



愛眼株式会社

2019年3月期 経営状況報告

2019年3月期 経営状況の報告

P2: [連結]PLの概要

P5: [単体]PLの概要

P6: [単体]主要なPL科目の推移

P7: [単体]事業部別売上構成の推移

P8: [単体]営業利益変化要因別説明図

P9: [単体]従業員数推移

P10: [単体]四半期別業績推移

P11: [単体]既存店の四半期別販売状況

P12: [単体]品種別売上高の四半期別推移

P13: [連結]BSの概要

P14: [単体]BSの概要

P15: [連結]キャッシュフロー

P16: [連結]設備投資・減価償却費・減損損失

P17: [単体]出退店状況

[連結] PLの概要

連結:減収・減益

単位:百万円

	18年3月期 実績	19年3月期 計画	19年3月期 実績	前期比	計画比
売上高 (売上比)	16,344 (100.0%)	16,942 (100.0%)	16,231 (100.0%)	99.3%	95.8%
売上総利益 (売上比)	11,332 (69.3%)	11,783 (69.6%)	11,202 (69.0%)	98.8% (△0.3%)	95.1% (△0.5%)
販売管理費 (売上比)	11,092 (67.9%)	11,518 (68.0%)	10,977 (67.6%)	99.0% (△0.2%)	95.3% (△0.4%)
営業利益 (売上比)	239 (1.5%)	265 (1.6%)	224 (1.4%)	93.8% (△0.1%)	84.6% (△0.2%)
経常利益 (売上比)	317 (1.9%)	348 (2.1%)	307 (1.9%)	97.0% (△0.0%)	88.2% (△0.2%)
当期純利益 (売上比)	181 (1.1%)	234 (1.4%)	165 (1.0%)	91.1% (△0.1%)	70.3% (△0.4%)

2019年3月期の経営成績

[連結] PLの概要

売上高:16,231百万円(前期比 Δ 0.7%)

売上総利益率:69.0%(前期比 Δ 0.3ポイント)

営業経費:

経費コントロールの徹底に努め、営業経費を前期比115百万円圧縮しました。

特別損失:

保有する固定資産について、54百万円の減損損失を計上

営業利益:224百万円(前期比 Δ 14百万円)

経常利益:307百万円(前期比 Δ 9百万円)

当期純利益:165百万円(前期比 Δ 16百万円)

1. 眼鏡小売事業の営業実績については、既存店売上で前期比で僅かながら上回ったものの、売上高は、競争環境の激化の影響で主に低価格帯商品の販売数の減少等により伸び悩み、売上総利益率は、主に品種別の売上構成比の変化の影響によって0.3ポイント減少しました。
2. 品種別では、サングラスは、販売促進に努めましたが、売上高は、前期比で若干減少しました。一方、補聴器は、お試しレンタルサービスとアフターケアがお客様よりご好評を頂いており、引き続き順調に推移しております。
3. 営業経費は、経費コントロールの徹底に努めたことにより、前期比で1.0%減少しました。この結果、営業利益は、前期比で6.2%減少し、224百万円となりました。

[単体] PLの概要

単体:減収・減益

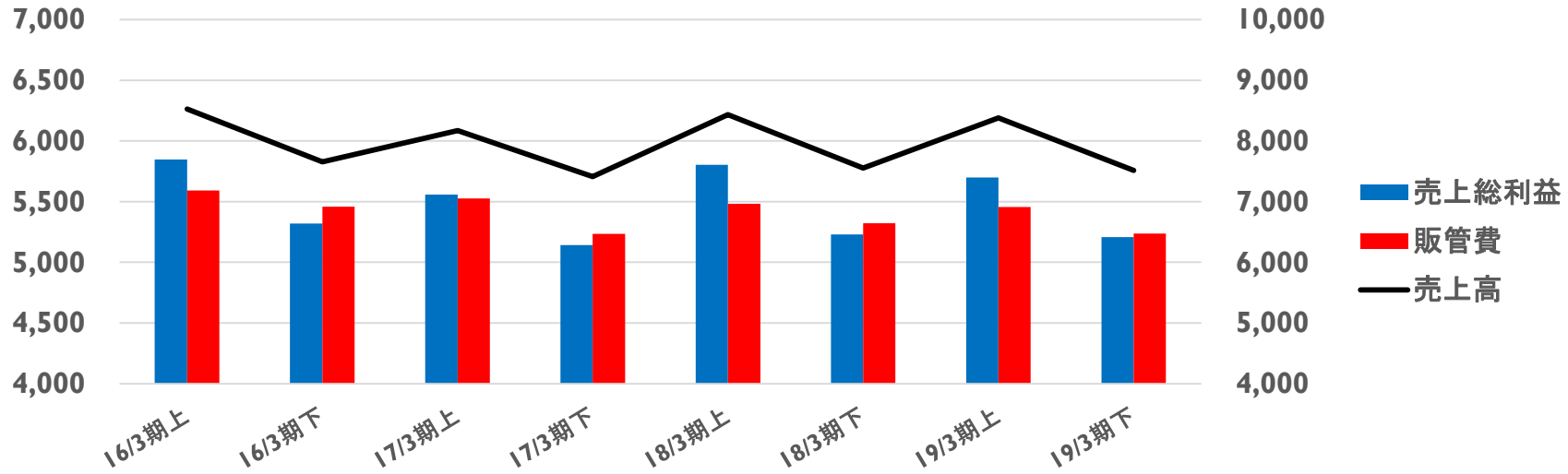
単位:百万円

	18年3月期 実績	19年3月期 計画	19年3月期 実績	前期比	計画比
売上高 (売上比)	15,988 (100.0%)	16,556 (100.0%)	15,891 (100.0%)	99.4%	96.0%
売上総利益 (売上比)	11,032 (69.0%)	11,458 (69.2%)	10,908 (68.6%)	98.9% (△0.4%)	95.2% (△0.6%)
販売管理費 (売上比)	10,806 (67.6%)	11,217 (67.8%)	10,692 (67.3%)	98.9% (△0.3%)	95.3% (△0.5%)
営業利益 (売上比)	226 (1.4%)	241 (1.5%)	216 (1.4%)	95.6% (△0.1%)	89.7% (△0.1%)
経常利益 (売上比)	310 (1.9%)	330 (2.0%)	305 (1.9%)	98.2% (△0.0%)	92.2% (△0.1%)
当期純利益 (売上比)	160 (1.0%)	220 (1.3%)	165 (1.0%)	102.8% (+0.0%)	74.9% (△0.3%)

