



愛眼株式会社

2020年3月期 経営状況報告



2020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

	19年3月期 実績	20年3月期 計画	20年3月期 実績	前期比	計画比
売上高 (売上比)	16,231 (100.0%)	16,221 (100.0%)	15,429 (100.0%)	95.1%	95.1%
売上総利益 (売上比)	11,202 (69.0%)	11,251 (69.4%)	10,688 (69.3%)	95.4% (+0.3%)	95.0% (△0.1%)
販売管理費 (売上比)	10,977 (67.6%)	11,019 (67.9%)	10,636 (68.9%)	96.9% (+1.3%)	96.5% (+1.0%)
営業利益 (売上比)	224 (1.4%)	232 (1.4%)	52 (0.3%)	23.2% (△1.0%)	22.5% (△1.1%)
経常利益 (売上比)	307 (1.9%)	296 (1.8%)	138 (0.9%)	44.9% (△1.0%)	46.6% (△0.9%)
当期純利益 (売上比)	165 (1.0%)	153 (0.9%)	△12 (-)	— (-)	— (-)



2020年3月期の経営成績

[連結] PLの概要

売上高:15,429百万円(前期比802百万円減、△4.9%)

売上総利益:10,688百万円(前期比513百万円減、△4.6%)

売上総利益率:69.3%(前期比+0.3ポイント改善)

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340百万円圧縮しました。

特別損失:保有する固定資産について、59百万円の減損損失を計上

営業利益:52百万円(前期比△172百万円)

経常利益:138百万円(前期比△169百万円)

当期純利益:△12百万円(前期比△177百万円)



1. わが国経済は、総じて堅調に推移しましたが、海外の政治・経済情勢の不透明感や新型コロナウイルス感染症の感染拡大等により世界的な経済活動の停滞が懸念され始めております。国内においては、消費税増税の影響は限定的であったものの、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、個人消費の減少、金融資本市場の変動や企業収益の悪化等の影響が生じております。
2. 営業実績については、主に競争激化による低価格帯のメガネの販売数の減少、日照不足の日が増えるなどの天候不順によるサングラスの販売不振、消費税増税後の反動などの影響に加え、年度末には新型コロナウイルスの感染症の感染拡大の影響が顕在化したことから販売が振るわず、通期の売上高は前期比で4.9%の減収となりました。
3. 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等の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前期比340百万円減少、比率で3.1%減となりましたが、売上高が伸び悩んだことで売上高販管費率は1.3ポイント上昇しました。



[単体] PLの概要

単体:減収・減益

単位:百万円

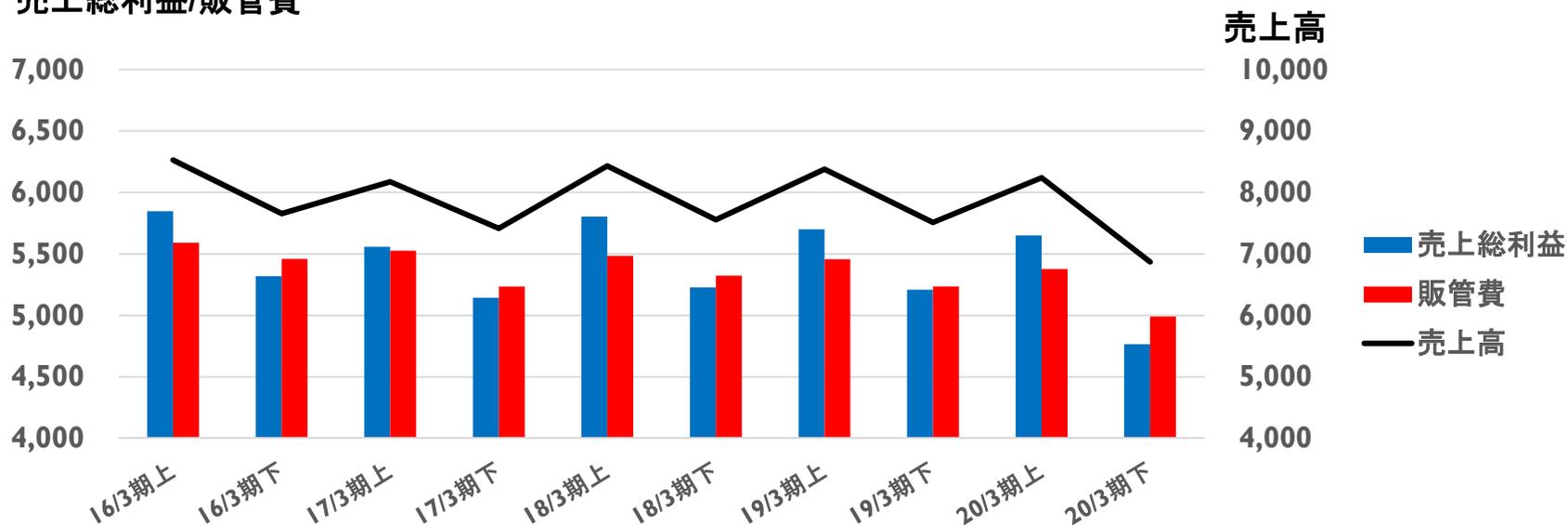
	19年3月期 実績	20年3月期 計画	20年3月期 実績	前期比	計画比
売上高 (売上比)	15,891 (100.0%)	15,888 (100.0%)	15,109 (100.0%)	95.1%	95.1%
売上総利益 (売上比)	10,908 (68.6%)	10,967 (69.0%)	10,417 (68.9%)	95.5% (+0.3%)	95.0% (△0.1%)
販売管理費 (売上比)	10,692 (67.3%)	10,746 (67.6%)	10,368 (68.6%)	97.0% (+1.3%)	96.5% (+1.0%)
営業利益 (売上比)	216 (1.4%)	220 (1.4%)	49 (0.3%)	22.7% (△1.0%)	22.2% (△1.1%)
経常利益 (売上比)	305 (1.9%)	292 (1.8%)	141 (0.9%)	46.3% (△1.0%)	48.3% (△0.9%)
当期純利益 (売上比)	165 (1.0%)	151 (1.0%)	△7 (-)	— (-)	— (-)



