

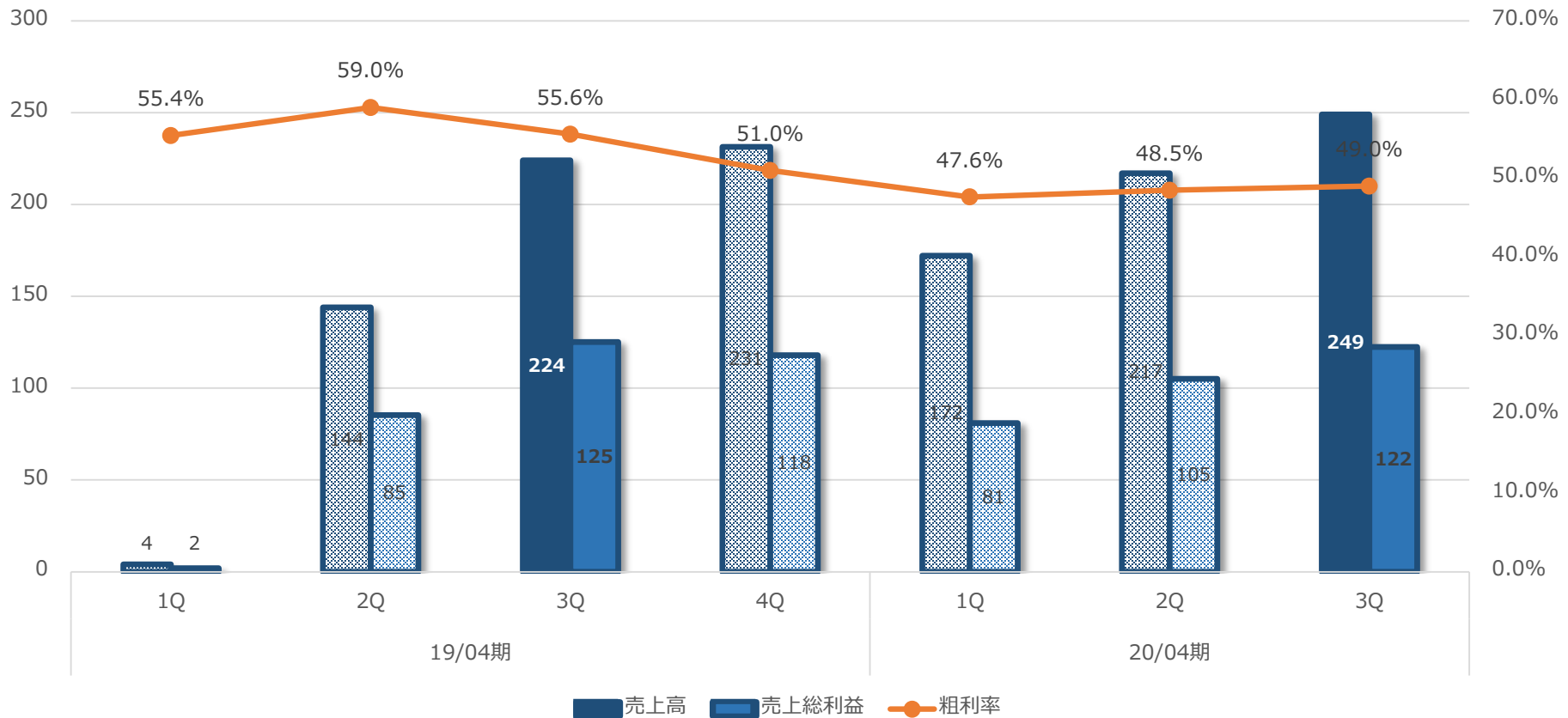
卸売事業



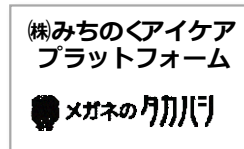
卸売事業：四半期推移

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（2018年8月に子会社化）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、売上高は前年3Q比**11.0%増**

(単位：百万円)



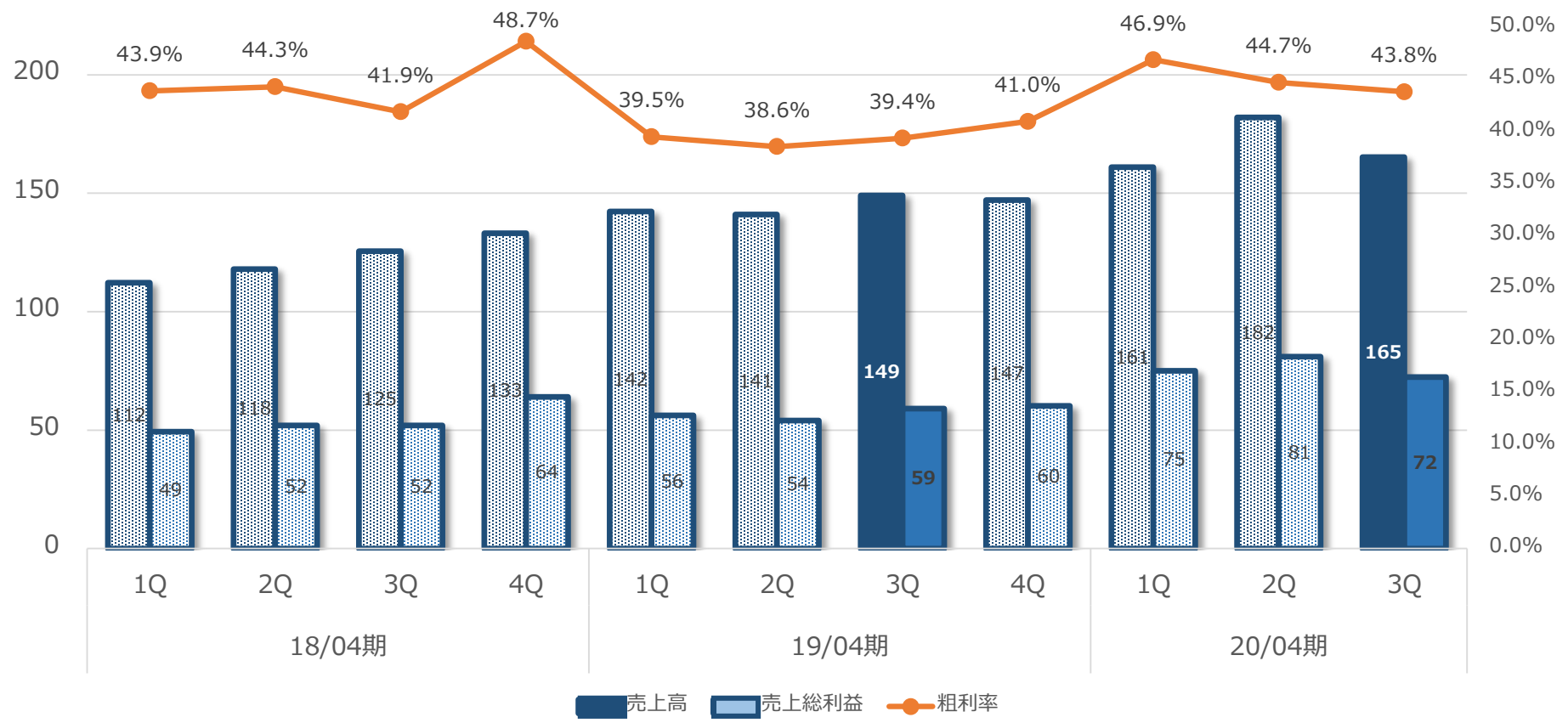
EC事業



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、ロハコ等のモール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の提供により、売上高は前年3Q比10.2%増と成長を継続

(単位：百万円)



