

株式会社ビジョナリーホールディングス

2022年4月期 3Q決算説明資料

証券コード：9263 JASDAQ-S

2022年3月



VISIONARY HOLDINGS

株式会社ビジョナリーホールディングス

目次

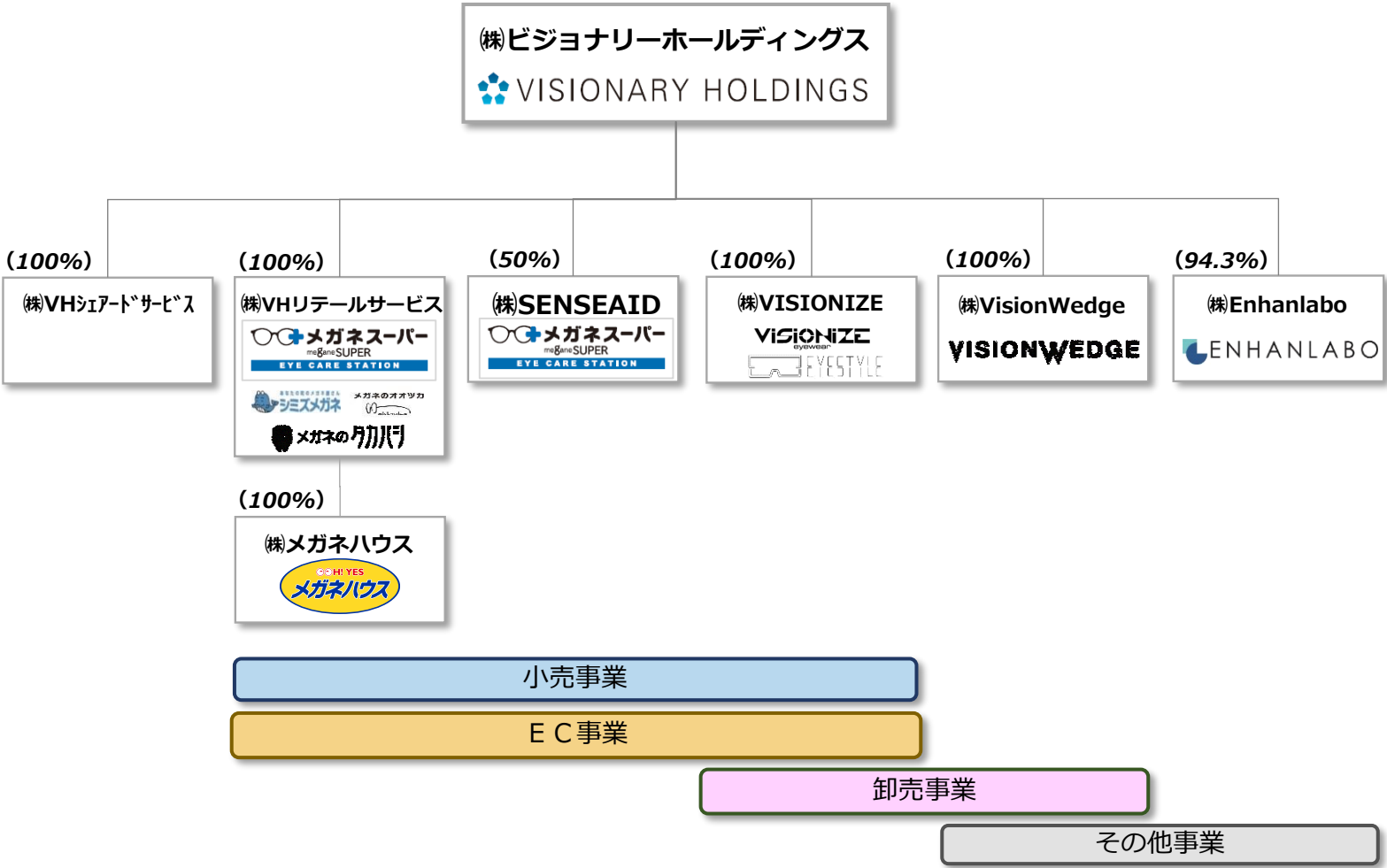
| | |
|-----------------|------|
| 22/04期 3Q連結決算概要 | P.3 |
| セグメント別概要 | P.20 |
| 小売事業 | P.21 |
| 卸売事業 | P.38 |
| E C事業 | P.40 |
| Appendix | P.42 |

22/04期 3Q連結決算概要

(2021年5月1日～2022年1月31日)

当社グループの事業内容（2022年1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 3Q決算ハイライト

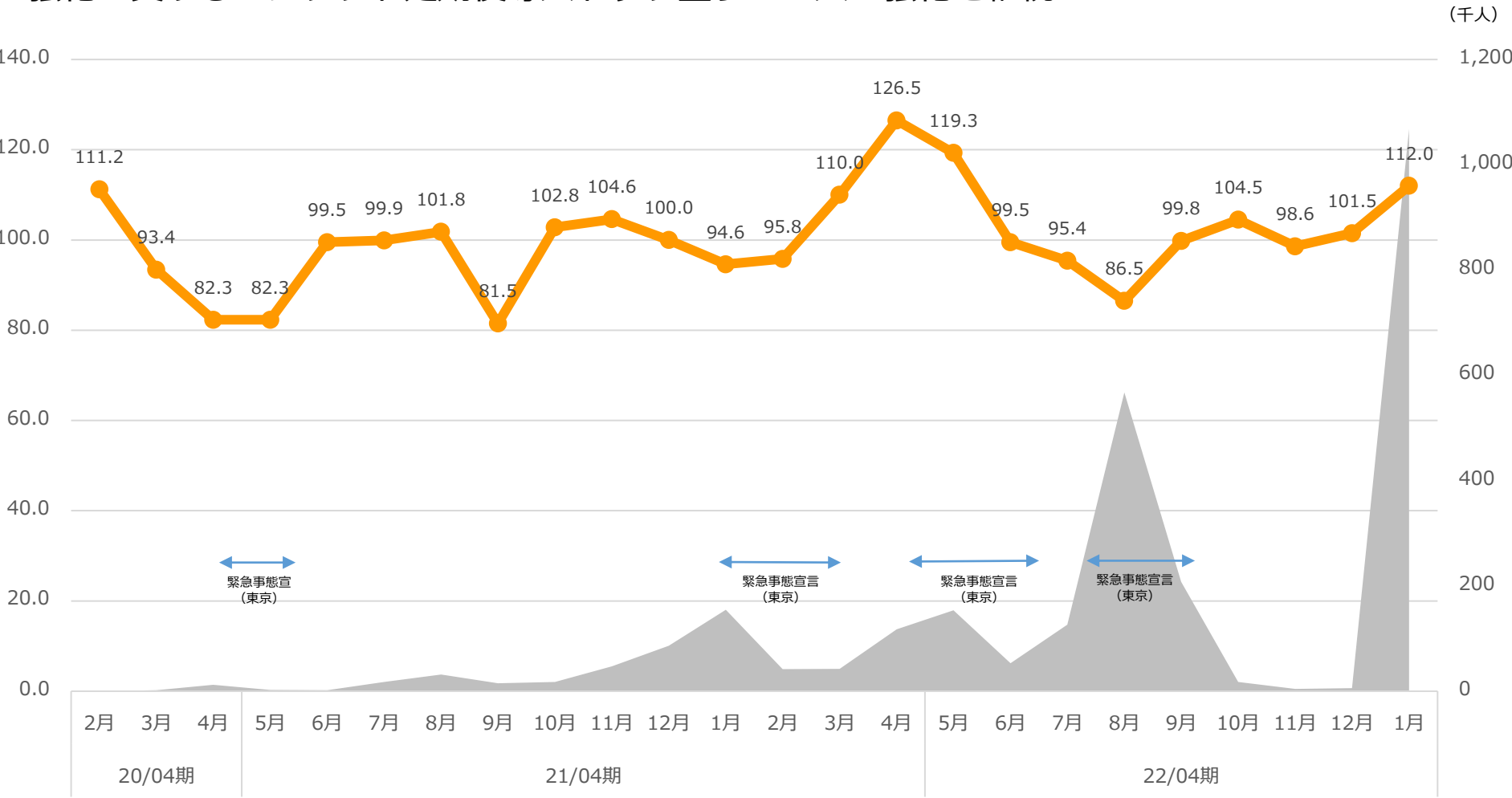
当3Qもコロナの影響を受けながらも各事業ともに売上高は堅調に推移し増収。一方、売上総利益率が改善途上であるほか、広告宣伝、ストック型サービスの強化キャンペーン、コロナ対策費用等、費用吸収には至らず減益

| | 21/04期 3Q実績 | | 22/04期 3Q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 | 19,614 | 100.0 | 19,797 | 100.0 | 100.9 | +182 |
| 営業利益 | 576 | 2.9 | △282 | — | | △858 |
| E B I T D A | 1,276 | 6.5 | 433 | 2.2 | 33.9 | △843 |
| 経常利益 | 908 | 4.6 | △26 | — | | △935 |
| 親会社株主に帰属 する四半期利益 | 531 | 2.7 | △402 | — | | △933 |
| 一株当たり 四半期純利益 (円 銭) | 14.53 | | △10.92 | | | |

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費（有形・無形固定資産） + 各種償却費 + 利息費用 + 履行差額 + 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

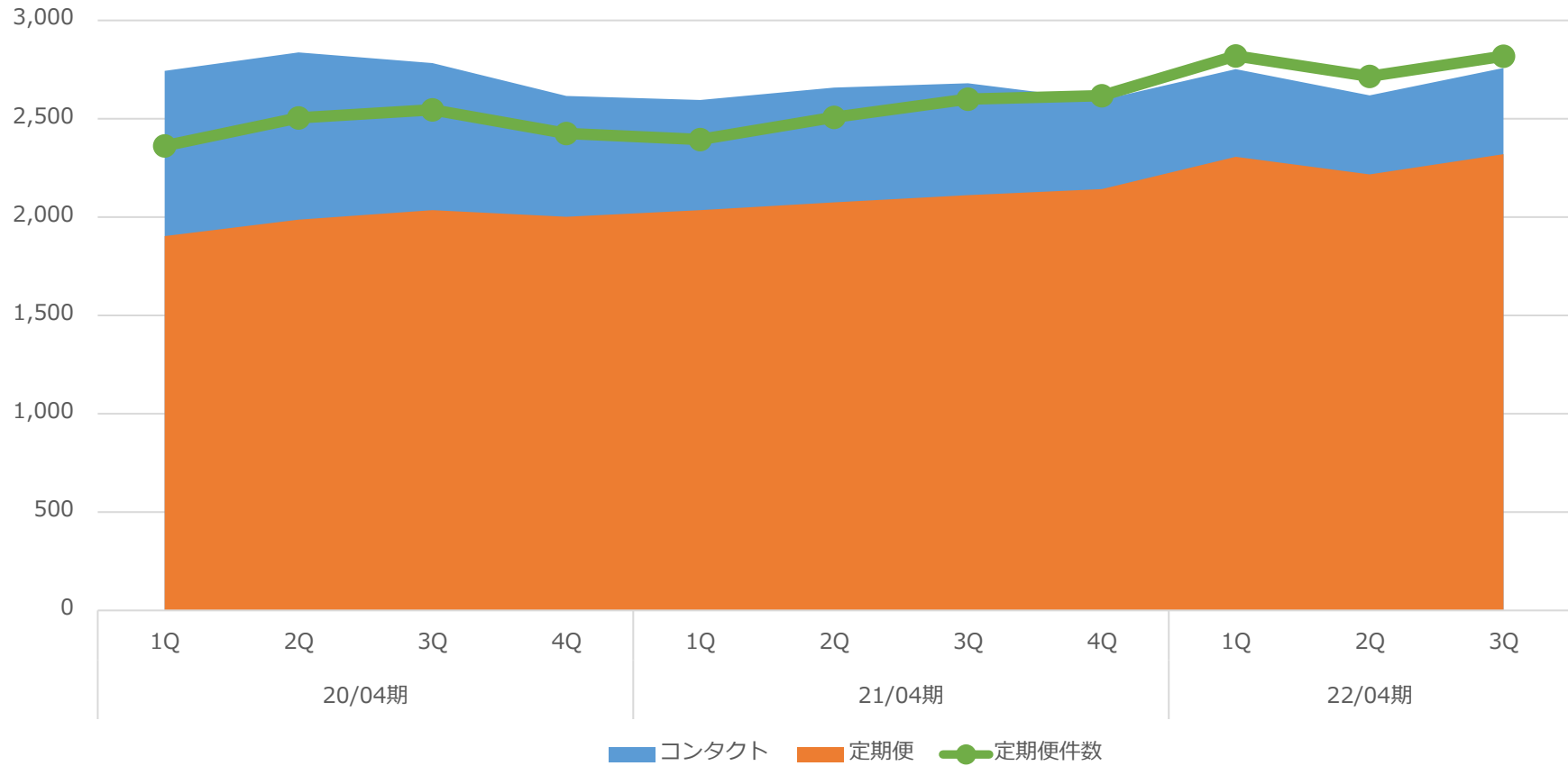
新型コロナウイルス感染症の拡大により、2021年4月、7月に緊急事態宣言が発令されるなど、来店客数への影響が避けられないなか、営業時間短縮による生産性重視の店舗運営を継続。収益基盤の強化に資するCONTACT定期便等ストック型サービスの強化を継続



ストック型サービスの強化（コンタクト定期便）

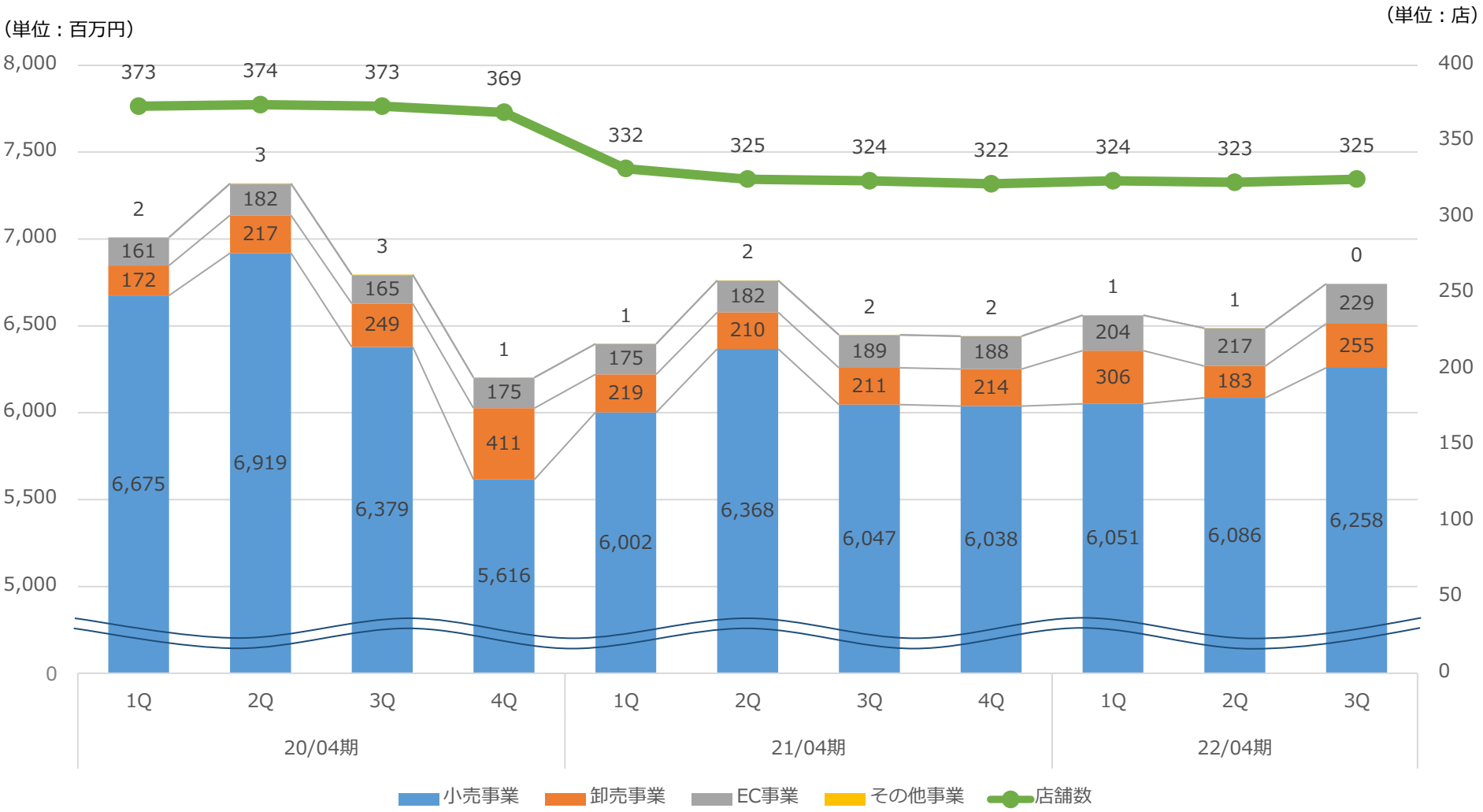
コンタクト定期便について、初回割引キャンペーン等新規顧客のコンタクト定期便への加入促進、既存顧客の同定期便への移行促進を強化。コンタクト定期便の件数は前年3Q累計比 11.4%増、コンタクト売上のうちコンタクト定期便が占める割合は前年3Q累計比5.8pt増の84.2%

(単位：百万円)



売上高（四半期推移）

売上高は前年3Q比4.6%増の6,744百万円（同3Q累計比では0.9%増）



売上総利益（四半期推移）

売上総利益は前年3Q比2.9%増の4,239百万円（同3Q累計比では3.5%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3Q比1.0pt減の62.9%。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

(単位：百万円)



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）の投資総額6,000百万円のうち、当年3Qまでに3,951百万円の投資を実行。進捗率は65.8%

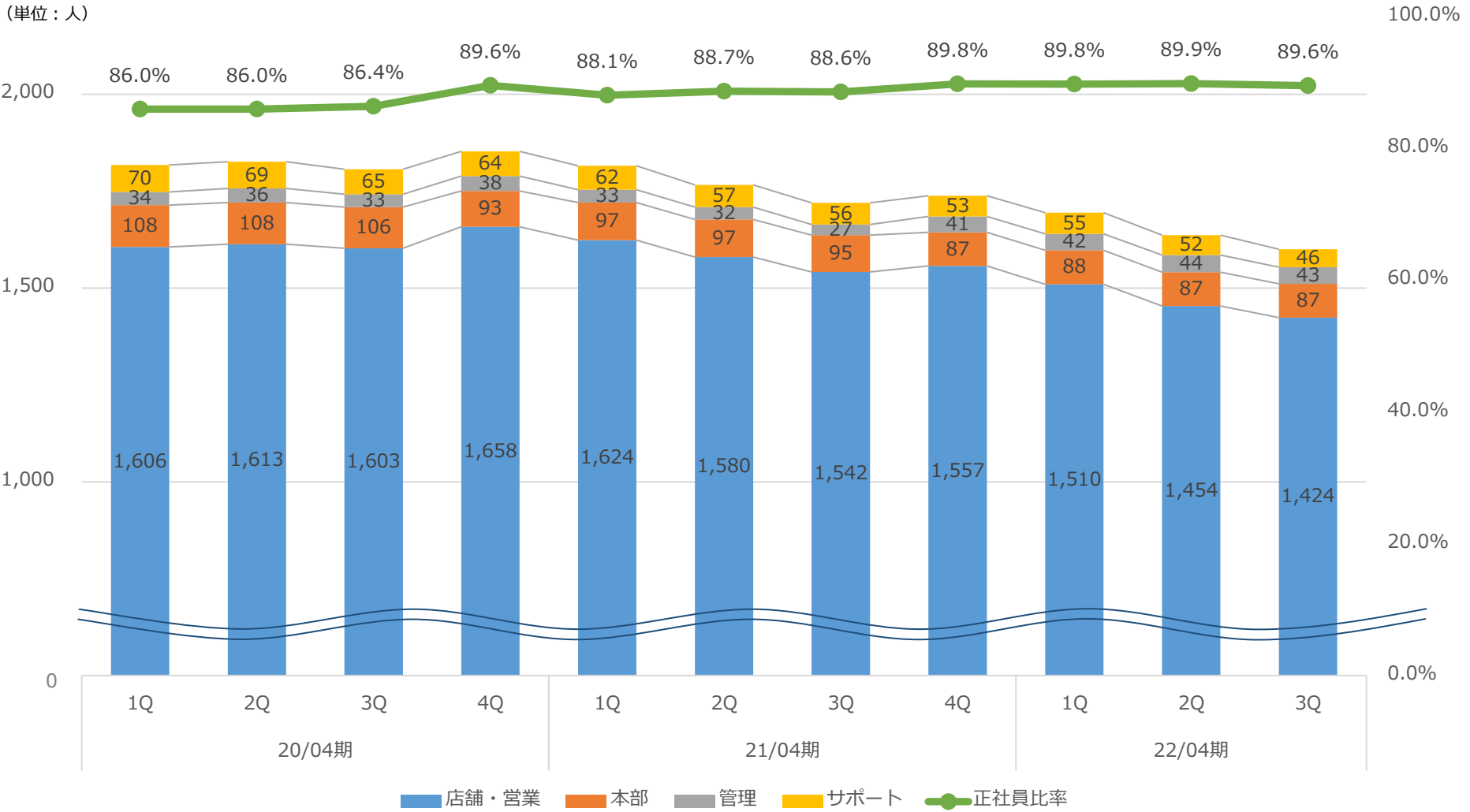
進捗率
65.8%

(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 | 3Q | 22/04期 | | | | |
| 人材・システム投資 | 146 | 105 | 41 | 121 | 92 | 359 | 57 | 78 | 86 | 222 | 726 | 400 | △326 | |
| 検査機器等 | 700 | 92 | 64 | 43 | 63 | 262 | 77 | 34 | 57 | 168 | 1,130 | 2,000 | 870 | |
| リニューアル | 697 | 4 | 9 | 9 | 51 | 73 | 84 | 229 | 88 | 401 | 1,171 | 1,900 | 729 | |
| 新規出店 | 440 | 91 | 31 | 64 | 22 | 208 | 108 | 23 | 145 | 276 | 924 | 1,700 | 776 | |
| 合計 | 1,983 | 292 | 145 | 237 | 227 | 902 | 326 | 354 | 376 | 1,066 | 3,951 | 6,000 | 2,049 | |

