



# 愛眼株式会社

2022年3月期 経営状況報告



## 2022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:増収・減益

単位:百万円

	21年3月期 実績	22年3月期 計画	22年3月期 実績	前期比	計画比
売上高 (売上比)	13,562 (100.0%)	14,636 (100.0%)	13,804 (100.0%)	101.8%	94.3%
売上総利益 (売上比)	9,494 (70.0%)	10,180 (69.6%)	9,552 (69.2%)	100.6% (△0.8%)	93.8% (△0.4%)
販売管理費 (売上比)	10,016 (73.9%)	10,486 (71.6%)	10,137 (73.4%)	101.2% (△0.4%)	96.7% (+1.8%)
営業利益 (売上比)	△522 (-)	△306 (-)	△584 (-)	- (-)	- (-)
経常利益 (売上比)	△447 (-)	△194 (-)	△438 (-)	- (-)	- (-)
当期純利益 (売上比)	△557 (-)	△306 (-)	△690 (-)	- (-)	- (-)

(註)22年3月期は、収益認識に関する会計基準等の適用後



## 2022年3月期の経営成績

### [連結] PLの概要

売上高:13,804百万円(前期比242百万円増、+1.8%)

売上総利益:9,552百万円(前期比58百万円増、+0.6%)

売上総利益率:69.2%(前期比0.8ポイント減)

営業経費:人件費は圧縮したものの、80周年セールに伴う  
広告宣伝費の増加、休業に伴う家賃減免額の減少のため、  
営業経費は前期比で120百万円増加

営業利益:△584百万円(前期△522百万円)

経常利益:△438百万円(前期△447百万円)

当期純利益:△690百万円(前期△557百万円)

〈減損損失:236百万円(前期14百万円)〉



1. わが国経済は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により緊急事態宣言とまん延防止等重点措置の発令・解除が長期に亘り繰り返され、そのたびに社会経済活動が制約を受け、非常に厳しい状況が続きました。
2. 営業実績については、感染拡大による国民に対する行動自粛の要請が継続的に実施され、上半期までは来店客数が落ち込み、売上は伸び悩み、厳しい状況が続きました。緊急事態宣言解除後の2021年10月以降、客足が徐々に戻り、それに加え創業80周年の大創業祭・感謝祭が相乗効果として寄与し、売上は一時的に回復を見せたものの、2022年1月以降、感染者数が急増した感染第6波に対するまん延防止等重点措置とそれに伴う行動自粛の影響で、来店客数が再び低調に推移する事態となりました。その結果、通期の売上高は13,804百万円(前期比1.8%増)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と割引セールの影響で減少しました。
3. 営業経費は、休業店舗のテナント家賃の減免額が前期比で減少したことや、前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、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10,137百万円(前期は10,016百万円)となりました。
4. 「固定資産の減損に係る会計基準」に基づき、特別損失として減損損失236百万円を計上しました。



[単体] PLの概要

単体:増収・減益

単位:百万円

	21年3月期 実績	22年3月期 計画	22年3月期 実績	前期比	計画比
売上高 (売上比)	13,307 (100.0%)	14,382 (100.0%)	13,542 (100.0%)	101.8%	94.2%
売上総利益 (売上比)	9,270 (69.7%)	9,963 (69.3%)	9,320 (68.8%)	100.5% (△0.8%)	93.6% (△0.4%)
販売管理費 (売上比)	9,786 (73.5%)	10,266 (71.4%)	9,888 (73.0%)	101.0% (△0.5%)	96.3% (+1.6%)
営業利益 (売上比)	△516 (-)	△302 (-)	△567 (-)	- (-)	- (-)
経常利益 (売上比)	△435 (-)	△184 (-)	△414 (-)	- (-)	- (-)
当期純利益 (売上比)	△544 (-)	△293 (-)	△708 (-)	- (-)	- (-)

