

株式会社ビジョナリーホールディングス

# 18/04期 2Q決算説明資料

証券コード：9263 JASDAQ-S

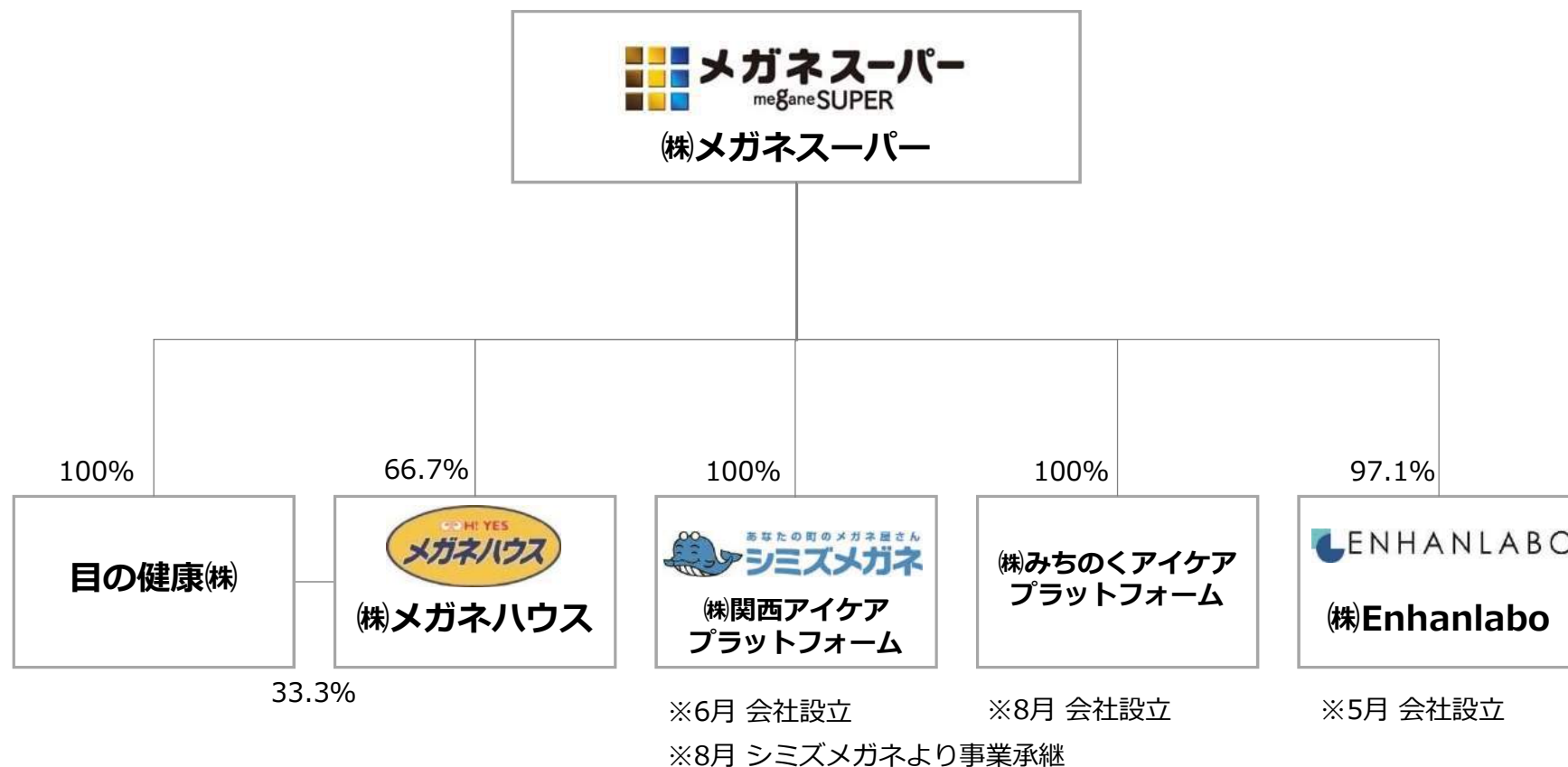


VISIONARY  
HOLDINGS

株式会社ビジョナリーホールディングス

2017年 11 月 1 日をもって完全子会社化した株式会社メガネスーパーに関する2018 年 4 月期 第 2 四半期（2017年 5 月 1 日～2017 年 10 月 31 日）の決算説明資料です。

# メガネスーパーグループ（18/04期 2Q末）



# 目 次

1. 18/04期 2Q決算概要
2. 持株会社体制への移行
3. 更なる成長にむけて

# 1.18/04期 2Q決算概要

(2017年5月1日～2017年10月31日)

# 2Q業績ハイライト

## 業 績

- 同業のロールアップを戦略的に実施した成果として、事業拡大が順調に拡大。一方、事業基盤の共通化が進展し、増収が増益に繋がる収益構造に転換
- メガネハウス社、関西アイケア社（シミズメガネ）が業績に寄与

売上高	<b>10,578</b> 百万円	予想比	<b>3.7%増</b>
営業利益	<b>355</b> 百万円	予想比	<b>18.3%増</b>
経常利益	<b>323</b> 百万円	予想比	<b>29.2%増</b>
当期純利益	<b>133</b> 百万円	予想比	<b>166.2%増</b>

## T O P I X

- 同業ロールアップの一環として、関西アイケア社がシミズメガネ社より眼鏡小売事業（11店舗）を承継（2017年8月）
- ウェアラブル端末事業領域での成長を目指すEnhanlabo社にての東京メガネ社への第三者割当増資を実施（2017年8月）

# 連結貸借対照表 (2Q)

(単位：百万円)

資産の部	17/04期 期末	18/04期 2Q末	前期比 (%)	負債・純資産の部	17/04期 期末	18/04期 2Q末	前期比 (%)
<b>流動資産</b>	<b>7,362</b>	<b>7,870</b>	<b>106.9</b>	<b>流動負債</b>	<b>11,161</b>	<b>11,457</b>	<b>102.6</b>
現金及び預金	3,438	3,817	111.0	支払手形・買掛金	1,569	1,666	106.2
売掛金	903	906	100.3	短期借入金等	7,561	7,463	98.7
棚卸資産	2,638	2,735	103.7	その他	2,030	2,327	114.6
その他	380	410	107.9	<b>固定負債</b>	<b>1,814</b>	<b>1,844</b>	<b>101.6</b>
<b>固定資産</b>	<b>6,034</b>	<b>6,130</b>	<b>101.6</b>	長期借入金	0	0	-
有形固定資産	2,685	2,716	101.1	その他	1,814	1,844	101.6
無形固定資産	229	274	119.6	<b>負債合計</b>	<b>12,975</b>	<b>13,301</b>	<b>102.5</b>
投資その他の資産	3,118	3,140	100.7	<b>純資産合計</b>	<b>420</b>	<b>699</b>	<b>166.4</b>
<b>資産合計</b>	<b>13,396</b>	<b>14,000</b>	<b>104.5</b>	<b>負債純資産合計</b>	<b>13,396</b>	<b>14,000</b>	<b>104.5</b>

# 連結損益計算書（2Q累計）

（単位：百万円）

	17/04期 2Q累計 ※1	18/04期 2Q累計	【参考】※1 前期比	2Q業績 予想比	通期業績 予想進捗率
売上高	<b>8,645</b> (100.0%)	<b>10,578</b> (100.0%)	<b>122.4 %</b>	<b>103.7 %</b>	<b>51.3 %</b>
眼鏡等小売事業	<b>8,467</b> (97.9%)	<b>10,347</b> (97.8%)	<b>122.2 %</b>		
EC事業	<b>178</b> (2.1%)	<b>230</b> (2.2%)	<b>129.7 %</b>		
売上原価	<b>2,849</b> (33.0%)	<b>3,748</b> (35.4%)	<b>131.6 %</b>		
売上総利益	<b>5,796</b> (67.0%)	<b>6,830</b> (64.6%)	<b>117.8 %</b>		
販管費	<b>5,584</b> (64.6%)	<b>6,475</b> (61.2%)	<b>116.0 %</b>		
EBITDA ※2	<b>436</b>	<b>614</b>	<b>140.9 %</b>		
営業利益	<b>211</b> (2.4%)	<b>355</b> (3.4%)	<b>168.2 %</b>	<b>118.3 %</b>	<b>50.7 %</b>
経常利益	<b>171</b> (2.0%)	<b>323</b> (3.1%)	<b>188.9 %</b>	<b>129.2 %</b>	<b>53.8 %</b>
当期純利益	<b>△10</b> (-%)	<b>133</b> (1.3%)	<b>- %</b>	<b>266.2 %</b>	<b>57.8 %</b>

※1 17/04期3Qより連結決算に移行しているため、前年同期比及び計画比は単体決算との比較数値

※2 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 + 株式報酬費用



# 連結損益計算書 (2Q)

(単位：百万円)

	17/04期 2Q ※1 (16/08-16/10)	18/04期 2Q (17/08-17/10)	【参考】※1 前年同期比	18/04期 1Q (17/05-17/07)	前四半期比 ※1
売上高	4,296 (100.0%)	5,358 (100.0%)	124.7%	5,220 (100.0%)	102.6 %
眼鏡等小売事業	4,204 (97.9%)	5,239 (97.8%)	124.6%	5,108 (97.8%)	102.6 %
EC事業	91 (2.1%)	118 (2.2%)	129.4 %	112 (2.2%)	105.7 %
売上原価	1,430 (33.3%)	1,923 (35.9%)	134.4 %	1,825 (35.0%)	105.4 %
売上総利益	2,865 (66.7%)	3,435 (64.1%)	119.9 %	3,395 (65.0%)	101.2 %
販管費	2,806 (65.3%)	3,320 (62.0%)	118.3 %	3,154 (60.4%)	105.2 %
EBITDA ※2	169	253	149.7 %	361	70.1 %
営業利益	59 (1.4%)	114 (2.1%)	193.4 %	240 (4.6%)	47.8 %
経常利益	44 (1.0%)	104 (1.9%)	235.3 %	218 (4.2%)	47.6 %
当期純利益	△11 (-)	34 (0.6%)	—	98 (1.9%)	35.1 %

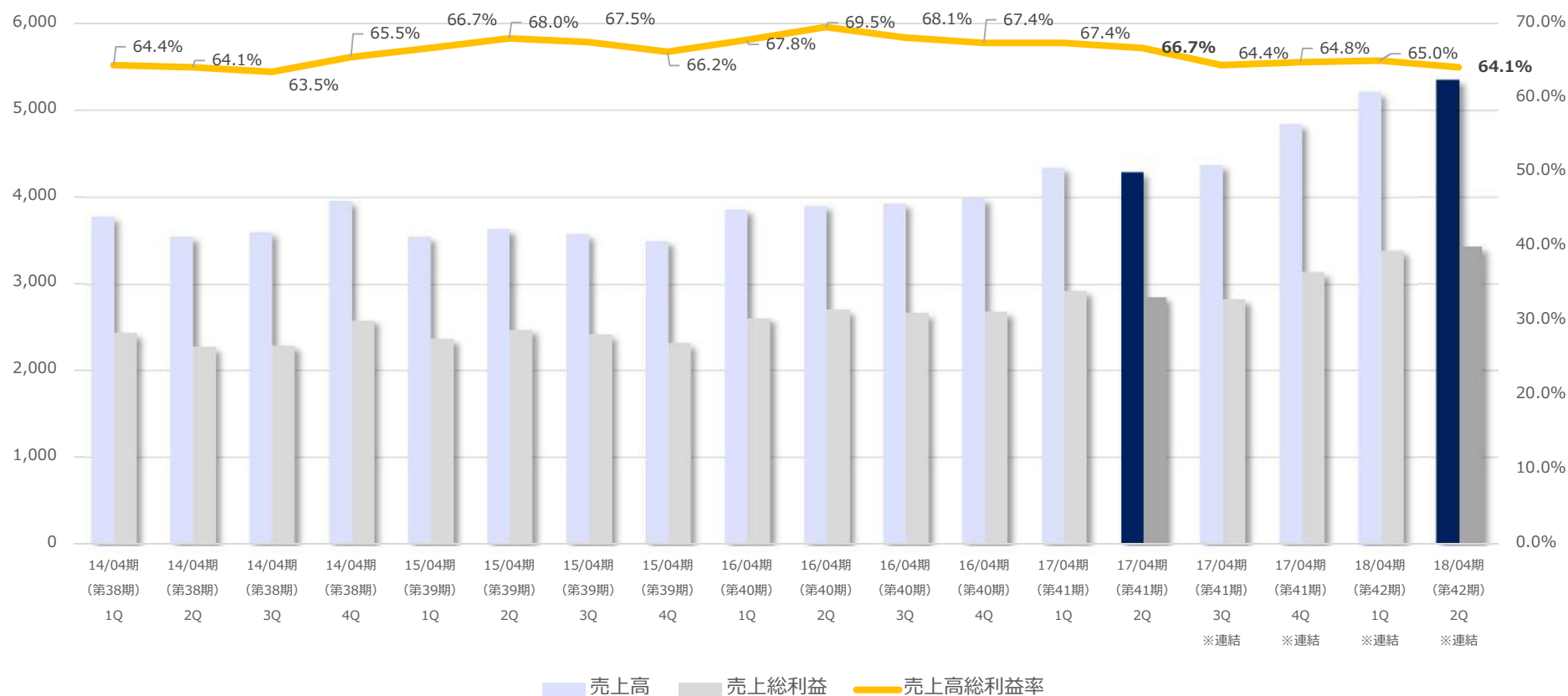
※1 17/04期3Qより連結決算に移行しているため、前年同期比及び計画比は単体決算との比較数値

※2 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 + 株式報酬費用)

# 四半期売上高・売上総利益 推移

戦略的なロールアップの推進により事業規模が拡大。当第2四半期の売上高は前年同期比**24.7%増**、売上総利益は前年同期比**19.9%増**  
 売上高構成比の変化により、売上高総利益率は前年同期比2.6p低下し64.1%

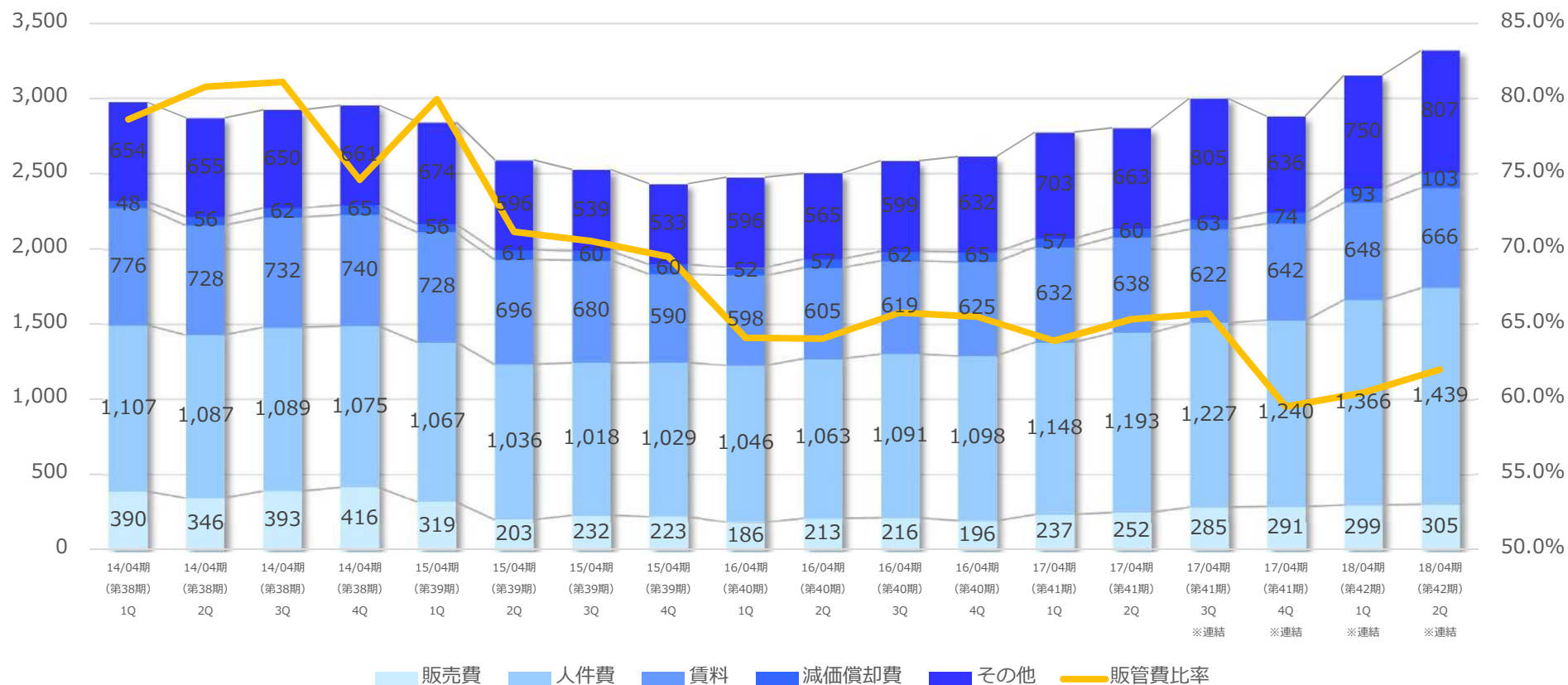
(単位：百万円)



