



# 愛眼株式会社

2023年3月期 経営状況報告



## 2023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

	22年3月期 実績	23年3月期 計画	23年3月期 実績	前期比	計画比
売上高 (売上比)	13,804 (100.0%)	14,849 (100.0%)	14,198 (100.0%)	102.9%	95.6%
売上総利益 (売上比)	9,552 (69.2%)	10,354 (69.7)	9,876 (69.6%)	103.4% (+0.4%)	95.4% (△0.2%)
販売管理費 (売上比)	10,137 (73.4%)	10,512 (70.8%)	10,351 (72.9%)	102.1% (△0.5%)	98.5% (+2.1%)
営業利益 (売上比)	△584 (-)	△157 (-)	△475 (-)	- (-)	- (-)
経常利益 (売上比)	△438 (-)	△74 (-)	△385 (-)	- (-)	- (-)
当期純利益 (売上比)	△690 (-)	△425 (-)	△803 (-)	- (-)	- (-)

(註)PLは収益認識に関する会計基準等の適用後



## 2023年3月期の経営成績

### [連結] PLの概要

売上高:14,198百万円(前期比+393百万円増、+2.9%増)

売上総利益:9,876百万円(前期比+323百万円増、+3.4%増)

売上総利益率:69.6%(前期比+0.4ポイント増)

営業経費:活動制限緩和の流れのなかで、TVCMやチラシ・DM等の  
広告宣伝費を強化したことに加え、人件費や光熱費が増加したため、  
営業経費は前期比で+213百万円増加

営業利益:△475百万円(前期比+109百万円)

経常利益:△385百万円(前期比+52百万円)

当期純利益:△803百万円(前期比△112百万円)

当事業年度の特別損失は、計327百万円、  
内訳:減損損失212百万円、子会社清算損115百万円



1. わが国経済は、新型コロナウイルス感染症の拡大が断続的に繰り返され、その度に社会経済活動が抑制され、個人消費は伸び悩みましたが、2023年の1月中旬以降、感染状況は徐々に収束に向かい、社会生活面の活動制限が一段と緩和され、加えて、政府の「総合経済対策」による大規模な財政出動とサービス消費のペントアップ需要の下支え効果への期待とが相まって、個人消費には緩やかな持ち直しの動きが見られるようになりました。
2. 営業実績については、新型コロナウイルス感染症の拡大が断続的に繰り返され、その都度客足にも影響を及ぼすことになったため、売上高は14,198百万円(前期比+2.9%増)と、前期比では増収となったものの、大型商業施設内の店舗を中心に客足の回復が鈍く、依然としてコロナ禍前の売上水準には戻りませんでした。
3. 営業経費は、活動制限の緩和を受け、折り込みチラシやDM、テレビCMなどの広告宣伝費を増強したことや光熱費等の店舗運営コストの上昇があったものの、一方で経費コントロールの徹底に努めた結果、販売費及び一般管理費は10,351百万円(前期比+2.1%増)となったものの、売上高に対する販管費の割合は△0.5%減少しました。
4. 特別損失として、「固定資産の減損に係る会計基準」に基づき、減損損失212百万円を計上し、連結子会社である北京愛眼眼鏡有限公司(中国)の清算手続きの一環として、子会社清算損115百万円を計上いたしました。



[単体] PLの概要

単体:増収・減益

単位:百万円

	22年3月期 実績	23年3月期 計画	23年3月期 実績	前期比	計画比
売上高 (売上比)	13,542 (100.0%)	14,594 (100.0%)	13,969 (100.0%)	103.2%	95.7%
売上総利益 (売上比)	9,320 (68.8%)	10,131 (69.4%)	9,672 (69.2%)	103.8% (+0.4%)	95.5% (△0.2%)
販売管理費 (売上比)	9,888 (73.0%)	10,260 (70.3%)	10,102 (72.3%)	102.2% (△0.7%)	98.5% (+2.0%)
営業利益 (売上比)	△567 (-)	△128 (-)	△429 (-)	- (-)	- (-)
経常利益 (売上比)	△414 (-)	△39 (-)	△332 (-)	- (-)	- (-)
当期純利益 (売上比)	△708 (-)	△388 (-)	△788 (-)	- (-)	- (-)