その他事業

(株)VisionWedge

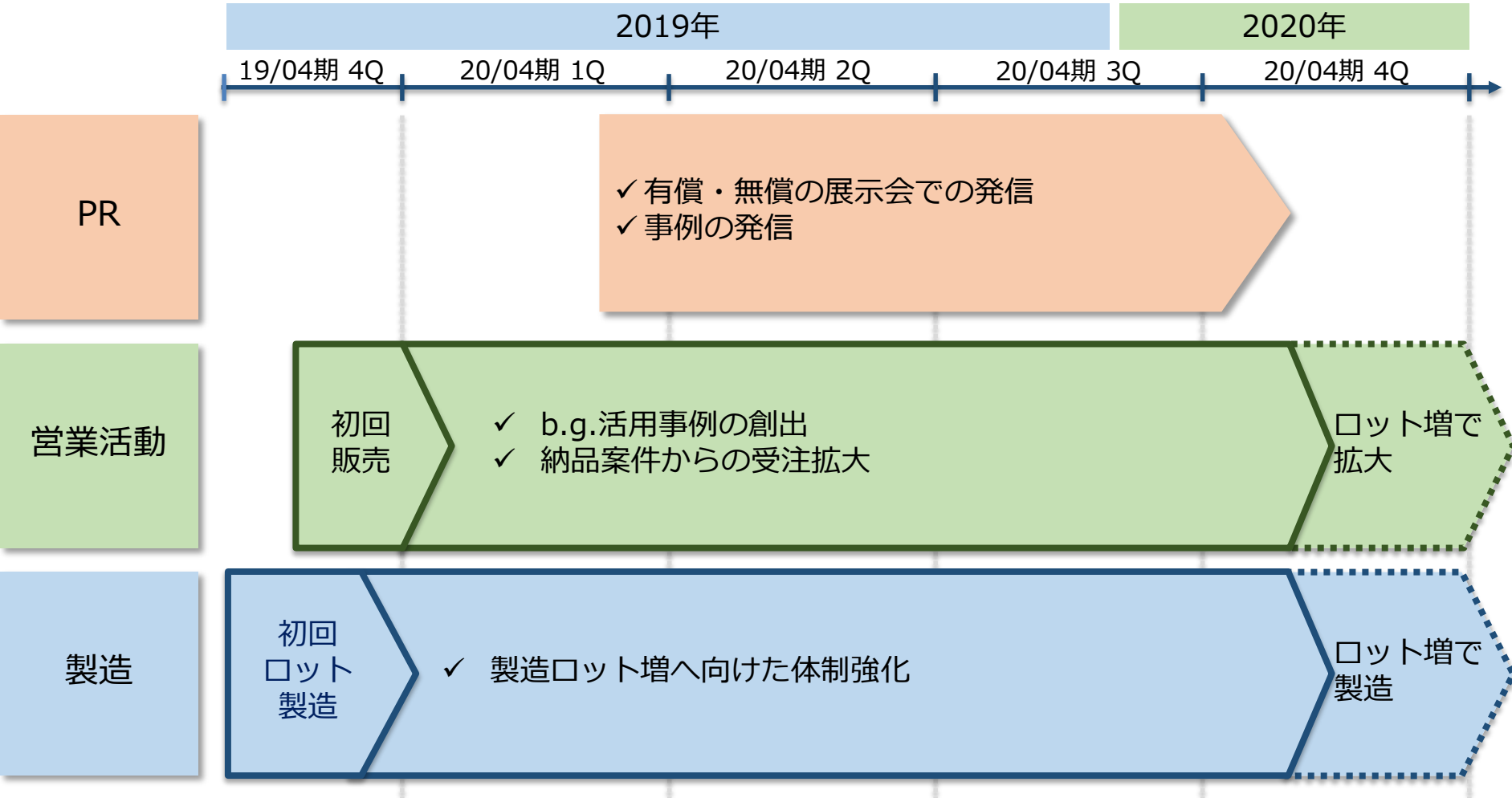
VISIONWEDGE

(株)Enhanlabo

ENHANLABO

Enhancelaboの展開：今期のスケジュール

第3Qでは引き続き製造ロット増を実現するための製造体制強化を継続。営業活動では初回製造ロットの販売等をてこに、活用事例の創出や受注拡大を継続して図る



エムスリーとの資本業務提携について

(株)ビジョナリーホールディングス

 VISIONARY HOLDINGS

×

エムスリー(株)

 M3, Inc.

資本業務提携の目的

- ✓ 実店舗を中核とする当社グループの強みを活かし、眼鏡小売りの範疇に留まらない企業価値の向上に資するユニークな事業モデルの構築を目指す（同業との徹底的な差別化と圧倒的な優位性を確立）
- ✓ 事業成長投資に耐える財務基盤の強化
- ✓ 持続的かつ安定的な成長を目指すため、経営・事業基盤の強化に資するパートナーとの提携



エムスリー株式会社と資本業務提携契約を締結

① 名 称	エムスリー株式会社（東証第1部：2413）
② 所 在 地	東京都港区赤坂1丁目11番44号 赤坂インターシティ10階
③ 代 表 者	代表取締役 谷村格
④ 事 業 内 容	インターネットを利用した医療関連サービスの提供
⑤ 資 本 金	288億1,047万円（2019年4月1日現在）
⑥ 設 立 年 月 日	2000年9月29日
⑦ 決 算 期	3月
⑧ 従 業 員 数	（連結）6,024名（2019年3月31日現在）

資本業務提携により実現を目指す両社の方向性

(株)ビジョナリーホールディングス
VISIONARY HOLDINGS

400近い店舗と900万超
の顧客基盤・CRMデータ



- 各種イケアサービス
- 出張・企業向けサービス
- 子供向けサブスクリプションサービス 等

エムスリー(株)
M3, Inc.

28万人の医師会員
医療機関とのネットワーク



- エムスリーグループ各種サービス
- 遺伝子検査
- 医師評価サービス
- 治験リクルーティング 等

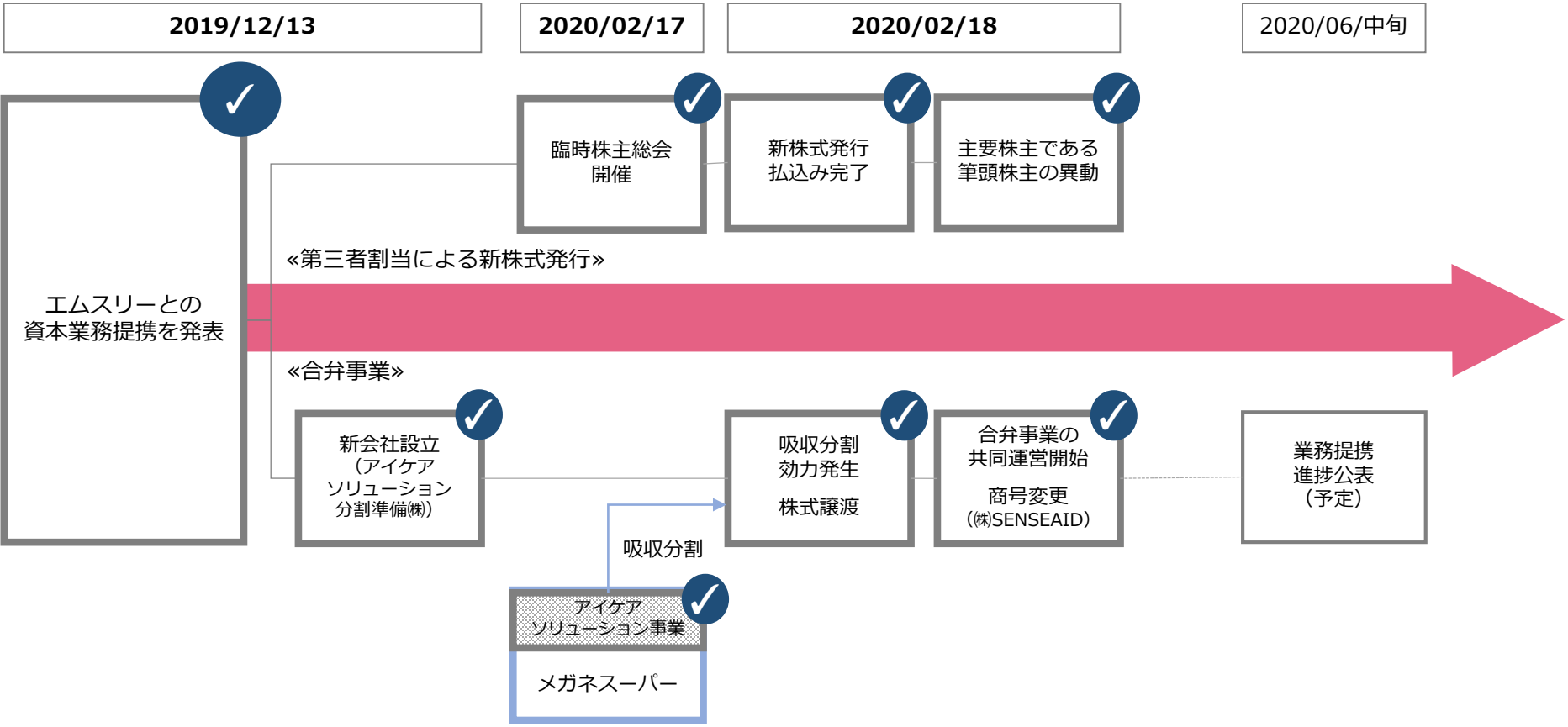
医療関連サービス
とリアルにおける
コンシューマとの
タッチポイント

疾患啓発
疾患・QOL問題の早期発見
医療機関との連携
受診率の向上
早期治療の開始

適切なヘルスケアサービスが適切なタイミングとコストで受けられる社会

資本業務提携の進捗状況

当初の想定スケジュールから変更なく進捗



第三者割当による新株式発行

新株式発行を決議した2019年12月13日時点における発行予定株式数のうち、2019年11月1日に効力が発生した株式併合による議決権の数の変動が考慮された払込みが行われた結果、第三者割当増資の概要の一部を変更

■ 新株式の発行概要

	変更後	変更前
発行新株式数	普通株式12,045,300株	普通株式12,444,600株
払込金額の総額	4,107,447,300円	4,243,608,600円
増加する資本金及び資本準備金の額	資本金 2,121,804,300円 資本準備金1,985,643,000円	資本金 2,121,804,300円 資本準備金 2,121,804,300円

■ 今回の増資による発行済株式総数の推移

	変更後	変更前
増資前発行済株式数	25,160,115株	25,160,115株
増資による増加株式数	12,045,300株	12,444,600株
増資後発行済株式数	37,205,415株	37,604,715株

■ 調達する資金の額および使用

	変更後	変更前
払込金額の総額	4,107,447,300円	4,243,608,600円
発行諸費用の概算額	35,000,000円	15,000,000円
差引手取概算額	4,072,447,300円	4,228,608,600円

《資金使用：内訳》

- | | |
|----------------------------|----------|
| ①新規出店にかかる費用 | 1,100百万円 |
| ②次世代型店舗への移行等にかかる費用 | 1,200百万円 |
| ③検査機器等及び人材・システム投資に係る費用 | 1,450百万円 |
| ④合併会社設立に伴う出資金含む合併事業の事業運転資金 | 322百万円 |

第三者割当による新株式発行：大株主の状況

氏名又は名称	割当前	割当後
エムスリー株式会社	—	33.30%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口）	12.11%	8.08%
個人株主	5.08%	3.39%
HOLTジャパン株式会社	2.50%	1.67%
星崎尚彦（当社代表取締役）	1.56%	1.04%
SIX SIS LTD.	1.04%	0.69%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	0.99%	0.66%
株式会社SBI証券	0.95%	0.63%
楽天証券株式会社	0.81%	0.54%
個人株主	0.77%	0.51%

注1) 「割当前の総議決権に対する所有議決権数の割合」は、2019年12月31日時点の株主名簿に基づき記載しております。

注2) 上記の割合は小数点以下第3位を四捨五入して算出しております。

合併事業

株式会社SENSEAIDの運営店舗を中核に、医療関連サービスとリアルにおけるコンシューマとのタッチポイントとなるユニークな事業モデルの構築を目指す



- ・健康関連商品の販売
- ・医療関連サービスの提供、紹介
- ・法人企業への繋ぎ込み
- ・医療機関への繋ぎ込み等

当社顧客基盤・各種サービス

(株)SENSEAID

承継店舗 (メガネスーパー)

東京	高田馬場本店
東京	新宿中央東口
東京	ららぽーと豊洲
東京	麻布十番
神奈川	厚木大通り
神奈川	横浜西口本店
千葉	稲毛
山梨	アルパ通り甲府本店
中部	名古屋平針・原

エムスリーの提供サービス

「コンシューマ向け」

- ・LINEヘルスケア
- ・Ask Doctors
- ・医療総合サイトQlife
- ・

「法人向け」

- ・M3 Patient Support Program
- ・

「医師・医療機関」

- ・m3.com
- ・

- ・医療機関との連携
- ・販売プラットフォームの提供
- ・アイケアセミナー (コンテンツ提供)
- ・法人向け出張訪問サービス
- ・エムスリー提供サービスへの繋ぎ込み等

2020年2月18日以降の当社グループ体制

※ 図表内の「%」は所有議決権数の割合

エムスリー(株)
M3, Inc.