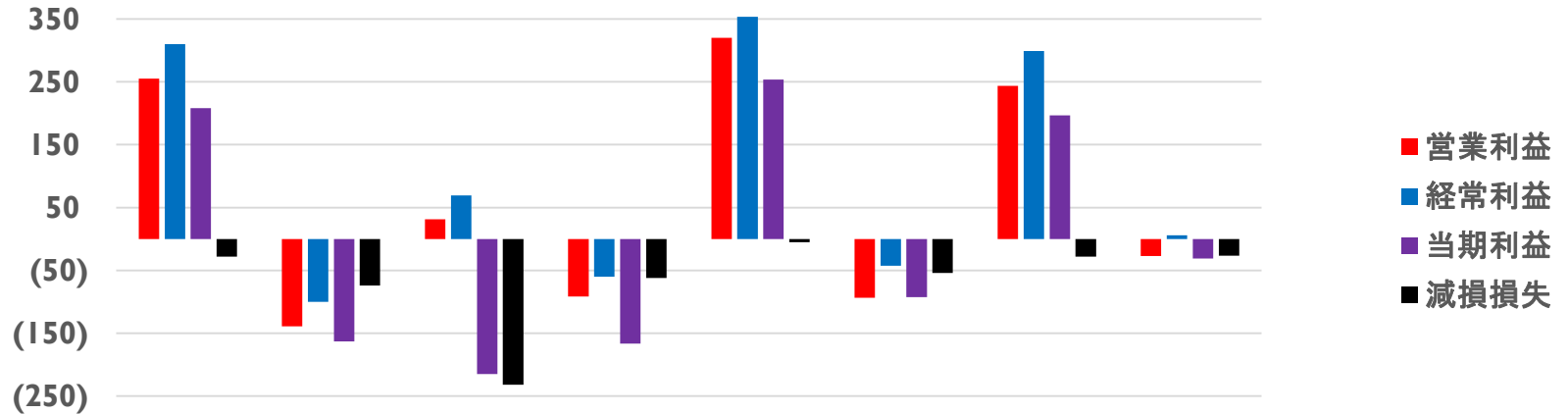
[単体] 主要なPL科目の推移

単位:百万円

売上総利益/販管費

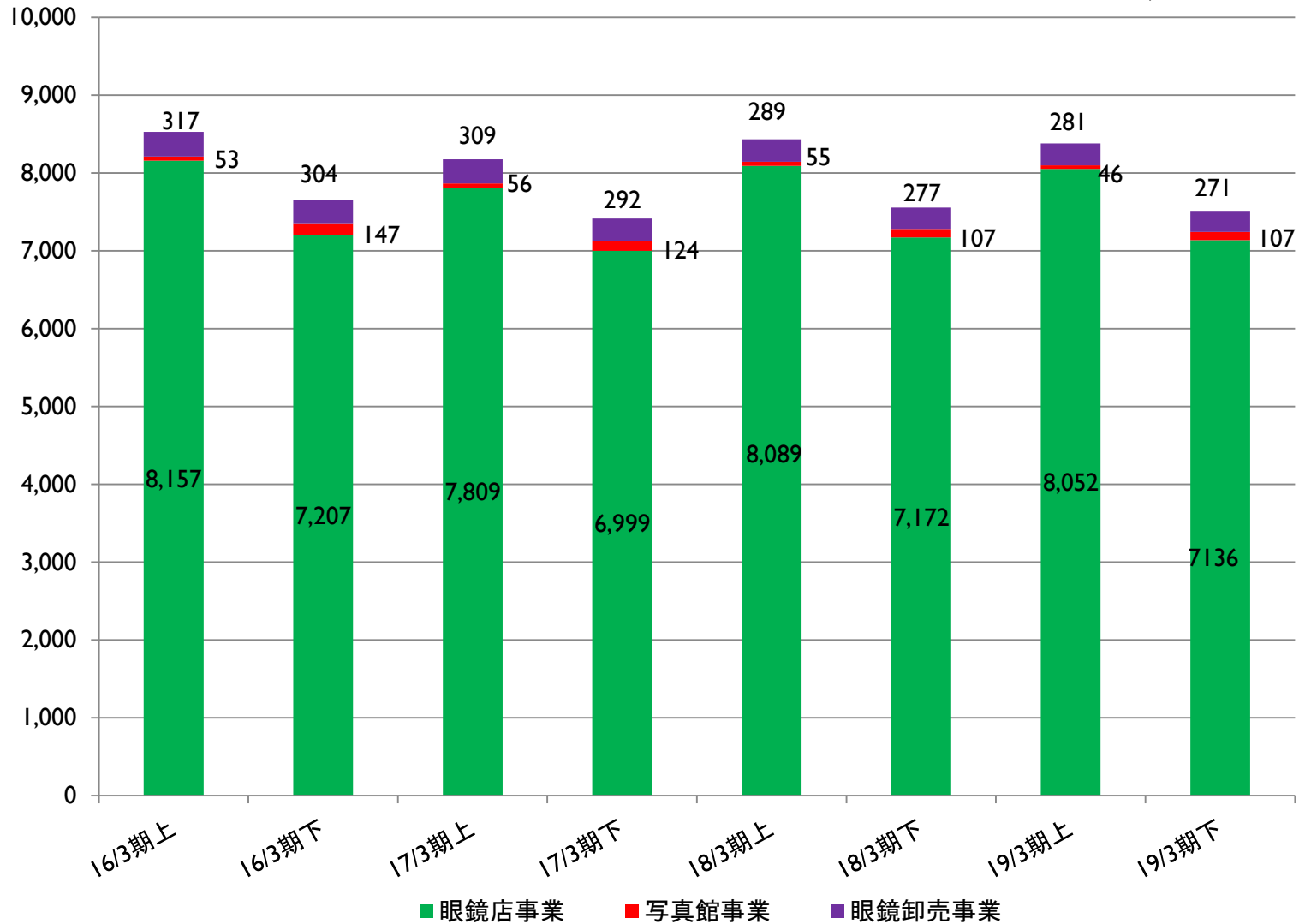


利益額



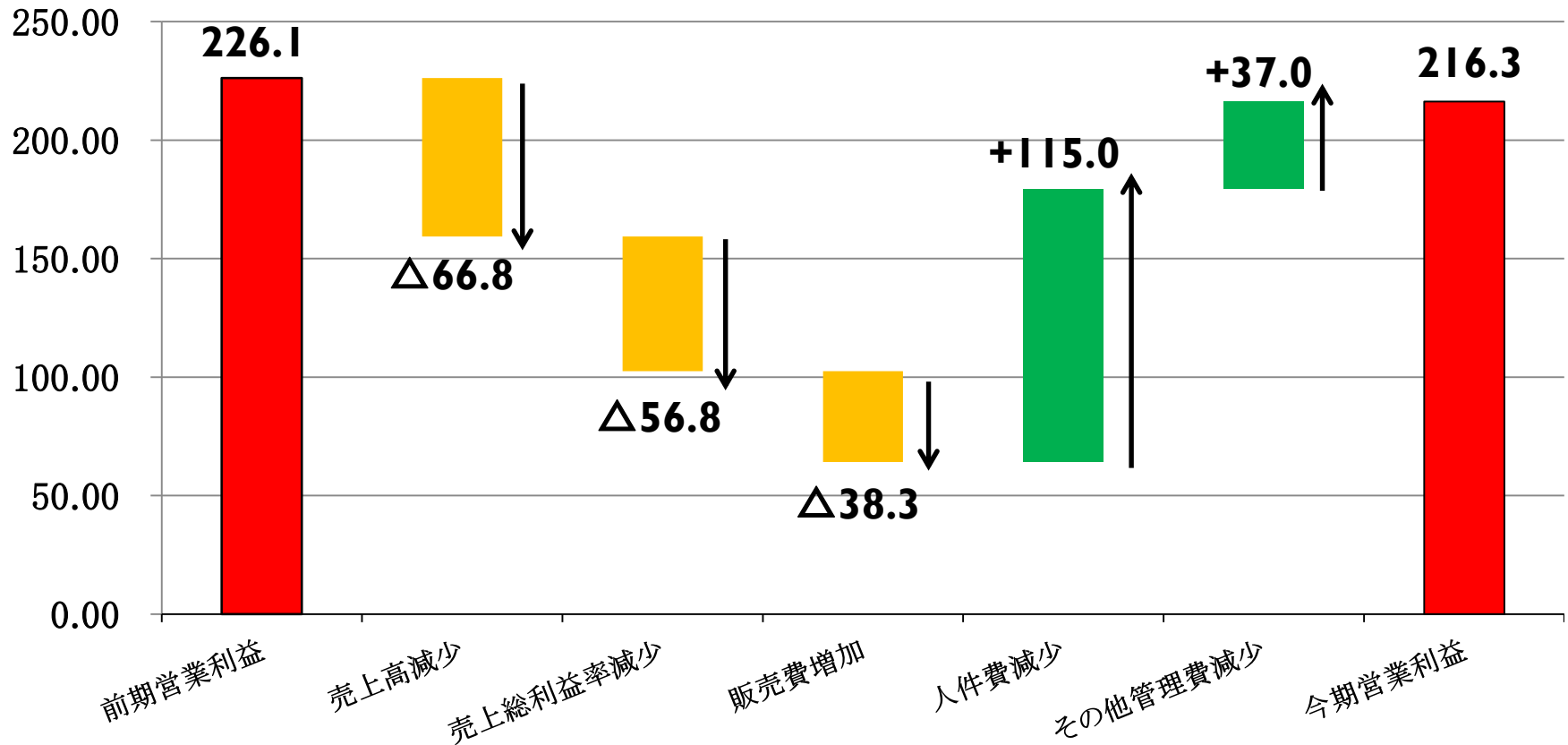
[単体] 事業部別売上構成の推移

単位: 百万円



[単体] 営業利益の変化要因別説明図

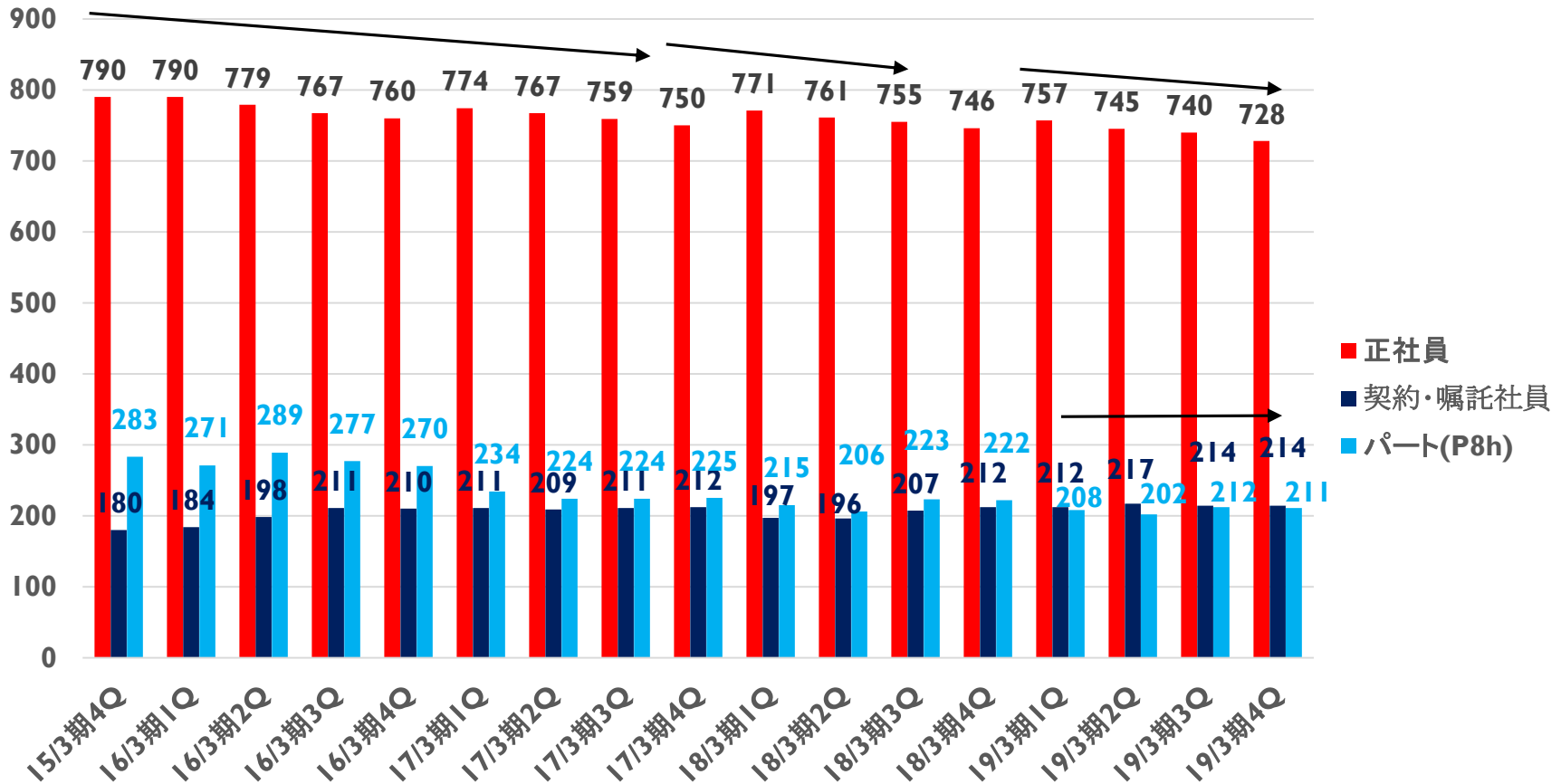
単位:百万円



◎売上高が0.6%減少し、売上総利益率も0.3ポイント減少しましたが、経費コントロールに努めた結果、営業利益は、前期比で△9百万円減少に留まり、216百万円となりました。

[単体] 従業員数推移

(各四半期末の数値)

