

# J!NS

株主の皆様

日頃より当社の事業にご支援を賜り、深く感謝申し上げます。  
私が抱えている思いを、みなさまに率直にお伝えするため、  
このお手紙をお送りいたします。

突然ですが、私たち JINS を取り巻く環境は、  
いま、大きな変化の最中にいます。

「当日お渡し」や追加料金なしで手軽に買える価格設定といった  
JINS が提供してきた画期的なサービスは、  
今や、この国においてごく普通の光景となりました。

また、受付から測定、メガネのお渡しに至るまでの  
店舗オペレーションにおいては、労働人口の減少により、  
労働集約型オペレーションの維持が難しくなりつつあることから、  
当社のビジネスモデル上の優位性も  
決して安泰とは言えなくなってきました。

一方、商品に目を向けると、  
「軽量メガネ」や「ブルーライトカットメガネ」など、  
JINS が率先して世に提案してきた  
イノベティブな商品のコモディティー化が、  
どんどんと進んできているという状況です。

これまで JINS が起こし続けた変化が、  
この業界のあたりまえとなりつつある中で、  
私たちがさらにお客様の期待に応え、  
そして、その期待を超えていくにはどうすればいいのか。

私たち JINS は、戦略の進化をもって、  
新しい変革をしていく所存です。

コンセプトは、「ヒューマンサイエンス」。  
プロダクト、エクスペリエンス、データ。  
この3つを戦略の軸に据え、事業の拡大を図っていきたいと考えます。

代表的なものをお伝えします。

# JINS

まずは、プロダクト。

目に役立つ光を透過する「バイオレットプラスレンズ」は、人の健康にとって、新しい価値をもたらす機能性レンズです。この特徴的なレンズは、JINSにとって、第2の「ブルーライトカットレンズ」となる高い可能性を秘めています。また、1本でメガネにもサングラスにもなる「JINS Switch」は、提案次第で、まだまだ新しい需要の余地がある。そう、確信しています。

次に、エクスペリエンス。

オープンを予定している、ショールーミングに特化した次世代型店舗。ここでは、スマートミラーやAIを使った JINS BRAIN を進化させ、これまでにない購買体験を提供する店舗として、JINS の未来を、より面白い方向へと加速させてくれるはずです。

最後に、データ。

わたしたち JINS は、パーソナルデータベースの強化に、これまで以上に力を注いでいきたいと考えています。順調に会員数を増やしている JINS アプリは、現在、200 万のダウンロード件数を超えました。このアプリの会員は、EC の販売基盤となるのはもちろんのこと、新しい顧客体験を提供していくうえでも重要な要素となります。例えば、お客様の視力数値といったメガネ販売店ならではのデータもアプリによって集積することが可能なため、今後、医療との連携をはじめ、メガネ販売以外の可能性をも広げてくれるでしょう。

これらいくつもの要素を繋げ、スパイラル状に進化させていくことで、JINS にしかできない、独自の、そして、大きな成長をとげていくこと。国内 349 店舗、年間 500 万人を超える顧客基盤を誇る私たちにしかできない変革を、培った経験と知恵、そして変化を恐れない心を武器に、立ち止まることなく、挑戦していきたいと思うのです。

みなさまのご期待に沿えるよう、私たちは一層の努力と情熱をささげていきます。これからも、どうぞ宜しくお願いいたします。

平成 30 年 11 月吉日  
株式会社 ジンズ  
代表取締役社長

田中 仁



Dear shareholders,

Please allow me to express my deepest gratitude for your support of JINS Inc. I would like to convey my thoughts directly to everyone through this letter.

To come directly to the point, the environment surrounding JINS is undergoing major changes.

The ground-breaking services that JINS has provided, including "same-day delivery" and price setting that allows customers to readily purchase eyeglasses with no additional fees, have now become commonplace throughout Japan.

In addition, the shrinking labor force is making it difficult for us to maintain our labor-intensive store operations, from initially greeting customers, to taking measurements and delivering customers' eyeglasses, and I can no longer say that the superiority of our business model is secure.

On the other hand, when we look at our products, the commoditization of innovative products that JINS has been proactively proposing to the world, including "lightweight glasses" and "blue light-blocking glasses," is steadily progressing.

As the changes that JINS has continued to drive become commonplace in this industry, how can we further respond to customers' expectations and what should we do to exceed those expectations?

We at JINS intend to take on new challenges by further advancing our strategy.

The concept is "human science." That is, products, experience, data. These three factors will form the basis for our strategy as we seek to expand our business.

Let me explain what this means.



First of all, products.

The "violet-plus lenses" that transmit light that is useful for the eyes are functional lenses that bring new value to human health. These distinctive lenses have great potential to become the second "blue light-blocking lenses" for JINS. I am also convinced that, depending on our proposals, there is still considerable room for demand for "JINS Switch," a pair of eyeglasses and sunglasses in one.

Next, experience.

We are scheduled to open next-generation stores that specialize in showrooming. These stores, which will offer an unprecedented purchasing experience by advancing JINS BRAIN using smart mirrors and AI, are expected to accelerate the future of JINS in an even more interesting direction.

Finally, data.

JINS is more committed than ever to strengthening our personal database. The number of subscribers to the JINS app is growing steadily, and the app has now exceeded 2 million downloads. Subscribers to the app do not only form the sales base for our online sales, but are also an important factor from the perspective of providing a new customer experience. For example, since the app allows us to collect data unique to an eyeglass store, such as customers' visual acuity, it is likely that future possibilities will expand beyond the realm of eyeglass stores to include collaborations with medical care providers and others.

By bringing these elements together and spiraling forward, we will achieve major, unique growth of which only JINS is capable. With our 349 domestic stores and annual customer base of over 5 million customers, I would like to take up the challenge of pursuing the changes that only we are capable of, never faltering, by leveraging the experience and wisdom we have gained and a mindset that is unafraid of change.

We will redouble our efforts and passion to meet your expectations. We appreciate your continued support and patronage.

November 2018  
Hitoshi Tanaka,  
President, CEO and Representative Director  
JINS Inc.