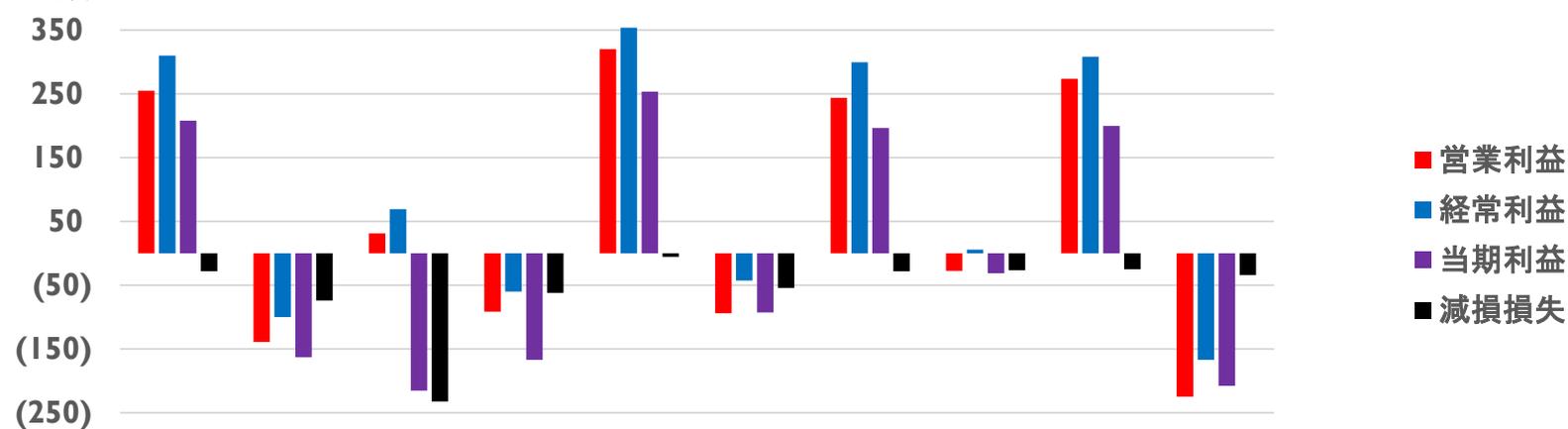
[単体] 主要なPL科目の推移

単位:百万円

売上総利益/販管費



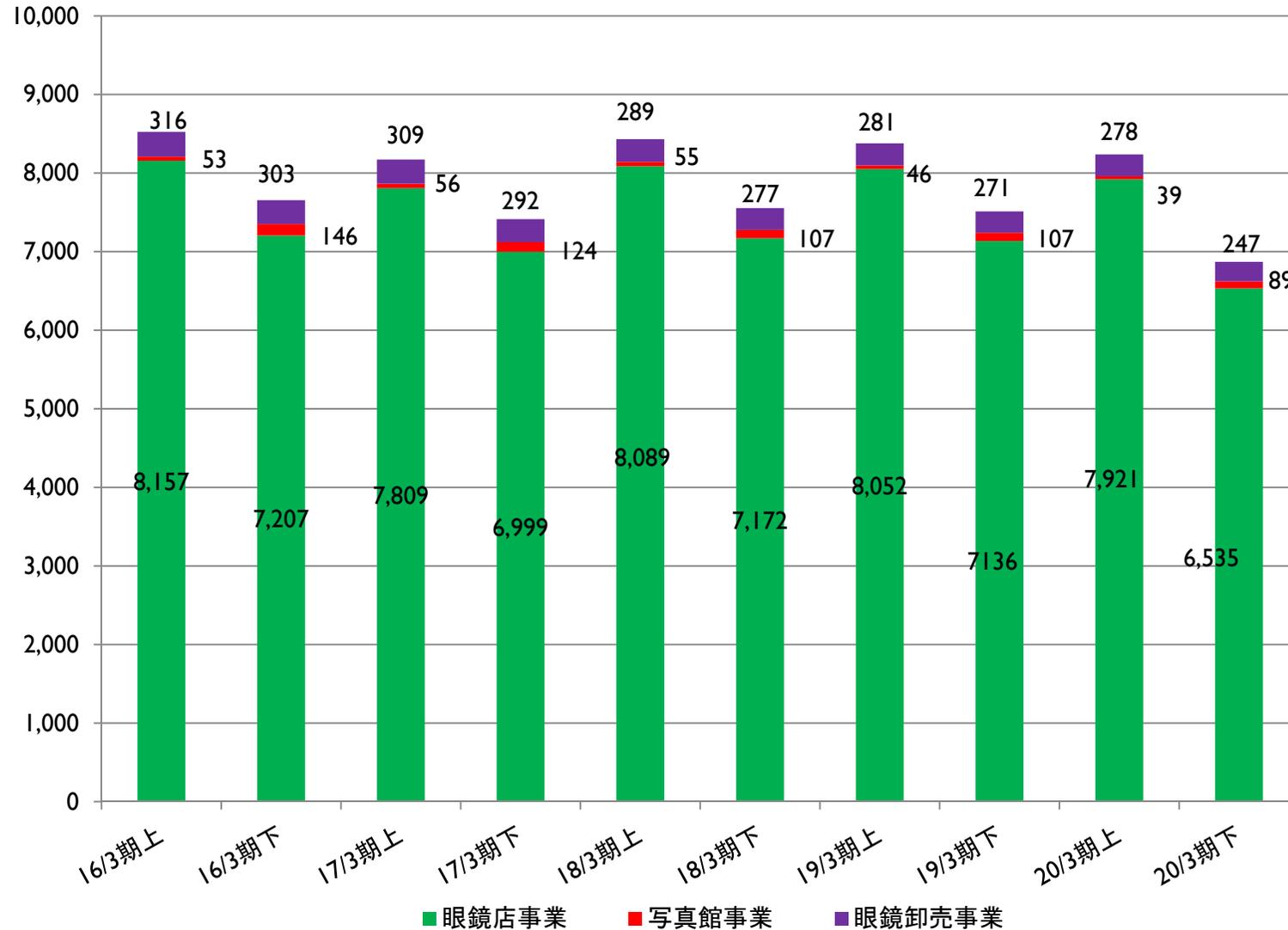
利益額





[単体] 事業部別売上構成の推移

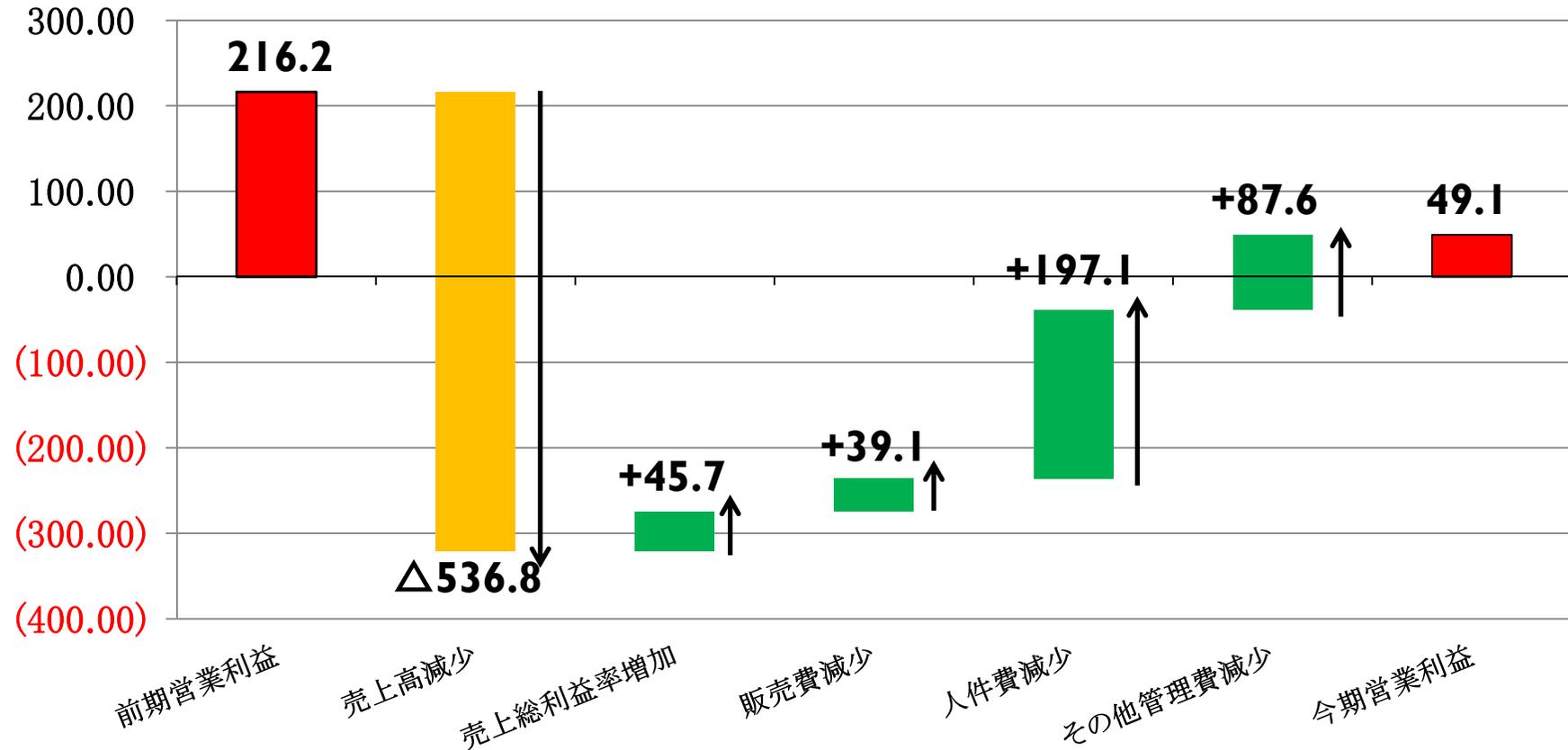
単位:百万円





[単体] 営業利益の変化要因別説明図

単位:百万円

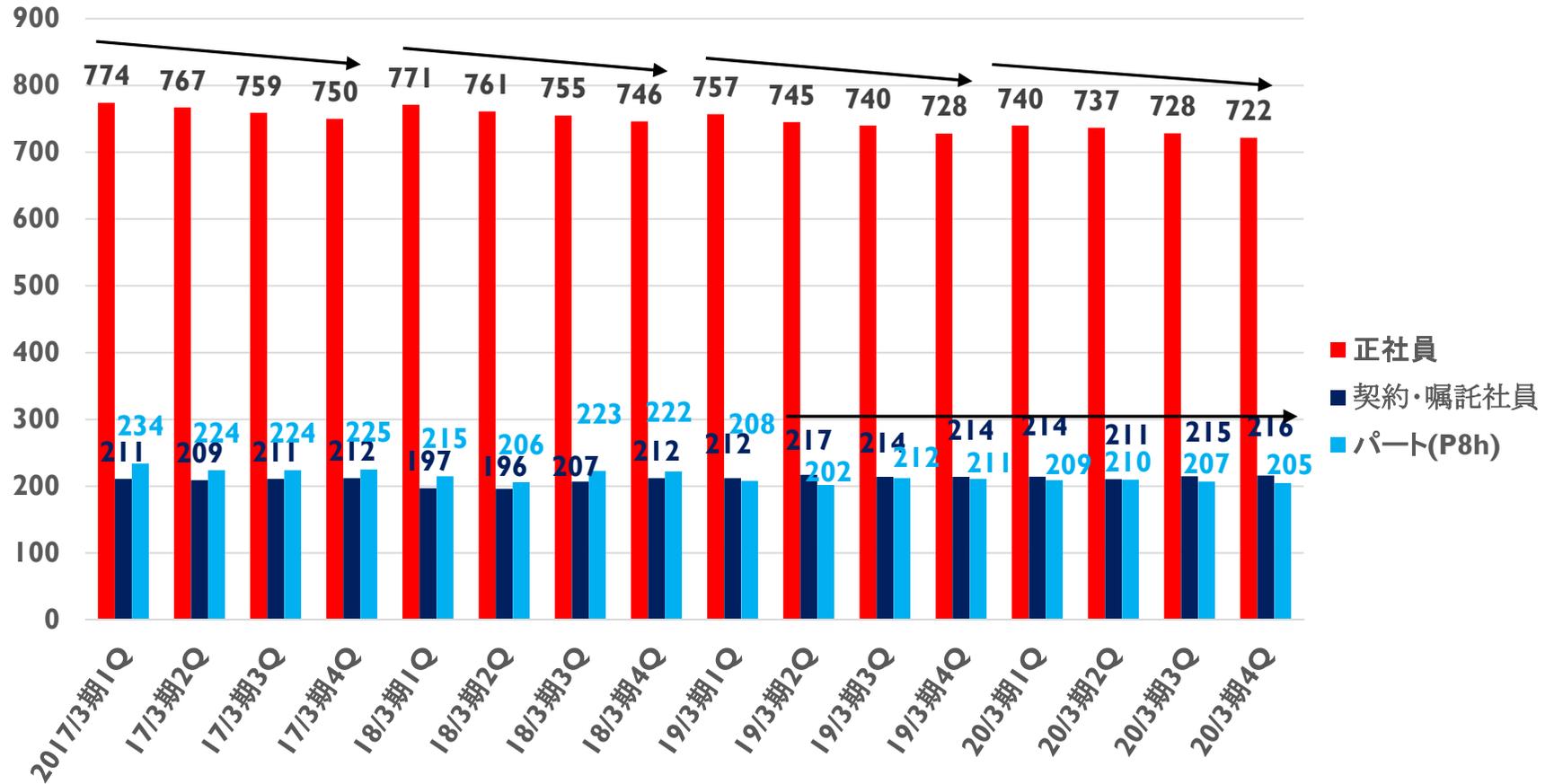