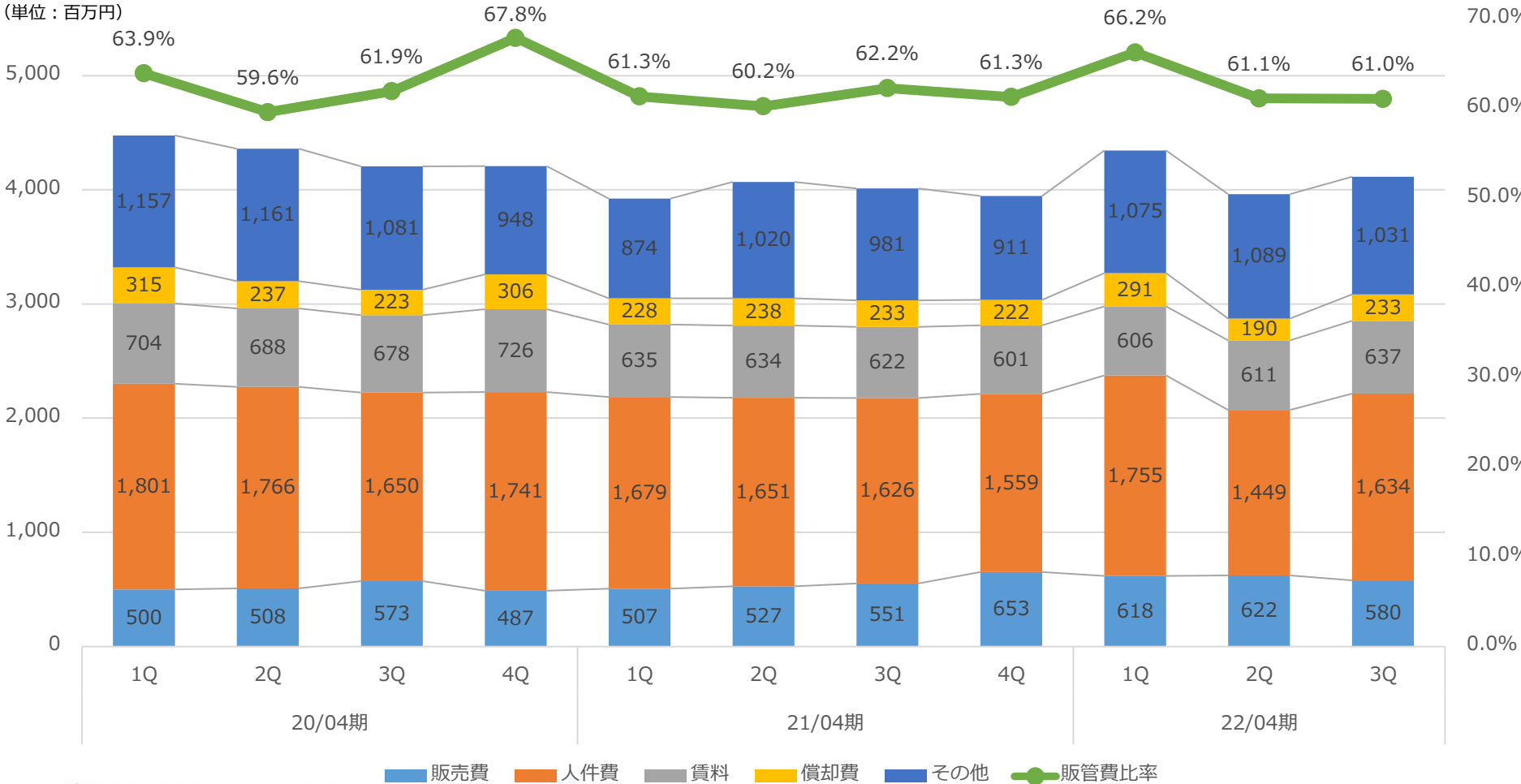
従業員数（四半期推移）

従業員数は前年3Q比△120名、前期末比△138名の1,600名



販売費及び一般管理費（四半期推移）

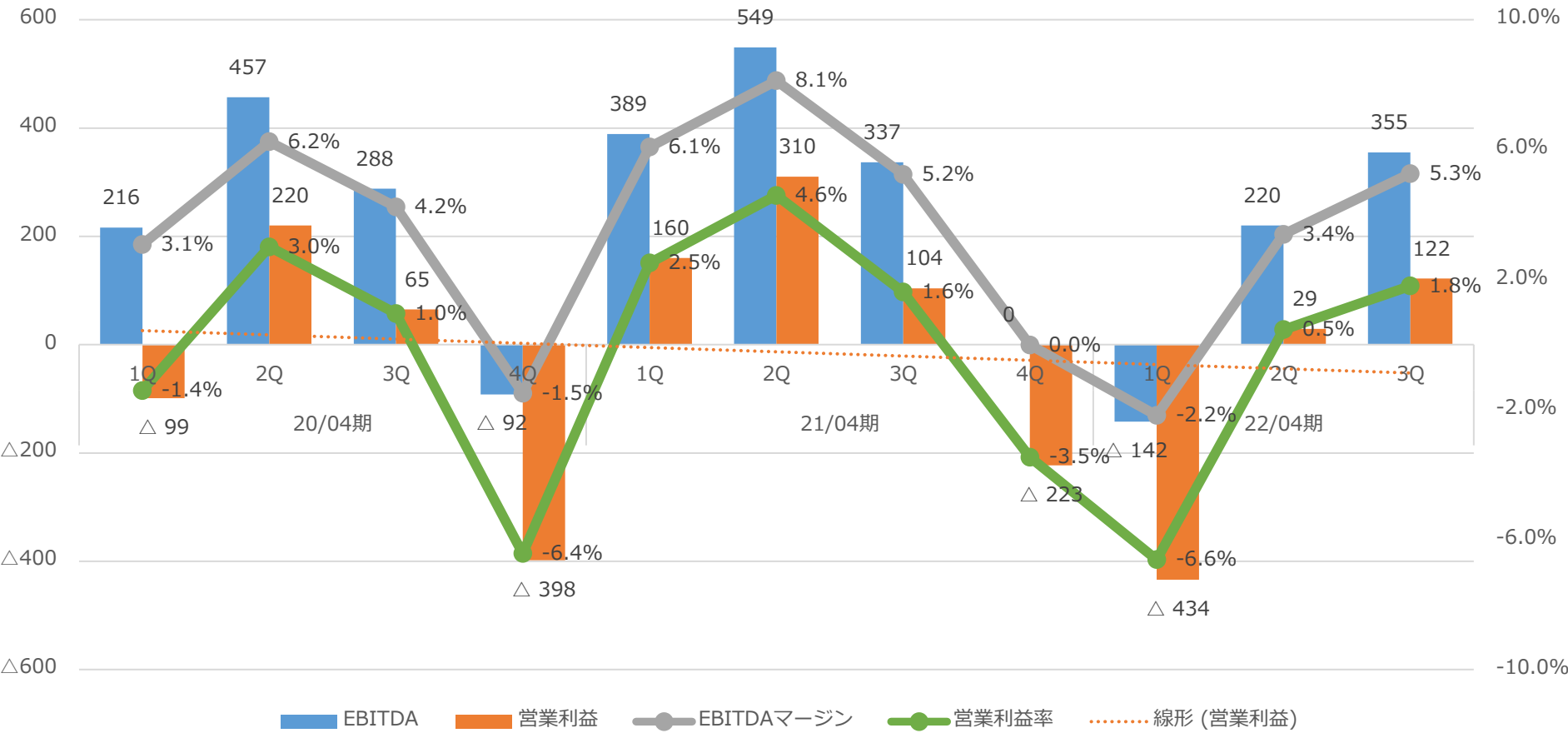
コロナ禍に即した不要不急のコスト削減は継続する一方、職域接種、抗原検査やPCR検査等のコロナ対策に係る費用もあり、販管費は前年3Q比 2.5%増の4,117百万円、販管費比率は同3Q比 1.2pt改善し61.0%



EBITDA / 営業利益 (四半期推移)

EBITDAは前年3Q比5.1%増の355百万円、営業利益は同3Q比16.7%増の122百万円

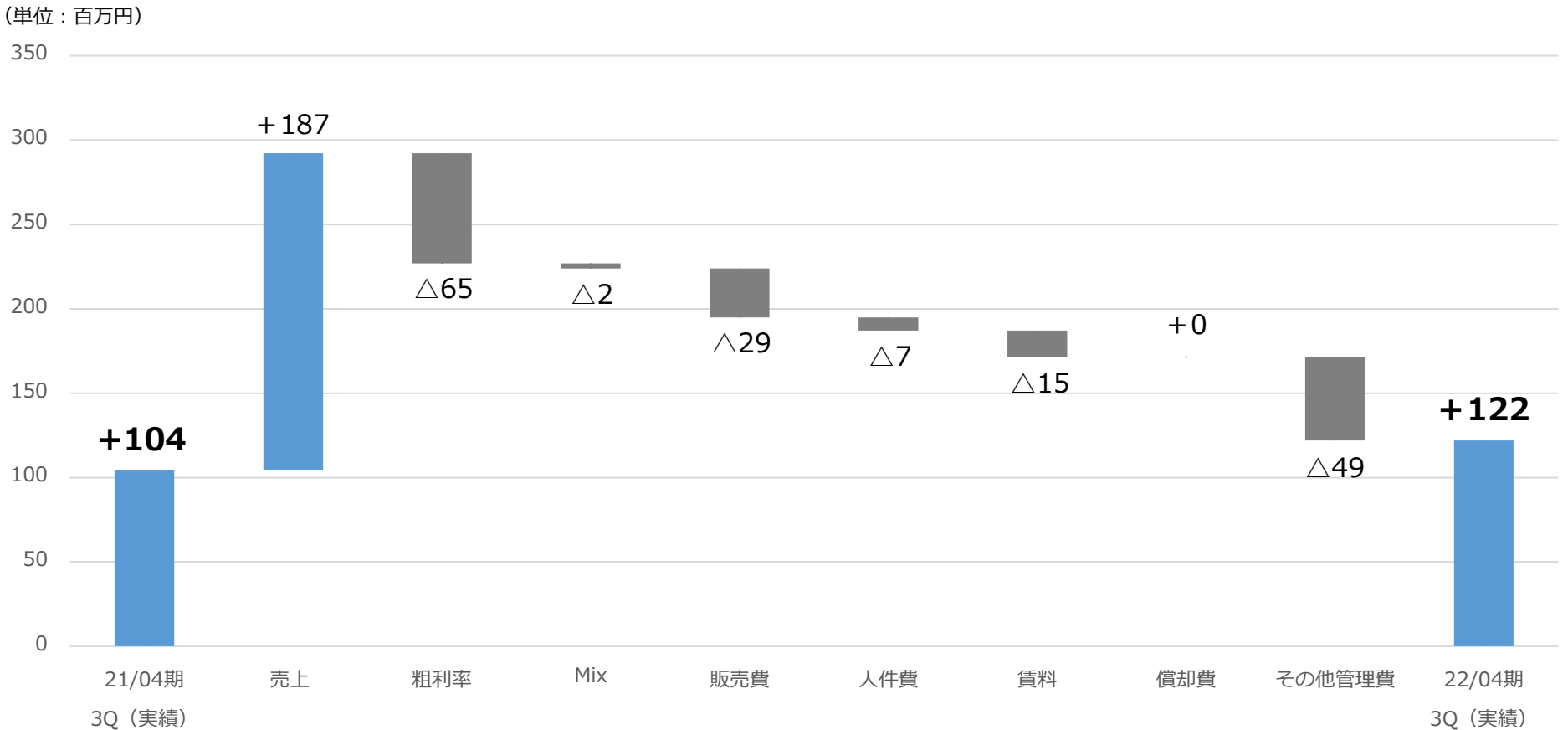
(単位：百万円)



※ 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

3Q (11-1月) 営業利益の増減分析

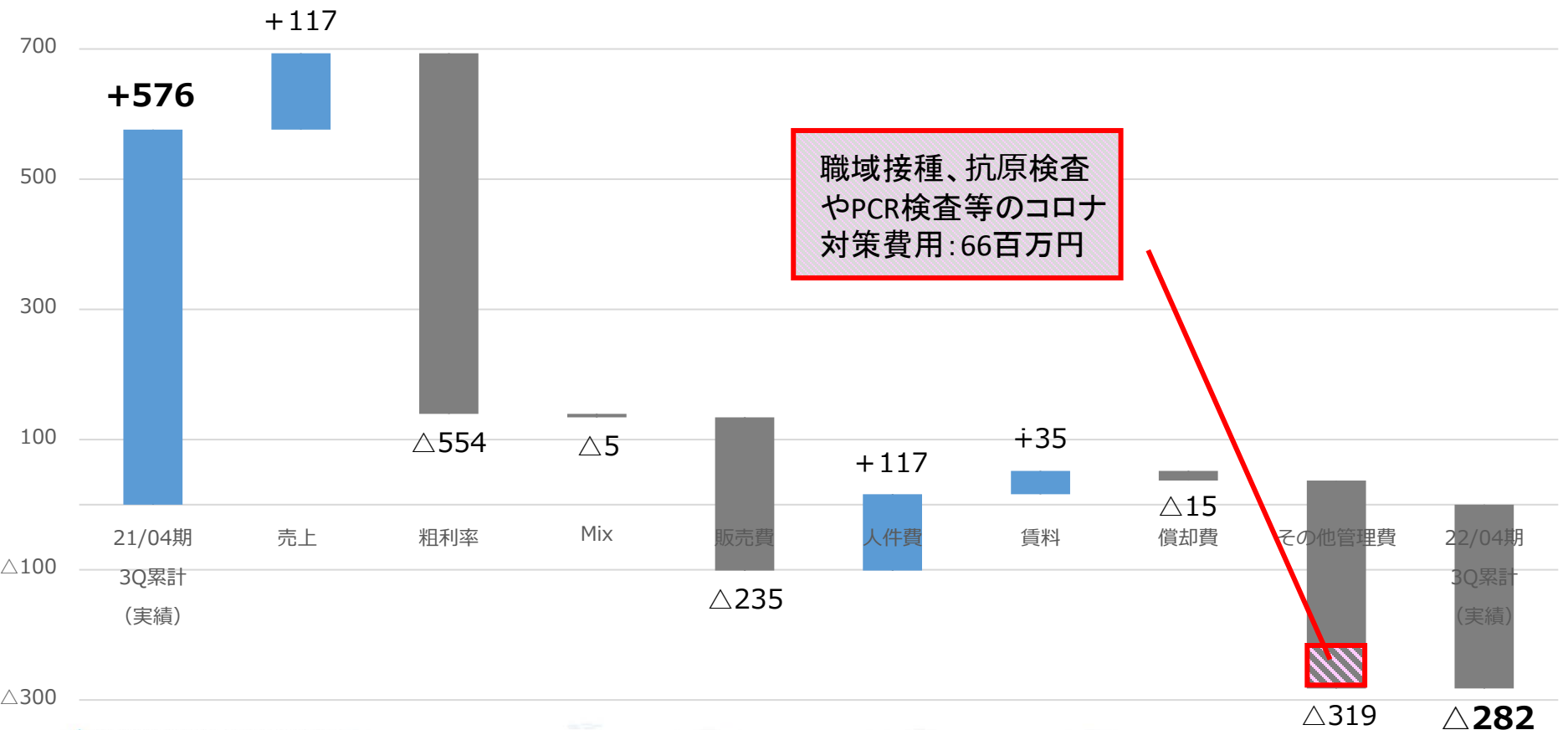
増収効果により、CM等の認知拡大施策の強化に伴う販売費増、コロナ対策に係る関連諸費用増を吸収し、営業利益は前3Q比17百万円増の122百万円



3Q（累計） 営業利益の増減分析

前年比売上高微増も、売上構成比、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、CM等の認知拡大施策の強化に伴う販売費増、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3Q累計比△858百万円減の△282百万円

(単位：百万円)



職域接種、抗原検査
やPCR検査等のコロナ
対策費用: 66百万円

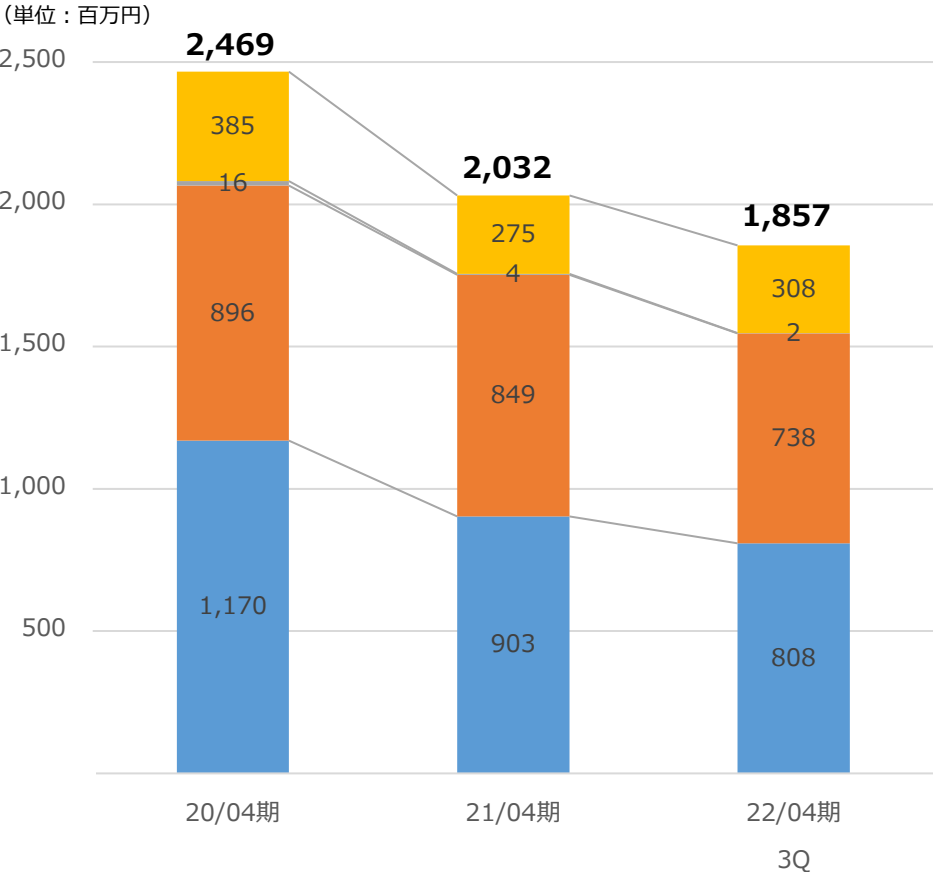
△319

△282

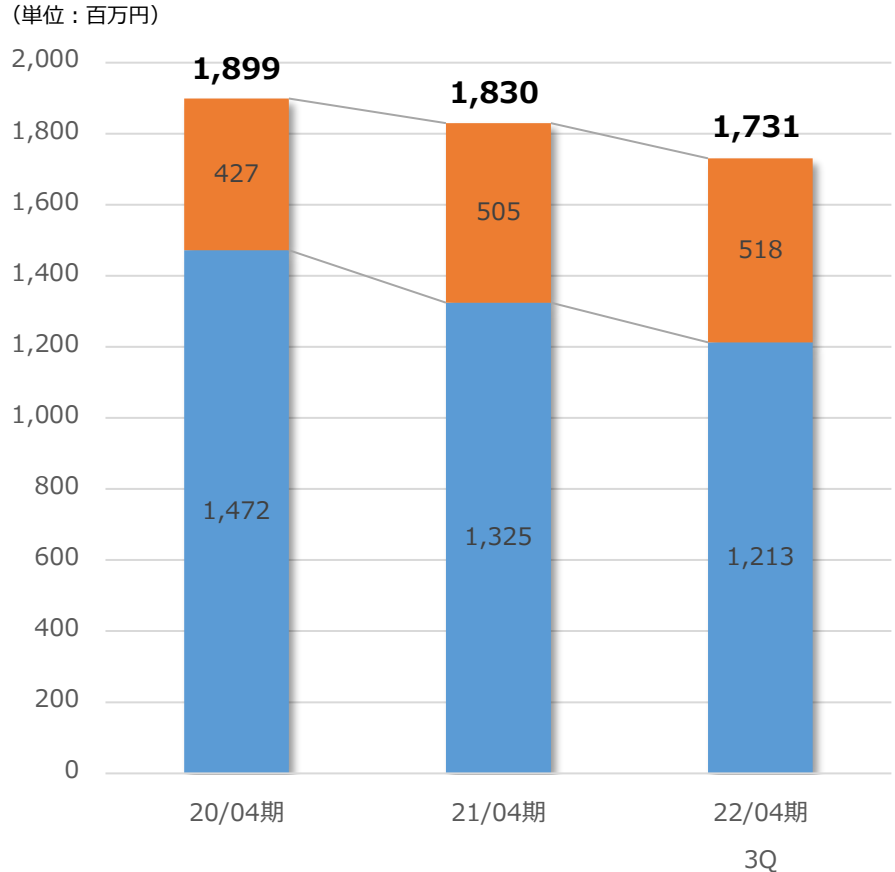
アイケア商品の充実と適正化

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アイケア商品の充実（＝在庫投資）とともに、各店毎の在庫適正化が進む。前期末比24.8%圧縮

