Aigan

# 愛眼株式会社

2020年3月期第2四半期 経営状況報告



## 2020年3月期第2四半期 経営状況の報告

P2: [連結]PLの概要 P11:[単体]既存店の四半期別販売状況

P5: [単体]PLの概要 P12:[単体]品種別売上高の四半期別推移

P6: [単体]主要なPL科目の推移 P13:[連結]BSの概要

P7: [単体]事業部別売上構成の推移 P14:[単体]BSの概要

P8: [単体]営業利益変化要因別説明図 P15:[連結]キャッシュフロー

P9: [単体]従業員数推移 P16:[連結]設備投資·減価償却費·減損損失

P10:[単体]四半期別業績推移 P17:[単体]出退店状況

Ī



### [連結] PLの概要

連結:減収・減益

単位:百万円

	19年3月期 (中間期) 実績	19年3月期 (通期) 実績	20年3月期 (中間期) 実績	前年 同期比	20年3月期 (中間期) 計画	実績 計画比
売 上 高 (売上比)	8,544 (100.0%)	16,231 (100.0%)	8,399 (100.0%)	98.3%	8,963 (100.0%)	93.7%
売上総利益	5,846	11,202	5,789	99.0%	6,166	93.9%
(売上比)	(68.4%)	(69.0%)	(68.9%)	(+0.5%)	(68.8%)	(+0.1%)
販売管理費	5,599	10,977	5,514	98.5%	5,784	95.3%
(売上比)	(65.5%)	(67.6%)	(65.7%)	(+0.1%)	(64.5%)	(+1.1%)
営業利益(売上比)	246	224	274	111.2%	381	71.9%
	(2.9%)	(1.4%)	(3.3%)	(+0.4%)	(4.3%)	(△1.0%)
経常利益(売上比)	299	307	305	101.7%	428	71.2%
	(3.5%)	(1.9%)	(3.6%)	(+0.1%)	(4.8%)	(△1.2%)
当期純利益	196	165	196	100.0% (+0.0%)	331	59.2%
(売上比)	(2.3%)	(1.0%)	(2.3%)		(3.7%)	(△1.4%)



## 2020年3月期第2四半期の経営成績

### [連結] PLの概要

売上高:8,399百万円(前年同期比△1.7%)

売上総利益率:68.9%(前年同期比+0.5ポイント)

### 営業経費:

経費コントロールの徹底に努め、営業経費を前年同期比 84百万円圧縮しました。

#### 特別損失:

保有する固定資産について、25百万円の減損損失を計上

営業利益:274百万円(前年同期比+27百万円)

経常利益:305百万円(前年同期比+5百万円)

当期純利益:196百万円(前年同期比△0百万円)



## 2020年3月期第2四半期の経営成績

- 1. 眼鏡小売事業の売上高が、主に、競争激化もあり低価格帯のメガネの 販売数が減少し、また、日照不足の日が増えるなど天候不順によるサン グラスの不振などによって売上減となったものの、消費増税前の駆け込 み需要があり、8,399百万円(前年同期比1.7%減)となりました。一方、 売上総利益率は、主に品種別の売上構成比の変化の影響で、0.5ポイント上昇しました。
- 2. 営業経費は、新店開発、自社物件の店舗の建て替えや大型改装投資等で経費が嵩む要因があったものの、経費コントロールの徹底を図り、広告宣伝費、人件費、賃料などの圧縮に努めたことで、販売費及び一般管理費は5,514百万円(前年同期比1.5%減)となりましたが、売上高が減少した為、売上高販管費率は0.1ポイント増加しました。この結果、営業利益は、前年同期比で11.2%増加し、274百万円となりました。



