

2025年1月期 第2四半期

# 決算説明資料



September 2024

Japan Eyewear Holdings 株式会社（証券コード5889）

# Our Philosophy

私たちは、アイウェアを通して、  
世界中の人々に「夢」「感動」「幸福」を提供し続けます。

私たちは、アイウェアを通して、  
世界中の人々の文化的生活の向上に寄与することを目指します。

私たちは、アイウェアを通してもたらされる繁栄を、  
関係する全ての人々と共有し、ともに成長し、社会に貢献していきます。



# Contents

01 2025年1月期 第2四半期 業績概況

02 JEHグループのビジネスモデルと成長戦略

01

## 2025年1月期 第2四半期 業績概況

## 2025年1月期 第2四半期 主要施策



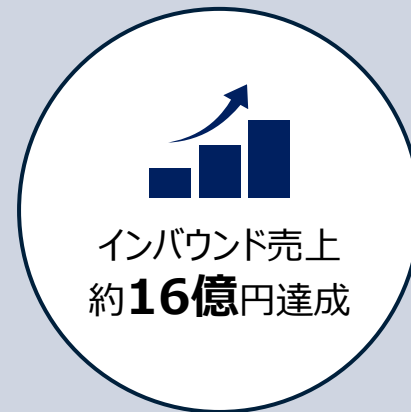
国内出店  
計**6**店

両ブランド計6店舗の  
国内新規出店実施  
(うち2店舗は既存店の  
好立地への移転)



