

株式会社ジンスホールディングス
JINS Holdings Inc.(3046)
2025年8月期 決算説明資料

2025年10月10日

JINS

JINS Holdings Inc.
<https://jinsholdings.com>

CFOの中谷です。

私から、2025年8月期の業績実績と2026年8月期の業績予想
についてご説明させていただきます。

2025年8月期 決算説明資料

目次

1. 2025年8月期 通期実績
2. 2026年8月期 業績予想
3. 2026年8月期 業績予想の前提

免責事項

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社グループが現在入手している情報及び合理性があると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社グループとして約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は、様々な要因により大きく異なる可能性があります。

2025年8月期 通期

実績

2025年8月期 連結業績ハイライト

			前期比	計画比
● 売上高	過去最高	972 億円	+17.1%	+5.1%
● 営業利益	過去最高	120 億円	+54.3%	+11.9%
● 営業利益率		12.4 %	+3.0pt	+0.8pt
● EBITDA	過去最高	151 億円	+39.2%	+8.1%

注: (1) 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る、(2) EBITDA = 営業利益 + 減価償却費（のれん償却費を含む）、
(3) 計画比は、2025年4月11日時点の修正後通期連結業績予想との比較

Confidential 4

2025年8月期実績になります。

売上高が972億円、営業利益が120億円、営業利益率 12.4%、EBITDAが151億円となっております。

前期比で、特に営業利益が+54.3%と伸びております。これは強い売上高によるものと、コストコントロールが上手くいった結果だと思っております。

通期実績の要点

売上高・利益ともに過去最高を達成

日本

- 大幅な増収増益を実現、過去最高業績を更新
- 既存店増収率+16.5%、年間を通じて高成長が継続
- 店舗拡大等で販管費は増加するも、売上比では改善

海外

- グローバル連携強化により、海外収益貢献を実現
- 台湾の好調、中国の構造改革成果が売上・利益成長を牽引
- 米国で新顧客体験型パイロット店舗を出店
- モンゴルやベトナム等、新規国への展開を推進

Confidential 5

要約になります。

日本と海外それぞれのハイライトですが、まず国内は、売上・利益ともに過去最高を達成できております。既存店増収が通期を通して、+16.5%と非常に強い数字が達成できたのも、我々にとって大きな力になりました。また、当然、事業成長によるコスト増加はありますが、販管費の売上比率としては下がっており、この点も非常に良かったと思っております。

海外に関しては、以前からお話させていただいてる通り、グローバル連携を強化しており、海外収益の改善が少しずつ出来てきました。

国別では、台湾が非常に好調で、中国の構造改革も売上・利益に貢献したと思っております。また、米国では、新顧客体験型のパイロット店舗を出店しました。さらに、グローバルで新しい市場で新しいお客様にJINSの商品・サービスをお届けできるよう、モンゴルやベトナムなどの新規国への展開も開始しております。

2025年8月期 連結業績

大幅な増収増益を達成 計画比でも上振れ

	FY8/24 通期	FY8/25 通期	FY8/25 通期				
	実績	修正計画	実績	前期比	増減率	計画比	増減率
売上高	829億円	925億円	972億円 ②	+142億円	+17.1%	+46億円	+5.1%
売上総利益	644億円	727億円	758億円	+113億円	+17.6%	+30億円	+4.2%
売上総利益率	77.6%	78.6%	④ 78.0%	+0.3pt	—	-0.7pt	—
販売管理費	566億円	619億円	⑤ 637億円	+71億円	+12.6%	+17億円	+2.8%
販売管理費率	68.2%	67.0%	65.5%	-2.7pt	—	-1.4pt	—
営業利益	78億円	108億円	① 120億円 ③	+42億円	+54.3%	+12億円	+11.9%
営業利益率	9.4%	11.7%	12.4%	+3.0pt	—	+0.8pt	—
経常利益	77億円	107億円	121億円	+43億円	+56.7%	+13億円	+12.5%
経常利益率	9.3%	11.6%	12.5%	+3.1pt	—	+0.8pt	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	46億円	72億円	83億円	+36億円	+78.3%	+11億円	+15.6%
当期純利益率	5.6%	7.8%	8.6%	+2.9pt	—	+0.8pt	—
EBITDA	108億円	139億円	151億円	+42億円	+39.2%	+11億円	+8.1%
通期配当	61円	94円	109円	+48円	+78.7%	+15円	+16.0%

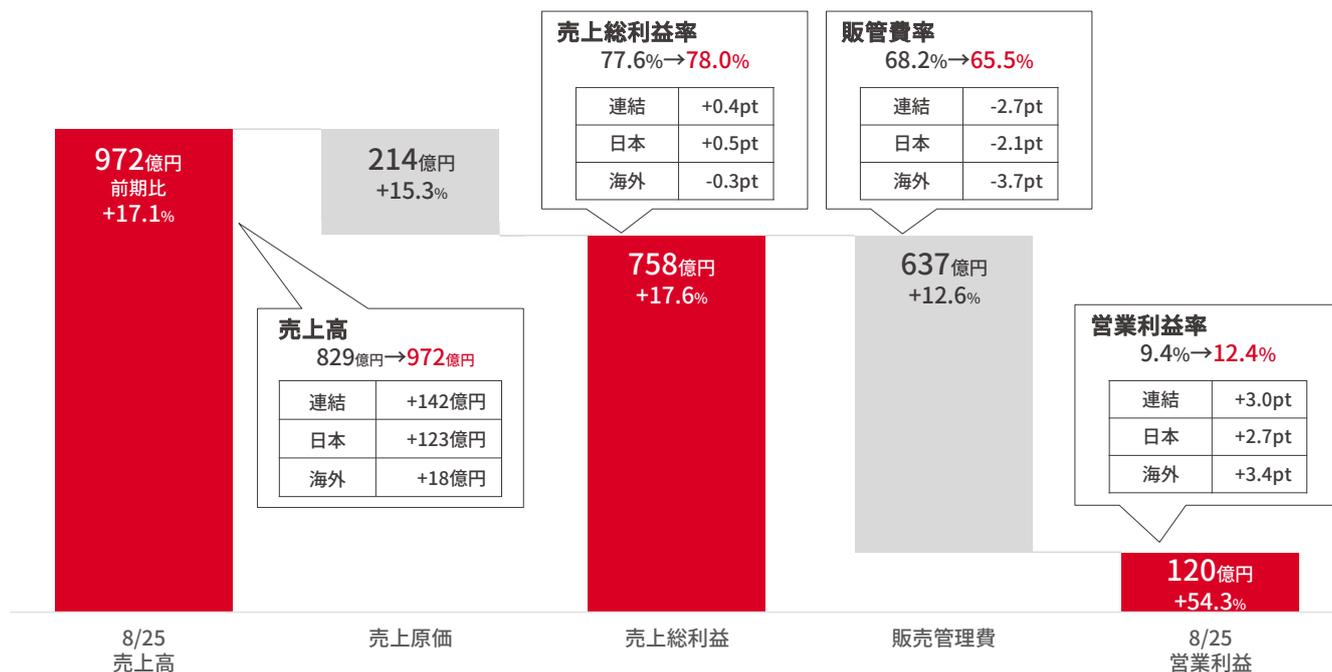
注: (1) 端数を切り捨てしているため、合計が一致しない場合がある。(2) EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 (のれん償却費を含む)

