

株式会社ビジョナリーホールディングス

2023年4月期 2Q決算説明資料

証券コード：9263 東証スタンダード市場

2022年12月



VISIONARY HOLDINGS

株式会社ビジョナリーホールディングス

目次

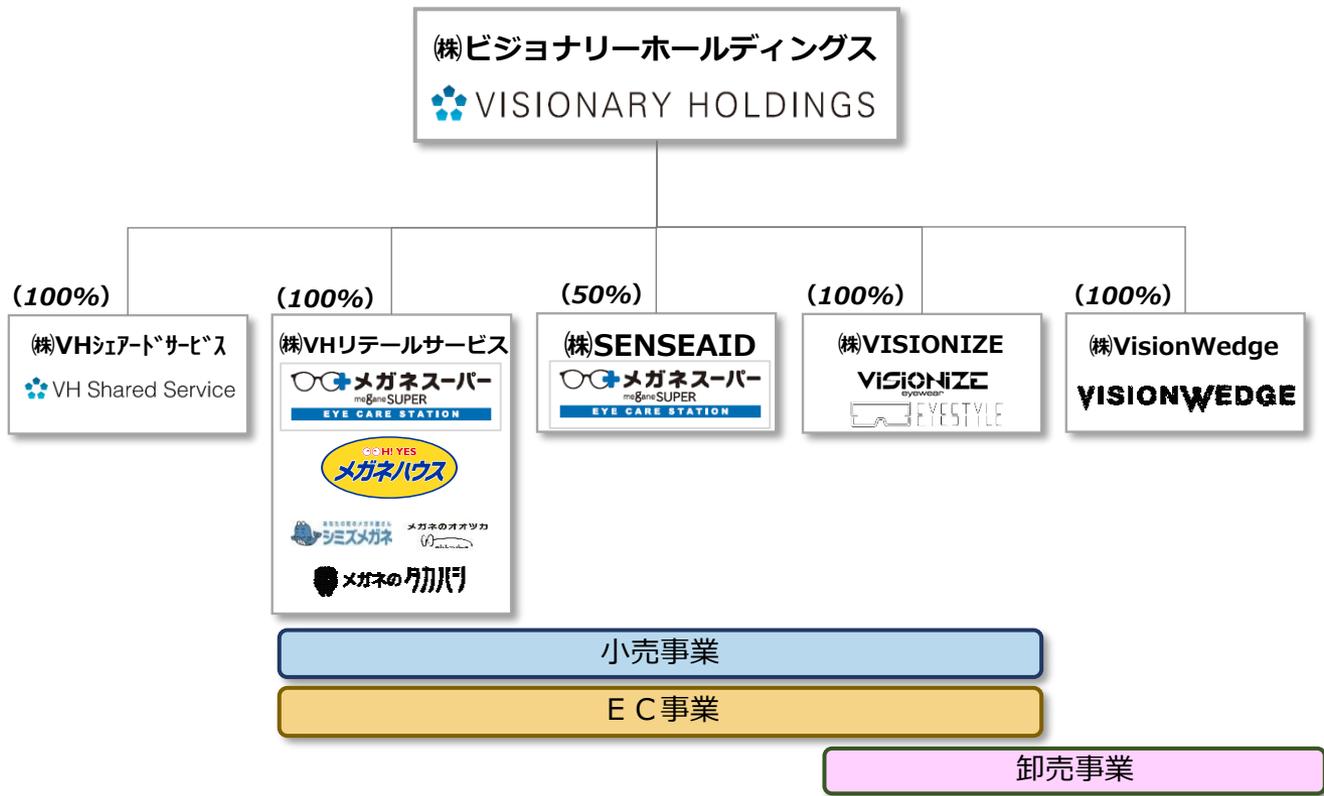
23/04期 2Q連結決算概要	P.3
セグメント別概要	P.17
小売事業	P.18
卸売事業	P.37
E C事業	P.40
Appendix	P.42

23/04期 2Q連結決算概要

(2022年5月1日～2022年10月31日)

当社グループの事業内容（2022年10月31日時点）

当社グループは小売事業、EC事業、卸売事業の3事業、子会社5社で構成



23/04期 2Q決算ハイライト

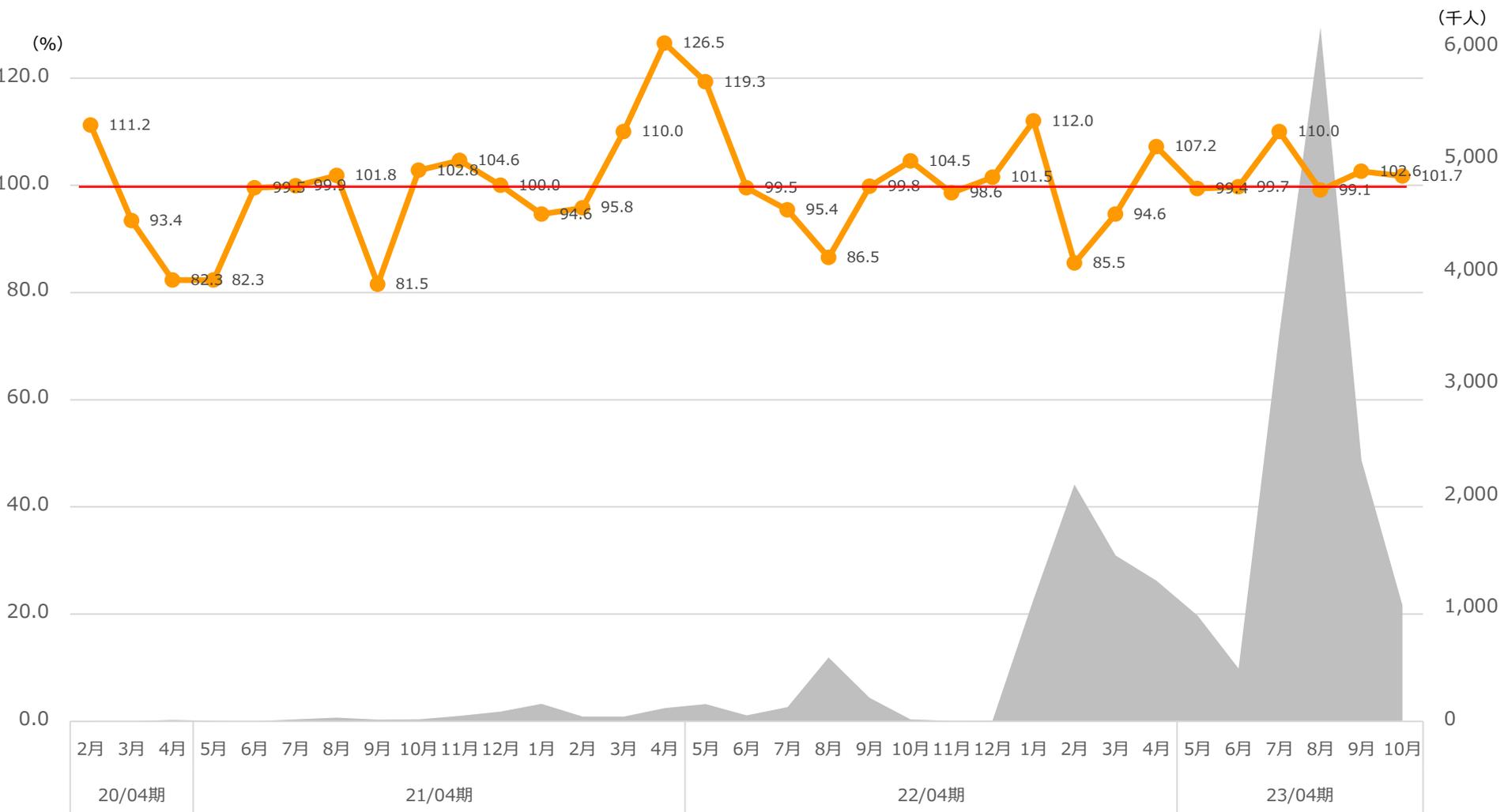
- ✓ 前年2Q比 増収増益
- ✓ 売上総利益率の改善に加えて、販管費の効率化が進んだ結果、営業利益は前年2Qの赤字から+735百万円改善し330百万円。営業利益率は2.5%
- ✓ 自己資本比率は前期末比2.0pt改善し22.4%

	22/04期 2Q実績		23/04期 2Q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	13,052	100.0	13,454	100.0	103.1	+401
営業利益	△404	-	330	2.5	-	+735
E B I T D A	77	0.6	722	5.4	930.9	+644
経常利益	△163	-	554	4.1	-	+717
親会社株主に帰属 する四半期純利益	△395	-	324	2.4	-	+719
一株当たり 四半期純利益 (円 銭)	△10.74	-	8.73	-	-	+19.47

※ 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

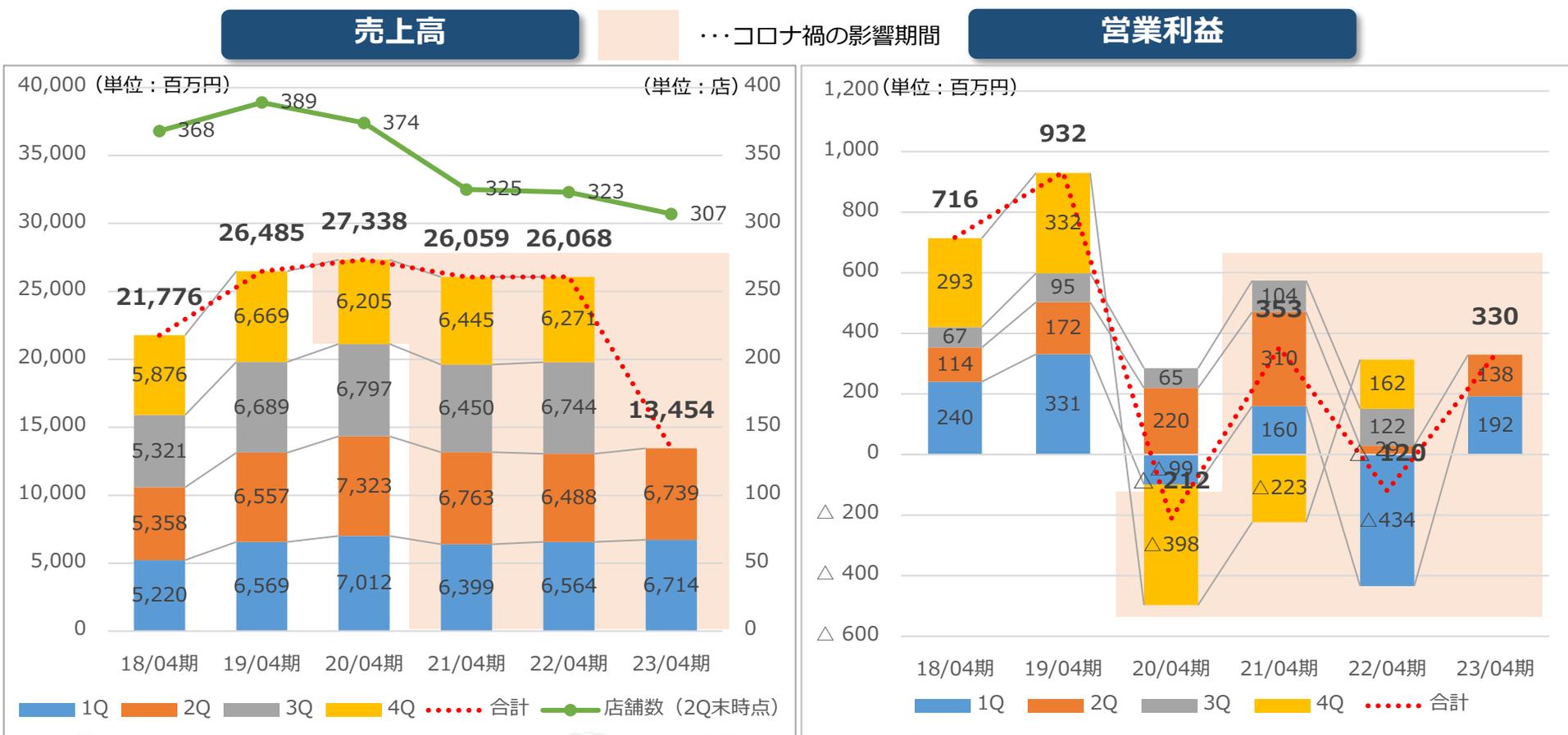
コロナ禍における小売事業の既存比推移

新型コロナウイルス感染症の拡大以降、営業時間短縮による生産性重視の店舗運営を継続。



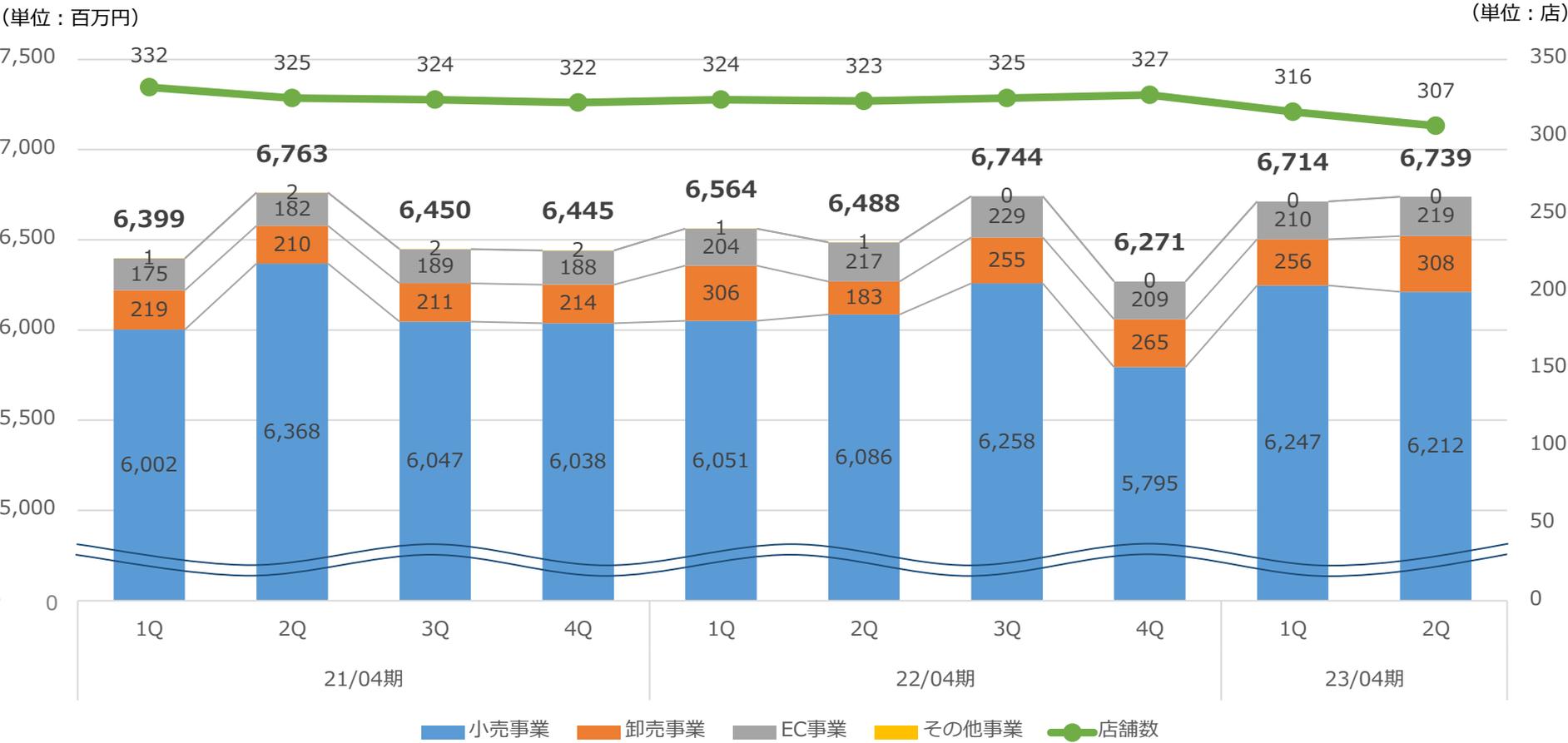
コロナ禍における業績推移（改善状況）

- ✓ 売上高は、店舗数の拡大により売上伸長した20/04期2Q累計比を除き（67店舗減）、コロナ影響前の18/04期・19/04期2Q累計比で、店舗数の減少がある中でも127.2%、102.5%と堅調に推移
- ✓ 営業利益は、コロナ影響下で善戦した20/04期2Q累計には及ばないものの、コロナ影響前の20/04期2Q累計比272.6%、18/04期2Q累計と同水準（93.0%）に回復



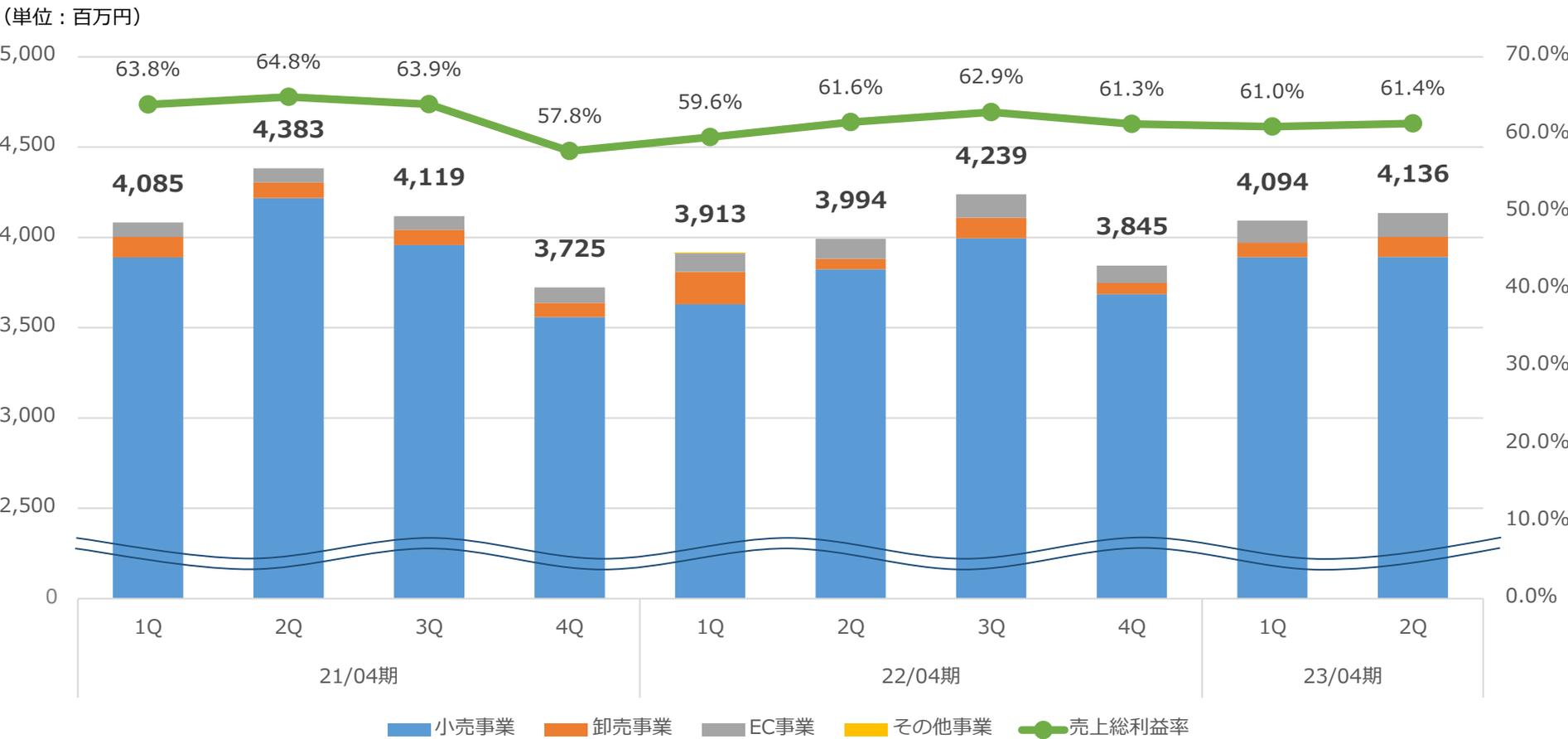
売上高（四半期推移）

各事業が堅調に推移し前年2Q比3.9%増の6,739百万円、前年2Q累計比では3.1%増の13,454百万円。小売事業は店舗数が前年2Q比16店舗減の307店舗となる中、前年2Q比2.1%増、前年2Q累計比2.6%増、卸売事業は前年2Q比68.3%増、前年2Q累計比15.4%増、EC事業においても前年2Q比0.9%増、前年2Q累計比2.0%増。



売上総利益（四半期推移）

増収効果により売上総利益は前年2Q比3.6%増の4,136百万円、前年2Q累計比では4.1%増の8,231百万円。売上総利益率は前年2Q比0.2pt減の61.4%となるものの、前年2Q累計比では0.6pt改善し61.2%。



投資の進捗

業績進捗を鑑みながら事業成長投資を実施。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2Qまでに4,951百万円の投資を実行。進捗率は82.5%。