中国2号店  
出店

2024年4月 中国2号店  
金子眼鏡店思南公館店  
を上海にオープン



インバウンド売上  
約**16億**円達成

インバウンド急回復により、  
合計1,596百万円  
のインバウンド顧客向け  
売上達成



継続的な  
価格改定  
の実施

両ブランドにおいて  
価格改定を実施

2024年5月 鯖江の眼鏡製造事業者である株式会社タイホウを子会社化

2024年7月 銀行借入の借換えを実施し、金利負担を低減

2024年8月 中国3号店を上海に出店

# 出店

2024年2月 OPEN

金子眼鏡店  
成田国際空港第1ターミナル店



2024年3月 OPEN

金子眼鏡店 天王寺ミオ店



2024年4月 OPEN

フォーナインズ  
成田国際空港第2ターミナル店



2024年3月 OPEN

金子眼鏡店 ルミネ大宮店



2024年4月 OPEN

金子眼鏡店 中日ビル店



2024年3月 OPEN

金子眼鏡店 CoCoLo新潟店

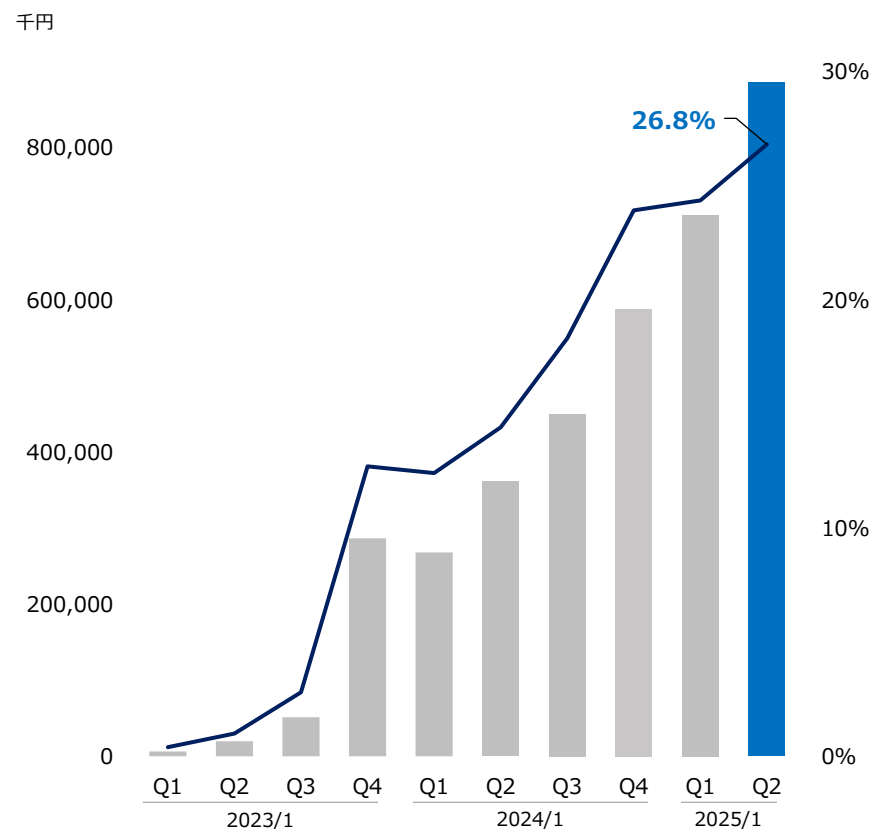


## 訪日外国人数の増加に伴うインバウンド需要の取り込み

インバウンド向け売上は引き続き好調

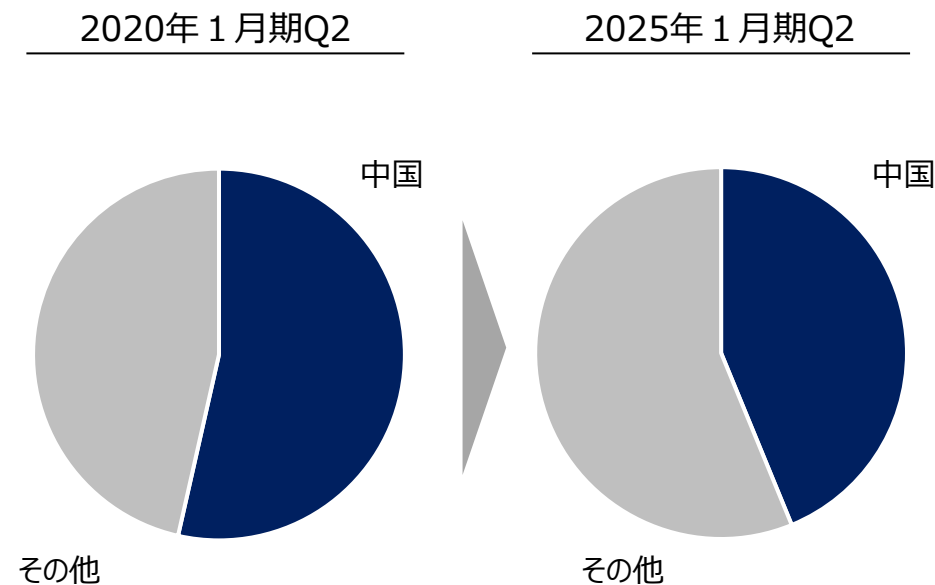
回復途上の中国からの訪日者の需要が戻るとインバウンド売上収益の更なる向上が期待

インバウンド売上収益と店舗売上に占める割合の推移<sup>(1)</sup>



注:  
1. 国内直営店における訪日外国人顧客による売上収益（卸販売先におけるインバウンド売上は含まない）

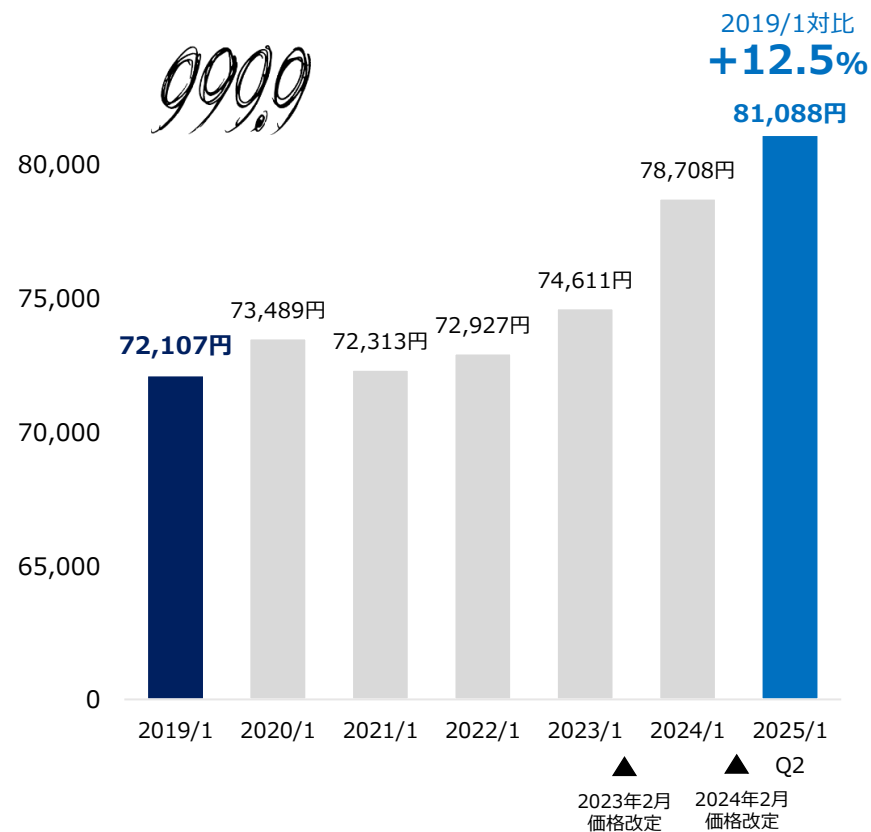
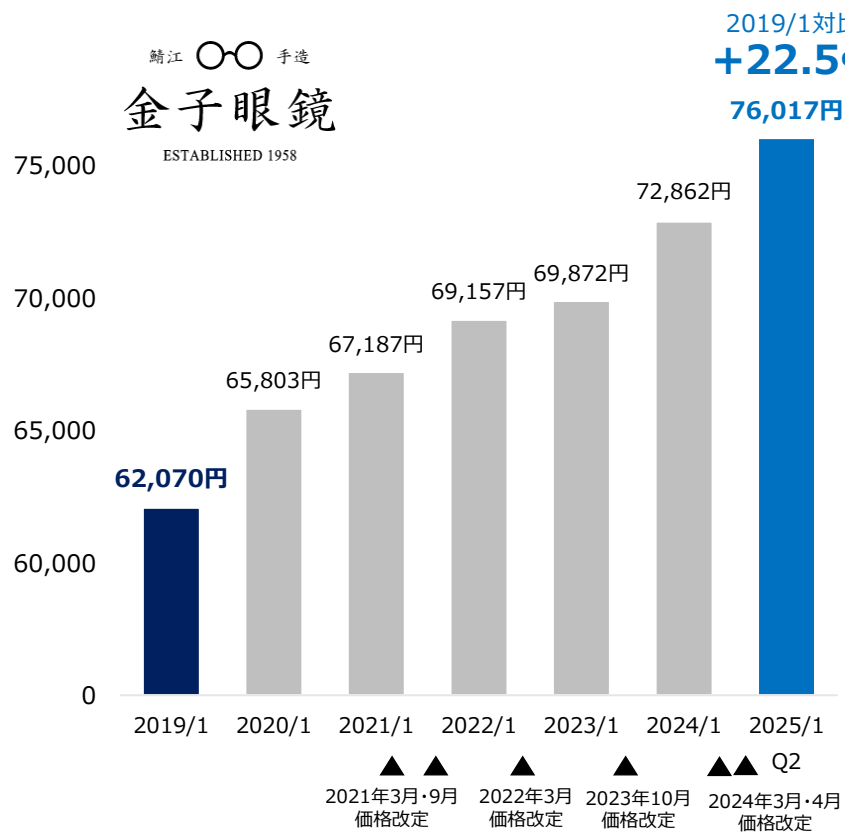
JEHのインバウンド売上収益の内訳



## ブランド力を背景とした継続的な価格改定の実施

国内アイウェア市場においてプレゼンスの高い2つのブランドを有することで多様なカテゴリの商品を提供でき、グループとしてのブランド力は更に向上結果として継続的な一式単価の向上を通じて既存店成長を実現

一式単価の継続的な向上 (1)



注:  
1. 一式単価はフレーム及びレンズの購入単価合計。各期2/1~1/31の集計結果



## 株式会社タイホウの子会社化について

株式会社タイホウは、福井県鯖江市に本社を置き、メタルフレーム、プラスチックフレームの眼鏡枠製造事業を展開しております。同社の持つスキルと経験は、眼鏡業界において更なる飛躍を目指す当社グループにとって、製造力の強化となることが期待されます。今回の子会社化により当社グループが提供するサービスの拡大及び質の向上を図り、更なる企業価値の向上に努めてまいります。

また、今後におきましても、非連続成長のための有力な手段として、M&A機会を探索してまいります。

(1) 名称	株式会社タイホウ
(2) 所在地	福井県鯖江市
(3) 代表者	代表取締役 中村 栄夫
(4) 事業内容	メタルフレーム、プラスチックフレームの眼鏡枠製造
(5) 資本金	10,000千円
(6) 設立年月	1970年6月
(7) 当社との関係	当社子会社である株式会社フォーナインズと営業取引がございます。

## 中国3号店について

2023年4月の中国1号店、2024年4月の中国2号店に引き続いて、2024年8月、上海に中国3号店をオープン



### ■ 金子眼鏡店 洛克·外滩源店

ROCKBUNDは上海の外灘（バンド）地区の一部として知られ、黄浦江沿いに位置し、1920年代から1930年代にかけて建てられたアールデコ様式の建築物が並んでいます。これらの建物は、かつての国際的な金融と商業の中心地としての上海の地位を反映しており、現在ではレストラン、ホテル、高級ショッピングエリアとして再開発されその美しい建築と歴史的な魅力で、多くの観光客や地元の人々に愛されています。

## エグゼクティブサマリー

引き続き、店舗売上を中心に順調に推移し、売上収益は前年同期比+29.6%の83億円となりました。

また、利益率は引き続き高い水準を維持しており、6か月間の営業利益率は33%を超え、営業利益は前年同期比1.5倍となる27億円を達成しました。

### 連結

(IFRSベース)

売上収益

**83 億円**

VS.2024/1期Q2 129.6%

売上総利益率

**78.7 %**

VS.2024/1期Q2 +1.3 pt

販管費

**37 億円**

(売上比45.7%)

VS.2024/1期Q2 119.8%

営業利益

**27 億円**

(売上比33.2%)

VS.2024/1期Q2 153.5%

中間利益

**16 億円**

(売上比20.2%)

VS.2024/1期Q2 162.5%

調整後EBITDA

**35 億円**

(売上比43.3%)

VS.2024/1期Q2 141.2%

### 単体

金子眼鏡(株) 既存店売上高 前年比

(株)フォーナインズ 既存店売上高 前年比

6か月間累計 **120.9 %**

6か月間累計 **119.7 %**

Q2(3か月) **118.4 %**

Q2(3か月) **114.4 %**

## 連結 PL (前年同期比)

(IFRSベース)

(単位：百万円)

	2024/1期Q2	2025/1期Q2	増減	前年同期比
売上収益	6,403	8,300	1,896	129.6%
売上原価	1,446	1,766	319	122.1%
売上総利益	4,956	6,534	1,577	131.8%
販売費及び一般管理費	3,164	3,792	627	119.8%
その他の収益/その他の費用 (▲)	2	13	10	461.2%
営業利益	1,794	2,754	959	153.5%
EBITDA	2,510	3,564	1,053	142.0%
調整後EBITDA	2,546	3,596	1,049	141.2%
金融収益/金融費用 (▲)	▲ 212	▲ 271	▲ 59	127.8%
税引前中間利益	1,582	2,482	900	156.9%
法人所得税費用	550	805	255	146.5%
中間利益	1,031	1,677	645	162.5%
調整後中間利益	1,055	1,698	643	161.0%
売上総利益率	77.4%	78.7%		
営業利益率	28.0%	33.2%		
EBITDA率	39.2%	42.9%		

注:

- EBITDA=営業利益+減価償却費+識別可能資産償却
- 調整後EBITDA=EBITDA(営業利益+減価償却費+識別可能資産償却費)+上場準備費用(注3)+買取関連費用(注4)
- 上場準備や国際会計基準(IFRS)導入に係るアドバイザー費用や外部コンサルタント費用等の上場に関連する一時的な費用であります。
- 2025年1月期に株式会社タイホウを買収した際の費用であります。

## 業績進捗

通期業績予想に対する6か月間実績の達成率は売上収益で55.5%、営業利益で64.1%となり順調に進捗しております。今後の景気動向や訪日者数推移を慎重に見極めるために、現時点では通期業績予想を据え置きます。

(IFRSベース)

(単位：百万円)

	2025/1期通期 (年間予想)	2025/1期Q2 (実績)	達成率
売上収益	14,960	8,300	55.5%
営業利益	4,300	2,754	64.1%
EBITDA	5,900	3,564	60.4%
調整後EBITDA	5,900	3,596	61.0%
当期利益	2,680	1,677	62.6%
調整後当期利益	2,680	1,698	63.4%

## 注:

1. EBITDA=営業利益+減価償却費+識別可能資産償却
2. 調整後EBITDA=EBITDA(営業利益+減価償却費+識別可能資産償却費)+上場準備費用(注3)+買収関連費用(注4)
3. 上場準備や国際会計基準(IFRS)導入に係るアドバイザー費用や外部コンサルタント費用等の上場に関連する一時的な費用であります。
4. 2025年1月期に株式会社タイホウを買収した際の費用であります。

## 連結 PL（3か月間・前年同期比）

(単位：百万円)

(IFRSベース)

	2024/1期Q2 (5月～7月)	2025/1期Q2 (5月～7月)	増減	前年同期比
売上収益	3,485	4,439	954	127.4%
売上原価	802	922	120	115.0%
売上総利益	2,682	3,516	833	131.1%
販売費及び一般管理費	1,644	1,965	320	119.5%
その他の収益/その他の費用 (▲)	▲ 2	8	11	—
営業利益	1,035	1,559	523	150.6%
EBITDA	1,397	1,972	575	141.2%
調整後EBITDA	1,399	1,979	579	141.4%
金融収益/金融費用 (▲)	▲ 107	▲ 178	▲ 70	165.7%
税引前四半期利益	927	1,380	453	148.9%
法人所得税費用	190	440	250	231.4%
四半期利益	737	940	203	127.5%
調整後四半期利益	738	944	206	127.9%
売上総利益率	77.0%	79.2%		
営業利益率	29.7%	35.1%		
EBITDA率	40.1%	44.4%		

注:

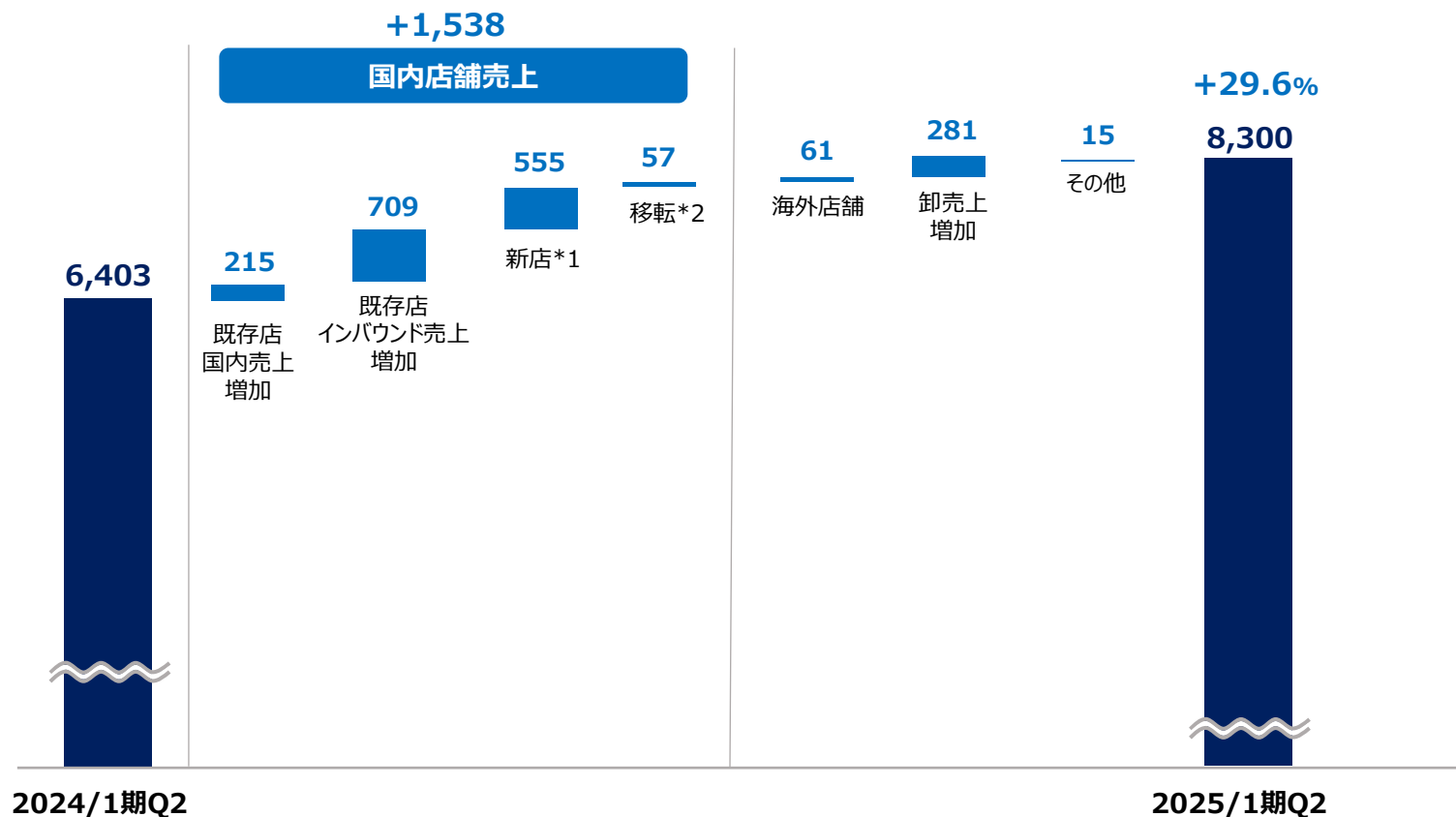
1. EBITDA=営業利益+減価償却費+識別可能資産償却
2. 調整後EBITDA=EBITDA(営業利益+減価償却費+識別可能資産償却費)+上場準備費用(注3)+買取関連費用(注4)
3. 上場準備や国際会計基準(IFRS)導入に係るアドバイザー費用や外部コンサルタント費用等の上場に関連する一時的な費用であります。
4. 2025年1月期に株式会社タイホウを買収した際の費用であります。

# 売上収益増減

(IFRSベース)

## 第2四半期

単位：百万円



注:

1. 2024年1月期新店9店舗、2025年1月期第2四半期新店4店舗の影響額
2. 2024年1月期移転1店舗、2025年1月期第2四半期移転2店舗の影響額

## 販売経路別売上収益

(IFRSベース)



(単位：百万円)

	2024/1期Q2	2025/1期Q2	増減	前年同期比
店舗売上高	3,645	4,852	1,206	133.1%
国内卸売上高	149	173	23	115.8%
海外卸売上高	253	328	74	129.4%
その他売上高	13	11	▲ 1	89.9%
小計	4,062	5,365	1,303	132.1%

	2024/1期Q2	2025/1期Q2	増減	前年同期比
店舗売上高	1,150	1,543	393	134.2%
国内卸売上高	768	843	75	109.9%
海外卸売上高	421	529	107	125.6%
その他売上高	1	17	16	1,387.3%
小計	2,341	2,934	593	125.3%
売上合計	6,403	8,300	1,896	129.6%



## 販売経路別売上収益（3か月間）

(IFRSベース)

(単位：百万円)



	2024/1期Q2 (5月～7月)	2025/1期Q2 (5月～7月)	増減	前年同期比
店舗売上高	1,950	2,576	625	132.1%
国内卸売上高	56	58	1	103.3%
海外卸売上高	136	198	62	145.8%
その他売上高	6	6	▲ 0	90.9%
小計	2,150	2,839	689	132.0%



	2024/1期Q2 (5月～7月)	2025/1期Q2 (5月～7月)	増減	前年同期比
店舗売上高	634	825	190	130.0%
国内卸売上高	474	557	82	117.3%
海外卸売上高	224	200	▲ 23	89.4%
その他売上高	0	16	15	2,510.7%
小計	1,334	1,599	264	119.8%
売上合計	3,485	4,439	954	127.4%

## 連結 販管費

(IFRSベース)

(単位：百万円)

	2024/1期Q2	2025/1期Q2	増減/pt差	前年同期比
販売費および一般管理費合計	3,164	3,792	627	119.8%
売上比	49.4%	45.7%	▲ 3.7Pt	-
人件費	1,322	1,454	132	110.0%
売上比	20.7%	17.5%	▲ 3.1Pt	-
減価償却費*	692	784	91	113.3%
売上比	10.8%	9.4%	▲ 1.4Pt	-
賃借料	343	465	122	135.6%
売上比	5.4%	5.6%	0.2Pt	-
支払手数料	176	255	79	144.9%
売上比	2.8%	3.1%	0.3Pt	-
販売促進費	179	220	41	122.8%
売上比	2.8%	2.7%	▲ 0.1Pt	-
販売代行手数料	75	139	64	184.7%
売上比	1.2%	1.7%	0.5Pt	-
広告宣伝費	24	27	3	112.5%
売上比	0.4%	0.3%	▲ 0.1Pt	-
その他	350	444	94	126.8%
売上比	5.5%	5.4%	▲ 0.1Pt	-

\*減価償却費には店舗賃貸にかかる使用権資産の償却が含まれています。(2024/1期Q2 582百万円、2025/1期Q2 665百万円)

## 連結 販管費（3か月間）

(IFRSベース)

(単位：百万円)

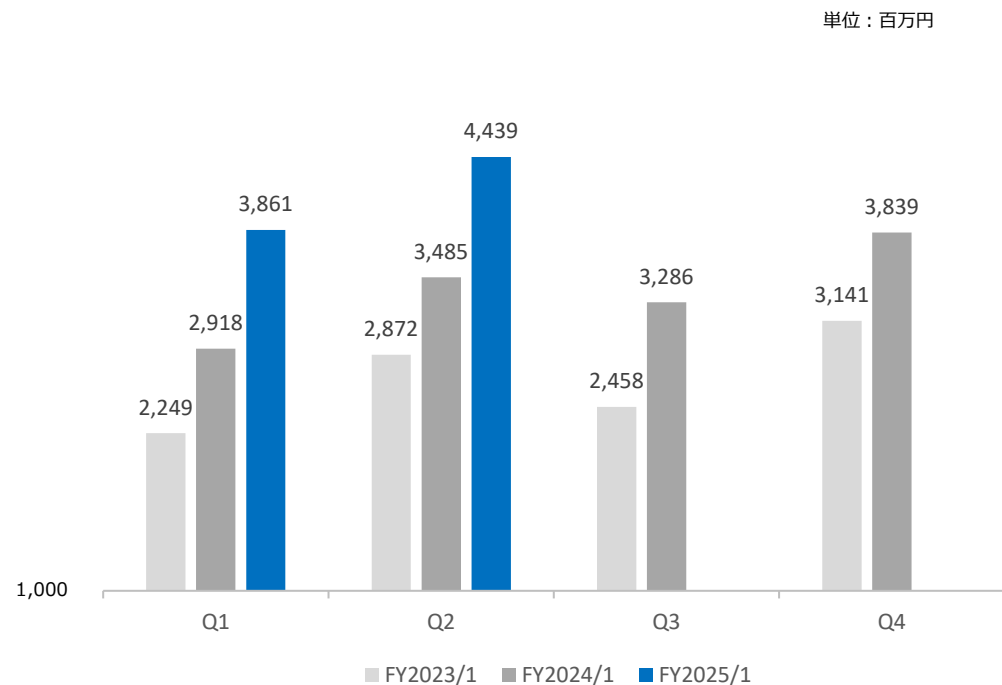
	2024/1期Q2 (5月～7月)	2025/1期Q2 (5月～7月)	増減/pt差	前年同期比
販売費および一般管理費合計	1,644	1,965	320	119.5%
売上比	47.2%	44.3%	▲ 2.9Pt	-
人件費	688	752	63	109.3%
売上比	19.8%	16.9%	▲ 2.8Pt	-
減価償却費*	350	400	50	114.4%
売上比	10.0%	9.0%	▲ 1.0Pt	-
賃借料	188	250	62	133.0%
売上比	5.4%	5.6%	0.2Pt	-
支払手数料	92	115	22	124.5%
売上比	2.7%	2.6%	▲ 0.1Pt	-
販売促進費	90	120	29	132.8%
売上比	2.6%	2.7%	0.1Pt	-
販売代行手数料	44	73	29	164.7%
売上比	1.3%	1.7%	0.4Pt	-
広告宣伝費	20	23	3	118.0%
売上比	0.6%	0.5%	▲ 0.0Pt	-
その他	169	228	59	135.0%
売上比	4.9%	5.1%	0.3Pt	-

