

株式会社ビジョナリーホールディングス

2021年4月期 3Q決算説明資料

証券コード：9263 JASDAQ-S

2021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

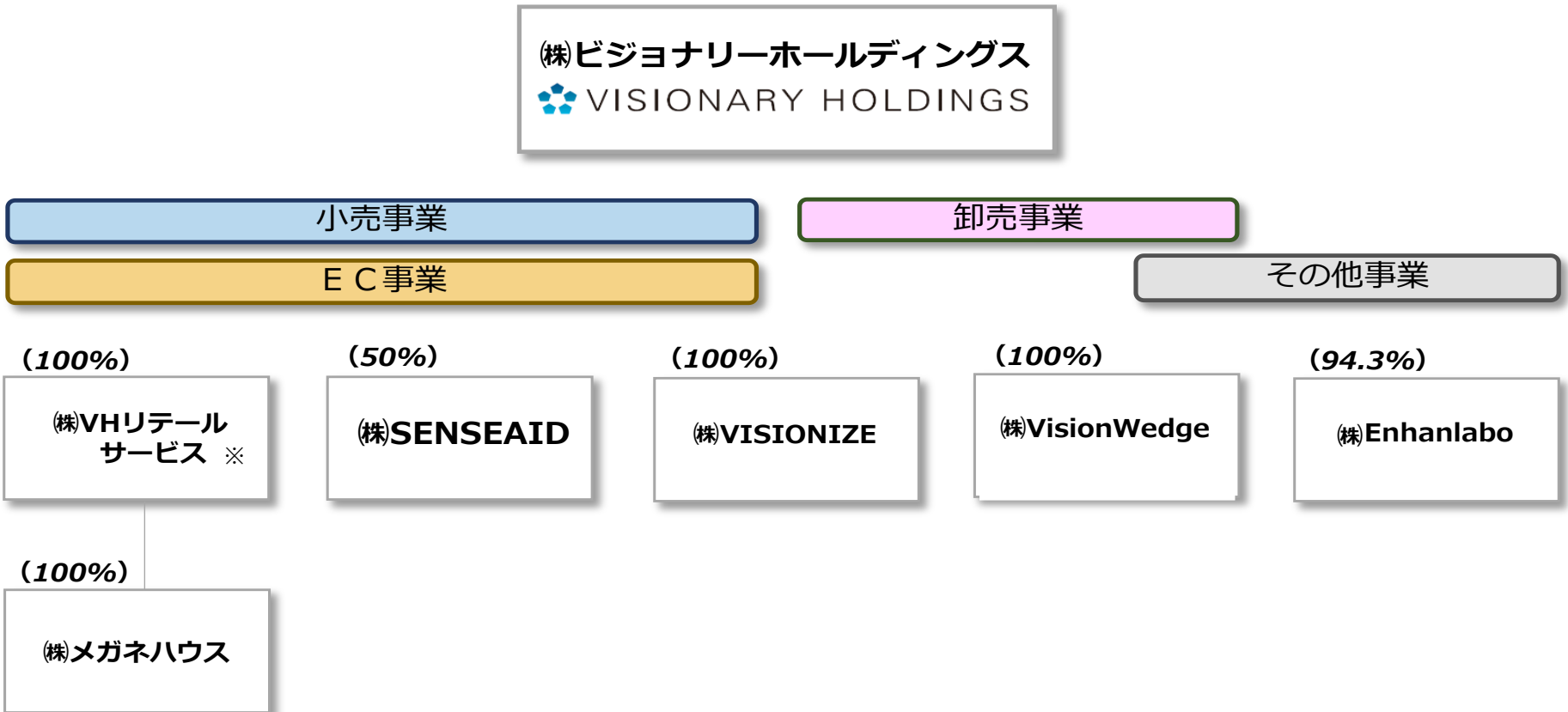
21/04期 3Q連結決算概要	P.3
セグメント別概要	P.17
小売事業	P.18
卸売事業	P.37
E C事業	P.39
Appendix	P.41

21/04期 3Q連結決算概要

(2020年5月1日～2021年1月31日)

当社グループの事業内容（2021年1月31日時点）

当社は小売事業、EC事業、卸売事業、その他事業の4事業、子会社7社で構成

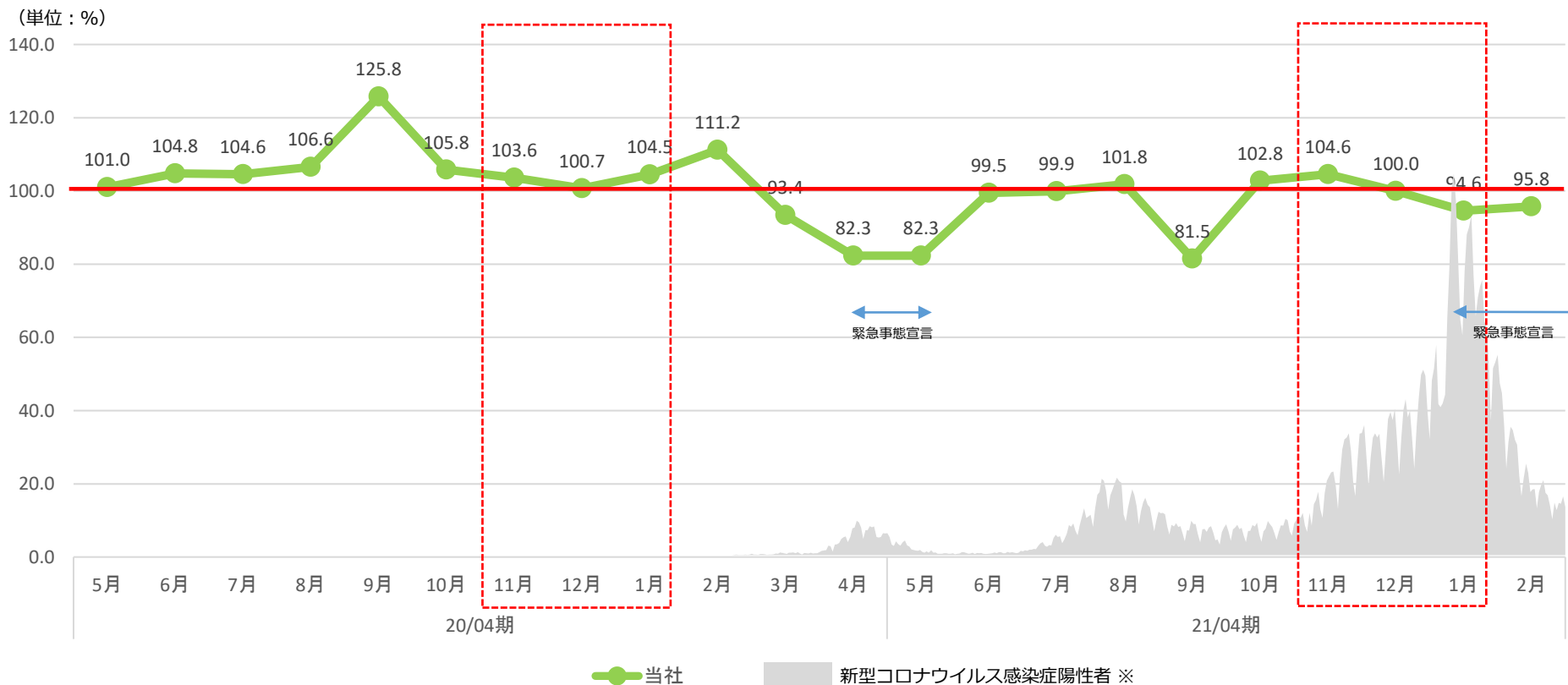


※11月1日付：メガネスーパーを存続会社、関西アイケアプラットフォーム、みちのくアイケアプラットフォームを消滅会社とする吸収合併
メガネスーパーの商号をVHリテールサービスに変更

新型コロナウイルス感染症拡大による3Q業績への影響：既存比

2020年5月の緊急事態宣言解除による経済活動の再開に伴い、個人消費に回復の兆しが見えたものの、11月からの第3波による感染再拡大の懸念や、2021年1月に緊急事態宣言が再発令されるなど首都圏を中心に人が密集する繁華街立地の店舗では店前通行量が前年同月水準を大幅に下回り来店客数減少等の影響が顕著。一方、地域密着の郊外店は比較的堅調に推移

既存店前年比推移

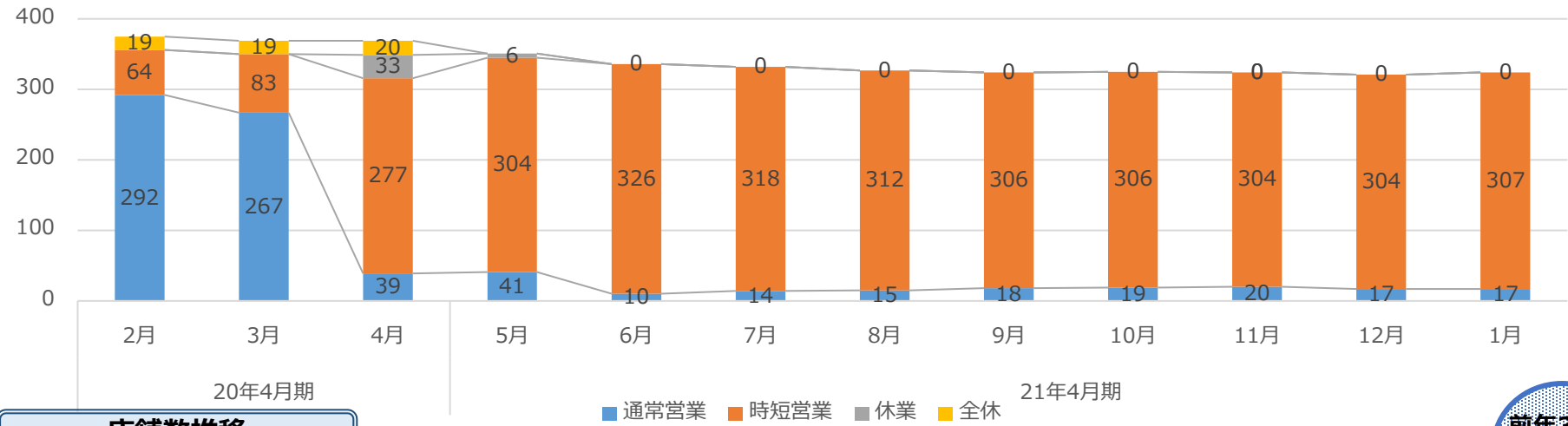


※出所：厚生労働省HPのデータより当社にて作成

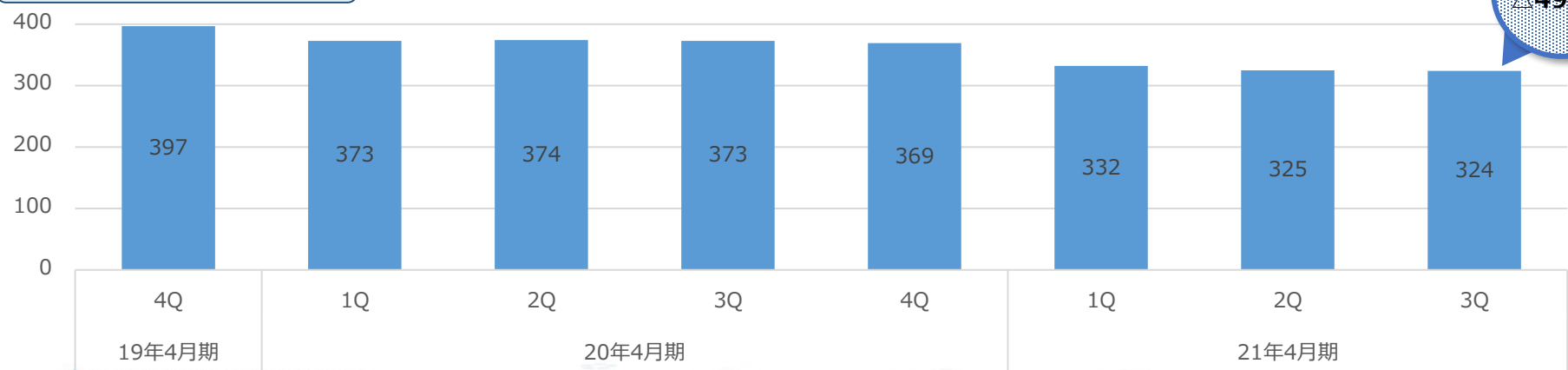
新型コロナウイルス感染症拡大による3Q業績への影響：店舗の営業状況

2020年5月の緊急事態宣言解除以降も時短営業を継続し、時間当たりの生産性を追求。1店舗あたりの収益性の増強を図るため5月以降、店舗の退店・集約統合を進め、3Q末時点の店舗数は324店舗（前年3Q比△49店舗）

2020年2月～2021年1月の店舗営業の状況



店舗数推移



前年3Q比
△49店舗

21/04期 3Q決算ハイライト

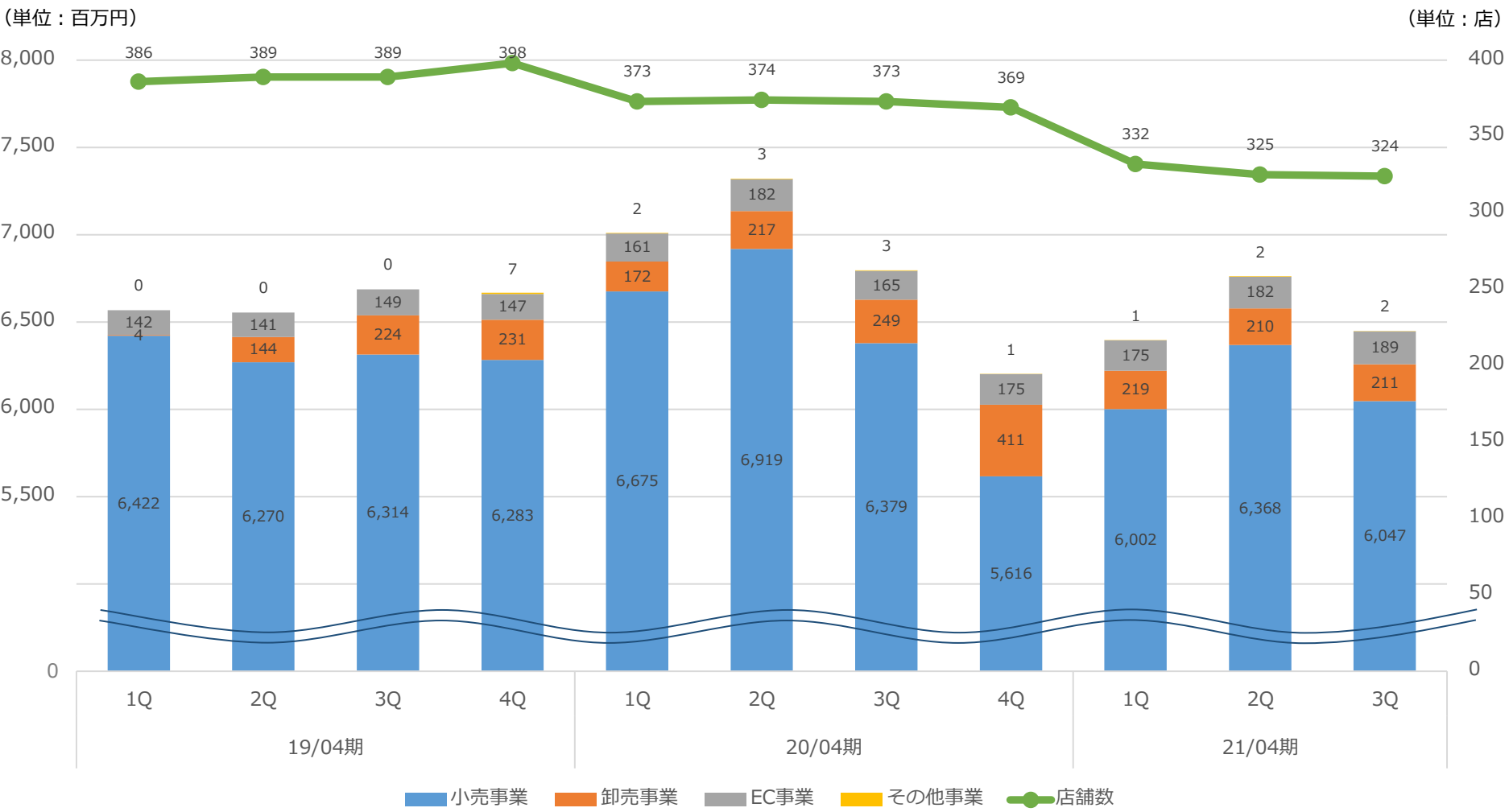
	20/04期 3Q	21/04期 3Q	前年3Q比	トピックス
売上高	21,133	19,614	↓ 7.2%減	中核の小売事業における店舗の退店・集約統合により、前年3Q比49店舗減
営業利益	186	576	↑ 389百万円増	店舗の集約統合により減収となるも販管費の抑制効果により、大幅な増益を達成
E B I T D A	962	1,276	↑ 314百万円増	
経常利益	111	908	↑ 796百万円増	雇用調整助成金の受給もあり（3Q累計 390百万円）、経常利益以下各段階利益は大幅な増益を達成
親会社株主に帰属する四半期利益	△68	531	↑ 599百万円増	

《通期業績予想について》

3Q時点で通期業績予想を利益面で大きく上回ることとなりましたが、当社小売事業は例年4Q（なかでも3月、4月）が最需要期であるところ、前年（20年4月期）は同感染症の感染拡大に伴う緊急事態宣言、政府や自治体による外出自粛要請等により最需要期を見込んでいた反動と相まって業績への影響が大きなものになったこと、また足元では感染者数下げ止まり、リバウンドの可能性や第4派といった懸念が拭えず、感染拡大の終息時期を見通すこと、その影響を合理的に算定することが困難な状況であるため、通期業績予想は修正を行わず据え置く形としております。

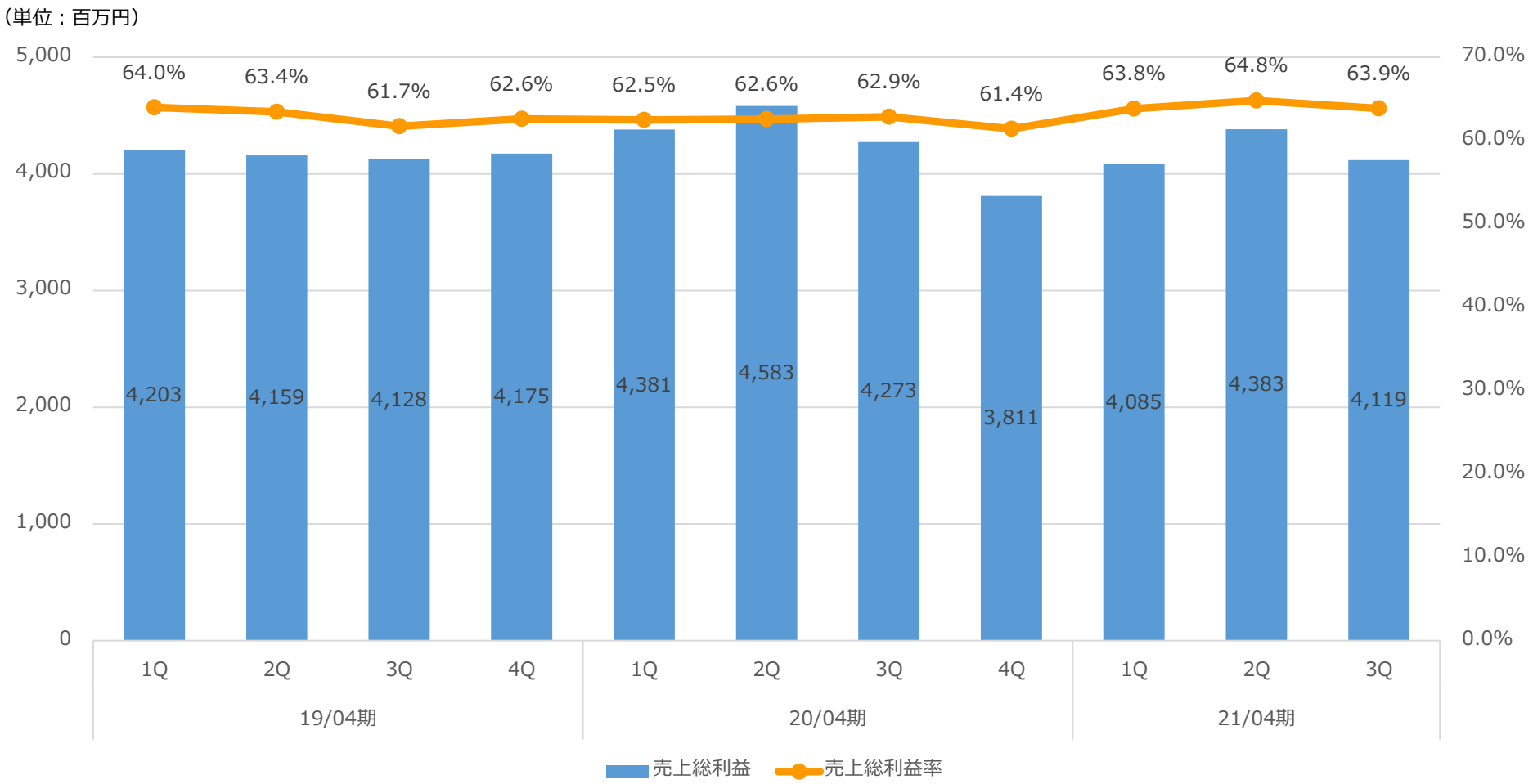
売上高（四半期推移）

小売事業は前年3Q比5.2%減、卸売事業が同15.4%減となる一方、EC事業は同14.8%増となり、売上高は前年3Q比5.1%減の6,450百万円（前年3Q比△346百万円）