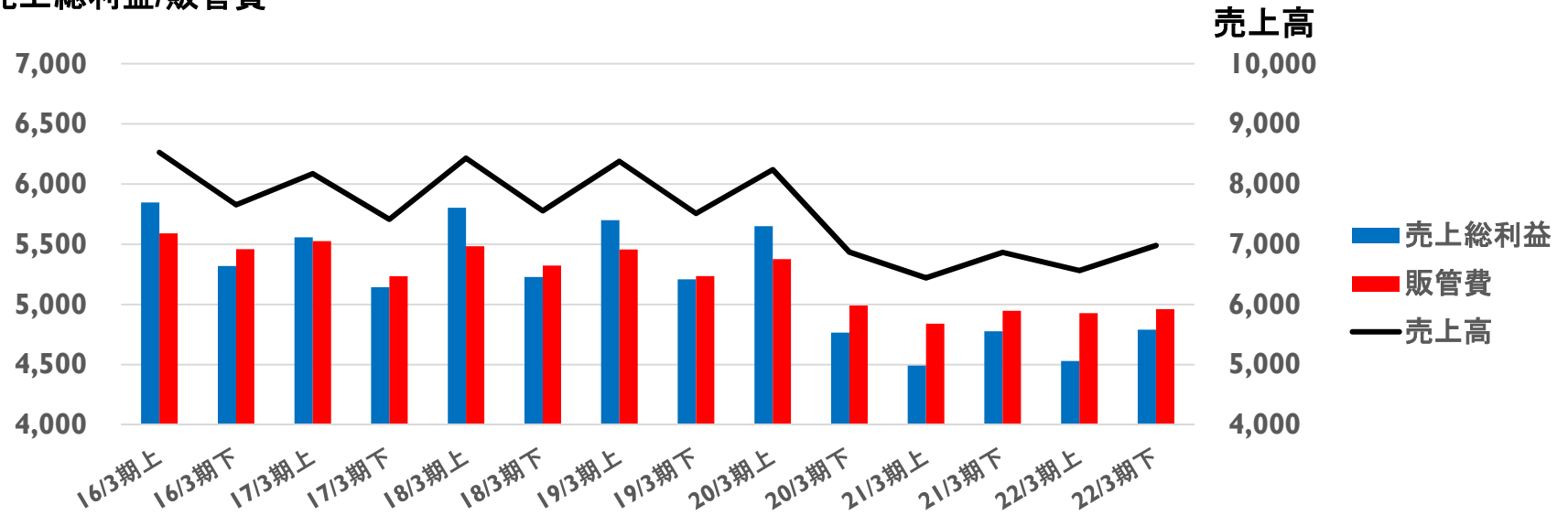
(註)22年3月期は、収益認識に関する会計基準等の適用後



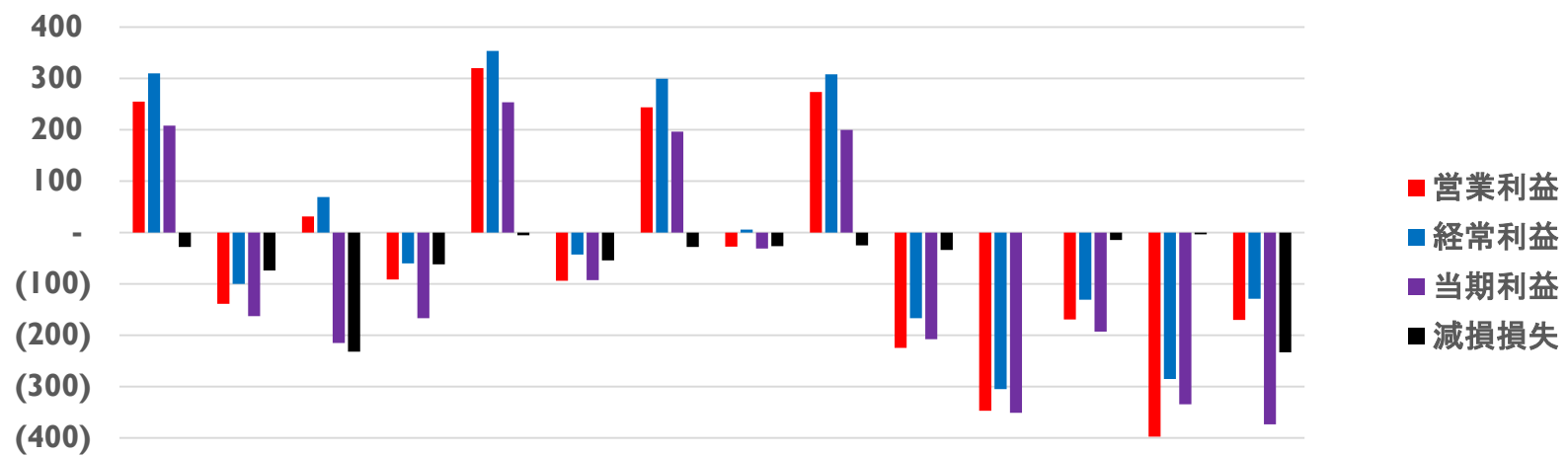
# [単体] 主要なPL科目の推移

単位:百万円

## 売上総利益/販管費



## 利益額

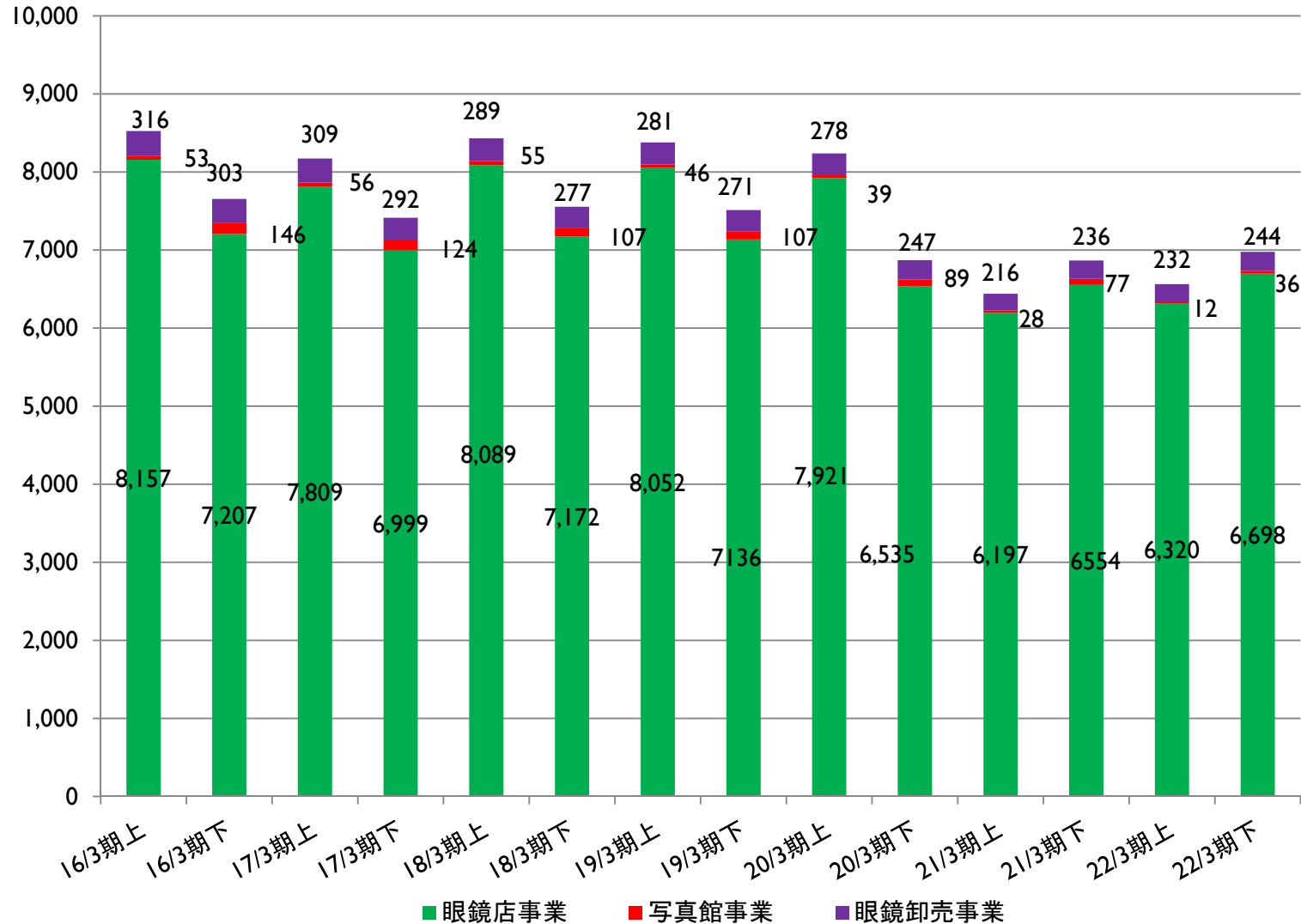


(註)22/3期上・下は、収益認識に関する会計基準等の適用後



## [単体] 事業部別売上構成の推移

単位:百万円



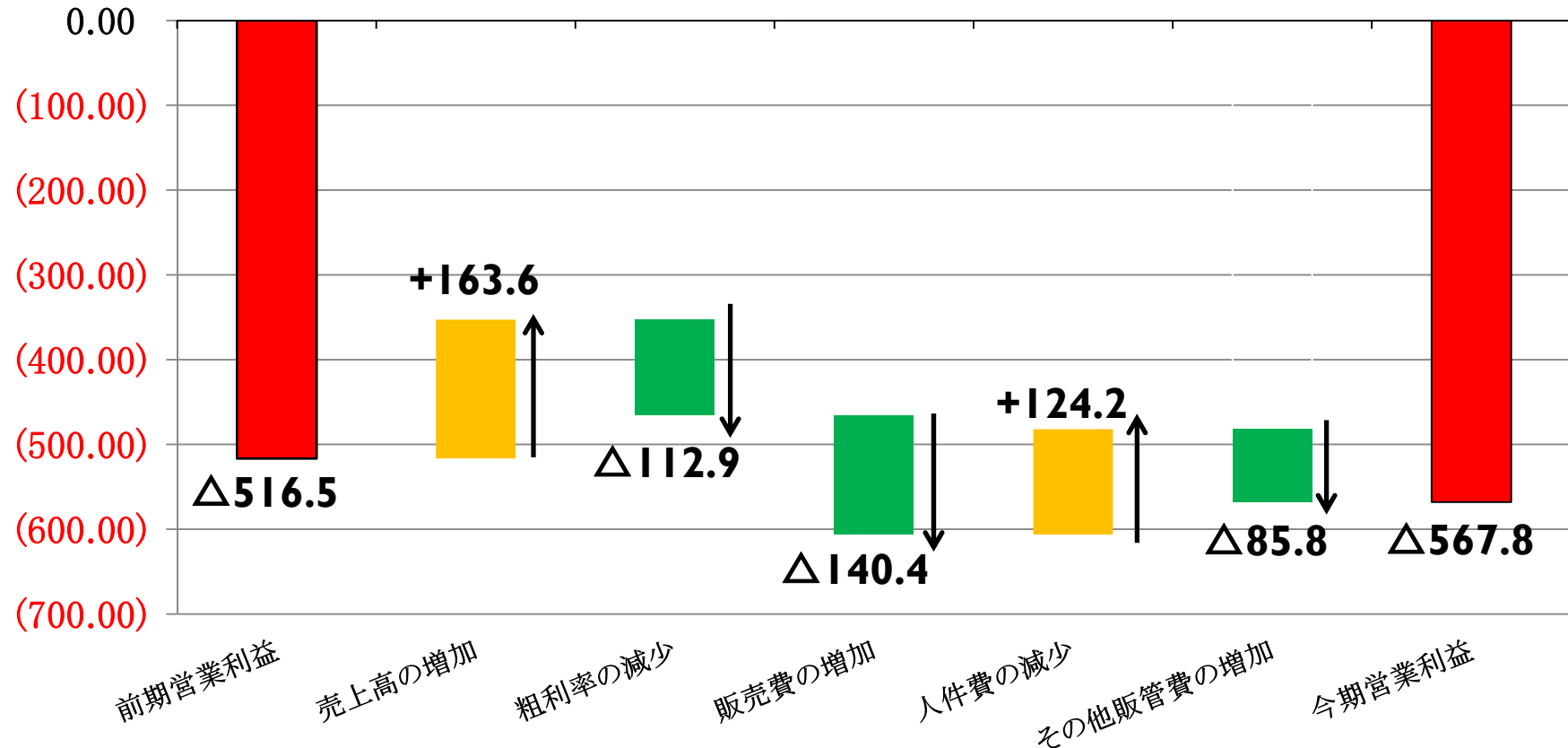
