



愛眼株式会社

【証券コード:9854】

2026年3月期 通期

決算説明資料

目次

- 会社概要
- 2026年3月期 通期 決算概要
- 2027年3月期 業績予想
- 事業概況

会社概要

■ 会社概要

会社名	愛眼株式会社 (AIGAN CO., LTD.)
創業／設立	創業1941年1月 設立1961年1月
株式上場	1989年11月 大阪証券取引所 (現東京証券取引所) 市場第二部 2000年10月 東京証券取引所 (現東京証券取引所) 市場第二部 2001年 3月 東京証券取引所・大阪証券取引所 (現東京証券取引所) 市場第一部 2022年 4月 東京証券取引所の市場区分の見直しにより、同証券取引所のスタンダード市場に移行
事業内容	眼鏡レンズ・眼鏡フレーム・サングラス・コンタクトレンズ・補聴器の販売および 関連商品の販売、フランチャイズ事業
代表取締役社長	佐々 昌俊
資本金	5,478百万円
本社所在地	大阪市天王寺区大道四丁目9番12号
連結子会社	ネオック株式会社
店舗数	当社直営店：210店舗／当社FC店：5店舗 (2026年3月31日時点) ネオック店舗：5店舗 (2026年3月31日時点)
正社員数	連結：666人 単体：664人 (2026年3月31日時点)

2026年3月期 通期 決算概要

■ (連結)業績ハイライト

2026年3月期 通期 主要連結財務指標

売上高

15,283百万円

前期比+2.8%

売上総利益

10,560百万円

前期比+4.6%

売上総利益率

69.1%

前期比+1.2pt

営業利益

225百万円

前期128百万円損失

営業利益率

1.5%

前期▲0.9%

■ 2026年3月期 通期 連結業績

- ・前期の営業赤字から、2026年3月期は黒字に転換した
- ・売上総利益率の上昇、販管費の抑制により、収益構造が改善した

項目	2025年3月期 実績		2026年3月期 計画		2026年3月期実績			
	金額 (百万円)	売上比 (%)	金額 (百万円)	売上比 (%)	金額 (百万円)	売上比 (%)	前期比 (%)	計画比 (%)
売上高	14,863	100.0	15,789	100.0	15,283	100.0	102.8	96.8
売上総利益	10,090	67.9	10,971	69.5	10,560	69.1	104.6	96.3
販売費及び 一般管理費	10,219	68.8	10,748	68.1	10,334	67.6	101.1	96.1
営業利益	△128	—	222	1.4	225	1.5	—	101.4
経常利益	△47	—	271	1.7	300	2.0	—	110.7
当期純利益	3	0.0	149	0.9	155	1.0	4719.5	103.7

※数値については、端数を切り捨てしているため、合計が一致しない場合があります。

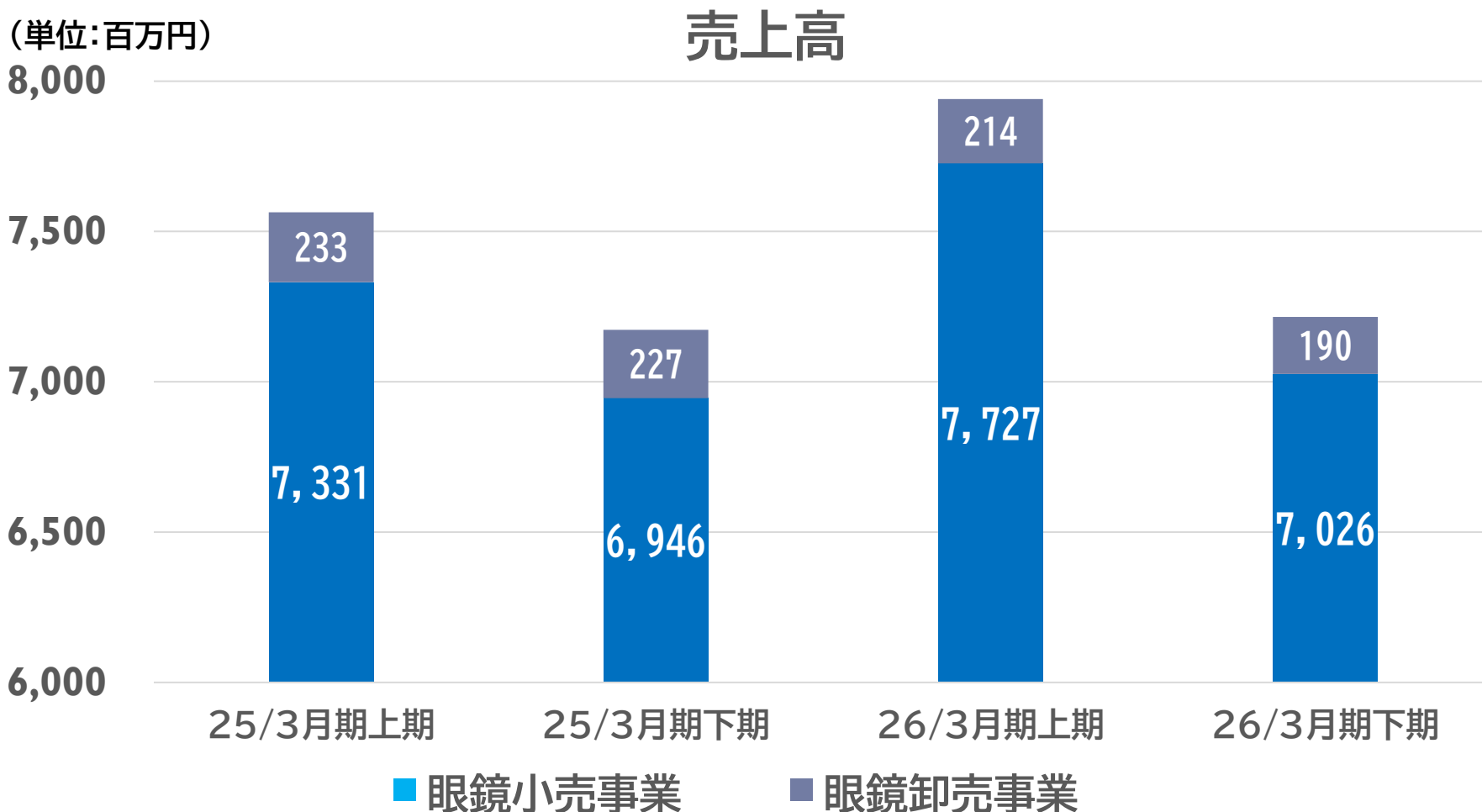
■ 2026年3月期 通期 単体業績

項目	2025年3月期 実績		2026年3月期 計画		2026年3月期実績			
	金額 (百万円)	売上比 (%)	金額 (百万円)	売上比 (%)	金額 (百万円)	売上比 (%)	前期比 (%)	計画比 (%)
売上高	14,737	100.0	15,654	100.0	15,157	100.0	102.8	96.8
売上総利益	9,960	67.6	10,835	69.2	10,433	68.8	104.7	96.3
販売費及び 一般管理費	10,089	68.5	10,624	67.9	10,213	67.4	101.2	96.1
営業利益	△128	—	211	1.4	219	1.4	—	103.8
経常利益	△41	—	268	1.7	302	2.0	—	112.6
当期純利益	△32	—	148	0.9	158	1.0	—	106.8

