

当PDF文書は上に示されている企業に関する詳細レポートのアップデート版として作成されたものです。詳細レポート全体につきましては弊社ウェブサイトをご覧ください。

2018年7月12日、株式会社ジンズは2018年8月期第3四半期決算を発表した。

四半期業績

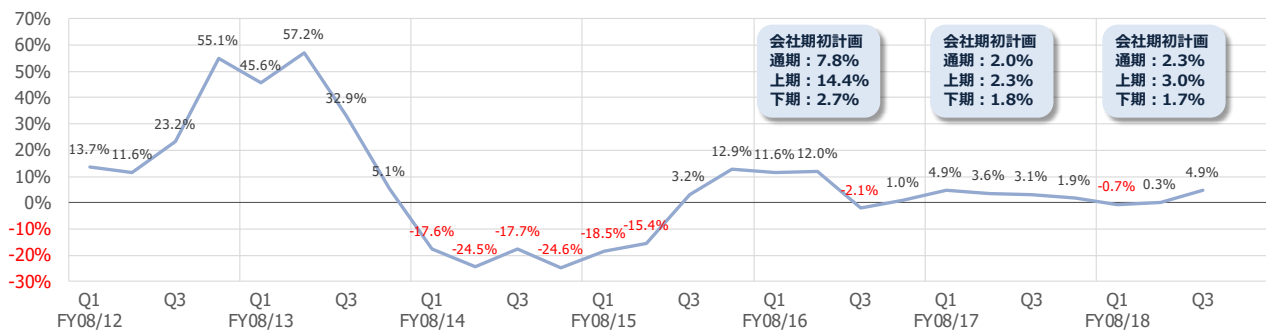
Table with 21 columns: (百万円), FY08/16 (Q1-Q4), FY08/17 (Q1-Q4), FY08/18 (Q1-Q3), FY08/16 FY08/17 FY08/18 (Q3累計), FY08/16 FY08/17 FY08/18 (連結), FY08/16 FY08/17 FY08/18 (会予), 進捗率, 期初予比, FY08/18 (期初予). Rows include sales (売上高), operating profit (営業利益), net profit (経常利益), and other financial metrics.

出所：会社資料よりSR作成、注：2015年8月期Q1より中国子会社が、同Q4から米子会社が新規に連結対象となった

2018年8月期第3四半期決算（2018年7月12日発表）

- ▷ Q3累計：7.3%増収、7.5%増益。国内既存店の回復、海外で収益性改善するも、雑貨の想定以上の不調が継続
- ▷ 国内：既存店1.7%増。好調なJINS Switch（メガネからサングラスへ簡単に変換）が牽引、CP施策も寄与
- ▷ 中国：競争環境厳しさ増すも模倣店との差別化強化。既存店回復・粗利率改善で利益積み増す。赤字定着図れたとの認識
- ▷ 米国：商品力向上、店舗オペレーション改善等で既存店が大幅増収。レンズ調達先変更で粗利率も上昇、収益構造改善
- ▷ 雑貨：レディス不振で想定以上の営業減益。既に不採算店閉鎖や店舗オペレーション及び商品戦略見直しに着手
- ▷ アイウェア出店：49店出店（国内23、中国26、米国0）。計画通りに進捗。4月に海外初のFC店をフィリピンに出店
- ▷ トピックス1：サービスを重視したハイエンド層向け新業態「J of JINS」の第1号店を7月20日に開店
- ▷ トピックス2：トータルアイケアカンパニーを目指し医薬品販売事業に参入。「JINS DRUG+」をオンラインで販売開始
- ▷ トピックス3：「JINS Design Project」の第2弾、Konstantin Grcicと協業したメガネを6月14日より販売開始