◎売上総利益率が0.3ポイント改善し、経費コントロールし、経費を323百万円圧縮しましたが、売上高が前期比で△782百万円、比率で△4.9%減少した結果、営業利益は49百万円となり、前期比で△167百万円減少しました。



[単体] 従業員数推移

(各四半期毎の平均数値)



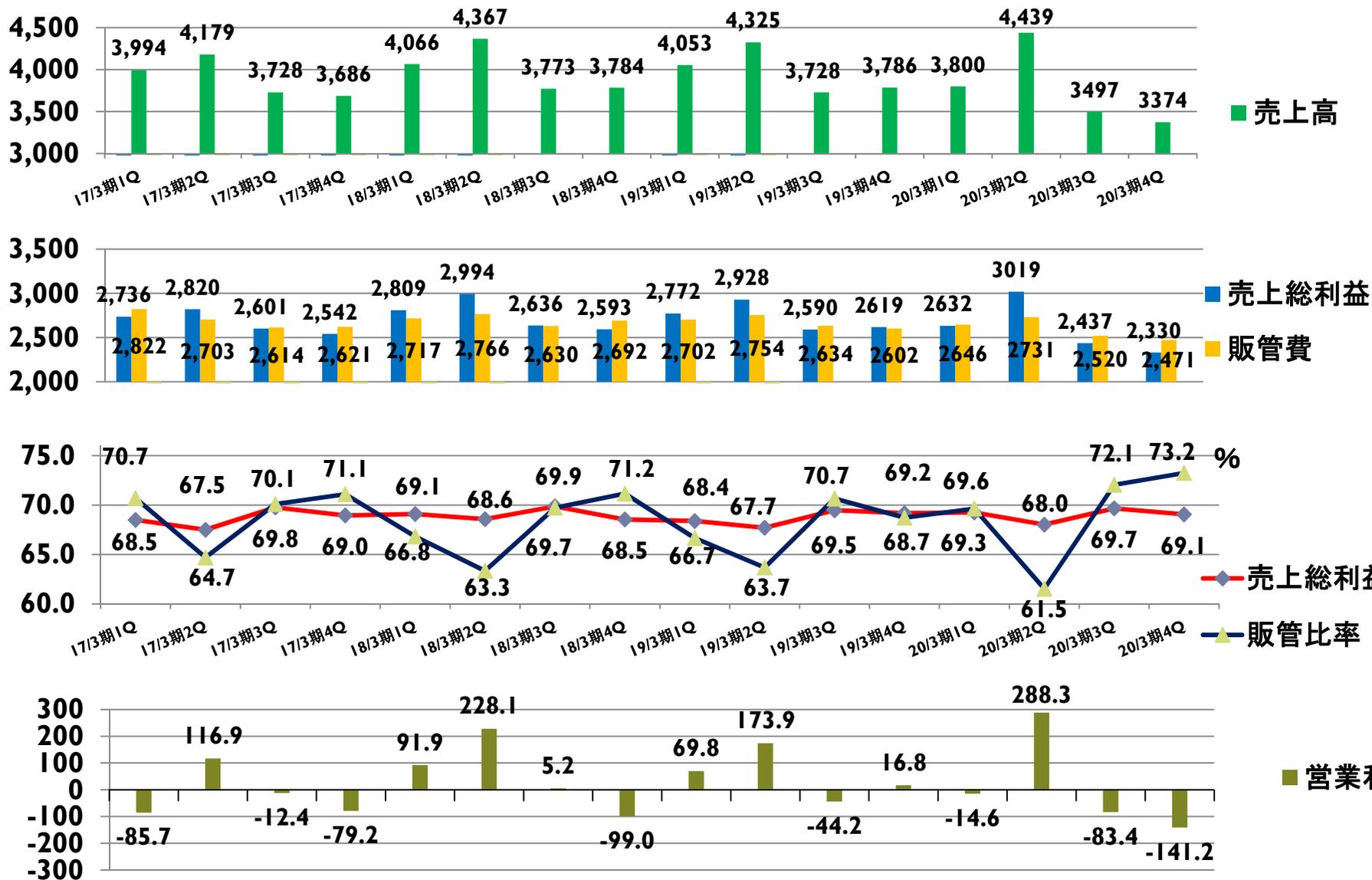
◎新卒正社員19名採用

◎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

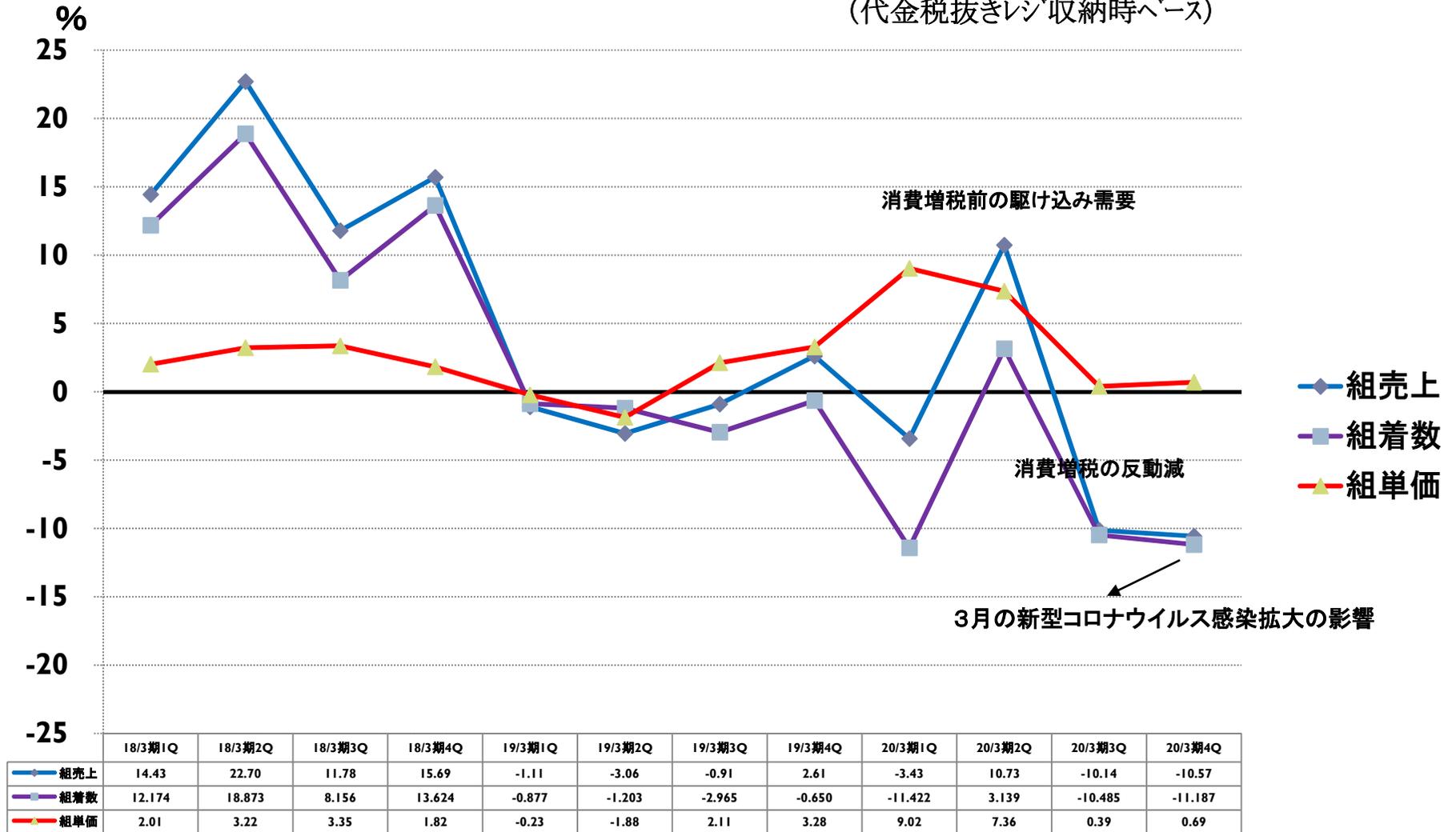
単位:百万円、%





[単体] 既存店の四半期別販売状況 (前年比)

