

2025年1月期 第3四半期

決算説明資料



December 2024

Japan Eyewear Holdings 株式会社（証券コード5889）

Contents

01 2025年1月期 第3四半期 業績概況

02 JEHグループのビジネスモデルと成長戦略

01

2025年1月期 第3四半期 業績概況

2025年1月期 通期業績予想の修正について

売上高が好調に推移していること、また、想定以上に利益率が高まっていることを踏まえ、以下の通り通期業績予想を上方修正いたします。また、これに伴い、期末の配当予想を修正し1株当たり29円とします。年間の配当予想は従来の44円から51円となります。

(単位：百万円)

| | 2024/1期実績 | 当初予想 | 修正予想 | 修正予算 対当初予算 | 修正予算 対2024/1期 |
|------------------|-----------|---------|---------|---------------|------------------|
| 売上収益 | 13,528 | 14,960 | 16,090 | 7.6% | 18.9% |
| 営業利益 | 3,700 | 4,300 | 5,000 | 16.3% | 35.1% |
| 営業利益率 | 27.4% | 28.7% | 31.1% | | |
| EBITDA | 5,181 | 5,900 | 6,650 | 12.7% | 28.3% |
| 税引前利益 | 3,295 | 3,900 | 4,570 | 17.2% | 38.7% |
| 親会社の所有者に帰属する当期利益 | 2,217 | 2,680 | 3,090 | 15.3% | 39.4% |
| 1株当たり利益 | ¥110.05 | ¥111.93 | ¥128.76 | | |
| 1株当たり年間配当額 | ¥19 | ¥44 | ¥51 | | |

エグゼクティブサマリー

第3四半期も中間期までに引き続き、店舗売上を中心に順調に推移しており、9か月間累計の売上収益は前年同期比+24.8%の120億円となりました。期末に近づくにつれ前年ハードルが高くなり、成長率は少しずつゆるやかになっておりますが、依然、高い成長率を維持しております。また、好調な売上が背景として、営業利益率は32.4%と高水準を維持しています。これにより、9か月間累計の営業利益は前年同期比+46.4%の39億円となりました。

連結

(IFRSベース)

売上収益

120 億円

VS.2024/1期Q3 124.8%

売上総利益率

78.9 %

VS.2024/1期Q3 +1.5 pt

販管費

56 億円

(売上比46.5%)

VS.2024/1期Q3 116.9%

営業利益

39 億円

(売上比32.4%)

VS.2024/1期Q3 146.4%

四半期利益

24 億円

(売上比20.0%)

VS.2024/1期Q3 156.8%

調整後EBITDA

51 億円

(売上比42.9%)

VS.2024/1期Q3 134.5%

単体

金子眼鏡(株) 既存店売上高 前年比

9か月間累計 **117.1 %**Q3(3カ月) **109.8 %**

(株)フォーナインズ 既存店売上高 前年比

9か月間累計 **116.1 %**Q3(3カ月) **108.9 %**

連結 PL (前年同期比)

(単位：百万円)

| (IFRSベース) | 2024/1期Q3 | 2025/1期Q3 | 増減 | 前年同期比 |
|-------------------|-----------|-----------|-------|---------|
| 売上収益 | 9,689 | 12,095 | 2,406 | 124.8% |
| 売上原価 | 2,191 | 2,550 | 358 | 116.4% |
| 売上総利益 | 7,497 | 9,545 | 2,047 | 127.3% |
| 販売費及び一般管理費 | 4,816 | 5,630 | 813 | 116.9% |
| その他の収益/その他の費用 (▲) | 0 | 8 | 9 ▲ | 1116.6% |
| 営業利益 | 2,680 | 3,923 | 1,243 | 146.4% |
| EBITDA | 3,769 | 5,154 | 1,384 | 136.7% |
| 調整後EBITDA | 3,857 | 5,188 | 1,330 | 134.5% |
| 金融収益/金融費用 (▲) | ▲ 314 | ▲ 343 | ▲ 29 | 109.3% |
| 税引前四半期利益 | 2,365 | 3,579 | 1,214 | 151.3% |
| 法人所得税費用 | 819 | 1,156 | 336 | 141.1% |
| 四半期利益 | 1,546 | 2,423 | 877 | 156.8% |
| 調整後四半期利益 | 1,603 | 2,447 | 843 | 152.6% |
| 売上総利益率 | 77.4% | 78.9% | | |
| 営業利益率 | 27.7% | 32.4% | | |
| EBITDA率 | 38.9% | 42.6% | | |

注:

- EBITDA=営業利益+減価償却費+識別可能資産償却
- 調整後EBITDA=EBITDA(営業利益+減価償却費+識別可能資産償却費)+上場準備費用(注3)+買取関連費用(注4)
- 上場準備や国際会計基準(IFRS)導入に係るアドバイザー費用や外部コンサルタント費用等の上場に関連する一時的な費用であります。
- 2025年1月期に株式会社タイホウを買収した際の費用であります。

販売経路別売上収益

(IFRSベース)

(単位：百万円)



| | 2024/1期Q3 | 2025/1期Q3 | 増減 | 前年同期比 |
|--------|-----------|-----------|-------|--------|
| 店舗売上高 | 5,600 | 7,211 | 1,610 | 128.8% |
| 国内卸売上高 | 202 | 238 | 36 | 117.8% |
| 海外卸売上高 | 365 | 442 | 77 | 121.2% |
| その他売上高 | 19 | 9 | ▲ 9 | 49.9% |
| 小計 | 6,188 | 7,902 | 1,714 | 127.7% |



| | 2024/1期Q3 | 2025/1期Q3 | 増減 | 前年同期比 |
|--------|-----------|-----------|-------|----------|
| 店舗売上高 | 1,742 | 2,270 | 528 | 130.3% |
| 国内卸売上高 | 1,143 | 1,172 | 29 | 102.6% |
| 海外卸売上高 | 614 | 695 | 81 | 113.2% |
| その他売上高 | 1 | 54 | 52 | 3,241.1% |
| 小計 | 3,501 | 4,192 | 691 | 119.8% |
| 売上合計 | 9,689 | 12,095 | 2,406 | 124.8% |

連結 販管費

(IFRSベース)

(単位：百万円)

| | 2024/1期Q3 | 2025/1期Q3 | 増減/pt差 | 前年同期比 |
|---------------|-----------|-----------|---------|--------|
| 販売費および一般管理費合計 | 4,816 | 5,630 | 813 | 116.9% |
| 売上比 | 49.7% | 46.5% | ▲ 3.2Pt | - |
| 人件費 | 1,987 | 2,180 | 192 | 109.7% |
| 売上比 | 20.5% | 18.0% | ▲ 2.5Pt | - |
| 減価償却費* | 1,053 | 1,191 | 137 | 113.0% |
| 売上比 | 10.9% | 9.8% | ▲ 1.0Pt | - |
| 賃借料 | 519 | 676 | 157 | 130.2% |
| 売上比 | 5.4% | 5.6% | 0.2Pt | - |
| 支払手数料 | 264 | 352 | 87 | 133.1% |
| 売上比 | 2.7% | 2.9% | 0.2Pt | - |
| 販売促進費 | 259 | 311 | 51 | 120.0% |
| 売上比 | 2.7% | 2.6% | ▲ 0.1Pt | - |
| 販売代行手数料 | 124 | 209 | 84 | 167.5% |
| 売上比 | 1.3% | 1.7% | 0.4Pt | - |
| 広告宣伝費 | 37 | 48 | 10 | 129.1% |
| 売上比 | 0.4% | 0.4% | 0.0Pt | - |
| その他 | 569 | 661 | 91 | 116.1% |
| 売上比 | 5.9% | 5.5% | ▲ 0.4Pt | - |

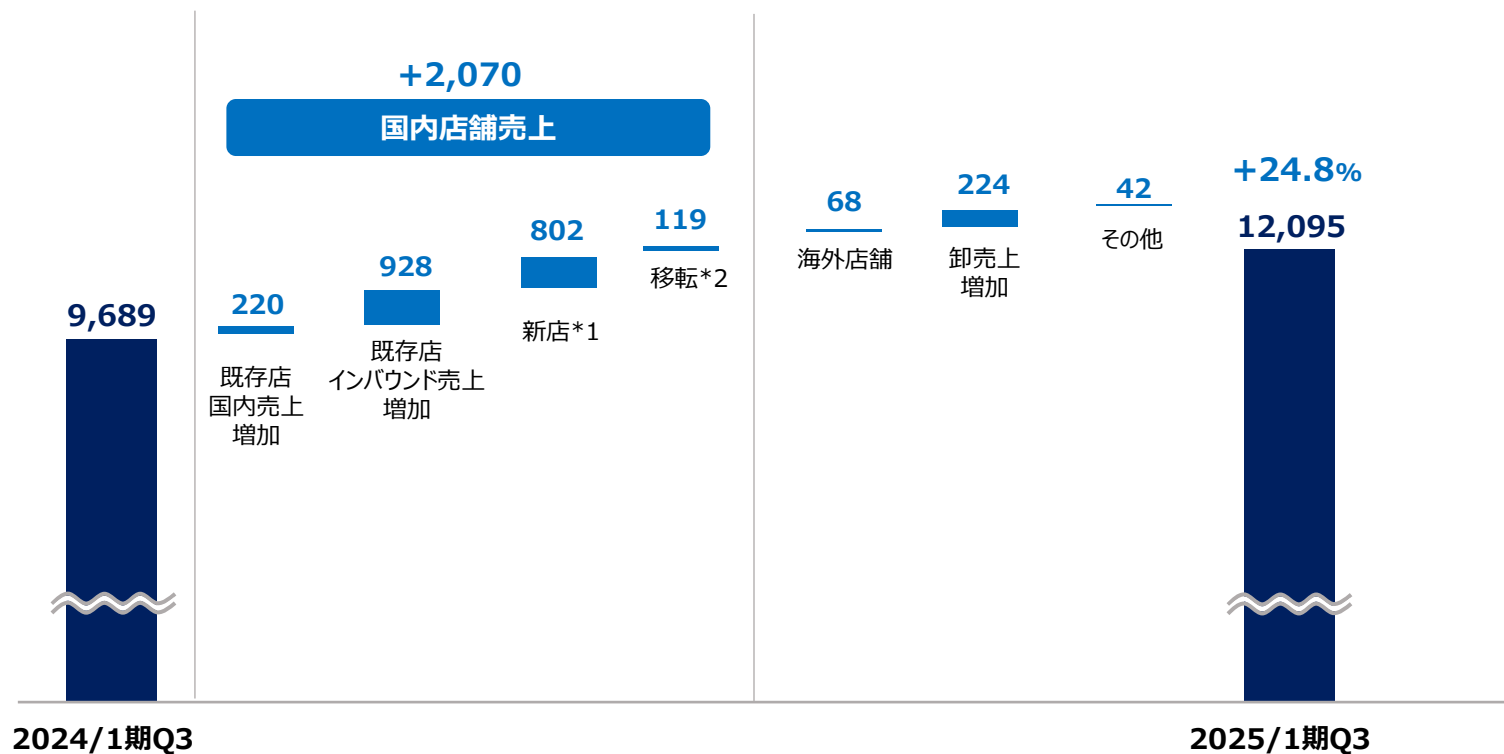
*減価償却費には店舗賃貸にかかる使用権資産の償却が含まれています。(2024/1期Q3 887百万円、2025/1期Q3 1,007百万円)

