



愛眼株式会社

2021年3月期 経営状況報告



2021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(眼鏡小売事業)



[連結] PLの概要

連結:減収・減益

単位:百万円

| | 20年3月期 実績 | 21年3月期 計画 | 21年3月期 実績 | 前期比 | 計画比 |
|----------------|--------------------|--------------------|--------------------|------------------|------------------|
| 売上高 (売上比) | 15,429 (100.0%) | 14,011 (100.0%) | 13,562 (100.0%) | 87.9% | 96.8% |
| 売上総利益 (売上比) | 10,688 (69.3%) | 9,825 (70.1%) | 9,494 (70.0%) | 88.8% (+0.7%) | 96.6% (△0.1%) |
| 販売管理費 (売上比) | 10,636 (68.9%) | 10,418 (74.4%) | 10,016 (73.9%) | 94.2% (+4.9%) | 96.1% (△0.5%) |
| 営業利益 (売上比) | 52 (0.3%) | △593 (-) | △522 (-) | - (-) | - (-) |
| 経常利益 (売上比) | 138 (0.9%) | △523 (-) | △447 (-) | - (-) | - (-) |
| 当期純利益 (売上比) | △12 (-) | △612 (-) | △557 (-) | - (-) | - (-) |



2021年3月期の経営成績

[連結] PLの概要

売上高:13,562百万円(前期比1,867百万円減、△12.1%)

売上総利益:9,494百万円(前期比1,194百万円減、△11.2%)

売上総利益率:70.0%(前期比+0.7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619百万円圧縮

特別損失:保有する固定資産について、14百万円の
減損損失を計上

営業損失:522百万円(前期比△574百万円)

経常損失:447百万円(前期比△586百万円)

当期純損失:557百万円(前期比△545百万円)

1. わが国経済は、新型コロナウイルス感染症の緊急事態宣言の発出に伴う感染拡大に対する警戒感や活動自粛ムードが経済活動の停滞に繋がり、雇用・所得環境の悪化と相俟って、個人消費は低迷いたしました。現状、新型コロナウイルス感染症の収束が見通せないなか、感染第4波が拡大している状況の下、個人消費や消費マインドへの影響が長期化することが懸念され、依然として先行きは不透明で厳しい経営環境が続いております。
2. 営業実績については、売上高は13,562百万円（前期比12.1%減）となりました。新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、一部店舗での休業と営業時間短縮の影響が期初から5月にかけて顕著に現れ、来店客数が大幅に落ち込んだため、第1四半期は前年同四半期比で35.9%減となりました。第2四半期以降、初回の緊急事態宣言解除を受け客足は徐々に戻り、売上は一時期に回復を見せたものの、年末にかけての感染第3波と本年3月に入ってから感染者数の急激な増加の影響を受け、減収となりました。売上総利益率は、主に価格施策や品種別の売上構成比の変化の影響により0.7ポイント上昇しました。
3. 営業経費は、経費コントロールの徹底を図り、チラシやCMなどの販売促進施策の見直しによる広告宣伝費の抑制、その他の販売費の減少、休業店舗のテナント家賃の減免、休業や営業時間の短縮による時間外勤務の減少などにより、販売費及び一般管理費は10,016百万円（前期比5.8%減）となりましたが、売上高販管費率は大幅な売上高の減少の影響により4.9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

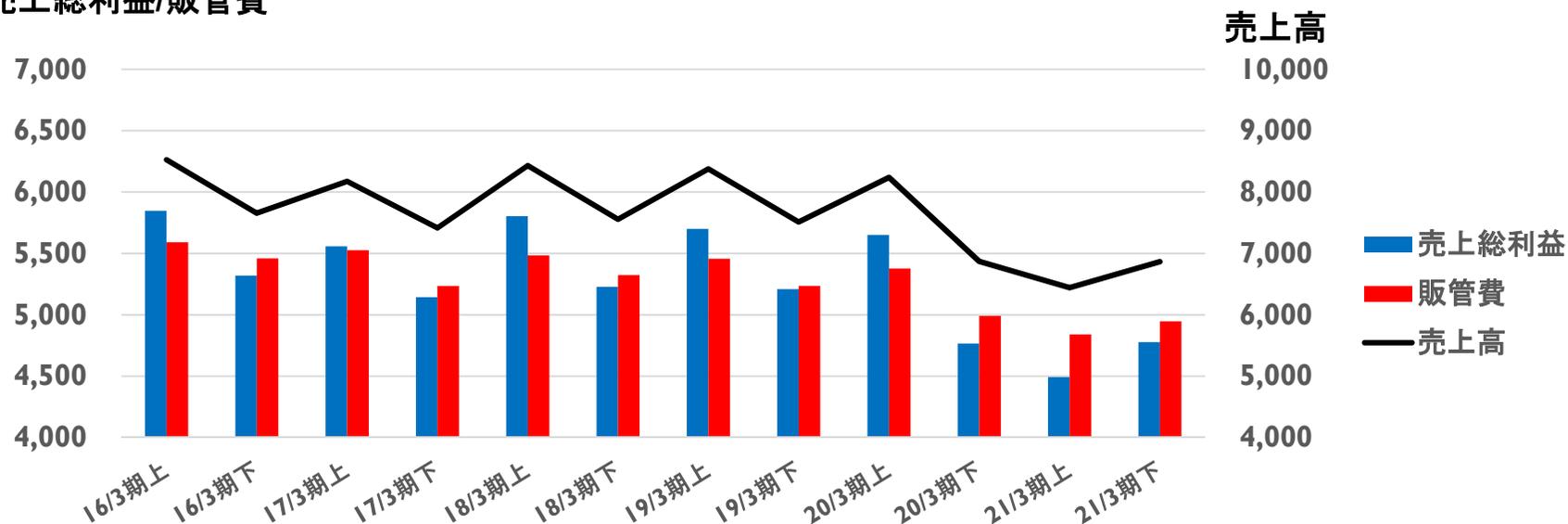
| | 20年3月期 実績 | 21年3月期 計画 | 21年3月期 実績 | 前期比 | 計画比 |
|----------------|--------------------|--------------------|--------------------|------------------|------------------|
| 売上高 (売上比) | 15,109 (100.0%) | 13,751 (100.0%) | 13,307 (100.0%) | 88.1% | 96.8% |
| 売上総利益 (売上比) | 10,417 (68.9%) | 9,594 (69.8%) | 9,270 (69.7%) | 89.0% (+0.7%) | 96.6% (△0.1%) |
| 販売管理費 (売上比) | 10,368 (68.6%) | 10,181 (74.0%) | 9,786 (73.5%) | 94.4% (+4.9%) | 96.1% (△0.5%) |
| 営業利益 (売上比) | 49 (0.3%) | △586 (△4.3%) | △516 (-) | - (-) | - (-) |
| 経常利益 (売上比) | 141 (0.9%) | △510 (△3.7%) | △435 (-) | - (-) | - (-) |
| 当期純利益 (売上比) | △7 (△0.1%) | △597 (△4.3%) | △544 (-) | - (-) | - (-) |