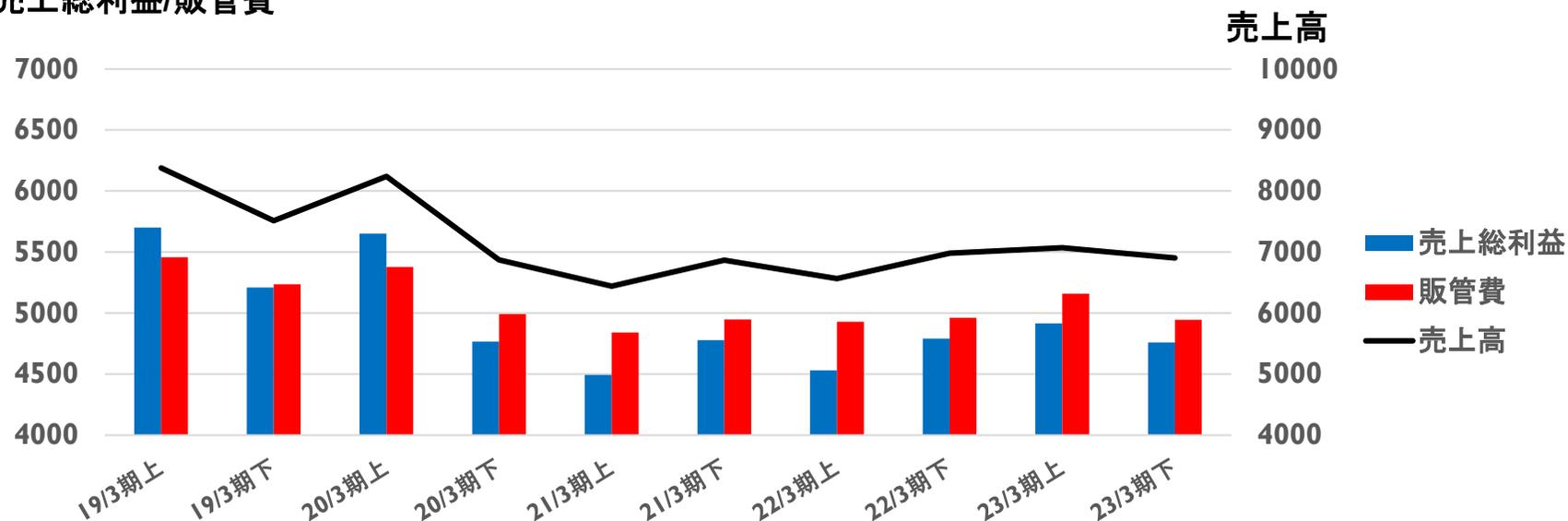
(註)PLは、収益認識に関する会計基準等の適用後



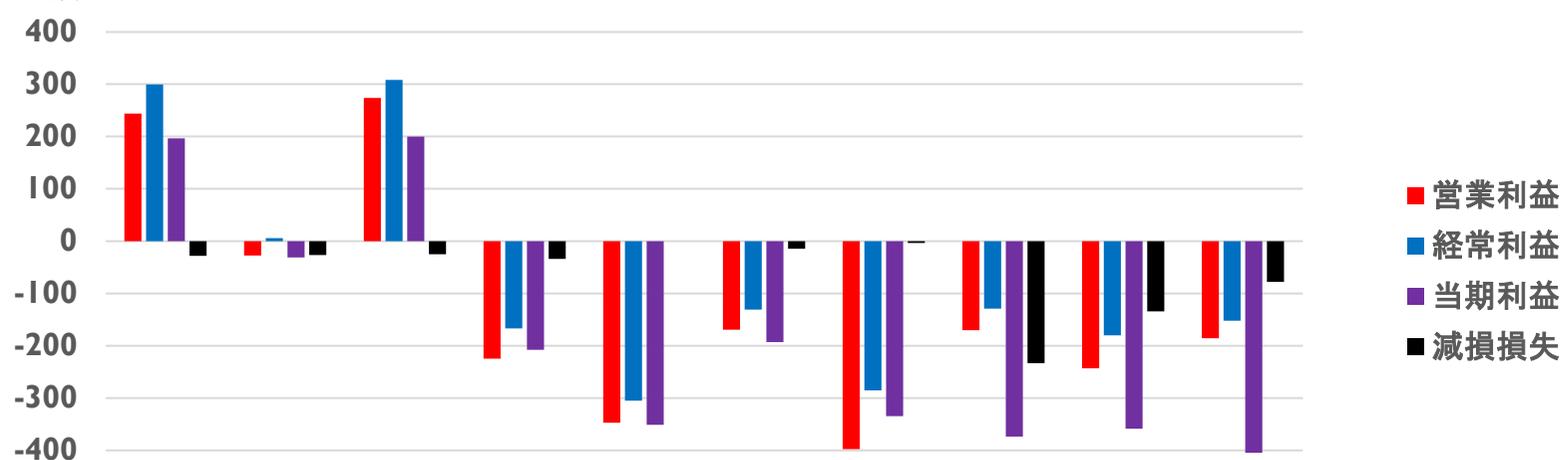
# [単体] 主要なPL科目の推移

単位:百万円

売上総利益/販管費



利益額

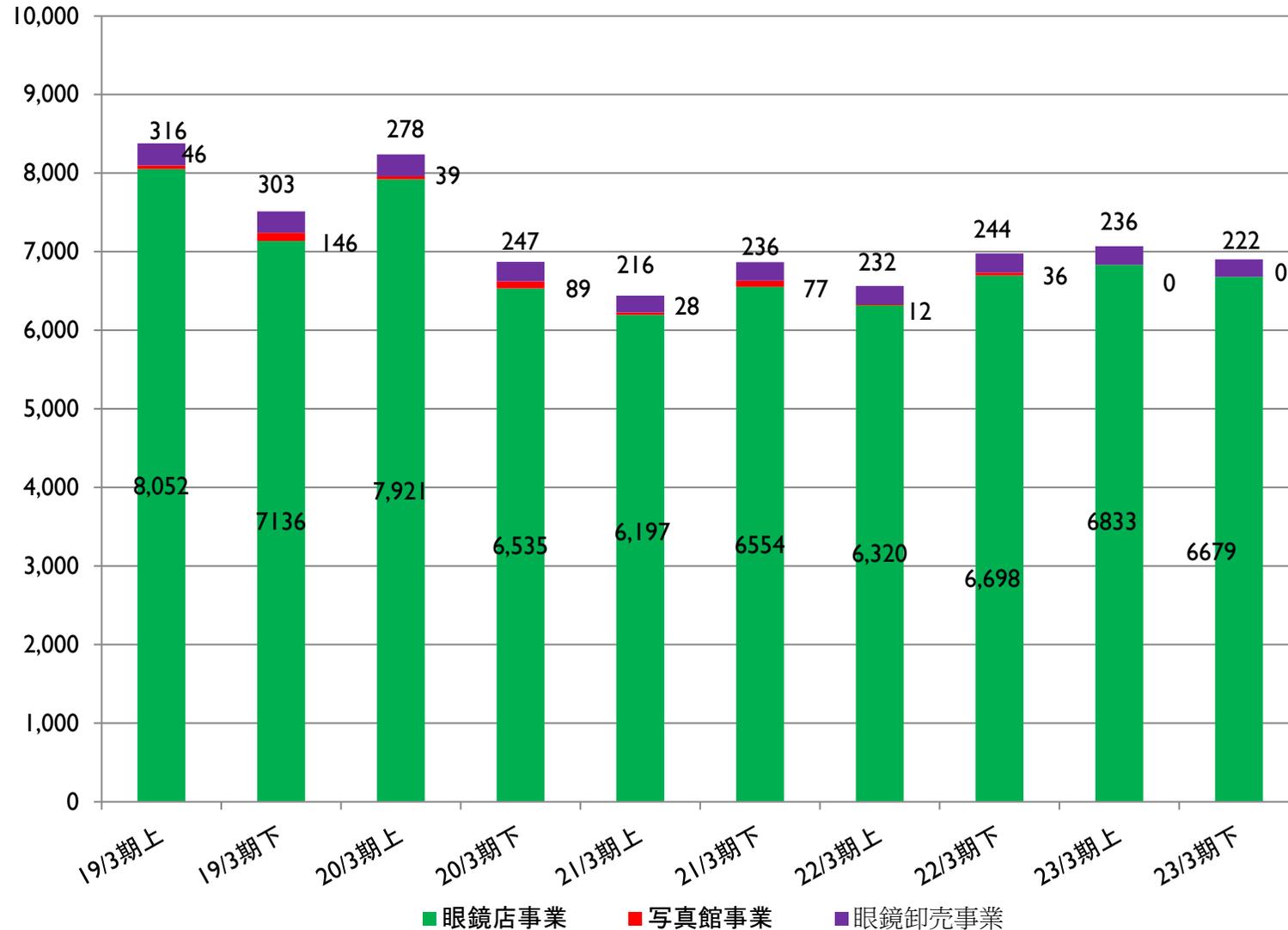


(註)22/3期以降は、収益認識に関する会計基準等の適用後



## [単体] 事業部別売上構成の推移

単位:百万円

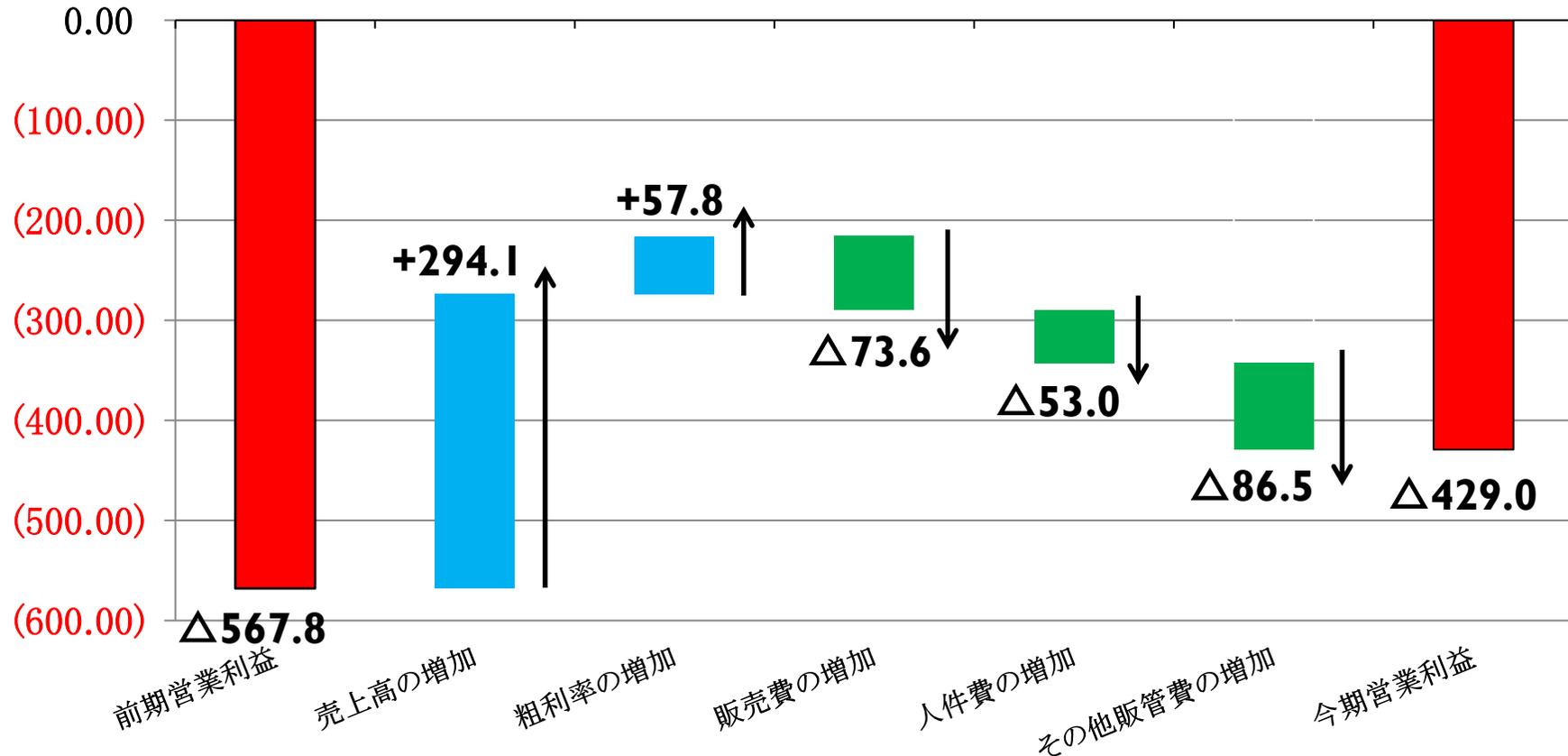


(註)22/3期上以降は、収益認識に関する会計基準等の適用後



## [単体] 営業利益の変化要因別説明図

単位:百万円



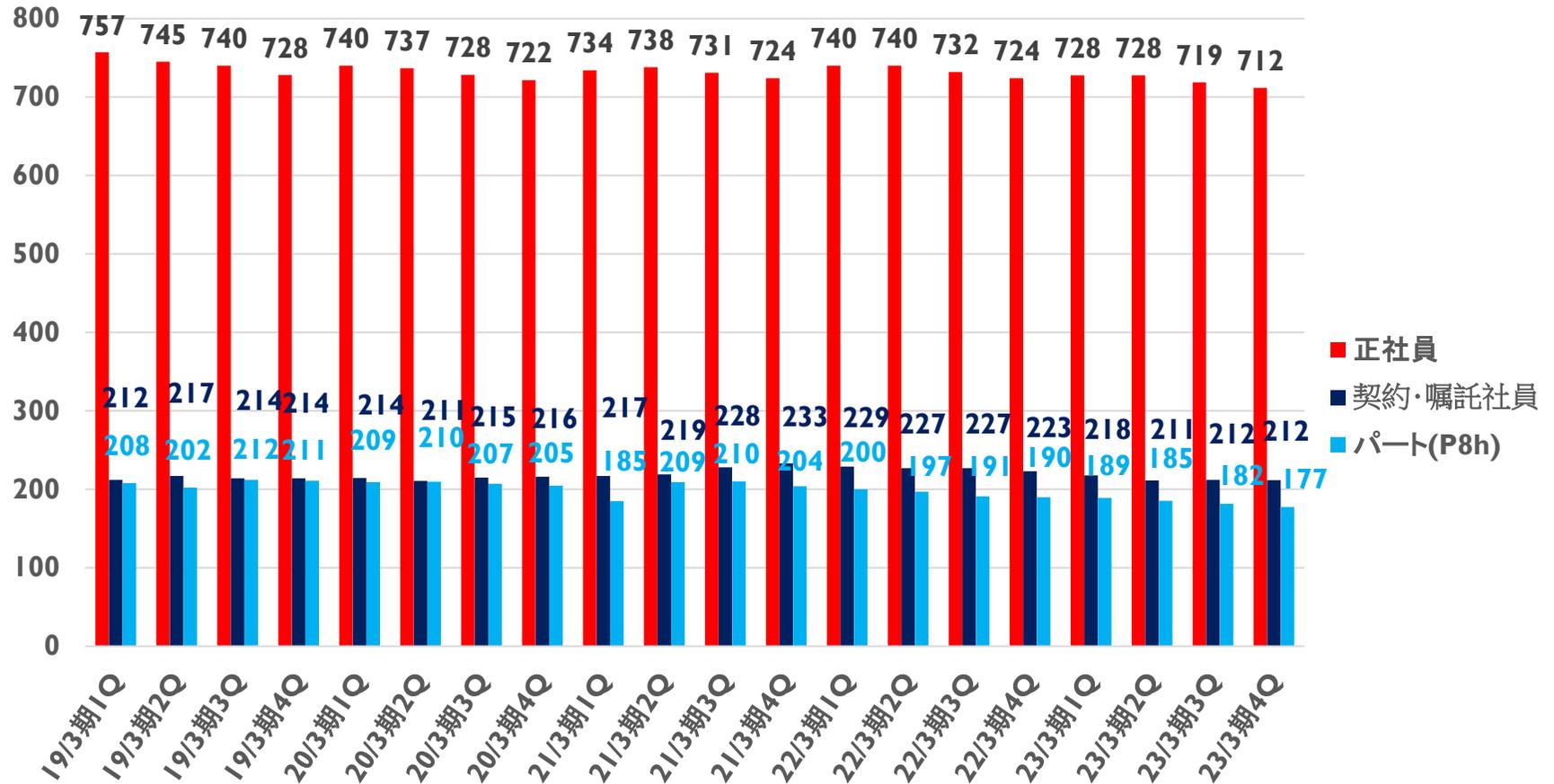
(註)要因別変化額は、収益認識に関する会計基準等の適用後の実績数値により算出

1. コロナの影響が顕著に現れた前年より相対的に売上高が伸びました。品種別では、メガネが+195百万円増、サングラスが+139百万円増、補聴器が+128百万円増でした。粗利率は+0.4%改善しました。
2. 経費面では、活動制限の緩和を受け、折り込みチラシやDM、片岡愛之助氏による超軽のTVCMなどで、販売促進活動を増強したため、広告宣伝費は前年同期比で+55百万円の増加しましたが、一方で、全般的な経費コントロールの徹底を図ったことで、販管費比率は72.3%と、前年同期比で0.71%改善しました。
3. その結果、営業利益は、前年同期比より139百万円改善し、△429百万円の赤字に止まりました、