進捗率
82.5%

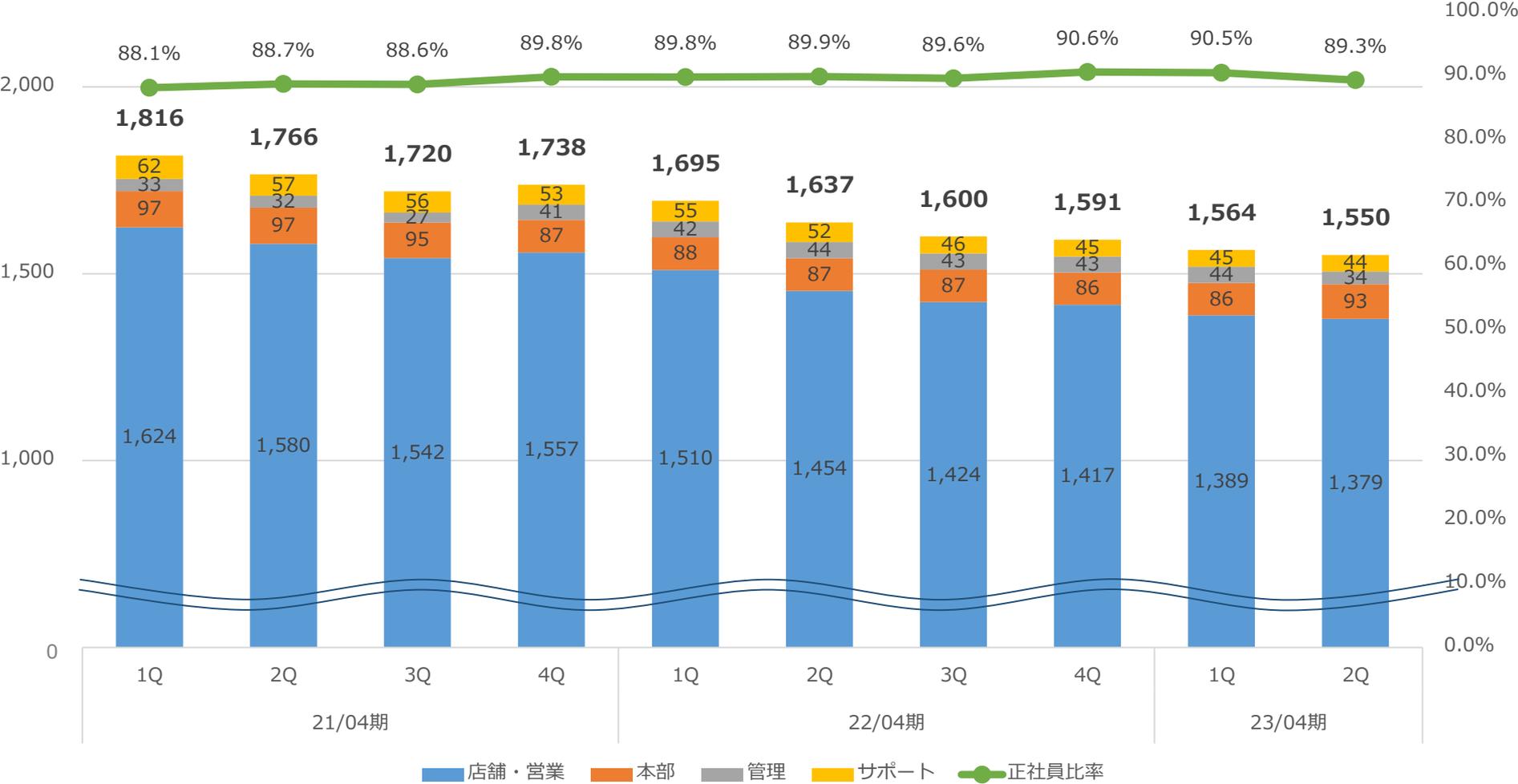
(単位：百万円)

	20/04期	21/04期	22/04期	23/04期 1Q	23/04期 2Q	投資額 (累計)	21/04期-23/04期 4か年投資額 (計画)	
人材・システム投資	146	359	332	62	84	983	400	△583
検査機器等	700	262	213	41	29	1,244	2,000	756
リニューアル	697	73	526	32	82	1,411	1,900	489
新規出店	440	208	497	119	49	1,314	1,700	386
合 計	1,983	902	1,568	254	245	4,951	6,000	1,049

従業員数（四半期推移）

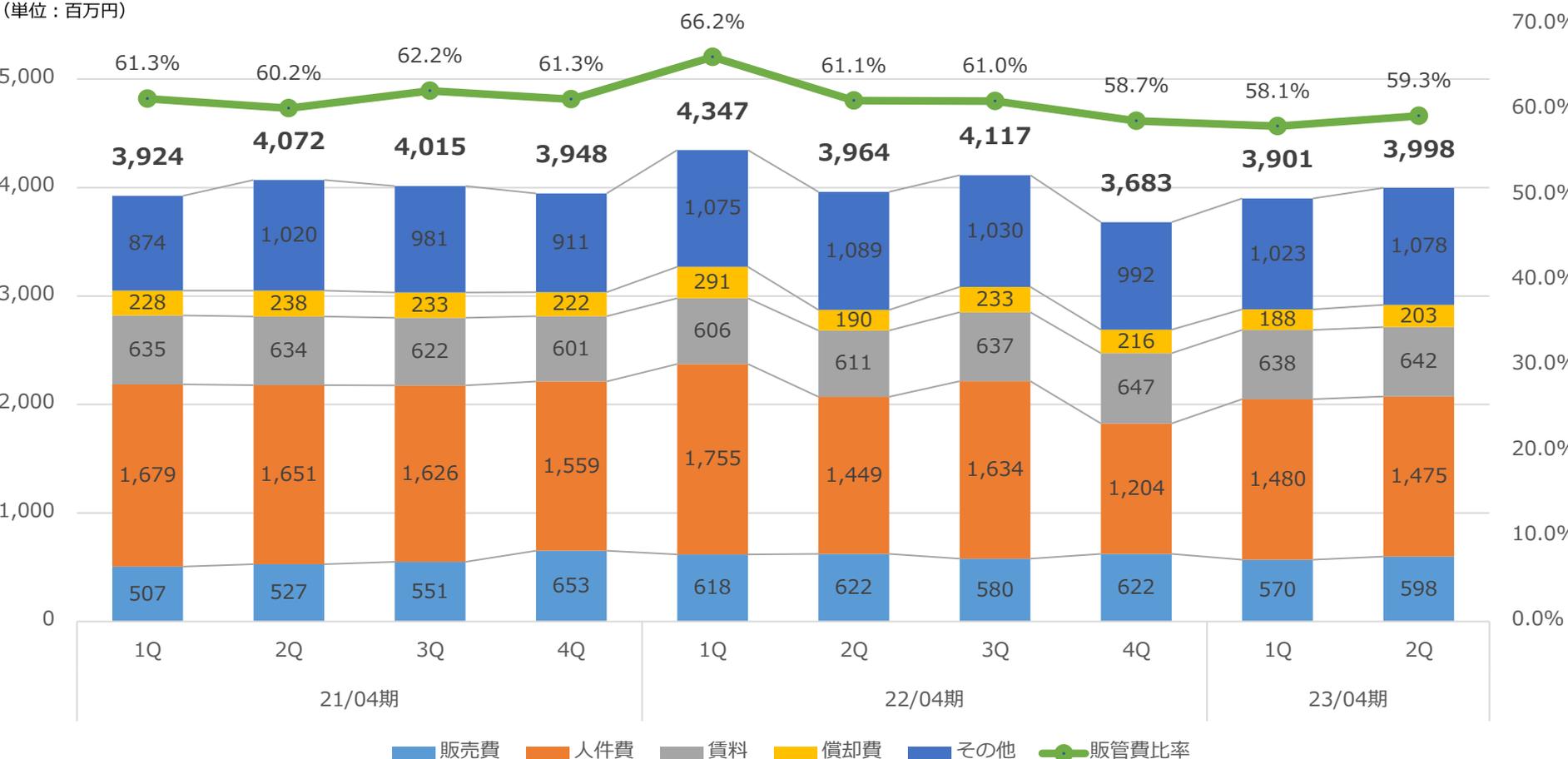
従業員数は前期末比△41名、前2Q比△87名の1,550名

(単位：人)



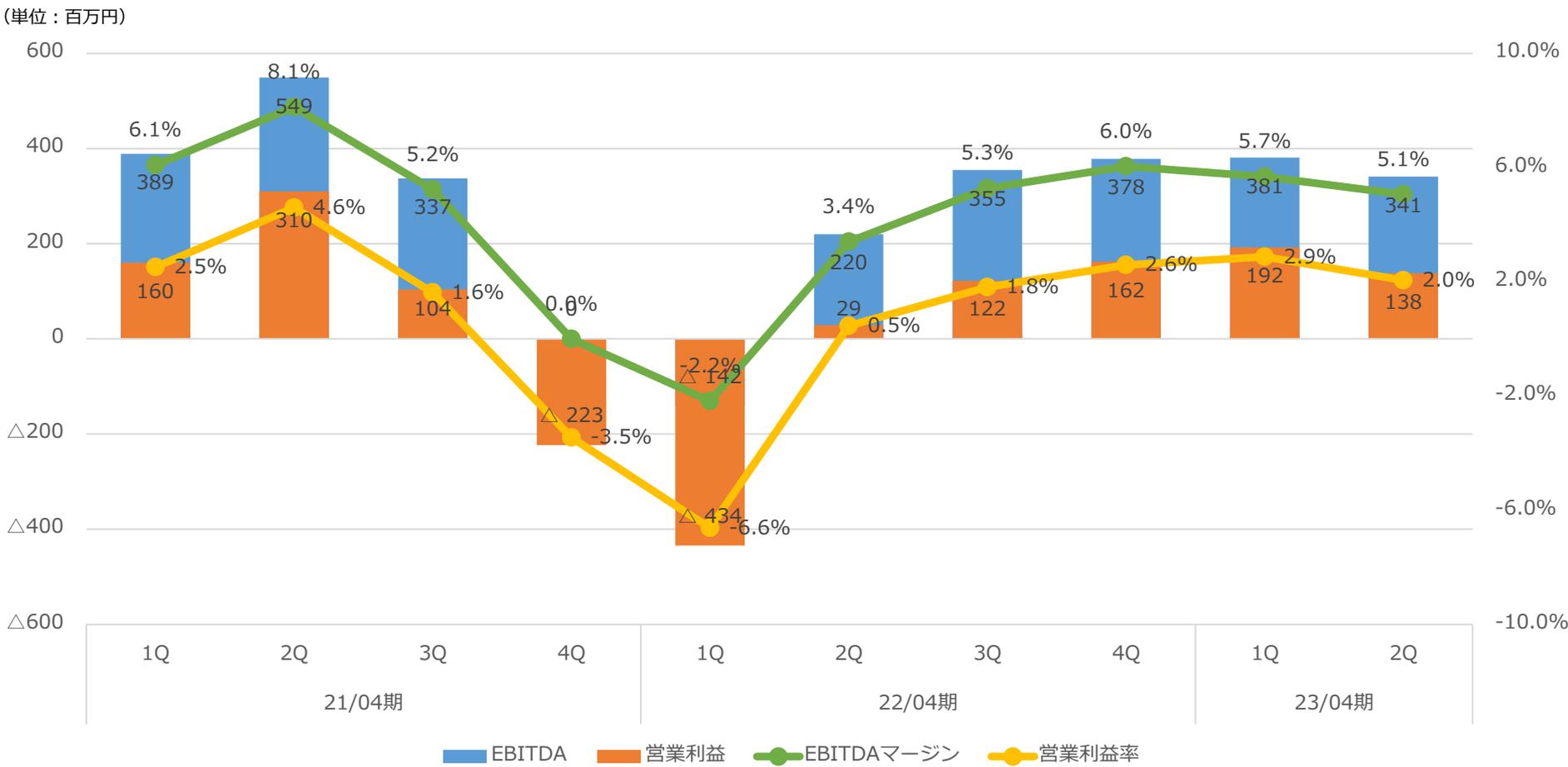
販売費及び一般管理費（四半期推移）

販管費は、前年2Q比0.9%増の3,998百万円となるが、販管費率は業績進捗にあわせたコストコントロールの効果により、前年2Q比1.8pt改善し59.3%。前年2Q累計比では、販管費は4.9%減の7,900百万円、販管費率は5.0pt改善し58.7%。



EBITDA / 営業利益 (四半期推移)

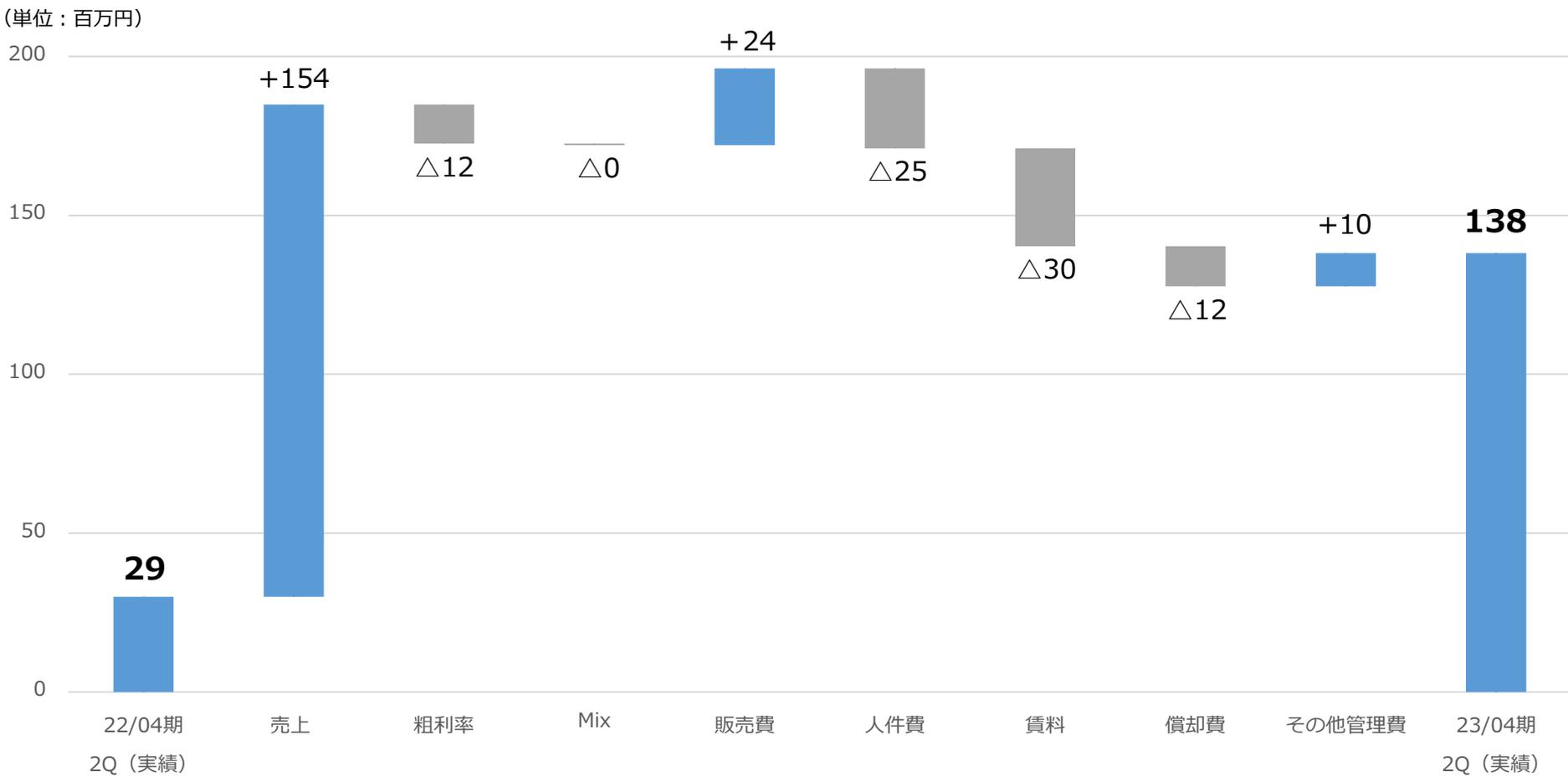
EBITDAは前年2Q比121百万円改善し341百万円、営業利益も前年2Q比109百万円改善し138百万円。前年2Q累計比ではEBITDAが644百万円改善し722百万円、営業利益は735百万円改善し330百万円。



※ 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
 VISIONARY HOLDINGS
 株式会社ビジョナリーホールディングス

2Q (8-10月) 営業利益の増減分析

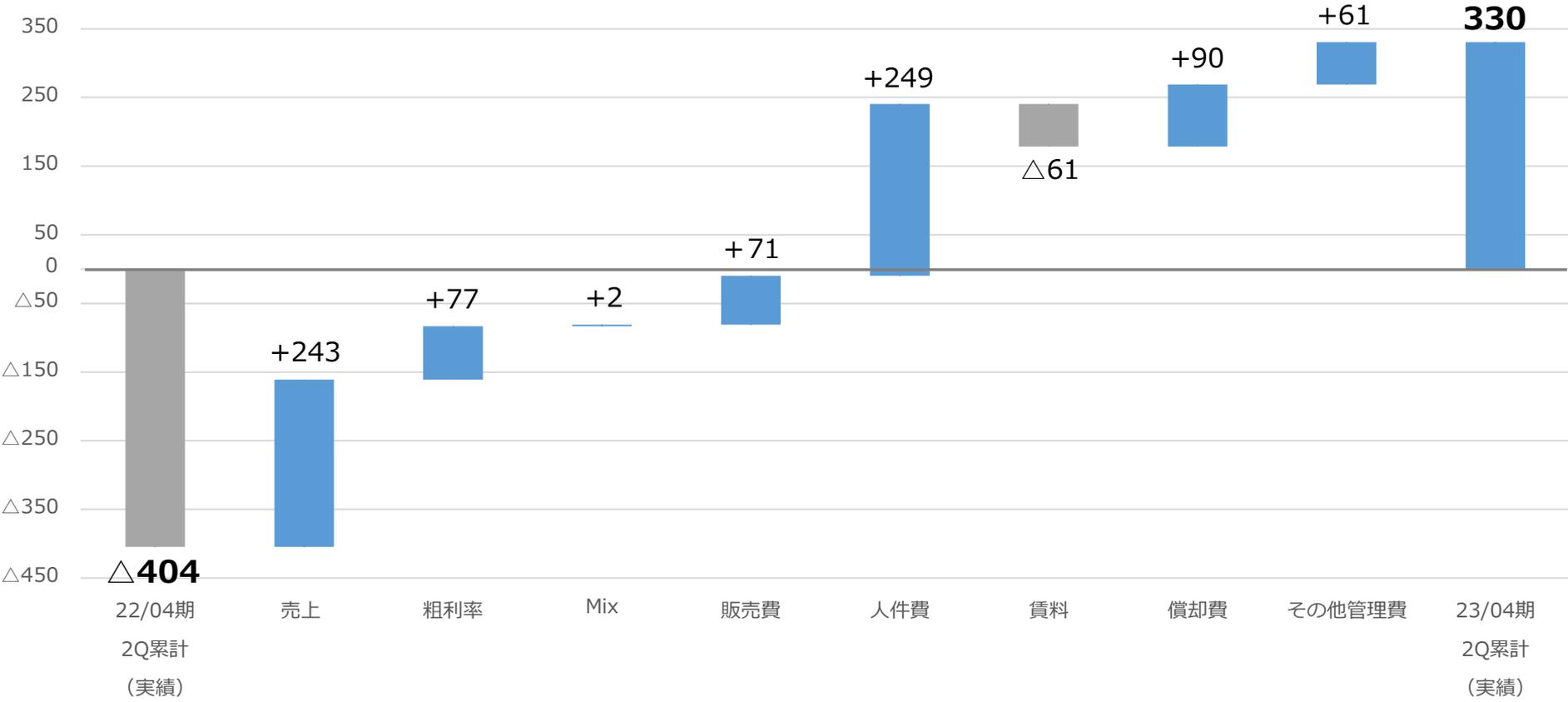
増収効果に加えて、販管費の効率化により、営業利益は前年2Q比109百万円増の138百万円