# 四半期販売費及び一般管理費 推移

事業規模の拡大に伴い、当第2四半期における販管費は前年同期比18.3%増となるが、事業基盤の共有化を進め、販管費の最適化を図った結果、販管費比率は前年同期比**3.4pt改善し62.0%**

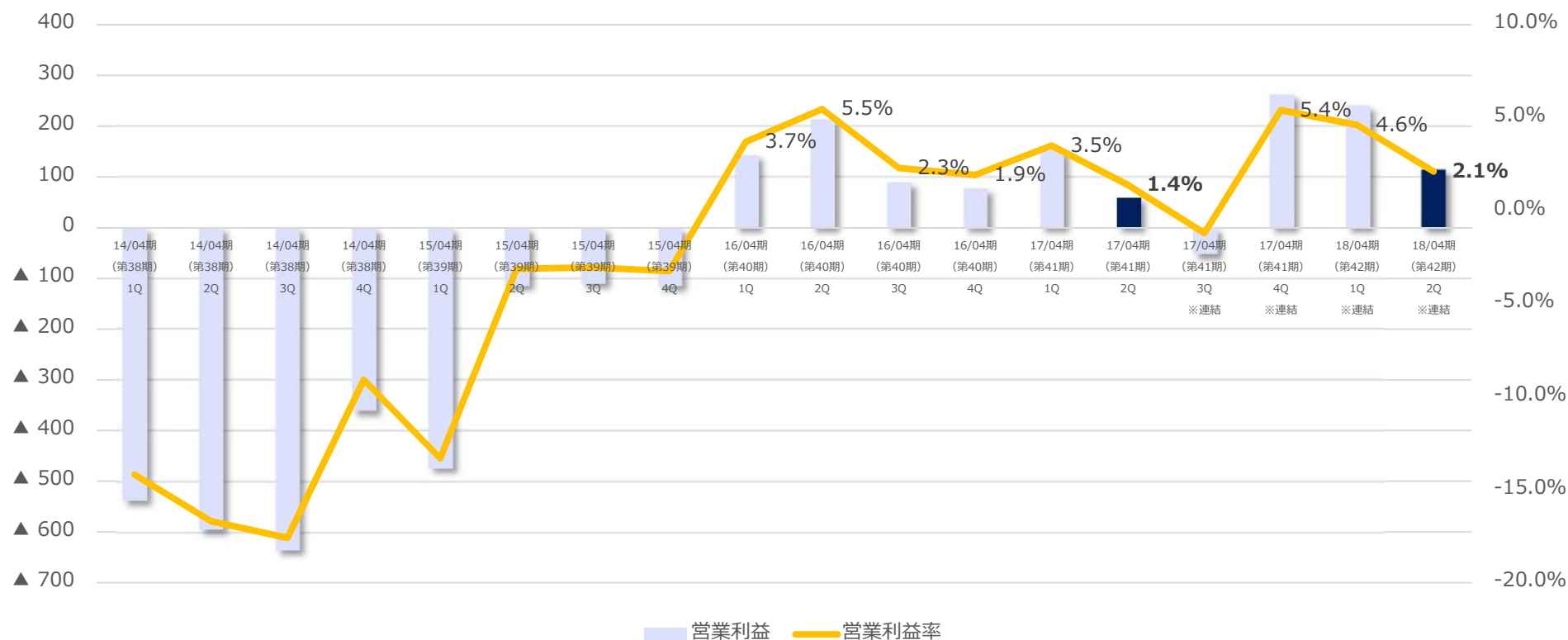
(単位：百万円)



# 四半期営業利益 推移

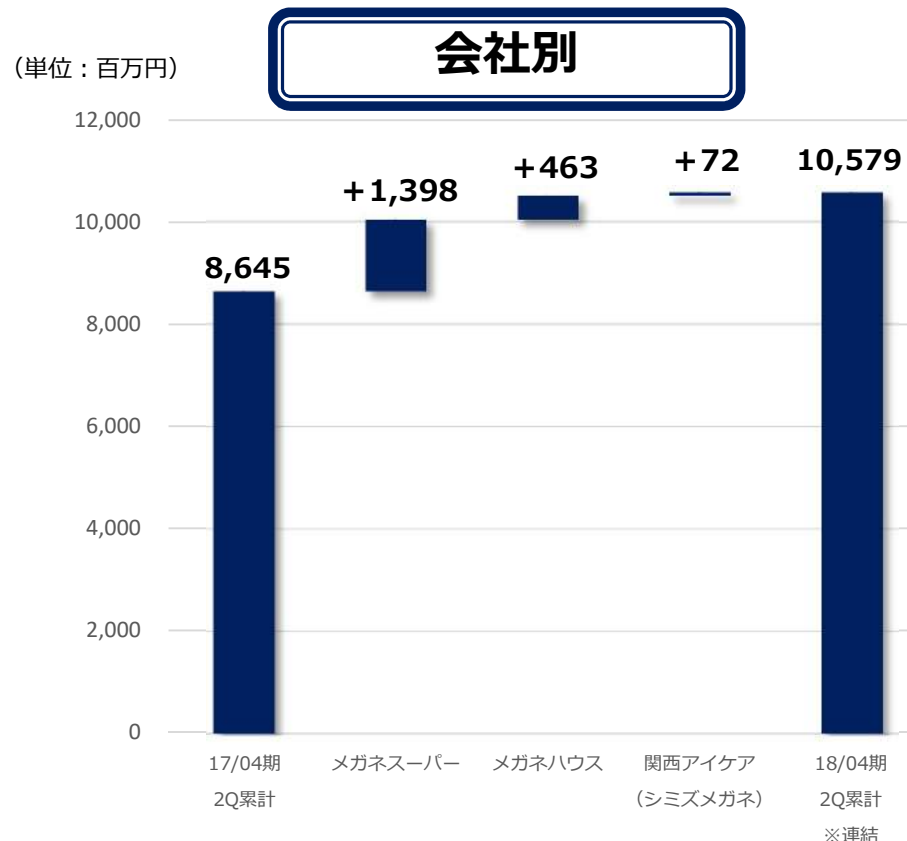
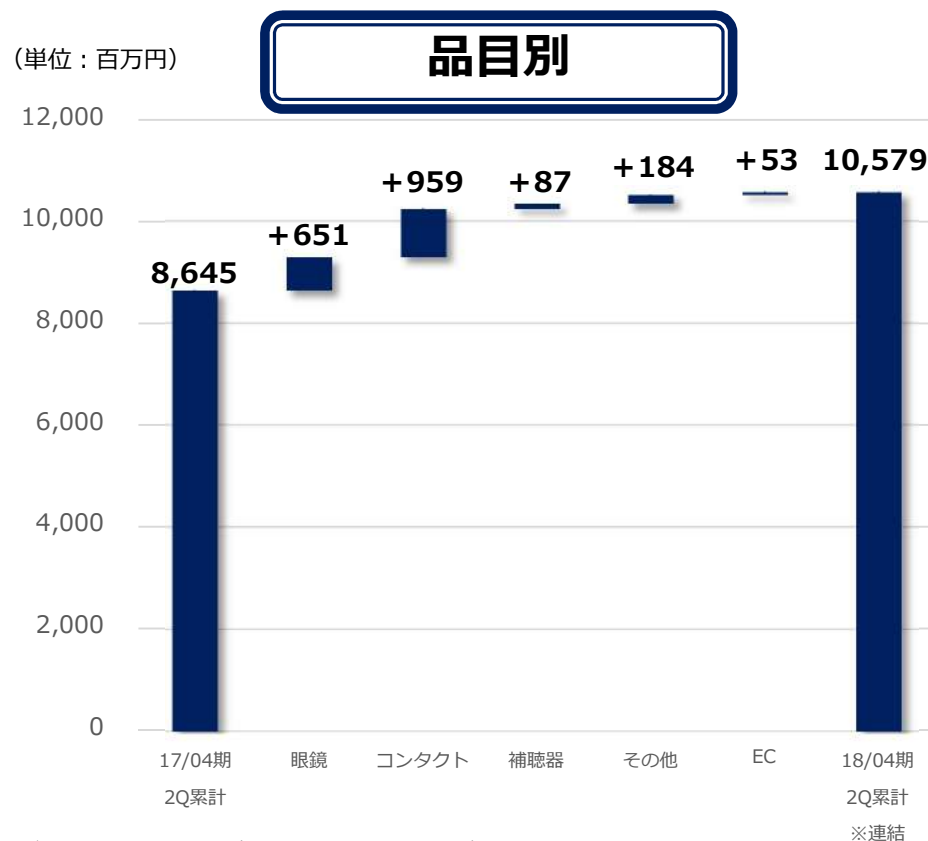
戦略的なロールアップの推進により、事業規模が拡大する一方で事業基盤の共有化を進めた結果、増収が増益につながる収益構造に転換。当第2四半期の営業利益は前年同期比**93.4%増**となり、営業利益率は前年同期比**0.7pt**改善し**2.1%**

(単位：百万円)



# 売上高の分析①

アイケア商品・サービスの充実により、前年同期比<sup>(注)</sup>でメガネ14.5%増、コンタクトレンズ29.8%増、補聴器22.7%増、EC29.7%増と好調に推移。また、ロールアップ効果により事業規模が拡大。メガネハウスは17/04期より、関西アイケア（シミズメガネ）は18/04期2Qより業績に寄与。

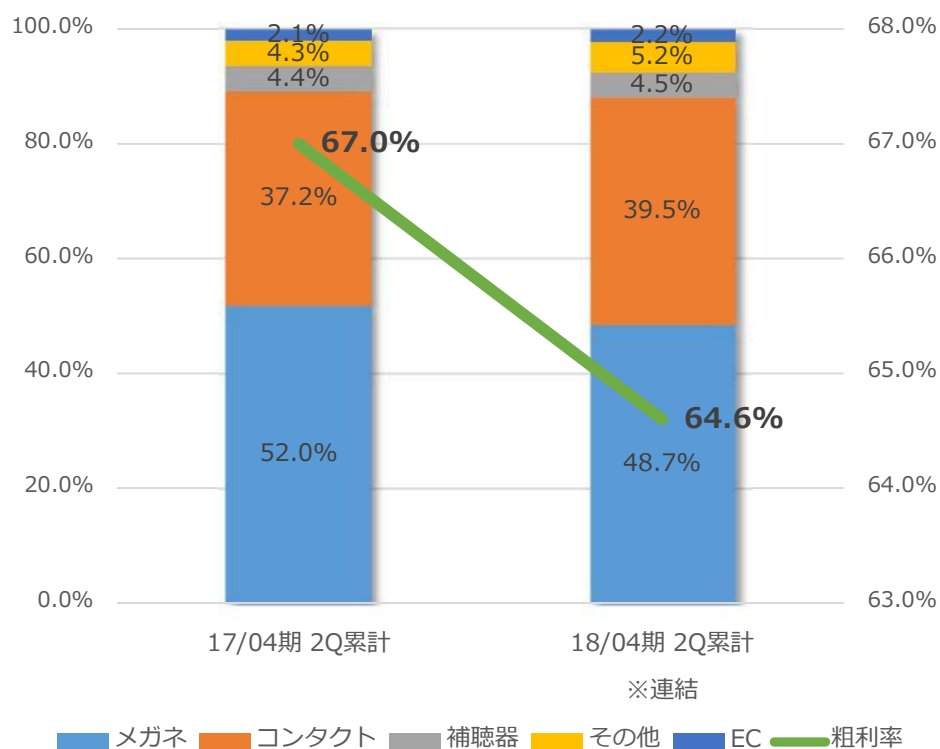


(注) 17/04期は単体、18/04期は連結

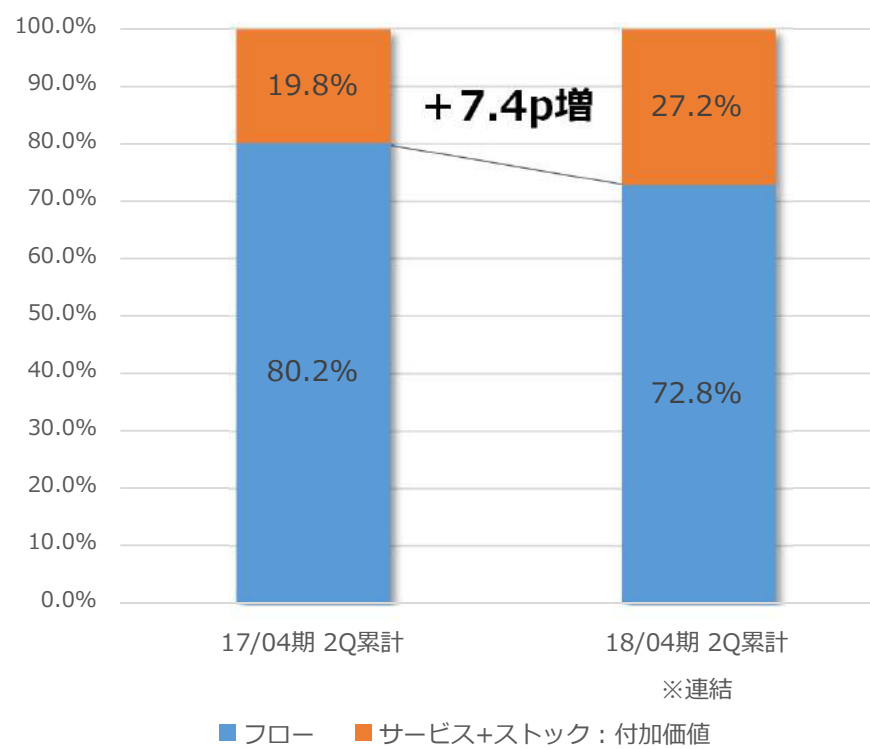
## 売上高の分析②

売上高構成比の変化に伴い（コンタクトレンズ前年同期比2.3pt増）、粗利率は前年同期比2.4pt減の64.6%。一方、「アイケア」モデルへの転換により収益構造が多様化し、付加価値サービスの売上高比率は前期比7.4pt増の27.2%

