

2026年12月期 2Q

決算説明会資料

INTERMESTIC

Zoff

 **メガネスーパー**
EYE CARE STATION

 **メガネスーパー**
コンタクト

2026年8月7日

2026年12月期 2Q累計

連結業績

2Q累計連結売上高

433.0億円

+80.7%
(前年同期比)

2Q累計連結売上総利益

306.4億円

+66.5%
(前年同期比)

2Q累計連結営業利益

49.5億円

+33.9%
(前年同期比)

店舗数⁴
(2026/6月末時点)

650店舗

+19店舗
(前期末比純増)

業績ハイライト (2Q累計)

VH¹の連結寄与とZoff事業の伸長により大幅な増収増益

IM²グループ

- ・ 売上高433.0億円、営業利益49.5億円³
- ・ 販管費抑制により営業利益率11.4%
- ・ 売上・各利益とも期首計画を上回り着地

Zoff事業

- ・ 売上高283.5億円、営業利益40.3億円
- ・ 既存店増収率+11.0%と堅調に推移
- ・ コラボ施策とUV対策需要の拡大が寄与

VH事業

- ・ 売上高149.5億円、営業利益14.7億円
- ・ 新生活・訪日需要でコンタクトが伸長
- ・ 売上総利益率59.8%と期首計画を上回る

注1：VH=ビジョナリーホールディングス

注2：IM=インターメスティック

注3：グループ連結ベースでのれん償却費等が発生するため、個社の利益を足してもグループ連結数値と一致しない

注4：2026年6月に直営化したシンガポール3店舗含む

2026年12月期 2Q累計 連結業績

- ・ IMグループの連結業績は、VHの連結に伴い、売上・利益ともに大幅な成長を実現
- ・ また、2Q累計実績は、Zoff、VH双方において前期比、計画比ともに増収、増益

単位：百万円	2025/12期 2Q累計		2026/12期 2Q累計 計画		2026/12期 2Q累計 実績				コメント
	金額	売上比	金額	売上比	金額	売上比	前期比	計画比	
売上高	23,970	100.0%	41,474	100.0%	43,305	100.0%	+80.7%	+4.4%	前期比、計画比ともにZoffとVHの双方で超過
売上総利益	18,405	76.8%	29,272	70.6%	30,643	70.8%	+66.5%	+4.7%	コンタクトレンズビジネスを行うVHの取り込みにより粗利率は前期比で低下も概ね計画通りの粗利率にて着地
販売管理費	14,705	61.3%	25,729	62.0%	25,688	59.3%	+74.7%	▲0.2%	販管費額は計画と概ね乖離無し 販管費を抑制しつつ増収を実現
営業利益	3,699	15.4%	3,543	8.5%	4,954	11.4%	+33.9%	+39.8%	主に売上高の増加に伴い増益
経常利益	3,700	15.4%	3,287	7.9%	4,709	10.9%	+27.3%	+43.2%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,527	10.5%	2,108	5.1%	2,906	6.7%	+15.0%	+37.8%	
EBITDA ¹	4,210	17.6%	5,262	12.7%	6,565	15.2%	+55.9%	+24.8%	

注1：EBITDA=営業利益+減価償却費+敷金償却費+のれん償却費+その他償却費

2026年12月期 2Q累計 連結業績 販売管理費

- ・ IMグループの販売管理費は、VHの連結に伴い各科目で対前期比で増加
- ・ 一方、対売上比は計画に対し、販売管理費を抑制しながら増収を実現

単位：百万円	2025/12期 2Q累計		2026/12期 2Q累計 計画		2026/12期 2Q累計 実績				コメント
	金額	売上比	金額	売上比	金額	売上比	前期比	計画比	
販売管理費	14,705	61.3%	25,729	62.0%	25,688	59.3%	+74.7%	▲0.2%	
人件費	6,680	27.9%	11,247	27.1%	11,349	26.2%	+69.9%	+0.9%	
店舗賃借料	3,368	14.1%	4,983	12.0%	5,155	11.9%	+53.1%	+3.5%	
広告宣伝費	790	3.3%	1,944	4.7%	1,752	4.0%	+121.7%	▲9.9%	一部マーケティング施策の期ずれにより計画比で減少
減価償却費	474	2.0%	943	2.3%	1,131	2.6%	+138.7%	+20.0%	PPA ¹ により発生した商標権等の償却開始に伴い計画比で増加
のれん償却費	-	0.0%	711	1.7%	417	1.0%	-	▲41.4%	PPAにより発生した商標権等により計画比で減少
その他 ²	3,392	14.2%	5,900	14.2%	5,883	13.6%	+73.4%	▲0.3%	

注1：PPA=VH買収に伴う取得原価配分

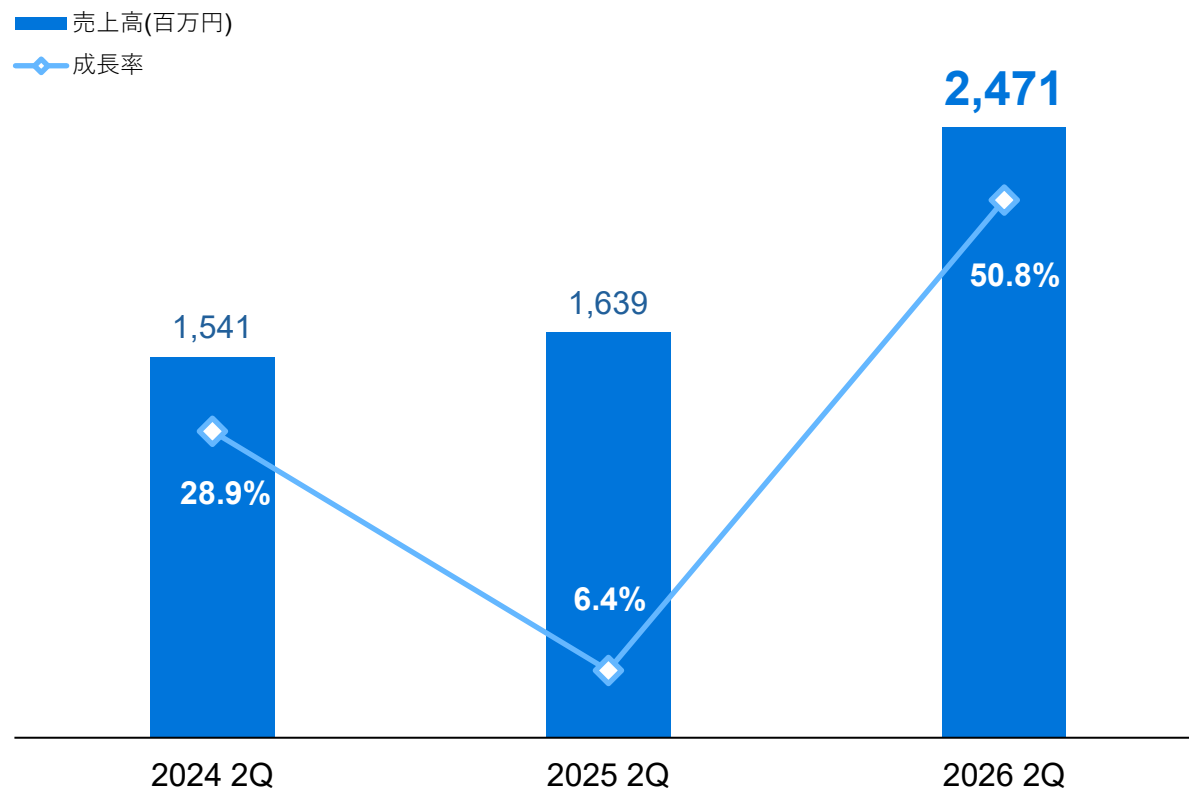
注2：表示科目以外はその他に記載

- ・ Zoff事業の2Q累計実績は、マーケティング・コラボ施策の奏功と、調光レンズを中心としたUV対策需要の拡大が重なり増収増益
- ・ 2Q累計期間の有料レンズ購買率は64.8%で着地

単位：百万円	2025/12期 2Q累計		2026/12期 2Q累計 計画		2026/12期 2Q累計 実績				コメント
	金額	売上比	金額	売上比	金額	売上比	前期比	計画比	
売上高	23,970	100.0%	27,074	100.0%	28,355	100.0%	+18.3%	+4.7%	マーケティング施策やコラボ施策が功を奏したことに加え、UV関連商品の需要拡大により増加。有料レンズ購買率は64.8%まで上昇
売上総利益	18,405	76.8%	20,772	76.7%	21,692	76.5%	+17.9%	+4.4%	
販売管理費	14,705	61.3%	17,427	64.4%	17,662	62.3%	+20.1%	+1.3%	新規出店に伴う店舗賃借料の増加に加え、賞与引当金の計上により、販管費は前年比で増加
営業利益	3,699	15.4%	3,344	12.4%	4,030	14.2%	+8.9%	+20.5%	上記に伴い前期比・計画比で増加
経常利益	3,700	15.4%	3,168	11.7%	3,865	13.6%	+4.5%	+22.0%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,527	10.5%	2,121	7.8%	2,546	9.0%	+0.7%	+20.0%	
EBITDA	4,210	17.6%	4,114	15.2%	4,744	16.7%	+12.7%	+15.3%	