売上総利益（四半期推移）

売上総利益は前年3Q比3.6%減の4,119百万円となる一方、売上総利益率は1.0pt改善し63.9%



投資の進捗

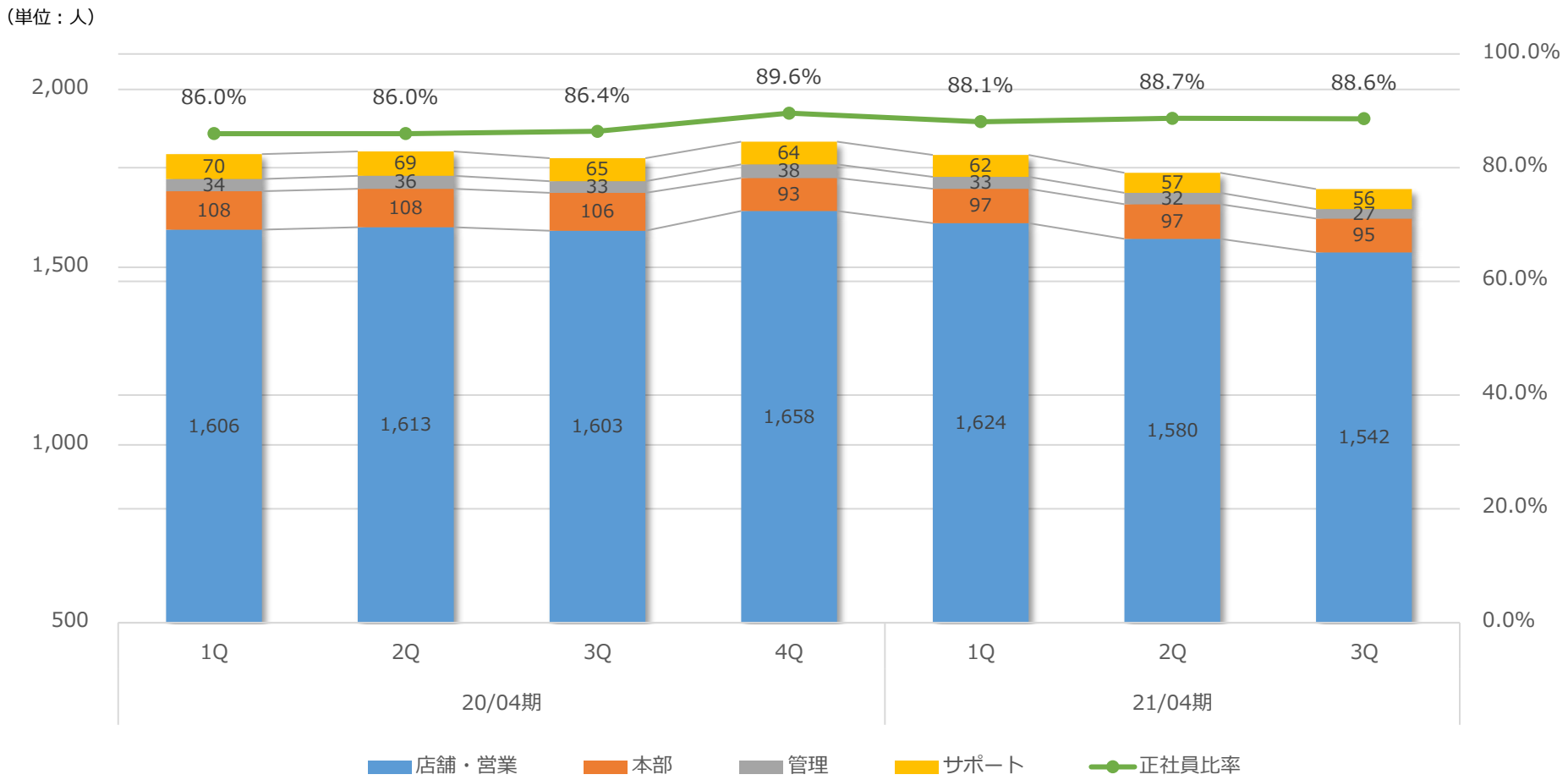
“更なる成長の地固めの期間”と位置付ける中期経営計画（20/04期～23/04期）期間の2期目となる21/04期3Qは、利益進捗を慎重に見極めながらコロナ禍においても事業成長投資は継続。3Qまでの投資進捗率は45.7%に

進捗率
45.7%

	20/04期 累計	21/04期 1Q	21/04期 2Q	21/04期 3Q	投資額 (実績)	21/04期-23/04期 4カ年投資額 (計画)	
人材・システム投資	146	94	25	148	413	400	+13
検査機器等	700	102	97	86	985	2,000	△1,015
リニューアル	697	4	9	9	720	1,900	△1,180
新規出店	440	91	31	64	626	1,700	△1,074
4カ年投資額 (累計)	1,983	291	162	307	2,743	6,000	△3,257

従業員数（四半期推移）

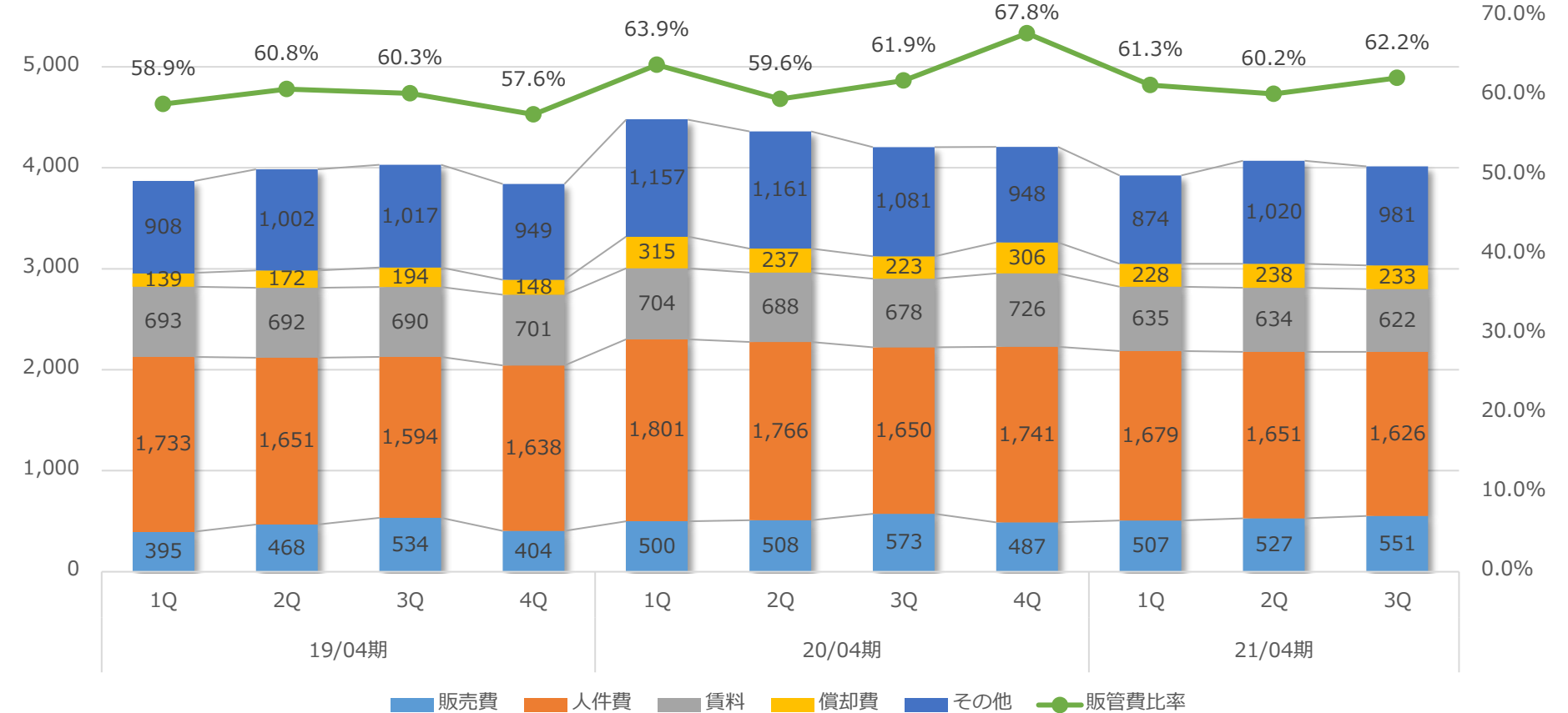
従業員数は前期末比△133名、前年3Q末比△87名の1,720名



販売費及び一般管理費（四半期推移）

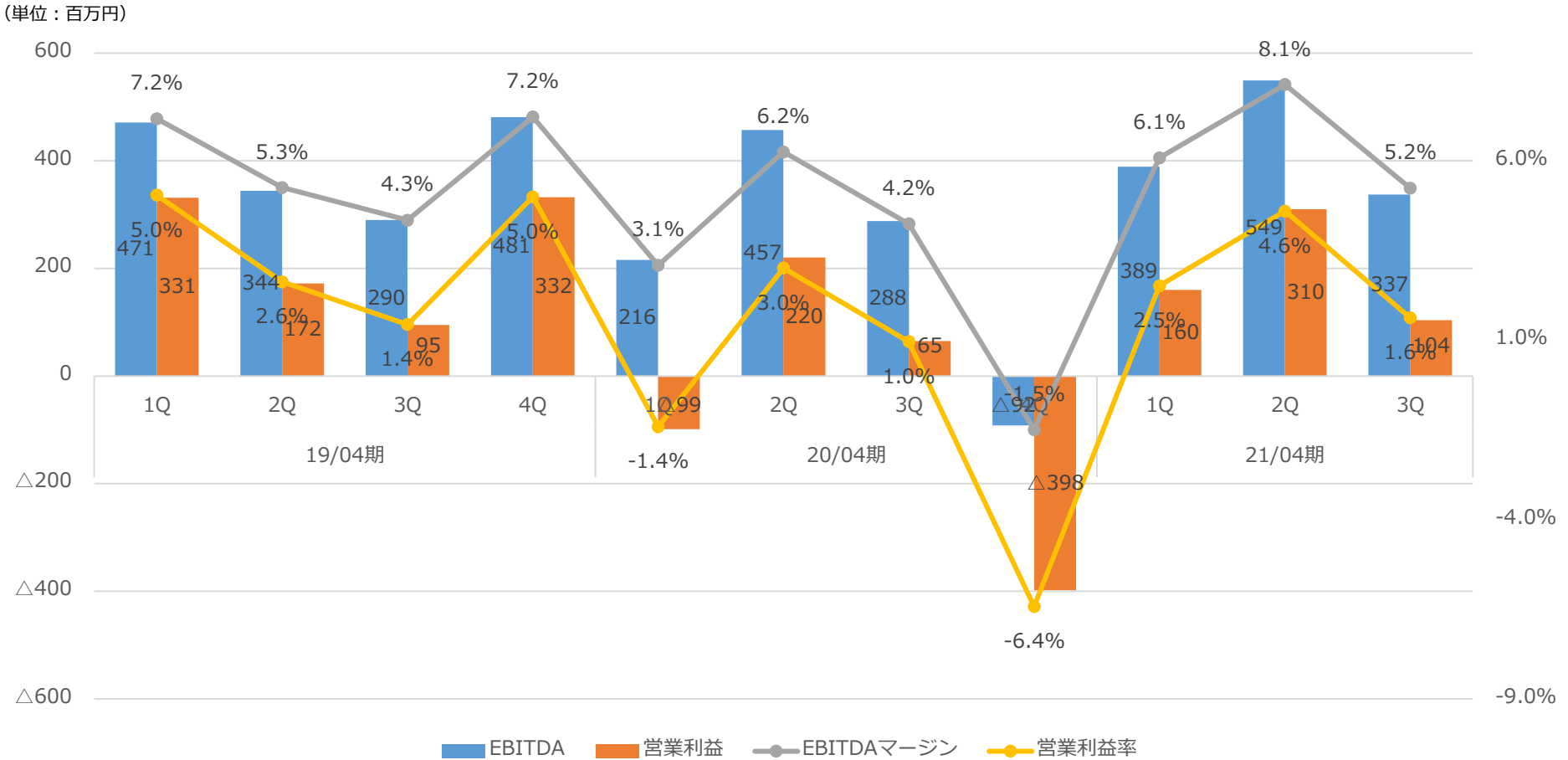
コロナ禍に対応した販管費の削減を図り（賃料削減、時短営業継続による人件費削減や不要不急のコスト抑制等）、販管費は前年3Q比 4.6%減の4,015百万円、販管費比率は前年3Q比0.3pt増の62.2%

(単位：百万円)



EBITDA / 営業利益 (四半期推移)

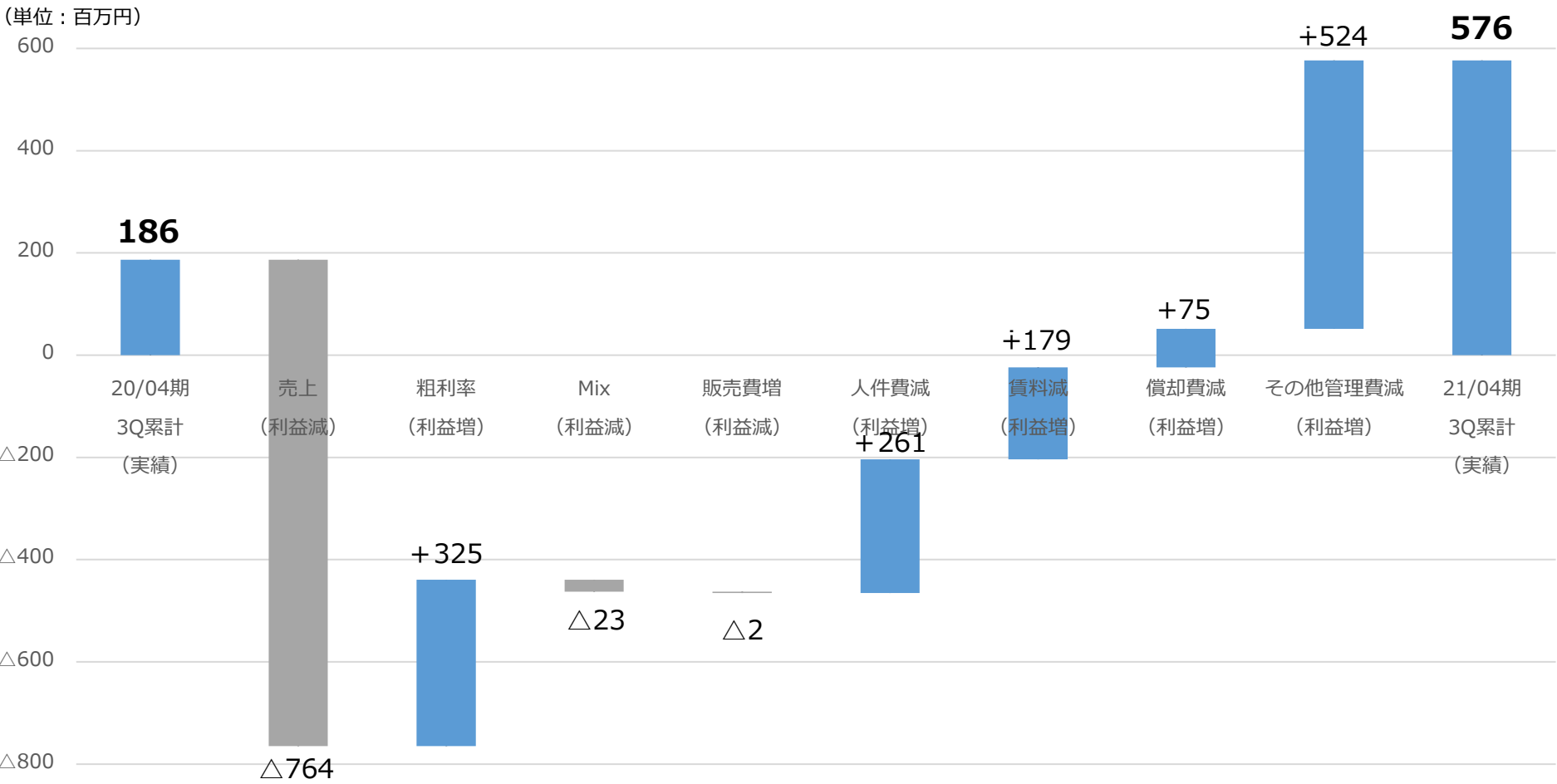
小売事業における店舗数減による減収も、費用を吸収し増益を達成。 EBITDAは前年3Q比17.0%増、EBITDAマージンは1.0pt改善、営業利益は前年3Q比60.0%増、営業利益率は0.6pt改善



※ 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 + のれん償却費 + 株式報酬費用

3Q営業利益の増減分析

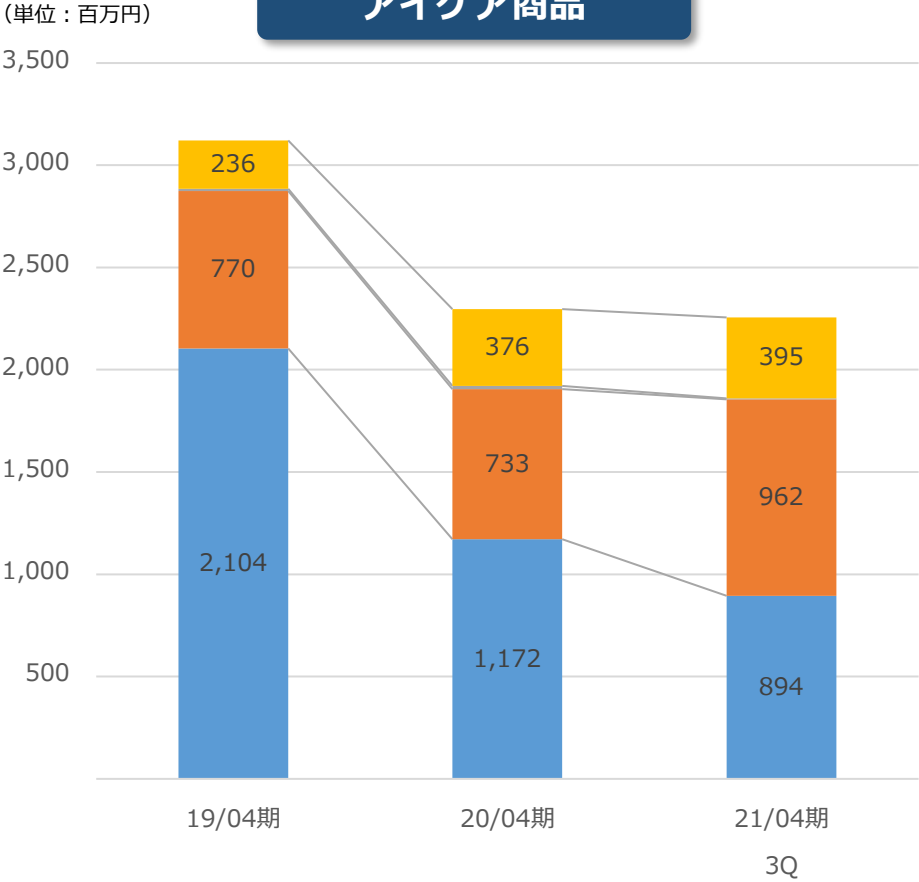
小売事業における店舗数減に伴う大幅な減収も、粗利率の改善、時短営業の継続による人件費削減、賃料削減や外注費の削減等の効果により、営業利益は前年3Q比 389百万円増



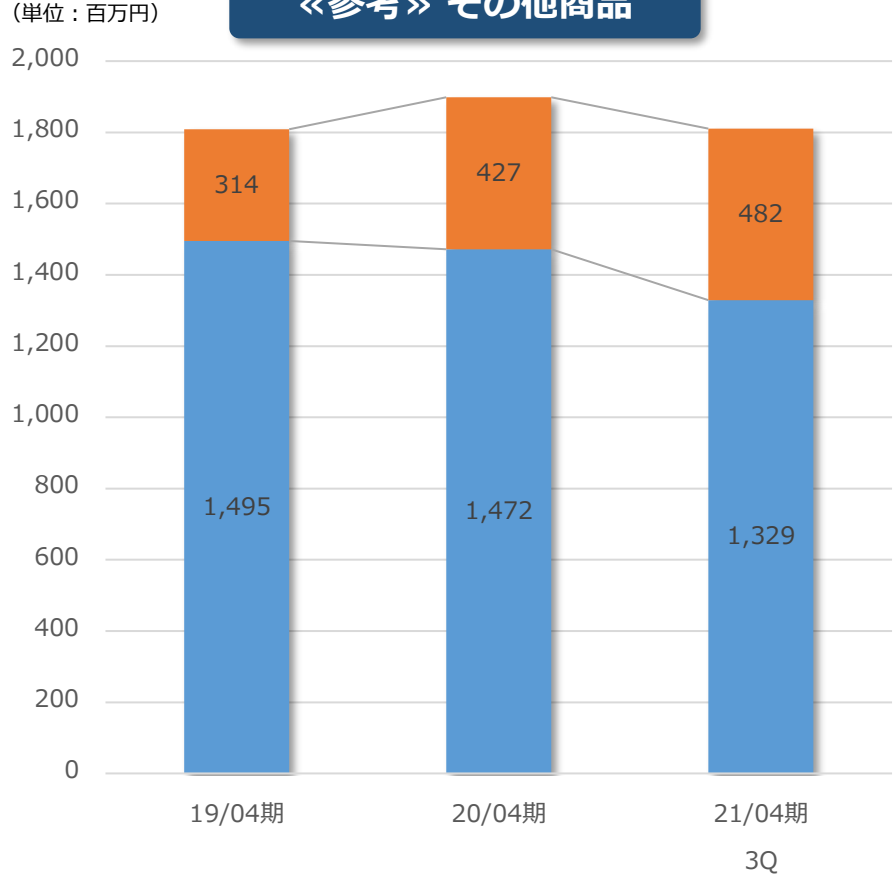
アイケア商品の充実

アイケア認知の高まりや次世代型店舗への移行、メガネ・補聴器の検査・サービス・設備の充実にあわせて品揃えの充実（＝在庫投資）を図りながら、各店毎の在庫の適正化を図る

アイケア商品



「参考」 その他商品

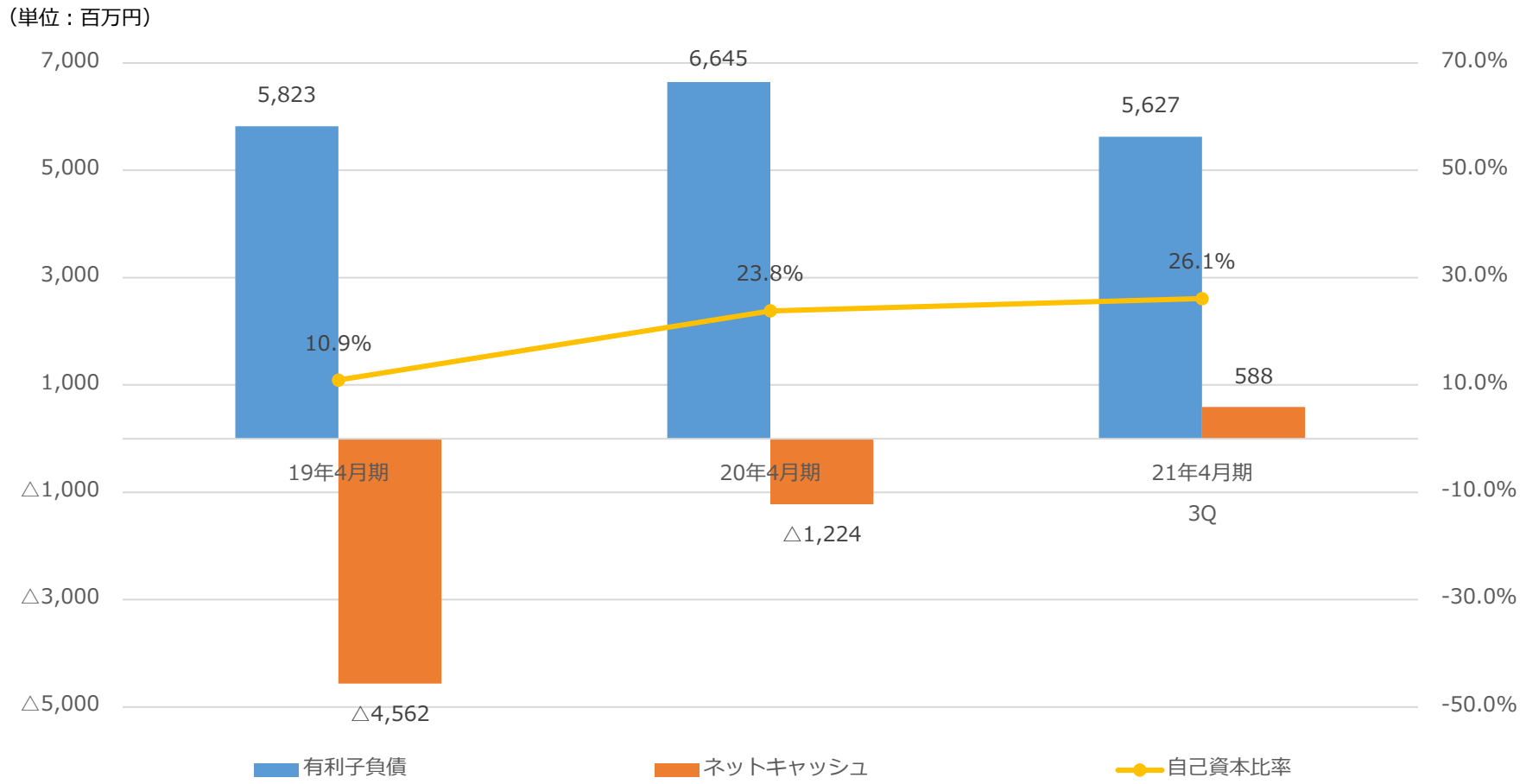


■ 既存店 ■ 新店・次世代型移行店 ■ EC ■ 物流センター

■ コンタクトレンズ ■ 卸売事業

有利子負債 / 自己資本比率の推移

有利子負債の圧縮（前期末比15.3%減）を進めるほか、ネットキャッシュは2Q以降プラスに転じ以降継続（2Q比 518百万円増）しており、財務体質は改善傾向。自己資本比率は前期末比2.3pt改善し26.1%に