### [単体]PLの概要

単体:減収•増益

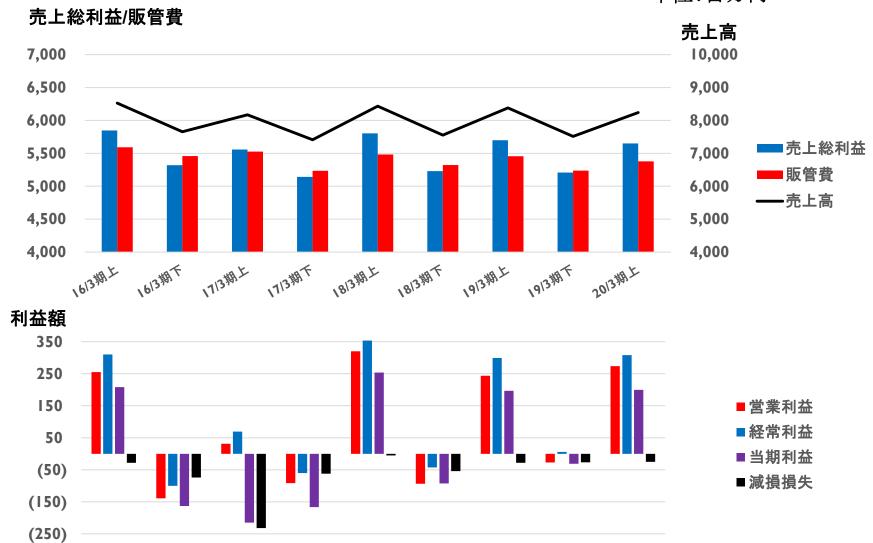
単位:百万円

	19年3月期 (中間期) 実績	19年3月期 (通期) 実績	20年3月期 (中間期) 実績	前年 同期比
売 上 高	8,378	15,891	8,238	98.3%
(売上比)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	
売上総利益	5,700	10,908	5,650	99.1%
(売上比)	(68.0%)	(68.6%)	(68.6%)	(+0.6%)
販売管理費	5,456	10,692	5,377	98.5%
(売上比)	(65.1%)	(67.3%)	(65.3%)	(+0.1%)
営業利益(売上比)	243	216	273	112.3%
	(2.9%)	(1.4%)	(3.3%)	(+0.4%)
経 常 利 益	299	305	308	102.9%
(売上比)	(3.6%)	(1.9%)	(3.7%)	(+0.2%)
当期純利益	196	165	199	101.7%
(売上比)	(2.3%)	(1.0%)	(2.4%)	(+0.1%)