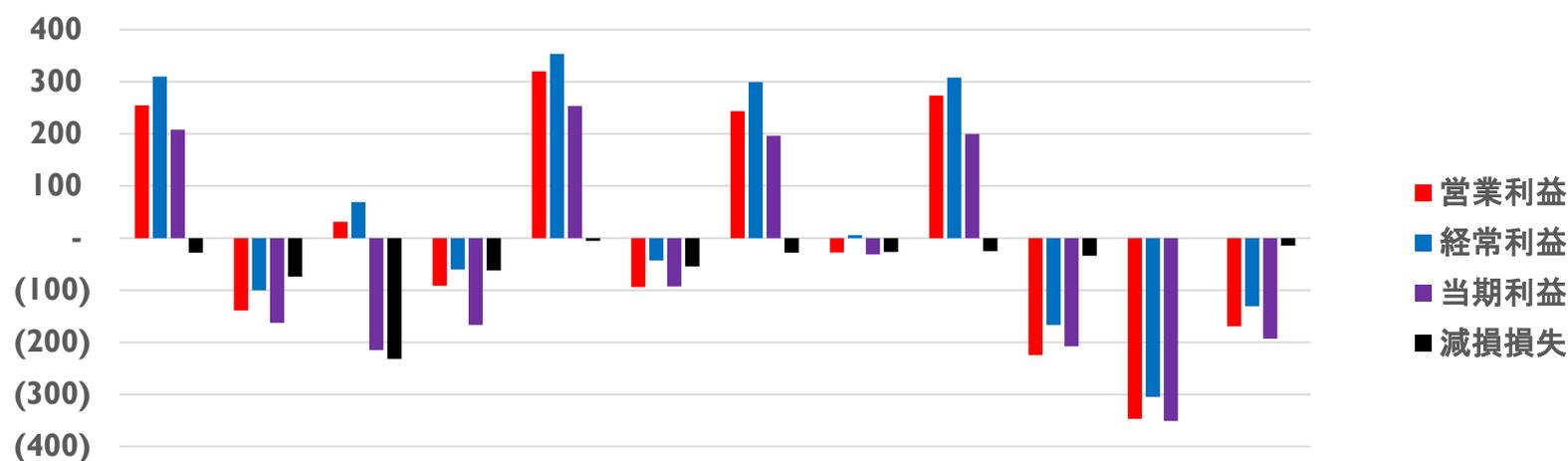
[単体] 主要なPL科目の推移

単位:百万円

売上総利益/販管費



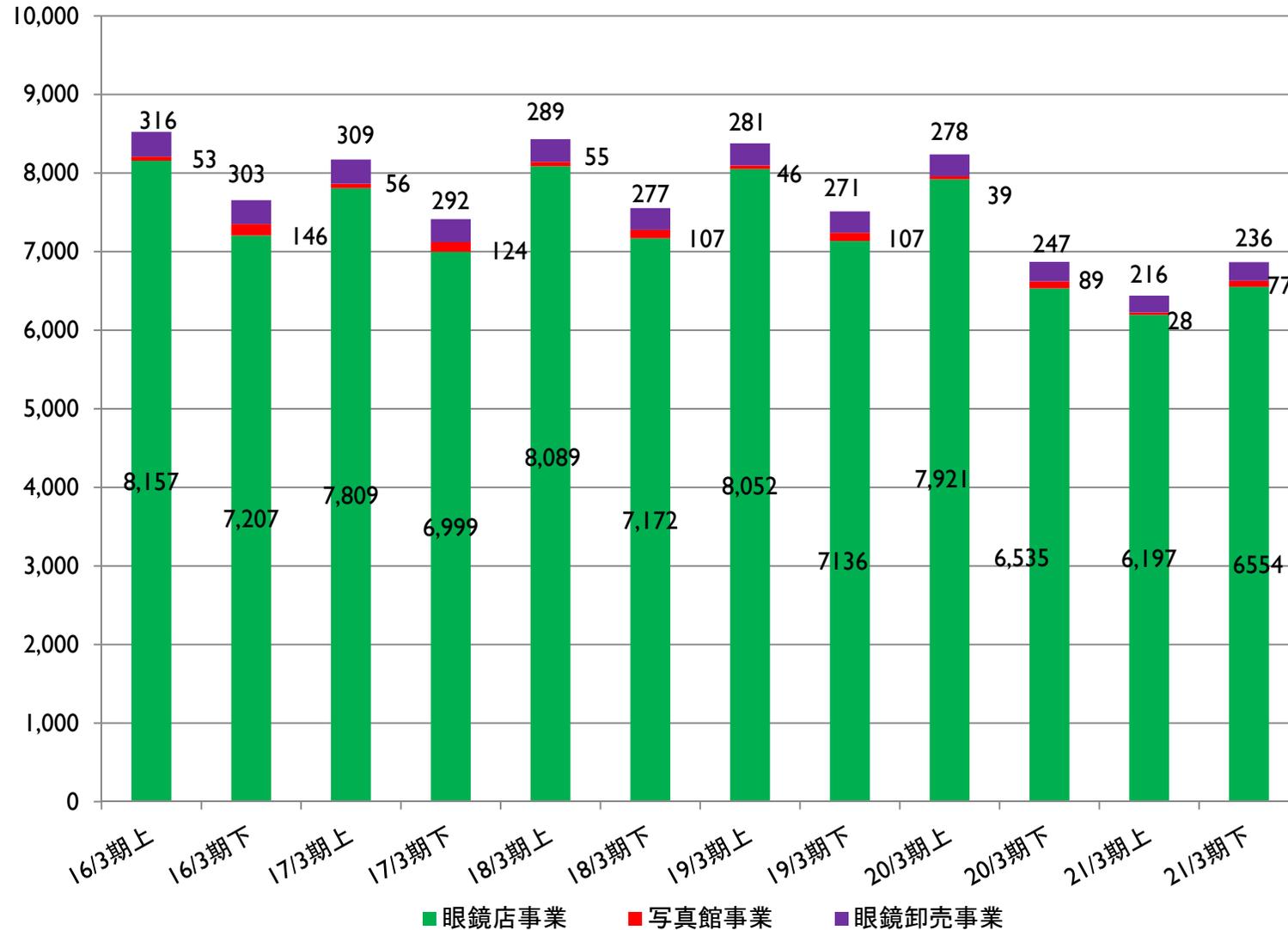
利益額





[単体] 事業部別売上構成の推移

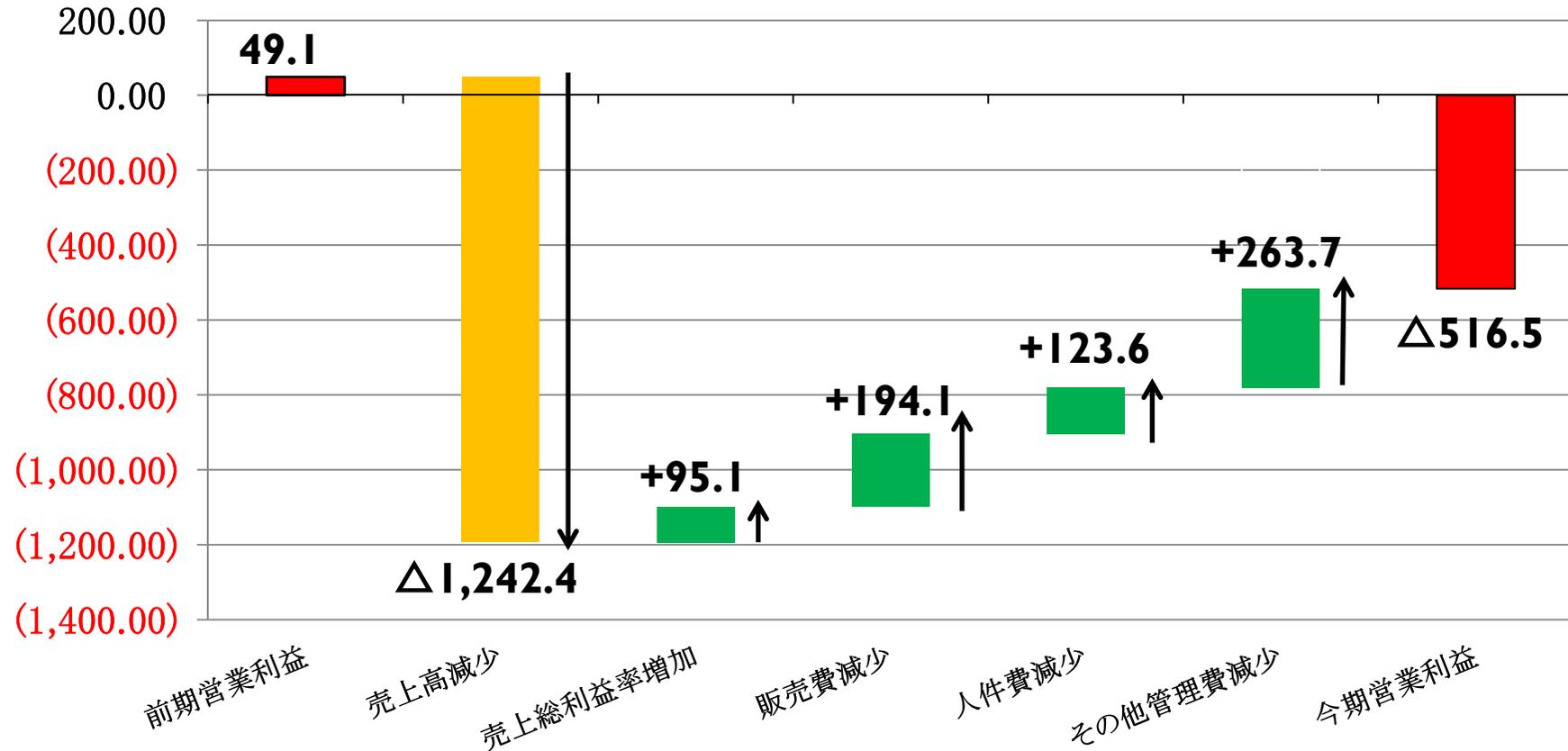
単位:百万円





[単体] 営業利益の変化要因別説明図

単位:百万円

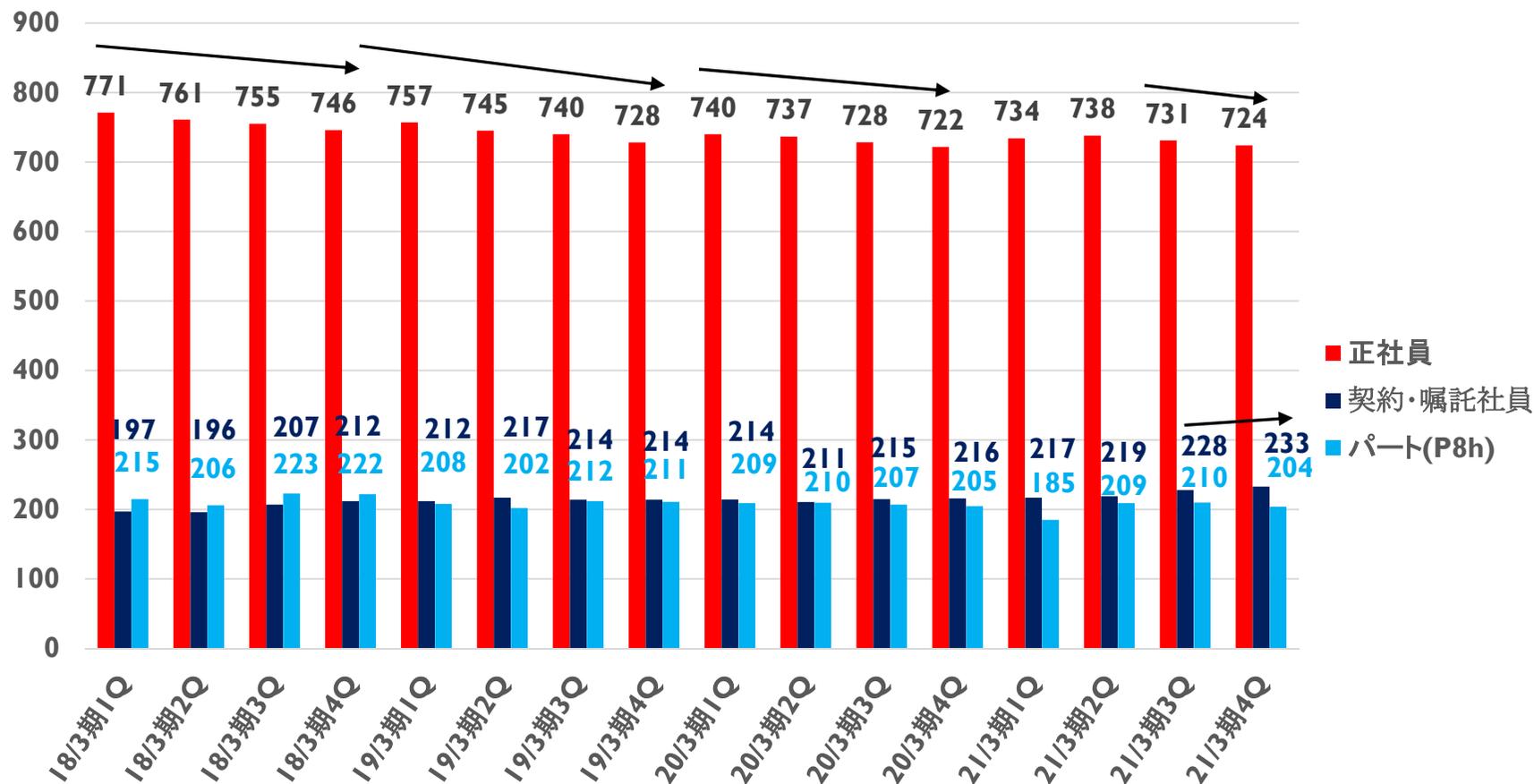


◎売上総利益率が0.7ポイント改善し、経費コントロールで経費を581百万円圧縮しましたが、売上高が前期比で△1,802百万円、比率で△11.9%減少した結果、営業利益は△516百万円となり、前年同期比で△565百万円減少しました。