2025年8月期の連結業績になります。

売上高は972億円で前期比で142億円の増収となりました。
営業利益は120億円で、こちらも前期比で42億円の増益となりました。

スライドに①から⑤まで数字を振っております。ここから5つのスライドでそれぞれの要因を説明させていただきます。

① 2025年8月期 連結業績（売上高～営業利益）



注: 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る

Confidential 7

972億円の売上高から、どのように営業利益 120億円を創造したかというチャートになります。

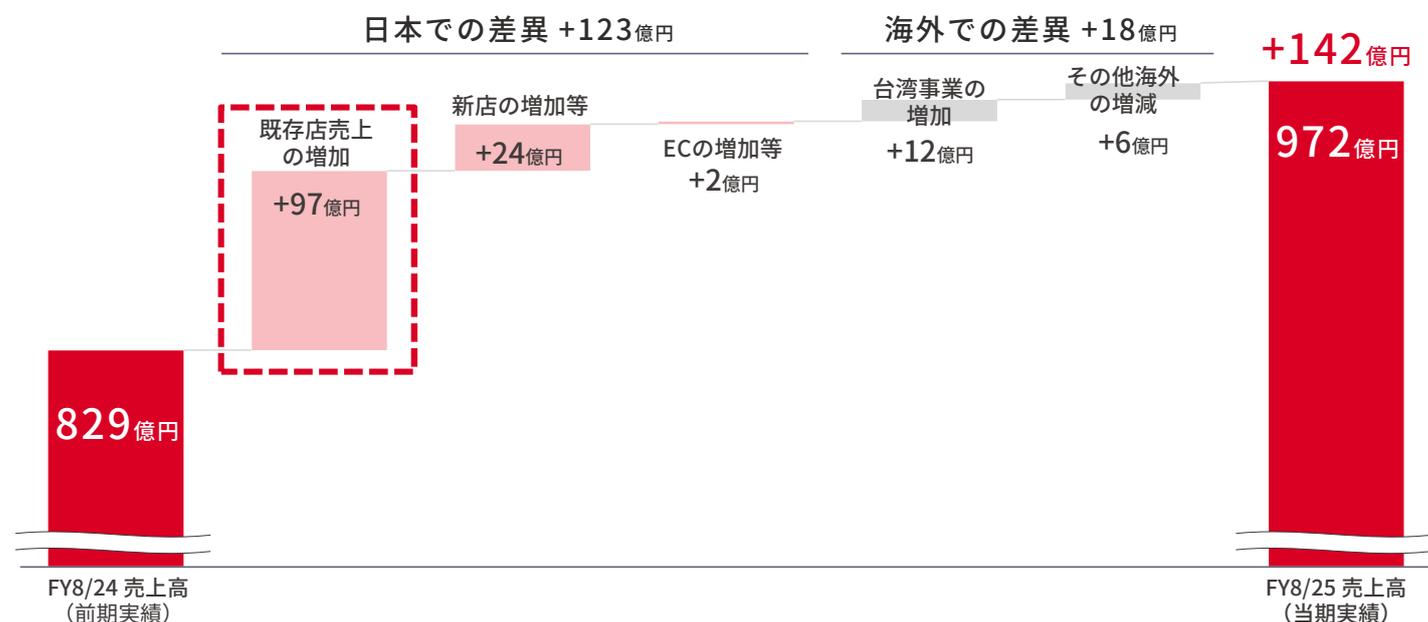
一番左になりますが、売上高は、国内で前期+123億円、海外が+18億円、合計で142億円の増収になります。

利益率の改善に関しましては、売上総利益率が、前期実績 77.6%に対して、78.0%で+0.4ptの改善ができております。販管費の売上比率は、前期 68.2%あったものを 65.5%に圧縮することができました。

結果として、営業利益率は 9.4%から 12.4%に上昇という形になりました。

② 連結売上高：前期との差異

日本の既存店売上が成長をドライブ（前期比+16.5%）、海外は台湾が健闘



注：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る

Confidential 8

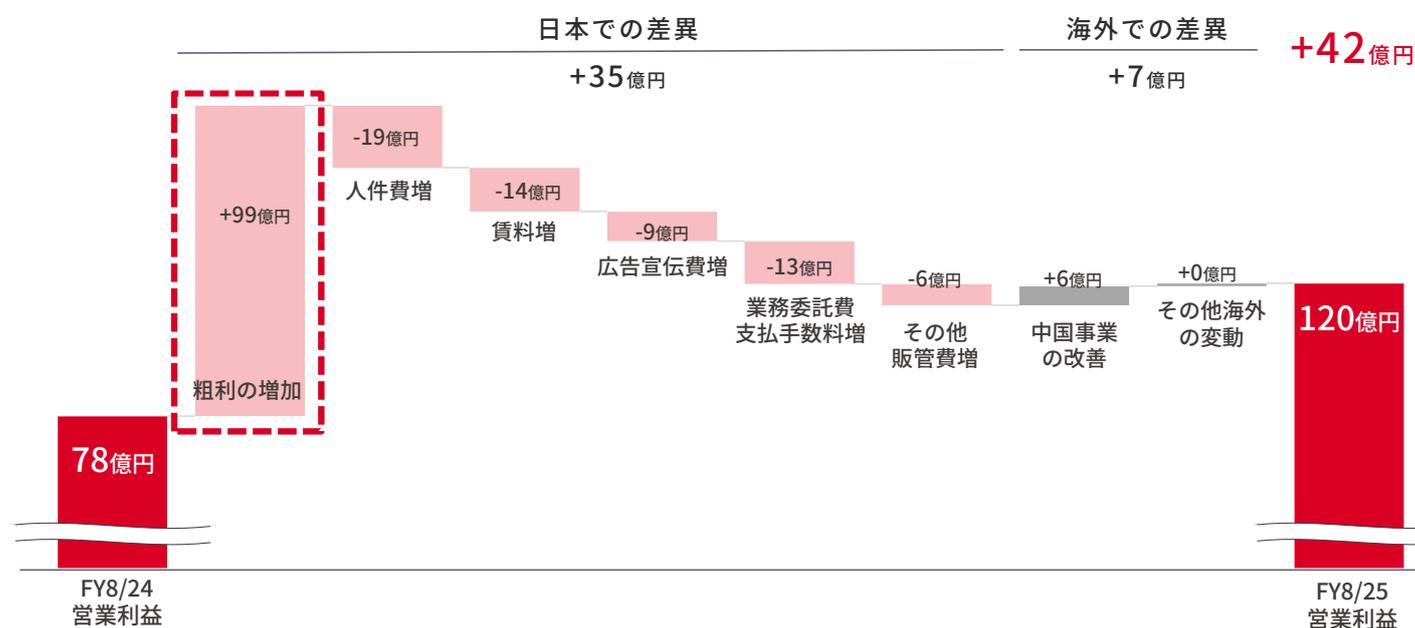
次に、売上高が2024年8月期の829億円から142億円増えておりますが、その分解について、国内・海外で分けてご説明さしあげます。

まず、国内で+123億円の要因について、一番左のグラフの通り、既存店売上が+97億円で貢献しており、これが一番大きなドライバーになっております。また、新店についても計画以上に出店でき、+24億円と二番目に貢献しております。

海外に関しては、台湾事業の売上による増収が多くなりましたので、ハイライトさせていただいております。

③ 連結営業利益：前期との差異

日本の増収が連結営業利益を牽引、海外は中国の収益性が改善



注：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る

Confidential 9

連結売上高と同じ構造になりますが、連結営業利益の増加要因です。

国内では、売上増加に伴う粗利の増加が99億円あり、そこから事業成長のためのコストが増えているという形になります。

右の海外事業では、中国事業で+6億円を創出しております。数字としてはそこまで大きくないと感じられる方もいらっしゃるかと思いますが、質への転換ということで収益を向上させることに取り組んできた結果、中国の黒字化ができております。

④ 売上高総利益率

商品ミックス改善により粗利率を上昇

	FY8/24 実績	FY8/25 実績	対前期	変動要因
連結	77.6%	78.0%	+0.4pt	
日本	77.1%	77.6%	+0.5pt	商品ミックス改善等 +0.5pt
海外	79.7%	79.4%	-0.3pt	