### 品目別売上高構成比及び粗利率



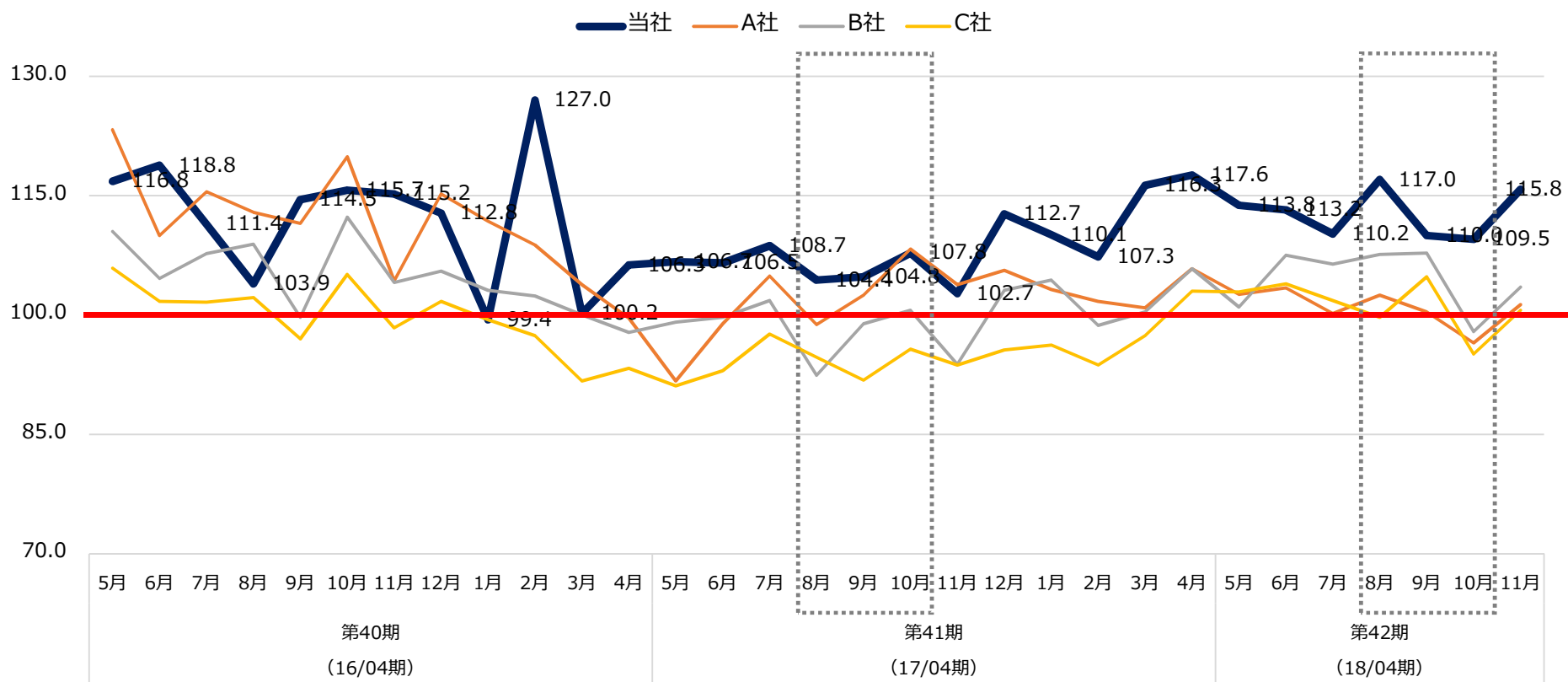
### 売上高の付加価値サービス提供比



# 既存店月次売上前年比の推移

2016年2月以降、21ヵ月連続の**100%超**で安定推移

2017年2月以降、7ヵ月連続の110%超は10月で途絶えるも、天候や曜日配列等のマイナスとなり得る要因がありながら109.5%を達成



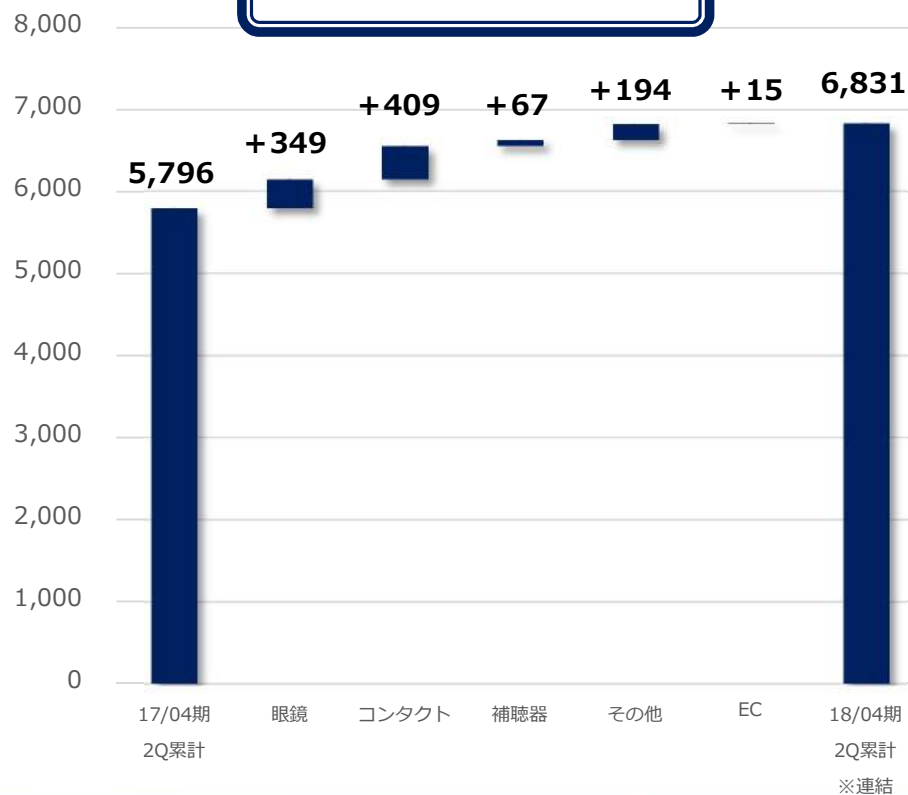


# 売上総利益の分析

アイケア商品・サービスの充実により、前年同期比(注)でメガネ10.1%増、コンタクトレンズ24.3%増、補聴器27.5%増、EC17.1%増と好調に推移。また、ロールアップ効果により事業規模が拡大。メガネハウスは17/04期より、関西アイケア（シミズメガネ）は18/04期2Qより業績に寄与

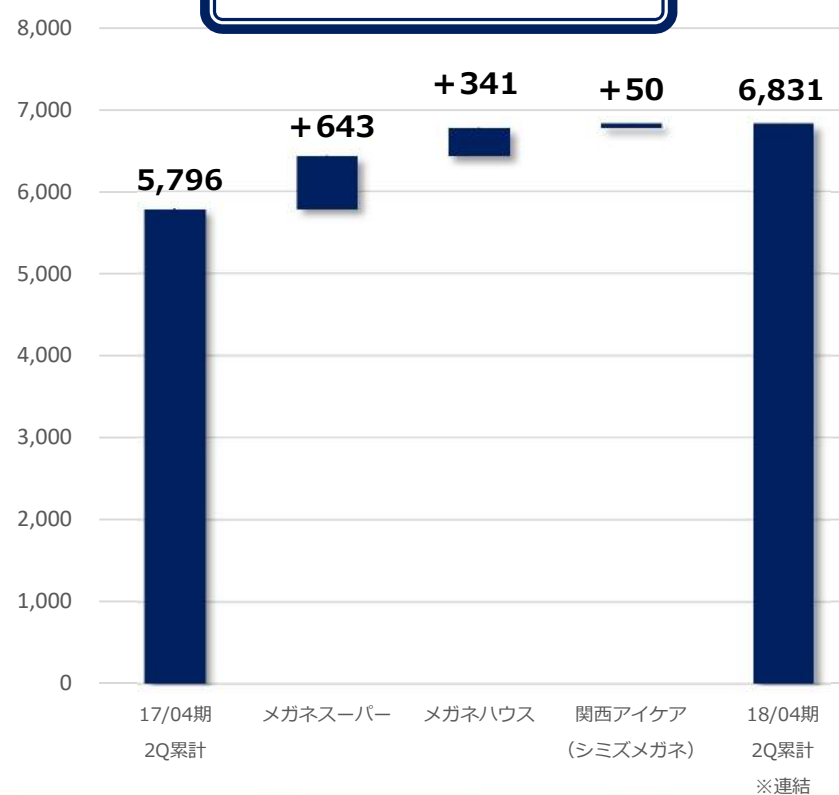
(単位：百万円)

## 品目別



(単位：百万円)

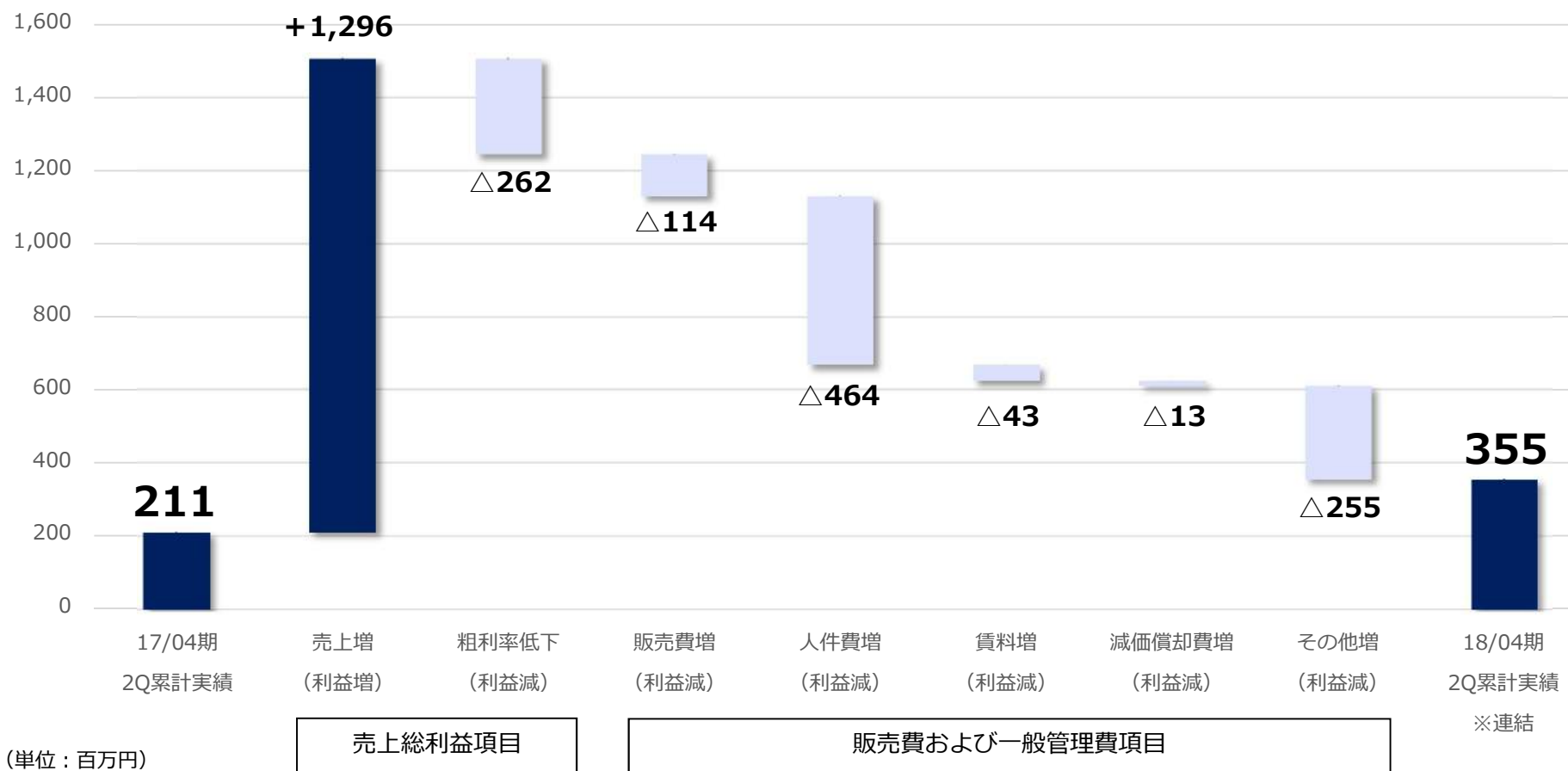
## 会社別





# 営業利益の増減分析

事業規模の拡大による増収効果が売上高構成比の変化に伴う粗利率の低下、販売管理費の増加を吸収し、当第2四半期の営業利益は前年同期比**93.4%増**の**355百万円**に。増収が増益につながる収益構造に転換



# アイケアサービスの取り組み

「眼の健康寿命」を伸ばすためにあらゆる解決策を提供するアイケアカンパニーとして、お客様ごとに異なる眼の状況や生活環境に合わせた最適な商品の提案、並びに「眼のQOL (QUALITY OF LIFE) 向上に繋がるサービス・商品の拡充を図る

<h3>トータルアイ検査</h3> <p>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</p> <table border="0"> <tr> <td>年齢とともに衰える 眼の状態を診断する <b>眼年齢</b> 診断</td> <td>自身が気が付いていない 眼のチカラを測定する <b>眼体力</b> 検査</td> </tr> <tr> <td>ライフスタイルに合わせた 距離で測定する <b>眼環境</b> 検査</td> <td>お客様のメガネの力を 最大限発揮する <b>眼鏡力</b> 検査</td> </tr> </table> <p>更にお客様それぞれのお悩みにきめ細かくお応えするために 世代別検査・色覚検査・ロービジョン対応の商品をご用意。</p>	年齢とともに衰える 眼の状態を診断する <b>眼年齢</b> 診断	自身が気が付いていない 眼のチカラを測定する <b>眼体力</b> 検査	ライフスタイルに合わせた 距離で測定する <b>眼環境</b> 検査	お客様のメガネの力を 最大限発揮する <b>眼鏡力</b> 検査	<h3>パーフェクトフィッティング</h3> <p>いつでも最適な状態のメガネに調節いたします</p> <table border="0"> <tr> <td> かけ具合の調整</td> <td> 完全分解洗浄</td> <td> 修理・部品交換 (パッドやネジなど)</td> </tr> </table> <p><b>トータルアイフィッティング</b> 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</p>	 かけ具合の調整	 完全分解洗浄	 修理・部品交換 (パッドやネジなど)
年齢とともに衰える 眼の状態を診断する <b>眼年齢</b> 診断	自身が気が付いていない 眼のチカラを測定する <b>眼体力</b> 検査							
ライフスタイルに合わせた 距離で測定する <b>眼環境</b> 検査	お客様のメガネの力を 最大限発揮する <b>眼鏡力</b> 検査							
 かけ具合の調整	 完全分解洗浄	 修理・部品交換 (パッドやネジなど)						
<h3>HYPER保証システム</h3> <p>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</p> <table border="0"> <tr> <td> <b>見え方保証</b></td> <td> <b>品質保証</b></td> <td> <b>破損保証</b></td> </tr> </table> <p>月々わずか300円(税別)で3年間完全保証の <b>HYPERプレミアム保証</b></p> <p>お子様や学生の方にはさらに安心・充実の スチューデント&amp;ティーン <b>HYPER保証</b></p>	 <b>見え方保証</b>	 <b>品質保証</b>	 <b>破損保証</b>	<h3>メガネと補聴器の出張訪問サービス</h3> <p>北海道から九州まで、全国各地の拠点にて24時間・365日対応。ご自宅で店舗と同様のサービスをご提供いたします。</p> <table border="0"> <tr> <td> 視力・聴力の測定</td> <td> メガネ・補聴器の販売</td> <td> メガネ・補聴器のメンテナンス</td> </tr> </table>	 視力・聴力の測定	 メガネ・補聴器の販売	 メガネ・補聴器のメンテナンス	
 <b>見え方保証</b>	 <b>品質保証</b>	 <b>破損保証</b>						
 視力・聴力の測定	 メガネ・補聴器の販売	 メガネ・補聴器のメンテナンス						