[単体] 従業員数推移

(各四半期毎の平均数値)



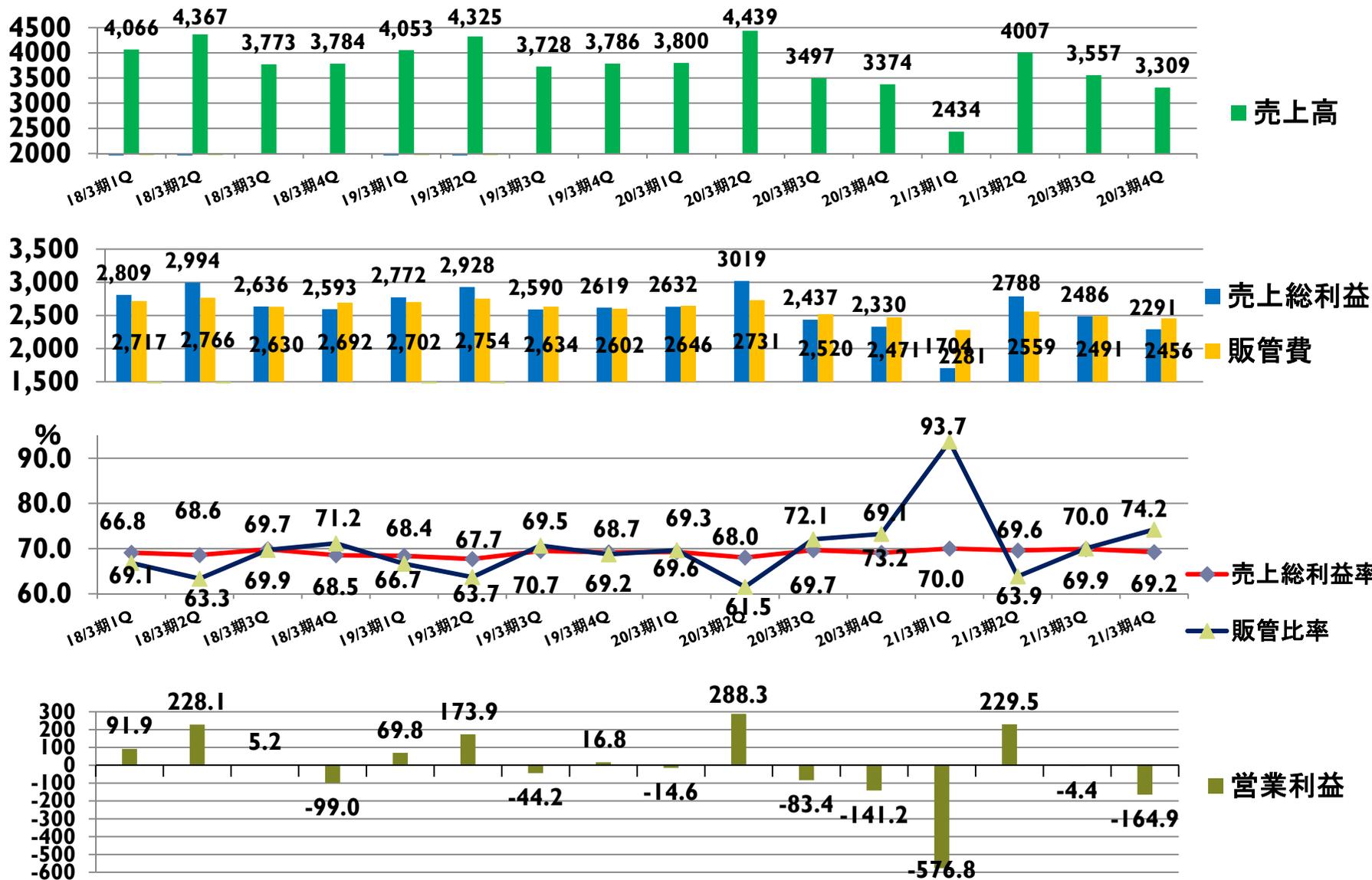
◎新卒正社員18名採用

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

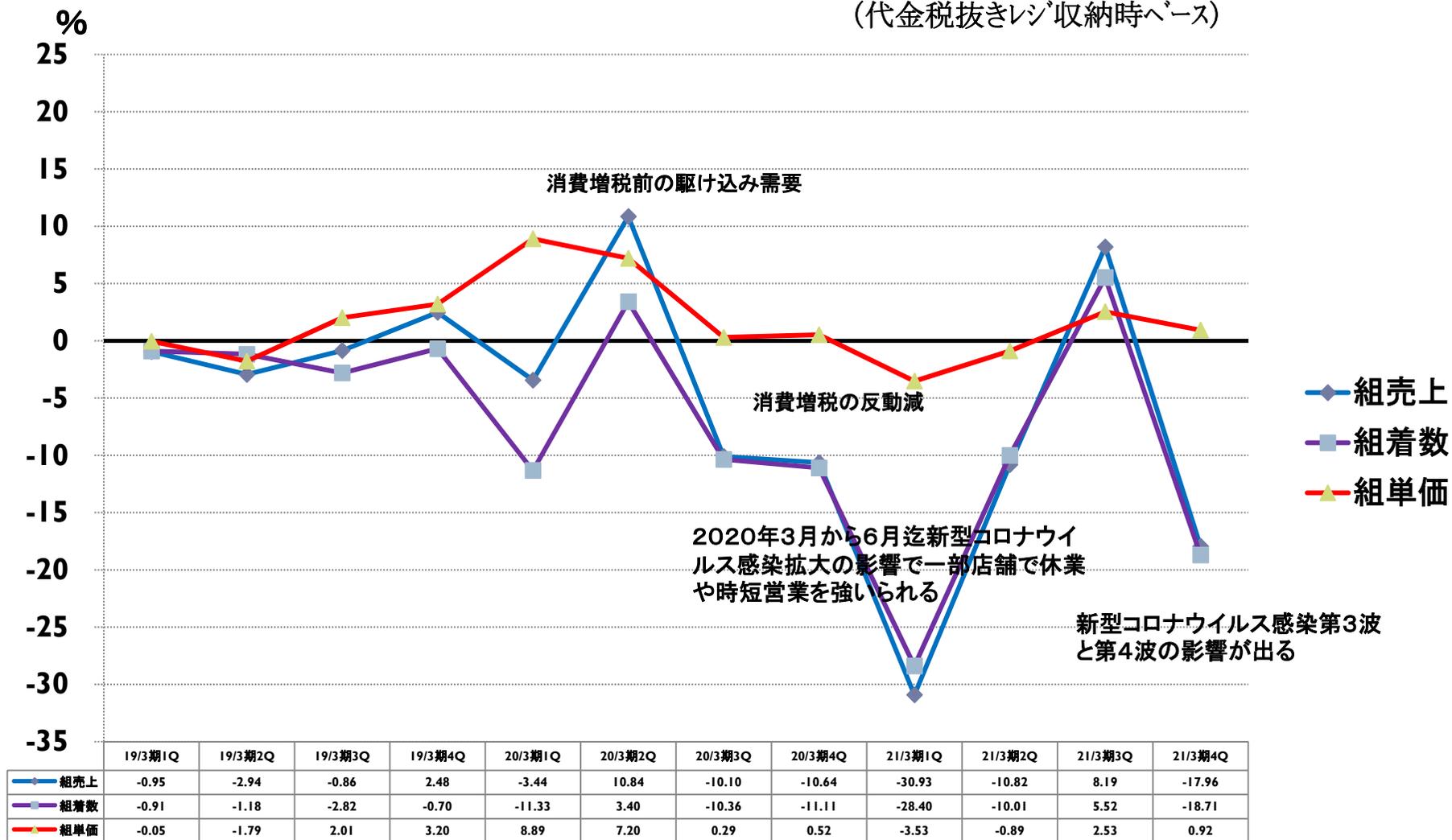
単位:百万円、%





[単体] 既存店の四半期別販売状況 (前年比)