売上収益増減

(IFRSベース)

第3四半期累計

単位：百万円



注:

1. 2024年1月期新店9店舗、2025年1月期第3四半期新店5店舗の影響額
2. 2024年1月期移転1店舗、2025年1月期第3四半期移転3店舗の影響額

連結 PL（3か月間・前年同期比）

(IFRSベース)

(単位：百万円)

| | 2024/1期Q3 (8月～10月) | 2025/1期Q3 (8月～10月) | 増減 | 前年同期比 |
|-------------------|-----------------------|-----------------------|-----|--------|
| 売上収益 | 3,286 | 3,795 | 509 | 115.5% |
| 売上原価 | 745 | 784 | 39 | 105.3% |
| 売上総利益 | 2,540 | 3,011 | 470 | 118.5% |
| 販売費及び一般管理費 | 1,651 | 1,837 | 185 | 111.2% |
| その他の収益/その他の費用 (▲) | ▲ 3 | ▲ 4 | 0 | — |
| 営業利益 | 885 | 1,169 | 283 | 132.0% |
| EBITDA | 1,258 | 1,589 | 330 | 126.3% |
| 調整後EBITDA | 1,311 | 1,592 | 281 | 121.5% |
| 金融収益/金融費用 (▲) | ▲ 101 | ▲ 72 | 29 | 70.8% |
| 税引前四半期利益 | 783 | 1,096 | 313 | 140.0% |
| 法人所得税費用 | 269 | 350 | 81 | 130.2% |
| 四半期利益 | 514 | 746 | 232 | 145.2% |
| 調整後四半期利益 | 548 | 748 | 199 | 136.5% |
| 売上総利益率 | 77.3% | 79.3% | | |
| 営業利益率 | 26.9% | 30.8% | | |
| EBITDA率 | 38.3% | 41.9% | | |

注:

- EBITDA=営業利益+減価償却費+識別可能資産償却
- 調整後EBITDA=EBITDA(営業利益+減価償却費+識別可能資産償却費)+上場準備費用(注3)+買取関連費用(注4)
- 上場準備や国際会計基準(IFRS)導入に係るアドバイザー費用や外部コンサルタント費用等の上場に関連する一時的な費用であります。
- 2025年1月期に株式会社タイホウを買収した際の費用であります。

販売経路別売上収益（3か月間）

(IFRSベース)

(単位：百万円)



| | 2024/1期Q3 (8月～10月) | 2025/1期Q3 (8月～10月) | 増減 | 前年同期比 |
|--------|-----------------------|-----------------------|-----|--------|
| 店舗売上高 | 1,955 | 2,359 | 404 | 120.7% |
| 国内卸売上高 | 52 | 64 | 12 | 123.8% |
| 海外卸売上高 | 111 | 114 | 2 | 102.6% |
| その他売上高 | 6 | ▲ 2 | ▲ 8 | -33.6% |
| 小計 | 2,126 | 2,537 | 410 | 119.3% |



| | 2024/1期Q3 (8月～10月) | 2025/1期Q3 (8月～10月) | 増減 | 前年同期比 |
|--------|-----------------------|-----------------------|------|----------|
| 店舗売上高 | 591 | 727 | 135 | 122.9% |
| 国内卸売上高 | 374 | 328 | ▲ 46 | 87.7% |
| 海外卸売上高 | 192 | 165 | ▲ 26 | 86.2% |
| その他売上高 | 0 | 36 | 35 | 9,600.5% |
| 小計 | 1,159 | 1,258 | 98 | 108.5% |
| 売上合計 | 3,286 | 3,795 | 509 | 115.5% |

連結 販管費（3か月間）

(IFRSベース)

(単位：百万円)

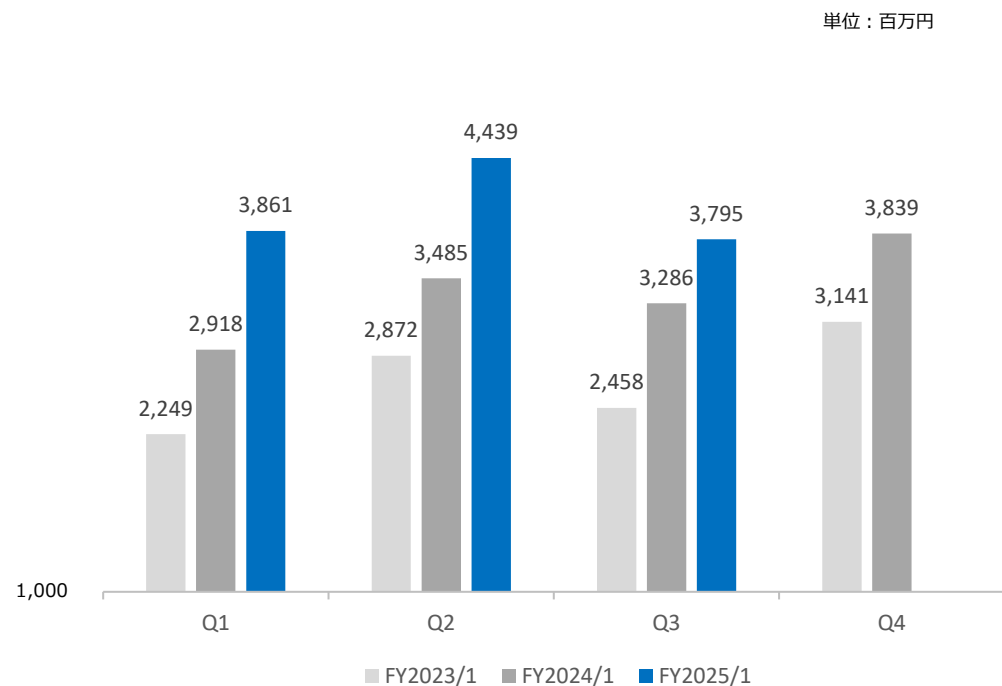
| | 2024/1期Q3 (8月～10月) | 2025/1期Q3 (8月～10月) | 増減/pt差 | 前年同期比 |
|---------------|-----------------------|-----------------------|---------|--------|
| 販売費および一般管理費合計 | 1,651 | 1,837 | 185 | 111.2% |
| 売上比 | 50.3% | 48.4% | ▲ 1.9Pt | - |
| 人件費 | 665 | 725 | 60 | 109.0% |
| 売上比 | 20.3% | 19.1% | ▲ 1.1Pt | - |
| 減価償却費* | 361 | 407 | 45 | 112.6% |
| 売上比 | 11.0% | 10.7% | ▲ 0.3Pt | - |
| 賃借料 | 176 | 211 | 34 | 119.8% |
| 売上比 | 5.4% | 5.6% | 0.2Pt | - |
| 支払手数料 | 88 | 97 | 8 | 109.7% |
| 売上比 | 2.7% | 2.6% | ▲ 0.1Pt | - |
| 販売促進費 | 79 | 90 | 10 | 113.6% |
| 売上比 | 2.4% | 2.4% | ▲ 0.0Pt | - |
| 販売代行手数料 | 49 | 69 | 20 | 141.1% |
| 売上比 | 1.5% | 1.8% | 0.3Pt | - |
| 広告宣伝費 | 12 | 20 | 7 | 162.6% |
| 売上比 | 0.4% | 0.5% | 0.2Pt | - |
| その他 | 218 | 216 | ▲ 2 | 99.0% |
| 売上比 | 6.6% | 5.7% | ▲ 1.0Pt | - |

*減価償却費には店舗賃貸にかかる使用権資産の償却が含まれています。(2024/1期Q3 305百万円、2025/1期Q2 342百万円)

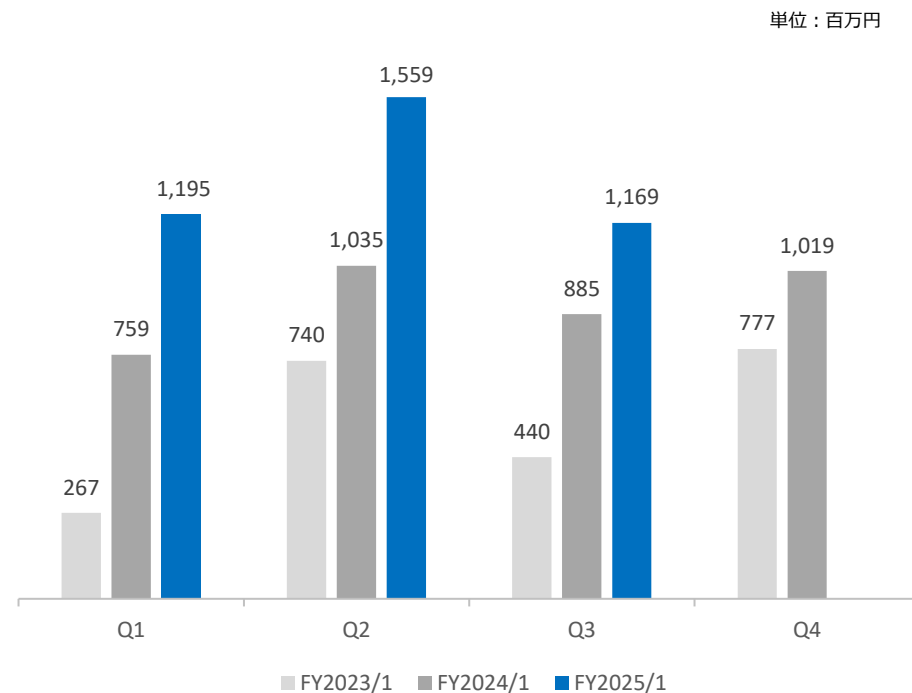
四半期別推移

(IFRSベース)