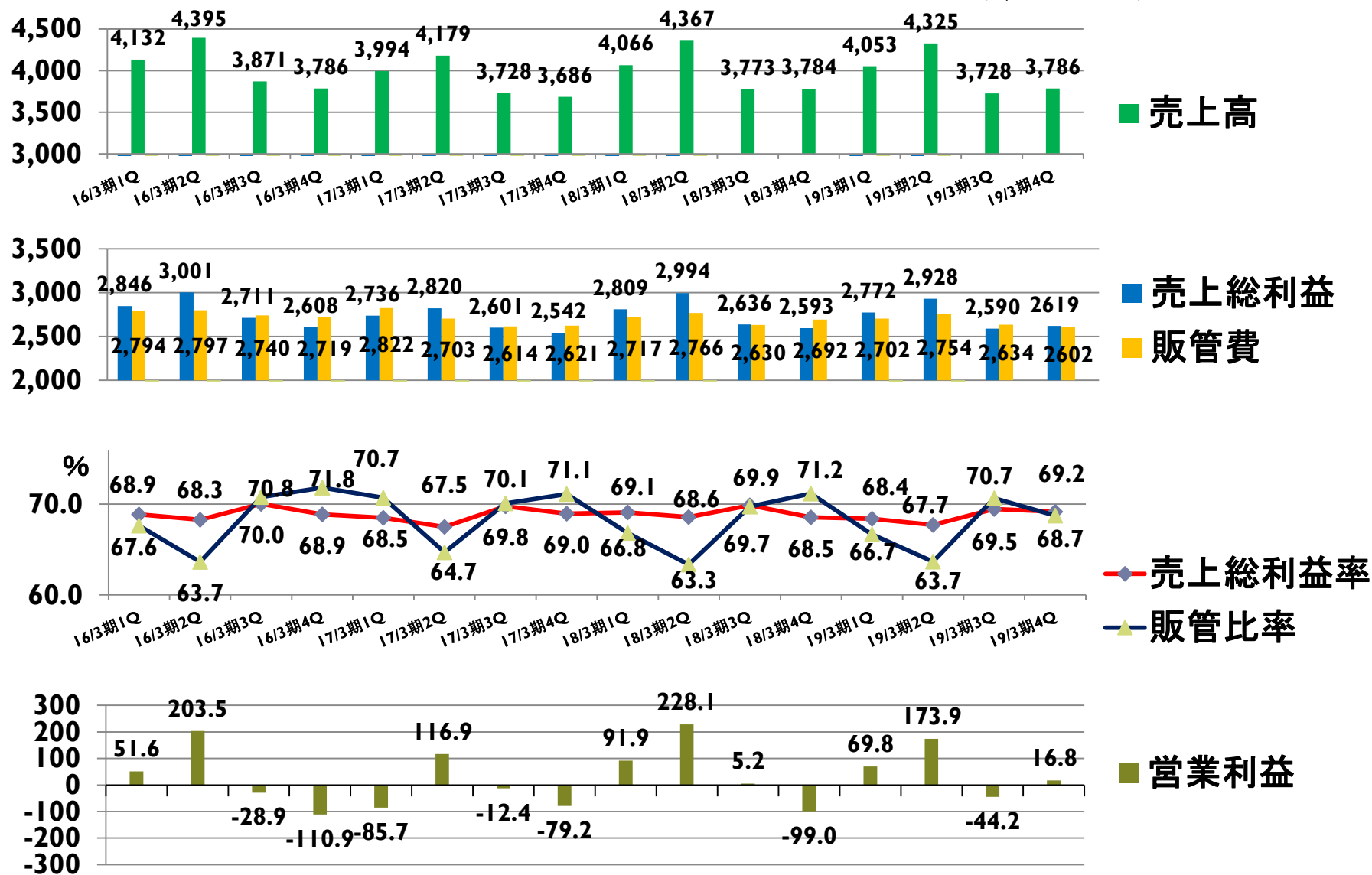


◎新卒正社員12名採用

◎パートと契約・嘱託社員の人員数は年間通じて概ね変動なし

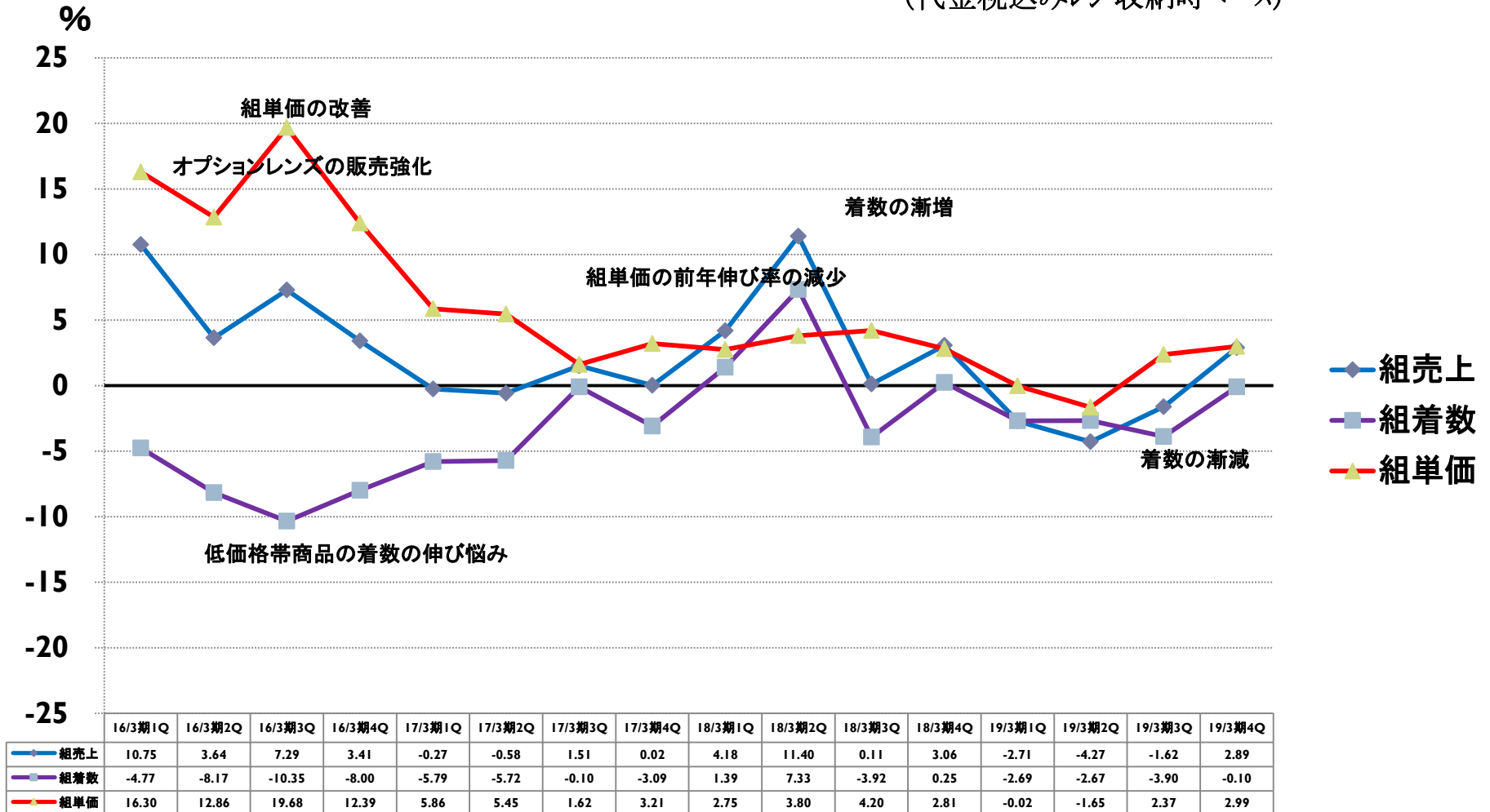
[単体] 四半期別業績推移

単位: 百万円、%



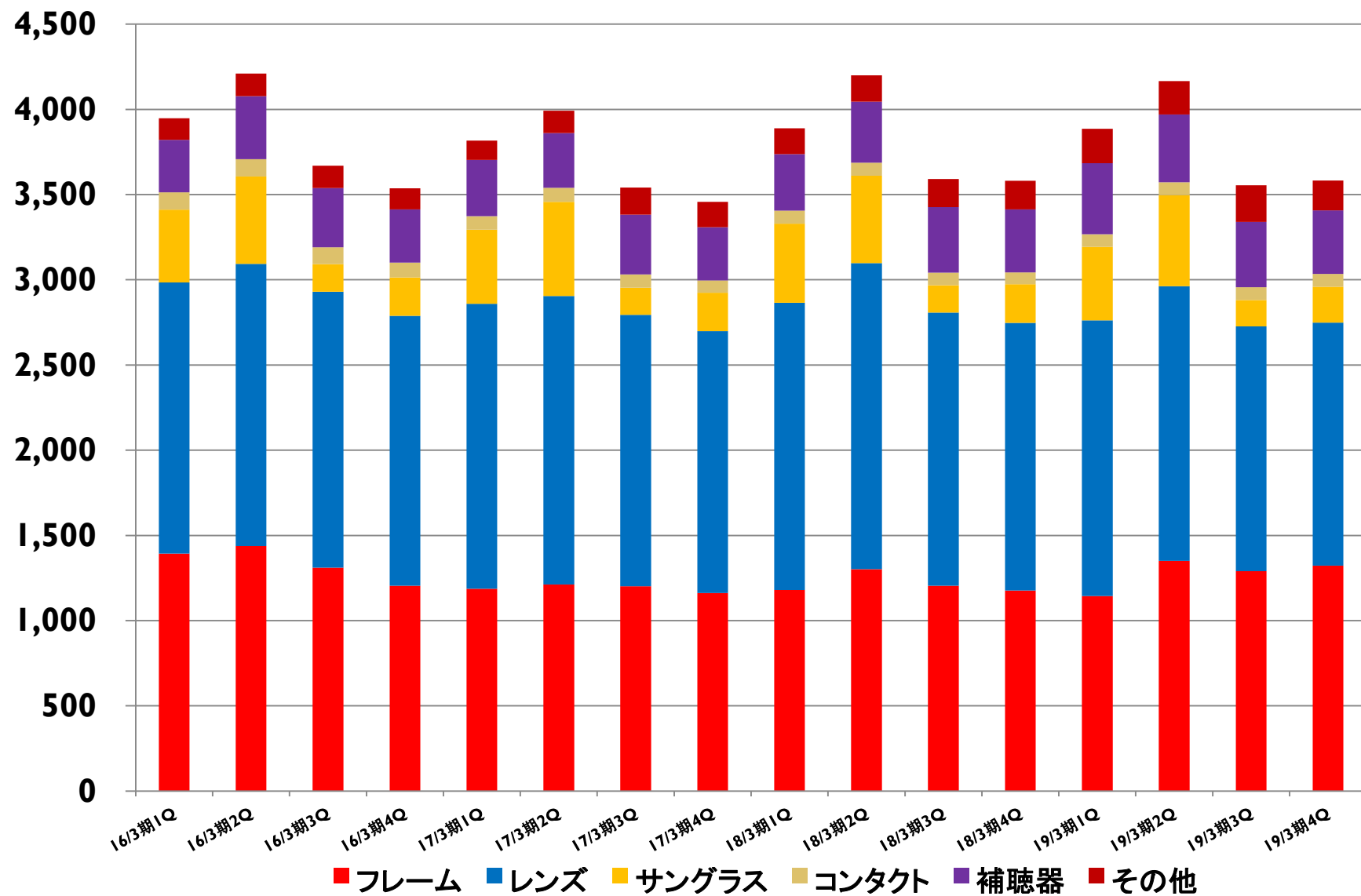
[単体] 既存店の四半期別販売状況 (前年比)

(代金税込みレジ収納時ベース)



[単体] 品種別売上高の四半期別推移

単位: 百万円





[連結] BSの概要

単位:百万円

	18年3月期 実績		19年3月期 実績		比較増減額
		構成比		構成比	
流動資産	8,636	51.3%	8,691	52.1%	+55
現・預金	5,014	29.8%	5,414	32.4%	+399
受取手形・売掛金	937	5.6%	970	5.8%	+33
商品	2,177	12.9%	2,078	12.5%	△98
固定資産	8,213	48.7%	7,994	47.9%	△218
投資有価証券	1,050	6.2%	932	5.6%	△117
敷金・保証金	3,400	20.2%	3,289	19.7%	△110
資産合計	16,849	100%	16,686	100%	△162
流動負債	1,999	11.9%	1,909	11.4%	△89
固定負債	678	4.0%	553	3.3%	△124
負債合計	2,677	15.9%	2,463	14.8%	△214
純資産合計	14,171	84.1%	14,223	85.2%	+51
負債・純資産合計	16,849	100%	16,686	100%	△162



[単体] BSの概要

単位:百万円

	18年3月期 実績		19年3月期 実績		比較増減額
		構成比		構成比	
流動資産	8,327	49.9%	8,402	50.8%	+74
現・預金	4,798	28.7%	5,207	31.5%	+409
受取手形・売掛金	925	5.5%	957	5.8%	+32
商品	2,108	12.6%	2,015	12.2%	△93
固定資産	8,372	50.1%	8,149	49.2%	△223
投資有価証券	1,241	7.4%	1,124	6.8%	△117
敷金・保証金	3,305	19.8%	3,193	19.3%	△111
資産合計	16,700	100%	16,551	100%	△148
流動負債	1,937	11.6%	1,855	11.2%	△82
固定負債	659	3.9%	536	3.2%	△123
負債合計	2,597	15.6%	2,391	14.5%	△205