アイケア商品

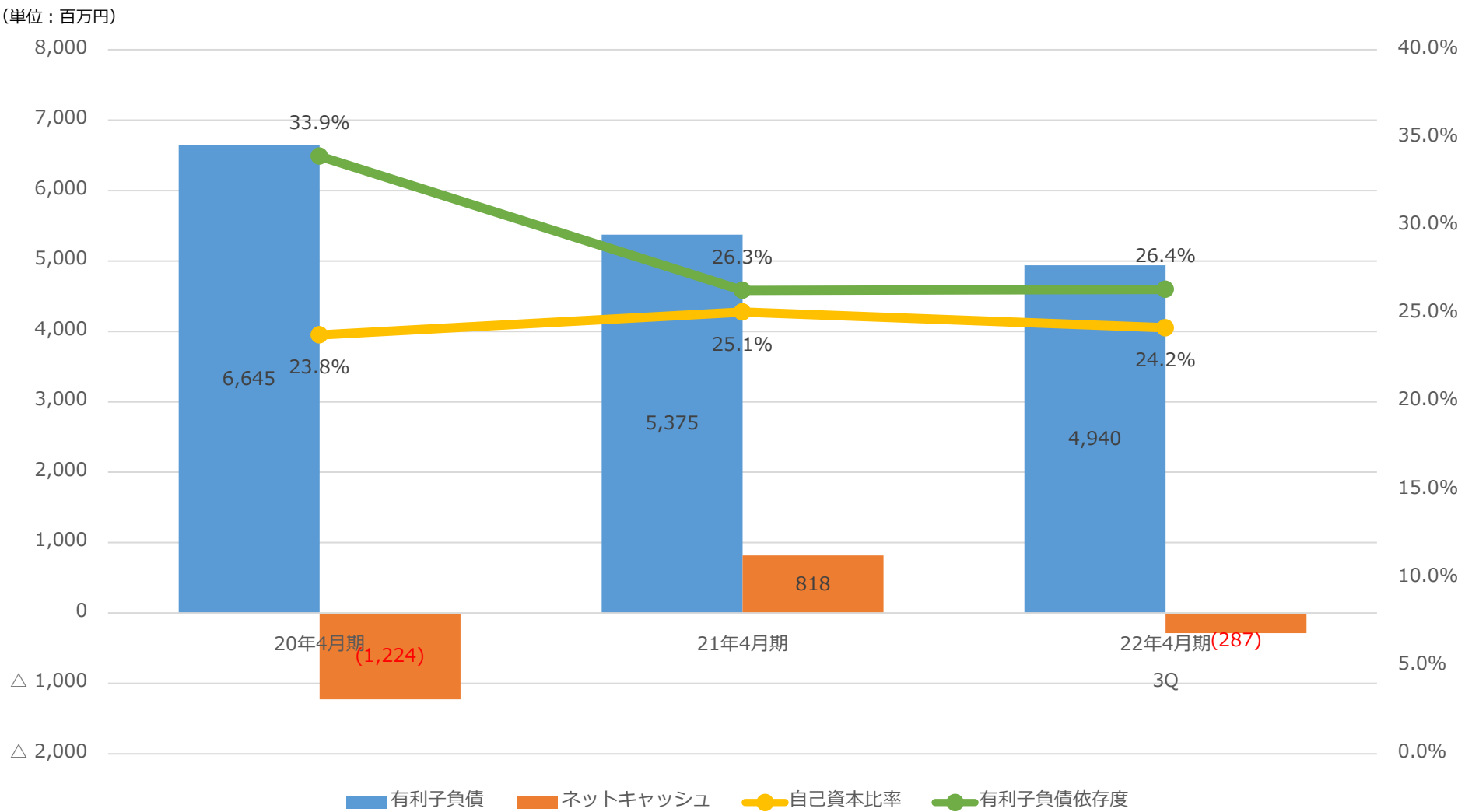


「参考」 その他商品



自己資本比率/有利子負債依存度の推移

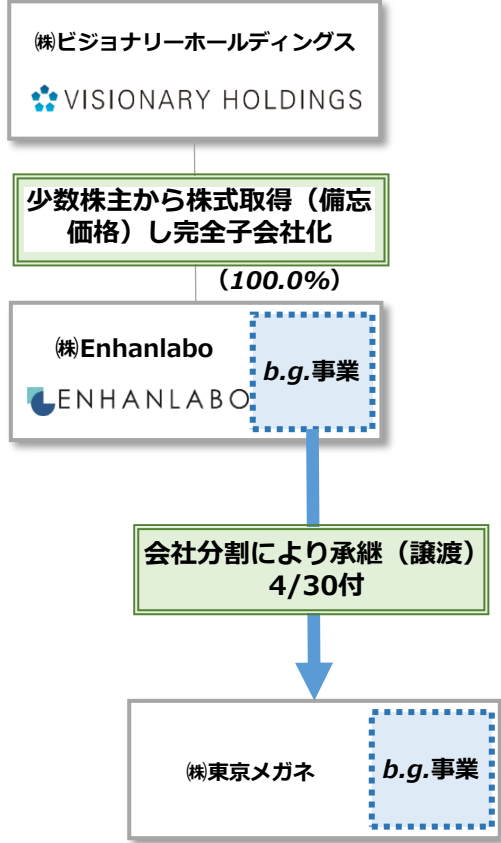
有利子負債の圧縮が進む一方、自己資本比率、有利子負債依存度は横ばい



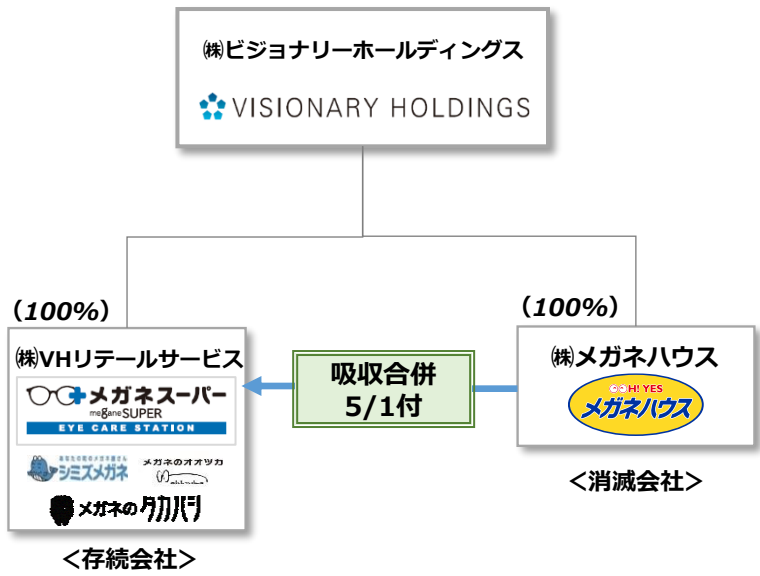
会社分割による事業売却とグループ再編

2022年3月17日付にて、「連結子会社である株式会社Enhanlaboの完全子会社化、同社のウェアラブル端末事業の 会社分割による譲渡、及び当該子会社の解散・清算、債権放棄に関するお知らせ」、「グループ再編（連結子会社間での吸収合併）に関するお知らせ」を公表

ウェアラブル端末事業の譲渡

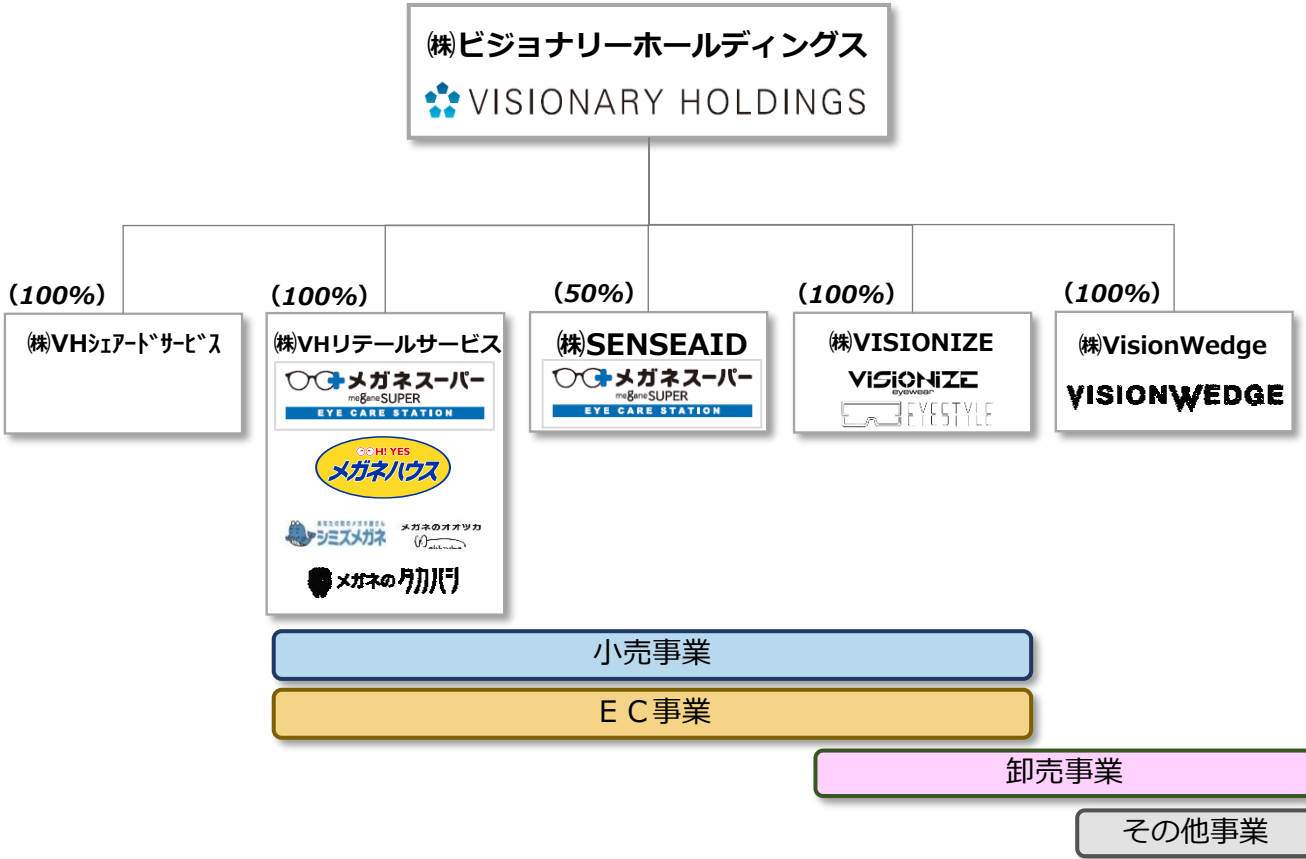


小売事業会社の再編



再編後のグループ体制図（2022年5月1日～）

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5社で構成



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



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

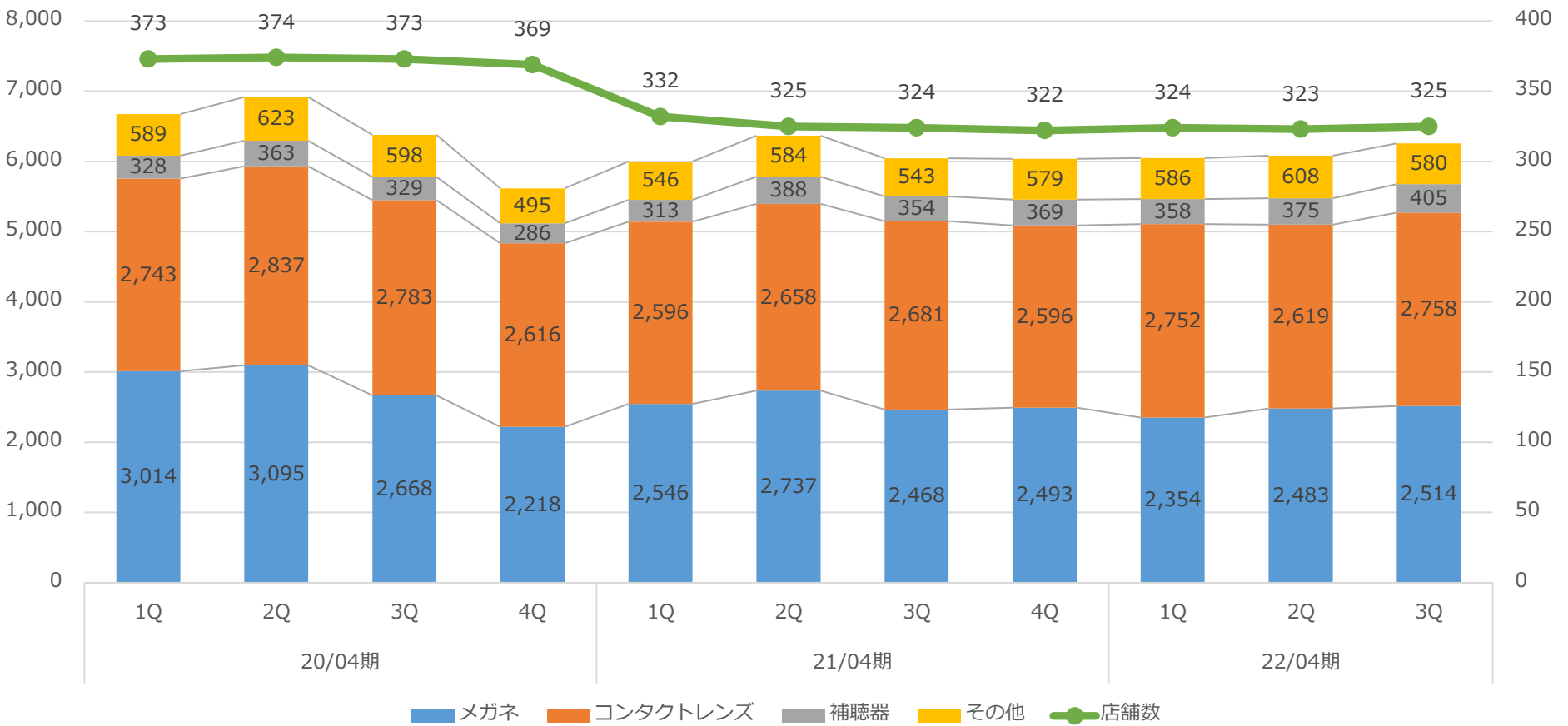
特殊色素フィルター樹脂の採用により、ギラつきや反射を抑え、より明るく快適な視界を実現いたします。



品目別売上高（四半期推移）

売上高は前年3Q比3.5%増の6,258百万円。
 メガネ、コンタクトレンズ、補聴器は同3Q比でそれぞれ1.9%増、2.9%増、14.5%増。前年3Q累計比では、5.2%減、2.4%増、7.9%増

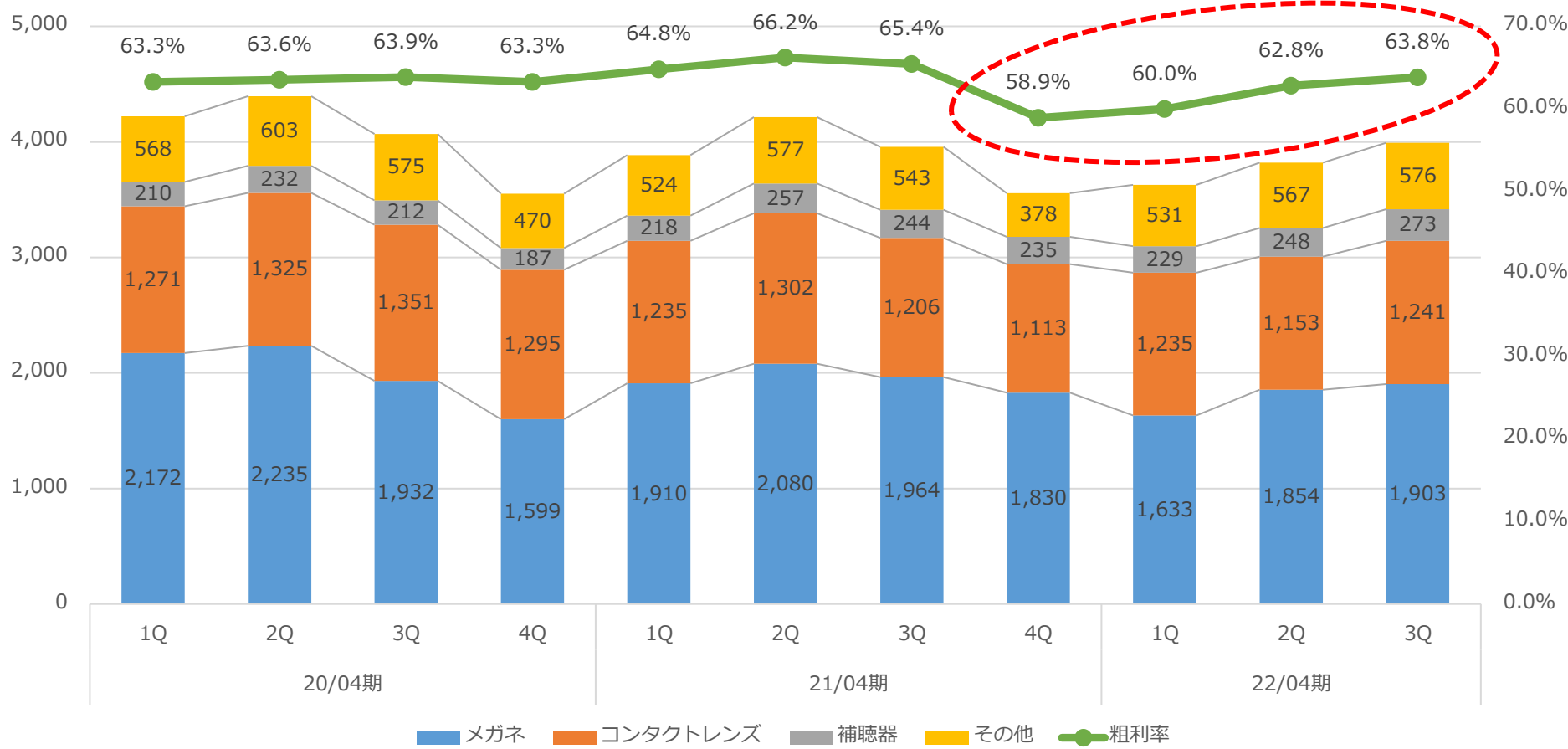
(単位：百万円)



売上総利益 / 売上総利益率（四半期推移）

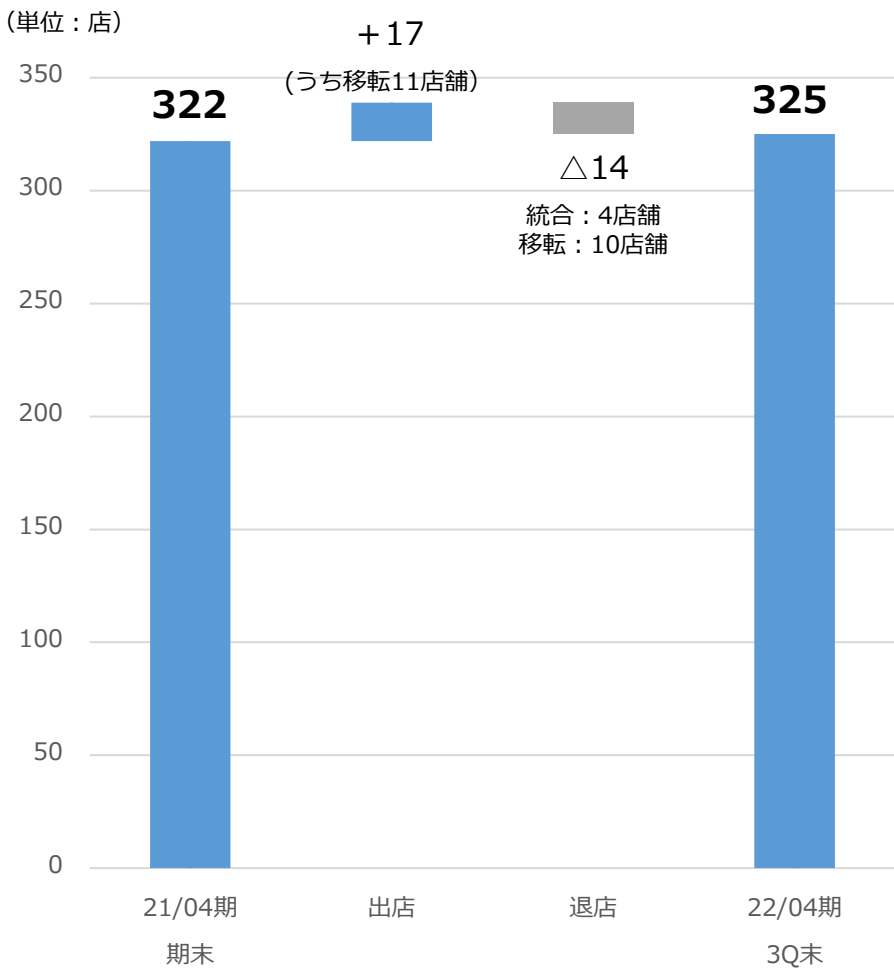
売上総利益は前年3Q比0.9%増の3,995百万円。メガネ、コンタクトレンズ、補聴器は同3Q比でそれぞれ3.1%減、3.0%増、11.7%増。前年3Q累計比では、8.1%減、3.0%減、4.3%増
 売上総利益率は同3Q比1.6pt減の63.8%。ただし、キャンペーン等の影響により前年4Qで悪化した売上総利益率は当年1Q以降順調に改善（前年4Q比+4.9pt）

(単位：百万円)