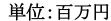
### [単体] 主要なPL科目の推移

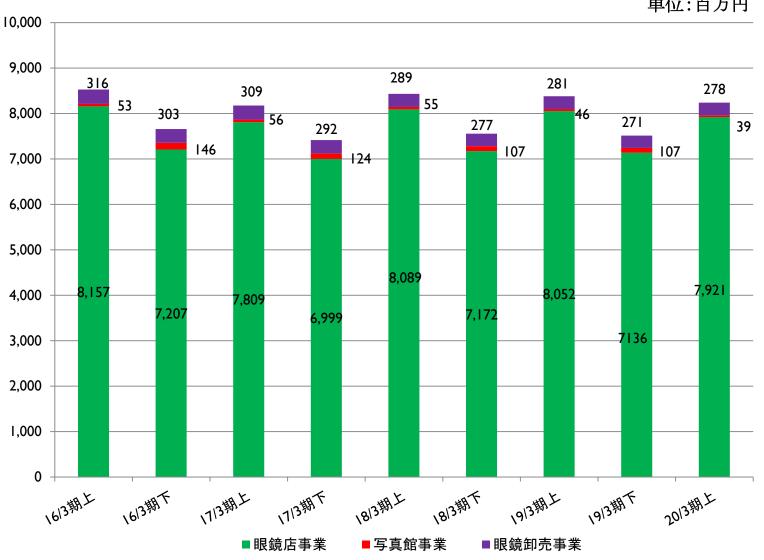
単位:百万円





### [単体] 事業部別売上構成の推移

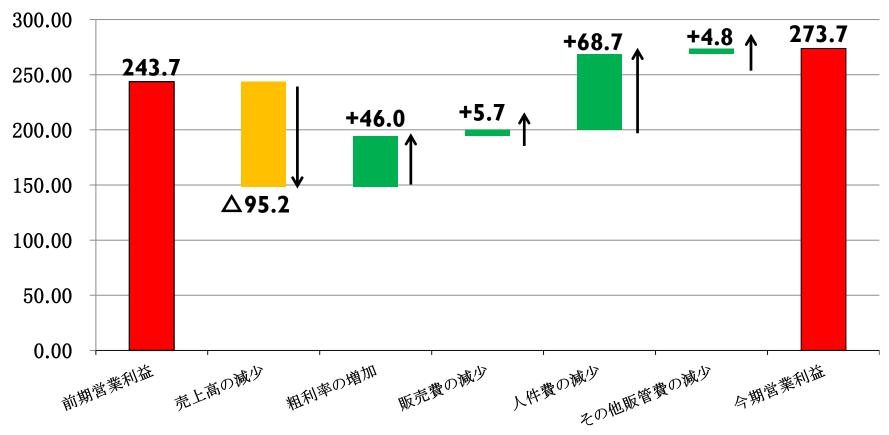






#### [単体] 中間期における営業利益の変化要因別説明図

单位:百万円

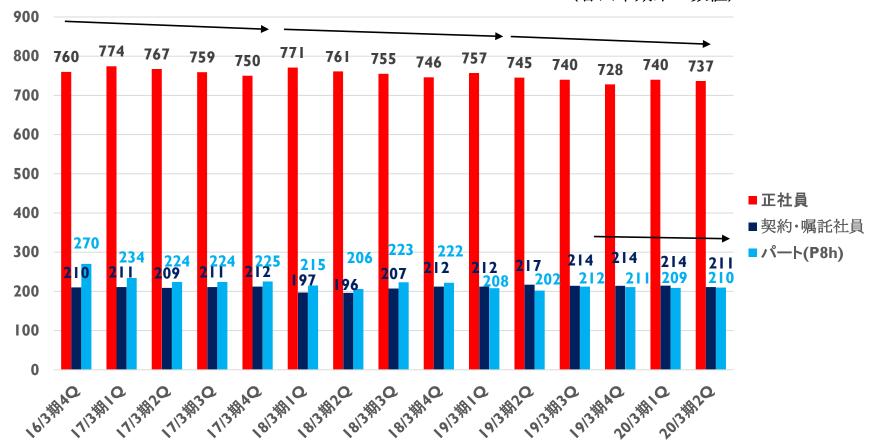


◎売上高が1.7%減少したものの、売上総利益率が0.6ポイント増加し、 経費コントロールに努めた結果、営業利益は、前年同期比で30百万円 増加し、273百万円となりました。



### [単体] 従業員数推移

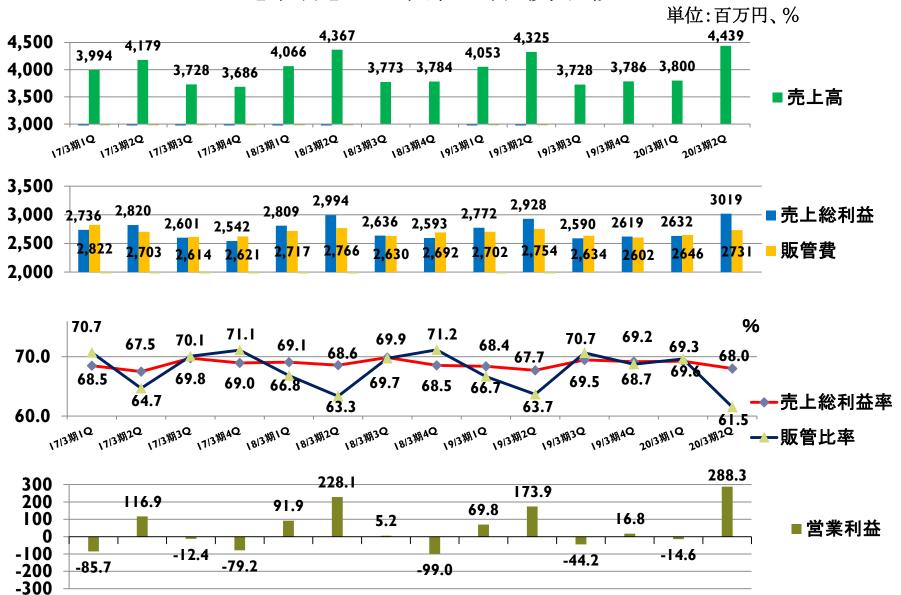
(各四半期末の数値)