注：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る

Confidential 10

売上高総利益率の変化になります。

2024年8月期の実績77.6%から78.0%まで改善しております。
商品ミックスの変化・改善によって、粗利が改善している
という状況です。

⑤ 主要な販管費の増減

戦略コストを投下しつつ、売上比率はコントロール

	FY8/24 実績	FY8/25 実績	増減	主な要因等
販売管理費計 (売上比率)	566億円 68.2%	637億円 65.5%	+71億円 -2.7pt	<input type="checkbox"/> 日本 62.8% (-2.1pt YoY) <input type="checkbox"/> 海外 75.8% (-3.7pt YoY)
人件費 (売上比率)	206億円 24.9%	230億円 23.7%	+23億円 -1.2pt	<input checked="" type="checkbox"/> 店舗数増 <input checked="" type="checkbox"/> 本部/グローバル人員の採用 戦略コスト <input checked="" type="checkbox"/> 売上比率では低下
賃借料 (売上比率)	131億円 15.8%	144億円 14.9%	+13億円 -0.9pt	<input checked="" type="checkbox"/> 店舗数増 <input checked="" type="checkbox"/> 賃料負担率は低下
広告宣伝費 (売上比率)	33億円 4.0%	43億円 4.5%	+10億円 +0.5pt	<input checked="" type="checkbox"/> 売上比率はコントロール <input checked="" type="checkbox"/> グローバルプロモーション 戦略コスト
支払手数料 (業務委託費含む) (売上比率)	72億円 8.7%	86億円 8.9%	+14億円 +0.2pt	<input checked="" type="checkbox"/> ITシステム費用を支出 戦略コスト

注: 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る

Confidential 11

販管費の内訳になります。

2025年8月期 637億円と、前期に対して71億円、金額では増えておりますが、売上比率としては去年の68.2%から65.5%まで低減させております。

広告宣伝費に関しては、売上比で4.5%を使用しましたが、広告宣伝による売上の増加や、結果として販管費の売上比率を下げるというところにも貢献しております。

また、右に「戦略コスト」と記載しましたが、新規国への展開、基幹システムの刷新、グローバルマーケティングに関わるコストをかけていく、と期初にお話しさせていただいた施策について、概ね計画通りに進みましたので、ハイライトしております。

セグメント別実績

①日本が連結売上高・利益を牽引 ②海外は中国の収益性改善が貢献

		FY8/24 実績	FY8/25 実績	前期比	増減率
連結	売上高	829億円	972億円	+142億円	+17.1%
	営業利益	78億円	120億円	+42億円	+54.3%
	営業利益率	9.4%	12.4%	+3.0pt	—
日本	売上高	642億円	① 766億円	+123億円	+19.2%
	営業利益	77億円	113億円	+35億円	+45.7%
	営業利益率	12.1%	14.8%	+2.7pt	—
海外	売上高	187億円	205億円	+19億円	+9.9%
	営業利益	② 0億円	7億円	+6億円	+1,575.9%
	営業利益率	0.2%	3.6%	+3.4pt	—

注：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る

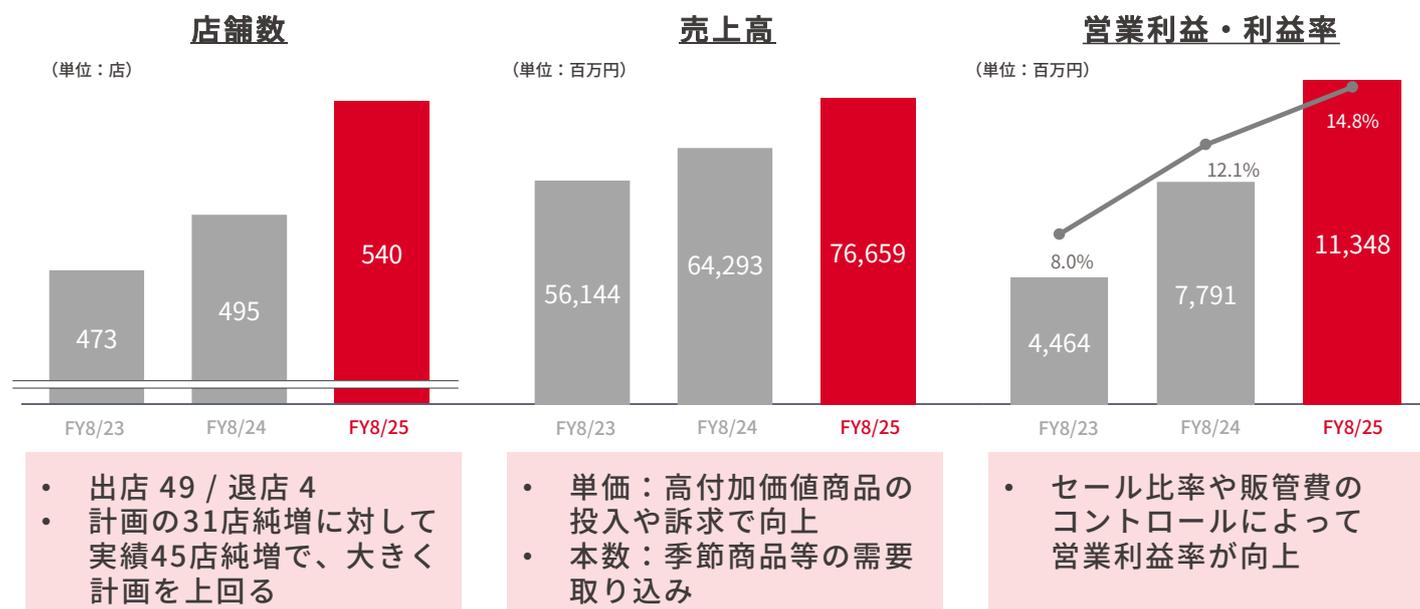
Confidential 12

セグメント別の業績数値になります。

2025年8月期の売上高は国内 766億円、海外 205億円、
営業利益は、国内が113億円、海外が7億円となりました。

セグメント別（日本）

既存店成長力及び出店加速がドライバーとなり、連結業績に大きく貢献



注: 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る

Confidential 13

ここからセグメント別で日本の店舗数、売上高、営業利益がどのように推移したかを直近3年間でお示しいたします。

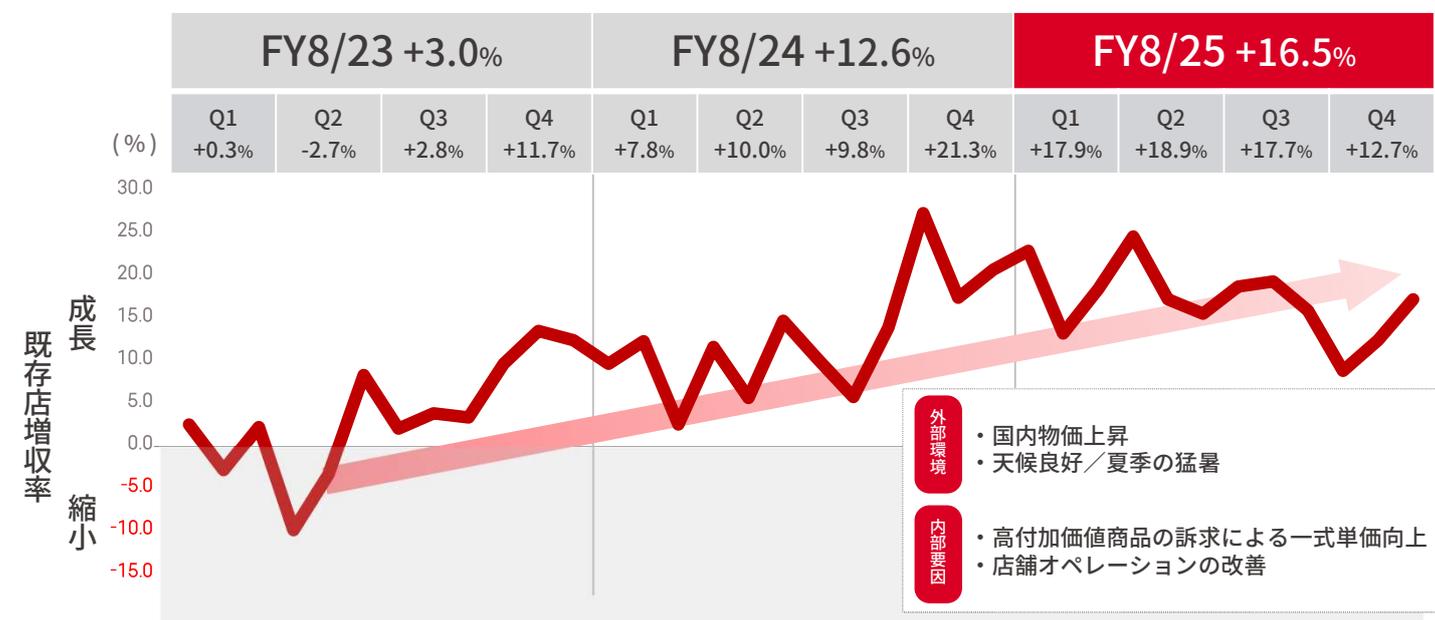
まず、店舗数ですが、出店の加速ができた年でした。計画としては、31店舗の純増で進めておりましたが、結果としては、45店舗の純増ができ、「出店を加速したい」という意識以上に出店を実現させることのできた期であったと思っております。