売上収益



営業利益



連結 BS

(IFRSベース)

(単位：百万円)

| | 2024/1月末 | 2024/10月末Q3 | 増減 | 対前期末 |
|---------|----------|-------------|-------|--------|
| 総資産 | 34,766 | 36,890 | 2,124 | 106.1% |
| 構成比 | 100.0% | 100.0% | - | - |
| 流動資産 | 7,240 | 6,984 | ▲ 255 | 96.5% |
| 構成比 | 20.8% | 18.9% | - | - |
| 非流動資産 | 27,526 | 29,905 | 2,379 | 108.6% |
| 構成比 | 79.2% | 81.1% | - | - |
| 流動負債 | 4,293 | 4,392 | 98 | 102.3% |
| 構成比 | 12.3% | 11.9% | - | - |
| 非流動負債 | 17,202 | 17,653 | 451 | 102.6% |
| 構成比 | 49.5% | 47.9% | - | - |
| 資本合計 | 13,270 | 14,844 | 1,574 | 111.9% |
| 構成比 | 38.2% | 40.2% | - | - |
| 銀行借入金残高 | 13,850 | 13,375 | ▲ 475 | 96.6% |
| 棚卸資産 | 1,497 | 1,800 | 302 | 120.2% |

連結 CF

(IFRSベース)

(単位：百万円)

| | 2024/1期Q3 | 2025/1期Q3 | 当期実績の主な内訳 | |
|------------------|-----------|-----------|----------------|--------|
| 営業キャッシュ・フロー（小計） | 3,639 | 5,059 | | |
| 営業キャッシュ・フロー | 2,215 | 3,605 | 税引前四半期利益 | +3,579 |
| | | | 減価償却費 | +1,230 |
| | | | 棚卸資産の増減額（▲は増加） | ▲232 |
| | | | 法人所得税の支払額 | ▲1,251 |
| 投資キャッシュ・フロー | ▲589 | ▲1,442 | 有形固定資産の取得による支出 | ▲1,240 |
| | | | 子会社株式の取得による支出 | ▲146 |
| 財務キャッシュ・フロー | ▲1,371 | ▲2,564 | 株主への配当金支払 | ▲981 |
| | | | 長期借入金の返済による支出 | ▲561 |
| | | | リース負債の返済による支出 | ▲1,002 |
| | | | 借入関連手数料の支払 | ▲100 |
| 現金及び現金同等物四半期期末残高 | 2,526 | 4,057 | | |

出退店

9か月間実績 出店* **10** 退店/移転 **3** 2025/1期Q3末店舗数 **105**

修正予想 出店* **11** 退店/移転 **5** 2025/1期末店舗数 **104**

| | 前期末 店舗数 | 9か月間実績 | | | 修正予想 | | 期末店舗数 (予想) |
|-------------------------------|------------|--------|-------|------------------|------|-------|---------------|
| | | 出店 | 退店/移転 | 2025/1Q3末 店舗数 | 出店 | 退店/移転 | |
| 金子眼鏡 (株) | 80 | 7 | 3 | 84 | 7 | 5 | 82 |
| KANEKO FRANCE SARL | 2 | - | - | 2 | - | - | 2 |
| 金子眼鏡 (上海) 有限公司 | 1 | 2 | - | 3 | 2 | - | 3 |
| JEH Hong Kong | | | | | 1 | - | 1 |
| (株) フォーナインズ | 14 | 1 | - | 15 | 1 | - | 15 |
| FOUR NINES SINGAPORE PTE.LTD. | 1 | - | - | 1 | - | - | 1 |
| 計 | 98 | 10 | 3 | 105 | 11 | 5 | 104 |

注:

* 近隣好立地への移転での出店を含む

出退店詳細

| 会社 | 月 | 出退店 | 店名 | 商業施設・住所 |
|---------------|-----|--------|-----------------------------|--------------------------|
| 金子眼鏡 (株) | 2月 | 新規出店 | 金子眼鏡店 成田国際空港第1ターミナル店 | 成田国際空港第1ターミナル 千葉県成田市 |
| | 2月 | 退店(移転) | KANEKO OPTICAL 枚方T-SITE店 | 枚方T-SITE 大阪府枚方市 |
| | 2月 | 退店(移転) | 金子眼鏡店 近鉄あべのハルカス店 | あべのハルカス近鉄本店 大阪府大阪市 |
| | 3月 | 退店(移転) | 金子眼鏡店 名古屋店 | デザインセンタービル クレアーレ 愛知県名古屋市 |
| | 3月 | 新規出店 | 金子眼鏡店 ルミネ大宮店 | ルミネ大宮 埼玉県さいたま市 |
| | 3月 | 出店(移転) | 金子眼鏡店 天王寺ミオ店 | 天王寺ミオ 大阪府大阪市 |
| | 3月 | 新規出店 | 金子眼鏡店 CoCoLo新潟店 | CoCoLo新潟 新潟県新潟市 |
| | 4月 | 出店(移転) | 金子眼鏡店 中日ビル店 | 中日ビル 愛知県名古屋市 |
| | 9月 | 出店(移転) | 金子眼鏡店 枚方モール店 | 枚方モール 大阪府枚方市 |
| | 9月 | 新規出店 | 金子眼鏡店 エミテラス所沢店 | エミテラス所沢 埼玉県所沢市 |
| (株) フォーナインズ | 4月 | 新規出店 | フォーナインズ 成田国際空港第2ターミナル店 | 成田国際空港第2ターミナル 千葉県成田市 |
| 金子眼鏡 (上海)有限公司 | 4月 | 新規出店 | 金子眼鏡店 思南公館店 | 思南公館 中国上海市 |
| | 8月 | 新規出店 | 金子眼鏡店 洛克・外滩源店 | ROCKBUND 中国上海市 |
| JEH Hong Kong | 11月 | 新規出店 | 金子眼鏡店 Pedder Arcade | Pedder Building 香港特別行政区 |
| 金子眼鏡 (株) | 1月 | 退店 | KANEKO OPTICAL マークイズ福岡ももち店 | MARK IS 福岡ももち 福岡県福岡市 |
| | 1月 | 退店 | KANEKO OPTICAL イオンモールむさし村山店 | イオンモールむさし村山店 東京都武蔵村山市 |

キャピタル・アロケーション

潤沢に産み出されるキャッシュを原資として、株主還元と借入金返済、成長投資を適切なバランスで実施してまいります。

潤沢に創出される営業キャッシュ・フロー

- ◆ 積極的な株主還元
- ◆ 借入金返済
- ◆ 国内・海外における店舗投資の実施
- ◆ 製造力強化への投資

配当政策

将来の事業展開と経営体質の強化のために必要な内部留保を確保しつつ、安定した配当を継続して実施していくことを基本方針としており、年間配当性向**40%**を目安として配当を実施する方針です。

2025年1月期年間配当は当初予想の1株当たり44円を1株当たり**51円**に修正いたします。

なお、中間配当については当初計画通り22円を実施済みですので、期末配当は当初予想の22円から**29円**に修正いたします。

2025年1月期 第3四半期 主要施策



国内出店
計8店

両ブランド計8店舗の
国内新規出店実施
(うち3店舗は既存店の
好立地への移転)