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

お客様ごとに異なる眼のお悩みや生活環境に対応し、“眼の健康寿命の延伸”に配慮した商品・サービスを提供

<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> 	<h3>アイケアソリューションシステム導入</h3> <p>従来より25倍精密な視力検査で自分に合った疲れにくい快適なメガネをお作りします。</p> 	<h3>視力検査照明システム</h3> <p>パナソニックの「調光・調色」と連動し、メガネ使用時の光環境を再現。5つのシーンに応じた高度な視力検査が可能です。</p> 	
<p>裸眼視力や現在の眼の状態を確認</p> <h3>眼体力検査</h3>	<p>ピントを合わせる「調節力」を確認</p> <h3>眼年齢検査</h3>	<h3>アイケアリラクゼーション</h3> <p>見るナ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。</p> 	<h3>色覚特性対応レンズ</h3> <p>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。</p> 
<p>生活環境に応じた「視距離」ごとの見え方を確認</p> <h3>眼環境検査</h3>	<p>使用しているメガネを最適な状態に調整</p> <h3>眼鏡力検査</h3>		

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
-------	------	------

お子さまや学生の方には安心・充実の スチューデント&ティーンHYPER保証	3年間完全保証(有料)の HYPER保証プレミアム
--	------------------------------

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
-----------------------	---------	--------	---------

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

お家でコンシェルジュ

眼や耳、商品に熟知したベシャリストがお電話等でお悩みを解決。また遠隔でも精度の高い視力検査が可能な「リモート視力検査システム」を導入。



メガネと補聴器の出張訪問サービス

全国各地の拠点にて24時間365日対応。ご自宅・施設等で店舗と同様のサービスをご提供いたします。



● 視力・聴力の測定 ● メガネ・補聴器の処方 ● メガネ・補聴器のメンテナンス

コンタクト定期便


コンタクトレンズをまとめて定期的にお届け。お客様のペースに合わせてお届け日を設定・変更や、度数や種類などいつでも変更できます。



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



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


アイケア リラクゼーション

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。症も存もよく見えるメガネをお作りします。



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	トータルアイ
完全分解洗浄	フルタイム調整
メガ交換	近視調整
鼻パッド調整	フレーム調整
フレーム調整	近視調整

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
(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



最新鋭の次世代型店舗

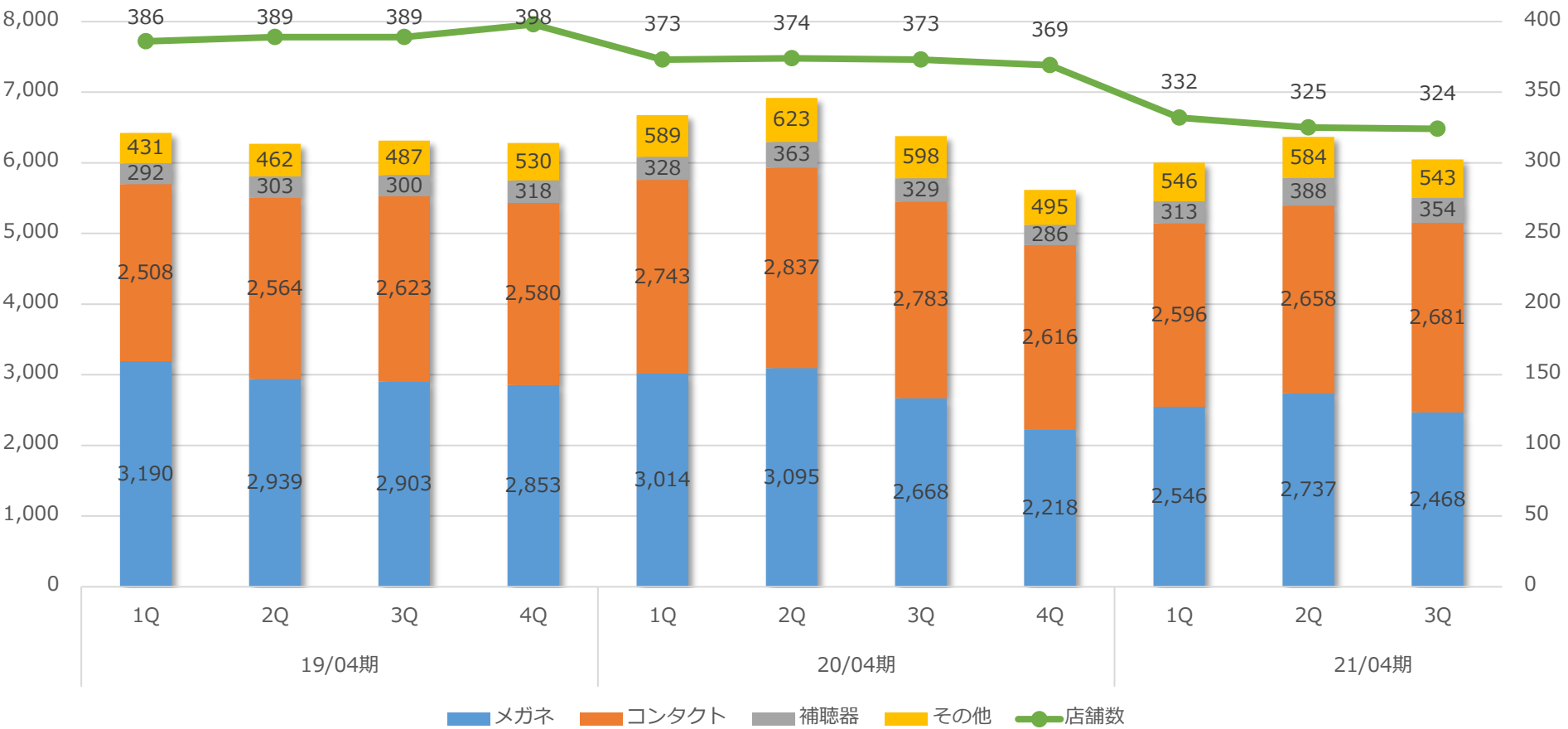
実際の生活シーンを再現した店内スペースで「見え方」や「聴こえ方」を体感できる「完全体験型店舗」として、2021年1月にメガネスーパー新潟紫竹山本店をオープン



品目別売上高（四半期推移）

より筋肉質な事業構造への転換を図るため、店舗の退店・集約統合を進めた結果、店舗数が前年3Q比 49店舗減となり、売上高は同3Q比5.2%減の6,047百万円。メガネは同3Q比5.2%減、コンタクトは同3Q比15.4%減となる一方、補聴器は同3Q比14.8%増

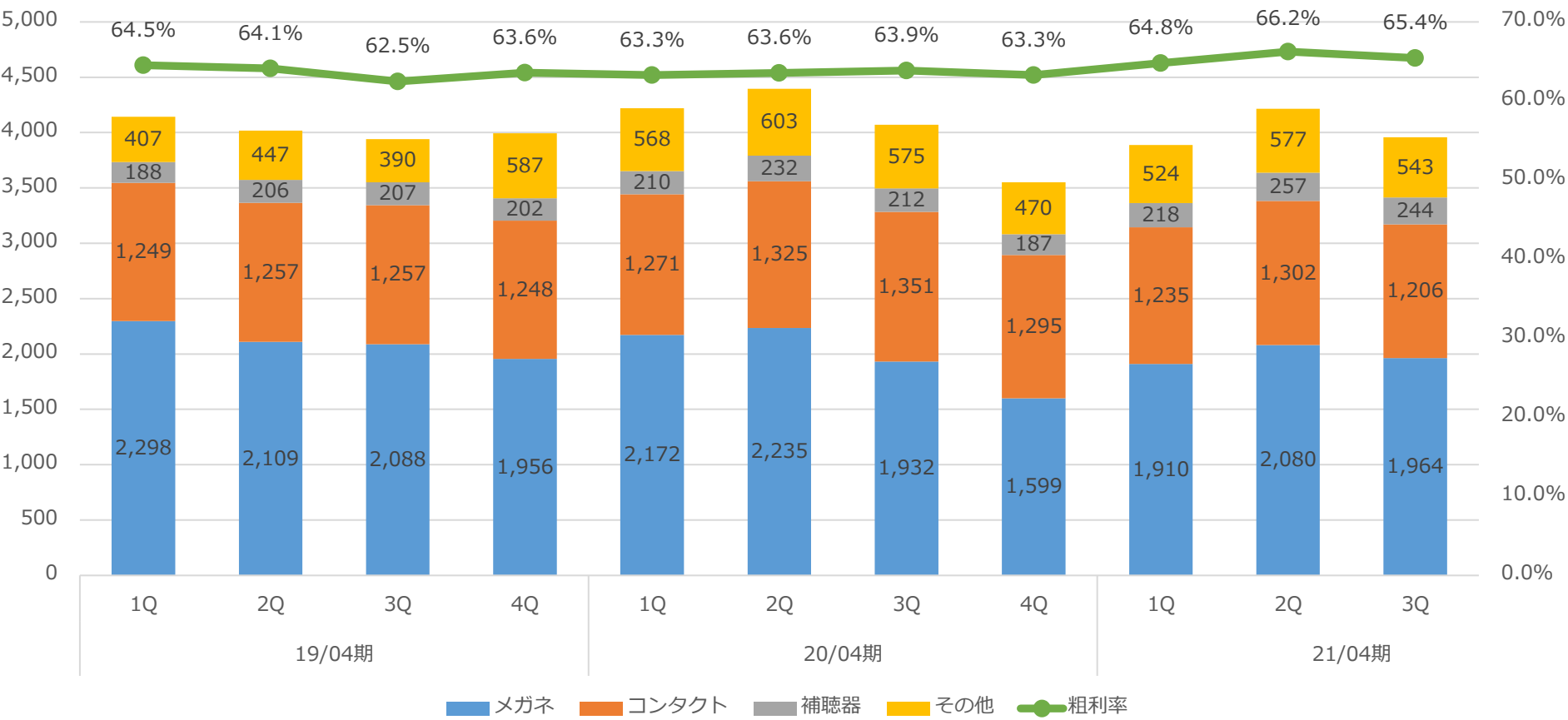
(単位：百万円)



売上総利益 / 売上総利益率（四半期推移）

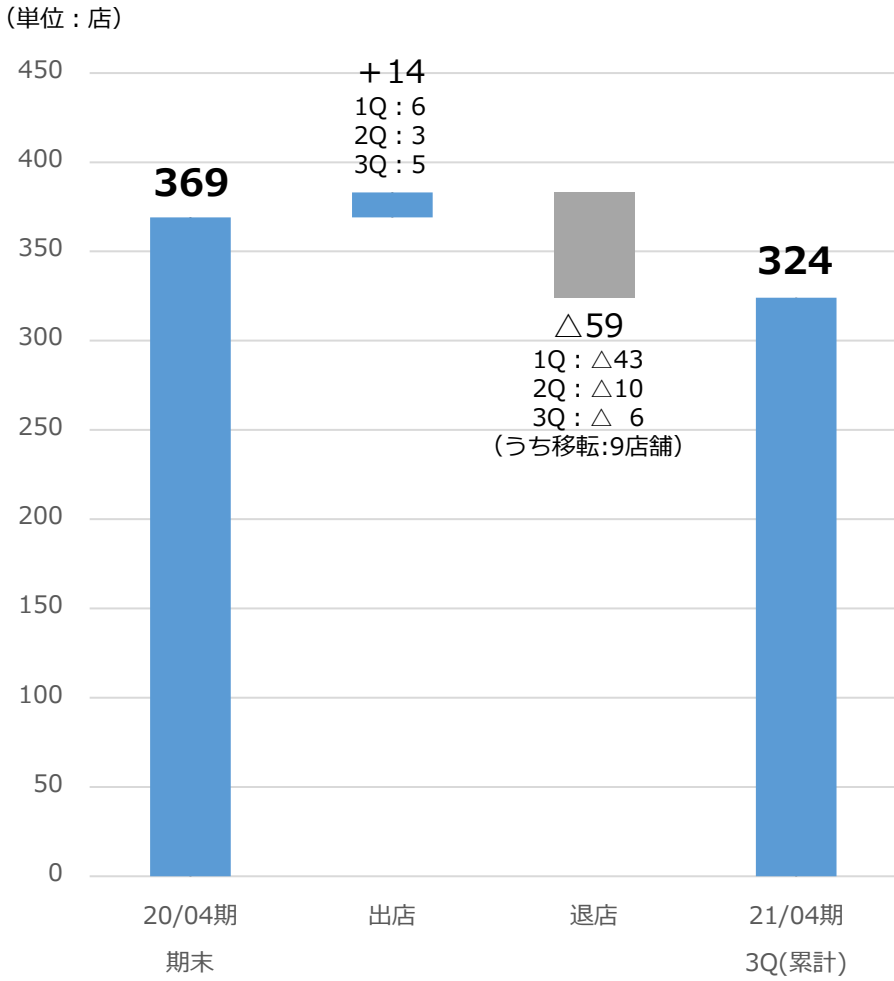
減収に伴い売上総利益は同3Q比2.8%減の3,957百万円となるが、売上総利益率は1.6pt改善し65.4%に。コンタクトは同3Q比10.8%減となる一方、メガネは同3Q比1.6%増、補聴器は同3Q比14.8%増

(単位：百万円)