2Q（累計） 営業利益の増減分析

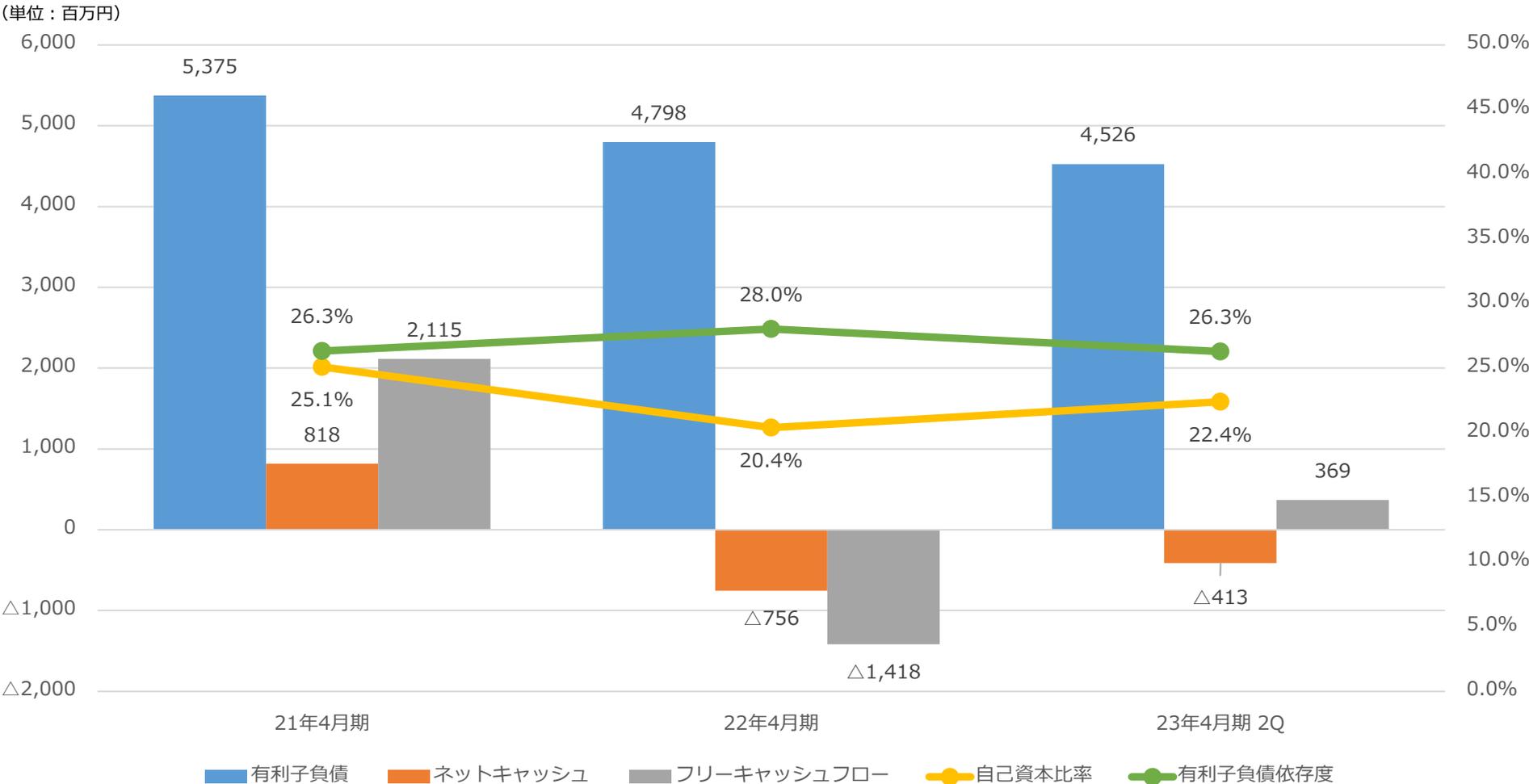
増収効果に加えて、粗利率の改善、販管費の効率化もあり、営業利益は前年2Q累計比735百万円増の330百万円。

(単位：百万円)



自己資本比率/有利子負債依存度の推移

業績回復により、いずれの指標も改善。自己資本比率は前期末比2.0pt改善し22.4%



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

五感の一つである“Vision”を中心に、眼の健康寿命延伸に繋がる付加価値の高いサービス・商品の提供、そしてアイケアの拡充・普及に努める。

最大60項目(他社平均20項目)の「**トータルアイ検査**」^{※1}で、**本当に合うメガネをあなたへ**

毎日お使いいただくからこそ生活シーンに合わせて、お客さまの眼の状態を徹底的にお調べいたします。



日本初!^{※2} **最新検査機器導入!**

25倍細やかな視力検査^{※3}と0.01単位の高性能レンズで今までの常識を超える快適な見え方をご提供します!

検査を受けた約**97%**[※]の方が 家族・友人におすすめてほしいと回答! ^{※2021年11月当社調べ}



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し、最適なメガネをお作りいたします。



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、キ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。



深視力検査

大型免許・二種免許に不可欠な遠近感や立体感を確かめる検査です。運転免許取得・更新前のチェックにお気軽にご相談ください。



※1 本検査は、お客様の視力・生活 ね 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。 ※2 全国チェーン店の導入(当社調べ) ※3 当社ではメガネの作製時に、眼科受診を推奨させていただいております

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)で何度でも交換!



スーパークリーニング

いつでも最適な状態のメガネに調整いたします。他社で購入のメガネも承ります。

 **かけ具合の調整**
 **完全分解洗浄**
 **修理・部品交換**
(リフト・ネジなど)
 **レンズ交換**

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



メガネもサブスクの時代へ!

メガスク
レンズ・フレーム

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)~
月額各 **1,000円** ※交換金は別途

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。



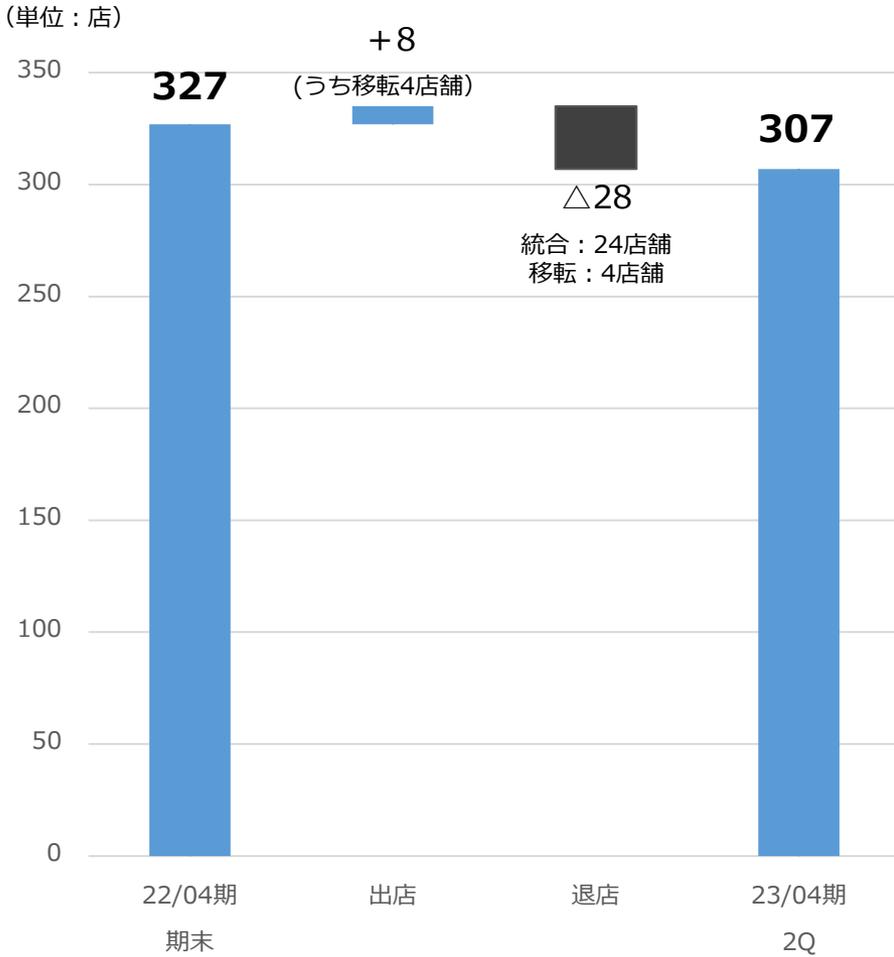
リモート視力検査システム

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。

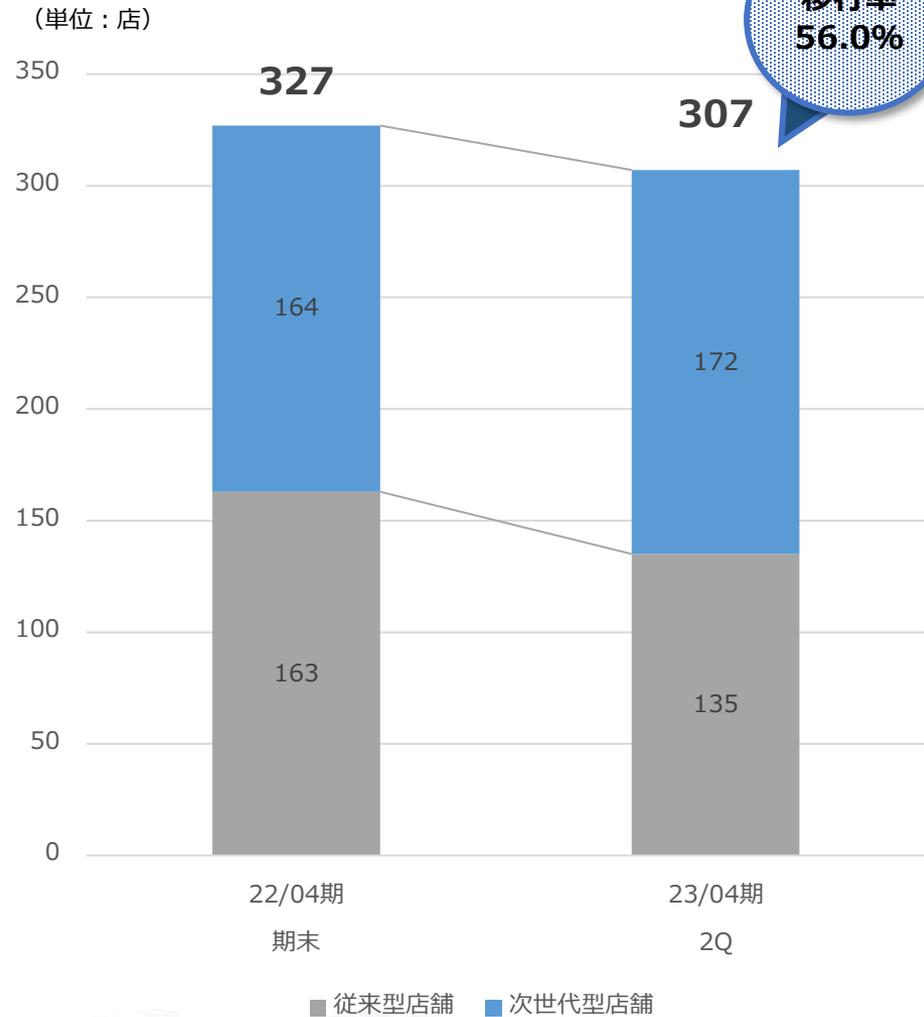


店舗の状況

出退店



次世代型店舗への移行

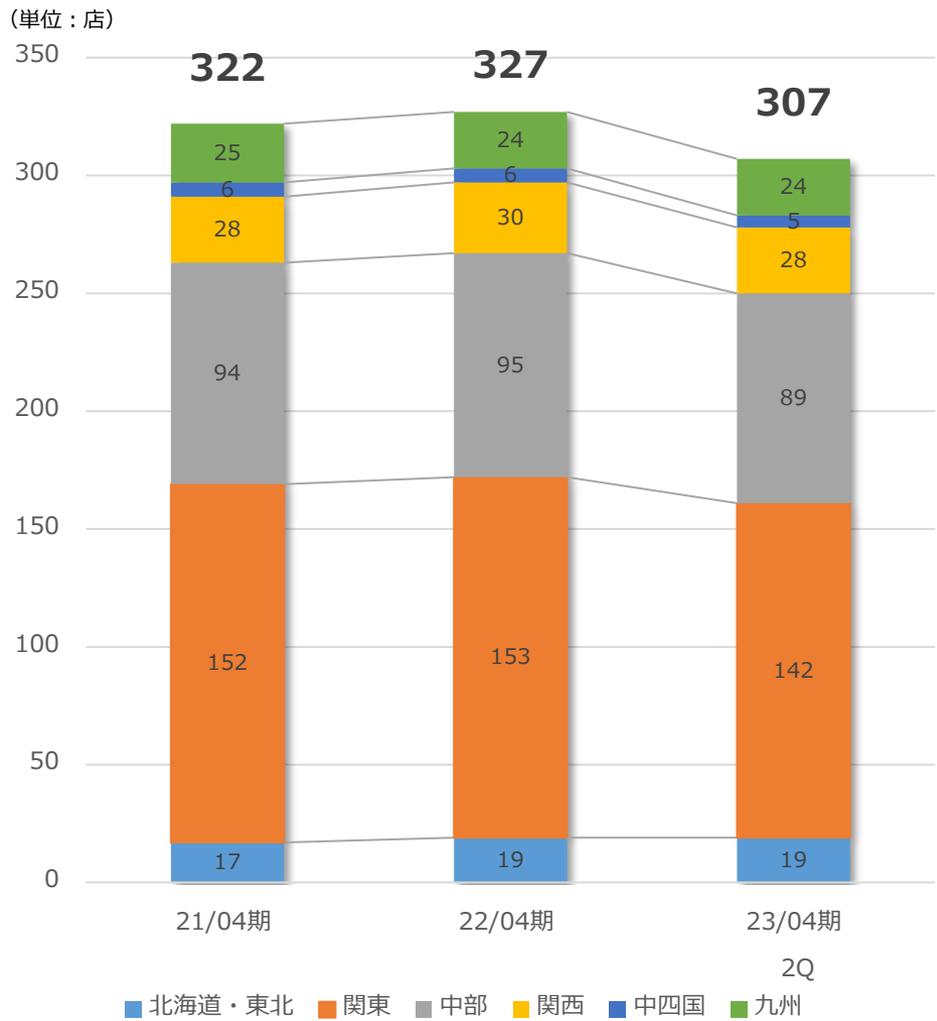


立地別・地域別店舗数の推移

立地別店舗数推移

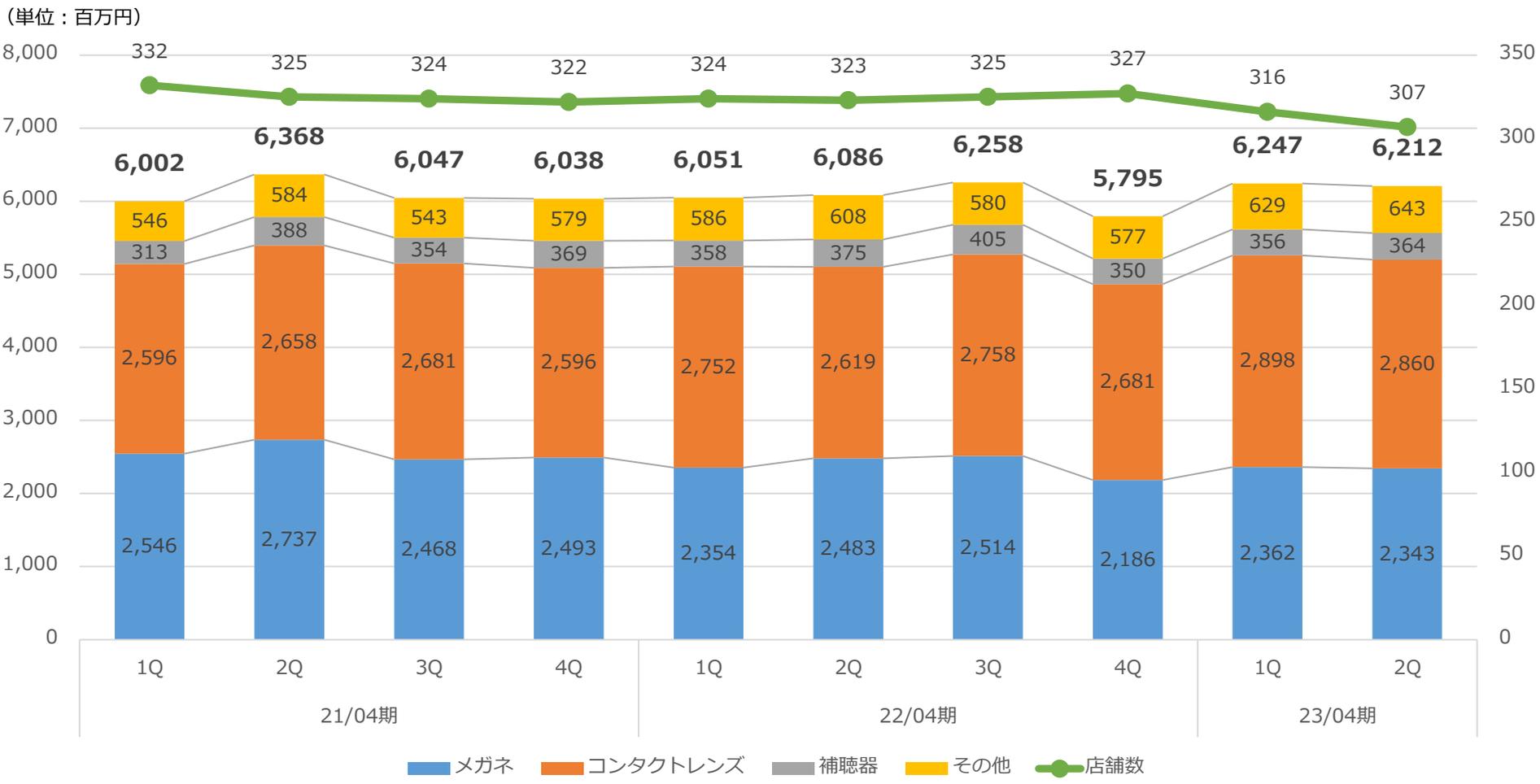


地域別店舗数推移



品目別売上高（四半期推移）

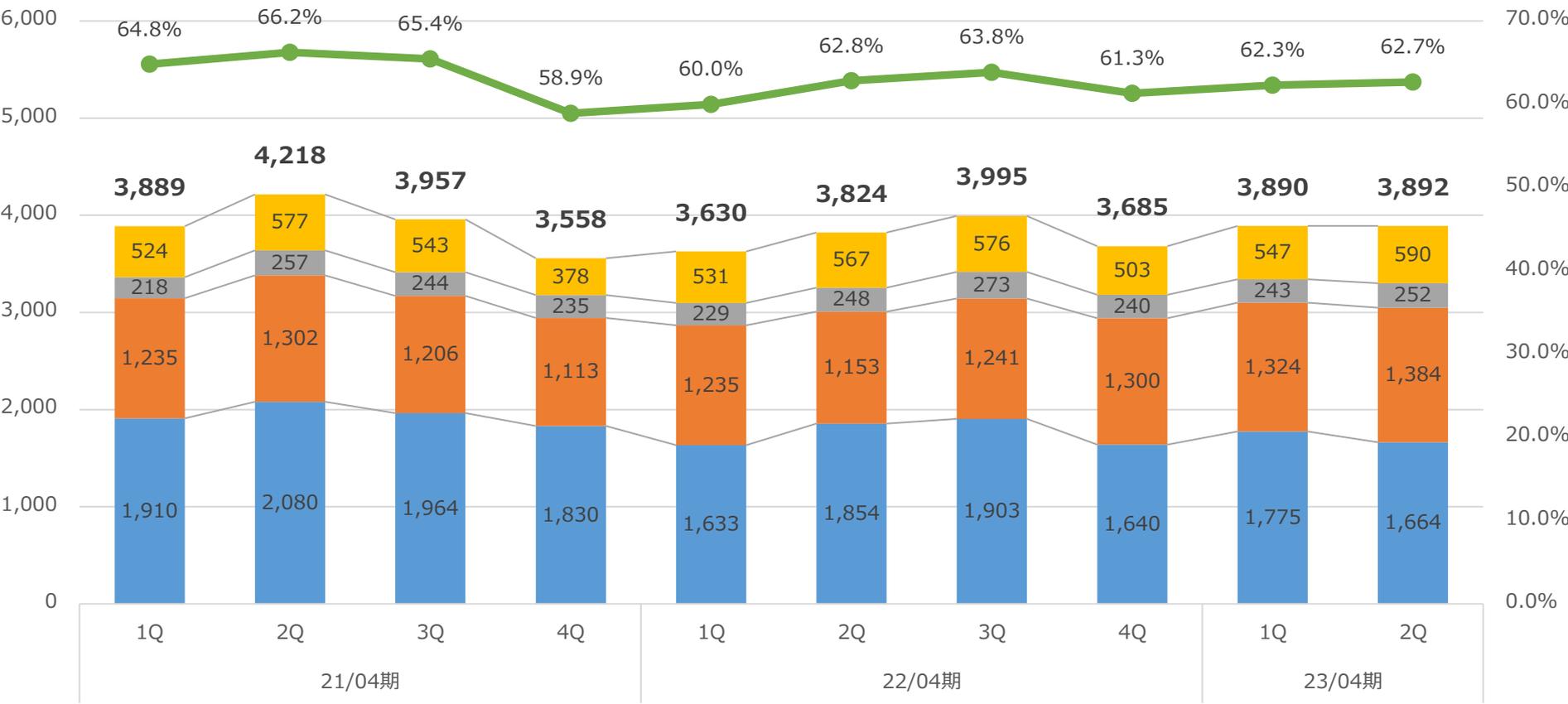
店舗数が前年2Q比16店舗減となる中、小売事業は前年2Q比2.1%増、前年2Q累計比でも2.6%増と堅調に推移。特にコンタクトレンズは店頭（フロー）売上に加えて、初回キャンペーンの効果により定期便も好調に推移した結果、前年2Q比9.2%増、前年2Q累計比でも7.2%増となる。