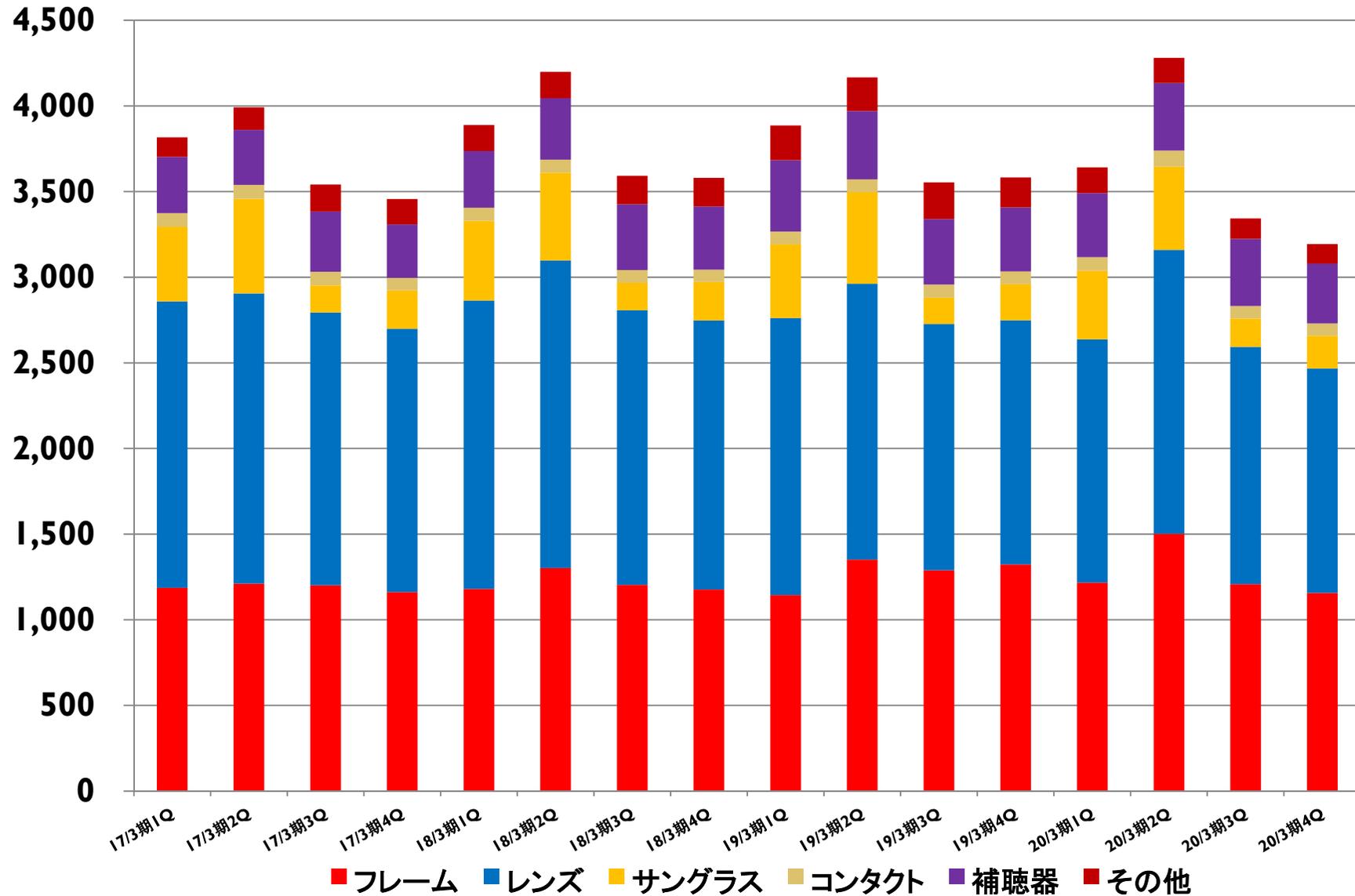
(代金税抜きレジ'収納時ベース)





[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

	19年3月期 実績		20年3月期 実績		比較増減額
		構成比		構成比	
流動資産	8,691	52.1%	8,393	52.6%	△298
現・預金	5,414	32.4%	5,376	33.7%	△37
受取手形・売掛金	970	5.8%	636	4.0%	△334
商品	2,078	12.5%	2,088	13.1%	+10
固定資産	7,994	47.9%	7,573	47.4%	△420
投資有価証券	932	5.6%	672	4.2%	△260
敷金・保証金	3,289	19.7%	3,187	20.0%	△102
資産合計	16,686	100%	15,967	100%	△719
流動負債	1,909	11.4%	1,361	8.5%	△547
固定負債	553	3.3%	516	3.2%	△37
負債合計	2,463	14.8%	1,878	11.8%	△585
純資産合計	14,223	85.2%	14,089	88.2%	△134
負債・純資産合計	16,686	100%	15,967	100%	△719



[単体] BSの概要

単位:百万円

	19年3月期 実績		20年3月期 実績		比較増減額
		構成比		構成比	
流動資産	8,402	50.8%	8,101	51.1%	△300
現・預金	5,207	31.5%	5,166	32.6%	△40
受取手形・売掛金	957	5.8%	623	3.9%	△334
商品	2,015	12.2%	2,029	12.8%	+14
固定資産	8,149	49.2%	7,743	48.9%	△406
投資有価証券	1,124	6.8%	864	5.5%	△260
敷金・保証金	3,193	19.3%	3,107	19.6%	△85
資産合計	16,551	100%	15,844	100%	△707
流動負債	1,855	11.2%	1,310	8.3%	△545
固定負債	536	3.2%	501	3.2%	△34
負債合計	2,391	14.5%	1,812	11.4%	△579
純資産合計	14,159	85.5%	14,032	88.6%	△127
負債・純資産合計	16,551	100%	15,844	100%	△707



[連結] キャッシュフロー

単位:百万円

	19年3月期	20年3月期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	391	153	△238
投資活動によるキャッシュ・フロー	199	△7	△206
財務活動によるキャッシュ・フロー	△176	△177	△0
現金及び現金同等物の期末残高	2,662	2,631	△31

[キャッシュフローの状況]

営業活動	税前当期純利益+77百万円、減価償却費+201百万円、減損損失+59百万円、売上債権の減少+333百万円、仕入債務の減少△196百万円など
投資活動	新店・補修・改装・機械設備などによる有形固定資産の取得△370百万円、投資有価証券の売却+211百万円、保険積立金の解約+201百万円など
財務活動	リース債務の返済△100百万円、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	20年3月期	増減額
設備投資額	246	343	+97
システム投資	3	82	+78
減価償却費	175	201	+26
減損損失	54	59	+4

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)

		59期					60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	増減					
眼鏡 小売	インショップ	148		3	145	△3		1	144	△1	1	2	143	△1	△2
	路面店	88		3	85	△3	2	2	85				85		
東部	インショップ	49		2	47	△2			47			2	45	△2	△2
	路面店	8			8		1		9	+1			9		+1
中部	インショップ	17			17				17				17		
	路面店	29			29			2	27	△2			27		△2
西部	インショップ	75		1	74	△1		1	73	△1	1		74	+1	
	路面店	46		3	43	△3	1		44	+1			44		+1
四国 中国 九州	インショップ	7			7				7				7		
	路面店	5			5				5				5		