# [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

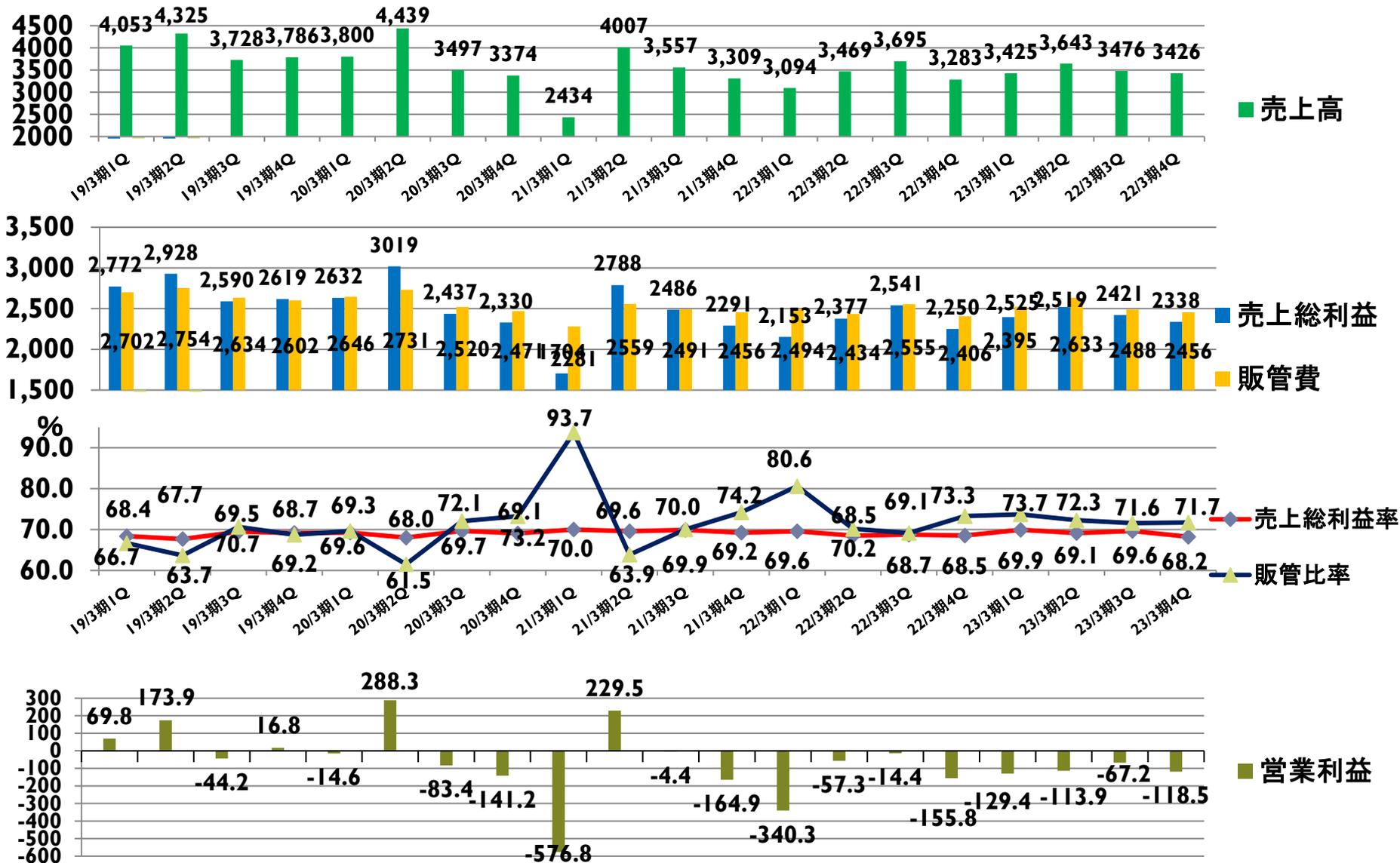
23/3期 新卒正社員10名採用

24/3期 新卒正社員15名採用



# [単体] 四半期別業績推移

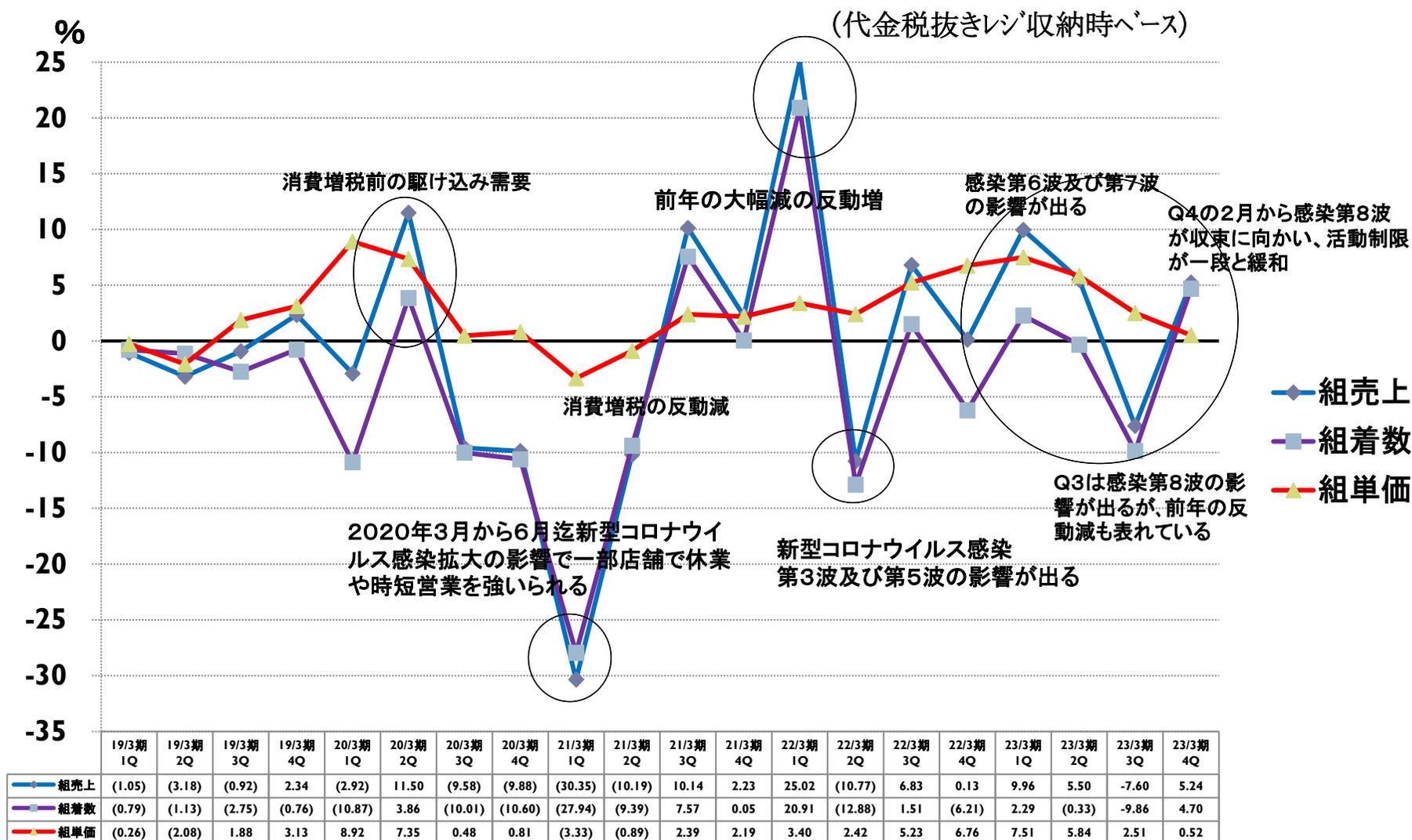
単位:百万円、%



(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



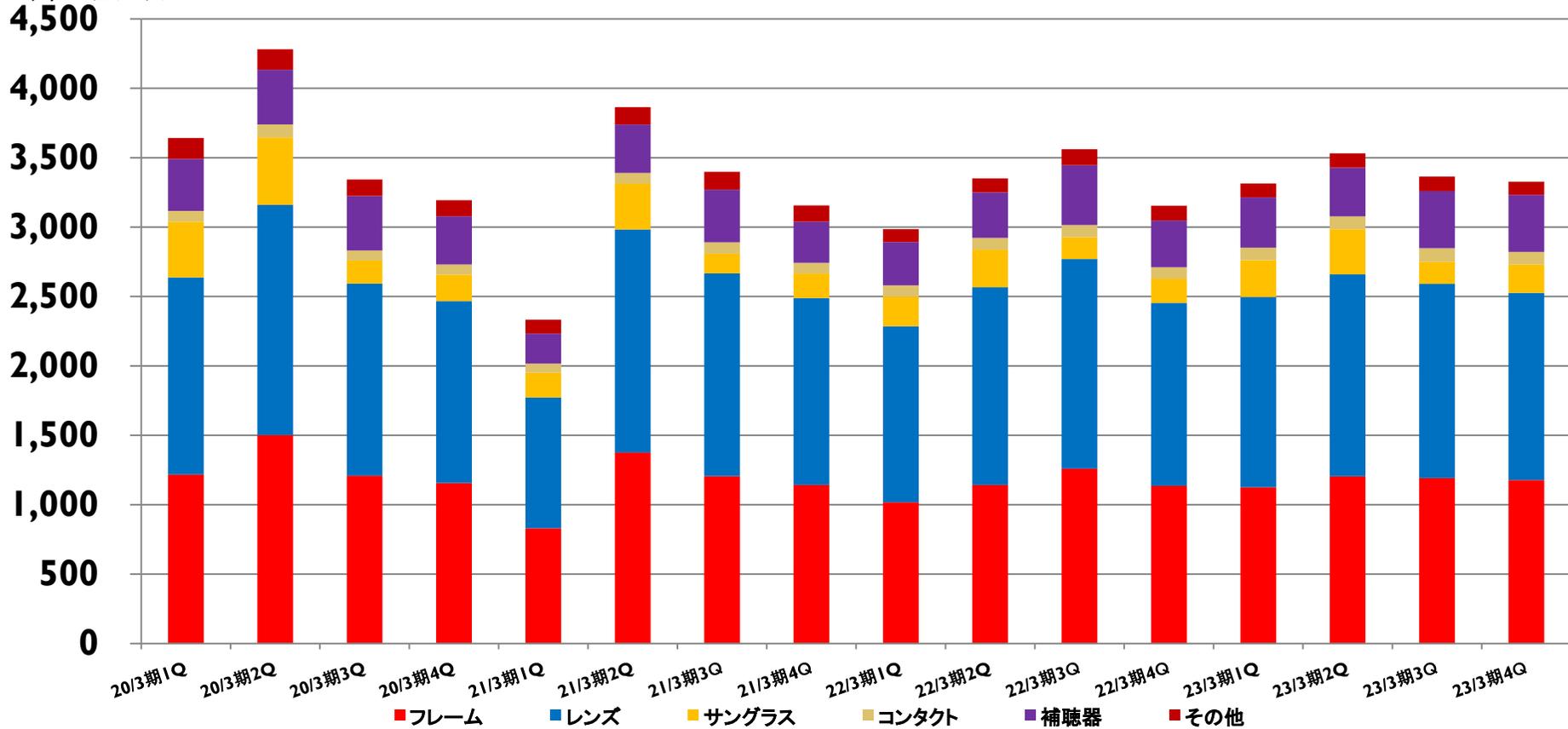
# [単体] 既存店の四半期別販売状況 (前年比)





# [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、全体では、前期比で増収となったものの、想定したコロナ禍前の売上水準には至りませんでした。
2. この結果、中心品目のメガネ、準主力品目の補聴器は、コロナ禍前の売上水準をまだ下回っているものの、前期比では増収となり、回復傾向が見られました。一方、準主力品目のサングラスは、イベント・スポーツなどの屋外活動の自粛が徐々に緩和され、前期比では大幅な増収となったものの、依然としてコロナ前の7割程度の水準に留まっており、不振が続いております。



## [連結] BSの概要

単位:百万円

	22年3月期 実績		23年3月期 実績		比較増減額
		構成比		構成比	
流動資産	7,848	53.6%	7,424	53.1%	△424
現・預金	5,046	34.5%	4,622	33.0%	△423
受取手形・売掛金	714	4.9%	747	5.3%	+32
商品	1,904	13.0%	1,781	12.7%	△122
固定資産	6,782	46.4%	6,567	46.9%	△215
投資有価証券	378	2.6%	522	3.7%	+143
敷金・保証金	2,893	19.8%	2,688	19.2%	△205
資産合計	14,631	100%	13,991	100%	△639
流動負債	1,191	8.1%	1,318	9.4%	+126
固定負債	519	3.6%	528	3.8%	+8
負債合計	1,711	11.7%	1,846	13.2%	+135
純資産合計	12,920	88.3%	12,144	86.8%	△775
負債・純資産合計	14,631	100%	13,991	100%	△639



## [単体] BSの概要

単位:百万円

	22年3月期 実績		23年3月期 実績		比較増減額
		構成比		構成比	
流動資産	7,570	52.2%	7,155	51.5%	△414
現・預金	4,848	33.4%	4,381	31.5%	△466
受取手形・売掛金	705	4.9%	744	5.4%	+38
商品	1,854	12.8%	1,743	12.6%	△111
固定資産	6,932	47.8%	6,735	48.5%	△197
投資有価証券	570	3.9%	713	5.1%	+143
敷金・保証金	2,836	19.6%	2,641	19.0%	△195
資産合計	14,503	100%	13,890	100%	△612
流動負債	1,144	7.9%	1,284	9.2%	+139
固定負債	505	3.5%	516	3.7%	+11
負債合計	1,650	11.4%	1,800	13.0%	+150
純資産合計	12,852	88.6%	12,090	87.0%	△762
負債・純資産合計	14,503	100%	13,890	100%	△612



## [連結] キャッシュフロー

単位:百万円

	22年3月期	23年3月期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	△358	△97	+260
投資活動によるキャッシュ・フロー	273	△16	△290
財務活動によるキャッシュ・フロー	△0	△0	△0
現金及び現金同等物の期末残高	2,219	2,103	△115

### [キャッシュフローの状況]

営業活動	税前当期純利益△713百万円、減価償却費+245百万円、減損損失+212百万円、たな卸資産の減少額132百万円など
投資活動	店舗改装・機械設備などによる有形固定資産の取得△244百万円、定期預金の払い戻し+309百万円、投資有価証券の取得△107百万円など
財務活動	配当金の支払額△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

	22年3月期	23年3月期	増減額
設備投資額	226	287	+61
ソフトウェア投資	80	11	△68
減価償却費	234	245	+10
減損損失	236	212	△24

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)

		22年3月期					23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°	142	3	1	144	+2			144		1	2	143	△1	△1
	路面店	83		4	79	△4			79				79		
東部	インショップ°	46			46				46			1	45	△1	△1
	路面店	9		1	8	△1			8				8		
中部	インショップ°	17			17				17		1		18	+1	+1