# アイケア商品の強化：色覚特性・ロービジョン

お客様ごとに異なる眼の状況や視生活のあらゆる解決策を提供するアイケアカンパニーとして、「色覚特性（多様性）」と「ロービジョン」への対応を強化

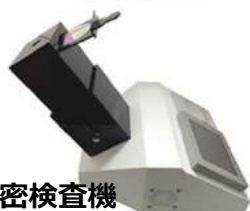
## ◆色覚特性対応商品◆



パネルD15テスト



ネオダルトンレンズ



色覚精密検査機



色覚補正メガネ

## ◆ロービジョン関連商品◆



専用ルーペ



拡大読書器



遮光メガネ

### 色覚特性者は全国で300万人以上

色に対する感じ方や見え方は人それぞれ微妙に異なります。日本人男性の20人1人、女性でも500人1人に色覚特性があるといわれています。これは色の3原色を感知し対応する網膜上の赤・緑・青錐体視細胞の感度や数がアンバランスなため、精密検査ではその程度を定量化することで、それを補正し、色の見え方を整えるレンズをご提供します。

### ロービジョン（弱視者）は全国で145万人以上

ものが見えないわけではないが、日常生活において不自由さを感じている方は意外に多く、メガネやコンタクトレンズだけでは視力矯正が難しい場合をロービジョンと呼びます。ただし、先天、後天含め疾病や傷害の程度によって、その特性は多様であるため、その人それぞれにあった商品やケアが必要となります。

色覚やロービジョンといった高度視機能検査に対応できる眼鏡店は全国的にもまだまだ少ないことから、**ベテランスタッフと専用機材による全国出張訪問サービス**にも注力

# アイケアサービスの強化：検査

<b>問診 10分</b>	<b>眼の姿勢検査 2分</b>	<b>両眼視検査 16分</b>	<b>装用テスト 7分</b>
眼環境、疲れ眼チェック 5分 ●	輻輳量検査 1分	ワース四灯検査 1分 ●	高次収差を考慮した仮処方 5分
★ スリット検査 5分 ●	下方回旋量検査 1分	立体視検査 1分	コの字検査 1分
<b>コンディションリセット15分</b>	<b>昼間視力検査 19分</b>	十字ポラテスト 2分	利き目検査 1分
● リラクゼーション 10分～	球面調整 3分	遠見眼位検査 3分	<b>付加価値検査 8分</b>
<b>他覚検査 8分</b>	RGテスト 3分	遠見輻輳解散余力検査 3分 ★	混み合い視力測定 2分
● ウェーブフロント レフ値 1分	クロスシリンダーテスト 3分	近見眼位検査 3分	コントラスト検査 2分
● ウェーブフロント 昼間 1分	最高視力確認 2分	近見輻輳解散余力検査 3分	色覚検査 3分
● ウェーブフロント 夜間 1分	放射線テスト 2分	<b>夜間視力検査 15分</b>	深視力 1分
★ スキア検査 5分	近見視力 2分 ●	球面調整 3分	<b>アイケアご案内 29分</b>
<b>自覚検査 11分</b>	眼年齢検査 2分 ●	RGテスト 3分 ●	ドライアイ視力検査 2分 ●
カバーテスト 1分	近見矯正 2分 ●	クロスシリンダーテスト 3分 ●	ドライアイ判定検査 2分 ●
★ 眼球運動 5分 ●	● 次世代型店舗での追加項目 (40項目※リラク除く) ●	最高視力確認 2分 ●	クワトロチェック 5分
PD測定 1分	★ DOCK白金台本店のみ項目 (44項目※リラク除く) ●	放射線テスト 2分 ●	アイケア商材・OTCご案内 5分
裸眼視力測定 2分	●	眼年齢検査 2分 ●	セルフマッサージご案内 5分
前眼鏡視力測定 2分	●		ビジョントレーニングご案内 5分
・・・時間は目安	赤フォント・・・アイケアサービスメニュー ※通常店舗では25項目		適宜 眼科送患案内 5分



# アイケアサービスの強化：リラクゼーション

長時間のPC作業やスマホの使用などによる現代人のアイケア不足を解消するために、医師や専門家の監修のもと、当社独自のアイケア特化型リラクゼーションサービスを提供

【検査オペレーションの流れ】



**アイケアリラクゼーション**  
リラクゼーションで“見るチカラ”に影響する緊張状態をほぐし、全身や眼をリラックスさせることでより精度の高い視力検査を行います。

◆“見るチカラ”やエイジングが気になる方  
◆同じ姿勢で長時間仕事、作業をする方  
◆長時間パソコン、スマホを見る方

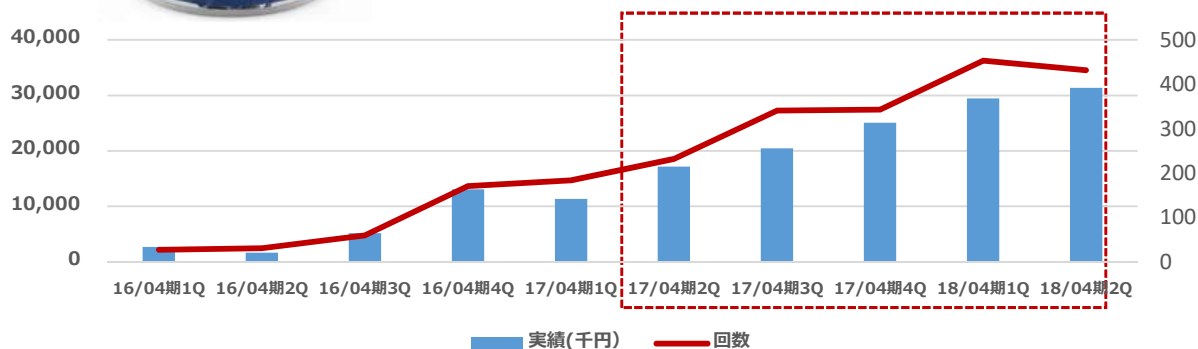
MENU アイケアコース 10分 ¥1,000 追加オプション ¥500

5kg~7kg程ある頭を毎日支える首や肩をリラックスさせます。  
蓄積された全身の緊張を集中的にほぐし、やわらげます。毎日頑張っている眼のご褒美に！  
心地よくリラックスさせ、身体全体に癒しを与えます。  
全身を緊張からほぐし、心身ともにゆるゆるに。

1. 疲れ眼・調節力をリセットし、一時的に正しい状態へと回復させることで、**正確な視力検査を通じて最適なメガネを作ることができます**
2. アイケアを体感（気づかなかった目の疲れなど）して頂くことで、**アイケアの重要性と必要性を知っていただくことができます**
3. 視生活環境からくる「眼の疲れ」や「肩こり」などに悩んだ際に、**気軽に相談や気持ちのリフレッシュができます**

# アイケアサービスの強化：出張訪問販売

より多くの方にアイケア商品・サービスを体感いただくため、法人・個人向けの出張訪問サービスを強化  
 お客様の依頼に応じて、企業、介護施設、病院やご自宅など、いつもと同じ環境に居ながら、店舗同様のアイケアサービスをご提供



高齢化の進展に伴い  
 個人に加えて、  
 企業・施設からの  
 需要拡大

前年同期比：  
**213.4%**

## 主要KPI（前年同期比）

### <眼鏡>

入店数 **7.6%**増 ↑

買上率 **0.3%**増 ↑

客数単価 **2.2%**増 ↑

粗利単価 **0.9%**減

プレミアム  
レンズ比率 **24.3%**増 ↑

### <コンタクトレンズ>

新規件数 **10.6%**増 ↑

再来件数 **30.8%**増 ↑

# 事業基盤の共有化①

戦略的に推進する同業のロールアップにより、事業規模は順調に拡大。メガネスーパーの事業再生過程で構築した目の健康プラットフォームを活用した事業基盤の共有化を進めることで、商品・サービスの多様化を進め、「アイケア重視のサービス型店舗モデル」への転換を図り、収益力の増強を果たす



## 出店戦略サポート

過去の出店で培ったノウハウやデータを活用し、今後の出店戦略構築をサポート。分析ソフト活用や既存店分析からの予測試算方法、また実際に希望条件に合う物件を紹介



## コンタクト売上拡大

多様な販売方法によりコンタクトがビジネスの柱となるようサポート。販売、発注、仕入れの支援により即効性のある利益貢献が可能



## 補聴器売上拡大

これまで培ってきた販売ノウハウの共有、大手ブランドの共同仕入れ、P B開発等により、補聴器ビジネスでも高い利益体質への転換を実現



## 事業基盤の共有化②



### 共同仕入れによるコスト削減

長年の取引で信頼関係を築き上げた国内外の主要メーカーから、スケールメリットを活かした共同仕入れにより、より有利な条件で商品を調達



### 戦略的集客施策の展開

スケールメリットを活かした集客戦略から、様々な競合店や立地特性に対応した個店毎の綿密な集客施策の立案により、集客の最大化が可能



### EC事業・オムニチャネル推進 ・WEB送客支援

EC・コーポレートサイト・SNSなどの店舗集客の運営代行による利益拡大、オムニチャネル戦略の立案から実行を担う



### 取り扱いブランドの拡大

ナショナルブランドからインポートブランドまで様々なブランド品の仕入れに対応。また顧客ニーズを捉えたユニークなオリジナルブランド商品の企画・開発も可能



### 人材育成、後継者育成

質の高いアイケアサービスを提供できる人材育成は業界喫緊の課題。グループ内のMSアイケアスクールを活用した技術革新と先鋭による利益直結のスキル修得が可能



### POSシステム構築・データ管理

自社で築き上げたデータ集計/分析、顧客管理、ITサポートのノウハウを基に業務の効率化と利益の最大化の実現に向けたサポート

# ロールアップの成果：メガネハウス

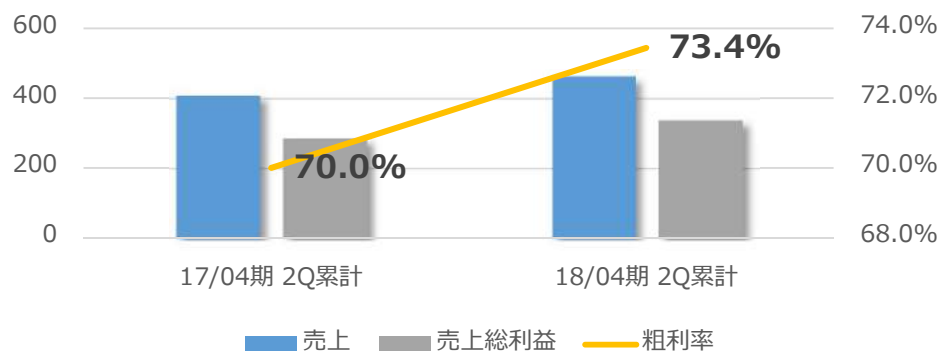
2017年1月31日付にて、メガネハウス社の全株式を取得。以降「アイケア重視のサービス型店舗モデル」への転換を進める。検査・提案力の強化、コンタクトレンズの販売開始、補聴器販売のインフラ整備に加えて、マーケティング策の強化等により、短期間での収益力増強を実現



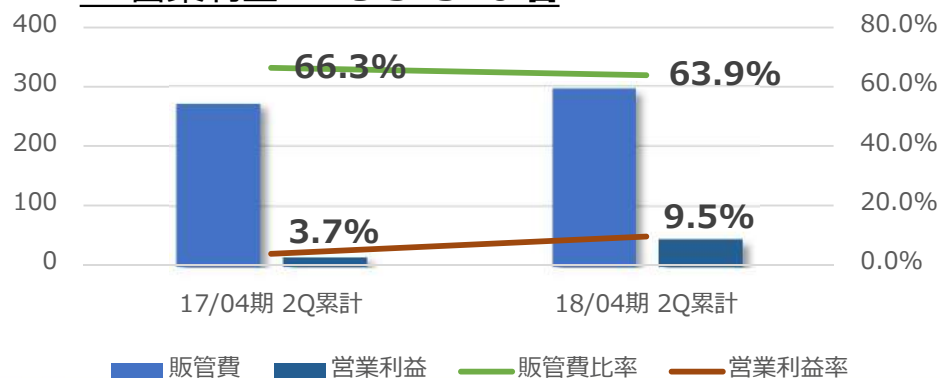
富山県内**22**店舗



■ 売上高：**12.9%増**、売上総利益：**18.5%増**



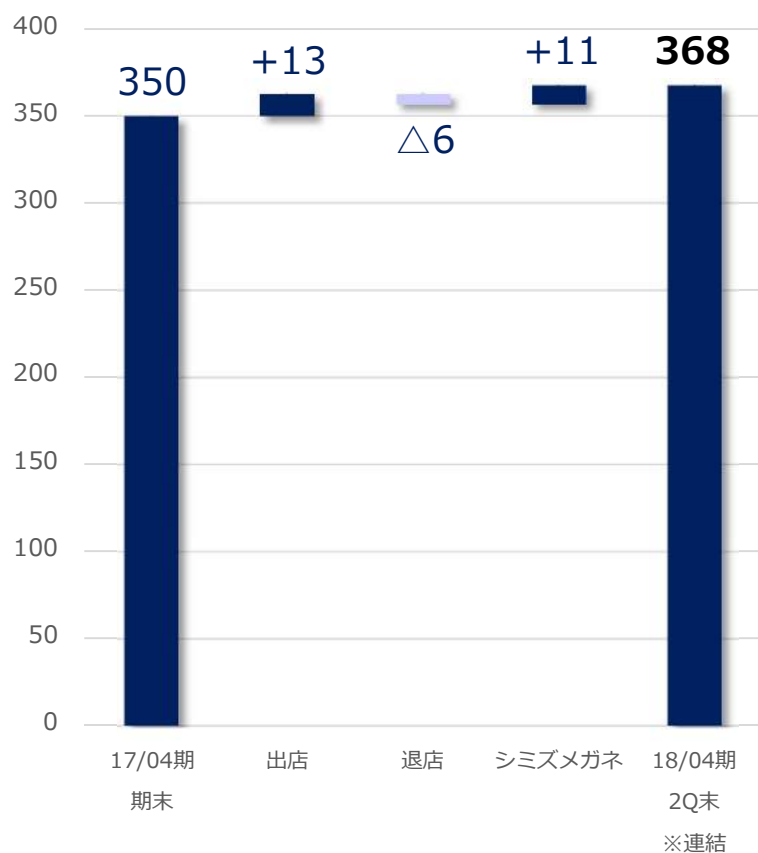
■ 営業利益：**193.3%増**



# 18/04期 2Q末の店舗数（前期末比）

地域密着型商圈、SCや百貨店等への出店を進めるとともに、ロールアップによりシミズメガネ店舗を加え、18/04期 2Q末の店舗数は368店舗（前期末比+17店舗）。退店のうち4店舗は既存店活性化の一環として近隣に移転

※新規出店（一部抜粋）



ヤマトヤシキ姫路店



メガネスーパーコンタクト  
イオンモール三川店



熊本下通店



シミズメガネ 本店





## 顧客満足度：お客様の声

「世代別検査」の導入に伴い（2015年11月～）、視力測定に対する評価コメントが多く寄せられるほか、出張訪問販売、色覚特性など、幅広い世代のお客様からコメントが寄せられる

元々眼鏡作ろうと思って調べていたら**メガネスーパーは検査が充実していることを知り**、気になっていただけ、**ガイアを見てすぐ行こうと思って、会社を早退して来店しました。**（池袋マルイ店）

株主優待券を使用し、初めて利用しました。**安売り店で買うことばかりでしたが、値は張ってもきちんとしたものを丁寧に検査などをした上で購入すべきだと考えさせられました。**（国分寺店）

車椅子で外出できない母のために施設まで出張していただき、新しい眼鏡を作ることができとても助かりました。**検査やフィッティングも丁寧に同じ悩みを持っている方がいたら教えてあげようと思います。**（茅ヶ崎駅前店）

