



# 愛眼株式会社

2022年3月期第2四半期 経営状況報告



## 2022年3月期第2四半期 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

単位:百万円

|                  | 21年3月期<br>(中間期)<br>実績 | 21年3月期<br>(通期)<br>実績 | 22年3月期<br>(中間期)<br>実績 | 前年<br>同期比         | 22年3月期<br>(中間期)<br>計画 | 実績<br>計画比        |
|------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|-------------------|-----------------------|------------------|
| 売 上 高<br>(売上比)   | 6,550<br>(100.0%)     | 13,562<br>(100.0%)   | 6,690<br>(100.0%)     | 102.1%            | 7,933<br>(100.0%)     | 84.3%            |
| 売上総利益<br>(売上比)   | 4,591<br>(70.1%)      | 9,494<br>(70.0%)     | 4,645<br>(69.4%)      | 101.2%<br>(△0.7)  | 5,457<br>(68.8%)      | 85.1%<br>(+0.6%) |
| 販売管理費<br>(売上比)   | 4,953<br>(75.6%)      | 10,016<br>(73.9%)    | 5,052<br>(75.5%)      | 102.0%<br>(△0.1%) | 5,449<br>(68.7%)      | 92.7%<br>(+6.8%) |
| 営 業 利 益<br>(売上比) | △362<br>(－)           | △522<br>(－)          | △406<br>(－)           | －<br>(－)          | 8<br>(0.1%)           | －<br>(－)         |
| 経 常 利 益<br>(売上比) | △323<br>(－)           | △447<br>(－)          | △298<br>(－)           | －<br>(－)          | 42<br>(0.5%)          | －<br>(－)         |
| 当期純利益<br>(売上比)   | △370<br>(－)           | △557<br>(－)          | △348<br>(－)           | －<br>(－)          | △19<br>(－)            | －<br>(－)         |



## 2022年3月期第2四半期の経営成績

### [連結] PLの概要

売上高:6,690百万円(前年同四半期比139百万円増、+2.1%)

売上総利益:4,645百万円(前年同四半期比54百万円増、+1.2%)

売上総利益率:69.4%(前年同四半期比△0.7ポイント減少)

営業経費:人件費は圧縮したものの、80周年事業に伴う広告宣伝費の増加、休業に伴う家賃減免の減少のため、最終、営業経費は前年同四半期比で98百万円増加

営業利益:△406百万円(前年同四半期△362百万円)

経常利益:△298百万円(前年同四半期△323百万円)

当期純利益:△348百万円(前年同四半期△370百万円)

1. わが国経済は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、緊急事態宣言の発出並びにまん延防止等重点措置が一部地域で長期に亘り適用され、全国的な活動制約の下、社会経済活動は停滞し、非常に厳しい状況が続きました。
2. 営業実績については、緊急事態宣言の発出並びにまん延防止等重点措置の適用によって、政府や自治体による国民に対する行動自粛の要請が長期に亘り継続的に実施されたことなどにより、来店客数が落ち込みました。一部店舗におきましては、出店先である大型商業施設の休業に伴い、臨時休業や営業時間の短縮を余儀なくされ大きく影響を受けたものの、休業店舗数につきましては、前年同四半期の半数以下にとどまったこともあり、売上高は6,690百万円(前年同四半期は6,550百万円)と前年同四半期を上回る結果となりました。また、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で下降しました。
3. 営業経費は、休業店舗のテナント家賃の減免額が前年同四半期比で減少したことや、前年同四半期に新型コロナウイルス感染症の感染拡大を受けて大幅に削減した広告宣伝費が、当第2四半期連結累計期間では創業80周年事業推進のためにテレビCM、チラシ、DMを増やしたことなどにより増加したため、販売費及び一般管理費は5,052百万円(前年同四半期は4,953百万円)となりました。



## [単体] PLの概要

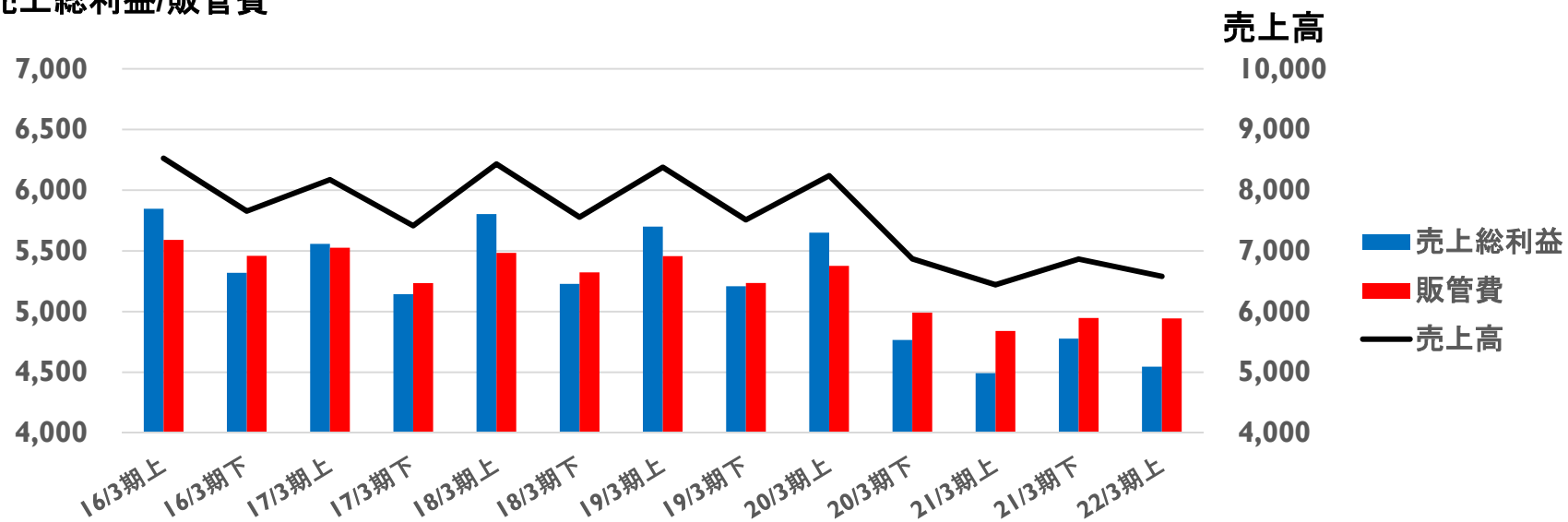
単位:百万円

|                | 21年3月期<br>(中間期)<br>実績 | 21年3月期<br>(通期)<br>実績 | 22年3月期<br>(中間期)<br>実績 | 前年<br>同期比         |
|----------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|-------------------|
| 売上高<br>(売上比)   | 6,441<br>(100.0%)     | 13,307<br>(100.0%)   | 6,579<br>(100.0%)     | 102.1%            |
| 売上総利益<br>(売上比) | 4,492<br>(69.7%)      | 9,270<br>(69.7%)     | 4,546<br>(69.1%)      | 101.2%<br>(△0.7%) |
| 販売管理費<br>(売上比) | 4,839<br>(75.1%)      | 9,786<br>(73.5%)     | 4,943<br>(75.1%)      | 102.1%<br>(△0.0%) |
| 営業利益<br>(売上比)  | △347<br>(－)           | △516<br>(－)          | △397<br>(－)           | －<br>(－)          |
| 経常利益<br>(売上比)  | △305<br>(－)           | △435<br>(－)          | △285<br>(－)           | －<br>(－)          |
| 当期純利益<br>(売上比) | △351<br>(－)           | △544<br>(－)          | △334<br>(－)           | －<br>(－)          |