純資産合計	14,102	84.4%	14,159	85.5%	+57
負債・純資産合計	16,700	100%	16,551	100%	△148

[連結] キャッシュフロー

単位:百万円

	18年3月期	19年3月期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	593	391	△202
投資活動によるキャッシュ・フロー	△142	199	+341
財務活動によるキャッシュ・フロー	△346	△176	+169
現金及び現金同等物の期末残高	2,249	2,662	+413

[キャッシュフローの状況]

営業活動

税前当期純利益+255百万円、減価償却費+175百万円、売上債権の増加△33百万円、棚卸資産の減少+105百万円、仕入債務の増加+103百万円、減損損失+54百万円、法人税等の支払△167百万円など

投資活動

改装・機械設備などによる有形固定資産の取得△182百万円、投資有価証券売却及び償還+356百万円など

財務活動

リース債務の返済△118百万円、配当金の支払△57百万円など

[連結] 設備投資・減価償却費・減損損失

単位:百万円

	18年3月期	19年3月期	増減額
設 備 投 資 額	250	246	△3
シ ス テ ム 投 資	—	3	+3
減 価 償 却 費	163	175	+12
減 損 損 失	59	54	△5

注1)設備投資額は、有形固定資産・繰延資産(長期前払費用)・建設仮勘定増減とし、敷金及び保証金、無形固定資産のリース資産、ソフトウェアは含まず。

注2)減価償却費は、キャッシュ・フロー計算書上の減価償却費

[単体] 出退店状況 (眼鏡小売事業)

		58期					59期								
		期首	出店	退店	期末		出店	退店	上期		出店	退店	下期		年間増減
						増減				増減				増減	
眼鏡小売	インショップ°	144	5	6	143	△1		2	141	△2		1	140	△1	△3
	路面店	96		3	93	△3			93			3	90	△3	△3
東部	インショップ°	49	2	3	48	△1		1	47	△1		1	46	△1	△2
	路面店	9			9				9				9		
中部	インショップ°	15	2		17	2			17				17		
	路面店	31		2	29	△2			29				29		
関西	インショップ°	73		2	71	△2		1	70	△1			70		△1
	路面店	50			50				50			3	47	△3	△3
四国 中国 九州	インショップ°	7	1	1	7				7				7		
	路面店	6		1	5	△1			5				5		