中国2号店
・3号店
出店

中国2号店 (4月)
及び3号店 (8月) を
上海にオープン



インバウンド売上
約**24億**円達成

インバウンド急回復により、
合計2,386百万円
のインバウンド顧客向け
売上達成



継続的な
価格改定
の実施

両ブランドにおいて
価格改定を実施

2024年5月 鯖江の眼鏡製造事業者である株式会社タイホウを子会社化

2024年7月 銀行借入の借換えを実施し、金利負担を低減

2024年11月 香港1号店を出店

出店

2024年3月 OPEN

金子眼鏡店 天王寺ミオ店



2024年3月 OPEN

金子眼鏡店 ルミネ大宮店



2024年4月 OPEN

フォーナインズ
成田国際空港第2ターミナル店



2024年4月 OPEN

金子眼鏡店 中日ビル店



2024年9月 OPEN

金子眼鏡店 枚方モール店



2024年9月 OPEN

金子眼鏡店 エミテラス所沢店

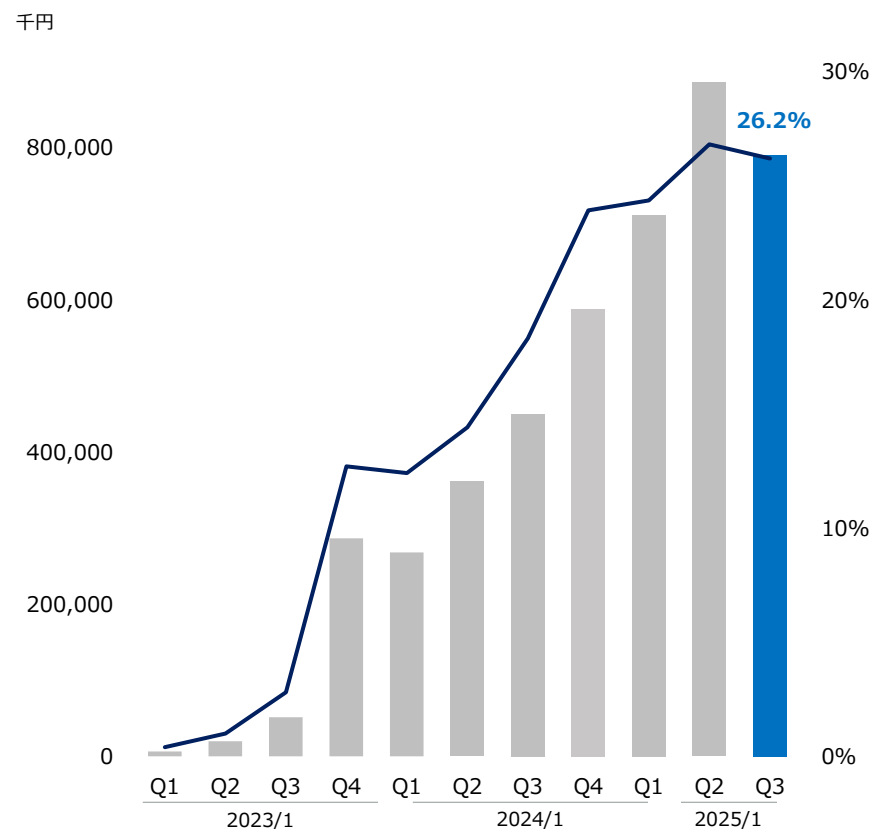


訪日外国人数の増加に伴うインバウンド需要の取り込み

インバウンド向け売上は引き続き好調

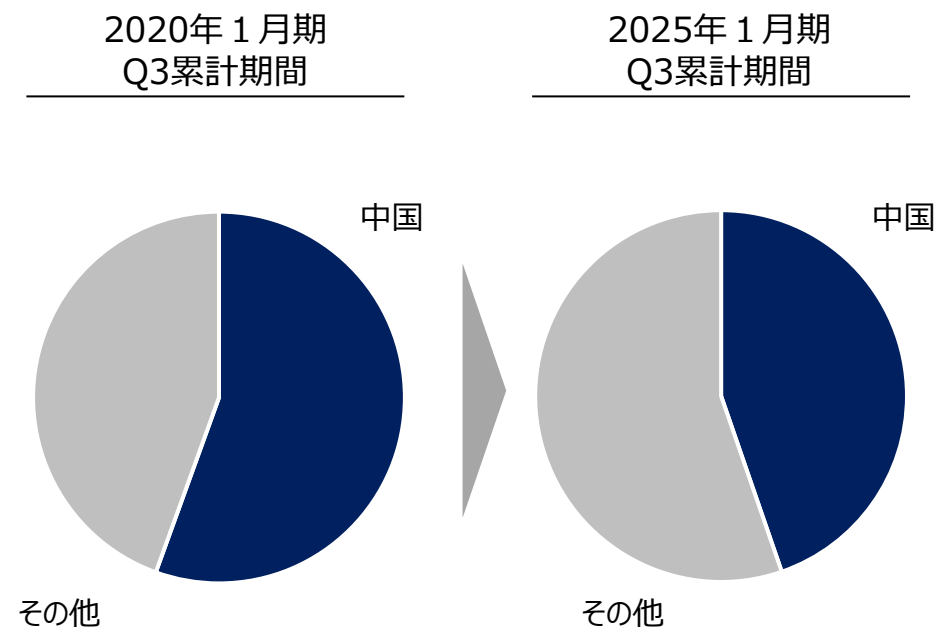
回復途上の中国からの訪日者の需要が戻るとインバウンド売上収益の更なる向上が期待

インバウンド売上収益と店舗売上に占める割合の推移⁽¹⁾



注:
1. 国内直営店における訪日外国人顧客による売上収益（卸販売先におけるインバウンド売上は含まない）

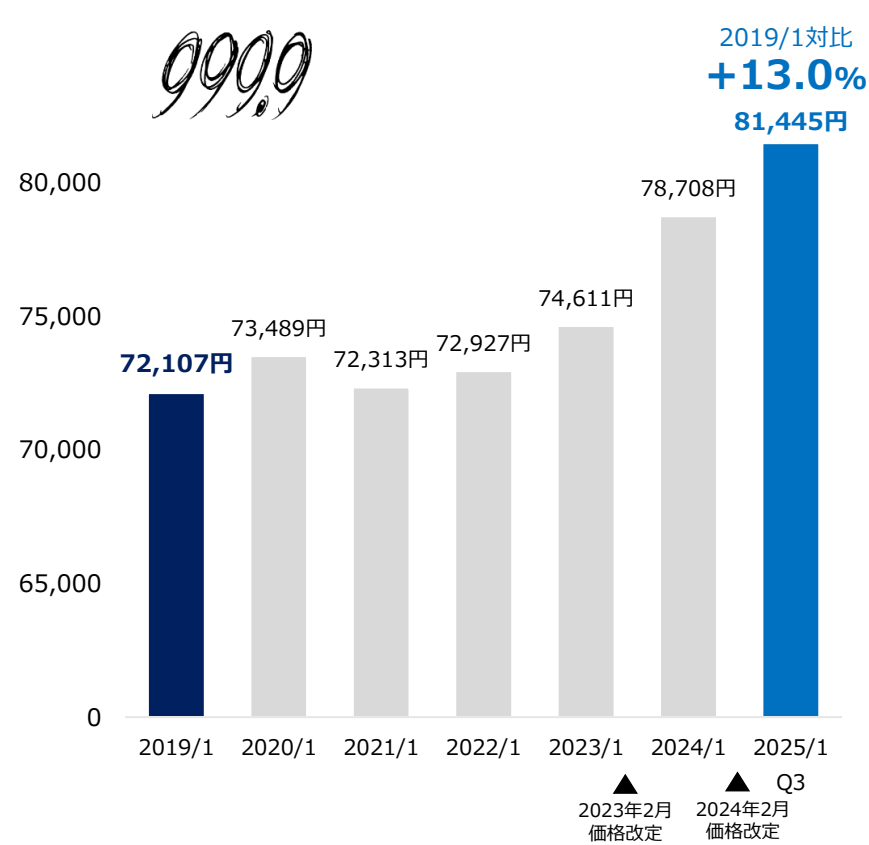
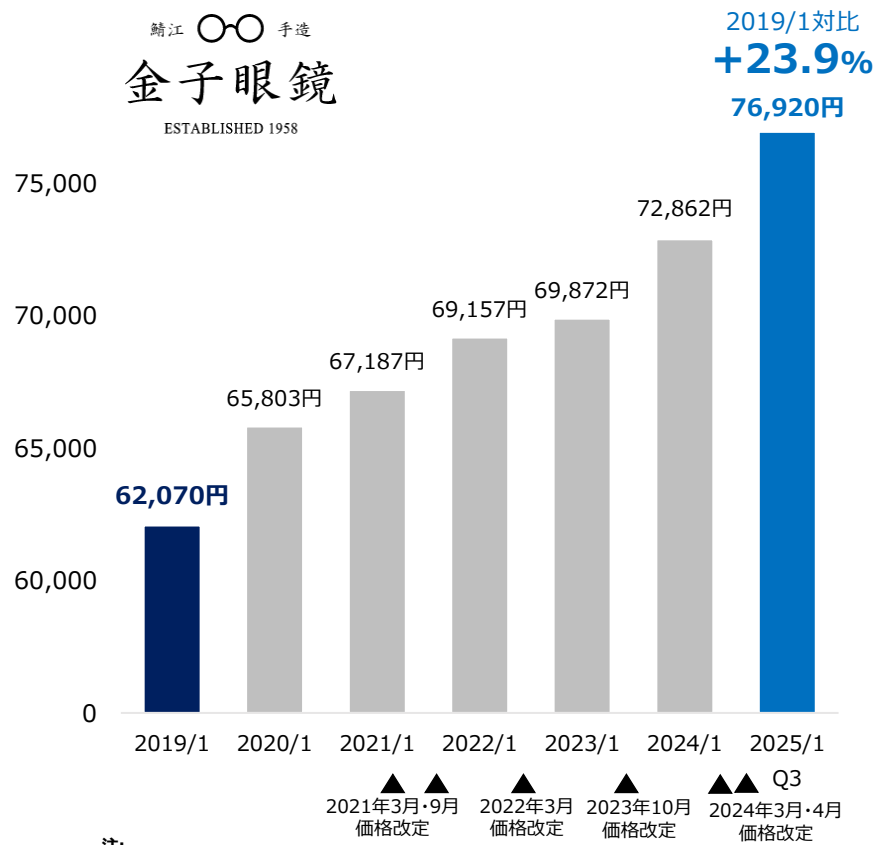
JEHのインバウンド売上収益の内訳



ブランド力を背景とした継続的な既存店成長

国内アイウェア市場においてプレゼンスの高い2つのブランドを有することで多様なカテゴリの商品を提供でき、グループとしてのブランド力は更に向上
結果として一式単価の継続的な向上を通じて既存店成長を実現する

一式単価の継続的な向上 (1)



注: 1. 一式単価はフレーム及びレンズの購入単価合計。各期2/1~1/31の集計結果

香港 1号店について

中国本土における出店に引き続いて、2024年11月、香港に1号店をオープン



■ 金子眼鏡店 Pedder Arcade

出店場所であるPedder Buildingは、香港のセントラル地区のペダーストリート沿いに位置する歴史的な商業ビルです。このビルは1924年に建設され、ボザール様式の建築が特徴で香港で現存する数少ない戦前の建物であり、香港政府によって2020年に一級歴史建築物に指定されました。国際的に有名なギャラリーが入居しており、アートシーンでも重要な位置を占めています。アートな空間でゆったりと眼鏡選びをお楽しみいただけます。

02

JEHグループのビジネスモデルと成長戦略

日本発のアイウェアカンパニー

世界を代表する眼鏡生産地「福井・鯖江」の熟練したクラフトマンシップにより、自社で企画・デザインする高品質のアイウェアを製造・販売⁽¹⁾

Japan Eyewear Holdings



眼鏡生産地「福井・鯖江」を代表する
国内アイウェア業界のトレンドリーダー

| | |
|---------------------|---|
| 創業 | 1958年 |
| 売上収益 | 86億円（2024年1月期）～約90%が店舗売上 |
| 店舗形態 | 直営店：国内84店舗、フランス2店舗、中国3店舗 （2024年10月末時点） |
| 一式単価 ⁽²⁾ | 約77,000円 |



