緊急事態宣言等の影響をメガネがより強く受けることとなる



売上総利益 / 売上総利益率（四半期推移）

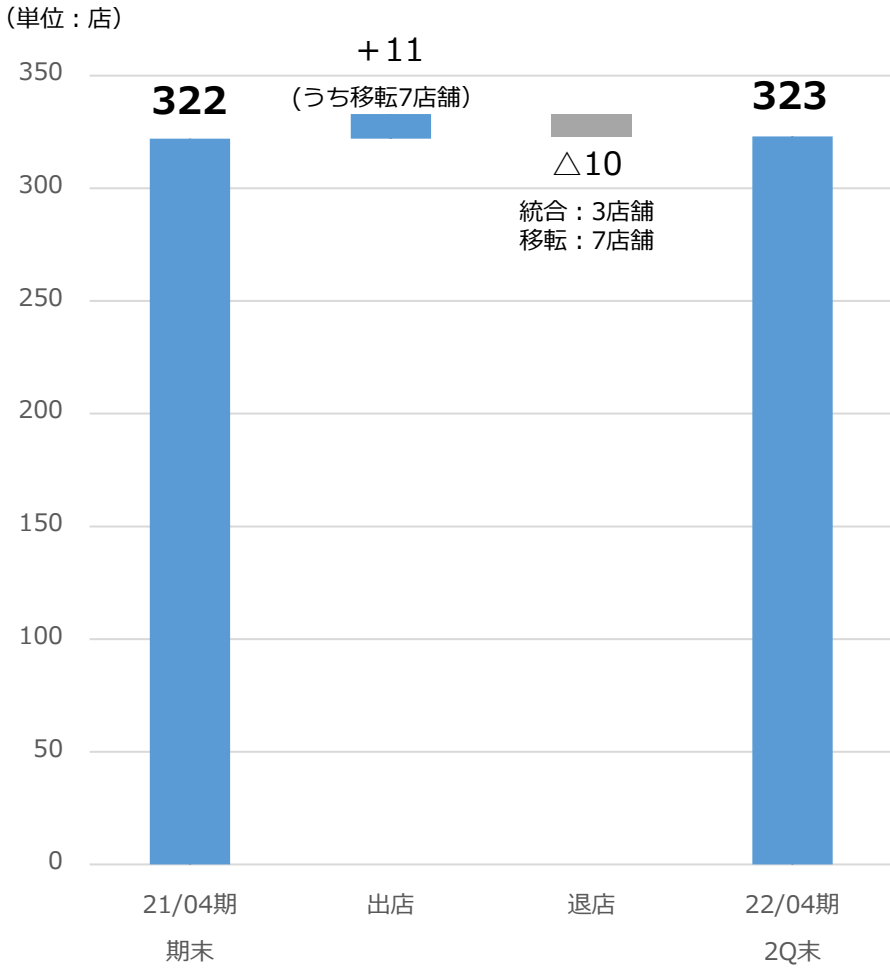
売上総利益は前年2Q比9.3%減の3,824百万円。
 メガネ、コンタクト、補聴器ともに緊急事態宣言等が外出自粛等の影響による来店客数減により、
 同2Q比でそれぞれ10.9%減、11.5%減、3.3%減。前年2Q累計比では、12.6%減、5.9%減、0.5%増

(単位：百万円)