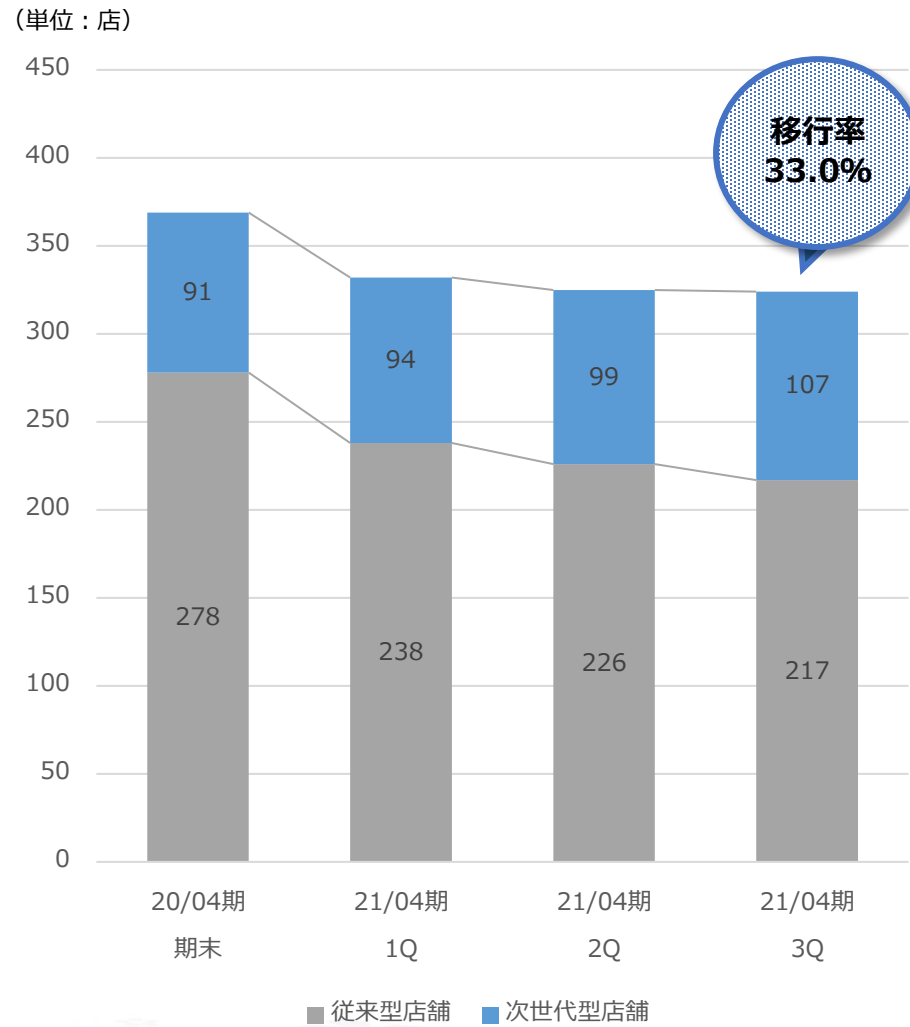


店舗の状況

出退店

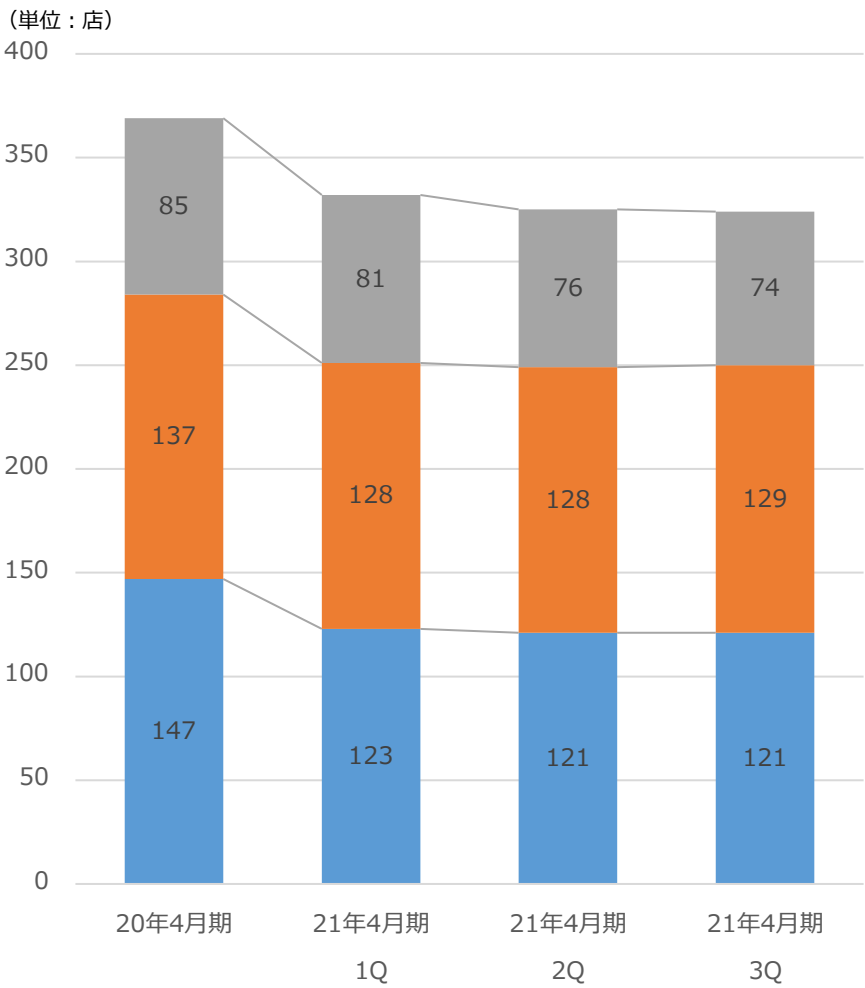


次世代型店舗への移行

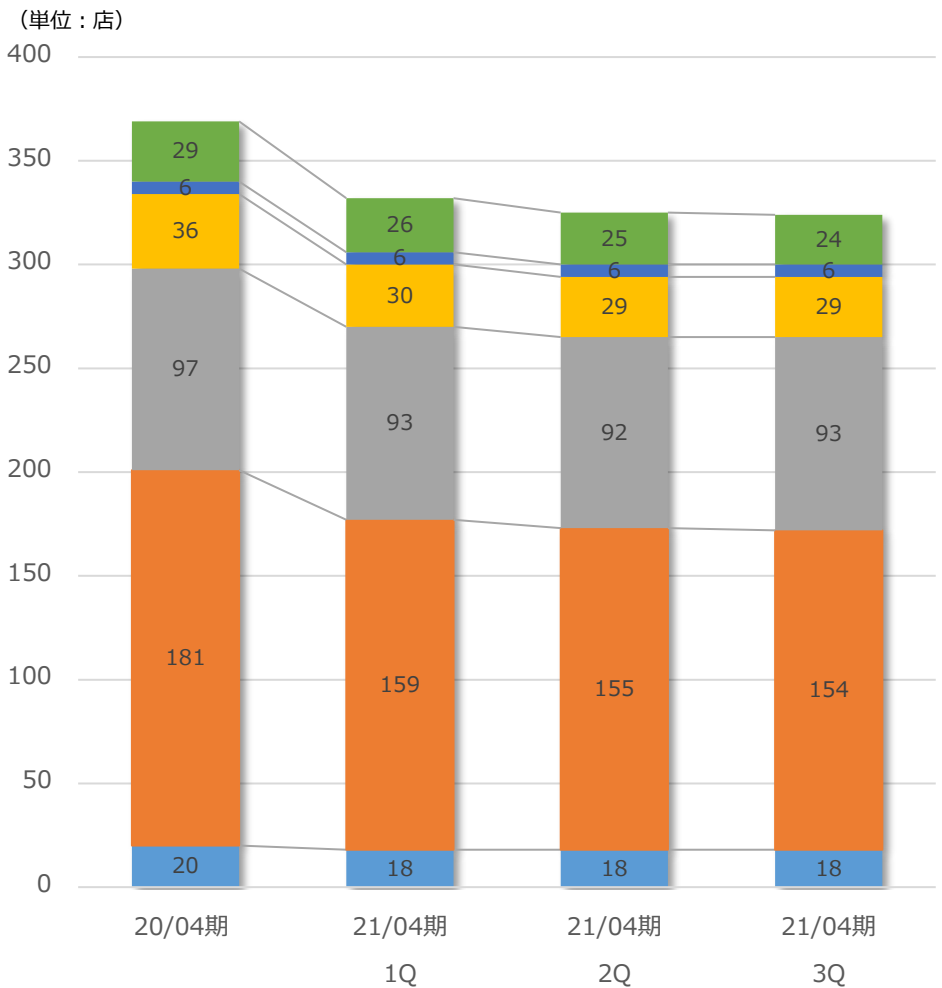


立地別・地域別店舗数の推移

立地別店舗数推移



地域別店舗数推移

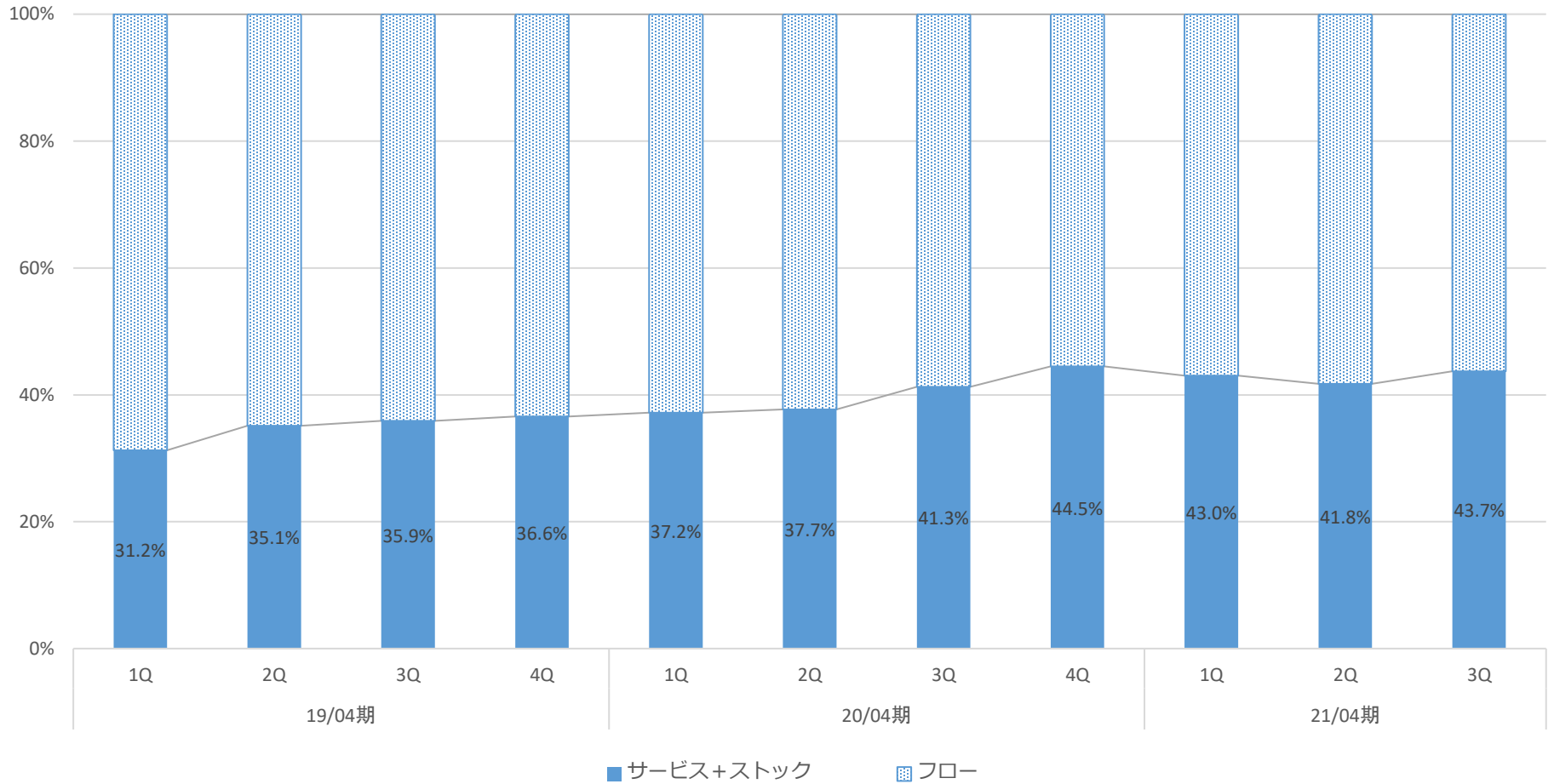


■ 商業立地 ■ ロードサイド立地 ■ ショッピングセンター立地

■ 北海道・東北 ■ 関東 ■ 中部 ■ 関西 ■ 中四国 ■ 九州

付加価値サービス割合の推移

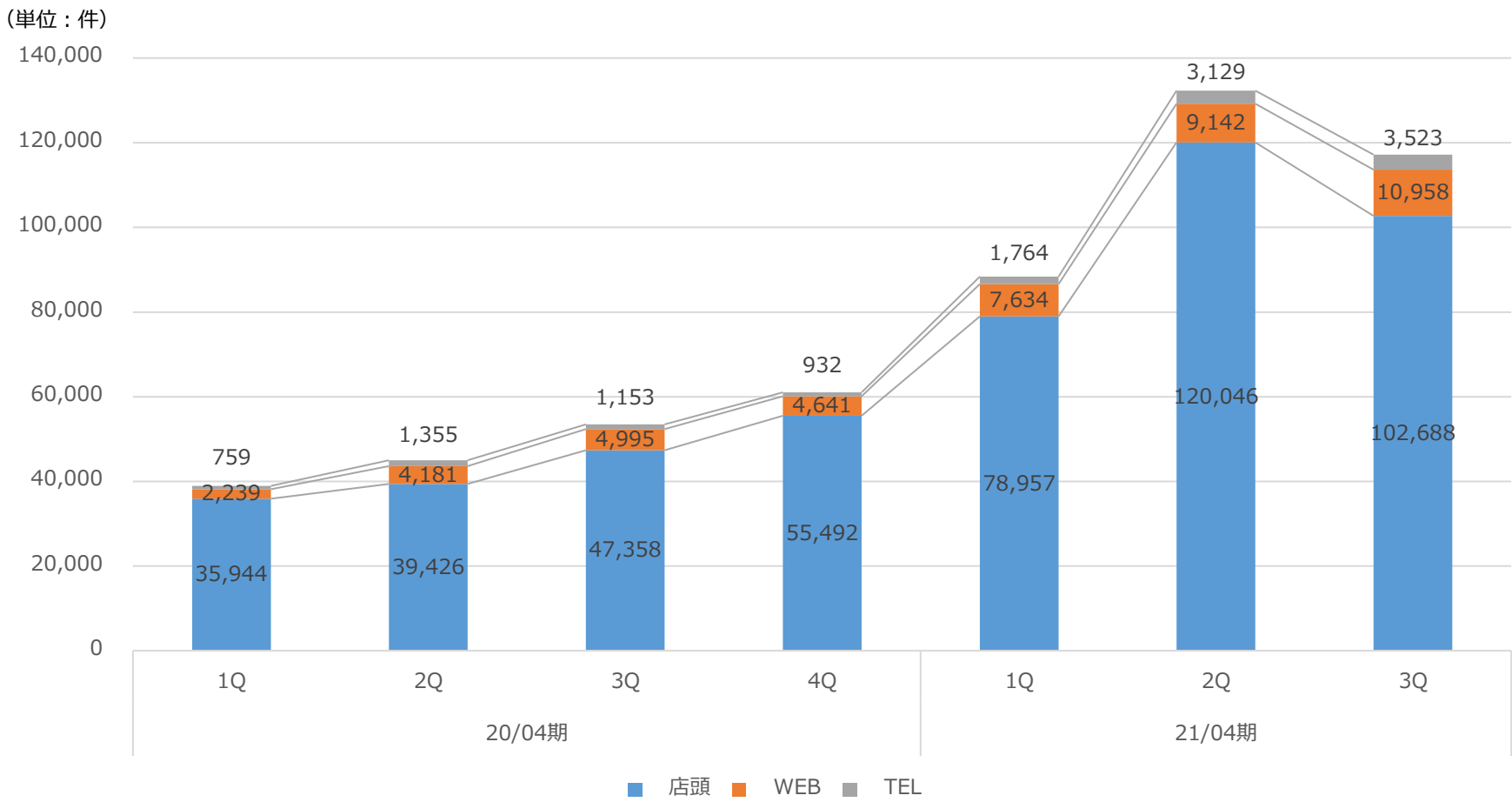
小売事業の売上高に占める付加価値サービス（サービス+ストック）[※]の割合はコロナ禍においても順調に拡大し、前年2Q比4.1pt増の41.8%に