(註)22/3期上・下は、収益認識に関する会計基準等の適用後





## [単体] 営業利益の変化要因別説明図

単位:百万円



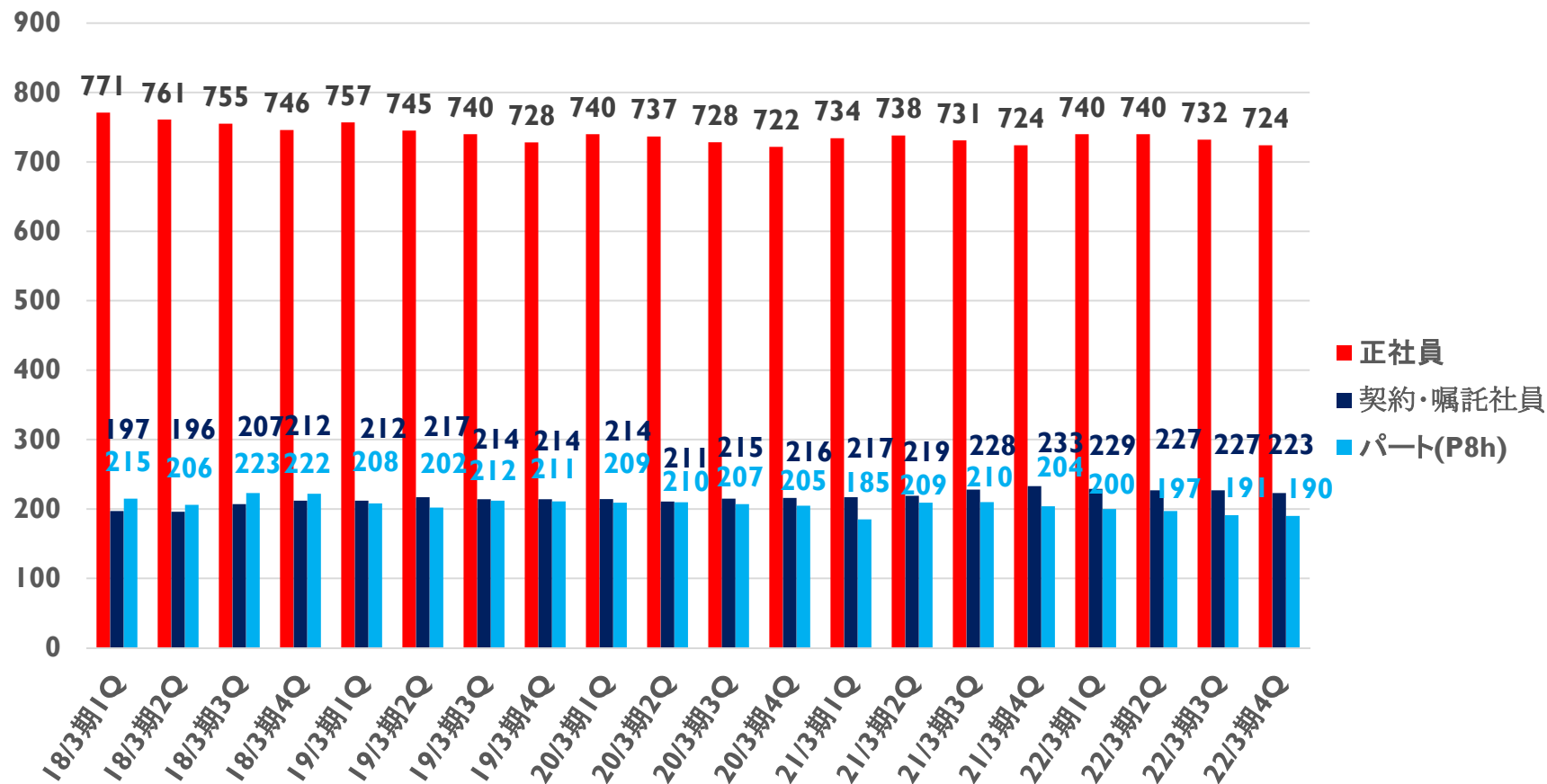
(註)22年3月期の要因別変化額は、収益認識に関する会計基準等の適用後の実績数値により算出

◎売上総利益率が0.8ポイント下降し、経費面では、販売費が140百万円増加、人件費が124百万円減少、その他販管費が85百万円増加した結果、営業利益は△567百万円と、前期比で△51百万円減少しました。



# [単体] 従業員数推移

(各四半期毎の平均数値)