売上総利益 / 売上総利益率（四半期推移）

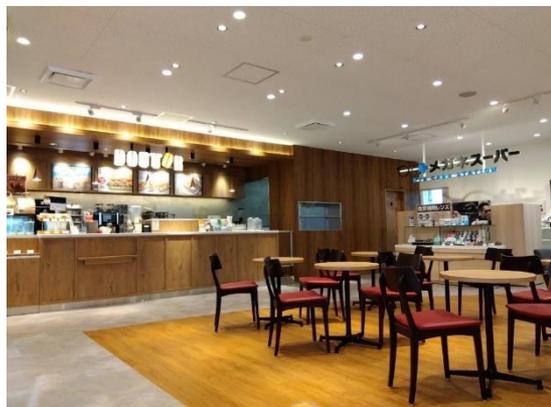
小売事業は前年2Q比1.8%増、前年2Q累計でも4.4%増と堅調に推移。一方メガネは2本目以降半額等の施策によりメガネの粗利額（件数）増に寄与するも、粗利率は前年2Q比3.6pt減の71.0%となるが、コンタクトレンズは定期便初回キャンペーンの内容変更等により、粗利率が前年2Q比4.4ptと大きく改善し48.4%となった結果、小売事業の粗利率は前年2Qと同水準の62.7%、前年2Q累計比では1.1pt改善し62.5%。

（単位：百万円）



異業種との連携による店舗出店事例：メガネスーパーオギノ葦崎店 22年8月31日オープン

単独ロードサイド型であった従来のメガネスーパー葦崎店を、オギノ葦崎店（所在：山梨 県葦崎市藤井町）内の商業施設内角地 90.66 坪という大型店舗としてリロケーションオープン。リロケーションに際し、ターゲットであるミドルシニア・シニア層顧客との親和性が高く、ファミリー層にもご利用いただきやすいドトールコーヒーショップを併設した複合店舗に。相互送客に加え、お客様の買上率、リピート率や満足度の向上を図る。



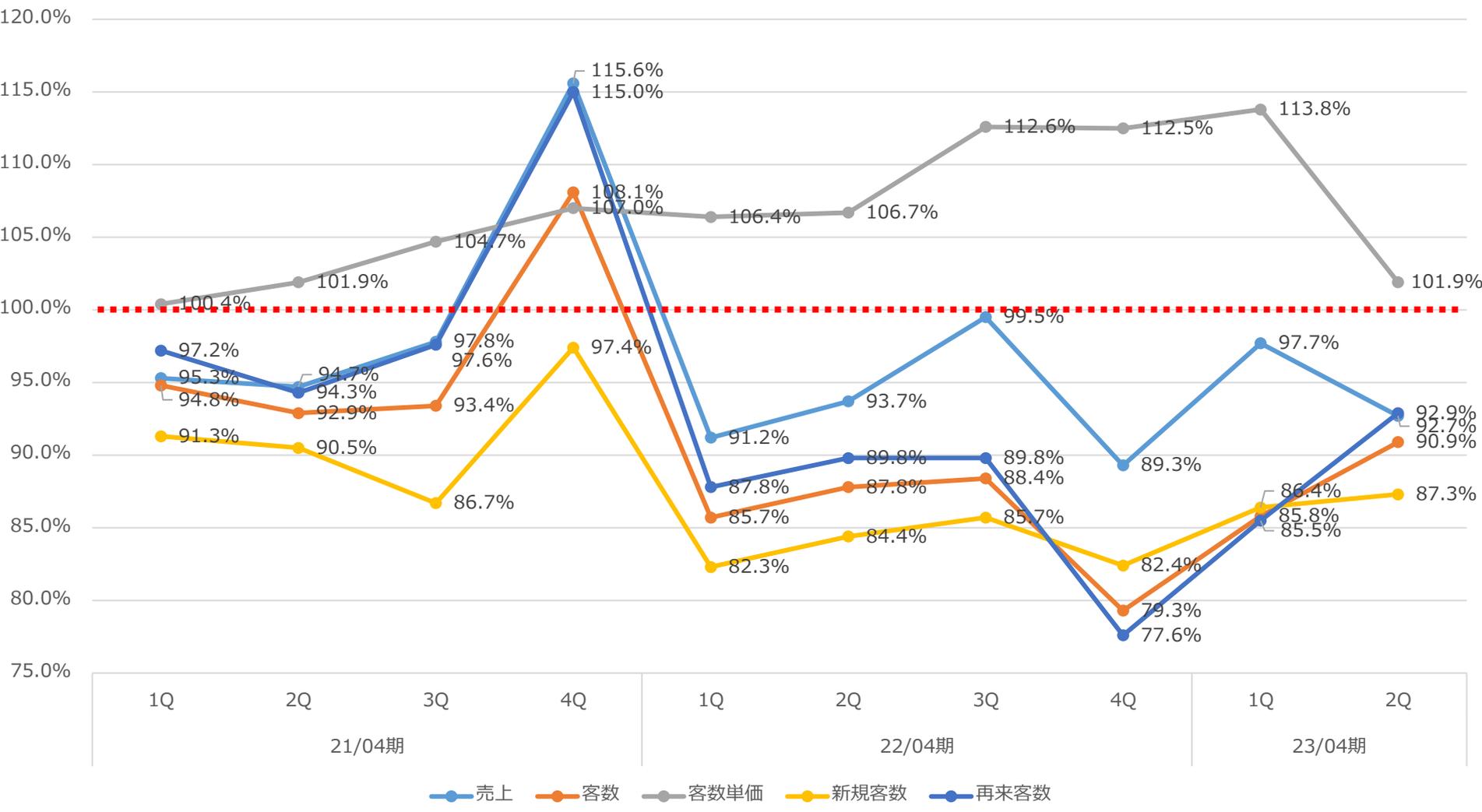
《リロケーションオープン後実績（9月・10月）》

- ・メガネ 前年比 **386.0%**
- ・コンタクト 前年比 **266.8%**
- ・補聴器 前年比 **229.1%**
- ・その他 前年比 **105.5%**

※ドトールコーヒーショップを併設したリロケーション店舗により、メガネスーパー新規客増に加えて、女性客増に繋がる

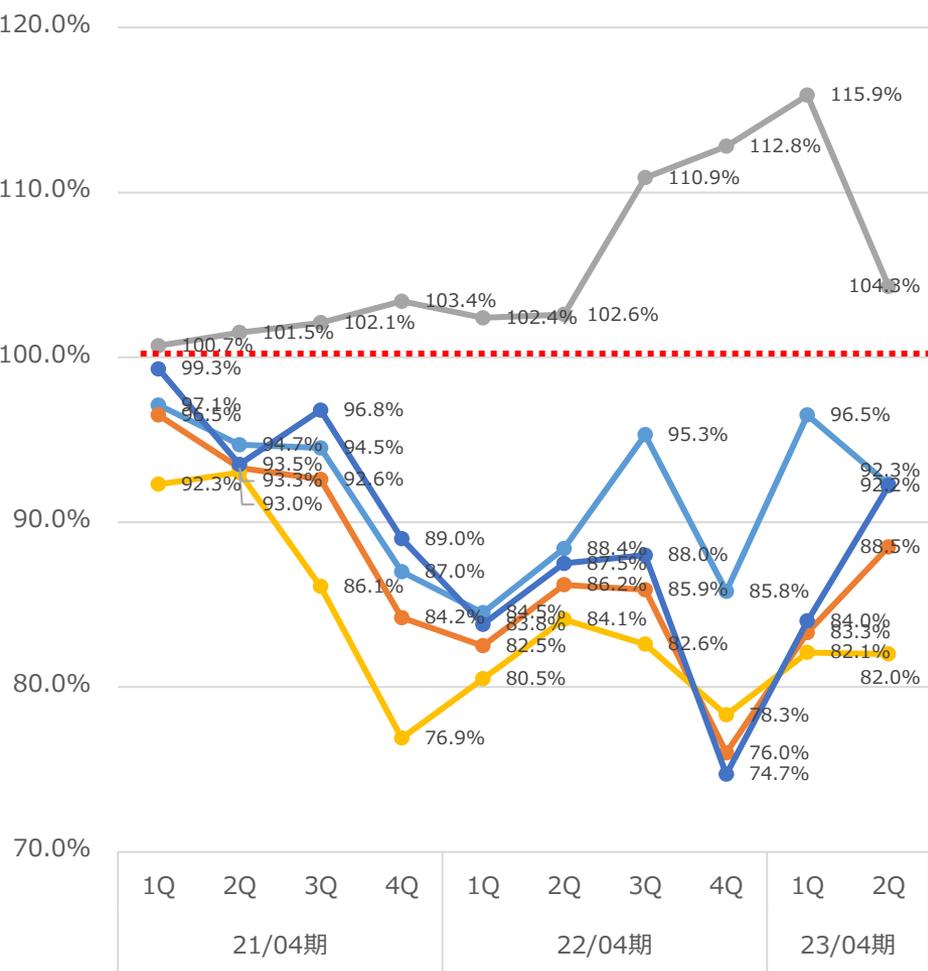
メガネ：前年比①

■ 全店

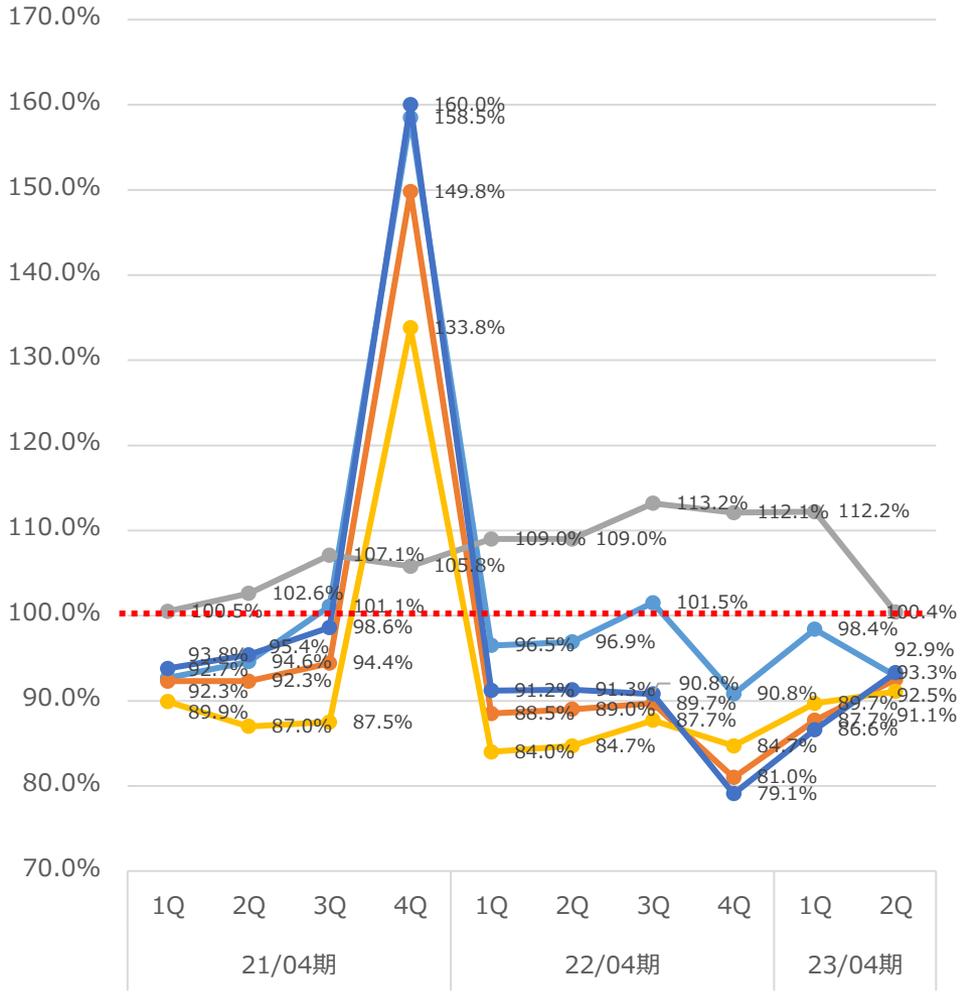


メガネ：前年比②

■ 従来型店舗



■ 次世代型店舗

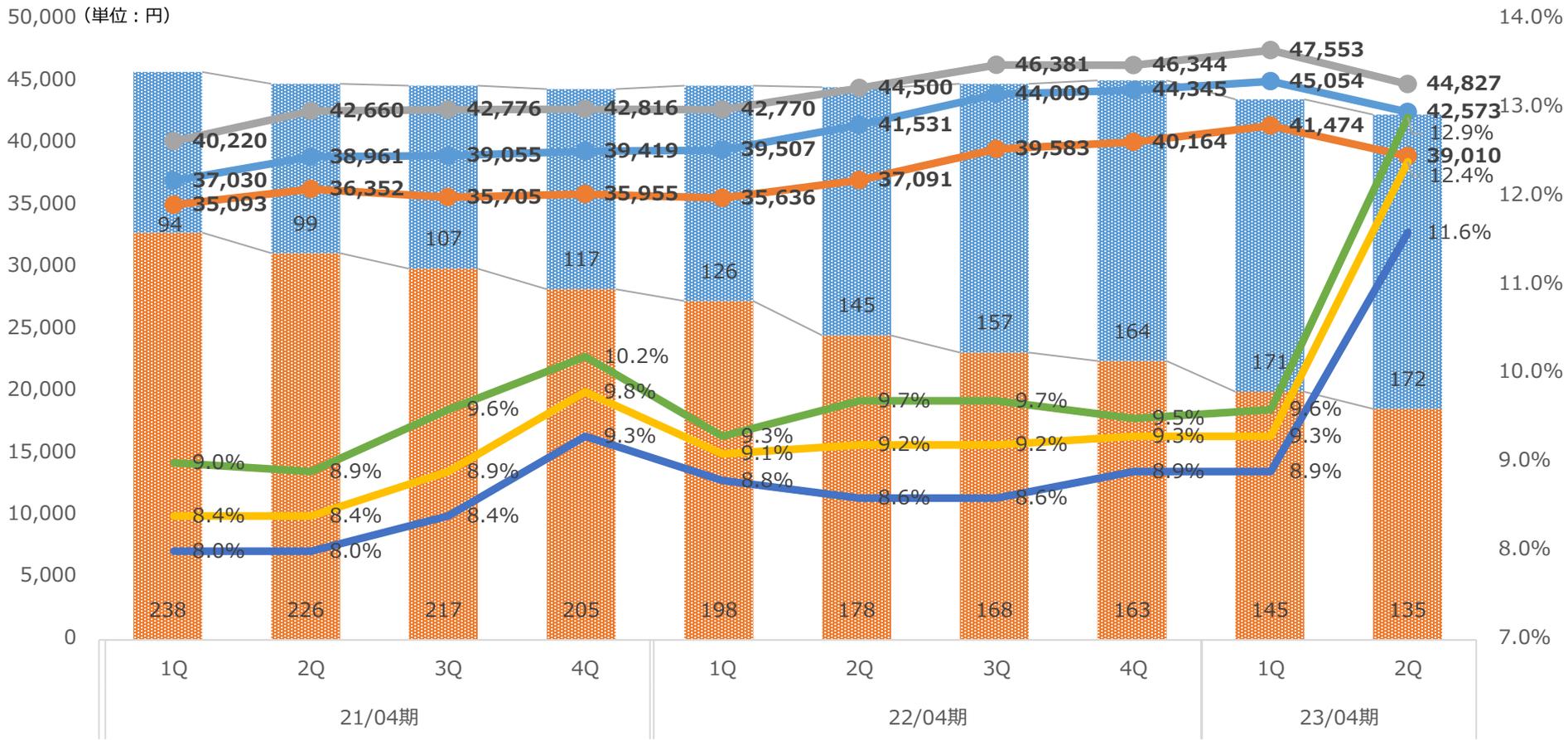


● 売上 ● 客数 ● 客数単価 ● 新規客数 ● 再来客数

● 売上 ● 客数 ● 客数単価 ● 新規客数 ● 再来客数

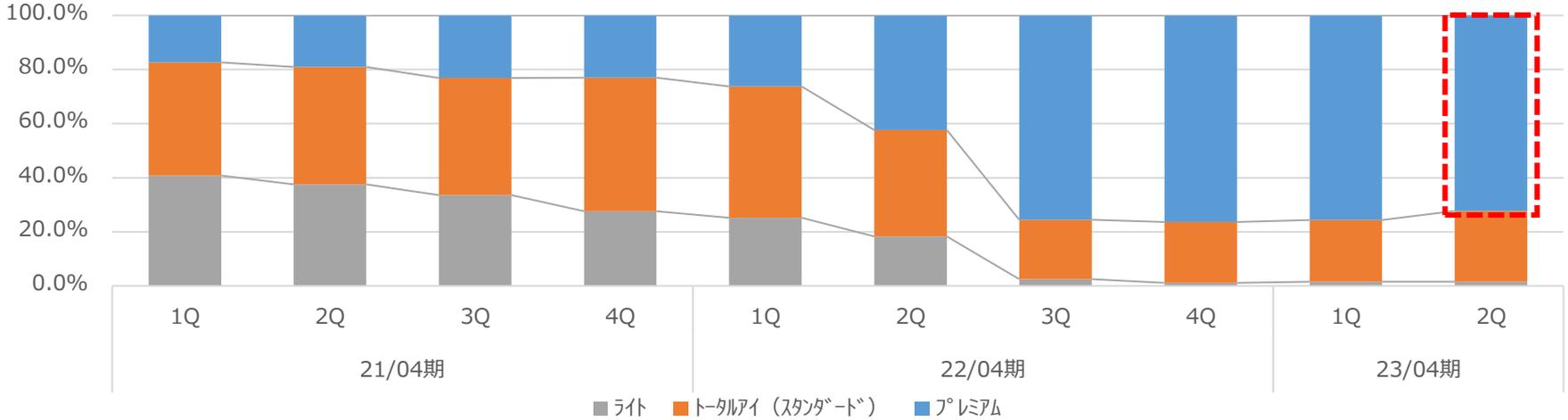
メガネ 単価：四半期推移

用途に適したメガネで快適な視環境をご提供するため、2本目以降半額施策（複数所持）を強化。その結果、ご本人、お連れ様含めた2本以上同時購入件数が前年2Q比31.3%増（全店）、複数所持比率が前年2Q比3.2pt増の12.9%（全店）と伸長。一方、同施策強化の結果、単価は前年3Q以降の上昇トレンドからは下降となるものの、前年2Q比では2.5%増の42,573円。