※検査、技術、リラクゼーション等の高付加価値アイコンサービスおよび顧客の利便性向上に繋がるコンタクト定期便等のサービス

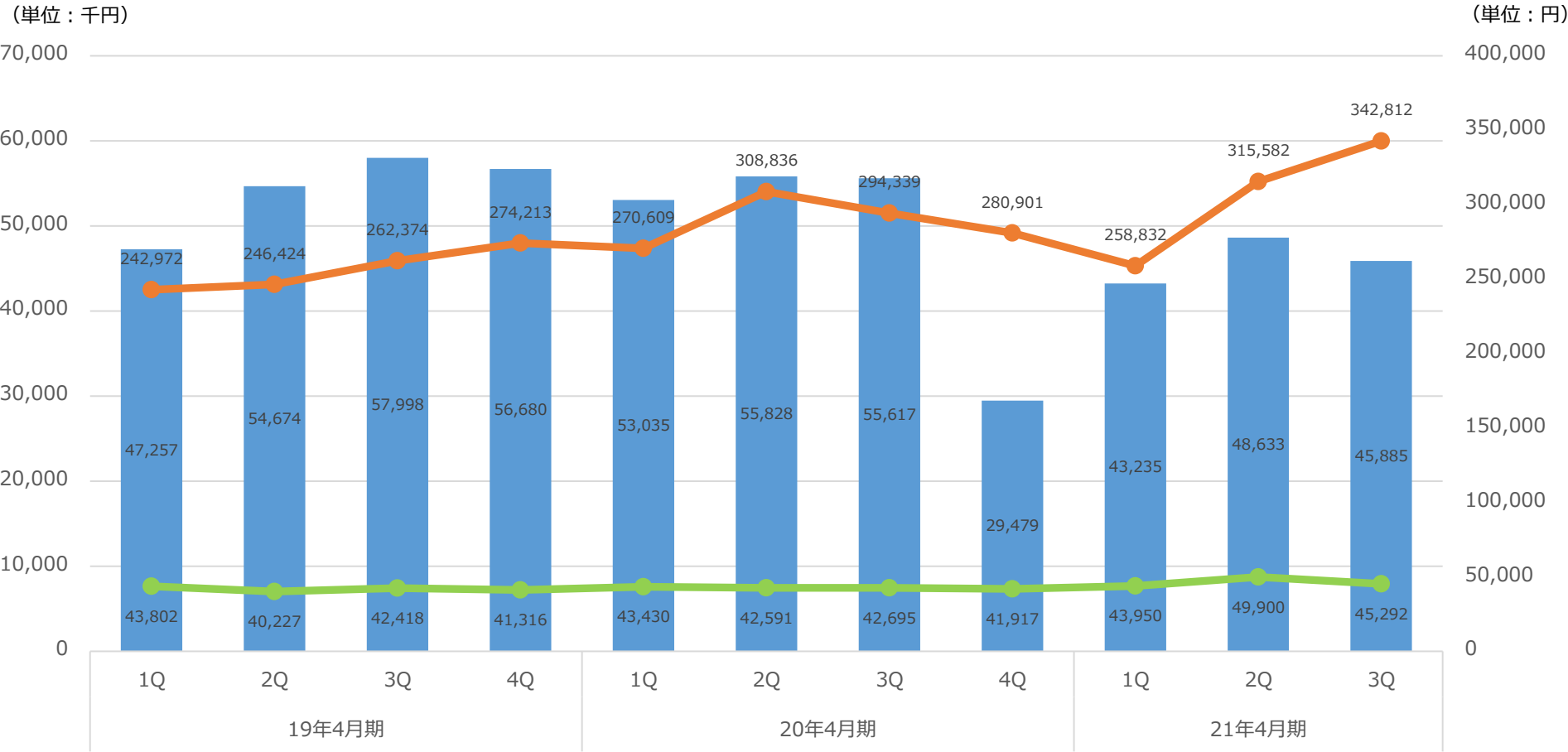
来店予約の強化による店舗生産性の向上

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件数の増加が顕著。前年3Q比 219.0%に



出張訪問販売の実績

新型コロナウイルス感染症の終息時期が見通せない中、2021年1月に再度の緊急事態宣言発令等による影響が続くものの、出張訪問販売ニーズは底堅く推移

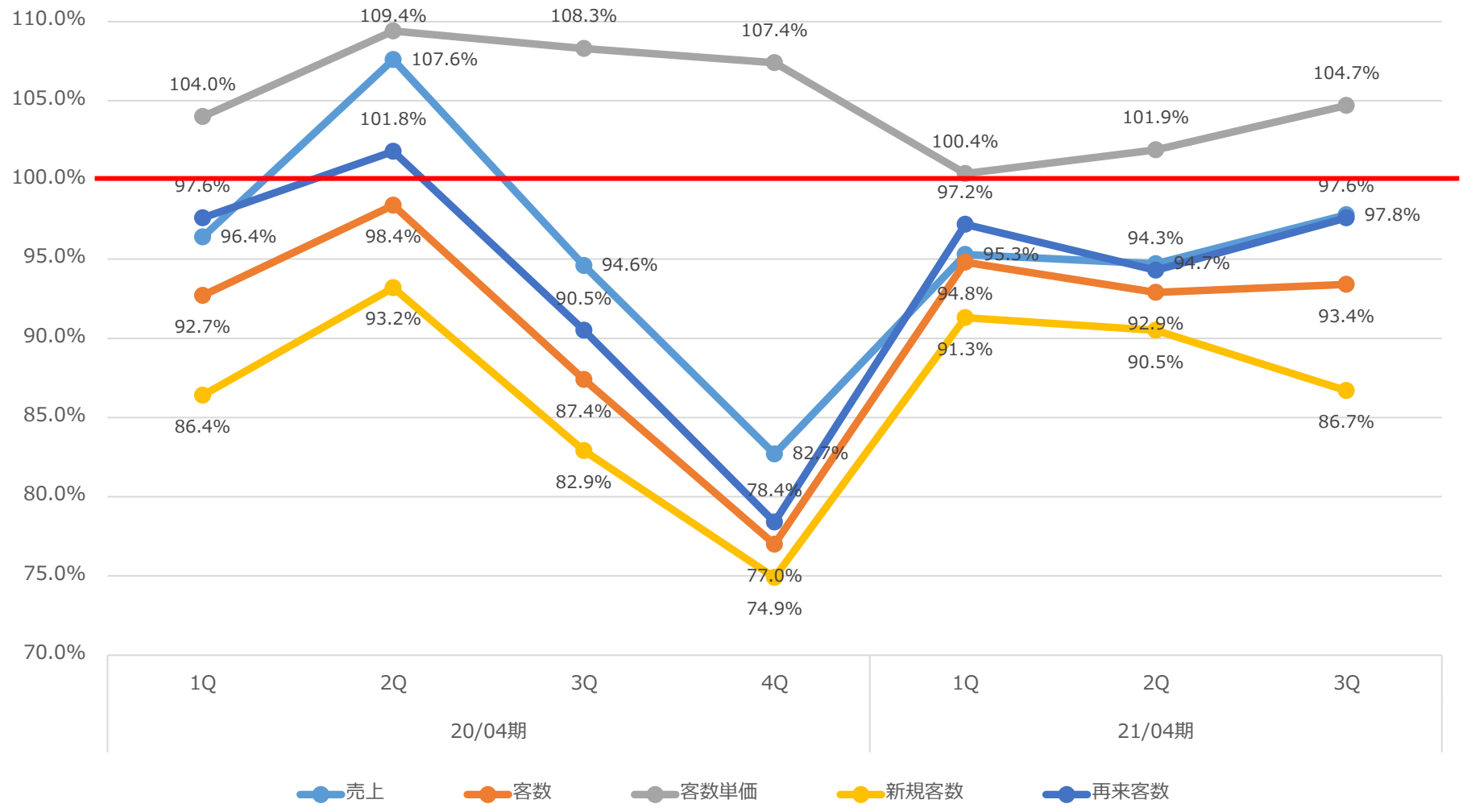


※移動式店舗の実績含む

■ 受注金額 ●●● メガネ件数単価 ●●● HA件数単価

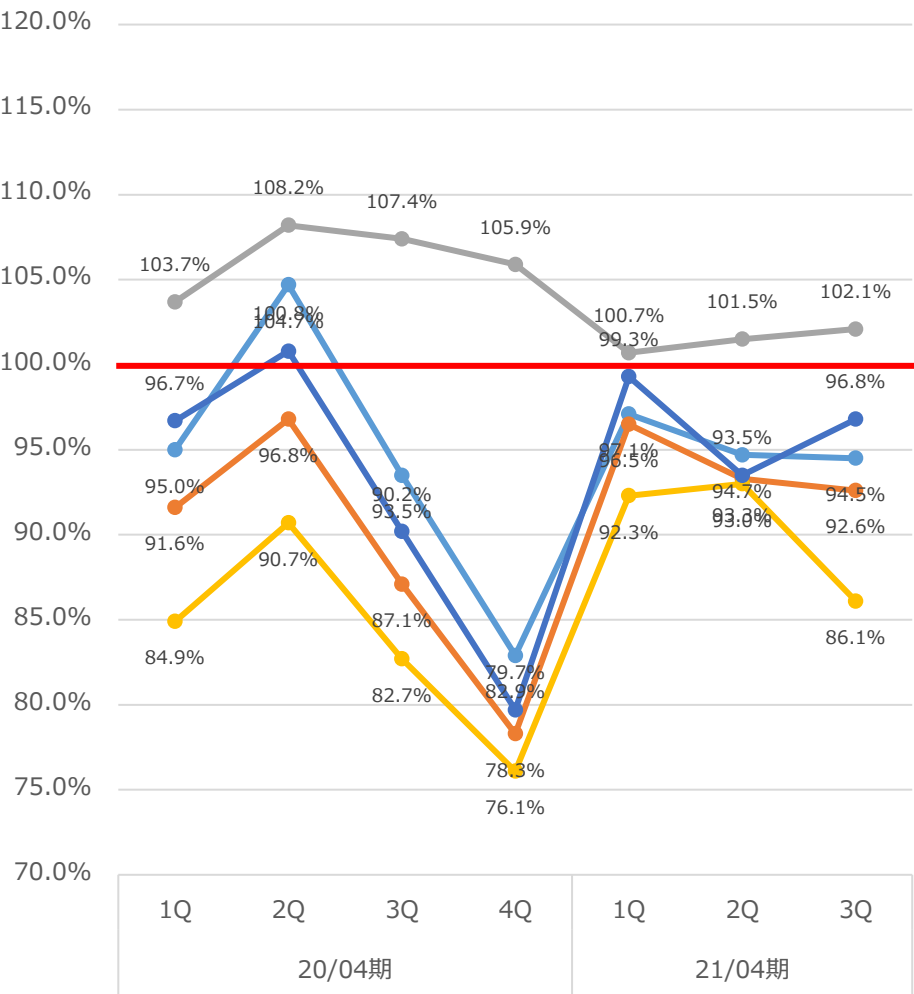
メガネ：前年比①

■ 全店



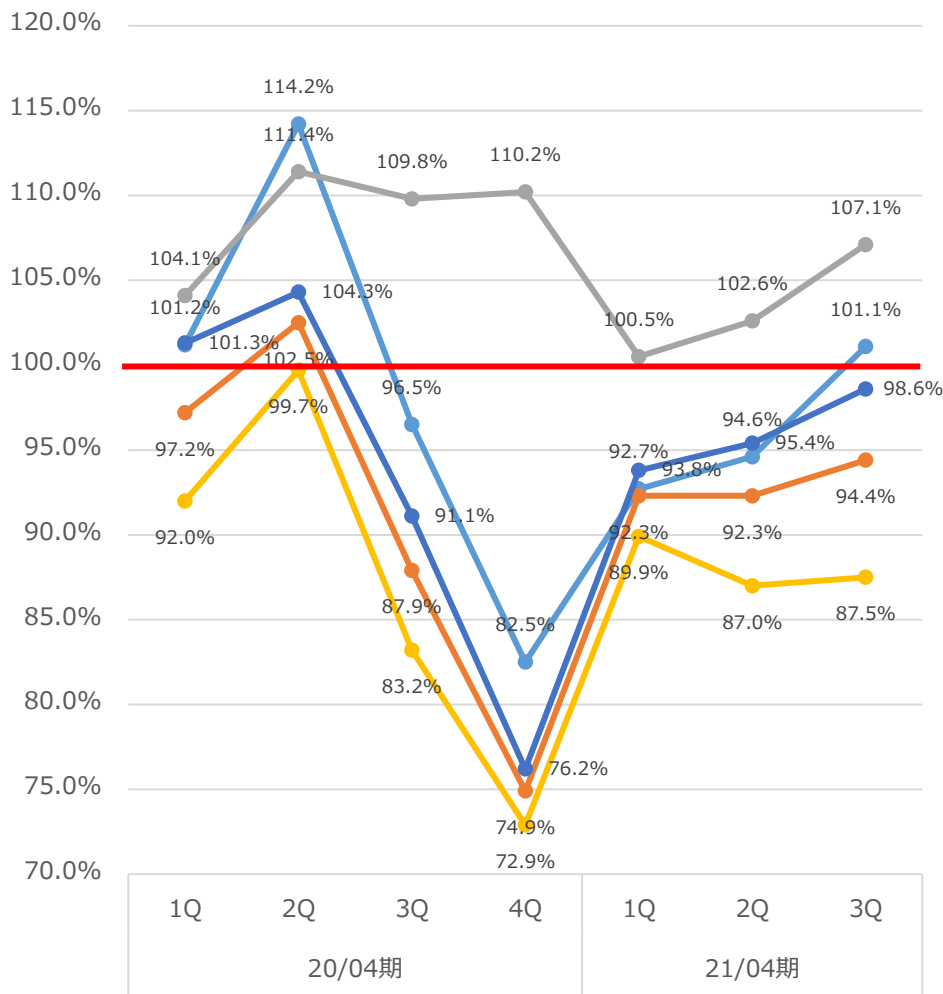
メガネ：前年比②

■ 従来型店舗



● 売上 ● 客数 ● 客数単価 ● 新規客数 ● 再来客数

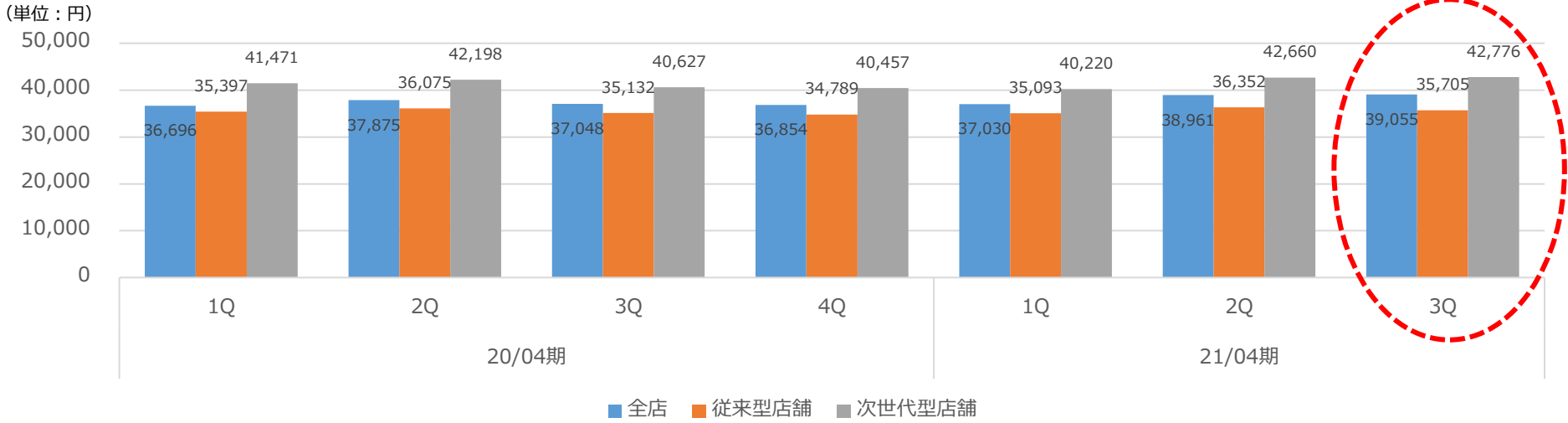
■ 次世代型店舗



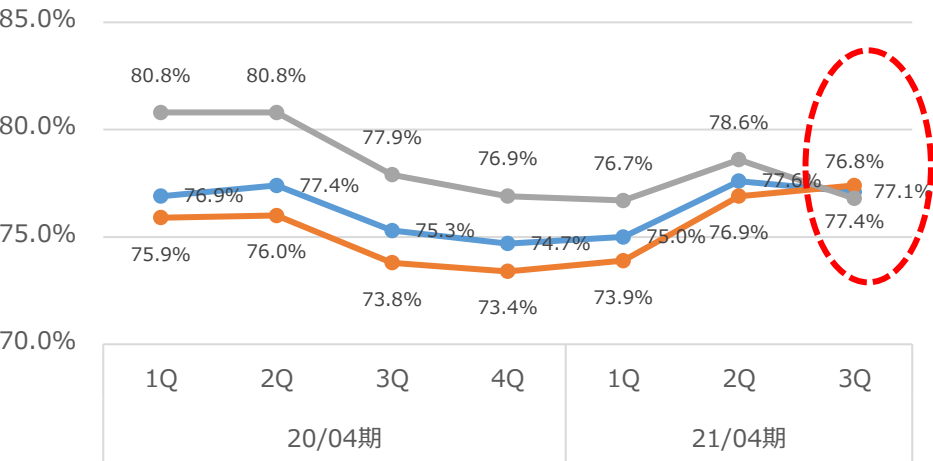
● 売上 ● 客数 ● 客数単価 ● 新規客数 ● 再来客数

メガネ：四半期推移

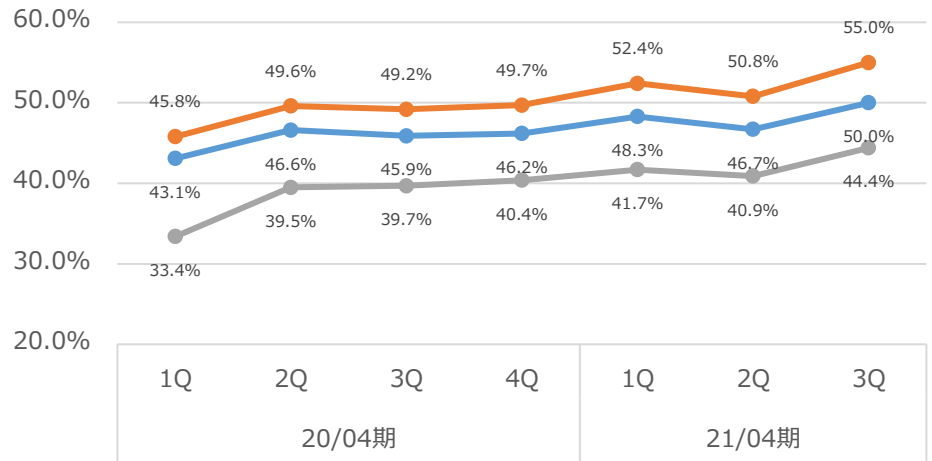
■ 単価



■ プレミアムレンズ比率

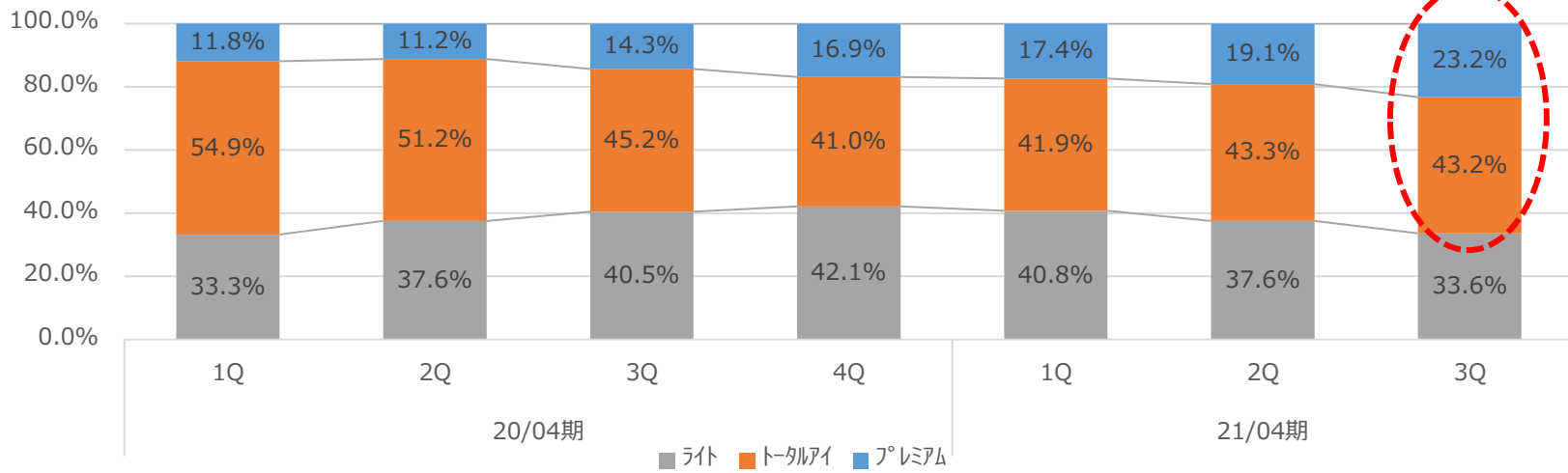


■ PB比率

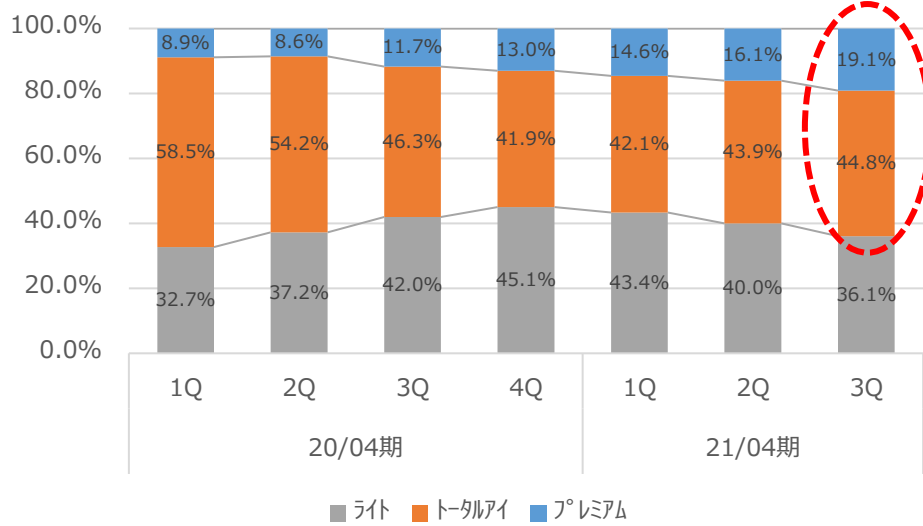


メガネ：トータルアイ検査の四半期推移

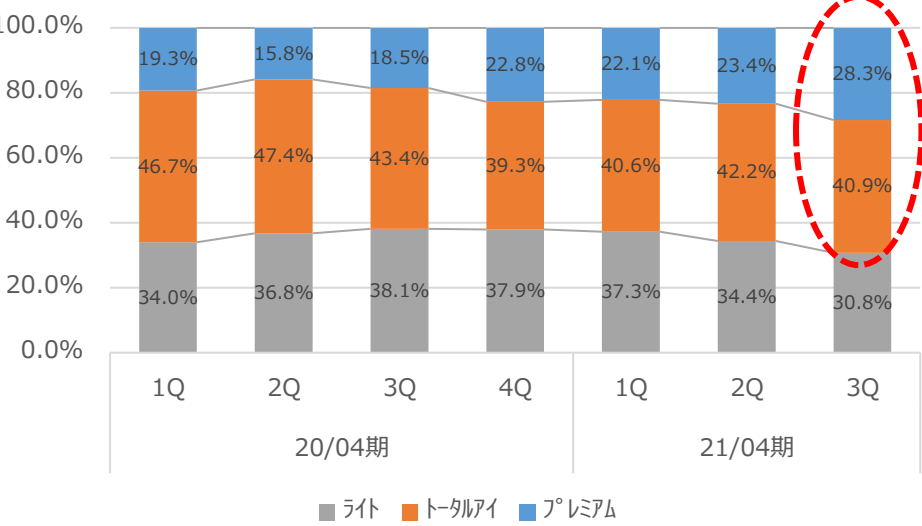
■ 全店



■ 従来型店舗

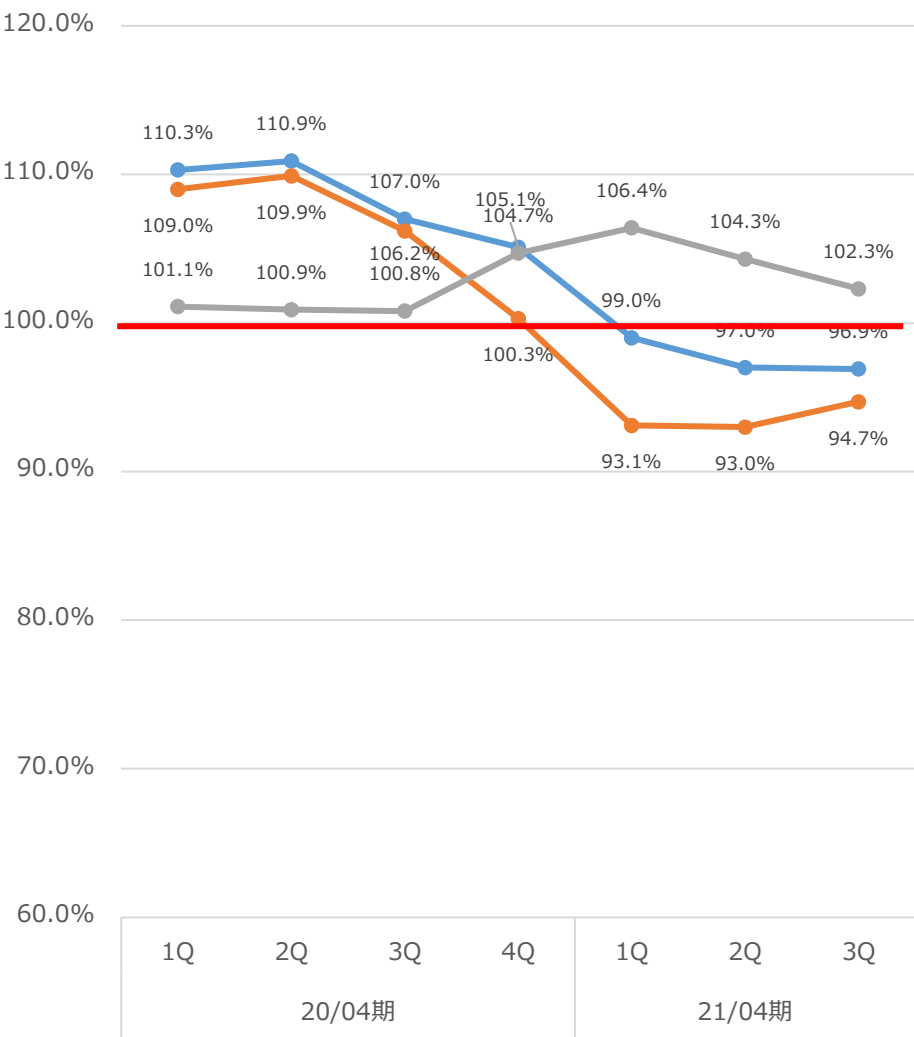


■ 次世代型店舗

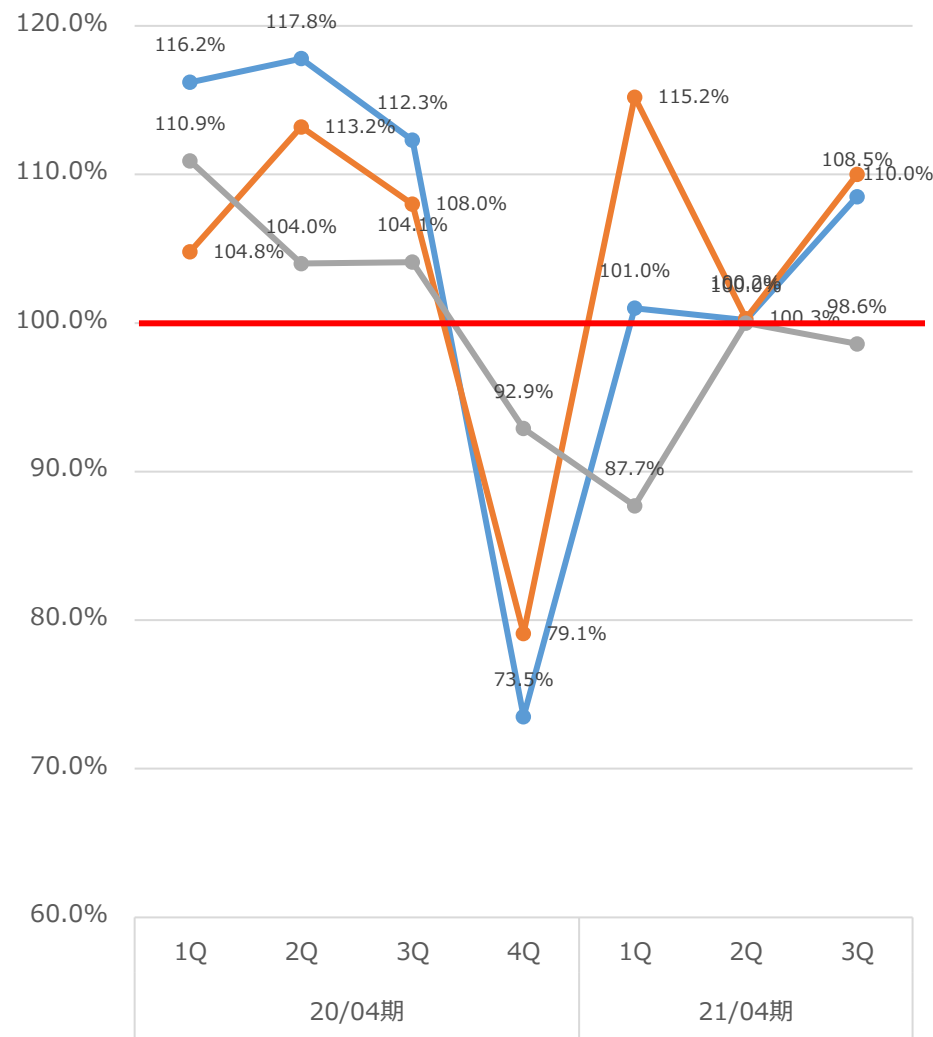


コンタクト・補聴器既存店前年比

■ コンタクトレンズ



■ 補聴器



SENSEID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倍という超高精緻な視力測定と専用レンズにより、これまでの見え方よりも圧倒的に快適な見え方を実現。更にフィッティング測定デバイス「Visioffice2」と組み合わせにより自然で最適なオーダーメイドフィッティングを可能としたことで、本来あるべきであった完全にパーソナルな最上級の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KPI実績の向上に寄与している。

- ✓ 従来の25倍の0.01ステップでの度数決定を可能としたことで、競合他社よりも更に精度の高い“顧客に合わせた度数提供”を行う事での差別化を実現。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14ポイント**と高い実績
- ✓ 最大60項目の高付加価値検査となる**トータルアイ検査プレミアム比率**は35.6%と、**前年同期比で12.1ポイントアップ**、またこの機器を導入し精緻な検査が出来る事を伝えることで、**メガネの買上も前年同期比14ポイントアップ**に繋がった



VISION-R 800

VISIOFFICE2

今まで体験したことのない究極の見え方を実現。

眼とレンズの距離からフレームの角度まで精妙に計測するシステムを導入

眼とレンズの距離
レンズのカーブ
フレームの角度

少しずれるだけでもメガネの見え方は変わります！

更に従来の25倍、精緻に測定する最新検眼システムも採用

上記システム導入店舗は、裏面の店舗欄に記載されている「アイケアソリューション導入店舗」をご確認下さい。

トータルアイ検査

検査数最大**60項目** ¥2,000~
(リラクゼーション30分) (23歳以上)

生活環境や目の調子力を考慮してお客さまの目の状態を徹底的に調べます。

アイケアリラクゼーション コース内容 (第一～第四～第一～第一)

見るチカラに影響する緊張状態をほぐして、より精度の高い視力検査を行います

快活な視生活の為にここまでやります!! ※2020年7月当社調べ

他社	メガネ単価	検査時間	検査項目数	メガネチェーン/世	メガネ専門店
他社	70分	最大60項目	最大52項目	20項目	最大19項目
調節力	○	○	▲	▲	×
両眼視検査	○	○	×	×	×
近視視力	○	○	×	×	×
色覚特性	○	○	×	×	×
夜間視力	○	○	×	×	×
リラクゼーション	○	○	×	×	×

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ためのもので、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。

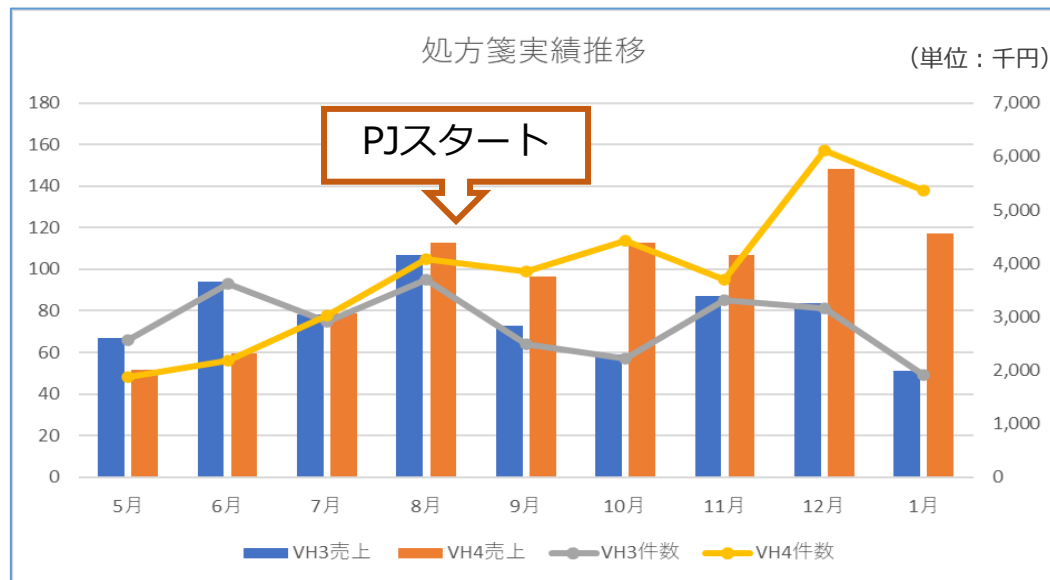


VISION-R800
今までの25倍の0.01ステップで精緻検査ができる

VISIOFFICE 2
眼とレンズの距離からフレームの角度まで精妙に計測

眼科連携PJ -地域眼科との連携-

当社のアイケアサービスの1つである、プレミアム保証（6ヶ月間以内であれば何でも度数交換無料）は、若年層や白内障術後等による視力変化の可能性の高い患者が多いクリニックに引き続き高い評価を得ており、結果として家族や知人紹介にも繋がり件数アップに貢献している。



売上前年比

168%

件数前年比

181%

連携眼科数

40件

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

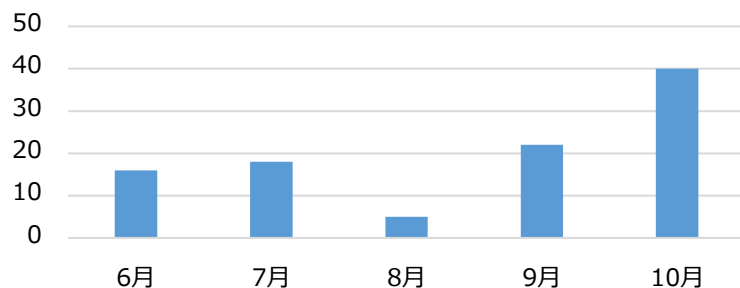
アフターフォロー
の充実

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。

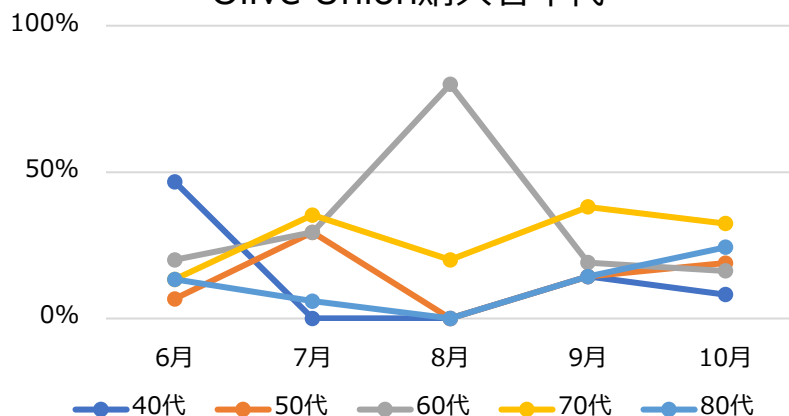
エムスリーとの連携によるヒアリングデバイス展開

エムスリーとの連携から株式会社Olive Unionの取り扱いを開始。
専用アプリとBluetooth接続を利用することでユーザーの聞こえに合わせたデバイスを提供。
これまでの高齢者をメインとした補聴器客を40代から迎え入れることにつなげている。
同製品はVHグループ全店での取り扱いに拡大。

販売台数



Olive Union購入者年代



Olive
次世代型ヒアリングデバイス



Olive Smart Ear
オリブスマートイヤー

話題沸騰中!