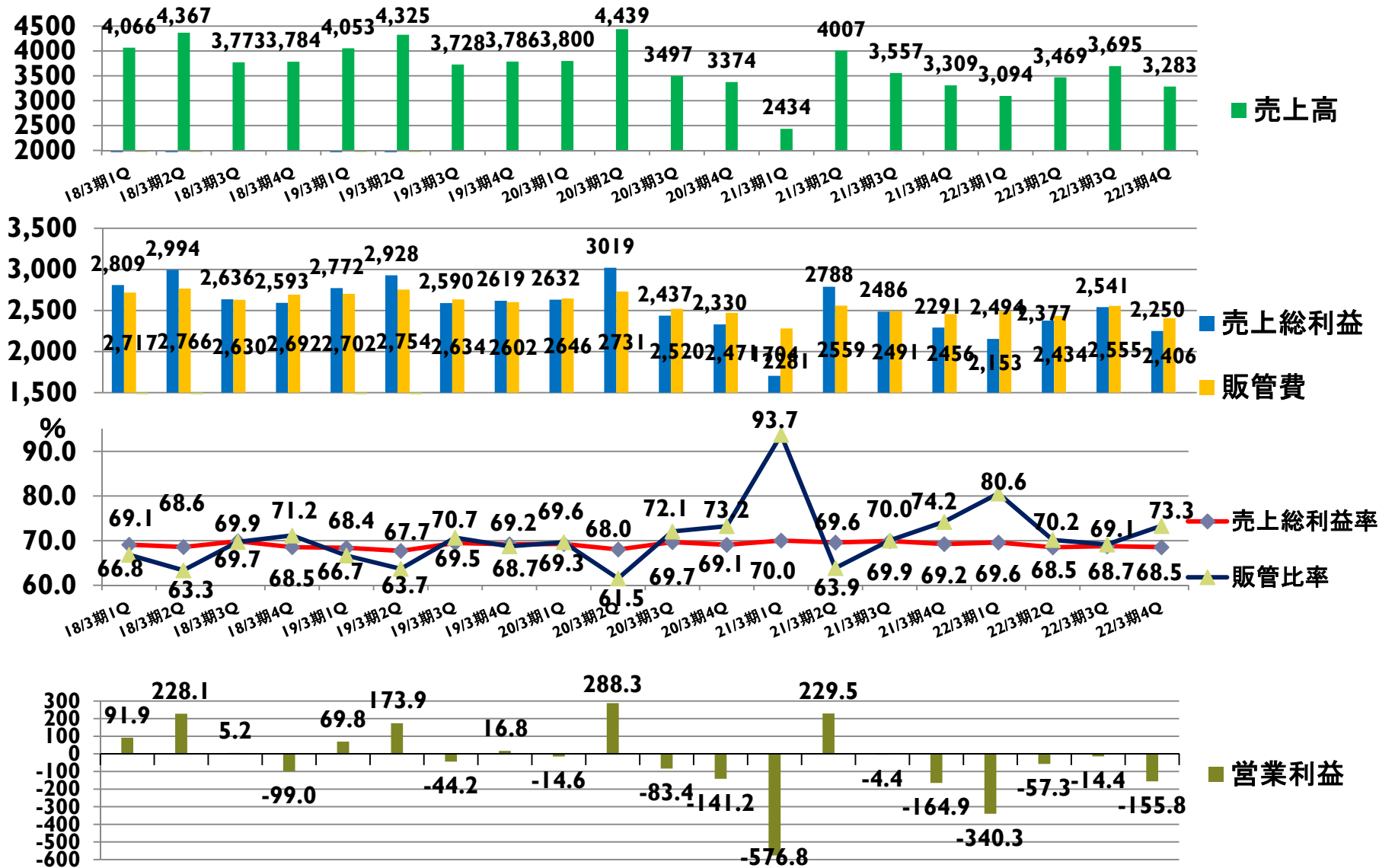
22/3期 新卒正社員17名採用

23/3期 新卒正社員10名採用



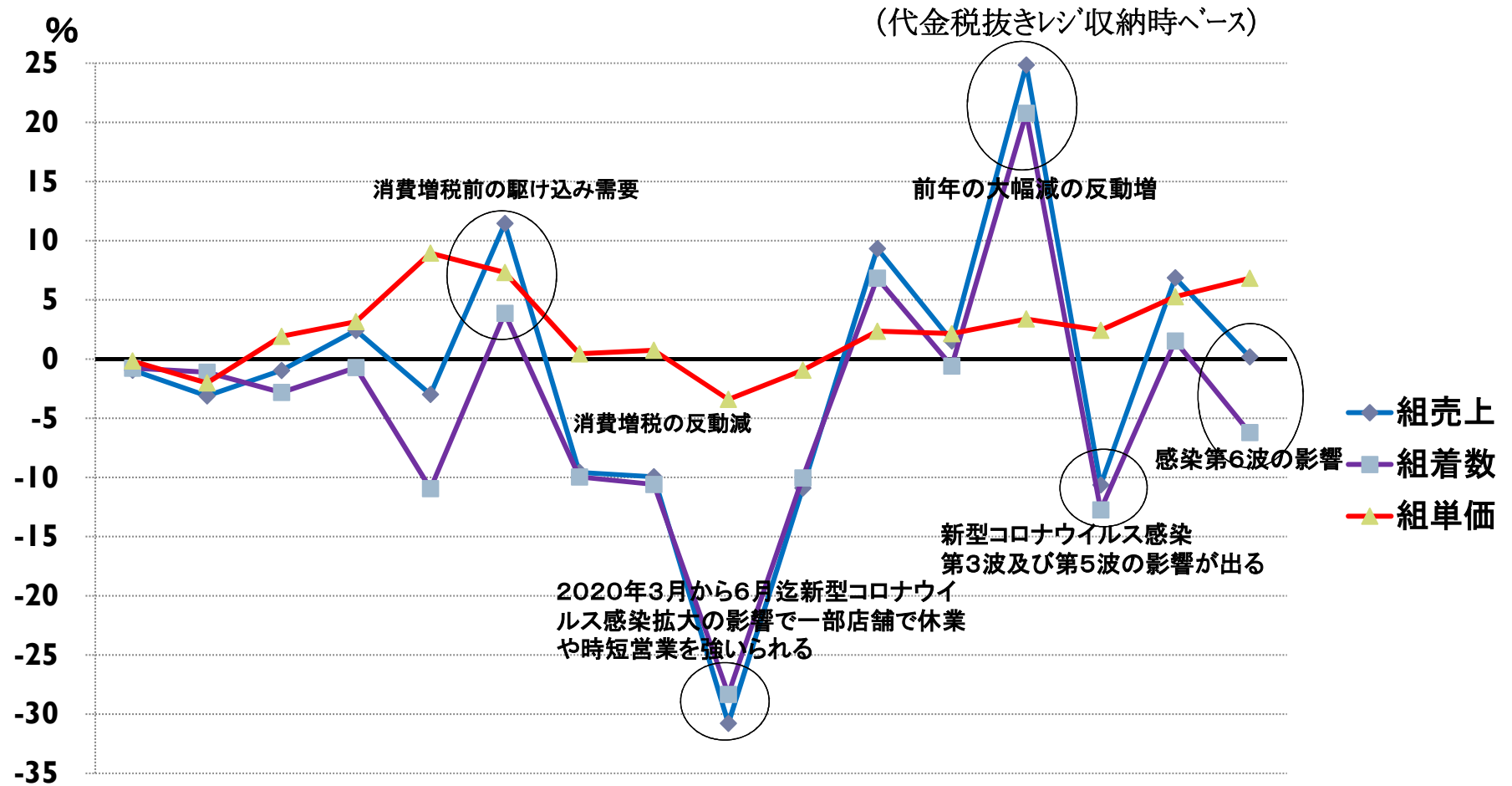
# [単体] 四半期別業績推移

単位:百万円、%



(註)22/3期1Q以降は、収益認識に関する会計基準等の適用後

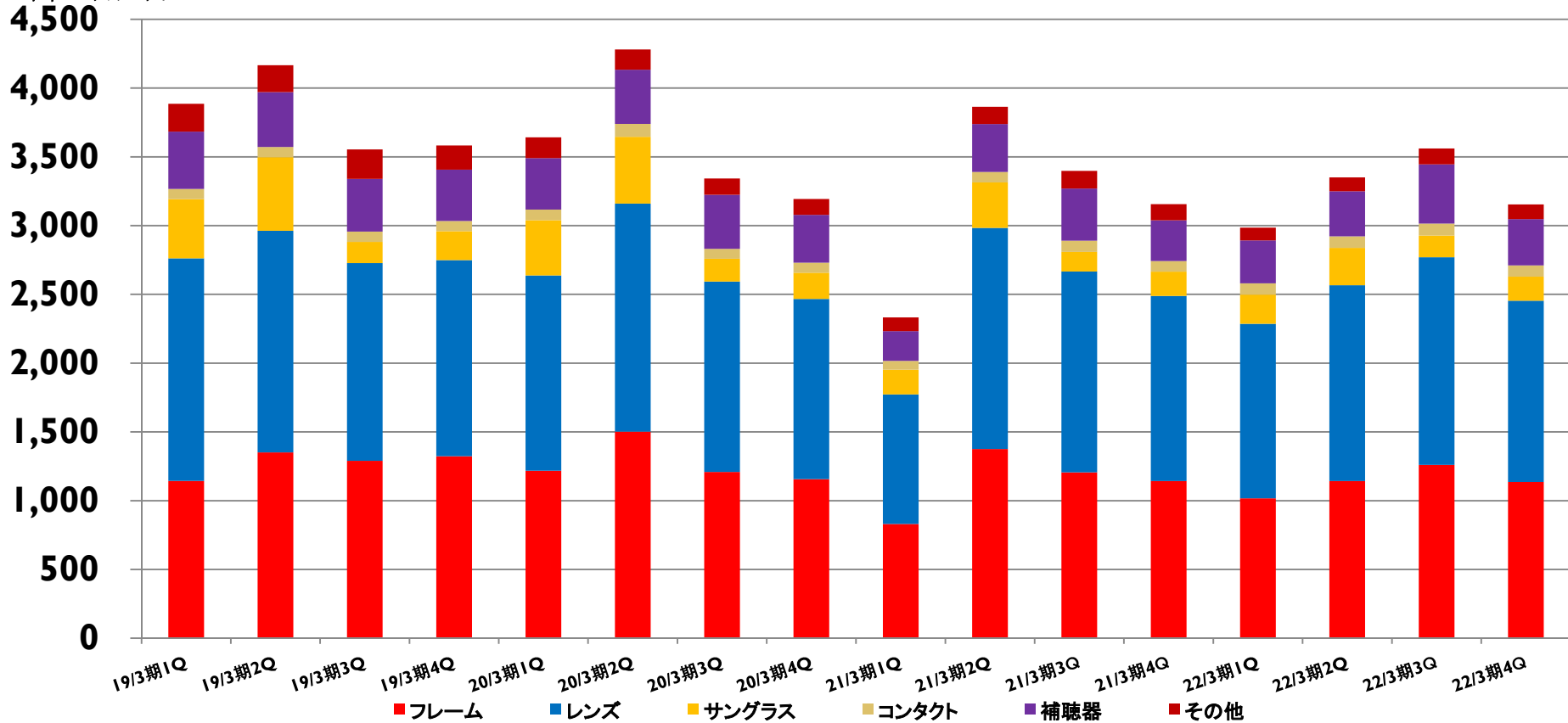
# [単体] 既存店の四半期別販売状況 (前年比)





## [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、緊急事態宣言解除後の2021年10月以降、新規感染者数が低水準にとどまり、活動制限要請が段階的に緩和されたことで客足は回復しましたが、2022年1月以降、感染第6波により感染者数が急増し、それに伴う行動自粛が来店客数の減少に繋がり、売上推移に大きく影響しました。
2. この結果、累計期間においては、準主力品目のサングラスの売上は、イベント・スポーツなどの屋外活動の自粛の影響で、引き続き伸び悩んだものの、中心品目のメガネ、準主力品目の補聴器の売上は、このような状況下のなかで前期を上回ったため、全体的には前期比で増収となりましたが、新型コロナウイルス感染症感染拡大前の水準には戻っておりません。



## [連結] BSの概要

単位:百万円

	21年3月期 実績		22年3月期 実績		比較増減額
		構成比		構成比	
流動資産	8,311	53.7%	7,848	53.6%	△462
現・預金	5,135	33.2%	5,046	34.5%	△89
受取手形・売掛金	694	4.5%	714	4.9%	+20
商品	1,924	12.4%	1,904	13.0%	△20
固定資産	7,178	46.3%	6,782	46.4%	△395
投資有価証券	478	3.1%	378	2.6%	△99
敷金・保証金	2,940	19.0%	2,893	19.8%	△46
資産合計	15,489	100%	14,631	100%	△858
流動負債	1,362	8.8%	1,191	8.1%	△170
固定負債	522	3.4%	519	3.6%	△2
負債合計	1,884	12.2%	1,711	11.7%	△173
純資産合計	13,604	87.8%	12,920	88.3%	△684
負債・純資産合計	15,489	100%	14,631	100%	△858



## [単体] BSの概要

単位:百万円

	21年3月期 実績		22年3月期 実績		比較増減額
		構成比		構成比	
流動資産	8,028	52.2%	7,570	52.2%	△457
現・預金	4,925	32.0%	4,848	33.4%	△77
受取手形・売掛金	685	4.5%	705	4.9%	+20
商品	1,876	12.2%	1,854	12.8%	△21
固定資産	7,357	47.8%	6,932	47.8%	△424
投資有価証券	669	4.4%	570	3.9%	△99
敷金・保証金	2,869	18.6%	2,836	19.6%	△32
資産合計	15,385	100%	14,503	100%	△882
流動負債	1,317	8.6%	1,144	7.9%	△172
固定負債	507	3.3%	505	3.5%	△2
負債合計	1,824	11.9%	1,650	11.4%	△174
純資産合計	13,560	88.1%	12,852	88.6%	△708
負債・純資産合計	15,385	100%	14,503	100%	△882



## [連結] キャッシュフロー

単位:百万円

	21年3月期	22年3月期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	△229	△358	△128
投資活動によるキャッシュ・フロー	△79	273	+352
財務活動によるキャッシュ・フロー	△19	△0	+18
現金及び現金同等物の期末残高	2,303	2,219	△84