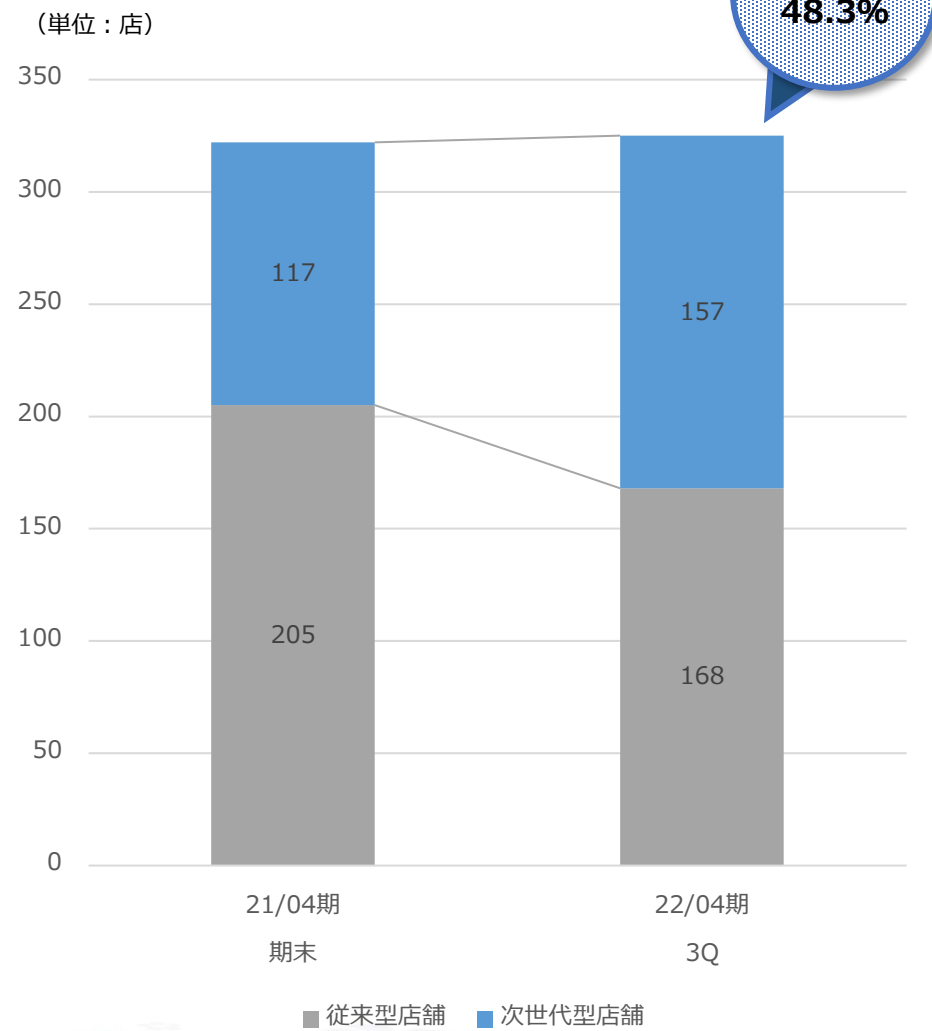


店舗の状況

出退店

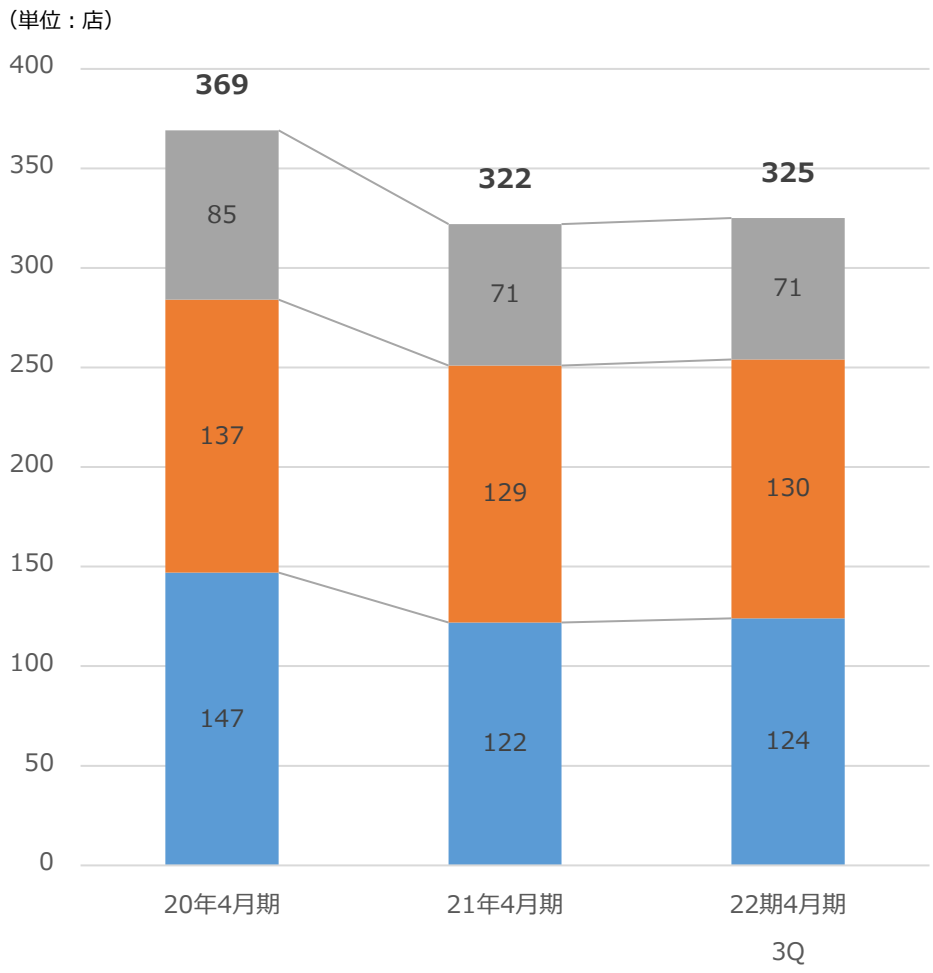


次世代型店舗への移行



立地別・地域別店舗数の推移

立地別店舗数推移



■ 商業立地 ■ ロードサイド立地 ■ ショッピングセンター立地

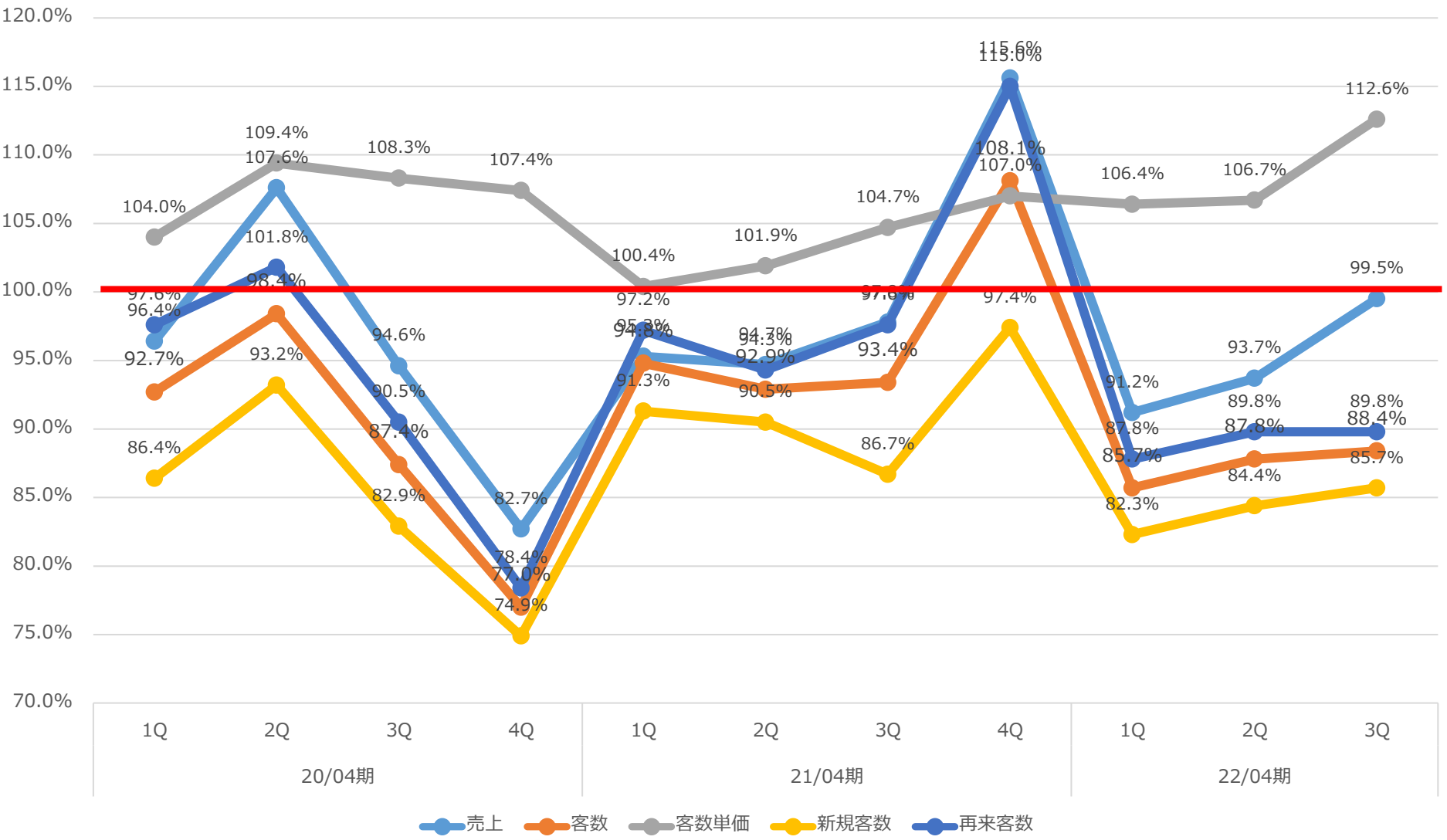
地域別店舗数推移



■ 北海道・東北 ■ 関東 ■ 中部 ■ 関西 ■ 中四国 ■ 九州

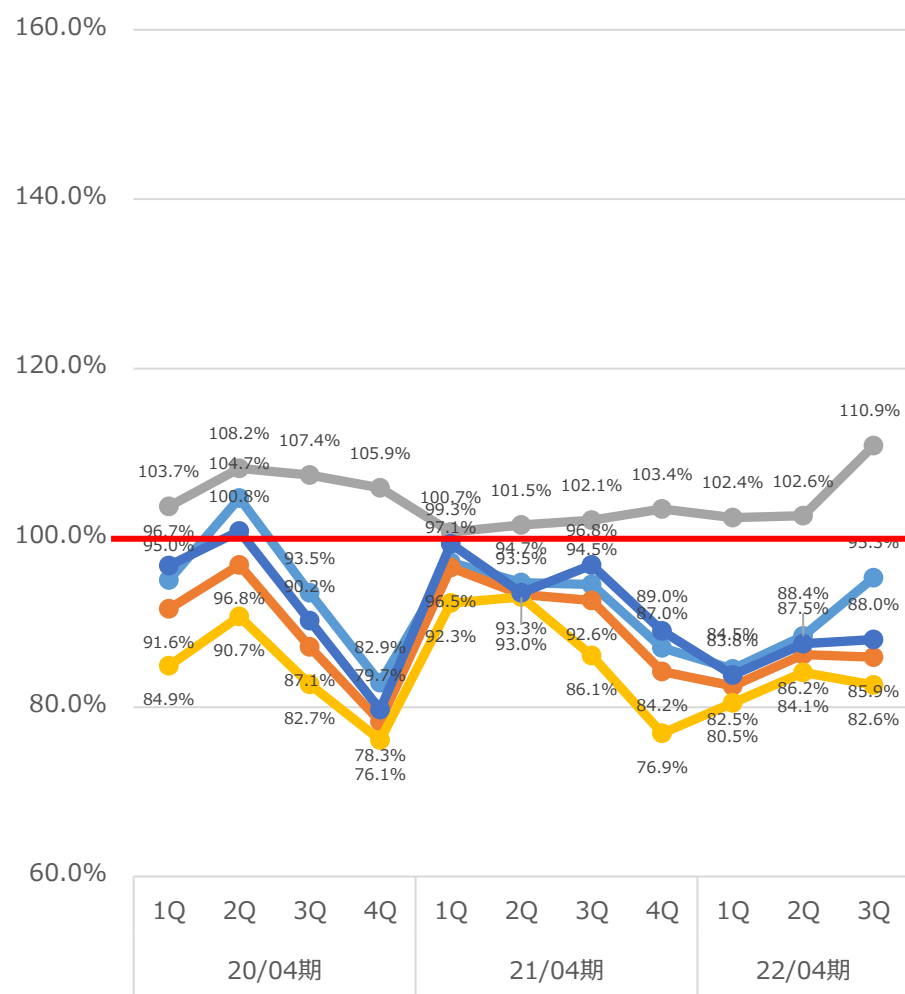
メガネ：前年比①

■ 全店

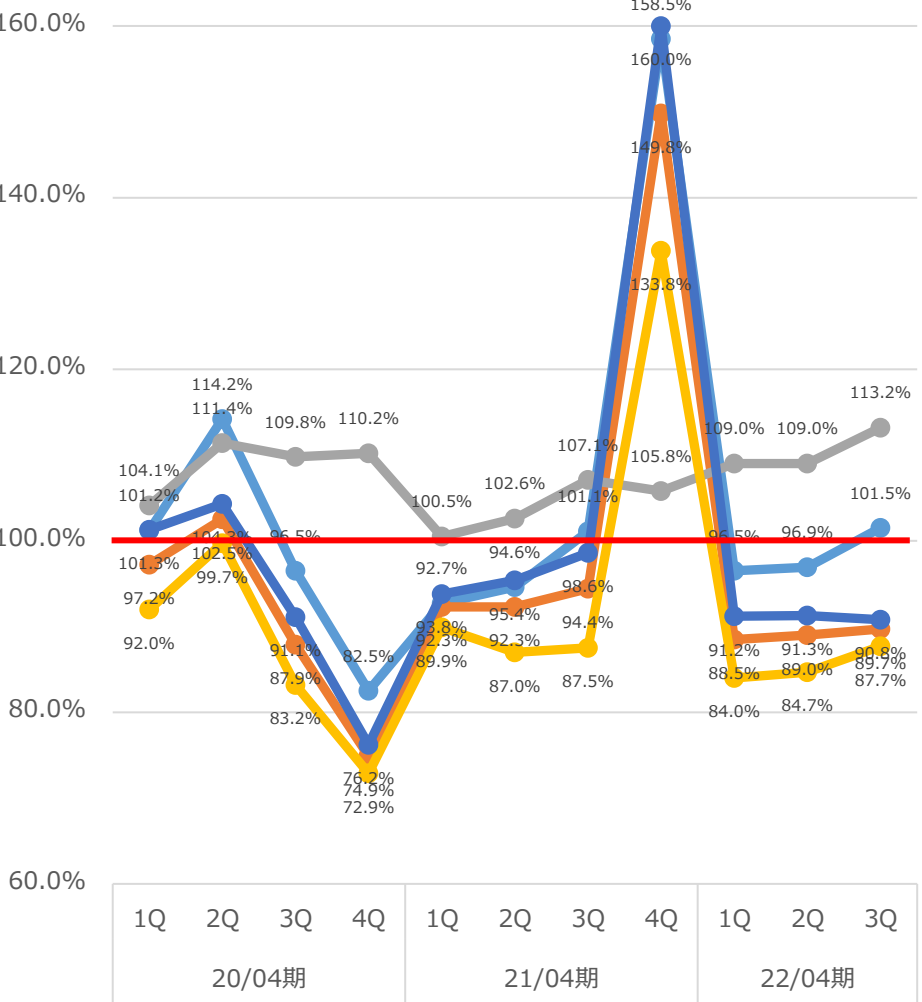


メガネ：前年比②

■ 従来型店舗



■ 次世代型店舗

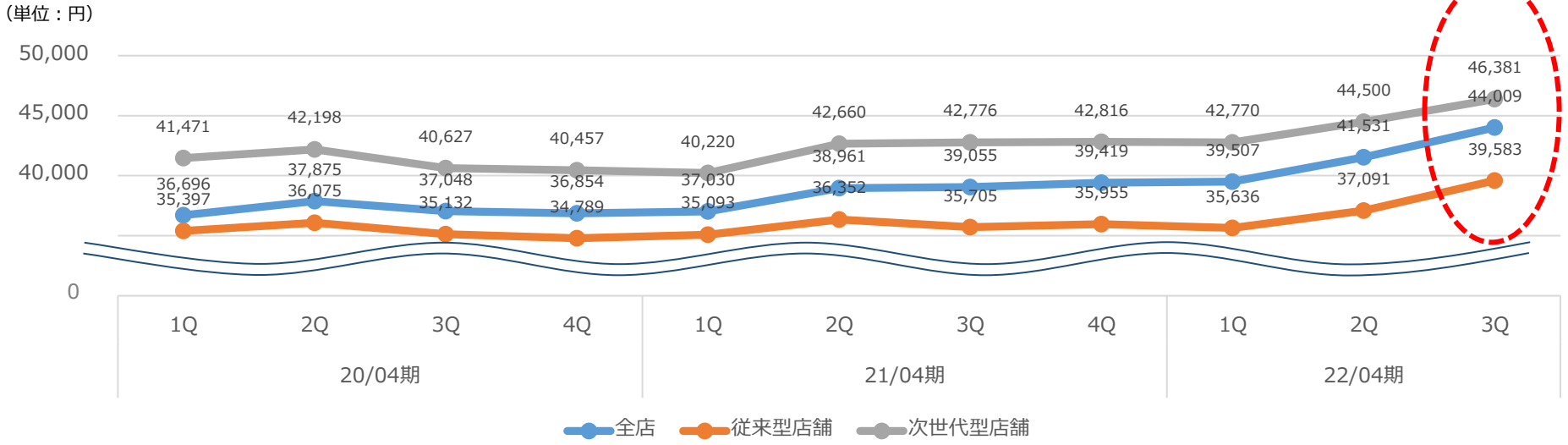


● 売上 ● 客数 ● 客数単価 ● 新規客数 ● 再来客数

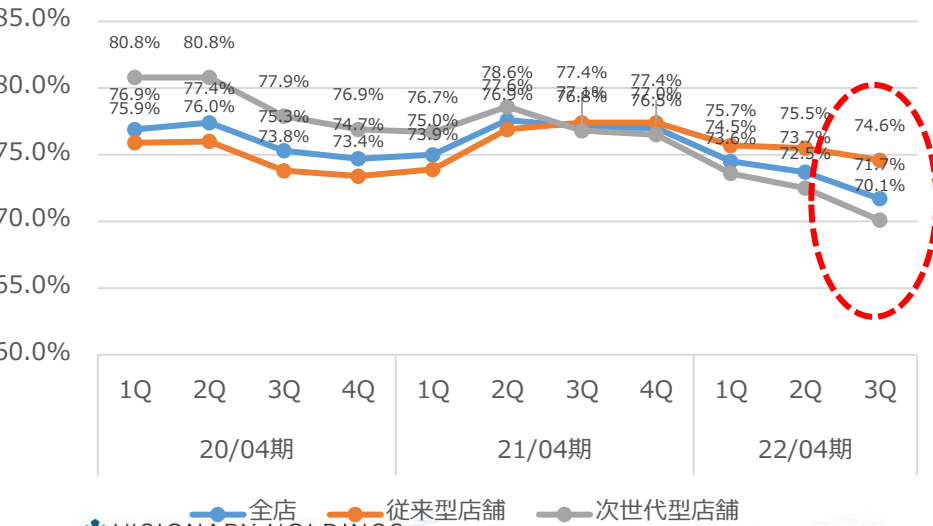
● 売上 ● 客数 ● 客数単価 ● 新規客数 ● 再来客数

メガネ：四半期推移

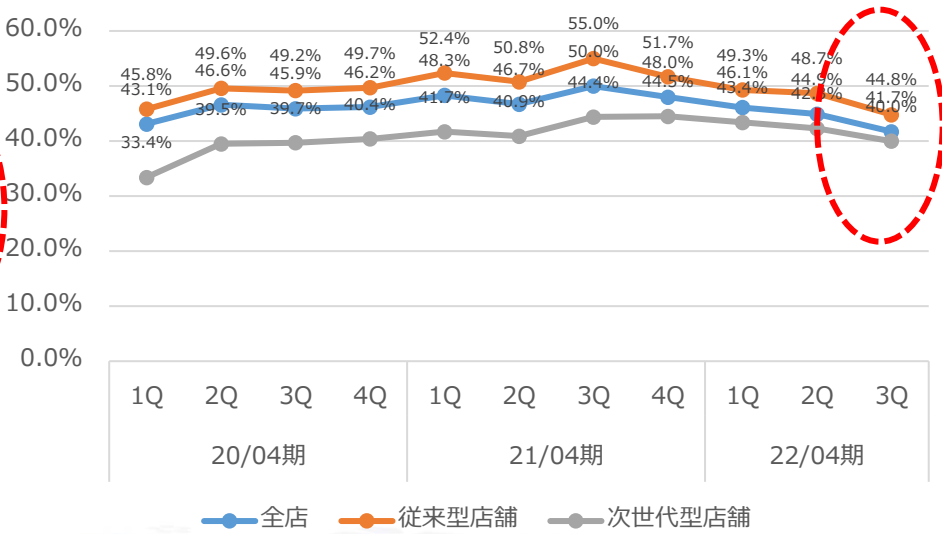
■ 単価



■ プレミアムレンズ比率



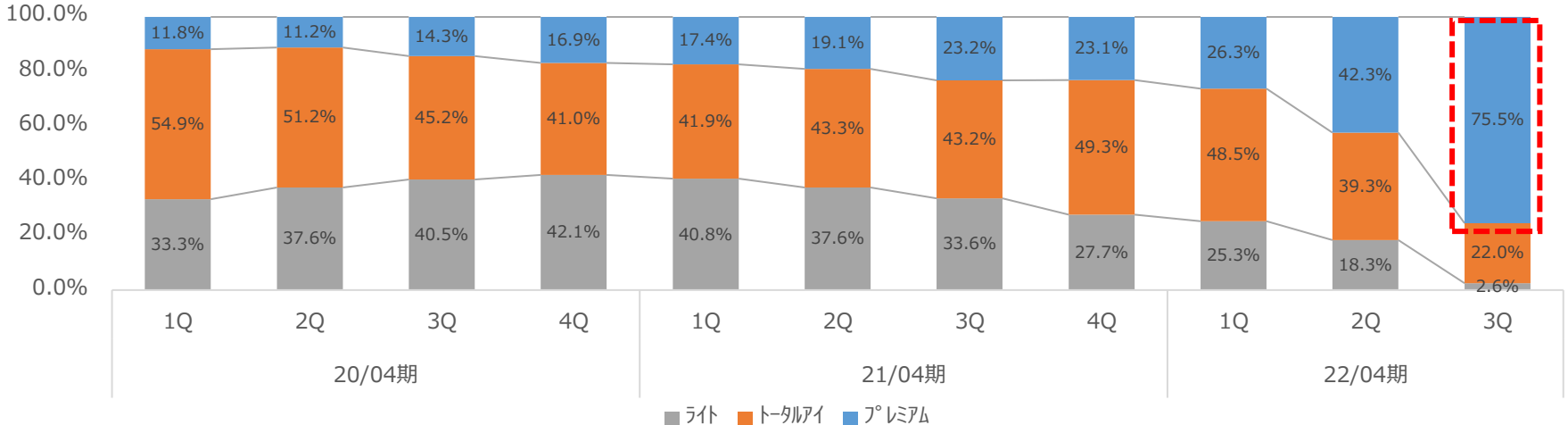
■ PB比率



メガネ：トータルアイ検査の四半期推移

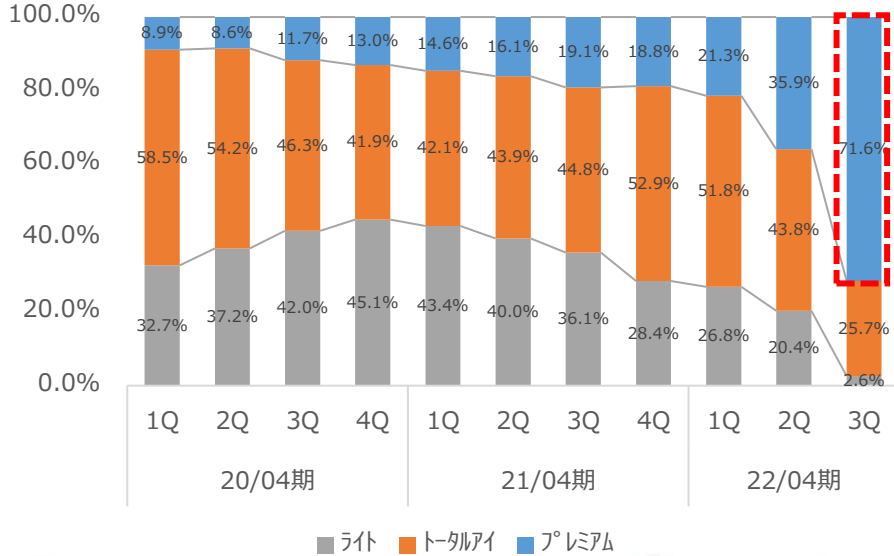
■ 全店

前3Q比52.3pt増



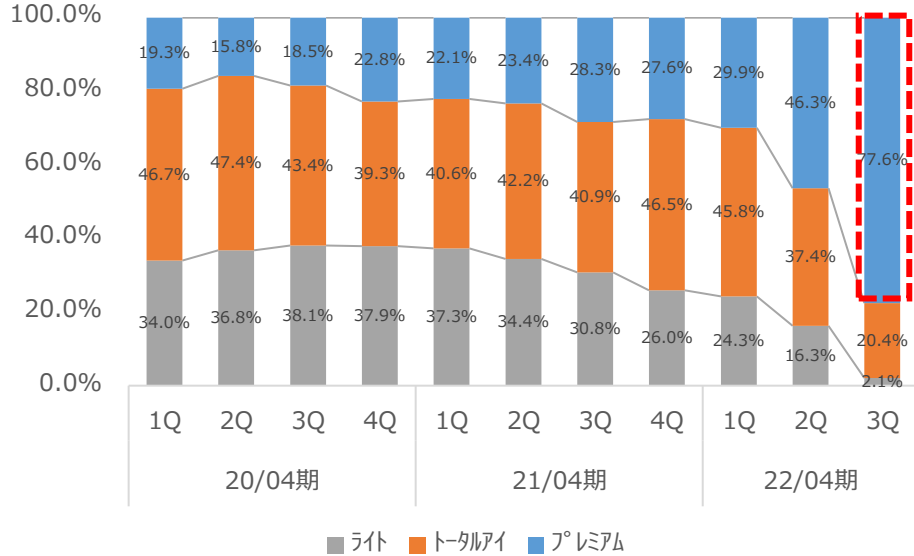
■ 従来型店舗

前3Q比52.5pt増



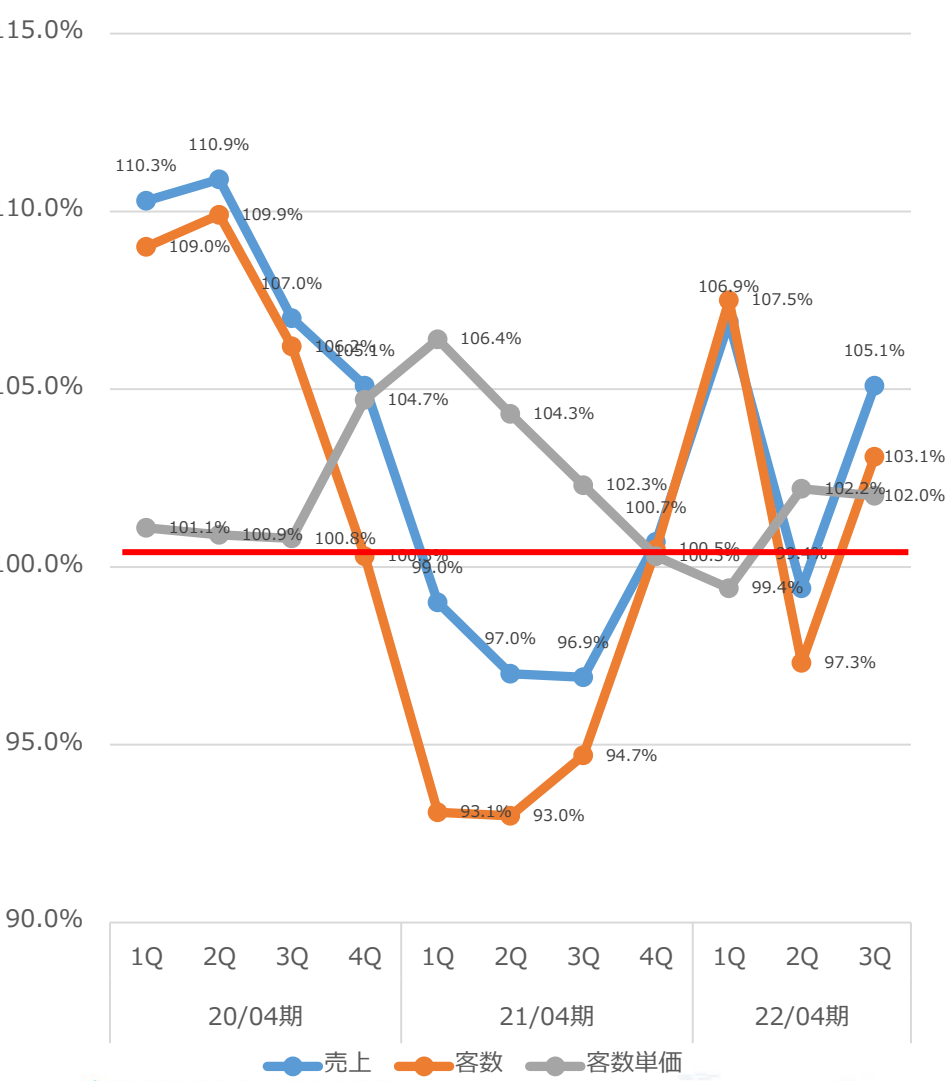
■ 次世代型店舗

前3Q比49.2pt増

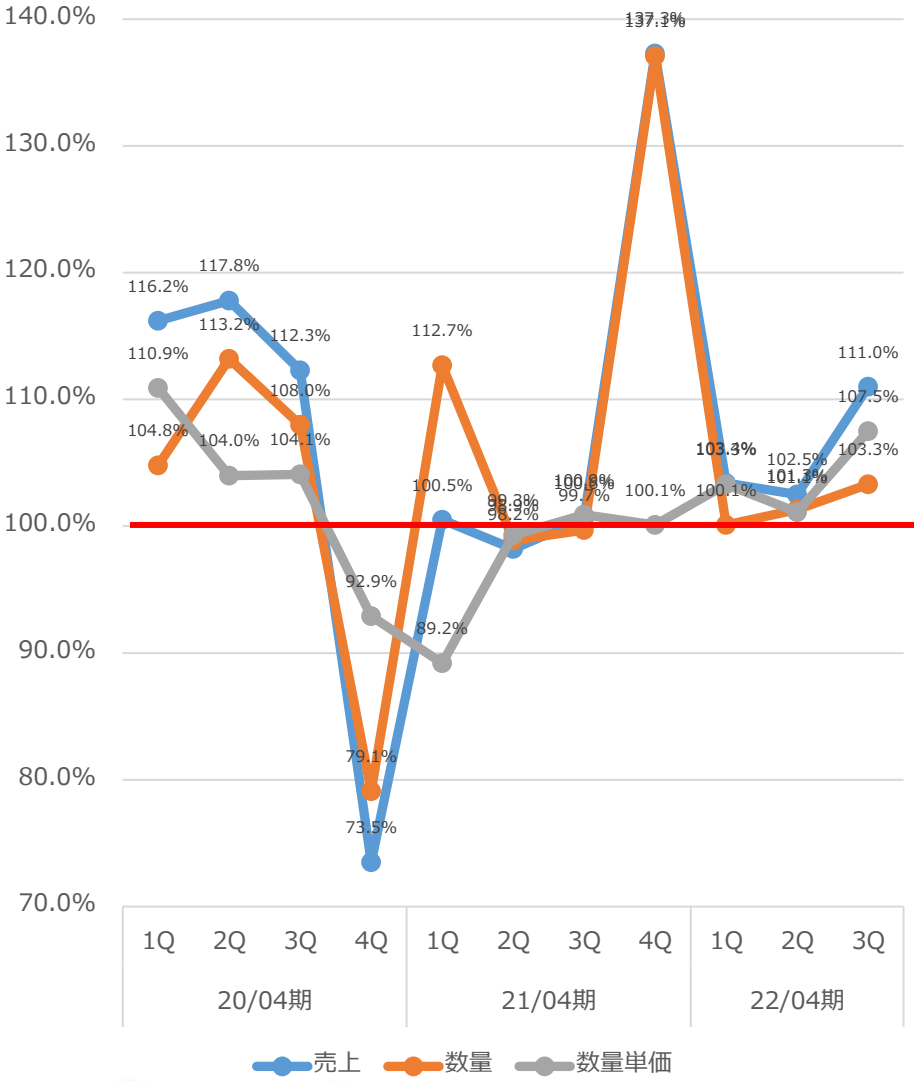


コンタクトレンズ・補聴器既存店前年比

■ コンタクトレンズ

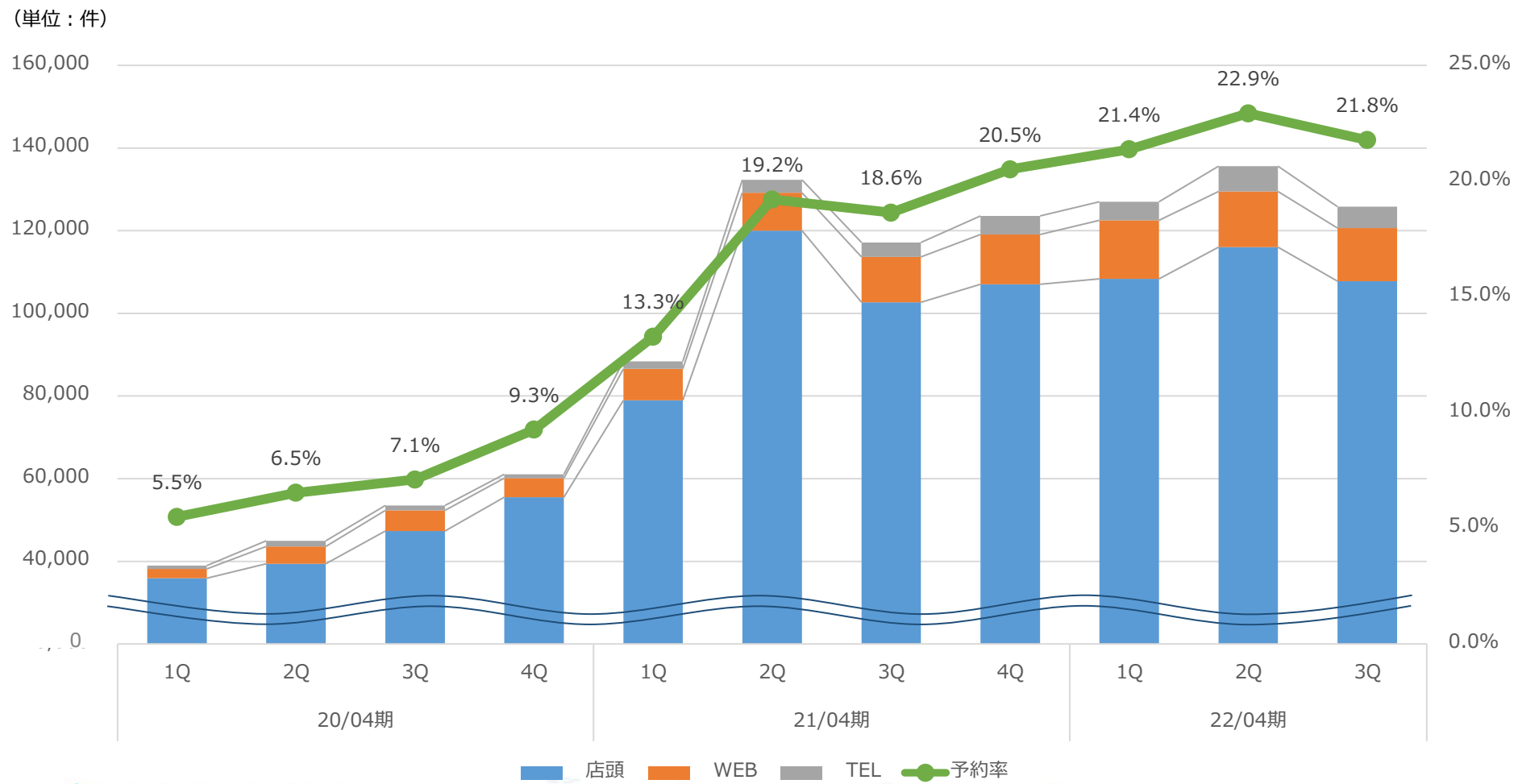


■ 補聴器



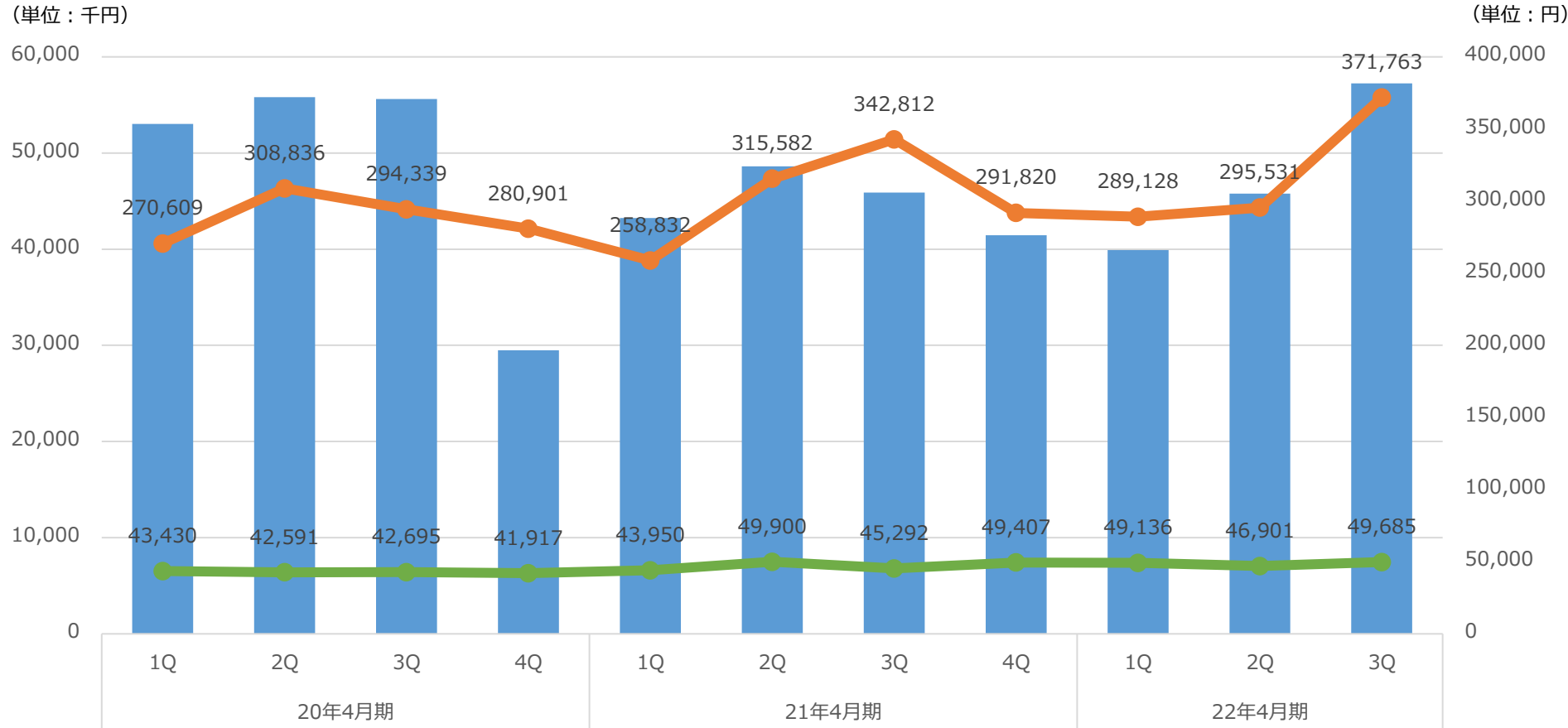
来店予約の強化による店舗生産性の向上

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3Q比7.4%増、同年3Q累計比15.0%増。来店予約率は前年4Q以降20%超の高水準で推移し、3Qは21.8%



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実施。同感染症拡大の収束時期が見通せない中、個人からの出張訪問販売ニーズも含め堅調に推移



※移動式店舗の実績含む

■ 受注金額 ● メガネ件数単価 ● 補聴器件数単価

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）の度数設定と超高精緻な視力測定で快適な見え方を実現。合わせて眼とレンズの距離、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49店舗53台追加**し、現在**110店124台**まで拡大。SENSEAIDでは**全9店舗で19台を配備**。