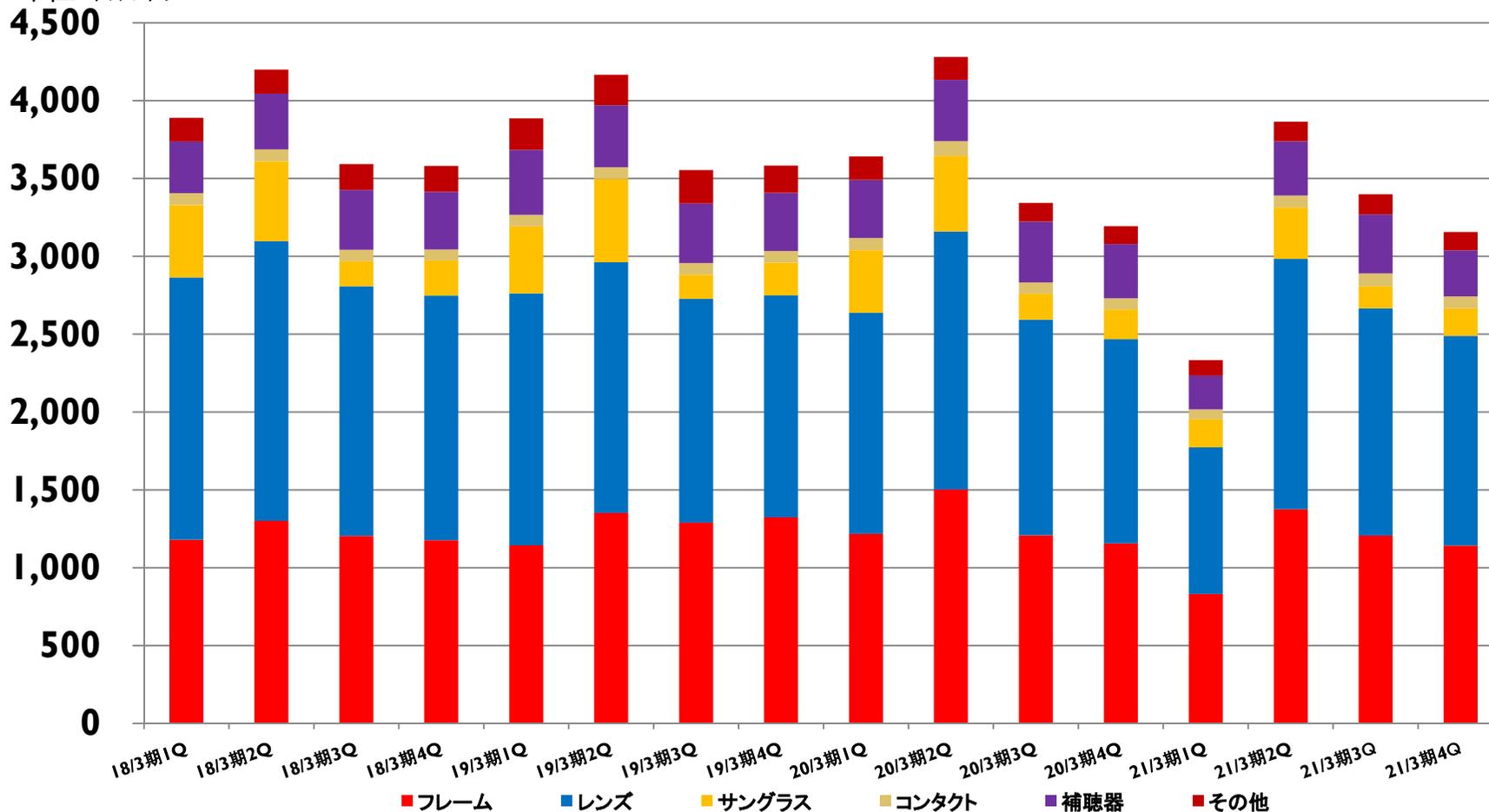
(代金税抜きレジ収納時ベース)





[単体] 品種別売上高の四半期別推移

単位:百万円



1. 第1四半期において、中心品目のメガネ販売は前年同四半期比で32.6%減少し、準主力品目の補聴器、サングラスの売上も各々41.2%、54.9%減少しました。
2. 6月以降客足は徐々に戻ったものの、年末にかけて新規感染者数が増加したことに伴う外出自粛要請の影響が出て、一時期客足は再び重い状況となったことで、メガネ販売と補聴器は、前期比で各々8.8%減、16.9%減の回復に留まりました。サングラスは、主に外出自粛の影響、イベント・スポーツなどの屋外活動に対する政府や自治体による注意喚起の広がりに加え、夏場にかけてのハイシーズン時期の長梅雨・大雨・日照不足などの天候不順の影響もあり、前期比**33.2%減**と売上不振の状況が続きました。



[連結] BSの概要

単位:百万円

| | 20年3月期 | | 21年3月期 | | 比較増減額 |
|----------|--------|-------|--------|-------|-------|
| | | 構成比 | | 構成比 | |
| 流動資産 | 8,393 | 52.6% | 8,311 | 53.7% | △82 |
| 現・預金 | 5,376 | 33.7% | 5,135 | 33.2% | △241 |
| 受取手形・売掛金 | 636 | 4.0% | 694 | 4.5% | +57 |
| 商品 | 2,088 | 13.1% | 1,924 | 12.4% | △163 |
| 固定資産 | 7,573 | 47.4% | 7,178 | 46.3% | △395 |
| 投資有価証券 | 672 | 4.2% | 478 | 3.1% | △194 |
| 敷金・保証金 | 3,187 | 20.0% | 2,940 | 19.0% | △246 |
| 資産合計 | 15,967 | 100% | 15,489 | 100% | △477 |
| 流動負債 | 1,361 | 8.5% | 1,362 | 8.8% | +0 |
| 固定負債 | 516 | 3.2% | 522 | 3.4% | +5 |
| 負債合計 | 1,878 | 11.8% | 1,884 | 12.2% | +6 |
| 純資産合計 | 14,089 | 88.2% | 13,604 | 87.8% | △484 |
| 負債・純資産合計 | 15,967 | 100% | 15,489 | 100% | △477 |



[単体] BSの概要

単位:百万円

| | 20年3月期 | | 21年3月期 | | 比較増減額 |
|----------|--------|-------|--------|-------|-------|
| | | 構成比 | | 構成比 | |
| 流動資産 | 8,101 | 51.1% | 8,028 | 52.2% | △73 |
| 現・預金 | 5,166 | 32.6% | 4,925 | 32.0% | △240 |
| 受取手形・売掛金 | 623 | 3.9% | 685 | 4.5% | +62 |
| 商品 | 2,029 | 12.8% | 1,876 | 12.2% | △152 |
| 固定資産 | 7,743 | 48.9% | 7,357 | 47.8% | △385 |
| 投資有価証券 | 864 | 5.5% | 669 | 4.4% | △194 |
| 敷金・保証金 | 3,107 | 19.6% | 2,869 | 18.6% | △238 |
| 資産合計 | 15,844 | 100% | 15,385 | 100% | △458 |
| 流動負債 | 1,310 | 8.3% | 1,317 | 8.6% | +6 |
| 固定負債 | 501 | 3.2% | 507 | 3.3% | +6 |
| 負債合計 | 1,812 | 11.4% | 1,824 | 11.9% | +12 |
| 純資産合計 | 14,032 | 88.6% | 13,560 | 88.1% | △471 |
| 負債・純資産合計 | 15,844 | 100% | 15,385 | 100% | △458 |



[連結] キャッシュフロー

単位:百万円

| | 20年3月期 | 21年3月期 | 増減額 |
|------------------|--------|--------|------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 153 | △229 | △382 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | △7 | △79 | △71 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | △177 | △19 | +158 |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 2,631 | 2,303 | △327 |

[キャッシュフローの状況]

| | |
|------|--|
| 営業活動 | 税前当期純損失△462百万円、減価償却費+207百万円、棚卸資産の減少+182百万円、売上債権の増加△57百万円、仕入債務の減少△36百万円、法人税等の支払△121百万円など |
| 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△206百万円、定期預金の預入△123百万円、敷金及び保証金の返還による収入159百万円、投資有価証券の償還+100百万円など |
| 財務活動 | リース債務の返済△19百万円など |



[連結] 設備投資・減価償却費・減損損失

単位:百万円

| | 20年3月期 | 20年3月期 | 増減額 |
|----------|--------|--------|-----|
| 設備投資額 | 343 | 269 | △74 |
| ソフトウェア投資 | 82 | 17 | △64 |
| 減価償却費 | 201 | 207 | +5 |
| 減損損失 | 59 | 14 | △44 |

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)

| | | 20年3月期 | | | | | 21年3月期 | | | | | 年間 増減 | | | |
|----------------|---------|--------|----|----|-----|----|--------|----|-----|----|----|----------|-----|----|----|
| | | 期首 | 出店 | 退店 | 期末 | | 出店 | 退店 | 上期 | | 出店 | | 退店 | 下期 | |
| | | | | | | 増減 | | | | 増減 | | | | | 増減 |
| 眼鏡 小売 | インショップ° | 145 | 1 | 3 | 143 | △2 | 1 | | 144 | +1 | | 2 | 142 | △2 | △1 |
| | 路面店 | 85 | 2 | 2 | 85 | | | | 85 | | | 2 | 83 | △2 | △2 |
| 東部 | インショップ° | 47 | | 2 | 45 | △2 | 1 | | 46 | +1 | | | 46 | | +1 |
| | 路面店 | 8 | 1 | | 9 | +1 | | | 9 | | | | 9 | | |
| 中部 | インショップ° | 17 | | | 17 | | | | 17 | | | | 17 | | |
| | 路面店 | 29 | | 2 | 27 | △2 | | | 27 | | | | 27 | | |
| 関西 | インショップ° | 74 | 1 | 1 | 74 | | | | 74 | | | 1 | 73 | △1 | △1 |
| | 路面店 | 43 | 1 | | 44 | +1 | | | 44 | | | 2 | 42 | △2 | △2 |
| 四国 中国 九州 | インショップ° | 7 | | | 7 | | | | 7 | | | 1 | 6 | △1 | △1 |
| | 路面店 | 5 | | | 5 | | | | 5 | | | | 5 | | |

店舗:国内において、新店1店舗を開設し、4店舗を閉店しました。



営業戦略について

P19:2021年3月期(61期)の基本方針

P26:商品政策

P46:販売促進政策

P53:補聴器販売

P58:眼鏡卸売事業

P59:写真館事業

P60:海外眼鏡販売事業

P61:店舗政策

P65:2022年3月期(62期)の基本方針と連結業績予想

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

基本的な営業方針

1. わが国経済は、新型コロナウイルス感染症の拡大によって、経済活動が停滞し、個人所得・消費マインドが低迷する状況が続きました。
2. このような状況下、当社グループでは、お客様と従業員の安全と健康を最優先に考え、新型コロナウイルスの感染防止策の徹底に取り組んでまいりました。また同時に、「お客様の目の健康を守る」ことを眼鏡専門店としての愛眼の社会的な使命と責任と捉え、お客様からの支持・信頼の獲得に焦点を当てた営業施策を推進するとともに、経費コントロールに基づく経営コストの削減を進めてまいりました。
3. 営業面では、お客様のニーズ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チャンダイジングの最適化を通じて、質の高いサービスを提供できる体制の構築に取り組んでまいりました。