(株)ビジョナリーホールディングス
VISIONARY HOLDINGS

50%

33.3%

小売事業

EC事業

卸売事業

その他事業

(100%)

(株)メガネスーパー
メガネスーパー
EYE CARE STATION

(100%)

(株)VISIONIZE
VISIONIZE
EYE STYLE

(100%)

(株)VisionWedge
VISIONWEDGE

(94.3%)

(株)Enhanlabo
ENHANLABO

(100%)

(株)メガネハウス
メガネハウス

(100%)

(株)関西アイケア
プラットフォーム
シミズメガネ

- ✓ 2020年2月1日に大塚メガネ社を関西アイケアプラットフォーム社に吸収合併
- ✓ 2020年2月1日以降、「シミズメガネ」「メガネのオオツカ」の2つの屋号にて店舗展開

(100%)

(株)みちのくアイケア
プラットフォーム
メガネの月カバ

(50%)

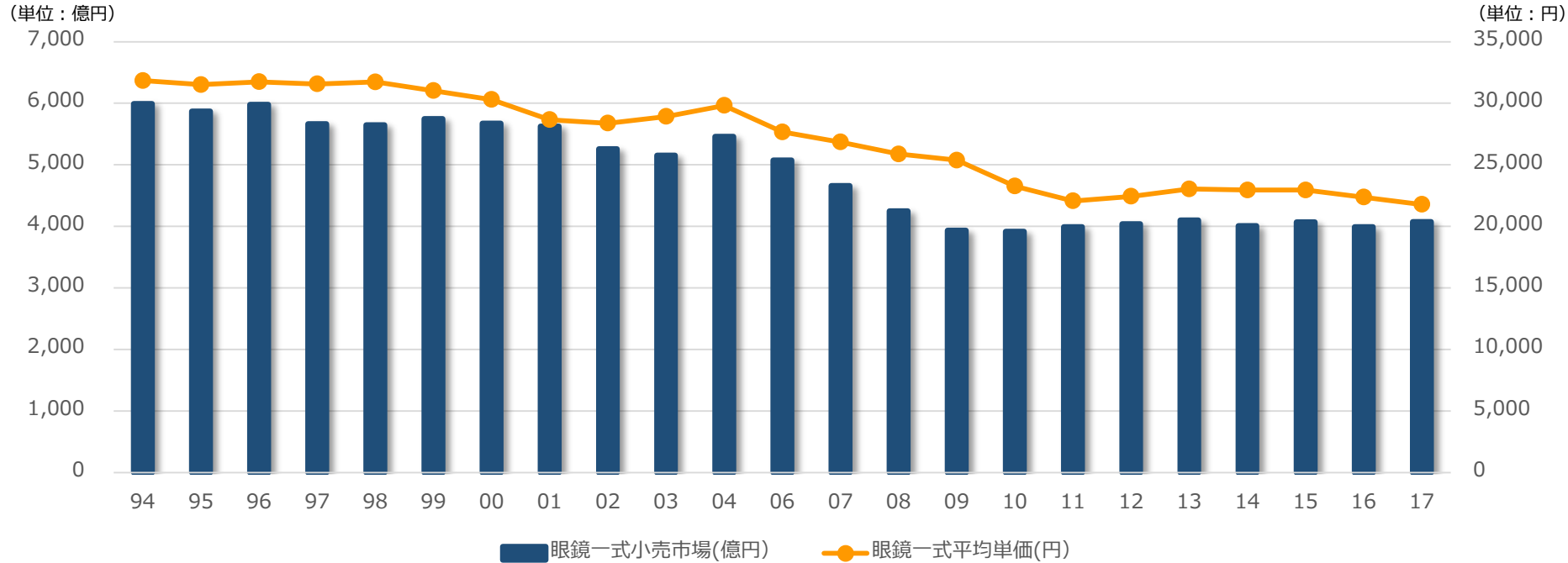
(株)SENSE AID

- ✓ 2019年12月13日に当社100%子会社として設立
- ✓ 2020年2月18日にメガネスーパー社よりアイケアソリューション事業部(9店舗)を吸収分割により移管
- ✓ 2020年2月18日より、エムスリーとの合併事業として共同運営開始

5. Appendix

事業環境：メガネ市場

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、2010年までは大幅にメガネの市場規模が縮小。依然として低単価の需要は根強く単価の下落が見られるものの、視力低下、疲れ目、スマホ老眼の解消や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需要等、視環境の改善に重きを置く層に二極化が見られ市場規模も微増。供給面では、競争激化、人手不足、後継者不在等による量販店、専門店、中小店の淘汰により、業界の再編機運を見込む



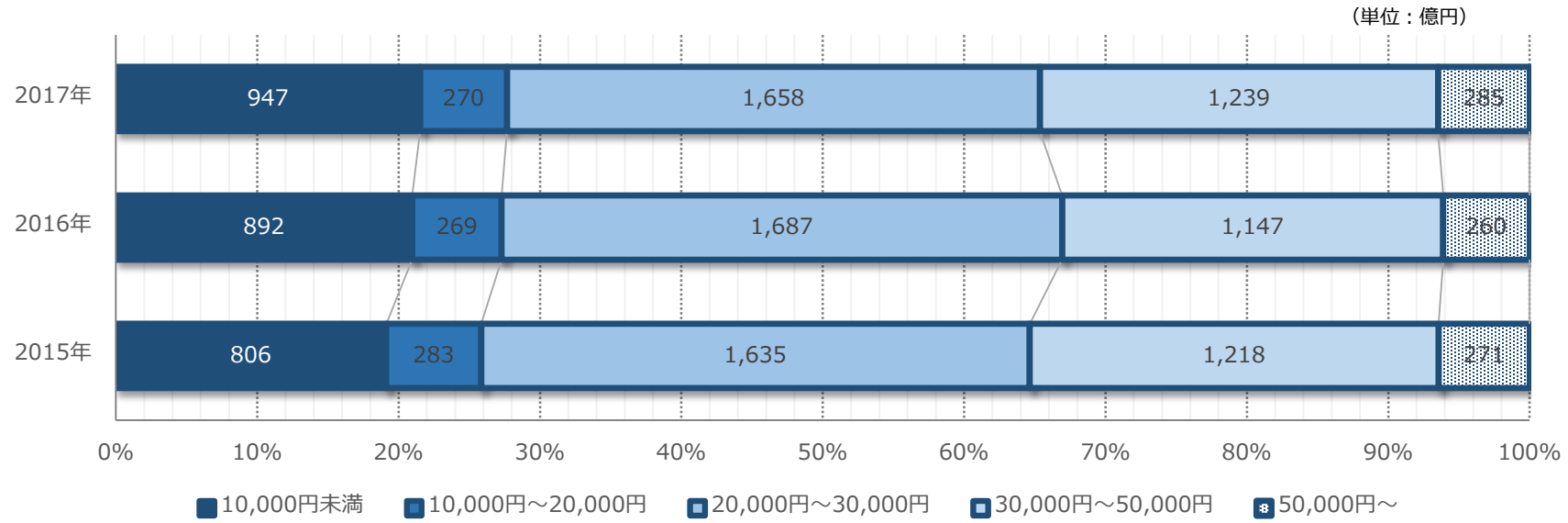
※2005年は調査なし
出所：「眼鏡DB2018」より当社にて作成

事業環境：メガネ市場の変化

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。低価格帯は依然強いものの、3万円以上の高品質・高付加価値帯は市場全体の30%以上のシェアを安定的に獲得する。景気の方行は不透明であるが、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)