※数値については、端数を切り捨てしているため、合計が一致しない場合があります。

■ (単体)事業別 売上高

- ・ 2026年3月期上期は、前年同期に比べ、眼鏡小売事業が大幅に伸長した
- ・ 一方、眼鏡卸売事業は減少傾向が続いている



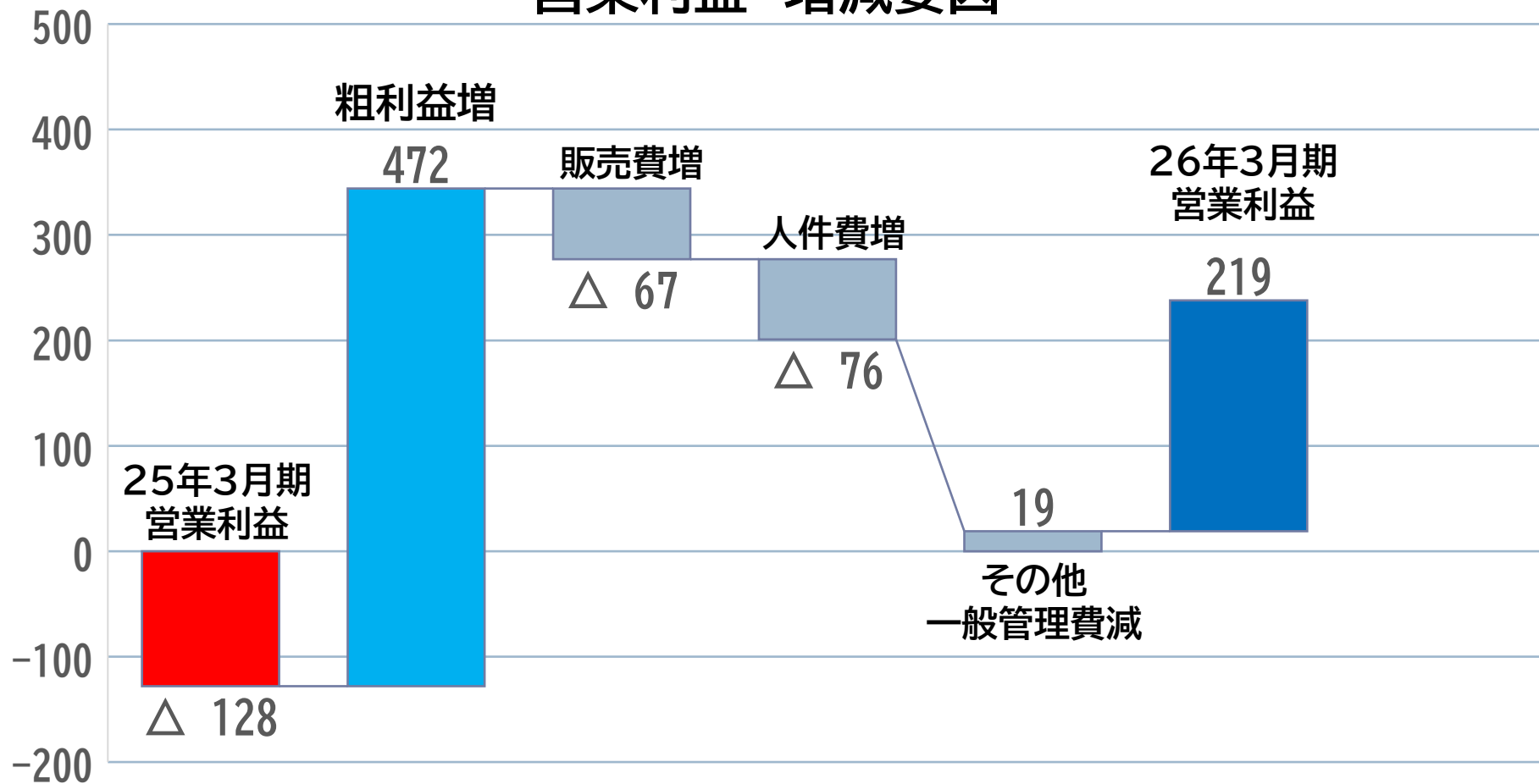
※数値については、端数を切り捨てしているため、合計が一致しない場合があります。

■ (単体)営業利益 前期との差異

- ・ 2026年3月期の営業利益は、前期の赤字から、大幅な黒字へと転換した
- ・ 費用が増加したものの、粗利益の伸びがそれを上回り、増益となった

(単位:百万円)