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。



◆おもてなし課

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

社会貢献活動

大阪市 市民活動のためのクリック募金の助成事業に参加。



クリック回数に応じた金額を市へ寄付しております。
寄付金は、各種地域移行の支援プログラムにおいて活用されております。

※ 障害者施設での電動車椅子の講習や外国にルーツを持つ子供たちの支援事業「こどもプラザ」の運営、障害児の予防歯科事業「スマイルfor kids」の運営等。

社会福祉事業者の方々への支援活動の一環として保護メガネ寄付

◆社会福祉事業者の方々への支援活動の一環として、大阪市へゴーグル2,000個を寄付いたしました。飛沫感染予防を行うことで、コロナ禍においても、安心して働くことができる環境づくりの一助となればと願っています。



SDGsの取り組み

3 すべての人に
健康と福祉を



あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する

アイスタイリング・サービス

嗜好やライフスタイルに合った最適な商品提案を行う



LOVE EYES WEEK

店舗での視力チェックを通じて、ご自身やご家族の目の疲れや視力変化に気づいていただくサービス



補聴器・聞こえの相談会

年齢によっておこる聴力の変化に不安を感じている方を対象に補聴器について気軽に相談できる相談会やイベントを開催



盲導犬募金

盲導犬育成事業を行う社会福祉法人日本ライトハウスなどへ店舗で募った募金を寄付する活動



2021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。

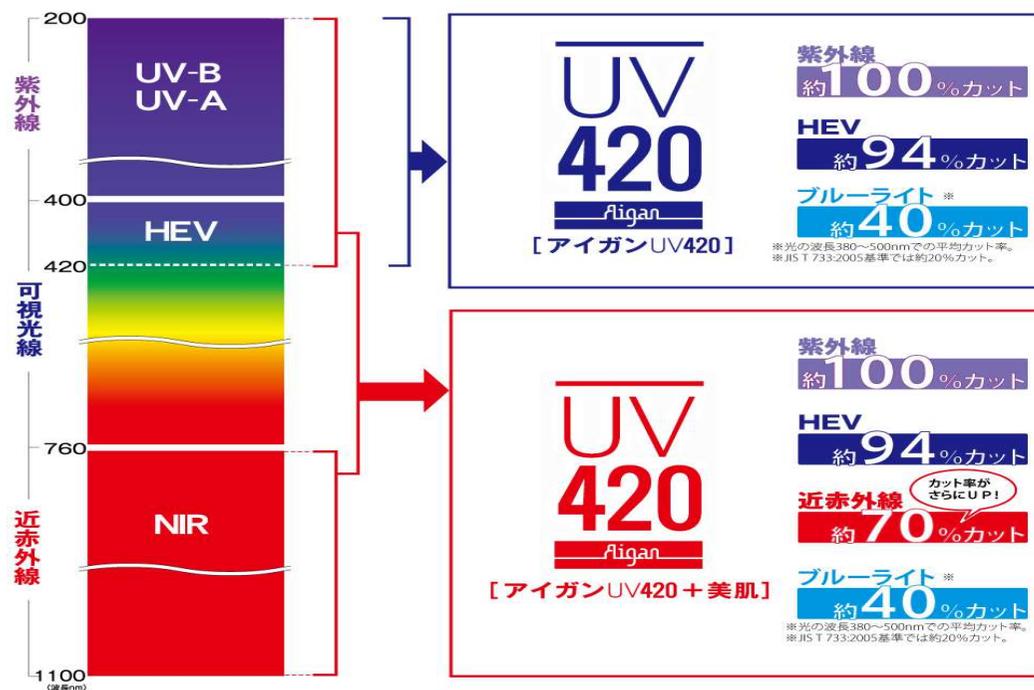
| | | |
|---------------|-----------------|--|
| スマート プライス | ■追加料金なしで選べるレンズ | |
| | 単焦点プラスチックレンズ | UVカット / 無色 / 汚れ防止・撥水コート / マルチコート |
| | 遠近両用プラスチックレンズ | UVカット / 無色 / 汚れ防止・撥水コート / マルチコート |
| | 中近・近近 プラスチックレンズ | UVカット / 無色 / 汚れ防止・撥水コート / マルチコート |
| | 単焦点 ガラスレンズ | 無色 / マルチコート |
| オプション (一例) | ■スポーツオプション | |
| | 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 +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 → 両面非球面 税込 +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「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。



アイガンUV420もコミコミで

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) **税込 + ¥7,700**

無色のレンズ

※東海光学 プラスチックレンズ (屈折率1.60/1.67対応)



人気フレームのバージョンアップ

「Smart Fit」シリーズよりバイクヘルメットに対応した国産メガネ
「SF-8005M/SF-8006M」を販売開始

Smart Fit (スマートフィット)

-Styles-

smart fit
ALL β TITANIUM



「フルフェイス」でも掛けやすく痛くなりにくいように、特性の耳掛けパーツを独自開発

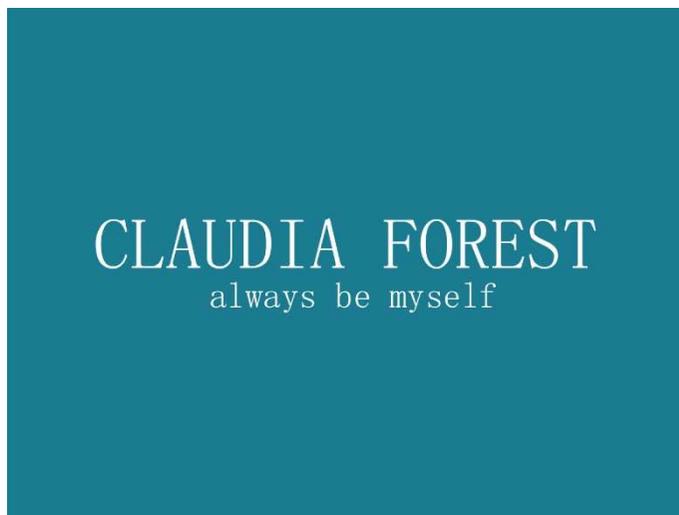




人気フレームのバージョンアップ

目元に流行色をプラスして、エイジレスな”こなれ感“を演出
オトナの女性のための眼鏡「CLAUDIA FOREST」の新作を7月より販売開始

CLAUDIA FOREST(クラウディア フォレスト)



“キレイ”を感じさせる①独自のフレームライン②レフバン効果③トレンドカラー





人気フレームのバージョンアップ

累計販売本数70万本突破！「柔らかくて軽い」POCOPシリーズより「POCOP 305/306」を11月より販売開始

POCOP(ポコプ)



【ポコプ】



スリム設計にすることで、特徴的なマットカラーがスッキリした印象を演出



P-305 C1BKM/REM



P-305 C2BKM/WHM



P-306 C2DM



P-306 C3BKM/BLM

人気フレームのバージョンアップ

メイク効果のある色彩感！「POCOP Rouge」より
新作モデルを12月より販売開始。

POCOP Rouge (ポコプ ルージュ)



“キレイ”を感じさせる①独自のフレームライン②レフバン効果③トレンドカラー



新製品フレーム

曲がっても元どおり！10万回の開閉テストでも大丈夫。掛け心地も見え方も簡単に変わらないバネ素材！「ばねのメガネ スプリングラス」を1月より販売開始

スプリングラス



- ①曲げに強いバネ【スプリング素材】
- ②ねじれに強い【筒形ジョイント】
- ③広がり強い【平ばねプレス】
- ④優しい掛け心地の【抱込みテンプル】で実現



①曲げに強いバネ



②ねじれに強い



③広がり強い



④優しい掛け心地

新製品フレーム

人気ファッションブランド「HeM」の初めてのアイウェアが愛眼から新登場！
1月より販売開始

HeM(へム)



「錆に強いステンレス」「コットン由来のプラスチック素材【アセテート】使用」
「アイウェアのトレンド性とシンプルなデザイン」「お求めやすいプライス」





新製品フレーム

「Champion」の別注アイウェアが新登場！
アメリカントラッドの絶対的定番を厳選。豊富なラインナップで1月より販売開始

Champion(チャンピオン)



伝統的でベーシックなフォルムを継承しながらも、デザインに現代的な解釈





セットレンズのバージョンアップ

乱視専用遠近両用レンズが追加料金なしで選べるサービスを12月より受注開始

選べるスタイルレンズ「アイテクノTC」

乱視度数最適化遠近両用 アイテクノTC



「乱視による目の疲れの軽減」と「遠近両用で、乱視レンズのボヤケ軽減」



手元を見る時は視線がレンズの中心を通らないため、乱視の影響で手元の文字が読みにくい。



バックミラーなどレンズの中心以外の場所で見ると歪みが生じやすい。



乱視の影響で矢印信号などの表記が判別しにくい。



人気サングラスのバージョンアップ

「STORM RIDER」から新モデル2型 5月に新発売。
幅広サイズ「RELUX WIDE-2」 / 抱き込むようにフィットする「TRUTH」

STORM RIDER(ストームライダー)



快適性、耐久性、ハイコストパフォーマンス、オリジナル偏光ブランド



STORM RIDER リラックスワイド2
RELUX WIDE-2 SR-018P
Size: 80 x 116-136 (47-7)



SR-018P-1
JAN: 4909652009050 (AG: 2014100189011)
Frame: パールブラック X マットブラック
Lens: テンダーグレー (可視光線透過率 97%・偏光度 99%)