既存店売上高前年同期比推移

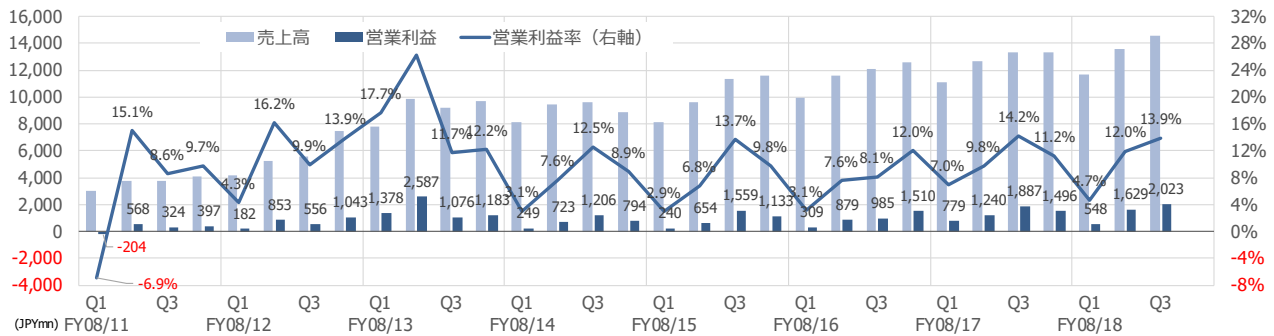


会社期初計画
通期：7.8%
上期：14.4%
下期：2.7%

会社期初計画
通期：2.0%
上期：2.3%
下期：1.8%

会社期初計画
通期：2.3%
上期：3.0%
下期：1.7%

業績推移（百万円）



出所：会社資料よりSR作成

業績概要

Q3累計：7.3%増収、7.5%増益。国内既存店の回復、海外で収益性改善も、雑貨の想定以上の不調が継続

FY08/18Q3累計業績は、売上高39,852百万円（前年比7.3%増）、営業利益4,200百万円（同7.5%増）となった。前年比営業増益額294百万円の内訳は、国内アイウェア事業が267百万円増、海外アイウェア事業は279百万円増、雑貨事業が254百万円減。Q1は231百万円減益（29.7%減）であったが、Q2は389百万円増（31.4%増）、Q3は136百万円増（7.2%増）とQ2以降は増益に転じ、Q3累計としては増益を確保した。

海外事業（Q3累計期間は7~3月）は前年比279百万円の営業増益。地域別には、1）中国：既存店が回復基調で粗利率も高水準を維持、2）米国：米国向けデザイン商品の投入及び店舗オペレーションの改善により既存店が大幅増収と収益率の改善（レンズ仕入原価低減）、が寄与したとみられる。

国内事業は前年比267百万円増益。上期は各種コラボ商品が好調だったものの、秋冬の新作シリーズ「JINS×TIME」の販売不振、セール構成比の増加、低価格商品への偏り及び10月の天候不順要因により、国内既存店売上は上期計画3.0%増に対して0.2%減となった。販売数量はまとめ買いセール等で伸びたものの、上記要因による平均価格の下落（前年比約500円低下の7,200円）が影響。同社では、商品MDと消費者ニーズのズレが秋冬投入商品の販売不振、セール構成比増に繋がったとみていた。価格帯別では5,000円ライン充実による顧客獲得戦略は効果が表れつつあるものの、8,000円ラインや12,000円ラインでの価値訴求に課題を有し、在庫増やセール構成比増に繋がったと分析。上期後半より対応策を打ち出した。Q3累計では「JINS Switch」の好調、3プライス制の新価格戦略が一巡し一式単価が持ち直してきたことで、5.2%増収となった。「JINS オリジナルアプリ」も好評で、2018年5月末にはダウンロード数が120万件を突破したとのこと。

雑貨事業は、重要性の観点から今Q1よりセグメント化（従来はその他事業）された。但し、通期計画営業利益100百万円に対して174百万円の営業損失を計上、業績の足枷となっている。要因は、レディス事業における商品MDの不首尾。通販サイト及び中古市場の台頭など市況の変化の影響もあったとみられる。店舗オペレーションや商品戦略見直し等に注力しているが、Q3も赤字を継続している。

業績補足

市場認識

同社では市場環境について、国内眼鏡小売市場は2016年3月以降前年比マイナスの傾向が持ち直し、足許では改善の兆しが見受けられると認識している。そうした中、重要な経営課題として、1) 商品戦略の再構築、2) 店舗オペレーションの改善、3) 店舗戦略では郊外ロードサイド型店舗展開を強化すべく出店の継続、を進めてきた。

しかしながら、2017年3月に導入した3プライス制への移行の効果が限定的であること、それに伴う商品開発も不十分であったこと等により、FY08/18Q1の既存店売上高は0.7%減となった。Q2の既存店売上は0.3%増と微増ではあったが、月次では12月の2.6%減が響き、1月（1.7%増）2月（2.2%増）と改善。Q3の既存店売上はその流れを受け継ぎ4.9%増となった。3月は10.1%増と2016年1月依頼の二桁増を記録、4月（3.6%増）、5月（1.4%増）と花粉対策用商品や簡単にサングラスになるメガネ「JINS Switch」が売上を牽引した。6月には「JINS Design Project」第2弾Konstantin Grcicと協業したメガネが好評をもって受け入れられ、7.2%増と増収基調を維持している。