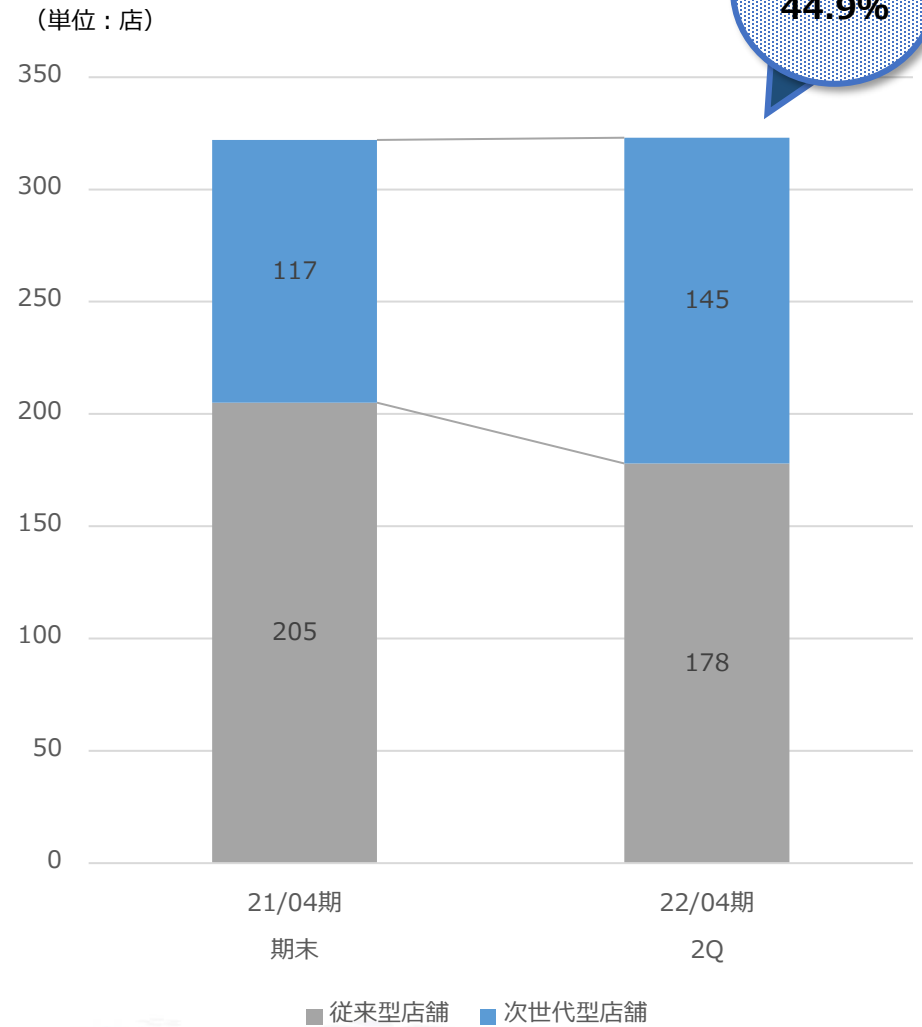


店舗の状況

出退店

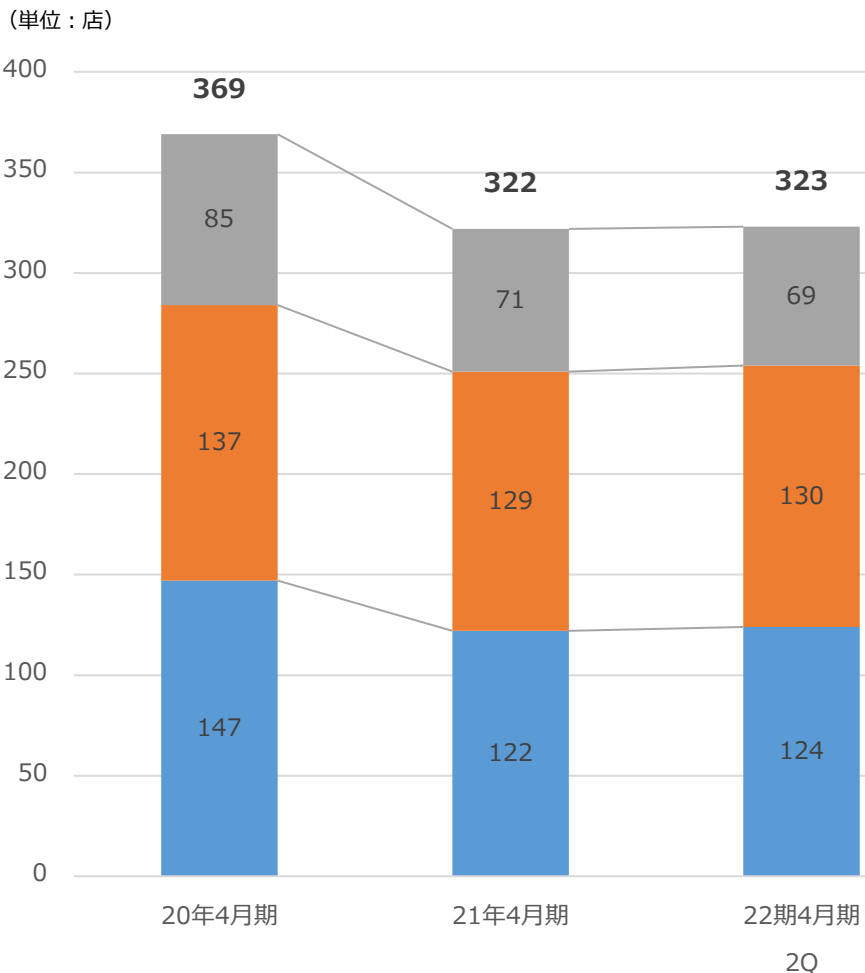


次世代型店舗への移行



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

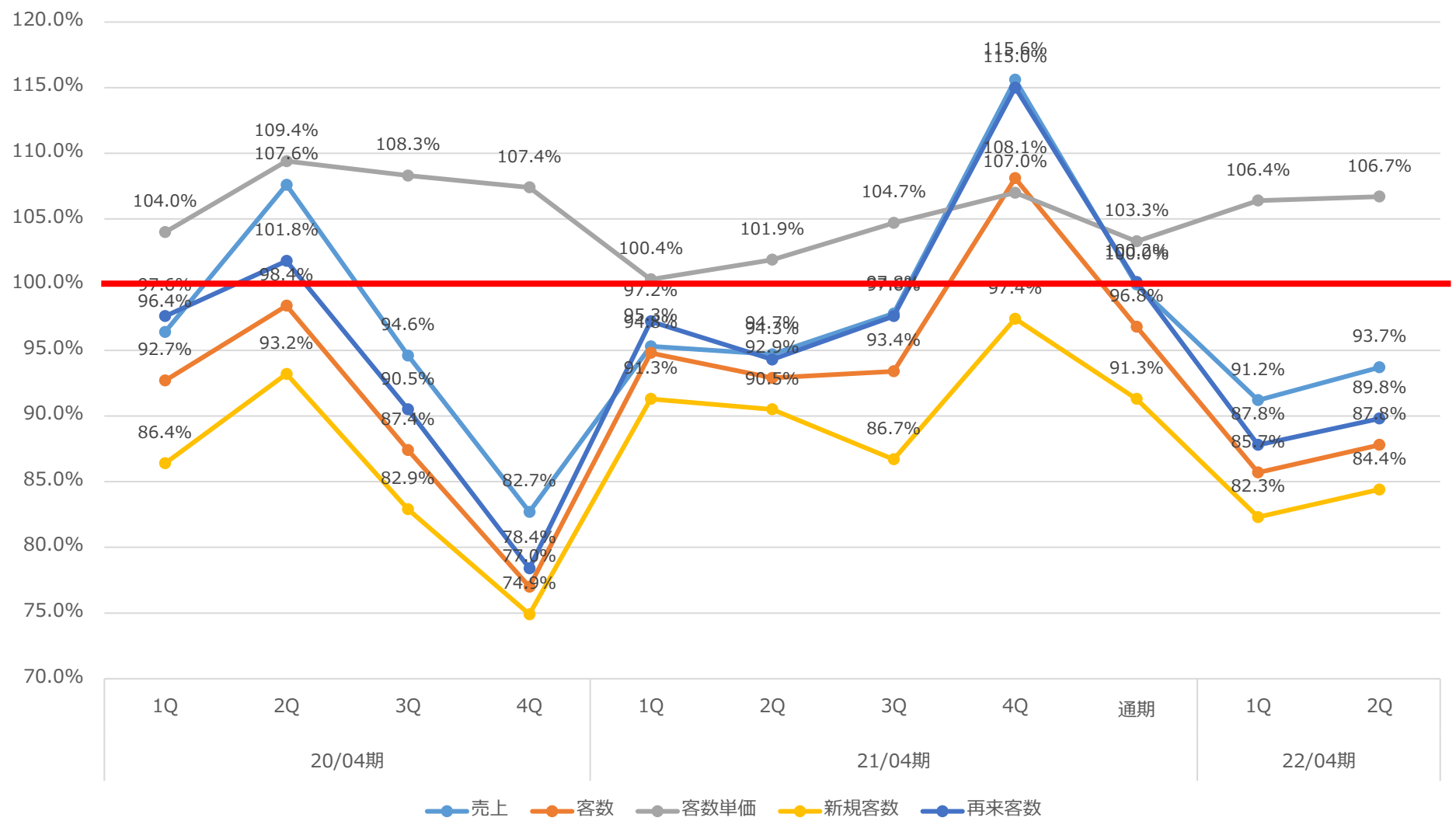


■ 商業立地 ■ ロードサイド立地 ■ ショッピングセンター立地

■ 北海道・東北 ■ 関東 ■ 中部 ■ 関西 ■ 中四国 ■ 九州

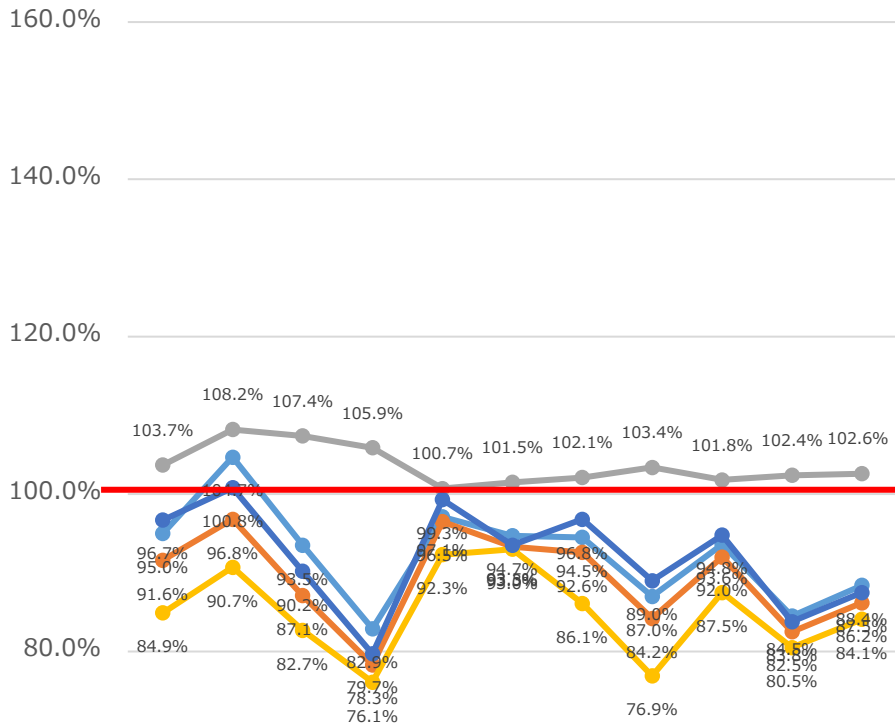
メガネ：前年比①

■ 全店



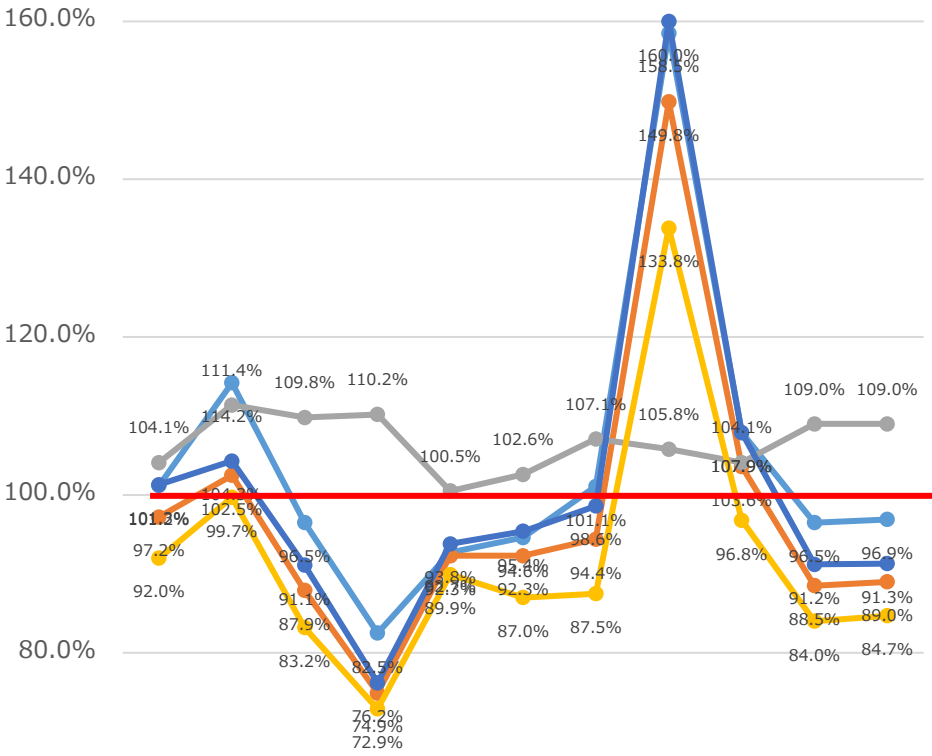
メガネ：前年比②

■ 従来型店舗



期	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
20/04期											
21/04期											
22/04期											

■ 次世代型店舗



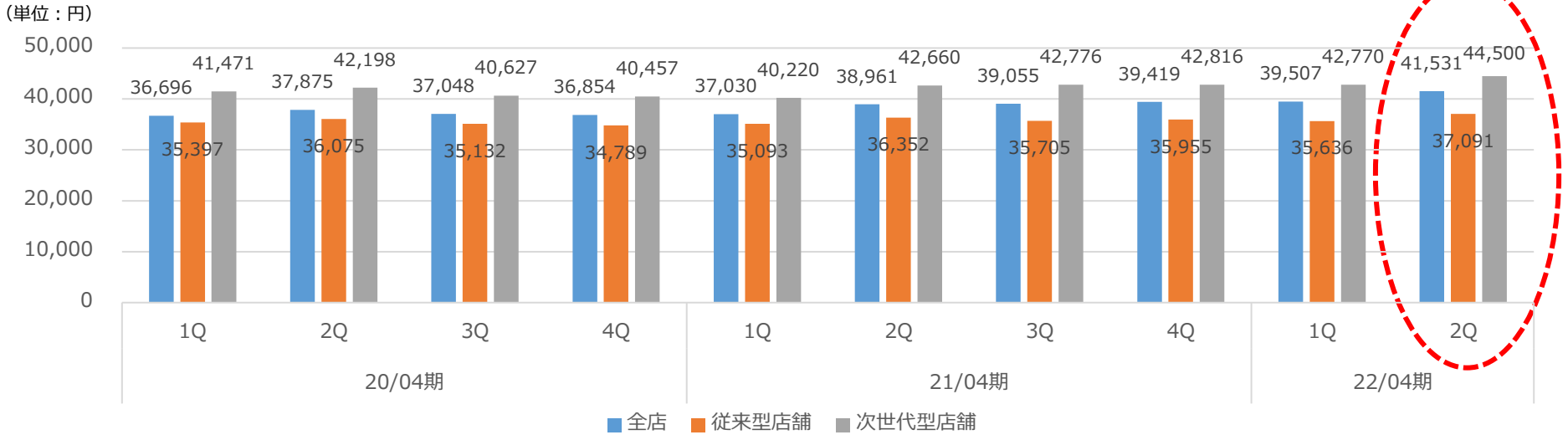
期	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
20/04期											
21/04期											
22/04期											