- ◎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

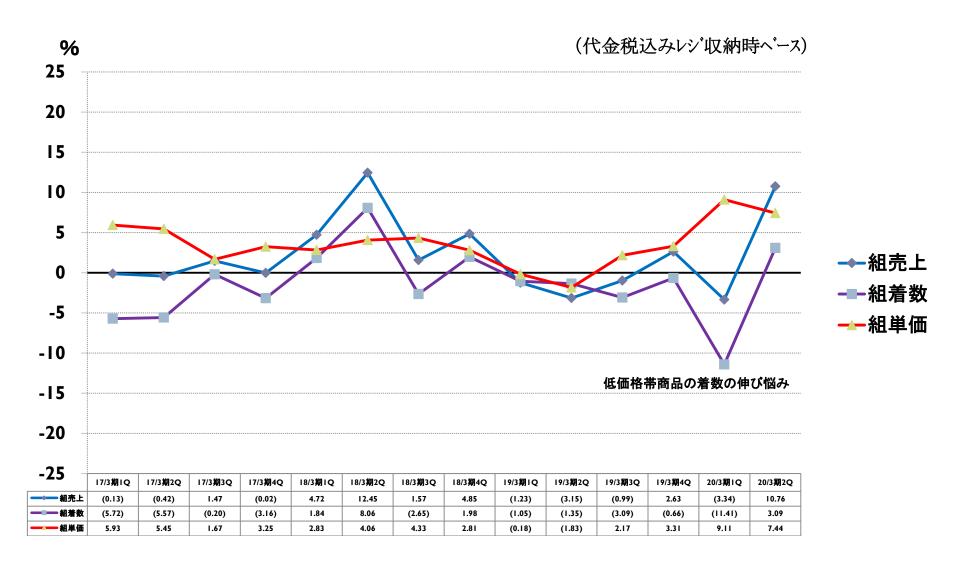
(Aigan)

### [単体] 四半期別業績推移





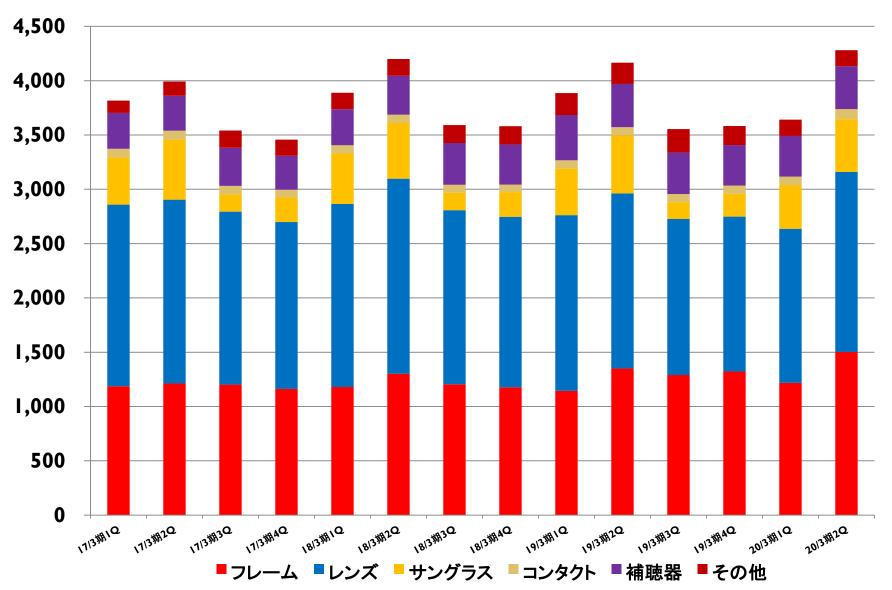
### [単体] 既存店の四半期別販売状況 (前年比)





単位:百万円

### [単体] 品種別売上高の四半期別推移





## [連結]BSの概要

単位:百万円

	19年3月 実績	期	20年3月 (中間期 実績	比較増減額	
		構成比		構成比	
流動資産	8,691	52.1%	8,717	51.8%	+25
現•預金	5,414	32.4%	5,332	31.7%	△82
受取手形•売掛金	970	5.8%	1,017	6.0%	+46
商品	2,078	12.5%	2,078	12.4%	+0
固定資産	7,994	47.9%	8,104	48.2%	+109
投資有価証券	932	5.6%	908	5.4%	$\triangle 24$
敷金•保証金	3,289	19.7%	3,244	19.3%	$\triangle 44$
資産合計	16,686	100%	16,821	100%	+135
流動負債	1,909	11.4%	1,961	11.7%	+52
固定負債	553	3.3%	530	3.2%	△23
負債合計	2,463	14.8%	2,492	14.8%	+29
純資産合計	14,223	85.2%	14,329	85.2%	+105
負債•純資産合計	16,686	100%	16,821	100%	+135