	路面店	27		1	26	△1			26				26		
関西	インショップ°	73	3		76	+3			76			1	75	△1	△1
	路面店	42		2	40	△2			40				40		
四国 中国 九州	インショップ°	6		1	5	△1			5				5		
	路面店	5			5				5				5		

店舗:新店1店舗、閉店2店舗。



## 営業戦略について

P19:2023年3月期(63期)の基本方針

P24:愛眼の取組み

P30:商品政策

P46:販売促進政策

P59:補聴器販売

P64:コンタクト販売

P65:眼鏡卸売事業

P66:海外眼鏡販売事業

P67:店舗政策

P69:2024年3月期(64期)の基本方針

P72:2024年3月期(64期)の連結業績予想

# 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

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

国家技能検定制度「眼鏡作製技能士」への切り替え

## 基本的な営業政策

1. 当社は、ウイ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・人材面では、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まいりました。
2. 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、TVCMや新聞折り込みチラシ、雑誌や動画、WEBやSNSなど幅広いメディアを活用した複合的な情報発信を通じて、「愛眼ブランド」の認知度向上に努めてまいりました。
3. 人材養成面では、厚生労働省による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、順次、国家技能検定制度である「眼鏡作製技能士」に切り替えてまいります。



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。





## アイ・スタイリング・サービス

お客様の満足度向上のための社内ロールプレイング大会を実施





- ◆おもてなし課（今年度より営業支援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

## 愛眼の取組み

### 社会貢献活動

快適な「見え方」や「聞こえ方」が将来にわたり続くことで、  
暮らしがもっと豊かになる。  
愛眼ではこの考え方を軸の一つ一つの取組を大切にします。



未来を見つめて、  
いま動く。

## ◆愛眼の社会貢献活動

### 保護猫支援活動を新たに開始



ねころりんの売上の一部を、「公益社団法人アニマルドネーション」を経由し、保護猫支援活動へ寄付いたします。(1本につき22円の寄付)

# 愛眼の取組み

## ◆「見える」や「聞こえる」を大切にしたい。

### ■LOVE EYES WEEKの開催



ご家族やご自身の眼の変化に早く気づいていただけるよう、視力チェックの啓蒙活動を行っております。

### ■補聴器聞こえの相談会



聞こえに不安を感じられている方が快適な生活を送れるように、随時「聞こえの相談会」を実施しております。

### ■アイガンUV420の提案



目の健康と美容を将来にわたり保護するための推奨商品です。

### ■マイスター制度



ひとりひとりのニーズを把握し、最適なフレームの提案や快適な視力補正の提供を実現するための教育を行っております。

# 愛眼の取組み

## ◆愛眼の社会貢献活動

### ■高齢者免許自主返納



65歳以上のお客様への免許自主返納をしやすい社会環境づくりに貢献。

### ■クリック募金



大阪市が実施するクリック募金に愛眼も協賛。

### ■盲導犬訓練所への寄付活動



愛眼店舗全体で募金箱を設置し、盲導犬の育成に貢献。寄付にご協力いただいたお客様、誠にありがとうございました。

# 愛眼の取組み

## お客様のメガネクリーニング活動



安全・安心対策の一環として、ご来店されたら、まず、お客様のメガネをピカピカにクリーニングする活動を愛眼全店で実施しました。

おかげ様で、100万人を達成することができました。今後もサービスの向上に努めます。

<5つの無料サービスも継続実施中>



# 愛眼の取組み

## ◆愛眼の安全・安心への取組み

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。

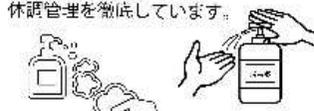
**除菌・消毒**

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きます。



**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。





# 2023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

レンズ付価格

追加料金 ¥0

遠近両用  
超薄型  
乱視用

※レンズカラーなどのオプションは別料金となります。※セットコーナーは除きます。※在庫レンズに限りです。

『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(二例)