● 売上 ● 客数 ● 客数単価 ● 新規客数 ● 再来客数

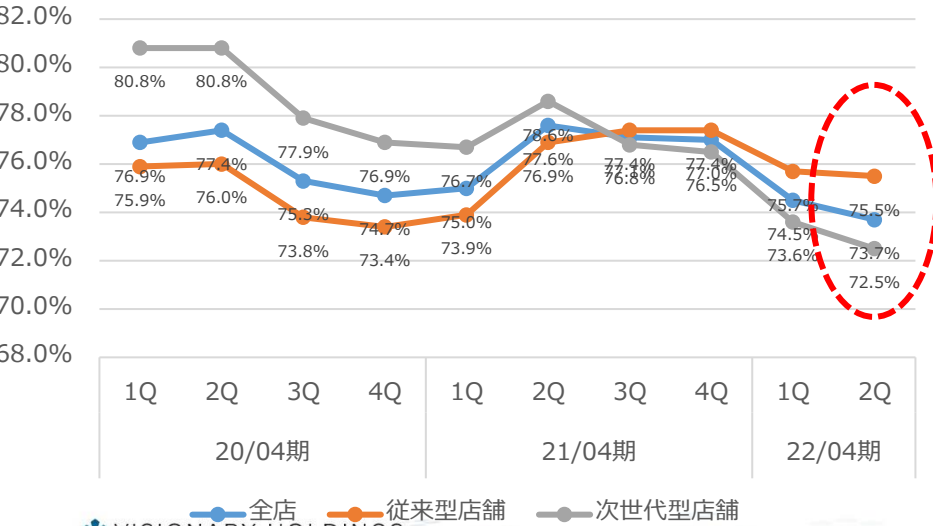
● 売上 ● 客数 ● 客数単価 ● 新規客数 ● 再来客数

メガネ：四半期推移

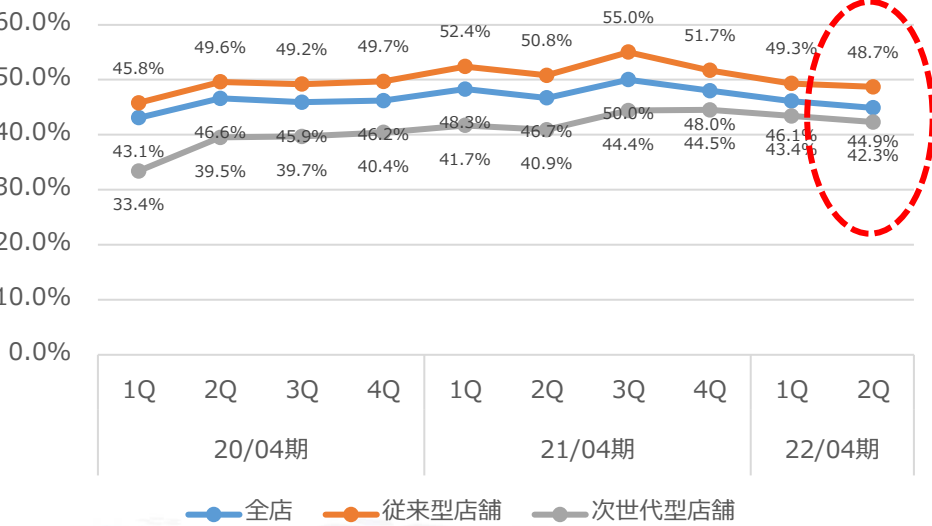
■ 単価



■ プレミアムレンズ比率



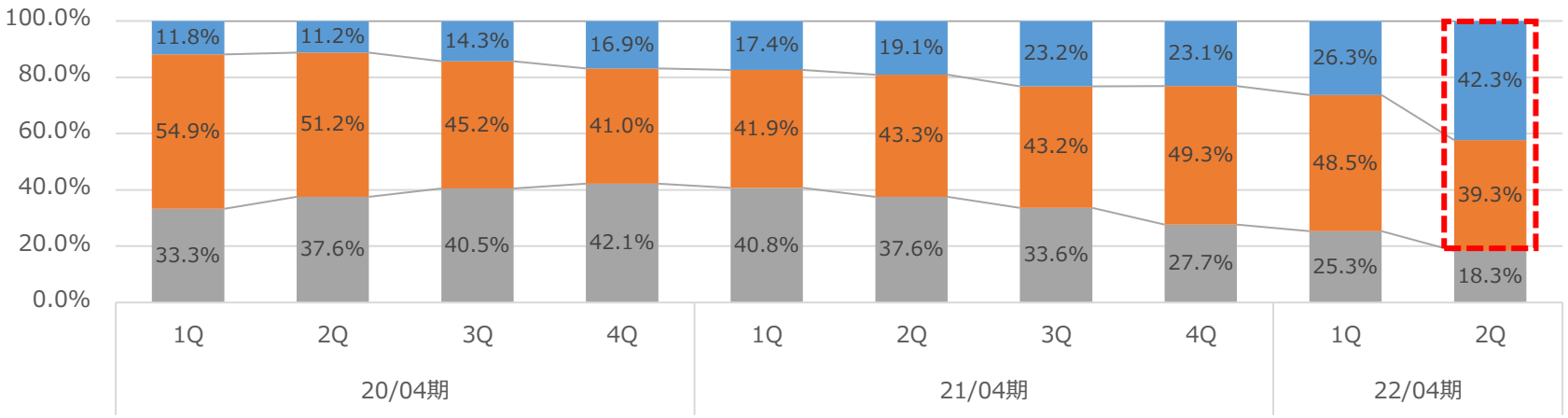
■ PB比率



メガネ：トータルアイ検査の四半期推移

■ 全店

前2Q比19.2pt増



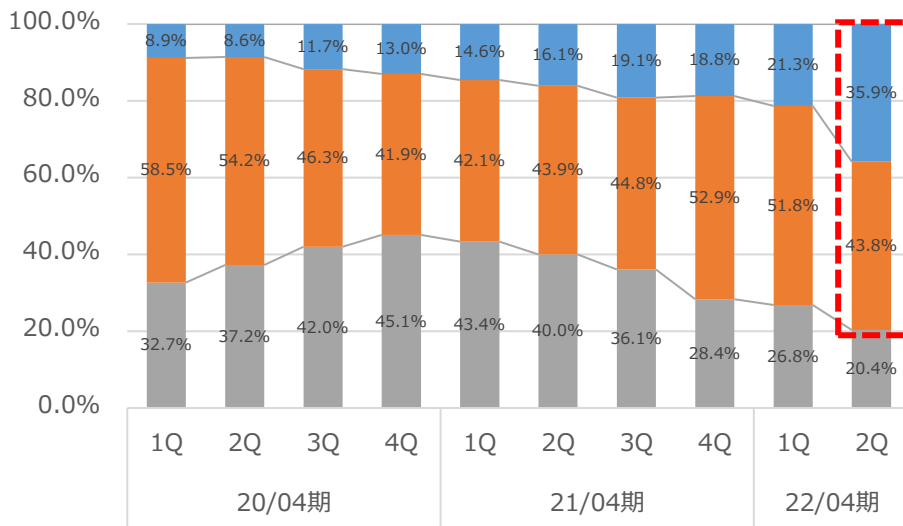
■ ライト ■ トータルアイ ■ プレミアム

■ 従来型店舗

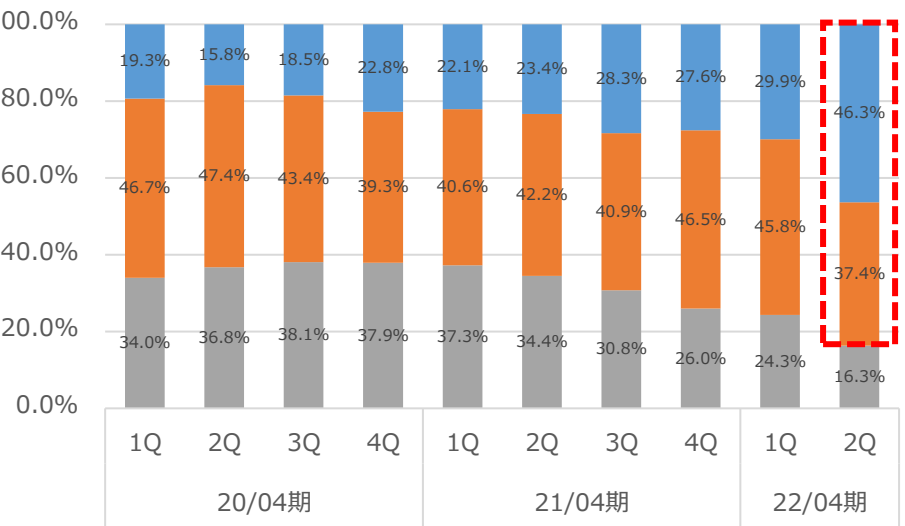
前2Q比19.6pt増

■ 次世代型店舗

前2Q比18.2pt増



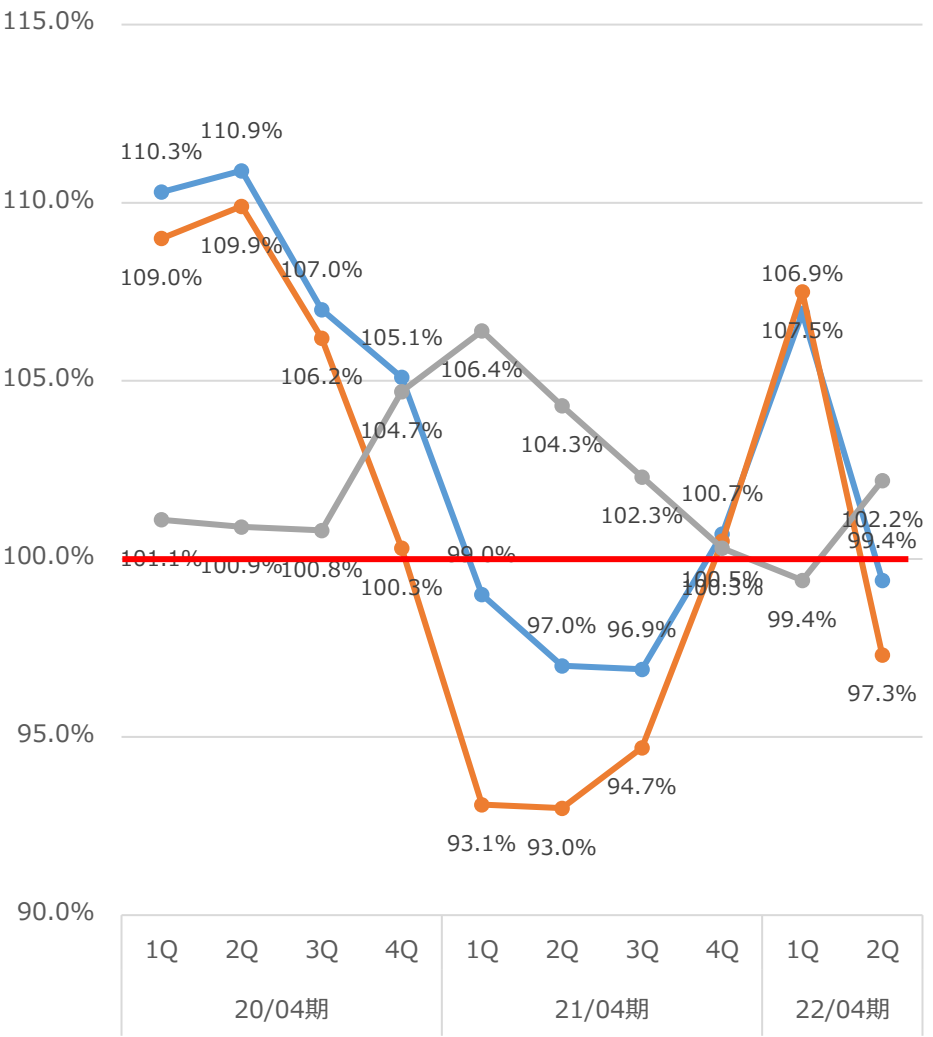
■ ライト ■ トータルアイ ■ プレミアム



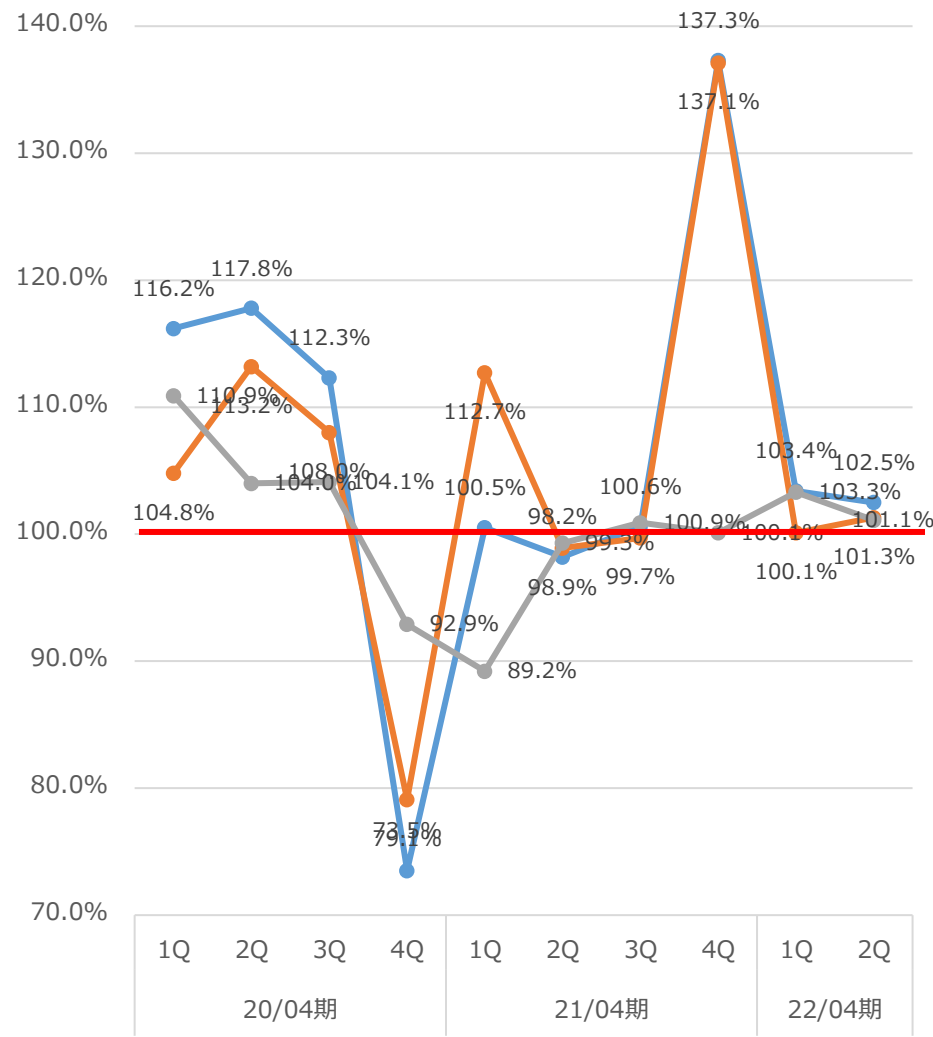
■ ライト ■ トータルアイ ■ プレミアム

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



異業種連携による出店

当1Qに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店舗をインショップの形態で近隣から移転により出店。当2Qは全国的に外出自粛等、来店客数の減少により眼鏡の販売に影響を受けるなか、新店効果とあわせて堅調に推移

<メガネスーパーAOKIつくば学園店>

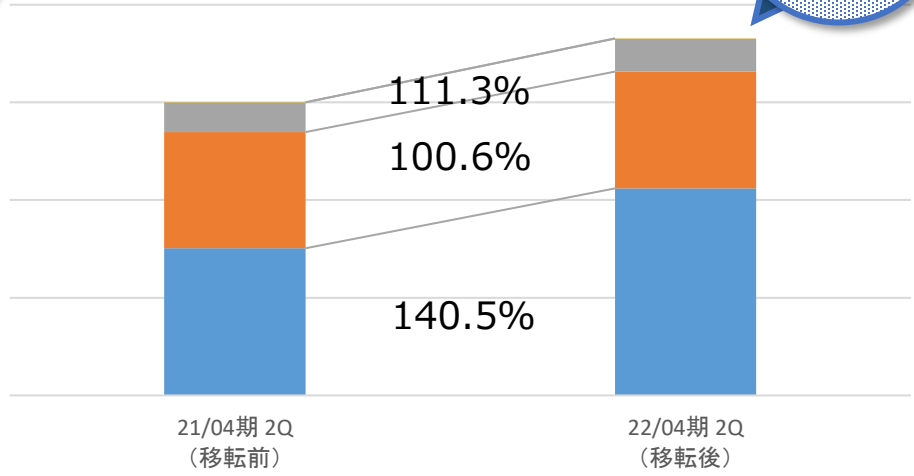
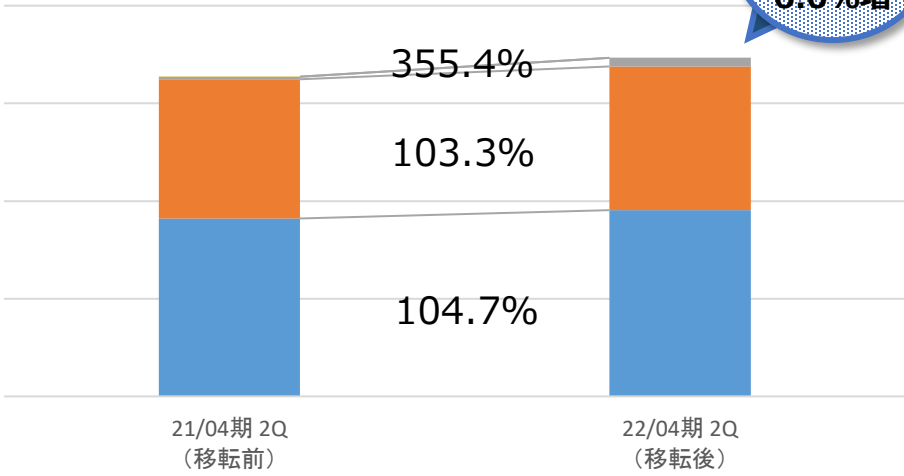