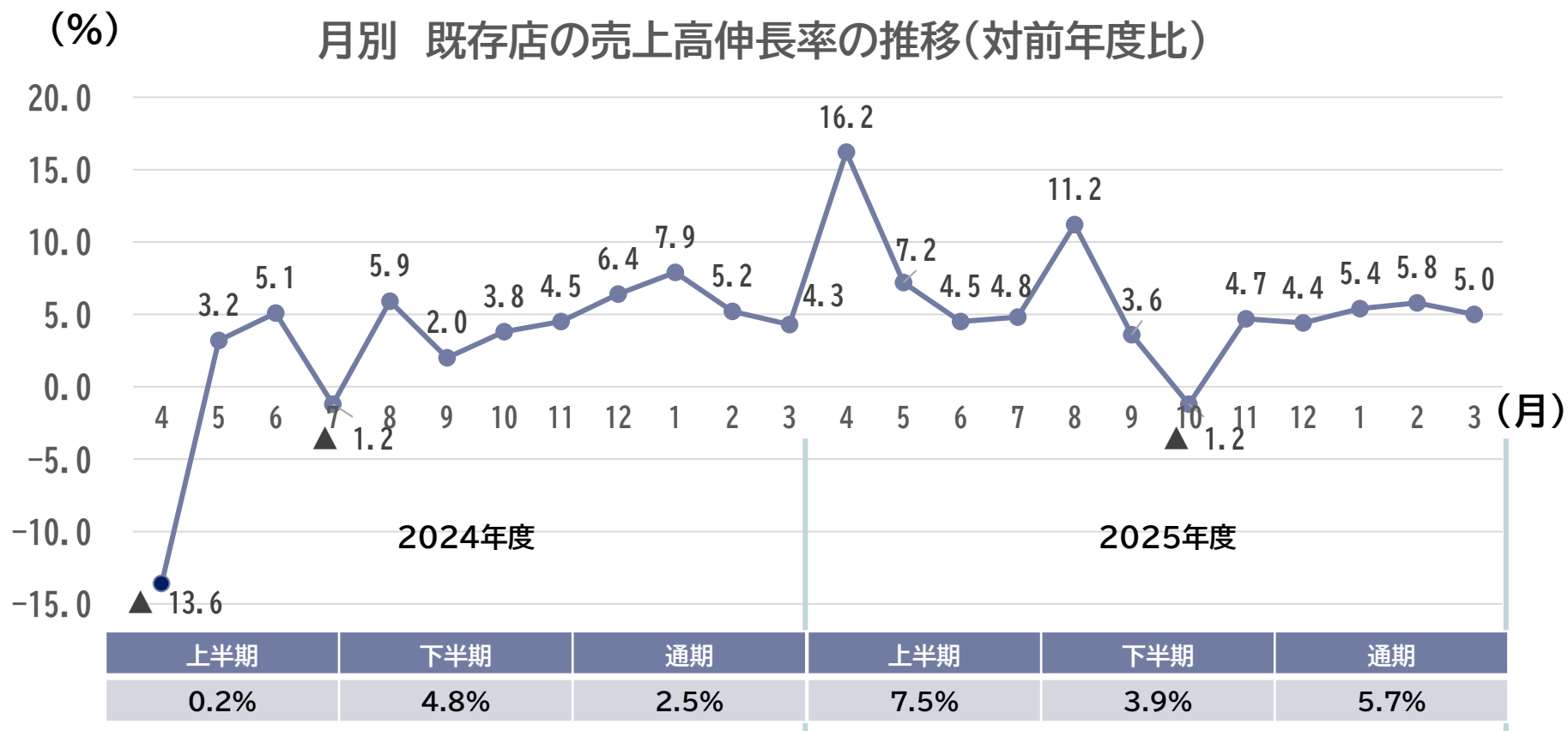
営業利益 増減要因



※数値については、端数を切り捨てしているため、合計が一致しない場合があります。

■ (単体)既存店売上伸長率

- ・ 2025年度の既存店売上伸長率は、通期で+5.7%と好調に推移した
- ・ 2024年度に比べ、2025年度は特に上半期の伸長が顕著であった



※上記数値は管理会計上の速報数値(概算数値)に基づいて作成しています。

既存店は稼動12カ月超の店舗を対象とし、前年同月および当月において休業がない店舗のことです。

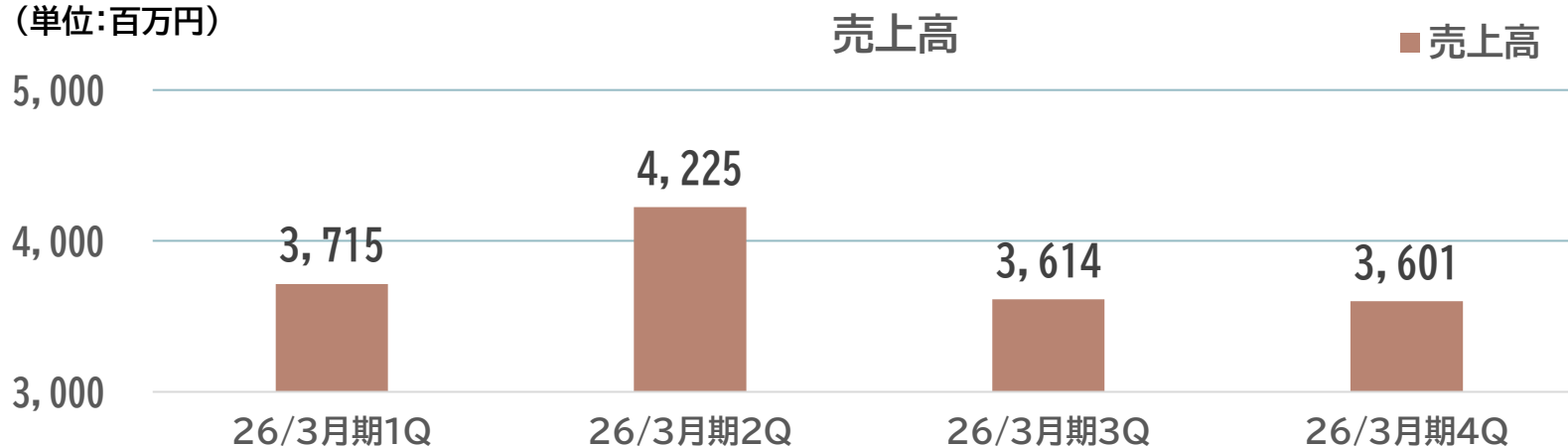
改装等による長期休業店舗については、休業開始時に一旦退店扱いとし、休業明け時には出店に含めています。

直営店のみでFC店舗は含んでいません。

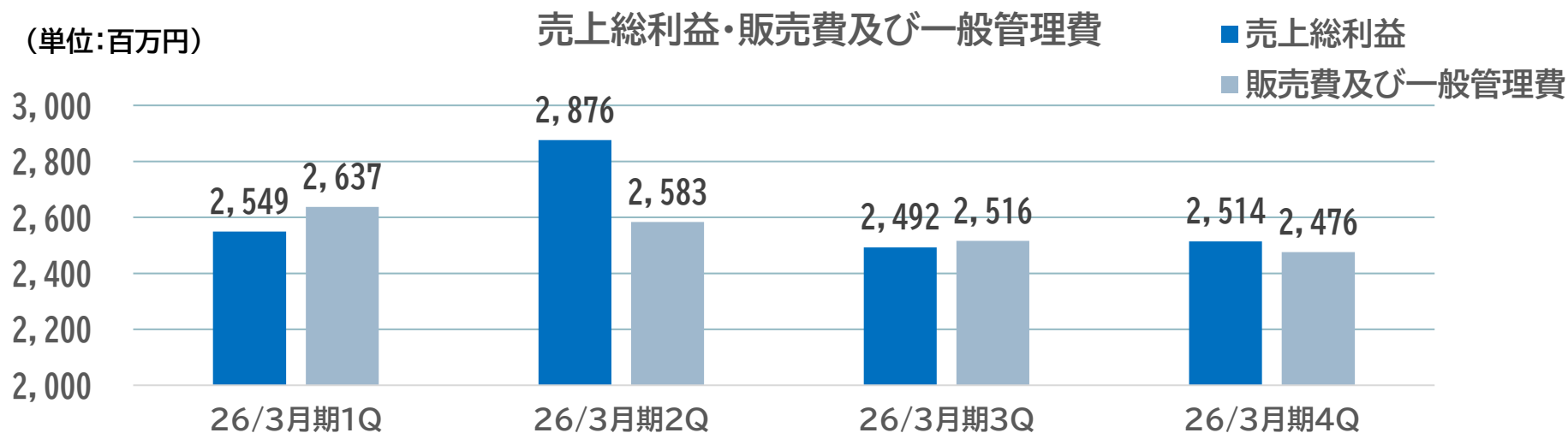
■ (単体)四半期 業績推移

- ・ 売上高は、セール等のマーケティング施策が奏功し、第2四半期が大幅増収
- ・ 利益面は、第2四半期の売上総利益が販管費を大きく上回った

(単位:百万円)