■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

■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

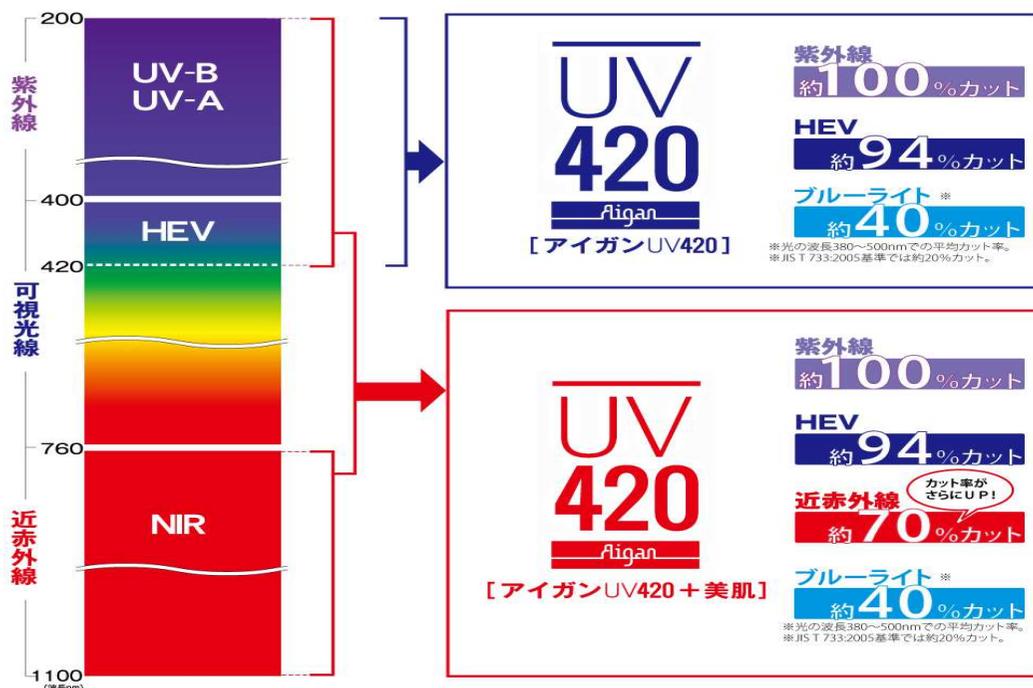
従来のレンズ → 両面非球面



## 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。



# 鉄壁 レンズ

目元のシミ・シワに  
アプローチ!  
近赤外線 UV NIR  
約50・70%カット

**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

かけるだけでぱっと華やかに！

2022年6月、化粧のように目元を彩るメガネ「POCOP Rouge(ポコプルーージュ)」より、マスク対応モデル登場！

### 「POCOP Rouge(ポコプルーージュ)」



しなやかで軽い素材を使用  
子育て世代の女性やアクティブな女性に支持されています。



## 新製品

上質なメガネを好む婦人メガネ  
2022年9月、愛眼の国産メガネ「艶麗(エンレイ)」に新デザインが登場。

### ENREI ECLAGE(エンレイ エクラージュ)

艶麗  
enrei

ÉCLAGE



顔幅が小さめの方でもかけやすいサイズ感とフィット感が得られるような  
デザイン・機能になっています。  
飾りにキルティング模様を取り入れたことにより、いろんな角度からさまざまな表情を楽しめます。

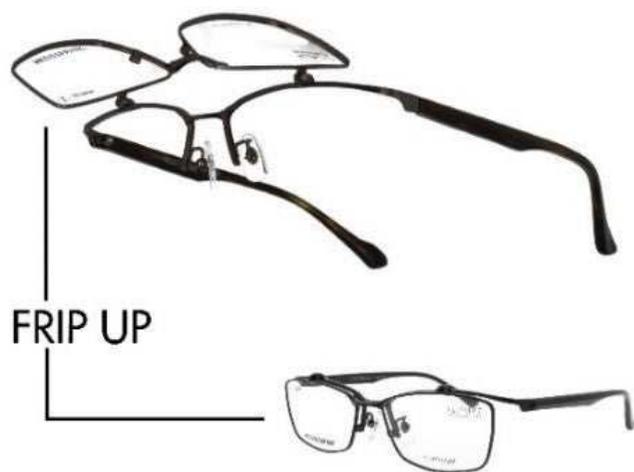


## 人気フレームのバージョンアップ

メガネを外して近くを見る男性は必見！  
2022年7月、愛眼から新作の跳ね上げ式メガネ『NEGOTIATOR』を発売

### NEGOTIATOR (ネゴシエーター)

## NEGOTIATOR



内側のフレームにもレンズを入れて＜複式＞にもアレンジ可能なチタン製の「跳ね上げ式」メガネです。

# キャラクターコラボ商品

2022年8月、女性に評価の高いkohoroシリーズと人気のミューズキャラクターBettyBoopのコラボ商品を発売

## Kohoro × BettyBoop (コホロ×ベティブーブ)



ベティちゃんがプリントされた専用クロスとキャラクターが型押しされた特製ケースが付属





## 新製品

猫好きに人気のメガネ、『ねころりん』より  
こめかみに掛ける”短足メガネ”  
2022年8月、『ねころりん”ショート”』登場！

### ねころりん”ショート”

こめかみメガネ

ねころりん

寝ながらにもOK!



シリーズ最大の特徴！可愛いプニプニの肉球がホールドしてくれます。



## 新製品

掛けるだけ、明るいオトナな印象に！  
オトナの女性の『素敵』メガネ  
2022年10月、「CLAUDIA FOREST」の新作登場！

### CLAUDIA FOREST (クラウディアフォレスト)

CLAUDIA FOREST  
always be myself



掛けただけでお顔に明るい印象を与える、カラーリングと質感にこだわったフロント(前枠)、リフトアップ効果やアイカラー効果が期待できる形状とサイドビューを備えた新作モデルです。



## オーダーメイドタイプを追加

オーダーメイドのサウナ・お風呂メガネ！  
左右別度数・乱視度数が選択できる『AIGAN FORゆⅡ オーダータイプ』  
2022年11月 愛眼公式オンラインショップ限定で販売開始

### AIGAN FORゆⅡオーダータイプ



既存品と同様で、フレームカラーは肌馴染みの良いクリアカラー。  
さらにテンプルは艶消しのホワイトで、すべりにくく、置き場所での視認性が高いです。





## 新製品

2022年9月、愛眼の人気シリーズ「POCOP(ポコプ)」より、  
定番のない“抱き込み”タイプのPOCOP AIR(ポコプエアー)を新発売

### POCOP AIR(ポコプエアー)

『超軽シリーズ』に新作登場!



片岡 愛之助 着用品番  
POCOP AIR P-0004A C-1

軽さとかけ心地を追求し、  
メガネのお悩みを軽減!

- メガネが  
ずれにくい
- 耳が痛く  
なりにくい
- 鼻に跡が  
つきにくい

**AIR**  
POCOP



ふわっピタッ。クセになる掛け心地  
軽さを超えた超軽なフィット感



そのままじゃ、まるで  
メガネがアイアン

メガネが重いと超軽  
気分も下がる!!

メガネはやっぱり、愛眼。  
Aigan



## 新製品

POCOP(ポコプ)史上最軽量+抗菌加工  
2022年11月、メガネの愛眼の新作「POCOP AIR PRO」を発売！

### POCOP AIR PRO(ポコプエアプロ)

AIR  
PRO



優れた「抗ウイルス」「抗菌」「防臭」効果を発揮！



「POCOP AIR PRO」のフレームに施工されている  
「C.A.W抗菌・防臭チタニア」は、  
SIAA抗菌マークとSIAA抗ウイルスマークを取得しています。



## 新製品

小さじ1杯の食塩の重さとほぼ同じ！  
2022年11月、国産メガネ「smart fit SLIM&LIGHT」を発売！

### smart fit SLIM&LIGHT (スマートフィットスリムアンドライト)

smart fit  
ALL  $\beta$ TITANIUM

Slim&Light Design  
MADE IN JAPAN



- 驚きの軽さ！ 小さじ1杯の食塩とほぼ同じ重さ
- 丈夫で壊れにくい！ 最大50キロの引張強度を実現
- 安心の国産！ 職人が1本1本丁寧に磨き上げたチタンを使用



## CHARMANT(シャルマン)史上初のコラボ企画

鯖江のメーカー”CHARMANT”の史上初コラボ先がメガネの愛眼に！  
2022年12月、男性用『TRUSTAGE』、女性用『艶麗』の2種を共同開発

TRUSTAGE(トラステージ)・艶麗(エンレイ)×CHARMANT

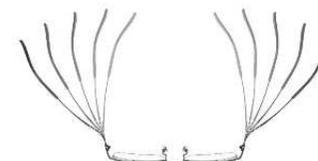
TRUSTAGE | CHARMANT



艶麗 | CHARMANT  
enrei



EXCELLENCETITAN



①しなやかなバネ性、②形状記憶性、③優れた加工性、④ニッケルフリーの4つの特徴を最大限に活かす「レーザー微細接合」を使用。人目に触れる部分に接合部分が多い眼鏡に、「精度」、「強度」、「美しさ」を実現しました。



## 人気サングラスのバージョンアップ

2022年5月、フィッシング専用偏光グラスの愛眼オリジナルブランド「ストームライダー」より集大成モデル「SR<sup>020P</sup> GRIND (グラインド) “」を発売

### STORMRIDER (ストームライダー)



歴代ストームライダーの機能をすべて盛り込み、  
サイズ・デザイン・レンズカラーにおける汎用性を追及しました。



## 新製品

Ray-Ban(レイバン)の人気サングラスモデルに「愛眼限定カラー」が登場！  
2022年5月から販売開始

「RB3565 JACK 9035A5」「RB3582 DAVID 004/71」

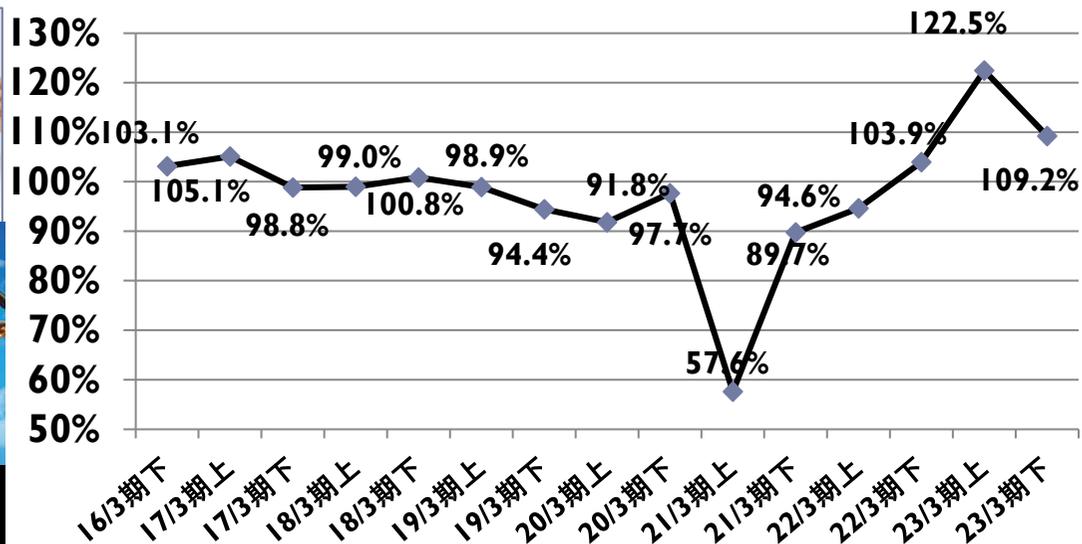


Ray-Ban(レイバン)サングラスに”メガネのアイガン”限定カラー  
「RB3565 JACK 9035A5」「RB3582 DAVID 004/71」を各250本限定販売。