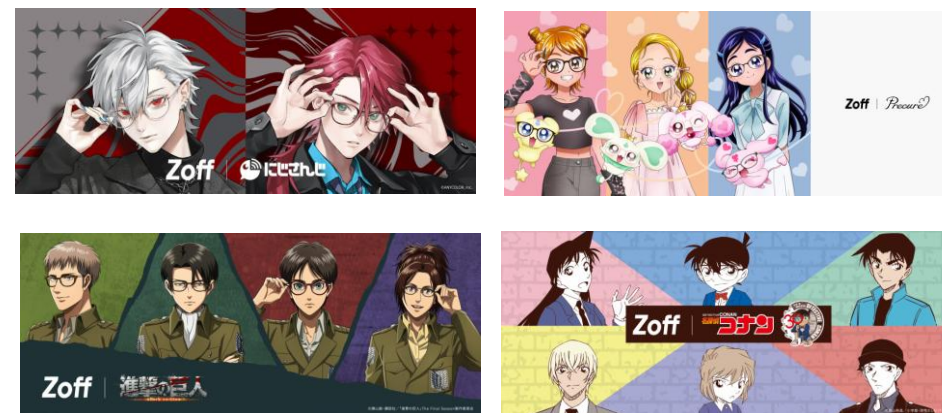
- EC限定のコラボ施策やマーケティング施策が奏功し、EC売上高は大幅に伸長

当社のEC売上高推移（2024 2Q-2026 2Q）¹



ECを通じた拡販

コラボ商品展開（2026年上半期）



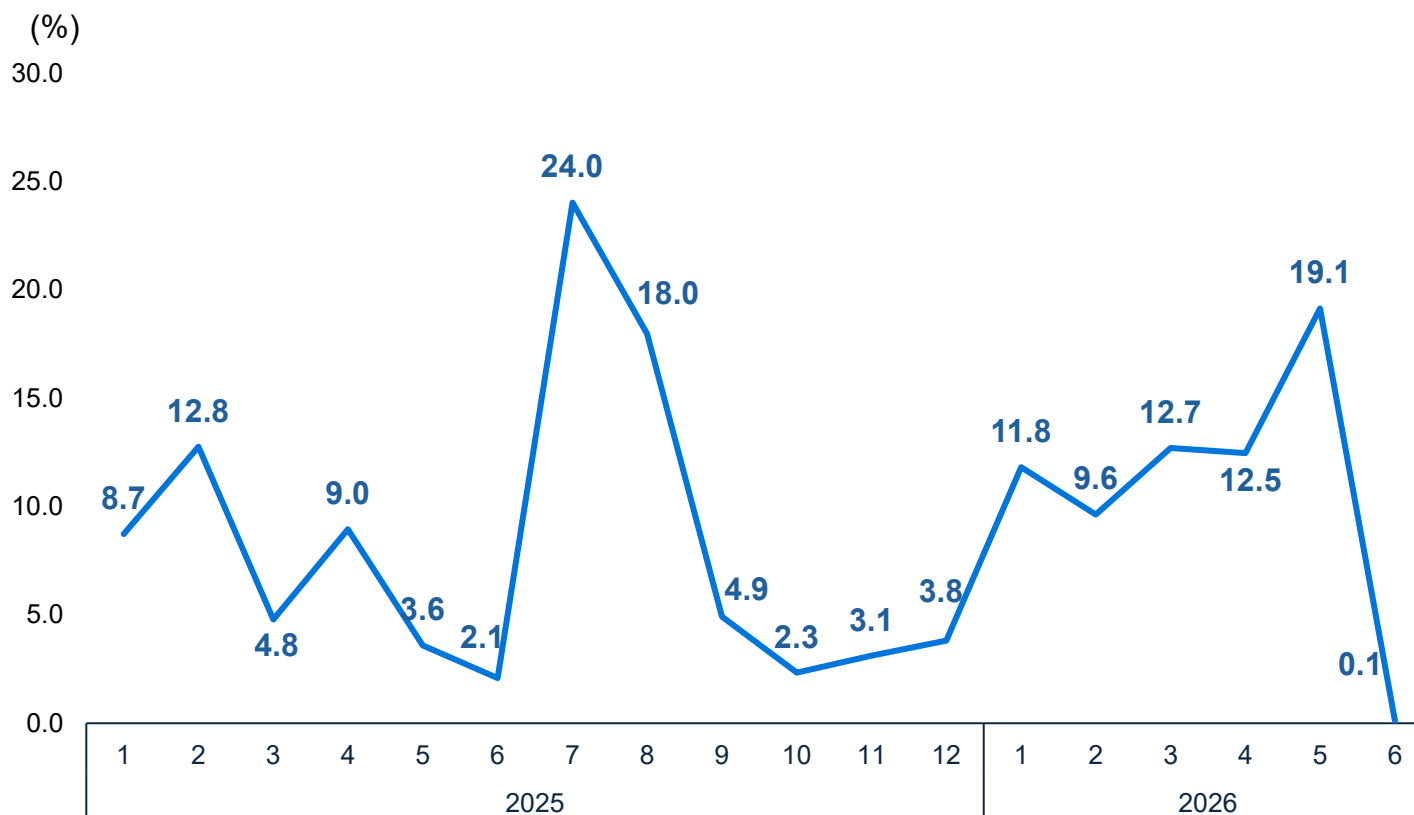
コンタクトの展開



注1：当社のEC売上高には、自社ECサイトの売上高に加え、他社ECモールの売上高も含む

- 6月は台風や天候不良の影響を大きく受けたものの2Q累計期間を通じてマーケティングやコラボ施策、調光レンズを中心としたUV対策需要の拡大が重なり、既存店増収率は堅調に推移

Zoff事業の月次既存店増収率の推移（対前年度比）¹



各Q既存店増収率について

2Q累計
11.0%

各月に実施したマーケティング施策やコラボ商品、CMで訴求しているBLC調光レンズの販売が好調に推移

1Q
11.5%

コラボ商品や「創業25周年フェア」をはじめとする各種マーケティング施策が奏功し、客数の増加が売上成長をけん引

2Q
10.5%

6月は台風や天候不良の影響で客数が減少したものの、目黒蓮さんを起用したBLC調光レンズのCM展開やコラボ商品の販売が奏功し、客数・客単価ともに堅調に推移

注1：上記数値は管理会計上の数値に基づき算出

2026年12月期 2Q累計 VH事業 業績

- VH事業の2Q累計実績は、春先の新生活需要と訪日客需要の取り込みによるコンタクトレンズ伸長、UV対策需要拡大によるサングラス好調で、増収増益

単位：百万円	2025/12期 2Q累計 ¹		2026/12期 2Q累計 計画		2026/12期 2Q累計 実績				コメント
	金額	売上比	金額	売上比	金額	売上比	前期比	計画比	
売上高	-	-	14,399	100.0%	14,957	100.0%	-	+3.9%	新生活需要、訪日客需要の取り込みでコンタクトレンズが伸長。サングラス販売好調で増収
売上総利益	-	-	8,500	59.0%	8,951	59.8%	-	+5.3%	計画における対売上総利益率59.0%を上回り着地
販売管理費	-	-	7,654	53.2%	7,472	50.0%	-	▲2.4%	計画における対売上販売管理費53.2%に対し抑制
営業利益	-	-	845	5.9%	1,478	9.9%	-	+74.9%	上記に伴い計画に対し大幅増益
経常利益	-	-	765	5.3%	1,398	9.3%	-	+82.6%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	-	-	545	3.8%	824	5.5%	-	+51.3%	
EBITDA	-	-	1,148	8.0%	1,821	12.2%	-	+58.6%	

注1：2025/12期は損益計算書連結前なので記載はない

出退店実績および店舗数の推移¹

- ・ 当期（2Q累計）は、Zoff事業で14店舗、VH事業で4店舗、IMグループで計18店舗出店
- ・ 海外はシンガポールの既存FC店舗を直営化。今後の海外展開に向けた運営基盤を構築

当期の国内出退店実績

Zoff

出店 **18** 店舗

Zoff 新百合ヶ丘エルミロード店
Zoff ビーンズ登戸店
Zoff イオンタウン東浦和店
Zoff 福島駅西口ピボット店
Zoff 高崎オーパ店
Zoff イオンモール堺北花田店
Zoff イクスピアリ店