移行後
売上高
6.0%増

<メガネスーパーAOKI東川口店>

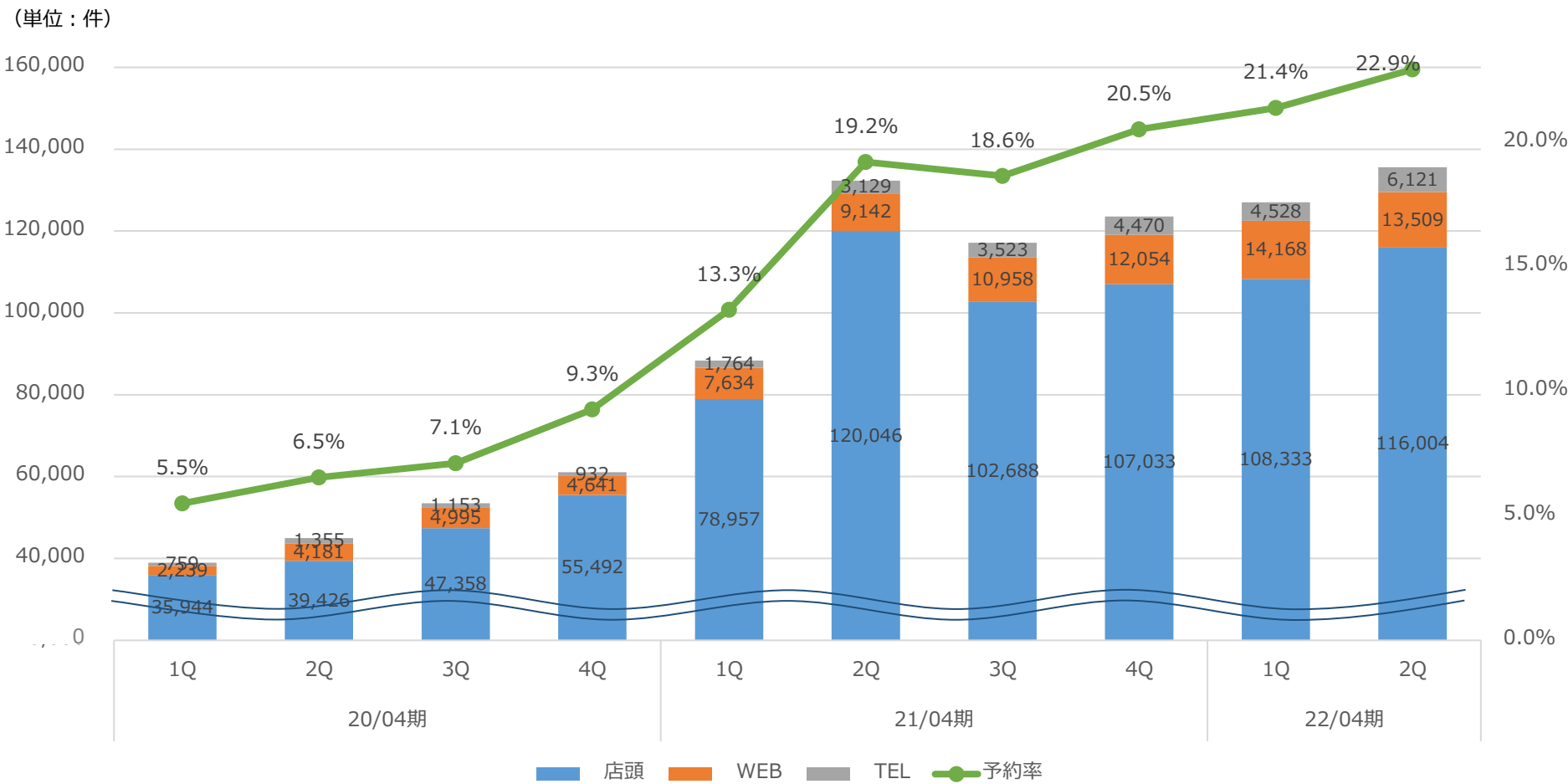


移行後
売上高
21.8%増



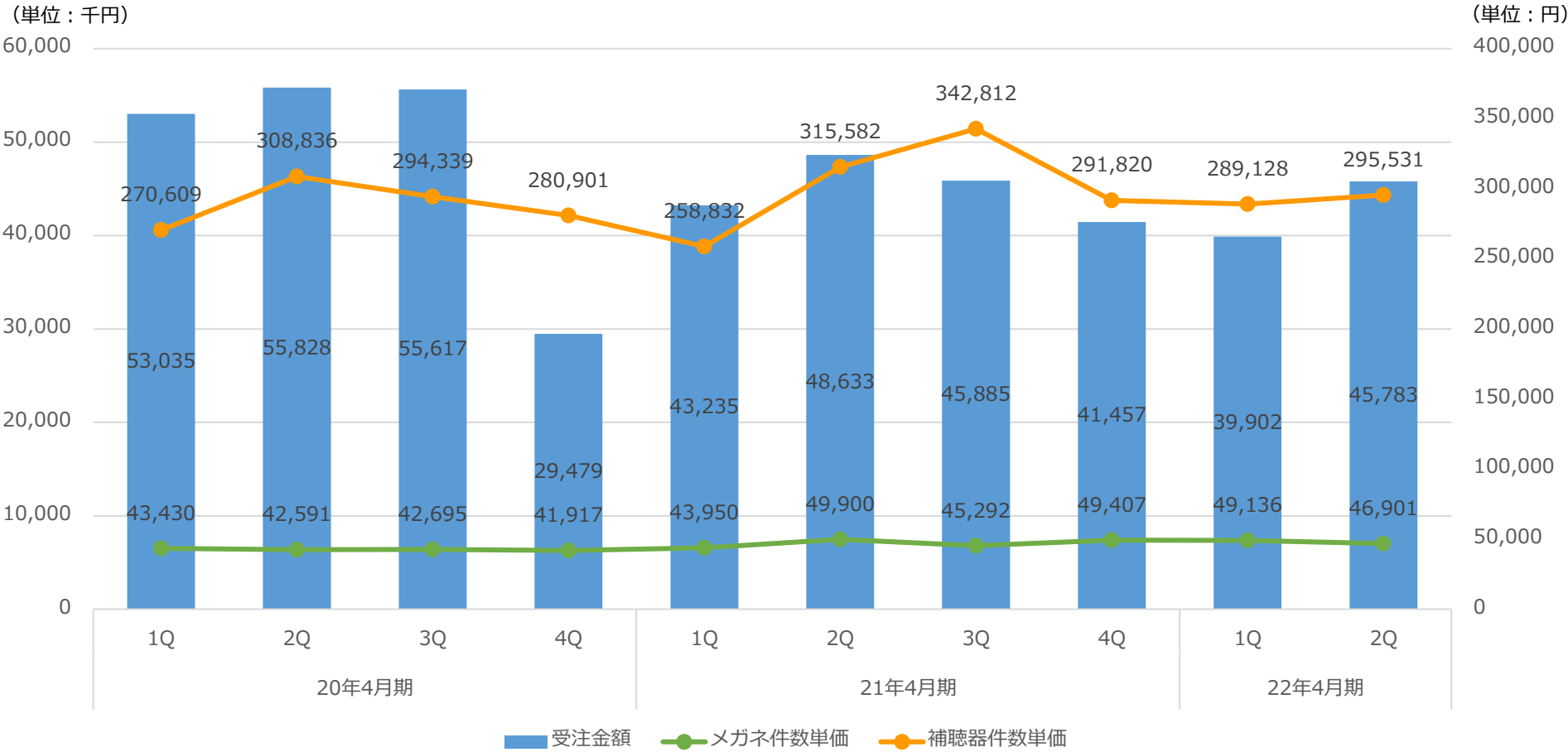
来店予約の強化による店舗生産性の向上

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。2Q（8-10月）は前年同期間が一度目の緊急事態宣言解除後の反動による予約件数増に伴い2.5%増に留まるものの、2Q（累計）では19.0%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

SENSEAIDの進捗

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が可能に。併せて眼とレンズの距離やフレームの角度まで計測できる「Visioffice2」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**今期37店舗40台追加**し、現在**97店111台**まで拡大。
SENSEAIDでは現在全9店舗にて19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18.4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60.1%と、**前年同期比で73.4ポイントアップ**と大きく向上、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

日本初! 25倍精緻な視力検査
なら、度数が0.01きざみだから
今までの常識を超える
あなたに**ピッタリ**なメガネが作れます!

従来は 0.25きざみ **当社は 0.01きざみ** **-3.29**

検査革命

お客様の声

メガネの仕様や度数の設定が多様化しており難しかったが、スタッフの方が手取りよく対応してくださったので、メガネを入る事が出来ました。感謝しております。 [60代男性]

眼科医院ではメガネ度数の測定と確認が出来ないで困っていたが、視力測定をしてもらい、ぴったりのメガネが出来上がりました。服れにくくなり非常に快適に過ごしています。 [40代女性]



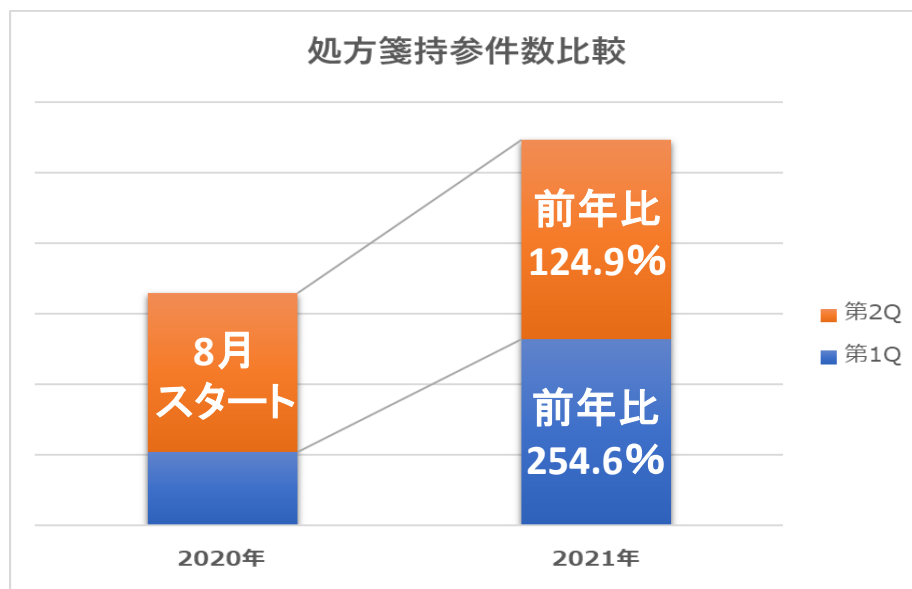
VISION-R800
今までの25倍の0.01ステップで測定が可能

VISIOFFICE 2
眼とレンズの距離からかけたフレームの角度まで精妙に計測

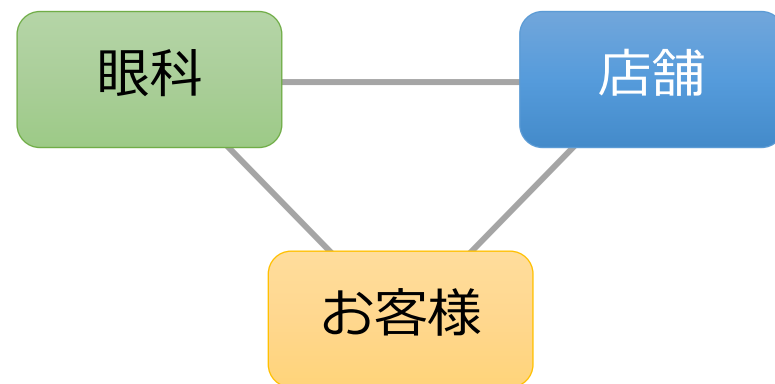
「VISION-R800」によって超高精緻な視力測定を実施
それに専用レンズと合わせて「VISIOFFICE 2」を使用することで
眼とレンズのパフォーマンスを最大限に発揮することができます

眼科連携PJ -地域眼科との連携-

地域のお客様の視環境を守ることをコンセプトに、2020年8月より活動スタートした地域眼科との連携プロジェクトが1年を経過。当初から評価の高かった保証制度を含む当社のアイケアサービスの認知が広がっており、眼科医やお客様から任せられる地域眼鏡店としての支持を得ている。



「お互いの顔が見える」関係を続けることで、信頼関係を醸成していく。



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

充実のアフター
フォロー

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。

SENSEID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、治験リクルートの第2弾としてプレクリニカルアルツハイマー試験の登録を当社グループ77店舗で10月21日から開始。

8月末より既に開始している治験モニター登録と併せて新薬開発・普及の取り組み支援策の一環として本施策にて社会貢献を果たしていく。

QLIFE

\\ 65歳以上の方必見 //

治験ボランティアで
健康管理しませんか？

登録者数
60万
名以上！

無料

医師による詳しい検査を
健康診断感覚で受けられる！

●プレクリニカルアルツハイマー病とは、認知機能が正常であるものの、脳内にアミロイドβが蓄積している状態。
アルツハイマー病に進行するリスクが高い（予備軍と呼ばれる）

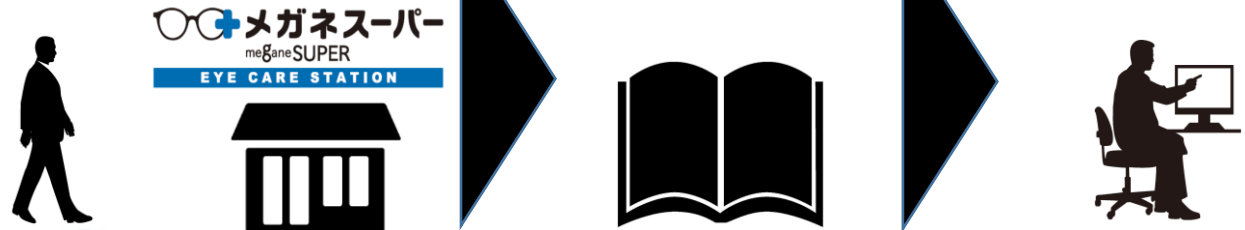
●対象者

65歳～85歳の認知症の診断を受けたことがない方
※登録後、スクリーニングや検査などで参加決定

- 治験参加希望者はメガネスーパーに来店
- 店頭にてQLifeのプリクリアD治験参加WEBサイトに登録

- Qlife社からスクリーニングや治験の説明を実施

- 治験実施医療機関での同意説明
- 治験に参加



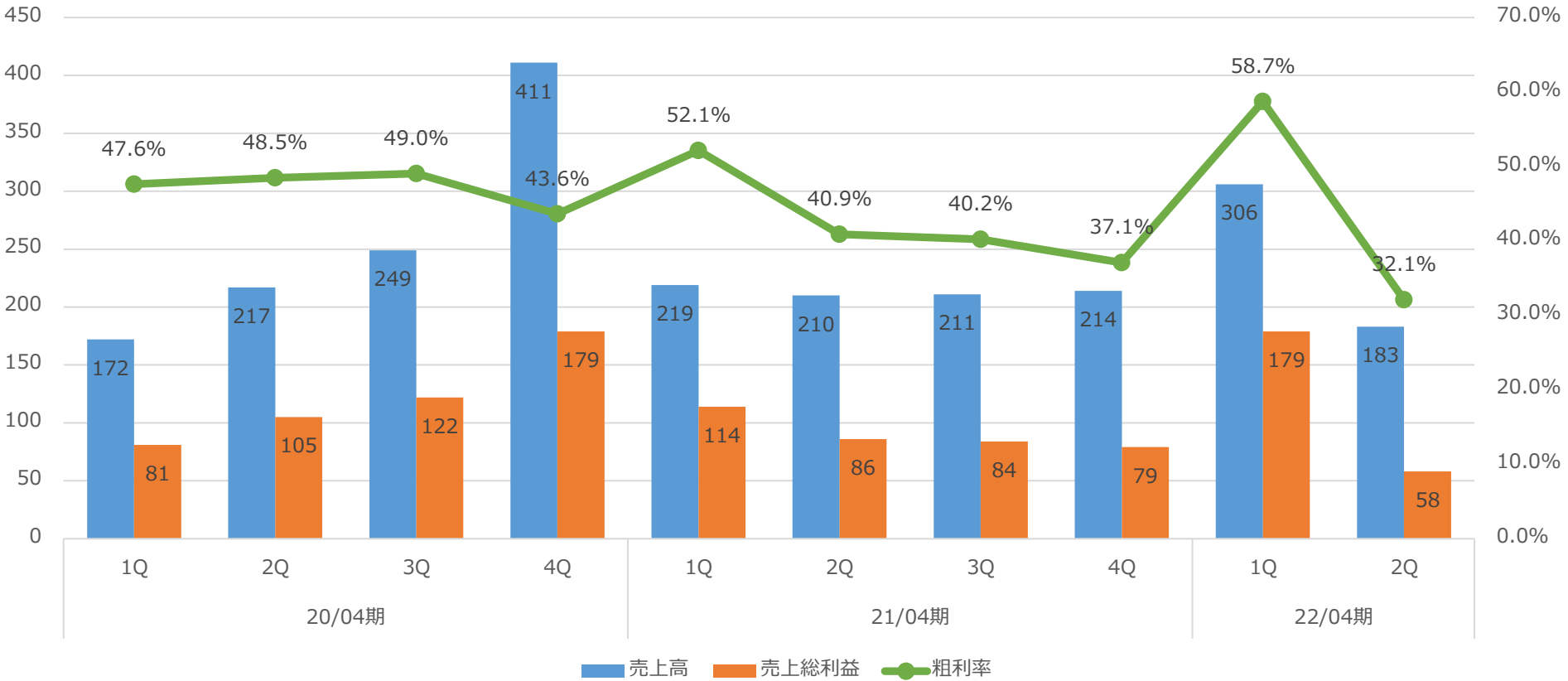
卸売事業



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、売上総利益は前年2Q比でそれぞれ13.1%減、31.8%減となるが、同2Q累計比では1Qでの新商品投入効果により13.8%増、19.0%増と堅調に推移

(単位：百万円)