※店舗：国内で新店3店舗、5店舗を閉鎖、14店舗で建て替え・改装・改築を実施

※インショップと路面店の基準を変更しております。



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

P38:販売促進政策

P44:補聴器販売

P47:眼鏡卸売事業

P48:写真館事業

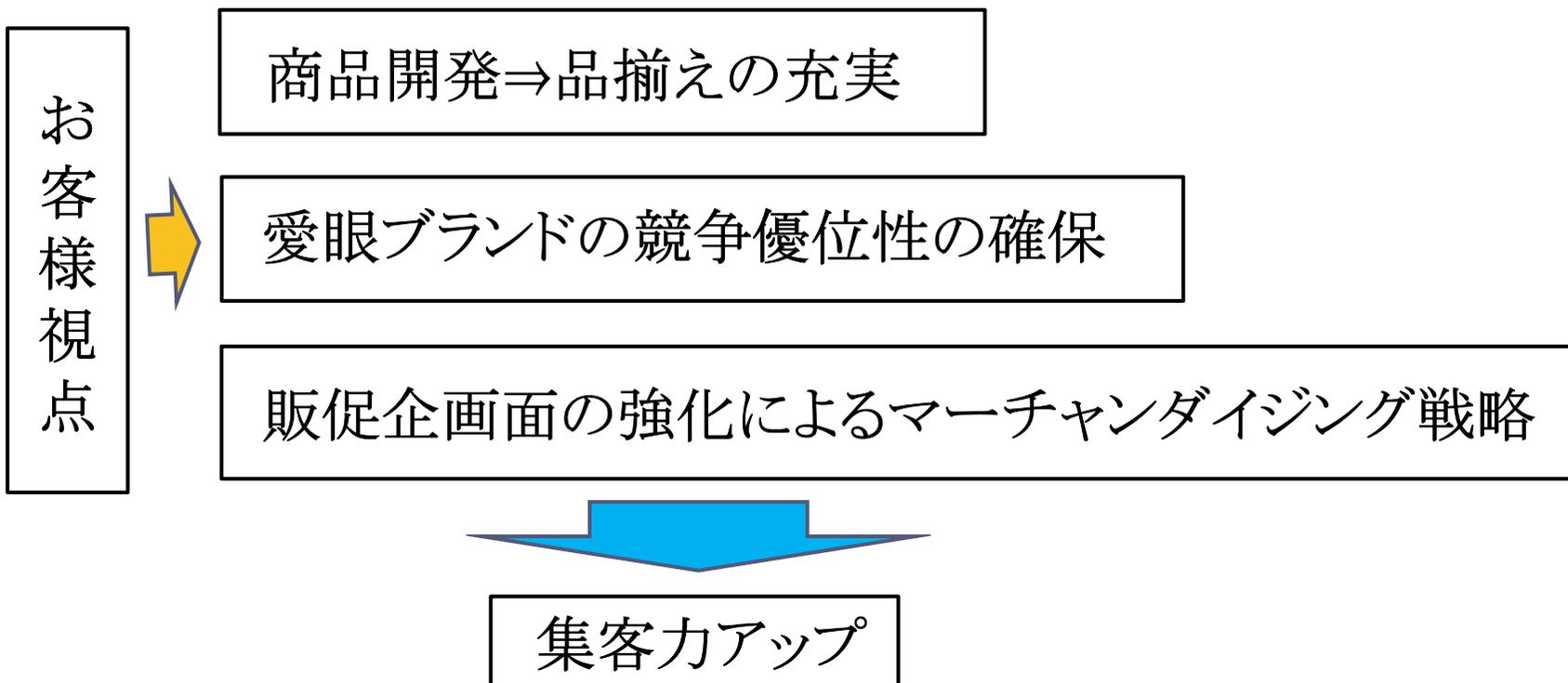
P49:海外眼鏡販売事業

P50:店舗政策

P52:2021年3月期(61期)の基本方針

P56:2021年3月期(61期)の連結業績予想

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営業戦略と経営資源の効率的な活用を進め、収益基盤の強化に取り組んでまいりました。
2. 「目の健康」を基軸として、幅広い年齢層のお客様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げております。
3. マーケティング面では、安心でお買い得な商品の品揃えを充実させ、マーチャンダイジングによる販売促進と各種広告媒体を通じた情報発信に努めてまいりました。
4. 無料視力チェックで、お客様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」を展開するとともに、お客様の利便性向上のため、全国の店舗でスマホ決済「PayPay」「LINE Pay」の取り扱いを開始いたしました。



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

お客様満足度 第1位
はじめての老眼鏡 安心して選べる店 第1位
疲れにくいメガネ(取扱店)人気 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

■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 **+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



従来のレンズ vs 両面非球面

税込 **+11,000円**

オプション(一例)



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。

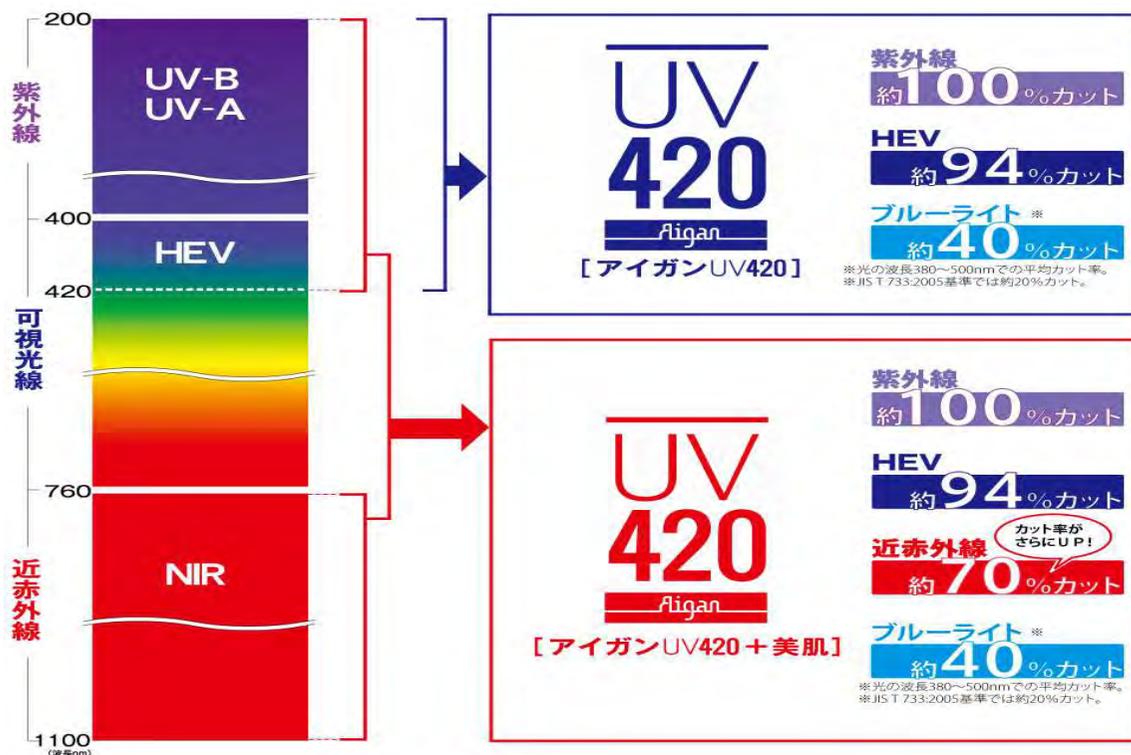


UV
420
Aigian

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	ブルーライト
100%	約40% _{※1}
近赤外線	HEV
約50%~約70% _{※2}	約94% _{※1}



アイガンUV420もコミコミで

UV
420

NIR
近赤外線
CUT!

アイガン

[アイガンUV420+美肌]

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 **+¥7,700**

※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

やわらかな目で好評な「POCOP VINTAGE (ポコプ ビンテージ)」シリーズに
機能性+上質感を併せ持つ品番を追加し新発売

ユニセックスフレーム:POCOP VINTAGE(ポコプ ビンテージ)



『スーパーエンジニアリング・プラスチック』と『βチタン』の組み合わせ

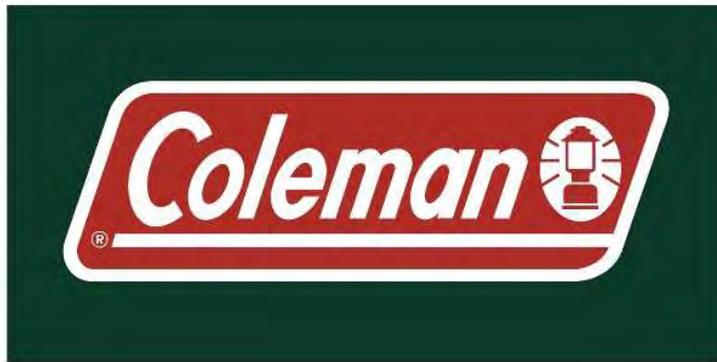




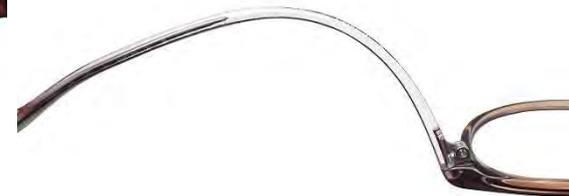
人気商品のバージョンアップ拡大②

4,800 円 Brand シリーズ第一弾として、人気アウトドアブランド
「Coleman (コールマン)」の愛眼限定モデルを発売

ユニセックスフレーム: Coleman (コールマン) 愛眼限定モデル



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

4,800 円 Brand シリーズ の第二弾として、人気スポーツブランド「FILA(フィラ)」の愛眼限定モデルを発売

ユニセックスフレーム: FILA (フィラ)愛眼限定モデル



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



アジアンフィット

日本人の顔に合わせた鼻盛り。



メタル芯内蔵

芯を入れることで調整可能な耳掛け部



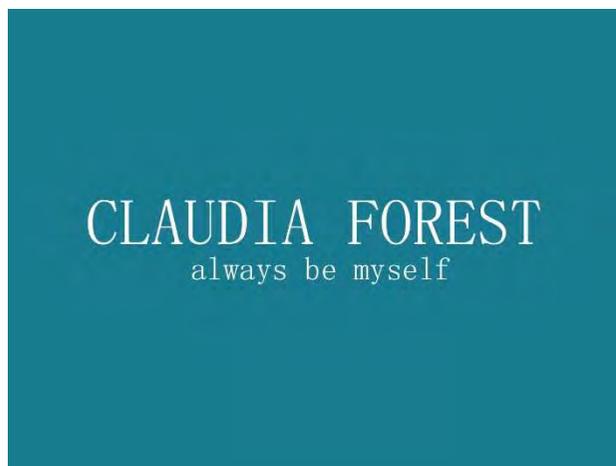
超弾性樹脂

軽量で弾力性を持ち、耐衝撃性に優れた素材。

人気商品のバージョンアップ拡大④

「好印象」をコンセプトに、大人の女性に向けたレディースラインの「CLAUDIA FOREST (クラウディア フォレスト)」から、ライトカラーシリーズを追加し新発売