店舗:国内で6店舗を閉鎖、15店舗で改装を実施

営業戦略について

P19:2019年3月期(59期)の基本方針

P24:商品政策

P34:販売促進政策

P39:補聴器販売

P41:眼鏡卸売事業

P42:写真館事業

P43:海外眼鏡販売事業

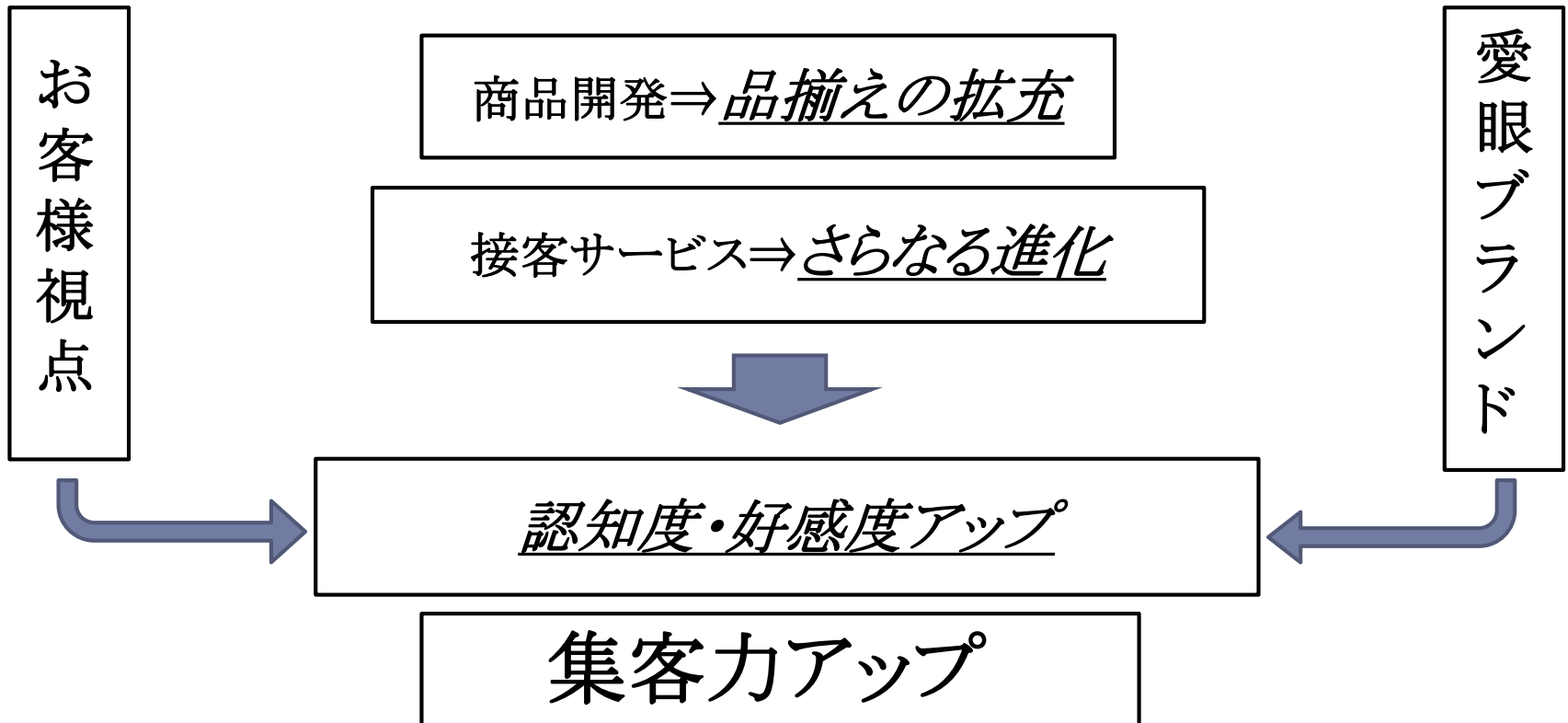
P44:店舗政策

P46:2020年3月期(60期)の基本方針

P50:2020年3月期(60期)の連結業績予想

2019年3月期(59期)の基本方針

成長軌道の一段高いステージにステップアップ



愛眼ブランドの進化

1. 競争力を強化するため、お客様に支持・信頼される店づくりとブランド価値の洗練化を図ることで、成長軌道の一段高いステージへのステップアップと企業価値の向上に取り組みました。
2. 「目の健康」をテーマとして、幅広い年齢層の多岐にわたるニーズに対応した快適で機能的な高付加価値商品を開発することで、品質・価格の両面で競争力があり、お客様満足度の向上に繋がるお買い得商品の品揃えの拡充とマーチャンダイジングによる販売促進を進めてまいりました。

アイスタイリング サービス

お客様の嗜好、ライフスタイルに合った最適な商品の提案を目指す「アイスタイリング・サービス」を主軸にして、愛眼ブランドの強化に取り組んでいます。



アイスタイリング サービス

◆おもてなし部

お客様に自信をもってアピールできる人材育成を目指し、専門スタッフが質の高い視力補正と接客を教育しています。

◆愛眼マイスター

会社全体で技術力・知識力・接客力の向上をはかるため、独自の社内検定を実施しています。



メガネの「プロ」として、メガネの専門店として、最適な商品・サービスを提供

フレーム・レンズ一体価格

スマートプライス

- ・明瞭で安心な価格表示
- ・お買い得な価格設定

SMART
スマート・プライス
PRICE

超薄型レンズ付。
遠近両用もOK!

『最も薄い』非球面プラスチックレンズでも

『超薄型内面累進遠近両用レンズ』でも

追加料金は不要です。※一部商品・セットコーナーは除きます。レンズカラーなどのオプションは別料金になります。

スマートプライス

■追加料金なしで選べるレンズ

単焦点プラスチックレンズ

UVカット／無色／汚れ防止・撥水コート／マルチコート

遠近両用プラスチックレンズ

UVカット／無色／汚れ防止・撥水コート／マルチコート

中近・近近 プラスチックレンズ

UVカット／無色／汚れ防止・撥水コート／マルチコート

単焦点 ガラスレンズ

無色／マルチコート

オプション(二例)

■スポーツオプション

偏光レンズ

AG Polar Sun Lens

UVカット／偏光度99％／裏面マルチ
【屈折率】1.60SP



税込
+10,800円

■特別仕様オプション

両面非球面

レンズのすみずみまで歪みやボヤケが少なく、快適でクリアな視界。

UVカット／無色／汚れ防止・撥水コート／マルチコート
【屈折率】1.60WAS／1.67WAS／1.76WAS



税込
+10,800円

有害光線対策のアイガンUV420提案

■ レンズオプション

紫外線（UV）やブルーライトに加え、眼病の原因とされる高エネルギー可視光線(HEV)をカットする「アイガンUV420」と、老化につながると話題の近赤外線(NIR)をカットする機能をさらに加えた「アイガンUV420+美肌」を提案。



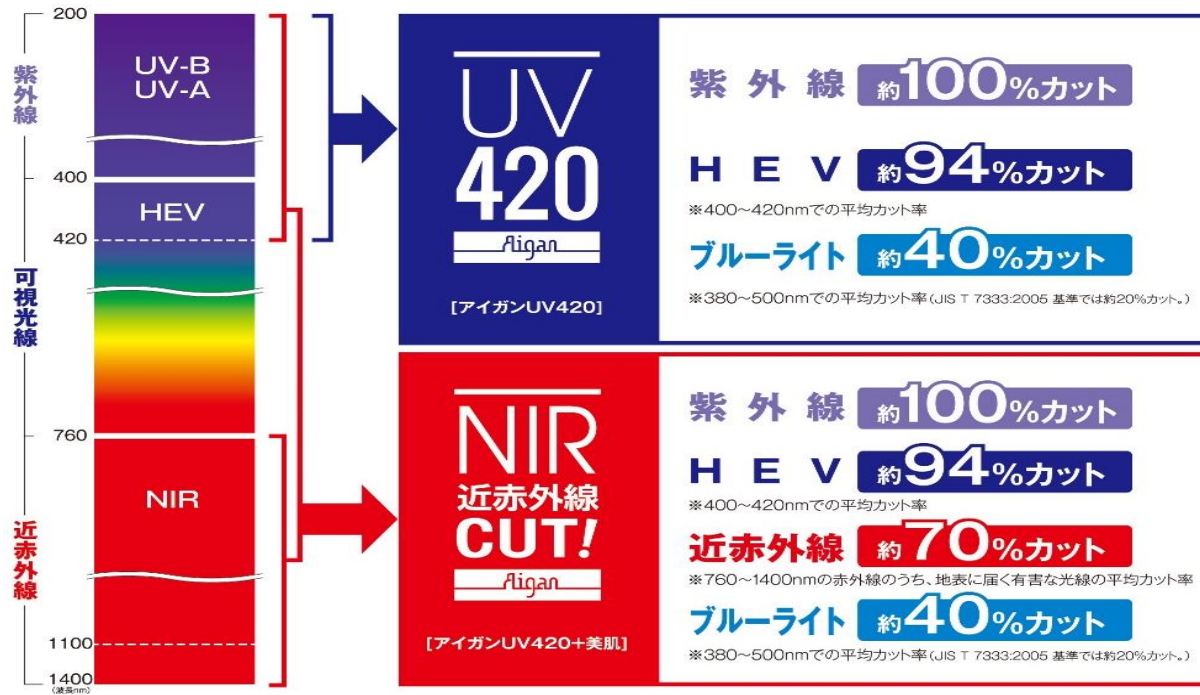
UV
420
Aigan

眼は、
ハダカだ。

アイガンUV420を選ぼう。
有害光線まとめてカット

紫外線 100%	ブルーライト 約40% ^{a1}
近赤外線 約50%～約70% ^{a2}	HEV 約94% ^{a3}

※a1: 2019年10月現在、アイガンUV420のブルーライトカット率は約40%です。a2: 2019年10月現在、アイガンUV420の近赤外線カット率は約50%～約70%です。a3: 2019年10月現在、アイガンUV420の高エネルギー可視光線(HEV)カット率は約94%です。