Zoff イトーヨーカドー明石店
Zoff 島忠ホームズ蘇我店
Zoff ピエリ守山店
Zoff コトエ橋本店
Zoff SHIBUHARA店
Zoff イオン八王子滝山店
Zoff 松本シェーナ店

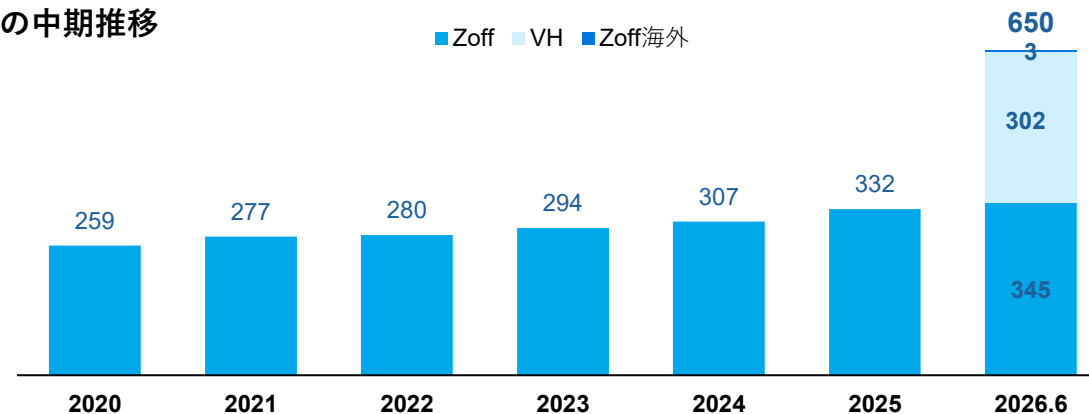


メガネスーパー茅ヶ崎駅前店
メガネスーパーコンタクト
シャポー本八幡店
メガネスーパーAOKI御殿場店
メガネスーパーコンタクト
近鉄阿部野橋駅東口店

退店 **2** 店舗

純増 **+16** 店舗

店舗数の中期推移



当期の海外店舗数²

海外 **3** 店舗

Zoff ION Orchard
Zoff Jurong Point
Zoff Orchard Central

期末時点 **650** 店舗
(うち国内 647 店舗)

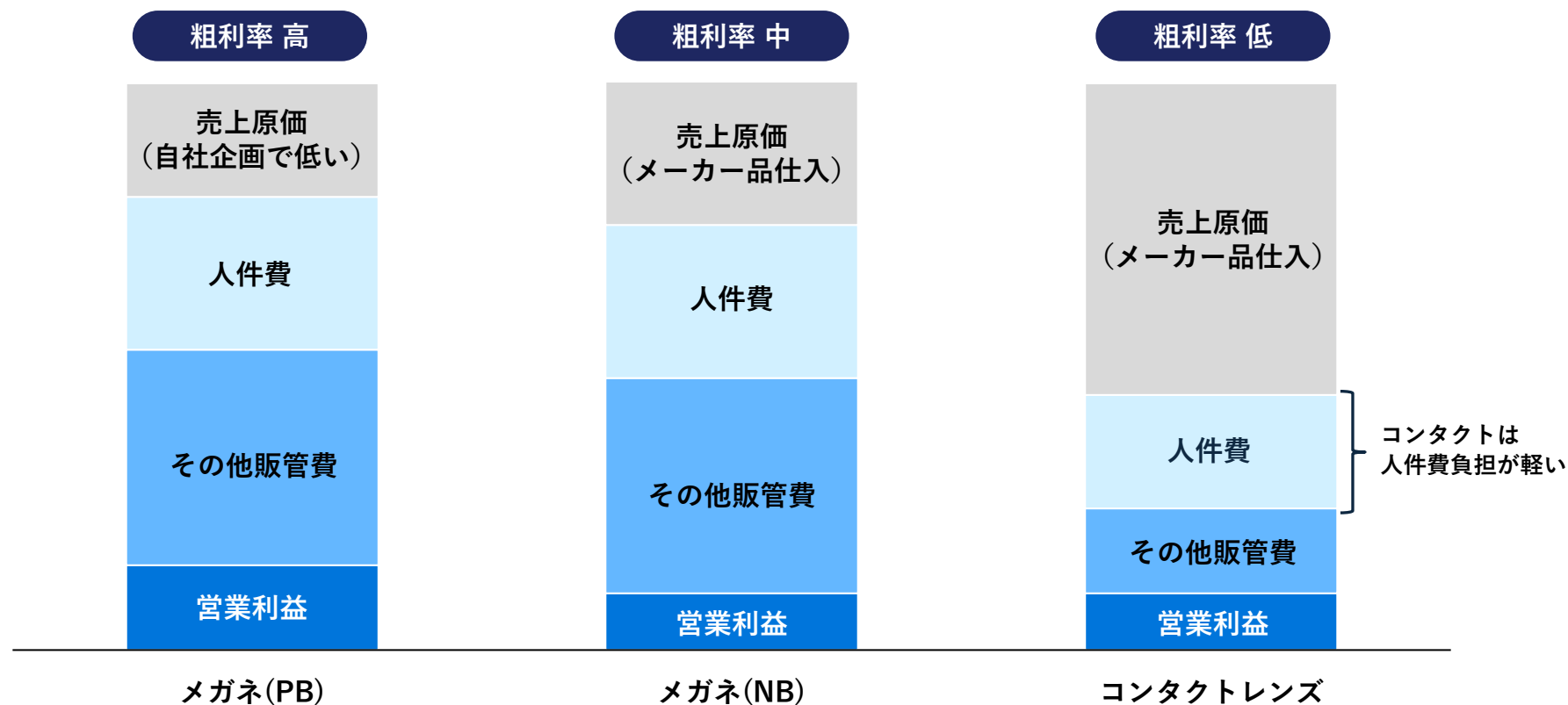
注1：直営店のみ記載

注2：2026年6月にシンガポールのFC店舗を直営化

参考 | 商材別のコスト構造

- SPAモデルを前提としたメガネ（PB）の粗利率は、他商材と比べて高い構造
- 一方、コンタクトの粗利率はメガネに比べると劣後するものの、店頭での加工工程等が不要で人件費やその他販管費の負担が軽いコスト構造

商材別コスト構造（概念図）¹

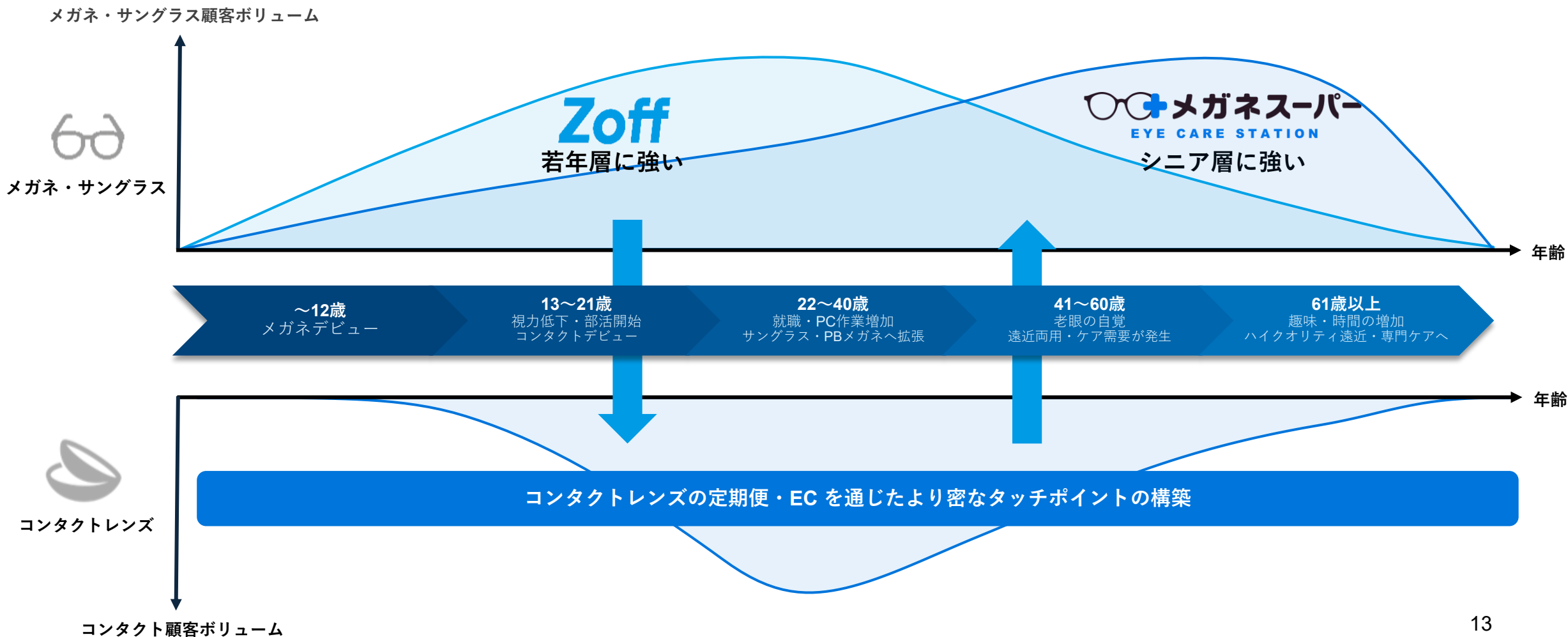


注1：上記グラフは実際の数値ではなく概念図

VH とのシナジーについて

シナジー概観図

- ・ コンタクトレンズの継続的なタッチポイントと両社の顧客データ基盤を活用し、メガネ・サングラスを含めたLTVの最大化を目指す
- ・ 「メガネ・サングラス」と「コンタクトレンズ」をIMグループにて一気通貫で提供し、生涯のトータルアイケアを実現