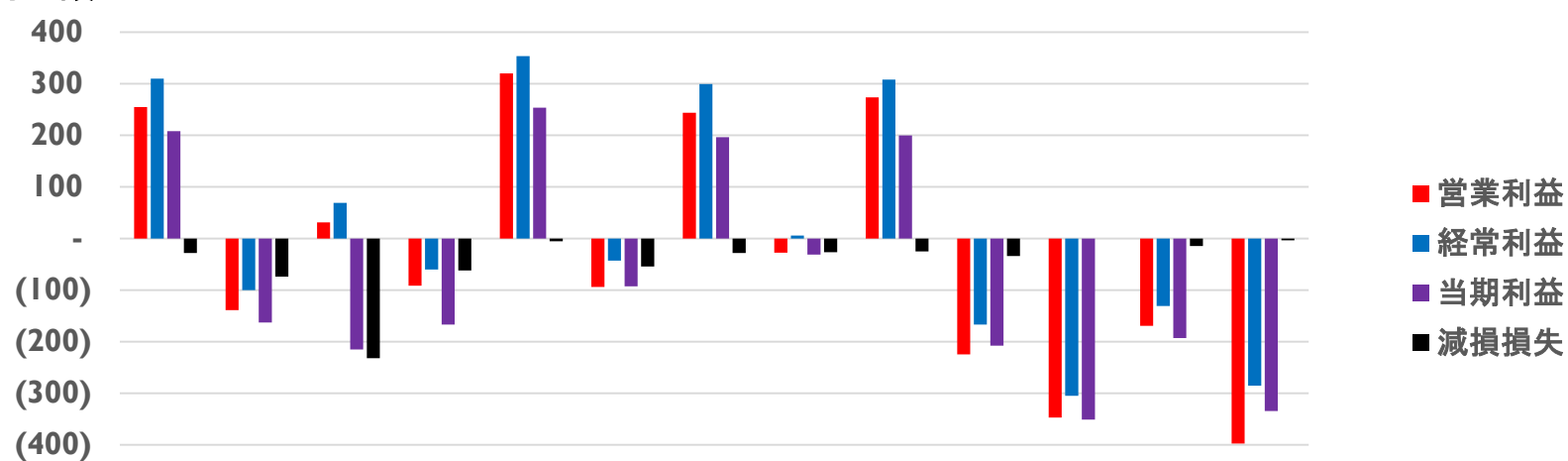
## [単体] 主要なPL科目の推移

単位:百万円

売上総利益/販管費

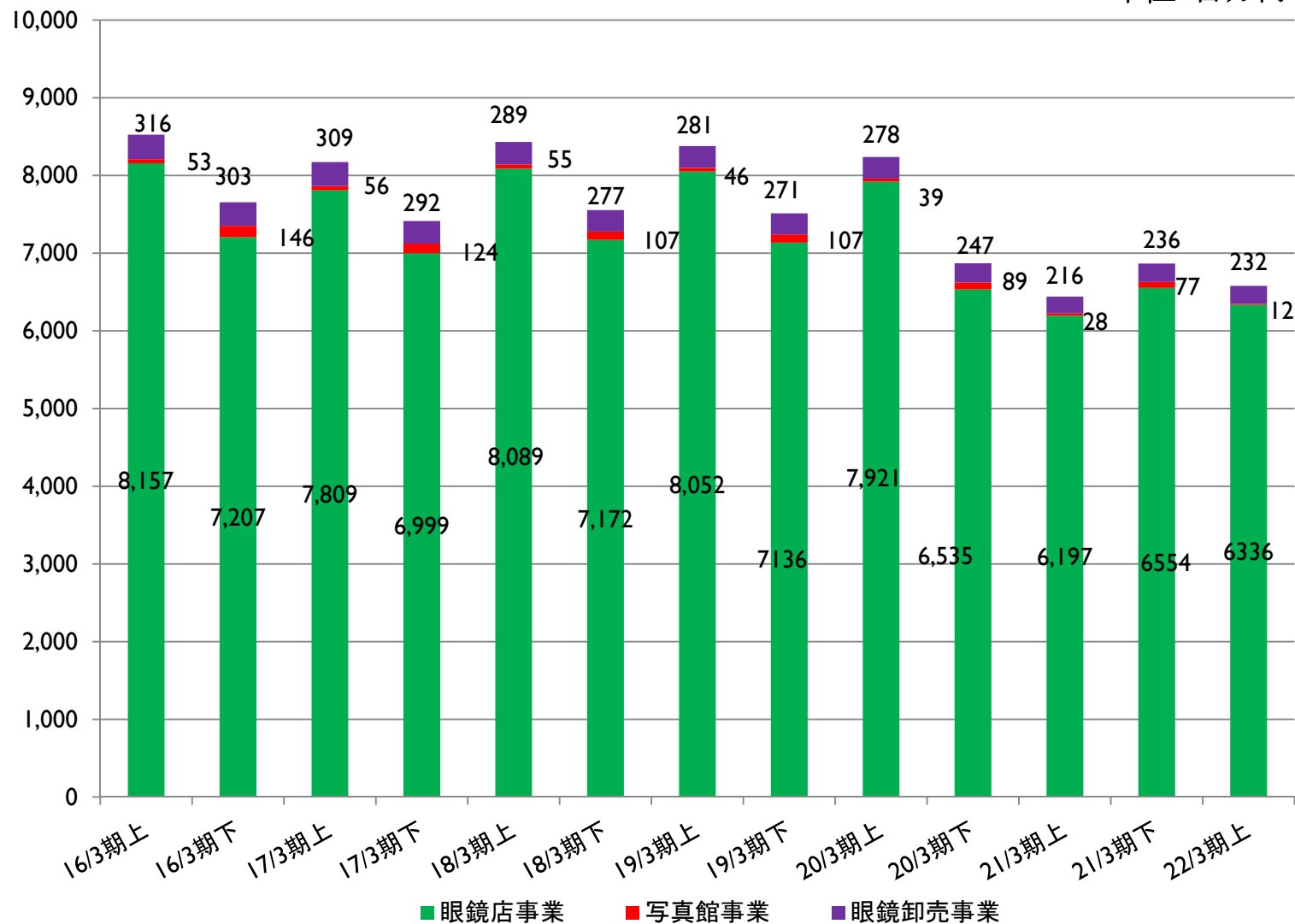


利益額



## [単体] 事業部別売上構成の推移

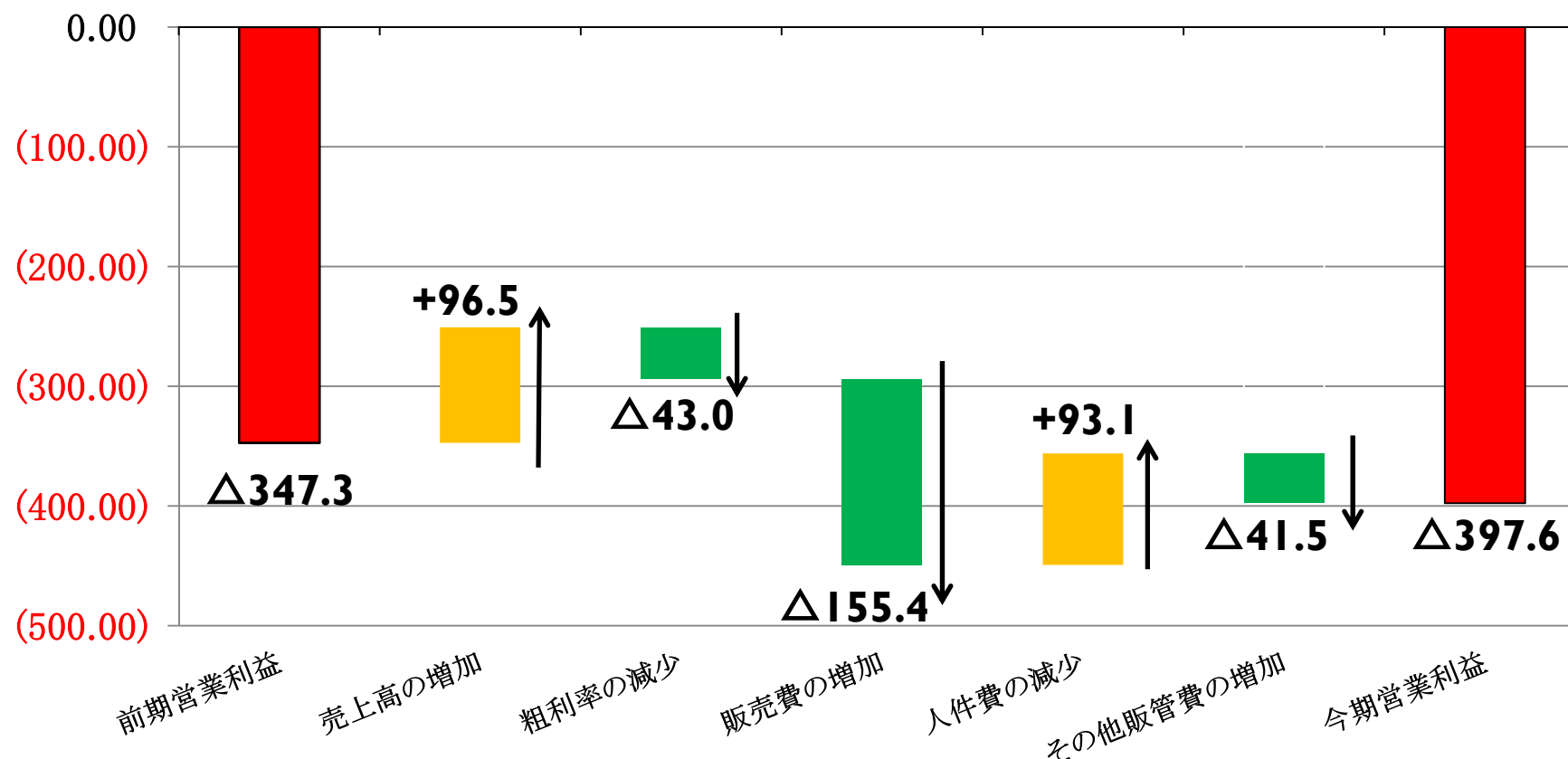
単位:百万円