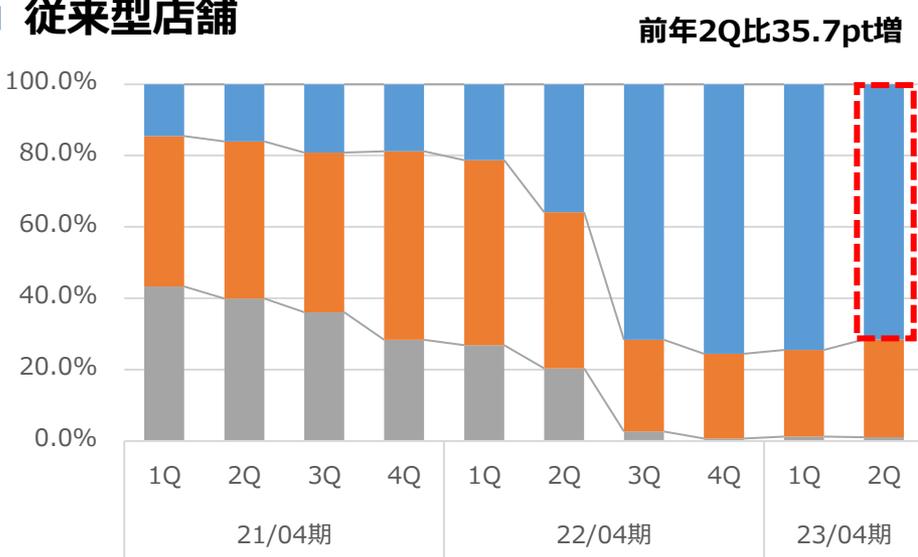


メガネ：トータルアイ検査の四半期推移

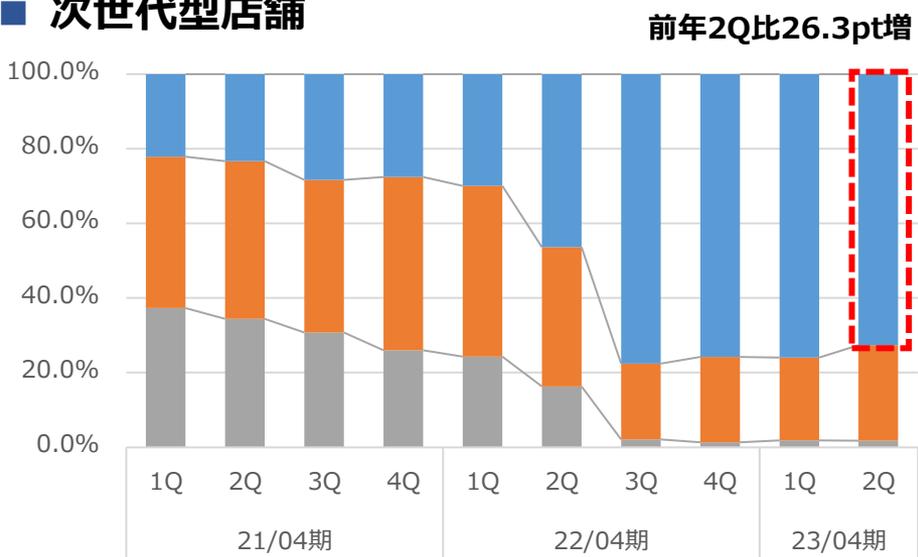
■ 全店



■ 従来型店舗

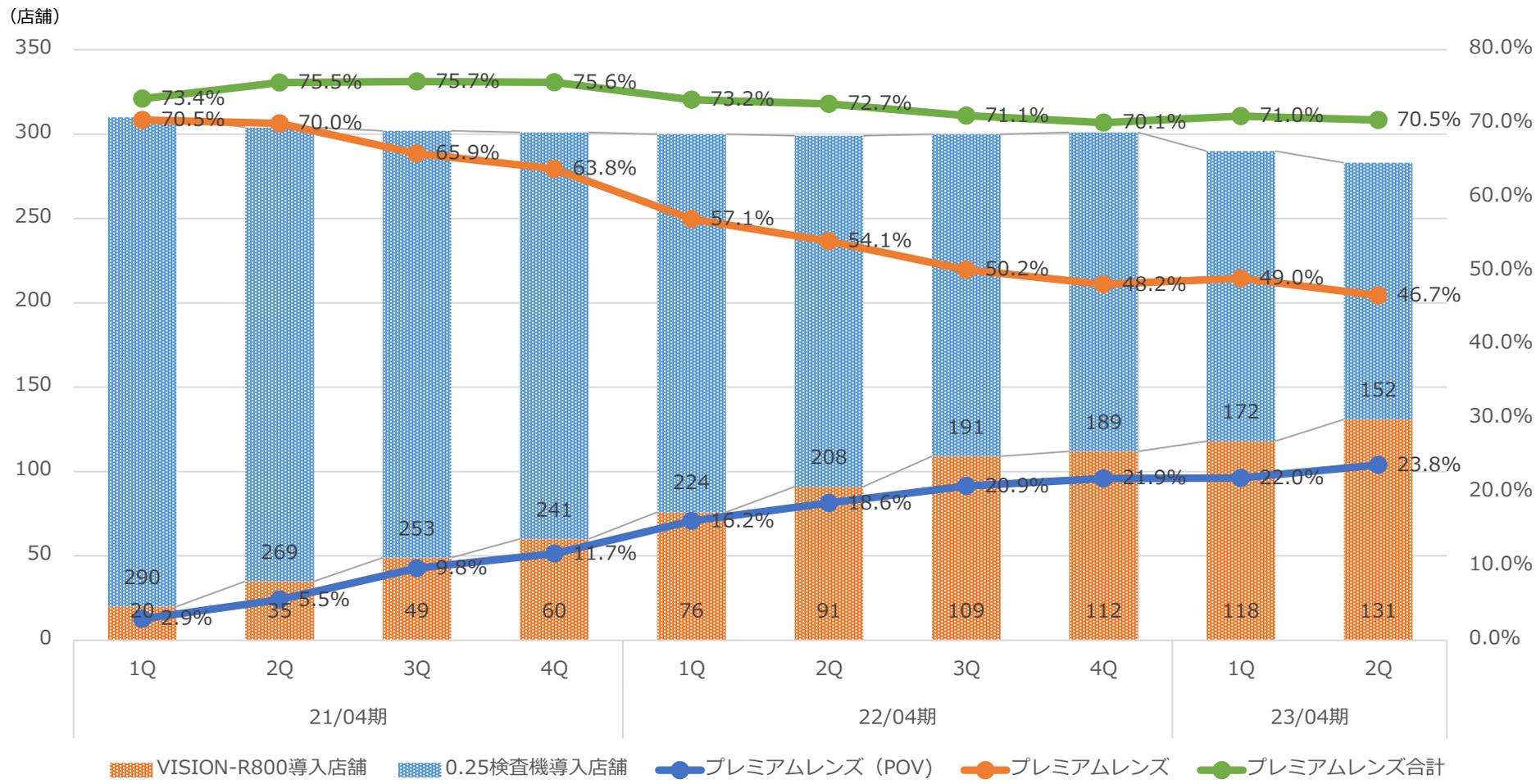


■ 次世代型店舗

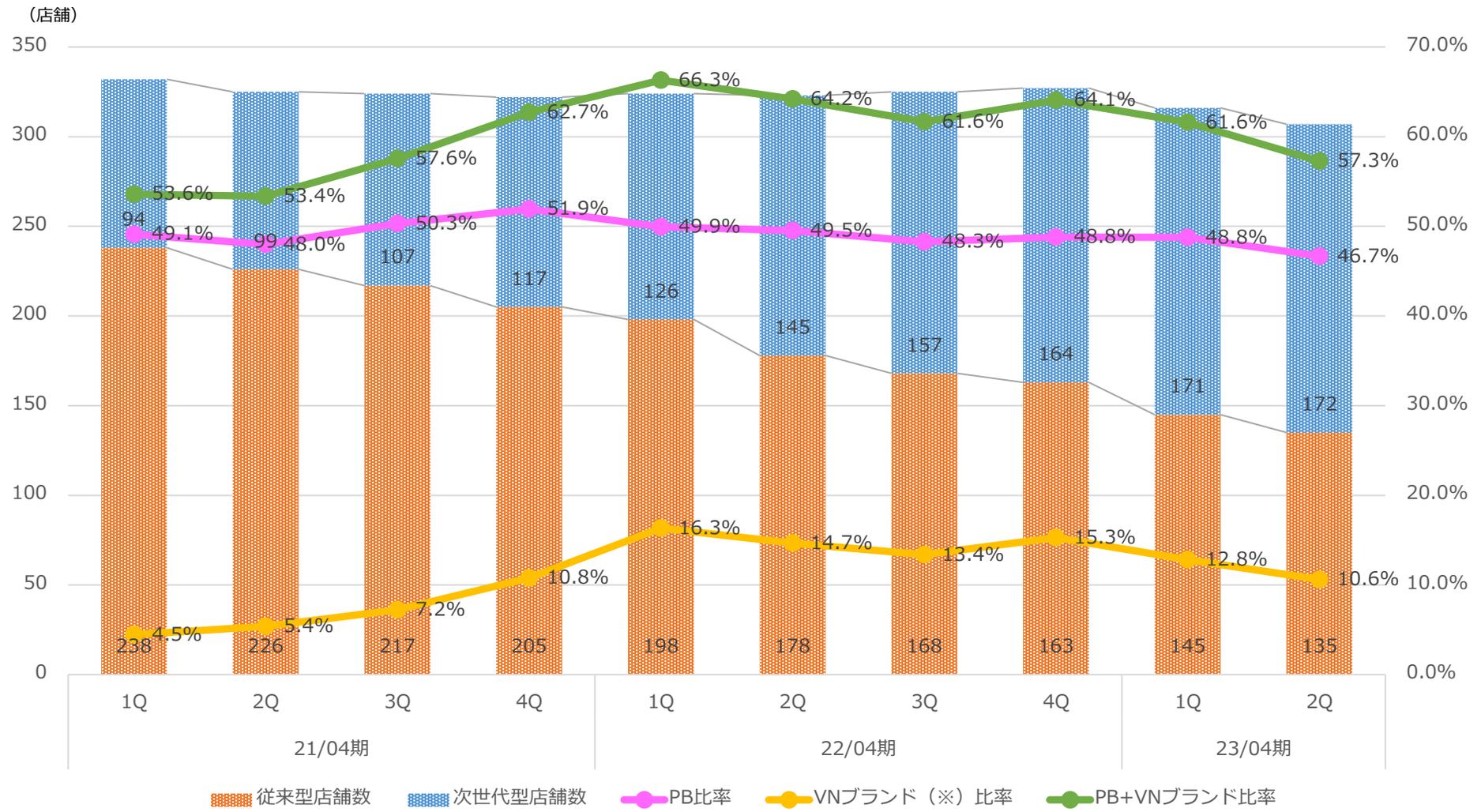


メガネ VISION-R800の導入進捗、プレミアムレンズ比率：四半期推移

世界最先端の検査機Essilor製「VISION-R800」を順次各店舗に配備。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。導入店舗は前年2Q比40店舗増の131店舗、台数は同2Q比41台増の144台。



メガネ PB・VNブランド比率：四半期推移

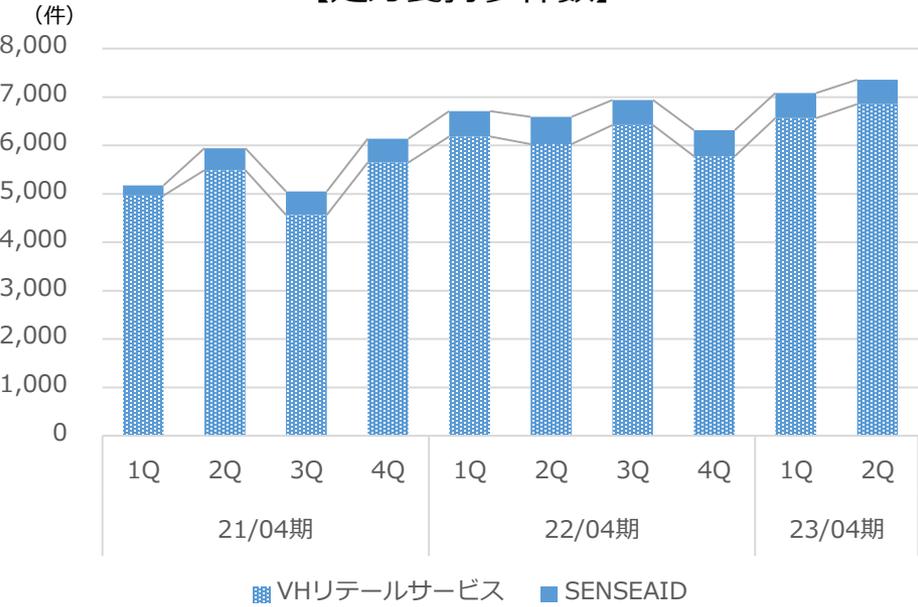


※VNブランド：VISIONIZEから仕入れた商品の販売比率

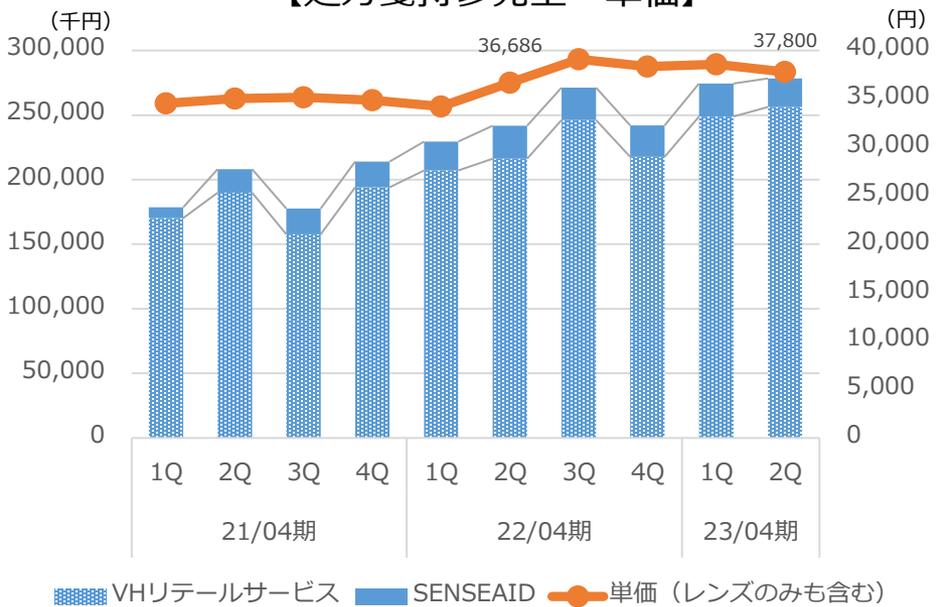
地域眼科との連携強化

「地域のお客様の視環境を守ること」をコンセプトにSENSEAIDで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を当1Qより全社レベルに発展させ、専門チームを設置のうえ活動開始。処方箋持参件数は前年2Q比11.6%増、処方箋持参売上高は同2Q比14.9%増。

【処方箋持参件数】



【処方箋持参売上・単価】

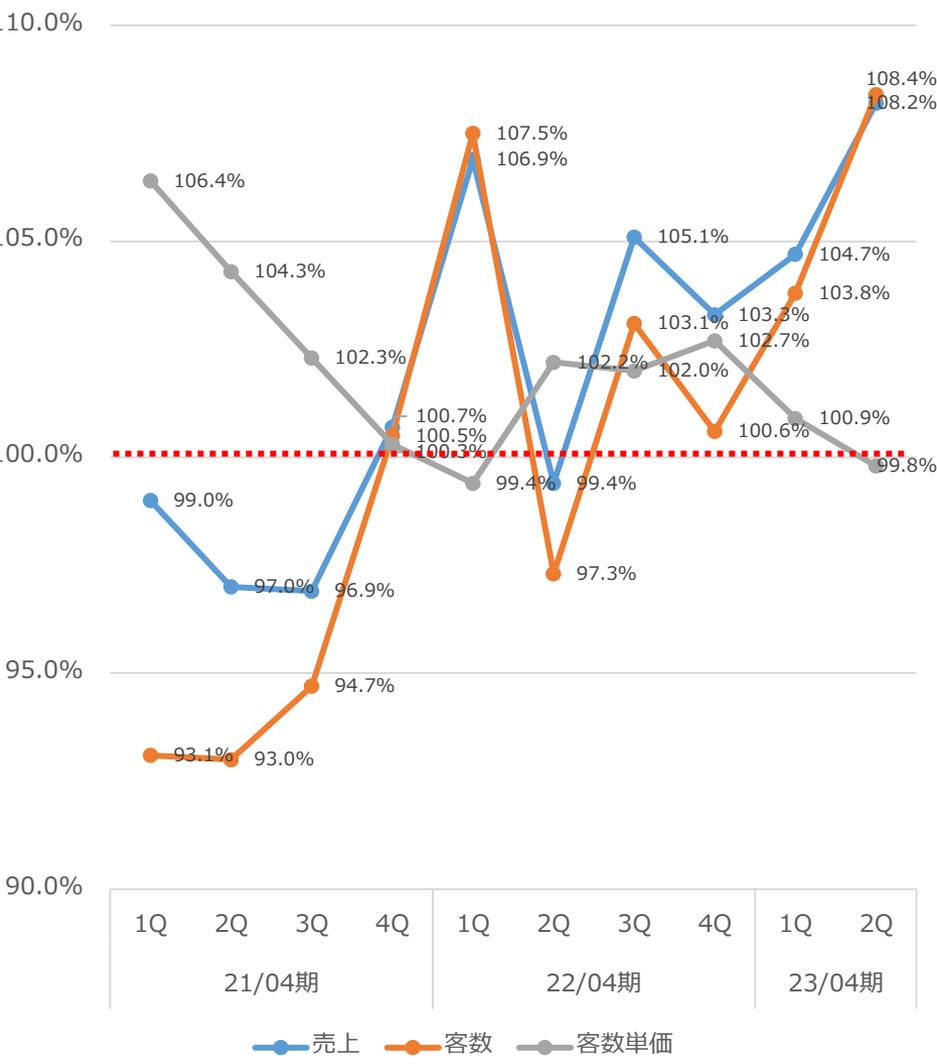


ドクターに評価されている4つのポイント

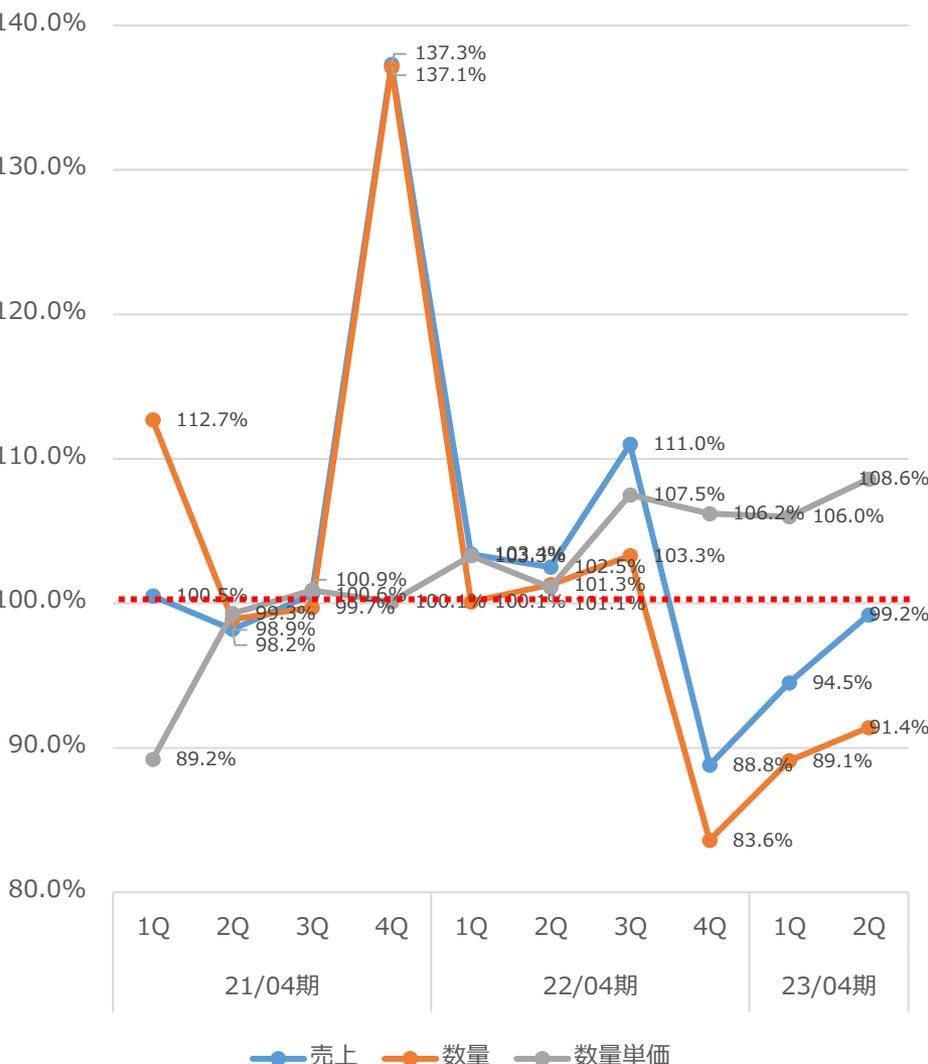
- 充実の保証体制
- 豊富な品揃え
- 高い調整・加工技術
- 充実のアフターフォロー

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



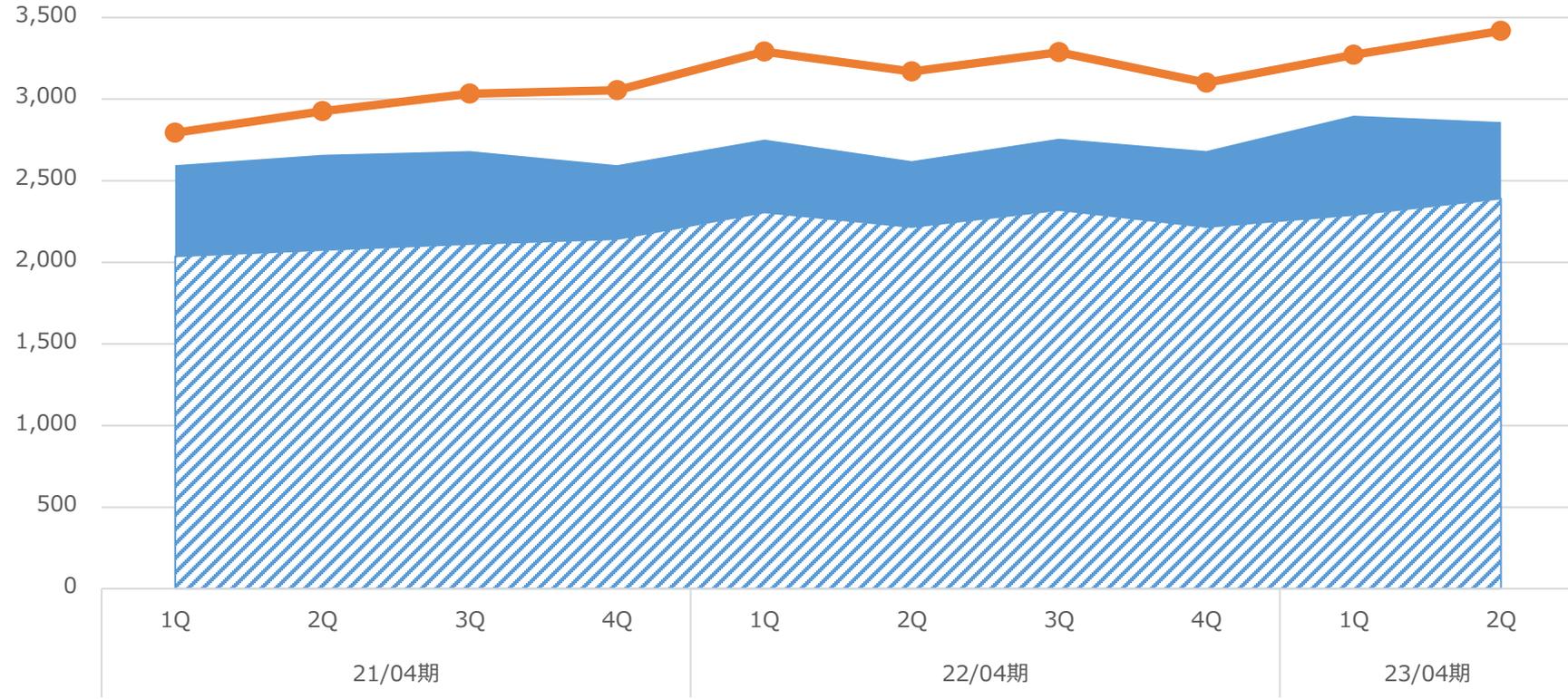
■ 補聴器



ストック型サービスの強化：コンタクト定期便

外出頻度の高まり等により、コロナの影響から店頭売上（フロー）が回復傾向にあることに加えてコンタクト定期便は引き続き初回キャンペーン等、新規顧客の加入、フローからの移行を強化。その結果、コンタクト定期便にかかる売上は前年2Q比7.8%増、件数は7.9%増と堅調に推移。フロー売上の伸長もあり、コンタクト定期便の割合は前年2Q比1.0pt減の83.6%に留まる。前年2Q累計比でもコンタクト定期便にかかる売上が3.5%増、件数が3.6%増となるが、コンタクト定期便の割合は2.9pt減の81.3%。