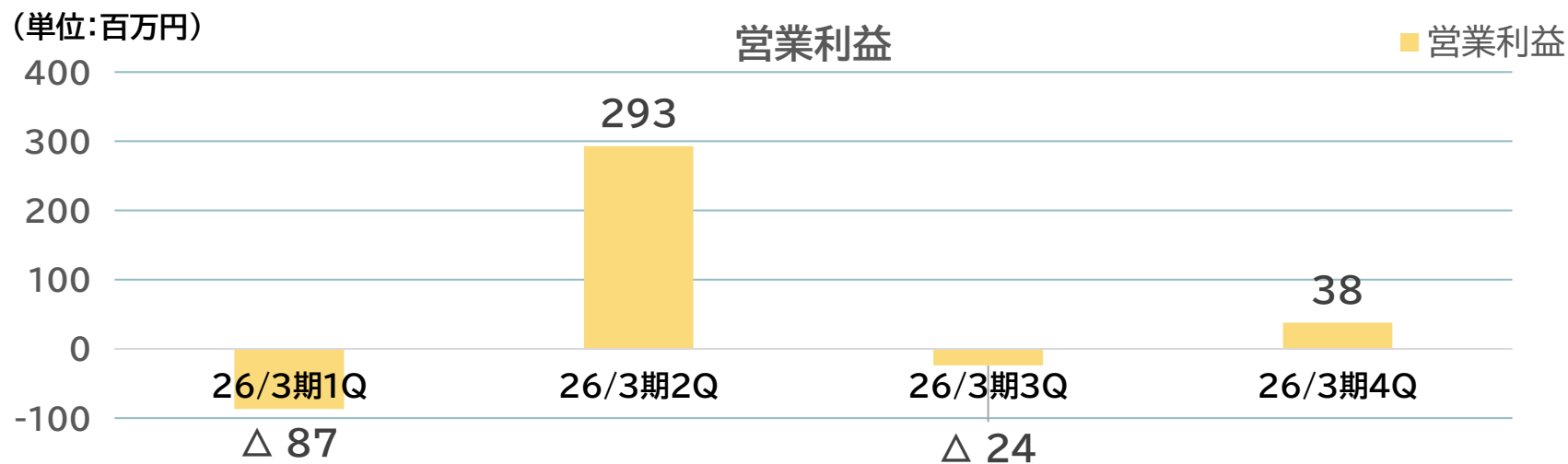
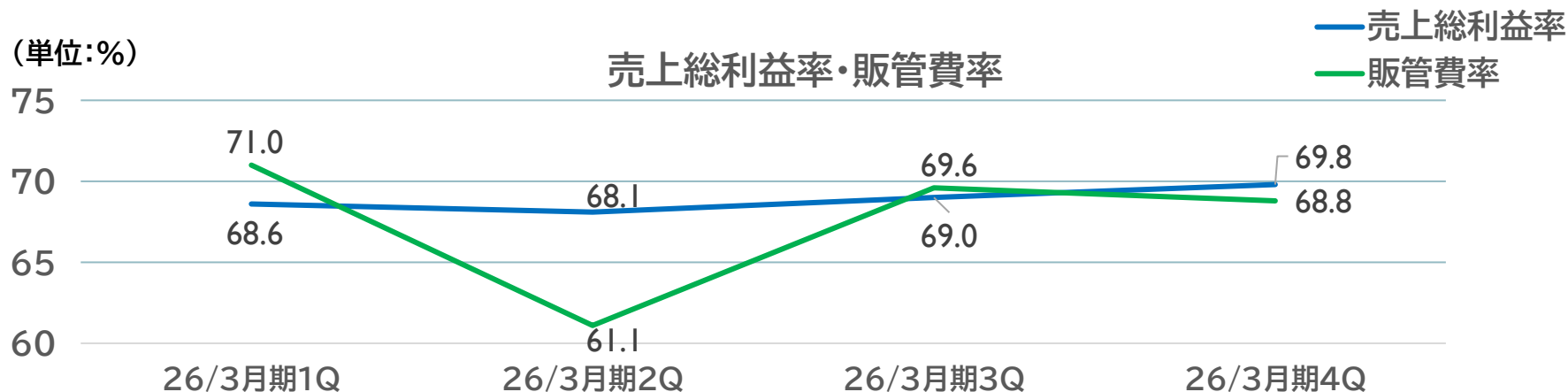
(単位:百万円)



※数値については、端数を切り捨てしているため、合計が一致しない場合があります。

■ (単体)四半期 業績推移

- 第1・第3四半期の売上総利益率は販管費率を下回ったが、第2四半期は大幅な増収により売上総利益率が販管費率を大きく上回った
- 営業利益では、第2四半期の大幅増益が、第1・第3四半期のマイナスを吸収し、通期での黒字に貢献した



※数値については、端数を切り捨てしているため、合計が一致しない場合があります。

■ (連結)貸借対照表

項目	2025年3月期		2026年3月期		増減額 (百万円)
	金額(百万円)	構成比	金額(百万円)	構成比	
流動資産	7,393	53.4%	7,833	54.8%	440
現・預金	4,299	31.0%	4,593	32.2%	293
受取手形・売掛金	778	5.6%	799	5.6%	21
商品	2,073	15.0%	2,216	15.5%	142
固定資産	6,461	46.6%	6,452	45.2%	△8
投資有価証券	604	4.4%	757	5.3%	153
敷金・保証金	2,484	17.9%	2,444	17.1%	△39
資産合計	13,854	100%	14,286	100%	431
流動負債	1,336	9.6%	1,486	10.4%	149
固定負債	506	3.7%	523	3.7%	17
負債合計	1,843	13.3%	2,009	14.1%	166
純資産合計	12,011	86.7%	12,276	85.9%	264
負債・純資産合計	13,854	100%	14,286	100%	431

※数値については、端数を切り捨てしているため、合計が一致しない場合があります。

■ (単体)貸借対照表

項目	2025年3月期		2026年3月期		増減額 (百万円)
	金額(百万円)	構成比	金額(百万円)	構成比	
流動資産	7,188	52.2%	7,635	53.7%	446
現・預金	4,123	29.9%	4,423	31.1%	299
受取手形・売掛金	774	5.6%	797	5.6%	22
商品	2,050	14.9%	2,192	15.4%	142
固定資産	6,594	47.8%	6,584	46.3%	△9
投資有価証券	796	5.8%	949	6.7%	153
敷金・保証金	2,445	17.7%	2,406	16.9%	△38
資産合計	13,783	100%	14,220	100%	436
流動負債	1,325	9.6%	1,475	10.4%	150
固定負債	496	3.6%	515	3.6%	19
負債合計	1,822	13.2%	1,991	14.0%	169
純資産合計	11,961	86.8%	12,228	86.0%	267
負債・純資産合計	13,783	100%	14,220	100%	436

※数値については、端数を切り捨てしているため、合計が一致しない場合があります。

■ (連結)キャッシュ・フロー

単位:百万円

	2025年3月期	2026年3月期	増減額	主な内容
営業活動による キャッシュ・フロー	△155	333	488	<ul style="list-style-type: none"> ・税引前当期純利益 278百万円 ・減価償却費 173百万円 ・棚卸資産の増加額 △140百万円 ・売上債権の増加額 △21百万円 ・仕入債務の減少額 △9百万円 ・法人税等の支払額 △92百万円
投資活動による キャッシュ・フロー	94	△40	△134	<ul style="list-style-type: none"> ・有形固定資産の取得による支出 △237百万円 ・有形固定資産の売却による収入 30百万円 ・投資有価証券の売却による収入 31百万円
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	1,793	2,086	293	

※数値については、端数を切り捨てしているため、合計が一致しない場合があります。

■ (連結)設備投資・減価償却費・減損損失

単位:百万円

	2025年3月期	2026年3月期	増減額
設備投資額(注1)	251	226	△24
ソフトウェア投資	1	3	1
減価償却費(注2)	179	173	△6
減損損失	88	42	△46

(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、ソフトウェアは含んでおりません。

(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です。

※数値については、端数を切り捨てしているため、合計が一致しない場合があります。

■ (単体)出退店実績【直営店】

- ・ 2025年4月～2026年3月までの出店は4店舗、退店は7店舗
- ・ 2026年3月31日時点での直営店舗数は210店舗

店舗形態	2026年3月期(2025年4月～2026年3月)							
	上期(2025年4月～9月)				下期(2025年10月～2026年3月)			
	期首	出店	退店	増減	出店	退店	増減	期末
インショップ	138	3	3	0	1	1	0	138
路面店	75	0	1	△1	0	2	△2	72
合計	213	3	4	△1	1	3	△2	210

直営店以外の店舗

○愛眼株式会社のFC店:5店舗

○連結子会社ネオック株式会社:5店舗

2027年3月期 業績予想

■ 2027年3月期 連結業績予想

●売上高 15,732百万円

●営業利益 232百万円

●経常利益 311百万円

●親会社株主に帰属する当期純利益 195百万円

※数値については、端数を切り捨てしているため、合計が一致しない場合があります。

■ 2027年3月期 連結業績予想

	2026年3月期 通期実績 (百万円)	2027年3月期 通期予想 (百万円)	対前期増減 (百万円)	対前期比
売上高	15,283	15,732	448	102.9%
売上総利益	10,560	11,020	460	104.4%
売上総利益率	69.1%	70.1%		+1.0pt
販売費及び一般管理費	10,334	10,788	453	104.4%
販管費率	67.6%	68.6%		+1.0pt
営業利益	225	232	7	103.1%
営業利益率	1.5%	1.5%		—
経常利益	300	311	10	103.5%
親会社株主に属する 当期純利益	155	195	40	126.0%