超高精緻な検査機器を使用することで、より運用がスマートになりお客様自身のストレス減から満足度にも大きく寄与、今後も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23.3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86.2%と、**前年同期比で54.2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

「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

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

日本初! 最新検査機器導入!

**25倍細やかな
視力検査**と0.01単位の
高性能レンズで今までの常識を超える
あなたにピッタリな**快適メガネ**を
お作りいたします!

クリアな
景色が
目の前に!

今の見え方



25倍細やかな見え方

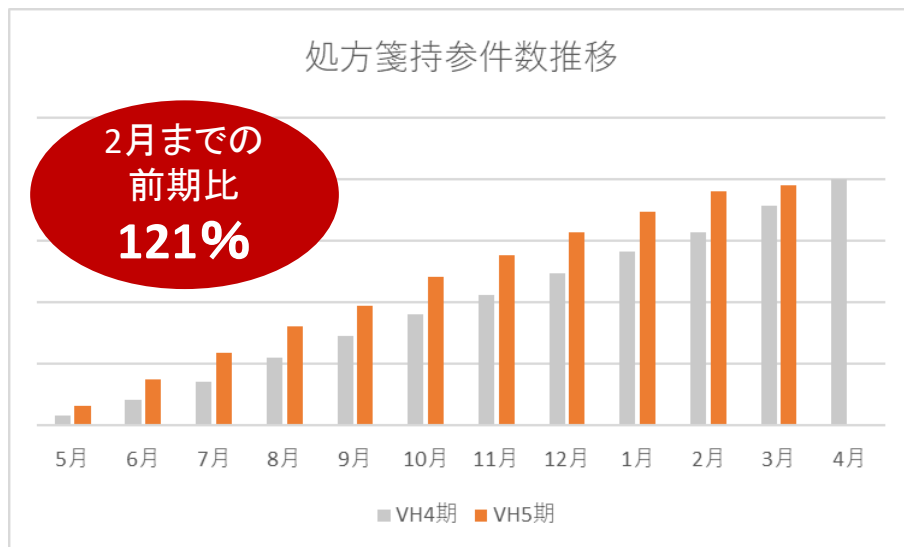


※本検査は、お客様の視力・生活にあった最適なメガネをご提供するもので、
疾病の診断や治療を目的としたものではありません。疾病の診断・治療に関しては、
眼科専門医にご相談ください。 ※1 全国チェーン店の導入(当社調べ) ※2 当社比

※見え方には個人差があります

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。累計302施設を訪問した結果、7割以上の医師から当社の取組みやプレミアム保証等のアイケアサービスに対して高い評価を得ている。



【医師からのコメント（一部抜粋）】

- ・半年間の無料保証は、度数の変わりやすい子供や白内障術後の方には安心できる。
- ・メガネスーパーは、ロープライスと違い加工技術やフィッティング技術が高いので信頼している。
- ・メガネ店は、どこも一緒だと思っていたが、保証やアフターメンテナンスがしっかりしていて驚いた。

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。

m3.comにおいて、眼科医を対象に、最新のレンズ技術や眼鏡店でのアイケアの取り組みを紹介する啓発コンテンツを定期的に配信。レンズに関する最新情報を提供するとともに、当社グループの品揃えやアイケアサービスに対する理解を得ることで、眼科医との関係強化を図る。

また、資料請求を受けた眼科医に対しては、当社グループスタッフが個別に訪問を行うことで、地域での相互送患・送客の体制構築も繋がっている。

- ✓ 累計で7万通以上のメッセージを配信
- ✓ コンテンツへの評価は高く、直近ではNPSは+21、96.7%の医師が役に立ったと回答

2021年7月08日 メガネレンズ & オプション情報 Vol.1

□□ □□先生
以前、色覚特性レンズのご紹介を差し上げた際に、「他の最新レンズについても情報が欲しい」というご希望を多くの先生から頂戴したことを受け、最新のメガネレンズ情報をお届けさせていただきます。

この1本で、遠近両用+サングラスの機能を発揮!