# 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、イベント・スポーツなどの屋外活動の自粛が徐々に緩和され、前期比では大幅な増収となったものの、依然としてコロナ禍前の売上水準の7割程度に留まっており、伸び悩みが続いております。





## 2023年3月期 販売促進政策

### 販売促進施策「ふんわりメガネフェア」

店頭企画

4月～5月

店頭では当社自慢の「掛け心地」の良いシリーズをご体感いただくべく、「ふんわりメガネフェア」を実施。





# 販促企画

4月～5月

## 販売促進施策「ふんわりメガネフェア」

ふんわりフィットするメガネシリーズ、ゴールデンウィークのサングラス需要、学生向け企画をチラシにて告知。

**アイガンはレンズ付価格**

追加料金 **¥0**

近視用 遠視用 乱視用 老眼用 遠近両用 中近両用 近近両用

※料金は13,200円以上のメガネが対象となります。＊レンズカラーなどのオプションは別途料金となります。＊スマートフォンは含まれません。

※チラシ有効期間 2022.5/31(木)まで

**軽～いメガネシリーズ**

メガネを掛けていて「重い」「ズれる」「曇くなる」、こんな経験ありませんか？  
超軽量・超柔軟素材の軽～いフレームで、ココロもメガネも軽快に！

**やわらかるい!**

鼻かけ部分に凹凸のある心地よさ!!

**ココロ**

※送料 ¥16,500 (税込)  
下記カラーのみの販売

**あなたは何派?**

あなたにはどっち派?

**壊れにくい!**

傷つけやすい素材に比べて、  
頑丈な素材で壊れにくくも光沢。

**smart fit**

※送料 ¥19,980 (税込)  
下記カラーのみの販売

**サングラス GWSALE**

機能性サングラスも有名ブランドサングラスも  
今なら、なんと! **50%OFF**

2022年5/8(日)まで開催中!

**度付セットサングラス**

UVカットサングラス

※送料 ¥9,900 (税込)  
※送料 ¥6,600 (税込)で遠近両用カラーレンズに交換OK!

さらに お得になる! 期間限定割引クーポン

アイガン専売で2022年5/31(木)まで有効

メガネ+サングラス ※送料 ¥11,000 (税込)以上 2022年5/31(木)まで有効	メガネ+サングラス ※送料 ¥12,000 (税込)以上 2022年5/31(木)まで有効	メガネ+サングラス ※送料 ¥23,000 (税込)以上 2022年5/31(木)まで有効	度付セットサングラス ※送料 ¥9,900 (税込)以上 2022年5/31(木)まで有効
1,000円OFF!	2,000円OFF!	3,000円OFF!	2,000円OFF!

アイガンは **近視用 遠視用 乱視用 老眼用 遠近両用 中近両用 近近両用** レンズ付価格 追加料金 **¥0**

※料金は13,200円以上のメガネが対象となります。＊レンズカラーなどのオプションは別途料金となります。＊スマートフォンは含まれません。＊近視用は近視専用です。

**U-18メガネフェア**

おしゃべり眼鏡からスポーツ用まで多数取り揃え! (一部商品を除く)

送料 ¥16,500 (税込)  
送料 ¥13,200 (税込)  
送料 ¥16,500 (税込)  
送料 ¥13,200 (税込)

**U-18 (18歳以下) あんしん保証**

1年間の保証期間内、修理・交換・再購入サポート

1年間の保証期間内、修理・交換・再購入サポート

1年間の保証期間内、修理・交換・再購入サポート

1年間の保証期間内、修理・交換・再購入サポート

**補聴器 お試しキャンペーン!**

「オーダーメイド耳あな型」も取り揃え! (期間中は何度でも調整無料)

**2週間お試しレンタル 受付中!**

(標準入、出、五、どちも60K) ¥3,300 (税込) (送料別) (送料別) (送料別) (送料別)

※送料 ¥29,800 (税込) (送料別) (送料別) (送料別) (送料別)

※送料 ¥26,800 (税込) (送料別) (送料別) (送料別) (送料別)

※送料 ¥3,000 (税込) (送料別) (送料別) (送料別) (送料別)

**安全・安心 対策も徹底!**

マスク着用 除菌クリーニング

LINE Pay PayPay ご利用できます

さらに! Tポイントが貯まる! 使える!

**のりがえ割**

当店が初めての方

コンタクトレンズ各種

**20%OFF**

アイガン コンタクト

※送料 ¥11,000 (税込)以上  
2022年5/31(木)まで有効



## 販売促進施策「超軽はじめました。」

### 店頭企画

6月～8月

6月17日より、「軽さと掛け心地を追及した」超軽シリーズの店頭演出スタート。





## 販売促進施策「超軽はじめました。」

販促企画

6月～8月

歌舞伎俳優の「片岡愛之助」をイメージキャラクターに迎え、TVCMを中心にプロモーションを実施

### ■インパクトのあるビジュアル展開



### ■ユーモアに溢れたTVCM



※TVCMは関西・中部エリアのみ放映  
※YouTubeでも同内容を配信



販促企画

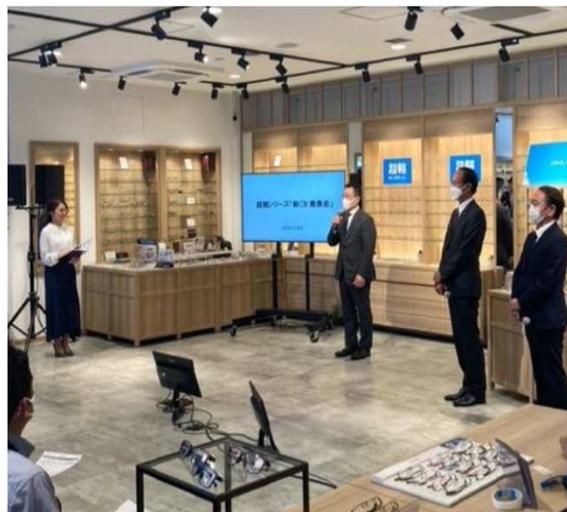
## 販売促進施策「超軽はじめました。」

### メディア向け『超軽 新CM発表会』

7/5、大阪本店に特設ステージを設営して開催

当日は、テレビ局や新聞社、WEBメディア17社が参加、  
オンライン配信も同時配信。

当日は、片岡愛之助様が販売員に扮して「超軽」メガネを実演販売したり、  
CM制作の裏話などを話していただきました。





販促企画

# 決算売り尽くしセール

9月 半期に一度の決算売り尽くしセール実施。

メガネの愛眼 セール期間 2022年 9/30(金)まで

# 売り尽くし 決算 SALE

メガネ・サングラス 当店平常価格より

## 50% OFF 30% OFF 20% OFF

このセールが目印 50% OFF 30% OFF 20% OFF

追加料金 **¥0** 愛眼はレンズ付 近視用 遠視用 乱視用 老眼用 遠近両用 超薄型 OK

さらに **お得になる クーポン券**

- メガネ・サングラス **1,000円OFF!**
- メガネ・サングラス **2,000円OFF!**
- メガネ・サングラス **3,000円OFF!**

店舗と連動し、メガネ、サングラスが最大50%オフの決算売り尽くしセールを開催





販促企画

# 歳末 愛の助けセール実施

11月～12月

片岡愛之助様を冠とした「愛の助け」セールを歳末商戦に実施。

物価上昇!

片岡愛之助が贈る  
あい たす  
**愛の助け  
SALE**

12/31  
まで

メガネ  
愛眼通常価格より  
**MAX 30% OFF**

追加  
料金  
¥0  
愛眼はレンズ付



超軽「極」として  
ビジュアルを  
アイアンから砲丸  
に変更。また  
コーナービジュアルも  
軽さを軸とした  
ビジュアルに  
変更。





販促企画

2月

大決算とことーん売り尽くしセール実施

半期に一度の決算売り尽くしセール実施。

メガネ、サングラスが最大50%オフの大決算とことーん売り尽くしセールを開催



商品販促企画

# 猫をモチーフとしたメガネ「ねころりん」

◆ねころりんシリーズのプロモーションを2/10よりスタート



猫好きな方を対象として、ねころりんプロモーションをデジタル媒体にて実施。

ユーチューブ広告動画



保護猫支援活動(ねころりんの売上の一部を寄付)

**保護猫支援プロジェクト**

愛眼株式会社は、ねころりんシリーズの売上の一部を公益社団法人アニマル・ドネーションを通して保護猫活動資金として寄付します。



商品販促企画

サウナ・お風呂用メガネ「アイガンFORゆⅡ」

◆11月26日(いい風呂の日)より待望のオーダータイプを新規リリース



オーダータイプ新登場!