※数値については、端数を切り捨てしているため、合計が一致しない場合があります。

事業概況

■ 愛眼の経営方針

「お客様の暮らしを、より快適に、より豊かにする企業」を目指し、
安心の技術、納得の商品、気持ちに寄り添うサービスを提供します

取り組み姿勢

●安心の技術:

愛眼は、快適な視力補正を提供するため、専門知識と高い技術力に裏付けられた信頼性の高いサービスをお届けします

●納得の商品:

愛眼は、高品質を追求し、機能性に優れたレンズやデザイン性の高いフレームなど、お客様のニーズに適した商品開発と提案を行います

●気持ちに寄り添うサービス:

愛眼は、お客様一人ひとりの悩みを聞き出すカウンセリング販売を徹底し、ホスピタリティの高い接客を通じて顧客満足の上昇を図ります

●「快適な視力補正」の提供:

愛眼は、メガネ専門店としての専門性を活かし、お客様の生活シーンや視環境に合わせた最適な視力補正を提案し、確かな技術で、お客様の「よく見える」という生活の質(QOL)の向上をサポートします

●「オシャレの楽しさ」の提案:

愛眼は、メガネをTPOに応じたファッションアイテムとして提案するとともに、機能性とファッション性を両立させた商品開発により、お客様に新しい「自分らしさ」を楽しんでいただくことを目指します

愛眼は、「アイ・スタイリング・サービス」を追求します

- お客様のライフスタイル・趣味・ファッション・生活シーンを踏まえたカウンセリングを行い、心からご納得いただけるメガネ選びをサポートします



- お客様に心からご納得いただき、「自分だけのメガネ」を選ぶ楽しさを実感していただける、最適な商品とサービスを提供します



- 最適な商品とサービスの提供を通じて、お客様の快適な視生活に貢献します

変革する市場環境における、愛眼の存在価値

- 愛眼の提供価値である「アイ・スタイリング・サービス」は、単なる視力測定やレンズ・フレームの提案ではありません
- お客様一人ひとりの生活シーンを深く洞察し技術的な裏付けを持って「最適解」を導き出すコンサルティング・プロセスそのものを指します
- 店舗でのメガネ選びの「体験」と、プロフェッショナルな提供価値を通じてお客様との強固な信頼関係を築き、持続的な競争優位性の確立を目指します
- 愛眼独自の「アイ・スタイリング・サービス」を軸に、顧客生涯価値(LTV)の最大化と中長期的な企業価値の向上を追求します

「価格競争」から「信頼」へ 「体験価値」で選ばれるブランドへ

- 市場は、安さだけでなく、「自分に合う体験」が重視される時代へと変わっています
店舗ならではの強みは、専門スタッフによる細やかなおもてなし(ホスピタリティ)と実際に納得して選べる体験にあります
- 愛眼は、この「対面ならではの価値」を徹底的に磨き上げることで、他社との差別化を図ります
- 店舗でご購入されたお客様に「Webアンケート」へのご協力をいただき、その結果を分析・活用することで、商品開発やサービス向上につなげ、顧客満足度の向上とロイヤルカスタマー化の推進に取り組んでおります
- 一度きりの販売で終わるのではなく、お客様との深い信頼関係を築くことでリピート率を高め、中長期的に安定した収益を生み出す企業体質を構築してまいります

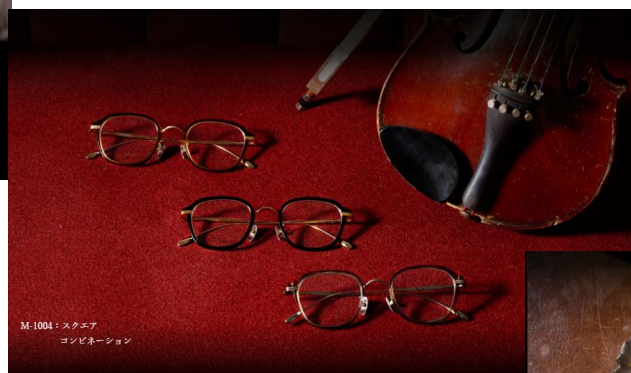
独自性と専門性を備えたプロダクト・ポートフォリオ

MIGAKI

好評のオリジナルデザインブランド「MIGAKI」に新作投入

本格的なクラシックデザインと鯖江職人の「磨き」技術が光るハイクオリティフレームでリリース以降好調な販売を維持する「MIGAKI」に4型3色の新作を販売しました

本物志向の顧客層をターゲットに、新作4型3色の投入に合わせた「WEB動画広告」を全国展開しています

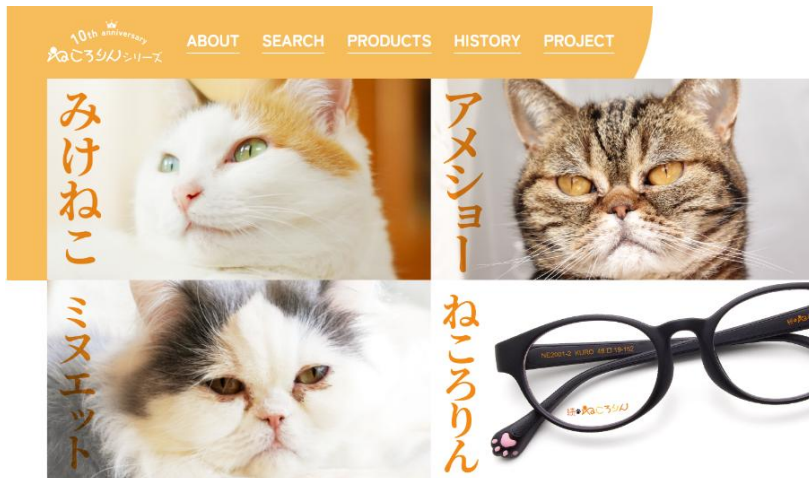


独自性と専門性を備えたプロダクト・ポートフォリオ

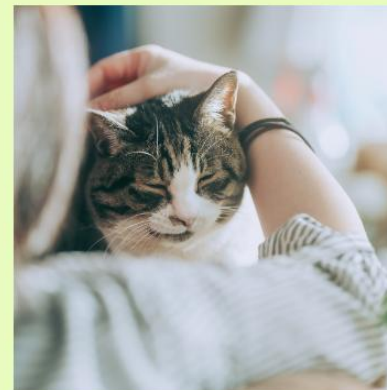


シリーズ10周年を迎え、お客様の声を反映した初のメタルシリーズ「mimi」を投入しました

SNSでの「ねこ診断」を通じた認知拡大に加え、売上の一部を(公社)アニマル・ドネーションを通じて保護猫活動資金として寄付しており、ブランド・エクイティを情緒的側面からも強化しています



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・ドネーションを通じて保護猫活動資金として寄付します。



独自性と専門性を備えたプロダクト・ポートフォリオ

● 機能性PBの拡充

ビジネスもスポーツもこれ一本！「ちょこスポ」リリース

- ・ シリコンエアパッドやエラストマー素材の採用により、ビジネスとスポーツを両立
- ・ 26SKUの展開でミドル男性層の需要を確実に捉えています



ビジネスシーンでも



アクティブシーンでも



1本で2役の万能メガネ

ちょこスポ専用のプロモーション動画をWEB媒体を使って告知

■ 商品戦略

独自性と専門性を備えたプロダクト・ポートフォリオ

● ファッション性PBを追求

愛眼のプライベートブランド「kohoro」とファッションブランド「Samansa Mos2」の
コラボモデルが実現

人気アパレルブランド「Samansa Mos2」とのコラボモデル3型2色を販売、ファッション感度の高い若年女性層を
対象に、雑誌「FUDGE」とのタイアップで新規のお客様が拡大しています

For Easy Days,
Choose Cell Frames.