今回紹介させていただくのは、ニココ・エシロール社の製品で、室内では透明のメガネ、屋外ではサングラスとして使える異光タイプの遠近両用レンズです。

| | 従来の一般的な遠近両用異光レンズ | パララックス X トランジションズ | パララックス X トランジションズ エクストラタイプ |
|---------------|-------------------------------------------|----------------------------------------------|----------------------------------------------|
| 対象 | 老眼用、乱視用 | 老眼用、乱視用 | 老眼用、乱視用 |
| 遠近両用について | 視線を変えただけで、顔や首を動かさず、ピントが合う位置を探す必要がある。 | 視線を変えただけで、顔や首を動かさず、ピントが合う位置を探す必要がある。 | 視線を変えただけで、顔や首を動かさず、ピントが合う位置を探す必要がある。 |
| 紫外線カット率 | ほぼ100% | ほぼ100% | ほぼ100% |
| 色の変化のしやすさ | フォトリソミック分子。日差しが強い時でも、くもりの時や室内でも、最適な光を届ける。 | 従来のフォトリソミック分子。日差しが強い時でも、くもりの時や室内でも、最適な光を届ける。 | 従来のフォトリソミック分子。日差しが強い時でも、くもりの時や室内でも、最適な光を届ける。 |
| 最大度数から無色に戻る時間 | 約5〜10分 | 約2〜3分 | 約2〜3分 |
| 車運転時の利用 | × ※紫外線に反応 | × ※紫外線に反応 | ○ ※紫外線+可視光線にも反応 |
| 色の種類 | 2〜3種類 | 7種類 | 3種類 |

◆お客様の声◆

- お客様 60代 女性 専業主婦
私は貴社に申し込んで、仕事中は日差しがまぶしくて、それで私個人はサングラスです。お眼鏡の店でメガネが壊れていました。メガネのレンズの交換は手も足も見え、屋外ではまぶしさを軽減。室内では透明のメガネにして使えて、とても重宝しています。
- お客様 50代 男性 会社役員
以前は度数15%程度のカラーレンズを使用。屋外ではもっと濃いレンズを使っていた。でも新しいレンズと、場所によっては見えない違和感があり、異光レンズは、紫外線の強い場所では強く、室内では透明に戻ることで、メガネとサングラスの切り替えが楽です。

2021年7月08日 2021年7月08日

□□ □□先生
先日のアンケート調査にて80%以上の眼科医の先生からご希望があり、眼科クリニックの検眼スタッフからレンズメーカー・メガネ店への問合せも増えていいます。業連屈折力レンズの検眼・処方のコツを知りたい」という声にお応えし、今回は「明視域の測定」についてご紹介させていただきます。

「遠点距離」と「屈折異常度」の関係

遠点とは、調節休止した状態で網膜と共役する外界の点です。遠点距離と屈折異常度の関係は、次の式で表します。

$$D = 1/f(m)$$

Diopter (D) Focal length (f) 屈折異常度 遠点距離

■近視眼の場合
眼前 50cm = 屈折異常度 S = -2.00
眼前 1m = 屈折異常度 S = -1.00
眼前 2m = 屈折異常度 S = -0.50

■遠視眼の場合
眼後 50cm = 屈折異常度 S = +2.00
眼後 1m = 屈折異常度 S = +1.00
眼後 2m = 屈折異常度 S = +0.50

「注視（近点）距離」と「調節力」の関係

近点とは、最大限の調節をした状態で網膜と共役する外界の点です。注視（近点）距離と調節力の関係は、次の式で表します。

$$D = 1/f(m)$$

Diopter (D) Focal length (f) 調節力 近点距離

■注視距離 2m の場合
必要調節力 = 0.50D

■注視距離で近点 33.3cm の方なら...
1/0.33 = 3
この方の調節力 = 3D

■S = -1.00D の近視眼で近点 33cm の方なら...
1/0.33 = 3 (S = -1.00) の近視眼 = 2
この方の調節力 = 2D

2021年7月08日

□□ □□先生
眼科の先生方のご要望にお応えし、前回に引き続き「業連屈折力レンズの検眼・処方のコツ」をお届けします。今回のテーマは「ミラー法による近用ビジュアルポイント (VP) の確認方法」です。前回の「明視域の測定方法」と併せて、患者様へのメガネ処方のアドバイスにお役立ていただければ幸いです。

ミラー法による近用 VP の確認が重要視される理由

■ミラー法による近用 VP 確認が必要な理由
業連屈折力（遠近・中近・近近）レンズを選択するにあたって、装着者が読み書きやPC作業、スマホを見る時などの姿勢で視線を落とした際の「近用 VP」と「既製レンズの業連帯」を予め確認する必要があります。そのためには、実際の使用状況を再現して近用 VP と業連帯を確認する「ミラー法」が必須の工程となります。

■ミラー法による確認が行われない場合...
作製したメガネのピントが合わず、このような問題が起こる可能性があります。



ミラー法による近用 VP の確認方法

- ミラー法（鏡を用いてビジュアルポイントを確認）の手順
- 1) 近用ビジュアルポイントの位置を決定後、ミラー専用または市販の鏡に直径20cm程度の円を赤いマーカー等で描いたものを用意します。
 - 2) レンズメーカーが支給しているレイアウトシートをデモレンズに貼るが、レンズメーカー発行のレイアウトシートのレイアウトチャートに従って、適用部および近用部の基準点をデモレンズに記します。
 - 3) 装着者の実際の作業距離に鏡を置いて、装着者は鏡の目標サークル中心を見ます。
 - 4) 測定者は、鏡を挟んで装着者の眼の高さや距離が対象となる位置に座り、鏡に映った装着者の瞳孔中心がデモレンズの上のどこにあるかを確認します。

2021年7月08日

□□ □□先生
眼科の先生方のご要望により、小児のメガネ作製時のポイントも2回にわたってお届けします。第1回となる今回は「小児の視環境の注意点<その1>」として、小児特有の「視野」と「視野」の注目点についてご紹介します。小児の患者様のレンズ処方/アドバイスにお役立ていただければ幸いです。

小児の視野と視野の注目点

■視野が低い
小児の視環境に配慮したメガネを処方～作製する上で、大きなポイントのひとつとなるのは、視野が低い位置にあり、上方視の回視角度が大きくなることです。

1) 小児と成人の視野の低い高さの違いは? 2) 目標の高さ60cmの時の上方視回視角度は?

■視野が高い
また、小児は非常に視野が狭く、成人の視野の半分ほどしかないことも注意が必要なポイントです。

1) 小児(6歳児)の視野の水平方向の視野角は? 2) 縦方向の視野角は?

■小児(6歳児)の視野の水平方向の視野角は、成人の約60%です。

■小児(6歳児)の視野の縦方向の視野角は、成人の約58%、上方視野角は35%です。

レンズの処方やメガネ作製時の注意点

- 上方視を優先したレンズ処方とフィッティングの理由
小児の視生活において、歩行時は下方視の傾向もありますが、家庭や学校などでの生活を考慮し、上方視を優先したレンズの処方やメガネ作製時のフィッティングを行うことが重視されてきています。
- 1) レンズ処方時の注意点は? 2) メガネ作製時の注意点は?
-
- そのためには、成人の業連屈折力レンズの処方と同様に、VP(ビジュアルポイント)のチェックが必須。
- そのためには、メガネ作製時のフィッティングの際、レンズ前後角を調整することが重要。

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、10月より脳神経領域の試験への治験参加希望者の登録を当社グループ77店舗にて継続。

8月末より先行して開始している治験モニター登録を通じて新薬開発・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。

治験モニター登録については当社店頭での説明のほか顧客向け会報誌などでのコミュニケーションも実施をしている。今後さらなる治験領域への参画を視野にQlife社との連携を強化していく。



QLIFE

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

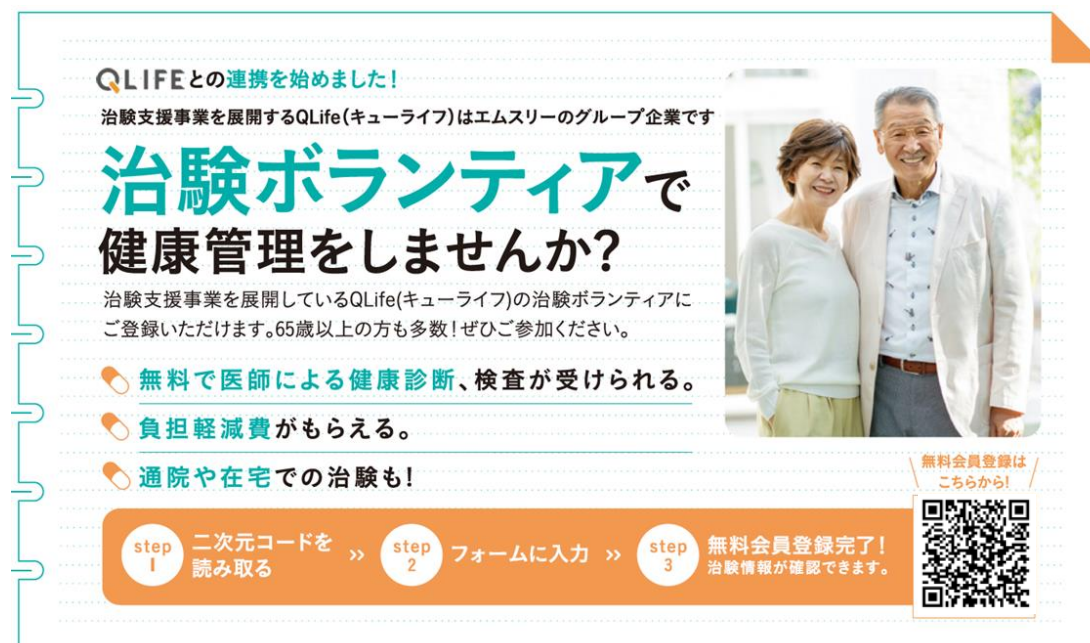
Step2 フォームに
入力

Step3 無料会員登録
完了!
試験情報を見れます

無料会員登録用
QRコードはこちら



【店頭説明用案内】



QLIFEとの連携を始めました!

治験支援事業を展開するQLife(キューライフ)はエムスリーのグループ企業です

治験ボランティアで 健康管理をしませんか？

治験支援事業を展開しているQLife(キューライフ)の治験ボランティアにご登録いただけます。65歳以上の方も多数!ぜひご参加ください。



- 🍷 無料で医師による健康診断、検査が受けられる。
- 🍷 負担軽減費がもらえる。
- 🍷 通院や在宅での治験も!

無料会員登録は
こちらから!

step 1 二次元コードを
読み取る

step 2 フォームに入力

step 3 無料会員登録完了!
治験情報が確認できます。



【会報誌用案内】

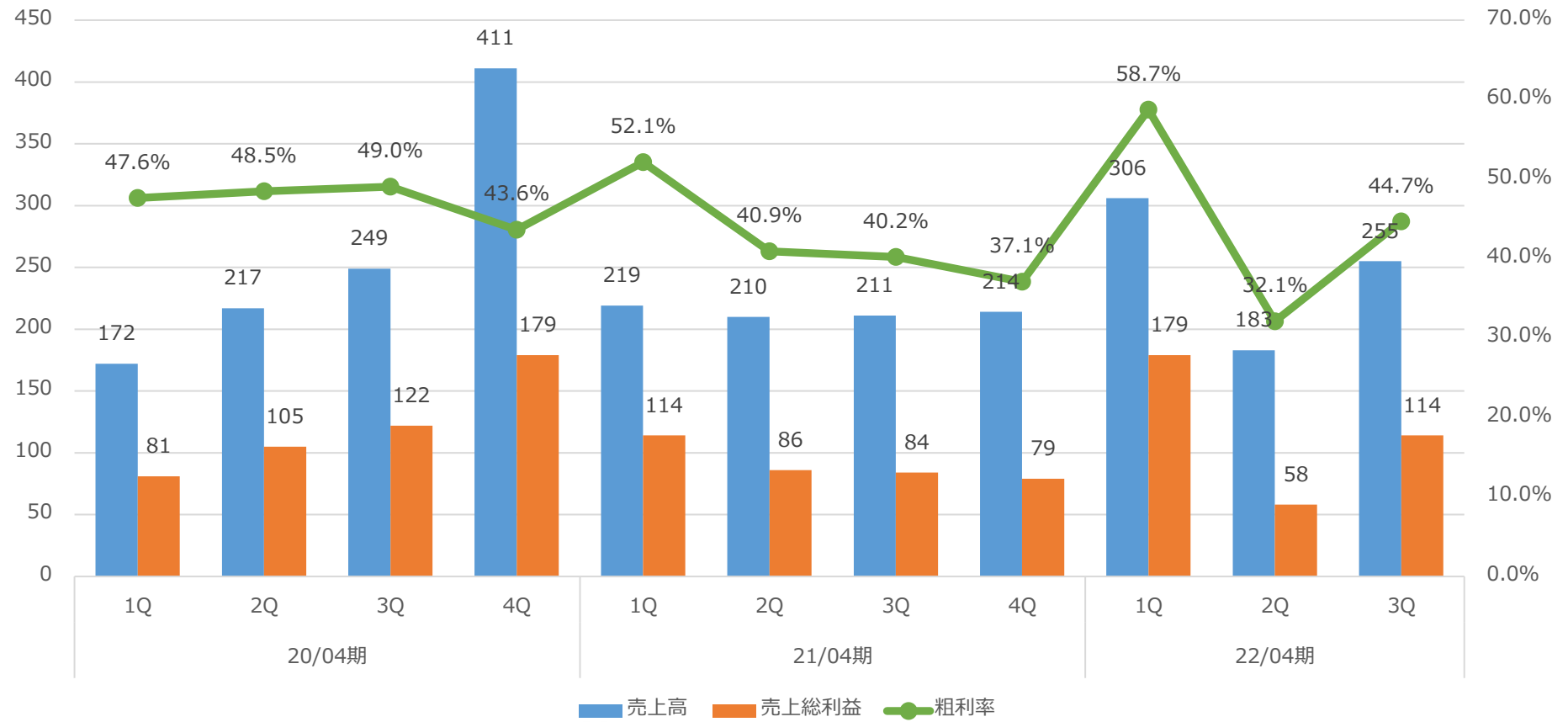
卸売事業



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商品の投入や販売支援に努める。売上、売上総利益は前年3Q比でそれぞれ21.2%増、34.6%増、同3Q累計比では16.2%増、23.6%増

(単位：百万円)

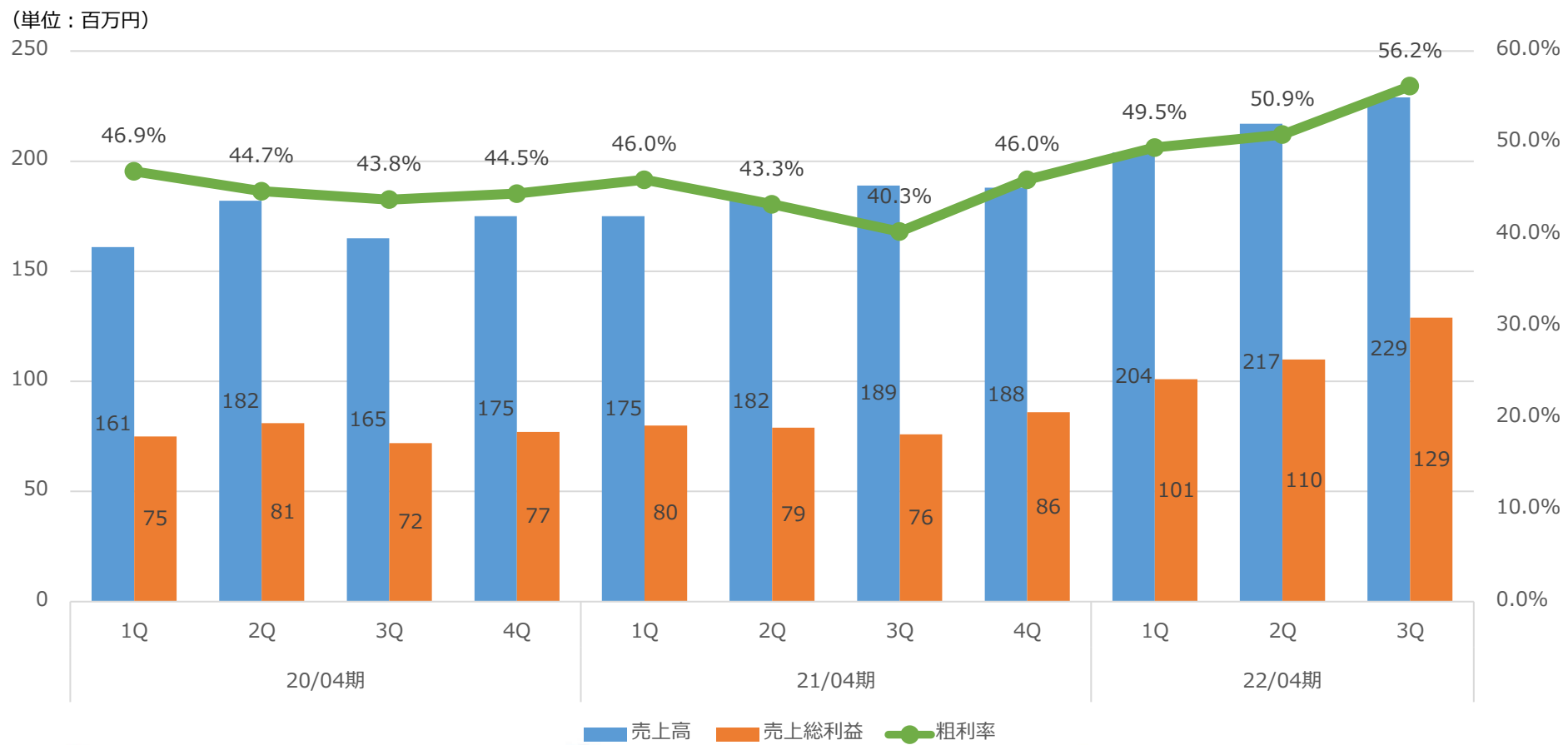


EC事業



四半期推移

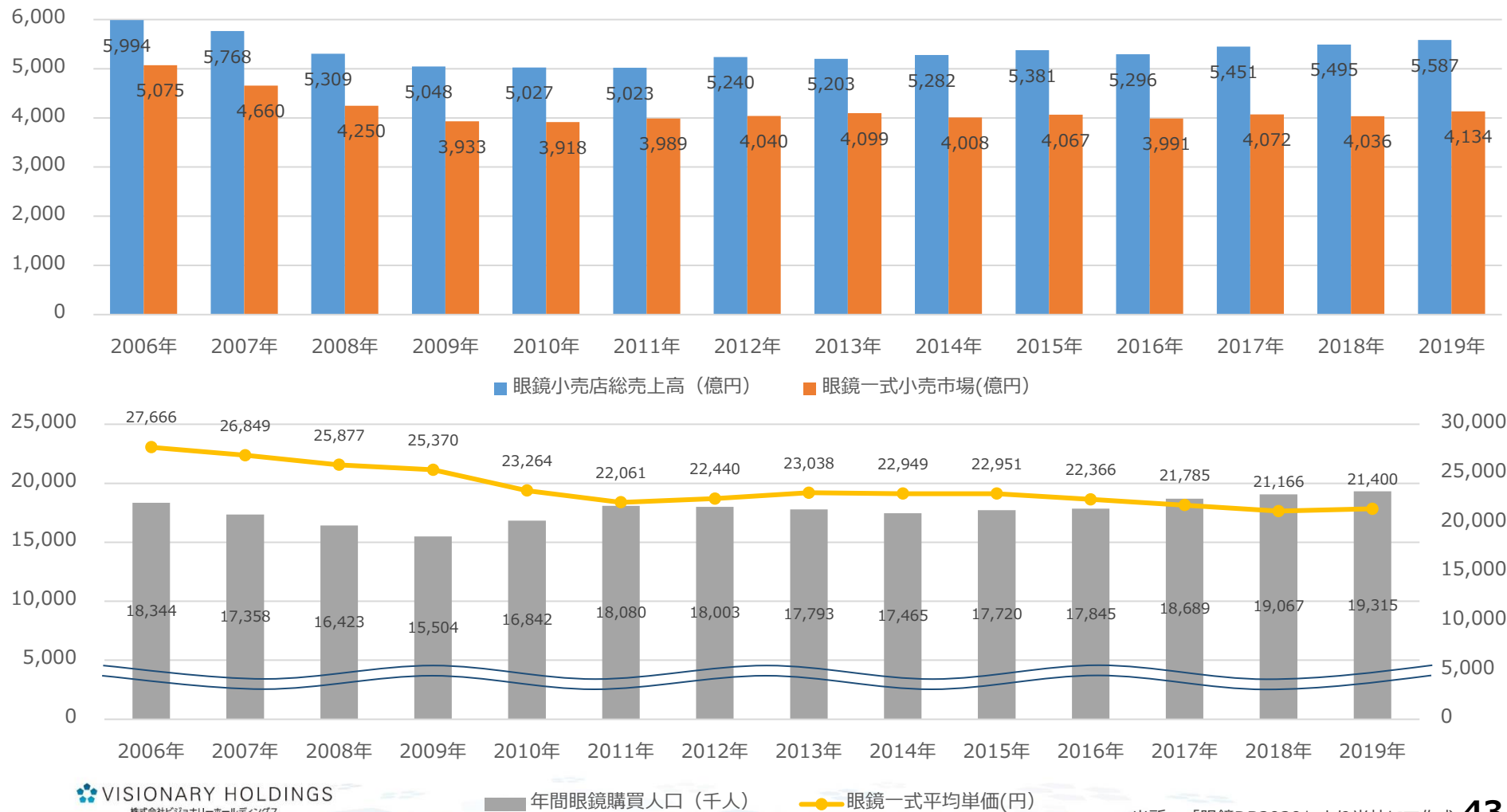
ECサイト「メガネスーパー公式通販サイト」やAmazon、楽天等のモールECにおいて、お客様の利便性を継続して追求した質の高いサービスを提供。
 売上高、売上総利益は前年3Q比でそれぞれ21.1%増、68.7%増。前年3Q累計比では18.8%増、44.1%増と堅調に推移



5. Appendix

メガネの市場規模

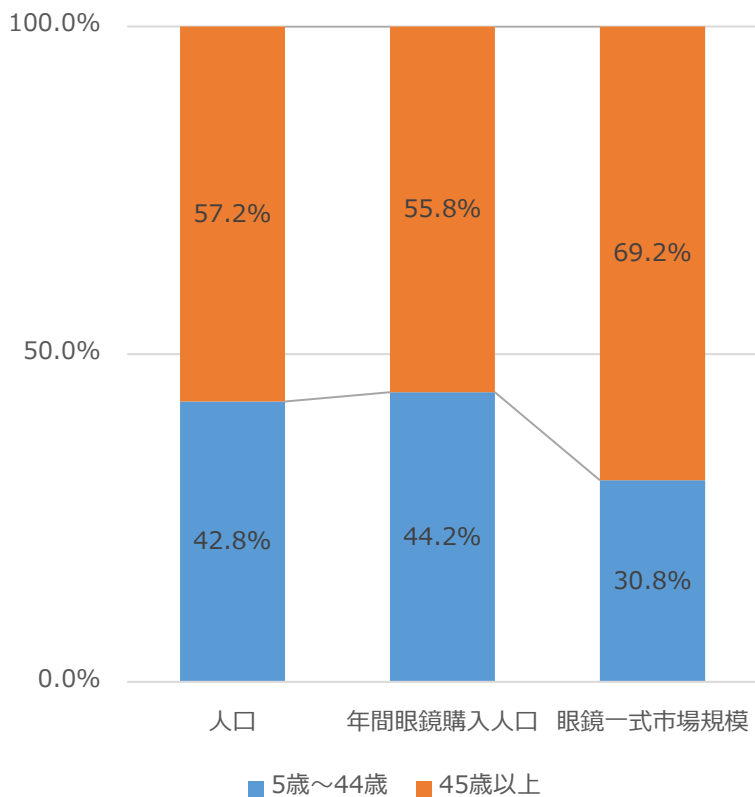
低価格専門店の台頭に伴う販売単価の下落、メガネ販売店数の減少やコンタクトレンズの普及拡大等を背景に、2011年までは一式単価の下落に伴い市場規模は縮小。一方、年間眼鏡購買人口は2015年以降緩やかに増加