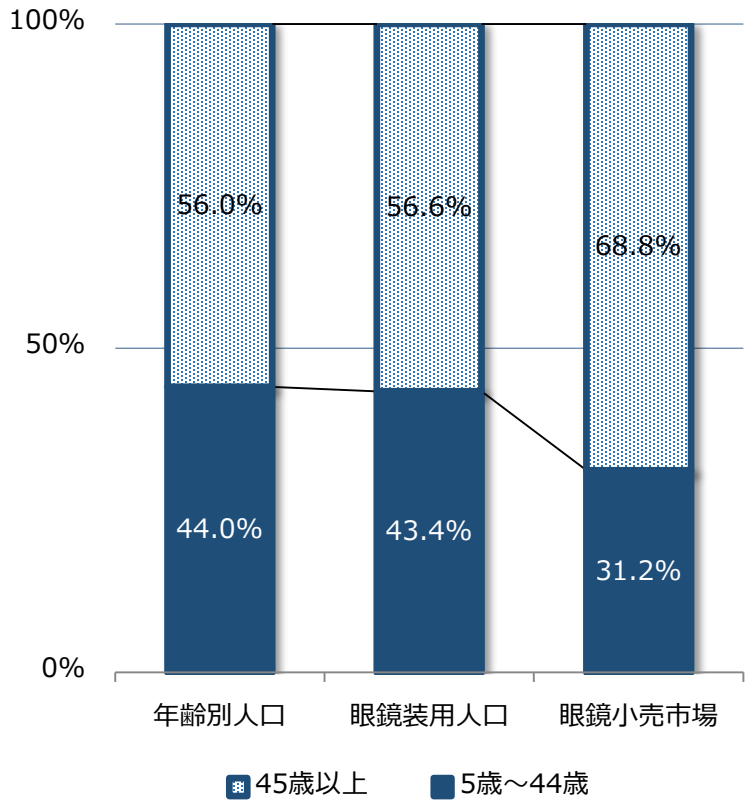


出所：「眼鏡DB2018」より当社にて作成

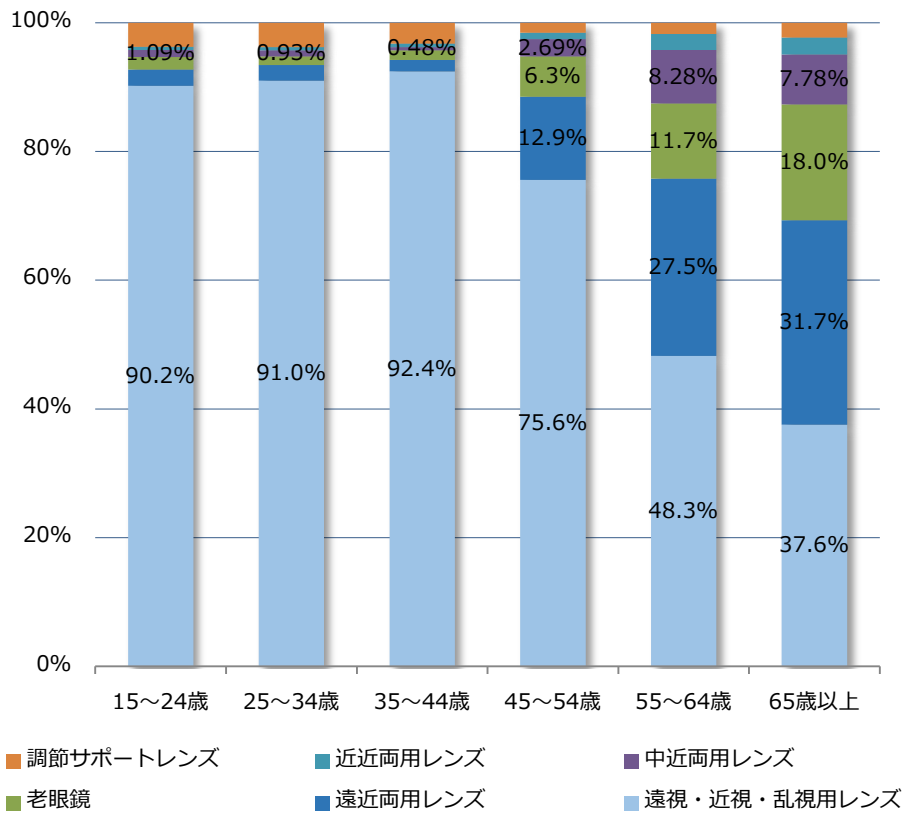
事業環境：メガネ市場の環境

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、金額ベースでは全体の7割を占める

■ 45歳以上の構成比



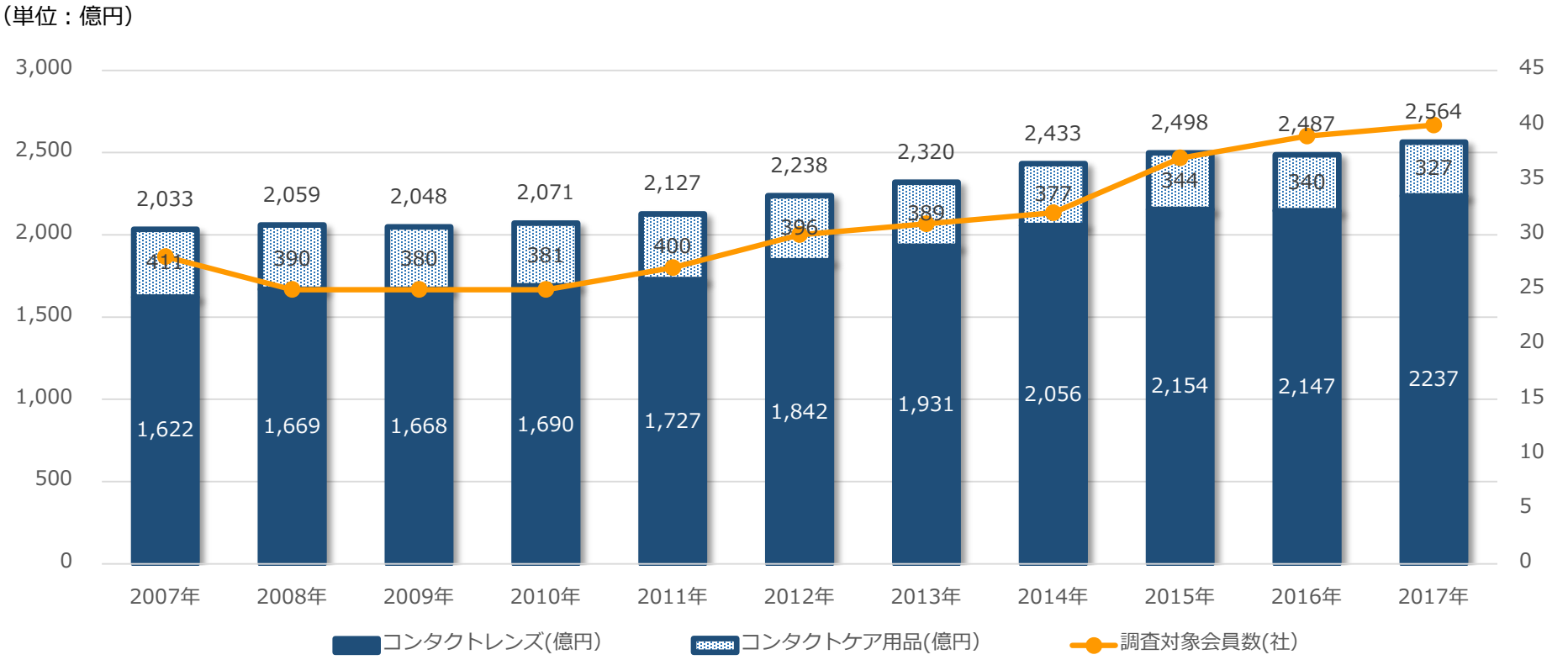
■ 年齢別使用レンズの種類(市場全体)



出所：眼鏡DB2018より当社にて作成

事業環境：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、2016年の微減から一転、2017年は増加に転じる。今後も緩やかながら市場成長が続くと予測