**他店で購入したメガネのメンテナンスも快く受け付けて頂き大変嬉しかったです。**お気に入りのメガネだったので、また使えることができメガネも喜んでいて感じています。サングラスもキレイに仕上げてくださいありがとうございました。（バー上越モール店）

担当して下さった方がとても丁寧に対応して下さり、終始安心して購入することができました。娘が使用していた眼鏡も**『利き目』の方が弱く設定されていると教えて下さいました。**ソフトコンタクトレンズと一緒に眼鏡も調整させて頂きました。お陰様で眉間の痛みが解消されたと、娘が言っていました。（日立田尻店）

**色覚補正レンズを購入し、世界が一変しました。**自然と涙腺が緩み、本当の色を感じることの幸せを自覚しています。花、美術館、看板等、**色彩あふれる世界を提供していただき大変感謝しています。**（溝の口本店）

メガネ保険や新しく作った眼鏡について、**定期的に検査日を作って頂きびっくりしています。今まで眼鏡について関心がなかったのが、今はとても勉強させて頂いています。**ありがとうございます。（横浜立場店）

# 顧客満足度：お客様アンケート

当社商品をお買い上げ頂いたお客様に「接客」「商品」「価格」「視力検査」「メガネの仕上がり」「次回利用意向」「家族・知人・友人への紹介意向」を回答いただき、顧客満足度を定量評価

## お客様アンケートハガキ

1. 店舗スタッフの接客対応はいかがでしたか	<input type="checkbox"/> 非常に満足	<input type="checkbox"/> 満足	<input type="checkbox"/> やや不満	<input type="checkbox"/> 不満
2. 商品の品揃えはいかがでしたか	<input type="checkbox"/> 非常に満足	<input checked="" type="checkbox"/> 満足	<input type="checkbox"/> やや不満	<input type="checkbox"/> 不満
3. 視力検査はいかがでしたか 見え方はいかがですか	<input type="checkbox"/> 非常に満足	<input type="checkbox"/> 満足	<input type="checkbox"/> やや不満	<input type="checkbox"/> 不満
4. メガネの仕上がり、掛け心地はいかがですか	<input type="checkbox"/> 非常に満足	<input type="checkbox"/> 満足	<input type="checkbox"/> やや不満	<input type="checkbox"/> 不満
5. 価格はいかがでしたか（商品・サービスなど総合的に）	<input type="checkbox"/> 非常に満足	<input type="checkbox"/> 満足	<input type="checkbox"/> やや不満	<input type="checkbox"/> 不満
6. 次回また当店を利用したいと思いますか	<input type="checkbox"/> 利用する	<input type="checkbox"/> たぶん利用する	<input type="checkbox"/> たぶん利用しない	<input type="checkbox"/> 利用しない
7. お待たせしない優先予約サービスを利用しますか	<input type="checkbox"/> 便利なので利用したい	<input type="checkbox"/> 利便性を感じないが利用しても良い	<input type="checkbox"/> 便利だと思うが利用しない	<input type="checkbox"/> 利便性を感じないので利用しない
8. 当店をご家族や知人・ご友人におすすめいただけますか	<input type="checkbox"/> すすめる	<input type="checkbox"/> たぶんすすめる	<input type="checkbox"/> たぶんすすめない	<input type="checkbox"/> すすめない
9. お気づきの点やご意見など、ご自由にお聞かせください				

ご協力ありがとうございました

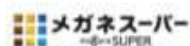
- 回収率**14.7%**（前年同期比**2.0%増**）  
✓ アンケートとしては非常に高い回収率を継続
- 回答はそれぞれの指標で4択  
✓ 非常に満足、満足、やや不満、不満など
- 「非常に満足」「満足」の合計が全体に占める割合を算出し、「顧客満足度」の高低を定量的に把握

## 2. 持株会社体制への移行

# 株式移転により持株会社を設立（17年11月1日）

MAKE new SENSE.

 VISIONARY HOLDINGS



五感を、もっと見つめよう。

人に与えられた五感の力をさらに引き出し、広げることが、これからの人々の毎日を豊かにすると私たちは信じます。

技術の進歩、社会環境の変化によって人々の生活は大きな様変わりを繰り返して来ました。

しかしそれを支えるのが、眼から、耳から、肌から、舌から、鼻から得られる感覚であることは未来永劫変わることはないでしょう。

そして、そこには大きな可能性が秘められています。

私たちは、まず、視覚、聴覚についてできることをやり抜きます。様々なビジネスシーンの効率化にも寄与してまいります。

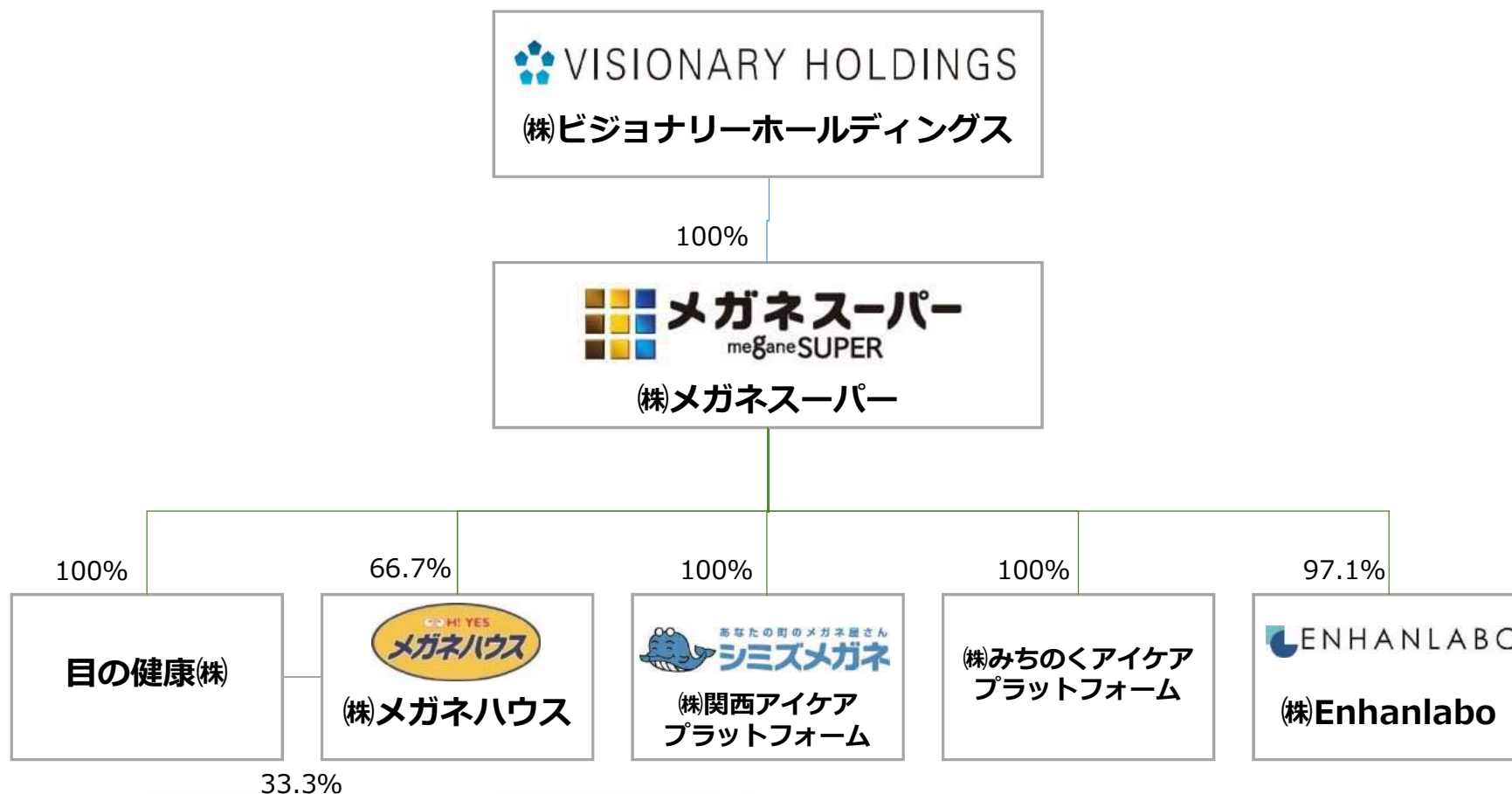
やがては五感全体を拡張し、新しい力を与えることで、生活者が経験していないライフステージを切り拓いていきます。

私たちは最新のテクノロジー、マーケティング手法、独自の知見を有する組織の相乗効果で、

新しい五感創出企業として成長していきます。

# 11月1日以降のグループ図

株式移転の方法により、2017年11月1日に(株)ビジョナリーホールディングスを設立し持株会社体制に移行。同日に持株会社は東京証券取引所JASDAQ市場（証券コード：9263）に新規上場。





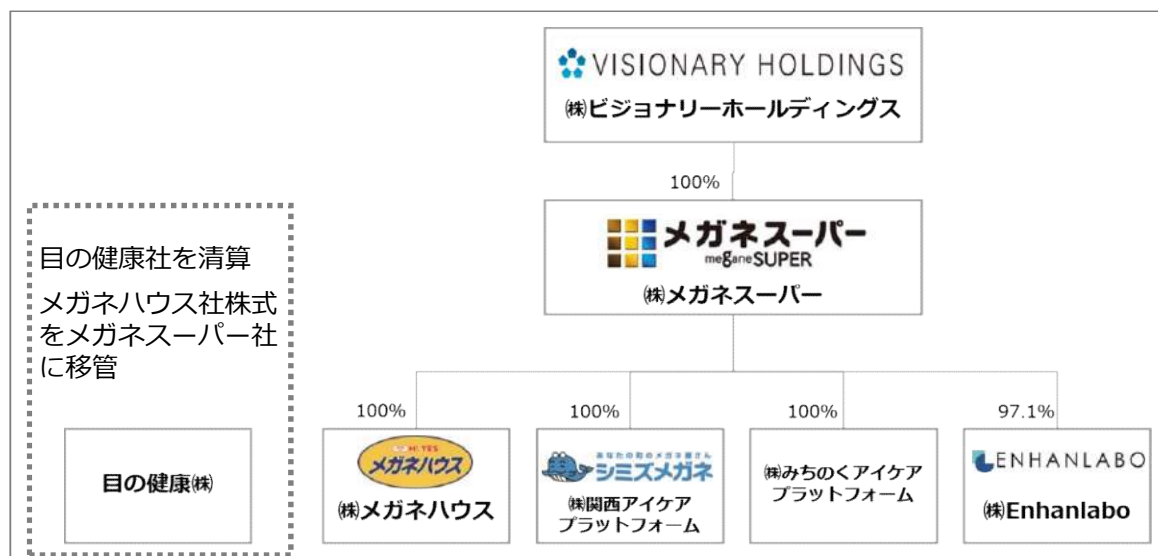
# 今後の予定：メガネスーパー社の減資 / 子会社再編

## 【メガネスーパー社の減資】

資本金 812百万円	→	資本金 100百万円
資本準備金 947百万円		資本準備金 0百万円
その他資本剰余金 0百万円		その他資本剰余金 423百万円
その他利益剰余金 △1,011百万円		その他利益剰余金 133百万円

- 債権者異議申述最終期日：  
2018年1月13日（予定）
- 効力発生日：  
2018年1月15日（予定）

## 【子会社再編 第1弾実施後：グループ図】



- メガネハウス社株式の  
メガネスーパー社への移管：  
2018年2月19日（予定）
- 目の健康社清算終了日：  
2018年2月下旬（予定）

# 株式会社ビジョナリーホールディングス会社概要

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		
本社所在地	東京都港区芝浦四丁目17番3号 芝浦NAビル3階		
設立日	2017年11月1日		
資本金	10,000,000円		
事業内容	眼鏡、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	束原	俊哉
	取締役	小坂	雄介
	取締役	三井	規彰
	取締役(社外)	永露	英郎
	取締役(社外)	松本	大輔
	監査役(常勤)	吉田	豊稔
	監査役	杉崎	茂
	監査役	平岡	久夫

# 3. 更なる成長にむけて

# ご来店予約の強化

「ゆっくり、じっくりメガネやコンタクト・補聴器について相談したい」という方、初めてのメガネ購入やライフスタイルにあったメガネやコンタクト・補聴器を選びたい方にご来店予約を強化。店頭・電話・WEBから、メガネ、コンタクトレンズ、補聴器等の購入、相談、調整、受取りのご予約で優先的にご案内

## 【ご来店予約の訴求】

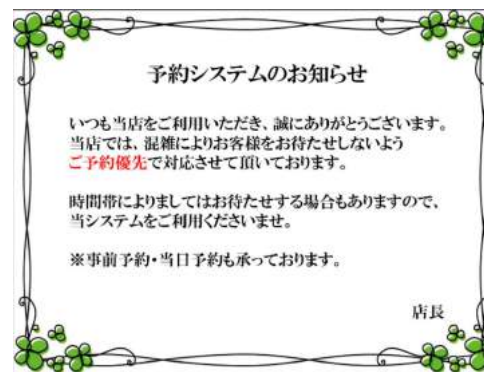


ご希望のメガネスーパー店舗へのご来店日時をご予約いただくことで、ご希望当日優先的にご案内させていただきます。



ご来店時、お電話で、ホームページからメガネ・コンタクトレンズ・補聴器等の購入、相談、調整、受取りのご予約が可能です。

ご予約のお喜びを優先的にご案内するため、「ゆっくりじっくりメガネやコンタクト・補聴器について相談したい」という方、初めてのメガネやライフスタイルにあったメガネやコンタクト・補聴器を選びたい方にオススメです。



## お客様

- 待ち時間の軽減  
→ 顧客満足度の向上

## 当社

- 来店動向に合わせた  
店舗スタッフの配置  
→ 人時生産性の向上

# アイケアサービスの更なる強化・拡充：次世代型店舗

アイケアサービス・商品に対するお客様からのご支持、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、今まで以上にお客様満足度を充足させるアイケアサービス・商品のご提供と prestige 性の高い店舗づくりへ

**高田馬場本店を第一弾「次世代型店舗」として  
全面リニューアルオープン（オープン日：11月23日）**





# 次世代型店舗：提供商品・サービス

アイケア、補聴器の商品・サービスを更に先鋭化させると同時に、あらゆるお客様の眼や聞こえのお悩みにきめ細かく対応

## 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
- 眼年齢検査
- 眼鏡力検査



シニア運転者の  
視界時に義務づけられる  
**夜間視力検査**  
も対応。昼も夜もよく見える  
メガネをお作りします。

## メガネスーパー 次世代型店舗



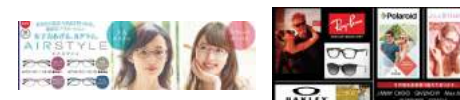
## メガネ工房

熟練の技術者により調整  
サービス。他社メガネ調整無料

- スーパークリーニング
- メガネ調整
- メガネ修理
- メガネ洗浄
- メガネ消毒
- メガネ拭き
- メガネ磨き
- メガネ拭き
- メガネ拭き
- メガネ拭き
- メガネ拭き
- メガネ拭き



## 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。  
高田馬場では関東発の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



## ビジョナリーHDアイケア事業における成長戦略の中核として展開

## 次世代型店舗：アイケアステーション ロゴ

次世代店舗には新たにロゴサインを開発。アイケアを提供する専門店として「アイケアステーション」を新たにサインに追加。メガネ店舗としても分かりやすい視認性に優れたデザインでロゴを構成



**既存店にも通じるロゴサインを展開することで  
全店のアイケアイメージの増幅を図る**

# 次世代型店舗：第1号店 高田馬場本店

装飾・空間・接客・商品・サービスの全てにおいて、アイケアという「コト売り」を最大限に考慮したメガネスーパーが提案する次世代の店舗

## 【主なサービス内容】

- ・個室検査ルーム
- ・ウェブフロントアナライザーによる夜間視力測定
- ・プレミアム検査
- ・色覚 ロービジョン対応
- ・リラクゼーション
- ・5.1サラウンドシステムによる空間試聴体験
- ・シュミレーションルームによる視体験
- ・ダークブラウンを基調とした落ち着いた売場
- ・商談スペース
- ・匠工房（見える加工室）