店舗で試せるのはメガネスーパーだけ
店頭でお試しできます

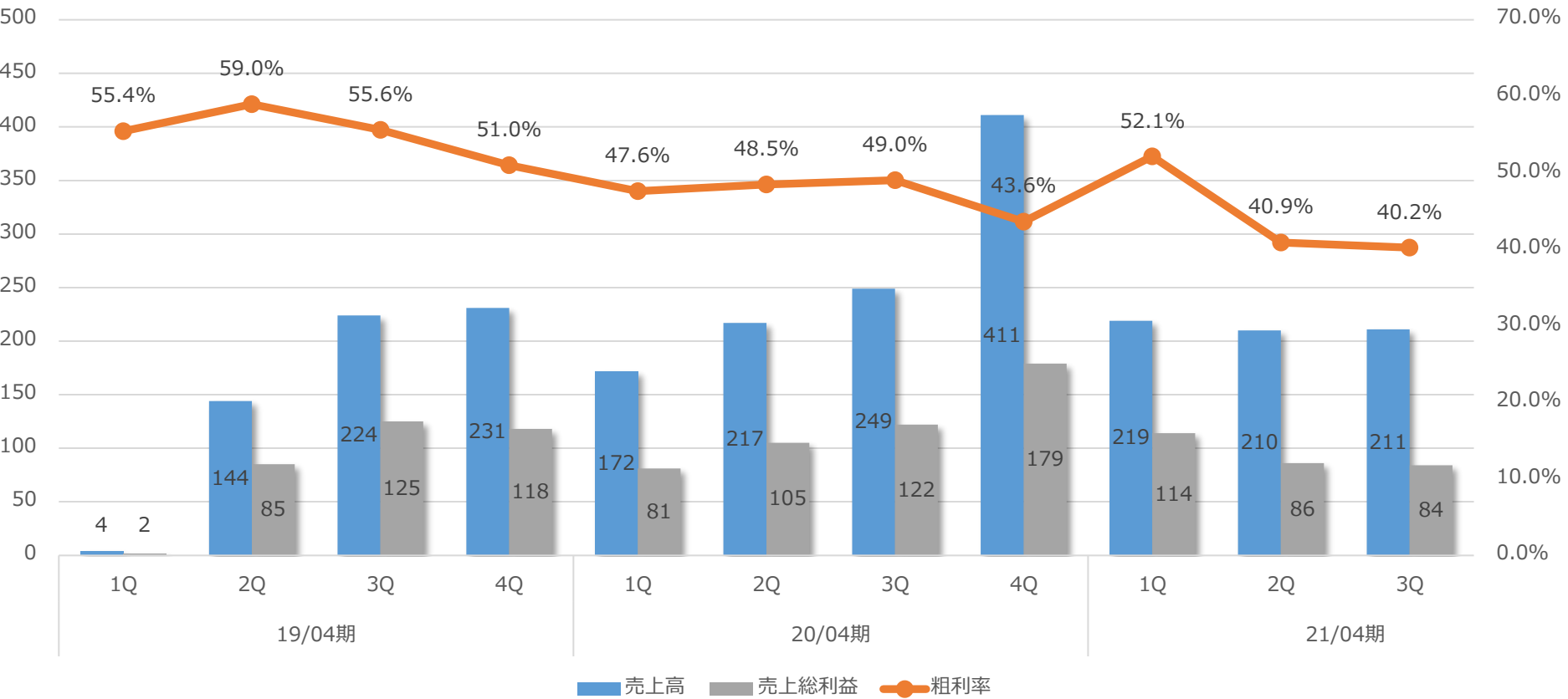
卸売事業



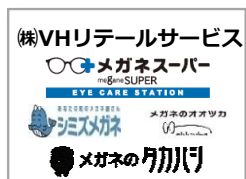
四半期推移

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。売上高は前年3Q比15.3%減、売上総利益は同3Q比31.1%減

(単位：百万円)



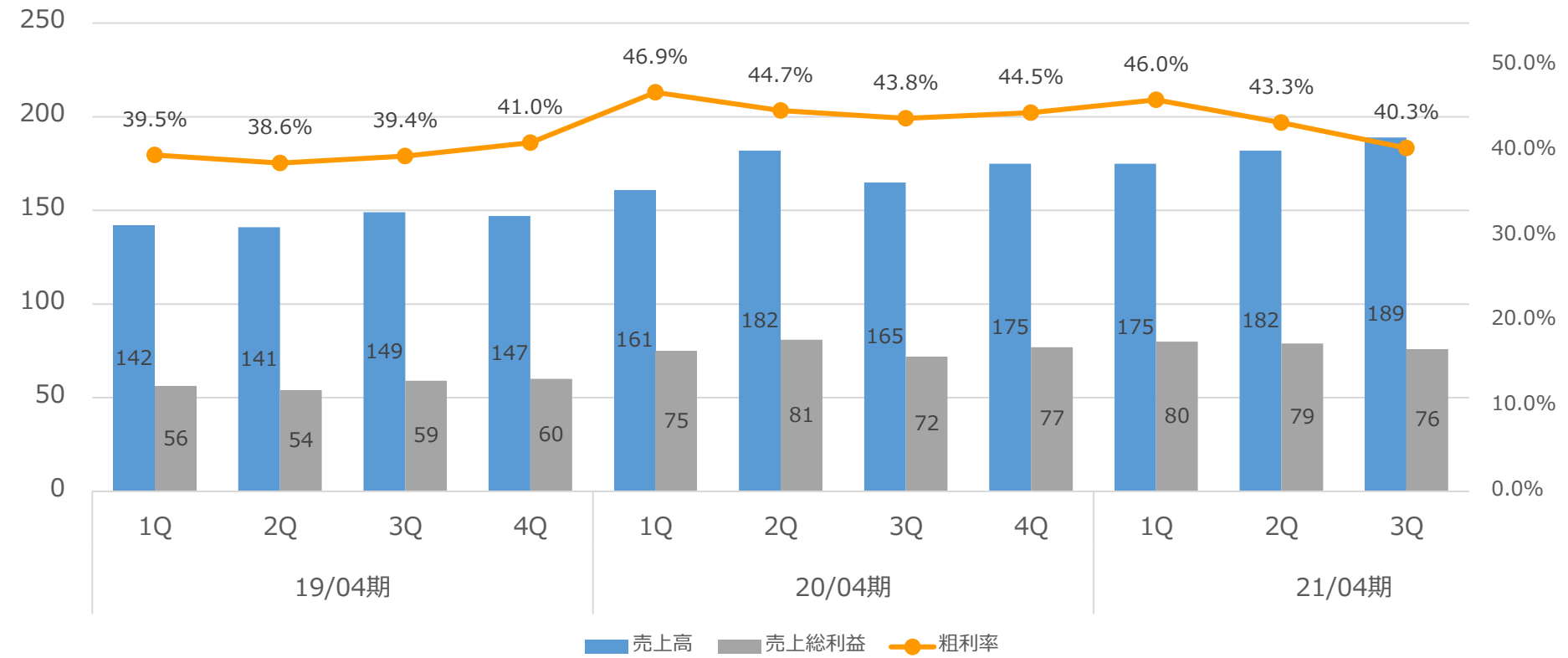
EC事業



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、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を提供。売上高は前年3Q比14.5%増の189百万円、売上総利益は同3Q比5.6%増の76百万円

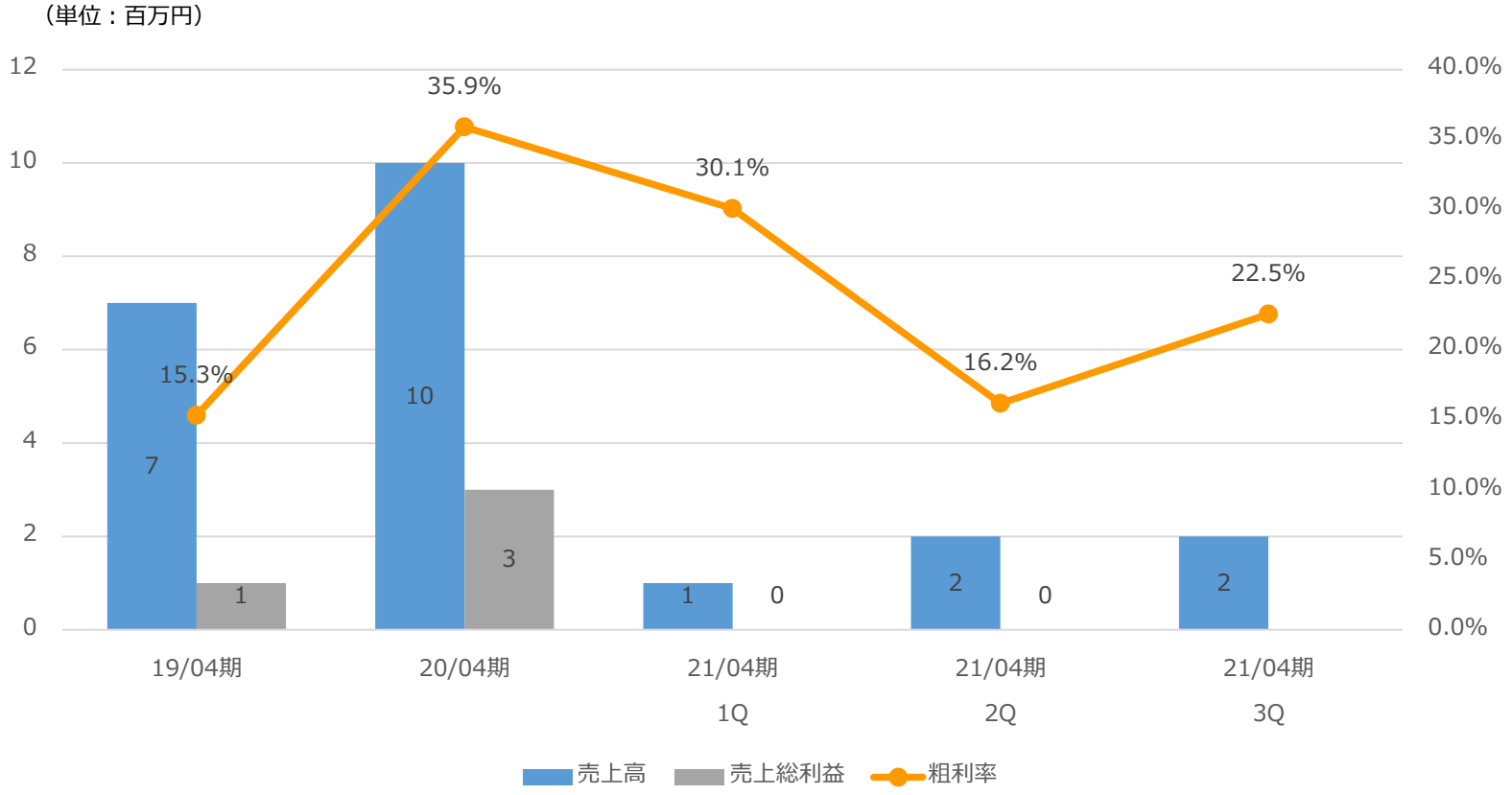
(単位：百万円)



5. Appendix

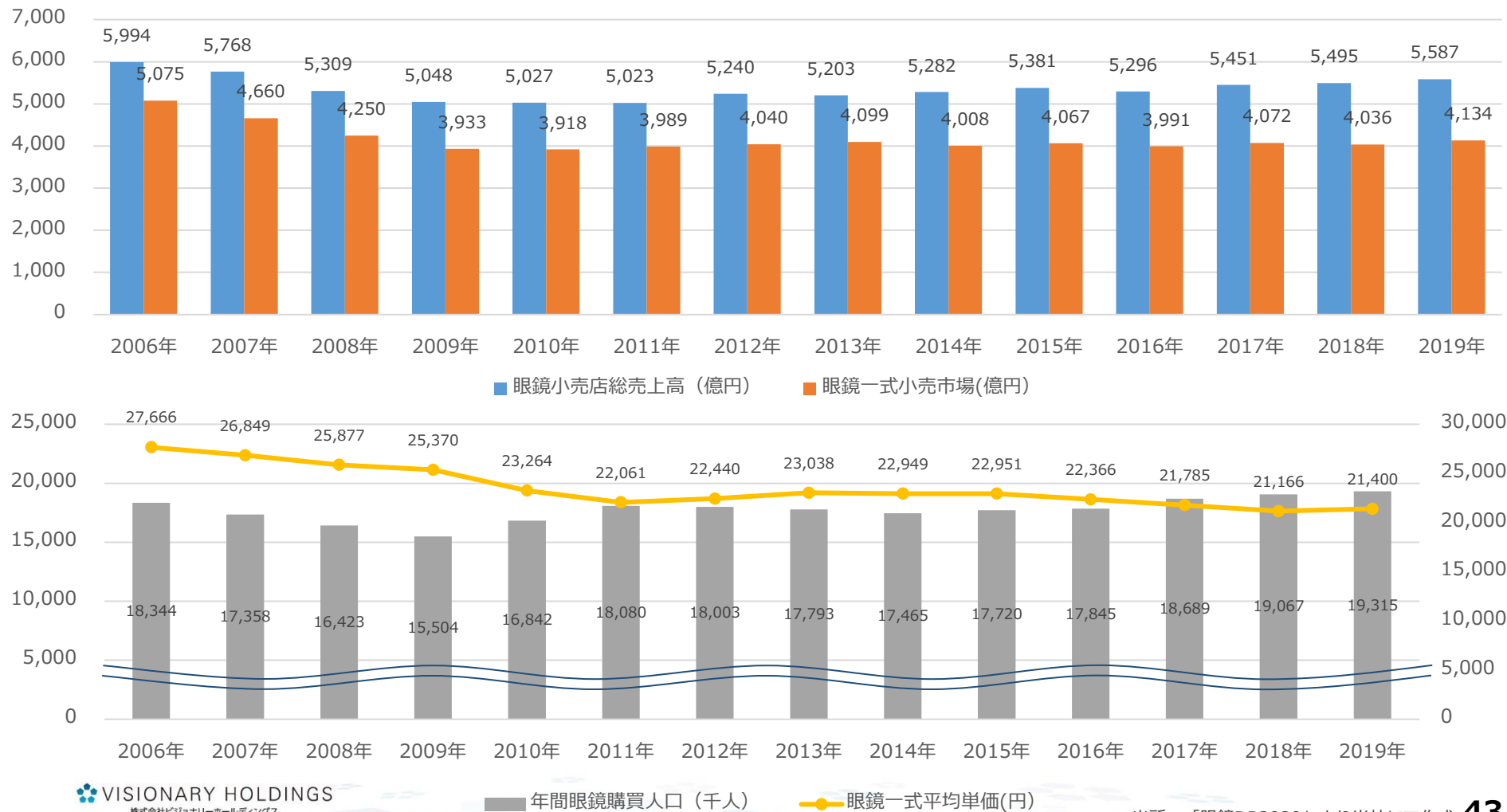
その他事業：四半期推移

Enhanlaboにおいてメガネ型ウェアラブル端末「b.g. (ビー・ジー)」の企画開発・販売を推進。初回製造ロット版を順次納品、並びに製造ロット増を実現するための製造体制の構築を進めるも、大量受注に向けた営業活動には引き続き一定の時間を要する見通し



メガネの市場規模

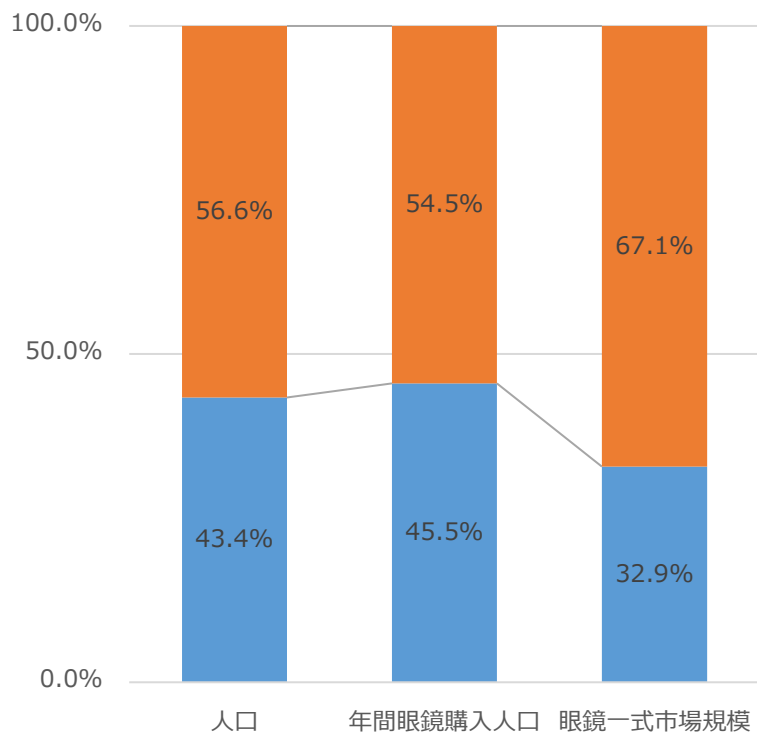
低価格専門店の台頭に伴う販売単価の下落、メガネ販売店数の減少やコンタクトレンズの普及拡大等を背景に、2011年までは一式単価の下落に伴い市場規模は縮小。一方、年間眼鏡購買人口は2015年以降緩やかに増加



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

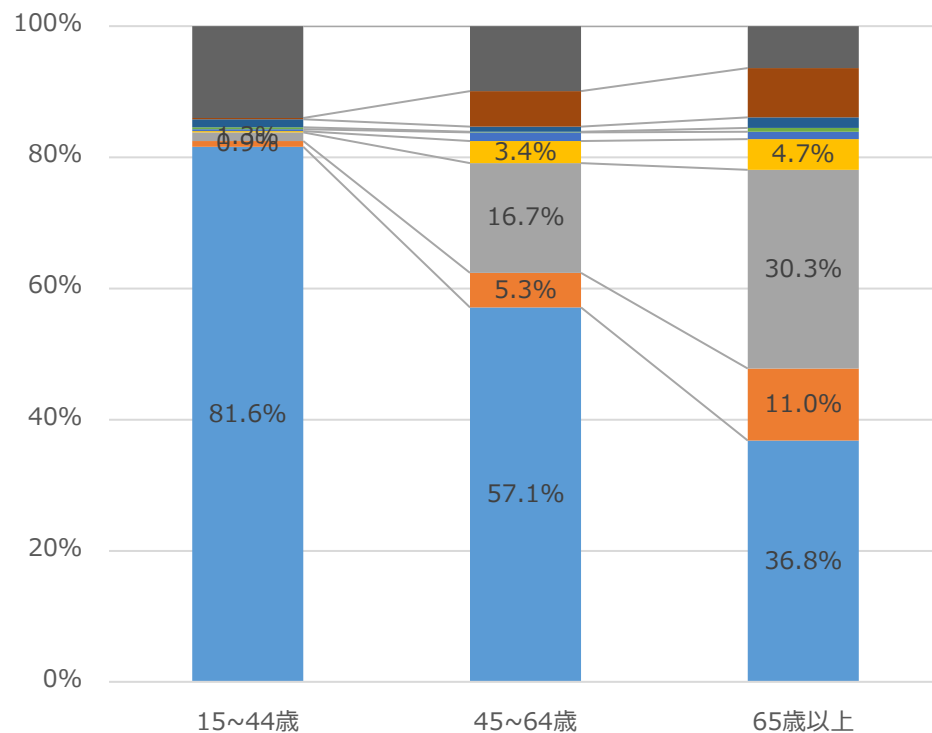
45歳以上の構成比



■ 5歳～44歳 ■ 45歳以上

出所：眼鏡DB2019より当社にて作成

年齢別購入レンズのタイプ

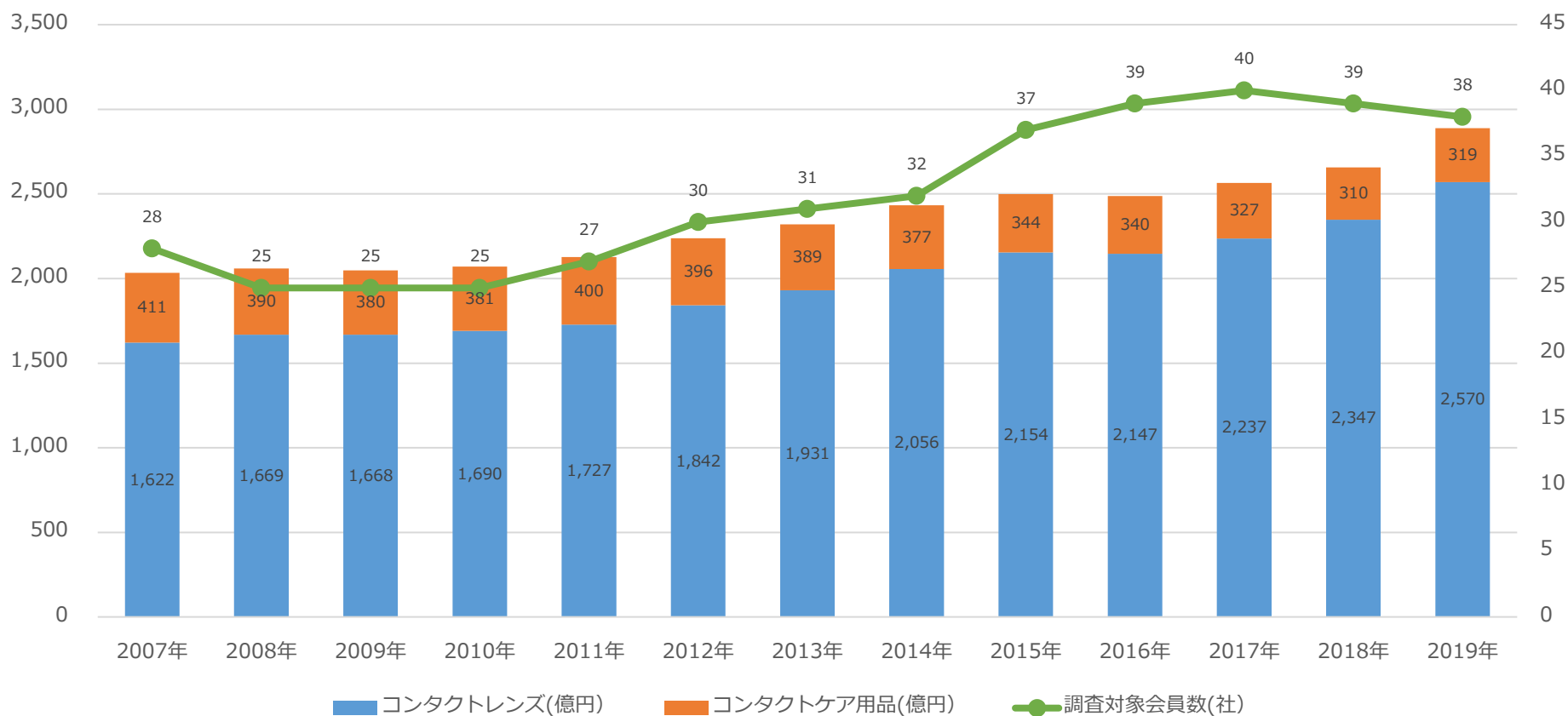


■ 近視・遠視・乱視用レンズ ■ 読書・お手元用レンズ ■ 遠近両用レンズ
 ■ 中近両用レンズ ■ 近近両用レンズ ■ インディヴィジュアルレンズ
 ■ 視力サポートレンズ ■ 既成老眼鏡 ■ 不明