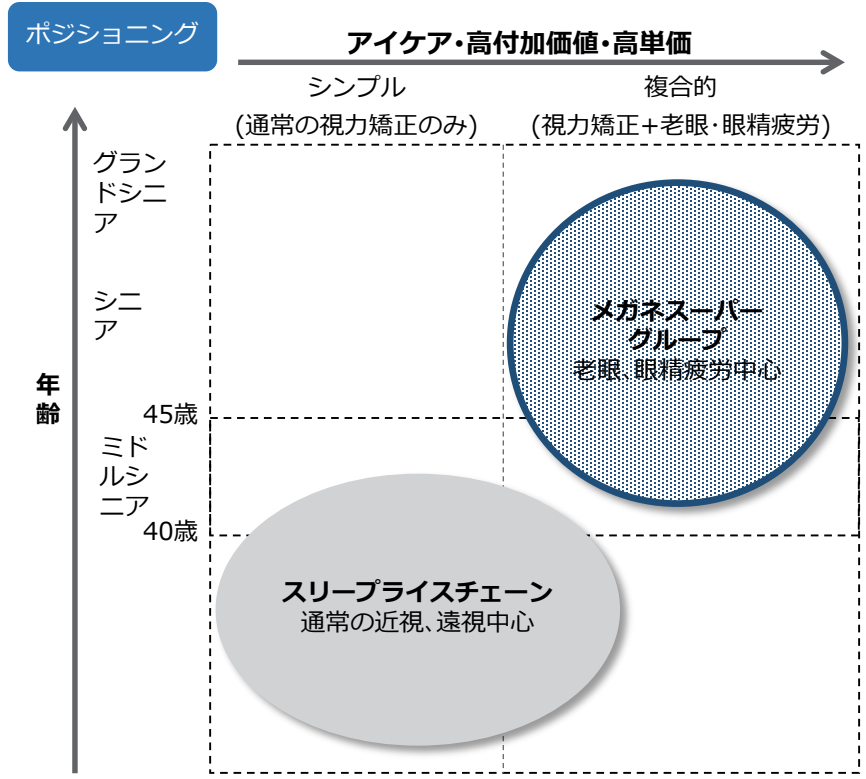


出所：一般社団法人 日本コンタクトレンズ協会のデータより当社にて作成

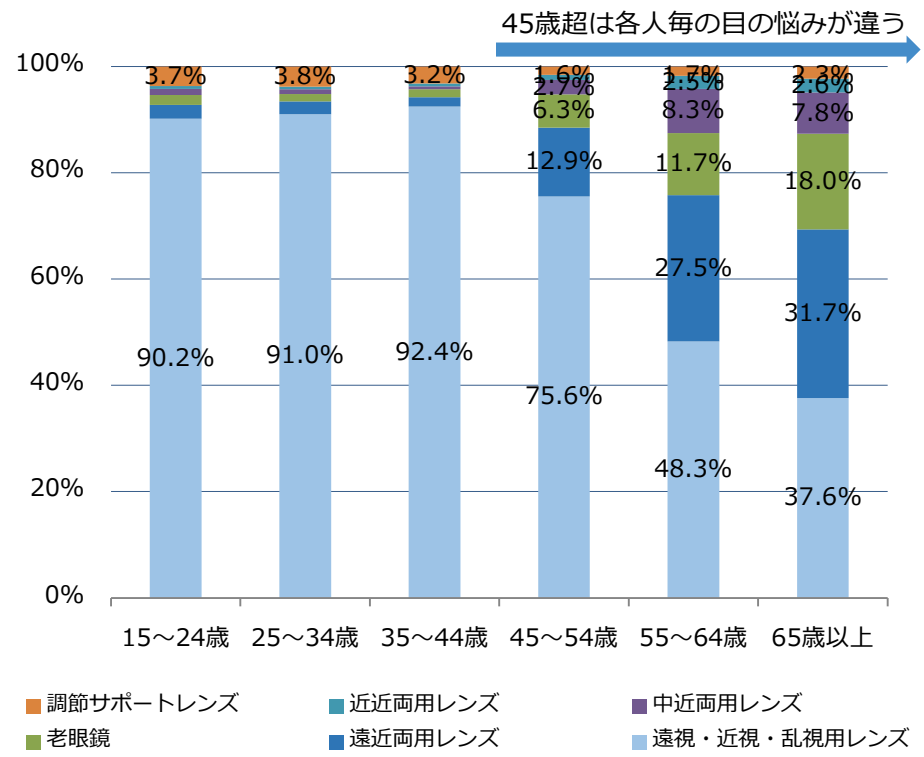
事業環境：単価向上の背景にあるポジショニング

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）をターゲット。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



■ 年齢別使用レンズの種類（市場全体）



出所：眼鏡DB2018より当社にて作成

中期経営計画 (20/04期~23/04期)

基本方針

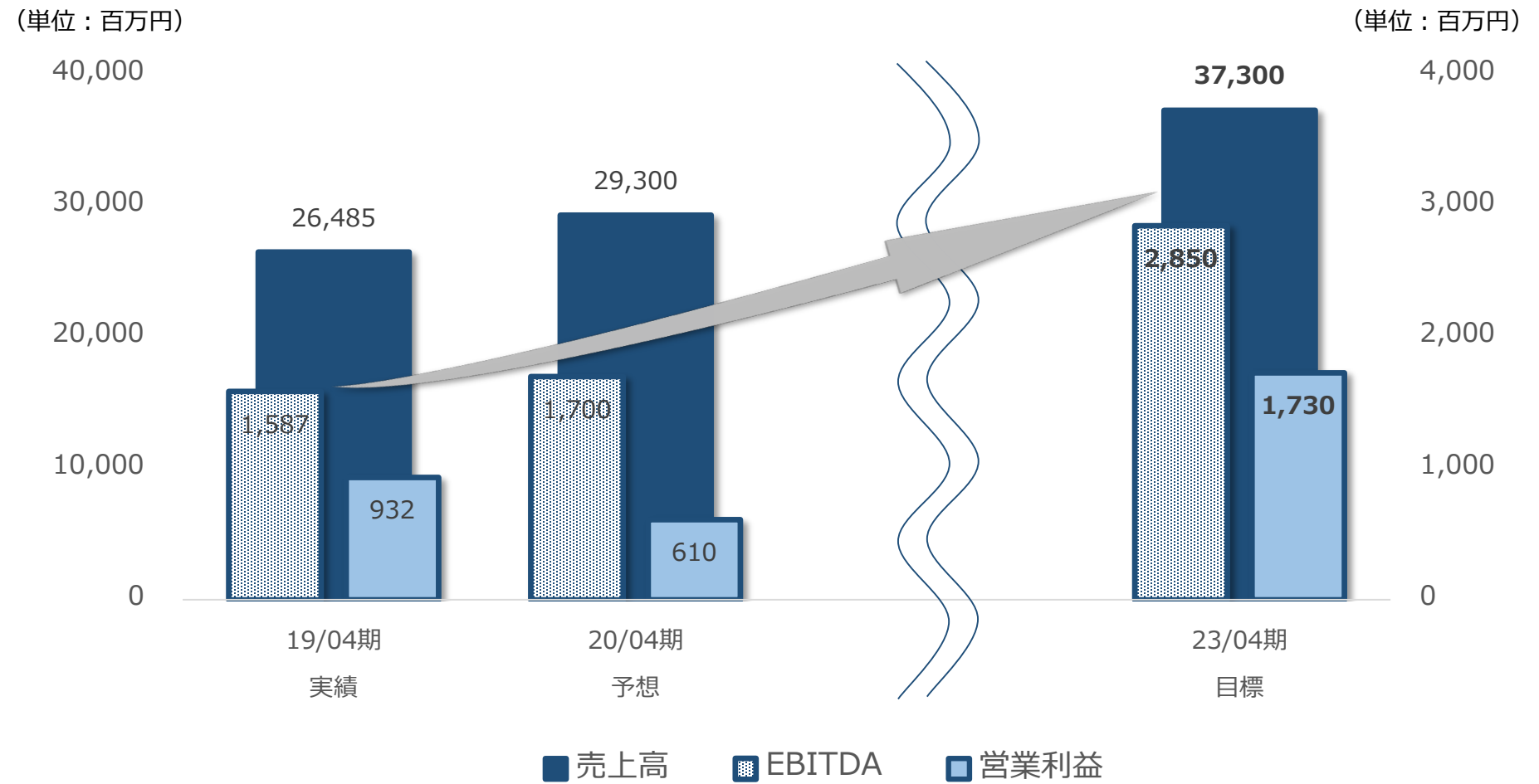
「更なる成長のための地固めの期間」と位置づけ、各事業の目標を明確にし、その強みを最大限発揮するために必要となる事業成長投資を積極的に行うことで、業容の拡大と収益力の増強を図る

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

中期経営計画（20/04期～23/04期）：定量目標

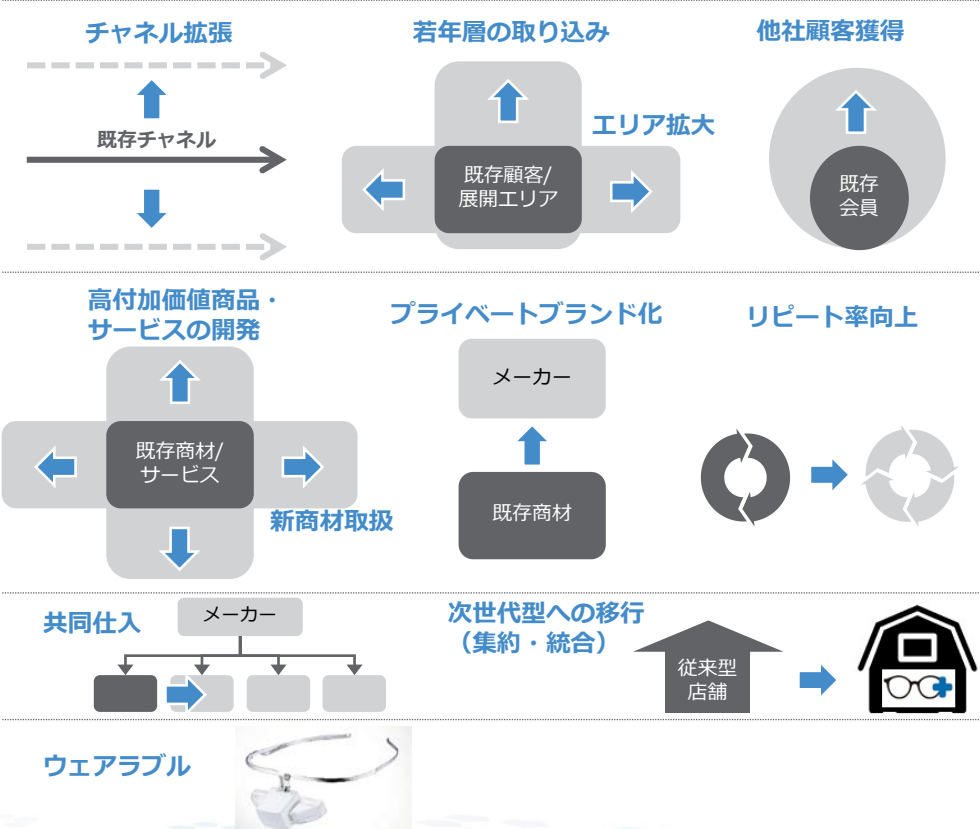
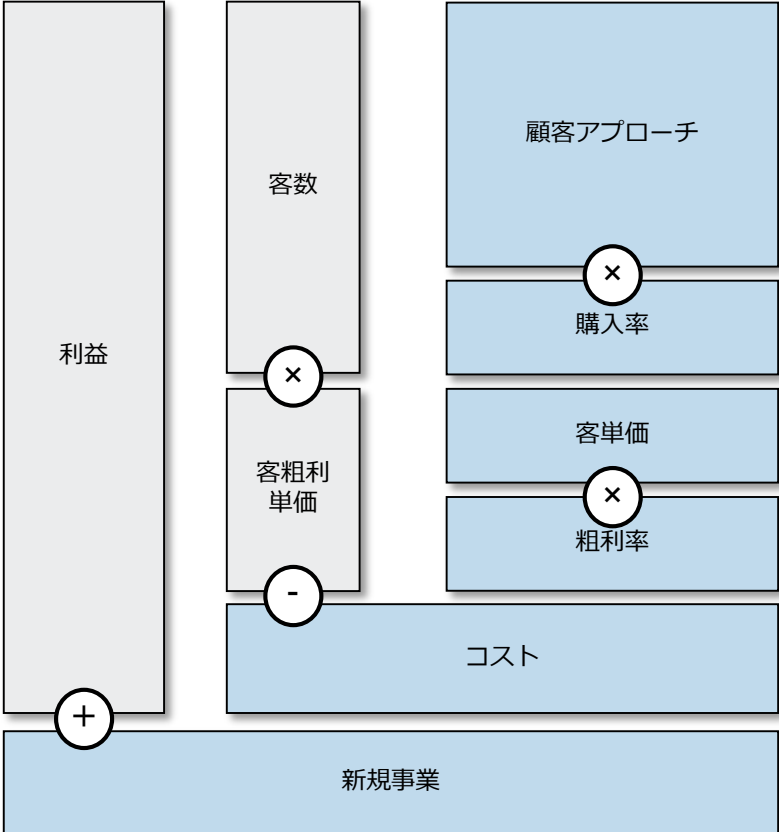
当中期経営計画期間を「更なる成長の地固めの期間」と位置づけ、総額60億円程度の事業成長投資により収益力の増強を計画