## [単体]BSの概要

単位:百万円

	19年3月 実績	期	20年3月 (中間期 実績	比較増減額	
		構成比		構成比	
流動資産	8,402	50.8%	8,408	50.4%	+6
現•預金	5,207	31.5%	5,107	30.6%	△99
受取手形•売掛金	957	5.8%	1,005	6.0%	+47
商品	2,015	12.2%	2,015	12.1%	+0
固定資産	8,149	49.2%	8,271	49.6%	+121
投資有価証券	1,124	6.8%	1,100	6.6%	$\triangle 24$
敷金•保証金	3,193	19.3%	3,163	19.0%	△30
資産合計	16,551	100%	16,680	100%	+128
流動負債	1,855	11.2%	1,893	11.4%	+38
固定負債	536	3.2%	514	3.1%	△21
負債合計	2,391	14.5%	2,408	14.4%	+17
純資産合計	14,159	85.5%	14,271	85.6%	+111
負債·純資産合計	16,551	100%	16,680	100%	+128



### [連結] キャッシュフロー

単位:百万円

	19年3月期 (中間期)	20年3月期 (中間期)	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	567	417	△149
投資活動によるキャッシュ・フロー	199	△363	△563
財務活動によるキャッシュ・フロー	△117	△132	△15
現金及び現金同等物の期末残高	2,898	2,583	△314

#### [キャッシュフローの状況]

営業活動

税前当期純利益+279百万円、減価償却費+89百万円、売上債権の 増加△46百万円、仕入債務の減少△73百万円、前受金の増加+191 百万円、減損損失+25百万円、法人税等の支払△46百万円など

投資活動

店舗建物内装・機械設備などによる有形固定資産の取得△339百万円など

財務活動

リース債務の返済△56百万円、配当金の支払△76百万円など



### [連結] 設備投資・減価償却費・減損損失

単位:百万円

	19年3月期 (中間期)	20年3月期 (中間期)	増減額
設 備 投 資 額	109	267	+157
ソフトウエア投資	1	45	+43
減価償却費	86	89	+2
減損損失	28	25	Δ3

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、ソフトウエアは含まず。 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)

		59期	月			60期									
		期首	出店	退店	期	末 増 減	出店	退店	上	期増減	出店	退店	下期	計画増減	年間増減
眼鏡	インショッフ°	143		3	140	△3	1	1	140		3	2	141	+1	+1
小売	路面店	93		3	90	Δ3	1	2	89	Δ1			89		Δ1
中分	インショッフ゜	48		2	46	$\triangle 2$			46		2	2	46		
東部	路面店	9			9		1		10	+1			10		+1
中部	インショッフ。	17			17				17		1		18	+1	+1
中印	路面店	29			29			2	27	$\triangle 2$			27		$\triangle 2$
開那	インショッフ。	71		1	70	Δ1	1	1	70				70		
関西	路面店	50		3	47	$\triangle 3$			47				47		
四国	インショッフ。	7			7				7				7		
中国 九州	路面店	5			5				5				5		

店舗:中間期では、国内で新店2店舗、3店舗を閉鎖、5店舗で改装・改築を実施



### 営業戦略について

P19:2020年3月期(60期)の基本方針

P24:商品政策

P36:販売促進政策

P43:補聴器販売

P46:眼鏡卸売事業

P47:写真館事業

P48:海外眼鏡販売事業

P49:店舗政策

P52:2020年3月期(60期)の連結業績予想



## 2020年3月期(60期)の基本方針

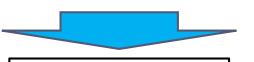
お客様視点

商品開発→品揃えの充実



愛眼ブランドの競争優位性の確保

販促企画面の強化によるマーチャンダイジング戦略



集客力アップ

体制



業務の効率化と働き方改革に適切に対応 ⇒組織の活性化



## 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。



#### アイスタイリングサービス

#### 愛のある眼鏡は、人の中にある。

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。





#### ◆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



#### アイスタイリングサービス

### はじめての老眼鏡 安心して選べる店 第1位



日本マーケティングリサーチ機構調べ

調査概要:2019年3月期 ブランドイメージ調査



### 2020年3月期 商品政策

### スマートプライス

フレーム・レンズ一体価格

- ・明瞭で安心な価格表示
- ・お買い得な価格設定



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ブションは別料金になります。

スマートプライス

オ

プ

目

例

■ 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

偏光レンズ

無色/マルチコート

■スポーツオプション

AG Polar Sun Lens UVカット/偏光度99%/裏面マルチ 【屈折率】1.60SP ランダー マロン・デンダー スルート かりふかン G-15A オリーブ プラウン・プラウン・グルー・グルート セング グルーン