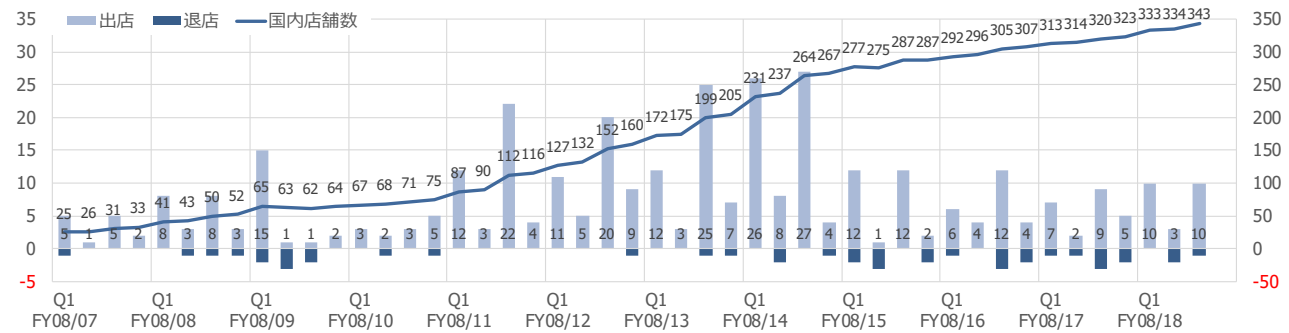
同社では、更なる成長を目指して、a) 商品力の向上及び接客力、b) 店舗マネジメントの強化が必要不可欠とし、これら諸課題に取り組んでいる。また、郊外ロードサイド型店舗については、店舗開発の社内体制を強化し、出店加速に向けた基盤を強固なものとしたとのこと。FY08/18は郊外ロードサイド店舗を強化する計画であり、今後効果は顕在化していくと考えている模様だ。

店舗展開

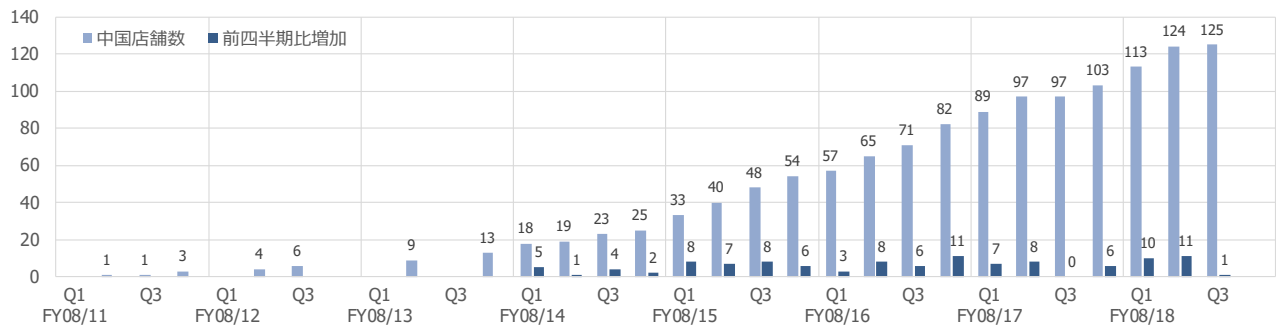
アイウェア出店：49店舗出店（国内23、中国26、米国0）

FY08/18Q3累計の店舗数は国内343店舗（出店23、退店2）海外129店舗（中国125、米国4。出店26：中国26、米国0、退店4：中国4）となった。出店は通期計画（国内28、中国32）に対して概ね計画通りに推移している模様だ。国内ロードサイド店舗も出店を進め、既存ロードサイド店舗におけるシニア向けの売上も着実に上昇している模様だ。カフェ併設店舗（FY08/17末4）もQ1に1店舗を出店、Q2も着実に増加している。