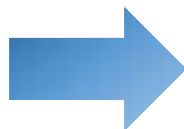


# 次世代型店舗：第1号店 高田馬場本店

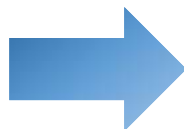
Before

After

【外観】



【内観】



# 次世代型店舗：第1号店 高田馬場本店





# 次世代型店舗：第1号店 高田馬場本店実績①

商品群	11/22	11/23	11/24	11/25	11/26	11/27	11/28	11/29	11/30
メガネ	582	1,351	864	1,165	1,651	353	315	520	217
CL	110	128	128	159	114	130	88	113	73
HA	709	268	283	2	231	1	2	2	1
その他	0	1	1	7	4	4	0	0	0
<b>合計</b>	<b>1,400</b>	<b>1,748</b>	<b>1,276</b>	<b>1,333</b>	<b>2,000</b>	<b>487</b>	<b>405</b>	<b>634</b>	<b>291</b>
前年メガネ	106	295	123	376	302	616	206	317	413
前年CL	51	124	72	60	161	59	137	79	46
前年HA	4	27	0	1	1	0	2	1	389
前年その他	0	0	0	0	0	0	0	0	4
<b>前年合計</b>	<b>161</b>	<b>446</b>	<b>195</b>	<b>437</b>	<b>464</b>	<b>675</b>	<b>346</b>	<b>397</b>	<b>852</b>
前年比(同日)	872.2%	392.1%	653.4%	305.0%	431.5%	72.2%	117.3%	159.7%	34.2%

期間実績	当月累計
7,017	11,136
1,043	2,464
1,498	1,734
17	56
<b>9,576</b>	<b>15,390</b>
2,753	9,155
790	2,726
425	702
4	56
<b>3,972</b>	<b>12,639</b>
241.1%	121.8%

※CC含まず

## 【月別受注実績】 ※CC含む

受注額		42期5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
当年受注	眼鏡	11,452	9,355	10,738	12,178	9,410	8,963	10,920
	コンタクト	2,970	3,169	3,478	2,921	2,898	2,711	2,391
	コーンセンター	1,981	2,170	2,076	2,525	2,625	2,075	2,367
	コンタクト計	4,951	5,339	5,554	5,446	5,524	4,786	4,757
	補聴器	565	1,275	104	570	568	957	1,733
	その他	52	98	90	83	94	71	56
	合計	17,020	16,067	16,486	18,277	15,595	14,778	17,466
受注前年比	眼鏡	114.5	98.4	106.4	108.0	92.2	92.7	119.2
	コンタクト	93.0	111.9	99.5	112.8	107.2	92.3	87.6
	コーンセンター	196.6	182.0	165.7	170.9	157.5	111.6	167.9
	コンタクト計	117.9	132.7	116.9	133.9	126.4	99.8	115.0
	補聴器	222.0	117.6	17.4	681.7	64.9	295.2	246.7
	その他	67.0	147.5	110.8	153.3	416.1	170.8	98.7
	合計	117.1	109.5	106.2	118.1	100.8	99.6	124.3

眼鏡の1,000万越えと補聴器の170万オーバーがあり、1,746万で終了。CC含むと前年比124%と大きく伸ばす。

# 次世代型店舗：第1号店 高田馬場本店実績②

	BF	実売単価	FM単価	LS単価	プレミアム比	AF	実売単価	FM単価	LS単価	プレミアム比	実売単価差	FM単価差	LS単価差	プレミアム比
新規	①0～9歳	29,558	14,474	15,084	57.1%	①0～9歳	0	0	0					
	②10～19歳	36,777	17,554	19,223	73.7%	②10～19歳	34,218	16,640	17,578	80.0%	-2,559	-914	-1,645	6.3%
	③20～29歳	33,846	16,733	17,114	76.0%	③20～29歳	32,887	18,275	14,612	75.0%	-959	1,543	-2,501	-1.0%
	④30～39歳	42,348	19,854	22,494	74.3%	④30～39歳	32,532	18,295	14,238	75.0%	-9,816	-1,560	-8,257	0.7%
	⑤40～49歳	37,069	18,163	18,906	70.7%	⑤40～49歳	36,953	18,957	17,997	83.3%	-116	794	-910	12.6%
	⑥50～59歳	41,490	20,375	21,115	81.3%	⑥50～59歳	48,416	20,379	28,037	85.7%	6,926	3	6,922	4.5%
	⑦60～69歳	49,026	22,295	26,731	88.4%	⑦60～69歳	58,840	25,950	32,890	100.0%	9,814	3,655	6,159	11.6%
	⑧70～79歳	47,279	24,401	22,877	65.4%	⑧70～79歳	27,939	18,400	9,539	100.0%	-19,340	-6,001	-13,338	34.6%
	⑨80～89歳	45,665	18,475	27,190	80.0%	⑨80～89歳	90,800	40,800	50,000	100.0%	45,135	22,325	22,810	20.0%
	⑩90歳～	39,667	20,001	19,666	100.0%	⑩90歳～	0	0	0					
⑪不明	34,124	18,012	16,112	78.6%	⑪不明	35,258	15,267	19,992	100.0%	1,134	-2,746	3,880	21.4%	
集計	40,195	19,349	20,846	76.1%	集計	42,076	20,131	21,945	86.8%	1,881	782	1,099	10.7%	
再来	①0～9歳	42,000	15,000	27,000	100.0%	①0～9歳	0	0	0					
	②10～19歳	32,568	15,495	17,074	72.2%	②10～19歳	26,796	11,284	15,512	60.0%	-5,773	-4,211	-1,562	-12.2%
	③20～29歳	36,543	18,123	18,419	81.1%	③20～29歳	48,900	24,000	24,900	50.0%	12,357	5,877	6,481	-31.1%
	④30～39歳	38,063	19,036	19,027	67.6%	④30～39歳	71,725	24,800	46,925	100.0%	33,662	5,764	27,898	32.4%
	⑤40～49歳	43,496	20,600	22,896	84.0%	⑤40～49歳	55,056	24,181	30,876	85.7%	11,560	3,581	7,980	1.8%
	⑥50～59歳	48,529	22,670	25,859	88.8%	⑥50～59歳	53,179	25,304	27,875	92.3%	4,650	2,634	2,016	3.5%
	⑦60～69歳	47,847	22,504	25,344	85.0%	⑦60～69歳	64,433	24,658	39,775	100.0%	16,586	2,155	14,431	15.0%
	⑧70～79歳	48,780	24,580	24,200	77.9%	⑧70～79歳	56,581	29,624	26,957	92.3%	7,801	5,045	2,757	14.4%
	⑨80～89歳	53,060	26,882	26,178	88.2%	⑨80～89歳	43,517	20,685	22,832	100.0%	-9,544	-6,197	-3,347	11.8%
	⑩90歳～	38,501	24,100	14,401	75.0%	⑩90歳～	0	0	0					-75.0%
⑪不明	34,225	16,975	17,250	100.0%	⑪不明	74,900	32,200	42,700	100.0%	40,675	15,225	25,450	0.0%	
集計	45,334	21,853	23,480	82.7%	集計	53,571	24,407	29,164	89.5%	8,238	2,554	5,684	6.8%	
総計	43,577	20,997	22,580	80.4%	総計	48,973	22,697	26,276	88.4%	5,396	1,699	3,697	8.0%	

店舗リニューアル以前も単価やプレミアム比は高かったが、機能から説明する次世代店舗価格表使用や幅広い商品展開により、新規・再来ともに単価が上昇、再来に関しては、ほぼ全年代で大幅に上昇

# ウェアラブル領域：(株)Enhancelabo設立

ヒト・モノ・カネを強化し、量産化を推進中



# ウェアラブル領域：Enhanlaboが目指す未来

「視覚拡張」を通じて、あらゆる産業の「生産性向上」に寄与するインフラに  
⇒「見え方」「かけ心地」を追求する眼鏡業界のモノづくりを活用した  
次世代産業の創出を目指す

製造



倉庫・物流



医療



農業



畜産



介護



インバウンド



スポーツ



エンターテインメント



教育





# ウェアラブル領域：「b.g.」量産デザイン：外観



# ウェアラブル領域：「b.g.」着用イメージ

メガネ無しの状態での着用イメージ



「見え方」「かけ心地」を追求  
キーコンセプト  
「視覚拡張」

メガネ有りの状態での着用イメージ



- メガネをかけた状態でも全く圧迫されることなく着用可能なサイジングを実現。視力矯正が必要な方がストレスなくかけられるデザイン。
- 主たる販路をBtoBと捉えたとき、複数の人が使いまわすニーズが大きくオーバーグラスタイプのフレーム形状を採用



# ウェアラブル領域：プロトタイプからの改善ポイント

基本コンセプトは踏襲しながら「見え方」「かけ心地」を更に追及  
※意匠・特許出願済み



「見え方」  
の追求

「かけ心地」  
の追求

- 実視野をより広く確保
- ディスプレイ位置を上下可変に
- 重量負荷分散によりかけ心地を改善
- オーバーグラスタイプのフレーム形状

# ウェアラブル領域：「b.g.」仕様・機能の強化

## 【外部デバイスとの接続】



- HDMI入力のシンプルな構成
- モバイルバッテリーを使用

## 【防水機構の導入】



- PD(瞳孔間距離) に合わせた調節機構と防水機構を両立  
(※IP65準拠予定)

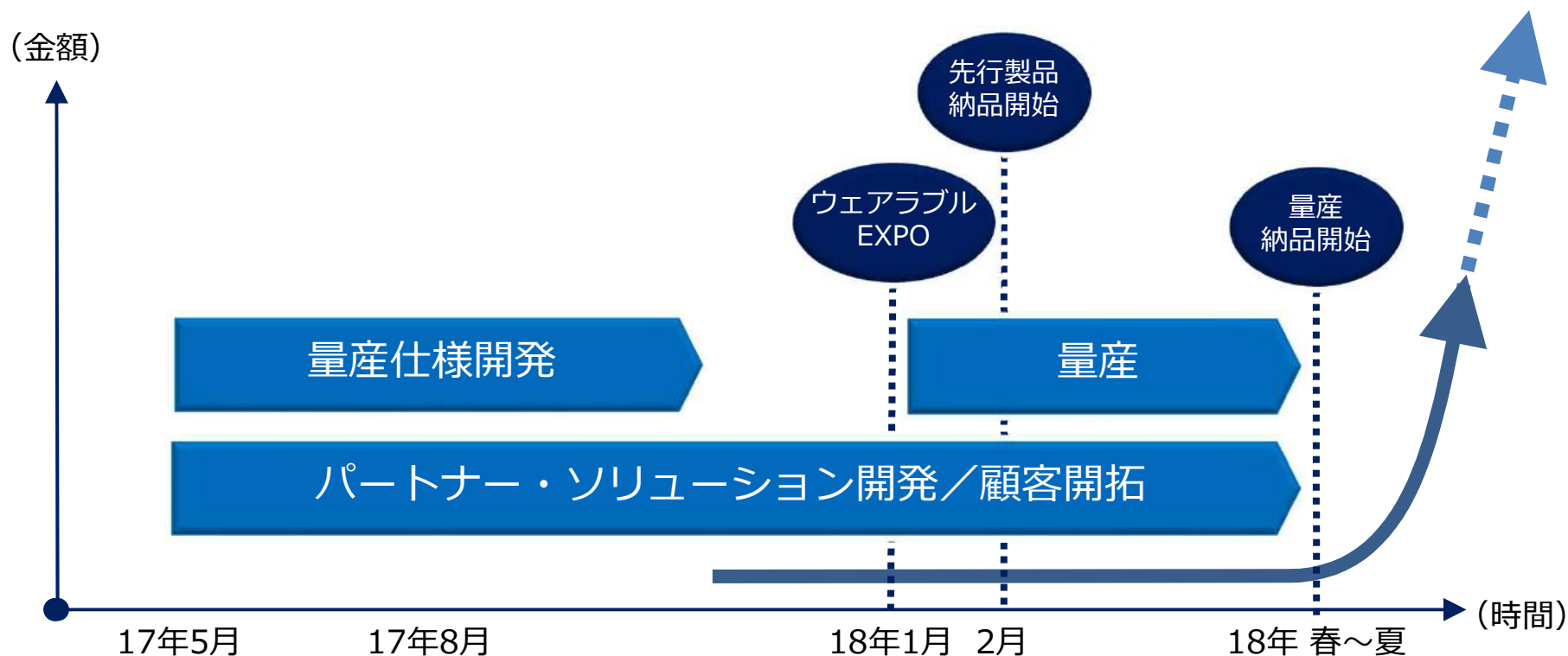
# ウェアラブル端末領域：今後の更なる発展性

多種多様な顧客ニーズに対応するため、少量多品種のメガネのモノづくりの考え方をベースに、「脱着型」という特長を生かした発展性を更に追求



# ウェアラブル端末領域：今後の展開スケジュール

2018年1月にはウェアラブルEXPOに出展、最新商品を展示  
2018年2月～企業向けに先行製品を納入開始



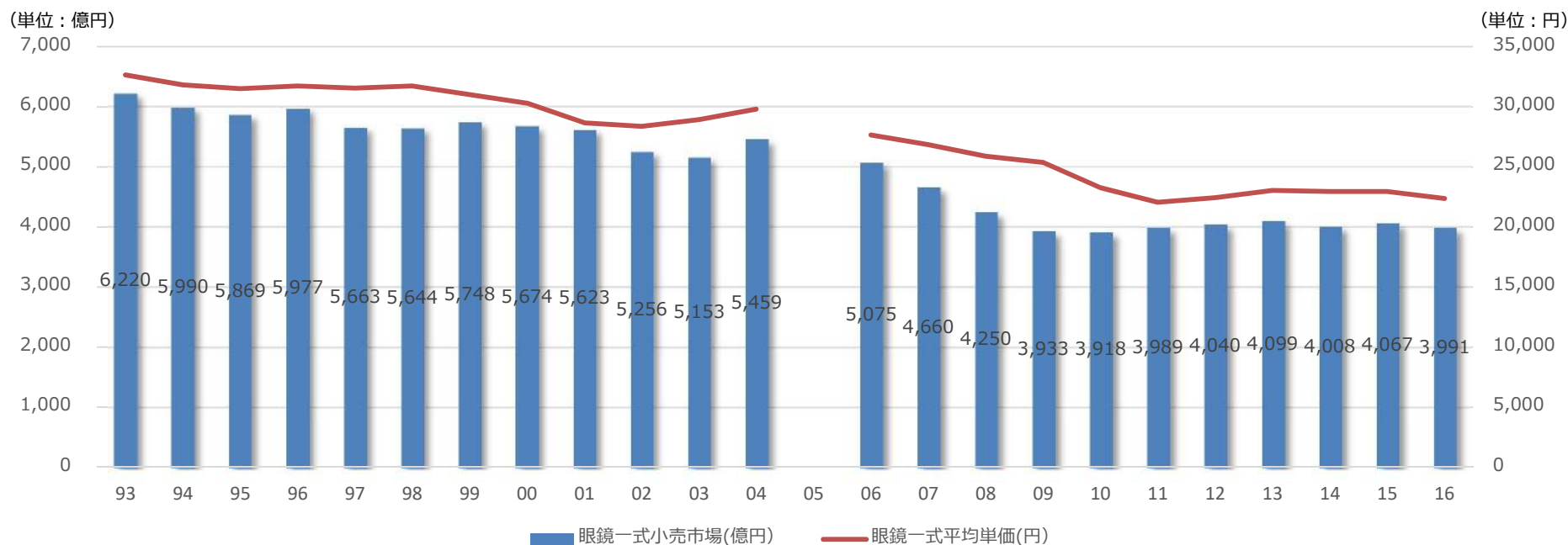
- 既存取引先から予約開始済（凸版印刷様、ウイングアーク1st様、ティック様（医療商社）などから予約受付済）  
出資に関する案件も継続的に検討中