For Busy Days,
Trust Metal Frames.

For Dress-Up Days,
Go with Combination Frames.

Special Collaboration
kohoro × Samansa Mos2

For easy days = SM2HH-002

通常のより丸めのカパフレームに仕上げたウェリントン型のメガネ。「ちょっとさまで」なんていうお洒落けずに大活躍。だって強い存在感で、寝かけもかばいしてくれからね。ブラック×ブラック、タリ×ブラック×ブラックといったハイカラーアザインの2本、タリ×ブラック×ブラックの3種展開。
【レンズ付き価格】各¥16900 / kohoro × Samansa Mos2 (メガネの愛眼)

For busy days = SM2HH-001

トレンドタイムなメタルフレームのアンクルを軸にアレンジ。知的なムードがどっと引き立つ。パーシクで顔馴染みのいいボストンシェイプも相まって、お仕事DAYにも難なくハマるのです。カラー展開は、ブラック、ブラック、ピンクゴールド下の3種。どれも可愛くて華やか!
【レンズ付き価格】各¥17900 / kohoro × Samansa Mos2 (メガネの愛眼)

For dress-up days = SM2HH-003

超厚型のアセチートを使用したフレームと、ステンレス製のブリッジ＆テンプルによるコンビネーションモデル。タリ×ブラック×ブラックの2色を兼ね備えた、まさに「いいとこ取り」なアイテムだから、少しも妥協したくないデートの日にピッタリアップ。フレームは透明感があり、優しい印象で着けられるのも嬉しい。
【レンズ付き価格】各¥17900 / kohoro × Samansa Mos2 (メガネの愛眼)

■ 商品戦略

独自性と専門性を備えたプロダクト・ポートフォリオ

- 数量限定のオリジナルブランド、お買い得な「9,900円」モデル



「わのいろ」

日本の美しい四季をテーマに
カラーバリエーションを揃えた
女性に人気の和のメガネ



「シージャ」

大きなスクエアフレームのビッグシェイプメガネ
カジュアルでモダンな印象のデザイン性の高い
ブランド



独自性と専門性を備えたプロダクト・ポートフォリオ

● 愛眼独自の「スマートプライス」

- 13,200円(税込)以上の商品は、薄型レンズ、遠近両用レンズ、乱視対応レンズのどれを選んでも追加料金0円です



※薄型レンズ・遠近両用レンズは
屈折率1.6のレンズです

- この分かりやすい価格体系はお客様の「価格不安」を払拭し、スムーズなアップセルと高いコンバージョン率を実現しています

レンズ・ソリューション：技術力による付加価値の創出

- フレームの付加価値に加え、最新のレンズ技術を用いた提案が顧客満足度の源泉となっています

鬼撥水レンズ



- ・メンテナンス重視のお客様
- ・脅威の撥水機能
レンズの汚れや傷を軽減できる
コーティングレンズ

ウィズドライブレンズ



- ・夜間に運転するお客様
- ・ヘッドライトの眩しさを軽減する、夜間対応の特殊レンズ



👉 鬼撥水レンズやウィズドライブレンズのベネフィットは、店頭で設置された「体験型什器」でその効果をお見せし、それぞれのレンズの機能をご理解ご納得いただいております

「サングラス」は、今や単なる「眩しさ除け」ではない

● アイケア(目の健康と美容)の高度化:

太陽光に含まれる紫外線や近赤外線、HEV(高エネルギー可視光線)のカットなど、白内障予防や肌のアンチエイジングとしての性能が重視されています

● シームレスな利便性:

屋内と屋外でかけ直す手間を省きたいというニーズから、紫外線量で色が変わる「調光レンズ」や、反射光だけをカットしてクリアな視界を確保する「偏光レンズ」への注目が高まっています

● ファッションと実用性の両立(ライトカラー):

「威圧感を与えたくない」、「マスクと合わせても重くならない」という理由から、目が透けて見えるライトカラーレンズ(薄い色のレンズ)が注目されています

愛眼は、長年培った眼鏡専門店としての技術力を活かし、
単なるファッションアイテムを超えた「機能性」と「かけ心地」
にこだわったサングラスを展開しています

■ 商品戦略

愛眼は、ニーズに合った「サングラス」をラインナップ

愛眼のサングラスは、自社開発のオリジナルブランドが揃っており
特定のライフスタイルや用途に特化した商品展開が特長です

kohoro(コホロ)



・紫外線でレンズの色が変わる「調光レンズ」を採用
シンプルでナチュラルなデザインが特徴です

・屋内外でかけ替える必要がない、軽量なアセテート
やステンレス素材で快適なかけ心地です

・日常使いをしたい方、荷物を減らしたい旅行者、
ファッション性を重視する方に適しています

with Drive(ウィズドライブ)



・夜間運転のJIS規格をクリアした商品です
対向車のライトのまぶしさを軽減する特殊
レンズを採用しました

・夜間や雨の日の視界がクリアになります
イエローライトをカットしてコントラストを
高めます

・夜間運転に不安がある方、長距離ドライ
バーや夜釣りを楽しむ方に適しています

FURLA(フルラ)



・イタリアのライフスタイルブランド「FURLA」
のデザインを、愛眼が日本人のためにカスタ
マイズした限定モデルです

・高いデザイン性と「ズレにくさ」を両立しました
小顔の方でもマッチしやすいサイズを揃えてい
ます

・上品でフェミニンなスタイルを好む女性や、
ブランド品を快適にかけたい方にお似合い
です

■ プロモーション戦略

ブランド認知の拡大と機動的なセール施策

● 幅広い世代へのリーチと、年間を通じた需要創出のメカニズム

企業アンバサダー「ヤッターマン」



- ・タツノコプロの人気キャラクターをアンバサダーに起用しました
- ・スマートプライス情報やセール・フェアの情報、商品説明などを各キャラクターが幅広い世代へ告知しました
- ・キャラクターの親しみやすさを通じて、愛眼ブランドの認知を浸透させました