+11,000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



+11,000円



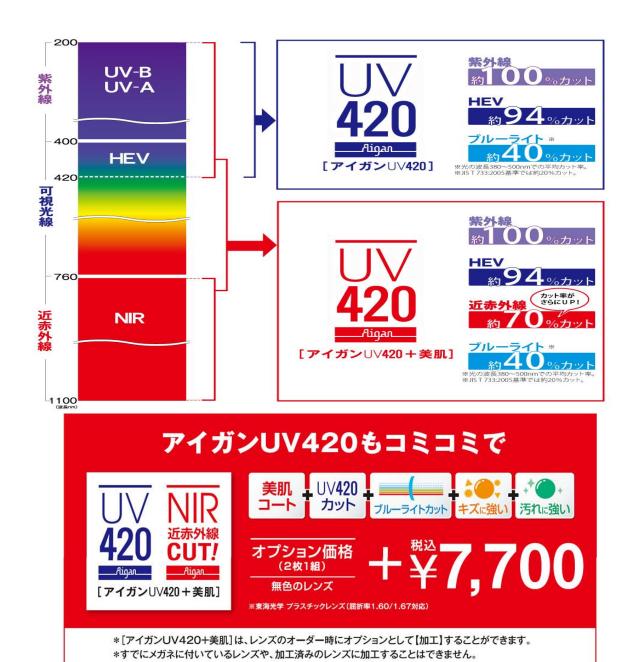
## 有害光線対策のアイガンUV420提案

#### ■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「r/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「r/ガンUV420+美肌」を提案。









## 人気商品のバージョンアップ拡大①

ナチュラルテイストで好評な「kohoro」シリーズに、アジアンビューティを コンセプトにしたシリーズを追加し、美的要素からの新しい提案を実現

### レディースフレーム:kohoro(コホロ)







「色彩」「光沢」「造形」の美的要素をプラスして新たな客層からも支持を得ています









## 人気商品のバージョンアップ拡大②

クラシックテイストで好評なClassic Vibesシリーズから、 ワンタッチで「メガネ⇔サングラス」の2WAYで使えるモデルを発売

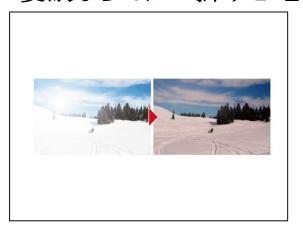
#### ユニセックスフレーム: Classic Vibes(クラシックバイブス)



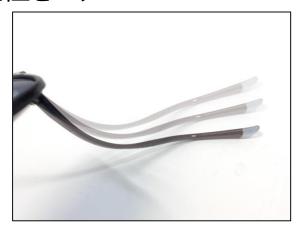




愛眼ならではの掛け心地・見え心地・使い心地の機能性をプラス









## 人気商品のバージョンアップ拡大③

ナチュラルテイストで好評な「kohoro」から、 親子でトレンドなコーディネイトが楽しめる2サイズのコンビタイプを発売

#### レディースフレーム:kohoro (コホロ)



「高密度アセテート」「ベータチタン」で快適なかけ心地を実現しています









## 人気商品のバージョンアップ拡大4

艶やかで麗しい品のあるデザインで好評なレディースアイウェア「艶麗」シリーズから、 「日本の美しさ」「日本の職人仕事」を取り入れたモデルを発売

#### レディースフレーム:ENREI (エンレイ)







「日本の美しさ」と快適性・耐久性を兼ねそろえた「機能的な美」を表現しています









## 人気商品のバージョンアップ拡大⑤

眩しさを抑え、明るさを確保する昼夜兼用サングラスで好評な"With Drive2 NIGH&DAY"シリーズから、女性も掛けやすい「BOSLINTON-TYPE」を発売

#### レンズ&サングラス:with Drive2(ウィズドライブ2)

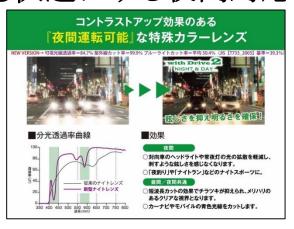






### 夜間運転・夜釣りなども快適にする夜間対応サングラスレンズ









## 人気商品のバージョンアップ拡大⑥

釣り専用の偏光サングラスSTOMRIDER®シリーズから、 2年ぶりに、新作6カーブモデル「BRUTAL」発売

#### レンズ&サングラス:STORM RIDER(ストームライダー)



長時間掛けても疲れにくい掛け心地、 広い視野を確保し、リアルに使える進 化系NEWモデル。









## 人気商品のバージョンアップ拡大⑦

紫外線、高エネルギー可視光線、近赤外線をカットするサングラスで 好評な "UV420 & NIR CUTシリーズから、トレンドなコンビタイプを発売

#### レンズ&サングラス:UV420&NIRCUT SUNGLASSES







肌のくすみを解消し、肌色をより美しく見せるカラーを採用









## 愛眼オリジナル設計レンズ

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:じぶんスタイル(ジブンスタイル)