真ん中の売上高については、本数、単価の両方を増やすことができ、さらに、先ほどご説明した通り、新規出店も貢献し、売上を強く伸ばすことができました。

営業利益、また、営業利益率に関しては、セール比率のコントロールであったり、販管費それぞれ項目ごとに進捗を追っていくことにより、利益率を向上させております。

セグメント別（日本）既存店成長の推移

前年ハードルが高いなか、既存店増収率上昇トレンドを継続



注：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る

Confidential 14

国内の既存店成長の推移です。
直近3年間の通期の既存店増収率が、資料上部の大きな文字で書いてある数字で、2025年8月期が+16.5%です。
その下に四半期ごとの既存店増収率を記載しております。

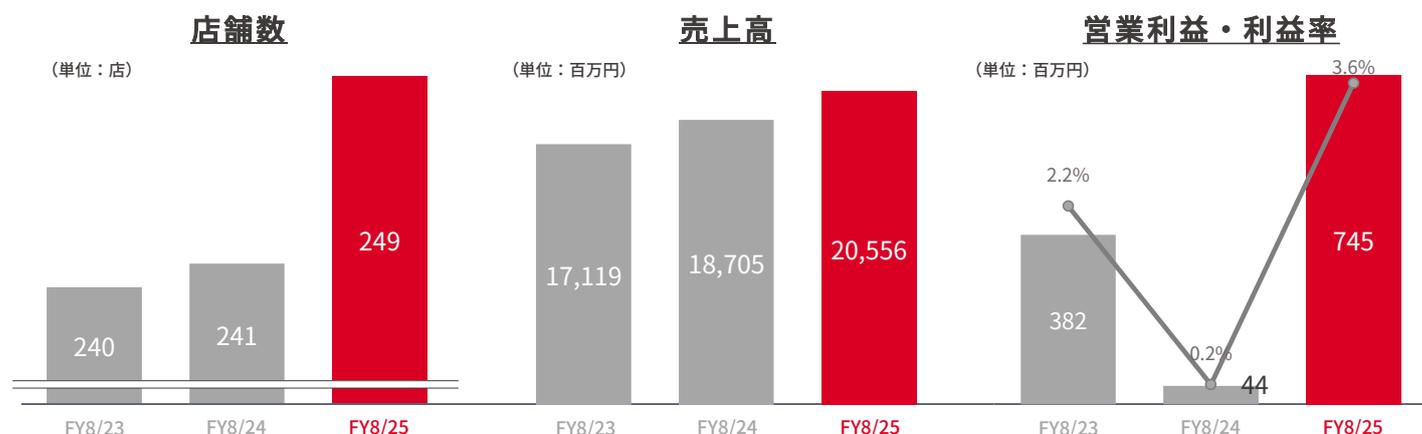
大きく既存店売上が伸びた要因について、まず外部要因としては、国内の物価上昇や消費の動向が強い年だったと考えております。為替の影響により、インバウンドが増え、逆にアウトバウンドは少なくなるという点では、国内の消費は強くなりやすい環境であったかなと考えております。また、天候要因も我々のような事業では重要で、雨の日が少ない期であったというの伸びる要因になったと考えております。

内部要因になりますが、我々にとって商品を作る力はJINSの大きな価値であり非常に重要なものですが、いい商品を作れたり、それをご理解いただけるような環境が備わってきたと認識しており、高付加価値の商品をお買い求めいただいたことによって単価が上昇しております。

また、店舗オペレーション改善によって、1人でも多くの方に眼鏡をお渡しできる環境が少しずつ整ってきていると認識しております。

セグメント別（海外）

中国の収益性改善等により営業利益が大きく向上



-  中国：構造改革1年目の成果が出て、黒字化。店舗数は減少だが売上・利益は増加
-  台湾：既存店好調で売上・利益ともに貢献。地方中心に出店加速
-  香港：市況低調が継続。オペレーション改善等取り組み
-  米国：店舗当たりの収益性は向上。25年1月にパイロット店舗を開店

注：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る

Confidential 15

次に海外事業についてです。

店舗数は、海外で合算した数字になりますが、米国と香港に関しては、少し出店が遅れた一方、台湾は出店の加速ができております。また、中国については、収益性の低い店舗の閉店を進めておりましたので、店舗数自体は減少いたしました。

海外全体としては、出店数を増やしております。

売上高については、日本と似たトレンドになりますが、既存店が好調に推移したという点と店舗数の増加によって伸ばすことができました。

営業利益率についても、従来、海外の収益性が課題になっておりましたが、特に中国の構造改革や、他のマーケットにおいてもコストを意識した経営をすることによって利益率の改善ができております。

店舗数の推移実績

計画の2倍となる純増を達成し成長を加速

	FY8/24	FY8/25				FY8/25				差異
	期末	期末	出店	退店	純増	計画	出店	退店	純増	
日本	495	540	49	4	+45	526	36	5	+31	+14
中国	167	156	12	23	-11	145	12	34	-22	+11
台湾	61	78	18	1	+17	73	12	0	+12	+5
香港	9	10	1	0	+1	12	3	0	+3	-2
US	4	5	1	0	+1	7	3	0	+3	-2
合計	736	789	81	28	+53	763	66	39	+27	+26