金子眼鏡



SPIVVY



職人シリーズ



ISSEY MIYAKE
EYES

注：

1. 取扱店での販売もあり
2. 一式単価はフレーム及びレンズの購入単価合計。2025年1月期2Q実績



フォーナインズ

機能を磨き上げることで、最高純度の品質
美しいフォルムを表現する高級眼鏡ブランド

| | |
|---------------------|---------------------------------------|
| 創業 | 1995年 |
| 売上収益 | 49億円（2024年1月期）～店舗売上と卸売が約50%ずつ |
| 店舗形態 | 直営店：国内15店舗、シンガポール1店舗 （2024年10月末時点） |
| 一式単価 ⁽²⁾ | 約81,000円 |



999.9



999.9
feelsun



FN/
FOURNINES



PLAIDe

日本が世界に誇る鯖江ブランド

鯖江は眼鏡の世界三大産地として確固たる地位を確立

雇用の創出、持続可能で環境負荷の少ない耐久性のある高級品の製造を通じて地域の活性化を志向

世界有数の眼鏡産地「鯖江」で高品質な眼鏡を生産

鯖江は100年超の歴史を有する世界三大産地の一角

世界三大産地

| 主要産地 | 生産開始時期 | 生産形態 | 得意領域 |
|--------------|---------|---------|------------|
| 日本 鯖江 | 1905年～ | 分業生産 | 技術力・加工力 |
| イタリア Belluno | 1870年代～ | 企業内一貫生産 | デザイン・ブランド |
| 中国 深圳・東莞等 | 1980年代～ | 大量生産 | コストパフォーマンス |

生産シェア



「鯖江のめがね」は第1回 COOL JAPAN AWARD受賞



COOL JAPAN AWARDは、クールジャパン協議会が主催し、経産省らが後援する賞
「鯖江のめがね」はトヨタ自動車のMIRAIなどと同時に受賞

出所: 鯖江市PRサイト、Nikkei Value Search

鯖江の地域支援（ESGの取り組み）

継承した鯖江の伝統にイノベーションを与えて
次の世代へ伝承



9 産業と技術革新の基盤をつくろう

11 住み続けられるまちづくりを

鯖江の「ものづくり文化の継承・発展」を目指し、鯖江で製造

伝統的な素材と職人の技を受け継ぎつつ、常に最先端技術を取り込み

鯖江における製造拠点の設立

- 2009年

自社工場「BACKSTAGE」竣工
プラスチックフレームを一貫生産
- 2016年

自社工場「GLASSWORKS」竣工
メタルフレーム製造に特化
- 2019年

自社工場「BASEMENT」竣工
フレーム切削や研磨の一部を最先端ロボットが担う。イノベーションを強化



新たなデザイン・トレンドを実現させる一貫通貫のビジネスモデル

デザイン、製造・加工、販売までを自社で請け負うことがブランド価値の源泉

JEHの統合シナジーとして、フォーナインズ販売商品の金子眼鏡工場における製造や直営店出店の拡大を進める



注:
1. 金型・プレス・メタルフレームの一部の特殊な工程を除く

高いクオリティを実現する自社生産拠点

眼鏡の世界三大産地である「鯖江」で、金子眼鏡の自社工場を3拠点（合計で年間約10万本を製造）展開し、自らが理想とするラグジュアリー・アイウェアを追求

BASEMENT

メタルフレーム・プラスチックフレーム対応



BACKSTAGE

プラスチックフレーム専用



GLASSWORKS

メタルフレーム専用



新社屋・新工場建設

2024年竣工



- 国内外における増産への対応
- フォーナインズ販売商品の製造推進

新社屋・新工場について

2023年11月のIPO時に調達した公募増資資金により建設した、新社屋・新工場が2024年11月に竣工。
2025年春の工場稼働開始を目指す。



厳選されたロケーション及び店舗デザイン

優良立地へ洗練された店舗デザインを通じて出店することで、高い集客力と高級感のあるブランドイメージを醸成

ブランドイメージを醸成する優良立地への出店・店舗デザイン



金子眼鏡店 麻布台ヒルズ店

2023年 OPEN



9999

フォーナインズ 京都 祇園店

2023年 OPEN



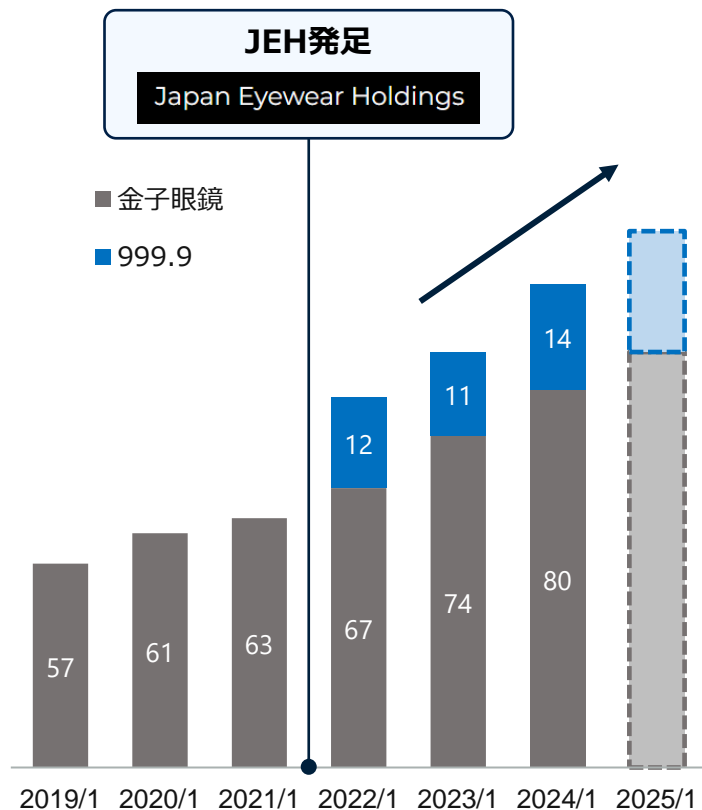
成長戦略ハイライト

- 1 両ブランドの厳選された国内新規出店による着実な成長
- 2 海外における店舗展開やパートナーシップの加速による更なる成長ポテンシャル
- 3 金子眼鏡／フォーナインズの統合によるグループシナジー
- 4 ブランド力を背景とした継続的な既存店成長と訪日外国人数の回復に伴うインバウンド需要の取り込み

① 両ブランドの厳選された国内新規出店による着実な成長

ブランド力を希薄化させないよう出店立地を厳選しながら、両ブランドともに安定的な出店の継続を目指す

国内店舗数（直営店）推移（1）



2024/1期以降に目指す出店目標



- 金子眼鏡のノウハウを活用し、直営店舗の出店を強化
- まずは感度の高い都心に店舗を出店



- 引き続きブランドを発信できる都心の一等地の路面店・百貨店及び商業施設を中心に出店
- 国内においてはブランド力が浸透している中で、地方への展開も強化

両ブランド合計で年間5～10店舗程度の着実な新規出店を継続する⁽²⁾
 （より好立地への移転を含むため、純増は数店舗程度の見込み）




注：
 1. 各決算期末時点の店舗数。フォーナインズの店舗数はJEH発足以降
 2. 既存店舗の近隣好立地への移転を含む

2 海外における店舗展開やパートナーシップの加速による更なる成長ポテンシャル

ブランドを醸成しながら、成長著しいアジア各国への展開を計画

海外戦略の方針



高級志向の海外顧客に対して日本・鯖江発のアイウェアブランドを訴求

| | 現状・短期 | 中長期 |
|-------|---------------------------------|---|
| 出店エリア | 中国中心 |  グレーター・チャイナ及びその他アジアでの出店を検討 |
| 出店戦略 | ブランドイメージが醸成される場所に出店し、ブランド認知度を向上 |  ブランドが浸透したタイミングで主要都市の一等地への出店を加速 |
| 出店形態 | 直営店を出店 (数店舗程度) |  直営店に加えて現地パートナー企業との提携も検討 (数十店舗程度) |

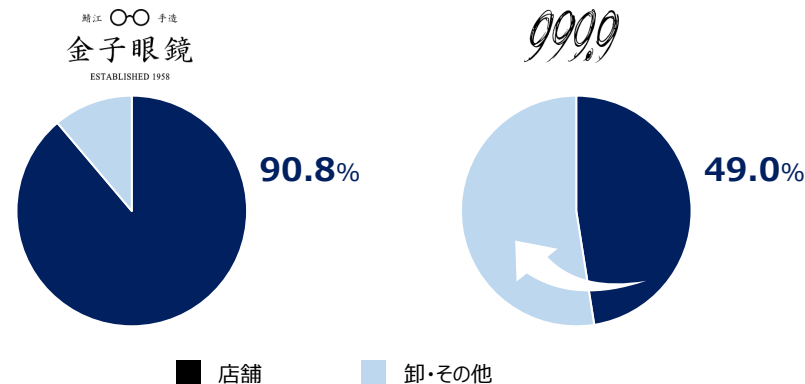
3 金子眼鏡／フォーナインズの統合によるグループシナジー

フォーナインズは金子眼鏡のノウハウ活用・シナジー発現を進め、アップサイドを追求
卸売比率が高いフォーナインズは、収益性がより高い店舗売上の拡大を進め収益性改善を図る