## [単体] 営業利益の変化要因別説明図

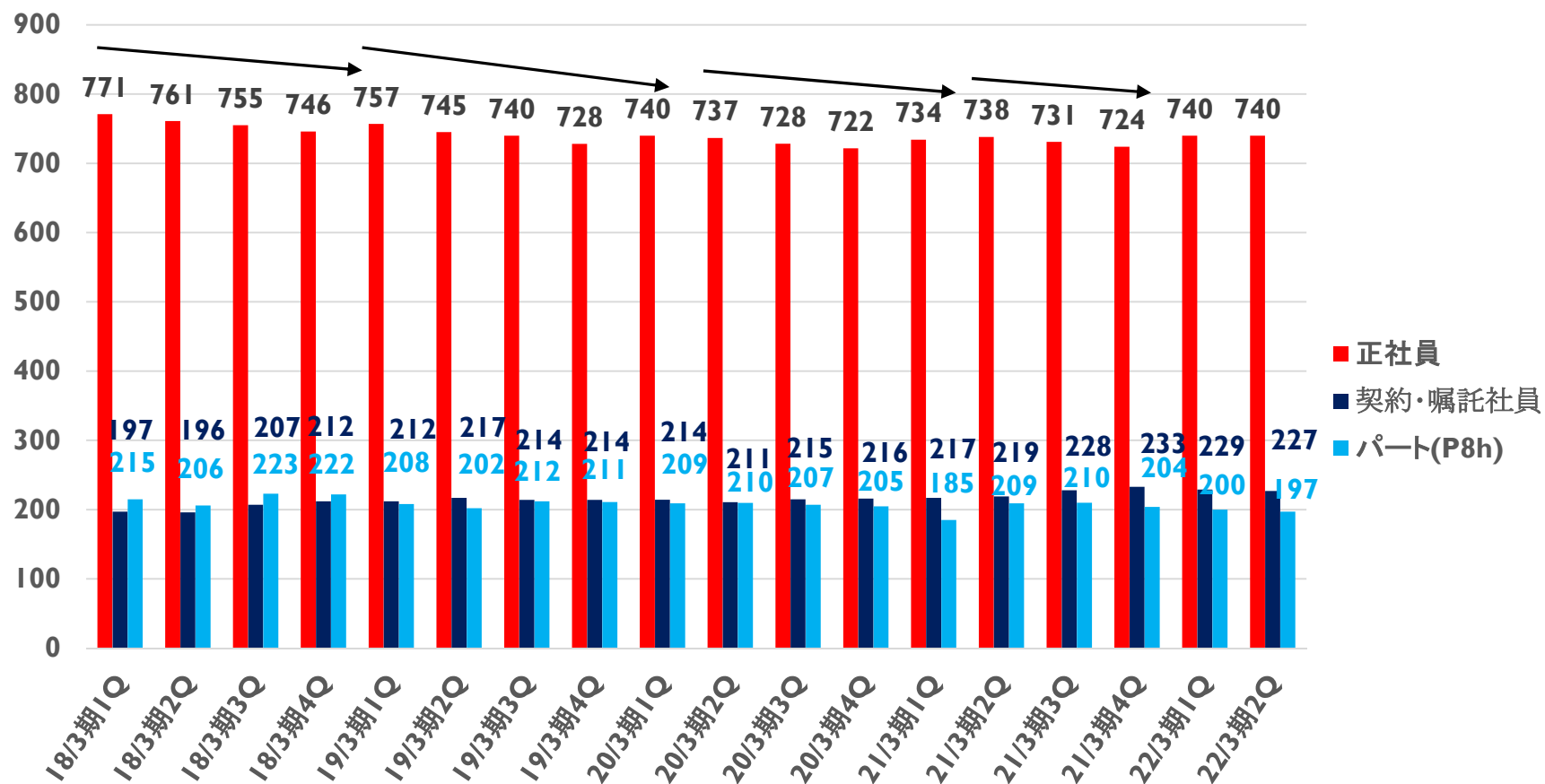
単位:百万円



◎売上総利益率が0.7ポイント下降し、経費面では、販売費が155百万円増加、人件費が93百万円減少、その他販管費が41百万円増加した結果、営業利益は△397百万円と、前年同期比で△50百万円減少しました。

## [単体] 従業員数推移

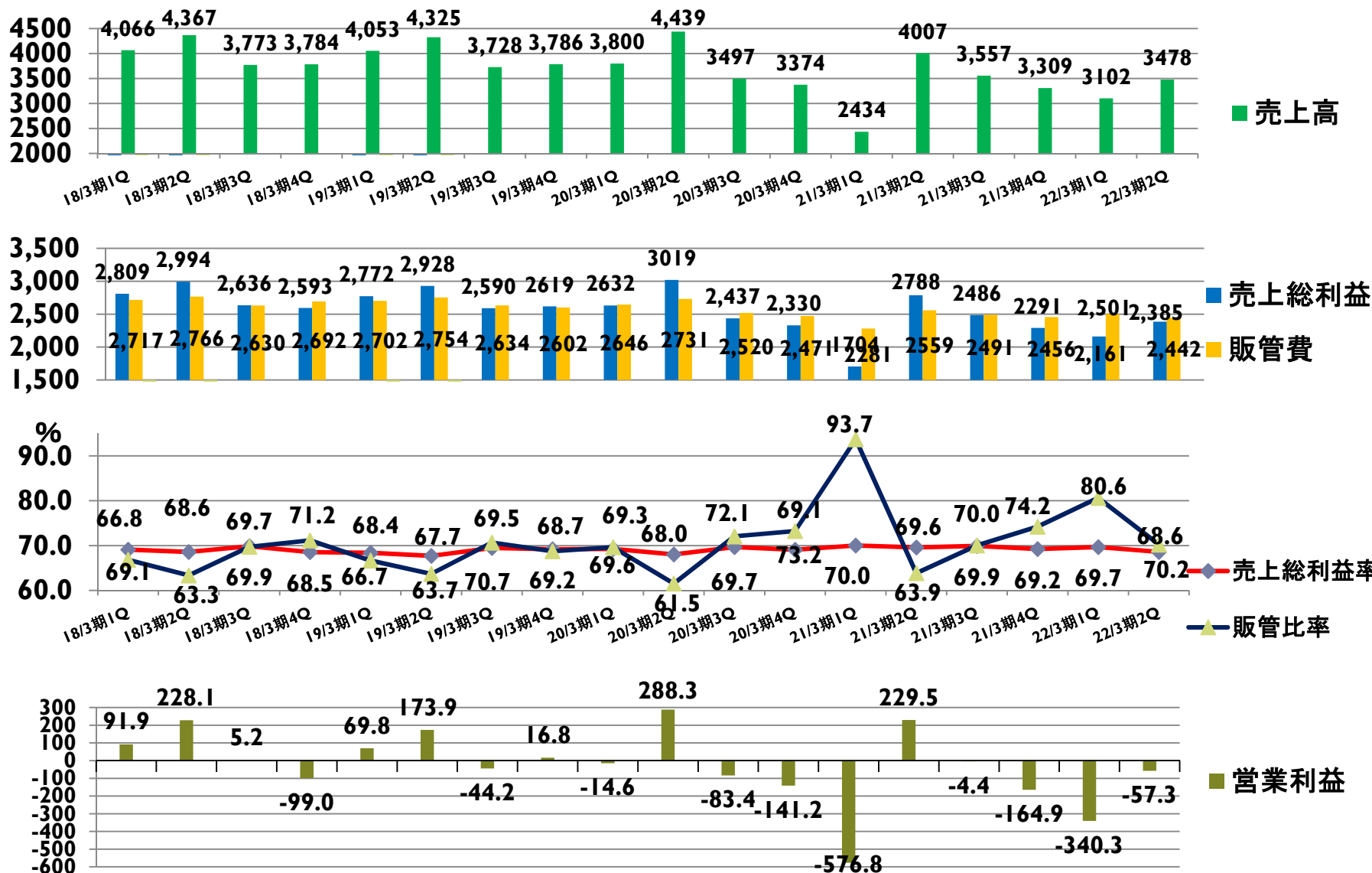
(各四半期毎の平均数値)