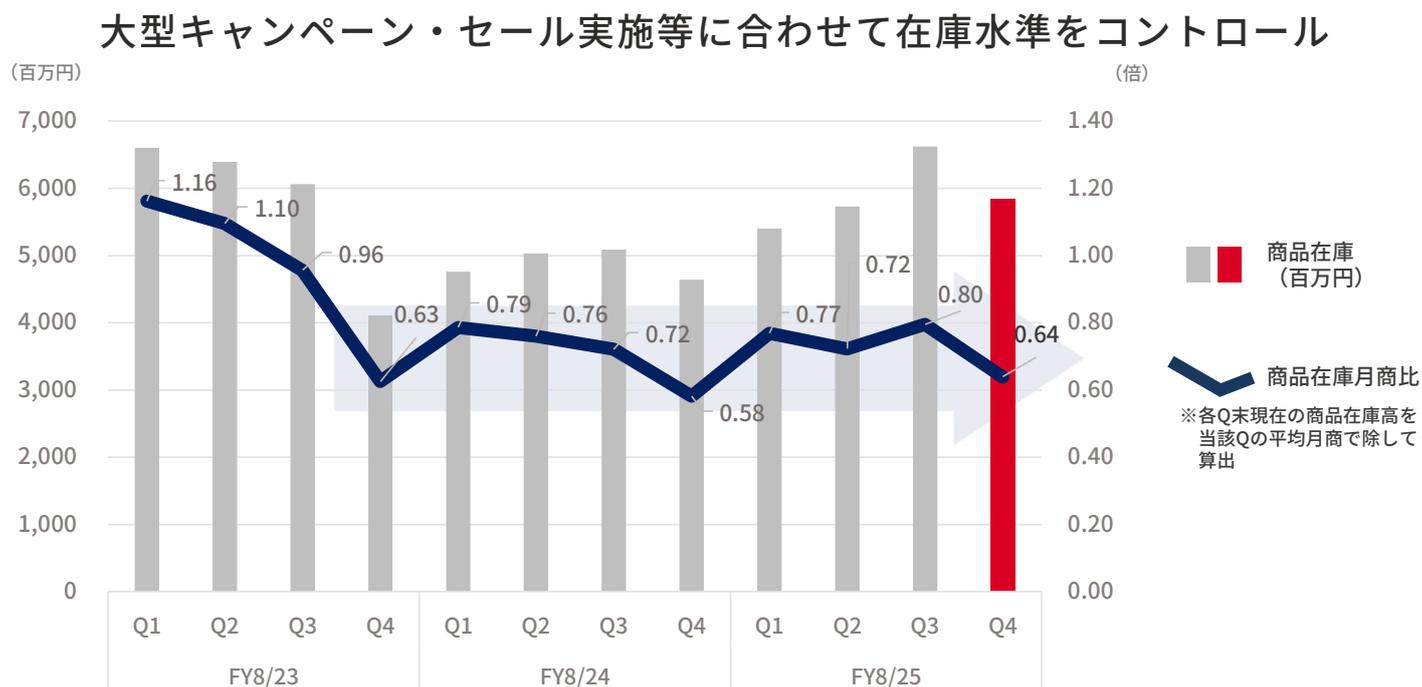
Confidential 16

次に、店舗数の推移の実績についてお話しします。

表の見方としては、計画が紺色の箇所に記載がございますが、純増で27店舗を増やすというのが我々の計画でした。

結果的には、全体として53店舗の増加となりました。特に日本と台湾は出店の加速に取り組み、台湾は期初計画から5店舗多く出店でき、国内についても、先ほどご説明しました通り、45店舗純増させることができました。

商品在庫の推移（連結）



Confidential 17

商品在庫の推移です。

売上を1生み出すときに、どれぐらいの在庫を持っているかを示した数字の推移になります。

2025年8月期末時点で、0.64という水準で、矢印の範囲で示しておりますように、我々が適性と考えている在庫水準にあるとご認識いただければと思います。

2026年8月期

業績
予想

それでは、2026年8月期の業績の計画について、ご説明いたします。

2026年8月期 連結業績予想

		前期比
● 売上高	1,116 億円	+14.8%
● 営業利益	130 億円	+7.5%
● 営業利益率	11.6 %	-0.8pt

Confidential 19

売上高は、1,116億円、前期比14.8%増、
営業利益は、130億円、前期比7.5%増、
営業利益率は、11.6%を計画しております。

2026年8月期 連結業績予想

売上高は二桁成長を目指す 成長投資のため利益率は圧縮

	FY8/25通期	FY8/26 通期	前期比	増減率
	実績	計画		
売上高	972億円	1,116億円	+144億円	+14.8%
売上総利益	758億円	885億円	+126億円	+16.7%
売上総利益率	78.0%	79.3%	+1.3pt	—
販売管理費	637億円	755億円	+117億円	+18.5%
販売管理費率	65.5%	67.6%	+2.1pt	—
営業利益	120億円	130億円	+9億円	+7.5%
営業利益率	12.4%	11.6%	-0.8pt	—
経常利益	121億円	128億円	+7億円	+6.3%
経常利益率	12.5%	11.5%	-1.0pt	—
親会社株主に帰属 する当期純利益	83億円	88億円	+4億円	+5.9%
当期純利益率	8.6%	7.9%	-0.7pt	—
EBITDA	151億円	168億円	+16億円	+11.1%
通期配当	109円	115円	+6円	+5.5%

注: (1) 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る、(2) EBITDA = 営業利益 + 減価償却費（のれん償却費を含む）