現時点のシナジー効果

- VHとの統合シナジーはLTVの最大化を目指し、中長期での発現を想定。コストシナジーが先行し、フェーズ進行に伴いレベニューシナジーが拡大
- 現時点では管理コストやUV対策商品の販売強化を中心としたシナジーが発現済み

中長期で目指すゴール

メガネ×コンタクト
LTVの最大化

レベニューシナジー

コストシナジー

現在のフェーズ

コストシナジー発現期

LTV拡大期

LTV最大化

成長戦略

メガネが主役の時代をつくる

これまでのメガネは、人々の視力を矯正する器具としての役割が中心でした。

顔の中心にあるメガネには、見ること、魅せること、に限らない
人の気持ちや生活を豊かにする多くの可能性を秘めています。

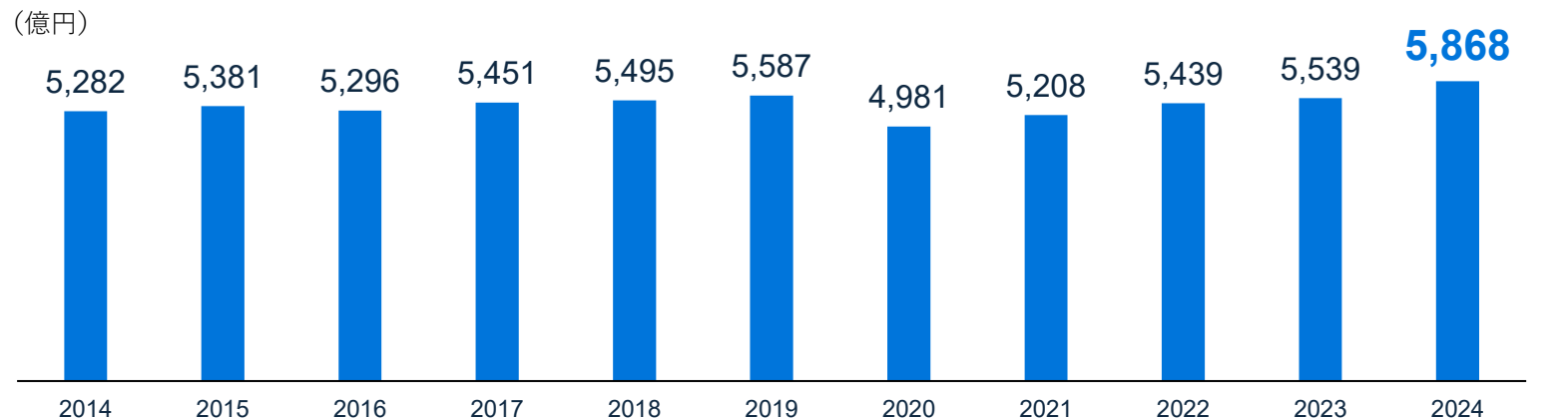
当社創業からの変わらぬ原点は

「もっと自由に、楽しく、気軽に、
メガネをTシャツのように毎日着替える社会をつくること」

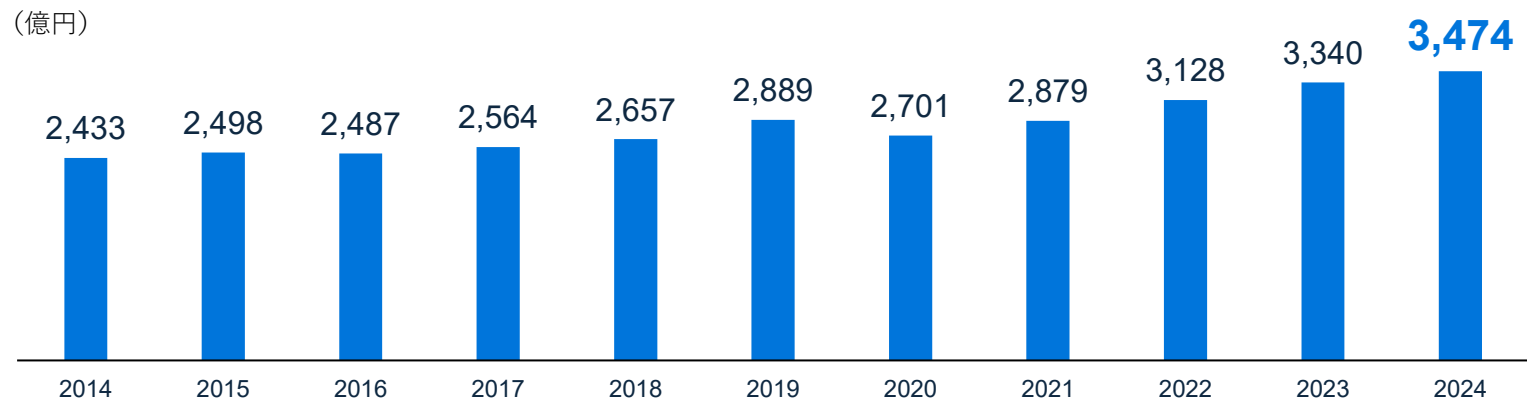
業界環境について

- VHのM&Aを通じて、約3,400億円規模のコンタクトレンズ市場への本格進出
- 国内眼鏡小売市場と合わせて約1兆円規模の市場にアクセス可能に

国内眼鏡小売市場の市場規模推移^{1,3}



コンタクトレンズ市場の市場規模推移²



約1兆円
の市場にアクセス可能

注1：眼鏡DBを基に作成。眼鏡DBの調査対象は日本国内の眼鏡小売店である。当該資料において定義されている国内眼鏡小売市場には、眼鏡、眼鏡関連商品、サングラス、コンタクトレンズ関連、その他の売上高合計を含む

注2：一社）日本コンタクトレンズ協会調べ、日本コンタクトレンズ協会 正会員（製造販売業者・卸売販売業者）における出荷額。ケア用品も含む

注3：国内眼鏡小売市場には一部コンタクトレンズ及びケア用品の売上高が含まれるため、コンタクトレンズ市場との間で重複が生じる可能性がある

グループ成長戦略

- ・ 既存事業を継続的に強化していき、新業態の拡大やインオーガニックな成長投資を実行

✓ 既存事業の強化

- 既存店増収率の成長
- サングラス市場の創造と拡大
- EC事業の成長
- 収益性の向上

Galileo



「めのため、未来のため」プロジェクト



ECの拡大



✓ 新業態の展開を含む新市場開拓

- 既存の業態ではリーチできない新規顧客層の獲得

AGREE  CULTURE
by Zoff

✓ M&A

- 業界内を主導する立場を確立しロールアップ型のM&Aを実行

 メガネスーパー
EYE CARE STATION

- ・ IMグループでは「めのため、未来のためプロジェクト」を立ち上げ、子どもの目の健康、紫外線対策、視環境改善などの社会課題の解決に取り組み、教育機関や専門家と連携した取り組みを展開

子どものめのため、未来のため



目の健康に関する正しい知識の普及を
目的に生徒・教員・保護者を対象とし
た出張授業を実施

188校・約18,600名に実施（2026年6月末時点）。また、
スポーツ団体との連携を通じて、視力を理由に子どもた
ちが挑戦や成長の機会をあきらめることのない
社会の実現を目指す

中学生・高校生のめのため、未来のため



全国約30校の中学校・高校と連携し、
学校生活でのサングラス着用の実証・
啓発活動を展開

実証結果をもとに2025年10月には国内初¹の「学校指定
サングラス」の導入校を決定し、目の健康に対する社会
的認知向上と新たな市場形成を推進

働く人のめのため、未来のため



農業・漁業・林業・畜産業などの一次
産業従事者を対象に、目の健康に関す
る実態調査を実施

調査結果を起点に、関係団体と連携した啓発活動を展開し、
働く人のアイケア意識向上を推進。また、新潟消防局や神
奈川県の保育園にてGalileoのトライアル活用を開始