\*減価償却費には店舗賃貸にかかる使用権資産の償却が含まれています。(2024/1期Q2 294百万円、2025/1期Q2 338百万円)

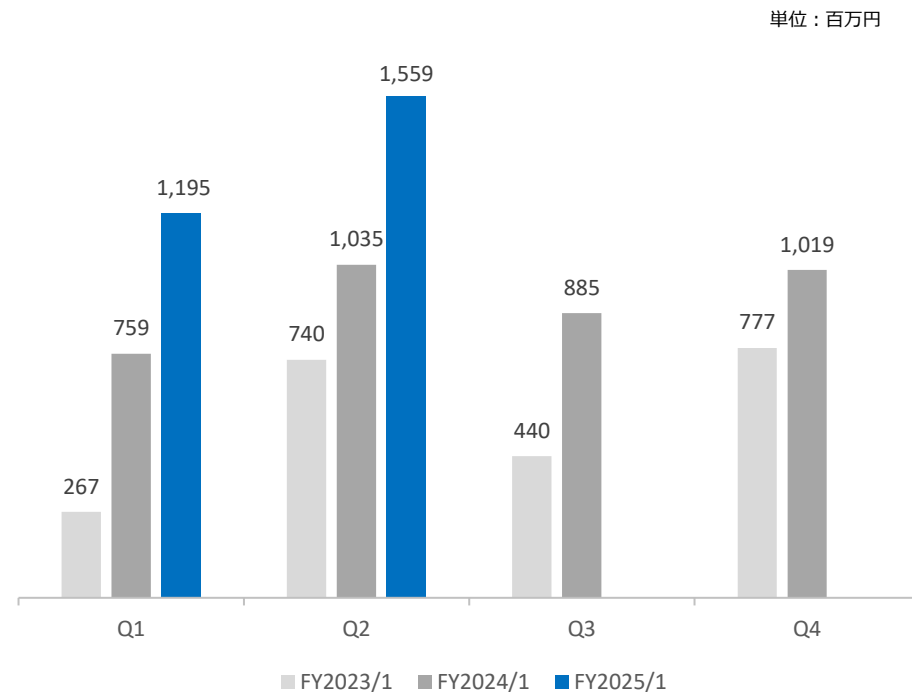
# 四半期別推移

(IFRSベース)

## 売上収益



## 営業利益



## 連結 BS

(IFRSベース)

(単位：百万円)

	2024/1月末	2024/7月末Q2	増減	対前期末
総資産	34,766	36,136	1,369	103.9%
構成比	100.0%	100.0%	-	-
流動資産	7,240	7,102	▲ 137	98.1%
構成比	20.8%	19.7%	-	-
非流動資産	27,526	29,033	1,507	105.5%
構成比	79.2%	80.3%	-	-
流動負債	4,293	4,616	323	107.5%
構成比	12.3%	12.8%	-	-
非流動負債	17,202	16,973	▲ 228	98.7%
構成比	49.5%	47.0%	-	-
資本合計	13,270	14,545	1,274	109.6%
構成比	38.2%	40.3%	-	-
銀行借入金残高	13,850	13,375	▲ 475	96.6%
棚卸資産	1,497	1,674	176	111.8%

# 連結 CF

(IFRSベース)

(単位：百万円)

	2024/1期Q2	2025/1期Q2	当期実績の主な内訳	
営業キャッシュ・フロー（小計）	2,250	3,441		
営業キャッシュ・フロー	1,333	2,612	税引前中間利益	+2,482
			減価償却費	+810
			棚卸資産の増減額（▲は増加）	▲106
			法人所得税の支払額	▲685
投資キャッシュ・フロー	▲206	▲1,262	有形固定資産の取得による支出	▲1,073
			子会社株式の取得による支出	▲146
財務キャッシュ・フロー	▲1,064	▲1,779	株主への配当金支払	▲454
			長期借入金の返済による支出	▲561
			リース負債の返済による支出	▲662
			借入関連手数料の支払	▲100
現金及び現金同等物中間期末残高	2,312	4,032		

## 出退店

6か月間実績      出店\* **7**      退店/移転 **3**      2025/1期Q2末店舗数 **102**

通期予想      出店\* **9**      退店/移転 **3**      2025/1期末店舗数 **104**

	前期末 店舗数	6か月間実績			通期予想		期末店舗数 (予想)
		出店	退店/移転	2025/1Q2末 店舗数	出店	退店/移転	
金子眼鏡（株）	80	5	3	82	7	3	84
KANEKO FRANCE SARL	2	-	-	2	-	-	2
金子眼鏡（上海）有限公司	1	1	-	2	1	-	2
（株）フォーナインズ	14	1	-	15	1	-	15
FOUR NINES SINGAPORE PTE.LTD.	1	-	-	1	-	-	1
計	98	7	3	102	9	3	104

注:

\* 近隣好立地への移転での出店を含む

## 出退店詳細

会社	月	出退店	店名	商業施設・住所
金子眼鏡（株）	2月	新規出店	金子眼鏡店 成田国際空港第1ターミナル店	成田国際空港第1ターミナル 千葉県成田市
	2月	退店(移転)	KANEKO OPTICAL 枚方T-SITE店	枚方T-SITE 大阪府枚方市
	2月	退店(移転)	金子眼鏡店 近鉄あべのハルカス店	あべのハルカス近鉄本店 大阪府大阪市
	3月	退店(移転)	金子眼鏡店 名古屋店	デザインセンタービル クレアーレ 愛知県名古屋市
	3月	新規出店	金子眼鏡店 ルミネ大宮店	ルミネ大宮 埼玉県さいたま市
	3月	出店(移転)	金子眼鏡店 天王寺ミオ店	天王寺ミオ 大阪府大阪市
	3月	新規出店	金子眼鏡店 CoCoLo新潟店	CoCoLo新潟 新潟県新潟市
	4月	出店(移転)	金子眼鏡店 中日ビル店	中日ビル 愛知県名古屋市
(株) フォーナインズ	4月	新規出店	フォーナインズ 成田国際空港第2ターミナル店	成田国際空港第2ターミナル 千葉県成田市
金子眼鏡 (上海)有限公司	4月	新規出店	金子眼鏡店 思南公館店	思南公館 中国上海市
金子眼鏡 (上海)有限公司	8月	新規出店	金子眼鏡店 洛克・外滩源店	ROCKBUND 中国上海市
金子眼鏡（株）	9月	出店(移転)	金子眼鏡店 枚方モール店	枚方モール 大阪府枚方市
	9月	新規出店	金子眼鏡店 エミテラス所沢店	エミテラス所沢 埼玉県所沢市



## キャピタル・アロケーション

潤沢に産み出されるキャッシュを原資として、株主還元と借入金返済、成長投資を適切なバランスで実施してまいります。

### 潤沢に創出される営業キャッシュ・フロー

- ◆ 積極的な株主還元
- ◆ 借入金返済
- ◆ 国内・海外における店舗投資の実施
- ◆ 製造力強化への投資

### 配当政策

将来の事業展開と経営体質の強化のために必要な内部留保を確保しつつ、安定した配当を継続して実施していくことを基本方針としており、年間配当性向**40%**を目安として配当を実施する方針です。

2025年1月期年間配当は1株当たり**44円**を計画しております。

中間配当については、当初計画通り**22円**とさせていただきます。

02

## JEHグループのビジネスモデルと成長戦略

# 日本発のアイウェアカンパニー

世界を代表する眼鏡生産地「福井・鯖江」の熟練したクラフトマンシップにより、自社で企画・デザインする高品質のアイウェアを製造・販売<sup>(1)</sup>

## Japan Eyewear Holdings



眼鏡生産地「福井・鯖江」を代表する  
国内アイウェア業界のトレンドリーダー

創業	1958年
売上収益	86億円（2024年1月期）～約90%が店舗売上
店舗形態	直営店：国内82店舗、フランス2店舗、中国2店舗 （2024年7月末時点）
一式単価 <sup>(2)</sup>	約76,000円