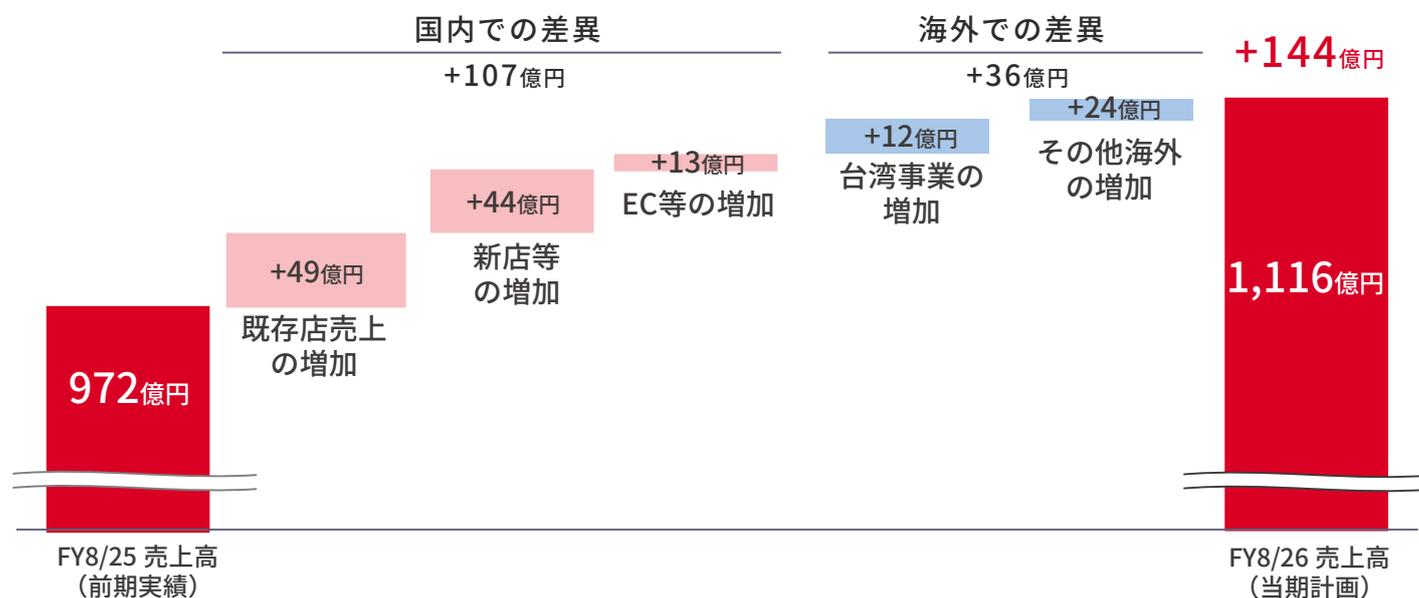
20

連結業績予想の内訳になります。

連結売上高は 1,116億円 で 前期比 +144億円、
連結営業利益は 130億円 で 前期比 +9億円 となっております。

連結売上高：前期との差異

国内外ともに前期比増収の計画



注：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る

Confidential 21

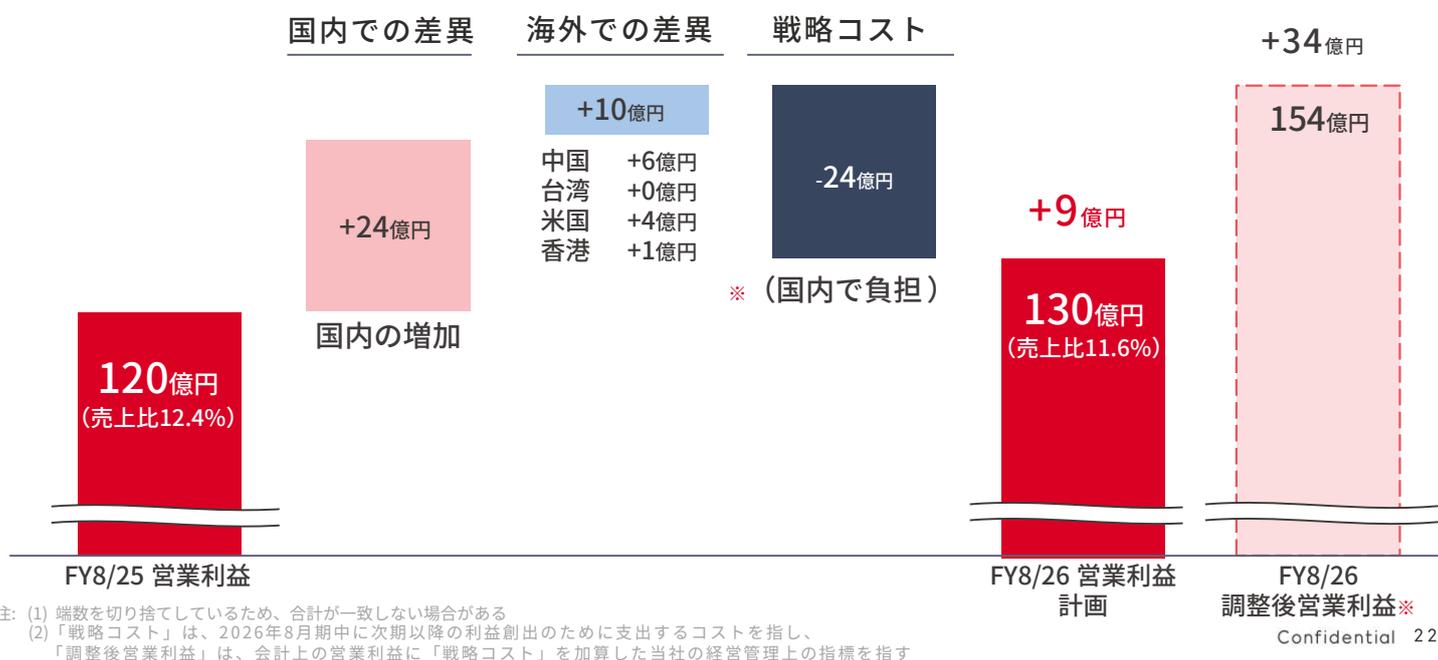
前期との差異について、売上高と営業利益、それぞれご説明さしあげます。

まず、売上高の変化になります。

全体として144億円増やすという中で、国内からの貢献は107億円、海外からの貢献は36億円と、海外の貢献度が少し上がっているのがご理解いただけるかと思えます。また、国内の既存店も引き続き伸ばしていきたいと考えております。

連結営業利益：前期との差異

中長期の成長に向けたコストを投下しつつ、確実な利益成長を実現



次に、連結営業利益の前期との差異になります。

2025年8月期 120億円、今期 130億円で、9億円の増加を計画しております。

2024年8月期の通期決算説明会でも同様のお話をさせていただきましたが、国内も含めてグローバルでの競争力を高めていくために、今やるべき施策・コストがあると考えております。

それらの施策を行わなければ、現在、巡航速度では150億円ぐらいの利益を出せるようなビジネスになっていますが、成長のために今、投じるべきコストを「戦略コスト」として、今期に24億円織り込んでおります。

戦略コストの内容

グローバルブランド価値向上と成長加速の基盤強化

戦略コスト	概要及び期待効果	
 旗艦店	<ul style="list-style-type: none"> ブランド認知価値向上：グローバル訴求力強化 新顧客体験の提供：新デザインやサービス 商品戦略の検証拠点：新商品や販売手法の改善 	12億円
 新規国	<ul style="list-style-type: none"> 売上拡大：新市場での事業成長によるTAMの拡大 ブランド認知向上：新市場での存在意義及びブランド価値 事業モデル強化：ノウハウ蓄積や事業モデルの検証・改善 	2億円
 システム	<ul style="list-style-type: none"> 業務効率化：店舗・本部業務効率化、迅速最適な意思決定 データ活用強化：データを活用した施策展開 グローバル展開の加速：海外拠点との情報連携・標準化 	10億円

Confidential 23

注：(1) 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る、(2) TAMはTarget Addressable Marketの略

戦略コストの内訳になります。グローバル旗艦店、新規国、システムの3つを戦略コストとして、今期支出していく計画です。

旗艦店の概要・期待効果からご説明いたします。ブランド認知については、日本でJINSを知っていただいている方は増えているかと思いますが、これをグローバルでも向上させていく、訴求力を上げていくことを強化していきます。新顧客体験については、新しいデザイン・サービスといったJINSが元々得意であるユニークな価値創造というところも旗艦店でやっていけたらと考えています。また、新商品販売や販売手法についても、イノベーションを創造しつつトライしていけるのではと考えております。

新規国に関して、新市場でTAMを増やしていくこと、JINSをご存じない方にも知っていただき価値を届けていくことで新規国に対する努力をしていきたいと考えております。また、展開国にはフランチャイズのモデルもあり、我々のユニークな事業モデルをさらに検証・改善してまいります。

最後のシステムになりますが、業務の効率化、これは、店舗だけではなく本部での業務効率の改善もしくは経営判断に貢献できるような仕組みを構築していきます。また、データを活用した施策やグローバル展開した際にスケールできるような仕組みを作るところも、スコープに含めております。

2026年8月期 業績予想 セグメント別

①日本は戦略コストにより利益に圧力 ②海外は利益貢献度が拡大

		FY8/25 実績	FY8/26 計画	貢献率	前期比	増減率
連結	売上高	972億円	1,116億円		+144億円	+14.8%
	営業利益	120億円	130億円		+9億円	+7.5%
	営業利益率	12.4%	11.6%		-0.8pt	—
日本	売上高	766億円	874億円	78.3%	+107億円	+14.0%
	営業利益	① 113億円	111億円	86.1%	-1億円	-1.3%
	営業利益率	14.8%	12.8%		-2.0pt	—
海外	売上高	205億円	242億円	21.7%	+36億円	+17.9%
	営業利益	7億円	② 18億円	13.9%	+10億円	+142.1%
	営業利益率	3.6%	7.4%		+3.8pt	—