- 「めのため、未来のためプロジェクト」の発足を通じ、子どもから大人まで幅広い世代の、目の健康意識向上に取り組むことで、サングラスを含むアイウェア市場のさらなる拡大・創造と企業ブランド価値の向上を目指す

「めのため、未来のためプロジェクト」発足



人々の目の健康と未来を支えるための新たな取り組みとして、様々なステークホルダーとともに、目に関する正しい知識とための行動を社会に広げる「めのため、未来のためプロジェクト」を2026年7月15日に発足

プロジェクト目標

日本のサングラス装用率¹

24.5% → 50.0%

2025年（現状） 2030年目標

サングラス導入校

29校 → 4,000校

2026年7月時点
（約9,000名） 2030年目標

注1：日本国内6歳～69歳の男女を対象としたGFK調査に基づく当社調べ

- ・ 共感を起点に新しいアイウェアカルチャーを創造するコンセプトストア「AGREE CULTURE by Zoff」をOPEN
- ・ リムレスアイウェアやコラボ、SUNCUTGlassesを中心に展開し、異なるカルチャーを横断しながら選ぶ体験・機会の創出

店舗概要

店舗名：AGREE CULTURE by Zoff (アグリカルチャー バイゾフ)

オープン日：2026年7月17日 (金)

所在地：あべのキューズモール 1F (大阪市阿倍野区阿倍野筋1-6-1)



コラボアイテム



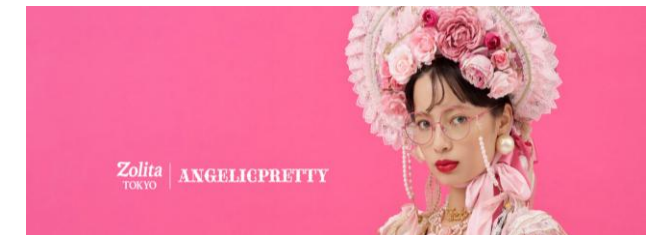
ファッション・キャラクター・アニメなど多様なカルチャーとのコラボアイテムを一つの売り場に集約

PLAY WITH RIMLESS



レンズシェイプ・カラー・パーツを自由に組み合わせ、自分らしい一本をつくるカスタム体験

Zolita TOKYO



2025年10月に原宿・竹下通りにオープンした当社のロリータアイウェア専門ブランド。同店限定アイテムを展開

SUNCUTGlasses

目黒蓮さん着用モデル



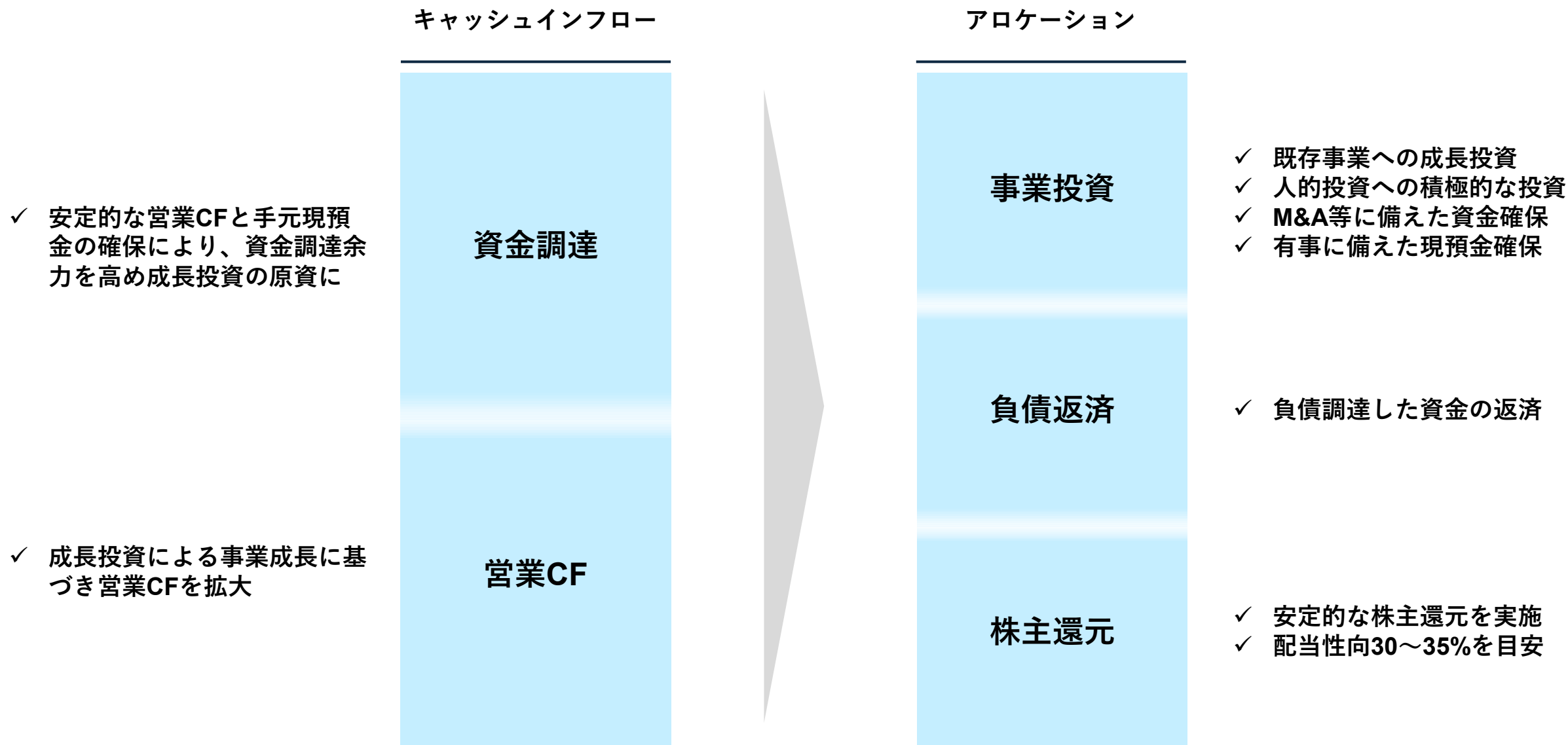
[ZA201G01_14E6](#)



[ZA181G06_14E3](#)

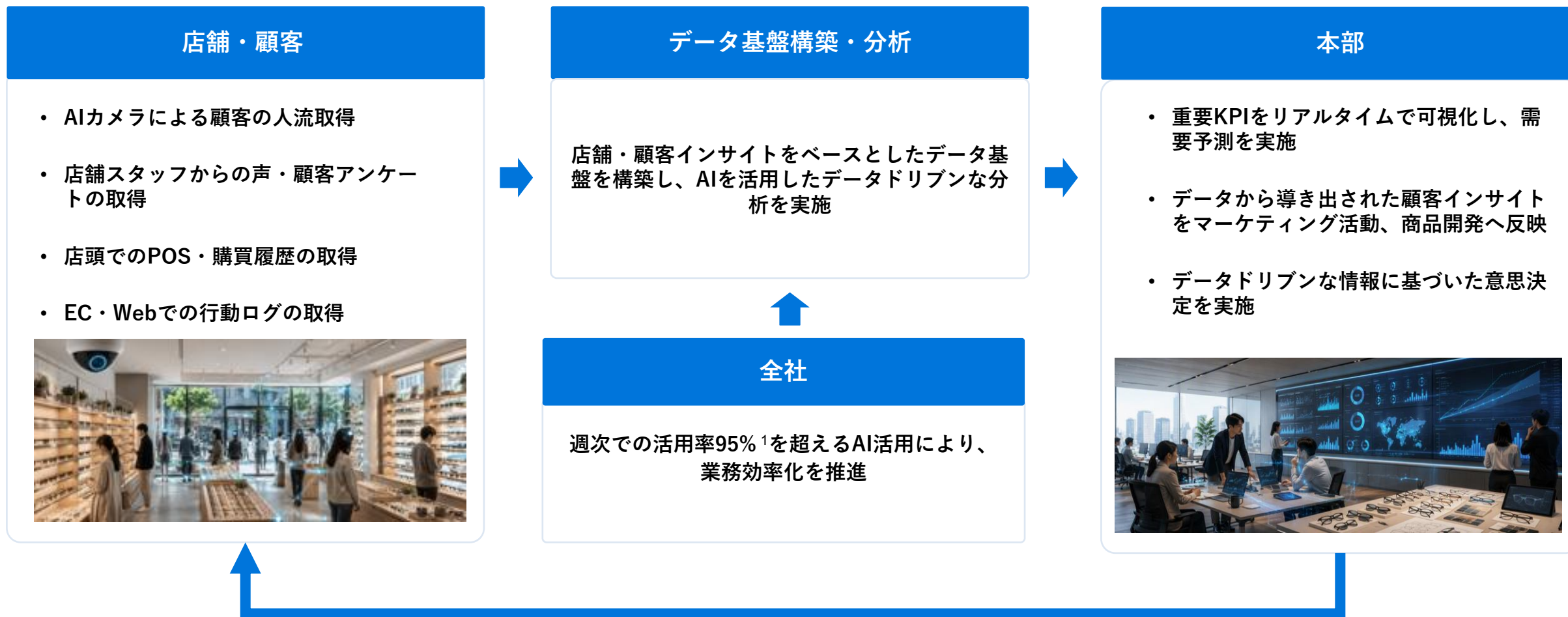
UV100%カット機能を通年で展開し、日常のファッション兼アイケアアイテムとして提案