EC事業

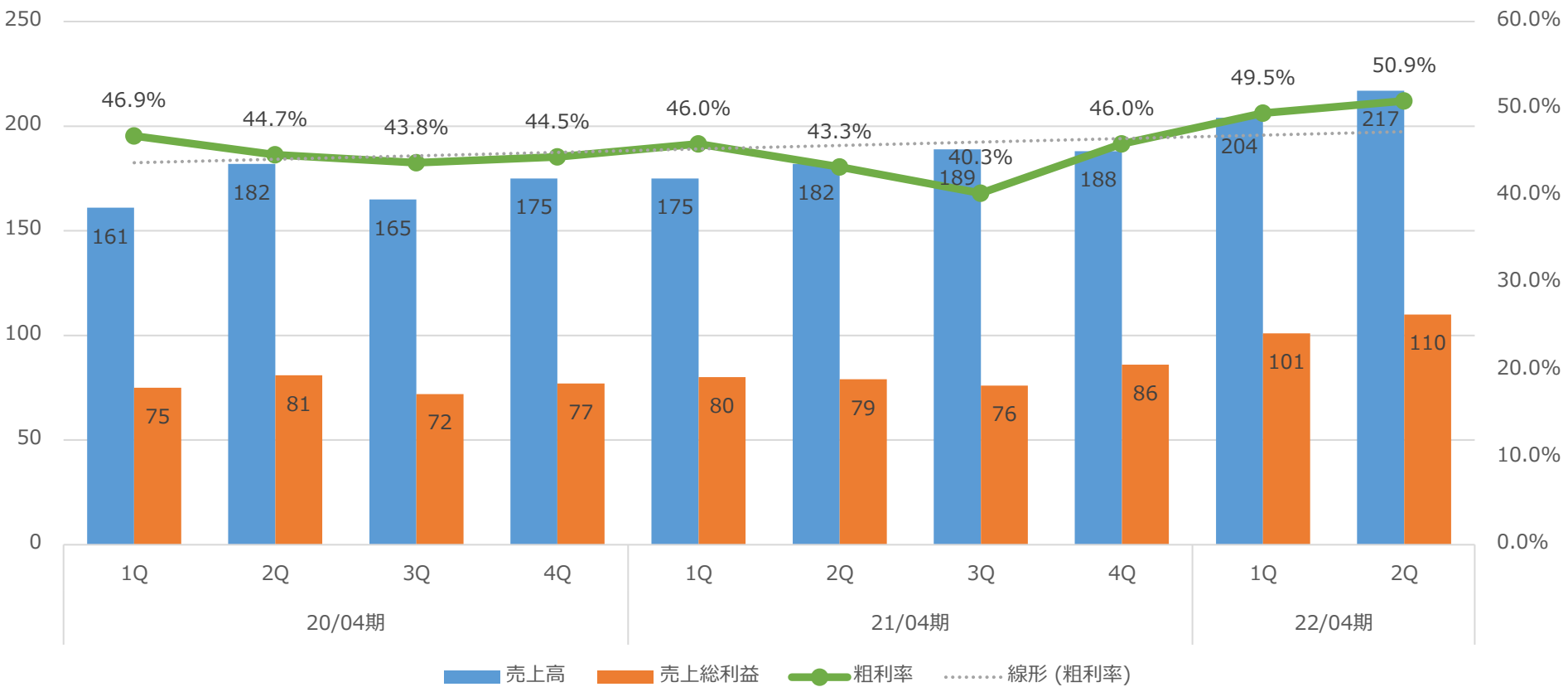


四半期推移

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、売上総利益は前年2Q比でそれぞれ19.0%増、39.8%増。前年2Q累計比では17.6%増、32.4%増と堅調に推移

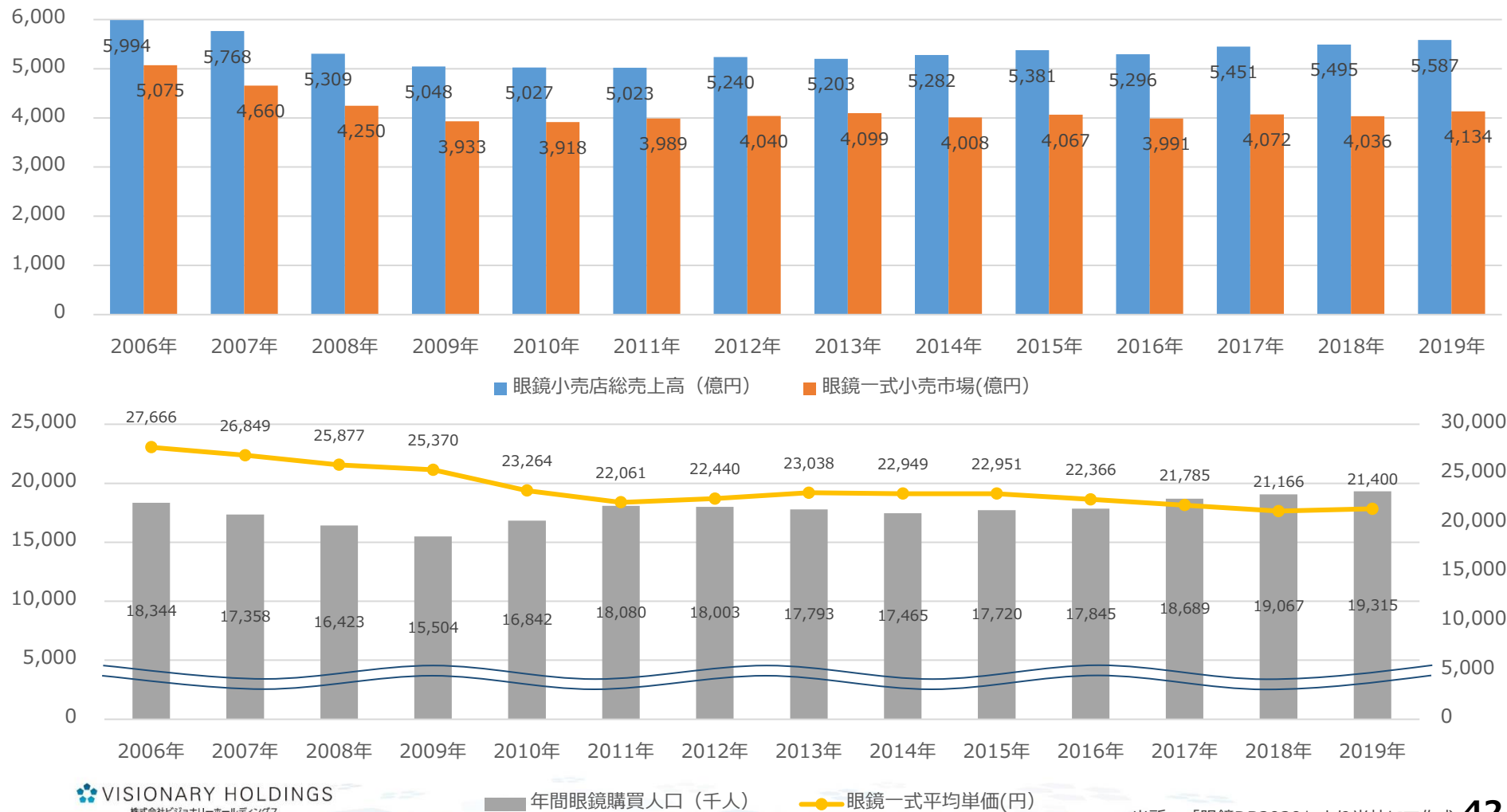
(単位：百万円)



5. Appendix

メガネの市場規模

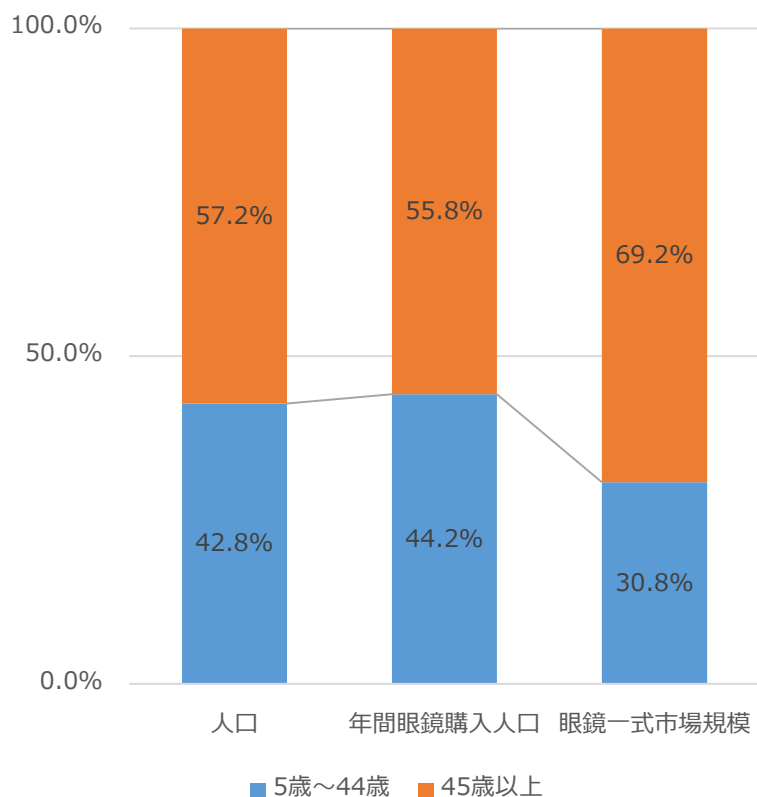
低価格専門店の台頭に伴う販売単価の下落、メガネ販売店数の減少やコンタクトレンズの普及拡大等を背景に、2011年までは一式単価の下落に伴い市場規模は縮小。一方、年間眼鏡購買人口は2015年以降緩やかに増加



メガネ市場の環境

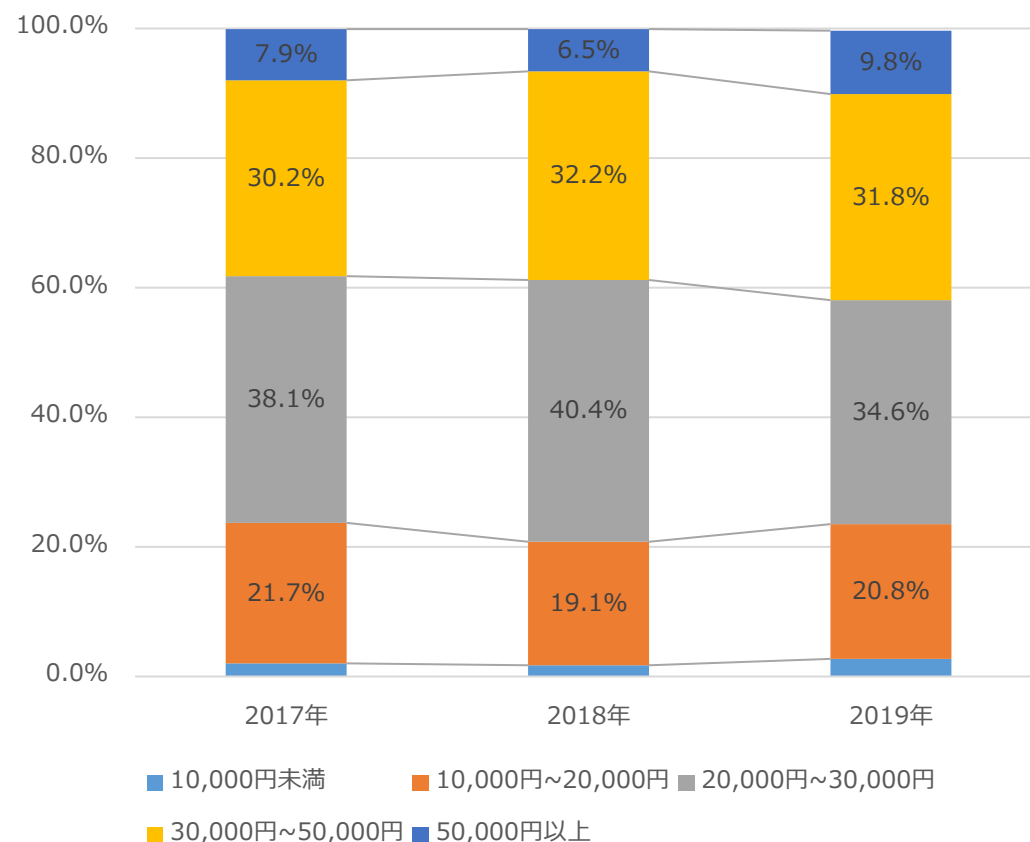
45歳以上のミドル・シニアは、人口で見れば50%超となり、眼鏡一式市場に占める45歳以上の割合が約70%。45歳以上の装用比率が高く、遠近や中近等の高単価メガネの使用率が高い為、一式平均単価は30,000円超が41.6%となり前年（2018年）比2.9pt増となる