### [キャッシュフローの状況]

#### 営業活動

税前当期純利益△598百万円、減価償却費+234百万円、減損損失+236百万円、有形固定資産の売却益△83百万円、仕入債務の減少△66百万円、法人税等の支払△67百万円など

#### 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△294百万円、有形固定資産の売却+162百万円、投資有価証券の償還+300百万円、敷金及び保証金の返還+241百万円、無形固定資産の取得△90百万円など

#### 財務活動

配当金の支払△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	22年3月期	増減額
設備投資額	269	226	△42
ソフトウェア投資	17	80	+62
減価償却費	207	234	+27
減損損失	14	236	+222

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					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	増減					
眼鏡小売	インショップ°	143	1	2	142	△1	2		144	+2	1	1	144		+2
	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				46		
	路面店	9			9			1	8	△1			8		△1
中部	インショップ°	17			17				17				17		
	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 中国 九州	インショップ°	7		1	6	△1			6			1	5	△1	△1
	路面店	5			5				5				5		

店舗:国内において新店3店舗を開設し、5店舗を閉店、7店舗で改装等を実施



## 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

P43:販売促進政策

P51:補聴器販売

P57:眼鏡卸売事業

P58:写真館事業

P59:海外眼鏡販売事業

P60:店舗政策

P66:2023年3月期(63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. 当社は、お客様と従業員の安全と健康を最優先し、新型コロナウイルスの感染予防策の徹底に取り組んでまいりました。また、お客様からの長年のご愛顧に応え、創業80周年の周年事業を進めるとともに、「お客様の目の健康を守る」ことを眼鏡専門店としての社会的な使命と責任と捉え、同時に、ウィズコロナへの環境変化を念頭に、お客様からの支持・信頼の獲得に焦点を当てた事業展開を推進してまいりました。
2. 組織面では、ニューノーマルな生活様式の浸透に応じた業務の効率化と働き方改革に取り組んでおります。
3. 営業方針では、眼鏡専門店として長年培ってきた快適で安心な視力・聴力補正技術、高い専門性を要する商品提案力と接客・サービス力の全てが結集した「愛眼ブランド」の強化を一貫して図ってまいりました。
4. 販促面では、お客様の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（63期より営業支援SS推進部に昇格）  
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。
- ◆国家資格「眼鏡作製技能士」への切り替え  
従来の検定資格「認定眼鏡士」を、2022年より順次、国家資格に切り替える計画。



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



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



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**

<p style="text-align: center; font-weight: bold;">偏光レンズ</p>	<p>AG Polar Sun Lens UVカット / 偏光度99% / 裏面マルチ 【屈折率】1.60SP</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> </div>
---	---

**■ 特別仕様オプション**

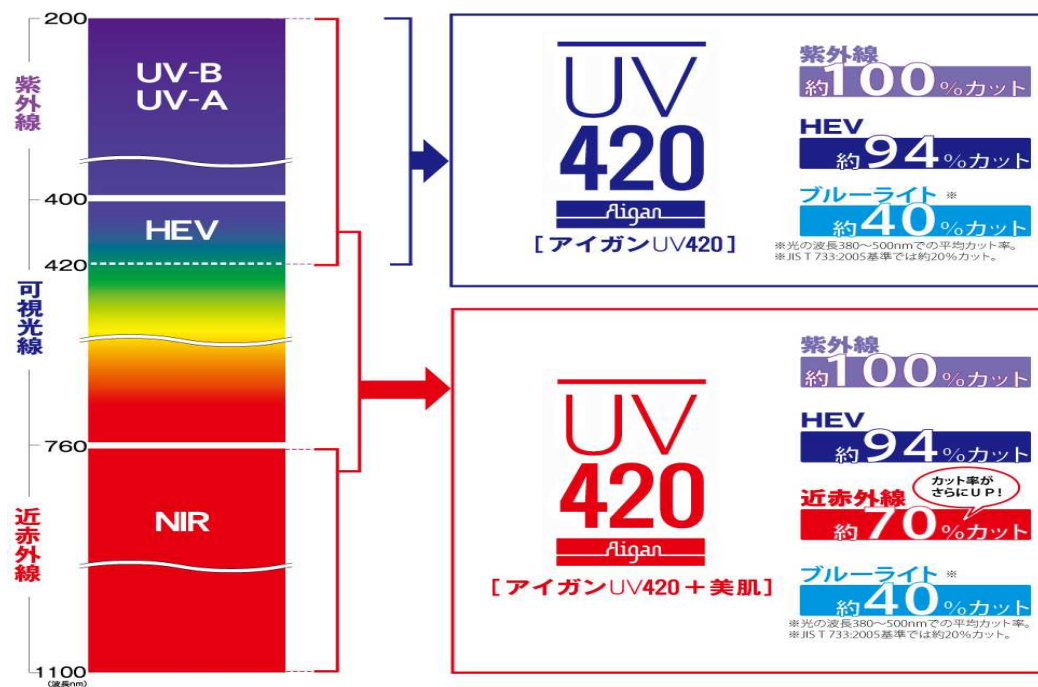
<p style="text-align: center; font-weight: bold;">両面非球面</p>	<p>レンズのすみずみまで歪みやボヤケが少なく、快適でクリアな視界。</p> <div style="display: flex; align-items: center;"> </div> <p>UVカット / 無色 / 汚れ防止・撥水コート / マルチコート 【屈折率】1.60WAS / 1.67WAS / 1.76WAS</p>
---	--



## 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

## 新製品

大好評の「ばねのメガネ スプリングラス」シリーズより、トレンドィーなデザインをメインにした追加型(20バリエーション)を2021年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

2021年7月、低価格ラインに、ふんわりとした優しい掛け心地の「FUWATTY(フワッティ)」を新規投入

### 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)

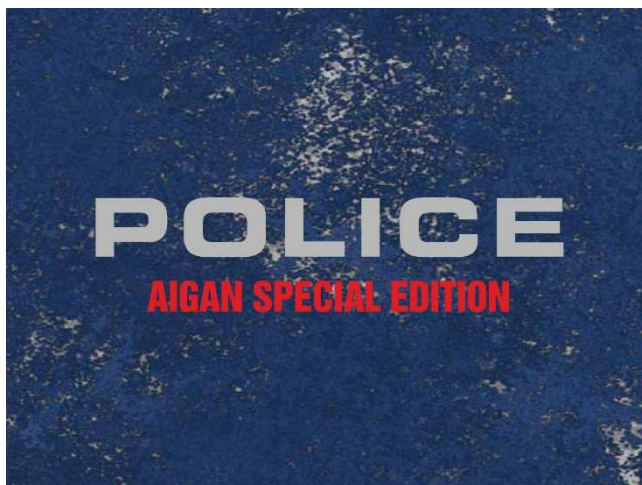




## 人気フレームのバージョンアップ

「POLICE」の愛眼別注モデルのイタリアンカラー企画を2021年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。



## 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2021年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2021年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

「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、2021年8月から発売

SmartFit(スマートフィット)