金子眼鏡



SPIVVY



職人シリーズ



ISSEY MIYAKE  
EYES



フォーナインズ

機能を磨き上げることで、最高純度の品質  
美しいフォルムを表現する高級眼鏡ブランド

創業	1995年
売上収益	49億円（2024年1月期）～店舗売上と卸売が約50%ずつ
店舗形態	直営店：国内15店舗、シンガポール1店舗 （2024年7月末時点）
一式単価 <sup>(2)</sup>	約81,000円



999.9



999.9  
feelsun



FN/  
FOURNINES



PLAIDe

注:

1. 取扱店での販売もあり

2. 一式単価はフレーム及びレンズの購入単価合計。2025年1月期2Q実績

# 日本が世界に誇る鯖江ブランド

鯖江は眼鏡の世界三大産地として確固たる地位を確立

雇用の創出、持続可能で環境負荷の少ない耐久性のある高級品の製造を通じて地域の活性化を志向

世界有数の眼鏡産地「鯖江」で高品質な眼鏡を生産

鯖江は100年超の歴史を有する世界三大産地の一角

## 世界三大産地

主要産地	生産開始時期	生産形態	得意領域
日本 鯖江	1905年～	分業生産	技術力・加工力
イタリア Belluno	1870年代～	企業内一貫生産	デザイン・ブランド
中国 深圳・東莞等	1980年代～	大量生産	コストパフォーマンス

## 生産シェア



## 「鯖江のめがね」は第1回 COOL JAPAN AWARD受賞



COOL JAPAN AWARD  
2015

COOL JAPAN AWARDは、クールジャパン協議会が主催し、経産省らが後援する賞

「鯖江のめがね」はトヨタ自動車のMIRAIなどと同時に受賞

出所: 鯖江市PRサイト、Nikkei Value Search

## 鯖江の地域支援（ESGの取り組み）

継承した鯖江の伝統にイノベーションを与えて  
次の世代へ伝承



9 産業と技術革新の基盤をつくろう

11 住み続けられるまちづくりを

鯖江の「ものづくり文化の継承・発展」を目指し、鯖江で製造

伝統的な素材と職人の技を受け継ぎつつ、常に最先端技術を取り込み

## 鯖江における製造拠点の設立

- 2009年

自社工場「BACKSTAGE」竣工  
プラスチックフレームを一貫生産
- 2016年

自社工場「GLASSWORKS」竣工  
メタルフレーム製造に特化
- 2019年

自社工場「BASEMENT」竣工  
フレーム切削や研磨の一部を最先端ロボットが担う。イノベーションを強化



# 新たなデザイン・トレンドを実現させる一貫通貫のビジネスモデル

デザイン、製造・加工、販売までを自社で請け負うことがブランド価値の源泉

JEHの統合シナジーとして、フォーナインズ販売商品の金子眼鏡工場における製造や直営店出店の拡大を進める



注:  
1. 金型・プレス・メタルフレームの一部の特殊な工程を除く

## 高いクオリティを実現する自社生産拠点

眼鏡の世界三大産地である「鯖江」で、金子眼鏡の自社工場を3拠点（合計で年間約10万本を製造）展開し、自らが理想とするラグジュアリー・アイウェアを追求

### BASEMENT

メタルフレーム・プラスチックフレーム対応



### BACKSTAGE

プラスチックフレーム専用



### GLASSWORKS

メタルフレーム専用



### 新工場建設予定

To Come...  
2024年竣工予定



- 国内外における増産への対応
- フォーナインズ販売商品の製造推進

## 厳選されたロケーション及び店舗デザイン

優良立地へ洗練された店舗デザインを通じて出店することで、高い集客力と高級感のあるブランドイメージを醸成

ブランドイメージを醸成する優良立地への出店・店舗デザイン



金子眼鏡店 麻布台ヒルズ店

2023年 OPEN



9999

フォーナインズ 京都 祇園店

2023年 OPEN



## 成長戦略ハイライト

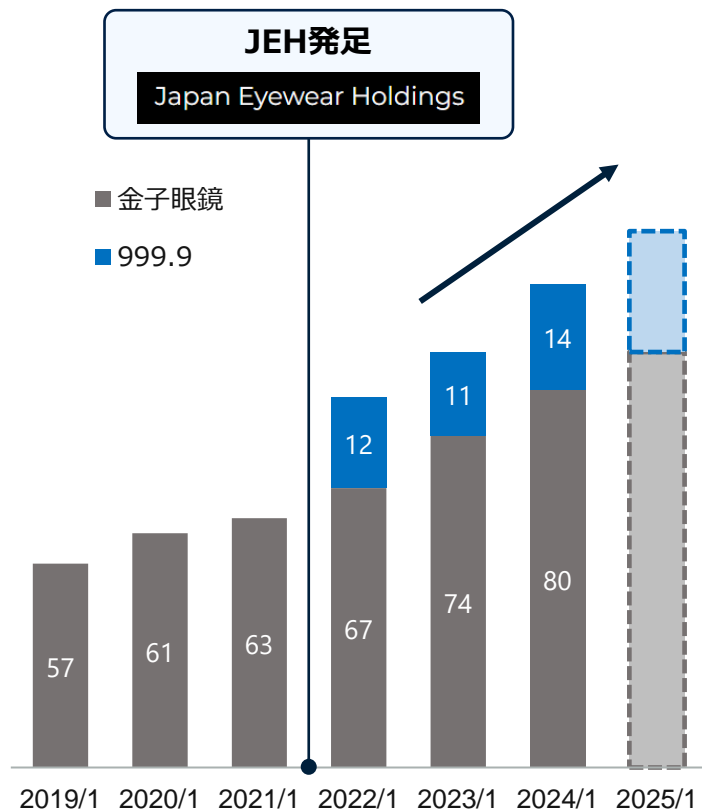
- 1 両ブランドの厳選された国内新規出店による着実な成長
- 2 海外における店舗展開やパートナーシップの加速による更なる成長ポテンシャル
- 3 金子眼鏡／フォーナインズの統合によるグループシナジー
- 4 ブランド力を背景とした継続的な既存店成長と訪日外国人数の回復に伴うインバウンド需要の取り込み



# 1 両ブランドの厳選された国内新規出店による着実な成長

ブランド力を希薄化させないよう出店立地を厳選しながら、両ブランドともに安定的な出店の継続を目指す

国内店舗数（直営店）推移（1）



2024/1期以降に目指す出店目標



- 金子眼鏡のノウハウを活用し、直営店舗の出店を強化
- まずは感度の高い都心に店舗を出店



- 引き続きブランドを発信できる都心の一等地の路面店・百貨店及び商業施設を中心に出店
- 国内においてはブランド力が浸透している中で、地方への展開も強化

両ブランド合計で年間5～10店舗程度の着実な新規出店を継続する<sup>(2)</sup>  
 （より好立地への移転を含むため、純増は数店舗程度の見込み）




注：  
 1. 各決算期末時点の店舗数。フォーナインズの店舗数はJEH発足以降  
 2. 既存店舗の近隣好立地への移転を含む

## 2 海外における店舗展開やパートナーシップの加速による更なる成長ポテンシャル

ブランドを醸成しながら、成長著しいアジア各国への展開を計画

海外戦略の方針



高級志向の海外顧客に対して日本・鯖江発のアイウェアブランドを訴求

	現状・短期	中長期
出店エリア	中国中心	 グレーター・チャイナ及びその他アジアでの出店を検討
出店戦略	ブランドイメージが醸成される場所に出店し、ブランド認知度を向上	 ブランドが浸透したタイミングで主要都市の一等地への出店を加速
出店形態	直営店を出店 (数店舗程度)	 直営店に加えて現地パートナー企業との提携も検討 (数十店舗程度)

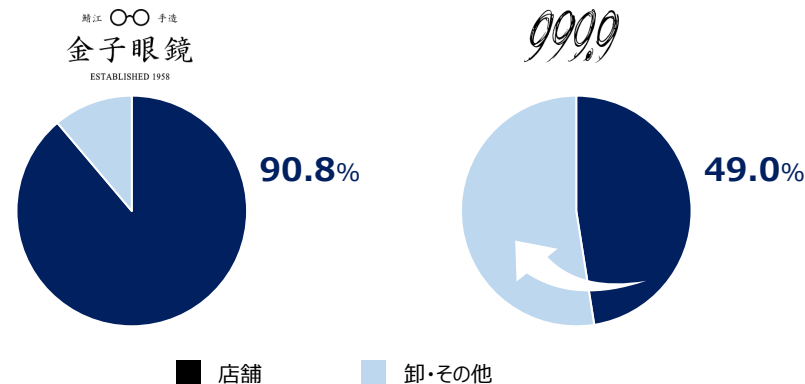
### 3 金子眼鏡／フォーナインズの統合によるグループシナジー

フォーナインズは金子眼鏡のノウハウ活用・シナジー発現を進め、アップサイドを追求  
卸売比率が高いフォーナインズは、収益性がより高い店舗売上の拡大を進め収益性改善を図る