■ 45歳以上の構成比



出所：「眼鏡DB2020」より当社にて作成

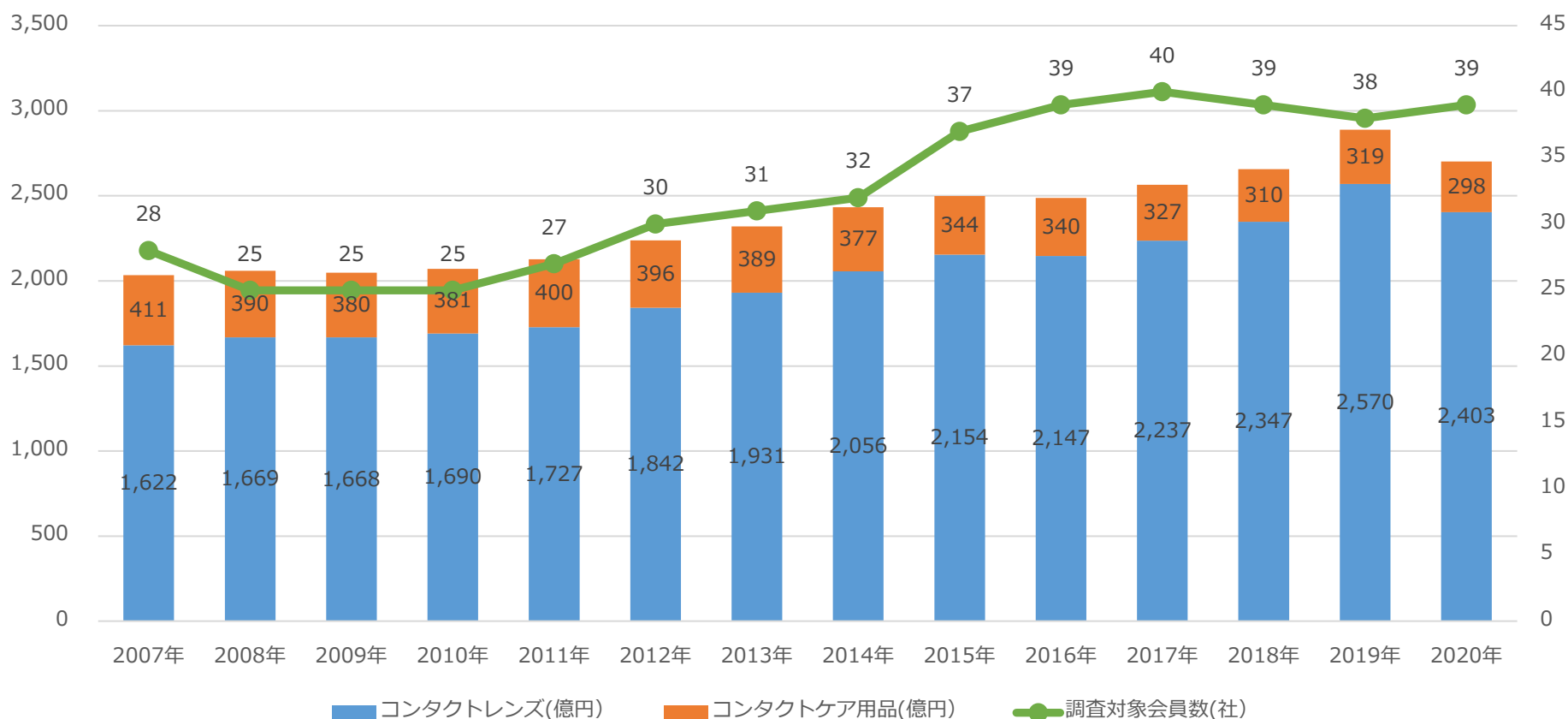
■ メガネ一式平均単価



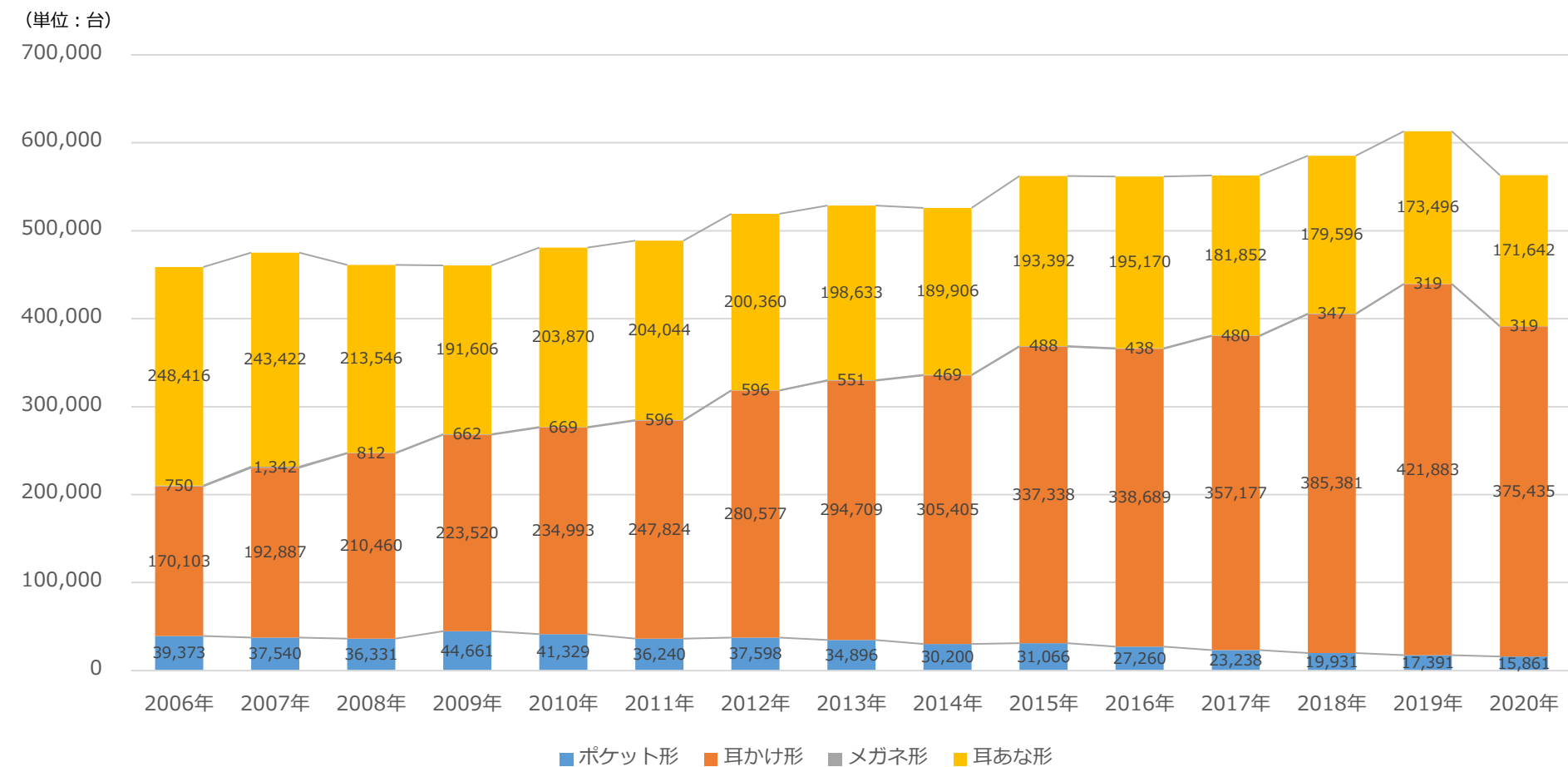
出所：「眼鏡DB2020」より当社にて作成

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



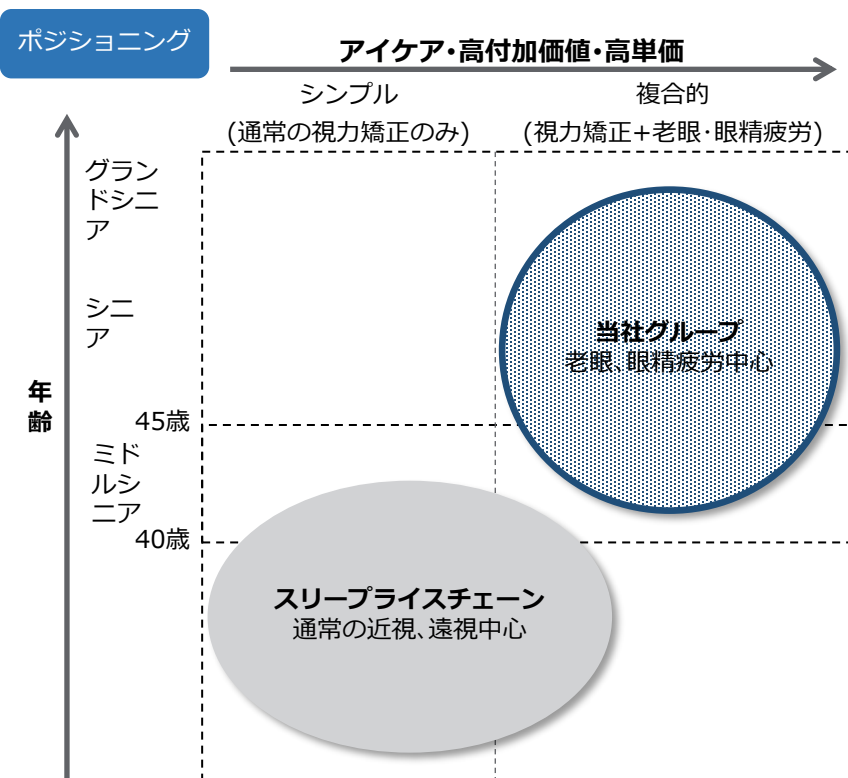
日本国内における補聴器の出荷台数は、2020年は563,257台（前年比91.9%）



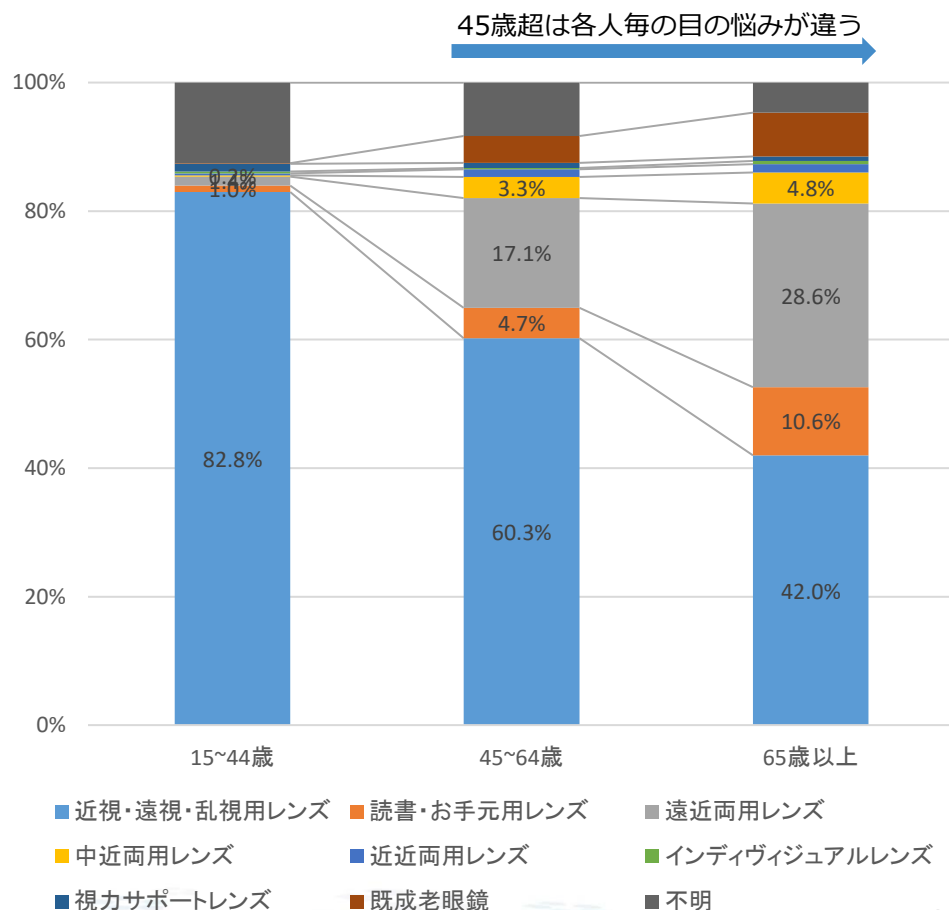
単価向上の背景にあるポジショニング

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

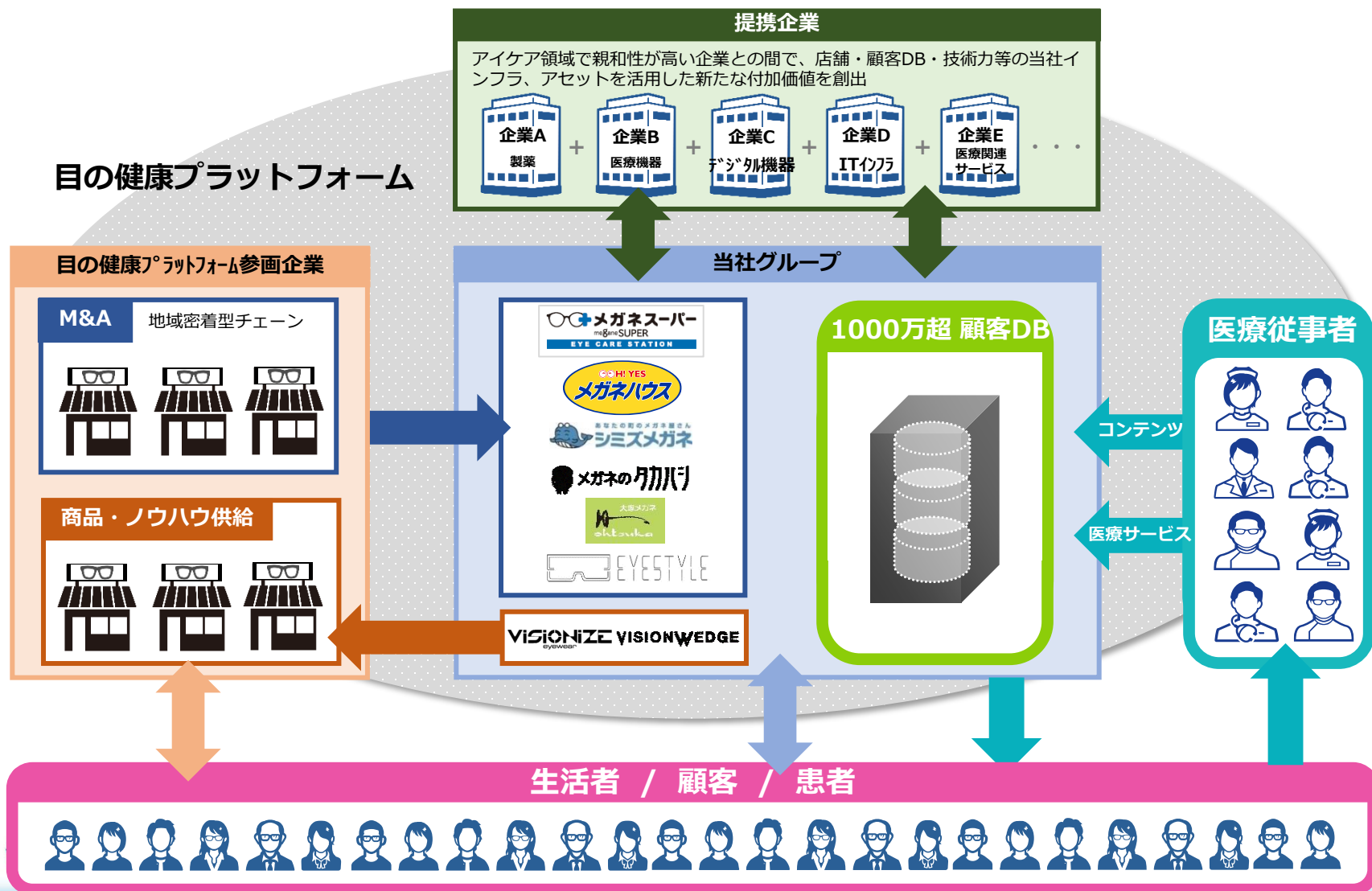
「更なる成長のための地固めの期間」と位置づけ、各事業の目標を明確にし、その強みを最大限発揮するために必要となる事業成長投資を積極的に行うことで、業容の拡大と収益力の増強を図る