アイウェア事業店舗数（上段：国内、下段：中国）



出所：会社資料よりSR作成



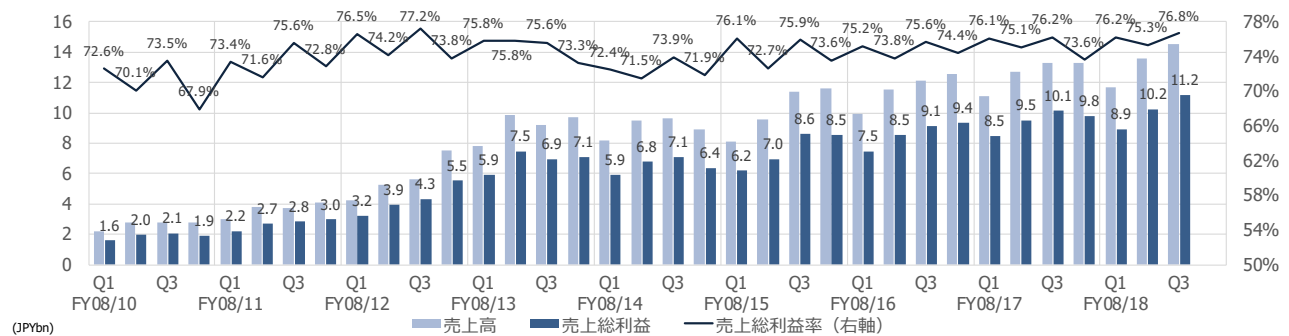
出所：会社資料よりSR作成

粗利

FY08/18Q3累計の粗利率は76.1%と前年比0.3pt上昇した。海外事業のレンズ仕入原価低減等による改善と、相対的に粗利率が高い海外事業の構成比上昇による面が大きい。国内事業の粗利率は売上高に占めるセール構成比が増加したものの、海外では調達先の見直し等により大幅に改善した。

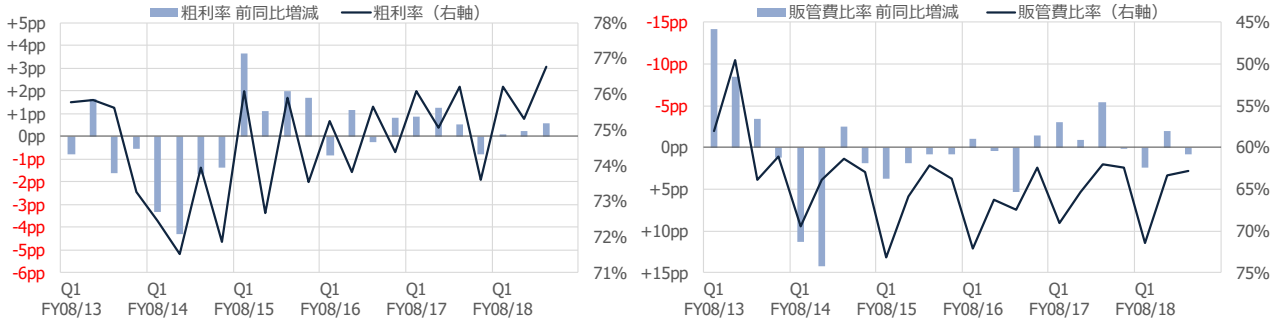
ただ、同社では原価低減により得られた利益は商品価値を上げる方向で還元したいとの意向も示している。商品価値向上が客数増、そして粗利高増に繋がるかに期待したい。なお、FY08/17Q4は約130百万円の除却損（旧型となるMEMEの部品を除却）が発生し、粗利率を引き下げた点に留意。FY08/18もQ4に同額を見込む。Q2末時点では、在庫の増加は期末には適正在庫に戻せると見込んでおり、下期は供給をコントロールしながら、a) リードタイムや在庫の持ち方、b) 店頭・倉庫在庫の持ち方、c) 適正価格での販売、等に根本的に構造にメスを入れる方針としていた。下期中にある程度在庫に対する考え方を明確化し、2019年8月期は、具体的にオペレーションに移していく予定である。Q3の在庫水準はQ2比で若干減少且つ回転率が上昇しているものの、まだこれらの効果が出てきているとは言えない。取材等で確認したい。