アイガンUV420もコミコミで

UV 420
Aigan
[アイガンUV420+美肌]

NIR 近赤外線 CUT!
Aigan

美肌
コート

UV420
カット

ブルーライトカット

キズに強い

汚れに強い

オプション価格
(2枚1組)
無色のレンズ

税込
+ ¥7,560

※東海光学 プラスチックレンズ(屈折率1.60/1.67対応)

※[アイガンUV420+美肌]は、レンズのオーダー時にオプションとして【加工】することができます。
※すでにメガネに付いているレンズや、加工済みのレンズに加工することはできません。

人気商品のバージョンアップ拡大①

「デザイン・素材・設計をバージョンアップし他社との差別化を実現」

メンズフレーム:ABX(エービーエックス)



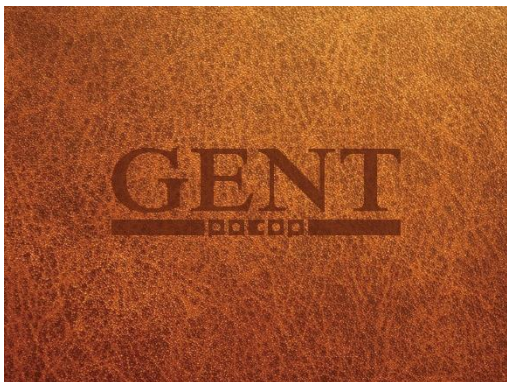
支持されているデザインや掛心地に「跳ね上げ」機構を加えて近視老眼対策の提案。



人気商品のバージョンアップ拡大②

「デザイン・素材・設計をバージョンアップし他社との差別化を実現」

メンズフレーム:POCOP-GENT-(ポコブ ジェント)



快適シリーズにさらなる機能性と質感をプラスした「大人の高級POCOP」を投入。



愛眼オリジナル設計①

愛眼ならではの提案を盛り込んだオリジナル設計

スポーツグラス:WIND RUNNER (ウインドランナー)



ロードスポーツやゴルフでの使用を念頭においた愛眼オリジナルスポーツグラス。



愛眼オリジナル設計②

愛眼ならではの提案を盛り込んだオリジナル設計

遠近両用レンズ:スタイルレンズLITE(スタイルレンズ ライト)

慣れやすい

ビギナータイプ

遠近両用レンズ

選べるスタイルレンズ

ライト

for 45

40代からの

遠近両用
初心者の方

こんな悩み
ありませんか?

目の疲れを
感じていたが、
いよいよ
小さい文字が
見えづらくなってきた



SMART PRICE ¥0

慣れやすい

ビギナータイプ

遠近両用レンズ

選べるスタイルレンズ

ライト

人間
ERGONOMICS
工学

『視線移動がラク』（＝短い累進帯長＝ユレゆがみが多い）と
『ユレゆがみが少ない』（＝視線移動が面倒＝アゴが上がる）の
矛盾するレンズ設計の両立。

自然な下方視 20° = 累進帯長 9mm

自然な下方視 20° = 累進帯長 9mm

※眼球運動の最適範囲(垂直面)・・・20°

内面累進＋内面非球面設計

一般的な累進帯長の場合
近くを見るためには、
長めの視線移動が必要

LITE(累進帯長9mm)の場合
近くを見るための
視線移動が短く、自然でラク

SMART PRICE ¥0

40代の初期老眼の遠近両用メガネを快適にすることを重視した「専用設計」

愛眼オリジナル企画

愛眼ならではの提案を盛り込んだオリジナル企画

メガネセット:寝落ち安心「ねころりん」



居眠りでメガネを壊してしまう方が多いというデータから対策メガネを企画。

レンズメーカーとのコラボ商品

夜間対応のサングラス提案

レンズ & サングラス: with Drive2(ウィズドライブ2)



防眩効果を発揮する現象として、
「光源によりレンズ色調が変化」して見えます。



白色系のライト



夕方(屋外)



暖色系のライト

ディスチャージ(キセノン)ライト等から多く発せられる光のうち、
散乱しやすい短波長域をカットする従来の防眩効果の機能に加えて、
中間波長の一部をカットすることで刺激のある光をより優しい光にする機能があります。
中間波長域の一部をカットする機能がある為、赤っぽい色に見える場合があります。

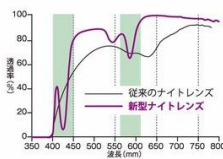
夜間運転・夜釣りなども快適にする夜間対応サングラスレンズ

コントラストアップ効果のある
『夜間運転可能』な特殊カラーレンズ

NEW VERSION→ 可視光線透過率=84.7% 紫外線カット率=99.9% ブルーライトカット率=平均 50.4% (JIS [T733_2005] 基準=39.3%)



■分光透過率曲線



■効果

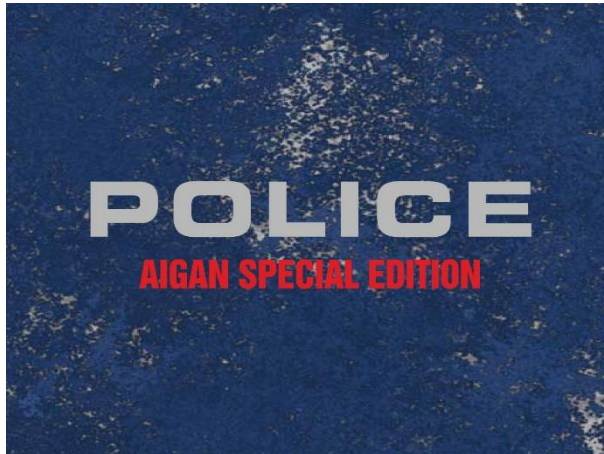
- 夜間
 - 対向車のヘッドライトや常夜灯の光の拡散を軽減し、刺すような眩しさを感じなくなります。
 - 「夜釣り」や「ナイトラン」などのナイトスポーツに。
- 昼間・夜間共通
 - 短波長カットの効果でチラツキが抑えられ、メリハリのあつクリアな視界となります。
 - カーナビやモバイルの青色光線をカットします。



ブランドとのコラボ商品

ブランドフレームに愛眼別注バージョン

ブランド:POLICE(ポリス)



POLICE
AIGAN SPECIAL EDITION

歴代人気モデルを今求められる「サイズ」「掛け心地」で別注



POLICE
AIGAN SPECIAL EDITION



POLICE
AIGAN SPECIAL EDITION

サングラスの販売の強化

■プライベートブランドサングラスの充実

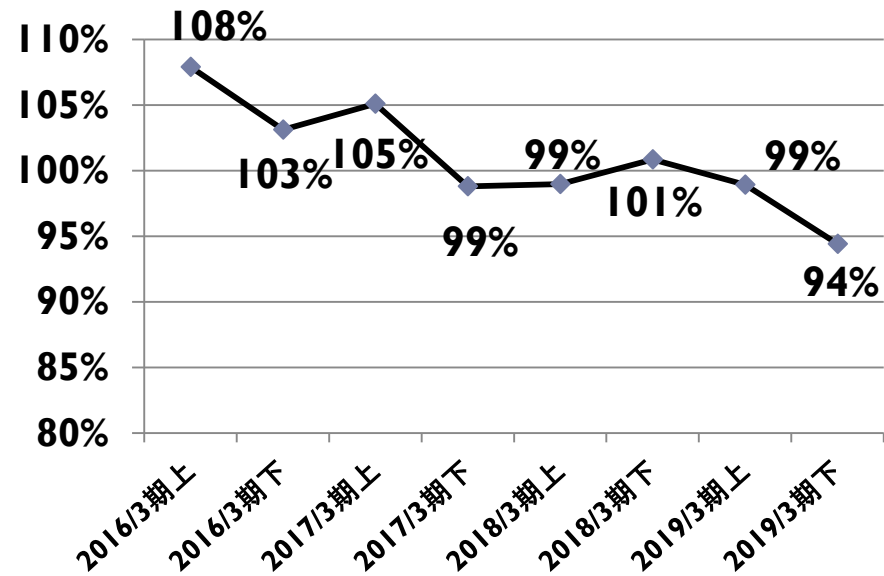
新発想! スキンケアできるサングラス。
UV420 & NIR CUT SUNGLASSES

HEVは「目の老化」に影響すると言われています。
UVカット+HEVカットサングラス
UVカットに加えてHEVも約94%カット!

愛眼のハイパフォーマンス偏光!
STORM RIDER
Produced by Aigan Co., Ltd.

愛眼が作ったスポーツグラス。
WIND RUNNER
Produced by Aigan Co., Ltd.