(単位：百万円)

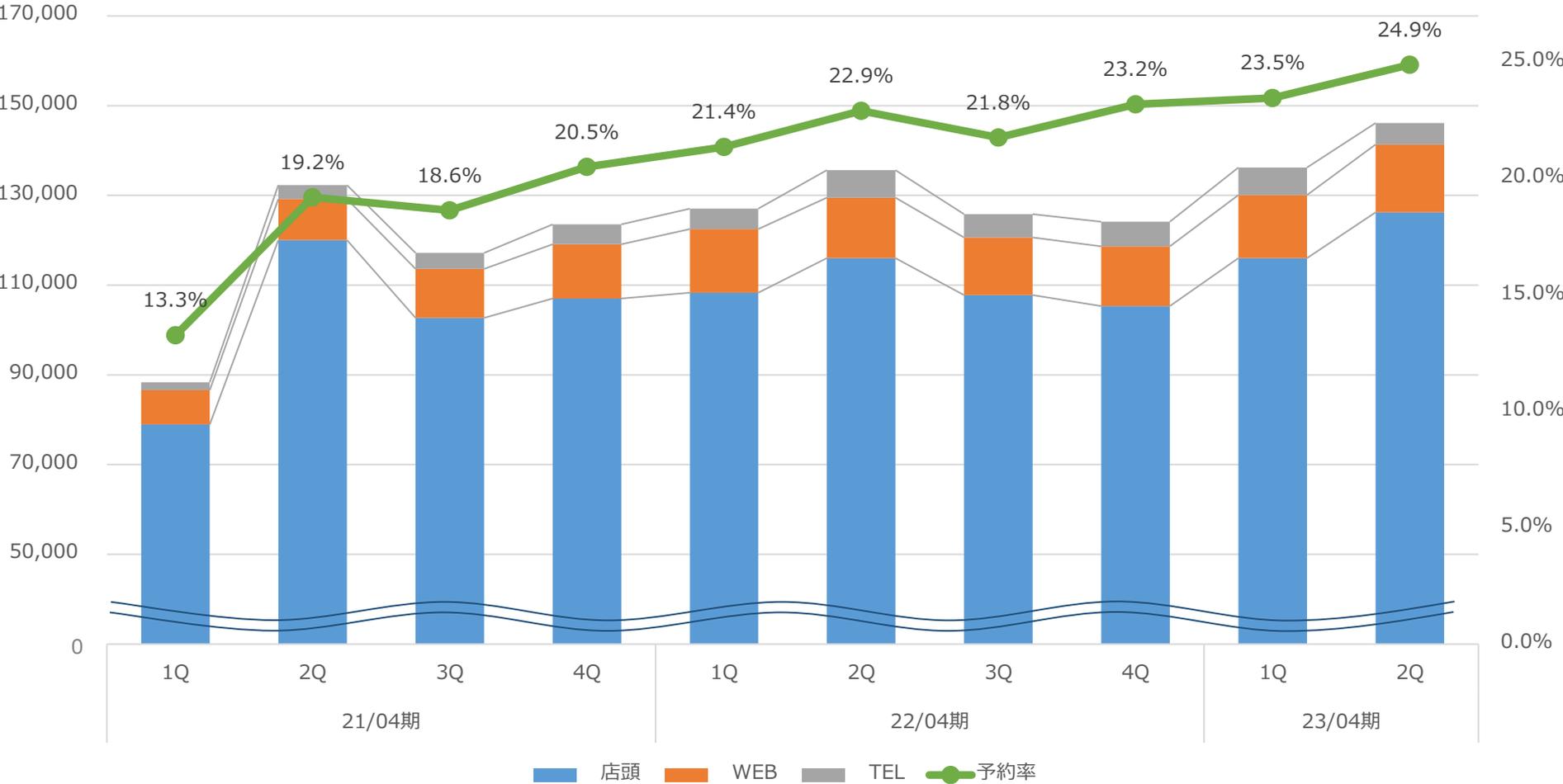


■ コンタクト (全体) ▨ 定期便 ● 定期便件数

来店予約の強化による店舗生産性の向上

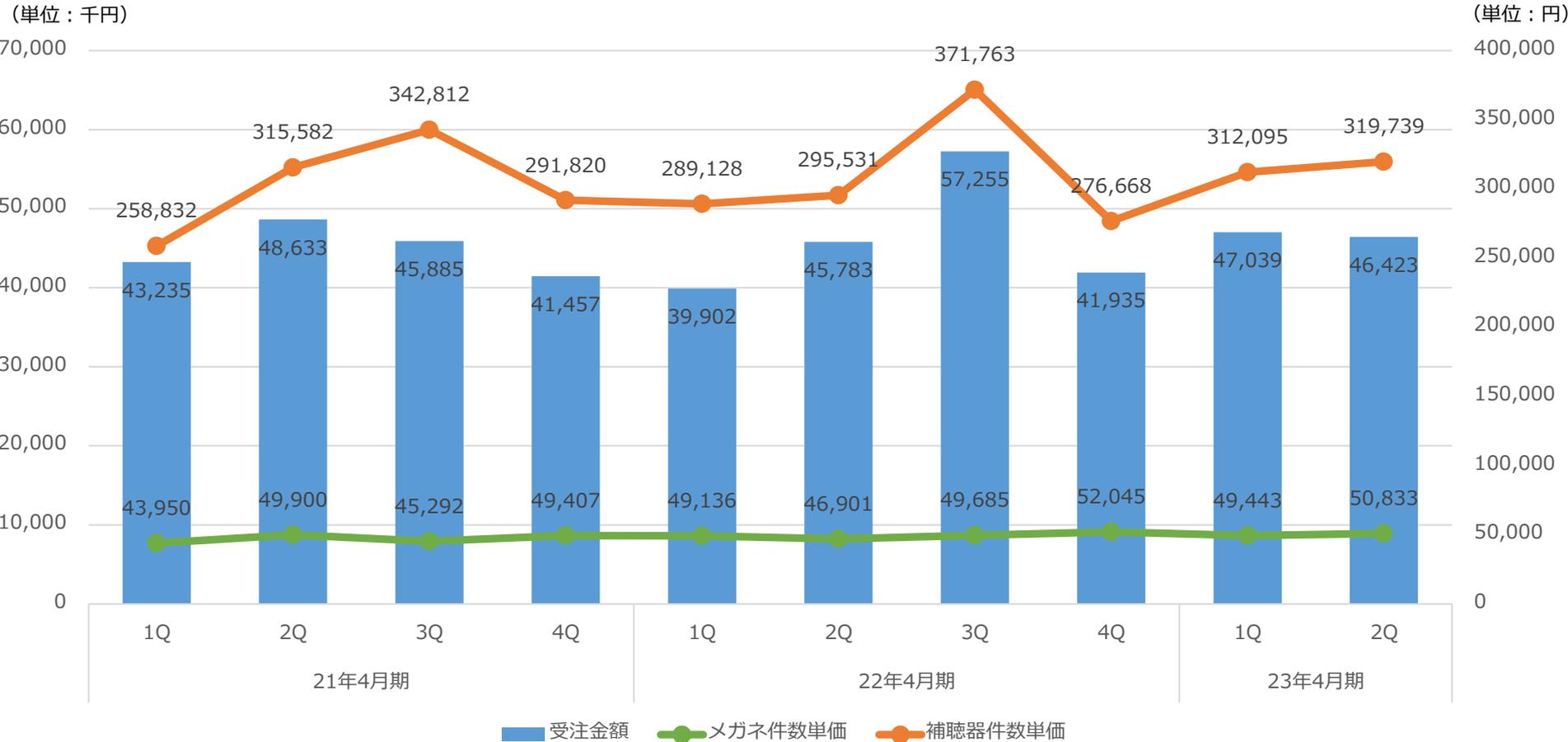
緊急事態宣言解除後の2020年6月以降、店舗、WEB、TELの各経路ともに予約による来店が定着。前年2Q比の来店予約件数は7.7%増、来店予約率は2.0pt増の24.9%の高水準で推移。前年2Q累計比でも、来店予約件数は7.5%増、来店予約率は2.0pt増の24.2%。

(単位：件)



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。受注金額は前年2Q比で1.4%増、2Q累計比では9.1%増と個人宅への訪問販売ニーズも含め引き続き堅調に推移。



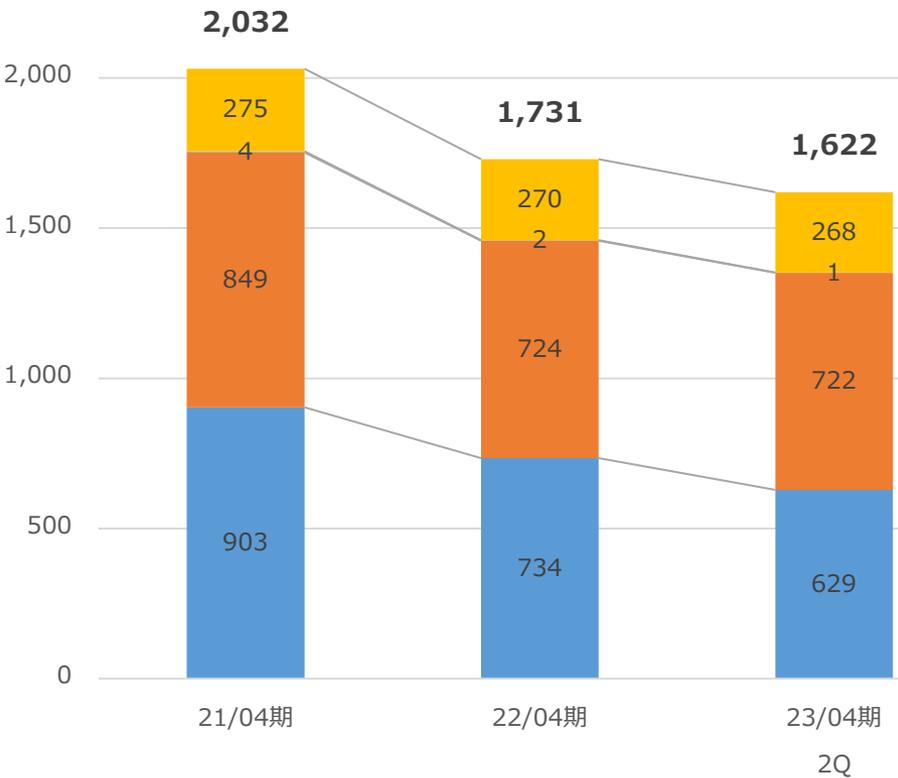
※移動式店舗の実績含む

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。

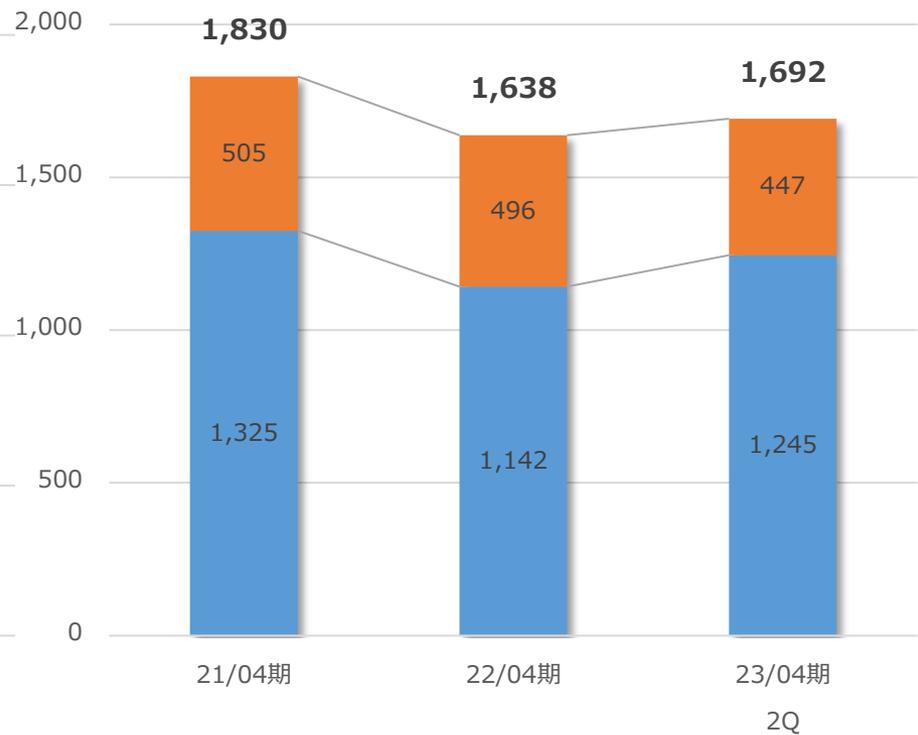
アイケア商品

(単位：百万円)



「参考」 その他商品

(単位：百万円)



■ 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

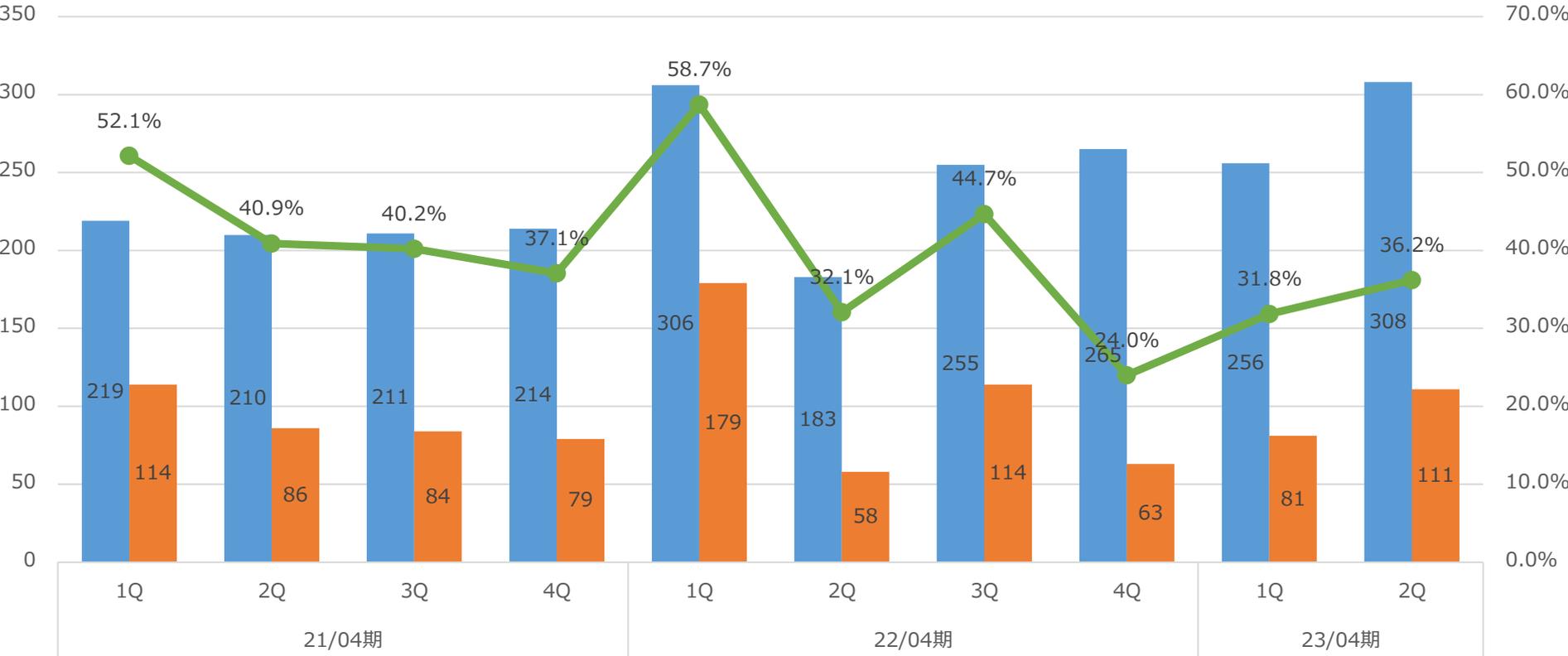
卸売事業



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投入や販売支援を行う。6月、7月で実施した展示会での受注が好調に推移し2Qで納品が進んだほか、大口取引先への納品が一部1Qから2Qにずれ込んだことから、売上高は前年2Q比68.3%増、前年2Q累計比で15.4%増となる。また粗利率が高いブランドの構成比が高まったことから、前年2Q比で粗利率は4.1pt改善し36.2%。

(単位：百万円)



マルコリン社との複数年の独占販売契約を早期更新

世界のトップブランドであるマルコリン社との複数年の国内代理店契約を、現契約の終了前に契約を更新（2022年10月17日プレスリリース）。

2022年10月17日

報道関係各位

株式会社ビジョナリーホールディングス
コード 9263 東証スタンダード市場

**世界トップクラスのアイウェアブランド、マルコリン社と
複数年の独占販売契約を早期更新**

**～2023年度以降もマルコリン社の日本総代理店として、TOM FORD、
MONCLER、GUESS、adidas、Max Mara 輸入・販売を継続～**

株式会社ビジョナリーホールディングス（本社：東京都中央区、代表取締役社長：星崎尚彦）の子会社である株式会社 VISIONIZE（本社：東京都中央区、代表取締役社長：星崎尚彦、以下ヴィジョナイズ）は、このたび、世界のトップブランドであるマルコリン社との複数年の国内代理店契約を、現契約終了前に更新いたしました。

マルコリン社は、adidas、GUESS、Max Mara、MONCLER、TOM FORD など、世界的なアイウェアブランドを保有しておりますが、今後もヴィジョナイズがマルコリン社の日本総代理店として、こうした世界トップアイウェアブランドの日本での輸入・販売を継続してまいります。

当社グループの更なる中長期的な成長領域を創出するため、2018年8月、株式会社ビジョナリーホールディングスは、2011年からマルコリンの日本総代理店であったヴィジョナイズの全株を取得し、子会社化しております。

今回のヴィジョナイズのマルコリン社との複数年契約は、10年以上にわたるマルコリンブランドの日本での販売・経営実績をマルコリン社が非常に高く評価した結果、契約終了前の早期更新につながったものです。

株式会社ビジョナリーホールディングスは、今後も当社グループの強みであるアイケアサービスに、ヴィジョナイズの強みであるブランド商品の調達・販売力を加え、当社グループの企業価値の持続的な向上を図ってまいります。

●**ヴィジョナイズについて**

ヴィジョナイズは、2011年マルコリン社の日本総代理店として創業されました。2014年に渋谷に初のアイウェア直営店となる EYESTYLE を出店、2018年には LVMH（モエ・ヘネシー・ルイ・ヴィトン）社のアイウェア会社である Thelios（ティリオス）社との日本総代理店の契約も締結、さらに同年アメリカのデザイナーズブランドである BARTON PERREIRA 社とも日本代理店契約を締結しました。

ヴィジョナイズが保有するブランドは以下のものがあります。

- ・マルコリンブランド
adidas Sports, adidas Originals, BALLY, EMILIO PUCCI, GUESS, Max Mara, MONCLER, SWAROVSKI, TOD'S, TOM FORD, ZEGNA
- ・ティリオスブランド
CELINE, DIOR, FRED, FENDI, GIVENCHY, KENZO, LOEWE, Stella McCartney
- ・その他
BARTON PERREIRA

www.visionize.co.jp

●**マルコリンについて**

マルコリンは、1961年にヴェネト地方の中心で創業したアイウェア業界の世界的なリーディングカンパニーです。常に卓越性を追求し、絶え間ないイノベーションを通じて、クラフトマンシップと先進技術を融合させる独自の能力で傑出しています。