注：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る

Confidential 24

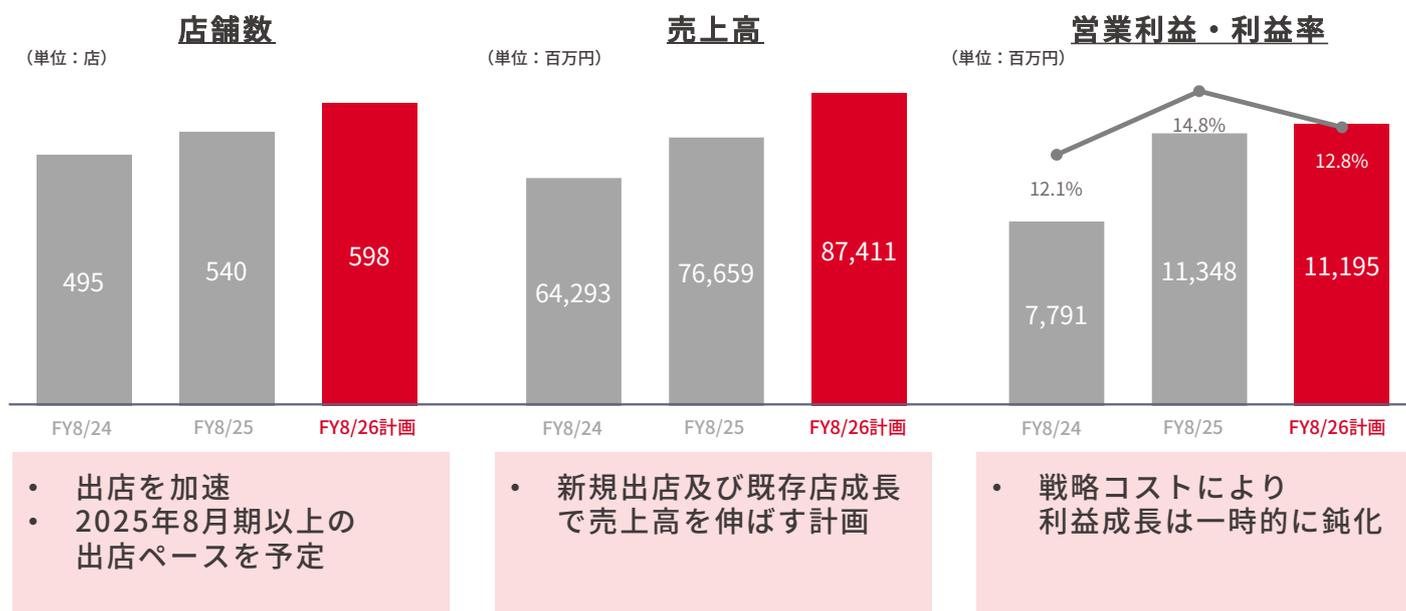
2026年8月期のセグメント別の売上高及び営業利益です。

売上高は、日本 874億円、海外 242億円。

営業利益は、日本が戦略コストの負担の影響もあり111億円、海外は18億円を目指してまいります。

セグメント別（日本）

引き続き成長ドライバーとして連結の売上・利益を牽引する



注: 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る

Confidential 25

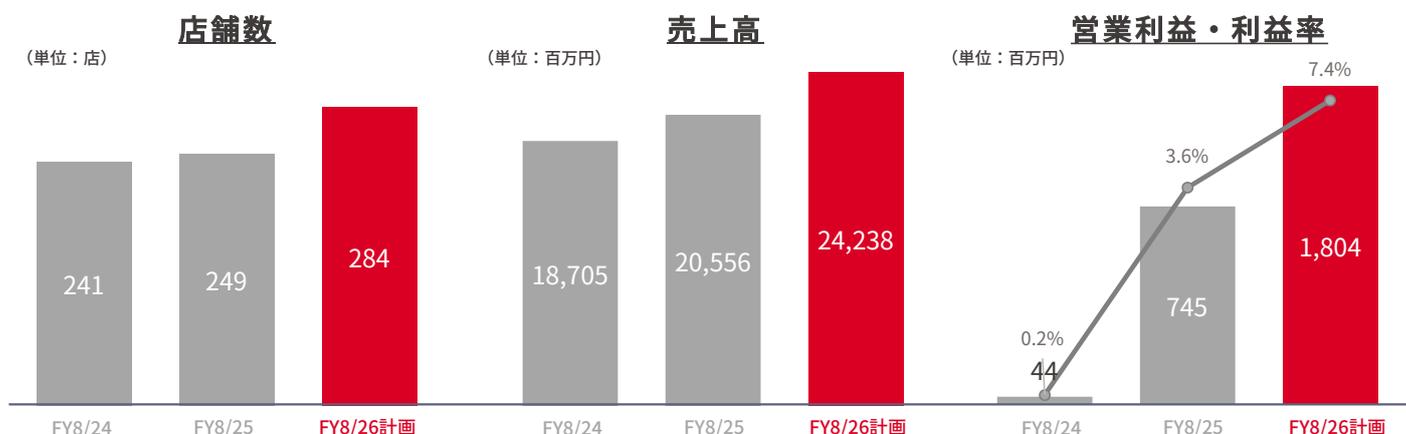
日本の店舗数、売上高、営業利益の推移になります。

出店計画になりますが、598店舗まで店舗を増やしたいと考えております。2025年8月期の45店舗増に対して、さらに増加する58店舗純増を予定しております。

売上高は、既存店の成長及び出店による増収によって、874億円。営業利益は先ほどお示しした通り、戦略コストを負担しますので、一時的に利益成長が鈍化する見込みです。

セグメント別（海外）

店舗数増加やオペレーション改善により営業利益増加を見込む



-  中国：低収益店舗の閉店と戦略エリアへの出店を進行、収益性改善の継続
-  台湾：出店を加速。ブランド力を強化
-  香港：オペレーション改善による収益性改善
-  米国：オペレーション強化。新顧客体験の構築

注: 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る

Confidential 26

次に、海外についても、同じフォーマットでお話させていただきます。

中国は、低収益店舗の閉店を進めておりますが、それが概ね完了する期になりますので、店舗数が純増に転じる予定です。

台湾は、出店の加速とブランド力の強化を続けていきます。香港に関しては、オペレーションの改善に加えて、出店もしたいと思っており、米国に関しても、店舗での改善を進めつつ、すでに今期1店舗開店させたところでして、米国事業全体の強化を図ってまいります。

結果として、海外の営業利益率は7.4%を目指しております。

2026年8月期 配当予想

配当性向30%の株主還元を継続

		FY8/25 実績	FY8/26 計画	前期比
1株あたり純利益		356.89円	377.87円	+20.98円
配 当	年間	109円	115円	+6円
	中間	50円	47円	-3円
	期末	59円	68円	+9円
配当性向	年間	30.5%	30.4%	-0.1pt
	中間	30.8%	30.6%	-0.2pt
	期末	30.3%	30.3%	±0.0pt

注：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る

Confidential 27

配当予想になります。

こちら大きく方針は変わっておらず、配当性向も30%を継続しております。

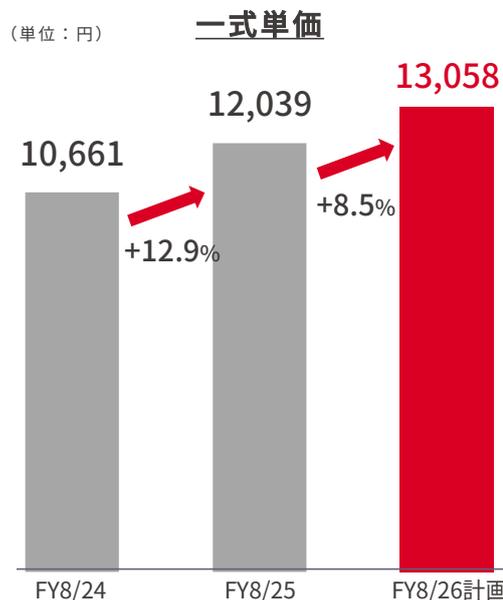
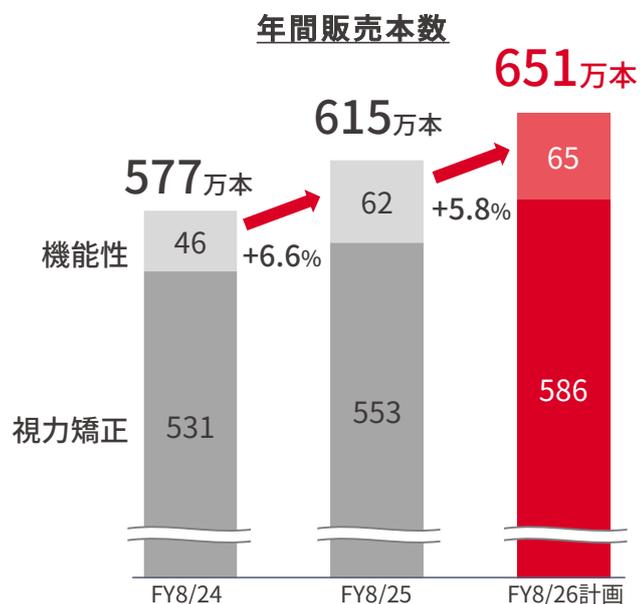
2026年8月期

計画
前提

次に、簡単に計画の前提についてご説明いたします。

計画の前提：販売本数・一式単価 (国内JINS)

一式単価を伸ばしながら、新規出店・オペレーション改善による本数伸長も計画



注：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る

Confidential 29

年間の販売本数の計画は651万本、
単価も継続して上昇していくという想定で13,058円を
計画しております。

計画の前提：グローバル出店計画

日本と台湾で出店加速、中国では低収益店舗退店と戦略エリアへの出店を進行

	FY8/25		FY8/26 計画		
	純増	期末	純増	通期	
日本	+45	540	+58	598	■ グローバル旗艦店、出店加速
中国	-11	156	+8	164	■ 低収益店舗閉鎖、戦略エリアでの出店
台湾	+17	78	+23	101	■ 出店加速、更なるブランド強化
香港	+1	10	+3	13	■ オペレーション強化
US	+1	5	+1	6	■ オペレーション強化、新顧客体験構築
合計	+53	789	+93	882	・・・純増90店舗以上計画