メガネ市場の環境

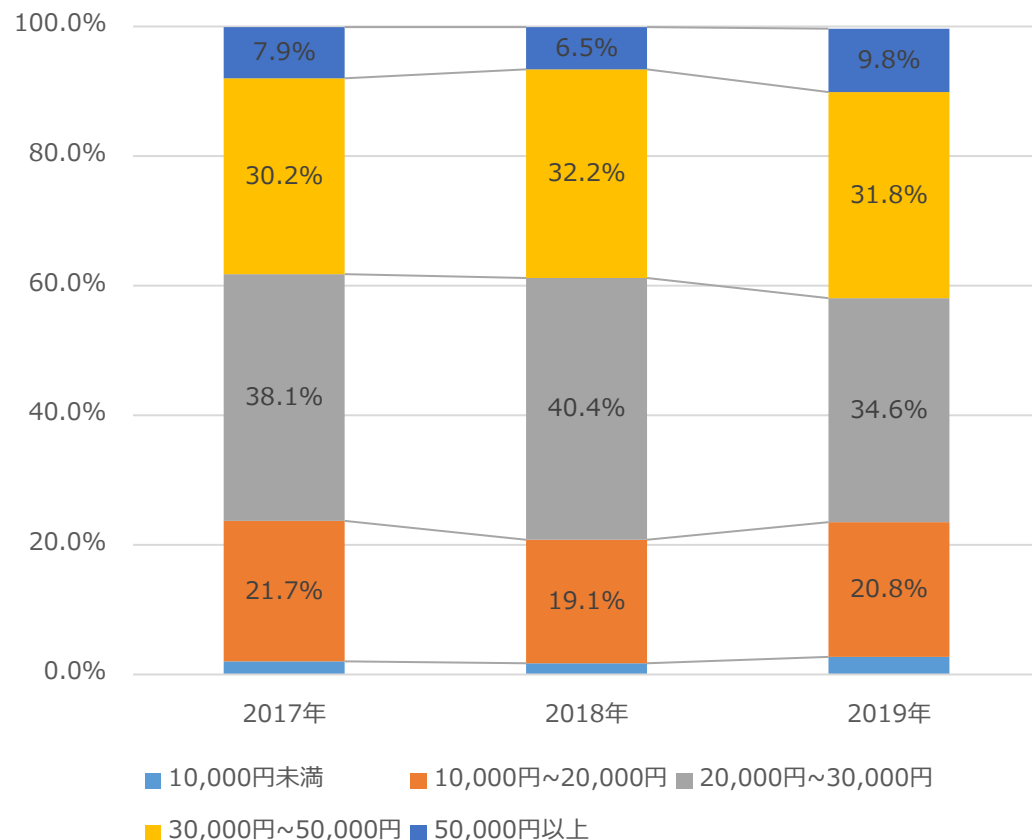
45歳以上のミドル・シニアは、人口で見れば50%超となり、メガネ一式市場に占める45歳以上の割合が約70%。45歳以上の装用比率が高く、遠近や中近等の高単価メガネの使用率が高い為、一式平均単価は30,000円超が41.6%となり前年（2018年）比2.9pt増となる

■ 45歳以上の構成比



出所：「眼鏡DB2020」より当社にて作成

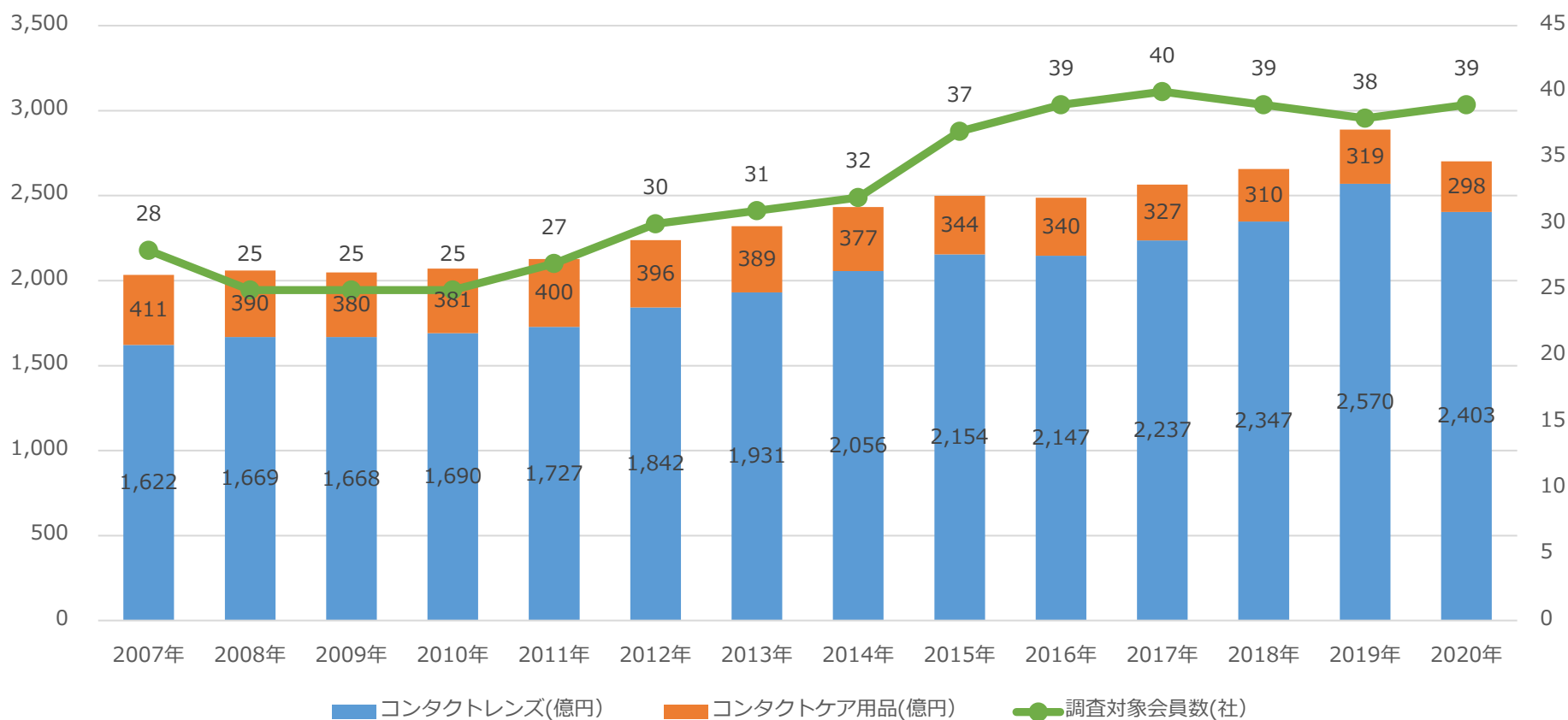
■ メガネ一式平均単価



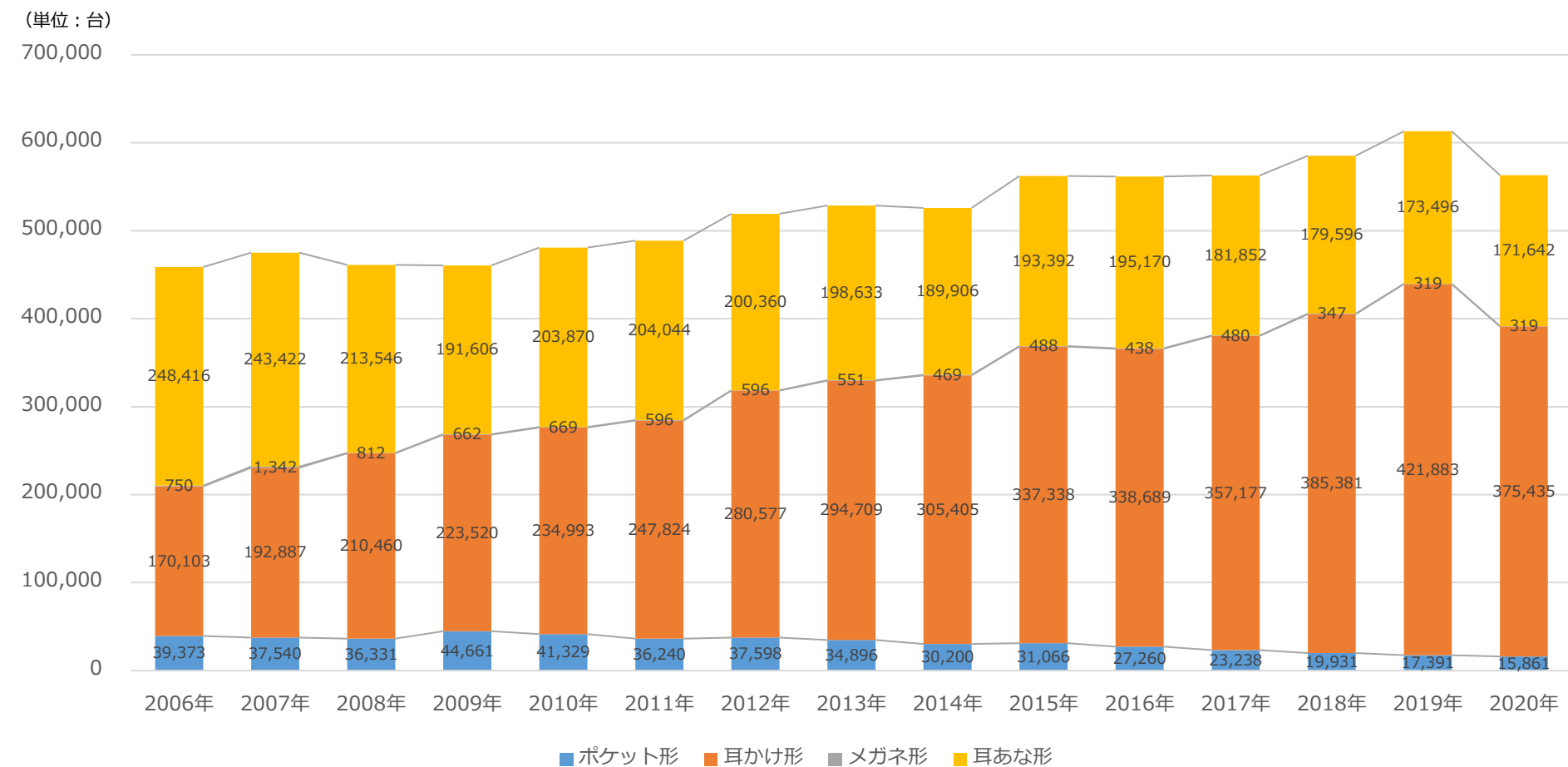
出所：「眼鏡DB2020」より当社にて作成

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。



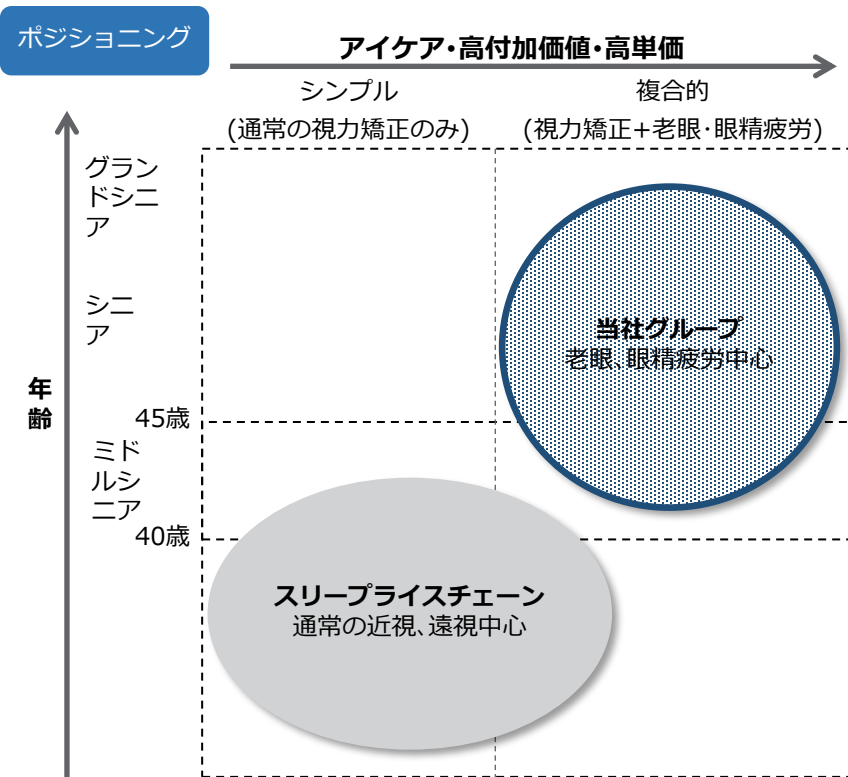
日本国内における補聴器の出荷台数は、2020年は563,257台（前年比91.9%）



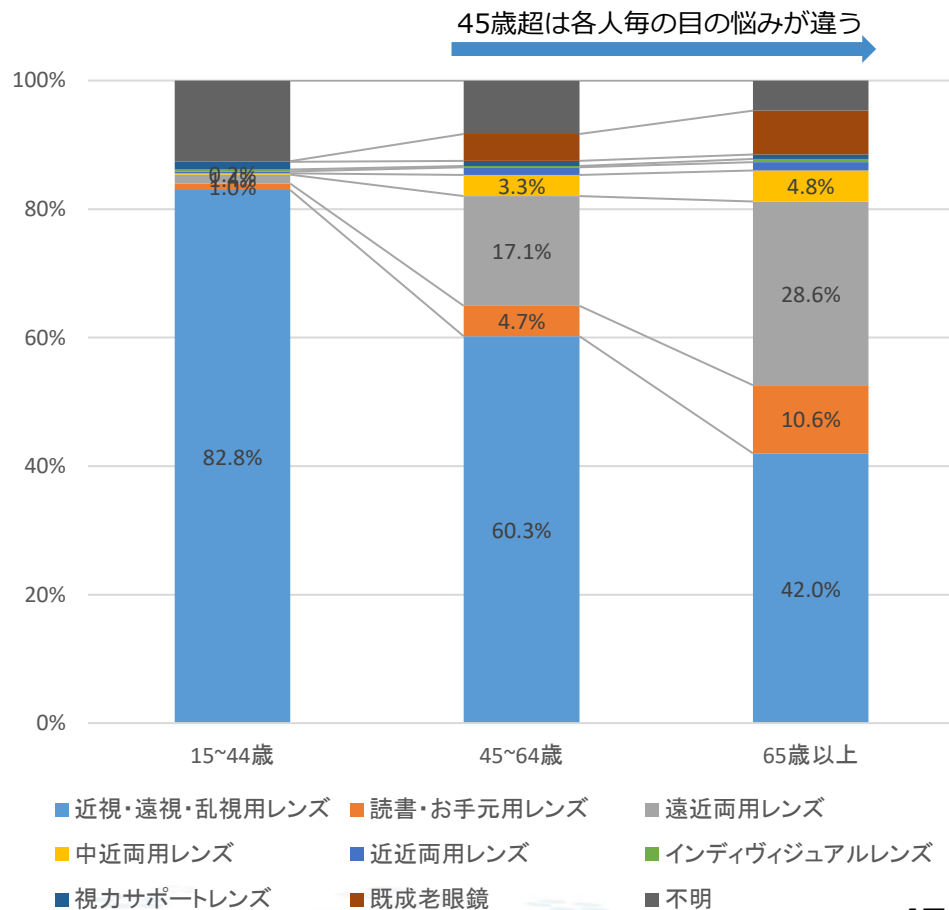
単価向上の背景にあるポジショニング

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



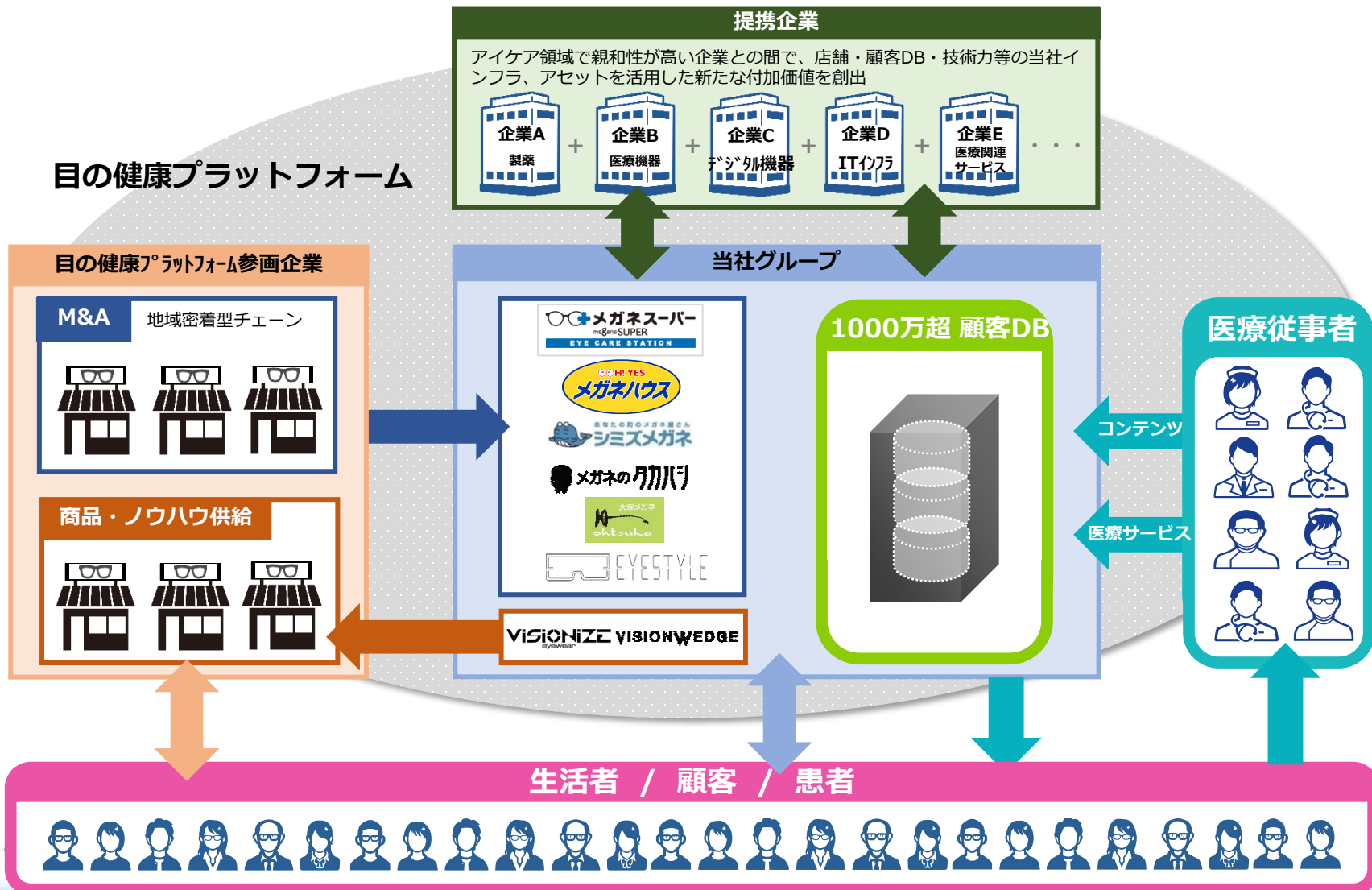
■ 年齢別主に使用するレンズの種類（市場全体）



当社が目指す向性

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

目の健康プラットフォーム



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



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
- フレーム調整
- 鼻パッド調整
- メガネ修理
- メガネ調整
- フレーム調整
- 鼻もとの調整



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



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

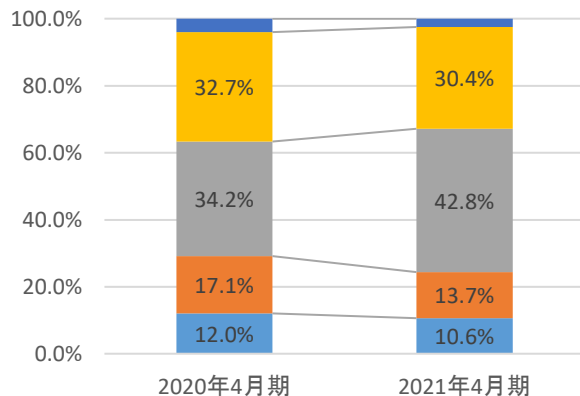
- ・トータルアイ検査の拡充
→世代別検査メニュー導入
- ・HYPER保証プレミアム
- ・コンタクト定期便
- ・他社購入メガネの調整
- ・サプリ、目薬等の販売等

- ・トータルアイ検査の更なる拡充
- ・夜間視力検査機器導入
- ・アイケア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