STORM RIDER
TRUTH
SR-019P Size: 59 x 115-136 (46-7)
トルース
アリアンツッド安楽スポーツデザイン



SR-019P-1
JAN: 4909652009077 (AG: 2014101189013)
Frame: ナールブラックメブルー / レッドエンブレム
Lens: アンダーブルー (可視光線透過率 97%・偏光度 99%)



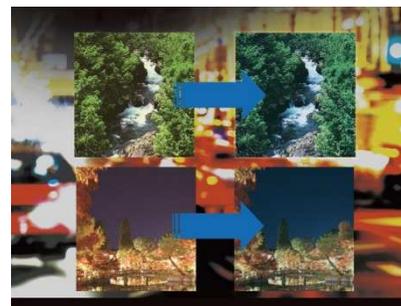
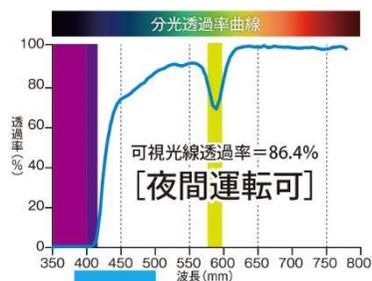
人気サングラスのバージョンアップ

運転中の疲れを軽減！まぶしい光を選択的にカット！ドライバーに最適なオールタイムサングラス『With Drive NEO UV420』を9月より販売開始

With Drive NEO (ウイズドライブ ネオ)



「強いまぶしさを感じるイエローライトをカットする機能」「UVに近く目にダメージを与えるHEV光線をカットする機能」を追加。





人気サングラスのバージョンアップ

フィールドスポーツに最適な愛眼オリジナルのスポーツグラス「WIND RUNNER」最新モデルを6月より販売開始

WIND RUNNER (ウインドランナー)



「度入りインナーフレーム付属」「偏光レンズ・クリアレンズ付属」「跳ね上げ機能」などのマルチな機能が満載



限定企画サングラス

「EVANGELION SPORTS」との共同企画サングラス「STORM RIDER」「WIND RUNNER」からエヴァンゲリオンスポーツモデルを6月より限定発売

「STORM RIDER(ストームライダー)」「WIND RUNNER(ウインドランナー)」



「EVANGELION SPORTS」に「専門店ならではのスポーツサングラス」を融合





人気サングラスのバージョンアップ

スタイリッシュ&トレンド感満載のUVカットグラスに「偏光」機能をプラス
愛眼のオリジナルブランド「kohoro」の最新作を6月より販売開始

kohoro(コホロ)



通常のサングラスよりも「スッキリ」「クッキリ」、反射の眩しさも軽減する偏光機能付き

KH-301P SIZE 49 UV透過率1.0%以下



① ブラウンデミノブラウン T: 17% P: 95%

KH-302P SIZE 50 UV透過率1.0%以下



② アンティークシルバーノブルー T: 46% P: 30%

KH-303P SIZE 51 UV透過率1.0%以下



② グレーサングレー T: 29% P: 95%

KH-304P SIZE 57 UV透過率1.0%以下



② ヘアラインワインノピンクブラウングラデーション
T: 21% P: 99%

KH-305P SIZE 54 UV透過率1.0%以下



② ブラウンノブラウングラデーション T: 15% P: 99%



新製品サングラス

「メガネ⇔サングラス」1本で2通りの使い方ができる“MAG-SUN Classic Vibes”の最新モデルを6月より販売

MAG-SUN Classic Vibes(マグサン クラシックバイブス)



ワンタッチで手軽に着脱が可能
1本で「メガネ⇔サングラス」の2役をこなす2WAYグラス





新製品サングラス

「チャンピオン」別注の度付き対応サングラスが、度付きUVカットカラーレンズ付き価格で販売！

Champion(チャンピオン)



「掛け心地」「使い勝手」「快適性」にこだわったシンプルで飽きがこない普遍的なデザイン





人気グッズのバージョンアップ

マスク×メガネの悩み解消！「拭くだけ」で約12時間効果が持続する強力くもり止めクロス「DEFOGUARD III (デフォガード3)」を9月より販売開始

DEFOGUARD III(デフォガード3)



従来のくもり止めのように、レンズに薬品を垂らしたり、塗ったりする煩わしきなし。





新製品グッズ

飛沫・花粉を最大99%カット！ 抗菌機能でお手入れラクラク！
愛眼の多機能グラス「抗菌 アイガン ガードグラスEX」を1月より販売開始

抗菌 アイガン ガードグラスEX



独自の立体構造で 徹底ブロック

飛沫・花粉を徹底的にブロックすることはもちろん、有害光線対策やメガネのズレ、レンズの曇りなど、より多くのお客様の困りごとを解決

外部からのストレスを徹底ブロック
フードパーツ&
ブルーライトカットレンズ

独自の立体構造フードで
飛沫・花粉・粉じん・紫外線・ブルーライトなどの
現代ストレス要素から徹底的にガードします。

だから
飛沫も花粉も
徹底ブロック
最大99%

さらに
抗菌ボディ&
くもり止めシート付

マスク着用でも曇りにくい!!
ウイルス対策にも大活躍。

フード、鼻パッド、エンドチップ、お肌に触れるところは抗菌仕様。
さらに、「専用くもり止めシート」で、マスク使用時でも
レンズが曇りにくい。

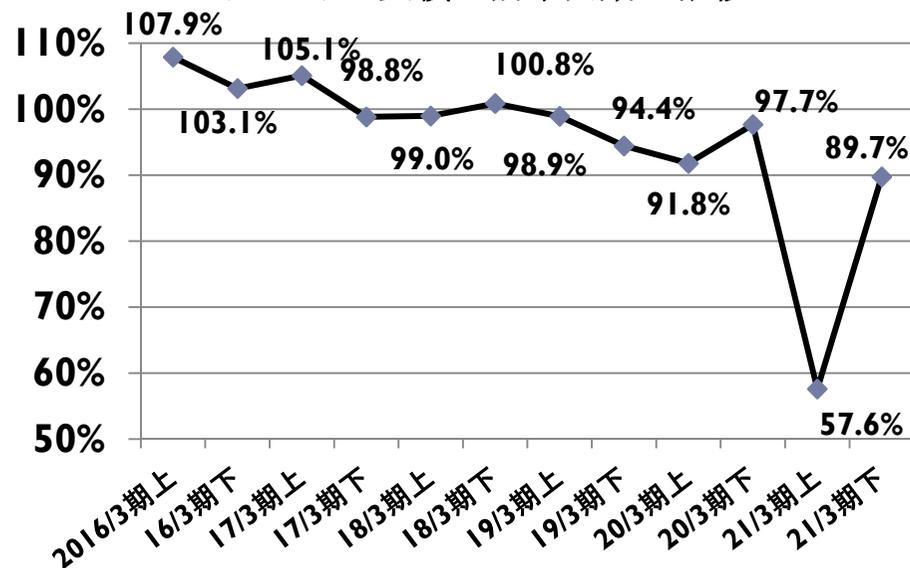
清潔・マスクに強い！ 抗菌試験方法 JIS Z2801:2010 5に基づくカケンテストセンター試験済み

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



◎サングラスは、主に外出自粛の影響、イベント・スポーツなどの屋外活動に対する政府や自治体による注意喚起の広がりに加え、夏場にかけてのハイシーズン時期の長梅雨・大雨・日照不足などの天候不順の影響もあり、前期比で減少しました。





2021年3月期 販売促進政策

セール企画

上期はコロナ対策応援セールや在宅時のブルーライト対策としてアイガンUV420レンズを『鉄壁レンズ』と称しフェアを実施しました。下期より創業80周年祭を開始しました。

夏のセール企画
(6/19~8/31)



鉄壁レンズフェア
(9/1~11/12)



80周年歳末感謝祭
(11/13~12/31)



80周年新春感謝祭
(1/1~1/17)



80周年決算売り尽くし
(2/19~3/31)





安全・安心企画

◆愛眼の安全・安心への取り組み

通期で店舗での安全・安心への取組を実施。



STAY SAFE 安全・安心対策

お客様に安心してメガネを選んでいただけるように以下の取り組みとお願いをしております。

除菌・消毒

業界ガイドラインに基づき衛生管理を徹底しております。



手指の消毒

スタッフの手洗い・消毒
体調管理を徹底しています。



マスク着用

感染予防のための
マスクを着用させて
いただいております。



除菌クリーニング

メガネの除菌
クリーニングを
させていただきます。



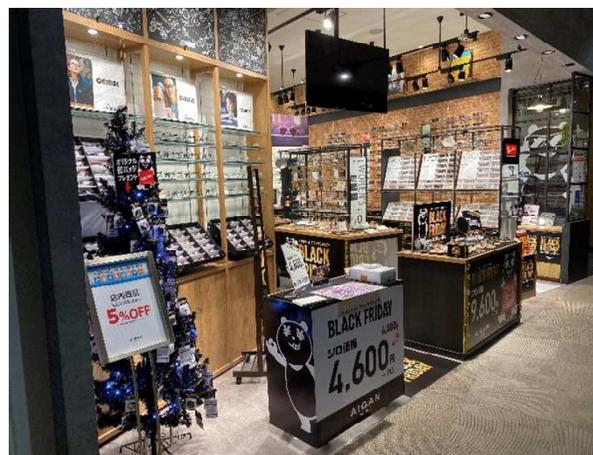
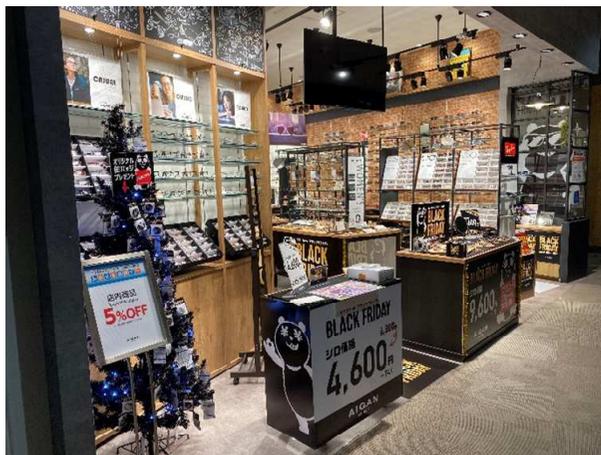
【マスク着用のお願い】

視力測定やメガネの掛心地調整は、濃厚接触となりますので
ご自身とスタッフの安全確保のため、マスクの着用を
お願いしております。



ブラックフライデー企画

◆商業施設のブラックフライデー企画に、店頭演出を強化して参加しました。



商品販促企画

◆新商品『ばねのメガネ スプリングラス』発売

ばねの魔法!!