キャッシュフローアロケーション | 考え方



AIに関する取り組み

- ・ 店舗・EC・社内のデータを統合基盤に集約し、データ×AIを前提とした行動・意思決定サイクルを構築
- ・ 社内で専門部署を立ち上げAI導入を伴走。あらゆる業務でAI活用が日常化



AI活用を前提としたワークフローの構築及びPDCAの高速化

注1：社内調査に基づく数値

注2：画像はイメージ

Topics

- 「めのため、未来のため」をキーメッセージに、ブルーライトカット機能付きの調光レンズやSUNCUTGlassesに注力
- 目黒蓮さん出演のCMでも着用し認知拡大

広告着用商品

- [ZJ71017-B-1](#)+ブルーライトカット機能付き調光レンズ グレー フレーム代¥12,200+レンズ料金¥8,800=¥21,000



- [ZJ71017-43A2](#)+ブルーライトカット機能付き調光レンズ ブラウン フレーム代¥12,200+レンズ料金¥8,800=¥21,000



- ドラゴンクエストコラボやにじさんじコラボ（EC限定）など、今期も様々なコラボ施策を実施

今期のコラボ実績例

Zoff | DRAGON QUEST



スライムモデル
[ZN261005_14E1](#)



ロトの勇者モデル
[ZF261001_14E1](#)



ラーのかがみモデル
[ZF262G03_62A1](#)



メタルスライム
メガネケース
[DQ40TH-CASE](#)



スマイルスライム
マスコットクリーナー
[ZF261001_14E1](#)



はぐれメタル
グラスホルダー
[ZF262G03_62A1](#)

Zoff | にじさんじ



葛葉モデルフレーム
[ZN262007-56F1](#)



葛葉モデルグラスコード



葛葉モデルメガネポーチ



ローレン・イロアスモデル
フレーム
[ZN261017-43A1](#)



ローレン・イロアスモデル
グラスコード



ローレン・イロアスモデル
メガネポーチ

- ・ オールラバーで成形された全く新しいメガネの「Galileo」シリーズより新シリーズが登場
- ・ スリムなのに、おどろきの強さ。シーンやファッションを問わず、合わせやすいフォルム



- メガネスーパーにて、世界的に注目を集めるAIグラス「Ray-Ban Meta」の取扱いを限定5店舗で開始（2026年5月21日より）
- 単なるガジェットではなく、日常的に顔にかける「メガネ」でもあるRay-Ban Metaにおいて、メガネ専門店としての視力測定、レンズ選定の知見を活かし、お客様一人ひとりの見え方や使用シーンに合わせた購入体験を提供



Fact Book

売上高前年比較・店舗数推移¹²³

月	全店 (Zoff) (%)	既存店 (Zoff) (%)	出店 (Zoff) (店)	退店 (Zoff) (店)	出店 (VH) (店)	退店 (VH) (店)	月末 店舗数 (店)
1月	17.6	11.8	0	0	1	0	632
2月	15.3	9.6	0	0	2	1	633
3月	16.8	12.7	4	1	0	0	636
4月	17.1	12.5	5	0	0	0	641
5月	24.4	19.1	3	0	0	0	644
6月	5.0	0.1	2	0	1	0	647
1Q	16.7	11.5	4	1	3	1	636
2Q	15.4	10.5	10	0	1	0	647
上半期	16.0	11.0	14	1	4	1	647

KPI

	2024 2Q	2025 2Q	2026 2Q
販売本数（万本） ⁴	202	208	241
Zoff事業			
販売単価成長率（%）	1.4	6.5	5.9
有料レンズ購買率（%）	46.6	58.1	64.8
EC売上高（百万円）	1,541	1,639	2,471

注1：上記数値は管理会計上の速報数値に基づいて作成されており、実際の業績とは乖離が発生する場合がある

注2：既存店とは前年同月および当月において、休業がない店舗のこと

注3：上記のほか、EC売上高、卸売上高、収益認識基準等の調整があるため損益計算書上の売上高増減とは一致しない

注4：2024 2Q、2025 2QにはVHの販売本数は含んでいない

四半期別PL推移

単位：百万円	2025/12期				2026/12期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
売上高	11,680	12,289	14,355	11,825	21,104	22,201
売上総利益	8,885	9,519	11,006	9,058	14,856	15,787
売上比	76.1%	77.5%	76.7%	76.6%	70.4%	71.1%
販売管理費	6,988	7,717	8,485	9,288	12,388	13,300
売上比	59.8%	62.8%	59.1%	78.6%	58.7%	59.9%
人件費	3,254	3,425	3,471	4,314	5,453	5,895
売上比	27.9%	27.9%	24.2%	36.5%	25.8%	26.6%
店舗賃借料	1,627	1,740	1,957	1,721	2,503	2,651
売上比	13.9%	14.2%	13.6%	14.6%	11.9%	11.9%
広告宣伝費	301	488	863	869	888	863
売上比	2.6%	4.0%	6.0%	7.3%	4.2%	3.9%
減価償却費	222	251	277	344	549	582
売上比	1.9%	2.0%	1.9%	2.9%	2.6%	2.6%
のれん償却費	-	-	-	-	208	208
売上比	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%	0.9%
その他	1,581	1,810	1,915	2,038	2,783	3,099
売上比	13.5%	14.7%	13.3%	17.2%	13.2%	14.0%
営業利益	1,897	1,802	2,521	▲230	2,467	2,486
売上比	16.2%	14.7%	17.6%	▲1.9%	11.7%	11.2%
経常利益	1,903	1,796	2,533	▲254	2,299	2,409
売上比	16.3%	14.6%	17.6%	▲2.2%	10.9%	10.9%
税引前利益	1,880	1,767	2,516	▲240	2,266	2,365
売上比	16.1%	14.4%	17.5%	▲2.0%	10.7%	10.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,308	1,219	1,720	▲128	1,399	1,506
売上比	11.2%	9.9%	12.0%	▲1.1%	6.6%	6.8%
EBITDA	2,139	2,071	2,819	134	3,256	3,309
売上比	18.3%	16.9%	19.6%	1.1%	15.4%	14.9%

注1：表示科目以外はその他に記載

PL

単位：百万円	2025/12期 2Q累計		2026/12期 2Q累計 計画		2026/12期 2Q累計 実績				コメント
	金額	売上比	金額	売上比	金額	売上比	前期比	計画比	
売上高	23,970	100.0%	41,474	100.0%	43,305	100.0%	+80.7%	+4.4%	前期比、計画比ともにZoffとVHの双方で計画超過
売上総利益	18,405	76.8%	29,272	70.6%	30,643	70.8%	+66.5%	+4.7%	コンタクトビジネスを行うVHの取り込みにより粗利率は前期比で低下も計画通りの粗利率にて着地
販売管理費	14,705	61.3%	25,729	62.0%	25,688	59.3%	+74.7%	▲0.2%	販管費額は計画と概ね乖離無し 販管費を抑制しつつ増収を実現
人件費	6,680	27.9%	11,247	27.1%	11,349	26.2%	+69.9%	+0.9%	
店舗賃借料	3,368	14.1%	4,983	12.0%	5,155	11.9%	+53.1%	+3.5%	
広告宣伝費	790	3.3%	1,944	4.7%	1,752	4.0%	+121.7%	▲9.9%	一部マーケティング施策の期ずれにより対計画で減少
減価償却費	474	2.0%	943	2.3%	1,131	2.6%	+138.7%	+20.0%	PPAにより発生した商標権等の償却開始に伴い計画比で増加
のれん償却費	-	0.0%	711	1.7%	417	1.0%	-	▲41.4%	PPAにより発生した商標権等により計画比で減少
その他	3,392	14.2%	5,900	14.2%	5,883	13.6%	+73.4%	▲0.3%	
営業利益	3,699	15.4%	3,543	8.5%	4,954	11.4%	+33.9%	+39.8%	
経常利益	3,700	15.4%	3,287	7.9%	4,709	10.9%	+27.3%	+43.2%	
税引前利益	3,648	15.2%	3,174	7.7%	4,632	10.7%	+27.0%	+45.9%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,527	10.5%	2,108	5.1%	2,906	6.7%	+15.0%	+37.8%	
EBITDA	4,210	17.6%	5,262	12.7%	6,565	15.2%	+55.9%	+24.8%	