# Appendix



# メガネ市場

低価格専門店の伸長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、メガネの市場規模は2010年までは大幅に縮小。2011年以降は、低単価への需要は根強いものの、高齢化進展による老視用レンズ、遠近両用等の累進型レンズへの需要が増加。視力低下、疲れ目、スマホ老眼の解消、よい掛け心地への需要も顕著に。結果として、価格を求める層と視環境改善を求める層に二極化。供給面では、競争激化、人手不足、後継者難による量販店、専門店、中小店の淘汰が相次ぎ、業界の再編機運も。



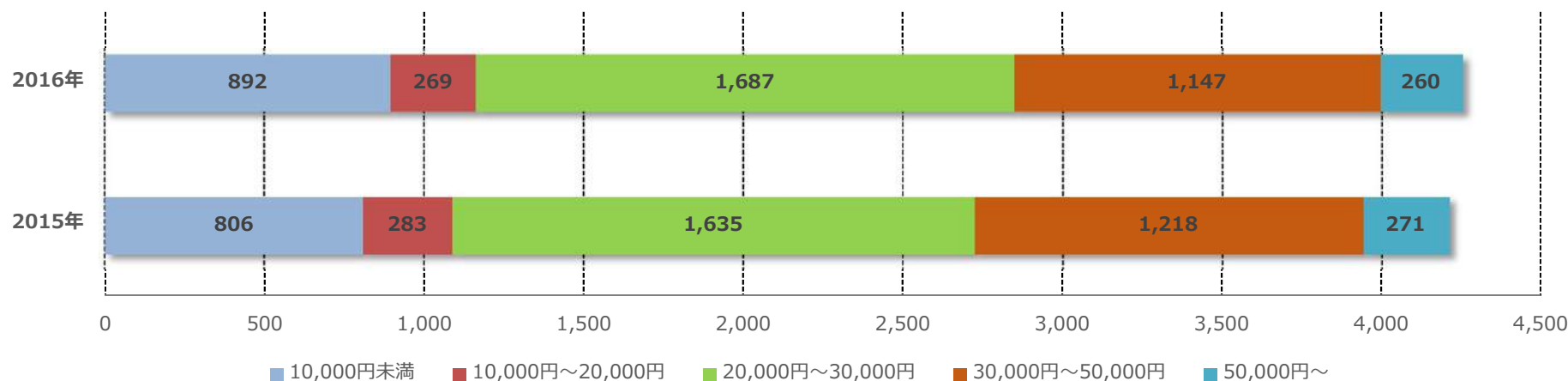
出所：「眼鏡DB」各年報より当社にて作成

# メガネ市場の変化

メガネ市場は、購入価格帯から低価格メガネを求める需要層と高品質・高付加価値メガネを求める需要層に二極化傾向がみられる。低価格帯は伸びているが、かつての勢いは見られず。一方、中価格帯に代わり、高価格帯が増加傾向に。景気の間方は不透明であるが、マクロでは高齢化の進展、ミクロではVDT高頻度使用による疲れ目症状が拡大基調にあり、今後も二極化傾向は続くと見られる。

## 平均単価階層別の比較

眼鏡一式平均価格帯ごとの売上（単位：億円）



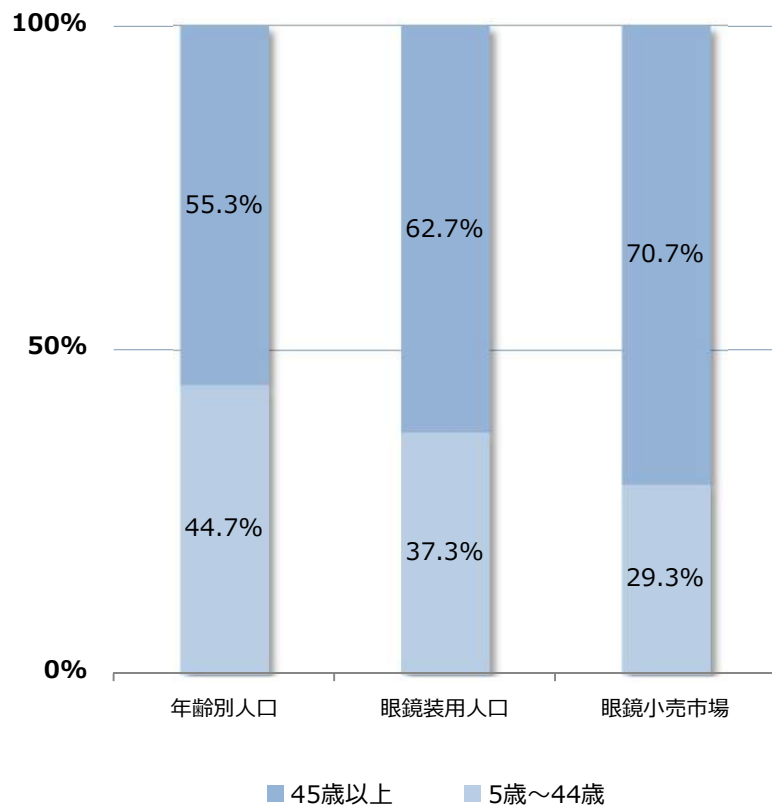
(単位：億円)

出所：「眼鏡DB2017」より当社にて作成

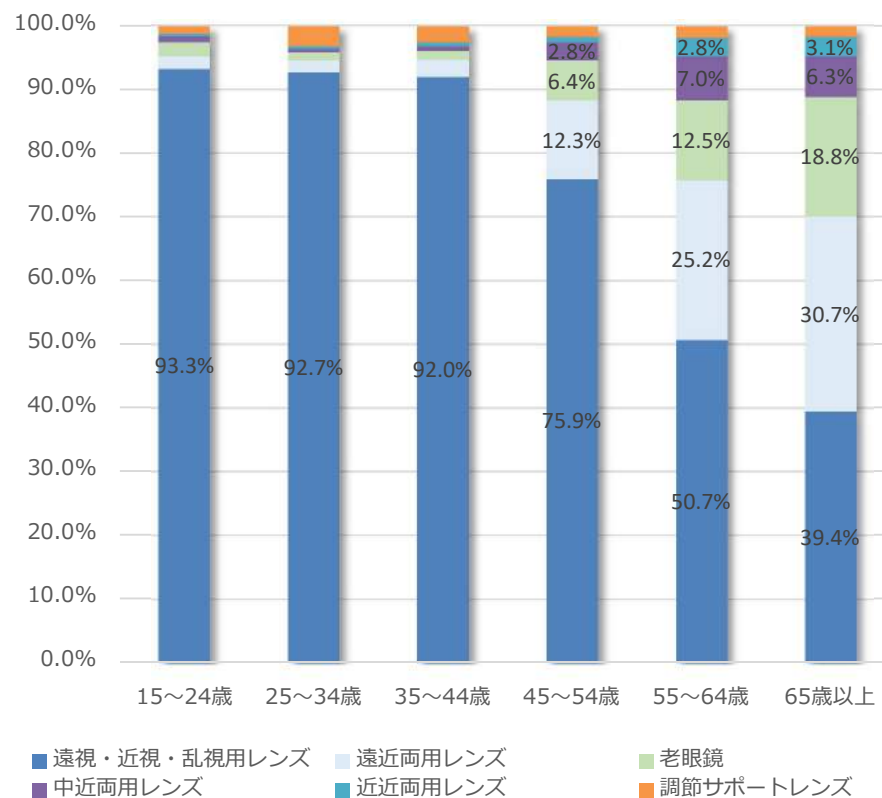
# メガネ市場の環境

45歳以上のミドル・シニアは、人口で見れば約半分だが、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7割を占める。

## 45歳以上の構成比



## 年齢別使用レンズの種類 (市場全体)

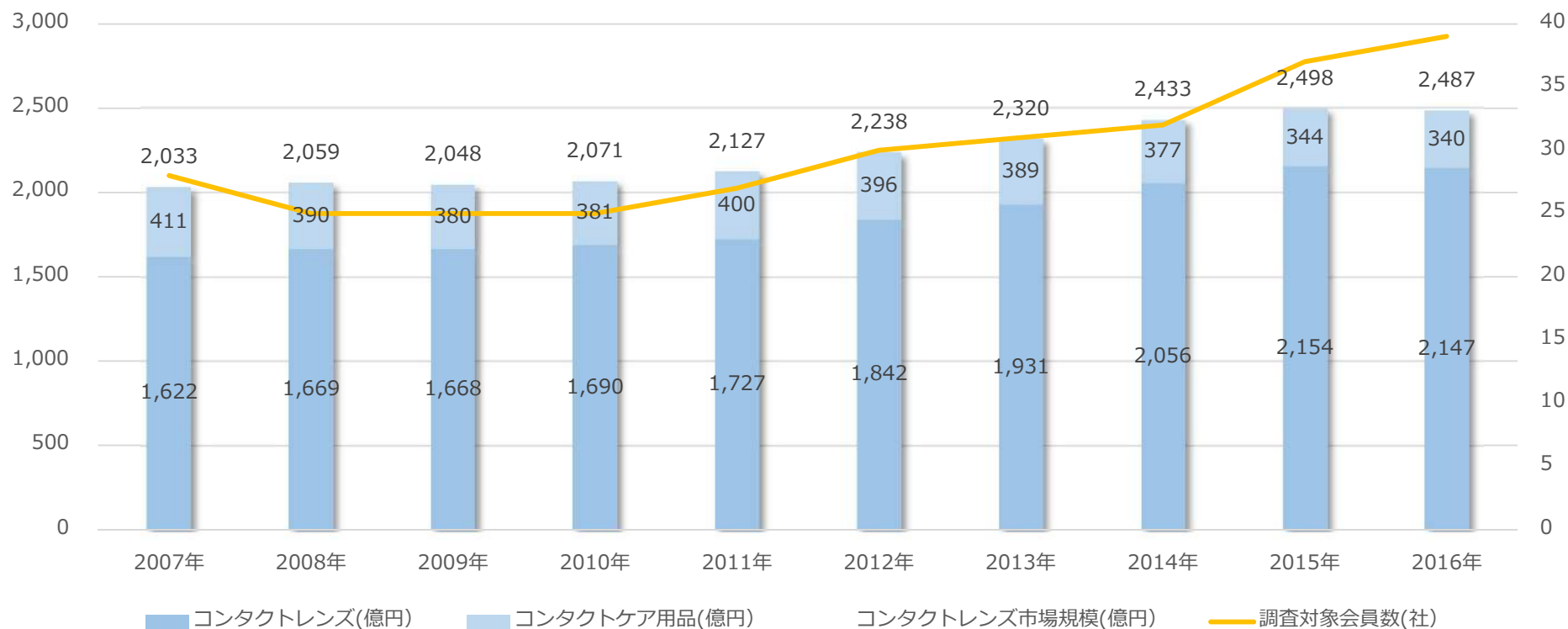


出所：眼鏡DB2017より当社にて作成

# コンタクトレンズ市場の成長

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、装用人口は増加基調。緩やかながらも市場は成長が続くと予測される。

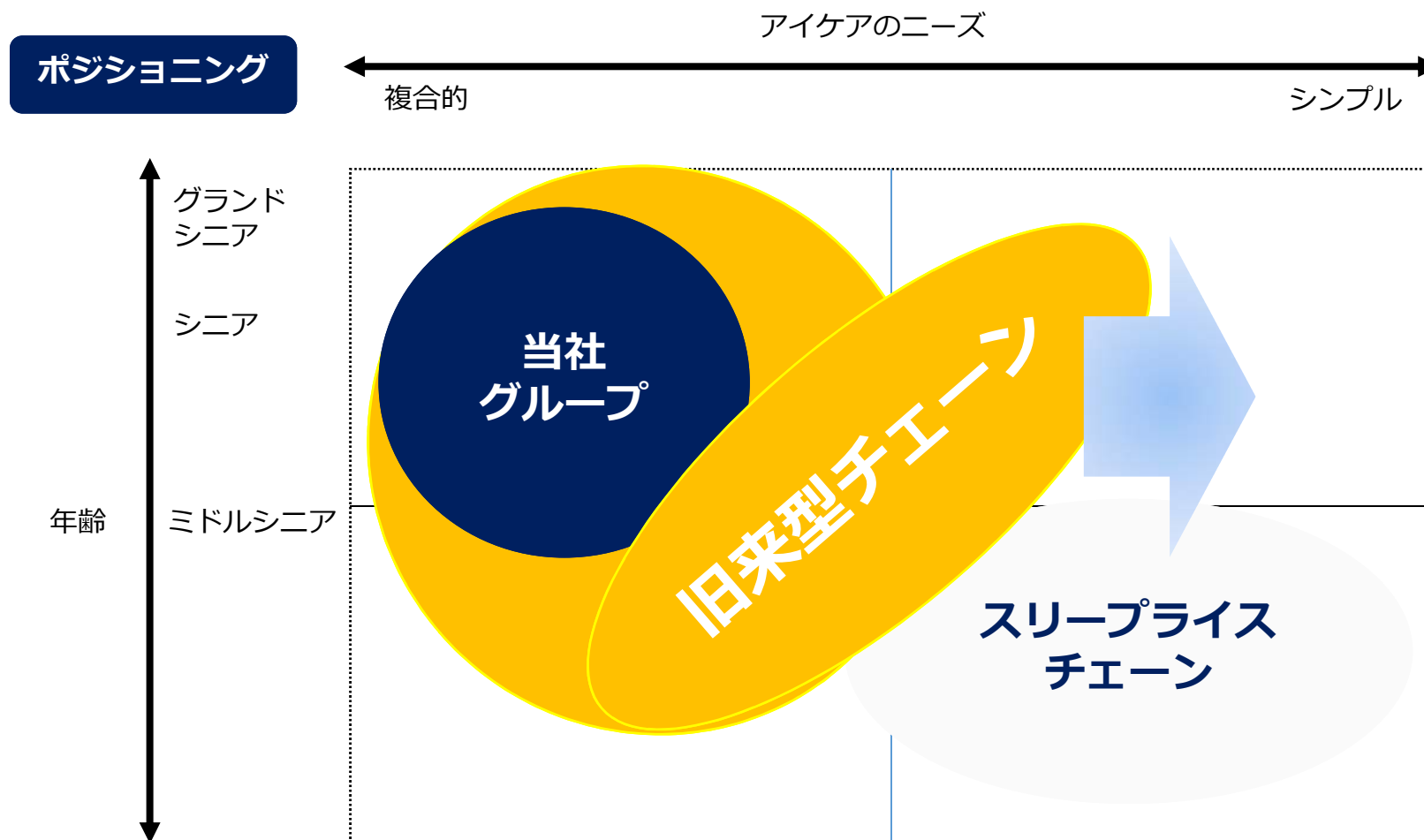
(単位：億円)