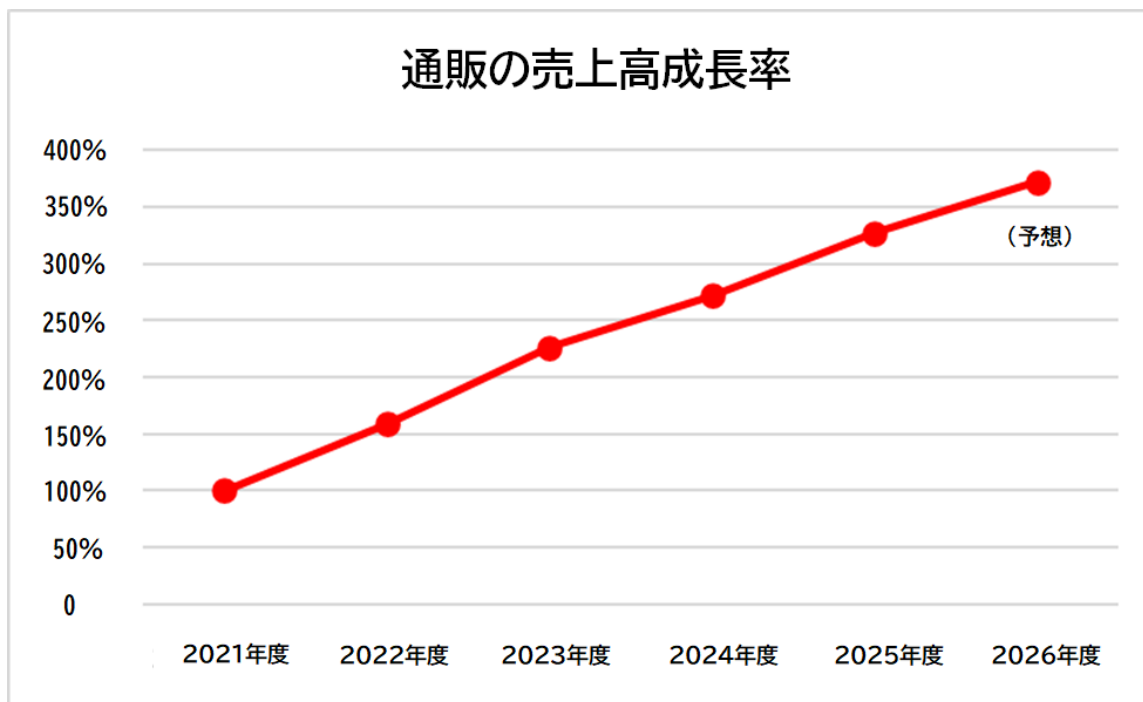
繁忙期に合わせたセール&フェア

春の新作コレクション、夏・冬の「最大50~70%OFF」セール、決算セールに加え、秋の「オータムフェスタ」など来店動機を継続的に創出しています



● オンライン・ショップ

既存店のネットワークを活かしたマルチ・チャネル戦略が新たな収益の柱として成長しています



■ アニメコラボ商品の拡充



■ 各種オンライン限定商品



通販の売上高は2020年度以降、毎年成長を続けており、2025年度には2021年度の3倍を超える水準に達しました。「サカモトデイズ」、「ゴールデンカムイ」等のアニメコラボや、お風呂用メガネ「アイガンFORU」のオンライン限定カラー(ブラック&レッド)が強力な牽引役となり、若年層のO2O(Online to Offline)動線として機能しています。

● 補聴器

眼鏡専門店としてのコンサルティング力を活かした戦略を展開

- 日本の難聴自覚者は11.0%、その難聴自覚者の「補聴器所有率」は15.6%、その補聴器所有者の68%が「補聴器は期待通り、期待以上に役に立っている」と評価しています(一般社団法人 日本補聴器工業会 JapanTrak 2025調査報告)
- 日本は世界で最も高齢化が進んでいる国の一つであり、加齢に伴う難聴者の増加が見込まれていることから補聴器は有望な成長市場と考えられます

当社の取り組み

● 店舗ネットワークによるアクセス向上:

店舗では、補聴器の専用相談コーナーを設けるなど、「聞こえの相談」がしやすい空間づくりを強化し、また、定期的に「補聴器相談会」を開いています

● 補聴器レンタルによる安心の販売モデル:

補聴器の「レンタル」を通じた販売スタイルを採用しており、実生活の中での試用により適合性を十分に確認した上でご購入いただく仕組みを整えるとともに、レンタル期間中の調整・カウンセリングを通じて顧客理解を深めることで、販売転換率および購入後の満足度向上を実現しています

● 有資格者による信頼の構築:

「認定補聴器技能者」の有資格者や、補聴器の専門知識を持つスタッフを配置し、ライフスタイルに合わせた「フィッティング(調整)」に注力しています

● マルチメディアによる認知向上:

ラジオ、新聞折込、DMを活用し、中高年層に直接響くマーケティングを実施、特にメガネの既存顧客に対して「聞こえ」の悩みを掘り起こすクロスセル戦略が特長

聞こえにくさと家族からの勧めから補聴器の購入を検討する方には、購入前の「お試しレンタル」が好評

● コンタクトレンズ

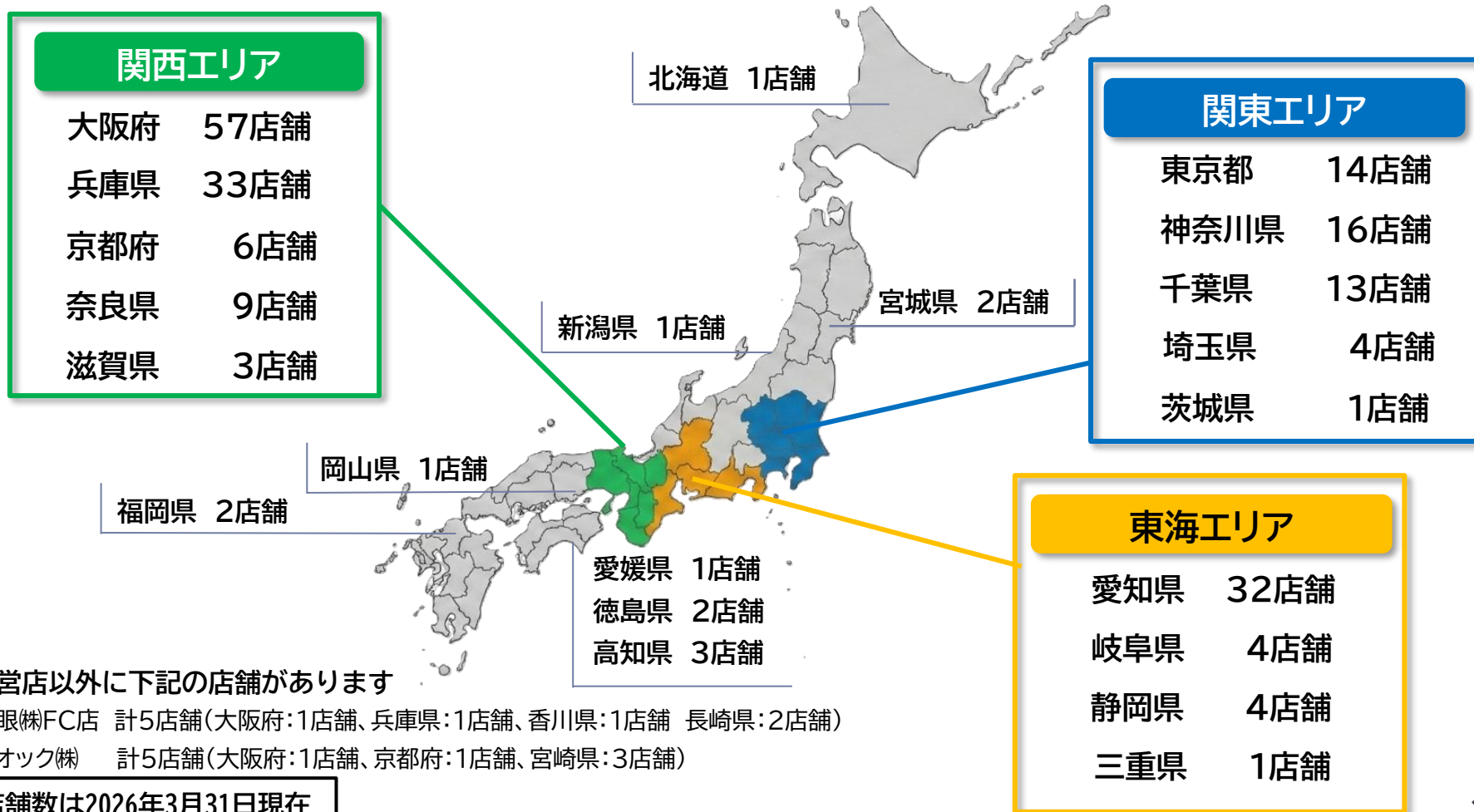
眼鏡専門店としての「安心感」と「信頼性」

- 愛眼は、眼鏡専門店としての「対面サポートの安心感」と、オンラインの「利便性」を融合させています
- 愛眼でコンタクトレンズを購入する一番のメリットは、「目の健康を守る専門店としての信頼性」です
- オンライン・ショップ特有の「買って終わり」ではなく、視力チェックや提携眼科との連携を通じて、長期的に視生活をサポートする姿勢が、多くのリピーターに支持されています
- 眼科併設店では、専門スタッフがご購入後のご相談や調整を承っております