smart fit  
ALL  $\beta$ TITANIUM

Classic Design



初売り時から好評の壊れにくい眼鏡が、より軽く、よりスツキリと。





## 人気アイテムのバージョンアップ

お風呂・サウナ専用の度入りメガネ「アイガン FORゆ II」  
待望の強度数(-7.00/-8.00)バージョンを2021年9月から発売

**AIGAN FORゆ II**

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



眼鏡ユーザーのお風呂やサウナを安全に。そして、楽しく。





## 新製品

アウトドアギアとしてのメガネ「POCOP THE OUTDOORS」を、  
2021年10月に新発売

### POCOP THE OUTDOORS (ポコプ アウトドアーズ)



機能性や素材感など、ギア選びと同じ感覚でセレクトできるメガネです。





## 新製品

女性の人気ブランド『ロンシャン』の愛眼別注モデル  
「LONGCHAMP AIGAN SPECIAL EDITION」を2022年1月から販売開始

**LONGCHAMP (ロンシャン)**

**LONGCHAMP**  
P A R I S



ロンシャンならではのエレガントさに、快適性を備えた、愛眼だけの特別なコレクションです。





## 新製品

リアル世代の団塊ジュニアに向けた、キン肉マンとのコラボ眼鏡、  
「キン肉マン～夢の超人眼鏡編～ROUND1」を、2022年2月に新発売

### キン肉マン ～夢の超人眼鏡編



キン肉マンがメガネのアイガンとタッグ！選ばれし6超人が6本のメガネに！

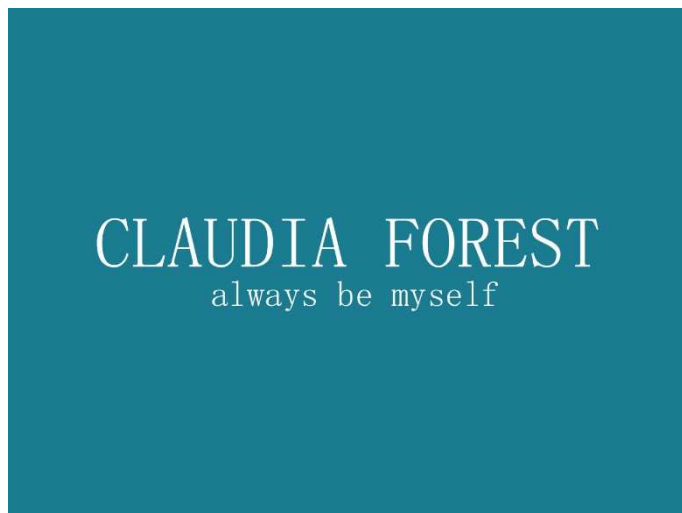




## 人気フレームのバージョンアップ

オトナの女性のための眼鏡「CLAUDIA FOREST」より、  
流行のニュアンスカラーを取り入れた新作を2021年9月から販売開始

### CLAUDIA FOREST(クラウディア フォレスト)



微妙なトーンの差で配色されたフレームの各カラーにより、フェミニンな印象に





## 人気フレームのバージョンアップ

普段遣いとスポーツの2WAY仕様

「POCOP ENERGY」から新モデルを2022年2月に新発売

### POCOP ENERGY (エナジー)



力強い印象のフルリム・タイプと、知的なハーフリム・タイプの2タイプ



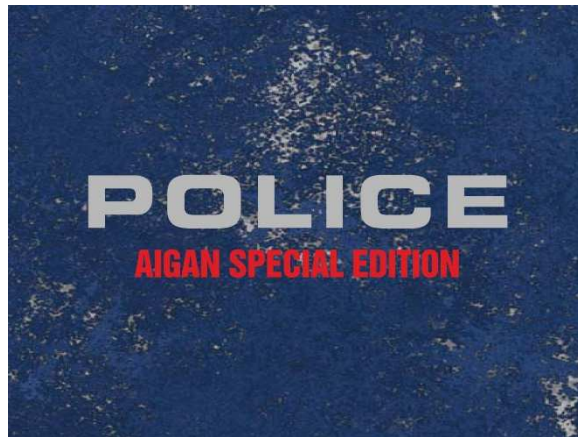




## 人気サングラスのバージョンアップ

イタリア発祥の大人気アイウェアブランド『ポリス』の愛眼別注モデル「POLICE AIGAN SPECIAL EDITION」を2022年2月から発売

### POLICE (ポリス)



ライトカラーレンズで愛眼別注。  
程よい透ける感覚で、マスク生活でも、さわやかな印象。





## 人気フレームのバージョンアップ

「跳ね上げ式」眼鏡で、掛け外しの煩わしさを解消！

「Dorso (ドルソ)」より、便利なメガネの新モデルを2022年2月に新発売

**Dorso (ドルソ)**

# Dorso



眼鏡の掛け外しの煩わしさを解消する、  
シンプルでミニマムなデザインの「跳ね上げ式」メガネです。



# 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

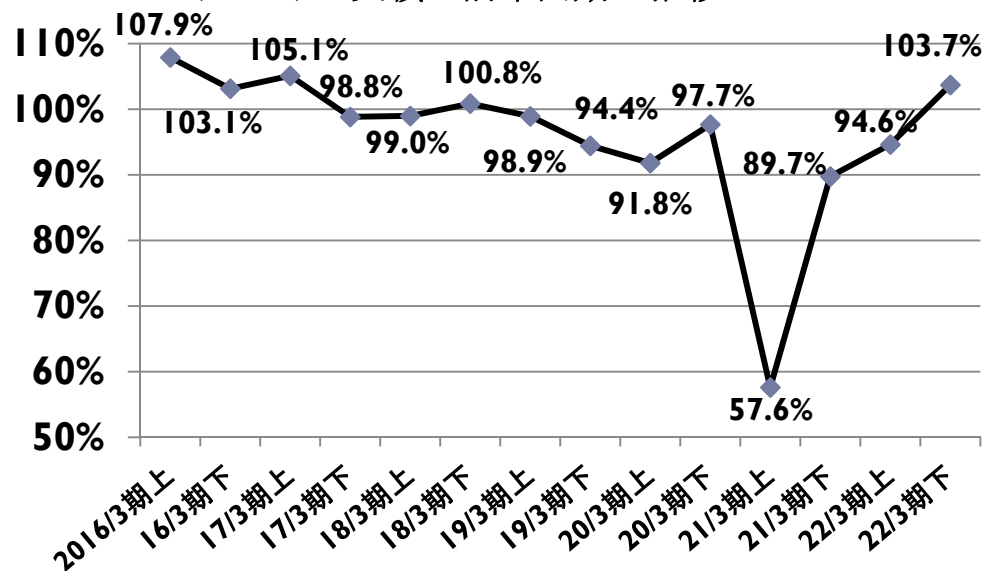
HEVは「目の老化」に影響すると言われています。  
**UVカット+HEVカットサングラス**

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**  
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SALE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)



80周年感謝祭  
THE FINAL  
(11/19～12/31)



新春SALE  
(12/26～1/4)



決算売りつくしSALE  
(2/18～3/31)





商品販促企画

- ◆UV420新プロモーション  
上半期、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

TVCM、ユーチューブ、  
WEBにて動画公開



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





商品販促企画

◆ 下半期、お風呂用メガネ アイガンFORゆIIのリブランディングを実施



フレームデザインとパッケージデザインを刷新。  
元々の機能的価値に情緒的価値を加え、  
新たな顧客層へのアプローチを強化。  
またWebページを刷新。PRとして  
11月26日(いい風呂の日)に読売新聞  
全国朝刊1面に告知広告を展開。



**メガネの愛眼 お風呂お悩み川柳**

シャampooを  
リンスと間違う  
もう慣れた  
ア〜?

リラックス  
しながら  
層間に  
しな寄せ

元氣よく  
髪をコシッ  
他人の子

メガネなく  
つま先で  
気づく  
電気風呂

**お風呂・サウナ専用メガネ**  
Aigan For You II Bath & Sauna Glasses

**11月26日は「いい風呂の日」**

お風呂・サウナ専用メガネ  
Aigan For You II Bath & Sauna Glasses

熱に強い！くもりに強い！簡単に強い！  
お風呂・サウナの悩みこれ一本で解決！  
アイガン連絡はこちら

Q. 度数が入っていますか？  
A. 手帳記録簿をそとした既製品となります。  
Q. 巻戻りがありますか？  
A. +2.00の度数をご利用いただけます。  
Q. どの度がありますか？  
A. 度数のアイに店舗、アイに店舗にてご購入いただけます。

読売新聞 11月26日朝刊1面

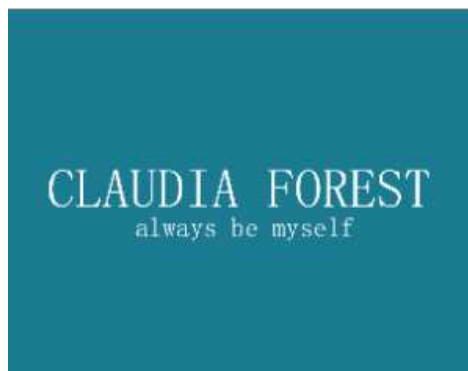
行販のとはあつてくもPC CL11 価格欄数：2.00(3.00)4.00(5.00)6.00(7.00)8.000他度定額¥4,400(税込) 連絡先定額 ¥2,000(税込) 連絡先定額 ¥2,000(税込) 連絡先定額 ¥2,000(税込) 連絡先定額 ¥2,000(税込) www.aigan.co.jp

商品販促企画

◆提案商品:機能的価値を活かした商品ブランド



◆提案商品:情緒的価値を活かした商品ブランド





## VMD施策

お客様が「見やすく」「手に取りやすい」  
陳列にするため、VMDの観点から各台に  
商品用台座を設置。

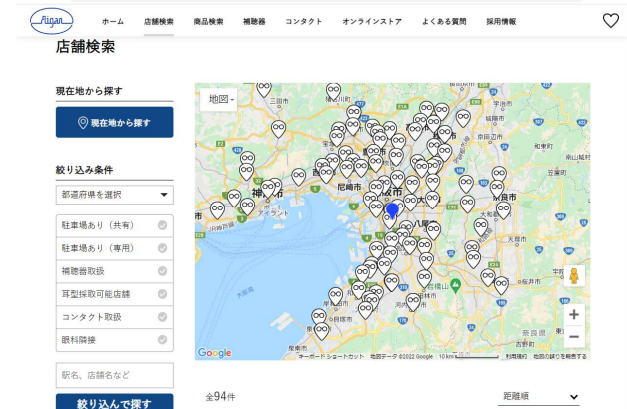
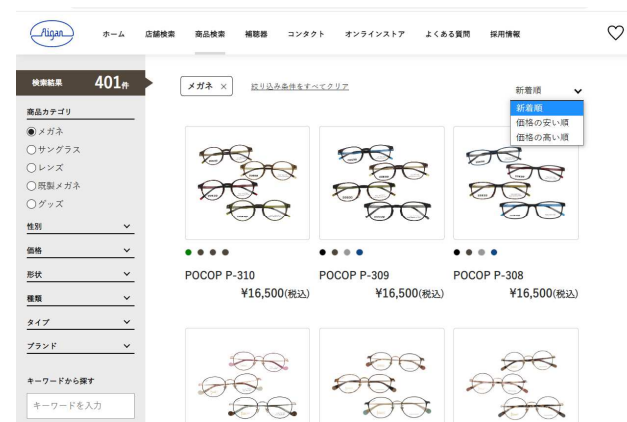