レディースフレーム:CLAUDIA FOREST (クラウディア フォレスト)



上品さと大人の質感を表現。快適な掛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⑤

日本のものづくりの技術が集約されたブランド「HABILLEMENT (ハビルメント)」から、40代～60代のエグゼクティブメンズをターゲットとした商品を発売

メンズフレーム:HABILLEMENT(ハビルメント)



技術の高さと洗練されたスタイル。“日本のものづくりの良さを装う”



人気商品のバージョンアップ拡大⑥

お部屋メガネとして驚異の「復元力」と「弾力性」で好評の「ねころりん」シリーズ第3弾として、「続・ねころりん～やっぱり犬が好き～」を新発売

ユニセックスフレーム：続・ねころりん～やっぱり犬が好き～

寝落ち安心 うたた寝メガネ
「続・ねころりん」の特徴

- 寝落ちOK!**
フレームに弾力性と復元性に優れた新素材 (TPE) を使用しているので、寝落ちしても壊れないから安心?
- 尻もちOK!**
踏んで足で踏んだりお尻の下敷きにしても元通り! ゴム弾性樹脂なので衝撃に強く型崩れしません。
- 防災でもOK!**
急なメガネの紛失など、非常時に予備用メガネとして活用できます。衝撃にも強いので防災対策用としても役立ちます。

※絶対に壊れないわけではありません。意図に反して強い衝撃により変形の色れがございます。

寝落ち安心 うたた寝メガネ
続・ねころりん
やっぱり犬が好き

ついに 大好評! ねころりんシリーズ
犬バージョン登場!

触って気持ちいい
はやく! イヌの肉球モデル

“復元力”
バツグン!

高い復元力と弾力性+テンプル先端の犬の肉球デザイン

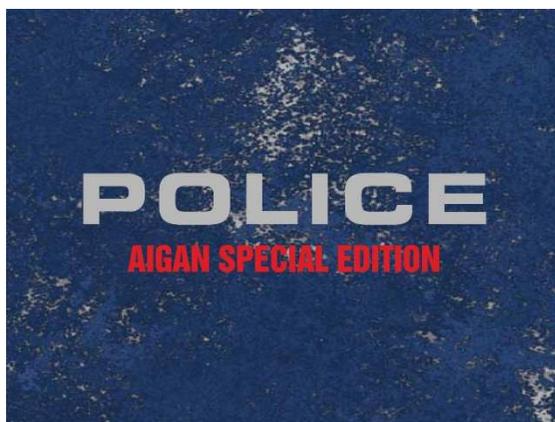




人気商品のバージョンアップ拡大⑦

イタリアの人気ブランド「POLICE(ポリス)」から
「愛眼別注モデル」第2弾POLICE AIGAN LIMITED EDITION 2.0を発売

メンズフレーム:POLICE(ポリス) 愛眼別注モデル



“JUST CONFORT” ——— 「愛眼別注」特別仕様

歴代人気モデルをアップデート

- 仕様その1 柔軟性に優れた「βチタン」製パネ丁番使用
- 仕様その2 日本人に合わせたフレーム幅でホールド感UP
- 仕様その3 様々な用途に対応するレンズ天地幅

愛眼別注

WE TALK TO THE FREEDOM SEEKERS

About POLICE
1983年創業のイタリア「ポリス」は、ファッションアイテムに変わり始めた時代、ファッションブランドの概念を刷新するデザインとスタイルを身体。その斬新なスタイルで一世を轟かせた「POLICE」のストーリーは、数々のブランドと異なり、音楽・ファッション・アートという多岐にわたる領域で展開している。音楽・ファッション・アートという多岐にわたる領域で展開している。

POLICE AIGAN SPECIAL EDITION CONCEPT

ブランドならではのデザインの良さはそのままに、眼鏡専門店だからこそ実現できる機能性をさらにアップ



POLICE AIGAN SPECIAL EDITION



人気商品のバージョンアップ拡大⑧

パーツ破損の心配を軽減！ 鼻幅調節可能なPOCOP(ポコプ)を発売

スモールサイズフレーム:POCOP(ポコプ)



『くるりんパッド』=脚付き鼻あてではないのに、鼻幅の調整が可能！





人気商品のバージョンアップ拡大⑨

人気シリーズ「KRUSSH (クラッシュ)」のスマールデザインから
テンプルが暗闇でひかる蓄光モデルを発売

スマールサイズフレーム: KRUSSH Small Design(クラッシュ・スマール・デザイン)



テンプルのカラー部分は「蓄光機能」+「くるりんパッド」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(ジブンススタイル)

“加入度数高めの方用”遠近両用レンズ
(ADD+2.00~)



Nikon × Aigan Co., Ltd. じぶんスタイル **OUTDOOR 赤ラベル**

車の運転に
遠くがワイドに見えるので、車の運転も快適です。

映画や演劇の鑑賞に
鮮やかコート標準なので、遠眺しても快適です。

旅行やスポーツ観戦に
綺麗な景色や活動的に動く選手もパツパツ見えます。

運転に最適 遠用重視の遠近レンズ

遠中近

鮮やかコート 標準装備
光の感度が低下する赤色波長域の見え方をサポート。赤色の見え方に鮮やかさが戻る効果が期待できます。

RT=10/12/14
1.60 1.67 1.74

Nikon × Aigan Co., Ltd. じぶんスタイル **INDOOR 青ラベル**

屋内のお仕事に
近くがワイドに見えるので、快適に仕事がこなせます。

パソコン・スマホに
ブルーライトカットが標準なので、快適に見えます。

買い物や散歩に
遠くから近くをラクに見たい方におすすめです。

外出できる 中近重視の遠近レンズ

遠中近

ブルーライトカット 標準装備
パソコンのモニター画面や照明などのLEDから強く発光され、目の負担の原因の一つと言われるブルーライトをカット。

仕事 設計 1.60 1.67 1.74
RT=20/22

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

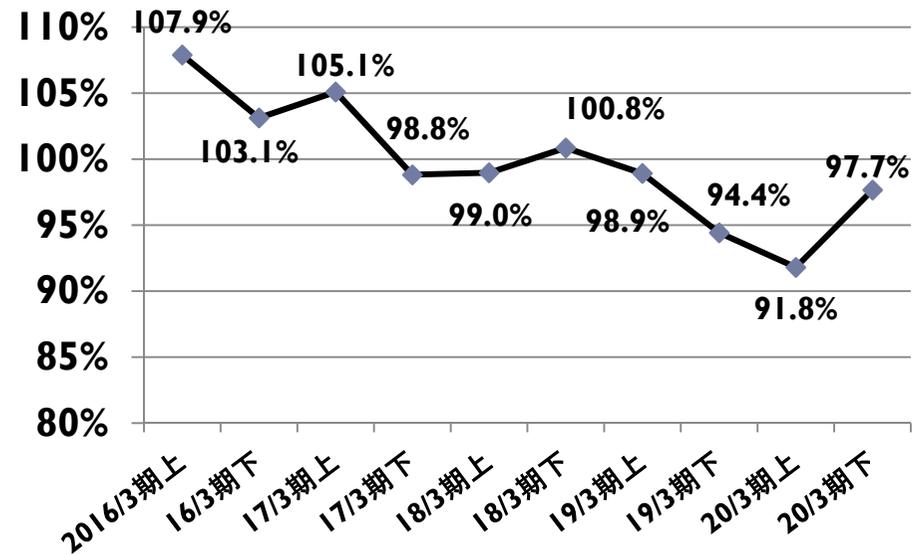
新発想! スキンケアできるサングラス。
UV420 & NIR CUT SUNGLASSES

UV420 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
GOOD DESIGN

愛眼が作ったスポーツグラス。
WIND RUNNER

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、夏場の日照不足の日が増えるなど天候不順の影響があり、前年同期比で大幅に減少

Classic Vives MG

2WAYS GLASSES
1本で「メガネやサングラス」。

WD2-3002 BOSLINTON-TYPE

眩しさを抑え、明るさを確保!



2020年3月期 販売促進政策

セール企画

◆冬の歳末セール、お正月期間の初売り企画、決算セール

歳末セール
(2019.11/22～12/31まで)



初売りセール
(2020.1/1～1/13まで)



決算セール
(2020.2/21～3/31まで)





商品販促企画

◆商品ブランディングとして、「ポコプ」「アイガンFORゆ」をそれぞれPR

やわらかないポコプ



アイガンFORゆ



愛眼 FOR ゆ YOU アイガン FOR ゆ 熱に強い! 曇りに強い! 衝撃に強い!