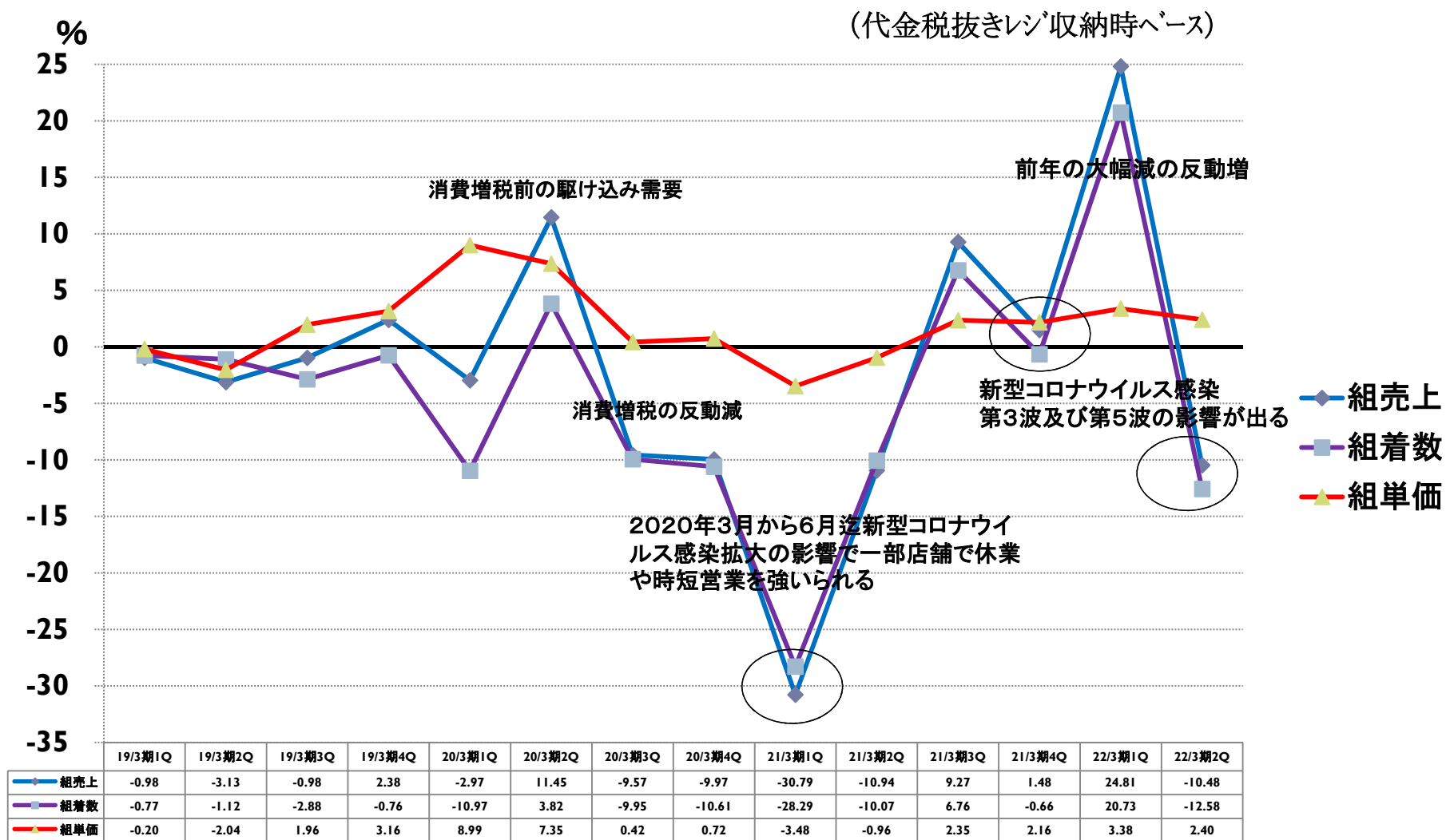
◎新卒正社員17名採用

# [单体] 四半期別業績推移

単位:百万円、%



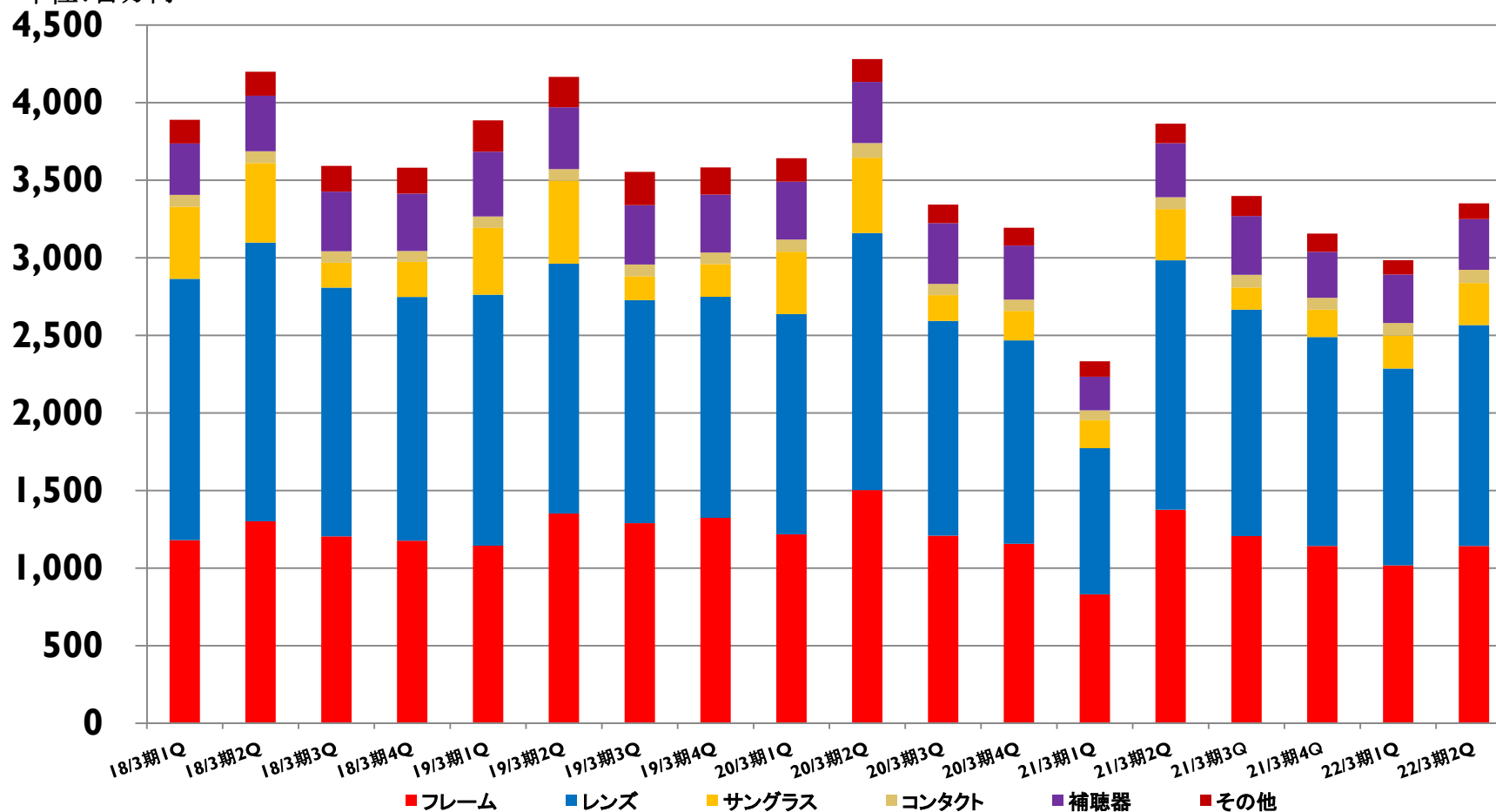
# [単体] 既存店の四半期別販売状況（前年比）





## [単体] 品種別売上高の四半期別推移

単位: 百万円



1. 売上高につきましては、緊急事態宣言の発出並びにまん延防止等重点措置の適用に伴い、一部店舗において休業や時短営業を余儀なくされ、来店客数が落ち込んだことなどが当第2四半期連結累計期間の売上推移に大きく影響しました。
2. しかし、前年同四半期は新型コロナウイルス感染症の影響が今年度に比べ顕著であったため、当第2四半期連結累計期間においては、準主力品目のサングラスの売上は伸び悩んだものの、中心品目のメガネと準主力品目の補聴器の売上が前年同四半期比で増加したため、全体的には前年同四半期比で増収となりました。



# [連結] BSの概要

単位:百万円

|          | 21年3月期<br>実績 |       | 22年3月期<br>(中間期)<br>実績 |       | 比較増減額 |
|----------|--------------|-------|-----------------------|-------|-------|
|          |              | 構成比   |                       | 構成比   |       |
| 流動資産     | 8,311        | 53.7% | 7,936                 | 52.5% | △375  |
| 現・預金     | 5,135        | 33.2% | 5,031                 | 33.3% | △103  |
| 受取手形・売掛金 | 694          | 4.5%  | 621                   | 4.1%  | △72   |
| 商品       | 1,924        | 12.4% | 1,973                 | 13.1% | +48   |
| 固定資産     | 7,178        | 46.3% | 7,169                 | 47.5% | △8    |
| 投資有価証券   | 478          | 3.1%  | 478                   | 3.2%  | +0    |
| 敷金・保証金   | 2,940        | 19.0% | 2,896                 | 19.2% | △43   |
| 資産合計     | 15,489       | 100%  | 15,105                | 100%  | △383  |
| 流動負債     | 1,362        | 8.8%  | 1,330                 | 8.8%  | △31   |
| 固定負債     | 522          | 3.4%  | 517                   | 3.4%  | △4    |
| 負債合計     | 1,884        | 12.2% | 1,848                 | 12.2% | △36   |
| 純資産合計    | 13,604       | 87.8% | 13,257                | 87.8% | △347  |
| 負債・純資産合計 | 15,489       | 100%  | 15,105                | 100%  | △383  |