ライフスタイルに合わせて "快適な遠近"2タイプの 「シニア専用設計」

赤ラベル設計 "遠くがしっかり見える 快適遠近"

青ラベル設計 "近くがラクに見える 快適遠近"

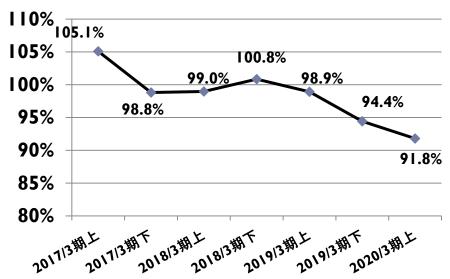


### サングラスの販売の強化

■プライベートブランドサングラスの充実

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、**日照不足の日が増えるなど天候 不順の影響もあり、**前年同期比で大幅に減少





## 2020年3月期 販売促進政策

セール企画

◆夏~中間決算にかけてのセール企画 段階的にセールを展開しました。

夏のセール第一弾 (6/21~7/15)

SUMMER S/A/E 2019.7.15<sup>22</sup> 夏のセール第二弾 (7/16~8/18)



夏のセール第三弾 (8/19~8/29)



増税前決算セール (8/30~9/30)





#### 商品販促企画

◆商品にスポットを当てた12か月MDを実施中。上期は以下の店頭プロモーションを行いました。

クラシックメガネフェア (4月)



メガネパパの日フェア (5月・6月)



紫外線UV420フェア (7月・8月)





#### 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 〉



◆ 好評のTポイント「ズバトク」企画





#### 注力商品

◆演出ツールを一新し、ポコプの店頭販売を強化



◆マグネットサングラスの展開開始。





#### 注力企画

### ◆こどもメガネの販売・演出強化

◆前期後半より開始の保証制度の拡大に併せ、「春の学割」と「夏の学割」で店頭プロモーションを展開。







#### イベント企画

### LOVE EYES WEEKキャンペーン

視力チェックを行う事で、ご自身やご家族の視力変化に気づき、眼科受診など早期の対応に繋げていただくことを目的とした「LOVE EYES WEEKキャンペーン」を全国の店舗で開催しています。





写真は立命館大学の「目の講座」の模様。 定期的な視力チェックの啓蒙活動を行いました。



#### イベント企画

#### 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。

写真は大阪府泉佐野市生涯学習「聞こえの講座」の模様。補聴器の啓蒙活動を行いました。





#### UV&IR対策のコラボイベント

資生堂・ミズノ・YMCA・サンバリア100と 共同イベントを開催 写真は会場のANAクラウンプラザホテル 大阪の模様。紫外線・赤外線対策につ いての重要性と『アイガンUV420』のPRを 行いました。