粗利率推移



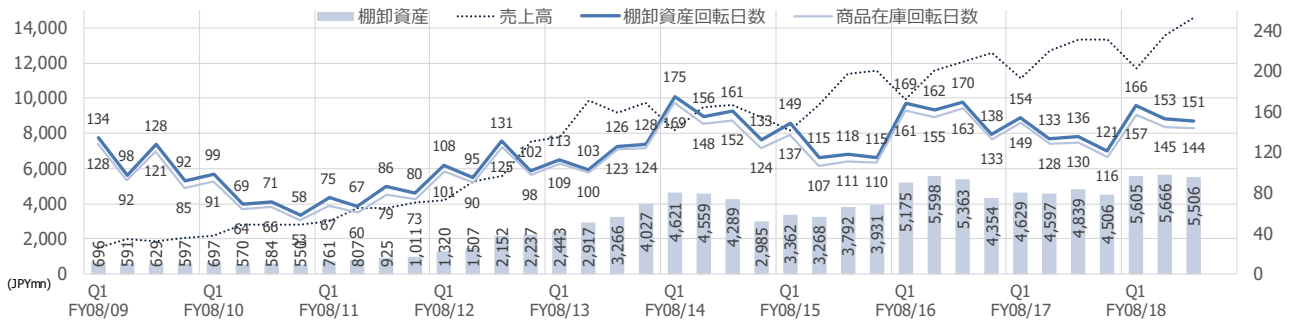
(JPYbn)

出所：会社資料よりSR作成



出所：会社資料よりSR作成

棚卸資産ほか (百万円)

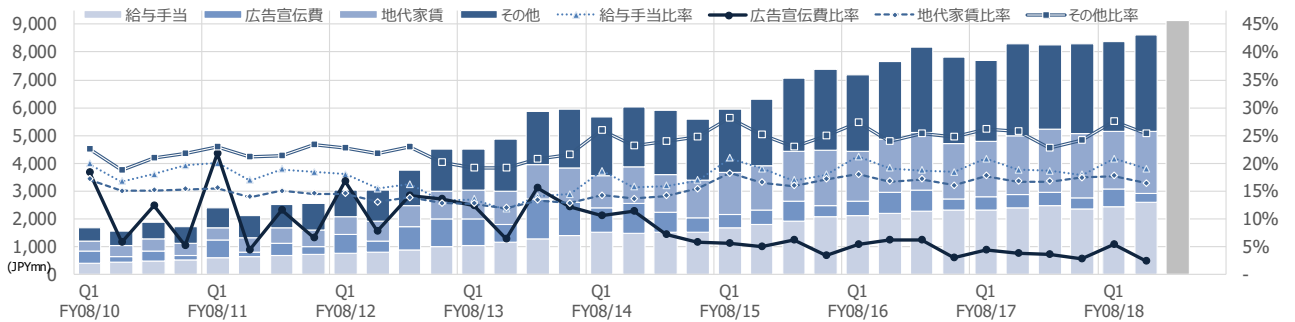


出所：会社資料よりSR作成

販管費

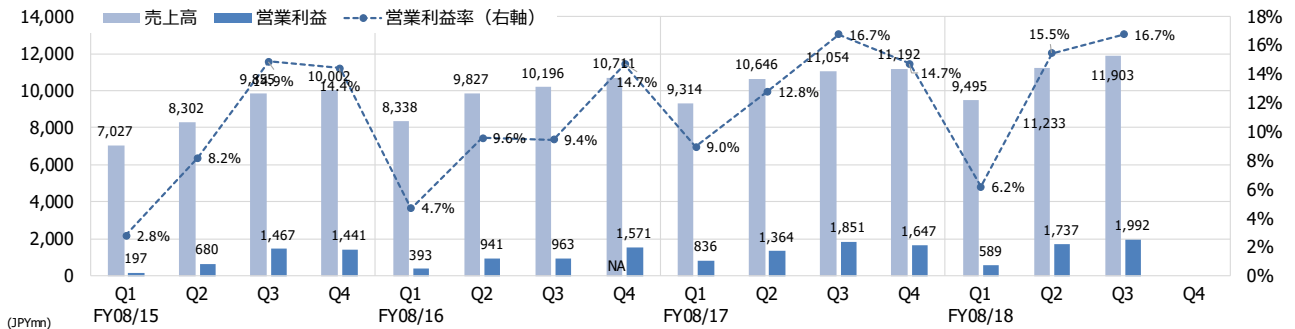
販管費は7.8%増、売上構成比は65.6%と0.3pt上昇した。売上は堅調に推移しているが、広告宣伝費が増加したことで悪化した。

販管費 (百万円)