PayPay



PayPayクーポン企画実施  
適時実施

クーポン企画に登録し  
PayPayでお支払いいただくと  
10%オフ(税込5,000円以上対象)

d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 )

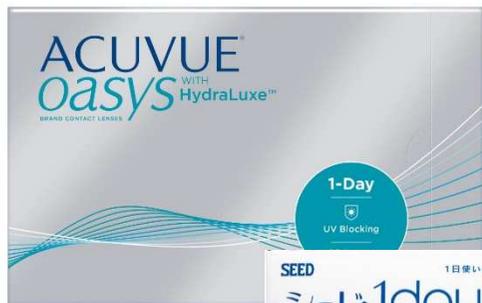
◆ dポイント5倍キャンペーン

※2022年7月31日でTポイントサービスは終了いたしました。



オンラインショップ

コロナ禍において度付きメガネの購入件数や当社オリジナル商品の売れ行きが好調に推移。



カラーコンタクトに加え新たにクリアコンタクトの販売を開始。



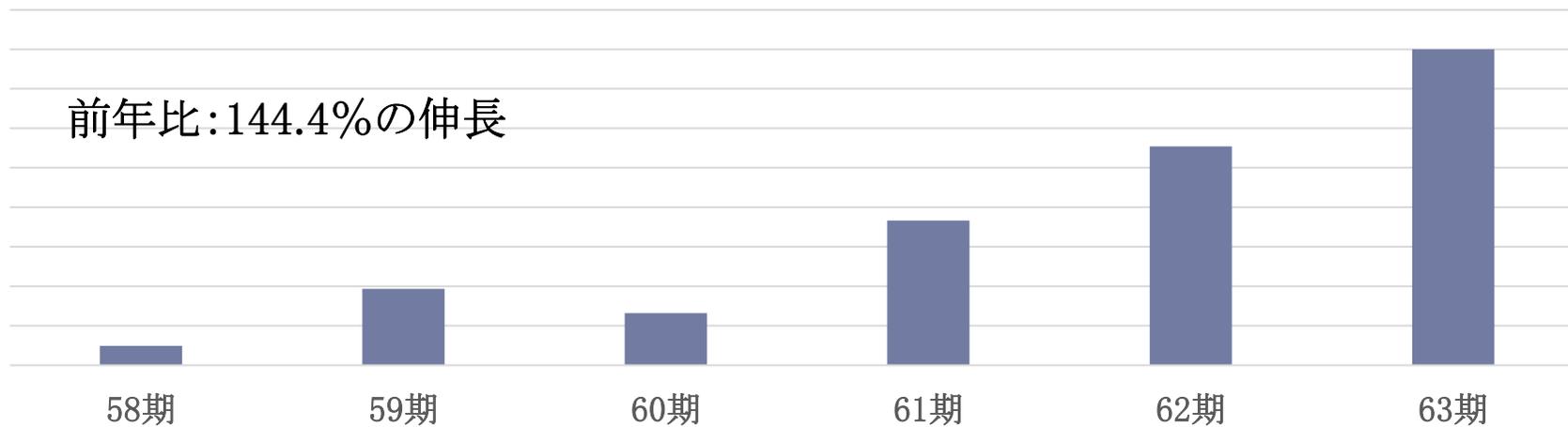
大好評のお風呂用メガネからオーダータイプ登場！

近視最大 -10.00  
乱視最大 -4.00 まで対応！



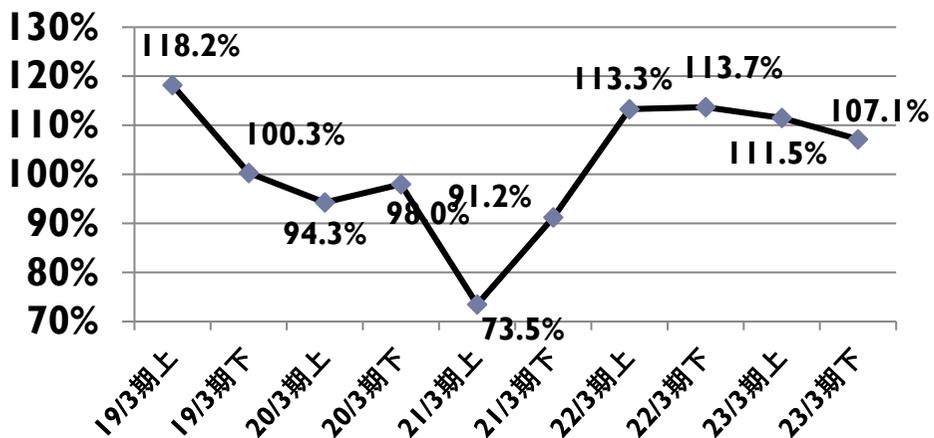
通販売上推移

前年比:144.4%の伸長



# 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、2021年3月期上期以降、コロナ禍の下で低調に推移していましたが、2022年3月期以降、前年比では増加に転じました。しかし、コロナ禍前の売上水準には、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!

お客様の聞こえに合わせてお選びします

**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付属! 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

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

2023年3月期	4月	5月	6月	7月	8月	9月
充電式構成比	74.8%	73.5%	69.3%	70.7%	71.8%	71.1%
2023年3月期	10月	11月	12月	1月	2月	3月
充電式構成比	70.5%	73.2%	74.0%	74.6%	73.8%	73.7%



# 補聴器販売

- 他社のレンタルとの違いを明確にした新聞折り込み広告を掲載しました。
- 補聴器を装用した時の快適さ、楽しさをお客様にイメージしていただき、「補聴器の愛眼」をより身近に感じていただくことで、お客様の安心と愛眼の補聴器に対する信用につながっています。



家なら、気になる補聴器をお試しでレンタルできます!

## 補聴器お試しレンタル

通常 ¥3,300 (税込) → **¥1,000 (税込)**

愛眼もお試しレンタルがおすすめです!

**Point 1** 選 1000.!

**Point 2** いつでも新品!

### 愛眼 おすすめ最新補聴器

（耳あな型）	（耳かけ型）
<p>お耳の奥にぴったりフィットして、音の伝わりが自然で、目立たないのが特徴です。</p> <p>価格帯: ¥128,000 - ¥267,000</p>	<p>お耳の後ろに装着して、音の伝わりが自然で、目立たないのが特徴です。</p> <p>価格帯: ¥121,000 - ¥233,000</p>

oticon, Panasonic, PHONAK, aigian

3月3日は「耳の日」です! **4月9日(日)まで**

# 補聴器無料体験会

メガネの愛眼



もっと聞こえると、  
もっと楽しくなる!

愛眼は補聴器でもっと「聞こえる」  
快適な暮らしをご提案します。



普段の生活で、こんなコトありませんか?

- 携帯電話の呼び出し音に気が付かないことがある
- 周りの人から、声の音が大きいと言われる
- 人の話し声がささいように感じる
- 人と会話をするのが面倒に感じる



気になる方はぜひ愛眼で補聴器をお試しください。

愛眼の補聴器でもっと快適に! もっと便利に!

- 1 家族と一緒にテレビを楽しみたい!
- 2 食事の次で音楽を楽しみたい!
- 3 電話で楽しくおしゃべりしたい!