#### CSR活動

#### 大阪市と事業協定書締結

写真は、大阪市役所にて行った大阪 市と市民活動のためのクリック募金に 関する協定書締結式の模様。





自動車安全運転センターと連携 自動車安全運転センターが発行する SDカード(Safe・Driver)の優遇店として覚 書を交わしました。





#### 桃山学院大学と連携

桃山学院大学の高橋ひとみ名誉教授が 開催した3歳児の視力検査の重要性を 伝えるイベントに参加。写真はららぽー と和泉で行ったイベントの模様。







## 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3年振りに前年を下回りました



■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。



60期	4月	5月	6月	7月	8月
構成比	16.2%	19.6%	26.8%	26.8%	32.4%



## 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だくため、 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。





◎8/10より補聴器ご購入の方に Tポイント5倍施策実施。





# 補聴器販売





◎大阪本店、横浜本店に補聴器体感ルームを新設

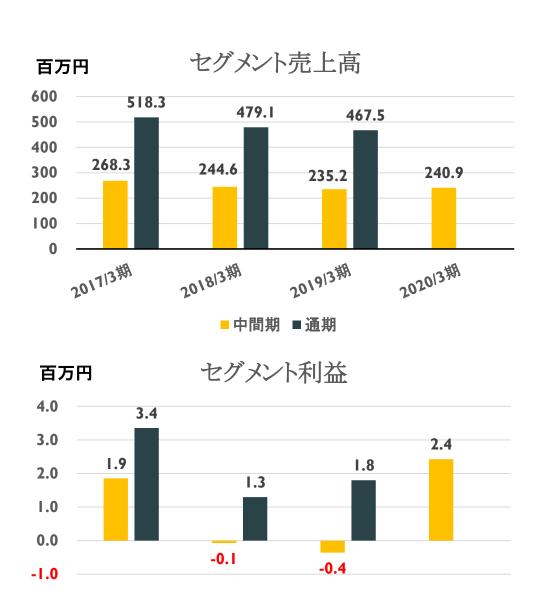






## 眼鏡卸売事業

・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。





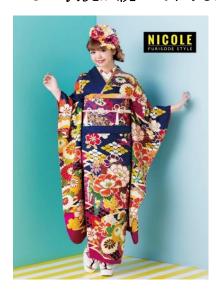


## 写真館事業



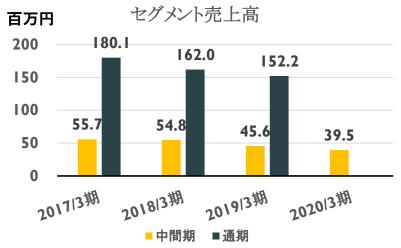


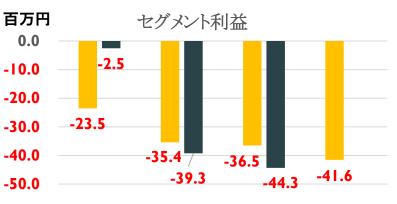
・各種写真プランキャンペーン、振袖レンタルキャンペーン、通販サイト「EC SHO P 愛写館」などにより新規顧客の集客・拡販に努めましたが、競争激化により厳しい状況が続いております。

















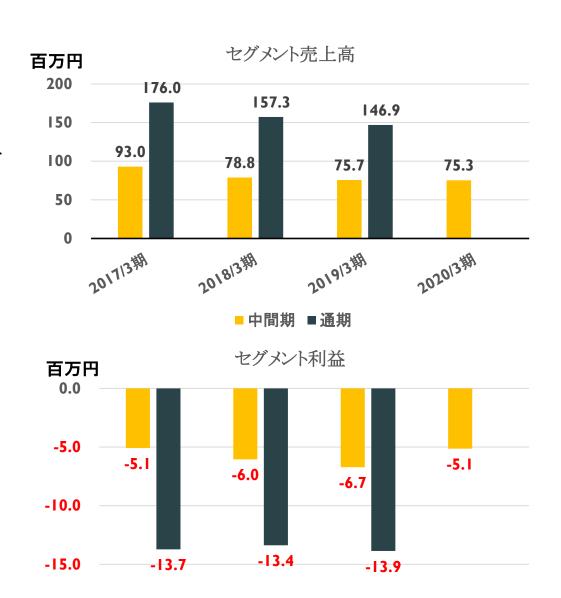






### 海外眼鏡販売事業

- ・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。





# 2020年3月期 店舗政策

## [連結] 上期実績

1. 新店:2店舗

2. 既存店の活性化に伴う補修・改装 5店舗

3. 閉店:3店舗

2019年4月 新店 アクロスプラザ八尾店



2019年4月 新店 横須賀中央店





### 2020年3月期の新店・改装

2019年4月 改装 Mozoワンダーシティー店



2019年6月 改装 横浜本店







### 2020年3月期の新店・改装

2019年6月 愛眼1号店の建て替え 勝山店





## 2020年3月期の連結業績予想

### 2019年11月6日に修正した業績予想

	2019年3月期実績		2020年3月期計画		前	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·
	金	売 上 構成比	金額	売 上 構成比	即   増 	期 比減
	百万円	%	百万円	%	百万円	%
売上高	16,231	100.0	16,221	100.0	△9	△0.1
売上総利益	11,202	69.0	11,251	69.4	+49	+0.4
販売費及び一般管理費	10,977	67.6	11,019	67.9	+41	+0.4
営業利益	224	1.4	232	1.4	+7	+3.2
経常利益	307	1.9	296	1.8	△10	△3.5
当期純利益	165	1.0	153	0.9	△11	△7.1