## [単体] BSの概要

単位:百万円

|          | 21年3月期<br>実績 |       | 22年3月期<br>(中間期)<br>実績 |       | 比較増減額 |
|----------|--------------|-------|-----------------------|-------|-------|
|          |              | 構成比   |                       | 構成比   |       |
| 流動資産     | 8,028        | 52.2% | 7,638                 | 50.9% | △389  |
| 現・預金     | 4,925        | 32.0% | 4,817                 | 32.1% | △108  |
| 受取手形・売掛金 | 685          | 4.5%  | 611                   | 4.1%  | △74   |
| 商品       | 1,876        | 12.2% | 1,923                 | 12.8% | +46   |
| 固定資産     | 7,357        | 47.8% | 7,363                 | 49.1% | +6    |
| 投資有価証券   | 669          | 4.4%  | 669                   | 4.5%  | +0    |
| 敷金・保証金   | 2,869        | 18.6% | 2,839                 | 18.9% | △29   |
| 資産合計     | 15,385       | 100%  | 15,001                | 100%  | △383  |
| 流動負債     | 1,317        | 8.6%  | 1,274                 | 8.5%  | △42   |
| 固定負債     | 507          | 3.3%  | 503                   | 3.4%  | △4    |
| 負債合計     | 1,824        | 11.9% | 1,778                 | 11.9% | △46   |
| 純資産合計    | 13,560       | 88.1% | 13,223                | 88.1% | △337  |
| 負債・純資産合計 | 15,385       | 100%  | 15,001                | 100%  | △383  |



## [連結] キャッシュフロー

単位:百万円

|                  | 21年3月期<br>(中間期) | 22年3月期<br>(中間期) | 増減額  |
|------------------|-----------------|-----------------|------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | △164            | △217            | △52  |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | △27             | 111             | +138 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | △17             | △0              | +17  |
| 現金及び現金同等物の期末残高   | 2,421           | 2,197           | △223 |

### [キャッシュフローの状況]

#### 営業活動

税前当期純利益△301百万円、減価償却費+108百万円、賞与引当金+65百万円、棚卸資産の減少△47百万円、法人税等の支払△66百万円など

#### 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△191百万円、投資有価証券の売却+200百万円、保証金及び敷金の返還による収入+165百万円など

#### 財務活動

自己株式取得による支出△0百万円など





## [連結] 設備投資・減価償却費・減損損失

単位:百万円

|           | 21年3月期<br>(中間期) | 22年3月期<br>(中間期) | 増減額 |
|-----------|-----------------|-----------------|-----|
| 設 備 投 資 額 | 113             | 133             | +20 |
| ソフトウェア投資  | 2               | 17              | +14 |
| 減 価 償 却 費 | 103             | 108             | +4  |
| 減 損 損 失   | —               | 3               | +3  |

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)

|                |         | 21年3月期 |    |    |     |    | 22年3月期 |    |     |    |    |    |      |    |      |
|----------------|---------|--------|----|----|-----|----|--------|----|-----|----|----|----|------|----|------|
|                |         | 期首     | 出店 | 退店 | 期末  |    | 出店     | 退店 | 上期  |    | 出店 | 退店 | 下期計画 |    | 年間増減 |
|                |         |        |    |    |     | 増減 |        |    |     | 増減 |    |    |      | 増減 |      |
| 眼鏡小売           | インショップ° | 143    | 1  | 2  | 142 | △1 | 2      |    | 144 | +2 | 3  |    | 147  | +3 | +5   |
|                | 路面店     | 85     |    | 2  | 83  | △2 |        | 3  | 80  | △3 |    | 1  | 79   | △1 | △4   |
| 東部             | インショップ° | 45     | 1  |    | 46  | +1 |        |    | 46  |    | 1  |    | 47   | +1 | +1   |
|                | 路面店     | 9      |    |    | 9   |    |        | 1  | 8   | △1 |    |    | 8    |    | △1   |
| 中部             | インショップ° | 17     |    |    | 17  |    |        |    | 17  |    | 1  |    | 18   | +1 | +1   |
|                | 路面店     | 27     |    |    | 27  |    |        | 1  | 26  | △1 |    |    | 26   |    | △1   |
| 関西             | インショップ° | 74     |    | 1  | 73  | △1 | 2      |    | 75  | +2 | 1  |    | 76   | +1 | +3   |
|                | 路面店     | 44     |    | 2  | 42  | △2 |        | 1  | 41  | △1 |    | 1  | 40   | △1 | △2   |
| 四国<br>中国<br>九州 | インショップ° | 7      |    | 1  | 6   | △1 |        |    | 6   |    |    |    | 6    |    |      |
|                | 路面店     | 5      |    |    | 5   |    |        |    | 5   |    |    |    | 5    |    |      |

店舗：中間期では、国内において新店2店舗を開設し、3店舗を閉店、4店舗で改装を実施



## 営業戦略について

P19:2022年3月期(62期)の基本方針

P26:商品政策

P38:販売促進政策

P44:補聴器販売

P50:眼鏡卸売事業

P51:写真館事業

P52:海外眼鏡販売事業

P53:店舗政策

P55:2022年3月期(62期)の連結業績予想

## 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. わが国経済の見通しについては、全国的な新型コロナのワクチンの接種率の向上に伴い、感染者数は減少傾向にあり、消費者マインドは徐々に上向きつつありますが、感染再拡大への強い懸念が今なお残っており、雇用・所得環境や個人消費の改善には、なお時間を要する見込みであり、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に取り組みつつ、お客様からの永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テレビCMやSNSなど幅広いメディアを活用する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体制の構築に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。



## 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。



## 奈良県主催の「再就職応援フェスタ2021年」に協賛

◆10月、奈良県庁の女性活躍推進倶楽部が主催する女性の就職、再就職、キャリア形成などの就労を支援するイベントが、県内のイオンモール大和郡山店内で開催されました。当社は、その中で、職場や普段のライフスタイルの中でご自身に似合ったメガネやパーソナルカラーなど主にコーディネートに関するアドバイスを専門スタッフからさせていただきました。



## 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

## 2022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

**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  
(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



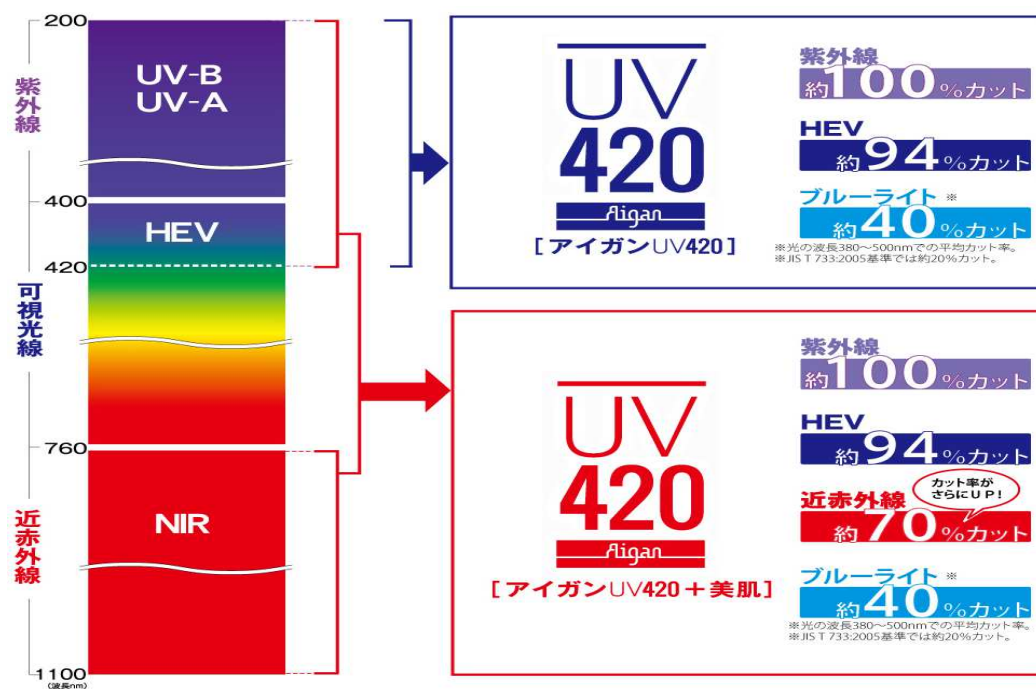
税込  
+11,000円



## 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) **+ ¥7,700** 税込

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)