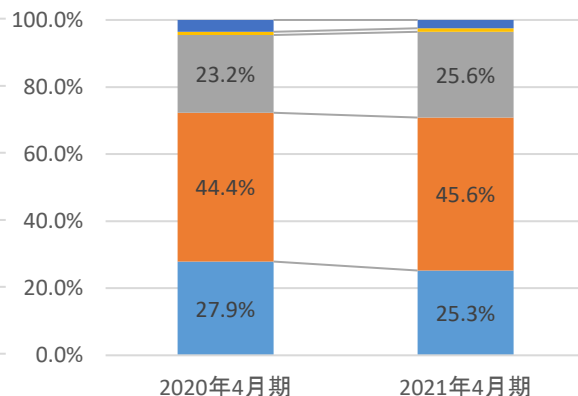
年齢別・購入品目の件数及び金額割合（2021年4月期実績）

年齢別・件数

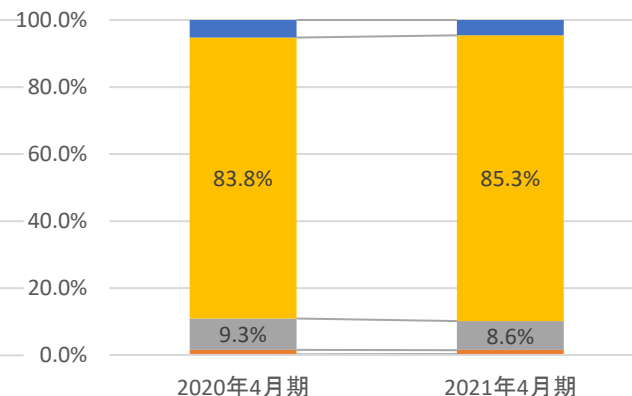
メガネ



コンタクトレンズ

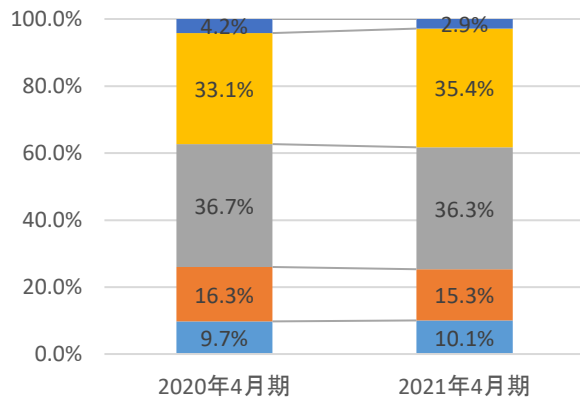


補聴器

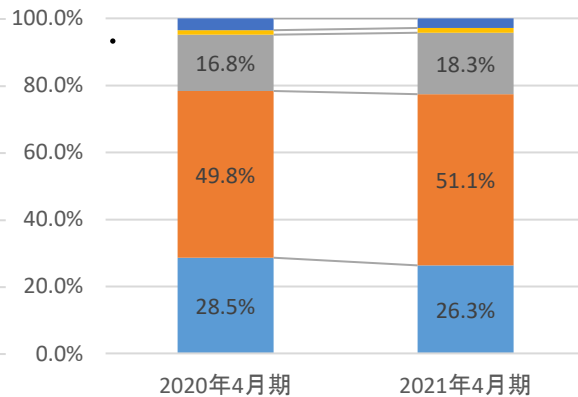


年齢別・金額

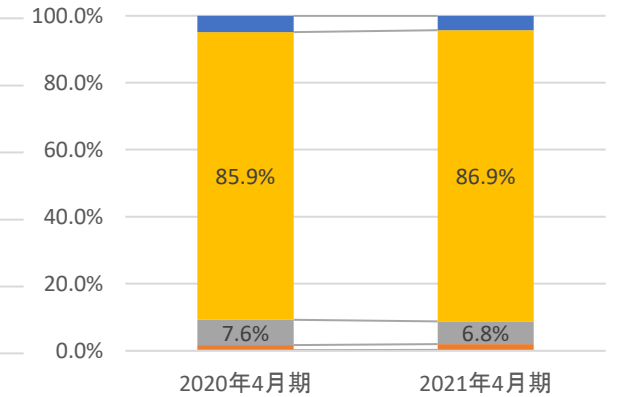
メガネ



コンタクトレンズ



補聴器



0-24歳 25-44歳 45-64歳 65歳- 不明

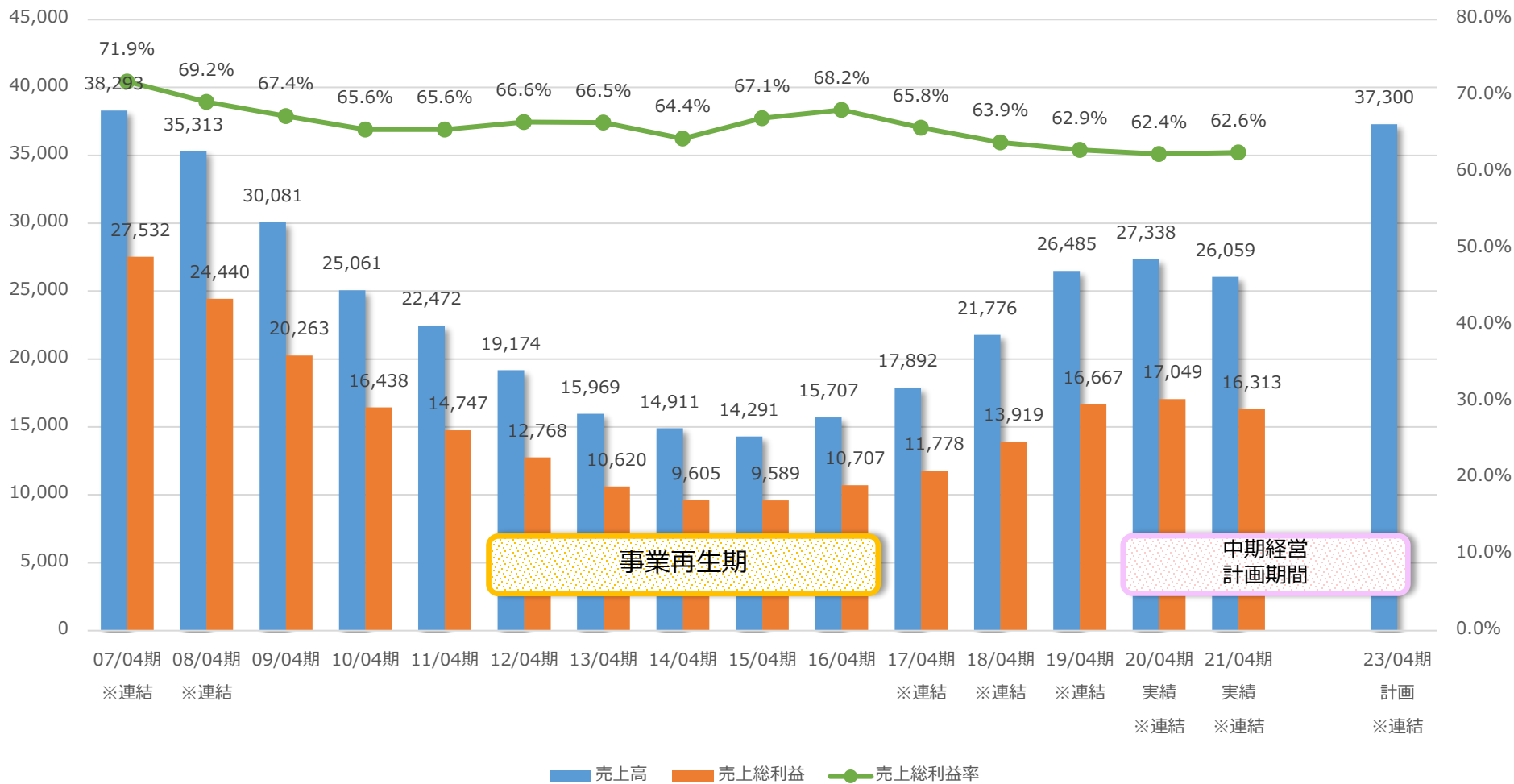
0-14歳 25-34歳 45-54歳 65歳- 不明

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

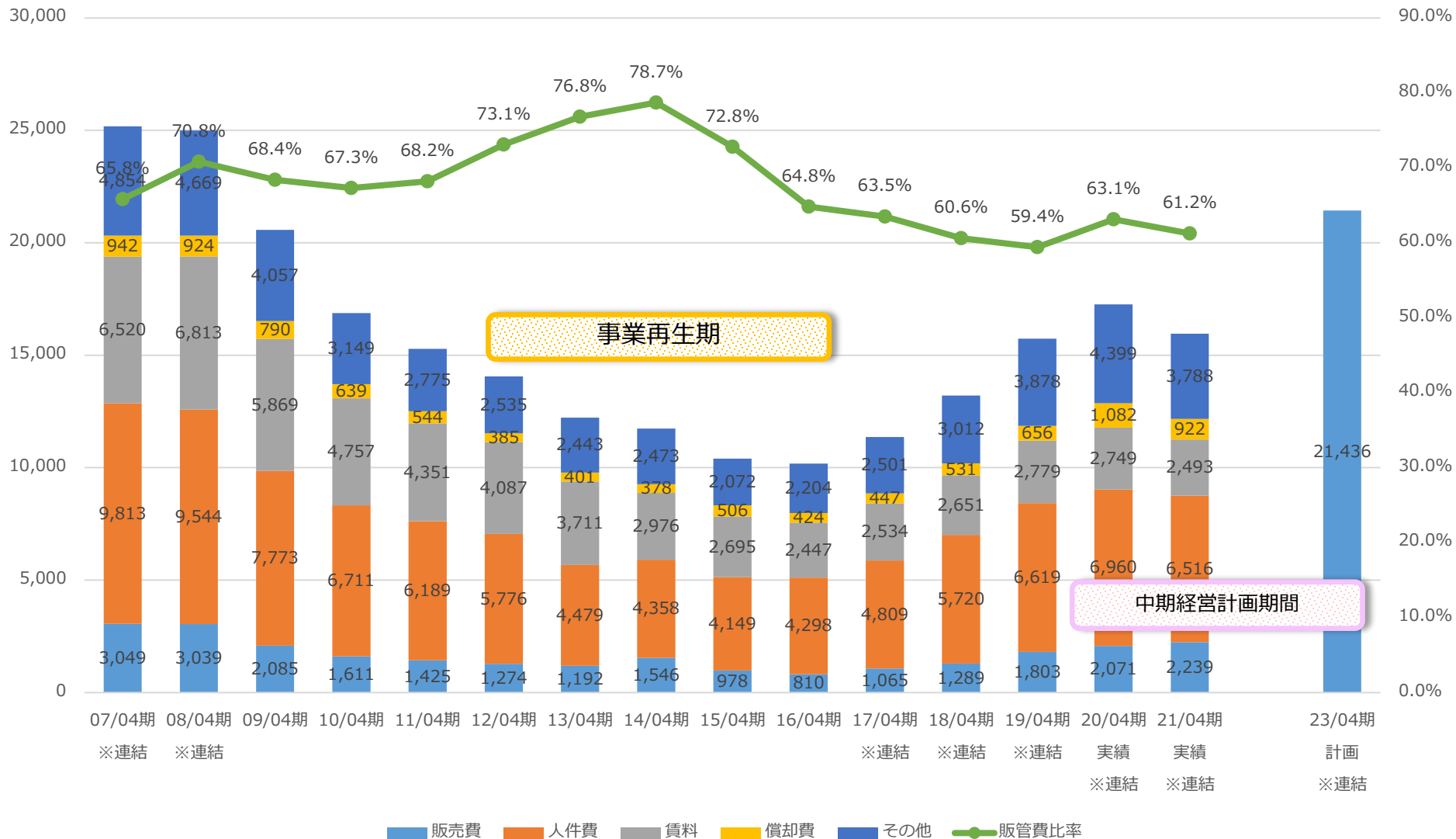
(単位：百万円)



業績推移

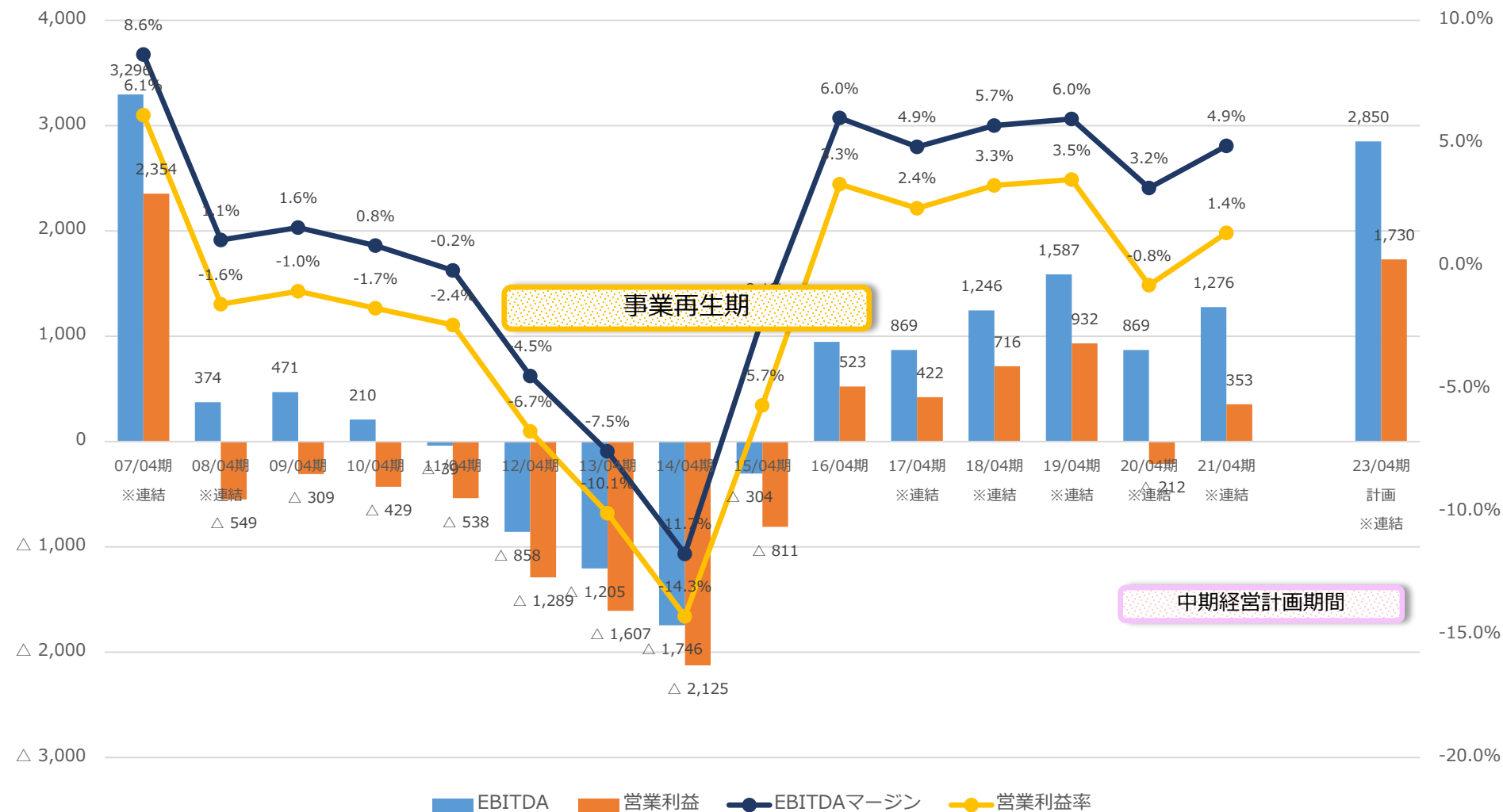
販売費及び一般管理費

(単位：百万円)



EBITDA / 営業利益

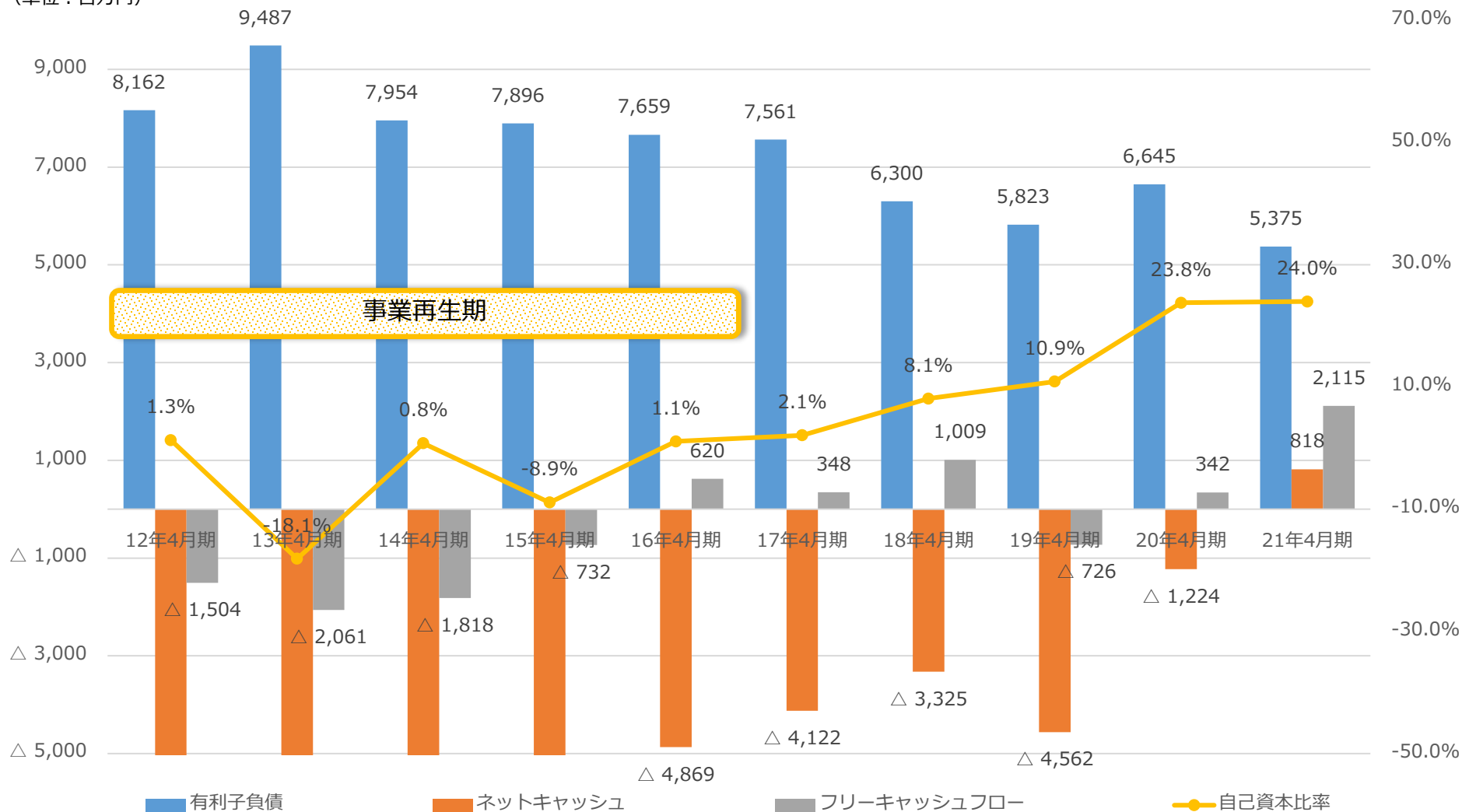
(単位：百万円)



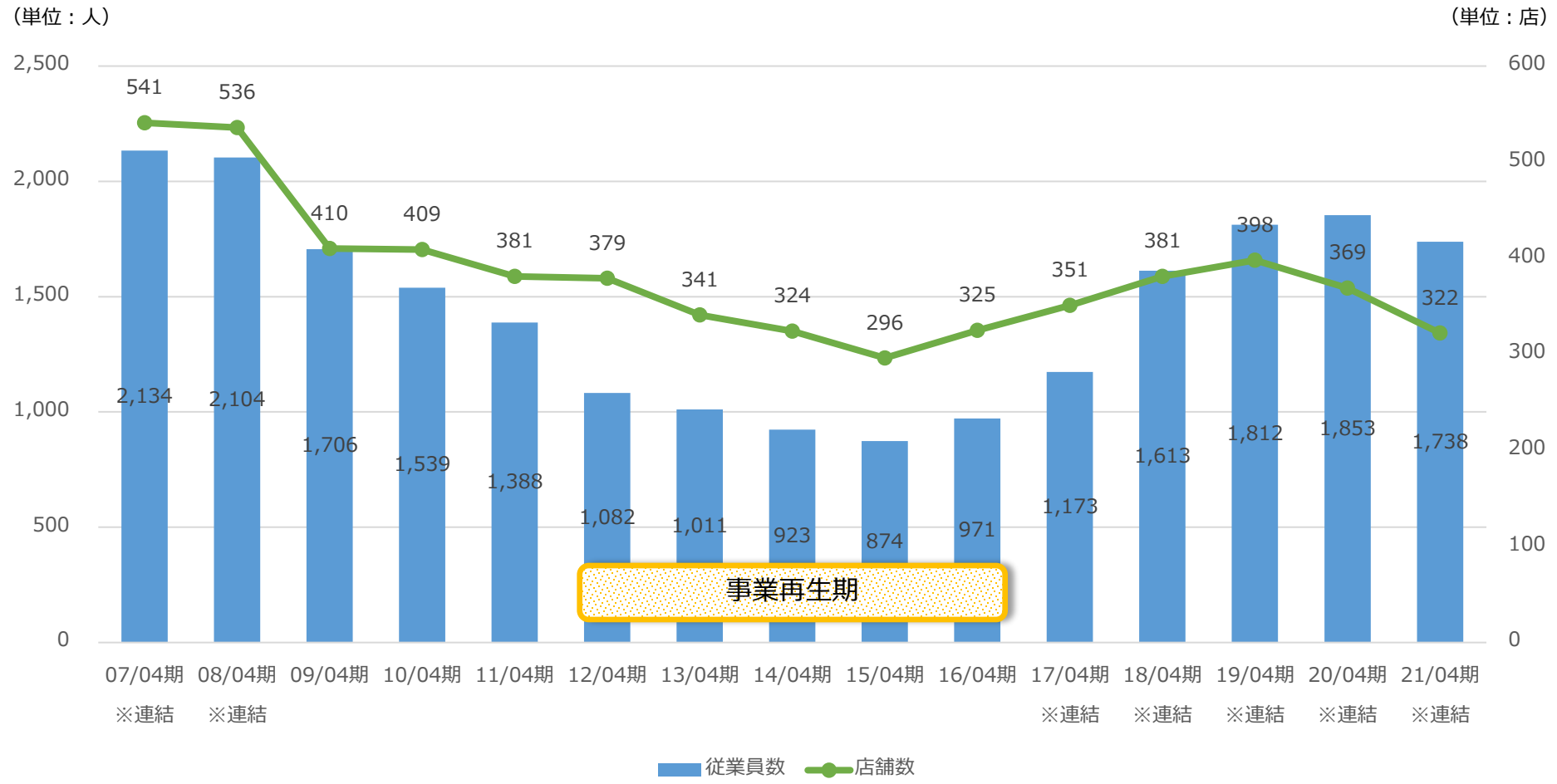
※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費（有形・無形固定資産） + 各種償却費 + 利息費用 + 履行差額 + 株式報酬費用

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

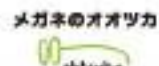
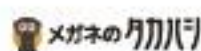
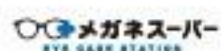


会社概要（2022年1月31日現在）

| | | | |
|----------|--------------------------------------------------------------------|----|-----|
| 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 | 325店舗 | | |
| グループ従業員数 | 1,600名 | | |



VISIONARY HOLDINGS



 VH Retail Service  ENHANLABO  VISIONWEDGE  VISIONIZE  SENSE+AID

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.