※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 長期前払費用償却費 + 除去債務償却費用 + 株式報酬費用

中期経営計画（20/04期～23/04期）：定性目標

- 次世代型店舗への移行
- 商圈に合わせた出店の継続
- 事業拡大を支える人材採用と教育の継続
- 目の健康プラットフォームを通じたM&Aの推進
- 新たな市場開拓を目指すウェアラブル端末事業の成長



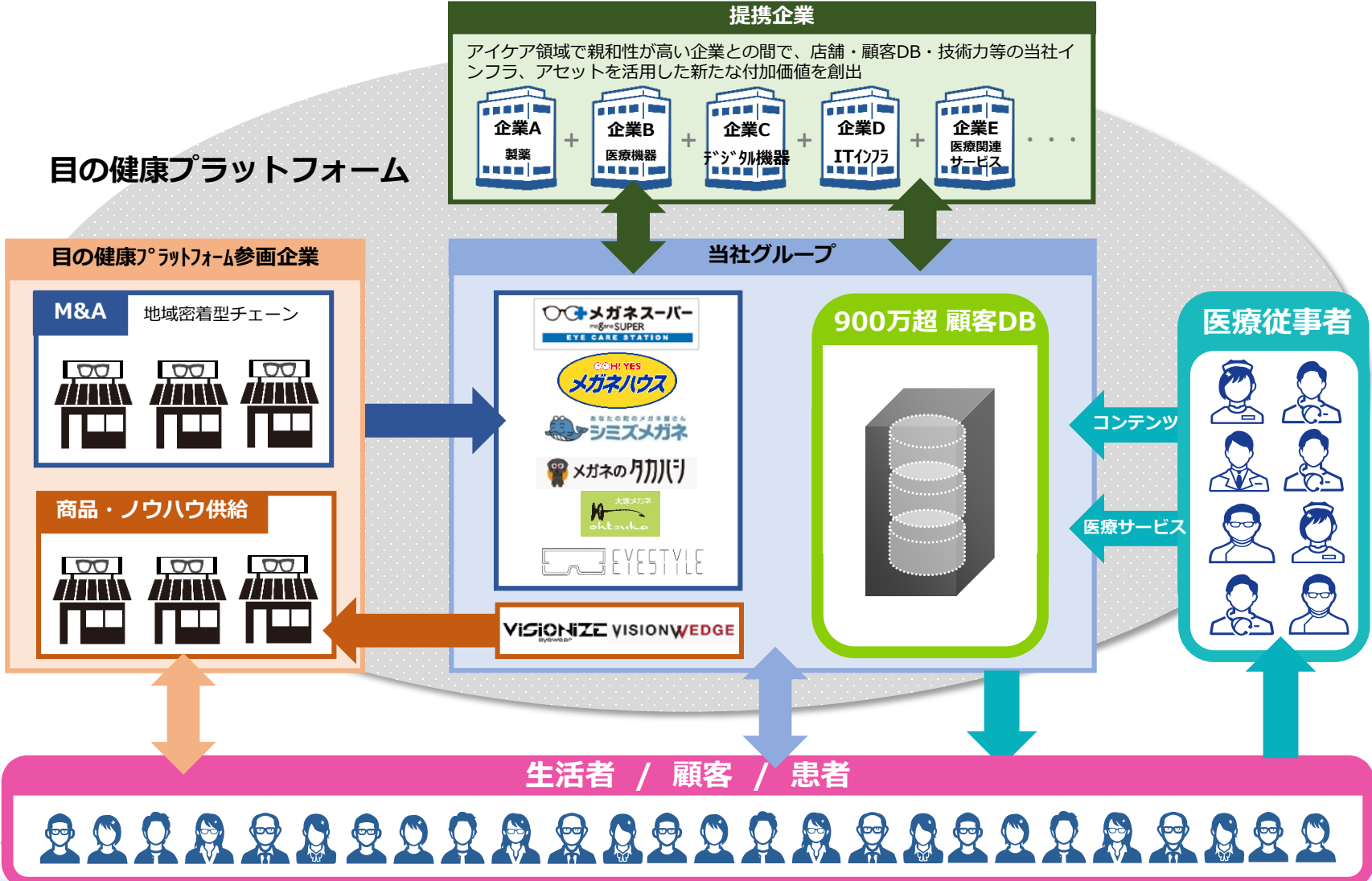
中期経営計画（20/04期～23/04期）：投資計画

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

当社が目指している方向性

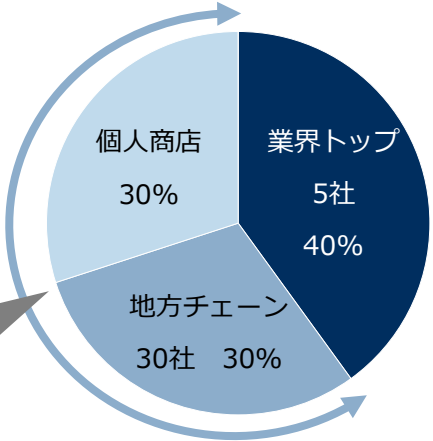
実店舗を中核に眼の健康寿命の延伸に繋がるアイケア商品・サービス提供に強みを有する当社グループのプラットフォームを通じて、新たなサービスモデルの構築を進め、アイケア商品・サービスの提供（眼鏡小売）に留まらない付加価値創出企業としての成長を目指します



M&A（ロールアップ）の推進

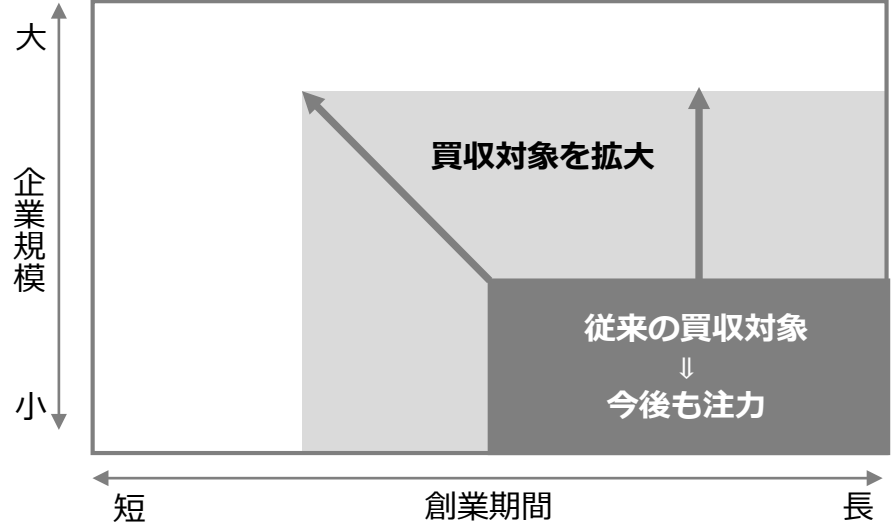
「目の健康プラットフォーム」を通じた同業のロールアップを進め、事業規模の拡大を図る。承継後はグループ間の事業シナジー追求により、収益力の増強を図る

<M&Aの対象>



地方チェーン、個人商店の比率が6割を占めており、事業環境の変化から、事業承継ニーズは増えていく可能性が高い

<M&Aのポテンシャル>



- ・ これまで培ったPMIのノウハウを活かしたM&Aによる事業ポートフォリオの拡充
- ・ 共同購買による仕入れコスト削減、眼科医ネットワークを活用したコンタクトレンズの販売
- ・ 目の健康プラットフォームの中で活躍する多様な人材の獲得と買収先企業への人材登用による成長機会の提供と事業拡大
- ・ 眼の健康寿命の延伸に繋がる商品・サービスの提供を通じた地域の生活者への貢献