ばねのメガネ

スプリングラス

曲がっても元通り!! 掛け心地も見え方も変わらない!!

魔法(メリット)を生み出す
4つのタネ

1. 曲げに強い!!
「スプリング素材」
ばね素材だから曲けても元通り。
(ブリッジ&テンプル)
2. ねじれに強い!!
「筒形ジョイント」
丈夫な接合方法で
360度のねじれに対応。
3. 広がり強い。
「平ばねプレス」
テンプルは平らなばねで
上下は硬く水平方向にしなやか。
4. 優しいかけ心地
「抱込みテンプル」
包み込むような掛け心地を
実現するテンプルデザイン。

メガネが初めての学生の方に | 掛け外しが多い方に | 仕事、家事、育児に | コンタクトレンズを併用する方に

店舗演出専用什器





商品販促企画

◆13,200円でアイガン価格を訴求（価格面でブランディング強化）





商品販促企画

◆お風呂用メガネ アイガンFORゆ



愛眼 FOR ゆ YOU

お風呂用 **元祖** メガネ

度入り BATH GLASSES

既製フレーム + 既製レンズ

アイガン FOR ゆ

実用新案登録：第 3184849 号 第三種医療機器

3,000円(税込3,300円)



「アイガンFORゆ」のYouTubeチャンネルを開設
⇒デジタル媒体で話題性の醸成を促進

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



- ◆ 追加の販促施策として『Tポイントくじ』『T-DM』『T-レジクーポン』を積極的に推進。



Tサイト上で抽選をし、当選されると店舗でご購入後Tポイントが付与されます。



自店を中心とするエリア内のTポイントユーザーにDMを送付。新規開拓を図ります。

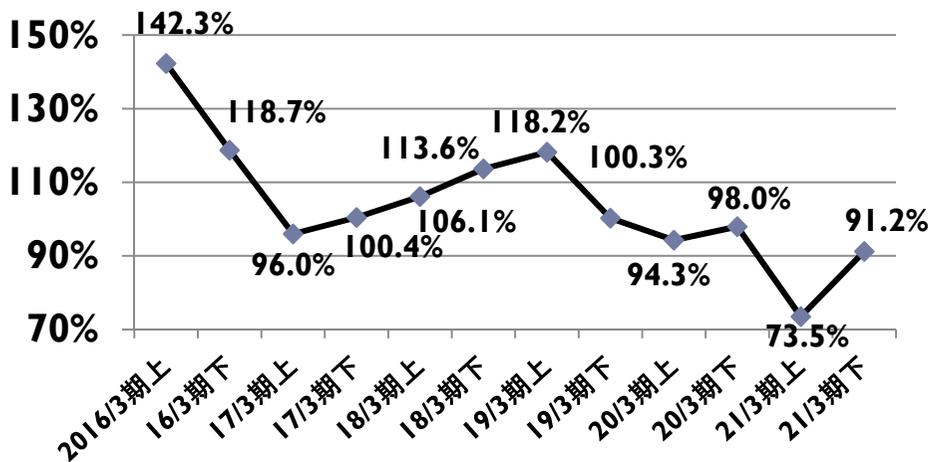


自店を中心とするエリア内のドラッグストアやTUTAYAの店舗にてレジクーポンを発行。



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、外出自粛に伴い一時的に客足が遠のく状況に陥ったことなどが影響し、前期比で減少しました。

■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

レンタルできる種類の豊富さが好評を得ています。

■全レンタル件数に占める充電式補聴器構成比

| 2021年 3月期 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| レンタル構成比 | 42.7% | 40.4% | 47.5% | 42.7% | 45.5% | 52.0% |
| 2021年 3月期 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
| レンタル構成比 | 46.7% | 50.7% | 54.0% | 54.8% | 48.9% | 62.4% |



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

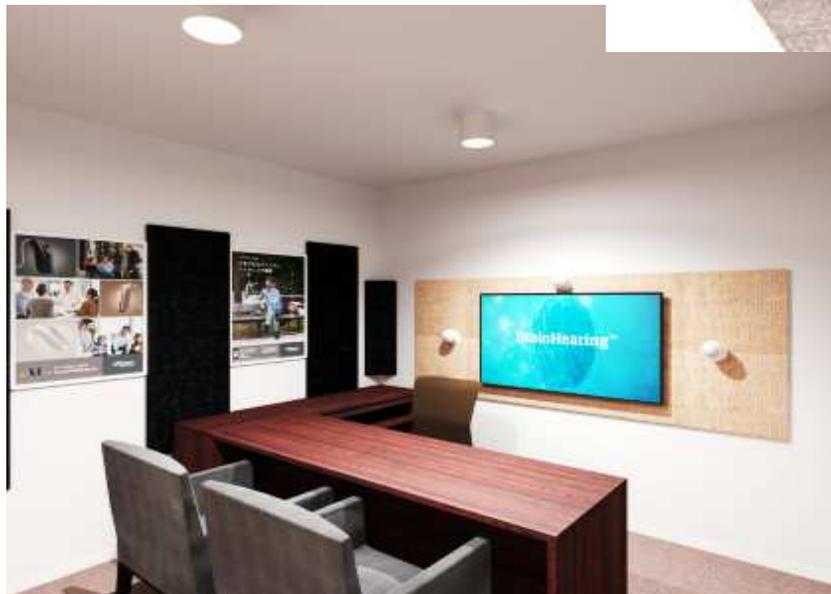
『レンタル補聴器なら愛眼』のイメージをもっていただくため、ブランディングCMを実施。





補聴器販売

◎大阪本店、横浜本店に
補聴器体感ルームを設置して
おり、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。



補聴器販売



◎気軽に聞こえを補いたいと考えている方に向け、ヒアラブデバイス「Olive」の取扱いを開始しました。ご自分のスマートフォンで簡単に調整できる点も喜ばれています。



◎補聴器販売で培った耳型採取技術を活かし、ONKYO製オーダーメイドイヤホン「カスタムIEM」製作のための耳型採取業務を受託して、新たな客層を獲得しています。

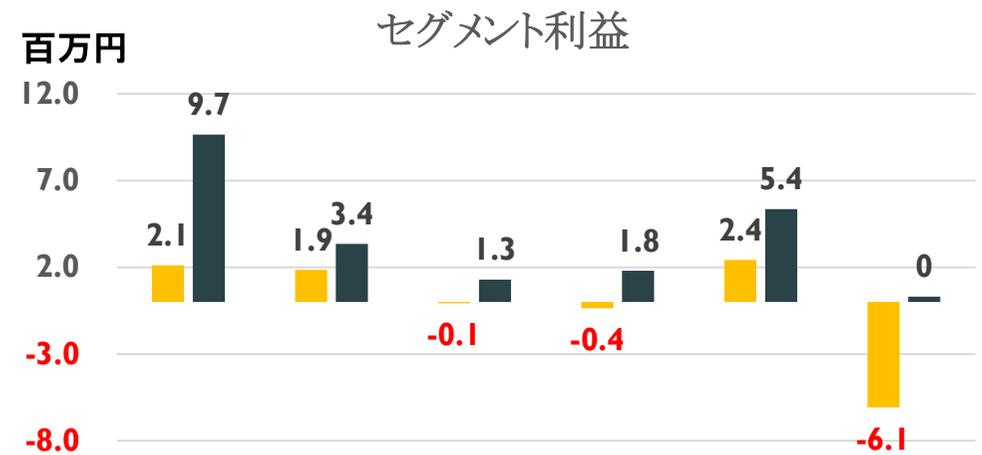
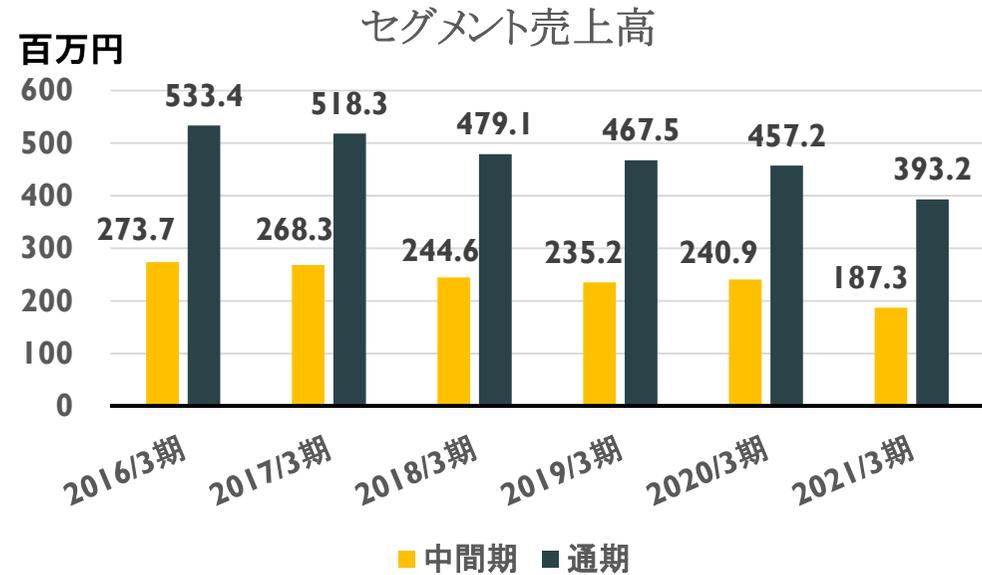


◎話した言葉が文字になるAIボイス筆談機「ポケットmimi」、「タブレットmimi」を眼鏡業界で唯一取扱い。病院や介護施設等でも難聴者との意思の疎通に役立つと好評を得ています。