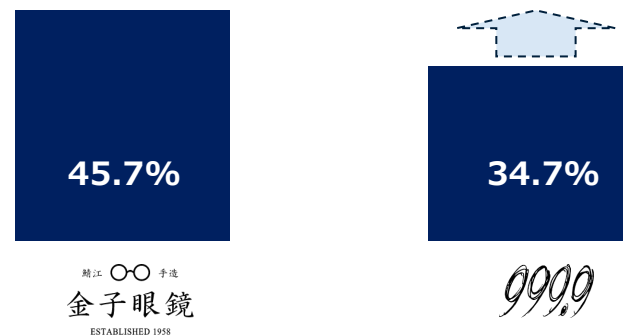
#### 両ブランドを保有することによるシナジー

売上収益成長 	国内出店の加速	<ul style="list-style-type: none"> <li>金子眼鏡の出店ノウハウをもとに、国内直営店の新規出店を加速</li> </ul>
	一式単価の改定	<ul style="list-style-type: none"> <li>ブランドを訴求しながら、従来積極的に取り組んでこなかった価格改定を継続的に実施</li> </ul>
	商品供給力の安定性	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社工場における製造を推進/併用することで商品供給力が安定して向上</li> </ul>
収益性改善 	原価低減	<ul style="list-style-type: none"> <li>フォーナインズ商品をJEHグループで製造することで、スケールメリットを享受</li> </ul>
	販管費低減	<ul style="list-style-type: none"> <li>管理部門・経営インフラ統合のコスト減</li> </ul>

#### 金子眼鏡・フォーナインズの売上構成 (1)



#### 金子眼鏡・フォーナインズのEBITDAマージン (1)の比較

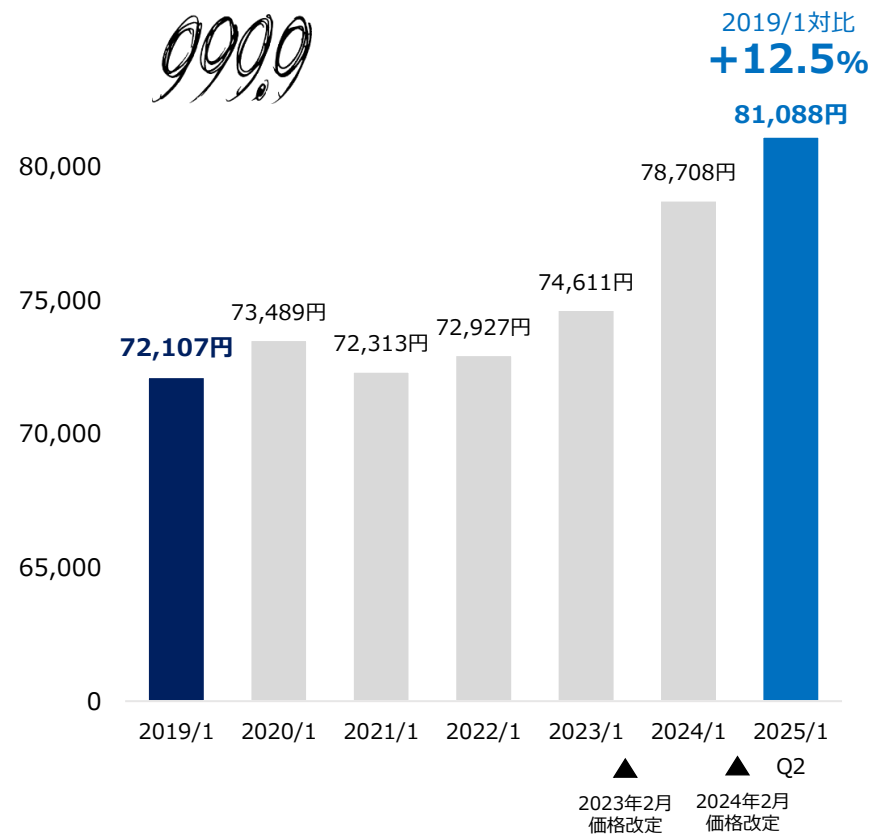
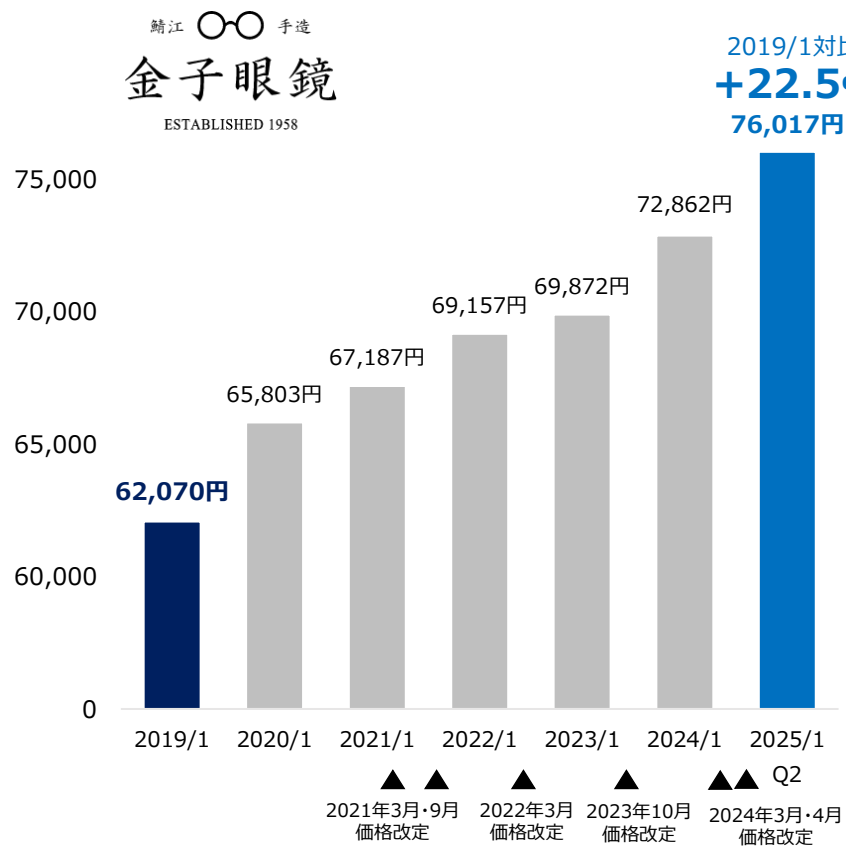


注:  
1. 直近本決算 (2024/1期実績) ベース

## 4 ブランド力を背景とした継続的な既存店成長

国内アイウェア市場においてプレゼンスの高い2つのブランドを有することで多様なカテゴリの商品を提供でき、グループとしてのブランド力は更に向上結果として一式単価の継続的な向上を通じて既存店成長を実現する

一式単価の継続的な向上 (1)



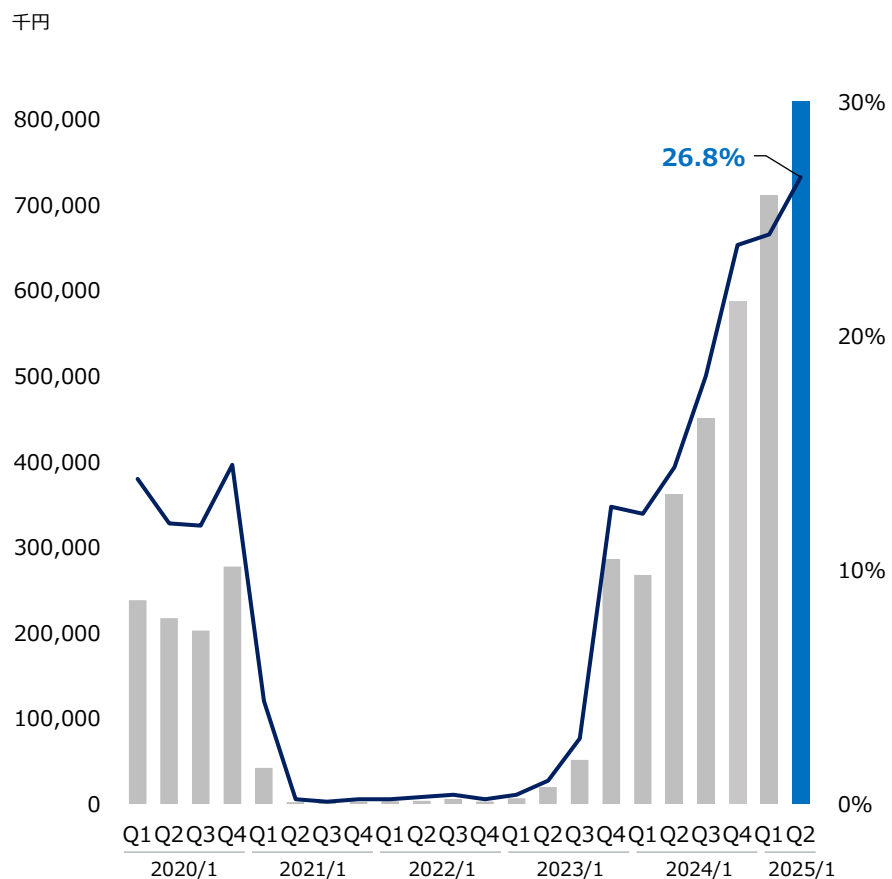
注:  
1. 一式単価はフレーム及びレンズの購入単価合計。各期2/1~1/31の集計結果