出所：会社資料よりSR作成

国内アイウェア事業

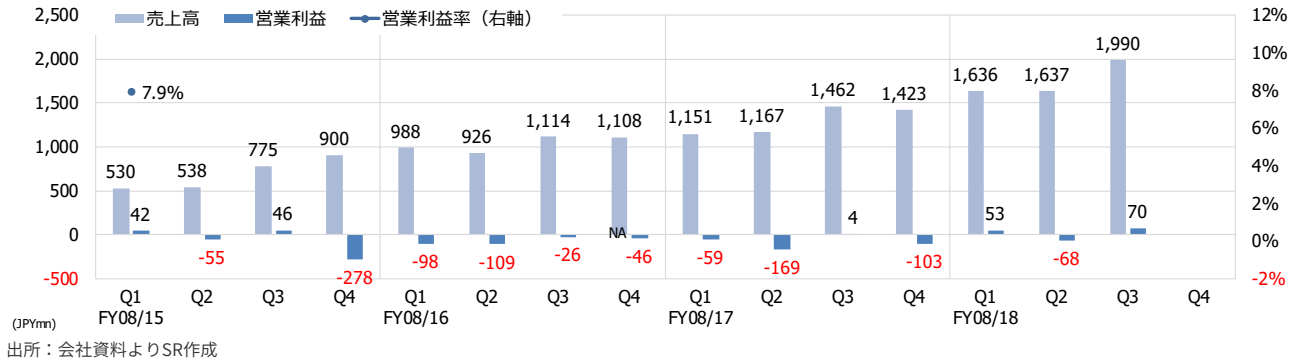


海外事業 (7~6月を連結)

Q3累計期間の海外事業は、売上高5,263百万円（前年比39.2%増）、営業利益55百万円（前年同期は224百万円の営業損失）となった。米国事業の損失を中国事業で補う構図に変化はないが、1) 中国事業：競争環境は激しさを増しているも

の、模倣店との差別化を図り、既存店の回復と粗利率が改善したこと、2) 米国事業：米国向けデザイン商品投入及び店舗オペレーション改善により既存店が大幅増収、レンズの調達先変更による粗利率上昇、により海外事業全体では黒字化した。米国の損失幅削減の貢献が大きかったとみられる。4月には同社の海外進出4カ国目となるフィリピンで、初のFC店第1号店を出店した。

海外事業



トピックス

コンタクトレンズ

同社はコンタクトレンズ事業に参入し、1日使い捨てオリジナルコンタクトレンズ「JINS 1DAY」を2018年1月よりJINS オンラインショップで、2017年12月よりJINS渋谷店にて販売を開始した。今後は資格者を育成しつつ、段階的に取り扱い店舗を増やすことを検討しているとのこと。1DAYコンタクトレンズ購入者の半数以上がJINS眼鏡の購入者で、そのうち80%は購入意向があり、適正価格で購入したい、というお客様からの高いニーズを受けて、オリジナルコンタクトレンズ「JINS 1DAY」（1箱30枚入り税別2,000円）の販売を開始する。JINSのWEBまたはアプリを通じて購入が可能。また、アイウェアで培ったビジネスモデルを採用し、自社ブランド製品を提供することで市場価格よりも安く提供することが可能になる、としている。Q2時点では、ユーザーの評価は比較的高く、販売店舗数次第では、売上増も見込んでいる模様。

フィリピン

2018年3月、同社はアイウェアブランド「JINS」のフィリピンでの展開を目指し、現地企業Suyen Corporation社とフランチャイズ契約を締結することを発表した。1号店（SM Aura Premier 1階）の出店は2018年4月19日、連結業績への影響は軽微とのこと。

なお、Suyen社は同国及び米国・中国等でアパレル、雑貨、コスメ、飲食店舗を幅広く展開し、日系飲食ブランドも数多く手掛けており、同国や中国等で巨大ショッピングモールを展開するSMグループを30年来続く強い信頼関係を有し、フランチャイズ店舗を多く運営するなど実績がある企業とコメントしている。

「サロン de メガネ」

2018年4月、美容院での眼鏡選びができる新サービス「サロン de メガネ」を全国美容院100店舗で導入を開始した。2018年中に、1,000店舗での展開を目指す。売上はECに計上、1サロンあたり数本/月の売上を見込んでいる模様。

「J of JINS」

2018年7月、「真価を見抜く目を持つ人へ」をコンセプトとしたハイエンド層向け新業態「J of JINS」の第1号店を開店することを発表した。サービスを重視し、JINS社内資格の最高ランクとなるマイスターを取得しているスタッフが接客を実施する。フレーム3~10万円、レンズ1~8万円とJINSの3プライス（5,000円、8,000円、12,000円）と比べて高価格帯となっている。