ホームページ

- 2021/9/14～
- ホームページのリニューアルを実施。
- ◆愛眼の「ホスピタリティ」の具現化
- ◆検索のしやすさの向上



## 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。



#### 【マスク着用のお願ひ】

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。





PayPay



PayPayクーポン企画実施  
①2021/9/6～9/26の期間  
②2021/11/29～12/26の期間  
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

Tポイント

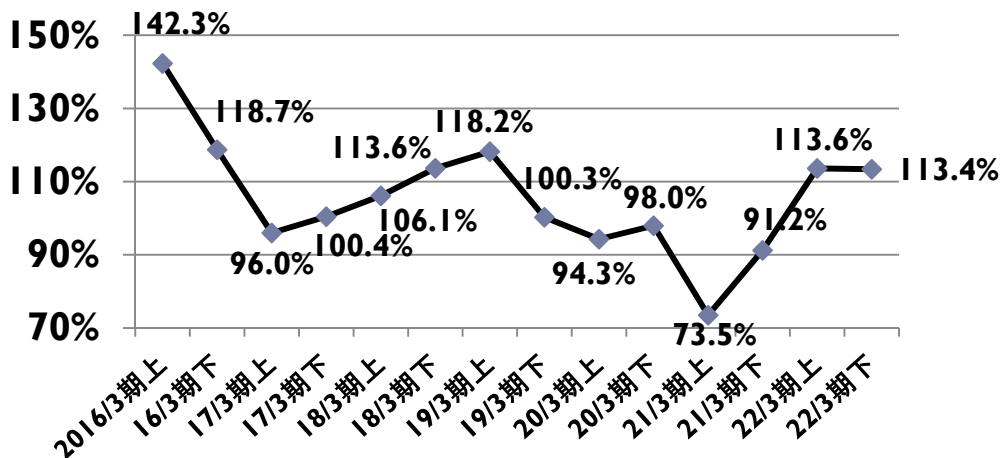


◆ メガネ・サングラス・補聴器など店内全商品が対象  
(200円(税抜)に対し1ポイント還元)

◆ 好評のTポイント「ズバトク」企画

# 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。

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

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**
好評実施中!

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お選びいただけます!

お客さまの聞こえに合わせてお選いただけます

**きっちりサポート!**  
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!**  
レンタルお申込時、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!** 両耳 2週間 ¥3,300(税別)

**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

2022年 3月期	4月	5月	6月	7月	8月	9月
充電式 構成比	56.6%	65.0%	59.9%	62.0%	65.7%	66.3%
2022年 3月期	10月	11月	12月	1月	2月	3月
充電式 構成比	68.2%	71.9%	73.5%	75.7%	71.7%	70.9%



# 補聴器販売

まずはレンタルで安心・納得していただいてから購入していただくという当社の姿勢を示すために『愛眼は補聴器をいきなり売れません』というタイトルで新聞折り込み広告を掲載

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。

**Aigan 本場に『補聴器』を満足してお使いいただくために。**

ご自宅や職場で試すと、選んだ補聴器が合っていないと判ることもあります。

**愛眼は、補聴器を“いきなり”売れません。**

まずはレンタルで実際に体験して、補聴器を知っていただくことが大切だと考えています。

目立たない超小型耳あな型も、最新の充電式もお試しレンタルできます。補聴器を使ったことのない方もどうぞ安心してご相談ください。

認定補聴器技能者 アドバイザー 山本

1,000種類以上ある補聴器から補聴器アドバイザーが、お客様の聴こえとライフスタイルに合わせてご提案いたします。ご自宅や職場で2週間お試しいただけます。

**補聴器 お試しレンタル 2週間** 両耳 片耳 どちらでもOK!

オーダーメイド耳あな型もOK! 期間中は何度でも調整無料! **¥3,300** (税込)

多様な器種を取り揃えています。 着けているのがわからない 補聴器らしくないデザイン 最先端のAI技術を搭載

取り扱いメーカー PHONAK oticon Panasonic

**アイガンで使える 特別クーポン券** 有効期限内です!

補聴器お試しレンタル 2週間 **¥1,000** (税込)

2022年3/31(木)まで有効。メガネのアイガン

店頭ですぐにご試戴いただけます!

今、話題の! **Olive Smart Ear** 全く新しい聴覚サポートイヤホン

スマートフォンで聴こえを最適化 3つの音場モードで聴かせます **¥29,800** (税込)



# 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。





## 補聴器販売

◎大阪本店、横浜本店、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。

◎2022年3月に「認定補聴器専門店」として認可を受けました。





# 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、ヒアラブルデバイス「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。

みんなの声が、文字になる!

おじいちゃんおはよう  
今日はいいい天気だね  
朝ご飯もう食べた

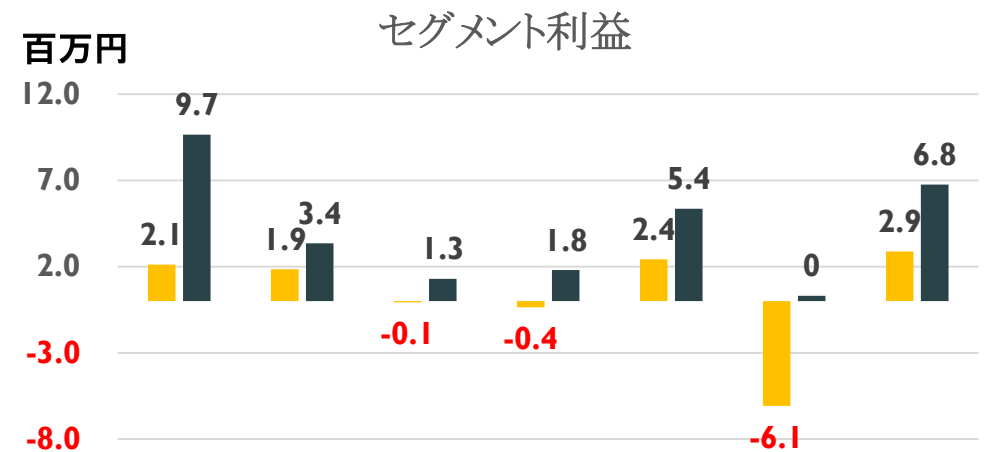
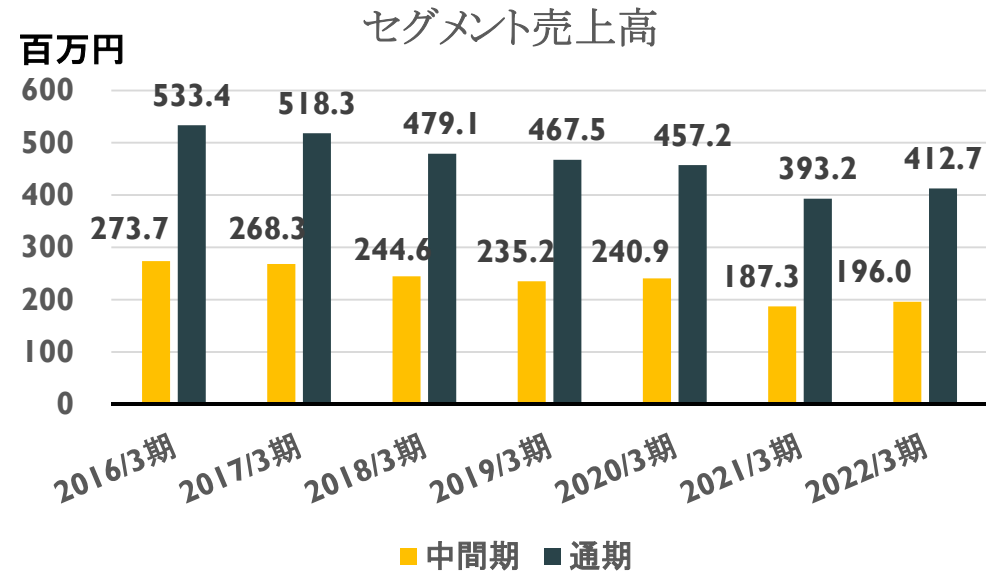
ポケットmimi  
AIボイス筆談機