メガネスーパー店舗の変遷

過去8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

店舗展開の変遷

「事業再生期以前」
好立地、地域密着エリア問わず大型～中型店を出店

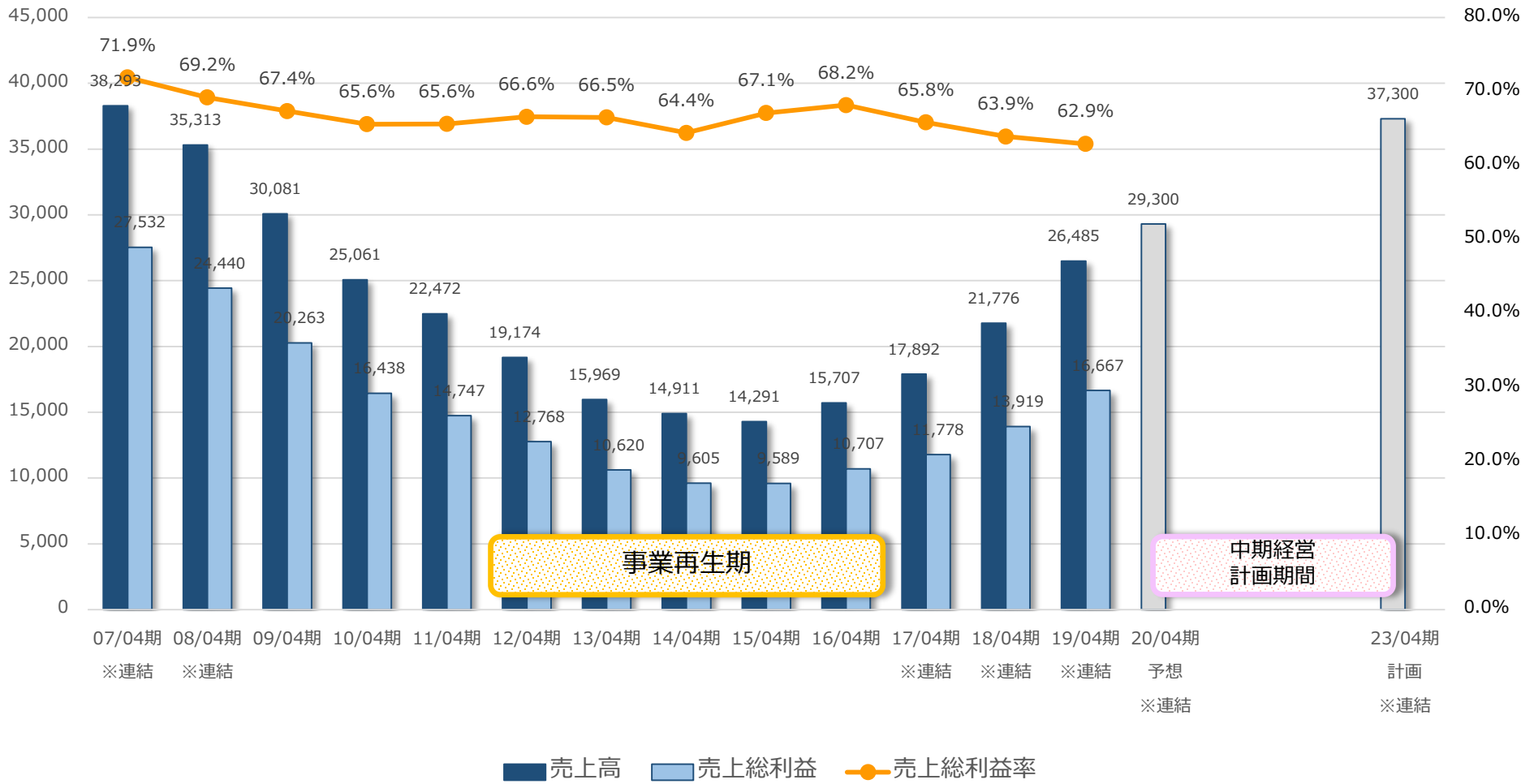
「事業再生期」
大型店かつ高家賃店舗を中心に閉鎖：縮小フェーズ

「現在」
好立地に小型店舗を中心に出店再開

「これから」
小型店、既存型店舗を集約・統合し次世代型で出店

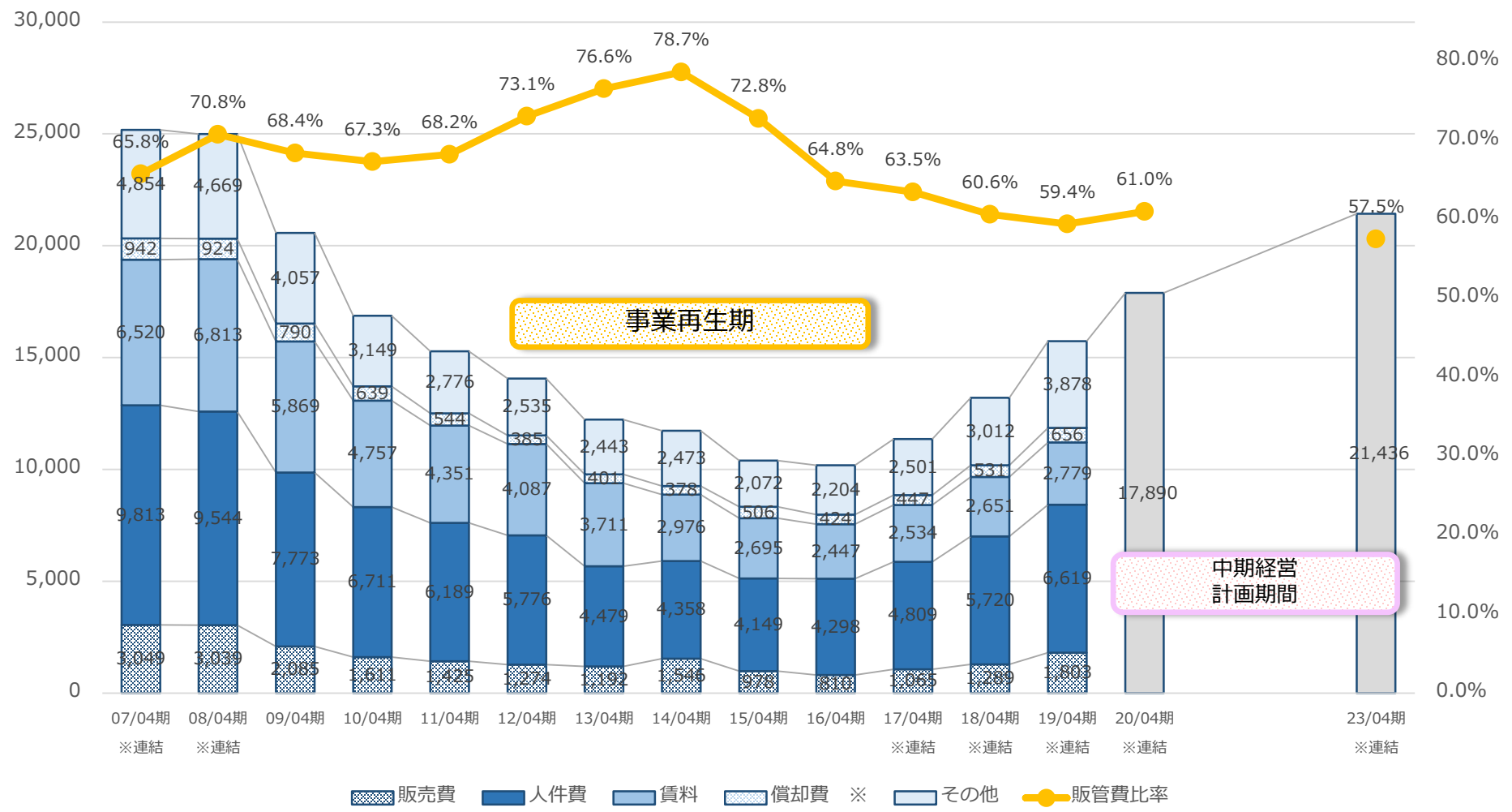
業績推移：売上高 / 売上総利益 / 売上総利益率

(単位：百万円)



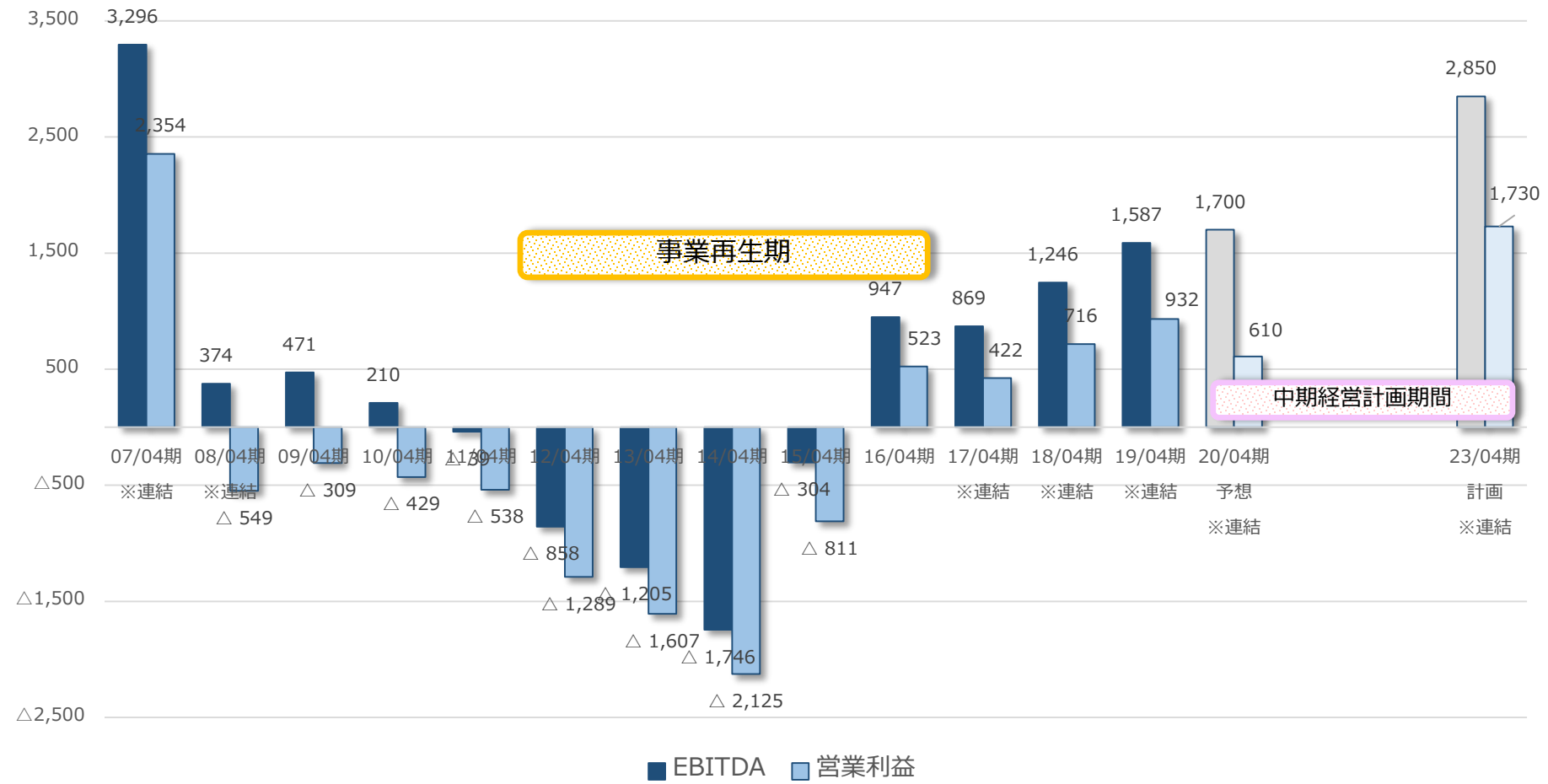
業績推移：販売費及び一般管理費

(単位：百万円)