出所：眼鏡DB2019（消費者アンケート：最近購入したレンズ）より当社にて作成

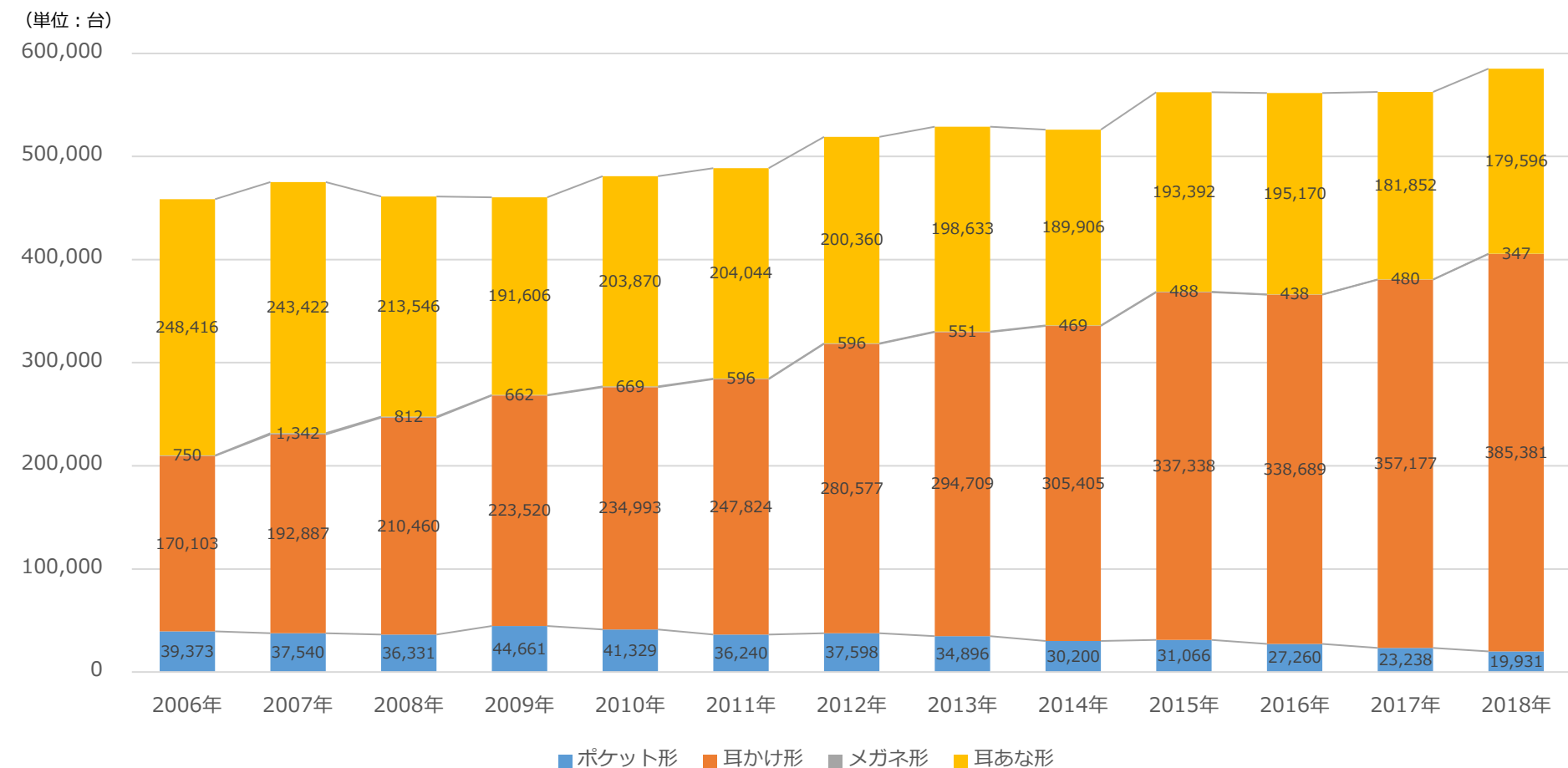
コンタクトレンズの市場規模

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



補聴器の市場規模

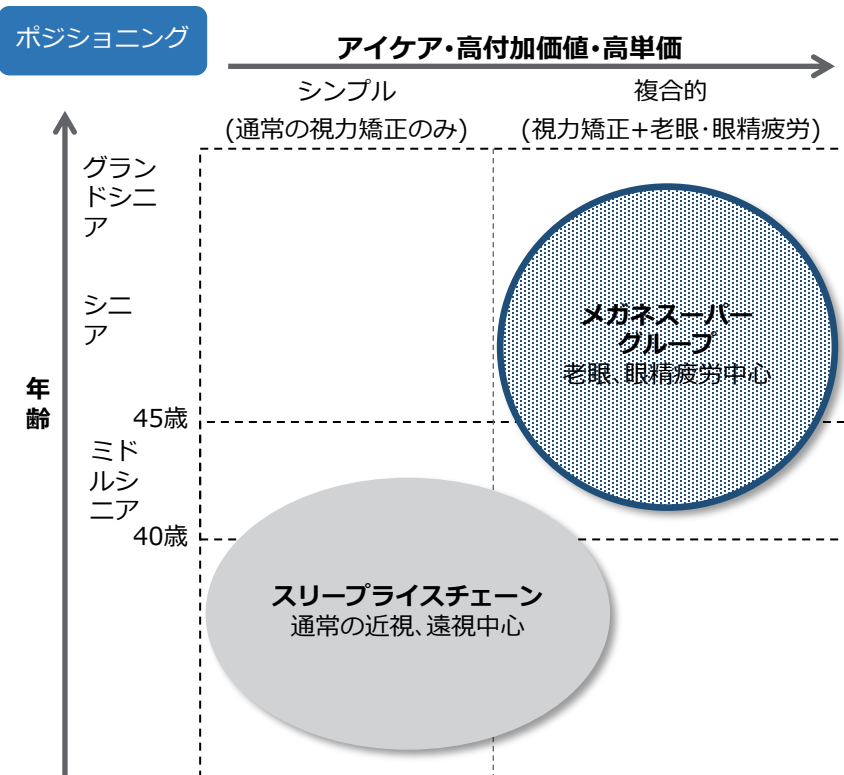
日本国内における補聴器の出荷台数は、2018年に585,255台（前年比104.0%）、出荷金額は339億6,800万円（前年比104.4%）となり、出荷台数、金額ともに前年比を上回る。



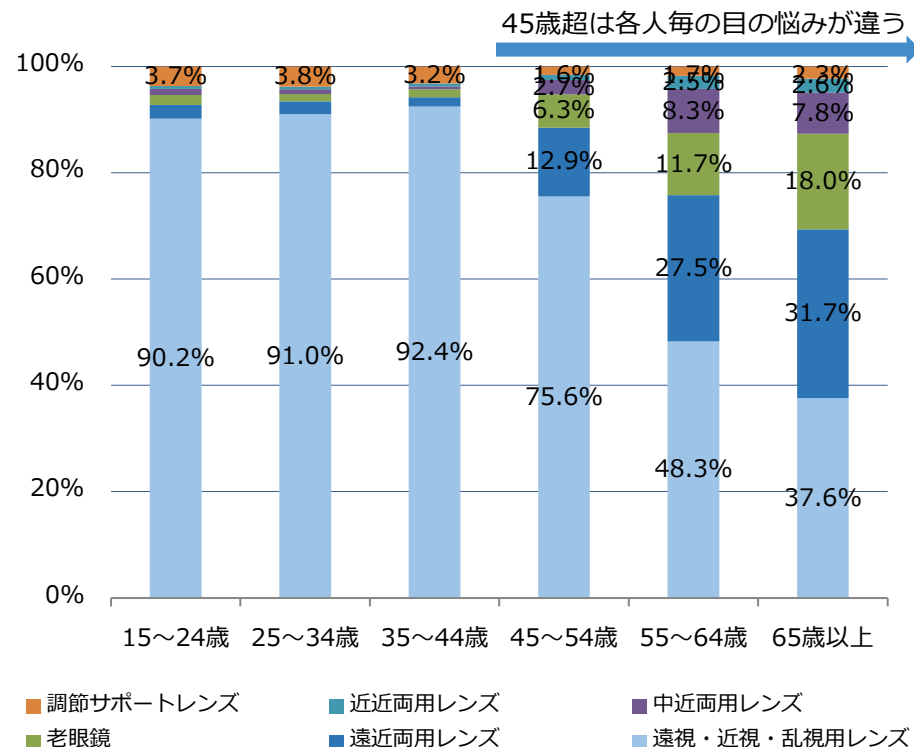
単価向上の背景にあるポジショニング

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

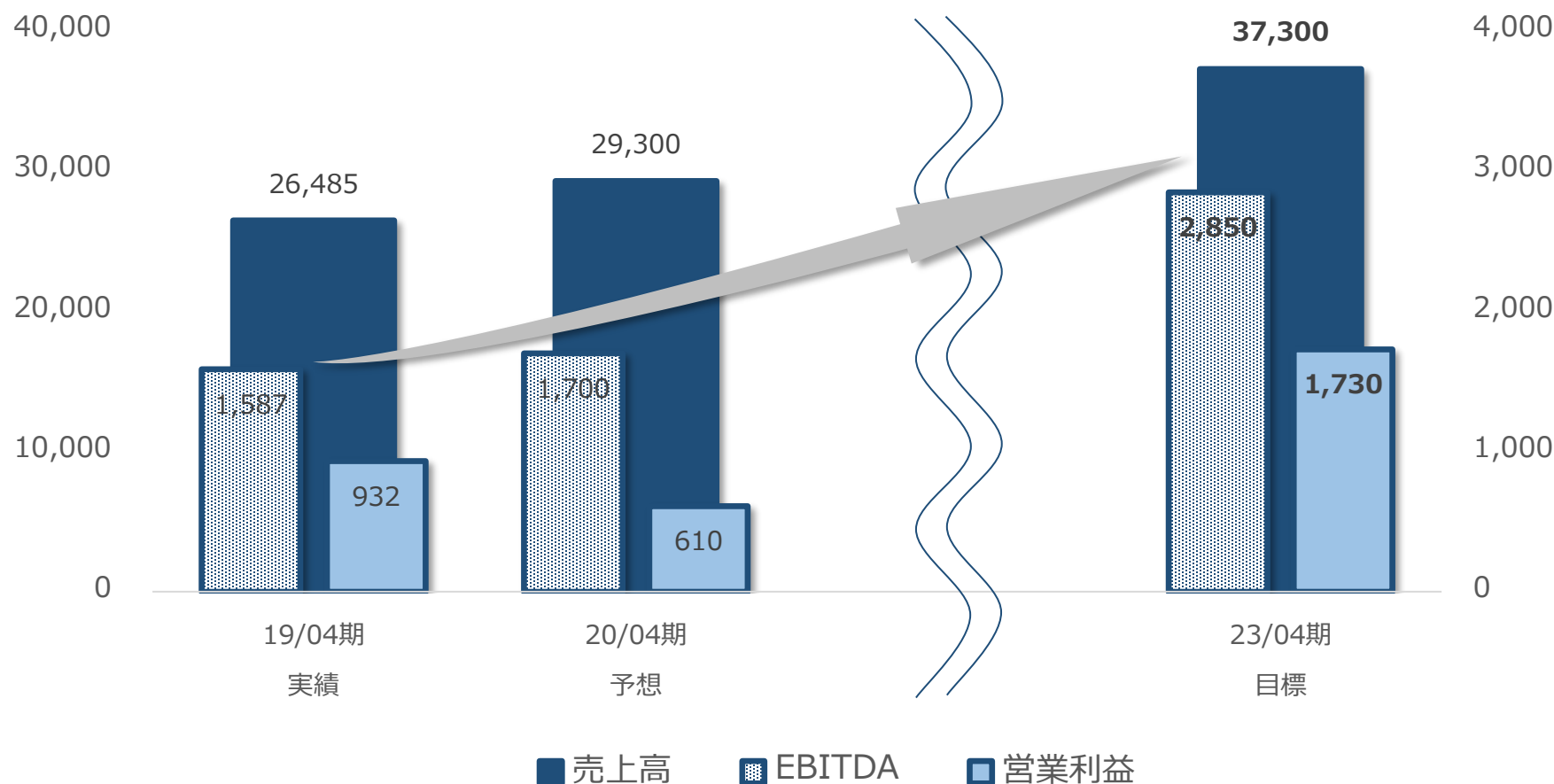
中期経営計画（20/04期～23/04期）

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

(単位：百万円)

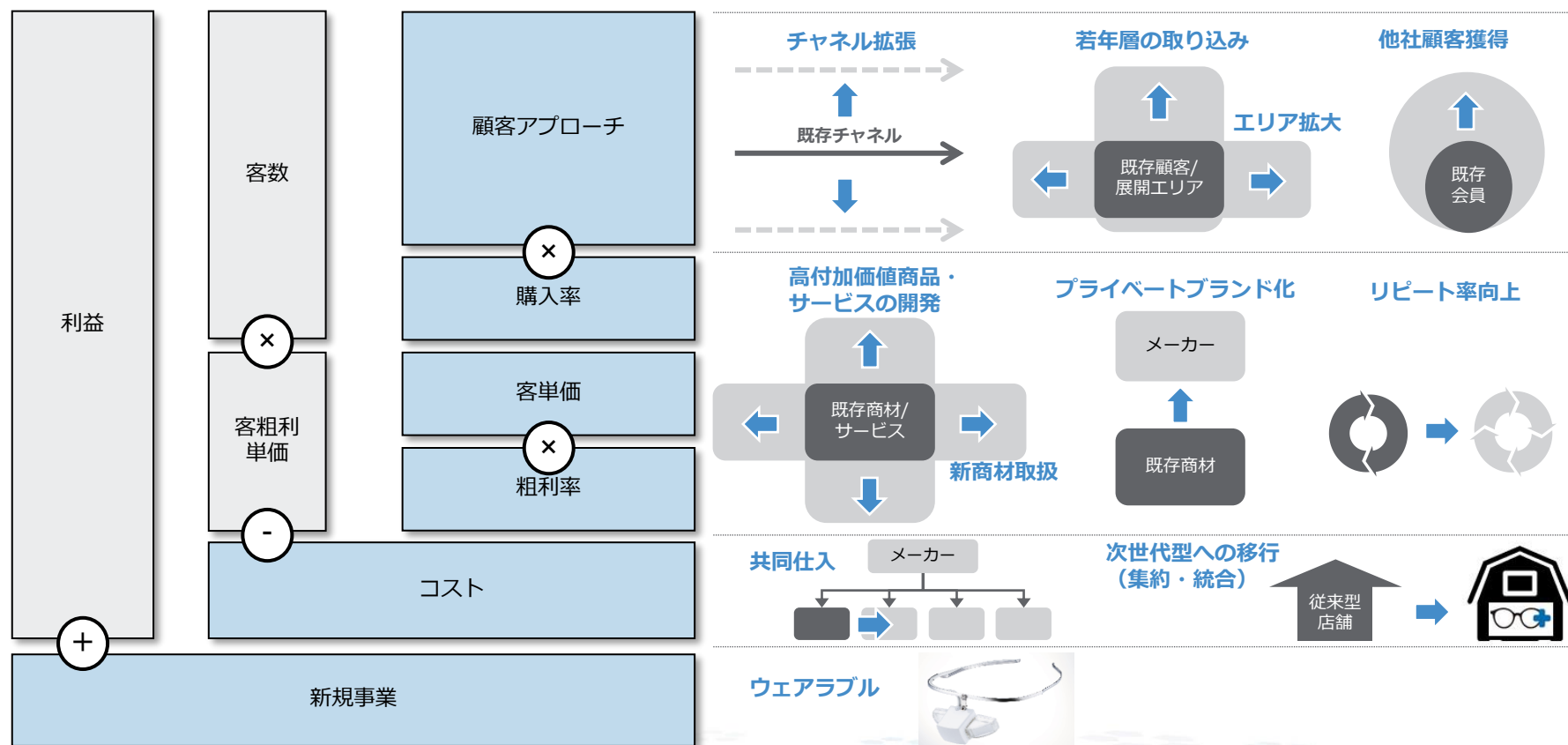
(単位：百万円)



※ 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

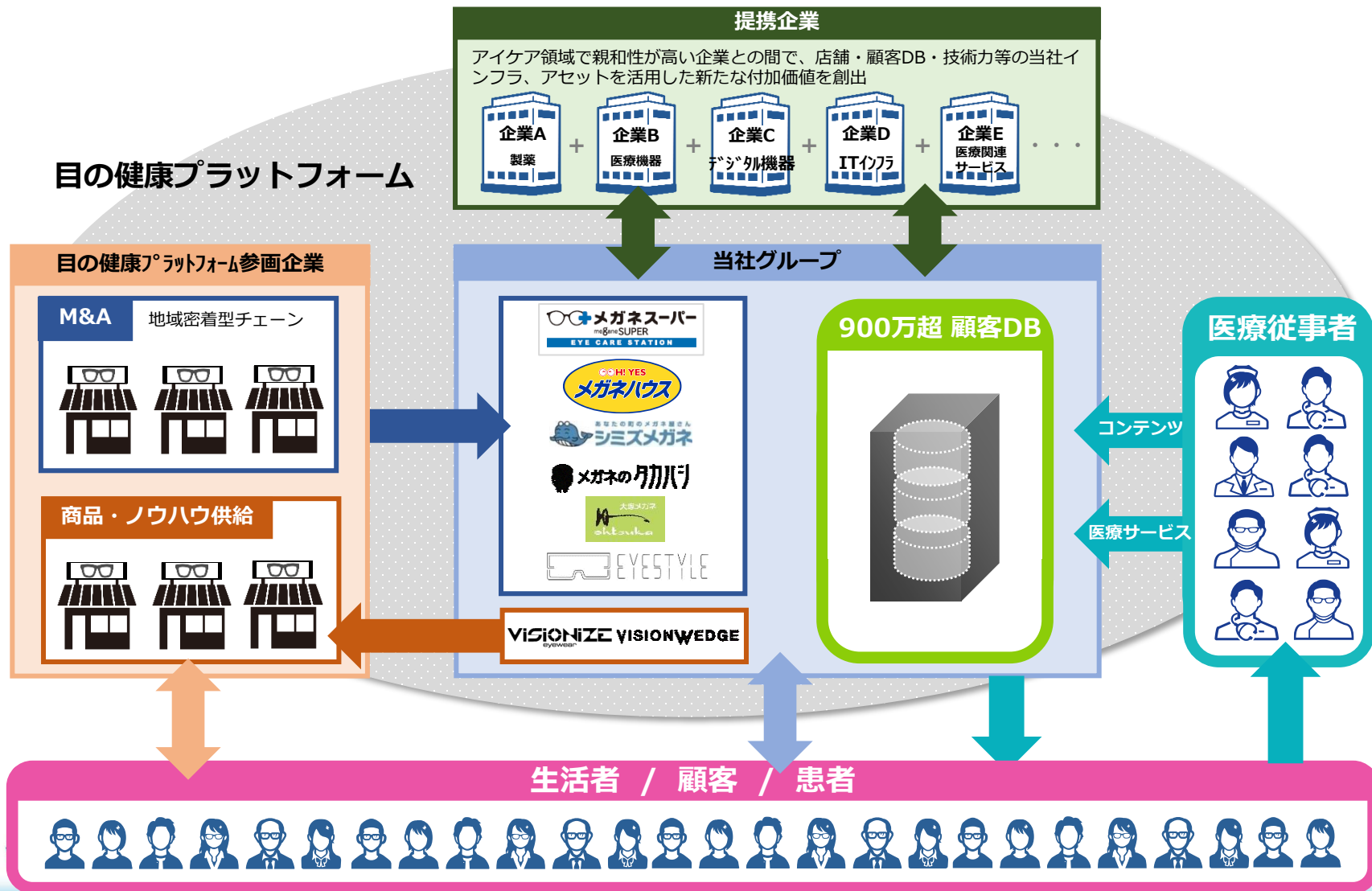
定性目標

- 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



当社が目指している方向性

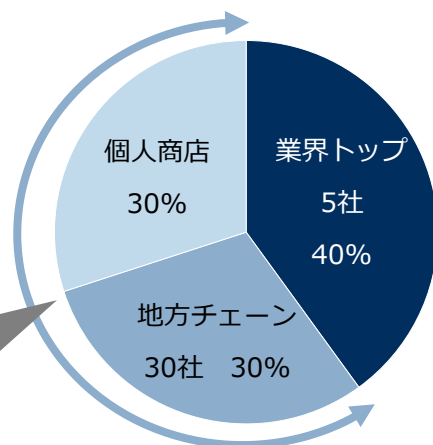
実店舗を中核に眼の健康寿命の延伸に繋がるアイケア商品・サービス提供に強みを有する当社グループのプラットフォームを通じて、新たなサービスモデルの構築を進め、アイケア商品・サービスの提供（眼鏡小売）に留まらない付加価値創出企業としての成長を目指します



M&A（ロールアップ）の推進

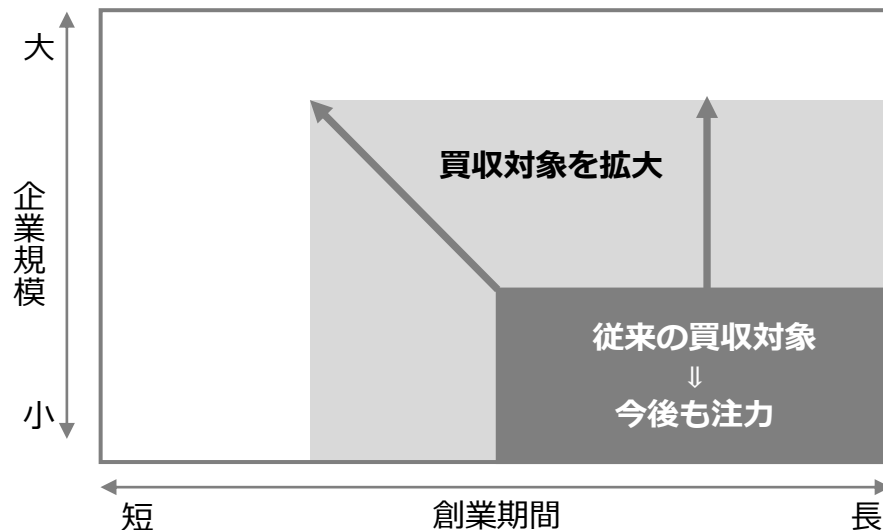
「目の健康プラットフォーム」を通じた同業のロールアップを進め、事業規模の拡大を図る。承継後はグループ間の事業シナジー追求により、収益力の増強を図る