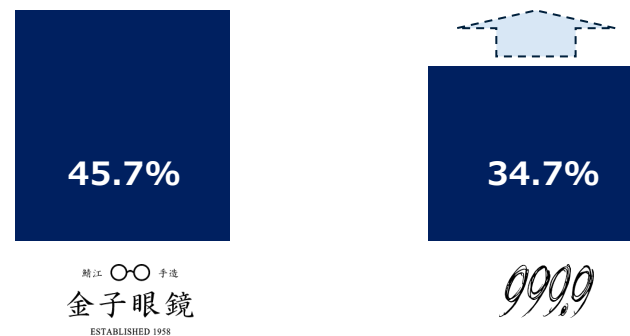
両ブランドを保有することによるシナジー

| | | |
|--|-----------|---|
| 売上収益成長  | 国内出店の加速 | ● 金子眼鏡の出店ノウハウをもとに、国内直営店の新規出店を加速 |
| | 一式単価の改定 | ● ブランドを訴求しながら、従来積極的に取り組んでこなかった価格改定を継続的に実施 |
| | 商品供給力の安定性 | ● 自社工場における製造を推進/併用することで商品供給力が安定して向上 |
| 収益性改善  | 原価低減 | ● フォーナインズ商品をJEHグループで製造することで、スケールメリットを享受 |
| | 販管費低減 | ● 管理部門・経営インフラ統合のコスト減 |

金子眼鏡・フォーナインズの売上構成 (1)



金子眼鏡・フォーナインズのEBITDAマージン (1)の比較

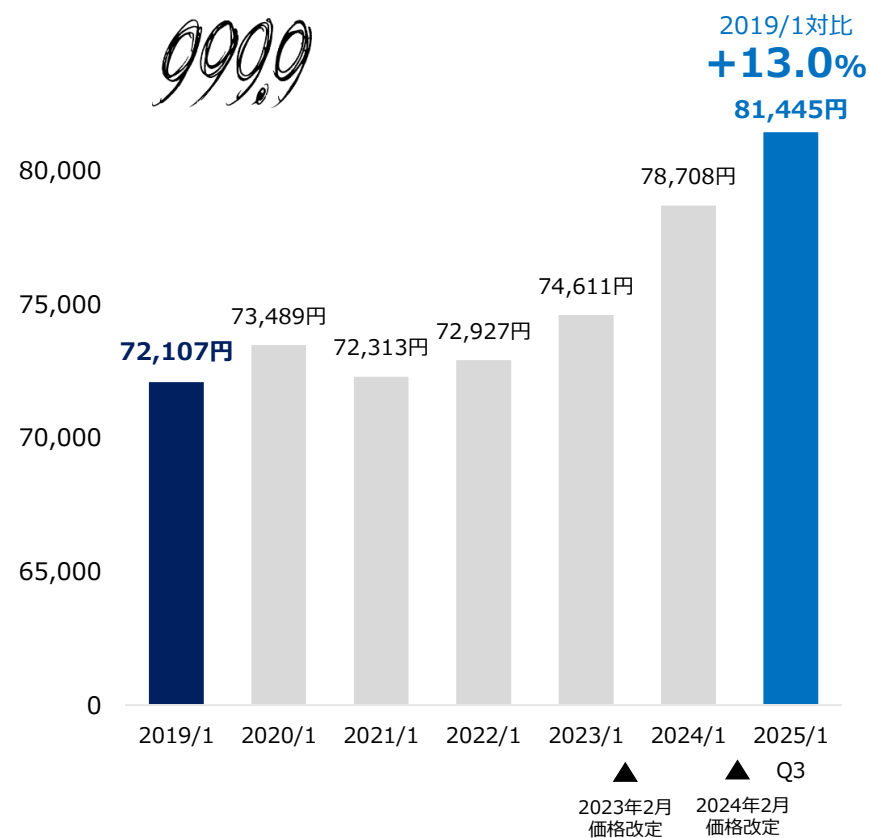
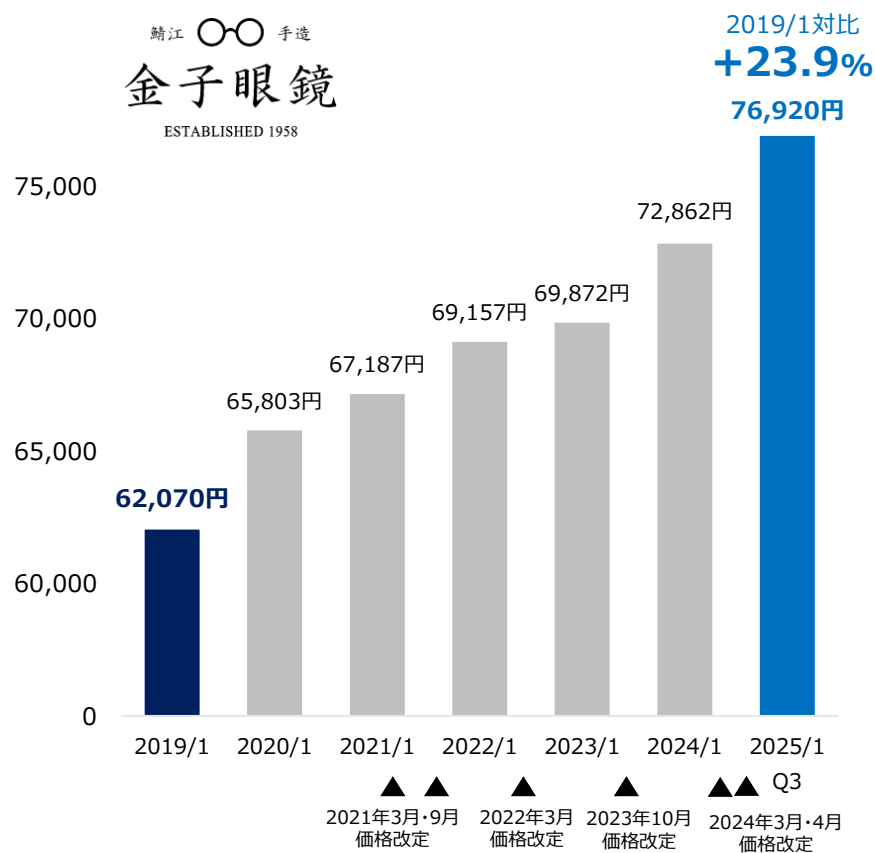


注:
1. 直近本決算 (2024/1期実績) ベース

4 ブランド力を背景とした継続的な既存店成長

国内アイウェア市場においてプレゼンスの高い2つのブランドを有することで多様なカテゴリの商品を提供でき、グループとしてのブランド力は更に向上
結果として一式単価の継続的な向上を通じて既存店成長を実現する

一式単価の継続的な向上 (1)



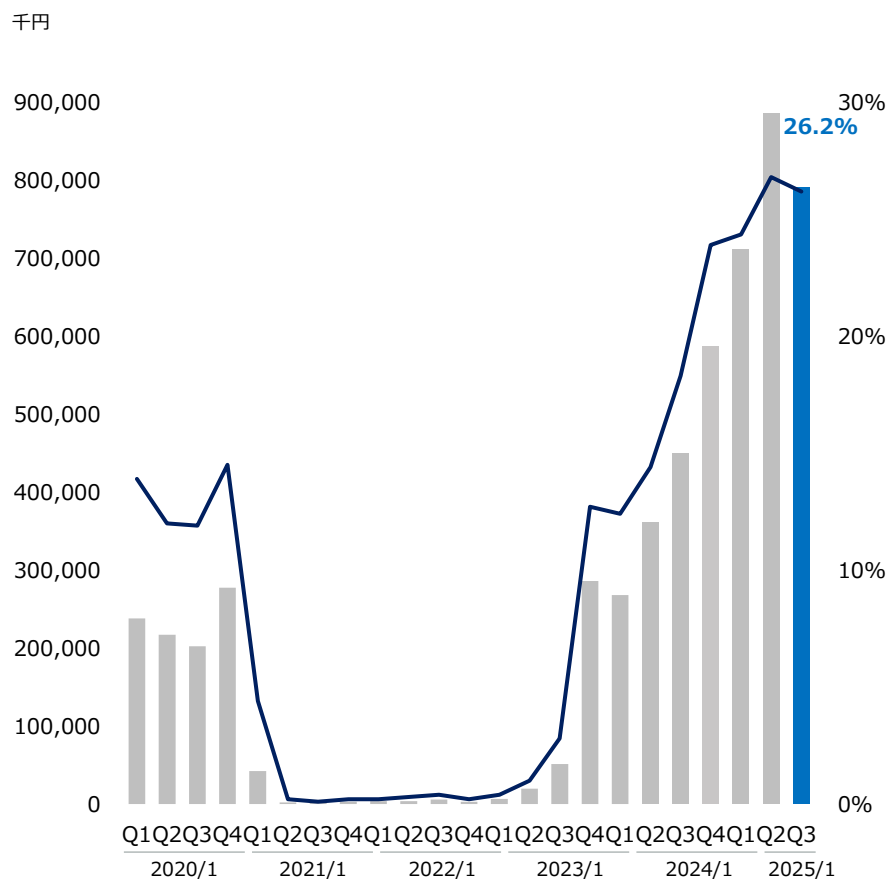
注:
1. 一式単価はフレーム及びレンズの購入単価合計。各期2/1~1/31の集計結果

4 訪日外国人数の回復に伴うインバウンド需要の取り込み

インバウンド需要がコロナ前を超える水準まで回復

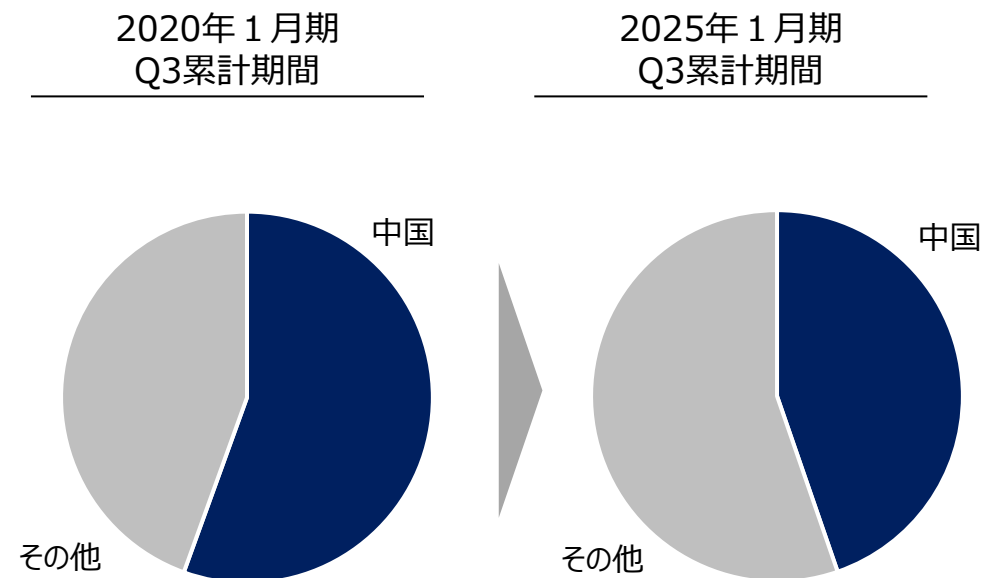
回復途上の中国からの訪日者の需要が戻るとインバウンド売上収益の更なる向上が期待

インバウンド売上収益と店舗売上に占める割合の推移(1)