「JINS DRUG+」

2018年5月、同社は、トータルイケアカンパニーを目指して、医薬品販売サービス「JINS DRUG+」をJINSオンラインショップで開始することを発表。初回は目薬、サプリメント12品目を展開し、順次取扱商品を増やしつつ、あらゆる目の悩みを総合的にサポートしていけるような商品・サービスの開発・販売を促進する、としている。

LINEビジネスコネク

2018年7月より、JINS全店にてLINEビジネスコネクの導入を開始。視力測定の待ち時間や特注品の加工完了時間の通知の確認が可能となる。土日の繁忙期には待ち時間が発生するが、順番待ち受付表をLINEに連携することで、販売機会損失減少や効率的な店舗運営が可能になるとみられる。

下期及びFY08/19に向けて（参考：Q2時点）

2018年4月5日、同社は通期業績予想の下方修正を発表。国内アイウェア事業と雑貨事業のレディース雑貨の売上未達が主な要因であり、下期予想（営業利益4,000百万円、既存店1.7%増）については据え置いた。これは、一式単価の回復を見込んでいるため。その要因として、1) Q2後半より取り組んでいる8,000円ラインの拡充、2) 新スポット商品の投入、3) スイッチの好調、4) 2017年3月の3プライス制移行のデメリット一巡をあげている。平均単価のハードルがFY08/17上期は7,700円（FY08/18上期は7,300円）、下期は7,200円と下がることもあり、平均単価は上昇に転じる見通しである。

1) については、12,000円ラインを中心とするタイムの不調により、5,000円ラインの構成比が高まった模様だが、タイムの下振れを受けて、3月より8,000円ラインの拡充に取り組んだ。8,000円ラインの構成比が従来は36%だったが、3月になり40%へと増加、一方で5,000円ラインは4%構成比を下げている。その結果、3月の平均単価は7,300円と上昇、仮にこの水準を維持するならば据え置かれた下期計画は達成可能としている。

2) については、6月中旬には新たなエッジの効いたスポット商品が発売される予定。タイムで顧客のニーズを捕えきれなかった点を踏まえて、ディスプレイ・コミュニケーション戦略により工夫を凝らすとしている。また、3) については、4月に入り、スイッチが好調に推移し、4月末には新ラインナップ拡充した。好評により定番商品となった。なお、5,000円ラインを充実させることによる新規客開拓は上期も着実に効果を表しており、下期も継続していく見通し。

販売本数は、上期に引き続き上昇を見込んでいる。上期は、まとめ買いセールなどで販売数量を押し上げたものの、下期は短期的な売上増を狙ったセールは抑えつつ、供給をコントロールしながら販売数量を増やしていく。

店舗戦略：前橋における成功モデルの全国展開

店舗戦略においては、郊外ロードサイド型店舗展開にSR社では注目している。ロードサイド店舗は、FY08/17末17店舗に対しFY08/18Q2末は20店舗（4店舗出店、うち1店舗はスクラップ・アンド・ビルト）と、期初計画より3店舗が下期に期ずれした（下期は5店舗を計画）。

同社では、これまでの出店である程度勝ちパターンが見えてきたとしており、今後はジinzの知名度等を考慮しつつ、ある程度ドミナント戦略での出店を計画していると思われる。その好例が前橋の成功。前橋は34万人商圏に3店舗（SC1、ロードサイド2）を出店、マーケット規模は標準的な12～13億円、そのうちシェア35%を獲得している。今後は、地方の県庁所在地を中心に同様の展開もあり得る模様だ。なお、カフェ併設型については、開店後の周囲の認知が早いと、立ち上がりは好調とのこと。

FY08/19の出店は、FY08/18計画（純増25）+αを考えているとのこと。ロードサイドはその半分を占めるとみられる。

新業態「黒いジinz」

また、商品への感度がより高い層に向けて価値訴求を図る新業態「黒いJINS」は、下期に都心部に1店舗の出店を計画。同社では、今までのジinzでは獲得できなかった、セレクトショップで購入するような眼鏡に強いこだわりをもった感度の高いエグゼクティブ層をターゲットとし、ジinzブランドの良さを伝えていきたいとしている。

販管費

FY08/19以降は、これまでより攻めの姿勢に転じて広告宣伝費を使っていく模様だ。12,000円ラインをしっかりと売るために、ジinzブランドの良さを伝える必要を感じているため。なお、下期は大型な広告案件は予定しておらず、概ね計画通りとしている。