## 新製品

「ばねのメガネ スプリングラス」シリーズより、トレンドなデザインをメインにした全20バリエーションを7月から販売開始

### ばねのメガネ「スプリングラス」



曲げても、ねじっても、片手で外したりしても、変形しない。



## 新製品

ふんわりとした優しい掛け心地「FUWATTY(フワッティ)」を7月から販売開始。

### FUWATTY (フワッティ)



お顔に合わせてタイプが選べる。豊富な50バリエーション(10型、各5色)



## 新製品

メガネの掛け外しが多い方に便利な、ぶらさげメガネ「にゃんブラン」を8月から販売開始。

### ぶらさげメガネ「にゃんブラン」



テンプル(つる)が従来のメガネより長く、メガネを使わないときはネックレスのように首や頭に掛けることができる便利なメガネです。



## 新製品

「CHAMPION」のクリップ偏光グラス付き眼鏡を愛眼別注にて8月から発売。

CHAMPION(チャンピオン)



メガネ⇄サングラスの着替えを1本で。しかも跳ね上げ機構や調光機能(紫外線が多くなると色が濃く変化)も装備。

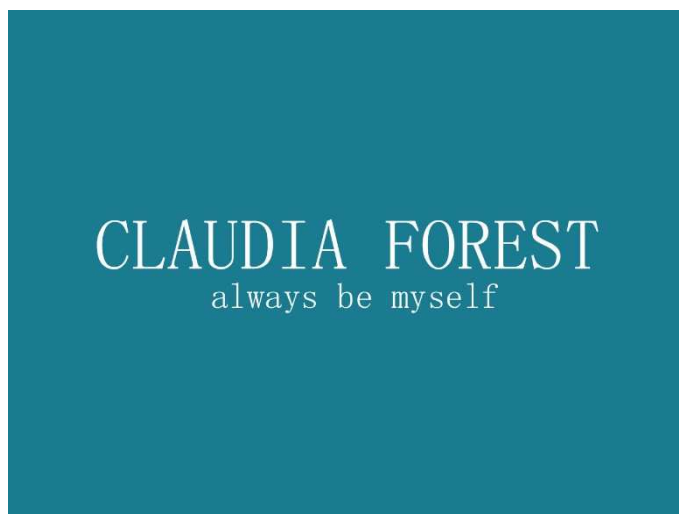




## 人気フレームのバージョンアップ

光で色味が変化するニュアンスで、エイジレスな”スタイリング“を演出  
オトナの女性のための眼鏡「CLAUDIA FOREST」の新作を9月から販売開始

### CLAUDIA FOREST(クラウディア フォレスト)



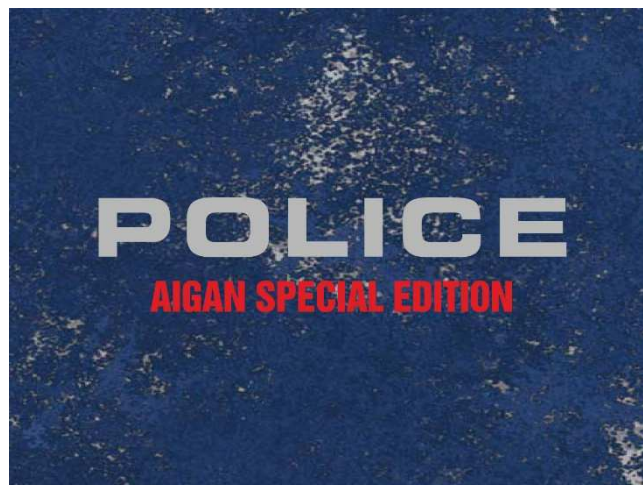
顔なじみがよいカラーと鼻筋がスッキリ見える立体ブリッジでフェミニンな印象に



## 人気フレームのバージョンアップ

「POLICE」の愛眼別注モデルのイタリアンカラー企画を7月から発売。

### POLICE(ポリス)



イタリアの伝統カラーや地方由来の色合いをコンセプトにカラーリングした愛眼だけの企画カラー。





## 人気アイテムのバージョンアップ

サウナ専用の度入りメガネ「アイガン FORゆⅡ」の強度数(-7.00/-8.00)をオンラインショップ限定で9月から発売。

**AIGAN FORゆⅡ**

**AIGAN**  
**FOR** YOU ゆ  
BATH & SAUNA GLASSES



足元を見ることが多いお風呂やサウナの中でも視界が広く見やすい。





## 人気フレームのバージョンアップ

「SMART FIT クラシックデザイン」を、  
より軽く、よりしなやかにアップデートして、8月から発売。

SmartFit(スマートフィット)

smart fit  
ALL  $\beta$  TITANIUM

Classic Design



シリーズ史上、最も軽く、スツキリとしたデザインで発売時から好評







## アイガンUV420のバージョンアップ

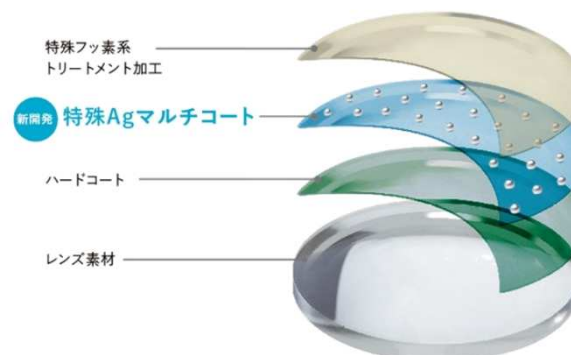
銀の力で細菌の増殖を抑え清潔に保つ新レンズ「アイガンUV420コウキンAg」  
を5月から販売開始

アイガンUV420コウキンAg

# アイガンUV420 コウキンAg



「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」



# 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!

GOOD DESIGN

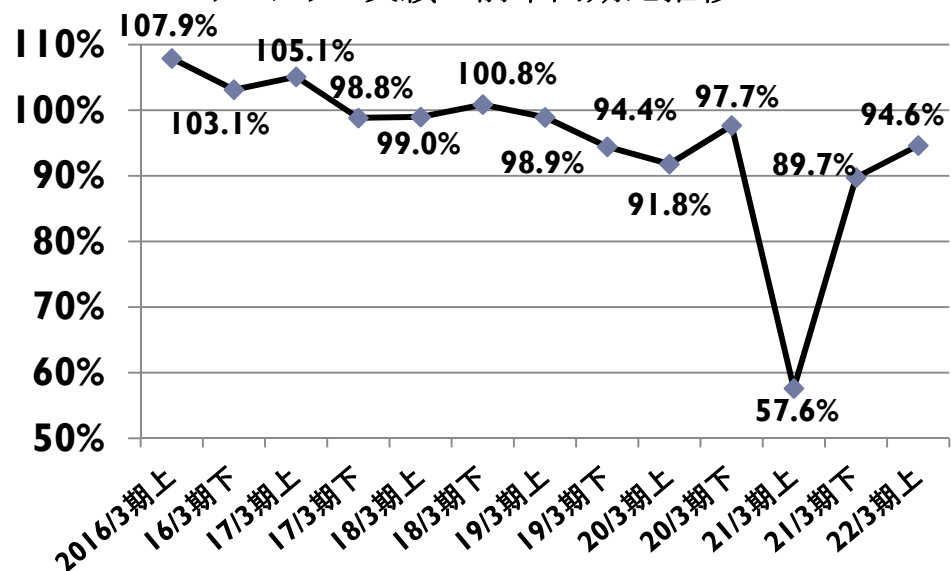
**愛眼のハイパフォーマンス偏光!**

**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、主に外出自粛や、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の影響もあって、低調に推移しており、コロナ前の水準には至っておりません。





## 2022年3月期 販売促進政策

### セール企画

日頃の感謝を込めて創業80周年企画を実施

80周年春のお散歩フェア  
(4/9～5/9)



80周年夏の大感謝祭  
(6/18～7/20)



80周年超感謝祭  
(7/21～8/31)



80周年大創業祭  
(9/1～10/31)







## 商品販促企画

### ◆UV420新プロモーション

UV420+美肌コートを美容家のIKKO氏を起用しTVCMを含む大々的なPRを実施



IKKOは、  
**鉄壁!!  
レンズ**

目元のシミ・シワに  
アプローチ!