注: 1. 国内直営店における訪日外国人顧客による売上収益 (卸販売先におけるインバウンド売上は含まない)

JEHのインバウンド売上収益の内訳



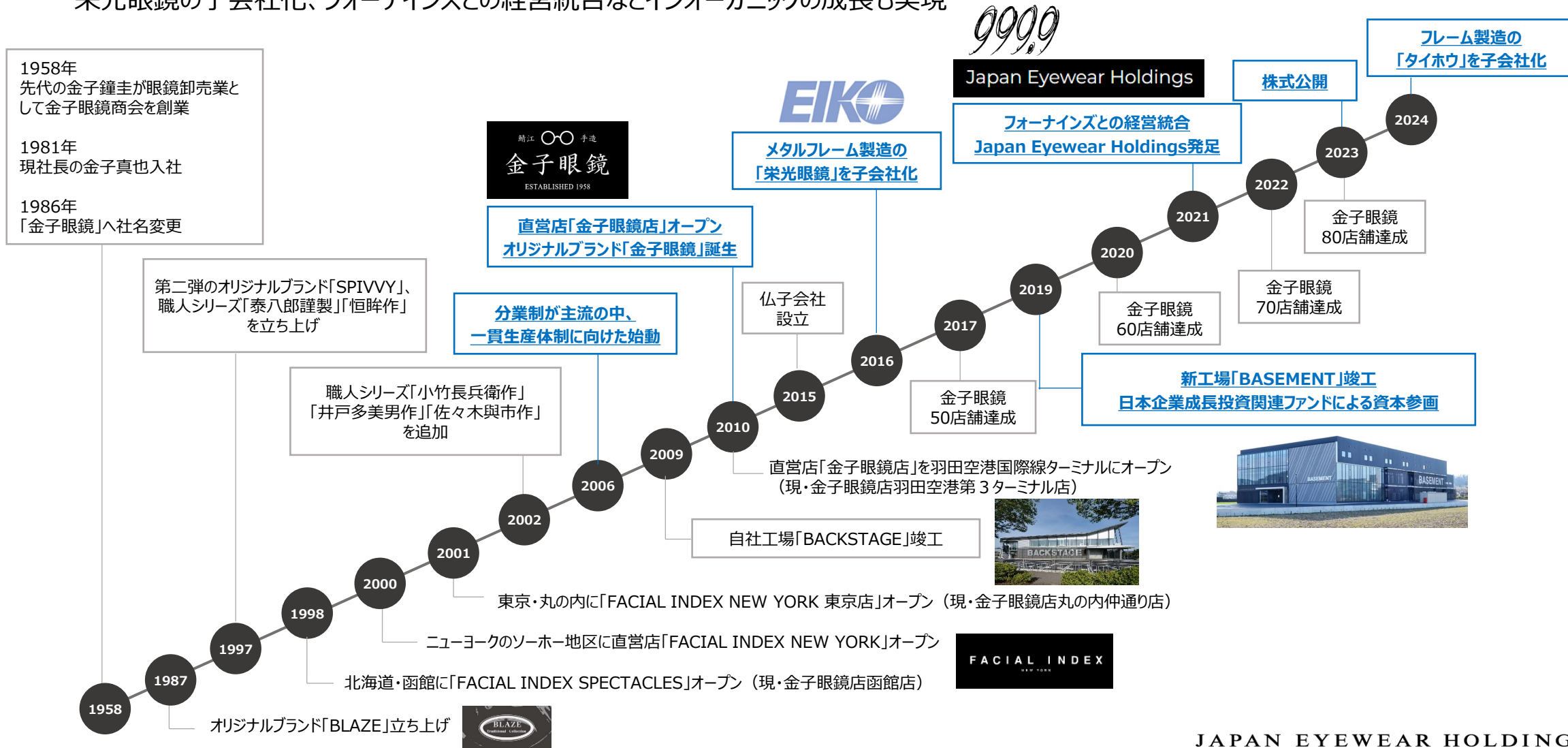
Appendix

会社概要

| | | |
|------|--|--------|
| 会社名 | Japan Eyewear Holdings株式会社 | |
| 所在地 | (本社) 福井県鯖江市吉江町712-2 (東京本社) 東京都世田谷区成城2-11-12 | |
| 創業 | 1958年 (金子眼鏡創業) | |
| 設立 | 2019年 (旧Lunettes HD株式会社設立) | |
| 代表者 | 金子 真也 (代表取締役社長) | |
| 株主構成 | 2024年7月末時点 | |
| | 金子インベスト株式会社 | 37.96% |
| | 日本企業成長投資 1号投資事業有限責任組合 | 14.43% |
| | Camellia Fund I Cayman,LP | 7.80% |
| | Cerasus Fund I Cayman,LP | 6.05% |
| | Wisteria Fund I Cayman,LP | 4.00% |

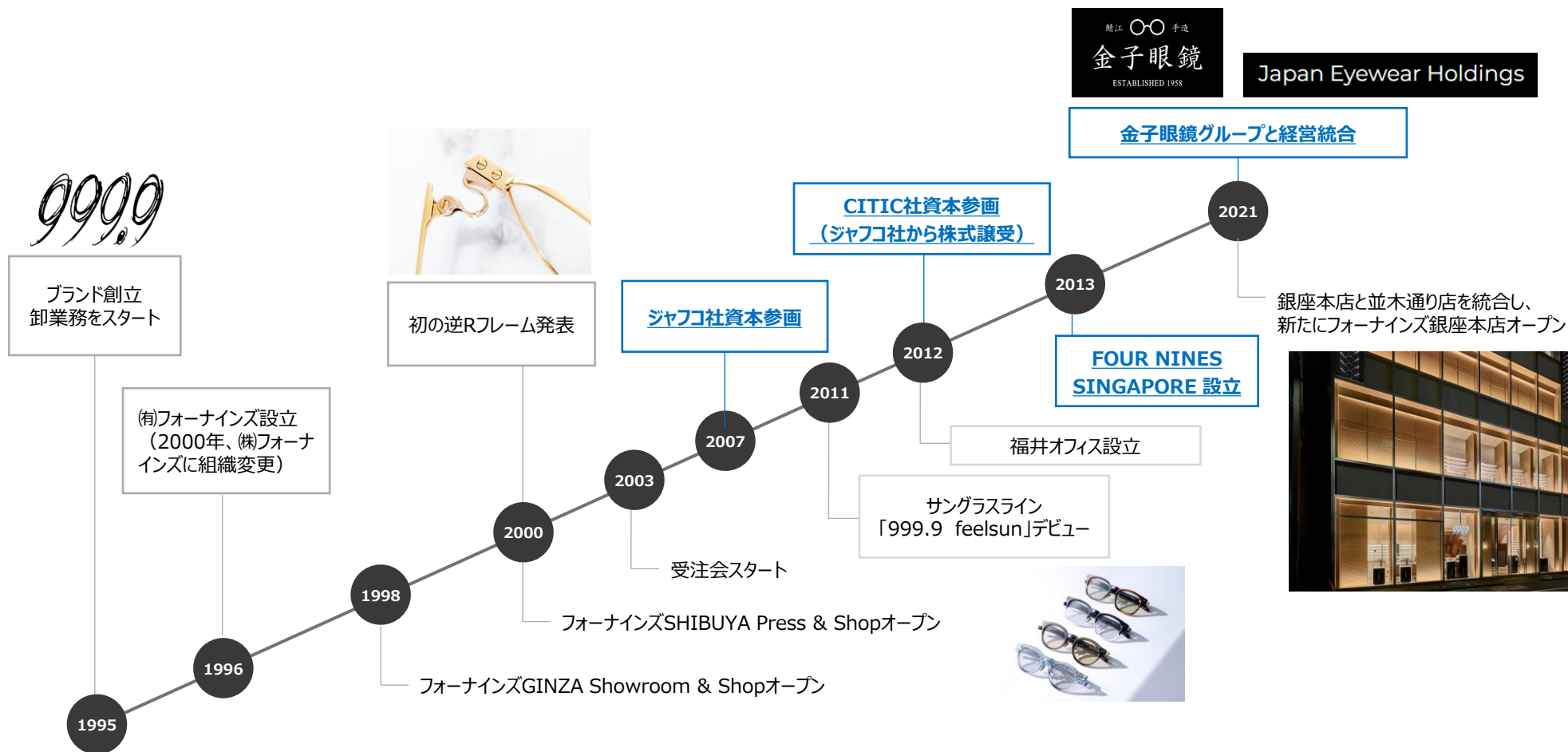
金子眼鏡の成長のロードマップ

卸売業として創業した後、業界内でも稀有な一貫生産体制を確立し、直営店出店により製販一体モデルへと進化着実な出店に加えて、栄光眼鏡の子会社化、フォーナインズとの経営統合などインオーガニックの成長も実現