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



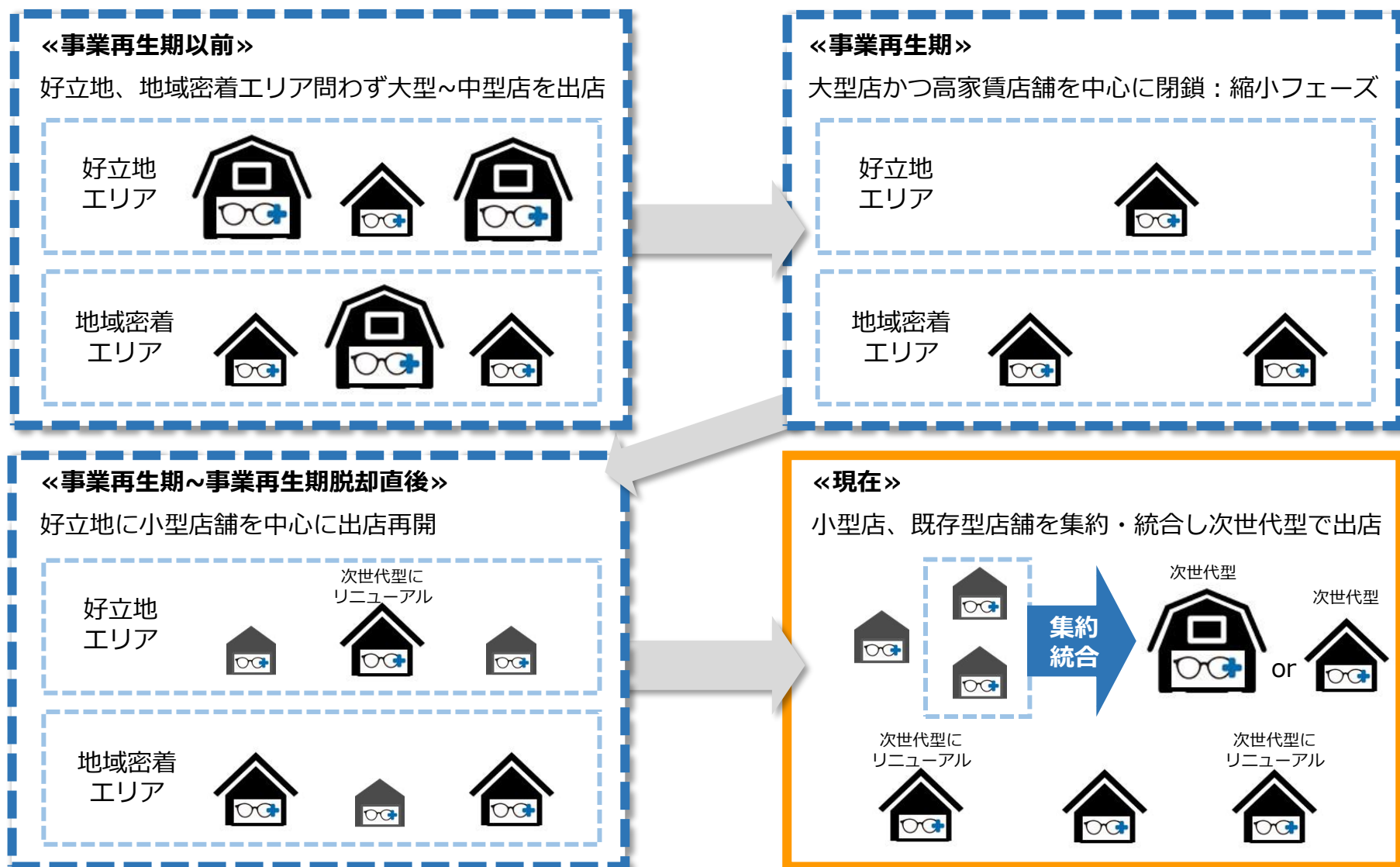
投資計画

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

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

- ・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
- 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

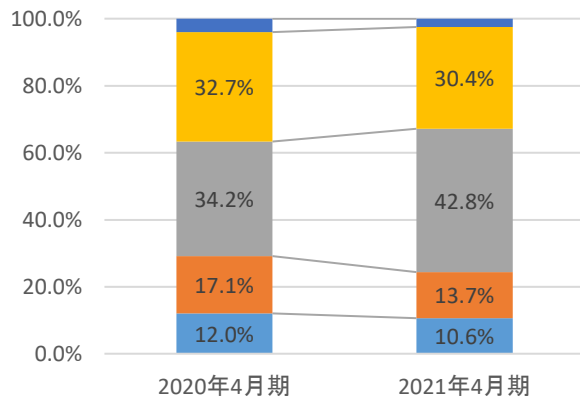
補聴器サロンを完備。高田馬場では関東初の5.1chサウンドシステムを導入し、サービスレベルの質の向上へ