<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

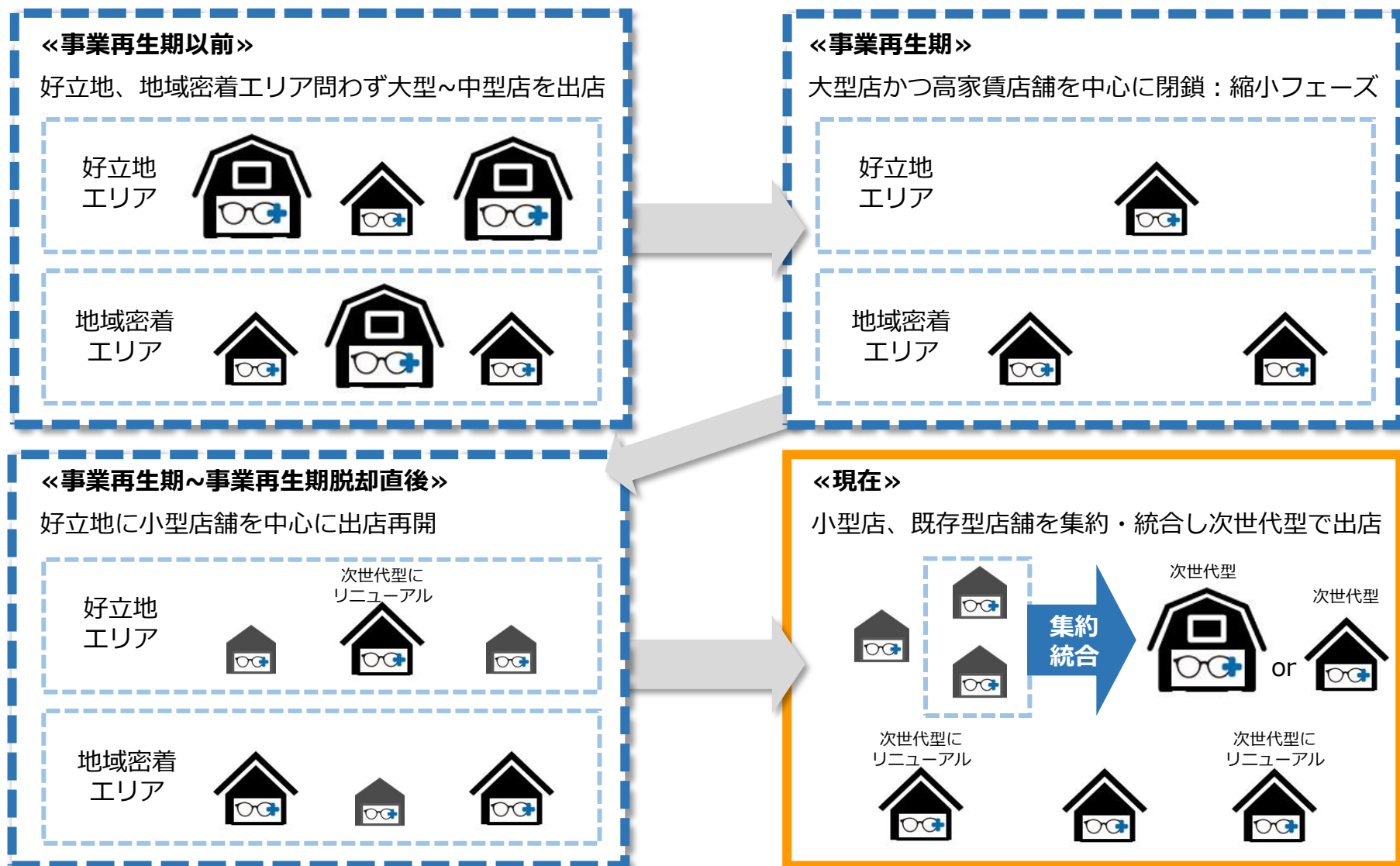
投資計画

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

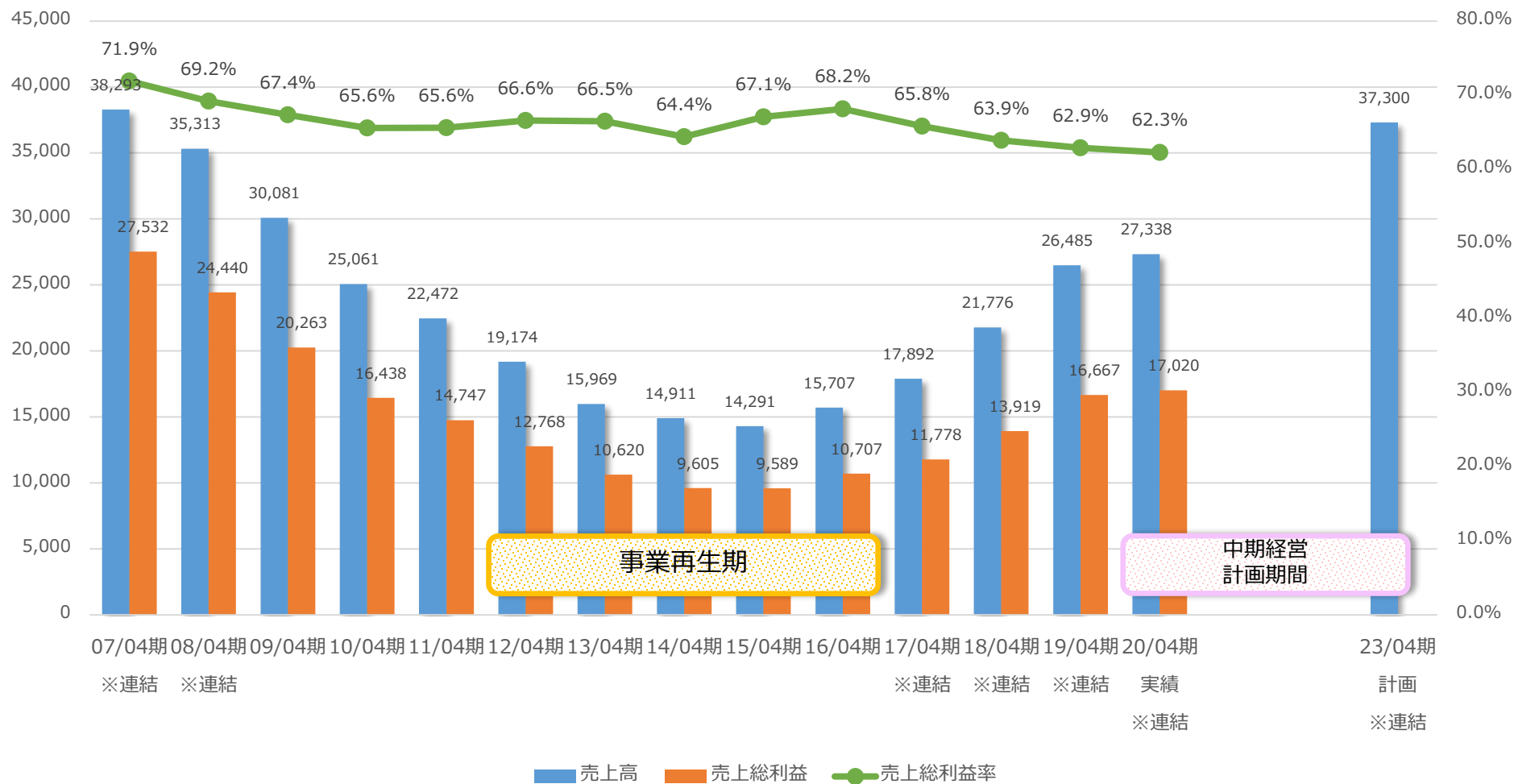
- ・トータルアイ検査の拡充 → 世代別検査メニュー導入
- ・HYPER保証プレミアム
- ・コンタクト定期便
- ・他社購入メガネの調整
- ・サプリ、目薬等の販売等

- ・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

業績推移

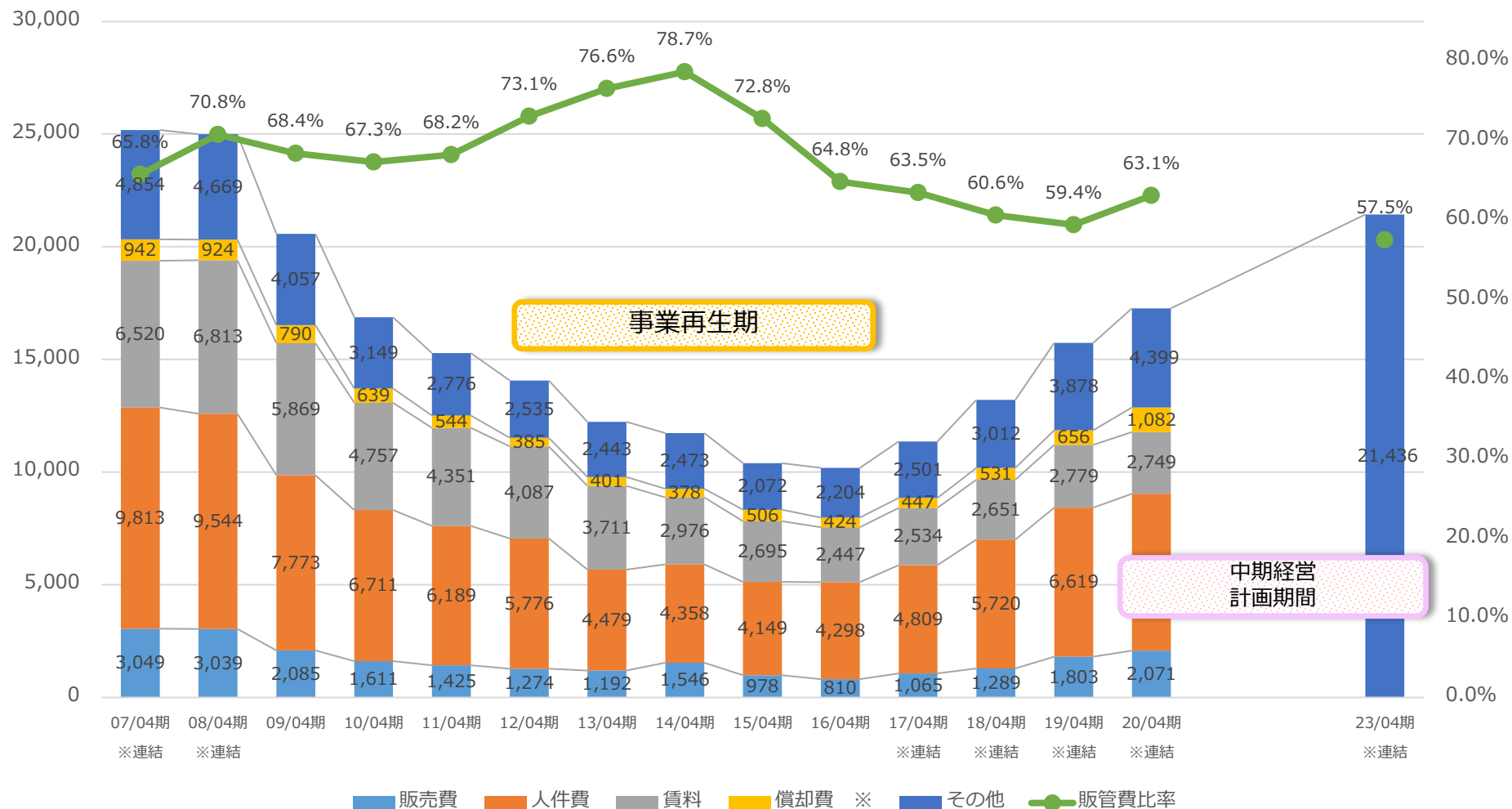
売上高 / 売上総利益 / 売上総利益率

(単位：百万円)



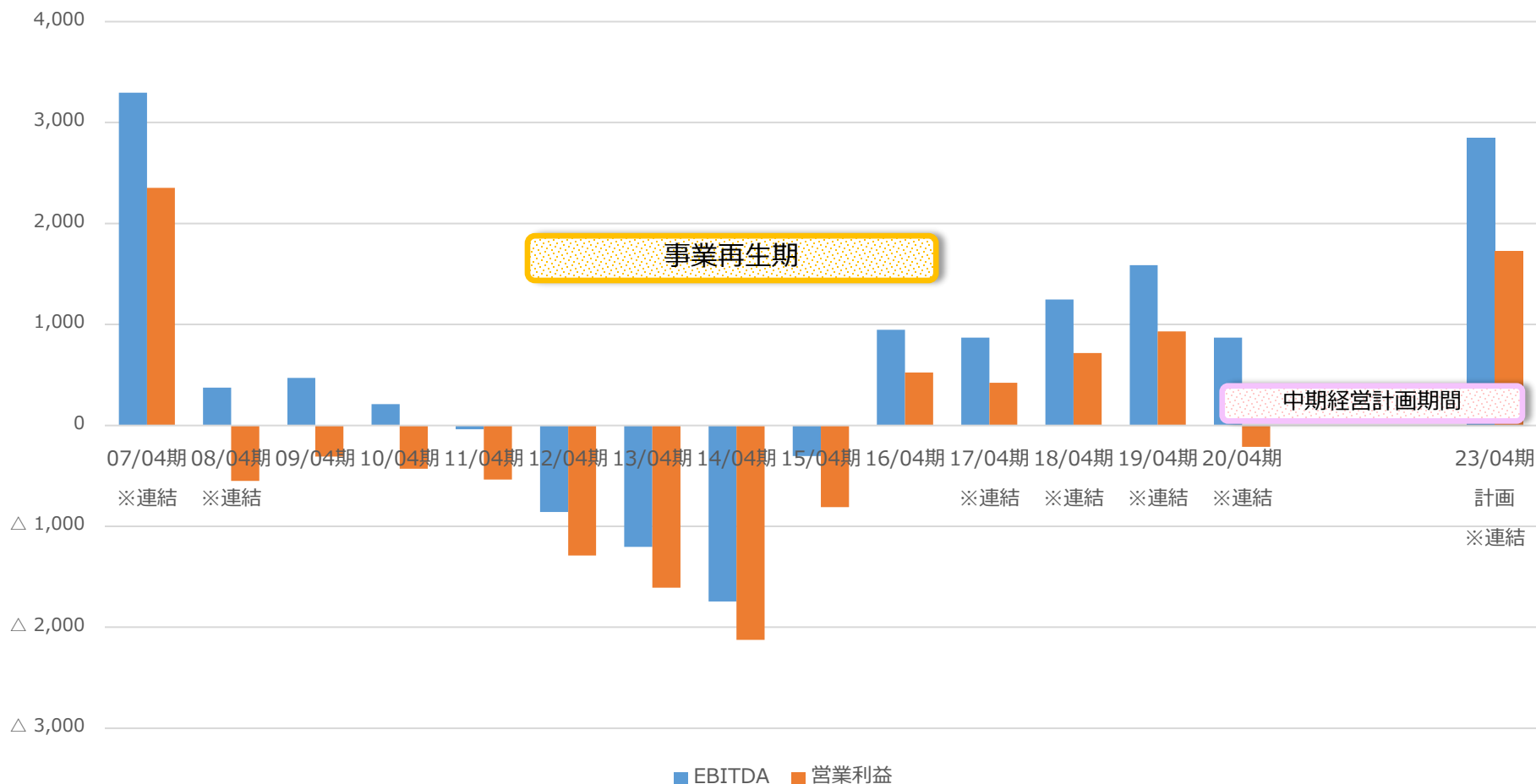
販売費及び一般管理費

(単位：百万円)



EBITDA / 営業利益

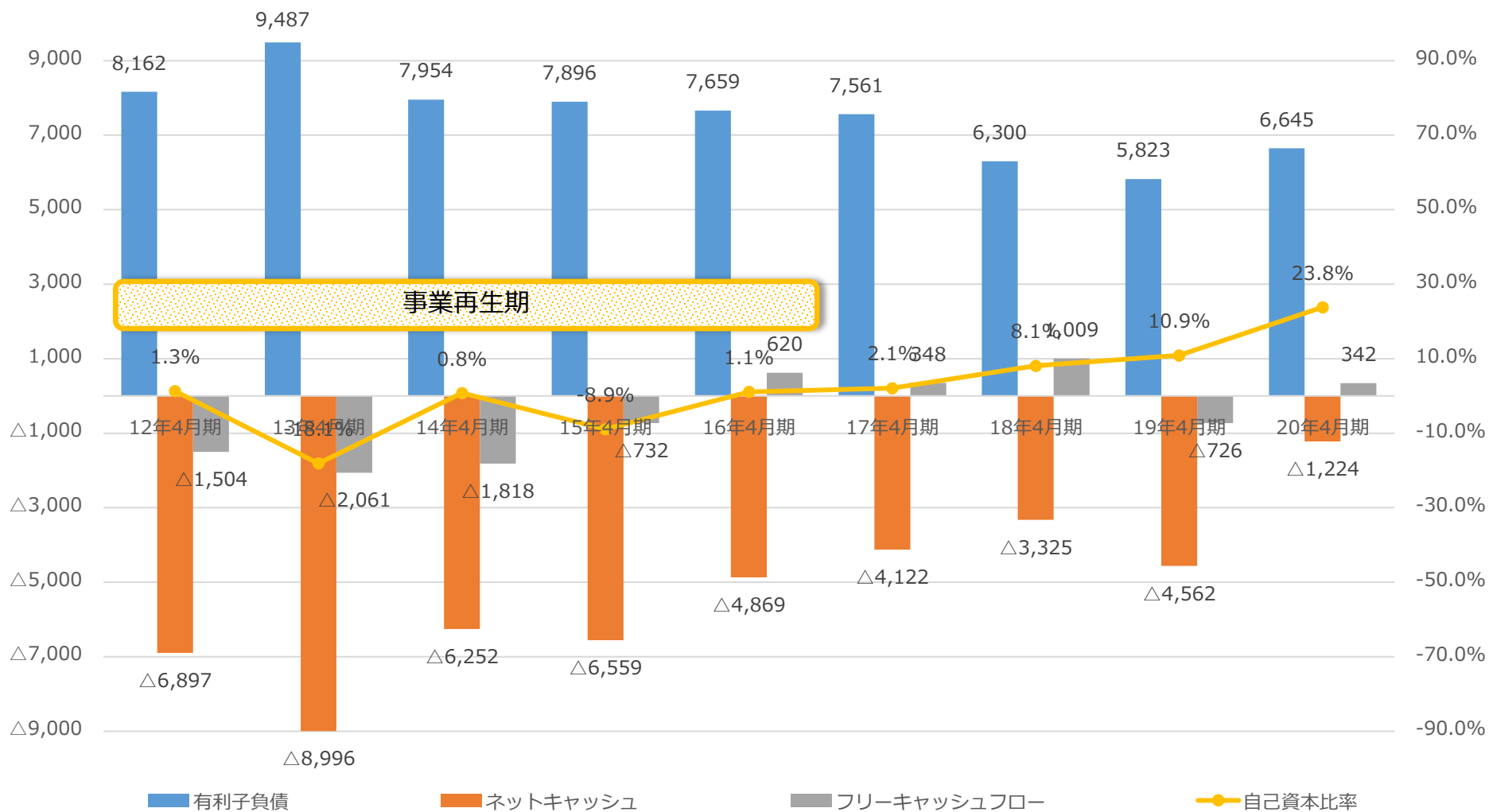
(単位：百万円)



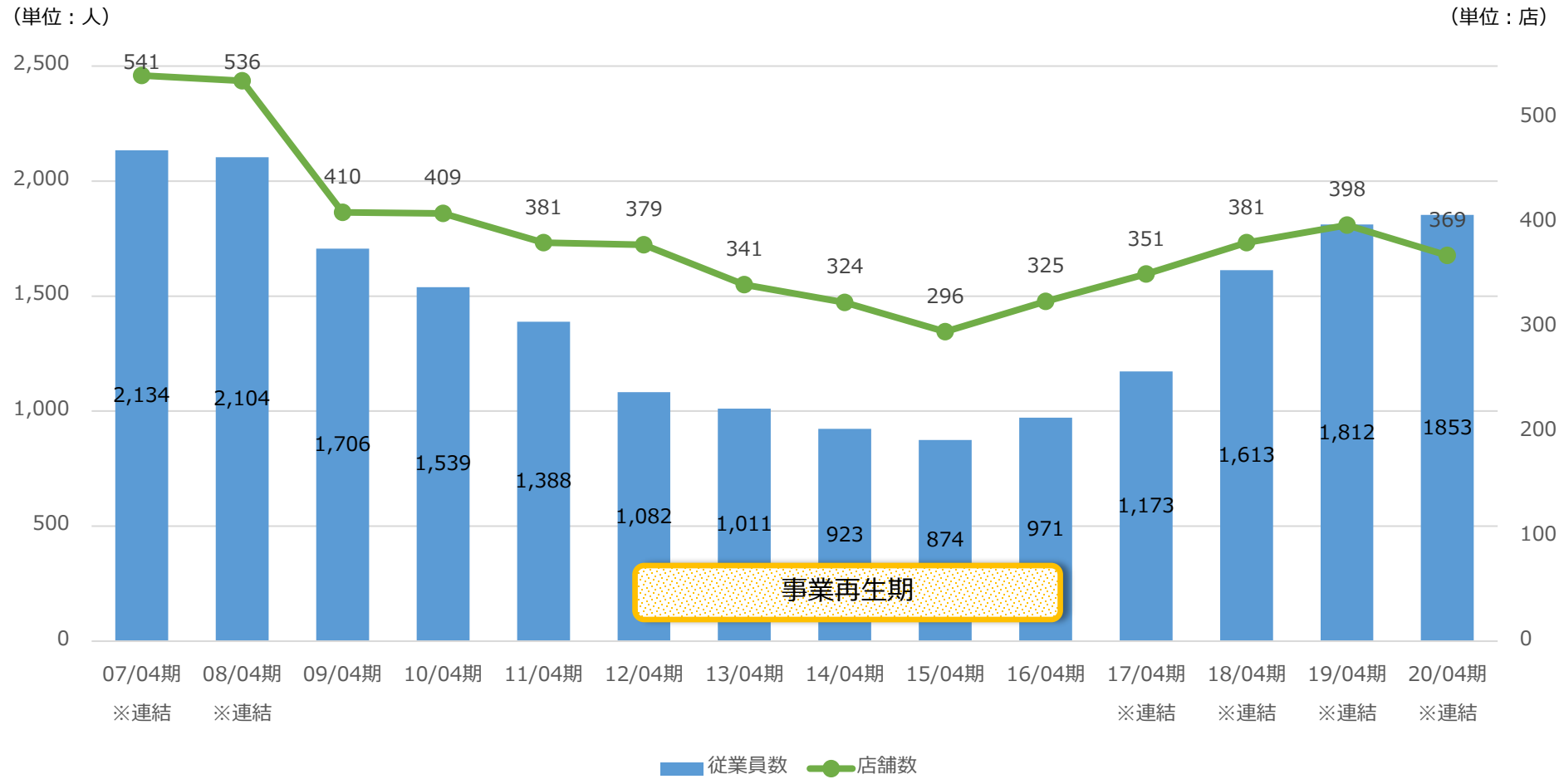
※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 長期前払費用償却費 + 除去債務償却費用 + 株式報酬費用

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

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 (10月31日現在)	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
	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	324店舗(1月31日時点)		
グループ従業員数	1,720名(1月31日時点)		



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.