サングラス実績の前年同期比推移



■サングラスの売上高は前年同期比で若干減少

2019年3月期 販売促進政策

TVCM・ラジオCM

アイガンUV420シリーズの告知CM、セール期の集客のためのCM、補聴器レンタル勧奨CMを展開。(同内容でラジオCMも展開)

アイガンUV420CM(新ビジュアル展開)



歳末セールCM



アイガン補聴器レンタルCM



プレミアムセールCM



イベント企画

LOVE EYES WEEK 開催

目の愛護デー(10月10日)に合わせて全店にて、視力チェックを促す活動を展開。写真はイオンモール四條畷店の「LOVE EYES WEEK」の模様。定期的な視力チェックの啓蒙活動を行いました。



聞こえの相談会 開催

耳の日・敬老の日・補聴器の日に合わせて、全店にて、聞こえについて知っていただく活動を展開。

写真は愛知県豊田市郵便局「聞こえの相談会」の模様。補聴器の啓蒙活動を行いました。



花粉対策のコラボイベント

YMCA様、資生堂様と共同セミナー『ガードグラス』のPRイベントを開催。

写真は花粉対策のセミナーの模様。セミナーでは、目と花粉についてのセミナーを実施し、ガードグラスの啓蒙活動を行いました。



秋・冬企画

◆下半期には、9月の決算セール、12月の歳末セール、お正月セール、3月の決算セールと、各テーマに合わせたセールを実施することで集客に務めました。

UV420新ビジュアル展開



歳末セール (11/16~12/25まで)



プレミアムセール (12/26~1/14)



決算セール (9/14~9/30、2/15~3/31)



Tポイント

- ◆ メガネ・サングラス・補聴器など店内全商品が対象
〈 200円(税抜)に対し1ポイント還元 〉

メガネのアイガンで

T T-POINTが

貯まる! 使える!

メガネも! 補聴器も! サングラスも!

店内全品!

- ◆ 好評のTポイント「ズバトク」企画



商品PR

- ◆ ニッポンの眼鏡フェア実施
(1/15~3/31まで)

世界に誇れる



ニッポンの

眼鏡

フェア



HAND MADE IN JAPAN

鯖江  **アイガン**
SAKAE メガネのアイガン

注力企画

◆こどもメガネの販売・演出強化

◆販売施策として、3/20より学割を開始。また、見え方保証を1年に延長するなど保証制度の拡充を実施。

■学割 ノーリ

10%OFF

（表外観）



■学割 PDP（ハダキ）

10%OFF

（表内観）



■ジュニア安心保証 タバスト（中）

アイガンの 10%OFF

ジュニア安心保証

1年 1年

■学割 ポスター（A1）

10%OFF

（デュータ配信）

■ジュニア安心保証 PDP（A4）（ハダキ）

アイガンの 10%OFF

ジュニア安心保証

1年 1年

※各店詳細して使用して下さい。

補聴器販売

補聴器実績の前年同期比推移



■補聴器の売上高は好調に推移

愛眼
補聴器

補聴器の愛眼

『補聴器』もメガネの愛眼へ

■インパクトとわかりやすさの訴求を強化

シニア層への対応強化

充電式補聴器のレンタルが好評を得ています。

充電式補聴器

レンタルできます！

わずらわしい
電池交換が
不要！

数時間の充電で
ほぼ1日中
使用できる！

耳あな型 耳かけ型

お好みの
デザイン・用途から
選べる！

※聴力によってはご希望に
添えない場合があります。

補聴器販売

補聴器の啓蒙の強化

◎レンタル補聴器CM
『レンタル補聴器なら愛眼』の
イメージをもっていたくため、ブ
ランディングCMを実施。

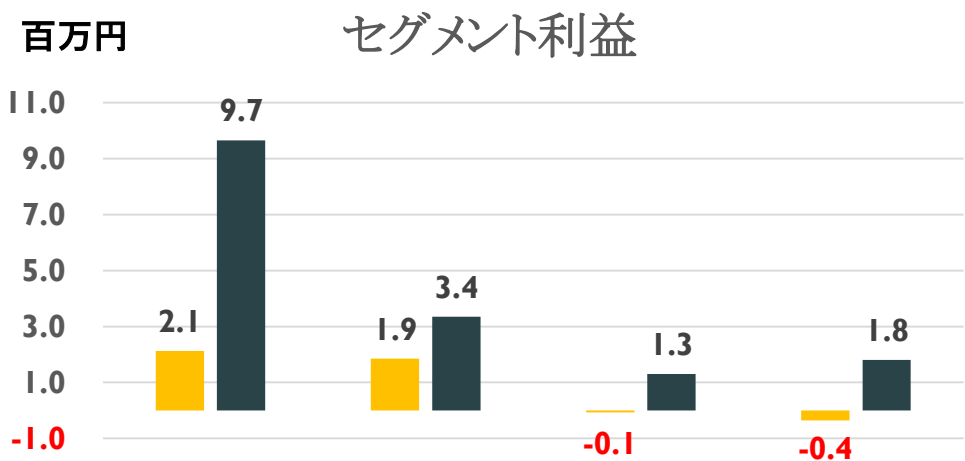
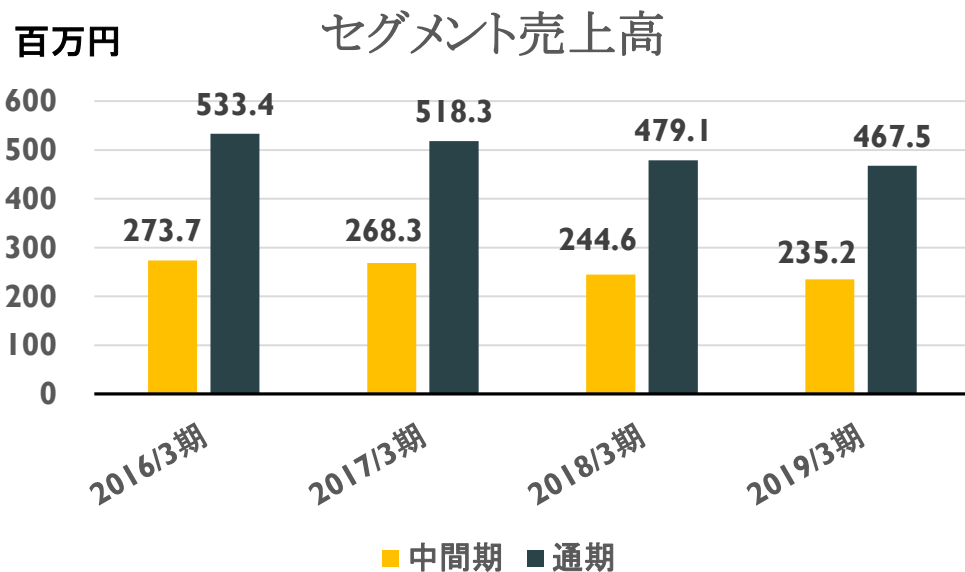