フォーナインズの成長のロードマップ

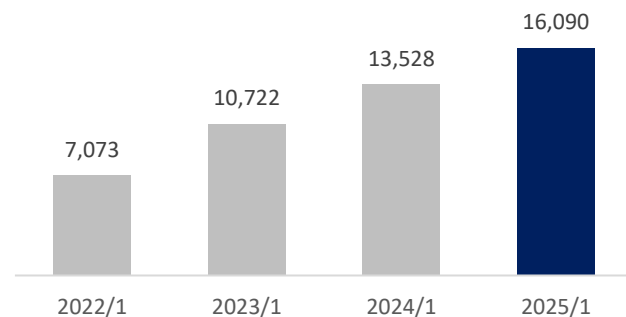
高い品質と美しいフォルムの商品を企画し、都市部を中心に直接ブランドを発信する拠点として直営店を展開するとともに、全国に約600店舗を超える取扱い店により幅広い販売網を形成、金子眼鏡との経営統合で更なる拡大を目指す



Key Financials

売上収益

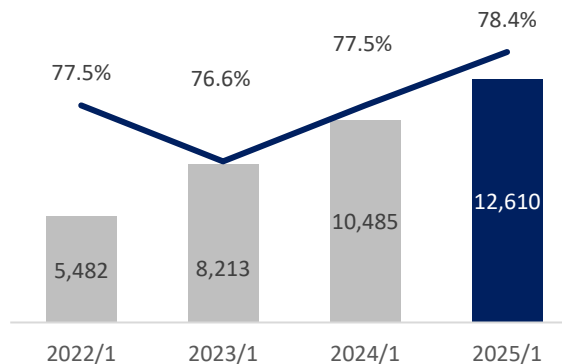
百万円



粗利益

百万円

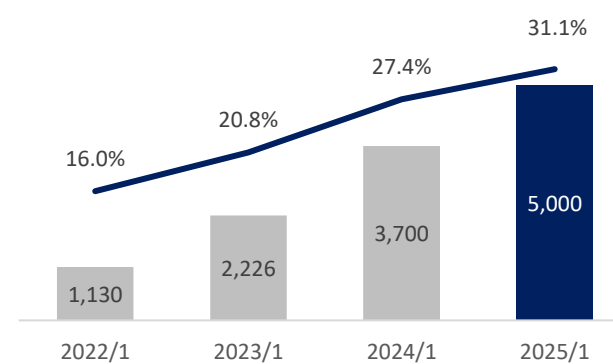
対売上収益マージン (%)



営業利益

百万円

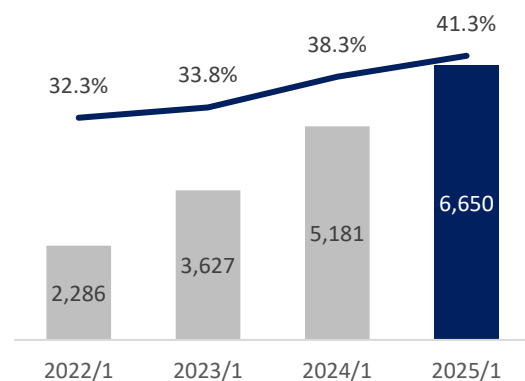
対売上収益マージン (%)



EBITDA (2)

百万円

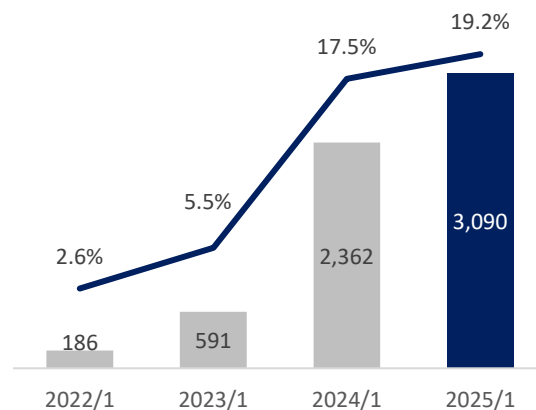
対売上収益マージン (%)



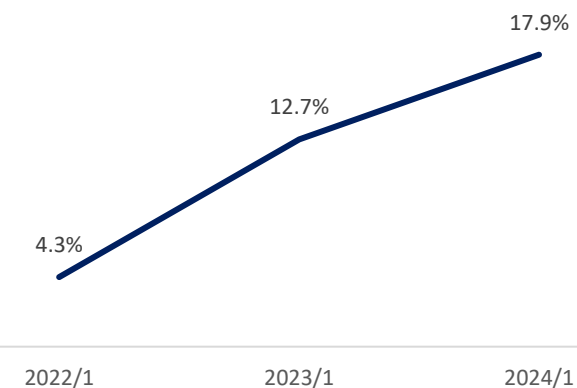
当期利益

百万円

対売上収益マージン (%)



ROE (3)



注:

- IFRSベース
- EBITDA=営業利益+減価償却費+識別可能資産償却費
- 当期利益/(資本金+資本剰余金+利益剰余金) (期末時点)

ふるさと納税を通じた地域貢献と売上収益増加の両立

鯖江市のふるさと納税に、店舗で使用できる眼鏡引換券を提供



アイウェアには、視力矯正器具としての価値だけでなく、掛けるほどに顔に馴染み、個性を引き立てる魅力があります。ふるさと納税「眼鏡引換券」を通して、日本製の上質なアイウェアをより深く体感し、寄附者様のライフスタイルに寄り添いご愛用いただくことが私たちの願いです。

Our Philosophy

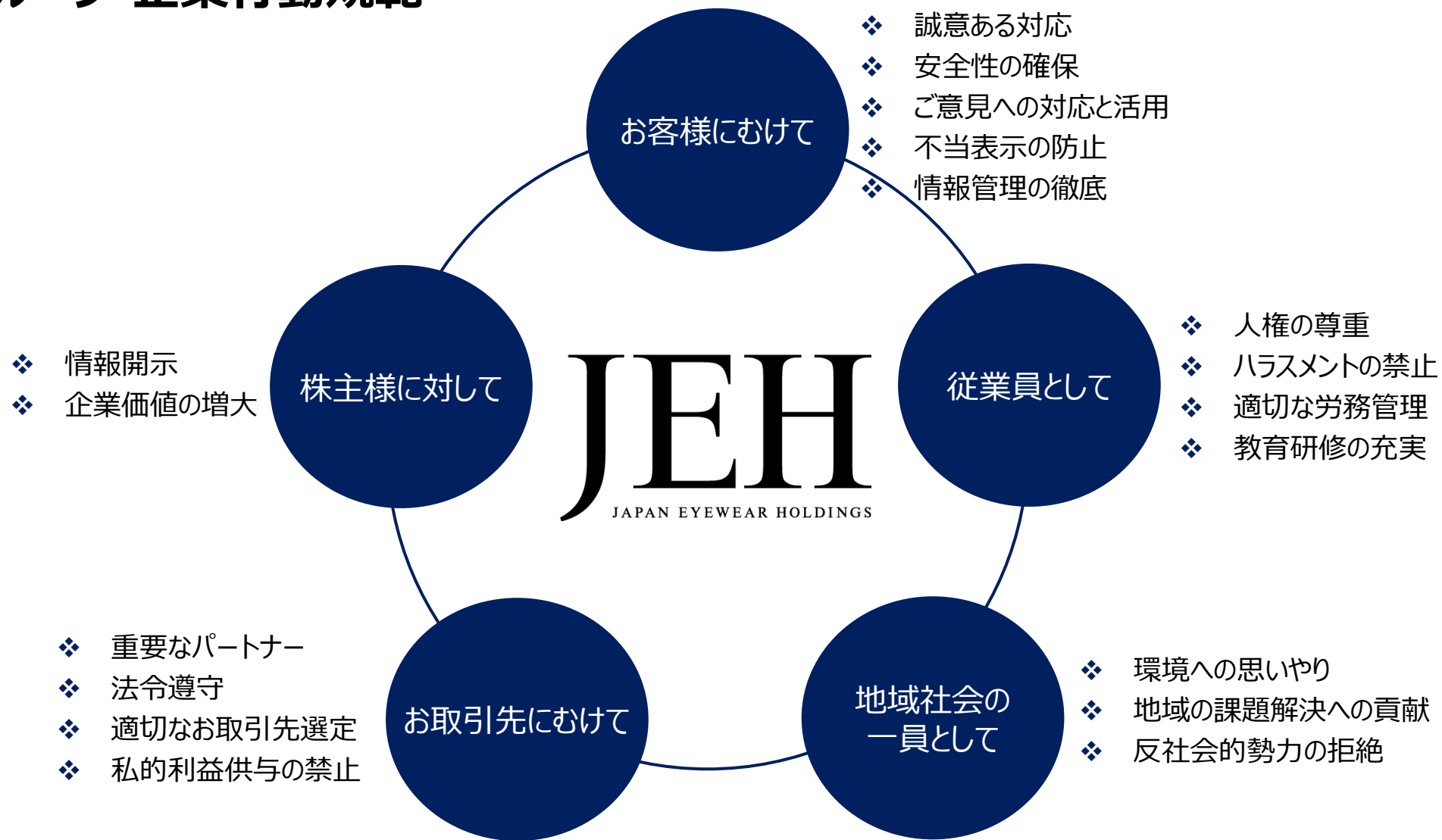
私たちは、アイウェアを通して、
世界中の人々に「夢」「感動」「幸福」を提供し続けます。

私たちは、アイウェアを通して、
世界中の人々の文化的生活の向上に寄与することを目指します。

私たちは、アイウェアを通してもたらされる繁栄を、
関係する全ての人々と共有し、ともに成長し、社会に貢献していきます。



グループ 企業行動規範



ディスクレームー

本資料は、当社グループについての一般的な情報提供を目的としており、当社の発行する株式その他の有価証券への投資の勧誘を目的とするものではありません。

本資料に記載される業界、市場動向または経済情勢等に関する情報は、現時点で入手可能な情報に基づいて作成しているものであり、当社がその真実性、正確性、合理性及び網羅性について保証するものではありません。

また、本資料に記載される当社グループの計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、現時点における当社の判断又は考えにすぎず、実際の当社グループの経営成績、財政状態その他の結果は、経済情勢、市場動向、消費者の嗜好の変化、原材料価格の変動等により、本資料記載の内容またはそこから推測される内容と大きく異なることがあります。