採用販売登録: 第 3184849 号 第三種医薬機器

既製フレーム 既製レンズ **¥3,000** + 税

お風呂の知られていないトリビアや、FORゆ]を持って出かけたいなるおススメスポットを紹介!

Instagram



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「ズバク」企画



注力商品

- ◆ビューティ&ビジネスフェア
メンズ向けの黒枠のメタルフレーム、
女性向けの若返りのフレームを企画として展開。





注力企画

◆初期老眼対策コンテンツ

◆初期老眼の方向けのコンテンツサイトを制作。ネガティブに捉えられがちな『老眼』をポジティブに快適になる情報サイトとして開設。

Enjoy ROGAN Life!

ローガンは エンタメだ!



ローガン鏡 / コレクション!



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、お客様ご自身やご家族が視力変化に気づき、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。

LOVE EYES WEEK

快適で豊かな暮らしに
メガネのアイガンの
無料視力測定を
ご利用ください。

Aigan Co., Ltd.

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。写真は大阪府東大阪市のあすたいむ東大阪での「聞こえの講座」の様。補聴器の啓蒙活動を行いました。



スポーツ自転車イベント 「サイクルモード」に出展

千葉県幕張市の幕張メッセで開催される日本最大級のスポーツ自転車イベント「サイクルモード」に出展。写真は弊社WIND RUNNERブースの様。スポーツサングラス WIND RUNNER・ハイカーブフレーム度入加工システムについてPRを行いました。



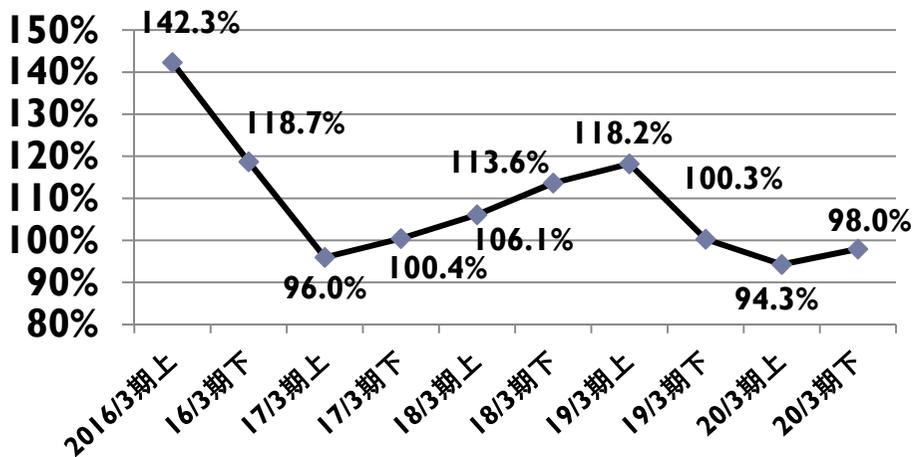
サウナ屋外イベントに出展

東京都昭島市のMORI PARK Outdoor Villageで開催されたアウトドアでサウナを楽しむイベント「outdoor SAUNA meeting」に協賛しブース出展。写真は弊社アイガンFORゆブースの様。お風呂用メガネ「アイガンFORゆ」のPRを行いました。



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

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。

■全レンタル件数に占める充電式補聴器構成比

60期	10月	11月	12月	1月	2月
レンタル 構成比	39.2%	41.1%	41.8%	44.4%	47.5%



補聴器販売

補聴器の啓蒙活動を強化

◎補聴器体験会イベント開催
聞こえのチェック、補聴器無料
体験を軸にショッピングセンター
内で啓蒙イベントを実施。

◎レンタル補聴器CM

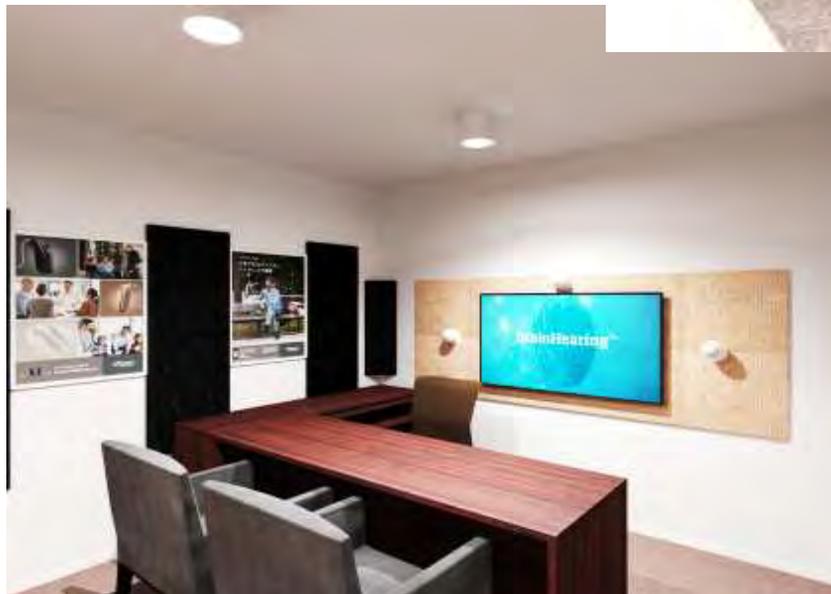
『レンタル補聴器なら愛眼』のイメージをもって
いただくため、ブランディングCMを実施。





補聴器販売

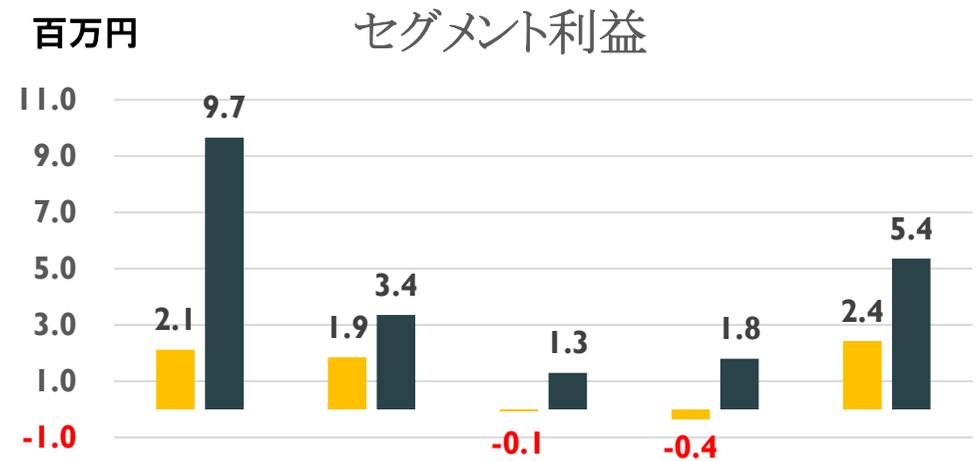
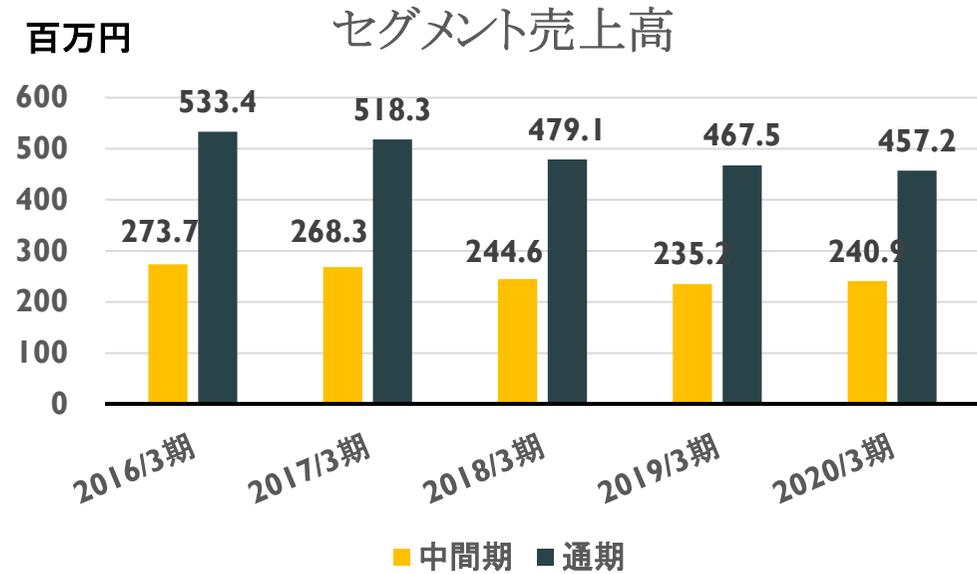
◎大阪本店、横浜本店に
補聴器体感ルームを新設。
様々な音環境を再現して
最新の補聴器の聞こえと
効果が体感できます。