メガネの愛眼 いいもの、**大決算 SALE 3/31**

**とことん 売り尽くし!**

メガネのサングラス **50%OFF**



# 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  
聞こえのチェックと補聴器無料体験  
を軸に、ショッピングセンター内で  
啓蒙イベントを実施

店舗近隣の高齢者施設からの開催依頼も増加





## 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。

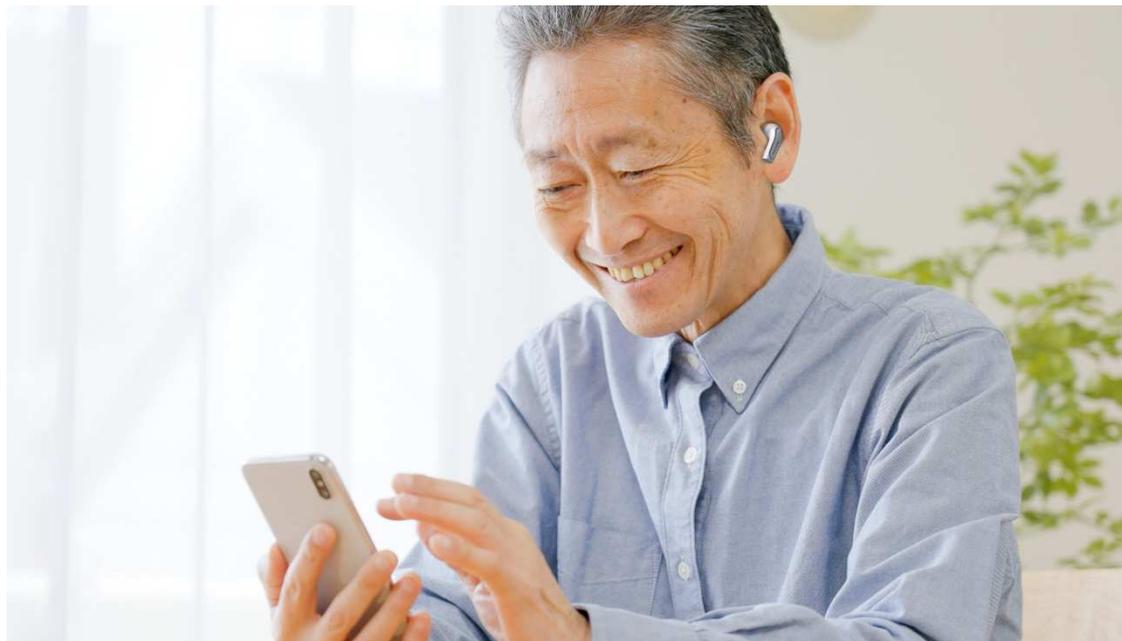




## 補聴器販売

◎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。

◎ライトユーザー獲得に向け、  
取扱商品を増やしています。



# コンタクト販売

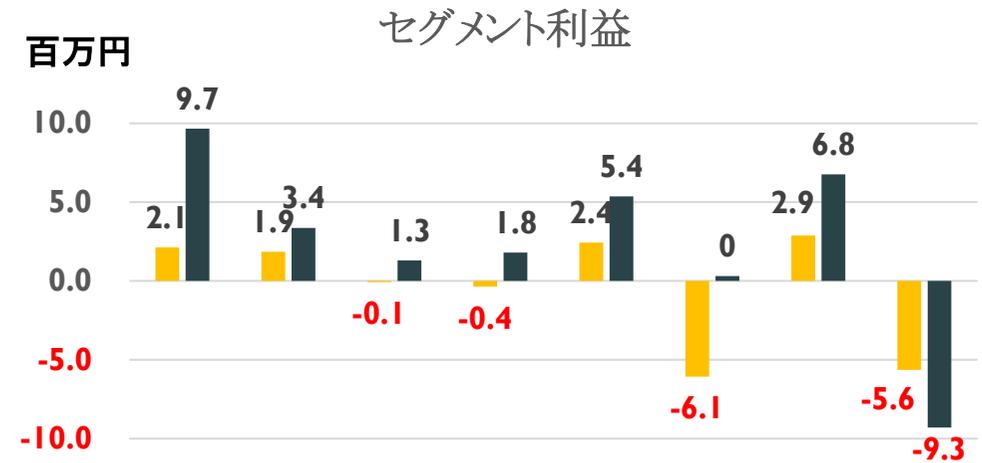
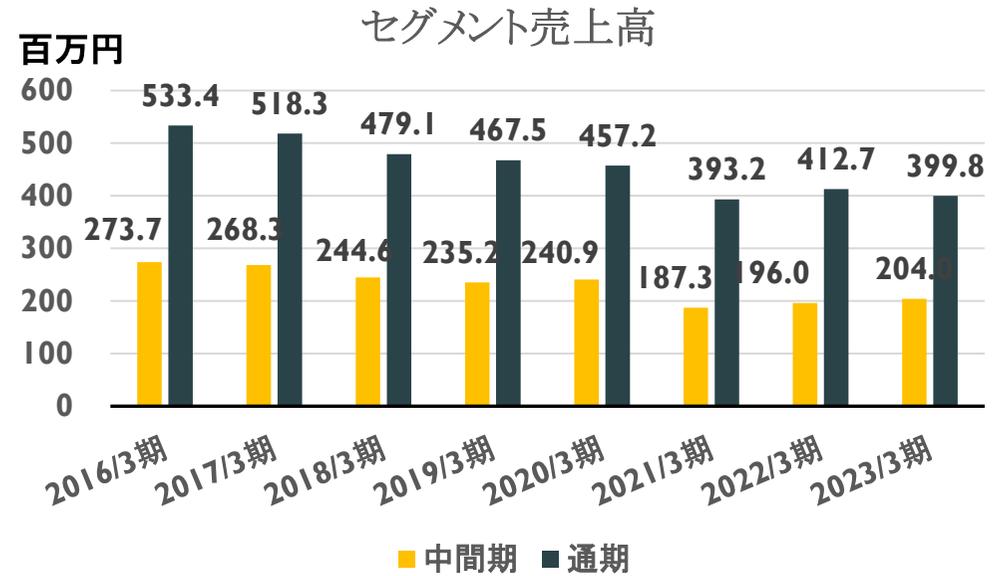
◎女性をメインターゲットに150店舗でコンタクトレンズの販売・演出を強化。よりわかりやすく買いやすい売り場作りを行っています。





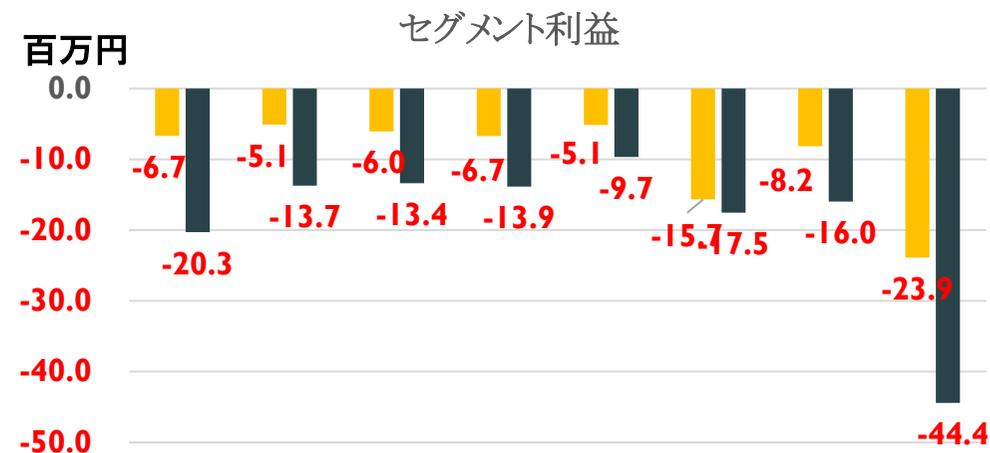
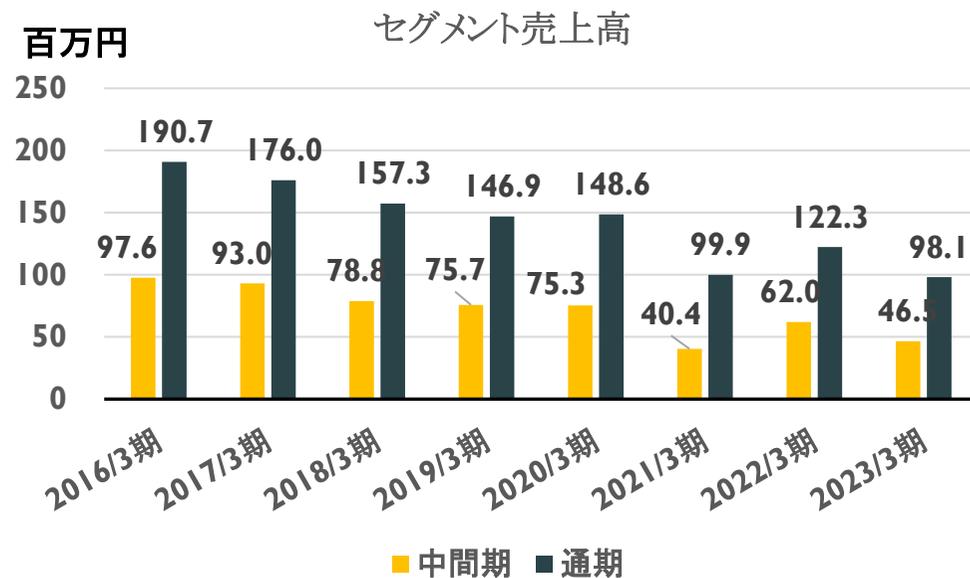
# 眼鏡卸売事業

•得意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んでおります。



# 海外眼鏡販売事業

- 北京愛眼眼鏡有限公司は、中国の北京市を中心拠点として、直営店及びフランチャイズ店を合わせて6店舗にて営業を行っておりました。
- 当地では、ゼロコロナ政策に基づく厳しい行動規制が敷かれ、断続的な臨時休業を余儀なくされるなど事業運営に支障をきたす事態となり、運営体制の効率化や事業経費の圧縮に取り組みましたが、事業継続は困難と判断し、2022年11月28日開催の取締役会において、当事業所を解散し、清算することを決議いたしました。
- 直営店の3店舗は全て昨年末で閉店とし、今後、現地の法令等に従い同社の解散及び清算の諸手続きを進めてまいります。なお、最終の精算終了日は、現状未定であります。





# 2023年3月期 店舗政策

■ 改装:既存店の活性化改装を中心に、11店舗を改装し、1店舗を新規出店

2022年4月 改装  
おおとりウイングス店



2022年4月 改装  
イオンモール伊丹店



2022年6月 改装  
イオンモール都城駅前店



2022年6月 改装  
高槻緑が丘店



2022年7月 改装  
南生駒店



2022年8月 改装  
勝川新町店



2022年9月 移転改装  
マーサ21岐阜正木店





# 2023年3月期 店舗政策

■ 改装:既存店の活性化改装を中心に、11店舗を改装し、1店舗を新規出店

2022年11月 改装  
SOCOLA塚口店



2023年2月 改装  
小牧駅前店



2023年2月 改装  
岡場駅前店



2023年3月 改装  
イオンモール幕張新都心店



2023年3月 新店  
イオンモール豊川店



# 2024年3月期(64期)の基本方針

アフターコロナの環境下での事業展開

お客様視点

顧客体験(CX)を軸とした愛眼ブランド力の強化

店舗特性に合わせたマーケティング施策の強化

DX推進による店舗オペレーションの効率化

ネット通販事業の強化

集客力アップ

体制

業務の効率化と働き方改革⇒組織の活性化

国家検定資格「眼鏡作製技能士」への切り替え

## 基本的な営業政策

1. 今後のわが国経済は、ロシア・ウクライナ情勢の長期化や諸物価の上昇などによって、当面、先行きが不透明な状況が続くと想定されますが、新型コロナウイルス感染症の感染症法上の扱いが2類相当から季節性インフルエンザと同じ5類指定に変更されることで、社会経済活動への制約がほぼ解消され、景気が感染状況に左右されないアフターコロナ期に移行すると見られており、コロナ禍から経済活動の正常化が着実に進むことで消費活動が拡大し、個人消費が回復基調に向かうことが期待されています。
2. 当社は、アフターコロナの環境下での事業展開を見据えた取り組みを強化し、組織面におきましても、業務の効率化と働き方改革をさらに推進させ、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た商品の品揃えの充実を図るとともに、顧客体験を軸とした「愛眼ブランド」の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に取り組んでまいります。
4. 店舗におきましては、タブレット端末の活用などDX推進により店舗オペレーションの効率性を高め、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. アフター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. 人材面におきましては、国家技能検定制度の「眼鏡作製技能士」への切り替え順次進めてまいります。



## 2024年3月期 店舗政策

1. 新店:4店舗
2. 改装:既存店の活性化改装を中心に、約15店舗
3. 閉店:4店舗



## 2024年3月期の連結業績予想の策定の考え方

1. わが国の経済は依然として先行きが不透明な状況で推移することが予想されますが、社会経済面では、ウィズコロナ期から、活動が抑制されない新たなフェーズのアフターコロナ期に移行すると見られており、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。この前提のもとに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. 国内外の政治経済情勢等の変化によって、今後の事業活動や業績に大きな影響をうける可能性があります。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。



## 2024年3月期の連結業績予想

	2023年3月期実績		2024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	14,198	100.0	15,786	100.0	+1,587	+11.2
売上総利益	9,876	69.6	10,923	69.2	+1,047	+10.6
販売管理費	10,351	72.9	10,697	67.8	+346	+3.3
営業利益	△475	—	225	1.4	+701	—
経常利益	△385	—	251	1.6	+636	—
当期純利益	△803	—	129	0.8	+932	—

(註)PLは収益認識に関する会計基準等の適用後