ブランド・ポートフォリオには以下のものがあります。

TOM FORD, GUESS, adidas Sport, adidas Originals, BALLY, MONCLER, Max Mara, Sportmax, ZEGNS, Longines, OMEGA, GCDS, BARTON PERREIRA, TOD'S, EMILIO PUCCI, BMW, SWAROVSKI, MAX&Co., Kenneth Cole, Timberland, GANT, Harley-Davidson, Marciano, Skechers, Candie's など。
ハウスブランドの中では WEB Eyewear, Marcolin, Viva。

マルコリンは、独自のダイレクト・ネットワークとグローバル・パートナーを通じて、125カ国以上で製品を販売しています。

www.marcolin.com

EC事業

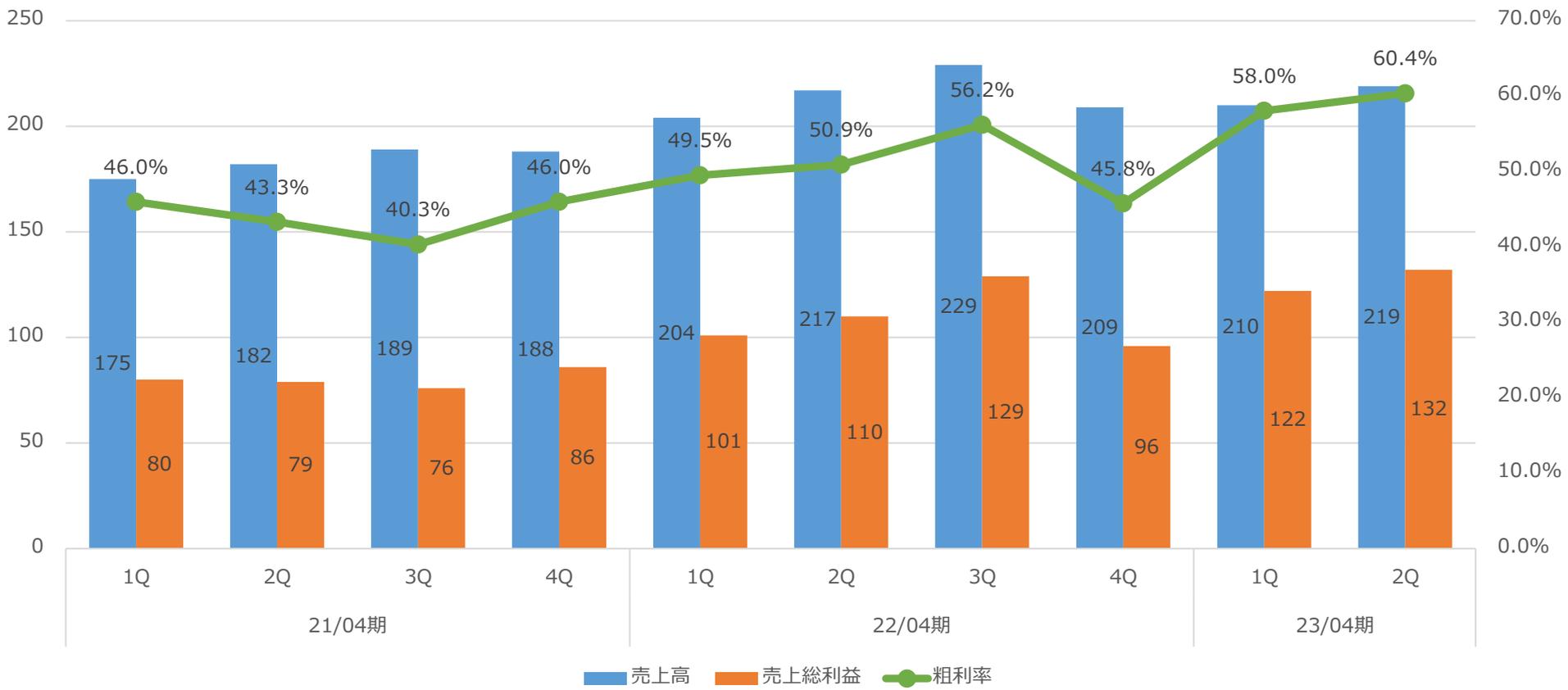


四半期推移

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。

7月にサイトリニューアルを実施した結果、売上高、売上総利益は前年2Q比でそれぞれ0.9%増、20.0%増、前年2Q累計比では2.0%増、20.4%増と堅調に推移。

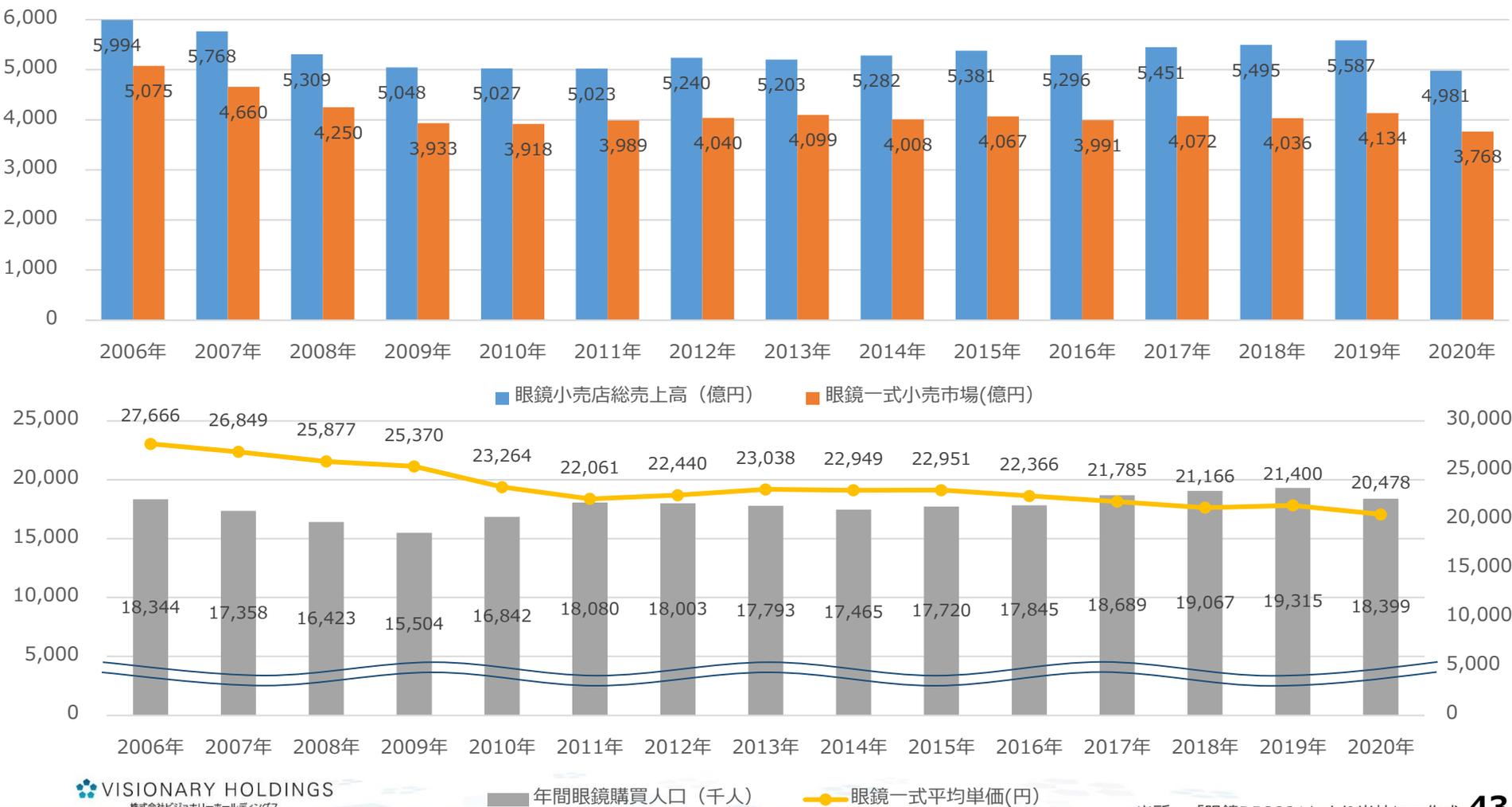
(単位：百万円)



5. Appendix

メガネの市場規模

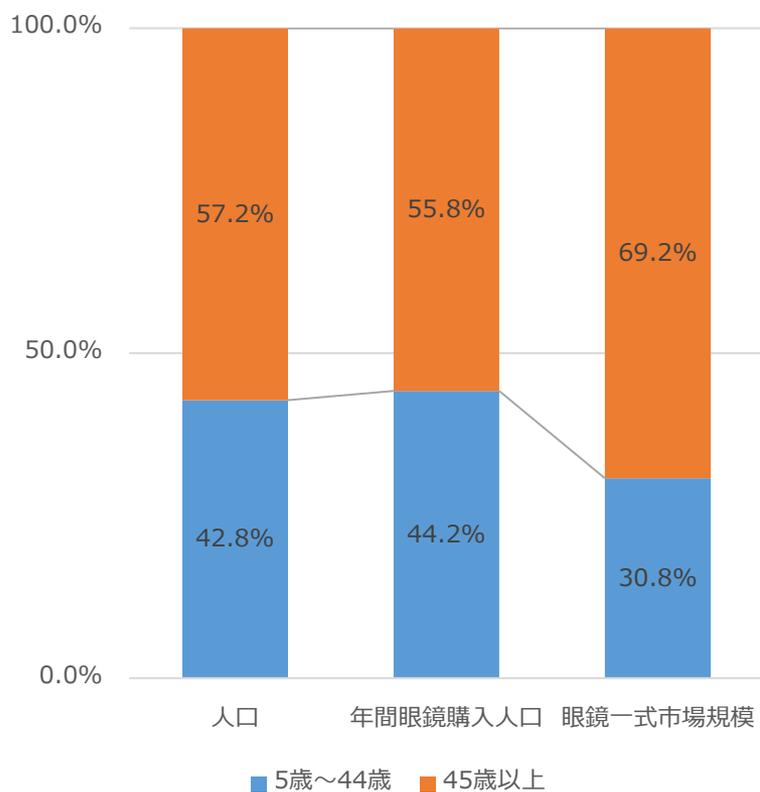
低価格専門店の台頭に伴う販売単価の下落、メガネ販売店数の減少やコンタクトレンズの普及拡大等を背景に、2011年までは一式単価の下落に伴い市場規模は縮小。一方、年間眼鏡購買人口は2015年以降緩やかに増加



メガネ市場の環境

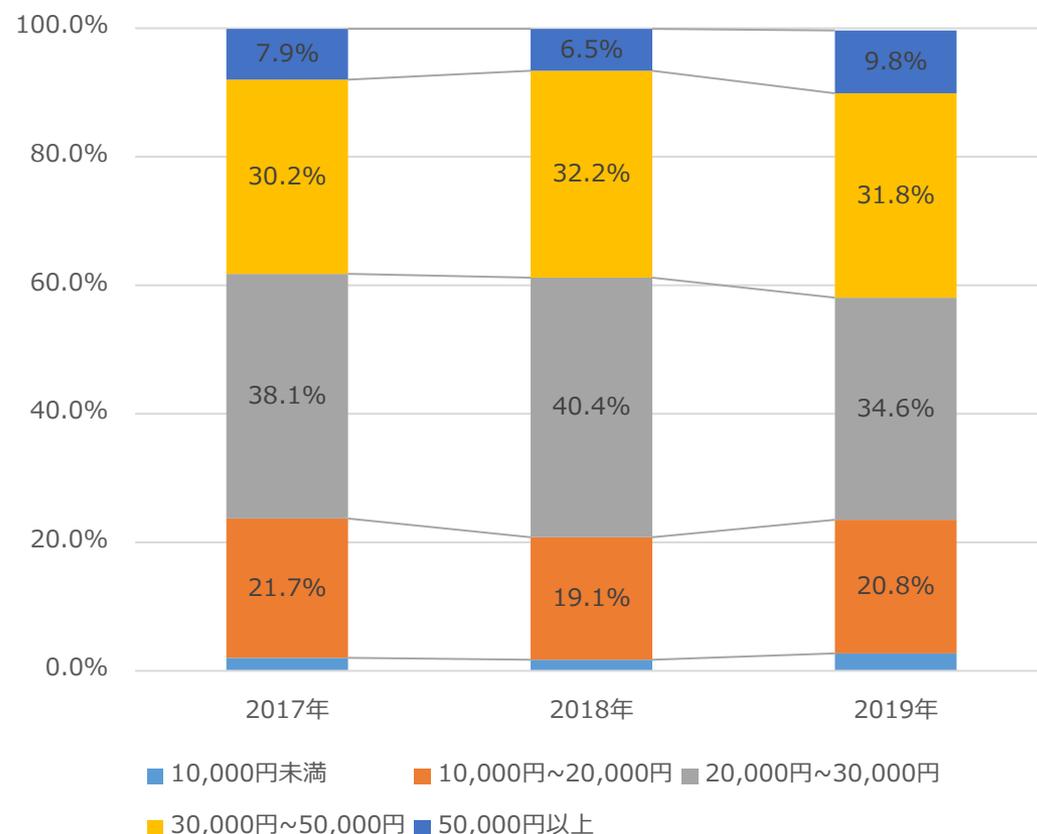
45歳以上のミドル・シニアは、人口で見れば50%超となり、メガネ一式市場に占める45歳以上の割合が約70%。45歳以上の装用比率が高く、遠近や中近等の高単価メガネの使用率が高い為、一式平均単価は30,000円超が41.6%となり前年（2018年）比2.9pt増となる

■ 45歳以上の構成比



出所：「眼鏡DB2020」より当社にて作成

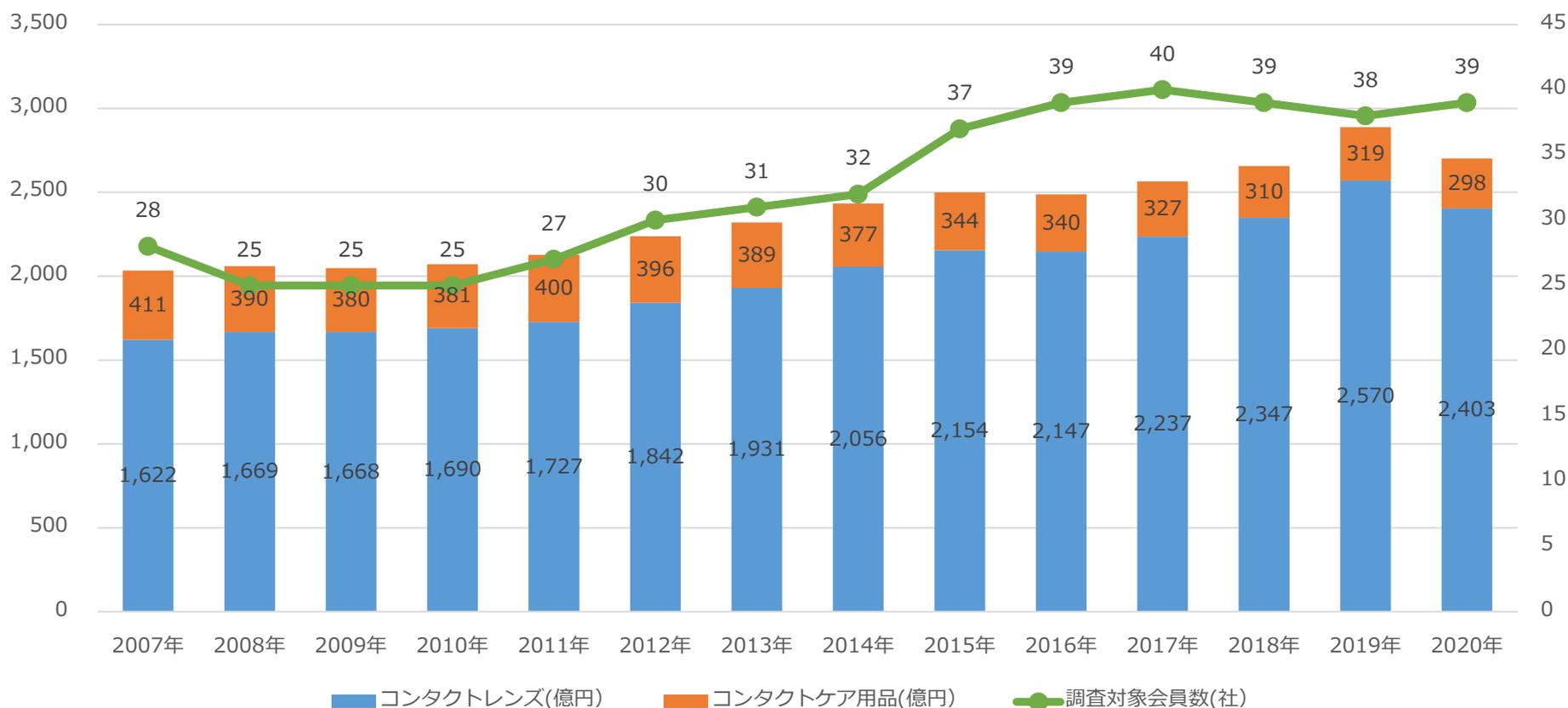
■ メガネ一式平均単価



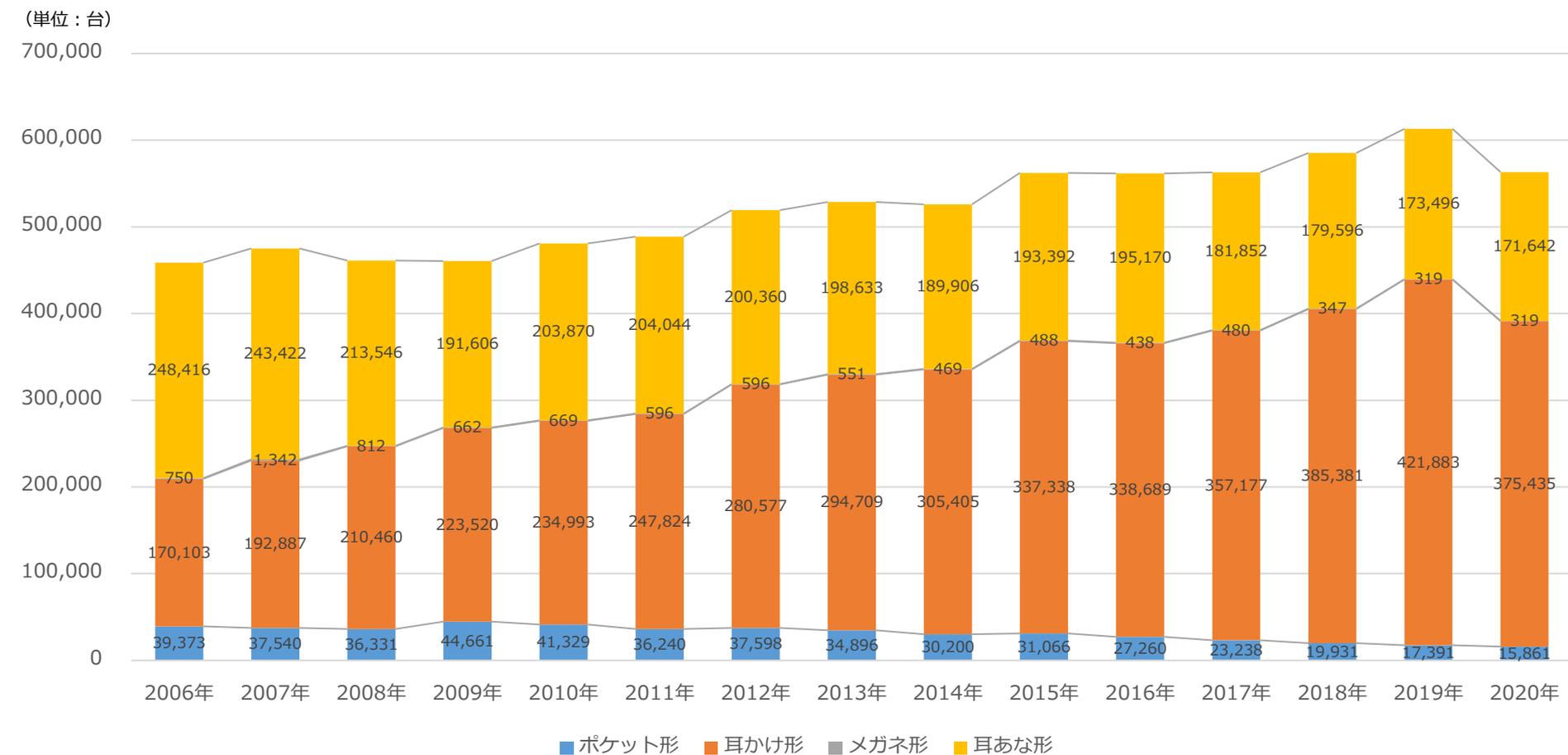
出所：「眼鏡DB2020」より当社にて作成

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



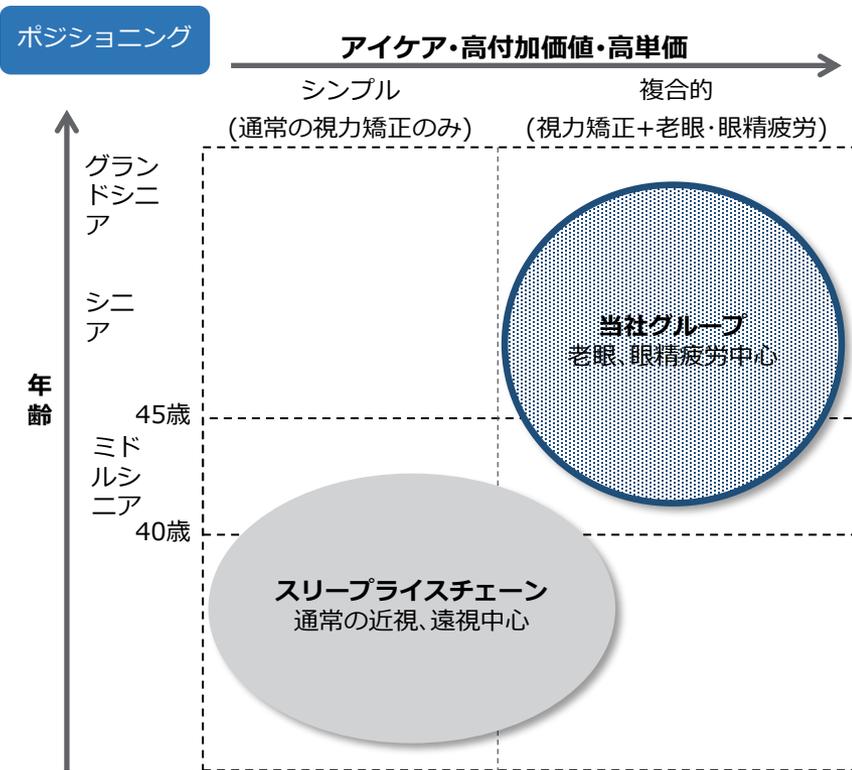
日本国内における補聴器の出荷台数は、2020年は563,257台（前年比91.9%）