海外事業

海外事業は、中国・米国共に足許は順調で、連結営業利益を押し下げる局面は過ぎ、利益を押し上げる段階に入ったと同社では見ている。通期の174百万円の営業利益計画に対しては、中国・米国共に順調に進んでいるとのこと。中国は黒字基調を維持しており、米国は、損失ではあるものの損失幅は縮小しており、本部費用を除いては黒字化がほぼ見えている模様。但し、2018年8月の米国の動向には注意したい。これは、米国既存店が2017年8月から高い成長を示し、7月で一巡するため。仮に8月が前年比増収となるならば、利益積み上げが期待できよう。地域別概要は以下。

中国は既存店2桁増収と好調を維持、出店も上期期初出店計画15店舗に対し実績は22店舗と前倒して進めている。下期も10店舗出店を予定、退店（上期1、下期1）もあるが、純増30店舗は計画通り進んでいる。米国は、既存店は旗艦店・モール共に順調。今期の出店は計画されていないが、FY08/19以降はモールへの出店を検討。これまで同様慎重な出店計画とみられる。台湾は、現時点では非連結だが業績は順調、FY08/19からの連結が濃厚。損益的にもプラスで連結される見通し。店舗数は、前期末18、上期20、通期22と計画通りの進捗。フィリピンは18年4月にFC第1号店を開店、初のFC業態での海外出店となるため、業績への影響は軽微とみられる。

雑貨事業

外部のデザイナーを投入し、MDの立て直しを図る。5月から商品入替を進めており、徐々に効果が表れると見込み、下期は黒字転換を計画している。下振れる可能性は否定できないが、アイウェア事業で補える程度を見込む。

各種取組状況補足

概要は上述の通りだが、他に取組状況については、a) 販売本数増：上期の既存店客数は微減となったが、販売本数はまとめ買いキャンペーン効果もあり通期計画（20万本増の580万本、3~4%増）に対して6.2%増、b) JINS Design Project：上期は販売につながらず反省が残るものの、デザインクオリティは着実に良くなっており、下期の商品に期待、c) シニア層開拓：計画通りロードサイド店舗を出店、既存ロードサイド店舗のシニア向けも着実に増加、d) キッズレンズ：3月にバイオレットプラスに名称をリニューアル、店頭でのコミュニケーションを積極化していく、e) EC：上期売上は計画達成、今期は攻めの期としており、下期はより高い伸びが期待、f) イノベーションを起こす新製品：製造面の課題解決に時間を要しており、FY08/18中の発売は難しい模様だ。

このリサーチメモは、掲載企業の[最新版レポート](#)にも掲載されています。

株式会社シェアードリサーチは今までにない画期的な形で日本企業の基本データや分析レポートのプラットフォーム提供を目指しています。さらに、徹底した分析のもとに顧客企業のレポートを掲載し随時更新しています。

ディスクレーム

本レポートは、情報提供のみを目的としております。投資に関する意見や判断を提供するものでも、投資の勧誘や推奨を意図したものではありません。SR Inc.は、本レポートに記載されたデータの信憑性や解釈については、明示された場合と黙示の場合の両方につき、一切の保証を行わないものとします。SR Inc.は本レポートの使用により発生した損害について一切の責任を負いません。

本レポートの著作権、ならびに本レポートとその他Shared Researchレポートの派生品の作成および利用についての権利は、SR Inc.に帰属します。本レポートは、個人目的の使用においては複製および修正が許されていますが、配布・転送その他の利用は本レポートの著作権侵害に該当し、固く禁じられています。

SR Inc.の役員および従業員は、SR Inc.の調査レポートで対象としている企業の発行する有価証券に関して何らかの取引を行っており、または将来行う可能性があります。そのため、SR Inc.の役員および従業員は、該当企業に対し、本レポートの客観性に影響を与える利害を有する可能性があることにご留意ください。

金融商品取引法に基づく表示

本レポートの対象となる企業への投資または同企業が発行する有価証券への投資についての判断につながる意見が本レポートに含まれている場合、その意見は、同企業からSR Inc.への対価の支払と引き換えに盛り込まれたものであるか、同企業とSR Inc.の間に存在する当該対価の受け取りについての約束に基づいたものです。

連絡先

株式会社シェアードリサーチ / Shared Research Inc.

東京都文京区千駄木3-31-12

HP: <https://sharedresearch.jp>

TEL : (03)5834-8787

Email: info@sharedresearch.jp