出所：一般社団法人 日本コンタクトレンズ協会のデータより当社にて作成

# 当社グループのポジショニング

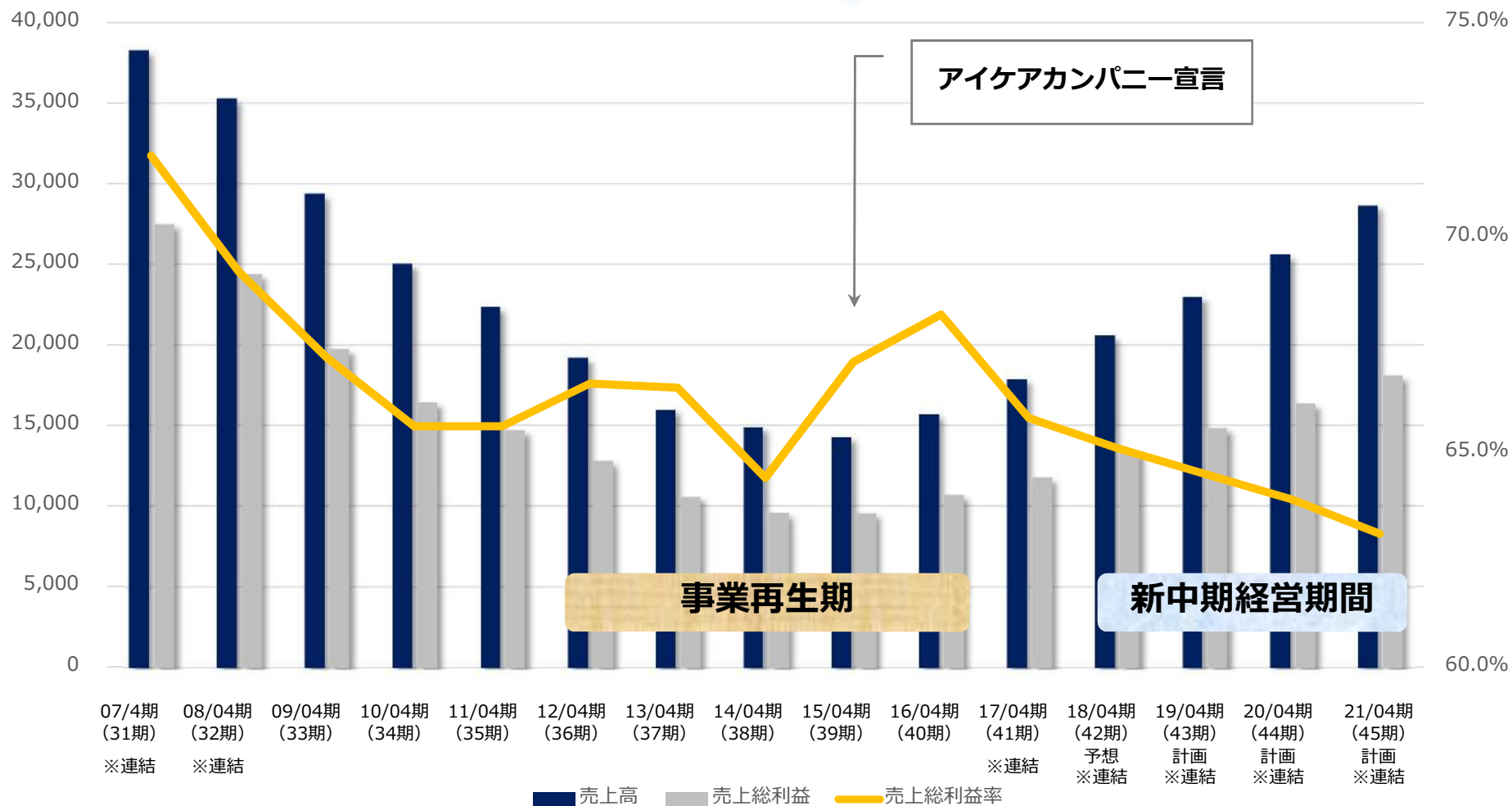
単なる視力矯正に止まらないニーズを持ち、付加価値需要層（高付加価値・高単価のメガネを志向するミドル・シニア層）をターゲティング。





# 売上高推移

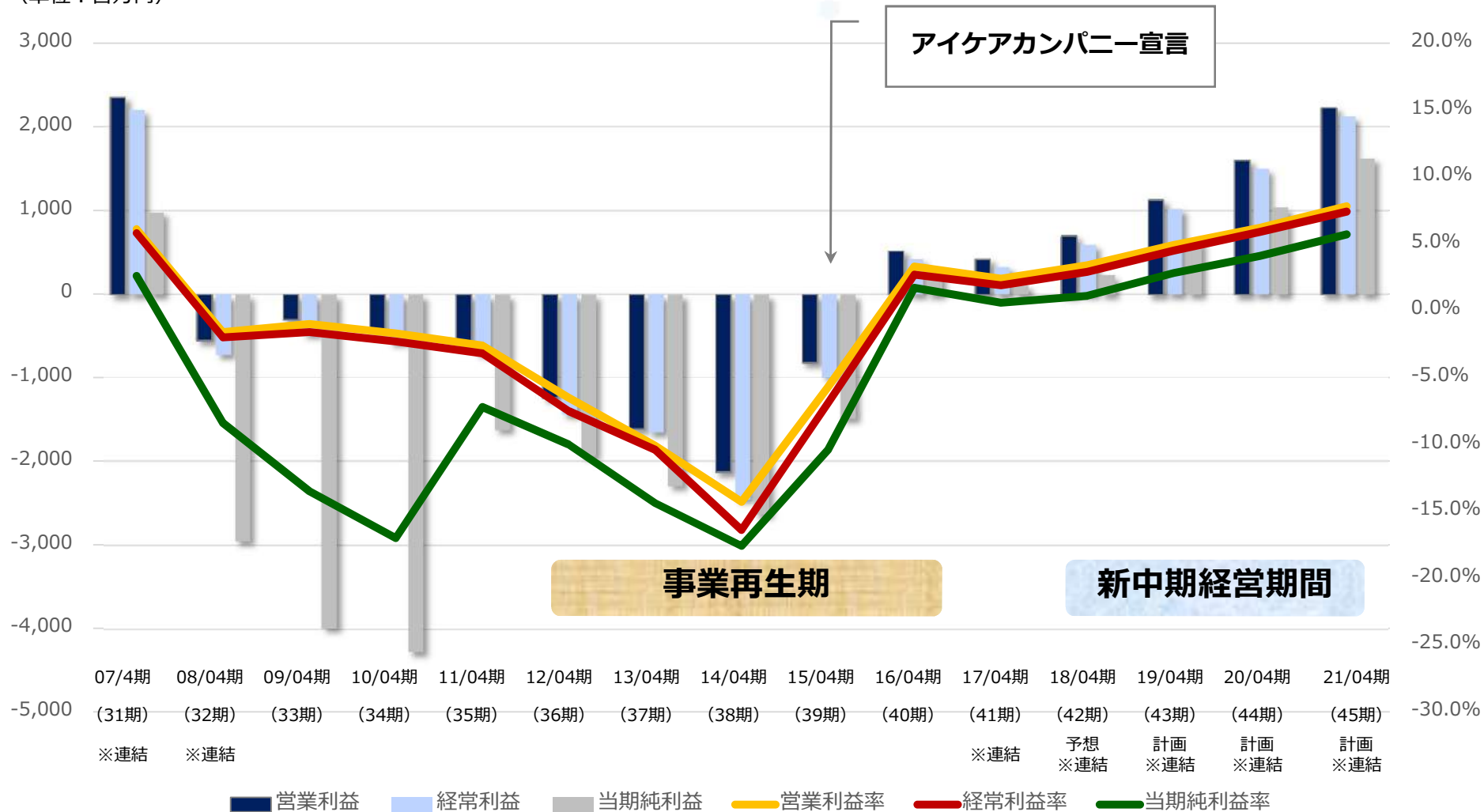
(単位：百万円)



※ 17/04期 3Qより目の健康株式会社、17/04期4Qより株式会社メガネハウスがP/L連結開始

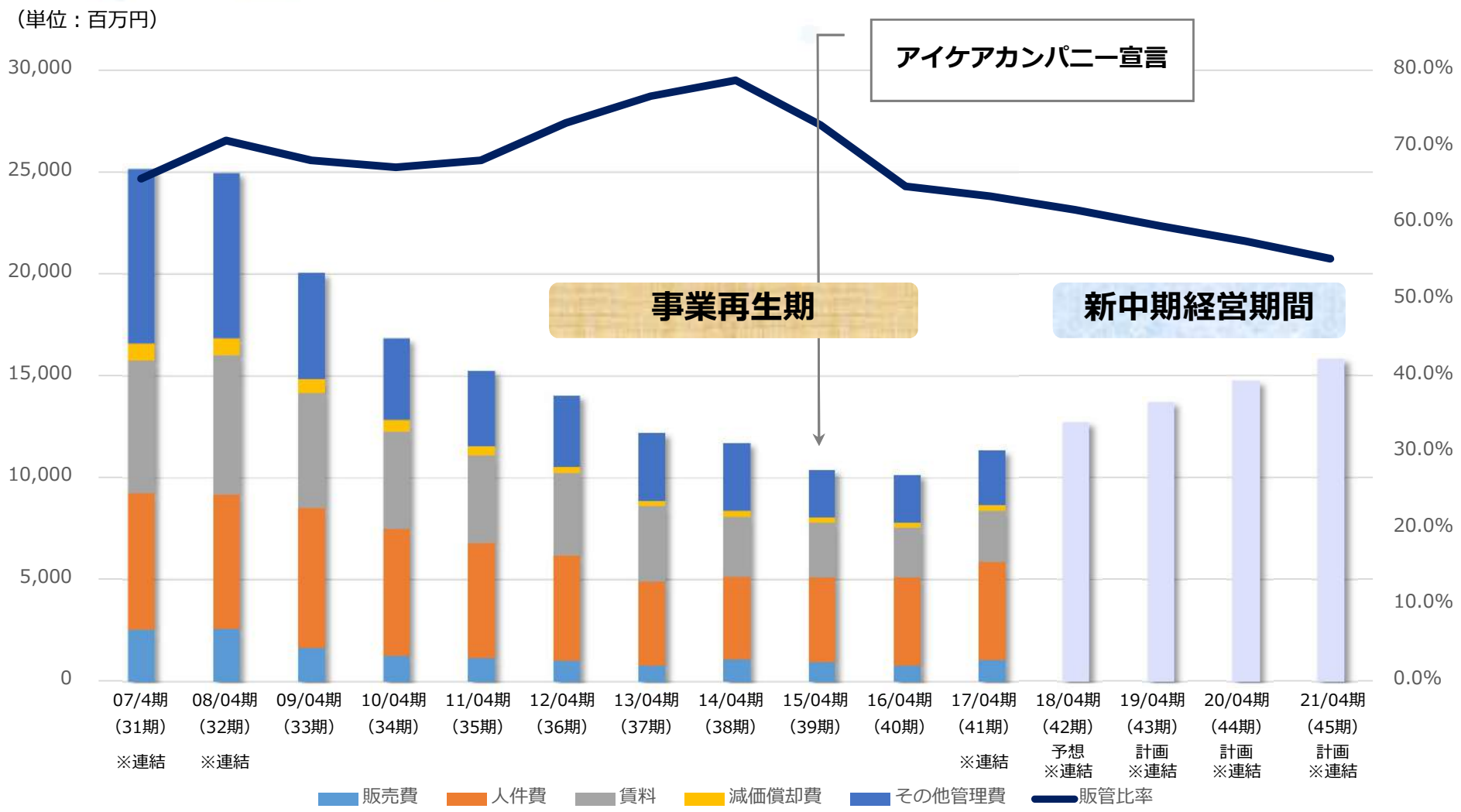
# 営業利益・経常利益・当期純利益推移

(単位：百万円)



※ 17/04期 3Qより目の健康株式会社、17/04期4Qより株式会社メガネハウスがP/L連結開始

# 販売費および一般管理費推移

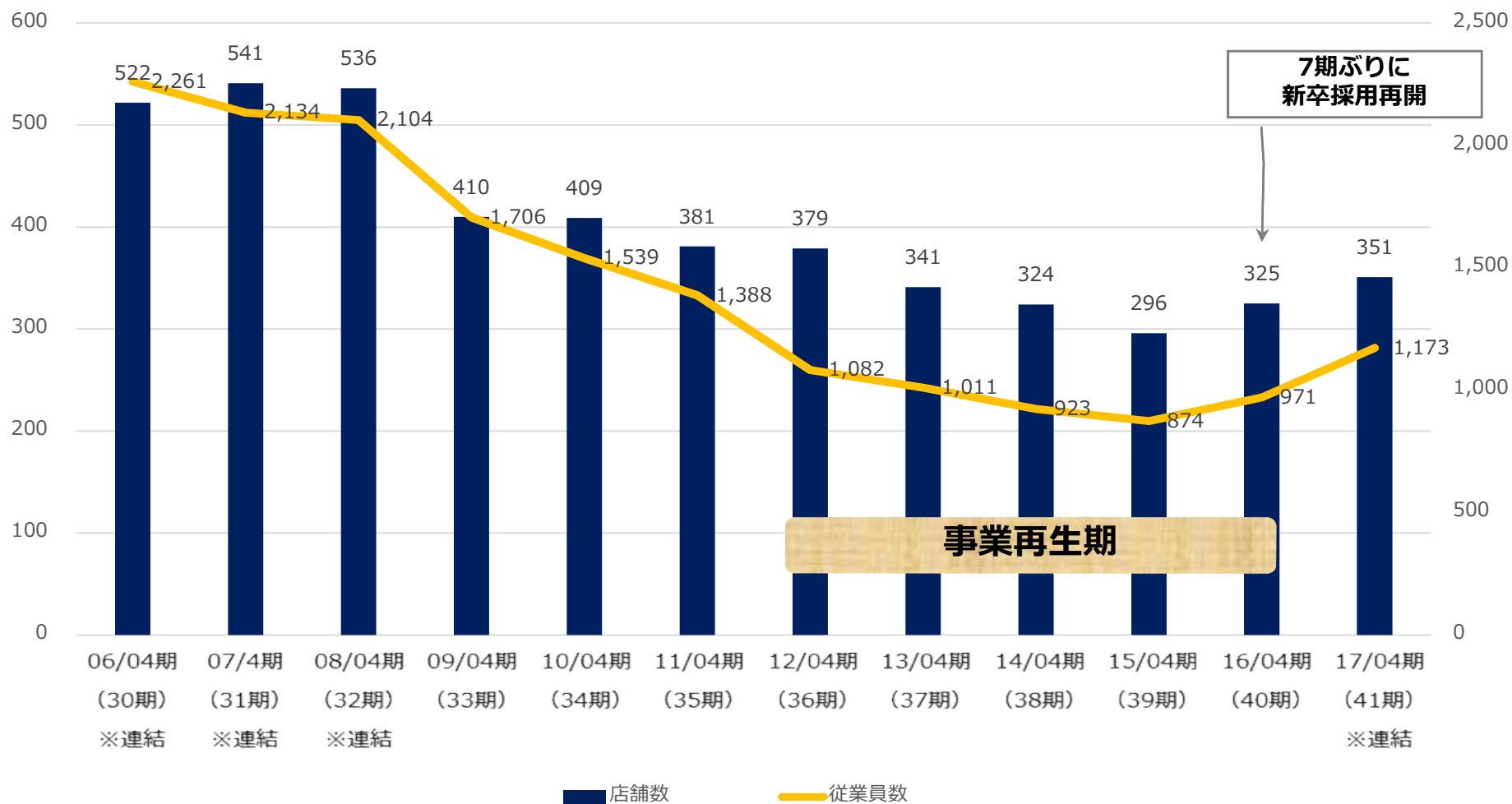


※ 17/04期 3Qより目の健康株式会社、17/04期4Qより株式会社メガネハウスがP/L連結開始

# 店舗数・従業員数推移

(単位：店舗)

(単位：人)



※ 17/04期3Qより連結決算に移行

# 株式会社メガネスーパー会社概要（17年10月末日現在）

会社名 株式会社メガネスーパー（MEGANESUPER CO.,LTD）

本社所在地 神奈川県小田原市本町四丁目2番39号

設立 1980年9月

資本金 812百万円

売上高 17,892百万円（17/04期 連結実績）

店舗数 368店舗（グループ全体）

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

従業員数 1,136名（グループ全体）

役員	代表取締役社長	星崎	尚彦
	取締役	東原	俊哉
	取締役	小坂	雄介
	取締役	三井	規彰
	取締役（社外）	永露	英郎
	取締役（社外）	松本	大輔
	監査役（常勤）	吉田	豊稔
	監査役	杉崎	茂
	監査役	平岡	久夫





# 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。