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。



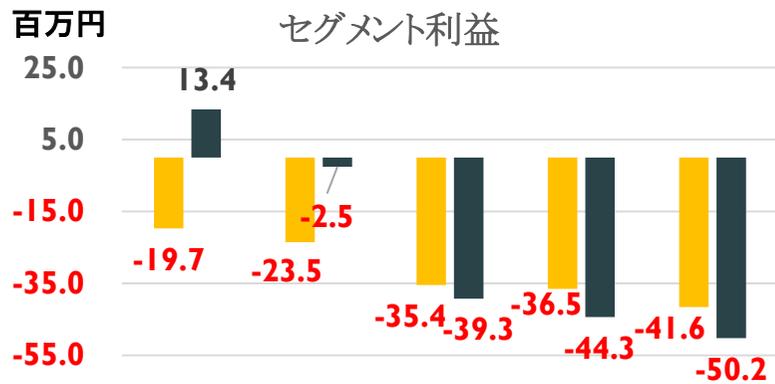
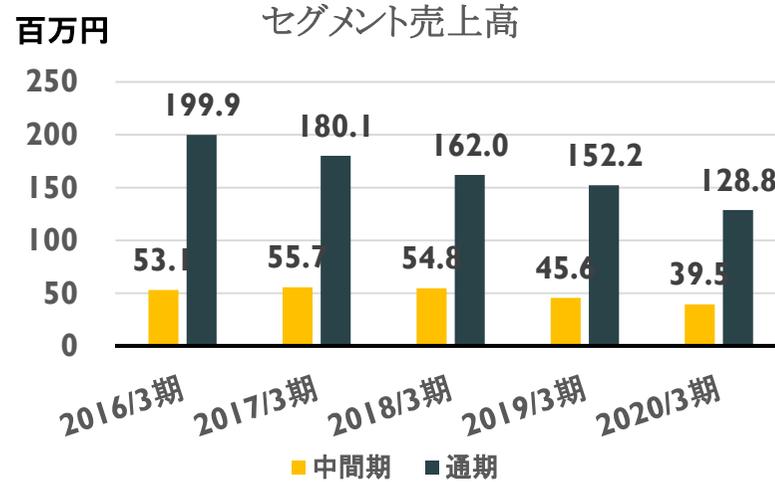


写真館事業



・競争激化に加え、新型コロナウイルス感染症の感染拡大によって卒業記念写真や袴レンタルの予約キャンセルが出るなど、厳しい状況が続きました。

・新型コロナウイルス感染症の感染状況の収束が長引くことも予想され、引き続き、素敵な思い出にできる撮影メニューを揃えるとともに、お客様に感動を届ける情報発信に鋭意取り組むことによって、売上高の伸長を目指してまいります。



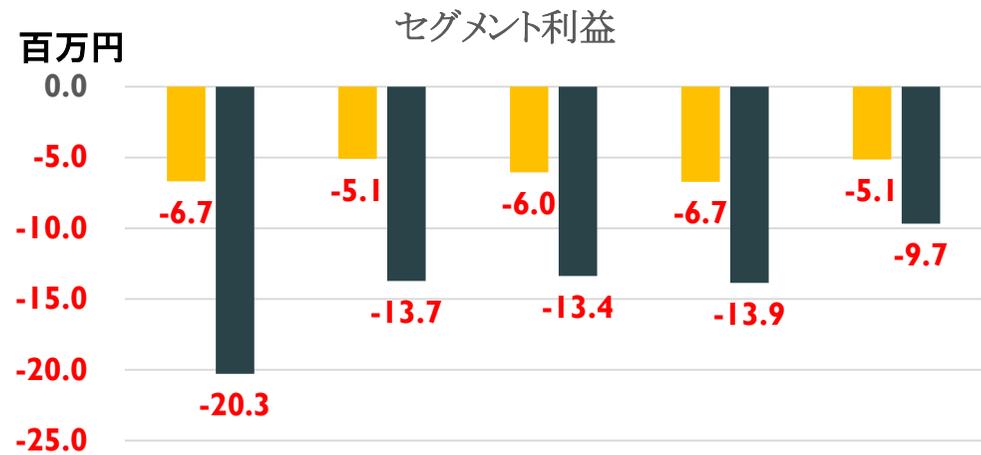
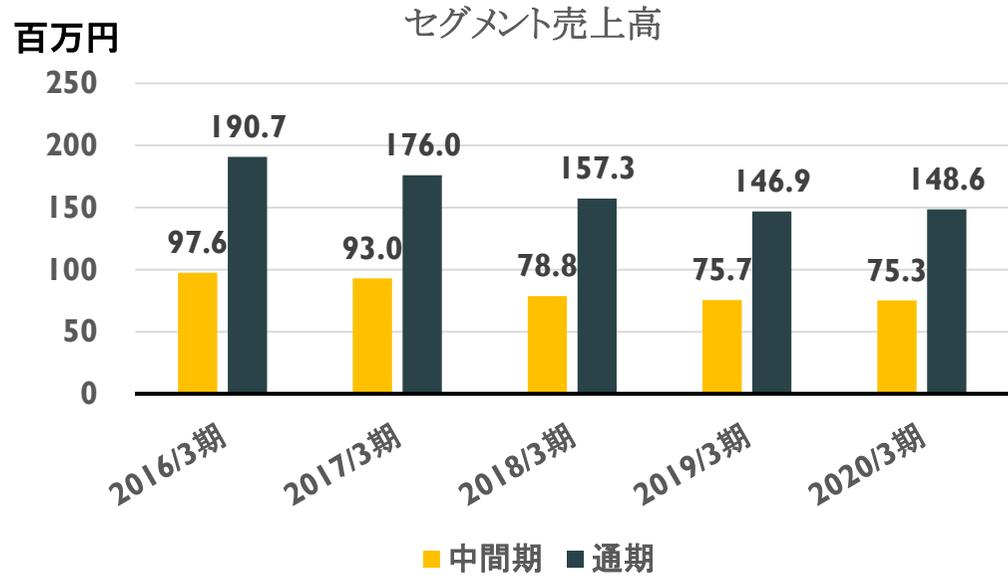


海外眼鏡販売事業

・北京愛眼眼鏡有限公司が、北京市を中心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、愛眼のPB商品やメイド・イン・ジャパン商品の品揃えの強化による集客力アップに努め、採算の改善に取り組んでおります。

・本年に入り、中国での新型コロナウイルス感染症の影響により店舗がある北京市、天津市では住民が外出を控える状況が現在も続いており、客数減少の影響を受けておりますが、既存店の活性化や経費の見直しを行い、業績改善を図ってまいります。





2020年3月期 店舗政策

1. 新店:3店舗
2. 既存店の活性化に伴う補修・改装 14店舗
3. 閉店:5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 新店
イオンモール堺北花田店
AIGAN select



新しいスタイルの戦略店舗



2020年3月期の改装

2019年6月 自社物件の改装
横浜本店



2019年6月 自社物件の建て替え
勝山店



2019年11月 改装
LINKS UMEDA店



2020年3月 改装
弁天町店



2021年3月期(61期)の基本方針

新型コロナウイルス感染症拡大危機への対応

お客様視点

高品質でお客様満足度の高い商品の品揃えの充実

お客様に選ばれる愛眼ブランド力の強化

マーケティングの強化と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への適切な対応⇒組織の活性化

愛眼ブランドの進化と新型コロナウイルス感染症対策への対応

1. 今後のわが国経済の見通しは、国内外を問わず新型コロナウイルス感染症の収束の見込みが立っておらず、経済活動や個人所得の押し下げへの影響の長期化が懸念されており、消費マインドに大きな影響を与える可能性があります。
2. 当社は、今年度に、創業80周年、設立60周年を迎えます。新型コロナウイルスの感染防止策の徹底を最優先に取り組みつつ、長年のご愛顧に応えるべく、様々の営業施策を推進し、売上高の伸長を目指し、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。また、新型コロナウイルス感染症の収束後の事業展開を見据えた取り組みも不足なく行っていきたいと考えております。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し活性化を進めてまいります。
3. 営業面では、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お客様満足度の高い商品の品揃えの充実を図るとともに、お客様に選ばれる愛眼ブランドの競争優位性の確保とマーケティング面の強化を通じて質の高いサービスを提供できるよう取り組んでまいります。

新型コロナウイルス感染症拡大防止に向けての社会貢献活動

新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、日夜戦っている社会福祉事業者用として、6月5日、大阪市福祉局に保護メガネ2,000本を寄贈いたしました。





2021年3月期 店舗政策

1. 新店:3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:3店舗

2020年5月新店
COASKA横須賀店



2020年5月移転改装
みのおキューズモール店





2021年3月期の連結業績予想の策定の考え方

1. 新型コロナウイルス感染症の感染拡大による当社グループへの影響につきましては、出店先ショッピングセンターの営業時間短縮、営業休止等による来店客数や売上高等への影響を直近の業績動向より可能な範囲で織り込み次期の業績予想をいたしました。
2. 今後の感染拡大や収束の状況等によって業績は大きく変動する可能性があります。
3. 業績予想の修正の必要性が生じた場合には、速やかに開示いたします。



2021年3月期の連結業績予想

	2020年3月期実績		2021年3月期計画		前 期 比	
	金 額	売 上 構成比	金 額	売 上 構成比	増	減
	百万円	%	百万円	%	百万円	%
売上高	15,429	100.0	14,584	100.0	△844	△5.5
営業利益	52	0.3	△886	—	△938	—
経常利益	138	0.9	△815	—	△953	—
当期純利益	△12	—	△908	—	△896	—