注：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る

Confidential 30

出店の計画になります。

先ほど簡単にお話させていただきました通り、国内は58店舗の純増、中国は純増に戻るペースになります。台湾は、今まで年間20店舗以上増加させたことはなかったのですが、今期は更なる出店の加速ということで、23店舗増にする予定です。

結果として、93店舗の増加計画になっております。

計画の前提：売上高総利益率

一式単価の上昇、在庫管理の徹底で粗利率の改善を図る

	FY8/25 実績	FY8/26 計画	対前期
連結	78.0%	79.3%	+1.3pt
日本	77.6%	79.0%	+1.4pt
海外	79.4%	80.3%	+0.9pt

※想定レート **JPY/USD = 145.0**

注：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る

Confidential 31

売上高総利益率の計画です。

為替は、1ドル 145円の前提で組んでおり、連結で79.3%、国内で79.0%の計画、海外も若干改善する計画としております。

計画の前提：主要な販管費の増減計画

戦略コストの影響で、販管費主要項目の売上比率が増加

	FY8/25 実績	FY8/26 計画	増減	主な要因等
販売管理費計 (売上比率)	637億円 65.5%	755億円 67.6%	+117億円 +2.1pt	□日本 66.3% (+3.5pt YoY) □海外 72.5% (-3.3pt YoY)
人件費 (売上比率)	230億円 23.7%	267億円 24.0%	+37億円 +0.3pt	■店舗数増 ■本部・デジタル人材採用 戦略コスト
賃借料 (売上比率)	144億円 14.9%	170億円 15.3%	+25億円 +0.4pt	■店舗数増 ■旗艦店影響で売上比率が 上昇 戦略コスト
広告宣伝費 (売上比率)	43億円 4.5%	58億円 5.3%	+14億円 +0.8pt	■グローバルマーケティング 継続強化
支払手数料 (業務委託費含む) (売上比率)	86億円 8.9%	102億円 9.2%	+16億円 +0.3pt	■ITシステム費用 戦略コスト

注：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る

Confidential 32

続いて、販管費の計画です。

こちらにも、右側に戦略コストと記載しておりますが、システムに関わる費用、旗艦店に関わる費用が含まれております。

販管費率という観点では悪化する状況ですが、これらのコストを使うことで、中長期での我々の競争優位性を高めてまいります。

2026年8月期 通期計画のまとめ

- 国内の更なる強化に向けた『継続的な既存店成長』及び『出店加速』を計画
- 海外からの収益貢献拡大に向け、中国・香港での構造改革、台湾での出店加速、米国でのオペレーション改善を執行
- グローバル成長のための投資を行い、各地域での競争優位性の確立及び強化を目指す

Confidential 33

まとめになります。

まず、国内の更なる強化に向けて「継続的な既存店成長」及び「出店加速」を行ってまいります。

また、海外からの収益貢献拡大に向けて、中国・香港での既存店成長及び構造改革、台湾での出店加速、米国でのオペレーション改善、さらに、新しいマーケットに出ていくということをしていきます。

グローバル成長のための投資を行いながら、各マーケットでの競争優位性を確立しつつ、売上・利益ともに伸ばしていきたいと考えております。

以上、ご清聴ありがとうございました。

2026年8月期 計画

DATABOOK

2025年8月期 通期決算説明会資料（スクリプト付）

2026年8月期計画

(単位：百万円)	2026年8月期 計画					2025年8月期 実績	
	上期	下期	通期	売上比	対前期増減率	通期	売上比
売上高	51,770	59,880	111,650		14.8%	97,215	
売上総利益	41,051	47,457	88,509	79.3%	16.7%	75,814	78.0%
販売管理費	35,891	39,617	75,509	67.6%	18.5%	63,720	65.5%
人件費	12,911	13,861	26,773	24.0%	16.1%	23,069	23.7%
広告宣伝費（純広告）	2,587	3,280	5,867	5.3%	33.9%	4,382	4.5%
賃借料（社宅除く）	8,154	8,878	17,033	15.3%	17.8%	14,464	14.9%
減価償却費（資産除去含む）	1,716	2,086	3,802	3.4%	25.3%	3,035	3.1%
支払リース料	548	589	1,138	1.0%	17.8%	966	1.0%
支払手数料（業務委託費含む）	4,875	5,389	10,264	9.2%	18.8%	8,643	8.9%
備品消耗品費	1,428	1,558	2,986	2.7%	17.7%	2,538	2.6%
その他	3,668	3,973	7,642	6.8%	15.4%	6,620	6.8%
営業利益	5,160	7,840	13,000	11.6%	7.5%	12,093	12.4%
営業外収支	-60	-60	-120			27	0.0%
経常利益	5,100	7,780	12,880	11.5%	6.3%	12,121	12.5%
特別損益	100	0	100			-493	-0.5%
税引前利益	5,200	7,780	12,980	11.6%	11.6%	11,628	12.0%
法人税等	1,610	2,550	4,160			3,297	3.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	3,590	5,230	8,820	7.9%	5.9%	8,330	8.6%

Confidential 35

2026年8月期計画（セグメント別・既存店増収率）

事業別売上高予想 (百万円/%)	2026/8期 計画			2025/8期 実績	
	金額 (百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)
日本	87,411	78.3%	14.0%	76,659	78.9%
店舗	81,679	73.2%	13.0%	72,284	74.4%
EC	5,511	4.9%	30.7%	4,217	4.3%
その他	221	0.2%	40.5%	157	0.1%
海外	24,238	21.7%	17.9%	20,546	21.1%
中国	10,124	9.1%	8.1%	9,368	9.6%
その他	14,114	12.6%	26.2%	11,187	11.4%
連結売上高	111,650	100.0%	14.8%	97,215	100.0%

全店・既存店前年比 増減率 (%)	2026/8期 計画			2025/8期 実績		
	上期	下期	通期計画	上期	下期	通期
全店	+15.9%	+12.8%	+14.2%	+21.3%	+19.3%	+20.2%
既存店	+8.9%	+5.4%	+7.0%	+18.4%	+15.0%	+16.5%

Confidential 36

2026年8月期計画(本数・単価)

販売本数予想（日本） （万本／％）	2026/8期 通期計画		2025/8期実績
	本数（万本）	前期比（％）	本数（万本）
販売本数合計	651.0	+5.8%	615.2
視力矯正	586.3	+6.0%	553.2
非矯正	64.7	+4.4%	62.0

一式単価（日本） （円／％）	2026/8期 通期計画		2025/8期実績
	金額（円）	前期比（％）	金額（円）
一式単価	13,058	+8.5%	12,039
視力矯正	13,838	+8.2%	12,787
非矯正	6,602	+22.9%	5,373

Confidential 37

2026年8月期計画（設備投資・出店）

設備投資の状況	(単位：百万円)
設備投資額	9,366
国内（新規出店・改装）*	4,639
海外	1,915
その他	2,811

*敷金保証金含む

EBITDA	(単位：百万円)
EBITDA	16,802
営業利益	13,000
減価償却費	3,802

出退店の計画	前期	上期			下期			通期	
(単位：店)	期末店舗数	出店	退店	純増減	出店	退店	純増減	純増減計	期末店舗数
日本	540	22	1	+21	38	1	+37	+58	598
中国	156	11	7	+4	12	8	+4	+8	164
台湾	78	15	0	+15	8	0	+8	+23	101
香港	10	0	0	±0	3	0	+3	+3	13
米国	5	1	0	+1	0	0	±0	+1	6
合計	789	49	8	+41	61	9	+52	+93	882

Confidential 38

J!NS