## 4 訪日外国人数の回復に伴うインバウンド需要の取り込み

インバウンド需要がコロナ前を超える水準まで回復

回復途上の中国からの訪日者の需要が戻るとインバウンド売上収益の更なる向上が期待

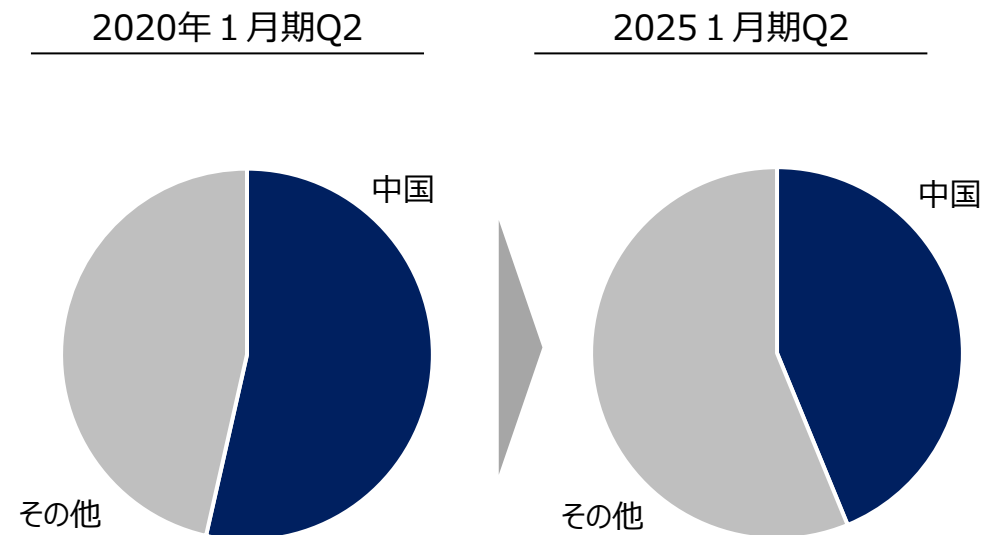
インバウンド売上収益と店舗売上に占める割合の推移(1)



注:

1. 国内直営店における訪日外国人顧客による売上収益（卸販売先におけるインバウンド売上は含まない）

JEHのインバウンド売上収益の内訳



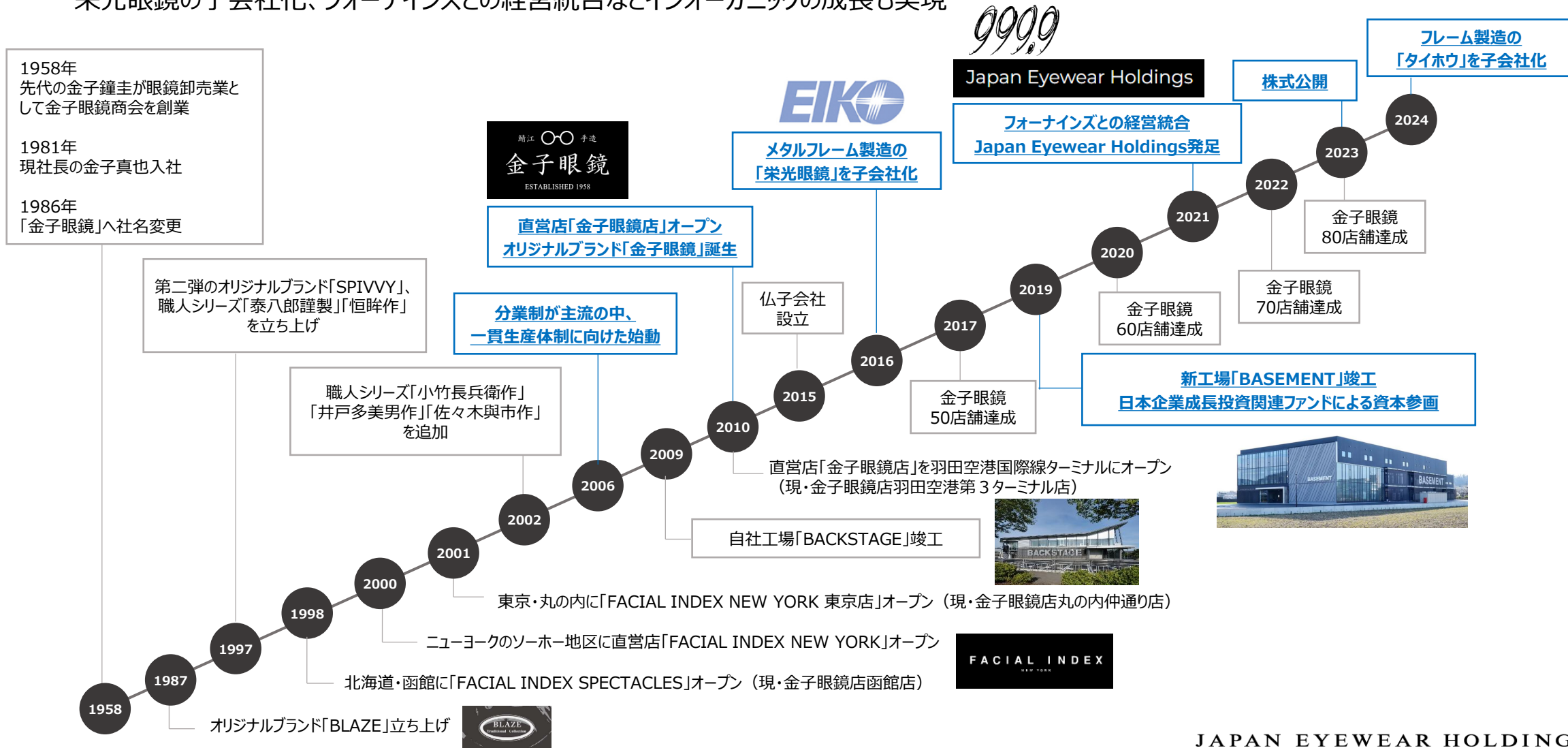
# Appendix

## 会社概要

会社名	Japan Eyewear Holdings株式会社	
所在地	(本社) 福井県鯖江市吉江町712-2 (東京本社) 東京都世田谷区成城2-11-12	
創業	1958年 (金子眼鏡創業)	
設立	2019年 (旧Lunettes HD株式会社設立)	
代表者	金子 真也 (代表取締役社長)	
株主構成	2024年7月末時点	
	金子インベスト株式会社	37.96%
	日本企業成長投資 1号投資事業有限責任組合	14.43%
	Camellia Fund I Cayman,LP	7.80%
	Cerasus Fund I Cayman,LP	6.05%
	Wisteria Fund I Cayman,LP	4.00%

# 金子眼鏡の成長のロードマップ

卸売業として創業した後、業界内でも稀有な一貫生産体制を確立し、直営店出店により製販一体モデルへと進化着実な出店に加えて、栄光眼鏡の子会社化、フォーナインズとの経営統合などインオーガニックの成長も実現



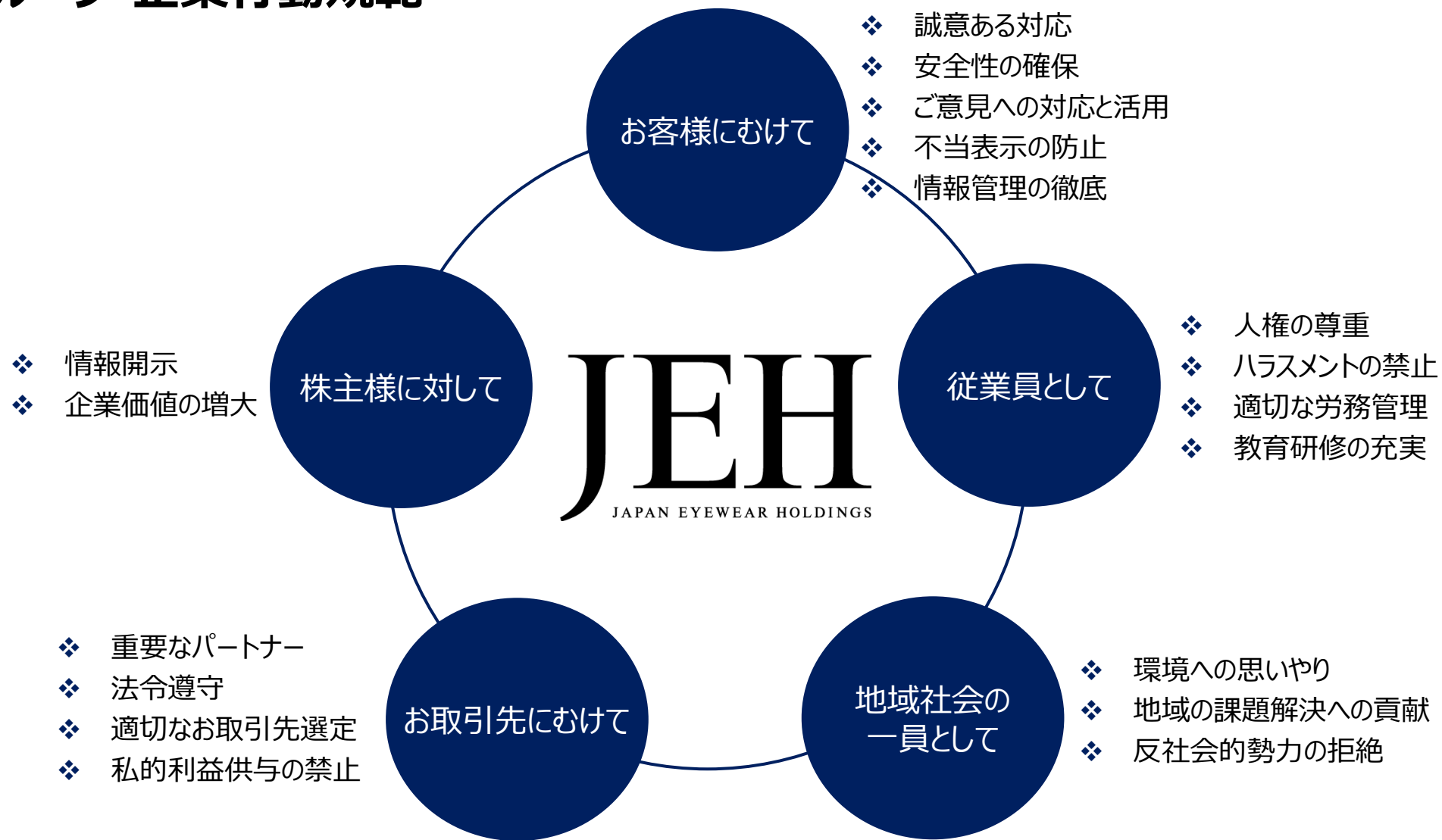


# フォーナインズの成長のロードマップ

高い品質と美しいフォルムの商品を企画し、都市部を中心に直接ブランドを発信する拠点として直営店を展開するとともに、全国に約600店舗を超える取扱い店により幅広い販売網を形成、金子眼鏡との経営統合で更なる拡大を目指す