業績推移：EBITDA / 営業利益

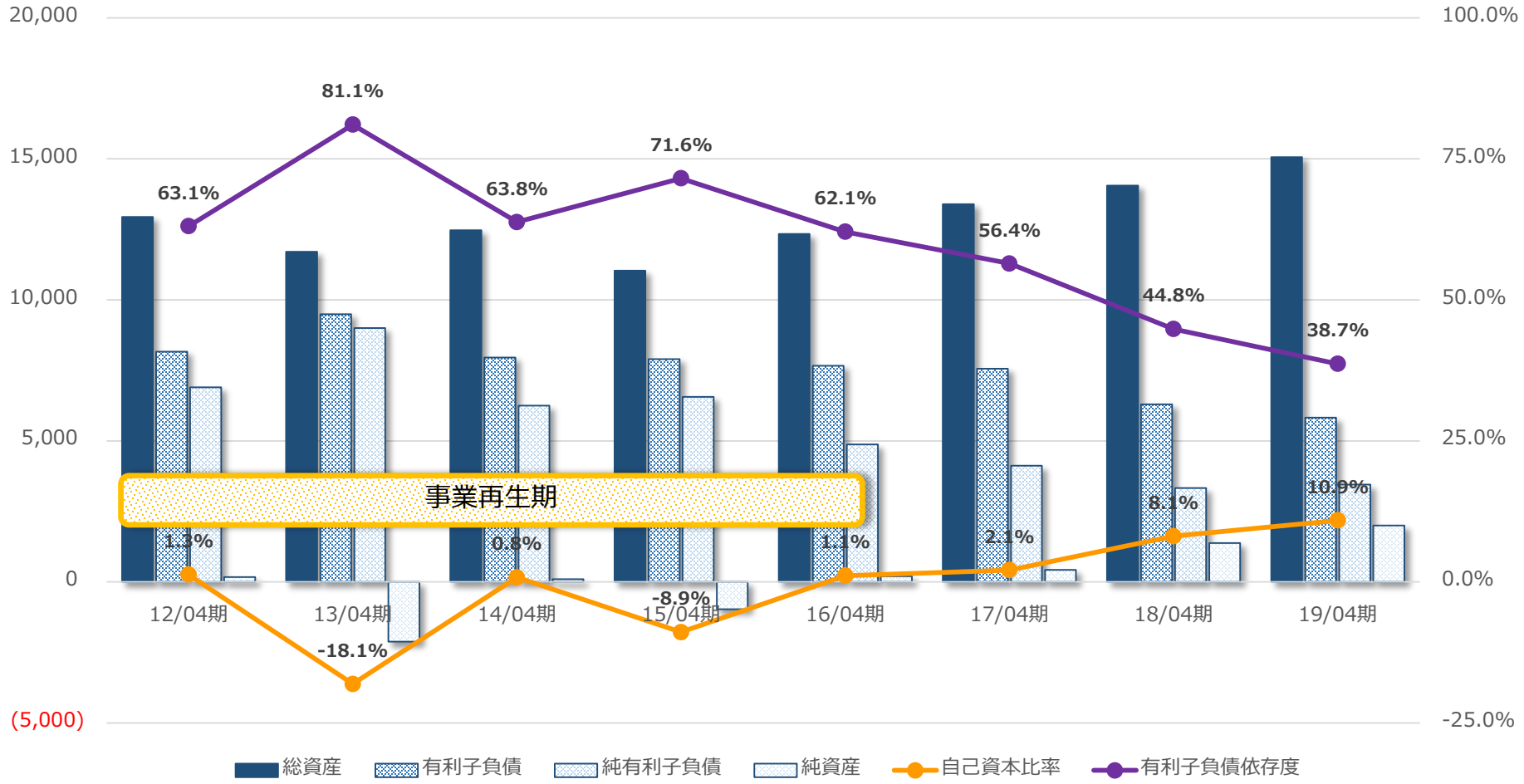
(単位：百万円)



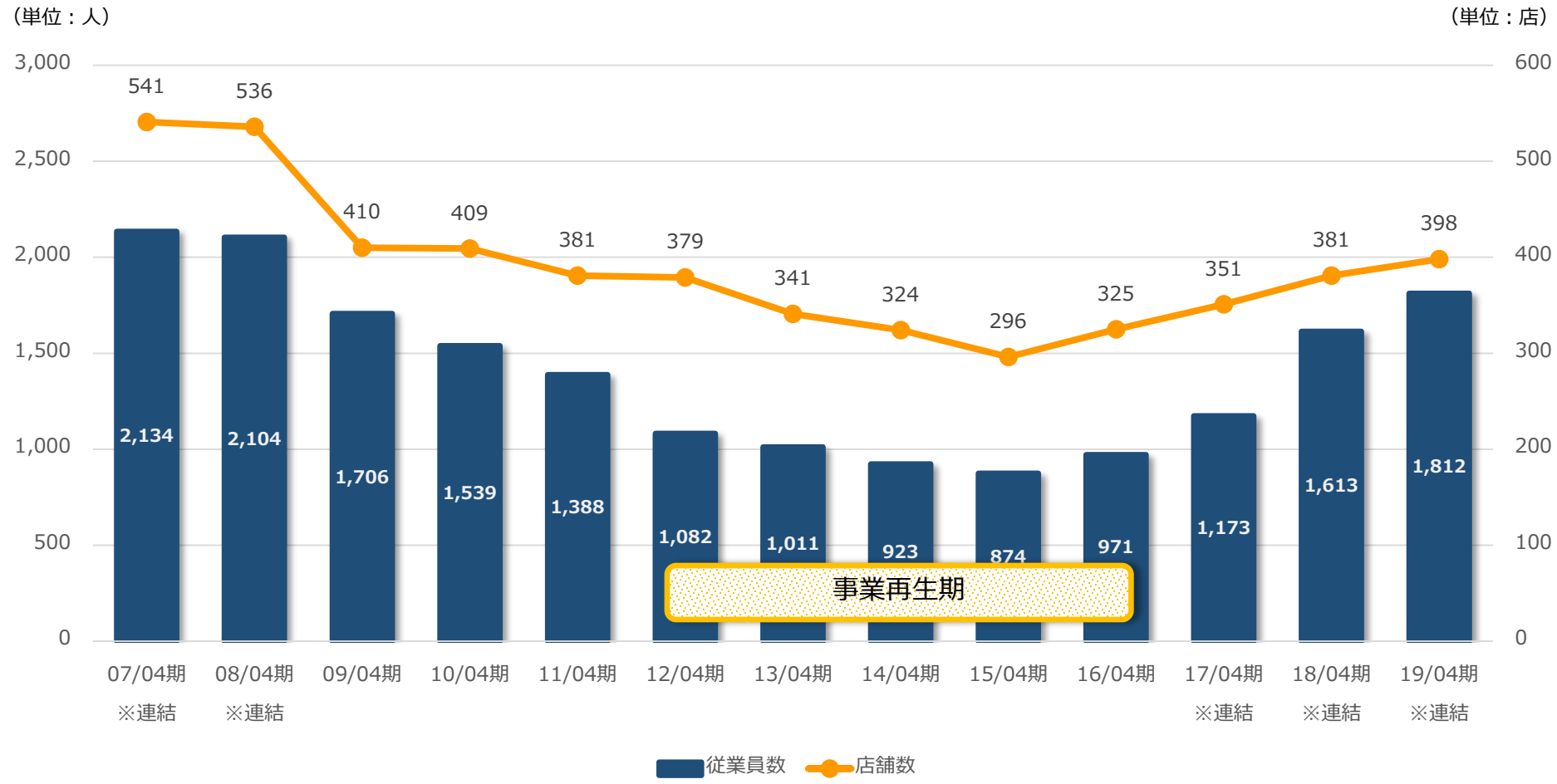
※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 長期前払費用償却費 + 除去債務償却費用 + 株式報酬費用

業績推移：財務バランス

(単位：百万円)



従業員数 / 店舗数の推移

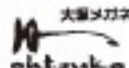
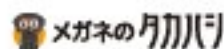
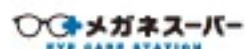


会社概要 (2020年1月31日現在)

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	98,752千円		
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
	社外取締役	松本	大輔
	社外取締役	伊串	久美子
	取締役(監査等委員)	田中	武志
	社外取締役(監査等委員)	蝦名	卓
	社外取締役(監査等委員)	加藤	真美
グループ店舗数	373店舗		
グループ従業員数	1,807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.