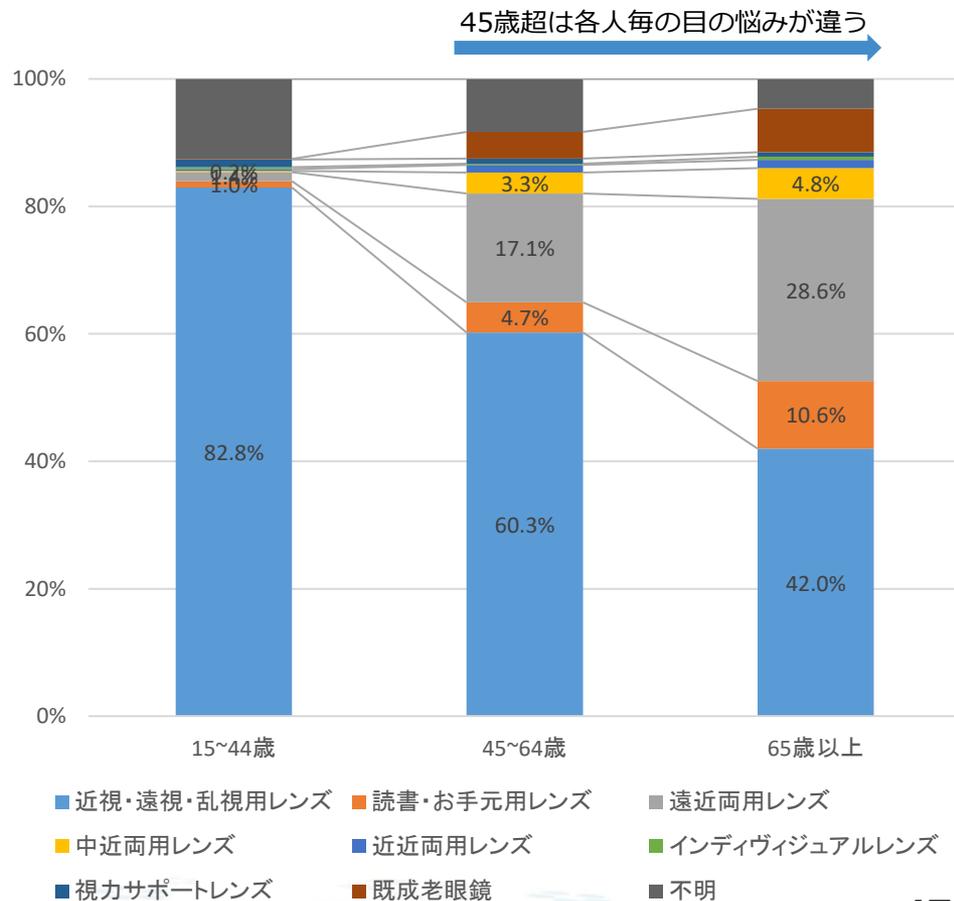
単価向上の背景にあるポジショニング

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



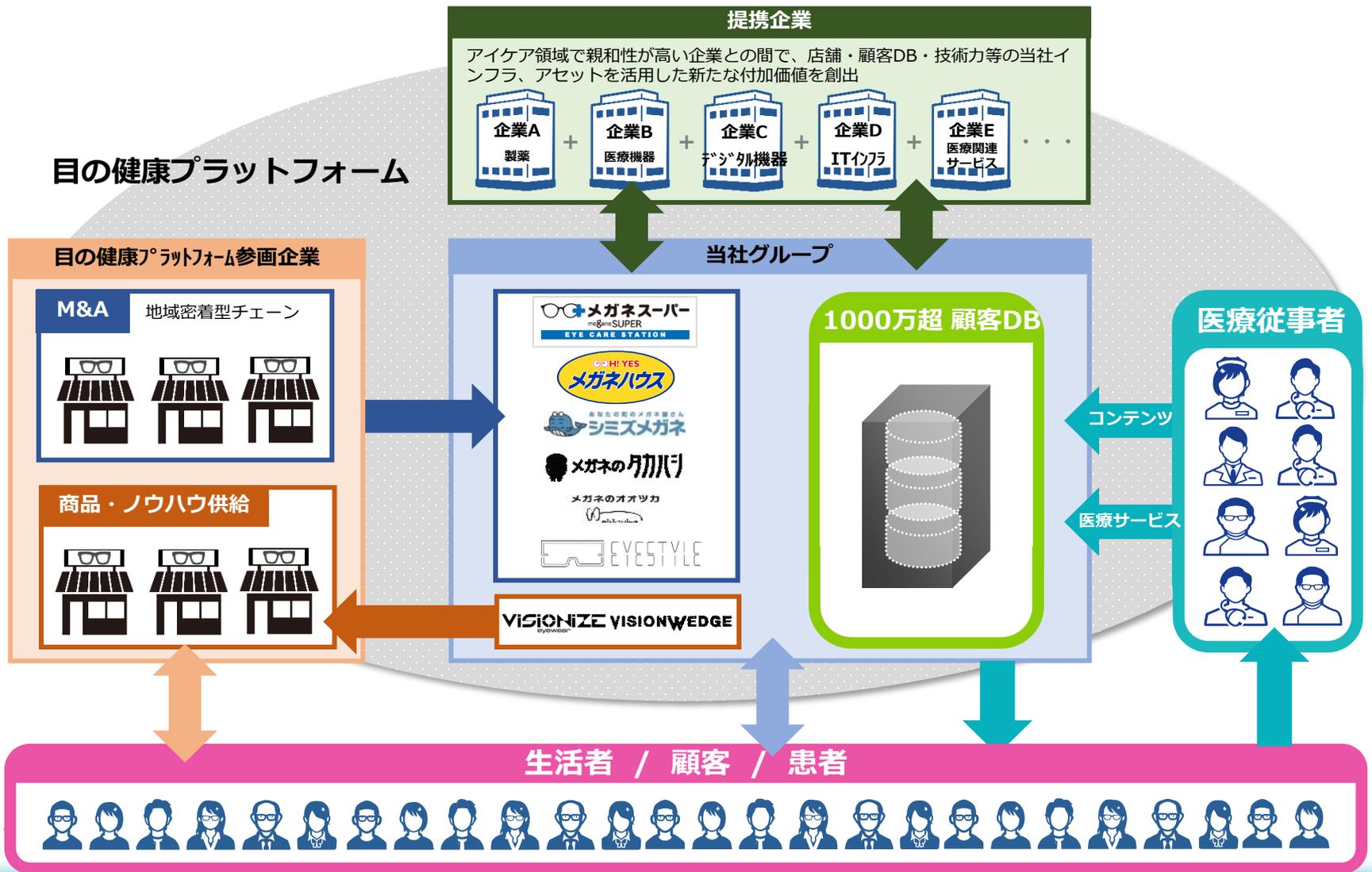
■ 年齢別主に使用するレンズの種類（市場全体）



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

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
- メガネ調整
- フレーム調整
- 耳もと調整



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

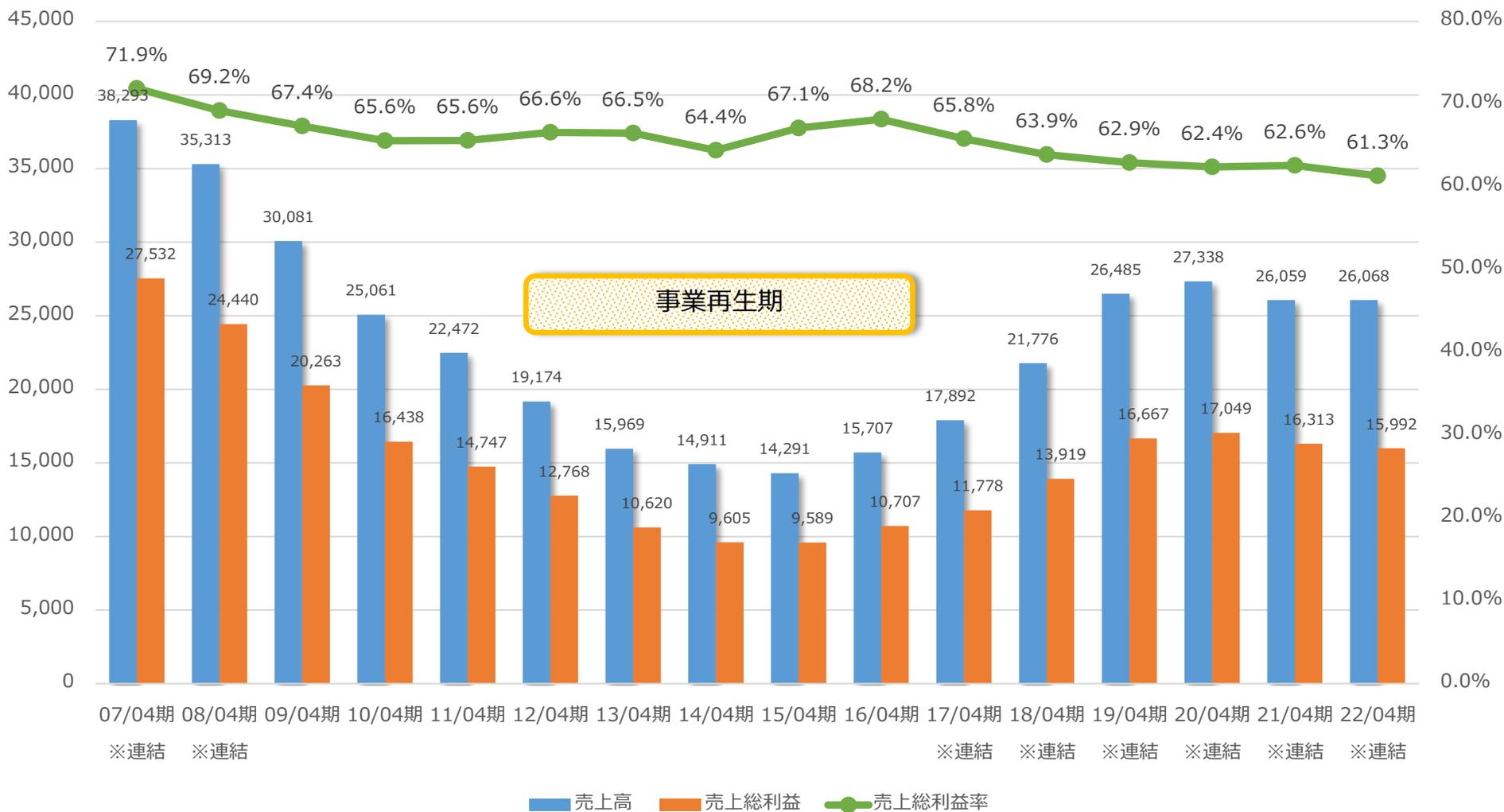
- ・トータルアイ検査の拡充 → 世代別検査メニュー導入
- ・HYPER保証プレミアム
- ・コンタクト定期便
- ・他社購入メガネの調整
- ・サプリ、目薬等の販売等

- ・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

業績推移

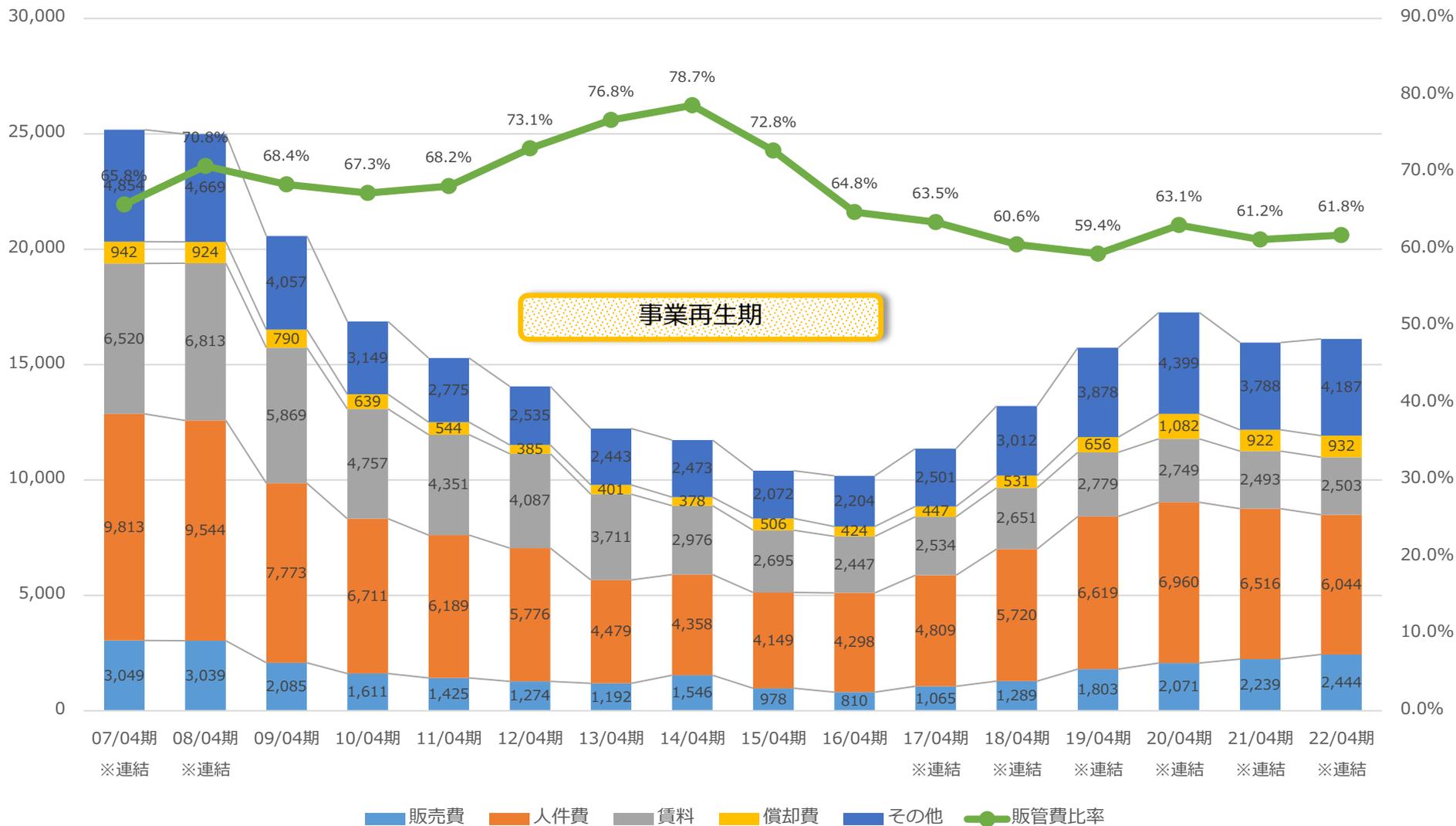
売上高 / 売上総利益 / 売上総利益率

(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

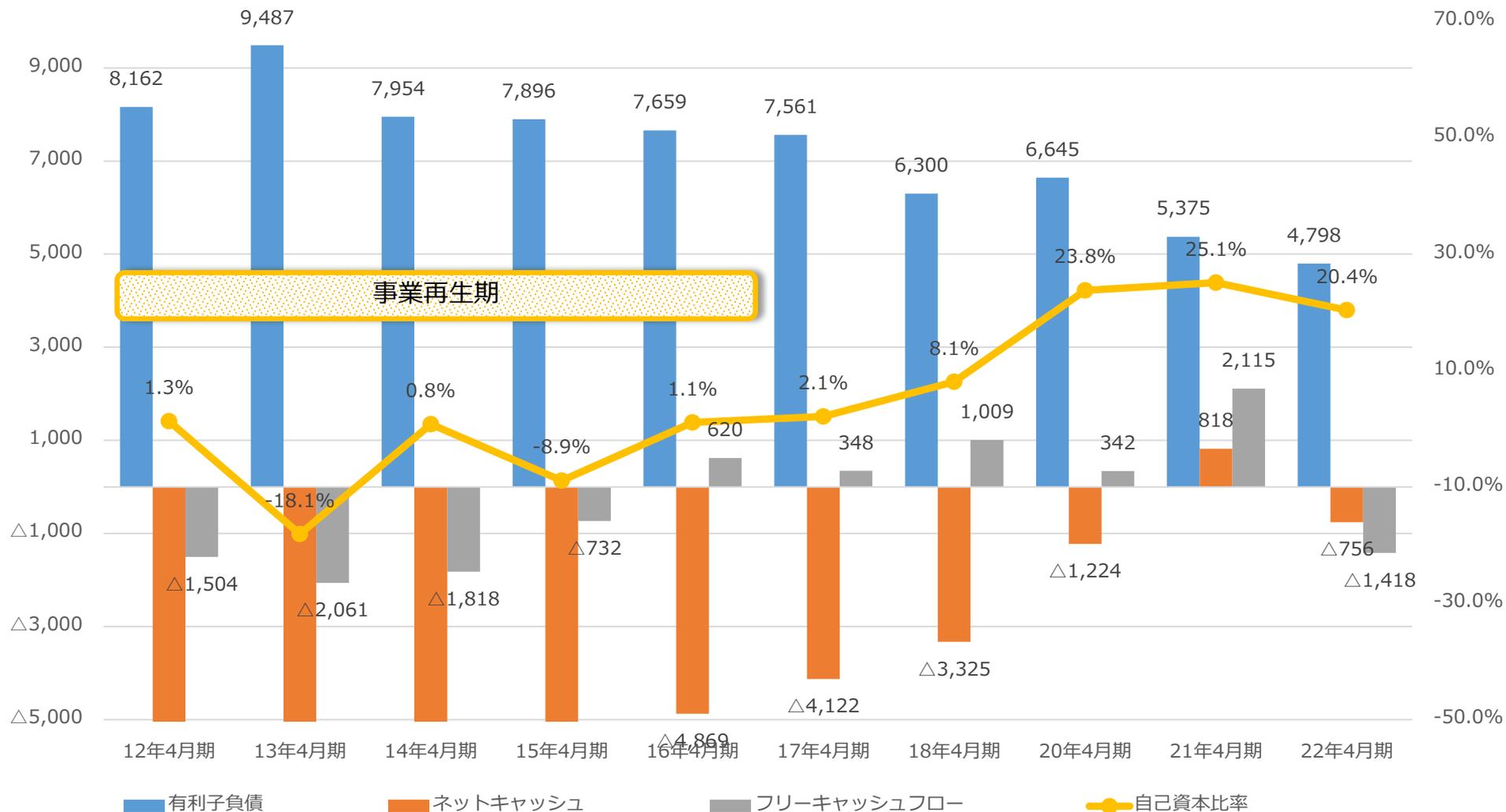
(単位：百万円)



※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費（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

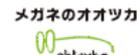
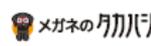


会社概要（2022年10月31日現在）

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	コード：9263 東証スタンダード市場		
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	184,607千円		
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	307店舗		
グループ従業員数	1,550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.