近赤外線  
約50・70%カット



TVCM、 유튜브、  
WEBにて動画公開



## 商品販促企画

◆13,200円でのスマートプライスエントリー商品をチラシや店頭にて展開





## 商品販促企画

### ◆お風呂用メガネ アイガンFORゆⅡ 新発売 商品ロゴデザイン刷新



**お風呂とサウナ、  
これ一本で。**

**AIGAN  
FORゆ**  
WITH A SAUNA GLASSES



度入りだから  
見やすい。  
選べる既製  
一近視一遠視一度数で  
浴場やサウナが  
安全、安心に  
楽しめます。



高温サウナでも  
使用OK。  
耐熱温度は120℃  
フレスムレンズも  
熱にも衝撃にも  
強いです。



「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



## 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  
休憩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。



### 【マスク着用をお願い】

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。







## 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



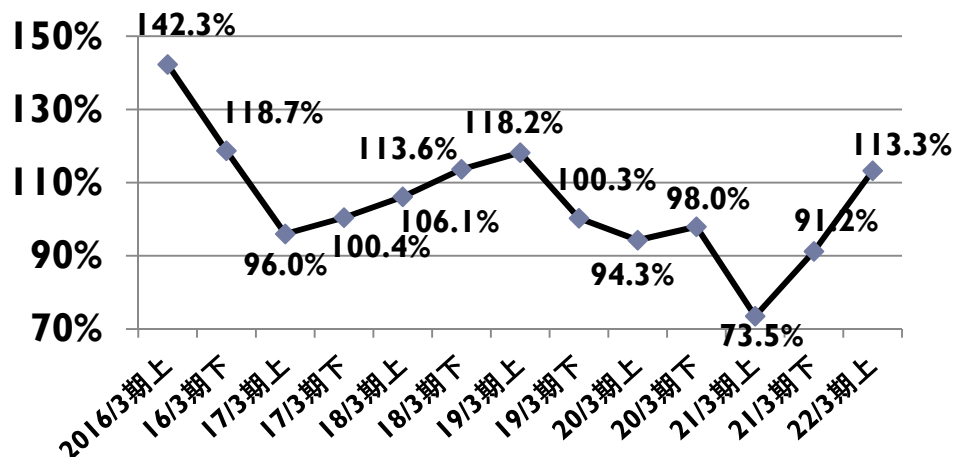
## PayPay



9/6～9/26の期間  
PayPayクーポン企画を実施。  
総額5,500円(税込)ご購入の  
お客様に対してPayPayクーポ  
ン取得で10%オフ。

## 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、長期に亘る緊急事態宣言下での外出自粛などが影響し低調に推移したものの、前年同期比では増加に転じました。しかし、コロナ前の水準に回復するには、まだ至っておりません。



# 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

レンタルできる種類の豊富さが好評を得ています。

**補聴器**  
**自宅で2週間お試しキャンペーン**

**ご自宅で試せる レンタル補聴器 1,000種類以上!**

愛眼では、お客様の聴力や生活環境に合う補聴器を選べます!

豊富なラインナップの中から選びいただけます!

お客様の聞こえに合わせてお選びします

さっしり! サポート! 補聴器が使えるようになるまで、しっかりサポートします!

しっかり! アイガン補聴器手帳! レンタルお申し込み、又はお買い上げ時に進呈! 補聴器を使うための秘密兵器です!

電池交換不要の充電式、耳あな型もOK! **2週間で3,000円以上**

**大好評! 補聴器お試しレンタル!**

### ■全レンタル件数に占める充電式補聴器構成比

| 2021年<br>3月期 | 10月   | 11月   | 12月   | 1月    | 2月    | 3月    |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| レンタル<br>構成比  | 46.7% | 50.7% | 54.0% | 54.8% | 48.9% | 62.4% |
| 2022年<br>3月期 | 4月    | 5月    | 6月    | 7月    | 8月    | 9月    |
| レンタル<br>構成比  | 56.6% | 65.0% | 59.9% | 62.0% | 65.7% | 66.3% |





## 補聴器販売

『補聴器も大創業祭』というタイトルで新聞折り込み広告を実施。

新型コロナの影響で、マスク生活は、多くの難聴者にとって大変聴こえづらく不便なものです。

このような不便を感じていらっしゃる方に、補聴器による「不便」の解消を提案しました。

また、お客様から『認定補聴器技能者』を指名される店舗もあり、認定補聴器技能者の存在が安心・信用につながっています。

## 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

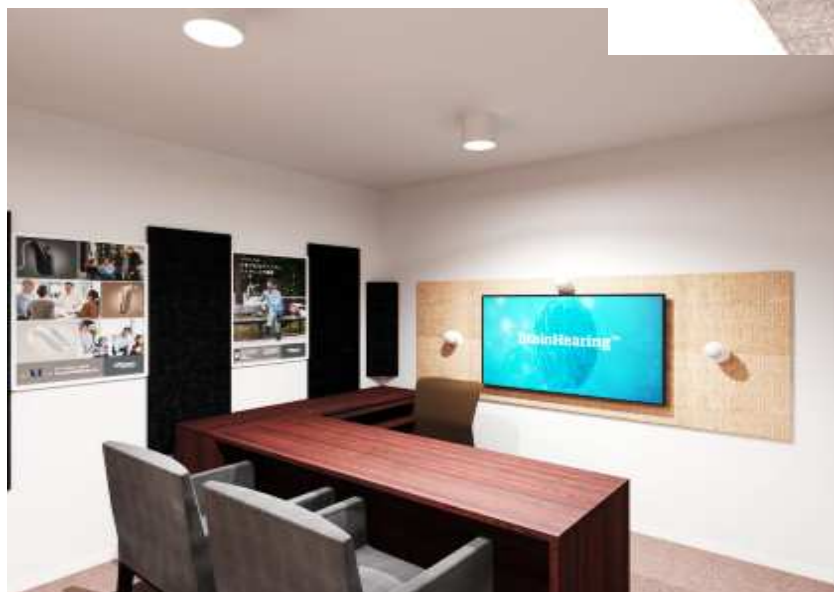
◎言語聴覚士を目指す学生さんに向けた  
企業見学会を実施。補聴器を取り巻く  
日本の現状と補聴器に求められる役割、  
販売店での業務内容などを説明するととも  
に、聞こえでお困りの方の現状を伝えて  
理解を深めていただきました。

ようこそ、愛眼へ



## 補聴器販売

◎大阪本店、横浜本店に加え、  
新たに名城本店に補聴器体感  
ルームを設置。  
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。

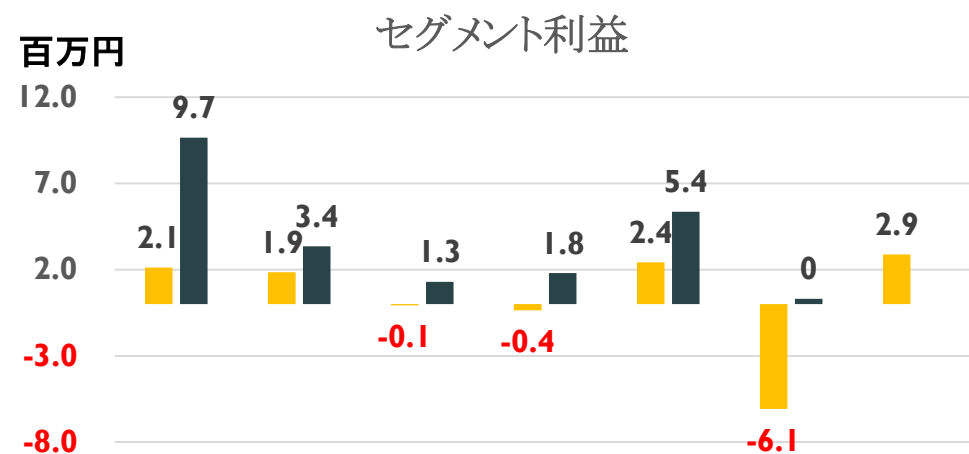
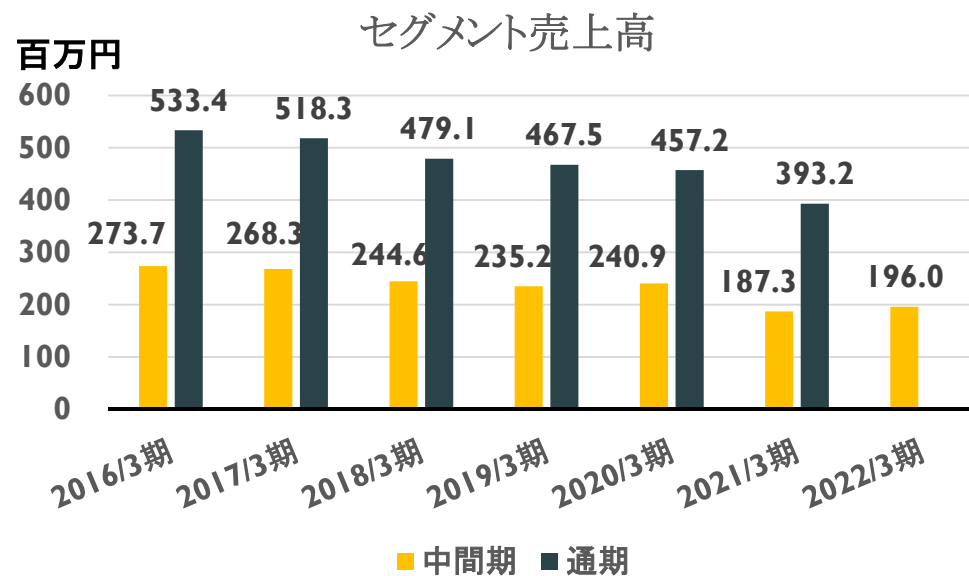