◎話した言葉が文字になるAIボイス筆談機「ポケットmimiシリーズ」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、既存取引先の売上不振等によって、卸売上高はコロナ前の水準には至っておりません。

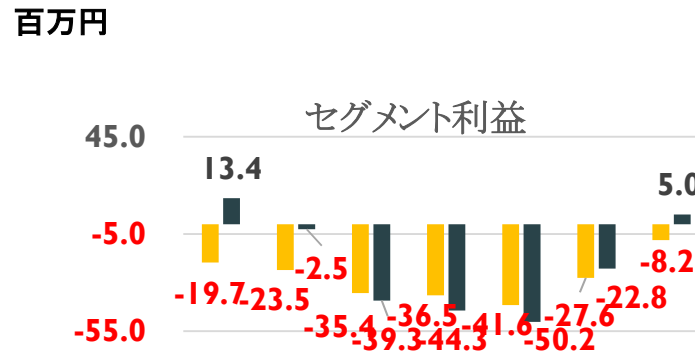
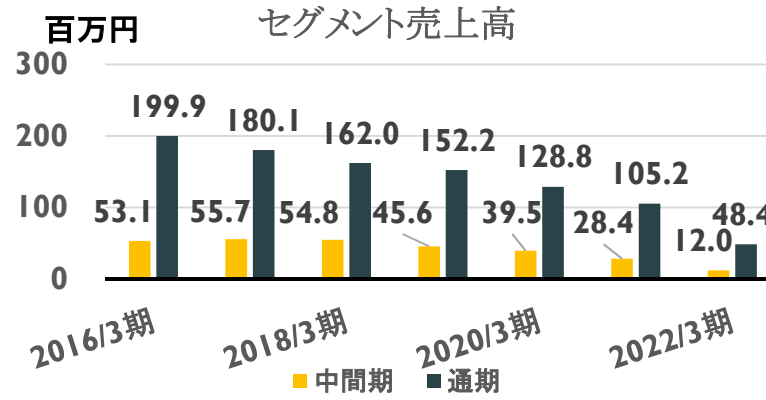
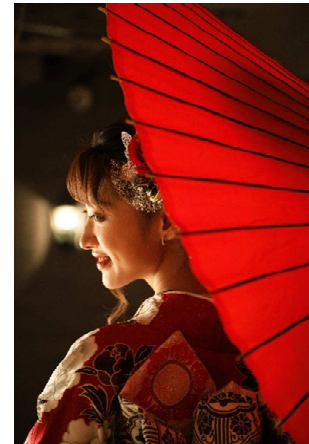
・今後も引き続き取引先への販売支援と新商品の投入を通じて、取引深耕を図るとともに、新たな取引先の開拓に努めてまいります。





# 写真館事業

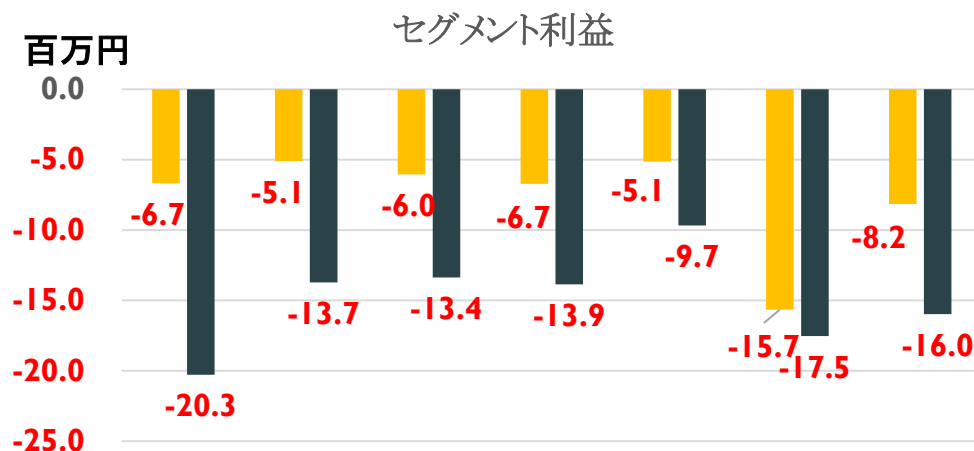
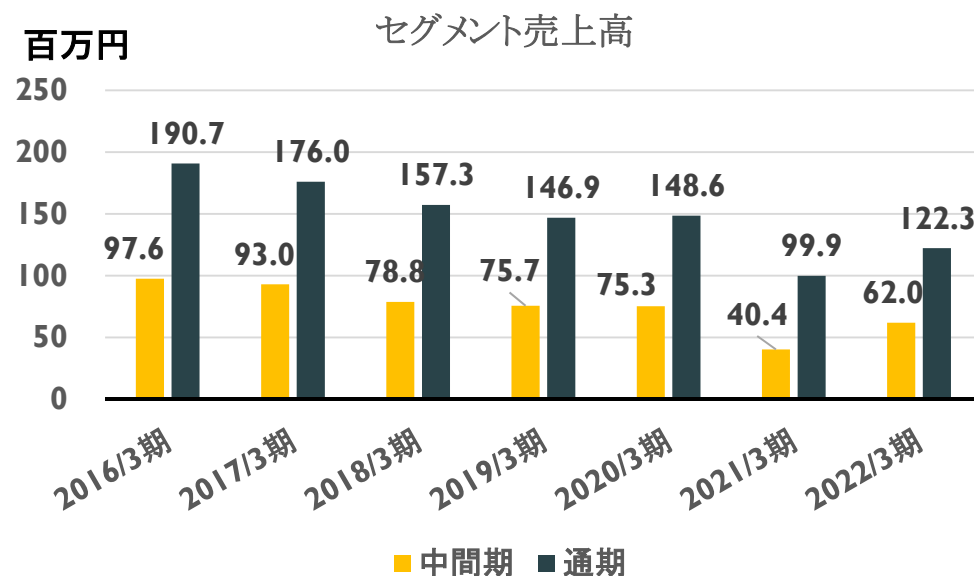
・横浜本店の1店舗のみで営業を行ってまいりましたが、本年2月をもって写真事業から完全撤退いたしました。





## 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。
- 当地では、コロナ禍に対応した営業施策の見直しや運営体制の効率化などに取り組んでまいりましたが、業績回復には至りませんでした。
- 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:3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7店舗改装済
3. 閉店:5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  
ダイエー西宮店



2021年11月新店  
セブンパーク天美店





## 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



2021年10月 改装  
イオンモール大日店



2022年3月 改装  
SYZイオンモール堺鉄砲町店



# 2023年3月期(63期)の基本方針

## ウイズコロナの環境下での事業展開

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

ネット通販事業の強化と店舗オペレーションの効率化

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

国家資格「眼鏡作製技能士」への切り替え

## 基本的な営業政策

1. 今後のわが国経済の見通しは、ワクチン接種の進展や医療体制の拡充、治療薬の実用化によって、今までとはフェーズが変化してきている一方で、国際情勢や経済情勢の不安定化が、物価上昇、企業収益や雇用・所得環境の悪化の要因となり、景気の後退に繋がる懸念され、先行き不透明で厳しい経営環境が続くと予想されます。
2. 当社は、ウィズコロナの環境下での事業展開を見据えた取り組みを推進し、組織面においても、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をより広くお客様にお伝えするため、TV CM、動画・WEB広告など幅広いメディアを活用する複合的な情報発信や店舗特性に合わせたマーケティング施策の強化を通じて、愛眼ブランドに相応しい質の高いサービスを提供できるよう今後とも取り組んでまいります。
4. 店舗では、DX推進により店舗オペレーションの効率性を高めることで、お客様への接客・サービスをさらに充実させてまいります。
5. 長期化が予想されるウィズコロナへの対応として、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によって、実店舗との連携を深めたネット通販事業の強化を図ってまいります。
6. 人材面では、厚生労働省による眼鏡作製職種の国家技能検定制度の新設に伴い、スタッフが取得している既存の検定資格認定制度による「認定眼鏡士」資格を、2022年度から順次、国家資格である「眼鏡作製技能士」に切り替えてまいります。





## 2023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:3店舗

## 2023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やロシアのウクライナ侵攻による国際情勢の緊迫によって、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、これらの事象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、新型コロナウイルス感染症につきましては、今までの局面とは明らかにフェーズが変化してきていると見られ、経営への直接的な影響は限定的になると考えております。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。



## 2023年3月期の連結業績予想

	2022年3月期実績		2023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	13,804	100.0	16,042	100.0	+2,237	+16.2
売上総利益	9,552	69.2	11,112	69.3	+1,559	+16.3
販売管理費	10,137	73.4	10,897	67.9	+759	+7.5
営業利益	△584	—	214	1.3	+799	—
経常利益	△438	—	263	1.6	+701	—
当期純利益	△690	—	141	0.9	+832	—