注1：表示科目以外はその他に記載

BS

単位：百万円	2025/12期		2026/12期 2Q		前期比	コメント
	金額	構成比	金額	構成比		
流動資産	25,052	38.1%	24,372	37.0%	▲679	
現預金	10,060	15.3%	9,915	15.1%	▲145	
売掛金	3,068	4.7%	2,702	4.1%	▲366	
商品	7,170	10.9%	7,331	11.1%	+161	
預け金	3,298	5.0%	3,011	4.6%	▲286	
その他	1,454	2.2%	1,411	2.1%	▲42	
固定資産	40,616	61.9%	41,415	63.0%	+799	
有形固定資産	6,015	9.2%	7,066	10.7%	+1,051	新規出店、改装に伴い増加
無形固定資産	27,648	42.1%	27,085	41.2%	▲562	のれん等の償却に伴い減少
投資その他資産	6,952	10.6%	7,263	11.0%	+310	
資産合計	65,668	100.0%	65,788	100.0%	+119	
流動負債	34,612	52.7%	23,464	35.7%	▲11,147	
買掛金	3,047	4.6%	3,408	5.2%	+360	
短期借入金	18,000	27.4%	6,000	9.1%	▲12,000	シンジケートローンへの借り換えに伴い減少
1年以内返済長期借入金	-	0.0%	1,715	2.6%	+1,715	
その他	13,564	20.7%	12,341	18.8%	▲1,223	
固定負債	5,090	7.8%	14,643	22.3%	+9,553	
長期借入金	-	0.0%	9,644	14.7%	+9,644	シンジケートローンへの借り換えに伴い増加
その他	5,090	7.8%	4,999	7.6%	▲90	
負債合計	39,702	60.5%	38,108	57.9%	▲1,593	
純資産合計	25,966	39.5%	27,680	42.1%	+1,713	
負債純資産合計	65,668	100.0%	65,788	100.0%	+119	

注1：表示科目以外はその他に記載

CF Statement

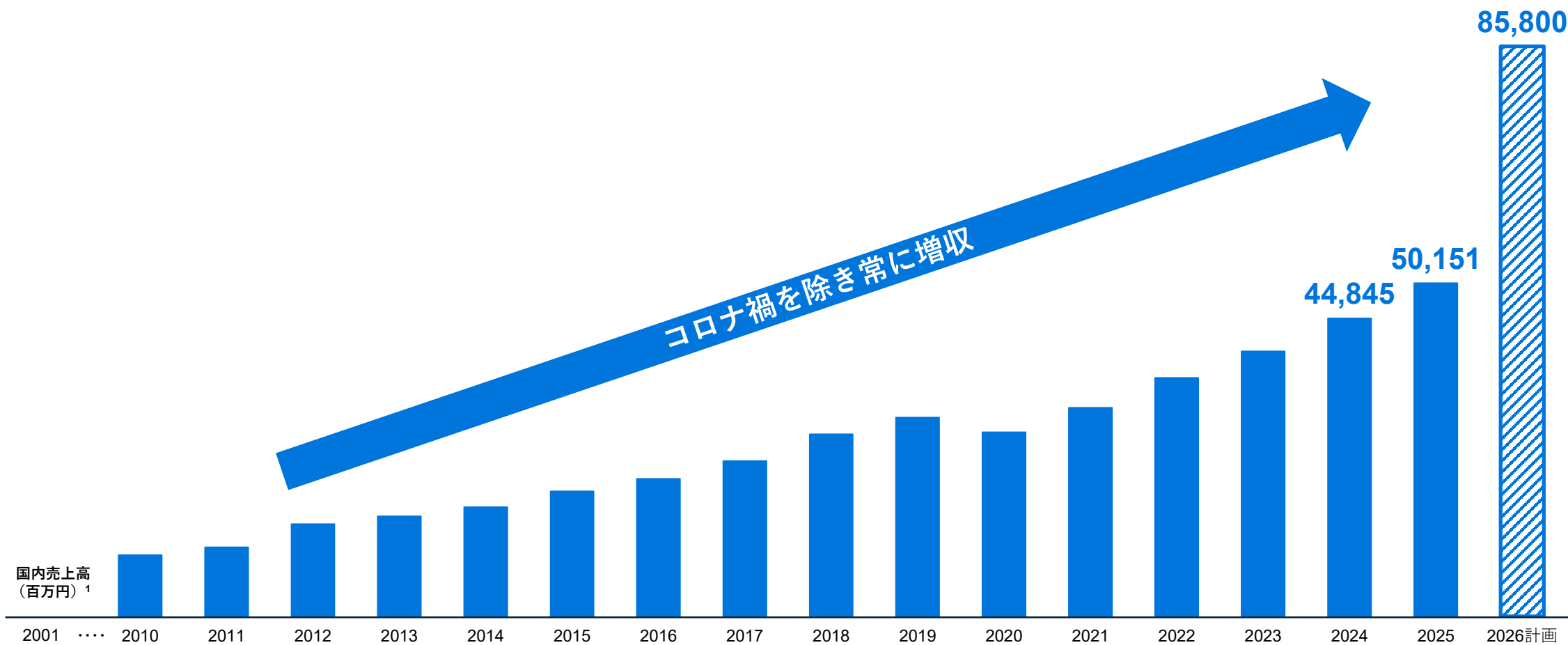
単位：百万円	2025/12期 2Q累計	2026/12期 2Q累計	前期比	コメント
営業CF	1,585	3,944	+2,358	VHの連結に伴いCFが増加
税金等調整前当期純利益	3,648	4,632	+983	
減価償却費	474	1,131	+657	
のれん償却額	-	417	+417	
棚卸資産の増減額	▲449	▲127	+322	
預け金の増減額	▲259	286	+545	
未払消費税等の増減額	▲459	▲97	+361	
法人税等の支払額	▲1,236	▲1,642	▲406	
その他	▲132	▲655	▲522	
投資CF	▲6,646	▲1,996	+4,650	
定期預金の預入による支出	▲5,500	-	+5,500	FY25は現預金の一部を定期預金に預入
有形固定資産の取得による支出	▲803	▲1,403	▲599	出店・改装・店舗設備の投資の増加に伴い投資CF増加
敷金及び保証金の差入による支出	▲138	▲272	▲133	
その他	▲204	▲320	▲116	
財務CF	▲4,204	▲2,094	+2,109	
短期借入金の純増減額	▲2,900	▲12,000	▲9,100	シンジケートローンへの借り換えで増減
長期借入れによる収入	-	12,000	+12,000	
長期借入金の返済による支出	-	▲640	▲640	
配当金の支払額	▲1,229	▲1,347	▲118	
その他	▲74	▲105	▲31	