◎話した言葉が文字になるAIボイス筆談機「ポケットmimi」、「タブレットmimi」を眼鏡業界で唯一取扱い。病院や介護施設等でも難聴者との意思の疎通に役立つと好評を得ています。

## 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た取引先への販売支援に努めておりますが、取引先の売上不振等によって、卸売上高は回復には至っておりません。

・今後も引き続き取引先への販売支援と新商品の投入を通じて、取引深耕を図るとともに、新たな取引先の開拓に努めてまいります。

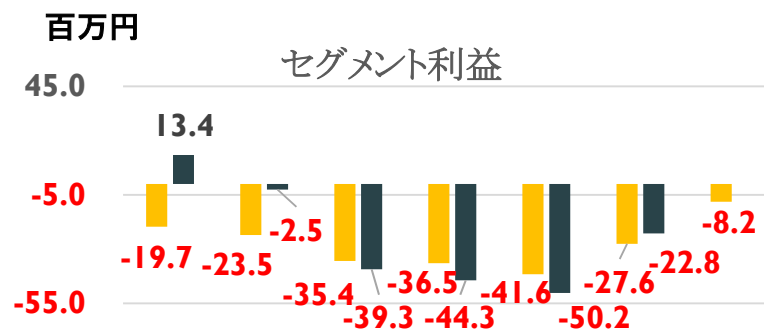
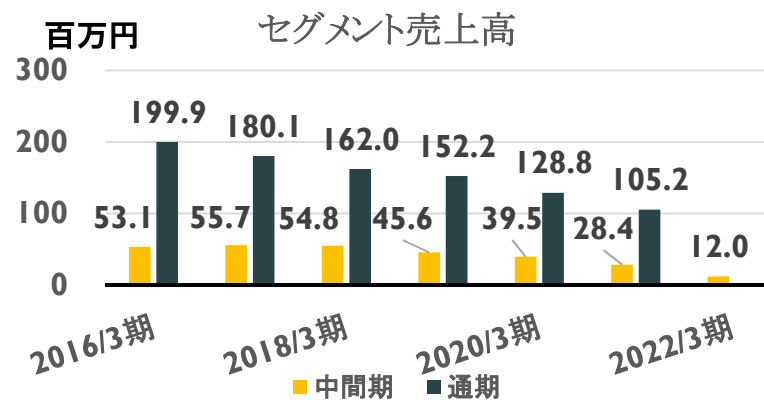






## 写真館事業

・2021年1月に、大阪地区の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、現在は、横浜本店の1店舗のみで営業を行っております。

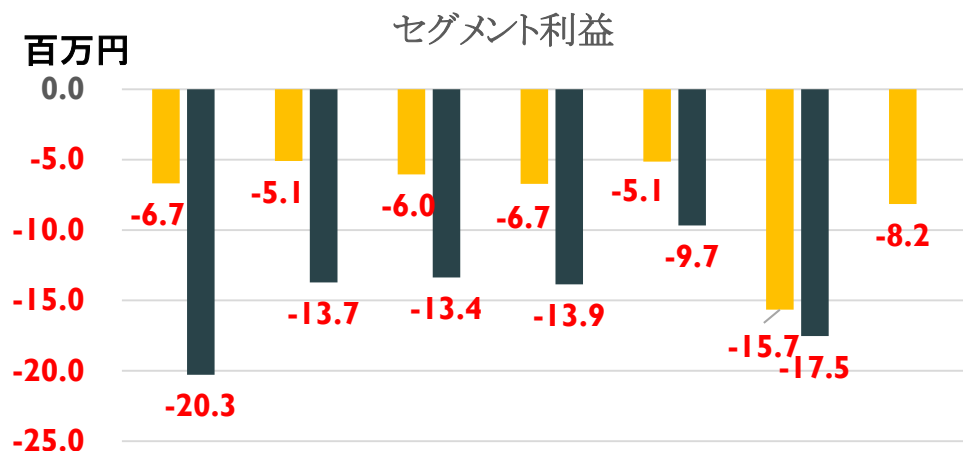
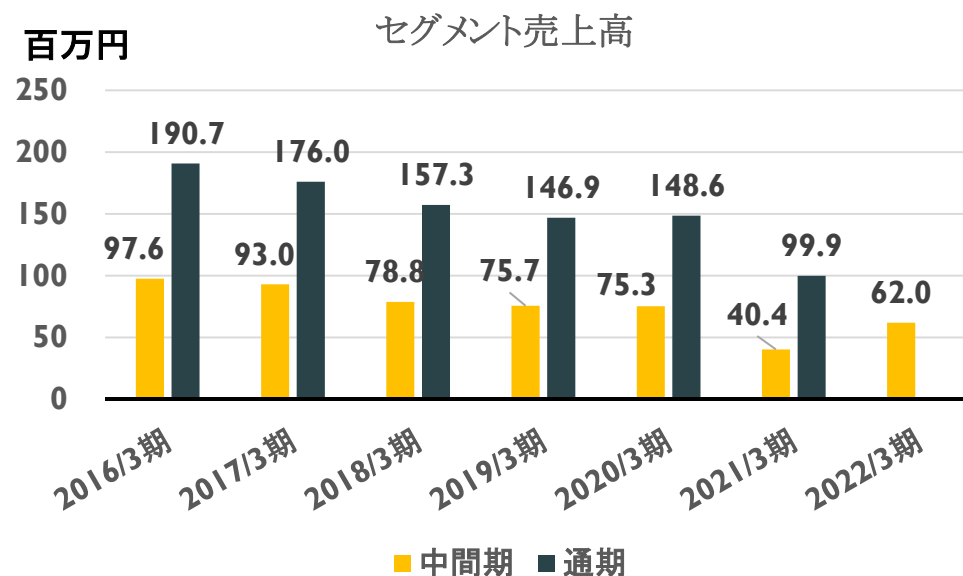


## 海外眼鏡販売事業

・北京愛眼眼鏡有限公司が、北京市を中心拠点として、直営店とフランチャイズ店を合わせて7店舗にて営業を行っております。

・前期は、所在地での新型コロナウイルス感染予防政策の影響をかなり受けましたが、現在は客数は概ね回復するに至っており、感染拡大に注意を払いながら営業を行っております。

・今後とも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。





## 2022年3月期 店舗政策

1. 新店: 中間期迄に2店舗開店
2. 改装: 既存店の活性化改装を中心に、中間期迄に4店舗改装済
3. 閉店: 中間期迄に3店舗閉店

2021年7月新店  
イオンそよら新金岡店



2021年9月新店  
マルナカ西宮店







## 2022年3月期の改装

2021年4月 改装  
イオン岡崎南店



2021年4月 改装  
イオンモール浜松市野店



2021年9月 改装  
岡崎大西店



2021年9月 改装  
檀原店



## 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による当社業績に与える影響につきましては、現時点では不透明な点が多く予測は困難な状況ではありますが、今後は、ワクチン接種の進展と活動制限の緩和に伴い、社会経済活動が正常化し、雇用・所得環境の改善を通じて消費活動が回復に向かうことが期待されており、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、下半期の業績への直接的な影響は限定的となると考えております。これらの前提の上で、直近の業績動向を踏まえ、可能な範囲で今年度の業績予想を修正いたしました。
2. 今後の感染再拡大の状況次第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11月5日に修正した業績予想)

|       | 2021年3月期実績 |            | 2022年3月期計画 |            | 前 期 比<br>増 減 |      |
|-------|------------|------------|------------|------------|--------------|------|
|       | 金 額        | 売 上<br>構成比 | 金 額        | 売 上<br>構成比 |              |      |
|       | 百万円        | %          | 百万円        | %          | 百万円          | %    |
| 売上高   | 13,562     | 100.0      | 14,636     | 100.0      | +1,074       | +7.9 |
| 売上総利益 | 9,494      | 70.0       | 10,180     | 69.6       | +685         | +7.2 |
| 販売管理費 | 10,016     | 73.9       | 10,486     | 71.6       | +469         | +4.7 |
| 営業利益  | △522       | —          | △306       | —          | +216         | —    |
| 経常利益  | △447       | —          | △194       | —          | +253         | —    |
| 当期純利益 | △557       | —          | △306       | —          | +251         | —    |