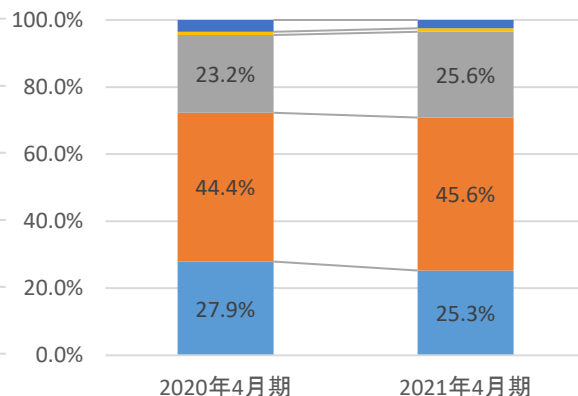
年齢別・購入品目の件数及び金額割合（2021年4月期実績）

年齢別・件数

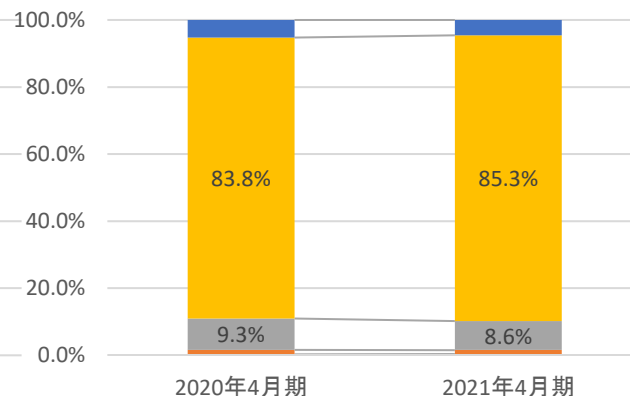
メガネ



コンタクトレンズ

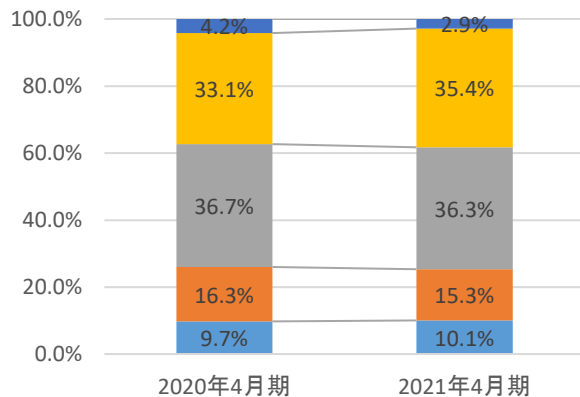


補聴器

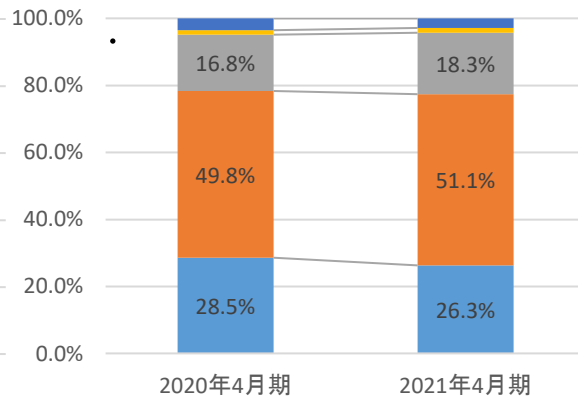


年齢別・金額

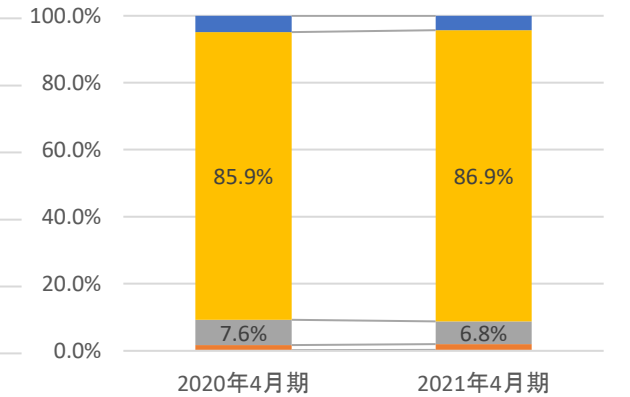
メガネ



コンタクトレンズ



補聴器



0-24歳 25-44歳 45-64歳 65歳- 不明

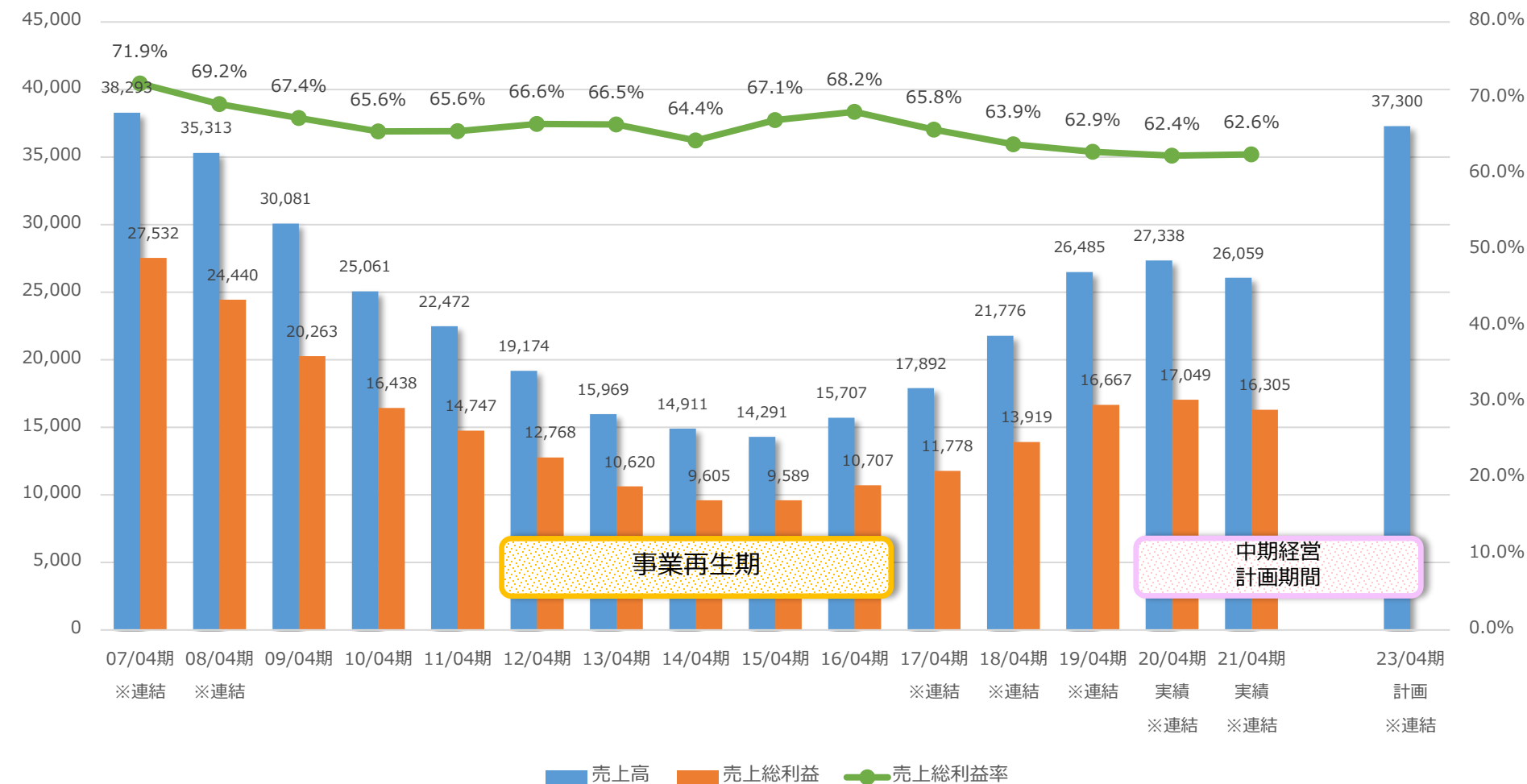
0-14歳 25-34歳 45-54歳 65歳- 不明

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

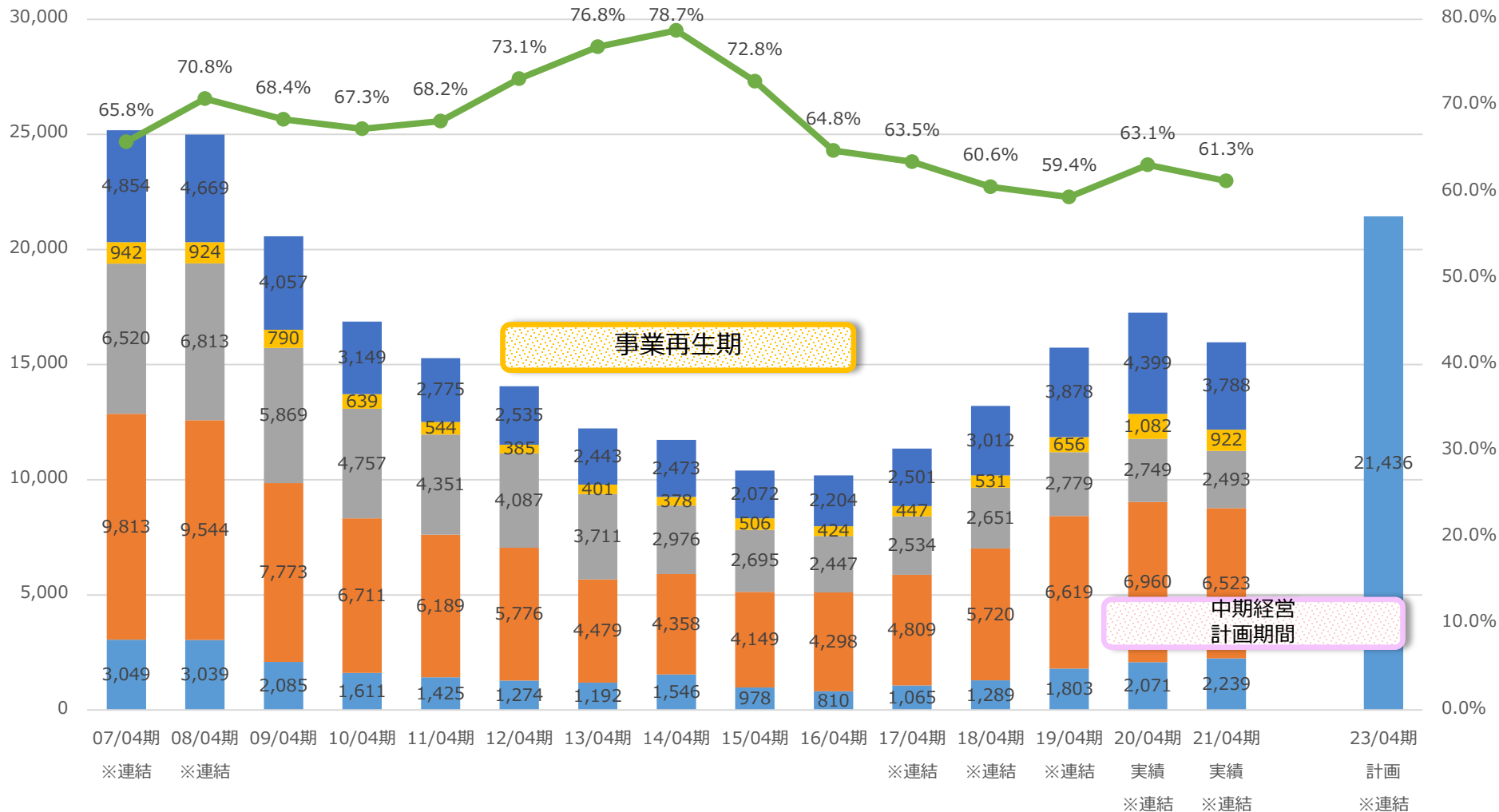
(単位：百万円)



業績推移

販売費及び一般管理費

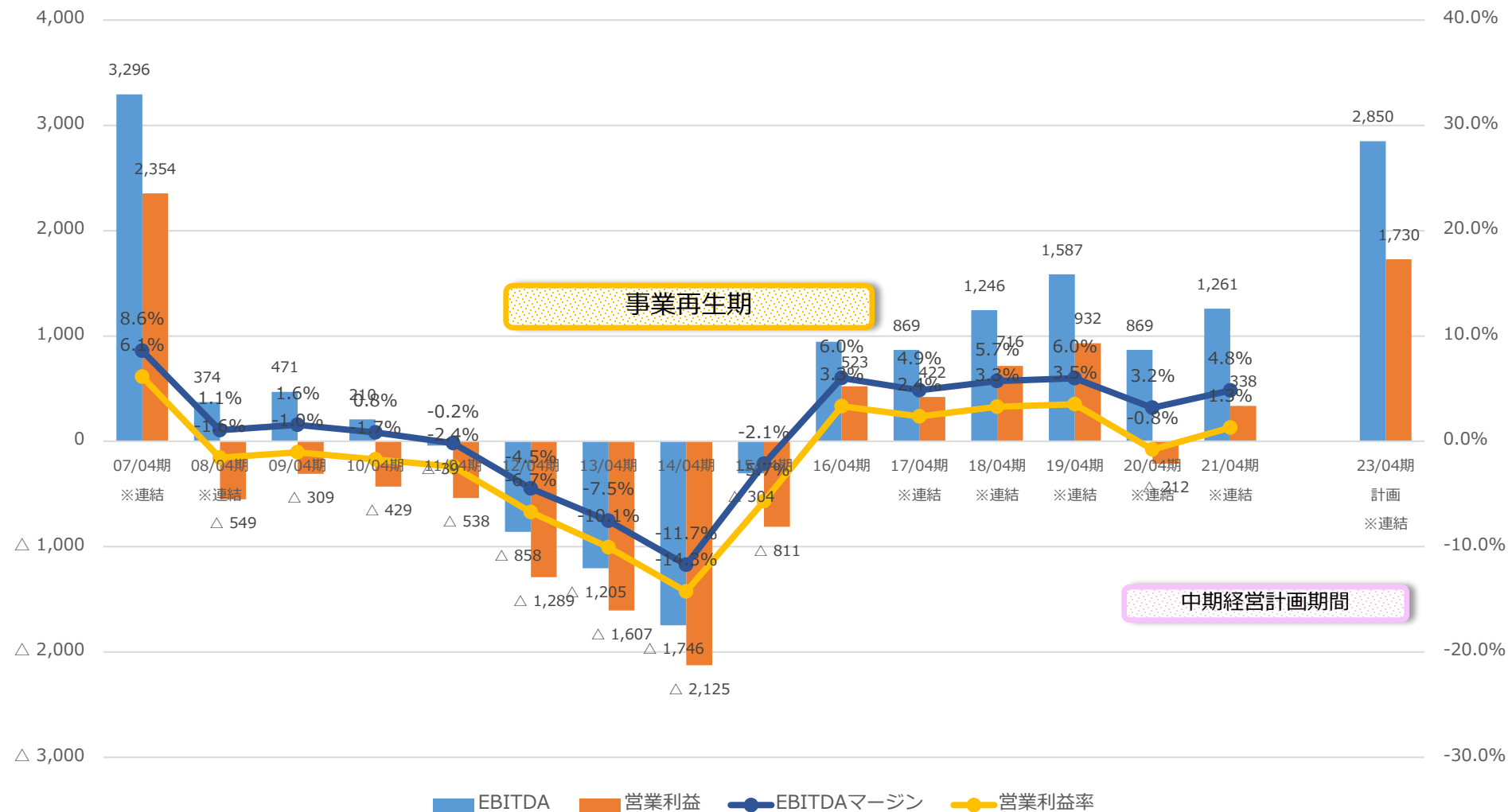
(単位：百万円)



販売費 人件費 賃料 償却費 その他 販管費比率

EBITDA / 営業利益

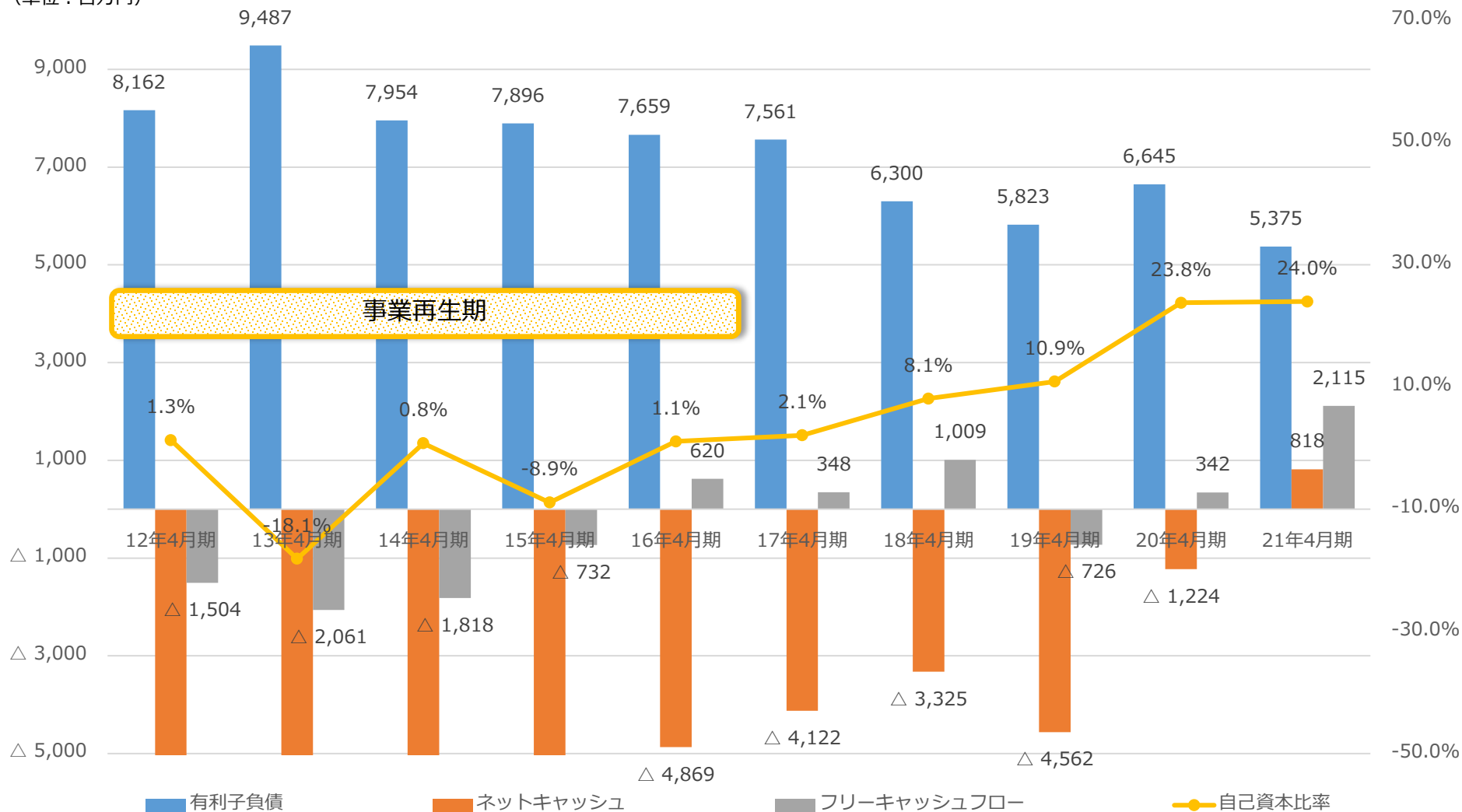
(単位：百万円)



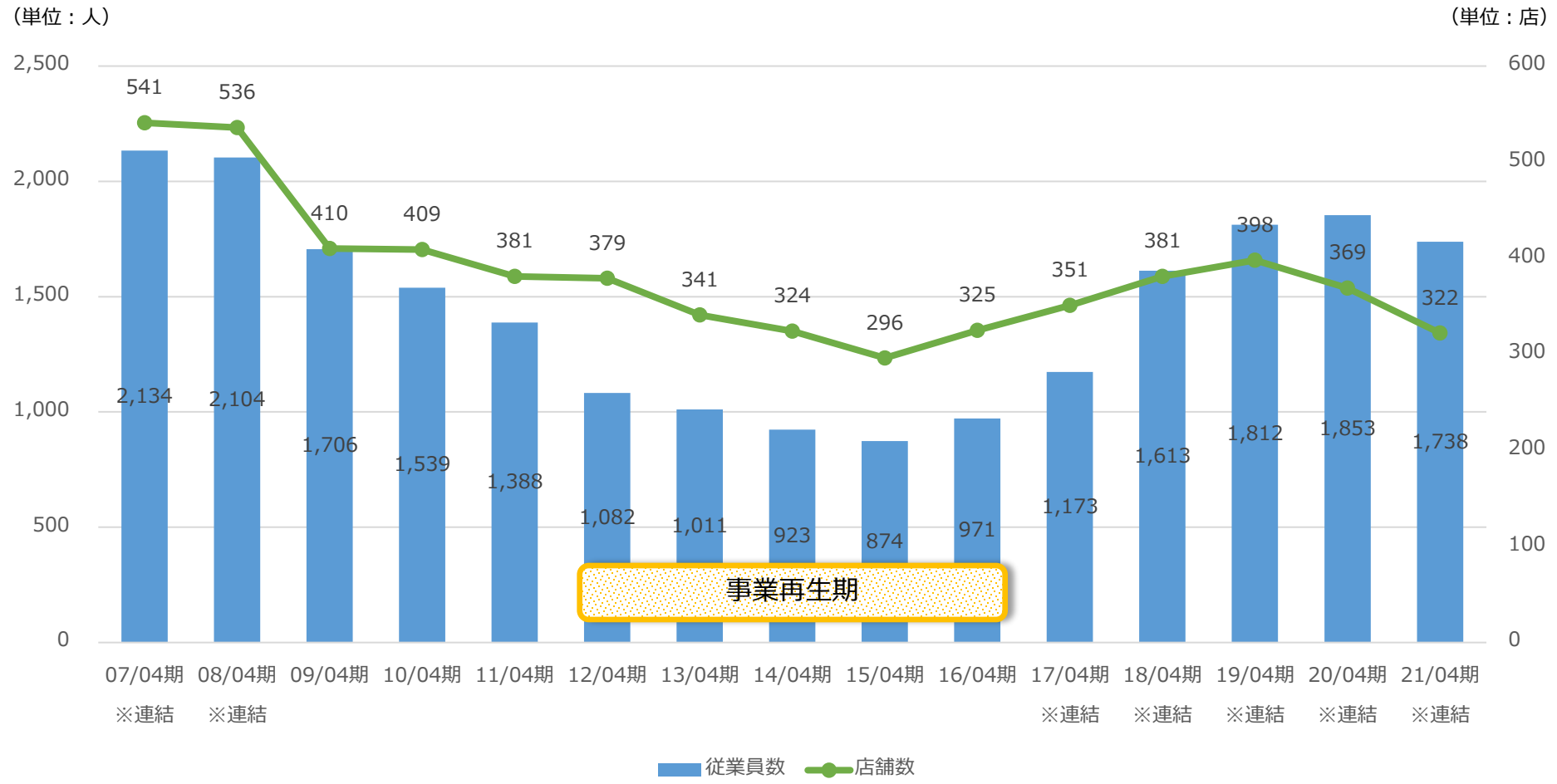
※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費（有形・無形固定資産） + 長期前払費用償却費 + 除去債務償却費用 + 利息費用 + のれん償却費 + 株式報酬費用

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

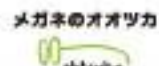
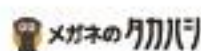
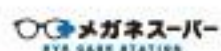


会社概要（2021年10月31日現在）

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	323店舗		
グループ従業員数	1,637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.