眼鏡卸売事業

・新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響を受けている取引先への販売支援に努めてまいりましたが、取引先の売上不振等によって卸売上が減少しました。

・今後は、新商品の投入や販売支援を通じて得意先の深耕を図るとともに、新規取引先の開拓に努めてまいります。

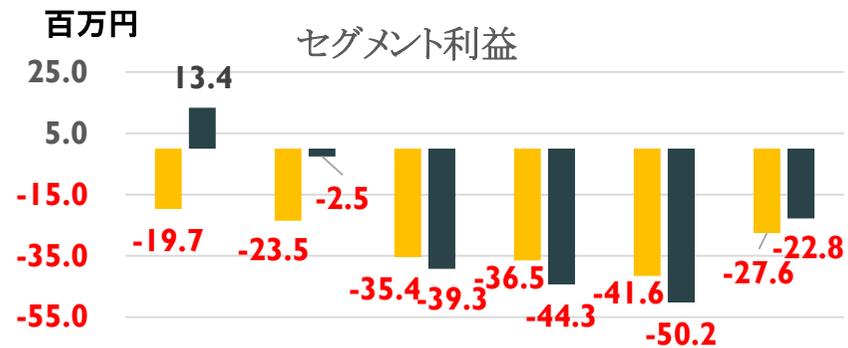
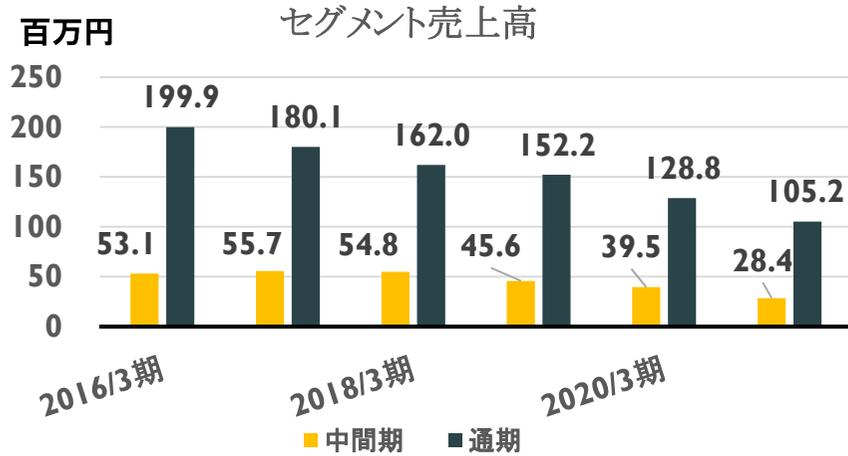




写真館事業



・昨年春以降の新型コロナウイルス感染症の拡大により、撮影件数が大幅に減少するなどの影響を受けましたが、一貫して「安心・納得・顧客第一」の方針で取り組んでまいりました。店舗につきましては、2021年1月に、大阪地区での事業縮小方針に基づき、近鉄あべのハルカス店と東大阪若江店の2店舗を閉店したことにより、今後は、横浜本店の1店舗のみとなります。

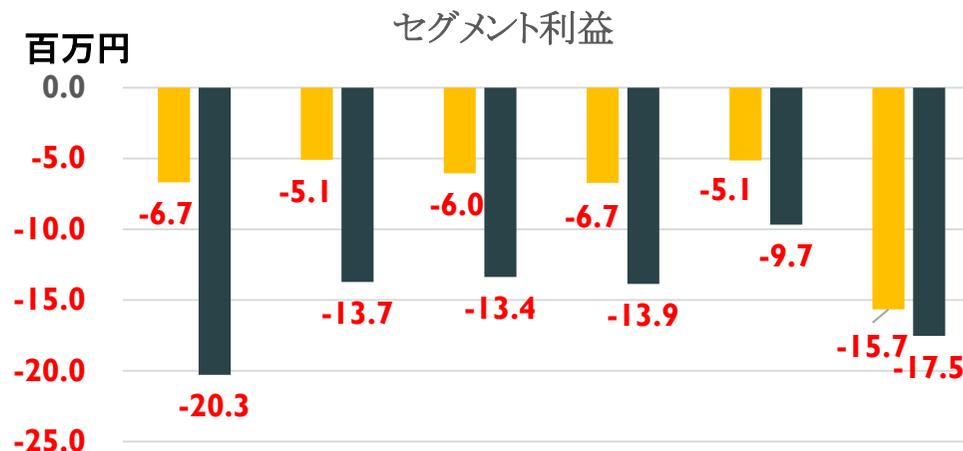
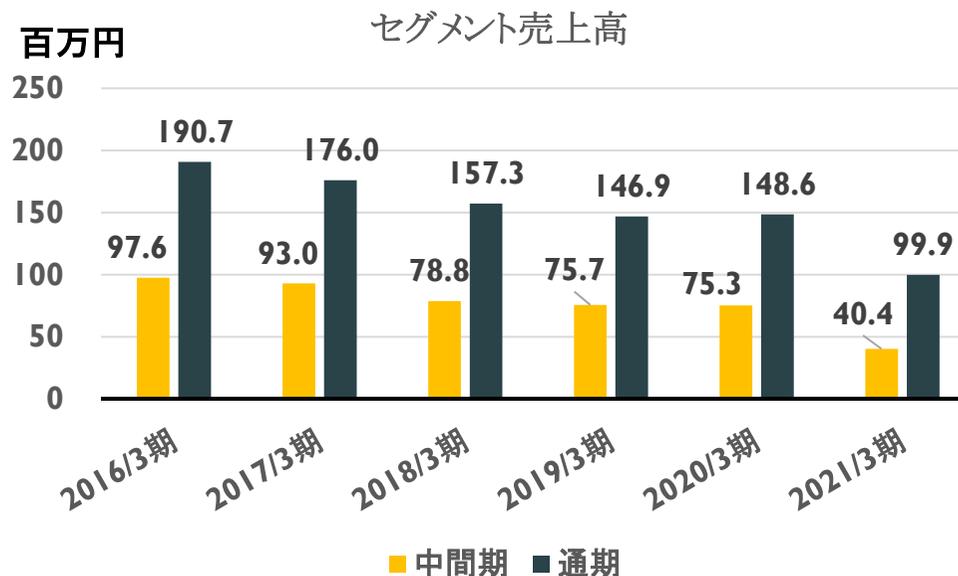


海外眼鏡販売事業

・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。

・所在地での新型コロナウイルス感染予防政策の影響を受け、客数は大幅な減少となりましたが、2020年5月以降、感染状況の改善に伴い客足は徐々に戻り、現在客数は概ね回復するに至っております。また、直営店は5店舗から1店舗減り4店舗になりました。

・今後は、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。





2021年3月期 店舗政策

1. 新店:1店舗
2. 改装:既存店の活性化改装を中心に12店舗、内移転改装5店舗
3. 閉店:眼鏡店4店舗 写真館(愛写館)2店舗、計6店舗

2020年5月新店
COASKA横須賀店





2021年3月期の改装

2020年5月 移転改装
みのおキューズモール店



2020年6月 改装
イオンモール京都桂川店



2020年7月 改装
イオンモール高知店



2020年10月 移転改装
野田阪神店





2021年3月期の改装

2021年1月 改装
真美ヶ丘店



2021年3月 改装
高石店



2021年3月 改装
夙川店





2021年3月期の改装

2021年3月 移転改装
イオンモール利府店



2021年3月 移転改装
イオンモール草津店



2022年3月期(62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

基本的な営業政策

1. 今後のわが国経済の見通しについては、新型コロナウイルス感染症の影響は予断を許さず、ワクチン接種の普及への期待感は広まっているものの、引き続き雇用・所得環境の悪化や経済活動の停滞に伴う個人所得や消費マインドの低下が懸念され、当面は、先行き不透明な経営環境が続くと予想されます。
2. 当社は、2021年1月に創業80周年を迎えました。新型コロナウイルスの感染予防策の徹底を最優先に取り組みつつ、お客様からの長年のご愛顧に応えるべく計画した創業80周年の周年事業を推し進めるとともに、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併行して行ってまいります。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取り組み、プロアクティブな組織づくりを進めてまいります。
3. 営業面では、お客様のニーズに的確に対応し、お客様視点を第一とした商品開発に注力し、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とTVCMなど幅広いメディアでの複合的な情報発信を含むマーケティング施策の強化を通じて、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。また、今後は、長期化が予想されるウィズコロナへの対応として、従来から行ってきた通販事業を見直し、お客様の利便性や新しい生活様式に合致した形態でネット通販事業の強化を図ってまいります。



2022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:5店舗

2022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再拡大などにより、わが国の経済は依然として先行き不透明な状況で推移することが予想されます。同感染症による当社業績に与える影響につきましては、現時点での見通しは不透明ですが、現在明らかになってきている感染力の強い変異株を含む感染第4波の影響で一定の経済活動抑制が余儀なくされるものの、政府や自治体が主導する各種防疫対策やまん延防止等重点措置、3回目の緊急事態宣言の適用による感染拡大の収束化に対する期待に加えて、新型コロナウイルスのワクチン接種への期待感が広まるなか、想定する創業80周年事業の押し上げ効果が実現出来れば、経営への直接的な影響は限定的となると考えております。また、経済活動の本格的な回復には時間を要するものの、下半期以降は改善に向かうものと想定しております。この前提の上で、直近の業績動向より可能な範囲で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。



2022年3月期の連結業績予想

| | 2021年3月期実績 | | 2022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 | 13,562 | 100.0 | 15,980 | 100.0 | +2,418 | +17.8 |
| 売上総利益 | 9,494 | 70.0 | 11,074 | 69.3 | +1,580 | +16.6 |
| 販売管理費 | 10,016 | 73.9 | 10,870 | 68.0 | +853 | +8.5 |
| 営業利益 | △522 | — | 204 | 1.3 | +726 | — |
| 経常利益 | △447 | — | 245 | 1.5 | +692 | — |
| 当期純利益 | △557 | — | 121 | 0.8 | +679 | — |