注1：表示科目以外はその他に記載

Appendix

成長ロードマップ

- 2001年の事業開始以来、都心部を中心に順調に売上規模を拡大
- 継続して若年層をターゲットにしており、コロナ禍を除き常に増収を実現

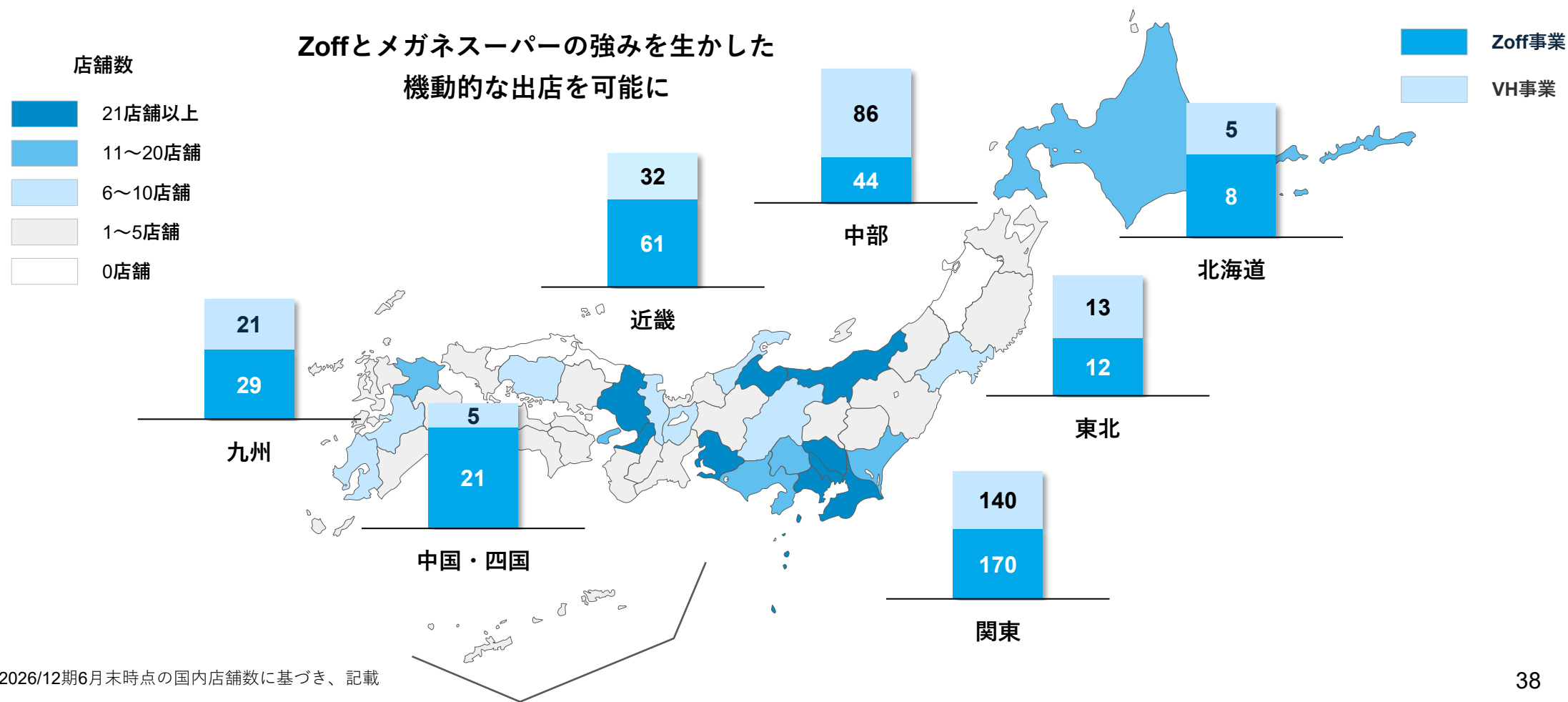


注1：売上高の推移について、2021年までは国内連結売上高を記載しており、海外売上高は含まない。2022年からは海外含む全社連結の数値を記載。2026年度は会社予想

全国600店舗を超える国内店舗網

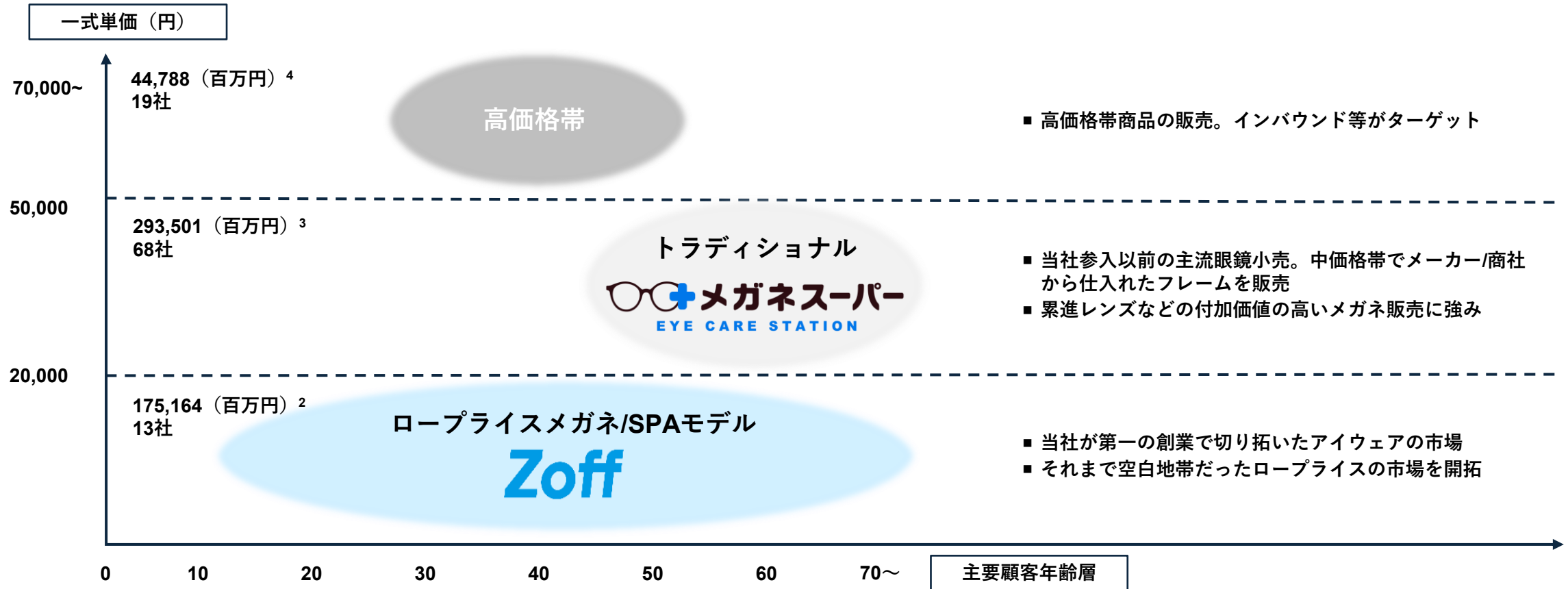
- 国内ではショッピングセンターを中心に展開するZoffと、ロードサイド/路面店を中心に出店するメガネスーパーを展開
- 2026年6月末時点の国内店舗数はグループで647店舗

当社の出店の現状¹



ポジショニングマップ¹

- ・ 当社は国内メガネ小売でSPAモデルを初めて導入し、全世代向けのロープライスアイウェア市場を開拓
- ・ メガネスーパーをはじめとするトラディショナルな業態は当社参入以前の主流な眼鏡小売店。累進レンズなどの付加価値の高いメガネ販売に強みを有しており、ミドル～シニア層向けの強い支持を獲得



注1：当該スライドにおけるポジショニングマップは、当社調べに基づくイメージ図であり、第三者データに基づくものではありません

注2：眼鏡DB（2025）に基づき、国内アイウェア市場における売上高TOP100企業のうち、平均単価階層が2万円未満の企業の、2024年における売上高合計額と社数を記載

注3：眼鏡DB（2025）に基づき、国内アイウェア市場における売上高TOP100企業のうち、平均単価階層が2万円以上～5万円未満の企業の、2024年における売上高合計額と社数を記載

注4：眼鏡DB（2025）に基づき、国内アイウェア市場における売上高TOP100企業のうち、平均単価階層が5万円以上の企業の、2024年における売上高合計額と社数を記載

本資料は、当社の会社情報等の開示のみを目的として当社が作成したものであり、日本国、米国その他の一切の法域における有価証券の買付け又は売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。日本国、米国その他の法域において、適用法令に基づく登録若しくは届出又はこれらの免除を受けずに、当社の有価証券の募集又は販売を行うことはできません。

本資料の作成にあたり、当社は当社がその作成時点において入手可能な情報の真実性、正確性及び完全性に依拠し、かつ前提としており、その真実性、正確性及び完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。本資料に記載された情報は、事前に通知することなく変更されることがあります。本資料及びその記載内容について、当社の書面による事前の同意なしに、いかなる目的においても、第三者に開示し又は利用させることはできません。将来の事業内容や業績等に関して本資料に記載された記述は、将来予想に関する記述です。将来予想に関する記述には、「目指す」、「予測する」、「想定する」、「確信する」、「継続する」、「試みる」、「見積もる」、「予期する」、「施策」、「意図する」、「企図する」、「可能性がある」、「計画」、「潜在的な」、「蓋然性」、「企画」、「リスク」、「追求する」、「はずである」、「努力する」、「目標とする」、「予定である」又は将来の事業活動、業績、出来事や状況を説明するその他の類似した表現を含みます。

将来予想に関する記述は、本資料作成時点において入手可能な情報をもとにした当社の経営陣の判断に基づいて作成しており、これらの記述の中には、様々なリスクや不確定要素が内在します。そのため、これらの将来に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の将来における事業内容や業績等が、将来に関する記述に明示又は黙示された予想とは大幅に異なることとなる可能性があります。したがって、将来予想に関する記述に依拠することのないようご注意ください。

当社は、新たな情報、将来の出来事やその他の発見に照らして、将来予想に関する記述を変更、更新又は訂正する一切の義務を負うものではありません。当社以外の会社又は当事者に関連する情報又はそれらにより作成された情報は、一般的に入手可能な情報及び本資料で引用されているその他の情報に基づいており、当社は、当該情報の正確性及び適切性を独自に検証しておらず、また、当該情報に関して何らの保証もするものではありません。