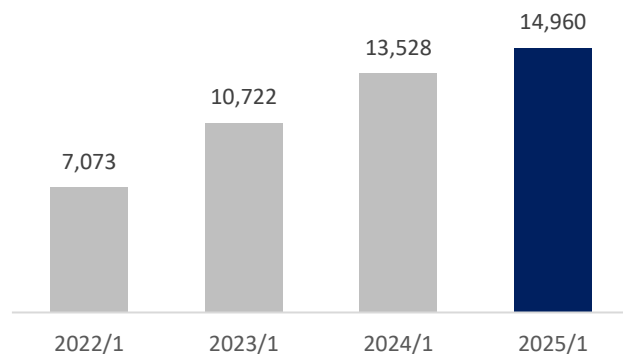
# グループ 企業行動規範



# Key Financials

## 売上収益

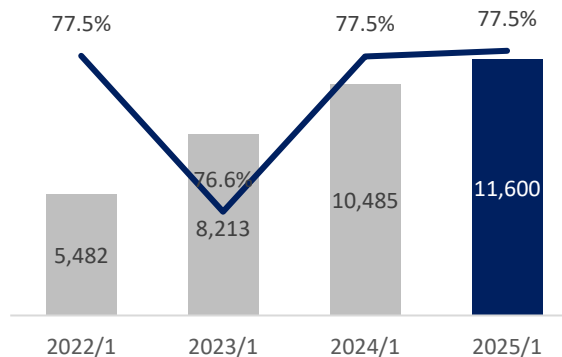
百万円



## 粗利益

百万円

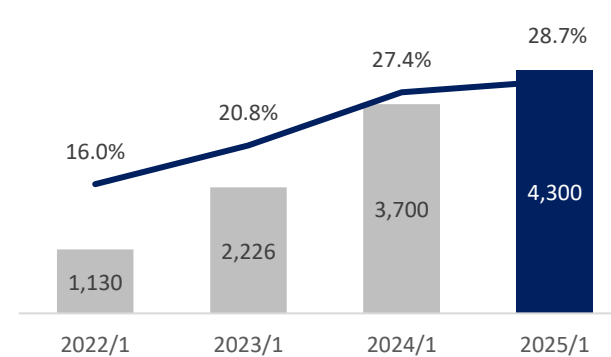
対売上収益マージン (%)



## 営業利益

百万円

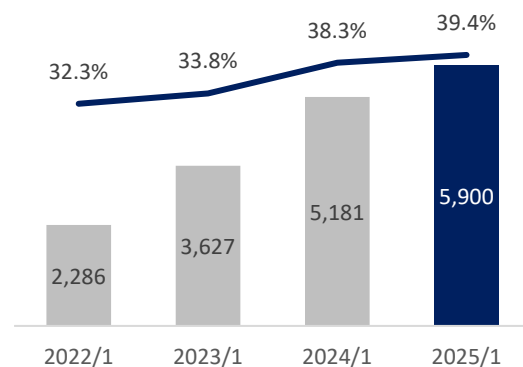
対売上収益マージン (%)



## EBITDA (2)

百万円

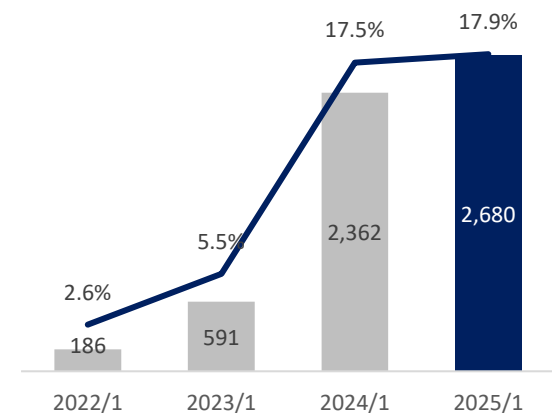
対売上収益マージン (%)



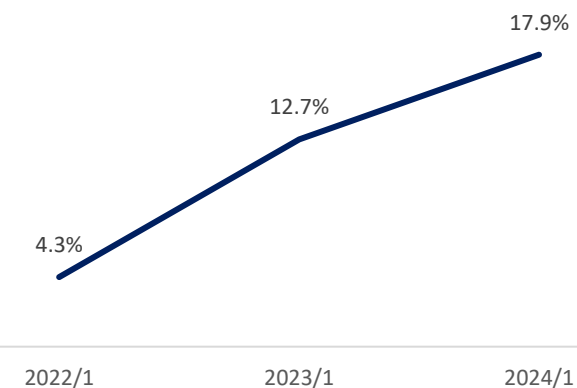
## 当期利益

百万円

対売上収益マージン (%)



## ROE (3)



注:

1. IFRSベース

2. EBITDA=営業利益+減価償却費+識別可能資産償却費

3. 当期利益/(資本金+資本剰余金+利益剰余金) (期末時点)

## 2025年1月期 主要施策

2025年1月期業績は、新型コロナウイルス感染拡大からの急激な回復が見られた2024年1月期と比較して、成長率は落ち着くと考えています。

一方で、2025年1月期は、当社グループの中長期的な成長の基盤を強化する意味で非常に重要な1年であり、以下の施策を通じて、売上収益成長率 年10%を確実に達成し増収増益を達成してまいります。

1

両ブランド合計で8店舗以上の国内新規出店を予定  
(うち3店舗は既存店を退店し、より好立地への移転出店)

2

中国において、1店舗以上の新規出店を予定

3

インバウンド向け売上は前年比14%増の約19億円を想定

4

両ブランドにおいて、引き続き価格改定を実施

5

引き続き、厳格なコストコントロールを実施

鯖江 手造  
金子眼鏡  
ESTABLISHED 1958

9999

## 2025年1月期 業績予想

(IFRSベース)

(単位：百万円)

	2023/1期	2024/1期	前年同期比	2025/1期	前年同期比
売上収益	10,722	13,528	126.2%	14,960	110.6%
売上原価	2,508	3,042	121.3%	3,360	110.4%
売上総利益	8,213	10,485	127.7%	11,600	110.6%
販売費及び一般管理費	5,997	6,689	111.5%	7,312	109.3%
その他の収益/その他の費用 (▲)	10	▲ 96	▲ 893.8%	12	▲ 12.5%
営業利益	2,226	3,700	166.2%	4,300	116.2%
EBITDA	3,627	5,181	142.8%	5,900	113.9%
金融収益/金融費用 (▲)	▲ 921	▲ 404	43.9%	▲ 400	98.8%
税引前利益	1,305	3,295	252.5%	3,900	118.3%
法人所得税費用	713	932	130.7%	1,220	130.8%
当期利益	591	2,362	399.4%	2,680	113.4%
売上総利益率	76.6%	77.5%		77.5%	
営業利益率	20.8%	27.4%		28.7%	
EBITDA率	33.8%	38.3%		39.4%	

注:

1. EBITDA=営業利益+減価償却費+識別可能資産償却

## ふるさと納税を通じた地域貢献と売上収益増加の両立

鯖江市のふるさと納税に、店舗で使用できる眼鏡引換券を提供



アイウェアには、視力矯正器具としての価値だけでなく、掛けるほどに顔に馴染み、個性を引き立てる魅力があります。ふるさと納税「眼鏡引換券」を通して、日本製の上質なアイウェアをより深く体感し、寄附者様のライフスタイルに寄り添いご愛用いただくことが私たちの願いです。

# ディスクレームー

本資料は、当社グループについての一般的な情報提供を目的としており、当社の発行する株式その他の有価証券への投資の勧誘を目的とするものではありません。

本資料に記載される業界、市場動向または経済情勢等に関する情報は、現時点で入手可能な情報に基づいて作成しているものであり、当社がその真実性、正確性、合理性及び網羅性について保証するものではありません。

また、本資料に記載される当社グループの計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、現時点における当社の判断又は考えにすぎず、実際の当社グループの経営成績、財政状態その他の結果は、経済情勢、市場動向、消費者の嗜好の変化、原材料価格の変動等により、本資料記載の内容またはそこから推測される内容と大きく異なることがあります。