■ 愛眼の店舗ネットワーク

関西を中心に、直営210店舗のネットワークを構築

- 6割を占める大型商業施設内の「テナント出店」を中心に、地域の「ロードサイド店」も出店
- 全店舗の過半数が集中する関西を基盤に、東海・関東への店舗展開を強化



■ 愛眼の店舗ネットワーク

● 新規出店4店舗 商業施設への出店により地域商圈でのポジションを確立します

住道店(大阪府)



アル・プラザ城陽店(京都府)



平和堂高富店(岐阜県)



イオン海老名店(神奈川県)



■ 愛眼の店舗ネットワーク

● 改装10店舗

商業施設の集客力を活かした来店促進と視認性の向上を図ります

イオンモール新潟亀田インター店(新潟県)



モールの動線を意識した売場・外観の見直し
視認性と入店しやすさを向上

イオンモール四條畷店(大阪府)



モールの動線を意識した売場・外観の見直し
視認性と入店しやすさを向上

イオンモール水戸内原店(茨城県)



モールの動線を意識した売場・外観の見直し
視認性と入店しやすさを向上

イオンモール大和郡山店(奈良県)



通行動線に対する視認性強化と入店しやすい
店舗に改装

■ 愛眼の店舗ネットワーク

● 改装10店舗

商業施設のリニューアルに合わせた店舗づくり

そよら西宮今津店(兵庫県)



施設の新たなコンセプトに合わせた
店舗表現と売場構成の刷新

イオンモール川口前川店(埼玉県)



コーポレートカラーの外装展開とロゴ統一により
遠目からでも認識しやすい店舗に改装

ヴィータモールせいせき店(東京都)



施設のリニューアルに伴って区画移転を行い
新たな環境に適した店舗に改装

■ 愛眼の店舗ネットワーク

● 改装10店舗

ブランド特化型モデルによる差別化と投資効率の最大化

イオンモール堺鉄砲町店(大阪府)



イオンモール福岡店(福岡県)



イオン板橋店(東京都)



人材育成の基本方針

- 人材を「重要な経営資源(人的資本)」と位置づけ
- 従業員一人ひとりの能力向上と成長を重視
- 企業価値向上のための基盤として、人材育成を推進

👉 「人材育成」は、重要な経営課題であり、愛眼の経営方針を実現するには、一人ひとりの専門性とお客様に寄り添ったサービス品質を高め続けることが不可欠です



人材育成の方向性

- 商品知識・技術力(眼鏡・補聴器など)の向上
- 接客・カウンセリング能力の強化
- 店舗運営・マネジメント能力の育成

👉 単なる「販売員」ではなく、
「提案型・専門型」の人材を育てます



具体的な取組み

- 研修制度の充実(基礎研修・次世代研修・店長研修など)
- OJTを中心とした実務教育(店舗OJT研修)
- 資格取得支援(専門性の高度化)

👉 「体系研修」+「現場教育」を組み合わせることにより基礎力と実務力を兼ね備えた人材育成を実現します



研修制度

● 基礎研修

- ・ビジネスマナー
- ・眼の構造や視力の仕組み、メガネの基礎知識(フレームの種類やレンズの違い)
- ・接客のロールプレイングを通じて、お客様対応の練習

● 店舗OJT研修

- ・カウンセリングを通じてお客様の「インサイト(潜在動機)」を探り当てる訓練
- ・フレーム選びや視力測定などの接客オペレーションの実践研修
- ・不安や苦手業務の克服でモチベーションアップ

● 次世代研修／店長研修

- ・主体的なキャリア形成
- ・店長候補の養成研修
- ・店舗マネジメント、リーダーシップ、商品MD、販促等を学ぶ

● 資格取得支援

1. 社内検定資格:「愛眼マイスター」
2. 国家検定資格:「眼鏡作製技能士」
3. (公財)テクノエイド協会認定資格:「認定補聴器技能者」

「愛眼マイスター」

- 愛眼マイスターは、1998年の創設以来、愛眼のサービス品質を支える根幹となっています
- 入社1年目・2年目の技能評価導入により習得すべき技能を明確化
- 教材を全面刷新し、図解の追加や専門用語の整理を行い「認知負荷」を軽減し、教育の平準化とスピードアップを図りました

1. 資格創設の背景と狙い

全国どこの店舗であっても高いレベルの「サービス」を提供できるように、サービスそのものを「ブランド化」するために愛眼マイスターが創設されました

2. 主な目的

① お客様への安心感の提供:

特定のスタッフに対する属人的な信頼だけでなく、「愛眼のスタッフなら誰でもプロフェッショナルである」という安心感をお客様に届けることを目的としています

② プロ意識の醸成とキャリア形成:

スタッフが自身の成長を実感できる指標を設けることで、チャレンジ意欲を高めます
店長への昇格には「愛眼マイスター」取得が必須条件であり、キャリアパスと密接に紐付いています

③ 知識・技術のアップデート(更新制度):

愛眼マイスターは「3年～5年」ごとに更新試験があり、常に変化する業界のトレンドや、最新のレンズ技術、接客スキルを学び直し、品質を維持し続ける仕組みになっています

■ 人材育成

「眼鏡作製技能士」

- 眼鏡作製技能士は、厚生労働省の国家検定制度に基づく資格です
- 眼鏡作製の総合エキスパートとして、次のような知識や能力を身につけていることが求められます
 - ・ メガネの使用状況や使用目的のヒアリング
 - ・ 視力測定
 - ・ レンズ・フレームの販売および加工前作業
 - ・ レンズ発注・加工
 - ・ フィッティング
 - ・ 引き渡しとアフターケア
- 愛眼では、早期育成プログラムを強化し、デジタルインフラを活用した知識管理を徹底します
- さらに、2026年度より試験対策研修を2日間から8日間へと大幅に拡充する計画です

「認定補聴器技能者」

- 認定補聴器技能者は、(公財)テクノエイド協会が付与する資格で、補聴器の適正な販売・調整・使用指導に必要な知識と技能を持つことを認定された専門職です
- 認定補聴器技能者は、補聴器装用者に対して次の業務を行います
 - ・ 使用目的や環境、希望価格に応じた相談
 - ・ 補聴器の適合調整
 - ・ 補聴効果の確認
 - ・ 装用者への使用指導やアフターケア
- 愛眼では、補聴器のエキスパートを各営業部に再配置することで、現場に近い場所できめ細かなフォローを可能にし、専門スキルの定着を加速させます

見える事、聞こえる事の大切さを通じて
自己表現の楽しさを感じて欲しい。



メガネの愛眼

免責事項

- 本資料は愛眼株式会社に関する情報提供を目的としており、当社が発行する有価証券に対する投資を勧誘することを目的とするものではありません。
- 本資料を作成するにあたっては、正確性を期すために慎重に行っておりますが、内容の正確性、完全性を保証するものではありません。
- 本資料中の業績予想については、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき、当社が判断したものであり、その情報の正確性、完全性を保証し、また、確約するものではありません。
- そのため、市場における競争の激化、事業環境を取り巻く経済動向の変動などの様々なリスクや不確定要素により、実際の業績は、記述されている将来見通しとは異なる結果となることがあり、また、予告なしに変更されることがあることを、予めご承知おきくださいますようお願い申し上げます。
- 本資料中の情報によって生じた損害については、当社は一切責任を負いません。