◎補聴器体験会イベント開催
聞こえのチェックを軸に各ショッ
ピングセンター内での啓蒙イベ
ントを実施。



眼鏡卸売事業

・取引先に対する新商品の投入や販売支援に努めるとともに、新規取引先の開拓に取り組みました。



写真館事業

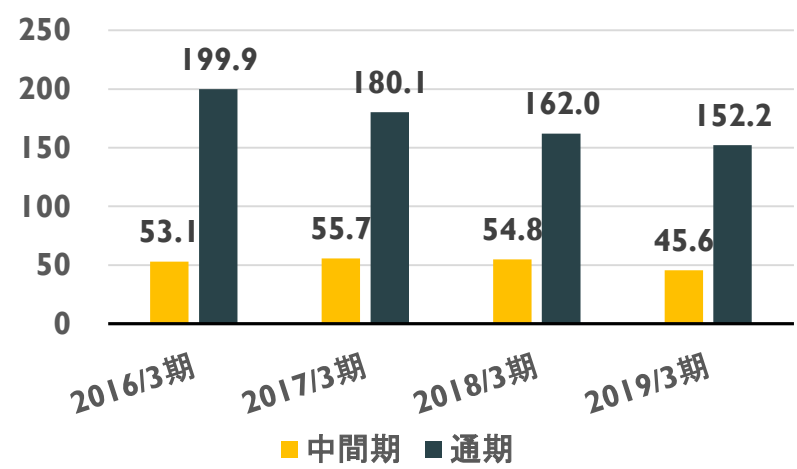


・各種写真プランキャンペーンや、通販サイト「EC SHOP 愛写館」などにより新規顧客の集客・拡販に努めました
が、競争激化により厳しい状況が続いております。



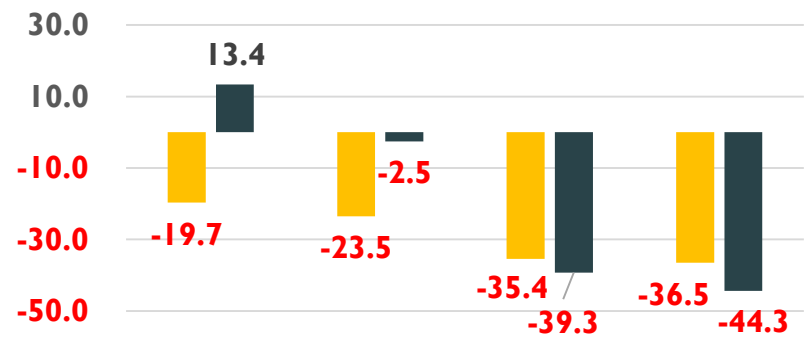
百万円

セグメント売上高



百万円

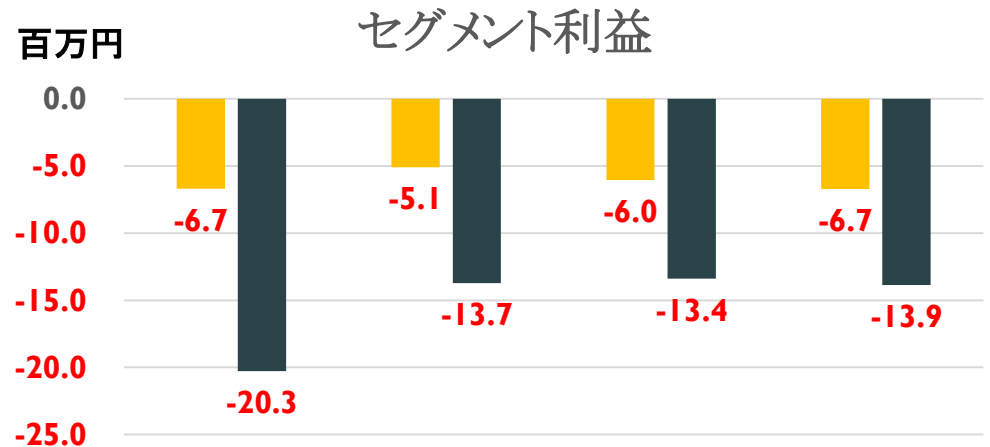
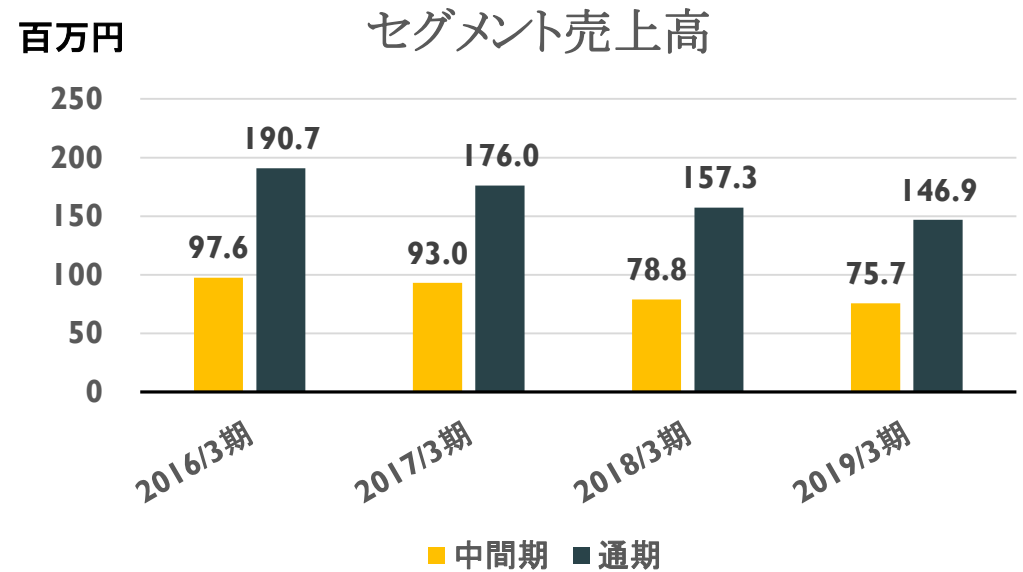
セグメント利益



海外眼鏡販売事業

・北京愛眼眼鏡有限公司が、北京市を拠点として眼鏡小売事業と眼鏡卸売事業を展開。

・中国での競争環境が引き続き厳しい状況にあるなか、採算の改善に努めておりますが、フランチャイズ店舗数の減少も影響し減収となりました。



2019年3月期 店舗政策

1. 改装:出店するショッピングセンターの活性化に伴う改装と既存店の活性化 15店舗(上期:9店舗、下期:6店舗)
2. 閉店:6店舗 (上期:2店舗、下期:4店舗)

2018年9月改装
イオン板橋店



2018年10月改装
新百合丘店



2019年3月期 店舗政策

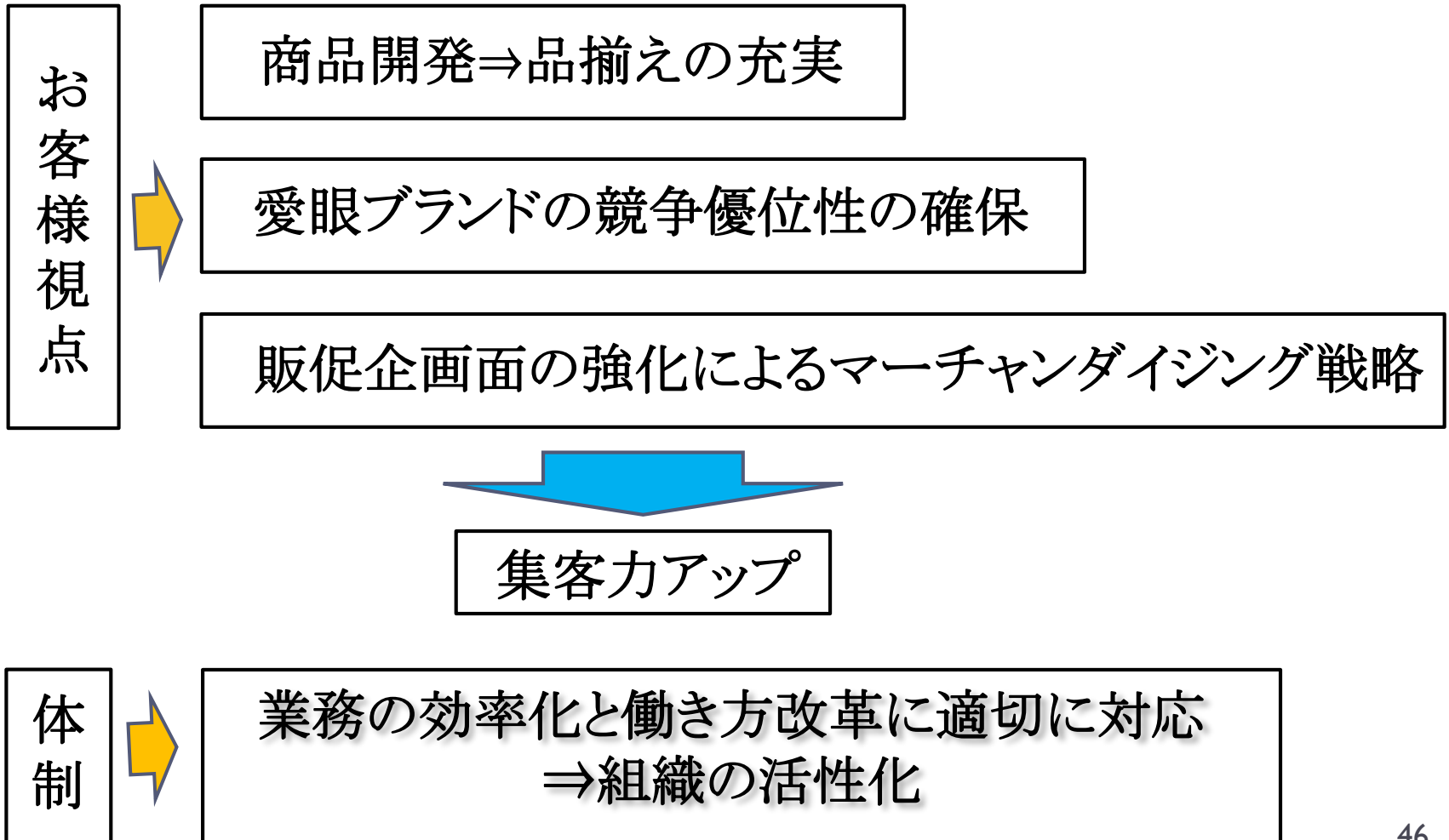
[連結]

1. 改装:既存店の活性化に伴う補修・改装 15店舗
2. 閉店:6店舗

2019年3月 補修・改装
大阪本店



2020年3月期(60期)の基本方針



愛眼ブランドの進化

1. お客様からの支持・信頼の獲得に焦点を当てた諸施策の推進と経営資源の効率的活用を進めることで、事業収益の拡大を図ってまいります。組織面におきましても、業務の効率化と働き方改革に適切に対応することで活性化を図ってまいります。
2. お客様ニーズに的確に対応した商品開発に注力し、素材・機能面において高品質で付加価値の高い商品の品揃えの充実を図るとともに、愛眼ブランドの競争優位性や販売促進企画等マーケティング面の強化を継続して推進してまいります。
3. これらの営業戦略を推進し、売上高の伸長を図りつつ、経営コストの削減をさらに進めることで、収益基盤の強化を図ってまいります。

2020年3月期 店舗政策

1. 新店:5店舗
2. 改装:既存店の活性化改装を中心に、約20店舗
3. 閉店:4店舗

2019年6月建替え
勝山店



2020年3月期の新店・改装

2019年4月改装
Mozoワンダーシティ店



2019年4月新店
横須賀中央店



2019年4月新店
アクロスプラザ八尾店



2020年3月期の連結業績予想

	2019年3月期実績		2020年3月期計画		前 期 比 増 減	
	金 額	売 上 構成比	金 額	売 上 構成比		
	百万円	%	百万円	%	百万円	%
売上高	16,231	100.0	16,891	100.0	+660	+4.1
売上総利益	11,202	69.0	11,683	69.2	+481	+4.3
販売費及び一般管理費	10,977	67.6	11,327	67.1	+349	+3.2
営業利益	224	1.4	356	2.1	+131	+58.6
経常利益	307	1.9	439	2.6	+132	+42.9
当期純利益	165	1.0	307	1.8	+142	+86.5